

■＜参考資料＞中小企業診断士第2次試験の出題の趣旨

中小企業診断協会が公表している出題の趣旨です。

平成25年度「中小企業の診断及び助言に関する実務の事例Ⅰ」の出題の趣旨

第1問（配点35点）

（設問1）

A社の主力事業である健康食品の通信販売事業を長期的に継続させていくための具体的施策について、現行の取扱商品や既存顧客との関係の点から、基本的理解力・分析力を問う問題である。

（設問2）

急速な事業拡大を遂げてきたA社の効率的な経営管理体制を今後も維持していく上での留意すべき点について、基本的分析力、助言能力を問う問題である。

第2問（配点35点）

（設問1）

A社が非正規社員を有効な戦力として活用する理由について、基本的理解力・分析力を問う問題である。

（設問2）

A社が雇用している非正規社員のモチベーションを今後も維持していくための具体的施策について、非経済的インセンティブの点から、助言能力を問う問題である。

第3問（配点15点）

A社が大学新卒の正規社員に対して、どのような役割を期待していると考えられるかについて、分析力を問う問題である。

第4問（配点15点）

A社の顧客データベースが新商品開発に直接結びついていない原因がどこにあるのかについて、分析力を問う問題である。

以上

平成 25 年度「中小企業の診断及び助言に関する実務の事例Ⅱ」の出題の趣旨

第 1 問（配点 20 点）

副社長着任以前の B 社が、小規模企業でありながら継続的な顧客の維持に成功してきた複数の要因を整理・分析する能力を問う問題である

第 2 問（配点 20 点）

B 社新商品のパッケージとシールを有効に活用し、X 市の地域ブランド価値の向上および原材料農産物の高品質訴求を実現するための助言能力を問う問題である。

第 3 問（配点 30 点）

（設問 1）

Y スーパーの POS データを分析し、これらの数値に基づき B 社から見たブランドレベルのイベント・POP 効果を評価する能力を問う問題である。

（設問 2）

Y スーパーの POS データを分析し、これらの数値に基づき Y スーパーから見た部門・カテゴリーレベルのイベント・POP 効果を評価する能力を問う問題である。

第 4 問（配点 30 点）

（設問 1）

通信販売の比率拡大に伴う収益構造変化に関する注意点を整理し、マーケティングにおける対策を助言する能力を問う問題である。

（設問 2）

オフラインの施策を活用し、B 社販売サイトへの誘導を実現するための助言能力を問う問題である。

以上

平成 25 年度「中小企業の診断及び助言に関する実務の事例Ⅲ」の出題の趣旨

第 1 問（配点 30 点）

（設問 1）

C 社と競合する企業の現状を把握し、その市場に参入するために必要な競争優位性を分析する能力を問う問題である。

（設問 2）

C 社が首都圏への参入を実現するために必要な関東工場の役割と、その役割を実現するために必要な対応策を分析・提案する能力を問う問題である。

第 2 問（配点 40 点）

（設問 1）

C 社の技術部内での課題を把握し、顧客問い合わせに対する迅速化と短納期化に対応するために、技術部内で共有化が必要な情報を分析する能力を問う問題である。

（設問 2）

C 社の技術部内での課題を把握し、顧客問い合わせに対する迅速化と短納期化を目的に業務効率化を図るための改善方法を分析・提案する能力を問う問題である。

第 3 問（配点 30 点）

C 社の過去の新規事業開発の失敗要因を把握し、今後の新規事業開発の留意点を分析・提案する能力を問う問題である。

以上

平成 25 年度「中小企業の診断及び助言に関する実務の事例Ⅳ」の出題の趣旨

第 1 問（配点 25 点）

D 社による新規事業への出資前後の貸借対照表を比較して、財務状況の変化を適切に表す財務比率を算出するとともに出資による D 社の財務面への影響について説明する能力を問う問題である。

第 2 問（配点 45 点）

（設問 1）

異なる減価償却方法に応じた各期の減価償却費を算出する能力、およびこれにより生じる営業キャッシュフローの違いを算出する能力を問う問題である。

（設問 2）

減価償却と税効果の関係を説明する能力を問う問題である。

（設問 3）

資金調達方法の違いにより生じるキャッシュフローの額に差が生じることを理解し、その差が生じる理由について説明する能力を問う問題である。

第 3 問（配点 30 点）

品質に関するリスクをプロセス別に 4 つの原価概念に分類し、具体的に説明する能力を問う問題である。

以上