

令和6年度入学者選抜学力検査問題

(前期日程)

総合問題

(注 意)

- 1 問題紙は指示があるまで開いてはいけません。
- 2 問題紙は本文9ページです。答案用紙は、2枚あります。
- 3 答えはすべて答案用紙の指定のところに記入しなさい。
- 4 アルファベット文字、数字、記号等は、1マスに1字で記入しなさい。
- 5 問題紙と下書き用紙は持ち帰ってください。

I 次の文章を読み、すべての問いに答えなさい。

サステナビリティについては、2015年のSDGs(Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標)の採択以降、国内外において、官民での取組が活発になっている。日本の繊維産業に目を向けると、一部の企業においてサステナビリティの取組は徐々に始まっているものの、長く複雑と言われるサプライチェーン^{注1}の管理等、取組が十分になされているとは言い難い状況にある。

(中略)

繊維産業は川上^{注2}・川中^{注3}から川下^{注4}まで多数の企業に関わるのみならず、その最終製品である衣料品は消費者が日々身につけるものであり、また、そのサプライチェーンがグローバルにつながっていることを踏まえると、サステナビリティの取組は、繊維産業においてこそ、今、開始すべきものである。

注釈

注1：サプライチェーン 製品の原材料の調達から販売に至るまでの連続した流れを指す。

注2：川上 原材料を製造する業種を指す。

注3：川中 原材料から製品を製造する業種を指す。

注4：川下 製品を販売する業種を指す。

出典：経済産業省 製造産業局生活製品課(2021)「繊維産業のサステナビリティに関する検討会報告書～新しい時代への設計図～」

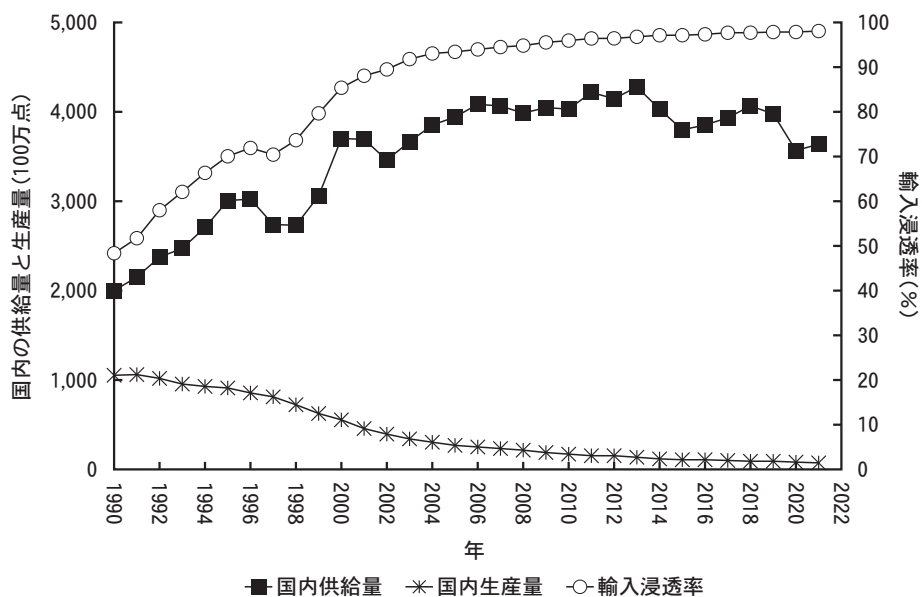
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/textile_industry/pdf/20210712_1.pdf, 2頁を一部省略・改変の上、引用 (2023年7月3日閲覧)

問 1 資料 1, 資料 2, および資料 3 に基づいて, コロナ禍の影響が生じる 2019 年以前までの日本の衣類の供給と消費の大きな傾向について説明しなさい。その上で, 資料 3 の購入単価指数の推移をもたらしている要因を資料に基づいて推察し, 350 字以内で説明しなさい。

問 2 サステナブルな社会の実現に有効な経済システムとして, 「サーキュラー・エコノミー」が注目されています。その経済システムについて, 資料 4 の用語や文章を用いながら 75 字以内で説明しなさい。

問 3 サークュラー・エコノミーの実現のために, 今後の繊維産業と消費者に, 何が求められるでしょうか。資料 1 から資料 3 に示された 2019 年までの状況に基づいて, また, 資料 4 にある用語を用いながら 250 字以内で述べなさい。

資料1 日本における衣類^{注5}の国内供給量、国内生産量および輸入浸透率^{注6}



注釈

注5：衣類 = 布帛^{ふはく}外衣 + 布帛^{ふはく}下着 + ニット外衣 + ニット下着

布帛^{ふはく}：織物の総称

注6：輸入浸透率 = 輸入量 ÷ (国内生産量 + 輸入量 - 輸出量)

出典：日本化学繊維協会(2022)『繊維ハンドブック 2023』日本化学繊維協会資料頒布会，53頁，付属CD-ROMのデータを基に一部省略，編集・加工して作成

資料2 日本の衣類輸入状況(上位5カ国)

表1 主要国からの衣類輸入状況(2000年)

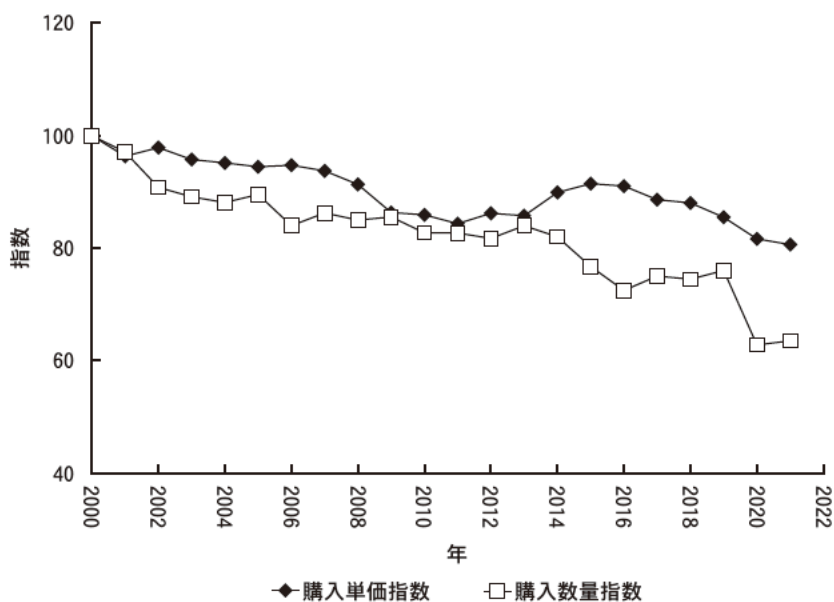
	金額(百万円)	シェア(%)
1. 中国	1,542,901	75.8
2. イタリア	95,730	4.7
3. 韓国	90,856	4.5
4. ベトナム	63,550	3.1
5. 米国	47,985	2.4
(以下省略)		
合計	2,034,563	100.0

表2 主要国からの衣類輸入状況(2019年)

	金額(百万円)	シェア(%)
1. 中国	1,770,749	57.0
2. ベトナム	477,413	15.4
3. バングラデシュ	127,923	4.1
4. カンボジア	125,704	4.0
5. ミャンマー	113,283	3.6
(以下省略)		
合計	3,107,998	100.0

出典：日本繊維輸入組合「衣類輸入状況」を基に一部省略，編集・加工して作成
<https://www.jtia.or.jp/toukei/iruiex2000.xls>，
<https://www.jtia.or.jp/toukei/2019HP/Garments%202019%EF%BC%88TOP10%EF%BC%89.xlsx> (2023年7月3日閲覧)

資料3 日本における1世帯当たり年間の衣類の購入単価指数^{注7}と購入数量指数^{注8}の推移(二人以上の世帯)



注釈

注7：購入単価指数＝各年の購入単価÷2000年の購入単価×100

注8：購入数量指数＝各年の購入数量÷2000年の購入数量×100

出典：総務省統計局「家計調査結果『(品目分類)第5表 1世帯当たり年間の品目別支出金額，購入数量及び平均価格(二人以上の世帯)』を基に一部省略，編集・加工して作成

https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?stat_infid=000040079011

https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?stat_infid=000040079012

(2023年10月30日閲覧)

資料4 循環型経済時代のマーケティング

企業の脱炭素経営が加速する中、有効な実践手段の一つとして「サーキュラー・エコノミー(循環型経済)」が注目を集めている。

サーキュラー・エコノミーとは、大量生産・大量消費を前提とした従来の経済システム「リニア・エコノミー」に代わり、新たな資源投入や消費量を最小限に抑え、廃棄物や汚染の発生抑止を目指す経済システムだ。スローガンではなく、企業のビジネスとしてこれを定着させるには「消費者を起点とした循環型ビジネスモデル」を早期に構築することが欠かせない。

(中略)

サーキュラー・エコノミーでは消費者の役割が従来の「消費・利用」から「消費・利用・資源循環」へと変化する。これは企業からみた消費者との関係が「顧客」だけでなく、再生品製造の「原材料調達先」へと拡大することを意味する。

「二次流通を前提としたサービス企画・開発」と「多数の消費者参画」は、消費者を起点とした循環型ビジネスモデルを構築する上で重要なポイントだ。これまで企業の多くが製品の設計・製造、販売、アフターサービスを主眼にオペレーション(業務運営)の効率化を追求し、消費者が利用し終えた製品の収集・再資源化には積極的に関与してこなかった。

サーキュラー・エコノミー時代にはバリューチェーン(価値の連鎖)の「設計・製造」「販売」「消費・利用」「収集・再資源化」の4段階のうち、最終の「収集・再資源化」を大規模かつ安定的に実施し、経済システムを直線から円環へと変化を完成させることが必要だ。

消費者を中心に据え利益の最大化を狙うアプローチは近年のマーケティングの基本的な考え方だ。サーキュラー・エコノミー時代は製品やサービスを顧客に届ける役割から、循環系全体を構築するビジネスデザインの役割がマーケティングに求められていくだろう。

出典：笹沼俊宏「経営の新視点(3)循環型経済時代のマーケティング」『日経産業新聞』(2023年6月9日)を一部省略・改変の上、引用

II 以下の文章を読み、すべての問いに答えなさい。

戦後のヨーロッパやアメリカへの移民の大々的な流入は1960年代から70年代にかけてのことであり、西欧には北アフリカ、サブサハラ^{注1}から、アメリカにはメキシコなど中南米諸国からの移民が職を求めて、あるいは斡旋されて移住した。高度成長期だったこともあって、戦後の移民第一世代はそれほどの技能を持たなくとも、社会的安定を手にすることができた。もっとも第二世代が成長する1970年代以降は、オイルショックが重なり、経済成長の鈍化に見舞われる。フランスの統計によれば、移民第二世代は、第一世代以上の社会的地位をめざすため、全国民平均に近い学歴水準を持つと推計されている。しかし低成長によって、親の時代ほどの雇用の量は供給されないジレンマに直面することになる。移民版ロスジェネ^{注2}の誕生だ。

ここでの問題は移民第一世代と、その子どもである第二世代の間の意識のギャップである。第一世代は、成人間際か、それ以降になってニューカマーとして移住してきた人びとであり、貧しさの経験から、母国に戻りたいと思わず、むしろ自らの出自や文化を否定して、移民したホスト社会に過剰適応しようとする。

他方で子どもたちは、ホスト社会に生まれ、そこで教育を受けるため、形式的にはその国の市民として生活をする。しかし、実際には両親が外国人であったり、異なる文化の痕跡が残ったりするため、社会のマジョリティと異なる存在とみなされる(いわゆるスティグマ化^{注3})。第一世代が確固とした「故郷」を持つのに対し、第二世代は生まれ育った地以外の選択肢もない。すなわち、目の前の社会のなかで生きるしかないにもかかわらず、その社会で疎外感を味わわざるを得ないというダブルバインドの状態に置かれる。思想家トドロフはこうした第二世代特有の状況を「文化喪失」と名付け、社会学者ギデンズは出生と生育という「二段階での同化」がされにくい対象だとしている。なぜなら、共同体であるホスト社会の同化機能が弱まっていると同時に、インターネットや文化の越境によって、個人が社会に包摂されにくい環境になったからだ。1970年代以降は製造業ではなく、コミュニケーション能力や立ち居振る舞いといった文化資本^{注4}が重視されるサービス業への転換が進んだ時期でもある。そのため、ホスト国社会とは相対的に異なる文化資本を

持った移民二世は、就労面で不利になりやすいという特性もある。

こうした事情から、移民研究では第二世代はアイデンティティの空白を抱えやすいとされてきた。フランスの19世紀からの移民史を辿ったノワリエルは、第一世代が「流浪という切断」を生きるのに対し、第二世代は「ふたたび社会に根付く」苦難を背負っていると表現する。

それゆえアイデンティティの空白を抱えがちな第二世代ほど、自らのルーツを追い求める誘因を持つ。折しも1970年代以降は、個人化と自己決定権というリベラル的な価値拡大によって、信仰や価値などに関わるものは、自らで決めることができ、決めるべきだとする社会規範が根付いていった時代にあたる。イギリスのムスリムを対象にした調査では、実際には若者世代ほど同性愛への抵抗感を持っていたり、ムスリム同士の婚姻にこだわったりすることがわかっている。これも自らの文化的なルーツに忠実でありたいという意識の表れとみることができる。こうした自らの文化的、民族的ルーツへの固執は、両親世代がそれを過去のものとし、過剰にホスト社会に適応していることに対する反発心によっても補強されていく。

両親は自らのルーツを消し去ることでホスト社会に馴染んだのであるから、両親や家族に文化的な包摂を求めることはできない。あるイギリス人は、つぎのように証言している。

私たちは、ロンドンにあるイギリスの教育機関に通っていた。だが、そこでイギリスに固有のものは何もなかった。(略)イギリスからも切り離され、両親が有していた東側の文化からも隔絶していた。イスラーム主義は、私たちに人生の目的と居場所を与えてくれた。(安達智史『リベラル・ナショナリズムと多文化主義』)

人口学者ミシェル・トリバラの調査によると、1992年と2008年のアルジェリアからの移民家庭を出自とするフランスの若者(20～29歳)を比べると、後者の方が宗教を信じているとする割合が二倍も多く、女性に限っては三倍も増えたという。若者であればあるほど、脱世俗化が進み、宗教回帰がみられるのだ。こうした傾向は、2000年代に入ってから、ハラール(イスラムの戒律に従って処理された食品)

食料の市場が年間 15 パーセントほど拡大していていることからもみてとれる。

注釈

注 1：サブサハラ サハラ砂漠よりも南に位置するアフリカ地域

注 2：ロスジェネ ロスト・ジェネレーションの略。1990 年代以降の日本において、バブル経済崩壊の影響を受けて就職困難な時期を経験した世代

注 3：スティグマ化 ある特定の個人や集団のもつ属性や特徴が社会において否定的に捉えられ、不当な扱いを受けること

注 4：文化資本 教育によって得ることのできる学歴、資格、知識、および、社会の中で個人が身につける模範的な振る舞い方や言葉遣い

出典：吉田徹(2020)『アフター・リベラル 怒りと憎悪の政治』講談社，211 頁から 214 頁までを一部省略・改変の上，引用

問 1 筆者によれば，欧米諸国における移民第二世代に宗教回帰の傾向があったのはなぜか。400 字以内で述べなさい。

問 2 ヨーロッパ移民の中でも，特に第二世代が抱える問題について理解することの社会的意義は何であるか。本文の内容に基づいて，その意義を 350 字以内で述べなさい。

