

パターン・ランゲージによる実践分析の試み

—— 〈習慣率〉と〈意味の濃度〉の観点の提案——

木村 紀彦^{*1}・井庭 崇^{*2}

概要

本論文は、パターン・ランゲージを実践の分析道具として活用する試みを論じる。パターン・ランゲージは、設計や実践の本質を記述し共有する方法論である。他方で、設計や実践を分析する道具としてパターン・ランゲージを利用する試みもされてきた。本論文は実践を分析する新たな試みとして、二つの分析観点を提案した。第一に、パターンが習慣として実践されているかを捉える〈習慣率〉である。第二に、ひとつの実践にどれだけのパターンが重ね合わされているかを捉える〈意味の濃度〉である。論文では、筆者たちが取り組んできた研究プロジェクトを題材に、それぞれの観点による分析を例示した。そこから、提案した分析観点から実践者を支援しうる発見が得られることを示した。

1 はじめに

パターン・ランゲージを「活用する」というとき、どのようなアプローチが思い浮かぶだろうか。ひとつは、ある領域で作成されたパターン・ランゲージを共有することで、その領域の実践者を支援することだろう。パターン・ランゲージは、ある実践領域において「実践の本質を捉え、言葉にしたものである」(井庭 2023a:69) ため、よりよい実践をしようと志す人やその領域に入門しようとする人の支えになる。例えばワークショップや研修の場面でパターン・ランゲージが活用されるとき、実践支援の道具として用いられている。

本論文では、それとは異なる活用に注目する。それは、過去に行われた実践や現在進行中の実践をパターン・ランゲージによって分析することで、その領域の実践について理解を深めたり省察したりするための手がかりを得ることである。いわば、実践分析の道具として活用するアプローチである。パターン・ランゲージが実践の本質を捉えたものであるからこそ、それを基礎にして実践の経験科学的な分析に取り組むことも可能になる(井庭 2023b)。

本論文は、パターン・ランゲージの目的や背景にある思想をもとに考案した、パターン・ランゲージの実践分析の新たな観点を提案する。それは、〈習慣率〉と〈意味の濃度〉と名

^{*1} 慶應義塾大学 政策・メディア研究科

^{*2} 慶應義塾大学 総合政策学部

付けた分析観点である。以下の節では、まずパターン・ランゲージによる実践分析の先行事例を概説し、続く第3・4節で本論文が提案する分析観点について論じる。

2 分析道具としての活用の先行事例

パターン・ランゲージの分析道具としての活用事例としてまず想起されるのは、『オレゴン大学の実験』（Alexander et al. 1975=1977）で示された「診断」のプロセスである。アレグザンダーたちは、大学のキャンパスデザインにパターンがうまく反映されているか、その程度を色で区別しながら描いた「診断マップ」を作成し、キャンパスの環境の状態やその居心地のよさを把握することを提案している。この診断結果は、どこに手を加えて修復すべきかを示すものであり、将来のデザインの検討材料となる。その意味では、パターンによる診断は将来の設計実践のための準備作業として位置づけられていたが、本論文の関心に照らすと、この取り組みそのものが分析道具としての活用の先駆的な事例だと見ることができる。

また、パターン・ランゲージの書籍を見渡せば、ケーススタディの道具として使われることがわかる。例えば『デザインパターン』（Gamma et al. 1995=1999）では、あるソフトウェアを事例に、設計上の課題がどのように解消されているのかがパターンをもとに示されている。『組織パターン』（Coplien & Harrison 2005=2013）や『フィアレス・チェンジ』（Manns & Rising 2005=2014）でも、それぞれいくつかの組織を事例に、パターンがどのように適用されているのかが示されている。こうした例示は、パターンの学習を読者に促進するという書籍としての目的がある。他方で、ある対象や現象がどのように成り立っているのかを記述する手段として、パターンの分析的な活用が可能であることも同時に示しているだろう。

分析的な活用により積極的に注目した事例として、Iba (2014) で示された経験の分析と可視化が挙げられる。あるパターン・ランゲージにおいて過去に経験したことがあるパターンを調査すると、パターン毎に何人の人が経験したことがあるのかどうか、経験者数を示すグラフが得られる。この情報は、調査対象の母集団における経験の全体傾向を示しており、個人はそれを参照しながら自身の経験の特徴を把握することができる。またリストアップしたパターンを、各自がレーダーチャートにプロットすれば、そのパターン・ランゲージについてある時点における個人の経験状況を可視化して把握することができる。そのチャートを定期的に描けば、経験の変化・成長の軌跡を捉えることも可能になる。こうした分析や可視化は、個人や集団のなかで自覚されていなかった経験の状態について省察する契機になる。

アレグザンダーによって設計の思想・方法論として生み出されたパターン・ランゲージは、このように分析道具として活用されてきた一面がある。もちろんこの分析は、後の設計や実践を検討するために行われる。しかし、手元にあるパターンをどう適用するかを考えるというシンプルな活用の仕方とは区別して、独立した活用方法として認めることができると思われる。このように認識することは、パターン・ランゲージの活用をめぐる議論をさらに豊かなものにするために有意義だと考えている。

以下では、パターン・ランゲージの分析道具としての活用方法を開拓する試みとして、パ

ターン・ランゲージの目的や背景にある思想をもとに新たな分析観点を二つ提案し、それぞれ筆者たちが取り組んできた研究における分析事例を示す。

3 〈習慣率〉

3.1 パターンを習慣的に実践しているかを分析する

本論文が提案する第一の観点では、パターンを習慣¹として実践できているかを分析する。実践のパターン・ランゲージは、実践者の単発的な変化——例えば「このパターンを一度実践できました」のような——ではなく、実践者の習慣を長期的に変化させることを目指している (Iba & Yoshikawa 2016)。パターンには、よい結果が生じるために繰り返し現れる「型」を捉えた側面があり (井庭 2023a:69)、「型」(=パターン) は継続的な実践によってこそ実践者に定着するものだと言えるだろう。そのため、パターンが習慣的に実践できているかどうかを、ある程度長期的な視野で見つめることは、きちんと押さえどころを踏まえた実践が日々できているかを認識するために重要な観点になりうる。

この分析観点を、私たちはパターンの〈習慣率〉と名付けた。習慣率は、ある期間において定期的に行われる実践を対象に、次の二つのデータを得ることで求めることができる。第一のデータは、分析したい期間において実践することができたはずのパターンの数の最大数である。第二のデータは、その期間の実践において実際に行われたパターンの数である。パターンの習慣率は、両者の比によって求めることができる (式 1)。

習慣率が高いほど、パターンが習慣的に実践できていることを意味する。言い換えれば、パターンが実践者の身になっているかどうかを習慣率によって示すことができる。この式は、ランゲージ全体を対象に扱うことも、パターン毎に行うことも可能である。前者の場合はあるパターン・ランゲージ全体の習慣率を把握でき、後者の場合はあるパターン毎の習慣率を把握できる。

$$\text{習慣率} = \frac{\text{実際に行われたパターンの実践数}}{\text{対象期間で実践することが可能なパターンの実践数}} \quad (\text{式 1})$$

3.2 習慣率に注目した分析の事例

筆者が取り組んだ、予備校の武田塾との共同研究を事例にしてパターンの習慣率の分析を例示する。このプロジェクトでは、何らかの理由で学校や塾に通うことができない、いわゆるひきこもりの生徒たち7名を対象に、武田塾が提供している独自の学習方法をパターンで記述して共有する学習支援に取り組んだ。対面クラスに参加することができなくても、パターンを共有することで、参加者たちが質の高い独学に取り組めることを企図して行われた。

¹ ここで習慣を、日常生活で繰り返し行われるなかで学ばれ、固定的に遂行されるようになった実践を指す概念として用いている。例えば宮島 (2003) で見られるように、行為や実践を扱う社会学で一般的な用法である。

プロジェクトの概要は以下の通りである。プロジェクトは、週単位で課される宿題を中心に進行し、参加者たちは宿題の到達度を週の終わりに自己申告し、規定された基準を合格していれば、次の週に新たな宿題が課せられる。合格していない場合、翌週も同じ宿題に取り組む（合格するまで新たな範囲には進まない）。パターンは、塾において特に基本の型とされている学習方法にしぼり、12パターンを作成し共有した。参加者の特性上、宿題の提示・宿題の報告・パターンの共有など、全てのコミュニケーションはメールで行われた。プロジェクトの期間は15週間に及んだ。

プロジェクトでは参加者たちの宿題への取り組みかたを調査するために、全12パターンについて、「実践できた」「実践できなかった」の選択肢による自己評価を毎週回答してもらった。この回答から、調査の対象となった13週の期間²で、パターンがどれだけ実現されているかのデータを得ることができた。図1は、ある参加者によるパターンの実践状況の回答をグラフで示したものだ。この参加者の場合、第4週（W4）から第8週（W8）までは不安定だったが、第9週（W9）以降はほぼすべてのパターンを取り込んでおり、全てのパターンを習慣的に実践できるようになっていることがわかる。この調査によって、期間中に取り込むことが可能であったパターンの最大数と、各自が実際に実現することができたパターンの数を得ることができ、全参加者の習慣率を求めることができた（図2）。

このプロジェクトでは、パターンの習慣率が実際に学習成果と関係するのかを検討するために、参加者たちの宿題の報告をもとに割り出した進捗率との比較を行った。その結果、習慣率と進捗率が共に高い人もいれば、両者が大きく乖離している人もいたことが明らかになった。筆者がこの結果から推察したのは、12パターンのなかで特に学習成果と強く関係しているパターンがあり、それらのパターンの習慣率がこの乖離を生み出しているのではないか、という仮説だ。そこで、パターン毎の習慣率を分析したところ、仮説のとおり、二つのパターン——「4日2日ペース」と「3回完璧にする」——の習慣率が、進捗率（学習成果）と強く相関している³ことが明らかになった（図3）。

3.3 習慣率の分析についての考察

以上に紹介した事例をもとに、習慣率の分析について得られた視点を論じる。

まず、この観点による分析に適した実践のタイプについてである。それは、習慣に注目しているように、定期的に行われる実践を扱うのがふさわしいように思われる。この事例が対象にした宿題が週単位の実践であったように、ひとつの実践の期間が明確であると（例えば月単位、日単位など）、分析が取り組みやすいだろう。

次に、分析に用いるパターンについてである。全てのパターンが習慣化されている必要があるのだろうか。必ずしもそうではないだろう。ランゲージのなかには、より熟練した場合や条件が適った場合に適用可能なパターンが含まれることがありうる。このプロジェクトでは、教科にかかわらず重要な基本の型だけをパターンにしていたため全てのパターンを使っ

² 第1週と第15週はそれぞれオリエンテーションと振り返りのため宿題はなく、自己評価を行わなかった。

³ 進捗率と習慣率の相関係数は、「4日2日ペース」では0.94、「3回完璧にする」では0.69であった。

て分析を行ったが、パターンが多い場合、必ずしもそのようにする必要はないだろう。例えば、教科毎に重要となるパターンもあったはずだ。したがって習慣率の分析には、基礎的なパターンに絞って分析することで、意味のある洞察を導ける可能性が高い。

また、事例で示したように、習慣率と実践の成果との関係を分析することが可能である。その比較から、より成果に影響が出やすいパターンが発見できれば、習慣率の観点から分析することはさらに有意義になるだろう。どのパターンを特に踏まえた実践をすべきかが明確になり、その情報は実践者の支援につながるからだ。また、作成したパターンの重要性やその妥当性を認識することにもつながる。ただし、この分析を行うためには成果を数値的に扱えるデータが必要となる。

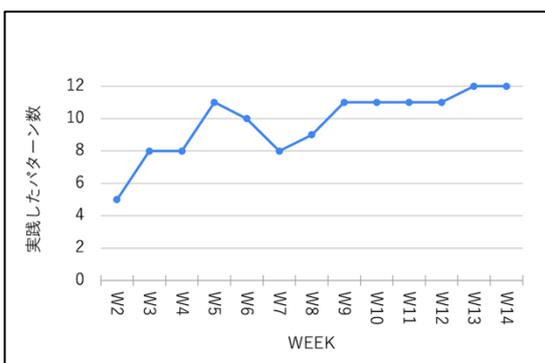


図1 ある参加者のパターンの実践状況

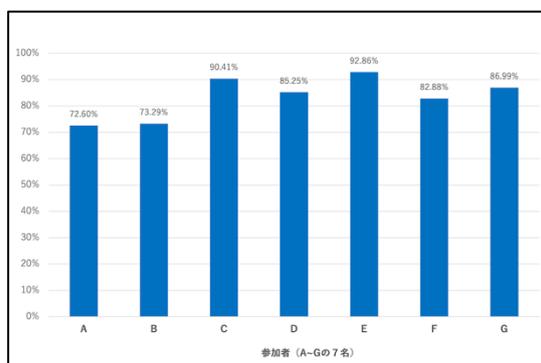


図2 全参加者の習慣率

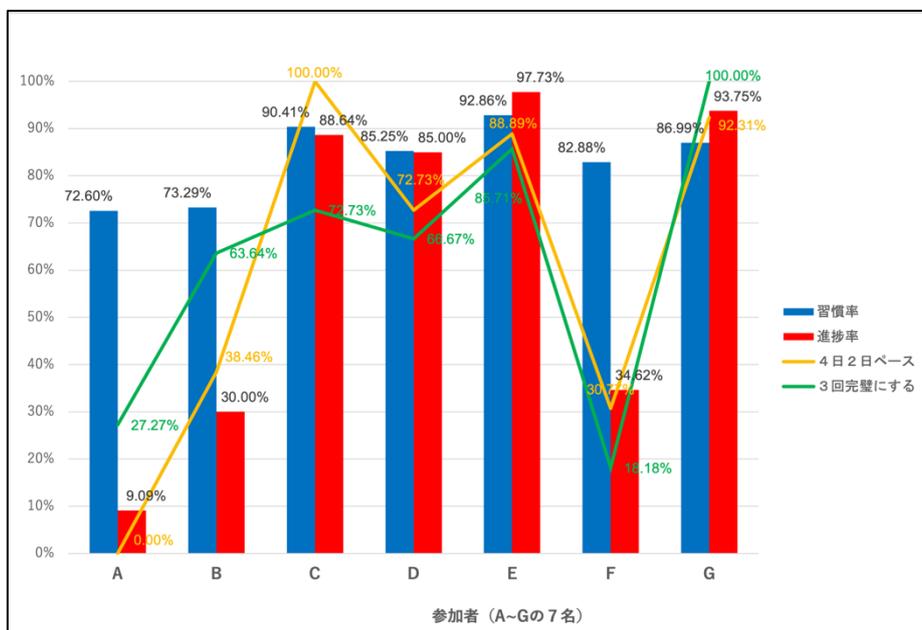


図3 各参加者の、習慣率と進捗率の比較及び進捗率に相関していた二つのパターンの習慣率

4 〈意味の濃度〉

4.1 実践のなかに重ね合わされたパターンを分析する

本論文が提案する第二の観点では、ひとつの実践のなかにいくつのパターンが重ね合わされているのかを分析する。この観点は、アレグザンダーの議論をもとに導かれた。彼がパターンを「一度にひとつずつ取り上げる」ことを説くように (Alexander 1979=1993), パターンを適用するときには、ひとつのパターンをどのように実践するかをまず考えるだろう。しかし彼は同時に、「パターン・ランゲージの使い方を修得したら、できるだけ小空間に、できるだけ多くのパターンを圧縮することに目を向けることが肝要である」とも説いている (Alexander et al. 1977=1984: xxvii)。つまり、「一度にひとつのパターン」を基本としながら、ランゲージに慣れた後には「一度にできるだけ多くパターン」の態度で臨むことを重視している。

彼は後者のあり方を、散文と詩の対比を比喩に説明している (Alexander et al. 1977=1984: xxvi)。彼によれば、一般的に散文では一語や一文がひとつの意味のみを持つのに対し、詩では一語や一文に多様な意味が込められている。同じように、ひとつの空間にいくつものパターンが圧縮されていけば、それだけ濃密な意味が込められた詩的な空間が生まれるというのが、彼の考え方だ。同じように考えるならば、詩的な組織、詩的な学び、詩的な介護など、様々な実践領域に当てはめることができるだろう。この思想に従うならば、ひとつの実践のなかにどれだけのパターンが重ねられているのかを分析することは、その実践の質——その実践に込められた意味の濃密さ——を捉えるために有意義なはずである。

以上の文脈を踏まえて、〈意味の濃度〉と名付けた分析観点を提案する。ある実践を対象にして、次のように考えることで意味の濃度が求められる。ある実践のなかに確認できるパターンを数え、それをランゲージ全体のパターン数との比で割り出す (式 2)。この値がより大きければ、それだけその実践に込められた意味が濃密である、ということだ。無論、ひとつの実践で全てのパターンを適用することは現実的ではないし、その必要もないはずだ。しかし、パターン・ランゲージ全体のパターン数を便宜上の基準として採用することで、捉えることが難しい実践の意味の濃密さを把握することが可能になると考えた。

$$\text{意味の濃度} = \frac{\text{重ね合わされているパターンの数}}{\text{ランゲージ全体のパターンの数}} \quad (\text{式 2})$$

4.2 意味の濃度に注目した分析の事例

以下では、筆者たちが調査している、商人たちの実践共同体であるワクワク系マーケティング実践会 (以下、実践会) を事例にして、意味の濃度の分析を例示する。この実践会は、設立者の小阪裕司氏が研究・開発した価値創造マーケティングを学ぶ実践共同体である。

1,500 を超える小売店や中小企業が参加し、各社の現場で取り組んだ実践をお互いに共有しながら学び合っている。

本論文の関心に照らし、実践会の二つの特徴に注目した。ひとつは、実践会が「価値創造マーケティングのパターン・ランゲージ」(Iba et al. 2020a, 2020b, 2022, 2023)を持っていることだ。実践会の参加者が実践し、学ぶべき価値創造マーケティングの実践の本質が 40 のパターンでまとめられている。もうひとつの特徴は、参加者たちが取り組んだ実践について本人たちが記述した「実践報告」があることだ。実践会には毎月 150 件以上の実践報告が共有され、その中から特に学習価値が高いと判断された十数件のレポートが、実践会で発行されている月刊誌に掲載される。

この実践報告を素材に、価値創造マーケティングのパターン・ランゲージを用いて意味の濃度の分析に取り組んだ。2014 年から 2015 年までの 2 年間の月刊誌に掲載された 180 件の実践報告を対象に、抽象度が特に高い 4 つのコアパターンを除く 36 パターンを用いて、実践コーディング (Kimura & Iba 2023) を行った。この手法で、質的研究で行われる定性的コーディングのように、パターンを使って実践についての記述という質的データを読み解いた。そうすることで、ひとつの実践のなかにいくつのパターンが重ね合わされているのかが分析でき、その結果を式 2 に当てはめることで意味の濃度を求めることができた。例えば 5 パターンがコーディングされた実践報告は、5 パターンが重ね合わされていることになり、その実践の意味の濃度は 14% になる。

どのような実践が実践会にとって学ぶ価値が高いと考えられているのかを明らかにするために、意味の濃度に応じた実践報告の数を正規分布で示した (図 4)。この分布から読み取れるのは、意味の濃度が 13~29% (約 5~10 のパターンの重ね合わせ) の実践が多いということだ。つまり、意味の濃度がその範囲にある実践が、実践会の月刊誌においてよく取り上げられている。

このような結果になる背景には、次のようなことが考えられる。意味の濃度がそれより小さい実践は、基本的な取り組みであったり初歩的な取り組みであったりして、誰もがすでに行っているため、わざわざ月刊誌で取り上げる必要はないのだと考えられる。またその範囲より大きい実践は、高度に練られた取り組みであり、実践として優れていても、他の参加者が参考にすることが容易ではないため、取り上げられることが少ないのだと考えられる。

4.3 意味の濃度の分析についての考察

以上に紹介した事例をもとに、意味の濃度分析について得られた視点を論じる。

まず、意味の濃度の分析に取り組むためには、いくつかの準備が必要である。ひとつは、分析対象として扱える、実践についての記録である。それは、上の事例のような文書の場合でも、写真やモノでもよいだろう。次に、その実践に適したパターン・ランゲージを用意する必要がある。最後に、分析対象として用意した実践の記録に、どのパターンが適用されているかを読み解く必要がある。そのことについて実践者本人が言及していれば、それを参考に意味の濃度を分析することができる。そうでない場合は、事例で示したように、実践コー

ディングなど何らかの手段によって調査者が読み解かなければならない。

意味の濃度の分析から、実践者にどのような示唆を与えることができるだろうか。それは、実践者が新しい実践に取り組むときに、いくつかのパターンを重ね合わせるとよいかを、実践者本人が検討したり、パターン制作者や分析者が提案したりする際の指標になりうることだ。ひとつの実践のなかで、あるランゲージの全てのパターンを取り入れる必要はないが、ではどれだけのパターンを採用するのがよいか、ランゲージ自体から導くことは難しいだろう。この事例のように、ある程度の数の事例を集め、現れやすい意味の濃度を求めることができる。その問いに経験的な回答を導くことができる。例えばこの事例の場合であれば、新しい実践に取り組むときに、約5~10のパターンを重ね合わせることを目指すことを勧めることができる。こうしたアドバイスは、まさにアレグザンダーが言うような、ランゲージに慣れた実践者が次の段階に進むために参考になるものだと考えられる。

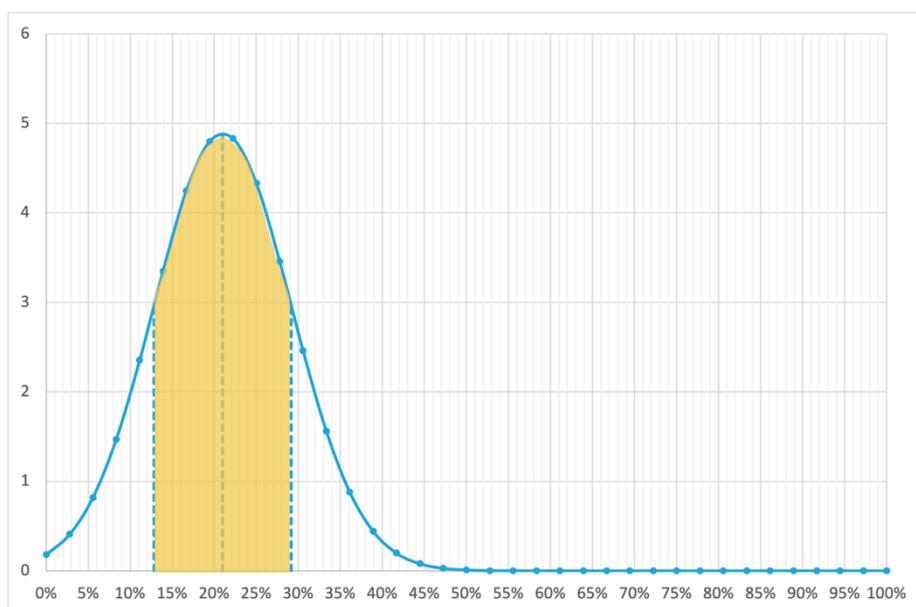


図 4 意味の濃度に応じた実践報告の出現頻度

5 おわりに

本論文では、パターン・ランゲージを実践の分析の道具として活用する試みとして、〈習慣率〉と〈意味の濃度〉の分析観点を提案し、それぞれ分析事例を示した。両者による分析は、分析に用いられるパターン・ランゲージを手にする全ての実践者に妥当するとは、本論文の事例からは言うことができない。しかし、本論文で扱った事例が、ある特定領域の実践を学ぶための実践共同体 (Lave & Wenger 1991=1993) であった——前者の事例では学習の仕方を学ぶための、後者は価値創造マーケティングを学ぶための——ことを踏まえるならば、そのパターン・ランゲージが中心にある実践共同体においては有意義な示唆を与えることができる分析観点だと考えている。本論文をもとに、これらの観点による分析がさまざまなパ

ターン・ランゲージで試みられることを期待している。

他方で、パターン・ランゲージの領域がもつ質的な世界観を、このように数量化して扱うことについて抵抗感を覚える可能性が考えられる。確かに、このような分析によって、「名づけ得ぬ質 (Alexander 1979=1993) の全てが把握できることはないだろう。しかし、質的なデータは質的に分析されるだけでなく量的に分析することは可能かつ有益である (Bernard et al. 2016, Kuckartz 2014=2018)。例えば、テキストマイニングなどの手法は後者にあたる。質的な対象の本質的な側面に注目し、それを適切な形で変数化 (数量化) して分析することができれば、質的に分析するのとは異なる発見を得ることができるからだ。

その意味で本論文の意義は、パターン・ランゲージの目的やアレグザンダーの思想を背景に導かれた分析観点を提案できたことだと考えている。分析の道具として活用を開拓するためには、ただパターン・ランゲージを使って何かを分析するというのではなく、パターン・ランゲージの分野にとって本質的な分析観点が重要だと考えるからだ。どれだけの分析観点や分析方法がありうるのか、その全貌は筆者たちにも現時点ではわからない。そのため、本論文のようにアドホックに提案を増やしていくことで議論を続けることが大切だと考えている。

このように実践分析の活用の仕方が開発され続けることは、実践者に有益な視点を与えるという点において、実践支援につながりうるだろう。さらに実践分析の道を探究することで、パターン・ランゲージによって実践者を支援する可能性を開拓していきたい。

謝辞

シェパードディングを担当してくださった小林正忠さんには、貴重なフィードバックをいただき、心から感謝申し上げます。また、AsianPLoP 2024 のライターズ・ワークショップで本論文について議論し、たくさんのフィードバックをくださった WWJ-1 グループの皆さんに感謝します。

参考文献

- Alexander, C., 1979, *The Timeless Way of Building*, New York: Oxford University Press. (平田翰那訳, 1993, 『時を超えた建設の道』鹿島出版会.)
- Alexander, C., Silverstein, M., Angel, S., Ishikawa, S. & Abrams, D., 1975, *The Oregon Experiment*, New York: Oxford University Press. (宮本雅明訳, 1977, 『オレゴン大学の実験』鹿島出版会.)
- Alexander, C., Ishikawa, S. & Silverstein, M., 1977, *A Pattern Language: Towns, Buildings, Construction*, New York: Oxford University Press. (平田翰那訳, 1984, 『パターン・ランゲージ——町・建物・施工 環境設計の手引』鹿島出版会.)
- Bernard, H. R., Wutich, A., & Ryan, G. W., 2016, *Analyzing Qualitative Data: Systematic Approaches (2nd ed.)*. California: SAGE Publications.
- Coplien, J. O. & Harrison, N. B., 2005, *Organizational Patterns of Agile Software Development*, New Jersey: Pearson Prentice Hall. (和智右桂訳, 2013, 『組織パターン——チームの成長によりアジャイルソフトウェア開発の変革を促す』翔泳社.)
- Gamma, E., Helm, R., Johnson, R. & Vlissides, J., 1995, *Design Patterns: Elements of Reusable Object-Oriented Software*, Boston: Addison-Wesley. (本位田真一・吉田和樹監訳, 1999, 『オブジェクト指向における再利

- 用のためのデザインパターン』ソフトバンクパブリッシング.)
- 井庭崇, 2023a, 「新しい方法、新しい学問、そして、未来をつくる——創造実践学の創造」桑原武夫・清水唯一朗編『総合政策学の方法論的展開』慶應義塾大学出版会, 67-86.
- , 2023b, 「実践の本質学——パターン・ランゲージの作成における本質観取」『本質学研究』(12): 3-34.
- Iba, T., 2014, “Using Pattern Languages as Media for Mining, Analysing, and Visualising Experiences,” *International Journal of Organisational Design and Engineering*, 3(3/4): 278-301.
- Iba, T., Masai, M., Abe, Y. & Kosaka, Y., 2020a, “Patterns for Building Customer Relationships in a Pattern Language for Value-Creation Marketing,” in *Proceedings of the European Conference on Pattern Languages of Programs 2020 (EuroPloP 2020)*.
- , 2020b, “Patterns for Motivating Customers in a Pattern Language for Value-Creation Marketing,” in *9th Asian Conference on Pattern Languages of Programs (AsianPloP 2020)*.
- , 2022, “Patterns for Learning through Practicing in a Pattern Language for Value-Creation Marketing,” in *Proceedings of 27th Conference on Pattern Languages of Programs (PloP 2020)*.
- , 2023, “Patterns for Deepening Understanding with Peers in a Pattern Language for Value-Creation Marketing,” in *30th Conference on Pattern Languages of Programs (PloP 2023)*.
- Iba, T. & Yoshikawa, A., 2016, “Constructing the Philosophy of Pattern Language: From the Perspective of Pragmatism,” PUARL2016 conference, San Francisco, California.
- Kimura, N. & Iba, T., 2023, “Practice Coding with a Pattern Language: A Case Study of Coding with a Pattern Language for Value-Creation Marketing,” in *28th European Conference on Pattern Languages of Programs (EuroPloP 2023)*.
- Kuckartz, U., 2014, *Qualitative Text Analysis: A Guide to Methods, Practice & Using Software*. California: SAGE Publications. (佐藤郁哉訳, 2018, 『質的テキスト分析法——基本原理・分析技法・ソフトウェア』新曜社.)
- Lave, J., and Wenger, E., 1991, *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*, Cambridge: Cambridge University Press. (佐伯胖訳, 1993, 『状況に埋め込まれた学習——正統的周辺参加』産業図書.)
- Manns, M. L. & Rising, L., 2005, *Fearless Change: Patterns for Introducing New Ideas*, Boston: Addison-Wesley. (川口恭伸監訳, 2014, 『アジャイルに効くアイデアを組織に広めるための48のパターン』丸善出版.)
- 宮島喬編, 2003, 『社会学 (岩波小辞典)』岩波書店.