

2026年度 学校推薦型選抜・特別選抜(社会人・帰国生徒)・第3年次編入学試験
〔経済学部〕 小論文
出題の意図と解答の傾向

問題Ⅰ

【出題の意図】

本問題は、今井悠介『体験格差』（講談社現代新書、2024年）から出題した。本書は、東日本大震災後に教育格差解消に取り組んできた著者が、日本社会における子どもたちの「体験」の格差について、初の全国調査を基に実態を明らかにし、その解消に向けた提言を行った書籍である。

今回取り上げた「はじめに」の部分は、あるシングルマザーの子どもが涙を流しながら「サッカーがしたいです」と訴えた場面から始まり、日本社会における「体験格差」の現状と、それに対する日本の社会的認識の特徴について国際比較を通じて明らかにしている。

近年、子どもの貧困対策が社会的課題として認識されつつあるが、子どもたちが享受すべき機会の中でも、スポーツや文化活動といった「体験格差」については十分な関心が払われているとはいえない。

しかし、これらの体験は子どもの成長や、将来の可能性を広げる上で重要な役割を果たす。経済格差が単に物質的な面だけでなく、子どもたちの成長機会にどのような影響を与えているかを理解し、この問題に対する様々なアプローチや考え方を論理的に検討する力を確認することが主な出題意図である。

設問Ⅰは、基本的な読解問題である。本文中に記載されている「体験格差」の概念を正確に読み取るとともに、日本社会における子どもの体験に対する認識について、イギリスなどとの比較を踏まえて説明する力が求められている。

設問Ⅱは、読解による要約と自身の見解を論理的に記述する問題である。「チャンス・フォー・チルドレン」の活動内容として、スタディクーポンによる学校外教育費用支援を中心に整理することが求められる。そして、学習や体験における格差解消のための仕組みや自分にできることについて、論理的にかつ具体的に説明することが必要である。

<設問Ⅰ>

【解答の傾向】

- ・全体的には、よく書けていた解答が多かった。ただし、体験格差が親の経済的状況によって発生している点について記述していない解答が多く見られた。
- ・日本と諸外国の比較については、イギリス等では体験を「必要」と考える人が多く、日本ではその割合が低いという事実は書いているものの、「なぜその違いが生じるのか」まで踏み込んだ説明が少なく、比較の深度に課題が残る答案も見られた。
- ・受験生が筆者の見解を丁寧に汲み取ろうとする姿勢は評価できる。しかし一方で、出題文の論旨に沿わずに、自分の見解を述べてしまった答案も散見された。

<設問2>

【解答の傾向】

チャンス・フォー・チルドレンの活動内容については、概ね正しくまとめられていた。スタディクーポン制度や、寄付金を原資とした学校外教育費用の支援といった基本事項を、多くの受験生が丁寧に書いていた。一方で、設問に「チャンス・フォー・チルドレン」の活動内容を整理したうえで」とあるにもかかわらず、活動内容を論述していない答案や、その活動内容の全体像を書いていない答案も見られた。設問の要求を正確に理解し、それに応じた解答を構成することが重要である。

「学習」や「体験」の格差を解消する仕組みの提示については、多くの受験生が工夫しようとする姿勢が見られた。しかし、「行政の支援」、「ボランティア活動」、「寄付」や「SNSでの発信」といった、比較的身近なイメージに依拠した解答に収まりやすい傾向が見られた。抽象的な提言にとどまり具体的な方策が示されていない、子ども全般に対する支援と体験格差を解消する支援が区別されていない、高齢者の自立やSDGsなど体験格差解消とどのように関連しているのかが不明確である答案が散見された。

特に「自分にできること」の部分では、誰かを支援したいという前向きな姿勢は読み取れるものの、どう関わるのか、何を担えるのかといった、もう一步踏み込んだ具体性を示すことに苦心している様子が見られた。もっとも、デジタル技術を活用した体験の代替案など、現実の制約を踏まえて工夫した答案も一定数見られた。

<その他>

誤字脱字が散見された。

例：余裕→予由、発信→発進、校外→郊外

主語述語のねじれ、主語の重複、不適切な形容詞の使用

問題2

【出題の意図】

日本銀行「東京外為替市場における取引状況」（図表1）、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」の「年別訪日外客数の推移」（図表2）ならびに国土交通省観光庁『訪日外国人の消費動向（2024年 年次報告書）』（図表3～9）のデータを用いて出題した。

本問題では、新型コロナウイルスの世界的流行期間を除き、近年、訪日外国人が増加傾向にあるなかで、とりわけ外国為替市場ならびに訪日外客数の推移などの既存データを正確に読み取れるかを見るときともに、今後より求められる観光施策（地方自治体の訪日外国人の受け入れ体制や観光産業の対応など）について、その根拠を提示しながら自ら提案できるかを問うた。

<設問1>

【解答のポイント】

日本におけるインバウンド需要の傾向を、「外国為替市場の推移」（図表1）と「訪日外客数の推移」（図表2）との関係を通じて読み取れるか否かがポイントとなる。つまり、海外からの観光客にとって円高傾向時は来日しづらく、逆に円安傾向時には来日しやすい状況やその関係に

ついて、図表 1～2 で把握することが正答の基本となる。

図表 3～5 では、訪日外国人の来日する「目的」(図表 3) や「滞在日数」(図表 4) および「1人当たりの旅行支出」(図表 5) の状況が示されている。とりわけアジア圏と欧州圏では、滞在日数と旅行支出の内訳が、やや異なることを読み取ることができれば、インバウンド需要に関する傾向が掴めていると判断できる。

【解答の傾向】

まず、図表 1 と図表 2 を関連づけて読み取り解答できた答案は、想定していたよりも少なかった。図表 1 に関しては、とくに 2021 年以降、ドルに対する円の貨幣価値が大きく下落傾向(円安)を示しているにもかかわらず、「円高傾向」や「日本における外国為替市場は年々増加傾向」などの分析をしている答案が散見された。図表 2 を見ると、訪日外客数は 2011 年からコロナ禍の期間を除き増加傾向を示し、2024 年には過去最多の約 3,700 万人となっている。この点を素直に読み取っていただきたかった。また図表 3 では、インバウンドの主たる目的は「観光・レジャー」であるが、「業務」目的での来日が多い国に着目した答案も見られた。

次に、図表 4 と図表 5 の関係については、比較的多くの受験生が設問の趣旨をよく読み取って解答していた。図表 4 から、訪日外国人の滞在日数はアジアよりも欧米等の方が長くなっており、その関係から、図表 5 より、訪日外国人の来訪時の支出は、総じて宿泊費、買物代、飲食費の割合が高く、したがって欧米等からの訪日外国人の旅行支出総額が高い状況がうかがえる。

<設問 2>

【解答のポイント】

大前提として、訪日外国人の増加に向けて、有効と考えられる観光施策を各自の意見を踏まえて述べる必要がある。その際に、示されているデータ(図表 6～10)を根拠として挙げながら説明することが正答への基本となる。つまり、論述する際には、各図表の内容を取り上げ分析しながら、そこから全体像を把握した上で、①政府、②各自治体、③民間企業等の主体における実施可能な活動や戦略について記述する必要がでてくる。

図表 6 では、訪日外国人の買物代として「菓子類」が最も購入されているが、「靴・かばん・革製品」や「宝石・貴金属」のような高価な商品も人気が高いことがわかる。図表 7 からは「日本食を食べること」や「ショッピング」、「繁華街の街歩き」、「自然・景勝地観光」を楽しんでいる一方で、次回来日時には上記に加えて「温泉入浴」、「四季の体感」などが期待されている。このことから、初来日者とりピーターを意識したインバウンド観光施策を考える必要もあろう。

図表 8 からは、日本国内での移動手段が「鉄道・モノレール」に偏っていることが見て取れるため、それ以外の交通機関の利便性向上や低価格化等の提案があれば説得力が増すであろう。さらに、海外の観光客が来日する際に参考にしてしている情報源の整備は課題でもある。また図表 9 からは、SNS や動画サイトはもとより、よりオフィシャルで正確かつタイムリーな話題を提供できる統合プラットフォーム等があれば、より来日する際の幅が広がると考えられる。

以上、訪日外国人の増加のためには、出入国管理等をベースに政府の規制緩和、当該都市のインバウンド観光客の受け入れ体制(自治体)や民間企業との連携等を視野に入れた環境整備が必要であると思われる。なお施策と言え、政府の経済政策を指すことも多いが、本設問では上記の各主体の果たす役割を意識しながら、その連携を提案することも評価に加えた。

【解答の傾向】

基本的に図表理解を含む論述で求められている点は、当該データが示している数字やその推移や傾向を的確に判断し、その考察をふまえて自らの意見や主張を述べることである。本設問の趣旨を汲み取った上で、解答できている答えは意外に少なかった。例えば、①各図表の読み取りは適切にできているが、それらを自分の考える観光施策に繋げて説明できていない解答、②図表から読み取れることを議論しないまま、観光施策として自身の考えを述べる解答、③そもそもの図表から何が読み取れるのかがまったく明記されていない解答が見受けられた。

解答の傾向としては、例えば「情報源として最も利用されている SNS（図表 9）を活用し、最も購入率の高い日本の菓子（図表 6）の情報発信を行う」といった短絡的な文脈での解答が多く見受けられた。しかし今日、SNS の誤情報やフェイクニュースなどの拡散などソーシャルメディアによる負の側面も存在することから、一元的な情報収集やそれへの依存にはリスクも存在している。受験生の主張として、公的組織や専門業界における情報の充実やその活用の提案などがあっても良いのではないだろうか。

図表 7 の「今回したことと次回したいこと」から、「次回したいこと」が「今回したこと」を上回る費目を取り上げて、より丁寧な考察をもって、それに係る施策を主張することも一つの解答案であるが、そのような解答はあまり見られなかった。しかし、図表 7 をヒントに、「日本食の魅力の発信やプロモーション」、「和食、伝統工芸の体験ができる観光の場所を増やす」などの提案に加えて、「地方の強みを生かす」や「地方への分散の取り組み」といった地方（地域）活性化と観光施策の相乗効果を主張する解答も見られた。

<その他>

図表の読み取りに関して、まずは与えられている情報（データ）を十分に読み取った上で論じてほしいが、特定の図表のみに着目するものや、図表に触れずに自説を展開している解答が散見された。

誤字脱字は減点対象となる。

設問 1 の誤字として多かったのが「増化」（正：増加）や「需用」（正：需要）であった。また「価置」（正：価値）や「流向」（正：流行）に加えて、「コロナ化」「コロナ渦」「コロナ過」（正：コロナ禍）もあった。

設問 2 の誤字については、「講入」（正：購入）や「手得」（正：取得）、「台材」（正解：題材）が数件見られた。また「切府」（正：切符）や「自地体」（正：自治体）といったものもあった。