

# 女子と島

吉光正絵

(長崎県立大学国際情報学部)

## はじめに

現在、日本では若い女性を中心とした離島ブームであり「島ガール」というタイトルのサイトや雑誌も多数ある。「島ガール」という言葉は、伊豆七島への船旅を提供している東海汽船が、「アクティブに山や海、島を楽しむ」女性たちを「島ガール」と名づけ、2010年12月から島を訪れる若い女性グループ向けの観光商品名に用いたことから注目を集めるようになった<sup>1</sup>。ちなみに「島ガール」は東海汽船の登録商標である<sup>2</sup>。

一方で、「小豆島ガール」というサイトでは、「小豆島の暮らしを楽しんでいる女性、小豆島に来てくれる女性」を「小豆島ガール」<sup>3</sup>と呼び、女性の視点で島の魅力を発信するプロジェクトを実施している。小豆島は、ベネッセアートサイト直島らとともに2010年から始まった瀬戸内国際芸術祭に参加していることからか、「小豆島ガール」のサイトでは、「季節、人、暮らし」とともに「アート」も紹介項目に入っている。

日本の離島ブームは、1970年代には観光ラッシュとそのまま島に住みつき観光業や宿泊業をいとなむ移住者を生みだした。2000年沖縄サミットや沖縄・奄美出身の芸能人の活躍により現在の島ブームの土台が作られ、おばあ料理や島唄に酔う集落の人達といったシンボル化された「心地いい関係」に惹かれて「癒し」や「居場所」を求めて島へ足を運ぶ者も増えているとのことだ<sup>4</sup>。

本稿では、「島ガール」のように、島と結び付けて語られる場合の若い女性の語られ方の現状について、島を紹介した雑誌や新聞の内容分析と事例分析から検討する。

## 1 島ガール

『島ガール』<sup>5</sup> (walker Mook2013) というムック本がある。ここでは、沖縄の島ごとの観光情報と島に移住したアーティストの島暮らし紹介がメインの内容となっている。観光情報特集のテーマは、「神に出会う聖なる島／竹富島」、「野生の声に耳をすませて／西表島」、「癒しの宮古ブルー／宮古島」、「ミックスカルチャーが渦巻く／石垣島」、「世界の果てで見つけたもの／久米島」、「昔ながらの島の暮らし／渡名喜島」、「ロビンソン・クルーソーに憧れて／座間味島」である。モデルは、テーマにあわせて身体を絞めつけないフォークロア調のドレスや水着、アウトドアファッションに、南の砂浜をイメージさせる帽子やアクセサリ、足元はサンダルか素足といったコーディネートの衣装を着ている。これらの衣装は巻末にリストアップされた首都圏のセレクトショップで購入できる。飲食店の紹介は、島で作られる野菜や器へのこだわりや店の経営理念などが島への思い入れや島で経験した人生譚とともに紹介されている。島暮らし特集では、3.11をきっかけに息子を連れて石垣島に移住した俳人の俵万智をはじめ、アジアを放浪して西表島に辿り着いた織物作家や、フランスでバッグデザイナーをしていたカフェ経営者、自給自足生活を送る主婦など、いずれも都市生活や海外放浪の果てに島に辿り着いた暮らしにこだわるアーティストックな女性たちが子育てとモノづくりに満足して暮らす姿が紹介されている。

<sup>1</sup> マイナビニュース「島旅楽しむ「島ガール」が増加 40年前の離島ブームが復活か」より。

<http://news.mynavi.jp/news/2013/05/04/009/> 最終アクセス 2014. 1. 31

<sup>2</sup> 東海汽船「島ガール.com at 伊豆七島」より。<http://www.shimagirl.com/tour/index.html> 最終アクセス 2014. 1. 31

<sup>3</sup> 「小豆島ガール」より。[http://shimagirl.jp/?page\\_id=2](http://shimagirl.jp/?page_id=2) 最終アクセス 2014. 1. 31

<sup>4</sup> 金山智子「離島のコミュニティ形成とコミュニケーションの発達—隠岐中ノ島編—」『Journal of Global Media Studies5』(2009, 1 - 18)

<sup>5</sup> 『島ガール ウォーカームック No. 322』(株式会社角川マガジズ : 2013)

1970年代の離島ブームから続く観光型、移住型の二つの欲求が、2000年以降の癒しや居場所、スローライフ、アートといった都市居住者向けに魅力的にシンボル化された島暮らしのイメージによって彩られている。

## 2 自然×ガールへの注目

ハイヒールを履かないで手に入る非日常性や自然をイメージしたファッション、時間消費型娯楽を提案するスタイルとしては、「森ガール」と「山ガール」があった。

「森ガール」はmixiコミュニティの管理人の「レトロ」や「フォークロア」、「手作り」、「花や動物柄」をテーマにした身体を締め付けない服に踵の無い靴をあわせた服装が「森にいそうだね」と言われたことに由来する。彼女たちのお気に入りの場所はカフェや雑貨屋、書店や公園で、実際に森に行くわけではない<sup>6</sup>。そのためか、「森ガール」を特集した雑誌では、服作りや服のコーディネートがほぼ全てを占める。一方で「山ガール」では、登山や観光で山を訪れる若い女性の増加にメディアやバスなどの地域観光業者<sup>7</sup>や地方自治体<sup>8</sup>が狙いを定め、ツアーやイベントを企画して盛り上がりを見せた。「山ガール」をテーマにした雑誌は、女性の登山家<sup>9</sup>やアウトドアショップ店員、メディア関係者らが、初心者の女性達に安心・安全な登山装備やルートを説明することが主眼とされている。提案されるファッションは、あくまでも登山のための機能性重視<sup>10</sup>だ。ただし、「山ガール」とタイトルにはあるが観光ガイド本では、バーベキューや野外フェスからデート、富士山や屋久島に興味があるといった市街地以外を対象とした旅行情報とタウンユースもできるアウトドアファッションのコーディネート紹介<sup>11</sup>となっている。

森ガールの自然は、脱ハイヒールや心身の締め付けを廃した服装や行動、考え方に見られる「ゆるさ」、「天然」といった「自然体」を意味しており、実際に自然の中で滞在するわけではなかった。一方で「山ガール」は、高齢者や山岳部男子、エコロジストが好み若い女性のテリトリーではないと思われていた領域に若い女性が踏み込むことで生まれた経済効果や地域活性化にも注目が集まった。「島ガール」のグラビアでもハイヒールを脱いだ「ゆるい」ファッションや暮らしが強調され、受け入れる側の観光業者や地方自治体の首長らからの期待が注がれ女性観光客誘致企画が実施された。

現在では、バブル時代のような海外旅行型消費よりも趣味の合う仲間と趣味の延長線上で自分のスタイルにあったやり方でちょっとした非日常感を味わうことが旅の目的となり、一泊以上の旅では、コンサートやテーマパークなど都市を目指す派と海や山といった自然を目指す派が主派閥のようだ<sup>12</sup>。一方で、3.11以降、安心・安全な暮らしを求めた末の首都圏から地方への移住や二重居住、食べ物の生産地や住む場所にこだわる地域主義やスローライフを好む嗜好の増加も指摘されてきた<sup>13</sup>。スローライフの運動は、せわしない消費主義的ライフスタイルの見直し、地域社会の伝統的生活の再発見などを通じて、ゆとりのある健康な生活を取り戻そうとするものである<sup>14</sup>。森や山や島といった自然の中での自然体の暮らしのイメージが、若い女性たちの想像力や行動力をかきたてる状況は上記のような消費傾向を反映したものと考えられる。

<sup>6</sup> 『森ガール fashion&style BOOK』(株式会社毎日コミュニケーションズ：2009)

<sup>7</sup> 「山ガールネット 山とアウトドアファッションを愛する女子のための情報サイト」より。このサイトはバスが共同で運営。<http://www.yamagirl.net/> 最終アクセス 2014. 1. 31

<sup>8</sup> 熊本県上天草市の川端市長発案により「山をきれいに、町を元気に」を合言葉に『山ガール・ファッションショー』が熊本県上天草市、白嶽界隈で開催される。「山ガールサミットとは」より。<http://www.yamagirlsummit.net/about.html> 最終アクセス 2014. 1. 31

<sup>9</sup> 『生活実用シリーズ 田部井淳子のはじめる！山ガール』(日本放送協会 NHK 出版：2010)

<sup>10</sup> 『山登りのABC 別冊ランドネ』(株式会社エイ出版：2011)

<sup>11</sup> 『JTBのMOOK 山ガールデビュー1 はじめての山登り 関東版』(JTBパブリッシング：2010)

<sup>12</sup> 「「若者の旅行離れ」は過去のもの!? 20代の7割以上が、過去2年間で旅行を経験」

<http://woman.mynavi.jp/article/130820-079/> 最終アクセス 2014. 1. 31

<sup>13</sup> 速水健朗『フード左翼とフード右翼一食で分断される日本人』(朝日新書 439：2013, 20-24)

<sup>14</sup> 筑紫哲也『スローライフ—緩急自在のすすめ』(岩波書店：2006)

### 3 島の情報発信・経済活性化と女子

2011年からスタートした『季刊 ritokei』(以下、リトケイ)は、「日本にある人口の多い大型島(北海道・本州・四国・九州・沖縄本土)を除く約430島の情報」を紹介している。発起人は長崎県五島市出身で編集やデザインの仕事に携わってきた女性。2010年秋にスタートした「島のウェブ新聞」をもとに刊行され、全国の書店や港で販売すると共に、本屋に島関連の専門棚を設置する「島 Books」プロジェクトを全国95書店に広げている<sup>15</sup>。リトケイの活動は、其々は小さな島の情報を束ねて編集し発信者を増やすことで、各島の個性と普遍性を多くの人に伝える機会を創出し、島への訪問者やモノの売買を含めた島の経済活性化を目指している<sup>16</sup>。

そのため、島に対する女子のかかわりを紹介する特徴的な視点として、島に関係する仕事や島での仕事、経済活動に重点を置いている。創刊号巻頭見開き「会いたい島人」の頁では、小豆島で「お醤油やオリーブにやたら詳しい女の子」としてマスコミや島外との対応、「小豆島ガール」<sup>17</sup>の運営などの活動を「情報デザイナー」という肩書で実施している若い女性が紹介されている。彼女はここで「産業は未来のタネだと思っていて、この島の産業をつなげることによって、島が儲かる仕組みを作りたい」と語っている。同創刊号の裏表紙「私、島人です」では、篠原ともえが青ヶ島に大勢住んでいる「クリエイター」への憧れやおばあちゃんとのエピソードと共に島の自然から受けたインスピレーションによる服や曲などの創作活動<sup>18</sup>について語っている。

「島で働く女性の考え」を紹介した特集では、住んでいる島や住んでいる理由(ネイティブかIターンか)、仕事(主婦業や観光業、研究など)、を異にする20代から40代の女性達の島ならではの「No Paid Work」や「持ちつ持たれつ」、「最先端課題に挑戦できる」といった島ならではの仕事の大変さや楽しさ、女性ならではの苦勞などが、島の安心・安全な暮らしへの満足感とともに語られている<sup>19</sup>。「島々仕事人」では「島と島をつなぐ仕事に携わる人」が取り上げられ、離島出身であることを機内でのサービスに活かす客室乗務員の女性<sup>20</sup>や、地元の島の文化や料理を勉強し「島の役に立ちたい」と語る東京で郷土料理店を経営する女性<sup>21</sup>が紹介されている。

### 4 条件不利地域の地域活性化と自己実現

島の情報や文化、産物を島外に伝えることで「島の役に立ちたい」といった動機に基づく情報発信や経済行動には、ヴァンサンカンが一時期PRしていたソーシャライズ(社会貢献に熱心な富裕層の女性たち)が行うチャリティ要素の高い消費行動やフェアトレード商品を購入するエシカル消費<sup>22</sup>といった、消費行動や経済活動と結びついた社会貢献に関する若い女性たちの意識の高まりとも関連があると考えられる<sup>23</sup>。社会貢献と結びついた消費行動や経済活動には、モノの値段が下がり続け自然環境の汚染や人と人のつながりの希薄化が声高に叫ばれる中で、モノ、人間、自然の間に良好な関係を作り出すことの必要性の自覚が反映されていると考えられる<sup>24</sup>。

小豆島で情報デザイナーとして活躍する若い女性の例にみられるように、ICTの普及は、都市生活を体験した後に島暮らしを選んだIターンやUターンの女性たちの活躍の場を作り出した。農村地域でも、都市との交流や都市からの消費のまなざしに答えた事業展開などで女性が活躍している。女性達は、自発的な活動を通じて生じた人とのつながりとして地域を把握し生活する場所の意味を形成することで、地域貢献意識を育てている

<sup>15</sup> 『季刊リトケイ 2012 WINTER No.01 創刊号』(離島経済新聞社, 16)

<sup>16</sup> グリーンス編『日本をソーシャルデザインする』(朝日出版社: 2013, 118—120)

<sup>17</sup> 「小豆島ガール」は、「小豆島の暮らしを楽しんでいる女性、小豆島に来てくれる女性」から構成されており、女性の視点で島の魅力を発信することを目指す自発的なプロジェクト集団のようだ。「小豆島ガール」より。

[http://shimagirl.jp/?page\\_id=2](http://shimagirl.jp/?page_id=2) 最終アクセス 2014. 1. 31

<sup>18</sup> 『季刊リトケイ 2012 WINTER No.01 創刊号』(離島経済新聞社, 20)

<sup>19</sup> 『季刊リトケイ 2012 SPRING No.02』(離島経済新聞社, 4—5)

<sup>20</sup> 『季刊リトケイ 2013 SUMMER No.05』(離島経済新聞社, 30)

<sup>21</sup> 『季刊リトケイ 2013 AUTUMN No.06』(離島経済新聞社, 30)

<sup>22</sup> 中沢明子・古市憲市『遠足型消費の時代』(朝日新書: 2011, 190—195)

<sup>23</sup> 三浦展『日本人はこれから何を買うのか?—「超おひとりさま社会」の消費と行動』(光文社: 2013, 58—59)

<sup>24</sup> 間々田孝夫『第三の消費文化』(ミネルヴァ書房: 2007, 275)

とのことである<sup>25</sup>。

都会暮らしの後でわざわざ仕事も少なく生活も不便な条件不利地域に戻ってきて経済活動や情報発信を行う若者の動機として、生まれた地域で仕事をするることによる家族や先祖とのつながり（家制度から得ていること）、地域資源の有利性を活かした生産活動（定住により引き継がれてきた生産技術などの知恵）、地域で暮らすことによる安心感や満足感（伝統文化や行事などの構成員としての自覚と誇り）などが指摘されている。また、条件不利地域という壁を突破するための手段として ICT を活用して、新たな ICT 型環境を作り、自分らしいライフスタイルを作ろうとしている姿こそ A. H. マズローの欲求段階説によるところの成長欲求（自己実現の欲求）満足に向けての姿であり、若者には魅力に欠ける地域経済構造の中で、先端分野の ICT の能力を活かせる就業の場を創ることにより、新しいライフスタイルをつくりつつあるのではないかと指摘されている<sup>26</sup>。

## 5 五島列島の場合

五島列島の地域社会を対象にした研究では、離島特有のモノやインフラの不足といった剥奪が契機となって、地域住民各自が、地域社会に居住する住民の一人であるという認識、そして地域社会と全体社会の状況に関する知識・情報の保持、社会関係や生活拠点施設を運営する能力を発揮し、居住条件や経済条件の不利地域型の福祉社会の礎を構築する傾向が指摘されている<sup>27</sup>。

筆者は、平成 19 年から現在まで、新上五島町が運営するポータルサイトのコンテンツ拡充事業と利用者調査を実施してきた。地域ポータルサイトは、地域住民が、時間や空間の拘束や官民産学の序列を越えて、自分にとって地域にとっても有益な情報のやりとりを行うためのサービスである。生活の利便性や情報コミュニケーションの透明性の向上、地域に根ざした社会関係資本の充実、住民の情報リテラシー向上等を目的として様々な自治体で運用されてきた。新上五島町のポータルサイトは、平成 16 年に合併した旧 5 町間の情報格差の縮小や住民交流の促進と島外者への特産品販売や魅力のアピールを目的として構築された。中でも登録者目標 10 万人を掲げて構築された地域 SNS 「してみっか」は、町民だけではなく新上五島町出身者や新上五島町に興味のある人々の交流の場として活発に運営されてきた。

この地域 SNS は、障害者福祉を目的としたボランティアグループの運営や経営に関わってきた高齢女性たちと島外に進学、就職した後で島に帰ってきた 20 代の若い女性たちが情報発信者として活躍する場ともなってきた。高齢女性達は、島外に住む家族と連絡を取ることが主な目的でパソコンの操作を覚え顔文字や絵文字を覚え、静止画や動画の撮影をマスターし、現在ではオンライン上で年齢や性別、居住地を越えたコミュニケーションを楽しんでいる。福祉活動に携わる高齢女性達が発言の土台を作ることで自然と地域のためにならないことやネガティブな発言を書き込まない慣習が作られ、匿名状況による荒らしや詐欺の横行への不安や危険がみられない利用環境が確保された。U ターンで島に帰ってきた若い女性たちは、島外の生活で身に付けた視点やスキルから島の魅力を発見し、島内者と島外者の文化的な通訳としての役割を果たしつつ、若い女性が少ないという島の環境もあって彼女たち自身が地域 SNS の魅力の源泉となりネットワーク・ハブと機能してきた。島に暮らす女性たちは、島特有の剥奪条件や条件不利性が契機となって、断れない様々な仕事に携わることで、自分でも予期しなかった多様な能力を発揮し様々な社会関係を築いていたといえる。

新上五島町は、合併前には異なる行政区に居住する住民相互の交流があまりなかったが地域 SNS の利用を通して生まれた関係をもとに、ユーザー同士で、地域活性化のプロジェクトやイベントの運営や、オフ会での送迎、島内外への告知や、I ターンや転勤、婚姻によって新たに島に来た人々の受け入れも、積極的におこなわれている。オンライン上のコミュニケーションにより住んでいる島を越えた出会いと関係構築が行われ「架橋型

<sup>25</sup> 秋津元輝・藤井和佐・澁谷美紀・大石和男・柏尾珠紀著『農村ジェンダー—女性と地域への新しいまなざし』（昭和堂：2007、114—143）

<sup>26</sup> 山中守『地域情報化で地域経済を再生する』（NTT 出版：2013、89—101）

<sup>27</sup> 叶堂隆三『五島列島の高齢者と地域社会の戦略』（九州大学出版会：2004、297—298）

社会関係資本」が構築され、コミュニティが企画するオフ会や協働作業への参加時に障害となる離島特有の条件不利性（交通の不便、高齢化による人手、施設の不足）が逆に強固な社会関係を育成している。「架橋型」、「結束型」双方の社会関係資本の接合によって、離島の人間関係における「隔絶性」や「狭域性」、「閉鎖性」を解消し、地域社会全体の統合と公共性に対して大きな効果をあげている。そしてこれらの社会関係資本はネットワーク・ハブとして機能してきた女性たちの活躍によるところが大きいといえる。

## おわりに

北海道、本州、四国、九州、沖縄本島の本土5島を含む島数は全部で6852島。本土を除いた離島は6847島で、そのうち有人島は約430島。本土のうち一番小さい沖縄本島でも人口100万人以上なのに対して、離島に住む人口はすべてあわせても70万人ほどである。日本では、人口の向都現象や親族交流を基盤にした都市と地方との社会統合や、地方交付税・公共事業・米価支持制度による都鄙間の経済的平等性が実現されてきたが、生涯を都市で過ごす者が大半を占めるようになるにつれて都市と地方が分断され、国家政策も都市中心の政策に転換している<sup>28</sup>。GDPへの貢献が低いところは政府から切り捨てられ、過疎化がより深刻になる傾向があるため、地方のコミュニティは生き残りをかけた情報発信を火急の課題としている<sup>29</sup>。

ジェイン・ジェイコブズは、都市とのつながりを喪失し最低生存の暮らしに落ち込んだ人々はその生活に適應しているうちに、以前の実験経験や技術の多くをすてさり、失ってしまうが都市とのつながりを持つようになると、経済の回復や多様化が見られ、消滅寸前の伝統工芸が復活し外部の人の助けで機能不全が解消されることを指摘している<sup>30</sup>。また国全体の経済的発展や衰退のダイナミズムは、都市のダイナミクスに起因するので、諸都市が相互に創造的、共生的なネットワークを具え、とりわけ住民の創意を活かす過程（インプロビゼーション）を経験する場合にはその国は成長・発展するのに対してそれらを欠く場合には衰退を免れえないと国全体に対する影響力を指摘する。

ICTの普及やソーシャルメディアの定着は、時間や空間、立場によるコミュニケーションの隔絶性を減少させ、同じような悩みや問題を抱えるコミュニティや行政、NPO/NGO、メディア、企業、個人や団体の連携や情報発信をすることで外部からの注目を集め、連帯が生まれリターンの可能性を生んできた<sup>31</sup>。旅行や移住を通じて、島に若い女性の関心が向き、メディアが取り上げることで、都市地域への観光客や移住者が増え、都市と島との間に交流が生まれ、都市部からの関心が得られ、失われかけた伝統文化や産業、技術や衰退の危機にある集落への移住につながることもある。また、島の住民の心にも地域活性化の動機が生まれ意識してこなかった能力の開花が生じる場合もある。

3.11以降、首都圏から沖縄などの離島に居住地を移す女性の生活を紹介する記事では島に暮らす女性のスロー&クローズなライフスタイルを学ぶことで都市部の生活や仕事を見直すソーシャルワークシフト<sup>32</sup>視点の獲得やソーシャルデザイン<sup>33</sup>のとりくみが紹介されており、都市部に住む女性たちに生活や労働を見直す新たな視点を提供していると考えられる。

一方で、生まれ育った島や愛着をもった島のためになることがしたいという動機から島にちなんだプロジェクトや経済活動も多数生まれ、限界集落を多数抱え各種の条件不利地域の代表である離島と経済圏の中核となる都市部の交流によって双方にとって新しい経済発展や文化創造の芽が生まれている。平成25年からの

<sup>28</sup> 叶堂隆三『五島列島の高齢者と地域社会の戦略』（九州大学出版会：2004、22）

<sup>29</sup> 津田大介『情報の呼吸法』（朝日出版：2012、155）

<sup>30</sup> ジェイン・ジェイコブズ著、中村達也訳、『発展する地域 衰退する地域—地域が自律するための経済学』（ちくま学芸文庫：2012、195-202）

<sup>31</sup> ソーシャルデザイン会議実行委員会編著、電通ソーシャル・デザイン・エンジン監修『アイデアは地球を救う。希望をつくる仕事ソーシャルデザイン』（株式会社宣伝会議：2013、15）

<sup>32</sup> ソーシャルデザイン会議実行委員会編著、電通ソーシャル・デザイン・エンジン監修『アイデアは地球を救う。希望をつくる仕事ソーシャルデザイン』（株式会社宣伝会議：2013、18）

<sup>33</sup> グリーンズ編『日本をソーシャルデザインする』（朝日出版社：2013）

実施を目指して離島振興法が改正された<sup>34</sup>。ここでは、島内への定住と島の経済的な自立を目指した就業支援や生活支援といったソフト面が強化されている<sup>35</sup>。国内の後進地域への援助は、援助を受ける地域の諸都市の創造的、共生的な関係をつくりだすようなものでなければ有効とはいえないだけでなく、しばしば当初の意図とは逆の悲惨な結果をさえもたらすことが示されている<sup>36</sup>。島に若い女性の関心が向き旅行や移住で島に訪問する人が増え、メディアが取り上げることで、都市地域への観光客や移住者が増え、都市と島との間に交流が生まれ、島に住む女性たちの内発的な動機に基づいた情報発信によって、より効果的な経済発展や文化の継承が行なわれるといった良い循環を生み出すことが理想的な島の発展につながるのではないだろうか。

## 【参考文献】

- 秋津元輝、藤井和佐、澁谷美紀、大石和男、柏尾珠紀著、2007、『農村ジェンダー—女性と地域への新しいまなざし』昭和堂
- 叶堂隆三、2004、『五島列島の高齢者と地域社会の戦略』九州大学出版会
- 金山智子、2009、「離島のコミュニティ形成とコミュニケーションの発達—隠岐中ノ島編」（『Journal of Global Media Studies5』）
- グリーンズ編、2013、『日本をソーシャルデザインする』朝日出版社
- 筑紫哲也、2006、『スローライフ—緩急自在のすすめ』岩波書店
- 津田大介、2012、『情報の呼吸法』朝日出版
- グリーンズ編、2013、『日本をソーシャルデザインする』朝日出版社
- ジェイン・ジェイコブズ著、中村達也訳、2012、『発展する地域 衰退する地域—地域が自律するための経済学』ちくま学芸文庫
- 庄司昌彦、三浦伸也、須子善彦、和崎宏著、2007、『地域 SNS 最前線—ソーシャル・ネットワーキング・サービス』株式会社アスキー
- ソーシャルデザイン会議実行委員会編著、電通ソーシャル・デザイン・エンジン監修、2013、『アイデアは地球を救う。希望をつくる仕事ソーシャルデザイン』株式会社宣伝会議
- 中沢明子、古市憲市、2011、『遠足型消費の時代』朝日新書
- Putnam, R. D. *Bowling Alone :The Collapse and revival of American Community*. New York: Simon and Schuster (柴内健康文訳『孤独なボウリング：米国コミュニティの崩壊と再生』柏書房 2006)
- 速水健朗、2013、『フード左翼とフード右翼—食で分断される日本人』朝日新書
- 間々田孝夫、2007、『第三の消費文化』ミネルヴァ書房
- 三浦展、2013、『日本人はこれから何を買うのか？—「超おひとりさま社会」の消費と行動』光文社
- 山中守、2013、『地域情報化で地域経済を再生する』NTT 出版
- 吉光正絵、2010、「離島における地域 SNS の利用」（『長崎県立大学国際情報学部紀要 11』）
- 吉光正絵、2011、「離島における地域 SNS の利用効果に影響を与える機能の検討」（『長崎県立大学国際情報学部紀要 12』）

<sup>34</sup> 総務省「離島振興法の概要」より。 [http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000166444.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000166444.pdf), 最終アクセス 2014. 1. 31

<sup>35</sup> 海洋政策研究財団「改正離島振興法の概要について」より。 [http://www.sof.or.jp/jp/news/251-300/296\\_1.php](http://www.sof.or.jp/jp/news/251-300/296_1.php), 最終アクセス 2014. 1. 31

<sup>36</sup> ジェイン・ジェイコブズ著、中村達也訳、『発展する地域 衰退する地域—地域が自律するための経済学』（ちくま学芸文庫：2012、389—390）