

次の問1，問2については1問を選択し，答案用紙の選択欄の問題番号を○印で囲んで解答してください。

なお，2問とも○印で囲んだ場合は，問1について採点します。

問1 家電量販店の営業戦略の策定に関する次の記述を読んで，設問1～4に答えよ。

E社は，全国展開している家電量販店であり，PC，生活家電，AV機器，カメラ，ゲーム関連機器などの商品を扱っている。E社では，一人一人の客のニーズに応える豊富な品ぞろえと良質な接客を企業方針としている。

E社は，首都圏のX駅前にも複数の店舗を構え，X駅周辺の人口増加に伴い，これらの店舗の売上を順調に伸ばしてきた。

X駅前は再開発を終え，既存ビルのテナントスペースにも空きがなく，これ以上の新規出店や店舗拡張の余地はない。そのような中，X駅前の最後の画を購入していた競合のF社が，家電量販店を出店する計画を発表した。F社が出店すれば，X駅前での競争が激化する。しかし，X駅前に魅力ある店舗が増えることで，他地区から来店する客が増えることも予想されるので，E社の戦略室は，戦略次第ではピンチをチャンスに変えることができると考えている。E社の戦略室のG課長は，H君に，F社の出店に対抗するE社の採るべき営業戦略を検討するように指示した。

〔価格戦略〕

H君は，X駅前へのF社の出店に合わせて，E社が採るべき価格戦略について検討した。

E社とF社のそれぞれが，現行の価格に対して価格据置と10%値下げのいずれかの戦略を採ったときに，両社の利得がどうなるかをシミュレーションによって求め，その結果を表1の利得表にまとめた。

表1 利得表

		F社の価格戦略	
		価格据置	値下げ
E社の価格戦略	価格据置	① 5億円，3億円	② 4億円，5億円
	値下げ	③ 6億円，2億円	④ 3億円，4億円

注記 左：E社の利得，右：F社の利得

E社にとっては，③>①>②>④の順で利得が大きく，F社にとっては，

の順で利得が大きい。一方で、相手がそれぞれ、どの戦略を採るかを考えてみると、F 社は、E 社がどのような戦略を採ろうと、 の戦略を採った方がよい。E 社は、F 社の戦略に応じて採るべき戦略が変わってくる。しかし、F 社が採るであろう戦略を前提に考えると、 の戦略を採った方がよい。したがって、両社の戦略の組合せは、利得表の 欄となることが考えられる。

[値下げが繰り返されたときの対応]

価格戦略の検討とは別に、値下げが繰り返されたときの対応も検討した。もしも値下げが繰り返されると、価格が下落し、最終的には利益がなくなってしまい、両社にとって好ましくない状況に陥ってしまう。これを避けるために、H 君は、次の対策 1～8 を考えた。

- 対策 1 客が欲しい商品を手早く見つけられる店舗レイアウトへの変更
- 対策 2 客に魅力ある商品を知ってもらうための広告の充実
- 対策 3 客の商品選びをサポートする店舗の説明要員の商品知識・接客スキルの向上
- 対策 4 購入後のサポート強化のためのアフターサービスの充実
- 対策 5 他社の価格が E 社より低い場合に客の申告に応じて行う他社と同価格での販売
- 対策 6 メーカーとの協力による客の欲しい商品を実現するオリジナル商品の開発
- 対策 7 在庫コストを減らすための売れ筋商品に特化した品ぞろえ
- 対策 8 E 社の得意としている PC 専門店の X 駅前への新規出店

① G 課長は、これらの対策の中の、対策 7 と対策 8 については対象外とし、それ以外の対策について、更に詳細な検討をするように指示した。その際、特に、接客スキルの向上に力を入れることと併せて、リピータの獲得についても検討することを指示した。

[接客スキルの向上]

接客スキルの向上策として、客が商品を購入するまでの心理状態の推移を把握し、それに適した接客を行うことができるように、販売員の接客トレーニングを検討した。具体的には、客が商品を購入するまでの心理状態が、“注意” → “興味” → “欲求” →

“行動”の順で推移するというモデルに着目し、例えば“注意”の段階では、“広告などにひかれて店に入ってきた客が、販売員に気を使わず自分のペースで店内を見て回れるように気を配る。”といった、各段階の心理状態に適した接客トレーニングを立案した。

〔リピータの獲得〕

一般的に、上位 2 割の客が利益の 8 割を占めると言われていることから、自社の利用度の高いリピータをできるだけ優遇して、リピータの E 社への支持度合いや信頼度を高め、固定化を推し進めることにする。

これを実現するために、三つの指標を使用する RFM 分析を行うことにした。

設問 1 〔価格戦略〕について、(1)～(3)に答えよ。

- (1) に入れる表 1 の①～④の番号の適切な順番を答えよ。
- (2) , に入れる適切な字句を答えよ。
- (3) に入れる適切な表 1 中の番号を答えよ。

設問 2 〔値下げが繰り返されたときの対応〕について、(1), (2)に答えよ。

- (1) 本文中の下線①について、G 課長が対策 7 と対策 8 を対象外とするように指示した理由を、それぞれ 25 字以内で述べよ。
- (2) H 君が考えた対策 1～6 の中から、マーケティングの観点で付加価値のない戦略を選び、番号で答えよ。

設問 3 〔接客スキルの向上〕について、“興味”、“欲求”、“行動”の各心理状態に適した接客を解答群にそれぞれ一例ずつ示した。このうち、“興味”に該当するものを選び、記号で答えよ。

解答群

- ア アフターサービス、商品の手入れ方法、支払方法について説明する。
- イ 客の想像を邪魔せず、商品に対する肯定的な感情を共有するような言葉を掛けてアプローチする。
- ウ 実施中のキャンペーン情報を説明し、条件の良い価格を提示する。

設問 4 〔リピータの獲得〕について、(1), (2)に答えよ。

- (1) E 社が検討しているリピータの獲得のためのマーケティング手法を何と呼ぶか。解答群の中から選び、記号で答えよ。

解答群

- ア エリアマーケティング イ ダイレクトマーケティング
- ウ ニッチマーケティング エ マスマーケティング
- オ ロイヤルティマーケティング

- (2) 三つの指標として、どのようなデータを集めればよいか、それぞれ 10 字以内で答えよ。