

2026 年度入試
「大学院入試」
商学研究科
博士課程前期

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 I 期
試験日	2025 年 10 月 4 日

系列	内容
経営学系列	<p>現在の日本企業の課題として事業改革や業界の再編が求められている。この点についての方策の一つとして問うたのが設問 1 「M&A の定義と課題を説明しなさい」である。</p> <p>また次の設問は経営学を学習・研究する大うえでの代表と位置付けられるテイラーについての設問で、設問 2 「科学的管理法における課業管理を説明しなさい」である。科学的管理法は古典的な位置づけではあるが、その本質は今日の企業経営の中にも生き続けていると思われる。</p> <p>その理解度を確認する設問である。</p>
会計学系列	<p>A の問題は財務会計の重要な論点を含んでおり、企業の基本的な規則である企業会計原則のうち、損益計算上重要な原則である現金主義と発生主義の理解を問うものである。</p> <p>B の問題は管理会計の重要な論点を含んでおり、代表的な戦略的コスト・マネジメントの手法である原価企画の理解を問うものである。</p>
租税法系列	<p>一般的には、租税原則として公平、中立、簡素の原則が基本原則として挙げられているが、その内容について、問うものである。</p>

出題意図

入試制度名称	大学院入試Ⅱ期
試験日	2026年2月7日

系列	内容
マーケティング系列	<p>(1) コトラーの競争地位別戦略（リーダー、チャレンジャー、フォロワー、ニッチャー）における基本体系と、各立場の戦略目標を正確に理解しているかを問う問題である。市場での相対的な位置関係に基づき、限られた経営資源をどのマーケティング要素へ集中投下すべきか、その戦略的合理性と具体的な施策展開を論理的に説明する能力を確認する。</p> <p>(2) オピニオンリーダーおよび準拠集団の概念を正しく理解し、両者の役割の相違を明確に説明できるかを問う問題である。多様化する現代のコミュニケーション環境下で、これらの存在が消費者の心理や購買意思決定プロセスにおよぼす影響について論理的に説明する能力を確認する。</p>
経営学系列	<p>第1問は、企業買収が日常的にみられる今日の企業社会にあって買収に焦点を絞り、その友好的か敵対的かの違いについて説明を求める設問（設問1）である。紙上でも頻繁にとり上げられる課題でありその社会的話題に対する理解度・関心度を問う設問である。</p> <p>同じく第2問もコンプライアンス（法令遵守）とガバナンス（企業統治）の問う今日的话题に関する理解度を問う問題である。違法行為が後を絶たない状況の中で、コンプライアンスとは何かを問うと同時に、最高責任者としての経営者に対する規律付けとしてガバナンス機能を行使する意義を問うている。両問題とも今日的话题に対する理解・関心度を問うものである。</p>

系列	内容
会計学系列	Aの問題は財務会計の重要な論点を含んでおり、日本の会計制度の基礎をなす7つの一般原則に関する知識を問うものである。 Bの問題は管理会計の重要な論点を含んでおり、日本の原価計算の実践規範となっている原価計算基準に関する基本的な知識を問うものである。
租税法系列	一般的には、租税原則として公平、中立、簡素の原則が基本原則として挙げられているが、その内容について、問うものである。