

Instagram の投稿写真にみる若者の場所イメージ

－ SNS で注目される場所が持つ特徴に関する試論－

An Analysis of the Image Young People have of Places Posted on Instagram :
A Study of the Characteristics of Sites Attracting Attention on SNS

尾 藤 章 雄
BITO Akio

Instagram の投稿写真にみる若者の場所イメージ

－ SNS で注目される場所が持つ特徴に関する試論－

An Analysis of the Image Young People have of Places Posted on Instagram : A Study of the Characteristics of Sites Attracting Attention on SNS

尾藤章雄*

BITO Akio

キーワード：インスタグラム、場所イメージ、若者、写真

要旨：投稿写真の共有を目的とする代表的なSNSアプリケーションであるInstagramにおいて、若者が投稿した特定の場所を撮影した写真に基づいて、現地調査を交えてその場所が持つ特徴を検討した。Instagramにおいて「ハッシュタグ+場所名（#場所名）」による検索で投稿数が1万件を超える場所を、兵庫県淡路市、香川県琴平市・観音寺市、および香川県小豆島内の小豆島町・土庄町から6箇所選定して分析した結果、若者によく知られている、希少価値がある、カラフルな色彩を呈する、舞台となるしつらえがある、という4つの特徴を持つ場所が特に注目されること、さらにそれら4つの特徴の幾つをあわせ持つかによって、若者にとってのその場所の価値が推定できることが明らかになった。

第1章 SNS上で共有される特定の場所の情報

近年の若者は日々SNSを介したコミュニケーションを繰り返しているが、その中で交換される特定の場所についての情報は、場所についてのさまざまな断片的な要素を若者の感性で切り取り、短文の言説と共に広く共有されることが一般的である。特に盛んに行われるようになった特定の場所についてSNS上で交換される写真の数は膨大で、若者が持つ、特定の場所に関わる知見は多くの場合、現実とその場所に存在する地域要素の種類や量、そしてその正確さ如何に関わらず、これらSNSから取得された写真に由来するものが大きなウエイトを占める。そしてそれらが若者の持つその場所イメージ、さらにはそこを目指して生起する空間行動、例えば観光目的の行動を誘引するなどに大きな影響力を持つようになっている⁽¹⁾。

地理学の1分野としての伝統的な地誌学においては、特定の場所に存在する地域要素、それらの絡み合い、それら特有の時空間上の変化プロセスを検討することによって、その場所がどのような固有の特徴を有するかを明らかにし、それを地域的特性と結論づけてきた。しかしながら、近年のSNSで注目される、特定の場所についての地域的特性は今まで分析対象としてきた地域要素とは異なる、SNSからの分析視点が新たに必要になってきている。

地理学分野からのSNSに関わる研究は、聖地巡礼を扱った喜馬ほか(2018)、アニメファンの行動分析を扱った田中ほか(2015)、サイバーコミュニケーションと空間行動との関係を扱った林(2015)、観光地への関心を扱った渡辺ほか(2018)、訪日中国人の旅行行動を扱った黄(2016)、大阪市の韓国人の宿を扱った安(2016)、まちづくり活動での交流手段としてのSNSを検討した長田

* 山梨大学教育学部 生活社会教育講座

(2008) など近年多数行われてきている。これらはいわゆるSNSによって作り出されるバーチャル空間と現実空間との比較、SNSで交換される情報と空間行動との関係性、情報収集・伝達手段としてのSNSの有効性といった内容に大別することが出来るが、場所を対象として地域的特性に言及した例は少ない。また、SNSの特に写真を対象とした研究例としては、伊勢市修景地区の町並み景観を写真の構図から分析した濱田ほか(2019)、景観評価と撮影のされやすさを分析した日本経済新聞社(2017)、SNSを利用した景観評価手法の開発例を紹介した菊池ほか(2011)がある。都市計画、建築計画などの実務的な分野においてSNSの写真を手段として利用する場合の有効性を論じたものが多い。

これ以外に心理学分野からの研究例として、友人関係との関係を論じた須藤(2019)、主観的幸福感を述べた安達ほか(2018)、心理的な居場所を論じた須藤(2017)などがあるが、アンケート調査を手法として用いた例が多く、現実の場所について扱った例はない。

第2章 インスタグラムと本稿の目的

本稿では、投稿写真の共有を主たる目的とするSNSとして代表的な Instagram (© 2020 INSTAGRAM FROM FACEBOOK ; 以下「インスタグラム」と略)において、多くの写真が投稿され、広く若者に共有されている場所イメージを明らかにしたい。インスタグラムをタイトルに含めた研究としては、銚子市のビジュアルプロモーションを扱った沼田(2020)、広告コミュニケーション戦略を論じた坂田(2019)、ファッションの購買行動に与えた影響を分析した赤坂ほか(2018)、コンビニの顧客動向の分析を行った藤元(2016)、若年層や女性へのアプローチするための活用法を挙げた山田(2016)など地理学以外の分野にみられるが、いずれもこのインスタグラムという媒体を実務に利用する場合の戦略的な側面を紹介した例が中心となっており、本稿のように特定の場所を対象とした分析例は見当たらない。

インスタグラムはアメリカのサンフランシスコで、ケヴィン・シストロムとマイク・クリーガーの2名により開発が始まり、2010年にアメリカApple社のAppStoreに初めて登場した。2012年にFacebook社が買収したがその後も独立した運営が続けられ、2014年には日本語によるアカウントが開設された。2019年末の日本国内のユーザーは3000万人を超えるとされる。写真や動画の共有に特化したソーシャルネットワークサービスとして知られ、「インスタ映え(2017ユーキャン新語・流行語大賞における年間大賞を受賞)、インスタグラマー」といった流行語を生むなど、現代の若者にとって代表的なSNSアプリケーションの1つになっている。

インスタグラムに投稿される写真は多岐にわたるが、本稿が対象とするのは特定の場所についての投稿数が一定数を超えて多いもの、具体的には、インスタグラムの「ハッシュタグ+場所名(＃場所名)」による検索によって、投稿数が1万件を超える場所とした。その場所はなぜ若者のインスタグラムにおいて注目されるのか、その場所はどのような特徴を有しているのかを具体的に明らかにするため、山梨大学の社会科教育系の専門科目である臨地研究において、兵庫県淡路市、香川県琴平市・観音寺市、および香川県小豆島内の小豆島町・土庄町から投稿数の多い6箇所を10名の学生が現地訪問して実際に多数の写真を撮影し、その中からインスタグラムへ投稿するに相応しいと学生たちが選んだものを、他の投稿者の写真とあわせ、構図を中心に分析を行った。

第3章 投稿写真からみた場所の特徴

1) 淡路夢舞台 (〒656-2306 兵庫県淡路市夢舞台2番地)

淡路島の中央部東海岸沿いに位置する28haの複合文化リゾート施設で2000年3月にオープンした。兵庫県が出資する第3セクター株式会社夢舞台が運営している。ほぼすべてが有名な建築家である安藤忠雄氏の設計によるもので、ウエスティンホテル淡路、国際会議場を核施設として、百段苑(花

壇) や奇跡の星の植物館 (植物園) と、円形フォーラム、海回廊、山回廊、野外劇場などの建築物が相互に遊歩道やデッキで結ばれ回遊出来るつくりになっている。

ホテル内外には結婚式場やレストラン、ショップも併設されているが、特に個性的な庭園である百段苑は1995年に発生した阪神淡路大震災の被災者への祈りの庭として設計されたもので、階段状に100の区画の花壇が並んでいる。庭園や建築物のいずれの場所からも眼下に大阪湾を臨み、この場所から採取した土砂で埋め立て開発された関西国際空港を遠望出来る⁽²⁾。隣接して東側に国土交通省の管轄する淡路島国営明石海峡公園 (計画面積100haで建設進行中)、北側には兵庫県営の淡路島公園 (同134ha) が広がり、これら3施設は淡路国際公園都市計画に基づく一体的な整備が行われている。



写真1 百段苑 花と緑と青空

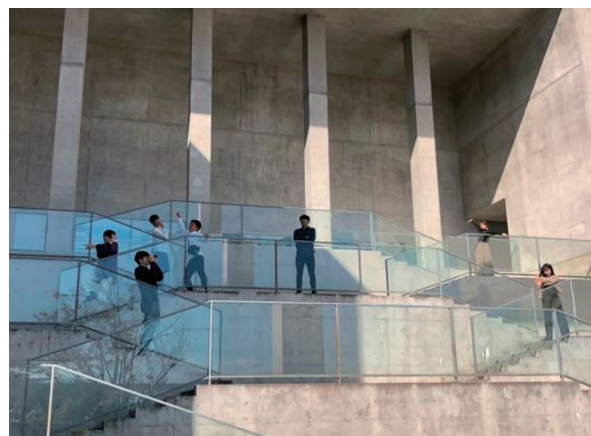


写真2 円形フォーラム 思い思いのポーズ

淡路夢舞台において撮影した写真のInstagramへの投稿は、百段苑を中心として円形フォーラム、回廊、結婚式場の海の教会などの建築物を撮影したものが多く、百段苑を対象とした写真には、上部から青空や夕日、眼下に広がる海を含めて遠望したものと、季節ごとに咲き乱れる多彩な花々にクローズアップしたものに分けられる。一方で建築物を背景にした場合には、人物は自撮りや集合写真ではなく、個々に間隔をとった複数の人物が後ろ姿で佇む、あるいは逆光でシルエットになるなど特異なポーズをとったものになる。建築家安藤氏特有の、灰色のコンクリート打ちっぱなしというモノトーンの建築物に、様々な色の服を着た人物、さらには青空や海を含めたものは色彩のコントラストが強調されている。人物を含めた写真は、奇跡の星の植物館でもみられ、シンメトリーで遠近法を施した階段状の造作で、多数の花壇が配置された中央に、人物が後ろ向きに佇むなど趣向を凝らしたものが多く (ハッシュタグ: #淡路夢舞台による検索結果は1.7万件以上、#百段苑も3785件、2020年7月1日現在⁽³⁾)。

淡路夢舞台において撮影した写真のInstagramへの投稿で学生たちが選んだ写真は10枚であり、百段苑を上部から撮影したものが2枚、下部から俯瞰したものが5枚、うち人物を配置したものが3枚であった (写真1)⁽⁴⁾。また残り3枚はすべて円形フォーラムの建築物のスロープで仲間と思い思いのポーズをとる構図であった (写真2)。花と建築物のどちらが主たる対象となっているか、さらにそれぞれ人物を含めているか否かによって分類した結果、百段苑や植物園では、花々の豊富な色彩に焦点が当てられるために、あえて人物を含める必要が無くなるのではないかと。一方で建築物の場合には、モノトーンで奇抜な形をしているため、特異なポーズをとった人物をその中に含めたくないのではないかと、すなわち、構図に含められる色彩の多寡と人物を含めるか否かには関係性が指摘出来るという意見があった。

投稿写真からみた淡路夢舞台は、百段苑や植物園で花々のカラフルな色彩を含めた写真、またモノ

トーンの建築物内で、人物が特異なポーズをとる構図で写真を撮ることの出来る点が特徴として挙げられる。

2) 大塚国際美術館 (〒772-0053 徳島県鳴門市鳴門町 鳴門公園内)

1998年に大塚グループの創立75周年記念事業構想の1つとして鳴門市の鳴門公園内にオープンした陶板名画美術館である。大塚グループに属する大塚オーミ陶業株式会社が、鳴門海峡の砂を原料としたコンクリート需要が阪神方面で旺盛なことに着目し、この砂を原料として付加価値の高いタイル製造を目撃して1973年に設立されたが、折からの石油ショックで景気が低迷したため会社の方針を大型美術陶板の開発に変更して、写真陶板による西洋名画を集めた美術館設立に至ったものである。

瀬戸内海国立公園内で自然公園法の規制を受けるため、美術館建設には使用許可から完成までに10年近くを要したが、地下3階地上2階の5階建て、延べ床面積29412平米で美術館としては国内第2位の規模を誇る。地下3階の古代・中世から、ルネッサンス、バロック、近代、そして地上2階の現代まで時代を追って陶板に原寸大で焼き付けた西洋名画の千点余が配置され、直接に触れたり写真撮影が出来るなど、美術館としては新しいスタイルでの鑑賞が楽しめる。徳島県鳴門市の鳴門大橋の架橋地点に立地するため阪神方面からの交通アクセスに優れ、1人2500円を超える高額な入場料にも関わらず入場者数は増加している。

大塚国際美術館において撮影した写真のインスタグラム上の投稿は、①環境展示 (HP解説によると、古代遺跡や教会などの壁画を環境空間ごとそのまま再現した今までにない臨場感を味わえる立体展示) として造られたシステイーナ礼拝堂やスクロヴェーニ礼拝堂内部だけを撮影したもの、②環境



写真3 システイーナ礼拝堂



写真4 陶板名画 説明板含む

展示内部で人物を含めたもの、③陶板名画のみを撮影したもの、④アートコスプレ写真という4つに分類出来る。①の環境展示では二つの礼拝堂とも全景が入るように正面あるいは左右から天井を見上げたものが多いが、講演やコンサートが開催される広いシステイーナ礼拝堂では、人物が静かに天井画

を見上げる後ろ姿、仲間と楽しげにポーズをとるものがある。②の陶板名画のみを撮影したものは、レオナルドダビンチのモナリザやフェルメールの真珠の耳飾りを筆頭に、誰もが知る有名な作品が中心で、いずれも正面からで絵画の説明板を含めたものを含めないものが半々を占める (＃大塚国際美術館による検索結果は6.4万件以上、2020年7月1日現在)。

大塚国際美術館において撮影した写真のインスタグラムへの投稿で学生たちが選んだ写真は16枚である。システイーナ礼拝堂が6枚 (写真3)、スクロヴェーニ礼拝堂が4枚、いずれも天井画を俯瞰

したもので人物を含めたものは1枚であった。また残りは陶板名画のみで4枚あったが、うち2枚は説明板も含めていた(写真4)。美術館を見学した学生たちによれば、この場所についてのInstagramへの投稿には、自分が実際にこの有名な大塚国際美術館に行った証拠となる記録・記念を残したいという面と、他の美術館では許されない写真撮影がここでは出来るので、名画に投稿者独自の表現を加えた作品として残したいという面があると、後者の場合、陶板名画のみを撮影したのでは誰でも同じ写真になってしまうので、作品に自分や仲間を含める構図で他の写真との差別化を意図するのだという。これはアートコスプレ写真にも通じるであろう。

なお、システイナ礼拝堂は2018年末のNHK紅白歌合戦で、地元出身の歌手の米津玄師がここで歌ったことで若者によく知られるようになった経緯があり、その場所に自らも行ったという記録・記念がそれなりの価値を持っている。また名画を自由に撮影し、さらに自分や仲間など人物を構図に含めることで、名画を固有の作品に粉飾出来るという点が特徴として挙げられる。

大学生にとって、西洋の名画といった美術作品に触れる機会はほとんど無く、高校までの美術の教科書やメディアで紹介された作品以外、知識は限定的である。その点で、「大学生に美術を教えると言うことを基本に考え、古今の西洋名画の中から選んだ作品を展示してあり、大学生の時にこの美術館の絵を鑑賞していただいて、将来新婚旅行先の海外で実物の絵を見ていただければ幸いである(大塚国際美術館HPで初代館長の塚正士氏が解説した文章(要約)」という美術館の基本方針に基づいた斬新な展示形式、鑑賞形態が、多くの若者を来館者として引きつけることに成功している。

3) 金刀比羅宮 (〒766-0001 香川県仲多度郡琴平町字川西892番地1)

香川県西部の琴平町の象頭山に鎮座する神社で、全国におよそ600社ある金刀比羅神社(琴平神社、金比羅神社)の総本宮である。平安時代からの社歴を持ち、海上交通の守り神として崇敬され、漁師や船員など海運関係者からの信仰が厚い。江戸期には伊勢参りと並び、伊勢講を組む庶民の参拝客が増加したが、江戸など東日本からの参拝客は大阪を経由して船で丸亀港へ、また西日本からの参拝客は多度津港から四国に入ったため、丸亀街道、多度津街道などが整備された。明治期以後は讃岐鉄道(現JR土讃線の一部)、琴平参宮電鉄、琴平急行電鉄が参拝客を当て込んで次々と路線を開設するなどして、第二次世界大戦前には年間300万人の参拝客を数えた。大戦で空襲を受けなかった琴平町は1972年の新幹線岡山開業時、1988年の瀬戸大橋開通時に2度の観光ブームを経験し、それぞれ350万人、520万人の観光客を集めた。しかしいわゆるバブル期以後の観光客は減少傾向にあり、2001年には年間300万人を割り込んで旅館や土産物店の廃業も続いている。社殿は御本宮、三穂津姫社などのある本宮エリアと奥社である巖魂神社がある山頂部にわかれ、麓の坂町の商店街から本殿まで785段、奥社までは1368段の階段を登る長い参道が有名であり、特に大門までの両側には土産物店、飲食店が軒を連ねて賑やかである。

金刀比羅宮において撮影した写真のInstagramへの投稿で学生たちが選んだ写真は18枚である。うち本堂や参道風景は7枚、うどんを撮影したものが1枚で、残りは参道で販売されている菓子の嫁入りおいりソフト(嫁入り時に持参するカラフルな菓子由来の丸玉のトッピングがつけられたソフトクリーム、写真5)が6枚と、こんぴらプリン(おいり犬をあしらい、幸せを呼ぶとされる黄色いボトルに入ったプリン、写真6)が2枚であった。人物を含めたものは本堂前で自分を含めて撮影した2枚のみであった。

Instagram上の他の投稿写真においても同じソフトクリームとプリン、それらを食べ歩く様子を撮影したものが多く、犬(飼い主に代わって金刀比羅宮に代理で参拝したとされる犬;こんぴら狗に由来)を連れて参拝する様子、展望台からの景色、御朱印、うどん、祭りなど他にも様々あるが、特定の場所を撮影したもので数の多いものは見当たらない。

参道でよく知られたソフトクリームとプリンを除き、特定の場所で撮影された写真が多くないことについて、金刀比羅宮の投稿写真は今までの2箇所とは性格を異にするという学生たちの意見があった。すなわち、自分の旅の思い出や心に残ったものをインスタグラムというツールを使って記録・記念として残しておきたいという意図に基づいた、旅行の一部としての記念写真にすぎないというのである。若者にとって神社とはそもそも神を祀る、お参りするという、どちらかと言えば堅いイメージを持った場所であり、境内の写真を気楽に投稿する気にはならないという意見もあった。土産物の中からソフトクリームとプリンという2つだけが多いのは、これら商品が見た目にカラフルで投稿に向いていたからというだけだという（#こんぴらさんによる検索結果は7.9万件以上、#金刀比羅宮も4.3万件、ほかにも#金比羅山3.6万件、#金比羅宮1万件、2020年7月1日現在）。

さらにこの金刀比羅宮のように、特定の場所を撮影した写真のインスタグラムへの投稿が少ない場合には、若者にとって注目される場所にはなり得てはならず、若者の来訪は限定的となるとの指摘があった。金刀比羅宮は若者を誘引する特徴に欠けているというのである。この点から金刀比羅宮は、カラフルな参道の土産物を除いては、その場所に自らも行ったという記録・記念となる場所であるという以外の特徴を、持ち得ていない場所ということになる。

ところで金刀比羅宮にまつわる由来、歴史的価値は、前述した通り此处を訪れる年配の観光客においては重要なものであるが、若者による投稿写真にはそのような歴史的な面は一切反映されていない。SNSで若者が注目する場所の知見には、その歴史的背景につながる時間軸の概念が含まれず、今のそ

の場所のありよう、見え方のみに基づいているのである。



写真5 おいりソフトと参道風景



写真6 こんぴらプリン

4) 父母ヶ浜（〒769-1404 香川県三豊市仁尾町仁尾乙203-3 父母ヶ浜海水浴場）

この父母ヶ浜は、インスタグラムへの投稿において近年大変な脚光を浴びており、学生たちが訪問を最も楽しみにした場所である。瀬戸内海に面した長さ1km

の遠浅の砂浜で夏季は海水浴場となり、夕暮れ時には水平線上に沈む太陽が、空と浜の色を刻々と変化させながら幻想的な情景を作り出す。南米ボリビアにあるウユニ塩湖（スペイン語ではウユニ塩原 Salar de Uyuni；標高3700mのアンデス山中に位置する塩湖で真っ白な平原が南北100km、東西250kmにわたり広がる）が同様の水と空の美しい情景を楽しめる観光スポットとして知られているので、近年は「日本のウユニ塩湖」といわれるインスタ映えスポットとして知られるようになった。

父母ヶ浜において撮影した写真のインスタグラムへの投稿で学生たちが選んだ写真は14枚である。すべての写真が浜から海の方角を向いて撮影したもので、沈みゆく太陽を含めたものが11枚、人物

を含まないものは2枚のみで、あとは1人或いは仲間と一緒にポーズをとったもの1枚(写真7)、カップルが向き合ったもの3枚(写真8)となっている。インスタグラム上の他の投稿写真もほぼ同様に空、太陽(太陽光)、人物、潮だまりの4要素が必ず含まれる。干潮時に砂浜が広がった夕刻から日没時にかけて撮影したものが多く、水平線(あるいは潮だまり)を挟んで上半分に夕暮れの空と沈みゆく夕日を背景に人物を含め、下半分にはそれらが潮だまりに反射したものを映り込ませている。いずれも空の藍色、夕日のオレンジ、そして浜と人物のシルエットが織りなす黒色が美しい色彩のコントラストをみせる。人物は中央に配置されるが、水平線上に沈む太陽を背にしているため逆光のためシルエットとなり、顔つきや服装などは明瞭ではない。仲間で一斉にジャンプしたり傘を差してみせるなど同じ動的なポーズをとるもの、静かにカップルで向かい合うものが多い(＃父母ヶ浜による検索結果は10.1万件以上、＃父母が浜も1.3万件、2020年7月1日現在)。

この父母ヶ浜は同様の構図で多数の写真が投稿されており、美しい風景写真を手に入れるだけなら現地にわざわざ赴く必要は無い。しかし、実際にその場所に足を運んで写真を撮りたいというニーズは学生たちにも非常に強く、そこでの若者の意図するところは大きく2つに分けられるという。すなわち、有名な父母ヶ浜に私も実際に行ってきたという承認欲求に根ざすもので、今までの投稿写真と同じ構図で写真を撮り共通点をもたせようとするもの、一方で、特異なポーズをした自分或いは仲間を構図に含めることで個性を強調し、他の投稿写真との差別化によって自己満足を得ようとするものという。

投稿写真からみた父母ヶ浜は、何よりもインスタ映えの聖地としてよく知られており、その場所に自らも行ったという記録・記念としては他の場所と比較にならないほどに大きな価値を持つが、これはこの場所が特に自然景観として希少価値を持つからである。そしてそこに自分や仲間による個性あふれる動的なポーズを加えることで、他の写真と差別化する以上の特別の構図を提供し得る、すなわち舞台としての役割を果たしているという点において、特徴があると解釈することができる。

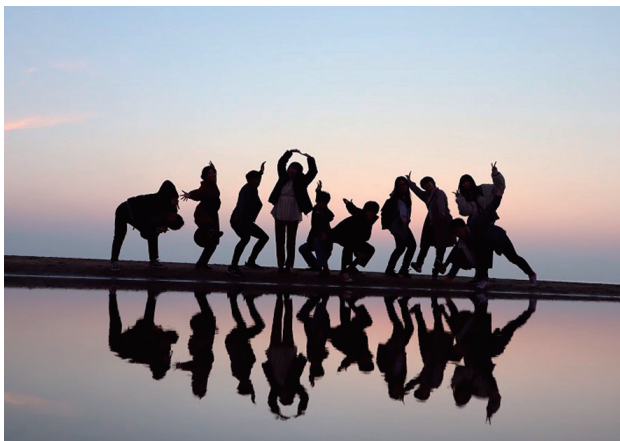


写真7 仲間と得意なポーズ



写真8 夕日とカップル

5) 小豆島オリーブ公園 (〒761-4434 香川県小豆郡小豆島町西村甲1941-1)

小豆島町の経営する道の駅で、小豆島南部の瀬戸内海を臨む2000平米の斜面地にある。明治41年に我が国に紹介されたオリーブは、唯一小豆島でのみ生育に成功し、大正時代から搾油に成功したという歴史的経緯があり、この公園には2000本のオリーブ畑の中に、そのオリーブの歴史を紹介したオリーブ記念館がある。他にオリーブの遊歩道、ハーブガーデンなどがあり、特産のオリーブ油はもちろん、オリーブ油から製造したソープ、ハンドクリーム、ドレッシングなどを販売する土産物店の

ほか、地中海料理を出すレストランや宿泊施設も完備している。国内でオリーブ畑が見られるのは小豆島だけということもあり、薄緑色のオリーブの木が群生する風景は日本離れした独特の風景を呈する。オリーブがヨーロッパ地中海の沿岸の特産物であることに由来して、小豆島が姉妹島提携を結ぶギリシャのミロス島との友好の証として、1993年に設置された白いギリシャ風車が芝生に囲まれて配置されている。この場所は映画「魔女の宅急便（実写版）」（東映株式会社：魔女の宅急便フィルムパートナーズ製作、2014年3月公開）のロケーションに使用されており、同じ映画でセットとして作られたカフェの建物も残されている。

オリーブ公園において撮影した写真のインスタグラムへの投稿で学生たちが選んだ写真は12枚である。このうち8枚はギリシャ風車や、その前で箒にまたがる人物を撮影したもので（写真9）、他は絵本のオブジェ2枚（写真10）、特産のオリーブ色のソフトクリームである。他の投稿写真でも同じ風車の前で撮影したものが圧倒的に多く、他にはオリーブ畑、幸せのオリーブ色ポストを含めたものがある（インスタグラムにおけるハッシュタグ：#オリーブ公園による検索結果は4.3万件、2020年7月1日現在）。



写真9 風車の前で箒に乗って飛ぶ



写真10 絵本の前でポーズ

このうちギリシャ風車の写真は、芝生に囲まれて瀬戸内の青い空や海を背景に、1人或いは仲間と一緒に映画と同じポーズで箒にまたがって飛ぶ構図である。映画の主人公の姿をそのままに映画のシーンを再現しようとしているのである。

オリーブ公園は映画のロケ地としてよく知られており、その場所で映画を模して風車を背景に箒にまたがって飛ぶという、非日常的な構図での写真を撮影出来る場所が用意されていること、そして、風車やオリーブ畑という我が国では見慣れない風景を背景に写真を撮ることが出来る点が特徴として挙げられる。

6) エンジェルロード（〒761-4100 香川県小豆郡土庄町銀波浦）

小豆島南岸にある弁天島から南に延びた砂州と先にある島を含んだ景勝地であり、干潮になる数時間は、陸側から先にある島（小余島、中余島、大余島）が砂州でつながり、歩いて渡ることが出来る。このことから「恋人同士が手をつないで渡ると、砂州の真ん中にエンジェルが舞い降りてきて2人の願いを叶えてくれる」、或いは「エンジェルロードの真ん中で手をつないだ二人は、将来結ばれる」という恋愛成就伝説があり、「恋人たちの聖地」として知られる。しかしながらこの伝説の由来については土庄町でも確認できておらず、エンジェルロードという名称が2013年以後になって町の観光ポスターに表記された経緯からみても、この地の歴史的背景と結びついたものとは思われない。こ

の伝説があるために映画やドラマにおいてロケ地とされ、メディアで取り上げられる機会が多くなったことから、平成期以後に小豆島の新しい観光スポットになった。

エンジェルロードにおいて撮影した写真のInstagramへの投稿で学生たちが選んだ写真は11枚である。このうち5枚は展望台から俯瞰した砂州と余島のみを撮影したものであり(写真11)、時間帯ごとに色を変える海と空を背景に、砂州と余島がつながっているところを中央に縦に配置する構図である。他には1人または2人で天使のポスト、幸せの鐘といった、観光スポットになって以降にこの場所に設置されたオブジェと一緒に撮影したものであった(写真12)。学生たちの中では恋人同士を演じて撮影をすることはなかったが、Instagram上の他の投稿写真には恋人同士で撮影されたものが多く、展望台からの風景では昼間の青空、夕日の時間帯、砂州を歩くカップルを中心にした構図が多い(Instagramにおけるハッシュタグ：#エンジェルロードによる検索結果は6.7万件、2020年7月1日現在)。

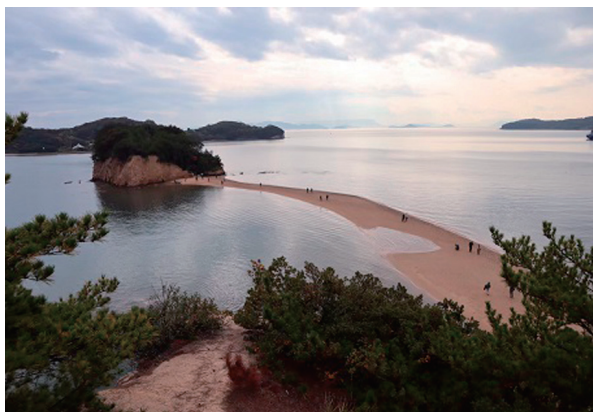


写真11 砂州と余島の夕景



写真12 展望台の「幸せの鐘」

投稿写真からみたエンジェルロードは、恋愛成就伝説に由来して映画やドラマのロケ地としてメディアに取り上げられよく知られていることに加えて、限られた時間帯にだけ砂州が現れて島につながるという自然景観としての希少価値をも有し、空や海の色が変化するその美しい風景を背景として、自分或いは大切な人と一緒に自由にポーズをとる構図で砂州を一つの舞台のようにして撮影出来るという点が特徴として挙げられる。若者にとって恋人たちの聖地を具現化した場所となっているのである。

第4章 若者に注目される場所が持つ4つの特徴

本稿は、Instagramにおいて多くの写真が投稿される特定の場所として6箇所を選び、その場所がなぜ若者のInstagramにおいて注目されるのか、そしてその場所にはどのような特徴が求められるのかについて検討してきた。その結果、以下のような点が明らかになった。

1) よく知られている場所

まず、若者によく知られているということが求められる。特に彼らが日頃接する様々なメディアにおいて取り上げられ、どのような場所であるかを、彼らの中で共有出来ていることが条件である。必ずしもその地理的な位置、例えば何県何市にあるといったことは特定されていなくても、また年配者など異なる世代には知られていなくてもかまわない。逆に年配者なら誰でも知っている、歴史的価値が大きいことから有名な観光スポットとされる場所であっても、必ずしも若者にとって、ここで言うよく知られた場所になるとは限らない。本稿においては淡路夢舞台と金刀比羅宮は、若者にとっては

訪問前によく知られていたとは言いがたい一方で、紅白歌合戦で使われたシスティーナ礼拝堂（ある大塚国際美術館）、映画・ドラマのロケ地になったオリーブ公園とエンジェルロード、そして何よりもインスタ映えで知られた父母ヶ浜の4箇所は、いずれもよく知られている場所に該当する。

若者にとってそのよく知られている場所に、実際に自分も来た、見たという達成感が持てることは特に重要なのであり、もし訪問前によく知らなかった場所に行ってから撮影した写真でインスタグラムに投稿されるものがあっても、それはその場所に行ったという記念・記録の域を出ることはないのである。

2) 希少価値がある場所

次に、若者によって空間的・時間的に何らかの希少価値があると認識されていることが求められる。そこにしかない、そこでしか見られない、その時にしか見られないといった場所は、その限定された場所・時間に自分もそこにいたということが、彼らにとっては重要に感じられるのである。夕日が沈む干潮時が美しい父母ヶ浜、干潮時のみ砂州が歩けるエンジェルロードはまさにこれに該当する。また、そこでしか撮れない、も含めるとするならば、名画の写真撮影が許されている大塚国際美術館、我が国では珍しい風車やオリーブ畑が見られるオリーブ公園もこれに該当するといえよう。

さらに加えて、その場所にまつわる何らかの蘊蓄が存在するのであれば、その場所としての希少価値はさらに増すことになる。若者の関心を集める恋愛成就伝説が絡むエンジェルロードは代表例といえよう。

3) カラフルな色彩を呈する場所

次に、撮影した写真に色彩が豊富に含まれる、言い換えると、カラフル (colorful) な構図で撮影が出来ることが求められる。若者にとってその場所で撮影した風景や物が、色彩において印象的であることは、特にインスタグラムという媒体においては重要なのである。カラフルとは、「色鮮やか、色とりどり、多彩、華やか」などの意味を持つが、色数は少なくとも色鮮やかであること、或いは色とりどりであることのいずれかが求められる。

このうち色鮮やかな風景の例は、夕日のオレンジが浜辺や人物のシルエットの黒と美しいコントラストをなす父母ヶ浜、いろとりどりの例は、様々な季節の花が咲き乱れる淡路夢舞台の百段苑、金刀比羅宮参道のソフトクリーム（のトッピング）が該当する。写真の構図に、若者が求めるこれら色鮮やか、或いは色とりどりの色彩を含めることが出来る場所は、「インスタ映え」の用語にも通じるとおり、若者が注目する場所になるのである。

4) 舞台となるしつらえがある場所

そして最後に、自分や仲間のポーズをとった姿など、固有の構図による写真の撮影が出来ることが求められる。それは若者にとって、自ら演じることが出来る舞台のようなしつらえが用意されていることを意味する。思い思いのポーズがとれる淡路夢舞台の建築物、潮だまりに映える様々なポーズがとれる父母ヶ浜、箒に乗って飛ぶポーズがとれるオリーブ公園の風車、そして砂州でカップルがポーズをとれるエンジェルロードがこれに該当する。

その場所に相応しい、決められた枠組みに沿った特有のポーズをとって写真に写りこむことによって、同じ場所であっても他の投稿写真と差別化でき、唯一無二の作品となり得ることが、若者には重要なのである。

5) それぞれの場所における4つの特徴

それぞれの場所が、この1)から4)までの求められる特徴をどの程度あわせ持っているかによって、Instagramにおいて投稿される場所としての価値を推定することが出来る。対象とした6つの場所が、上記の4つの特徴をどのように持ち合わせているか、そしてそれぞれの程度はどれほどであるか、に基づいて場所の価値を推定してみたのが表1である。

最初に述べたように、1)の若者によく知られた場所であることは、前提となる特徴として重要である。淡路夢舞台は他に3)と4)の特徴をあわせ持つが、有名建築家の安藤氏が設計したという点も含めて、淡路島の観光スポットとしては訪問前によく知られているとはいいがたく、また、金刀比羅宮は神社本来とは関係の無い土産物であるソフトとプリンが3)の特徴を有するが、年配者と違って歴史的背景に興味の無い若者にとっては、特によく知っているといえる場所ではない。この2箇所の場所としての総合的な価値は、6箇所の中では(低)のランクにとどまるであろう。

大塚国際美術館、オリーブ公園、エンジェルロードは1)の若者によく知られた場所である上に、2)と4)の特徴をあわせ持ちその程度も高いと考えられるが、特にオリーブ公園の風車とエンジェルロードはカラフルといえるほどのものではなく、天候によっては空や海の色彩が冴えないこともあるので3)の点においていまひとつであり、場所の価値は(中)のランクになるだろう。一方で父母ヶ浜は1)から4)までのすべての特徴をあわせ持ち、いずれにおいてもその程度は非常に高い。あらかじめ晴れた日の夕日の時刻を待って訪れることが可能であり、学生たちが目的地として最も期待し、実際にその場所に行って満足感を得ていたことも考慮すると、場所の価値は(高)のランクになるだろう。

本稿の分析から、若者は特定の場所の写真を撮影した際に、意識するかどうかを別にしてこれら4つの特徴をどの程度あわせ持っているかを判断し、Instagramへの投稿の可否を決定していると考えることが出来る。そして、多くの写真が投稿される場所は、これら4つの特徴をいずれも高い程度に持ちあわせており、いずれかの特徴を欠く、あるいはその程度が低い場所は、その投稿数が限定されてくるのである。

本稿からはまた、若者が注目する場所の特徴には、その場所の持つ由来や歴史的価値、さらに地理的な位置など、地域的

表1 Instagramへの投稿写真にみる6つの場所の特徴

場所	特徴	よく知られている	程度	希少価値がある	程度	カラフルな色彩を呈する	程度	舞台となるしつらえがある	程度	4つの特徴から見た場所の価値
淡路夢舞台						百段苑/植物園の花々	A	モノトーンの建築物内で個々の佇むポーズで写真が撮れる	B	低
大塚国際美術館	紅白歌合戦で歌手が歌った		A	名画の写真が撮れる	B			名画と自分の写真が撮れる/名画を模したコスプレ写真が撮れる	A	中
金刀比羅宮						ソフトクリーム のトッピング /プリン	B			低
父母ヶ浜	インスタ映えで有名/日本のウニ塩湖と言われる		A	干潮時の遠浅の砂浜で水平線に夕日が沈む	A	夕日/浜/シルエットになった人物	A	飛ぶ・佇む等様々なポーズでシルエット写真が撮れる	A	高
オリーブ公園	映画のロケ地になった		A	風車がありオリーブ畑が広がる	A			映画を模して帯に乗り飛ぶ写真が撮れる	A	中
エンジェルロード	恋愛成就伝説がある/映画・ドラマのロケ地になった		A	干潮時に砂州で鳥が繋がる	A			砂州上でカップルがポーズをとる写真が撮れる	A	中

(程度は感覚的な判断で高い方から順に A B とし、場所の価値は 高 中 低 とした)

特性においては本質的な部分に関わる知見が、全く反映されていないことも明らかになった。写真を分析対象にする点で仕方の無いことかもしれないが、地域における皮相的な一部の特徴だけが広く共有され、それによってその場所のイメージが醸成されるということであれば、若者をターゲットとした観光施策は大きく変わらざるを得ないだろう。

例えば、SNSの情報だけに基づいて来訪した若者に、彼らがそれまで知らなかった魅力を感じさせるような特徴を新たに呈示していくことが効果的なものかもしれない。金刀比羅宮では、代参をしたというお入り犬の由来を前面に出して、お入り犬のお守りをカラフルにアレンジしているが、加えてトレードマークになっている長い階段の参道途中に、若者がポーズをとって面白い写真が撮れる場所を用意するなどであろうか。そしてそのような後付けであっても小さな工夫が若者の注目を集め、ひいては金刀比羅宮本来の持つ大きな歴史的価値を認識する方向に誘導されるのであれば、Instagramは有効な一つ的手段となり得るのかもしれない。

本稿はあくまでも学生たちの実地踏査と討論の成果としての試論を提示したに過ぎない。若者の間で共有される特定の場所に関わる知見の大部分が、SNSから取得された写真に由来し、それが若者の持つ場所イメージ、空間行動に大きな影響を持つという点から考えると、SNS上で交換される場所についての特性を新たな地理学的な視点から分析した研究を、今後も蓄積していく必要があるように思われる。

文末ながら若い感性に基づく様々な意見を提示し、議論してくれた学生諸君に深く感謝します。

参考文献

- 赤坂貴志・飯塚佳代 ファッションの購買行動におけるInstagramの影響について、専修大学情報科学研究会所報, 92, 7-11, 2018.
- 安達悠子・武藤千晶 大学生のInstagramの利用と主観的幸福感との関連, 東海学院大学紀要, 12, 117-122, 2018.
- 安哉宣 大阪市における韓国人宿の経営実態と特徴, 日本地理学会発表要旨集, 2016.
- 長田進 セカンドライフを用いたまちづくり活動についての一考察, 日本地理学会発表要旨集, 2008.
- 菊地弘祐・遠田敦・渡辺仁史 ソーシャル・ネットワークキング・サービスを用いた景観評価手法の開発(建築計画), 日本建築学会関東支部研究報告集, 81, 273-276, 2011.
- 喜馬佳也乃・坂本優紀・川添航・佐藤壮太・松井圭介 茨城県大洗町における「聖地巡礼」に従事するアニメファンの分析, 日本地理学会発表要旨集, 2018.
- 坂田利康 Instagram・マーケティング戦略: ユーザのエンゲージメント獲得に向けた広告コミュニケーション, 高千穂論叢, 51(2), 1-33, 2016.
- 須藤春佳 女子大学生の友人関係とSNSコミュニケーションの特徴: 気遣いと心理的居場所感に着目して, 神戸女学院大学論集, 66(2), 63-77, 2019.
- 田中誠也・磯田弦・桐村喬 SNSログデータを活用したアニメファンの行動分析, 日本地理学会発表要旨集, 2015.
- 日本経済新聞社(日経コンストラクション) SNSの写真で景観評価: 撮影のされやすさを点数化, 日経コンストラクション, 664, 30, 2017.
- 沼田紘章 銚子市におけるInstagramを活用したビジュアルプロモーションについて: 若手職員プロジェクトチームによる調査・分析, 月刊自治研, 62(727), 34-40, 2020.
- 濱田美知瑠・林倫子・尾崎平 SNS投稿写真の撮影構図からみた伊勢市おはらい町修景地区の町並み景観に関する研究, 日本都市計画学会関西支部研究発表会講演概要集, 17, 5-8, 2019.

林凌 サイバーコミュニケーションと空間行動の関係性：福岡都市圏における学生の相乗りに着目して、日本地理学会発表要旨集，2015.

黄晶晶 コンテンツを動機とした旅行行動に関する研究：中国人における「訪日 ACG 旅行」を事例に、日本地理学会発表要旨集，2016.

尾藤章雄 (1996) 都市の地域イメージ，大明堂，154P.

藤元健太郎 コンビニの SNS 利用新戦略 インスタグラムで顧客動向分析，エコノミスト，94(8)，82-83，2016.

山田案稜 こちら Web コンシェルジュ 特別編 若年層&女性へのアプローチ フェイスブックの次に来る！ Instagram (インスタグラム) の活用，ゴルフ場セミナー，49(2)，42-44，2016.

渡辺隼矢・桐村喬 写真付き SNS 投稿データからみた観光地への関心の時系列変化，日本地理学会発表要旨集，2018.

【注釈】

- (1) 尾藤 (1996) においては、都市域に対して大多数の人々が共通に思い描く心的な内容を「地域イメージ」と定義している。本稿で言う「場所イメージ」もこれと同様に、「特定の場所に対して大多数の若者が共通に思い描く心的な内容」という意味で用いることにする。
- (2) この場所は関西国際空港 (1994 年 9 月開港) が建設された際に埋め立て土砂を採掘した場所で、震災後にはこの場所に活断層が発見されたことにより施設配置の設計変更もなされた。施設の HP のトップには 1960 年代に山を削るなどした開発を反省し、「人間が壊した自然を本来の姿に戻し、様々な動物や植物と人間が共生出来る空間を創造する」ことが明記されている。
- (3) 以下他の 5 箇所についても同じ方法で「ハッシュタグ+場所名 (#場所名)」による検索結果を提示しているが、いずれの場合も当該箇所についての検索結果には、他の同名の場所、あるいは同じ旅程で回った他の場所についての写真も投稿数に含まれており、単純にその場所の投稿数だけを指すものではない。あくまでも投稿数の多寡を大まかに判定する目安として用いたものである。
- (4) 本稿では写真の分析についてはインスタグラムに投稿された写真を広く含めて行ったが、本稿中に掲載した写真はすべて著者自身或いは調査に同行した山梨大学の学生が撮影したものである。