

企業経営理論

令和6年度 中小企業診断士1次試験

本試験 第9問

オ ドミナントデザインが出現すると、製品イノベーションも工程イノベーションも活発化する。(×)

本試験 第12問

ウ CSVとは、経済的価値を創造しながら、社会課題に対応することで社会的価値も同時に創造するアプローチである。(○)

本試験 第13問

熟達した起業家にみられる意思決定の様式とされるエフェクチュエーションに即した行動に関する記述として、最も不適切なものはどれか。

- ア 既存の製品を製造する時に使用していた温水に着眼し、その温水を利用してイチゴのハウス栽培を始めた。(○)
- イ 新規店舗を開設する際に、目標店舗数を設定するのではなく、許容できる損失額を重視して、段階的に店舗数を増やしていった。(○)
- ウ 大災害が起こったことによって大きな被害を受けたが、新聞報道などで被災地に注目が集まったことを利用して、自社製品の広告に力を入れた。(○)
- エ 他国で戦争が勃発し、エネルギー価格の変動が見込まれるため、過去20年分のデータを精査して、来年度の利益目標を立てた。(×)
- オ 発売した新製品に対してある顧客からクレームを受けたが、その顧客に製品改良のための活動に参加してもらい、製品の品質向上を図った。(○)

本試験 第16問

複雑な意思決定において、意思決定者は完全な合理性を追求できるだけの情報処理能力を持たないとされる。このような「制約された合理性」の下での意思決定に関する記述として、最も不適切なものはどれか。

- イ 意思決定者は、代替案が満たすべき最低限の水準を設定し、その水準を満たす代替案を見つけた時点で、その代替案を選択するとともに代替案の探索を終了する意思決定原理に従う。(○)

本試験 第22問

イ 高次学習とは組織の上位階層のみで生じる行動レベルの学習であるのに対して、低次学習は組織の下部階層のみで生じる行動レベルでの学習である。(×)

本試験 第28問

ア ある企業が既存事業とは異なる新たな事業領域に進出する際に、既存事業で構築してきた既存のブランドを新事業でも用いることを、ブランドのリポジショニングと呼ぶ。(×)

本試験 第28問

ウ ブランドや企業の創業者の物語、目指す大きな方向性、専門性などをコーポレート・ブランドによって示し、その下に個々のプロダクト・ブランドが位置づけられることも多いが、これら2種類のブランドを同時に冠することをダブルチョップ戦略と呼ぶ。(×)

2024年合格目標 TAC教材

1次上級答練 第9問

ウ ドミナントデザインの発生は、製品開発の方向性を決定づけ、製品イノベーションを加速度的に進化させることとなる。(×)

1次養成答練 第9問

ア マイケル・ポーターの提唱するCSV (Creating Shared Value) は、企業が社会的課題の解決に貢献することの重要性を示すものであり、社会価値の向上は経済価値の向上よりも重要である、としている。(×)

1次完成答練① 第9問

- ア 「手中の鳥」とは、目的主導ではなく手段主導で何ができるかを発想し、すでに持っている資源を活用して迅速に着手する思考様式のことである。(○)
- イ 「許容可能な損失の原則」とは、期待できるリターンではなく、逆にうまくいかなかった場合のダウンサイドのリスクを考慮して、その際に起きうる損失が許容できるかという基準でコミットメントが行われることである。(○)
- エ 「レモネードの原則」とは、予期せぬ事態を避けるのではなく、むしろ偶然をテコとして活用することである。(○)
- オ 「飛行機のパイロットの原則」とは、自分自身がコントロール可能な要素に行動を集中させることによって、予測ではなくコントロールによって望ましい結果を生み出そうとすることである。(○)
- ウ 「クレイジーキルトの原則」とは、あらゆるステークホルダーとパートナーシップの構築を模索するのではなく、事前に誰が競合かを識別し、市場の機会や脅威を予測しようとするものである。(×)

1次完成答練① 第11問

オ 「制約された合理性」により、代替案すべての比較検討はせず、一定の水準を満たす案が見出せた時点で意思決定するから。(○)

1次公開模試 第20問

エ 高次学習は、環境変化に直接接する下部階層において発生することが多くなる。(×)

1次完成答練② 第25問

- イ これまで既存製品を展開している市場において、既存製品と異なる新規ブランドを展開する戦略をブランド拡張という。(×)
- ウ 標的とする市場が異質的で、製品ラインが同質なイメージや競争地位を持つ場合には、ブランド・リポジショニング戦略が有効である。(×)

1次完成答練② 第25問

エ ある1つの商品に対して2つの異なる企業のブランドを併記することをダブルチョップといい、ナショナルブランドとプライベートブランドの両方を併記する形になることが多い。(○)

本試験 第29問

ア 企業が文化支援を行うメセナや慈善行為を行うフィランソロピーの活動は、企業による社会貢献活動であるから、ソシオエコロジカル・マーケティングの一部と理解することができる。(×)

1次完成答練① 第22問

エ メセナやフィランソロピーといった企業活動はCSRの一環であり、企業イメージやブランドロイヤリティ、購買意欲の向上などに影響を及ぼすことがあるものの、ソーシャルマーケティングには該当しない。(×)

本試験 第30問

S社は、家庭用の充電式スティック型掃除機の新製品(「W」とする)を近々発売する予定である。そこでS社では、さまざまな顧客セグメントに対してカスタマー・ジャーニーを作成しようとしている。下図は、そのうち1つの顧客セグメント(図中の「顧客タイプX」)についてのカスタマー・ジャーニーを示している。

図中の空欄A～Dに入る語句の組み合わせとして、最も適切なものを下記の解答群から選べ。



1次完成答練① 第30問

ア 企業は多様なチャネルを通じて消費者に様々なコンテンツを提供しているが、そのようなコンテンツと消費者との接点をカスタマー・ジャーニーという。(×)

本試験 第34問

エ ペイド・パブリシティは、企業が取材費や記事制作経費などを負担することによってメディアに記事やニュースを掲載してもらう方法であり、実質的には広告と捉えることができる。(○)

1次養成答練 第29問

イ 広告ページや広告枠に記事風に制作した広告を掲載するペイド・パブリシティは「広告に見えない広告」といわれ、消費者にとっての信頼度は通常の広告よりも低くなる。(×)

本試験 第37問

イ キャプティブ・プライシングは、例えばプリンターとインクカートリッジのような組み合わせにおいて、プリンターの価格を安くして購入を促し、インクカートリッジで利益を確保していこうとする価格戦略である。(○)

1次公開模試 第36問

オ 製品本体を低価格で販売し、以後必要となる消耗品を高価格で販売することで全体として利益を確保していく戦略をキャプティブプライシングという。(○)

本試験 第37問

エ プリミアムは、スマートフォンなどの高価格商品においては当該ブランドを選択する吸引力になりうるが、ファストフードのコーヒーなどの低価格商品においては当該店舗に来店する吸引力になりにくい。(×)

1次公開模試 第36問

ア プリミアムは、有形財よりもデジタルコンテンツにおいて適用するほうが、収益性やリスクなどの観点からも有効性が高い。(○)

本試験 第38問 設問2

イ 消費者の関与水準とブランド間の知覚差異によって購買行動を分類したアサエルによると、バラエティ・シーキングが最も起こりやすいのは、関与が低く、ブランド間の知覚差異が大きい場合である。(○)

1次養成答練 第25問

オ 製品やその購買への関与が低く、ブランド間の知覚差異が大きい場合には、様々なブランドを購入して試すバラエティ・シーキング型の行動を起こす。(○)