



リサーチ用語探偵団 7

用語は違っても同じ意味である場合



様々な分野や業界とやり取りすることが多いリサーチャーは、業界独特の用語の使い方を把握しておくことが必要です

リサーチに関連する用語には、概念的には同義なのに、慣用的な呼び方が業界によって異なるケースが受けられます。

リサーチャーにも馴染みはあると思いますが、因果関係を表現するための表現で、 $Y=f(x)$ という関数式。これは、 Y という変数は、 X の関数 f によって定まる、という意味です。この場合、 Y と X についての呼び方が、使われる文脈(分析法の違いや業界の違い)によって変わってしまうのです。

例えば、リサーチ用語として当たり前に使っている「基準変数」と「説明変数」という用語ですが、シンクタンクのエコノミストの間では、「内生変数」と「外生変数」と

いう呼び方が一般的なので、通じないことがあります。こうした用語の違いは、それぞれの産業の歴史や学問の学派の違いなどによって成立しているという経緯によります。しかし、リサーチャーというのは、扱う業界や分野がとても広範でさまざまです。そのため、お客様の業界では当たり前に使われている用語について、リサーチャー自身もよく理解しておかないと、調査のオリエンテーションやプレゼンテーションの際に、大きな誤解やミスをおかしかねません。

リサーチャーの皆さんは、顧客の業界や業務における慣用語なども十分に把握しておくことを肝に銘じておくことが必要でしょうね。下表に変数の呼称のいろいろを取りあげてみました。異論・反論もあろうかと思いますが、わが社では、別の社内用語でなければ話が通じない、という情報などもあれば、教えていただければ幸いです。

表 変数の呼称のいろいろ

	$Y=f(X)$ の Y に該当する呼び方	$Y=f(X)$ の X に該当する呼び方	用語が使われる分野
1	目的変数、応答変数、反応変数 結果変数、基準変数、被説明変数	説明変数、予測変数	統計分析
2	外的基準	アイテム、カテゴリー	数量化理論
3	観測データ	要因、水準	分散分析
4	従属変数	独立変数	数学
5	結果	原因	因果モデル
6	応答	因子	品質管理、生産管理、製品検査
7	内生変数	外生変数	経済分野
8	反応、インシデンス、イベント	共変量	医学分野
9	教師信号	刺激信号、入力信号	ニューラルネットワーク、ディープラーニング

ふだん何気なく使っているリサーチ用語がグローバルには通用しない和製英語だったり、ただの社内用語だったことはありませんか？ また、改めて、どんな意味なのかを問われても、うまく答えられなかったり・・・第7回目は、「用語は違って同じ意味である場合」と「調査」を表す呼称について焦点を当てました。ここで書いた解説は探偵団による暫定的な交通整理にすぎませんので、別のご意見がありましたら編集部までお寄せください。……………『マーケティング・リサーチャー』編集部

「調 査」を表す呼称



「調査」を意味する言葉にはどのようなものがあり、どのように使い分けられているでしょうか

調査、リサーチ、サーベイ、スタディ…。マーケティング・リサーチの世界では、「調査」そのものを指してさまざまな用語が使用されますが、どのように呼び分けられているのでしょうか。

そもそも日本語の「調査」は、「物事の実態・動向などを明確にするために調べること」(『デジタル大辞泉』、小学館、2017)を意味し、調べることであれば市場調査だけでなく、地質調査、税務調査、事故調査といった「調べること」全般に広く適用されています。

これに対して、「リサーチ」や「サーベイ」といった英語圏の表現はそれぞれニュアンスが異なり、細かい使い分けがなされているようです。

「リサーチ」(research)は16世紀の中世フランス語 *rechercher* (動詞) *recherche* (名詞) がもともとの語源です。「繰り返し(re-) 探す(search)」ことにより理解を深めていくという含意が発展し、科学的研究や学術的調査を行うこと、またはそれらの調査自体を意味するようになりました。

これに対して、「サーベイ」(survey)も語源はラテン語から派生した15世紀の中世フランス語 *surveier* (動詞) に求められます。こちらは「上から(sur-) 見る(vey ≒ vis)」ことにより、全体を俯瞰して考慮するという意味合いが強く、リサーチとは異なって、対象を

深く探し求めるという視点は薄くなります。

「リサーチ」と「サーベイ」についてまると、前者が特定の領域について専門的な調査、研究を実施する意味合いが濃いのにに対して、後者は対象全体を見渡して考察するニュアンスになります。視点を変わると、「サーベイ」が現時点をありのままに把握しようとする姿勢なのに対し、「リサーチ」は過去の理解から未来を予測しようとする姿勢であるともいえます。近年、マーケティング・リサーチにおいてインサイトが重視されるのは、単なる「サーベイ」から一歩踏み込んで、「リサーチ」への転換が期待されているからではないでしょうか。

従って、マーケティング・リサーチに関して「リサーチ」や「サーベイ」を含む用語でも、例えば“*motivation research*” (動機調査) は、精神分析学という学術研究の潮流から発生した、非常に専門的な調査形態なので、日本語では「調査」という表現なのですが、英語では“*research*”であり、“*survey*”という表現は用いられません。逆に、研究色の薄い一般的なアンケート調査は“*survey*”になります。

いくつかの用語で「リサーチ」と「サーベイ」の使い分け事例をまとめたものが以下です。



ほかにも、「スタディ」(study)はよく知られているように学問、研究を念頭に置いており、探したり俯瞰したりした結果を論文にまとめあげるようなニュアンスまでが含まれていると、編集部では考えています。

参考文献

『デジタル大辞泉』、小学館、2017
“ONLINE ETYMOLOGY DICTIONARY”