

# 「自己組織化を促す場」を商品化したマーケティング

— 片づけコンサルタントの事例から —

中京大学大学院 経営学研究科 博士後期課程

西川 絹恵

## 要約

昨今では「場」も商品化され、ビジネスモデルの中でも重要視されるようになってきた。本研究では片づけという切り口から「自己組織化を促す場」を作り出すコンサルティングサービスに注目し、現代社会において物理的な側面から心理的側面を自己組織的に変容させる「場」のマーケティングについて取り上げ、その事例として近藤麻理恵の「こんまり流片づけコンサルタント」に着目した。「自分がどういう状態だと心地よいか」を実感を伴いながら自然に体得していくのがこんまり流である。「片づけは自分と向き合う行為である」というキャッチフレーズと共に、家の片づけを皮切りに自分の人生まで自己組織化を促していくのである。カウンセリングとはまた違った角度から「こころ」を扱う、新たな切り口のマーケティングビジネスであるからこそ、国や人種を超えて多くの人々に影響を与えたのではなかろうか。目に見えないニーズをわかりやすい「片づけ」に結び付け、片づけコンサルタントの派遣をすることで顧客の自己組織化を促す「場」を創り出すことを商品化するというこの発想が、心を扱う新たなマーケティングのビジネスモデルとして期待されるのではないかと思われる。

## キーワード

「場」の商品化、心の時代、片づけビジネス、こんまりメソッド

## 1. はじめに

様々なものが市場化される昨今、「場」も商品化されるようになり、ビジネスモデルの中でも重要視されるようになってきた。昔から存在するホテルや旅館のように宿泊する「場」を提供するサービスもある。とりわけ近年はインターネットの普及により新たな「場」のビジネスも現れてきた。その代表として楽天やアマゾンのように、商品やサービス・情報を集めた「場」を提供することで利用客を増やし、市場での優位性を確立するプラットフォーム戦略というビジネスモデルがあるが、これもまさに「場」を商品化したものである。インターネットの普及は新たな「場」を私たちにもたらした。しかしネットが普及した現代でも、ネット社会だからこそ、それと並行して現実の「場」の重要性も再認識されている。それが自分が住んでいる生活の「場」以外で「場」を求めるニーズとして表れているのが、スターバックスのように「第三の居場所」を掲げるカフェビジネス、快活CLUBのように、快適で自分らしい時間と空間を提供す

るインターネットカフェのような存在である。これは人との交流を目的としてではなく、自分が自分として存在できる「場」を売るサービスとして必要とされている。

本来自分の家は自分のスペースであり、自分らしく心地良く過ごせる「場」であるはずなのに、それがいつの間にか家の外に自分らしくいられる「場」を求めなくてはならない現状にあるというジレンマが起こっている。そのジレンマを抱える理由は様々あるが、近年片づけられない人がクローズアップされており、それを改善するための本や、片づけ業者も増えている状況から鑑みるに、家という「場」が物理的に住む人を圧迫し、精神的にも落ち着かなくさせていることも一つの要因として考えられる。

本発表では片づけという切り口から「自己組織化を促す場」を作り出すコンサルティングサービスに注目し、現代社会において物理的な側面から心理的側面を自己組織的に変容させる「場」のマーケティングを考えたい。

## II. 場の概念

### 1. 「場」の歴史

「場」の概念は、古代ギリシャ時代の哲学において存在や思考の原理を論じるうえでの重要な地位を占めるものとして、アリストテレスの「場所（トポス）」の中でも登場している。19世紀半ばに合理主義・物理学主義の台頭により表舞台から姿を消したものの、19世紀終盤から20世紀にかけて、物理学の電磁場の研究において「電磁場は電気や磁気を帯びた物体が引き起こす周囲の空間の状態変化」であるとし、物体を含む空間である「場」であると捉え直すことによって非物質的な作用の存在である「場」の概念が復活した。その後クルト・レヴィンは社会学的アプローチに「場」の視点を取り入れて集団を心理学的な力の場であるとし、個々の事象を集団の構造との関係でとらえようとする場の理論（field theory）を提唱した。レヴィンは「場」を「一般に相互に依存していると考えられる共在する事実の全体」と定義している。そしてこの理論は心理学のみならず経営学、組織理論にも広がっていき、組織マネジメントや知識創造のための原理として「場」の概念が取り上げられるようになっていった。経営学者のチェスター・バーナードは組織を「人力の場（field of personal forces）」とみなし、組織を孤立した人間の集団ではなく相互に影響を及ぼし合いながら成立する体系（システム）ととらえた。また社会学者のピエール・ブルデューも「場」（champ, field）の概念を重要な位置付け取り上げている。彼は「場」を「諸関係のシステム」または「位置のシステム」ととらえ、「場」の概念を考える時は関係論的に考えることが必要であり、高度に分化した諸社会において「場」は種別性をはらんだ固有の論理を持っていると述べている。しかしブルデューは「場」とシステムの本質的な違いを、「場」には争いがあり、歴史があること、そしてシステムの構築にはシステム独自の内的運動ではなく生産の場に備わっている葛藤から生まれたものだと述べている。

### 2. 日本における「場」

日本においては、1990年代になって野中、西口、伊丹ら（1995, 1999, 2000）を中心とする、組織における知識創造に焦点を当てた「場」の理論が経営学の分野で注目されるようになった。野中郁次郎（1995）は「場」の定義を「場とは物理的空間（オフィス、分散した業務空間）、仮想空間、特定の目的を共有している人間関係、あるいはこのような人間同士の共有しているメンタルスペース（共通経験、思い、理想）のいずれでもあり得る場所 platform である。」と述べている。日本の場は、時間と空間が切り離されていないため、関係が場を規定する重要な要素であるとして暗黙知が共有されることで「場」が成立し組織的知識構造ができる。の成立に必要なである、と捉えている。

伊丹敬之は、場の概念に基づくマネジメントの理論を提起した。伊丹（2005）の定義する「場」とは、人々がそこに参加し、意識・無意識のうちに相互観察し、コミュニケーションを行い、相互に理解し、相互に働きかけ合い、相互に心理的刺激をする、その状況の枠組みのことである。そして人々の間に「場」が生まれると言う事は、「場」の4つの基本要素①アジェンダ（情報は何に関するものか）、②解釈コード（情報はどう解釈すべきか）、③情報のキャリア（情報を伝えている媒体）、④連帯欲求、の共有が進んで、人々の集まりが「場」として機能できるようになることであると述べている。つまり伊丹はこの「場」のメカニズムを、4つの場の基本要素をメンバーが共有することが必要であり、その結果様々な様式による密度の高い情動的相互作用が継続的に生まれると説明している。

日本の哲学、社会学、心理学、日本文化などの視点から哲学者の西田幾太郎をはじめ、社会学者の中根千枝、科学者の清水博、心理学者の河合隼雄らも「場」について様々な定義を述べている。中根千枝（1967）は「場」について「（多くの場合偶然によってあてがわれた）所属集団そのものであり、それらへのメンバーシップが直接個人の生活様態を左右する社会的な枠組みに他ならないとして、「場」は日本人にとって自己の社会的存在そのものであり、その行動原理の核をなすものであると定義している。河合

(1976) は日本人にとって「場」は言語化されない感情的な一体感として、特定の状況や集団内の個人間に共有されていると述べている。

### 3. 本論における「場」

以上のことから、「場」は物理的なものだけではなく、時間や心理的空間をも包括しているものであると考えられる。さらに「場」は可変的なものであり、「場」の規模や生成数、影響力、発生原因、共通経験や思想、文化そして時間軸など様々なものを包含しながら、常に流動的、多元的に存在しているものであるといえる。

ここでは「場」とは、対象と対象が互いに多元的に関連し、暗黙裡に構造化された可変的な空間であると定義する。但しここでいう構造とは場の性質から考えると、共通する構造ではなくそれぞれの場によって固有の構造であるということを追記しておく。

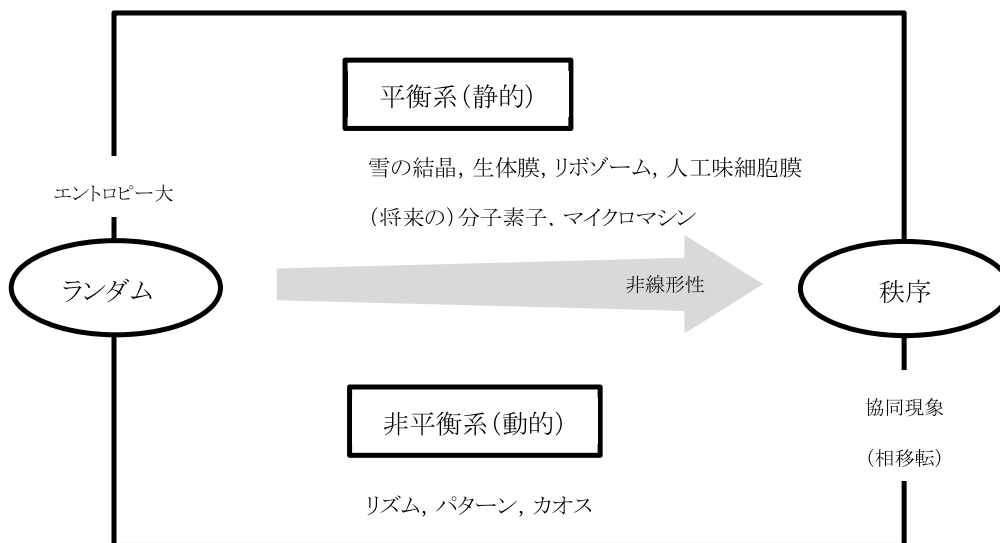
環境との相互作用を営みつつ、自らの手で自らの構造を作り変える性質を総称する概念であると述べている。ポール・クルーグマン (2009) は自己組織化に関して「不安定から生じる要素」「ランダムな成長から生じる秩序」の2つの原理をあげている。そしてこれは外部からの投入物に応じて形成されるのではなく主として内的に形成されるものであり、空間のみならず時間にも応用可能であると述べている。フランシスコ・ヴァレーラ (1992) は自己組織化の根底にあるメカニズムには2つの原理があり、原理1は「作動上閉じたシステムはすべて固有行動をとる」、原理2は「作動上閉じたシステムはすべて自然浮動によって変化する」と提示している。都甲潔ら (2009) はランダムから秩序へ、またはミクロからマクロへと自分で組みあがってしまう現象のことを自己組織化と呼び、自己組織化ということはランダムになろうとする力に秩序化しようとする力が打ち勝つことであると述べている。そのパターンとして「雪の結晶のように平衡系でできあがる場合」と、「リズムやインパルスのように非平衡系でできあがる場合」があるという。(図1)

自己組織化は、宇宙や生物、化学などの物理的システムから社会や文化まで、この複雑な世界のあらゆるレベルの

### III. 自己組織化とは

今田高俊 (2005) は自己組織性 (化) とは、システムが

図表 I 自己組織化とは



(出典：都甲潔 他 (2009) 『自己組織化とは何か 第2版』)

ところで起こっている。これはそれぞれの時間軸にそって発展して新たな規則性を生み出す。それは先に述べたように宇宙から生物、社会や文化、空間、景気循環という時間的な自己組織化に至るまで様々なものに適応されるものである。これらのことから考えると自己組織化とは、時間軸の中で不安定なものから秩序あるものへの質的変容（相移転）が起こることによって新しい性質を作り上げることである。

#### IV. 自己組織化を促す「場」に向けて

伊丹は組織の自己組織化を促す「場」を作り出す「場のマネジメント」を提唱している。まず一つ目は情報の相互作用の容れものができるのを助けるための「場」を生成させるためのマネジメントであり、二つ目は場が生まれた後でその場を生き生きと駆動させていくため、そこでの情報の相互作用が活発に行われるように配慮する経営努力をするための「場」のプロセスマネジメントである。伊丹の「場」の論理の中核をなすものは3つある。第一の論理はタテの命令論理ではなく、ヨコの相互作用論理であり、このヨコの相互作用の枠組みを作るところから場の論理が始まるとしている。第二の論理は情報の流れと感情の流れの相互影響であり、この2つが相互にプラスのフィードバックを持つという論理である。第三の論理は、自己組織的なプロセスの中から、共通理解や情報蓄積そして心理的共振が一種自然発生的に生まれてくるということである。この「場」という容れものの中で、こうした情報の相互作用が濃密に起きると、人々の間の共通理解が増し、人々がそれぞれに個人としての情報蓄積を深めることにより人々との間の心理的共振が起きる、この3段階のことがいわば自然発生的に、あるいは自己組織的に起こるのである。

人は自由で自律的であることを欲するため、自由であることによって心理的エネルギーが高まることが多い。そして他者と信頼関係を持ち、他者とつながっていきたくてという欲求を持っているためヨコの関係を中心として他者とつながり、そのつながりの結果として心理的共振が自己組織的に生まれてくる。その欲求に「自由で自己組織的なヨコの

相互関係」という「場」の論理が応えていると伊丹は述べている。そして心的共振が起こる共通理解とは、①関連するまわりの人々（整合性をとるべき相手方の人々）のおかれた状況についての相互理解、②組織の環境の状況について関係者間での類似のイメージの共有、③具体的な行動目標について共通のもの、あるいは相互につじつまの合うものであり、「場」のメンバーの情報集合の共通度・整合度が高くなり情報秩序が生まれることであるとしている。このような「場」の情報は様々なプロセスでフィードバックされ、この情報を基に個人の理解が変容し情報的相互作用による共通理解の形成が再び始まるというプロセスの繰り返し（マイクロマクロループ）を通して自己組織化がもたらされるという流れを、伊丹はモデル化して表している。これは組織だけではなく、何か現状を変えたいと思う人にも当てはまると考える。この自己組織化をスムーズに、かつその人にフィットしたものを派生させるためにはそれを導くキーパーソンが存在も重要である。

このように人がかかわる社会や組織などで自己組織化を促す「場」というものを考える際に必要なものは、まず人がいる（関わる）場に新たな「場」を創り出すことである。それは組織なのか、地域なのか、それとも家族なのかは、その対象がどの場での自己組織化を意識しているのかによって「場」の対象は変容する。そしてその人が不安定さを感じ、かつ、その不安定なものを変化させる時に、その周りと多元的に関連した「場」の中で自身やその環境の自己組織化が促され質的変容、すなわち都甲の表現によれば相移転が起こると考えられる。（図表1）

#### V. 成功事例としての片づけコンサルタント

今回は、日本発の片づけコンサルタント近藤麻理恵の事例を挙げたい。フェリシモお片づけ部（2015）の「整理と収納に関する意識調査」において、一番多いのは、「片づいてすっきりとした空間で生活したい」（81%）という回答であった。また「片づけができていないことでイライラする」という回答も4割以上（43.1%）あった。プライベートな居

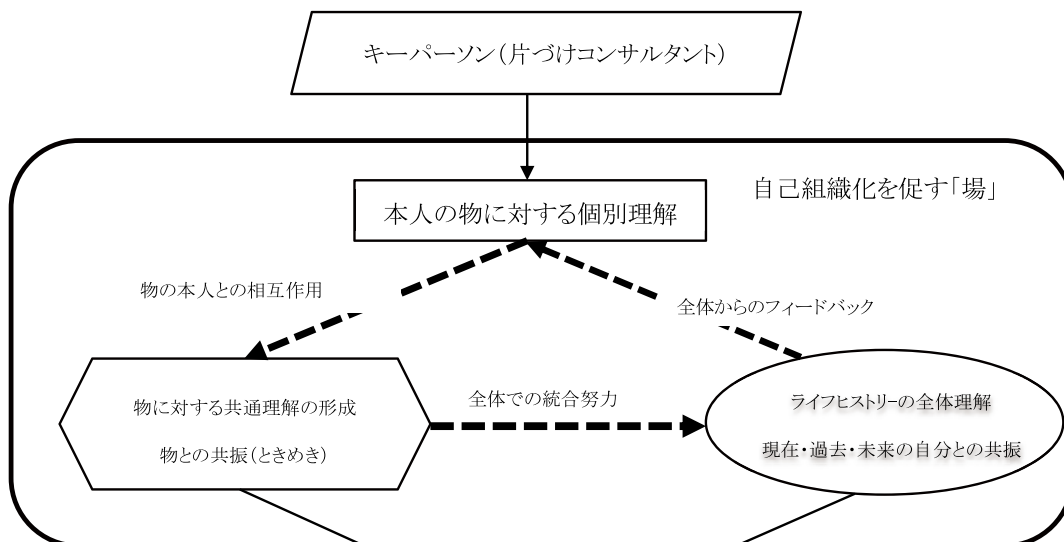
場所である家の「掃除・片づけ」ができていないことは、自分の快適な「場」を失う要因の一つであるが、わかっているとはいっても、「汚部屋」という言葉ができるほど片づけができない人が多く存在する。近年ではそもそも人には物をため込む性質があるとして、誰しもに共通する心理側面からの説明も試みられている。それらのニーズを受けて近年では家事代行サービスや片づけ専門業者など片づけ市場は10年前に比べるとかなりの増加傾向にある。

「片づけコンサルタント」は片づけの代行ではなく、顧客が片づけを通して様々なものを整理していく方法を体得してもらうサービスである。この方法の創始者である近藤は大学在学中の19歳の時、コンサルティング業務を開始、独自の片づけ法「こんまりメソッド」を編み出した。2010年に出版した初めての著書『人生がときめく片づけの魔法』が世界40カ国以上で翻訳出版され、シリーズ累計1000万部を超える世界的ベストセラーになる。「KONDO」という言葉がアメリカでは「片づける」という意味として使われるようになるなど、社会現象となる。2015年、米『TIME』誌で「世界でもっとも影響力のある100人」

に選出され、活躍の場を海外に広げている。2019年よりNetflixにてスタートした冠番組『KonMari—人生がときめく片づけの魔法—』が190カ国で放映されている。現在は、「こんまりメソッド」を使った片づけレッスンを提供する「こんまり流片づけコンサルタント」を育成し、日本を含め世界30カ国以上で約300名が活躍中である。(HP引用)

近藤が提唱するのは「片づけをすることで、人生を変える」メソッドで、これは「こんまりメソッド」でと呼ばれる。この特徴については「残すものをときめくかどうかの基準で選ぶこと。片づけを通して自分の内面をみつめ、自分が大切にしている価値観を知ることで、二度と散らからない家をキープできるだけでなく、キャリアや人間関係など、人生における全ての選択において大きな変革をもたらします。」と紹介されている。単なる物を片づけるのではなくその人の意識や考え方も変化させていくメソッドである。このメソッドを使うコンサルタント「こんまり流片づけコンサルタント（以下、片づけコンサルタントと記述）」は顧客の意思を尊重して片づけの支援をする。どんな家にしたいかのイメージを聴き「片づけ祭り」と称した片づけをコンサルタントが

図表2 片づけコンサルタントによる自己組織化を促す「場」



(出典：伊丹敬之 (2005)『場の論理とマネジメント』西川加筆)

一緒になって行く。顧客の持ち物洋服からレシートの1枚まで一つ一つにたいして「ときめく」かどうかを徹底的に向き合い取捨選択を促す。そして片付けの収納法を伝えつつ最終的に家をきれいにしていく。

2019年に「こんまりメソッド」を紹介した「NHKスペシャル密着ドキュメント『片付け』～人生をやりなおす人々」では3人の女性がこんまり流片づけに臨んだ。それぞれの片付け依頼者は「ママ友を気軽に呼べる家にしたい」「片づけて気持ちをすっきりしたい」「モデルルームのような家」という目標をもって片づけに臨む。中でも2番目の夫の実家で2人の子どもを育てる専業主婦の依頼者の事例は「こんまりメソッド」がの特徴がとてよく表れている。「こんまりメソッド」では部屋別ではなくもの別に片づける。その順序は、衣類→本→書類→小物→思い出品と決まっている。まず一部屋に家中の服を集める。それを触った瞬間にとときめくかどうかで選択する。頭ではなく体の感覚で選ぶ。すると服にまつわる過去の記憶がでてくる。依頼者は高校のころ来ていた服で捨てられなくなった。実は中高生の時引きこもりで学校に行っておらず、そのころに来ていたものたちで家にいた時に来ていた服であった。「それを手放すとその時の自分も手放しちゃいそうなのかな?」と問う片づけコンサルタントに、依頼者は「あんだけ頑張ったことをなしにしてもいいのかい?って感じ。それがなかったら私って何なの?」と答える。「物がなくなっても大丈夫な自分ってどんな感じなんだろうね。」と片づけコンサルタントは依頼者にたずねながら、過去のものと向き合い過去に片を付けることが大事と、先に実家の片づけをすることを勧める。依頼者は実家に荷物をほとんどおいて逃げようように嫁いでいった経緯があり、ほとんどか手つかずで残っていた。その中でも当時依頼者がバイトをしていた時の給与明細の束にフォーカスする。依頼者は「給料明細は頑張って働いたという証、つらかったことを思い出す。」と周りは大学や専門学校にっているのに、そんな普通のことできていなかった自分に対しての自己否定感を語る。ひとしきり泣いた後、片づけコンサルタントに次のように伝える。「(この給与明細は)何年か後に見てああ頑張ったんだなあと思

うけど、未来に連れていきたいかという連れていきたくはない。」すると、みたくないから捨てるというのではなく過去にふたをするように捨ててはいけないよという片づけコンサルタントの言葉に、ではどういう言葉で見送るのかということを考え、「頑張ってくれてありがとう、私頑張っていたんだよということを給料明細が教えてくれる気がする。」といいながら、きれいなハローキティの袋にきちんと入れて、感謝して手放した。依頼者は、物を片付けることは記憶を片付けているような気がする語りながら、辛かったのは過去の自分であり今の自分ではないこと、大切なのは今であると気が付き、中高時代の服を捨てられるようになり、それを契機に片付けが順調に進んで最初の目的である「片づけて気持ちをすっきりしたい」を達成したのである。

これは単に家をすっきりさせるだけでなく物と向き合う経験を通じて、自分と向き合う、自分の内側を見ていくプロセスである。この変化を創り出すためには片づけコンサルタントと顧客の間に「心理的共振」を創り出すことが必要である。これを伊丹の「場のプロセスマネジメント」に沿って考えていくと、まず初めに家という物理的な「場」の中で片づけコンサルタントと顧客はヨコの相互作用論理を作り出す。その際の共通言語は「ときめく」である。この期間は顧客と片づけコンサルタントの間で相互にプラスのフィードバックが行われる。くじけそうなきも片づけコンサルタントが支援しながら祭りが終わるまで定期的に日時を決めてお付き合いをしてくれるのである。このように「顧客の部屋の片づけ祭り」という「片づけの場」が出来上がる。これが心的共振を起こす「場」である。

そしてこの「場」の中で、片づけのプロセスが顧客と片づけコンサルタントの間に共通理解や情報蓄積ができ、心理的共振が自己組織的に発生していくのである。この心理的共振を起こすポイントを伊丹の理論に当てはめると①顧客の置かれた状況に対する片づけコンサルタントとの共通理解及び相互理解、これは顧客の性格、生き方や人生観なども含まれる②「ときめく」と「片づけた後の自分の家」についてのイメージの共有、③そして片づけを終えてときめく毎日を送ることを目標にする、ということになる。

このような「片づけ祭りの場」で片づけコンサルタントは、物の判断について、依頼者が選択できるような様々な角度から繰り返し「ときめくかどうか」の判断基準を伝えていく。そして膨大な家の中のものに向き合いながら、その一つ一つに感じる思いを丁寧に聴きながら、顧客の人生や考え方が様々なプロセスでフィードバックされ、これを基に個人の理解が変容し情報の相互作用による共通理解の形成が再び始まるというプロセスの繰り返し（マイクロマクロループ）を通して自己組織化がもたらされる。これはランダムから秩序へ、またはマイクロからマクロへと自分で組みあがってしまう現象そのものである。自己組織化とは、時間軸の中で不安定なものから秩序あるものへの質的変容（相移転）が起こることで新しい性質を作り上げることであることを、先に述べた。片づけコンサルタントと共に回数を重ねていく中で、家をきれいにすることで自分の心の中も整理され、自分の価値観を見つけ出して自分の人生をも再構成していく過程がこの片づけの中に存在する。本事例の依頼者も片づけを終えた後に「辛かったのは今の私ではなく、何年前か前その日その時の私が辛かっただけで今は辛くない、今日は元気で今日は楽しいでしょうって。」と語っていた。大切なのは今、と引きこもりだった自分と決別し新たな自分の価値観を創り出した。これがまさに都甲らの示す自己組織化され相移転（質的変容）をした結果である（図表1）。ものが散らかった家が、片づけコンサルタントが顧客と共に家に新たな「場」を創り出し関わることで心理的共振を創り出し、秩序化する力が増幅した結果、相移転を起こしたという事であり、これは都甲らが述べた、自己組織化することとはランダムになろうとする力に秩序化しようとする力が打ち勝つことであるという定義に当てはまる。部屋の物然り、自分の葛藤然り、これがまさに家と自分の人生の自己組織化である。片づけが終了する以前と比べ、家だけでなく顧客自身において大きな変革がもたらされたのは、顧客の意識や考え方が自己組織化されたためであり、リバウンドしない理由も自己組織化により考え方や価値観が相移転をしたためだと考えられる。

21世紀は心の時代ともいわれる。「こんまり流片づけコ

ンサルタント」は現代社会においてのニーズを的確にとらえ、物理的な側面から心理的側面を自己組織的に変容させる「場」を創り出すのである。近藤は「世界中を片づける」を合言葉にそのような「場」を商品化することで、新たなマーケティングビジネスを創設したといえよう。

## VI. 結び

現代は多くの人々は忙しい時間を過ごし時間のない中で、ものや情報があふれたこの世界の中で本来の自分とは何かを見失いがちである。そんな我々に「触った時にときめくかどうか」という自分の本来の感覚を促す訓練を片づけと共に体得していくことで、「自分がどういう状態だと心地よいか」を実感を伴いながら自然に体得されていくのが「こんまり流」である。「片づけは自分と向き合う行為である」というキャッチフレーズは、部屋の片づけを皮切りに自分の人生まで自己組織化を促していくことである。これはまさに現代に生きる我々に、あふれかえるものを通じて自分の大切なことは何かを教えてくれる。カウンセリングとはまた違った角度から「こころ」を扱う、新たな切り口のマーケティングビジネスであるからこそ国や人種を超えて多くの人々に影響を与えたのではなかろうか。

心の時代という目に見えないものの時代である今、目に見えないニーズをわかりやすい「片づけ」という具体的な行為の「場」に結び付け、片づけコンサルタントを派遣することで顧客の自己組織化を促す「場」を創り出すことを商品化するというこの発想が、心を扱う新たなマーケティングのビジネスモデルとして期待されるのではないかと思われる。

## 引用文献

- Bourdieu, P. Wacquant, L.J.D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. New York: The University of Chicago Press. (水島 和則 (訳) (2007) 『リフレクシヴ・ソシオロジーへの招待—ブルデュー, 社会学を語る』 藤原書店)
- Ferissimo Okataztk Bu (2015). *Seiri to syuunou ni*

- kannsuru isikicyousa *FELISSIMO CORPORATION*  
(フェリシモお片づけ部 (2015)「整理と収納に関する意識調査」株式会社フェリシモ) (In Japanese)
- Hans, U., & Gilbert, J.B.P (1984) *Self-Organization and management of Social Systems*. Switzerland: (徳安彰 (訳) (1992)『自己組織化とマネジメント』東海大学出版)
- Hashimoto, K.(2016).Genndaisyakai ni okeru [katatuke] to iu kouji no imi:Katatsuke konsarutanto・Kondo Marie no Jinseiwoaeru katatukejyutu ni cyumokusite. *Tsukushijyogakuen daigaku・Tsukushijyogakuen tankidaigakubu kiyou*, 11, 67-75 (橋本嘉代 (2016)「現代社会における「片づけ」という行為の意味:片づけコンサルタント・近藤麻理恵の「人生を変える」片づけ術に注目して」『筑紫学園大学・筑紫学園大学短期大学部紀要』11号 67-75) (In Japanese)
- Howard, S.& Dori, J.Y.(1999)*Pour Your Heart Into It: How Starbucks Built a Company One Cup at a Time*. NewYork:Hyperion (小幡照雄・大川修二 (訳) (1998) (『スターバックス成功物語』日経BP)
- Ikeuchi, Y.(2018).Tamekomi ha nani wo motarasunoka:holding keikou to holding niyuru syomon dai no kankeisei ni kansuru kentou. *Research in social psychology*, 34(1)1-15. (池内裕美 (2018)「溜め込みは何をもたらすのか:ホーディング傾向とホーディングに因る諸問題の関係性に関する検討」『社会心理学研究』第34巻 (第1号) 1-15) (In Japanese)
- Itani, K.& Nishiguchi, T/& Nonaka, I.(2000)*Ba no dynamism to kigyoi*. Tokyo:Toyokeizai. (伊丹敬之・西口敏宏・野中幾次郎 (2000)『場のダイナミズムと企業』東洋経済) (In Japanese)
- Itani, K.(2005)*Ba no riron to management*. Tokyo:Toyokeizai. (伊丹敬之 (2005)『場の理論とマネジメント』東洋経済) (In Japanese)
- Komatsud, Y.(2004) Bourdieu syakaigaku ni okeru ba kainen ni tsuite no ichikousatsu. *Akita Kenritsu daigaku sougoukagakukenyukihou*, 5, 77-87 (小松田儀貞 (2004)「ブルデュー社会学における「場」概念についての一考察」『秋田県立大学総合科学研究彙報』(5), 77-83) (In Japanese)
- Kondo, M.(2011)*Jinsei ga tokimekukatazuke no mahou*. Tokyo:sanmakusyuppan. (近藤麻理恵 (2011)『人生がときめく片づけの魔法』) (In Japanese)
- Kondo, M.(2019)*Jinsei ga tokimekukatazuke no mahou 2*.Tokyo:kawadesyobousinsya. (近藤麻理恵 (2019)『人生がときめく片づけの魔法2』河出書房新社) (In Japanese)
- Kono, H.(2010)*Ba toha nanika:Syuyouna riron to kanrensuru gainen nit suite no gakuju*
- Kondo, M.(2019). *Jinsei ga tokimeku kataduke no mahout*. Retrieved from <https://konmari.jp/> (近藤麻理恵オフィシャルHP「人生がときめく片づけの魔法」参照 2019-8-1) (In Japanese)