

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

研究科・専攻 【 経営学研究科 経営学専攻 修士課程 】
試験科目 【 専門選択試験 経営学 】

【出題意図】

経営学に関する基本的な用語の理解度、及び、企業経営への関心の深さを問う。

【解答上の注意】 問題Ⅰ および問題Ⅱ の両方に解答しなさい。

問題Ⅰ 資本コストとは何か、また、なぜ日本の企業でこれが意識されるようになったか、その経緯を含めて述べなさい。

経営学分野の中でも資金調達に関する知識と関心の幅広さを評価のポイントとする。具体的には資本コストが他人資本コストと自己資本コストから構成されるのを理解していることを前提に、背景に近年株主の声が強まり日本企業におけるコーポレートガバナンスが変質してきていることをどこまでの確に説明できているかによって採点を行う。

【解答上の注意】 問題Ⅰ および問題Ⅱ の両方に解答しなさい。

問題Ⅱ 19 世紀末以降のアメリカ・ビッグビジネスの形成プロセスを、「垂直的統合」ならびに「水平的結合」という概念を用いて説明しなさい。

経営学が登場する大きな契機となったアメリカ巨大企業が、どのようなプロセスを経て形成されてきたのか、重要な 2 つの概念を踏まえてその脈絡を論理的・具体的に把握できているか、これを評価ポイントとする。例えば単なる用語の理解にとどまらず、特定のケースを採り上げたうえで長期的な推移を説明できているか、等を基準として採点を行う。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

研究科・専攻
【 経営学研究科 経営学専攻 修士課程 】
試験科目
【 専門選択試験 マーケティング 】

【出題意図】

問Ⅰは、マーケティングの基礎であるセグメンテーションの理解の確認、また、AI やビッグデータの普及によるその変化、消費者や社会への影響に関する見解を論述する力を測ることを目的としている。

問Ⅱは、日本マーケティング協会の定義が 1990 年から 34 年ぶりに変更されたことに伴い、それぞれの定義が制定された時代の社会背景を考察し、その変更に伴い、戦略策定や実行において何が変わっていくと考えられるかを論述することで、当該分野の知識量と課題解決力・発想力を測ることを目的としている。

【解答上の注意事項】問Ⅰ・問Ⅱの両方に解答すること

問Ⅰ. 以下の問いに答えなさい。

(1) 顧客セグメンテーションの目的と、その基本的アプローチ（基準や方法など）について説明しなさい。

(2) AI やビッグデータの活用により、顧客セグメンテーションのアプローチはどのように変化しているか。

(3) これらの変化が消費者や社会に与える社会的・倫理的影響について、あなたの意見を述べなさい。また、その影響を踏まえた企業の責任や対応についても論じなさい。

【解答例】

(1) 顧客セグメンテーションとは、市場を複数の異質な顧客グループに分け、それぞれに適したマーケティング戦略を展開するためのプロセスである。企業にとって、すべての顧客に一律な製品やサービスを提供するのではなく、顧客のニーズ、価値観、購買行動に応じた戦略を立案することで、顧客満足度を高め、収益性を向上させることが目的である。基本的なセグメンテーションのアプローチには、4 つの代表的な変数がある。それらは、地理的変数（地域、気候、都市規模など）、デモグラフィック変数（年齢、性別、所得、職業など）、心理的変数（ライフスタイル、価値観、性格など）、行動変数（購買頻度、使用状況、ブランドロイヤルティなど）である。これらの変数を組み合わせて市場を細分化することで、企業は効果的なターゲティング戦略とポジショニング戦略を構築し、競合との差別化を図ることができる。したがって、セグメンテーションはマーケティング戦略の出発点であり、戦略的意思決定において極めて重要な役割を果たしている。

(2) 近年、AI やビッグデータの活用により、顧客セグメンテーションは変化を遂げている。従来のセグメンテーションは、地理的変数やグラフィック変数、心理的変数などのデータを取得し、分析がされてきたのに対し、現在では、オンライン行動履歴、SNS 投稿、購買履歴、位置情報など、多様で大量のデータをリアルタイムで取得・解析することが可能となっている。AI はこれらのビッグデータを処理し、従来では把握できなかった潜在的なパターンや顧客のニーズをアルゴリズムによって抽出するようになっている。このように、AI とビッグデータの導入は、顧客セグメンテーションをよりリアルタイムの行動変数から捉えることを可能にしている。

(3) AI とビッグデータを活用した顧客セグメンテーションは、企業にとってマーケティングの速度や効率性を高める一方で、消費者のプライバシーやデータ管理の在り方をめぐる社会的・倫理的問題を引き起こしている。特に懸念されるのは、消費者が十分に認識しないまま個人情報が利用されている点である。多くの消費者は、自身の閲覧履歴や位置情報、購買履歴といったデータが収集・分析され、マーケティングに活用されていることを十分に理解していない。このような状況下で AI が個人の嗜好や行動を予測し、ターゲティング広告などを提示することは、消費者に過度な監視や行動を操作されていると感じさせる可能性がある。また、個人情報の管理体制が不十分な場合、情報漏えいなどのリスクの危険性も高まる。こうした問題を踏まえると、企業には個人情報の利用と管理について

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

より説明責任が求められる。企業はデータの収集と目的について、消費者に分かりやすく説明することが不可欠である。加えて、プライバシー保護を前提としたシステム設計を行うとともに、個人情報の厳格な管理体制を構築・運用することが企業に対する社会的信頼を維持する上で重要となる。

問Ⅱ. 以下の問いに答えなさい。

1990 年に日本マーケティング協会が制定したマーケティングの定義によれば「マーケティングとは、企業および他の組織¹⁾がグローバルな視野²⁾に立ち、顧客³⁾との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動⁴⁾である。

1) 教育・医療・行政などの機関、団体などを含む。

2) 国内外の社会、文化、自然環境の重視。

3) 一般消費者、取引先、関係する機関・個人、および地域住民を含む。

4) 組織の内外に向けて統合・調整されたリサーチ・製品・価格・プロモーション・流通、および顧客・環境関係などに係わる諸活動をいう」とされた。

一方、2024 年に同協会が 25 年ぶりに改訂した定義では「（マーケティングとは）顧客や社会と共に価値を創造し、その価値を広く浸透させることによって、ステークホルダーとの関係性を醸成し、より豊かで持続可能な社会を実現するための構想でありプロセスである。

注 1) 主体は企業のみならず、個人や非営利組織等がなり得る。

注 2) 関係性の醸成には、新たな価値創造のプロセスも含まれている。

注 3) 構想にはイニシアティブがイメージされており、戦略・仕組み・活動を含んでいる。」となった。」

（出典:日本マーケティング協会(2024)「34 年振りにマーケティングの定義を刷新」JMA ウェブサイト, <https://www.jma-jp.org/info/news/916-marketing>）

このように、マーケティング活動は、それぞれの時代背景に影響されながら、その内容を変化させてきた。そこで 1990 年と 2024 年の定義を比較し、改訂された理由と新たに生まれつつある戦略や活動について、あなたの考えを述べて下さい。

a)まず 1990 年と 2024 年の定義を整理してみると下記の表となろう。（※採点ポイント 1：まずは整理し比較してみる）

比較項目	1990 年定義	2024 年定義
テーマ	グローバル市場の開拓	社会との共創と持続可能な関係性
目的	公正な競争を通じた市場の創造	より豊かで持続可能な社会の実現
対象	顧客・取引先・地域住民	顧客・社会・全ステークホルダー
手段	統合された 4P（製品・価格・流通・販促）	構想（イニシアティブ:戦略、仕組み、活動を含む）・プロセス
主体	企業および組織	企業・個人・非営利組織など

b)改正された理由について考えると、（※採点ポイント 2：マーケティングの知識や社会的の動きに関する知識量および論理展開力が重要。）

1 つ目には、経済・社会環境の違いが挙げられよう。1990 年まではグローバル市場を目指して日本企業が破竹の勢いで市場開拓をしていった時代にあった。そこでは日米構造協議や GATT などによる関税に引き下げや貿易障壁を取り除くことが目的とされており、公正であることが最も重要であった。2024 年には温暖化や貧困や飢餓、戦争などの世界的に取り組むべき最重要課題が出てきており、持続可能性に繋がっていることがテーマとなった。

2 つ目に、情報の非対称性の大きな変化である。1990 年までは企業が膨大な情報を有しており、市場（消費者）はコントロールできる対象であった。しかし今日は、企業活動の透明性が求められ、劣悪な労働環境や社内での不正な問題が簡単にリークされる情報環境となった。市場創造する技術は企業にあったとしても、何が社会で問題やニーズとなっているのかは生活者が有していることも多い。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

3 つ目に、環境問題などが叫ばれるなかでマーケティングは、市場問題の解決から地球環境の維持にどのようにコミットできるかが課題となってきた。例えば、これまでの製品陳腐化戦略などは再検討が迫られている。マーケティングの課題は担当者レベルでの意思決定から、企業のトップ・マネジメントの課題に直結してきたと言えよう。

c) 新たな戦略や活動について考えると、（※採点ポイント 3：定義から類推される今後の展開を構想する力や幾つかのケースの知識が重要。）

1 つ目に、持続可能性の観点から考えると、これまでは調達→生産→流通→販売とリニアなビジネスモデルが企業の守備範囲であったが、今後は調達→生産→流通→販売→消費→廃棄→回収→リサイクル→調達といった循環型のビジネスモデルを前提にした仕組みに、どう対応していくかが重要となる。

2 つ目に、情報の非対称性は、必ずしも生産者＞消費者だけではなく、生産者＜生活者のネットワークとなることもしばしば起きている。企業は正しく情報開示をしながらも、生活課題を抱える生活者や NPO・NGO などと関係性を維持し続けながら、オープン・イノベーションを仕掛けていくことも考えられよう。

3 つ目に、マーケティング戦略自体は現場レベルで閉じているのではなく、トップ・マネジメントの ESG 経営やサステナビリティ戦略と常に連動していくことが求められてくるであろう。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

研究科・専攻 【 経営学研究科 経営学専攻 修士課程 】
試験科目 【 専門選択試験 経営科学 】

【出題意図】

経営科学分野における研究を行う上で必要となる基本的知識の理解度を問う。

【解答上の注意】 問題Ⅰ,Ⅱ,Ⅲ すべてに解答しなさい。

問題Ⅰ 実験計画における「フィッシャーの3原則」について説明しなさい。また、「フィッシャーの3原則」は、どのような（経営学の）知見を議論する際に重要であるか、具体例をあげて説明しなさい。

【解答例】

問題文を前半と後半に分けてそれぞれの解答例を示す。前半部分は「フィッシャーの3原則」についての知識を確認する問題である。後半では、上記の説明に加えて、どのような知見を議論する際に重要かについて、具体例による説明を求めている。

解答例（前半）：実験計画における「フィッシャーの3原則」とは、「無作為化」、「繰り返し」、「局所管理」であり、評価したい処理(要因)の効果について、適切に評価するために必要なデータ収集の考え方について述べたものである。「無作為化」とは、処理をランダムに割り付けることであり、「繰り返し」は、試行を複数回行うことである。「局所管理」とは、実験条件がなるべく均等になるように管理されたブロックに実験を分けることである。

解答例（後半）：経営意思決定を行う際に経験や勘に頼るのではなく、客観的なデータに基づいて行う「データドリブン経営」に関連する事例や知見を議論する際に、フィッシャーの3原則のような統計的な考え方が重要である。廃棄ロスや混雑緩和の課題解決を目指したAIによるダイナミックプライシングや、標的顧客に対するおススメ商品の提示ルールなどを例にした仮説検証のための実験計画などが具体例として挙げられる。

【出題意図】 経営活動における様々な効果を評価するためのデータ収集を行うにあたり、適切な実験の方法に関する基本的知識を確認する。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

【解答上の注意】 問題 I, II, III すべてに解答しなさい。

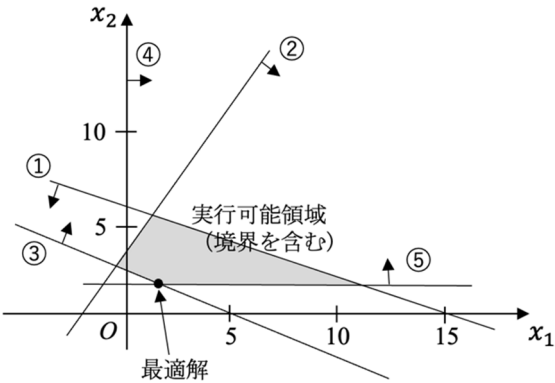
問題 II 線形計画法に関する以下の問いに答えなさい。

問 1 次の線形計画問題を解いて、最適解と最適値を求めなさい (答えを導くまでの計算及び説明を簡潔にまとめて記述すること)。

$$\begin{array}{ll} \min & w = x_1 + 3x_2 \\ \text{s. t.} & \begin{cases} 2x_1 + 5x_2 \leq 30 & \textcircled{1} \\ 2x_1 - x_2 \geq -4 & \textcircled{2} \\ x_1 + 2x_2 \geq 5 & \textcircled{3} \\ x_1 \geq 0, x_2 \geq 2 & \textcircled{4} \quad \textcircled{5} \end{cases} \end{array}$$

【解答例】

与えられた線形計画問題の実行可能領域は右図のようになる。目的関数を $x_2 = -\frac{1}{3}x_1 + \frac{1}{3}w$ と変形することでその傾きが $-\frac{1}{3}$ であるのが分かり、最適解は右図で示した点で与えられる。よって、最適解は連立方程式 $\begin{cases} x_1 + 2x_2 = 5 \\ x_2 = 2 \end{cases}$ を解いて $x_1^* = 1, x_2^* = 2$ となる。最適値は $w^* = 1 + 3 \cdot 2 = 7$ となる。



【出題意図】

線形計画問題を理解し、決定変数の数が 2 つの場合にそれを解くことができるか確認する。

問 2 原料となる 4 種類の肥料 (肥料 A, B, C, D) を混合して、窒素, リン酸, カリをそれぞれ重量の 8 % 以上, 10 % 以上, 7 % 以上含む肥料 (肥料 X) を 1000 kg 製造したい。原料となる肥料が含む窒素, リン酸, カリの重量に対する割合と 1 kg あたりの価格は右の表の通りである。肥料 A, B, C はそれぞれ 400 kg まで使用でき, 肥料 D は無制限に使用できる。以上の条件の下, 製品となる肥料 X の原料費が最も安くなる肥料 A, B, C, D の使用量 (混合する量) を求める線形計画問題を, 肥料 A, B, C, D の使用量 (単位は kg) を x_A, x_B, x_C, x_D として定式化しなさい。

原料となる肥料の成分含有率と価格

肥料の種類	窒素 (%)	リン酸 (%)	カリ (%)	価格 (円/kg)
A	17	20	16	160
B	4	10	5	70
C	12	6	4	90
D	0	0	0	15

【解答例】

$$\begin{array}{ll} \min & w = 160x_A + 70x_B + 90x_C + 15x_D \\ \text{s. t.} & \begin{cases} 0.17x_A + 0.04x_B + 0.12x_C \geq 80 \\ 0.2x_A + 0.1x_B + 0.06x_C \geq 100 \\ 0.16x_A + 0.05x_B + 0.04x_C \geq 70 \\ x_A + x_B + x_C + x_D \geq 1000 \\ x_A \leq 400, x_B \leq 400, x_C \leq 400 \\ x_A \geq 0, x_B \geq 0, x_C \geq 0, x_D \geq 0 \end{cases} \end{array}$$

【出題意図】

線形計画問題を理解し、その定式化ができるか確認する。

問 3 問 2 の線形計画問題における肥料 X の窒素含有量の割合 (%) に関する感度分析の結果, 潜在価格が 4375, 含有量の許容範囲内減少が 0.4, 含有量の許容範囲内増加が 2.8 となった。これら数値が意味していることを問題に即して説明しなさい

【解答例】

肥料 X の窒素含有量の割合 (下限) を 1% 増加させると原料費は 4375 円増加する。この関係が成立するのは窒素含有量の割合 (下限) が $8 - 0.4 = 7.6\%$ から $8 + 2.8 = 10.8\%$ の間となる。

【出題意図】

線形計画問題の感度分析を理解しているか確認する。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

【解答上の注意】 問題 1, 11, 111 すべてに解答しなさい。

問題111 以下の問いに答えなさい。

問 1 在庫管理に関する問いである。

(1) 在庫管理における発注点方式 (定量発注方式) について、次の言葉を用いて説明しなさい。

【使用する言葉】 発注量, 発注点, リードタイム (調達期間), 品切れの危険率, 安全在庫

【解答例】

発注点方式とは、在庫が発注点と呼ばれる予め決められた在庫量まで減少したら、経済的発注量 (EOQ) に相当する発注量で発注を行う在庫管理方法である。発注点はリードタイム中に品切れとなる確率が予め決められた品切れの危険率以下となるよう、リードタイム中の平均需要に安全在庫を加えて設定される。

【出題意図】

基本的な在庫管理方法の一つである発注点方式について理解しているかを確認する。

(2) ある商品では、発注費が 1 回あたり 24,000 円、在庫費用が 1 日当たり 1 個 10 円、需要の平均が 1 日当たり 300 個、リードタイムが 2 日、リードタイム中の需要の平均が 600 個、標準偏差が 50 個であった。発注点方式における発注量 Q と発注点を決めるための在庫水準 q を求めなさい (計算の途中経過も書くこと)。ただし、需要は正規分布に従っていると仮定し、品切れの危険率を 0.05 に設定すること。また、必要に応じて次の数値を使うこと。

・ $z(0.20) = 1.28, z(0.10) = 1.64, z(0.05) = 1.96, z(0.025) = 2.24, z(0.01) = 2.58$ 。ただし、 $z(\alpha)$ は標準正規分布の両側 $100\alpha\%$ 点である。

【解答例】

$$Q = \sqrt{\frac{2 \cdot 300 \cdot 24000}{10}} = 1200 \text{ 個}$$

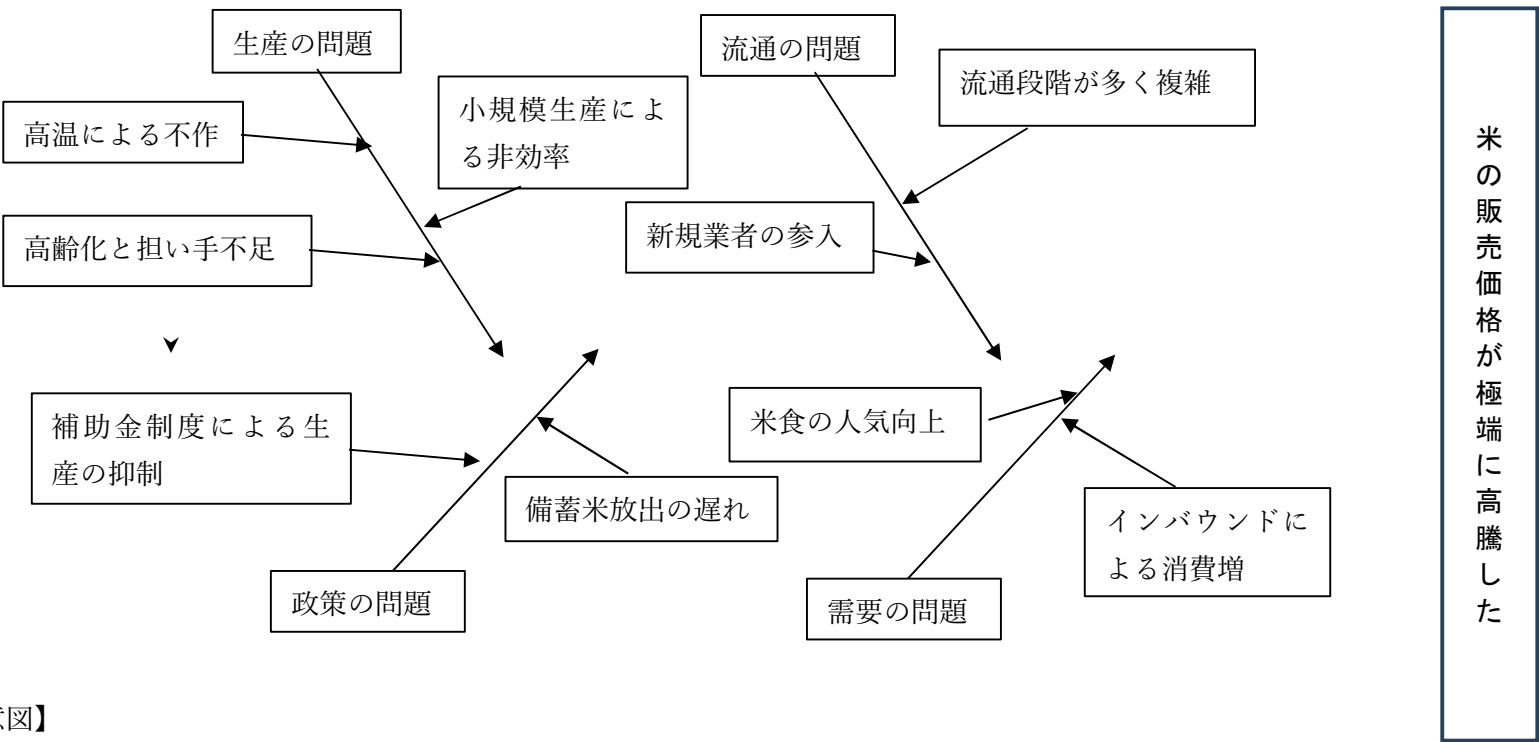
$$q = 600 + 1.64 \cdot 50 = 682 \text{ 個}$$

【出題意図】

基本的な在庫管理方法の一つである発注点方式について理解し、EOQ と発注点を求めることができるかを確認する。

問 2 QC7 つ道具の一つである特性要因図を、「米の販売価格が極端に高騰した」を特性 (結果) として下に図示しなさい。要因 (原因) の大分類や小項目は自分の考えに従って設定しなさい。

【解答例】



【出題意図】

QC7 つ道具の一つである特性要因図について理解しており、実際にそれを作成できるかどうか確認する。この問題は多様な解答が想定されるため、特性要因図の形式を満たしており、その内容に一定の合理性がある場合は正解とする。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

研究科・専攻
【 経営学研究科 経営学専攻 修士課程】
試験科目
【 専門選択試験 会計学（簿記・会計学） 】

【出題意図】

基本的な会計処理（仕訳、総勘定元帳への転記、財務諸表の作成など）の能力を評価する。
財務会計の理論に関する知識の理解度を評価する。

【解答上の注意】問題Ⅰ、問題Ⅱの両方とも解答すること。

問題Ⅰ 次の〔資料 1〕、〔資料 2〕にもとづいて、【解答欄】の損益計算書を完成しなさい。なお、会計期間は、20×4 年 4 月 1 日から 20×5 年 3 月 31 日までの 1 年間である。

〔資料 1〕 決算整理前残高試算表

決算整理前残高試算表				(単位:円)
現金	預金	2,495,300	支払手形	504,000
受取手形		2,000,000	買掛金	1,800,000
売掛金		1,650,000	短期借入金	1,700,000
売買目的有価証券		840,000	仮受金	250,000
繰越商品		390,000	貸倒引当金	65,000
仮払金		500,000	建物減価償却累計額	1,600,000
建物		5,000,000	備品減価償却累計額	1,364,400
備品		2,800,000	資本金	4,500,000
建設仮勘定		2,000,000	資本準備金	1,870,000
のれん		252,000	利益準備金	1,629,500
満期保有目的債券		780,000	繰越利益剰余金	2,166,500
長期貸付金		2,300,000	売上	18,470,800
仕入		12,851,800	受取利息	69,000
給料		1,400,000	有価証券利息	16,000
広告宣伝費		568,000		
支払利息		8,500		
保険料		169,600		
		36,005,200		36,005,200

〔資料 2〕 決算整理事項等

1. 得意先より売掛金 ¥250,000（Y 社に対するものではない）が当座預金口座に振り込まれていたが、当社では未記帳となっていた。
2. 20×1 年 4 月 1 日に ¥500,000 で取得した備品を、20×4 年 6 月 30 日に売却していたが未処理であった。売却代金 ¥250,000 は、仮受金として処理していた。なお、当該備品は、耐用年数 10 年とする 200%定率法を適用しており、売却年度の減価償却費は月割計算にて算定する。
3. 建設仮勘定 ¥2,000,000 は建物の建築工事（工事代金総額 ¥2,500,000）にかかわるもので、工事はすでに完了し 20×4 年 10 月 1 日に引渡しを受け使用を開始していたが未処理であった。なお、工事代金の残金 ¥500,000 は引渡しの際に支払っており、仮払金として処理していた。
4. 売上債権（Y 社に対する売掛金を除く）および長期貸付金の期末残高に対し 2%の貸倒引当金を差額補充法により設定する。
ただし、Y 社に対する売掛金 ¥350,000 は、貸倒れの危険性が高いため個別に期末残高の 30%を貸倒引当金として設定する。なお、残高試算表の貸倒引当金のうち ¥53,500 は売上債権に対するものであり、¥11,500 は長期貸付金に対するものである。
5. 期末商品棚卸高は、次のとおりである。なお、棚卸減耗損および商品評価損は売上原価の内訳科目とすること。
帳簿棚卸高： 数量 2,000 個 原価@ ¥210 実地棚卸高： 数量 1,950 個 正味売却価額@ ¥195
6. 保有している有価証券の内訳は、次のとおりである。

銘柄	所有目的	帳簿価額	時価
A 社株式	短期売買	¥ 840,000	¥ 891,200
B 社社債※	満期保有	¥ 780,000	¥ 850,000

※ B 社社債（額面総額 ¥800,000、利率年 2%、期間 5 年、利払日は 3 月末と 9 月末の年 2 回）は 20×4 年 4 月 1 月に発行と同時に額面 ¥100

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

につき ¥97.5 の価額で取得したものである。額面金額と取得価額との差額は金利の調整と認められるため、償却原価法（定額法）により評価する。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

[資料 2] 決算整理事項等続き

7. 固定資産の減価償却を次のとおり行う。
- 建 物：定額法、耐用年数 25 年、残存価額ゼロ
- ※期中に取得した建物についても、定額法、耐用年数 25 年、残存価額ゼロとして、月割計算にて減価償却を算定すること。
- 備 品：200%定率法、耐用年数 10 年
8. 保険料は毎年同額を 8 月 1 日に向こう 1 年分として支払っているものであり、前払分の再振替処理は期首に行っている。保険期間の未経過分について必要な処理を行う。
9. のれんは 20×0 年 4 月 1 日に合併の際に生じたものであり、発生年度から 10 年間にわたり定額法により每期均等額を償却している。
10. 法人税、住民税及び事業税 ¥723,000 を計上する。

【解答欄】

損 益 計 算 書		
自20×4年4月1日 至20×5年3月31日		
(単位:円)		
I 売 上 高		18,470,800
II 売 上 原 価		
1 期 首 商 品 棚 卸 高	390,000	
2 当 期 商 品 仕 入 高	12,851,800	
合 計	13,241,800	
3 期 末 商 品 棚 卸 高	420,000	
差 引	12,821,800	
4 棚 卸 減 耗 損	10,500	
5 商 品 評 価 損	29,250	12,861,550
売 上 総 利 益		5,609,250
III 販売費及び一般管理費		
1 給 料	1,400,000	
広 告 宣 伝 費	568,000	
2 保 険 料	127,200	
3 貸 倒 引 当 金 繰 入	112,500	
4 減 価 償 却 費	498,720	
5 の れ ん 償 却	42,000	2,748,420
営 業 利 益		2,860,830
IV 営 業 外 収 益		
1 受 取 利 息	69,000	
2 有 価 証 券 評 価 益	51,200	
3 有 価 証 券 利 息	20,000	140,200
V 営 業 外 費 用		
1 支 払 利 息	8,500	
2 貸 倒 引 当 金 繰 入	34,500	43,000
経 常 利 益		2,958,030
VI 特 別 利 益		
1 固 定 資 産 売 却 益	6,800	6,800
税 引 前 当 期 純 利 益		2,964,830
法人税、住民税及び事業税		723,000
当 期 純 利 益		2,241,830

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

問題Ⅰと問題Ⅱの両方とも解答すること。

問題Ⅱ 以下の各設問に解答しなさい。

(1) 企業結合の会計処理におけるパーチェス法の概要、取得原価の算出方法、資本連結の処理方法について説明しなさい。

【解答のポイント】

パーチェス法については、取得企業が決定されること、被買収企業の資産および負債を時価（公正価値）評価すること、買収の対価（取得原価）と時価評価後の純資産の差額をのれんとして計上することが述べられていること。

取得原価の算出方法については、取得の対価となる財（現金・株式）の企業結合日における時価（公正価値）であることが述べられていること。

資本連結については、被買収企業の純資産の額（評価差額を含む）と取得原価を相殺し、差額がある場合はのれんとして処理すること、被買収企業の純資産の額のうち、被支配株主に帰属する分を被支配株主持ち分とすることが述べられていること。

(2) のれんは無形固定資産に分類されるが、のれんが資産である理由を、のれんの算出方法および資産の定義をふまえて説明しなさい。また、のれんの構成要素を例示しなさい。

【解答のポイント】

のれんが取得原価と被買収企業の時価評価後の純資産の差額であること、資産の定義として将来の収益獲得能力を保持していることの説明ができていること、被買収企業の時価評価後の純資産の額を超える収益獲得能力を取得企業が評価した結果、のれんとして顕在化したものであるということを説明できていること。

のれんの構成要素としては、ブランド、技術、ノウハウ、優秀な人材、優良な顧客関係、確立されたサプライチェーンなど。複数あげること。

(3) (2) の説明をふまえて、のれんの減損について説明しなさい。

【解答のポイント】

のれんは収益獲得能力が評価されたものであるため、何らかの理由（買収時の過大な評価、環境の変化など）により収益獲得能力が減衰した場合には減損の処理が必要になる、ということを述べていること。

処理方法については、減損の兆候の把握、減損損失を認識する必要性の判定方法（帳簿価額と割引前キャッシュフローの比較）、減損損失の算定（回収可能額の計算方法）について適切に述べていること。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

研究科・専攻 【 経営学研究科 経営学専攻 修士課程】
試験科目 【 専門選択試験 経済学 】

【出題意図】

- 問題Ⅰ 寡占市場に関する基礎的な分析能力を問う。
- 問題Ⅱ 取引費用論に関する理解について、理論と現実の両面から問う。

問題Ⅰと問題Ⅱの両方に解答しなさい。

問題Ⅰ n 社の企業が同じ財を生産し、同じ市場で販売している。この財の市場需要関数が

$$X = 100 - p \text{ (} X \text{は市場需要量、} p \text{は財の価格)}$$

で示されているとする。すべての企業の総費用関数は同一で、

$$c_i(x_i) = 40x_i + 100 \text{ (} i = 1, \dots, n \text{) (} c_i \text{は企業} i \text{の総費用、} x_i \text{は企業} i \text{の生産量)}$$

で示されているとする。

- (1) 企業数が2社のときのクールノー・ナッシュ均衡と社会的余剰（総余剰）を求めなさい。
- (2) 企業数が3社のときのクールノー・ナッシュ均衡と社会的余剰（総余剰）を求めなさい。
- (3) 企業数が n 社のときのクールノー・ナッシュ均衡と社会的余剰（総余剰）を求めなさい。
- (4) クールノー・ナッシュ均衡において各企業が0以上の利潤を得るのは、企業数何社以下のときか。

【問題Ⅰ 解答例】

- (1) クールノー・ナッシュ均衡は(20,20)、社会的余剰は1600
- (2) クールノー・ナッシュ均衡は(15,15,15)、社会的余剰は1687.5
- (3) クールノー・ナッシュ均衡は $(\frac{60}{n+1}, \frac{60}{n+1}, \dots, \frac{60}{n+1})$ 、社会的余剰は $1800 - \frac{1}{2}(\frac{60}{n+1})^2$
- (4) 5社以下のとき

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

問題Ⅱ コースの取引費用論における「取引費用」の概念を説明し、市場取引よりも企業内での取引が選択されるのはどのような場合か、簡単な具体例を示しながら説明せよ。また、そうして形成された企業の境界は、どのようなときに変化するかについても述べよ。

【問題Ⅱ 解答例】

取引費用の定義と種類（市場で財・サービスを調達する際にかかる情報収集、契約交渉、監視・契約履行にかかる費用）が説明できているかどうか。企業内での取引費用が市場における取引費用よりも小さいときに、企業内取引が選択されることを、具体例とともに説明できているかどうかを確認した。取引費用の大小に影響を与える要因として、不確実性、限定合理性、取引の少数性、機会主義といったキーワードを用いて説明することが望ましい。

企業内取引が選択される具体例としては、ある自動車メーカーのみが必要とする戦略的に重要な部品（エンジンなど）の調達がある。こうした部品では、外注先が限定される等のため、垂直統合（企業内取引）が選択される。

企業の境界は、取引費用が変化したときに変わる。例えば、情報技術の発展により外注先探索等の費用が大幅に減少すると、企業内取引から市場取引へと転換する可能性が高まる。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

研究科・専攻
【 経営学研究科 経営学専攻 修士課程 】
試験科目
【 専門選択試験 経営学（外国人留学生） 】

【出題意図】

経営学に関する基本的な用語の理解度、及び、企業経営への関心の深さを問う。

【解答上の注意】 問題Ⅰおよび問題Ⅱの両方に解答しなさい。

問題Ⅰ 資本コストとは何か、また、なぜ日本の企業でこれが意識されるようになったか、その経緯を含めて述べなさい。

経営学分野の中でも資金調達に関する知識と関心の幅広さを評価のポイントとする。具体的には資本コストが他人資本コストと自己資本コストから構成されるのを理解していることを前提に、背景に近年株主の声が強まり日本企業におけるコーポレートガバナンスが変質してきていることをどこまでの確に説明できているかによって採点を行う。

【解答上の注意】 問題Ⅰおよび問題Ⅱの両方に解答しなさい。

問題Ⅱ 19 世紀末以降のアメリカ・ビッグビジネスの形成プロセスを、「垂直的統合」ならびに「水平的結合」という概念を用いて説明しなさい。

経営学が登場する大きな契機となったアメリカ巨大企業が、どのようなプロセスを経て形成されてきたのか、重要な 2 つの概念を踏まえてその脈絡を論理的・具体的に把握できているか、これを評価ポイントとする。例えば単なる用語の理解にとどまらず、特定のケースを採り上げたうえで長期的な推移を説明できているか、等を基準として採点を行う。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

研究科・専攻
【 経営学研究科 経営学専攻 修士課程 】
試験科目
【 専門選択試験 マーケティング（外国人留学生） 】

【出題意図】

問Ⅰは、マーケティングの基礎であるセグメンテーションの理解の確認、また、AI やビッグデータの普及によるその変化、消費者や社会への影響に関する見解を論述する力を測ることを目的としている。

問Ⅱは、日本マーケティング協会の定義が 1990 年から 34 年ぶりに変更されたことに伴い、それぞれの定義が制定された時代の社会背景を考察し、その変更に伴い、戦略策定や実行において何が変わっていくと考えられるかを論述することで、当該分野の知識量と課題解決力・発想力を測ることを目的としている。

【解答上の注意事項】問Ⅰ・問Ⅱの両方に解答すること

問Ⅰ. 以下の問いに答えなさい。

(1) 顧客セグメンテーションの目的と、その基本的アプローチ（基準や方法など）について説明しなさい。

(2) AI やビッグデータの活用により、顧客セグメンテーションのアプローチはどのように変化しているか。

(3) これらの変化が消費者や社会に与える社会的・倫理的影響について、あなたの意見を述べなさい。また、その影響を踏まえた企業の責任や対応についても論じなさい。

【解答例】

(1) 顧客セグメンテーションとは、市場を複数の異質な顧客グループに分け、それぞれに適したマーケティング戦略を展開するためのプロセスである。企業にとって、すべての顧客に一律な製品やサービスを提供するのではなく、顧客のニーズ、価値観、購買行動に応じた戦略を立案することで、顧客満足度を高め、収益性を向上させることが目的である。基本的なセグメンテーションのアプローチには、4 つの代表的な変数がある。それらは、地理的変数（地域、気候、都市規模など）、デモグラフィック変数（年齢、性別、所得、職業など）、心理的変数（ライフスタイル、価値観、性格など）、行動変数（購買頻度、使用状況、ブランドロイヤルティなど）である。これらの変数を組み合わせて市場を細分化することで、企業は効果的なターゲティング戦略とポジショニング戦略を構築し、競合との差別化を図ることができる。したがって、セグメンテーションはマーケティング戦略の出発点であり、戦略的意思決定において極めて重要な役割を果たしている。

(2) 近年、AI やビッグデータの活用により、顧客セグメンテーションは変化を遂げている。従来のセグメンテーションは、地理的変数やグラフィック変数、心理的変数などのデータを取得し、分析がされてきたのに対し、現在では、オンライン行動履歴、SNS 投稿、購買履歴、位置情報など、多様で大量のデータをリアルタイムで取得・解析することが可能となっている。AI はこれらのビッグデータを処理し、従来では把握できなかった潜在的なパターンや顧客のニーズをアルゴリズムによって抽出するようになっている。このように、AI とビッグデータの導入は、顧客セグメンテーションをよりリアルタイムの行動変数から捉えることを可能にしている。

(3) AI とビッグデータを活用した顧客セグメンテーションは、企業にとってマーケティングの速度や効率性を高める一方で、消費者のプライバシーやデータ管理の在り方をめぐる社会的・倫理的問題を引き起こしている。特に懸念されるのは、消費者が十分に認識しないまま個人情報が利用されている点である。多くの消費者は、自身の閲覧履歴や位置情報、購買履歴といったデータが収集・分析され、マーケティングに活用されていることを十分に理解していない。このような状況下で AI が個人の嗜好や行動を予測し、ターゲティング広告などを提示することは、消費者に過度な監視や行動を操作されていると感じさせる可能性がある。また、個人情報の管理体制が不十分な場合、情報漏えいなどのリスクの危険性も高まる。こうした問題を踏まえると、企業には個人情報の利用と管理について

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

より説明責任が求められる。企業はデータの収集と目的について、消費者に分かりやすく説明することが不可欠である。加えて、プライバシー保護を前提としたシステム設計を行うとともに、個人情報の厳格な管理体制を構築・運用することが企業に対する社会的信頼を維持する上で重要となる。

問Ⅱ. 以下の問いに答えなさい。

1990 年に日本マーケティング協会が制定したマーケティングの定義によれば「マーケティングとは、企業および他の組織¹⁾がグローバルな視野²⁾に立ち、顧客³⁾との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動⁴⁾である。

1) 教育・医療・行政などの機関、団体などを含む。

2) 国内外の社会、文化、自然環境の重視。

3) 一般消費者、取引先、関係する機関・個人、および地域住民を含む。

4) 組織の内外に向けて統合・調整されたリサーチ・製品・価格・プロモーション・流通、および顧客・環境関係などに係わる諸活動をいう」とされた。

一方、2024 年に同協会が 25 年ぶりに改訂した定義では「（マーケティングとは）顧客や社会と共に価値を創造し、その価値を広く浸透させることによって、ステークホルダーとの関係性を醸成し、より豊かで持続可能な社会を実現するための構想でありプロセスである。

注 1) 主体は企業のみならず、個人や非営利組織等がなり得る。

注 2) 関係性の醸成には、新たな価値創造のプロセスも含まれている。

注 3) 構想にはイニシアティブがイメージされており、戦略・仕組み・活動を含んでいる。」となった。」

(出典:日本マーケティング協会(2024)「34 年振りにマーケティングの定義を刷新」JMA ウェブサイト, <https://www.jma-jp.org/info/news/916-marketing>)

このように、マーケティング活動は、それぞれの時代背景に影響されながら、その内容を変化させてきた。そこで 1990 年と 2024 年の定義を比較し、改訂された理由と新たに生まれつつある戦略や活動について、あなたの考えを述べて下さい。

a)まず 1990 年と 2024 年の定義を整理してみると下記の表となろう。 (※採点ポイント 1：まずは整理し比較してみる)

比較項目	1990 年定義	2024 年定義
テーマ	グローバル市場の開拓	社会との共創と持続可能な関係性
目的	公正な競争を通じた市場の創造	より豊かで持続可能な社会の実現
対象	顧客・取引先・地域住民	顧客・社会・全ステークホルダー
手段	統合された 4P（製品・価格・流通・販促）	構想（イニシアティブ:戦略、仕組み、活動を含む）・プロセス
主体	企業および組織	企業・個人・非営利組織など

b)改正された理由について考えると、 (※採点ポイント 2：マーケティングの知識や社会的の動きに関する知識量および論理展開力が重要。)

1 つ目には、経済・社会環境の違いが挙げられよう。1990 年まではグローバル市場を目指して日本企業が破竹の勢いで市場開拓をしていった時代にあった。そこでは日米構造協議や GATT などによる関税に引き下げや貿易障壁を取り除くことが目的とされており、公正であることが最も重要であった。2024 年には温暖化や貧困や飢餓、戦争などの世界的に取り組むべき最重要課題が出てきており、持続可能性に繋がっていることがテーマとなった。

2 つ目に、情報の非対称性の大きな変化である。1990 年までは企業が膨大な情報を有しており、市場（消費者）はコントロールできる対象であった。しかし今日は、企業活動の透明性が求められ、劣悪な労働環境や社内での不正な問題が簡単にリークされる情報環境となった。市場創造する技術は企業にあったとしても、何が社会で問題やニーズとなっているのかは生活者が有していることも多い。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

3 つ目に、環境問題などが叫ばれるなかでマーケティングは、市場問題の解決から地球環境の維持にどのようにコミットできるかが課題となってきた。例えば、これまでの製品陳腐化戦略などは再検討が迫られている。マーケティングの課題は担当者レベルでの意思決定から、企業のトップ・マネジメントの課題に直結してきたと言えよう。

c) 新たな戦略や活動について考えると、（※採点ポイント 3：定義から類推される今後の展開を構想する力や幾つかのケースの知識が重要。）

1 つ目に、持続可能性の観点から考えると、これまでは調達→生産→流通→販売とリニアなビジネスモデルが企業の守備範囲であったが、今後は調達→生産→流通→販売→消費→廃棄→回収→リサイクル→調達といった循環型のビジネスモデルを前提にした仕組みに、どう対応していくかが重要となる。

2 つ目に、情報の非対称性は、必ずしも生産者＞消費者だけではなく、生産者＜生活者のネットワークとなることもしばしば起きている。企業は正しく情報開示をしながらも、生活課題を抱える生活者や NPO・NGO などと関係性を維持し続けながら、オープン・イノベーションを仕掛けていくことも考えられよう。

3 つ目に、マーケティング戦略自体は現場レベルで閉じているのではなく、トップ・マネジメントの ESG 経営やサステナビリティ戦略と常に連動していくことが求められてくるであろう。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

研究科・専攻 【 経営学研究科 経営学専攻 修士課程 】
試験科目 【 専門選択試験 経営科学（外国人留学生） 】

【出題意図】

経営科学分野における研究を行う上で必要となる基本的知識の理解度を問う。

【解答上の注意】 問題Ⅰ,Ⅱ,Ⅲ すべてに解答しなさい。

問題Ⅰ 実験計画における「フィッシャーの3原則」について説明しなさい。また、「フィッシャーの3原則」は、どのような（経営学の）知見を議論する際に重要であるか、具体例をあげて説明しなさい。

【解答例】

問題文を前半と後半に分けてそれぞれの解答例を示す。前半部分は「フィッシャーの3原則」についての知識を確認する問題である。後半では、上記の説明に加えて、どのような知見を議論する際に重要かについて、具体例による説明を求めている。

解答例（前半）：実験計画における「フィッシャーの3原則」とは、「無作為化」、「繰り返し」、「局所管理」であり、評価したい処理(要因)の効果について、適切に評価するために必要なデータ収集の考え方について述べたものである。「無作為化」とは、処理をランダムに割り付けることであり、「繰り返し」は、試行を複数回行うことである。「局所管理」とは、実験条件がなるべく均等になるように管理されたブロックに実験を分けることである。

解答例（後半）：経営意思決定を行う際に経験や勘に頼るのではなく、客観的なデータに基づいて行う「データドリブン経営」に関連する事例や知見を議論する際に、フィッシャーの3原則のような統計的な考え方が重要である。廃棄ロスや混雑緩和の課題解決を目指したAIによるダイナミックプライシングや、標的顧客に対するおススメ商品の提示ルールなどを例にした仮説検証のための実験計画などが具体例として挙げられる。

【出題意図】 経営活動における様々な効果を評価するためのデータ収集を行うにあたり、適切な実験の方法に関する基本的知識を確認する。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

【解答上の注意】 問題Ⅰ,Ⅱ,Ⅲ すべてに解答しなさい。

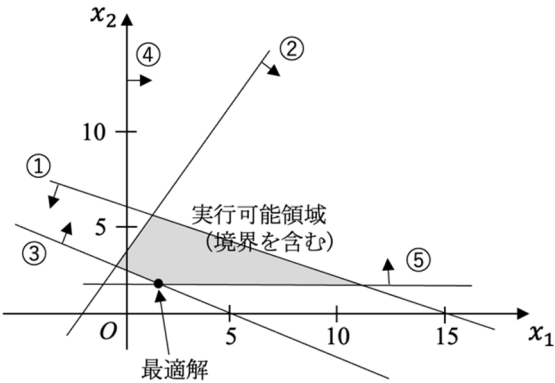
問題Ⅱ 線形計画法に関する以下の問いに答えなさい。

問 1 次の線形計画問題を解いて、最適解と最適値を求めなさい(答えを導くまでの計算及び説明を簡潔にまとめて記述すること)。

$$\begin{array}{ll} \min & w = x_1 + 3x_2 \\ \text{s.t.} & \begin{cases} 2x_1 + 5x_2 \leq 30 & \textcircled{1} \\ 2x_1 - x_2 \geq -4 & \textcircled{2} \\ x_1 + 2x_2 \geq 5 & \textcircled{3} \\ x_1 \geq 0, x_2 \geq 2 & \textcircled{4} \quad \textcircled{5} \end{cases} \end{array}$$

【解答例】

与えられた線形計画問題の実行可能領域は右図のようになる。目的関数を $x_2 = -\frac{1}{3}x_1 + \frac{1}{3}w$ と変形することでその傾きが $-\frac{1}{3}$ であるのが分かり、最適解は右図で示した点で与えられる。よって、最適解は連立方程式 $\begin{cases} x_1 + 2x_2 = 5 \\ x_2 = 2 \end{cases}$ を解いて $x_1^* = 1, x_2^* = 2$ となる。最適値は $w^* = 1 + 3 \cdot 2 = 7$ となる。



【出題意図】

線形計画問題を理解し、決定変数の数が 2 つの場合にそれを解くことができるか確認する。

問 2 原料となる 4 種類の肥料(肥料 A, B, C, D)を混合して、窒素, リン酸, カリをそれぞれ重量の 8 %以上, 10 %以上, 7 %以上含む肥料(肥料 X)を 1000 kg 製造したい。原料となる肥料が含む窒素, リン酸, カリの重量に対する割合と 1 kg あたりの価格は右の表の通りである。肥料 A, B, C はそれぞれ 400 kg まで使用でき, 肥料 D は無制限に使用できる。以上の条件の下, 製品となる肥料 X の原料費が最も安くなる肥料 A, B, C, D の使用量(混合する量)を求める線形計画問題を, 肥料 A, B, C, D の使用量(単位は kg)を x_A, x_B, x_C, x_D として定式化しなさい。

原料となる肥料の成分含有率と価格

肥料の種類	窒素 (%)	リン酸 (%)	カリ (%)	価格 (円/kg)
A	17	20	16	160
B	4	10	5	70
C	12	6	4	90
D	0	0	0	15

【解答例】

$$\begin{array}{ll} \min & w = 160x_A + 70x_B + 90x_C + 15x_D \\ \text{s.t.} & \begin{cases} 0.17x_A + 0.04x_B + 0.12x_C \geq 80 \\ 0.2x_A + 0.1x_B + 0.06x_C \geq 100 \\ 0.16x_A + 0.05x_B + 0.04x_C \geq 70 \\ x_A + x_B + x_C + x_D \geq 1000 \\ x_A \leq 400, x_B \leq 400, x_C \leq 400 \\ x_A \geq 0, x_B \geq 0, x_C \geq 0, x_D \geq 0 \end{cases} \end{array}$$

【出題意図】

線形計画問題を理解し、その定式化ができるか確認する。

問 3 問 2 の線形計画問題における肥料 X の窒素含有量の割合(%)に関する感度分析の結果, 潜在価格が 4375, 含有量の許容範囲内減少が 0.4, 含有量の許容範囲内増加が 2.8 となった。これら数値が意味していることを問題に即して説明しなさい

【解答例】

肥料 X の窒素含有量の割合(下限)を 1%増加させると原料費は 4375 円増加する。この関係が成立するのは窒素含有量の割合(下限)が $8 - 0.4 = 7.6\%$ から $8 + 2.8 = 10.8\%$ の間となる。

【出題意図】

線形計画問題の感度分析を理解しているか確認する。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

【解答上の注意】 問題 1, 11, 111 すべてに解答しなさい。

問題111 以下の問いに答えなさい。

問 1 在庫管理に関する問いである。

(1) 在庫管理における発注点方式 (定量発注方式) について、次の言葉を用いて説明しなさい。

【使用する言葉】 発注量, 発注点, リードタイム (調達期間), 品切れの危険率, 安全在庫

【解答例】

発注点方式とは、在庫が発注点と呼ばれる予め決められた在庫量まで減少したら、経済的発注量 (EOQ) に相当する発注量で発注を行う在庫管理方法である。発注点はリードタイム中に品切れとなる確率が予め決められた品切れの危険率以下となるよう、リードタイム中の平均需要に安全在庫を加えて設定される。

【出題意図】

基本的な在庫管理方法の一つである発注点方式について理解しているかを確認する。

(2) ある商品では、発注費が 1 回あたり 24,000 円、在庫費用が 1 日当たり 1 個 10 円、需要の平均が 1 日当たり 300 個、リードタイムが 2 日、リードタイム中の需要の平均が 600 個、標準偏差が 50 個であった。発注点方式における発注量 Q と発注点を決めるための在庫水準 q を求めなさい (計算の途中経過も書くこと)。ただし、需要は正規分布に従っていると仮定し、品切れの危険率を 0.05 に設定すること。また、必要に応じて次の数値を使うこと。

・ $z(0.20) = 1.28, z(0.10) = 1.64, z(0.05) = 1.96, z(0.025) = 2.24, z(0.01) = 2.58$ 。ただし、 $z(\alpha)$ は標準正規分布の両側 $100\alpha\%$ 点である。

【解答例】

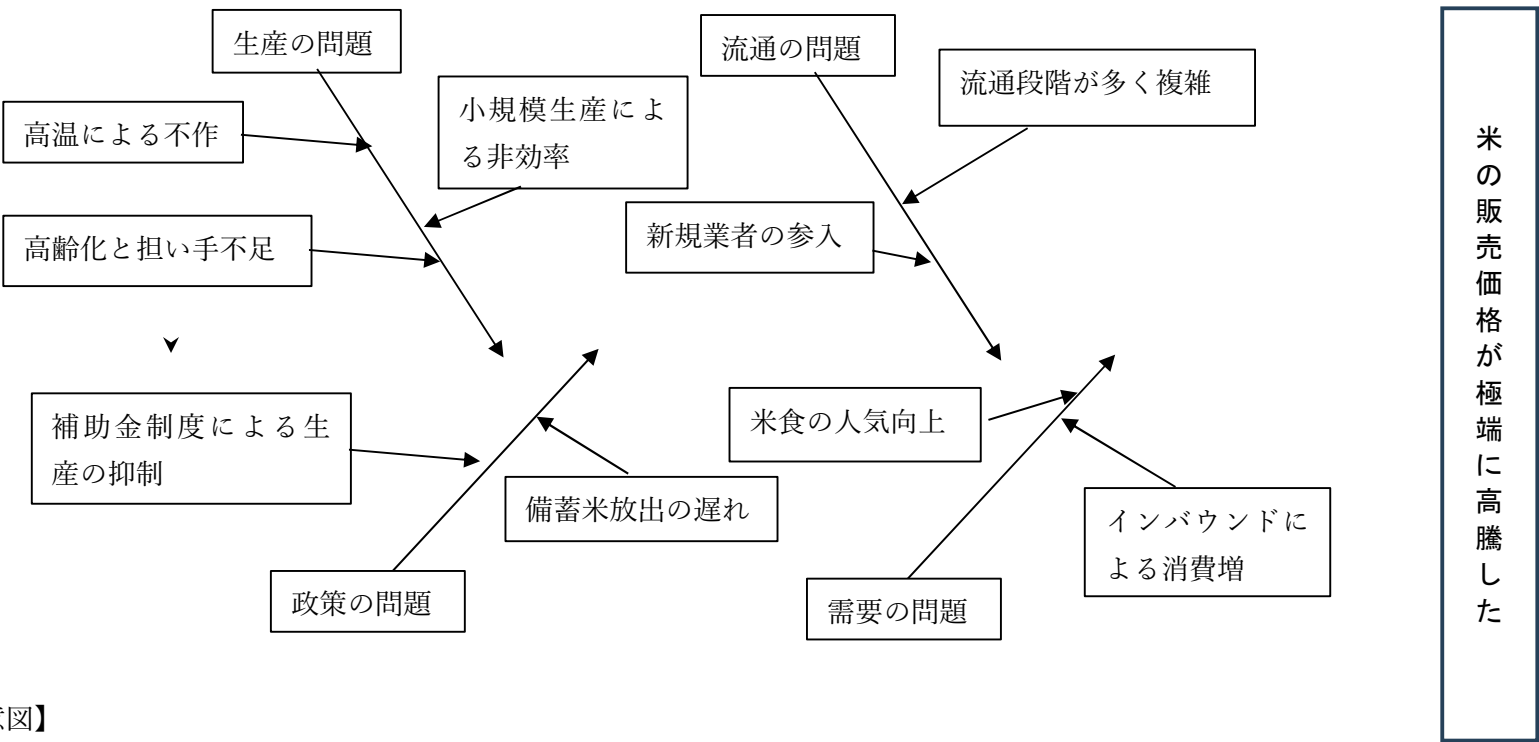
$$Q = \sqrt{\frac{2 \cdot 300 \cdot 24000}{10}} = 1200 \text{ 個}$$
$$q = 600 + 1.64 \cdot 50 = 682 \text{ 個}$$

【出題意図】

基本的な在庫管理方法の一つである発注点方式について理解し、EOQ と発注点を求めることができるかを確認する。

問 2 QC7 つ道具の一つである特性要因図を、「米の販売価格が極端に高騰した」を特性 (結果) として下に図示しなさい。要因 (原因) の大分類や小項目は自分の考えに従って設定しなさい。

【解答例】



【出題意図】

QC7 つ道具の一つである特性要因図について理解しており、実際にそれを作成できるかどうか確認する。この問題は多様な解答が想定されるため、特性要因図の形式を満たしており、その内容に一定の合理性がある場合は正解とする。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

研究科・専攻
【 経営学研究科 経営学専攻 修士課程 】
試験科目
【 専門選択試験 会計学（簿記・会計学）（外国人留学生） 】

【出題意図】

基本的な会計処理（仕訳、総勘定元帳への転記、財務諸表の作成など）の能力を評価する。
財務会計の理論に関する知識の理解度を評価する。

【解答上の注意】問題Ⅰ、問題Ⅱの両方とも解答すること。

問題Ⅰ 次の〔資料 1〕、〔資料 2〕にもとづいて、【解答欄】の損益計算書を完成しなさい。なお、会計期間は、20×4 年 4 月 1 日から 20×5 年 3 月 31 日までの 1 年間である。

〔資料 1〕 決算整理前残高試算表

決算整理前残高試算表				(単位:円)
現金	預金	2,495,300	支払手形	504,000
受取手形		2,000,000	買掛金	1,800,000
売掛金		1,650,000	短期借入金	1,700,000
売買目的有価証券		840,000	仮受金	250,000
繰越商品		390,000	貸倒引当金	65,000
仮払金		500,000	建物減価償却累計額	1,600,000
建物		5,000,000	備品減価償却累計額	1,364,400
備品		2,800,000	資本金	4,500,000
建設仮勘定		2,000,000	資本準備金	1,870,000
のれん		252,000	利益準備金	1,629,500
満期保有目的債券		780,000	繰越利益剰余金	2,166,500
長期貸付金		2,300,000	売上	18,470,800
仕入		12,851,800	受取利息	69,000
給料		1,400,000	有価証券利息	16,000
広告宣伝費		568,000		
支払利息		8,500		
保険料		169,600		
		36,005,200		36,005,200

〔資料 2〕 決算整理事項等

1. 得意先より売掛金 ¥250,000（Y 社に対するものではない）が当座預金口座に振り込まれていたが、当社では未記帳となっていた。
2. 20×1 年 4 月 1 日に ¥500,000 で取得した備品を、20×4 年 6 月 30 日に売却していたが未処理であった。売却代金 ¥250,000 は、仮受金として処理していた。なお、当該備品は、耐用年数 10 年とする 200%定率法を適用しており、売却年度の減価償却費は月割計算にて算定する。
3. 建設仮勘定 ¥2,000,000 は建物の建築工事（工事代金総額 ¥2,500,000）にかかわるもので、工事はすでに完了し 20×4 年 10 月 1 日に引渡しを受け使用を開始していたが未処理であった。なお、工事代金の残金 ¥500,000 は引渡しの際に支払っており、仮払金として処理していた。
4. 売上債権（Y 社に対する売掛金を除く）および長期貸付金の期末残高に対し 2%の貸倒引当金を差額補充法により設定する。
ただし、Y 社に対する売掛金 ¥350,000 は、貸倒れの危険性が高いため個別に期末残高の 30%を貸倒引当金として設定する。なお、残高試算表の貸倒引当金のうち ¥53,500 は売上債権に対するものであり、¥11,500 は長期貸付金に対するものである。
5. 期末商品棚卸高は、次のとおりである。なお、棚卸減耗損および商品評価損は売上原価の内訳科目とすること。
帳簿棚卸高： 数量 2,000 個 原価@ ¥210 実地棚卸高： 数量 1,950 個 正味売却価額@ ¥195
6. 保有している有価証券の内訳は、次のとおりである。

銘柄	所有目的	帳簿価額	時価
A 社株式	短期売買	¥840,000	¥891,200
B 社社債※	満期保有	¥780,000	¥850,000

※ B 社社債（額面総額 ¥800,000、利率年 2%、期間 5 年、利払日は 3 月末と 9 月末の年 2 回）は 20×4 年 4 月 1 月に発行と同時に額面 ¥100

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

につき ¥97.5 の価額で取得したものである。額面金額と取得価額との差額は金利の調整と認められるため、償却原価法（定額法）により評価する。

7. 固定資産の減価償却を次のとおり行う。
- 建物：定額法、耐用年数 25 年、残存価額ゼロ
- ※期中に取得した建物についても、定額法、耐用年数 25 年、残存価額ゼロとして、月割計算にて減価償却を算定すること。
- 備品：200%定率法、耐用年数 10 年
8. 保険料は毎年同額を 8 月 1 日に向こう 1 年分として支払っているものであり、前払分の再振替処理は期首に行っている。保険期間の未経過分について必要な処理を行う。
9. のれんは 20×0 年 4 月 1 日に合併の際に生じたものであり、発生年度から 10 年間にわたり定額法により每期均等額を償却している。
10. 法人税、住民税及び事業税 ¥723,000 を計上する。

【解答欄】

損 益 計 算 書		
自20×4年4月1日 至20×5年3月31日		(単位:円)
I 売 上 高		18,470,800
II 売 上 原 価		
1 期 首 商 品 棚 卸 高	390,000	
2 当 期 商 品 仕 入 高	12,851,800	
合 計	13,241,800	
3 期 末 商 品 棚 卸 高	420,000	
差 引	12,821,800	
4 棚 卸 減 耗 損	10,500	
5 商 品 評 価 損	29,250	12,861,550
売 上 総 利 益		5,609,250
III 販売費及び一般管理費		
1 給 料	1,400,000	
広 告 宣 伝 費	568,000	
2 保 険 料	127,200	
3 貸 倒 引 当 金 繰 入	112,500	
4 減 価 償 却 費	498,720	
5 の れ ん 償 却	42,000	2,748,420
営 業 利 益		2,860,830
IV 営 業 外 収 益		
1 受 取 利 息	69,000	
2 有 価 証 券 評 価 益	51,200	
3 有 価 証 券 利 息	20,000	140,200
V 営 業 外 費 用		
1 支 払 利 息	8,500	
2 貸 倒 引 当 金 繰 入	34,500	43,000
経 常 利 益		2,958,030
VI 特 別 利 益		
1 固 定 資 産 売 却 益	6,800	6,800
税 引 前 当 期 純 利 益		2,964,830
法人税、住民税及び事業税		723,000
当 期 純 利 益		2,241,830

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

問題Ⅰと問題Ⅱの両方とも解答すること。

問題Ⅱ 以下の各設問に回答しなさい。

(1) 企業結合の会計処理におけるパーチェス法の概要、取得原価の算出方法、資本連結の処理方法について説明しなさい。

【解答のポイント】

パーチェス法については、取得企業が決定されること、被買収企業の資産および負債を時価（公正価値）評価すること、買収の対価（取得原価）と時価評価後の純資産の差額をのれんとして計上することが述べられていること。

取得原価の算出方法については、取得の対価となる財（現金・株式）の企業結合日における時価（公正価値）であることが述べられていること。

資本連結については、被買収企業の純資産の額（評価差額を含む）と取得原価を相殺し、差額がある場合はのれんとして処理すること、被買収企業の純資産の額のうち、被支配株主に帰属する分を被支配株主持ち分とすることが述べられていること。

(2) のれんは無形固定資産に分類されるが、のれんが資産である理由を、のれんの算出方法および資産の定義をふまえて説明しなさい。また、のれんの構成要素を例示しなさい。

【解答のポイント】

のれんが取得原価と被買収企業の時価評価後の純資産の差額であること、資産の定義として将来の収益獲得能力を保持していることの説明ができていること、被買収企業の時価評価後の純資産の額を超える収益獲得能力を取得企業が評価した結果、のれんとして顕在化したものであるということを説明できていること。

のれんの構成要素としては、ブランド、技術、ノウハウ、優秀な人材、優良な顧客関係、確立されたサプライチェーンなど。複数あげること。

(3) (2) の説明をふまえて、のれんの減損について説明しなさい。

【解答のポイント】

のれんは収益獲得能力が評価されたものであるため、何らかの理由（買収時の過大な評価、環境の変化など）により収益獲得能力が減衰した場合には減損の処理が必要になる、ということを述べていること。

処理方法については、減損の兆候の把握、減損損失を認識する必要性の判定方法（帳簿価額と割引前キャッシュフローの比較）、減損損失の算定（回収可能額の計算方法）について適切に述べていること。

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

研究科・専攻
【 経営学研究科 経営学専攻 修士課程】
試験科目
【 専門選択試験 経済学（外国人留学生） 】

【出題意図】

- 問題Ⅰ 寡占市場に関する基礎的な分析能力を問う。
- 問題Ⅱ 取引費用論に関する理解について、理論と現実の両面から問う。

問題Ⅰと問題Ⅱの両方に解答しなさい。

問題Ⅰ n 社の企業が同じ財を生産し、同じ市場で販売している。この財の市場需要関数が

$$X = 100 - p \text{ (} X \text{は市場需要量、} p \text{は財の価格)}$$

で示されているとする。すべての企業の総費用関数は同一で、

$$c_i(x_i) = 40x_i + 100 \text{ (} i = 1, \dots, n \text{) (} c_i \text{は企業} i \text{の総費用、} x_i \text{は企業} i \text{の生産量)}$$

で示されているとする。

- (1) 企業数が2社のときのクールノー・ナッシュ均衡と社会的余剰（総余剰）を求めなさい。
- (2) 企業数が3社のときのクールノー・ナッシュ均衡と社会的余剰（総余剰）を求めなさい。
- (3) 企業数が n 社のときのクールノー・ナッシュ均衡と社会的余剰（総余剰）を求めなさい。
- (4) クールノー・ナッシュ均衡において各企業が0以上の利潤を得るのは、企業数何社以下のときか。

【問題Ⅰ 解答例】

- (1) クールノー・ナッシュ均衡は(20,20)、社会的余剰は1600
- (2) クールノー・ナッシュ均衡は(15,15,15)、社会的余剰は1687.5
- (3) クールノー・ナッシュ均衡は $(\frac{60}{n+1}, \frac{60}{n+1}, \dots, \frac{60}{n+1})$ 、社会的余剰は $1800 - \frac{1}{2}(\frac{60}{n+1})^2$
- (4) 5社以下のとき

2026 年度 駒澤大学大学院 9 月 入学試験問題及び解答例

問題Ⅱ コースの取引費用論における「取引費用」の概念を説明し、市場取引よりも企業内での取引が選択されるのはどのような場合か、簡単な具体例を示しながら説明せよ。また、そうして形成された企業の境界は、どのようなときに変化するかについても述べよ。

【問題Ⅱ 解答例】

取引費用の定義と種類（市場で財・サービスを調達する際にかかる情報収集、契約交渉、監視・契約履行にかかる費用）が説明できているかどうか。企業内での取引費用が市場における取引費用よりも小さいときに、企業内取引が選択されることを、具体例とともに説明できているかどうかを確認した。取引費用の大小に影響を与える要因として、不確実性、限定合理性、取引の少数性、機会主義といったキーワードを用いて説明することが望ましい。

企業内取引が選択される具体例としては、ある自動車メーカーのみが必要とする戦略的に重要な部品（エンジンなど）の調達がある。こうした部品では、外注先が限定される等のため、垂直統合（企業内取引）が選択される。

企業の境界は、取引費用が変化したときに変わる。例えば、情報技術の発展により外注先探索等の費用が大幅に減少すると、企業内取引から市場取引へと転換する可能性が高まる。