■　ネットでＡＡＳ　「2009 年版　中小企業白書ミニ事例　８回目」

愛知県稲沢市の B 社（従業員 245 名、資本金 4,500 万円）は、加熱機器専門の厨房機器メーカーである。

同社の主力商品である「スチームコンベクションオーブン」は、蒸す、焼く、煮込む、炊く、揚げる、茹でる等の加熱調理が 1 台で可能な業務用のオーブンであるが、まだ広く浸透しておらず、飲食店などユーザーも使い方がよく分かっていない場合が多いのが現状である。そこでメンテナンスやアフターサービスを通じた「顧客ニーズ」の汲み上げとともに、機器の使い方を説明する機会を積極的に設けていくことで「顧客との接点」を持ち、技術改良や新商品開発のアイディア・ニーズを汲み上げている。

具体的には、同社は、ユーザー向けのセミナーを年間 100 回程度開催し、ユーザーに対して同社が独自に考案したレシピを交えてオーブンの使い方等を説明している。このセミナーを通じて顧客の情報や要望等を把握し、それらを技術改良や商品開発にフィードバックするため、セミナーに出席した社員と技術者との合同研修会を開いている。合同研修会では、セミナーでユーザーに対応した社員がオーブンの使い勝手やユーザーの要望等を実演を交えて説明し、技術者に体感してもらいながら、技術改良や新たな商品の開発に向けた議論を活発に行っている。

このように、モノ作り企業がメンテナンスやアフターサービスに加え、ユーザーへの提案や対話といったサービスの提供も重視することで、「顧客」を起点とした技術改良や商品開発の実現を可能としている。

（設問）

B 社は、「顧客」を起点とした技術改良や商品開発を実現するために、メンテナンスやアフターサービス以外で、どのような取り組みを実施しているか。50 字以内で２つ答えよ。

【今回の狙い】

① ＭＥＣＥ（もれなく、だぶりなく）の視点から分析されているか
② 設問から題意、制約条件を捉え、作問者の意図を汲んでいるか
③ 与件情報を活用し、読みやすい答案表現ができているか