

育ててくれてありがとう

柳原良造

株式会社マーケティング・サービス 元社長

私は、民間調査機関所属の一調査実務者であった。調査をビジネスとする以上、顧客にはしかるべき能力を提供し、会社ではそれなりの業績を上げる必要があった。このためには勉強がだいじだが、そのための時間づくりは、多忙に押されてけっこう難儀であった。そんな状況下での読書目的は、「いますぐ役立つ理論やヒント探し」が中心となった。そうした功利的読書のなかで役立つ書物について記したい。

調査の専門家であるための 素養と追究心を育む

『社会調査と数量化
—国際比較におけるデータ解析—』
林 知己夫・鈴木達三著
岩波書店 1986

私が調査機関に入った当時、調査は珍しい存在で、入社時の私はズブの素人であった。会社は私をそれなりのリサーチャーに育てるべく、教育を行い、また私自身も役立ちそうな書物を乱読したりした。そうした経験のなかから、私が教育されたと感じる書物の代表例として、本書を選んだ。

本書は、文科省統計数理研究所の「日本人の国民性」調査を拡張発展した日米欧諸国の「国民性の異同の比較研究」の結果分析を内容とする。この研究調査の企画の枠組み、質問文、とくに翻訳文の検討、データ分析と、どの部分でも見習うべきポイントが見いだせる。

その1つが、この種の国際比較調査での「連鎖的比較研究法」のすすめである。ある国と国のあいだの何らかの同異を調べる場合、いきなり両国のデータで差異を見るのではなく、関連するその他の国ぐに拡大して順次調査を重ねる。そして各国の似たところとちがいを重ね見て、関連分析により同異の生ずる相を捉える。そして、そこに生じた異の部分の各国データが連鎖している姿をよく見て、各国間にある真の差異を取り出そうとするものと理解される。

もう1つの提言は、「考えの筋道を読み解こう」である。たとえば、数量化Ⅲ類の分析結果を布置図から読む場合、単純に特定項目の所属群やその布置位置を見て納得するのでは不十分である。その空間座標を構成する各根の根底にある考えの基盤を見いだす。そして、目標とした項目それぞれの示す布置が、その考えの基盤とどう関わってその結果に至ったのかを読みきって正しく深い意味解釈に至ろうとするものである。

本書は、数量化理論開発者の分析事例で、手法の活かし方、結果解釈と平易な表現法、軸回転の意味追究などなど、教わる内容が豊富である。

知恵を絞って 流行の予測に挑んだ例

『技術革新の普及過程』
E・ロジャース著 藤竹 暁訳
培風館 1966

原著者の理論や考えをヒントに応用を考えるのも、私など実務家の読書目的の1つである。そんな活用の一例として、本書を取りあげた。この書物の発売当時は、イノベーターという語すら、まだ日本語になっていなかった。しかし、その後おおいに流布し、本書も広く読まれたので、ここでは私がこの理論を下地に行った事例を書く。

この発端は1970年ころ、日本流行色協会化粧品分科会から「2年後に流行するであろうメークアップ化粧品の色を予測する方法はないか」という相談があった。そのとき、私の頭に浮かんだのは、本書の採用者カテゴリーとオピニオンリーダーについての記述であった。

ロジャースは、ある“革新”の受容者を、採用の早さの時間軸上に分布させた。そして、標準偏差を基準に、早い順に、革新者、初期採用者、前期追随者、後期追随者、遅滞者の5カテゴリーに分け、各カテゴリー



の諸特性を追究している。

革新者については、「逸脱者である革新者＝別のドラムの音に歩調をあわせて」と、その特性をみごとに言い表した表題で1章を割り、またオピニオンリーダーについても記し、その特性や条件にも触れている。この研究を基に私が考えた「新流行カラー採用へのシナリオ」は、次のとおりである。

外部情報で得た（自身で発想の場合もある）新色は、まず革新群で採用され、その顕示効果やオピニオンリーダーによる情報伝達等により、次の隣接群へと採用が進む。そして、さらにその先へと伝播してゆく。ただし、どんな色でも伝播するわけではない。問題は流行候補とする新色のどれが革新群の琴線にふれ、後続する群の支持を受けるかにある。革新群のなかでもひととき革新性の強い少数がもう使い始めていたり（これは2年後の予測を考慮）、使いたいとか面白いとか評価され、次の初期採用者群でも関心が示されることが候補色となる条件とした。すなわち、革新・初期採用・前期追隨の流行を早く採用する群の反応が、この順で書くと、

「使う－欲しい－関心あり」、あるいは

「欲しい－関心あり－興味あり」となる色を候補色とした。

そして、およそ10年にわたり化粧品業界に予測色を提示した。予測結果はさいわい良好で、ハズレと言われたことはなかった。

古い話（だから書けた）だが、むかし口紅色がダークとなり、黒にちかい赤が流行したことをご記憶の方も多いと思う。この流行進行時代に行った調査である。

現代または現在日本において 正当といえる調査基準を 見いだしたくて

『調査法ハンドブック』

ロバート・M・グローヴス／フロイド・J・ファウラー Jr／ミック・P・クーバー／ジェームズ・M・レブカウスキー／エレノア・シンガー／ロジャー・トウランジョー著 大隅 昇監訳
朝倉書店 2011

引退したとはいえ、調査業界とその現況、調査技術のあり方とその質と量、そして倫理に関心をもた

ざるをえない。だから、調査の現況を示す書物には、気が惹かれる。本書は、その一冊である。

かのミシガン大学のI. S. R (Institute of Social Research) の関係学者がグローヴス教授のもとに集い、調査講義未修の大学院生のための教科書として本書は書かれた。

内容は調査の進行順に関係理論やなすべき作業が詳述されていて、調査初心者には調査全体を理解できるよい教科書だと推奨できる。特徴としては、誤差について、総調査誤差パラダイムの枠組みを採用しており、標本誤差以外の誤差源も、調査進行段階ごとに検討している。

私が本書に期待したのは、ウェブ調査と混合方式に対する著者の先生方の見解であったが、文中に記述が散見されたものの、私には評価態度が読みきれなかった。実査時の回収不能サンプルへの追加調査として、まずは郵送法を用いる。なお不能の者には電話調査、さらにウェブ調査や面接調査と低コスト順に調査を重ねることが書かれている。調査法（モード）を変えてでも回収率をあげたほうが、精度が上がるということであろうか。こういうミックスモード調査結果と単一モードによる調査結果の突きあわせ結果が知りたいところであるが、どうも叶わぬ夢のようである。

いろいろの調査法を使いきって、少しでも回収率を上げることが誤差縮小に重要で、それがマルチモードの有用性の根拠であるとの考えのようだ。現在のきびしい条件下での調査基準は、この水準を心得るべきなのかもしれない。ウェブ調査については、インターネット加入率が若年層と高齢層とで大きく差があると指摘した文が1か所あるが、そのほかにはとくに推奨も批判もなく、マルチモードの1つのモードとしての活用が淡々と記されている。

私などが学んだ調査と現状とは、おおいにちがうので、その事実をふまえた見解を知りたかったが、はっきりせずに残念である。ただ、現代アメリカの調査基準がどんなものかは知りえた。