

# 2023年度一般選抜試験問題

## 小論文

### 【注意事項】

- この問題冊子には答案用紙が挟み込まれています。試験開始の合図があるまで問題冊子を開いてはいけません。
- 試験開始後、答案用紙の受験番号欄に受験番号を記入しなさい。
- 問題冊子には問題が1~3ページに記載されています。落丁、乱丁および印刷不鮮明な箇所があれば、手をあげて監督者に知らせなさい。
- 答案には、必ず鉛筆（黒、「HB」「B」程度）またはシャープペンシル（黒、「HB」「B」程度）を使用しなさい。
- 解答は答案用紙の指定された場所に記入しなさい。ただし、解答に関係のないことが書かれた答案は無効にすることがあります。
- 問題冊子の余白は下書きに使用しても構いません。
- 答案用紙はどのページも切り離してはいけません。
- 答案用紙を持ち帰ってはいけません。





課題 以下の文章を読んで設問に答えなさい。

ネットスーパーとは、野菜や肉などの生鮮食品を含む食品や日用品など、スーパーマーケットで扱っている商品をパソコンや携帯電話で注文し、宅配してもらうサービスである。ネットスーパーのインターネットサイトを見ると、多くの場合、野菜や果物、肉、魚など、実店舗の売り場のように商品の種類ごとにカテゴリー分けされている。それぞれのカテゴリーの中に、トマトやキュウリ、ピーマンなど個々の商品が「陳列」されており、商品名や種類、数量、値段、そして大抵の場合は写真が掲載されている。客は、欲しい商品をクリックし「買い物かご」に入れる。オンライン上で会計を済ませると、店に注文が届くようになっている。その後、店員が店頭から商品を集め発送する。

—————<中略>—————

食品の買い物のオンライン化は、20世紀半ば以降広まった食料品店のセルフサービス化がもたらした変化と同様の、またはそれ以上の新しい消費形態だといえるだろう。これまでに述べたように、スーパーマーケットは、新鮮さやおいしさを視覚的に表現し、消費者の目に訴える新たな視覚性の構築とともに発展してきた。食品の生産過程で、「自然な」あるいは「おいしそう」な色が作り出されるとともに、その色および味を保つことが小売店での重要な課題の一つとなったのである。商品の陳列や店内の照明、冷蔵ケース、包装容器など様々な技術や方法を駆使して、スーパーマーケットの美学ともいえる新鮮さの視覚化が行われてきた。

ネットスーパーは、①こうした消費者の視覚経験を大きく変えつつあるようにみえる。冷蔵ケースや陳列棚に所狭しと並んだ色とりどりの野菜や果物、肉、加工食品のパッケージに囲まれて買い物をすることがなくなり、店内に入ると目に飛び込んでくるはずの風景は、スマートフォンやパソコンの画面上に並ぶ商品の写真に変わった。そして最大の違いの一つは、自分が購入する食品を実際に手に取って見られないことだろう。

多くの場合ネットスーパーでは、どんな商品を売っているのかを消費者がイメージしやすく、また認識しやすくするため写真が掲載されており視覚情報が提供されている。だが、それらの写真は実際にその店で販売している商品ではなく、一般的な画像写真であることも少なくない。その場合、商品の種類（例えば「トマト」など）は視覚的に判断できるものの、自分が購入する特定の商品を確認することはできない。

こうしたネットスーパーの写真、より厳密には店に並んでいるまたは客が購入する特定の商品ではなく、一般化された物撮り画像は、②食堂の入り口に置いてある食品サンプルに似た機能を果たすものだといえる。ネットスーパーで掲載されている写真の主たる目的は、消費者による商品の種類の認識であり、食べ物の色・見た目は、それが何の食べ物であるかを示すための記号として用いられているのだ。ネットスーパー内では、例えば、黄色いバナナ、オレンジ色のオレンジ、赤いトマトの写真が並んでいる。ほと

んどの消費者は、これらの色を何の疑問も持たず当たり前のものとして食品を選択し購入するわけである。

これは、ネットスーパーが買い物客の五感経験を大きく変えたものの、必ずしもこれまでの視覚の歴史からの断絶ではないことを示唆している。食べ物の「あるべき」色・「自然な」色は、長い歴史の中で作り出されてきた。こうした色を人々が内面化し、ある程度共通認識を持っているからこそ、ネットスーパーの写真は成り立つのだ。つまり、多くの食品において、その色、また味や形が標準化されてきたこと、そして標準化された色を「自然な」または「普通の」ものだと多くの人が考えるようになったことによって、ネットスーパーが機能しうるのである。

だが、記号化された食品サンプル的画像のみに頼った買い物に抵抗を示す消費者は少なくない。2015年の調査では、ネット販売で食品を購入しない理由として、自分の目で見て商品を選べないことが最も多く、回答者の61.9%にのぼった。<sup>③</sup>食品の中でも特に、野菜、精肉、鮮魚などの生鮮食品を自分の目で見られないことがネックになっているようだ。

依然として食品のネット販売の利用は限定的で、2019年の調査では、回答者約8200人のうち、食料品の購入で月に一回以上利用する業態は、食品スーパーが66.5%、総合スーパーが51.5%、次いでコンビニエンスストア(57.5%)とドラッグストア(62.2%)もスーパーとほぼ同程度利用されている。一方で、ネットスーパーを月一回以上利用すると答えた回答者は7.7%に留まっており、依然としてオンラインよりも実店舗で買い物をする人が多いことがわかる。

久野愛 視覚化する味覚—食を彩る資本主義 岩波新書 2021年より一部改変して引用

設問1. 下線部①の「そうした消費者の視覚経験」とは何か。60字以内で説明しなさい。

設問2. 下線部②について、ネットスーパーの写真が、「食堂の入り口に置いてある食品サンプルに似た機能を果たすものだといえる」のはなぜか。80字以内で説明しなさい。

設問3. 下線部③について、ネットスーパーにおいて、「食品の中でも特に、野菜、精肉、鮮魚などの生鮮食品を自分の目で見られないことがネックになっている」のはなぜか。あなたの考えを80字以内で述べなさい。

設問4. 本文の続きで、2020年以降、ネットスーパーを利用する人が国内外で増えていることが示されている。その理由について、あなたの考えを30字以内で述べなさい。

設問5. ネットスーパーは、社会において今後どの様な存在になると考えられるか。日本の社会状況を考慮した上で、あなたの考えを、その理由とともに400字以内で述べなさい。





受験番号	
一般A	

2023年度一般選拔

小論文答案用紙

設問 5

**【注意】** 1. 受験番号を受験番号欄に記入しなさい。  
2. 解答を指定された場所に記入しなさい。

一  
四

2

3

30

四

100

200

300

400

(この線から下には、何も記入しない)

1	2	3	4	5	言 叶
---	---	---	---	---	--------