

【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 25 点）

(a)

一	般	向	け	ツ	ア	一	は	③	の	金	の	な	る	木	、	海	外	研	修
ツ	ア	一	は	①	の	花	形	に	そ	れ	ぞ	れ	該	当	す	る	。		

(b)

一	般	向	け	ツ	ア	一	は	④	の	負	け	犬	、	海	外	研	修	ツ	ア
一	は	④	の	負	け	犬	、	介	護	付	き	ツ	ア	一	は	②	の	問	題
児	に	そ	れ	ぞ	れ	該	当	す	る	。									

第2問（配点 25 点）

地	域	と	連	携	し	て	B	社	の	添	乗	員	に	よ	る	介	護	を	体
験	す	る	イ	ベ	ン	ト	を	開	催	し	、	口	コ	ミ	を	促	進	す	る
。	ま	た	、	参	加	者	に	は	B	社	の	顧	客	の	声	を	掲	載	し
た	ダ	イ	レ	ク	ト	メ	ー	ル	を	発	送	す	る	な	ど	、	第	3	者
か	ら	の	信	頼	に	基	づ	い	た	安	心	感	を	醸	成	し	て	い	く。

第3問（配点 30 点）

（設問 1）

デ	シ	ル	1	か	ら	3	の	総	利	用	金	額	シ	ェ	ア	が	、	そ	れ
ぞ	れ	10	%	を	上	回	り	、	ま	た	、	3	つ	の	合	計	が	53	.1
%	と	上	位	30	%	の	顧	客	で	総	利	用	金	額	の	半	分	以	上
を	占	め	る	売	上	の	構	造	に	な	っ	て	い	る	。	よ	っ	て	、
デ	シ	ル	1	か	ら	3	ま	で	が	重	要	顧	客	層	で	あ	る	。	

(設問 2)

上	位	顧	客	と	下	位	顧	客	は	、	客	単	価	は	ほ	ぼ	同	額	だ
が	、	3	年	間	で	の	利	用	回	数	が	、	デ	シ	ル	3	が	2	.8
回	、	デ	シ	ル	4	は	1	.8	回	と	な	る	な	ど	、	利	用	回	数
の	乖	離	に	よ	っ	て	総	利	用	金	額	に	差	が	生	じ	て	い	る。
よ	っ	て	、	利	用	回	数	が	1	回	の	み	で	リ	ピ	ー	ト	し	て
い	な	い	下	位	顧	客	を	戦	略	的	タ	ー	ゲ	ッ	ト	と	す	る。	

第 4 問 (配点 20 点)

支	援	・	介	護	レ	ベ	ル	に	応	じ	た	ツ	ア	ー	を	商	品	化	す
る	こ	と	で	海	外	旅	行	や	長	期	日	程	の	ツ	ア	ー	を	実	現
し	、	支	援	・	介	護	レ	ベ	ル	が	低	い	顧	客	の	1	回	あ	た
り	の	利	用	金	額	を	高	め	て	い	く	よ	う	助	言	す	る。		