

---

中央大学大学院

**商学研究科**

出題意図・解答又は解答例

2025 年度入試

---

一般入試

外国人留学生入試

社会人特別入試

行動する知性。

 **中央大学**

## 商学研究科 博士前期課程・博士後期課程

「問題」の目次において○印のある科目について掲載しています。

研究科	専攻	課程	科目名	入試方式	ページ
商学	商学	博士前期	経営学	一般入学試験（秋季）	1
商学	商学	博士前期	経営学	外国人留学生入学試験	
商学	商学	博士前期	経営学	一般入学試験（春季）	4
商学	商学	博士前期	会計学	一般入学試験（秋季）	
商学	商学	博士前期	会計学	外国人留学生入学試験	7
商学	商学	博士前期	会計学	一般入学試験（春季）	
商学	商学	博士前期	商業学	一般入学試験（秋季）	12
商学	商学	博士前期	商業学	外国人留学生入学試験	
商学	商学	博士前期	商業学	一般入学試験（春季）	10
商学	商学	博士前期	経済学B（近代経済学）	一般入学試験（秋季）	
商学	商学	博士前期	金融論	外国人留学生入学試験	13
商学	商学	博士前期	金融論	一般入学試験（春季）	
商学	商学	博士後期	英語	外国人留学生入学試験	14
商学	商学	博士後期	小論文	社会人特別入学試験	

「解答または解答例」・「出題の意図」

2025年度	
研究科	商学 研究科
課程	博士前期課程
実施時期	秋季
入試方式	一般入試 ・ 外国人留学生入試
試験科目	「 経営学 」
出題の意図 解答例	問1 公表手続きに時間を要するため現時点では公表できない。
出題の意図	問2 ・経済モデル（合理的経済人）への批判的視座: 古典的な「経済的合理性」だけでは説明しきれない組織行動について、行動科学的視点（サイモン等）と社会的視点（制度派・グラノヴェッター等）の両面から理解しているかを問う。 ・主要概念の正確な理解: 「満足化原理（個人の認知限界）」と「正当性・埋め込み（社会構造による制約）」という、異なる次元の概念を適切に対比・接続できるかを評価する。
解答例	組織における人間の行動は、常に経済的な利得最大化を目指すわけではない。この点について、H. サイモンは、人間の認知能力には限界がある「限定合理性」を前提とし、全ての選択肢を検討して最適解を選ぶことは不可能であると説いた。したがって人間は、一定の水準で満足して意思決定を行うという満足化原理に基づいて行動すると説明される。これは個人の認知プロセスに着目した理論である。これに対し、組織をとりまく社会環境に着目するのが新制度派組織論や経済社会学である。M. グラノヴェッターは、経済行為は孤立した個人の計算ではなく、具体的な人間関係や社会構造のネットワークの中に社会的埋め込み（エンベデッドネス）された状態で行われると主張した。また、新制度派組織論において、組織は効率性のみならず、社会的な規範や価値観に適合し、周囲から正当性(legitimacy)を獲得することで存続を図ろうとする（同型化）。このように、人間の行動は認知的な限界と社会的な文脈の双方によって、経済的合理性から逸脱する側面を持つ。
出題の意図	問3 ・「環境経営」に関する基本的知識を問う問題である。 ・深刻化する地球環境問題に対して、経営学として当該問題の解決への寄与を重要課題と位置づけ、企業理念のレベルから個別戦略レベルまで具体的な対応が求められている。
解答例	①地球環境問題とは何か、どのような種類があるか、②環境経営とは何か、どのような理念や手法があるか、③環境問題と企業戦略とはいかなる関係にあるか、④環境問題への対応が指摘されて久しいのに、様々な問題が解決に向かわないのはなぜか、⑤根本的解決のために必要なことは何か、などに関する解答を期待している。 ・キーワード 気候変動問題、地球資源の枯渇、廃棄物問題、CSV、持続可能な開発、社会的責任、3R（リサイクル、リデュース、リユース）、静脈流通、トップ・マネジメントの役割、モーダルシフト、営利企業の利潤志向など。
出題の意図	問4 マーケティングとは何か、自らの定義を示した後、その発生について説明しなさい。 ・マーケティングの定義と歴史に関する基本的知識を問う問題である。 ・通説によると、マーケティングの歴史的誕生は19世紀末頃の米国と言われている。当時飛躍的に発展した生産力に消費が対応できないという「市場問題」（商品販売の困難）を解決するためにマーケティングは発生した。
解答例	①マーケティングとは何か、どのようなものを構成要素としているか（思想や技法など）、②マーケティングはいつ頃、どこの国で生まれたのか、③それが生まれてきた背景（市場環境など）は何か、④マーケティングの生成を論理的にはどのように把握するか、などに関する解答を期待している。 ・キーワード アメリカ合衆国で誕生、価値実現の困難、市場の相対的狭隘化、生産力の発展、19世紀末、フロンティアの消滅、マーケティング技法、マーケティング・コンセプト、流通過程への直接介入など。

「解答または解答例」・「出題の意図」

<p>2025年度</p> <p>研究科 博士前期課程</p> <p>実施時期 春季</p> <p>入試方式 一般入試 ・ 外国人留学生入試</p> <p>試験科目 「経営学」</p>	<p><b>商学 研究科</b></p> <p>博士前期課程</p> <p>春季</p> <p>一般入試 ・ 外国人留学生入試</p> <p>「経営学」</p>
<p>出題の意図</p>	<p>問I：経営理論の統合とVUCA環境への適応</p> <p>1.理論の体系的理解: 4つの理論はそれぞれ「内部資源」「変化対応」「境界決定」「社会関係」と焦点が異なります。これらをバラバラに説明するのではなく、「相互補完的なシステム」として統合できる論理構成力を求めています。</p> <p>2.応用力: 抽象的な理論を、VUCA（予測不能な変化）という具体的文脈に適用できるか。特に「固定的な資産保有のリスク（RBVの限界）」を「ダイナミック・ケイパビリティ」や「エンベデッドネス」でどう乗り越えるかという視点が重要です。</p> <p>3.具体性: 実際の企業事例を通じて、理論の実効性を証明できる知識の引き出しの有無。</p>
<p>解答例</p>	<p>VUCAと呼ばれる不確実性の高い現代において、企業はリソースの陳腐化や高い取引コストという課題をいかに乗り越えるべきか。この問いへの解は、ソニーグループが断行した変革のプロセスを紐解くことで、4つの経営理論（RBV、取引費用理論、ダイナミック・ケイパビリティ、エンベデッドネス理論）が統合された一つのモデルとして浮かび上がる。まず、競争優位の源泉をどこに置かかという点において、リソース・ベースド・ビュー（RBV）が重要な役割を果たす。かつてのソニーはエレクトロニクスという有形資産に固執していたが、変化の激しい環境下において自社の「コア」を再定義した。それは、他社が容易に模倣できない「CMOSセンサー技術」や「強力なコンテンツIP」といった無形資産を組織の核（VRIO）として内部に保持し直すことであった。</p> <p>しかし、コア以外の機能をどのように調達するかという「組織の境界線」の決定には困難が伴う。ここで、取引費用理論とダイナミック・ケイパビリティの掛け合わせが機能する。従来、自動車開発のような特殊な資産が必要な事業は、垂直統合によって内部化するのが定石であった。しかし、ソニーはこの不確実な環境下で巨大な製造設備を抱え込む「固定費化のリスク」を回避したのである。当時のCEO主導のもと、「テクノロジーに裏打ちされたクリエイティブエンタテインメントカンパニー」へと組織を変容させた動きは、まさに環境変化を感知・捕捉し、内製か外部調達かの境界（バウンダリー）を動的に最適化するダイナミック・ケイパビリティの発揮そのものである。</p> <p>では、自社で持たない機能を単に市場から調達すればよいのか。そこには探索や監視といった市場取引コストが発生する。この課題を解決したのが、エンベデッドネス（埋め込み）理論の実践である。ソニーは電気自動車（VISION-S）の開発において、全てを自前で行うのではなく、Magna Steyr社やHondaとの戦略的提携（JV）を選択した。これは単なる契約関係を越えた信頼に基づく社会的ネットワークへの「埋め込み」を活用したものであり、信頼による「準内部化」を実現している。</p>
<p>出題の意図</p>	<p>問II：ソーシャルキャピタル理論を用いたネットワーク戦略</p> <p>1.二面性の理解: ソーシャルキャピタルには「情報の多様性をもたらす（橋渡し）」機能と、「信頼と実行力を高める（結束）」機能があること（パートの構造的空隙 vs コールマンの閉鎖性）を理解しているか。</p> <p>2.戦略的トレードオフ: 「イノベーション（探索）」と「効率的実行（深化）」には相反するネットワーク特性が必要であることを踏まえ、それをどう両立（両利きの経営）させるかという設計能力。</p> <p>3.競争と協調: 競合他社を単なる敵と見なさず、ネットワークの一部として戦略的にどう位置づけるか（コペティション）の視点。</p>
<p>解答例</p>	<p>競争が激化する現代の産業界において、企業が持続的な成長を実現するためには、「新規規の獲得」と「既存事業の効率化」という相反する課題の両立が不可欠である。ここではその解決策として、異なる特性を持つ二つのネットワーク層を意図的に構築する戦略を提示する。第一に、イノベーションの源泉となる「探索の戦略」においては、ネットワーク密度の低い「疎なつながり」が重要となる。このような状態には、未だつながりのない「構造的空隙（Structural Holes）」が存在する。企業がこの空隙を埋めるブローカーとしての役割を果たすことで、重複のない新規情報へアクセスが可能となり、イノベーションが促進されるのである。これはグラノヴェッターが提唱した「弱い紐帯の強さ」の理論に依拠するものである。実践的には、R&amp;Dや新規事業開発において自社業界内の密な人間関係のみに留まらず、異業種や大学、スタートアップなどと「弱く広いネットワーク」を意図的に構築する。これにより情報の冗長性を排除し、非連続的なイノベーションの種を効率的に収集することが可能となる。第二に、アイデアを製品化し市場地位を確立する「実行の戦略」においては、逆に高いネットワーク密度（Closure）による信頼醸成とサンクション（制裁）機能が必要となる。ここでは他社との競争と協調を両立させる設計が鍵となる。具体的には、業界標準化や規制対応、サプライチェーンの維持といった「協調領域」において、競合他社とも「密なネットワーク」を形成する。相互の評判が共有される環境を作ることで、裏切り（フリーライダー）を防ぎ、取引コストを低減させることができるからである。一方で、製品の魅力や価格といった「競争領域」では激しく争うことになるが、協調領域で培ったソーシャルキャピタル（信頼の基盤）が機能することで、過度な消耗戦（ネガティブ・キャンペーン等）を抑制し、業界全体のエコシステムを健全に保つことができる。結論として、「疎なネットワーク」を用いて外部知を広く探索し、「密なネットワーク」を用いて資源を動員し競争優位を固める。この二層構造のマネジメントこそが、持続的成長の要めである。</p>
<p>出題の意図</p>	<p>問III：日本的雇用慣行の歴史の変容と、他国と比べた近年日本の低賃金との関連について、基本的な知識を問う問題である。</p> <p>・過去30年間に国内長期不況や為替変動、グローバル競争の激化など、日本企業を取り巻く経営環境は大きく変化した。それに照応して、日本的雇用慣行も新しい内容に変化してきた。しかしそれは労働分配率の低下を基本内容とするものであったため、日本の賃金上昇率は他の先進諸国や中進国と比べて桁違いに低い水準にとどまり、実質賃金の低下が国内不況の長期化を招くなどの問題を生み出した。</p> <p>・解答の主な内容として、①旧来の日本的雇用慣行の特徴は何か、②新しく登場した日本的雇用慣行の特徴は何か、③それはいつ頃、どのような理由で変化したのか、④新しい雇用慣行は他国と比べた日本の低賃金とどのような関係にあるのか、⑤問題解決の方策は何かなどについての記述を期待している。</p> <p>・キーワード 曖昧な査定評価基準、株主重視経営、実質賃金の低下、終身雇用制、「新時代の『日本の経営』」、新卒一括採用、年功序列制、能力主義賃金、非正規雇用の増加、労働分配率など。</p>

解答例	<p>「失われた30年」の間に日本企業の経営戦略と雇用慣行は長期安定的なものから短期流動的なものへと大きく変化した。それは国内市場の停滞や円高など環境変化への対応としてなされた。しかし新しい雇用政策は労働分配率の低下を基本内容とするものであったため、日本の賃金上昇率は他国と比べ低水準にとどまり、実質賃金の低下が国内不況の長期化などの問題を招いた。以下では日本の新旧雇用慣行の特徴、雇用政策の変化を生んだ時期と原因、変化の結果生じている問題などについて論じる。</p> <p>1990年代初頭の「バブル経済」崩壊以前には、概して日本企業は高い輸出競争力を保持していたが、「ブラザ合意」後の円高が昂進した結果、とりわけ1990年代後半以降は製造業の現地生産など多国籍化を進めた。国内では「失われた30年」と言われる長期不況が到来し、賃金抑制を主軸とする雇用政策への転換が加速した。日本経営者団体連盟は1995年に「新時代の『日本的経営』」を発表し、企業の多国籍化や「雇用流動化」を推奨した。</p> <p>日本の雇用慣行について言えば、それまでの終身雇用制、年功序列制、新卒一括採用などを特徴とする安定志向の政策から、非正規雇用の増加、成果主義賃金、中途採用の増加など変化対応の政策に転換してきた（収益条件に適合的な企業別労働組合や曖昧な評価制度などは残存した）。例えば、定年退職した正規雇用労働者の後任を低賃金の非正規雇用労働者や派遣社員で代替したり、能力主義賃金も日本では査定評価の基準が曖昧なため平均賃金が減少する企業が多いなど、新しい雇用政策は賃金抑制を基本的特徴としていた。それはこの時期競争が激化するもとで株主重視の経営が採られたからで、利益の分配先として、株主配当が賃金の伸びを大きく上回った。同時期の賃金上昇率を国際比較すると、日本は米英より1桁低く、独仏やOECD平均と比べても数分の1という低率であった。この結果「失われた30年」に日本の労働者の実質賃金は大きく減少した。</p> <p>企業の多国籍化による「国内空洞化」と実質賃金の低下は内需不足を招き、不況を長期化させた。平均年収が減少した勤労者世帯の多くは夫婦共働きで減収を補わざるを得ず、家族のライフスタイルも激変した。新自由主義的競争政策がゆとりを奪い「心の病」なども深刻化した。</p> <p>以上、過去30年間における日本の雇用政策の変容と、その原因、惹起した問題などについて論じてきた。生じた問題を解決し、経営や雇用を持続可能とするには、査定評価基準の明確化、同一価値労働同一賃金の徹底、労働時間の短縮、ジェンダー平等、ワークライフバランスの尊重などが不可欠である。</p>
出題の意図	<p>問Ⅳ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャストインタイム・システムの特徴と、日本の物流業界が抱える課題との関連について基本的知識を問う問題である。</li> <li>・トヨタ自動車は考案したとされるジャストインタイム・システムは、その効果が評価され、今では世界の多くの企業に採用されるとともに、日本の物流業にも採り入れられてきた。それは荷物の受け手に高い利便性をもたらす半面、流通の川上には非効率を強いるものであった。業界間のパワー関係に劣る物流業界はその弊害を被ってきたが、物流労働者の相対的低賃金や長時間労働が近年ようやく社会問題として注目されるに至った。問題を解決するためには公正取引の実現や労働条件の改善が必要である。</li> <li>・解答の主な内容として、①ジャストインタイム・システムとは何か、②登場してきた背景は何か、③物流業界にはいかなる問題をもたらしたか、④問題解決に有効な方策とは何か、などについての記述を期待している。</li> </ul> <p>・キーワード</p> <p>公正取引の実現、情報ネットワーク、トラック運転手の不足、物流業務や規格の標準化、「物流の2024年問題」、物流労働者の低賃金・長時間労働、流通時間の短縮など。</p>
解答例	<p>ジャストインタイム・システム（以下、JITと略す）はトヨタ自動車が考案したとされる物財の配送システムである。以下ではJITの特徴を説明した後、日本の物流業界で生じている問題との関連を示し、最後に問題の解決策を提示する。</p> <p>JITとは「必要な物を、必要な時に、必要な量だけ」届ける配送システムを言う。それはフォードシステムによる生産コストの削減などが一段落し、流通時間の短縮と流通費用の削減に課題が移り始めた時期に登場した。トヨタ自動車はサプライヤや配送業者の協力を得ることによって、工場における部品や原材料の在庫日数を短縮し、物流費用と時間を削減することに成功した。JITは「リーン経営」に適合的だと高い評価を受け、今では世界の多くの企業に広がった。</p> <p>JITは日本型企業システムの一翼をなし、物流業にも採り入れられている。例えばトラック輸送業のヤマト運輸が考案した宅配便のシステムでも荷物の積み替えや配送などにその考え方が用いられている。こうしたシステムが成立する背景の1つには、荷物やトラックの所在を追跡できる高精度の情報ネットワークシステムが張り巡らされていることがある。また流通の川上に位置するサプライヤや配送業者の協力も要件となる。</p> <p>JITは荷物の受け手に高い利便性をもたらす半面、送り手側には非効率を強いるものであった。例えばJITを機能させるため、トラック運転手が荷物の受け渡しに待ち時間を取られることや、満載とは程遠い不効率な状態で頻繁に配送させられることなどが挙げられる。業界間のパワー関係に劣る物流業界はその負担を被ってきた。それは結局、物流労働者の相対的低賃金や長時間労働に繋がっていたが、トラック運転手の労働時間に関する上限規制の厳格化と人手不足が招く物流能力の低下を主内容とする「物流の2024年問題」などを通じて、近年ようやくそれらの問題が社会的に注目されるようになった。</p> <p>日本の物流問題を解決するためには、物流業務や規格の標準化などの効率改善だけでなく、物流労働者の低賃金・長時間労働と、それらの原因である運送料金の買い叩きの是正（公正取引）が必要である。</p>

「解答または解答例」 ・ 「出題の意図」

<p>2025年度</p> <p>研究科</p> <p>課程</p> <p>実施時期</p>	<p><b>商学 研究科</b></p> <p>博士前期課程</p> <p>秋季</p>
<p>入試方式</p>	<p>一般入試 ・ 外国人留学生入試</p>
<p>試験科目</p>	<p>会計学【財務会計領域／ 管理会計領域】</p>
<p>出題の意図</p>	<p>本試験は会計学に関する基礎的な知識を有しているか、またそれらの知識を踏まえて論理的かつ多面的に思考・記述する能力を備えているかを確認することを意図している。</p>
<p>解答または解答例</p>	<p>問1.</p> <p>(1) 保守主義の原則とは、「企業の財政に不利な影響を及ぼす可能性がある場合には、これに備えて適当に健全な会計処理をしなければならない」とする原則である。</p> <p>ここで健全な会計処理とは利益を控えめに計上することである。企業は各期の利益を多少控えめに計上して、純資産を帳簿金額よりも充実させることにより、将来の損失に備えておく必要がある。</p> <p>しかし、利益を控えめに計上する保守的な会計処理が過度に行われると、財務諸表は企業の経済的事実を反映しなくなるから、真实性の原則に違反することになる。したがって、保守主義の適用は、一般に公正妥当と認められる範囲内でのみ認められるものである。</p> <p>(2) 単一性の原則とは、「株主総会提出のため、信用目的のため、租税目的のため等種々の目的のために異なる形式の財務諸表を作成する必要がある場合、それらの内容は、信頼しうる会計記録に基づいて作成されたものであって、政策の考慮のために事実の真実な表示をゆがめてはならない」とする原則である。</p> <p>企業は多様な目的ごとに形式の異なる財務諸表を作成するだけでなく、それぞれの財務諸表で企業が表現したいと望む経営成績の内容が相違することがある。例えば株主総会に提出する財務諸表や、銀行融資の獲得などの信用目的で作成する財務諸表では、経営者の経営能力を株主に認めてもらうため、また企業の収益力や債務返済能力を銀行などにアピールするために、企業はできるだけ多くの利益や純資産を計上したいと望むかもしれない。逆に税務申告目的のためには、課税所得を圧縮して税金の節約を図るために、利益を少なく計上する動機を有する。</p> <p>このような矛盾する要請に同時に応えるには、いわゆる二重帳簿を作らざるを得ないが、そのような不正は許されない。すなわち、個々の財務諸表は、その作成目的が異なっても、経済的事実を反映した会計記録から誘導して作成されるべきものであり、その実質内容が同一でなければならないことはいうまでもない。したがって単一性の原則は、財務諸表の形式的多元性を認めつつ、実質的な一元性を要求するものである。</p> <p>問2.</p> <p>(1) ①棚卸計算法とは、次の計算式に基づいて期中の払出数量を逆算する方法である。</p> $\text{払出数量} = \text{期首棚卸数量} + \text{当期受入数量} - \text{期末棚卸数量}$ <p>すなわち期中に棚卸資産を受け入れるつど、その数量を記録しておき、期末に実地棚卸を行って実際の有高数量を把握して、これを期首数量と期中受入数量の合計から控除することにより、払出数量を算定するのである。</p> <p>②この方法は払出しの記録が不要なため、事務的に非常に簡便という長所がある。</p> <p>③しかし、紛失や横領などによって棚卸資産が減少しても、それらは自動的に払出数量に算入されてしまうため、その事実を把握できないという短所がある。</p> <p>(2) ①継続記録法とは、棚卸資産の種類ごとに在庫帳を作成し、受入れと払出しのつどその数量を継続的に記録して、帳簿上の残高数量を常に算定しておく方法である。</p> <p>②この方法は、期中の払出数量と期末在庫の数量がただちにわかるという長所がある。</p> <p>③しかし、あるべき数量が常時明らかにされていても、それが実際の有高数量と一致している保証がないという短所がある。</p> <p>④この短所を補うためには、定期的に実地棚卸を行って帳簿記録と比較する必要がある。これによって、紛失や横領の有無または在庫帳の記録の正確性が判明する。</p>
	<p>問3.</p> <p>(1) 準変動費とは、固定的に発生する部分と変動的に発生する部分の両方を持つ費用のことである。電気代などが例として挙げられる。基本料金は電気の使用量に関係なく固定的に発生するが、ある一定の使用量を超えた後は、使用量に応じて電気料金が課されることになる。</p> <p>一方準固定費とは、一定の範囲内では固定的に発生するが、生産量や売上高が増えると段階的に増加する費用のことである。例えば営業スタッフ（フルタイム労働）の給与（残業代は除く）などが挙げられる。売上増加に伴う業務量が一定程度内であれば一人に対応可能であるが、それを超えると追加的な人員を雇う必要が生じる。</p> <p>(2) 費目別精査法は、勘定科目明細などの項目ごとに固定費と変動費に分類・集計する方法である。これら資料は通常の決算の過程において作成されるものであるため、入手・利用が容易である。一方で固定費か変動費かの判断は主観的に行われるため、分類の正確性を保証しづらい。</p> <p>回帰分析による統計的手法は、過去のデータを用いて費用と生産量（または売上高）との関係を統計的に分析し、固定費と変動費を分離する方法である。質・量ともに十分なデータを手でできれば、客観的かつ精度の高い分類が可能となる。一方、例えば月次データを用いる場合、月ごとに大きく生産量（売上高）が異なる事業でなければ、同じような生産量（売上高）と費用のデータが集まってしまう、説得力ある分析が困難となる。</p> <p>問4.</p> <p>(1) 「原価を作り込む」という表現は、以下のような手法でコスト管理を徹底し、効率的な原価構造を設計するプロセスを指す。具体的には、まず製品の市場価格から目標利益を引き、その差額を目標原価として設定する。次に、類似製品など原価構造をもとに現状の成行原価を把握し、これが目標原価を上回る場合には、VEを用いてコスト削減を図る。VEは、製品の機能を維持しつつ、設計や製造プロセスを見直すことで原価を削減する手法である。</p> <p>(2) コスト発生曲線は、コストが実際に発生するタイミングとそれまでの累積コストの金額を示すグラフである。一方コスト決定曲線は、将来のコストが決定されるタイミングとその影響度を示す。特に製造業では、製品の企画・設計段階において実質的に製造原価が決定される割合が高いにも関わらず、実際の発生はその後の製造段階に集中する傾向がある。原価企画はそのようなコスト構造の特性を踏まえたうえで、製品開発の初期段階から目標原価を設定し、それを達成するために設計・開発・製造の各プロセスを最適化する手法である。</p>

「解答または解答例」 ・ 「出題の意図」

2025年度	
研究科	<b>商学 研究科</b>
課程	博士前期課程
実施時期	春季
入試方式	一般入試
試験科目	会計学【財務会計領域／ 管理会計領域】
出題の意図	本試験は会計学に関する基礎的な知識を有しているか、またそれらの知識を踏まえて論理的かつ多面的に思考・記述する能力を備えているかを確認することを意図している。
解答または解答例	<p>問1.</p> <p>(1) ①個別法とは、単位当たりの取得原価が異なる個々の資産を受け入れるつど区別して記録し、払出時にはその資産の取得原価を払出単価とするとともに、残存する個々の資産の実際の取得原価により期末在庫金額を算定する方法である。 ②この方法は、相対的に高価であり個性が高いため、現実に個品管理が行われている在庫品（宝石、絵画など）に適している。</p> <p>(2) ①先入先出法とは、先に取得した棚卸資産から先に払い出すと仮定して払出単価を決定する方法である。物価上昇時を考えた場合、この方法は②貸借対照表上、期末棚卸資産評価額が時価に近くなるという長所を有するが、③損益計算書上、保有損益が実現損益に混入するという短所もある。</p> <p>(3) ①後入先出法とは、後に取得した棚卸資産から先に払い出すと仮定して払出単価を決定する方法である。物価上昇時を考えた場合、この方法は②損益計算書上、売上収益と売上原価を同一の価格水準で対応づけることができるという長所を有するが、③貸借対照表上、棚卸資産の金額が時価よりも低くなるという短所もある。</p> <p>問2.</p> <p>(1) 現行の会計基準は企業が倒産することなく将来にわたって事業を継続するという前提で制定されており、これを継続企業の前提という。しかし現実には、倒産の危機が迫っている企業もあり、これらの企業に通常の財務諸表を公表させるだけでは利害関係者の判断を誤らせる可能性が高い。そこで、継続企業の前提に重要な疑義を抱かせる事象や状況が決算日において存在し、それを解消または改善するための対応をしてもなお決算日後にも重要な不確実性が認められる場合には、財務諸表の利用者の注意を喚起するために求められているのが継続企業の前提に関する注記である。具体的には、(a) その事象や状況が存在する旨とその内容、(b) その事象や状況を解消したり改善するための経営者の対応策、(c) 対応策の実施後も重要な不確実性が認められる旨とその内容、(d) その重要な不確実性の影響が財務諸表に反映されているか否か、の記載が求められている。</p> <p>(2) 当期の決算日後に発生した事象であっても、次期以降に重要な影響を及ぼすため、最新情報として注記の形で伝達することにより、財務諸表利用者の意思決定が促進される場合もしばしば存在する。決算日後に生じた事象（例えば、火災・出水等による重大な損害の発生、多額の増資や減資、会社の合併、重要な係争事件の発生や解決、主要な取引先の倒産など）で、次期以降の経営成績や財政状態に重要な影響を及ぼすものを後発事象という。後発事象を開示することは、当該企業の将来の財政状態や経営成績を理解するための補足情報として有用である。したがって、決算日後、財務諸表を作成する日までに発生した重要な後発事象は、財務諸表に注記しなければならない。</p>

問3.

(1) 原価計算の目的としては、主に以下の5つがある。

- ①財務諸表作成：一定期間の損益や財政状態を適正に表示するための原価を集計する。
- ②価格決定：適正な販売価格を設定するための原価資料を提供する。
- ③原価管理：標準原価と実際原価を比較し、差異の分析を通じて原価能率を向上させる。
- ④予算管理：企業の利益目標や業務計画を貨幣的に表し、総合的な経営管理を行う。
- ⑤基本計画策定：製品や生産設備など経営の根幹に関わる計画の意思決定を支援する。

(2) 製造原価は「形態別分類」と「製品との関連における分類」の2つの観点から分類できる。

① 形態別分類（費目別分類）

材料費：製品の製造に使用する原材料や部品の費用。

労務費：製造現場の作業員の賃金や給与。

経費：光熱費、減価償却費、工場の維持費など。

② 製品との関連における分類

直接費：特定の製品に直接関係し、個別に測定できる原価（例：直接材料費、直接労務費）。

間接費：複数の製品に共通し、直接測定が難しい原価（例：工場の電気代、間接労務費）。

この2つの分類を組み合わせることで、製造原価は、直接材料費・間接材料費・直接労務費・間接労務費・直接経費・間接経費の6つに区分される。

(3) 標準原価計算制度は、あらかじめ設定した標準原価と実際原価の差異を分析し、原価管理の向上と経営効率の改善を目的とする。具体的には以下のとおりである。

【意義】

- 製造コストの適正管理を可能にし、コスト削減や業務改善に貢献する。
- 経営者が適切な意思決定を行うための原価情報の指標となる。

【目的】

- 原価管理の強化：標準と実際の差異を分析し、無駄を削減。
- 価格設定の精度向上：原価予測をもとに適正な価格を決定。
- 業績評価：部門ごとの生産効率や改善点を可視化し、適切な評価を行う。

問4.

(1) 回収期間法と正味現在価値（NPV）法は、投資評価に用いられる手法であるが、それぞれ異なる特徴を持つ。

回収期間法は、投資額を回収するまでの期間を計算する方法であり、次の式で求められる。

●回収期間 = 初期投資額 / 年間キャッシュフロー

回収期間法は計算式が容易で直感的に理解しやすく、また回収期間を明示するため、資金返済などの期限が決まっている場合には特に有用である。一方、投資後のキャッシュフローを考慮しないため、長期的な収益性を正確に評価できない。NPV法は、将来のキャッシュフローを現在価値に割り引いて合計し、投資の採算性を評価する方法であり、次の式で求められる。

● $NPV = \sum (Ct / (1+r)^t) - I$

（Ctは各期のキャッシュフロー、rは割引率、tは年数、Iは初期投資額）

NPV法は時間価値を考慮し、長期的な収益性を正確に評価できるが、割引率の設定には事業のリスク（厳密な測定が困難）やインフレ率や安全利子率などの外的要因などを考慮する必要があり、一義的に定める事が困難である。

両者の特徴は相互補完的であるため、実務では両者を併用して用いられることが多い。

(2) 貨幣の時間価値を考慮する手法としては、割引回収期間法（Discounted Payback Period Method）が知られている。

具体的には、各年度の将来のキャッシュフローを現在価値（PV）に割り引き、それらを初期投資額から順番に差し引いていくことで、投資額と等しくなる（回収が終了する）期間を求める。

割引回収期間法のメリットは、貨幣の時間価値を考慮できる点にある。通常の回収期間法では将来のキャッシュフローを単純に累積するが、割引回収期間法では将来のお金の価値が低下することを考慮するため、より現実的な投資評価が可能となる。一方、デメリットとしては、通常の回収期間法に比べて計算が複雑であり、各年のキャッシュフローを割り引く必要があるため、実務での適用に手間がかかる点が挙げられる。また、NPV法同様、割引率の設定次第で結果が大きく変わるため、適切な割引率を決めることが重要となる。

「解答または解答例」 ・ 「出題の意図」

2025年度	
研究科	<b>商学 研究科</b>
課程	博士（前期）課程
実施時期	<b>秋季</b>
入試方式	一般入試 ・ 外国人留学生入試
試験科目	「 商業学 」
出題の意図	チェーンストア・オペレーションについての理解度と理論的な記述力を測る。
解答または解答例	<p>1-1. 本部機能（主に仕入れ）と店舗機能（主に販売）を分離し、標準化した店舗を多店舗展開する経営方式のこと。</p> <p>1-2. 直営店方式とは、本部と店舗が同一の企業によって運営される方式である。一方、フランチャイズ店方式とは本部がフランチャイザーとなり、外部の企業をフランチャイジー（加盟店）として運営される方式である。</p> <p>1-3. 直営店方式の場合、店舗の経営者は雇用や所得が保証された社員であるため、インセンティブが弱くなる点がデメリットである。一方、店舗の売上が低い場合であっても、一定の所得が得られるという点では、店舗の経営者は過度なリスクを免れており、本部と店舗でリスクがシェアされている点がメリットである。</p> <p>フランチャイズ店方式の場合、店舗の経営者の所得は店舗の売上や利益と直結しているため、強いインセンティブを持ち、真剣に経営に取り組むという点がメリットである。一方で、フランチャイズ店の経営者の所得は売上や利益の変動の影響を受けるため、過度なリスクにさらされるというデメリットがある。</p> <p>1-4. 上記の特徴を踏まえてマーケティング戦略を説明できていること。</p>
出題の意図	取引費用モデルとその流通への応用についての理解度と理論的な記述力を測る。
解答または解答例	<p>2-1. 卸売業者とは、財を仕入れて消費者以外に再販売する流通業者である。</p> <p>2-2. 複数の理由が考えられるため、以下以外にも別解あり。 製造業者が製品を届ける小売業者や最終ユーザーの数が多すぎると管理限界（span of control）を超えるため、間接流通を選択する。卸売業者が在庫投資することで、製造業者は早期に資金回収が可能であり、さらに在庫費用が節約できる。</p>

	<p>2-3. 企業による取引の内部化（組織を用いる）・外部化（市場を用いる）という現象を説明する理論である。人間は限定合理的で機会主義的であるという仮定に基づいて、関係特定の投資や不確実性が高いほど、取引は市場ではなく組織で行われるようになると主張される。</p>
	<p>2-4. 製造業者は製品を生産し、卸売業者は仕入れた製品を消費者以外に再販売する。彼らの取引において、製造業者は卸売業者に対して自社製品の差別的取り扱いを求める。そのためには、卸売業者はその製造業者にしか役に立たない資産への関係特定の投資が必要になる。しかし、卸売業者が関係特定の投資を行うと、取引先をその製造業者からスイッチできなくなるため、卸売業者の交渉力が弱くなり、製造業者から納入価格の引き上げなどのホールドアップを受けることになり、その製造業者との取引が収益を生まなくなる。ホールドアップされることを事前に予見する卸売業者は最初から製造業者との取引に応じないか、製造業者が必要とする水準の関係特定の投資を行わず過少投資が生じる。したがって、製造業者は自ら卸売業者を垂直統合して、自らが必要とする水準の関係特定の投資を確保することになる。</p>
出題の意図	<p>マーケティングに関連する概念・理論を、身近にあるビジネスの現場とイかに結びつけることができるかを測る。</p>
解答または解答例	<p>3-1 <math>-(\text{需要量の変化率} \div \text{価格の変化率})</math></p>
	<p>3-2          スポーツスタジアムでは、限られたメーカーあるいは種類の飲料しか販売されていないことが多い。すなわち、スーパーマーケットやコンビニエンスストアといった一般的な小売店と比較すると、代替製品の数ははるかに少ないということである。スポーツスタジアム内では、ある飲料の価格を引き下げたとしても代替製品から吸引できる需要は限られている。また、価格を引き上げた場合も同様に、当該飲料から流出し得る需要は限られている。このような状況下では需要の価格弾力性が小さくなる。</p>
	<p>3-3 スポーツスタジアムでは、女性や年配者に親しんでもらうため通常よりも安価な価格設定を行ったり、当該地域との親和性をより高めるために近隣住民向けとして非常に安価な価格設定（あるいは無料招待）を行ったりすることがある。</p>
出題の意図	<p>貿易・国際系の研究で大学院を目指すならば理解しておく必要がある「輸出の諸類型」や「企業における国際関与の諸段階」、「対外直接投資動機」について記述できるかを測る。</p>
解答または解答例	<p>4-1          ・間接輸出：商社や現地輸入業者を介した輸出          ・直接輸出：製造企業内の輸出部門（輸出部、貿易部、国際部など）による輸出</p>
	<p>4-2          ・間接輸出のメリット：ある企業において、輸出の経験が乏しい場合や輸出に際して求められる条件が満たされていない（輸出免許がない、銀行間での国際決済システムが十分に整っていないなど）場合、商社や現地輸入業者が輸出業務を代行してくれる。          ・間接輸出のデメリット：商社や現地輸入業者が輸出業務を代行するため、当該企業内にナレッジが蓄積されにくい。          ・直接輸出のメリット：企業が自前で輸出業務を行うため、そのナレッジを蓄積することができる。          ・直接輸出のデメリット：決済上のリスクやカントリーリスクに当該企業が直接対処しなければならない。</p>

4-3

一般に、企業は他国・地域における関税の動向や非関税障壁の有無によって、輸出よりも対外直接投資を重視するようになる。また、自国通貨の価値が他の通貨と比べて低い場合は対外直接投資よりも輸出の方が有利になり、また相対的に高い場合は輸出よりも現地における生産拠点設立といった対外直接投資の方が有利になる。ただし、それらだけでは企業の対外直接投資動機を十分に説明できないことから、これまで以下のような理論（仮説）が提唱されてきた。

・国内市場狭隘化論（フェアウェザー）

国内の人口がそれほど大きくない国や人口が多くても1人あたりの所得がそれほど高くない国、経済成長が鈍化した国などにおいて国内市場は狭隘であり、当該国の企業は国内市場よりも国外市場に企業成長の活路を見いだす。

・利子率格差理論（マクドゥガル）

資本ストックを追加的に1単位投入したときに増大する生産物の量を「資本の限界生産力（marginal product of capital）」というが、資本豊富国では資本不足国と比較して資本の限界生産力が低くなる傾向にある。生産性が高まるとコスト削減が容易になるため、企業はより高い収益を追求してその資本を資本豊富国から資本不足国へ移動（すなわち対外直接投資）させる。

・寡占的優位理論（ハイマー）

1つの市場で少数の巨大企業が生産量や価格決定で支配的な地位を占めることを寡占と呼ぶが、寡占企業はその支配的な地位を活かして多額の対外直接投資を行う。

・企業特殊的優位理論（ハイマー＝キンドルバーガー）

企業が企業特殊的優位、すなわち各国での規制や為替リスクといった不利な条件を克服できるような独自の優位性（たとえば、特許化された技術を有していることや低コストで部品や原材料を調達できることなど）を有している場合、それを活かして対外直接投資を行う。

・プロダクト・サイクル理論（バーノン）

革新的な新製品の導入にはR&Dが必要不可欠であり、またそれには膨大な開発費用がかかるため、当該製品は資本が豊富で技術的に優れた先進国で生み出され、所得水準の高い先進諸国に輸出される。当該製品が先進国である程度普及すると、次は中進国に輸出することでその製品は差別性を持続させることができる。中進国でも当該製品が普及した後は開発途上国に輸出することでさらに長く差別性を持続させることができる。そして、開発途上国でも普及したならば当該国に生産拠点を設立して大量生産を行い、コモディティとして本国に逆輸入したり他の先進国や中進国に輸出したりする。

・寡占反応理論（ニッカーバッカー）

ある企業が先行投資する企業に遅れたとき、もしその先行する企業が成功するならば遅れた企業は国際競争上取り返しのつかない戦略的失敗をすることになる。それならば先行投資した企業に従い、同様の対外直接投資を行えば少なくともこのような競争上の不利を経験することはない。「競合他社が対外直接投資を行うならば自社も行う」という一見すると消極的な動機ではあるが、対外直接投資に遅れた企業は国外市場にアクセスする機会を得るとともに、先行した企業の優位性を打ち消すことができる可能性があるという点で重要な考え方の1つである。

・内部化理論（バックレー、カソン、ラグマン、ダニング）

「企業が国境を越えるのに優位性は必ずしも重要でない」という考え方も存在する。実際の市場は何らかの欠陥を有している（すなわち「市場の失敗」がある）ために取引コスト（たとえば「価格決定や契約作成の際に発生する追加的なコスト」や「取引相手探索や契約履行確実化のために発生するコスト」など）が存在しており、それがさらに増大する状況下だと企業は市場を介さずに企業内部で取引を行おうとする。すなわち、取引相手である企業を内部化（すなわち買収）する方が有利になるということである。この論理であれば当該企業の内部に何ら優位性がないとしても、トップ・マネジメントが「取引コストを削減するために買収したい」と思うだけで対外直接投資が成り立つ。ただし、1980年代以降に戦略提携が企業間で活発に行われるようになってから、買収を念頭に置く内部化理論はその説明力を急速に失っていった。

「解答または解答例」 ・ 「出題の意図」

2025年度	
研究科	<b>商学 研究科</b>
課程	博士前期課程
実施時期	<b>春季</b>
入試方式	一般入試 ・ 外国人留学生入試
試験科目	「 商業学 」
出題の意図	マーケティング・リサーチに関する基本的な用語の使い方と、初歩的な統計処理についての理解を問う。
解答または解答例	<p>1-1 リッカート尺度（「リカート尺度」と記載しても可）</p> <p>1-2 2つのグループの間で、関心のある変数（従属変数）の平均値に統計的に有意な差があるかを調べる検定である。被験者間計画 (between design) とも呼ばれる。</p> <p>1-3 関心のある変数（従属変数）を変動させる要因には、独立変数以外に、様々な交絡要因 (confounding) がある。ランダム割当を行うことによって、交絡要因による偏りを相殺し、独立変数だけが従属変数を変動させる状況を作り上げられるためである。</p> <p>1-4  <math>H_0</math> : グループ1の態度の平均値 = グループ2の態度の平均値  <math>H_1</math> : グループ1の態度の平均値 <math>\neq</math> グループ2の態度の平均値</p> <p>1-5          自由度398に対応するt値の臨界値は-1.96および1.96である。t値を算出するために必要な分散は4。その標準偏差は2。これらをt値の公式に代入すると、自由度398のt統計量は-5である。          棄却域-1.96よりもt統計量-5の方が絶対値が大きく、t統計量は棄却域に入った。したがって、帰無仮説を棄却し、グループ1とグループ2で態度の平均値は同じであるとは言えないと結論づけられた。</p>
出題の意図	マーケティングの基本的な概念について正確に理解して記述できるかを測る。
解答または解答例	<p>2-1          企業が自らのドメインを顧客ニーズではなく技術に基づいて定義することをマーケティング・マイオピアと呼ぶ。マーケティング・マイオピアに陥った企業は、技術変化が生じた際に、古い技術に固執するがゆえに、顧客を失ってしまう。レビットはアメリカの鉄道の衰退を例にこのことを説明した。</p> <p>2-2          企業がセグメンテーションを行う手法として、コトラーは全ての消費者を何らかの軸（地理的基準、デモグラフィック基準など）に基づいて区分する方法を提示した。クリステンセンのジョブ理論は、このやり方では消費者の真のニーズを捉えきれないと批判したものである。この理論は、消費者は自らが抱えるジョブ（問題）を解決するために製品を雇うという視点を提示し、共通したジョブを抱えた消費者をまとめてセグメンテーションした方が適切なマーケティングができると主張するものである。</p> <p>2-3          製品差別化は製品属性に基づいて行われる。製品属性は、消費者の誰もが高い方が（ないしは低いほうが）好ましいと判断できる垂直的属性と、消費者によって好ましい水準が異なる水平的属性に区分される。例えば、車の燃費は誰にとっても高いほうが好ましいため垂直的属性である。一方、ケーキの甘さは、甘いケーキが好きな消費者とそうでない消費者にとって、好ましい水準が異なるため水平的属性である。垂直的差別化は垂直的属性に基づいて行われるもので、水平的差別化は水平的属性に基づいて行われる。</p>

出題の意図	マーケティング・ミックスのうち、製品開発において一般的な概念・理論を正確に理解して記述できるかを測る。
解答または解答例	<p>3-1 一般的なユーザーが将来直面するかもしれない問題にすでに悩まされており、その対処を試みているユーザー (von Hippel 1986)</p> <p>3-2 一般に、消費者ニーズを探るためのインタビュー調査やアンケート調査では、調査方法の設計段階における仮説や質問票の設定に企業側の価値観や意図が含まれることを避けるのは難しい。また、そこから得られる発言や回答はどうしても調査対象者の「平均的な」ものになりがちである。しかし、リード・ユーザー法では基本的にそのユーザーの考え方や経験に基づく商品企画になるため、より消費者視点に立ったものになることが期待される。また、いわゆる「アーリーアダプター (革新的採用者)」のような「平均的ではない」消費者のニーズを捉えられる可能性があり、差別性のある製品開発に繋がる。</p> <p>3-3 特定のリード・ユーザーに基づく製品開発であるため、それが他カテゴリーユーザーのニーズにそのまま適用できるとは限らない。また、企業側の価値観や意図を前面に押し出さないということは、ある程度の生産量を確保するための技術的な要因や消費者が受容できる価格水準になるようなコスト構造を実現できるかが十分に考慮されない恐れがある。</p>
出題の意図	貿易・国際系の研究で大学院を目指すならば理解しておく必要がある「企業内の親会社一現地子会社関係 (親子関係)」や「現地子会社主導のマーケティング」について記述できるかを測る。
解答または解答例	<p>4-1 ある企業が、その社員を派遣先の国・地域に一定期間滞在させる制度である。この間、当該社員の給与は自国通貨建てで保証された上、基本的に業務を行う必要がない。ただし、当該社員は現地の駐在員事務所・支店やエキスパトリエイト (駐在員) を一切頼らず自主的に生活の計画を立て、家探しや語学習得、人脈づくりなど、その国・地域で生存する術を自ら身に着けなければならない。</p> <p>4-2 国境を越えた市場調査はしばしば親会社の意思決定に基づき、その設計は本国の準拠枠や社会的規範に基づいて行われる。しかし、現地 (とくに開発途上国) の消費者は主に所得階層によってその行動様式が異なるため、現地市場から遠く離れた本国で設計された調査は当該市場の実態と乖離していることが多い。そのため、近年の企業における現地での市場調査では現地子会社の意思決定が重要視され、地域専門家を中心とするエスノグラフィーによって消費の現場により密着し、所得階層ごとのリアルな状況を把握しようとしている。</p> <p>4-3</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 持続的イノベーション (Sustaining Innovation) : 既存のアイデアや価値基準に基づき、製品の性能や価値を持続的に向上させるようなイノベーション</li> <li>・ 破壊的イノベーション : 革新的なアイデアや新しい価値基準によって既存の市場構造を根本から覆し、変化させるようなイノベーション</li> <li>・ 先進国市場向けに開発された製品は、同レベルの技術水準である多国籍企業同士の熾烈な競争 (= 国際寡占間競争) で生き残ることが念頭にある。そのため、当該製品は概して持続的イノベーションに基づく。</li> <li>・ 先進国市場向けに開発された製品を開発途上国市場に導入すると、現地市場で求められる製品機能よりも過剰になり、また新興国企業や現地企業と比べて価格が高くなる「オーバーシューティング問題」が生じ得る。</li> <li>・ 開発途上国市場向けに製品を導入する際は、あえて先進国市場向けよりもスペックを落とし機能削減したりする方がオーバーシューティング問題を回避できる可能性が高い。また、本国では想定できない、現地市場特有のニーズを製品開発に反映させることが重要である。たとえば、インドでは夏に気温が非常に高くなっても裸足で自動車を運転することがあるため、鋼板の熱さが足に伝わりにくくなるよう工夫する必要がある。また、インドネシアではスクーターに1人で乗らないことがあるため、3・4人が一緒に乗っても動きが鈍らないように排気量を上げる (50cc→110~125cc) 必要がある。スペックが下がっても機能が削減されても、それを補う価値が付加されていればそれは破壊的イノベーションとなり得る。</li> </ul>

「解答または解答例」 ・ 「出題の意図」

<p>2025年度</p> <p>研究科</p> <p>課程</p> <p>実施時期</p>	<p><b>商学 研究科</b></p> <p>博士前期課程</p> <p>春季</p>
<p>入試方式</p>	<p>一般入試</p>
<p>試験科目</p>	<p>「経済学B（近代経済学）」</p>
<p>出題の意図</p> <p>解答または解答例</p>	<p>本試験問題は以下を意図して出題している。受験生が経済学に関する基本的な用語や概念を理解しており、それらを論理的に説明できるかを確認することである。</p> <p>採点時の観点は以下の通りである。第一に、設問の趣旨を正確に把握し、的確に応答しているかどうか。第二に、経済学における基礎的な用語や概念を正確に理解し、適切に用いているかどうか。</p> <p>問1(2)(3)の計算問題の解答は以下の通りである。なお説明問題では、設問の性質上、唯一の正解が存在するわけではないため、内容の正確性に加えて、論理性や表現力を含む総合的な観点から評価する。</p> $D_1(p_1, p_2, m) = \frac{3m}{5p_1}, \quad D_2(p_1, p_2, m) = \frac{2m}{5p_2}, \quad U(p_1, p_2, m) = \frac{2^{4/5} 3^{3/5} m^{5/5}}{5^{5/5} p_1^{2/5} p_2^{3/5}}$ $S_1(p_1, p_2) = -\frac{p_2}{p_1}, \quad S_2(p_1, p_2) = \log \frac{p_2}{p_1}, \quad \Pi(p_1, p_2) = -p_2 + p_2 \log \frac{p_2}{p_1}$

「解答または解答例」 ・ 「出題の意図」

2025年度	
研究科	<b>商学 研究科</b>
課程	博士前期課程
実施時期	秋季
入試方式	一般入試 ・ 外国人留学生入試
試験科目	「 金 融 論 」
出題の意図	<p>本試験は、商学研究科のアドミッション・ポリシーに基づき、「金融論」について学部卒業程度の基礎知識を有していること、それを活用して論理的な文章作成ができることを確認した。</p> <p>事前に提示された参考文献に基づいて作成された4問の中から、2問を選択して論述する形式としている。これにより特定の範囲の理解に限定されるのではなく、「金融論」に関して十分な理解があることを測ることができるように設計している。</p>
解答または解答例	<p>採点にあたっての観点は以下のとおりである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 設問の趣旨を正しく理解し、問われた内容に対して的確に解答をしている。</li> <li>・ 「金融論」について理論を正確に理解し、それに関する基礎的な概念や用語を適切に使って論ずることができる。</li> <li>・ 論理構成が一貫しており、説得力のある記述となっている。</li> </ul> <p>なお、論述形式での解答のため、内容が正確であることに加えて、論理的であることや適切な文章であることを含む総合的な観点から評価する。</p>

「解答または解答例」 ・ 「出題の意図」

2025年度	
研究科	<b>商学 研究科</b>
課程	博士後期課程
実施時期	春季
入試方式	一般入試 ・ 外国人留学生入試
試験科目	「 英語 」
出題の意図	大学院における研究遂行に大きな支障が生じないほどの英語力を備えているかどうかの客観的判断。
解答または解答例	<p>問題Ⅰ 著作物の権利処理の問題により公表できない</p> <p>問題Ⅱ 問1. B 米国企業の約5割がジョブシェアリングを提供しているといわれている。</p> <p>問2 (1)著作物の権利処理の問題により公表できない</p> <p>問3 (2)著作物の権利処理の問題により公表できない</p> <p>問4 (3) 著作物の権利処理の問題により公表できない</p> <p>問5 (4)著作物の権利処理の問題により公表できない</p> <p>問6 ジョブシェアリングを認めている企業でも、マネージャーがその選択肢があることに気づいていない場合も少なくない。その理由は、人事担当者や企業リーダーが、1つの職務に2人の従業員を雇用することに伴う問題を懸念し、ジョブシェアリングを推奨しないことが多いからである。ジョブシェアリングを夢見て努力しても、なかなかうまくいかないという経験はよくあることである。ケルシー・セブニングは最近まで勤務していたテクノロジー企業で、上司と2人の重役からジョブシェアリングを承認され、ジョブシェアリングのパートナーも見つけたものの、最後の最後に人事部がその取り決めを却下した。</p> <p>また、相性の合う相手を見つけるのも難しい場合がある。求職者同士を引き合わせようとするスタートアップ企業もいくつか登場している。しかし、求職者側が企業側に採用を納得させるのに苦労することがあると、ジョブシェアリング・コネクットの共同設立者の一人であるジナ・ファン氏は言う。「ジョブシェアリングは時代に少し先んじているのではないかと心配しています。」とファン氏は言う。</p>

「解答または解答例」 ・ 「出題の意図」

2025年度	
研究科	<b>商学 研究科</b>
課程	博士後期課程
実施時期	春季
入試方式	社会人特別入試
試験科目	「 小論文 」
出題の意図	研究を行う上で必要な基本的な知見を有して、テーマに関して的確に問いを把握し自らの見解を述べられる思考力と文章表現力を測ることを目的としている。
解答または解答例	<p>問題Ⅰ.</p> <p>博士後期課程において研究を行うにあたり、社会科学と自然科学における実験・分析がどのように異なるのかについて、また「科学的推論」がどのようなものであり、どうすれば「科学的推論」の「もっともらしさ」を高められるかについて、自分の意見をもって説明できるかを確認した。採点時の観点は以下のとおりである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●社会学での実験・分析の特徴として、疑似実験であることを指摘できているか。</li> <li>●「科学的推論」がどのようなものなのかについて、自らが学ぼうとする専門分野に引き付けて説明できているか。</li> <li>●「科学的推論」の「もっともらしさ」を高めるための方法論が論理的に説明できているか。</li> </ul> <p>問題Ⅱ.</p> <p>「ランサムウェア攻撃」は近年頻繁にニュース報道されており広く知られているところであり、現代社会における諸課題について常日頃からキャッチアップし、課題の背景や解決策などを正確に理解しかつ論理的に説明できるかを確認した。採点時の観点は以下のとおりである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●設問について理解し具体例を挙げながら説明できているか。</li> <li>●企業経営上のリスクに対する対策や課題が明確に述べられているか。</li> <li>●自己の見解が明確に述べられていてその内容が論理的か。</li> </ul>