

AAS（アソシエ・アドバンス・スクール）は、中小企業診断士2次試験に特化した受験機関です。過去問を基軸に置いた学習で、スーパーフレームワークや設問分解練習法など独自の2次試験攻略法を開発してきました。AASでは「表現力×構成力×与件活用力」で答案を作成しています。

【令和3年度・第2次筆記試験】事例Ⅱ（マーケ・流通戦略）

この模範解答例は
AAS名古屋が作成しました。

第1問（配点20点）

①S（30字以内）

地元産大豆や水にこだわった豆腐の評判、Y社との良好な関係性
(29字)

②W（30字以内）

市内主婦層の顧客が少ないこと、サイト運営のノウハウがないこと
(30字)

③O（30字以内）

自宅での食事にこだわりを持つ家庭の増加、不在時配達を望む声
(29字)

④T（30字以内）

感染症で人的接触を避ける顧客の増加、豆腐ECサイトの競合多数
(30字)

第2問（配点25点）（100字以内）

自宅での食事にこだわりをもつ家庭に、①手作り豆腐セットとY社のペットボトルの水、米をあわせたセット製品として、②好評の豆腐丼のレシピを添え、③X市の魅力を発信するY社サイトで販売する、ことである。
(98字)

第3問（配点30点）

(a)（50字以内）

地方紙メディア等に置き配サービスを告知し、車両ステッカーやチラシ、冷蔵ボックスのツールを配備すること
(50字)

(b)（50字以内）

担当顧客に、季節毎の豆腐おすすめ商品及び置き配サービスを電話で案内して利用を促進し単価向上を図ること
(50字)

第4問（配点25点）（100字以内）

戦略は、①主婦層にアイデアを募り、新しい素材の菓子で人気の和菓子店と共同で豆腐やおからの菓子を開発する、②移動販売時に試作品を提供し意見や感想を集め、IMを使って新商品の案内をすることである。
(96字)

文責：AAS名古屋 鷺山はるこ