

2019(平成31)年度 大学院 1期B 日程

小論文

【経済系】

【経営系】

【税法系】

(試験時間 60分)

《注意事項》

1. 試験開始の合図があるまで、この問題冊子の中を見てはいけません。
2. 受験票の通信欄で指定された問題を解答してください。
【経済系】は2ページ、【経営系】は4ページ、【税法系】は6ページです。
3. 解答用紙は【経済系】【経営系】【税法系】の3枚をこの問題冊子に挟み込んでありますが、解答する問題用の解答用紙を使用してください。
4. 試験開始後に、解答する問題用の解答用紙に受験番号と氏名を記入してください。
5. 試験時間中に問題冊子・解答用紙の印刷不鮮明、ページの落丁・乱丁等に気付いた場合は、手を挙げて監督者に知らせてください。
6. この問題冊子と使用しなかった解答用紙は、試験終了後に持ち帰ってください。

余白ページ

【経済系】

第1問 「機会費用」とは何か，具体的な例を2つ以上挙げて，400字以内で説明しなさい。

第2問 比較優位から貿易が行われるメカニズムを，日本とアメリカの2国，農産物と機械の2財を用いた数値例により，400字以内で説明しなさい。

余白ページ

【経営系】

第1問 購買決定の心理的モデルとして AIDA モデルがある。企業は潜在顧客に対し、注意を促し (A)、興味を持たせ (I)、欲求を喚起し (D)、購買行動を起こさせる (A) ようなメッセージを伝えなければならないという消費者の態度変容プロセスのモデルである。この時“注意を促す (A)” コミュニケーション手段として広告が挙げられるが、広告媒体としてどのようなものがあるのか5つ挙げなさい。

また、近年はインターネット上のモデルとして AISAS モデルがある。A は Attention (認知)、I は Interest (興味)、S は Search (検索)、A は Action (行動)、S は共有 (Share) である。この AISAS モデルの“A”、“I”、“S”、“A”、“S”はそれぞれどのような消費者行動を指すのかを、400字以内で説明しなさい。

第2問 一般的に企業で発生するコストは、生産 (販売) 量に拘わらず一定の固定費と、生産 (販売) 量に比例する変動費に分解できる。規模が大きくなれば単位当たりの固定費に対する製品のコスト効率が向上し、変動費においても購入量の増加により、仕入れ価格の交渉などが優位に進められる。このような規模が拡大することによって得られる経済的メリットのことを「規模の経済」と呼ぶ。

小売業は店舗数を増やすことで「規模の経済」が働き低コスト化が実現するといわれるが、セブン-イレブンは全国での店舗数を増やしていくなか、最近まで四国には出店していなかった。2013年に香川県、徳島県でまとまった数の店舗の出店が決まることで、初めて四国に出店し始める。なぜ、まとまった数で出店できるまで四国には進出しなかったのか、どのような経済性が働いたのかを、400字以内で説明しなさい。

余白ページ

【税法系】

問題 長年にわたり課税実務では課税されていなかった場合に課税庁が通達を発遣して課税処分を行うことの問題について、以下の論点をまとめ、800字以内で説明しなさい。

- (1) 租税法律主義の意義と通達の位置づけ
- (2) 通達による課税が適法な場合
- (3) 通達による課税が違法な場合
- (4) 問題点の整理

