

第 1 問 答 案 用 紙
(経 営 学)

問題 1

問 1

ネットワーク外部性

問 2

ブランド認知

知覚品質

ブランド・ロイヤルティ

(注) ブランド連想も可

問 3

特定のハードウェアに対するユーザー数が増えると、そのハードウェアに
応じたソフトウェアの供給が増加し、そのことによってユーザーの便益が一層
高まるという形で、ネットワーク外部性が働く。

問題 2

問 1

ダブル・ループ学習

問 2

(a) 暗黙知

(b) ナレッジ・マネジメント

問 3

80年代当時の日本企業は、終身雇用で代表される日本的経営のもと、雇用の
安定が図られていた。そのことが、メンバーの組織に対するロイヤルティを高
め、自らを組織や仕事へ没入させるという意味でのコミットメントを強固なも
のにしていた。このようなロイヤルティやコミットメントの高さが、組織全体
で知識を共有していこうという意識を高め、組織学習を支えていたと考えられ
る。

第2問 答案用紙<1>
(経営学)

問題 1

問 1 6 %

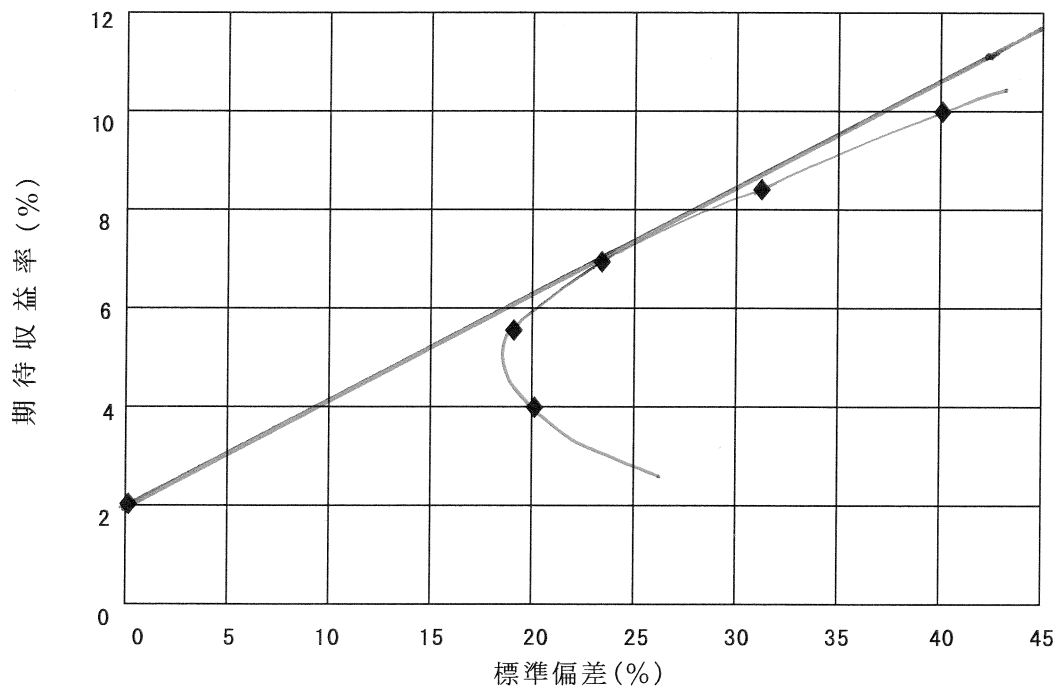
問 2 18.6 %

問 3	X	18.8	%
	Y	18.6	%
	Z	19.3	%

標準偏差が最小のポートフォリオ Y

問 4

図1 ポートフォリオのリスクとリターン



注：A点とB点の間にある3つの点は、上から順にAとBに対する投資比率が(0.75, 0.25)，(0.5, 0.5)，(0.25, 0.75)のポートフォリオを表す。

問 5

Mさんの資産運用方針は誤っている。なぜならば、株式の銘柄AとBのみからなる最適ポートフォリオは、リスクフリーレート2%の点から効率的フロンティアに向けて引いた接点となり、収益率の標準偏差が最小となるポートフォリオとは異なるからである。

第2問 答案用紙<2>
(経営学)

問題 2

問 1	① モジリアーニ＝ミラー (MM)	② 内部留保
	③ キャピタルゲイン	④ エージェンシー
	⑤ 買収	⑥ 情報の非対称性
	⑦ 過小評価	⑧ 逆選択

問 2	(a) 情報伝達効果により株価を上昇させるという役割を指摘できる。自社株買いを通して、株価が過小評価されていることを明確なメッセージとして市場に伝えることができ、それにより株価が上昇すれば株主に利益をもたらすことになるのである。
	(b) 自社株買いにより相対的に低い留保価値しか持たない投資家が減少することで、敵対的買収を防止できるという役割もある。敵対的買収は企業価値を毀損する可能性もあるから、それを防止することが株主の利益になりうるのである。

問題 3

問 1	40	億円
-----	----	----

問 2	企業価値	48	億円	株式時価総額	28	億円	株価	2,400	円
-----	------	----	----	--------	----	----	----	-------	---

問 3	MM理論の修正第一命題により、負債利用による節税効果だけ、企業価値が増加する。具体的には、負債価値20億円で税率40%を乗じた8億円だけ、企業価値が増加する。

問 4	番号	2	(理由) 株主は、負債に依存する割合が高くなると追加的に財務リスクを負担することになる。したがって追加的なリスク負担に対してリスクプレミアムを要求するので株主資本コストは増加するのである。

問 5	株主資本コスト	11.6	%	加重平均資本コスト	7.5	%
-----	---------	------	---	-----------	-----	---