

中国人留学生の日本の大学への進学行動に関する研究

——海外における入試広報効果に着目して——

三好 登 (広島大学)

「留学生30万人計画」が進められており、2020年を目途に30万人の留学生の受け入れが課題となっている。2017年時点で留学生は267,042人で、その中でも中国人留学生が最も多くなっている。このため本研究では、中国人留学生を対象に、彼ら/彼女らがいかに日本の大学へ進学行動を行っているか検証した。このことを通じて、留学生獲得のための入試広報の進め方と、改善策を提示することにつながることを期待される。

分析の結果から、中国人留学生は、入試相談、研究内容のマッチングや、留学中の留学生からの話しといった直接型入試広報、また進学希望大学のホームページ閲覧及び、進学希望大学にメール・電話で直接問い合わせという間接型入試広報によって、日本の大学へ進学行動を行っていることが明らかとなった。

1. 研究背景と目的

これまで日本の大学における国際化は、政府によるイニシアチブのもと進められてきた (Yonezawa, 2009)。日本の大学における国際化は主に二つの政策によって推進されている。その一つが1983年の中曽根政権時発表された「留学生10万人計画」となる。

「留学生10万人計画」とは、2000年までに10万人の留学生の受け入れを目指すというものである。だが、1980年代に順調に伸びていた留学生数は、1993年以降5万人程度で推移し、2000年以降になって再び増え始め、ようやく2003年に109,508人に到達し、3年遅れで10万人を超えたというのが実態であった。

1980年代に留学生数が増加した背景には、日本の出入国管理政策の変化と、各国の留学生政策、もしくは出国政策の変化という二つの条件の相乗効果により、私費留学生が増加したことがあった。また2000年以降に再び増加に転じたのは、1996年の身元保証人制度撤廃、1998年に留学生のアルバイト制限が1日4時間から週28時間という柔軟な規則になったこと、さらには1999年に1年更新であった留学ビザが2年更新になったことなど、大幅な規制緩和が行われたことが大きいと言われている (滝田, 1988)。

そして日本の大学における国際化推進の今一つの政策が、2008年の福田政権時に発表された「留学生30万人計画」である。この中で、2020年を目途に30万人の留学生の受け入れを目指し、いかに「優秀」な留学生を獲得していくかというグローバルな高大接続が主要な課題としてあげられている。このこともあり、2017年時点で高等教育機関に在籍する

留学生数は188,384人 (対前年比17,252人<10.1%増)、日本語教育機関に在籍する留学生数は78,658人 (10,493人<15.4%増)と、合計267,042人 (27,755人<11.6%増)に到達し (日本学生支援機構, 2017)、その30万人の目標に向かって順調に推移している。そしてこれを国別にみると、中国 (高等教育機関: 79,502人, 日本語教育機関: 27,758人)、ベトナム (35,489人, 26,182人)、ネパール (14,850人, 6,650人)の順で多く、その中でも中国人留学生数が最も多いことから、本研究では中国人留学生を対象とし、政策レベルでは「留学生30万人計画」を推進していくために、また大学レベルでは日本における18歳人口が減少していく中で、大学が淘汰されないためにも、彼ら/彼女らがいかに日本の大学へ進学行動を行っているか、実証的な分析を通じて検討を行う。

2. 先行研究と課題の設定

2.1 先行研究

これまで行われてきた外国人留学生の大学進学行動にかかわる研究において、大学進学行動は伝統的に、Push-Pullモデルによって説明されてきた。

Push-Pullモデルは元々、Ravenstein (1889) がヨーロッパにおける移民の移動を説明する際に用いたのが始まりである。Ravensteinは、送出し国の悪条件 (悪政, 高税金) が移民を国外にPushするのに対して、受入国の好条件 (発展した経済, 快適な生活環境) が移民をPullするというように、Push-Pullモデルを用いて移民の国家間の移動を説

明した。

外国人留学生の海外の大学への進学行動について、この Push-Pull モデルを適用したのが Lulat & Altbach (1985) である。そしてそこでは、よりよい教育機会、異文化経験や、卒業後の移民・就職の機会といった Pull 要因が、留学生の海外大学への進学行動を左右していることが明らかにされている。また佐藤 (2008, 2013) の日米豪の私費留学生の奨学金等の経済的要因に着目した研究によれば、日本の大学へ進学する学生は、奨学金受給率が低く、経済的余裕のない者が多くみられるため、経済的支援の充実を行うことで、より多くの留学生が、日本の大学への進学行動につながる可能性に言及している。さらにこれらの要因のうち特に、ネパール人・ベトナム人学生を対象とした佐藤 (2012) や、佐藤・堀江 (2015) の研究において、日本の大学への進学に当たっては、卒業後における就職の機会の充実の有無が重要な点であることが指摘されている。

次に Push 要因の視点に着目した研究としては、Mazzarol & Soutar (2002) の研究があり、高校在学時の親しい友人が海外大学への進学希望を有していることや、学習時間が影響を及ぼしていることが明らかにされている。また中国人学生を対象にした李 (2012, 2016) の研究によれば、当初は欧米の大学への進学を希望していたものの、学業成績が基準を満たしていなかったため、若干その基準が低い日本の大学へ進学してきていることが指摘されている。さらに日本の大学への進学ルートを、日本の大学へ直接的に進学する「直接的な移行」と、日本にある日本語学校を経由して日本の大学へ間接的に進学する「間接的な移行」とに分けた上で、「直接的な移行」の留学生は、相当高い学業成績を保持しているのに対して、「間接的な移行」の留学生は、必ずしもそうではない状況にあり、進学ルートによって規定している要因が異なっていることが報告されている (張, 2012)。

2.2 課題の設定

現在主に、外国人留学生が日本の大学へ進学するために利用している私費外国人留学生入試は、留学生が各大学に実際に赴き、大学独自の筆記・面接試験を受験するという方法である (堀内, 2015)。したがって、これはすでに来日して日本語学校などで学び、「間接的な移行」を目指した留学生を受験者として想定した試験制度である。それゆえ、海外在住者で「直接的な移行」を志向する留学生には利便

性が低いということのみならず、海外における入試広報を行うという積極的な理由付けが与えられずに今日に至ったため、先行研究において海外における入試広報の効果に着目した研究は皆無であった。

だが、「少子化」「留学生 30 万人計画」「スーパーグローバル大学における外国人留学生の受け入れ目標の数値化」という国際化推進の流れの中にある中で、本研究で外国人留学生の日本の大学への進学を促進するための海外における入試広報の効果을明らかにすることは、各大学における留学生獲得のための入試広報の進め方と、改善策を提示することにつながることを期待され、極めて重要である。

この海外における入試広報の方法として横田 (2013) は、インターネットを利用した広報と、フェイス・トゥ・フェイスの広報があるとしている。この横田の研究は、先駆的に海外における入試広報に着目し、その方法から分類を試みたという点において極めて高い価値を有している。だが、この研究は未だ概念を整理したという範疇に留まっており、海外における入試広報の効果については実証的に明らかとなっていない。そこで本研究では、日本の大学における海外における入試広報を、その方法から、進学を希望する大学が主催する各種イベント、入試相談、研究内容のマッチング、進学希望大学留学中の留学生からの話し及び、渡日前研修〔日本語教育など〕を「直接型入試広報」、また進学希望大学のホームページ閲覧、進学希望大学にメール・電話で直接問い合わせを行うといった「間接型入試広報」とに分けた上で、実証的な分析を試みる。

3. 調査方法と対象及びその属性

3.1 調査方法と対象

本研究では、中国から日本の大学 (学部) への進学を希望する学生に進学前調査を、2015年10月に北京 (来場者総数: 1,951名) と上海 (来場者総数: 1,039名) の会場で開催された日本学生支援機構による留学フェア¹⁾ でそれぞれ実施し、また実際に日本の大学へ進学した学生に対して進学後追跡調査を、2017年4月から6月の2か月間にかけて行った。

進学前調査及び、進学後追跡調査についてそれぞれ、紙媒体・Webでのアンケート形式で実施し、進学前調査では4つの大学ブースで672名に配布し、その場にて記入してもらったため、620名から有効回答を得ることができた (回収率: 92%)。また進学後追跡調査においてはこの620名に再び今度は

Webでの回答を依頼し、410名（A大学：62名，B大学：163名，C大学：55名，D大学：50名，E大学：40名，F大学：22名，G大学：16名，H大学：2名）から有効回答が寄せられた（回収率：66.1%）。

調査項目としては、a) フェース事項（性別、大学・学科名、家庭の経済状況、両親の最終学歴など）、b) 進学前の学習生活状況（学習時間など）、c) 高卒・大卒労働市場の状況（中国での高卒就職率への意識、日本での大卒就職率への意識）、d) 日本の大学における入試広報（直接型：進学を希望する大学が主催する各種イベント、入試相談、研究内容のマッチング、進学希望大学留学中の留学生からの話し及び、渡日前研修〔日本語教育など〕、間接型：進学希望大学のホームページ閲覧、進学希望大学にメール・電話で直接問い合わせ）及び、e) 進学した動機や目的（親しい友人の進学、よりよい教育機会・異文化経験、奨学金受給）、f) 進学後の学習生活状況（学習時間など）といった6つの大項目を準備し、それらのうち、進学前調査ではa)～e)²⁾、進学後追跡調査ではa)の大学・学科名、d)の渡日前研修（日本語教育など）及び、f)に関して学生に回答を求めた。

3.2 調査対象者の属性

具体的な分析結果と考察の検討に移行する前に、本研究における調査対象者の属性を示す変数であるa)に関する度数分布について確認しておきたい。

まず、性別に関し、「女性（43.2%）」と比較して、「男性（56.8%）」が多いデータとなっており、日本の全国の大学に在籍する男女別の留学生数の割合、「女性（47%）」「男性（53%）」とほぼ同じ値を示していることがわかる（学校基本調査、2017）。

また学科別にみると、進学後追跡調査において社会科学系で51.2%、人文科学系で35.2%、工学系で9%、教育系で4.6%となっており、社会科学系及び、人文科学系が中心のデータとなっている。これについても日本の全国の大学に在籍する学科系統別の留学生数の割合、社会科学系51%、人文科学系21%、工学系9%、教育系5%、そのほか14%とほとんど同じ傾向にあることが確認できる（学校基本調査、2017）。

そして家庭の経済状況は「豊か（26.4%）」「やや豊か（34.2%）」「やや貧しい（22.1%）」「貧しい（17.3%）」と、やや豊かな層が多くを占めていることが確認できる結果となっている。

さらに両親の最終学歴に関してであるが、「大卒以上（50.2%）」「高卒以下（49.8%）」となり、わずかに大卒以上が多くなっている。ただし、彼ら/彼女らの両親世代の大学進学期は、文化大革命の真ただ中であつたことから、エリート段階にあり、高卒以下も多数みられる結果となっている。

4. 分析結果と考察

ここからは進学前調査で日本の大学への進学を希望し、進学後追跡調査³⁾において進学が確認できた者を「進学者」、逆に進学前調査で日本の大学への進学を希望していたが、進学後追跡調査にて進学が確認できなかった者を「非進学者」と呼ぶ。

その上でこれら進学者及び、非進学者と3.2で言及したb) c) d) e) との関係についてそれぞれ4.1から4.4で分析を行い、4.5で総合的に規定する要因について検証を進めていきたい。

4.1 進学前の学習生活

進学前の学習生活状況についてであるが、「あなたは次のような活動に1日（平日）に平均どのくらいの時間を費やしていますか。高校3年生の今現在についてお答えください」と尋ね、自宅や図書館での授業外学習時間及び、親しい友人との付き合いについて、「0時間＝1」～「4時間以上＝6」の6件法で尋ねた。また学業成績に関しては、「あなたの成績は学年全体でどれくらいですか。高校3年生の今現在についてお答えください」と尋ね、「下のほう＝1」～「上のほう＝5」の5件法で聞いた⁴⁾。

まず進学者の授業外学習時間についてみると、4時間以上（12.3%）、3時間（42.1%）、2時間（22.8%）、1時間（11.2%）、30分程度（6.2%）、ほとんどしない（5.4%）となっており、3時間学習していた者が最も多いことがわかった。その一方で、非進学者の授業外学習時間は、4時間以上（9.3%）、3時間（37.2%）、2時間（25.8%）、1時間（13.6%）、30分程度（7.2%）、ほとんどしない（6.9%）と、進学者と比較して大きな違いは見られないものの、3時間以上の学習量が多い層で減少が見られる代わりに（54.4%－46.5%＝－7.9%）、2時間以下の学習量が少ない層で、その分増加していることがわかる結果となっている（45.6－53.5%＝＋7.9%）。

次に進学者の学業成績に関してであるが、上のほう（12.2%）、中の上（22.5%）、中くらい（32.3%）、中の下（29.8%）、下の方（3.2%）となっているのに対して、非進学者の学業成績は上の方（6.2%）、

中の上(18.1%), 中くらい(24.3%), 中の下(39.9%), 下の方(11.5%)となっており, 進学者と比較して非進学者はとりわけ, 中の下及び, 下の方で多くみられることが明らかとなった。

4.2 高卒・大卒労働市場の影響

次に高卒・大卒労働市場の影響についてであるが, 「あなたは日本の大学への進学を決めるに当たり, 中国における高卒就職率及び, 日本での大卒就職率についてそれぞれ意識していますか」と尋ね, 「意識していない=1」～「意識している=5」の5件法で答えてもらった。分析の結果から, 進学者の中国における高卒就職率に対する意識は, 意識している(5.6%), やや意識している(9.2%), どちらとも言えない(22.2%), やや意識していない(27.4%), 意識していない(35.6%), また非進学者の高卒就職率についても, 意識している(6.6%), やや意識している(12.6%), どちらとも言えない(22.4%), やや意識していない(26.9%), 意識していない(31.5%)となっており, 進学者・非進学者のいずれについても, 高卒労働市場の景気によって, 日本の大学への進学が左右されているという状況はみられないことがわかる結果となっている。

その一方で, 進学者の日本における大卒就職率に対する意識であるが, 意識している(21.3%), やや意識している(31.6%), どちらとも言えない(20.6%), やや意識していない(15.4%), 意識していない(11.1%), また非進学者の日本の大卒就職率についても, 意識している(20.1%), やや意識している(30.2%), どちらとも言えない(25.9%), やや意識している(13.5%), 意識していない(10.3%)となっており, 高卒労働市場の状況と比較し, どちらかと言えば日本における大卒労働市場の景気によって, 日本の大学への進学を決定していることが明らかとなった。

4.3 大学による留学生獲得のための入試広報効果

また本研究において焦点を当てている日本の大学における留学生獲得のための入試広報効果に関してであるが, まず直接型入試広報として, 留学フェアについては「あなたは日本の大学への進学を決めるに当たり, 進学を希望する大学が主催する各種イベントは役に立ちましたか(「開催されていない・参加していない=0」「役に立たなかった=1」～「役立った=5」の6件法), そして入試相談, 研究内容のマッチング, 進学希望大学留学中の留学生からの話し及び,

渡日前の研修(日本語教育など)については「あなたは日本の大学への進学を決めるに当たり, 進学を希望する大学の海外オフィスなどで提供された入試相談, 研究内容のマッチング, 進学希望大学留学中の留学生からの話し及び, 渡日前の研修(日本語教育など)は役に立ちましたか。それぞれお答えください(「提供されていない・利用していない=0」「役に立たなかった=1」～「役立った=5」の6件法)と学生に対して各々回答を求めた。

第一に, 進学者における大学主催イベントの有用性についてみると, 役立った(8.8%), やや役立った(8.1%), どちらとも言えない(10.2%), やや役に立たなかった(6.5%), 役に立たなかった(3.2%), 開催されていない・参加していない(72.2%)となっており, また非進学者についても役立った(7.2%), やや役立った(6.9%), どちらとも言えない(9.8%), やや役に立たなかった(2.9%), 役に立たなかった(2.6%), 開催されていない・参加していない(70.6%)というように, 進学者と同様, 非進学者についてもそのほとんどが開催されていない・参加していないという結果となっている。本研究の進学前調査で協力いただいた大学の多くは, グローバル化を牽引するスーパーグローバル大学創生支援事業採択校であるが, この分析結果から, 中国において大学が主催するイベントは依然として, 積極的に行われていない, もしくは活用されていないため, 日本の大学への進学に影響を与えていない状況にあることがわかった。

第二に, 進学者の入試相談, 研究内容のマッチング, 進学希望大学留学中の留学生からの話し及び, 渡日前の研修(日本語教育など)に関してであるが, 役立った(50.8%・30.6%・50.8%・10.7%), やや役に立った(40.9%・39.8%・32.4%・12.7%), どちらとも言えない(5.2%・15.2%・10.3%・9.8%), やや役に立たなかった(2.4%・8.2%・1.8%・3.2%), 役に立たなかった(0.7%・5.2%・2%・1.8%), 提供されていない・利用していない(0%・1%・2.7%・61.8%)となっていた。その一方で, 非進学者については, 役立った(40.1%・21.3%・40.5%), やや役に立った(30.5%・23.9%・22.6%), どちらとも言えない(10.3%・26.8%・13.4%), やや役に立たなかった(14.3%・17%・12.4%), 役に立たなかった(2.4%・15%・9.5%), 提供されていない・利用していない(2.4%・5%・1.6%)となっていた。このことから進学者(3.1%・13.4%・2.8%・5.0%)と比較した際, 非進学者(16.7%・32%・21.9%)に

において否定的な回答が多く、これら直接型入試広報が十分浸透していないことから、日本の大学への進学にも直結していない可能性があることがわかった。

現状として、日本の大学が直接型入試広報を行う機会として主なものは、日本学生支援機構主催の留学フェアのみである。各大学や、学部単位で開催しているところもあるが、その機会は限定的であると言わざるを得ない。その背景には、多くの大学において直接型入試広報を行う場所として想定される中国における高校関係者との人的ネットワークを十分築けていない、ということが一つとしてあるように考えられる。したがって、直接型入試広報の実施と並行し、人的ネットワークを築き、より広く展開していくことで、この非進学者層も、日本の大学への進学につながっていくことが考えられる。

次に間接型入試広報として、進学希望大学のホームページ閲覧、進学希望大学にメール・電話で直接問い合わせに関しても、直接型入試広報と同様に尋ねた。進学者における進学希望大学のホームページ、進学希望大学にメール・電話で直接問い合わせの有用性についてそれぞれみてみると、役立った(55.3%・32.1%)、やや役立った(34.3%・23.9%)、どちらも言えない(5.2%・19.8%)、やや役立たなかった(3.9%・10.2%)、役に立たなかった(1.1%・8.8%)、提供されていない・利用していない(0.2%・5.2%)であるのに対して、非進学者に関しては、役立った(45.2%・27.6%)、やや役立った(24.9%・19.7%)、どちらも言えない(10.3%・28.3%)、やや役立たなかった(9.8%・12.8%)、役に立たなかった(5.3%・9.5%)、提供されていない・利用していない(4.5%・2.1%)となっていることがわかった。先にみた直接型入試広報と同様に、進学者(5%・19%)と比べたとき、非進学者(15.1%・22.3%)において否定的な回答が目立つ結果となっている。

そこで、進学者・非進学者とでこれら直接型・間接型入試広報に違いがあるかどうか検証するためにT検定を実施した。まず進学者・非進学者とで直接型入試広報である大学主催イベントに関してT検定を行ったところ、有意差がみられないことが確認できた($t=1.390$, $df=141$, $p=n.s.$)。また入試相談、研究内容のマッチング、進学希望大学留学中の留学生からの話しについてもそれぞれT検定を行った。その結果、いずれについても有意差がみられることが明らかとなった($t=2.063 \cdot 1.746 \cdot 1.892$, $df=141 \cdot 125 \cdot 139$, 全て $p<0.01$)。これらの結果及び、それらの平均値(進学者:4.21・3.54・4.15,

非進学者:3.19・2.49・3.02)から、進学者は、非進学者と比べ、すべての直接型入試広報に関して、日本の大学への進学に当たり、有用であったと認識していると解釈することができる。逆に言えば、今後、非進学者層に対して、これら直接型入試広報を充実させていくことで、日本の大学への進学につながる可能性を秘めていることが改めて確認されたと言える。

次に進学者・非進学者とで間接型入試広報としての進学希望大学のホームページ及び、進学希望大学にメール・電話で直接問い合わせに関し、差異がみられるか明らかにするためにT検定を行った。その結果、いずれについても有意差がみられることがわかった($t=2.001 \cdot 1.921$, $df=135 \cdot 129$, $p<0.01$)。またこれらの分析結果及び、それらの平均値(進学者:4.01・3.47, 非進学者:3.32・3.11)より、進学者は、非進学者と比較し、間接型入試広報につき、日本の大学への進学に当たって、有益であったと考えていると言うことができる。

4.4 進学した動機や目的

さらに進学した動機や目的の影響に関してであるが、「あなたはなぜ日本の大学への進学をしようと思いましたが」と尋ね、親しい友人の進学、よりよい教育機会・異文化経験及び、奨学金受給についてそれぞれ「当てはまらない=1」～「当てはまる=5」の5件法で回答を求めた。

第一に、進学者における親しい友人の進学についてであるが、当てはまる(19.3%)、やや当てはまる(20.5%)、どちらも言えない(40.3%)、やや当てはまらない(15.2%)、当てはまらない(4.7%)となっており、非進学者に関しても当てはまる(16.2%)、やや当てはまる(18.3%)、どちらも言えない(43.9%)、やや当てはまらない(18.3%)、当てはまらない(3.3%)となっており、進学者と非進学者とでほぼ違いがないことがわかった。

第二に、進学者におけるよりよい教育機会・異文化体験に関して、当てはまる(39.3%)、やや当てはまる(43.3%)、どちらも言えない(10.5%)、やや当てはまらない(6.2%)、当てはまらない(0.7%)であるのに対して、非進学者については当てはまる(29.9%)、やや当てはまる(34.4%)、どちらも言えない(20.3%)、やや当てはまらない(10.1%)、当てはまらない(5.3%)となっており、進学者において、よりよい教育機会・異文化体験を求め、日本の大学へ進学しているものが多いことがわかった。

第三に、進学者における奨学金受給についてみると、当てはまる (9.2%)、やや当てはまる (8.3%)、どちらも言えない (5.3%)、やや当てはまらない (7.0%)、当てはまらない (96.3%) である一方で、非進学者に関しては当てはまる (0%)、やや当てはまる (0%)、どちらも言えない (0%)、やや当てはまらない (0%)、当てはまらない (100%) となっていた。日本の大学へ進学した留学生全体の傾向として、国費留学生数 (9,481名) よりも、私費留学生数 (226,124名) の方が圧倒的に多く (日本学生支援機構, 2017)、このことを反映して本研究でも日本の大学へ進学した410名中、国費留学生数12名、私費留学生数398名と、その大半を私費留学生が占めていることから、奨学金受給については当てはまらないと回答した者が多くなっているものと考えられる。また非進学者については当然、奨学金受給は海外の大学へ進学することが前提条件となるため、当てはまらないと答えている者が全てとなっている。

4.5 進学者を規定する要因

4.5では、進学者に影響を与える要因を明らかにするため、4.3でみた直接型・間接型入試広報の効果を中心に、総合的に検討を進めていきたい。表1は、進学者 (進学者 = 1, 非進学者 = 0) のロジスティック回帰分析の結果を示したものである。

分析の結果からまず、進学前の学習生活について、授業外学習時間は有意な影響はみられなかったものの ($p=n.s.$)、学業成績に関しては有意な効果がみられた ($p<0.01$)。このことから、進学前の高校における授業外で予習・復習に費やす学習時間の多寡ではなく、一定の学業成績を収めていた者が、日本の大学へ進学する傾向にあることがわかった。

次に高卒・大卒労働市場の影響について、進学前の中国における高卒就職率に対する意識は有意な効果がみられなかったが ($p=n.s.$)、日本における大卒就職率に対する意識に関しては有意な影響がみられたため

($p<0.01$)、日本の大卒労働市場の景気というPull要因が、日本の大学への進学を左右することになることが改めて明らかとなった。

そして本研究で焦点を当てて検討を進めてきた日本の大学における留学生獲得のための入試広報効果についてまず、直接型入試広報として大学主催イベント及び、渡日前の研修は有意な影響が確認できなかったが ($p=n.s.$)、入試相談、研究内容のマッチングや、留学中の留学生からの話しについては有意な効果があることが明らかになった ($p<0.01 \cdot p<0.05 \cdot p<0.01$)。またこれら有意な効果が確認された直接型入試広報の中でも、そのオッズ比の値から、入試相談 (オッズ比: 1.82)、留学中の留学生からの話し (1.59) 及び、研究内容のマッ

表1 進学者のロジスティック回帰分析

＜独立変数＞	＜偏回帰係数＞	＜オッズ比＞	
＜進学前の学習生活＞			
授業外学習時間	0.159	1.152	n.s.
学業成績	0.168	1.191	**
＜高卒・大卒労働市場の影響＞			
中国における高卒就職率に対する意識	0.142	1.015	n.s.
日本における大卒就職率に対する意識	0.163	1.122	**
＜直接型入試広報＞			
入試相談	0.423	1.822	**
研究内容のマッチング	0.221	1.373	*
留学中の留学生からの話し	0.314	1.592	**
渡日前の研修	-0.392	0.433	n.s.
＜間接型入試広報＞			
進学希望大学のホームページ閲覧	0.598	1.921	**
進学希望大学にメール・電話で直接問い合わせ	0.151	1.111	**
＜進学した動機や目的＞			
親しい友人の進学	0.139	1.011	n.s.
奨学金受給	-0.213	0.361	n.s.
よりよい教育機会・異文化体験	0.188	1.233	**
Nagelkerke決定係数		0.31	
モデル適合度		**	
N		410	

注) ** $p<0.01$, * $p<0.05$, $p=n.$

チング (1.37) の順で有用であることがわかった。次に、間接型入試広報として進学希望大学のホームページ閲覧及び、進学希望大学にメール・電話で直接問い合わせのいずれについても有意な効果があることが解明された (全て $p < 0.01$)。それらの中でもとりわけ、進学希望大学のホームページ閲覧 (1.92) が高い影響力を持っていることが確認できた。

直接型入試広報を行うためには、大学の海外オフィス及び、日本学生支援機構主催の日本留学フェアでの対応を通じ、各大学に対してより一層のグローバルな取り組みが求められる。またこの直接型入試広報は、間接型入試広報とは違い、当然現地での対応が必要となってくるので、大学個々での海外オフィス設置が難しい場合は、複数の大学で共同利用拠点を作ることも見据えた対策が必要である。そしてその海外オフィスや、日本留学フェアで、留学希望者・保護者・高校教諭に対して応対するアドミッションを担う教員にも流暢な英語コミュニケーションスキルが不可欠となり、国内における入試広報と比較して、よりハードルが高いものとなる。さらにそれぞれの大学において留学中の留学生の協力を得て、海外オフィスや、日本留学フェアで対応することが望ましいが、本人の都合や、予算上の都合からそれが困難な際には、現地における同窓会を活用し、留学中のことについて卒業生に話してもらうということも一つの方法として考えられる。

これに加え、中国の国土は広大であるため、各大学においてどの省出身の進学者が多いのかあらかじめ把握し、効率的な学生募集を行うという観点から、本研究において有効性が明らかになった直接型入試広報を、その省で重点的に行うということも必要である。また間接型入試広報について、ホームページの内容の企画に関してはアドミッションを担う教員が行う仕事であると考えられるが、魅力的かつ訴求力が高いものとするためのその設計及び、進学希望者からのメール・電話での問い合わせに対する対応はアドミッションを担当する職員の仕事であるため、教職協働で進めていくことが必要である。

最後に進学した動機や目的について、親しい友人の進学及び、奨学金受給については有意な影響はみられなかったものの ($p = n.s.$ ・ $p = n.s.$)、よりよい教育機会・異文化体験に関しては有意な効果が認められた ($p < 0.01$)。このことから、留学生は充実した日本の大学教育環境に魅了され、Pull要因となって日本の大学へ進学していることが確認された。

5. まとめと今後の課題

本研究では、中国人留学生の日本の大学への進学行動を左右する要因を明らかにするため、日本の大学による直接型・間接型入試広報を中心に、Push-Pull要因に焦点を当てて検証を行ってきた。

分析の結果から、直接型入試広報については、入試相談、研究内容のマッチングや、留学中の留学生からの話して、また間接型入試広報に関しては、進学希望大学のホームページ閲覧及び、進学希望大学にメール・電話で直接問い合わせにおいて、それぞれ有意な効果があることが明らかとなった。なお、直接型入試広報に関して有意とならなかったものとし、大学主催イベント及び、渡日前の研修があるが、いずれについてもそもそも日本の大学への進学者に十分に利用されていなかったり、開催されていなかったりすることも本研究を通じて確認できた。

現在、日本の多くの大学のアドミッションセンターの主たる役割としては、国内の高校を対象とした入試相談及び、学生募集となっており、国外の高校に関しては国際センターなどが担っているケースが多い。したがって、本研究で有効性が確認された直接型入試広報を実施する場合は、アドミッションセンターと国際センターなどとの「連携」が重要となる。また中国の大学におけるアカデミック・カレンダーや、国内統一試験のタイミングも勘案した効果的な入試広報の時期をあらかじめ探しておく必要がある。また間接型入試広報については、どのような情報を留学生が必要としているか、そのニーズ把握と多言語で対応できる環境整備が不可欠である。

さらに以上のような海外における入試広報を行うと同時に、本研究の範疇を超えることとなってしまいが、外国人留学生は、私費外国人留学生入試制度を利用して入学してくるため、その入試制度及び定員の見直しについても並行して進めていくことが不可欠である。外国人留学生が私費外国人留学生入試を受験する場合、短期滞在ビザの取得が必要であることと、日本留学試験の受験会場が中国本土にはないということは特に留意する必要があることであり、渡日しない形での入試制度設計及び、受験者の需要に応えうる十分な定員枠が必要である。

最後に本研究を行う上で出てきた課題として第一に、横田 (2013) が指摘していることではあるが、多くの留学生はまず留学したい国を決め、次に大学を決めるというプロセスを踏んでいることが想定

されることから、オールジャパンによる広報も、本研究でみてきた大学個々の入試広報と並行して取り組んでいく必要がある。現在、オールジャパンによる主な広報として、Gateway to Study in Japan, Study in Japan Comprehensive Guideや、Japan Study Supportがあるが、まずはそのサイトに入ってもらい、そこで自分に合う研究分野やレベルを確認し、その後、大学個々のホームページに入るという流れが望ましいように考える。第二に、本研究では留学生で日本の大学へ進学してくる学生は中国人が多いことから対象として検討を進めてきたが、続いて多いベトナム、ネパールなども含めた留学生全体を対象とした日本の大学への進学行動に関わる研究が望まれる。以上のように、今後残された課題として二つあげてきたが、これらの課題を踏まえた研究を蓄積していくことで、より精密な研究成果が期待される。

注

- 1) 日本学生支援機構による留学フェアについて (http://www.jasso.go.jp/ryugaku/study_j/event/2015/china.html)。
- 2) ただし、a) の「大学・学科名」は除く。
- 3) 進学後追跡調査において「あなたは日本の大学へ進学しましたか」と尋ね、「はい=1」、「いいえ=0」の2件法で回答を求めた。
- 4) 進学前の中国の高校での学業成績の付け方と、日本の大学での付け方が異なるため、本研究では、「下のほう=1」～「上のほう=5」で答えてもらうこととした。

参考文献

学校基本調査 (2017) . 国籍・地域別 関係学科別 外国人学生数 (大学) 学校基本調査 (http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa01/kihon/1267995.htm) <2018年3月2日> .

堀内喜代美 (2015) . 「募集要項から見る日本留学のアクセシビリティ—英語学位プログラム拡大と留学生受入れの関係性をめぐる考察」『留学生教育』20, 75-82.

Lulat, Y.G.-M. & Altbach, P.G. (1985). "International Students in Comparative Perspective: Toward a Political Economy of International Study", *Higher Education Handbook of Theory and Research*, 1, 439-449.

Mazzarol, T. & Soutar, G. N. (2002). "Push-Pull Factors Influencing International Student Destination Choice", *The International Journal of Education Management*, 16(2), 82-90.

日本学生支援機構 (2017) .平成29年度外国人留学生在籍状況調査結果 日本学生支援機構 (http://www.jasso.go.jp/about/statistics/intl_student_e/2017/index.html) <2018年3月2日> .

Ravenstein, E. (1889). The Laws of Migration: Second Paper. *Journal of the Royal Statistical Society*, 52, 241-305.

李敏 (2012) . 「日本の留学生政策と実態に関する考察—中国人留学生を事例として」『大学論集』44, 81-96.

李敏 (2016) . 「中国人留学生の日本留学決定要因に関する研究—Push-and-Pullモデルに基づいて」『大学論集』48, 97-112.

佐藤由利子 (2008) 「日本の留学生受入れの経済的側面からの分析と政策への示唆—米国との比較から」『比較教育学研究』37, 112-132.

佐藤由利子 (2012) . 「ネパール人日本留学生の特徴と増加要因の分析—送出し圧力が高い国に対する留学生政策についての示唆」『留学生教育』17, 19-28.

佐藤由利子 (2013) . 「日本留学の利点とコスト—日米豪の私費留学生の学費、生活費、支援金等の経済的要因の比較から」『留学生教育』18, 25-34.

佐藤由利子・堀江学 (2015) . 「日本の留学生教育の質保証とシステムの課題—ベトナム人留学生の特徴と送り出し・受け入れ要因の分析から」『留学生教育』20, 93-104.

滝田祥子 (1988) . 「1980年代における日本留学の新展開—なぜ留学生数が増加したか」『国際政治』87, 106-123.

張梅 (2012) . 「中国人私費留学生の日本における大学進学—国境を超える大学への移行ルートに着目して」『留学生教育』17, 29-38.

横田雅弘 (2013) . 「留学生獲得のための入試広報戦略—オールジャパンと個々の大学の戦略」『留学生交流』33, 1-10.

Yonezawa, A. (2009). "The Internationalization of Japanese Higher Education: Policy Debates and Realities", *Nagoya Journal of Higher Education*, 9, 199-219.