

平成25年度

「中小企業の診断及び助言に関する実務の事例Ⅱ」の出題の趣旨

第1問（配点20点）

副社長着任以前のB社が、小規模企業でありながら継続的な顧客の維持に成功してきた複数の要因を整理・分析する能力を問う問題である

第2問（配点20点）

B社新商品のパッケージとシールを有効に活用し、X市の地域ブランド価値の向上および原材料農産物の高品質訴求を実現するための助言能力を問う問題である。

第3問（配点30点）

（設問1）

YスーパーのPOSデータを分析し、これらの数値に基づきB社から見たブランドレベルのイベント・POP効果を評価する能力を問う問題である。

（設問2）

YスーパーのPOSデータを分析し、これらの数値に基づきYスーパーから見た部門・カテゴリーレベルのイベント・POP効果を評価する能力を問う問題である。

第4問（配点30点）

（設問1）

通信販売の比率拡大に伴う収益構造変化に関する注意点を整理し、マーケティングにおける対策を助言する能力を問う問題である。

（設問2）

オフラインの施策を活用し、B社販売サイトへの誘導を実現するための助言能力を問う問題である。

以上