



様

令和4年度 事例Ⅱ

得点

63

評価

第1問 (配点 30点)

解答キーワード (採点項目)	点数	得点
①顧客 (MAX10点)		
顧客の増加、需要の増加、競争の激化、市場の拡大	5	5
顧客の減少、需要の減少、競争の激化、市場の縮小	5	0
②競合 (MAX10点)		
競合の増加、競争の激化、市場の拡大	4	4
競合の減少、競争の激化、市場の縮小	4	4
競合の増加、競争の激化、市場の縮小	4	0
③自社 (MAX10点)		
自社の強み、競争力の向上、市場の拡大	4	4
自社の弱み、競争力の低下、市場の縮小	4	0
自社の強み、競争力の低下、市場の縮小	4	2
自社の弱み、競争力の向上、市場の拡大	4	0
自社の強み、競争力の向上、市場の縮小	4	0
字数不足 ※減点 (不足文字数に応じて最大-5点)		
コメント		
<p>フィードバック</p> <p>「現状分析」に沿って整理できていますが、現状分析として最も重要な「顧客の減少」が抜け落ちています。また、「競合の増加」が記述できていますが、その原因である「競争の激化」や「市場の縮小」といった、重要な要素を盛り込むと分析の深みが増します。</p> <p>改善点</p> <p>現状分析では、「顧客の減少」が重要です。競争の激化や市場の縮小を、顧客の減少を意識して簡潔にまとめるようにしましょう。</p> <p>回答の改善案</p> <p>顧客は「競合の増加」が激減した一方、「競合の減少」が増加しています。競合は「競争の激化」や「市場の縮小」が増加しています。自社は「競争力の向上」や「市場の拡大」が課題があります。</p>		

第2問 (配点 20点)

解答キーワード (採点項目)	点数	得点
----------------	----	----

コンセプト (MAX10点)		
商品コンセプト、顧客体験向上の観点	5	5
販路の拡大、地域密着の施策	5	3
販路 (MAX10点)		
オンラインマーケティングの活用	4	4
イベントマーケティングの活用	4	0
地域密着型マーケティングの活用	4	0
字数不足 ※減点 (不足文字数に応じて最大-5点)		
<p>コメント</p> <p>フィードバック 商品コンセプトは、B社の「商品コンセプト」は評価できます。しかし、やや抽象的です。また、販路が「オンラインマーケティング」に偏っており、機会損失の印象を与えます。</p> <p>改善点 「地域密着型マーケティング」といった、より戦略的なキーワードを盛り込みましょう。また、イベントマーケティングの活用をすることで、説得力が増します。販路は、オンラインマーケティングだけでなく、地域密着型マーケティングも活用し、多角的な視点を持つことが重要です。</p> <p>回答の改善案 商品コンセプトは、B社の「商品コンセプト」を踏襲すること。販路は、オンラインマーケティングだけでなく、地域密着型マーケティングとする。</p>		

第3問 (配点20点)

解答キーワード (採点項目)	点数	得点
ターゲット (MAX8点)		
ターゲットの絞り込み	4	0
ターゲットの拡大	4	0
品揃え (MAX8点)		
商品ラインナップの充実	4	4
商品のバリエーションの拡大	4	4
施策 (MAX4点)		
ターゲットに合わせた施策の実施	4	4
施策の効果を測定		
<p>コメント</p> <p>フィードバック 「ターゲットの絞り込み」という施策の方向性は良いです。しかし、設問で明確に問われている「ターゲットの拡大」と曖昧で、与件文にある「商品ラインナップの充実」</p>		

という重要な情報を特定できていない点が大きな失点に繋がりました。これでは、
が不明確です。

改善点
まず設問の要求に
です。その上で、
に提案すること
で、一貫性のあるロジカルな回答になります。

回答の改善案
を標的とする。に加え、
を強化する。

第4問（配点30点）

解答キーワード（採点項目）	点数	得点
協業先（MAX10点）		
	5	5
	5	5
提案（MAX20点）		
	6	0
	6	3
	6	5
	5	2
字数不足 ※減点（不足文字数に応じて最大－5点）		

コメント

フィードバック

消費者調査の結果から、しかし、B社が行うべき「提案」の内容が、
これでは、B社が
は難しくなります。

改善点

協業は、成功します。B社の強みは、
です。これ
らの強みを活かし、
といった、協
業先に
を提案しましょう。これにより、
ができます。

回答の改善案

協業先は
。直営店で収集した顧客ニーズに基づいた
協業の成功と長期的関係構築
を目指す。