

解 答

第1問（配点20点）

（77字）

強	み	は	、	産	学	官	連	携	の	コ	ソ	ー	シ	ア	ム	を	構	築	
し	、	顧	客	満	足	度	の	高	い	商	品	を	開	発	で	き	た	こ	と
で	あ	る	。	ま	た	、	縫	製	技	術	は	高	く	生	産	余	力	も	あ
り	、	社	長	の	人	脈	が	豊	富	な	こ	と	で	あ	る	。			

【採点ポイント】

- ・産学官連携のコンソーシアムを構築（5点）
- ・顧客満足度の高い商品を開発できた（5点）
- ・縫製技術は高く（3点）
- ・生産余力もあり（3点）
- ・社長の人脈が豊富なこと（4点）

上記ポイントを記載していること。

第2問（配点20点）

（87字）

経	営	革	新	の	意	義	は	、	①	自	社	ブ	ラ	ン	ド	の	確	立	に
よ	る	他	社	依	存	体	質	か	ら	の	脱	却	、	②	製	造	小	売	業
へ	の	転	進	に	よ	る	粗	利	益	率	の	向	上	、	③	直	接	販	売
に	よ	る	ブ	ラ	ン	ド	イ	メ	ー	ジ	の	確	立	と	顧	客	の	声	の
収	集	、	で	あ	る	。													

【採点ポイント】

- ・自社ブランドの確立による他社依存体質からの脱却（8点）
- ・製造小売業への転進による粗利益率の向上（6点）
- ・直接販売による、ブランドイメージの確立と顧客の声の収集（6点）

上記ポイントを記載していること。

第3問（配点30点）

（設問1）（配点15点）

（120字）

知	名	度	が	低	く	来	店	客	が	少	な	い	た	め	、	通	行	人	が
来	店	す	る	よ	う	に	店	舗	の	宣	伝	訴	求	機	能	と	誘	導	機
能	を	高	め	て	い	く	。	具	体	的	に	は	、	視	認	率	の	高	い
袖	看	板	や	路	上	看	板	を	活	用	し	、	通	行	人	に	対	し	て
店	舗	を	訴	求	し	て	い	く	。	ま	た	、	店	前	に	タ	オ	ル	な
ど	を	ワ	ゴ	ン	陳	列	し	、	店	内	へ	の	誘	導	を	強	化	す	る。

【採点ポイント】

- ・知名度が低く来店客が少ないため（2点）
- ・通行人が来店するように店舗の宣伝訴求機能と誘導機能を高めていく（5点）
- ・視認率の高い袖看板や路上看板を活用し、通行人に対して店舗を訴求していく（4点）
- ・店前にタオルなどをワゴン陳列し、店内への誘導を強化する（4点）
上記ポイントを記載していること。

（設問2）（配点15点）

（80字）

実	際	に	購	入	し	満	足	度	の	高	い	人	に	紹	介	キ	ャ	ン	ペ
ー	ン	を	行	う	こ	と	で	、	信	頼	度	の	高	い	口	コ	ミ	を	喚
起	し	、	B	社	の	知	名	度	向	上	や	薬	剤	に	よ	る	不	安	感
を	払	拭	す	る	こ	と	が	目	的	で	あ	っ	た	と	考	え	ら	れ	る。

【採点ポイント】

- ・実際に購入し満足度の高い人に紹介キャンペーンを行う（4点）
- ・信頼度の高い口コミを喚起（4点）
- ・B社の知名度向上（4点）
- ・薬剤による不安感を払拭する（3点）
上記ポイントを記載していること。

第4問（配点15点）

（60字）

質	疑	応	答	形	式	に	す	る	こ	と	で	商	品	に	関	す	る	知	識
を	分	り	や	す	く	伝	え	、	商	品	に	対	す	る	安	心	感	を	提
供	す	る	こ	と	で	、	新	規	顧	客	の	獲	得	が	期	待	で	き	る。

【採点ポイント】

- ・ 質疑応答形式にすることで商品に関する知識を分りやすく伝え（5点）
 - ・ 商品に対する安心感を提供する（5点）
 - ・ 新規顧客の獲得が期待できる（5点）
- 上記ポイントを記載していること。

第5問（配点15点）

（80字）

縫	製	後	の	加	工	が	可	能	で	あ	る	強	み	を	活	か	し	て	、
小	児	用	肌	着	や	タ	オ	ル	だ	け	で	な	く	T	シ	ャ	ツ	や	学
校	の	制	服	の	シ	ャ	ツ	な	ど	、	顧	客	ニ	ー	ズ	に	応	え	た
ア	ウ	タ	ー	衣	料	の	開	発	を	行	う	こ	と	が	望	ま	し	い	。

【採点ポイント】

- ・ 縫製後の加工が可能である強みを活かして（5点）
 - ・ Tシャツや学校の制服のシャツなど（5点）
（解答に幅が生じることが考えられ、「小児用肌着以外の肌に触れる衣料品」に関する記述でも加点）
 - ・ 顧客ニーズに応えたアウター衣料の開発（5点）
- 上記ポイントを記載していること。

※解答例の字数の数え方について：

- ① 英数字は解答欄1マスに2字入れる（2字を1字とカウントする）。
- ② 解答欄の最後のマスに入る字の次に来る句読点は、最後のマスに最後の字とともに入れ込むことができる（2字を1字とカウントすることができる）。

解 説

事例企業

B社は昭和23年の創業以来、縫製加工業を営んできた。しかしながら、バブル経済の崩壊後に経営は悪化し、新たな道を模索し始める。新規事業として「複合加工新機能加工システム」を開発、自社ブランド「フィーゴ」として卸売り販売を開始。残念ながら商品の売上は伸びず、卸売りでは商品の良さを伝えきれないと判断し、直営店舗による販売を開始した。しかし、直営店舗の売上も伸びず、今後の方策を模索している。

解法手順

- | | |
|-----|-----------------------------------|
| 手順1 | 事例全体の内容をつかむ |
| 手順2 | 設問間の関連性を構造的に検討する |
| 手順3 | 設問ごとに、出題の趣旨を推論し、基本理論を活用して、解答を導き出す |

手順1 事例全体の内容をつかむ

B社は、既存事業の悪化により事業方針の変換に迫られ、自社ブランドの開発、直営店の運営を開始した。もともと工場であり、自社商品の開発や販売に関するノウハウは持ち合わせていなかったが、産学官連携により自社商品の糸口をつかんだ。商品自体は購入客からの評価も良く成果を上げている。しかし、直営店舗は改善点も多く、売上が苦戦している。改善策が決めきれぬ中、O社長はアンケート調査を行い、改善の方向性をつかんだ。金銭的な余裕を含め、経営資源が不足しているが、自社ブランドと直営店舗の強化を行い、売上の向上を目指していく。事例テーマは、「製造小売業へ転進後の、円滑な事業運営を行うための経営改善に対する支援」となる。

事例全体の設問テーマ

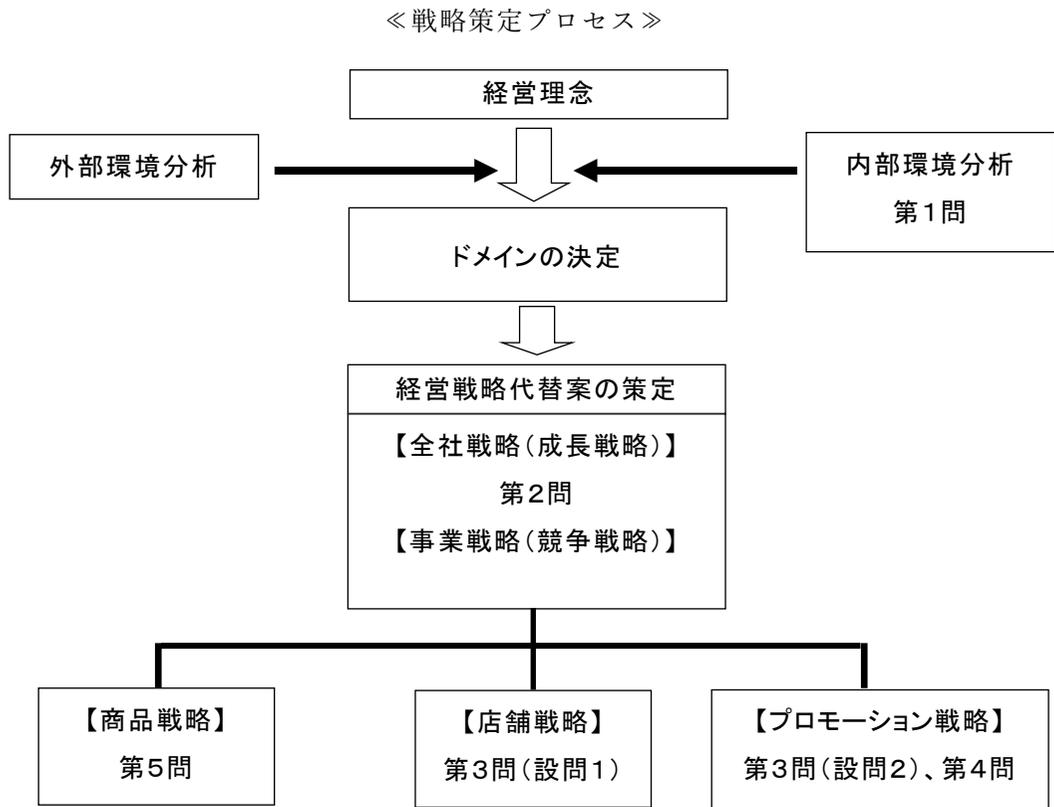
- | | |
|-----|--|
| 第1問 | B社の環境分析 |
| 第2問 | 自社ブランド及び直営店舗の意義 |
| 第3問 | (設問1) 店舗施設の改善方法
(設問2) 口コミによるプロモーション |
| 第4問 | ホームページの具体的な活用策 |
| 第5問 | 今後の品揃え |

手順2 設問間の関連性を構造的に検討する

第1問は今後の基本方針である商品開発と直営店舗販売の強化に活用できる強みが問われている。与件情報には店舗販売に活かせる強みは与えられておらず、第5問の商品開発の前提となる。

第2問は今後のB社の全社戦略に関する問題である。

第3問、第4問、第5問はマーケティング戦略に関する問題である。全社戦略を問われている第2問の解答が前提となる。



手順3 設問ごとに、出題の趣旨を推論し、基本理論を活用して、解答を導き出す
第1問は、B社の強み分析であり、SWOT分析を行う。

第2問は、現在の縫製加工業から、今後は自社ブランドを製造して直営店にて販売を開始する製造小売業へと方向転換を図るB社の全社戦略の意義が問われている。与件情報を読み取り、解答する。

第3問(設問1)は、店舗の改善に関する助言問題である。1次知識の店舗機能を活用して解答する。なお、資金的余裕はないため、大きな改装提案はできない。

第3問（設問2）は、口コミ効果に関する1次知識を活用して解答する。

第4問はホームページの活用に関する問題である。ただし、問われている内容は質問コーナーの効果であることに注意する。質問コーナーの活用がB社にとって有用である理由を考える。

第5問は、B社の商品開発の方向性を問うている。与件情報を踏まえた解答が必要である。

与件抽出シート

<p>強 み (S)</p>	<p>① 長年の縫製工場の運営が奏功し、O社長はアパレル業界に幅広い人脈を構築していた。</p> <p>② 「皮膚アレルギー抑制肌着・衣料の研究開発」をテーマとしてY大学皮膚科、T県工業技術センターとコンソーシアムを組み、実用化に向けて産学官の研究開発に取り組んだ。</p> <p>③ B社が開発に成功した「皮膚アレルギー抑制肌着」は、完成衣料品を薬剤に漬け込む浸漬方式を採用しているため、薬剤の吸着効果が大きいことが特徴であった。</p> <p>④ 完成衣料品に後加工を施すため縫糸・芯・ネーム・付属品にまで完全に機能を付加することができると同時に、縫製段階での特殊技術の必要が無く、従来通りの方法で商品を製作することが可能であった。</p> <p>⑤ B社の持つ高い縫製技術と生産余力から、大量生産も可能であった。</p> <p>⑥ 実際に購入してくれた顧客にアンケートを取ったところ、アトピー用の薬の使用量が減るなど、満足度は高かった。</p>	<p>弱 み (W)</p>	<p>① 店舗の看板がわかりづらい。</p> <p>② B社の知名度が低い。</p> <p>③ 来店客が増加しなかった。</p> <p>④ 歩道からは店内の様子が見え辛くなっている。</p> <p>⑤ 店舗の販売には慣れていないB社は改善策が打てないまま半年が経過した。</p>
------------------------	---	------------------------	---

<p>機会 (O)</p>	<p>① 待合室は子供で溢れており、そのほとんどはアトピー性皮膚炎の患者であった。</p> <p>② この分野はいわゆる「健康衣料」分野と呼ばれ、今後急速な市場拡大が見込まれる。</p> <p>③ 商店街は駅からも近く、通りには家族連れも多く行きかっている。</p> <p>④ これから春・夏と薄着になると肌着を着用しなくなることに不安があるようだった。</p>	<p>脅威 (T)</p>	<p>① 長期かつ深刻な消費不況に加え、海外からの低価格輸入衣料品との競争が激化し、国内アパレルメーカーからの受注も減少、売上は毎年減少を続けた。</p>
<p>その他</p>	<p>① 自社ブランド「フィーゴ」として卸売り販売を開始した。</p> <p>② T市内に直営店を出店し、「食べる健康から着る健康へ」をキャッチフレーズに肌着やタオルを中心として販売を開始した。</p> <p>③ 直営店は、以前雑貨屋であったT市商店街の空き店舗をそのまま活用し、パラペット看板のみを付け替えることにした。</p> <p>④ 商品の価格は、通常の肌着より5割高である。</p> <p>⑤ アトピー性皮膚炎をもつ小児の親は、衣・食に非常に高い関心を持っており、衣服や肌に触れる物については、極力肌にやさしいものを選んでいた。</p> <p>⑥ B社の開発した加工衣料製品については、B社自体を知らないことや、薬剤に対する不安が大きいという声が多かった。</p>		

第1問（配点20点）

【問題】

B社は、商品開発に集中することと直営店舗の販売を強化していく予定である。今後の業務改善に対して、B社が活用できる強みを80字以内で記述せよ。

【出題の趣旨】

B社は、経営改善の方向性として、商品開発に集中することと直営店舗の販売を強化していく予定であるが、B社をとりまく現在の環境を分析することによってその際に活用できる強みを分析する問題である。

【基本理論】

共通 テーマNo.1 環境分析

事例Ⅱ テーマNo.8 業種別マーケティング戦略

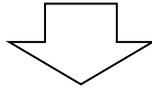
【解説】

B社の今後の経営改善に対して、活用すべき強みが問われている。O社長は、商品開発に集中することと直営店舗の販売を強化していく予定であり、設問文にもその2点が明記されている。与件文からSWOT分析を行い、現状を把握していく必要がある。

ロジカル・チャート

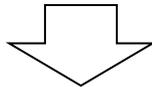
与件

- S-① 長年の縫製工場の運営が奏功し、O社長はアパレル業界に幅広い人脈を構築していた。
- S-② 「皮膚アレルギー抑制肌着・衣料の研究開発」をテーマとしてY大学皮膚科、T県工業技術センターとコンソーシアムを組み、実用化に向けて産学官の研究開発に取り組んだ。
- S-③ B社が開発に成功した「皮膚アレルギー抑制肌着」は、完成衣料品を薬剤に漬け込む浸漬方式を採用しているため、薬剤の吸着効果が高いことが特徴であった。
- S-④ 完成衣料品に後加工を施すため縫糸・芯・ネーム・付属品にまで完全に機能を付加することができると同時に、縫製段階での特殊技術の必要が無く、従来通りの方法で商品を製作することが可能であった。
- S-⑤ B社の持つ高い縫製技術と生産余力から、大量生産も可能であった。
- S-⑥ 実際に購入してくれた顧客にアンケートを取ったところ、アトピー用の薬の使用量が減るなど、満足度は高かった。



思考プロセス

1. 与件文の中からSWOT分析を行う。
2. 強みを整理し、商品開発面と自営店舗の強化に関して活用すべき内容としてまとめていく。
 - ・ S-①より、社長の人脈
 - ・ S-②より、産学官連携のコンソーシアム
 - ・ S-③④⑥より、薬剤の吸着効果が高い技術を開発し、後加工による従来通りの縫製が可能で、顧客の満足度も高かった。
 - ・ S-⑤より、縫製技術が高く、生産余力がある。



解答

強みは、産学官連携のコンソーシアムを構築し、顧客満足度の高い商品を開発できたことである。また、縫製技術は高く生産余力もあり、社長の人脈が豊富なことである。(77字)

第2問（配点20点）

【問題】

B社は縫製加工業から、自社ブランドを製造して直営店にて販売を開始した。B社におけるその経営革新の意義について90字以内で記述せよ。

【出題の趣旨】

B社はもともとアパレルメーカーの縫製工場を営んでいたが、自社ブランドの製造および直営店での販売を開始した。その経営革新の意義がB社にとって何であるのかを分析する問題である。

【基本理論】

共通 テーマNo.2 経営戦略の立案プロセス
事例Ⅱ テーマNo.8 業種別マーケティング戦略
事例Ⅱ テーマNo.9 ブランディング

【解説】

B社はもともとアパレルメーカーの縫製工場を営んでおり、構造的には下請け業務といえる。経営革新の内容は、自社ブランドの製造および直営店での販売であり、脱下請けとしての取り組みといえる。よって、脱下請けの意義を軸とし、B社の方向性を整理していく必要がある。

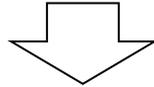
ロジカル・チャート

与件

T-① 長期かつ深刻な消費不況に加え、海外からの低価格輸入衣料品との競争が激化し、国内アパレルメーカーからの受注も減少、売上は毎年減少を続けた。

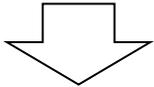
他-① 自社ブランド「フィーゴ」として卸売り販売を開始した。

他-② T市内に直営店を出店し、「食べる健康から着る健康へ」をキャッチフレーズに肌着やタオルを中心として販売を開始した。



思考プロセス

1. 他-①②より、経営革新の内容は、自社ブランド「フィーゴ」の育成と直営店舗での販売である。
2. 問題文に「B社は縫製加工業」とあり、また、T-①の「国内アパレルメーカーからの受注も減少」より、B社は下請け構造であったことが理解できる。
3. 上記1、2より、以下3点にまとめていく。
 - ・自社ブランドの確立による他社依存体質からの脱却。
 - ・製造小売業への転進による粗利益率の向上。
 - ・直接販売によるブランドイメージの確立と顧客の声の収集。



解答

経営革新の意義は、①自社ブランドの確立による他社依存体質からの脱却、②製造小売業への転進による粗利益率の向上、③直接販売によるブランドイメージの確立と顧客の声の収集、である。(87字)

第3問（配点30点）

【問題】

B社は現在、売上が伸び悩んでいる。資金的余裕の無いB社に対して、以下の設問に答えよ。

（設問1）（配点15点）

B社の自営店舗に対し、店舗施設の改善が必要と考えられる。どのような改善方法が望ましいか、120字以内で記述せよ。

【出題の趣旨】

B社が今後成長していくためには、直営店の売上向上が必要であるが、資金的余裕が無い中でどのような方法が可能であるかを分析する能力を問う問題である。

【基本理論】

事例Ⅱ テーマNo.8 業種別マーケティング戦略

【解説】

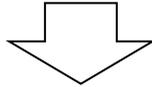
B社の直営店に対する改善提案が問われている。資金的な余裕が無いことが前提条件として記されており、大々的な改装は無理であることは理解できる。まずは、B社および直営店の状況を整理していくことが必要であるが、B社の知名度が低く店舗運営には慣れていないことが理解できる。また、来店客が増加しないことが問題であり、その原因として、店舗の看板がわかりづらいこと、歩道から店内の様子が見え辛いこと、が与件から読み取れる。

それらの状況を把握し、店舗の宣伝訴求機能、誘導機能の改善を行い、来店客の増加を目指していく必要がある。具体策にはバラツキが生じると思えるが、宣伝訴求機能と誘導機能をしっかりと抑えておく必要がある。

ロジカル・チャート

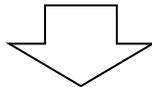
与件

- W-① 店舗の看板がわかりづらい。
W-② B社の知名度が低い。
W-③ 来店客が増加しなかった。
W-④ 歩道からは店内の様子が見え辛くなっている。
W-⑤ 店舗の販売には慣れていないB社は改善策が打てないまま半年が経過した。
- O-③ 商店街は駅からも近く、通りには家族連れも多く行きかっている。
他-③ 直営店は、以前雑貨屋であったT市商店街の空き店舗をそのまま活用し、パラペット看板のみを付け替えることにした。



思考プロセス

1. B社の現状を分析する。
 - ・ W-①②④⑤より、B社は知名度が低い上、店舗運営に慣れていないことから、積極的な店舗の訴求が行われていない。
 - ・ W-③、O-③より、上記の結果、通りには見込顧客は多く行きかっているにもかかわらず、来店客が増加していない。
2. 改善方法を考える。
 - ・ W-①、他-③より、視認率の高い看板に変更する（宣伝訴求機能の向上）。
 - ・ W-④より、店前でのワゴン陳列などで誘導する（誘導機能の向上）。



解答

知名度が低く来店客が少ないため、通行人が来店するように店舗の宣伝訴求機能と誘導機能を高めていく。具体的には、視認率の高い袖看板や路上看板を活用し、通行人に対して店舗を訴求していく。また、店前にタオルなどをワゴン陳列し、店内への誘導を強化する。(120字)

第3問（配点30点）

【問題】

（設問2）（配点15点）

B社では、顧客の増加を目指し、口コミを活用することにした。紹介キャンペーンを行うことで来店客は増加したが、コストの削減以外にどのような目的があったと思われるか。80字以内で記述せよ。

【出題の趣旨】

B社が今後成長していくためには、B社および店舗の知名度を高めていく必要があり、口コミを活用した紹介キャンペーンを成功させたが、その方策を実施した目的はどのようなものであったと考えられるかを、分析する能力を問う問題である。

【基本理論】

事例Ⅱ テーマNo.6 プロモーション戦略

事例Ⅱ テーマNo.8 業種別マーケティング戦略

【解説】

口コミによる紹介キャンペーンを行った目的が問われている。来店客の増加を目指して活用したことは設問文に記されており、また、コストの削減以外の目的を考えなければならない。

口コミの利点として、信頼度の高さを押さえておく。また、B社の状況として知名度が低いことと薬剤による不安があげられ、これを解決していくことが目的となる。

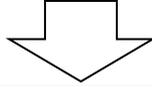
ロジカル・チャート

与件

S-⑥ 実際に購入してくれた顧客にアンケートを取ったところ、アトピー用の薬の使用量が減るなど、満足度は高かった。

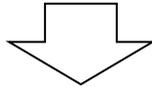
W-② B社の知名度が低い。

他-⑥ B社の開発した加工衣料製品については、B社自体を知らないことや、薬剤に対する不安が大きいという声が多かった。



思考プロセス

1. 1次知識より、コスト面以外の口コミの利点は、信頼度が高いことである。
2. S-⑥より、顧客は満足度が高く、口コミの媒介者として最適である。
3. W-②、他-⑥より、B社の知名度が低いことを改善できる。
4. 他-⑥より、薬剤に対する不安の払拭が期待できる。



解答

実際に購入し満足度の高い人に紹介キャンペーンを行うことで、信頼度の高い口コミを喚起し、B社の知名度向上や薬剤による不安感を払拭することが目的であったと考えられる。(80字)

第4問（配点15点）

【問題】

B社は、ホームページを開設し、質問コーナーに力を入れることにした。どのような効果を期待したものであると思われるか。60字以内で記述せよ。

【出題の趣旨】

B社がホームページの質問コーナーを作成することで、どのような効果が期待できるのかを問う問題である。

【基本理論】

事例Ⅱ テーマNo.11 I T

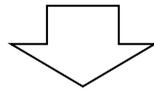
【解説】

B社は、ホームページを開設し質問コーナーに力を入れる予定である。ホームページの特徴である情報の双方向性の共有を活かし、顧客が知りたい商品に関する知識を提供することが可能となる。また、質問形式にすることで、顧客の視点に立ったわかりやすい伝え方が可能となる。それにより、新規顧客の獲得が期待できる。

ロジカル・チャート

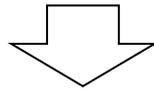
与件

- S－③ B社が開発に成功した「皮膚アレルギー抑制肌着」は、完成衣料品を薬剤に漬け込む浸漬方式を採用しているため、薬剤の吸着効果が大きいことが特徴であった。
- S－④ 完成衣料品に後加工を施すため縫糸・芯・ネーム・付属品にまで完全に機能を付加することができると同時に、縫製段階での特殊技術の必要が無く、従来通りの方法で商品を製作することが可能であった。
- 他－⑥ B社の開発した加工衣料製品については、B社自体を知らないことや、薬剤に対する不安が大きいという声が多かった。



思考プロセス

1. 1次知識より、ホームページの活用方法の1つとして情報発信がある。更に質問形式にすることで、顧客の知りたいことを顧客が理解できるような容易な表現で伝えることができる。
2. 他－⑥より、薬剤に不安を持つ方に、説明する機会となる。
3. S－③④より、専門的な商品知識を、顧客の目線で容易な言葉を用いて説明できる。
4. それらにより、新規顧客の獲得が期待できる。



解答

質疑応答形式にすることで商品に関する知識を分りやすく伝え、商品に対する安心感を提供することで、新規顧客の獲得が期待できる。(60字)

第5問（配点15点）

【問題】

B社は、今後の売上向上と経営の安定化を図るためには、どのような商品を開発するべきか。80字以内で記述せよ。

【出題の趣旨】

B社は現在、肌着とタオルなどを商品として販売しているが、売上向上と経営の安定化のために行うべき商品開発の内容に関して分析する問題である。

【基本理論】

事例Ⅱ テーマNo.8 業種別マーケティング戦略

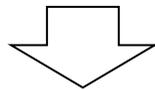
【解説】

B社の今後の商品開発の内容が問われている。売上の増加や経営の安定が目的であるが、まずはターゲットと商品を明確にする必要がある。与件文から確認できる顧客ニーズは、春夏用の肌着以外の服といえる。よって、既存の顧客に対し、一枚着のアウトターを提供することが、売上の向上につながることを理解できる。

ロジカル・チャート

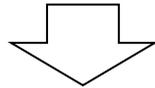
与件

- S-④ 完成衣料品に後加工を施すため縫糸・芯・ネーム・付属品にまで完全に機能を付加することができるのと同時に、縫製段階での特殊技術の必要が無く、従来通りの方法で商品を製作することが可能であった。
- S-⑤ B社の持つ高い縫製技術と生産余力から、大量生産も可能であった。
- O-① 待合室は子供で溢れており、そのほとんどはアトピー性皮膚炎の患者であった。
- O-② この分野はいわゆる「健康衣料」分野と呼ばれ、今後急速な市場拡大が見込まれる。
- O-④ これから春・夏と薄着になってくると肌着を着用しなくなることに不安があるようだった。
- 他-② T市内に直営店を出店し、「食べる健康から着る健康へ」をキャッチフレーズに肌着やタオルを中心として販売を開始した。
- 他-④ 商品の価格は、通常の肌着より5割高である。
- 他-⑤ アトピー性皮膚炎をもつ小児の親は、衣・食に非常に高い関心を持っており、衣服や肌に触れる物については、極力肌にやさしいものを選んでいた。



思考プロセス

1. 他-②より、現在の商品は肌着とタオルであることが理解できる。
 2. 商品開発の方向性を確認するために顧客ニーズを確認する。
 - ・O-①②より、子供のアトピー患者は多く、今後もアトピー対応の衣料は市場の成長が見込まれている。
 - ・O-④、他-④⑤より、春夏対応として一枚着としてのアウター衣料が望まれており、価格が高くてもニーズがあることが理解できる。
- ⇒ S-④⑤より、B社にはアウター衣料を生産できる能力がある。



解答

縫製後の加工が可能である強みを活かして、小児用肌着やタオルだけでなくTシャツや学校の制服のシャツなど、顧客ニーズに応えたアウター衣料の開発を行うことが望ましい。(80字)