事例Ⅱ講評

１．事例テーマ・経営課題

「自社の強みを活かすスポーツマッサージ店のマーケティング戦略」をテーマとした事例である。

Ｂ社は、主としてアスリートを対象にコンディションを整えることを目的とした、保険適用外のスポーツマッサージ店である。トップアスリートが多く来店するＺ社で経験を積んだＢ社社長が、部活動をしている中高生や大学生、一般の顧客にも貢献したいという思いで 2022 年に独立した。開業当初はなかなか来店客数が伸びなかったが、顧客である有名トップアスリートがメディアで紹介してくれたことで来店者が増え始めている。一方、初回お試し利用者の来店頻度の低さ、顧客情報の蓄積不足、顧客流出などの問題も顕在化している。そこで自社の強みを活かせるように診断士に助言を求める、というストーリーとなっている。

２．問題の特徴・難易度

形式面では、与件文が２ページで、近年の本試験と比較すると情報量は少なくなった。図表等は添付されていない。問題数は４問、解答文字数は 500 字（150 字×２、100 字×２）という構成になっており、例年並みの記述量である。

内容面では、令和４・５年度と同様の「３Ｃ分析」のほか、残り３問は全て助言問題となっており、令和５年までの出題傾向に戻った。（令和６年は提案中心）

与件文の内容は把握しやすく、特に解釈が分かれるような部分も見当たらない。

設問構造は、第１問で指摘した自社の弱みを第２問の価格戦略・第３問の顧客ＤＢ活用で解決し、第４問のプロモーション戦略で顧客増を図る流れであり、シンプルでわかりやすい。

過去問をしっかり学習した受験生にとっては、素直に取り組めば解答方向性は導きやすかったと思われる。細かい表現や与件情報の活用度等で得点差がつくだろう。平均点はここ数年の本試験と比較すると高めになることが予想される。

３．設問別講評

第１問

Ｂ社の現状について、３Ｃ分析を求められている。令和４・５年度と違うのは、３Ｃの中身（顧客・競合・自社）が示されていない点である。与件文から該当する要素を素直に抜き出して編集すればよい。自社については、強み・弱みの両面について後の設問との一貫性を意識できたかどうかがポイントとなる。過去問の出題形式と同様なので、事前訓練をしっかりできていれば得点は確保できるだろう。

第２問

ターゲット層を意識した価格戦略が問われている。価格戦略が問われるのは、令和５年度と同様である。混雑時間と空き時間ができており、予約が取りづらい問題を解決するために、混雑緩和を促す価格戦略が提案できればよい。「ターゲット層を意識した」とあるので、「誰に対するどのような価格戦略なのか」を明示したい。

第３問

顧客情報の蓄積と活用が問われている。現在登録されているのは、氏名・年齢・連絡先・施術コースのみの定量データである。過去問のパターンで解答すれば、定性データに着目できればよい。活用法も、「顧客に寄り添い、長期的な関係性を構築するため」とあるので、リピートを促すアフターフォローなど、ＬＴＶの観点が参考になるだろう。文字数が150字与えられているので、過去問で学習した論点をきちんと盛り込めば高得点が望めそうである。

第４問

Ｗｅｂサイトに掲載する動画の内容が問われている。「未来のアスリートを目指す」中高大学生を呼び込むことが目的なので、動画ではトップアスリートにＢ社について語ってもらうことがまず思いつくだろう。それ以外に社長の経歴や思い、Ｂ社の強みの訴求などを盛り込んでおけばよいだろう。与件文にヒントが多いので、素直に活用できればそこまで対応は難しくない。むしろ、与件文に関係ないアイデア論を盛り込んでしまうとリスク要因となるだろう。