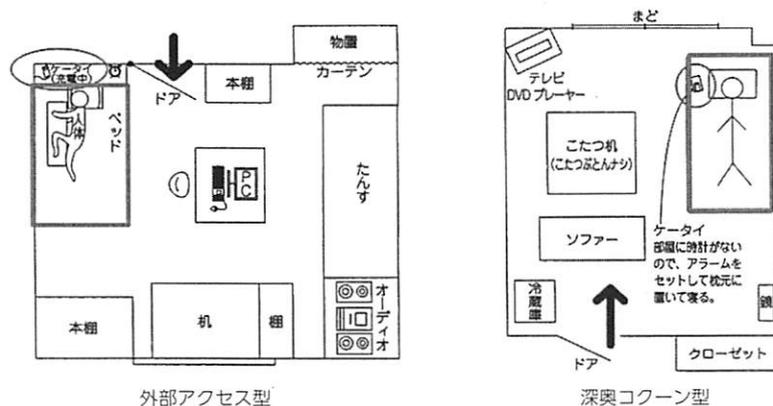


図1 「寝室地図」の一例



出所：藤本憲一「眠りの〈プレイ〉モデルと寝室地図」高田公理・堀忠雄・重田真義編『睡眠文化を学ぶ人のために』世界思想社、2008、p.65。

### 「眠り小物」と「寝室地図」調査

生活財生態学の歴史や定義に触れる前に、まず生活財生態学的アプローチに基づいて、実際に筆者が行った質的調査の事例として、「眠り小物」調査を挙げておこう。「眠り小物」とは、われわれの睡眠文化研究会において、寢床周りにある雑貨類などを総称して命名したものである（高田公理他編『睡眠文化を学ぶ人のために』世界思想社、2008）。

「眠り小物」とは、直接的に睡眠を目的にした枕や毛布だけでなく、毎晩抱きかかえて寝るスイグルミや、寝る前に見聞きする本・音楽・テレビ、環境を整えるアロマや加湿器など、「枕元や布団周りにあって、寝（眠り）ながら五感に触れるすべての事物」を指す。小はi-pod携帯ミュージックプレイヤーから、大は人体より大きなスイグルミまで、すべて「眠り小物」と呼ぶゆえは、演劇モデルに由来している。すなわち、劇場の舞台で背景となる作りつけ（immobile）の装置＝「大道具」に対して、大きさの大小にかかわらず、動かせる（mobile）装置や小物類をすべて「小道具」と呼ぶのと同じく、眠りに関わるお気に入りグッズのうち、動かせる物すべてを「眠り小物 sleeping（mobile）favorites」と呼ぶのである。

さて、この「眠り小物」調査を開始してわかったのは、他人の寝室への観察や撮影といった直接的調査がきわめて難しいこと。なおかつ、間接的なインタビュー調査によってさえ、肝心のデータが得られにくい点であった。すなわち、風呂と同様、寝室はきわめてプライベートな空間であり、公開するのに抵抗があること。もう一つは、「眠るために必要な小道具」という「眠り小物」概念が、ふだんは無意識下において、他人に話ろうにも、そもそも本人にとってさえ、その存在が自覚されていない点である。

たとえば、アメリカの4コマ漫画『ピーナッツ』の登場人物を例にあげてみよう。主人公スヌーピーは閉所恐怖症のため、いつも犬小屋の内部でなく、屋根の上に寝ている。彼にとっての犬小屋の屋根は寝具であり、「眠り小物」でもある。さらに不安症気味のライナスは、「安心毛布」を一日中持ち歩いているが、おそらく本人は毛布を「眠り小物」として自覚していない。が、本来は夜に用いていた「安眠毛布」を昼用の常時携帯グッズへと転用したものであろう。

実際、アメリカで「眠り小物」調査を行った際、インフォーマント（被験者・情報提供者）の多くは、「わが寝室に眠り小物なし」と答えた。が、許可を得て実際に寝室を訪ねると、多くの場合、枕元には聖書やコーランが置かれていた。別の寝室には護身用ピストルがあった。調査する私たちから見れば、いずれも個性的な「眠り小物」の典型であるが、寝室の主にとって、その自覚はなかったのである。こうした無意識的な「眠り小物」こそ、私たちが知りたい調査対象であるのに、観察やインタビューが届かないとなると、どうすればよいか。

実は、「眠り小物」調査を開始する前から、携帯電話・モバイル文化研究者である私の手元には偶然にも、「眠り小物」データがあらかじめ集積していた。ポケベル・腕時計・ケータイ・スマホの家屋内における所在の調査や、その発展形である生活財生態学的な家財調査によって、半ば偶然の副産物として、「眠り小物」データが得られていた。そして、「眠り小物」を知るためには、それが分布する生態環境全体を、インフォーマント本人に記述・スケッチしてもらうことになる。この「眠りの生態環境図」を、便宜的に「寝室地図」と呼んだ。

これら「寝室地図」調査は、後述する生活財生態学の創始者、栗田・疋田らの「家庭景観図」を踏襲しつつ、筆者の現代的解釈によって、「家の象徴的な中心とは何か」を調べる、「家の核スケッチ」調査（藤本憲一「同心円モデル」に基づく家イメージの分析——「メディア環境」としての家」ファッション環境3巻2号、1993）の発展形であった。

すなわち具体的には、家全体の間取りを描いてもらった上で、重要アイテムを、本人にとって大切な順に記入してもらう、「主観生態学」的方法である。当初は、家庭内におけるメンタルな中心、いわば「家の核」に相当するアイテムとして、テレビや食卓、ペットという回答を得ていた。ひきつづき、腕時計・ポケベル・ケータイ・スマホの家庭内における置き場所に重点を置いてスケッチしてもらったところ、常時携帯しながら持ち歩く大切な小物は、おしなべて夜も枕元に置かれる事実が判明した。「本人に愛好されている重要な事物は無意識のうちに、重要な順に、頭を中心に家屋内で同心円状に分布している」生態学的結論を得たのだ。

「家と携帯メディアの調査」で得た知見を、そのまま「寝室地図スケッチ」調査（1998～2010）に応用した結果、「眠り小物」の概念がインフォーマントに伝わらなくて

も、「眠り小物」の実態がもれなく記述されるようになった。

「寝室地図」調査の成果としてわかったのは、①眠り小物の種類と配置、②眠り小物を用いた就寝儀礼の実態、③寝室におけるベッド(布団)の位置や就眠姿勢(寝相)、④寝室の地図デザインや描画スタイルといった、睡眠文化の諸相である。

### モノ調査と生活財生態学の原点

では、そもそも生活財生態学とは何か。

生活財生態学とは、提唱者の一人、疋田正博によれば「生活財の保有・使用・配置の状況を、生態学の方法を借りて調査研究し、生活の事態を明らかにしようとする、生活学の一つの方法」である(日本生活学会編、川添登・一番ヶ瀬康子監修『生活学事典』TBSブリタニカ、1999)。家を基点とした人間生活の動態を、「生活財」というモノ調査によって解明しようとする、日本発祥のユニークな質的調査の手法である。

そもそも質的調査の原点は、コトとモノの記述であり、それが現在では近代的な社会科学としての「社会学」「社会調査」のジャンルとして、位置づけられている。

第一の起源は、古来、コトを記す営みとしての歴史にある。そこから近代になって、宗教・政治・軍事史から独立する形で、生活史(民衆史・社会史)が生まれた。また、口伝えの語りや祈り、歌など声による「口承伝承」に対しては、フォークロア(民俗学)が生まれた。

第二の起源は、モノを記す営みとしての日記・日誌・博物誌にある。こうしたモノの記述は、欧米では好事家(マニア)・コレクターによるアマチュアの営みとして軽視される傾向があった。

一方、日本では明治以降も、日常的な事物のありようをつぶさに記す伝統に立ち、柳田國男(民俗学)、坪井正五郎(風俗測定)、今和次郎(考現学)、権田保之助(民衆娯楽論)ら、優れたモノの語り部たちを輩出した。それを受けて、1975年から栗田靖之・疋田正博ら生活財生態学共同研究グループが、新しい質的調査方法論を提唱し、国内外における定性調査実績を挙げていった。

このグループの拠点が、CDI(コミュニケーションデザイン研究所)という独立系シンクタンクであった。1970年、京都で設立されて以来、初代所長・加藤秀俊、二代所長・川添登、現在の代表・疋田正博を中心に、現在に至るまで日本の質的調査におけるユニークなネットワークを形成してきた(『50年後のために——CDI創立50周年記念誌』CDI、2020)。

もともと「生活財」×「生態学」という表記は、ある意味で矛盾に満ちている。「生活財」というモノがあたかも「生命体」であり、それが家を舞台にした集团的・生態的な相互作用、すなわち競争や共生、捕食や棲み分けを営むような印象を与えるからである。ここには、1950年代に始まる思想史的バックボーンとして、梅藤忠夫「文明の生態史観(世界諸文明を動植物の分布・生態モデルから記述・分析)」や、今西錦司・伊谷純一郎「個体識別法(野生動物を群れの成員として一頭一頭命名・識別することで、群れの社会構造を解明する手法)」、さらに桑原武夫・多田道太郎らの学際的な共同研究方法論など、「京都学派」的な傾向を読み取れよう。

### ビジュアルな「家庭景観」を描く

では、栗田・疋田ら生活財生態学グループは、どのような意図で「生活財」×「生態学」と命名したのか。

それまで、経済学・家政学における消費実態調査・家計調査の用語分類においては、家庭内のモノのうち、農漁業の道具など生産(収入)のための道具は「生業財」、それ以外は支出によって得られた「消費財」とみなされた。この分類でいえば、家庭内で生産活動を行わない商工業従事者、サービス従事者、たとえばサラリーマンの家庭にあるモノは、すべて「消費財」となる。年代物の家具・骨董・工芸・車・家電製品はもちろん、ベットですら「耐久消費財」(比較的長期間使う消費財)と分類される。生活財生態学は、直接的には、こうした消費実態調査・家計調査への代案として誕生した。

しかし、生産拠点が家庭外にあるサラリーマンといえども、その家庭は単なる消費の場ではない。家族同士の団楽・コミュニケーション、子供の教育、余暇・趣味の享受、人生プランの策定などは、すぐれて情報「生産」活動であり、そのための道具はすべて、一種の情報「生業財」とみなせるからだ。こうして多様な「消費財」を経済学・家政学の呪縛から解放し、ニュートラルな「生活財」と再定義するところから、栗田・疋田らはスタートした。

また一見、社会調査の文脈とは畑違いな「生態学」という自然科学用語は、既存の消費実態調査・家計調査に見られる「分類学」的傾向を、乗り越える意図で用いられた。すなわち、従来の「分類学」的調査では、家庭内にあるモノを、ともするとファーブル以前の「分類学」的生物学が昆虫を捕えて乾燥保存し、展翅標本の形で整理・分類・命名するのを至上目的としたのと同様、調査対象の整理・分類・命名と定量的集計に主眼を置いてきた。たとえば、幼児が小遣いで買った菓子のオマケも、父親が「コンプリート収集」目的で「大人買い」した食玩フィギュアも、即物的に分類すれば「玩具」という同じカテゴリーに分類される。しかし、両者の意味や生態は大きく異なるため、分類だけでは実態把握に至らない。

それは、「分類」的に酷似した二種のアゲハチョウ成虫の外見からは、一方のナミアゲハ幼虫が柑橘系の高木の葉を食べ、もう一方のキアゲハ幼虫がセリなど下草を食べる「生態学」的認識に至らないのと同様である。標本商から買い付けた死骸を、机上で眺めて分類するだけでは、生態が見えない。まずはファーブルのように野外フィールドに出て、野生状態の昆虫をつぶさに観察し、自らの手を汚さなければ生態はわからない。

「生態学」的調査では、あらかじめカテゴリーで分類することなく、家庭内にあるモノをすべて数え上げた上で、その分布の意味や生態を知るために、共時的・通時的に比較する。刻々と変化する個人や家庭の動態は、異なる地域・民族・文化圏、異なる時間軸・年代に属する「生活財」どうしの相似と差異を通じて初めて、その意味や生態の実相が理解できる(表1参照)。

生活財生態学グループは、日本の一般家庭を対象に、ほぼ10年おきに三回の調査を行った。そのうち1975年に1957品目、1982年には3998品目を数え上げ、新しい定性的調査手法として、国内外に認められた。国際比較調査としては1977年、東京・ロンドン・

表1 両調査法の比較

	旧来の消費実態調査	生活財生態学調査
理論モデル	経済学・分類学モデル	自然観察・生態学モデル
調査の標本数	大量(定量的)	少数(定性的)
調査者の基本姿勢	専門家的 (術語・標本抽出の客観性)	アマチュア的 (自然愛好家的な熱心さ)
「被験者」への関与	関与・接触を極力避ける	積極的に関与・接触する
対「被験者」観	客観データの匿名の提供者	調査データを共有する対話者
データ分析手法	統計処理と数理分析	文字・写真・動画の意味読解

出所：筆者作成。

バリ・デュッセルドルフの各家庭における「生活財」を対象に、同一品目リストを用いて調査した結果、その当時の日本家庭では、欧米諸国より25%ほど多い品目を生活に用いていることがわかった。ほぼ同時期、石毛直道によるハツァピ族(タンザニア)の調査(『住居空間の人類学』鹿島出版会、1971)によると、その全家財は18品目にすぎなかったという。

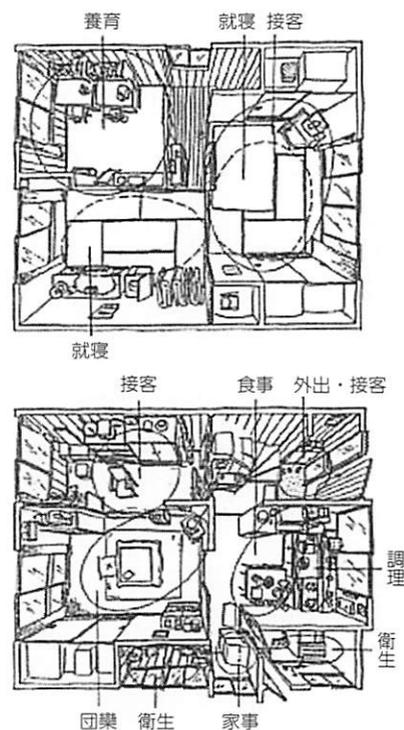
同グループは当初から、ビジュアルな定性的調査にも着手した。家屋内部のインテリアや、モノが自然に散らばった分布状況を「家庭景観」と呼び、スケッチによる描写や、当時珍しかったビデオカメラによる72時間連続の家庭内撮影など、先駆的な定点観測調査を行った。

近年、こうしたビジュアルな調査手法に似通ったアプローチが、一種「路上観察」的な芸術行為として、すなわち家庭的な生活感からはるかに遊離し、部屋中が趣味的な服や雑貨、情報機器であふれかえる現代日本の若者の「個室景観」を、そこに生息する若者の息遣いや美意識ごとリアルに撮影した都築響一『TOKYO STYLE』(ちくま文庫、2003)ほかの写真表現が、脚光を浴びている。

また、パソコンなどメカや配線に埋もれた「電腦オタク」的な男性の居室を「魔窟(まくつ)」と命名して撮影した、伊藤ガビン+大高隆『魔窟ちゃん訪問』(アスペクト、1995)および、カラフルなインテリアに囲まれて部屋着でくつろぐ女性の居室を活写した、宮下マキ『部屋と下着』(小学館、2000)の両者を比較すると、現代日本の若者に見る「個室景観」の性差(ジェンダー)が浮かび上がる。

さらに、生活財生態学の国際比較調査として、画期的展開を見せたのが、朝倉敏夫・佐藤浩司(編)『2002年ソウルスタイル——李さん一家の素顔のくらし』(千里文化財団、2002)である。これは国立民族学博物館において開催された企画展示の記録であるが、究極の「生態学」的調査として、ソウル在住の平均的な韓国人・李さん一家の全面協力を得て、ある日ある瞬間の生活断面を切り取って、冷蔵庫の中身から使いさしの歯磨きチューブまで家屋ごと現状保全する一方で、家庭内の「生活財」アイテムをすべて数え上げ、写真に収めてカタログ化し、博物館で公開展示した稀有なドキュメントである。

図2 家庭景観図



出典：商品科学研究所+CDI『生活財生態学——現代家庭のモノとひと』リポート、1980、p.31。

### 「主観/客観生態学」とバイオログ

こうした極端なまでの「生態学」手法のラディカルさは、近年、自分の暮らす日常行為すべてを、たとえばテレビ視聴した番組の記録からチューインガムを噛んだ記録に至るまで、自らの意志ですべての生活(ライフ)をデジタル記録(ログ)としてパソコンやスマホに保存する「ライフログ(生活日誌)」運動のラディカルさと通底している(希望する本人に代わって、デジタル化・バックアップ化する「ライフログ」代行サービスさえある)。他者による社会調査的な「客観生態学」手法と、本人による日記・日誌的な「主観生態学」手法とが、期せずして出会う地点が、ここにはある。

実はIT技術の進歩によって、本家の生物を研究対象とした自然生態学でも、こうした「主観生態学」手法が、脚光を浴びている。いろいろな動物の頭部などに、ビデオカメラ・GPS・加速度センサーなどの小型観測機器を装着した上で野生の自然環境に解き放

ち、自由にその動物本来の姿で、天敵から逃れつつ、獲物を追ひ、雄どうしが戦いつつ異性が出合い、子育てをするといった行動を記録し、のちに機器と記録媒体を回収することで、動物の暮らしの全貌を観察できるようになったからである。

また「客観生態学」の手法も進化していて、自動撮影カメラ（センサーカメラ・トレイルカメラ、赤外線センサーカメラ）を、あらかじめ自然環境の中の通り道や縄張り、水場などに設置することで、それまで人が目にするのでできなかった野生動物の知られざる夜の姿や厳冬期の姿が、観察できるようになった。

同様にしてIT技術は、人の生活もまた明るみに出しつつある。主観・客観両面から、生活財生態学の発想を、より急進的に突き進める方向に、トレンドが動いている。

「主観」調査でいえば、「究極のライフログ」ともいえる、SNSの流行が全盛を迎えている。世界中の人々がみずから進んで、ほぼリアルタイムで日々の出会いや交流、ライフイベント、食事や遊びの記録をスマホからTwitter, Instaguram, Facebook, LINEなどに公開していて、誰もが常時アクセスできる。こうした個人情報を質的・量的に解析する専用のアプリまで、出てきているほどだ。実際、こうしたSNSデータ解析は、専門調査企業の大きな需要を産み出し、まさにSNSメッセージのやりとりのただなかに、それぞれの個人がほしがりそうなモノを予測して、消費を喚起する「行動ターゲティングweb広告」を、くさびのように打ち込んでくる。これは個人を「消費者」としてのみ捉える分析であるが、われわれ社会学者もまた、こうした個人情報データから、生活財生態学的な調査・分析を行うことができる。

「客観」調査でいえば、都市中に張り巡らされた監視カメラ映像や、店舗での購買履歴、GPS移動履歴などのビッグデータが蓄積され、防犯や施策に反映されると同時に、こちらもマーケティングのターゲットとなる。悪意のある第三者に個人情報が流出すれば、犯罪を誘発しさえする。

その意味で、現代において生活財生態学的な調査を実施する場合には、個人情報の保全には十二分に配慮しつつ、本人が公開可能と考えている「無意識」的な情報に迫れるよう、いかに調査項目を設計デザインするかが、今後の質的調査のポイントになるだろう。

（藤本 憲一）

ISBN978-4-589-04190-6  
C1036 ¥2600E  
定価 本体2,600円+税



# 質的調査の方法

[第3版]

都市・文化・メディアの感じ方

工藤保則

寺岡伸悟

宮垣元編

# 質的調査の方法 [第3版]

都市・文化・メディアの感じ方

工藤保則  
寺岡伸悟 編  
宮垣元