

# 写真の共有の経験が景観画像に基づく来訪したさに与える影響

1532047 葛西幸穂

指導教員：山崎治 准教授

## 1. はじめに

「インスタ映え」とは、Instagram にアップロードされた写真が、ひととき見栄え良く素敵に見える(映える)という意味で使われる表現である(Weblio 辞書)。2011 年から Instagram のハッシュタグとして使用され始め、2017 年 8 月から投稿数が急増し、2017 年の流行語大賞にも選ばれた(ユーキャン, 2017)。こうした「インスタ映え」という言葉が広がることにより、「SNS で写真映えするかどうか」が基準となった「フォトジェニック消費」という消費行動が散見されるようになった。

特に、旅行行動も Instagram に左右されるようになった。最近では、撮りたい写真から旅行先を決め、「おしゃれで SNS 映えする写真を撮る」という目的で旅行に行く傾向がある。「インスタ映え」が消費行動に与える影響は非常に大きいといえる。

## 2. 目的

本研究の目的は、Instagram の利用頻度の高さにより、景観画像の着目点・評価点が「来訪したさ」に与える影響をすることである。また、Instagram の利用実態との影響が予想される「賞賛獲得欲求」「拒否回避欲求」(小島ら 2003)が、景観画像からの「来訪したさ」に与える影響を検討する。

## 3. 調査

Instagram の利用頻度や経験、12 枚の景観画像に対する印象や「来訪したさ」、人格特性について調査を行った。

### 3.1 方法

**調査参加者：**千葉工業大学情報科学部情報ネットワーク学科 1 年 68 名 (男：55 名/女：13 名)

**質問紙：**以下の 2 種類の調査項目を連結し、Google フォームを用いた、Web アンケートページを作成した。

- ・景観画像に対する印象評価に関する調査
- ・人格特性と SNS の利用に関する調査

**設問内容：**12 枚の景観画像について、7 項目(「華やか—質素な」、「洒落た—素朴な」、「美しい—美しくない」、「派手—地味」、「興味のある—興味のない」、「珍しい—ありふれた」、「斬新—ありがちな」)を 5 段階で評価を行った。また、それぞれの画像に対して 3 項目の質問(「行ってみたい—行ってみたいとは思わない」、「写真を撮りたい—撮りたいとは思わない」、「写真を共有したい—共有したいとは思わない」)を設けた。最後に、「景観画像に対してハッシュタグをつけるとしたらどれをつけるか」という質問項目を設け、10 種類のハッシュタグを挙げ、その他も自由記述で回答可能にしたうえで、複数選択してもらった。

**手続き：**授業内で調査内容を説明し、Web アンケートページの URL を提示した後、各自 PC でアクセスし、回答してもらった。

## 3.2 結果

分析は、回答漏れや同じ回答が続くものを除いた 65 名の回答を対象として行った。

回答者を Instagram の利用経験(利用の有無)でグループ分けした。その結果、利用者 25 名と非利用者 40 名に分類された。図 1 に、利用経験ありグループとなしグループにおいて「来訪したさ」の評価に差がみられた景観画像およびその評価結果を示す。

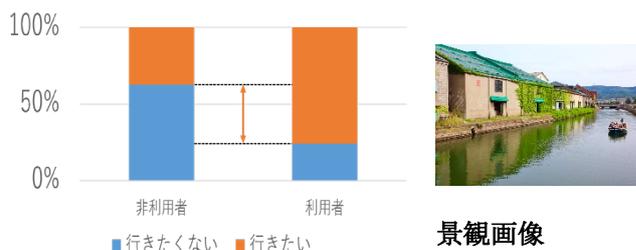


図 1: 景観画像における Instagram 利用経験別の「来訪したさ」

このように、同じ景観画像であっても、Instagram の利用の有無により評価が異なる場合があることが明らかとなった。さらに、この景観画像に対する印象評価の平均値を表 1 に示す。

表 1: 景観画像における Instagram の利用者別の印象評価の平均値

評価形容詞対	利用者	非利用者
華やか - 質素	3.00	3.50
洒落た - 素朴な	2.52	3.33
美しい - 美しくない	2.36	2.40
派手 - 地味	3.44	3.80
興味のある - 興味のない	2.28	2.80
珍しい - ありふれた	2.68	3.08
斬新 - ありがちな	3.04	3.43

Instagram 利用者別による各形容詞対の評価得点の差を対応のない t 検定により検定した結果、「洒落た—素朴な」の評価について有意差が認められた。(t(48) = 2.58, p < .01, r = .35)。

## 4. まとめ

Instagram 利用者・非利用者により、景観の評価が異なり、利用者が「行きたい」と感じる景観画像に対する印象評価も異なることが明らかとなった。この結果により、Instagram 利用者・非利用者の間では、景観画像に対する観点が異なり、印象およびそれに基づく「来訪したさ」「撮影したさ」に影響していると考えられる。

## 参考文献

小島弥生ら (2003). 賞賛獲得欲求・拒否回避欲求尺度作成の試み. 性格心理学研究 11(2) 86-98.