

平成13年度 第2次試験 【事例】

AAS解答例

第1問 (配点30点)

(設問1)

S	P	A	と	ア	パ	レ	ル	小	売	業	や	ア	パ	レ	ル	製	造	業	と
の	違	い	は	、	企	画	・	製	造	・	販	売	ま	で	自	社	で	一	貫
し	て	行	う	点	で	あ	る	。	具	体	的	に	は	、	直	営	店	の	販
売	状	況	を	自	社	工	場	で	迅	速	に	把	握	で	き	る	こ	と	に
よ	り	、		機	会	損	失	の	発	生	を	防	止	で	き	る	こ	と	、
	過	剰	在	庫	の	発	生	を	防	止	で	き	る	こ	と	で	あ	る	。
以	上	に	よ	り	、	低	価	格	で	商	品	を	顧	客	に	提	供	す	る
こ	と	が	実	現	で	き	る	。											

(設問2)

直	営	店	の	P	O	S	デ	ー	タ	に	つ	い	て	、	自	社	工	場	と
の	タ	イ	ム	リ	ー	な	情	報	共	有	化	を	図	る	こ	と	を	特	に
重	視	す	べ	き	で	あ	る	。	具	体	的	に	は	、	P	O	S	の	販
売	・	在	庫	デ	ー	タ	に	基	づ	い	た	生	産	体	制	の	構	築	に
よ	り	、		迅	速	な	商	品	補	充	に	よ	る	機	会	損	失	防	止
や	売	れ	筋	商	品	を	中	心	と	し	た	品	揃	え	の	充	実	を	図
る	こ	と	、	店	頭	や	自	社	工	場	に	お	け	る	在	庫	の	圧	
縮	を	図	る	こ	と	で	あ	る	。										

第2問 (配点10点)

(設問1)

(a)	既存ブランドは、ライフスタイル等のサイコグラフィック変数である。
(b)	新規ブランドは、年齢・職業等のデモグラフィック変数である。

(設問2)

既存ブランドと新規ブランドの市場細分化変数が異なっていることにより、ターゲット顧客が重複してしまい、自社ブランド間でカニバリゼーションが生じた問題がある。
---

第3問 (配点30点)

(設問1)

理由は、「エニグム」ブランドを活用することにより、顧客のブランドロイヤルティを新規ブランドに活用したかったため、親子2世代の顧客の獲得が期待できたためである。
---

(設問2)

理由は、新規ブランド「プチ・エニグム」の登場により、既存ブランド「エニグム」の顧客が「プチ・エニグム」ブランドへ移行したためである。
理由は、「プチ・エニグム」の低価格販売により高級ブランド「エニグム」のブランド力が低下し、エニグムの顧客が他ブランドへ移行したためである。

第4問 (配点30点)

(設問1)

B社	は	、	市	場	細	分	化	変	数	を	見	直	し	て	、	エ	ニ	グ	ム	と	プ	チ	・	エ	ニ	グ	ム	の	棲	み	分	け	を	図	る	と	と	も	に	、	エ	ニ	グ	ム	の	ブ	ラ	ン	ド	力	向	上	を	図	る	べ	き	で	あ	る	。	具	体	的	に	は	、	高	級	志	向	の	顧	客	に	対	し	て	、	品	質	の	高	さ	や	落	ち	着	い	て	気	品	に	溢	れ	た	デ	ザ	イ	ン	の	婦	人	衣	料	を	、	有	名	百	貨	店	の	ゆ	っ	た	り	と	し	た	雰	囲	気	の	中	で	、	オ	ー	ダ	ー	メ	ー	ド	販	売	に	よ	り	提	供	す	る	。
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

(設問2)

理由は、低価格商品であり、現物を確認せずに気軽に買えるため。
--------------------------------

理由は、20代の働く女性が、時間を気にせず気軽に買えるため。
--------------------------------