

2025(令和7)年度

小論文

10:00～11:30

教養学部

比較文化学科

学校推薦型選抜(一般)

注意事項

1. 合図があるまで、この冊子を開いてはいけません。
2. 合図があったら、最初に受験番号を小論文解答用紙右上の指定欄に記入しなさい。
3. この冊子・解答用紙について印刷不鮮明、汚れの箇所を見いだした場合は、すみやかに申し出なさい。
4. 解答用紙は2枚配付しますが、1枚だけ提出しなさい。残りの1枚は下書き用です。
5. 解答は縦書きで書きなさい。
6. この冊子と下書きに用いた解答用紙は、持ち帰ってください。

以下の課題文を読んで、設問に答えなさい。

課題文1

アフターコロナの時代が来たらしい。数年間の損失を取り戻すかのように、観光は盛り上がりつつある。経済活性化の期待も大きい。けれど……それでいいのだろうか。たくさんの観光客が来てたくさんお金を使ってくれば、国や地域の経済は本当に活性化するのだろうか。

以前から、観光は国や地域の経済の活性化に不可欠だと強調されてきた。しかしながら、経済センサスの統計データを分析すると、観光が大いに盛り上がりつつあった二〇一〇年代の半ば、観光産業の雇用が増えたのは主に東京などの大都市圏だった。地方では、観光客数や観光消費額が大幅に増えたのに雇用が減少した地域もある。

具体的には、一二年から一六年にかけて、宿泊業や旅行業、娯楽業などで従業者数が増えたのは東京など大都市圏を中心に十一都県しかない。他方で非正規雇用者が三四都道県で増加している。観光産業は雇用を減少させつつ非正規化したのだ。

市区町村別でも、従業者数が増加した自治体は全体の四〇％にすぎず、それは主に大都市や人口の増加地域、高齢化率の低い地域だった。つまり観光は多くの場合、地方の衰退地域の経済を活性化させていない。むしろ東京一極集中のような地域間格差を悪化させている。

原因はなんだろうか。よく、インバウンド対応の不徹底や、地域住民の努力不足が言われる（地域住民はいつも努力させられる側だ）。

けれど、これはもつと根深い話だ。観光産業は需要の不安定性や労働集約性などから大都市が有利で、地方の小地域では本質的に稼ぎにくい。また富裕層向けのホテル・都市再開発は金融資本主義と結びついて海外の投資家に富を流出させる。予約サイトやSNSなどのデジタルプラットフォームに観光地が翻弄ほんろうされるケースもある。原因は、こうした観光や社会の経済的な構造にある。決して、住民の努力不足ではない。

ジェンダー不平等も課題だ。就業構造基本調査(二〇一七年)から算出すると、宿泊業・飲食サービス業の雇用者の五五%は非正規雇用の女性が占める。正規雇用者は主に男性。だが男性も若年層を中心に非正規化しつつある。いわば、地域を守る観光まちづくりは、地域の非正規雇用者に頼っている。

本来、観光には多様な価値がある。観光が地域の歴史文化の尊重や、子育て支援につながる例もある。インバウンド観光客の多様化は、外国人居住者が増加する日本での多文化共生という面で有意義なはず。フランスなどでは、農村維持政策への支持を広めるために農村観光が活用されている。

だからこそ、疑問がたくさんある。さんざんオーバーツーリズムや観光公害、富裕層優遇などが問題視されていたのに、なぜかスルーされてはいないか。なぜ、雇用などの状況を客観的に検証しないのか。なぜ、とにかく観光で稼ぐ方に流れてしまうのか。

問題は、たぶん社会そのものにある。「観光に頼るしかない!」みたいな雰囲気になると止められなくなる、同調圧力と大きな声への流されやすさだ。

大切なのは、声の小さな地域住民の暮らしを守る方法を、横並びせず考えることだ。みんなして観光に頼らなくてもいい。今の時代、ロールモデルなんてもない。無理してどこかの地域や他国、他の誰かをまねるのではなく、自分の道を歩む時代が来ている。それは、それぞれの個性と「小さな声」を尊重する社会をめざすということだ。

(出典: 福井一喜「にじいろの議 無理をしない、観光のかたち 尊重すべきは小さな声」『朝日新聞』二〇二三年七月一二日付夕刊)より)

課題文2

財政に余裕がなく、また製造業や農林水産業など、いろいろな産業が衰退している地方の地域や行政にとって、観光による経済活性化の可能性は、「裾野」が広いため魅力的である。仮に、ある自治体でさまざまな産業や地域のひとつひとつに補助金や優遇措置などの施策を手あてしたら、どれだけ財源があってもきりがない。しかし観光にしぼって活性化させれば、それを入り口にして

自治体のさまざまな産業や地域が再生されるという、魅惑的なストーリーを描ける。

また、もし単純に税金を投入して、農業や製造業、あるいは中心商店街などを再生しようとすれば、有権者から「特別扱いだ」と反発されるおそれがある。たとえば、衰退している中心商店街を税金で再生しようとするれば、ほかの地域の住民から反発が起きかねない。りんご農家を保護すれば、ほかの産業や稲作農家は違和感を持つ。

しかし、これらを観光地化させて、商店街の来訪者数や、りんご狩りの観光農園の売上が、前年比で二〇〇%増加といった「実績」が出れば、補助金として税金を投入する名目が立つ。これだけたくさんの方がきた、これだけの経済効果があった、だからこの地域や産業は、税金で再生するにふさわしいではないか。そう言えてしまえる。逆に実績が出なければ、スムーズに補助金をカットできる。人気の場所や産業は、税金を集中させ「残すに値する」価値があると評価しやすい。

現代社会は、こうして「客観的な価値」があると言えないものには、税金を出せないような段階にきているのかもしれない。いずれにせよ観光による活性化には、特定の部門や地域に税金を出す・出さないの判断を、アリの的に正当化できる力がある。「選択と集中」の時代において、観光による経済活性化は、とても理にかなっている。

観光による地域経済の活性化は、どうすれば達成できるのだろうか。

それを論じた議論は、それこそ山のようにある。観光研究者から企業経営者、コンサルタント、メディア関係者など、かなりさまざまな方面が、活性化の方法を論じてきた。基本的には、地方の地域の住民や行政、企業などに対して、地域の雇用創出や経済成長のために、マーケティングなど企業経営的な方法を導入する「自助努力」が求められる。代表例として、左の提案が挙げられる。

これからの日本で観光が成長エンジンになることは間違いありません。大きな潜在能力がありながらも産業化できていなかった分野も、「観光」という「扇の要」に組み合わせれば、大きな成長が期待できます(中略)。「自然」「文化」そして「スポーツ」という産業化できていなかった分野を「観光」という「扇の要」で結びつけることができ、それによって日本は世界でも稀に見る多様性に富んだ「観光大国」になることができるということなのです(中略)。「やる」という覚悟を決めるか決めない

か、それだけなのです。

日本は「観光大国」になるために、国内の自然や文化など、本来は経済的な価値をつけられないものを、観光のための商品として、効率的に稼げる産業にする必要がある。そういう主張ととらえられる。まだ商品化されていないものを、観光のための商品にしてしまえばよい。

〔中略〕

自分に必要な金は自分で稼ぐべきだ。それは文化財や自然、スポーツなども例外ではない。みんな「自助努力」すべきだ。努力して成功したものが、金や地位を得るべきである。とても明快である。

観光のもうひとつの経済的性質として、観光は、地域の努力や工夫による活性化の余地が大きいと考えられている。

観光地の経済的価値は、寺や神社、自然環境、その背後にある文化や歴史といった、本来は価値をお金に換算できない財から成り立っている。こうした財を経済学で「自由財」と呼ぶ。

自由財の経済価値はだれにも決められない。だれにも決められないということは、演出の工夫しただけで、原理的にはいくらでも高められる。

家の裏の森と白神山地の森は、植生などは全然違うかもしれないが、いずれも自由財として見れば、おなじ「森」である。森だが、日本初の世界自然遺産であることや、ブナの原生林が国内最大規模であるといった記号的な価値が、白神山地の経済価値を高めている。「これはこういうものなのです」という演出やストーリーは、観光地の経済的価値を高めるのである。観光で地域のブランディングが必要とされる根本理由は、ここにある。

これは観光地にとっては、経済発展の希望である。わかりやすい観光資源や、人口や交通条件に恵まれていない地域でも、自分たちの演出の工夫次第でなんとかなる、ということになる。

だが同時にそれは、「自力でなんとかしなければならぬ」とされてしまう、諸刃の剣でもある。先に引用したように「やる」という覚悟を決めるか決めないか、それだけ」と言われてしまうのは、観光の活性化は「自力でなんとかできてしまう」からである。観光の可能性は、逆説的に、地域に「自助努力」を強いることがある。

では、観光で経済を活性化する方法はどのようなものか。これもさまざまな主張がある。たとえば、富裕層を中心とした訪日外国人客のさらなる受け入れ、地域運営へのマーケティングやマネジメント手法の導入、それによる場所・地域のブランディング戦略などがある。こうした論者は、たとえばつぎのように述べる。

観光立国が「効果」としてこだわらねばならないのは、「いかにしてお金を落とさせるか」なのです。

地方の旅館には、地域の生活文化のショーケースとなり(中略)インバウンドによる外需を地域経済に循環させる核となることが期待される。

富裕層を他の観光客とは別扱いにし、より積極的に取り入れ、より多くの消費を行わせる政策を推進していくべきである。

提言したいのは東京都内の一部エリアを「英語特区」にするという発想です(中略)。特区内の学校も授業は英語です。百貨店やスーパーの値札もドル建て表示でよいでしょう。特区内のレストランやお寿司屋さんもすべて注文は英語です。銀行も役所も英語が使用言語です。

さすがに「英語特区」は冗談だと思われるが、いずれも現在の日本で進められている、進められようとしている方策である。とり

わけ、訪日外国人富裕層の消費を増やそうというのは、観光の性質を考えれば、たしかに合理的である。

もし観光客が来るだけで、一円もお金をつかわなかったら、地域にとっては経済的になんの意味もない。混雑して迷惑だし、道や駅を歩く人が増えればその分、道も駅も劣化する。人がくるだけ経済的に損である。困るのは地域住民である。

したがって観光客の数はできるだけ少ない方がよく、その消費額は多い方がよい。そして日本の人口は減少の一途である。ならば少人数の外国人富裕層を誘致して、その人びとから効率的に多額の観光消費を引き出すべきである。理屈で言えば合理的である。

だが、その理屈が、観光の矛盾も生み出している。

〔中略〕

観光に力を入れれば、だれでも、どの地域でも、「自助努力」しただいで、経済を活性化できるのだろうか。たとえばオーバーツーリズムを問題視する議論など、観光への批判論においてすら、観光は短期的には地域の経済を活性化すると考えられている。だが、それは本当なのだろうか。

べつの言い方をしよう。もし観光で経済が活性化するのなら、その利益を得るのは、どのような地域の、どのような人びとか。

これは、観光をめぐるトレードオフの、さらに根底にある問題である。そもそも観光がトリガーになって多くの地域の経済を活性化しないなら、わざわざリスクを負って観光発展をめざす意味は小さい。

この問題を検討するには、観光を突き離して考える必要がある。「どうすれば観光で経済を活性化できるか」とか「観光の経済効果はどれくらいあるか」といった、「観光」だけを論究する視点を、超えていかねばならない。

観光や観光地はそれだけで成立するわけではなく、ほかのさまざまな産業や地域との関係のなかで存在している。また観光には、製造業などとは違う、観光ならではの経済的な性質がある。だから観光のことは、観光だけ見つけていてもわからないのである。必要なのは、社会を広くとらえ、そのなかに観光を位置づける視点である。

（出典：福井一喜『無理しない「観光」——価値と多様性の再発見』ミネルヴァ書房、二〇二二年より）

問一 傍線部①のように著者が主張する根拠となる事実とそれが生じる原因について、二〇〇字程度でまとめなさい。

問二 課題文を踏まえ、観光による経済活性化という路線が抱える問題点を指摘した上で、地域住民にとっての観光の功罪について、あなたの考えを六〇〇字以内で述べなさい。