

# 令和8年度 近畿大学 大学院商学研究科 博士前期課程

## 一般入学試験問題 【専門科目】 (2025. 9. 13 実施)

注意：①6科目中2科目選択。

(9問中2問を解答すること。ただし、2問とも同一科目での選択は認めない。)

②解答用紙には受験番号、氏名、科目名、選んだ問題番号を必ず記入すること。

③問題用紙にも受験番号、氏名を必ず記入し、解答用紙とともに提出すること。

| 科目名          | 問題番号 | 問 題                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 商学           | 1    | 観光客の意思決定プロセスにおいて、情報収集段階と選択段階におけるマーケティングの影響について論じなさい。SNSや口コミサイトなど、現代的な情報源の役割にも言及すること。必要に応じて、国内外の観光地や祭りの事例を交えてもかまわない。                                                                                                                                |
|              | 2    | ①サービス商品の特徴についてモノ商品と対比させながら説明しなさい。②サービス商品の特徴を踏まえた上で、サービス商品が提供されるフロントステージにおける「場（サービス空間）」の役割について、具体例を示しながら説明しなさい。                                                                                                                                     |
| 経営学          | 3    | ポーターとローラーの期待理論の内容と意義について説明せよ。                                                                                                                                                                                                                      |
|              | 4    | 近年、日本企業において注目されているROE重視の経営について、その意義と問題点を企業価値の向上ならびに株主価値の最大化の観点から論じなさい。                                                                                                                                                                             |
| 会計学          | 5    | キャッシュ・フロー計算書の意義に言及するとともに、会社法では同書類の作成が義務づけられていない理由について、取締役の株主に対する受託責任の観点から論述しなさい。                                                                                                                                                                   |
|              | 6    | 企業会計基準第9号「棚卸資産の評価に関する会計基準」に関する以下の問いに答えなさい。<br>問1 棚卸資産とはどのような性質の資産をいうものであるかを論じなさい。また、棚卸資産の具体的な科目を述べなさい。<br>問2 棚卸資産の評価方法である個別法と先入先出法について、それぞれどのような方法かを相違点を明らかにして説明しなさい。また、これらの評価方法の選択適用を通じて、何が算定されるのかを説明しなさい。<br>問3 通常の販売目的で保有する棚卸資産の評価基準について説明しなさい。 |
| ITビジネス       | 7    | ITビジネスにおけるパーソナライゼーション（personalization）の目的と具体例について記述し、その効果について解説せよ。                                                                                                                                                                                 |
| キャリア・マネジメント学 | 8    | 心理的安全性について述べなさい。                                                                                                                                                                                                                                   |
| スポーツマネジメント   | 9    | 「スポーツ基本計画」は、スポーツに関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための重要な指針とされている。2022年度から実施されている「第3期スポーツ基本計画」の新たな3つの視点と具体的な施策について述べなさい。                                                                                                                                         |

|       |      |  |    |  |
|-------|------|--|----|--|
| 商学研究科 | 受験番号 |  | 氏名 |  |
|-------|------|--|----|--|

## 【商学①】

### 1. 設問

観光客の意思決定プロセスにおいて、情報収集段階と選択段階におけるマーケティングの影響について論じなさい。SNS や口コミサイトなど、現代的な情報源の役割にも言及すること。必要に応じて、国内外の観光地や祭りの事例を交えてもかまわない。

### 2. 出題意図

消費者行動モデルを踏まえ、消費者の意思決定プロセスを段階的に分析するとともに、SNSや口コミサイトなど現代のデジタル環境における情報源が消費者行動に与える影響について理解しているかを確認する。また、分析した消費者行動を具体的なマーケティング施策と関連づけ、実際の消費者行動とのつながりを考察できているかを問う。

### 3. 解答例の要約

観光客の意思決定は、一般的に以下の段階を経る。すなわち、①認知（欲求認識）、②情報収集、③選択、④訪問、⑤評価である。マーケティングは特に②情報収集と③選択において大きな影響を与える。

②の情報収集段階では、観光客は公式サイト、SNS、口コミ、動画コンテンツなどデジタルによって情報収集する機会が増えた。観光関連企業やDMO・観光行政はSEO対策、インフルエンサーとの連携、画像・映像コンテンツの充実によって、コンタクトポイントを増やすことが求められる。

③の選択段階では、価格、交通アクセス、地域での体験価値、レビュー評価などが意思決定に影響する。マーケティングではターゲット層に合わせたパッケージ設計や、地域コンテンツの限定性や希少性の訴求によって選好を誘導する。

例として、札幌の「雪まつり」は、SNSでの拡散力と視覚的インパクトにより、情報収集段階で強く印象づけられ、選択段階での優位性を確保している。現代のデスティネーション・マーケティングは、消費者行動理論とデジタルの融合によって、意思決定の各段階に働きかける必要がある。

令和 8 年度 商学研究科博士前期課程 一般入試（9 月）  
英語科目・専門科目

<商学②>

- ① サービス商品の特征についてモノ商品と対比させながら説明しなさい。

（解答例）

サービスマーケティングの研究では、モノ商品と対比させたサービス商品の代表的な特徴に以下の4点があげられている。

まず、サービス商品の特征に無形性がある。サービス商品とは、「顧客に有益となる活動を主体とする商品」であると定義されているように、「活動」自体はその全体を触ったり、運んだり、所有したりすることができない物理的な形をもたない無形商品と理解されるためである。例えば、テーマパークでのレジャーサービスは、サービス提供者や設備や機械になどの稼働から、様々な活動がプロセスとして連なり一つの商品として成立しているため、その全体像に触れることも、そこでの経験を物理的に運ぶことも、一時的な利用に対して自分の所有権を主張することもできない。

次に、異質性という特徴がある。サービス商品は、モノ商品のように工場のラインで均質的に生産することができず、かつ、商品として市場に出される前に不良品を排除することが難しい。例えば、理美容サービスの場合、サービス担当者が新人なのかベテランなのかで同一店舗内においてもサービスの質が異なることがある。またサービス提供時の状況やサービス環境によっても質が異なりやすい。

3番目に同時性という特徴がある。これはサービスの生産と消費が同時であるという性質を示す。例えば、理美容サービスであれば、サービス提供者が髪を整えるというサービスの生産と、顧客が髪を整えてもらうというサービスの消費は、同一地点および同一時点で顧客とサービス提供者が接することで成立する。モノ商品であれば工場のように顧客と時間も空間も離れたところで生産されている。

最後に、消滅性という特徴をもつ。サービス商品は無形の活動であるため、その活動自体を保存することができない。すなわちオフピーク時（供給過多の時）に売れ残ってしまったサービス供給力を、別時点のピーク時（需要過多の時）に振り替えることができない。例えば、特定フライトに空席があったとしても、その空席分を別のピーク時のフライトに振り替えることはできず、売れ残った空席分は永遠に空席のままである。

このようにサービス商品には4つの代表的な性質をもつ。しかし技術の進歩によりこのような特徴をもたない商品も存在している。（顧客との共同生産やサービスのプロセス性についての記載でも構わない）

（出題意図）

サービスマーケティングを理解するための前提となるサービス商品の代表的な特徴（無形性、異質性、同時性、消滅性）について、具体例と合わせて説明できるかどうかを問うている。

- ② サービス商品の特征を踏まえた上で、サービス商品が提供されるフロントステージにおける「場（サービス空間）」の役割について、具体例を示しながら説明しなさい。

### （解答例）

サービス商品は無形ではあるものの、そのサービスが提供される場、すなわちサービス空間を構成する施設、施設内の備品、道具、家具、装飾、案内板、標識などの物理的要素もまたサービス商品の一部となっている。これら物理的モノ以外にも、サービス空間内の顧客や従業員の五感を刺激する音や匂い、色彩なども物理的要素に含まれる。このようなサービス空間内の物理的要素は、顧客および従業員の認知や感情、行動に影響を与える。

サービス商品は無形であるため、購入前にその質を判断することが難しい。さらに顧客は専門的サービスになると、その質の程度を理解することが難しい。このような場合、サービス空間の質を手がかりに、サービス商品の質を判断することがある。例えば、おいしそうな匂いがレストラン内から漂ってくると、顧客はこの店は美味しいに違いないと判断することができる。他にも、サービス提供者の獲得した資格や、公的機関から認証されたマークなどを掲示することでも顧客はサービスの質を判断することができる。

他にも、サービス空間からの刺激は、顧客に対して快か不快か、覚醒か非覚醒かの感情であったり、接近か回避かの行動をもたらしたりする。例えば、サービス空間内の備品や家具、商品が整然と並べられていたり、色調を統一させたりすると、顧客はサービス空間から安心感を得やすい。逆に、カラフルな色彩で、どこに何があるのかが分かりにくく、意外性のある場所に備品や装飾などがあると、顧客はワクワクとした興奮をもたらしやすい。サービス商品によっては、前者の場合退屈ととられたり、後者の場合は不安感や不快感をもたらしたりもする。または、身体的に耐えられない悪臭が漂えば、顧客はサービス空間に対して滞在時間を減らすなど回避の行動をとり、居心地の良さを感じれば滞在時間を延ばそうと接近の行動をもたす。

さらに、物理的要素のレイアウトも顧客の感情や行動に影響を与える。教室やカウンセリングルーム、カフェの椅子のレイアウトからも、顧客間でのコミュニケーションが生じやすいか、顧客とサービス提供者間で協力的な行動をとりやすいかが決まってくる。さらに物理的要素のレイアウトは、十分な導線が確保されているのか、顧客との間でパーソナルスペースが十分とられているかなど、サービス空間内で働く従業員の働きやすさにも影響を与える。

このようにサービス空間内の物理的要素は、顧客、サービス従業員双方の認知、感情、行動に影響を与えるため、物理的要素の内容、質、レイアウトなどは、サービス商品のコンセプトに従ってデザインする必要がある。

### （出題意図）

サービス空間は何によって構成され、顧客の認知や感情、行動にどのように影響するのかを論理的に説明できるかを問うている。

### 問題（経営学③）

ポーターとローラーの期待理論の内容と意義について説明せよ。

### 出題の意図

ミクロ組織論の代表的な理論であるポーターとローラーの期待理論の学術的意義をどの程度正確に理解しているかを問うものである。

### 解答例

ポーターとローラーの期待理論の意義は、従来の動機づけ内容理論が見落としていた「個人の認知プロセス」と「個人差」を組み込み、動機づけをより現実在即した形で動態的に説明した点にある。普遍的な動機づけ要因の特定に主眼を置く内容理論に対し、期待理論は、個々の従業員が抱く報酬への誘意性（主観的価値・魅力）に着目し、それを個人の業務遂行能力や心理的プロセスと結びつけることを意図している。

ポーターとローラーによれば、従業員の動機づけ（努力の投入量）の強さは、①「報酬の価値（誘意性）」、および、②「努力が報酬へと結びつく主観的な確率の認知（努力－報酬確率）」という要素の掛け合わせによって決定される。さらに、投入された同一の努力であっても、個人の有する「能力や資質」、および、自身の仕事をどう捉えているかという「役割認知」の相違によって、最終的な業績は変動すると指摘する。

ここで業績達成に伴い生じる報酬には、給与や昇進などの「外発的報酬」だけでなく、達成感や自己成長といった「内発的報酬」も含まれており、これらが「受け取るに値する公平なものだ」と認知されて初めて「満足」が形成される。本理論の最大の貢献は、満足を業績の「原因」ではなく「結果」として位置づけた点にあり、満足した従業員が高い業績を上げるのではなく、高い業績の達成とそれに基づく報酬の獲得を通じて初めて満足が生まれるという、因果関係の逆転を明確に示した点にある。

令和8年度 近畿大学 大学院商学研究科 博士前期課程  
一般入学試験問題（専門科目） （2025.9.13.実施）

出題意図

経営学4（近年、日本企業において注目されているROE重視の経営について、その意義と問題点を企業価値の向上ならびに株主価値の最大化の観点から論じなさい。）

【出題意図】ファイナンスの領域において企業の目的は株主価値の最大化と設定され、また、近年、日本企業においても株主重視の経営が唱えられ、その際、重要な指標としてROEが用いられる。しかしながら、それを短期的な視点で捉えられ、批判されることがある。それゆえ、企業価値を正しく理解することにより、企業価値ならびに株主価値の向上について正しく把握することを求めている。

※一義的な解答を示すことが難しいことから、解答例は非公表

【問題】 会計学 5

「キャッシュ・フロー計算書の意義に言及するとともに、会社法では同書類の作成が義務づけられていない理由について、取締役の株主に対する受託責任の観点から論述しなさい。」

【出題意図】

キャッシュ・フロー計算書の意義について、損益計算書・貸借対照表との違いを踏まえて理解しているかを問うとともに、会社法上、キャッシュ・フロー計算書の作成が義務づけられていない理由を、株主保護や取締役の受託責任との関係から説明できるかを確認する。また、会社法と金融商品取引法・会計基準との役割分担について理解し、企業の財務情報開示におけるキャッシュ・フロー計算書の位置づけを多面的に考察できているかを問う。

【解答例】

キャッシュ・フロー計算書は、企業の資金の流れを明示する点で重要な意義を有する。損益計算書や貸借対照表が発生主義に基づき作成されるのに対し、キャッシュ・フロー計算書は現金収支に着目し、営業活動・投資活動・財務活動の三区間で資金の増減を示す。これにより、企業の収益力が実際に資金創出力を伴っているか、また将来の投資や債務返済に耐え得るかを把握できる。特に利益が計上されていても資金繰りに窮する企業は存在し、キャッシュ・フロー情報は投資家や債権者にとって不可欠な判断材料となる。

もっとも、会社法は計算書類として貸借対照表・損益計算書・附属明細書等の作成を義務づける一方、キャッシュ・フロー計算書の作成を要求していない。その背景には、取締役の株主に対する受託責任の性質がある。すなわち、貸借対照表と損益計算書は、企業が貨幣資本を維持していることを株主に対して証明する機能を担っている。株主にとっては、投下した資本が毀損されず、剰余金として分配可能かどうか が最も重要であり、この点は両計算書によって確認できる。他方、キャッシュ・フロー計算書は資金の流れを示すにとどまり、貨幣資本が維持されたことを直接証明する機能を持たない。したがって、株主の権利保護という会社法上の目的からすれば、必ずしも不可欠な書類とは位置づけられていないのである。

さらに、会社法は制度趣旨として簡明性を重視し、すべての会社に高度な開示を強制するのではなく、資本市場を通じた投資者保護の枠組みを金融商品取引法に委ねている。上場会社等は会計基準に従いキャッシュ・フロー計算書を作成・開示しており、株主や投資家はそこで必要な情報を得ることができる。したがって、会社法においては取締役の受託責任を果たすために最低限必要な財務情報の開示にとどめ、資金収支情報は会計基準や証券規制に委ねるという役割分担が採られているのである。

令和 8 年度 近畿大学 大学院商学研究科 博士前期課程

一般入学試験問題および解答例・出題意図

【専門科目・会計学・6】(2025.9.13 実施)

1. 問題文

企業会計基準第 9 号「棚卸資産の評価に関する会計基準」に関する以下の問いに答えなさい。

問 1 棚卸資産とはどのような性質の資産をいうものであるかを論じなさい。また、棚卸資産の具体的な科目を述べなさい。

問 2 棚卸資産の評価方法である個別法と先入先出法について、それぞれどのような方法かを相違点を明らかにして説明しなさい。また、これらの評価方法の選択適用を通じて、何が算定されるのかを説明しなさい。

問 3 通常の販売目的で保有する棚卸資産の評価基準について説明しなさい。

2. 解答例・出題意図（評価の視点）

問 1 解答例

棚卸資産とは、企業がその営業目的を達成するために所有し、かつ、売却（トレーディング目的を含む）を予定する資産のほか、売却を予定しない資産であっても、販売活動及び一般管理活動において短期間に消費される事務用消耗品等も含まれる。具体的科目には、商品、製品、半製品、原材料、仕掛品がある。

問 1 出題意図

本問は、棚卸資産の販売用資産としての性質や具体的科目の理解を問うている。

問 2 解答例

個別法とは、取得原価の異なる棚卸資産を区別して記録し、その個々の実際原価によって期末棚卸資産の価額を算定する方法をいう。個別法は、個別性が強い棚卸資産の評価に適した方法とされる。一方、先入先出法とは、最も古く取得されたものから順次払出しが行われ、期末棚卸資産は最も新しく取得されたものからなるとみなして期末棚卸資産の価額を算定する方法をいう。また、これらの評価方法の選択適用を通じて、売上原価等の払出原価と期末棚卸資産の価額が算定される。

問 2 出題意図

本問は、棚卸資産の評価方法の考え方と、これらの評価方法の適用によりの理解を問うている。

### 問3 解答例

通常の販売目的で保有する棚卸資産は、取得原価をもって貸借対照表価額とするが、期末における正味売却価額が取得原価よりも下落している場合には、当該正味売却価額をもって貸借対照表価額とする。この場合において、取得原価と当該正味売却価額との差額は当期の費用として処理する。なお、売却市場において市場価格が観察できないときには、合理的に算定された価額を売価とする。また、営業循環過程から外れた滞留又は処分見込等の棚卸資産で、合理的な算定価額の評価が困難な場合、帳簿価額を処分見込価額まで切り下げる方法や、一定の回転期間を超える場合に定期的に帳簿価額を切り下げる方法などを適用して、収益性の低下の事実を適切に反映していく。

### 問3 出題意図

問3は、正味売却価額が取得原価よりも下落している場合の棚卸資産の評価基準その他の理解を問うている。

以上

令和 8 年度 近畿大学 大学院商学研究科 博士前期課程  
一般入学試験問題 【専門科目】

**問題番号 7 IT ビジネス**

**設問** IT ビジネスにおけるパーソナライゼーション（personalization）の目的と具体例について記述し、その効果について解説せよ。

**出題意図**

以下の点を総合的に問うている。1 つ目は、IT ビジネスにおいては、近年、個人に対する個別的なマーケティング活動が重要となっているが、そのような現象に対して関心を持ち、一定の知識を有しているかどうか。2 つ目は、それらの現象を具体的にマーケティングなどの観点から捉え、具体例や効果を説明できるかどうか。3 つ目は、それらの説明を自らの観点に基づき整理し、考察できるかどうか。

「キャリア・マネジメント学」専門科目（2025 年 9 月 13 日実施）

設問：心理的安全性について述べなさい。

解答基準（公表可）：

心理的安全性の概念を理解したうえで、失敗やミスを率直に報告・共有できる組織の重要性について説明できるかを問う。また、失敗を責めるのではなく、そこから学習し組織の改善につなげることの意義を理解するとともに、リーダーが心理的に安全な組織風土の形成に果たす役割について考察できているかを確認する。

模範解答（著作権の関係から非公表とします。）

令和8年度 近畿大学 大学院商学研究科 博士前期課程  
一般入学試験問題 【専門科目】 (2025.9.13 実施)  
解答例・出題意図

科目名：スポーツマネジメント

問題番号：9

「スポーツ基本計画」は、スポーツに関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための重要な指針とされている。2022年度から実施されている「第3期スポーツ基本計画」の新たな3つの視点と具体的な施策について述べなさい。

スポーツ基本計画は文部科学大臣が定める、今後のスポーツ施策のあり方を示す重要な指針である。中長期的なスポーツ推進の指針が5年おきに示されている。「第3期スポーツ基本計画」では、国民がスポーツを「する」、「みる」、「ささえる」ことを真に実現する社会を目指すため、①スポーツを「つくる／はぐくむ」という視点（スポーツ指導者の養成；DXの導入等の施策）、②人・組織が「あつまり」、スポーツを「ともに」行い、「つながり」を感じる視点（スポーツ団体のガバナンス強化、スポーツを通じた国際交流等の施策）、そして、③すべての人がスポーツに「誰もがアクセス」できる視点（スポーツの「場づくり」、スポーツ医科学のサポート等の施策）を掲げている。

出題意図：第3期スポーツ基本計画を正しく理解し、具体的な施策を含めて、新たな3つの視点を的確に論じられるかどうか。