

2025 年度入試  
「大学院入試」  
商学研究科  
博士課程後期

出題意図  
「論文」

- ・ 試験科目については、入学試験要項等を参照してください。
- ・ 出題意図に関する質問や問合せには一切回答いたしません。
- ・ 志願者がいない科目については、公開しておりません。

## 出題意図

入試制度名称	大学院入試Ⅱ期
試験日	2025年2月8日

系列	内容
商学系列	<p>設問1は、ブランドおよびブランドパーパスの概念を正確に説明できるかを問うものである。ブランドパーパスが企業の存在意義を明確にし、共感を通じてブランディングへとつながる手法として注目されている背景を理解しているかを確認し、ブランディング活動について概念的定義の説明にとどまらず、具体的な事例を用い、その目的を踏まえて論理的に説明できるかどうかを評価する。</p> <p>設問2は、サプライチェーンマネジメント（SCM）の概念を正確に説明できるかを問うものである。定義にとどまらず、BtoBマーケティングの特性を踏まえ、SCMの最適化を阻む障壁と要因について具体的な事例を用いて説明できるかを確認する。そのうえで、それらが企業および消費者に与える影響について、流通を取り巻く環境の視点から論理的に説明できるかを評価する。</p> <p>設問3は、出願者がこれまでに行ってきた研究のレビューを通じて、商学研究科の主要分野に関する博士課程前期修了程度の基礎的知識および思考力を有しているかを確認するとともに、既存研究を踏まえて自らの見解を論理的に記述する能力を備えているかを評価するものである。</p>
経営学系列	<p>経営戦略の中でも競争戦略に対する理解を確認するために出題している。戦略論を専攻しようとする受験生も散見されるためこの競争戦略の2大研究者であるポーターとバーニーを取り上げその基本を問う問題である。</p>

系列	内容
租税法系列	基本的な税制のタックスミックスを理解しているか、また、長期的に安定的な税収入が確保できるタックスミックスの考え方を問うものである。