

令和7年度 大学院国際関係研究科入学試験問題（博士前期課程）

令和7年2月13日（木）施行

試験 科目	論 文	受 験 番 号		氏名	
今日のようなグローバル化した社会においては、文化背景の異なる者たちが協力してコミュニティを構築するといった「多文化共生」の重要度が増してきている。しかし、ヨーロッパ各国で深刻化しつつある移民問題のように、「多文化共生」が成立しないケースも多くみられるのが現状である。 それでは、「多文化共生」の成立を妨げる要因にはどのようなものがあるのだろうか？また、「多文化共生」を成立させるためには、どうすればいいのだろうか？あなたの考えを具体的に述べなさい。					

- **出題意図**

大学院で多文化共生を研究する際には、新聞やテレビなどのマスメディアが伝えるようなうわべの情報ではなく、実際的な情報に基づいた分析が必要となるため、どの程度それについての理解があるのか、確かめることを意図した。

- **解答又は解答例**

多文化共生の成立を妨げる要因には、文化によって異なる日常の「当たり前（常識）」の違いや、伝統や宗教に基づく価値観の違いなどがあり、多文化共生を成立させるためには、それらの違いを互いに受け入れるためのコミュニケーションと、協働によるコミュニティ構築などが必要となる。

令和7年度 大学院国際関係研究科入学試験問題（博士前期課程）

令和7年2月13日（木）施行

試験 科目	論 文	受 番 号	氏名
今日、米国と中国との間で大国間競争（Great Power Competition）が熾烈に繰り広げられている。それでは、米中間の大国間競争は、どのような形で実施され、それが国際社会にどのような影響を及ぼしているか。米中間の大国間競争について幅広く捉え（外交・安全保障、政治、経済など）、その現状と影響について具体例を挙げながら述べよ。			

- **出題意図**

本設問は、2010 年代半ば以降、外交・安全保障、政治、経済などを巡り、米中両国間で大国間競争が熾烈に展開されていることを踏まえ、その現状と影響について包括的かつ体系的に考察させることを出題意図としている。

- **解答又は解答例**

2010 年代半ば以降、米中両国間では大国間競争が熾烈に展開されている。それは、外交・安全保障、政治、経済など幅広く展開されている。これを受け、この競争は、米中両国に留まる問題ではなくなっており、日本が推進している「自由で開かれたインド太平洋（FOIP）」構想や、国際社会全体の安定にも大きな影響を及ぼそうとしている。また、近年中国がロシアとの間で緊密な戦略的関係を構築していることで、その波及的影響は大きい。

令和7年度 大学院国際関係研究科入学試験問題(博士前期課程)

令和7年2月13日(木)施行

試験 科目	論 文	受 番 号		氏名	
1. 次の2つの設問に解答してください。 (1) 観光資源の3つの分類について、世界遺産や具体的な観光資源を例に説明してください。 (2) 観光において、情報が持つ役割と近年の効果的な活用法について、それぞれ具体的事例をあげ、観光事業者や観光地は、どのように活用すべきか、あなたの考えを自由に述べなさい。 2. 以下の出題課題①～②のうち、いずれか1つを選び、その番号を記入してから、解答してください。 ① 近年、都市型の観光への関心が高まっている。そこで、都市の観光魅力について述べたうえで、都市での観光を促進するための課題と今後の展望について論じてください。 ② 観光地のイメージ形成について、近年ではSNSによる情報発信が大きな役割を果たしている。そこで、SNSによる発信が観光集客や観光地のイメージ形成において、どのような役割を果たすか、今後その活用において、観光地はどのように取り組むべきかについて論じてください。					

・出題意図

大問 1

- (1) 学部レベルで、観光学を専攻していた受験生または専攻していなかった受験生に対して、観光の魅力となる「観光資源」について、その分類と特徴などの説明が出来るかを問う。
- (2) 観光は、無形のサービス商品であり、事前に試すことが出来ないため、その情報の役割が大きい。そこで観光における情報の役割を理解するとともに、効果的な観光情報の在り方について、具体的な事例から現状と課題、今後の展望について説明できるかについての問題である。

大問 2

それぞれの受験生の研究計画を基に、研究背景や目的に関連する基礎的な知識とその理解について、それぞれ説明できるかを問う。

- ① 従来型の観光地と異なり、近年は東京や大阪、横浜などの都市においても、歴史的な資源を掘り起こすとともに、文化活動や買い物などを行い、街歩きを楽しむ「都市観光」という形態が注目されている。本問題では、その魅力を説明するとともに、都市観光の推進に向けた課題と展望についての理解度を問う。
- ② 観光は「イメージ消費」であるため、訪問意欲を高めるために魅力的な情報が重要である。本問題では、観光情報の重要性と、観光者目線で情報発信が行われる SNS の強みや課題を踏まえて、その活用に向けて考察することが求められる。

・解答又は解答例

- 1 (1) 観光資源は、富士山などの山岳や琵琶湖などの湖である「自然観光資源」や金閣寺などの寺院、姫路城などの城郭やねぶた祭りなどの「人文観光資源」、そして実際には世界遺産としては、人文的価値の高い文化遺産ではあるが、白川郷などは伝統的な農村集落と周囲の山々などの自然・人文観光資源などによる複合的で独自の景観を持つ「複合観光資源」からなる。世界遺産の分類も自然遺産・文化遺産・複合遺産の3分類で、ほぼ同じ分類と考えてよい。これらの分類の説明と具体例について、十分な説明が求められる。(以上について、出来るだけ詳しく、具体的に述べる)
 - (2) 観光は、無形の商品であるため、情報の役割が大きい。情報には、住所や基本的特徴である「静態情報」と積雪や紅葉情報などのように変動性の高い「動態情報」があり、これらを的確に把握し、画像や動画などを活用して、必要な時に魅力的に旅行者に伝えることが求められる。また情報は出発地域で入手する「発地情報」と現地で入手する「着地情報」があり、近年は、旅行者が発信する SNS などの「評価情報」の価値が高まっている。これら観光情報については、様々な視点から検討し、活用することが必要となっている。(以上について、出来るだけ詳しく、具体的に述べる)
- 2 ①従来型の観光地は、温泉地や自然・文化型の観光資源のある地域に立地し、知名度の高い観光資源が存在し、観光を基盤とする地域で行われるものと考えられていた

が、周辺に多くの人口を抱える都市部でも、歴史的な資源を掘り起こすとともに、文化活動や買い物などを通して、街歩きを楽しむことで余暇活動を過ごし、観光活用することが出来る。その推進には、観光魅力に関する新たな視点と観光情報の提供、効率的な交通手段の Y 区割りが大きい。これらの魅力や有効活用が求められる。
(以上について、出来るだけ詳しく、具体的に述べる)

- ②観光は、「イメージ消費」といわれ、事前に試用し、確認することが出来ない体験であるため、事前の情報が重要である。旅行者が、いかに目的地の魅力を想像できるかが重要である。そのためには、画像や動画などをタイムリーに発信できる SNS は有効であり、旅行ガイドや公式情報にとどまらない多種多様で、隠れた観光魅力の掘り起こしが効果的である。またサプライヤーが発信する情報と異なり、旅行者目線であるとともに、その情報について口コミ情報による信頼性と鮮度から特別感もある。これらを観光地や企業はうまく活用し、ユーザー目線での情報発信の活用を試みる必要がある。これらの点について、各事例から具体的に論じる。
(以上について、出来るだけ詳しく、具体的に述べる)

令和7年度 大学院国際関係研究科入学試験問題(博士前期課程)

令和7年2月13日(木)施行

試験 科目	論 文	受 番 号		氏名	
①環境アセスメントの目的と重要性について説明してください。 ②また、環境アセスメントを行う際の留意点を具体的に挙げて説明してください。					

・出題意図

- ① 環境アセスメントの目的と重要性を理解しているか。
- ② 環境アセスメントを行う際の具体的な留意点を説明できるか。

・解答又は解答例

- ① 環境アセスメントは、事業（プロジェクト）や政策が環境に与える影響を事前に評価するプロセス。その目的は、環境への悪影響を最小限に抑え、持続可能な開発を促進すること。
- ② 対象地域の自然環境や社会環境に関する情報整備、利害関係者（ステークホルダー）間の丁寧なコミュニケーション・対話、長期的な視点を持った順応的管理に留意することが必要。

令和7年度 大学院国際関係研究科入学試験問題（博士前期課程）

令和7年2月13日（木）施行

試験 科目	論 文	受 験 番 号		氏名	
日本の宅配ビジネスの発展について具体的に記述しなさい。					

- **出題意図**

日本の宅配ビジネスの発展について具体的に記述させることで、日本の宅配ビジネスの発展経緯や背景などについての総合的理解を確認する問題となっている。

- **解答又は解答例**

日本全国どこでも翌日配達（一部の地域を除く）で個人の荷物を送れるサービスは、日本の優れた物流システムの1つであり、ヤマト運輸が市場参入したことで民間として大きな功績を挙げている。ヤマトが参入する以前にも郵便小包や国鉄小荷物等も存在したが、1976年のヤマトの参入以降は、格段にその効率性が増したとされる。個人荷物の集荷・配達サービスは、その後、消費者物流として定着し、ITインフラ整備の充実に伴って、様々なサービスが拡充され、利便性を向上させていった。