

2025年度(令和7年度)一般選抜 A 日程

小論文問題

芸術文化観光専門職大学
芸術文化・観光学部 芸術文化・観光学科

注意事項

1. 試験監督者の指示があるまでは、この問題冊子を開いてはいけません。
2. この問題冊子は表紙のほかに5ページあります。
3. 問題は 1 項2問あります。
4. 解答用紙が1枚、下書き用紙が1枚あります。
5. 試験監督者の指示に従い、黒のボールペン(消せるものは不可)で、氏名、受験番号を解答用紙のそれぞれ1か所の記入欄に記入しなさい。
6. 解答は解答用紙の所定の箇所に記入しなさい。解答用紙の裏面には記入してはいけません。
7. 解答用紙は横書きです。
8. 数字、アルファベットを含めて全て1マスに 1 字ずつ記入しなさい。たとえば、「10」は 2 マスを使って記入します。
9. 試験時間は90 分です。
10. 試験終了後、問題冊子と下書き用紙は持ち帰りなさい。

価値観の多様化に伴い、消費行動についても多様化が進んでいる。これら多様化の一つとして、若者を中心に注目をされている「推し」という概念がある。

次の資料 A と B は「推し」について述べた文章であり、資料 C は「推し活」にかかる経済効果についての諸データをグラフにしたものである。資料を読んで、後の問い合わせ（問1, 2）に答えなさい。なお、出題の都合上、本文を改変したところがある。

資料 A

ただのファン、ではなく「推し」

あなたには「推し」がいますか？ 「推し」がありますか？

います！ もしくは、あります！ という人、いたら（あつたら）いいなあと思っている人、そういえば「推し」って最近よく聞くけどいったいなに？ という人……いろいろでしょう。「推し」とは、簡単にいえば、とても好きで熱心に応援している対象（人や事物など）のことです。もともとは、女性アイドルグループのなかで自分がもっとも熱心に応援しているメンバーを指すファン用語でした。それがここ数年のうちに、さまざまなジャンルのファンにも知られるようになり、いまや一般的に使用される言葉となっています。対象もアイドルだけでなくアーティストや役者やタレント、アニメやマンガやゲーム、ドラマや映画や舞台や小説、スポーツや物や事柄など、この世界のあらゆるものすべてが「推し」になります。

ここで「推し」についてはじめて知ったという人は、こう思うのではないか。なるほど、つまり「私は○○のファンです」というのを、いまどきふうに言うと「私の推しは○○です」ってことか！

けれど、すでに「推し」についてよく知っていたり、自分に「推し」がいる（ある）という人は、そういうわれるとちょっと違うんだよね……と思うかもしれません。では、ただのファンと「推し」は、いったいなにが違うのでしょうか。

職場の同僚に、フィギュアスケートの羽生結弦選手のファンがいます。スケート大会の前後には熱心にその話をしているので、かなりのファンであることは知っていました。でも私はなぜか、羽生選手を彼女の「推し」だと思ったことはなかったのです。

ある日、ふだんからおしゃれな彼女のネイルがとてもすてきだったので「そのネイル、すごくきれい！」と言ったら、「ありがとう！ これ、羽生くんの衣装をモチーフにしてもらったの」というではありませんか。その瞬間、私は、彼女にとって羽生選手は「推し」なんだ！ と気づいたのでした。

なぜ私は、彼女にとって羽生選手は「推し」であると認識するようになったのでしょうか？ そこに、ただのファンとは違う「推し」とはなにかを考えるヒントがあります。

ほかの例も見てみましょう。職場の別の同僚に、韓国のアーティストグループBTSのファンがいます。ある時、彼女がジャケットの襟にSDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）のピンバッジをつけていました。彼女は大学のジェンダー研究所の所長でもありましたから、それでつけていたのだと思いました。すると「もちろんそれもあるけど……実はBTSが国連でのスピーチの時につけていたから、私もつけたくなって」とのこと。なんとSDGsのピンバッジは「推し」と同じものを自分も身につけたいという、ひとつの「推し活」（「推し」にまつわるファン行動のことを「推し活」といいます）でもあったのです。

職場のさらに別の同僚と、「この前の連休はなにしてた？」と雑談していたら「横須賀でクルージングをしてきた」と言います。よくよく聞くと、湾内をめぐる遊覧船から自衛隊や米軍の艦船を見ることができるツアーグループのこと。私は、彼女がマンガ『ジノパング』や『あおざくら防衛大学校物語』のファンであることを知っていました。だからそれが、単に艦船を見物するクルージングではなく、横須賀で実際の景色や艦船を見ながら、それらの景色や艦船がでてきたマンガの世界に浸るという「推し活」だったことがわかりました。私もそれらのマンガが好きなので、うらやましい気持ちでおみやげ

話を聞かせてもらいました。

どうでしょう？これらの例から、ただのファンではなく、「推し」を推すファンのありようが少し見えてきましたか？ただのファンと「推し」では、好きの程度が異なるのはもちろんです。けれど、それよりも大きなポイントは、ファンである自分が「なにをするか」にあります。

私の同僚たちのように、好きな対象のイメージをもとになにかを生成してしまう、好きな対象と同じことをしてしまう、好きな対象の世界を現実で体感しようとしてしまう、など「推し」をめぐってファンはいろいろなことをしています。その対象をただ受け身的に愛好するだけでは飽き足らず、能動的になにか行動してしまう対象が「推し」である、と本書では考えます。

出典：久保（河合）南海子『「推し」の科学－プロジェクト・サイエンスとは何か－』集英社、2022.8.22.

資料B

未来の同好たちへ伝える想い

「推し」への援助の興味深い事例として、クラウドファンディングなどのプロジェクトがあります。

『刀剣乱舞-ONLINE-』というゲームには、名刀として伝わる日本刀が、人間の男性に擬人化されたキャラクターとして登場します。このゲームの熱心なファンたちは、ゲームのなかのキャラクターばかりでなく、そのキャラクターのモデルとなった刀剣自体にも愛好心を向けました。それまでは年配男性を中心だった刀剣文化の世界に多くの女性たちが参入し、新たな局面を開拓したともいわれています。

2015年にゲームが配信されて以降、日本各地の美術館などにひっそりと展示されていた刀剣を鑑賞するために、多くのファンが出向くようになりました。刀剣に関する専門的な書籍が急に何十万部も売れました。2018年の秋には、京都国立博物館で国宝や重要文化財の刀剣が一堂に会する特別展『京のかたな』が開催されました。同展は京都国立博物館の120年間の歴史ではじめての大規模な刀剣展です。この企画を後押ししたのが、ゲームの熱心なファンによる刀剣文化の隆盛だったのです。

(中略)

刀剣とゲームに関連したクラウドファンディングの動きは、ゲームが配信された2015年からすでに見られます。ゲームに登場するある名刀は戦後、行方がわからなくなっていました。そこで、その刀を復元しようという刀工がクラウドファンディングを立ちあげました。すると、これを知ったゲームの熱心なファンたちは「推し」が復元される計画に貢献できる！と大いに盛りあがり、たった5時間で目標の550万円を達成、最終的には3,000人以上の支援者と4,500万円以上の資金が集まっています。

これをきっかけに、ほかの刀剣に関するクラウドファンディングや復元プロジェクト、また刀剣を所蔵する美術館への寄付などが活発になります。このゲームを愛好するファンたちはゲームを端緒として、いまや刀剣文化と刀剣業界そのものも「推し」として支援をしているのです。

永青文庫美術館副館長の橋本麻里さんは、そのようなファンたちの動きについて「自分にとって大切なジャンル全体を、持続可能なものとして未来にわたって支えようという志向が、集団の中で確かに共有されているように思える」としています。これらの事例からは、「推し」を個人のものとしてとらえず、大きな文化のなかで大切に育んでいくものとして見る、新たな「推し」のかたちが見えできます。そこには、未来にもきっといるであろう同好の士に「推し」を伝えていきたい、というはるかな展望すら感じます。

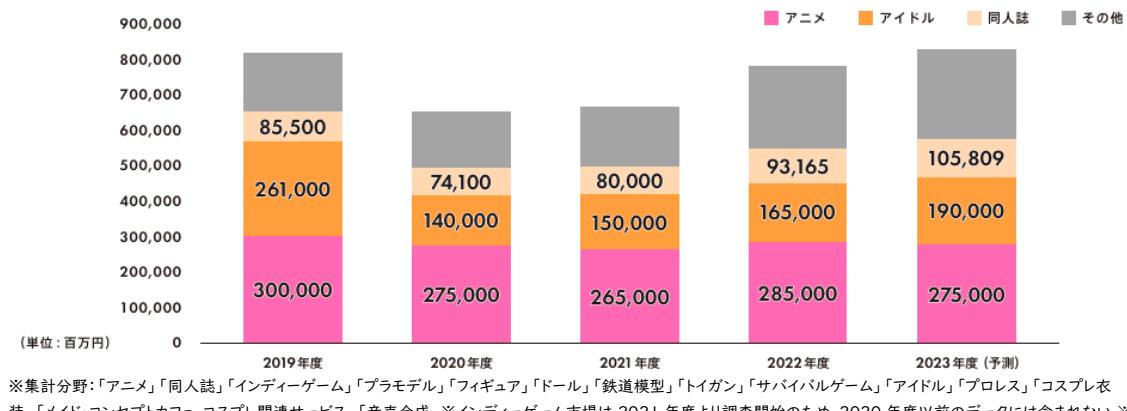
いまはまだ見えない「未来」について、他者とともに想いを馳せること。実はこれができるのも、人間だけが持っている重要なこころの働きです。

出典：久保（河合）南海子『「推し」の科学－プロジェクト・サイエンスとは何か－』集英社、2022.8.22.

資料C

「推し活」にかかる経済効果についての諸データ

グラフ1 日本のオタク市場の規模

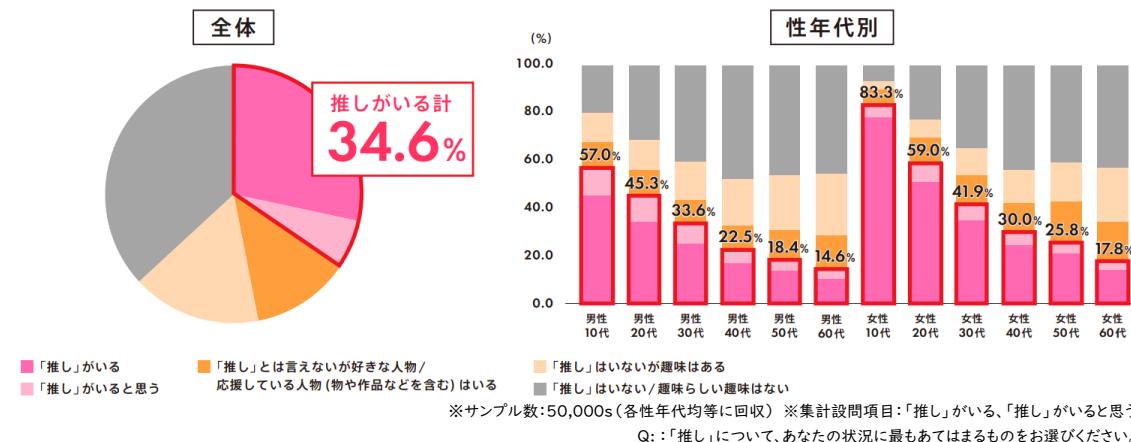


※集計分野：「アニメ」「同人誌」「インディーゲーム」「プラモデル」「フィギュア」「ドール」「鉄道模型」「トイガン」「サバイバルゲーム」「アイドル」「プロレス」「コスプレ衣装」「メイド・コンセプトカフェ、コスプレ関連サービス」「音声合成」※インディーゲーム市場は2021年度より調査開始のため、2020年度以前のデータには含まれない。※音声合成市場は2022年度より市場定義を見直したため、2021年度以前のデータには含まれない。※「音声合成」は主にボーカロイドソフトウェア、音声読み上げソフトウェア、ボイスチェンジャーソフトウェアなどの音声合成に関するソフトウェア、及びこれらのソフトウェアに設定されているキャラクターに関連する商品（グッズ）などの物販で構成される。

※2023年度の市場規模は予測値 ※市場規模の合計額は出典元のデータを基にレポート作成企業にて算出

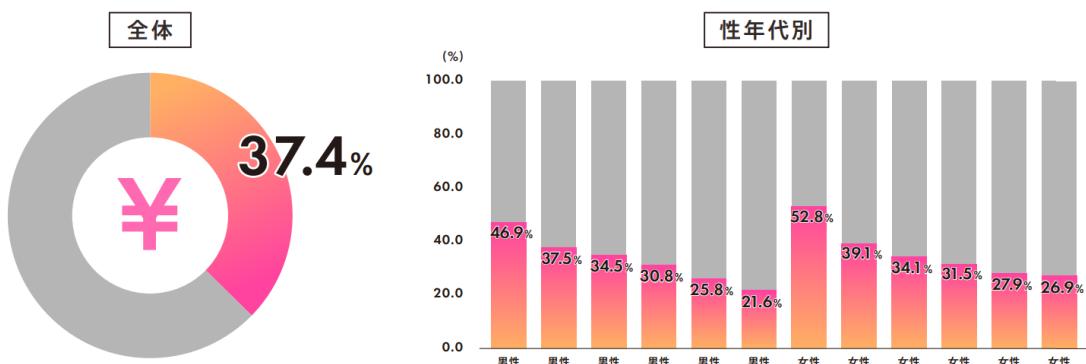
※出典：株式会社矢野経済研究所『『オタク』市場に関する調査（2023年）』（2023年12月27日発表）

グラフ2 「推し」がいる人の割合



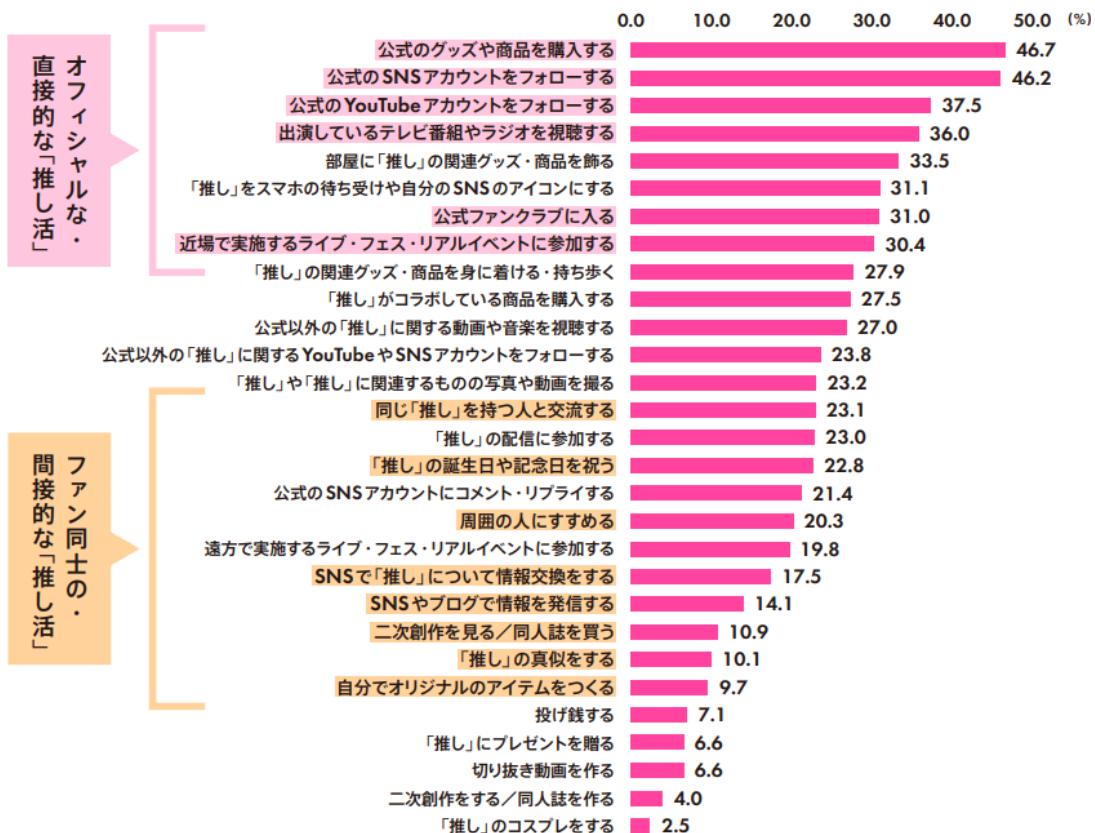
※サンプル数:50,000s(各性年代均等に回収) ※集計設問項目:「推し」がいる、「推し」がいると思う
Q:「推し」について、あなたの状況に最もあてはまるものをお選びください。

グラフ3 可処分所得における推し活支出の割合



※Base:「推し活」支出あり層、サンプル数:13,871人 ※割合は自由回答の平均にて算出
Q:あなたは、可処分所得（自分で自由に使い道を決められるお金）のどれくらいを「推し活」を使っていますか。
ご自身の可処分所得を100%とした際に、何%を「推し活」に使っているかでお答えください。

グラフ4 あなたはどのような「推し活」を実際にしていますか。



※Base:「推し活」支出あり層、サンプル数:1,200人
Q:あなたはどのような「推し活」を実際にしていますか。あてはまるものをすべてお選びください。

出典:HAKUHODO HUMANOMICS JOURNAL「OSHINOMICS REPORT」

https://www.hakuhodo.co.jp/humanomics-studio/assets/pdf/OSHINOMICS_Report.pdf, 2024.2.27.

問題

- 問1 資料 A 下線部において、「ただのファンと『推し』は、いったい何が違うのでしょうか」とあるが、ファンと「推し活」を行う人との違いについて、筆者はどのように考えているか200字以内で述べなさい。
- 問2 資料 B には「推し」への援助として、クラウドファンディングなどのプロジェクト例が挙げられている。今後「推し活」の経済効果はどうなっていくであろうか。資料 A, B と資料 C のグラフ 1,2,3,4 を参考にして、30 年後の「推し活」経済効果がどのようにになっているかを推測し、あなたの考えを600字以内で答えなさい。

