

令和八年度
名寄市立大学
一般選抜 前期日程

小 論 文 問 題

試験時間 一〇時〇〇分～一一時三〇分（九〇分）

*受験上の注意

- ① 指示があるまで開いてはいけない。
- ② 指示に従って、静粛に行動すること。
- ③ 机上には、受験票、HBの黒鉛筆またはシャープペンシル（シャープペンシルの芯はケースから取り出したもの）、消しゴム、鉛筆キャップ、鉛筆削り、時計、眼鏡、目薬、ハンカチ、ティッシュペーパー（袋・箱から取り出したもの）以外、不要な物は置かないこと。
- ④ 質問、用便その他、特に必要のある場合は静かに手を挙げ、指示を求めること。
- ⑤ 不正を行ったものは試験を中止し、以後の受験資格を失うものとする。

次の文章を読み、あとの問に答えなさい。

日本政府による従来の主な取り組みが、地方から東京への人口流出を食い止める「地方創生」だった。自治体の多くが、都市から移住者を呼び込んで定住人口を増やす移住・定住政策を推進している。観光振興に力を入れる自治体も増え、競争は激化する一方だ。

ただ、これらだけではパイを奪い合うゼロサムゲームに陥ってしまい、希望ある人口減少社会はイメージしにくい。では、どうしたらいいのだろうか――。そのキーワードが、定住人口でも、観光客などの交流人口でもない、第三の人口となる「関係人口」だ。

関係人口という言葉を、初めて聞いた人も多いかもしれない。二〇一六年頃から使われるようになった新しい言葉になる。たとえば、離れている特定の地域に愛着を持ち、商品を買って応援したり、定期的に通って住民と親しくなったり、イベントやお祭りを手伝ったりする人は多いだろう。関係人口とは、このような人たちを指している。自分が当てはまっている読者もいるのではないだろうか。

（中略）

関係人口の話題になると、「（特定の）地域のファンのことですね」と言われることが少なくない。たしかに、両者は重なる点も多く、ほぼイコールと言いたいところだが、異なるポイントもある。

ファンとは、一般的に特定の対象に特別な関心や愛着を持つ人を指す。『ファンベース』の著者・佐藤尚之は、ファンとは支持者であり、「企業やブランド、商品が大切に行っている「価値」を支持してくれる人」と定義している。関係人口は特定の地域に関心を持って価値を支持している人たちで、この点は同じだろう。

また、最近定着してきた言葉に、推しがある。自分のお気に入りや他人に薦めたい対象を指す。その対象に強い愛着や貢献する行動を広く捉えて「推し活」と呼ぶことも認知されつつある。たとえば、『推す力』の著者であるアイドル評論家・中森明夫は、自身が推している岩手県を「推し地元」と呼んでいる。前述のふるさと納税は、「自分の意思で応援したい自治体を選ぶことができる制度」（総務省のサイト）であり、関係人口がふるさと納税を通して応援する地域があれば、それは推し地元だという言い換えが可能になる。

ただ、だからといって、「ファン＝推し＝関係人口」とそのままイコールで結ぶのは、少し乱暴かもしれない。

ファンを経営学的に定義した青木慶の論考によると、ファンとは「持続的にブランドに関与する意思を持つ顧客」であり、顧客とは、料金を払う利用者を指す。前述の佐藤も「くり返し購入してくれるファンこそが、実は売上を支える大黒柱なのだ」と、ファンを大切にすれば売上が上がると強調する。推しも同様に、無理な出費につながりやす

い構造などが、満園勇の著書『消費者と日本経済の歴史』で指摘されている。いずれも消費的・経済的価値とは切り離せないのだ。

さらに、推しは、特別な愛着を持つ点ではファンと同じだが、受動的なファンよりも、能動的に行動するとされている。その象徴が、推す対象を第三者に薦める「布教活動」だ。注目したいのは、つながる相手が推す対象ではなく、同じ対象を推す同士であり、そのコミュニティの楽しさが魅力にもなるのだという。

推しに生きる高校生を描いた、小説家・宇佐見りんの芥川賞受賞作『推し、燃ゆ』で、主人公は推しと「触れ合いたいとは思わなかった」と明言している。推す対象との顔の見える直接的なつながりは、想定されていないのだ。つまり、ファンや推しでは、愛着対象とのつながりは間接的であるイメージが強いと言える。

一方、前述の江の川鐵道の事例では、通ってくる関係人口と顔の見える直接的なつながりがある。住民は、「関係人口はお客さんではなく仲間だ」と信頼し、「関係人口がいるから運行できている」と活動で助かっていることを大切に感じていた。

これらをまとめると、関係人口は、対象と顔の見える直接的なつながりを持つことと、加えて、消費的・経済的な側面よりも、生産的・非経済的な側面を価値として感じているという点がファン・推しと異なるだろう。前述のとおり、顔の見える仲間のようにながりがある、と言い換えることができる。

類似語には「応援消費」もある。『応援消費』の著者・水越康介によると消費することですべての行動で、二〇一一年の東日本大震災を契機にして広く使われるようになった。一般的な消費者に比べると、応援消費をする人は対象に愛着を持っているが、ファンと呼ぶほど熱量があるケースは多くなさそうだ。

関心は、消費者よりも、ファン、推し、関係人口の方が強い。関与は、ファンの一部にも見られるが、推しと関係人口の特徴として際立つ。直接的なつながりは、推しと関係人口に共通し、非経済的な価値は関係人口のみとなる。これらは便宜上、それぞれの特徴を整理して考える際のものであり、境界があいまいな部分もあることは付け加えておきたい。

『関係人口の時代「観光以上、定住未満」で地域とつながる』田中輝美著 中公新書
二〇二五年より

問 関係人口について、あなたが考えることを八〇〇以上一〇〇〇字以内で述べなさい。