

平成26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25点）

2時点におけるB社の各商品の位置づけを、プロダクト・ポートフォリオ・マネジメントのフレームにもとづき、整理・分析する能力を問う問題である。

第2問（配点25点）

B社が保有するコンテンツを活用し、新規顧客となり得る高齢者やその家族に対する、適切なメディアを通じたコミュニケーション活動を助言する能力を問う問題である。

第3問（配点30点）

（設問1）

顧客データベースを活用したデシル分析結果から、現在のB社の売上を支える重要顧客層を特定する能力を問う問題である。

（設問2）

デシル分析結果から上位顧客の特徴を特定し、そこから、既存顧客に限らず今後、B社が狙うべきターゲット顧客のイメージを抽出する能力を問う問題である。

第4問（配点20点）

効率的にB社の介護付きツアーの客単価（1世帯1回あたりの平均利用金額）向上を実現する、新商品開発・既存商品改良を提案する能力を問う問題である。

以上