

「小論文」

(120 分)

注意：解答はすべて解答用紙に記入すること。

【問題】次の文書 1 は『予想どおりに不合理』という本の一節です。この文書を読んで以下の設問 (A) (B) (C) に答えなさい。(配点100点)

- (A) 筆者は、文中にある下線 α の行為が「不合理」であると考えている。なぜこれが「不合理」といえるのか、説明しなさい。
- (B) 文中にある下線 β の実験の結果はどのようなものになったと考えられるか、また、あなたがそう考えた理由は何かについて、説明しなさい。
- (C) この文書で論じられている「無料」の経済的効果にあてはまるとされる他の例をあげ、その例と文中の 2 つの例 (チョコレートの販売、お菓子の交換) との異同について説明しなさい。

文書 1

無料！の力

普段コーヒーは飲まないし、コーヒーをいれる器具さえないのに、コーヒー豆の無料！クーポンに思わず飛びついたという経験はないだろうか。食べすぎて胃が痛くなりはじめているのに、食べ放題のビュッフェで無料！の料理を何度もおかわりした経験はあるいは、役に立たない無料！の品々がどんどんたまってはいないだろうか。ラジオ局の宣伝用 T シャツ、バレンタインデーのチョコにおまけでついてきたクマのぬいぐるみ、保険会社が毎年送ってくるカレンダーなどなど……。

無料で何かを手にはいるといい気分になることはだれでも知っている。じつは、値段ゼロは単なる価格ではない。ゼロは感情のホットダウン、つまり引き金であり、不合理な興奮の源なのだ。あなたなら、50 セントのものが 20 セントに値下げされていたら買うだろうか？ かもしれない。50 セントのものが 2 セントに値下げされていたら買う？

かもしれない。では、50 セントのものがゼロに値下げされていたら飛びつく？ もちろん！

ゼロコストの何がこれほどわたしたちを引きつけるのだろう。どうして無料！でこんなに幸せな気分になれるのだろう。それでいて、無料！のせいで厄介なことになる場合もある。まったく買うつもりがなかったものが、無料！になったとたん、びっくりするほど魅力的になるからだ。たとえば、イベントで配っている無料の鉛筆やキーホルダーやメモ帳をどっさりもらって、苦勞して家まで持ち帰ったあげく、大半を捨ててしまったということはないだろうか。無料のアイスクリームをひとつもらうためだけに、長時間（あまりにも長時間）行列に並んだことは？ あるいは、ふたつも買うつもりはなかったのに、三つめを無料でもらいたいがために、同じものをふたつ買ったことは？

——中略——

「無料！」の力をチョコレートで示す

わたしはある実験で、クリスティーナ・シャンパニア (MIT の博士課程の院生)、ニナ・メイザー (トロント大学の助教) とともに、チョコレートの商売をはじめた。まあ、それらしきものということだ。わたしたちは、大きな公共の建物へ行ってテーブルを出し、リンツのトリュフとハーシーのキスの 2 種類のチョコレートを用意した。テーブルの上には、「おひとりさま、ひとつまで」と書いた大きな張り紙を掲げた。お客がそばまで来れば、2 種類のチョコレートとその値段が目にはいる。

チョコレート通ではない読者のために説明しておく、リンツというのは、高級カカオを 160 年間ブレンドしつづけているスイスの会社のチョコレートだ。トリュフはとくに評判がよく、とろけるようにまろやかで、思わず手を伸ばさずにはいられない。まとめ買いすると、一個あたり 30 セントほどになる。一方、ハーシーのキスチョコは小粒のおいしいチョコレートだが、率直に言うと、どこにでもあるごく普通のチョコレート

だ。ハーシーでは 1 日に 8,000 万個のキスチョコレートを製造している。ペンシルベニア州のハーシーでは、なんと街灯さえおなじみのハーシーのキスチョコの形をしている。

さて、「お客」がぞくぞくとテーブルに集まってきて、どうなったか。リンツのトリュフを 15 セント、キスチョコを 1 セントに設定したときは、予想どおり、お客はいかにも合理的に行動した。みんな、キスチョコとトリュフの値段と品質を比較してから、どちらかを選んだ。およそ 73 パーセントがトリュフを買い、27 パーセントがキスチョコを買った。

ここでいよいよ、無料！によって状況がどう変わるか調べることにした。今度はリンツのトリュフを 14 セント、ハーシーのキスチョコを無料で提供した。はたしてちがいは出るだろうか？出るに決まっている？しょせんどちらのチョコレートも 1 セントずつ安くなっただけなのに？

いやはや、無料！がどれほどのちがいを生んだことか。つつましいハーシーのキスチョコは一躍大人気になった。ほぼ 69 パーセントのお客が（前は 27 パーセントだった）、無料！のキスチョコを選び、……リンツのトリュフのほうは人気ががた落ちし、こちらを選んだお客は 73 パーセントから 31 パーセントに減った。（下線 α）

――中略――

これを再現するために、チョコレートの実験では、キスチョコかトリュフのどちらかひとつしか選べないとお客に伝えた。2 種類のスポーツ靴下からひとつを選ぶのと同じ、二者択一の決断だ。無料！のキスチョコに対するお客の反応をこれほど劇的にしたのは、この二者択一である。どちらのチョコレートも同じ金額だけ値下げした。ふたつの相対的な価格差は変化していないし、それぞれから得られるだろう満足度も変わっていない。

――中略――

交換が無料だとしたら？

何かが無料！で手にはいるのは、値段を話題にするかぎり、まちがいなく人を引きつける。しかし、値段が無料なのではなく、交換が無料だとしたらどうだろう。わたしたちは、無料の品物につられるように、品物を無料で手に入れることにもつられやすいのだろうか。ハロウィンを間近に控えた数年前のある日、わたしはこの疑問を探る実験を思いついた。今回は家にこもったままでも答えが得られる実験だ。

ハロウィンの夕方、スパイダーマンの格好をした 9 歳のジョーイが、大きな黄色い袋を持って、我が家の玄関先の階段をのぼってきた。母親もつきそって、だれかがかみそりを仕込んだリンゴを息子にわたしたりしないように見守っていた（話はそれるが、かみそりの仕込まれたリンゴが実際にハロウィンでばらまかれたことはない。ただの都市伝説だ）。ただし母親は、ジョーイが自分ひとりでハロウィンのお菓子ねだりをしている気分になれるように、歩道で待っている。「いたずらかお菓子か（トリック・オア・トリート）」という伝統にのっとりたせりふを聞いたあと、わたしはジョーイに右手を出すように言った。ジョーイの手のひらにハーシーのキスチョコを三粒載せたあと、手を出したままにしてもらって、こうつぶけた。「よかったら、ここに二本のスニッカーズのチョコバーのうち、一本をあげよう」わたしは、小さいスニッカーズと大きいスニッカーズを見せながら言った。「もし、きみの手のひらに載っているハーシーのキスチョコを一個くれるなら、小さいほうのスニッカーズと交換するよ。もしキスチョコを二個くれるなら、大きいほうのスニッカーズと交換だ」

子供が巨大なクモの格好をしているからといって、まぬけとはかぎらない。小さいスニッカーズはだいたい 30 グラム、大きいスニッカーズは 60 グラムだ。ジョーイは、わたしにキスチョコをひとつ（約 4.5 グラム）余計にわたしさえすれば、スニッカーズを 30 グラム分多くもらえることになる。数学に強い大人でもこの取引には頭を悩ましたかもしれないが、9 歳の男の子にとっては簡単な計算だった。大きいスニッカーズのほうを選べば、投資の 6 倍以上の利益（チョコレートの正味重量にして）になる。一瞬にしてジョーイはわたしにキスチョコを 2 個わたし、60 グラムのスニッカーズを受けとって自分の袋に入れた。

瞬時にこの決断をしたのはジョーイだけではない。わたしが同じ取引を持ちかけた子どもたちは、ひとりを除いて全員がキスチョコ 2 個と交換に大きいスニッカーズを受けとった。

つぎに通りをやってきたのはゾーイだった。白いドレスのお姫さまの格好をして、片手には魔法の杖を、反対の手にはハロウィンかぼちゃのバケツを持っている。ゾーイの妹は父親に抱かれて気持よさそうに眠っていたが、なんともかわいらしいウサギの格好だった。3人で玄関先までやってくると、ゾーイが「いたずらかお菓子か!」と高いかわいい声をあげた。正直に言うと、昔はときどき、「いたずら!」といじわるな答えをしたものだ。たいていの子どもは、「お菓子」以外の答えが返ってくるとは思いもしないらしく、キツネにつままれたような顔で棒立ちになった。

今回は答えにお菓子をわたした。ハーシーのキスチョコ3個だ。だが、じつはいたずらのほうもこっそり用意していた。わたしはゾーイに取引を持ちかけた。キスチョコ1個と交換に大きいスニッカーズを受けとるのと、キスチョコと交換ではなく、無料!で小さいスニッカーズを受けとるのと、どちらがいいか尋ねた。(下線β)

(出典:ダン・アリエリー著/熊谷淳子訳『予想どおりに不合理:行動経済学が明かす「あなたがそれを選ぶわけ」早川書房(2008年)83-94頁。なお問題文では、縦書きの原文を横書きに変え、漢数字を算用数字に変えている。)

人間の行動の合理性について検討した文章を読んで、(A)筆者の意図(14セントで購入できる高級チョコレートより、無料のキシチョコを選ぶことを、筆者が不合理と考えている理由)、(B)実験結果の予想(子供は、キシチョコ2個を払って大きいスニッカーズをもらうのと、無料で小さいスニッカーズ1個をもらうのとどちらを選ぶか)についての正しい推論ができるかを測定するとともに、(C)「無料」の経済的効果に関し、適切な例を挙げて、文中の2つの例(チョコレートの販売、お菓子の交換)との異同について説明することを通じて、文章の作成能力を測定することを意図したものである。

(A) (B) の設問には、「正解」がある。

(A)の場合、高級チョコレート(30セント相当)を15セント、キスチョコを1セントで販売したときは、ほとんどの客(73パーセント)が高級チョコレートを選択した。14セントの価格差があっても、高級チョコレートを選ぶということは、そちらにそれだけの価値を認めたということである。他方、高級チョコレートを14セント、キスチョコを「無料」とした場合の価格差も14セントであり、15セントと1セントで販売したときと変わらない。にもかかわらず、69パーセントの客が「無料」のキスチョコを選んだ。価格差が同じであれば、以前と同じ高級チョコレートが選択されてしかるべきなのに、一方が「無料」というだけでそちらを選ぶことを、筆者は不合理といっているのである。

(B)の場合、上記のような「無料」の価値を考えれば、無料で小さなスニッカーズを選ぶという結果が出ると考えられる。小さいスニッカーズは約30グラム、大きいスニッカーズは60グラムであり、キシチョコ1個(約4.5グラム)を代価として払うことで、大きいスニッカーズを貰った方が、合理的(25.5グラム分大きなチョコレートを得られる)ことは明らかである。しかし、「無料」の効果により、無料で小さいスニッカーズをもらうという不合理な(得にならない)選択をするものと予想される。

ほとんどの答えは上記のことを指摘できたが、文章のわかりやすさという点では、かなりのばらつきがあった。それに基づいて、答案の点差をつけた。上記の趣旨が読み取れなかった少数の答案は、低い評価とせざるを得なかった。

(C)は、解答者が自ら工夫して記述すべき設問である。例として上げた事例、チョコレートの販売等との異同が適確であるか、わかりやすい文章になっているかといったことを基準に採点をしたが、(A)(B)に比して、十分な記述ができていない答案が散見されたのは残念であった。