

出題のねらい・解答例 〔学校推薦型選抜〕

中村学園大学〔栄養科学部 フード・マネジメント学科〕

【小論文】

〈出題のねらい〉

栄養科学部フード・マネジメント学科は、理系科目の食品科学・栄養科学の知識を基礎として、食ビジネスに貢献できる人材養成を主目的とする文理融合型の学科である。このため、毎年公表される様々な統計データを理解・分析する能力に加えて、食料や食ビジネスについて記述した様々な文章を理解・分析する能力が求められる。小論文を課す目的は統計データや文章が意味するところを正しく理解し、食料をめぐる様々な社会的事象や考え方の背景を推論できるかどうかを判定することである。このようなことから、例年同様、本年度の学校推薦型選抜の小論文においても、図表を読み取って指示に従って記述する問題のほか、文章を読み解き、その著者の考え方等を整理して解答する問題を出題した。

本学科を志望する学生は、普段から食料の生産から消費、栄養摂取、健康、ならびに安全管理にわたる幅広い領域における動向やその本質に関心を持ち、新聞やニュース等から得ることができる情報に対して、自身としての考えを持つ習慣をつけておくことが望ましい。

小論文（その１）は、１人１か月当たりのネットショッピングにおける支出総額、食料支出額および旅行関係支出額の推移（図１）と世帯主の年齢階級別世帯員１人当たりのネットショッピングによる食料支出額（表１）について、データを基に的確に情報を読み取り、設問に応じて計算し、適切に記述できることを主に問う形式の設問とした。

問１は、設問の文章を理解し、図１を適切に読み取り、正しく計算できるかを評価した。2018年～2021年のネットショッピングにおける支出総額と食料支出額から答えを導くことができる。

問２は、図１を読み取り、2019年から2020年にかけて何が原因となり旅行関係支出額と食料支出額が逆転したのかを答えさせる設問である。新型コロナウイルス感染症の世界的感染拡大により社会情勢が大きく変化し、いろいろな制約のある生活になったことを理解したうえで、適切に記述できたかを評価した。

問３は、設問の文章を理解し、表１を読み取り、正しく計算できるかを評価した。「１世帯当たり」のネットショッピングによる食料支出額が最も高い世帯主の年齢階級を答えさせる問いである。表１の年齢階級別世帯員１人当たりのネットショッピングによる食料支出額（円／人）と世帯人員から答えを導くことができる。

問４は、図１で2018年～2021年の１人当たりのネットショッピングにおける支出総額、食料支出額、表１で2018年～2021年の世帯主の年齢階級別世帯員１人当たりのネットショッピングによる食料支出額の年次推移について正しく理解し、それぞれの特徴を適切に記述できたかを評価した。

小論文（その２）は、世界最大の食品・飲料会社であるネスレが、商品開発に関し、消費者の志向変化に対応した食品加工のあり方に苦悩している記事を正確に読み解き、著者の考えを要約して文章表現できる力を主に問う形式の設問とした。日本でもコーヒーやチョコレート菓子などが人気の日本ネスレに限らず、食品企業各社では、消費者の健康志向と環境配慮への意識の高まりに対応した商品開発に向けて、消費ニーズの変化などを的確に把握する食ビジネスの能力と、こうしたニーズに対応した加工技術を開発する食品科学の能力が求められている。

問１は、ネスレ経営陣の中に、自社の商品を提供することが本当に価値あることだとは考えない者がいた理由について、本文から該当箇所を抜き出す問題である。例えば、糖分や塩分を多く使っていることも含めて、商品が公認された健康の定義に該当しないことが、その理由である。

問２は、消費者の要求に応えようとしてきた、ネスレなどが窮地に追い込まれた理由として、最もふさわしい記述箇所を本文から抜き出す問題である。下線部②以前に記された、消費者の

志向の変化を述べる解答が散見されたが、これでは不十分であり、消費者の志向の変化に対して、その変化に現時点で全て対応することが困難であるから、ネスレなど食品企業は苦悩しているのである。

問3は、ネスレなど加工食品企業の今後の課題を、本文の論旨に沿って要約して文章表現で答える力を判定する設問であり、やや難しかったであろう。前半の消費者の志向の変化に対応して、本文後段には、様々な食品加工の技術開発の事例が記されており、これらを要約して今後の食品企業の技術開発の課題を解答する必要がある。

〈模範解答例〉

(その1)

- 問1 2021(年) 21.5(%)
- 問2 2020年をはじめから新型コロナウイルス感染症が世界的に流行し、旅行することができなくなったため旅行関係支出額は減少した。また、外出自粛の要請などによりネットショッピングによる食料の入手が多くなったため食料の支出額が増加した。(112字)
- 問3 40歳代 5,033(円)
- 問4 ネットショッピングの支出総額は、2018年から2021年まで増加している。また、食料支出額も同様に2018年から2021年まで増加している。世帯主の年齢階級別の食料支出額は、29歳以下、30歳代の若年者層での利用が多いが、60歳以上の高齢者層も含め、2020年からはすべての年齢階級で増加している。(149字)

(その2)

- 問1 主要商品の60%以上が公認された健康の定義に該当しないため。(30字)
- 問2 消費者は今や余計なものが入っていない、あまり加工されていない素材を生かした健康的な食品でありながら、従来と同様においしくて食感も消費期限も変わらない商品を探しているが、食品各社がそうした商品を届けようとしても全条件を満たすのは不可能だから。(120字)
- 問3 消費者の健康意識の高まりに対応して、従来の味、食感、消費期限を維持しつつ、不健康な添加物をなくして、新たに開発する自然由来の原材料を使用して加工食品を製造すること。(82字)