

# 外部機関との連携事業を構築するネットワークの存在

— 社会関係資本論からネットワークを考察する —

北川 泰治郎

## はじめに

筆者は2012年8月に、国立大学法人小樽商科大学ビジネス創造センターに着任した。民間での経験とビジネススクールでの知見、当大学における卒業生としての同窓会ネットワークへのアクセスを期待され、外部機関との連携事業を生み出し、研究シーズを掴み、学外へ研究成果を還元していくことが求められている。その外部機関との連携事業であるが、幸いこの1年と4ヶ月の間に共同研究や自治体、NPO法人との取り組み、北海道内企業との海外進出事業など多くのプロジェクトに恵まれ、現在に至っている。連携事業発足のルーツを探っていくと、特定のネットワークを基盤としたある一定の人間関係が必要であることが分かってきた。これだけでは研究として、そもそも人間の感覚として目新しい発見ではないが、このある一定の人間関係を醸成しているネットワークこそが、一つの重要な資本と捉え、本稿では社会関係資本の観点から、その価値について考察したいと考えている。なお、外部機関との連携事業の定義として、筆者が携わった産学官における共同研究及び産業振興、地域振興を始め、人材育成など複数の機関で計画を立て、大学が公式的に他の機関と協働で取り組みを行うプロジェクト全般を指すこととする。

しかしながら、考察の起点とする社会関係資本の定義は未だ定まっていない。1990年代前半にアメリカの経済学者Patnum, Robert D.のイタリアの北部と南部での調査によって、「人々の協調行動を活発にすることによって、社会の効率性を高めることのできる、「信頼」「規範」「ネットワーク」といった社

会的仕組みの特徴」(上田和勇, 2010)が広く定義として知られているが, Baker. W (2000)は個人的なネットワークやビジネスのネットワークから得られる資源としており, 本稿では基本的に当該定義から捉えることとしたい。いずれにせよ, 社会学, 心理学, 経済学, 経営学などの分野において研究されていることもあり, その視座によって社会関係資本の効用に対する評価は様々である。さらに, 本稿では社会関係資本の定義そのものの議論による混乱を回避するためにも, 「何のため」の機能を果たす「資本」として捉えるのか(佐藤寛, 2010), 明示して考察を進めていく。ちなみに, 社会関係資本の「資本」という概念について, 経済的な「資本」としての位置付けではないとの立場もあり, 社会関係資本を「資本」と認識することが困難とする見方もある一方で, Coleman, J. (1990)によれば, 「他の形態の資本と同じように生産的であり, それなしでは獲得することのできない特定の目的を実現することを可能にする<sup>1)</sup>」, また金光(2003)は社会ネットワークへの投資行為による, 何らかのリターンの取得の過程としており, 確かに経営学から見て資本と捉えるには, 計画的に何かに利用され, 新たな価値を生み出し, 社会に還元(若しくは民間企業などへ利益として還元)される, 言わばリターンされることが必要であり, その過程を達成した, または達成に向け活用されていることも意識しなければならない。

したがって, 「何のため」の機能を果たす資本として捉えるかについて, 本稿では, 第一に連携事業において必要な能力を備えている人間に直接的, 間接的にアクセスし協調行動が取れること, 第二に連携事業の成果が北海道という地域に対する経済的貢献, または活性化の知見蓄積へつながることを, 今回の機能として捉えることとする。

---

1) 金光淳(2003)『社会ネットワーク分析の基礎』240頁より引用。

## 1. 外部機関との連携事業構築の起点となる接触パターン

まず、外部機関との連携事業を生み出す始めの接触パターンについて整理したい。事業が構築されるための入口にあたるこの接点であるが、連携事業の内容は本学の特性を考えると、特に理工系の大学とは異質な位置付けであろう。製造業が強い我が国において、共同研究という外部機関との連携事業においては圧倒的に理工系大学の実績が多く、主に技術シーズを基にした製品開発という研究が進められる。一方、社会科学系であり、商科大学である本学は、その開発成果を市場へどのようにアプローチし、浸透させ、如何にしてそのビジネスをマネジメントしていくかなど、事業化の領域において期待される研究機関である。したがって、外部との交流から市場を見つめ、プロジェクトを推進する能力（荒磯恒久，2013）、新たなビジネスモデルを提案できる構想力が求められる。

この連携事業構築に向けた外部との交流開始、すなわち接触パターンを分類すると次の(1)~(4)に整理できる。1つ目は(1)セミナーなど多数が参加する公開イベントでの交流である（以下「(1)」）。セミナーなどのイベントは会員、非会員や有料、無料という条件で参加が難しいものもあるが、一般的には民間、行政、大学機関がそれぞれ主催するなど広く実施されている。勿論、テーマによって参加者の属性が大きく左右され、初対面のケースで数多くの接触が生まれる一方で、主旨、目的を考慮しなければ、単なる情報収集、名刺交換で終わってしまい、次につながる展開を生み出しにくい傾向にある。次に(2)自ら目的を持って相手へアプローチする能動的な接触である（以下「(2)」）。一度に幅広く交流できるわけではないが、基本的にその目的は明確であり、有意義な交流となることが予想される。そして3つ目が(3)相手からアプローチを受ける受動的な接触である（以下「(3)」）。相手の意向によっては連携事業へつながる可能性のある交流になりうるが、既知の相手であっても直接話をしなければ分からない不透明な部分が多い。また教育機関でもある大学は、その相手の信用性、持ち込まれた話の社会性を十分吟味しなければならない側面がある。最後に(4)第三

者による紹介の接触である（以下「(4)」）。ある方向性へモチベーションのある人間をつなげる第三者、仲介役を担う人材によって接触機会が作られ、交流が促進される。これは基本的には共通の知人を介した接点であり、仲介する人材の資質、信用に依存する部分もあるが、既にスクリーニングされた状態で交流が開始される。

上述の4つのパターンを以下の2軸にマッピングすると次のように整理できる。なお2軸の説明として、横軸は外部機関との連携事業を構築する主体である大学側（本稿では筆者）の接触開始時における能動的、受動的な度合い、縦軸は主体にとって交流を開始する相手を予め選定するコントロール度である。(1)と(2)はアプローチとして能動的であり、コントロール度においては(1)は低くなる。また(3)と(4)は受動的であるものの、コントロール度においては第三者が仲介しスクリーニングされている可能性が高いため、(4)のコントロール度は(3)と比較して高くなる。

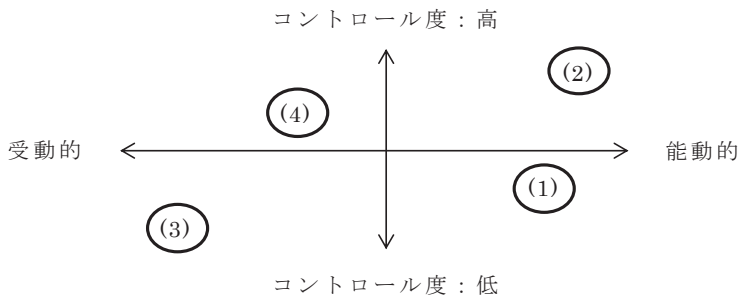


図1 接触パターンのポジショニング

(出所：筆者作成)

## 2. 外部機関との連携事業を構築する接触パターンとネットワークの関係

### 2-1. 外部機関との連携事業を構築するネットワーク

実際に、外部機関との連携事業における分析をするにあたって、筆者自身と

名刺交換した相手のネットワーク属性を分類したい。筆者は2012年8月から本学ビジネス創造センターの立場で、外部機関との連携事業を進めてきたわけだが、2013年11月末までの487日間の中で、1,019名と名刺交換を行い推進してきた。本節ではその1,019名を筆者の属するネットワークをベースに整理していく。

はじめに487日間で名刺交換した1,019名を産学官の3分野及び北海道内（以下「道内」）と北海道外（以下「道外」）での分類に分け、属性の傾向を明示する。産学官の分類においては、圧倒的に産の分野の相手が多く70%を超えているが、これは筆者が民間経験者であり、且つ本学が商科大学の為、卒業生の多くが民間へ進むため、接点を作りやすい事が一つの要因であろう。他方で、道内と道外の比率からは、基盤としている後志地域<sup>2)</sup>を中心とした道内のコンタクトが72%、道外が28%となっており、道外での滞在日数の比率から考えると道外でのコンタクトは効率良く接点を持つことができていると言える。これらは後に述べる筆者が属している既存ネットワークへのアクセスによってもたらされる効用でもある。

表1 名刺交換の内訳

(単位：人)

	北海道内	北海道外	計
産	524	222	746
学	88	40	128
官	123	22	145
合計	735	284	1,019

2) 1市13町6村で構成される地域。小樽市、岩内町、喜茂別町、京極町、共和町、倶知安町、黒松内町、積丹町、寿都町、仁木町、ニセコ町、古平町、余市町、蘭越町、赤井川村、神恵内村、島牧村、泊村、真狩村、留寿都村。

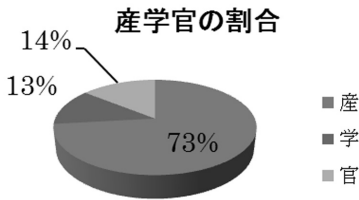


図2 名刺交換の産学官の割合

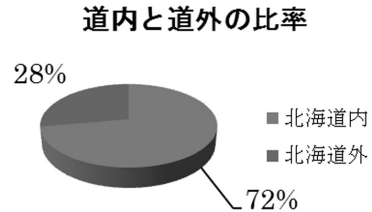


図3 名刺交換の道内と道外の比率

それでは次にネットワークについて整理していくが、筆者のネットワーク属性は、以下の8区分に分類できる。母校でもある小樽商科大学を中心としたネットワークに属しているが、東京在住時のネットワークも現在活きている。

- ① 小樽商科大学卒業生：大学のキャリア開発教育支援やその関連事業など人材育成に寄与しており、正会員4,653名、賛助会員1,750名の機関である公益社団法人緑丘会を始めとした、本学卒業生のネットワーク。
- ② 小樽商科大学ビジネススクール卒業生：2013年に10年目を迎える大学のビジネススクールのネットワークであり、上記、緑丘会会員であるものも多いが、学部は本学以外であるケースが多く、本稿では分けて定義する。修了生の総数2013年3月末で250名ほど。
- ③ 小樽商科大学における他教員及び職員：本学における教員と職員。
- ④ 後志地域における中小企業のネットワーク：中小企業家同友会しりべし・小樽支部を中心とした、後志管内の交流から生まれたネットワーク。
- ⑤ 札幌西高等学校卒業生：輔仁会を中心とした札幌西高校の同窓ネットワーク。筆者は卒業である。
- ⑥ 東京在住時の北海道人ネットワーク：他業種、年代も様々である。なお、厳密には複数のネットワークから構成されているが、本稿では合わせて定義する。
- ⑦ 前職での仕事の関係から生まれたネットワーク：勤務していた民間企業2社から派生するネットワーク。

- ⑧所属学会（産学連携学会，地域活性学会）：主に産学連携学会が中心とした，共同研究センターの専任教員ネットワーク。

上記①～⑧の番号別に名刺交換相手の人数を分けると表2の通りとなる。なお，ネットワークが重複している相手が少なからず存在するが，最初に出会ったネットワークでカウントすることとする。また，筆者は漠然とネットワークの存在を認識して外部との連携活動を推進していたことは認めるが，本稿執筆に向けて，意図的に数字が偏るような名刺交換活動は一切行っていない。

表2 ネットワーク別に見た名刺交換の内訳

(単位：人)

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	その他
64	70	6	90	8	97	8	80	596

※その他は①～⑧には該当しない，若しくはネットワーク属性が不明の相手。

表2から，①～④は小樽商科大学が起点となったネットワークであり，①，②，④についてはネットワークに属する相手に比較的多くアクセスしている。なお，③については同じ組織であり，ほとんどが名刺交換をしていないため，少ない人数になっている。また他には⑥の東京在住時の北海道人ネットワークと⑧の所属学会でのネットワークもそれぞれ全体の1割弱となっており，名刺交換合計の数字から見て，筆者は主に5グループのネットワークへアクセスしていると言えよう。

## 2-2. 外部機関との連携事業における接触パターンとネットワークの関係

先述の通り，外部機関との連携事業を産学官における共同研究及び産業振興，地域振興を始め，人材育成など計画を立て大学と他の機関が協働で取り組みを行うプロジェクト全般と定義しており，本稿では本学が契約締結したり，正式に委嘱を受けたりしている事業を共同研究，産業振興，地域振興，人材育成の

4つのカテゴリーで分類する。なお、本学単独でのセミナー開催や講師派遣、本学教員が企画したプロジェクト等は含めていない。

まず、共同研究として、筆者が研究者として携わった案件は3件である。いずれも道外に本社を置く企業であるが、道内の特定地域での商品開発マーケティングやソーシャルメディアに関わる研究、組織変革を進める研究をテーマに実施してきた。3件のうち1件は、第三者を介して共同研究先の担当者とながっている。この第三者は、本学ビジネススクール卒業生からの紹介である。そして2件目は能動的なアプローチであったものの、東京在住時の北海道人ネットワークでの知り合いの助けがあった案件、残る1件は本学卒業生から持ち込まれた研究である。地理的に相手が道外という不利な状況であってもネットワークによってアクセスし、関係性維持の難しい状況を緩和できている点が特徴的であろう。

次に産業振興であるが、海外進出支援事業の2件が挙げられる。道内複数企業での共同海外進出事業であり、主にマーケティング支援の役割で本学が正式にプロジェクト参加している。この2事業ともアプローチを受けた案件であるが、1件はかつて東京在住時の北海道人ネットワークで出会った経営者の関係で知り合った人物からのアプローチであり、もう1件は本学ビジネススクール卒業生からのアプローチである。

そして3つ目の地域振興であるが、こちらも2件になる。後志地域全体での取り組みと小樽市内における活動である。これらは外部機関から正式に委嘱を受けて実施したものであり、接触としてはアプローチを受けた形になるが、その背景を確認すると、それぞれ本学ビジネススクール卒業生からの推薦と交流のあった地元民間経営者が推薦という、いずれも第三者の紹介という形態に分類される。

最後に人材育成では、社会人向けのセミナーと学生向けのセミナーの2つの事業になり、これらも正式に本学が後援、共催という形で開催されている。社会人向けセミナーは所属学会のネットワークに属する相手から生まれた連携事業であり、学生向けセミナーは本学ビジネススクールの卒業生より企画され共



催されたセミナーである。

以上の4つのカテゴリーで分類した事業と事業構築の起点となった相手との接触パターンとネットワーク属性をリンクさせると表3の通りにまとめることができる。

表3 連携事業における接触パターンとネットワーク属性の関係

カテゴリー	連携事業概要	接 触 パターン	ネットワー ク 属 性
共同研究	マーケティングに関する研究	(4)	②
	ソーシャルメディアに関する研究	(2)	⑥
	組織に関する研究	(3)	①
産業振興	海外進出支援事業A	(3)	⑥
	海外進出支援事業B	(3)	②
地域振興	後志管内プロジェクト	(4)	②
	小樽市内プロジェクト	(4)	④
人材育成	社会人向けセミナー	(3)	⑧
	学生向けセミナー	(3)	②

※接触パターンの番号は3～4頁の定義、ネットワーク属性の番号は6頁の定義より。

### 2-3. 外部機関との連携事業の接触パターンとネットワークの分析

前節の表3によれば、1つの連携事業を除いて接触パターンが受動的である(3)及び(4)という結果になるが、サンプルとしては不十分と認識しつつも、本学の研究機関として期待される分野、機関として信頼される部分があり、アプローチを受けたのではないかと推察される。また、単に受動的な形、すなわち交流をせず、ネットワークの基盤を築いていなければ、そもそもアプローチを受ける確率は下がってしまったであろうことを付け加えておく。さらにアプローチを受けた際にお互いが初対面ではなく、同じネットワークに属するというこ

であれば、先に提示した図1にあった接触パターン(3)の縦軸のポジションはコントロール度が高い状態になり、以下に示す図4の通り、上方へ移動した状態での接触になる。したがって、接触パターンの重要なポイントとしてコントロール度が高いということ、要するに誰と会うかということが連携事業構築に向けて大きく影響することとなる。

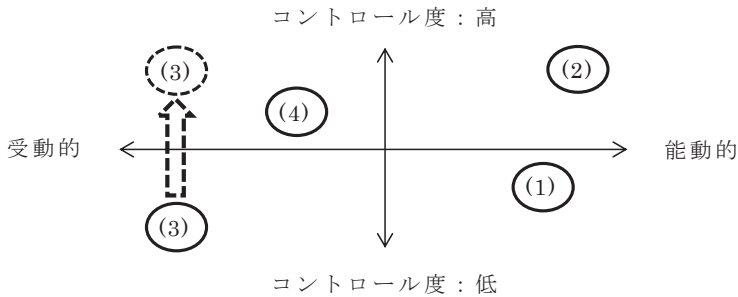


図4 接触パターンのポジショニング

(出所：筆者作成)

一方で、本稿でさらに注目したいのが、その接触パターンに関わる相手と筆者のネットワークの存在である。2-1で主な5グループ(①, ②, ④, ⑥, ⑧)のネットワークに属していると分かったが、この5グループはそれぞれ名刺交換した1,019名に対する人数構成比を見ると次頁の表4になり、それぞれのネットワークは全体の6%を超える構成比であることが分かる。6%を超える比率になるには、何らかネットワークの人間が集まる会があり、それに何度か参加している状況になければ難しいであろう。そして参加することにより、ネットワークの人間との交流時間が増え、人間関係が構築されていく。その中でお互いの能力、仕事上の方向性、パーソナリティから相性などが分かり、信頼関係をより深める機会に恵まれるのではないかとと思われる。こうして5つのネットワークが外部機関との連携事業につながるプラットフォームであると想定すると、ある一定期間にアクセスしているすべての人物から、本人にとって

結び付きが強いネットワークは、一定程度そのネットワークに属する人物と会う機会が設けられ、それがお互いにとって必要な人間に直接的、間接的にアクセスしやすい環境を生み出し、最終的に協力関係に至る確率が高まったと考えられる。ちなみにNan Lin (2008)によれば、ネットワークを通じた人間関係からアクセスできる資源に直接的、間接的に獲得していけることを関係的資源、または社会関係資本と定義している。

表4 ネットワーク別に見た名刺交換数の内訳とその構成比

ネットワーク	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
内訳(人)	64	70	6	90	8	97	8	80
構成比	6.3%	6.9%	0.6%	8.8%	0.8%	9.5%	0.8%	7.9%

※構成比は内訳の人数÷1,019人。表3のその他のグループは削除している。

### 3. 外部機関との連携事業構築における社会関係資本の効用

#### 3-1. 外部機関との連携事業と社会関係資本の機能との関係

先にBaker, Wによる社会関係資本の定義を記載したが、個人的なネットワークやビジネスのネットワークから得られる資源、ナレッジやアイデア、ビジネスチャンス、精神的なサポート、信頼、協力などが得られることであり、こうしたネットワークから生まれる資本を通して、新たな取り組み、本稿では外部機関との連携事業が推進されると考えている。

また「資本」の機能として、第一に連携事業において必要な能力を備えている人間に直接的、間接的にアクセスし協調行動が取れること、第二に連携事業の成果が北海道という地域に対する経済的貢献、または活性化の知見蓄積へつながることを条件としており、本節ではまずその「資本」として、先に提示した機能に該当するのか確認したい。

一つ目の「連携事業において必要な能力を備えている人間に直接的、間接的にアクセスし協調行動が取れること」であるが、前章に置いて各連携事業と接

触パターン、筆者とアプローチした（若しくはアプローチされた）相手とのネットワーク属性を整理した。最終的には筆者が多くアクセスしているネットワークには、アプローチされた（若しくはこちらがアプローチした）相手も所属しており、相互に必要な人物へのアクセスが図れたということを確認でき、第一の機能として満たされている。

一方、二つ目の「連携事業の成果が北海道という地域に対する経済的貢献、または活性化の知見蓄積へつながること」についてであるが、4つのカテゴリー別に整理していく。まず、共同研究についてであるが、北海道の地域性を意識した特産品のマーケティング、そして北海道をアピールするソーシャルメディア、道内企業に関係した組織変革と取り組んできており、短期間での所謂、経済的な利益に貢献しているとは言えないが、知見蓄積は当然のこと、広い社会的な貢献としては大きな意味のある研究であると認識している。また産業振興、地域振興については道内企業複数社、若しくは自治体、NPO法人との連携プロジェクトであり、本学の強みであるマーケティングやプロジェクト推進、ビジネスモデル提案などの点でプロジェクトに貢献できている。最後に人材育成であるが、2つの事業があり1つは社会人向けのイノベーションを推進する人材育成プログラムの一部を本学が後援で実施し、またもう1つは道内の学生向けアントレプレナー育成、キャリア支援に寄与する取り組みであり、機能の要件としていずれも該当するのと認識を持っている。ただし、すべての連携事業に該当することであるが、これらの取り組みで得た知見を広く社会へ還元していく取り組みは、まだ向上の余地がある。

### 3-2. 外部機関との連携事業構築に寄与するネットワークの役割

最後になぜ、5つのネットワーク<sup>3)</sup>から連携事業が構築されたのか、社会関係資本の観点で考察していきたい。1,019名の中から9名との接触が連携事業につながったのだが、いずれの相手も表4にあった構成比6%を超える5つの

---

3) 2-1で定義している①, ②, ④, ⑥, ⑧のネットワーク。

ネットワークに属していた。改めて言うまでもないが、異なる機関が連携して事業を実施することは、非常に難しい。まして、学という教育・研究機関と産、官との連携はお互いの信頼、異なるプロセス、文化を理解し合わなければ基本的に成り立たないか、一つ間違えると激しい意見の対立や不信感から関係が断絶してしまう危険性も十分はらんでいる。

以上のように、非常に繊細であり、慎重性が求められる外部機関との連携事業が構築された理由として、5つのネットワークが以下の要素を構成していたため、構築を支えうる基盤になったのではないかと考えられる。

- (i) 定期的に交流会を開催し、運営が組織化されている。
- (ii) 共通の価値観が存在し、信頼関係や仲間意識が醸成されている。
- (iii) ネットワーク内の他の関係者による牽制、評判が担保となっている。
- (iv) 吸引力のあるキーパーソンが存在する。

(i) 定期的に交流会を開催し、運営が組織化されている。

ネットワークの維持には交流会、所謂集まる機会が設けられなければ、求心力を失うであろう。毎回参加する関係者もいれば、不定期に参加する関係者もあり、ネットワークに対するコミットメントは必ずしも全員が同じではないが、平等に機会がある。また運営が組織化され、幹事役を担う人物が存在し、事務局として重要な役割を果たしている。

(ii) 共通の価値観が存在し、信頼関係や仲間意識が醸成されている。

ネットワークの核となる、存在目的と言えるかもしれないが、共通の価値観が存在している。価値観に対する強弱はそれぞれあるが、母校の為であったり、故郷の為、我が国の競争力向上や人材育成の為など大きな方向性について、暗黙の価値観を共有している。またこの共通の価値観を中心として、所属する関係者の信頼関係や仲間意識が自然と醸成され、対立的、競争的ではなく支援的に関係性を向上させている。

(iii) ネットワーク内の他の関係者による牽制，評判が担保となっている。

ネットワークの関係者は，方向性が同じだったとしても所属している（働いている）機関は別々であるため，同僚とは異なる人間としての距離を生む一線がどこかに存在してしまうが，本人にとって存在意義の強いネットワークであるほど依存度は高く，他の関係者から見られる意識，信頼獲得へのインセンティブが働くと考えられる。これにより，初対面の人間関係とは圧倒的に異なる高い次元で関係性が担保される。

(iv) 吸引力のあるキーパーソンが存在する。

ネットワークには，中心的な人物が必ず存在するが，ネットワークが健全な環境として長く存在するには，吸引力のある人格者の存在が欠かせない。おそらく多くのケースにおいてネットワークに所属する年長者が，このキーパーソンに適合する。キーパーソンはネットワーク理念の中心であったり，参加者のコンフリクトの調整やネットワークに相応しい新たな人物を呼び込んだりすることができる。

以上の要素を備えているネットワークは勤務している組織と比べ，統制ということに関しては，完全に劣ってしまうが，決して無秩序にはならず，時に大きな信頼関係が生まれている。筆者の経験では，各ネットワークで知り合い，良好な関係を築ける人物が必ず存在する。その際に何かを得ようとするのではなく，お互いどうしたら相手の為になるのかというモチベーションが働いている。次回また会う楽しみに向け，自然とそうしたいという欲求である。我が国には，見返りを求めない「情けは人の為ならず」という諺があるが，まさしくネットワークに必要な心得である。それをBaker. Wは的確に指摘し，個人主義的な行動へ警鐘を鳴らしている。

したがって，ネットワークから生まれる相互支援，目に見えない情報や機会の提供によって，今回のように最終的に目的が達せられるものになった時，社会関係資本がネットワークを通じて活用されたと想定される。

#### 4. 今後の課題

現状の外部機関との連携事業がすべてであるとの認識は、当然のことながら全くない。さらに社会的に貢献度の高い事業を目指し、推進していくことが必要であると考え。そのためには、現状の結び付きの強い先述のネットワークの評価が必要になってくるであろう。これが一つ目の今後の課題である。それには計量分析による質的分析、ネットワークが排他的なのか、創発的なのかの分類を行い（Baker, W, 2001）、ネットワークの価値を定量的に表していくことも重要な調査、研究課題と認識している。

そして2つ目が1,019名の中でネットワークをその他に分類した596名の分析である。あくまで現状における自らの結び付きの強いネットワークに属しているかどうかの判断で、すべての評価は不可能である。むしろ、さらに価値のあるネットワークに連結している可能性も当然のことながら考えられ、一つ目の課題で上げたネットワークの価値測定、分類手法が答えを導く指針になることであろう。

また発展的な課題として、ネットワークを「資本」と捉えるのであれば、社会的な課題解決に対する新たなネットワークの構築や既存ネットワークから派生する新規のネットワーク形成に対して、その形成プロセスの分析やネットワーク基盤の進化がどのような効用につながるのか調査を進めたいと考えている。

## 参 考 文 献

- 今井雅和 (2011)「序章 ソーシャル・キャピタル論とは何か」高崎経済大学付属産業研究所編『ソーシャル・キャピタル論の探究』日本経済評論社, pp.1-16.
- Baker.W 中島豊訳 (2001)『ソーシャル・キャピタル』ダイヤモンド社.
- 上田和勇 (2010)「現代企業経営におけるソーシャル・キャピタルの重要性」専修大学社会知性開発研究センター・社会関係資本研究センター編『社会関係資本研究論集第1号 (2010年3月)』, pp.13-29.
- 大平哲 (2001)「第4章 住民組織を利用した開発のための社会関係資本」佐藤寛編『援助と社会関係資本—ソーシャルキャピタル論の可能性』アジア経済研究所, pp.83-101.
- 金光淳 (2003)『社会ネットワーク分析の基礎』勁草書房.
- 佐藤寛 (2001)「序章 社会関係資本概念の有用性と限界」佐藤寛編 (2001)『援助と社会関係資本—ソーシャルキャピタル論の可能性』アジア経済研究所, pp.3-10.
- Nan Lin 筒井淳也/石田光規/桜井政成/三輪哲/土岐智賀子訳 (2008)『ソーシャル・キャピタル』ミネルヴァ書房.
- 中野正裕 (2011)「第11章 ソーシャル・キャピタル論と経済成長」高崎経済大学付属産業研究所編『ソーシャル・キャピタル論の探究』日本経済評論社, pp.237-254.
- 山崎幸治 (2001)「第2章 社会関係資本と効率改善メカニズム」佐藤寛編『援助と社会関係資本—ソーシャルキャピタル論の可能性』アジア経済研究所, pp.35-63.