

高等学校課題研究ハンドブック序

このハンドブックは、高校生の皆さんに「課題研究では、リサーチをどのように進め、その結果を分析したあと、プレゼンやレポートをまとめたら良いのか」を説明します¹。

この序では、全体の目次と内容を紹介しますが、それぞれの Chapter は独立した内容です。したがって、皆さんは必要な Chapter だけ目を通していただいてもかまいません。

1. 目次と内容の紹介

まず、Chapter 1～3は“**基礎編**”です。どなたもお目通し下さい。

Chapter 1：リサーチ、プレゼン、レポートの枠組み（1～4頁）

- ・全体の**枠組み**を説明しますが、肝心なのは「**なぜリサーチの方法を学ぶのか？**」です。それは高校・大学卒業後、就職先での仕事の進め方そのものなのです。

Chapter 2：リサーチの進め方とテーマの深め方（5～8頁）

- ・序→結果→考察・議論という枠組みを踏まえ、**テーマの決め方・深め方**を学びます。

Chapter 3：テーマを絞り込み、リサーチのアウトラインを考える（9～12頁）

- ・テーマの絞り込みと、それを**アウトライン**にまとめる作業は結構難しい！

次の Chapter 4～6は“**リサーチ実践編**”です。

Chapter 4：テキストレビュー：課題図書をレビューする（13～16頁）

- ・入学前教育や大学初年次によく課せられる課題、**テキストレビュー**について説明します。感想文ではなく、レポートとしての解釈力・構成力・文章力等が試されます。

Chapter 5 a：リサーチ初級編 1（17～20頁）

Chapter 5 b：リサーチ初級編 2（21～24頁）

- ・課題を与えられた時、資料をいかに探して、整理するか、さらにストーリー（筋道）を見つけ、考察を仕上げるか、リサーチ実践編です。

Chapter 6 a：リサーチ上級編 1：公刊データの分析（25～28頁）

Chapter 6 b：リサーチ上級編 2：アンケート調査と統計、グラフなど（29～32頁）

Chapter 6 c：リサーチ上級編 3：フィールド調査（33～36頁）

Chapter 6 d：リサーチ上級編 4：フィールド調査（続）インタビュー等（37～40頁）

- ・上級編として**公刊データ**の探し方と分析法（6 a）、**アンケート調査とデータの処理法**等（6 b）、**フィールド調査**（6 c）や**インタビュー**等（6 d）等を説明します。

Chapter 7～8は“**表現編**”です。思わぬところで、細かな表現が評価に反映されます。

Chapter 7 a：文章や引用の方法について前編（41～44頁）

Chapter 7 b：文章や引用の方法について後編（45～48頁）

- ・**文章や段落の長さ・構成、句読点**、思わぬところがレポートの評価にかかわります。また、コピペにならずにきちんと“引用”とするスキルを教えます。

Chapter 8：プレゼンテーションについて（49～52頁）

- ・どうすれば効果的なプレゼンができるか、しっかり準備しましょう。

¹ このハンドブックの内容は、関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック』（2012）にもとづきます。総合政策学部では理系から文系まで様々な分野の教員がいますが、専門の枠を越えて様々な分野の学生にリサーチ・プレゼン・レポートの基本スキルを教えるために編集されています。

2. リサーチ、プレゼン、レポートとは何か？

このシリーズで頻繁に出てくるこの3つの言葉や関連する用語を簡単に整理しましょう。

- (1) **リサーチ**とは実際に調べることで、期待される成果のプレゼンテーション（発表）やレポートの構想も踏まえてリサーチ・デザインを考えることが望ましいというのがこのハンドブックの主旨だ、と理解して下さい。
- (2) **プレゼン**：リサーチの成果を、口頭・ポスター発表等によって発表（プレゼンテーション）します。広義には、質疑・討論も含まれていると思って下さい。
- (3) **レポート**：リサーチの成果等を報告書にまとめること、あるいはその報告書そのものを指します。このように、リサーチ、プレゼン、レポートは互いに深く関連しあっています（本文参照）。
- (4) **学術論文**：例えば、**査読付き学術雑誌**に公刊されたレポート（論文）をさします。
- (5) **課題研究・探求学習**：高校等での授業を指します。

3. 参考とすべき文献・Web 資料

きちんとしたリサーチ・プレゼン・レポートのスキルを身に付けることは、大学生活やさらに卒業後のお仕事にも役立つ最大のスキルの1つ！ でも、それはなかなか難しいことです。以下、お勧めの参考書等をあげます。ぜひ、しっかり勉強してください。

なお、以下の文献・検索サイトのリストは、皆さんがレポートを作成する際、その引用文献表を作るための見本も兼ねています。レポートで文献や資料を引用する際、本文中に必ず出典を明示するとともに、巻末に引用文献・資料リストを付けて下さい。出典をはっきり示さないと、“コピペ”として不正行為にみなされます。対照的に、きちんと引用をおこない資料の出典を明示すると、「ちゃんとした資料を調べ、かつ、引用のルールも守っている」と判断されて、評価が高くなるかもしれません（Chapter 7も参照）。

皆さんにとって、役立つかもしれない文献・検索サイト

- ・ **文献** 樋口裕一『やさしい文章術—レポート・論文の書き方』中央公論新社、2002。
本多勝一『中学生からの作文技術』朝日新聞社、2004。
河野哲也『レポート・論文の書き方入門、第3版。』慶応義塾大学出版会、2002。
関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。
永田恒一『これで書ける企業論文：失敗例と図解で納得』工業調査会、2007。
小笠原喜康『インターネット完全活用編：大学生のためのレポート・論文術』講談社、2003。
高橋昭夫『すぐに使える！ ビジネス文章の書き方』PHP研究所、2007。
山本義郎『レポート・プレゼンに強くなるグラフの表現術』講談社、2005。
- ・ **論文検索サイト**
CiNiiArticles : <http://ci.nii.ac.jp/>
J-stage(科学技術情報発信・流通総合システム) 記事検索 :
<https://www.jstage.jst.go.jp/AF13S010lnit/-char/ja/>
Google Scholar : <https://scholar.google.co.jp/>
- ・ **図書検索**
CiNiiBooks : <http://ci.nii.ac.jp/books/?l=ja>

2018年3月

編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

高校生課題研究ハンドブック Chapter 1

リサーチ、プレゼン、レポートの枠組み

1-1. 何のために“レポート”を書くのか、考えましょう

それでは、高校生の皆さんのためへの、リサーチ、プレゼンテーション（プレゼン）、レポート作成のための実践編を始めましょう。まず、理解していただきたいのは、何のために、“リサーチ”をしたり、“レポート”を提出しなければいけないのか、その理由です。

とくに、これから大学をめざして勉強しなければならない高校生の方々にとっては、リサーチやレポートについてなかなかイメージがわきにくいかもしれません。ひょっとしたら、「こと細かに調べなくても、あるいは小難しく書かなくても、言いたいことは伝わる」等とお考えかもしれませんが、しかし、リサーチやレポートでは好き勝手に調べたり、書いたりして良いわけはありません。それは、実は高校や大学を卒業した後、企業や各種機関・団体等で仕事に就いた時に必要なスキルなのです。

「日本の大学はどうして、レポートの書き方を教えないのですか？」

何年か前のことですが、大学院に客員教員として招かれていたある大企業出身の方から、真剣なお顔で「日本の大学はどうして、レポートの書き方を教えないのですか？」と質問をいただいたことがあります。

かつて、高度成長期からバブルの時代にかけて、日本の大学は“レジャーランド”とも諷されている時代がありました。卒業生を採用する企業の方にも、卒業生は特定の学問の色に染まるよりも、むしろ“白紙”の方がよい。そして、就職したら、仕事の中で教えること（＝いわゆるOJT；On the Job Training¹）で充分だ、という雰囲気さえなかったわけではありません。しかし、もちろん、現在はそんなことはありません。現在の企業等は、大学を卒業された方にはその学歴に見合うきちんとした能力を要求します。その一つが（リサーチの進め方も含めた）レポートの書き方なのです。

さて、先ほどの客員教授の方からのご質問に対しては、「いや、今の大学はそんなことはありません。例えば、1年生を対象とした基礎演習という授業では、リサーチ・スキルや、その結果をプレゼンテーションしたり、レポートにまとめる方法を、テキストを使って伝授しています」とお答えしました（関西学院大学総合政策学部、2012）。その成果がこのハンドブックにも活かされています。

いずれにしても、高校生の皆さんにはしっかり覚えてください。**会社や各種機関・団体は、レポートの書き方が身につけていない方を必要としないかもしれません。**つまり、リサーチをおこない、その結果をレポートにまとめることは、皆さんの将来にとって大事な修業と言えるのです。

レポートとはたんなる作文・感想文ではありません

もうすでにお気づきかと思いますが、このシリーズで“レポートの書き方”を言及する時には、それは作文・感想文の作成ではありません。とくに高校・大学を卒業した後に就く“仕事”において、テーマ設定 ⇒ リサーチ ⇒ 分析 ⇒ 考察 ⇒ プレゼン・レポート・ディスカッションという流れは職業人として身に付けて当然のことです。つまり、大学卒業後のキャリアにこそ、レポートは重要です。それをしっかり学ぶことこそ、今のあなた

¹ OJTとは、就職後、職場で実務にたずさわりながら、必要な知識や技術、技能および態度等を指導、修得させる企業内教育を指します。

方の目標です。それは、以下のようなスキルを身に付けることにほかなりません。

- (1) グローバル・スタンダードの“**リサーチ**”のスキルを身に付ける。
- (2) グローバル・スタンダードの“**プレゼンテーション（以下、プレゼン）・レポート**”のスキルを身に付ける。
- (3) 同時に、企業に就職したら必要な“**チームワーク**”と“**ディスカッション**”のスキルを身に付ける。

(3)は少し説明が必要かもしれません。大学でも企業でも、独りだけでリサーチすることはめったにありません。たいていグループ（チーム）を組みます。チームを組むことの良さは、まず複数の“目線”で物事を見ることができることです。でも、その複数の目線を活かすにはチームワークを組み、互いにディスカッションする能力が必要です。それもまた、高校・大学での学びの重要な要素です。

プレゼン・レポートはコミュニケーションです

次に、「プレゼンもレポートも、**コミュニケーション**である」という点を理解して下さい。相手に理解してもらえないと、プレゼン・レポートは意味がないのです。

その相手とは誰でしょう。ここでプレゼンやレポートの対象＝**聴き手・読者**を意識して下さい。大学では、（とくにレポートは）**教員**だったり、周囲の**学友**だったりします。会社では、**上役**や**同僚**、あるいは**顧客（クライアント）**です。その人たちに理解してもらうための工夫が必要なのです。そのためにも、原稿やパワーポイント等の資料は、書き手からの目線だけでなく、聴き手からの目線も意識する必要があります。企業にとって、そうした**コミュニケーション・スキル**を持った方こそ採用したいと思うでしょう。

それでは続いて、レポートの前提としてリサーチの心構えを説明しましょう。

1-2. リサーチとは何か？

リサーチの心構えとしての3つの条件

プレゼン・レポートのベースである“リサーチ”の心構えに3つの条件をあげましょう。

- (1)（例えば、高校・大学では）**学術的**、あるいは（会社では）**社会的貢献**：リサーチのテーマは「ほかの人と違うこと＝自分のオリジナル」が望ましいとされています。それが結果的に**新しい情報**を産み出し、学術にも社会にも貢献になれば素晴らしいことです。もちろん、失敗するかもしれません。しかし、**ノーベル賞**等ではしばしば指摘されていますが、**失敗から思わぬ成功が生まれることも珍しくありません**。そもそも「試してみなければ」進歩はありません。ですから**失敗を恐れず、オリジナルで、思わぬ貢献**に結びつくかもしれない**新しいテーマ**にチャレンジして下さい。
- (2) **客観性**の保証：その一方で、リサーチでは事実を積み重ねることで議論を展開しなくてはなりません。聴き手・読み手（高校・大学では先生やほかの同級生、会社では上司、同僚、そして顧客）に理解していただくためには、自分の主観だけで書きまくってもいけないのです。それでは、どうすれば“客観的”と評価されるのでしょうか。大きく分けて、以下の4つの方法があります。
 - ① **数値**（数字）を用いる。もちろん、数字は作り方や見せ方で聞き手や読者に与える印象が異なりますが、それでも数字が持つ客観性は有効です。
 - ② 先行研究を**引用**する。人間は万能ではありません。自分の知らない領域のことは素直に、すでに研究をおこなった専門家の意見（**文献・資料**）を参考にすべきです。一方で、無断で他者の文章を引用すれば盗作になります。

③**歴史的事実等と照合**する。

④アンケートや取材（インタビュー／ヒアリング）、フィールドワークで**自らリサーチ**する。

このような“客観性”とは、19世紀にイギリス王立協会²で「科学とは何か？」を議論する上で中心となった概念です。すなわち、**客観性の維持＝科学**なのです。

- (3) **公共性**の保証：レポートを書く際、不特定多数の人が読む可能性を自覚して下さい。したがって、日記やエッセイのように主観的感想ばかりを述べてはいけません。できるだけテーマに対する回答に焦点をあてた文章になるように工夫して下さい。テーマも、より汎用性・一般性が高い課題が望まれます。1例をあげれば、「関西地区の大学生の英語力」よりも、「日本人の英語力」の方が公共性の高いテーマとみなされます。その一方で、テーマをあまりに広げすぎると分析や議論が拡散して、レポートとしてのまとまりに欠けることになりかねません。（Chapter 3で触れるように）とくに初心者にはある程度「テーマを絞り込んだ」方がレポートとしてはまとまりやすくなります。そのあたりは先生方からご指導を受けながらゆっくりと身につけましょう。ところで、“公共性”に関連して、もう一点付け加えたいと思います。現代ではインターネットも一つの“公共”です。誰もが簡単にウェブで論文や著作をアクセスできますが、それを黙ってコピーすることは（＝コピー）、公共性を裏切る犯罪＝剽窃行為です。きちんと引用の手続きをとるように心がけましょう（Chapter 7-4を参照）。

リサーチ・レポートの種類とレベル

続いて、リサーチやレポートはどんな種類に分けられるか、リサーチの進展にそって説明しましょう。なお、この順番に研究としてのレベルが上がっていくものと思って下さい。

レベル1（**論点整理型**）：これまでのリサーチの流れを整理しながら、現在の議論をグループ分けします。この作業は発表準備等に必須で、リサーチの第一歩と言えます。

レベル2（**サーベイ型**）：レベル1での議論を整理して「何が未解決の問題なのか？」を探します（サーベイ）。実はこれだけでなかなか大変です。未解決な問題を3、4つ提示するだけで十分な学術的・社会的貢献です。

レベル3（**現場分析型**）：レベル2のサーベイで浮かび上がった対立する議論の是非を、何らかの基準で比較検討します。自然科学では仮説検証型の論文にあたりますが、経済学等でも証明に統計手法が用いられます。政治学や国際関係論では、歴史的事実と照合して議論することが多いようです。

レベル4（**政策・企画提言型**）：この最後のレベルでは、分析結果を具体的な提案に落とし込みます。単純に「～すべきである」だけではだめです。実行体制や実施にあたって予想される問題点等も含め、新提案を目指します。

レベル1からリサーチを進め、レベル3か4にたどり着くべきですが、時間がなければ、レベル2で終わっても仕方ありません。また、レベル1は、そうした道筋の足がかりと考えて下さい。

1-3. リサーチ・プレゼンテーション・レポートの構造・形式

さて、リサーチに基づいたレポート／プレゼンテーションは基本的に3つの部分からな

² 英名は“Royal Society”で、1660年に英国王からの勅許を得てから現在も続く、イギリスでもっとも古い学会です。

ります。以下に概略を説明しますが、これは学術論文の形式として標準的なIMRAD (Introduction, Methods, Results and Discussion) の簡易版と思って下さい。

- (1) **序・はじめに** (Introduction)：このパートは「**テーマ**」の説明です。何より肝心なのは、貴方がテーマに感じた魅力や重要性を他者に伝えることです。具体的には、
 - ①テーマの社会的位置づけ：未解決の課題を示し、研究の必要性を説明します。
 - ②目的：このレポート（リサーチ）で何を明らかにするのか、明記します。
 - ③仮説：そのテーマについて自分なりの仮説を提示します。
- (2) **調査結果** (Results)：リサーチで調べた結果を記述します。ここでは客観性を心がけて下さい。文献は必ず引用を、データを利用した場合は出典を明記するよう注意して下さい。IMRAD型のレポートでは、Resultsの前に方法や対象を説明するMethodsやSubjects等が入ります。
- (3) **考察・議論** (Discussion)：調査結果を自らの視点で解釈、考察、そして提案します。プレゼンテーションでもレポートでも、このパートこそ一番大切です。グローバル・スタンダードでは、考察・議論がオリジナルで、新たな謎・課題が解き明かされ、さらに新しい仮説を打ち出すリサーチほど、立派な研究と評価されます。ある研究者はこう指摘しています。「**重要な発見をしようとするよりも、自分の発見を重要なものにするに、努力すべきである**」(白上、1972)。自らが発見した事実に、自分も他の人も想像さえしていなかった価値があることに気づき、「この発見はこんなに重要なんだ」とアピールする。これがリサーチの醍醐味です。
- (4) **引用文献・資料** (書籍名、著者名、出版年、出版社を明記)：レポートの文末には、参考にした文献に関する引用文献・資料をまとめた表をつけねばなりません。

最後に強調したいことですが、それは(1)序→(2)結果→(3)考察というレポート／プレゼンテーションの流れが、一貫した**ストーリー (筋書き)**として読者・聴き手がスムーズに受け取ることができるよう、工夫することです。それができてはじめて、読者・聴き手とのコミュニケーションが可能になります。

リサーチにおける先生方の役割

最後に、こうした課題研究における先生方の役割にも触れておきましょう。リサーチやプレゼンは基本的には生徒の皆さんの自主性に基づくものですが、その場合、先生方の立ち位置は“**インストラクター**” + “**産婆役**” かもしれません。インストラクターとは、リサーチの方法論の大枠を指導していくこと、そこからはずれそうな生徒さんを適切な道筋に戻れるように導くこと、そして産婆役とは古代ギリシャの哲学者ソクラテスの産婆術、「対話によって、相手の不確実な知識から真正な概念が生まれるのを助けること」(『広辞苑』第5版)にほかなりません。

それでは、次のChapter2では、リサーチからどのようにプレゼン、レポートに発展させていくかについて、説明していきたいと思えます。

1-4. 引用文献

関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう!』関西学院大学出版会、2012。
白上謙一『生物学と方法』河出書房新社、1972。

2018年3月

編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 2

リサーチの進め方とテーマの深め方

2-1. リサーチ・プレゼン・レポートをまとめるには

序 ⇒ 結果 ⇒ 考察・議論という構造を覚えましょう

Chapter 2では、リサーチの構造について話を進めましょう。まず、全体像を頭に入れて下さい。もうお気づきでしょうが、リサーチの構造はChapter 1で紹介したプレゼン・レポートと基本的に同じです。つまり、リサーチの方法を覚えれば、プレゼンの手順やレポートの書き方も体得したことになります。自然科学でも社会科学でも、どんな複雑なリサーチもつまるところ、以下の3つの構造に分かれます。

- (1) 研究テーマは何か、どうしてそのテーマを取り上げるのか＝「**序**」として、「問題発見」や、「仮説の提唱」をします。そのため、あなたの**主観**が色濃く出るはずですが、
- (2) 調査結果はどうだったか＝「**結果**」としてリサーチの結果を述べます。文献調査では一つの問題についての解釈の変遷、学説史等を扱いますが、フィールドワーク等では測定・観察した数値で表現します。このパートは「**客観的事実**」が中心ですから、主観を表すのはできるだけ避けます。
- (3) 調査結果から、仮説は支持／否定されたのか、その結果をどう解釈をするか、そしてどんな新説・提案を唱えるか。これが「**考察・議論**（ディスカッション）」です。再び、あなたの**主観**が前面に出ます。客観的な調査結果をもとに、聴き手・読み手（会社ならば上司、同僚、顧客等）に提案をします。

最後に、この「序」と「結果」と「考察・議論」の流れが、一つのストーリー（筋書き）として読者／聴き手にスムーズに理解してもらうように工夫してください。

リサーチの手順：複数の仮説を考えよう

さて、右図はビジネス関係の本に掲載されていたマーケティング・リサーチの模式図ですが、基本的構図は上記のレポートの構造と同じです。この図の「**リサーチ目的の明確化**」こそが、まず皆さんが直面する課題です。例えば、欧米の会社が日本進出の際、「**アメリカでよく売れているある商品が、日本の消費者に受け入れられるだろうか？**」、これがリサーチ・テーマだとします。

さっそく**仮説**を立ててみましょう。

- ①仮説1：何も変えなくても、売れる
- ②仮説2：デザイン等を多少変えれば売れる。
- ③仮説3：アメリカでの販売戦略と異なる戦略を採用すれば売れる。
- ④仮説4：どうやっても売れない(この他にも、さらに別の仮説も考えてみましょう)。

こうしてとりあえずたてた仮説を、「**作業仮説**」と呼びます。これらの作業仮説での予想（理論値）と現実（観察値）を比較しながらリサーチを進める、これが仮説検証型のリサーチです。この作業では、“仮説”はあなたの考えを整理し、現実を見つめ直し、そこから真実を知るための“道具”と言えます。

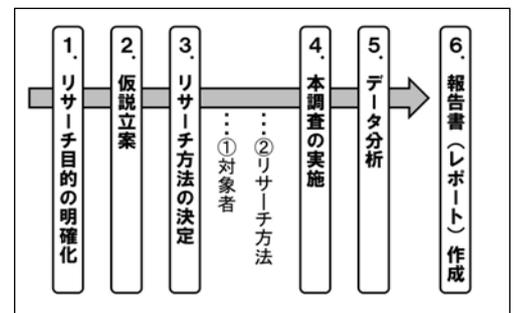


図 2-1. マーケティング・リサーチ
(青井、2002、29 頁の図を一部改変)

ところで、高校での課題研究の発表会を拝見する際、気になることが1つあります。それは、“**仮説**”を1つしか立てていない研究が目につくことです。お互いに相反する仮説を比較・検証しながら、リサーチを進めるなかで、ひょっとしたら別の仮説も浮上するかもしれません。ぜひ、1つの課題に対して複数の仮説＝目線を想定してリサーチを進めてください（下のBox2-1も参照）。

リサーチのサイクル

なお、リサーチはテーマ（目的・仮説）、リサーチ（調査）、そしてディスカッション（考察・提案）と進みますが、ディスカッションをベースにさらに新しいテーマに進む、という循環的な構造を示します（図2）。こうした作業は、会社等での報告書や新ビジネスの企画書、上司への稟議書を作成する場合にも等しく重要です。

したがって、レポート作成の際には、とくに“序（＝**問題提起**）”と“結果（＝**調査結果**という客観的事実）”と“考察（＝ご自分の主観的かもしれない**指摘、主張、提案**）”が一つのストーリー（筋書き）で一貫しているかどうか、気を配ってください。さらに、その“考察”が次のステップに向けて新しい課題＝仮説を生み出すように工夫してください。

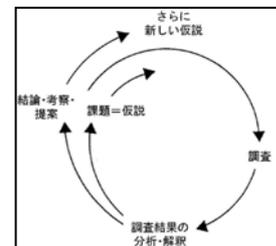


図2-2. リサーチの循環的構造（マーティン&ペイトソン、1990の図を一部改編）

Box2-1. ケース・スタディ：リサーチ実践編

アメリカの資本主義社会で、こんなアネクドット（小話）があります。

製靴会社A社とB社のセールスマンが船である途上国に入港したら、見渡すと眼にはいる途上国の人たちはみんな“裸足”だった！そこで、A社のセールスマンは本社に「みんな裸足なので、ここはマーケットにならない」と打電した。

一方、B社のセールスマンは「ここは素晴らしいマーケットだ。みんな裸足だから、一人に一足売っても、ここに住んでいる人数分売れる」と打電した。

A社、B社のセールスマンは、どちらが正しい資本主義者か？

結論的には、アメリカの資本主義社会では、「マーケットのない場所にマーケットを見いだす積極性」によって、B社のセールスマンが高く評価されます。その一方で、皆さんはこの小話をもっとも単純なマーケット・リサーチの例であることに気づかれたでしょう。

ここで肝心なことは、**事実＝「みんな裸足である」**は一つなのに、まったく正反対の**仮説（解釈）**が導き出されることです。実は、さらにもう一つの仮説＝「**潜在的にはマーケットかもしれないが、今はまだ条件が整っていない（＝現地の経済がまだ発達せず、靴を買うお金がない）**」も成立します。つまり、目撃した事実は同じでも、事実の解釈によって**複数の仮説**をたてることができる。

こうした**代替仮説群**のどれが正しいかは、リサーチしなければわかりません。したがって、この場合、本社への報告は、「マーケットの可能性は高いが、需要はいまだ潜在的であり、今後、現地情勢を適宜モニタリングしながら、需要の顕在化に備える」などになるかもしれません。このように、一つの事実から複数の仮説をたてる＝**複層的な目線**で物事を見ることが重要です。

2-2. リサーチ／レポートのテーマについて

Chapter 1をお読みになればお気づきでしょうが、皆さんにとって最初の難問は「**テーマを決める**」ことです。適切なテーマが決まれば、そこでリサーチの枠組みも一応できてしまいます（もちろん、フィールドワーク等で現地に入れば、頭の中で考えた仮説等、どこかにふっとんでしまうことも、しばしばです＝それもリサーチの醍醐味です）。それでは、テーマを深めるにはどうすればよいか、『基礎演習ハンドブック』（関西学院大学総合政策学部、2012）等を参考に紹介しましょう。

2-3. テーマの深め方

深め方1：どの視点・レベルでリサーチするか？

まず、一つのテーマをとりあげる際、いくつもの視点から問題設定できることを覚えて下さい。例えば、あなたが「**脳死とそれを前提にした臓器移植**」に関心がある場合、このテーマをどんな視点・レベルから論じるべきなのか、以下、住正明（1993）にならって、自然科学から哲学・価値観のレベルまでどんな問題設定が可能か、考えてみます。

レベル1（**自然科学**）：生物学では「死はどんなメカニズムか？」を厳密に論じます。

レベル2（**応用科学**）：医学・保健学では「死と脳死は異なるのか？」、そして「脳死状態の臓器をどうやったら支障なく移植できるか？」等を論じるかもしれません。

レベル3（**社会科学**）：法学では「法的には脳死をどう定義するか？」、経済政策では「移植手術にともなう高額な医療費をどのように保障するか？」、医療政策では「臓器移植ネットワークをどのように構築するか？」等かもしれません。

レベル4（**人文科学**）：哲学・倫理学等では「脳死に関する医療倫理は？」、「その社会は脳死を受け入れるのか？」「死生観は変わるべきか？」等を考察します。

このように同じテーマでも、どのレベルをベースにリサーチするかで、議論も変わってしまうかもしれません。もちろん、自然・応用科学のレベルを無視して、社会・人文科学的視点だけで議論することは許されません。また、その逆も同じです。他のレベルも十二分に意識し、複層的な視点でテーマを見直すことであらためて課題の奥深さや難しさを知り、リサーチに重みを加えることが大切です。

深め方2：一つのテーマをめぐる4つの要因

もう一つのテーマの深め方も紹介しましょう。ノーベル賞受賞者N・ティバーゲンは、行動生態学の分野において、一つのテーマについて研究方針を定める際、**近接（至近）要因、発達、機能、進化（究極要因）**の4つを意識する必要があると指摘しました（マーティン&バイトソン、1990）。

この考え方は社会科学でも応用できます。例えば、世界には**共通語**（リンガ・フランカ）と呼ばれる言語があります。これらの共通語は東アフリカのスワヒリ語等のように複数の文化が影響、融合してできた言語が珍しくありません。そこで、共通語をテーマにレポートを書こうとすれば、問題意識は以下のように整理できるかもしれません。

近接（至近）要因¹：母語（民族語）が異なる人たちでもコミュニケーションできる。

発達：（かつては）異民族間の交渉の場（例えば、市場等の交易場面）で身に付けたが、現在は学校制度や放送等で学習・普及している。

機能：共通語によって**多民族国家**を形成、**学校教育**制度を維持している。

進化：異なる民族が接触して複数の言葉が混じり合い、共通語が成立した経緯を調べる。

こちらも、ご自分の関心がどのレベルなのか、そして、他のレベルではどんな問題設定が可能か、意識することでリサーチの質を深めることができます。例えば、①スワヒリ語によるコミュニケーションの実態（言語学、コミュニケーション論）、②人びとがスワヒリ語を学ぶ過程（母語として身に付けるか、学校教育か？）、③スワヒリ語がタンザニアとい

¹ 近接（至近）要因とは、英語の proximate factor の訳ですが、直訳すぎてイメージがわきにくいかもしれません。ある現象を直接引き起こすメカニズム等をさします。

う多民族国家で果たす機能（言語政策）、最後に④どのような歴史的経緯によってスワヒリ語が形成されたか（歴史）です。

なお、Chapter5bでは、「日本における“ロゴ”をとりあげて、レポートを書きなさい」という課題が課せられた場合の“ティンバーゲンの4つの要因”の例をあげています。参考にしてください（Chapter5bの表1；p.21）。

深め方3：意見をまとめる＝KJ法を例に

リサーチでは**グループ作業**が珍しくありません。そこで肝心なのは、Box2-1で触れたように、一つの事実を見たとしても、人によって視点も異なれば、評価も異なるということです。当然、あなたとは違う意見が出てきます。そんな時、議論の整理に便利なスキルの一つが**KJ法**です。

図2-3は、ある地下街を対象とした予備調査から、本調査をめざして、重点項目を抽出するために作成されました（水野、1978）。まず、予備調査で気付いたことを、1テーマ1枚のカードに書き出します。そのカードを磁石等で黒板等に貼りつけ、共通性と相違性を目安に並び替えていきます。すると、カードが自然に系統・整理され、問題点の構造が浮かび上がります。さらにカードのグループに“ネーミング（命名）”しながら、カード同士の重なり合いを整理していくことで、全体の“階層性”を浮き彫りにしていきます。こうしてリサーチの全体像をまとめるのが、企業でもよく用いられているKJ法です。そして、何より肝心なのは、こうした手法を使って多様な意見をまとめ、一つのレポートに結実させることです。

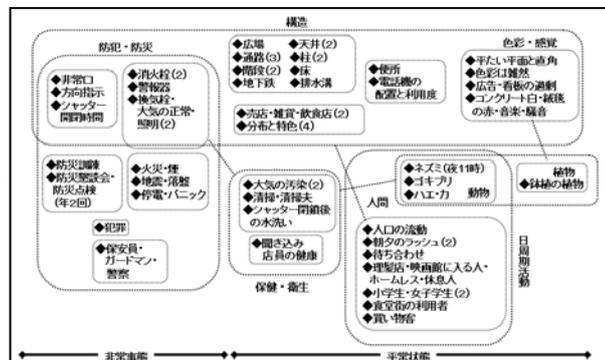


図2-3. 予備調査で気づいた課題を整理（水野、1978の図を一部改編）

失敗を恐れない＝失敗こそ、次のステップへの道しるべ

さて、リサーチの過程で“失敗”を感じることもあるかもしれません。例えば、**仮説にうまくあてはまらない**。しかし、その結果は失敗というより、**新たな可能性**を示していると受け取るべきでしょう。そこでは、「既存の考え方に無理にあわせて、ごく平凡なレポートにする」より、“失敗”の原因は何か？ 少し視点あるいは方法を変えれば、実は誰も気付いていない新発見があるかもしれないのではないか？ あるいは、ひょっとしたら教科書等の方が間違いなのではないか？ 様々な疑問がわきます。自分で単純に“失敗”と決めつけず、先生や専門知識をもった方に相談しながら、今一度全体を振り返って見ましょう。失敗こそ、あなたにとっては前進のきっかけであり、新発見の“母”かもしれません。

2-4. 引用文献

青井倫一『通勤大学 MBA』綜合法令、2002。
 関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。
 マーティン、P & バイトソン、P（粕谷英一他訳）『行動研究入門』東海大学出版会、1990。
 水野寿彦『動物生態の観察と研究』東海大学出版会、1978。
 サイド、EW（今沢紀子訳）『オリエンタリズム』平凡社、1993。
 住明正『地球の気候はどう決まるか？』岩波書店、1993。

2018年3月
 編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 3

テーマを絞り込み、リサーチのアウトラインを考える

3-1. テーマを絞り込む

『基礎演習ハンドブック』に準拠しながら、レポートの作成法についてさらに進めていきましょう（関西学院大学総合政策学部、2012）。

課題研究等で多くの生徒さんが陥りがちな“罨”は、テーマをなかなか絞りきれないことかもしれません。そこで、参考例として、ある高校生の方が SNS を通じて大学の先生にテーマについて相談した実際のやりとりを再録してみましょう。なによりも、一つのテーマについてどんな視点からリサーチするか、先生方からのコメントに注目して下さい（なお、原文を一部修正・編集してあります）。

私は夏のオーストラリア・キャンベラでのフィールドワークで、「**遺伝子組み換え作物**」に興味を持ちました。

現在、世界では不適切な灌漑農耕等で作物が育たなくなり、その結果、**貧困・飢餓**が生じています。そこで私は遺伝子組み換え作物を用いて、**貧困・飢餓を改善**できないかと考えました。また、全ての灌漑農地ではなく、灌漑農業により発生した「**塩害**」に絞りたいと思っています。それで、「遺伝子組み換え作物(耐塩性作物)で塩害地域での貧困を解決できるのか」というのが、今、私が考えている漠然としたテーマです。

ところが、多くの本やサイト等で、遺伝子組み換え作物は否定されているのが現状です（今日の農業の経済システムによって貧富の差が拡大する、企業の利益にしかならない、等が主に挙げられています）。レポートを書くにあたって、私は**農業の経済システム**から始めると、肝心の「塩害地域での遺伝子組み換え作物の活躍の可能性」について書けないのでは？ と思い始めました。しかし、遺伝子組み換え作物を貧困地域に浸透させるためにはとても重要なパーツでもあり、レポートの内容や構成にとっても苦戦しています。

どのようにリサーチして、どんな内容・構成をとれば良いか、アドバイスを頂けたらなと思っています。

すると、国際公務員出身の先生が、以下のコメントを返されました。

もう少し因果関係を整理して下さい。例えば、

1. **貧困飢餓の原因**は？ 途上国を対象にしていますか？ それとも産業国の国内生産性ですか？
2. 貧困地域の自助努力と貧困緩和に関する技術移転との関連は？ ハイテクの遺伝子組み換えは、Policy の一部ですが、**産業国**の国内政策には効果があるとしても、途上国との関係ではどうなるのか？ **途上国**がそれに過度に依存し過ぎたらどうなるのでしょうか？
3. 農業の生産性向上に関して、遺伝子組み換えは One of Them です。**その他の Option**は？
4. UN/FAO 関連の WEB をもう一度、熟読して下さい。特に MDGs・SDGs の取り組みは大事です。食料運搬過程で **20%以上のロス**があることを知っていますか？

テーマを整理する！ 実は、専門分野の学会等でも、若手からの発表に「そのテーマは範囲が広過ぎ！ 絞る必要がある」、「絞れば、問題点が整理され、自分の関心がはっきり

リサーチのアウトラインを考える

する」、「もう少し別の視点もあるよ！」等のアドバイスをよく耳にします。これらのコメントを考慮しながら遺伝子組み換え作物を扱えば、リサーチの**深みが増します**。

次は、この同じ投稿に対して別の先生がコメントした例です。

塩害農地への遺伝子組み換え作物での対処というテーマは興味深いものです。ただし、現在の**日本では遺伝子組み換え作物に否定的な見方が強い**ことはお書きの通りです。(略)

その上、遺伝子組み換え農作物をめぐるのは、①作物の**管理**（自生や交雑による遺伝子汚染や生物多様性等に対する影響等）、②**安全性**の問題（食品自体の安全性と、特定の害虫を殺す事等による影響等）、③企業が遺伝子組み換え技術等で作物を**独占**して、農家や食料生産を支配する可能性等、とても複雑な議論があります。これらの複雑な問題のどこに重点をおくか？そこをまず決めるのがポイントです。

農水省のHP等をお調べになっっていますか？ **国レベルの議論**を知ることがまず大事です。(略) その上で、レポートをどんな形で構想するか？可能性として、(1)～(4)をあげますが、御参考になれば幸いです。

(1) 人が直接口にする**食品作物以外で導入**

- ①塩害農地の再利用に、耐塩性ユーカリ等による**バイオマスエネルギー**、**紙パルプ**利用等を考える。
- ②ワタ等の**工業原料**等の作物を考える。
- ③飼料用のトウモロコシ等、家畜動物の**飼料**として利用する作物を考える。

(2) **塩害対策**として、土壌から塩を吸収するような植物を遺伝子組み換えで開発する。

- ①その植物で**除塩**する（作物としては利用しない）。
- ②除塩後に、その土地で再び塩害が起こらないような新しい農業技術（点滴灌漑等）を導入する。

(3) むしろ正面から、**遺伝子組み換え技術利用を全面に打ち出す**。

- ①安全性が証明されたならば、**どんどん耐塩性の新品種**を導入することを奨める。
- ②その場合、企業による農業支配が広がらないような政策的対策を考えた方がよい。

(4) 遺伝子組み換え技術ではなく、**従来型の品種改良**による耐塩性農作物の品種改良、あるいは海浜部等での植物を調べて、作物として利用可能な品種を探る（これが従来型の育種技術ですが）。

こうして自分自身が最終的に何を知りたい／訴えたいのか、テーマがはっきりしたら、あらためてタイトルを考えます。必要ならサブタイトルも加えて「アフリカの飢餓を救う～遺伝子組み換え作物による塩害農地の地力回復～」等とします。なお、タイトルはそれだけで内容がイメージできるように工夫して下さい。一方で、たんに物珍しいだけで、他人に何も伝わらないタイトルは避けて下さい。

3-2. リサーチのアウトラインを考える

テーマが決まれば、リサーチの**アウトライン**を想定します。このアウトラインはそのままレポートの構成ともなります。

次のページの例は、もう一人の高校生の方へ、アウトラインをアドバイスしたものです。

現在、私が興味を持っているのは、日本（特に JICA）が行っているケニアへの**ボトムアップの支援**です。

今考えている論文の構成は、

- 1.ケニアの**現状**
- 2.ケニアで今何が起きているのか？（とくに**貧困面**について）
- 3.**なぜ**そのような現状なのか？
- 4.日本がしている支援（**ボトムアップ**）は？
- 5.その支援は**役立っているのか？**（役立っているとは、現地の人々がちゃんと支援物資の使い方を知っていて、有効にその支援物資等を使っているかという意味）
- 6.現地がしていることは？ **有機農法等**←ボトムアップ（他国からの支援以外に現地の人たちがどのようなことをしているかという意味）
- 7.有機農法はどのような役割なのか？
- 8.有機農法をするのはどのようないい点があるのか？
- 9.解決策

私はこの構成をフィールドトリップ先で聞いたお話をベースとして構成しました。ここで、私が皆さんに教えていただきたい内容は、

- 1.この構成について、どのようにしたらもっと内容も含め絞り込んでいけるのか、またこれで良いのか？
- 2.論文を作成する上で、自分のボトムアップの定義を示した方がよいのか？ またどのような事を定義すればよいのか？
- 3.学校の図書館で本等を調べているのですが、なにか先生がお知りになられていることや、これに対しての先生方の意見やアドバイス、また参考になるような文献を教えていただきたいです。

この投稿に対して、ある先生がおこなったコメントは次の通りです。

私も JICA の派遣専門家を 2 年勤めましたが、アフリカの現地の問題は複雑です。それを扱うには、ご自分の考え方をまず整理することが必要です。そのためにリサーチ・レポートの構成を考えましょう。（略）

いただいた内容を（序・内容・考察という）リサーチ・レポートの枠組みに当てはめると、以下のようなになるかもしれません（下線部があなたの構成に含まれていたパーツです）。

I. **序**：テーマとその重要性の説明

- I-1. 主なテーマ：日本（特に JICA）が実施しているケニアへのボトムアップ支援であることを説明
- I-2. 「ボトムアップ支援とは何か？」を説明
- I-3. そして「自分はどんな視点から、ボトムアップ支援をリサーチのテーマに選んだのか？」を説明

II. リサーチの**対象の紹介**

- II-1. ケニアの紹介（ケニアの現状を説明）
- II-2. フィールドトリップ先での体験や、有機農法に関係するボトムアップ支援を説明

Ⅲ. リサーチの結果

Ⅲ-1. ケニアの全般的な状態を説明

- ケニアで今何が起きているのか（貧困面について）
- なぜそのような現状なのか

Ⅲ-2. 現地での有機農法の現状

- 現地の人たちがどのようなことをしているか？ 有機農法等について説明
- 現地の人々がちゃんと支援物資の使い方を知って、有効にその支援物資等を使っているか？

Ⅲ-3. ボトムアップ支援を紹介

- 日本がおこなっているボトムアップ支援
- その支援は役立っているのか？

Ⅳ. 議論

Ⅳ-1. アフリカで有機農法がこれから果たすべき役割、将来性

- 有機農法を実施すると、どんな良い点があるのか？
- 有機農法は今後アフリカの発展にどんな役割を果たすのか？

Ⅳ-2. 私自身の提案

- 解決策

なお、現在、マダガスカルでは伝統的農法から発展させた **SRI 農法**と、日本の伝統農法を活かした **PAPRIz 農法**等が展開しているそうです。詳しいことは以下の web をお読み下さい。

• http://www.madacom.org/conference/summary/conf19_02.html

• http://www.madacom.org/conference/summary/conf19_03.html

このコメントの骨子は、“**序**”をつけ加えて問題設定を整理した上で、“**対象**”、“**結果**”、“**考察**”を仕分けしたことです。とくに、“序”では「テーマを絞る＝明確化する」ことが重要です。それはレポートの読者に対しては「これがテーマです」というアピールですが、同時に、筆者＝自分自身にとっては「これが絞り込んだ本当のテーマなのだ」と自覚することです。こうしておのずとアウトラインができあがります。

このように皆さんも、一度原稿を書いたら、それを全体的に見直して、どこが自分が選んだテーマについて説明する“序”なのか、どこが自分が調べた客観的な事実の記述＝“結果”なのか、そして、どこがその結果から自分が主張したいこと、あるいは提案したいことを展開する“考察”なのか。最後に、序→結果→考察という流れが、一貫したストーリー（筋道）でまとまっているか、見直して下さい。

3-3. 引用文献

関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。

2018年3月

編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 4

テキストレビュー：課題図書を批評する

4-1. テキストレビューについて（課題図書をレビューする）

高校生の皆さんへ、Chapter 4からは各論として、各種のレポート作成法をできるだけわかりやすく解説したいと思います。最初にとりあげるのは、大学のゼミや入学前教育などで課題図書が示され、「本を1冊選んで、その本をもとにレポートを作成せよ」と指示される場合、いわゆる**テキストレビュー**です。

テキストとレビューの意味、そして読書感想文との違い

さて、「テキスト」と「レビュー」という言葉は、どちらも英語が語源です。テキスト(text)は「**本文、原典、典拠、教科書、指定研究図書**」等の多様な意味があります。一方レビュー(review)は「**再調査、復習、回顧、批評、検査、再審理**」とこちらも多様ですが、テキストレビューと二つの言葉を続ける場合、「研究論文や研究書などを正確に理解するために有効なテキスト批評と呼ばれる読解技術」を意味します（関西学院大学総合政策学部、2012）。他者のテキストをレビューすることが、リサーチ・レポートの第一歩なのです。

ところで、テキストレビューに似た課題に『**読書感想文**』があります。これは子供たちに読書を奨める教育方法の一つとして、「読書感想文を書くことを通して思考の世界へ導かれ、著者が言いたかったことに思いをめぐらせたり、わからなかったことを解決したりできる」ものとされています（青少年読書感想文全国コンクールHPから）。ただし、あくまでも主観的な「感想」がメインである感想文ですから、ここで紹介するテキストレビューとは、「感想」と「批評」という点で、目的などが大きく異なってきます。

レビューの対象と目標

ところで、レビューの対象も、例えば、（1）数ページの**小論文**の場合もあれば、（2）分厚い本から**一章**だけ選んでレビューする場合があります。この場合は、特に重要だと判断した章を選んでレビューすることになります。一方、（3）何百ページもの本全体を概観する**ブックレビュー**などもあります。

レビューの目標も多様です。まず、（1）演習（ゼミナール）での**研究スキルのトレーニング**を目的とするケースが挙げられます。一方、学年が進むにつれ、（2）進級論文や卒業論文等の準備作業としての**文献サーベイ**¹もあります。この場合、いくつもの論文を比較しながら、自分の研究の方向性を考えます。さらに（3）公刊を目的としたブックレビュー（いわゆる「**書評**」）だったり、（4）1つの分野の研究の流れを概観、理論の変遷等を紹介して、将来の道筋を論じる**総説論文**まであります。

そこで、Chapter 4では、大学への学びをめざす課題として、きわめて初歩的なテキストレビューを中心に説明していきましょう。

¹ 文献サーベイとは、既存の論文（先行論文などとも呼びます）を広く調べることです。そして、それらの既存論文についての調査をまとめた論文を、サーベイ論文（総説論文）と呼んだりします。

4-2. テキストレビューで抑えるべきポイント

さて、課題図書で指定された本など、長いテキストを全体的にレビューする際には、次のような7つのステップを押さえることが重要です。

(1) タイトル

テキストレビューのタイトルを、対象であるテキストのタイトルと同一にする必要はまったくありません。むしろ、あなたの問題意識を明確に示す個性的なタイトルをお薦めします（タイトルこそ、**読者**＝先生・上司・同僚・顧客へ送る最初の**メッセージ**なのです）。とくに、**疑問形**のタイトルがお薦めです。疑問形にすると、自分自身にとっても問題意識を明確にすることになりますし、また、読者に対してもメッセージ性を強めます。さらに、タイトルと**サブタイトル**を工夫するなど、様々な工夫が考えられます。

なお、最初からタイトルを決定する必要はありません。むしろ、仮のタイトルでレビューを書き始めて、だいたい形が整ってから、あらためて全体を概観して、自分の研究テーマや問題意識をより強調するタイトルを考えた方がよいと思います。

例4-1. 文献検索に便利な Google Scholar という検索エンジンで、「シリア難民、フランス、受け入れ」をキーワード（下記参照）にして入力すると、以下の文献がヒットしました。

小山晶子・武田健「ヨーロッパへの避難民の分担受け入れをめぐる問題：なぜEU諸国で立場がわかれたのか」『産研論集』43、2016、pp.18-27。

「ヨーロッパへの避難民の分担受け入れをめぐる問題」というタイトルで大づかみの方向性を示し、「なぜEU諸国で立場がわかれたのか」というサブタイトルで絞り込み、読者の注意を惹きつけています。サブタイトルが疑問形であることもお気づきですね。

(2) テキストの書誌データ

テキストレビューでは、文献目録や脚注にそのまま使えるように、書誌データを記録しなければなりません。読者が同じテキストを簡単に入手して確認検証できるほか、あなた自身にとっても、通常かなりの手間がかかる文献目録や脚注の作成が簡単になります。

具体的には、本の奥付（おくづけ；「書物の終わりにつける、著者・著作権者・発行者・印刷者の氏名、発行年月日、定価などを記載した部分」『広辞苑』）をコピーしておくと便利です。右は『基礎演習ハンドブック』の奥付です。これを引用文献等としてきちんとした書式にすると、以下のようないくつかのタイプになります。このうち、最初の例が Chapter6 で紹介している引用法にあたります。

基礎演習ハンドブック 改訂新版	
さあ、大学での学びをはじめよう！	
2012年 5月15日 改訂新版第一刷発行	
2013年 11月20日 改訂新版第二刷発行	
編者	関西学院大学総合政策学部
発行者	田中きく代
発行所	関西学院大学出版会
所在地	〒662-0891 兵庫県西宮市上ヶ原一番町 1-155
電話	0798-53-7002
印刷	協和印刷株式会社

関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版

さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。

関西学院大学総合政策学部編（2012）『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会。

なお、引用文献はレポートの末尾に文献表としてまとめますが、その際、著者名を五十音あるいはアルファベット順に整理して下さい。

(3) キーワード

キーワードは、テキストレビューの要点を明示するものです。同時に、自分自身が書き

ためた原稿を一つのストーリーでまとめる際の道しるべでもあり、読者にとってのメッセージともなります。もちろん、Web等で文献を検索する際の手掛かりとしても有効です。

(4) テキスト（課題図書）の要約

次がテキストの要約です。要約といっても、なかなか難しいかもしれません。とりあえず、以下の要領で進めていきましょう（上記の河野、2002も参照）。

- ①**概要をまとめる**：テキストの流れに沿って、著者の主張の重要ポイントを整理します。慣れないうちは、著者の考えをごく自然に、箇条書きに並べましょう。もっとも、概要だけで終わってしまうと、読者（先生）から「あなたは、たんに、著者の主張を鸚鵡返しにまとめているだけではないですか」と問われてしまいます。そこで、次ぎに自分の考えをベースに著者の主張を再構成するのが絞り込み要約です。
- ②**絞り込み要約**：概要をまとめるうちに、あなた自身の**関心**が次第に固まってきます。そのうちにテキストレビューとしての議論の着地点（**仮説、結論**）が見えてくれば、どんどん焦点を絞りこみます。自分で考えた仮説や、そこから導かれる結論・主張をもとに、著者の主張を検証・反証するための論点を抽出していきます。
- ③**統合**：概要作成と論点の絞り込みが進むと、(a) 著者の意見を客観的にまとめながら、(b) それをベースにどんな考察を展開すべきか、自覚することができます。この過程で基本方針が定まれば、次はテキスト評価のためのポイント整理の作業です。

(5) テキスト（課題図書）を評価するためのポイントを整理する

(4)まで整理したら、ご自分の目線でテキストを**評価するポイント**が見えてきたはずですが、さらに浮かび上がる未解決の問題点や別の解釈の可能性等を検討し、列挙します。こうしたポイントが多いことは、そのテキストが参照対象、あるいは批判対象として重要だということを意味します。

(6) テキスト（課題図書）に対する評価

テキストレビューでもっとも重要な点です。あなたは、課題とした文献にどんな評価をされますか、上記(5)で列挙したポイントから自分自身の研究にとって重要と判断されるものをベースに評価します。主なスタイルは以下の3つに大別されます。

- ①**賛成評価**：著者の主張に**賛成する**ポイントです。ただし、「賛成です」とだけ書き、著者の議論を繰り返しても、読者（教員）から「発展性がない」と評されるかもしれません。賛成であっても、著者が気づいていない長所を評価したり、残された課題やさらに議論が発展する可能性等を指摘します。さらに反対意見も想定し、予想される反論やそれに対する再反論等を加えて、レポートとしての価値を高めます。
- ②**反対評価**：あなたが著者の主張に**反論したい**と考えるポイントです。まず、①批判の要点とその理由、論拠を明示します。②次に、あなたが考えた批判への著者の応答（**反批判**）を予想します。最終的に①と②を比較しながら、自分の批判がどれくらい妥当なものであるかを判断します。
- ③**評価のまとめ**：①**賛成評価**と②**反対評価**の双方をふまえて、テキストを全体的に評価します。とくに重要なことは、常識等に縛られた結論にならないように、様々な立場を理解・尊重しながら、客観的にレビューすることです。なぜなら、私たちが常識や共通の利益として承認し共有する事柄の多くは、私たちの先人たちが、多く

の可能性から選び取り、形づくってきた正解の一つですが、ほかにも同等の、あるいはさらに優れた正解があるかもしれないからです。

- ④**資料の追加**：これらの作業を進めるうちに、課題図書以外の資料（文献でも、Web資料でも）の追加も考えて下さい。レポートではそうした資料を“引用文献・引用資料”として、本文中に引用箇所を明示するとともに、巻末に引用文献・資料リストを付け加えて、より明確なメッセージや新たな情報を伝えることができます。

（7）全体を一つのストーリーにまとめること

最後に、テキストレビューとして一つのレポートとしてまとめなければなりません、なにより大事なことは全体のストーリー（筋書き）を一貫させることです。

まず、（4）と（5）から、p.4で説明したレポートの“**結果**”をまとめます。そして、（6）でまとめたあなた自身の評価から、課題図書を取り上げた理由や図書の概要、そしてレポート全体の問題意識を示す“**序**”と、あなた自身の評価や主張を中心とした“**考察**”にまとめます。その場合、テキストレビューは以下のように構成されます。

1. **タイトル**：テーマを明確に示すように工夫。
2. **キーワード**：読者などにテーマやトピックを端的に示すキーワードを提示する。
3. **序（はじめに）**：課題選択の理由や著者の主張、あなたの議論の方向性を提示する。
4. **（課題図書の）内容**
 - ・その図書の概要を説明して、あなたが考察したいテーマへ絞り込む。
 - ・著者の主張への賛成・反対のポイントやあなたが気づいた新しい視点等を説明。
5. **考察（議論、結論）**
 - ・課題図書について全体的な評価をおこないます。そして、課題図書から得た新しい視点や残された課題、それらを踏まえたあなた自身の主張等をまとめます。
6. **引用文献・資料リスト**
 - ・課題図書の書誌データ
 - ・自分で追加した引用文献・資料の書誌データ

この時、**序** → **内容** → **考察**の流れにそって、読者を誤解・混乱させることなく、一つのストーリー（筋書き）で納得させることが重要です。

4-3. 引用文献・Web情報

引用文献

関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。

河野哲也『レポート・論文の書き方入門（第3版）』慶応義塾大学出版会、2002。

小山晶子・武田健「ヨーロッパへの避難民の分担受け入れをめぐる問題：なぜEU諸国で立場がわかれたのか」『産研論集』43、2016、pp.18-27。

学術論文などを探するための検索サービス

Google Scholar：<https://scholar.google.co.jp/>

2018年3月

編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 5 a

リサーチ初級編 1：レポート作成について

5-1. レポートをどう組み立てればよいのか？

Chapter 5では、Chapter 4のテキストレビュー作成法に引き続いて、与えられた課題についてレポートを作成する場合の入門編です。もちろん、学年が進んでオリジナルな課題研究に取り組む際は、それぞれ専門的な方法論を学ばなければなりません、ここでは初級編としてのアドバイスです。

トップ・ダウン・アプローチとボトム・アップ・アプローチ

Chapter 1・2でリサーチ・レポートの構造を紹介しましたが、課題が与えられた場合、リサーチの段取り・レポートの構成には二つのアプローチがあります（永田、2007）。一つは、右図の左側の青い矢印である「まず全体像を考え、目次を決めてから本文を書く」という**トップ・ダウン・アプローチ**です。自然科学での「理論的視点から**仮説**を定め、検証していく」段取りに近いかもしれません。

一方、「書けるところから書く」、つまりリサーチを進めながらレポートをまとめていく**ボトム・アップ・アプローチ**もあります。それではどちらが初心者向きなのでしょう。永田（2007）は初心者には**ボトム・アップ・アプローチ**を薦めています。このアプローチでは、仮説は収集した事実から探り出されていきます。

たしかに、高校生の方に限らず、初心者の方にとって、初めから構成をかつちり決めて書くのは結構難しそうです。皆さんも、まずは、手探りの段階から始めた方がよいかもしれません。以下、ボトム・アップ・アプローチについて考えていきたいと思います。

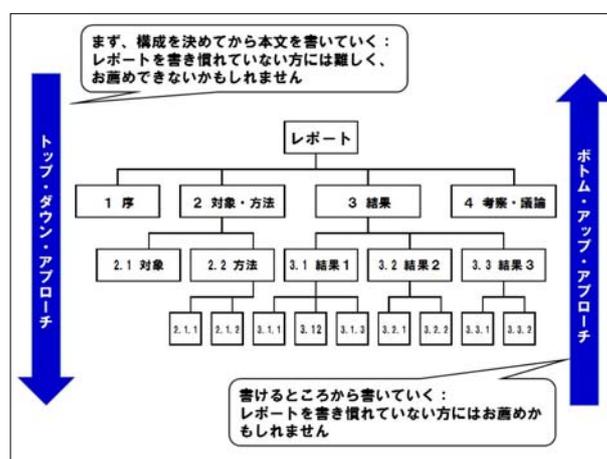


図 5-1. 論文の構成を考える二つのアプローチ（永田、2007 の図から一部改編）

Box 5 a-1. ぜひ、複数の仮説を：ディベートの効用

トップ・ダウン・アプローチで危険なのは、最初から1つの仮説に議論を絞りかねないところです。Chapter 2でも強調しましたが、1つの事実から導き出される仮説は複数あるのかもしれませんが、1つの仮説だけにこだわると、議論の発展性に乏しくなることも予想されます。

ところで、複数の仮説を扱う練習として、**ディベート**が役立つかもしれません。ディベートで論証の準備をする際、証明したい仮説と、そこにまったく相反した仮説をそれぞれ比較、どんな立ち位置でも立論できるように、自らの論理的思考力を鍛えることは訓練として重要かもしれません。

先生からテーマが課せられた場合、どうするか？

以下、具体的なレポートについて想像していただくため、先生から「**日本における“ロゴ”**をとりあげて、**レポートを書きなさい**」という課題が与えられたと設定しましょう¹。皆さんは、どうしますか。**ロゴ**、時折耳にする言葉ですが、しかし、どのように調べれば

¹ 「ロゴをテーマにできないか」という例は、実際にある学生の方から相談を受けたものです。

よいのか。また、レポートのストーリーをどう組み立てればよいのでしょうか。ボトム・アップ・アプローチで試してみましょう。

ボトム・アップ・アプローチではまず“**資料(部品)**”を探すわけですが(永田、2007)、何から手をつけてよいのでしょうか。本来は信頼のおける学術書籍や論文等を検索すべきですが、このChapterでは、初心者向けに「Webで集めた資料²をもとにレポートを作成する」という設定にしましょう。

とは言っても、Web検索も簡単ではありません。例えば、“Google”で“ロゴ”を検索すると、0.67秒で約2億9900万件もヒットしました(2017年5月17日検索)。これでは、資料が多すぎて何を選んでよいかもわからず、皆さんは“部品の海”に溺れかねません。“検索”前に、ある程度絞り込む必要があります。それを象徴する言葉こそが、**キーワード**です。このあたりは、Chapter1で触れた「**リサーチ・レポートの種類とレベル**」における“**レベル1(論点整理型)**”に該当するでしょう(p.3)。

次に、テーマの絞り込みと部品の収集をどうやって進めるか、順を追って説明します。

5-2. 資料の収集について

辞書で言葉の意味を確認しよう

まず、肝心の“ロゴ”の意味をあなたは熟知していますか？これが意外なことに、大学生の方でも、本人は「わかっている」つもりでも、本当の意味をきちんと把握していないことが珍しくないのです。そこで、まず**言葉の定義**を調べてみる、これが**テーマの絞り込み**の第一歩にふさわしいかもしれません。

そこでお薦めなのが、きちんとした**国語辞典**で言葉の意味を確かめてみることです(小笠原、2003)。もちろん、Webでも充分です。例えば、Webのコトバンクが典拠する三省堂の『大辞林』では、ロゴについて以下のように書かれています。

ロゴタイプ【logotype】: ①二つ以上の活字を組み合わせて一つの活字としたもの。ロゴ。②社名やブランド名の文字を個性的かつ印象をもたれるように、デザインしたものの。ロゴ(『大辞林』第3版)。

まず、“ロゴ”は英語のロゴタイプの略なのです³。かつ、基本は“**活字**”を使ったデザインです。このことを皆さんご存じでしたか。話のついでに、“ロゴ”に関連しそうな他の言葉も調べてみましょう。例えば、ブランド、意匠・デザイン等などです。この時、どんな**キーワード**で検索するかはあなた次第ですが、どの言葉を調べるかでレポートの方向性が決まるかもしれません。

ブランド (brand): ①自己の商品を他の商品と区別するために、自己の商品に使用する名称や標章。銘柄。商標。②特に優れた品質をもつとして知られている商品の名称や標章。(『大辞林』第3版)

意匠 (いしょう): ①工夫をめぐらすこと。趣向。「一を凝らす」。②美術工芸品・工業製品などの形・色・模様などをさまざまに工夫すること。また、その結果できた装飾。

² なお、Web資料も信用できる記事に限ります。読者(=先生)から「えっ！ こんなあやふやな資料を使うわけ！」と思われたら、せっかくの努力も水の泡です。その点も注意して下さい。

³ この“logo-”はギリシャ語起源の「語」「言語」「談話」を意味する連結形で、“ロゴ”という英単語が存在するわけではありません。logo-はギリシャ語起源の「語」「言語」「談話」を意味する連結形なので、“ロゴ”という英単語が存在するわけではありません。『広辞苑』第5版で「ロゴ」を検索すると、こちらは簡単に「ロゴタイプの略」としています。また、似た表現に「ロゴマーク」がありますが、『大辞林』では「企業やブランドのイメージを印象づけるように、ロゴタイプやマークを組み合わせて図案化したもの」と解説され、和製英語だそうです。

デザイン（『大辞林』第3版）。

こんなことをいろいろ調べているうちに、知らなかった世界がだんだん広がって、テーマに“奥行き”が出てきたような気がしませんか。そこに何か“ひらめき”があれば、ロゴを“核”としたストーリー（筋道）が浮かぶかもしれません。もちろん、そのストーリーにあなたのオリジナリティが込められていれば、それがレポートへの第一歩です。

資料はどこから選ぶか？

ところで、皆さんは Web の資料をあまり吟味しないで引用していませんか。

それだと、読者（教員、上司、顧客）から「こんな不確かな資料を引用するなんて、あなたのプレゼン／レポートは信用できません！」と評価されてしまうかもしれません。Web は玉石混交の世界であり、逆に言えば、そこから貴重な資料を発掘するだけで、あなたは評価されるかもしれないのです。それでは、どんなふうに資料を選ぶべきでしょうか。

- (1) **辞典類**：世間一般から評価が定まっている資料に、先程も触れた辞典があります。Web 資料でも、きちんとした辞典からの引用であれば、立派な参考資料です。
- (2) **政府系や国際機関等の公的資料（公刊データ）**：つぎに政府や様々な機関が公表している資料があります。例えば、日本政府による電子政府こと **e-gab** には、「意匠法」という法律が記載され、「**意匠**」とは、**物品（物品の部分を含む。第八条を除き、以下同じ。）の形状、模様若しくは色彩又はこれらの結合であつて、視覚を通じて美感を起こさせるものをいう**」と定義されています（意匠 2 条 1 項；意匠法 HP; <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S34/S34HO125.html>）。なお、URL の“law.e-gov.go.jp”という部分は、電子政府の法律（law）関係のページであることを指しています。

日本政府関係の統計資料は「政府統計の窓口 e-Stat」から入ります(<https://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/eStatTopPortal.do>)。例えば、日本人の生命表を閲覧したければ、「e-stat」のトップページ → 「主要な統計から探す」 → 「“人口・世帯”の生命表」 → 「第 22 回生命表 2015 年（2017 年 3 月 1 日公表）」の順にクリックしていくと男女別の生命表のエクセルのファイルにたどり着きます。

国際機関の統計資料の例では、OECD の統計資料は <https://www.oecd.org/tokyo/statistics/> を探して下さい。また、国連関係では、広報センターの資料などを直接探しましょう (http://www.unic.or.jp/texts_audiovisual/)。
- (3) **会社等が公表している資料**：同様に、Web には様々な会社や機関の **HP** が資料を公開しています。例えば、Chapter 5 b で引用する住友グループの HP の URL は <http://www.sumitomo.gr.jp> です。こうした資料もまた、それぞれの会社・機関が公認した情報を提供しているわけですから、立派な資料と言えます。
- (4) **学術研究書や論文**：皆さんがよく使うのは図書館の HP を介しての“NII 学術情報ナビゲータ CiNii” (<http://ci.nii.ac.jp/>) かと思いますが、ここでは Google 社が提供する **Google Scholar** (<https://scholar.google.co.jp/>) を、日本語・外国語論文をともに強力に検索できるエンジンとして推奨します。

もちろん、どの検索エンジンや HP を使おうと、そこで問われるのは「どんなキーワードで的確にあなたが欲しくて、かつ正しい情報にアプローチできるか」というあなた自身のセンスです。そのセンスを磨くため、日頃からリサーチの世界になじむことが肝心です。

Box V a - 2. Wikipedia について

レポートに Wikipedia の記事を引用文献として扱う是非に触れておきましょう。はじめに結論から述べると、レポートに引用文献として Wikipedia を引用するのはいけません。というのは、Wikipedia はオリジナルな“一次資料 (primary source)”でないからです。それは Wikipedia 自

身が「ウィキペディアは信用に足る百科事典とは言い難く、ウィキペディアからの引用を学術関連のレポートに載せることは、そのレポートの信憑性そのものに疑問を持たせることでもある」と明記しています (https://ja.wikipedia.org/wiki/ウィキペディア)。したがって、ウィキペディアは資料を探す参考にとどめ、そこに引用されている一次資料を探して下さい。もちろん、レポートには (Wikipediaではなく) はその一次資料を引用しなければなりません。

5-3. 資料の分類・系統 (体系化)

分類・体系化は学問の基本

さて、部品 (資料) の収集の次のステップは分類です。近いものを集め、異なるものを遠ざける。これが分類の基本です。実を言えば、これは議論を整理するための方法の一つであるKJ法にもつながります。

右の図5-2はChapter2でも紹介したKJ法による整理です。地下商店街に関するフィールド調査で、予備調査の結果から本調査で検討すべき項目を洗い出す際の整理の方法を示しています。これは生物学での系統学に該当します。

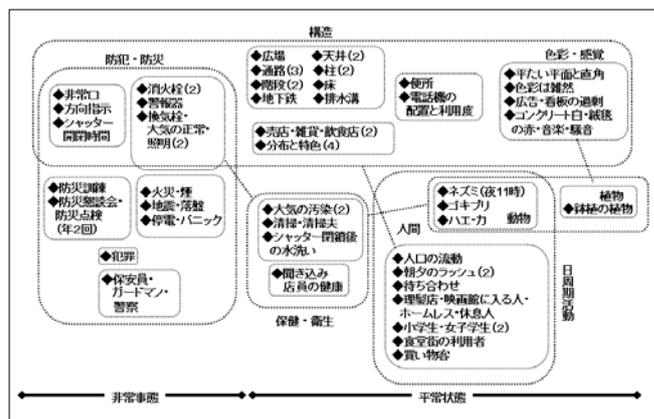


図5-2. フィールド調査の結果を整理 (KJ法; 水野、1978の図を一部改変)

レポートでもまず、資料の分類・体系化を

これを同様に、ロゴを中心にして様々な要素を集め、分類し、体系化げると、やがて筋道 (=ストーリー) が見えてくるかもしれません。図5-3は永田 (2007) からその過程を示す模式図を引用したものです。そろそろ、Chapter1の“レベル2 (サーベイ型)”の作業が始まります。

そうした作業を進めるうちに何か筋道 (ストーリー) が見えたら、今度は序、本論、考察という階層構造に当てはめていく。これが永田 (2007) が指摘するボトム・アップ・アプローチと言えるでしょう (図5-4)。

こうしてみると、Webの情報を手当たり次第に切り取って、それをただ並べただけではレポートにならない、ということはおわかり頂けるかと思います。資料をまず俯瞰して、それを分類、体系化する。そして、「序」での問題提起 ⇒ 分類・体系化された資料 ⇒ 資料にもとづく考察という一つのストーリーに落とし込んでいくことが、リサーチとそれにもとづくレポート作成、そしてプレゼンテーションにおいて重要なのです。(後編へ)

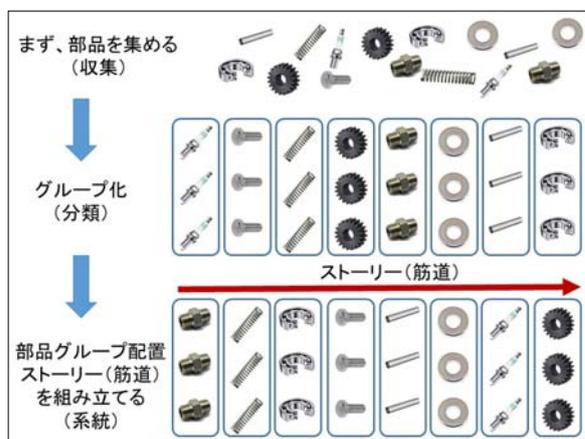


図5-3. 資料の収集・分類・体系化 (永田、2007の図から一部改編)

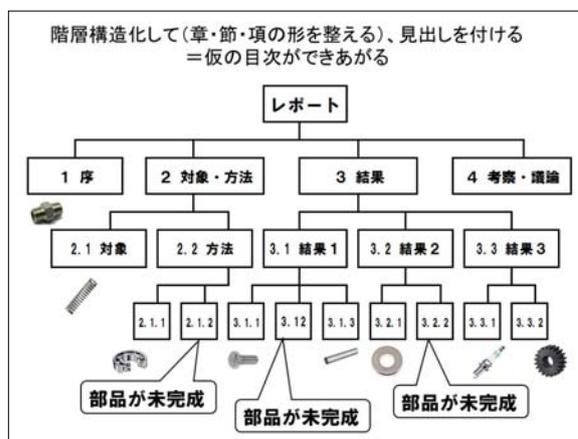


図5-4. 資料の階層構造化 (永田、2007の図から一部改変)

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 5 b

リサーチ初級編 2：レポート作成について

5-4. テーマの深め方：4つの要因

Chapter 5b は、5a で設定した「日本における“ロゴ”をとりあげて、レポートを書きなさい」という課題にそって、解説を続けましょう。

まず、ロゴについて Chapter 2 でとりあげた“ティンバーゲンの4つの要因”、近接（至近）要因、発達、機能、進化（究極要因）にそって考えてみましょう（P.7；マーテン&ベイトソン、1990）。この場合“ロゴ”について以下のように整理できるかもしれません。この Chapter では、このうちの“ロゴ”の進化＝“歴史”を中心に話を進めましょう。

表5-1. “ロゴ”をめぐる4つの要因

近接（至近）	（例えば、企業にとって）アルファベット、漢字、かな、数字、そして図像（アイコン）を組み合わせて、企業・商品のイメージを喚起する。
発達	（消費者は）様々なメディアを通じてロゴを認知、企業・商品のイメージを醸成。（企業は）CI（コーポレート・アイデンティティ）を発展、経営に活かす。
機能	（例えば、企業にとって）自社・商品を個性的・印象的なデザインによって表象し、消費者にアピールすることで、売り上げ等を向上させる。
進化	近代化において、企業や広告業界、メディアが発展するにつれて、手段としてロゴが普及した歴史（進化史）を探り、その究極的な意味を考える。

5-5. 体系化でどんな“筋道（ストーリーの軸）”を選ぶべきか？

表5-1 で問題点の整理を済ませると、そろそろ Chapter 1 で触れた“レベル3（現場分析型）”を意識する時期です（p.3）。何が課題で、それを解決するためにはどんな提言が必要か、筋道（ストーリーの軸）を意識しながら、レポートの構成を考える時期です。

分析・議論の“軸”を考えよう：例えば、時間軸で考える

KJ法は部品（資料）を集め、その差異を評価していると自ずと体系化が見えてくるといふスキルですが、それだけでは初心者の方にはなかなか筋道（ストーリー）がつかめないかもしれません。ヒントとして、リサーチの議論における軸を見つけることです。それは時間軸だったり、分類体系だったり様々ですが、初心者にもっともわかりやすいのは時間軸（歴史や進化）でしょう。表5-1では、“進化”の視点から部品整理を進めることになります。どんなテーマも、まず“歴史”の視点から整理してみましょう。

ロゴ前史：まず、近代日本でロゴが紹介・普及されるなかで、そもそも日本に同じようなものがなかったのか、疑問に思いませんか。

ということで、Webで“ロゴ”以前のロゴ(?)を探してみましょう。実は、日本にはもともと家紋、社章、文様等の言葉があります。家紋は「各家がしるしとしている紋章。定紋。徳川家の葵の紋の類」、社章は「会社・結社の記章」、有職文様は「平安時代以来、公家の装束・調度などに用いられた伝統的な文様。立涌・丸文・菱文・亀甲文・窠文など。唐朝の文様を単純化したもので、日本の文様の基調をなす」等です（『大辞林』

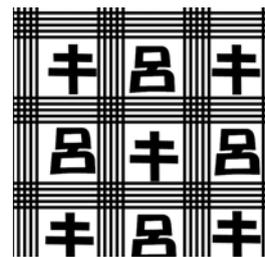


図5-5. 菊吾郎格子
（詞己、2008 をもとに作図）

第3版)。

例えば、Googleで「**役者文様**」を検索すると、江戸の名優尾上菊五郎は「菊吾郎格子」という文様を、まるでロゴのように使っていたようです(図5-5; 詞己、2008)。「キ」と「呂」と格子の組み合わせ、まさに「菊五郎」を表象する文様だったわけです。さらに江戸の大店の玄関には**大のれん**がかかっていました。そのなかでも有名なもの一つに、現在でもつかわれている**大丸**がありますが、ロゴそのものと言えるでしょう。また、江戸から続く大企業グループ住友の「**社章**」として、図5-6の井桁(いげた)マークは、1590年に京都で銅精錬・細工の店を創設時、「いずみ」を表す「井桁」を用いたとのこと(住友グループ広報委員会 HP; Wikipedia「住友グループ」)。



図5-6. いげた

このように近代的ロゴを調べる前に、日本のロゴ前史を調べることで日本社会がロゴを受け入れた背景を理解することも一つのリサーチです。

もう一つの時間軸：同じ商品についてのロゴの変遷：同じ時間軸でも、同一の会社・商品に関するロゴの変遷の例も調べてみましょう。近代的ビジネスが発達すると、広告という分野が次第に重要になり、その手段の一つとしてロゴが確立されていきます。そこには“進化”とも言うべき変遷が浮かびあがります(図5-7を参照)。



図5-7 a. 1898～1905年に使われたペプシ・コーラのロゴ

例えば、誰でも知っているコーラ2社のロゴの変遷から何がよみとれるでしょう。検索すると、Web記事がありました(CrowdworksHP「皆知ってる！有名企業のロゴの歴史をまとめてみた」)。この記事の主題は「**企業にとって、大事な商品のロゴを変えることは大変だ**」という点です。



図5-7 b. 1940～1950年に使われたロゴ

このように、皆さんもレポートを書く際に「何がこのレポートの主題なのか」を必ず意識して下さい。それがあやふやだと、図5-3の“**筋道**”がぐらついてしまいます。なにより、読者がストーリーを読み取れず、不快感さえ抱きかねません。それでは元も子もありません。ぐらつかないストーリー＝「培ってきたブランドを一新する際、新しいロゴがより良い出来だと確信することが重要だが、コカ・コーラがそれを貫徹できた理由は何か」にそって様々な部品(資料)を配置します。



図5-7 c. 2008～2014年に使われたロゴ

5-6. ほかの軸も考えよう

フォントという要素

時間軸以外の要素も考えましょう。図5-7から、何か気づきませんか。まず**フォント**です。表5-1では、「**至近要因**」に属するかもしれません。「いかに人目を引きつけるフォントを使うか¹」という課題です。例えば、あなたのPCに搭載されているワープロソフトのWordには相当数のフォントが用意されています。ちなみにこのハンドブックの文章は主に“HGOゴシック M-PRO”と“**HG創英角ゴシックUB**”というフォントを使っています。そんな視点から、2社のロゴの字体の変遷について、どんな字体が使われてきたか、それだけでロゴの歴史が論じられそうです。



図5-7 d. コカコーラのロゴ

一方、**イメージカラー**やデザイン全体の変遷も目につきます。コカコーラが、赤か白の2色が多いのに対して、1950年代頃からペプシは王冠にこだわります。その王冠が抽象的デザインに変化する一方、赤、青、白、黒の4色で彩られていきます。デザインに興味がある方は、こちらを議論しても面白いでしょう。

¹ 文字のフォント等については、Chapter8 (p. 46) もご参照ください。

作家性の登場とデザイン業界の発展

さらに 20 世紀後半に脚光を浴びたのが“**ロゴデザイナー**”たちです。例えば、「【デザイナー】あの有名ロゴをデザインした人たち【7選】」という Web ページでは、佐藤可士和、田中一光、Saul Bass、佐藤卓、Ivan Chermayeff 等の有名デザイナー²が取り上げられています (tomasson, 2015)。芸術もデザインもはじめは無名の者たちによって作られていますが、やがて特定の“作家”があらわれ、“作家性”が話題になっていきます。

日本ではさらにロゴやキャッチコピーを通じて、企業と消費者・世間の結びつきが醸成されます。例えば、1980 年代に西武グループがうちだしたキャッチコピー「おいしい生活」は、「消費者のライフスタイルの変換」までも促します。ここでも、企業経営におけるロゴの重要性を議論できるかもしれません。

心理学・認知科学との結びつき

ところで、表 5-1 の「**至近要因**」と「**発達**」に関連して、ロゴや広告を心理学や認知科学と結びつけることも可能です。論文検索エンジンの Google Scholar で見つけた「広告映像の技法・修辞と効果に関する研究」という論文の一部を、少し長くなりますが、引用してみると、

「認知科学では、映画や広告映像が視聴者にどのように認知されるかを心理実験により探る試み（中略）がなされている。（中略）本研究は、販売促進と芸術性を両立するクリエイティブ・ノウハウの情報システム化を目標とし、広告映像技法・修辞と効果との関係を体系的・網羅的に探る試みとして、以下の観点から検討を進める。

- ① 広告映像の技法をできるだけ具体的に**抽出**する。
- ② 広告映像の修辞を技法の組み合わせとして設定し、**体系化**する。
- ③ 広告映像の美的・感性的効果を探るための手がかりとして、感性的効果を表現可能な指標（雰囲気）で捉え、①②で体系化した広告映像技法・修辞との**関係を探る**。
- ④ 広告映像の販売促進的効果を網羅的に入手可能な指標（好感度、好感要因）で捉え、①②で体系化した**広告映像技法・修辞**との関係を探る。
- ⑤ 広告映像の販売促進的効果と感性的効果との関係を探り、販売促進と芸術性を両立させる方法について**考察する**」（川村、2007）

ちょっと難しいかもしれませんが、こちらもまた奥が深そうです。一方、①～⑤がここで説明してきたリサーチの方法とほぼ一致していることにも注目して下さい。このように、“ロゴ”一つをとって見ても、歴史、要素（文字、フォント、色彩）、デザイナーと業界、さらに心理学・認知科学など、どんどん部品（資料）が増えるにつれて、フィールドも広がり、ストーリーも複雑化していくことがおわかりになるかと思います。

5-7. 最後に、ストーリーと階層構造化を！

最後に越えるべき坂道は、もちろんストーリーの選択と、そのストーリーにそったレポートの階層構造化です。そのためにも、この初歩入門編前編の図 5-4 をあらためて振り返って下さい。**序 → 本論（内容、結果） → 考察（議論）+ 引用文献**等という流れを聴き手／読者（＝教員、上司、顧客）に理解していただくため、「あなたはこんな問題意識でこのテーマを取り上げたのか！（＝序）」、「こんな視点でこのテーマを再検討したら、

² 佐藤可士和（1965～）は、ユニクロやセブン-イレブンのブランディング等が知られています。また、田中一光（1930～2002）は昭和期を代表するデザイナーとして西武流通グループや無印良品等の広告で活躍、独自のオリジナル明朝体である「光朝」を創ったことでも知られています。

こんな事実がみつかったのか！（＝本論）、そして「こんな発見から、あなたはこんな結論・提案・新たな課題を見つけたのか！（＝考察）」という反応を引き出すことが、プレゼン・レポートの基本である、という点をしっかりと理解しましょう。ここまでたどりつければ、Chapter 1の“**レベル4（政策・企画提言型）**”をめざしましょう！

それを踏まえて、「日本のロゴについてレポートを書きなさい」という課題で考えると以下のような構成になるかもしれません。皆さんもそれぞれ考えてみましょう。

1. 序
 - ・ロゴ（ロゴタイプ）の説明と、現代広告業界での重要性
 - ・今後、どんなロゴが求められるか？ 新しいロゴのあり方を探る
2. ロゴとは何か？ その歴史
 - ・日本におけるロゴ前史を、江戸期の意匠も含めてまとめる
 - ・広告業とロゴの発達、そしてロゴデザイナーの登場
3. ロゴの機能を高める工夫
 - ・認知科学・心理学から見たロゴ・広告の世界
 - ・文字・フォント・色彩
 - ・ロゴと広告コピーの関係：消費者のライフスタイルへの提案
4. 考察
 - ・ロゴが現代社会で果たしている機能のまとめ
 - ・これからのロゴについての提案、企業経営における位置づけ
5. 引用文献・資料リスト

5-8. 引用文献・Web 情報

文献

- 関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。
- 川村洋次「広告映像の技法・修辞と効果に関する研究」『認知科学』14、2007、pp.409～423 (https://www.jstage.jst.go.jp/article/jcss/14/3/14_3_409/_pdf)
- マーテン&バイトソン 1990『行動研究入門』（粕谷英一ほか訳）東海大学出版会。
- 松村明編『大辞林第3版』三省堂、2006。
- 水野寿彦『動物生態の観察と研究』東海大学出版会、1978。
- 永田恒一『これで書ける企業論文：失敗例と図解で納得』工業調査会、2007。
- 新村出編『広辞苑第5版』岩波書店、1998。
- 小笠原喜康『インターネット完全活用編：大学生のためのレポート・論文術』講談社、2003。

Web 情報

- 「皆知ってる！有名企業のロゴの歴史をまとめてみた」Crowdworks、<https://crowdworks.jp/lp/cl/competition/logos/articles/3372>（2017年10月16日閲覧）
- 詞己（2008）「和柄・和の模様・和のデザイン〔役者文様〕」（2008年7月24日）夏貸文庫、<http://www.natubunko.net/wagara/kotoba09e.html>（2017年10月16日閲覧）
- 住友グループ広報委員会「井桁マークの由来」<http://www.sumitomo.gr.jp/history/chronology/08/>（2018年2月8日閲覧）
- tomasson（2015）「【デザイナー】あの有名ロゴをデザインした人たち【7選】」（2015年8月1日）Naverまとめ、<https://matome.naver.jp/odai/2138470755383693301/2138471496088523003>（2017年10月16日閲覧）
- Wikipedia「住友グループ」：<https://ja.wikipedia.org/wiki/住友グループ>（2017年10月21日閲覧）

2018年3月

編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 6 a

リサーチ上級編1：データからどのようにレポートを作るか

6 a-1. リサーチ・スキルについて

Chapter6からはリサーチ上級編として、リサーチ・スキルをとりあげます。とくに**仮説検証型**のリサーチ等では仮説のどれが正しいか、あるいはどれも間違いか、調べなければなりません。そのためにも、どんな対象の人を調べるのか、どんな方法（スキル）で調べるのかも決める必要があります。さらに結果の分析には「統計」やグラフを用います。

それでは、よく用いられているリサーチ・スキルとして以下をあげましょう。

- ①**公刊データ**の利用
- ②**アンケート票**による調査（以下、アンケートと略します）
- ③**インタビュー／ヒアリング**調査

このうち、インタビュー調査やアンケート票による調査は、高校生の皆さんにも、なじみ深いかもしれません。②が少数の方を対象とした定性的調査（**質的調査**）の色彩が濃いものに対して、③は大量に回収したデータを統計的に処理する定量的調査（**量的調査**）です。本当は、「深い狭い」インタビューと「浅い広い」アンケートを組み合わせることが望ましいのですが、時間的制約等でどちらか一方を選ばざるを得ないことが多いようです（佐藤、1992）。このハンドブックでは、アンケート調査は Chapter6b で、インタビュー／ヒアリング調査はフィールドワークもふくめて、Chapter6 c & dで説明します。

6 a-2. 公刊データをうまく使いこなそう

皆さんにとって公刊データの利用のコツを会得することも、とても重要です。まず、犯罪統計や経済データ等は自分たちで集めることができません。一方で、政府やその他の機関、あるいは国連などの国際機関が、自分たちが知りたいと思うことに近いデータを集積・公表していれば、それを使って自分たちの仮説・主張が証明できるか、分析できます。

そこで、この Chapter では公刊データの使用法を紹介しましょう。Chapter 1での**レベル1（論点整理型）**から**レベル2（サーベイ型）**にかけての段階です（p.3 参照）。

データはどこにあるのか？

現在、膨大なデータが Web で公開されています。例えば、日本政府は統計データを「**e-Stat：政府統計の総合窓口¹**」で公開しています（総務省 HP）。税金を使っておこなわれた調査は、その税金を負担した国民に公開しなければならないのです。これを利用しない手はありません。リサーチのためにデータをダウンロードしましょう。それは国連統計等でも同様です。

具体的な例に、国際的な貧富の格差の指標である「**一人当たり国内総生産（GDP）**」をあげましょう。GDP とは「その国の人々が（通常）一年間に生み出すことができる新たな価値」を表す指標です。例えば、小麦の種籾からパンが作られますが、その生産・流通プロセスで、様々な人や機械によって新たな「価値」が加えられます。この新たな価値は「価格」で評価され、「利益」として、働いた人と機械（＝その持ち主である株主）に配分されます。そのためGDPは、「その国の人々に分配できる富の総額」も意味します。つま

¹ <https://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/eStatTopPortal.do>

り、一人当たりGDPは各国の平均所得を近似しているのです。

しかし、当然、GDPを個人で作ることはできません。ではどうやって入手できるのでしょうか？。皆さんにとって一番手っ取り早いのは、総務省統計局 HP の「世界の統計 2017²」の「第3章国民経済計算」からデータを入手することです。「3-3 一人当たり国内総生産（名目 GDP，米ドル表示）」には世界 78 力国の GDP 値が掲載されています。この資料を加工して、表 6 a-1 に上位 25 力国と下位 25 力国を並べました。最下位のマダガスカルは 402\$、トップのルクセンブルグの 0.4%に過ぎません。

さらに数値をグラフ（ビジュアル）化することで、数値だけではなかなか気づかない様々な傾向を読みとるコツを体得しましょう。図 6 a-1 は、X 軸に各国を並べて（国名は削除してあります）、左から右へ GDP が高くなるように棒グラフに変換したものです。世界が GDP が高い国と、低い国に分かれています、これが経済格差なのです。

表 6 a-1. 2015年の一人当たりGDP (US\$)

上位25力国		下位25力国	
ルクセンブルク	100,161	タイ	5815
スイス	80,831	南アフリカ	5773
カタール	75,274	イラン	5038
ノルウェー	74,186	アルジェリア	4154
アイルランド	60,514	スリランカ	3974
アメリカ合衆国	56,054	グアテマラ	3903
デンマーク	53,149	チュニジア	3661
シンガポール	52,239	エジプト	3452
オーストラリア	51,352	インドネシア	3346
アイスランド	50,936	モロッコ	2919
スウェーデン	50,687	フィリピン	2904
オランダ	44,332	ナイジェリア	2714
イギリス	44,162	スーダン	2335
オーストリア	44,118	ベトナム	2088
カナダ	43,206	ウクライナ	2022
香港	42,431	インド	1614
フィンランド	42,148	パキスタン	1410
ドイツ	41,686	ケニア	1377
ベルギー	40,278	ガーナ	1356
ニュージーランド	38,294	ハンガリー	1208
イスラエル	37,129	ネパール	725
フランス	36,304	ウガンダ	648
日本	34,522	エチオピア	603
イタリア	30,462	コンゴ民主共和国	486
クウェート	29,304	マダガスカル	402

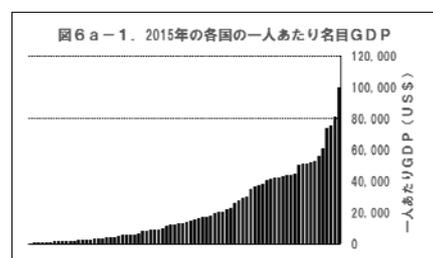
(総務省HPから)

ぜひ、英語のデータベースにアクセスしよう！

ところで、総務省の Data には 78 力国の GDP 値しか載っていません。とくに途上国のデータが省かれ、完全ではありません。ではどうすればよいか。実は、国際通貨基金（IMF）の HP に詳しいデータ³があります。この英文資料にアクセスしましょう。

そのデータに示されている世界 193 の国・地域の中で、もっとも低い値はアフリカのブルンディで 318.9\$ ですが、シリアは “No data” つまり、統計資料が存在しない、ということです。すべて英語なので、高校生の皆さんには英語の勉強にもなります。

しかし、なにより肝心なのは「なぜこんなに格差があるのか？」、そして「解消するにはどんな解決策があるのか？」です。これが Chapter 1 の “レベル 3（現場分析型）” と “レベル 4（政策・企画提言型）” です。もちろん、これがわかっているなら、国連も NGO も苦労しません。教育水準や所有権の設定、民主的な政治システム等様々な要因が指摘されていますが、現代でも解決できていません。これが皆さんが挑戦すべきテーマです。



6 a-3. データをどのように比較するか？

もっとも簡単な比較の1つ：時間軸

それでは、公刊されたデータを使ってさらに比較してみましょう。この “比較” がそりサーチの第一歩であり、次のテーマへのステップです。

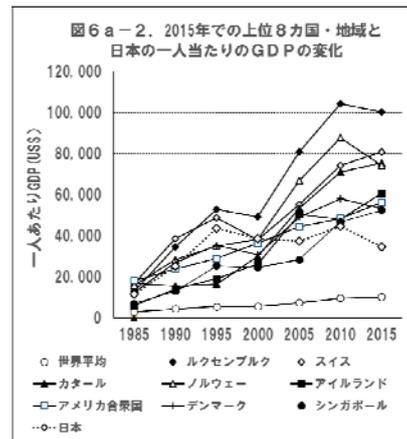
ところで、比較するためにはなんらかの “軸” が必要です。そこで、まず、時間軸、つまり、Chapter 2 で紹介のティバーゲンの 4 つの要素のなかの 「進化（歴史）」を説明しましょう。幸い、総務省のデータには各国の 1985～2015 年の変化も載っています。そこで各国の年変化も調べてみます（こうやって、データベースの表からどんどん分析を進めていくのが探索的データ処理です）。次頁の図 6 a-2 は、2015 年の上位 8 力国と日本の一人当たりの GDP の変化を示したものです。まず、世界平均は 1985～2015 年の

² 総務省統計局「世界の統計 2017」総務省 HP ; <http://www.stat.go.jp/data/sekai/0116.htm> (2017年10月17日閲覧)

³ IMF “GDP per capita, current prices” IMF Official Site; <http://www.imf.org/external/datamapper/NGDPDPC@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD> (2017年10月17日閲覧)

に 2,785\$⇒10,098\$へと、3.6 倍になりました。

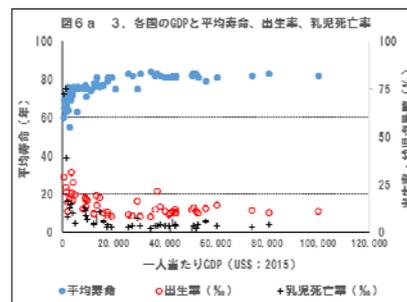
その一方で、国ごとに変異があります。上位8位のなかでも、2000 年代に急速に伸びたアイルランド、ルクセンブルグ、シンガポールが目立ちます。一方、アメリカ合衆国はほぼ世界平均にそって、伸び率が推移しています。対照的に、日本は 1990 年代以降、世界平均より低下、停滞し続けています。1992～95 年では世界 3 位でしたから、1990 年代後半からの日本の低成長はやはり深刻であると言わざるを得ません。この理由を皆さんも考えて下さい。



他のデータとの相関

総務省のHPにはGDP以外にも様々な資料、平均寿命、出生率等が載っています。これを使って GDP 値との比較をおこないましょう（詳しくは Chapter 6 b を参照）。

図 6 a-3 は、横軸に一人当たりの GDP 値をとり、左の縦軸に平均寿命（年）、右の縦軸に 1000 人あたりの出生数と乳児死亡率をプロットした“散布図”と呼ばれる図です。これを見ると、①平均寿命は 20,000\$ のあたりまでは GDP 値との間に正の相関を示す一方、それ以上の GDP 値ではほとんど伸びない。②幼児死亡率は 20,000\$ あたりまで GDP 値と負の相関を示す、③出生率は幼児死亡率ほどではないが、GDP 値が下がると減少していくことなどがわかります。こうやって、色々なデータを比較して、様々な傾向を読みとりながらリサーチを進めます。



ただし、これらの結果はあくまでも“相関”を示したものに過ぎず、“因果関係（原因と結果）”は保証されません。つまり、GDP 値の上昇が原因で幼児死亡率や出生率の低下がもたらされたと結論するには、さらに詳しいリサーチが必要なのです。

①平均寿命は 20,000\$ のあたりまでは GDP 値との間に正の相関を示す一方、それ以上の GDP 値ではほとんど伸びない。②幼児死亡率は 20,000\$ あたりまで GDP 値と負の相関を示す、③出生率は幼児死亡率ほどではないが、GDP 値が下がると減少していくことなどがわかります。こうやって、色々なデータを比較して、様々な傾向を読みとりながらリサーチを進めます。

もう一つの軸：“分類”あるいはグループ分けとその比較

先程述べたように、世界が GDP が高い国と低い国に分かれています。これを先進国と途上国と分けることもできます。それが“分類”ですが、しかし、そこには**基準**が必要です。図 6a-1 を見ると、きっちりと 2 つに分けることは難しそうです。すると、「GDP を 1000\$ 以下の国を途上国にするか？」という**操作的な定義**の問題や、途上国をさらに細かく分けるべきか（例えば、**後発開発途上国**）、という**細分化**などの課題が次々出てきますが、それ自体が皆さんのリサーチの対象になるかもしれません。

さらに、地域によって国を分けてはどうか？ 古くは西洋と東洋、あるいはさらに東欧、中東、西アジア、南アジア、東南アジアと分ける。また、海岸に面していない内陸国という基準もあります（後発開発途上国には内陸国が多いそうです）。これは時間軸と並ぶもう一つの軸である**空間軸**ですが、それで分類した後で様々な統計項目を比較する。こうやって探索的データ処理をすすめていくのも一つの方法です。

6 a-6. 引用文献・データサイト

関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。

佐藤郁哉『フィールドワーク』新曜社、1992。

■以下は一般に使用できるデータサイトのリストです。

・総務省政府統計の総合窓口：https://www.e-stat.go.jp

国内の諸統計が一括管理されているので、何かと便利です。

- **国土地理院地理院地図** : <http://map.gsi.go.jp>
地質とか人口集中地区、古い航空写真などが地図上で確認できます。
- **国立環境研究所「環境展望台」** : <http://tenbou.nies.go.jp/>
環境系の情報が地図で示されたり、統計データをダウンロードできます。
- **総務省「世界の統計」** : <http://www.stat.go.jp/data/sekai/index.htm>
世界各国の状況が140程度の指標で国別に整理されているほか、過去のデータもあります。
- **NASA EARTH OBSERVATORY** : <http://earthobservatory.nasa.gov/>
アメリカ航空宇宙局のサイトで、地球全体の環境の状況がグラフィカルに示され、一部はアニメーションで示されます。

Appendix. グローバルな目線で英語サイトを調べよう

英語のサイトでのリサーチの例をあげましょう。ある高校で課題研究を指導している際に、「シンガポールと日本のホテルについて、イスラーム旅行者への対応の違いを調べるには、どうすればよいのですか？」と質問されたことがあります。みなさんはどうしますか？

何より肝心なのは、イスラームの人たちからの目線で調べることです。そこでWebサイトで英語資料を探しましょう（もちろん、可能ならばアラビア語のサイトを調べるべきでしょう）。まず、Googleで“Singapore Hotel Halal⁴”と3つのキーワードを検索すると、“4 Crescent Rated Halal-Friendly Hotels in Singapore to Choose From”という記事がヒットしました。「シンガポールでもっともイスラームにフレンドリーなホテルの評価」です。こうした英文記事を丹念に読むと、イスラームの人たちがどんな基準でホテルを選んでいるか、わかるかもしれません。

読み進めると、このサイトは米国のMaster-Card社とシンガポールのCrescent Rating社が毎年公表している「Global Muslim Travel Index: GMTI⁵（イスラームにフレンドリーな旅先ランキング）」に関係していることがわかりました。このランキングは世界130の国・地域を対象に、11項目を数値化しています。これらの項目こそ、イスラームの人たちにおける旅行のしやすさの判断基準でしょう。

例えば、2017年版の日本への評価では、**Family Destination 63.0、Safe Travel environment 100.0、Visitor Arrivals 6.9、Dining options & assurance 45.0、Ease of access to prayer spaces 22.0、Airport Facilities 55.0、Accommodation Options 36.0、Ease of Communication 28.2、Muslim Travel needs awareness and reach out 68.8、Air Connectivity 67.0、Visa 65.0**とあります。どうやら安全性が高く評価される一方、礼拝所へのアクセスやコミュニケーション、宿泊設備オプション等が低いようです。このため、全体のスコアは52.8で、130国・地域で32位、非イスラーム国ではシンガポール、タイ、英国、南アフリカ、香港につぐ6位と評価されています。この値を「意外と高い」と見るか、「まだまだ低い」と見るか、そこがリサーチの手掛かり。

さらに、他国と比較しましょう。例えば、非イスラーム国でもっとも高いシンガポールのGMTIスコアは67.3で、全体の10位です。日本と同じく安全性が100.0と高く評価されているほか、食事関係が80.0、礼拝所へのアクセス70.0、コミュニケーション78.2、Air Connectivity71.0、Visa取得78.0と高い値を示します。このあたりのサービスの差が、日本を引き離す理由でしょう。

この2国への評価の差から、今後、日本のホテル業界などがイスラーム観光客誘致への対応を考えるためのヒントを得ることができるかもしれません。

2018年3月

編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

⁴ ハラールあるいはハラル：最近、日本でも知られるようになりましたが、イスラム教の教義によって許されると判断される項目です。

⁵ Crescent Rating, “World’s Leading Authority on Halal Travel” <https://www.crescentrating.com/> (2017年10月17日閲覧)

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 6 b

リサーチ上級編 2：アンケート調査と統計、グラフなど

6 b-1. アンケート調査の実例を紹介しましょう

Chapter 6 b ではリサーチ上級編として、アンケート調査の実例を紹介しましょう。高校生の皆さんが、課題研究でリサーチする際に御参考になれば幸いです。

さて、紹介するリサーチ内容は関西学院大学総合政策学部の学生を対象に、友人およびご両親との社会関係を調べた研究です（泉、2005）。テーマは以下の3つになります。

- (1) 現代の若者は自分自身を肯定的に捉えているか？ 文献には「**若者たちは身体的・心理的变化により、自信喪失に陥りやすく、些細なことに不安になりがちである**」とされています。これは本当でしょうか？
- (2) 若者は**親子関係**と**友人関係**のどちらを重要視しているか、どちらも同じくらい大事なのか、それとも、友人関係はあくまで表面的な関係でしょうか？
- (3) 友人関係は、**自分自身への信頼**に影響を与えている、若者がちょっとしたで自信を失った場合、どうやって自信を取り戻すのか、そして、友人関係は回復のカギか？

調査対象は、S 学部生 123 名（男性 63、女性 60）で、質問票の冒頭が下の図 6 b-1 です。まず、前文で主旨を説明してから、個人情報の保護を保証します。そして、問 1 で個人の**属性**として、性別と年齢を尋ねます。なお、尋ねるべき属性は、調査目的によって決まります（国籍、性別、年齢、居住地、職業、家族関係ほか）。

問 2 から具体的な質問がならびます。実は、質問文をまったく白紙の状態から考えるのは難しいものです。そこで、関連分野での先行研究を参考にするのが一つの方法です。このアンケートでは「青年期における自己意識の構造」（平石、1990）という先行研究によ

若者の自己概念形成と友人との関わり状況に関する
アンケート票調査への回答協力をお願い

本アンケート調査は、K 大学 S 学部生を対象に、若者の自己概念形成と友人との関わり状況を調査することを目的としています。調査は無記名で行われ、結果は集計後に公表されるため、個人が特定されることはありません。また、第三者に情報が流出することのないよう、情報管理を厳重に行います。本調査の結果は、K 大学 S 学部卒業研究論文の中で報告いたします。

調査の趣旨をご理解いただき、回答にご協力いただけますようお願いいたします。

調査企画・実施者： K 大学 S 学部 × × × ×
問い合わせ先： xxxxxxxx@xxxxx.ac.jp

問 1. あなたの性別についてあてはまる数値に○を付け、() 内に年齢をお書き下さい。

1. 女性 2. 男性 () 歳

属性（年齢、性別）を尋ねる。

a. 人にはそれぞれ自分なりの人生があるはずだ、と思っている。 よくあてはまる ややあてはまる どちらでもない あまりあてはまらない 全くあてはまらない

b. 自分自身の長所も短所も、ありのままに認めることができる。 _____

c. 物事には、前向きな姿勢で物事に取り組んでいる。 _____

d. 自分の好きなことがやれている。 _____

e. 自分はのびのびと生きていると感じる。 _____

f. 自分自身を十分に信頼している。 _____

設問 3-1 現在のあなた自身と友人との関係についてお伺いします。あなたの最も仲の良い友人を思い浮かべて下さい。それぞれの文章をよく読んで、それが現在の自分にとってどれくらいあてはまるかを考え、最も適していると思われる箇所○印をつけて下さい。なお、友人は、同性・異性を問いません。

	る	よくあてはまる	ややあてはまる	どちらでもない	あまりあてはまらない	全くあてはまらない
--	---	---------	---------	---------	------------	-----------

a. 友人との関係をわずらわしいと感じる。 _____

b. 友人に対して好意的になれない。 _____

c. 友人と真剣に話し合うことがある。 _____

d. 友人の前でもありのままの自分を出せる。 _____

e. 自主的に友人に話しかけている。 _____

f. 友人に対して、自分のイメージを悪くしないかと恐れている。 _____

g. 自分は友人より劣っているか、優れているか気にしている。 _____

h. 友人に気をつかわれていると感じる。 _____

(以下、省略)

このアンケートでは、質問に対して 5 段階の選択肢で答えていただく形式をとっています。

図 6 b-1. 若者の自己概念形成に関する質問票の例

る「自己肯定意識尺度」を参考に、自己肯定意識について「人にはそれぞれ自分なりの人生があるはずだと思っている」等の6項目（問2）、友人および親に対する満足度について8項目（問3）の質問を作成しています。皆さんもアンケート調査する場合、必ず先行研究を参考にしてください。

各問いで、回答者は5段階の選択肢を選びます。この中に「どちらでもない」という項目が含まれています。世の中は単純に「はい」と「いいえ」だけで片づくわけではありません。「どちらでもない」、「わからない」等の選択肢も用意しなければならないのです。

6b-2. 集計と分析

それではデータの集計について、まず、単純集計、つまり一つの質問に対する結果だけを集計する方法から説明します。

単純集計：次頁の図6b-2(a)は回答を入力したエクセルのシートの一部で、各行が一人ずつの回答です。例えば、3行目の番号1は女性で19歳、「自分なりの人生があってもいい」と強く思いますが、「長所も短所もありのままに認めているか？」はどちらでもなく、「前向きな姿勢で物事に取り組んでいるか？」はややあてはまるとの回答です。味も素っ気もないけれど、これが分析の始まりです。

次に、統計ソフト（SPSS）に読み込ませたものが図6b-2(b)です。ここまで準備すればあとは比較的容易です。「分析」→「記述統計」→「度数分布表」と進み、分析対象に「自分なりの人生があってもいいと思う」を選びます。すると「よくあてはまる」81、「ややあてはまる」39、「どちらでもない」2、「あまりあてはまらない」1という結果が得られます。もっとも、数値の羅列では印象的ではありません。図6b-2(c)は、上記の結果を棒・帯・円グラフで示したものです。印象は様々ですが、この場合、円グラフが妥当でしょう。

調査者はここから傾向を読み取り、結論を下します。この場合、回答者の大半が「自分なりの人生があってもいい」と思っていると解釈しても異論はないでしょう。日本人は他国に比べて謙虚だとされてきましたが、現代の大学生は自己肯定意識が高くなっているのかもしれない。

クロス集計：実は、皆さんに覚えて欲しいのは単純集計よりも、複数の変数の関係を調べる**クロス集計**です。統計ソフトが便利なのも、単純集計からさらにクロス集計に分析を簡単に進めることができる点です。それでは、クロス集計とは何でしょう。

例えば、図6b-2(c)の結果に男女差はないのでしょうか？ この場合、男女という変数と「自分なりの人生があってもいいと思うか？」という変数をクロスさせるわけです。

表6-1がその結果ですが、回答に男女差がないことが一目瞭然です。とは言え、レポートでは主観的な判断は通用しません。統計検定で有意差がないことを確認しなければならないのです。そこで、次節で簡単な統計を紹介しましょう。

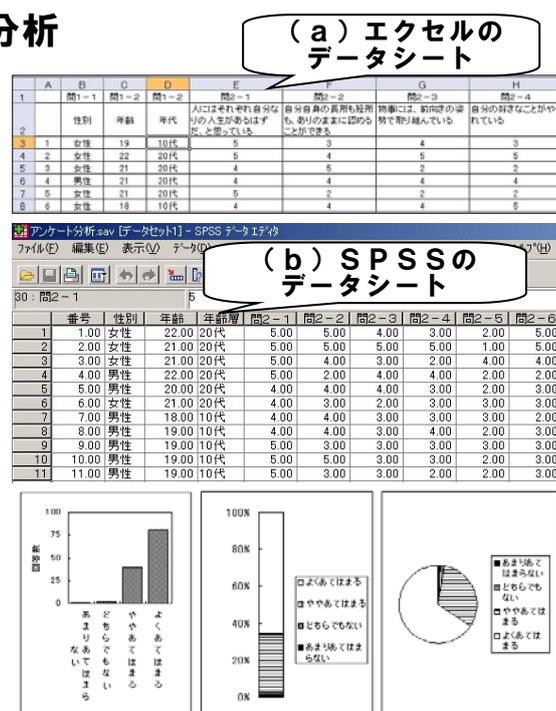


図6b-2. 上から(a)エクセルと(b)SPSSのデータシート、(c)各種グラフ

表6b-1. 性別と回答

	よくあてはまる	ややあてはまる	どちらでもない	あまりあてはまらない	計
女性	40	19	1	0	60
男性	41	20	1	1	63
計	81	39	2	1	123

6b-3. 簡単な統計の例をご紹介します

まず、表6b-1は男女差がないように見えるため、別の例で説明しましょう。

表6b-2は「食の安全に関する消費者意識と消費意識行動」という調査で、「食に大変／少し不安を感じている」と回答した1351名に「遺伝子組換え食品に不安を感じるか？」を尋ねた結果を、男女別にクロス集計したものです(東京都消費者月間実行委員会、2014)。この結果を対象に、 χ^2 (カイ二乗) 検定法を使って、「不安を感じる／感じない」という**観察値**の頻度に男女間で有意差が存在しているか試算しましょう。

まず、表2の結果について、「男女間に差がない」とする**帰無仮説**¹をたてます。この帰無仮説が正しければ、「感じる」対「感じない」比率は男女とも $640 \div 1154 = 0.5546$ 対 $514 \div 1154 = 0.4454$ となるはずですが。その場合、帰無仮説からの**期待値**² (観察値から求められる期待値の推定量) は次のように計算されます。

表6b-2. クロス集計例(一部改)

	遺伝子組換え食品への不安		
	感じる	感じない	計
男性	84	122	206
女性	556	392	948
計	640	514	1154

- ・男性： $206 \times 0.5546 = 114.2$ 人が感じて、 $206 \times 0.4454 = 91.8$ 人が感じない。
- ・女性： $948 \times 0.5546 = 525.8$ 人が感じて、 $948 \times 0.4454 = 422.2$ 人が感じない。

χ^2 乗値の計算式ですが、 $\chi^2 = \sum ((\text{観察値} - \text{期待値})^2 \div \text{期待値})$ です。なお、 Σ (シグマ) とは二つ以上の数の総和を表す記号ですから、この式は観察値と期待値の“ずれ”を集計することで帰無仮説を検証するものです。すなわち、この値が大きいほど帰無仮説から乖離しているわけです。そこで、式に観察値と期待値を挿入すると、 χ^2 値は $((84 - 114.2)^2 \div 114.2) + ((122 - 91.8)^2 \div 91.8) + ((556 - 525.8)^2 \div 525.8) + ((392 - 422.2)^2 \div 422.2) = 21.88$ となりました。

次に、「 χ^2 分布表」と照合して、この数値が生じる確率を調べなければなりません。まず、「自由度」を求めます。表6b-2では、 $\text{自由度} = (\text{行の数} - 1) \times (\text{列の数} - 1) = (2 - 1) \times (2 - 1) = 1$ です。自由度1の場合、「 χ^2 分布表」では、 χ^2 値が3.84を越えると5%の有意水準で(20回に1回も起こらない)、さらに6.63を越えると1%の有意水準(100回に1回も起こらない)で「確率的に起こりにくい」現象と判断されます³。21.88はこれらの数値をはるかに超え、「男女差はない」という帰無仮説は棄却されます。図6b-3はこの結果をグラフ化したものです。

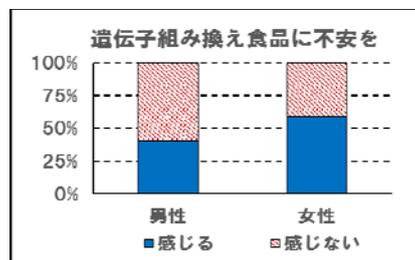


図6b-3 遺伝子組換え食品への不安に見られる男女差

ちなみに、表6b-1の結果を計算すると、自由度は $(4 - 1) \times (2 - 1) = 3$ で、 χ^2 値は0.965にとどまり、男女間に有意差は認められません。

仮説と解釈について

このように質問票の作成は、「分析方法の決定」と「質問文の作成」を並行しておこなう必要があります。これがうまくいかないと、数値の意味を汲み取れず、主観的な仮説を押しつけるだけに終わってしまうかもしれません。あるいは、先生や先輩に「アンケートしたのですが、分析法がわかりません」と悲しい質問をしなければならなくなります。

¹ 仮説検定の際、通常は自由度が低い方を帰無仮説とします。この場合、「男女差がない」と仮定すると、「男>女」と「男<女」という二つの選択肢がある「男女差がある」より、自由度が低くなります。したがって、「男女差がない」を帰無仮説とするのです。

² ここでは「男女差はない」という帰無仮説から期待される値になります。

³ 本来は、有意水準5%、1%とは、データをとる前に決めておくべき数値です。

とくに難しいのは「統計結果から何を導き出すか」です。その意味からも、単純集計だけでは現象の全体像はなかなかつかめません。クロス集計等を身に付けて下さい。

6 b - 4. グラフの種類とその適切な扱い方

エクセルや統計ソフトでは一つの統計資料からいくつものグラフができます。一方、レポートやプレゼンテーションでは、そのうちの一つを選ばなければなりません。つまり「どのグラフを使えばよいか？」考えなければいけません。山本（2005）はグラフ作成の目的を比較、内訳、推移、分布、相関等の表現として、代表的なグラフをあげています。

(1) **棒グラフ**：各項目の量の比較や表現に適しています。とくに度数分布を柱状図として表したものをヒストグラムと呼びます。

(2) **帯グラフ**：全体に対する構成比（内訳）等を把握・比較するのに適しています（図2）。

(3) **円グラフ**：帯グラフと同様、全体に対する構成比（内訳）等の把握・比較に適しています。その代わりに、細かな量的比較が難しく、数値の表示で情報を補ったりします。

図6 b - 2 (c) の各種グラフ (p.30) では、「自分なりの人生があってもいいと思うか」への回答を棒・帯・円グラフで示してあります。あなたは、どのグラフが適当だと思いますか。一方、折れ線グラフや散布図は以下のように、かなり異なる表現になります。

(4) **折れ線グラフ**：線でつなげて値の変化等の推移を表現します。

(5) **散布図**：二つの変数の相関等について、標本の分布状況等を表現します。図6 b - 4 は日本人の平均寿命の推移を示す折れ線グラフですが、図6 b - 5 は各年ごとの男性と女性の平均寿命の相関を示す散布図です。この図から①両性の年齢は高い相関を示すが、②回帰直線の傾きが1より大きいことがわかり、女性の伸びが大きいことが示唆されます。事実、1947年に3.9年だった男女差は2013年に6.4年に拡大しています。

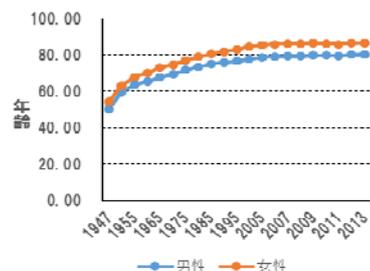


図6 b - 4 平均寿命の変化

エクセル等ではさらに面グラフ、ドーナツグラフ、レーダーチャート、さらに三次元グラフ等も使えます。したがって、グラフ作成には、把握・表現したい内容に基づき、それにふさわしいグラフを選ばなければなりません（山本、2005）。グラフ作成ではこのほかに、**縦軸（Y軸）**と**横軸（X軸）**をどのように決めるか、**軸の目盛り**をどうするか（対数グラフや片対数グラフ等もあります）、**グラフの要素**をどう並べるか、**グラフの要素の太さや色**をどう表現するか等、様々な考慮が必要です。

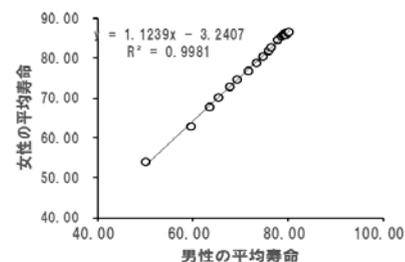


図6 b - 5 各年の男女の平均寿命の相関

6 b - 5. 引用文献

泉博子『思春期から青年期にかけての友人関係：友人が悩みの解決に果たす役割』関西学院大学総合政策学部卒業論文、2005。

関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。

東京都消費者月間実行委員会『食の安全に関する消費者意識と消費行動調査報告書』、2014 (<http://kurashifesta-tokyo.org/2013/special/pdf/chosahokoku.pdf>)；2017年10月16日閲覧）

山本義郎『レポート・プレゼンに強くなるグラフの表現術』講談社、2005。

2018年3月

編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 6c

リサーチ上級編3：フィールドワークについて

6c-1. フィールドワークとは何か？

最近、「フィールドワーク」という言葉をよく耳にします。しかし、具体的にはどんなことをするのか、高校生の皆さんにはいま一つわかりにくいかもしれません。広辞苑第5版では「野外あるいは実験室での探訪・採集。野外研究。実施調査」と書いてありますが、これだけでは意味が広すぎて、よくわかりません。このように、なかなか具体的に定義しにくい言葉なのです。

他者との対話：問いかけとその答えから、自他を理解する

実際、「フィールドワークをどうすすめたら良いか、わからない」、あるいは「リサーチの結果をどうまとめてよいか、わからない」等の質問は珍しくないそうです。佐藤(2002)の『フィールドワークの技法』をひもとくと、「昔から何度も指摘されているように、フィールドワークについていわゆる「クックブック」風のマニュアルをつくることはほとんど不可能です。というのも、いくつかの定石やルールを杓子定規にあてはめることほど、現地調査がもつ本来の性格から遠いことはないからです」と明記されています。つまり「誰でも使えるマニュアルはない」のです。

もっとも、手がかりがまったくないのか、というわけではありません。『フィールドワークの技法』には、フィールドワークには“ストーリー（筋道）”が必要であること、リサーチでは“問題設定”（取材相手への“問い”）が重要で、その問題に関する“仮説”（仮の答え＝理論や知識をもとにした予想回答）を立て、“相手からの答”（現実の回答）と照らし合わせ、こうした“ちぐはぐ”なやり取りを経て、“ストーリー”が適宜修整され、やがて納得＝あなた自身の結論に達する過程であることが、諄々に説かれています（Chapter 1も参照）。つまり、フィールドワークとはクックブックのような教科書を離れ、見知らぬ他者と出会い、とまどいながらも対話することで、相手を理解すると同時にあなた自身も変わっていく過程なのです。究極のボトム・アップ・アプローチとも言えます（p.17 参照）。

6c-2. どうしたらフィールドで仮説を立てられるか？

仮説は一つだけではない

それでは、どうやってフィールドリサーチを始めるのでしょうか。Chapter 2のBox 2-1で紹介したアメリカの資本主義での小話を思い出して下さい。

「製靴会社A社とB社のセールスマンが船である途上国に入港したら、見渡すと眼にはいるその国の人たちはみんな“裸足”だった！ A社のセールスマンは本社に「みんな裸足なので、ここはマーケットにならない」と打電したが、B社のセールスマンは「ここは素晴らしいマーケットだ。みんな裸足だから、一人に一足売っても、ここに住んでいる人数分売れる」と打電した」

このセールスマンたちこそフィールドワーカーと言えるでしょう。そして、「みんな裸足だ」がフィールドで目にした事実であること、そして、「商売にならない／素晴らしいマー

ケットだ」はその事実に基づいて立てた**仮説**です。

ここで肝心なのは、「みんな裸足だ」という**事実**は**一つ**なのに、そこから**導かれる仮説は複数**ある点です。冷静になれば、第3の解釈=仮説も考えることができます。例えば、C社は「巨大マーケットに育つかもわからないが、現状では、彼らに靴を買う余裕がない。マーケットは潜在的なものに過ぎないが、将来の可能性も考えると、現地の経済状況について今後もモニタリングを続けるべきだ」と結論するかもしれません。こうして一つの“事実”から浮かび上がるいくつかの“解釈=仮説”を**仮説群**としましょう。

このようにフィールドワークでは、文献や理論をベースにした“仮説”もありますが、眼前の事実に私たちが下す解釈、そして“見通し”程度のもも含まれます(佐藤、1992)。こうした事実に基づいているけれど、互いに相反するいくつかの仮説(代替仮説等とも呼ばれます)のどれが正しいのか、あるいはすべて間違いか、確認のために現地の人たちにインタビューやアンケート調査で意見をきくことです。その結果、一つの結論に達する。これがフィールドリサーチの基本型です。

同じものを見ても、見たいものが違えば・・・

もう一つ付け加えましょう。増田ほか(2015)は、「**同じものを見ていても、見たいものが違えば、見方も変わってくる**」と強調しています。先ほどの小話に戻れば、靴のセールスマンは“**裸足**”に眼をやりますが、衣装の研究者なら、彼らがまとっている**衣類**やその**素材、デザイン**に注目するでしょう。建築家ならば、人々よりも、背後の**建物**や**まち**の様子が気になるかもしれません。

つまり、隣の人はあなたと同じものを見ていたとしても、見たいものが違えば、異なる景色が見えてくる。そのためにも、Chapter 2で紹介したKJ法で互いの印象を整理していくことが重要です。

Box 6c-1. ゲーテ：フィールドワーカーとしての理想像

それでは、フィールドワーカーとしてどんな姿勢で臨むのが良いのでしょうか。18~19世紀のドイツの文豪で、自然科学にも関心が高かったゲーテは、20ヵ月にもわたるイタリアへの旅行を記録した『イタリア紀行』で、ローマへの途次にあるポーツェンの町で以下のように書きつけます。

ポーツェンの歳の市では絹物の売行がよく、羅紗類も市に出される。私はここで全部まとめて見られる産物をすっかり調べてみたくてならなかったが、統計ばやりの当今ではものの本によって調べることができると思えば、気が休まるというものだ。しかし、現在の私としては、本でも絵でも与えてくれない感覚的印象が大事なのだ。肝要なことは自分の観察力を試験し、自分の学問や知識がどの程度のものであるか、自分の眼が明澄純粹であるのか、どのくらいのことを自分は束の間につかみうるか、自分の身上に刻印されたしわを元通り消し去りうるか否かを吟味することである(ゲーテ、1960; 一部省略)。

この一節こそ、フィールドワーカーがとるべき姿勢をもっともよく表したものかもしれません。なじみのない土地に行き、見知らぬものを見て、自らの観察力と感性を確かめ、自らの先入観を消し去る。こうした姿勢は、高校や大学を卒業して社会で働く時にこそ、重要なものになるはずだ。

フィールドとは何処か？ 実は、見るものすべてがフィールド！

さて、フィールドとはどこでしょう。実は、あなたの眼にはいるものすべてがフィールドかもしれません。例えば、高校への通学途中、駅や電車で無数の**広告**を見るはずだ。さらに、本来は広告が飾られるべき場所なのに、広告がなく、枠だけがあることに気付い

たりします。

どんな広告があるでしょう。例えば、ある駅には病院と塾・予備校の広告がたくさんあります。そこはニュータウンかもしれません。別の駅では広告が飾っていない粋だけが並びが、それは不景気のバロメーターかもしれません。JR 京都線や同神戸線等の路線ごとに掲示されている広告を比較するのも興味深いかもしれません。かつて早稲田大学教授だった今和次郎は“考古学”をもじった“考現学”を主唱、街を闊歩する人たちの衣装や髪型、履物、帽子等の社会風俗を調査しましたが、これも立派なフィールドワークです。

その一方で、事前にきちんと調査計画をたてる際に、先行研究について文献調査することも重要です。公刊データ(Chapter 6 a)も参考にしながら、アンケート調査(Chapter 6 b)やインタビュー/ヒアリング(Chapter 6 d)を実施、レポートのアウトラインを整えます。もちろん、もっと大事なのはフィールドで出会う方々との“対話”がなりたっているかどうか、にほかなりません。

6 c - 3. フィールドワークの“レシピ”

先ほど、クックブックは存在しないと言っておきながら、高校生の方にはやはりレシピが必要かもしれません。表 6 c - 1 は、リサーチでの手順について佐藤(2002)を改編したものです。

表 6 c - 1. リサーチの段階にそった問い、答え、レポート作成の手順(佐藤、2002 の表 6・1 A を一部改編)

調査段階	問い(問題設定)	データ収集・分析	仮説の段階	レポート
計画・予備	初めの問題関心	探索的収集・分析	予想	大まかで仮のアウトライン
中間	リサーチクエスチョン作成	焦点を絞り収集・分析	仮説群	アウトラインの改訂
最終	最終的な問題設定	補足的な収集・分析	結論群	アウトライン確定・完成

Chapter 2 で触れた「**テーマを絞る**」という作業は、この「問い(問題設定)」の列に該当するかもしれません。初めに抱いていた関心は、事実を知るにつれて具体的なリサーチクエスチョンに変わり、最終的に“問題意識”として絞られます。(現場を知らない段階での)予想は(現場を知った上での)作業仮説群となり、最終的に結論群に絞られます。これが Chapter 2 の「**アウトラインを考える**」につながり、やがてレポートのアウトラインに結晶していくのが一つの理想かもしれません。

それでは、この表を参照にしながら、以下、まとめていきたいと思います。

(1) リサーチ・デザインを考える

- ①表 1 では計画・予備段階です。初めの問題関心に基づき、テーマの素案を考え、ふさわしいフィールド・研究対象の人々などを想定します。同時に、指導の先生からアドバイスをいただいたり、文献を紹介してもらいます。データ収集としては手探りに近い“探索”的な収集・分析になります。
- ②次に、アドバイスや文献サーベイから予想・見通しをたてます。レポートでは、大まかな仮のアウトラインです。この際も先生方からアドバイスをいただきましょう。
- ③とくに**予備調査**を実施、その際にインタビュー・ヒアリングする場合は、テーマの素案にあわせて、入念に質問を準備して下さい。予想もしない回答が返ってきて、とまどうこともしばしばです。このあたりは、Chapter 1 での“**レベル 1 (論点整理型)**”と“**レベル 2 (サーベイ型)**”をあわせた作業とも言えます(p.3 参照)。

(2) 予備調査

- ④理想的なフィールドワークは (i) 予備調査、(ii) 本調査、(iii) 補足 (再) 調査の3段階からなります。余裕があれば、ぜひ予備調査を実施して下さい。
- ⑤予備調査のまとめ:この時に役立つのが、Chapter 2のp.5で紹介した**KJ法**です。一人で調査した場合でも、複数メンバーによる調査でも、目的した事実を整理して全体像を把握することで本調査に備えるため、活用して下さい。

(3) 本調査

- ⑥本調査の準備:予備調査を受けて、本調査のリサーチ・デザインをあらためて考えます。とくに、浮かび上がった仮説群を意識して、リサーチの焦点を絞ります。
- ⑦**本調査**:本番です。予備調査で浮かび上がった見通しにもとづき、焦点を絞ってデータを収集・分析します。量的データの場合は、統計による分析がよく使われます。
- ⑧本調査をまとめます。仮説群はデータによって検討され、調査の結論が見えてきます。レポートのアウトラインもおのずから整ってくるはずですが、しだいに、“**レベル3 (現場分析型)**”に移行できればしめたものです。

(4) 補足 (再) 調査

- ⑨余裕があれば、ぜひ**補足 (再) 調査**をして下さい。⑧の本調査をまとめるうちに新たな疑問が生じたり、資料の不足を感じることも珍しくありません。また、再調査では本調査と異なる結果になることもあります。そんな場合でも慌てず、異なる結果が出た理由を考えれば、また別の世界が分かってきます。
- ⑩**文献調査**も再度必要になってくる場合もあります。すなわち、フィールドの過去にも眼を向けなければいけなくなった場合です。ここまで説明してきたフィールドワークは、ある意味、“現在”を切り取る作業と言えるでしょう。その一方で、その“現在”は“過去”を経ているわけです。さらに“未来”にもつなげるためには、そこまで見通した文献・資料があるかも気になってくるのです。ここまで到達すれば、“**レベル4 (政策・企画提言型)**”も見えてきます。

(5) 定点観察

定点観察とは、同じ場所 (定点) から対象を継続的に観察することで、時間的な経緯を踏まえて、過去との差異を分析することです。この方法によって、それまで見逃してきた巨視的な変化を抑えることができます。例えば、毎年、同じ場所を同じ視点で記録し続ける。そうすると、短期的視点では見落としていた色々な変化が見えてきます。例えば、商店街の変遷、ニュータウンの高齢化、微環境の変化等は1年かぎりのリサーチではわからず、高校等では先輩から後輩へ年度を越えて観察を継続していくことで明らかになります。

6c-4. 引用文献

増田研・梶丸岳・椎野若菜編『フィールドの見方』古今書院、2015。

新村出編『広辞苑第5版』岩波書店、1998。

佐藤郁哉『フィールドワーク』新曜社、1992。

佐藤郁哉『フィールドワークの技法:問いを育てる、仮説をきたえる』新曜社、2002。

2018年3月

編集:関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 6 d

リサーチ上級編4：フィールドワーク（続）：インタビュー＆聞き書き

それでは、Chapter 6c のフィールドワークの続きとして、フィールドでどのように取材していくか、説明しましょう。

6 d - 1. インタビューや聞き取りについて

フィールドワークで定番のインタビューやヒアリングに話を移しましょう。最近、政治家や経営者に長時間インタビューして「オーラル・ヒストリー」としてまとめる仕事も増えてきましたが、インタビューや現地調査は研究対象・情報提供者の人々と親しい関係を築き上げながら進めます。その際、取材対象の方々（インフォーマント¹）への尊敬の念とプライバシーの尊重をお願いします。とくに、インタビューでのやりとりを録音したり、写真を撮影する時には必ず同意や許可をいただきましょう。

それでは、インタビューの実例として、日本の民俗学者で全国各地を訪れ、名もない人たちとの会話から様々な事実を掘り起こしてきた宮本常一の『忘れられた日本人』から、対馬の漁村の成り立ちを語る「梶田富五郎翁」をちょっと引用します（文章は若干改編）。

郵便局で局長さんとこの村（対馬豆酸村浅藻）の話色々としているうちに、この村の開拓者がたった一人生き残っていることを教えられた。それが梶田翁であった。一つの村の成長をそのはじめからずっとみつめてきた人である。これはたいへんなことである。

翁は煙ですすけた家の板間で釣り道具をつくっていた。

「爺さんは山口県の久賀の生まれじゃそうなが、わしも久賀の東の西方の者で、なつかしくてたずねてきたんじゃが」と話しかけると、「へえ、西方かいのう、へえ、ようこまできんさったのう、はア、わしもひさしゅう久賀へもいんでみんな、久賀もずいぶん変んさつろうのう」

郷里の言葉をまる出しで話し出した翁に、初めから他人行儀はなかった。私が「昔のことを聞かしてもらおうと思うて」と一言いうと、「はア、わしがここ来たのも古いことじゃ」と話し出した。（略）

「巖原で問屋と契約して、その年（明治9年）から問屋が浅藻へ納屋をつくることになって、わしらの船は浅藻へ来た。いま、こがいにひらけてええ町になっているが、わしはじめて来たときア、この浦は木が立ち暗うじよってのう。（略）人も誰もおらん。ないだ（渚）ばたまで木が茂って、木の枝が海につくほどじゃった。たった一軒、浅藻と小浅藻の境の鼻の上に吹き転がすような納屋があった。その下へ平戸の者がブリの建網を入れていて、その番人の小屋じゃった。（略）

「その頃になるとわしもだいぶ物心がついてきて、久賀で菓子屋をするのもええが、身寄りも少ないんじゃし、どこで何をしてもええ身のじゃから、いっそ漁師で暮らそうと決心して、本気で釣漁をなろうことにしやした。浅藻もそれからだんだん開けてきて、みんなも鋸や鎌を持っていて、木を伐ったり、土をならしたり、ちょっとは畑もひらいて野菜もつくるようにして、どうやら人の住めるようなところにしたんでこ

¹ インフォーマント（Informant）とは、フィールドリサーチで情報・データを提供していただいた方をさします。

いす。(略)

「そねえあたいを1日10枚も釣ってみなされ、たいがいじゃアええ気持ちになるで晩にゃいっぱい飲まにゃならんちう気にもなりませい。そういう時にゃア金儲けのことなど考えやアせん。ただ魚を釣るのがおもしろうて、世の中の人になぜみな漁師にならんぬのかと不思議でたまらんほどじゃった。(略)

「はア、おもしろいことも悲しいこともえっとありましたわい。しかし能も何もない人間じゃけに、おもしろいということも漁のおもしろみぐらいのもの、悲しみというても、家内に不幸のあったときくらいで、まアばアさんと50年も一緒に暮らせたのはなよりのしあわせでこした。

だいぶ話しましたのう。いっぶくしましょうかい」

日がな1日、昔を知る老人の話のうちがうちに、村のなりたちも、人々の暮らしの移ろいも、その老人が送った人生も、いつのまにか、身に染み込むように伝わってくる。

フィールドリサーチは必ず“相手”がいらっしゃるわけですが、“相手”からの話を聞くうちに、自らの姿も見えてくる＝他者とのかかわりから、自らもより深く知ることができる、これがフィールドスタディの真髄です。もちろん、そのためには、事前に入念な下調べが必須です。尋ねなければならない項目をあらかじめ整理し、相手の発言がより理解できるように背景を知っておかねばなりません。

6d-2. 聞き書き

インタビューの比重がさらに大きくなると、「聞き取り調査／ヒアリング」に、さらに情報提供者（インフォーマント）の声メインになると、独白体の「語り＝聞き書き」等に移行します。この聞き書きのもっとも優れた例の一つに、アメリカのジャーナリストS・ターケルの『仕事！』²があります（ターケル、1983）。プロ野球選手から消防士まで、135人のアメリカ人が、自分がたずさわる115種の「仕事」を淡々と語るさまには圧倒されるだけです。例えば、この分厚い本の冒頭、一人の製鋼所労働者が切り出します。

おれは滅びつつある人種、肉体労働者だ。ずばり筋肉労働……あげたり、さげたり。一日4、5万ポンドの鉄鋼を扱う。(笑う)……誰かがピラミッドをたてたのさ。なにをたてるにしたって、誰かがたてるのさ。ピラミッド、エンパイア・ステートビル、ただなんとなくできた、というようなもんじゃない。うしろにゃ、きつい仕事があるってもんよ……壁にずらっとレンガ工、配電工から何から何まで、ひとりひとりの名前が刻まれているのを見たいもんだよ。それで、おっさんが息子を連れてきたりして「ほら、45階のあそこに、おれの名があるだろ。おれが鉄骨をいれたんだ」という。ピカソは絵を指さすことができる。おれはなにを指させるというのかね。作家は本を指させる。誰もが、指さすことができる「自分の仕事」を持つべきなんだ。

いずれにしても、ここまで完璧な聞き書きを実現するためには、事前に入念な下調べが必須です。こうして、数時間のインタビューのため、事前準備に何日も費やす努力が要求されるのです。

² 実は、高校生の皆さんにはぜひ、この『仕事！』をお読みいただき、「自分にとって仕事とは何か?」、「人生にとって仕事を持つ意味は何か?」を考えていただければと思います（それだけで、十分、リサーチのレポートのテーマです。例えば、あなたのお父さんにとっての仕事とは? インタビューしてみてもよいかもしれません）。

Box 6 d - 1. Family history を探ろう：自らの家族の来し方を調べる

インタビューの相手となると、ヒアリングに訪れた役所や NPO/NGO、企業の方などをお考えになるかもしれませんが、皆さんの祖父母あるいは曾祖父母の方に、皆さんの家の“Family history”をお尋ねになるのも興味深いかもかもしれません。ご自分の祖父母や曾祖父母の方々がどこでお生まれになり、どんな暮らしを送ってきたのか？ 意外に知らない事実を驚くことになるかもしれません。

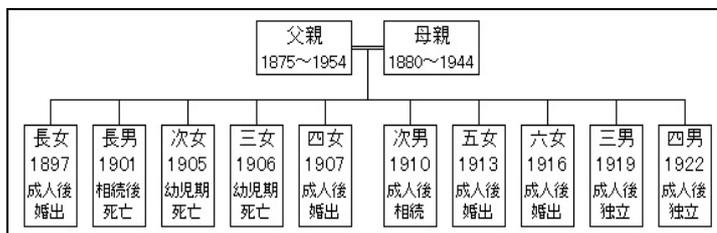


図2 明治から大正にかけての一農家の子供たち

図2は、東北のある県の西部、伝統的な米作地帯の一夫婦とその子どもたちの系図です。この図からだけでも、明治から大

正、昭和を経た近代化において、東北の一農村に住む庶民がどう暮らしてきたのか、伝わってくるものがあります。例えば、母親は1897~1922年の25年間に10回出産しています(2.78年に1回出産)。男子が4人、女子が6人、そのうち女子2人は幼児期に死亡、8人が成人まで育ちます。さらに長男は家を相続後に死亡し、次男が継ぐこととなりますが、残りの7人は(第2次世界大戦もなんとか生き残って)天寿をまっとうします。単純計算ならば、1世代(およそ20~25年)で人口が2人から7人に、3.5倍に増えたとも言えます。もっとも、田畑は増えませんが、結局は“あととり”をのぞけば、女子はすべて他家に婚出し、三男と四男は学校を卒業後、都会に出て、給与所得者になります。

これが明治から昭和にかけて、日本の近代化とともに人口が急増し、その多くは農村生活者から都市生活者に転換していく縮図です。そして、その間に様々な“Family history”が展開されてきたはず。それをインタビューで聞き取っていくことも、そしてそれらの資料を束ねて、地域の歴史を紡いでいくことも、十分に社会的貢献(Chapter 1 参照)になるかもしれません。

6 d - 3. ある村のお年寄りへのインタビュー内容案

以下は、ある高校が夏季休暇中、かつて海岸から内陸部への“塩街道(海から塩を運ぶ道筋)”にあった山村を訪問する際、生徒さんがおじいさん、おばあさんにどんなことを尋ねたらよいか、相談を受けた際に考えた内容の一部を抜粋・改編したものです。

相談を受けた時にまず調べたことは、その村の歴史やなりたちです。Webでは実にいろんな資料がありますが、その村が昔、塩街道の道筋でどんな生業(なりわい)だったか、どんな暮らしをしていたのかを調べ、その上で、お年寄りの方がご自分の人生を振り返り、喜んで答えていただけるような問いを工夫します。同時に、おじいさんやおばあさんの個人情報取り扱いにはくれぐれも気をつけて下さい。

なお、ここでのキーワードは、塩街道(昔のなりわり)、村の衰退、昔の生活(農業、作物、家畜、トチモチ³、山の暮らし、子供の遊び、言い伝え)、今の暮らし(健康、医療、災害)、住民の皆さんのライフ・ヒストリーと現在の生活等でしょうか。

■おじいさん、おばあさんの一生について

- ・お歳をうかがっても良いですか？
- ・ここで生まれになりました？(他村の場合)お嫁/お婿さんに来られたのですか？
- ・どんなお仕事をされてきましたか？
- ・今、何人家族でお暮らしか、うかがってもよいですか？ お子さんやお孫さんはご一緒ですか？

■現在の暮らしを尋ねる：季節、お祭り、農閑期、冬越しについて

- ・今は夏ですけれど、この村の冬はどんな様子ですか？(訪問している季節以外のことも考える)

³ 栃餅：トチノキの実を灰汁(あく)抜きして、餅米等と蒸して餅状にしたもの、各地の山村で重要な食物として食べられていました。現在、お土産物として販売されたりもしています。

高校生が学ぶ課題研究

とくに、昔の冬越しではどんな準備をされていましたか？

- ・季節ごとに、どんな祭りがありますか？ 神社やお寺が中心ですか？ どのぐらいの人数ですか？
- ・農閑期などに湯治（温泉）などに行かれますか？ また、どんなところに行かれますか？

■病気になるれた時のことなど

- ・病気や身体の調子が悪い時は、どうされていますか？
- ・例えば、富山の薬売りのように、置き薬などを利用されていますか？
- ・入院しなければいけない時には、どちらの病院に行かれますか？
- ・ご病気の際には、病院に入院されるか、ご自宅で静養されるか、どちらがよいと思いますか？

■お葬式やお墓、お寺、神社

- ・お葬式はどちらであげていますか また、お墓はどうされていますか？
- ・お寺の宗派はどちらですか？
- ・この集落にはどんな神社がありますか？ どんな神様がお祭りされていますか？
- ・神様や神社、社（やしろ）について、何か言い伝えや古いお話などはありますか？

■昔を尋ねる1：昔の様子と塩の道

- ・昔の塩街道を覚えていらっしゃるでしょうか？ どのぐらいの家があったか、何人ぐらい住んでいたか、覚えていらっしゃるでしょうか？
- ・塩以外に、どんなものが運ばれていましたか？ 例えば、海からは塩干物の魚など？

■昔を尋ねる2：農業

- ・昔は、お米のほかに、ソバ、アワ、ヒエを作っていたようですが、覚えていらっしゃるでしょうか？
- ・大豆（ダイズ）はどうですか？ 昔は味噌や醤油はどうしていましたか？
- ・昔の田んぼや畑でのお仕事は大変でしたか？ また、どんなところが大変だったのですか？
- ・昔、馬や牛など飼っていた頃を覚えていらっしゃるでしょうか？ 何に使っていたのですか？ 餌などもどうしてましたか？

■昔を尋ねる3：トチモチや山菜、山の利用

- ・トチモチを作っていた頃を覚えていますか？ みんなで一緒に作るという感じでしたか？
- ・トチモチを食べるのは、お祭りなど特別の時でしたか？ ふだんの時も食べてましたか？
- ・村の周囲の森はだれの所有ですか？ 個人ですか、それともみんなで共有していますか？
- ・植林は盛んですか？ どんな木を植えますか？
- ・昔は、野山で狩りをするのはよくありましたか？ 最近はいかがですか？

■昔を尋ねる4：子供の遊び、言い伝え

- ・子供の頃、どんな遊びをしていましたか？ 川遊びや山遊びなどはいかがですか？
- ・子供の頃に聞いたお話で、一番、心に残っている話はなんですか？
- ・この地方、あるいはこの集落だけに伝わる言い伝えなどはありますか？
- ・昔の領主、例えば、武田氏や上杉氏にまつわる言い伝えはありますか？

■災害について尋ねる

- ・この村で一番怖い思いをした災害はなんですか？
- ・地滑りはよくありますか？ また、鉄砲水や洪水はどうですか？

6d-4. 引用文献・Web情報

関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。

宮本常一『忘れられた日本人』岩波書店、1984。

ターケル、S『仕事！』（中山容他訳）晶文社、1983。

2018年3月

編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 7 a

文章や引用の方法について前編

Chapter 7では、レポートやプレゼンの準備において気を配らなければいけない、いくつかの注意事項について、関西学院大学総合政策学部が使っている『基礎演習ハンドブック』にもとづきまとめました。高校生の方もレポート作成の際、ぜひ心がけて下さい。

7-1. レポートやプレゼンの文体について

主な注意事項

Chapter 1で強調したように、レポートもプレゼンも**コミュニケーション**です。あなたの主張が、読み手や聴き手にたやすく伝わるような、**明晰で論理的**な文章が求められます。そのため、以下の項目に気をつけて下さい。

- (1) **主語**：日本人の学生でも、日本語でのレポートでは、**主語がしばしばあいまい**になりがちな傾向があります。しかし、レポートでは主語について明確さが要求されます。常に、あなたがお書きになっている文章の主語が誰か、意識して書いて下さい。例えば、主語は**私**（あなた自身）なのか、それとも引用した文献の**著者**なのか、あるいはリサーチであなたがインタビューした**インフォーマント（情報提供者）**なのか？ 読者に明確に伝わるように工夫して下さい。まずは、例7-1で日本語の主語について練習しましょう¹。

例7-1：以下の文を、**主語**と**読点**（、）等に気を付けながら、書き直して下さい。

私は小林が中村が鈴木が死んだ現場にいたと証言したのかと思った。

（本多、2004 から）

- (2) **段落の構造と長さ、トピックセンテンス**：レポートの文章は原則として、一つの段落（パラグラフ）で一つの**トピック**だけを扱います。したがって、複数のトピックを含むような長い段落は、トピックごとに分割して下さい。むしろ、トピックこそ、段落を分ける基準とお考えください。

さらに望ましいのは、その段落のトピックをはっきりと明示する**トピックセンテンス**を工夫することです。英文では、このトピックセンテンスが**段落の冒頭**（ファースト・センテンス）であることが一般的ですが、段落の冒頭にトピックを明示することで、読者にまず「**この段落のトピックは何か**」を知らせ、理解を助けます。このように、段落の構造を意識しながら、読者にメッセージを送ることがレポートではとても重要です。

¹ 例7-1では、主語と述語の関係に気をくばりましょう。私＝「思った」、小林＝「証言した」、中村＝「現場にいた」、鈴木＝「死んだ」になります。回答として以下の二つの候補をあげます。

回答例1：私は、小林が「鈴木が死んだ現場に中村がいた」と証言したのか、と思った。

回答例2：鈴木が死んだ現場に中村がいたと、小林が証言したのかと、私は思った。

次ぎに段落の長さに注意して下さい。長すぎると論旨が混乱しがちになりますが、かといって例7-2のように**頻繁に改行**しても、読者（先生）は文章の構造がなかなか読み取れません。このように、段落（パラグラフ）の長さや構造は重要です。レポートはケータイで送るようなメールとは違うことを意識して下さい。大まかな目安として、1つの段落は長くても10行以内でおさめるように気を配ってください。

例7-2：以下は、授業で実際に提出されたレポートの文例です。**トピックセンテンス**を意識して、一つの**段落**にまとめましょう。

私は2年に上がるときに行われる学科選択で、メディア情報科を選択しようと考えている。

そこで、今回のプレ・リサーチ・フェアではメディア情報科の発表を見学しようと思った。また、将来自分がどのような職業に就きたいかはさておき、広告代理店というものに興味があったことも、今回のテーマを選んだ理由の一つだ。

多くの情報が蔓延る現代の社会で、私たちが情報を手に入れる手段の一つとして広告がある。

もはや私たちの日常生活に欠かせなくなっている情報。この大量の情報の中で、会社側はどのようにして人々にアピールをしているのかが気になった。したがってこのテーマを選択しようと思った。

(3) **文（センテンス）の長さ**：段落のなかでは、一つ一つの文を**短め**に分割することを心がけて下さい。長い文はしばしば、文の初めと終わり、論旨が一致しないなど、論理構成があいまいになりがちです。できるだけ短い文に**分割**するとともに、**主語を明示**することで、論理的な文章となるように心がけて下さい。

次の例7-3も実際に提出されたレポートの冒頭ですが、センテンスが長すぎます。この文章をいくつかのセンテンスに分けてみましょう。

例7-3。以下の長いセンテンスも実際に授業で提出されたレポートの一文です。この文を、3~4の文に分割して下さい。

なぜ私がこのテーマを選んだかということ、私は大学でいろんな学問を学び、さらに英語を学び、身につけようと思って、この学部を選んだのですが、実際に入学し、ECの授業を通して英語を学んでいて、自分は何のために英語を学んでいるのだろう、そして、海外ではなく日本の大学に4年間通って、英語を学ぶことで、本当に英語を身につけることができるのだろうか、といろいろ考えていたので、一番にこの「外国語不安に関する基礎調査：ECの授業の場合」というテーマに惹かれたため、この発表を聞き、レポートのテーマにしました。

(4) **文体の統一**：「だ／である」体と「です／ます」体を混在させないで、統一して下さい。「である」に統一するのが、もっとも応用が効くと思います。

(5) **読点**：読点（、）の位置に注意して下さい。とくに、読者をミスリードさせないように、また、頻繁につけすぎたり、逆に少なかったりしないように注意して下さい。それでは、次の例7-4および例7-5にチャレンジしましょう。

例7-4：以下の文のどこに読点（、）を入れるべきか、考えて下さい。

昨日彼に借りたDVDを返した。

警官は血まみれになって逃げていく犯人を追いかけた。

教授は細心の注意を払いながら実験に没頭する研究員の手元を観察した。

（高橋、2007）

例7-5：以下の文には読点（、）がありません。かつ、主語も少し整理が必要です。どう書き直すべきでしょうか。

人と人との繋がりは大切であるし都市にとって地域間のコミュニティは大変重要であると発表者が言うように私もこれに賛成である。

（実際に授業で提出されたレポートの文例）

- (6) **文末**：文末で**体言止め**や「－（**ダーシ**）」、「…（**リーダー**）」等は避けて下さい。あいまいな文章はレポートの印象を悪くします。文末は力強く言い切して下さい。
- (7) **数字**：横書きの場合、数字は**半角の算用（アラビア）数字に統一**するのがもっとも応用が利くと思います。アルファベットも基本的に半角文字に統一して下さい。
- (8) **図表等**：表やグラフはそれぞれ該当する個所に見やすい大きさに入れてかまいません。**ナンバリング**や**説明文（レジェンド／キャプション）**も付け加えてください。引用は**出典を明記**して下さい。

7-2. それでは、どうすれば文章を改善できるのか？

話し言葉と書き言葉をきちんと使い分けて下さい

日本語でも、日常的な口語＝**話し言葉**と、きちんとした文章語＝**書き言葉**には微妙な違いがあります。レポートを読んでいるうちに、「話し言葉」をそのままワープロに入力してしまったような文章に出会うと、読者（教員）は違和感を覚えてしまうのです。とくに、例7-2・3・5のような非常に長い段落や、いつまでも続く長い文章、逆に頻繁な改行など、ケータイに打ち込むような調子で書かれた文章が気になります。

あらためて繰り返しになりますが、レポートを作成する際にはコミュニケーションであることを意識しましょう。読者（教員、上司、顧客）にきちんと理解してもらうためには、話し言葉のように平易でありながら、文体の構造はきちんと書き言葉になるように心がけることが大事です。

具体的な改善方法

それでは、誤字等のチェックもふくめて、どうやったら読者に喜んで読んでもらえるレポートの文章に改善できるのでしょうか。それにはいくつかの方法が考えられます。

- (1) **Wordの校閲機能を使う**：たいていの方はワープロソフトにMS社製のWordをお使いでしょう。このWordの“**校閲**”機能を使って、まず、文章を校正しましょう。コストをかけずに、自分で気づかぬタイプミスなどがわかるかもしれません。どなたにでも、簡単にできるはずですよ。
- (2) **音読**：一方、自分の文章のミスを自分でチェックするのは、結構難しいところがあ

ります。そこでお薦めなのが**音読**です。音読すると、「読む」→「声に出す」→「その声を聞く」といういくつかの段階で、ミスをチェックできる可能性がでてきます。音読でつかえる／耳障りに聞こえる場合、主語と述語の関係や句読点、「てにをは」、接続詞等のどこかにミスがある可能性があります。

(3) 友だち同士で相互チェックをおこなう：自分独りではチェックできる自信がなければ、友だち同士で原稿を交換して、互いにチェックしましょう。その際にも“音読”をお薦めします。互いに原稿を確認しあうことで、思わぬことに気付いたりします。

(4) チューターに尋ねる：例えば、大学ではラーニング・コモンズ²等で大学院生のチューターが学部生の相談にのるような制度もあります。高校でも、上級生の先輩に色々たずねるような制度を用意することも一つの方法かもしれません。

7-3. 実際に提出されたレポートで、問題がありそうな文例

それでは、実際に提出されたレポートにおいて、問題がありそうな文章の例をいくつか、紹介しましょう。こうした文章をお書きにならないように、ご注意ください。

例7-6：次は、主語や句読点に注意を払わずに書いたため、読みにくくなった文例です。

一つ目にあげたコミュニティの活性化だが参加者はきっかけがよく分からない事と需要と供給のミスマッチの発生、そして使用してまでサービス程度を受ける意味が分からないということである。二つ目にあげた地域経済活性化型の問題点は一般的にクーポン程度にしか使えず、使いづらいということである。そして使える商品やサービスが少ないことと円と交換は無理だということである。三つ目の活動支援型の問題点は換金性が無いので商店が参加しないということが発生する。

例7-7：次は、表現に問題がある文例です（主語等が明記されず、文章もかなり混乱）

この一つ目の理由として、車椅子バスケットは、ユニバーサルスポーツであると述べている¹。何かをしたことがあって、それを好きとか嫌いとして実際に捉えることができるのがスポーツである²。その点で、車椅子バスケットを実際にして好きや嫌い、など考え判断すること自体、『ユニバーサル』、つまり、『すべての人のための』REALなスポーツであると皆が認識しだしている証拠でもある³。

教員からのコメント

¹：誰が述べているのでしょうか？ 主語がはっきりしません。

²：これも誰の主張でしょうか？ 主語がはっきりしない上、文章も混乱しています。

³：文章をもう少し丁寧に書かないと、意味がよく伝わりません。

(後半に続く)

² Learning Commons：大学や図書館等に、自主学習のために設けられたオープンなスペースです。Web環境等も整え、グループ学習や自由な討論などを可能としています。また、学生からの質問などに個別に応じるチューター（tutor）が常駐するケースもあります。

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 7 b

文章や引用の方法について後編

7-4. 文献・資料の扱い方について～引用～

なぜ“引用”を明記しなければならないのか？

プレゼンやレポートで文献（書籍や論文、雑誌・新聞記事、政府発表のデータや報告書など）を紹介する際、「どこからどこまでが他人の意見」で、「どこからどこまでが自分の意見」であるのか、あるいは「この資料の出典はどこから得られたものか」について、明白に書かなければなりません。他人の意見や他の方からの資料を使えば、必ず「引用」であることを明示する必要があります。さもないと、他人の文章を勝手に自分の文章とした、あるいは他人が集めた資料を勝手に利用した「盗作」とみなされ、レポート自体が評価されなくなります。いわゆる“コピペ”は論外ですが、それだけでなく引用を明示しなければ違反行為となります。

対照的に、きちんと引用することで、読者や聴き手は「この発表者は、このあたりの文献まで押さえていて、きちんと勉強しているな」とむしろプラスに評価します。このようにレポートやプレゼンでは、**引用のやり方そのものが評価を左右しかねない**と言っても過言ではありません。

本文中にどのように引用すればよいのか？

「引用の方法」はいくつもあります。だいたい以下の3つ、**直接引用**、**間接引用**、**脚注**などの使用に分かれます。このほかにも様々なやり方があるので、勉強して下さい。例えば、河野（2002）の『レポート・論文の書き方入門』には詳しい解説があります。

- (1) 出典の文章を**直接引用**する：1～2行ぐらいなら、引用した部分を**カギカッコ**（「」）でくくることで、引用を表します。長い引用の場合は、前後を1行ぐらい空けることもあります。もっとも、引用があまり長すぎると「切り貼りに過ぎない」とみなされ、評価が低下しかねません。あくまでもごく短い文章が原則です。

例：あなたが、井村裕夫という人が2000年に出版した『人はなぜ病気になるのか 進化医学の視点』という本の225頁に記載されている文章、「人はなぜ病気になるのか、という問いに対しては、ほとんどの病気は遺伝素因と環境因子の関わり合いによって起こるとするのが、医学的に見て正しい答えであろう」を引用したいとします。その場合は、以下のようなスタイルが一般的です。

- ①井村（2000；225）は「人はなぜ病気になるのか、という問いに対しては、ほとんどの病気は遺伝素因と環境因子の関わり合いによって起こるとするのが、医学的に見て正しい答えであろう」と述べている。
- ②井村は「人はなぜ病気になるのか、という問いに対しては、ほとんどの病気は遺伝素因と環境因子の関わり合いによって起こるとするのが、医学的に見て正しい答えであろう」と指摘している（井村、2000；225）。

- (2) **間接引用**：引用文献の文章を**書き換えて引用**する：この場合は、本文中に出典について「著者名(出版年)」などを標記しますが、以下のように文章に工夫が必要です。

③井村（2000、225）は進化医学的な視点から、病気の原因のほとんどを遺伝的素因と環境因子の関わり合いと結論している。

④進化医学では、病気のほとんどは遺伝的素因と環境因子の関わりによって起こるとされている（井村、2000、225）。

（3）引用文献を脚注などで明示する：この場合は、以下のような引用になります（本頁の脚注1を参照）。

⑤進化医学的な視点から言えば、病気のほとんどは遺伝的素因と環境因子の関わりによって起こるとのことである¹。

（1）（2）の場合、レポートの巻末に引用文献表を付け加え、引用文献についての書誌データを明記しなければいけません。後述の引用文献表の作り方をご参考にして下さい。

Box 7-1. 注について

「注」を付けるのは、（1）本文の内容に直接関係のないものや本文中に書くと文章の流れを悪くしてしまうような場合や、（2）内容をさらに詳しく説明するなど、その事柄について読む人がさらに詳しく知りたい場合等があげられます（河野、2002）。

こうした注は、本文中の該当部分にナンバリングして同じ頁の下部に書く「脚注」と、レポートの最後、つまり本文と文献表の間に書く「後注（文末脚注）」が一般的です（注には、このほか文献対照注、割注、簡易注、頭注、傍注等があります）。最近ではワープロソフトの脚注・後注の機能を使用すると、追加や削除で自動的に番号が通し番号に変わるので便利です（MS社製のWordの場合は「参考資料」→「脚注の挿入」あるいは「文末脚注の挿入」を利用して下さい）。

7-5. 引用文献および引用文献表の作り方

先に触れたように、文献の記載法には①脚注（Footnote）と②文献表（Reference）があります。ワープロソフトの発達で、脚注を付けるのも容易になりましたが、ここでは文献表を紹介しましょう。きちんとした文献表はそれだけで論文の優秀さを示します。

以下、このハンドブック全体の引用文献の表記法を紹介します。なお、英語文献はAPA（American Psychological Association）の記載法に準拠していますが、もし、演習を担当する先生方から異なる指示があれば、先生の指示に従って下さい。（詳しくは、<http://library.kwansei.ac.jp/ksc/utilize/howto/pdf/bunkenzyohoyomikatakasc.pdf>などを参照）。

1. 単行本（日本語）：①著者名（編者名、訳者名、著作者としての団体名）、②刊行年（かっこでくる）、③書名（二重カギカッコでくる）、④出版者（日本国内では出版地は省略します）、⑤頁数（本の一部の章などの場合）の順に記載して下さい（下記参照）。なお、本の一部の章だけをとりあげて紹介する場合（下の三番目）、最後にその章のページ数も記載して下さい。

小浜裕久『ODAの経済学』日本評論社、1992。

角野幸博「第2章 都市デザインとエリアマネジメント」関西学院大学総合政策学部編『都市、環境、エコロジー』関西学院大学出版会、2017、pp. 65-107。

¹井村裕夫『人はなぜ病気になるのか 進化医学の視点』、2000、p. 225。

2. 日本語に翻訳された単行本：以下のように、翻訳された書名を優先する場合と、原題を優先する場合があります。(注) 原典はイタリックにするか、下線をひいて下さい。

P. ボルカー・行天豊雄『富の興亡－円とドルの歴史－』(江澤雄一監訳) 東洋経済新報社、1992。

Volker, P. and Toyoo Gyoten (1992). *Changing fortunes*, New York: Times Books, 1992. (江澤雄一監訳『富の興亡－円とドルの歴史－』東洋経済新報社、1992)

3. 日本語の学術雑誌などに掲載された論文：①著者名、②論文名(一重カギ〔「〕でくくる)、③雑誌名(二重カギ〔『』でくくる)、④雑誌の巻・号、⑤論文の刊行年、⑥頁数の順に記載して下さい。

小寺武四郎「SDRの開発金融リンクについて」『経済学論究』28(2)、1974、pp. 1-176。

4. 単行本(英文)：ここではAPA(American Psychological Association)での記載法に準拠します。①著者名は姓を書いてから、コンマ[,]をおいて、名またはイニシャル(省略記号のピリオドを付ける)、②出版年(かっこでくくる)、③書名は最初の単語を品詞の種類にかかわらず、大文字で始める。副題も含めて“イタリック体”での印刷を示すアンダーラインを引く(直接イタリック体にしてもかまわない)、④出版地、⑤出版社の順に記載する。

Keynes, J. M. (1936). The general theory of employment, interest and money. London: Macmillan.

5. 英文の学術雑誌に掲載された論文：①著者名、②雑誌の出版年、③論文名、④雑誌名(アンダーラインを入れて、コンマを付ける)、⑤雑誌の巻・号、出版月(それぞれの間にコンマが必要)、最後にピリオドをうつ。

Akerlof, G. (1970). The market for 'lemons': Qualitative uncertainty and the market mechanism. Quarterly Journal of Economics, 84 (3), 488-500.

6. 英文学術書・論文で、著者が複数の場合：第1著者は先に書いたとおりで、第2著者以降は名ないしイニシャルを先に書き、姓を書きます。そして、最後の著者の前に and を入れるのが普通です。例えば、

Arrow, K. J., and F. H. Hahn (1971). General Competitive Analysis. San Francisco: Holden-Day.

7. 調査報告書：①研究代表者名、②タイトル、③機関名、④刊行年の順に記載して下さい。

米本秀仁『社会福祉専門職における現場実習とこれからのあり方に関する調査報告書』平成13度「長寿・子育て・障害者基金」福祉等基礎調査(社会福祉・医療事業団委託研究)、北星学園米本研究室、2002。

7-6. 引用文献表

レポートの巻末につける引用文献表では、著者の姓の50音あるいはアルファベット順です(日本語文献と英語文献が混在する場合はアルファベット順がよいでしょう)。著者名がない場合、文献表における位置は、題名のアルファベットで決めます。なお、2行にまたがる場合は、2行目の始まりをインデントで数文字分あけて下さい。以下は、参考にあ

げた文献を引用文献表の形にまとめたものです。

- Akerlof, G. (1970). The market for 'lemons': Qualitative uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84 (3), 488-500.
- 角野幸博「第2章 都市デザインとエリアマネジメント」関西学院大学総合政策学部編『都市、環境、エコロジー』関西学院大学出版会、2017、pp.65-107。
- Arrow, K.J., and F.H. Hahn (1971). *General Competitive Analysis*. San Francisco: Holden-Day.
- Keynes, J.M. (1936). *The general theory of employment, interest and money*. London: Macmillan.
- 小寺武一郎「SDRの開発金融リンクについて」『経済学論究』28(2)、1974、pp.161-176。
- 小浜裕久『ODAの経済学』日本評論社、1992。
- Volker, P. and Toyoo Gyoten (1992). *Changing fortunes*, New York: Times Books, 1992. (江澤雄一監訳『富の興亡—円とドルの歴史—』東洋経済新報社、1992)
- 米本秀仁『社会福祉専門職における現場実習とこれからのあり方に関する調査報告書』平成13年度「長寿・子育て・障害者基金」福祉等基礎調査（社会福祉・医療事業団委託研究）、北星学園米本研究室、2000。

7-7. インターネットからの情報

Webから得た資料もまた、きちんと記載しなければなりません。参照・引用ルールは確立していません。MLA styleに準拠すれば、①（記載されていれば）著者名、②タイトル、③データベースやサイトの名称、④そのデータベースやサイトの管理者、⑤URL、⑥アクセスした日（閲覧日）などの記述になります。閲覧日を記述するのは、Webサイトが更新されることがあるため、アクセスした日付を明記する必要があるからです。

以下は著者名や公開の日付などが明記されている場合の引用例です。

- Koehler, H (2000), "The IMF in the Changing World" (August 7, 2000), IMF Official Site. <http://www.imf.org/external/np/speeches/2000/080700.htm> (閲覧日：2017年10月16日)
- 宮澤喜一（1998）「第53回IMF・世銀年次総会における宮澤大蔵大臣総務演説」（平成10年10月6日於：ワシントンD.C.）、財務省公式サイト、http://www.mof.go.jp/international_policy/imf/annual_meeting/1998st.htm (閲覧日：2017年10月16日)

Webでは著者や公開日付が明記されていない場合もありますが、URLや閲覧日は必ず明記します。

7-8. 引用文献

- 本多勝一『中学生からの作文技術』朝日新聞社、2004。
- 関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。
- 河野哲也『レポート・論文の書き方入門第3版』慶應義塾大学出版会、2002。
- 高橋昭夫『すぐに使える！ ビジネス文章の書き方』PHP研究所、2007。

2018年3月

編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 8

プレゼンテーションについて

近年、①PowerPoint等を用いた**口頭発表**や②**ポスター発表**、③**ワークショップ**、**ラウンドテーブル**等のさまざまな形のプレゼンテーションが盛んです。卒業後の就職先でも、口頭発表は新商品等の発表会、ポスター発表は見本市のブース、ワークショップ等は企画会議や合意形成をめざす交渉等につながります。プレゼンのスキルやスタイルを身に付けることは、高校生の皆さんにとって、将来の仕事に備える第一歩かもしれません。

8-1. プレゼンテーションの心構え

ポイント1：プレゼンテーションはコミュニケーションである

もっとも大事なポイントは、「**プレゼンとはコミュニケーションである**」ことです。プレゼンを一方的な「発表」と思い込み、「とにかく人前で話したら終わり」、「用意した原稿を読み上げればよい」等は感心できません。例えば、仕事で顧客200人に「何を言いたいかわからない話」を10分間まくし立てたとします。あなた個人にとって無駄にした時間はたった10分間でも、顧客側は合計200人×10分=2000分、延べ30時間以上が無駄になります。こうした無駄な時間を作らないため、十分に**準備を整えて**下さい。

8-2. プレゼンテーションのための確認事項

ポイント2：プレゼンテーションの目的と聴き手の確認

まず、自分自身で「**プレゼンの目的**」を把握すること、そしてどんな方が、何人聴くのか、**聴き手**は何に興味があるのか等を把握します。例えば、先生に話すのか、他の学生さんか、学外の方か、さらに「聴き手がどの程度予備知識を持っているか」も意識すべきでしょう。聴き手次第で専門用語を避けたり、最小限の説明で済まします。

ポイント3：会場や設備の確認

些細なことがプレゼンの成否を決めることも珍しくありません。**口頭発表**会場ではPC、プロジェクター、スクリーン、マイクや照明があるか、機器の操作、会場の広さと明るさ、聴き手との距離、演台とPCやスクリーンとの位置、レーザーポインタや指示棒の有無等を確認めます。**ポスター発表**会場では、何よりもポスターを貼るパネルの大きさ（高さ×幅）、位置、パネルの配置などに心を配って下さい。

ポイント4：報告時間の確認

口頭発表では持ち時間や、質疑にどれだけの時間が含まれているか等を確認します。実は、プレゼンの時間が短いほど、準備と練習に時間がかかります。また、**ポスター発表**は発表時間（ディスカッション・タイム）が指定されるので、必ず確認して下さい。

ポイント5：アウトラインの構成

とくに「聴き手に話の展開がわかりやすいか？」を意識して下さい。以下の**序→結果→考察**というアウトラインは基本ですが（Chapter 1、p.4）、ごく短時間のプレゼンならば順序を変えて、まず結論を述べてから、余った時間で根拠を説明してもかまいません。

- (1) **序**：プレゼンの目的を話すことが目的です。とくに話の起点として、最初の数秒間は重要です。聴き手との一体化を目指して、テーマの重要性を受け入れてもらいます。
- (2) **結果**：リサーチの成果を聴き手に理解してもらわうためには、論理性が重要です。

説得力を持つにはきちんとした根拠を示し、論理的に説得する必要があります。

- (3) **考察(議論)**: ここまでに話した内容から重要な点を簡潔にまとめて、結論を述べます。時間に余裕があれば、次に取り組みたい課題にも触れて下さい。

8-3. 口頭発表のための準備

ポイント6: スライドはメモ代わり、1~2分で1枚を用意

PowerPoint等のスライドの作り方のコツです。まず、原稿の棒読みは厳禁なので(ポイント9)、スライドを**メモとして活用**するように心がけることが重要です。枚数の目安は**1~2分あたり1枚**です。あまり頻繁に変えてもいけないし、逆に、1枚のスライドで延々と話を続けても、せっかくの視覚情報の有効性が損なわれます。

ポイント7: スライド作成時の注意点

- (1) **書式を統一**: スライドデザインや、文字のフォント・サイズ・色等を統一して下さい。また、テーマを強調するため、テーマカラーを設定したりします。
- (2) **1スライド1メッセージ**: 1枚のスライドには、一つのメッセージをシンプルに絞り込みます。「各スライドのメッセージが自然に並ばない、話の流れがすっきりとしない」場合は、アウトラインの整理が不十分です。再度、ストーリーを整理しましょう。
- (3) **要点を箇条書き**: 基本的にスライドには「文章」を書きません。聞き手がつい文章に集中して、肝心のスピーチへの注意が散漫になるからです。これを避けるには、スライドに話の進行にあわせ、重要な**キーワード**を箇条書きに並べるのが良いでしょう。
- (4) **フォントサイズと色使い**: フォントサイズは会場後方からも見えるように18~20pt以上にして下さい。**文字と背景のコントラスト**を意識、濃い背景は文字色を淡く、淡い背景は濃くします(表8-1)。

表8-1. 文字のフォントやサイズなどの例

ポイント	MS 明朝	MS ゴシック	HG 創英角ゴシック UB	HG 創英角ポッツ体	HG 丸ゴシック M-PRO	HGS 行書体	HGS 教科書体
10	関学	関学	関学	関学	関学	関学	関学
14	関学	関学	関学	関学	関学	関学	関学
20	関学	関学	関学	関学	関学	関学	関学

ポイント8: グラフの編集、発表での使い方

短時間で聞き手に理解していただくには、グラフや概念図の活用が欠かせません。同時に、図表の順番を考えることでアウトラインが決まり、発表準備を短縮できます。

- (1) **グラフ種類の選択と編集**: 棒・折れ線・円グラフ等、様々なグラフがあります。聞き手が発表内容を正確に理解するように、グラフの種類を慎重に選びましょう。
- (2) **軸と軸ラベルの編集**: エクセル等の標準設定で作成したグラフは、フォントも小さく、遠目では軸の意味も不明瞭で、何を主張したいか、わかりにくいことが珍しくありません(次の図8-1)。そこで編集が必要です。図8-2は聞き手の理解を助けるようにタイトルを追加したほか、フォントや文字サイズを変更しました。軸は比率、ラベル、単位、引用元等を追加します。白黒印刷への対応も考えて、塗りつぶしの色も変えました。

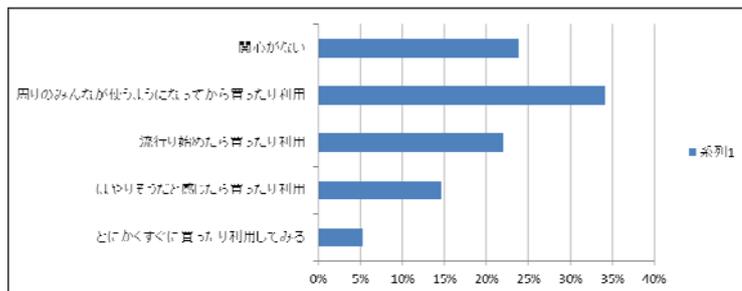


図 8—1. エクセルの標準設定のまま

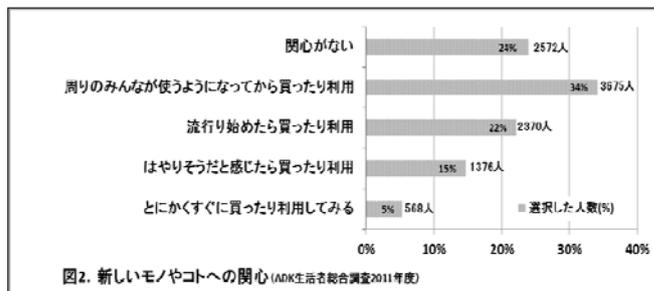


図 8—2. スライド用に修整

(3) 説明のポイント：プレゼンでは①タイトル（図の目的）、②軸の説明、③図から読み取れることの3点を、必ずセットで説明して下さい。

ポイント 9：発表用原稿を棒読みしてはいけません

プレゼンターがひたすら原稿を読み上げるだけなら、プレゼンにわざわざ時間を使う必要はありません。聴き手はプレゼンターに「発表用読み上げ原稿以上の情報」を期待しています。声の大小やジェスチャー等での強調や質疑等、原稿では伝わらない情報です。一方、「丸暗記」が良いわけでもありません。先に触れたように、スライドを発表メモとして、キーワードを繋ぐだけで話すように練習して下さい。

ポイント 10：聴き手との信頼関係とアイコンタクト

プレゼンターにとって、聴き手との信頼関係が築けるかどうか、出だしの数秒間にかかっています。口頭発表ではタイトルや司会者への感謝、自己紹介から入ることが一般的ですが、この際、会場全体を見渡し、聴き手とアイコンタクトをとります。プレゼン中もできるだけ顔をあげ、時々、聴衆をゆっくりと見渡します。これはポスター発表も同様です。

ポイント 11：スライドチェンジの接続詞を決める

一つのスライドから次のスライドに移る瞬間が“スライドチェンジ”で、テレビの場面転換に相当する大事なポイントです。そこでは以下のような接続詞を使います。

- ①方向を変える（例：しかし、しかしながら、一方、さて）。
- ②新しいことを付け加える（例：さらに、別に、もう一つ、従って）。
- ③さらに詳しく述べる（例：例えば、ちなみに、もう少し詳しく説明すると）。
- ④話を本題からそらす（例：ところで、そういえば、話は変わりますが）。
- ⑤新しい話題に移る（例：次に、さて）。

ポイント 12：タイミング調整スライドと締めのスライド

プレゼンが順調に進まず、何かの事情で発表時間が不足することもあります。そのため、

- ①要所ごとに、目印スライドを入れて、大雑把に時間を把握する。
- ②時間不足の際には、省略するスライドを決めておく。
- ③発表の最後に、締めの言葉をいれたスライドか、白紙のスライドを一枚用意します。

8—4. ポスター発表のための準備

ポスター発表ではデータを前に、少数の聴き手と濃厚なディスカッションを交わします。学会等ではポスターを会期中展示しながら、1～2時間の発表責任時間（ディスカッション・タイム）が課せられるのがふつうです。それでは、どんな発表が望ましいのでしょうか。

ポイント 13：ポスター発表でのストーリーを組立

1～2時間程度のディスカッション・タイムに多数の方に聞いてもらうため、10～15分を1クールとしてストーリーのアウトラインとして、ポイント5で触れた序から対象・方法、結果、考察の流れを説明します。ポスターもこのアウトラインにあわせます。

ポイント 14：ポスターのレイアウト

レイアウトは定型があるわけではなく、アウトラインにあわせて工夫して下さい。図8-3 aは序→結果→考察の順に一段組に、図8-3 bは二段組みに並べました。しかし、プレゼンでもっとも重要な考察等が一番下部に近いため、聴き手には読みにくく、結論がわかりにくいかもしれません。また、図8-3 cは、聴き手が立ったままで見やすい位置に、序と考察を並べました。このようにレイアウトでプレゼンの印象も異なります。

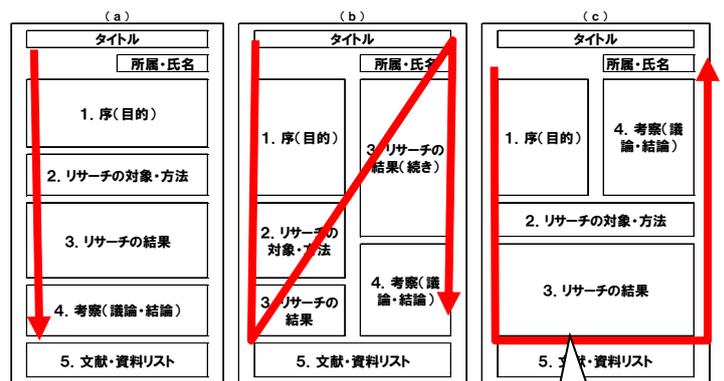


図 8-3. ポスターのレイアウト案

聴き手の視線の流れ

ポイント 15：ポスターの文章

ディスカッション・タイム以外でも、ポスターだけで聴衆が理解できるように工夫して下さい。もっとも、長い文章を細かな文字で書いても、たいていは読んでもらえません。

- ①長い文章は避ける → 口頭発表のスライド同様、**箇条書き**がベターです。
- ②**フォントサイズ**：聴き手が視線をあまり動かさずに読めるほどの大きさに工夫。
- ③基本的に**ビジュアル**優先；長い文章より箇条書き、表よりグラフ・図を優先。
- ④暗い背景に文字が淡色のポスターは読みにくい場合が多く、イメージを落とします。つまり、基本的に、**聴衆の目線**で作成することが肝心なのです。

ポイント 16：いかに聴き手をゲットするか？

ポスター発表は司会がないので、プレゼンターは自ら聴き手を勧誘します。聴き手の数や議論の活発さで“人気のあるなし”が分かっけてしまいます。タイトルや要旨で人を引きつけるとともに、通りかかりの参加者を積極的に勧誘しましょう。目があったら「発表を聞いていただけますか」、「私の研究を説明させて下さい」等、声をかけましょう。聴き手が集まると、さらに他の方々を引きつける、それがポスター発表の醍醐味です。

8-5. 質疑応答の準備：プレゼンター&聴き手として

ポイント 17：質疑応答への備え

口頭・ポスター発表どちらも、質疑は重要です。とくにポスター発表では、聴き手との質疑応答がむしろ主役と言ってもよいかもしれません。一方、口頭発表でも、コメンテーターや聴き手との質疑がプレゼンの成否を左右します。対応に失敗すると、とたんに発表全体への印象が悪くなったりします。そこで、あらかじめ想定問答集を準備しましょう。とくに口頭発表は、締めスライドのあとに回答用のスライドを用意するのも良いでしょう。

ポイント 18：良い質問をするコツ

皆さんはプレゼンターでもあり、聴き手でもあります。聴き手は良い質問をすることで、プレゼンに貢献できます。聴き手の側も回答を想定して質問することで、より建設的な議論になります。良い質疑応答とそれに続く議論が発表の仕上げになるのです。

8-6. 引用文献

関西学院大学総合政策学部編『基礎演習ハンドブック改訂新版 さあ、大学の学びをはじめよう！』関西学院大学出版会、2012。

2018年3月

編集：関西学院大学総合政策学部・関西学院千里国際高等部