

問題・解答 用紙番号	46
---------------	----

の解答用紙に解答しなさい。

国

語

〈受験学部・学科〉

法学部、国際学部、経済学部、経営学部、現代社会学部、
看護学部、農学部(食農ビジネス学科)

問題は一〇〇点満点で作成しています。

I 次の文章を読んで、後の問いに答えなさい。なお、解答に句読点等の記号がある場合はそれも字数に含むものとする。(五五点)

一九三〇年頃から、婦人洋装の流行紹介記事が増加する。特にデパートが女性洋服の流行を新聞で紹介するようになった。この時期、デパートは全国的に軒数が増えると同時に、高級品だけではなく、廉価品なども扱い、広い客層を呼び込むようになった。その流れで、デパートが欧米の婦人洋服の最新流行を紹介したり、また各デパート専属の「デザイナー」がシーズンの流行を紹介したりする記事を新聞に載せるようになる。高島屋のエドガース女史、三越のオデット女史、白木屋のハザマ・アデリア夫人などが、デザイナーや「顧問」などの立場から、パリの流行や日本でその流行がどのように取り入れられていくかを解説する記事が増加する。

最初は欧米系白人女性が洋装のケンイとして記事に多く登場するが、一九三〇年代後半には日本人女性デザイナーが登場するようになり、三越のデザイナー島村フサノなどは頻繁にパリの最先端の流行や三越の新しいデザインを紹介するようになった。これまで女性のおしゃれといえは着物(和装)であったのが、この時期に一般女性に向けた洋服の広告記事をデパートが出し始めるのである。

一九三七年の日中戦争開始は、女性向けの洋装の流行記事を即座に減少させることはなかった。

1 デパートは戦時体制をファッションの側から商業的に利用したと言える。一九三七年秋には、「軍国調」の流行服を紹介する三越の広告記事が『読売新聞』や『朝日新聞』に掲載された。十一月九日の『読売新聞』では、「真紅の生地黄色のモートルを配した新軍国調 戦時の緊張感を盛る」という見出しで、「若い陸軍将校の軍服」から着想を得た女性向けの流行服を島村フサノが

紹介している。街頭を歩くモデルの女性は「士官帽からモードを取った」帽子を斜にかぶっている。

また同じく『読売新聞』の十一月十六日には「カーキ色―スマートな女性兵 時局下の街頭を颯爽と行進―」という記事で、「今迄は兵隊さんや青年団員にしか愛されなかった色」であるカーキが「俄然若いお嬢さん方の寵児になり始めました」と紹介している。「流行の扱い方が非常に進歩したために、殺風景なカーキ色を巧みに生かすことが考えられてきた」として、「今にカーキ色のスマートな女性兵が街頭に氾濫するでしょう」と述べている。記事中の写真は脛脛半ばまでのスカート丈のスーツで、上衣に「カーキ色に黒のアストラカン^{*}を格子に配して、直線的な一つの剛健さをねらったものです」と説明している。日中戦争が始まり精神総動員運動（精動）が呼びかけられた年に、「X」は女性ファッションのキーワードになっているのである。

精動が奢侈批判^{しやし}を始めてデパートがターゲットとなると、さすがにこれほど露骨な戦時レトリックの商業的利用は見られなくなった。2、デパートの販売の現場では、^A「戦時」の商業的利用は続いていったようである。精動に協力するため一転してデパート批判を始めた新聞によると、デパートでは「短いスカート」は「生地節約」になるので「戦時に相応しい」と女性たちに売り込むようになったという。洋服地が軍需優先になり、民間の「節約」が求められる中で、ショート丈のスカートが「時局的」と売り込まれて流行しているというのである。

女性たちが本当にデパートの「時局的」という言葉を信じていたかどうかはともかく、「非常時」などの掛け声は、デパートなどが新しいタイプの女性ファッションを売るために、この一九三〇年代後半の時期にむしろ利用されていたと言える。

^B一般女性向けに新聞で洋装の流行記事が掲載されるようになった一九三〇年頃には、洋服の着方に関する記事も増加する。女性の洋服着用は、階層や職業などにかかなり偏りがあつた。上流の女性たちはブラジャー、コルセットなどの下着の着け方だけではなく、イブニングドレス、アフタヌーンドレス、外出着などのいわゆるTPOに合わせた洋装のルールを訓練されていた。それに対して、職業着として洋服を着る電車やバスの車掌の女性たち、そして女学校でセーラー服などの洋服型制服を着用するようになった若い女性などは、洋装時の決まりごとを教えられないまま、一種のお仕着せとして洋服を経験し始めた。このような状況の中で、一般の女性に向けて、洋服の着方や手入れの仕方の記事が書かれるようになった。

例えば、和服の下着である腰巻に対応する洋服の下着（パンツ、ズボース）とはどのようなものなのか。どういう風に重ね着をすれば温かいのか。「レギンス」などもスカートを冬にはく際の足の防寒着として紹介されている。またアイロンの使い方やセンチタクⁱⁱの仕方など、実際に着用する際の問題点を解決するための記事が増加していく。単に女性たちが洋服の流行を知る、といういわば知識の対象としてのみではなく、実際に着用するという前提で記事が書かれるようになったのである。

このような女性が実際に着用するものとしての洋服という位置付けをもつとも明確に打ち出したのが、洋服の「作り方」を紹介する記事であった。流行の形のワンピース、スカート、ブラウスなどの作り方が、縮小した型紙（図面）とともに次々に紹介された。例えば『読売新聞』一九三二年五月一七日「初夏の郊外散歩や旅行に チョッキ型のブラウス」という記事では「とてもスマート」なノースリーブブラウスの作り方が「小松加代子氏」という署名入りで紹介されている。また同じ小松による「乳おさえのついた洋服のした着 造作なく作れます」という記事では「バンデュー」とも記事の中では言及されている「乳おさえ」が付いたスリップの作り方を紹介している。このような手作り記事がカッキⁱⁱⁱ的だったのは、家庭にいる女性たちが「自分で作る」ものとして女性洋服を位置付けた点である。

この時期以前、男性向けの洋服はテーラーと呼ばれる仕立職人が作っており、多くの場合はオーダーであった。軍隊や学校で男性が着る制服は仕立業者が一括して注文を受ける既製品であった。いずれにせよ、男性の洋服は家庭の外で作られ購入されるものであり、家で作るものではなかった。上流女性たちが着た高級な洋装も、同じく洋服職人が作るものであった。これに対し、中流以下の一般の女性たちが着ていた和服は、基本的には女性たちが家で自分たちで仕立てるものであった。着物を洗うには縫い目をほどこいて洗い張りをし、乾いた布をまた着物の形に縫い直す必要があった。このため、和服を縫えること、すなわち和裁技術は、中流以下の女性にとっては結婚するための絶対に必要な条件であった。女性たちが「洋服を自分で作る」ことを推奨する記事は、このように女性にとって必要とされた和裁という生活習慣の延長上に、「洋裁」という技術を位置付け直したのである。洋服を女性にとって格段に身近なものにしたのが、「洋裁は家事」であるという認識の仕方であった。

では、誰がこのような洋装に関する記事を書いていたのだろうか。洋装の作り方に関する記事は署名入りのものが多く、多くは洋裁学校の校長を務める服飾研究家であった。アメリカでデザインと洋裁を学びドレスメーカー女学院を設立した杉野芳子、主にヨーロッパでデザインを学んだ田中千代、婦人服職人から自由学園洋裁科主任講師となった西島芳太郎などである。さらに、洋裁をまったく独学で学んだ伊東茂平など、洋服に関する記事の増加とともに、さまざまな出自の洋裁研究家がメディアに登場するようになった。言い換えると、これらの婦人洋装記事の増加は、それ以前には認知されていなかった女性向け洋装品の製作および指導を行う婦人洋裁専門家という新たな職業カテゴリーを社会的に認知させることとなったのである。

女性の洋装に関する記事、特に洋服の作り方に関する記事が戦時期に激増したのは、服飾研究家たちが積極的に戦争協力的なカテゴリーを利用したからである。デパートの広告記事に使われた「非常時」という言葉もそうであるが、^C「更生」という言葉もこれらの洋服製作に関する記事に頻出するキーワードである。「更生」とは、この時期の用法としては「古いものを利用して、生活に役

立つものを作りだすこと」を意味しており、軍需優先のために民需を制限する（「節約」）という国の方針に従う、国策協力的な活動の一つであった。特に毛織物、綿織物は軍需優先であったため、女性向けの洋服地としては人工繊維の「スフ」（ステープル・ファイバー）を混ぜた粗悪な代用品しか流通しなくなった。軍需品とはみなされなかった絹織物は実際にはデパートなどでも一九四三年頃までは購入することができたが、精動の方針に沿った「貯蔵衣料の更生」の方が^{iv}ケンエツが通りやすかったためか、「更生」という観点からの洋服の作り方記事が増えていく。

この時期は「節約」をすることが戦争協力であると説かれたこともあり、洋服を作るための生地を新たに購入するのではなく、いま各家に「貯蔵」されている衣類を再利用することがよしとされた。こうしたリサイクルに関する考え方は、金属回収をはじめ、軍需目的での日用品の回収ですでに広く行き渡っていた。婦人向け衣料が再利用されるべきであるという考え方は、単に民需向けの物資不足対策というだけではなく、イデオロギー的に「正しい」というムードの中で主張されていたことに注意すべきであろう。

実際に、この再利用に対する関心は、この時期の国民生活全体に対する社会科学的な調査とも交差しており、新聞には平均で各戸に何枚の「貯蔵衣料」があるかという統計的なデータまで出されている。例えば一九三九年五月の『朝日新聞』では、商工省の調査として「空しく死蔵されている着物は一戸^v少くとも二、三枚はある、それを金額にカンサンすると約二十億円位に達するであろうと言われる」と紹介している。

このようなコンテクストにおいて、「貯蔵衣料の更生」という言葉は、新しいデザインで洋服を作る格好の口実となった。特にドレスメーカー女学院長の杉野芳子はこの急先鋒で、更生による流行のデザインの洋服の作り方やデザインの紹介の記事を写真入りで頻繁に新聞や婦人雑誌に載せている。例えば一九四一年七月二三日の『読売新聞』の「前スカートを替え 時代遅れの服を更生」という記事で、杉野は「洋服は和服とちがつてスタイルに年々変化があるので、着られなくなり不経済だという方がありますが、それに応じて手を加えてゆけばいつまでも着られるものです」と洋服を更生する理由を述べている。「年々変化」がある「スタイル」を追うことは、彼女の議論では当然の前提なのである。言い換えると、物資節約が叫ばれ洋服生地を含む原材料統制が強まっていた時代に、「流行遅れ」という理由から、洋服を流行型にアップデートする（すなわち「更生」する）方法を洋裁家たちはアドバイスしていた。材料に「貯蔵衣料」を使うことによって、流行自体は肯定することができていたということになる。

杉野芳子の「更生」は大人気であった。杉野は和服地から洋装を作るだけでなく、皮革統制で手に入りにくくなった婦人靴や、贅沢品とみられるようになった^{vi}靴、帽子等、さまざまな服飾雑貨の「代用品」の作り方も考案した。婦人靴については、一九三八年頃に「スマートで靴の代用になるものをと、ヒールつきのサンダル、アーチ形の塗り下駄などをくふうして、良心的な業者に製造販

売してもらいました」とまで自伝で述べている。業者に頼むのが難しくなった一九四〇年前後には、杉野を含めドレスメーカー女学院の教員らは、盛んにサンダルや靴などの作り方を学校の同窓会誌や新聞、婦人雑誌などで紹介するようになった。新聞で紹介された更生品は大反響を呼び、東京市内を「無料講習」して回ったという。目黒のドレスメーカー女学院で毎年開催する「クラス展覧会」でも更生を特集したところ、学校の外まで見学者の長蛇の列ができたと同窓会誌はたびたび伝えている。『婦人倶楽部』『婦人公論』『婦女界』などの婦人雑誌も軒並み杉野芳子の更生デザインや作り方を特集していた。

このように、「更生」という言葉が広がることで、洋裁家たちは流行の婦人洋服を作るためのイデオロギー的なお墨付きを手に入れた。当時の洋裁家たちは、上流女性のものであった洋装を活動的な日常服として女性全体に広めるという目的意識を持っていたが、同時に、彼らにとって洋装は「流行」を取り入れた「美しいもの」でなければならなかった。デパートが「非常時」という言葉を洋服のデザインや宣伝活動に利用したように、「更生」も洋裁専門家が新しい流行を示す一つの方法という側面を持つに至った。そして、「節約」や「贅沢禁止」が叫ばれる中、生地のリ利用の名目で新しいデザインを提案できる「更生」は、洋裁専門家が洋装の美しさを示すための方法となっていた。

これまで見たように、新聞や婦人雑誌などのメディアで「作るもの」として洋服が紹介され始めたことにより、女性たちの洋服に対する考え方は大きく二つの方向で影響を受けた。第一には洋服が格段に身近なものとしてとらえられるようになったという点である。和服と同じように洋服も女性が「作れる」ものとして紹介されることにより、これまで上流階級や女学生など特殊な女性たちの服装と見られていた洋装に対する考え方が変化する。洋服が身近になったことで、普通の女性が「おしゃれ」として洋服を着ることがイメージできるようになったといえよう。

第二の影響として、洋服を「作りたい」と思う女性が増加した。洋服の作り方がメディアで紹介されるようになったが、ほとんどの女性は作り方記事を読んでもすぐに洋服を作る技術は持っていなかった。小学校や高等女学校で洋裁の初歩を学んでいる女性たちもいたが、その程度の知識と技術では自分が着るための洋服を作るのは難しかった。ましてやおしゃれな洋服を作るというのは無理があった。「作り方記事」が増加したということは、読者の女性たちが洋服を作ったということとイコールではないのである。そして、洋服を作れない女性たちは、洋服を作りたくなった。

そもそも、洋服作りの出発点である型紙を使って生地を裁断することが難しかったため、当時洋品店では洋裁師が生地を「無料裁断」するのが流行していた。しかし、生地を切ってもらったからといって、簡単に縫い合わせられるものではない。戦後に「皇后のデザイナー」と呼ばれるようになった田中千代は、一九三四年から心齋橋^{かなはばう}の鐘紡ステーションで無料裁断を行っていたが、洋服生地を購入した女性たちが「作り方がわからない」と田中のもとに押しかけるようになり、仕方なく

神戸の自宅で洋裁を教えることになったという。

一九三七年に日中戦争がはじまり、戦争が泥沼化する中で、洋服生地は軍需優先や贅沢品の排撃などもあり、女性が洋服を購入することが難しくなっていく。女性の洋服は和服と比較して必ずしも贅沢ではなかったが、一九四〇年頃からデパートの流行服紹介などは新聞や婦人雑誌などでも減っていく。このような中で、おしゃれな洋服を着たい女性たちは、洋裁学校を目指すようになった。洋服の作り方記事と同じページや続きのページには洋裁学校の案内がたくさん掲載され、各地の洋裁学校で学生が激増した。また、新たに多くの洋裁学校や洋裁塾が誕生し、多くの学生を集めた。洋服が「作るもの」となったことは多くの若い女性たちの進路にも影響した。彼女たちは洋服を何としても手に入れたかった。そのためには自分^Dで作るしかなかったのである。

(飯田未希 『非国民な女たち―戦時下のパーマとモンペ』 一部改変)

* アストラカン……毛皮の一種

問一 波線部 i ｻ ｴ のカタカナをそれぞれ漢字に直しなさい。

問二 空欄 1 . 2 に入る最も適切な言葉を、次のア～オのうちからそれぞれ選びなさい。

- | | |
|--------|---------|
| 1 ア だが | 2 ア しかし |
| イ だから | イ このように |
| ウ または | ウ ましてや |
| エ むしろ | エ いわば |
| オ そして | オ このため |

問三 空欄 X に入る最も適切な言葉を、次のア～オのうちから選びなさい。

- ア 戦争
- イ カーキ色
- ウ 女性兵
- エ 兵隊
- オ 洋装

問四 傍線部 A 「戦時」の商業的利用」とあるが、この例として適切でないものを、次のア～オのうちから一つ選びなさい。

- ア 軍需が優先される洋服地の節約になると称して、ショート丈のスカートを販売する。
- イ 黒のアストラカンを配した将校風の上衣のデザインを発表して、洋装の普及を図る。
- ウ 「若い陸軍将校の軍服」から着想を得た女性向けの流行服を発表して、販売する。
- エ 兵隊を連想させる殺風景なカーキ色を生かした女性ファッションを戦時に提案する。
- オ デパートが新聞に、女性向けの「軍国調」流行服を紹介する広告記事を掲載する。

問五 傍線部 B 「洋装の流行記事が掲載されるようになった一九三〇年頃」とあるが、一九三〇年頃の記事について述べた次のア～オのうちから、最も適切なものを選びなさい。

- ア すでに洋装のルールを訓練されていた上流の女性たちを主たる読者として書かれた。
- イ 欧米各国の洋裁学校で学んだ少数の日本人洋裁研究家たちによつてのみ書かれていた。
- ウ 職業着として洋服を着る女性や洋服型制服を着用する若い女性を積極的に取り上げた。
- エ 家庭にいる女性たちが簡単に縫うことができる男性用の洋服の作り方を紹介した。
- オ 実際に洋服を着用するという前提で一般の女性に向けて書かれるようになった。

問六 傍線部 C 「更生」について述べた次のア～オのうちから、適切なものを二つ選びなさい。

- ア 洋服を作るための生地として人工繊維を混ぜた粗悪な代用品を用いることは、軍需が優先される毛織物や綿織物を節約するための「更生」とみなされていた。
- イ 一九四〇年頃、「更生」という語は、古い女性衣料や絹織物を利用して、生活に役立つものを作りだすことを指し示す意味で用いられることが主となった。
- ウ 国は洋裁家たちのアドバイスに従い、貯蔵衣料を「更生」する場合のみ、新しいデザインで洋服を作ることを認め、メディアも積極的に紹介記事を掲載した。
- エ 各家に「貯蔵」されている婦人向け衣料を再利用することもまた、軍需優先のために民需を制限するという国の方針に従う「更生」だった。
- オ 洋裁家たちにとって「更生」は、イデオロギー的なお墨付きとなり、戦時下においても生地再利用の名目で新しいデザインの婦人洋服を提案することができた。

問七 傍線部 D 「自分で作るしかなかった」のはなぜか。本文中の言葉を用いて、その理由を五十文字以内で答えなさい。

問八 次のア～エについて、本文の内容に合致するものには a、合致しないものには b を、それぞれマークしなさい。

ア 一九三〇年頃には、日本人女性デザイナーが記事に多く登場したが、一九三〇年代後半には欧米系白人女性が登場するようになった。

イ 一九三〇年頃までは、男性の服も女性の服もすべて職人がつくるものであったが、それ以降は、女性たちが家で仕立てるようになっていった。

ウ デパートが露骨に戦時レトリックを商業的に利用したことに対する国民の不満の高まりのなかで、奢侈を批判する精神総動員運動が国により提唱された。

エ 洋装は当初、上流階級や女学生など特殊な女性たちの服装であったが、新聞や婦人雑誌の記事の影響で、普通の女性にも身近なものとなった。

II

次の文章を読んで、後の問いに答えなさい。なお、解答に句読点等の記号がある場合はそれも字数に含むものとする。(四五点)

突然だが、日常的にはよく使うけれど立ち止まって考えられることのほとんどない、とある言葉を取り上げるところから始めたいと思う。

その言葉とは「贅^{ぜい}沢」である。

贅沢とはいったいなんだろうか？

まずはこのように言えるのではないだろうか？ 贅沢は不必要なものと関わっている、と。必要の限界を超えて支出が行われるとき、人は贅沢であると感じる。たとえば豪華な食事がなくても生命は維持できる。その意味で、豪華な食事は贅沢と言われる。装飾をふんだんに用いた衣類がなくとも生命は維持できる。だから、これも贅沢である。

贅沢はしばしば非難される。人が「贅沢な暮らし」と言うとき、ほとんどの場合、そこには、過度の支出を非難する意味が込められている。必要の限界を超えた支出が無駄だと言われているのである。

だが、よく考えてみよう。たしかに贅沢は不必要と関わっており、だからこそそれは非難されることもある。ならば、人は必要なものを必要な分だけもって生きていけばよいのだろうか？ 必要の限界を超えることは非難されるべきことなのだろうか？

¹ おそらくそうではないだろう。

必要なものが十分にあれば、人はたしかに生きてはいける。しかし、必要なものが十分あるとは、必要なものが必要な分しかないということでもある。十分とは十二分ではないからだ。

必要なものが必要な分しかない状態は、リスクが極めて大きい状態である。何かのアクシデントで必要な物が損壊してしまえば、すぐに必要のラインを下回ってしまう。だから必要なものが必要な分しかない状態では、あらゆるアクシデントを排して、必死で現状を維持しなければならない。

これは豊かさからはほど遠い状態である。つまり、必要なものが必要な分しかない状態では、人は豊かさを感じるができない。必要を超えた支出があつてはじめて人は豊かさを感じられるのだ。

したがってこうなる。必要の限界を超えて支出が行われるときに、人は贅沢を感じる。ならば、人が豊かに生きるためには、贅沢がなければならない。

とはいえ、これだけでは何かしつくりこないと思う。

お金を使いまくったり、ものを捨てまくったりするのはとてもいいことだとは思えない。必要を超えた余分が生活に必要ということは分かるし、それが豊かさの条件だということも分かる。だが、だからといって贅沢を肯定するのはどうなのか？

このような疑問は当然だ。

この疑問に答えるために、ボードリヤールという社会学者・哲学者が述べている、²浪費と消費の
区別に注目したいと思う。贅沢が非難されるときには、どうもこの二つがきちんと区別されていないのだ。

浪費とは何か？ 浪費とは、必要を超えて物を受け取ること、吸収することである。必要のないもの、使い切れないものが浪費の前提である。

浪費は必要を超えた支出であるから、贅沢の条件である。そして贅沢は豊かな生活に欠かせない。

浪費は満足をもたらす。理由は簡単だ。物を受け取ること、吸収することには限界があるからである。身体的な限界を超えて食物を食べることはできないし、一度にたくさんの服を着ることもできない。つまり、浪費はどこかで限界に達する。そしてストップする。

人類はこれまで絶えず浪費してきた。どんな社会も豊かさをもとめだし、贅沢が許されたときにはそれを享受した。^aあらゆる時代において、人は買い、所有し、楽しみ、使った。「未開人」の祭り、封建領主の浪費、一九世紀ブルジョワの贅沢……他にもさまざまな例があげられるだろう。

しかし、人類はつい最近になって、まったく新しいことを始めた。

それが消費である。

浪費はどこかでストップするのだった。物の受け取りには限界があるから。しかし消費はそうではない。消費は止まらない。消費には限界がない。消費はけっして満足をもたらさない。

なぜか？

消費の対象が物ではないからである。

人は消費するとき、物を受け取ったり、物を吸収したりするのではない。人は物に付与された観念や意味を消費するのである。ボードリヤールは、消費とは「観念論的な行為」であると言っている。消費されるためには、物は記号にならなければならない。記号にならなければ、物は消費されることができない。

記号や観念の受け取りには限界がない。だから、記号や観念を対象とした消費という行動は、けっして終わらない。

たとえばどんなにおいしい食事でも食べられる量は限られている。腹八分目という昔からの戒めを破って食べまくったとしても、食事はどこかで終わる。いつもいつも腹八分目で質素な食事というのはさびしい。やはりたまには豪勢な食事を腹一杯、十二分に食べたいものだ。これが浪費である。浪費は生活に豊かさをもたらす。そして、浪費はどこかでストップする。

それに対し消費はストップしない。たとえばグルメブームなるものがあつた。雑誌やテレビで、この店がおいしい、有名人が利用しているなどと宣伝される。人々はその店に殺到する。なぜ殺到するのかというと、だれかに「あの店に行つたよ」と言うためである。

当然、宣伝はそれでは終わらない。次はまた別の店が紹介される。またその店にも行かなければならない。「あの店に行ったよ」と口にしてしまった者は、「えええ？ この店行ったことないの？ 知らないの？」と言われるのを嫌がるだろう。だから、紹介される店を延々と追い続けなければならない。

これが消費である。消費者が受け取っているのは、食事という物ではない。その店に付与された観念や意味である。この消費行動において、店は完全に記号になっている。だから消費は終わらない。

浪費と消費の違いは明確である。消費するとき、人は実際に目の前に出てきた物を受け取っているのではない。これはモデルチェンジの場合と同じである。なぜモデルチェンジすれば物が売れて、モデルチェンジしないと物が売れないのかと言えば、人がモデルそのものを見ていないからである。「チェンジした」という観念だけを消費しているからである。

³ ボードリヤール自身は消費される観念の例として、「個性」に注目している。今日、広告消費者の「個性」を煽り、消費者が消費によって「個性的」になることをもとめる。消費者は「個性的」でなければならないという強迫観念を抱く（いまの言葉ではむしろ「オンリーワン」といったところか）。

問題はそこで追求される「個性」がいったい何なのかだれにも分からないということである。したがって、「個性」はけっして完成しない。つまり、消費によって「個性」を追いもとめるとき、人が満足に到達することはない。その意味で消費は常に「失敗」するように仕向けられている。失敗するというより、成功しない。あるいは、到達点がないにもかかわらず、どこかに到達することがもとめられる。こうして選択の自由が消費者に強制される。

消費社会を相対的に位置づけるために、それとは正反対の社会を紹介しよう。ボードリヤールも言及しているが、人類学者マーシャル・サリンス [1930-2021] は「原初にあふれる社会」という仮説を提示している。これは現代の狩猟採集民の研究を通じて、⁴ 石器時代の経済の「豊かさ」を論証したものである。

狩猟採集民はほとんど物をもたない。道具は貸し借りする。計画的に食料を貯蔵したり生産したりもしない。なくなったら採りにいく。無計画な生活である。

彼らはしばしば、物をもたないから困窮していると言われる。そして、それは彼らの「未来に対する洞察力のなさ」こそが原因であると思われる。つまり、計画的に貯蔵したり生産したりする知恵がないために十分に物をもっていないとして、「文明人」たちから憐れみの目で眺められている。

しかし、これは実情から著しくかけ離れている。彼らはすこしも困窮していない。狩猟採集民は何ももたないから貧乏なのではなくて、むしろそれ故に自由である。「きわめて限られた物的所有

物のおかげで、彼らは日々の必需品に関する心配からまったく免れており、生活を享受しているのである」。

また、彼らが未来に対する洞察力を欠き、貯蓄等の計画を知らないのは、知恵がないからではない。彼らのような生活では、単に未来を思い煩^{わづら}う必要がないのだ。

狩猟採集生活においては少ない労力で多くの物が手に入る。彼らは何らの経済的計画もせず、貯蔵もせず、すべてを一度に使い切る大変な浪費家である。だが、それは浪費することが許される経済的条件のなかに生きているからだ。

したがって狩猟採集民の社会は、一般に考えられているのとは反対に、物があふれる豊かな社会である。彼らが食料調達のために働くのは、だいたい一日三時間から四時間だという。サーリンスは、農耕民に囲まれていたけれども農業の採用を拒否してきた、ある狩猟採集民のことを紹介している。なぜ彼らは農業の採用を拒んできたのか？「そうなればもつとひどく働かねばならない」からだそうである。

もちろん狩猟採集民を過度に理想化してはならない。狩猟採集民もうまく食料調達ができないことはあろうし、環境の変化によって容易に困窮に陥ることはあろう（しかし、農耕民の方がその可能性が高いとも言えるのだが……）。

重要なのは、彼らの生活の豊かさが浪費と結びついているということである。彼らは贅沢な暮らしを営んでいる。これが重要である。ボードリヤールやサーリンスも言うように、浪費できる社会こそが「豊かな社会」である。将来への気づかいの欠如と浪費性は「真の豊かさのしるし」、贅沢のしるしに他ならない。

消費社会はしばしば物があふれる社会であると言われる。物が過剰である、と。しかしこれはまったくのまちがいである。サーリンスを援用^bしつつボードリヤールも言っているように、現代の消費社会を特徴づけるのは物の過剰ではなくて稀少^{きせうせい}性である。消費社会では、物がありすぎるのではなくて、物がなさすぎるのだ。

なぜかと言えば、商品が消費者の必要によってではなく、生産者の事情で供給されるからである。生産者が売りたいと思う物しか、市場に出回らないのである。消費社会とは物があふれる社会ではなく、物が足りない社会だ。

そして消費社会は、そのわずかな物を記号に仕立て上げ、消費者が消費し続けるように仕向ける。消費社会は私たちを浪費ではなくて消費へと駆り立てる。消費社会としては浪費されては困るのだ。なぜなら浪費は満足をもたらしてしまうからだ。消費社会は、私たちが浪費家ではなくて消費者になって、絶えざる観念の消費のゲームを続けることをもとめるのである。消費社会とは、人々が浪費するのを妨げる社会である。

⁵ 消費社会において、私たちはある意味で我慢させられている。浪費して満足したくても、そのよ

うな回路を閉じられている。しかも消費と浪費の区別などなかなか思いつかない。浪費するつもりが、いつのまにか消費のサイクルのなかに閉じ込められてしまう。

この観点は極めて重要である。なぜならそれは、質素さの提唱とは違う仕方での消費社会批判を可能にするからである。

しばしば、消費社会に対する批判は、つつましい質素な生活の推奨を伴う。「消費社会は物を浪費する」「人々は消費社会がもたらす贅沢に慣れてしまっている」「人々はガマンして質素に暮らさねばならない」。日本でもかつて「清貧の思想」というのが流行^はったがまさしくこれだ。

そうした「思想」は根本的な勘違いにもとづいている。消費は贅沢などもたらさない。消費する際に人は物を受け取らないのだから、消費はむしろ贅沢を遠ざけている。消費を徹底して推し進めようとする消費社会は、私たちから浪費と贅沢を奪っている。

しかも単にそれらを奪っているだけではない。いくら消費を続けても満足はもたらされないが、消費には限界がないから、それは延々と繰り返される。延々と繰り返されるのに、満足がもたらされないから、消費は次第に過激に、過剰になっていく。しかも過剰になればなるほど、満足の欠如が強く感じられるようになる。

これこそが、二〇世紀に登場した消費社会を特徴づける状態に他ならない。

消費社会を批判するためのスローガンを考えるとすれば、それは「贅沢をさせろ」⁶になるだろう。

(國分功一郎 『暇と退屈の倫理学』 一部改変)

問一 波線部 a・b の言葉の本文中における意味として最も適切なものを、次のア～エのうちからそれぞれ選びなさい。

a 享受する

- ア 与えられたものを進んで受け入れて味わい楽しむ。
- イ 自分が欲するものをあらゆる手段を使って手に入れる。
- ウ そこにあるものを当たり前のものでして受け取る。
- エ 欲望が満たされてもなお次のものを望み欲しがる。

b 援用する

- ア 自分の主張の助けや補強とするため、他の意見・文献や事例を示す。
- イ 自分と他者の主張を組み合わせて、よりよい意見を新しく作り出す。
- ウ 他者が明らかにした理論や知識を、自分の意見と同じだと主張する。
- エ 他者の主張に賛成し、その主張の正しさを自分も証明しようとする。

問一 傍線部1「おそらくそうではないだろう」とあるが、筆者がそう考える理由を、本文中の言葉を用いて三十字以内で答えなさい。

問二 傍線部2「浪費と消費の区別」とあるが、ボードリヤールは両者をどのように区別しているか。最も適切なものを次のア～オのうちから選りなさい。

ア 浪費とは具体的な物となった観念や意味を受け取ることであり、消費とは観念や意味となった物を受け取ることである。

イ 浪費は満足をもたらすため何度も繰り返されるが、消費の場合は決して満足することができないため繰り返されることはない。

ウ 浪費は古来その時代や社会に応じた形でなされてきたが、消費は物が潤沢にあるようになった近年以降にはじまったものである。

エ 浪費とは自分の必要を超えて使い切れないほどの物を受け取ることであり、消費とは必要・不必要に関係なく際限なく物を受け取ることである。

オ 浪費においては物を受け取っているのでどこかで限界に達して終わるが、消費においては物に付け加えられた観念や意味を受け取っているので限界に至ることはない。

問四 傍線部3「ボードリヤール自身は消費される観念の例として、「個性」に注目している」とあるが、個性と消費の関係について説明した次のア～オのうちから、最も適切なものを選びなさい。

ア 何がその人の個性なのかすぐには分からないため、さまざまな物を消費することを通して、人は自分の個性を見つけ出そうとしている。

イ 人は消費によって個性的であろうとするが、その個性とは何なのかどこにも正解がないため、ずっと個性を追い求めて消費し続けることになる。

ウ 個性的でなければならないと思い込んだ人は、個性的になろうとしてモデルチェンジした商品にいち早く飛びつき、モデルチェンジのたびに新しい商品を消費し続ける。

エ 個性的であることとはオンリーワンであることだと信じ込んだ人は、他の人とは異なる自分だけの個性を見せつけようと、あれこれと消費しては他者との差別化を図る。

オ 「こうなれば個性的である」という到達点はないにもかかわらずあると思い込んだ人は、次々と商品を消費し続けることで、「これで私も個性的になった」と思えるようになる。

問五 傍線部4「石器時代の経済の「豊かさ」」について説明した次のア～オのうちから、最も適切なものを選びなさい。

ア 物を個人でもたずとも、道具を貸し借りしたり、食料をその都度採りにいつたりとみんなで協力するという知恵を働かせている。

イ もともと物が無い社会に暮らしているので、物をもつことや貯蔵することに対する欲求や執着がなく、今ある物に十分満足している。

ウ 物をもたない生活は、物をもつために長時間働く必要がないので労働に追われることもなく、時間や労力を自由に使って生活することができる。

エ 今ある物を一度にすべて使い切っても、なくなったら採りにいけば簡単に手に入る生活をしているので、将来のことを考えて物を貯蔵する必要がない。

オ 環境や条件が変化しても、影響を受けないようにするすべをもっているので、計画的に物の生産や貯蔵をしなくてもその時々に必要な物に困ることはない。

問六 傍線部5「消費社会において、私たちはある意味で我慢させられている」とあるが、ここでいう我慢とはどのようなことか。次のア～オのうちから、最も適切なものを選びなさい。

ア 消費社会においては稀少性に価値がおかれているが、稀少であるが故にほんのわずかしがなく、欲しくても価値ある物は手に入らないこと。

イ 消費社会では、私たちが欲しい物ではなく生産者が売りたいと思う物しか売られておらず、私たちが欲しい物は買おうとしても手に入れないこと。

ウ 消費社会は物であふれていると思われているが、実は物がなすすぎる社会なので、私たちが欲しい物は市場に出回らず、手に入れることができないこと。

エ 消費社会で消費されるのは記号なので、私たちは欲しい物を手に入れたはずなのに満足できず、次から次へと買い続けても結局は満足できない状態が続いていること。

オ 消費社会においては望む物は何でも手に入るが、そのことによって私たちは自分の本当に欲しい物が何なのかわからなくなってしまう、物を手に入れても真の満足ができないこと。

問七 傍線部6「贅沢をさせる」とあるが、これが消費社会を批判するためのスローガンとなり得る理由を五十字以内で答えなさい。