

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

吉 光 正 絵

Effective Function for Regional SNS on Remote Islands

Masae YOSHIMITSU

キーワード：離島，地域 SNS，社会関係資本，信頼，新上五島町

要 旨

本稿では，新上五島町地域 SNS「してみっか」の利用効果に影響を与える機能に関して，地域 SNS「してみっか」上で行ったオンライン調査の結果から分析した。分析は，新上五島町内居住者と，新上五島町外居住者にわけて行った。その結果，地域 SNS「してみっか」の利用は，新上五島町内居住者にとっては，地域の絆の構築と信頼形成をもたらし，新上五島町外居住者にとっては，新たな自分を発見する契機と，新上五島町を訪れる際の手助けをもたらしていることがわかった。また，これらの利用効果は，地域 SNS 上で運営されているコミュニティ，コメント，カレンダーといった機能の利用状況から影響をうけていることがわかった。

はじめに

1. 目的と研究背景

本稿の目的は，新上五島町地域 SNS「してみっか」の利用者が考える利用効果に対して，実際に SNS 上で運用されている機能のうちのどれが影響をあたえているのかということ明らかにすることである。

総務省によれば，SNSは，「social networking site」，「social networking service」の略⁽¹⁾であり，サイト内の個人ページを介して他者とのコミュニケーションを行う会員制サービスである。主な効果としては，社会関係資本「social capital」(Putnam:1993)の構築⁽²⁾が挙げられてきた。「信頼性」や「互酬性」に裏付けられた「市民参加のネットワーク」が構築されることで，地域活性化や地域管理に有効⁽³⁾であるという視点から，社会関係資本の醸成が，町づくりにおいて重要な概念として注目されてきた。

社会関係資本には，「結束型社会関係資本 (bonding social capital)」と呼ばれる単一サークル内の結束を示すものと，「架橋型社会関係資本 (bridging social capital)」と呼ばれるサークル間を超えた結束を示すものに分かれる。

地域 SNS は，実在する特定地域の活性化を目的に掲げることで，利用者と話題を限定することが特徴となっている。そのため，既に地域で形成されている「結束型社会関係資本」の中でのコミュニケーションを基盤にしつつ，オンラインコミュニケーションによって，地域に根ざした強固な関係を越えた新たな「架橋型社会関係資本」を構築することができる。また，話題が「地

域のためになること」に自ずと限定されてくるため、地域のためにならない発言は無視され、地域のためにならない参加者は徐々に参加し辛い状況におこまれていく。そして、利用者の中核が、住んでいるところもどのような人なのかよくわかっている住民間で形成されている。このような地域 SNS の特徴によって、「荒れ」が起こることは少なく、安心・安全な社会関係資本の構築を目指して運用されている。

地域 SNS は、平成16年に、熊本県八代市の職員が作った「ごろっとやっちょろ」から流行し、平成22年2月までに、日本中で519箇所が運営されている。ただし、地域 SNS の導入から三年以上がたった現在、活性化効果をもたらしている地域 SNS は少ない⁽⁴⁾。「ごろっとやっちょろ」は、既にあった電子掲示板の立ち枯れ対策として導入されたが、地域 SNS 自体、立ち枯れの危機も指摘されている。

本稿が分析対象とした地域 SNS では、立ち枯れの気配は見えないが、実際の利用状況を調査し、利用者により使いやすいシステムを提供するために、利用者からみた利用効果と効果があると考えられている運用機能の関係について分析を行う。

2. 新上五島町地域 SNS 「してみっか」の運用と研究の経緯

離島（島嶼と離島は類似語）の定義は、「水圏（一般には海洋）をもって周囲を完全に囲まれ、本土（大陸または主島）に比して面積が相対的に狭小な陸塊を一つの地域として把握する場合に使用」され、全国で6852島⁽⁵⁾ある。

また、離島振興法で指定されているのは、76地域268島である。離島振興法は、1953年7月に制定された時限法で10年ごとに改正されており、2003年に、高度情報通信に対応できる基盤整備の必要性が明確化された⁽⁶⁾。

本稿で調査対象とする新上五島町地域 SNS 「してみっか」の場合もこの流れをうけて2006年財団法人ニューメディア開発協会「先導的地域情報システム開発事業」に採択され、2007年から運用が開始された⁽⁷⁾。新上五島町地域 SNS 「してみっか」は、「登録目標10万人」を掲げて、町民だけではなく町に興味を持つ人々が町への関心を高め情報を共有⁽⁸⁾することが目標に掲げられた。

また、新上五島町⁽⁹⁾は、長崎市の西方約80km に位置する7つの有人島と60に及び無人島から構成されている。人口は1960年の約5万7,000人がピークで2008年には2万4,000人台に半減している。高齢化率は32.6%であり、高校卒業者の約9割が島外へ流出し、高齢化がすすんだ地域である。

田端は、日本全国の離島の情報化政策を検討する中で、新上五島町の情報化政策を分析している。田端によれば、「新上五島町も、テレビの難視聴地域を約60ヶ所抱え、ブロードバンドでもADSL 利用地域は限られており、地域イントラも無線で構築している。だが、CATV 新設のような大規模投資を避け（移動体通信用の鉄塔整備は行ったが）、情報化政策を、SNS、ポータルサイト「みっか」等のソフト事業（構築費用約2,000万円、年間費用約1,680万円）に集中している」とのことである⁽¹⁰⁾。

田端によれば、上五島の情報政策は、小規模投資で効果がみこめる地域 SNS 「してみっか」を含む、ポータルサイト「みっか」の運用が担っているということがわかる。

新上五島町における福祉体制の調査を行った叶堂によれば、新上五島町は、地域住民の生活剥奪状態が、住民の共同的な生活にむけての社会化を促し、生活拠点施設の多機能化も進むため、条件不利地域型の相互扶助体制・多機能化サービスシステムが進んでいくとのことである。離島独自の様々な条件不利性（＝障害）が離島型の社会関係資本構築に寄与する可能性が示唆され

る⁽¹¹⁾。

昨年度に行った新上五島町での地域 SNS の利用者に対する聞き取り調査の結果から、以下の特徴があることがわかった。まず、属性としては、新上五島町在住者の登録割合が、新上五島町外在住者よりも少なく中高年層の利用が多いこと。続いて、利用環境としては、ADSL や無線 LAN を利用している場合が多く、携帯電話からの利用者が少ないこと。利用形態の特徴としてはコメント欄のコミュニティ化などが見られることである。また、主なテーマは、オフ会（島外者や I ターン者の歓迎、季節ごとの行事）、ボランティア（地域活性化運動、東日本大震災支援、子育て支援、障害者支援）、地域アイデンティティ（民話の収集、写真、同窓会、観光ルートの提案）、趣味関係では、上五島に関係したもの（釣り、写真、シーグラスなど）であった。

冒頭であげた、地域 SNS の特徴のとおり、話題が「新上五島町のためになること」に自ずと限定されているため、新上五島町の良いところを見つけ、社会関係資本を育成することに関連した話題が繰り返し広げられていることがわかる。

調査概要

1. 調査方法と調査時期

新上五島町情報化推進室の協力のもと、新上五島町地域 SNS 「してみっか」上で利用者を対象としたオンライン調査を2010年7月1日から14日に実施した。

2. 回答者の概要

回答者数は合計で128名である。居住地域は、新上五島町内が55名（43%）で、新上五島町外が73名（57%）と町外居住者の方が多い結果となった。地域 SNS の利用効果を考える場合には、その地域に実際に住んでいるかどうかということが回答に大きな影響を与えと考えられるため、本稿では、新上五島町内居住者（以下、町内居住者と記す）と新上五島町外居住者（以下、町外居住者と記す）を分けて分析を行う。

属性としては、性別（図1参照）、年齢（図2参照）、職業（図3参照）、居住形態（図4参照）をとりあげ、町内居住者、町外居住者ごとに、それぞれグラフにまとめた。

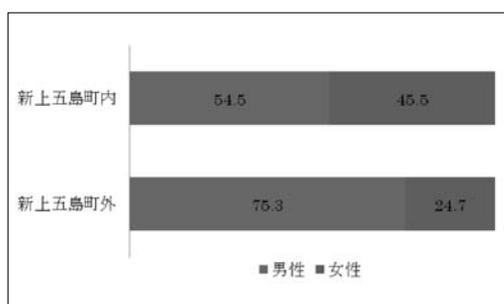


図1 性別

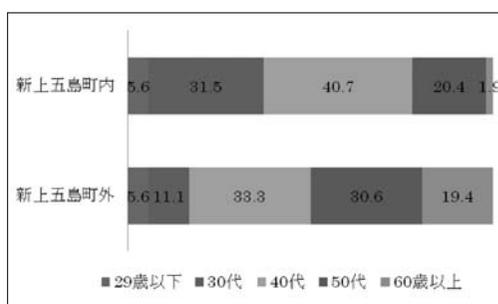


図2 年齢

町内居住者の回答者総数55名のうち、男性が54.5%、女性が45.5%である。年齢は、30歳以上60歳未満の中年層が全体の8割を占め、30歳以下の若年齢層が非常に少ない。職業は、会社員が少なく、公務員、自営業が多い。居住形態は、独居が少なく家族同居が多い。

町外居住者の回答者総数73名のうち、男性が75.3%、女性が24.7%である。年齢は、40歳以上

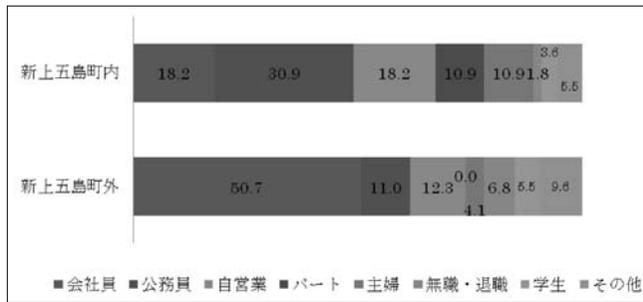


図3 職業

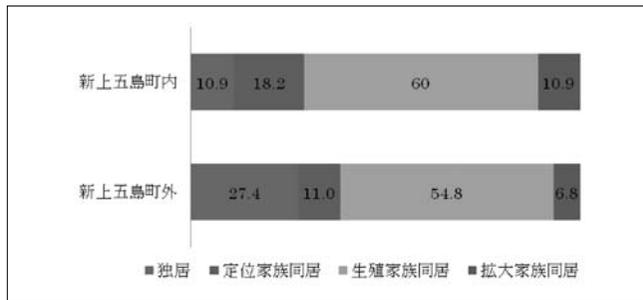


図4 居住形態

が多くを占め60歳以上も多い。職業は、会社員が半数を占め、パートがない。居住形態は、町内居住者に比べて独居が比較的多い。

いずれの項目も町内居住者と町外居住者の分布傾向は異なる特徴がみられた。

3. 地域 SNS の利用に関する項目

・利用効果尺度

新上五島町地域 SNS「してみっか」の利用効果を分析するために20項目からなる尺度を作成し分析に用いる。表1に居住地域ごとの地域 SNS 利用効果尺度20項目の平均値、標準偏差をまとめた。尺度作成は、2010年8月から9月、2011年5月に新上五島町で利用者を対象にしたインタビュー調査の分析結果と先行研究をもとにおこなった。回答は、「そう思わない」(1点)、「あまりそう思わない」(2点)、「どちらでもない」(3点)、「ややそう思う」(4点)、「そう思う」(5点)の5件法で評定するよう求めた。

表 1 地域 SNS 利用効果の基礎統計量

項目	町内居住者		町外居住者		t 値
	M	SD	M	SD	
新上五島町に関する新しい情報を知った	3.91	1.02	4.18	1.11	-1.40
新上五島町に関する情報を発信できた	3.40	1.30	2.70	1.25	3.08 **
新上五島町への愛着が深まった	3.58	1.10	4.01	1.05	-2.26 *
新上五島町の政策が身近になった	2.95	1.04	3.14	1.05	-1.03
新上五島町内旧五町の距離が近くなった	3.16	1.20	3.15	1.15	.06
新上五島町内で集まる機会が増えた	2.93	1.36	2.55	1.21	1.66
新上五島町産の商品の購買意欲が増した	2.65	1.11	3.47	1.07	-4.18 ***
新上五島町内在住の新しい友人ができた	3.45	1.42	3.07	1.45	1.50
新上五島町内在住の知人との縁が復活した	2.62	1.25	2.60	1.02	.07
新上五島町出身者の友人ができた	2.95	1.45	2.74	1.33	.83
新上五島町出身者との縁が復活した	2.49	1.20	2.45	1.18	.18
新上五島町以外の知人・友人ができた	2.98	1.45	2.75	1.31	.93
仕事に役立った	2.87	1.29	2.74	1.26	.59
観光に役立った	2.89	1.24	3.15	1.30	-1.14
家族・親族との絆が強くなった	2.38	1.08	2.51	1.08	-.65
恋愛結婚相手がみつかった	1.91	1.11	1.84	0.97	.40
趣味活動に役立った	2.93	1.32	2.86	1.25	.28
社会活動・ボランティアに役立った	2.85	1.22	2.75	1.24	.46
日常の安心感が増えた	2.55	1.02	2.73	1.18	-.91
新しい自分を発見した	2.84	1.13	2.79	1.15	.20

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

・運用機能の利用状況

新上五島町地域 SNS 「してみっか」で運用されている機能の利用状況を分析に用いる。表 2 に分析に使用する運用機能項目の利用状況の平均値、標準偏差を、居住地ごとにまとめた。回答は、「そう思わない」(1点)、「あまりそう思わない」(2点)、「どちらでもない」(3点)、「ややそう思う」(4点)、「そう思う」(5点)の5件法で評定するよう求めた。

表 2 地域 SNS 利用効果の基礎統計量

	町内居住者		町外居住者	
	M	SD	M	SD
日記を書く	1.87	.98	1.84	.87
コミュニティ	1.65	.78	1.62	.68
コメント	2.05	.99	2.03	.91
カレンダー	1.47	.81	1.45	.69
アルバム(画像の掲載)	1.49	.81	1.47	.69

結果と考察

1. 町内居住者の地域 SNS の利用効果

まず、町内居住者の地域 SNS の利用効果に関する分析を行う。町内居住者の地域 SNS 利用効果尺度20項目の平均値、標準偏差からフロア効果が見つかった「恋愛・結婚相手が見つかった」を除外した19項目に対して探索的な因子分析を行った。最終的に主因子法・Promax 回転によって析出された結果を表3に示す。

第一因子は、「新上五島町出身者の友人ができた」、「新上五島町以外の知人・友人ができた」、「新上五島町内在住の新しい友人ができた」など10項目で構成されており、町出身者や町内外の新しい友人ができたことを示す項目が高い負荷量を示していた。そこで、「絆」因子と命名した。

表3 町内居住者の地域 SNS 利用効果尺度の因子分析結果
(Promax回転後の因子パターン)

項目内容	I	II	III
新上五島町出身者の友人ができた	.93	.67	.59
新上五島町以外の知人・友人ができた	.92	.58	.58
新上五島町内在住の新しい友人ができた	.84	.46	.54
家族・親族との絆が強くなった	.80	.74	.59
新上五島町内で集まる機会が増えた	.80	.73	.68
新上五島町内在住の知人との縁が復活した	.79	.77	.63
新上五島町出身者との縁が復活した	.78	.59	.54
観光に役立った	.76	.63	.59
趣味活動に役立った	.75	.72	.41
仕事に役立った	.73	.57	.68
日常の安心感が増えた	.65	.92	.54
社会活動ボランティア	.66	.83	.49
新上五島町内旧五町の距離が近くなった	.71	.77	.68
新しい自分を発見した	.66	.74	.57
新上五島町の政策が身近になった	.27	.70	.64
新上五島町への愛着が深まった	.60	.57	.85
新上五島町に関する新しい情報を知った	.58	.47	.81
新上五島町に関する情報を発信できた	.54	.52	.71
新上五島町産の商品の購買意欲が増した	.50	.60	.66
固有値	11.49	1.38	1.20
累積%	58.89	64.58	69.26
因子間相関	I	II	III
	—	.67	.61
		—	.63
			—

第二因子は、「日常の安心感が増えた」、「社会活動・ボランティアに役立った」、「新上五島町内旧五町の距離が近くなった」など5項目で構成されており、「信頼」因子と命名した。

第三因子は、「新上五島町への愛着が深まった」、「新上五島町に関する新しい情報を知った」、「新上五島町に関する情報を発信できた」など4項目で構成されており、「愛着」因子と命名した。

町内居住者の地域SNS利用効果尺度の三つの下位尺度に相当する項目の平均値を算出し、「絆」得点 ($M 2.85, SD 1.10$), 「信頼」得点 ($M 2.87, SD .95$), 「愛着」得点 ($M 3.39, SD .94$) とした。

内的整合性を検討するために各下位尺度の 係数を算出したところ, 「絆」で $= .95$, 「信頼」で $= .90$, 「愛着」で $= .84$ と十分な値が得られた。

利用効果の下位尺度と運用機能の利用状況の相互相関を表 4 に示す。利用効果の下位尺度間では相互に正の有意な相関が見られた。運用機能間では, 全ての項目間に正の有意な相関が見られた。

表 4 町内居住者の地域 SNS 利用効果と機能の相関係数

	絆	信頼	愛着	日記 (書く)	コミュニティ	コメント	カレンダー	アルバム
絆	—	0.79 **	0.73 **	0.43 **	0.45 **	0.3 *	0.34 *	0.3 *
信頼		—	0.71 **	0.14	0.3 *	0.21	0.19	0.44 **
愛着			—	0.29 *	0.42 **	0.36 **	0.41 **	0.27 *
日記を書く				—	0.55 **	0.66 **	0.4 **	0.4 **
コミュニティ					—	0.73 **	0.35 **	0.39 **
コメント						—	0.4 **	0.43 **
カレンダー							—	0.31 *
アルバム								—

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

利用効果の下位尺度の「絆」は, 全ての運用機能との間に正の有意な相関が見られた。利用効果の下位尺度の「信頼」は, 運用機能のうちの「コミュニティ」, 「アルバム」, との間に正の有意な相関が見られた。利用効果の下位尺度の「愛着」は, 全ての運用機能との間に正の有意な相関が見られた。

利用効果にもたらず影響を運用機能の利用状況から検討するために, 重回帰分析を行った。結果を表 5 に示す。

表 5 町内居住者の地域 SNS 利用効果に機能が与える影響に関する重回帰分析結果

	絆	信頼	愛着
	β	β	β
日記を書く	.30	-.11	.02
コミュニティへの参加	.40 *	.13	.15
コメントを書く	-.29	.21	.10
カレンダー	.16	.17	.25 *
アルバム(画像の掲載)	.09	.26 **	.08
R^2	.30 **	.23 *	.25 *

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

利用効果の「絆」に対しては, 運用機能の「コミュニティ」からの標準回帰係数が有意であっ

た。利用効果の「信頼」に対しては、運用機能の「アルバム」からの標準回帰係数が有意であった。利用効果の「愛着」に対しては、運用機能の「カレンダー」からの標準回帰係数が有意であった。

結果から、新上五島町内居住者にとって、コミュニティ機能の利用が地域の絆を構築し、アルバム機能を利用した画像の掲載が、地域への信頼感の向上を促し、カレンダー機能の利用が地域への愛着を促していることが明らかになった。

2. 町外居住者の地域 SNS の利用効果

まず、町外居住者の地域 SNS の利用効果に関する分析を行う。町外居住者の地域 SNS 利用効果尺度20項目の平均値、標準偏差から天井効果が見つかった、「新上五島町に関する新しい情報を知った」と「新上五島町への愛着が深まった」と、フロア効果が見つかった「恋愛・結婚相手が見つかった」とを除外した17項目に対して探索的な因子分析を行った。最終的に主因子法・Promax 回転によって析出された結果を表6に示す。

表6 町外居住者の地域 SNS 利用効果尺度の因子分析結果
(Promax回転後の因子パターン)

項目内容	I	II
新しい自分を発見した	.89	.72
新上五島町以外の知人・友人ができた	.86	.54
新上五島町出身者の友人ができた	.86	.64
新上五島町内在住の新しい友人ができた	.85	.57
社会活動・ボランティアに役立った	.81	.70
新上五島町出身者との縁が復活した	.78	.72
趣味活動に役立った	.78	.72
日常の安心感が増えた	.78	.67
観光に役立った	.60	.81
新上五島町出身者との縁が復活した	.59	.70
新上五島町内で集まる機会が増えた	.69	.69
新上五島町に関する情報を発信できた	.43	.66
家族・親族との絆が強くなった	.60	.65
仕事に役立った	.62	.64
新上五島町産の商品の購買意欲が増した	.42	.61
新上五島町内旧五町の距離が近くなった	.55	.55
新上五島町の政策が身近になった	.51	.54
固有値	9.30	1.22
累積%	54.74	61.97
因子間相関	I	II
	I	—
	II	—

第一因子は、「新しい自分を発見した」、「新上五島町以外の知人・友人ができた」、「趣味活動に役立った」など8項目で構成されており、新上五島町を巡る人間関係の構築により新たな自分

を発見したことを示す項目が高い負荷量を示していた。そこで、「自分発見」因子と命名した。

第二因子は、「観光に役立った」、「新上五島町出身者との縁が復活した」、「新上五島町内で集まる機会が増えた」など9項目で構成されており、「観光」因子と命名した。

町外居住者の地域 SNS 利用効果尺度の二つの下位尺度に相当する項目の平均値を算出し、「自分発見」得点 ($M 2.73, SD 1.06$), 「信頼」得点 ($M 2.82, SD .87$) とした。

内的整合性を検討するために各下位尺度の 係数を算出したところ、「絆」で $r = .94$, 「信頼」で $r = .87$ と十分な値が得られた。

利用効果の下位尺度と運用機能の利用状況の相互相関を表 7 に示す。利用効果の下位尺度間では相互に正の有意な相関が見られた。運用機能間では、「カレンダー」と「日記(書く)」、「アルバム」と「日記(書く)」、「アルバム」と「コミュニティ」、「アルバム」と「コメント」以外の全ての項目間に正の有意な相関が見られた。

表 7 町外居住者の地域 SNS 利用効果と機能の相関係数

	自分発見	観光	日記	コミュニティ	コメント	カレンダー	アルバム
自分発見	—	.83 **	.28 *	.39 **	.51 **	.45 **	.37 **
観光		—	.26 *	.29 *	.42 **	.50 **	.32 **
日記を書く			—	.13	.71 **	.10	.13
コミュニティ				—	.26 **	.29 **	.18
コメント					—	.40 **	.20
カレンダー						—	.34 **
アルバム							—

利用効果の下位尺度の「自分発見」と「観光」は、全ての運用機能との間に正の有意な相関が見られた。利用効果の下位尺度の、運用機能のうちの「コミュニティ」、「アルバム」、との間に正の有意な相関が見られた。

利用効果にもたらず影響を運用機能の利用状況から検討するために、重回帰分析を行った。結果を表 8 に示す。

表 8 町外居住者の地域 SNS 利用効果に機能が与える影響に関する重回帰分析結果

	自己実現	観光
	β	β
日記を書く	-.06	.07
コミュニティへの参加	.20 *	.11
コメントを書く	.38 *	.18
カレンダー	.18	.34 **
アルバム(画像の掲載)	.20 *	.14
R^2	.414 ***	.34 ***

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

利用効果の「自分発見」に対しては、運用機能の「コミュニティ」、「コメント」、「アルバム」

からの標準回帰係数が有意であった。利用効果の「観光」に対しては、利用機能の「カレンダー」からの標準回帰係数が有意であった。

以上の結果から、新上五島町外居住者にとって、コミュニティに参加し、コメントをつけ、アルバムを利用して画像を掲載することが、新たな自分を発見する契機となり、カレンダー機能の利用が観光を便利にしていることが明らかになった。

まとめ

本稿では、新上五島町地域 SNS「してみっか」の実際の利用状況を調査し、利用者により使いやすいシステムを提供するために、利用者からみた利用効果と運用機能の関係について、分析を行った。

また、地域 SNS の利用効果を考える場合には、その地域に実際に住んでいるかどうかということが回答に大きな影響を与えると考え、新上五島町内居住者と新上五島町外居住者を分けて分析を行った。

その結果、新上五島町内居住者にとっては、コミュニティ機能の利用が地域の絆を構築し、アルバム機能を利用した画像の掲載が、地域への信頼感の向上を促し、カレンダー機能の利用が地域への愛着を促していることが明らかになった。

また、新上五島町外居住者にとっては、コミュニティに参加し、コメントをつけ、アルバムを利用して画像を掲載することが、新たな自分を発見する契機となり、カレンダー機能の利用が観光を便利にしていることが明らかになった。

以上から、新上五島町地域 SNS「してみっか」の利用者らは、新上五島町内居住者も、新上五島町外居住者も、コミュニティに参加し、日記にコメントをつけ、カレンダー上で日程を調整することで、空間を越えた共同性を獲得していることがわかる。そして、そのことは、新上五島町内居住者にとっては、地域の絆を構築し、地域への信頼を深めることにつながり、新上五島町外居住者にとっては、新上五島町という具体的な地域性に根ざした新たな自分を発見する契機を提供するとともに、新上五島町を訪れる際の手助けにつながっているといえる。新上五島町地域 SNS「してみっか」は、新上五島町内で「結束型社会関係資本 (bonding social capital)」を構築すると同時に、新上五島町外との「架橋型社会関係資本 (bridging social capital)」の構築にも役立っており、それは、地域 SNS 上の「コミュニティ」への参加、「コメント」づけ、カレンダーの利用によるものであると考えられる。

付記

本研究は、平成23年度「新上五島町と長崎県立大学との相互協力協携事業」による研究成果の一部である。

謝辞

本研究をすすめるにあたり御協力いただいた新上五島町地域 SNS「してみっか」の皆様へ深く感謝したい。

引用文献

- (1) 総務省, 「ソーシャルメディアの利用実態に関する調査研究」, 『平成22年度情報通信白書』, 平成22年.
- (2) Putnam, R. D. *Bowling Alone: The Collapse and revival of American Community*. New York: Simon and Schuster, 1993 (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).
- (3) Coleman, J. S. (1988), Social Capital in the Creation of Human Capital: *American Journal of Sociology*, 94. 金光淳訳, 「人的資本の形成における社会関係資本」(野沢慎司編・監訳, 『リーディングス ネットワーク論』, 勁草書房, 2006).
- (4) 庄司昌彦, 三浦伸也, 須子善彦, 和崎宏, 『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, 2007.
- (5) 日本離島センター編, 『離島振興ハンドブック』, 大蔵省印刷局, 1996.
- (6) 総務省総合通信基盤局, 『条件不利地域の概要』, 平成17年4月26日 .
(http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/policyreports/joho_tsusin/usf/pdf/050426_2_s1.pdf).
- (7) 長崎総合科学大学編, 『長崎県離島地域における地域情報化に関する調査研究』, 社団法人九州テレコム振興センター, 2010.
- (8) 地域活性化推進協議会事務局, 「新上五島町コミュニケーションポータルサイト『みっか』システム運用状況の報告」, 2010.
- (9) 長崎県五島振興局, 『五島要覧』, 長崎県五島振興局, 2010.
- (10) 田畑暁生, 『離島の地域情報化政策』, 北樹出版, 2011.
- (11) 叶堂隆三, 『五島列島の高齢者と地域社会の戦略』, (財)九州大学出版会, 2004.