

大学での留学促進に向けた一考察  
—留学準備講座での大学生の留学に関わる価値観と  
行動特性に着目して—

水 松 巳 奈

(東洋大学国際教育センター)

# 大学での留学促進に向けた一考察

## —留学準備講座での大学生の留学に関わる価値観と 行動特性に着目して—

水 松 巳 奈 (東洋大学国際教育センター)

### 要旨

本研究の目的は、現在の大学生の特徴や、留学に関わる価値観や行動指針を理解した上で、効果的な留学促進の方策を模索することである。具体的には、東洋大学の留学準備講座を履修した学生を対象に、3学期間のアンケート調査データを収集し、SPSSを用いて、記述統計等で整理した。また、マン・ホイットニーのU検定やクラスカル・ウォリス検定を実施し、量的な分析と考察を行った。その結果、コロナ禍においても多くの学生が留学に行きたい意志を示し、特に短期研修に興味のある学生が多かった。その一方で、オンライン留学への関心は低かった。留学志向の学生は、異文化交流や自己成長を重視していることが明らかになった。さらに、留学に積極的な学生は、異文化交流や困難な課題への取り組みへの意欲、大学生活へのモチベーションが高く、語学学習への意欲も高い傾向にあることが示された。本研究の成果に基づき、今後の海外留学プログラムの発展に向けた提言を行う。

### キーワード：

海外留学、大学生、価値観と行動指針、留学促進

### 目次

1. 研究の背景
2. 研究の目的と意義
3. 先行研究
  - 3.1 日本の大学生と海外留学—10年前との比較
4. 研究方法
  - 4.1 調査概要及び調査協力者
  - 4.2 データ収集方法及び分析手順
5. 結果と考察
  - 5.1 調査対象者のバックグラウンドと留学志向
  - 5.2 価値観と行動指針に関する項目のノンパラメトリック検定及びクロス集計の結果
6. まとめと実践への提言

## 1. 研究の背景

2010年代に入り、日本政府の補助金プログラムが急速に展開され、日本の大学では日本人学生の海外留学促進に本格的に取り組むようになった。東洋大学では、2014年に文部科学省の「スーパーグローバル大学創成支援」事業に採択されて以来、大学全体の国際化を積極的にかつ迅速に推進してきた。特に学生の海外留学は、国際化推進の中心的な戦略の一つとして位置づけられ、協定校数や留学者数の拡大だけでなく、多種多様なプログラムが確立され、大きな進展を遂げてきた。

このような状況の中、2020年に始まった新型コロナウイルス感染症の世界的なパンデミックは、世界中の大学における国際化の進展に重大な影響を及ぼした。国境が閉鎖され、大学のキャンパスにおける出入りが規制され、学生の国際的な移動には特に大きな制約が生じた。日本学生支援機構（以下、JASSO）（2023）によると、2021年度時点で、日本人の海外留学生総数は10,999人となり、これは2019年度の107,346人と比較して10分の1程度にまで減少した。将来的に、大学が海外留学者数を元の水準に戻すには、それなりの時間と努力が必要であることは想像に難くない。しかしながら、コロナ禍以前の2018年に実施された内閣府（2019）の調査<sup>1</sup>によると、日本以外の6カ国の若者の50%以上が留学を希望していたのに対し、日本では53.2%が留学を希望していなかったことが報告されている。この結果から、日本の若者は他国の若者と比較しても留学に対する意欲が低く、日本で留学生数を増やすことが困難であることが分かる。

一方で、2023年に教育未来創造会議（2023）が発表した「未来を創造する若者の留学促進イニシアティブ」（第二次提言）では、2033年までに、日本人の大学生の海外留学者数を38万人に引き上げることが目標とされている。この対策の一環として、高等教育段階における留学しやすい環境の整備をし、構造的かつ根本的に留学者数を増加させる方策の具体化を進めることが提案されている。このように、従来通りの方法では難しいとされる量的な目標が掲げられている中、政府からは質の向上も今まで以上に強調されており（教育未来創造会議、2023）、各大学は質を確保しつつも留学志願者を増やす施策を模索する必要がある。急速な国際化の進展に伴い、大学の国際化に関わる学生の多様化が進んでいる。さらには、昨今の大学生の世代は、多様な価値観を持つ学生が増加している傾向にある。こうした学生の多様なニーズに応え、留学者数を増やすためには、各大学は自らの大学の学生の要望や特徴を十分に理解し、留学環境の質を向上させるための施策を研究し、将来のプログラムを企画、展開する必要がある。

<sup>1</sup> 2018年11月～12月に内閣府が日本を含む計7カ国（韓国、米国、英国、ドイツ、フランス、スウェーデン）の満13歳から満29歳までの男女（各国1,000サンプル回収が原則）に対して実施された、若者の意識に関するウェブ上のアンケート調査。

## 2. 研究の目的と意義

本研究の目的は、昨今の大学生の特徴、留学に関わる価値観や行動指針を理解した上で、大学生に向けた留学促進の方法を探索的に明らかにすることである。2010年代から政府主導で急速に進められてきた留学促進は、数だけでなく質についても重視されるようになった（教育未来創造会議, 2023）が、まだ十分ではないという状況にある。そのため、質を確保するためには、まず学生のニーズを正しく理解するために、彼らの特徴を把握することが不可欠である。本稿では、現在の大学生の特徴を理解することで、今後の質の高い海外留学プログラムの開発や改善、留学促進において留意すべき点を提示する。

## 3. 先行研究

### 3.1 日本の大学生と海外留学—10年前との比較

この節では、現在（2020年代初め）の大学生の海外留学に関連する特徴や傾向について、10年前の大学生と比較しながら記述する。最近の内閣府（2019）の調査によると、日本の若者の50%以上が留学に興味がないと回答しており、ベネッセ教育総合研究所（2021）の調査においても、「海外（現地）に留学したい」と回答した学生は、「とてもあてはまる（11.5%）」と「まああてはまる（20.6%）」を合わせても約3割しかおらず、「あまりあてはまらない（20.4%）」と「全くあてはまらない（44.4%）」を合わせて6割を越え、留学を希望しない層の方が圧倒的に多いことが分かる。オンライン留学に関しては、「あまりあてはまらない（22.0%）」と「全くあてはまらない（62.6%）」を合わせると8割以上となり、希望者は1割程度であった。2023年に実施されたSHIBUYA109 lab.（2023）の調査でも、若者の半数以上が海外留学への意欲が低いことが報告されている。2010年代の大学生は、若者の「内向き志向」を初めて指摘され始めた時期であったが、このように留学志向の観点から見ると、2023年現在、若者の「内向き志向」は10年前同様、変化していないように思われる。本節では、留学に関わる様々な観点から比較していくことで大学生の10年間の変化について明らかにしていく。

はじめに、2011年と、その10年後の2021年、そして、2021年に関しては2020年より世界規模で流行した新型コロナウイルス感染症流行の影響で移動を伴う海外留学が一時中断されていたことを考慮し、コロナ禍直前の2019年も含め、3年間の日本人学生の渡航先の傾向を比較する。表1の通り、JASSOの報告（2013, 2021, 2023）によると、2011年と2019年の8年間で、留學生数（53,991人→107,346人）が倍増した。また、2011年には、英語圏の4大留学先（米国・英国・豪州・カナダ）を中心に、欧州や東アジアで、渡航国・地域のおおよそ8割を占めていた。それが、コロナ禍直前の2019年には、4大留学先以外の英語圏はランク外、アジアの国々が半数を超える状況にあった。さらに、「その他」にカテゴリー化された渡航先が3割に上るなど、渡航先の多様化が進んだ。これに

対して、2021年に行われた最新のJASSOの調査（2023）によると、コロナ禍後に留学者数は徐々に回復の兆しが見られるものの、コロナ禍前の水準の10分の1程度まで減少している。行き先としては、北米と欧州がトップ10の大半を占める中、アジアで唯一韓国が2位に浮上する等、渡航先国・地域の構成は時代背景と共に変化してきたことが分かる。

表1 コロナ禍前後で比較する国（地域）別の日本人留學生数（JASSO, 2013, 2021, 2023）

2011年			2019年			2021年		
国/地域名	留學生数	構成比	国/地域名	留學生数	構成比	国/地域名	留學生数	構成比
米国	12,280	22.7%	米国	18,138	16.9%	米国	3,603	32.8%
中国	5,890	10.9%	豪州	9,594	8.9%	韓国	1,209	11.0%
カナダ	5,317	9.8%	カナダ	9,324	8.7%	カナダ	1,189	10.8%
英国	4,893	9.1%	韓国	7,235	6.7%	英国	862	7.8%
韓国	4,785	8.9%	英国	6,718	6.3%	フランス	531	4.8%
豪州	4,656	8.6%	中国	6,184	5.8%	ドイツ	520	4.7%
ドイツ	1,982	3.7%	タイ	5,032	4.7%	豪州	319	2.9%
フランス	1,965	3.6%	台湾	4,894	4.6%	スペイン	234	2.1%
ニュージーランド	1,515	2.8%	フィリピン	4,575	4.3%	スウェーデン	175	1.6%
台湾	1,021	1.9%	マレーシア	3,461	3.2%	アイルランド	158	1.4%
その他	9,681	17.9%	その他	32,191	30.0%	その他	2,199	20.0%
計	<b>53,991</b>	100.0%	計	<b>107,346</b>	100.0%	計	<b>10,999</b>	100.0%

日本人の大学生の留学期間についても、2011年、2019年、2021年では違いが見られた。表2の通り、2011年には留学期間が1か月未満である留学が5割程度、次いで6か月以上～1年未満が約2割であった（JASSO, 2013）。2019年には、1か月未満の留学が約7割と大幅に増加し、6か月以上1年未満は約1割まで減少していた（JASSO, 2021）。しかし、コロナ禍の2021年度においては、留学期間が、6か月以上1年未満が約5割、3か月以上6か月未満が約3割であった（JASSO, 2023）。

表2 留学期間別日本人留學生数の比較（JASSO, 2013, 2021, 2023）

期間 年度							計
	1か月未満	1か月以上 3か月未満	3か月以上 6か月未満	6か月以上 1年未満	1年以上	不明	
2011年	28,920 (53.6)	6,709 (11.9)	6,412 (11.9)	10,609 (19.6)	1,341 (2.5)	データなし	53,991 (100.0)
2019年	71,263 (66.4)	10,408 (9.7)	11,404 (10.6)	11,562 (10.8)	1,924 (1.8)	785 (0.7)	107,346 (100.0)
2021年	472 (4.3)	670 (6.1)	3,395 (30.9)	5,053 (45.9)	1,208 (11.0)	201 (1.8)	10,999 (100.0)

（ ）内は構成比（%）

2021年にベネッセ教育総合研究所(2021)が大学1～4年生に対して行った調査結果<sup>2</sup>によると、表3の通り、大学生の「留学希望期間」は、1ヶ月～3か月未満が最も多く(28.9%)、続いて1か月未満(23.6%)、3か月～6か月未満(18.4%)と、3か月未満の短期の留学が50%以上占めていた。2012年の同調査では、1か月未満が最も多く(39.0%)、続いて1ヶ月～3か月未満(19.1%)、6か月～1年未満(14.6%)となっており(ベネッセ教育総合研究所, 2012)、2021年の時点でも3か月未満の短期の留学が58%以上を占めていた。

以上の結果から、上記JASSOの調査と同様に、ベネッセ教育総合研究所の調査でも、2021年と約10年前(JASSOは2011年、ベネッセ教育総合研究所は2012年に実施)のデータを比較すると、希望留学期間も実際の留学も、長期よりも短期の方が多かった。

表3 留学希望期間の比較(ベネッセ教育総合研究所, 2012, 2021)

	1か月未満	1か月以上 3か月未満	3か月以上 6か月未満	6か月以上 1年未満	1年以上 2年未満	2年以上
2012年	<b>39.0%</b>	19.1%	10.2%	14.6%	13.7%	3.3%
2021年	24.6%	<b>28.9%</b>	18.4%	14.9%	9.5%	4.7%

なお、コロナ禍前後の留学先や留学期間の傾向は、他の年と異なる傾向を示しているため、注意が必要である。例えば、コロナ禍において長期留学が多くなっているのは、長期留学希望者の方が短期留学者より渡航する傾向にあった可能性や、コロナ禍において日本の大学が実施する短期プログラムの実施を減らした(もしくは行わなかった)可能性などが考えられる。今後この傾向がいかに変化するのかは、継続的に検証する必要がある。

次に、大学生の留学希望理由についても変化が見られた。表4の通り、2012年と2021年のベネッセ教育総合研究所の調査結果(2012, 2021)によると、両年とも、最も多い留学希望理由は「語学力を身につけたいから」だが、2012年から2021年にかけて、80.3%から68.4%に減少している。その他、「海外生活を経験してみたいから(71.7%→54.8%)」、「日本では学べないことを学びたいから(39.8%→39.3%)」と変化しており、アンケートの選択肢数も関係した可能性もあるが、2012年に比べ、2021年の方が、留学希望理由が分散していることが分かる。

また、留学とは直接関係はないものの、2010年代以降の大学生は、「デジタルネイティブ」であるため、インターネットやSNSの世代への影響は無視できない。この世代は、デジタルデバイスを1人1台持つことが当たり前の環境で育ったため、ソーシャル・ネットワークワキング・サービス(以下、SNS)が日常生活に深く浸透しており、ほぼ全てのSNSで、他の世代に比べて利用率が高い(長田, 2023)。総務省情報通信政策研究所(2023)<sup>3</sup>

<sup>2</sup> ベネッセ教育総合研究所により、2008年から概ね4年ごとに継続的に実施されている大学生を対象とした大規模調査。大学生の生活や学習、大学教育の経年変化を把握することを目的としているが、留学に関する項目はこれまで2012年、2016年、2021年の3回実施されている。

<sup>3</sup> 2022年11月に、13歳から69歳までの男女1,500人を対象に、全国125地点において実施された、情報通信メディアの利用時間と時間帯、目的及び信頼度等に関する調査。

表4 留学を希望する理由の比較（ベネッセ教育総合研究所，2012，2021）

理由	2012年	2021年
語学力を身につけたいから	80.8%	68.4%
海外生活を経験してみたいから	71.1%	54.8%
日本では学べないことを学びたいから	39.8%	39.3%
外国人と交流をしたいから	データなし	22.7%
海外で働く経験をしてみたいから（ワーキングホリデーなど）	12.7%	13.5%
就職に有利になると思うから	15.0%	11.7%
海外でボランティア活動してみたいから	4.6%	7.1%
将来を考える時間がほしいから	データなし	6.5%
海外で単位・学位をとりたいから	2.7%	5.5%
カリキュラムで必修だから	データなし	2.0%
周囲にすすめられたから	データなし	1.8%
その他	データなし	0.4%

によると、昨今の大学生の世代（20代と仮定）のLINE利用率は98.6%に上り、Twitter（現X）（78.8%）やInstagram（73.3%）も広く利用されている。そこで、ここでは2つの大学生世代（2010年代及び2020年代）のインターネットやSNSの利用状況を具体的に把握、比較する。表5の通り、2013年時点での20代のSNSの利用割合は、多い順にLINE（80.3%）、Mixi（34.1%）、Facebook（57.0%）、Twitter（現X）（47.1%）となっていた（総務省情報通信政策研究所，2014）。これに対して、2022年には多い順に、LINE（98.6%）、Twitter（現X）（78.8%）、Instagram（73.3%）、Facebook（27.6%）、Mixi（1.8%）であった（総務省情報通信政策研究所，2023）。以上のように、LINE、Twitter、Instagramの利用率は約10年間で大きく増加した一方で、FacebookとMixiは利用率が大幅に低下したことが明らかになった。このように、時代と共に、大学生のSNSの利用率や利用割合が変化したことが示された。

表5 20代のSNS利用状況の比較（総務省情報通信政策研究所，2014，2023）

	2013年	2022年 （最新版）	増減 （%pt）
LINE	80.3%	98.6%	18.30
Facebook	57.0%	27.6%	-29.40
Twitter（現X）	47.1%	78.8%	31.70
Mixi	34.1%	1.8%	-32.30
Instagram	45.3%	73.3%	28.00

以上より、この10年間で、留学志向の変化や、大学生の生活環境など、様々な側面に注目することで、その中身が変化してきたことが分かった。今後も変化し続ける学生像に、大学がどのように対応していくかが、今後の国際化推進の展開を左右するだろう。

## 4. 研究方法

### 4.1 調査概要及び調査協力者

本調査対象者は、東洋大学で開講している留学準備のための授業「留学のすすめ」（全学共通・自由選択科目）の履修生である。本調査は2021年度春、秋学期、及び2022年度春学期の3回にわたり実施した。この時期は、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、オンライン留学のみの実施が続いていたが、徐々に現地での海外留学生が増え始め、学生の流動性が回復する兆しが見られる過渡期にあった。実際、東洋大学では2021年度春学期にはオンライン留学のみを実施したが、2021年秋学期からは長期留学を含む現地での留学が少しずつ再開された時期であった。

本調査実施にあたり、履修生には授業内で調査概要を説明し、個人情報特定されない範囲でデータを使用する旨、また、回答内容が成績に影響しない旨を伝えた。これらの点に賛同し、同意書を提出した学生を調査協力者とした。調査協力者は484名で、その概要は表6の通りである。

表6 調査協力者の概要 (n=484名)

属性		N (%)
性別	男性	212 (43.8%)
	女性	269 (55.6%)
	無回答・その他	3 (0.6%)
学年	1年	321 (66.3%)
	2年	98 (20.2%)
	3年	50 (10.3%)
	4年	15 (3.1%)

### 4.2 データ収集方法及び分析手順

本研究で使用したアンケートは、3部（I～III部）構成、全50項目で作成し、ウェブ上での回答を依頼した。I部は調査協力者の個人情報に関する基本情報10項目、II部は留学志向に関わる15項目、III部は学生の価値観や行動指針に関する25項目である。II部の留学志向に関する質問項目は、筆者が過去に担当した海外留学プログラムの参加者のレポート等を参考に作成した。III部は、筆者が共同研究者と共に作成し、本研究の目的に



合わせて一部調整および加筆を行った。作成の際には、異文化知識等に関する VALUE ルーブリック (AAC&U, 2009) 及び Global Citizenship Scale (Morais & Odgen, 2011) を参考にしつつ、これまでの授業で学生がレポート等に課題や目標として記していた内容に関することも併せて尋ねた。回答には 5 件法を採用した。

収集したデータの分析には、IBM SPSS Statistics 29 を用い、アンケート質問項目のうち、I 部と II 部のデータは、記述統計やグラフ作成により整理、分析を行った。その後、III 部の調査協力者の価値観や行動指針に関わる 25 項目の回答結果については、ノンパラメトリック検定 (マン・ホイットニーの U 検定もしくはクラスカル・ウォリス検定) を用いて、設定したグループ間の差について検証した。詳細は、次章にて結果と共に記述する。

## 5. 結果と考察

本章では、アンケート調査の分析結果について考察と共に記す。

### 5.1 調査対象者のバックグラウンドと留学志向

アンケート調査項目のうち、I 部と II 部の質問項目の分析結果を記述する。

まず、図 1 に示した通り、調査対象者のうち 53.1% (257 人) が 1 回から 4 回、12.0% (58 人) が 5 回以上の渡航経験があると回答した。一方で、34.9% (169 人) の学生はこれまでに海外に渡航した経験がないことが分かった。

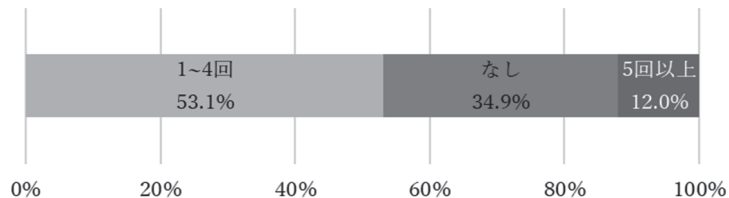


図 1 調査対象者の過去の海外渡航経験の回数 (n=484)

次に、過去に海外渡航経験のある学生に対し、最も長い海外滞在期間を尋ねた結果、図 2 に示した通り、多い順に、数週間～1 か月程度 (38.1% / 120 人)、数か月～半年程度 (27.0% / 85 人)、1 週間程度 (15.9% / 50 人)、数年以上 (9.0% / 28 人) であった。また、最も長い海外渡航をした際の目的を尋ねた結果、図 3 の通り、「旅行」が 48% (153 人) で最も多く、次いで「留学」が 31% (100 人)、「家族もしくは自分の都合」が 7% (23 人) であった。調査対象者の 66.3% を大学 1 年生が占めていること、大学入学後はコロナ禍で海外渡航が制限されていた時期が続いていたことを考慮すると、大学入学前に旅行または留学を経験していた学生が半数以上で、海外渡航に対する意識が高く、また経験が豊富である学生が多いことが明らかになった。それと同時に、海外渡航経験のない学生にとって、大学時代の留学が初めての海外渡航になる可能性があるため、この層には大学

の積極的な支援が必要になる。

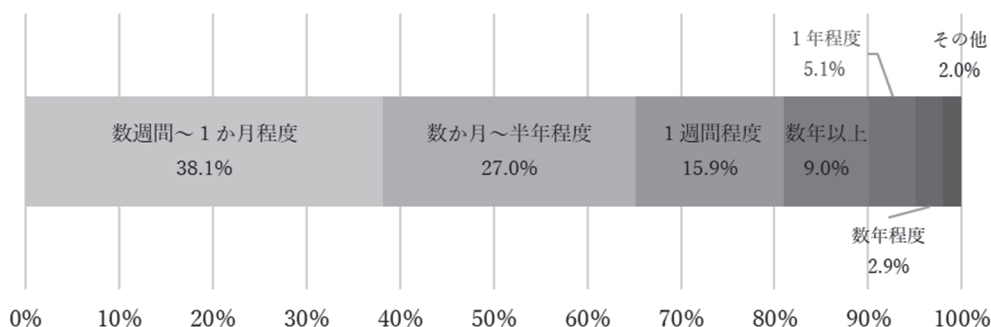


図2 海外経験のある調査対象者の最も長い海外滞在期間 (n=315)

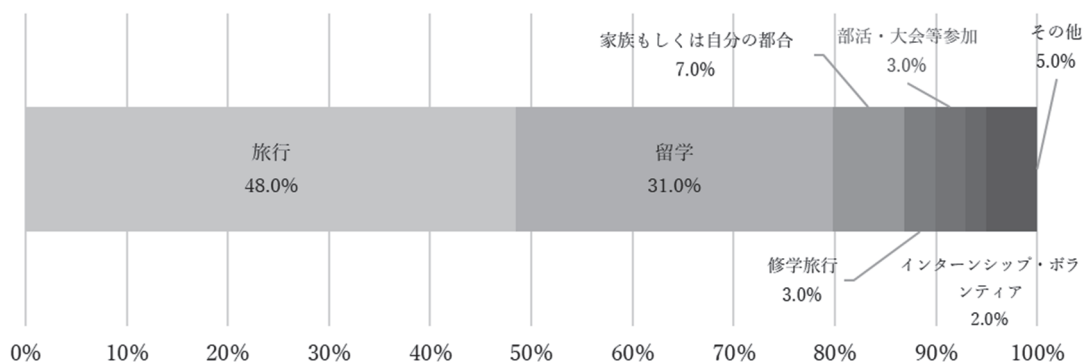


図3 調査対象者の最も長い海外渡航の理由 (n=315)

さらに、今後の留学に対する意欲について尋ねたところ、図4の通り、調査対象者のうち85.0% (411人) が「留学したい」と回答した一方、11.0% (53人) は「まだ分からない」、1.0% (5人) は「留学したくない」、3.0% (15人) の学生が「現在留学中」と回答した。この結果から、調査時期がコロナ禍を含んでいたにもかかわらず、調査対象者の大半が、留学に対して前向きな姿勢を持っていることが明らかになった。

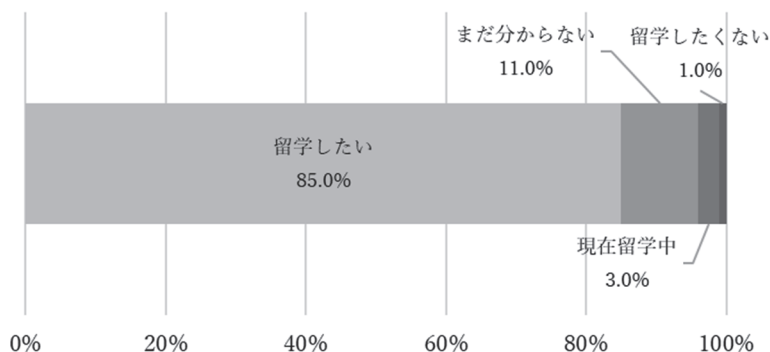


図4 調査対象者の留学希望 (n=484)

次に、興味のある留学プログラムを尋ねた。その結果、図5の通り、最多は短期研修・留学（58.6% / 284人）、続いて長期留学（29.0% / 140人）で、短期だけでなく、長期の留学も視野に入れている学生が一定数いることが分かった。インターンシップやボランティア、ワーキングホリデーには20～30%程度の学生が関心を示したが、コロナ禍で急速に広まったオンライン留学への関心は低かった（5.9% / 29人）。なお、本稿では「短期」とは3か月程度まで、「長期」とは6か月から1年程度のプログラムとして定義した。

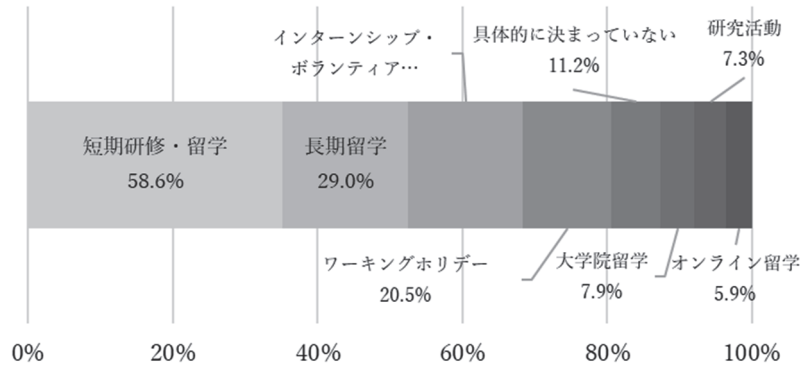


図5 行きたい留学の種類（複数選択可）（n=484）

次に、行きたい留学先の国及び地域について尋ねた。その結果、表7の通り、米国が最も多く140人（29.0%）、続いて英国が90人（18.7%）、カナダが76人（15.8%）、豪州が75人（15.6%）と上位を英語圏が占めていた。その他、10位以内には、東南アジアや韓国などのアジアの国々、フランスやドイツ、北欧などのヨーロッパの国々が入っていた。この結果は、JASSOが公表している留学先の国・地域とも比較的似ていることが分かる（表1）。

続いて「留学に関する情報収集をする際、どのデバイスを使用するか（複数回答可）」を尋ねたところ、図6に示したように、37%（179人）がパソコンのみ、19%（92人）がスマホのみ、1%（5人）がタブレットのみ、43%（208人）が上記デバイスを複数使用すると回答した。注目すべきは、20%の学生がスマホもしくはタブレットのみを使用している点である。つまり、大学の留学情報ウェブサイトがスマートフォンやタブレットで閲覧しづらい場合、学生にとって不便であることが分かる。例えば、画面の互換性だけでなく、PDFを繰り返しダウンロードする必要があるウェブサイトなどは、見づらいつ感じられる可能性が高い。

さらに、SNSの利用状況について尋ねたところ（複数回答可）、利用率が高い順に、LINE（86.6% / 419人）、Instagram（84.1% / 407人）、Twitter（現X）（62.2% / 301人）という結果になった。Facebookに関しては、先に述べた総務省情報通信政策研究所（2014）の調査において、約10年前の大学生にとって主要なSNSの一つだったにも関わらず、現在の大学生の間ではほとんど利用されていなかった（総務省情報通信政策研究所，2023）が、本研究でも同様の結果となった。これらのSNSの利用率を考えると、使用するプラッ

表7 行きたい留学先国・地域（複数選択可）（n=482）

国/地域名	希望者数	構成比
米国	140	29.0%
英国	90	18.7%
カナダ	76	15.8%
豪州	75	15.6%
東南アジア	44	9.1%
韓国	40	8.3%
フランス	38	7.9%
北欧	32	6.6%
ニュージーランド	30	6.2%
ドイツ	26	5.4%
中国	20	4.1%
スペイン	16	3.3%
その他	30	6.2%
エリアにこだわらない	2	0.4%

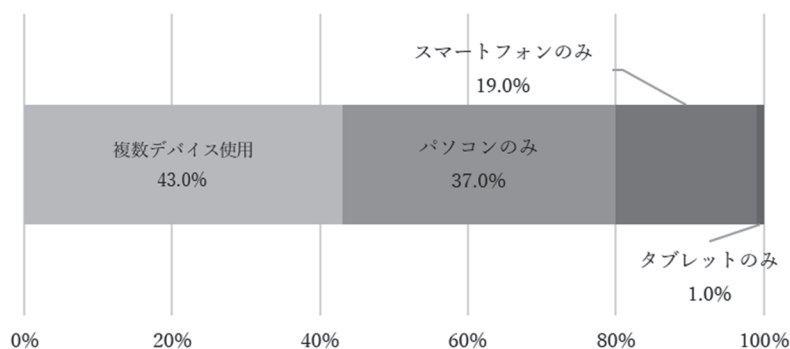


図6 留学について調査する際に使用するデバイス (n=484)

トフォームについては、定期的に、学生にとって使用頻度の高いものや、より親しみのあるものに変更するなど、再検討する必要があることが分かる。

最後に、留学する目的について尋ねた。その結果、図7の通り、学生が最も重視するのは「留学先の現地の人たちと交流すること」で、語学力以上に異文化交流に重きを置いている学生が多いことが明らかになった。また、留学を自己成長の機会として捉えている学生が多いためか、「自信や自立心を養う」や「コミュニケーション能力を高める」といった汎用性の高いスキルや素養を重視していた。各項目の相関について調べてところ、「留

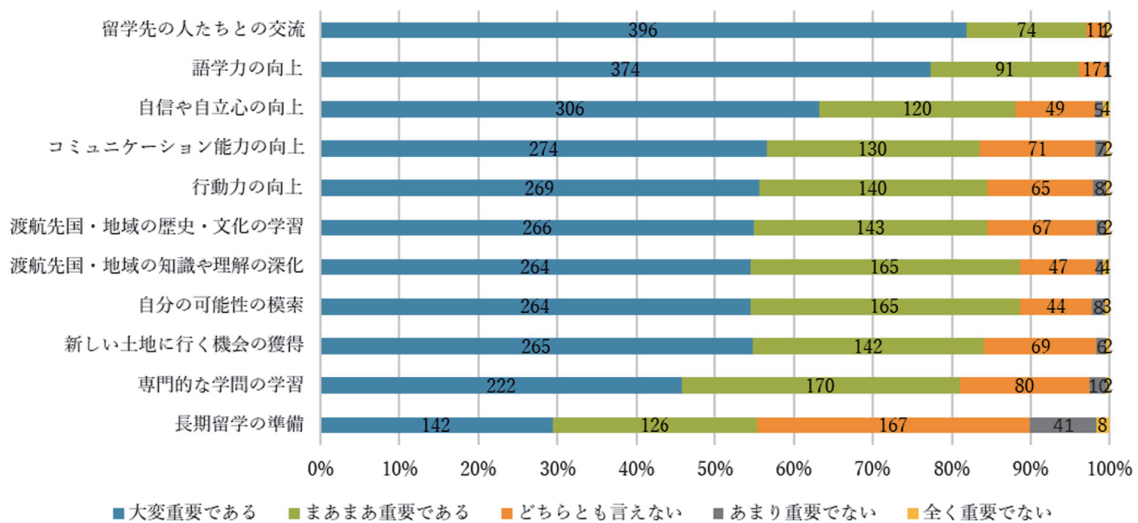


図7 留学する目的 (n=484)

「留学先の人たちとの交流」は「渡航先国・地域の歴史・文化の学習 ( $r = .50$ )」と「渡航先国・地域の知識や理解の深化 ( $r = .45$ )」とも中程度の相関があり、この点からも学生が、現地の人との交流の中で、異文化理解をしたいと考えていることが分かる。また、「自信や自立心の向上」と「留学先の人たちとの交流 ( $r = .47$ )」、「自分の可能性の模索 ( $r = .49$ )」の間にも中程度の相関があることから、学生は海外留学中の国際交流を通じて、自身の自信や自立心を養成し、自分の可能性について考える機会を期待していることが見て取れる。

## 5.2 価値観と行動指針に関する項目のノンパラメトリック検定及びクロス集計の結果

本節では、留学に関するアンケートの III 部である学生の価値観や行動指針に関する項目の分析結果を説明する。ここでは 5.1 節で確認した調査対象者の留学への意欲について、留学に行きたい、もしくは現在留学中の学生を「積極層 (n=426)」、留学に行きたくない、もしくは行きたいか分からない学生を「消極層 (n=58)」の 2 つのグループに分類した。近森 (2006) の分類では、「留学に行きたいか分からない」層は「浮動層」とされるが、本稿では 1 学期間、留学準備講座を受けた後も未だに「留学に行きたいか分からない」学生は、「消極層」に分類することとした。

そして、これらの 2 つのグループの学生の価値観や行動指針に差があるかをマン・ホイットニーの U 検定を用いて検証した。その結果、表 8 の通り、「言葉が分からなくても、外国の人と交流しようという姿勢がある (以下、外国人と交流する姿勢)」、「大学生活に対するモチベーションがある (以下、大学生活へのモチベーション)」、「難しい課題でもやり遂げようとする意欲がある (以下、困難な課題への達成意欲)」、「語学学習への意欲がある (以下、語学学習への意欲)」の 4 項目について 5% 水準で有意差があった。また、

表8 「積極層」と「消極層」間のクラスカル・ウォリスの順位和検定の結果 (n=484)

項目	検定の統計	漸近有意確率 (両側)	<i>p</i>	<i>z</i>	<i>r</i>
外国人と交流する意欲・姿勢	51.23	<.001	0.00	7.15	.33
大学生活へのモチベーション	45.75	<.001	0.00	6.75	.31
困難な課題への達成意欲	51.97	<.001	0.00	6.65	.30

効果量はいずれも中程度であった。この結果から、留学に対して「積極層」の方が「消極層」よりも、各項目において平均が高い傾向にあることが明らかになった。

続いて、東洋大学において2015年度から全学的に実施している東洋グローバルリーダー（以下、TGL）プログラムの達成レベルによる学生の価値観や行動指針に差についても調べた。TGLプログラムは、東洋大学の学生が国内外で活躍するために、「異文化環境における英語運用表現能力」、「多文化共生社会における価値創造能力」、「異文化環境における課題解決能力」の3要素を強化することを目的としたプログラム（東洋大学, 2023）である。このプログラムでは、留学や英語資格要件など、その達成レベルに応じて3つのランク（「ゴールド（最優秀賞）」「シルバー（優秀賞）」「ブロンズ（グローバルリーダー賞）」）があり、ランク別に東洋グローバルリーダーに認定される。留学やそれに関わる経験やスキルは、TGLプログラムに密に関連しており、東洋大学での留学促進に重要な役割を果たしている。そのため、本稿では、このプログラムに着目することとした。

本調査では、TGLプログラムにおいてゴールドを目指す学生を「積極層（n=119）」、シルバーまたはブロンズを目指す学生を「中間層（n=212）」、プログラムに関心がない学生を「消極層（n=153）」と定義し、3つのグループに分けた。これら3つのグループ間で学生の価値観や行動指針に差があるかをクラスカル・ウォリスの順位和検定で検証した。その結果、表8の通り、「外国人と交流する意欲・姿勢」、「大学生活へのモチベーション」、「困難な課題への達成意欲」の3項目において「積極層」と「消極層」の間で中央値に有意差があり、効果量*r*はいずれも中程度であった。

上記2つの検定結果から、留学に対して意欲的、もしくは、TGLプログラムの達成目標の高い学生の方は、そうでない学生と比べて、「外国人との交流」に意欲的で、「困難な課題への達成意欲」があり、かつ「大学生活へのモチベーション」が高いことが明らかになった。また、留学に意欲的な学生は、そうでない学生と比べて、表9のとおり、上記3つの項目に加えて、「語学学習への意欲」も高いことが分かった。

次に、クロス集計の結果について記述する。留学への意欲とTGLプログラムの達成目標のクロス集計では、表10の通り、留学への意欲が高い学生の間では、TGLプログラムの達成目標が「中間層（TGLシルバーまたはブロンズを目指す）」の学生が最も多く、留学に積極的な学生でも、緩やかにTGLプログラムに参加している傾向が確認された。一方、留学への意欲が低い学生は、TGLプログラムに対しても消極的な傾向が見られた。

表9 U検定の結果

項目	平均ランク		U	z	p	r
	積極層	消極層				
語学学習への意欲	262.3	97.2	20780.0	9.4	<.001	.43
困難な課題への達成意欲	262.1	98.9	20680.5	8.7	<.001	.40
大学生活へのモチベーション	260.9	107.6	20176.5	8.3	<.001	.38
外国人と交流する意欲・姿勢	258.6	124.4	19204.0	7.3	<.001	.33

表10 留学に対する意欲とTGLプログラムの達成目標のクロス集計結果

分類	留学に対する意欲		合計	
	積極層	消極層		
TGLプログラムの達成目標	積極層	118	1	119
		24.4%	0.2%	24.6%
	中間層	193	19	212
		39.9%	3.9%	43.8%
消極層	115	38	153	
	23.8%	7.9%	31.6%	
合計	426	58	484	
		88.0%	12.0%	100.0%

上段：度数 下段：パーセント

表11 過去の海外渡航経験と留学への意欲のクロス集計結果

分類	留学に対する意欲		合計	
	積極層	消極層		
過去の海外渡航経験	あり	269	46	315
		55.8%	9.5%	65.1%
	なし	140	29	169
		28.9%	6.0%	34.9%
合計	409	75	484	
		84.5%	15.5%	100.0%

上段：度数 下段：パーセント

最後に、調査対象者の過去の海外渡航経験を「ある」「なし」の二つに分け、それぞれのグループの留学に対する意欲を比較するためにクロス集計を行った。その結果、表11の通り、過去に海外渡航経験が「ある」グループでは、高い留学意欲を持つ学生が55.8%、「なし」のグループでは28.9%であったが、海外渡航経験の回数や期間も考慮し、*t*検定を行ったが、有意差はなかった。このことから、過去の海外渡航経験の有無は、その内容にもよるが、留学意欲にはあまり影響がない可能性が示唆された。

今の大学生の世代は、先行きが不透明な時代を経験してきたため、実現可能性が高い目標を設定しがち（長田, 2023）であり、困難な状況を避ける傾向にある。しかし、調査対象者の中には、留学やTGLプログラムに積極的な学生がおり、大学生活へのモチベーションを高く維持しながら、困難な課題に取り組む意欲を示している。これらの結果から、留学などの自己成長や目標達成を追求する大学生は、昨今の一般的な大学生の世代の特徴や行動指針とは異なることが分かる。他方、留学に積極的でない学生は、留学だけでなく、TGLプログラムも大学生活へもモチベーションが高くない傾向にあったため、こうした層に対するアプローチは、相当な努力が必要であることが予想される。

## 6. まとめと実践への提言

本稿では、昨今の大学生の特徴と、留学に関わる価値観や行動指針を把握するために、大学生の留学志向やそれに関わる情報について多角的に検証した。本研究における主な知見は以下の通りである。

1. 調査対象者の85%が「留学したい」と回答し、留学に前向きな姿勢を持つ学生が多かった。また、留学の目的について、「留学先の現地の人たちと交流する」ことを「外国語のスキル向上」よりも重要視していた。「自信や自立心」や「コミュニケーション能力」などの汎用性の高い素養やスキルの向上が留学の目的として上位に位置付けられ、留学を自己成長の機会として捉えていることが示された。
2. 調査対象者の65%が過去に複数回の海外経験があり、その目的は主に「旅行」や「留学」であった。また、7割以上の学生が1週間から半年の期間で海外での滞在経験があり、さらに約1割の学生は数年以上の海外経験を持っていた。
3. 学生が最も関心を寄せていた留学の種類は、短期研修（58.6%）であった。長期留学（29.0%）、インターンシップ・ボランティア（26.3%）、ワーキングホリデー（20.5%）には20～30%程度の学生が関心を示した。一方で、オンライン留学へ関心のある学生の割合は5.9%であった。
4. 今の大学生が留学に関する情報収集する際、複数のデバイスを使用するケースが最も多く（43.0%）、その中にはスマートフォンのみ（19.0%）もしくはタブレットのみ（5%）を使用する学生もいた。また、使用割合の高いSNSは、LINE、Instagram、Twitter（現X）で、これは総務省情報通信政策研究所（2023）の調査結果と一致していた。
5. 留学に積極的な学生及びTGLプログラムの達成目標が高い学生は、「外国人との交流」に積極的であり、「困難な課題への達成意欲」が高く、「大学生活へのモチベーション」も高かった。また、留学に積極的な学生は、「語学学習への意欲」も高かった。
6. 留学に関心の高い学生のTGLプログラムの達成目標が「中間層」が最多であり、



留学に積極的な学生でも、TGLプログラムに緩やかに関わっていることが分かった。また、過去の海外渡航経験の有無は、留学意欲には、あまり影響がないことが示唆された。

以上の通り、本研究を通じて、昨今の東洋大学の学生の留学に関わる価値観や行動指針について一定の洞察が得られた。同時に、東洋大学が2010年代前半に大学の国際化を特に強化し始めた頃から学生の特徴、価値観や行動指針に加え、留学志向が変化してきたことが示唆された。大学側は、学生の変化に合わせて、提供するプログラムを柔軟に変化させ続ける必要がある。そうすることで、より魅力のあるプログラムを提供し、これまで以上の海外留学の活性化に貢献できるのではないだろうか。最後に、本研究から得られた知見をもとに具体的提案を以下に記す。

本調査を経て、留学準備講座を受講していた東洋大学の大学生の多くがコロナ禍においても留学に行くことを希望していたことが分かった。その一方で、約1割程度の学生は、留学に消極的であった。一般的に、近年の大学生の世代は、「モノ」よりも「コト」に価値をおき、「コト」に対してお金を使う傾向がある。こういった消費傾向は「体験消費」と呼ばれ（長田, 2023; 原田, 2020）、留学に関しても「体験消費」の一形態と考えられる。また、何事も「失敗したくない（林, 2023, p.164）」と考える昨今の大学生には、各留学プログラムにおける具体的な体験やスキル獲得の機会を強調し、各留学プログラムが提供できる「コト」を明確に示すと効果的だと考えられる。例えば、本調査から分かったように、学生は留学を通して、現地の人との交流機会や語学力の向上、自信や自立心、コミュニケーション能力の向上を期待している。このように、特定のプログラム参加により、得られる体験やスキルを具体的に想像できるように記述することで、学生には、留学をより価値のある「体験消費」だと感じてもらえるかもしれない。

また、本調査結果より、TGLプログラムの達成目標が高い学生ほど、留学に意欲的であることが明らかになった。この知見を活かして、留学を奨励するだけでなく、TGLプログラム関連のイベント等においても、留学に触れる機会を増やし、さらに、TGLプログラムと留学を同時に進めることの効果やメリットについて説明することで、学生のやる気を引き出すことができると考えられる。他方、これまで留学にもTGLプログラムにも消極的だった層（全体の2割以上）には、就職やキャリア形成に有利になるデータの提示をするなど、これまでの留学促進のアプローチを見直す必要がある。この層に的確にアプローチするためには、より深い調査が必要であることが今後の課題として見えた。

学生への情報提供の方法にも一工夫が必要であることが見えてきた。学生のSNS利用率の高さ、そして、使用するデバイスのことを考えると、メールやウェブページからだけでなく、SNSを積極的に活用しながら情報提供する必要がある。特に、LINEやInstagramなどのSNSが広く利用されているため、文字情報だけに頼るのではなく、画像や動画をうまく活用すると効果的だと考えられる。また、考慮すべき点として、現在の大学生がSNSを通じて国境や年齢、性別などの枠を超えて、人と繋がり、コミュニティを形成し、

自分の考えや好みを発信している点がある（長田，2023；原田，2020）。このような状況を踏まえると、情報の一方的な発信だけでなく、積極的な相互コミュニケーションを促進する取り組みも重要であると考えられる。そのためには、例えば、留学から帰国した学生が、その経験を活かして広報活動に参加するシステムを構築することで、より身近で気軽な情報提供手段が確立できる。また情報提供の際には、情報収集にパソコンだけでなく、スマートフォンやタブレットを使っている学生がいることを常に考慮して対応する必要がある。

上記のようなアプローチを取ることで、大学は留学を志す学生に対してより魅力的なプログラムを提供し、留学の実現をサポートすることができると考える。今後の課題としては、より多くの留学に意欲的でない学生に対するアプローチが挙げられる。今回の調査は、留学準備講座の履修者に対して行ったため、留学に意欲的な学生が多くなる傾向があり、サンプルに偏りがあることは否めない。そのため、今後は全学的な調査の実施をすることで、特に留学に意欲的でない学生の実態を明らかにしていきたい。また、本研究は東洋大学の学生に焦点を当てて行ったが、今後は東京にある大規模な私立大学とは別の形態の大学と比較調査することで、東洋大学ならではの学生の特徴を把握し、より詳細に現在の大学生像の理解を深めたい。

## 謝 辞

本研究は日本学術振興会 科研費 JP21K13606 及び JP18K13190、東洋大学の個人研究費の助成を受けて実施した研究成果の一部である。この場を借りて感謝申し上げます。また、本調査に協力してくださった学生の皆さんに心よりお礼を申し上げます。

## 参考文献

- 長田麻衣（2023）『SHIBUYA109 式 Z 世代マーケティング』プレジデント社。
- 教育未来創造会議（2023）『未来を創造する若者の留学促進イニシアティブ（第二次提言）』  
[https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kyouikumirai/pdf/ikkatsu\\_dl\\_230427.pdf](https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kyouikumirai/pdf/ikkatsu_dl_230427.pdf)（閲覧日 2023 年 9 月 30 日）
- 総務省情報通信政策研究所（2014）『平成 25 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』  
[https://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2014/h25mediariyou\\_3report.pdf](https://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2014/h25mediariyou_3report.pdf)（閲覧日 2023 年 9 月 30 日）
- 総務省情報通信政策研究所（2023）『令和 4 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』  
[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000887660.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000887660.pdf)（閲覧日 2023 年 9 月 30 日）
- 近森高明（2006）「留学志向の三層と留学支援のありかた—積極派・消極派・浮動層のプロフィールを手がかりに」『京都大学における国際交流の現状と可能性—第 2 回アンケート調査報告書』京都大学国際交流センター，pp.43-56.
- 東洋大学（2023）『東洋グローバルリーダー（TGL）プログラム』  
<https://www.toyo.ac.jp/academics/international-exchange/intledpg/tgl/>（閲覧日 2023 年 9 月 30 日）
- 内閣府（2019）『我が国と諸外国の若者の意識に関する調査』  
<https://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/>

- ishiki/h30/pdf-index.html (閲覧日 2023 年 9 月 30 日)
- 日本学生支援機構 (2013) 『平成 23 年度協定等に基づく日本人学生留学状況調査結果』  
[https://www.studyinjapan.go.jp/ja/\\_mt/2020/08/date2011n.pdf](https://www.studyinjapan.go.jp/ja/_mt/2020/08/date2011n.pdf) (閲覧日 2023 年 9 月 30 日)
- 日本学生支援機構 (2021) 『2019 (令和元) 年度日本人学生留学状況調査結果』  
[https://www.studyinjapan.go.jp/ja/\\_mt/2021/03/date2019n.pdf](https://www.studyinjapan.go.jp/ja/_mt/2021/03/date2019n.pdf) (閲覧日 2023 年 9 月 30 日)
- 日本学生支援機構 (2023) 『2021 (令和 3) 年度日本人学生留学状況調査結果』  
[https://www.studyinjapan.go.jp/ja/\\_mt/2023/02/date2021n.pdf](https://www.studyinjapan.go.jp/ja/_mt/2023/02/date2021n.pdf) (閲覧日 2023 年 9 月 30 日)
- 林裕之 (2023) 『データで読み解く世代論』中央経済社.
- 原田曜平 (2020) 『Z 世代若者はなぜインスタ・TikTok にハマるのか?』光文社新書.
- ベネッセ教育総合研究所 (2012) 『第 2 回 大学生の学習・生活実態調査報告書 [2012 年]』  
<https://berd.benesse.jp/koutou/research/detail1.php?id=3159> (閲覧日 2023 年 9 月 30 日)
- ベネッセ教育総合研究所 (2021) 『第 4 回 大学生の学習・生活実態調査報告書 データ集 [2021 年]』  
<https://berd.benesse.jp/koutou/research/detail1.php?id=5772> (閲覧日 2023 年 9 月 30 日)
- Association of American Colleges and Universities. (2009). *Intercultural knowledge and competence VALUE rubric*. <https://www.aacu.org/initiatives/value-initiative/value-rubrics/value-rubrics-intercultural-knowledge-and-competence>
- Morais, D. B., & Ogden, A. C. (2011). Initial development and validation of the global citizenship scale. *Journal of studies in international education*, 15(5), 445-466.
- SHIBUYA109 lab. (2023) 『Z 世代の海外に関する意識調査』  
<https://shibuya109lab.jp/article/230418.html> (閲覧日 2023 年 9 月 30 日)

# A Study on Promoting Study Abroad at a University: A Focus on the Characteristics and Behavioral Patterns of University Students in Study Abroad Preparation Courses

Mina Mizumatsu (Center for Global Education and Exchange)

## **Abstract**

This study aims to identify effective strategies for promoting study abroad programs by understanding the behavioral patterns and characteristics of current university students. To achieve this, survey data was collected from students who completed study abroad preparation courses at Toyo University over a period of three semesters. The data was then analyzed using SPSS for descriptive statistics. Additionally, quantitative analysis and discussion were conducted using Mann-Whitney U-tests and Kruskal-Wallis tests. The results highlighted that despite the COVID-19 pandemic, many students expressed a keen interest in studying abroad, with short-term programs particularly popular. However, interest in online study abroad programs was low. Students who showed an inclination towards studying abroad placed a higher priority on cultural exchange and personal growth. Moreover, proactive students displayed a high level of motivation for cultural exchange, tackling challenging tasks, maintaining motivation in university life, and enthusiasm for language learning. Based on the findings of this study, recommendations for the future development of study abroad programs are provided.

## **Keywords**

study abroad, university student, characteristics and behavioral patterns, promotion of study abroad