

5 代表的な調査方法について：ケーススタディ 9/24(土)17:00-19:00

ロバート・イン 『新装版 ケース・スタディの方法(第2版)』 千倉書房

→経営学の優良な調査手法であるケーススタディについて、わかりやすく解説した1冊。サーベイリサーチに代表される定量的方法との違いを理解することで、ケーススタディがもつ独自の優位性について考えるのに役立つ。

=YH=>まず大前提として・・・・・・・・

ケーススタディーとエスノグラフィーの違い

ケーススタディは基本的に、方法論的には客観主義の立場に立ったものであるということを理解する必要がある。おなじように対象の個性を記述しようとする方法としてエスノグラフィーがあるが、そもそもの方法論上の立ち位置においてこれとは大きく異なる。

違いは、具体的には3点ある。

(1) 存在論のレベル

エスノでは研究対象の組織現象を、組織メンバーが構成した意味の世界だと考えるのに対して、ケーススタディではその現象を成員の意識の外にあり、外から客観的に分析可能な実在物捉えること。

(2) 認識論のレベル

エスノでは現象を意味世界だと捉えるため、メンバーの一次的構成を研究者が二次的に構成するというように、反実証主義的に捉えようとするが、

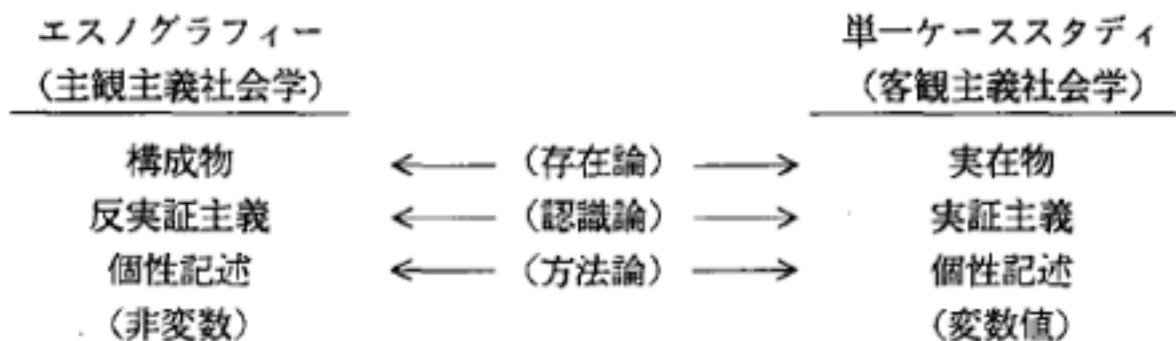
ケーススタディは基本的に、それを研究者が外部から客観的に観察するという実証主義の立場をとる。

(3) 方法論のレベル

両者ともに「個性記述」の立場をとるが、その意味合いが微妙に異なる。

エスノにおける個性記述は、その世界に関してメンバーが構成した意味を記述するのではなく、研究者が直接観察したことを記述する。

したがって、たとえば単一のケースを将来的に複数のケーススタディへと拡張していくことによって、サーベイ調査がそうであるように、その現象の原因や結果を明らかにする研究へと発展させていくこともできる。



ケーススタディとサーベイリサーチの違い

そうなると、今度は、複数の対象に対するケーススタディとサーベイリサーチの違いはどこにあるのか、という疑問が当然湧いてくる。

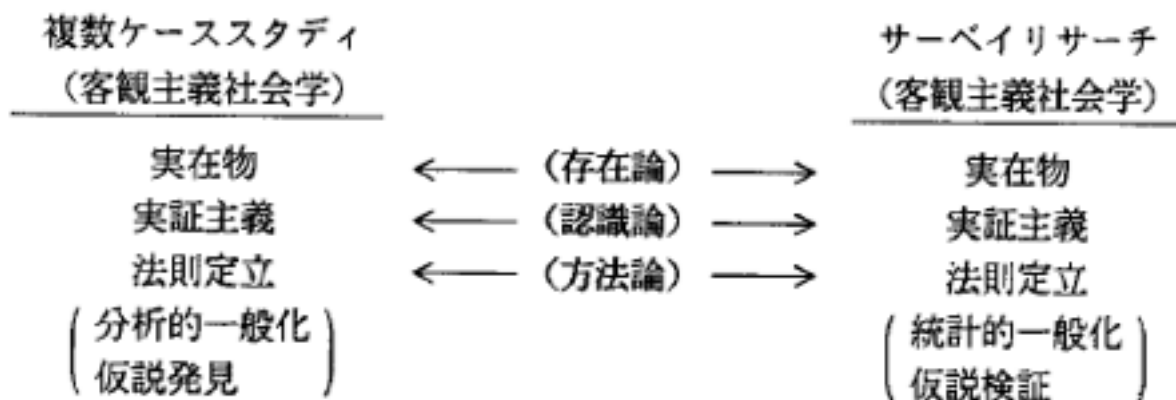
→両者ともに、「存在」論的には実在論、「認識」論的には実証主義であり、「方法論」には法則てい立という共通性を持っている。

ただしこの「方法」論のレベルにおいては、若干の違いが見られる。

(1) 複数ケーススタディでは、目指されるのは「分析的一般化」である、サーベイリサーチで目指されるのは「統計的一般化」であるという違い

→ # 2にて詳述

(2) 複数ケーススタディでは、ケースの選択はランダムではなくむしろ研究者が既存の理論と洞察をもとに選択的に行うのに対して（仮説発見のためなので、サンプルの恣意性が許される・・・というよりもむしろ、サンプルの選択性自体が極めて重要になるのに対して）、サーベイリサーチでは原則的にランダムサンプリングが行われる（目的が仮説の検証なので、サンプリングに恣意性があることが許されない）。



本書の目的： ◆1-2

リサーチを目的としたケーススタディの「設計」と「分析」と「公表」について説明すること、他のリサーチとの違いを明確にすること。

「データの収集のノウハウ」のようなものを伝えることを目的としているわけではない。

ケーススタディと他のリサーチ戦略の比較 ◆4ー

それぞれのリサーチ戦略には、それぞれの論理があって、研究者はあるタイプのリサーチを選択すればその論理に従って経験的証拠を収集・分析することになる。

しばしば、「ケーススタディは研究の探索段階に適し、サーベイや歴史は記述段階に適し、そして実験は説明や因果を探求する段階に適している」といわれるが、これは誤りである。

様々なリサーチ戦略は、決して、階層的（=YH=>研究が精緻化され、進んでいくほど特定の方法が的ようになっていくというよう）に配列されるべきではなく、上記のような条件に従って、選択されるべきものなのだ。だから探索的な意図を持った実験もあるし、記述を目的としたケーススタディもある。◆4

=YH=>

探索、記述、説明（因果）の定義

探索的研究（exploratory research）とは、

特定の社会現象が「そもそもどのようなになっているのか、何が問題なのか、どこに注目したらいいのか」などを、文字通り発見するための研究。研究蓄積が少なく、参考にできる理論や経験的証拠が少ない段階に行われるもの。「仮説発見型研究」などと呼ばれることもある。

記述的研究（descriptive research）とは、

社会現象について、データの記述をすることに止まる研究をさす。たとえば従業員に満足度やキャリア意識に関するサーベイ調査をして、その平均値をまとめて、「誰々は高い」「どこどこの部署は低い」といった形の単純集計を行う場合がこれに当たる。

説明的研究（Explanatory research）とは、

社会現象について、「なぜそのようなことが起きたのか」「どのようにしてそれが起こったのか」といった説明を行うことを目指す研究。たとえば従業員の満足度の高さ・低さが、なにによって決まるのかということを実験やサーベイ調査によって明らかにする、などがこれに当たる。

実験、ケーススタディ、サーベイ、歴史など、いずれの方法も、「探索」「記述」「説明」のために用いることができる。◆5

たとえばケーススタディには、「探索的ケーススタディ」「記述的ケーススタディ」「説明的ケーススタディ」の3種がある。◆5

それぞれの戦略はいつもちいるべきか？ ◆6

ケーススタディは、社会科学リサーチを行う上での幾つかの方法の1つにすぎない。

◆1、6-7

それぞれのリサーチ戦略には特有の長所と短所があるが、それは3つの条件によって決まる。

(1) リサーチ問題のタイプ

=YH=>一般的には「研究課題 (research question)」と呼ばれる。

→「何を問うか」が変われば、「どう答えるか」も変わる

→ケーススタディが適しているのは、「どのように」あるいは「なぜ」が問われる時

(2) 実際の行動事象に対する研究者の制御可能性

=YH=>状況をコントロールしたりすることができる場合には、たとえば実験や「アクションリサーチ (実際に現象に介入して、変えてみることで、現象について理解するアプローチ)」などができる

→ケーススタディが適しているのは、研究者が事象をほとんど制御できない場合

(3) 歴史的現象か現在の現象か、という焦点

=YH=>歴史的現象であれば、実際に関することを要求されるケーススタディアプローチは採用しにくい。

→現実の文脈における、現在の現象に焦点がある場合

ケース・スタディと他のリサーチ戦略の比較

図表 1.1 異なったりリサーチ戦略の関連状況

リサーチ戦略	リサーチ問題の形態	行動事象に対する制御の必要性	現在事象への焦点
実験	どのように、なぜ	あり	あり
サーベイ	誰が、何が、どこで、どれほど	なし	あり
資料分析	誰が、何が、どこで、どれほど	なし	あり/なし
歴史	どのように、なぜ	なし	なし
ケース・スタディ	どのように、なぜ	なし	あり

出所：コスモス社。

その行動事象を制御できる範囲、そして(c)歴史事象ではなく現在の事象に焦点をあてる程度である。図表 1.1 はこれら3つの条件をあげており、そのうち2つの条件が社会科学における5つの主要なリサーチ戦略、すなわち実験、

ケーススタディの定義 ◆16

ケーススタディには、後述のようにいくつかの形態があるが、それらに共通するのは以下の点である。 ◆18-19

(1) ケーススタディは経験的探求であり、

特に現象と文脈の境界が明確でない場合に、その現実の文脈で起こる現在の現象を研究するものである。

→注目している現象が、その文脈（その現象が生起している状況であったり、物理的な場所であったり）と密接に関連しており、そうした文脈から切り離し

てはその現象を理解できない場合に行われるのがケーススタディである。

=YH=>

サーベイや実験を行うとき、多くの場合研究者は、「特定の変数」あるいは「変数と変数の関係」が特定の文脈以外でも成立すると考える。

(2) ケーススタディによる探求は、

①関心のある変数がデータポイントよりもはるかに多いような技術的に特有の状況を扱い、その1つの結果として、

②三角測量的手法triangulationによって収斂させる必要のあるデータを伴う複数の証拠源を利用し、もう1つの結果として、

③データの収集・分析の方針となるすでに開発済みの理論命題から便益を受ける。

=YH=>

アンケートは、研究者が事前に絞り込んだ少数の変数に限定して紙面によってそれを捉える方法であるが、ケーススタディではそういう絞り込みはあまり行われず、それよりもはるかに多くの変数を捉えていくことになる→①

そのため、「アンケートによって収集される数値データ」という単一の (mono) データではなく、数値データや言語データなどの複数の観点からの観察となる (triangulation) →②

このように多方面にわたる、多くの変数に注目するわけだが、とはいえ事前に全く絞り込みを行わないわけではなく、すでに開発済みの理論や既存研究に従って、何を観察するのか、どのようなデータをとるのかということが決定される→③

ケーススタディの多様性 ◆19-

ケーススタディは、多様なバリエーションを持っており、定量的研究/定性的研究といった区別をして、ケーススタディは「定性的」だというのがナンセンス。

2 ケーススタディの設計

リサーチ設計の定義 ◆28

ケーススタディを選択した後に必要なのは、リサーチ設計 (research design) である。

リサーチ設計とは、「経験的データを研究の当初のリサーチ問題に、そして究極的にはその結論に結びつけるための論理の連鎖」◆28

設計とは、研究目的とデータと結論との間の論理的なつながりをしっかりと考えることであって、単なる作業プランを立てることではない。◆29

=YH=>

| 研究目的 | ---research design---> | データ収集・分析 | ---research design---> | 結論 |

リサーチ設計の構成要素 ◆29

リサーチ設計の構成要素は5つある。

(1) 研究問題

=YH=>一般的には「研究課題 (research question)」と呼ばれる ◆30

第1章の内容に関連 (what who why where howなどのうち、ケーススタディは、why howに適している)。

設計の第一段階は、自分の研究課題をクリアにし、その性質を理解すること

e.g. 組織はどのように、そしてなぜ、お互いに協力して結合サービスを生み出すのか?

(2) (あるとすれば) その命題

=YH=>一般的に「仮説 (hypothesis)」と呼ばれるものだと考えていいだろう

研究課題が設定された後は、

e.g. 組織が協力するのは相互に利益が得られると考えるから

ただし、命題 (仮説) は、探索的研究の場合には設定されない。

(3) 分析単位 ◆31

自分が注目する「ケース」とは何か、という問題。

ケースが特定の「個人」の場合もあるし、ある「組織」の場合もあれば、特定の「事象」(キューバミサイル危機におけるアメリカ政府とソビエト政府の「意思決定」) の場合もある。

研究課題の設定が正確に行われていれば、分析単位の設定の正確さも高まる。そのため、「どのような問題に答えようとしているのか、その問題に答えるためになぜ特定のケースを選んだのか、を説明してみる」とよい。◆33

分析単位の確定には、既存の研究が大いに役にたつ。

=YH=>

服部は「日本の採用活動においてゲームやフラッシュモブのような『遊び』が行なわれている」という事実について分析したかった。

そこで・・・

- (1) 遊びは、どのように企業の採用活動の中に登場したのか、
- (2) 採用活動において、求職者はどのように「遊び」を経験するのか、
- (3) 採用活動と遊びの接近は、企業と求職者に何をもたらしたのか、

という3つの研究課題を設定し、この種の動きがまだレアケースであること、人々がどのように振る舞うかというhowにせまる必要があることから、ケーススタディを選択した。

上記3つの研究課題を設定した時点で、（とりわけ2と3を研究課題に入れた時点で）ケーススタディにおいて分析単位とするのは、特定の企業（担当者や人事部門）だけでなく、その企業が導入した採用に参加した求職者（選考に落ちた人、ドロップアウトした人）をも含むべきことが決定されたわけである。

反対に、もし(1)だけを問うのならば、「遊び」を導入した企業に限定した事例研究を行えばよいということになる。

(4) データを命題に結びつける論理

(5) 発見物の解釈基準

データを収集した上で何をするかということもまた、事前の重要なデザイン事項である。

データをどのように分析し、解釈すれば、研究課題（そして命題=仮説）に対して、答えることができるかということは、ある程度事前に考えておく必要がある。

設計作業における理論の役割 ◆38 ※重要！

ケーススタディは、しばしば、エスノグラフィー (ethnography) やグラウンデッドセオリー (grounded theory) と比較されるが、これらとの決定的な違いは理論の役割だ。

エスノやグラウンデッドセオリアプローチは、事前に先行研究からインプットして理論的命題を立てること（つまり、どこにフォーカスするか、何を特定するかをクリアにすること）を避けるのに対して、ケーススタディでは事前の理論的なレベルでの考察が重要になる。 ◆38

=YH=>この点は、本書の中で繰り返し主張される（たとえば◆67）。ケーススタディは決して、理論なきナイーブな経験主義ではないということだ。

とはいえ理論は、（誇大理論がしばしばそうであるように）ケーススタディの研究を完全に支配するようなものではなく、研究のデザインに指針を与え、収集すべきデータや、データの分析に対して指針を与えてくれるものとして位置づけられるべきだ。 ◆39

=YH=>

とにかくデータさえ取ればなんとかなる・・・というスタンスをとる研究者もいるが、それはあまりお勧めできない。

Yinも言うように（◆40-41）、仮に探索的な研究であり、事前に十分な理論的検討ができない場合であっても、上記の、リサーチ設計の要素はしっかりと事前に検討されるべきである。

ケーススタディから理論への一般化 ◆43-

ケーススタディの目的は、たしかに当該対象の「個性を記述すること」にあるが、研究者が究極的に目指すのはそこで得た知識をなんらかの意味で一般化することにある。

このように「発見事実を一般化する」という意味では、サーベイリサーチなどと同じ目的を共有するのだが、そのためのアプローチが異なる。

(1) 統計的一般化 :

母集団 (=YH=>我々が本当にしりたい、真の集団全体、たとえば、「日本のビジネスパーソン」) についてしりたいが、それは不可能なので、限定されたサンプルについて収集された経験的データに基づいて、推論を行う、というやり方。

→この場合、研究者の関心は「サンプル」から「母集団」について推測することに向けられる(レベル1の推論)。そしてその推論の良し悪しは、十分に大規模で偏りのないサンプルを集められたかどうか依存する。適切なサンプルによって自己の理論が検証された時、研究者は、その理論が「一般化された」と主張する。

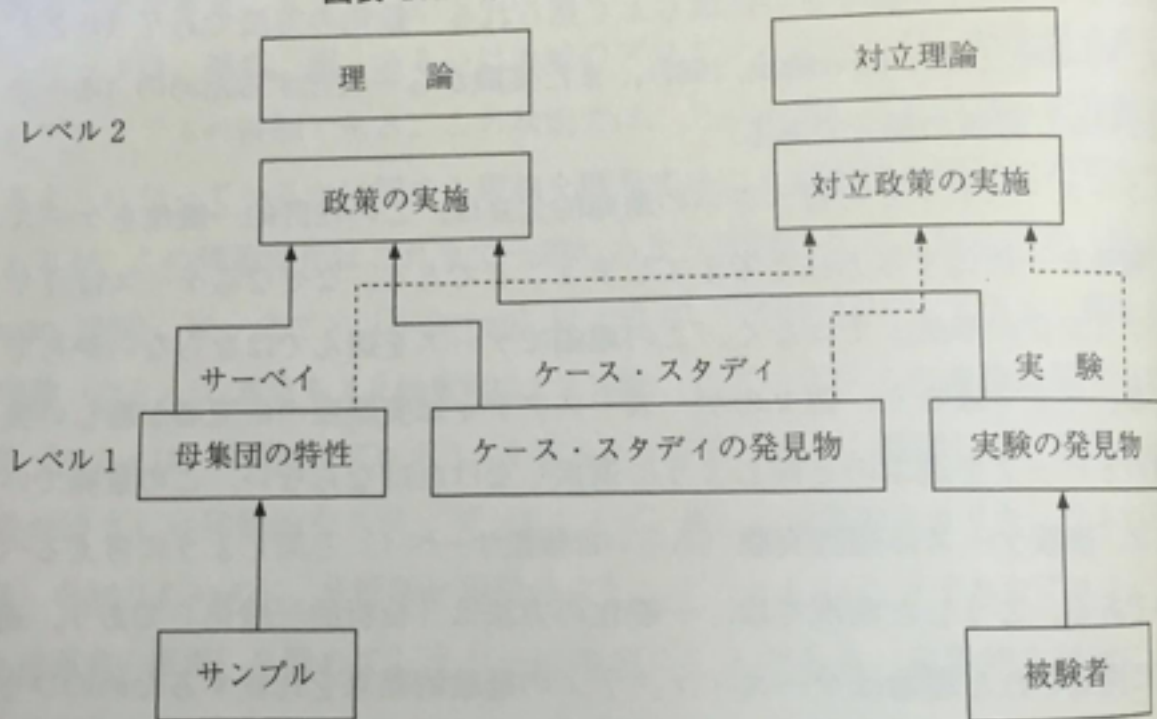
(2) 分析的一般化 : ◆43

あるケースを分析しそれが自己の理論的な説明を支持することを確認したあと、他のケースについても分析をつづけること(追試の論理logic of replication)によって、理論が「一般化された」と考える。

統計的一般化を、ケーススタディの結果を一般化するロジックとして使ってはならない。ケーススタディにおいては、ケースの数が多いかどうかということは問われない。

験における1人の被験者であるかのように、「ケースのサンプル」あるいは「ケースの小さなサンプル・サイズ」といった混乱した用語で考えてはなら

図表 2.2 推論の実施：2つのレベル



出所：コスモス社。

リサーチの質の判断基準 ◆45

※極めて重要、サーベイリサーチなど他の方法にも共通する事項

社会科学のリサーチの質を決定する基準は、そのままケーススタディの質の判断にも応用できる。

①概念構成妥当性construct validity

：研究中の概念に関する正確な操作的尺度の確立

=YH=>研究者が測定したいもの（e.g.採用活動の変化）が、本当に正確に測定できているかどうか？

たとえば「採用活動の変化」を調査したい場合、何を持って「採用活動が変化した」とみなすのかということクリアにする必要がある。

採用活動とはどこまでを含み、どうなったらそれが「変化した」とみなすのかを考えないといけない。

(高めるための戦略)

- ・特定の証拠源 (たとえば採用担当者の証言だけ) だけではなく、複数の証拠源の利用 =YH=>裏をとる
- ・証拠の連鎖の確立 =YH=>単一の証拠だけでなく、複数の証拠の連鎖によって、主張する
- ・主要な情報提供者によるケーススタディレポートのレビュー =YH=>書いた論文のチェック

②**内的妥当性internal validity** ※探索的、記述的な探求ではなく、説明的・因果的研究の場合のみ

: 擬似的な因果関係ではなく、焦点を当てているある要因が、本当に他の要因に影響を与えていることを示す、因果関係の確認

=YH=>因果関係などを追いかける時、研究者はX→Yという関係を観察したとしても、それが背後に共通の原因となるZが存在するが故の疑似速感である可能性を疑わなければならない。

(高めるための戦略)

- ・パターン適合の実施 (→第5章)
- ・説明構築の実施 (→第5章)
- ・時系列分析 (→第5章)

③**外的妥当性external validity**

: 研究の発見物が、当該対象だけではなく他にも一般化しうること

(高めるための戦略)

複数ケーススタディによる追試の論理

④**信頼性reliability**

: データ収集の手続きなど、研究の操作を繰り返した時に、同じ結果が得られること

(高めるための戦略)

ケーススタディプロトコルの利用 (→第3章)

ケーススタディデータベースの開発 (→第4章)

=YH=>妥当性 (①~③) と信頼性 (④) の区別は重要!

妥当性とは、「測定したいものが測定できているのか」ということ、

信頼性とは、測定したものが測れたとして、「それが時間的・空間的に安定した測定になっているか」ということ。

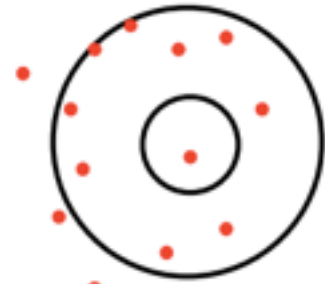
両者の区別には、ダーツの比喩がしばしば使われる。



信頼性:大
妥当性:大



信頼性:大
妥当性:小



信頼性:小
妥当性:小

図表 2.3 4つの設計テストのためのケース・スタディ戦術

テ ス ト	ケース・スタディ戦術	戦術が実施される リサーチ段階
構成概念妥当性	-複数の証拠源の利用 -証拠の連鎖の確立 -主要な情報提供者によるケース・スタディ・レポートのレビュー	データ収集 データ収集 作成
内的妥当性	-パターン適合の実施 -説明構築の実施 -時系列分析	データ分析 データ分析 データ分析
外的妥当性	-複数ケース・スタディでの追試の論理の利用	リサーチ設計
信 頼 性	-ケース・スタディ・プロトコルの利用 -ケース・スタディ・データベースの開発	データ収集 データ収集

出所：コスモス社。

ケース・スタディ戦術とともに、その戦術が用いられる

ケーススタディ設計 ◆53 ※極めて重要

ケーススタディを設計するには・・・(1)(2)を考える必要がある。

(1) 単一のケースを扱うのか、複数のケースを扱うのか

特定の研究において、単一のケースを追いかけるのか、複数の追いかけるのかということは、方法論的には同じ立場の内部における選択の問題である(それらを方法論的に区別する人もいるが)

◆61

基本的に、複数ケースの場合、単一ケースの場合よりも、得られた証拠に説得力があるとみなされる ◆61

とはいえ単一ケースを選択すべき条件とは・・・ ◆54

①それが理論をテストする際の決定的ケースcritical caseである場合

②極端なあるいはユニークなケースextreme or unique caseである場合

=YH=>井上達彦先生の比喻で言えば、ブラックスワン位当たるようなケース

③新事実であるケースrevelatory caseの場合

→単一ケースには、「あるケースが、はじめにそう考えたようなものではないものであるという事実が、後で出てくる可能性」が常に付きまとう。

だから単一ケーススタディを選択する際には、潜在的なケースの可能性についても慎重に検討する必要がある。

=YH=>

「あるケースが、はじめに考えたほど一般的ではない可能性がある」ということが問題なのでは決してないことに注意。

それはケーススタディの弱みでは決してない。レアなことをとらえること自体が、ケースの魅力だから。

→複数ケースの背後にあるのは、「追試の論理replication logic」であり、「サンプリングの論理sampling logic」では決してない。

(追試の論理) ※複数ケーススタディ、実験に用られる論理

→新たなケースを検討するにあたっては、 ◆62

(a)そのケースにおいてもこれまでのケースと同じような結果が予測されるか(事実の追試literal replication)、

(b)あるいは、理論が予測する範囲内で、対立するような結果を生むか(理論の追試theoretical replication)

のいずれかを満たすような選択するということをさす。

・・・のいずれかを満たすかどうかを考えなければならない。

=YH=>

(b)は言い換えれば、「理論が予測するような現象が実際には起こらない条件の特定によって、理論が改良されるか」となるだろう、つまり、ケースの選択は、(a)理論が正しいことがさらに立

証されるか、もしくは(b)それがなんらかの意味で修正されるか、という見込みの元を選択される必要がある、ということだ。

実験室実験において新たな実験を行う時 (=YH=>一回行った実験を、対象を変えてさらに行う理由は、同じ結果が予測される場合と、それがなんらかの意味で修正されうる可能性がある場合である) と、基本的には同じ考え方である。

(サンプリングの論理) ※サーベイ調査に用いられる論理 ◆64

調査の対象となるサンプルは、(実際には調べられない) 現実 (=母集団populationとよぶ) を代表している。

そして、現実 (=母集団) で起こっていることを正確に推測するためには、一回の調査において少しでも多くの人に回答を求める必要がある。

=YH=>

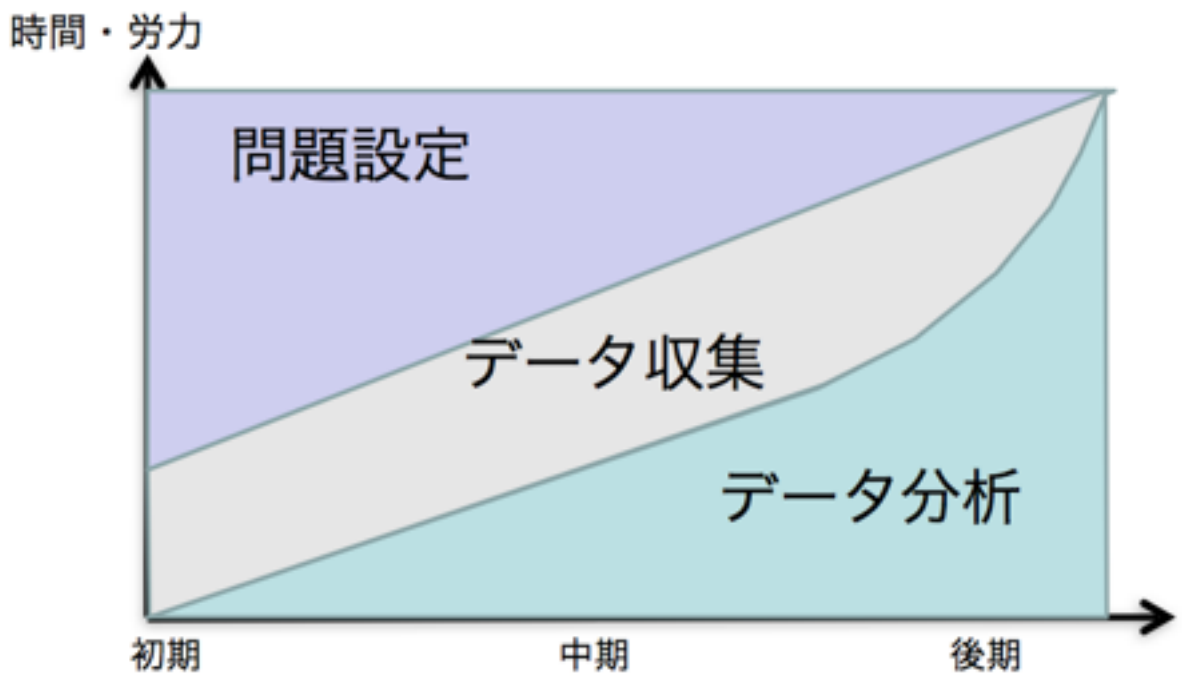
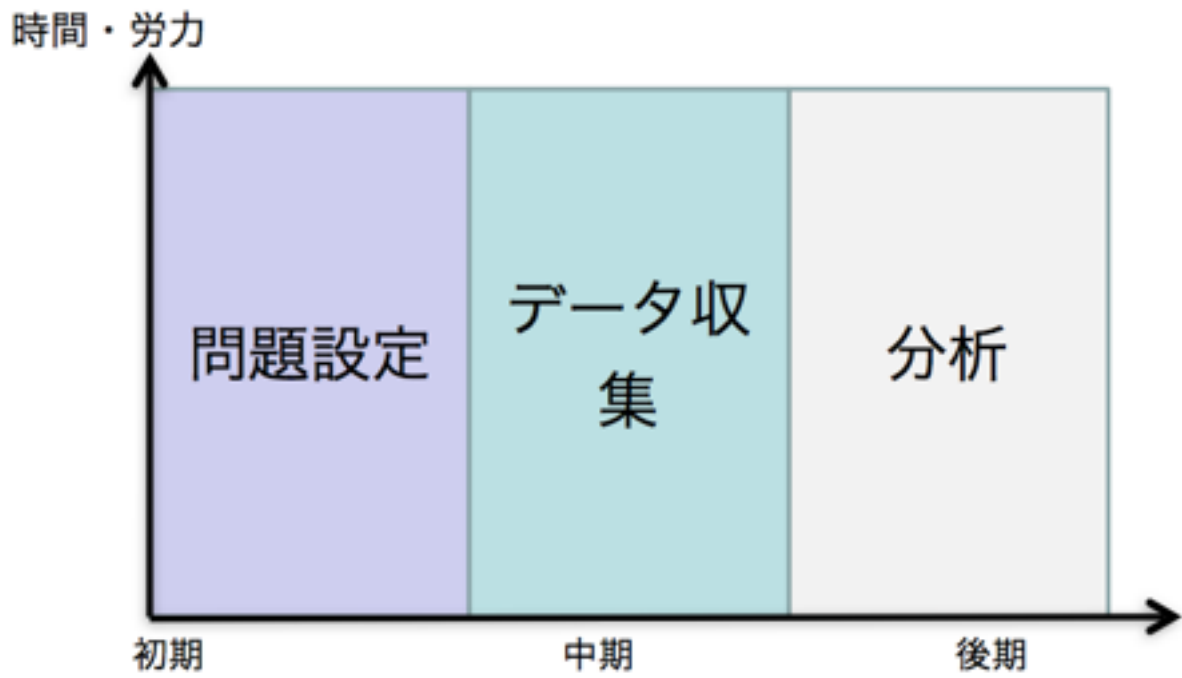
(「追試の論理」においては、サンプルの多さではなく、それが既知の事実や理論とどう関わることが重要であったのに対して、「サンプリングの論理」によれば)、(a)サンプルが母集団を代表した偏りのないものであることと、(b)サンプルが十分に大きいことが重要になる。

しばしば、ケーススタディに対して、「ケースの数が少ない!」という理由で持って批判をする人がいるけれど、これはケーススタディを「サンプリング論理」で批判していることになり、論理的におかしい。

(2) 分析単位が単一であるのか、複数であるのか

同じケーススタディに、1つ以上の分析単位が含まれるかどうかということ。

いかなる論理的な下位単位も識別することができない場合、あるいは、関連する理論がそのケース全体を見ることを求めるものである場合には、そのケースの全体を扱う必要がある。



ケーススタディに必要な研究者のスキル

ケーススタディデータの収集に要求されるスキルは、サーベイデータの収集に比べてはるかに多い。

◆75

あげてみると・・・ ◆76

- (1) 優れた問題を問い、その答えを解釈すること
- (2) 優れた聴き手であること
- (3) 新たに直面した状況を脅威ではなく機会をみなすことができるような適応性と柔軟性を持つこと
- (4) 理論志向であれ政策志向であれ、研究中の課題をしっかりと把握できること
- (5) あらかじめ想定した見解からバイアスをかけずにいられる。対立する証拠に対して敏感かつ反動的にあること。

ケーススタディプロトコル ◆86ー

ケーススタディのさまざまな手続きや一般規則であるケーススタディプロトコルと持つことが望ましい。

これによってリサーチの信頼性が高まり、研究中に研究者は、ここから指針を得ることができる。

プロトコルの項目としては・・・

- ・ ケーススタディプロジェクトの概略（目的、ケーススタディの課題、関連文献）
- ・ フィールド手続き（リサーチサイトへの依頼書、そこへのアクセス方法、一般的な情報源リスト）
- ・ ケーススタディ問題（データ収集の際留意しなければならない特定の課題、データ収集の雛形、各課題に答えるための情報源→分析単位はなんであってそのためにどこからのデータ収集が必要なのか）
- ・ レポートの指針（レポート概要、叙述の形式、文献目録情報など）

4 ケーススタディの実施 証拠の収集

ケーススタディに使用できる証拠源の例 ◆105

- (1) 文章
- (2) 資料記録
- (3) 面接（インタビュー）
- (4) 直接観察
- (5) 参与観察
- (6) 物理的人工物

他にも・・・写真、映像など様々なものがある。それぞれの相対的な強み・弱みは以下の通り

図表 4.1 6つの証拠源：強みと弱み

証拠源	強み	弱み
文書	<ul style="list-style-type: none"> ・安定的—くり返しレビュー可能 ・謙虚—ケース・スタディの結果として作成されたものではない ・正確—名称、参考文献、事象の詳細が正確 ・広範囲—長期間、多くの事象、多くの状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・検索可能性—低い ・収集が不完全な場合、選択にバイアスがかかる ・公表のバイアス—著者の（未知の）バイアスを反映 ・接近—慎重に阻止される可能性
資料記録	<ul style="list-style-type: none"> ・[上記の文書と同じ] ・正確かつ定量的 	<ul style="list-style-type: none"> ・[上記の文書と同じ] ・プライバシーという理由による接近可能性
面接	<ul style="list-style-type: none"> ・対象の絞り込み—ケース・スタディのトピックに直接焦点 ・洞察に富む—認知上の因果推論を提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・問題の構成がよくないために生じるバイアス ・反応のバイアス ・よく思い出せないために生じる不正確さ ・再帰性—面接者が聞きたいことを被面接者が答える
直接観察	<ul style="list-style-type: none"> ・現実性—実際の時間で事象を扱う ・文脈に関連—事象の文脈を扱う 	<ul style="list-style-type: none"> ・時間がかかる ・選択性—広くカバーできない ・再帰性—観察されることによって、事象がさまざまに進行する可能性 ・コスト—人間である観察者が必要とする時間
参与観察	<ul style="list-style-type: none"> ・[上記の直接観察と同じ] ・対人行動とその動機への洞察に富む 	<ul style="list-style-type: none"> ・[上記の直接観察と同じ] ・研究者が事象を操作するために生じるバイアス
物理的 人工物	<ul style="list-style-type: none"> ・文化的特徴への洞察に富む ・技術的活動への洞察に富む 	<ul style="list-style-type: none"> ・選択性 ・利用可能性

データ収集の3つの原則 ◆121

データ収集において守るべき原則は、少なくとも3つある。

これらは上記のいずれの証拠源については当てはまり、構成概念妥当性や信頼性の確立の問題に寄与する。

原則1：複数の証拠源の利用 ◆121

ケーススタディのデータ収集場の大きな強みは、多くの様々な証拠源を利用できる機会があることだ。これは特定のデータ源に大きく制約される実験、サーベイに比べた魅力である。

特定の事実に関して、複数の証拠源からデータを得ることを三角測量法 (triangulation) という、この世にある事実に関する発見が、複数の証拠源からのデータに基づいて得られたものである時、それは単一のものからもたらされたよりも、はるかに説得力を持ちうる。 ◆123-124

ある証拠源から得られた事実に関する発見が、他の証拠源からは違った事実として得られる、というような事も起きうるのである。 ◆124

もちろんこれにもデメリットがあって・・・ ◆125

(1) データ収集にコストがかかる

(2) 複数のデータの取り方に習熟しておかなければならない (=YH=>訓練コストがかかる)

原則2：ケーススタディ・データベースの作成

ケーススタディに世に収集されたデータを体系化し、情報管理すること

サーベイ調査などと違って、ケーススタディの場合、調査によって収集されたデータの集合が公式な形で整理されていることは稀である。

=YH=>例えばインタビューの音声データはICレコーダの中であって、その文字起こしはPCの中、調査先での観察メモは「フィールドノート」の中、、、というように、各証拠源が、バラバラになっていることが多い。

多様な証拠源からなるケーススタディの場合、実際に発表される論文や書籍の中だけでなく、生の証拠源を体系的に整理しておくことは重要である。

原則3：証拠の連鎖の維持

実際に研究に携わっていない人（読者）が、その研究において提示された問題が、どのようなデータによって立証され、どのような結論へと繋がったのか・・・ということを確認できるように、「問われた問題」－「收拾されたデータ」－「導き出された結論」の関係をクリアにする必要がある。

5 ケーススタディの証拠の分析

実際の分析に先立って、研究者は、ケーススタディの証拠の分析に関する戦略を持っておくべきである。

2つの戦略 ◆138-

(1) 理論命題への依拠

関連する理論命題に基づいて、分析を行うというものであり、最も望ましい戦略。

理論命題があれば、それが分析において注目すべきデータに関心を集中させ、他のデータを無視することを可能にする。 ◆139

(2) ケースの記述の開発

理論命題が存在しない場合には、ケーススタディを体系化するための記述枠組み (=YH=>どのような内容について、どのような流れで記述するかという目次構成のようなものと考えて良いだろう) を開発すると良い。

具体的な、分析法 ◆142

上記のような一般戦略の一部として用いるべき、具体的な分析方法には主要なものが4つ、付属的なものが3つある。

主要なもの

(1) パターン適合、(2) 説明構築、(3) 時系列分析、(4) プログラム論理モデル

付属的なもの

(5) 部分的分析単位の分析、(6) 反復観察、(7) ケースサーベイアプローチ

(1) **パターン適合** ◆142

：経験的データにより得られたパターンを、(=YH=>理論的に、かつある程度明確に) 予測されたパターンと比較するというもの。

そこに一致を見れば、そのケーススタディの内的妥当性が確保されたことになる。

これにも幾つかのバリエーションがある。

－1 **非同値従属変数設計** nonequivalent dependent variables design ◆142

=YH=>例えば「新しい採用の導入」(X)が、①求職者からの注目(Y1)、②人事パーソン界限でのポジティブな評判(Y2)、③組織内の他部門からの反発を生んでいる(Y3)、ということ調べたい場合のように、ある事象が起こり、それによって幾つかの帰結がもたらされていることを調べたいような場合の分析手法。

もちろん、この場合のXやYは、定量的調査における「連続的言明」(例えば・・・どの程度、求職者から注目されたかについては、何も語らない)ではなく「二者択一的言明」(例えば・・・求職者から「注目された」という事実を示しているにすぎない)になる。

そのため、多分に、研究者の解釈を必要とする。◆147

X → Y1, Y2, Y3

関心のある現象に関して、想定される複数の従属変数(=YH=>影響を受ける側の変数)が、予測通りの値を示していること(=YH=>想定された結果が、想定通りに起こっていたということ)を確認すること。

=YH=>

例えば「新しい採用の導入」(X)が、①求職者からの注目(Y1)、②人事パーソン界限でのポジティブな評判(Y2)、③組織内の他部門からの反発を生んでいる(Y3)、ということ調べたい場合。ケーススタディをすることで、上記の3つの非同値なYが本当に起こっていたならば、これは強力な因果推論の証拠になる。

－2 **パターンとしての対立説明**

=YH=>幾つかの異なる帰結が起こっていることが分かっており(e.g.新しい採用が評判を呼び、多くの優秀な求職者をひきつけた企業がある一方で、新しい採用が人事の世界では注目されたが求職者にはアピールしなかったり、人事の世界では注目されなかったが求職者にはアピールしたり)、そうした違いがなぜ起こるのかを知りたい場合の分析

X1 + X2 + X3 → Y1

$$X1 + X2 \rightarrow Y2$$

$$X1 + X3 \rightarrow Y3$$

この場合、それぞれの結果について、相互に排他的な独立変数のパターンが存在するかどうかを確認する必要がある。

－ 3より単純なパターン

上記2つよりも、従属変数もしくは独立変数のいずれかの多様性が小さいより単純なパターンにおける分析。例えば、従属変数もしくは独立変数が、わずか2つしかないようなパターンであっても、上記と同じ論理により分析が可能。

(2) 説明構築 ※説明的ケーススタディの場合 ◆147ー

(=YH=>事前にある程度、明確な理論的な予測を立てて、それを経験的データと比較するのではなく) 緩やかな理論的予測を立てる→データの分析→発見物と予測の比較→予測された言明の修正→修正版の命題とデータの比較→さらなる修正・・・という反復によって、分析プロセスの中で説明を構築していくやり方。

具体的には・・・

- ・ある現象についての、最初の（緩やかな）理論的言明、もしくは命題の作成。
- これは修正・否定されることを大前提としたもの
- ・その言明・命題と、最初のケースでの発見物との比較
- ・言明・命題の修正
- ・修正版と、ケースの細部との比較
- ・言明・命題のさらなる修正
- ・修正版を、第2、第3のケースでの発見物を比較
- ・言明・命題の修正・・・を繰り返す。

なお、「説明する」ということは、その現象について、因果的な結びつきの集合を明らかにすることである。

=YH=>例えば「新しい採用の導入が、企業に良い影響をもたらすかどうか」という現象を説明するということは、「新しい採用の導入」を「新規性の高い採用施策の導入 (X1)」、「求職者への新規性の高さの伝達 (X2)」、「他の企業の人事担当者や人材業界への新規性の高さの伝達 (X3)」といった説明変数に分解、「企業への良い影響」を、「人事の世界で評判を、かつ多くの優秀な求職者をひきつける (Y1)」、「人事の世界では注目されたが求職者にはアピールしない (Y2)」、「人事の世界では注目されなかったが求職者にはアピールする (Y3)」といった従属変数に分解し、それらの結びつきの集合を明らかにすることだ。数学的に、比喩的に表現するならば・・・

「新しい採用の導入の影響」の説明 (の全体集合：U)

$$= \{X1+X2+X3 \rightarrow Y1, X1+X3 \rightarrow Y2, X1+X2 \rightarrow Y3\}$$

・・・ただし、このように事前に明確な予測・命題を設定せずに、分析プロセスのなかで説明を構築する方法には、リスクが伴う。

命題の構築→データ分析→命題の修正・・・と繰り返している中で、もともと追いかけていた問題から、関心やシフトして、流されてしまうリスクである。

こうしたリスクを減じるためには、もともとも、大元の研究目的を絶えず参照すること、そしてケーススタディプロトコルを利用すること、が有効だ。 ◆150-151

=YH=>

ここで指摘されているのは、「ケーススタディの研究者は、もともとの、大元の研究目的を見失ってはならない」ということであって、「分析も過程で得た新たな洞察、当初想定していなかった現象の興味深い側面を無視しなければならない」ということではない。

(3) 時系列分析 ※実験やサーベイリサーチで行われる時系列分析と、よく似ているやり方。

「マリファナを吸う常習者になるためには、①まずはマリファナをはじめに吸うこと (t1) →②次にその効果を実感すること (t2) →③そしてその効果を楽しむこと (t3) が、3つ時間的に連続して起こる必要がある」というように、経時的に事象を追いかけることで、事象の因果関係を特定すること。◆151-152

注意が必要なのは、時系列分析は、ただ「①まずはマリファナをはじめに吸うこと (t1) →②次にその効果を実感すること (t2) →③そしてその効果を楽しむこと (t3) が、3つ時間的に連続して起こる必要があるの3つの後に、マリファナの常習が起こる」という、時間歴な動向を明らかにすることでは決してない。重要なのは、それらが「なぜ」、「どのように」連なって、「常習」という帰結を生むのか・・・ということである。

それを明らかにするためには、幾つかの手続きを踏む必要がある。

具体的には・・・ ◆152

①研究を始める前に、理論的に、因果関係を特定すること

②同様に、それと対立する代替的な説明も、特定すること

③人工物あるいは内的妥当性に対する脅威に基づく動向を特定すること (=YH=>意味不明だが、おそらく、上記①②のような予測を攪乱するようなノイズによって、擬似的に因果関係が生じてしまう可能性について考慮する、ということだろう)

・・・という3点を考慮した因果関係の予測を、実際のケースデータと比較することで、確認するという手続きになる。

(4) プログラム論理モデル

※説明的ケーススタディ、探索的ケーススタディ、記述的ケーススタディ以外に当てはまる独立変数と従属変数間の主要な因果パターンと、時系列分析を組み合わせたもの

・・・ここからは、主要でない分析法であり、それ自体で完結した分析手法ではないとされる。上記と組み合わせることが推奨される。

(5) 部分的分析単位の分析 ◆159

1つのケーススタディ全体の中の、一部の単位の分析において、部分的にケーススタディ以外の様々な分析手法を用いること。

=YH=>3社の「新しい採用の導入とその影響」を調べる場合、採用担当者のインタビュー、上司へのインタビュー、現場での参与観察などとセットで、内定者へのアンケートをミックスするというような場合

(6) 反復観察 ◆161

同じ現場において、繰り返し観察することが上記の「時系列分析」だとしたら、こちらは「同じ現象について、複数の現場で繰り返し観察を行うこと」を指す。

(7) ケースサーベイアプローチ ◆162

複数のケースを横断する形でサーベイと行うこと。ただしこれは、「偏りのないサンプルからのデータにより、発見事実の一般化を目指す」という統計的一般化のロジックに則ったものではない。そのため、この結果を持って、発見事実の一般性を主張することはできない。

質の高い分析への要求 ◆164

以上のどの戦略、どの手法を選ぼうとも、質の高い分析を行うための共通原則がある。

(1) 関連する全ての証拠に依拠する

(2) 主要な全ての対立解釈を含める。ある事象の説明に関して、自分が想定したものと違う説明が思いつくのであれば、それについて誠実に検討しなければならない。

(3) ケース・スタディの最も重要な側面に取り組む。

=YH=>ちょっと意味不明だが、①ケーススタディに取り組むのは、そのケースにおいて最も旨みがあり、重要な部分にするべきであって、瑣末な、枝葉の部分にすべきではない、もしくは②ケーススタディにおいて分析というフェーズは最も重要だから、この部分に最大限の能力と努力を費やすべきである、という2つの意味のいずれかであると思う。どちらも重要であると思う。

(4) 先験的な研究を含める。過去の研究、過去の議論への深い理解に基づいて、分析を行う必要がある。

=YH=>この点において、grounded theory approachとは鋭い対立をなす

6 ケーススタディレポートの作成

ケーススタディのオーディエンス ◆171

同じ分野の同僚、政策決定者、実践家、コミュニティのリーダー、その他専門家、学生、研究資金提供者など、研究のオーディエンスは多様である。

それだけに、主要なオーディエンスを識別することは重要になる。それぞれのオーディエンスには異なったニーズがあり、あるオーディエンスの要求に応えることは、他のオーディエンスの要望に応えることと時に矛盾する。◆172

=YH=>

服部は、この点については結構真面目に考えてきたつもりだ。

それは最初に書いた書籍「日本企業の心理的契約」における、ある反省に基づいている。この書籍は、服部の博士論文を基にしたものであり、内容的には「心理的契約（個人と組織の心の約束）」を切り口に、日本企業における組織と人の関わり合いがどのようなものとして成立し、どのようなほころびが起こっているかを明らかにするためのものであった。・・・という記述からもわかるように、この研究の潜在的な読者には、まず企業側を構成する①企業の経営者、②人事部、③現場のマネジャーと、個人側である④働く個人、そして⑤研究者の少なくとも5種類があり得る。

ただ、博士論文を書いた当時の服部は、このうち誰を読者として想定するのかということをクリックにしていなかった。学術書なので⑤はまずもって第一のオーディエンスではあったが、これが①企業の経営者、②人事部、③現場のマネジャーと、個人側である④働く個人のうち、いずれをターゲットとした書籍なのかということ、明確にしないままに出版してしまった。

この点への反省から、最近では、オーディエンスを以下のように設定するようにしている。まず、学術的な論文や書籍の場合・・・

第1に、「人材マネジメント領域に関心のある経営学者、教育学者、産業心理学者」そして、第2に、「日本企業もしくは外資系企業日本法人に在籍し、かつ、採用の業務に直接的（担当者として）もしくは間接的（担当者に直接的に支持あるいは指示をする立場にあるものとして）に携わっており、かつ、自社の採用を本気で変えたいと考えそのための具体的なアクションを起こす気があるが具体的な方向性もしくは手法が見えていない、もしくはすでに具体的なアクションを起こしたがそれにまだ明確なロジックを手にしていないビジネスパーソン（逆に言えば、海外企業に在籍し、採用担当の業務に間接的にも直接的にも関わっていないもの、あるいは関わっていても、採用を変える気がないもの、あるいは採用を独力で変え、そのロジックまでも自分で構築できる力を持っているものは、読者として想定していない・・・ということになる）」そして一般書の場合は、これとは逆の順序・・・というように。

ケースレポートの種類 ◆176ー

書面、非書面など、多様な形式がある。

ケーススタディ作成の例示的構造 ◆182ー

執筆されるケーススタディの構造には、例えば6つのものがある。

(1) 線形分析構造 ※スタンダードなもの ◆183ー184

「研究する問題・課題→既存研究レビュー→方法→分析結果→結論と含意」というオーソドックスなもの。ほとんどの科学論文が、この形式になっている。

=YH=>研究課題の位置については、様々な考え方がある。文献レビューに先立って「研究関心や目的」が緩やかに設定され、それがレビューを経て具体的な「研究課題」として提示される・・・というものも多い。

(2) 比較構造

同じケーススタディが、2回以上繰り返され、同じ事実について異なった角度からの記述や説明が行われる。もっとも有名なのが、アリソンによる「決定の本質」。

特定の事実が、どの理論によって最もうまく説明できるか、といったことを検討したい時にこの構造が適している。

(3) 年代記構造

事象を年代順に示していくやり方。

=YH=>以前の採用→疑問の想起→2016卒採用における変更→新しい採用への着手→実施・・・のような書き方。

(4) 理論構築構造

なんらかの理論を構築することを前提に、レポート自体が構成されるあり方。

=YH=>具体的な例が、ちょっと思い浮かばない・・・。

(5) サスペンス構造

記述される順序が、分析の順序と逆になっているもの。具体的には、初めに「解答（結論）」が提示され、続いて、その結論がなぜ導かれたのかが順を追って説明される形式。

=YH=>犯人が最後にわかる「火曜サスペンス」的な展開ではなく、犯人が最初にわかってしまう「古畑任三郎」や「刑事コロンボ」的な展開。

(6) 非連続構造

説や章の構成、その順序が、特定の受容性を持たないような書き方。仮にそれらを入れ替えたとしても、記述的な価値があまり変わらないような書き方。

例えば、80年代の組織文化論ブームの火付け役となったピーターズ『エクセレントカンパニー』は、「優れた企業には何が共通しているのか？」という課題設定のもとに、エクセレントなカンパニーの事例が次々と紹介されるが、その紹介される順番には特に意味があるように思えない。

ケーススタディレポート実施の手続き ◆188

実験やサーベイと違って、ケーススタディの場合、すべての調査プロセスが終了したあとでなくても、レポートの執筆ができるし、またそうすべきだ。例えば、調査方法のパートや、文献のパートなど、書けるところは書いてしまったほうがいい。

匿名性について ◆190

読者のユーザビリティ、再現性などの観点からすれば、実名公表が望ましい。

模範的なケーススタディとは何か ◆195-

(1) そもそも取り上げるトピックが、社会的に、もしくは学術的に、理想的に両方の意味において、重要なトピックであること

(2) (①現象の本質と特定の文脈の影響とが、しっかり区別されており、②証拠の収集に、十分な努力が支払われており、③調査の時間がない、資金が足りないといった現象がいの人為的な問題による影響がないという意味で) 完全であること、

(3) 代替的な視点 (他の説明の可能性) が、十分に考慮されていること

(4) 十分な証拠が提示されていること

(5) 上記が満たされていることを前提に、それが読み手にとって魅力的なレポートになっていること。

=YH=>

少し厳しいが、「知られていない研究は、存在しない研究である」と服部は思う。