

論文 | Article

2000年代以降の離島での商業活動に関する一考察

A Study of Commercial Business in Japanese Remote Islands after 2000s

上村 博昭

KAMMURA, Hiroaki

尚美学園大学

総合政策学部准教授

Shobi University

2024年3月

March.2024

2000年代以降の離島での商業活動に関する 一考察

上村 博昭

A Study of Commercial Business in Japanese Remote Islands after 2000s

KAMMURA, Hiroaki

[要旨]

本研究は、公的統計や既刊の資料などに基づいて、日本の離島の商業活動、特に小売業の特徴を明らかにすることを目指している。離島は環海性や遠隔性を特徴としており、地域外での購買行動への障壁が高い。人口規模が小さな離島では、市場規模が限られる影響もあり、生業的で小規模な商店が目立つ。一方で、人口規模が大きな離島では、チェーン店や大型店の立地展開もみられる。こうした商業環境の下、2000年代の前後に、まちづくり政策の変化もあり、人口規模の大きな離島では大型店の立地展開が進んだ。その後、食料品スーパーやドラッグストアの立地展開が進み、チェーン店の構成は変化した。このような状況下、ローカルチェーンは、地域限定的に立地展開を進めて、離島への進出を果たしたと考えられる。他方、離島では、人口の減少や高齢化が進行し、小売市場は縮小している。さらに、近年のネット通販の浸透に伴い、離島の商業への参入障壁は低下し、本土の事業者との競合が強まった。このことにより、離島の小売業における寡占的な状況は変容している。小規模な商店では、店主の高齢化が進んでいることも予想され、市場環境の悪化をふまえて、休業や廃業をする店舗が出ることも予測できる。島民は、購買先の選択肢を増やしており、離島の商業環境は、近年、開放性が高まったといえよう。

[Abstract]

This research aims to clarify the characteristics of commercial activities on Japan's remote islands, especially the retail industry, based on official statistics and published materials. Remote islands are characterized by their oceanic location and remoteness, which poses high barriers to purchasing outside the islands. On the remote islands with small populations, small-scale shops stand out, due to the limited market size. On the other hand, on remote islands with large populations, chain stores and large-scale stores are expanding. Around the 2000s, large-scale stores were located on remote islands with large populations. After that, the structure of chain stores changed as more grocery stores and drug stores were located. Under these circumstances, local chains are thought to have expanded into remote islands by expanding their business in limited areas. On remote islands, the retail market is shrinking due to declining and aging populations. Furthermore, with the spread of online shopping

in recent years, the barriers to entry into commercial environment on remote islands have lowered, and competition with mainland businesses has intensified. As a result, the oligopolistic situation in the retail industry on remote islands is changing. It is expected that the owners of small shops will continue to age, and in light of the deterioration of the market environment, it is predicted that some shops will close or go out of business.

キーワード

商業環境、人口減少、大規模小売店舗、チェーン店の立地、日本の離島

Keywords:

Commercial Environments, Population Decline, Large Scale Stores, Location of Chain Stores, Japanese Remote Islands

1. はじめに

商業地理学や流通地理学では、これまでに、都市の中心商業地や駅前地区の分析としての商店街の分析、流通業界の変容に合わせたスーパーマーケット、コンビニエンスストア、ホームセンターなどの各業態の立地動向やその規定要因の分析、大都市圏や地方圏での立地分析、そして、地方都市のまちづくりと直結する中心市街地問題などとの関連にて、調査・研究が積み重ねられてきた。こうした成果は、すでに複数の書籍にまとめられており、一定程度、体系的な整理がなされている（荒井・箸本編 2004; 2007 など）。

他方で、流通業や商業は、人口規模の大きな都市地域で卓越していることもあってか、これまで、流通地理学や商業地理学では、農山村や離島など、人口規模が小さな地域での研究蓄積は限られていた。後述のように、離島地域では、商業や流通業に関する分析もなされているが、都市地域での研究蓄積に比べて、十分であるとはいえない。日本では、チェーンストアの発達に伴い、全国的規模で事業展開をするナショナルチェーンに加えて、各地域で事業展開をするローカルチェーン、チェーン展開をしていない個人・家族経営の小規模・零細な商店など、複層的な事業者が混在して商業空間が形成されている。地理学的な観点では、農山村や離島の商業が、都市地域の商業の態様と比べてどのような状況にあるのか、検討することが求められよう。

離島は、一般に、環海性と遠隔性を特徴としており、古くから人文地理学の研究対象となってきた（たとえば藪内 1971）。その産業構造は、自然環境を活かした漁業や水産加工業が目立つほか、離島振興政策を背景とする公共事業の実施等に伴う建設業の立地も特徴的である。奥野（1998）によれば、離島振興法は、初期に産業基盤・生活施設整備のための公共事業が多く、ハード面の整備を中心としていたが、ポテンシャルの再発見や離島住民の自主的努力など、ソフト面を加える方向も見えている。なお、本土とは異なり、フェリーでの海上輸送が主となるため、天候の影響を受けて物流が不安定となるほか、追加的な輸送費が必要で、物流コストが高くなるという問題もみられる（苦瀬 2012）。ただし、商業について、離島振興政策等における注目度は、農林水産業と比べて高くはない（田村 2009）。

須山（2003）によれば、日本の離島では、地域的特徴を活かして、漁業や農業が営まれているほか、観光開発に成功した地域もある。また、近年は、生活水準の向上や観光開発の影響で、商業やサービス業の比重も高くなってきた（奥野 1998）。実際に、既存研究では、すでに離島地域の地域的特徴をふまえた考察や分析が行われている。たとえば、宮澤（1996）では、長崎県五島列島を事例として、流通業や商業の分析につながる消費者購買行動について分析をしている。その結果、都市地域と同様に、購入対象の商品や製品（財）の性質により、消費者購買行動が異なること、すなわち、食品や日用雑貨などの最寄品を近隣商業地で購入する一方で、買回品については、島外を含めた高次の中心地で購入する傾向にあることを指摘している。ただし、離島の隔絶性は時間的・空間的制約になるため、通信販売が活用される点に言及している¹⁾。

他方、宮澤（2005）では、1990年代以降に、一部の離島では大規模小売店舗（以下、大型店）が設置され、島民の購買機会が拡大していることを指摘した。このほか、宮内・大城（2018）では、宮古島などの沖縄県の離島地域での、コンビニエンスストアの店舗展開についてまとめている。すなわち、沖縄県の離島でコンビニエンスストアの立地展開が進む過程において、ローカルチェーンのコンビニエンスストアが卓越していたものの、劣勢にあったナショナルチェーンのファミリーマートが事業買収を行い、ファミリーマートが店舗を整理・統合しながら事業展開を進めた過程が示されている。

以上のように、近年の離島では、地域住民との地縁や血縁に基づいた小規模零細な商店が事業展開をするだけでなく、大型店やチェーンストアの立地展開も進んでいる。他方で、2000年代以降の地域情報化の進展に伴い、離島ではブロードバンド（高速大容量のインターネット通信回線）が整備され（荒井ほか 2012; 2014）、スマートフォンの普及も相まって、インターネット通信販売（以下、ネット通販）が普及している（Arai et al. 2018）。ただし、既存研究では、個々の離島を対象とする分析が多く、日本の離島全体を対象として、商業活動がどのように変容しているのか、十分に明らかとなっていない。

そこで、本研究では、日本の離島全体を対象として、近年、離島の商業活動にどのような変化がみられるのか、小売業に着目して分析したい。日本の離島は、北海道から瀬戸内海、沖縄県までに分布し、規模や地域特性の違いが大きいことを考慮しつつも、本稿では、公的統計によって離島商業の全体像を整理したうえで（2章）、大型店の立地動向（3章）とチェーンストアの展開状況（4章）の2つに絞って実情を整理する。そのうえで、日本の離島全体にみられる近年の動向をまとめたうえで、これまで、都市地域を中心に構築されてきた流通地理学や商業地理学の議論を参照しながら、近年の離島の商業活動の特徴について考察を試みたくうえで（5章）、6章では本稿をまとめる。

なお、本稿では、ネット通販を分析対象外とする。ネット通販は、上述のように、離島での購買行動を大きく変えており、離島の商業者へ与える影響を無視できない。しかし、ネット通販は、サイバー空間で商品が陳列され、注文が行われるほか、宅配便で配送されるなど、

1) 商学分野では、田村（2009）が長崎県の離島を対象として、統計データに基づく商業分析を行っている。主に、離島では、居住地での購買行動がみられるが、アクセスの改善や通信販売の普及に伴い、島外の影響も強まるとの指摘もなされている。

既存の流通地理学や商業地理学の研究手法で捉えきれない部分がある²⁾。ネット通販の影響を無視するわけではないが、本稿の分析では、実店舗を対象とするために、直接の研究対象には含めないこととする。

2. 統計からみる離島商業の変化

2. 1. 分析対象地域の状況

国土交通省の資料「日本の島嶼の構成」によれば、2023年2月時点で、日本には14,125の島嶼がある。このうち、居住人口がみられる有人離島は416となっている。さらに、離島振興法や沖縄振興特別措置法などの法令で指定される離島は305、それ以外の離島が49であり、条件不利地域として、政策的な支援の対象になっていることを伺える³⁾。

他方で、「2018 離島統計年報」によると、2017年4月1日時点で、住民基本台帳で住民登録がなされている離島は、302島である。これに、2015年10月の国勢調査で住民がいることが確認された4島を加えた306島についてみると、住民基本台帳に登録された人口数は618,721人、世帯数は275,477人、面積は7,631.9km²であった。参考までに指標を計算すると、平均世帯員数（人口数÷世帯数）は2.25人、人口密度（人口数÷面積）は81人/km²であった。離島では、世帯員数と人口密度が小規模であることを伺える。

他方、2015年国勢調査の結果（10月1日時点）について、「2018 離島統計年報」で確認すると、人口数は618,237人である。このうち、65歳以上の人口数は211,498人で、高齢化率が34.2%である。日本全国では、同年の高齢化率は26.6%であり、離島は8%弱、全国の値よりも高くなっている。また、5年前にあたる2010年の国勢調査（2012 離島統計年報に掲載）では、人口数は636,361人であったから、5年間で18,124人の減少である。割合で見れば、5年間で2.85%の減少にあたり、日本全国の0.8%の減少と比べると、減少率は2%程度、高くなっている。このような状況から、離島では、人口減少と高齢化が進んでおり、商業活動からみれば、市場規模が縮小しているともいえよう。

このほか、商業活動に関連する指標として、同じく国勢調査に基づいて、産業別の就業者数を確認する⁴⁾。2015年時点で、離島全体の就業者数は294,964人である。商業にあたる卸売・小売業の就業者数は、35,865人であり、総数の12.2%に相当する。5年前の2010年時点では、就業者数が294,316人、卸売・小売業の就業者数は37,296人（総数の12.6%）であったから、5年間で減少しているといえる⁵⁾。

ただし、「2018 離島統計年報」では、離島地域に絞って統計データが整理されているが、商業統計や経済センサスなど、直接的に商業活動の実情を捉える統計データは含まれていな

2) この点に関連して、Malecki (2003) は、通信環境の改善が農山村の発展にもたらす効果は複雑で、個別の事例分析を通じた実態解明が必要としている。また、通信回線の整備には、産業振興にもたらす潜在的な力強さとともに、一定の限界もある (Grims 2003; KAMMURA 2020)。なお、Steinfeld (2004) が指摘するように、ネット通販もサイバースペースのみで取引は完結せず、物流や集積の経済の影響が残っており、流通地理学や商業地理学の分析枠組みに組み込める可能性はあると考えられる。

3) 国土交通省「日本の島嶼の構成」 (<https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/chirit/content/001477518.pdf>、2023年11月15日最終閲覧)。

4) 就業人口を扱う際、従業地ベースであるのか、居住地ベースであるのかが問われる。離島の場合、環海性と遠隔性を特徴としており、本土よりも島外への通勤行動は相対的に少ないと推定されるため、このままデータを確認する。

5) 日本全国でも、2000年から2015年にかけて、一貫して商業の就業者数は減少していることから、この点は離島に特有の事象ではない。

い。そのため、「2018 離島統計年報」に限った分析には一定の限界があり、その他のソースで離島の商業活動の全体像を捉える必要がある。

2. 2. 研究対象地域の絞り込み

商業統計や経済センサスでは、基本的に、市区町村を単位とする地域区分でのデータが提供されている。そこで、本節では、市区町村単位にて、離島の商業活動の特徴について捉えたい。ただし、上記の「2018 離島統計年報」に掲載された306の離島は、73市44町24村に及んでいる。このなかには、離島のみで市町村域を構成する自治体と、離島以外の本土なども市町村域に含む自治体が混在している。後者のデータを含めると、離島以外に本土などの商業活動が含まれてしまうため、本節では、離島のみで市町村域を構成する自治体に限って、商業統計や経済センサスによる分析を行いたい。

ここでは、上記の73市44町24村から、山形県酒田市や石川県輪島市など、離島以外の地域を含むと考えられる自治体、沖縄県本部町やうるま市など、沖縄本島を含む自治体を除外した。また、兵庫県南あわじ市、山口県周防大島町、熊本県天草市、鹿児島県長島町は、本土から近距離に位置し、本土と架橋されていることから、自家用車等によって本土の商業施設を容易に利用できると考えられ、本稿で想定する離島の特徴と異なる。そのため、両町については本章での分析から除外している。その一方で、新潟県佐渡市など、規模の大きな島嶼についても、本分析の対象に含めることとしている。

表1 本章の分析対象が離島全体に占める割合（カバー率）

	分析対象の自治体	その他	離島の総計	カバー率 (%)
人口総数	561,426	56,811	618,237	90.8
65歳以上人口数	183,718	27,780	211,498	86.9
就業者総数	269,953	25,011	294,964	91.5
第1次産業	44,424	9,753	54,177	82.0
第2次産業	42,768	2,587	45,355	94.3
第3次産業	178,892	12,111	191,003	93.7
商業就業者	33,957	1,908	35,865	94.7

カバー率以外について、単位は人。

「その他」は、分析対象外となった自治体の離島域。

「2018 離島統計年報」に基づいて作成。原典は国勢調査。

参考までに、「2018 離島統計」のデータにより、今回の分析対象となった自治体と、「その他」（除外した自治体）の離島のデータを確認する。表1では、離島全体に占める分析対象自治体のカバー率を示している。一部、90%を下回るカバー率となっているが、概ね、90%以上のカバー率となっており、本稿の研究目的からみて、本研究での分析対象として妥当と考えられる。

2.3. 商業統計や経済センサスでみられる変化

上記の分析対象の離島自治体について、商業活動の特徴を概観する。表2には、都道府県別に分析対象の離島自治体における人口数と、2014年商業統計に掲載された事業所数、従業者数を示している。まず、今回の分析対象では、鹿児島県、沖縄県、長崎県の各離島が目立ち、その地域での事業所数と従業者数が多くなっている。事業所数で見ると、商業の事業所総数（8,043件）のうち、3県の合計が68.3%（5,495件）、従業者総数（33,946人）のうち、3県の合計が68.2%（23,140人）である。この傾向は、卸売業、小売業に分けた場合にも同様である。

表2 分析対象の離島における人口数と商業活動

	人口総数 (人)	商業計		卸売業		小売業	
		事業所数 (件)	従業者数 (人)	事業所数 (件)	従業者数 (人)	事業所数 (件)	従業者数 (人)
北海道	10,553	185	690	15	83	170	607
東京都	26,019	403	1,731	39	169	364	1,562
新潟県	57,625	906	4,112	131	712	775	3,400
島根県	20,603	332	1,254	56	238	276	1,016
広島県	7,960	147	484	22	84	125	400
香川県	32,003	467	2,202	69	343	398	1,859
愛媛県	7,135	72	241	7	29	65	212
長崎県	118,165	1,874	7,404	270	1,166	1,604	6,238
大分県	1,991	36	92	0	0	36	92
鹿児島県	154,070	2,184	8,961	263	1,294	1,921	7,667
沖縄県	125,302	1,437	6,775	205	1,115	1,232	5,660
総計	561,426	8,043	33,946	1,077	5,233	6,966	28,713

全域が離島である自治体について都道府県別に集計した値。

人口総数は「2018 離島統計年報」に掲載された2015年国勢調査のデータ。

「2018 離島統計年報」、2014年商業統計より作成。

続いて、自治体ごとに整理した人口規模と商業関連指標との間に、どのような相関がみられるのかを検討する。表2と同様に、「2018 離島統計年報」に掲載された人口総数と、2014年商業統計に掲載された値との相関係数を試算すると、卸売業について、人口総数と事業所数との相関係数は0.97、従業者数との相関係数が0.96で、1に近い値を示す。小売業についても、人口総数と事業所数との相関係数は0.98、従業者数との相関係数は0.99であり、ほぼ1を示しており、強い相関がみられる。

一般に、卸売業と比べて、小売業は人口規模と比例する分布を示すといわれる（荒井・箸本編2004など）。離島では、小売業に加えて、卸売業の事業規模も人口規模と比例しており、大規模な離島であるほど、卸売業と小売業の活動が活発になっているといえる。

3. 離島での大型店の立地展開

3.1. 地域別にみる大型店の立地動向

続いて、離島における商業の変容を捉える他の視点として、大型店の立地動向について確認する。本章では、東洋経済新報社が発行する『全国 大型小売店総覧 2023』（東洋経済新報社 2023）に依拠し、分析対象としている自治体での大型店の立地動向を確認する⁶⁾。

表3は、前章で示した分析対象の自治体について、大型店の立地動向をまとめたものである。ここでは、各離島の自治体が属する都道府県ごとに、「2018 離島統計年報」に掲載された2015年国勢調査の人口総数と、東洋経済新報社（2023）に基づく大型店の立地との関係を示している。これによれば、長崎県、鹿児島県、そして沖縄県の3県について、人口規模、大型店の立地ともに目立っている。具体的には、大型店の既存店舗の総数にあたる97件のうち、この3県で68.0%（66件）を占めるほか、既存店舗の店舗面積の合計にあたる247,513m²についても、この3県で68.2%（168,854m²）を占めている。

表3 都道府県別に見た離島の人口総数と大型店の立地動向

離島が属する 都道府県	人口総数 (人)	既存店数 (件)	既存店面積 (m ²)	新設予定店数 (件)	新設予定面積 (m ²)
北海道	10,553	1	1,154	0	0
東京都	26,019	0	0	0	0
新潟県	57,625	16	36,497	1	1,472
島根県	20,603	4	9,297	1	1,497
広島県	7,960	2	3,849	0	0
香川県	32,003	8	27,862	0	0
愛媛県	7,135	0	0	0	0
長崎県	118,165	23	57,996	0	0
大分県	1,991	0	0	0	0
鹿児島県	154,070	22	49,050	0	0
沖縄県	125,302	21	61,808	0	0
総計	561,426	97	247,513	2	2,969

東洋経済新報社『大型小売店総覧 2023』、「2018 離島統計年報」に基づいて作成。

その他では、新潟県の16件（36,497m²）が目立つ。この分析では、新潟県の自治体のうち、佐渡市と粟島浦村が分析対象となっているが、16件は全て佐渡市内に立地している。なお、佐渡市では、（株）フレッシュマツヤが、食品スーパーのフレッシュマツヤ佐和田店（佐渡市長木、店舗面積1,472m²）を出店予定である。分析対象の離島自治体では、2022年に佐渡市と島根県隠岐の島町に大型店新設の予定があり、その点でも佐渡市は特徴的といえよう。

6) 東洋経済新報社（2023）では、大規模小売店舗立地法に基づいて、各都道府県へ届け出がなされている店舗面積1,000m²を超える店舗を個店単位で集計している。日本全国を網羅する大型店のデータベースの1つとなっている。

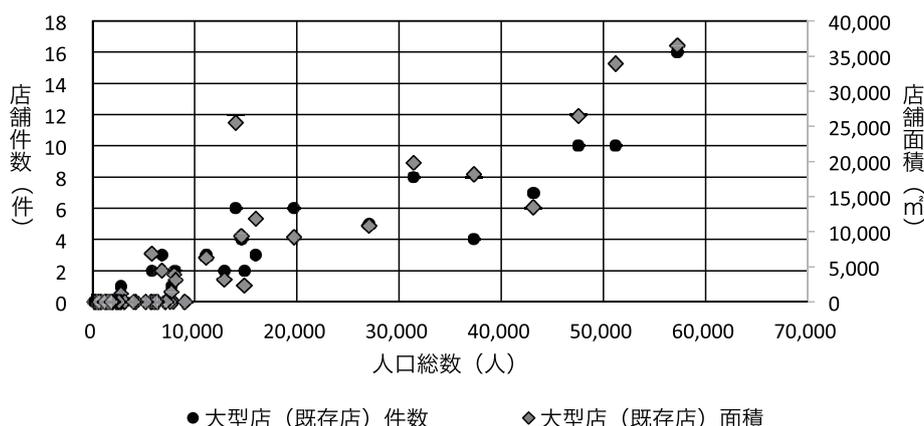


図1 分析対象の離島自治体における大型店（既存店）の件数・店舗面積
 店舗面積は、自治体ごとに集計した値であり、個々の店舗の面積ではない。
 東洋経済新報社『大型小売店総覧 2023』、「2018 離島統計年報」より作成。

続いて、分析対象の離島自治体の人口規模と、大型店（既存店）の立地動向との関係について検討する（図1）。図から明らかのように、人口規模が大きくなると、同自治体内に立地する大型店の件数、店舗面積ともに増加していることを確認できる。

実際、大型店の立地がみられない離島自治体は、全て人口規模が1万人未満である。例外として、北海道利尻富士町では、人口総数が2,787人であるにも関わらず、大型店が1店舗（1,154m²）立地している。この店舗は、ホームセンターのホームマックニコット利尻店で、DCMグループの店舗として、DIY関連商品や家庭用品、食料品を販売している。利尻島では、利尻富士町と利尻町の2つの自治体があり、合計で5,090人の人口になることから、例外的に大型店の立地がみられると考えられる。

他方、人口規模が大きく、島内での大型店の立地件数が多いのは、新潟県佐渡市（人口総数57,255人、店舗数16件）、沖縄県宮古島市（同51,186人、10件）、沖縄県石垣市（同47,564人、10件）、長崎県対馬市（同31,457人、8件）である。人口規模が大きく、島内での需要規模も相対的に大きいため、大型店の立地が目立つと推定される。

3.2. 時期別にみる大型店の立地動向

前節では、分析対象の離島自治体ごとに、大型店の立地件数、店舗面積を集計して概観した。これに対して、本節では個々の店舗レベルで分析を試みたい。ここでは、分析対象の離島自治体に立地する大型店97件について、東洋経済新報社（2023）に基づいて、開店年、店舗の業態、店舗面積の3つを入力したデータを用いる。

なお、大型店について、ここでは2023年時点で営業中の店舗をリスト化している。そのため、これまでに閉鎖された店舗を除外したことに留意されたい。また、業態の分類のうち、「専門店」はドラッグストアや家具店、レンタルビデオ店などが含まれているほか、「その他」にはショッピングセンター、沖縄県内の公設市場が含まれる。

現存の大型店について、業態と開店年にて整理したのが、表4である。今回、開店年が最も古いのは、香川県小豆島町の藪脇家具店、鹿児島県徳之島町の総合スーパーであるダイマ

ル本店の1974年である⁷⁾。その後、1980年代になると、島根県隠岐の島町のジュンテンドー西郷店などが開店しており、「ホームセンター」の開店が目立つ。1990年代には、「食品スーパー」が14店舗、「総合スーパー」が7店舗、それぞれ開店しており、同時期に開店した大型店の3分の2を占める。

表4 時期別にみた離島の大型店の立地動向

	総合 スーパー	食品 スーパー	ホーム センター	専門店	その他	総計
1980年以前	1	1		5		7
1981～1990年		1	3		1	5
1991～2000年	7	14	6	5	1	33
2001～2010年	2	9	4	7		22
2011～2020年	3		2	19		24
2021年以降	1	1		4		6
総計	14	26	15	40	2	97

東洋経済新報社『大型小売店総覧2023』、「2018 離島統計年報」より作成。

2000年代に開店した既存の大型店は22件である。このうち、9店舗が「食品スーパー」、2店舗が「総合スーパー」、4件が「ホームセンター」である。こうした傾向は、それ以前に開店した店舗に共通するが、「専門店」の7件も目立つ。この時期の「専門店」は、新潟県佐渡市と鹿児島県中種子町で開店したドラッグストア（2件）、新潟県佐渡市で開店したファッションセンターしまむら金井店、西松屋佐渡佐和田店など、島外に本部があるチェーン店が含まれる。

2010年代に開店した既存の大型店をみると、24店舗のうち19店舗が「専門店」であることが特徴的である。19店舗の「専門店」のうち、1店舗は新潟県佐渡市で開店したケーズデンキ佐渡店であるが、他の18店舗は、全てドラッグストアである。具体的には、長崎県や鹿児島県、沖縄県を中心に、ドラッグストアモリやドラッグコスモスの立地展開が進んでいる。

2021年以降に開店した既存の大型店については、6店舗である。この時期には、沖縄県宮古島市で「総合スーパー」が1店舗、長崎県壱岐市で「食品スーパー」が1店舗、開店している。これ以外の4店舗は「専門店」であるが、3店舗はドラッグストアであり、2010年代に開店した店舗と同様に、ドラッグストアの比重が大きい。

7) 前節からの分析との整合を考慮し、本節では、自治体について、2015年時点の市区町村名を用いる。

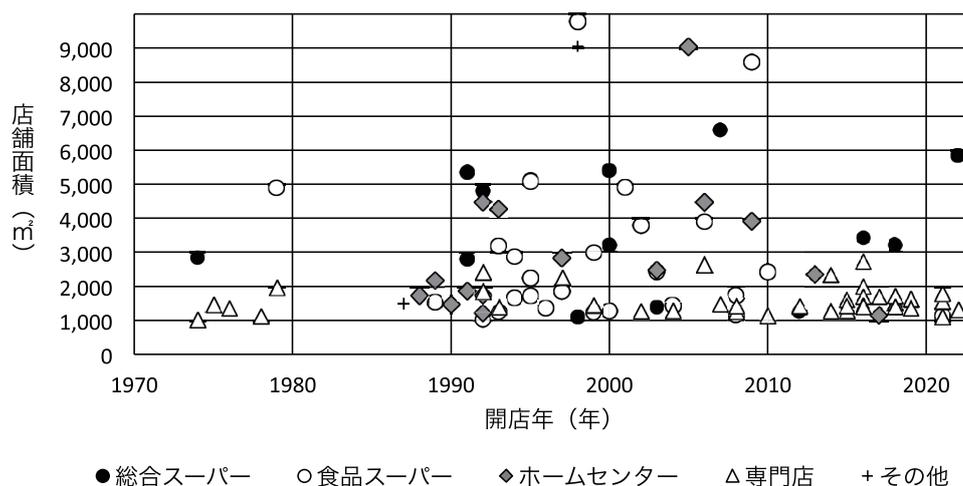


図2 分析対象の離島自治体における大型店（既存店）の開設年と店舗面積
 図1とは異なり、個々の店舗のデータを示している。
 東洋経済新報社『大型小売店総覧 2023』、「2018 離島統計年報」より作成。

本節の最後に、分析対象としている大型店について、出店時期と店舗面積との関係を検討する（図2）。

離島の自治体に現存する大型店は、1980年以前に開店した店舗は、店舗面積が5,000m²未満であったものの、1990年代から2000年代には、店舗面積が6,000m²を上回る大型店が立地展開していたことを確認できる。特に店舗面積が大きいのは、「食品スーパー」である香川県土庄町のマルナカ新土庄店（1998年開店、9,780m²）、「その他」（ショッピングセンター）に分類される長崎県五島市の五島シティモール（1998年開店、9,046m²）、そして、香川県小豆島町の「ホームセンター」であるDCMダイキ小豆島店（2005年開店、9,053m²）である。他方で、2011年以降には、沖縄県宮古島市の「総合スーパー」であるサンエー宮古島シティ（2022年開店、5,853m²）の店舗面積が際立っているが、それ以外の店舗は、4,000m²未満であり、店舗の小型化がみられる。

こうした要因として、先述した業態の変化が関係している、と考えられる。図2では、散布図内に業態も示している。概していえば、「総合スーパー」や「食品スーパー」、「ホームセンター」と比べて、ドラッグストアなどの「専門店」の店舗面積は相対的に小さい。2010年代から、ドラッグストアの進出が続いたことで、店舗面積が小規模化したといえよう。

4. 離島でのチェーン店の立地動向

4.1. 本章で使用するデータ

前章では、分析対象の離島自治体での大型店の立地動向を確認することで、離島にて、近年、チェーン店の進出が見られるようになったことを確認した。チェーン店の立地が進んでいることは、近年の離島における小売業を特徴といえる可能性も高い。前章で使用したデータは、店舗面積が1,000m²を超える店舗に限ったデータであり、コンビニエンスストアなど、

店舗面積が相対的に小さなチェーン店を分析の対象外としていたが、離島における商業活動の実態を捉えるには、店舗面積が相対的に小さな店舗も分析対象に含める必要がある。

そこで、本章では、離島におけるチェーン店の立地動向を捉えることを目指して、分析にあたり、離島に立地する様々な規模の小売店のリストを作成した。具体的な方法として、インターネット上で公開されているタウンページのデータ（iタウンページに掲載）を参照している⁸⁾。

詳細な方法として、2023年11月に、離島へ進出しているチェーン店の代表的な業態として、「コンビニエンスストア」、「スーパーマーケット」、「ドラッグストア」、「ホームセンター」、「100円ショップ」の5業態について、前章までの分析対象となっていた離島自治体（全国で63市町村）を対象とする検索をかけた。その検索結果として表示された1,142件を記録して整理し、リストの原案とした。ただし、iタウンページは、電話番号の掲載を主な目的としているため、FAX専用やフリーダイヤルなど、1つの店舗に複数の電話番号がある場合がみられる。また、小売業の本部が検索結果に含まれており、店舗の件数と検索結果の件数が一致していない。そこで、筆者がデータのスクリーニングを行い、重複するデータや店舗ではないものを除いた1,045件の検索結果を、本章の分析に用いる。

なお、iタウンページのデータは、必ずしも最新のデータとは限らず、新規に開店した店舗、チェーン本部の方針等で屋号が変更された店舗、直近にて閉店した店舗の情報が反映されていない場合などがある。また、同一のチェーンであっても、コンビニエンスストアに分類される店舗もあれば、スーパーマーケットに分類される店舗もあるなど、分類基準の精度に留意する必要がある⁹⁾。そのため、精度を高めるためには、Googleマップや各企業のwebサイトの併用が必要と思われるが、データソースが不明瞭になってしまうことを懸念し、本研究では、原則として上記のデータのみを用いる。以下の分析にあたり、各離島の現況と一定の乖離があることを念頭に置きつつ、データを参照していきたい。

4.2. 離島における各業態の店舗数

前節で示した分析手法を用いた結果、総計1,045件の店舗が分析対象となっている。このうち、「コンビニエンスストア」の分類されたのが121店舗、「スーパーマーケット」に分類されたのが560店舗である（表5）。ただし、「スーパーマーケット」というキーワードで検索されたものの、実際には、島内の小規模零細な食料品店が検索結果に含まれる状況であった。そこで、「スーパーマーケット」の検索結果のうち、iタウンページでの業種・業態分類で「スーパーマーケット」の表記がある202店舗を「スーパーマーケット」として、それ以外を「その他の食料品店」と区分した。

8) iタウンページ web サイト (<https://itp.ne.jp/>、最終閲覧日 2023 年 11 月 15 日)。

9) 一例として、島根県隠岐の島町には、2023 年 11 月時点で 100 円ショップのダイソー隠岐店やワッツが立地しているが、今回の検索結果には現れていない。また、隠岐郡内には複数の Y ショップが立地するが、店舗によって、コンビニエンスストアへ分類される場合と、スーパーマーケットへ分類される場合がみられた。

表5 都道府県別に見た離島の各業態の店舗数

	コンビニ エンス ストア	スーパー マーケット	その他の 食料品店	ドラッグ ストア・ 薬局	ホームセン ターなど	100円 ショップ	総計
北海道	5	1	13	7	3		29
東京都	1	21	38	9		2	71
新潟県	10	22	24	39	7		102
島根県	3	6	28	4	1		42
広島県		3	7	4	1		15
香川県	8	5	20	18	2	1	54
愛媛県	3	1	3	2			9
長崎県	16	48	66	72	8	5	215
大分県			3				3
鹿児島県	33	49	139	92	14	4	331
沖縄県	42	46	17	59	8	2	174
総計	121	202	358	306	44	14	1,045

実在する店舗の一部が、iタウンページの検索結果で表示されず、集計漏れがある。

iタウンページの検索結果に基づいて作成。

また、「ドラッグストア」というキーワード検索を経て、スクリーニングで抽出されたのは306店舗である。この店舗についても、実際には調剤薬局などが含まれている状況にある。ただし、iタウンページの検索結果では、業種・業態分類に「ドラッグストア」という文言がみられず、明瞭な選別が難しいとの判断から、調剤薬局も分析に含めて、「ドラッグストア・薬局」という表記にしている。さらに、「ホームセンター」や「100円ショップ」についても、同様にiタウンページでのキーワード検索の結果に基づいている。筆者が確認した範囲では、「スーパーマーケット」や「ドラッグストア」と比べると、一般に想起される「ホームセンター」や「100円ショップ」に近い検索結果となっており、そのまま表示している。

この結果を都道府県別にみると、伊豆諸島と小笠原諸島を合わせた東京都（71店舗）、佐渡市を主とする新潟県（102店舗）、小豆島を主とする香川県（54店舗）に、一定の店舗数が分布していることを確認できる。他方で、対馬や五島列島を含む長崎県（215店舗）、奄美諸島を含む鹿児島県（331店舗）、沖縄本島以外では宮古島などが目立つ沖縄県（174件）の店舗数が、他の地域よりも相対的に多い。これら3県は、先述の通り、離島の数が多く、人口規模も相対的に大きいことから、他の地域よりも店舗数が目立つと考えられる。

次に、離島におけるチェーン店の立地動向について確認する。ここでは、各離島に立地する1,045店舗について、島内・島外を問わず、複数の店舗を運営していると考えられる店舗を抽出して、筆者が各社のwebサイトなどを参照してチェーン店であるか否かを判定した。その結果、1,045店舗のうち、チェーン店と確認できた店舗が347店舗（総数の33.2%）であり、チェーン店ではないと推認された店舗が684店舗（同65.5%）となった（表

6)。また、web 検索等でチェーン店であるか否かを判定できなかった店舗（14 店舗）について、「不明」としている。

表6 業態別に見た離島のチェーン店の店舗数

	チェーン店 (島外)	チェーン店 (島内)	チェーン店 以外	不明	総計
コンビニエンスストア	98	5	17	1	121
スーパーマーケット	41	40	120	1	202
その他の食料品店	2	3	353		358
ドラッグストア・薬局	88	27	179	12	306
ホームセンターなど	22	7	15		44
100円ショップ	13	1			14
総計	264	83	684	14	1,045

実在する店舗の一部が、iタウンページの検索結果で表示されず、集計漏れがある。

iタウンページの検索結果に基づいて作成。

なお、チェーン店については、当該ブランド（店舗名やロゴ等）の運営元が島内に立地する事業者であるのか、あるいは、島外に立地する事業者であるのかという点で、2つに区分した。ただし、後者について、今回の検索結果では、直営店であるのか、フランチャイズ加盟店（FC店）であるのかを区別しきれておらず、「島外」となっている場合も、地元資本の事業者がFC店を運営している場合を含んでいる。また、「チェーン店以外」については、「スーパーマーケット」にて、全日食チェーンやCGCグループなどに加盟する地元資本の店舗を峻別せず、「チェーン店以外」に含めている点に留意をされたい。

業態別にみると、「コンビニエンスストア」は121店舗のうち、98店舗が島外に本部のあるチェーン店、5店舗が島内に本部があるチェーン店であり、総数の85.1%に及んでいる。また、「ホームセンター」についても、島内と島外を合わせて29店舗がチェーン店であり、総数である44店舗の65.9%に及んでいる。さらに、「100円ショップ」に関しては、14店舗の全てがチェーン店となっている。

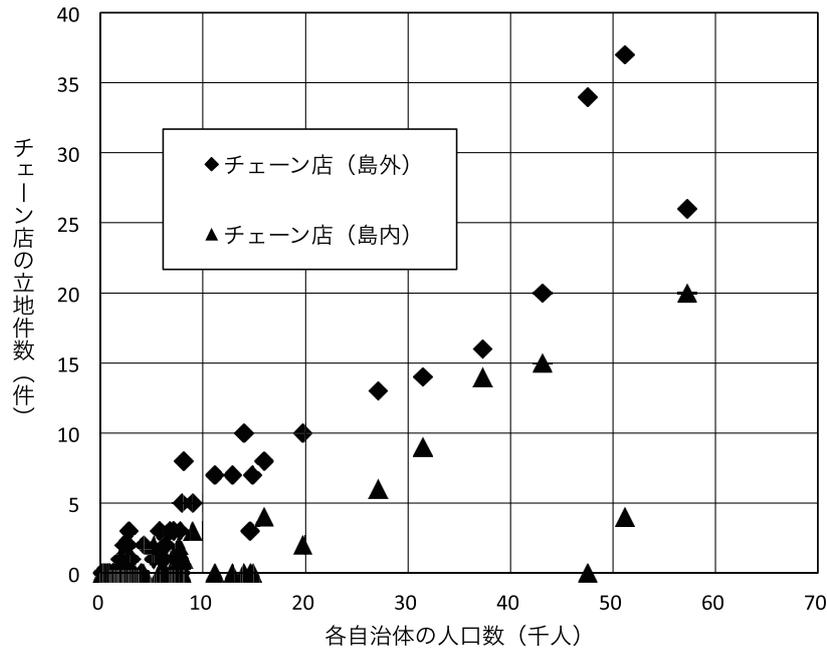


図3 各離島自治体の人口数と立地するチェーン店の店舗数
 iタウンページの検索結果、「2018 離島統計年報」により作成。

他方で、「スーパーマーケット」はチェーン店が81店舗であり、総計の202店舗の40.1%に過ぎない。実際には、前述の通り、全日食チェーンやCGCグループに加盟する店舗もあり、これを含めればチェーン店の割合は高くなると思われるが、相対的には単独店舗のみを営む事業者が多いことを伺える。この傾向は、小規模零細な食料品店を主とする「その他の食料品店」では顕著であり、358店舗のうち、353店舗がチェーン店ではなかった。このほか、「ドラッグストア・薬局」についても、総数306店舗のうち、チェーン店は105店舗(37.6%)と、割合は相対的に低い。その背景には、「ドラッグストア」に比べて、チェーン展開があまり行われていない調剤薬局が、ここでの分析対象に含まれている影響が強いためと推定される。

全体的な傾向を捉えるために、各離島自治体の人口数とチェーン店の立地件数の関係を見ると、人口数が多い離島自治体では、チェーン店の立地件数が多いという比例関係がみられる(図3)。実際に、人口規模が1万人以下の離島自治体では、チェーン店の立地数が0~5店舗である場合が多い一方で、人口規模が4万人を上回る離島自治体では、「チェーン店(島外)」が20店舗以上、「チェーン店(島内)」も10店舗以上となっている。一部に、島内の人口規模が4万人以上であっても、「チェーン店(島内)」の立地展開が目立たない例があることを伺えるが、人口規模が大きくなれば、チェーン店の立地展開が生じやすいことが特徴的である。

4.3. 各業態のチェーン店の立地動向

続いて、業態別にどのようなチェーン店が立地しているのかを確認したい。

まず、「コンビニエンスストア」で立地件数が多いのは「ファミリーマート」(56店舗)である。「ファミリーマート」は、長崎県壱岐市に1店舗が立地しているが、鹿児島県が14

店舗、沖縄県が41店舗となっており、南西諸島の離島に集中的な店舗展開をしていることが伺える。他方で、「ローソン」については、全国の離島自治体では21店舗を展開しており、新潟県に8店舗、長崎県に13店舗と、南西諸島以外での立地展開が目立つ。また、「セブンイレブン」は香川県の小豆島に6店舗を展開しているが、それ以外の離島では店舗展開がみられない。このように、「コンビニエンスストア」の大手3社であっても、離島自治体での店舗展開は異なる¹⁰⁾。

このほか、「コンビニエンスストア」については、ローカルチェーンの立地も目立っている。たとえば、北海道の奥尻島や利尻島、礼文島では「セイコーマート」が5店舗を展開しているほか、鹿児島県の奄美地方では、「アイショップ」や「島人マート」などのローカルチェーンもみられる。上記以外では、山崎製パンが展開するボランティアチェーン「Yショップ」(ヤマザキショップ)が、島根県の隠岐諸島や愛媛県上島町に立地している。

これに対して、「スーパーマーケット」について、特定のチェーンの立地展開が目立つわけではない。店舗数が多いのは、新潟県佐渡市でチェーン展開をする「A・コープ佐渡」(9店舗)や鹿児島県内の離島でチェーン展開をする「A・コープ鹿児島」(7店舗)であり、いずれも農業協同組合(JA)が経営する「スーパーマーケット」である。全国展開をするグループ企業では、「イオン」系列の「マックスバリュ」が、長崎県で1店舗、沖縄県で5店舗を運営しているほか、香川県でも2店舗の運営に関わっている。また、「イオン」自体も、長崎県壱岐市と鹿児島県奄美市で各1店舗を運営しているが、店舗数では目立たない。また、「イトーヨーカドー」の店舗展開は、今回の分析結果にてみられない。それ以外では、新潟県佐渡市の「フレッシュマツヤ」など、ローカルチェーンの店舗展開が目立つことが特徴的である。

「ドラッグストア・薬局」では、調剤薬局のチェーン展開も一部でみられるものの、主に、ドラッグストアの店舗立地が顕著となっている。本章の分析にて立地件数が最多であるのは、「ドラッグストアモリ」である。同社は、福岡県朝倉市に本社を置く企業で¹¹⁾、離島自治体のうち、長崎県に5店舗、鹿児島県に7店舗、沖縄県に5店舗の、合計17店舗を展開している。次に店舗数が多いのは、東京などにも事業展開をしている「マツモトキヨシ」である。新潟県佐渡市に2店舗を展開するほか、(ミドリ薬局を含めて)長崎県に6店舗、鹿児島県に8店舗を展開しており、合計16店舗となっている。このほか、鹿児島県と沖縄県で合計9店舗を展開する「ドラッグイレブン」や、香川県、長崎県と鹿児島県にて7店舗を展開する「ドラッグコスモス」など、ローカルレベルのチェーンが目立つ。

このほか、「ホームセンター」については、ナショナルチェーンにあたる「DCM」が、北海道の離島自治体に2店舗、香川県の小豆島(土庄町)に1店舗を展開している。また、新潟県佐渡市には、「コメリハード&グリーン」の3店舗がある。これ以外では、鹿児島県奄美地方の「ニシムタ」(4店舗)や「サムズ(SOMES)」(3店舗)、新潟県佐渡市の「ムサシ」、島根県隠岐の島町や広島県大崎上島町の「ジュンテンドー」(2店舗)など、ローカルレベルのチェーン店も目立つ。

10) 本章の分析は、iタウンページの検索結果によっている。未掲載等の理由により、実際の店舗数はここでの記述と異なる可能性もある点に留意されたい。

11) 「ドラッグストアモリ」webサイトによる(<https://www.doramori.co.jp/company/outline/>、最終閲覧日2023年11月15日)。

これに対して、「100円ショップ」では、長崎県や鹿児島県、沖縄県で店舗展開がみられる「ダイソー」(5店舗)、東京都神津島村や八丈町、鹿児島県などで店舗展開のみられる「キャンドウ」(4店舗)など、全国展開をするチェーン店が目立っている。そもそも、離島自治体では、「100円ショップ」の店舗数が少ない状況であるほか、FC店が含まれていることが推察されるが、ナショナルチェーンの店舗が多いことが特徴的といえよう。

5. 離島における近年の商業環境の変容

以上で検討した業態別のチェーン店の立地動向に加えて、3章や4章の分析結果を含めて、離島における商業活動、特に小売業に着目しながら、その特徴について考察したい。

商業活動の場としての離島は、環海性と遠隔性を特徴としている。店舗の運営において、物流が不可欠である。しかし、海路での輸送には、天候不順によるリスクを伴うほか、輸送コストが追加的に必要となるため、離島は交通条件に恵まれているとは言い難い。他方で、市場規模について、離島によって人口規模が異なるため、一概に論じることはできない。ただし、2章で確認したように、2015年の国勢調査における離島の人口総数は61.8万人であった。この人口数は、千葉県船橋市(622,890人)と近く、政令指定都市の自治体よりも小さい人口規模である。実際には、離島は全国に点在していることも考慮すれば、商業活動の規模は相対的に小規模で、市場規模も限られるとの判断になる。さらに、人口減少や高齢化が続いているため、市場は縮退している。さらに、中村(2011)が離島での医薬品流通の実態を通じて指摘したように、離島は分散的に立地しているため、スケールメリットを活かしづらい。

このような観点でみれば、離島では、本土の都市圏と比べて商業の発達は相対的に限られていると考えられる。実際に、本稿の分析においても、人口規模が小さい離島では、チェーン店や大型店の立地は進まず、長らく地域商業を担ってきた小規模零細の商店が、継続的に島民の生活を支える役割を果たしていることを伺えた。本土においては、小規模零細な専門店が主となる商店街の衰退が生じて、地方都市の中心市街地問題や商店街の活性化といった課題がみられる(土屋2020; 2022)。他方で、人口規模が小さな離島では、生業的な小規模零細な商店が、チェーン店や大型店などの競合店舗の影響が小さい状態で経営が続いている、と考えられる。ただし、店主の高齢化が生じれば、事業活動の中断や廃業によって、店舗数が減少することも考えられる。実際に、2章の分析では、国勢調査による商業(卸売業・小売業)の従事者数は減少していた。

他方で、佐渡島や対馬、隠岐の島などの人口規模が相対的に大きな離島では、小規模零細な商店に加えて、大型店やチェーン店が立地する。この場合、離島の内部において、小規模零細な商店と大型店、チェーン店との競合関係が生じる。本土においては、「第一次流通革命」を経てチェーン店が台頭し、商店街の役割が相対的に後退した(荒井・箸本編2004)。離島においても、競合関係の激化によって、島内での小規模零細な商店の減少が進んでいる可能性があるが、この点については、本稿では十分に確認できていない。

小規模零細な商店が、大型店によって経営面で打撃を受けることに対して、日本では、大規模小売店舗法(大店法)での規制によって、商業活動の調整が図られてきた。しかし、1990年代からの運用緩和と、2000年の大規模小売店舗立地法(大店立地法)の施行に

伴って、本土では、都市圏の郊外部を中心に、大型店の立地が進んだ（荒井・箸本編 2004; 2007 など）。本稿の3章での分析結果によれば、現存する大型店について、店舗面積が6,000 m²を上回る店舗は、1990年代から2000年代に設置されている。その後、離島では、大型店の店舗面積が縮小しているように見えた。本土においても、小商圈化や消費の成熟化への市場対応が必要となり、流通業界では業態の多様化が進み、大型店を展開する総合スーパーなどの業態が苦戦していることが指摘された時期にあたる（箸本 2013）。このような推移は、人口規模が比較的大きな離島に特有の現象ではなく、本土と同様の傾向であったと指摘できる。

同時期に本土で台頭した業態が、ドラッグストアである。駒木（2012）は、日本でのドラッグストアの台頭とその再編成に関する体系的な分析を行っている。本稿の分析においても、少なくとも3章の大型店の分析では、ドラッグストアの開店年次が比較的新しいことを確認できた。4章のチェーン店の立地分析によれば、地方レベルないしは全国レベル（ナショナルレベル）で立地展開をする島外に本部を置くチェーン店のドラッグストアが目立っている。これは、全国的な傾向であり、特定の離島に限られた現象ではない。以上の諸点をふまえると、基本的に、離島は人口規模の大小によって小売業のあり方に一定の違いがみられること、人口規模が相対的に大きな離島では、本土と同様の形で、大型店の立地やチェーン店の展開が進んだと考えられる。

他方で、離島の小売業について、本土と異なる特徴もみられる。まず、4章で確認したチェーン店の動向について、離島ではローカルなチェーン店が目立つ点が特徴的といえる。島内のみで事業展開をするチェーン店に加えて、各都道府県内、あるいは、各地方内で事業展開をするチェーン店が、離島にも店舗を設置している。こうした傾向は、本土においても、食品スーパーの立地展開では顕著であるが、離島では、各業態に共通してみられる。

コンビニエンスストアでは、「ファミリーマート」や「ローソン」の店舗展開が目立つものの、全国の離島に分散的に立地するのではなく、特定の地方に限って、離島で集中的な店舗展開をしている様子を伺える。その背景には、土屋（2022）などで説明されるように、複数の店舗を回って輸送効率を高める工夫であるルート配送が展開されていること、1日に複数便のトラックを動かして商品の輸送を行う方式であることから、近接した立地に複数の店舗を集中的に展開する帰結に至るのであろう。他方で、相対的に配送頻度が低いホームセンターは、東京都の伊豆諸島や小笠原諸島、その他の小規模離島を除いて、分散的に立地している。同一のチェーン店ではないが、配送頻度が低く、店舗面積が広いために保管容量が大きなホームセンターは立地しやすいと推察される¹²⁾。

なお、本稿では直接の分析対象としていないが、離島の小売業にとって影響が大きいのが、ネット通販であろう。最初に論じたように、ネット通販はサイバー空間で商品閲覧・選択して発注するため、本土の都市圏の住民が利用する場合と比べて、店舗構成や商品ラインナップに差が生じない。また、近年では宅配便ネットワークの拡大で、離島でも都市圏に近い消費行動を採ることができるようになって、利便性が高まったと評価できる。他方で、離島の実店舗の立場からみれば、比較的参入障壁が高いことで過度な競争が抑制されていた市場環

12) 流通地理学では、店舗分布の規程要因として、物流システムのあり方に注目してきた。こうした研究として、たとえば土屋（1998）や安倉（2003）がある。

境から、本土を含めて全国の事業者との競合関係が急速に強まり、市場が縮小するなかで、顧客の争奪が激化したことを意味するであろう。

6. まとめ

以上をふまえて、本稿の研究目的であった2000年代以降の離島の商業、とりわけ小売業の特徴に関してまとめたい。

離島は、環海性や遠隔性を特徴としており、本土と比べて、地域外での購買行動への障壁が大きいと考えられる。離島のうち、人口規模が相対的に小さい離島では、市場規模が限られる影響もあり、生業的で小規模零細な商店の立地が目立つ。その一方で、人口規模が相対的に大きな離島では、チェーン店や大型店の立地展開もみられる。こうした商業環境の下、2000年代の前後にはまちづくり政策の変化もあって、後者の離島にて、大型店の立地展開が進んだ。その後は、食料品スーパーやドラッグストアの立地展開が進み、チェーン店の構成に一定の変化がみられたと考えられる。ローカルチェーンは、地域限定的に立地展開を進めるなかで、離島への進出を果たしたと考えられる。その背景には、物流の影響も考えられるが、これらの点については、本稿の分析に含まれておらず、推察に過ぎない。

他方、離島では、人口の減少や高齢化が進行している。これは、小売業からみれば、市場の縮小を意味していた。さらに、近年のネット通販の浸透に伴って、離島の商業への参入障壁は低下し、本土の事業者との競合が強まって、寡占的な状況は変容した。小規模零細な商店では、店主の高齢化が進んでいることも想定され、市場環境の悪化をふまえて、休業や廃業をする店舗が出ることも考えられる。島民は、購買先の選択肢を増やしており、離島の商業環境は、近年、開放性が高まったと判断できよう。

本稿では、既存の統計資料やデータを用いて、離島の全体を対象として、商業活動、とりわけ小売業の実情について検討・考察を試みた。本稿の最後に、残された研究課題について触れたい。まず、今回の分析から上記の議論を構成しているが、チェーン店や小規模零細な商店へのインタビュー調査を行って、実態を確認する必要がある。その際には、各離島で、本土までの距離や交通条件など、地理的な条件が異なることから、特定の地域での事例研究を重ねることが求められよう。また、本稿では、ネット通販やチェーン店の進出が地域内にとどのような影響をもたらしているのか、規模が異なる離島でみること、ないしは、島内の中心集落とその他の集落で影響の出方がどのように異なるのかなどの点を、詳細に検討することも必要と考えられる。これらについては、別稿に期したい。

謝 辞

本研究では、既存の統計資料や公刊資料、インターネット上にて公開されている諸データなどを活用した。「離島統計年報」を刊行する公益財団法人日本離島センターをはじめ、関係各位に厚く御礼を申し上げます。また、本研究の遂行に際して、科学研究費補助金「離島の流通・消費インフラに関する地理学的研究」（基盤研究（c）、課題番号20K01164、研究代表者：荒井良雄）の一部を使用した。

【参考文献】

- 荒井良雄・箸本健二編（2004）『日本の流通と都市空間』古今書院。
- 荒井良雄・箸本健二編（2007）『流通空間の再編成』古今書院。
- 荒井良雄・長沼佐枝・佐竹泰和（2012）「条件不利地域におけるブロードバンド整備の現状と政策的対応」『東京大学人文地理学研究』20: 14-38。
- 荒井良雄・長沼佐枝・佐竹泰和（2014）「離島におけるブロードバンド整備と政策的対応」『東京大学人文地理学研究』21: 67-84。
- 奥野一生（1998）「離島振興政策の展開と離島の動向」『地理学評論・Ser. A』71: 362-371。
- 苦瀬博仁（2012）「ロジスティクスからみた離島の物流政策」『しま』230: 23-33。
- 駒木伸比古（2012）「日本におけるドラッグストアの成長と再編成に関する一考察」『地域政策学ジャーナル』1（1）: 83-96。
- 須山 聡（2003）「人口・産業構造の特性に基づいた日本における島嶼の地域類型」『駒澤地理』39: 59-78。
- 田村 善弘（2009）「長崎県離島地域における商業の現状と今後の課題」『Coastal Bioenvironment』14:37-48。
- 土屋 純（1998）「中京圏の大手チェーンストアにおける物流集約化とその空間的形態」『地理学評論 Ser. A』71（1）: 1-20。
- 土屋 純（2020）「中心商店街のゆくえ」（所収：伊藤達也・小田宏信・加藤幸治 編著『経済地理学への招待』ミネルヴァ書房）。
- 土屋 純（2022）『地理学で読み解く流通と消費—コンビニはなぜ集中出店するのか』ペレ出版。
- 東洋経済新報社（2023）『全国 大型小売店総覧 2023』東洋経済新報社。
- 中村 努（2011）「離島における医薬品流通システムと医薬品卸の役割—長崎県五島列島の事例」『季刊地理学』63:1-16。
- 箸本健二（2013）「小商圈時代とは何か」（所収：土屋 純・兼子 純 編著『小商圈時代の流通システム』古今書院）。
- 宮澤 仁（1996）「離島における消費者購買行動の一考察—長崎県五島列島岐宿町の事例」『経済地理学年報』42: 44-57。
- 宮澤 仁（2005）「五島列島・福江島における近年の小売業と消費者購買行動の変化」（所収：平岡昭利編著 『離島研究Ⅱ』海青社:133-148）。
- 宮内久光・大城美樹（2018）「沖縄県離島におけるコンビニエンスストアの立地展開とチェーン間競争」『沖縄地理』18: 17-34。
- 安倉良二（2003）「食料品スーパーにおける物流システムの再構築—京阪神圏の2社を事例に」『地理科学』58（2）: 92-111。
- 藪内芳彦（1971）「島の地理学的研究」人文地理 23（2）: 190-212。
- Arai, Y., Satake, Y., UEMURA, M. 2018. Broadband Deployment and Daily Life on an Island: A Case Study in Ogasawara, Japan. *Komaba Studies in Human Geography* 22: 15-29.
- Grimes, S. 2003. The Digital Economy Challenge Facing Peripheral Rural Areas. *Progress in Human Geography* 27: 174-193.

- KAMMURA, H. 2020. Utilization of ICT for Industrial Promotion on a Japanese Remote Island. *Netcom33* (3/4) .
- Malecki, E.J. 2003. Digital Development in Rural Areas: Potentials and Pitfalls. *Journal of Rural Studies* 19 (2) : 201–214.
- Steinfeld, C. 2004. Situated Electronic Commerce: Toward A View as Complement Rather than Substitute for Offline Commerce. *Urban Geography* 25 (4) : 353–371.