

日本語学校における広報活動の試行的実践

——中国人留学生を対象に——

翁 文静, 立脇 洋介 (九州大学), 宮本 友弘 (東北大学)¹⁾

本研究では、日本語学校に在籍する中国人留学生の大学の選定基準と大学説明会が留学生や日本語学校に及ぼす影響を探った。その結果、以下の3点が明らかになった。第一に、留学生が大学を選ぶ際に、最も重視する要因は「研究」、「教育」と「合格する可能性」であるが、今回実施した大学説明会ではこれらに関する説明が不十分であった。第二に、大学説明会をうけた留学生は当該大学への受験意思が高まっており、とくに「暮らし」に関連する内容が高く評価された。第三に、日本語学校側も、大学説明会を歓迎していることが示唆された。今後の中国人留学生向けの広報活動の課題を検討した。

キーワード：留学生, 大学説明会, 日本語学校, 大学の選定基準, 受験意思

1 はじめに

2023年4月、教育未来創造会議（議長・岸田文雄首相）は、2033年までに外国人留学生の受け入れ数を40万人に増やす目標を定めた「未来を創造する若者の留学促進イニシアティブ<J-MIRAI>（第二次提言）案」をまとめた。この提言の中では、効果的で効率的な情報発信が課題であると強調されている。具体的な取り組みとして、「各国の学生の留学を巡る諸情報の収集・分析・リクルーティング戦略立案機能の強化を図る」、「高校段階を含む成績優秀者のリクルートなど、優秀な学生の早期からの獲得強化に向けたプログラムを構築する」、「各大学の魅力を視覚化するための指標を作成する」などが述べられている（内閣官房, 2023）。

一方で、リクルーティング・広報活動と言っても、実施主体や実施方法、対象などによって大きく異なる。横田（2013）の研究では、留学生獲得のための入試広報戦略を、国レベルのオールジャパンでの広報と個々の大学の戦略の2つに分けた。また、広報活動の実施方法という観点からも、インターネットを活用した広報と対面式の広報の2つに分類した。また、三好ほか（2020）は、渡日前と渡日後（日本語学校など）の留学生に向けた入試広報を区別した²⁾。

以上を踏まえて、本研究では、留学生向けの効果的な広報活動という課題に対して、次のように実施主体、実施方法、対象を設定して、アプローチする。実施主体は九州大学とする。実施方法は、対面式の広報活動、特に大学説明会に焦点を当てる。また、対象者の選定は、すでに来日し、日本語学校（進学予備校を含む）に在籍する中国人留学生に焦点を当てる。中国人留学生と日本語学校を選ぶ理由は、留学生の数とその入学

経路に関連する。日本学生支援機構の調査データによれば、2022年5月3日現在、231,146人の留学生が日本の大学等で学んでいる。そのうち、中国からの留学生は103,882人で、全体の約半数を占めている（日本学生支援機構, 2022）。また、中国人留学生の大学への入学経路においては、白石（2021）によれば、日本語学校を経由するルートが中国人留学生の主流である。

本研究の目的は、以下の2点とする。1点目は、日本語学校に在籍する中国人留学生に関する情報（大学の選定基準）の収集と分析である。2点目は、大学説明会を実施し、留学生や日本語学校の双方にとっての効果を明らかにすることである。

2 先行研究

2.1 留学生の大学選定基準

留学生の留学動機や教育機関の選択に関する国内外の研究がある。例えば、Mazzarol & Soutar（2002）は、インドネシア、台湾、インド、中国の学生に対してアンケート調査を実施し、海外留学時の受け入れ国や教育機関の選択に影響を与える要因を明らかにした。彼らの研究では、海外留学の動機を少なくとも8つの要因に特定した³⁾。また、教育機関の選択に影響を与える17の要因の中で、留学生により影響を受けるものについても報告された。特に影響を受ける要因は、①教育機関の質と評判、②学生にとって身近な他の教育機関とのつながりや提携関係、③教育機関のスタッフの質、④卒業生の口コミや紹介、⑤在籍する学生の数などが挙げられた。

久村（2002）の研究では、日本語学校に在籍する外国人留学生を対象にして、大学の選定基準に関するアンケート調査を行った。その結果、13項目の中で上

位5項目は、「教育の質」、「社会的名声」、「カリキュラムの内容」、「学費が安いこと」、「通学の利便性」となった。ただし、最も重要視された「教育の質」や第3位の「カリキュラムの内容」については、どのような「質」や「内容」を具体的に求めているかは曖昧であったと報告された。

三枝(2005)は文教大学に在籍する外国人留学生別科の留学生に対して、進路決定に関するアンケート調査を行った。「受験希望校を選ぶときにどんなことを重視して考えましたか」という質問を聞いたところ、11項目のうち、最も多くの学生が重視したことは「勉強したい学科・学部か(26名)」、次に「将来性があるか、就職に有利か(16名)」であった。3番目には、「学費(15名)」と「学校の場所(15名)」であった。これに対して、三枝は経済が留学生活の成功を左右する一因であると指摘した。

このように、留学生の大学選定に関する研究は一定の蓄積があるが、日本語学校に在籍する中国人留学生に焦点を当てた研究は限られている。本研究では、日本語学校に通う中国人留学生が大学を選ぶ際の基準を明らかにする(目的1)。

2.2 渡日した留学生向け大学の広報活動とその効果

前出した三枝(2005)は、留学生が進路を決定する際の情報源についても調べた。7つの項目のうち、上位3つはそれぞれ、「日本にいる知人・友人・先輩・先生(56名)」、「文教大学の先生(45名)」、「インターネットの学校のホームページ(38名)」であった。一方、「大学説明会・オープンキャンパス」に関しては、5位でわずか9名の留学生が利用したことがわかった。

これにより、留学生たちは主に日本にいる人々や学校の関係者から情報を得ており、またインターネットを通じて学校の公式情報を収集していることが示唆されている。一方で、本研究の注目したい大学説明会は、主な情報収集先となっていないことがわかった。ただし、別の研究では個別の大学の説明会が留学生の志望大学選択に影響を与えることが示されている。

例えば、三好ほか(2020)は、日本語学校の外国人留学生を対象にした広島大学説明会でアンケート調査を行い、留学生の志望大学選択理由と広島大学志望者との関係について調査した。その結果、「間接型入試広報(大学案内やパンフレットの閲覧)」より「直接型入試広報(大学説明会や相談会の参加)」の影響が大きかったことが示された⁴⁾。

また、神崎(2000)は、日本語学校(6地域27校)を訪問し、大阪教育大学の説明会を実施したところ、

以下の結果が得られた⁵⁾。(1)ほとんどの日本語学校が国立大学の説明会に驚きと歓迎の強い反応を示したこと⁶⁾、(2)留学生から最も多く質問があったのは入試に関する項目(入試科目の内容や留学生が実際に合格している学科、統一試験の合格ラインなど)であったことが明らかになった。

このように、個別の大学が日本語学校の留学生向けに、説明会を実施していること、留学生や日本語学校がそれに関心を持っていることがわかった。しかし、具体的に大学説明会が留学生の受験意識にどれくらい影響を与えているか、その内容がどの点で評価され、どの点で不満と感じているかについての考察は不十分である。また、日本語学校が大学説明会をどのように受け止めるのかも明らかにされていない。本研究では、これらの側面に焦点を当てたい(目的2)。

3 留学生を対象とする質問紙調査

3.1 方法

3.1.1 時期と対象

2023年8月中旬に、九州大学への入学実績が最も多い東京都内の日本語学校A校とB校との協力を得て、九州大学に興味のある中国人留学生を対象に、対面による大学説明会を実施した。32名の参加者(A校23名とB校9名)にアンケートの記入を依頼し、25名から回答を得た。そのうち、20名は学部進学、4名は大学院進学を希望し、1名は不明であった。後の分析では、学部進学志望者20名を対象にした。

3.1.2 手続き

九州大学の説明会はおよそ1時間であった。説明会の前後に事前アンケートと事後アンケートを記入してもらった。

アンケートはGoogleフォームを使用し、記入は無記名とした。対応を取るため、「対象者ID」を配布資料に記載し、事前と事後アンケートの両方に記入してもらった。

なお、アンケート冒頭の説明文では、個人情報の保護と回答による不利益のないこと、結果は説明会の改善や研究に活用される可能性があることを明示した。

3.1.3 大学説明会の内容

九州大学の説明会の内容は、表1に示されている通り、4つの質問とそれに対する回答から構成されている。説明用のスライドは合計50枚あり、その内訳はそれぞれ質問ごとに22枚、11枚、8枚、3枚であり、その他の情報は6枚である。

表1 大学説明会の内容

①九大はどんな大学？ (22枚) 九州大学とゆかりのある有名人 歴史とランキング アクセスとキャンパス 学生生活費と経済支援
②九大で何を学べる？ (11枚) 大学の規模と学部の調べ方 卒業までの流れ 交換留学
③どうやって九大に入る？ (8枚) 2024年度 入試概要 私費外国人留学生入試 (4月入試) 総合型選抜I 国際入試 募集要項の公開時期
④卒業後の進路 (3枚)

3.1.4 調査内容

事前アンケートでは以下の2項目を分析で用いた。

①大学選定基準 (5段階選択) : 2.1 で述べた留学生の大学選定基準の先行文献を参考にし、以下13の項目を設定した。それぞれ「知名度」、「立地」、「教育内容」、「研究内容」、「施設や設備」、「学費の安さ」、「奨学金の充実さ」、「生活のしやすさ」、「学生寮」、「部活・サークル」、「合格する可能性」、「就職率や就職先」、「友人・知人がいる」であった。

②九州大学受験意思 (5段階選択) : 「全く受験したくない」から「とても受験したい」の5段階であった。

この他に、「希望分野 (文系・理系から選択)⁷⁾」、「進学したい大学の名前」 (自由記述)⁸⁾、「その他の大学選定基準」 (自由記述) についても尋ねた。

事後アンケートでは、以下の4項目を分析した。

①説明会で知りたい情報を得られたか (5段階選択) : 「十分に得られた」、「得られた」、「どちらとも言えない」、「足りなかった」、「全く足りなかった」であった。

②もっと知りたかった情報 (自由記述)

③説明会で印象に残った点 / よかった点 (自由記述)

④九州大学受験意思 (5段階選択)。

3.2 結果・考察

3.2.1 大学の選定基準

大学の選定基準の13の項目の回答について「全く重要ではない」を1点、「あまり重要ではない」を2点、「どちらともいえない」を3点、「少しは重要だ」を4点、「かなり重要だ」を5点として得点化した。

対象者の大学選定基準の傾向を把握するため、13の項目を大きく3つのカテゴリーに分類した。ここでは、大学進学における進路決定プロセスに関する林 (2023) の研究で提案された分類を参考に、以下のように3つのカテゴリーに分類し、それぞれ命名した。カテゴリー1は大学の研究や教育内容を指す内容であることから、「研究教育」とした。カテゴリー2は合格する可能性や就職、知名度といった将来的なキャリアの展望が広がる可能性を示唆する内容であることから、「キャリア」と命名した。カテゴリー3は学費や生活、友人など、暮らしに関する内容であることから、「暮らし」と命名した。

表2に、項目ごとの平均値と標準偏差を示した。総じて「研究教育」に属する項目の平均値が高く、次いで「キャリア」、「暮らし」の順であった。この結果から、対象者が最も重視するのは「研究教育」であるが一方で、「暮らし」は比較的それほど重視されていないようであった。

表2 大学の選定基準 (N=20)

カテゴリー	項目	平均値	標準偏差
研究教育	研究内容	4.20	1.36
	教育内容	4.10	1.52
キャリア	就職率・就職先	4.05	1.36
	合格する可能性	3.95	1.39
	知名度	3.80	1.11
暮らし	施設・設備	4.00	1.34
	奨学金の充実	3.90	0.97
	立地	3.85	0.99
	学費の安さ	3.65	0.93
	生活のしやすさ	3.60	1.10
	部活・サークル活動	3.50	1.19
	友人・知人がいる	3.25	1.21
	学生寮	3.15	1.09

3.2.2 九州大学受験意思の変化

九州大学受験意思の回答について「全く受験したくない」を1点、「受験したくない」を2点、「どちらともいえない」を3点、「受験したい」を4点、「とても受験したい」を5点として得点化した。説明会前後のデータが両方そろっている18名を分析対象とした。

平均値 (標準偏差, 標準誤差) を求めると、事前は4.33 (0.69, 0.11), 事後は4.67 (0.49, 0.15) であった (図1)。対応のあるt検定で平均値差を検討した結果、事後の方が事前よりも有意に高くなっていた (両側検定: $t(17) = 2.38, p < .05, 95\%CI [-0.63, -0.04]$)。効果量は $d = 0.56$ であり、平均値差はやや大きかった。このことから、対象者の九州大学受験意思が高まったことが

示唆され、今回の説明会は有効であったと考えられる。

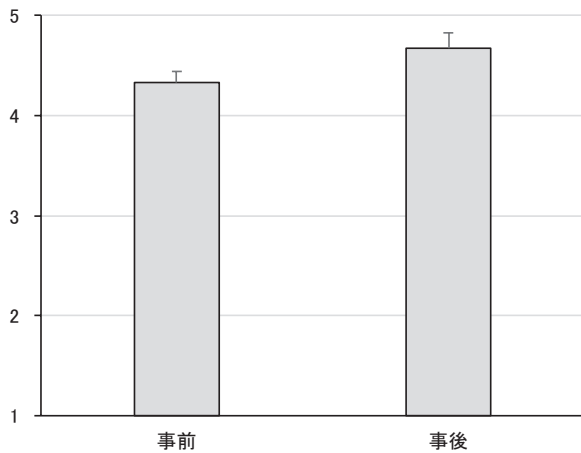


図1 説明会前後における受験意思の変化 (N=18, 平均値と標準誤差)

3.2.3 大学説明会で印象に残った点 / よかった点

大学説明会で印象に残った点 / よかった点について、参加者に自由記述してもらい、16名の回答を得た。このうち、キャンパス / 施設の魅力に関しては6名、授業や部活などキャンパスライフ全般に関し4名、講師の説明の仕方に関しては4名が挙げている。

3.2.4 不満に感じている点

一方、大学説明会でもっと知りたかった情報について、12名の回答を得た。そのほとんどが入試に関する内容であり、特に面接時の質問や各種テストの合格基準についての意見が多かった⁹⁾。

3.2.5 考察

以下、自由記述の結果を大学の選定基準、九州大学受験意思の変化と関連づけて、総合的に考察する。まず、「暮らし」に関する内容は、説明会後の印象において、高く評価を受けている一方で、大学の選定基準(カテゴリー3)においてはあまり重要視されていないとわかった。しかし、大学説明会は有効であったことから、当初それほど重要視されていなかった「暮らし」について、説明会を通して、具体的な入学後のイメージが形成され、対象者の受験意識が強化される可能性があると考えられる。

次に、自由記述においてはほとんど触れられていない「研究教育」であるが、大学の選定基準(カテゴリー1)において最も重要視されていた。このことは、九州大学という総合大学の特性及び実施した説明の内容と関連している可能性が考えられる。総合大学では、

教員や学部が多く、限られた時間内で詳細に説明することが難しいため、一般的には包括的な説明が行われることが多い。説明が不十分であるため、対象者がこの点について記述(評価)しなかったと考えられる。

最後に、説明内容に対して、参加者が自由記述において不満を挙げていた項目は、大学の選定基準の「キャリア」(カテゴリー2)の中でも特に「合格する可能性」に関するものであることがわかった。合格基準点などの入試関連情報は大学側にとって提供しにくい側面がある。そのため、入試情報の提供と留学生とのニーズの間に生じるギャップが大きな課題となっていると言える。

4 職員を対象とした聞き取り調査

4.1 方法

4.1.1 時期と対象

大学説明会の前後に、日本語学校の職員cさん(A校)とdさん(B校)に対しては、聞き取り調査を実施した。

4.1.2 調査内容

聞き取り調査の内容は、年間の大学説明会の回数や頻度(私立と国立大学などの割合)および日本語学校にとっての意義についてであった。

4.1.3 手続き

協力者には、事前に研究の目的や研究データの取り扱いなどに関して説明し、同意を得た。調査の時間は30分～1時間程度であった。聞き取り調査の際には、協力者のプライバシーを配慮し、録音を行わずメモを取った。

4.2 結果・考察

4.2.1 cさん(A校)の結果

①年間の大学説明会の回数や頻度

年間の大学説明会の回数や頻度について、A校では年間を通じて約20件以上の説明会を実施しており、そのほとんどが私立大学によるものである。また、私立大学に関しては、都内の私立大学だけでなく、地方に位置する交通の便の悪い私立大学や美術大学なども含まれている。

大学説明会の時期については、cさんは以下のように述べている。

「8月から10月にかけて集中して実施され、これ

は日本留学試験 (EJU)¹⁰⁾ の実施スケジュールと関連している。具体的には、EJUは毎年6月と11月に実施され、その結果が7月と12月に受験者に通知される。多くの大学は1回目の結果が発表された後に情報提供を行い、自身の大学に適した出願者を引き寄せることを狙っている。」

②日本語学校にとっての意義

cさんは大学説明会の意義を以下のように語っている。

「ほとんどの留学生は積極的に大学の情報収集を行わないため、各大学の説明会が開催されれば、喜んで参加してくれる。日本語学校側としても歓迎する。なぜなら、生徒募集の際に、大学説明会を一つの特典として宣伝できるから (小規模な日本語学校ではこうしたサービスを提供することが難しい)。」

4.2.2 dさん (B校) の結果

①年間の大学説明会の回数や頻度

B校は今年度4件程度の説明会を行っている。九州大学を除いて、2校は都内の私立大学、残りの1校は名古屋にある私立大学である。

②日本語学校にとっての意義

dさんは大学の説明会を以下のように評価している。

「留学生は大学説明会に興味あると思う。普段の授業は日本語とEJU対策がメインであるが、説明会は異なる内容であり、大学の教職員の話を聞くことができるので、彼たちは真面目に聞いている。また、オンラインよりも対面形式の方が好ましいと思う。留学生たちが質問しやすい環境を提供できるから。さらに、資料があれば助かる。当日参加できない人に資料を渡せるから。」

4.2.3 考察

神崎 (2000) によれば、日本語学校において国立大学は敷居が高く、行きにくいというイメージが定着していることに加えて、私立大学と比較して、国立大学の訪問や説明会が少ないため、提供される情報が不足している。そのため、日本語学校が国立大学の説明会を歓迎していると述べている。本研究でも聞き取り調査により、2つの日本語学校とも、九州大学の説明会が歓迎されていることがうかがえる。この結果から、

今後大学が日本語学校との連携を促進し、有益な情報を提供する必要性が示唆される。

一方、私立大学の説明会が国立大学よりも遥かに多く、中には複数回にわたって説明会を行う私立大学も一定数存在している。これは少子化による志願者数の減少と、それに伴う入学者の質の低下と関連している可能性がある。留学生の獲得競争が激化する中で、留学生の主要な出身国である中国や韓国などでも少子化が進行しており、今後ますます競争が激化する可能性がある。このような状況の中で、国立大学においても影響が出てくる可能性があると考えられる。

5 まとめ

本研究では、九州大学への入学実績がある日本語学校に絞り、中国人留学生に対するアンケート調査と職員への聞き取り調査を実施した。

その結果、第一に、留学生が大学を選ぶ際に、最も重視する要因は「研究」、「教育」と「合格する可能性」である。第二に、留学生と日本語学校の両方が大学説明会を歓迎し、進学への意欲が高まった効果があることが示唆された。

一方で、大学説明会の課題としては、3.2.5でも指摘した通り、「研究教育」に関する説明が不足していることが明らかになった。限られた時間内で全学部の詳細な説明は難しいため、文系限定や理系限定の説明会、また事前アンケートの希望学部に合わせた説明会の開催がより効果的であると考えられる。さらに、3.2.4の自由記述で最も多かった入試情報の提供に関する不満を改善する必要がある。合格基準点や面接内容などが公開されていない入試情報は提供が難しいかもしれないが、過去問などの情報を留学生が入手しやすくする試みも検討できるかもしれない。今回の調査結果を踏まえ、大学説明会を改善し、その効果を検証するのが今後の課題である。

注

- 1) 本論文の作成にあたって、第1著者は計画立案・データ収集ならびに本文の執筆を、第2、第3著者は全体監修・分析と考察を分担した。
- 2) 三好ほか (2020) は、張 (2012) の進学ルート (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」) を参考にし、広島大学へ最も多く進学している日本語学校出身の留学生を対象とした入試広報に焦点を当てた。
- 3) ①受け入れ国の認知度と評判, ②他人の推薦, ③費用,

- ④環境, ⑤地理的接近性, ⑥ソーシャルリンク (知人がいる), ⑦海外のコースが現地のコースよりも優れている, ⑧自国内での入学が難しい場合などの理由であった。
- 4) 直接型入試広報として広島大学説明会や相談会への参加が最も多く (65.3% / 210 名), 次に間接型入試広報として, 広島大学案内やパンフレットの閲覧 (55.3% / 178 名), 広島大学のホームページの閲覧 (52.3% / 168 名) が挙げられた (三好ほか, 2020)。
- 5) 日本語学校の選定基準は大阪教育大学への受験と入学の実績があることである。
- 6) その理由は, 私立大学と比較して, 国立大学による日本語学校への訪問や大学説明会が少なく, 提供される情報量も不足しているからだ。
- 7) 進学先に関する調査結果において, 文系 (7 名) と理系 (13 名) の違いは特に顕著には現れなかったため, 二つのカテゴリをまとめて結果と考察を行う。
- 8) 「進学したい大学の名前」を自由に記述してもらった結果, 殆どの留学生が国立大学と著名私立大学の名を挙げた。
- 9) 留学生が入試情報を求める理由の一つは, 中国国内の「高考」という統一入試制度との関連である。「高考」では大学や学部・学科が点数によって決まるため, 留学生は同様の情報を求める傾向があると思われる。
- 10) EJU とは, 独立行政法人日本学生支援機構が日本の大学等に入学を希望する外国人留学生を対象に実施している試験である。

謝辞

本調査に参加していただいた留学生の皆様, そして日本語学校の職員に深く感謝いたします。

参考文献

- 神崎道太郎 (2000). 「留学生受け入れを促進化するために—日本語学校での進学説明会を実施して—: 2000 年特別寄稿」『留学生教育: 留学生指導センター年報』8, 18 - 25.
- 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 - 37.
- 独立行政法人日本学生支援機構 (2022). 「2022 (令和 4) 年度外国人留学生在籍状況調査結果」独立行政法人日本学生支援機構
<https://www.studyinjapan.go.jp/ja/statistics/zaiseki/data/2022.html> (2023 年 8 月 31 日).
- 久村研 (2002). 「多文化教育環境におけるカリキュラムの研究—日本語学校就学生に対する進路希望調査を中心として」『田園調布大学紀要』34, 111 - 33.
- Mazzarol, T., and Soutar, G.N. (2002). “*Push - pull*”

factors influencing international student destination choice” International Journal of Educational Management, 16(2), 82 - 90.

- 三好登・杉原敏彦・永田純一 (2020). 「日本語学校外国人留学生の広島大学志望形成にかかわる研究—国際的学習環境と入試広報効果に着目して—」『大学入試研究ジャーナル』30, 146 - 153.
- 内閣官房 (2023). 「未来を創造する若者の留学促進イニシアティブ <J-MIRAI> (第二次提言) 案」内閣官房
<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kyouikumirai/dai6/siryoul-2.pdf> (2023 年 8 月 31 日).
- 林如玉 (2023). 「大学進学における進路決定プロセスに関する日中比較研究」東北大学機関リポジトリ
- 三枝優子 (2005). 「留学生の進路決定に関する調査報告」『文教大学文学部紀要』19(1)103 - 129.
- 白石勝己 (2021). 「留学生 30 万人計画の達成とその実情をさぐる: 留学生の入学経路と卒業後進路に関する一考察」『アジアの友』546, 2 - 17.
- 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」ウェブマガジン『留学交流.』33, 1 - 10.
https://www.jasso.go.jp/ryugaku/related/kouryu/2013/_icsFiles/afieldfile/2021/02/18/201312yoko_tamasahiro.pdf (2023 年 8 月 31 日).