

診断士の本試験問題にチャレンジ

1次試験問題

mission

「ヒーコ」ブランドを育てろ!

ある飲料メーカーD社は、「ヒーコ」というブランドの無糖の缶入りコーヒーに力を入れており、近隣の駅売店で一部の顧客の熱い支持を集めていた。しかしながら、それだけではこれ以上の発展はないと思い、新しい方向性について考え始め、その商品特性とマーケティング戦略について頭を悩ましていた。

D社が「ヒーコ」ブランドのまま、新しい商品を開発・販売していこうと考えている場合に、最も適切なものはどれか。



- ア 甘いフルーツ味のキャンディを開発する。
- イ インスタント・コーヒーを開発する
- ウ 加糖のペットボトル入りのコーヒー飲料を開発する。
- エ コーヒー味で無糖のタブレット（粒状の菓子）を開発する。

平成15年度1次試験 企業経営理論 第44問

key

POINT 1 「企業は存続し常に成長しなければならぬ。」

成長しなければ、ライバルに淘汰され存続できなくなる。この言葉はどの企業にも当てはまる経営の基本と言えるでしょう。自社の発展のためには、闇雲にアイデアを出すのではなく、自社が置かれている環境を把握した上で戦略を立てていく必要があります。

POINT 2 経営戦略のためには、環境把握が必要不可欠

企業の環境把握をし、戦略を打ちたてていくうえで最も基本的な考え方、それがSWOT分析です。

具体的には、企業の内部環境を「強み」と「弱み」、企業の外部環境を「機会」と「脅威」という視点に分けて分析するものです。この分析フレームにそって、自社の現状を整理すると、自分は、何が得意か、何が不得意か、世の中でどんな状況が自分にとってチャンスで、どんな状況が自分にとって恐ろしいのか?という経営戦略のために重要なヒントを浮かびあがらせることができます。

ヒーコには顧客の熱い支持がある

✕ いずれ人気にも陰りが…

○ 新商品を開発して展開…

		好影響	悪影響
内部環境	Strengths 強み	Weakness 弱み	
外部環境	Opportunities 機会	Threats 脅威	

ANSWER
解答:エ