

別紙解答用紙に解答すること。

「小論文(論文Ⅰ)」・「小論文(論文Ⅱ)」とも必答

次の文章を読んで、問1から問3に解答しなさい。

お金で買うことができはならないものはあるだろうか。あるとすれば、売買するのがふさわしい財や活動はどれで、ふさわしくない財や活動はどれかを、どうやって決めればいいだろうか。これらの問題に取り組むために、やや異なる問題を問うてみよう。お金で買えないものはあるだろうか、と。

ほとんどの人は、「もちろん、お金で買えないものはある」と言うだろう。友情を考えてみよう。いまより多くの友人がほしいとして、あなたは友人を何人か買おうとするだろうか。そんな可能性は低そうだ。ちょっと考えれば、うまくいかないことがわかるだろう。お金で雇った友人は本当の友人とは違う。誰かを雇えば、普通は友人がしてくれることの一部を代行してもらえるかもしれない。たとえば、町を離れているあいだ郵便物を受け取ってくれる、いざというときに子供の面倒を見てくれる、セラピストであれば、悩みに耳を傾けて親身にアドバイスしてくれるなどだ。最近まで、オンラインで自分の人気を高めるため、フェイスブック用に見目麗しい「友人」を雇うことさえできた。友人一人あたりの費用は月に九九セントだ(たいていはモデルの写真が使われていたのだが、それが許可を受けていないものとわかると、偽の友人を紹介するウェブサイトは閉鎖された)。こうしたサービスはすべて買えるとしても、友人を本当に買うことはできない。どういうわけか、友情を買うお金はそれを消滅させたり、ほかのものに変えたりするのだ。

あるいは、ノーベル賞を考えてみよう。ノーベル賞がどうしてもほしいのだが、普通の方法では手に入らないとする。あなたはそれを買おうと思いつくかもしれない。しかし、うまくいかないことにすぐ気づくはずだ。ノーベル賞はお金で買える類のものではない。アメリカンリーグの最優秀選手賞(MVP)にも同じことが言える。かつての受賞者がそのトロフィーを売ってくれるなら、それを買って居間に飾ることはできる。(1)だが、賞そのものは買えないのだ。

その理由は、ノーベル委員会やアメリカンリーグが、これらの賞を売りに出さないことだけではない。たとえば、ノーベル委員会が毎年一つのノーベル賞を競売にかけるとしても、買われた賞は本物とは同じではないだろう。こうした市場取引は、ノーベル賞に価値をもたらす善を消し去ってしまう。ノーベル賞は名誉を表す善だからだ。それをお金で買ってしまえば、手に入れたと思っていて善は台無しになる。お金で買われたという話が表沙汰になれば、ノーベル賞を授与

される際に人々が受ける名誉や承認は、もはや伝わることも表されることもないだろう。

野球のMVPの場合も同じことだ。こちら名誉を表す善なので、決勝ホームランをはじめとするシーズン中の大活躍によって獲得したのではなく、お金で買ったのだとすれば、その価値は消えてなくなってしまうだろう。賞を象徴するトロフィーと賞そのものが違うのは言うまでもない。ハリウッドのアカデミー賞の受賞者がオスカー像を売却したり、相続人がそうしてしまったりする場合がある。こうしたオスカー像の一部が、サザビーズなどの競売会社により競売にかけられることもあった。一九九九年、マイケルジャクソンは『風と共に去りぬ』に与えられた作品賞のオスカー像を一五四万ドルで購入した。オスカー像を授与する映岡芸術科学アカデミーはこうした売却に反対し、現在では売却しないという同意書へのサインを受賞者に求めている。聖像であるオスカーが商業的な文化的収集品になってしまうのを避けたいのだ。収集家がオスカー像を購入できるかどうかにかかわらず、主演女優賞をお金で買うことが、それを受賞することと違うのは明らかだ。

これらのかなり明白な事例は、われわれにとって重要なさらに難しい問題の手がかりを与えてくれる。つまり、お金で買えるが、そうすべきでないものはあるだろうかという問題だ。買うことはできるが、売買が道徳的な論争を呼ぶもの——たとえば腎臓——について考えてみよう。臓器移植の市場を擁護する人がいる一方で、そうした市場は道徳的に好ましくないと考える人もいる。腎臓を買うのが間違いだとしても、問題はノーベル賞の場合とは異なる。(2)お金によってその善が消滅するわけではないのだ。

マイケル=サンデル(著) 鬼澤忍(訳) (2012) 『それをお金で買いますか: 市場主義の限界』早川書房 より抜粋

(注) 財: 受け取ったり使ったりすることで人が満足を感じるもの。それがゆえに人が価値を認めるもの。

問1 お金で買えないまたは買うべきではないものの例として本文中に挙げられているものを3つ以上書きなさい。

問2 下線部(1)の「だが、賞そのものは買えないのだ。」の理由として本文に書かれていることを3行以内で要約しなさい。

問3 下線部(2)の「お金によってその善が消滅するわけではないのだ。」ということはどうなることか、友人を買おうとしてうまくいかない場合と対比しながら説明しなさい。

2018年度 SF入学試験	学部 社会学部	試験科目 小論文(論文Ⅱ)
------------------	------------	------------------

別紙解答用紙に解答すること。「小論文(論文Ⅰ)」・「小論文(論文Ⅱ)」とも必答

資料1~3をよんで、下の設問(問1~4)に答えなさい。

資料1 年別 訪日外客数、出国日本人数の推移

年	訪日外客数	伸率	出国日本人数	伸率
	人	%	人	%
2007	8,346,969	13.8	17,294,935	△1.4
2008	8,350,835	0.0	15,987,250	△7.6
2009	6,789,658	△18.7	15,445,684	△3.4
2010	8,611,175	26.8	16,637,224	7.7
2011	6,218,752	△27.8	16,994,200	2.1
2012	8,358,105	34.4	18,490,657	8.8
2013	10,363,904	24.0	17,472,748	△5.5
2014	13,413,467	29.4	16,903,388	△3.3
2015	19,737,409	47.1	16,213,789	△4.1
2016	24,039,700	21.8	17,116,420	5.6

出所) 日本政府観光局ホームページ

[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata\\_outbound.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata_outbound.pdf) より抜粋

※ 訪日外客数-日本を訪れた外国人旅行者の数

資料2 国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出と旅行消費額(平成28年)

	1人当たり旅行支出(円/人)		訪日外国人旅行消費額(億円)		
		前年比		構成比	前年比
全国籍・地域	155,896	-11.5%	37,476	100.0%	+7.8%
韓国	70,281	-6.5%	3,577	9.5%	+18.9%
台湾	125,854	-11.1%	5,245	14.0%	+0.7%
香港	160,230	-7.0%	2,947	7.9%	+12.2%
中国	231,504	-18.4%	14,754	39.4%	+4.1%
タイ	127,583	-15.3%	1,150	3.1%	-4.2%
シンガポール	163,210	-12.9%	591	1.6%	+2.1%
マレーシア	132,353	-12.0%	522	1.4%	+13.6%
インドネシア	136,619	-7.2%	370	1.0%	+22.7%
フィリピン	112,228	-11.3%	390	1.0%	+14.9%
ベトナム	186,138	-4.5%	435	1.2%	+20.5%
インド	144,275	-2.7%	177	0.5%	+16.1%
英国	181,795	-13.7%	532	1.4%	-2.4%
ドイツ	171,009	-0.0%	313	0.8%	+12.7%
フランス	189,006	-9.7%	479	1.3%	+6.8%
イタリア	198,000	-2.0%	236	0.6%	+13.2%
スペイン	224,072	-1.4%	206	0.5%	+17.3%
ロシア	190,874	+4.6%	105	0.3%	+5.5%
米国	171,418	-2.4%	2,130	5.7%	+17.4%
カナダ	154,977	-9.2%	423	1.1%	+7.2%
オーストラリア	246,866	+6.7%	1,099	2.9%	+26.3%
その他	183,083	+2.8%	1,794	4.8%	+17.5%

出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成29年3月31日)

<http://www.mlit.go.jp/common/001179539.pdf> より抜粋

資料3

旅館やホテルなどを含めた日本の観光施設は、基本的に短期滞在型のつくりになっている。訪日外国人旅行者のリピーターを増やすため、長期間滞在しても飽きのこない仕掛けを考えるべきではないか。

日本政府観光局によると、観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均宿泊数は2017年4-6月期で5.9泊。このうち韓国は3.0、台湾は4.9、中国は5.9など、アジアは1週間以内が大半だ。

これに対し、英国は14.5、ドイツは14.0、フランスは12.9、米国は9.8など、欧米は長期滞在型が多い。日本から遠く、休暇取得制度が進んでいる欧米とアジアの違いが滞在期間に影響しており、欧米人は1人当たりの旅行消費額が比較的多いのが特徴だ。

ここ数年、中国人観光客の「爆買い」が注目されたが、ここに来て急速に沈静化に向かっている。長期滞在型の欧米旅行者をリピーターとして取り込んでいかないと、訪日外国人の消費市場は増えないだろう。

長期間滞在しても飽きのこない仕掛けや工夫がされているのか、再考すべきだ。例えばJTBが外国人を対象に実施したアンケートによると、訪日旅行で利用したい宿泊施設は「旅館」が68%を占めた。日本の文化・伝統を感じさせる旅館への興味・関心が高いことが分かる。

ただ、現状で十分な受け入れ態勢を整備しているかという疑問も残る。多言語による宿泊予約や案内態勢、日によって変わる食事内容、各種の体験型ツアーなど、訪日客が長期滞在して満足できる内容かどうか、改めて考える時期にきている。

東日本大震災で訪日外国人旅行者は11年に622万人に落ち込んだ。だが13年に初の1000万人超えを達成し、16年は2404万人と一気に激増した。政府は20年に4000万人の訪日客を目指している。

外国人旅行者の宿泊先は大都市圏から地方への分散が進んでおり、地方創生の観点から「産業」としての重要性も指摘されている。官民を挙げて取り組んでほしい。

「社説/訪日外国人旅行者-長期滞在の受け入れ態勢充実を」『日刊工業新聞』2017年9月7日、<https://www.nikkan.co.jp/articles/view/00442270>

設問 (いずれの問も、箇条書きではなく、文章で解答すること。)

- 問1 資料1にもとづき、訪日外客数・出国日本人数の推移についてそれぞれ説明しなさい。また、訪日外客数の増減の要因についてあなたの意見を述べなさい。
- 問2 資料2にもとづき、ヨーロッパ諸国からの訪日外国人1人当たり旅行支出の動向について説明しなさい。また、他地域の動向と異なる点について説明しなさい。
- 問3 資料2にもとづき、東アジア諸国からの訪日外国人旅行消費額の動向について説明しなさい。また、他地域の動向と異なる点について説明しなさい。
- 問4 資料2・資料3の内容をふまえて、訪日外国人旅行消費額を増やすための策を提案しなさい。

以上