

【中小企業の診断及び助言に関する実務の事例Ⅱ】

第 1 問（配点 20 点）

(a)

強	み	は	、	丁	寧	な	接	客	に	よ	る	販	売	力	や	井	戸	端	会
議	に	よ	る	潜	在	ニ	一	ズ	の	収	集	力	、	そ	れ	ら	に	よ	っ
て	蓄	積	し	た	販	売	履	歴	等	の	無	形	資	産	で	あ	る	。	

(b)

若	年	層	が	利	用	す	る	大	型	ス	ー	パ	ー	は	高	品	質	な	商
品	が	少	な	く	、	従	業	員	が	ほ	と	ん	ど	お	ら	ず	、	十	分
な	説	明	も	で	き	な	い	状	況	で	接	客	力	に	弱	み	が	あ	る

第 2 問（配点 25 点）

婦	人	服	の	購	買	履	歴	と	好	み	の	文	字	・	画	像	情	報	を
活	用	し	、	リ	ピ	一	タ	ー	で	あ	る	重	要	顧	客	の	好	み	に
合	う	よ	う	に	ハ	ン	ド	バ	ッ	グ	の	品	揃	え	を	厳	選	す	る
販	売	後	は	、	顧	客	の	ハ	ン	ド	バ	ッ	グ	の	購	買	履	歴	や
好	み	を	追	記	し	、	次	回	の	品	揃	え	に	活	用	す	る	こ	と
で	、	継	続	的	に	顧	客	の	再	購	買	を	促	す	。				

第3問 (配点 30点)

介	護	の	た	め	の	改	装	が	増	加	し	て	お	り	、	B	社	は	介
護	ベ	ッ	ド	等	を	薦	め	て	も	ら	い	、	シ	ル	バ	ー	世	代	と
の	接	点	を	確	保	す	る	。	そ	れ	を	機	に	、	購	買	間	隔	が
短	い	日	用	品	を	配	達	し	て	継	続	的	な	接	点	を	作	り	、
購	買	間	隔	が	長	い	寝	具	の	買	い	替	え	に	繋	げ	る	。	B
社	は	顧	客	に	地	域	の	中	小	建	築	業	を	紹	介	す	る	。	

第4問 (配点 25点)

30	代	の	子	育	て	世	代	を	対	象	に	、	次	期	社	長	の	保	育
士	の	勤	務	経	験	や	、	副	社	長	の	裁	縫	、	刺	繍	の	技	術
を	生	か	し	て	「	手	さ	げ	カ	バ	ン	作	成	教	室	」	等	の	子
育	て	イ	ベ	ン	ト	を	定	期	的	に	行	っ	て	、	若	年	層	の	商
店	街	利	用	を	促	す	。	B	社	は	参	加	者	と	の	関	係	性	を
深	め	、	潜	在	ニ	ー	ズ	を	収	集	し	品	揃	え	に	生	か	す	。