

■＜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26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20点）

研究開発型企業として事業を展開しているA社のような中小企業が増加している今日の経営環境の変化に関する基本的理解力・分析力を問う問題である。

第2問（配点20点）

精密ガラス加工メーカーであるA社とA社をサプライヤーとして採用している取引先との関係に焦点をおいて、創業期からA社が長期間にわたって主力製品を確立することができなかった理由に関する基本的理解力・分析力を問う問題である。

第3問（配点20点）

2度のターニングポイントを経て研究開発型企業へと成長を遂げてきたA社が、事業領域の拡大に伴って、いかなる組織管理上の課題に直面することになったのかに関する分析力・課題発見力を問う問題である。

第4問（配点20点）

A社の現在の主力製品であるOEM製品の理化学分析用試験管の量産体制において、過去と比較して、近年その良品率が著しく改善されている理由に関する分析力・原因究明力を問う問題である。

第5問（配点20点）

研究開発型中小企業としての強みを強化するために採用した、専門性の高い研究職従業員のモラルおよびモチベーションを高め、継続的に雇用していくための方策に関する助言能力を問う問題である。

以 上

平成 26 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25点）

2時点におけるB社の各商品の位置づけを、プロダクト・ポートフォリオ・マネジメントのフレームにもとづき、整理・分析する能力を問う問題である。

第2問（配点25点）

B社が保有するコンテンツを活用し、新規顧客となり得る高齢者やその家族に対する、適切なメディアを通じたコミュニケーション活動を助言する能力を問う問題である。

第3問（配点30点）

（設問1）

顧客データベースを活用したデシル分析結果から、現在のB社の売上を支える重要顧客層を特定する能力を問う問題である。

（設問2）

デシル分析結果から上位顧客の特徴を特定し、そこから、既存顧客に限らず今後、B社が狙うべきターゲット顧客のイメージを抽出する能力を問う問題である。

第4問（配点20点）

効率的にB社の介護付きツアーの客単価（1世帯1回あたりの平均利用金額）向上を実現する、新商品開発・既存商品改良を提案する能力を問う問題である。

以 上

平成 26 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10点）

X社からの受注を拡大してきたC社の事業の変遷を把握し、C社の強みと弱みを分析する能力を問う問題である。

第2問（配点20点）

C社の切削工程の作業方法や設備メンテナンス方法の課題を把握し、問題視されている加工不良率を解決する能力を問う問題である。

第3問（配点40点）

（設問1）

X社の国内調達先の集約と在庫管理業務および発送業務の移管が行われることによって得られるC社のメリットを分析する能力を問う問題である。

（設問2）

X社からの在庫管理業務および発送業務の移管に対応するために必要となるC社の生産計画や資材調達計画の課題を把握し、解決する能力を問う問題である。

第4問（配点30点）

X社1社への依存状態にあるC社の現状を把握し、今後C社がX社依存状態から脱却を図るために必要な戦略を提案する能力を問う問題である。

以 上

平成 26 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24点）

D社と同業他社の財務諸表の数値をもとに、D社の財務状態の評価目的にかなった財務比率を選択し、計算して説明する能力を問う問題である。

第2問（配点30点）

（設問1）

与えられた条件のもとで特定の店舗における収益、費用等を把握し、意思決定の違いが予想キャッシュフローの差につながっていることを理解する能力を問う問題である。

（設問2）

将来の予想キャッシュフローにもとづき、設備投資に対する採算性を判断する能力を問う問題である。

第3問（配点30点）

（設問1）

製造部門における個別製品の限界利益率を認識する能力を問う問題である。

（設問2）（設問3）

各製品の収益性を意識し、需要と作業時間に制約がある条件下で、最適なプロダクトミックスを提案する能力を問う問題である。

第4問（配点16点）

輸入業務における為替リスクのヘッジ手段とその効果に対する理解力を問う問題である。

以 上