

大阪経済大学  
一般選抜対入試策講座  
公 民

夕陽丘予備校

公民講師

橋本 眞澄

専修学校 夕陽丘予備校

## I 出題内容・出題形式

|          | 第 1 問                    | 第 2 問                                         | 第 3 問   |      |
|----------|--------------------------|-----------------------------------------------|---------|------|
| 2023 A-1 | 青年期・成人年齢の雑題              | 戦後国際経済<br>(貿易、通貨、地域統合)                        |         | 40 問 |
| 2023 A-2 | 情報社会・e コマースの雑題           | 国際経済<br>(貿易、食料自給率)・日本農業                       |         | 40 問 |
| 2023 A-3 | 近代民主制、宗教をめぐる紛争、政治汚職      | 戦後経済史、貿易                                      |         | 40 問 |
| 2022 A-1 | 国際経済、<br>戦後日本経済史、金融      | 西洋近・現代哲学                                      |         | 40 問 |
| 2022 A-2 | 国際紛争、難民問題                | 金融、金融政策、国際金融                                  |         | 40 問 |
| 2022 A-3 | 地球環境問題、<br>日本の公害対策       | 自治体の実情、地方自治法、<br>選挙制度、公職選挙法                   |         | 40 問 |
| 2021 A-1 | 戦後日本経済史、国民所得             | クローン、臓器移植、DNA                                 |         | 40 問 |
| 2021 A-2 | 中小企業、中小企業基本法、<br>労働、地場産業 | 英国政治史、英国選挙制度、<br>Brexit                       |         | 40 問 |
| 2021 A-3 | 財政の機能、社会保障、<br>税の体系、ジニ係数 | 消費者主権、消費者契約法、<br>依存効果、クーリング・オフ制<br>度、無過失責任の原則 |         | 40 問 |
| 2020 A-1 | 労働問題                     | 環境問題                                          |         | 40 問 |
| 2020 A-2 | 契約について                   | 社会保障                                          |         | 40 問 |
| 2020 A-3 | 東京オリ・パラ                  | 日本の政治機構                                       |         | 40 問 |
| 2019 A-1 | 戦後日本経済史                  | 政党政治                                          |         | 50 問 |
| 2019 A-2 | 日本の教育制度                  | 3 大宗教                                         |         | 50 問 |
| 2019 A-3 | 資本主義経済                   | 刑事手続き法                                        |         | 50 問 |
| 2018 A-1 | 金融                       | 日本の権力分立                                       | 交通事故    | 50 問 |
| 2018 A-2 | 戦後日本経済史                  | IT の動向                                        | 世界の地域紛争 | 50 問 |
| 2018 A-3 | 国際政治・経済                  | プライバシー権                                       | 知的財産権   | 50 問 |
| 2017 A-1 | 近代哲学                     | 選挙                                            | 財政      | 50 問 |
| 2017 A-2 | 行政機構                     | 憲法・人権                                         | 金融・財政   | 50 問 |
| 2017 A-3 | 環境                       | 国際法・近代哲学                                      | 税の体系    | 50 問 |

## 1. 出題形式

2018 年までは、一般入試において、大問数 3、小問数 50 程度であった。

2019 年入試において大問数は 2 に減少（ただし、小問数は 50 問で変わらず）。

2020 年度においては小問数も 40 問に減少した。2021 年度以降は 2020 年度を踏襲している。

試験時間は 2 科目で 100 分であるから、少し余裕を持って解けるだろう。

すべてマークセンス方式である。

## 2. 出題内容

現代社会という科目だけに、政治・経済はもとより、環境、交通事故、難民問題、近代哲学など、多種にわたる。大問は、それぞれのテーマに沿った小問から構成されるものが多いが、推薦入試同様に、雑題に分類されるものも近年、多く見られる。

## 3. 難易度

特定分野に偏った、したがって、受験生が対策しづらい出題もあるが、概して標準的な難易度だと言えよう。

大学が毎年発行する『入試問題集』によれば、基本方針は概して以下のようだ。

- a 「高校の学習内容の範囲内」でありながら、
- b 「多方面の分野から出題」し、
- c 「社会時事問題も出題」する。
- d 以上から、「社会、文化、政治、経済、法律などの様々な分野」における問題を自ら発見し、追究する力を確認する。

過去の問題に取り組むことで、本学の入試問題の出題内容、出題形式などに慣れるべきである。

## II 対策

### A 勉強法を紹介しよう。

#### 勉強法1 問題演習を中心に！

問題集は力試しのためにあるのではなく、そこから知識を得るためにある。

つまり、問題を解くことから勉強は始まる。

#### 勉強法2 敢えて辛い方法を選ぶことはない。

簡単なやり方が効率を上げ、継続を可能にする。

だから、解答と解説を横に置いて、問題集を解くこと。考えても分からない問題は、解答・解説をバシバシ見る！

#### 勉強法3 社会の動きに関心をもつこと。

そのために日々、新聞に目を通そう。

といっても、それも手間がかかるだろう。なので、テレビのニュースを見ること！

### B つぎに、参考書。

公民科の参考書としては、山川出版社の用語集『現代社会用語集』が最適だろう。

ただし、より詳しく勉強したいならば、『政治経済用語集』と『倫理用語集』を併用してもよい。

### C 問題集

本大学発行の『入試問題集』は必須。

センター試験・共通テストの『現代社会』過去問も良い。センター試験・共通テストも、たんに知識を問うだけでなく、読解力を必要とする問題をそろえているので、出題の方向性は似ており、また難易度も同程度であるから、試験対策に活用しよう。

### Ⅲ 出題例

実際の入試の問題をみてみよう。

2021 年度 一般入試 A 方式 3 日目 (1 月 29 日実施)

#### 第 2 問 「消費に関する雑題」(改題)

問 1 消費者の 4 つの権利について、以下の問いに答えよ。

- 1) 1962 年「消費者の 4 つの権利」を教書において提唱したアメリカ合衆国大統領は誰か、最も適切な人物を以下から選べ。

① ジョンソン                      ② ケネディ                      ③ ニクソン                      ④ レーガン

- 2) 「消費者の 4 つの権利」のうち、次の空欄 ( A )、( B ) に入る語句の組み合わせとして最も適切なものを以下から選べ。

1. 安全への権利
2. ( A ) 権利
3. 選択する権利
4. ( B ) 権利

- |                  |               |
|------------------|---------------|
| ① (A) 公的給付金が得られる | (B) 請求権を行使する  |
| ② (A) 購入資金を融資される | (B) 購入資格を得られる |
| ③ (A) 専門家を紹介される  | (B) 情報を修正する   |
| ④ (A) 情報を与えられる   | (B) 購入資格を得られる |
| ⑤ (A) 公的給付金が得られる | (B) 情報を修正する   |
| ⑥ (A) 購入資金を融資される | (B) 意見を反映させる  |
| ⑦ (A) 専門家を紹介される  | (B) 請求権を行使する  |
| ⑧ (A) 情報を与えられる   | (B) 意見を反映させる  |

問 2 「消費者の 4 つの権利」は、現在では、さらに 4 つの権利が追加され、合計 8 つの権利が提唱されている。これに関する以下の問いに答えよ。

- 1) それを提唱した団体として、最も適切なものを以下から選べ。

① 米国消費者製品安全委員会                      ② 米国消費者協会  
③ 国際連合                                              ④ 国際消費者機構

2) 追加された4つの権利の組み合わせとして最も適切なものを以下から選べ。

- a 契約の拘束力から解放される権利
- b 生活の基本ニーズが保証される権利
- c 返品が認められる権利
- d 健康な環境を求める権利
- e 適正な方式で購入できる権利
- f 適正価格で購入できる権利
- g 消費者教育を受ける権利
- h 救済を求める権利

- |           |           |           |           |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ① a b c e | ② a b d h | ③ a c d f | ④ a c e g |
| ⑤ b c d g | ⑥ b d f g | ⑦ b d e f | ⑧ b d g h |

問3 次の文に関して、以下の問いに答えよ。

「製品やサービスを提供する事業者と消費者の間には、当該製品・サービスに対する知識や内容の把握等の情報に格差がある。」

1) この格差を何というか、最も適切なものを以下から選べ。

- |       |        |        |        |
|-------|--------|--------|--------|
| ① 偏在性 | ② 非効率性 | ③ 非対称性 | ④ 不当性  |
| ⑤ 可塑性 | ⑥ 間接性  | ⑦ 相対性  | ⑧ 不平等性 |

2) この格差を指摘し、その下での消費活動を研究し、ノーベル経済学賞を受賞したのは誰か、最も適切な人物を以下から選べ。

- |         |          |        |        |
|---------|----------|--------|--------|
| ① ベバリッジ | ② カラブレイジ | ③ アカロフ | ④ セイラー |
|---------|----------|--------|--------|

問4 次の文に関して、ここで言われる逆選択とは何か、最も適切なものを以下から選べ。

「この情報格差の下では、消費者は商品の質を十分には認識できないために、高い価格で買うことができず、それに応じて売り手も価値のある商品を提供することができなくなる。それが逆選択を産み出す。」

- ① 消費者が逆に製品の良し悪しの決定をすることになること
- ② 結果的に製品が希少品として流行となること
- ③ 消費者が事業者に供給して欲しい商品を指定すること
- ④ 結果的に消費者が劣悪品を選択せざるを得なくなること

問5 消費者の行動について、以下の問いに答えよ。

- 1) 依存効果と呼ばれるものに関して、最も適切なものを以下から選べ。
  - ① 消費者が事業者による広告によって商品を購入してしまうこと
  - ② 消費者が流行や生活環境の影響とは無関係に、購買行動をしていないと不安になり必要以上に商品を購入してしまうこと
  - ③ 消費者がカフェインやアルコール等の嗜好品を常時摂取しないと不安感を生じてしまうことから、それらの嗜好品を必要以上に購入してしまうこと
  - ④ 消費者が親等周辺の人からの資金的援助に依存して購入してしまうこと
- 2) また、自分の周りの人が購入したことで、自分も買ってしまうという効果もある。それを何というか、最も適切なものを以下から選べ。
  - ① ハロー効果                      ② ミラー効果                      ③ フレーミング効果
  - ④ プラシーボ効果                ⑤ ペルソナ効果                ⑥ デモンストレーション効果

問6 マルチ商法とは何か、最も適切なものを以下から選べ。

- ① 勧誘により販売網を有する組織に加入して、その組織の会員になった者が、その組織が中心的に取り扱う商品だけでなく、様々な商品を販売する商法
- ② 勧誘により販売網を有する組織に加入して、その組織の会員になった者が、露店で、その組織が取り扱う商品を販売する商法
- ③ 勧誘により販売網を有する組織に加入して、その組織の会員になった者が、さらに新たな会員を勧誘して、加入者数に応じて利益が分配される商法
- ④ 勧誘により販売網を有する組織に加入して、その組織の会員になった者が、その組織の販売網とまったく別に、新規販売先の市場調査をさせられる商法

問7 キャッチセールスとは何か、最も適切なものを以下から選べ。

- ① 路上でアンケート調査と称して、事務所に連れて行かれ、今の若者に流行の商品が何かを回答させられること
- ② 街中で声を掛けられ、現在の流行をキャッチしている商品の販売をさせられること
- ③ 路上で声を掛けられ、現在の流行をキャッチしている商品を購入することを客に助言するために店舗に同行させられること
- ④ 街中でアンケート調査と称して、喫茶店等に連れて行かれて、商品を購入しなければ帰れない雰囲気にするなどして購入させられること

問8 クーリング・オフ制度は契約後でも一定の期間であれば、消費者に冷静に考える期間を与えるための制度である。それに関するつぎの問いに答えよ。

- 1) それを定める法律として、最も適切なものを、選択肢①～④から1つ、⑤～⑩から1つ、それぞれ選べ。
  - ① 特定商取引法                      ② 訪問販売法                      ③ 消費者基本法                      ④ 消費者契約法
  - ⑤ 旅行業法                              ⑥ 公衆浴場法                      ⑦ 信託業法                              ⑧ 賃金業法
  - ⑨ 借地借家法                              ⑩ 宅地建物取引業法

2) クーリング・オフ制度の適用が認められると、一方的に契約の（ C ）を（ D ）するか、契約を（ E ）することができる。空欄（ C ）、（ D ）、（ E ）に入る語句の組み合わせとして最も適切なものを以下から選べ。

- ① （ C ）承諾 （ D ）撤回 （ E ）撤回
- ② （ C ）承諾 （ D ）取り消し （ E ）解除
- ③ （ C ）承諾 （ D ）解除 （ E ）取り消し
- ④ （ C ）承諾 （ D ）解除 （ E ）撤回
- ⑤ （ C ）申し込み （ D ）撤回 （ E ）解除
- ⑥ （ C ）申し込み （ D ）取り消し （ E ）解除
- ⑦ （ C ）申し込み （ D ）解除 （ E ）取り消し
- ⑧ （ C ）申し込み （ D ）解除 （ E ）解除

3) クーリング・オフ制度の定めがないものはどれか、最も適切なものを以下から選べ。

- ① 特定継続的役務提供
- ② 電話勧誘販売
- ③ 業務提供誘引販売取引
- ④ 訪問購入
- ⑤ 連鎖販売取引
- ⑥ 通信販売

問9 消費者契約法について、次の文章を読み、以下の問いに答えよ。

訪問販売等一定の取引だけでなく、店頭での対面販売であっても、事業者の不適切な勧誘によって、消費者が誤認したり、困惑したりして契約をした場合に、その契約を（ F ）ことができる。

1) 空欄（ F ）に入る語として最も適切なものを以下から選べ。

- ① 取り消す
- ② 無効にする
- ③ 解除する
- ④ 撤回する

2) 下線部のいう、消費者が困惑をしたことの原因となった事業者の行為について、消費者契約法が定めているものの正しい組み合わせとして最も適切なものを以下から選べ。

- a 事業者が消費者に対する勧誘の電話を消費者が切りたいのに切ってくれないとき
- b 事業者が消費者に対し自身の不幸な身の上を話し、断りづらくさせたとき
- c 消費者が自身の住居から事業者を退去させようとしているのに退去しないとき
- d 消費者が勧誘を受けている場所から帰宅したがっているのに帰宅させてくれないとき

- ① a b c d
- ② a c d
- ③ a b c
- ④ a d
- ⑤ a b d
- ⑥ a c
- ⑦ c d
- ⑧ b c d

問 10 製造物責任法における無過失責任の説明として、最も適切なものを以下から選べ。

- ① 被害者は製造業者の故意・過失にとどまらず、製品に欠陥があったことについても証明しなくてもよく、製造業者は無過失でも損害賠償責任を負うことになる。
- ② 被害者は製造業者の故意・過失については証明しなくてもよく、製造業者の側が自身には故意・過失がなかったと証明しなければ、損害賠償責任を負うことになる。ただし、被害者は製品に欠陥があったことは証明しなければならない。
- ③ 被害者は製造業者の故意・過失について証明しなくてもよく、製造業者の側が自身には故意・過失がなかったと証明しなければ、損害賠償責任を負うことになる。また、製造業者は製品に欠陥がなかったことも証明しなければならない。
- ④ 被害者は製造業者の故意・過失について証明しなくてもよく、製造業者は免責事由がない限り損害賠償責任を負うことになる。ただし、被害者は製品に欠陥があったことは証明しなければならない。



## 消費者関連年表

### 1. 米国

1960 年代 コンシューマリズム consumerism（消費者主権）の提唱

ラルフ＝ネーダーRalph Neder[1934- ]（弁護士）

1962 年 ケネディ米大統領による教書 「消費者の 4 つの権利」（後掲）

安全である権利、知らされる権利、選ぶ権利、意見をきいてもらえる権利

### 2. 日本

1968 年 消費者保護基本法

森永砒素ミルク事件などを背景として制定された。

他に、食品への毒物混入事件としてカネミ油症、薬害として [1.                      ]、スモン病、薬害エイズなどがある。中央に国民生活センター、地方に消費者生活センターがそれぞれ設置された。

\* 消費者は「保護の対象」と位置づけられた。

国民生活センター      国が 1970 年国民生活センター法に基づいて設置した「国民生活センター」。2003 年に独立行政法人となる。国民生活に関する情報の提供や商品テストなどをおこなう。

消費生活センター      各自治体が独自に設置するもので、自治体により名称はさまざまであるが、「消費生活センター」と総称される。国民生活センターと連携して、相談受け付けや情報提供を行う。

1988 年 割賦販売法の改正

[2.                      ] cooling-off 制度（一定の期間であれば、[3.                      ] で通知することで、無条件に契約を [4.                      ] できる）が導入。（後掲）

1994 年 製造物責任 Product Liability 法（PL 法）

製造業者に過失がなくても商品に欠陥があれば、被害者は損害賠償を請求できる。（後掲）

2000 年 特定商取引法

訪問販売法の改正

2001 年 消費者契約法

2004 年 [5.                      ] 法

消費者保護基本法の改正

\* 消費者を「保護」の対象ではなく、「[6.                      ]」と捉える

その第 2 条に消費者の権利が明記されている。

1. 国民の消費生活における基本的な需要が満たされる権利
2. その健全な生活環境が確保される権利
3. 消費者の安全が確保される権利
4. 商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
5. 消費者に対し必要な情報が提供される権利
6. 消費者の教育の機会が提供される権利
7. 消費者の意見が消費者政策に反映される権利
8. 消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済される権利

2009 年 消費者庁、消費者委員会発足

消費者庁                      案件ごとに農水省や厚労省などが個別に担当していた消費者行政を一元化するために設置（内閣府の外局）。

消費者委員会      消費者庁の発足とともに、内閣府に設置。消費者問題に関するチェック機能を果たす第三者機関。

2012 年 消費者安全調査委員会設置

2013 年 食材偽装発覚

2019 年 消費増税（[7.                      ] %）、軽減税率（[8.                      ] %）導入

2022 年 改正民法施行 成年年齢が [9.                      ] 歳以上に

## 消費者の権利と責任

1962 年 「消費者の 4 つの権利」(ケネディ米大統領による教書)

安全である権利、知らされる権利、選ぶ権利、意見をきいてもらえる権利

1992 年 国際消費者機構 Consumers International が、消費者の 8 つの権利と 5 つの責任を提唱

### 8 つの権利

1. 生活の基本的ニーズが保障される権利
2. 安全である権利
3. 知らされる権利
4. 選ぶ権利
5. 意見を反映させる権利
6. 補償を受ける権利
7. 消費者教育を受ける権利
8. 健康な環境のなかで働き生活する権利

### 5 つの責任

1. 批判的意識を持つ
2. 主張し行動する
3. 他者・弱者への配慮
4. 環境への配慮
5. 団結・連帯

## G.A.アカロフ[1940-]

非対称情報のもとでの市場理論の基礎を築いた。これにより、2001 年ノーベル経済学賞受賞。

『レモン市場——質の不確かさと市場メカニズム』

レモン市場：商品の売り手と買い手に情報格差が存在するため、安くて品質の悪い商品（レモン）ばかりが流通し、  
高くて品質の良い商品（ピーチ）が出回りにくくなる現象のこと。レモンは皮が厚くて外見から中身の見  
分けがつかないことから、主に米国で低品質の中古車の俗語として使われている。

## 逆選択 adverse selection

情報の経済学における概念のひとつ。情報の不完全性、とくに経済主体間に情報の非対称性が存在することによって市場の資源配  
分機能が阻害されてしまう問題。

たとえば、アカロフの分析した中古車市場。情報の非対称性がある場合とは、ここでは、中古車の売り手と、買い手の間での情報  
格差のこと。

自動車の、正規ディーラーが扱う中古車市場と、それ以外の、一般の買い取り業者の中古車市場とがあると想定してみよう。

情報優位者である売り手は、自分の所有するクルマが欠陥を抱えていたとして、それを見破れない買い手（正規ディーラーではな  
い中古車買い取り業者、つまり情報劣位者）に対し、不当に高い価格を提示し、買い手も、その欠陥を知り得ないために不当に高  
い価格で買い取ってしまう。しかし、時間の経過とともに、欠陥は発覚する。こうした事態が継続すると、正規ディーラー以外の、  
情報を持たない買い取り業者は、より安価な価格でしか買い取らなくなってしまう。すると良質の中古車を売ろうとする売り手は、  
そのような市場を避けて、良質の中古車を正当に評価し、正当な高い価格で買ってくれるはずの、正規ディーラーの市場において  
のみ自車を売ろうとするだろう。結果として、一般の買い取り業者の市場には良質の中古車は集まらず、そこで購入しようとする  
消費者は、安いかもしれないが、しかし劣悪なクルマしか選ぶことができなくなる。

#### 依存効果 dependent effect

企業は、もはや商品だけではなく、その商品への「10.」をも生産する。したがって、消費者の購買意欲は生産に依存することから、この名がある。その結果、消費者の欲望に際限がなくなる（アノミー-anomie 化）。J.K.ガルブレイスが『ゆたかな社会 the Affluent Society』（1958 年）で指摘した。新製品の発表により、購買意欲が刺激されるなど。

#### デモンストレーション効果 demonstration effects

ある人の購買行動が他人の購買行動に大きな影響を与えること。見せびらかし効果。隣の家がピアノを買うと、自分の家でも買いたくなるのが一例。

#### 誇示的消費 conspicuous consumption

消費は、必要のためのそれから、それを消費する人の「11.」を誇示するための記号になったということ。T.ヴェブレンが『有閑階級の理論 The Theory of the Leisure Class』（1911 年）で、19 世紀以前における貴族の消費行動が、20 世紀において大衆化したことを指摘した。

#### マルチ商法

multilevel marketing plan の日本語訳。

販売員は販売会社に一定額を投資して権利を取得する。会社から購入した商品を小売りすることによる利益と、新しい販売員を勧誘し会社に紹介することによる紹介料、自分が紹介した販売員に商品を卸すことによる利益（中間マージン）とを得る。連鎖販売取引として特定商取引法によって規制される。商品販売もする点で、下のねずみ講とは区別される。

#### ねずみ講

加入者がネズミ算式に会員を増やしていき、子会員が講元・親会員・数代前の親会員などに金を送ることを順次繰り返して、加入金額以上の金銭を得る、金融組織の一つ。無限連鎖講。1979 年無限連鎖講防止法で禁じられた。

#### キャッチセールス

街頭などで通行人に声をかけ、ことば巧みに商品を売りつけたり、契約させたりする販売方法。キャッチ商法。不招請勧誘の一種。

#### 不招請勧誘

消費者の意向を無視して行われる、商品やサービスの購入に関する勧誘。事前に承諾を得ない電話勧誘や訪問販売、キャッチ・セールスなどの類。

## クーリング・オフ制度

特定の取引に限って、契約後でも一定の期間であれば、消費者に冷静に考える期間を与えるための制度。したがって、冷静に考えるチャンスが確保されていたり、自分から契約したりした場合にはクーリング・オフ制度は適用されない。特定商取引法、割賦販売法、宅地建物取引業法などに定める。

クーリング・オフ制度の対象とならない取引を整理してみると、

1 通信販売

2 自分から販売店に出向いたり、事業者を呼んだりして契約した場合

3 自動車

などがある。

またその期間は、訪問販売や電話勧誘販売の場合は〔12.     〕日間。

連鎖販売取引（マルチ商法など）の場合は〔13.     〕日間。

## 製造物責任法

製造物責任法では、被害者が損害請求にあたって、製造業者の過失は証明する必要はなく、製造物の欠陥を証明するだけで賠償を受けられる。

近代法の原則である過失責任の原則は、「過失なければ責任なし」と表現される。つまり、不法行為において、故意（わざと）または過失（しくじり、過ちなど）に基づく損害についてのみ賠償責任を負わせる主義をいう。しかし、製造物責任法や大気汚染防止法・水質汚濁法などは、その原因者に過失がなくても損害を賠償する責任を負わせることを原則とする。これを、無過失責任制という。

## 狂牛病

牛海綿状脳症 Bovine Spongiform Encephalopathy

ウシの脳が萎縮して海綿状(すき間が多数あるスポンジ状)になる感染性の中樞神経疾患。異常型プリオンが原因で発症するといわれ、発症後は運動機能の低下や異常行動を起こし、死に至る。感染したウシを原料とした、異常型プリオンを含む肉骨粉をウシに与えたことで広がったと考えられている。1986年、英国で発症を確認。2001年、日本でも第1例が報告された。人への影響は明確ではないが、直後に全頭検査や特定危険部位の除去などの安全措置がとられた。狂牛病は俗称。BSE。

## トレーサビリティ traceability

追跡可能性の意味。「農産物・食品・医薬品・工業製品などの商品やその原材料・部品などを個別に識別し、生産から加工・流通・販売・廃棄までの過程を明確に記録することによって、商品からさかのぼって履歴情報を確認できるようにすること。また、そのシステム。生産履歴管理システム。

## 遺伝子組み換え食品

日本では禁止されていない。

遺伝子組み換え

異種の生物から抽出したDNAを、試験管内で、酵素などを用いて切断し、人為的に新たにつなぎ換えて新しいDNA分子を作ること。遺伝子構造の解析、遺伝子工学などに利用。バイオテクノロジーの一種。組み換えDNA実験。GM(genetically modification)。

解 答

| 空欄解答 |          | 問題解答 |    |      |
|------|----------|------|----|------|
| 1    | サリドマイド   | 問 1  | 1) | ②    |
| 2    | クーリング・オフ |      | 2) | ⑧    |
| 3    | 文書       | 問 2  | 1) | ④    |
| 4    | 解除       |      | 2) | ⑧    |
| 5    | 消費者基本    | 問 3  | 1) | ③    |
| 6    | 権利主体     |      | 2) | ③    |
| 7    | 10       | 問 4  |    | ④    |
| 8    | 8        | 問 5  | 1) | ①    |
| 9    | 18       |      | 2) | ⑥    |
| 10   | 欲望       | 問 6  |    | ③    |
| 11   | 社会的地位    | 問 7  |    | ④    |
| 12   | 8        | 問 8  | 1) | ④, ⑩ |
| 13   | 20       |      | 2) | ⑤    |
|      |          |      | 3) | ①    |
|      |          | 問 9  | 1) | ①    |
|      |          |      | 2) | ⑦    |
|      |          | 問 10 |    | ④    |