

2025年度

AO 入試小論文 経済経営学部経営学科試験問題

※注意事項※

1. 試験開始の合図があるまでは、この問題冊子の中を見てはいけません。
2. 試験中に問題冊子の印刷不鮮明、ページの誤り、あるいは解答用紙の汚れなどに気付いた場合は、手をあげて監督者に知らせなさい。
3. 解答用紙は1枚です。試験終了後に解答用紙を回収します。
4. 監督者の指示にしたがって、解答用紙に受験番号、氏名を記入しなさい。
5. 解答時間は80分間です。
6. 問題冊子の余白などは自由に使ってもかまいません。
7. 試験終了後、問題冊子は持ち帰りなさい。

問題

次の課題文を読んで、以下の問いに答えなさい。

メガブランドは時代の主流な価値観へ「ノー」を突きつけ、誕生する。例えばアサヒビールのスーパードライは当時、圧倒的首位だったキリンビールの苦みに対して「すっきり・辛口」を打ち出し、後に王座を奪った。

漫画雑誌の週刊少年ジャンプは新人発掘と読者アンケートによって、最強のブランドに変貌した。先行する少年マガジンや少年サンデーが有力な漫画家を押さえ、ジャンプは劣勢を強いられていた。経験のない漫画家の志望者、経験の浅い若手を使わざるを得ない状況を逆手にとって、斬新な作品を世に生み出し、最強の少年誌となる。

プロレス興行では、著名な外国人プロレスラーの招請に次々と成功したジャイアント馬場。一方、禁断だった「大物の日本人対決」などを演出し、今のプロレスの形をつくったアントニオ猪木の手法にも共通する。

ハウス食品の主力ブランド「バーモントカレー」は今年、発売から60年を迎える。「りんごとハチミツ」のカレーとして長年親しまれてきたが、それこそが流れを変える味覚革命だった。カレーは1960年代、大人の男性が好むジャンルで辛口が当たり前だった。ところが、創業家出身で、現在のハウス食品グループ本社の浦上博史社長の父が組織を支配する意見を覆す提案をした。「子供も女性も食べられる甘口のカレーを作ろう」

当時、経営陣も経験のない甘口のカレー。だがメーカーの思惑を超えて、一般家庭ではバナナやミカンなどの果物を加え、辛さを抑える食べ方が広がっていた。そこでハウスは色々な果物を試し、行き着いたのがリンゴと蜂蜜だった。「フルーツカレー」というコードネームで開発を進めていたが、米バーモント州に伝わるリンゴ酢と蜂蜜を使った民間療法「バーモント健康法」を発見。これにちなんでバーモントカレーと命名した。

しかし販売店からは「甘いカレーなんて売れない」との反発が大きかった。そこで発売前から広告を打ち、主婦や子供に甘口カレーを訴えた。まだ日本に子供が多かった時代。バーモントカレーはヒットし、揺るぎないシェアを得た。あれから60年。実はバーモントカレーは食材などを含め、15回もの改良を実施している。初代と現在の商品では色も味も違うそうだ。メガブランドは同じに見え、改良の積み重ねで別物になった「テセウスの船」のようなものかもしれない。

エバラ食品工業の焼き肉のたれ「黄金の味」も、しょうゆ味中心のたれにりんごを加え、ほど

よい甘みを出した。味の広がり同社の成長を促した。ちなみにハウスでは今年2月にようやく、レトルトタイプのバーモントカレーを発売した。レトルトで独自の風味を出すことに苦勞したが、2年越しで開発に成功。メガヒットやメガブランドは時代の流れに「異議」を申し立て、後に時代の流れに呼応していく。長年CMに出演していた西城秀樹さんの言うように、バーモントカレー、感激！ いや還暦である。

（出典：日本経済新聞　メガヒットの仕掛け（下）バーモントカレー還暦！辛口に「ノー」華麗な革命

2023.4.14 朝刊 17 ページ 「ヒットのクスリ」）

問1 課題文は、「バーモントカレー」が画期的だった点やヒットした理由を何と述べているか。

100 ～ 300 字程度で説明しなさい。

問2 課題文を読んだあなたの感想や意見、あるいは課題文に関連して、あなたが経験した似

たような例、授業で学んだこと、ニュース等で見たことなど、400 字以内で述べなさい。