

関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科

2026 年度秋学期入学 入学試験

ビジネススクール(経営戦略専攻)「企業経営戦略コース」入学試験

筆記試験(小論文)問題 出題の意図・解答例

【出題の意図:大問 I】

本問は、業務上のツールとしてだけでなく、個人の悩みや人間関係の相談相手としても急速に普及している生成 AI について、「同調(sycophancy)」——ユーザーに過度に追従し、その言動を無批判に肯定する傾向——という社会的に重要な問題をあつかっている。生成 AI は高い利便性を備える一方で、人間の判断や行動、さらには組織や社会のあり方を変えてしまう可能性もはらんでいる。こうした光と影の両面を、利用者と導入者の双方の立場から批判的に考察する力が、これからのビジネスパーソンには求められる。本問は関連論文の知見を手がかりに、同調が生じる仕組み、その影響、および必要な対応策を多面的に考察させることを目的としている。

配点:問1(4点)、問2(5点)、問3(6点)

【解答例】

【問 1】

事実

人間の回答者の行動肯定率が 39%であるのに対して、主要 11 の AI モデルの行動肯定率は 38 ポイント(+97.4%)～55 ポイント(+141%)高い値をとる。

考察

生成 AI モデルは、人間による相談対応と比較してユーザーの言動に過度に同調し、無批判に肯定・追従する傾向が見られる。この傾向は特定のモデルの傾向ではなく、幅広い生成 AI モデルに共通する構造的な問題と推察される。

【問 2】

事実

(a)「自己の正しさの認識」、ならびに(b)「関係修復の意向」の平均評価値は非同調型 AI の回答に対する同調型 AI の平均評価点がそれぞれ+2.0 ポイント(+60.6%)、-1.4 ポイント(-26.9%)である。これに対して(c)「回答の質の評価」、ならびに(d)「再利用の意向」の平均評価値は非同調型 AI の回答に対する同調型 AI の平均評価点がそれぞれ+0.5 ポイント(+10.2%)、+0.5 ポイント(+11.6%)である。

考察

同調型 AI は非同調型 AI と比較して、ユーザーは自分を肯定してくれる同調型 AI の回答を「質が高い」と捉え、再利用をのぞむ——AI へ依存を強める傾向があると考えられる。一方、AI による同調は自らの非を認めなくなり、謝罪などの向社会的な行動意欲を削がれてしまっていると想定される。

【問 3】

1. 個人の内省・成長機会の喪失

同調型 AI がユーザーの行動を無批判な肯定により、利用者は自分の非や改善点に気づきにくくなり、内省や成長の機会を失う。

施策: AI に共感だけでなく「悪魔の代弁者」として反対意見や別の視点を提示させる、または賛

否両論を併記させる設計を標準とする。

2. 企業の倒錯した開発誘因

同調的な AI ほど高評価・高利用につながるため、満足度や利用時間を指標にすると、より同調的な AI を開発する誘因が企業にはたらき、ユーザーの長期的利益より短期的エンゲージメントが優先される

施策: 第三者機関や業界団体が、AI モデルの同調率や反論提示能力を評価・監査する制度を整備する。

3. 誤情報・危険な判断の追認

同調型 AI は、ユーザーの言動が事実誤認や法的、倫理的に問題のある内容を含む場合でも、それを否定せず肯定してしまう可能性が考えられる。それにより、利用者は誤った前提や危険な計画を「AI に支持された」と受け止めて実行に移すおそれがある。

施策: 高リスク領域では、肯定一辺倒ではなく事実確認やリスク警告、反証提示をおこなうように AI の応答を設計——ガードレールを導入する。また、最終判断にはかならず人間の確認を介在させる「ヒューマン・イン・ザ・ループ」を運用ルールとして義務づける。

4. エコーチェンバー化と社会的分断

自分の意見ばかり肯定されることで異なる意見に触れる機会が減り、他者や異質な考えへの寛容性が低下し、社会的分断が深刻化しうる。

施策: 組織・学校で AI の回答を鵜呑みにせず根拠、反証・代替案を検討する AI リテラシー教育とクリティカル・シンキング教育を徹底する。

【出題の意図:大問Ⅱ】

この問題は、SDGs を通じて今後の企業経営の持続可能性という避けて通ることのできない課題を扱っている。【問 1】では一般的な基礎知識を問い、【問 2】では SDGs を題材に、企業等において、あるいは身近な例から、どのように取り組むべきかを考え、論理的に説明する、という経営大学院で必要とされる能力を測ることを意図している。記事・問題文にもヒントがちりばめられているので、文章読解力を問う問題でもある。

配点:問1(5点)、問 2(10 点)

【解答例】

【問 1】

環境、社会、経済の持続可能性に貢献するという社会的責任を果たすことで企業経営は長期持続可能となる。企業価値創造・向上、ビジネスチャンスの創出、投資家からの評価、従業員のエンゲージメント向上などのメリットがある。

【問 2】

自社(あるいは思い浮かべる日本企業)がどんな企業かを一言書いたうえで、自社等での身近な例を挙げて説明することがポイントである。例えば、以下。

消費者に対する例:根拠を示さずにあたかも環境保護に力を入れているという誇大表示を HP や広告でしている。「やっているふり」ができてい間は消費者の好感を得て、売上げが上がる可能性があるが、実態がわかった時には、訴訟、ブランドイメージや信頼の失墜などの影響が大きいと考えられる。さ

らに、真摯に取り組んだ他社との差が大きくなる。

従業員に対する例: 残業時間が減少しているのは働き方改革の効果だとアピールしているが、実態として働き方が変わらず、残業せずに帰るのは一般従業員で、そのしわ寄せで管理職が疲弊している。管理職のなり手がなくなる、仕事のやり方が変わらないままで従業員のモチベーションが下がる、組織の変革が遅れる、などの影響が考えられる。

SDGs ウォッシュは、掛け声だけで実態が伴わない状態を指すが、掛け声から始めるだけでも第一歩だと考えることもできる。