

平成 28 年度入学試験問題

推薦入学・帰国子女特別選抜・社会人特別選抜・編入学

小 論 文

注 意

1. 指示があるまで、手を触れないこと。
2. 指示に従って、解答用紙に受験番号（算用数字）および氏名をはっきりと記入すること。
3. 解答は、解答用紙の指定された箇所に、横書きで記入すること。
4. 問題冊子は 8 ページ、解答用紙は 2 枚である。もし、問題冊子の落丁、乱丁および解答用紙の汚れなどがあれば、ただちに申し出ること。
5. 問題冊子は持ち帰ること。

問題一（二〇〇点）

次の文章を読んで設問に答えなさい。

「無縁社会」

経済不況の長期化とグローバル経済の急激な進行のなかで、企業組織は激しく流動化し、コスト削減を迫られ、人員削減や雇用の非正規化が進んできた。「格差社会」と呼ばれる現代、セイフティ・ネットは追いつかないまま、他方で「自己責任」論という新自由主義的な言説も執拗にくり出されている。そのなかで個々人はますます孤立を強いられる状況にある。先に懸に喩えたように、これまで不況による困窮のクッションとなってきたいわゆる「中間集団」（会社や地域社会）による庇護の力が弱まり、痩せ細ってきているからだ。そしてそういう媒介組織もなく、孤立したまま社会にむきだして曝されている個人にとって、この社会はほとんど無構造にしか見えないくらい複雑に錯綜していて、社会危機もまるで天災のようにして降りかかってくる。直近ではリーマン・ショックのように、一国だけではとても制御不能なグローバルな規模の異変が、なんの前触れもなく個人生活の足許をぐらつかせる。これに対してひとびとが、まず先に、理解よりも先に抱く感慨は、個としての市民としての無力・無能であろう。

この背景には、まずは人口の激しい流動化がある。血縁・地縁の放散である。血縁・地縁の弛緩は、人口の流動化にともなうサービス社会の進行と表裏一体となって進行してきた。家族や地域共同体はかつて何よりも相互の《いのちの世話》の場であった。栄養摂取のための調理、排泄物の処理、ゴミ処理、洗濯、病気の看護、もめ事の解決、老人の介護、子どもの養育と教育、看取りと弔いと葬送、祖先の墓守りなどである。この担い手が、近代的なサービス社会化の進行とともに、外食産業や食品流通産業、行政による下水道の設置やゴミ収集、病院、弁護士事務所、介護施設、保育園、学校、葬儀産業など、公的ないしは民間のソーシャル・サービス業務に急速にとって代わっていったのは、すでに第三章で見たとおりである。このことでひとびとの寿命は延び、知的水準も上がり、安心して暮らせる環境は整ったが、代わりに失っ

たものも大きかった。それこそみずからの手で世話しあうという協働の能力であり、「共同防貧」の仕組みであった。ひとつとは《いのちの世話》のプロセスを外部に委託することで、そのふるまいにおいて受動化され、無力化されていった。「協同」の能力を痩せ細らせていった。一時期、機能を分担していた「社縁」という、企業や労働組合による家族丸抱えのソーシャル・サービスも、あまりに極端な職住不一致の就労形態のなかで、ほぼ消失した。他方、《いのちの世話》を日常的に並行しておこないうる職住一致の自営業は、シャッター街に象徴されるごとく、熾烈な企業競争のなかで衰退する一方である。

まさにその渦中で、二〇一〇年、NHKのドキュメンタリー番組「無縁社会」が放映された。現代の「孤独死」の実態を詳しく報道し、わたしたちにけつして小さくはない衝撃を残した。高齢の親の死亡を届け出ずに年金等を受給し続けていた一家族の「事件」に、「無縁社会」というこの番組の残像を重ねたひとつも少なくなかっただろう。これに家族内の幼児虐待がそのまま死につながった事件や、いじめのはての小学生の自殺の報道なども続き、「無縁社会」というテーマ設定の近くで、あるいは少し離れたところで、現代における死の風景が、その後もまるでモグラ叩きのように紙面のあちこちに顔をのぞかせたのであった。論として続いてはいないにしても、そういう小さな記事の連続に、ひとつとは実体のうかがい知れない地響きのようなものを聞き取っていたのかもしれない。

地縁も血縁も社縁もやせ細ってしまったこの「無縁社会」についてのドキュメンタリー番組の残像がいまなお色濃いの、増大する「孤独死」という事実のみならず、亡くなった単身者のその係累を訪ねて出身地にまで赴き、その「縁」の喪失にいたるまでの実態を調査すると同時に、無縁墓地に埋葬されるまでのプロセス、僧侶によるそうした無縁仏の弔い、さらには遺品処理にあたる清掃サービス業などまで、映像で詳しく伝えたからだろう。

「縁」、なかでも地縁と社縁は、戦後社会においても、困窮する個人をぎりぎりのところで孤立させないための保護膜のようなものとして、ときに破れや綻びをあらわにしたにしても、長らく勤労者とその家族を包み込んできた。「包み込んできた」とりあえず書いたが、それは真綿のようにやさしいものではなく、とくに若い世代にはむしろ鬱陶しい包圍網のようなものとして感受されてきたこともたしかである。核

家族、マンション生活、プライベートの確保といったかたちで、地縁・社縁というしがらみから、むしろ逃げだそうともしてきた。

が、現代、ひとひとがたがいに過剰なまでに分断され、孤立しているという時代認識から、保護膜としてのコミュニティを再構築しなければもうもたないという思いも、低音で吐かれるようになってきている。たとえば、退社したあと、解雇されたあとの長い日々。鋼鉄のドアで遮断され、近所との行き来も（そしてそのための蓄えも）乏しく、縁、つまりいざとなったらいつでも凭れかかることのできる支えあいの仕組みからはじき出された高齢の単身者の生活。そこでは保護膜は容易に修復しがたく破けている。

孤立への怖れはしかし、高齢者だけでなく、若い世代の心をも深く蝕んでいる。長びく不況のせいでまともな就職ができず、低所得の非正規労働や派遣の仕事がつづき、非婚の生活を余儀なくされる。彼／彼女らは縁を紡ぐ機会そのものを削がれている。

が、その保護膜を、地縁・社縁という二つのコミュニティの復活というかたちで取り戻そうとはしない。できない。そのコスト、そのしがらみがあまりに重く、ねばついているという、苦い思いがあるからだ。縁はみずから紡いでゆくほかないとはいえ、そのチャンスがたやすく見つかるわけでもない。縁を紡いでゆくにはエネルギーと資力とが要る。そういう縁を、あるいはネットワークを、みずから紡ぎだしてゆくことができずに、ただ蹲^{うすま}っているしかないひとびとを見聞きし、わたしはこの社会がいつのまにこんなに脆弱になってしまったのかと呆然となる。

【出典】 鷲田清一 『しんがりの思想―反リターニング論』 角川新書、二〇一五年。

(注) 著者は「地域社会、なかでも都市部における地域社会が、まるで鬆が広がるかのように空洞化を進めてきている」と述べている。なお「鬆」とは大根、牛蒡(ごぼう)などの芯にできるすきまのこと。

設問一 著者の言う「無縁社会」とはどのような社会か、そうした社会をもたらした原因にも触れ、三〇〇字以内で述べなさい。

設問二 あなたが「縁」つまり人と人とのつながりを強く感じるのはどのようなときですか。その「縁」は著者が言う「保護膜としてのコミュニティの再構築」につながる可能性を持つものかどうか、あなたの考えを、五〇〇字以内で述べなさい。

問題 2 (100 点)

以下の図表をもとに、次の設問に答えなさい。

設問 1 図表 1～6 をもとに、最近の投票行動について読み取れることを、300 字以内で説明しなさい。

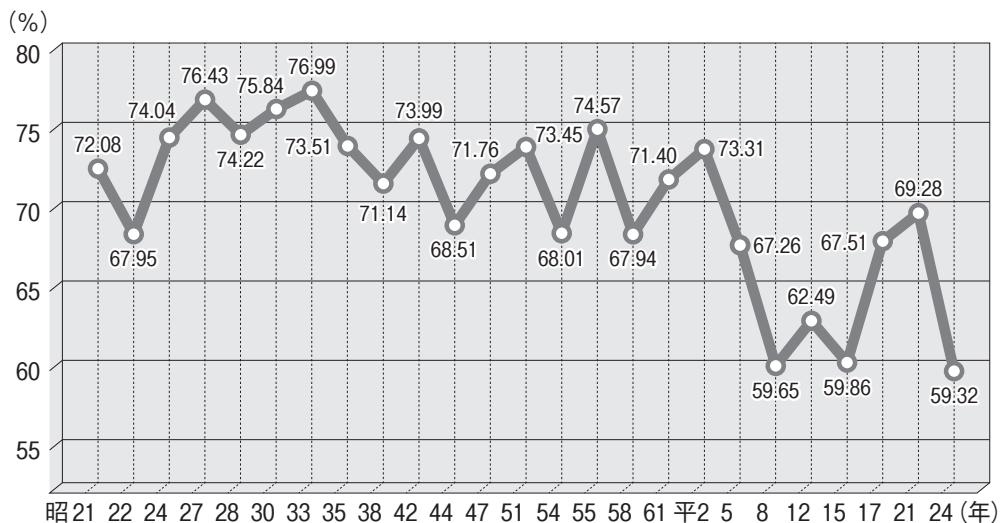
設問 2 若者の政治参加意識を高めるためには、どうすればよいか。図表 1～6 を参考にしながら、あなたの意見を 300 字以内で説明しなさい。

【出典】総務省選挙部「目で見える投票率」2014 年

内閣府「社会意識に関する世論調査（平成 27 年 1 月調査）」

※ 出題にあたり、図表の一部を加工修正しています。

図表 1 衆議院議員総選挙の投票率の推移



注 1) 昭和 38 年は投票時間が 2 時間延長され、午後 8 時までであった。

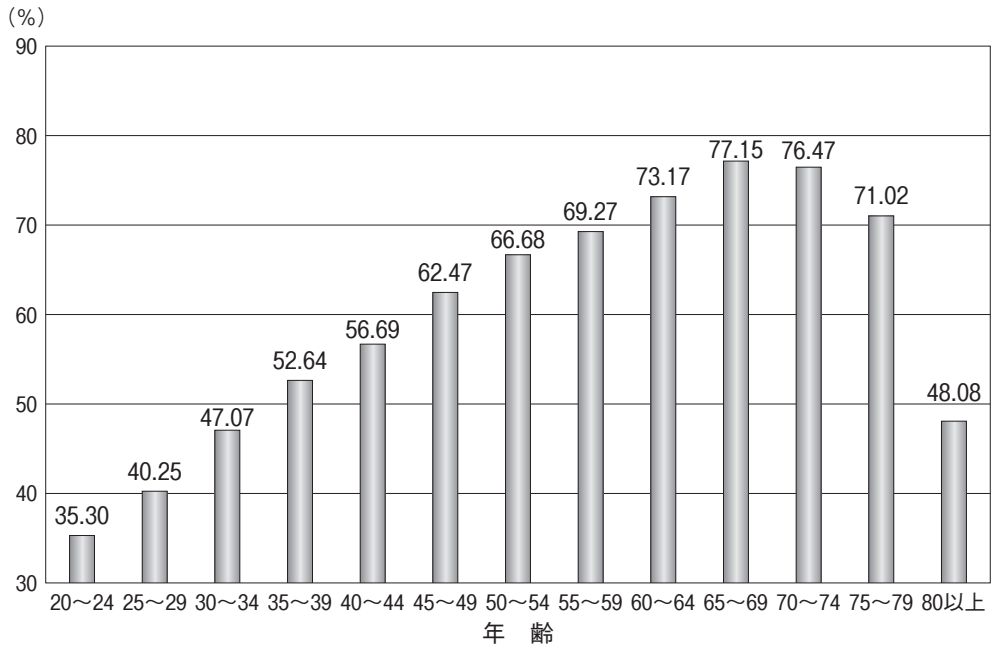
注 2) 昭和 55 年及び昭和 61 年は衆参同日選挙であった。

注 3) 平成 8 年より小選挙区比例代表並立制が導入された。

注 4) 平成 12 年より投票時間が 2 時間延長になり、午後 8 時までとなった。

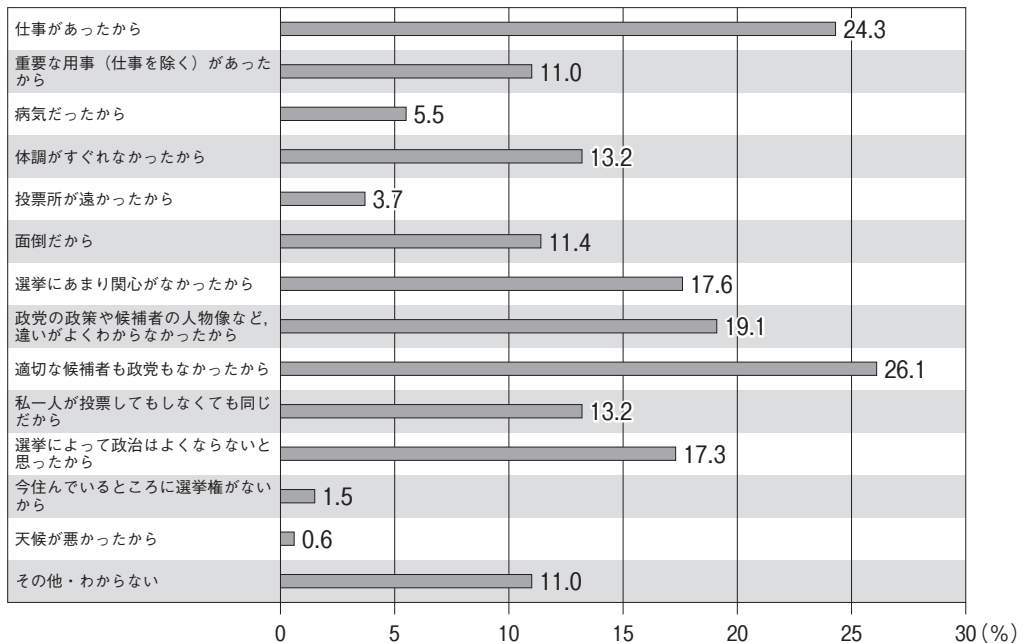
注 5) 平成 17 年より期日前投票制度が導入された。

図表 2 平成 24 年衆議院議員総選挙の年齢別の投票率

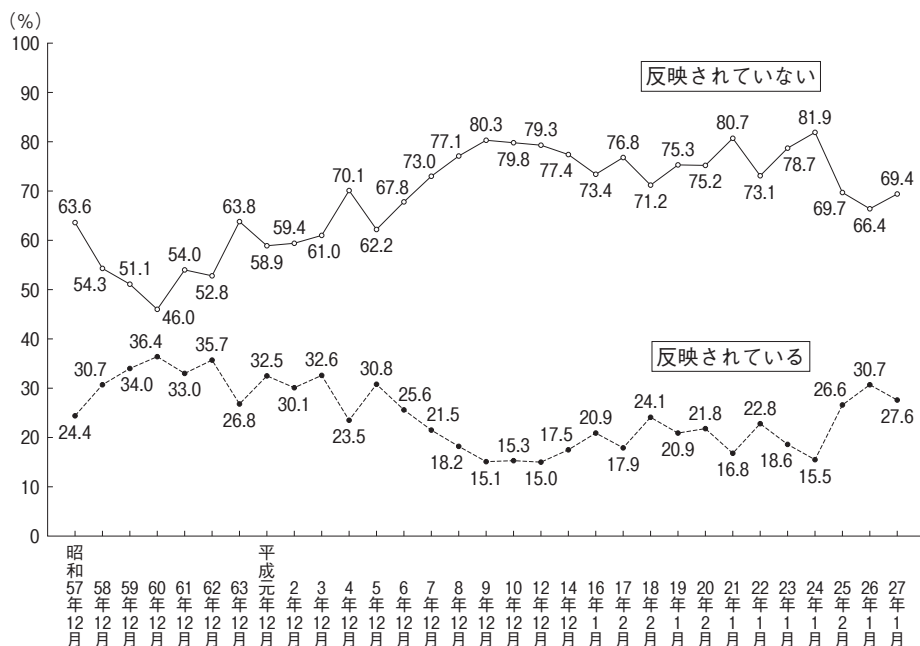


※全国の投票区の中から抽出した 188 投票区の平均。

図表 3 平成 24 年衆議院議員総選挙の棄権理由



図表4 「国の政策に国民の考えや意見が反映されているか」という問いに対する回答
(世論調査結果の推移)



図表5 平成24年衆議院議員総選挙の投票参加促進広告への媒体別接触度

促進広告媒体	全体	20~30歳代	40~50歳代	60歳以上
テレビスポット広告	46.9	36.5	44.9	55.2
新聞広告	43.3	23.0	39.9	59.1
国や都道府県、市区町村の広報紙	28.2	13.3	21.2	43.4
都道府県・市区町村などの広報車	20.6	10.4	18.5	28.9
啓発ポスター	15.3	15.4	15.7	15.3
立看板、広告塔、たれ幕、アドバルーン	12.9	8.3	11.0	17.3
交通広告(車内・駅・バス)	11.3	13.1	10.6	11.0
ラジオスポット広告	8.1	8.0	8.3	8.2
街頭・イベントなどでの啓発キャンペーン	7.3	7.8	6.9	7.5
啓発物(ポケットティッシュ、花の種など)	6.3	5.6	4.5	8.2
インターネット上での広告・ホームページ	4.4	7.8	3.9	2.8
雑誌広告(フリーペーパーを含む)	3.9	4.4	4.2	3.3
ショッピングセンター、遊園地などでのアナウンス	3.0	3.5	2.5	2.8
電光掲示板、大型映像広告	1.9	2.2	1.6	2.0
有線放送	1.8	0.7	1.3	2.8
銀行などのATM	1.5	1.3	1.3	1.8
コンビニのレジ画面	1.5	2.0	1.8	0.9
スーパーのビニール袋やレシート	0.4	0.2	0.3	0.7
ファミリーレストラン等のトレーマットや割り箸入れ	0.2	0.6	0.0	0.2

※インターネット上の広告には、「国、都道府県、市区町村のホームページ (Facebook、ツイッターを含む)」が含まれている。

図表6 性別、年齢別に見た、国の政策に国民の考えや意見を反映させる方法
(平成27年1月世論調査結果)

