

【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）

国	産	丸	大	豆	の	使	用	と	伝	統	を	重	視	し	た	製	法	で	、
高	価	格	帯	を	維	持	し	て	き	た	。	競	合	他	社	の	動	向	に
よ	り	、	最	終	消	費	者	向	け	製	品	へ	の	特	化	や	、	新	製
品	を	追	加	投	入	し	て	製	品	種	類	拡	大	を	進	め	て	き	た。

第 2 問（配点 30 点）

（設問 1）

1	世	帯	当	た	り	年	間	購	入	数	量	や	1	人	当	た	り	消	費
量	が	減	少	傾	向	の	た	め	、	し	ょ	う	ゆ	の	大	容	器	ア	イ
テ	ム	は	中	止	を	検	討	し	、	出	荷	数	量	が	増	加	し	て	い
る	め	ん	類	等	用	つ	ゆ	な	ど	の	し	ょ	う	ゆ	関	連	製	品	で
食	に	敏	感	な	女	性	向	け	に	減	塩	タ	イ	プ	を	開	発	す	る。

（設問 2）

直	営	店	併	設	の	飲	食	店	に	お	い	て	は	、	メ	ニ	ュ	ー	で
使	用	し	て	い	る	B	社	製	品	を	紹	介	し	て	利	用	客	を	直
営	店	に	誘	導	す	る	。	直	営	店	で	は	、	人	気	の	高	い	飲
食	店	で	使	用	さ	れ	て	い	る	製	品	を	ア	ピ	ー	ル	す	る	。

第3問（配点 20 点）

原	材	料	の	大	豆	の	価	格	が	高	騰	す	る	中	、	高	付	加	価
値	な	定	食	の	販	売	で	B	社	全	体	の	利	益	率	が	向	上	す
る	。	ま	た	、	飲	食	店	前	の	大	行	列	や	、	観	光	情	報	誌、
グ	ル	メ	サ	イ	ト	に	取	り	上	げ	ら	れ	る	こ	と	に	よ	り	、
費	用	を	か	け	ず	に	宣	伝	効	果	が	得	ら	れ	る	。			

第4問（配点 30 点）

（設問 1）

有	名	鶏	料	理	専	門	店	や	Z	社	取	引	先	の	販	売	店	を	示
し	、	日	本	の	伝	統	を	守	る	本	物	志	向	の	製	品	で	あ	る
こ	と	を	訴	求	す	る	。												

（設問 2）

豊	富	な	製	品	ラ	イ	ン	ア	ッ	プ	の	製	品	ご	と	に	、	そ	れ
ら	を	使	用	し	た	多	彩	な	メ	ニ	ュ	ー	の	レ	シ	ピ	を	ホ	ー
ム	ペ	ー	ジ	で	紹	介	す	る	こ	と	で	、	B	社	の	し	よ	う	ゆ
及	び	し	よ	う	ゆ	関	連	製	品	の	継	続	的	購	入	を	促	す	。