

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

2023年10月

ニーズ調査検討委員会

(東京外国語大学, 大阪大学, 筑波大学, 東洋大学,
国際交流基金, 日本学生支援機構)

【目次】

1. 調査の背景・目的	1
1.1 調査の背景	1
1.2 調査の目的	1
2. 調査概要	2
3. 日本留学におけるニーズと課題	6
3.1 日本留学のニーズ	6
3.2 海外の留学希望者が必要としている情報・サポート	8
3.3 国内外の日本語教育における課題	9
3.3.1 学部正規生としての留学を目指す学生に関する課題	9
3.3.2 海外の大学生の日本語学習における課題	9
4. 海外におけるオンライン学習	10
4.1 海外におけるオンライン学習の現状	10
4.1.1 海外の高等教育機関におけるオンライン授業の実施状況	10
4.1.2 海外の高等教育機関におけるオンライン教材・ツールの利用状況	12
4.1.3 学生のオンライン教材・ツールの利用経験	13
4.1.4 学生のオンライン授業（大学の授業外）の受講経験	14
4.2 海外におけるオンライン授業についての今後	15
4.2.1 オンライン授業についての海外の高等教育機関の方針	15
4.2.2 学生が希望する日本語授業の受講スタイル	16
5. 今後に向けた提言	17
5.1 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	17
5.1.1 オンライン教材・ツールのニーズがある日本語レベル	17
5.1.2 海外の学生が身につけたいと思っているスキルや知識	18
5.1.3 ニーズのあるオンライン学習コンテンツ	19
5.1.4 オンライン教材・ツールに求められる諸条件	20
5.1.5 ライブ型オンライン授業実施にあたっての留意点	23
5.1.6 海外の学生にとって関心が高いテーマや好まれる学習スタイル	23
5.1.7 日本語教員向けオンライン教材・ツールのニーズ	24
5.2 大学が新たに作成すべきオンライン学習コンテンツ	24
5.3 オンライン教材・ツール普及のための留意点	26
5.4 海外への広報の工夫	26
5.4.1 日本語教材の効果的な広報	26
5.4.2 オールジャパンでの発信	27
5.5 留学促進に向けた連携の可能性	27
参考1. オンライン日本語教育・学習コンテンツについての検討委員会 委員名簿	30
参考2. ヒアリング調査結果要旨	31

1. 調査の背景・目的

1.1 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・留学促進に係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。

1.2 調査の目的

東京外国語大学は、文部科学省の「大学の国際化促進フォーラム形成支援事業（以下、JFIU）」に選定され、「オンライン日本語教育の提供を通じた大学・オフィスの協働化プロジェクト」に取り組んでいる。このプロジェクトでは、東京外国語大学が日本国内の様々な大学と連携し、事業実績を他大学に水平展開するとともに、大学間の情報共有も行っていくこととしている。また、JFIUの中核的なプロジェクトである、「オンライン国際教育プラットフォーム事業 JV-Campus（以下、JV-Campus）」においても東京外国語大学は日本語教育の専門部会について付託を受け、オンライン日本語教育コンテンツの作成・情報収集を行っているところである。

今後のオンライン日本語教育コンテンツの開発にあたって、それらが国内はもちろん、海外各国・地域でいかに広報され、活用されているのか、こういったコンテンツが求められているのかを把握する必要があると考えた。そこで、東京外国語大学、大阪大学、筑波大学、東洋大学、国際交流基金（以下、JF）、日本学生支援機構（以下、JASSO）で「ニーズ調査検討委員会」を立ち上げ、海外を対象としたオンライン日本語教育・学習コンテンツに関する調査を実施することとした。オールジャパンとして海外でのオンライン日本語教育・学習コンテンツ利用の実際を把握することにより、さまざまな日本語教育機関が作成した既存のコンテンツをどう有機的に繋げていくか、今後各機関がこういったコンテンツを開発すべきなのか等を検討するための参考に資するものとして活用されることが望まれる。

調査結果は、JFIU 参画機関をはじめとする各機関の海外での日本語教育事業展開に資するとともに、JFIUの中核的なプロジェクトである、「JV-Campus」でも調査内容をコンテン

ツ作成等に生かすものとする。オールジャパンとしてより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。

2. 調査概要

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。まず、2023年8月18日～9月30日にかけて、Google Formsを使用したオンラインアンケートを実施した。回答者は、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）90名、海外の高等教育機関に所属する学生（以下、海外の学生）341名、日本の高等教育機関に留学中の学生（以下、留学生）109名である。質問項目は対象者カテゴリに関わらず共通のものと、異なるものがある。具体的な質問内容は、別紙1（「アンケート調査質問項目（Google フォーム）」）を参照されたい。

アンケート調査と並行して、インタビュー調査も実施した。対象としたのは、(1)JF、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。日本語教育・学習オンライン教材およびツールの活用状況や、日本留学に関する学習者からの要望等について聞き取りを行った。主な質問内容は別紙2（「インタビュー調査質問項目」）を参照のこと。インタビューは2023年7月～9月にかけて、対面もしくはWeb会議システムを用いて実施した。対象者には事前に質問票を送付した上で、1時間程度の半構造化インタビューを行った。なお、7月中に実施したインタビューの結果は、アンケート質問項目選定のための資料としても活用した。

なお、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」¹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選定した。JFのHP上の情報やJF発表「2021年度海外日本語教育機関調査」の情報を参照し、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調整し、調査への協力を仰いだ。アンケート調査も同様の基準で回答を呼びかけた。

結果として、アンケート回答者が所属する機関（留学生の場合は母国の大学）の所在地域内訳は、いずれも欧州の回答者が最も多い。海外の日本語教員（A）は欧州（35.6%）に次いで東南アジア（24.4%）、中南米（13.3%）、東アジア（12.2%）の順で回答が多い。海外の学生（B）については欧州（33.4%）に次いで、中南米、アフリカも20%以上を占め、

¹ 文部科学省発表「戦略的な留学生交流の推進に関する検討会とりまとめ」（2023年5月）

https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/ryugaku/1405546_00005.htm

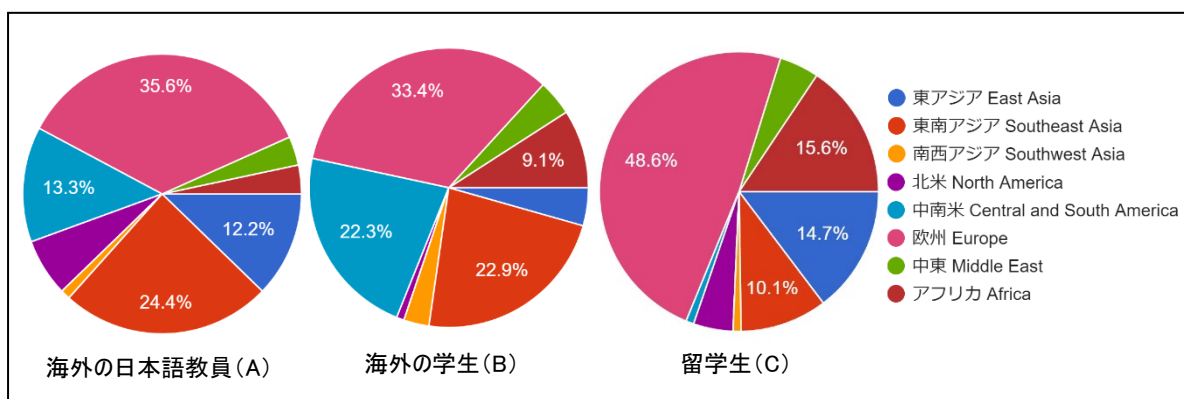
東南アジアが 9.1%と、留学生受け入れの重点地域から幅広く回答を得ることができた。留学生 (C) も欧州 (48.6%) が回答者の多くを占め、次いで東南アジア (15.6%)、東アジア (14.7%) の割合が高い。なお、大洋州からは、(A) (B) (C) のいずれも回答がなかった。

次に、海外の学生 (B) と留学生 (C) の現在の日本語レベルについて、海外の学生 (B) は「初級」と「初中級」で過半数を占めている一方、留学生 (C) は「中上級」が 29.4%で最も多い。地域別に回答者の日本語レベルを見ると、海外の学生 (B) は回答者数が多い欧州と、中南米は「初級」の学生が多い。東南アジアも「初級」は少なくないが、「初中級」、「中級」の回答者数と大差はない。また、回答者数だけを見ると、「中級」は欧州と東南アジアの学生が多い。一方、留学生 (C) は、欧州の学生は「中上級」と「中級」、アフリカの学生は「初級」、東アジアの学生は「上級」が特に多い。

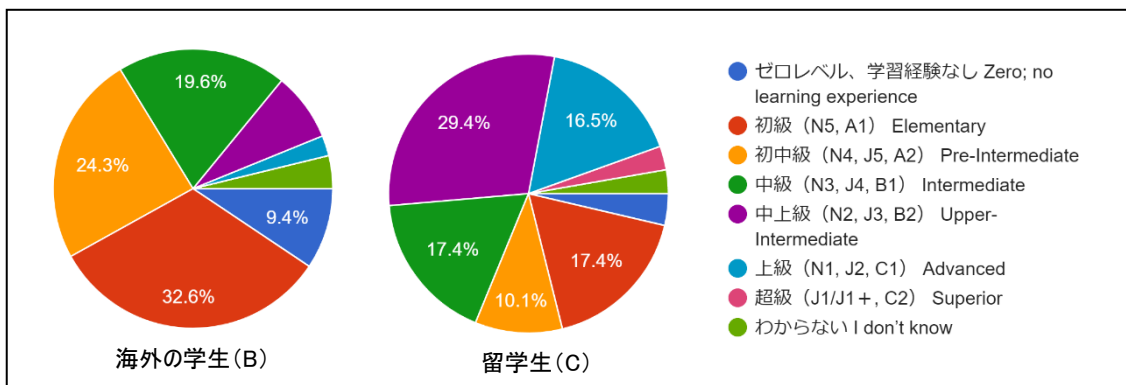
また、留学期間について、海外の学生 (B) には希望する留学期間を回答してもらった。海外の学生 (B) も留学生 (C) も「～1 年」が最も多い。留学中の学生 (C) に関しては、「～6 ヶ月」の回答者が約 30%をも占めている。

地域別に回答者の留学 (希望) 期間を見ると、海外の学生 (B) の場合、北米の学生は「～1 年」が 66.7%、「～6 ヶ月」が 33.3%であり、短期間の留学を希望する学生が多い。「2 年以上～」が半数以上を占めるのは、東南アジアの学生のみである。一方、留学生 (C) は、北米と東南アジアは短期の「～6 ヶ月」が比較的多いが、東南アジアは「2 年以上～」の学生も 36.4%いる。欧州と中東は「～1 年」が最も多い。

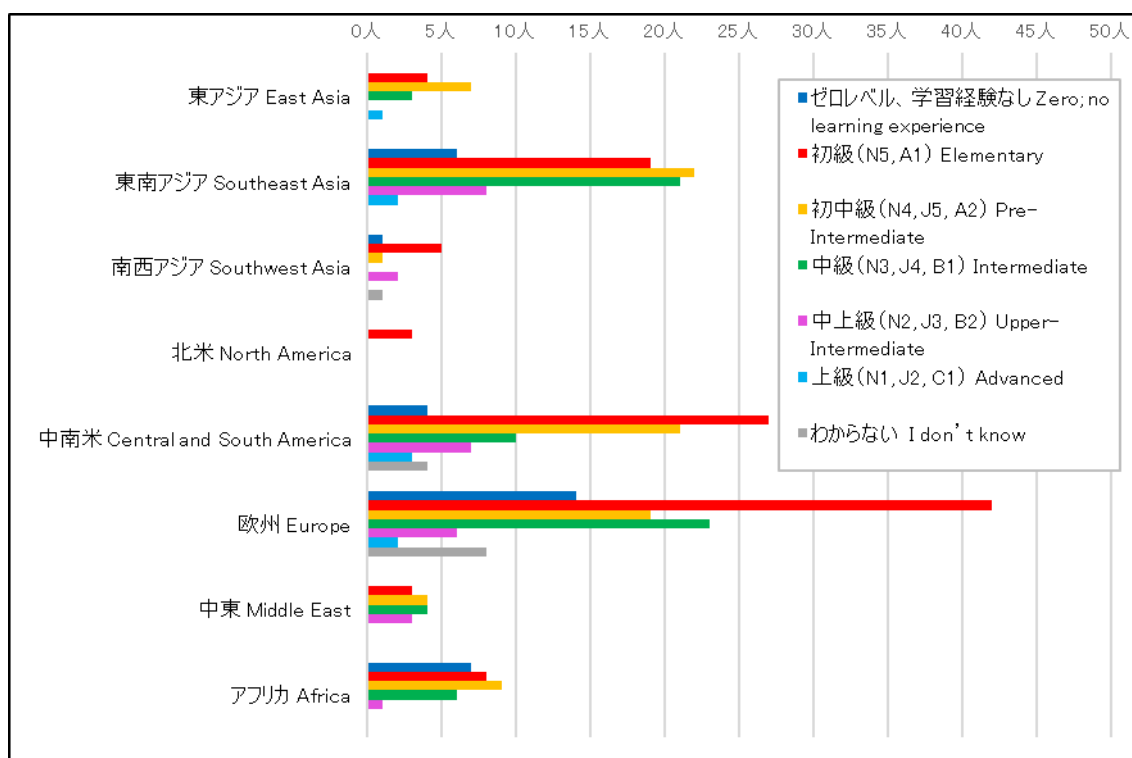
現在、海外の大学に在籍している学生のみを対象としているため、学部正規生等の長期間の留学を希望する学生は全体的に多くないと推察される。



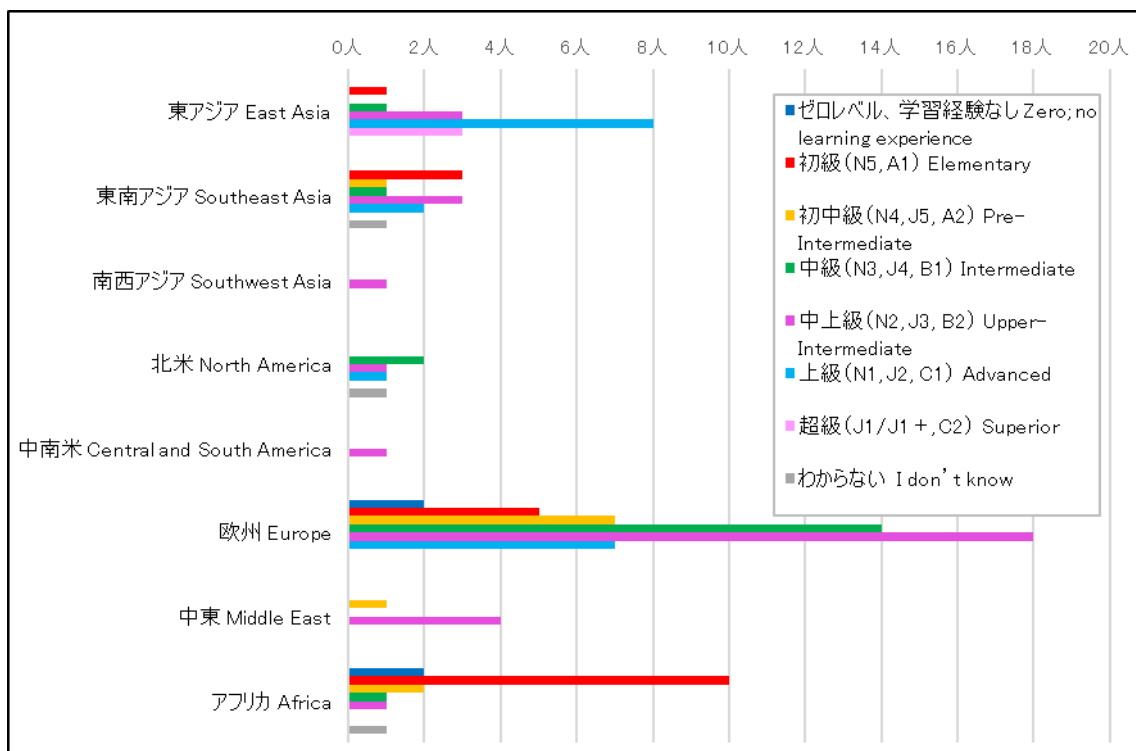
【図 2-1：アンケート調査回答者の所属機関所在地域】



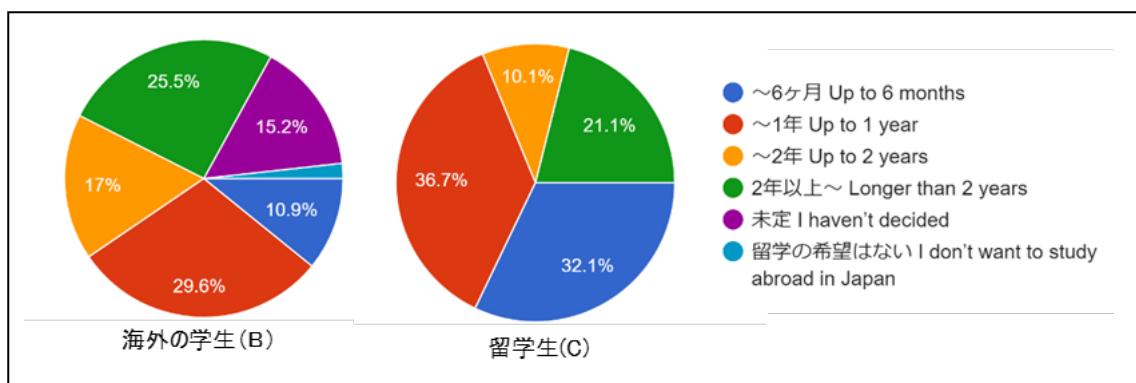
【図 2-2 : アンケート調査回答者 (学生) の日本語レベル】



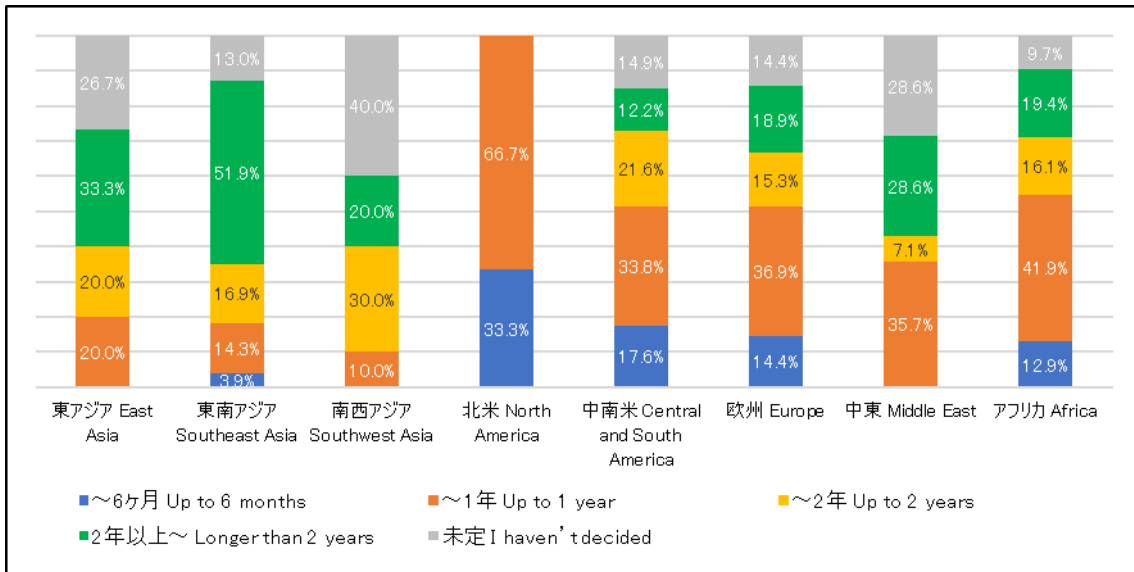
【図 2-3 : 地域別のアンケート調査回答者数 海外の学生 (B)】



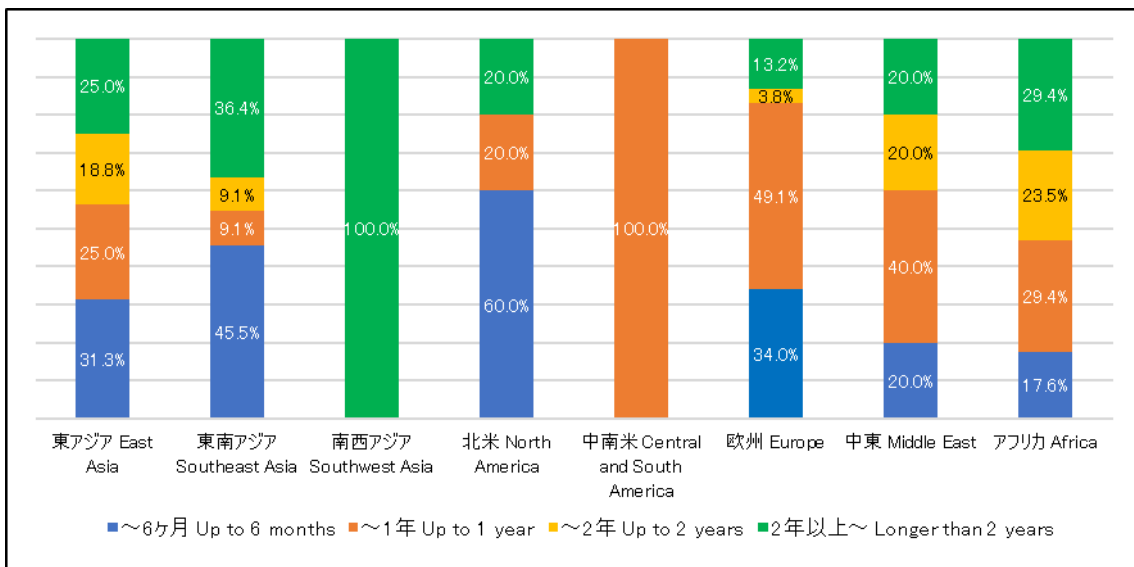
【図 2-4：地域別のアンケート調査回答者数 留学生 (C)】



【図 2-5：留学期間（海外の学生は希望する期間）】



【図 2-6：地域別の希望する留学期間 海外の学生 (B)】



【図 2-7：地域別の希望する留学期間 留学生 (C)】

3. 日本留学におけるニーズと課題

3.1 日本留学のニーズ

日本留学の目的を複数回答可で質問したところ、海外の日本語教員 (A)、留学を希望する海外の学生 (B) は「日本語力を伸ばしたい」が最も多く、それぞれ 70～80%を占める。次いで、「海外生活や異文化交流を経験したい」、「歴史・文学・芸術等の日本の文化に興味がある」、「アニメ・マンガ・J-POP・ファッション等の日本の文化に興味がある」の順に多く、全ておよそ約 60%である。

留学生 (C) は「海外生活や異文化交流を経験したい」が 74.3% (81 人) で一番多く、「日本語力を伸ばしたい (72.5%、79 人)」を僅かながらも上回る。次いで、「歴史・文

学・芸術等の日本の文化に興味がある」、「アニメ・マンガ・J-POP・ファッション等の日本の文化に興味がある」の回答が多い。

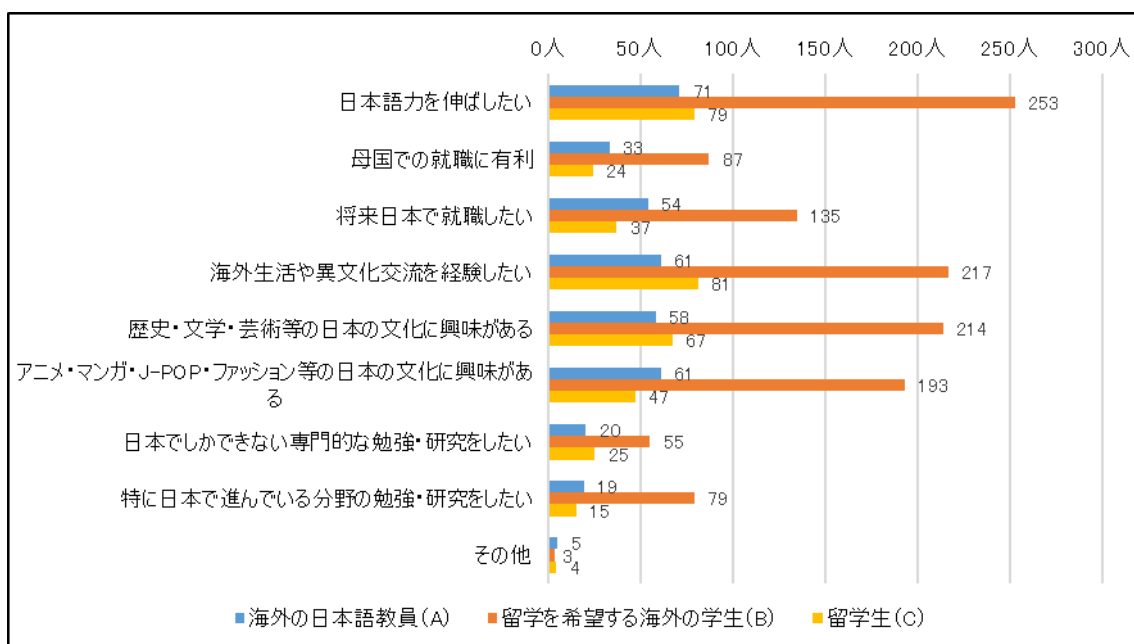
JF の「海外日本語教育機関調査」では日本語学習の目的について毎回調査をしており、2021 年度の調査結果によると、「日本語そのものへの興味」(60.1%)、「アニメ・マンガ・J-POP・ファッションなどへの興味」(50.9%)、「歴史・文学・芸術等への関心」(47.9%)の順で回答が多い。今回のニーズ調査では、日本留学の目的を知るために、文化的な興味の項目に加えて、「日本語力を伸ばしたい」「海外生活や異文化交流を経験したい」「日本でしかできない専門的な勉強・研究をしたい」「特に日本で進んでいる分野の勉強・研究をしたい」の項目を新設している。JF の調査の選択肢にも「海外生活や異文化交流を経験したい」と類似の「国際理解・国際親善活動・異文化交流」があるが、他の選択肢に比べて回答者は少ない(24%)。一方、今回の調査では「海外生活や異文化交流を経験したい」が約 60%を占めることから、具体的に留学を希望する学生は一般学習者とは傾向が異なり、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、「将来日本で就職したい」を選択した人は、海外の日本語教員(A)は60%(54人)にも上るが、海外の学生(B)は39.6%(135人)、留学生は33.9%(37人)である。

さらに、「日本でしかできない専門的な勉強・研究をしたい」「特に日本で進んでいる分野の勉強・研究をしたい」は、海外の日本語教員(A)、学生(B、C)ともに10~20%前半に留まっている。今回は欧州の回答者が特に多く、アジア圏の回答者数は少ないことから、「日本でしかできない専門的な勉強・研究をしたい」「特に日本で進んでいる分野の勉強・研究をしたい」と回答する人は少数であったものと考えられる。

また、本学 Global Japan Office および Global Japan Desk の拠点を置く海外の高等教育機関のコーディネーターへのインタビューによると、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この国・地域においても総じて高い。そしてアンケート調査と同様に、日本語力の上達や日本文化への関心、異文化体験をしたいという理由で留学を希望する人が多い。大学生は具体的な目的を持って日本語を勉強している人が少なくないため、日本で高等教育を受けることや、特にアジア圏では日本でのキャリアへの興味も見られる。

さらに、JASSO の予備教育機関へのインタビューによると、学部正規生としての入学を目指す学生の志望分野は文系理系を問わず多様である。高い専門知識を身につけるために留学を希望し、将来的に日本での就職を希望している人も多い。



【図 3-1：留学の目的（複数回答可）】

3.2 海外の留学希望者が必要としている情報・サポート

海外の学生には「今ほしい情報」について、留学中の学生には「来日前に知っておけば良かったこと」について質問をした。また、JASSO の国内機関には、海外の留学フェアと国内の進学説明会で学生からよく聞かれる質問について聞いた。

海外の学生は全般的に、総合的な日本語力の向上に目が向いている。学生が学びたいコンテンツの詳細については後述（5 章）するが、特に漢字や語彙の効率的な学習方法や、教材、オンラインコースの情報を求めている。その他には、奨学金制度や留学にかかる費用についても関心が高い。外国人の就職事情やインターンシップ情報、日本で就職するために取得が必要な JLPT のレベルといったキャリアについての興味もうかがえる。海外ならではの意見として、日本で出版された書物の入手方法や、日本語を話す機会を得るためにオンラインで日本人の友達を作りたいという希望もある。少数意見ではあるが、大学で勉強・研究する際の専門用語や、論文の書き方についての情報を求める学生もいる。また、大学院入学志望の学生は、指導教員にどうやってアプローチすれば良いのかを知りたがっている人が多い。

留学生は、滞日経験に基づく意見が多い。特に漢字についての言及が目立ち、「日常生活で漢字がこんなに必要だとは知らなかった」、「留学前にもっと漢字を勉強しておくべきだった」という声もある。生活面に関しても具体例が多く見られる。コンビニやレストラン、病院で使う日常的な会話表現、スーパーで目にする野菜や魚の名前、日本の気候の情報（夏の暑さ）、オンラインストアでの決済方法、銀行口座の開設にかかる時間、部屋探しに必要な日本語、等である。これらに加え、一般的な教材には載っていない日本のマナ

一や、日本語は話す相手や状況によって様々なタイプがあること、困ったときのサポートの求め方、日本は思った以上に英語が通じないことについても知っておきたかった、というコメントもある。留学初期は不安が大きいと、自信を持てるようなメンタル面でのサポートもほしかったという意見も特筆に値する。

3.3 国内外の日本語教育における課題

3.3.1 学部正規生としての留学を目指す学生に関する課題

JASSO 海外事務所および国内の予備教育機関へのインタビューによると、大学入学のために受験する日本留学試験（以下、EJU）の障壁が非常に高い。

まず、海外にいる学生は、大学入学のために日本語を早く習得したいが、そのレベルに達するまでにどのくらいの時間がかかるかわからないという、漠然とした不安を抱えている人も少なくない。また、非漢字圏の学生を中心に、漢字習得、そして読解問題に大きな困難を感じている。日本語のみならず、基礎科目の学習もハードルが高い。中等教育課程で扱う学習項目の範囲が国によって異なるため、日本との差を埋める必要がある。来日後の予備教育期間内に、日本語の習得に加え、希望分野の基礎科目を日本語で学んでいくのは、学生にとって非常に負担が大きい。来日前には EJU 試験自体に対する知識が少ない学生が多く、EJU 対策の教材・オンラインコンテンツも豊富ではないため、来日前からの準備がなかなか難しい。

続いて、実際に出願をする際の手続きにも困難を抱える学生が少なくない。募集要項の日本語が難解である上、大学ごとに内容が異なるため、学生に出願準備の指導をするのにも非常に手間がかかる。

さらに、大学院入試に必要な研究計画書の作成に関しては、JASSO が作成した教材があることや、サンプルを Web 上で公開しているという情報も、海外の学生に対してまだ十分に周知されているとは言い難いのが現状である。

また、予備教育課程に在籍する留学生に関しては、日本語と基礎科目の指導のみならず、生活指導を含む心のケアの必要があることも、教育関係者から言及があった。

以上の内容に加え、そもそも日本留学にはどのようなメリットがあるのか、日本の大学でどのような勉強ができるのか、そのためにどのような日本語をどの程度身につければ良いかについて、学生にもわかりやすく、アクセスしやすい形で情報を発信していくことが、学部正規留学生を増やす大前提として必要であろう。

3.3.2 海外の大学生の日本語学習における課題

海外の日本語教員には、学生が日本語学習をする上でどのような困難点があるか質問した。多くの教員が、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を挙げている。それに関連し、会話力と聴解力の向上が難しいというコメントが多い。また、漢字の習得が非常に困難であるという意見も多い。学習環境の面では、教材が

足りない、教材が高価で入手しにくいという点も複数の教員が言及している。全て、海外ならではの課題である。

4. 海外におけるオンライン学習

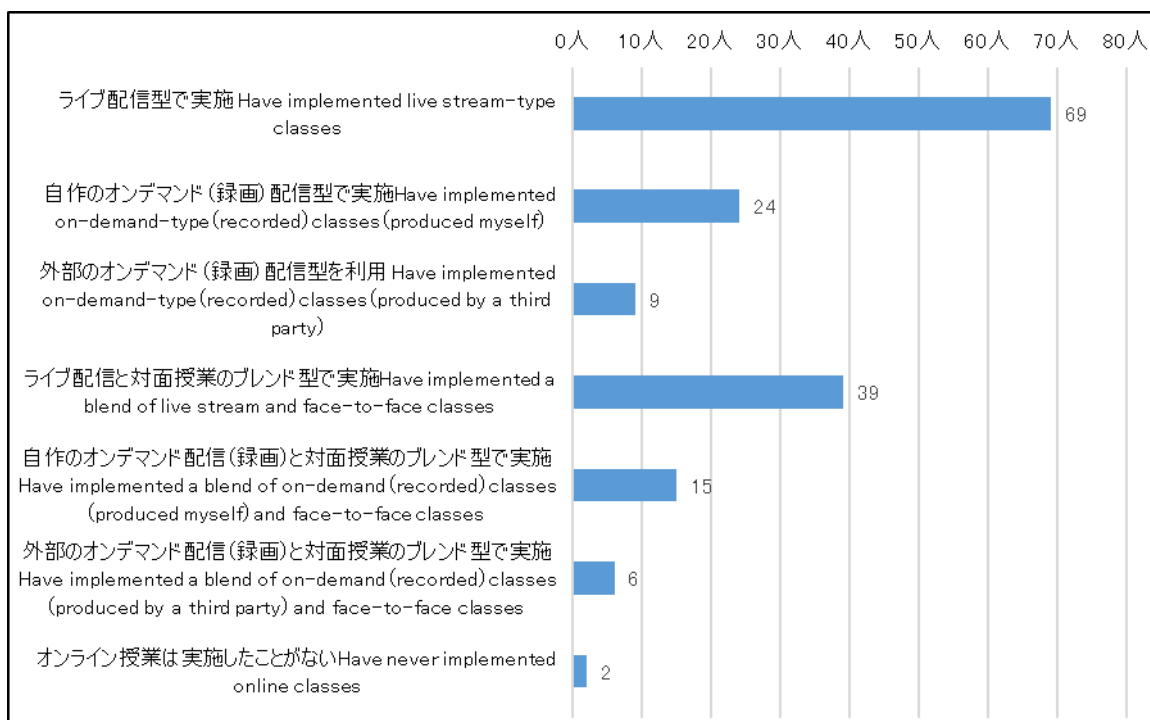
4.1 海外におけるオンライン学習の現状

4.1.1 海外の高等教育機関におけるオンライン授業の実施状況

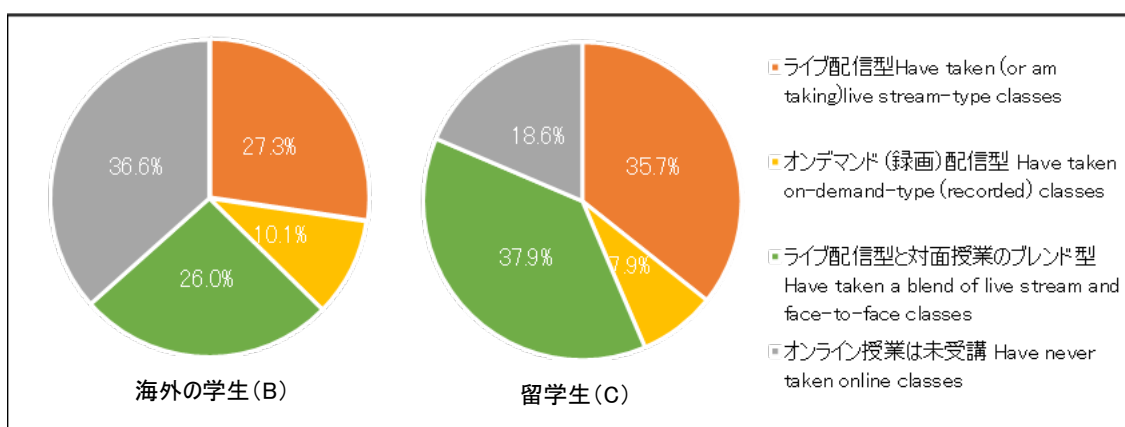
海外の日本語教員（A）に日本語のオンライン授業の実施有無について質問したところ、未実施と回答したのは 2 名（2.2%）のみで、ほとんどの教育機関で何らかのオンライン授業の実施経験があることがわかった。JF の 2021 年度「海外日本語教育機関調査」では、全機関の 63.1%がオンライン授業の実施経験があり、教育段階別では高等教育での実施率が 78.7%で一番高いと報告されている。今回の調査結果では、実施率が更に高い。海外の高等教育機関および JF 海外事務所へのインタビューによると、コロナ禍で授業のオンライン化が一気に進んだため、現在はオンライン授業という授業形態は一般的になり、学習者もそのような授業スタイルに抵抗がなくなってきたようである。

続いて、海外の学生（B）と留学生（C）の日本語のオンライン授業の受講経験について、海外の学生（B）は、「オンライン授業は未受講」が 36.6%（142 人）で最も多い。留学生（C）は「ライブ配信型」と「ライブ配信型と対面授業のブレンド型」が、ともに 40%弱を占める。オンライン授業未受講者の地域別割合を見ると、北米、欧州、中南米、アフリカの順で多く、アジアの学生に比べて比率が高い。

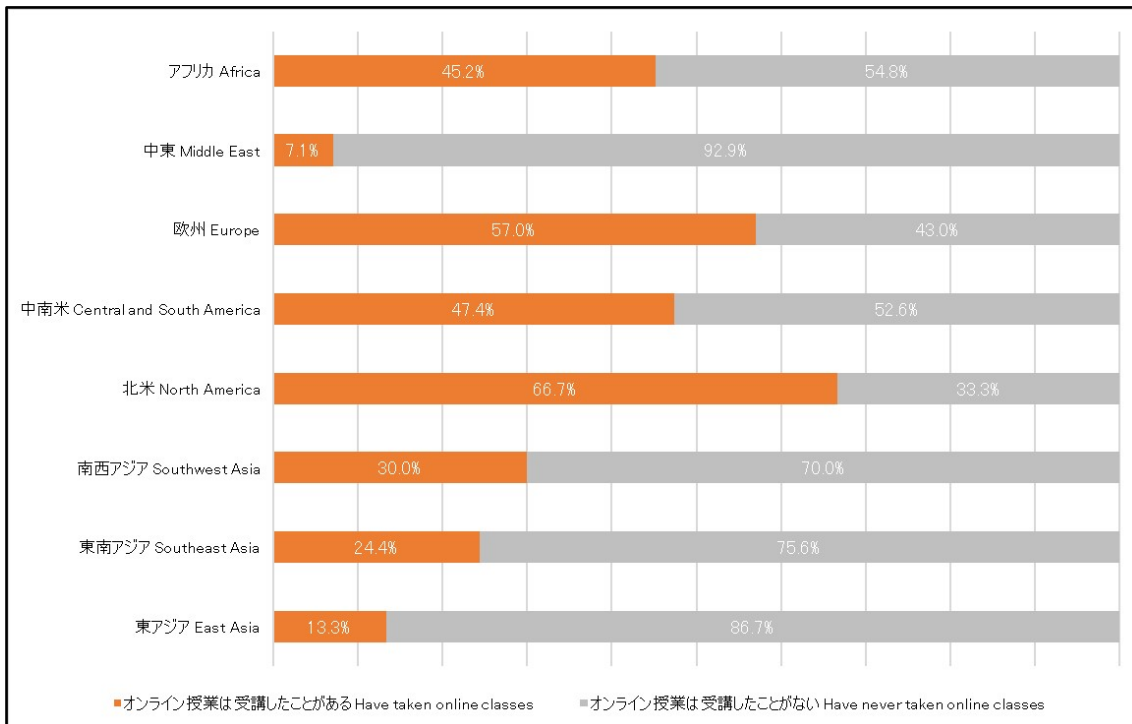
海外の学生（B）のオンライン授業未受講者（計 142 人）の内訳は、アフリカ 14 人、欧州 65 人、中東 2 人、中南米 36 人、東アジア 2 人、東南アジア 20 人、南西アジア 3 人、北米 2 人である。各国・地域または各大学のインターネット環境の状況や、大学の方針によるところも大きいと思われる。



【図 4-1：日本語オンライン授業の実施有無 海外の日本語教員 (A) (複数回答可)】



【図 4-2：日本語オンライン授業の受講経験 学生 (複数回答可)】



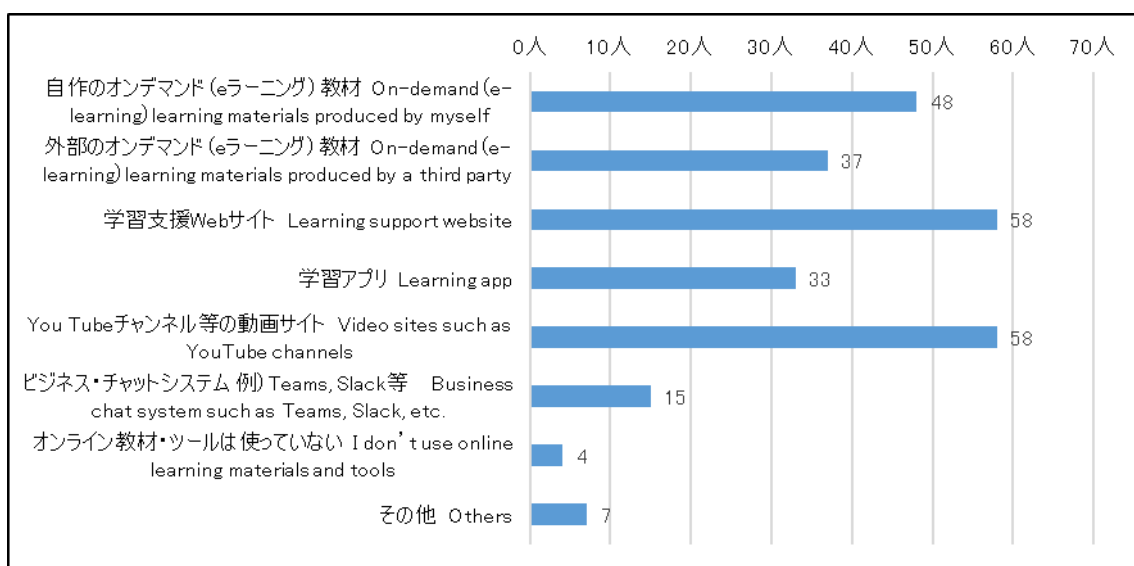
【図 4-3：日本語オンライン授業未受講者の地域別割合 学生】

4.1.2 海外の高等教育機関におけるオンライン教材・ツールの利用状況

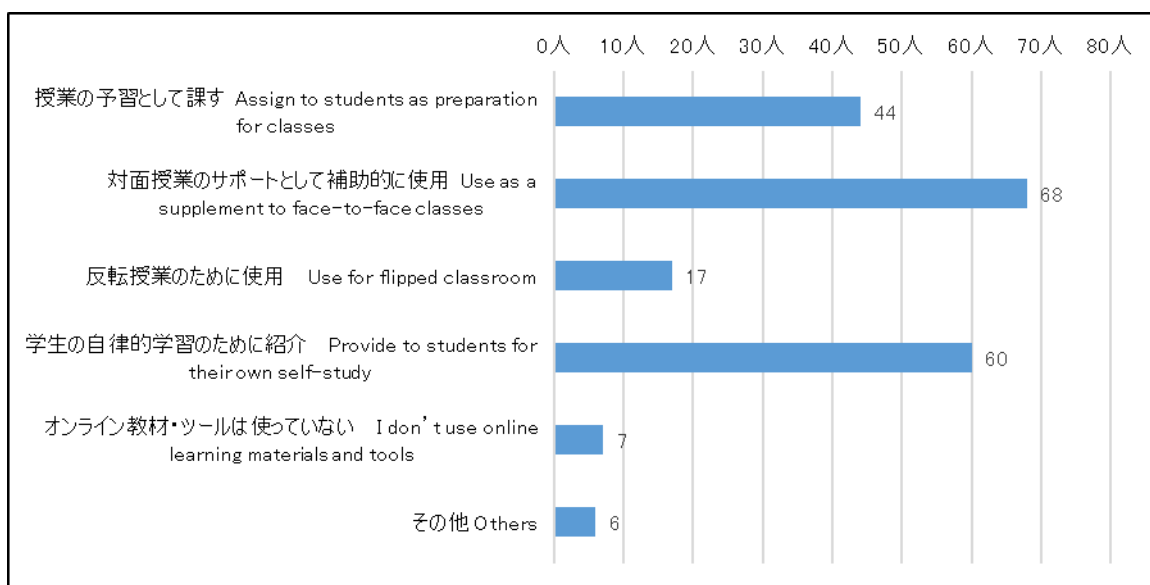
海外の日本語教員に、授業中に使用するオンライン教材・ツールについて質問した結果、「学習支援 Web サイト」と「YouTube チャンネル等の動画サイト」がいずれも 58 人（64.4%）で最も多い。その他の教材・ツールの利用も少なくない。海外の高等教育機関の日本語の授業においても、様々なオンライン教材・ツールが活用されていることがわかる。また、インタビューによると、NHK for school や JF の教材等、高等教育機関では信頼性の高い教材を使う場合が多く、Quizlet、Kahoot! のようなゲーム性のあるアプリを導入して復習、ドリルとして活用したり、Podcast を自作したりする実践も行われている。

続いて、日本語オンライン教材・ツールの使用目的は、「対面授業のサポートとして補助的に使用」する人が 68 人（75.6%）で最も多く、次いで「学生の自律的学習のために紹介」するが 60 人（66.7%）、「授業の予習として課す」が 44 人（48.9%）の順が多い。

海外の高等教育機関へのインタビューによると、授業中のみならず、反転授業や予習復習として自宅でオンライン教材・ツールの利用を生徒に課すケースもある。海外の日本語教育現場において、教員が多様な目的でオンライン教材・ツールを活用していることが確認できる。



【図 4-4：授業で使用しているオンライン教材・ツール
海外の日本語教員 (A) (複数回答可)】

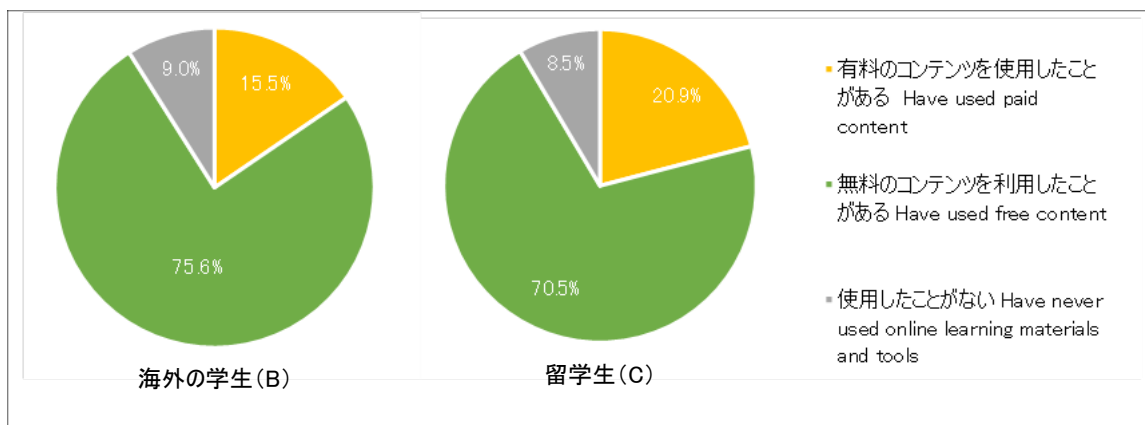


【図 4-5：オンライン教材・ツールを使用する目的
海外の日本語教員 (A) (複数回答可)】

4.1.3 学生のオンライン教材・ツールの利用経験

学生に対しては、日本語を自学自習で学ぶウェブコンテンツやアプリ等、オンライン教材・ツールの利用経験について質問した。「無料のコンテンツを利用したことがある」人は、海外の学生 (B) が 75.6% (303 人)、留学生 (C) が 70.5% (91 人) で、ともに 70% を超えている。有料のコンテンツ利用者は、海外の学生 (B) も留学生 (C) も 20% 程度であり多くはない。

また、教育機関は把握しきれていないが、多くの学習者はアプリを活用して独自に自学自習を行っているようである。特に、辞書はオンラインやアプリを使用する人が多く、無料学習アプリの「Duolingo」は国・地域を問わず名前が挙がった。文法の学習等にYouTubeの動画を利用している学生も少なくない。地域によっては日本人のみならず、現地出身のYouTuberが作成する動画も影響力がある。海外の教員らによると、テキストを読むよりも動画を視聴して内容を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。



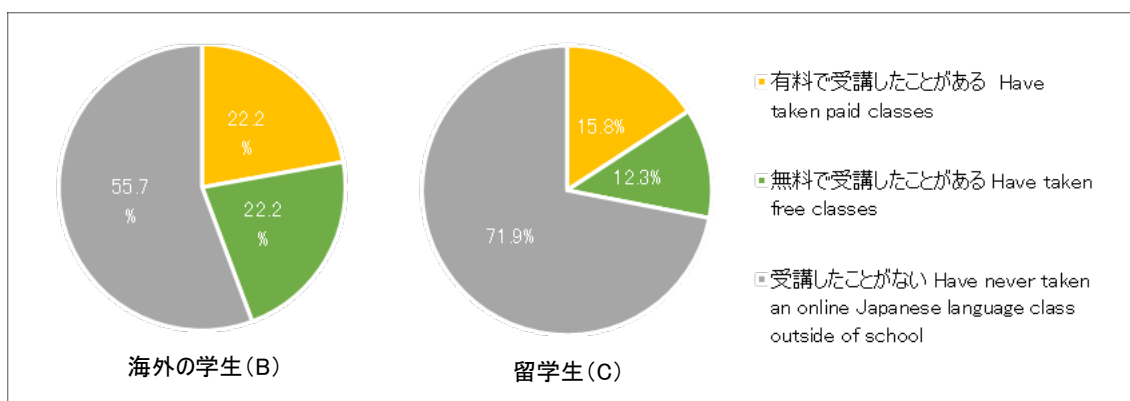
【図 4-6：学生のオンライン教材・ツールの利用経験 学生（複数回答可）】

4.1.4 学生のオンライン授業（大学の授業外）の受講経験

学生に対して、大学の授業外でオンライン日本語授業（ライブレッスン、教師サポート付きオンラインコース等）を受講した経験があるか質問したところ、「受講したことがない」と回答した学生が多く、海外の学生（B）は 55.7%（206 人）、留学生（C）は 71.9%（82 人）にも及ぶ。受講経験がある学生の割合は、海外の学生（B）の方がやや高く、有料受講、無料受講ともに 22.2%（82 人）である。

上述の通り、オンライン教材やツールの利用は国内外問わず活発に行われているが、大学の授業外でのオンライン授業の受講は、無料でもまだ一般的だとは言えないだろう。

また、受講経験がある学生には、どのような授業を受講したかも自由記述で回答してもらったところ、授業形態はグループレッスン、個人レッスンのどちらも同程度あり、JF の「まるごと日本語オンラインコース」や日本の大学、国内外の語学学校が提供するコースの受講者もいる。学習内容は、文字、会話、文法、文化、JLPT 対策等、多様である。



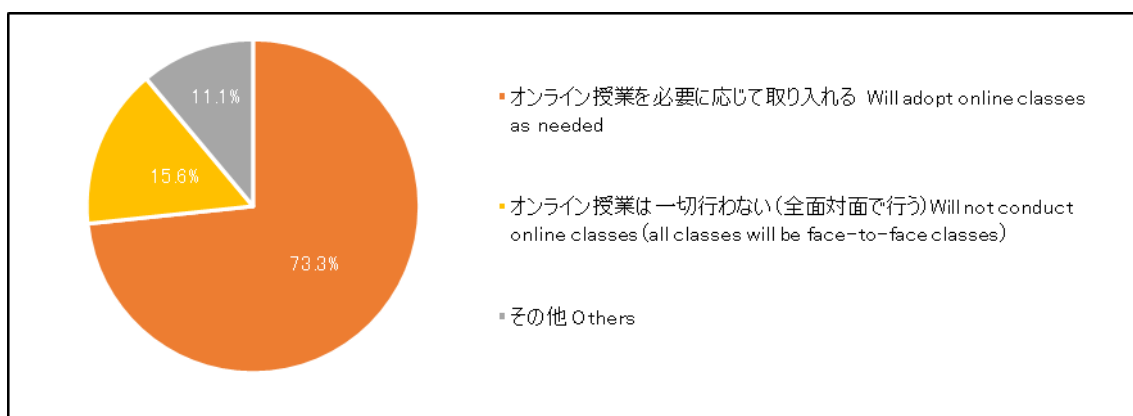
【図 4-7：オンライン授業（外部）の受講経験 学生（複数回答可）】

4.2 海外におけるオンライン授業についての今後

4.2.1 オンライン授業についての海外の高等教育機関の方針

新型コロナウイルスの感染状況が一段落してきた中で、海外の日本語教員に今後のオンライン授業についての予定や方針について質問した結果、73.3%（66人）が「オンライン授業を必要に応じて取り入れる」と回答した。オンライン授業の経験が積み重なってきたことから、オンラインの良い部分を取り入れていこうという姿勢がうかがえる。「その他」の11.1%（10人）の意見は、「主に大学の方針でオンライン授業は出来るだけ避けることになっている」、「大学にインターネット環境がないため実施が難しい」等である。「オンライン授業は一切行わない（全対面で行う）」と回答した15.6%（14人）の理由にも、この2点が含まれていると考えられる。

海外の高等教育機関へのインタビューでは、対面授業に戻ってきている国・地域がほとんどである。とはいえ、一部では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する等、全ての地域でコロナ禍以前の対面授業のスタイルに完全に戻ったわけではない。JF 海外事務所へのインタビューによると、オンライン授業を実施したことで遠方の学習者や社会人にも日本語学習の機会が広がり、さらにはオンラインのイベントで日本からの参加者も巻き込めるようになった等のメリットがあった。インターネット環境や、対面とオンラインの両方を運営する人的リソース確保の問題等がない場合は、オンライン授業の形態も取り入れていく方針の国・地域が多い。



【図 4-8：日本語オンライン授業に対する今後の希望・予定 海外の日本語教員 (A)】

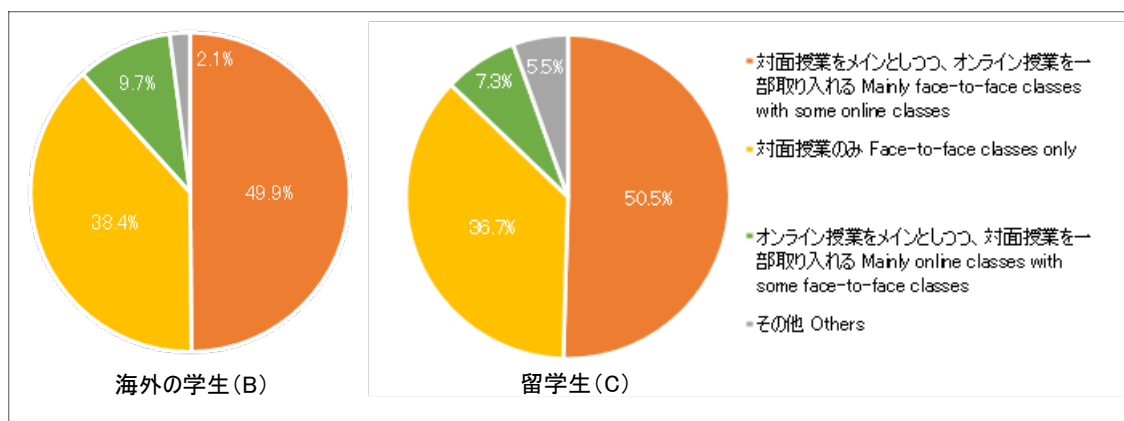
4.2.2 学生が希望する日本語授業の受講スタイル

学生に対しては、日本語の授業はどのようなスタイルで学ぶのが効果的か質問した。海外の学生 (B) も留学生 (C) も、「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」と回答した人が最も多く、いずれも約半数を占め、次いで「対面授業のみ」と答えた人がそれぞれ 40%弱である。「その他」を選んだ人は、「学生による」「教師と学生の意向による」「どちらでも構わない」「どちらでも効果的だ」「半分ずつが良い」「学習者がどちらが良いか選ぶべきだ」とコメントしている。

さらに、その選択肢を選んだ理由を自由記述でも回答してもらった。まず、海外の学生と留学生の回答内容に大きな違いや特徴は見られなかった。「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」と回答した学生のほとんどは、基本的には語学の授業は対面授業ですべきで、教室での教師やクラスメートとのやりとりが重要だと主張する人が多い。一方で、オンライン授業のメリットへの言及も多く、通学時間や労力の節約のみならず、「クラス内の交流が盛んであればオンラインでもうまく学べる」、「多様な学び方が提供されれば効率的に学習できる」、「文法やリスニングはオンライン (オンデマンド)の方が自分のペースで進められるので学びやすい」、「他の国にいる学生とも一緒に学べる」、「オンデマンドでは自分の興味のあるトピックを選んで学べる」、「反転授業の授業方式が効率的だ」等の意見が出た。大学での対面授業に加えて、自宅でオンライン (オンデマンド) で復習をしたり、外部のオンライン授業を受講して更に高いレベルを目指したりと、オンライン (オンデマンド) 授業を補助的、補足的な役割として積極的に活用しようとする学生もいることがわかった。

さらに、「オンライン授業をメインとしつつ、対面授業を一部取り入れる」と回答した学生からは、「一人で勉強する方が自分には合っている」、「離れた場所にいる優秀な専門家から学べる素晴らしい方法だ」、「オンライン授業ではインターネット上で即時に調べたり、AI を駆使したりして自分の考えを正しくまとめ、その過程で学ぶことができる」という意見が出た。

教員と同様に、学生もコロナ禍でオンライン（オンデマンド含む）授業によるメリットや効果を実感した人が増え、対面授業のみならず、多様な学習方法・形態が受け入れられるようになってきたと推察されるため、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期待される。



【図 4-9：日本語を学ぶのに効果的な授業スタイル 学生】

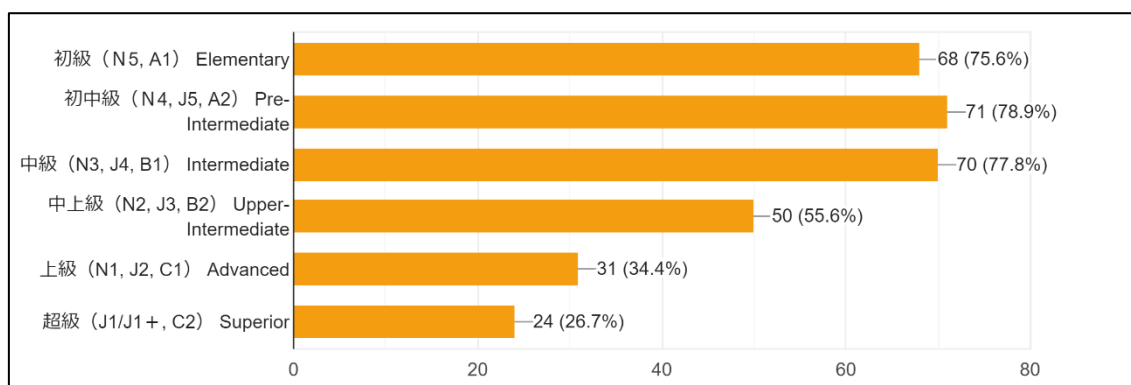
5. 今後に向けた提言

5.1 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

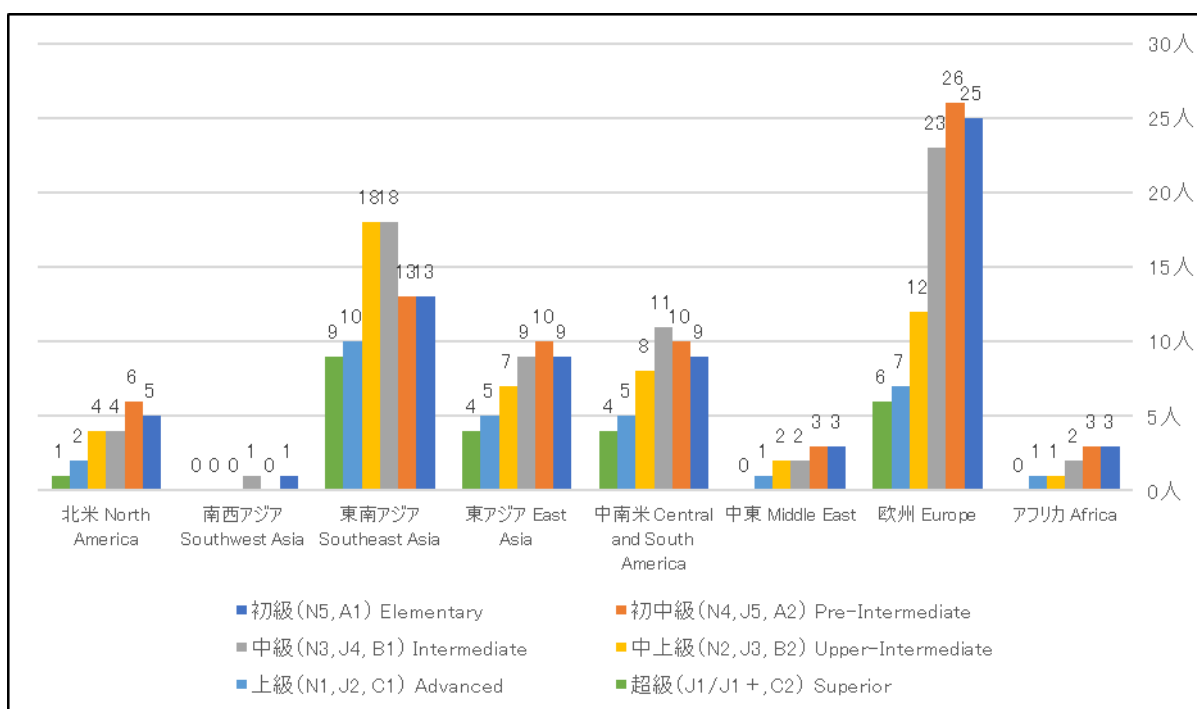
5.1.1 オンライン教材・ツールのニーズがある日本語レベル

海外の日本語教員に、日本語オンライン教材・ツールを提供する場合、どの日本語レベルのニーズがあるかを聞いたところ、「初級」「初中級」「中級」までがそれぞれ 80%近くを占め、「中上級」以上のニーズはさほど高くない。

続いて、地域別のレベルの内訳は、回答者の所在地域の偏りが大きいものの、欧州は「初級」～「中級」まで、東南アジアは「中級」～「中上級」のニーズが高いと言えそうである。



【図 5-1：オンライン教材・ツールのニーズがある日本語レベル
海外の日本語教員 (A) (複数回答可)】



【図 5-2：地域別オンライン教材・ツールのニーズがある日本語レベル
海外の日本語教員 (A) (複数回答可)】

5.1.2 海外の学生が身につけたいと思っているスキルや知識

海外の学生に対しては「身につけたいスキル」について、参考として、留学生には「日本で受けて良かった授業、役に立った授業（オンライン授業に限らず）」について自由記述形式で回答してもらった。

海外の学生も留学生も多種多様な意見があるが、「漢字」を挙げる学生がどちらも比較的多い。また、海外の学生に関しては、紙媒体の教材（主に総合教科書）では得にくい情報や習得が難しい項目へのニーズが高いようである。例えば、同音異義語、多義語、言葉の使い分け、話し言葉、若者言葉・スラング、アカデミックライティング等である。

一方、留学生の回答の多くは、「これまで受けた授業は全て役に立った」と「対面授業」である。内容に関しては、読む、書く、文法、語彙、リスニング、スピーキングのスキルを統合した総合的な日本語や、ディスカッション・会話、という回答が多い。一方で、特定の目的を持つ学習項目の言及も少なくない。例えば、アカデミックライティング（レポートや先生に送るメール）、プレゼンテーション、プロジェクトワークといった大学生活に深く関係するものや、敬語やビジネス日本語といったキャリアに関係するもの、芸術史、古文、翻訳といった専門的な分野である。また、タンデム学習、日本人学生との協働プロジェクト、文化体験といった、日本に滞在しているからこそできる活動、日本人と直接交流する活動も有意義だと感じている。そのほか、日常生活での自己紹介、買い物、道を尋ねる等、実践的な日常生活の言語スキルに焦点を当てた授業や、日本の社会的な暗黙のル

ールやコンテキストを説明する授業についても有意義だったという回答がある。

オンラインでもできること、オンラインでこそできることは何かを見極め、そのコンセプトが十分に学習者に伝わるようなオンライン教材・ツールを作成していくことが重要であろう。

5.1.3 ニーズのあるオンライン学習コンテンツ

オンライン教材・ツールで、どのような学習コンテンツがあると良いか質問したところ、いずれの回答者も、「書く」が他の項目に比べるとやや少ないが、それ以外は大差がない。海外の日本語教員（A）の上位2つは「聞く」（68人、75.6%）と「話す」（66人、73.3%）、海外の学生（B）は「語彙」（259人、76%）と「聞く」（257人、75.4%）、留学生（C）も「語彙」（76人、69.7%）、「聞く」（74人、67.9%）である。日本語教員と学生で若干のニーズの違いがあることがわかった。

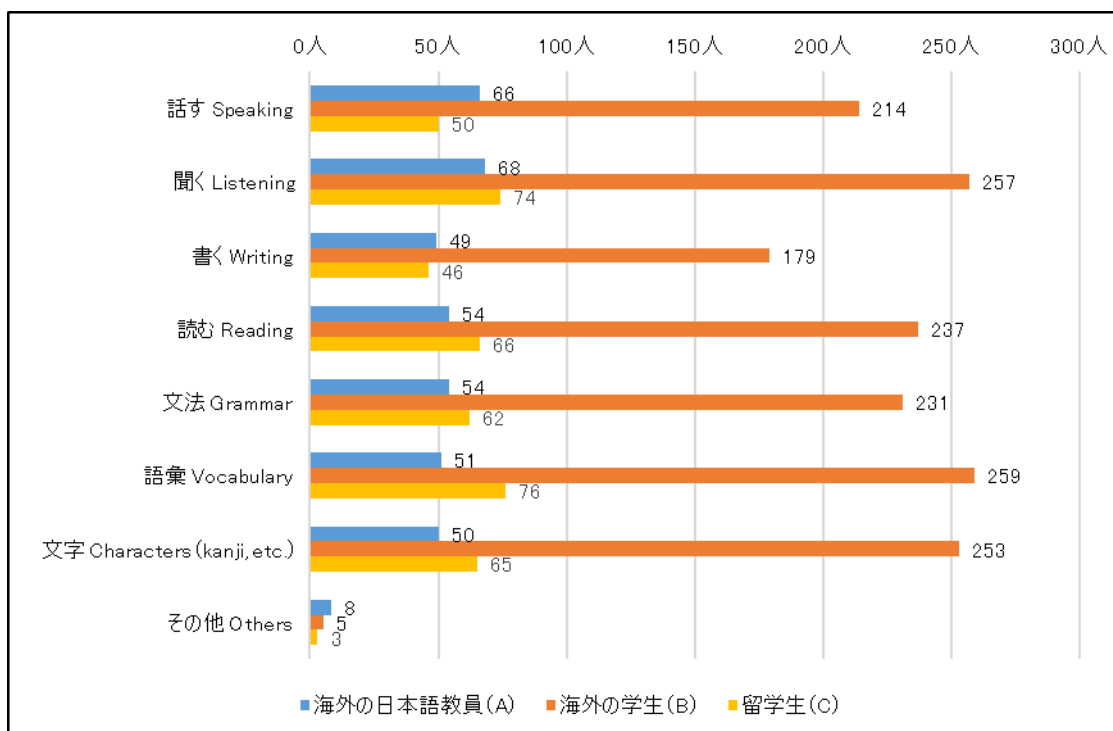
具体的にどのようなコンテンツがあれば良いか聞いたところ、回答内容は千差万別かつ非常に具体的であるが、海外の日本語教員も学生も漢字教材・学習ツールへの言及が比較的多く見られる。

海外の日本語教員は、日本文化や最新の日本事情を紹介するコンテンツの希望も多い。他の例としては、自然な日本語会話のビデオ、文法解説（使用状況や例文が豊富なもの）、発音教材、語彙教材（コロケーションが豊富なもの）、読み物（初級、中級以上）、ディクテーション教材、論文の書き方をはじめとする特定の目的を持った教材、一人でも会話練習ができる教材、等である。学生に見せる様々なレアリアをまとめたカタログのようなもの、というユニークなアイデアもある。コンテンツの内容ではなく、クイズやテスト、模擬試験のオンライン教材・ツールがあると便利だという意見や、紙媒体の教材と一緒に教室で使える補助的な教材があれば良いという意見もある。

また、機能面に着目した例では、自身の間違いや学習の進捗状況がリアルタイムで把握できるもの、SNS 機能を備えた教材、ポートフォリオ機能があるもの、等がある。一つ一つを短時間でこなせる教材が良いという声もある。オンライン教材・ツールは既に世の中に満ち溢れているため、オンライン学習のための手引きが必要だ、という意見も注目すべきではないだろうか。

一方、学生は教材・ツールの形式に注目する人が多く、動画（YouTube）、アプリを中心に、音声、Podcast が良いという回答が目立つ。視聴覚媒体のみならず、テキスト媒体（e-book、読み物）のリクエストもかなり多い。また、日本に滞在中の留学生よりも、海外の学生の方が多様なコンテンツを求めている。文法やリスニング教材のニーズが高いが、その他にも語彙、会話、読解、文章表現、敬語、発音（フィードバックが得られるもの）、JLPT 対策等、多くのカテゴリーに言及がある。実際に使用しているオンライン教材・ツールの名前を挙げる人も多く、NHK や JF の教材をよく使っているというコメントも見られる。小テスト、模擬テスト、フラッシュカードといった実力のチェックや学習の補

助的な役割を果たすもの、フラッシュカードやテストを自ら作成できるツールを求める人もいる。また、機能面に着目し、ロールプレイやチャット等の双方向性があるもの、ゲームのように楽しく学習できるものを求める意見もある。留学生も、海外の学生の意見と大きな違いはない。ただし、日常生活でよく使われる実践的な会話、文章の微妙なニュアンスの違いがわかる教材等、現在日本で生活しているため、実生活に密接に関連したコンテンツへの言及が、海外の学生よりは多く見られる。



【図 5-3： あれば良いと思う技能別オンライン学習コンテンツ（複数回答可）】

5.1.4 オンライン教材・ツールに求められる諸条件

海外の日本語教員と学生および留学生に対して、オンデマンド教材の動画の時間と、オンライン教材・ツール利用の条件について質問した結果を紹介する。

オンデマンド教材（動画）を視聴する場合、1つあたりどのくらいの時間のものか質問した。なお、海外の日本語教員には、授業で活用する前提で、望ましい動画の再生時間を聞いた。学生は、海外の学生（B）も留学生（C）も「～10分」が一番多く、海外の学生（B）は44.9%、留学生（C）は57.8%にも及ぶ。2番目に多い回答は、海外の学生（B）も留学生（C）も「～30分」で同じである。一方、海外の日本語教員（A）は授業中に使用するという条件もあつてか、最も多いのは学生と同様に「～10分」（44.4%）であるが、2番目は「～5分」で、34.4%をも占めている。「その他」の意見として学生からは、「内容次第である」、「途中で休憩があれば良い」、海外の日本語教員からは、「聴解の練習で使うには1～2分程度が良い」というコメントがある。

学生のコメントにあったように、動画の内容によるところも大きいですが、概して 1 つの動画は 10 分以内に収めるのが望ましいだろう。

続いて、オンライン教材・ツール利用にあたっての費用面での条件について、海外の日本語教員 (A)、海外の学生 (B)、留学生 (C) のいずれも「有料なら使わない」と回答した人が最も多く、日本語教員 (A) は過半数を超えている。海外の学生 (B) と留学生 (C) はともに 40%程度である。ただし、学生は「買い切り制 (ダウンロード販売)」の回答者も同程度いる。「定額制」を選択した人とあわせると過半数以上になり、「有料なら使わない」の回答者よりも多い。したがって、無料のオンライン教材・ツールに手軽にアクセスし、ダウンロードできる現在、有料コンテンツのハードルは高いものの、特に学生は有料コンテンツでも使おうという人がいることがわかる。また、「定額制」か「買い切り制」かについては、「買い切り制 (ダウンロード販売)」を支持する人の方が、(A) (B) (C) どの回答者も多い。

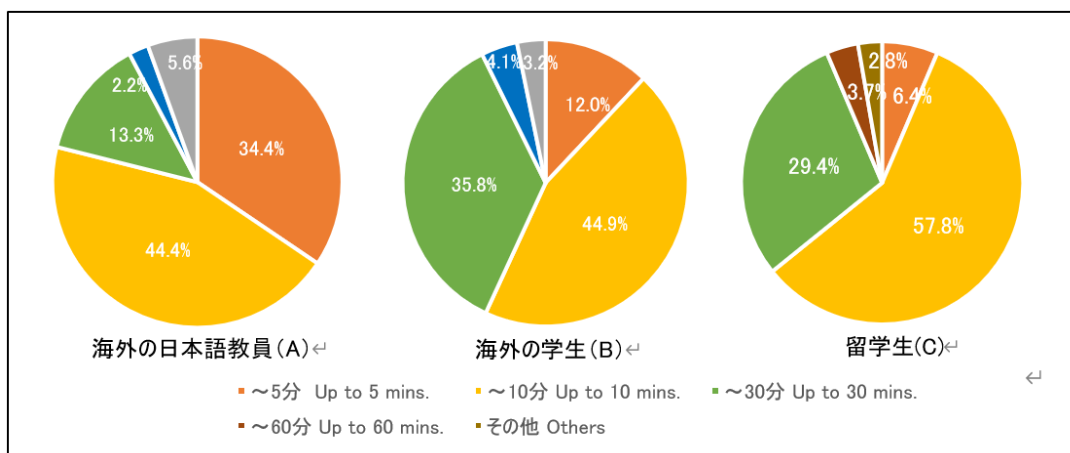
「その他」の意見も注目に値する。海外の日本語教員 (A) からは、「時間はかかるが教材は自分で作る方が良い」、「内容次第」、「無料でお試しできると良い」、「有料オンライン教材・ツールへの予算がない」といったコメントがある。海外の学生 (B) は、「無料で試してみても金を出さずに値すると思えば買う」、「有料であればオンラインだけでなくオフラインでも使える仕様になっていると良い」、「有名でアクセスしやすい YouTube 等の動画が好ましい」、「よほど素晴らしいコンテンツで自分に必要であって安価でない」と有料コンテンツは使わない」という意見も見られる。留学生 (C) の意見は少数だが、「いつでもキャンセルできる定額制が良い」、「特定のトピックについて他に無料のコンテンツがなければ買う可能性がある (ほとんど全てのトピックに無料のコンテンツが存在する)」等である。

オンライン教材・ツールを有料にする場合は、それだけの価値がある内容であることをよく伝えることは勿論のこと、無料で試せるシステムや、部分的に無料のコンテンツを提供することも検討すべきであろう。

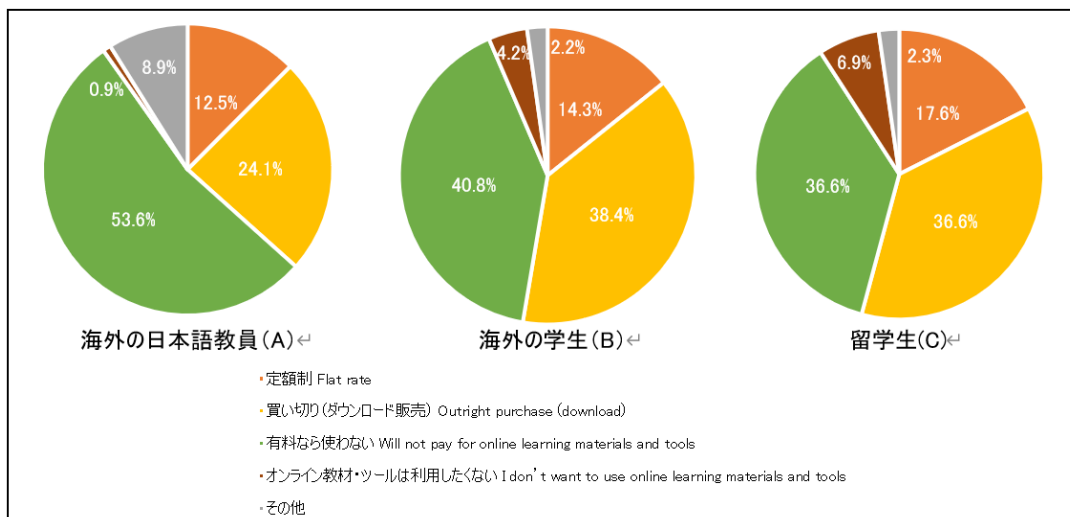
次に、海外の日本語教員 (A) に対してのみ、費用以外のテスト等の利用条件についても質問した。「小テストや課題、修了試験」が「ない」より、「ある」を支持する人の方がずっと多い。また、オンライン学習で近年注目を浴びているオープンバッジに関して、「オープンバッジが発行される」と回答した人は 25 人 (27.8%) である。地域別の内訳は、アフリカ 1/3 人、欧州 8/32 人、中東 1/3 人、中南米 4/12 人、東アジア 4/11 人、東南アジア 5/22 人、北米 2/6 人であり、地域による特徴は見られない。

「その他」の意見も一部紹介したい。「範囲を決めて自由にテスト作成ができる」、「無料で使えて信頼性がある」、「注意点や成果がフィードバックされる」、「授業の補助的なものとして使うので特に条件はない」等のコメントがある。

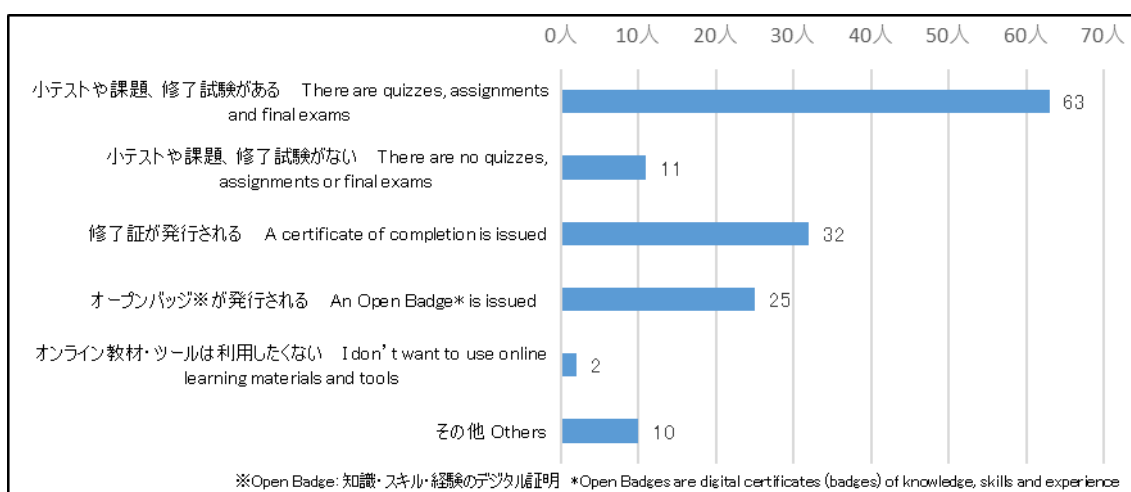
以上の結果とコメントは、単体の教材よりも、主にコース教材として提供する際に参考となる。



【図 5-4 : オンデマンド教材 (動画) の望ましい再生時間 学生】



【図 5-5 : オンデマンド教材・ツール利用の条件 (費用面) (複数回答可)】



【図 5-6 : オンデマンド教材・ツール利用の条件 (小テスト等) 海外の日本語教員 (A) (複数回答可)】

5.1.5 ライブ型オンライン授業実施にあたっての留意点

「4.1.1 海外の高等教育機関におけるオンライン授業の実施状況」において、ほとんどの高等教育機関でライブ型のオンライン授業の実施経験があることを示した。ある地域の海外事務所では、オンライン授業化することで、元々人数が多くない中級レベルの学習者を全国的に掘り起こして参加してもらえるようになったという。しかし、「4.2.2 学生が希望する日本語授業の受講スタイル」で、多くの学生がライブ型のオンライン授業について、「気が散って集中しにくい」、「クラスメートや教員とのやりとりが希薄になりがちだ」という2点を主なデメリットとして挙げている。それに関連して、海外の高等教育機関や海外事務所の日本語教員側からは、「受講者が参加しているかや、積極的に参加できているかが確認しづらい」、「クラス全体に目が配れない」、「受講者同士の交流が見えにくく繋がりも弱い」、「オンラインでのテスト実施は難しい」という課題も指摘されている。インターネット環境等の技術的な問題以外で、これらのオンライン授業特有の課題に対処すべく、主に海外事務所から寄せられた工夫を紹介したい。

まず、ライブ型の授業は集中力が続かないという点に関して、「オンラインの特性を生かしたゲームを授業に積極的に取り入れる」、「最初の頃は授業時間を短めに設定し、少しずつ時間を延ばすようにする」という例がある。授業にメリハリをつけ、全てをライブ授業内で完結しようとししない取組みもある。例えば、授業前にオンラインリソースを共有することで、文法の説明を省き、見ればわかる質問で授業時間を使わないようにするという工夫である。あらかじめ様々なリソースを提示しておくことで、授業以外の時間で学習者が自分で選択してオンライン上の情報を見ることができるようになることも大切であろう。文法や語彙等、自分で学習できる部分は事前に副教材を配って予習してきてもらい、授業中はアウトプットを中心に行うようにする工夫は、多くの機関で行われている。

クラスの雰囲気作りや学習者間の交流促進に関しては、バーチャルスタディースペースを置いて教室外で話す機会を提供するという事例もある。加えて、クラス管理もオンラインツール（Google Classroom や Facebook Group 等）を利用して、教員がこまめに個別連絡、個別対応を行うことも重要である。また、クラス毎に掲示板ツール（Padlet 等）を設定し、宿題や各種連絡もそのツール上で行っているという事例もある。学習者同士の横の繋がりをつくるのが難しいため、クラス共通の「ここに行けば全部わかる」というところを作ると良いだろう。

以上の工夫は、ライブ型オンライン授業だけでなく、一部スクーリングのあるオンデマンド講座等の運営にあたっても参考となる。

5.1.6 海外の学生にとって関心が高いテーマや好まれる学習スタイル

海外の高等教育機関、海外事務所、東京外国語大学留学生日本語教育センターへのインタビューによると、国・地域を越えてアニメやマンガをきっかけに日本や日本語に興味を持つ人が全体的に多いものの、日本語学習を始めた学生が関心を持つテーマは多種多様で

あり、テーマに共通性は見られない。日本での就職を考えている人は日本の経済やビジネスマナーに興味を持ち、母国の大学で文学部に所属している学生は日本の文学にも関心が高い。現在の大学生の世代は、各自が好きなものを自分で見つけて究めていく傾向があり、はやり廃りは関係なくなってきたという指摘もある。

もともと、特に海外の学生は、同年代の日本の大学生の生活や、紙媒体の教科書ではわからない最新の日本事情等、日本の「今」に関心を持ちやすい傾向がある。

学習スタイルも多様化している。オンライン教材・ツールをうまく取り入れて、自らの学習をカスタマイズする学生も大勢いる。また、前述の通り、動画形式の教材を求める声が多いことからわかるように、動画を見て日本語を学習するスタイルはもはや一般的になっていると言えるだろう。とはいえ、数多くの学生が対面授業におけるインターアクションの重要性も強く感じており、一人ではできない協働学習を好む学生も多いようである。

5.1.7 日本語教員向けオンライン教材・ツールのニーズ

海外の日本語教員に、自身のブラッシュアップのために日本語オンライン教材・ツールがあれば使用したいかを聞いた。既に使用している人を含め、93.3%が「使用したい」と回答したことから、教師向けコンテンツのニーズは非常に高いことが明らかになった。

具体的にどのような教材・ツールがあればよいか質問したところ、多種多様な回答を得た。その多くに共通するのは、最新の情報を得たいということである。例えば、新しい教授法や漸進的な授業実践、注目されている論文の紹介、日本における日本語教育を取り巻く政策や時事問題について学んで意見交換できる場の設定、等である。また、授業運営のノウハウに関する情報も必要とされている。例えば、口頭試験のアイデアやデモンストレーションの動画、素材集の使い方紹介等である。オンライン教材・ツールの活用方法の手引きを求める声もある。オンライン教材・ツールを使った具体的な授業例の紹介、わかりやすく見栄えのするオンライン教材（動画）等の作成方法、ChatGPT 講座などの AI 関連教材・ツールの活用方法等である。その他、学生からよく聞かれる質問集、中上級の文型表現の比較ツールと試験を作るための問題データベース、意外なシチュエーションの会話例、という要望もある。日本語非母語話者の教員からは、日本人教員と会話できる機会がほしいという声もある。

5.2 大学が新たに作成すべきオンライン学習コンテンツ

国内外の日本語教育関係者は異口同音に、コロナの影響でオンラインリソースが激増し、日本語を自学自習する学習者が増えたと述べている。東京外国語大学留学生日本語教育センターによれば、来日前に文字等を学習してくる学生が増え、ゼロレベルで日本語学習を始める学生は少なくなっている。既に JF をはじめとする優れたオンライン教材・ツールが多く存在している中、大学はどのようなレベルを対象としたどのようなコンテンツを新たに作成すべきであろうか。

まず、日本語レベルとしては、中級以上を対象にしたコンテンツが望ましいと考えられる。「5.1.1 オンライン教材・ツールのニーズがある日本語レベル」において、アンケート調査の結果、中級以上のニーズはさほど高くないことを述べた。しかしながら、入門～初級は既にオンライン教材・ツールが充実しているため、大学が新規作成する必要性は決して高くないと思われる。総合的な日本語力の向上を目指す学生には、JF 等の既存の優れた教材を利用・活用してもらうよう紹介するのが効率的ではないだろうか。

海外の高等教育機関と JF 海外事務所・国内機関へのインタビューによると、中級以上でアカデミックやビジネス等、特定の分野を深掘りした教材のニーズがありそうである。日本語が中級以上のレベルに達している大学生は、特定の目的を持って学習している場合が多いため、プレゼンやレポート作成等、アカデミックな学習につながるコンテンツがあると良いだろう。これらは、「5.1.2 海外の学生が身につけたいと思っているスキルや知識」において、留学生が役に立ったと感じた授業内容でもある。同時に、海外の学生が求めている、紙媒体の総合教科書では得にくい情報を含んだコンテンツでもあると言えよう。

また、上級日本語は海外の多くの大学では授業で教えることができず、学習者は自分で勉強するしかないが、教材も豊富ではないという意見もある。一部の海外事務所からは、上級レベルになると一般向けの講座では自分が学びたいレベルやコンテンツがなかったり、定期的な講座自体があまりなかったりするため、個人チューターに流れていくという話もあった。そのため、例えば上級以上の総合コースにもある程度ニーズがある可能性がある。コースではなく自学自習型で、チャレンジ問題を豊富に用意したコンテンツ、定期的に一定数の問題が投稿されるコンテンツ等にもニーズは見込まれるという意見もある。

また、海外の大学の文学部等で日本語を教えている教員らの声によれば、アニメ、マンガ等がきっかけで大学で日本語を学び始めた学生も、3 年生くらいになると文学や日本研究の方に興味、関心が変わってくる傾向がある一方で、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。そのため、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を大学が担うことも検討の余地がある。

大学にしか作れない教材は何か、という視点で考えると、難解な日本語を使わずに専門講義を行う動画や、大学生活に密接に関わるもの、現役の大学生・留学生の声をふんだんに盛り込んだものではないだろうか。

やさしい日本語で専門講義を行う動画コンテンツは、3 章で述べた課題である EJU の対策・準備にも一翼を担う可能性がある。大学生活に密接に関わるコンテンツについては、海外事務所や海外の高等教育機関、東京外国語大学留学生日本語教育センターからも要望の声が聞かれた。例えば、履修登録、必修・選択等、大学特有の語彙を扱った教材が挙げられる。さらに、日本語学習教材とは言えないかもしれないが、日本の大学生の1日、4年間の大学生活の流れがわかるビデオ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。より学生視線のコンテンツとするために、現役の日本の学生からアイデアを集め、コンテンツ作成に関わってもらうのも一案である。「5.1.3 ニー

ズのあるオンライン学習コンテンツ」において、海外の日本語教員が最新の日本文化や日本事情のコンテンツを求めているという意見を紹介したが、現役の日本の学生や留学中の学生にこのようなコンテンツの作成に協力してもらうのも良いかもしれない。

以上に加えて、教材・ツールではないが、現役の日本の大学生と海外の大学生がオンラインで定期的に交流し、海外の学生が学んだ日本語を使う場を提供することも、大学にしか行えないことであろう。3章で述べた通り、海外で日本語を学習する学生が抱えている日本語を使う機会の少なさという課題を解消することにも貢献できるはずである。

5.3 オンライン教材・ツール普及のための留意点

数多くの優良なオンラインコンテンツを開発している JF の国内機関からの助言をもとに、大学がオンライン教材・ツールを開発し、普及させていく上で留意すべき点を挙げる。

第一に、オンラインをめぐる技術はトレンドの変化が速いため、常に対応が求められる。新しいトレンドを取り入れることだけでなく、不具合、問い合わせ対応や改修など、開発後の運用・メンテナンス体制を十分に想定しなければ、せっかく開発しても、すぐに使えない教材・ツールになってしまう。オンデマンド教材・ツールを開発する場合は、普及後も視野に入れ、不具合の問い合わせやサポート対応窓口を設け、人的リソースも確保しておく必要があるだろう。

コンテンツ面・仕様面での工夫も重要である。文化を扱った教材や、体系的な教材はすぐ内容が古くなるため、リアルタイム更新もできるように設定しておくのが良いだろう。教師のサポート付きコースの設定、多言語対応も、普及には大きな影響力を持つ。さらに、地域によってはインターネット環境が整っていない所もあるため、ダウンロードできる教材があった方が良いケースもある。ターゲットとする国・地域のインターネット環境とデジタルデバイスの普及状況に応じて、ブラウザがよいかアプリが効果的かも開発段階から十分に検討するべきだろう。継続して使用してもらうためには、アクセス時のストレスのなさ使いやすさが重要である。加えて、海外の高等教育機関をはじめとする教育現場での活用も想定する場合は、単語リストや小テスト等、ダウンロード可能な副教材を充実させることも効果的である。最後に、教材・ツールの見た目・デザインが大切であることは言うまでもない。

5.4 海外への広報の工夫

5.4.1 日本語教材の効果的な広報

開発した教材・ツールを効果的にアピールするには、教師視点では授業でどんな使い方ができるかのバリエーションを提示すると良いだろう。海外の日本語教員が授業で使用することも想定している場合は、教材の権利について明確に示し、副教材があれば紹介するのが良い。学習者視点では、まずは一旦教材にアクセスしてもらうために、面白さ、目新しさをアピールするのが肝要である。広報ツールの観点では、オンラインで学ぶ層は日常

的にインターネットを使っているため、まず積極的な SNS 広報、広告は欠かせない。留学情報では現地語での発信が必要であるが、日本語教育でも同様である。特に、アジア地域では SNS 広報の力が大きいと言われている。SNS も地域毎にメジャーな媒体が異なるため、どの媒体が影響力があるのかを確認すべきであろう。

ただし、SNS 広報だけでは十分とは言えない。欧州等の地域においては、流行りに左右されず欲しい情報を自ら探しに行く学生が多く、広告より口コミが有効であるという意見もある。そういった地域では、学生間や先輩からの口コミや、教師会経由やメーリングリストでの情報発信、対面イベントでの広報も効果的である。広報も多種多様に打っていく必要があるだろう。

5.4.2 オールジャパンでの発信

海外へのインタビューにおいて聞かれたのが、既存のオンライン日本語教材が多く、それぞれの教材の特徴が見分けづらくなっているということである。そのため、オールジャパンで教材を取りまとめ、教材ごとの特徴をユーザーにわかりやすく整理した上で世界に発信していくことの重要性が示唆される。日本語教材のまとめサイト自体も複数ある中で、それらの連携もオールジャパンとして行っていく必要があるのではないだろうか。

5.5 留学促進に向けた連携の可能性

留学促進のために必要な情報やサポートについて、海外の日本語教員へのアンケート、および本学 Global Japan Office・Global Japan Desk の拠点を置く海外の高等教育機関のコーディネーター、JASSO 国内機関へのインタビューによると、経済面でのサポートの要望が抜きん出て多い。具体的には、奨学金制度や授業料免除の拡充、アルバイトの紹介、学生寮の充実等である。

ここに、JF の海外事務所と JASSO の国内機関の日本語教員へのインタビュー内容も加えると、学習面に関して「専攻分野の専門用語に対するサポート」も求められている。例えば、「留学前や学期開始前に、大学のプレ授業のような準備過程があると良いだろう」、「日本の大学のシラバスの見方も教えてほしい」、「大学院希望者に関しては、研究計画書の書き方等、院入試にあたっての基本的な内容が把握できる情報があれば良い」等の意見がある。

また、JASSO 海外事務所の設置されていない一部の地域においては、留学フェアや JASSO の日本留学情報サイト「Study in Japan」の存在自体があまり知られておらず、基本的な情報にアクセスできていない所もあつたことがわかつた。

そのほか、今回インタビューを行つた大学・機関からは、日本語教育だけでなく留学促進全般に関する多様な意見・アイデアが寄せられた。大学単体でできる取り組みだけでなく、複数の大学での連携や大学と他機関での連携、あるいは関係機関・省庁がイニシアティブをとることで実現できるものも含まれている。教育未来創造会議第二次提言（J-

MIRAI)の具体的な方策におおむね対応する形で紹介する。

①留学機会の創出

- ・留学中、日本語レベルが高くなくても参加できる日本研究関連の授業（日本文学、思想史、歴史等）のラインナップの充実
- ・本格的な留学前に受講できる短期夏季講座の開設
- ・留学生センター等に留学生だけ集めて学習するのではなく、日本の一般学生と同じように授業や学生生活に参加できる仕組みの充実

②広報・情報発信（ウェブサイト等の媒体）

- ・就活のスケジュールと一般的な就職の方法のみならず、日本に留学することでどのような未来が開けるのかを示すこと（例えば日本で既に働いている先輩留学生が、ロールモデルとして自身の体験も含めて母語で発信した動画があれば、将来がイメージしやすく、留学へのモチベーションも上がる）
- ・英語を中心とした多言語での大学情報の発信（日本語での発信と同程度の情報量を発信する）
- ・どうすれば留学できるか、留学までにどんな準備をすればいいかをわかりやすく示すこと
- ・学生が勉強したい内容を日本のどの大学のどの学部で勉強できるかがわかる情報・ツールの作成と提供・公開
- ・宗教上、生活に様々な制約がある人がどのように生活すればよいかの発信（多言語かつ動画が望ましい）
- ・地方に留学する学生向けの、観光ではなく生活のための情報（生活面に関する情報は、学生のみならず、留学に送り出す親を安心させるためにも重要）

なお、地域によっては留学フェアや留学に関する情報が学習者に十分に行き届いていないことが本調査の海外日本語教育機関へのインタビューにおいて推察された。日本留学に関する情報発信においては、世界各地の日本語教育機関とのさらなる協力が足掛かりとなる可能性がある。

③広報・情報発信（現地での活動）

- ・日本留学中の学生とこれから留学する学生との交流会、または大学主催のオンライン授業体験や説明会やアドバイス、留学のメリットを伝えるための交流会等の開催（日本の大学生がチューターになってオンラインでの交流会や学習のサポートをすれば、海外の学生はその大学のことをより身近に感じられる）
- ・日本人留学生による、現地の大学でのトークイベント等の開催

④入学段階での要件・手続の弾力化

- ・ 実際の手続きに関して、提出書類や各種証明書の様式の大学間での統一
- ・ 入学時に N2 レベルはハードルが高すぎることから、日本語力保持の条件の再検討

※「事務的な手続きを行うにあたって、教務や事務職員が英語（多言語）での対応が可能なことや、留学前に安心してコンタクトできる人がいること自体が、留学生を安心させられる」といった意見もある。

⑤そのほか留学期間中のサポート、大学間での連携など

- ・ 日本での生活が不安にならないよう、特に留学初期の生活サポートの充実
- ・ 大学組織だけでなく所属学生も巻き込んだサポート体制の構築
- ・ 日本人学生が生活をサポートするバディ制度の拡充や、メンタルサポートの充実
- ・ 日本人学生と交流する機会の設定や、留学生が TA として日本人学生の語学のクラスに入る等、留学生が日本人学生と積極的に触れ合える機会の充実
- ・ キャリアの情報、進路指導・カウンセリング体制の拡充と、卒業後のフォローアップ
- ・ 海外の大学の日本語教員との連携、日本の大学の日本語カリキュラムや留学生サポート情報の共有
- ・ 交換留学生の場合は、帰国後に母校で単位認定されるか判断できるだけの詳細な授業情報の事前共有

教育未来創造会議第二次提言（J-MIRAI）において、「コロナ後のグローバル社会を見据えた人への投資の在り方」として、「グローバルに活躍できる人材の必要性を日本社会全体で共有し、国や地方公共団体、高等教育機関、産業界が同じ目標に向かって、教育、雇用、入国管理、生活支援を一体のものとして捉え連携して取り組むとともに、国を始め様々な機関が実施している関連施策を幅広く捉え、それらを有機的に連動させることで、より効果的な施策を講ずることとする。」としている。日本への留学機会の創出のためには、学生の早期からのリクルートや日本の大学等の戦略的な広報・情報発信、日本語教育を一体的に促進する現地機能を強化することが求められており、留学生を受け入れる現場としての大学だけでなく、関係省庁、JF、JASSO およびそれぞれの現地事務所等も含めた踏み込んだ連携協力が重要である。日本語教育・学習に関しても本調査を足掛かりとしてさらに今後の取組みが進められることを期待したい。

最後に、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節に願う。

参考1. オンライン日本語教育・学習コンテンツについての検討委員会 委員名簿

氏名	役職名
大津 友美※	東京外国語大学 学長特別補佐
四ツ谷 知昭	独立行政法人国際交流基金 日本語第1事業部長
森朴 憲治	独立行政法人日本学生支援機構 東京日本語教育センター 総務課長
小野 正樹	国立大学法人筑波大学 人文社会系 教授 グローバルコミュニケーション教育センター センター長
牛窪 隆太	学校法人東洋大学 国際教育センター 准教授
中俣 尚己	国立大学法人大阪大学 国際教育交流センター 准教授
鈴木 美加	東京外国語大学 国際日本学研究院 教授
浜田 かおり	東京外国語大学 広報・社会連携課 特定専門員

2023(令和5)年10月23日時点、※印は座長

参考 2. ヒアリング調査結果要旨

2.1 オンラインで実施している日本語講座とその教材について

①オンライン講座に特有の成果

<アジア地域>

- ・国内の日本語学習者のレベルに対応して、オンラインコンテンツは CEFR A1 レベルの学習者に対応するものが多い。日本語に興味を持つきっかけになるコースとして、『アニメ・マンガの日本語』の教師サポート付きコースが盛況である。入口にあたる講座にニーズがある。
- ・国内の時差や交通渋滞の事情から、オンライン化することで地方の方々もたくさん参加できるようになった。
- ・Zoom で授業を録画してきたことが財産になっている。欠席した受講者にビデオを提供したり、若手の先生が授業の準備として見たりなど、様々な形で活用している。

<欧米>

- ・対面で実施してきた日本語講座をオンラインに移行する形で、すべてオンラインで実施している。対面を取り入れることも検討しているが、オンライン講座は今後も残す方針。非同期コースとバーチャルスタディースペースをオンライン前提で立ち上げた。バーチャルスタディースペースはオンライン授業で弱くなりがちな受講者同士の繋がりを作る目的で実施している。国内でも時差があり、非同期のクラスやリソースのオプションがあると、どこでも誰でも好きな時間に参加でき、有効である。
- ・オンライン授業を開講したことで、国内全土からの受講が見られるようになった。特に、元々人数が多くない中級レベルについては、オンラインにすることで全国的に学習者のニーズを掘り起こすことができた。
- ・オンデマンド教材を自習で進め、授業ではアウトプットを中心に練習しているというクラスもある。学習者は自分のペースで学習を進め、自分で練習したのちに授業に参加して成果を発揮することができるというメリットがある。

②学習者の反応

<アジア地域>

- ・自習コースの受講者の半分ぐらいは大学生、高校生も一定の割合がいる。
- ・受講者の内、大学生が占める割合は 7~8 割、残りは社会人、主婦。
- ・受講者からは、コロナ禍でも授業が受けられる、通学の必要がない、遠くに住んでいても授業を受けられる、といった声が寄せられた。ネット環境の不具合で聞き取りにくいなどの意見もあったが、オンライン授業自体に対しては肯定的な意見が多かった。
- ・友達を増やしたり、日本語学習を通して交流の場を増やしたりすることが対面に比べると難しい場合がある。

<欧米>

- ・受講者層は社会人が多い。高校生、大学生は極めて少数。受講理由は、講座内容やスケジュール、オンラインであることも多く選択された理由となっている。他の人に勧められたからという回答も時々ある。(北米より)
- ・受講者のメイン層は若い社会人。20~30代の大学生や大学院生もいる。オンラインになってからは、中高生も増えた。高校生の多くは日本に交換留学を希望している。すぐには日本に行けないが、その準備として何かしたいという気持ちがあって日本語学習を始めた人が増えていると思われる。(欧州より)

③国の事情にあわせた教材の使用方法

<アジア地域>

- ・インターネット事情を鑑みると、地方での日本語学習はオフラインで使用できるコースが適している。
- ・オンライン授業は受講者の集中力を保つのが一番の課題で、最初の頃は授業時間を短めに設定し、少しずつ時間を延ばすように工夫した。クラス管理の仕方も、Google Classroom や Facebook グループを利用してこまめに連絡を取ったり、個別対応を丁寧に行ったりするなどしていた。

<欧米>

- ・オンライン授業では、Kahoot! や ito 等のゲームができるようになった。
- ・クラス管理はクラス毎に Padlet を使っている。宿題や各種連絡も Padlet 上で行っている。オンラインの場合は学習者同士の横の繋がりをつくるのに時間がかかるので、クラス共通の「ここに行けば全部わかる」というところを作ると良い。

④普及のための工夫

<アジア地域>

- ・スマホの普及は進んでおり、各種サービスも普及していて、高校生でも持っている人が多い。そのため、HPの発信よりも SNS (Facebook, X, Instagram) での広報や WhatsApp での情報拡散が効果的である。
- ・Facebook を使うのが一番効果的だが、Zalo という WhatsApp に相当するアプリも人気がある。
- ・民間の日本語学校では電話営業をしているところもある。

<欧米>

- ・講座の広報は、HP、SNS、Instagram、X、ニュースレターに載せて行っている。初期には有料広報を使って拡散範囲を広げたほか、Google 広告を利用し、検索でも上位に上が

るようにしている。

- ・ 講座登録の開始時には学習フェアを開催している。学習フェアは、大学・日本語学校とも協力して実施しており、講座のレベルやプログラムの説明、質疑応答ができる。
- ・ ヨーロッパは SNS 広報のようなパッシブな情報の取り方は好まれない。直接ホームページをみたり、ニュースレターをみたり、出所がちゃんとわかるものの方が効果的である。ニーズに応じて各日本語教師会に連絡するのも有効である。

2.2 日本語教育機関等で実施されているオンライン授業および、日本語教育機関や学習者に利用されている主なオンライン教材の成果と課題

<東南アジア>

- ・ 日本語教育や語学教育を扱う出版社でもオンライン授業を実施している。多くは課金制。
- ・ 「HIRAGANA Memory Hint」、「KATAKANA Memory Hint」、「KANJI Memory Hint」のシリーズはインドネシア語バージョンがリリースされている。ひらがなとカタカナは、訳だけでなく、インドネシア語話者向けに特別に開発されており、これを使って文字を学習する学習者も多い。アプリをダウンロードして初回授業前までにやってくるように伝えと、ひらがなやカタカナをかなり認識できるようになる。通常の授業でも非常に顕著な効果が出ている。通常授業でもアプリを組み合わせると効果的。
- ・ ジェロームさんという早稲田大学に留学中の人気 YouTuber がいて、「Nihongo Mantappu (日本語・マンタップ)」というチャンネルがインドネシアの中高生に爆発的な人気を誇っている。
- ・ Mazii は漢字や文法も自習できる辞書アプリとして知られている。Duolingo も自習ツールとして広く認知されている。
- ・ YouTube を使って勉強している人も多くみられる。

<南西アジア>

- ・ 渋滞回避、教室の維持費削減のため、既存の日本語学校が全てオンラインだけの学校に切り替わっている。オンラインがスタンダードで、特別なイベントの時だけオフ会のように集まる。
- ・ スマホは普及しており、スマホで受講する学習者も多い。ノート PC を持っている大学生はまだ少ないという印象。そのため、アプリが好まれる傾向がある。
- ・ 政府主導のオンライン学習サイトは、あまり利用されている声は聞かない。
- ・ 各教育機関で LMS を独自に活用している様子。LMS の中では Google Classroom が一番普及している。2020 年時点では、LMS の使用率は 50%程度だった。

<欧米>

- ・高校や大学では対面授業に戻っているが、反転授業ビデオや宿題のデジタル化は継続している。Moodle の他に、CANVAS という LMS を使っているという声も聞く。
- ・Google フォームや Quizlet 等のオンラインドリル作成機能を利用して、自習用や復習用、宿題用にシェアして、授業の初めにゲームのように競い合うという実践も聞く。
- ・学習者向けにポッドキャスト（その日の授業のおさらい）を作ったという話も聞いたことがある。オンライン授業とオンラインコンテンツを掛けあわせた実践をしている教師もいる。
- ・Google Forms や Quizlet 等のオンラインドリル作成機能を利用して、自習用や復習用、宿題用にシェアして、授業の初めにゲームのように競い合うという実践も聞く。
- ・オンラインで簡単に何でも使えるツールが普及してきたことによって、教師が全て作るのではなく、学習者に作ってもらうこともできるようになった。学習者に宿題用のフラッシュカードや復習テストを作ってもらうという実践もある。学習者も学びがあり、教師も教材から読み取れることがある。

2.3 高校生・大学生が関心を持ちやすいテーマ、好まれる日本語学習のスタイル

①日本語学習で関心の持ちやすいテーマ

<アジア地域>

- ・茶道などの伝統文化からポップカルチャーまで、日本文化全般に広く浅く興味を持っている。
- ・食のテーマにも関心が高い。
- ・大学生は、日本人の働き方に興味を持つ。その他、ビジネスマナーにも関心がある。ケーススタディーで異文化衝突が起こる理由を探求するよりは、席順のマナーや食事の際の箸の使い方など、表面的なマナーに関心を持つ。
- ・エンジニアとして日本の会社で働いているロールモデルがたくさんあるので、そこから刺激を受けている様子。
- ・AI や VR 等のバーチャルなもの、ゲームなどの人気がある。バーチャルな世界の中で日本や日本語が出てくるものに興味を持つ人が多い。
- ・日本人の実際の生活、部活やアルバイトの話にも興味を持つ。
- ・JLPT は重要な要素の一つであるため、関心が高い。JLPT に出題されるテーマにも関心があるだろう。

<欧米>

- ・伝統文化、アニメ、食べ物への興味が高い。高校生、大学生はアニメに特に関心がある。伝統文化は、具体的には相撲、華道、茶道、和菓子、着物、町並み等。
- ・情報が簡単に入手できるので、ちょっとしたことから日本や日本語に興味を持つ人も増

えている。(例：日本酒が好きで日本に興味を持つようになった、ワールドカップで日本人選手の活躍を見た、等)

- ・ JF 講座に来る人はいつか日本に行きたいという人が多い。そのため、「アニメや漫画は自分の趣味でやるので、授業では日本人との会話や、自分の趣味について日本語で話せるようになりたい」「ポップカルチャーに関連したテーマでなくて良い」と言ってくる人もいる。
- ・ Z 世代は各自が好きな物を自分でみつけて究めていく傾向がある。興味をもつテーマが多様化しているなかで、自分の好きなテーマを授業で取り上げてほしいという要望もない。学習者も各自好みが違うこともわかっている。そのため、流行りのテーマを授業に取り入れる必要もあまりない。

②好まれる日本語学習のスタイル

<アジア地域>

- ・ Duolingo というアプリを使って勉強する人が多い。イベント開催時にアンケートをとったら、7割くらいが使用していた。アプリを使った勉強の仕方が標準になっている。
- ・ 講座を受講して学ぶ人は詳しい説明を求める傾向にあり、一方で自学自習が出来る人はアプリや YouTube を使って自分のペースで学習を進めている。2 極化の傾向があるのかもしれない。
- ・ カカオトークアプリを使って、日本人と話す練習をしている人もいる。各自がいろいろな学習法を探して、自分なりに勉強している。
- ・ 動画を見て勉強するのを好む人も増えている様子。学習スタイルは多様化している。
- ・ 会話や口頭コミュニケーションを得意とする人は多い。
- ・ Quizizz アプリを使ったオフラインのクイズ大会を実施したところ、想定を大幅に上回る申込みがあり、盛況だった。やり方によってはいろいろな集客ができると考えられる。
- ・ アニメ・マンガの日本語サイトを使ったアテレコ活動は非常に評判がよい。
- ・ 体験授業、日本人とのフリートークの時間も好まれる。

2.4 日本語学習・日本文化体験から日本留学に繋げるために必要な情報発信やサポート

①日本語学習コンテンツの提供について

- ・ JF の講座受講だけでは専門知識、大学の授業についていくための専門用語等の日本語力は足りないであろう。事前にプレ授業のような準備過程があるといいかもしれない。
- ・ 上級者（主に大学に所属している学習者）向けのコンテンツは少ないので、あると良い。学習フェアでも自分が学びたいレベルやコンテンツがないため、個人チューターに流れていく。
- ・ 中上級以上になると、定期的な講座自体があまりない。モチベーションを上げるためにも、毎週講座があるなど、整理された定期的なコースがあると良い。中上級者対象であ

れば、非同期コース、自学自習コースでも良い。文法チャレンジがたくさんあるコース、毎週一定数の問題が投稿されて挑戦していくゲームのようなコースもあると良いかもしれない（欧米圏の非母語話者教師より）。

- ・ 自学自習が苦手な、サポートや教師の存在がとても大きい地域であるため、サポーターがついているコースだと参加する人も増えると思われる。（東南アジア）
- ・ 体系的な教材は古くなるのが早く、すぐに時代に合わなくなってしまう。大学で教材を作るなら、リアルタイムで更新ができるようなシステムが望ましいのではないかと。

②教材情報の発信について

- ・ いかにかジュアルに広報するかが大切。ウェブサイトも日本人が考えた日本人向けの作りではなく、かジュアルに、かつ必要な情報にたどりつけるように構築する必要がある。
- ・ オンライン教材自体が散らばりすぎていて、こういうときにはこの教材がいい、というガイドがないと、何が自分にとって必要なのか分からない人もいると思われる。
- ・ 様々な教材を一元化し、見やすい形でアクセスできると良い。
- ・ Facebook 上のファンページ、グループページに入って広報するのも一案だと思われる。
- ・ 各国で行われているスピーチコンテストや学習者向けのイベントに有料で協力するのも効果的ではないか。

③交流イベント

- ・ 交流プログラムがあるとモチベーションが上がる。1回限りではなく、日本語学習とつながって関係作りにもなるようなものがあると良い。
- ・ 現役の大学生にチューターの形で海外の学習者とオンラインで交流会をしたり、学習のサポートをしてもらえれば、その大学のことをより身近に感じられる。
- ・ 日本人留学生が所属する大学で、学生が企画してトークイベントなどを行うと良いと思う。

④広報・情報発信

- ・ どうすれば留学できるか、留学までにどんな準備をすればいいか、留学したことでどんなキャリアパスが築けるのか、示せると良い。
- ・ 留学フェアや、地域毎の Study in Japan のウェブサイトの存在自体があまり知られていない。YouTube など、若者がアクセスしているところで広めるのが良いと思われる。
- ・ 留学したい人は、日本の先生から先生へのクチコミを通してしか情報を得られていない様子。全く情報がない状態からスタートする人が多いので、留学フェアに行き、自分が学びたいことや受け入れ先がわかるようになると良い。
- ・ 現地語によって奨学金の情報提供をすることが望ましい。

- ・大学の先生など、学習者にとって信用している人からの勧めが有効と考えられるため、教育機関や教師にアプローチするのも効果的かもしれない。また、帰国した先輩を介して後輩に情報を提供してもらうのも堅実なやり方である。
- ・南インドでは有名な YouTuber（ジェイ君）がおり、日本語のコンテンツ、日本語教育のコンテンツをつくって、インドの YouTuber 同士を緩やかに繋いでいるネットワークを作っている。このような人たちを招いたり、そのネットワークに入って広報をすると効果があると思われる。

⑤日本での生活に関する情報の提供

- ・宗教上、生活に様々な制約がある人が、日本ではどのように生活したらいいのかなどについて現地語で発信できるとよい。
- ・『ひきだすにほんご』の「津々浦々 日本のセンパイ」のコーナーがとても人気がある。これの大学バージョンがあれば、これから留学する人が、日本でどんな生活ができるのか、どんな楽しいことや困難が待っているかがわかって良い。
- ・日本に留学すればどんな体験ができるのかについて、典型的なものではなく、大学生活以外のリアルなところが見られるコンテンツがあると良い。（例：アルバイト先での一日、コンビニでの買い物、近所の公園の散歩、ゴミ捨て、等）学生だけでなく、送り出す親や先生も安心できる。

⑥その他（各国の事情に対応した留学機会の提供など）

- ・インドネシアでは「Merdeka belajar（ムルデカ ブラジャール）」（独立学習）というプログラムが始まり、4年間の大学制度のうち1年程度はインターンシップや留学にあてなければならない。そういったプログラムに対応できるような形で、日本の大学での留学プログラムを提供できると良い。
- ・カナダでは、近年、卒業を延ばしたくないという理由から1年留学したいという人も減っている。3ヶ月程度の短期プログラムを好む人が多くみられる。

謝辞

本調査の遂行にあたって、国際交流基金の海外事務所と日本語専門家の皆様、および日本学生支援機構の海外事務所と、同機構にて日本語教育・留学情報提供に携わる皆様をはじめ、東京外国語大学 Global Japan Office・Global Japan Desk のコーディネーターの皆様、東京外国語大学留学生日本語教育センターの皆様が、快くインタビュー調査にご協力くださいました。ここに深謝の意を表します。アンケート調査票の配布の際には、国際交流基金と日本学生支援機構の関係者の方々、国内の大学関係者の方々から、多大なるご協力をいただきました。また、アンケート調査に回答して下さった海外の高等教育機関に所属する日本語教員と学生の皆様、および日本留学中の学生の皆様にも、深く御礼申し上げます。