講義名	定性的方法論研究				授業形態	
担当教員	新　雅史	開講期・曜日・時限	前期 金曜日 ２時限			
		単位数	2	履修開始年次	１年生	ナンバリング・コード

主題と概要

社会現象を理解するためのアプローチは、数量データに基づく定量的研究だけではない。現場の観察、当事者へのインタビュー、文献・資料の読解といった「質的データ」に依拠する定性的研究（Qualitative Research）は、数字だけでは捉えきれない社会の文脈や意味を明らかにする方法として、その重要性が広く認識されている。
本授業では、定性的研究によって学術論文を書くための方法論を体系的に学ぶ。ケーススタディ（事例分析）、エスノグラフィ（参与観察等）、歴史アプローチを三つの柱とし、リサーチ・クエスチョンの立て方、フィールドワークの設計と実施、データの収集と分析、理論構築、そして記述に至るまでの一連のプロセスを扱う。あわせて、先行研究のレビューと調査設計の手続きについても重視する。
本授業の特徴は、研究対象の現場に身を置きながら、研究者自身が変化の当事者ともなるアクションリサーチの視点を取り入れている点にある。学術研究としての厳密さと、現場の実践に資する知見の産出をどう両立させるか。この問いに向き合うことで、修士論文や学術研究のための方法論にとどまらず、地域や組織の課題解決に携わる実務家にとっても有用な調査の考え方を身につけることを目指す。
秀でた定性的研究を精読し、優れた研究はなぜ優れているのかを議論することを通じて、受講者自身の研究を構想する力を養う。

到達目標

(1) 定性的研究と定量的研究の違いを理解し、自身の研究課題に対してどちらのアプローチが適切か、あるいはどう組み合わせるべきかを判断できるようになる。
(2) ケーススタディ、エスノグラフィ、歴史アプローチの特徴と手続きを理解し、リサーチ・クエスチョンの設定からデータ収集・分析、理論構築、記述に至る一連のプロセスを自身の研究において設計できるようになる。
(3) 先行研究を適切な手続きに基づいてレビューし、優れた定性的研究がなぜ優れているのかを自分の言葉で説明できるようになる。
(4) 研究対象の現場に関わりながら知見を生み出すアクションリサーチの可能性と限界を理解し、学術的厳密さと実践への貢献を両立させる視点を持てるようになる。

提出課題

① レジュメの作成（担当回に提出）
受講者は各自の担当回において、指定された文献のレジュメを作成し、授業内で報告する。レジュメでは、文献の論旨を正確に要約するだけでなく、用いられている研究手法の特徴や、研究として優れている点・課題についても自分なりの考察を加えること。
② 最終レポート（学期末に提出）
学期を通じて学んだ定性的研究の方法論を踏まえ、自身の研究課題に即したリサーチ・デザインを作成する。リサーチ・クエスチョンの設定、手法の選択とその理由、データ収集と分析の計画を含むものとする。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

① レジュメ（担当回）
担当回の授業内で、報告に対して教員および受講者からコメントを行う。文献の読解が的確か、研究手法への考察が深められているかについて、その場で具体的にフィードバックする。こうした議論を通じて、定性的研究を読み解く視点を受講者全体で共有する。
② 最終レポート
提出後に個別のコメントを付して返却する。リサーチ・クエスチョンの明確さ、手法選択の妥当性、調査設計としての実現可能性の観点から評価し、今後の研究活動に向けた改善点を示す。

評価の基準

① レジュメおよび授業内での報告・議論への参加（50%）

・指定文献の論旨を正確に読解し、要約できているか
・用いられている研究手法の特徴を理解し、自分なりの考察を加えているか
・授業内の議論に主体的に参加し、他の受講者の報告に対しても建設的なコメントを行っているか

② 最終レポート（50%）

・リサーチ・クエスチョンが明確に設定されているか
・研究課題に対して適切な手法が選択され、その理由が説明されているか
・データ収集と分析の計画に具体性と実現可能性があるか
・授業で学んだ方法論が自身の研究設計に反映されているか

履修にあたっての注意・助言他

特になし。

教科書

.消費者理解のための定性的マーケティング・リサーチ.	ラッセル・ベルク他	碩学舎	2020	9784502175510

参考図書

その他

授業形態（アクティブ・ラーニング）

	ア：PBL（課題解決型学習）		イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）		ウ：ディスカッション、ディベート
	エ：グループワーク	○	オ：プレゼンテーション		カ：実習、フィールドワーク
	キ：その他（ＡＬ型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）				

備考	

授業計画

第１回　イントロダクション：定性的研究と定量的研究の違い、定性的研究の意義と射程を概観する。授業全体の構成と課題について説明する。
第２回　定性調査プロジェクトの始め方：リサーチ・クエスチョンの立て方、調査トラディションへの位置づけ、データ収集計画の設計について学ぶ。
第３回　深層インタビュー：インタビューの設計と実施、フォーカスグループの運営、投影法について学ぶ。問いの立て方と聞き取りの技法を、ロールプレイを通じて実践的に身につける。
第４回　エスノグラフィーと観察法：参与観察の原則、フィールドノーツの書き方、観察型インタビューなど、エスノグラフィの基本的な手続きを学ぶ。
第５回　エスノグラフィーの実例を読む：エスノグラフィの手法を用いた研究を精読し、現場への入り方、観察と記述の関係、研究としての強みと課題を議論する。
第６回　オンライン上の観察とネトノグラフィー：データマイニング、社会ネットワーク分析、ネトノグラフィーの手法を学び、オンライン上の質的データをどのように収集・分析するかを検討する。
第７回　データ収集のための道具：録音、写真撮影、動画撮影、調査対象者が生み出すマテリアルなど、データ収集の具体的な道具とその使い分けを学ぶ。
第８回　ケーススタディの方法論と実例：ケーススタディの設計、単一事例と複数事例の使い分け、妥当性の確保について学び、実例を精読する。
第９回　歴史アプローチの方法論と実例：歴史的資料の収集と解釈の方法、歴史記述から理論を構築するプロセスを学び、実例を精読する。
第１０回　アクションリサーチ――現場に関わりながら研究する：研究対象の現場に関与しながら知見を生み出すアクションリサーチの方法論を学ぶ。学術的厳密さと実践への貢献の両立について、具体的な事例をもとに議論する。
第１１回　学術調査のためのデータ分析・解釈・理論構築：コーディングの手法、コード間の関係の発見、既存の理論パースペクティブの活用など、質的データの分析から理論構築に至るプロセスを学ぶ。
第１２回　実務家のための分析とプレゼンテーション：実務での意思決定に資する定性調査の分析・解釈の進め方と、学術・実務双方に向けたプレゼンテーション・公開の方法を学ぶ。
第１３回　学術論文の執筆と公開：学術ジャーナルへの投稿、査読者・エディターへの対応など、研究成果を論文として公開するまでのプロセスを学ぶ。学期全体の内容を振り返る。
第１４回　リサーチ・デザイン報告（1）：受講者が各自の最終レポートの構想を報告し、教員および受講者全体で議論する。リサーチ・クエスチョンの明確さ、手法選択の妥当性について相互にコメントする。
第１５回　リサーチ・デザイン報告（2）：前回の議論を踏まえて修正した研究設計を報告し、今後の研究活動への展望を共有する。

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

流通科学研究科の学位授与方針である「理論的・実証的な課題を研究するために必要な科学的方法論を身につけていること。」「研究者として、流通科学諸分野における豊かな学識と研究能力を身につけていること、または高度専門職業人として、より実践的・課題解決的な能力を身につけていること。」「特定の流通科学分野において、専門的な研究を行い、修士論文あるいは課題研究の成果を完成させていること。」、のいずれに関しても当科目の2つの到達目標を達成することで習得できる。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

特になし。

実務経験の有無及び活用

実務経験あり（当科目との関連なし）