

一 次の(1)〜(8)の各文の傍線部を漢字に直したとき、それと同じ漢字を含むものを、下の各群の①〜④のうちからそれぞれ一つずつ選びなさい。解答番号は 1 ～ 10。

- (1) 小細工をロウする。1
- (2) シキサイ豊かに絵を描く。2
- (3) ノートにフセンを貼る。3
- (4) 話のボウトウで結論を述べる。4
- (5) ケイソクテキに努力する。5
- (6) セイチな絵を描く。6
- (7) ソウゴンな式典に出席する。7

- ① ホウロウの旅に出る。
② ロウデンプレーカーを取り付ける。
③ 時の運にホソロウされる。
④ 砂上のロウカクに過ぎない。
- ① 借金をヘンサイする。
② フンコツサイシンして働く。
③ 表情がセイサイを欠く。
④ ヨウサイを建設する。
- ① 細菌のカンセンを予防する。
② 飛行機がセンカイする。
③ センサイな心を保つ。
④ 医師からシヨホウセンが出る。
- ① ボウケン小説を執筆する。
② 事件のゼンボウが明らかになる。
③ 彫刻家のコウボウを訪ねる。
④ 雑務でタボウな毎日を送る。
- ① 勉強の合間にキウケイする。
② コウケイシャの座を争う。
③ ケイジバンにポスターを貼る。
④ ケイリュウ釣りを楽しむ。
- ① チミツに論理を組み立てる。
② 意見がイッチする。
③ 電車がチエンする。
④ 仕事のグチをこぼす。
- ① ソウダイな物語に感動する。
② ベッソウで休暇を過ごす。
③ ショウソウに駆られる。
④ ソウナンシャを救出する。

- (8) 仲間とエンジンを組む。8
- ① ジンジョウではない努力を積む。
② 復興支援にシンリヨクする。
③ ジンソクに判断を下す。
④ ジントウシキをとる。

- (9) 混沌とした様相をテイする。9
- ① 裁判長がヘイテイを宣言する。
② ポウハテイを築く。
③ 花束をゾウテイする。
④ 平和条約をテイケツする。

- (10) 生ごみをタイヒにする。10
- ① 数学界のタイトと評される。
② 改修工事がテイタイする。
③ 土砂がタイセキする。
④ 建物のタイキウセイを高める。

二 次の文章を読んで、後の問い(問1〜9)に答えなさい。

感情とは何か、感情をどう捉えるかをめぐっては、心理学や社会学の領域で様々な議論があった。それらの議論を大雑把に整理してみると次のようになる。

まず、人類には進化の過程で形成された生得的な基本情動(basic emotion)が存在し、それは神経生理学的基礎をもつという心理学的、生理学的ないわば実証主義的な観点から感情を理解する立場がある。

これに対し、感情の生理的機構を前提とするものの、身体的興奮や生理的变化など感情発生以前の状態に対し、人間は解釈という実践を加えることで感情というラベルが貼られていくのだというシンボリック相互作用論(symbolic interactionism)ないし構築主義の立場がある。感情表現や感情認知および解釈には文化差があることを認めつつ、感情が社会によって構成されていくという見方である。この立場では例えば、客室乗務員や苦情対応係など接客業に従事する人々が、顧客を好ましい精神状態に誘うために、自らの感情を制御しながらサービスを提供するような、いわゆる感情労働(emotional labour)に関する感情社会学の視座からの研究もある。感情労働において感情は一種の商品もしくはトークンとして扱われ、感情労働者にはあたかもそのような感情をもって振る舞っているかのような演技の力が要求される。

感情をどう捉えるかをめぐって、このような実証主義と社会構築主義の間の議論が展開されるなか、近年の感情科学では、身体的な知覚を通して内受容感覚として快・不快など感情の核ともいえる部分が形成されていく過程と、それらの感受が言語を介して解釈され、喜怒哀楽など感情として自覚されていく、すなわち感情という 1 として構築されていく過程とを区別しつつ、感情を総合的に捉えていくことが提案されている。

^B感情科学と感情コンピューティング研究との協働は双方に新たな知見をもたらし始めている。感情コンピューティング分野では、人間が自らの感情を把握し、制御するメカニズムを解明し、それらを再現しようとしている。感情コンピューティングの研究は、人間感情の解明のみならず、感情表現をプログラム化した人工エージェントを開発する、感情AIあるいは

感情ロボットの研究も視野に入れている。感情をもっているかのような振る舞いが可能となるよう設計された感情ロボットが実現することで、人間とのより円滑なやりとりが実現する。顔認識、音声認識、テキスト分析など感情認識技術の進歩により、市場調査をはじめ個々のユーザーの嗜好や感情に合わせたサービスの提供などが様々な分野に導入されている。

人間の感情や気分をその発言や表情から認知するだけでなく、そうした人間の心理状態に対し適切な振る舞いを可能にすることで、看護や介護などの現場で役立てることも可能となる。また、ロボットによる支援をきっかけとして、対人関係の力を養う一助ともなり得る。さらに、子どもたちの感情を理解し、そのコミュニケーションスキルを磨くために、学習支援はもとより、精神保健分野でも専門家に代わってクライアントを支援するような感情ロボットも考案されている。感情を込めた言葉のやりとりはもとより、何をどう伝えるか、さらに身振りや表情といったボディ・ランゲージを含むマルチモーダルな統合的アプローチに至るまで展開の幅は広い。感情AIや感情ロボットがより円滑なコミュニケーションを実現することは、マルチタスクをこなす汎用AIへの道が拓けることを意味している。

他方、感情コンピューティングとの連携を通して、感情科学にも人工システムをツールとして活用し、感情のさらなる解明を進めようという試みもある。ロボットやヴァーチャルキャラクターを用いて高度に制御された表現行動を実験的に操作することにより人間の社会的インタラクションを分析する、あるいは、他者の感情表出における神経相関を明らかにするために、意思決定の過程を解明する、さらには、自己指向的あるいは他者指向的な感情表出における神経相関を明らかにするために、ヴァーチャルな他者を活用するなどの研究である。そのほか、心理学やコミュニケーション研究においては、人間が人工的な存在をどのように認識し、どのように相互作用しているかといった分析もさかんである。感情そのものや、感情が人間の判断や意思決定に果たす役割を理解することは、現代社会で人間がなぜ特定の行動をとるのかを理解するための鍵となるという。

しかし、社会科学や行動科学、神経科学の分野の感情研究者と、感情コンピューティングの分野の研究者との連携が、基礎研究段階から応用研究段階までシームレスに展開するのはなかなかチャレンジングな課題である。異分野間の相互の連携の密度と質が十分に保てないと、期待の分野だけに、一連の検討作業の不足がもたらす社会的影響も大きい。とりわけ感情に関わる新たな知見が、技術開発現場に波及し、それをもとにした製品やコンセプト、サービスなど製品として市場に出る一連の展開が従来よりも加速化している状況を鑑みると、研究の萌芽から技術開発による社会実装に至るまでのシークエンス全体を貫くようなリスク・アセスメントやリスク・マネジメントが必須となる。

例えば、人工エージェントが感情表現の機能をもつ、いわゆるフィードバック・マシーンの開発をみてみよう。大規模言語生成モデルの機能向上により、言葉を生成する過程で、感情がこもった言語表現を繰り返し出力するうちに、あたかもAIが感情を有しているのではないかと錯覚を起させてしまうケースもこれまで以上に起こり得る。言葉も含め、表情やしぐさ、態度など感情表現技術の性能を向上させた人工エージェントが人間とのインタラクションの現場で様々な機能するようになっていくと、そうしたエージェントをどこまで社会的パートナーあるいは集団の一部として受け入れるか、どこまでが「自動化」された行為なのか、どこからが「自律的」な行為なのかといった議論も必要となる。人工エージェントの社会的役割や権利、責任についても検討する必要があるだろう。

また、感情ロボットの開発においては、人間の感情や行動を模倣するための学習データの収集が必要となる。収集データの適切な管理を怠ると、不適切なデータ使用あるいはプライバシー侵害のリスクは免れない。もとより感情コンピューティングの研究は発展の途上にあるという意味で技術的には未完の部分を含み、その技術的制約を逃れることはできない。人間感情を適確に認知し、適切に応答するための技術が誤った判断や誤作動によって与える社会的被害については、あらかじめコミュニケーションするなどして、不測の事態をできるだけ減らす努力はもちろんのこと、不測の事態に備えて予防的に介入する可能性、さらには、そうした人為的介入がどこまで許されるのかなど、予防的介入の妥当性も併せて検討する必要がある。さらに、感情ロボットが詐欺行為や人心攪乱など悪意ある目的のために利用されてしまう危険もある。それだけではなく、感情コンピューティングは、人工エージェントをより人間に近い存在に見せようとする傾向がゆえに、人間の側に依存的傾向をもたらしつつもリスクもある。

言葉と感情表現とは密接に関係しており、人は言葉で感情を伝え、共有し、理解し合う。大規模言語生成モデルは自然言語を介した滑らかな応答機能を向上させ注目されている。

自然言語処理システムの嚆矢といえ、一九六〇年代にワイゼンバウム（一九三二—二〇〇八）が書き上げたELIZA（「自然言語処理システムの嚆矢」といって、一九六〇年代にワイゼンバウム（一九三二—二〇〇八）が書き上げたELIZA）だ。音声による会話ではなく、スクリプトを書き込む形で対話システムで心理療法をモデルに考案した。心理療法場面に設定することで、扱う会話内容のデータをあらかじめ限定し、データ量を節約できる。ごく簡単なパターンマッチの技法を用いたもので、「当たり障りのない内容に不満を抱いたユーザーはいたものの、プログラムの背後に実際の「ドクター」が控えていて、話を聞いていくのではないかと思ひこんだユーザーも多かったという。」

ちなみに、ELIZAという名前は、バーナード・ショウの戯曲「ピグマリオン」に登場する女性の名前にちなんでつけられたといわれる。人工物を2としてしまおうという人間の習性は古く古代ギリシアまで遡る。古代ギリシアのキプロス島の王ピグマリオンは、現実界の女性に飽き足らず、自ら彫った理想の女性像に恋焦がれ、ついには女神に息を吹き込んでもらったという神話は有名である。

機械が自分たち人間と同様に感情を抱いているという錯覚に陥り、過度な感情移入や感情依存、さらにはヴァーチャル世界に没入するなかで、感情を介した誘導や感情操作にはまってしまうといった事態も予想される。ジョージ・オーウェルが小説『一九八四年』で描き出した世界にすでに暗示されている通り、人間を誘導あるいは操作していく上で、感情は「恰好の手段として悪用される危険がある。」(i) 生身の身体を介した内受容感覚としての感情を、人間は日常生活のなかで直接目で確かめることは不可能だ。(ii) 親愛の情に始まる基本的な感情はもとより、そうした感情を基盤として社会生活を営む上で他者への信頼や期待、希望といったものは、それぞれのコミュニケーション場面でいちいち可視化し、測定し、確認できるようなものではない。(iii)

人は感情移入することで周囲の生き物をはじめ非生物（モノ）との関係を構築し、自らの世界を意味づけながら生きていく。長年使い込んだモノへの愛着と感謝の念は、物供養の習俗となり、しまいは犬型ロボット解体前の供養にまで及んでいる。文化人類学的な観点からみれば、これは葬送儀礼をはじめ通過儀礼や儀式を通して私たちの文化が培ってきた、一種の喜怒哀楽の感情調整機能と解釈することもできる。

今後、人工エージェントを相手にする時間はますます増えていくことは間違いない。他方、生身の人間との関わりを通して味わう喜怒哀楽など共感の機会は減っていくかもしれない。(iv) 人間同士の表面的な付き合いばかりが先行する社会のなかで、感情の機微や情の通い合いを渴望するあまり、従順な対応をするようプログラム化された身近な機械に心を寄せてしまう危険はいくらでもある。相手と適度な心の距離を保つ人づきあいの智慧はもとより、社会生活を通して人間が培ってきた文化の産物である。機械ともこの適度な距離を保つバランス感覚を養っていく必要がある。急速なデジタル化に伴い、対人感情のみならず、対機械感情も視野に入れていかなければならない。

技術革新およびその社会実装の加速化が進むなか、技術を正しく怖れつつ、賢く活用するための智慧が求められる。技術はグローバルに一元化したものとして捉えられがちだが、その社会実装の具体においては、地域や文化の多様性を考慮に入れる必要がある。これまで感情を醸成してきた文化的資源の多様性に着目した、感情の国際的かつ学際的研究の進展が望まれるところである。

(鈴木木子「人間とAIの感情コミュニケーションその可能性とリスク」による)

※問題作成の都合により、一部省略・改変した箇所がある。

(注1) 内受容感覚は自己の身体内部の状態を捉える感覚。

(注2) マルチモーダルは異なる種類の情報を組み合わせて処理すること。

(注3) バーナード・ショウ（一八五六一—一九五〇）イギリスの劇作家。批評家。

(注4) ジョージ・オーウェル（一九〇三—一九五〇）イギリスの小説家。評論家。



問1 傍線部(ア)「嘖矢」・(イ)「当たり障りのない」は、本文中ではどのような意味か。最も適当なものを、下の各群の

①～④のうちからそれぞれ一つずつ選びなさい。解答番号は 11・12。

(ア) 嘖矢

11

- ① 最高峰。
- ② 代表例。
- ③ 先駆け。
- ④ きっかけ。

(イ) 当たり障りのない

12

- ① 曖昧で煮え切らない。
- ② 無難で角が立たない。
- ③ ありきたりで役に立たない。
- ④ 遠回しで要領を得ない。

問2 傍線部A「様々な議論」とあるが、その説明として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は 13。

- ① 感情は、実証主義的な観点からは身体的・生理的変化の副作用として説明されているが、構築主義的な観点からは身体的・生理的変化に対する個人的な意味づけとして説明されている。
- ② 感情は、実証主義的な観点からは身体的・生理的変化にともなう経験される情動として説明されているが、構築主義的な観点からは身体的・生理的変化を引き起こす内的な作用として説明されている。
- ③ 感情は、実証主義的な観点からは身体的・生理的変化の内受容感覚に関する人間自身の解釈として説明されているが、構築主義的な観点からは喜怒哀楽などの基本情動の組み合わせとして説明されている。
- ④ 感情は、実証主義的な観点からは進化の過程で備わった先天的な情動として説明されているが、構築主義的な観点からは感情以前の身体的・生理的変化に対する社会的な認識として説明されている。

問3 空欄 1 に入れるべき言葉として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は 14。

- ① セオリー
- ② プロトタイプ
- ③ カテゴリー
- ④ ステレオタイプ

問4 傍線部B「感情科学と感情コンピューティング研究との協働は双方に新たな知見をもたらしている」とあるが、それはどういふことか。その説明として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は 15。

- ① 感情コンピューティングが感情科学の知見をもとに人間感情のさらなる解明を進めているように、感情科学においては、感情AIや感情ロボットを活かした新たな研究領域が生まれているということ。
- ② 感情コンピューティングが感情科学の知見をもとに新たな技術の研究開発を進めているように、感情科学においても、感情コンピューティングのような人工システムを利用した研究方法が取り入れられているということ。
- ③ 感情コンピューティングが感情科学の知見から人間の感情のメカニズムを理解しようとしているように、感情コンピューティングにおいて集められたデータが感情科学の研究に役立てられているということ。
- ④ 感情コンピューティングにおいて感情科学の知見が感情認識技術を進歩させているように、感情科学では感情コンピューティングの分野で開発されたシステムが人間感情のさらなる解明を可能にしているということ。

問5 傍線部C「リスク・アセスメントやリスク・マネジメントが必須となる」とあるが、どのような「リスク」が想定されているか。その説明として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は 16。

- ① 感情ロボットの開発過程で収集されたデータが適切に管理されず、データとしての価値を失うリスク。
- ② 人工エージェントの感情表現の機能が向上することで、感情労働に携わる人々が職を失うリスク。
- ③ 技術的な欠陥により、人工エージェントが誤った判断をしたり誤作動を起こしたりするリスク。
- ④ 感情ロボットが感情に訴えるような振る舞いを学習し、自律的に人間を欺くようになるリスク。

問6 空欄 2 に入れるべき言葉として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は 17。

- ① 記号化
- ② 偶像化
- ③ 擬人化
- ④ 相対化

問7 本文から次の一文が脱落させてある。元の位置は(i)～(iv)のうちどこか。次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は 18。

しかし、人間はそうした可視化することが困難な感情ないし心の働きを仮定しないし仮想することを通して他者と共存している。

- ① (i)
- ② (ii)
- ③ (iii)
- ④ (iv)

問8 傍線部D「対人感情のみならず、対機械感情も視野に入れていかなければならない」とあるが、それはどういふことか。その説明として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は 19。

- ① これからの時代は、人間同士の情緒的交流が希薄化する一方で、人工エージェントに対して過度に感情移入してしまう危険性が高まるため、機械と人間との適切な心の距離を把握する必要があるということ。
- ② これからの時代は、人工エージェントの社会的役割が拡大するなかで、人工エージェントとの交流が親密になっていく可能性が高いため、機械を大切なパートナーとして認めていく必要があるということ。
- ③ これからの時代は、人工エージェントの性能向上により、それらが人間と同様の感情をもっているかのように錯覚してしまう危険性が高まるため、人間と機械の感情経験の差異を理解する必要があるということ。
- ④ これからの時代は、人工エージェントと関わる機会が増えていく可能性が高いため、これまで培ってきた心理的距離のバランス感覚を、人間ではなく機械との交流に最適化していく必要があるということ。

問9 筆者の主張として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は 20。

- ① 近年、感情コンピューティングの研究の急速な発展が求められており、十分なリスク・アセスメントやリスク・マネジメントがなされないまま技術の社会実装が行われる危険性が高まっている。
- ② 感情コンピューティングの技術は看護や介護をはじめとした様々な分野への応用が期待されるものの、導入コストの高さや様々な倫理的リスクが解消しきれない現状がある。
- ③ 感情コンピューティングの技術が社会にもたらす利益は甚大なものである一方、人間が人工エージェントに過度に依存するあまり、逆に支配されてしまうリスクも孕んでいる。
- ④ 感情コンピューティングの技術を、それがもたらすリスクを踏まえながら有効活用していくために、感情と密接な関係にある文化に着目した幅広い視野からの研究が望まれる。

三 次の文章を読んで、後の問い(問1～9)に答えなさい。

ときとして買い物は娯楽になる。必要に迫られず、のんびりお店を見まわるのは、なかなか楽しい。ショッピングセンターも、ドラッグストアも、スーパーマーケットも、たいがいの店頭は面白さに満ちている。

こうした買物の楽しみは、何からできているのだろうか。おそらく、「出会うこと」「選ぶこと」「手に入れること」の三つではないか。意外な製品と出会ったり、自分の好きな製品を選んだり、気に入った製品を手に入れたりすることが、買い物を楽しんでいる実体のように思う。

これら三つはどれも大切だが、マーケティングでは「選ぶこと」に焦点を合わせて研究が行われることが多かった。消費者が自分の好みの製品を選ぶためにどのように情報を収集し、どのように意思決定をするのかについて膨大な研究が行われてきたのである。

しかし現実の生活を振り返ってみると、「選ばない消費」も珍しくない。五〇年以上の歴史を持つカプセルトイは未だに人気だし、子供の頃にわくわくしながら食品玩具(おまけ付きお菓子)を買った方も多いだろう。いずれも、自分で選ばないからこそ楽しさが大きくなる。また最近ではサブスクリプションやストーリーミングの普及によって、自分が選択したのではない製品やコンテンツを消費することも多くなってきた。

選ばない消費とは、「出会い」を楽しむ消費といえるだろう。出会い(あるいはencounter)という言葉は、思いがけなく会うとか、偶然に会うといった意味をもっている。こうした出会いのうち、好ましい驚きを伴うものを「セレンディビティ」(serendipity)という。比較的良好に使われる言葉なので、ご存知の方も多いだろう。

キムらは、セレンディビティの仕組みについて、マーケティングの文脈で研究を行っている。ここにおけるセレンディビティとは、購入時や消費時に好ましい驚きを感じることである。彼女らは、(a)消費者がどのようときにセレンディビティを感じるかと、(b)消費者がセレンディビティを感じるとどのよ

うなマーケティング効果が生じるかを検討し、サブスクリプション・サービスを対象にして検証した。その結果、セレンディビティの感覚が生じるには、(i)その体験がポジティブなものであること(消費者に価値をもたらすものであること)と、(ii)出会いが偶然であると感じられること(1)なものでないこと)が必要であることが明らかになった。

またセレンディビティを感じると、購入した製品に対する満足度が高まること、そのサブスクリプション・サービスを友人に推奨する気持ちが強まること、そしてそのサービスの利用を延長する気持ちが高まること明らかになった。さらにセレンディビティの感覚が満足度に影響を及ぼすには、(2)いいかえれば自分自身は選択に必要な知識を十分に持っていないと感じていること(診断情報が欠如していること)が大切であった。

この研究で特に興味深いのは、セレンディビティの感覚が生じるには、その出会いが仕組まれたものでないと感じられることが何より大切であるという点である。彼女らは出会いの偶然性を、より多くの選択肢の中から選ばれたものであることと、自分の好みに合わせて選ばれたものでないこと、という二つの偶然性に分けて分析を行った。その結果、後者、つまり自分の好みに合わせて選ばれたものでないことが、特に重要なことが明らかになった。

この結果からは「その経験の最終的な選択がマーケティング担当者によってコントロールされていることが顕著である場合、経験を偶然性に(3)できなくなり、楽しみが半減してしまう」ことが分かる。マーケティング担当者がその製品との出会いを慎重にプランニングしたと感じた場合、偶然性への(3)が生じず、セレンディビティの感情が生じないわけである。したがって「お客様のために、お好みに合うよう、ていねいに選びました」といったコメントは逆効果の可能性がある。彼女らはこの点について、企業は消費者の好みを知っており、それに基づいて製品が選ばれたということを伝えてしまうため、企業によって監視され、(4)にされているという気持ちを強めることになると指摘している。

彼女らの研究は、色々なビジネスに応用できるだろう。たとえばコスメ、ファッション、雑貨などのサブスクリプション・サービス、音楽や動画などの配信サービス、あるいは新聞、雑誌、コラム、ニュースなどのオンライン購読などである。さらには美術館や遊園地などの体験型サービスにも適用できる。またビジネスだけでなく、私たちの生活にも応用できる。彼女らは、たくさんの選択肢の中から選んだこと、そして色々と考えたのではなく直感で選んだことを伝えることで、プレゼントの受け手を喜ばせることができるだろうと指摘している。

その一方で私たちは、色々と考えて選んでもらったことを嬉しく感じることもある。たとえば幼い子供の母親や父親は、母の日や父の日のプレゼントを自分の子供が一生懸命選んでくれることを、なにより嬉しく感じるはずだ。それはプレゼントを熟考する行為が、相手に関心があり、好意を抱いている(5)だからだろう。あらためて考えると、相手を喜ばせる驚きというのは、とても難しいものである。

選ばない消費について、さらに別の角度から考えてみよう。たとえば透明な袋に詰められたお菓子セットと、中身が見えない袋に詰められたお菓子セットがあったとき、あなたはどちらを選ぶだろうか。中身が見えない袋は、何が入っているかわからないという意味で不確実性が高く、リスクも大きい。もしリスクを避けようとするならば、透明な袋に詰められたお菓子セットを選ぶはずである。しかし実際には、中身が見えない袋を選びたくなる気持ちが生えてくる。何が入っているかわからない、どきどき感を楽しみたいからだ。

私たちは偶然の出会いを楽しむために「選ばないことを選ぶ」ことがある。プエツチェルとリーによる「ミステリアス消費」という論文は、そうした不思議な現象を裏づけた研究である。

彼女らによると、消費の場面には垂直的な不確実性と水平的な不確実性があるという。垂直的な不確実性とは、選択肢の間に客観的な優位性が存在する場面での不確実性であり、水平的な不確実性とは、選択肢の間に主観的な選好が存在する場面での不確実性である。

垂直的な不確実性での選択は、その結果に客観的な優劣が伴うため、ギャンブル的な性格が強くなる。このため消費者のリスク回避傾向も高くなる。これに対して水平的な不確実性での選択は、「客観的には類似した結果のなかで、結果の性質について不完全な知識が存在する状況」であり、ミステリー的な性格を持つものとなる。このため消費者のリスク回避傾向は

必ずしも高くなり、むしろ「消費者が不確実性の肯定的側面、すなわち驚きを得る機会に集中できる可能性を高くする」。このようにして彼女は、水平的不確実性は消費者にとって望ましい不確実性だと指摘する。そして異なる製品カテゴリーを対象にした分析を繰り返して、消費者がミステリアス消費を好む（つまり自分で選択するのではなく、選択を偶然性に委ねる）傾向があることを確認している。

キムらの研究が偶然の出会いがもたらす喜びや満足に焦点を合わせていたのに対して、プエッチェルとリーの研究の焦点はあくまでも選択であり、選択後の評価ではない。したがって、ミステリアスな消費が喜びや満足をもたらすのかは定かでない。しかしどうやら私たちは、結果が同程度（だと思ふ）ならば、驚きや意外性を楽しみたがるようである。

彼女はこれらの結果について、フードロスを減らす取り組みに役立つはずだと指摘している。そしてミステリアスでありさえすれば（つまり不確実性さえあれば）、フードロス製品を魅力的にするために、わざわざ値引きをしたり特典をつけたりする必要がないと主張している。

これまでミステリアス消費の多くは企業側の都合によって提供されてきた。たとえば何が入っているか分からない「福袋」は、その中身の多くが在庫処分品だといわれるし、事前に行き先が告げられない旅行企画である「ミステリーツアー」には、^(イ)需給バランスを解消する意味合いがある。しかしこのように不確実性をうまく活用することで、社会的な価値を生み出すことも可能かもしれない。

※問題作成の都合により、一部省略・変更した箇所がある。



(注1) サブスクリプション一定料金の支払いにより、契約期間内に限り、特定の商品やサービスを利用できる仕組み。

(注2) ストリーミングインターネット上で音楽や映像などを配信するサービス。

問1 傍線部(イ)「逆効果」・(イ)「需給」は、本文中ではどのような意味か。最も適当なものを、下の各群の①～④のうちからそれぞれ一つずつ選びなさい。解答番号は **21** ・ **22**。

- (イ) 逆効果
- ① 副次的な効果。
 - ② 費用に見合わない効果。
 - ③ 想定外の効果。
 - ④ 意図に反する効果。
- (イ) 需給
- ① 商品を購入することと作ること。
 - ② 商品を購入することと避けること。
 - ③ 商品を購入することと提供すること。
 - ④ 商品を称賛することと批判すること。

問2 傍線部A「選ばない消費」に関する説明として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は **23**。

- ① これまでマーケティング研究の中心は「選ぶこと」であったが、「選ばない消費」が増えつつある現状に合わせ、研究方針を転換させていく必要があるといえる。
- ② 現実の生活に「選ばない消費」が浸透しつつあることは、消費の楽しさを構成する要素のうち、「選ぶこと」の重要性が低下していることを示している。
- ③ 「選ばない消費」の楽しさの本質はセレンディビティの感覚にあり、製品やサービスとの偶然の出会いが好ましい驚きを生み、消費の満足度を高めている。
- ④ 「選ばない消費」が楽しいものとなるためには、価値ある商品が提供されることではなく、消費者がセレンディビティを感じられることが必要である。

問3 空欄 **1** に入れるべき言葉として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は **24**。

- ① 唯物論的
- ② 現象論的
- ③ 確率論的
- ④ 決定論的

問4 空欄 **2** に入れるべき言葉として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は **25**。

- ① 自分の好みがある他人に理解されていないと感じていること
- ② 客観的な優劣よりも自分の直感にしがたって選ぶこと
- ③ 自分の好みを知る他人に選んでもらった方が良いと思うこと
- ④ 自分で選んだ方がより良い選択ができると思わないこと

問5 空欄 **3** に入れるべき言葉として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。なお、二つの空欄には同じ言葉が入る。解答番号は **26**。

- ① 偽装
- ② 帰属
- ③ 変換
- ④ 回帰

問6 空欄 **4** ・ **5** に入れるべき言葉として最も適当なものを、次の①～⑥のうちからそれぞれ一つずつ選びなさい。ただし、同じ番号を二度使わないこと。解答番号は **4** が **27**、**5** が **28**。

- ① シグナル
- ② スケープゴート
- ③ パトロン
- ④ ビジョン
- ⑤ ステータス
- ⑥ ターゲット

問7 傍線部B「相手を喜ばせる驚き」というのは、とても難しいものである」とあるが、筆者はなぜそう考えるのか。その理由の説明として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は **29**。

- ① 相手を喜ばせるためには、偶然性を演出してセレンディビティを感じさせることが必要であるものの、それだけでは相手が満足しない場合もあるから。
- ② 相手を喜ばせるためには、相手の好みに関係なく偶然性に任せて選ぶことが有効な場合もあるから、相手の好みに合わせて選ぶことが有効な場合もあるから。
- ③ 相手を喜ばせるためには、相手の好みに合わせていることを悟られないようにする必要があり、企業のマーケティング手法が大きく制限されるから。
- ④ ビジネスでは相手の好みに合わせないことが商品の満足度を高める一方、生活のなかで送られるプレゼントは相手の好みに合わせた方が喜ばれるから。

問 8

傍線部C「水平的不確実性は消費者にとって望ましい不確実性だ」とあるが、それはなぜか。その理由の説明として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は 30。

- ① 水平的不確実性には選択に伴うリスクが存在しないため、消費者は選択を偶然性に委ねることの楽しさを純粋に味わうことができるから。
- ② 水平的不確実性ではどの選択肢を選んでも似たような結果になるため、選んだものの品質や性能が期待外れであるというリスクが小さいから。
- ③ 水平的不確実性では選択肢の間の客観的な優劣が小さいため、消費者は偶然性に任せた消費に伴う驚きを楽しむことができるから。
- ④ 水平的不確実性はミステリアスな性格を持つため、消費者は選択肢の間の優劣が気にならなくなり、偶然性に任せた消費に興じることができるから。

問 9

筆者の主張として最も適当なものを、次の①～④のうちから一つ選びなさい。解答番号は 31。

- ① 様々な研究によって消費者が消費の中に驚きを求めていることが示されているが、それがあらゆる製品カテゴリーに該当するかどうかについては更なる研究が必要である。
- ② 「選ばない消費」が楽しいと感じられるのは、それがギャングル的な性格を持たない場合であり、これからのビジネスは垂直的不確実性をいかに排除するかが重要である。
- ③ セレンディビティや不確実性に関する研究は人間の消費行動に関する斬新な視点を提供するものであり、様々なビジネスに応用できると考えられる。
- ④ 「選ばない消費」は不確実性のポジティブな側面を楽しむことであり、そうした側面をうまく活用することは社会にとっても有益であると思われる。