

2019年度 一般入試前期A日程

総合人文学科 専門科目【小論文】試験問題

時間 90分

学習のポイント

文章とは、筆者が考えていることを、読者に伝えるというコミュニケーションのための道具です。そして小論文試験とは、その道具をどのように使いこなせるのかを見るための試験です。課題文を正しく理解しているか、読者に伝えるために言葉を適正に使用しているか、記述は論理的に展開されているかなどが評価の対象となります。試験対策としては、日頃からまとまった分量の論説文・評論文を読む習慣をつけておくことが第一です。その際にわからない言葉があれば、必ず辞書を引いて意味を調べましょう。また、各段落が果たしている役割——問いを立てる、予想される反論に応える、結論を述べる、など——に注意して読むと、いつそう理解が深まるでしょう。そして読んだ文章の主旨について、自分で要約したり、それに対する自分のコメントをまとめたりすると有益です。論説文や評論文というのは、この「主旨」を読者に伝えるためのものだからです。文章にまとめる際には、接続詞を有効に使用して、論理的に組み立てることを意識してみてください。

【問題】

次の文章は、三田村路子著、『コスプレ——なぜ、日本人は制服が好きなのか』（祥伝社新書、二〇〇八年）の一部です。文章を読んで以下の設問に答えてください。

疑似制服は女性だけのものではない

男性も女性も、性別を問わず新卒の学生のほとんどが利用する疑似制服が、リクルートスーツだ。ここでは、疑似制服は女性だけのものではない。

その均質さときたらお受験ファッションにまったくひけをとらない。黒いスーツに白いシャツ。バリエーションが少ないのも、百貨店や専門店で専用の売り場が設けられているのも、お受験ファッションと同じだ。

（中略）

リクルートスーツという制服が生まれる前はどうかといえば、学生はそれぞれ、面接にふさわしいと思われるスタイルで会社訪問に出掛けていたようだ。別に、個性があったからとか、他人に流されなかったからじゃない。単に、その時代にリクルートスーツがなかったただけだ。あれば、今の学生と同じように何の疑問もなく利用していたことだろう。

ただし、現在のリクルートスーツを見ると、明らかにバリエーションが減っていることに気づく。売り場は百貨店から量販店、紳士服専門店チェーンにまで拡大し、購入先の選択肢はぐんと広がったのに、人気色は黒に集中している。男子も黒、女子も黒。見渡す限り黒一色のスーツ揃いで、デザインや素材もよく似ている。グレイや紺を見ることは減多にない。

昔は、千鳥格子ちどりごしやグレンチェックなどの柄物やツイードの生地などもっと変化があったのに、やっぱり最近の若者は横並びで個性がない、まったくおれたちの時代とはえらい違いだ、などと決めつけるのは早計でアンフェアだ。

学生には学生の事情あり。そうせざるをえない背景がある。

九七年まで企業は、大学、短大など新卒者の採用に関して就職協定を結んでいた。七四年までは、協定の解禁日は七月一日。七五年は十一月一日、七六年〜八五年までは一〇月一日。八六年になると解禁日は八月二〇日に早まり、九六年から五月一日に変更された。九七年には協定そのものが廃止となり、以後、就職活動開始時期はどんどん早くなっていく。

最近の大学は三年生を対象に五月〜六月に就職ガイダンスを実施しているが、就職活動はとくにスタートしていて、三年になる前の二月ぐらいから動き出す学生も多い。リクルートスーツが必要な就職活動が本格化するのは三年生の一〇月〜一月。学生は、早ければ四年になる前に、大半は四年の夏までには内定を獲得する。もちろん、翌年の三月末、いやもつと先まで長引く学生もいる。要するに、短く見積もっても五カ月、長い場合は一年近く、就職活動用の服が必要なのである。

就職活動の長期化が拍車をかける

これだけ就職活動期間が前倒しになり長期化すると、シーズンレスの服でないと格好がつかない。就職活動が秋冬に集中していた頃のツイード地などは、論外だ。季節ごとに買い求めることができれば一番いいが、学生にはそんな金銭的な余裕はないし、あるほうが「学生らしく」ない。

毎日コミュニケーションズの調べによれば、二〇〇六年に就職活動を行った学生一〇〇〇人のうち、リクルートスーツの購入枚数一着の男子は七二・九%、女子は八六・四%。大半が一着で春夏秋のスリーシーズンをしのいでいる。

スリーシーズン対応できるという理由で主流になったのが薄い生地を使った黒のスーツだ。黒ならどのシーズンにもそう違和感がないし、生地が薄いので夏場もしのげる。あの色と生地は伊達^{だて}ではなかった。切実な理由によるものだったのだ。色にバリエーションがないのは、一つにはファッションのトレンドとしていま黒が人気色のため。リクルートスーツにも流行の波は押し寄せる。バブルの時代には肩パッドの入った上着が定番だった。黒一辺倒も理屈は同じだ。

希望業種だけで就職が決まらないという事情も考慮する必要があるそうだ。いろいろな業種に対応させようとすると、無難な色を選ばざるをえない。だったら業種

を絞り込んで受ければ良いと言うのは簡単だが、そもそも大学生の時点で希望職種や職種を絞れる学生がどれくらいいるだろう。大昔に学生だった団塊世代も、その子どもの団塊ジュニアも、それから現在の学生も、「この職種・この職種だけ」と決められるほうが少数派だ。「私は希望職種を絞ってそれを実現させたぞ」という人は幸運の星の下に生まれている。

それだけでなく、企業が正規雇用を減らし正社員への道は険しい。バブル時に正規雇用で就く人は就職希望者の5%だったのに、現在は約40%と爆発的に増えている。いったん非正規の立場に陥ると、その後のリカバリーは難しい。待遇は悪く、将来性も低く、転職するにも派遣はキャリアとして認めてもらえない。正社員になれるのなら、あまり職種にこだわらないという学生の志向を私は批判できない。

学生を取り巻く情報の過多も、黒いスタイルが支持されている理由の一つだ。

「①人生を左右する」一大イベントの就職活動にはさまざまな都市伝説が回っている。その一つが、写真が合否の鍵を握るという噂だ。学生は、写真を撮ったときに顔色が映える、ダークなスーツと白いシャツの組み合わせを好むようになった。就職活動になくてはならないインターネットには、嘘とも本当ともわからない不透明な情報が氾濫し、学生を振り回している。

学生客を獲得しようとリクルートスーツに力を入れ、有力な購入先に成長した紳士服専門店チェーンも、リクルートスーツの没個性化に拍車をかけた。店舗を標準化し、アイテム数を絞り込み、少品種大量生産で低価格を実現するのが、こうしたチェーンの身上だ。

リクルートスーツの種類は五、六種類と少なく、選択肢は限られる。百貨店に行けば選択肢は広がるけれど価格が高い。値段を取るか、種類を取るか。金銭的な負担が少ない紳士服専門店チェーンを学生が選んだからといって、いったい誰が責められようか。

就職活動は、何が決め手になるのか、逆に何が不採用の原因になるのか、結局のところわからない。学歴はそれなりに有効に働くとしても、できるだけ失点を抑えたい学生は、「効果がある」らしき方法にだれ込む。こうして就職活動服の疑似制服化は進行した。

至れり尽くせりの着こなしアドバイスが均一化のもと

就職活動で学生を勝ち残らせようと、きめ細かに学生をフォローする大学側の体制も、リクルートスーツの無難化・固定化に手を貸してきた。

紳士服専門店チェーンの最大手、青山商事は二〇〇〇年から大学生協と提携し、一〇%オフの価格でリクルートスーツを販売している。提携している学校数は約二〇〇校。ただし、大学生協と手を組んだのは青山商事だけではなく、コナカやはるやまなど主だった紳士服専門店チェーンは軒並み提携関係にある。

大学生協は、有利とされる資格の取得案内や写真撮影など就職活動を支援する取り組みの一環として、自前で仕入れたリクルートスーツを販売していたが、スーツは専門性が高く採算も取りづらいという理由から、青山商事をはじめ専門業者に声をかけた。

青山商事広報室室長代理の岡田希之さんは言う。

「学生さんのマーケットには九〇年代半ばから力を入れていましたが、大学生協と手を結べば、『リクルートスーツの後もまたご利用を』とアピールすることで、固定客の早期開拓もできる。実際、提携してから、それまで少なかった女子学生の利用も増えてきました。効果は確実に出ています」

(中略)

青山商事では、大学の就職課から相談を受けて、リクルートスーツに関するセミナーも引き受けている。

セミナーで学生たちに教える内容はひたすら細かい。袖の長さ、ウエスト部分のゆとり、座ったときの丈の長さなど選び方のディテールから、ポケットにはあまりモノを入れないようにとか、ネクタイの合わせ方や結び方など着こなしの細部に至るまで、手取り足取り至れり尽くせりのアドバイスを提供している。これらは青山商事が接客の際に客に説明しているポイントでもあるそうだ。

しかし、青山商事で販売しているリクルートスーツはたった五、六種類。いずれも細身のシルエットで、色は黒かチャコールグレー。ジャケットのボタンやズボ

ンのタックの数に若干の違いがあるだけで、どれも見た目はよく似ている。よその店で買ったところで五十歩百歩だ。

選び方や着こなしの指導が本当に必要なのだろうか。岡田さんに尋ねてみた。

「初対面の際、印象は最初の六秒から一二秒で決まると言います。やっぱり見た目の印象は重要ですよ。少なくともマイナスにはならないようにある一定のところからスタートすれば、内面をアピールできる基礎ができると思います。オシャレは自己満足ですが、身だしなみは相手に不快感を与えないことが求められます。でも学生さんは好きなファッションのポリシーはあっても、フォーマルな身だしなみの知識があまりありません。だから、アドバイスが必要になってくるんですね」

本当にそうだろうか。私には、「知らないまましていると就職活動に出遅れるぞ、失敗するぞ」と、大学と業者がスクラムを組んでプレッシャーをかけているようにしか見えない。ほとんどの大学の就職課は、こうしたセミナーのほかにも、キャリアコンサルタントやマネーコンサルタントを招いて、早くから学生の意識づけを行なっている。とりあえずリクルートスーツを買って、あとは各自の常識の範囲内で着こなせばそれでいいはず、と思う私は甘いらしい。

面接者も擬似制服社会に生きている

岡田さんはさらにこう言う。

「当の学生たちは、『就職活動の時だけでいいや』と割り切った感覚で買っていますよ」

それは私たちの時代も同じだった。学生たちは、自分たちに求められているのが個性などではなく、協調性であることを知っている。いくら企業が「個性的な学生を求める」とか「他人とは違う何かを持っている人物が欲しい」などと能書きをたれても、それが嘘だと見抜いている。

〈設問 1〉

問題文中、傍線部①「① 人生を左右する」が一重カギ括弧で囲まれている理由を四〇字以上六〇字以内で説明しなさい。

〈設問 2〉

著者が「疑似制服」という言葉で言い表そうとしているものは何か、八〇字以上一二〇字以内で説明しなさい。

〈設問 3〉

著者が「疑似制服」と呼んでいるのと同様の事例を、お受験ファッションとリクルートスーツ以外で紹介した上で、こうした事例に対するあなたの考えを八〇〇字以内で記述しなさい。