

AASは『正しい答えではなく、論理の妥当性で勝負する』スタイルの診断士受験専門機関です。

AAS名古屋

この解答例は、11月21日10:00 現在のものです

AAS（アソシエ・アドバンス・スクール）は、中小企業診断士2次試験に特化した受験機関です。過去問を基軸に置いた学習で、スーパーフレームワークや設問分解練習法など独自の2次試験攻略法を開発してきました。AASでは「表現力×構成力×与件活用力」で答案を作成しています。

【令和4年度・第2次筆記試験】事例Ⅱ（マーケ・流通戦略）

この模範解答例は
AAS名古屋が作成しました。

第1問（配点30点）（150字）

顧客：料理の楽しさに目覚めた客や作りたての揚げ物を求める客の増加、献立の考案の簡便化ニーズが多数、競合：近隣のスーパーに納入する大手食肉卸売業者、自社：良質でおいしい食肉加工品の製造体制、大都市近郊で車の利便性が良い立地、良い食肉の仕入が可能な仕入元の信頼、他社に売上が左右される卸売が9割の取引構成。（150字）

第2問（配点20点）（100字）

地元の農業、漁業、食品工業と連携し山の幸、海の幸の魅力をブランド化する商品を開発し、来県者との接点が多い大型ショッピングモール、インターチェンジの土産店、道の駅、県内の旅館、ホテル、で販売する。（98字）

第3問（配点20点）

ターゲットは、B社周辺に居住して料理の楽しさに目覚めた客や作りたての揚げ物を求める客とし、品揃えは、調理しやすく日常使いのカット肉、スライス肉を充実させ、揚げ物や総菜の品数を増やし対面により販売する。（100字）

第4問（配点30点）

献立の掲載で評判がよいオンライン販売業者と協業し、献立の考案や調理を簡便化したい顧客を獲得する。提案は、①飲食店に対するメニュー提案や半加工の強みを活かし、自社商品を使った献立の提示、②仕入力や製造体制の強みを活かし、顧客のニーズに応じた商品改良の継続的实施、により長期的な成功につなげること、である。（150字）

文責：AAS名古屋 鷲山はるこ