

二〇二四年

入学試験問題

国語

- 一、試験開始までこの問題冊子の中を見てはいけません。
- 二、この問題の試験時間は六十分間です。解答はすべて解答题紙(マークシート)にマークしてください。
- 三、問題と解答は、声を出して読むではいけません。
- 四、印刷がはつきりしない場合は、問題についての質問は受けません。
- 五、終了の合図で、すぐ筆記用具を置いて答えの記入をやめてください。
- 六、この問題冊子は回収するので、持ち帰らないでください。
- 七、試験中は、監督者の指示に従ってください。
- 八、不正行為があった場合は、解答をすべて無効とします。

(問題文には、出題の必要に応じて変更を加えた部分があります。)

1

次の文章を読んで、後の問い（解答番号①～⑦）に答えよ。

マーケティングとは作った商品をいかに売るのが、という販売の手法を言うこともあるが、実は商品が存在する以前から始まっている。どんな商品を作るべきかにもマーケティングは関係するのだ。それは、そもそも私たちにどのような欲望や不満があるのかに焦点が当てられることから始まる。人々は一体何を欲しがっているのか。どんな問題を抱えていて、何に満足させていないのか。そうやって人々の心の中をリサーチすることを通じて、その企業が提供するべきものを突き止める。それがマーケティングの出発点である。

ところが、マーケティング技術が恐ろしいのは、⁽¹⁾そのような消極的なりサーチにとどまらないことだ。それを通じて、私たちにほもとよなかつた欲望が捏造^{ねつぞう}されるのである。どのような感情を引き出せば、その商品やサービスを人々は求めるようになるのか。どのように欲望を生み出し、どのような不安に焦点を当てれば、人々はそれを必要だと思うようになるのか。そうやって積極的に私たちのまなざしを操作し、新たな感情を生み出すことがマーケティングの本質である。

その象徴的なエピソードは、百年前のアメリカ自動車産業におけるフォードとGM（ゼネラルモーターズ）の有名な戦いに見出すことができる。この戦いに、二十世紀の資本主義の特質が全て現れている、と経済学者の佐伯啓思は言う。当時、人々が物を購入する消費者へと変わりつつあった社会背景の中で、フォードは「大衆のための車」を生産することを目指した。フォードは生産ラインを徹底的に合理化して大量に生産することで、安価に提供できる仕組みをつくり自動車業界で大成功を収めた。その思想の根底には、一度購入すれば永久に使用することができる「A」としての自動車があった。

一方で、アルフレッド・スローン率いるGMは、フォードとは全く異なる戦略を取った。スローンが目指したのは、気分や所得に応じて乗り換えていく「B」としての自動車であった。フォードが確立した大量生産の仕組みは、全ての人を車の消費者に変えたが、スローンは、その上でさらに、どうすれば全ての人に何度も消費させることができるのかにフォーカスしたので。そこで、あらゆる方法を使って消費者の欲望を刺激する戦略を考案した。

スローンはまず、自動車をいくつかのグレードに分け、高級車のキャデラックから大衆車のシボレーまで用意した。富める者から貧しき者まで、自動車を手にすることができる夢を植え付け、より上のグレードを目指す「向上への欲望」を生み出した。さらに、毎年のようにモデルチェンジを行い、常に最新のデザインを提供する戦略を取った。そうやって、古いモデルから新しいモデルへと乗り換えたいという「新しさへの欲望」を演出したのだ。その戦略は見事に功を奏し、1930年にはGMはフォードを抜いて自動車産業のシェアの首位についた。

これは、消費者の中にもともとニーズとしてあった欲望を叶えるというような方法ではない。むしろデザインや広告によってイメージにカタチを与え、気づいていなかった無意識の欲望を積極的に表に引きずり出すような手法である。それが後に、マーケティングと名付けられたものになっていく。今やビジネスのシーンでは当たり前すぎる技術であり、あらゆる方法を使って欲望や不安は収益に変えられている。

それは二十一世紀に入り、インターネット⁽²⁾によってさらに先鋭化されている。検索エンジンやウェブメール、SNSなどを使用する度に、私たちが何に関心を持っているのかは背後でデータとしてトラッキングされている。こうしたサービスが無料で提供されているのは、私たちがどこにまなざしを向けているのかをリサーチするためである。昨今の人工知能の発展によってデータ解析の精度は飛躍的に上がった。今や私たちの行動や思考はあらゆる方法を用いて監視され分析されるだけでなく、広告を打つ企業の利益に結びつく。分析データは私たち個別の好みや関心に応じた商品やサービスを提供するために用いられる。だからインターネットで私たちが見ている広告は、もはや個人の好みや関心に基づいた自分だけのものであり、私たちの欲望にぴったりと寄り添っているのだ。こうやって一方的に人々のまなざしを監視することで生まれた個人データの集合は、巨大な資本である。そんな現代の状況を社会心理学者のショシャナ・ズボフは「監視資本主義」と呼ぶ。

こんな状況では営業や販売という仕組みはこれまでと全く変わり始める。私たちがまなざしを向ける先を予測・察知し、その視線上に適切な商品を置くために、私たちの行動や内面を計測しデータに変えることが最も重要になるのだ。経営学者のピーター・ドラッカーは「マーケティングの理想は、販売を不要にすることである」と断言する。最終的には積極的に販売促進

などしなくても、人々が勝手に求めるようにすることがマーケティングの理想だとすれば、それが実現しそうな条件は整いつつある。

現代マーケティングの父と呼ばれるフィリップ・コトラーは、このマーケティングという概念は1950年代に確立されたと言う。それまでの時代はマーケティング1・0と呼ばれ、製品管理中心の技術だった。製品管理のマーケティングでは、いかにコストを抑えて製品を生産し、いかに効率的に多くの人々に販売するのか、ということに主眼が置かれていた。戦前から戦後にかけては、まだまだ物の量が不足し、種類も充実していなかった時代である。そして製品を紹介する情報媒体も限られていた。だから広く呼びかけて、できるだけ多くの人にまなざしを向けてもらう「マスマーケティング」と呼ばれる宣伝方法が取られていた。

そんな中でGMが勝利した要因は、⁽³⁾車を買ってくれる人々を「同じ大衆」として見なかつたことである。大衆を富裕層から低所得者層まで分割して、それぞれに応じたグレードの車を用意する戦略。つまり市場を単一の顧客ではなく、それぞれの層に分割して分析し、それぞれに合わせた販売戦略を立てたのだ。これは後に「セグメンテーション（分割）」と「ターゲッティング（目標）」と呼ばれるマーケティング用語になった。

1950年代の自動車産業の拡大とともに、マーケティングの概念と技術は確立される。この時期の後、マーケティングはさらに進化し、単なる製品管理や販売にとどまらなくなっていく。その次には、買ってもらうために、いかに人々のまなざしを商品に引き付けるのかに焦点を当てる技術へと移行していくのである。1960年代頃からは、それまで購買を決定する要因だったProduct（製品）やPrice（価格）に加え、どこで販売するのかというPlace（流通）、どのように購買を促すのかというPromotion（プロモーション）も加えた4つのPで分析する方法なども登場する。

そして1970年代から80年代にかけては、さらにマーケティング技術は製品から消費者へと主眼を移していく。製品の生産や販売戦略に加えて、消費者の満足度を上げて、商品につなぎとめるための戦略が中心に展開される。Customer（顧客）は誰で、どういう性質を持ち、市場はどんなサイクルで動くのか。Competitor（競合相手）は誰で、どんな強みを持ってい

るのか。そして Company（自社）の強みは何で、どこに弱みがあるのか。こういった3つのCで分析するような方法がマーケティングに加わった。コトラーはこの時期をマーケティング2・0と呼んでいる。

インターネットが登場した1990年代に入って、少し状況が変わってくる。消費者が自由に情報へアクセスできるようになると、商品やサービスの機能や性能だけでなく、商品以外の価値へと人々のまなざしが移るようになる。例えば、この商品がどのようなビジョンやプロセスで作られているのか。あるいはこの商品は環境にどのような影響を与え、社会にどのような意味をもたらすのか。この商品を生み出した企業はどのような価値を社会に提供しようとするのか。そんなことを人々が気にするようになったのだ。

このマーケティング3・0と呼ばれる時期からは、商品の外側にある価値まで射程範囲となる。人々の感性に訴えかけ、企業のイメージを洗練させ、「商品から経験へ」と価値を拡大させるストーリーに力を注ぐ努力がなされる。それまでデザイナーは製品に売れるカタチを与えるだけで良かったが、それに加えて企業⁽⁴⁾のイメージを印象づけるためのデザインが必要になった。つまり「製品」の販売・流通から、「情報」や「印象」の創造へとシフトしていくのに、デザイナーが大きな役割を担うようになる。それら一連の戦略が「ブランディング」と呼ばれるようになった。

こうしてマーケティングは目に見える製品の管理から、私たちのイマジネーションの管理へとその範囲を拡げていく。物質的にはすでに満たされた私たちが、次に精神的なものを求めるようになるのは必然の流れである。そんな自己実現の欲求に応じる形で展開されるのが、マーケティング4・0だとコトラーは2014年に唱えている。人々は自らや社会の理想を求め、それを満たすものを購入するようになる。

それは私たちが考える以上の意味を持っている。今の消費社会においては、私たちが何を購入するのかが選挙で投票すること以上の力を持つからである。選挙でどの政党やどの議員を選ぶのかよりも、どのメーカーの商品を購入するのか、どのサービスにお金を支払うのか、どのテクノロジーを選択するのかが、私たちの生活に実質的な利害をもたらす。それどころか、その選択がその先に進むライフスタイルの方向まで決定つけてしまう。携帯電話を持つのに、今ではスマホ以外の選択肢はす

つかりと狭まっていることを思い出してみるといい。それは投票ではなく、購入することによって決まってきたのだ。だから、この社会では、

C

と言える。日々の選択は、次の選択肢を導いていくプロセスである。次の選択が広がるか狭まるかは、今の私たちの選択にかかっている。私たちは次の理想の姿を目指して、今、何かを選択しようとする。その欲求が次に向かう先は、自らのアイデンティティと大きく関係するようなものにちがいない。

(ハナムラチカヒロ『まなざしの革命』より)

(注) トラッキング＝消費者の購買行動などを追跡すること。

問1 傍線部①「そのような消極的なりサーチにとどまらない」とあるが、その説明として最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は□1。

- ① マーケティングが、できるだけ多くの人々に安価な商品を提供するための手法を探るものから、新しい商品を次々に求める一部の顧客にふさわしい商品を提供するための手法を生み出すものへと変化したということ。
- ② マーケティングが、私たちに自覚されないまま存在していた欲望を明るみに出し、さらに人々に能動的に働きかけて、特定の具体的な商品に対してまなざしを向けさせ、他の商品への欲望を生じさせないようになったということ。
- ③ マーケティングが、既成の商品をどのようにして販売すればより売れるのかを事後的に調査するのみならず、商品が作られる以前から、どのような商品を作れば売れるのかも徹底的に調べ上げるものになったということ。
- ④ マーケティングが、人々がどのような欲望や不安を抱いているのかを調べるだけでなく、どのような感情を喚起すれば商品を求めるようになるのかを調べ、その感情が生じるように意図的に仕向けるようになったということ。

問2 空欄 A B に入る語句の組合せとして最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は

2。

- | | | |
|---|--------|----------|
| ① | A 道具 | B ファッション |
| ② | A 乗り物 | B ポテンシャル |
| ③ | A 一生もの | B アンティーク |
| ④ | A 原型 | B トレンド |

問3 傍線部(2)「インターネットによってさらに先鋭化されている」とあるが、その説明として最も適切なものを、次の①～

④の中から一つ選べ。解答番号は3。

- ① 私たちがどのようなことに関心を向けているのかを調査・分析し、それに基づいて、個々人の好みに応じた商品の広告をインターネット上に提示することによって、企業収益を増大させられるようになったということ。
- ② 人々が何となく欲しいと思っている商品に関する情報を、インターネットを通じた広告によって広く提供することで、人々の潜在的な購買意欲が具体化され、従来のような販売促進は無用になったということ。
- ③ 検索エンジンなどを通して私たちの好みや関心を監視し、より多くの人々が欲する商品に関する情報をインターネット上の広告を通じて効率的に提供することで、企業の営業や販売にかかる費用を抑えられるようになったということ。
- ④ 私たちにとどのような不満や欲望があるのかを詳細にリサーチし、それをデータに変えてSNSなどに公表することで、消費を拡大でき、ひいては企業の利益に結びつけられるようになったということ。

問4 傍線部(3)「車を買ってくれる人々を『同じ大衆』として見なかった」とあるが、その説明として最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は[4]。

① 「マスマーケティング」という方法を積極的に取り入れることにより、大衆の抱く関心や欲望を細かく分析し、それに基づいて自動車を生産する体制をとったということ。

② 安価で大衆的な自動車を購入しただけでは満足しない「向上への欲望」をもった一部の人々に対して、細かくグレードやデザインを分けた自動車を販売するようにしたこと。

③ 大衆を均一的な消費者とみなすのではなく、さまざまな階層に分けたうえで、それぞれの階層にふさわしいグレードの自動車を生産し、売り込む戦略をとったということ。

④ 自動車を気分で乗り換えるために買うことができるのは一部の富裕層であって、かつて自動車を買った大衆はその層とは異なると考えたということ。

問5 傍線部(4)「企業のイメージを印象づけるためのデザインが必要になった」とあるが、その理由として最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は[5]。

① 商品に対する消費者の満足度を上げ、飽きさせないようにするためには、商品そのもののデザイン以上に、企業のイメージをよりよいものにするのが求められるようになったから。

② 消費者が自由に情報へアクセスできるようになり、商品の外側にある価値にまで関心が向けられるようになった結果、企業のイメージが消費に影響を及ぼすようになったから。

③ インターネットが普及し、消費者が積極的に商品の情報を求めるようになったのに応じて、商品の生産者である企業の側も、消費者の要望に応じて商品の機能や性能の改善に力を入れて印象を強調することが必要になったから。

④ マーケティングの技術が製品管理から商品のプロモーションだけに特化していったことに伴い、商品を生産する企業のイメージをいかにデザインするかということが重要視されるようになったから。

問6 空欄 C に入る表現として最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は 6。

- ① 常日頃の購買や投票の積み重ねが、知らず知らずのうちに社会や技術の衰退を招いてきたのだ
- ② 選挙において投票行動を決定する時にも、生活への利害をよく考えて選択肢を狭めていくことが大切である
- ③ 何かを購入することや選択することを通じて、私たちは社会システムや技術の方向性へ投票している
- ④ どの政党や議員に投票するかということは、商品の購入やライフスタイルの選択に直接かわる

問7 本文の内容と合致するものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は 7。

- ① 二十世紀半ばの自動車産業の拡大期に行われていたマーケティングは、4つのPを対象とするものであったが、その中であってGMは、いち早く「ブランディング」と呼ばれる手法を取り入れた。
- ② フォードは、セグメンテーションやターゲットティングと呼ばれることになる方法を取り入れ、生産ラインの合理化に成功し、自動車を安価に提供できる仕組みを整えた。
- ③ 製品の管理を中心としていたマーケティングの手法が、人々のまなざしを商品に引き付けるための技術へと進化した結果、人々が理想的だと考える商品が適切なたちで行き届く公正な社会が形成されつつある。
- ④ 「監視資本主義」といわれる社会では、企業は個人の関心がどのようなものに向かうのかを予測し、先取りして商品を提供するようになるため、集められた個人データが重要な価値をもつことになる。

2

次の文章を読んで、後の問い（解答番号 8 ～ 14）に答えよ。

憲法、とくに典型的な憲法の条文とされることの多い基本権条項は、民法、刑法あるいは道路交通法のような、普通の実定法とはずいぶん性格が異なっている。⁽¹⁾ 実定法の特徴は、自身が権威 (authority) であると主張する点にある。人々に対して、「どう行動すべきか、各自で判断するのはやめて、私の言う通りにしなさい。その方が、本来あなた方がすべきことを、より良くすることになりますから」と主張する（実定法としての性格が希薄な憲法条項は、武力の行使を禁ずる九条や立法、司法、行政の各概念に関する条文など他にも少なくないが、それらの問題はここでは扱っていない）。

道路の交通規則を例にとると、日本の道路交通法は、自動車を運行するとき、道路の左側を通るよう求めている（一七条四項）。右を通るか左を通るか、人々が自ら判断するのはやめて、左側を通るよう要求しているわけである。なぜそうした要求をするかと言えば、みんなが法の求めるように左側を通るようにすれば、安全かつスムーズに自動車を運行することができるからである。事故を起こして人に迷惑をかける心配もなくなる。だから、法を権威として受け取り、その通りに行動するようにと主張している。それが実定法の権威を正当化する際の、通常の論理である。

こうした論理が妥当する典型的な場面は、人々の社会的相互作用を調整しなければならない状況であり、とりわけ調整問題 (co-ordination problems) 状況——個々人にとってとるべき行動が何かが、他の人々が実際にとる行動が何かに依存しており、他の大部分の人々がとる行動を自分もとろうと大部分の人々が考えている状況——である。道路の交通規則もそうだし、商取引に関するルールの多くもそうである。政府が外交・防衛・治安・教育等の各種のサービスをするコストをまかなうために、それぞれがどれほど税金を支払うべきか、その制度を設定するのも広い意味では調整問題の解決である。負担の仕組みがとんでもなくおかしい、というのではない限りは、みんなにとって役立つサービスのコスト負担なのだから、みんなが大体において誠実に負担するのであれば、自分も応分に負担しようというのが、普通の人々がとる態度であろう。

実定法がこうした権威としての役割を果たし、権威として人々に受け取られるためには、実定法の体系は、「法の支配 the

rule of law」と総称されるいくつかの特質を備えている必要がある。実定法は公示され、規定の仕方が一般的かつ明確であり、相互に矛盾・衝突することがなく、A (注1)でなく安定しており、遡及的に適用されないことが必要である。何よりも、実定法は、読めば理解できるように規定されていなければならない。そうでなければ、人々は、「法の求める通り」に行動することはできない。裏返して言えば、実定法は、何らの解釈を加えることなく、直ちに理解できるものでなければ、社会一般の期待に応えることができない。

他方、実定法をことば通りに理解したのでは困ってしまう場合に必要なのが、解釈 (interpretation) である。しばしば挙げられるのは、市営公園の利用について「自動車の乗り入れを禁止する」というルールがある状況である。このルールも自身を権威として受け取るようにと、公園の利用者に要求している。自動車を公園に乗り入れていいか、各利用者が判断するのではなく、とにかく乗り入れるなど主張している。そうすれば、子どもたちを含めて利用者が安全に公園を利用できるし、静かな環境で公園の雰囲気を楽しむこともできる。それが本来、利用者がすべきことだからである。

あるとき公園内で急病人が出たとする。救急車で患者を搬出する必要がある。しかし、救急車はどう見ても「自動車」である。では乗り入れてはいけないのか。ルールを条文通りに理解すればそうだが、それが本来すべきことをしていることになる。とは、誰も思わない。そこで解釈が必要となる。通常の状態とは異なる例外的な状況では、種類を限って自動車の乗り入れを許容すべき場合もあると解釈することになる。

解釈が必要となるのは、あくまで例外的な場合でなければならない。条文の文字通りの意味から離れる解釈が例外的な場合にとどまっていなければ、実定法の体系は崩壊する。実定法が権威として機能し得なくなるからである。逆に言えば、条文の解釈が必要となる例外的な場合に、文面にこだわれと主張するのは、実定法の存在意義がそもそも何かを理解していない人の主張である。

実定法が法の支配の要請をほどほどに満たしており、何を求めているかを文面から理解し得ることは、実定法を権威として受け取るべき B ではあるが、C ではない。権威として受け取るべき理由があるか否かは、最終的には、個

別の実定法に即して、具体の場面ごとに判断すべき問題である。国家の権威要求を包括的に受け入れるべきか否かを問題とする（と標榜する）主権概念の意義が限定される理由は、ここにもある。もちろん、特定の家系に属する支配者の権威要求や破綻国家の権威要求は全面的に否定されるべきであろうが、国民主権を標榜しているからと言って、その国家の権威要求を包括的に承認すべきことになるわけではない。そんな要求には、もともと無理がある。

実定法をことば通りに受け取ったのでは、本来すべきことをすることにならない。そうした場合には解釈をするわけであるが、解釈にもおのずと限界がある。解釈では問題を解決し切れないとき、最後に呼び出されるのが憲法の条文、とくに各種の基本権条項である。基本権は、実定法の権威要求を解除する役割を果たす。実定法の要求に従うことが、この具体的な場面では、どう考えても人が本来すべきことをしていることにならない。そうした場合には、その実定法の要求に従う必要はない。法学者のジャーゴン(注2)を使うと、その実定法は「違憲無効」だということになる。

言い換えれば、基本権条項は、実定法の権威主張を額面通りに受け取るのはやめて、どう行動すべきかを本人自身が判断する、人本来の姿に戻れと呼びかけていることになる。良識に訴えかけているわけである。具体の状況で実定法の文面をことば通りに受け取り、それに従うことがあまりにも良識に反すると思うのなら、人本来の姿に立ち返って、自分で判断して下さい。それが憲法のメッセージである。

そう言われると、かえって不安に感ずる人もいるだろう。人の価値判断はさまざまであり、相対立する。人によって「良識」の内容が異なることもある。各人が別々の判断をして「これこそ人の生きるべき正しい道だ」と言い張り、その通りに行動すれば、トマス・ホッブズの描く「万人の万人に対する闘争」が現出するのではないか。しかし、そこまでの心配はご無用である。

たしかに複数の価値は往々にして比較不能である。異なる価値観のいずれがすぐれているか、優劣を判定するための、両者に共通する基準がないことは、しばしばある。宗教改革によって教会が分裂した後の世界では、根底的に対立し相互に比較不能な価値観が複数存在することを正面から認めた上で、多様な価値観を抱く人々が、公平に共存し得る社会の枠組みをいかに

して構築するかが課題となった。その解決を目指すプロジェクトが近代立憲主義である。近代立憲主義は、世界観を自ら選ぶとする自律的個人像を前提とする。それが日本国憲法を支えている。立ち返るべき良識が何か、基本的な方向性はすでに示されている。どんな価値観・世界観を抱く人であってもフェアに扱われる社会、信仰や出自によって不当な差別的取り扱いを受けない社会、そんな社会であるために、この実定法をこの具体的場面でことば通りに受け取り、そのままに行動してよいのか。それが問われる。

それでもまだ不安だという人もいるかもしれない。そうした基本的な方向性をも、多くの人が受け入れなければ、どうなるのか。そうした状況もたしかにあるだろう。むやみやたらに人を殺してなぜいけないのか、自分が欲しいと思うものを無理やりにも人から取り上げてなぜ悪いのか、そう多くの人々が本気で考える状況さえあるかもしれない。そんな状況は、近代立憲主義とは無縁である。人間らしい生活を送ることは無理である。もともと、近代立憲主義はあらゆる時代、あらゆる地域で受け入れられてきた考え方ではない。いま現在の世界においてもそうである。近代立憲主義の下で生きることができるとは、⁽³⁾ 僥倖^{うやうやかい}である。

近代立憲主義が、それと対抗するプロジェクト——たとえば単一の価値観で社会を統一・純化することで価値観の相剋^{そうごく}を解消しようとする極右ナショナリズム——と比べて、「客観的に」⁽⁴⁾ すぐれていると主張することはできない。それも比較不能だからである。近代立憲主義がすぐれているという結論は、個人の尊厳と平等、法の支配、民主主義など、近代立憲主義自体の諸前提に立脚しなければ導くことができない。どんな良識の欠けた人でも納得せざるを得ない、理詰めの「客観的」根拠がどこにあるわけではない。

憲法を扱う際に最も必要なのは良識である。大きな声でスローガンを叫ぶことではない。

(長谷部恭男「進歩しないことについて」より)

(注1) 遑及的に適用されない。法令などの効力が、施行以前に遑って及ぶことはないということ。

(注2) ジャーゴン＝特殊な集団や職業の専門語。

問1 傍線部(1)「実定法の特徴は、自身が権威 (authority) であると主張する点にある」とあるが、その説明として最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は8。

① 実定法は、社会において各人が本来なすべき行動を規定し、人々の社会的相互作用を調整して社会を支える働きを担うので、その社会において最もすぐれたものであるということ。

② 実定法は、みんなが等しく法に従うことで社会秩序が維持されるよう、国家の権威に基づいて制定されたものなので、行動に際しては各自の判断よりも優先されねばならないということ。

③ 実定法は、人々の社会的な行動が相互に調和しながら適切になされるよう調整するものなので、各自が思い思いに判断せずに、それに従って行動することが求められるということ。

④ 実定法は、みんながそれに従って行動することで行動の安全性や効率が高まるすぐれた仕組みとして働くため、人々が自発的にそれに従うようになるということ。

問2 空欄 A に入る語句として最も適切なものを、次の①～⑤の中から一つ選べ。解答番号は9。

- ① 有為転変
- ② 不易流行
- ③ 杓子定規
- ④ 朝令暮改
- ⑤ 巧言令色

問3 空欄 B ・ C に入る語句の組合せとして最も適切なものを、次の①～⑥の中から一つ選べ。解答番号

は 10。

- ① B 理由 C 目的
- ② B 目的 C 理由
- ③ B 必要条件 C 十分条件
- ④ B 十分条件 C 必要条件
- ⑤ B 前提 C 帰結
- ⑥ B 帰結 C 前提

問4 傍線部(2)「基本権条項」とあるが、その役割の説明として最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号

は 11。

- ① 実定法の要求にそのまま従うことはできず、解釈にも限界がある場合、各自が本来、人としてすべきことを判断して行動できるようにすること。
- ② 実定法をことば通りに適用することが困難な状況で、個人の解釈に従って本来すべきことを考えて行動できるようにすること。
- ③ 憲法に実定法の履行を制限する条件が規定されている場合、人本来の姿に戻って個人の判断で行動できるようにすること。
- ④ 通常と異なる例外的な状況において、どう行動すべきかの解釈が人々の間で一致しない場合に、個人の良識に従って各自の判断で行動できるようにすること。

問5 傍線部③「近代立憲主義の下で生きることができるとは、僥倖きやうじやうである」とあるが、そう言える理由として最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は12。

① 近代立憲主義の下では、誰もが自律的に生きることが認められ、互いの価値観が衝突したとしても、人々がそれぞれの判断に従って独善的に行動できるから。

② 近代立憲主義の下では、努力すれば報われるという希望を個人が抱くことができ、人間らしい生き方を追求できるようになったから。

③ 近代立憲主義社会は、良識を持って行動する人々によって作られた社会であり、過去から現在に至るまでの様々な仕組みの中で特にすぐれているから。

④ 近代立憲主義社会は、価値観の異なる人々の公平な共存を目指し、人間らしい社会のあり方を追求しているが、そうした考え方は当たり前にあるものではないから。

問6 傍線部④『客観的に』すぐれていると主張することはできない」とあるが、その理由として最も適切なものを、次の

①～④の中から一つ選べ。解答番号は13。

① 近代立憲主義が主張する人間らしさの考え方は、近代以降の一つのものの見方でしかなく、そうした人間観が今後受け入れられていくとは限らないから。

② 近代立憲主義をすぐれていると評価する価値観それ自体が、個人の尊重や民主主義などの、近代立憲主義が依拠する理念に基づいたものだから。

③ 極右ナショナリズムのように、単一の価値観を絶対化することで社会秩序を築こうとする立場にも、すぐれた点がないとは言いきれないから。

④ 個人の良識を支えにして価値観の相剋を解消しようとしても、何を良識とするかは人それぞれであり、むしろ意見の対立や闘争が生じる可能性すらあるから。

問7

本文の内容と合致するものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は14。

- ① 人々の価値判断が多様であろうとも、多様な価値観に共通する基準をともに探る努力を続ける限り、各自の良識に判断を委ねると「万人の万人に対する闘争」が生じてしまうという心配は無用である。
- ② 憲法の基本権条項に従うべきか否かは、各自の良識に基づき、それぞれの具体的な場面に即して判断されるべきである。
- ③ 実定法の条文は誰もが直ちに理解可能な言葉で表されている必要があるが、現実には言葉の意味が理解しづらい場合もあるため、ときとして解釈が必要になる。
- ④ 特定の家系に属する支配者の権威要求や破綻国家の権威要求に人々が従うべき理由は一切存在せず、また、国民主権国家による権威要求であっても、人々がその全てを例外なく受け入れなければならないわけではない。

3

次の文章を読んで、後の問い（解答番号 15 ～ 20）に答えよ。

人間は欠如存在であるが、複数の欠如存在が集合するとき、欠如と過剰の弁証法が働き、人間はその欠如を満たすことができるようになる。このような連帯の機制を通じて、欠如存在としての人間は、その生命を再生産することができる。人間は、この事実を知っている。一者の生は他者による扶助がなければ成り行かないし、他者の生も一者による扶助がなければ成り行かない。そのことを人間は知っているのである。ここから相互扶助の倫理が立ち上がる。

ある人が誰かを扶助するとき、その人は自身の存在の一部を、つまり労力や時間や所有物を他者に差し出し、他者と分かち合う。【Ⅰ】助け合いは分かち合いである。だから、相互扶助の倫理は分かち合いの倫理である。だが、分かち合いの倫理は正義の倫理ではない。相互扶助という語は相互性を含意するので、正義の概念と親和性が強いように見えるかもしれない。つまり、一者が与えたのと同じだけ他者も与えなければならぬという均衡が含意されるように見えるかもしれない。しかし、相互扶助において大切なことは、まずは分かち合うことであって、相互扶助の倫理は正義や均衡とは異なる次元にある。分かち合いの倫理は分け前の正当性の倫理ではない。

もちろん、相互扶助が社会保険のようなかたちで制度化されるとき、誰がどれだけ負担し利益を手にするのかということに關する分配的正義の問題が前景化するだろうし、またヘクターの言う通りフリーライダーを防止することも切実な課題となるだろう。しかし、相互扶助は、そうした正義の問題から独立したトピックとして理解されなければならない。危機の状況においては、正義よりも連帯が強調される傾向がある。【Ⅱ】それは、危機の状況にあつては、制度的正義がうまく機能しないからであり、正義が不在であつてもなお人々の共存が求められるからである。そのことは、相互扶助や連帯が正義と次元を異にするトピックであることの証拠であらう。

たしかに、相互扶助は扶助の相互性を含意するから、相互扶助の倫理においては、一者の扶助に対して他者が扶助で返すということが前提される。しかし、相互扶助の概念それ自体は、一者が他者に対して、いつ、どのように、どれほど扶助するの

かという内容を指示しない。一者が扶助したにもかかわらず、他者が扶助を返すことがない、ということも十分にありうる。たとえば、ある人物が困窮する他者に扶助したが、それにもかかわらず、その他者が絶命してしまうといった事態は十分に想定しうる。このような場合、扶助は相互的ではなく一方的であって、見返りのない贈与であることになろう。また、ここでは説明の便宜上、相互扶助の関係を一对一の関係として説明しているが、実際にはそうではない場合が多い。一人を扶助するために、複数の者たちが力を合わせる事が頻繁にある。複数の者たちが複数の者たちを扶助することもある。この場合、誰がどれだけ扶助したかということ突き止めることは困難であろう。【Ⅲ】その意味でも相互扶助には贈与の契機が含まれるはずなのである。

そうした相互扶助の独特の性格が捨象され、相互扶助が商品交換のようなものとして理解されてしまうと、相互扶助の本質が見えなくなってしまう。相互扶助は、商品交換のようなものとしては不可能なのである。商品交換は、交換される物やサービスの等価性、また交換の A によって特徴づけられるだろうが、日々の相互扶助はそうした特徴から大きく逸脱している。もし、贈与に対して、即座に等価の贈与で応答するとすれば、それは、贈与が生み出す関係を解消することを意味するだろう。グッデインは次のように述べている。

厚意に対して、あまりにすぐに返礼する者は、あるいは友人が以前じぶんに与えてくれたものと同じ贈り物を正確に友人に返す者は、友人的な振る舞いを支配している規則ではなく、商業融資の返済を支配している規則に従っているのである。

商品交換は、そのような非友人的な規則に従うものである。【Ⅳ】交換者たちは、交換のあいだだけ接触し、交換が終われば交換者たちの関係は絶たれる。そして、その交換は等価物の交換でなければならない。これに対して、相互扶助の相互性は、そのようなものではない。すでに考察したように、ある人物が誰かを扶助したとしても、その見返りの扶助がいつ、どれだけ届けられるのか分からないし、そもそも届けられないかもしれない。それでも遂行されるのが相互扶助なのである。

(2) ここで注意すべきは、強調点が置かれている場所である。ここでは、扶助する者は見返りを期待してはいないといったことが主張されているのではない。純粋な利他主義者や聖人君子でない以上、人は何らかのかたちで見返りを期待するはずである。しかし、期待通りに見返りが届けられるとは限らない。相互扶助の関係においては、商品交換のような相互性は成立しないからである。そのかぎり、相互扶助には、見返りのない贈与という契機が避け難く含まれる。この事実が強調されているだけなのである。

相互扶助の性格をこのように理解することによって、連帯の二つのモデル——協働モデルと他者中心主義モデル——と、相互扶助との関係について解釈することが可能となる。連帯の協働モデルでは、共通の目標や利益を実現するために協力し、その負担を引き受けることが連帯と見なされるのであった。また、連帯の他者中心主義モデルにおいては、苦境に陥っている他者に対する助力に力点がおかれるのであった。一見すると、相互扶助は前者と

互扶助が帯びる贈与性を考慮に入れるなら、連帯の他者中心主義的モデルによっても相互扶助の一面を説明することができるのである。

相互扶助には贈与性という要素が含まれる以上、連帯という現象も程度の差はあれ他者中心主義の性格を帯びる。連帯が他者中心主義の性格を帯びるといふ事態を理解するために、「人は自分自身と連帯することはできない」というシヨルツの言葉を少しだけ自由に解釈してみよう。連帯するとは、定義上、他者と関わるといふことである。他者と連帯するとき、個人はその境界の外部に飛び出し、他者に開かれる。連帯的であるとは、他者に開かれていることを意味する。それだから、連帯するとき、個人は脱中心化される。連帯において、他者との関係の重心は自己から他者の方へと移動するのである。もちろん、連帯が制度化されると、その制度から自己利益を得ようとする者たちが出現する。そのとき、連帯関係における重心は自己の方にやや移動する。そのことによって、連帯の協働モデルが説得力を増すような場面が発生するだろう。だが、そうだとすも、そのことによって他者中心主義の要素が消滅してしまうわけではない。

(3) 連帯の倫理、あるいは相互扶助の倫理というものが可能であるとすれば、それは他者の方に重心を移動させたものであろう。

イマヌエル・カントの定言命法——「汝なんじの人格やほかのあらゆるひとの人格のうちにある人間性を、いつも同時に目的として扱い、決してたんに手段としてのみ扱わないように行なせよ」——を變形することによって、この重心移動を表現することができるかもしれない。ライティネンは、そのことを試みた。

以下のように述べることによって、カントの有名な格言を転倒することさえできる。誰も、単に目的と見なされるべきではなく、むしろ、少なくともときには他者の目的を促進するための有用な手段と見なされるべきである。

連帯せよ——そのように呼びかけられるとき、自身の存在が他者たちに開かれてあること、自身の存在の一部を差し出し、他者たちと分かち合うことが、私たち一人ひとりに求められるのである。ここでは、このような分かち合いの呼びかけに「倫理的連帯」という名を与えよう。

(馬淵浩二『連帯論』より)

(注) フリーライダー⇨対価を払わずに公共の利益にただ乗りする者のこと。

問1 本文中の【Ⅰ】～【Ⅳ】のうち、次の一文が入る箇所として最も適切なものを、後の①～④の中から一つ選べ。解答番号は□15。

そうであるにもかかわらず、相互扶助は行われる。

- ① 【Ⅰ】 ② 【Ⅱ】 ③ 【Ⅲ】 ④ 【Ⅳ】

問2 傍線部(1)「分かち合いの倫理は正義の倫理ではない」とあるが、その説明として最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は□16。

- ① 人間は欠如と過剰の弁証法により、欠けた部分を他者と補い合いながら生きているが、その相互補完行為は両者に同等の贈与を求めるといふ点で倫理的ではないということ。
- ② 何かを差し出し誰かを助けることそのものに助け合いの価値があるのであって、等しく扶助し合うべきであるという道理を持ち出すのは適当ではないということ。
- ③ 相互扶助の倫理とは人が他者のために労力や時間や所有物を差し出すことであるが、だからといってこの行為が道理にかなっている訳ではないということ。
- ④ 分かち合うという行為は必然的に分かち合えない者を生んでしまうため、一概に正しい行為とは言いきれないということ。

問3 空欄

A

 ・

B

 に入る語句の組合せとして最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は

17。

- | | | | | |
|---|---|-----|---|-----|
| ① | A | 恒久性 | B | 調和的 |
| ② | A | 即時性 | B | 競合的 |
| ③ | A | 経済性 | B | 重層的 |
| ④ | A | 同時性 | B | 親和的 |

問4 傍線部(2)「ここで注意すべきは、強調点が置かれている場所である」とあるが、ここで強調されているのはどのような

ことか。その説明として最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は18。

- ① 相互扶助の特徴は、全く見返りを想定しないという点ではなく、商取引のような等価交換の相互性が成立しないという点にあるということ。
- ② 非友人的な規則に従って贈与を行う者は、純粹に等価物の交換を求めているだけであるから、その人に対して、見返りを期待してはならないなどと批判しても意味がないということ。
- ③ 相互扶助の特性を正確に把握することが重要なのであって、何がどのようなタイミングで交換されるのかというようなことは考慮しなくてよい問題であるということ。
- ④ 相互扶助の相互性に関しては、人と人の間で行われる物やサービスの交換の等価性に注目すべきであって、見返りの期待や返礼の義務といった目的の観点から議論すべきものではないということ。

問5 傍線部③「連帯の倫理、あるいは相互扶助の倫理というものが可能であるとすれば、それは他者の方に重心を移動させたものであろう」とあるが、その理由として最も適切なものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は□。

① 人は、自己よりも他者に重きを置いて、共通の目的や利益の実現のために協働しなければ、社会保険のような相互性を実現することはできないから。

② 人は、他者に開かれた存在となるときに連帯することが可能となるが、関係の重心が自己の方に向くと、他者中心主義は消滅し、連帯も解消されてしまうから。

③ 人は、見返りや均衡・平等よりも、重心を他者に置いた関わりを重んずることによって、他者に開かれた存在として連帯や相互扶助を実現できるから。

④ 人は、連帯に自己利益のみを求める者や相互扶助に見返りを求める者に対しては、倫理的連帯を呼びかけることはないから。

問6 本文の内容と合致するものを、次の①～④の中から一つ選べ。解答番号は□。

① 相互扶助と正義は次元を異にするが、災害のような危機の下では、相互扶助の倫理と正義の倫理を両立させるべき状況は想定しうる。

② 相互扶助の関係においては、扶助する側と扶助される側が複数名対複数名の場合も多いため、誰がどの程度扶助に貢献したかを把握するのは難しい。

③ 相互扶助や連帯を仕組みとして整えると、少なからず他者中心主義の倫理が損なわれることは確実なため、筆者はこうした行為の制度化には反対の立場である。

④ カントは他の人の人格を手段として扱うことを戒めたが、ライティネンは連帯という目的遂行のためには他者を手段とすることも許されるとした。

4

次の各問いの傍線部のカタカナに相当する漢字と同じ漢字を使うものを、それぞれ①～④の中から一つずつ選べ。解答番号は [21]、[22]、[23]、[24]。

問1 獅子奮ジンの働きをする

(解答番号は [21])

- ① ジン常でない量の雨が降る
- ② 事業の成功にジン力する
- ③ 社長がジン頭指揮を執る
- ④ ジン速な対応を期待する

問2 温コ知新の精神を重んじる

(解答番号は [22])

- ① 縁コを頼って上京する
- ② コ跡を巡る旅
- ③ 確コたる自信がある
- ④ コ軍奮闘する

問3 この製品を世に出すのはセツ速に過ぎる

(解答番号は [23])

- ① 仲間とセツ磋琢磨しあう
- ② 兄はおセツ介焼きだ
- ③ 稚セツな説明に終始する
- ④ 取引先をセツ待する

問4 不正を糾ダンする

(解答番号は [24])

- ① 論ダンで白熱した議論が交わされる
- ② ダン腸の思いで諦める
- ③ 旅行の予定を相ダンする
- ④ ソファアが消耗してダン力がなくなる

5

次の傍線部の語句の読みとして最も適切なものを、それぞれ①～④の中から一つずつ選べ。解答番号は **25**、**26**、**27**。

問1 証明書類を貼付する

- ① せんぷ
- ② とふ
- ③ ちょうふ
- ④ はつぷ

(解答番号は **25**)

問2 代替の案を出す

- ① だいか
- ② よがえ
- ③ だいたい
- ④ たいかえ

(解答番号は **26**)

問3 漁師が網を手繰る

- ① てぎぐ
- ② たぐ
- ③ たやつ
- ④ てまど

(解答番号は **27**)

6

次の各問いの表現を言い換えたものとして最も適切なものを、それぞれ①～④の中から一つずつ選べ。解答番号は28、29、30。

問1 目から鼻へ抜ける

- ① すぐに忘れる
- ② 容姿が整った
- ③ 理解が早い
- ④ とんちんかん

(解答番号は28)

問2 嚆矢こうし

- ① 争いのもと
- ② 物事のはじめ
- ③ 当を得た指摘
- ④ 解決の糸口

(解答番号は29)

問3 閑話休題

- ① 言いたいことは何もない
- ② 以上で話を終了する
- ③ 話を本題に戻そう
- ④ 気楽に話そう

(解答番号は30)

[出典]

1

ハナムラ チカヒロ. まなごしの革命 世界の見方は変えられる. 河出書房新社, 2022, p. 152-158.

許諾日: 2024年4月30日 License ID : G2845-241105756

許諾情報 URL:

<http://www.jcea.info/license2024/G2845-241105756.html>

2

長谷部 恭男. 進歩しないことについて 『比較不能な価値の迷路[増補新装版]』刊行に寄せて「UP2018-05」所収. 47(5), 2018.5, p.6-10.

許諾日: 2024年5月7日 License ID : G2845-241105757

許諾情報 URL:

<http://www.jcea.info/license2024/G2845-241105757.html>

3

馬淵 浩二. 連帯論 分かち合いの論理と倫理. 筑摩書房, 2021, p. 304-309.

許諾日: 2024年5月20日 License ID : G2845-241105758

許諾情報 URL:

<http://www.jcea.info/license2024/G2845-241105758.html>