

## 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”程度のもものも含まれます(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です。

### 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。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