

# 立命館大学 学外研究報告書

2006年 11月 24日

立命館大学長 殿

所属： 経営学部 職： 教授

氏名： 池田伸 印

このたび、学外研究を終了しましたので、下記のとおり報告いたします。

	学部長承認	印	
研究課題	消費者研究における調査方法論の研究		
区分 (○印を)	学外研究A・学外研究B・学外研究C・学外研究D (学外資金による国外留学) 35才未満の学外研究B・役職者学外研究員制度による(国内・国外/長期・短期)		
期間	2006年4月1日～2006年9月25日	国名	日本
		研究機関名	神戸大学大学院経営学研究科
1. 研究の実施状況：研究方法や受入れ研究機関との関係なども含めてできるだけ具体的に記入してください。 [800～1000字程度]			

研究計画の概要については以下のとおりである。

マーケティング・リサーチをはじめとする統計・社会調査において多用される量的なデータ収集法である質問紙調査についての素朴な実在論的・反映論的・実証主義的な立場は、近年の「表象の危機」および「正当性の危機」において、急速に疑問にさらされるようになった。その結果、社会関係の中でのテキストの生成と解釈という、社会調査の「言語学的転回」を目指す一つの方向性が現れてきた。

このような問いかけの受容は各分野での濃淡は様々である。とりわけ実証主義的傾向の強い経済経営分野では人文系のこのような議論はほとんど浸透していないように思われる。そのような中、マーケティング分野での新たな研究や方法論の発展を期して理論面および事例面ともに先端的に研究を進められている。わが国のこの分野での第一人者である石井教授のもとで研究する機会が得られることを熱望し、関係各位のご高配によって幸いにして今回実現の運びとなった。

研究計画の内容について、以下のような線に沿って研究を行った。

- ①消費者行動・消費研究の深化：消費に関する学際的な理論およびケース研究
- ②マーケティング方法論の反省：マーケティングにおける諸概念の批判的検討.
- ③経営研究方法論の試み：これらを統合する研究方法論としての可能性の討議
- ④統計学と経営研究方法論との関連：社会諸科学の方法論の比較

研究形態は、上記期間中石井先生の大学院ゼミに参加を許可され、博士課程の学生諸君らとともに討論に加わることができた。石井先生の主宰される研究会においても有益な意見交換をすることができ、おもに上記①～③マーケティング研究および消費研究に関する最新の知見が得られ、教育上もそれらの学部および大学院教育へのすみやかなフィードバックが可能となったように思われる。

また、神戸大学の栗木契助教授、松嶋登助教授（経営学研究科）、金子治平助教授（農学部）の各先生方には④を含む全般についてご指導いただき、とくに既存方法論の再検討によって経営学および統計学分野での研究方法論を再考するまたとない機会となった。

なお、今回の学外研究の期間の一部は以下の適用を受けた。

財団法人 私学研修福祉会

国内研修（私学研修員）

受入先 神戸大学大学院経営学研究科：石井淳蔵教授

開始日 平成 18年 4月 21日

終了日 平成 18年 7月 21日

**2. 成果の概要：** 今回の研究成果の概要を具体的に記入してください。 [2500～3000字程度]

## はじめに

今回の学外研究においては、今後の展開の基礎となるようないくつかのテーマについて、比較的広範囲に探索を心がけた。現在の人文社会諸分野において、当該分野だけで完結しない問題群が発生していることによる学際性というより、あらゆる領域での実証主義（科学主義、实在論等々）の興隆の反面、それに対する抵抗もまた並行現象として表れているといえるとき、実証主義に対する「抵抗力」が分野で異なるように見えるのはなぜか、に興味をもたれたからである。

とくに筆者の関心のあるのは統計学および消費（伝統的にはマーケティング、消費者行動）についての研究方法論である。以下、調査論と統計システム論とに分け、この間の研究の概略を記しておきたい。

## 調査論

マーケティング・リサーチを含む社会調査において多用される量的なデータ収集法である質問紙調査（アンケート調査）は、事実上同様の方式で調査を行う統計調査（悉皆または一部調査）とは異なる調査方法とされている。しかし、一般には種々誤差を含むものの、いずれにせよ回答はレスポンドントの真実の状態・心性の表現であるとしてよく観念されている。

しかし、このような素朴な实在論的・反映論的・実証主義的な立場は、文化人類学を含む社会調査をめぐる近年の「表象の危機」および「正当性の危機」において、急速に疑問にさらされるようになった。その結果、社会関係の中でのテキストの生成と解釈という、社会調査の「言語学的転回」（この用語はやや適正を欠くが）を目指す一つの方向性が現れてきたが、このような問いかけおよびそれを受けた新たな研究や方法論の発展は未だ十分ではない。

他方、マーケティングおよびマーケティング・リサーチにおいて、消費者を対象とする研究は従来消費者行動論として取り上げられてきたが、そのパラダイムは近年消費者の情報処理過程をモデル化するにしても、基本的には依然として刺激-反応型パラダイムにとどまる。このような近代主義的なマーケティング上の消費者行動モデルでは現代の消費理解には狭すぎ、周辺領域の知見を積極的に摂取総合する消費（者）研究が望まれる。

心理学（一部の組織論を含む）では一定の質問群を「態度」等の構成概念・因子の尺度とし、質問紙調査はそれらの測定法と解される。そのため質問群は伝統的で翻訳可能な一連の文言に固定され、人間の生物的斉一性に対応した不易不変の尺度とみなされる。回答の変異やそれによる因子負荷の変化はある属性の影響と（のみ）理解されがちである。他方、社会調査においては同様の質問群は事実および意見の表明とみなされる。

このような伝統的理解に対し、ひとまずは質問紙への回答（の拒否や留保を含め）を通じたテキスト（記入済回答紙）の産出という言語行為としての調査過程の社会的な考察の可能性を検討している。

## ケーススタディ論の試み

経営分野での調査研究においても、質問紙調査等他分野と共通の方法が用いられるが、特質に応じたふさわしい調査方法が求められている。質問紙調査では、調査対象内（個人）の相互作用がないのがむしろ通常の想定といえる。しかし、当然経営組織および組織間においては直接の交渉こそが課題になるであろう。この点では人類学的なフィールドワークが妥当するようと思われるが、他民族・文化の探訪とは異なり、観察者と共有される法的境界を持つ公式組織や制度による区画を前提としつつ、非公式組織との相互浸透を記述することが経営学的ケーススタディの大きな特徴と思われる。

公式組織では収益の計算がなされ、非公式組織では職場・仕事の維持などが課題となる。近代の私的（企業の場合）かつ社会的な組織を取り上げるための方法は、消費者研究のフィールドワークとは異なりうる。このような公式・非公式の別に加え、協力・競争の組織間関係が基本的な影響を与えるため、分析単位の確定は公式組織の境界に沿うというより、それ自体主題化せざるをえない。

また、情報収集という面では観察や参与観察は通常ほぼ排除され、文書や人工物の資料も容易には入手しがたい。組織の調査研究は、人類学的フィールドワークよりも困難ともいえるうえ、いま記載されないと情報が永遠に失われてしまう点では共通している（限られた社史や公文書のみ）。その際、ケーススタディにおけるインタビューの重要性は情報収集にとどまらない。ラポールおよびインフォーマントの物語の観点から、実証主義とも質的研究とも異なる扱いが要請されているように思われる。

このような素描からも明らかなように、ケーススタディこそが、マーケティングを含む経営学的調査の主要な方法論であるように思われる。社会学者はモノグラフを書き、人類学者はエスノグラフィーを書く（またはする）；同様に、経営学者はケーススタディを書く。

4-2

氏名

池田伸

## 統計システム

制度統計（仮）official statistics とは、通常の個々の「統計」のことをさす新たな訳語である。もとの「公式」という意味を「官庁・官府・政府」等と表記するのでは、統計作成者の彼岸性を強調してミスリードであったように思われる。ここでの理解では、統計とは国家が行う市民社会の表象であり、国家による市民社会への呼びかけとそれに対する応答である。つまり、市民による、自己にまつわることがらについて、自発的で自己目的的な一定の書式への記入が、類型化された事実とされ、それらの集計・製表をへて作成・公開されるマス目に数字の入ったテキストが統計であるといえる。

とくに、制度という用語を用いるのは、会計制度との並行関係もあるが、状況論やSTSでの議論から、統計もまた人びとの行為を可視化し、意見交換などの相互行為によって再帰的に社会を構築するグリッドまたは銘文 inscription の一つと考えられる。統計の場合は社会と国家との両方の成立に関するインスクリプションである。具体的には、上記のようなテキストを国家が継続的産出を行うことである。

このような個々の制度統計に対し、統計制度とは国が行う統計といわれるもの全般をいうこととする。ここで重要なのは、統計制度は必ずしも体系性を要しないことであって、理論的先験的な「あるべき統計制度」を仮定することを回避している。個々の制度統計についての議論と、ある国民国家における統計という表象のあり方とは区別して検討されるべきである（一定の制度統計の品質が高くても、何らかの理由で統計制度としては不備・ミスリードであるような場合はインテグリティを欠く）。

これを総括するより上位の概念として、今回導入を試みているのが「統計システム」である。個々の制度統計からなる統計制度というインスクリプションをめぐる市民社会と国家との相互作用によって、「社会」や「国民経済」の「実在」が構築され、再帰的に統計がこれらを測定すると観念されるようになる社会システムの一つである。今後の研究方向として、これまでの議論を統計システムのあり方として再編成できるのではないかと考えている。

たとえば、統計精度の理解に係わって「統計実践」（大屋）との異同を検討すると、統計実践では統計産出プロセス全体が明示的に取り上げられている点で画期的であるが、基本的に作成者の実践であり、依然として指導的統計家の役割も前提されている。統計システム論としては、統計実践には統計消費および統計作成者の「観察」が内部化されていない点で、大屋の主張する「視座の転換」は半ばに止まっているように思われる。

このような統計システムの進化にかかわって、近代国家と市民社会の双対的なモデル化が必要になる。この点をこれ以上追究するのは主題から遠ざかるので、近年のナショナリズムに関する議論を部分的に参照することで替えたい。ゲルナー(2000)は、産業化によって孤立・身分的な農村社会から流動的で平等主義的な近代市民社会が誕生し、市民社会を領域的に成立させる規範・暴力・制度の一元化・正統化を担う国民国家もまた同時に発生したことをいう。統計制度や統計システムがこのような「国民の創成」にどのように関わったか検討すべき課題である。なお、産業化以前の国家における国状学は、疑問の余地あるものの統計学の一つの源流とされているが、それ以前の形態のものも含め国家による国家枢要とされる情報の収集という非歴史的規定を統計学に持ち込むならば適当ではないと思われる。

## 蜷川理論の現代的評価

上記の統計システム論に関し、一つの（マイナーな）カノンである蜷川理論の検討が不可避となる。

蜷川（1988）や『統計学概論』では、統計学の研究対象は統計方法である、という画期的な規定が行われた。しかし、それらは調査論および利用論に截然と二分され、制度統計の明確な位置づけを欠いたまま社会科学方法論が主張されるに至った。その結果、調査論においては、研究者と国家との区別が曖昧で、制度統計と社会科学の方法論とが混在し、統計学の認識論への還元は道を拓くこととなった。

また、彼はドイツ的に集団（大量）論を統計の首座に据え、社会科学的な位置づけを強く主張するが、集団は常に統計学外から規定され、「信頼性」によって統計テキストと実在とを関係づける独断論的傾向が強い。集団論そのものも、社会学的集団と相互作用のない概念上の集団との差異が不明瞭な点ではマイヤーなどのドイツ統計学よりむしろ後退している印象がある。

蜷川における統計学の革新は「利用者のための統計」という統計の反国状学的規定にあり、上述の集団論も事実上は経済学と統計との親和性を前提としている点では、近代統計システム分析の始祖としてより高い評価が与えられるものと思われる。しかしながら、結局は統計の作成と利用とが形式的に分離されたまま、社会の数量的側面の記載という通説的理解により、「解析的集団」の留保つきではあるが集団現象の確率的理解のためのデータという科学主義的パラダイムの嚆矢となった。その結果、利用は通常統計的方法とほぼ同様に研究者による解析のみを意味し、市民は依然として局外に置かれ、社会学的、歴史的また言語論的観点をほとんど欠くものであった、といわざるを得ない。

**主要参考文献**

- ギアーツ, C. 『解人人類学と反=反相対主義』みすず書房 (2002) .  
 ゲルナー, E. 『民族とナショナリズム』岩波書店 (2000).  
 ハッキング, I. 『偶然を飼いなす』木鐸社(1999).  
 池田伸「社会統計学におけるポストモダンの条件」 『季刊経済研究』第 28 巻第 1 号 (2005) .  
 石井淳蔵「競争的価値創発プロセス概念とケース記述の手法：競争プロセス, デザイン, そして身体性」  
 神戸大学ディスカッションペーパーシリーズ, No. 48 (2006) .  
 栗木契「構築主義的なマーケティング・リサーチの射程：ケース・ベスト・リサーチの擁護」神戸大  
 学ディスカッションペーパーシリーズ, No. 32 (2006) .  
 ラトゥール, B. 『科学が作られているとき』産業図書 (1999).  
 ルーマン, N. 『社会システム理論』〈上〉, 〈下〉恒星社厚生閣 (1993/1995)  
 Marcus, G. E. and M. M. J. Fischer, Anthropology as Cultural Critique, Second edition,  
 The University of Chicago Press (1999).  
 松嶋登「計量的モノグラフ」の方法論的的定位」神戸大学ディスカッションペーパーシリーズ, No. 34  
 (2006) .  
 蛭川虎三『統計利用における基本問題』現代語版, 産業統計研究社 (1988) .  
 大屋祐雪『統計情報論』九州大学出版会 (1995).  
 上野直樹『状況のインタフェース』金子書房 (2001).

		著書／論文／学会発表のテーマ等	出版社／掲載誌、巻号／学会名等	刊行／発表年月日
研究 成 果 の 公 表	既 ・ 予	[ <u>著書</u> ・論文・学会発表] (該当に○印を) テーマ：民間におけるデータの蓄積と利用： マーケティングリサーチ, データマイニン グ, 統計	『統計学』経済統計学会, 50 周年記念第 79/80 合併号, pp. 45-57.	2006 年 8 月
	既 ・ 予	[ <u>著書</u> ・論文・学会発表] (該当に○印を) テーマ：社会統計学の社会学：データマイニ ング, 調査論, 統計システム	経済統計学会関西支部例会	2006 年 11 月
	既 ・ 予	[ <u>著書</u> ・論文・学会発表] (該当に○印を) テーマ：(統計システムおよび調査に係わる内 容を予定)	交渉中	2007 年度予定
		4-4	氏 名	池田伸

注) 本報告書の内容は立命館大学ホームページ『学術年鑑』の項で公開します。

注) 衣笠は学部事務室、BKC は理工リサーチオフィスに提出して下さい。