

試験日 2025年10月11日(土)

試験時間 10時00分～11時20分

## 総合問題

問題 次の問題文①～③を読み、各設問に答えなさい。

### 問題文①

日本生産性本部(東京・千代田)は29日、「レジャー白書2024」を公表した。①23年の余暇市場は新型コロナウイルス禍から回復し前年比13.4%増の7兆2140億円だった。物価高のなか、ライブ鑑賞やスポーツ観戦といった「推し活」がレジャー消費をけん引する。

コロナ禍の行動制限が解け、ライブ・エンターテインメント市場は活況だ。チケット販売大手のぴあによると、24年4～9月の音楽・演劇・スポーツの取扱高はコロナ禍前の18年同期比約48%増だった。前年同期比でも約8%伸びた。

人気のある大型イベントを中心に動員数が戻り、24年度の取扱高は過去最高水準となる見通し。25年に東京で開催される世界陸上のチケットも売れ行きが好調だ。

ぴあ総研によると、23年のライブ・エンターテインメント市場は6857億円と、調査を開始した00年以降で過去最高だった。チケット単価は8603円と19年比で13%上昇したにもかかわらず、1公演あたりの平均動員数は856人へと40%伸びた。

「推し」と呼ぶ好きなアーティストやアイドルを応援する「推し活」が消費を支えている。

「ライブで推しを見ると、日々の疲れやストレスを発散できる」。韓流アイドルなどのライブに行くのが趣味という大阪府在住の吉岡佳奈さん(30)はこう話す。チケット代が1万円弱で、1回のライブに1万～1万5000円使う。チケットやグッズも値上がりしているが、「高いお金を払っても貴重なその日を過ごせるのは幸福度が高い」という。

博報堂DYホールディングス子会社のSIGNING(東京・港)の「オシノミクスレポート」によると、「推しがいる」と回答した人は全体の3分の1を占める。アニメやアイドルなど広域の「オタク市場」は23年度予測で約8000億円超に上る。

大型イベントを開催する施設の開発が相次ぎ、集客につながっている。7月に開業した「ららアリーナ 東京ベイ」(千葉県船橋市)や25年秋開業予定の「トヨタアリーナ東京」(東京・江東)はプロバスケットボールのBリーグの本拠地として使われる。

ぴあ総研の笹井裕子所長はこうしたアリーナについて『「稼げるアリーナ」になるために、波及的にライブイベントも増えている」と指摘する。

推し活はスポーツ観戦にも波及している。プロ野球の日本ハムファイターズは選手や監督、コーチの当日の写真を球場で販売するなど、「推し」やすい環境を整えている。日本野球機構(NPB)によると、プロ野球の24年シーズンの入場者数はセ、パ両リーグで前シーズン比6%増の計約2668万人となり、19年を上回った。

国内の余暇市場全体でみると、⑥23年は19年より1.5%減とコロナ禍前の水準にわずかに届かなかった。足元のレジャー消費は業界によって⑦ノウタンが出てきている。

観光庁によると、日本人の国内旅行者数は24年4～6月に19年同期比11%減の1億4540万人だった。夏場の台風や地震の影響もあり、経産省の調査では、24年4～8月の全国の遊園地・テーマパークの売上高と入園者数はともに前年同期比15%減の状況だ。

8月の実質賃金は3カ月ぶりに前年比マイナスに転じた。ニッセイ基礎研究所の久我尚子上席研究員は「より④フカカチが高いと判断された娯楽に費やされている」と分析する。今後について「昨年からの賃上げで年末にかけ実質賃金はプラスになる見通しだ。可処分所得が増えればコロナ禍前を下回り続ける個人消費もプラスに転じる可能性がある」と話す。

出所：『日本経済新聞』「物価高でも「推し活」熱く 余暇市場、昨年13%増71兆円」2024年10月30日より抜粋、一部改変。利用許諾番号 No.002740

## 問題文②

③好きなアイドルやキャラクターを応援する推し活。消費の⑧キバクザイとして注目されるだけでなく、恋愛や結婚にも変化をもたらしている。新しい⑨チョウリュウを日本経済に生かすためのヒントを探る。

今日は推しのライブで福岡へ遠征する日だ。最高のコンディションで会うべく、ネイルサロンと美容院に行った。ネイルはもちろん、推しの担当色の青だ。

「会うのと同じ服は着ない」がモットー。新調したワンピースに袖を通し、新大阪駅から新幹線に乗り込んだ。

佐倉美衣子（26、仮名）が「沼」に落ちた（※）のは高校生の時だ。ジャニーズ事務所のイベントで彼を見た瞬間、雷に打たれたような衝撃が走った。年30公演ほどライブや舞台に参加し、毎月1回のペースで自宅がある大阪府茨木市から遠征する。月約20万円の稼ぎのうち、多い時は5万円を「推し活貯金」に充てる。

推しという言葉は2016年ごろから定着した。社会学者の中山淳雄氏は「内的な感情が中心の『萌え』から、体験型・共有型の外的な『推し』へと楽しみ方が変化し、消費の活性化につながっている」と指摘する。

ライブやイベントの後にはハマっているアイドルへの「大好き」「最高」という気持ちを込めて「推ししか勝たん」という言葉がSNS上にあふれる。

日本経済新聞は日経リサーチと共同で、推し活に関する読者調査を実施した。20代以下の64%、30代の44%が「複数の推しがいる」と回答した。推しがいる人のうち、30代以下は平均で年間約20万円を投じる。40代以上の平均額は7万円程度で、約3倍の差がついた。

生活は推し活を軸に回る。ニッセイ基礎研究所の久我尚子氏は若者の消費行動について「フリマアプリを使って衣類の支出を節約しつつ、推し活や関連分野に積極的に料金を支払う傾向がある」と分析する。

JR東海は21年秋から「推し旅」を開始した。例えば宝塚歌劇団の公演を見に行くために列車を貸し切りにし、ファンが東京から大阪まで移動する。24年度の企画数は約100件と前年度から倍増し、1万人超が参加するツアーもある。営業本部の伊藤悟需要創出グループリーダーは「最初は『どうしたJR東海』と驚かれた」と振り返る。

矢野経済研究所によるとアニメやアイドルなどの関連市場の規模は24年度に1兆円超となる見通しだ。規模はパンや宝飾品に匹敵する。④シサンはグッズ販売や観劇料が中心で、交通や飲

食まで含めれば市場規模はさらに大きくなる。

目下のインフレは関係ない。読者調査では推し活への支出に「影響はない」との回答が65%を占めた。85%はインフレでも推し活にかけるお金を維持すると答えた。

デジタル広告会社、スパイスボックス（東京・港）で働く阿久津慎太郎さん（29）は週1回のペースでライブに通う。チケット代は1万円超に値上がりしたが「人生の最上位にある推し活は光熱費と一緒に。高くても電気代を払うのと同じで、もやしを食べてでも削らない」と語る。

今や日銀が注目する。全国の景気動向を示すさくらリポートでは直近2回にわたり推し活需要の盛り上がりを取り上げた。

東京都立大の水越康介教授は「推し活は単なる支出でなく経済を回す要素になっている」と分析する。日本経済や社会を長年覆ってきた㉞テイタイから抜け出すには「推しの一手」が欠かせない。

出所：『日本経済新聞』「推ししか勝たん（上）パンと並ぶ1兆円市場 インフレなんて関係ねえ 削らぬ支出「光熱費と一緒に」2025年3月18日より抜粋、一部改変。利用許諾番号No.002740  
※「沼」に落ちた：沼にハマるように、推しにハマった、夢中になった

### 問題文③

調査会社のインテージ（東京・千代田）は好きなアイドルやキャラクターを応援する「推し活」に関する調査をまとめた。物価高や円安の影響を「全く受けない」とする回答が過半に達した。人生の楽しみや心の支えになっている存在にはお金を惜しまない消費者心理が明らかになった。

全国の15～79歳の男女5000人を対象に調査を実施した。推し活をしている人の割合は全体の35.1%だった。年代や性別に占める割合をみると、15～19歳の女性が75%と突出して高かった。20～29歳女性（65.5%）や15～19歳男性（52.7%）、30～39歳女性（51.5%）も半数以上が取り組んでいた。

物価高や円安の影響に関して、日常の料理や光熱費に関しては7割が「影響を受ける」と回答したのに対し、「推し活」全般では「全く影響しない」が54%を占めた。60代では73%、70代は66%が「全く影響しない」と回答した。

ジャンルでは「ミュージシャン・バンド」（10.9%）が最も多かった。「国内のアイドル」（10.2%）、「俳優・女優・モデル・タレント」（8.8%）が続いた。

市場規模では「国内のアイドル」が4709億円と最も大きかった。「ミュージシャン・バンド」（3548億円）、「スポーツ選手」（1565億円）の順で、コンサートやグッズ購入などの㉞支出が多いジャンルが上位を占めた。

年代別では、10代男性の首位は「YouTuber/VTuber」だが、20代で「アニメ」、30代以降は「ミュージシャン・バンド」となり、推しの対象に違いも見られた。女性も若年層では「国内のアイドル」を挙げる人が多く、中高年層では「ミュージシャン・バンド」や「スポーツ選手」が主流だ。70代は男女ともに米大リーグ、ドジャースの大谷翔平が支持された。

推し活をする理由について自由回答で聞いたところ、「生活の中に楽しみと活気を取り戻すため」「苦しかったとき、精神的に救われた」といったコメントが目立った。

出所：『日経MJ』「物価高や円安、生活に影響——推し活は「支出減らさず」54%」2025年6月16日より抜粋、一部改変。利用許諾番号No.002740

問1 問題文①および問題文②の下線部㉗～㉙のカタカナを漢字に直しなさい。

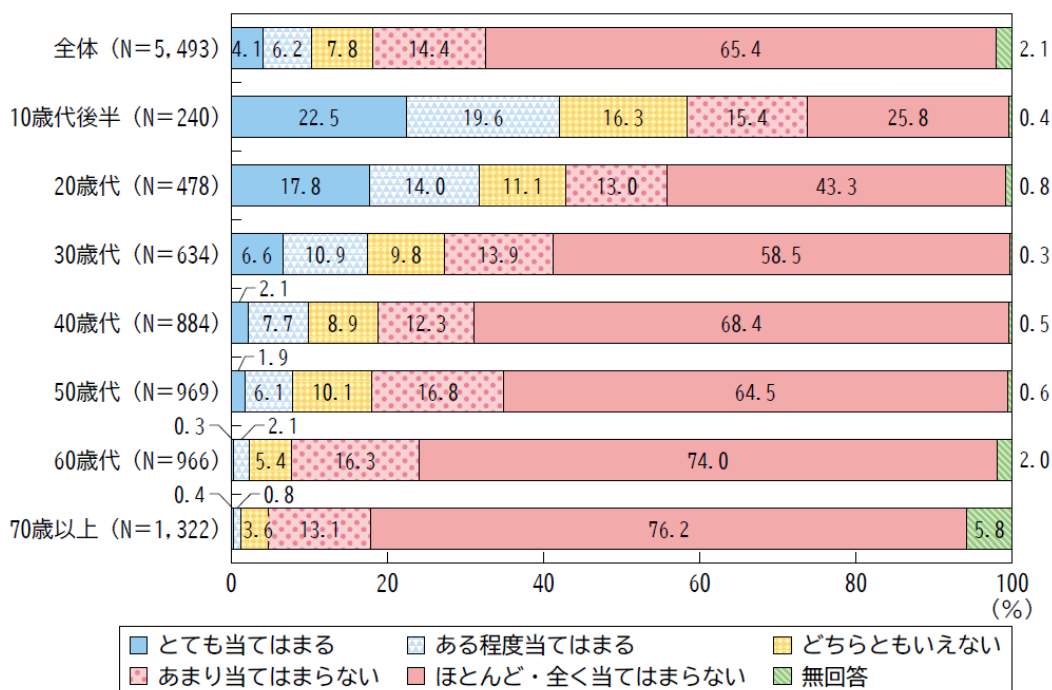
問2 下線部㉔および下線部㉕について、(1) 2022年の余暇市場の規模と(2) 2019年の余暇市場の規模は、それぞれおよそ何兆円であると推定されるか。最も近い整数で答えなさい。なお、下線部㉔内の余暇市場は、国内の余暇市場全体を指している。

問3 下線部㉖に関連する図表1に基づいて次の問いに答えなさい。なお、図表中のNは回答数(無回答を含む)を表している。

(1) 10歳代後半の「とても当てはまる」と回答した人数は何人か、整数で回答しなさい。なお、割り切れない場合は、小数第1位を四捨五入しなさい。

(2) 全体の「とても当てはまる」の回答者のうち、10歳代後半と20歳代の合計の割合は何%か、整数で解答しなさい。なお、割り切れない場合は、小数第1位を四捨五入しなさい。

図表1 「有名人やキャラクター等を応援する活動にお金を使う」人の割合(年齢層別)



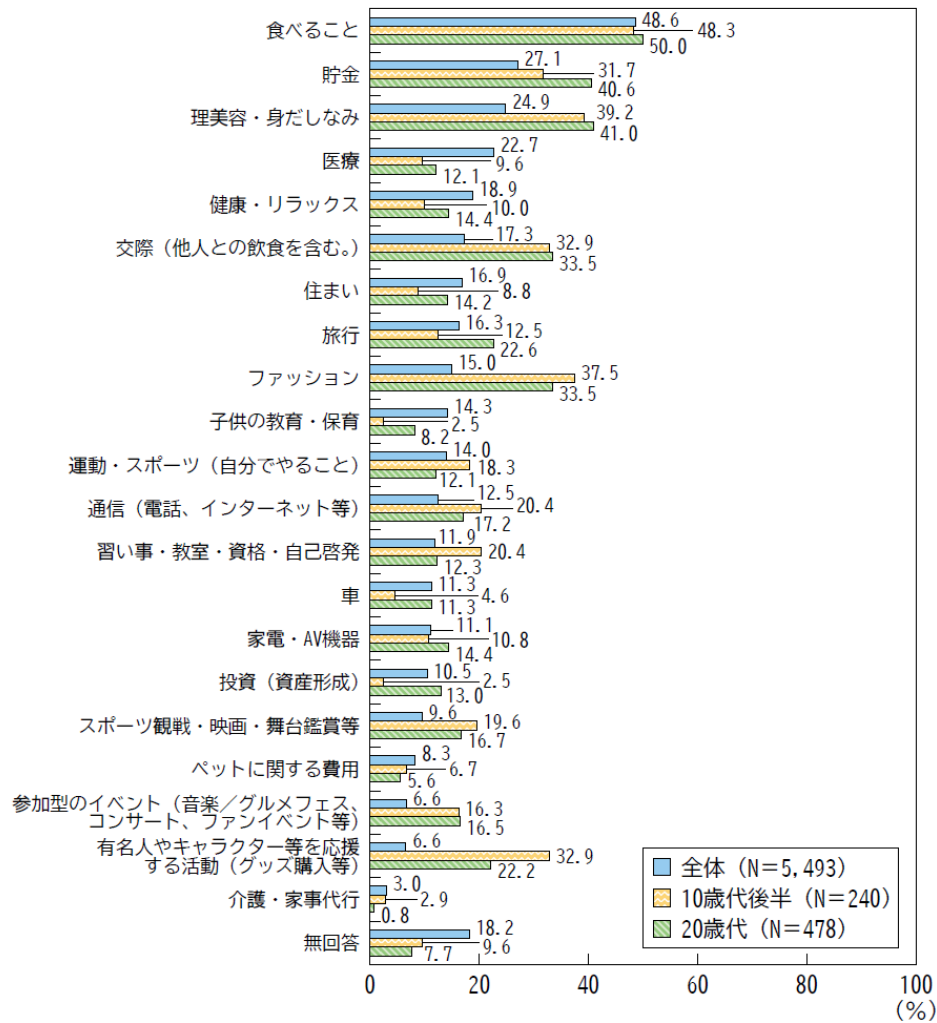
(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2021年度)により作成。  
2. 「あなた自身の消費意識や行動について、以下の項目がどの程度当てはまると思いますか。」との問いについて、「有名人やキャラクター等を応援する活動にお金を使う」を選択した回答。

出典：『令和4年版消費者白書』69頁

問4 下線部㉚に関連する図表2に基づいて次の問いに答えなさい。

- (1) 10歳代後半で6番目に回答割合が多い項目は何か。
- (2) 10歳代後半と20歳代のいずれもの回答割合が全体を上回っている項目は何個あるか。
- (3) 10歳代後半と20歳代のいずれもの回答割合が全体を上回っている項目のうち、10歳代後半が20歳代を上回っている項目は何個あるか。

図表2 現在意識的にお金をかけているもの（年齢層別）



(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2021年度)により作成。  
 2. 「あなたの『お金のかけ方』について、現在意識的にお金をかけているものを全てお選びください。」との問に対する回答数が、全体の多い順に表示（複数回答）。

出典：『令和4年版消費者白書』63頁

問5 推し活に関する個人支出が将来どのように広がっていくと考えられるか、具体例を挙げながら、問題文や設問の図表の内容を踏まえて、あなたの意見を600字程度で記述下さい。なお、問題文での記述にこだわらず、推しおよび推し活を広く捉えてもよい。また、自身や知人等の身近な例を踏まえてもよい。