

# エスノグラフィックアプローチによる社会関係資本の視覚化 ー横浜関内地区における成果よりー

## Visualization of social-related capital using ethnographic approach - Results in the Yokohama Kannai area -

鈴木 雄斗<sup>1</sup>, 遠藤 一<sup>2</sup>, 川田 真史<sup>1</sup>, 小杉 実穂<sup>1</sup>, 小林 夏月<sup>1</sup>  
野田 恒雄<sup>3</sup>, 富田 誠<sup>2</sup>

Yuto SUZUKI and Hajime ENDO and Masasi KAWATA  
and Miho KOSUGI and Natuki KOBAYASHI and Tuneo NODA  
and Makoto TOMITA

<sup>1</sup>横浜国立大学      Yokohama National University

<sup>2</sup>東海大学      Tokai University

<sup>3</sup>AND150株式会社      AND150 Corporation

**Abstract** まちには企業やNPOなどの社会的に認知された界限だけでなく、名称もなく生活に密接した自然な界限が存在する。筆者らはエスノグラフィックアプローチから横浜関内地区に関わる方約50名のインタビューを行い、社会関係資本の可視化を試みた。その際、1.まちの一側面を明らかにし、全体を帰納的に予想する手法2.個々の日常生活に着目したインタビュー3.ステークホルダーマップによる可視化を行った。結果、関内の社会関係資本の大枠を示し、界限を繋ぐハブとなる人を確認した。特に、一般的な経済活動しか行っていないくとも、様々な界限のハブとなっている人を発見することができた。

**キーワード** 社会関係資本, 関係性の視覚化, 地域, エスノグラフィー, スノーボールサンプリング

## 1. はじめに

### 1-1. 調査の背景と目的

まちには会社や学校、NPOといった社会的に認知された共同体だけでなく、生活に密接した自然発生的な共同体が数多く存在しており、多様な社会関係資本<sup>1)</sup>が形成されている。現在、神奈川県横浜市中区の通称関内地区（以下、関内）において、神奈川県住宅供給公社（以下、公社）は複合ビル（以下、本件ビル）を建設予定である。本件ビルは低層部が商業テナント、中高層部が約100戸の住戸で構成され、公社は本件ビルに関して周辺地域への貢献などを意識したテナント構成および地域連携やテナント間連携のための専門人材の配置を計画している。事業を行うにあたって、まちの社会関係を知るための基礎調査として本調査を行うこととなった。

本調査は関内の社会資本関係の可視化を目的として、関内に住み・働き・訪れるなどしている多様なタイプのユーザーを対象に、日常的に関わりを持つ人や場所などを聞き取り、個々のつながりなどの関係を明らかにし、まちの社会資本関係を視覚的に浮かび上がらせるものである。個々の日常的な活動に着目することでまちの社会関係資本の実態をより詳細に把握することが出来ると考えられる。なお、本調査は、公社の依頼を受け、関内イノベーションイニシアティブ株式会社（以下、Kii）が事務局となり、東海大学富田研究室と横浜国立大学都市計画研究室の協働で実施した。

## 1-2. 本調査の位置づけ

社会関係資本という言葉はコミュニティデザインや、都市計画、経営学、など多岐に渡る分野で用いられているが、大森(2019)<sup>2)</sup>は、社会関係資本は対象とするスコープの取り方によって大別できると述べており<sup>2)</sup>、本調査でも、同様に社会資本調査を大別する。

表1 社会関係資本の分類

スコープ	具体例	参考事例
マクロ	市、国	地域共創と社会関係資本-大和高田市における社会関係資本の分析-(大森・2019) <sup>2)</sup>
ミドル	血縁、同郷者、企業(全員の把握ができない場合)	コミュニティー・キャピタル論 近江商人、温州企業、豊田、長期繁栄の秘密注) <sup>3)</sup>
ミクロ	企業(全員の把握が可能)、商店街組合、個人	商店街活動の連鎖的展開をもたらす人と組織のネットワークの構造的特徴(堀口、出村・2020) <sup>4)</sup>

対象とするスコープがマクロな調査は、大森(2019)<sup>2)</sup>の市のような規模が非常に大きく、個別の調査は不可能な対象の社会関係資本関係で、アンケート調査など定量的な調査を基としている。ミクロな調査は、堀口、出村(2020)<sup>4)</sup>の会社や商店街組合といった対象者が限定された対象に対して、その関係性をつぶさに観察、記述する方法を基としている。そして、その間にはミドルの社会関係資本が存在し、コミュニティー・キャピタル論 近江商人、温州企業、豊田、長期繁栄の秘密(西口、坪田2017)<sup>3)</sup>で坪田らは、マクロとミクロの中間領域に位置するコミュニティ、共同体に「コミュニティーキャピタル」という概念を提示し、

コミュニティー・キャピタルは、(中略) これまで必ずしも的確な分析がなされてこなかった中範囲の、境界が明確なコミュニティー、しかも、特定の地域や血縁・同郷者に依拠するものから、より一般的な企業間関係などを含む、広範なアクターからなるコミュニティーの営みを、共通する概念的基盤のうえ分析するための有用な概念

と述べている。本調査では、まちという社会的に認知された集団から、日常に存在にするコミュニティまでも含む、関係者の定義も範囲も不明確なものが対象である。そういった対象に対して、ミクロな調査で用いられる、その関係性をつぶさに観察、記述する方法を積み上げることで、ミドルを解明していく方法を取っていると位置付けている。

## 1-3. 調査方法

本調査は、まちに集積した社会関係資本を視覚化するために、エスノグラフィックアプローチを採用した。まちに関わる様々な対象に対してインタビューを行い、対象の文化的・社会的な関係性に関するデータを収集し、分析・視覚化を行うことでまちの文化的・社会構造を明らかにすることを試みた。その際3段階のアプローチをとった。

まず、1. まちの一側面を明らかにし、全体を帰納的に予想するアプローチをとった。本調査では、まちという関係者の定義も範囲も不明確なものが対象なため、本調査では実態の全容を明らかにすることを目的とするのは不可能であると考え、あくまで一側面・部分を明らかにし、全体を予想する際の材料を積み上げるアプローチをとった。具体的には、スノーボールサンプリング形を採用し対象者に紹介してもらう行為を積み重ねた。これにより、本調査だけでは実態の全容を把握することはできないが、本調査のアプローチを積み重ねることで、より実態を予想する精度が上がっていくと考える。

インタビューでは、2. 個々の日常生活に着目した。ユーザーのカテゴリーを端緒にインタビュー対象を抽出し、聞き取り内容も普段の暮らしにも焦点を充てることとした。これにより、普段意識されることのない実態の人のつながりやその中身について聞き取ることができる。また、インタビューとその記録には視覚化の技法を重要視した。インタビューでは、ビジュアルファシリテーション（Sibbet 2010）<sup>5)</sup>などの手法を用いて、インタビューイーが発話した内容をその場でインタビューワーがマッピングすることで関係性を視覚化できると考えた。

インタビュー内容可視化の際には、3. ステークホルダーマップ（Kalbach 2016）<sup>6)</sup>を援用した。サービス提供者と利害関係者の相互作用を視覚化する際に用いられる、ステークホルダーマップを援用することで、個々人のインタビュー結果から俯瞰的に社会関係資本を明らかにすることを考えた。

### 1-4. 報告書の構成

本調査は1-3で述べた本調査の特徴を元に2-1.2でインタビュー方法の策定を行う。インタビュー結果を2-3.2-4で示す。3-1.2インタビュー内容をマッピングして視覚化し、3-3でマッピングから得られた結果を示す。最後に4章で本調査におけるまとめを行う。



図1 報告書の構成

### 1-5. 関内の概要

対象地域は横浜市関内地区で、範囲は大岡川、JR根岸線、中村川で囲まれた地域である。当エリアは開港を契機に、海外諸国との交易の中心地となり、世界中から集まる人・モノ・カネ・情報・文化で溢れ、近代日本の成長をけん引するエリアとして、目覚ましい発展を遂げてきた。港町ならではの歴史・文化が息づいており、街中には、開港時の面影を色濃く残す歴史的建造物などが点在しているほか、異国情緒あふれる飲食店やバーなどが残り、開港の地ならではの国際的な雰囲気が感じられる街である。また、公園や緑地、パブリックスペース等の積極的な整備や、港を意識した街並み景観の形成に取り組んでおり、都心と港・水際線がつながる臨海部の空間・景観は、横浜ブランドを構成する大きな魅力として広く認識されている。さらに、近年では特に、港町ならではの個性的で魅力ある資源を活かした文化芸術活動が展開され、都市の新しい価値や魅力が創出されている。現在は市庁舎移転をきっかけとした駅前再開発が進んでおり、大きな転換機に差し掛かっている。

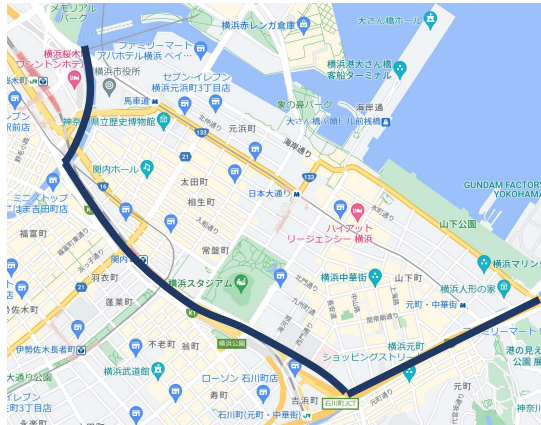


図2 関内の範囲



図3 みなと大通り

## 2. インタビュー調査

### 2-1. インタビュー対象者の検討

本調査の特徴として、まちの側面を明らかにし、全体を帰納的に予想するアプローチをとったことから、インタビュー対象者の選定方法としてスノーボールサンプリングを採用した。スノーボールサンプリングというインタビュー対象者から普段から関わりのある、紹介できる人を提示してもらうことにより次のインタビュー対象者を決定する方法を取ることで、まちのなかにある日常生活での関係性を部分的に見出しつつ全体の把握にも繋がっていくと考えたからである。

インタビュー対象者数は調査員数とスケジュールの面を踏まえ50人と設定した。インタビュー対象者の選定について、最初のインタビュー対象者を第一層と定義し、その方に紹介してもらった方を第二層目、次を第三層...とし、調査を行っていくこととした。第一層目のインタビュー対象者は、関内の関わり方を大まかに「住む」「働く」「商う」「訪れる」「行政」とグルーピングし、これらの属性を満たす人を最初のインタビュー対象者として設定した。

### 2-2. インタビュー方法

まずインタビュアーについては社会関係として第三者的な利害関係や支援関係から比較的独立した立場である大学生が担当し、よりフラットな立場で普段の話を引き出すことを目指した。

インタビューの手法は付箋とペンを使用し、ホワイトボードをインタビューシートとして、ビジュアル的なコミュニケーションを行った。付箋についてはインタビューにおいて重要だと考えた要素である「人」、「場所」、「活動」、「その他の詳細情報」に色を分けて記録を行った。またインタビュアー側だけが記録をとるのではなく、インタビュー対象者にも付箋とペンを渡し一緒に図を作っていくよう促した。インタビューを行いながら一緒に図を作り上げていくことで、インタビュー対象者が関内との関わりや人との日常的な繋がりを視覚的に話や関係性の整理を行うことができ、それが普段意識していないが強い関わりのある人を思い出すきっかけにもなると考えたからである。

インタビュー項目については日常的なまちや人との関わりを聞き出せるよう基本はインタラクティブな形式をとった。

一方でインタビューを始める段階、進めていく段階でいくつか項目がないと難しい点や、聞きたいことがインタビュアーによってバラツキが大きくなる為、インタビュー対象者全員に共通する質問と、一層目のインタビュー対象者選定時に分類した関わり方によって違う質問項目を設定した。例として、関内に対して「働く」ことに対する関わりのある人へは、働き方や、働いている同僚、職歴などを中心に聞いていくことを設定した。ま



た定めた質問項目はインタビュー対象者に見せず、自然な会話の中で聞き出していった。そうした手法を設定するまで、学生で練習会を行った。



図4 練習風景1

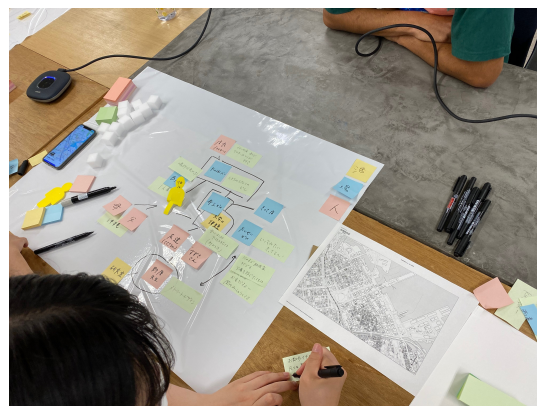


図5 練習風景2

項目の内容については一層目のインタビュー対象者選定時に分類した属性に対してそれぞれ共通する質問項目や、属性によって違う質問項目を大まかに設定し。例として、関内に対して「働く」ことに対する関わりのある人へは、働き方や、働いている同僚、職歴などを中心に聞いていくことを設定した。インタビューの所要時間は約1時間/回で、7月～12月にかけて実施した。

表2 質問項目

関わり方	共通質問	それぞれへの質問
住む	【友人・知人】 交際歴・きっかけ・ライフステージ 【食事】 お店の名前・頻度・時間帯	【家族】住み方・時間帯・過去
働く		【職場】働き方・職歴
商う		【商売】創業歴・サービス内容
来る		【友人・知人】きっかけ・ライフステージ
行政		【食事】内容・頻度

### 2-3. インタビュー結果

インタビュー時の様子が図6、インタビューによって得られたインタビューシートが図7である。例えば、図6のAさんでは、先の紹介者から在住者であることが分かっていたため、はじめに関内に住むようになったきっかけや、どのようなお店に食事に行っているか、関内に抱いているイメージといったことを中心に質問した。関内で食事処を巡るのが趣味ということで、たくさんの店の名前があがった。また、Aさんが着物を着ていたことから、関内で着物に関係するイベントや、着物好きの友人がいるのか尋ねたところ、赤レンガ倉庫で開催されている今昔きもの大市や、友人の着付けしの情報を得ることが出来た。さらに、他に関内で活動していることがないか尋ねたところ、大岡川でSUPをやっているということ、一緒にSUPをしているSUP仲間やトライアスロン関係の人物の名前が複数あがり、その中にはインタビュー冒頭で話題にした飲食店の話題では出なかった人物の名前が、SUP仲間であるだけでなく、飲食店と一緒にいくという情報とともに出てきた。

インタビューを通して、Aさんは複数のコミュニティで活動しており、かつ、飲食店のオーナーなど直接的に活動を共にしているわけではないが、紹介できるほどには関りを持つ人の存在も確認することができた。



図6 インタビュー風景(左はAさん)

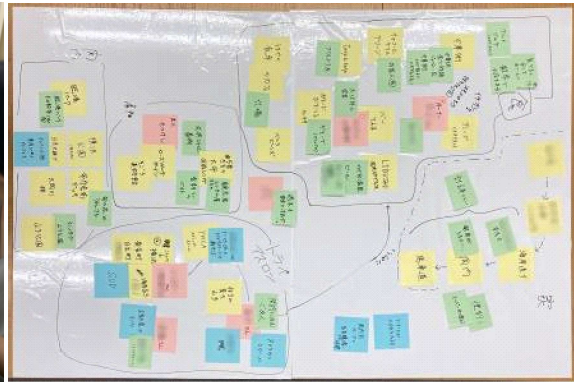


図7 インタビュー成果物(Aさん)

#### 2-4. インタビュー結果概要

最初にインタビューしたインタビュー対象者を第一層と設定し、スノーボールサンプリングを用いて、紹介を積み上げていき、46人、47件実施した。一部は第6層に至るまで調査を行った。

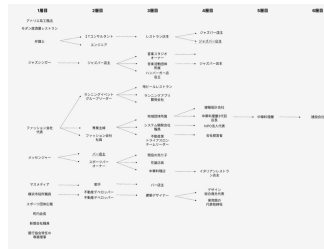


図8 紹介者の流れ

インタビュー対象者として、当初行政を設定したが、インタビュー数が少なかったため、行政を就労者に含めて、以下の4属性に分類した。

図9よりインタビュー対象者の属性を集計しグラフに示す。複数項目が当てはまる場合は、関内への関わり方がより強い方を選択している。半数近くのインタビュー対象者が就業者であり、次いで商業者が多く、7割以上のインタビュー対象者が関内に仕事を通じて関わっていた

また、インタビュー対象者が次のインタビュー対象者を紹介した人数の内訳を図10に示す。第4層に至るにつれ、既にインタビューをした小さい階層のインタビュー対象者の名前が再び紹介者として挙がるのが度々あった。

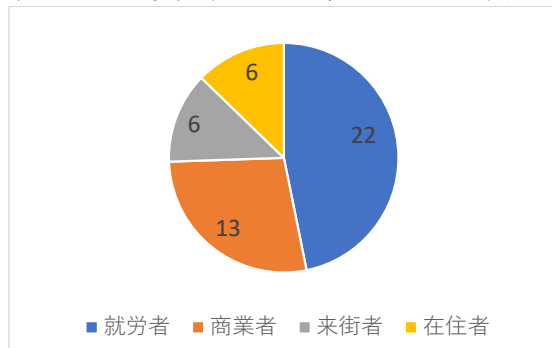


図9 インタビュー対象者属性 (n=47)

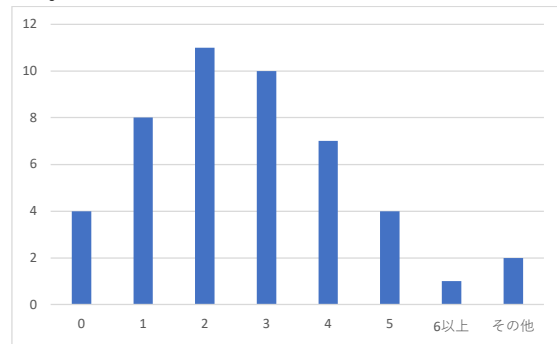


図10 紹介者数MA (n=47)

### 3. マッピング

#### 3-1. マップ作成の流れ

2章でのインタビュー結果から、友人関係などの対象者同士の関係性が明らかとなった。さらに、関内では複数人で共通する趣味や活動が行われている点が特徴であると考えた。趣味、業種、企業組織等の同種の活動を行っている集団を界限とよび、対象者同士のつながりに加え、関係の視覚化を目的として図の作成を行った。

まず、3つの図を作成し、界限と人のつながりを表した図11を採用した。図11ではインタビュー結果より界限を設定し、対象者を界限ごとに配置した。対象者同士のつながりは関係性を示す線で結んだ。関内での界限の形成状況、界限同士の関係を表すことができた一方で、スノーボールサンプリングにおける各対象者の階層や活動場所を示すことはできなかった。

図12では対象者を活動場所に合わせて、地図上に配置した。それぞれの活動場所を把握できるものの、固定の活動場所を持たない界限は表すことができない。また、居住地や職場といったまちでの活動場所を複数もつ人の配置が難しいことが分かった。

図13はスノーボールサンプリングの第1層目から第6層目までのつながりを樹形図に表した。対象者の紹介関係を可視化し、スノーボールサンプリングを用いた調査であることを示している。紹介者同士の関係は明確な一方、今回の主題である、関内における界限を一目で見分けることが難しい。

それぞれの図の特徴を踏まえ、図12・13では表現できたが図11に表せていなかった紹介者数などの要素を組み込んだ。また、本調査ではまちで活動する一部の人を対象としたこと、今後人数が増えることを考慮し、界限の括りを大きく作成した。

表3 マッピング検討

図	 図 11 界限関係図	 図 12 地図上にプロット	 図 13 紹介者樹形図
メリ ット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・界限の形成状況、界限同士の関係を示せる</li> <li>・紹介関係以外のつながりを表すことができる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・対象者の活動場所がわかりやすい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紹介者とのつながりがわかりやすい</li> <li>・スノーボールサンプリングであることがわかりやすい</li> </ul>
デ メ リ ット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各対象者のスノーボールサンプリングでの階層が示しづらい</li> <li>・活動場所を示すことができない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちでの活動場所（居住地・就業場所等）が複数ある人の配置が難しい</li> <li>・特定の活動場所を持たない界限は表現できない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各対象者のまちとの関わり方を示すことができない</li> <li>・界限などの紹介者同士以外の関係を表現できない</li> </ul>

#### 3-2. マップ説明

完成図は図14ようになっている。マッピングは領域、線、アイコンの3種類で説明を行っている。

領域：領域は個人が関内というまちで所属している大きな界限とその中での活動関係の

コミュニティを示しており、コミュニティの中でも段階分けを行って作成した。例えば同じ音楽活動の中でも、ジャズや DJ は音楽としてジャンルが異なるため分けて分類し DJ 系ではさらに細かく分類した。対象としたまちに対してつながりが強く、異なるコミュニティを横断している人については、領域の重ね合わせを行った。

線：インタビュー対象者同士の関係性を述べている。

アイコン：アイコンにはアイコン線の太さ、名前、一言、説明の項目設定を行った。アイコンの線の太さはその人の紹介関係の多さを表しており、太いほど多くの紹介者から紹介された人物ということである。一言はその人が関内というまちに対してどのような目的で利用しているのかを一言で表すことができるよう職業や所属団体、役職等で定めた。また、一言では説明できない部分については、説明の部分で細かく述べることで補足を行っている。

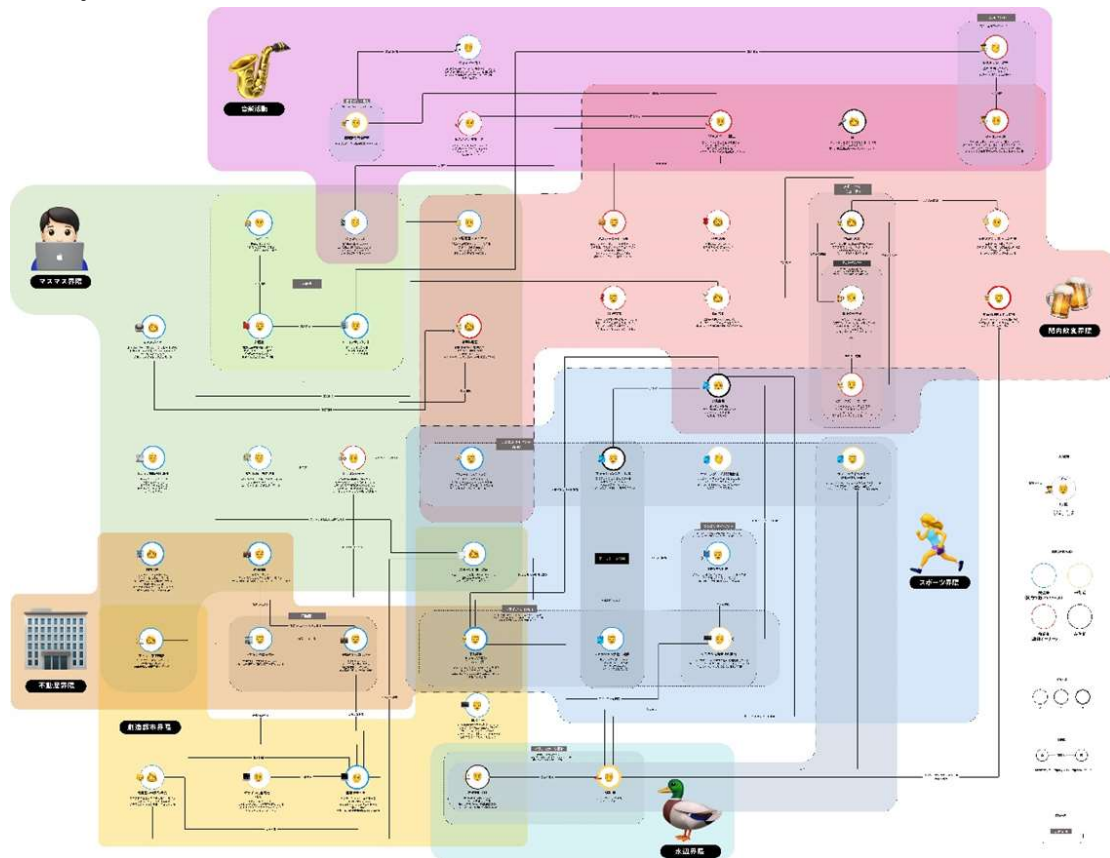


図 14 完成図

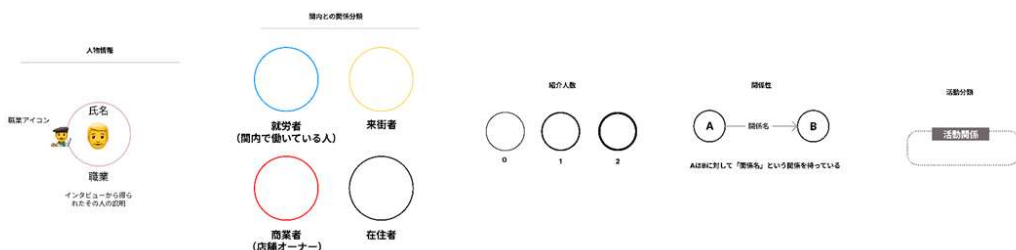


図 15 完成図 凡例

### 3-3. マップ考察

マップから以下の点をのべることができる

①関内の複数の境界を視覚化することができた。関内の「関内飲食界限」「不動産界



限」「水辺界限」「スポーツ界限」「音楽活動界限」「マスマス界限」「創造都市界限」の6つ大きな界限を視覚化することができた。さらに、スポーツコミュニティバーや、ランニングイベント界限などの、細かい界限を視覚化できた。界限同士のつながりを見てみると、飲食界限とジャズ界限やスポーツ界限、水辺界限、マスマス界限をそれぞれ重複している人もおり、関内では飲食界限は一つ重要な界限であると考えられる。

②界限の重なり方にはいくつかのパターンが存在する。界限を重ねる人の活動を注視すると、「ジャズシンガー」では趣味のジャズと、仕事場の趣味×仕事や、「スポーツバーのオーナー」では、お仕事そのものが二つの界限にかかってきているもので、界限の重複にはいくつかのパターンが存在した。

③界限との関わり方は所属とつながりの段階性を持つことが分かる。図16から、「不動産トライアスロンチームリーダー」は「不動産」「創造都市界限」「スポーツ」に所属しておりつつも、飲食界限とつながりを持っており、関内における重要人物であることが分かる。また、界限とのつながりには、実際に所属していることと、線のみが繋がっている段階性が存在することが分かった。

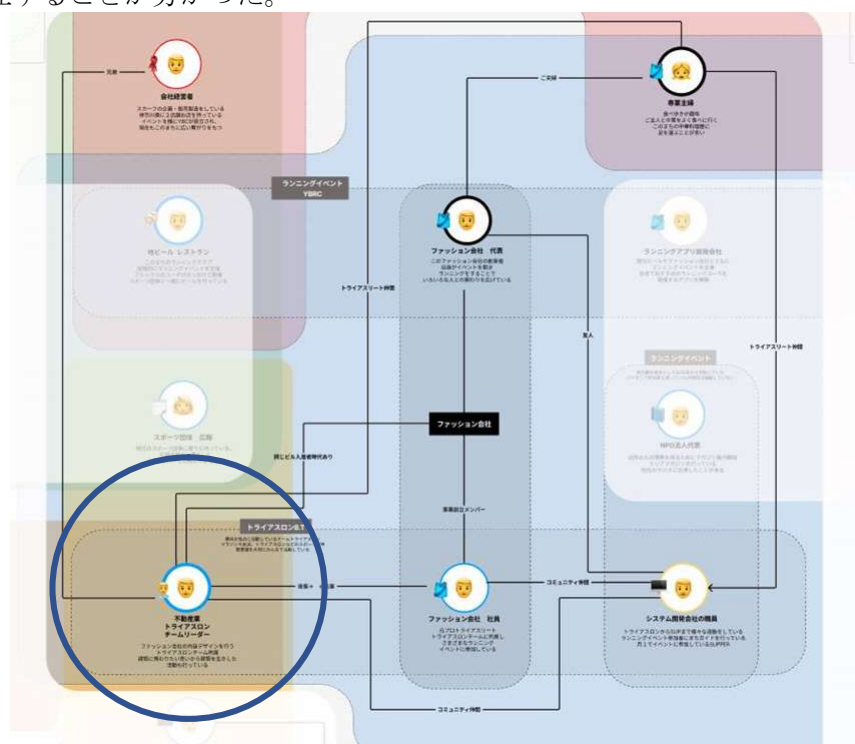


図16 不動産トライアスロンチームリーダー

④界限同士は一見繋がっていないように思える所でも繋がる事例が存在する。図17から「地ビールレストラン」は、一見すると健康的なスポーツと飲酒という組み合わせで繋がっていた。





⑥関りのない両者が無自覚に繋ぎ合わされていたことが確認できる。「中華料理屋」は「3 代目中華料理屋」と子供時代からの友人であり、かつ「3 代目中華料理屋」は「地域団体」から、先輩後輩関係で紹介されており、無自覚に両者を繋ぎ合わせていた。

⑦一方で、人からの紹介数とその人が繋がっている界限数が関連しないことが分かった。一つの界限の中では、何度も名前が上がるが、他の界限からは名前が上がらない人や、様々な界限から名前があがる人が存在した。

⑧アイコンの丸が太いものの、マップの外側にいる人は、さらにインタビューを進めると新しいつながりや界限が発見できる可能性が残っており、今後の調査次第では更に界限が広がっている可能性を残している。

⑨マッピングでは可視化できなかったことも存在する。インタビューを通じて、過去に存在していた場所が界限を成し、現在関内に関わっている人や活動に深く関係していることが分かったが、それをマッピングに表現することが出来ていない。また、インタビュー中にお話に上がっても、紙面の関係などから、マッピングに落とし込めなかった情報も存在する。

#### 4. まとめ

マッピングの結果について、本調査の実施方法の評価を行う。  
本調査では、関内における社会関係資本をエスノグラフィックアプローチを用いて調査を行い、その中でも

1. まちの一側面を明らかにし、全体を帰納的に予想するアプローチ
2. 個々の日常生活に着目したインタビュー
3. ステークホルダーマップを援用したインタビューの視覚化

が特徴してあげられる。

1. の一側面から明らかにしていくアプローチにより、結果 3-3 の①、②にある飲食を中心とした界限を発見でき、まちの社会関係資本の大枠を捉えることができた。また④、⑤にあるように様々な界限どうしを繋ぐハブとなる人、特に、一般的な経済活動しか行っていないくとも、様々な界限どうしのハブとなっている人を発見することができた。

先の図を紹介された順に並び替え考察を重ねた。図 1 9 で、第 3、4 層と層を深ぼる中で、1 層目などの過去にインタビューした方の名前が上がるが多くなった。この手法を繰り返していくことで、紹介者が被る可能性が高まり、視覚化の精度が増していくと考えられる。今後まちというスコープで、社会資本関係を調査する際に、約 50 人に調査すると、どれほど紹介される人が被るのかという一例を示すことができた。

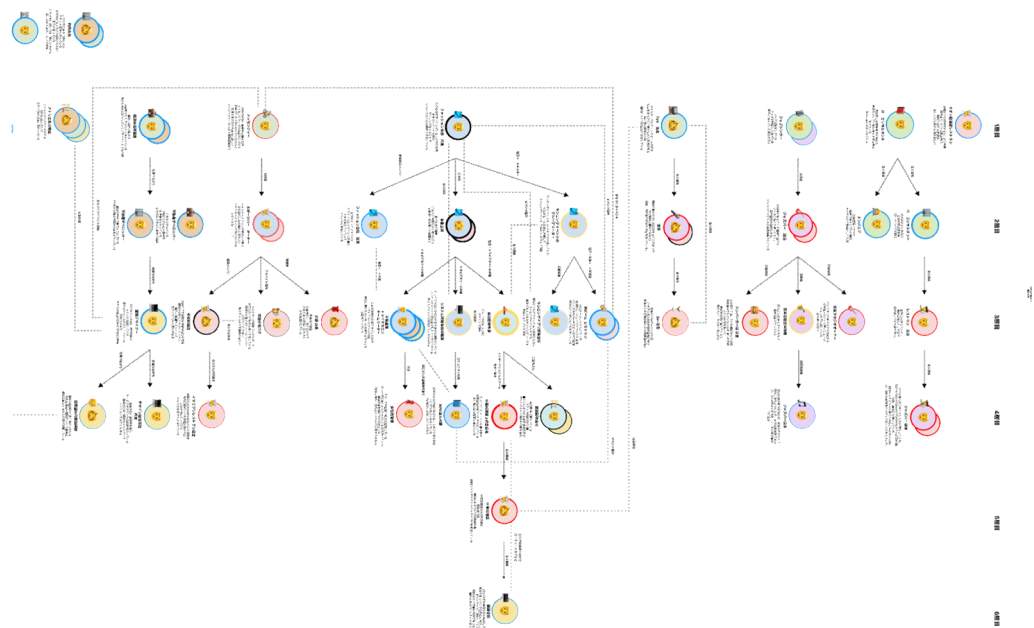


図 1 9 紹介者樹形図

2. 個々の日常生活に着目したインタビューにより、③にあるように、個人の境界への関わり方は、自分が境界に属するか、境界との繋がりを持つことか、など関係性の段階性を詳細に視覚化することができた。また、⑥「3代目中華料理屋店長」のお話は「中華料理屋」さんの子供時代からのお話を深ぼる中で出てきており、詳細なインタビューを行った成果だと考えられる。

3. ステークホルダーマップを援用したインタビューの視覚化を行うことで、先の内容の可視化が行えと考える。特に、個人の境界との繋がりと関内の境界の大枠の両方を示すことができたのはこの手法ならではの考える。一方、今回の手法では、⑦、⑧の内容にまでは可視化を行うことができなかった。

## 5. 今後の展望と課題

本調査は、公社が本件ビルに関して周辺地域への貢献などを意識したテナント構成および地域連携やテナント間連携のための専門人材の配置の計画の為、まちの社会関係を知るための基礎調査として実施された。その中で、筆者たちの感想にはなるが、複数の境界と繋がっている人や、複数の境界で活動される人は特に生き生きと感じられた。今回視覚化できた複数の境界との接点を持った方々は趣味や友人、仕事関係などで繋がるが多かった。その中で、特に自分に関係のある人は繋がりも本人が自覚できるが、繋がった先の人物がどのような境界に属しており、その先の繋がりまでもマッピングすることで、自分の知らない境界でも人をたどればたどり着けることが可視化された。

しかしながら今回の調査では、基本は誰から紹介をされた人しか、マップ上に表現することができなかった。そのためこういった人との接点を一切持っていない人は、表現することができていない。そして、そういった人物こそが現在の社会で取り残されている人とも考えられる。そのため、境界への関わり方は段階性が存在するが、全く関りの無い人が、関りを持てるようにする社会を作っていくことが今後は求められる。

そこで、こういった調査の今後の可能性として、こういった人間関係のハブが、存在することがまちの中で、周知されれば、そういった安心感や他の境界・コミュニティに入り込むハードルを下げることはできるのではないだろうか。現在先に述べたような関係をま

ちの中で全く築けていない人でも、界限の中での重要人物と一人でも関わりを持てば、いくつもの界限へと繋がれるようなコミュニティ、まち、社会を作っていきたい。

#### 注

- 1) 社会関係資本とは信頼に裏打ちされた、社会的なつながりあるいは豊かな人間関係であり、共通の目的に向かって協調行動を導くもの(内閣府 2003)として本調査では進めていく。
- 2) 大森宏文(2019)「地域共創と社会関係資本-大和高田市における社会関係資本の分析-」『明星大学経営学研究紀要第14号』(pp. 39-57) 明星大学経営学部経営学科研究紀要編集委員会
- 3) 西口敏弘, 辻田素子(2017)『コミュニティー・キャピタル論 近江商人、温州企業、豊田、長期繁栄の秘密』
- 4) 堀口拓治, 出村嘉史(2020)「商店街活動の連鎖的展開をもたらす人と組織のネットワークの構造的特徴」『都市計画論文集第55巻第3号』( pp. 1386-1393)
- 5) Sibbet David: Visual meetings: How graphics, sticky notes and idea mapping can transform group productivity. John Wiley & Sons, 2010
- 6) Kalbach James: Mapping experiences: A complete guide to creating value through journeys, blueprints, and diagrams. O'Reilly Media, Inc., 2016