

【中小企業の診断及び助言に関する実務の事例 I】

第 1 問（配点 20 点）

個	々	の	市	場	規	模	が	小	さ	い	こ	と	か	ら	、	大	手	企	業
と	の	直	接	的	な	競	争	を	回	避	し	や	す	く	、	多	様	な	市
場	へ	の	進	出	も	し	や	す	い	。	そ	の	結	果	、	強	み	で	あ
る	研	究	開	発	力	を	継	続	的	に	強	化	で	き	、	差	別	化	し
た	製	品	を	生	み	出	し	や	す	い	と	考	え	て	い	る	か	ら	。

第 2 問（配点 40 点）

（設問 1）

限	ら	れ	た	従	業	員	数	で	売	上	を	拡	大	し	て	い	く	た	め
に	、	技	術	者	が	大	半	を	占	め	る	人	員	構	成	と	し	て	専
門	性	の	高	い	研	究	開	発	力	を	強	化	し	、	そ	こ	に	価	値
を	見	出	す	事	業	者	向	け	の	製	品	開	発	を	中	心	に	し	た
事	業	展	開	を	す	べ	き	で	あ	る	と	考	え	て	き	た	か	ら	。

（設問 2）

そ	れ	以	前	の	製	品	は	受	け	身	の	製	品	開	発	に	よ	る	売
切	り	型	で	あ	っ	た	。	そ	れ	に	対	し	、	複	写	機	関	連	製
品	は	情	報	通	信	技	術	の	急	速	な	進	歩	を	踏	ま	え	た	主
体	的	な	製	品	開	発	が	求	め	ら	れ	、	消	耗	品	の	需	要	な
ど	に	よ	る	顧	客	と	の	継	続	的	な	取	引	が	生	じ	る	。	

第3問 (配点 20点)

製	品	開	発	部	門	を	、	製	品	領	域	別	に	グ	ル	一	プ	分	け
す	る	こ	と	で	業	界	知	識	を	蓄	積	し	、	各	要	素	技	術	を
有	す	る	技	術	者	に	よ	る	混	成	チ	一	ム	と	し	て	要	素	技
術	間	の	擦	り	合	わ	せ	を	円	滑	化	す	る	こ	と	で	、	製	品
領	域	の	ス	ピ	ー	デ	ィ	一	な	拡	大	を	実	現	す	る	こ	と	。

第4問 (配点 20点)

組	織	管	理	能	力	を	有	し	た	人	材	を	育	成	し	て	部	門	長
な	ど	に	配	置	し	、	新	規	事	業	や	製	品	の	開	発	を	従	業
員	主	導	で	行	う	。	ま	た	、	個	々	の	技	術	者	の	グ	ル	一
プ	間	異	動	を	活	発	化	し	、	多	様	な	業	界	知	識	を	有	し
た	新	た	な	価	値	を	生	み	出	せ	る	人	材	を	養	成	す	る	。