

オンライン日本語教育・学習についてのニーズ調査報告書

要旨

2023年10月

ニーズ調査検討委員会

【調査の背景】

教育未来創造会議の第二次提言（J-MIRAI）では、2033年までに40万人の外国人留学生受入れを実現することが掲げられている。具体的方策としては、日本への留学機会の創出、教育の国際化の推進、外国人留学生等の高度外国人材の定着率の向上を図ることなどがあげられているが、これらの方策を実行するためには、オールジャパンでの有機的な連携のものとときめ細かに対応していくことが急務と考えられる。

特に日本語教育・学習は、留学促進の面でも、外国人留学生の定着を考える上でも欠かすことのできない要素である。本調査においては、コロナ禍によるオンライン教育の進展によって変化した、日本語学習者や教育者のニーズを把握することはもちろんであるが、さらに、留学促進の観点で日本語教育がどのように展開していくことが求められているかにも踏み込んで検討する必要があるとの問題意識のもと調査を行った。日本語教育・留学促進に関係する機関や大学が連携・協力し、留学受入れ・定着を実現するために、本報告書がその一助となることを期待したい。

【調査目的・概要】

本調査では、国内および海外各国・地域において外国人留学生が関係する日本語教育の現状や課題、ニーズを把握する。調査結果は大学・機関等における既存の日本語教育コンテンツ等の利活用や横展開、および新たなコンテンツの開発に役立てることにより、今後のコンテンツの有効活用及び日本留学者の増加に資することを目的としている。

なお、本調査では、多様な日本語教育シーンがある中で、特に大学、大学院への留学に関連するものを前提として検討を行った。

調査方法としては、2023年8月～9月にオンラインアンケート調査を実施した。アンケート設問数は海外の高等教育機関で日本語教育を担当する教員（以下、海外の日本語教員）と日本の高等教育機関に留学中の学生（以下、留学生）向けが16問、海外の高等教育機関に所属する学生（以下、海外の学生）向けが15問である。回答者は、海外の日本語教員90名、海外の学生341名、留学生109名である。アンケート調査と並行して、2023年7～9月にはインタビュー調査も実施した。対象機関は、(1)国際交流基金（以下、JF）、日本学生支援機構（以下、JASSO）の有する国内機関と海外事務所13拠点、(2)東京外国語大学が海外での日本語教育・日本教育の拠点として設置したGlobal Japan Office、Global Japan Deskがある海外の高等教育機関7拠点、(3)東京外国語大学留学生日本語教育センターの各代表者である。

インタビュー調査の対象機関は、文部科学省が2023年5月に発表した「戦略的な留学生

交流の推進に関する検討会とりまとめ」において、地域戦略の重要性が明示的に言及された地域」を中心に、各機関の事業内容と各国のオンライン日本語教育・学習教材の使用・普及状況、地域バランスも考慮の上で選定し、協力を仰いだ。アンケート調査も同様の基準で回答を呼びかけた。留学生受け入れの重点地域から幅広く回答を得ることができたが、結果として回答者の所在地域は欧州が最も多い。

【調査結果】

1. 日本留学におけるニーズと課題

- ◆ 海外の留学希望者は、留学初期に必要な日本語・生活情報やキャリアに関する情報などきめ細かな情報提供が必要
- ◆ 漢字や語彙の効率的な学習方法に関する情報、キャリアに関する情報、大学院に入るための指導教員へのアプローチのしかたなどが具体的な情報・サポートとして必要
- ◆ 大学で日本語を学んでいる学生の日本への留学意欲はどこの国・地域においても総じて高い
- ◆ 日本語学習を生かす場や学習時以外の日本語話者（日本人）との交流機会がないことが課題と認識

留学の目的は、日本文化への興味も少なくないが、「日本語力を伸ばしたい」と「海外生活や異文化交流を経験したい」と回答する人の方が多い。留学を希望する学生は、留学経験そのものに価値を見出す人が多いと示唆される。また、日本ならではの勉強・研究や就職という実利的な目的を持つ人は多くない。しかし、海外拠点関係者への聞き取りによると、大学で日本語を学んでいる学生の日本への留学意欲はどこの国・地域においても総じて高く、日本で高等教育を受けることや、日本でのキャリアへの興味も見られる。

海外の留学希望者が必要としている情報・サポートについて、海外の学生からは、漢字や語彙の効率的な学習方法に関する情報や、キャリアに関する情報、大学院に入るための指導教員へのアプローチのしかたを知りたいという意見もある。留学生からは、日本に来る前に習得しておくべき（知っておくべき）こととして、留学前にもっと漢字を勉強しておくべきだったという声が多く挙がっている。留学初期の生活に関わる日本語や知識を予め知っておきたかったというコメントも見られる。

国内外の日本語教育における課題として、学部正規生としての留学を目指す学生の多くが、日本留学試験（EJU）の準備・対策に大きな困難を抱えていることが挙げられている。日本語のみならず、基礎科目の学習を短期間で学ぶのは非常に難しいが、EJUの知識や準備・対策のためのコンテンツも豊富に揃えられているとは言いがたいため、来日前からの準備・対策は容易ではない。出願手続きの日本語および手続きの難解さ、複雑さも課題である。二

点目は、海外ならではの課題として、大学生の日本語学習について、学んだ知識を生かす場がないこと、学外で日本人と交流する機会がないことである。教材不足や、紙媒体の教材は高価で入手が難しいという点も多く、教員が指摘している。

2. 海外におけるオンライン学習

- ◆ 海外の大学で学ぶ学生は何らかのオンライン授業の経験がある
- ◆ 授業外のオンラインでの日本語学習は無料でもまだ一般的ではない
- ◆ 海外の日本語教員が使用する教材・ツールは対面授業のサポートとして補助的に利用されている
- ◆ 海外の日本語教員の利用する教材は、NHK や JF 等の信頼性の高い教材が主流となっており、ゲーム性のあるアプリなどがツールとして活用されている

海外の大学のほとんどで、何らかのオンライン授業の実施経験があることがわかった。海外の日本語教員が授業中に使用するオンライン教材・ツールは、「学習支援 Web サイト」と「YouTube チャンネルなどの動画サイト」が最も多いが、その他の教材・ツールも幅広く活用している。特に、NHK や JF 等の信頼性の高い教材が多く使用され、ゲーム性のあるアプリを活用している機関もある。使用目的は、「対面授業のサポートとして補助的に使用」する人が最も多い。学生の自律的学習のために紹介したり、授業の予習・復習に課したりするケースも見られ、多様な目的で使用していることがわかった。

学生のオンライン教材・ツールの利用経験については、「無料のコンテンツを利用したことがある」という人が海外の学生、留学生ともに 70%を超えているが、有料のコンテンツ利用経験者はいずれも 20%程度と多くはない。辞書はアプリを、文法学習には YouTube の動画を利用している学生も多く、地域によっては現地出身の YouTuber が作成する動画も影響力がある。海外の日本語教員も、テキストではなく動画で理解したいという人が、国や地域を問わず、若い世代を中心に増えてきていると感じている。他方、大学の授業外でのオンライン日本語授業の受講経験は無い学生が多い。授業外でのオンライン授業の受講は、無料であってもまだ一般的とは言いがたい。

オンライン授業の今後について、70%を超える海外の日本語教員が、「オンライン授業を必要に応じて取り入れる」と回答している。海外の大学では対面授業に戻ってきている国・地域が多いが、オンライン授業を部分的に取り入れたり、LMS を引き続き活用したりしている地域もある。学生は、日本語の効果的な学習スタイルとして、「対面授業をメインとしつつ、オンライン授業を一部取り入れる」と回答した人がいずれも約 50%を占め、次いで「対面授業のみ」と答えた人がそれぞれ 40%弱である。基本的には語学の授業は対面授業で行うべきで、教室での教師やクラスメートとのやりとりが重要だと考える学生がほとんどだが、オンライン授業のメリットへの言及も多く見られ、授業のやり方や学習内容によってはオ

オンライン授業でも十分に効果的だと考える学生も少なくない。今後もオンライン授業やオンライン教材・ツールが更に普及することが見込まれる。

【今後に向けた提言】

1. オンライン教材・ツール開発にあたっての留意事項・参考情報

- 日本語レベルのニーズは初級から中級までが主体
- 漢字教材のニーズは教員、学生ともに高い
- 動画教材の視聴時間は10分までが望ましい
- 学生の関心が高いテーマは、同世代の日本人や現在の日本を知る内容、日本人との協働学習が望まれている
- 日本語教員のオンライン教材・ツール、最新の教授法等の情報ニーズは高い

海外の日本語教員へのアンケート結果によると、日本語レベルのニーズは、「初級」「初中級」「中級」が多く、「中上級」以上のニーズはあまりない。欧州は「初級」～「中級」まで、東南アジアは「中級」～「中上級」のニーズが比較的高いようである。

コンテンツの内容のニーズ（技能別）について、海外の日本語教員は「聞く」と「話す」、学生は「語彙」と「聞く」を求める人が多い。希望するコンテンツの具体例は、漢字教材・学習ツールを挙げる人が日本語教員も学生も比較的多い。また、日本語教員は、日本文化や最新の日本事情を紹介するコンテンツへの希望も多く見られる。一方、学生は教材・ツールの形式に注目する人が多く、動画、アプリ等での提供の要望がある。同時に、電子書籍による読み物を求める声も少なくない。また、各種テスト等、学習の補助的な役割を果たすもの、自ら教材を作成できるツールを求める学生もいる。機能面に注目し、ロールプレイやチャット等の双方向性があるもの、ゲーム性の高いものを求める意見もある。

オンライン教材・ツールの条件について、オンデマンド教材（動画）の望ましい視聴時間は、学生も教員も「～10分」が最も多い。費用面に関しては、「有料なら使わない」と回答した人がいずれも一番多いが、学生は「買い切り制（ダウンロード販売）」と「定額制」の選択者をあわせると、「有料なら使わない」の回答者よりも多い。有料の場合の販売形式は、「定額制」よりも「買い切り制（ダウンロード販売）」を希望する人が多い。有料コンテンツを提供する場合は、無料でのお試し制度等の検討が必要であろう。また、海外の日本語教員は、費用面以外の利用条件として「小テストや課題、修了試験」は「ある」を支持する人が多い。

海外の学生が関心を持つテーマは多様であるが、同世代の日本の大学生について等、日本の「今」に関心は高いと言えるであろう。学習スタイルも多様化しているものの、日本語学習におけるインターアクションの重要性を主張する学生が多く、協働学習を好む学生が比

較的多いようである。

また、日本語教員向けの日本語オンライン教材・ツールのニーズは非常に高い。新しい教授法や授業実践をはじめとする、最新の情報を得たいという意見が多く見られる。

2. 大学が新たに作成すべきオンライン日本語教育コンテンツ

- ◆ アカデミックやビジネスなど分野特定のものが望まれ、レベルとしては中級以上が望まれる
- ◆ やさしい日本語による専門講義の動画、大学特有の語彙を扱った教材、現役の大学生・留学生の声を盛り込んだ内容の教材開発が望まれる
- ◆ 教材・ツールの開発・普及にあたっては、コンテンツ更新が容易であること、国・地域特性を踏まえたデバイスの選択や開発後の運用・メンテナンス体制の十分な想定に留意

日本語レベルは、ニーズとしては中級までがボリュームゾーンであるが、入門～初級は既に既存の教材・ツールが充実しているため、大学での作成は中級以上を対象にするのが望ましいと思われる。コンテンツは、アカデミックやビジネス等、特定の分野を深く究めた教材のニーズがあると推察される。自学自習型で、チャレンジ問題を豊富に用意したコンテンツや、定期的・持続的に一定数の問題数が投稿されるコンテンツのニーズも見込まれる。海外の大学で教える教員らによれば、文学、言語学、文化のコンテンツはオンラインでも紙媒体でもあまりないということから、こうしたテーマをやさしい日本語で学べるような教材の制作も検討の余地がある。

大学にしか作れない教材としては、難解な日本語を使わずに専門講義を行う動画や、履修登録、必修・選択等、大学特有の語彙を扱った教材、現役の大学生・留学生の声を盛り込んだコンテンツが良いのではないだろうか。特に現在の大学生活がわかる動画や、現役学生からのメッセージ動画は、留学促進のための強力なツールにもなり得る。

最後に、教材・ツールの普及のために留意すべき点として、開発後の運用・メンテナンス体制の十分な想定が挙げられる。同時に、コンテンツをリアルタイム更新できる設定も必要であろう。インターネット環境が整備されていない地域にも普及させるためには、ダウンロードできる教材の準備や、ブラウザ・アプリのどちらで提供するかを開発段階から検討すべきである。

3. 海外への広報の工夫

- ◆ 教師視点、学習者視点を分けて広報することが重要
- ◆ 現地言語での SNS 広報や口コミが重要
- ◆ 既存の教材・ツールの特徴が見分けられる工夫やオールジャパンでの教材とりまとめが必要

まず、教師視点、学生視点に分けて、教材の見せ方に工夫する必要がある。広報ツールとしては、現地の言語を用いた積極的な SNS 広報に加え、口コミも重要である。学生間や先輩からの口コミ、教師会経由やメーリングリストでの情報発信、対面イベントの広報も効果的である。

海外から多く聞かれたのが、既存のオンライン教材・ツールが多く、それぞれの特徴が見分けづらいという点である。そのため、個別のコンテンツ開発のみならず、オールジャパンで教材を取りまとめ、教材毎の特徴をわかりやすく整理して、世界に発信していくことも重要である。

4. 留学促進に向けた連携の可能性

- ◆ 経済面でのサポートをはじめ、来日前・来日直後の学習面のサポートが必要
- ◆ 関係省庁、大学、関係機関の踏み込んだ連携協力による取り組みが重要

留学促進に向けて、海外からは経済面でのサポートの要望が特に多い。その他、専攻分野の専門用語に対するサポート等、学習面へのサポートが必要だという意見もある。JASSO 海外事務所が設置されていない一部のエリアでは、基本的な留学情報にアクセスできていない所もあることがわかった。

J-MIRAI の方策に沿って、①留学機会の創出、②広報・情報発信（ウェブサイト等の媒体）、③広報・情報発信（現地での活動）、④入学段階での要件・手続の弾力化、⑤留学期間中のサポート・大学間での連携、の主に5つのカテゴリーにおいて、留学生を受け入れる現場である大学間の連携だけでなく、関係する省庁、JF、JASSO、およびそれぞれの海外事務所等での踏み込んだ連携協力のもと、海外の日本語学習希望者、日本語教育機関のニーズに合ったコンテンツをオールジャパンでさらに提供できるようになれば、今後日本への留学希望者の増加やコンテンツの有効活用にも資することが期待される。

また、調査結果の前提として、調査時期等の関係上、重点地域は網羅しているもののすべての国地域別を網羅するものとなっていない。そのため、特定の国地域に関するニーズ等、本調査が契機となり、さらなる個別具体のニーズ把握への問題提起になることを切に願う。