

【講演録】

留学生のための定量的方法論
- 実証論文をどのように書くか -

講師：佐野 楓 氏 (和歌山大学観光学部)

日時：2016年11月18日 (金) 12:50~14:20

場所：山口大学経済学部 第1会議室

こんにちは。和歌山大学観光学部の佐野楓と申します (写真1)。本日はこのような非常に貴重な機会を頂きまして、心から感謝いたします。ありがとうございます。本日はどうぞよろしく申し上げます。

写真1 佐野楓先生



(写真提供) 編者撮影。

まず、本日の流れです。留学生向けのセミナーなので、最初はどのような話をするか、正直に言うと非常に悩みました。講演会の内容については、山口大学の先生から幾つかご提案を頂きました。留学後の勉強や研究の経緯、統計的研究の進め方や魅力と注意点、留学生として日本で学ぶ際の魅力や注意点、最後はその他の経験という四つの側面から、留学生の先輩の立場から私のこれまでの経験を皆さんと共有させていただければと思います。本日は統計的研究のやり方が主な話の内容なので、

2番目の統計的研究の進め方や魅力、注意点について少し時間をかけて詳しく話したいと思います。

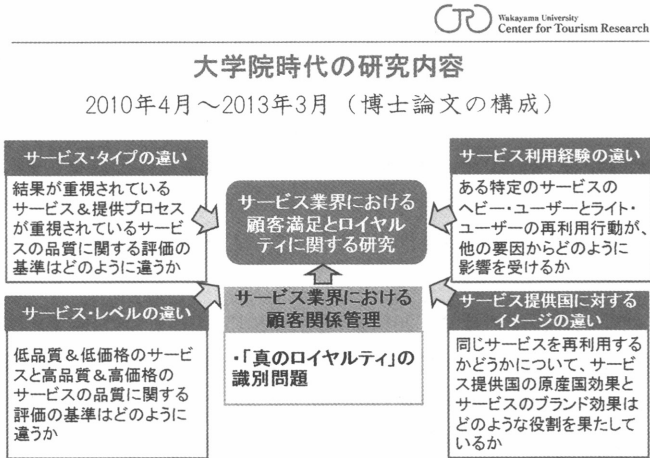
1. 自己紹介

まず、自己紹介から入りたいと思います。私は神戸大学大学院経営学研究科を修了した年の4月から、同志社大学商学部で助教として勤めることになりました。アカデミック・リテラシーとビジネス・トピックスという、学部生、特に1年生向けの基礎科目の授業を担当してきました。昨年4月からは、ご縁があって和歌山大学観光学部に着任し、Tourism Marketing, Tourism Managementなどの英語の授業も担当しています。その他に、2014年4月から2015年9月までの1年半、関西大学総合情報学部でもマーケティング・リサーチの授業を担当しましたし、和歌山大学に勤めながら、同志社大学商学部でアカデミック・リテラシーとビジネス・トピックスという二つの基礎科目を担当してきました。3年目になります。

私の専門分野はマーケティングで、中でもサービスマーケティングが私の専門です。修士論文は「サービス品質、顧客満足、行動意図における内的関連性の類型化に向けた実証研究」です。博士論文は「The moderating effects of the service categories, levels and experiences on the determinants of customer satisfaction」で、英語で書きました。この博士論文には、自分の修士論文の一つの章として入れています。

実証研究の書き方を紹介する前に、私がこれまでどのような研究をしてきたか、ごく簡単に紹介したいと思います(図1)。こちらは大学院時代の研究内容です。博士課程の3年間で、このような研究をしました。サービスタイプの違い、サービスレベルの違い、サービス利用経験の違い、サービス提供国に対するイメージの違いという四つの側面から、例えばレガシー航空と格安航空など、サービス業界における顧客満足とロイヤルティについて研究してきました。さらに、サービス業界における顧客関係管理の話も、博士論文の理論背景として入れていきました。真のロイヤルティを持っている顧客をどのように判断するか、どのように識別するかということを議論しました。

図1 研究内容の紹介



（出所）佐野氏の講演資料より引用。

大学院修了後の研究です。同志社大学商学部時代には、サービス業界におけるソーシャルメディアの商業化という研究に取り組みました。大学院時代は5年間かけてサービスに関する研究をしていたわけですが、大学院修了後も関心はサービス業界にありました。ちょうど日本各地でFacebookやTwitter、それから学生さんが大好きなLINEなどのソーシャルメディアがビジネスの世界に応用されるようになった時期でもあり、SNSがサービス業界においていかなる役割を果たしているのかを、2年間かけて研究しました。

最近もサービス業界を研究対象にしています。現在は、サービス業界におけるソーシャル顧客関係管理の理論と実践に関する研究に取り組んでいます。

2. 学後の勉強・研究の経緯

私の経歴は以上です。次は留学後の勉強や研究の経緯について、自分の人生を振り返りながら皆さんに紹介したいと思います。

①神戸大学大学院経営学研究科への道

私には日本語の壁がありました。皆さんにとってどれくらい日本語の壁があるか

は存じませんが、どうですか。日本語は聞き取れますか。大丈夫ですか。素晴らしいですね。私は、今でもよく覚えています。2005年9月15日に日本に留学に来ました。日本語はほとんど話せなかったため、日本語学校に入学し、初級クラスに編入しました。外国人留学生向けの日本語の教科書に、よく「豚カツは魚ではありません」という例文があります。さすがにそこから始めなければならないレベルではありませんが、「〇〇にしてもらう」「〇〇にしてあげる」「〇〇がしてくれる」という「もらう」「くれる」「あげる」を区別するレベルからスタートしました。

ただ、神戸大学経営学研究科は私にとって憧れの学校で、どんな大変なことがあっても入りたいという思いがありました。皆さんご存じだと思いますが、当時は日本語の能力試験は1年に1回しかありませんでした。その日に失敗したら、次の受験は来年の同じ日まで待たないといけません。ですから、2006年12月の最初の日曜日に、日本語能力試験1級に合格し、神戸大学に出願する必須条件の一つをそろえることになりました。

日本語学校の同じクラスには、中国、韓国、台湾の大学を卒業して日本の大学院に進学したいという友達が何人かいました。日本語学校の間、入りたい研究室の教授に研究計画書を送らないと間に合わないと聞いて、私も2006年の8月ごろ、栗木先生に研究計画書を送りました。栗木先生は後に私の恩師となる方ですが、このときの審査では不合格という、心が折れるような結果でした。でも、どうしても先生の研究室に入りたかったので、10月に栗木先生にメールを送りました。すると先生からゼミの見学に来ませんかという話を頂いて、それから半年間、栗木ゼミを聴講しました。その後、栗木先生が最初にOKを出した2人の研究生のうち1人が辞退することになりました。私は3番目で、研究生の枠が1人空いたので、私が入ることになりました。

研究生に申請したと同時に、神戸大学の博士前期課程の試験も受験しました。2005年9月に日本に来て、「してもらう」「してあげる」も区別できない日本語レベルで、2007年1月に神戸大学の入学試験に合格するのは、今考えると不可能でした。予想どおり不合格で、最初は研究生として入りました。2007年9月にもう1回神戸大学経営学研究科の入学試験を受けて、運良く合格できました。

②修士課程の2年間

修士課程の2年間の振り返りです。まず、修士1年目の前期です。修士1年目の前期は、神戸大学大学院の経営学研究科の人にとっては、ものすごく大変な半年でし

た。マーケティング特論や経営管理特論、定性的方法論などの専門科目の勉強は非常に大変でした。私は文学部出身の人間ですから、哲学や非常に分かりにくい流通論の分厚い資料を毎週お土産みたいに持って帰って、徹夜で読みました。ほとんど全ての専門科目で、毎週、事前・事後のレポートをたくさん出さなくてはいけなかったのです。

ただ、勉強自体はとても大変でしたが、同期はすごく仲が良く、助け合いながら、論文やレポートを無事に期限までに提出できました。マーケティング特論や経営管理特論、定性的方法論はとても価値のある授業だということが、大学院を修了した後に初めて分かるようになりました。当時は苦しみしかなかったのですが、今考えると大事な勉強でした。今はマーケティング特論などの難しい話はしませんが、ゼミ生たちには毎週30ページの資料を配って読ませています。当時のマーケティング特論の先生の立場になって、こういう勉強は必要だということが分かるようになりました。

修士1年目の前期はもちろん専門科目の勉強だけではなく、関心のあるテーマを探しました。確か、修士1年目の夏休みだと思います。そのとき、1万字レポートというのがありました。これは神戸大学の全てのゼミで提出するものではなくて、私が所属していた栗木ゼミの特別な課題です。1万字レポートは、興味を持っているテーマの一つを選んで、そのテーマに関する定量の論文と定性的論文をそれぞれ1本ずつ取り上げ、内容をまとめて、修士論文の研究テーマを絞り込むのが目的です。当時は1万字という文字数を見てとても驚き、ワードの下に表示される文字数を見ながら、一生懸命書いていました。

私の1万字レポートは1万22文字と、本当に少しだけ超えたものでしたが、留学生にとってはものすごく大変でした。でも専門科目の研究と同じように必要だと、今は思っています。こちらは私が当時レビューした、二つの研究論文です。1本目が定量的研究の論文です。2本目は若干古いのですが、定性的研究の非常にいい論文です。

修士1年目の後期は、1万字レポートに基づいて修士論文のテーマを書きました。先行研究を読んで、これまでに明らかにされたことと、まだ明らかにされていないことを明確にした上で、修士論文の問題意識を導きました。

修士1年目の最後のゼミで、発表会がありました。その場で発表したテーマに基づいて、修士2年目の1年間をかけて修士論文を書くのが、私が所属したゼミのスタンスでした。

修士2年目の前期は、まず先行研究のレビューを行います。例えば私の修士論文では、この三つを取り上げました。非常に大事な概念です。サービス品質、顧客満足、購買意図にどのような定義があるのか、それぞれの概念にどのような先行研究が存在しているかについて、たくさんの文献を読みました。先行研究を踏まえた上で仮説を導出し、質問票を作成します。私の場合は、先行研究の質問項目をそのまま引用しました。定量的論文の書き方については、後ほど少し詳しく説明したいと思います。

修士2年目の後期はサーベイリサーチというアンケート調査を、神戸大学の栗木先生と統計の先生とで、大人数の授業で実施することになりました。データ分析をし、その結果に基づいてディスカッションをして、実務的なインプリケーションや学術のインプリケーションなど、たくさん議論をしました。これが私の修士2年目の経験です。

③ベース論文の選び方

この論文は、1万字レポートを書くときに探し出したもので、後に私の修士論文のベース論文となったものです。定性的研究はこれまであまり書いたことがないのでアドバイスや経験から申し上げられることは少ないのですが、修士論文を書くときには、ベース論文を選ぶことがものすごく大事です。これについては、私の所属する観光学部の留学生にもよく言っています。では、ベース論文はどのように選べばいいのでしょうか。これは留学生だけでなく日本人の院生からも、どのような論文がベース論文に使えるのか、どのようなものが非常に良いベース論文になるかという質問がよくあります。

私の経験から申し上げますと、1点目に、ハイランクのジャーナルから選ぶことが非常に大事だと思います。私の分野は、サービスマーケティングです。ここには載っていませんが、この論文は「Journal of Services Marketing」という、私の分野の中では非常にハイランクのジャーナルのものです。例えば、人的資源管理の分野でもジャーナルはたくさんあると思います。その分野でランクが高いジャーナルからベース論文を探すことが、ものすごく大事だと思います。

栗木ゼミの後輩のケースで、彼女が選んだベース論文は非常にいい論文でしたが、あまり聞いたことのない学会のプロシーディングに載っていたものでした。プロシーディングとは、学会の論文集みたいなものです。一応査読は付いていますが、学会というのは、例えばアメリカのAMAや、ヨーロッパのEMACのような非常に

ランクの高い学会でなければ、たくさんの人に参加してもらうためにも、よほど変な論文でなければ載せてくれるのです。そのため、彼女が選んだ学会論文集の論文というのは信頼度が割と低いと、私の先生もおっしゃっていました。ですから、なるべくハイランクのジャーナルから論文を選んでいただければと思います。

2点目に、定量的研究の論文は、できれば質問票が付いている論文が望ましいと私は思います。修士の段階で完璧な質問票を作成することは難しいと思います。何を聞くべきなのか、どうやって聞けばいいのか、よく分からなかったのです。ですから、参考になる質問票が付いているベース論文の方が望ましいと思います。

3点目に、定量的研究で一番大事なのはデータ分析です。データ分析はいろいろな教科書があるので、それを勉強しながらやっても問題ないと思いますが、定量分析に関しては方法論の部分が非常に大事です。例えば共分散構造分析や因子分析は、どのような順番で、どういう指標を見なければいけないのかといったことです。もちろん教科書にも書いてありますが、それは幅広く書かれていると思うので、方法論について詳しく書いてある論文が望ましいと思います。繰り返し申し上げますが、ベース論文の選定は非常に大事です。

3. 統計的研究の進め方・魅力・注意点

統計的な研究の進め方や魅力について、もう少し時間をかけて紹介したいと思います。

①定量的調査を選ぶわけ

いくつかのスライドを使って、私のこれまでの研究業績の一部を取り上げました。このなかの25%の業績は理論的研究の論文です。50%の業績は、定量的研究となっています。残りの25%は調査報告書や教科書です。

これまでの業績を見ると、定量的研究が圧倒的に多いです。なぜそれほど定量的研究が好きなのか、しかも文学部出身の私がなぜそんなに統計や数学がなぜ好きなのかと、皆さんは不思議に思うかもしれません。私は、定性的研究も嫌いではないですし、ケーススタディーやインタビューを通じて、エスノグラフィーなどのいろいろな方法で研究することは楽しいと思っています。ただ、例えばケースを読んで分析するとなると、言葉の壁があります。全部日本語で読んで、日本語で分析して、何らかの結論や示唆を引き出さなくてはならないので、私にとっては非常に難しいのです。

本日は日本人の先生がたくさんおられますが、英語を母国語としている先生はいらっしゃらないでしょう。皆さんがアメリカに留学に行く想定してみてください。定性的研究の場合、全て英語で調査して、英語の文献を読んで、英語で論文を書かなければならないと考えたら、定量的研究の方がやりやすいと思われるのではないでしょうか。英語でインタビューして、英語でフィードバックして、英語で言っていることを全て録音して分析して、結論を出すというのは難しいと思います。

他方で、統計や数学は、簡単だとは思いますが、世界共通だというメリットがあると思います。中国でもアメリカでも日本でも、統計やt検定はどの国でも共通なので、留学生にとってはやりやすいと思います。私が神戸大学に在学していた5年間でも、先輩や後輩の留学生は、定性的研究より定量的研究で論文を書いた人が多かったと思います。なぜかという具体的な話は聞いていませんが、私と同じように考えていたのかもしれない。

②定性的調査と定量的調査の違い

本日は定量的調査の話ですが、まず、定性的調査と定量的調査の違いについて簡単にお話しします。定性的調査の特徴は、観察数は少ないけれど、より深い情報を得ることが可能だということです。これは非常にいいことです。マーケティング・リサーチの本を読むと、消費者たちや被験者たちの無意識の動作をよく観察し、より深い情報を得ることが可能など、いろいろ書かれています。

一方で、定量的調査は観察数が多いため、母集団の傾向について全体的に把握することが可能です。例えば、日本人のビールの好みを調べる場合、全ての日本人からアンケートを採るのは不可能なので、北海道から沖縄までランダムに、例えば3000～5000人くらいのサンプルを抽出し、アンケートに協力してもらいます。彼らを代表として、彼らのビールの好みに基づいて全国の日本人のビールの好みを推測するというやり方をします。この場合、定性的調査に比べると、深い情報を得ることは難しいです。3000人や5000人にインタビューして、話をして、観察するというのは難しいと思います。アンケートに基づいて統計的手法で分析し、各変数がどのように関係しているのかを見るというのが定量的調査です。

方法については、定性的調査の場合はインタビュー調査やエスノグラフィー、ケーススタディーなどいろいろあると思います。定量的調査は、サーベイリサーチやアンケート調査を通じて、統計的手法で分析して、何らかの結論を引き出すことになります。

③問題意識の明確化

具体的に申し上げます。例は皆さんのお手元の論文の一部などで、併せて見ていただければと思います。定量的研究でも定性的研究でも、問題意識を明確にすることは非常に大事だと思います。これまでの研究において明らかにされたことに基づいて、まだ明確にされていないことが今後の研究テーマになると考えていただければと思います。

私は修士だけではなく、博士課程の3年間も何を研究するかという問題意識を固めることにものすごく苦労しました。先生から「この研究をする価値があるのか」と常に繰り返し言われていて、当時は本当に耳が痛いと思っていましたが、今考えるとものすごく大事な話です。私は当時、一つ誤解をしていました。私は、自分のやっていることは、過去の研究において明らかにされていない点で、まだ一人もやっていないことなのだとして強く主張していましたが、先生は「誰もやっていないというだけではなく、やる価値があるかどうかを考えないといけない」とおっしゃいました。今考えると、確かに先生のおっしゃるとおりです。明らかにされていないというだけでは、研究の価値は成立しません。明らかにされていない部分で、しかもその研究をすると実務的・学術的なインプリケーションがあるかを常に頭に入れて考えなければならないと思います。

例ですが、「本研究では、知覚リスクの高い金融サービスを利用することに当たって、ソーシャルメディアの商業化が顧客満足、ポジティブな口コミ、再利用意図と言った顧客心理のプロセスに対し、いかなる影響を与えるかについて実証的に探索していく」という問題意識を引き出すことになりました。この研究ではリサーチエスチョンは導出しませんでした。場合によってリサーチエスチョンを導出し、問題意識を固めるということは非常にいいと思います。

別のゼミの学生で、リサーチエスチョンを五つも六つも出している人がいました。ただ、リサーチエスチョンというのは仮説ではありません。私は何が研究したいのか、論文全体のフレームワークや、さらに仮説を引き出すためのものという位置付けです。ですから、五つも六つも思い付いただけというものは、リサーチエスチョンとはいえないと思います。また、最近、和歌山大学観光学部の院生さんに何を研究するか聞いたところ、中国人観光客がなぜ日本に来たのかを研究したいと言われました。それは、研究する価値はありますが、修士論文の問題意識にはならないでしょう。関空でアンケートを配れば、すぐ回答してくれると思いますが、それを修士論文で1年間かけて研究する価値はないと思います。明らかにされてい

ないことで、かつ、研究する価値があることという2点について、ぜひ理解していただければと思います。

④重要な変数に関する先行研究のレビュー：概念定義

これは定量的研究でも定性的研究でも共通のことですが、次は、定量的研究と定性的研究とが区別できる点です。定量的研究では、まず、重要な変数に関する概念を明確にします。これは非常に大事なところだと思います。例えば、顧客満足という変数を設定します。では、顧客満足という変数はどのように定義するのでしょうか。別に教科書を書くために定義するのではなく、分析のためにどのようにアプローチするかということです。例えば、顧客満足とは感情的なものなのか、それとも理性的なものなのか。感情と理性は正反対です。感情的なものでも理性的なものでも構わないのですが、大事なのは、その論文では顧客満足をどのような定義で捉え、どのように分析するかということです。それによって、質問項目も変わってきますし、他の変数との内的関連性にも影響を及ぼすことになります。

さらに、「ポジティブな口コミ」の定義は何でしょうか。私は、たくさんの先行研究を読みました。一部の研究では、製品サービスに対して良いことを言うという、非常に簡単な定義となっていました。例えば「私はこのパソコンを買いました。非常に使いやすいです。これはすごくいいパソコンですよ」と、良いことを言う。これをポジティブな口コミとして定義している先生もいます。それだけでなく、一部の先生は、次にパソコンを買うときはこのブランドのパソコンが絶対いいと強く推薦することをポジティブな口コミとして定義しています。良いこと言うという定義でも、推薦するという定義でも、全く問題ないと思います。ただ、推奨するというふうに定義すると、他の変数との関連、例えばロイヤルティや顧客満足、サービス品質、リピート購買など、いろいろな変数との内的関連性はぐっと変わってくると思います。ですから、きちんと定義することは非常に大事だと思います。

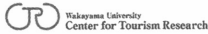
例えば私の研究では「そのため、顧客満足は感情の一種と定義され、満足により形成された購買意図と購買行動には喜び、楽しみ、幸せ、興奮などの感情的な物が含まれる。本研究では、日本版顧客満足度指数(JCSI)の顧客満足に対する項目(一般的な満足、期待に応えた度合い、理想との比較、生活満足、不満のなさ、選択の肯定)によって顧客満足を測定する」という記述があります。このように、どのように測るかということも記述する必要があります。

⑤重要な変数における内的関連性

次に、仮説を導出します。これは非常に大事なことで、定性的研究との一つの大きな違いになると思います。私は論文の中で、顧客満足、再利用意図、ポジティブな口コミという三つの変数の内的関連性について仮説を導出しました。顧客満足を前提変数とし、再利用意図とポジティブな口コミを結果変数として、その間の因果関係を証明するという内容でした。それに関する先行研究は非常に多くありました。本来はそれぞれの変数の間の関係を証明するのにたくさんの先行研究をレビューしなければならないと思っていましたが、投稿論文なのでページ数の制限があります。非常に現実的な話ですが、論文を書いたときは内的関連性を証明する先行研究をもっとたくさんレビューしていましたが、ページ数の関係で一部省略しました。

内的関連性が非常に分かりやすい、あるいは因果関係が証明しやすいものとして、例えば顧客満足と再利用意図・ポジティブな口コミの間の先行研究はたくさんあります。しかし、場合によっては二つの変数のつながりを証明する先行研究がなかなか見つからないことがあります。例えば、国のイメージとブランドロイヤルティに関する二つの変数について検索してみると、この二つの変数の間を証明する先行研究は一つもなかったのです。(図2)

図2 変数の内的関係性

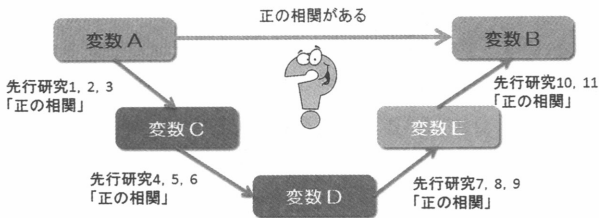
統計的研究の進め方・魅力・注意点 

■ 重要な変数に関する先行研究のレビュー

2. 重要な変数における内的関連性(仮説の導出)

先行研究で取り上げた変数における内的関連性をレビューし、仮説を導出する。

変数Aと変数Bの繋がりを証明する先行研究はない?!



(出所) 佐野氏の講演資料より引用。

そうすると、この二つの変数は全然関係がないのではないかとってしまう学生さんが、割と多いと思います。私は、AとBの間に直接の関連がなければ、遠回りしていると考えます。直接の関連がなければ、Cという変数を入れて、AとCの間に正の相関があるということを先行研究で示します。そして、CからBに直接つながればベストですが、それもつなげなければCとDという変数をつなぐ先行研究を幾つか取り上げます。同じように変数DからEに行って先行研究を幾つか取り上げて、やっとBとつながりました。海外のジャーナルを読むと、少なくともサービスマーケティングの分野では、このようなやり方は割と多くあります。変数AとBの間を直接つなげられればベストですが、直接の関連がなければ他の変数を入れて、その変数との間にどのような関係があるかを推測することは可能です。

たとえ話ですが、「私と田中さんはどういう関係か」という問題を考えてみましょう。戸籍上は、私と田中さんの間には全く関係がありません。親戚でもないし、知り合いでもありません。しかし、調べてみると、私のお母さんの妹の旦那のお姉さんのおじさんが田中さんでした。つまり、私は田中さんとは遠い親戚であることが分かりました。これと似た話で、一見するとAとBの間に全く関連がなくても、諦めずに他の変数を入れて、少しずつ近づけていくという方法もあります。

⑥測定項目の作成

次は方法論です。先ほど申し上げたように、ベース論文を選ぶときには質問票が付いている先行研究がベストです。質問票が丸々全部付いていない場合でも、例えばソーシャルメディアの有効性や顧客満足についてどのように測定できるかなど、具体的な質問項目が論文に書いてあれば、そのまま使えると思います。もし皆さんが自分で一から考えて質問項目を作った場合、論文審査のときに、この変数の測定は信頼性がどれくらいあるのかと聞かれると思います。

ある変数に対する測定項目は、自分で作れないということではありません。ただ、測定項目の開発というのは、非常に大きなプロジェクトになると思います。まず探索的に因子分析をして、全く効かない質問項目を削除し、もう1回、確認的因子分析をして、さらに何らかの方法でこの質問項目は使えるということを証明しなければなりません。博士論文では、一部の人はこういうことをしていますが、修士論文の段階では指標の開発はしなくてもいいと思います。既存研究の質問項目をそのまま使用するといいと思います。

測定尺度については、私の場合は調査会社をお願いして、調査会社がよく使って

いる測定項目をそのまま使うことになりました。5段尺度もありますし、7段尺度もあります。

⑦データ分析：その勉強法

次に、データ分析です。どのように勉強すればいいのか。統計は非常に怖いというイメージがあるかもしれません。私の経験から申し上げますと、先行研究の方法論を読むことは大事ですが、それだけでは統計的な勉強にはなりにくいと思います。関連の専門書を読むことも非常に大事だと思います。今日は3冊の教科書のようなものを持ってきましたので、よければ皆さんで回覧してください。この中には、いろいろなメモが書いてあります。勉強の方法としては、先行研究の方法論プラス関連の専門書を読むことが非常にいいと思います。専門書だけを読んでも、最終的には論文の形にしないとイケないので、両方読んでいくと分かりやすいと思います。

もう2冊ありまして、こちらの非常に分厚い本は、中国語の統計の本です。今も中国で買えると思いますし、非常にいい本だと思います。統計の話だけではなく、統計的手法をいかにツールとしてビジネスや経済に応用できるのかについて、非常に分かりやすく書かれています。もう一冊は日本で普通に買える『現代マーケティング・リサーチ』という本です。本の全体的な内容はとても似ていて、統計を教えるだけではなく、統計というツールがマーケティング・リサーチにおいてどのように使えるのかという応用的な話がたくさん含まれているので、とてもお勧めです。

⑧モデルのデータ分析

データ分析の統計ソフトは非常に大事です。私がよく使っているのは、SPSSとAMOSという統計ソフトです。博士2年目のとき、あるモデルを提示しましたが、論文作成セミナーの授業を頑張って受講することになったのですが、論文作成セミナーの先生はみんな統計出身で、AMOSやSPSSのように、ただボタンをクリックしてデータが出ることはあり得ないなど、非常に批判されていました。当時は、4600ぐらいのサンプルを全部電卓とエクセルで計算させられて、本当にこのようなモデルになったというのを先生に証明したのです。その印象が強過ぎて、正月の初夢には統計の先生が登場しました。ただ、今考えると、基礎を勉強するのはとても大事だと思います。今はもちろん統計ソフトがあるので、別に電卓で計算しなくても問題ないと思います。

4. 研究の魅力

私の理解では、研究というのは一部しか見えない現実の隠れている部分を明らかにすることだと思います。私はある切り口から全体像を知りたいと思って、いろいろな手法で探索しています。それが私にとっての研究です。

初めて同志社大学に就職したとき、このような会話がありました。先生の趣味は何かと聞かれて研究だと答えたら、もう少し面白い趣味はないのかと言われました。私は研究が面白くないのかと、すごく驚きました。正直に言うと、私が研究を好きになったきっかけは、修士論文でした。修士論文を書き終わってから、研究は本当に面白いと思いました。二つの変数の間の相関はそれまで全く証明されていなかったけれど、私の研究でその関係を証明することができ、とてもうれしく思って博士論文を書きました。

私にとって研究の魅力は、知らない世界のことを自分の力で一つ一つ解いていくことです。これは私で、目の前は星空のような世界です。時間がかかりますが、一つ一つ明確にしていきたいと思っています。

5. 留学生として日本で学ぶ際の魅力・注意点

最後に、留学生として日本で学ぶ際の魅力や注意点について、三つお話しします。一つ目に、私の目から見ると、日本と中国の文化は近いと思います。非常に個人的な話ですが、私が子供のころに遊んだゲームを、主人も子供のころにやっていたと言います。そのように、私にとっては言葉の壁はあるけれど、文化の壁はそれほどなかったような気がします。

二つ目に、日本人の先生は、結果より努力しているプロセスを評価します。最近、和歌山大学の観光学部では、オーストラリアやアメリカ、カナダの先生が集中講義をされるのですが、成績評価の基準を見ると、出席点を全く取らないのです。日本人の先生で、特に英語で教えている授業では、出席点はある程度含まれていますが、欧米の先生は結果一発で評価します。期末レポートが不合格なら、絶対に単位はもらえません。しかし、私が勘違いをしているところもあるかもしれませんが、日本の先生は努力しているプロセスを評価の基準に含んでいると思います。

三つ目に、人を育てる土壌があります。アメリカ人は能力で評価することが割と多いと思いますが、日本人は、最初は駄目でも努力すればきっと大丈夫とか、いつか一人で仕事ができるようになると思います。そのようなことを、特に就職してから感じています。

それから、日本はルール社会だということを、とても強く感じています。もちろんコネもあると思いますが、基本的にとっても公平です。

そういう中で、中国で生まれ育った人が日本の社会にうまく溶け込むためには、日本においては中国人の考え方ではなく、日本人の考え方で生活することが非常に大事だと思います。「郷に入っては郷に従え」です。これは中国語にもありますね。さらに、周りの人から学ぶことも大事です。皆さんも初めて日本に来たときに、いわゆるセット、定食を見て驚いたかもしれません。

中国では、ギョーザならギョーザしか食べません。でも、ギョーザセットなんて中国にはないから、それはおかしいと考えてはいけません。それが日本の文化なのです。繰り返し言いますが、郷に入っては郷に従えということです。

私の主人がアメリカでお寿司屋さんに行つて、「こんなふうにお寿司を出すのか」とびっくりしていましたが、それはアメリカのお寿司なので、驚くことはありません。

6. その他の体験談

私は院生時代だけではなく日本語学校時代も含めて、勉強や研究を中心に、アルバイトや旅行、遊びもやり、バックパッカーも経験しました。いろいろなことに取り組むと、勉強や研究の効率を上げることができます。皆さんの日本での留学生活は、まだまだ長いと思います。勉強や研究はもちろん大事です。

ただ、ここにおられる先生方はものすごく優しい方だと思いますが、アルバイト先に行くと、店長と一緒に働いている人がみんな先生方のように優しいとは限りません。それは一つの社会勉強として経験しておいた方がいいと思います。もちろん旅行や遊びもしながら、さらに研究を頑張ってもらいたいと思います。

今日はいろいろ話しましたが、ご清聴ありがとうございました。

【謝辞】

本講演会は2016年度部局長裁量経費「大学院渡日前入試入学者に対する基礎教育拡充プロジェクト」の支援を受けて実施しました。記して感謝致します。

(編集：藤田 健)