

入試年度	2026年度	入試時期	I期入学試験	実施日	2025年9月26日
課程	博士前期課程	研究科	国際日本学研究科	専攻・コース	国際日本学専攻 日本社会・産業システム研究領域
入試方式	一般入学試験/ 外国人留学生入学試験		試験科目	専門科目	

「出題の意図」および「解答」または「解答例」

【出題の意図】

I. 論述問題

(1) 小売業の国際化において、本国の知識を進出国の市場にいかにか効果的に移転することができるか、それが国際化戦略の成否を左右する。小売国際化の研究において、この論題は1990年代から盛んに議論されてきたことから、この理論的研究の動向を理解しているかを確認することを意図して出題した。

(2) 1990年代以降、ファスト・ファッションの隆盛は著しく、アパレル業界はファスト・ファッションの出現によって大きく産業構造を変化させてきた。しかし一方で、安価に購入できる衣料品は大量の廃棄も生み出す原因となり、欧州を中心に、持続可能性の観点から衣料品の廃棄を制限する目的でエコデザイン規制が導入されてきた。この規制により、今後のアパレル業界の戦略に大きな影響をもたらすと予想されており、その歴史的な展開について理解を確認することを意図して出題した。

II. 解説問題

(1) チェーン・オペレーションの仕組みの一つであるフランチャイズ・チェーンの仕組みを理解していることは、小売マーケティングを学ぶ上で必須の知識であることから、その理解を確認する目的で出題した。

(2) OEMの仕組みを理解していることは、プライベート・ブランドのメカニズムを考察する上で重要な基礎知識であるため出題をした。

(3) ローコスト・マス・マーチャンダイジングの仕組みもまた、OEMと同様に、プライベート・ブランドのメカニズムの理解における基礎知識となるため、流通・マーケティングを学ぶために重要な知識として出題した。

(4) OMO戦略は、近年のオンラインによるマーケティングと、オフラインにおけるマーケティングの理解における重要な知識であるため、それを理解していることを確認するために出題した。

【解答例（採点時の観点）】

II. 解説問題

(1) 小売業の経営手法の一つであるフランチャイズ・チェーンは、コンビニエンス・ストアなどで採用されているが、その仕組みを知ることは流通を学ぶ上で必須である。その仕組み自体の説明や、他のチェーン方式との相違点などを適切に説明できるか否かを評価の基準とした。

(2) OEMはOriginal Equipment Manufacturingの略称であり、他社ブランドの製品を製造委託する手法であり、工場を持たないアパレル小売業者などが、自社ブランドの製品を製造する際に採用される。こうしたメカニズムについて、適切に説明できるか、採点の基準とした。

(3) ローコスト・マス・マーチャンダイジングは、小売業者によるプライベート・ブランドの企画や開発、そして製造委託に関する原理であり、今日アパレル業界において活躍するファスト・ファッションなどのビジネス・モデルの根幹をなす概念である。この仕組みは、アイテム数を絞りながら、そのアイテムについて大量生産を行って規模の経済を発揮することを通じて低価格を実現するというものであり、こうしたメカニズムを適切に説明できるか否かを判定の基準とした。

(4) OMO 戦略は Online Merges with Offline の略称であり、オンラインとオフライン（店頭）での販売をシームレスに連結したマーケティング戦略を意味する。近年のマーケティング理論においては、オンラインかオフラインかという二項対立は過去のものとなり、この二つを有効に連携することの重要性が主張されている。この点について適切に記述できるか否かを評価の基準とした。

合否判定の方法及び基準

入学試験は国際日本学研究科のアドミッションポリシーに基づき、これを満たす学生を募集することを目的に実施しています。

合否判定については、本研究科のアドミッションポリシーを満たすことを、総合的な視点により合否を判断しております。