

S. Schwartz の概念枠組みにもとづく価値観の国際比較*

——ドイツと日本における「大学生調査」のデータ分析 ——

真 鍋 一 史**

Wolfgang JAGODZINSKI***

Eldad DAVIDOV***

Hermann DÜLMER****

Carola HOMMERICH*****

I. はじめに

本稿は、Schwartz の価値観研究における基本的な概念枠組みをはじめ、その実証的研究のためのさまざまなルールや条件——質問紙の作成、調査対象者の選定、実査の方法、データ分析の進め方など——にもとづいて、国際共同研究の形で実施されたドイツと日本における「大学生調査」のデータ分析の結果を、方法論的な側面に焦点を合わせて報告するものである。

そこで、まず、このような「大学生調査」の目標・意義・経緯について述べておかなければならない。

近年、価値観 (values) というテーマが新しい様相のもとに、社会科学の領域において活発に議論されるようになってきた。いうまでもなく、世界のアカデミック・コミュニティにおけるこのような研究動向の背後には、さまざまな要因があった。ここでは、筆者は、つぎの2つの点に注目しておきたい。

1つは、ヨーロッパにおける「宗教の世俗化 (secularization)」と「国家の統合の試み：EU の

誕生」を契機とする「ヨーロッパ価値観調査 (European Values Study: EVS) と、その延長線上での R. Inglehart による「世界価値観調査 (World Values Survey: WVS)」の出現であり、そして、このような国際比較調査をとおして、現代社会における価値観の「多様化 (divergence: 拡散) の方向」と「共通化 (convergence: 収斂) の方向」が浮き彫りになってきたということである。

もう1つは“Basic Human Values”といったところに焦点を合わせる S. Schwartz の価値観研究が多く研究者の関心を集め、世界のさまざまな国や地域において、Schwartz の価値観研究をレファレンス・スタディとして、その線上でさまざまな理論的・実証的研究が行なわれるようになってきたということである。そして、このような諸研究で取りあげられてきた「価値観のタイプ (value types)」というアイデアは、いまやパーソナリティ特性 (personality traits) に関する「ビッグ・ファイヴ (Big Five) 理論」にも迫る勢いを示しているといっても過言ではない。

こうして、本稿で取りあげる Schwartz の価値観研究は、この研究領域における、いわば二大潮

*キーワード：Schwartz の価値観モデル・調査方法・データ分析法、度数分布、回答パターン、最頻値

**関西学院大学名誉教授、青山学院大学名誉教授、統計数理研究所客員教授

***ドイツ・ケルン大学教授

****ドイツ・ケルン大学助教授

*****上智大学准教授

流の一翼を担うものとして位置づけられるのである。因みに、このような位置づけを裏付ける文献として、ここでは、つぎのものをあげておきたい。

Georg Dattler, Wolfgang Jagodzinski and Peter Schmidt (2013), Two Theories on the Test Bench: Internal and External Validity of the Theories of Ronald Inglehart and Shalom Schwartz, *Social Science Research* 42: 906-925.

以上に述べたように、世界の研究者が Schwartz の価値観研究に大きな関心を示しているものの、そのような研究の方法論的な検討というと、それは、いまだ必ずしも十分なものとはいえない。Schwartz は、人びとの価値観を “a circular continuum” ——真鍋は、「環状連続体」という日本語訳を行なった——と呼ばれる形状モデル (configuration model) で描き出した。では、このような「環状連続体モデル」は、いかにして「再現 (reproduce)」することができるであろうか。科学と呼ばれる人間の知的営為は、まさにそこから出発しなければならないのではなからうか。具体的にいうならば、それは Schwartz の構成した「環状連続体モデル」という形での価値観モデルが、その枠組、条件、ルールにもとづいて、特定の調査対象から収集されたデータを用いて、実証的に「再現」されるということから出発しなければならないのではなからうか。

では、そのような出発は、どこをめざすのであろうか。いうまでもなく、実証科学としての社会科学がめざすのは、「新しい知の発見」と「新しい方法の開発」である。繰り返しになるが、価値観研究の領域における、このような「新しい知の発見」と「新しい方法の開発」は、Schwartz の知的営為のプロセスの「再現の試み」を待って初めて可能となる。具体的にいうならば、前者の「新しい知の発見」とは、Schwartz の枠組、条件、ルールにもとづく質問紙調査の、Schwartz の方法論にもとづくデータ分析をとおして、どのような結果——人びとの価値観の諸相とその構造——が導かれることになるかということであり、

後者の「新しい方法の開発」とは、そのような質問紙調査とそのデータ分析をとおして、Schwartz の価値観項目が、国際比較・文化比較の視座からして利用可能な「測定の尺度」となることが確認できるか、そして、Schwartz の方法を超越する新しい視座が提案できるか、ということである。

以上のような問題関心にもとづいて、国際共同研究が開始された。メンバーは、ドイツ・ケルン大学の Wolfgang Jagodzinski 教授、Eldad Davidov 教授、Hermann Dülmer 助教授、上智大学の Carola Hommerich 准教授と筆者の5名であり、イスラエル・ヘブライ大学の Schwartz 教授とは常に緊密な連絡を取りながら、共同研究を進めてきた。

このような国際共同研究の経緯については、すでに以下の文献において詳細に報告している。

真鍋一史「〈研究ノート〉 Schwartz の『価値観研究』の方法論的な検討」『関西学院大学社会学部紀要』第129号：2018年10月。

国際共同研究の具体的な内容については、この文献を参照されたいが、メンバーがそれぞれこの研究課題にどのように取り組んでいったかという点からするならば、それらは相互に深く関連しながらも、その形態の面においては、(1) メンバーが、それぞれのテーマ・視座・方法で Schwartz の価値観研究にかかわる独自の研究を進めるという側面、(2) それらを踏まえて、メンバーが共同で1つの研究に取り組むという側面、の2つの側面が区別される。

まず、(1) については、例えば、真鍋の研究成果にかぎっていうならば、以下のものがあげられる。

Kazufumi Manabe 「Use of Facet Theory in Developing Values Theory of Shalom Schwartz」『青山スタンダード論集』(第11号：2016年1月)

真鍋一史「ファセット・アプローチと価値観研究」『関西学院大学社会学部紀要』(第123号：2016年3月)

真鍋一史「価値観研究のフロンティア——Circumplex モデルから Radex モデルへ——」『青山地球社会共生論集』(創刊号：2016年5月)

真鍋一史「国際比較の視座からする Schwartz の『価値観モデル』の実証的な検討——『世界価値観調査』のデータ分析——」『青山地球社会共生論集』（第2号：2017年7月）

Kazufumi Manabe「Empirical Examination of the Schwartz Value Theory from a Cross-National Comparative Perspective: Data Analysis of the World Values Survey」『関西学院大学社会学部紀要』（第127号：2017年10月）

Kazufumi Manabe「Methodological Examination of Schwartz's Value Research: Through Data Analysis of the World Values Survey」『関西学院大学社会学部紀要』（第132号：2019年10月）

Kazufumi Manabe「Methodological Examination of Schwartz's Value Research: Focusing on the Translation of Schwartz's Question Items into Japanese」『青山地球社会共生論集』（第4号：印刷中）

つぎに、(2)については、以下のような共同研究のいくつかのフェーズが区別できる。

- ① Schwartz の価値観調査の調査票（質問紙）——Portrait Values Questionnaire: PVQ-RR 57 items と呼ばれる——の「ドイツ語版」と「日本語版」の作成
- ② ドイツのケルン大学、日本の北海道大学と青山学院大学における大学生調査の実施
- ③ データ分析
- ④ 共著論文の執筆

さて、現在、国際共同研究は、このようなフェーズの③と④の段階にある。そこで、このような国際共同研究における本稿の位置と性格について述べておかなければならない。

本稿は、Schwartz の概念枠組み、ルール、条件にもとづいて、ドイツと日本の大学生を対象に実施された価値観調査について、方法論的な側面に焦点を合わせてデータ分析を試みた結果を報告するものである。ここで、概念枠組み、ルール、条件と書いたが、Schwartz は、当初から、その価値観調査がさまざまな国や文化において追試されることを想定して、これらを準備したのであるが、それは、社会調査という知的営為の流れというならば、単に「調査票（質問紙）の作成」のフェーズのみにとどまるものではなく、さらに「デ

ータ分析」のフェーズにまでも及んでいる。それが、“Scoring and Analysis Instruction”である。そして、共同研究においては Schwartz の価値観研究の再現化をめざして、われわれは、このようなインストラクションにしたがって、データ分析を進めていった。しかし、筆者のこれまでのさまざまな社会調査のデータ分析の経験にもとづく「勘どころ」からするならば、これはやはり、Schwartz の方法に先立って、筆者の独自の方法で始めるべきであるという「予感」がすでに抑えがたいものとしてあった。ここでいう筆者独自のデータ分析の方法とは、いわば「初等レベルのデータ分析」として性格づけられるものである。

日本が生んだ世界に誇るべき「調査の達人」——社会調査協会の専門雑誌『社会と調査』（第6号：2011年）での表現——の1人である林知己夫（1977）は、かつて、日本の社会調査における統計分析の系譜を、「古典主義」から「モダニズム」への転換として捉えた。それは、具体的にいうならば、「単純集計」「クロス集計」などの、いわば初等的なレベルの技法を用いて社会調査の結果を「記述」しようとする段階から、「重回帰分析」「共分散構造分析」などの、高度の分析技法を用いて社会調査の結果を「分析」しようとする段階への発展ということである。

このような考え方からするならば、Schwartz のインストラクションにおいて指示されたデータ分析の方法は、いうまでもなく「モダニズム」のものとして性格づけることができる。それにもかかわらず、筆者は、ここで、あえて「古典主義」に立ち返ることを提案するのである。そうすることによって、「モダニズム」では見えない側面を捉えることが可能になるとともに、社会科学の視座からする価値観研究の重要な側面の指摘が可能になる、ということが「予感」されたからにはほかならない。

II. Schwartz の価値観研究の概念枠組み

Schwartz の価値観研究については、真鍋は、上記の文献において、真鍋の独自の視座から詳細に精査した。したがって、本稿では、Schwartz の概念枠組、条件、ルールにもとづく、ドイツと

表1 Schwartz (1992) の「価値観の諸要素 (value type) とその動機づけ (motivation) の内容」

Value type	Motivational emphasis
Power	Social status and prestige, control or dominance over people and resources
Achievement	Personal success through demonstrating competence according to social standards
Hedonism	Pleasure and sensuous gratification for oneself
Stimulation	Excitement, novelty and challenge in life
Self-direction	Independent thought and action – choosing, creating and exploring
Universalism	Understanding, appreciation, tolerance and protection for the welfare of all people and for nature
Benevolence	Preservation and enhancement of the welfare of people with whom one is in frequent personal contact
Tradition	Respect, commitment and acceptance of the customs and ideas that traditional culture or religion provide the self
Conformity	Restraint of actions, inclinations, and impulses likely to upset or harm others and violate social expectations or norms
Security	Safety, harmony and stability of society, or relationships, and of self

日本の大学生を対象とする価値観調査の結果の報告という、ここでの課題にとって、必要最小限度の記述にとどめる。

さて、実証科学としての社会科学における価値観研究の系譜を、この研究領域における科学化の進展という視座から見ていくならば、それは価値観をめぐる「概念化 (conceptualization)」と「操作化 (operationalization)」の発展過程として捉えることができる。

価値観という概念は、いうまでもなく、「構成概念 (construct)」であり、したがって、その概念を構成する諸要素が問題となる。このような、価値観の諸要素 (Schwartz の用語でいえば value types) とその動機づけの具体的な内容について、Sagiv と Schwartz (1995) は、表1のように整理している。

こうして、価値観の諸要素を概念構成した上で、Schwartz は、つぎに価値観を構成する諸要素の相互間の関係についての理論的考察へと進んでいく。

そして、そのような理論的考察が、幾何学的な形状モデルに結晶化されたものこそが、Schwartz の価値観モデル、すなわち “a circular continuum of values” ——真鍋の日本語訳でいうならば、「価値観の環状連続体」——にほかならない (図1)。では、Schwartz は、その理論的考察を、どのようにして「環状連続体」という形での価値観モデルに結晶化することができたのであろうか。そのために、Schwartz が利用した統計的技法は、L. Guttman によって開発された「最小空間分析 (Smallest Space Analysis : SSA) であった。

ところで、真鍋は、以上の「環状連続体モデ

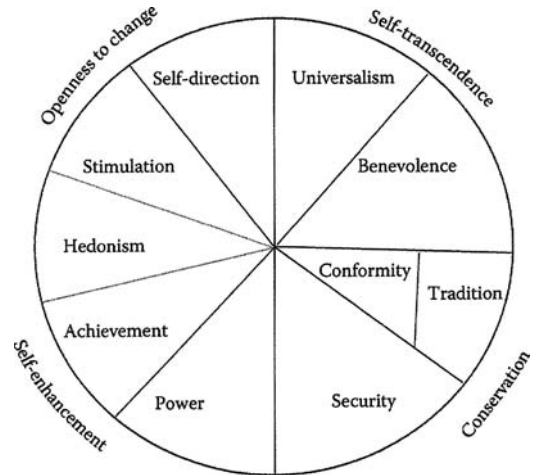


図1 Schwartz (1992) の「価値観の環状連続体モデル」

ル」の説明において、「これが Schwartz の基本的な価値観モデルである」として、「基本的」という表現を用いたが、それは、Schwartz の価値観モデルのアイディアが発表されて以来、いまだそのアイディアにはいわば到達点というべきものが示されているわけではなく、Schwartz 自身によって、またその共同研究者によって、さまざまなそのアイディアの「進化」の試みが続けられてきているからである。その「進化」の方向は、いわば価値観の「次元の細分化の方向」と「次元の総合化」の方向ともいうべきものであった——「次元の細分化」と「次元の総合化」という用語は、安田三郎 (1960) のものである——。

まず、前者の側面については、Schwartz (1992) と Schwartz et al. (2012) を比較することで明らかとなる。Schwartz (1992) では、環状連

続体を circular order の形で構成する価値観が、「Security」「Tradition」「Conformity」「Universalism」「Benevolence」「Self-Direction」「Stimulation」「Hedonism」「Achievement」「Power」の10に分けられたが、Schwartz et al. (2012) では、それら価値観のいくつかがさらに細分化——例えば「Security」が「Personal Security」と「Societal Security」に細分化——され、19に分けられることになった。そして、この場合、19の価値観の諸要素ごとに3つずつの質問項目が作成されたので、質問紙は、 $19 \times 3 = 57$ の質問諸項目で構成されることになった。

では、なぜ、このような「細分化」がなされることになったかという、いうまでもなく、それは、それら質問諸項目の「信頼性 (reliability)」と「妥当性 (validity)」の検討にもとづいて、測定精緻化が進められてきたからにはかならない。

つぎに、後者の側面については、それは Schwartz et al. (2012) で新しく提案されることになった研究の方向である。具体的にいうならば、Schwartzの研究においては、一方で上述のように価値観が細分化され、19の「価値観の諸要素 (諸タイプ)」に分けられたが、それと同時に、他方でそれらは4つの高次の価値観——「Self-Transcendence」「Conservation」「Self-Enhancement」「Openness」——にグループ化され、はじめの「価値観の諸項目」、そして「価値観の諸要素 (諸タイプ)」、さらに「高次の価値観」という「ヒエラルヒカルな3層構造」が構成されることになったということである。これは、もう1つの「価値観モデル」の結晶化といえよう。では、このような結晶化は、いかにして可能となったのであろうか。それは、「確認的因子分析 (Confirmatory Factor Analysis: CFA)」という統計的技法の採用をとおしてであった。思うに、社会科学の領域における研究の「発展」は、常に substantive な「理論的考察」と methodological な「実証的方法」との出会いをとおして着実にもたらされるもののようなものである。以上のような「進化」の過程を経て、その結果が幾何学的な図形の形で示されたものが、図2である。

こうして、今回の国際共同研究の目標——

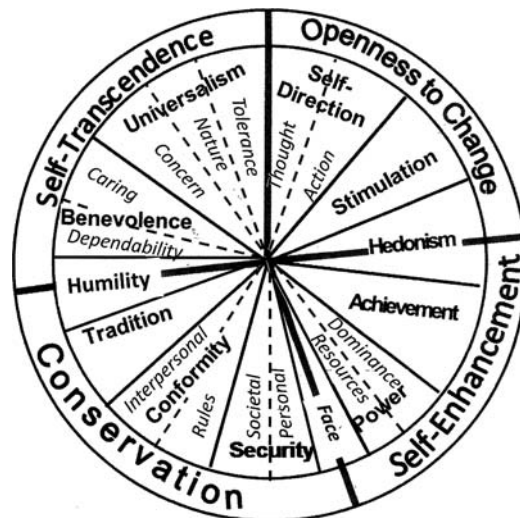


図2 Schwartz et al. (2012) の「価値観の三次元のヒエラルヒカルな構造モデル」

Schwartzの価値観モデルの再現化——の具体的な内容が明らかとなった。それは、以上のような形状モデルの、ドイツと日本の大学生を対象とする価値観調査のデータ分析にもとづく、実証的な確認 (empirical confirmation) ということである。

Ⅲ. ドイツと日本の大学生を対象とする価値観調査

1. 調査票 (質問紙) の作成

Schwartzの価値観調査の調査票 (質問紙) には、複数のバージョンがあるが、われわれはPVQ-RR 57 items (3110/2013) を用いることにした。そこで、それを Source/Master Language Questionnaire: SLQ として、ドイツ語版と日本語版の調査票 (質問紙)——Translated/Target Language Questionnaire: TLQ——を作成することが、今回の国際共同研究の出発点となった。

因みに、このような日本語版の調査票 (質問紙) の作成の経緯・問題・完成については、真鍋 (2018) で詳細に紹介した。したがって、ここでは、このような過程において発生した1つの重要な問題点について記しておくにとどめる。

その問題点とは、日本語版 TLQ が、すでに述べたように、PVQ-RR 57 items (3110/2013) の翻訳-逆翻訳の繰り返しにもとづいて作成されたの

に対して、ドイツ語版 TLQ は、Schwartz によって、その後、Q 17 と Q 53 のワーディングが修正された、その revised version にもとづいて作成されたということである。じつは、このことは、両国における「実査」の後で、明らかになったのであり、いわば国際共同研究における「コミュニケーション・ギャップ」ともいべき事例である。この点は、共同研究におけるきわめて重要な反省点として、ここに書き残しておきたい。こうして、今回のドイツと日本の大学生の「価値観調査」のデータ分析において、「価値観項目」の Q 17 と Q 53 の 2 項目については、「国際比較」という視座からの検討が不可能となったのである。

2. 調査の方法

調査の方法については、(1) 実査の対象、(2) 実査の方法、(3) 実査の時期、について簡潔に記しておきたい。

(1) 実査の対象

Schwartz の価値観調査の多くが、学校の教員・学生を対象として実施されてきた。われわれは、何よりも便宜的な理由から、ドイツのケルン大学、日本の北海道大学と青山学院大学の 3 つの大学の学生を対象として調査を実施した。

そこで、このような調査が大学生を対象となされたという点をめぐって、調査方法論的な問題が提起されることになる。確かに、このような調査については、一方で、対象が限定されたものである、そこから特定社会の全体的な傾向について語ることはできないという議論があるものの、他方で、これまでの青年期に関する社会学的研究から、例えば、浜島明 (1973) によって、「青年は社会のものさしである」あるいは「青年は社会のリトマス試験紙である」という洞察が示されており、そうだとするならば、今回の大学生を対象とする価値観調査は、それぞれの社会の動向の予測資料を提供するものであるという議論もありうるであろう。

いうまでもなく、このような議論は、どこまでも、より本格的な調査研究をとおして、実証的に確認されるべき仮説として位置づけられるものである。

(2) 実査の方法

実査は、上述の 3 つの大学における講義あるいは演習 (ゼミナール) の時間に調査票 (質問紙) を配布し、学生がその場で回答を記入する「自記式」の「集合調査法」の形式、あるいは、学生が調査票 (質問紙) を持ち帰り、回答を記入し、後日、それを提出する「自記式」の「留置法」の形式、で実施した。

その具体的な詳細は、以下のとおりである。

〈ケルン大学の場合〉

ケルン大学には社会科学のさまざまな BA (学部教育) のスタディ・プログラム——社会学、政治学、メディア研究、地理学、ビジネス、健康経済、地域研究——の学生が大教室 (400 人~500 人) で受講する「計量的方法 (Quantitative Method)」の講義がある。実査は、その講義の後半の時間を割いて、Jagodzinski 教授、Davidov 教授、Dülmer 助教授によって実施された。

〈北海道大学の場合〉

北海道大学文学部の「社会構造論」の講義 (Hommerich 准教授担当) の中間試験の直後、実施された。

〈青山学院大学の場合〉

青山学院大学地球社会共生学部のゼミナール——岩田伸人、岡部篤行、岡本真佐子、桑島京子、高橋良輔、古橋大地、升本潔、真鍋一史、樺島榮一郎、菊池尚代、石塚彩、小堀真、橋本彩花の諸先生方の担当のゼミナール——の学生を対象に、上述のいずれかの方式で実施された。

(3) 実査の時期

実査は、ケルン大学は、2018 年 10 月 10 日、北海道大学は、2018 年 11 月 20 日、青山学院大学は、2018 年 11 月末から 2019 年 1 月初めにかけて、それぞれ実施された。

3. 回答者のプロフィール

以上のような実査の結果、回答者のプロフィールは、以下ようになった。

①大学別の回答者数と%は表 2 のとおりである。回答者数はケルン大学が最も多く、つぎが北海道大学で、青山学院大学が最も少ない。

表2 大学別の回答者数と%

	回答者数	%
ケルン大学	313	51.5%
北海道大学	193	31.7%
青山学院大学	102	16.8%
計	608	100.0%

②国別の回答者数と%は表3のとおりである。ドイツと日本の回答者数はほぼ同じという結果になった。

表3 国別の回答者数と%

	回答者数	%
ドイツ	313	51.5%
日本	295	48.5%
計	608	100.0%

③大学別、国別の回答者の男女比は表4、表5に示した。

表4 大学別の男女比

	ケルン大学		北海道大学		青山学院大学	
	回答者数	%	回答者数	%	回答者数	%
男女	117	37.4%	99	51.3%	43	42.2%
	196	62.6%	94	48.7%	59	57.8%
計	313	100.0%	193	100.0%	102	100.0%

表5 国別の男女比

	ドイツ		日本	
	回答者数	%	回答者数	%
男女	117	37.4%	142	48.1%
	196	62.6%	153	51.9%
計	313	100.0%	295	100.0%

男性の%が最も高いのは北海道大学、つぎが青山学院大学で、それが最も低いのはケルン大学となっている。

以上のような回答者のプロフィールを確認した上で、以下のデータ分析において、注意しなければならない点として、ドイツと日本の回答結果から、両国における「価値観」の違いについて報告する場合、①両国の違いは、北海道大学と青山学院大学の違いを超えて大きいものであるかどうか、②両国の違いは、両国の調査対象者の男女比の違いによって影響されていないかどうか、

をチェックしておくことが重要な課題となる、ということがあげられる。

IV. データ分析

——回答結果の度数分布を示す折れ線グラフの検討——

本稿においては、調査結果のデータ分析は、「度数分布 (frequency distribution) を示す折れ線グラフ」の検討に焦点を合わせる。いうまでもなく、それが、その後のさまざまなデータ分析の出発点となるものであると考えるからにはほかならない。その意義については、具体的には、このような「折れ線グラフ」からの「結果の読み取り」の際に、個別的に述べていくことにする。

しかし、それに先立って、ここでは、今回のデータ分析において、「度数分布の折れ線グラフ」に焦点を合わせることについての、筆者のいわば「方法論的な予感」ともいべきもの——林知己夫(1970)は「勘どころ」という表現を用いている——について、述べておかなければならない。このような「予感」は、筆者がこれまで、さまざまな質問紙調査のデータ分析を実施することによって得られた「経験則 (rule of thumb)」ともいべきものを踏まえている。

では、その「予感」がどのようなものかという、それはつぎのとおりである。Schwartzは、その価値観調査のデータ分析において準拠すべきものとして詳細な「インストラクション」——Scoring and Analysis Instruction——を準備しており、ここでは「57の価値観の質問項目」と「19の価値観のタイプ」について、それぞれ「平均値 (mean score)」——後者については、「平均値」の「平均値」——を算出することを指示している。

しかし、このような「平均値」によるデータ分析に問題はないのであろうか。筆者がこのような疑問を持つのは、筆者のこれまでのデータ分析の経験から、「平均値」がほぼ同じ値であるが、「度数分布」の形はかなり異なるというケースが確認されているからにはほかならない。思うに、Schwartzが「平均値」を用いた分析を指示している背景には、これまでこのような「問題の所在」を考慮に入れる必要がなかったからではなか

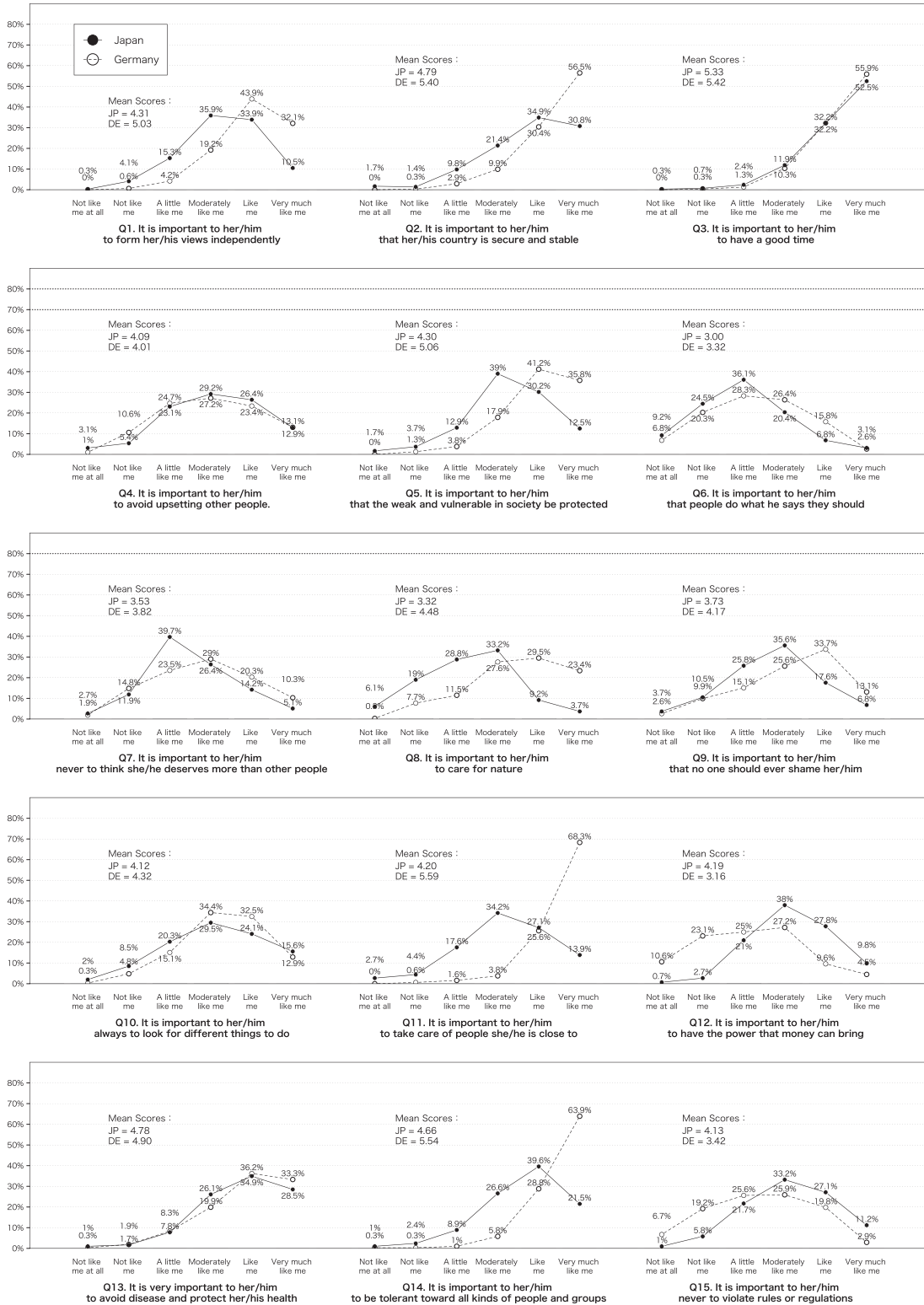


図 3-1 価値観項目に対する回答の度数分布を示す折れ線グラフ

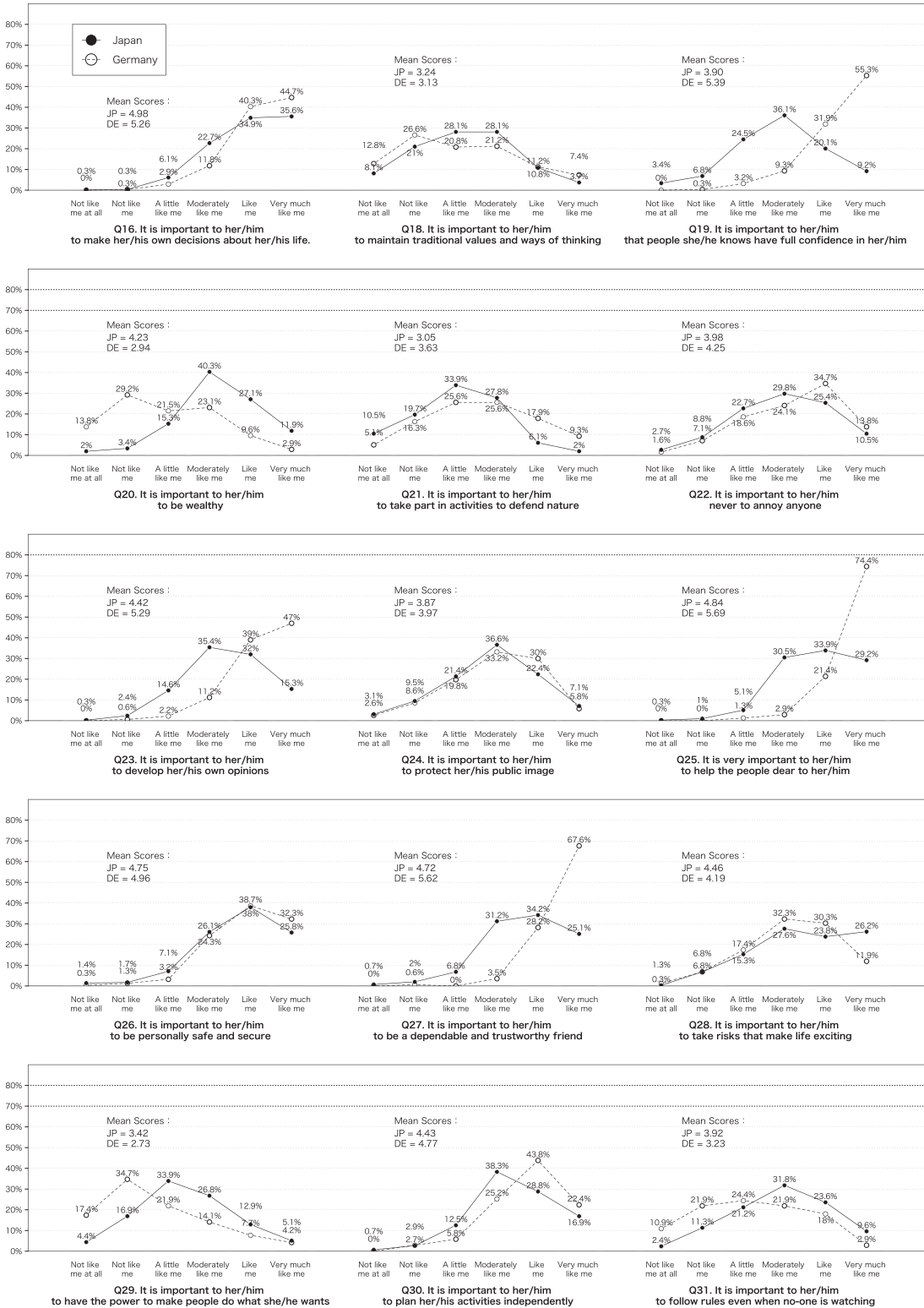


図 3-2 価値観項目に対する回答の度数分布を示す折れ線グラフ

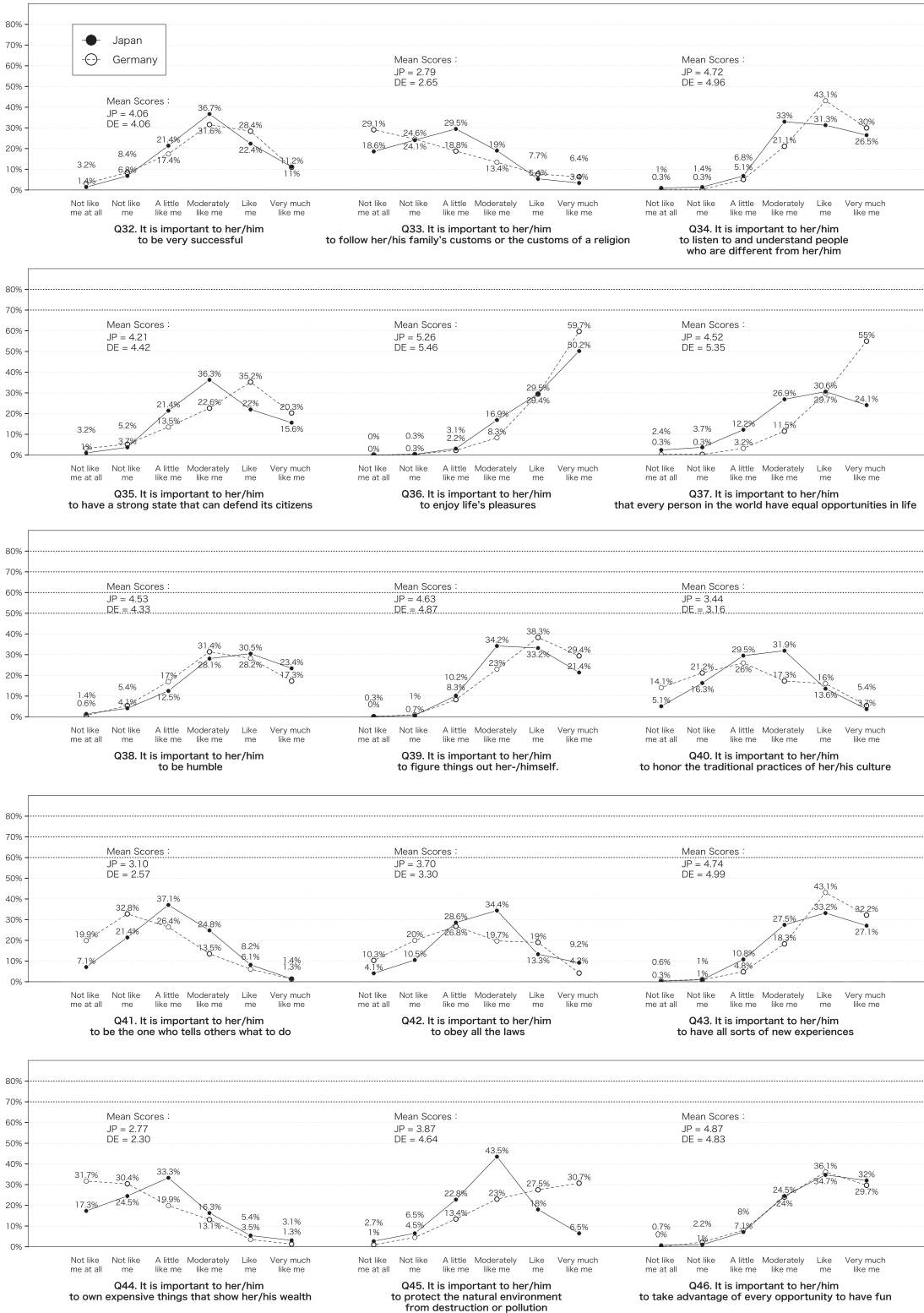


図 3-3 価値観項目に対する回答の度数分布を示す折れ線グラフ

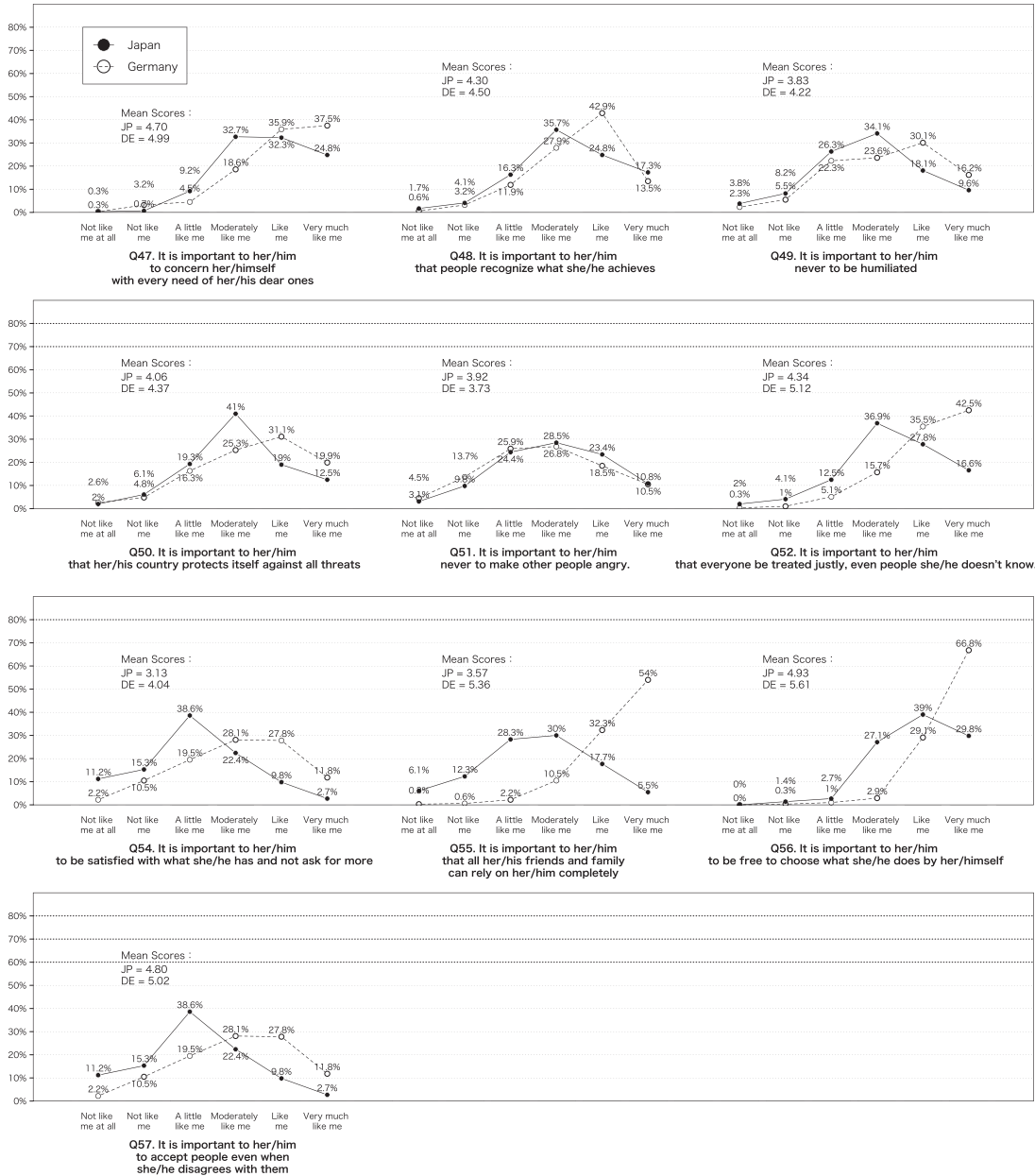


図 3-4 価値観項目に対する回答の度数分布を示す折れ線グラフ

ろうか。ところが、社会的・文化的背景の大きく異なる「ドイツ」と「日本」が調査対象国となる場合においては、いわば「思いがけない」結果が起こりうる。そのような事態に対応する方略の1つが、「度数分布の形」の検討から始めるという行き方である。

筆者の「予感」は、データ分析のさらにもう1つの方向をも示唆するものである。それは、筆者

によるデータ分析の目標を、Schwartzの価値観モデル——「環状連続体」という空間分割図の形で描写されたモデル——の、Schwartzのデータ分析法による確認といったところに限定するならば、Schwartzの「インストラクション」にもとづいて、「平均値」を用いたデータ分析を進めていくことは、確かに有効な——さらにいうならば、「そうしなければならない」——行き方とい

うことができる。しかし、そこからは、Schwartzの価値観研究を「超える」方向は出てこない。もう一度、「度数分布」そのものに立ち返ることによって、「新しい価値観研究の方向」が見えてくることになるのではなからうか。以上が、ここの、筆者による「予感」の漠とした内容である。

こうして、ここでは、筆者のデータ分析を、それぞれの価値観項目に対する6つの「回答のカテゴリ (response category)」の度数分布 (%) を示す「折れ線グラフ」(図3)の検討から始める。

1. 度数分布の山の「頂上 (最頻値) は1つ (unimodal distribution)」か、それとも「頂上は2つ (bimodal distribution)」か?

「ドイツの大学生の価値観」と「日本の大学生の価値観」を「平均値」を用いて比較する場合の問題は、度数分布に山の頂上が2つあるケースである。そこで、度数分布の検討の第1の課題は、今回の「折れ線グラフ」に bimodal distribution のパターンが見られるかどうかを確認することである。

そして、その結果、

ドイツの場合 : Q 21

日本の場合 : Q 18

においては、頂上は2つあることがわかる。しかし、これらのケースで、それら2つの頂上は相互

に隣どうしの、いわば「平坦な頂上」の形となっており、厳密な意味——つまり「ポジティブの方向」と「ネガティブの方向」に回答が2分され、その結果、「平均値」が左右で相殺され、その値が小さくなるという意味——での bimodal distribution の形とはなっていない。

こうして、今回の「度数分布」の形には、このような点からする限りにおいては、方法論的な問題は無いということが確認されたといえよう。

2. 度数分布の頂上はどこ——どの「回答のカテゴリ」のところで——にあるか

Schwartz の PVQ-RR 57 items では、「この人は、どのくらいあなたに似ていますか」という質問項目に対して、回答のカテゴリとしては、

1. まったく似ていない (Not like me at all)
2. ほとんど似ていない (Not like me)
3. あまり似ていない (A little like me)
4. 少し似ている (Moderately like me)
5. かなり似ている (Like me)
6. とても似ている (Very much like me)

の6つが準備されている。ここでは、それぞれの価値観項目において、度数分布の山の頂上がどこにあるかを見ていくのである。そして、そのような検討の結果が、一目で把握できるように、つぎの表6を作成した。

表6 度数分布の最頻値の回答カテゴリ

	ドイツ		日本	
	質問番号	個数	質問番号	個数
まったく似ていない (Not like me at all)	33 44	2 3.6%		0 0.0%
ほとんど似ていない (Not like me)	18 20 29 41	4 7.1%		0 0.0%
あまり似ていない (A little like me)	6 21 31 40 42	5 8.9%	6 7 18 21 29 33 41 44 54	9 16.1%
少し似ている (Moderately like me)	4 7 10 12 15 21 24 28 32 38 51	11 19.6%	1 4 5 8 9 10 11 12 15 18 19 20 22 23 24 28 30 31 32 34 35 39 40 42 45 47 48 49 50 51 52 55	32 57.1%
かなり似ている (Like me)	1 5 8 9 13 22 26 30 34 35 39 43 46 48 49 50 54 57	18 32.2%	2 13 14 25 26 27 37 38 43 46 56 57	12 21.4%
とても似ている (Very much like me)	2 3 11 14 16 19 23 25 27 36 37 45 47 52 55 56	16 28.6%	3 16 36	3 5.4%
計		56 100.0%		56 100.0%

この結果から、以下の点を読み取ることができ
るのであろう。

ドイツの結果と日本の結果には、じつに驚くべき
違いが見られる。それは、ドイツにおける回答
が、「とても似ている」と「かなり似ている」の
2つのカテゴリに、両者ほぼ同じくらいの%で
集中しており——両者で60%強を占めており
——、それら以外のカテゴリでは、その「似て
いる」レベルが低くなるにつれて、回答の%が漸
減していくパターンを示しているのに対して、日
本のパターンでは、回答の60%弱が「少し似て
いる (Moderately)」のところに集中しており、
そのカテゴリの両隣、つまり「かなり似てい
る」と「あまり似ていない」は、それぞれ20%
と16%となっており、「とても似ている」はわず
か5% (ドイツでは29%)、そして「ほとんど似
ていない」と「まったく似ていない」はいずれも
0% (ドイツでは7%と4%)となっている、と
いうことである。

そして、さらに注目しておくべきは、ドイツに
おいては、回答が、ポジティブの方向で、カテ
ゴリ「端」と「その隣」に現れると述べたが、
そのような端 (極) への回答傾向はポジティブの
方向だけではなく、ネガティブの方向——つま
り、「まったく似ていない」という回答の選択肢
——においても現れる。そこで、そのような両極
を選ぶ回答者という視点から、ドイツと日本の回
答傾向を比較してみるならば、ドイツにおいて
は、ポジティブの極の29%とネガティブの極の
4%を加算して33%——つまり、ほぼ1/3の——
の回答者が「両極選択的な回答傾向」を示して
いるのに対して、日本においては、すでに指摘し
たように、60%弱——2/3にせまる回答者——が
「中間的選択的な回答傾向」を示していることが
確認されるのである。

以上の結果は、価値観についての質問項目の
「内容」の違いを越えて、そもそもそのような質
問紙調査の諸項目に回答する場合の両国の「表現
様式」の違いというべきものを示しているのでは
なからうか。そして、そうだとするならば、この
点は、価値観研究ということからして、きわめて
重要な発見といえるのではなからうか。なぜなら
ば、そのような回答の「表現様式」には、まさに

人びとの価値観が投影されていると考えるからに
ほかならない。例えば、日本の回答者の「中間的
回答の傾向」には、小林一茶の「めでたさも中く
らいなりおらが春」という俳句と、一脈通ずるも
のがあるといえないであろうか。それは、日本人
の「控えめ」「中庸」「穏やか」を是とする表現傾
向として解釈されるかもしれない。確かに、林知
己夫 (1996) も、アメリカ人が強い表現の回答傾
向を示すのに対して、日本人は中間的の回答をし
がちであるという発見を報告している。

こうして、質問紙調査に対する回答における
「表現様式」という視座からする価値観研究が提
案されることになる。このような視座は、
Schwartzの方法からするならば、「予期されな
かったもの」といわなければならないであろう。そ
の意味で、このような視座の発見をもたらした
「度数分布の形の検討」は、R. K. Merton (1957=
1961) の用語でいうならば、「掘り出し (seren
dipity) 型」のデータ分析法と呼べるものにほか
ならない。

3. 度数分布の山の頂上は、どの程度の高さか？

上述のように、度数分布の山の頂上が回答カテ
ゴリ「端」のポジティブあるいはネガティブの端
(極) にあるという場合、それは回答の「表現様
式」を示すものとして捉えられるというアイディ
アを提案した。そこで、つぎに、そのような価値
項目において、その山の頂上は、どの程度の高さ
を示しているかといった点に注目するという、も
う1つのアイディアが出てくる。それは、同じよ
うに度数分布の山の頂上が一方の端に現れるとい
う場合も、それが「右肩上がり」あるいは「左肩
上がり」のなだらかな形で徐々に高くなってい
き、その端のところで頂上に到るというタイプ
と、その頂上が端のところで突然とびぬけて高く
なっているというタイプ、の2つのタイプがある
からである。

ここで、便宜的に、その頂上が50%以上の値
を示したケース——それは、上述の2つのタイプ
のうち、後者に分類されるタイプということにな
る——を取りあげるとするならば、ドイツと日本
で、そのようなタイプに分類される価値観項目は
以下のようになる (ここでは、図1の価値観モデ

ルの Self-Direction から左回りで価値観諸項目をあげる)。

〈ドイツの場合〉

Q 56 自分がすることを自分で自由に選ぶ (66.8%)

Q 3 楽しい時間を過ごす (55.9%)

Q 36 人生の喜びを味わう (59.7%)

Q 2 自分の国が安全で安定している (56.5%)

Q 19 知り合いが自分に全幅の信頼を置く (55.3%)

Q 27 自分は頼りになる信頼できる友人である (67.6%)

Q 55 友人や家族は自分を完全に頼ることができる (54.0%)

Q 11 親しい人たちの面倒を見る (68.3%)

Q 25 自分の大切な人たちの手助けをする (74.4%)

Q 37 世界のすべての人びとが人生において平等な機会を持つ (55.0%)

Q 14 あらゆる人や集団に対して寛容である (69.9%)

〈日本場合〉

Q 3 楽しい時間を過ごす (52.5%)

Q 36 人生の喜びを味わう (50.2%)

以上の結果からするならば、人びとの価値観の「内容」について、その一致度(収斂度)が高い——つまり、50%以上の人びとによって「とても似ている」という回答カテゴリが選ばれた——項目は、ドイツで「楽しい時間」「人生の喜び」「自由」「平等」「寛容」「安全・安定」「内集団の人びととの信頼とケア」、そして、日本で「楽しい時間」「人生の喜び」となっていることがわかる。

ここでは、ドイツと日本の比較ということからして、つぎのような点が注目される。

①ドイツと日本で、度数分布の形がほぼ同じであるのは、Q 3とQ 36の「楽しい時間」と「人生の喜び」で、これら2つの価値観項目については、それらはJ字の形を示している。このように、日本でいわば「価値観の収斂」ともいえるも

のが観察できるのが、「楽しい時間」と「人生の喜び」に限られるという点は、きわめて興味深い。

②それら2項目以外については、日本の度数分布は山形となっている。そして、ここで重要であるのは、そのような日本の形が「ゆるやかな山形」——「尖度(kurtosis)」の小さな分布——であって、「とんがった山形」——「尖度」の大きな分布——でないということである。いずれにしても、このようなドイツと日本の「度数分布の形」の違い——ドイツにおけるJ字形と日本における山形という違い——は、その価値観の内容という点からして、きわめて重要である。繰り返しになるが、それは、これらの諸項目についてはドイツの価値観に「収斂」とも呼ぶべき傾向が観察されるのに対して、日本の価値観にそのような傾向が観察されないということである。

③そのように、ドイツで価値観に収斂が見られる諸項目が、「安全・安定」「楽しみ・喜び」「自由」「平等」「寛容」「内集団の人びととの信頼とケア」という、まさに現代の思想の中心にあるとされてきた項目であることは注目される。

④ところが、日本では、このように「収斂」傾向は、「楽しみ」と「喜び」という2つの項目についてしか観察されない。それらだけにとどまるのであれば、それは、「思想」というよりも、むしろ「感性」と呼ぶのがふさわしいものであるかもしれない。

⑤ドイツにおいて、これらの収斂が見られる諸項目のなかに、「内集団の人びととの信頼とケア」が含まれることも、きわめて興味深い。なぜなら、これらの諸項目は、どちらかといえば、これまで「日本的な価値観」といわれてきたものにほかならないからである。

この点についての筆者の仮説は、つぎのようなものである。

確かに、上述のような価値観の諸項目は、これまで「日本的な——あるいはアジア的な——価値観」とされてきたということについては、今回、調査対象となった日本の大学生は、おしなべてその認知度は高いものと考えられる。しかし、そのような言説は、しばしば「これでいいのか」という価値評価とともに提示されてきた。つまり、

「私」から「公」への視座の転換の要請が、常にそれに伴っていたのである。一方、欧米の国々においては、例えば、「ヨーロッパ価値観調査 (European Values Studies: EVS)」の研究成果の1つが、*The Individualizing Society: Value Change in Europe and North America*, Tilburg University Press, 1994 であることから示唆されるように、“individualizing”——「個人化」——が価値観の中心に位置するようになってきたことが確認されている。

こうして、一方の日本において、かつて日本的——あるいはアジア的——価値観として称賛されていた内集団志向的な濃密な人間関係への志向性に翳りが見え始めるとともに、他方のドイツにおいて、“individualizing”の方向が確実なものとなりつつある。

もっとも、このような人びとの心的傾向は、大学生という調査対象者に見られるものであっても、年配の人びとに当てはまるものではないかもしれない。つまり、筆者のもう1つの仮説からするならば、日本において、このような“individualizing”の方向が観察されるのは、かえって年配の人びと——つまり、典型的には、大学生までの「就学期」を終え、その後の「就労期」に職を持ち、結婚し、新しく自分の家庭を築いてきた年配の人びと——においてであるといえるかもしれないということである。つまり、人は、このような年配になって、あらためて「内集団の人びととの信頼とケア」を大切なこととして表現するようになるということである。

いずれにしても、以上のようなドイツと日本の「回答傾向」——「回答内容の傾向」とその「表現様式の傾向」の両方を含む——についての実証的な探求は、価値観研究の領域における、今後に残されたきわめて重要な研究課題であることは間違いない。

4. 「形状の違い」か、それとも「程度の違い」か？

以上においては、Schwartz によって提案された57の価値観諸項目のそれぞれの「度数分布の形」に注目することとおして、ドイツと日本の大学生の価値観の相違点を明らかにすることを試みた。しかし、「度数分布」の形から、両国の違

いを見ていくという場合、より詳細に見ていくなれば、そのような違いには、さらにいくつかのパターンが区別されることをおさえておかなければならない。

〈パターン A〉

このパターンは、すでに述べた、一方のドイツは「右肩上がり：Jカーブ」あるいは、「左肩上がり：逆Jカーブ」の形で、他方の日本が山形になっているパターンである。

〈パターン B〉

ドイツ（あるいは日本）が右に偏る——真中より右側に頂上がある——山形のパターンで、逆に日本（あるいはドイツ）が左に偏る——真中より左側に頂上がある——山形のパターンである。

〈パターン C〉

両国の頂上が同じ回答カテゴリのところにあるが、その頂上の高さが、ドイツ>日本、あるいは、日本>ドイツとなっているパターンである。

〈パターン D〉

度数分布の形が両国でほぼ同じ山形であるが、ポジティブの回答のカテゴリの方で、その高さが、ドイツ（あるいは日本）でわずかに高く、逆にネガティブの回答のカテゴリの方で、その高さが、日本（あるいはドイツ）でわずかに低いパターンである。

さて、では、価値観の諸項目の折れ線グラフを、以上のA、B、C、Dの4つのパターンに区別した意義は、どこにあるのであろうか。

まず、以上のパターンに注目するところから、ドイツと日本を比較して、その「度数分布の形状」がほぼ同じというケースは少ないことがわかる。この点からする限りにおいては、ドイツと日本の価値観には「類似点」よりも「相違点」が多く見られるといえる。

つぎに、では、その「相違点」は、どのようなものなのであろうか。このような「問い」に対する答えは、A、B、Cの3つのパターンに注目することから明らかとなる。ここで、BとCを、B

はCの変形、あるいは、CはBの変形として捉えるならば、その「B・Cのパターン」と「Aのパターン」は大きな違いが見られる。それは、前者の場合は、両国がいずれも、全体としてはその頂上がほぼ真中にある「山形」の形状を示しており、その範囲内で「平均値」にある程度——0.30以上～1.00未満——の差が出てくるという違いであるのに対して、後者の場合は、そもそも度数分布の形状がまったく異なるという違いである。つまり、日本はその頂上がほぼ真中にある「山形」の形状を示すものの、ドイツはその形状がまったく異なる。筆者はそのような形状を「右肩上がり形（Jカーブ形）、あるいは、左肩上がり形（逆Jカーブ形）」の形状と呼んだ。そして、その上がり方は、逆Jカーブの2項目（Q33、Q44）の場合を除いて、いわば指数曲線的な増加である。

以上から、ここでは、前者の違いを「程度の違い」、後者の違いを「形状の違い」と呼ぶことにする。

5. 「度数分布の形」の検討の意義

以上から、調査結果のデータ分析において、「度数分布の形」の方法論的な検討は、大きな意味を持つものであることが理解される。ここでは、つぎの2点をあげておきたい。

①平均値の比較からだけでは見えてこない側面が具体的に見えてくる。一般に、質問紙調査の結果の「度数分布の形」は、多くの場合、山が1つの左右対称の形をしているとされるが、今回の結果では、確かに、日本ではその傾向が顕著に見られるが、ドイツでは「右肩上がり形（Jカーブ形）」、そして逆に「左肩上がり形（逆Jカーブ形）」も加えて、「両極選択」とも呼ぶべき形が1つの特徴的なパターンとなっている。このような発見が、「度数分布の形」の検討という方法によって初めて可能になったという点はきわめて重要である。

②質問紙調査の回答結果の国際比較において、それを「平均値」で示すか、それとも「度数分布の形」で示すかは、いずれを採用するにしても、それはデータ分析の「出発点」であって、「到達点」ではない。社会科学の視座からするならば、「到達点」は、それぞれの質問項目の内容に照準

を合わせて、それぞれの調査対象「国」を、人びとの「主観的現実」の側面——P. L. BergerとT. Luckman（1966=1977）は、社会的現実（social reality）を「客観的現実（objective reality）」と「主観的現実（subjective reality）」に概念的に区別した——から、「分析」し、「解釈」し、「理解」するということにある。調査の回答結果を、調査対象「国」の「歴史的・社会的・文化的な背景」と結びつけることで、初めてそれらの回答結果の社会科学の意味が明らかになってくる。そして、このような目標に向かって、何が最も重要なつぎの段階の知的営為かということ、それは、そのような「回答結果」をめぐって、どのくらい豊かな「仮説」を導き出すことができるかということである。このような観点からするならば、「平均値による比較」という方法と、「度数分布の形による比較」という方法の、いずれかがより有効な方法であるかは、おのずから明らかであろう。具体的にいうならば、今回の調査結果をめぐって、例えば、なぜ多くの価値観項目において、ドイツの平均値が、日本のそれより大きいかについて、何らかの仮説をあげてみることは、必ずしも容易ではない。そして、それにくらべるならば、このような価値観項目ごとの、ドイツと日本の「度数分布の形」に、なぜそのような違いが出てきたのであろうかということ仮説的に考えることは、それほど困難ではない。

では、以上のようなドイツと日本における「度数分布の形」の違いについて、両国の歴史的・社会的・文化的な背景からして、どのような「説明」——つまり「仮説」——を展開することができるであろうか。それが、つぎの課題である。本稿の続編ともいべき次号の紀要論文において、そのような仮説の展開を紹介したいと考えている。

V. おわりに——今後の検討課題——

本稿においては、今回のドイツと日本の大学生を対象とする価値観調査の結果のデータ分析を、「度数分布の形」の検討に焦点を合わせて進めてきた。

そこで、最後に、このような調査方法とデータ

分析に関する残された方法論的な問題について述べておきたい。

①ドイツと日本の「度数分布の形」の読み取りの第1の段階で試みたのは、価値観項目ごとに、「最頻値」がどのカテゴリのところにくるかをチェックすることであった。その結果、57の価値観項目のうち、日本ではその60%弱が「少し似ている (Moderately like me)」のところであるのに対して、ドイツでは同じく60%強が「とても似ている (Very much like me)」(29%) + 「かなり似ている (Like me)」(32%) のところであることがわかった。つまり、Schwartz の作成した価値観項目は、ドイツにおいては、その過半数を大きく超える項目が人びとによって高いレベルで共有されている——いいかえれば、高い「収斂」度が見られる——ということである。それに対して、日本においては、同じく過半数を大きく超える項目において、最頻値は「少し似ている」という中間的カテゴリのところにくる。つまり、そのような点からして、それら価値観を人びとに高いレベルで共有されているわけではない——高い「収斂」度が見られるわけではない——。

こうしてみると、Schwartz の価値観項目——それを Schwartz は Basic Human Values と呼んでいる——は、ヨーロッパという文化的背景を前提として作成されたものと考えられないであろうか。そうだとするならば、多くの日本の人びとが、「とても似ている」「かなり似ている」という高いレベルにおいて回答をするであろう価値観項目としては、「楽しい時間・人生の喜び」以外に、いったいどのようなものが考えられるであろうか。

そして、さらに、このようなヨーロッパの文化的背景を前提にした価値観項目は、はたして通文化的に Basic Human Values を捉えるものといえるのであろうかという疑問が出てくるのである。

②Schwartz の価値観調査の質問の形式は、すでに述べたように、「この人にとっては～が重要である」という57の価値観についてのステートメントをあげ、そこに描かれた人が自分と似ているかどうかについて、「まったく似ていない (Not like me at all)」「ほとんど似ていない (Not like

me)」「あまり似ていない (A little like me)」「少し似ている (Moderately like me)」「かなり似ている (Like me)」「とても似ている (Very much like me)」の6つの選択肢を用いて回答してもらうという形式がとられている。

そこで、このような SLQ と TLQ の回答の選択肢の「表現形式」における「意味の同一性」、つまり「等価性 (equivalence)」という問題が提起されることになる。このような問題については、真鍋 (2003) は、つとに「国際比較調査におけるレスポンス・スケールの等価性に関する研究」というテーマで研究を進めてきた。しかし、ここでは Schwartz の価値観研究においては、このような「調査の回答選択肢における表現形式の等価性」という問題が、今後のきわめて重要な方法論的な課題の1つになってくるということを指摘するにとどめる。

③今回のドイツと日本の大学生を対象とする価値観調査は、ドイツでは「ケルン大学」、日本では「北海道大学」と「青山学院大学」で実施した。そこで、データ分析に際して、つぎのような問題が出てくる。それは、ドイツと日本の大学生の価値観の国際比較という場合、そのような比較は、じつは、つぎのような前提 (assumption) を置いているということである。つまり、「ドイツと日本の違いは、北海道大学と青山学院大学の違いよりも大きい」という前提である。したがって、もし、この「前提」が崩れるようなことがあるならば、そもそもドイツと日本の比較という課題の設定自体が意味をなさないことになってしまう。このような問題関心から、「ケルン大学」と「北海道大学」と「青山学院大学」の回答結果の比較を試みた。では、そのような比較は、どのような方法で行なうかということ、ここでは、便宜的に「平均値」の比較という方法をとる。結果は表7に示した。

さて、表7の結果を、このままの形で検討するのは、きわめて煩雑である。そこで、ここでの問題関心に合わせて、この結果を表8の形に作り直した。表8は、平均値の大きさによって3大学の順位を6つのパターンに分類し、それぞれのパターンに当てはまる価値観の項目番号とその個数 (%) をまとめたものである。

表7 ケルン大学、青山学院大学、北海道大学の回答結果の平均値の比較

	ケルン 大学	青山学院 大学	北海道 大学
Q1. It is important to her/him to form her/his views independently	5.03	4.27	4.32
Q2. It is important to her/him that her/his country is secure and stable	5.40	4.66	4.86
Q3. It is important to her/him to have a good time	5.42	5.33	5.32
Q4. It is important to her/him to avoid upsetting other people	4.01	3.95	4.17
Q5. It is important to her/him that the weak and vulnerable in society be protected	5.06	4.37	4.26
Q6. It is important to her/him that people do what he says they should	3.32	3.05	2.98
Q7. It is important to her/him never to think she/he deserves more than other people	3.82	3.64	3.47
Q8. It is important to her/him to care for nature	4.48	3.43	3.25
Q9. It is important to her/him that no one should ever shame her/him	4.17	3.61	3.80
Q10. It is important to her/him always to look for different things to do	4.32	4.53	3.90
Q11. It is important to her/him to take care of people she/he is close to	5.59	4.29	4.16
Q12. It is important to her/him to have the power that money can bring	3.16	4.23	4.17
Q13. It is very important to her/him to avoid disease and protect her/his health	4.90	4.89	4.72
Q14. It is important to her/him to be tolerant toward all kinds of people and groups	5.54	4.82	4.58
Q15. It is important to her/him never to violate rules or regulations	3.42	4.21	4.09
Q16. It is important to her/him to make her/his own decisions about her/his life	5.26	5.19	4.88
Q18. It is important to her/him to maintain traditional values and ways of thinking	3.13	3.60	3.05
Q19. It is important to her/him that people she/he knows have full confidence in her/him	5.39	4.09	3.80
Q20. It is important to her/him to be wealthy	2.94	4.28	4.20
Q21. It is important to her/him to take part in activities to defend nature	3.63	3.16	3.00
Q22. It is important to her/him never to annoy anyone	4.25	3.88	4.03
Q23. It is important to her/him to develop her/his own opinions	5.29	4.51	4.38
Q24. It is important to her/him to protect her/his public image	3.97	3.73	3.95
Q25. It is very important to her/him to help the people dear to her/him	5.69	4.96	4.78
Q26. It is important to her/him to be personally safe and secure	4.96	4.58	4.84
Q27. It is important to her/him to be a dependable and trustworthy friend	5.62	4.88	4.63
Q28. It is important to her/him to take risks that make life exciting	4.19	4.86	4.25
Q29. It is important to her/him to have the power to make people do what she/he wants	2.73	3.52	3.37
Q30. It is important to her/him to plan her/his activities independently	4.77	4.46	4.41
Q31. It is important to her/him to follow rules even when no-one is watching	3.23	4.16	3.79
Q32. It is important to her/him to be very successful	4.06	3.96	4.11
Q33. It is important to her/him to follow her/his family's customs or the customs of a religion	2.65	3.20	2.57
Q34. It is important to her/him to listen to and understand people who are different from her/him	4.96	4.97	4.58
Q35. It is important to her/him to have a strong state that can defend its citizens	4.42	4.56	4.03
Q36. It is important to her/him to enjoy life's pleasures	5.46	5.38	5.20
Q37. It is important to her/him that every person in the world have equal opportunities in life	5.35	4.76	4.39
Q38. It is important to her/him to be humble	4.33	4.68	4.45
Q39. It is important to her/him to figure things out her-/himself	4.87	4.74	4.58
Q40. It is important to her/him to honor the traditional practices of her/his culture	3.16	3.77	3.26
Q41. It is important to her/him to be the one who tells others what to do	2.57	3.25	3.01
Q42. It is important to her/him to obey all the laws	3.30	3.97	3.55
Q43. It is important to her/him to have all sorts of new experiences	4.99	5.16	4.51
Q44. It is important to her/him to own expensive things that show her/his wealth	2.30	3.15	2.57
Q45. It is important to her/him to protect the natural environment from destruction or pollution	4.64	3.98	3.81
Q46. It is important to her/him to take advantage of every opportunity to have fun	4.83	5.02	4.80
Q47. It is important to her/him to concern her/himself with every need of her/his dear ones	4.99	4.75	4.68
Q48. It is important to her/him that people recognize what she/he achieves	4.50	4.34	4.28
Q49. It is important to her/him never to be humiliated	4.22	3.72	3.89
Q50. It is important to her/him that her/his country protects itself against all threats	4.37	4.26	3.96
Q51. It is important to her/him never to make other people angry	3.73	3.86	3.95
Q52. It is important to her/him that everyone be treated justly, even people she/he doesn't know	5.12	4.42	4.30
Q54. It is important to her/him to be satisfied with what she/he has and not ask for more	4.04	3.08	3.15
Q55. It is important to her/him that all her/his friends and family can rely on her/him completely	5.36	3.65	3.53
Q56. It is important to her/him to be free to choose what she/he does by her/himself	5.61	5.03	4.88
Q57. It is important to her/him to accept people even when she/he disagrees with them	5.02	5.04	4.67

注) 国際共同研究では、英語を共通言語としたので、「価値観の諸項目」は、PVQ-RRの「女性/男性用調査票」のワーディングを用いている。

表 8 3 大学の平均値の大きさによる順位と価値観の諸項目

平均値の大きさによる順位 (小<中<大)	価値観項目	項目数 (%)
① HU<AGU<UoC	Q 3 Q 5 Q 6 Q 7 Q 8 Q 11 Q 13 Q 14 Q 16 Q 19 Q 21 Q 23 Q 25 Q 27 Q 30 Q 36 Q 37 Q 39 Q 45 Q 47 Q 48 Q 50 Q 52 Q 55 Q 56	25 (45.5%)
② AGU<HU<UoC	Q 1 Q 2 Q 9 Q 22 Q 24 Q 26 Q 49 Q 54	8 (14.5%)
③ HU<UoC<AGU	Q 10 Q 18 Q 33 Q 34 Q 35 Q 43 Q 46 Q 57	8 (14.5%)
④ AGU<UoC<HU	Q 4 Q 32	2 (3.6%)
⑤ UoC<HU<AGU	Q 12 Q 15 Q 20 Q 28 Q 29 Q 31 Q 38 Q 40 Q 41 Q 42 Q 44	11 (20.0%)
⑥ UoC<AGU<HU	Q 51	1 (1.8%)

注) UoC : ケルン大学、HU : 北海道大学、AGU : 青山学院大学

こうして、表 8 を作ることによって、ここでの問題の所在が一目で明らかとなる。それは、③と④のパターンにおいては、ドイツの大学であるケルン大学が、日本の大学である北海道大学と青山学院大学との中間に順位づけられる形となっている——ケルン大学との違いを超えて、北海道大学と青山学院大学との違いが大き——ということである。つまり、このような順位づけがなされる場合には、その結果にもとづいて、「ドイツの大学生の価値観は～の傾向があり、日本の大学生の価値観は～の傾向にある」というような、両国の違いを読み取ることが不可能となる。

そして、このような価値観の項目がデータ分析から削除した 2 項目 (Q 17 と Q 53) を除く 55 項目のなかの 10 項目 (18.1%) までを占めているのである。

④では、同じ日本の大学でありながら、北海道大学と青山学院大学における、以上のような平均値の大きな「違い」は、なぜ出てくるのであろうか。この点については、さまざまな要因が関わっているものと考えられるが、まず手始めに検討されるべき要因として、「両大学の回答者の男女比」「国立大学 VS. 私立大学」「校風」「所在地——北海道圏 VS. 関東圏——」「家庭の社会・経済的地位 (socio-economic status)」などがあげられるであろう。このような検討も、今後に残された重要な課題であることは間違いない。いうまでもなく、それは、いくつかの大学を選んで実査を行な

うという「大学生調査」についての方法的な問題提起につながるものであるからにほかならない。

文献：本文中に記載したものを除く

- Berger, Peter L. and Luckmann, Thomas, 山口節郎訳 (1966=1977). 『日常生活の構成』新曜社.
- 浜島明 (1973). 『現代青年論』有斐閣双書.
- 林知己夫 (1970). 「社会現象解析とガットマン——日本における風景——」『研究紀要 (創立 25 周年記念講演記録)』輿論科学協会.
- 林知己夫 (1977). 「世論調査の発展と現状」輿論科学協会編『世論調査の現状と課題』至誠堂.
- 林知己夫 (1996). 『日本らしさの構造』東京経済新聞社.
- 真鍋一史 (2003). 「国際比較調査におけるレスポンス・スケールの等価性に関する研究 (1) (2)」『国際比較調査の方法と解析』慶應義塾大学出版会.
- Merton, Robert K., 森東吾ほか訳 (1957=1961). 『社会学理論と社会構造』みすず書房.
- Sagiv, L. and Schwartz, Shalom H. (1995). Value Priorities and Readiness for Out-group Social Contact, *Journal of Personality and Social Psychology*, 69.
- Schwartz, Shalom H. (1992). Universal in the Content and Structure of Values: Theory and Empirical Tests in 20 Countries, in M. Zanna ed., *Advance in Experimental Social Psychology*, 25, Academic Press.
- Schwartz, Shalom H. et al. (2012). Refining the Theory of Basic Individual Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103 (4).

安田三郎 (1960). 『社会調査ハンドブック』有斐閣.

〈付記〉

本稿では、ドイツと日本の価値観の国際比較において、Schwartz の指示する「平均値」の利用にさきだつて、「度数分布」の形の検討から、データ分析をスタートさせた。データ分析における「度数分布」の重要性については、社会学部の渡邊勉教授から懇切なご教示をいただいた。また、調査結果のデータ分析については、北海道大学大学院博士課程の清水香基氏にお世話

になった。それぞれここに記して、心から感謝の意を表したい。

最後に、北海道大学と青山学院大学における「大学生調査」の回答結果のデータ入力作業は、Carola Hommerich 准教授の科学研究費若手研究 B 「Social and Subjective Well-being in Eastern and Western Contexts — a Comparative Approach」(課題番号: 16K17224) の補助金によって実施されたことを、感謝をもって付記しておきたい。

Cross-National Comparisons of Human Values Based on the Conceptual Framework of S. Schwartz: The International Student Surveys in Germany and Japan

ABSTRACT

A great deal of research has been conducted on the topic of values, and a vast amount of literature on this subject exists. Schwartz's value research currently is among those receiving the most attention from many scholars in the global academic community. The content of these scholars' work is primarily focused on Schwartz's depiction of basic human values in a configuration model referred to as a "circular continuum." But, how can we reproduce the Schwartz's value model in the same way in different countries, such as in Japan and Germany?

Based on this research interest, we started our collaborative and comparative project. The members are Professors Wolfgang Jagodzinski and Eldad Davidov (University of Cologne), Assistant Professor Herman Dülmer (University of Cologne), Associate Professor Carola Hommerich (Sophia University) and Professor Kazufumi Manabe.

The first task of our project is translation of Schwartz's value questionnaire. We already reported the entire process of our translation and back-translation in the No. 129 of this Journal.

The second task is data collection using this translated questionnaire. In our project, samples are from students of University of Cologne (Germany), Hokkaido University and Aoyama Gakuin University (Japan).

The third task is data analysis. As the method of comparing the differences between the countries, Schwartz suggests to compute mean scores for value items. However, despite this suggestion, we started the comparison using line graphs of the frequency distributions for value items.

As the results, we found two different response patterns in these line graphs. The one is, so to speak, a "J-curve/reverse J-curve" response pattern in which the line becomes higher moving along response categories to the right or to the left (the response tendencies to choose positive or negative extremes). The German data shows this pattern in 18 items (32.2%), but the Japanese data only 3 items (5.4%).

The other is, so to speak, a "mountain shaped" response pattern with few responses in the extreme categories and the most responses in the middle. The German data shows this pattern in only 16 items (28.5%), but the Japanese data 41 items (73.2%).

These findings suggest the possibility of the new approach to the comparative value research.

Key Words: Schwartz's value model, survey methodology, data analysis, the frequency distribution, response pattern, mode