

大学生の外国に対する興味・関心について

寺野 春香（文教大学情報学部メディア表現学科3年）

1. 序論

2019年12月初旬に中国の武漢市で一人目の感染者が報告されてからわずか数か月の間にパンデミックといわれる世界的に蔓延した新型コロナウイルス感染症は多くの人の記憶に新しいだろう。日本国内の感染者数も日を追うごとに増加し、感染者数の累計は2023年5月の時点で3千万人を超える。

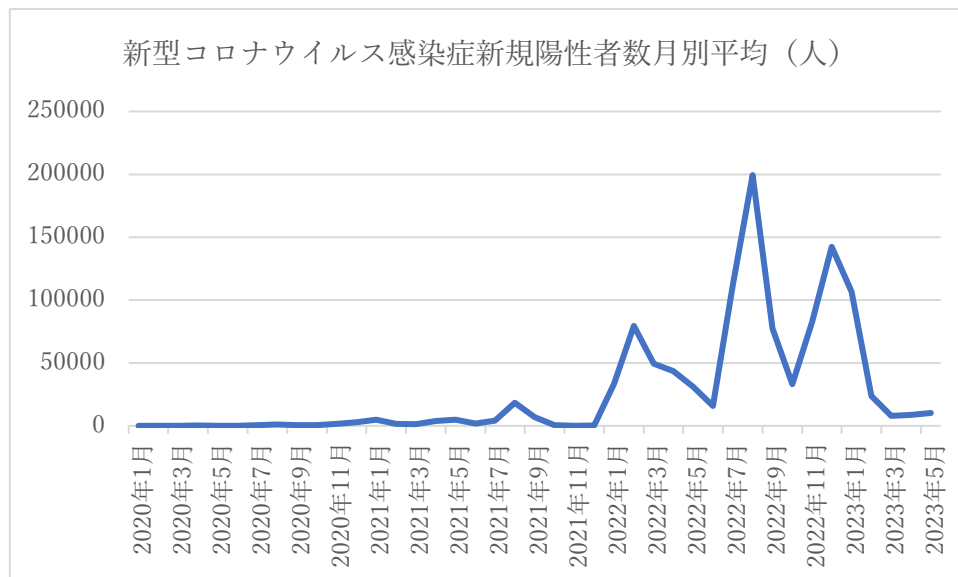


図1 新型コロナウイルス感染症新規陽性者数月別平均

厚生労働省、データからわかる－新型コロナウイルス感染症情報、
「新規陽性者数の推移（日別）」より筆者作成

新型コロナウイルス感染症の蔓延によって私たちの生活は大きく変わった。学校や企業では感染対策のためにリモートでの授業や業務が推奨され、ソーシャルディスタンスなども推奨された。学校では多くの行事が中止になった。入学から卒業までマスク生活だったためにクラスメイトの素顔を見たことがない学生も多くいたという。

新型コロナウイルス感染症によって起きた日常生活における変化をから、身近な人たちとのコミュニケーションに「壁」が生まれてしまったということが分かった。

しかし、新型コロナウイルス感染症の蔓延によってできた「壁」は身近な人間同士だけで

ろうか。

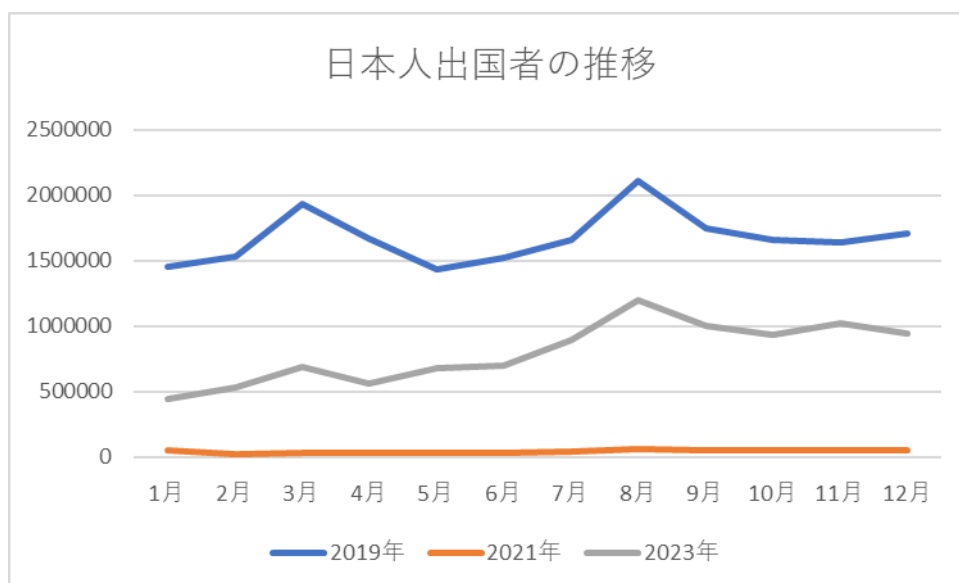


図 2 日本人出国者の推移

JTB 総合研究所、観光統計、「日本人出国者数」より筆者作成

このグラフを見てみると新型コロナウイルス感染症が蔓延する前後で大きく日本人出国者数が減少していることが分かる。この背景には各国の出入国制限という国をまたいだ「壁」が生まれたからではないだろうか。

世界に大きな影響を与えた新型コロナウイルス感染症だが、2023年5月から五類へ移行されたこともあり、人々の生活は日常を取り戻しつつある。

過去10年の日本人学生の海外留学者数の推移をみると、2011年から2018年の間は右肩上がりに増加しているが、2020年は新型コロナウイルスによって留学先の国で入国制限が設けられたため1,487人と、2018年の11万5,146人の約200分のほどまで減少したが、2021年には新型コロナウイルスのワクチン接種の進展や留学先の入国制限が段階的に解除されたこと、大学等の派遣留学プログラムの再開などによって約7倍の10999人まで増加した。

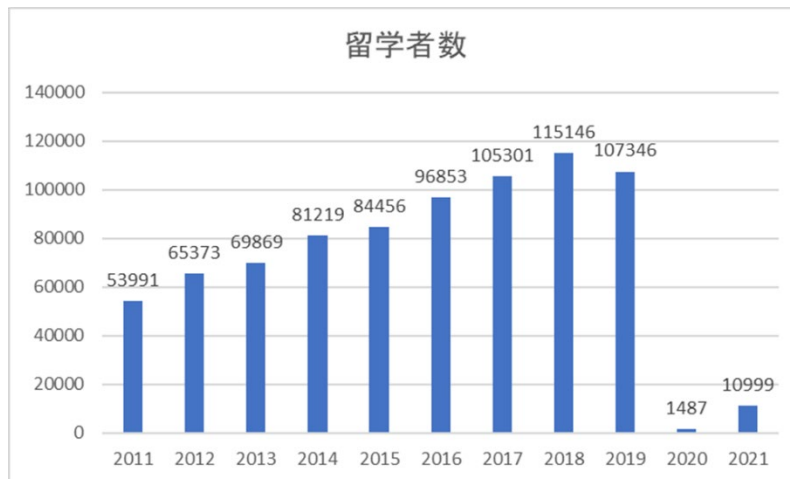


図 3 日本人学生の海外留学者推移

文部科学省、「外国人留学生在籍状況調査」及び「日本人の海外留学者数」より筆者作成

日本人学生の海外留学が増加している現在、大学生は外国に対してどのような興味・関心を抱いているのだろうか。

今回、私は回答者の興味関心は各国の興味関心を持つ要因、外国語への興味など様々な面で影響を及ぼし、留学や海外旅行などの国外への渡航経験によって変化するのかを調査した。

2. 調査研究の方法

2-1. 調査概要

本調査の実施概要は以下の通りである。

調査実施期間：2023年10月31日～11月14日、2023年11月14日～11月21日

調査対象：文教大学湘南・あだち・越谷キャンパス在学1～4年生

調査人数：標本数1,168票（内不在59票）

有効回答数165票 回答率14.8%

2-2. 調査項目

調査項目は大別して、〈回答者自身に関する項目〉、〈国別のイメージに関する項目〉、〈海外渡航に関する項目〉、〈言語に関する項目〉。以上4つによって構成した。以下、主な項目の詳細。

〈回答者自身に関する項目〉

「学部」や「性別」、「年齢」、「趣味」等の基本的な項目から回答者自身について問う項目を設置した。

〈国別のイメージに関する項目〉

国別のイメージを問う項目から国によって持たれている「旅・観光」、「グルメ・食事」、「美術・芸術」、「サブカルチャー」、「映画鑑賞」、「スポーツ・スポーツ観戦」に関するイメージの違いと、回答者の趣味などとの関連があるのかを調査した。

〈海外渡航に関する項目〉

「留学の経験」や「海外旅行の経験」などの項目から経験の有無や回答者が抱えている課題によって国のイメージや言語に対する意識などに関連があるのかを調査した。

〈言語に関する項目〉

「学習すべき言語」や「話せるようになりたい言語」などの項目から日本語以外の言語に対して持っているイメージや外国語に対する意識などを調査した。

2-3. 調査方法

調査方法は、層化抽出法を用いて抽出した回答者へのオンライン調査である。Google フォームを利用し、アンケートを作成した。サンプリングで抽出した該当したメールアドレスに調査票の URL を添付し、メールの送信を行った。

サンプリング方法は、学部ごとに層化抽出を用いて行った。

以下、各部割り当て詳細（表 3）。

表 1 各部割り当て詳細

キャンパス	学部	学科	学科別学生数	学部学生数	割合	割り当て数 (切り上げ)
湘南校舎	情報	情報システム	430	1242	75.50%	168
		情報社会	382			
		メディア表現	430			
	健康栄養	管理栄養学科	404	404	24.50%	55
合計				1646	20.20%	223
東京あだち校舎	経営	経営学科	717	717	39.20%	97
	国際	国際理解学科	564	1114	60.80%	151
		国際観光学科	550			
	合計				1831	22.50%
越谷校舎	教育	学校教育	914	1492	32.00%	202
		心理教育	101			
		発達教育	477			
	人間科学	人間科学	614	1730	37.10%	234
		臨床心理	526			
		心理	590			
	文学	日本語日本文学科	503	1435	30.80%	195
		英米語英米文学科	370			
		中国語中国文学科	309			
		外国語学科	253			
合計				4657	57.30%	631
全合計			8134	8134	サンプル数	1102

* 現在文教大学に所属している全学部学年の学籍番号をランダムサンプリングを用いて抽出し、メールにてアンケートを送付した。

※学籍番号からの推計学生数であり、実際の在学生数とは異なる。

※対象者の内、59名は送付エラー。

※卒業年次以降の学生や学籍番号が特殊な留学生は含まれない。

4. 調査結果

回答者の基本属性

回答者の基本属性について「性別」は【女性】(92名、55.8%)と、【男性】(59名、35.8%)であった。「学科」は表2のとおりで、全体的な傾向はメディア表現学科や心理学科など特定の学科で人数がやや多い傾向にある。

表2 各学部・学科の割合

学部	学科	度数(人)	割合(%)
教育学部	学校教育課程	13	7.9
	発達教育課程	16	9.7
人間科学部	人間科学科	10	6.1
	臨床心理学科	7	4.2
	心理学科	17	10.3
文学部	日本語日本文学科	12	7.3
	英米語英米文学科	5	3.0
	中国語中国文学科	2	1.2
	外国語学科	2	1.2
情報学部	情報システム学科	8	4.8
	情報社会学科	5	3.0
	メディア表現学科	20	12.1
健康栄養学部	管理栄養学科	12	7.3
国際学部	国際理解学科	12	7.3
	国際観光学科	15	9.1
経営学部	経営学科	8	4.8

趣味について複数回答で尋ねた質問では、【グルメ・食事】は78人、【芸術・美術】は123人、【音楽】は37人、【サブカルチャー】は121人、【映画鑑賞】は87人、【スポーツ・スポーツ観戦】は101人、【趣味はない】と回答した人は3人、【その他】と回答した人は12人おり、その内容としては、ゲームや読書、ショッピング、ダンスなどが挙げられた。

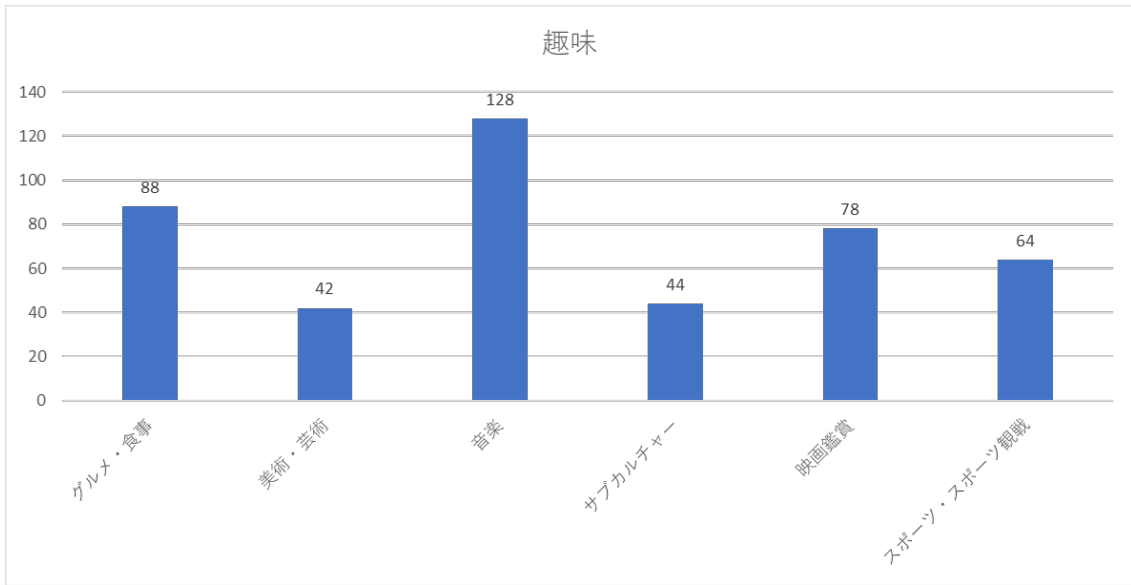


図 4 趣味

留学の経験を問う質問では【ある】が8人(4.8%)、【ない】が157人(95.6%)であった。留学先の国にはアメリカやカナダオーストラリア、イギリスなどが挙がり、留学の理由としては語学学習や異文化理解などが挙げられた。

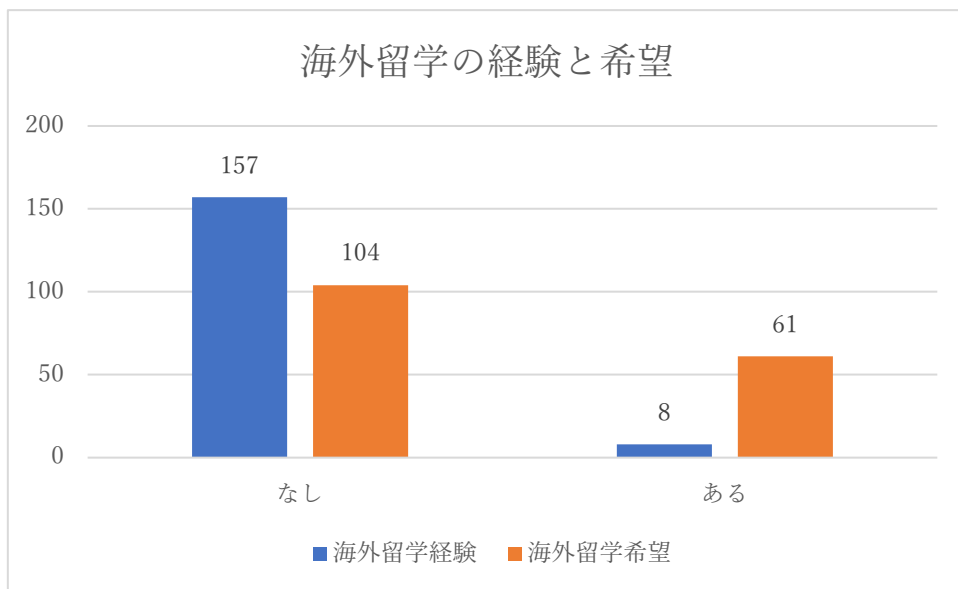


図 5 海外留学の経験と希望

表 3 海外留学先

留学した国	人数
オーストラリア	3
カナダ	3
アメリカ	2
イギリス	1
ニュージーランド	1
ロシア	1

表 4 海外留学理由

海外留学理由	人数
語学学習	5
異文化理解	2
観光	1
将来への投資	1
海外渡航希望	1
研究	1
プログラム参加	1

留学の希望を問う質問では【ある】が 61 人 (37%)、【ない】が 104 人 (63%) だった。留学先の国にはアメリカや、中国、韓国、カナダ、オーストラリア、シンガポールなどが挙げられ、理由としては異文化交流や語学学習、海外生活体験などが挙げられた。

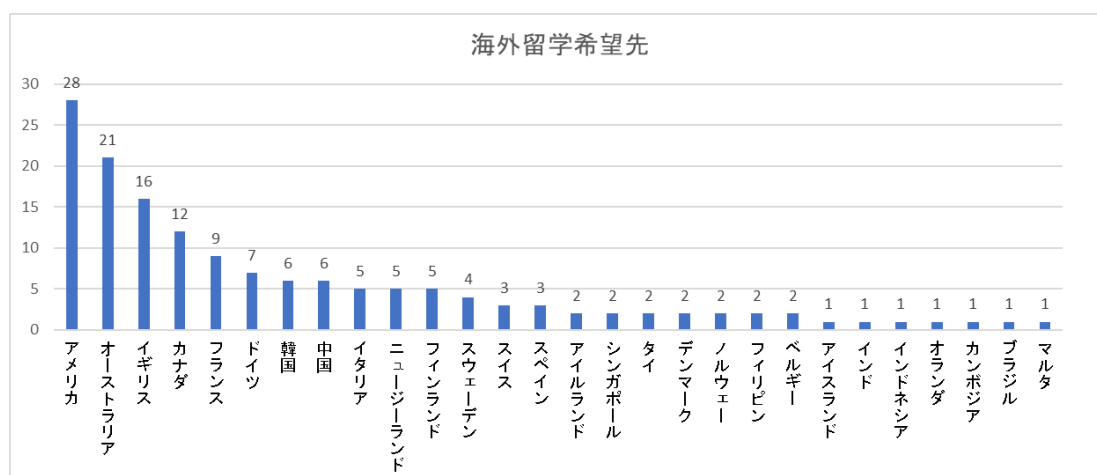


図 6 海外留学希望先

表 5 海外留学希望理由

海外留学希望理由	人数
語学学習	21
異文化体験・経験	14
視野を広げたい	9
美術・芸術	7
観光	6
渡航希望	6
特になし	3
学問	3
音楽	2
国の特色	2
環境	2
グルメ・食事	1
映画鑑賞	1
スポーツ・スポーツ観戦	1
教育	1
就労	1
ファッション・メイク	1
ロコミ	1
距離	1
将来への投資	1
サブカルチャー	0

海外留学の経験・希望について、経験は少ないが希望する回答者は多いということが分かる。留学の理由としては言語学習が多いという回答が多く、留学先には英語圏の国、特にアメリカが多かった。

各国の興味を持つ要因について

各国に興味を持つ要因を5段階（全く興味がない＝1、あまり興味がない＝2、分からない＝3、やや興味がある＝4、とても興味がある＝5）問う質問について、各国の平均値は以下のような結果が得られた。

表 6 国別の興味を持つ要因の平均値

興味を持つ要因	平均値								
	アメリカ	カナダ	中国	韓国	イギリス	イタリア	ドイツ	フランス	ロシア
旅・観光	4.24	3.86	3.31	3.84	4.43	4.43	4.15	4.44	3.39
グルメ・食事	4.01	3.61	3.63	4.03	3.55	4.46	4.13	4.25	3.27
美術・芸術	3.27	2.85	2.67	2.86	3.83	3.91	3.22	4.02	2.79
サブカルチャー	3.37	2.87	2.53	3.08	3.21	3.08	2.91	3.21	2.58
映画鑑賞	3.39	2.67	2.16	2.79	2.99	2.64	2.55	2.71	2.20
スポーツ・スポーツ観戦	3.19	2.59	1.94	2.21	2.88	2.66	2.79	2.70	2.22

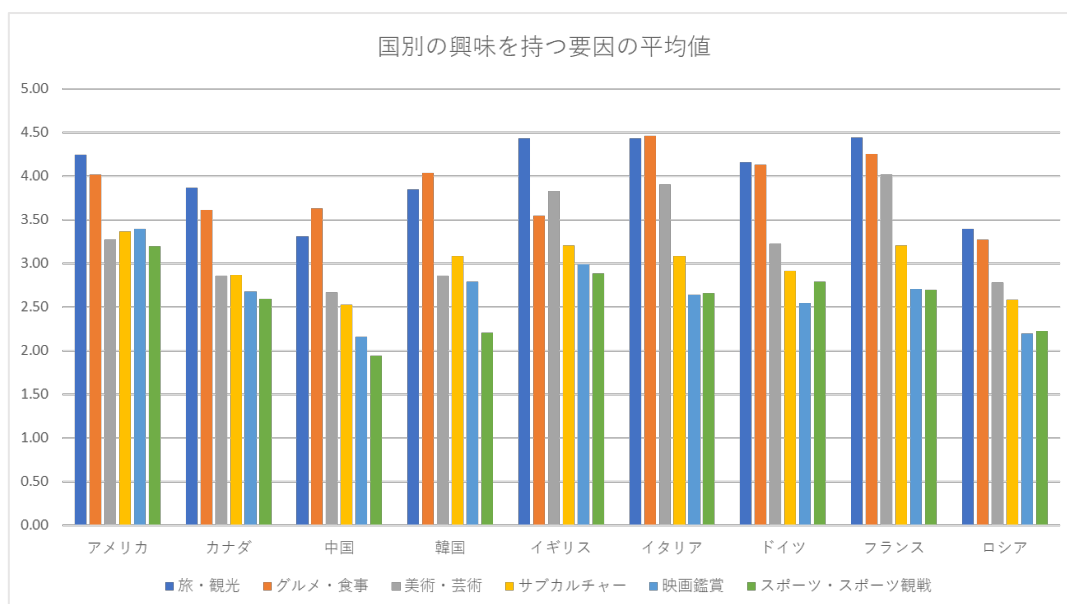


図 7 国別の興味を持つ要因の平均値のグラフ

平均値に違いはあるが、グラフで見ると、形に大きな違いは見られない。

アメリカのその他の要因としては政治や文化、ショッピングなどが挙げられた。平均値を見ても、【旅・観光】、【グルメ・食事】に次いで【映画鑑賞】の平均値が高くなっているという特徴がある。

カナダのその他の要因としては文化や政治、留学が挙げられた。

中国のその他の要因としてはパンダや書道、歴史などが挙げられた。中国は【グルメ・食事】の平均値が最も高くなっているという特徴がある。

韓国のその他の要因としては K-pop や美容、政治などが挙げられた。中国と同様に【グル

【グルメ・食事】の平均値が最も高く、【サブカルチャー】平均値も他の要因と比較すると高くなっているという特徴がある。

イギリスのその他の要因としては英語の利用状況やショッピング、政治などが挙げられた。イギリスは【グルメ・食事】の平均値が他の要因と比較すると低いという特徴がある。

イタリアのその他の要因としては政治情勢が挙げられた。イタリアは他の国と比較して【グルメ・食事】と【美術・芸術】の平均値が高いという特徴がある。

ドイツのその他の要因としてはアニメや政治情勢が挙げられた。ドイツは【スポーツ・スポーツ観戦】の平均値が他の国と比較して高いという特徴がある。

フランスのその他の要因としてはフランス語やショッピング、パリでの暴動などが挙げられた。フランスはどの要因も他の国と比較して高いという特徴がある。

ロシアのその他の要因としては政治や戦争、オペラが挙げられた。ロシアは他の国と比較するとどの要因も平均値が低いという特徴がある。

その他の興味を持つ国は、オーストラリアやインド、スイスなどが挙げられ、興味を持つ要因では言語や文化、自然、スポーツなどが挙げられた。

海外旅行について

海外旅行の経験を問う質問では、【ある】が 52 人 (31.5%)、【ない】が 113 人 (68.5%) であり、平均回数は 2.8 回であった。旅行先の国にはアメリカや台湾、フィリピン、中国、韓国などが挙げられ、その国を選んだ理由は修学旅行や家族旅行、憧れの国、食事などが挙げられた。

旅行の予定について問う質問では、【ある】が 41 人 (24.8%)、【ない】が 124 人 (75.2%) であった。旅行先の国にはアメリカや韓国、フランス、シンガポールなどが挙げられ、選んだ理由としては研修や文化への興味、観光地、食事などが挙げられた。

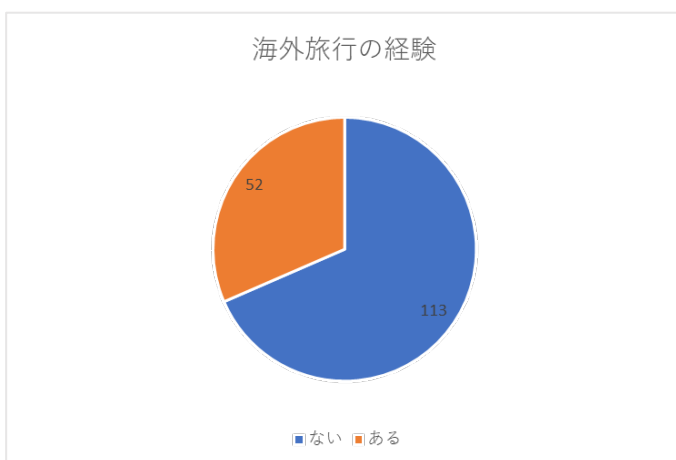


図 8 海外旅行の経験

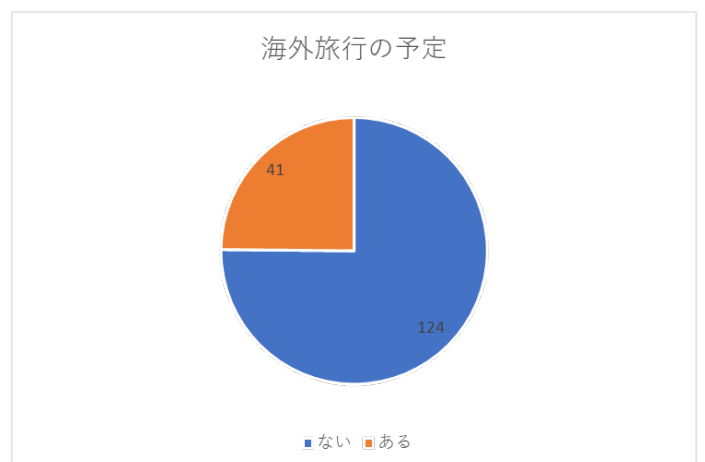


図 9 海外旅行の予定

表 7 海外旅行先

海外旅行先	人数
アメリカ	20
イギリス	4
カナダ	2
フランス	2
韓国	10
オーストラリア	4
中国	3
シンガポール	9

表 8 旅行理由

旅行理由	人数
行事	18
家族の希望・都合	18
観光	6
距離	4
親族が住んでいる	3
価格	3
特になし	2
グルメ・食事	2
国の特色	2
美術・芸術・文化	1
渡航希望	1
サブカルチャー	1
語学	1
経験から	1
ファッション・メイク	0
スポーツ・スポーツ観戦	0
ロコミ	0
音楽	0
映画鑑賞	0
イメージ	0

表 9 海外旅行先（予定）

国名	人数
韓国	9
アメリカ	8
タイ	5
フランス	4
ベトナム	3
台湾	3
イギリス	2
シンガポール	2
マルタ	2
中国	2
オーストラリア	1
カナダ	1
パラオ	1
フィリピン	1
フィンランド	1
ニュージーランド	1

表 10 海外旅行する理由

旅行する理由	人数
美術・芸術・文化	6
グルメ・食事	5
行事	5
観光	4
距離	4
国の特色	4
渡航希望	3
音楽	2
口コミ	2
価格	2
語学	2
経験から	2
イメージ	2
サブカルチャー	1
スポーツ・スポーツ観戦	1
親族が住んでいる	1
ファッション・メイク	1
映画鑑賞	0
特になし	0
家族旅行	0

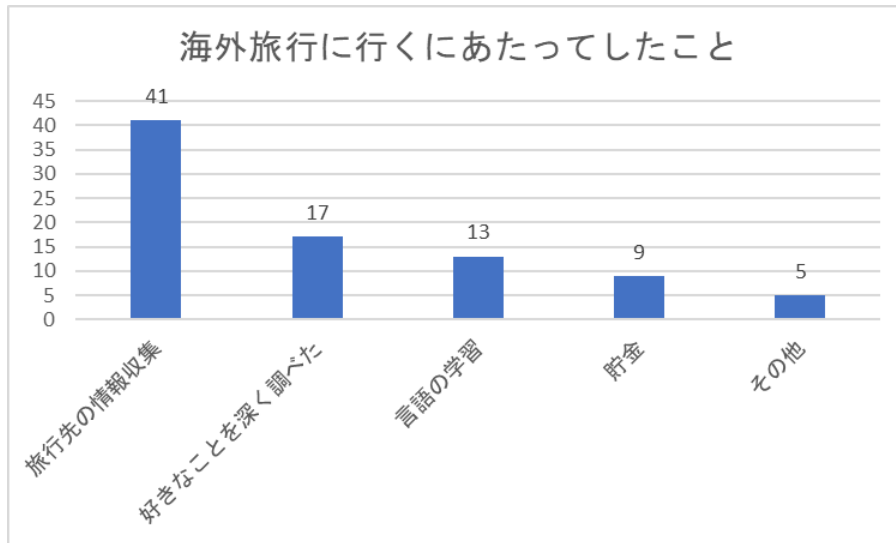


図 10 海外旅行に行くにあたってしたこと

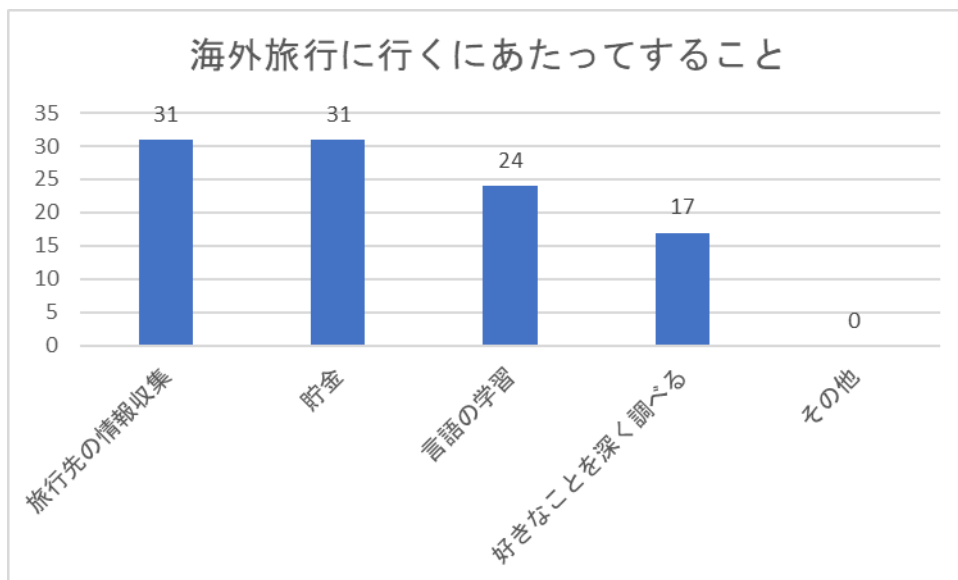


図 11 海外旅行に行くにあたってすること

海外旅行に行くにあたって何をしたかを複数回答で問う質問では、【旅行先の情報収集】は41人、【好きなことを深く調べた】は17人、【言語の学習】は13人、【貯金】は9人、【その他】では「ロコモコを食べた」や「現地の学校で日本の良さを伝えた」が挙げられた。

海外旅行をするにあたって何をすることを問う質問では、【貯金】が31人、【言語の学習】が24人、【旅行先の情報収集】が31人、【言語の学習】が24人、【好きなことを深く調べる】が17人であった。

誰と一緒にいくかを問う質問では【一人でいくことが多い】が6人(14.6%)、【家族と行くことが多い】が5人(12.2%)、【友達と一緒にいくことが多い】が23人(56.1%)、【恋人と行くことが多い】が3人(7.3%)であった。【その他】の回答では学校の研修や指導教員、決めていないなどが挙げられた。

誰と行ったかを問う質問では、【家族と行くことが多かった】は33人(63.5%)、【友達と一緒にいくことが多かった】は10人(19.2%)だった。【その他】ではクラブチームのメンバーや修学旅行などが挙げられた。

海外旅行に行かない理由を問う質問では、【行きたいが金銭的、時間的な問題などにより行くことが出来ない】が93人、【現地の食事が合わない】が11人、【言語に不安がある】が72人、【外国の治安に不安がある】が66人、【国外に出たくない】が29人であり、【その他】の理由では「国内旅行が好きだから」や「日本でいいと思ってしまう」が挙げられた。

どうしたら海外旅行に行きたくなくなるか問う質問では、【金銭的余裕が出来たら】が101人、【時間的余裕が出来たら】が74人、【現地の食事を食べられるようになったら】が8人、【言語の不安が無くなったら】65人、【外国の治安が良いと感じられたら】が54人であった。【その他】の理由では「飛行機や船に恐怖を感じなくなったら」などが挙げられた。

このことから、金銭的余裕や時間的余裕、言語の不安などの回答者自身の工夫や努力によって解決される問題も多くあることが分かった。

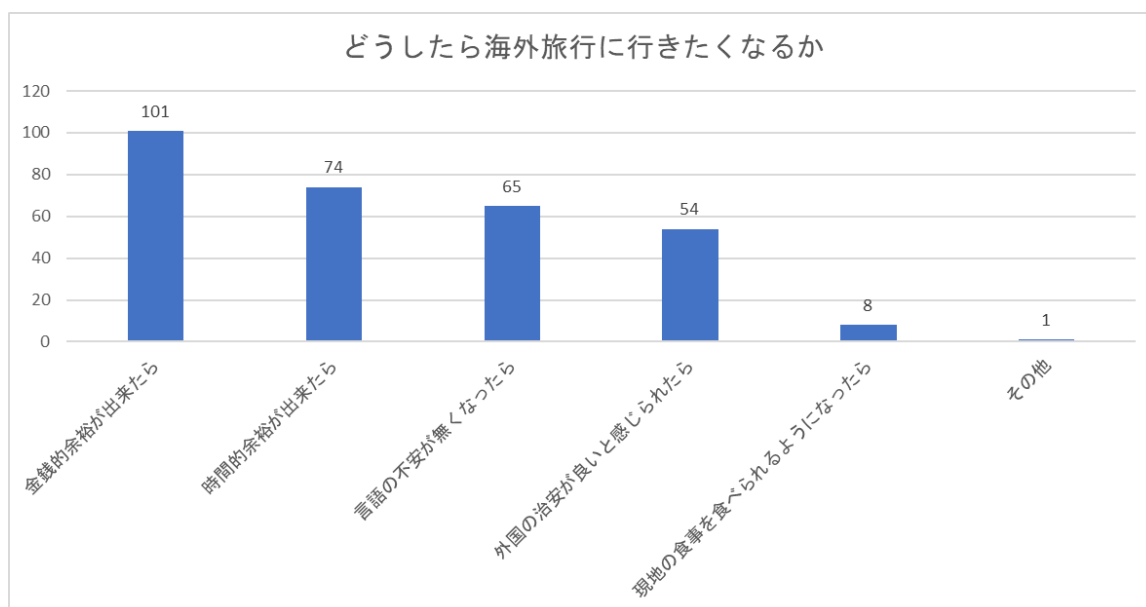


図 12 どうしたら海外旅行に行きたくなくなるか

海外についての情報収集

表 11 情報収集媒体

情報収集媒体	人数	割合
YouTube	108	65%
WEBサイト	107	65%
Instagram	90	55%
テレビ(ニュース番組)	83	50%
X(旧Twitter)	73	44%
ロコミ	59	36%
テレビ(バラエティー番組)	58	35%
TikTok	42	25%
雑誌	38	23%
映画	32	19%
書籍	31	19%
新聞	13	8%
その他	6	4%
ラジオ	5	3%

国外について情報収集をする媒体を問う質問では、【YouTube】が108人(65.5%)、【WEBサイト】が107人(64.8%)、【Instagram】が90人(54.5%)などインターネットを利用した情報収集が多い傾向にあり、マスメディアは【テレビ(ニュース番組)】が83人(50.3%)、【テレビ(バラエティー番組など)】が58人(35.2%)とネットからの情報に比べて低い結果となった。趣味の設問で一定数の回答が得られた「映画」は、【映画】32人(19.4%)とさほど多くはなかった。また、【書籍】が31人(18.8%)、【新聞】が13人(7.9%)、【ラジオ】が5人(3.0%)であったことから、若者が書籍、新聞、ラジオから離れていることが予想される。【その他】の媒体は外務省や旅行会社、海外安全のホームページなどが挙げられた。

どのような情報を収集するかを問う質問では、【治安】が87人、【文化】が100人、【食べ物】が139人、【観光スポット】が141人、【お土産や雑貨などのショッピング関連】が69人であった。【その他】の情報ではファッションや歴史、音楽などが挙げられた。

言語



図 13 日本語以外の言語を習得する必要



図 14 日本語以外の言語を話せるようになりたいか

日本語以外の言語を習得する必要があると思うかを問う質問では、【ある】が 157 人 (95.2%)、【ない】が 8 人 (4.8%) であった。

日本語以外の言語が話せるようになりたいかを問う質問では、【なりたい】が 162 人 (98.2%)、【なりたくない】が 2 人 (1.2%) であった。

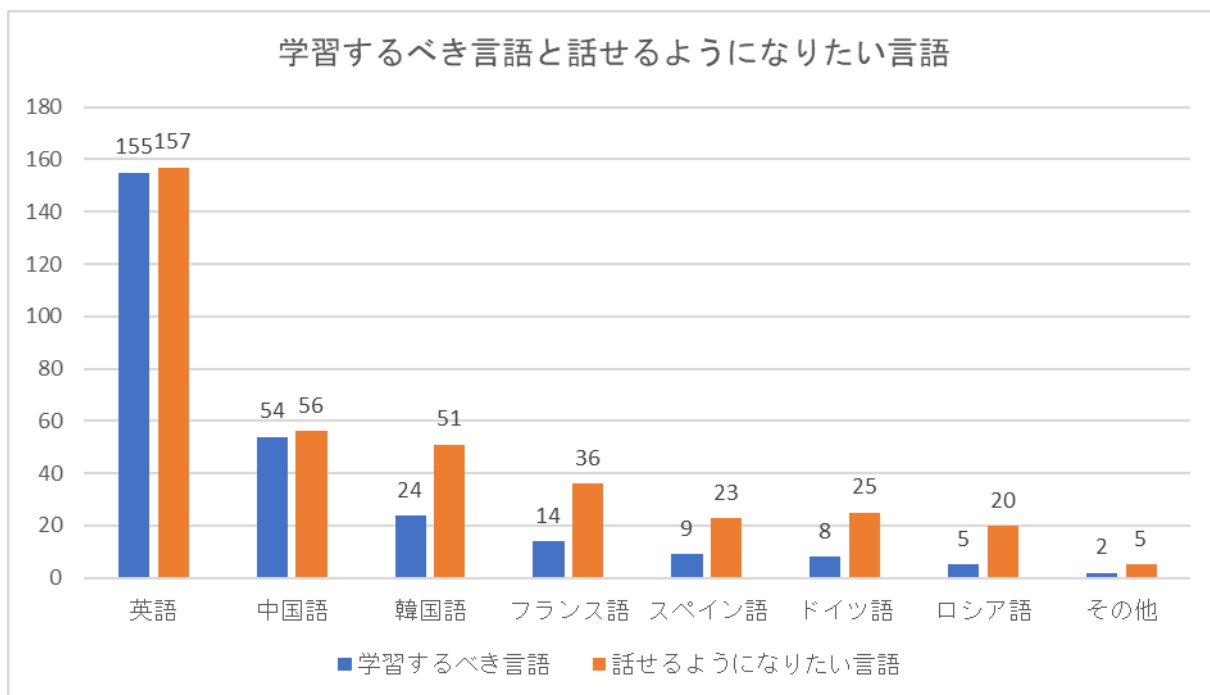


図 15 学習すべき言語と話せるようになりたい言語

学習すべき言語と話せるようになりたい言語について尋ねた結果を整理したのが、図 15 である。この図から分かることは、韓国語やフランス語、スペイン語などで学習すべき言語だと考えている回答者と話せるようになりたいと考えている回答者の人数に英語や中国

語と比べて違いがあることだろう。

日本語以外の言語を話せるようになりたい理由を 4 段階（当てはまらない = 1、あまり当てはまらない = 2、やや当てはまる = 3、当てはまる = 4）で問う質問では、最も高いのは【興味がある】が平均 3.40 で、以下、【カッコいい】（平均 3.18）、【音楽を現地の言語で聞きたい】（平均 3.14）などが続き、全体的に平均値が高いことが分かる。そのほかの理由としては便利や外国人と話してみたい、小説を翻訳を通さずに読んでみたいなどが挙げられた。

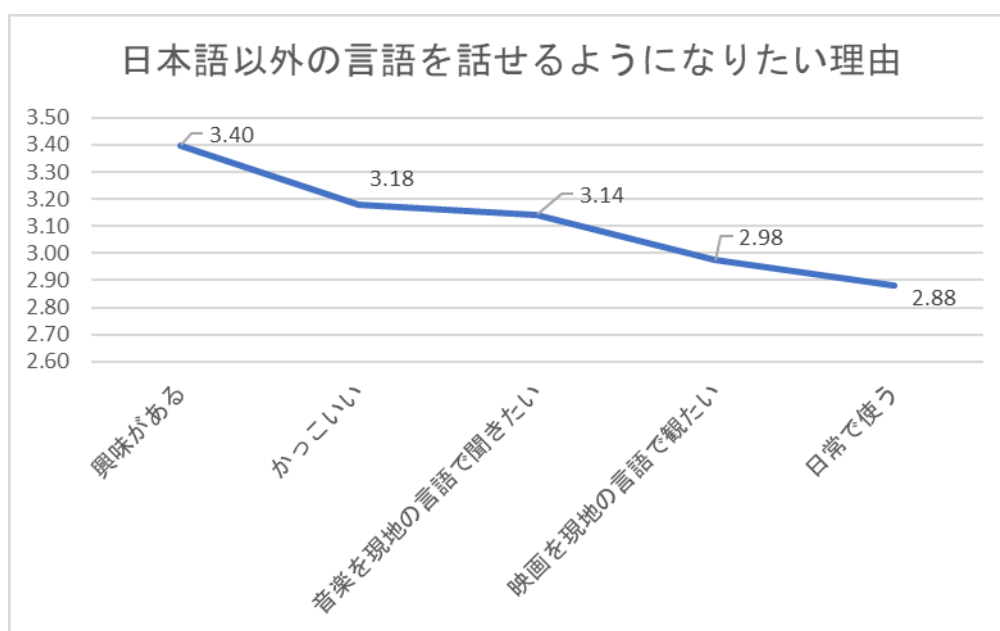


図 16 日本語以外の言語を話せるようになりたい理由

日本語以外の言語を話せるようになりたくない理由としては必要だとあまり感じないという回答があった。

4-2. 趣味による各国に興味を持つ要因の違い

趣味（グルメ・食事、美術・芸術、音楽、サブカルチャー、映画鑑賞、スポーツ・スポーツ観戦、趣味はない）によって各国に興味を持つ要因（旅・観光、グルメ・食事、美術・芸術、サブカルチャー、映画鑑賞、スポーツ・スポーツ観戦）が異なるのかを調べるため、対応のない t 検定を行った。

下記はデータ数が多いため、有意な差が出たデータのみを表示している。

表 12 グルメ・食事

			<i>n</i>	MEAN	SD	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
アメリカ	グルメ・食事	趣味である	88	4.20	0.94	2.36	163	p<.05
		趣味でない	77	3.79	1.30			
中国	グルメ・食事	趣味である	87	3.87	1.22	2.47	162	p<.05
		趣味でない	77	3.35	1.49			
イギリス	グルメ・食事	趣味である	88	3.77	1.28	2.34	163	p<.05
		趣味でない	77	3.29	1.40			
イタリア	グルメ・食事	趣味である	87	4.62	0.72	2.29	161	p<.05
		趣味でない	76	4.28	1.17			
フランス	グルメ・食事	趣味である	86	4.44	1.04	2.10	161	p<.05
		趣味でない	77	4.04	1.40			
ロシア	旅・観光	趣味である	86	3.63	1.31	2.28	161	p<.05
		趣味でない	77	3.13	1.48			
	グルメ・食事	趣味である	86	3.50	1.28	2.37	161	p<.05
		趣味でない	77	3.01	1.34			
	映画鑑賞	趣味である	85	2.38	1.21	2.08	160	p<.05
		趣味でない	77	2.00	1.08			

上記の表は日常生活で「グルメ・食事が趣味である」と回答した人のデータである。

これらの人が、外国に興味を持つ際に、【旅・観光】【グルメ・食事】【美術・芸術】【サブカルチャー】【映画鑑賞】【スポーツ・スポーツ観戦】のどの点により興味を持つのか、考察する。

例えば、普段「グルメ・食事」が趣味な人が、アメリカに関心を持つ際に【グルメ・食事】を重視しているのであれば、【グルメ・食事】の興味得点の平均が高くなるはずである。

表 12 を見ると、アメリカの例では、普段「グルメ・食事」が趣味な人の【グルメ・食事】の興味得点の平均値は 4.20、普段「グルメ・食事」が趣味ではない人よりも平均値が高い傾向にある。

さらに、その他の【旅・観光】【美術・芸術】【サブカルチャー】【映画鑑賞】【スポーツ・スポーツ観戦】では平均値に有意差がなかった。

よって、趣味と国の関心の要因が一致しているといえる。つまり、趣味によって、国の関心が決定する、ということがいえそうだ。

中国、イギリス、イタリア、フランスの例でも同様の傾向であった。

一方、ロシアの場合は、【グルメ・食事】だけでなく、【旅・観光】【映画鑑賞】でも有意差が出ているので、趣味と国の関心の要因が一致しているとはいえない。ただし、ロシアの場合、全体的に関心度の平均値が低く、あまり関心が持たれていない、というのが現状である。

表 13 美術・芸術

			<i>n</i>	MEAN	SD	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
アメリカ	美術・芸術	趣味である	42	3.88	1.06	3.59	163	p<.01
		趣味でない	123	3.06	1.35			
カナダ	美術・芸術	趣味である	42	3.36	1.16	2.87	162	p<.01
		趣味でない	122	2.68	1.37			
中国	旅・観光	趣味である	42	3.74	1.29	2.27	163	p<.05
		趣味でない	123	3.16	1.46			
	美術・芸術	趣味である	42	3.43	1.43	4.24	162	p<.01
		趣味でない	122	2.41	1.31			
	サブカルチャー	趣味である	42	3.10	1.34	3.33	163	p<.01
		趣味でない	123	2.33	1.26			
映画鑑賞	趣味である	42	2.48	1.19	2.09	161	p<.05	
	趣味でない	121	2.05	1.12				
イギリス	美術・芸術	趣味である	42	4.33	1.00	2.88	163	p<.01
		趣味でない	123	3.66	1.40			
	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	42	2.45	1.43	-2.15	163	p<.05
		趣味でない	123	3.03	1.54			
イタリア	美術・芸術	趣味である	42	4.31	1.05	2.34	160	p<.05
		趣味でない	120	3.77	1.37			
	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	42	2.17	1.08	-2.72	161	p<.01
		趣味でない	121	2.83	1.46			
ドイツ	美術・芸術	趣味である	42	3.67	1.26	2.48	161	p<.01
		趣味でない	121	3.07	1.38			
	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	42	2.36	1.25	-2.27	161	p<.05
		趣味でない	121	2.94	1.50			
ロシア	旅・観光	趣味である	42	3.76	1.21	1.99	161	p<.05
		趣味でない	121	3.26	1.46			
	美術・芸術	趣味である	42	3.50	1.31	4.21	161	p<.01
		趣味でない	121	2.54	1.27			

次に、「美術・芸術」が趣味な人のケースである。

同様の分析を行った結果、アメリカの例では普段「美術・芸術」が趣味な人の【美術・芸術】の興味得点の平均値は3.88と普段「美術・芸術」が趣味でない人よりも平均値が高い傾向にあり、その他の【旅・観光】【グルメ・食事】【サブカルチャー】【映画鑑賞】【スポーツ・スポーツ観戦】では平均値に有意な差がなかった。

よって、趣味と国の関心の要因が一致しているといえる。つまり、趣味によって、国の関心が決定するということが言えそうだ。

カナダでも同様の傾向であった。

しかし、中国、イギリス、イタリア、フランス、ドイツ、ロシアなど「美術・芸術」以外の要因でも有意な差が見られている国が多いことが分かる。

特にイギリス、イタリア、ドイツでは【スポーツ・スポーツ観戦】の興味得点の平均値は、普段「美術・芸術」が趣味であると回答した人の方が趣味ではないと回答した人の平均値よりも低い傾向にある。

これは、美術館などの静かなで一人でも楽しむことが出来る「美術・芸術」と、観客席などで周りの人と一体になって応援したり、実際に体を動かして楽しんだりすることが出来る「スポーツ・スポーツ観戦」の特徴の違いから生まれた結果だと考えられる。

表 14 音楽

			<i>n</i>	<i>MEAN</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
アメリカ	美術・芸術	趣味である	128	3.43	1.25	3.00	163	p<.01
		趣味でない	37	2.70	1.45			
イギリス	美術・芸術	趣味である	128	4.03	1.20	3.72	163	p<.01
		趣味でない	37	3.14	1.58			
イタリア	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	126	2.53	1.31	-2.23	161	p<.05
		趣味でない	37	3.11	1.61			
ドイツ	美術・芸術	趣味である	127	3.36	1.31	2.51	161	p<.05
		趣味でない	36	2.72	1.50			
	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	127	2.66	1.40	-2.16	161	p<.05
		趣味でない	36	3.25	1.59			
フランス	美術・芸術	趣味である	126	4.15	1.23	2.42	160	p<.05
		趣味でない	36	3.56	1.54			
ロシア	美術・芸術	趣味である	127	2.91	1.32	2.17	161	p<.05
		趣味でない	36	2.36	1.33			

次に、「音楽」が趣味な人のケースである。

今回、各国の興味を持つ要因として「音楽」という要因は本調査実施前に行った予備調査の結果を踏まえて選択肢に挙げていなかった。

同様の分析を行った結果、アメリカの例では普段「音楽」が趣味な人は【美術・芸術】の興味得点の平均値は3.43、普段「音楽」が趣味でない人よりも平均値が高い傾向にある。

さらに、その他の【旅・観光】【サブカルチャー】【映画鑑賞】【スポーツ・スポーツ観戦】では平均値に有意な差がなかった。

【美術・芸術】に有意な差が出た理由として、イヤフォンなどを利用して一人でも楽しむことが出来る「音楽」と、美術館などの静かなで一人でも楽しむことが出来る「美術・芸術」の特徴の一致がこのような結果につながったと考えられる。

よって、趣味と国の関心の要因が一致しているといえる。つまり、趣味によって、国の関心が決定するといえることが言えそうだ。

イギリス、フランス、ロシアの例でも同様の傾向にある。

一方、イタリア、ドイツでは【スポーツ・スポーツ観戦】の興味得点の平均値が普段「音楽」が趣味であると回答した人の方が趣味でないと回答した人よりも低い傾向にあった。

この理由としては、「スポーツ・スポーツ観戦」の観客席などで周りの人と一体になって応援したり、実際に体を動かして楽しんだりすることが出来るという「音楽」との特徴の違いから生まれた結果だと考えられる。

表 15 サブカルチャー

			<i>n</i>	<i>MEAN</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
アメリカ	サブカルチャー	趣味である	44	3.82	1.21	2.64	163	p<.01
		趣味でない	121	3.21	1.35			
	映画鑑賞	趣味である	44	3.77	1.27	2.11	163	p<.05
		趣味でない	121	3.26	1.43			
中国	旅・観光	趣味である	44	3.77	1.26	2.55	163	p<.05
		趣味でない	121	3.14	1.46			
	美術・芸術	趣味である	44	3.05	1.48	2.08	162	p<.05
		趣味でない	120	2.53	1.37			
韓国	サブカルチャー	趣味である	44	3.45	1.42	2.00	163	p<.05
		趣味でない	121	2.95	1.43			
イギリス	美術・芸術	趣味である	44	4.30	0.90	2.74	163	p<.01
		趣味でない	121	3.66	1.44			
	サブカルチャー	趣味である	44	3.55	1.27	2.00	163	p<.05
		趣味でない	121	3.08	1.33			
イタリア	美術・芸術	趣味である	44	4.39	0.87	2.90	160	p<.01
		趣味でない	118	3.73	1.41			
	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	44	2.23	1.14	-2.46	161	p<.05
		趣味でない	119	2.82	1.45			
フランス	美術・芸術	趣味である	44	4.43	0.90	2.47	160	p<.05
		趣味でない	118	3.86	1.42			
	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	44	2.27	1.21	-2.31	161	p<.05
		趣味でない	119	2.86	1.51			

次に「サブカルチャー」が趣味な人のケースである。

同様の分析を行った結果、アメリカ、韓国、イギリスでは普段「サブカルチャー」が趣味な人の興味得点の平均値は普段「サブカルチャー」が趣味ではない人よりも平均値が高い傾向にある。

しかし、中国、イタリア、フランスでは【サブカルチャー】の興味得点の平均値で有意な差は見られず、趣味と国の関心が一致しているとはいえない。これは中国、イタリア、フランスにどのようなサブカルチャーがあるのか知られていないことなどが要因として考えられる。

表 16 映画鑑賞

			<i>n</i>	<i>MEAN</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>		
アメリカ	旅・観光	趣味である	78	4.45	0.75	2.56	163	p<.05		
		趣味でない	87	4.06	1.14					
	映画鑑賞	趣味である	78	3.95	1.22			5.17	163	p<.01
		趣味でない	87	2.90	1.38					
カナダ	映画鑑賞	趣味である	78	2.96	1.24	2.80	163	p<.01		
		趣味でない	87	2.41	1.26					
中国	映画鑑賞	趣味である	77	2.36	1.20	2.17	161	p<.05		
		趣味でない	86	1.98	1.07					
韓国	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	77	2.40	1.23	1.99	162	p<.05		
		趣味でない	87	2.03	1.15					
イギリス	美術・芸術	趣味である	78	4.12	1.17	2.63	163	p<.01		
		趣味でない	87	3.57	1.44					
	映画鑑賞	趣味である	77	3.43	1.38			3.92	162	p<.01
		趣味でない	87	2.60	1.33					
イタリア	映画鑑賞	趣味である	77	2.95	1.44	2.71	162	p<.01		
		趣味でない	87	2.37	1.30					
ドイツ	映画鑑賞	趣味である	77	2.82	1.35	2.56	161	p<.05		
		趣味でない	86	2.30	1.22					
フランス	映画鑑賞	趣味である	76	2.95	1.49	2.03	160	p<.05		
		趣味でない	86	2.50	1.32					
ロシア	映画鑑賞	趣味である	77	2.40	1.19	2.16	160	p<.05		
		趣味でない	85	2.01	1.11					

次に「映画鑑賞」が趣味な人のケースである。

同様の分析を行った結果、カナダの例では、普段「映画鑑賞」が趣味な人の【映画鑑賞】の興味得点の平均値は2.96、普段「映画鑑賞」が趣味でない人よりも平均値が高い傾向にある。

さらに、その他の【旅・観光】【グルメ・食事】【美術・芸術】【サブカルチャー】【スポーツ・スポーツ観戦】では平均値に有意な差は見られなかった。

よって、趣味と国の関心が一致しているといえる。つまり、趣味によって国の関心が決定する、ということが言えそうだ。

中国、イタリア、ドイツ、フランス、ロシアの例でも同様の傾向であった。

一方、アメリカ、イギリスの場合は【映画鑑賞】だけでなく、【旅・観光】や【美術・芸術】でも有意な差が出ているので、趣味と国の関心が一致しているとはいえない。

表 17 スポーツ・スポーツ観戦

			<i>n</i>	MEAN	SD	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
アメリカ	美術・芸術	趣味である	64	2.92	1.37	-2.70	163	p<.01
		趣味でない	101	3.49	1.26			
	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	64	3.94	1.15	5.91	163	p<.01
		趣味でない	101	2.72	1.36			
カナダ	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	64	2.89	1.35	2.29	163	p<.05
		趣味でない	101	2.41	1.31			
韓国	サブカルチャー	趣味である	64	2.69	1.39	-2.88	163	p<.01
		趣味でない	101	3.34	1.42			
イギリス	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	64	3.59	1.44	5.09	163	p<.01
		趣味でない	101	2.44	1.41			
イタリア	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	63	3.22	1.44	4.27	161	p<.01
		趣味でない	100	2.31	1.25			
ドイツ	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	63	3.43	1.50	4.70	161	p<.01
		趣味でない	100	2.39	1.29			
フランス	スポーツ・スポーツ観戦	趣味である	63	3.30	1.47	4.43	161	p<.01
		趣味でない	100	2.32	1.32			

次に、「スポーツ・スポーツ観戦」が趣味な人のケースである。

同様の分析を行った結果、カナダの例では、普段「スポーツ・スポーツ観戦」が趣味な人の【スポーツ・スポーツ観戦】の興味得点の平均値は2.89、普段「スポーツ・スポーツ観戦」が趣味でない人よりも平均値が高い傾向にある。

さらに、その他の【旅・観光】【グルメ・食事】【美術・芸術】【サブカルチャー】【映画鑑賞】では平均値に有意な差がなかった。

よって、趣味と国の関心の要因が一致しているといえる。つまり、趣味によって、国の関心が決定するということがいえそうだ。

イギリス、イタリア、ドイツ、フランスの例でも同様の傾向であった。

一方、アメリカの場合は【スポーツ・スポーツ観戦】だけでなく、【美術・芸術】でも有意な差が出ているので、趣味と国の関心の要因が一致しているとはいえない。

4-3. 国ごとの印象

国ごとの印象について結果は以下のグラフを基に読み取っていく（図17）。

このグラフは「性別」、「国ごとの印象」、「海外旅行の経験」、「海外旅行の予定」の4つの設問を基に多重コレスポネンス分析を行い、二次元マッピングによるイメージ図を作成した。

信頼性は、横軸のCronbachアルファは、0.81、縦軸のCronbachアルファは、0.73となっており、信頼性は比較的高い。

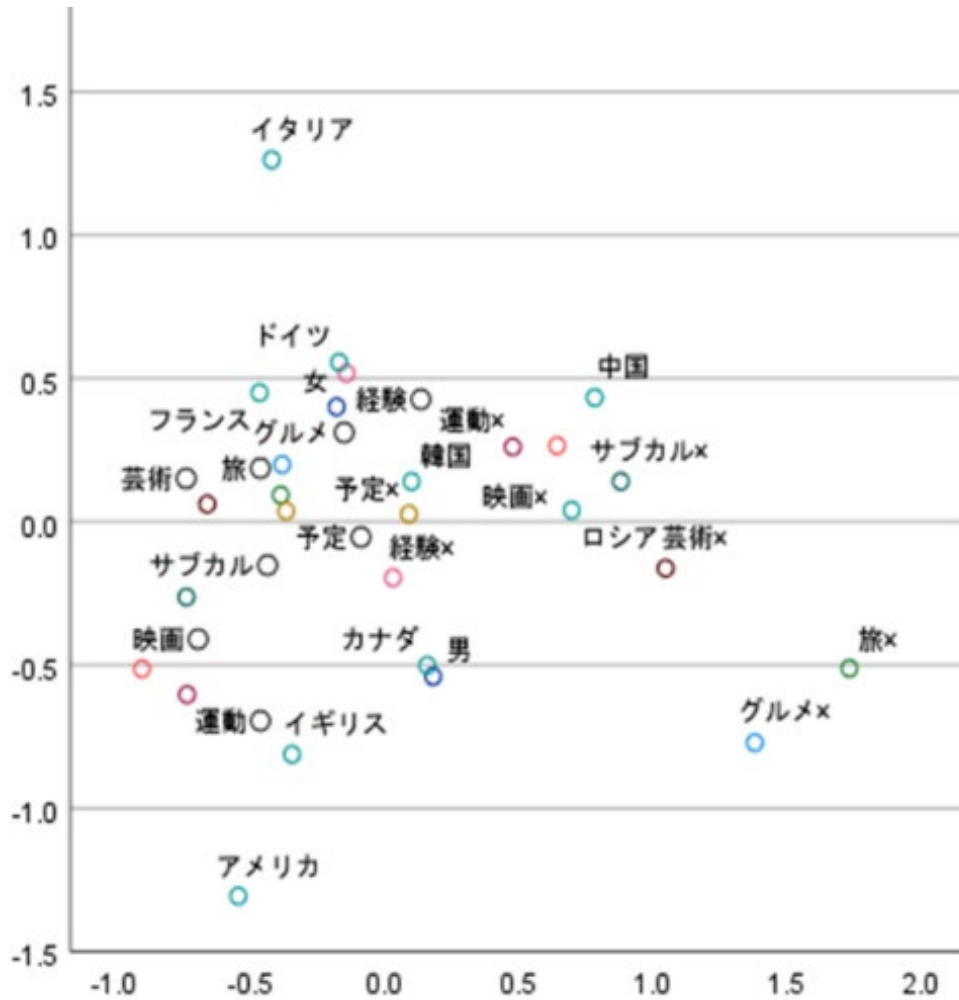


図 17 国ごとの印象

このグラフを読み取っていくと、主に3つのことが読み取れる。

まず1つ目であるが、【フランス】と【ドイツ】の二か国が位置する周辺を拡大した図18をみてほしい。【グルメ・食事】、【旅・観光】、【美術・芸術】との距離が近いため、回答者はこれらの印象を強くもっており、【女性】や【海外旅行の経験がある】と答えた回答者との距離が近いことから、これらについて興味を持っていることが多いといえる。

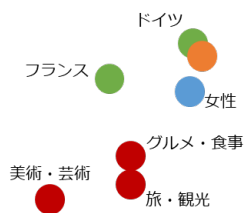


図 18 二次元マッピング「フランス」「ドイツ」

2つ目は、【中国】、【ロシア】の二か国が位置する周辺を表示した図 19 をみてほしい。
 【スポーツ・スポーツ観戦】、【サブカルチャー】、【映画】の3つとの距離が遠いことから、これらに対して興味がない回答者が多いといえる。

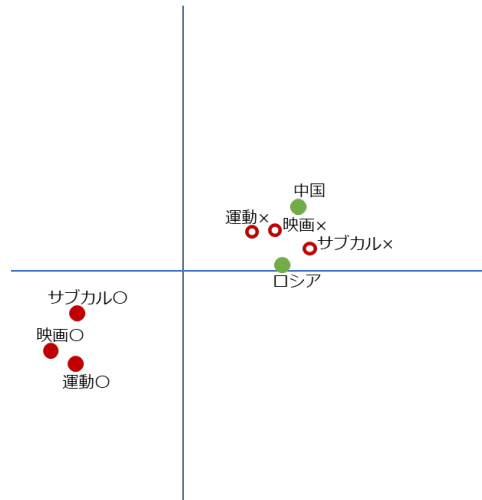


図 19 二次元マッピング「中国」「ロシア」

3つ目は、各国と【旅・観光】、【グルメ・食事】の位置を表示した図 20 をみてほしい。
 興味があると選択しなかった場合の【旅・観光】、【グルメ・食事】の二つに対してどの国も距離が遠いことから、どの国も【旅・観光】、【グルメ・食事】の二つに対して興味がない回答者は少ないといえる。

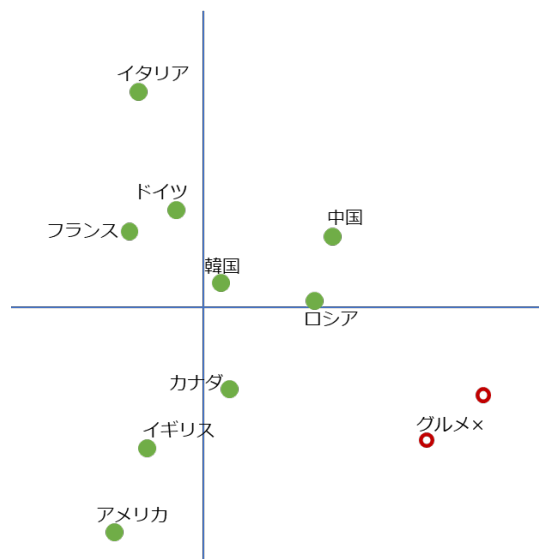


図 20 「旅・観光」「グルメ・食事」

今回、この分析を行う前は【韓国】、【女性】、【グルメ・食事】の距離は、K-pop アイドルの人気や、韓国スイーツの人気などから近くなるのではないかと予想していたが、フランスとドイツの二か国の方が女性、グルメ・食事との距離が近かったため、意外であった。

さらに、アメリカはディズニー作品やマーベル作品、ハリウッド映画などのサブカルチャー、映画の人気作品が多いため、【サブカルチャー】、【映画】が興味の要因なる人が多く、【アメリカ】とこれらは距離が近くなると予想していたが、【アメリカ】がほかのどれとも近いとは言えない位置になっていたのは意外であった。

4-4. 海外旅行経験の有無による各国への凶を持つ要因の違い

海外旅行の経験の有無によって、各国へ興味を持つ要因に差があるのかを調査するために、各国への興味を持つ要因と海外旅行経験の有無による各国へ興味を持つ要因の平均値を比較した。

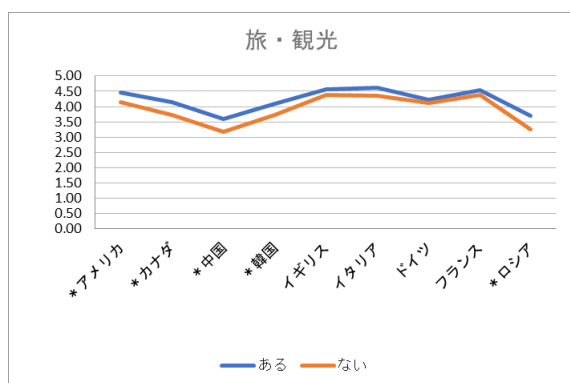


図 21 海外旅行経験の有無による興味関心の平均値 旅・観光

(*は5%水準で有意差あり)

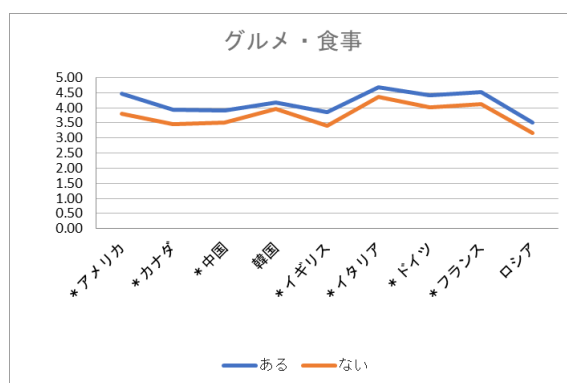


図 22 海外旅行経験の有無による興味関心の平均値 グルメ・食事

(*は5%水準で有意差あり)

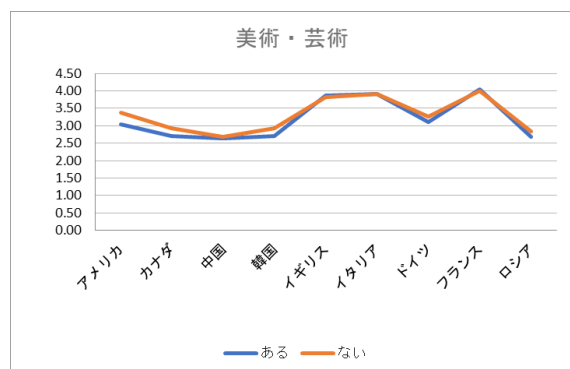


図 23 海外旅行経験の有無による興味関心の平均値 美術・芸術

(*は5%水準で有意差あり)

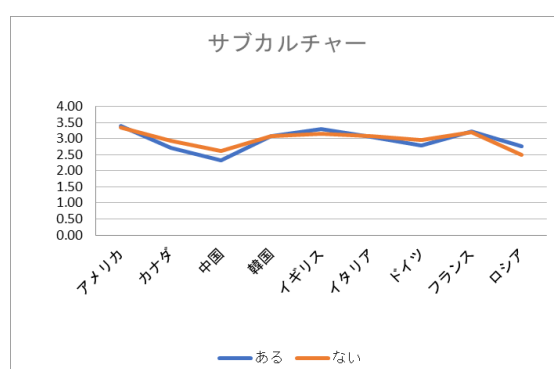


図 24 海外旅行経験の有無による興味関心の平均値 サブカルチャー

(*は5%水準で有意差あり)

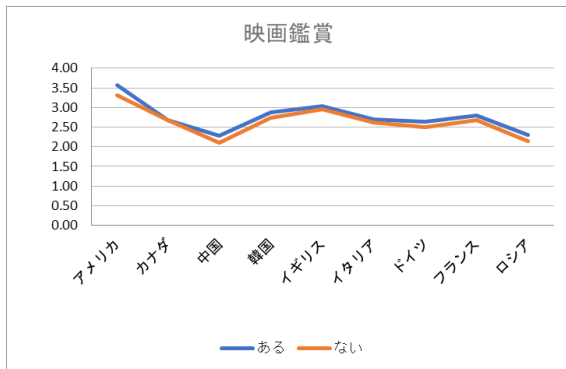


図 25 海外旅行経験の有無による興味関心の平均値 映画鑑賞

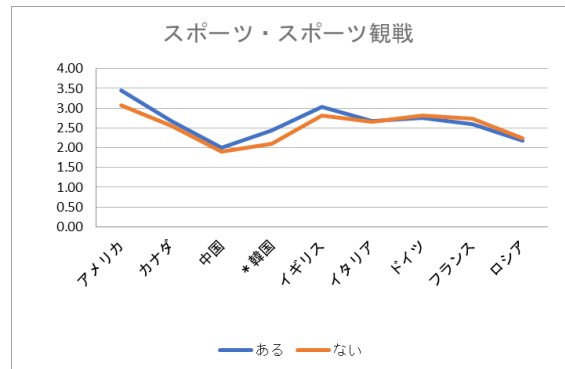


図 26 海外旅行経験の有無による興味関心の平均値

スポーツ・スポーツ観戦

(*は5%水準で有意差あり)

(*は5%水準で有意差あり)

上記のグラフから分かることは主に2点ある。

一点目は、各国へ興味を持つ要因のどの項目も、国ごとの平均値の推移で、海外旅行経験の有無による大きな違いは見られなかった。(ただし、個別にみると有意差のある項目は見られる)。

二点目は、「旅・観光」、「グルメ・食事」の二項目は推移には大きな違いは見られなかったが、平均値はどちらも海外旅行経験が「ある」と回答した回答者の方が高く、海外旅行経験が「ない」と回答した回答者よりも興味を持っているといえる。

このような結果になった背景として、回答者の経験の有無が今回の結果に影響したことが考えられる。

4-5. 海外についての情報収集

海外についての情報収集について、複数回答で尋ねた結果、以下のことが分かった。

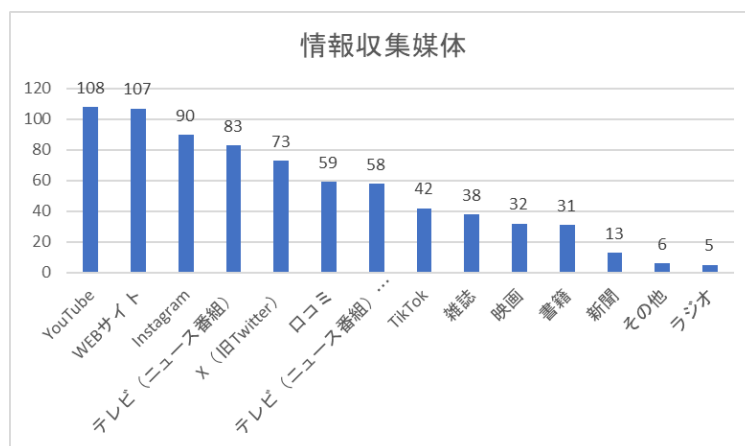


図 27 情報収集媒体 (再掲)

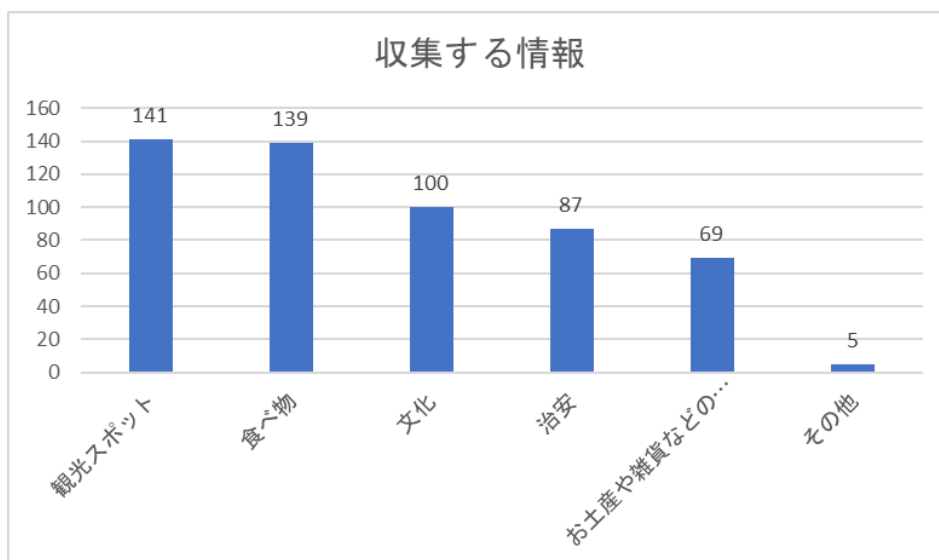


図 28 収集する情報 (再掲)

海外について情報収集をする際に利用する媒体の数は5つが最も多く、次いで4つ、3つと情報収集は単一の媒体ではなく、複数の媒体を利用しており、集する情報の数についても、3つが最も多く、次いで4つ、2つとなっていたことから、情報収集する際には単一の情報ではなく、複数の情報を収集することが多いということが分かった。また、単純集計の結果、情報収集に利用する媒体として、「YouTube」や「WEB サイト」、「Instagram」などの多くの人が気軽に情報を発信することが出来る媒体が多く選ばれていた。さらに、収集する情報の内容としては、「観光スポット」や「食べ物」などの誰でも発信しやすい情報が多く選ばれていたことが分かった。

4-6. 留学経験の有無による言語への関心・意欲

留学経験の有無によって日本以外の言語を話せるようになりたい理由に差があるのかを調査するため、Q5とQ49を用いて対応のないt検定を行った。

結果は以下のとおりである。

表 18 留学経験の有無による日本語以外の言語を話せるようになりたいと思った理由の平均値

話せるようになりたい理由	留学経験	<i>n</i>	MEAN	SD	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
かっこいい	ある	8	3.75	0.46	1.63	159	ns
	なし	153	3.15	1.03			
日常で使う	ある	8	3.38	0.74	1.47	159	ns
	なし	153	2.86	0.98			
興味がある	ある	8	4.00	0.00	2.05	159	p<.05
	なし	153	3.37	0.87			
映画を現地の言語で観たい	ある	8	3.00	1.20	0.06	159	ns
	なし	153	2.97	1.16			
音楽を現地の言語で聞きたい	ある	8	3.13	1.13	-0.04	159	ns
	なし	153	3.14	1.17			

「かっこいい」、「日常で使う」、「映画を現地の言語で観たい」、「音楽を現地の言語で聞きたい」では留学経験有無による平均値の差は見られなかった。

しかし、「興味がある」という項目では、留学経験が「ある」と回答した人の方が「ない」と回答した人よりも平均値が有意に高かった。これらことから、日本語以外の言語を話せるようになりたい理由として、「興味がある」は、留学経験がある人の方が留学経験がない人よりも理由として当てはまるといえるが、「かっこいい」、「日常で使う」、「映画を現地の言語で観たい」、「音楽を現地の言語で聞きたい」はいずれも留学経験の有無による違いがあるとはいえない。

4-7. 留学希望の有無による言語への関心・意欲

留学希望の有無によって日本以外の言語を話せるようになりたい理由に差があるのかを調査するため、Q8とQ49を用いて対応のないt検定を行った。

結果は以下のとおりである。

表 19 留学希望の有無による日本語以外の言語を話せるようになりたいと思った理由の平均値

話せるようになりたい理由	留学希望	<i>n</i>	<i>MEAN</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
カッコいい	ある	60	3.45	0.96	2.64	159	0.01
	なし	101	3.02	1.02			
日常で使う	ある	59	3.12	1.02	2.37	159	0.02
	なし	102	2.75	0.93			
興味がある	ある	60	3.70	0.72	3.56	159	0.00
	なし	101	3.22	0.89			
映画を現地の言語で観たい	ある	60	3.23	1.13	2.21	159	0.03
	なし	101	2.82	1.15			
音楽を現地の言語で聞きたい	ある	60	3.50	1.00	3.09	159	0.00
	なし	101	2.93	1.20			

「カッコいい」、「日常で使う」、「興味がある」、「映画を現地の言語で観たい」、「音楽を現地の言語で聞きたい」のすべての項目で有意な差が見られ、留学希望が「ある」と回答した人の方が留学希望が「ない」と回答した人よりも平均値が高い。

これらのことから、留学希望がある人の方がいない人よりも「カッコいい」、「日常で使う」、「興味がある」、「映画を現地の言語で観たい」、「音楽を現地の言語で聞きたい」という理由が当てはまるといえる。

5. 考察

今回の調査では、大学生の外国に対する興味・関心に焦点を当てて調査を実施した。

まず、回答者の趣味については、「音楽」や「グルメ・食事」、「映画鑑賞」などの身近なものほど趣味であると答えた回答者は多く、趣味と各国の興味を持つ要因では、趣味と各国の興味を持つ要因が合致するものの多くで有意な差を見ることが出来た。このことから、回答者の多くは回答者自身の趣味に関するものが各国の興味を持つ要因になることが多いといえ、趣味と興味を持つ要因には深い関りがあるのではないだろうか。

次に、各国の印象を分析した際に、「ドイツ」と「フランス」は「グルメ・食事」、「旅・観光」、「美術・芸術」と距離が近く、さらに「女性」とも距離が近かった。「美術・芸術」は趣味の設問を分析した際に、女性の方が男性よりも有意に「趣味である」と答えた回答者が多かったことから、各国の印象についても自分の趣味や好みが影響で興味を持つことが多く、興味を持つ要因として違いが出てくると考えられる。

さらに、国外について情報収集するときによどのような媒体を利用し、どのような情報を収集するのかを問う設問では、利用する媒体は「YouTube」、「WEB サイト」、「Instagram」などの誰でも気軽に情報を発信できる媒体を利用している回答者が多く、情報収集の際には単一媒体ではなく、複数の媒体を利用し、「観光スポット」、「食べ物」、「文化」などの自身の趣味や生活に基づいた投稿しやすい内容を収集していることが分かった。これらのことから、大学生は外国について情報を収集する際に趣味や自身の生活に基づいた情報を複数の媒体で幅広い情報を収集し、比較していると考えられる。

最後に、言語について分析した際に、9割以上の回答者が可能なら日本語以外の言語を話さるようになりたいと回答したことから、大学生の外国語に対する興味・関心は高いと考えることが出来る。

学習すべき言語と話せるようになりたい言語はどちらも英語が最も多く、次いで中国語、韓国語と続いている。このことから回答者自身の外国語に対する興味関心が学習意欲にも影響を与えていると考えられる。さらに、留学希望の有無と外国語を話せるようになりたい理由を分析してみると、「カッコいい」、「日常で使う」、「興味がある」、「映画を現地の言語で観たい」、「音楽を現地の言語で聞きたい」のすべての項目で有意な差が見られ、留学希望が「ある」と回答した人の方が留学希望が「ない」と回答した人よりも平均値が高い結果となった。このことから留学の希望がある回答者は希望がない回答者に比べて外国語への興味・関心が高く、これには留学の際に外国語を学ぶこと、話すことが必須になることが影響していると考えられる。

さらに、項目の中でも「興味がある」が最も平均値が高いことから、回答者の外国語に対する興味・関心が最も大きな影響を与えていると考えられる。

今回の調査を行うにあたり、自分自身が外国や外国語に対してどのような印象を持ち、情報収集をしていたかなどを考えたところ、学校やテレビ番組の影響はもちろんだが、実際に

自分自身の趣味が高じて海外旅行に言った経験があるため、やはり回答者自身の趣味の影響がとても大きいと感じた。

分析をする中で、趣味や好みが影響しているのではないかと感じる部分が多くあったため、必要だと言われつつも苦手意識を持たれることが多い外国語なども趣味や好みの面からアプローチしていくことで学生が学びやすくなったり、大学生に今よりも外国について興味・関心を持ってもらえるようになっていたりするのではないだろうか。

6. 参考文献

- ・ NID 国立感染症研究所、「東京都での新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の流行（2020年1～5月）」（2024年1月4日閲覧）

<https://www.niid.go.jp/niid/ja/diseases/ka/corona-virus/2019-ncov/2502-idsc/iasr-in/9818-486d01.html>

- ・ 朝日新聞 DIGITAL、「新型コロナウイルスの感染状況（2020年1月16日～2023年5月7日）」（2024年1月4日閲覧）

<https://www.asahi.com/special/corona/>

- ・ 厚生労働省、データからわかる－新型コロナウイルス感染症情報、「新規陽性者数の推移（日別）」（2024年1月4日閲覧）

<https://covid19.mhlw.go.jp/>

- ・ JTB 総合研究所、観光統計、「日本人出国者数」（2024年1月4日閲覧）

<https://www.tourism.jp/tourism-database/stats/>

- ・ 文部科学省、「外国人留学生在籍状況調査」及び「日本人の海外留学者数」（2024年1月19日閲覧）

https://www.mext.go.jp/content/20230201-mext_kotokoku01-1412692_00003.pdf