

## 中小企業診断士 通勤講座

合格 EXPRESS  
vol.5 2008/12/04

こんにちは！通勤講座の綾部です。

中小企業診断士の学習をされている方にお話を伺うと、学習したことをすぐに日々のお仕事の中で活用されている人が多いようです。

例えば、新しく覚えた経営戦略の用語を使って、お客様との会話を深めたり、社内の会議で議論を整理したり、作成する資料に経営の切り口を使ったりと、どんどん覚えた知識を活用していく方がいらっしゃいます。

そして、そういう人は理解度が高まっていく速度が速いと感じます。

知識をすぐに仕事で使うことは、良いアウトプット学習になり、忘れにくくなります。また、リアルな「事例」に適用することで事例問題に強くなり、かつ、実際の仕事上もメリットがあるという素晴らしい学習方法だと思います。

どんな小さな事でも良いと思いますので、学んだことを日常の仕事に生かしたり、誰かに話したりすることを意識してみると、まとまった学習時間が無い場合でも、実力は向上していきます。

皆さんの合格をお祈りしています。

### M E N U

過去問ピックアップ解説： マーケティング「ブランド戦略」から出題  
新講座リリースのご案内： プロモーション・応用マーケティング  
お得なセット講座のご案内： マーケティング戦略  
セミナー資料公開： 科目別ポイント1：企業経営理論

### 過去問ピックアップ解説

今日の問題は、企業経営理論からマーケティングに関する出題です。

..... 問題 .....  
( H 1 9 企業経営理論 第 2 5 問 )

消費財メーカーのA社は、先発メーカーとして新たな市場を創造するよう

な新製品開発を行ってきている。A社は、こうした新製品に付けるブランド・ネームについて、消費者がこれに接したとき、今までに同様の製品がなくても、当該製品の用途やその製品で解決できる生活上の問題点を正しく推測できるように注意を払っている。この方針のもつ特徴として、最も不適切なものはどれか。

ア A社が日本で成功した製品を海外に向けて展開するときには、相手先の言語に合わせてネーミングを改変することになり、世界商品となりにくいこともある。

イ A社の方針のようなブランド・ネームの付け方は、その製品が市場に浸透すると、他の製品カテゴリーに当該ブランドの拡張を容易にする効果をもつ。

ウ この方針は、小売店にとっては新市場に接することを意味し、カテゴリーの判断が難しいことから、A社製品の取り扱いをためらう小売店もある。

エ 他社がA社製品を模倣したものを後発として市場に出す場合に、両者の違いを消費者が判断しにくいこともある。

オ ブランド・ネームの付け方が、当該製品の用途や新しさについての消費者の理解に大きな影響を与える。

..... 解答 & 解説 .....

解答：イ

解説

ブランド戦略に関する問題です。

問題形式としては、近年増えている「ショートケース」= 短い事例となっており、思考力が必要な問題となっています。

今日は、正攻法で解くアプローチと、試験テクニックで解くアプローチで正解を導いてみましょう。

まず正攻法ですが、これは前回までご紹介したように、具体的な例に置きかえて考えるというアプローチです。

消費財メーカーのA社は、新製品にお客さんがすぐにどんな用途かが分かるようなブランド・ネームをつけています。

ここで、何か1つ具体例を思い浮かべられると、その後の解答が楽に

なります。

例えば、「写ルンです」「熱さまシート」のように、名前を聞いただけで、どんな用途なのかが分かるような、ブランド・ネームが思い浮かぶと良いですね。

あとは、この具体例を選択肢に当てはめながら正誤を判断していきます。

アは、「写ルンです」を海外に展開することを考えれば、簡単に分かります。選択肢は適切です。

イは、例えば「写ルンです」が使い捨てカメラ（レンズ付きフィルム）として浸透した後で、その名前を一眼レフカメラにブランド拡張できるか、と考えるとわかりやすいと思います。このような用途を想起させるブランドネームではブランド拡張は難しいことが分かります。

よって、選択肢は不適切ですので、これが正解です。

ウは、小売店がカテゴリーの判断に迷うことがあるか？ということですが、「写ルンです」のような新しいカテゴリーの製品では、従来型のカメラ専門店などは取り扱いをためらう可能性があります。よって、選択肢は適切です。

エは、後発の企業が同じように用途を想起させるブランド・ネームをつけた場合は、消費者が違いを判断しにくいことが想定されます。よって、選択肢は適切です。

オは、このような用途を想起させるブランド・ネームでは、ブランドネームの付け方が消費者の理解に影響を与えます。よって、選択肢は適切です。

ここまでは、正攻法 = 具体例で解く方法でした。

次に、裏技として試験テクニックを少しご紹介します。

必ずこのテクニックが通用する訳ではないのですが、どうしてもわからない時、時間が無いときには役に立つ方法です。

この問題は「不適切なもの」を選ぶ問題です。別の表現では「適切な可能性があるもの」を外せば良いこととなります。

選択肢を見ると、ア、ウ、エの文末が「～もある。」となっています。「～もある。」という命題を「否定」するには、1つも例外が無いことを

示す必要があります。経営理論は経験側が多いですから「～もある。」を否定する場合は、世界中にそういった事例が1つも無いことを示す必要があります。よって選択性が適切である可能性は高いということです。

例えば「企業はいつも不正をする」と「企業は不正をすることもある」だと、後者の方が適切な可能性が高くなるのが分かります。

これにより、今回の問題ではア、ウ、エは正解の可能性が低くなります。後に残ったイとオのうち、オは簡単に適切なことが分かりますので消去法でイが正解です。

実際には、この方法だけで解答するのはお勧めしませんが、正攻法での解答に自信がない場合などは、裏づけするために使えるテクニックです。

今回は、正攻法 = 具体例を、試験テクニックで裏づけできる問題でした。

学習するには

- ・ 製品戦略、ブランド戦略  
1 - 10 企業経営理論 - 製品戦略  
<http://manabiz.jp/course01j.html>

新講座リリースのご案内「1-12 プロモーション・応用マーケティング」

マーケティングの最終回の講座がリリースされました。

- 1 - 12 企業経営理論 - プロモーション・応用マーケティング  
<http://manabiz.jp/course01k.html>

本講座では、マーケティングの4Pの最後のプロモーション戦略と、最近のマーケティング戦略を扱う応用マーケティングを学習します。プロモーション戦略では、4つのプロモーションミックスである、広告、パブリシティ、人的販売、販売促進を学習します。応用マーケティングでは、顧客との関係を深める関係性マーケティングと、サービス（無形財）のマーケティングを学習します。

¥1500 音声講座【標準版：62分、2倍速版：31分】、  
学習マップ×2、テキスト、学習ガイド

お得なセット講座リリースのご案内

通勤講座をまとめて安く購入できるセット講座が発売開始になりました。  
今回はマーケティングの4講座のセットです。

1 - S 3 企業経営理論 - マーケティング【セット】

<http://manabiz.jp/course01-s3.html>

¥6,000    ¥4,900

企業経営理論のマーケティングの4講座「1 - 9 マーケティング概要とプロセス」「1 - 10 製品戦略」「1 - 11 価格・チャネル戦略」「1 - 12 プロモーション・応用マーケティング」をまとめて購入できるお得なセットです。マーケティングは企業経営理論の中では知識問題が多いため、しっかり学習して高得点を狙いたい分野です。また2次の事例 に対応するため重点的な学習が必要です。

セミナー「科目別ポイント1：企業経営理論」資料の公開

12月2日にOracle社で実施したオンラインセミナーの資料  
「科目別対策のポイント1：企業経営理論」をホームページに公開しました。

<http://manabiz.jp/learning.html>

ページの下の方の「セミナー・アーカイブ」でご覧いただけます。

セミナーにはたくさんの皆様にご受講いただきまして、ありがとうございました。少しでも合格にむけた学習のご参考になれば、これほど嬉しいことはありません。

また、次回のセミナーは科目「財務・会計」の対策セミナーを来月に実施する予定です。

セミナーの詳細が決まりましたら合格EXPRESSでもご案内させていただきます。

最後までお読みいただき、ありがとうございました。

合格をお祈りしています。  
これからもどうぞよろしく願いいたします。 綾部

## 合格 EXPRESS

「合格 EXPRESS」では、講座をご購入頂いた方や、サンプル講座をお申込み頂いた方に、中小企業診断士の合格に役立つ情報をご提供してまいります。

- 【 発行 】 中小企業診断士 通勤講座 by KIYO ラーニング
- 【 代表 】 綾部 貴淑
- 【 通勤講座 】 <http://manabiz.jp/>
- 【 ブログ 】 <http://manabiz.seesaa.net/>
- 【 配信停止は 】 <http://1lejend.com/d.php?t=name>
- 【 お問い合わせは 】 [info@manabiz.jp](mailto:info@manabiz.jp)