平成19年度中小企業診断士2次試験
事例2：再現答案

第1問（設問1）（30字×2）

技術や技能が高く、資格をもつ社員が顧客ニーズに対応できること。

長年付き合いのある大工や工務店等が講師や拡販に活用できること。

（設問2）（80字）

業務用建材やDIY用に専門化した品揃えとし、イベントと連動した品揃え戦略を採るべきである。大手ホームセンターの多様化した品揃えに対抗することが出来る。

第2問（100字×2）

店舗を増やさずに、付き合いのある大工や工務店を活用して拡販する。顧客に提案してきたプランを標準化し、カタログとして施主に配ってもらい、通信販売等によって、販売をすることで市場を拡大する。

店舗面積を増やさずに、社員が顧客の元へ出張し、コーディネート提案を行うことで拡販する。自分で決定したい顧客のニーズに対し

平成19年度中小企業診断士2次試験
事例2：再現答案

専門的な知識でコーディネート提案することで拡販を行うことが可能である。

第3問（設問1）（80字）

大手ホームセンターはチェーンオペレーションによる他店舗展開で低価格の流通活動を行っているが、B社は1社だけによる流通活動であることが違いである。

（設問2）（80字）

近隣の小規模ホームセンター等とボランタリーチェーンを組む手法を採るべきである。仕入の共同化によって、流通の効率化が図れ、低コストで競争力を高めることが出来る。

第4問（設問1）（50字×2）

技術研修に参加させ、資格取得者には報奨制度や特別昇給を行うことで、モチベーションの向上を図っている。

社員・パート・アルバイト全員に対し、顧客対応No1の表彰や店長を体験させ、顧客対応の向上を図っている。

平成19年度中小企業診断士2次試験
事例2：再現答案

（設問2）（100字）

インタラクティブマーケティングの質の向上・異質性対応の効果がある。①技術の向上を図る、②経営者の視点での顧客対応、③モチベーションの向上で、顧客対応力が向上し競争力を高めることができる。