

令和7年度日本大学大学院生産工学研究科  
筆記試験問題の出題意図について

試験方式・期	一般入学試験（第1期）
専攻／科目	マネジメント工学専攻／生産管理

大問1
生産管理の基本的な専門用語について問う

大問2①
生産管理の基本的な機能について問う

大問2②
最近の社会情勢に対応するための生産管理の役割について問う

令和7年度日本大学大学院生産工学研究科  
筆記試験問題の出題意図について

試験方式・期	一般入学試験（第1期）
専攻／科目	マネジメント工学専攻／情報工学・デザインエンジニアリング

大問1
情報工学またはデザインエンジニアリングに関わる基礎事項の用語の説明ができるかを問うている。

大問2
情報工学では機械学習における教師あり学習と教師なし学習に関する手法の基礎事項および利用する際の注意点を、デザインエンジニアリングではデザインエンジニアリング（エンジニアリングデザイン）の根本を問うている。

大問3
情報工学では巡回セールスマン問題における基礎事項および $n$ が大きい場合に最適とは限らないが現実的な時間で解を得る方法を問う、デザインエンジニアリングでは設計の基礎となる材料力学の基礎を問うている。

令和7年度日本大学大学院生産工学研究科  
筆記試験問題の出題意図について

試験方式・期	一般入学試験（第1期）
専攻／科目	工学マネジメント工学専攻／流通マネジメント

大問1
ネット通販（EC）における物流の基礎的理解と、フルフィルメントセンターの機能を具体的に説明できる力を問うている。特に、倉庫との違いや、在庫管理・出荷・返品対応など一連の流れを把握しているかを問うている。

大問2
この問題の出題意図は、静脈物流（廃棄物やリサイクル物流）の実務において重要な制度である「電子マニフェスト」の仕組みと、その導入効果についての理解を問うている。特に、法令遵守（コンプライアンス）、情報の透明性向上、業務効率化といった観点から、受験者が制度の目的と利点を説明できるかを問うている。

大問3
大問3は、物流・流通・サプライチェーンに関連する現代的かつ多様な用語について、受験者が基礎的な定義と実務的な意味を正しく理解しているかを問うている。特に最近の潮流や実務で注目されている用語が含まれており、単なる知識の暗記ではなく、「実務にどう関係するか」を含めた説明力を問うている。 （各設問の出題意図） ・フィジカルインターネット 革新的な物流モデルに対する理解度を確認。物理的物流とデジタルネットワークの類似性に着目し、標準化・共有化・効率化の意義を説明できるかを問うている。 ・Direct to Consumer（D2C） 新たな販売モデルとして注目されるD2Cの特徴を理解しているかを問うている ・貨客混載輸送 持続可能な輸送の一環として注目される、輸送効率化策の一例を理解しているかを問うている。 ・ジャストインケース（JIC） サプライチェーンのリスク管理に関する視点の理解を評価。ジャストインタイム（JIT）との対比を含め、在庫戦略の変化を説明できるかを問うている。 ・買取仕入れ 小売や流通の仕入れ形態についての理解を問うている。

令和7年度日本大学大学院生産工学研究科  
筆記試験問題の出題意図について

試験方式・期	一般入学試験（第1期）
専攻／科目	マネジメント工学専攻／品質管理

大問1
大問1は、比較的小さい規模の企業のポテトチップス製造といった具体的な工程例をもとに、パレート図（設問(1)）、管理図（設問(2)）の知識を問う問題、さらにそれらを踏まえて管理状態の説明と品質改善についての自分の考えを述べることを問う問題となっている。

大問2
大問2は、製造ラインにおける検査とその採用基準を問うことで、基本的な製造工程に関する知識を持っているか判断する問題となっている。

大問3
大問3は、食品衛生管理の基本となっている HACCP の概要を自分の言葉でまとめる問題となっている。

大問4
大問4は、近年様々な場面で導入されている / 導入が検討されている DX による業務改善に関して、品質管理との関係を自分の言葉でまとめる問題となっている。品質管理の歴史は TQM やシックスシグマなどを経て多くの手法が確立されているが、さらに DX を使うことでどのような発展が想定できるか記述されることを期待して出題した。

令和7年度日本大学大学院生産工学研究科  
筆記試験問題の出題意図について

試験方式・期	一般入学試験（第1期）
専攻／科目	マネジメント工学専攻／経営管理

大問1
本設問は、長文記述式にて、サプライチェーンマネジメント（SCM）の理解を問うものである。SCMとは、原材料の調達から製品の製造・流通・販売を経て、最終的に消費者の手に届くまでの一連のプロセス全体を、最適化かつ効率的に管理することを目的とする経営手法である。本設問では、このようなSCMの基本的な概念に加え、具体的な手法や取り組みの例を挙げて説明する力が求められている。

大問2
本設問は、長文記述式にて、日本の自動車産業が抱える課題について問うものである。自動車産業は、製造業における出荷額・設備投資・研究開発費の面で極めて大きな比重を占めており、日本の経済を支える重要な基幹産業である。しかし現在、この産業は、脱炭素社会への対応やその具体策である電動化、国内市場の縮小、さらにはグローバル競争の一層の激化といった複合的な課題に直面している。本設問では、こうした日本の自動車産業の課題について概略を理解したうえで、自身の考察や見解を交えて説明する力が求められている。

令和7年度日本大学大学院生産工学研究科  
筆記試験問題の出題意図について

試験方式・期	一般入学試験（第1期）
専攻／科目	マネジメント工学専攻／マーケティング

大問1
マーケティングにおいて、セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニングがなぜ重要であるのかを問うている

大問2
SEO がどんな戦略的手法であるのか基本的な理解度を問うている

大問3
SNS マーケティングがどんな手法であるのか基本的な理解度を問うている

大問4
4つの基本戦略要素に対する基本的な理解度を問うている

大問5
Web マーケティングがどんな手法であるのか基本的な理解度を問うている