

# Instagram と思い出について

鈴木 萌々香 (文教大学情報学部メディア表現学科)

## 1. はじめに

記録することから文化が生まれた。記録媒体は石に描くことから始まり、粘土、紙、磁気、光、電子へと進化を遂げた(角谷堅二 2013)。人間の記録する行為は将来その当時を振り返る時に必要になるものだと考える。古今和歌集のように、大切に残されたものは何百年経った今でも歴史の授業で取り扱われ、次世代の人々へ受け継がれている。昔の人が、詩で感情を残したように現代人もインターネットの世界に存在を残しているのではないか。

写真にはたくさんの情報や思い出が残されている。写真や映像を見ながら、その写真についてのエピソードを友人や家族、恋人と語り合った経験は誰しもあるだろう。

例えば、自分の幼少期の頃の写真、両親が若い頃の写真、どこかへ出かけた時の写真など写真は自分がどんな子供だったのか、体験した経験を思い出すきっかけになることもある。また、自分が生まれる前の出来事も視覚的に情報を得ることができる。

時間的展望とは、ある一定の時点における個人の心理的過去および未来についての見解の総体(Lewin,1951 猪俣 訳 1979)と定義されている。文教大学の学生は、過去現在未来つまり時間的展望を写真でどう捉え生きているのかが気になった。

写真は、旅行先で撮影した写真や記念撮影といった記録としての写真と、その人の感性によって撮影された作品性の高い写真とに分けることができる。私たちが普段撮影する写真で圧倒的に多いのは記録としての写真だろう。

Instagram は、写真や動画を投稿し世界中の人に発信できる SNS アプリである。ツイッターやフェイスブックほど拡散機能は高くなく、写真や動画を投稿することと、投稿された写真や動画を閲覧することに特化したアプリケーションとなっている。

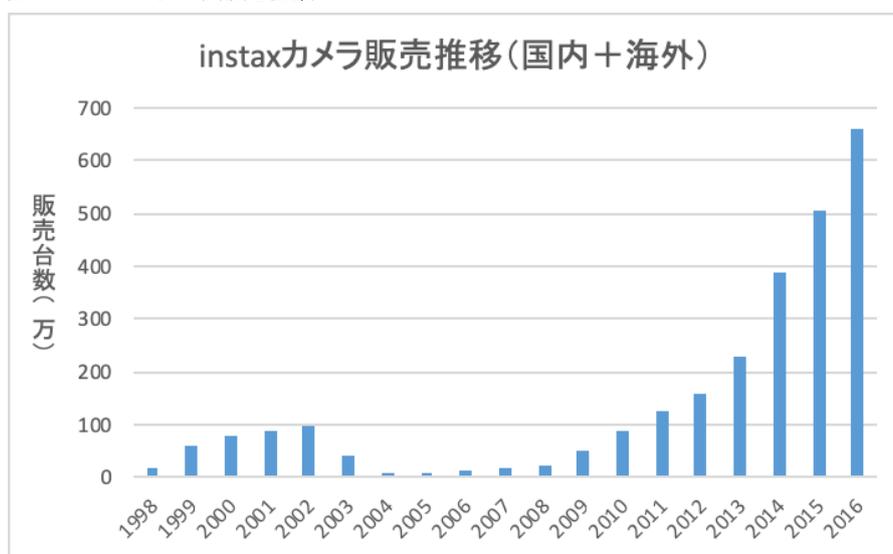
現在、若者の間で流行しており、「インスタ映え」という言葉が「2017 年第 34 回ユーキャン新語・流行語大賞」の年間大賞にノミネートした。公式ホームページには「テキストよりも大事なものは画像。SNS での「いいね!」を獲得するために、誰もがビジュアルを競い合う。Instagram の投稿者だけでなく、ケータイで写メを撮る行為に「インスタ映え」という意識が浸透した。一枚の写真は小さなステージであり、そこでは誰もが主人公。小池劇場だけでなく、人の数だけ劇場が乱立しそうな勢いである。」と記載されている(「現代用語の基礎知識」選 2017 ユーキャン新語・流行語大賞、2019 年 3 月閲覧)。

また、「インスタ映え」を狙って人々に消費行動を起こさせるような H.I.S のタビジョツター(H.I.S タビジョツター 2019 年 3 月閲覧)のようなキャンペーンやビジュアルを重視したお店や商品、イベント、などが様々な企業から世に出された。しかし、インスタ映えを求めるがあまり、マナーを守らない迷惑なユーザーも増加しているという(「写真映え」求め迷惑行為神戸

ルミナリエで水まき撮影 2018年)。こういったユーザーのことを「インスタ映え」と「蠅」とかけて「インスタ蠅(バエ)」と比喻された。

Instagramの流行によって、再燃した商品が存在する。富士フィルムから1986年から発売されている「写ルンです」だ。デジタル社会になれた若者にとってスマートフォンでは再現できないフィルムカメラの質感と現像の手間は新鮮であった。データ化もできるようになったため、独特の質感をそのままInstagramに投稿できるとあり若者に人気が出た。同じく富士フィルムから発売されている「チェキ」もInstagramの影響を受けた商品である。図1は販売台数である。カメラ付き携帯電話の登場で一時低迷したが、2000年代後半にアジア圏を中心に人気が発火しV字回復した。現在では、海外の売り上げが9割を占め、国内外問わず人気が出ている。若年層の間ではチェキを使った新しい撮影手法が登場した。まずチェキで撮影し、現像された写真をスマートフォンで撮影し、Instagramなどに投稿する「フォトインフォト」も流行しているという(「Instagram」の普及でフィルムカメラが売れるワケ 2018年)。

図1 instaxカメラ販売台数



(公開されている instax 販売台数を元に筆者作成)

私は、その日あった出来事を覚えておくため、スケジュール帳にその日に誰と何をしたかを書くようにしている。また、より細かくその時に感じたことや感情などを覚えておきたいと思った場合は、文章にして書き残すようにしている。しかしながら、毎日の習慣としているわけではないため、まとめて何があったかを書くことが多い。その際、出来事を思い出すために手助けとなるのが写真である。

現代では、様々な方法で簡単に思い出を残すことができるようになった。中でも写真は、スマートフォンが普及したことで、いつでもどこでも手軽に撮影ができるようになった。スマートフォン発売当初よりもカメラの機能が格段に上がっているため、誰にでも簡単にプロが撮影したような綺麗な写真を撮ることができる。

本調査は文教大学生の Instagram の利用の仕方、投稿内容についてと思い出の写真についてと時間的展望について調査していく。

## 2. 調査研究方法

### 調査概要

#### 調査経緯

- 4～5月 事前学習
- 6月 テーマ決定
- 7～8月 予備調査実施
- 9～11月 本調査検討・本調査表作成
- 12月 本調査実施
- 1～2月 集計・詳細分析・報告書作成

#### 目的

Instagram が大学生の思い出作りにどう関わっているのかを調査するため

#### 主な質問項目

- ・ Instagram の利用
- ・ 写真の投稿について
- ・ ストーリーズの投稿について
- ・ 投稿する際に気を付けていること
- ・ Instagram の機能について
- ・ 思い出の残し方
- ・ 思い出に残る写真はどのようなものか・特徴
- ・ 時間的展望について

青年期における時間的展望とレジリエンスとの関連 ( [https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/files/public/2/29712/20141016172638743855/shinririnsho\\_8\\_43.pdf](https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/files/public/2/29712/20141016172638743855/shinririnsho_8_43.pdf) 2019/2/20) から引用した「時間的展望体験尺度」より調査を行った。

### 実施概要

#### 調査対象者

文教大学湘南キャンパスに在学する全学部の1～4年生。  
回収数 186名 有効回答数 180名 回収率 97%

#### 調査時期

2018年12月11日～14日

#### 調査手続き

文教大学湘南キャンパスの授業内に集合調査で質問紙の自記式のアンケート調査を実施。

### 3. 本調査の結果

#### 3-1. 調査対象の属性

90名のうち「男性」30人（33.3%）「女性」55人（61.1%）で女性が6割と半数以上を占める結果となった。90名のうち5名（5.6%）の性別に関する回答は得られなかった。

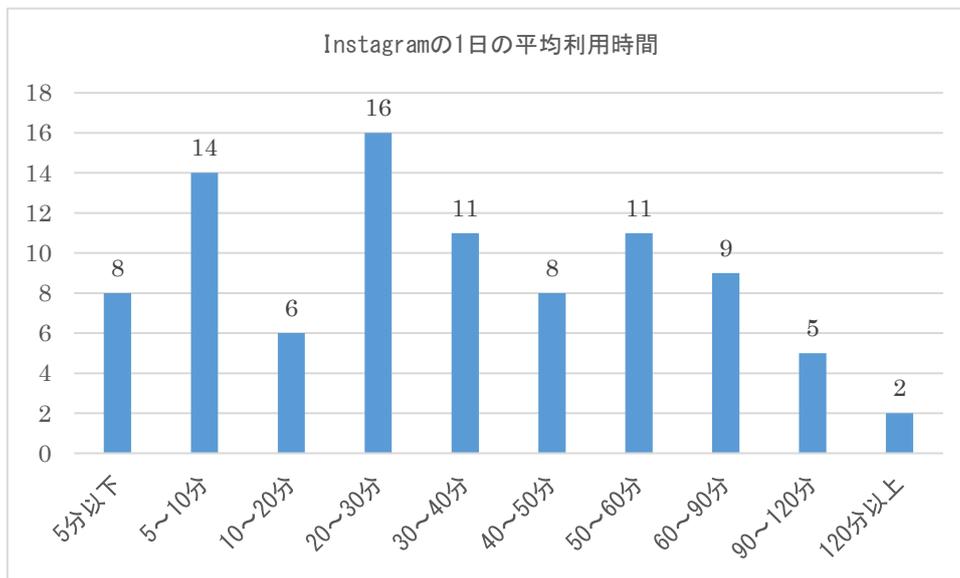
また、回答者の年齢は「18歳」15人（16.7%）、「19歳」44人（48.9%）、「20歳」17人（18.9%）、「21歳」3人（3.3%）、「22歳」3人（3.3%）、「23歳」1人（1.1%）で、平均「19.253歳」であった。

Instagramの利用の有無、1週間の平均利用時間、1週間にInstagramで投稿する写真とストーリーズの数、Instagram上でのフォロー数フォロワー数、Instagramをどのように利用することが多いかについて質問した。

「Instagramの利用の有無」の質問に対し、「はい」が90人（50%）、「いいえ」が90人（50%）とInstagramを利用している人は半数であることがわかった。

図2では「Instagramの1週間の平均利用時間」について、Instagramを起動し、アクティビティの閲覧を指示した上で1日の平均利用時間を記入してもらった。「20～30分」16人（17.8%）と1番高かった。「5～10分」14人（15.6%）が次に高く、「30～40分」11人（12.2%）と「50～60分」11人（12.2%）は度数が同じで3番目に高い結果になった（図2）。

図2 1日の平均利用時間



1週間にどのくらいInstagramに投稿するかを、写真の投稿とストーリーズの投稿と分けて回答してもらった。1週間の写真の投稿数は、「0」49人（54.4%）、「1」26人（28.9%）、「2」3人（3.3%）、「3」4人（4.4%）、「5」3人（3.3%）、「123」1人（1.1%）とい結果だった。

次に、1週間のストーリーズの投稿数は、「0」26人（28.9%）「1」14人（15.6%）「2」11人（12.2%）、「3」9人（10.0%）、「4」5人（5.6%）、「5」6人（6.7%）、「6」3人（3.3%）、「7」2

人 (2.2%)、「10」7人 (7.8%)、「12」1人 (1.1%)「19」1人 (1.1%)、「20」1人 (1.1%)、「30」1人 (1.1%)「720」1人 (1.1%) という結果だった。

写真の投稿よりもストーリーズを投稿する数の方が多いことがわかった。ストーリーズを投稿することの方が写真を投稿することよりも手軽で投稿しやすいことがこういった結果になったと考えられる。

図3、図4では、Instagramを起動してもらい現在のフォロー数とフォロワー数を回答してもらった。フォロー数は「100～200人」20人 (22.2%)、「50～100人」19人 (21.1%)、「200～300」18人 (20.0%)、という結果だった (図3)。フォロワー数は「50～100人」21人 (23.3%)、「100～200人」21人 (23.3%)、「200～300」14人 (15.6%) という結果だった (図4)。

フォロー数とフォロワー数に違いがあまりないのは、友人をフォローしていることで自分もフォローされているからだと考えられる。

図3 フォロー数

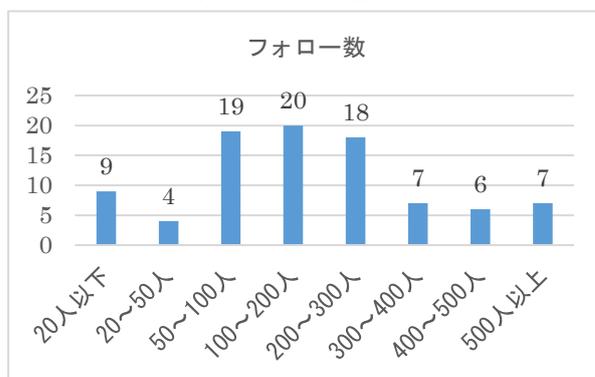


図4 フォロワー数

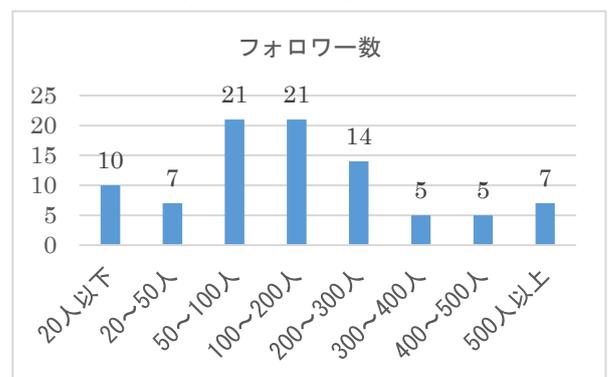
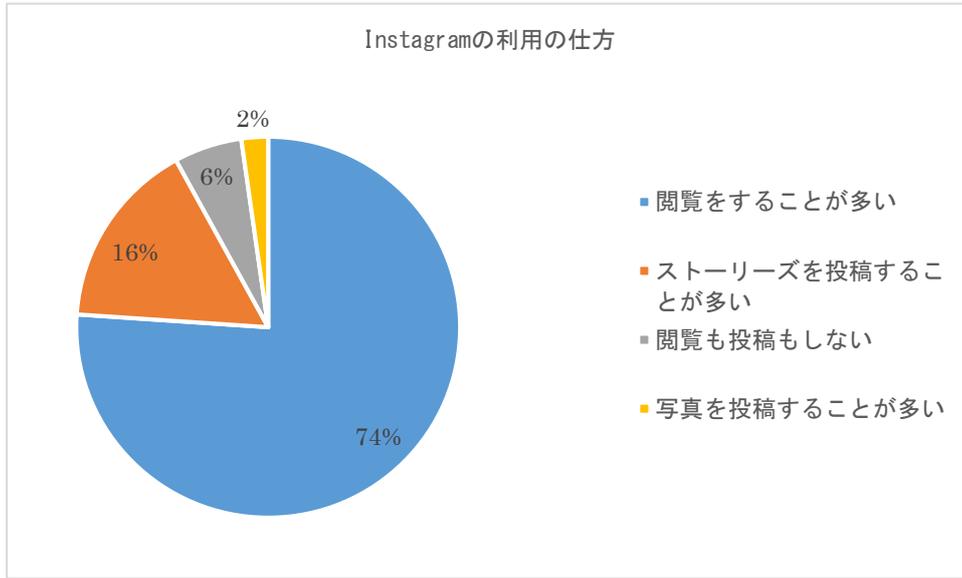


図5ではInstagramの利用の仕方について、「閲覧することよりも写真を投稿することが多い」2人 (2.2%)、「閲覧することよりもストーリーズで投稿することが多い」14人 (15.6%)、「投稿することよりも閲覧することのほうが多い」67人 (74.4%)、「閲覧も投稿もほとんどしない」5人 (5.6%) と利用の仕方は投稿することよりも閲覧することのほうが多い人が7割以上と非常に高かった。

図 5 Instagram の利用の仕方について

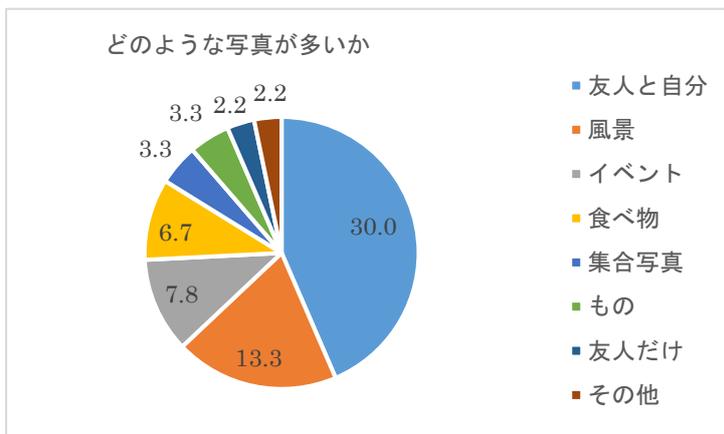


### 3-2. 写真の投稿に関する質問

写真を投稿する理由についてあてはまるものに丸を付けてもらった。「共感してほしい」平均値 2.88、「共有したい」平均値 2.18、「評価してほしい」平均値 3.17、「現実逃避」平均値 3.57、「情報を多くの人に知らせたい」平均値 3.58、「日記の代わり」平均値 2.51、「自己表現」平均値 2.51 と、共有したいと回答した人が一番多く、次に日記の代わり、自己表現と回答した人が多かった。

図 6 では、どのような写真を投稿することが多いか 10 項目の中から 1 つに丸をつけてもらった。

図 6 どのような写真が多いか



「友人と自分」27 人 (30.0%)、「風景」12 人 (13.3%)、「イベント」7 人 (11.3%)、「食べ物」6 人 (6.7%)、「集合写真」3 人 (3.3%)、「もの」3 人 (3.3%)、「友人だけ」2 人 (2.2%)、その他 2 人 (2.2%) と友人と自分が写っているものが多いと答えた人が 30.0% で 1 番高かった。

投稿した写真の中で最新の 3 つの写真には何が写っているか、複数枚合わせている場合は表示されている 1 枚を絵に描ける範囲で書いてもらった。

描いてもらった絵の内容を「人物メイン」「食べ物、飲み物メイン」「風景」「物品」「イベント」「建物」「団体」「動物」「その他」と 9 分類に分けた。

図 7 描いてもらった絵の内訳

人物	友人との写真	恋人との写真	自撮り	プリクラ
食べ物・飲み物	手作り料理 タピオカドリンク	お店のお料理 カクテル	チーズドッグ お菓子	ラーメン
風景	富士山 シンデレラ城	花 海	イルミネーション	ビル
物品	ゴルフバッグ ポストカード	ライブグッズ 洋服・アクセサリー	パンフレット	お土産
イベント	展示会	音楽フェス		
建物	ライブハウス	国立博物館		
サークル・団体	フットサル	部活		
動物	猫	犬		
その他	壁 キャラクター	トイレ 動画	芸能人 像	筋トレ

すると、「人物メイン」65人(37.4%)、「食べ物・飲み物メイン」29人(16.7%)、「風景」29人(16.7%)、「物品」18人(10.3%)、「イベント」2人(1.1%)、「建物」4人(2.3%)、「団体」8人(4.6%)、「動物」2人(1.1%)、「その他」17人(9.8%)であった(図7)。

絵にかいてもらった写真について撮影した場所となぜその写真を気に入っているのかを書いてもらった。場所を「お出かけスポット」「飲食店」「家」「イベント会場」「テーマパーク」「学校」「その他」7分類に分けた。また、お気に入りの点を「好意的」「記念」「雰囲気」「写りがいい」「報告」「自慢」「その他」と7分類に分けた。

図 8 場所の内訳

お出かけスポット	水族館 都内	イルミネーション ショッピングセンター	博物館 海	江ノ島 寺
飲食店	ラーメン屋	カフェ	居酒屋	
家	自宅	友人宅	恋人宅	
イベント会場	パシフィコ横浜	CATSシアター	アリーナ	
テーマパーク	ディズニーリゾート	ハウステンボス		
学校	文教大学	自動車学校		
その他	美容院	車内	芸能人	

「お出かけスポット」53人(32.5%)、「飲食店」19人(11.7%)、「家」18人(11.0%)、「イベント会場」24人(14.7%)、「テーマパーク」18人(11.0%)、「学校」10人(6.1%)、「その他」21人(12.9%)であった(図8)。

図 9 お気に入りのポイントの内訳

好意的	かわいい・かっこいい 楽しい・楽しそう	おしゃれ 嬉しい	綺麗 面白い	美味しそう 癒し
記念	珍しい体験	行った記念	誕生日	久しぶりに会った友人と
雰囲気	色味	風情	構図	明るさ
写りがいい	顔が盛れてる	盛れ具合	写真映え	
報告	退院したから	LIVEに来た		
自慢	自分の写真	席が舞台に近かった	自分すごい	
その他	芸能人の名前			

「好意的」77人(49.4%)、「記念」19人(12.2%)、「雰囲気」27人(17.3%)、「写りがいい」8人(5.1%)、「報告」8人(5.1%)、「自慢」6人(3.8%)、「その他」11人(7.1%)であった(図9)。

絵にかいてもらった写真につけてコメントをそのまま書いてもらった。長い場合は、3行目程度までで構わないとした。その内容を「シンプル」「興味・関心があること」「過去のこと」「他者に向けたメッセージ」「感想」「報告」「写真の題名」と7分類に分けた。

図 10 コメントの内訳

シンプル	#のみ 絵文字のみ	日付のみ	場所の名前のみ
興味関心があること	お気に入りのブランド名	趣味	
過去のこと(日付と感想)	その日したこと		
メッセージ	お祝いの言葉 共感を求める内容	感謝の言葉	願望
感想	美味しかった	楽しかった	綺麗だった
報告	初めてのこと	イベントに行ってきた	
写真につけた題名	乾杯の音頭	誰が写真撮ったか	
その他	アーティスト名		

「シンプル」31人(22.3%)、「興味関心があること」6人(4.3%)、「過去のこと」33人(23.7%)、「メッセージ」25人(18.0%)、「感想」18人(12.9%)、「報告」18人(12.9%)、「写真につけた題名」7人(5.0%)、「その他」1人(0.7%)であった(図10)。

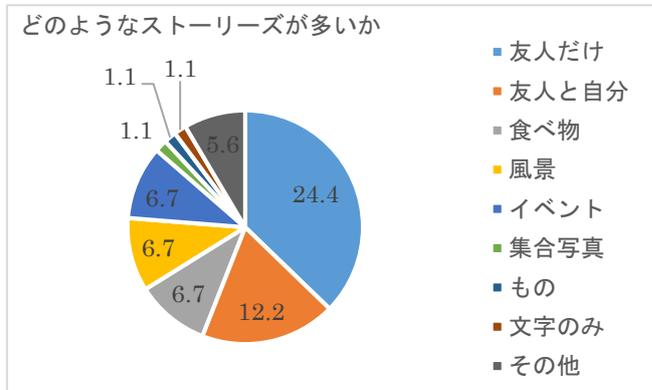
### 3-3. ストーリーズに関する質問

「ストーリーズの利用の有無」の質問に対し、「はい」が69人(76.7%)、「いいえ」が17人(18.9%)とストーリーズを利用している人が7割以上とほとんどの人が利用していることがわかった。

ストーリーズを投稿する理由についてあてはまるものに丸を付けてもらった。「共感してほしい」平均値 2.83、「共有したい」平均値 2.41、「評価してほしい」平均値 3.51、「現実逃避」平均値 3.51、「情報を多くの人に知らせたい」平均値 3.32、「日記の代わり」平均値 2.49、「自己表現」平均値 2.67 と、共有したいにあてはまると回答した人が1番多く、次に多かったのは日記の代わりと回答した人だった。写真を投稿するときの理由と回答結果はほぼ変わらなかった。

図 11 では、どのようなストーリーズを投稿することが多いか 13 項目の中から 1 つに丸をつけてもらった。

図 11 どのようなストーリーズが多いか



「友人だけ」22 人 (24.4%)、「友人と自分」11 人 (12.2%)、「食べもの」6 人 (6.7%)、「風景」6 人 (6.7%)、「イベント」6 人 (6.7%)、「集合写真」1 人 (1.1%)、「もの」1 人 (1.1%)、「文字のみ」1 人 (1.1%)、その他 5 人 (5.6%) と友人だけが写っているものと答えた人が 24.4% で 1 番高かった。

写真の投稿では、「友人と自分」が写っている投稿が多いという回答に結果に対し、ストーリーズの投稿では「友人だけ」が写っている投稿が多いと回答する人が多かった。

「投稿する際に気をつけていることはなにか」についてあてはまるものすべてに丸をつけてもらった。「自分・友人・他人の顔が写っていないか」21 人 (16.8%)、「帰宅してから投稿する」15 人 (12.0%)、「写真は加工してから投稿する」28 人 (22.4%)、「連続で投稿しない」19 人 (15.2%)、「統一性を持たせる」13 人 (10.4%)、「一度に複数枚投稿しない」6 人 (4.8%)、「タグをつける」23 人 (18.4%) と写真は加工してから投稿する人の割合が 22.4% と 1 番高く、顔が映っていないかを注意する人の割合が 16.8% と 2 番目に高かった。

「Instagram を利用する上でしなければならない」と感じる当てはまるものすべてに丸をつけてもらった。「いいねすること」27 人 (54.0%)、「ストーリーズを閲覧すること」18 人 (36.0%)、「リアクションを残すこと」5 人 (10.0%) と、「いいねすること」をしなければならないと感じている人が 5 割以上であった。また、「コメントを残すこと」に回答した人はいなかった。

2018 年 6 月上旬から始まった「SHOPNOW」と同じく 2018 年 6 月下旬から始まった「IGTV」についてどの程度認知、利用されているか知りたかったため質問した。

SHOPNOW は、「購入したことがある」8 人 (8.9%)、「購入したことはないが、商品情報を見たことがある」17 人 (18.9%)、「この機能を知っているが、利用したことはない」31 人 (34.4%)、「この機能を知らない」34 人 (37.8%) とこの機能を利用したことがない人が 37.8% と 1 番高かった。機能を知っているが利用したことない人が 34.4% と知らないと答えた人とあまり差がなかったため半数ぐらいの人が SHOPNOW の機能を認知していることが分かった。

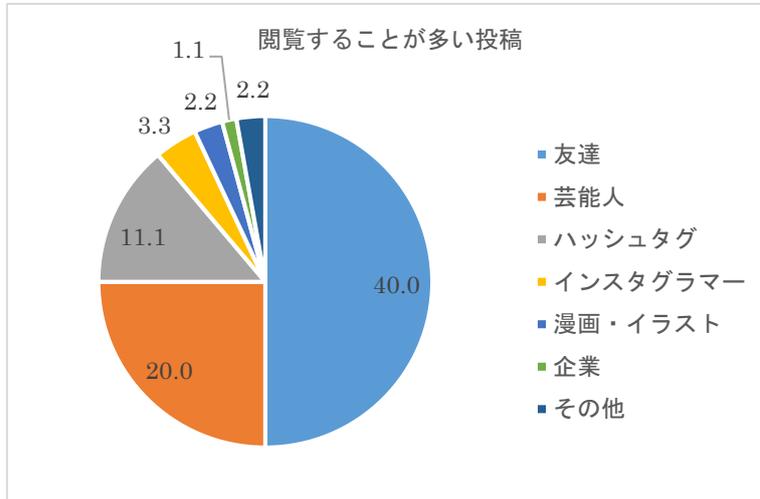
IGTV は、「自分のチャンネルを作成して投稿したことがある」3 人 (3.3%)、「投稿したことはないが、IGTV に投稿されている動画を視聴したことがある」15 人 (16.7%)、「この機能を知っているが、利用したことはない」25 人 (27.8%)、「この機能を知らない」47 人 (52.2%) とこの機能を知らない人が 52.2% と半数以上の人が IGTV を知らなかったことがわかった。

Instagram 上のあなたへのおすすめにほかの動画と混じって再生されたりするため、認知度

がもっと高いと思っていたが認知度は低いことが分かった。

図 12 では、Instagram で閲覧することが最も多いか 7 項目の中から 1 つ丸をつけてもらった。

図 12 閲覧することが多い企業



「企業」1人 (1.1%)、「芸能人」18人 (20.0%)、「友達」36人 (40.0%)、「ハッシュタグ」10人 (11.1%)、「漫画・イラスト」2人 (2.2%)、「インスタグラマーによる投稿」3人 (3.3%)、「その他」2人 (2.2%)と友達と答えた人が40.0%とやはり1番割合が高かった。

Instagram 利用者の1日の平均利用時間は、「20~30分」が16人と1番高く、次いで「5~10分」が14人と高かった。閲覧することが多い人が7割以上を占めたことから、長時間かけて他の人の投稿を見ている人が多いから1日の平均利用時間がこの結果になったのではないかと考える。

また、ストーリーの利用者が7割以上とほとんどの人が利用しているにも関わらず、閲覧のすることが多いと答える人が多いのは、自身が投稿するストーリーにかける時間よりもフォローしている人たちのストーリーを閲覧しなければならないという意識があるからなのではないかと考えている。

### 3-4. 思い出に関して

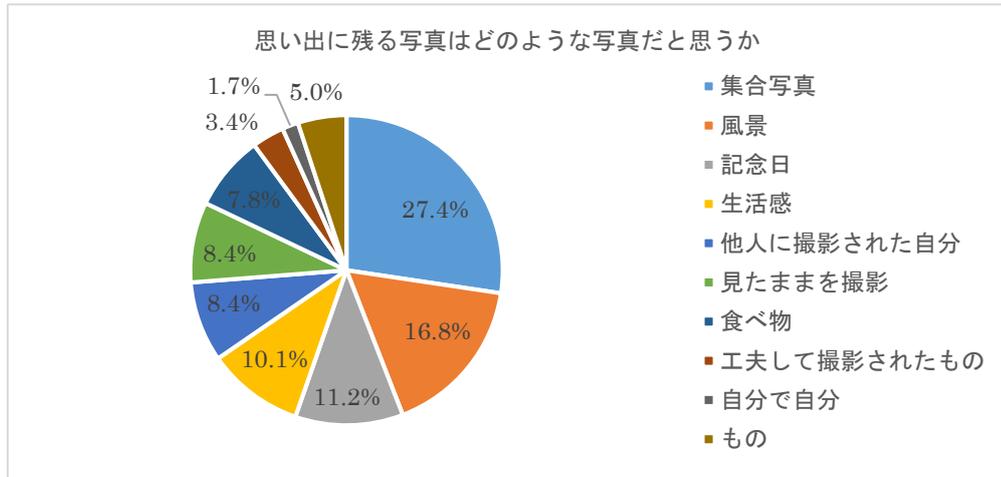
Instagram が思い出作りにどの程度役立っているかあてはまるものに丸を付けてもらった。「思い出を共有できる」平均値 2.17、「ストーリーで「今」を共有できる」平均値 2.1、「自分だけのアルバムを作成できる」平均値 2.70、「気持ちと写真を一緒に残しておく」平均値 2.24、「情報収集に役立つ」平均値 1.94、「ほかの人の投稿を参考にする」平均値 2.85 と、平均値はほぼ同じだったが、情報収集に役立つと考えている人が多いことがわかった。

思い出をどのような形で残すかあてはまるものに丸を付けてもらった。

「写真をプリントアウト」13人 (8.8%)、「写真をデータ保存」66人 (44.6%)、「アルバム」9人 (6.1%)、「出来事を絵に描く」1人 (0.7%)、「文章」7人 (4.7%)、「動画」22人 (14.9%)、「SDカードなど記録できるもの」5人 (3.4%)、「SNS・ブログ」22人 (14.9%)、「形にしない」3人 (2.0%) と写真をデータで保存している人が44.6%と1番高かった。

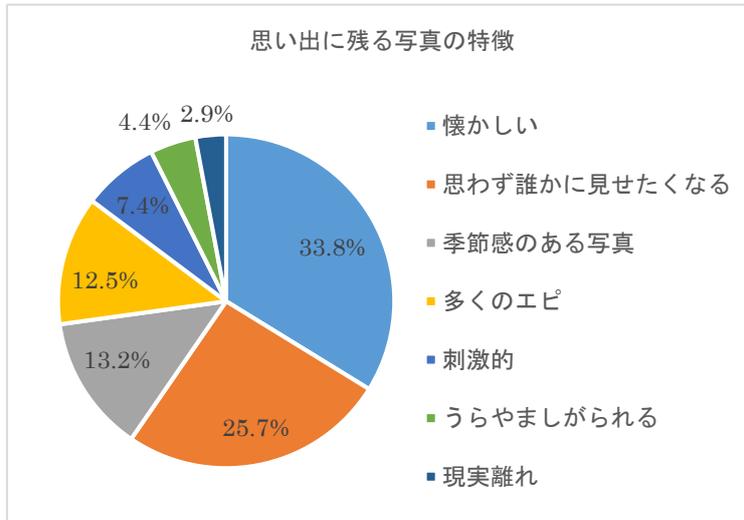
図 13 では、思い出になる写真とはどのような写真かあてはまるものに丸を付けてもらった。

図 13 思い出に残る写真はどのような写真か



「集合写真」を思い出になる写真と考える人が 27.4%と 1 番高かった。2 番目に高かったのは「風景」30 人（16.8%）で 3 番目に高かったのは「記念日の写真」20 人（11.2%）だった。次に、思い出に残る写真の特徴はなんだと思うか、あてはまるものに丸をつけてもらった。

図 14 思い出に残る写真の特徴



「刺激的な写真」10 人（7.4%）、「懐かしい写真」46 人（33.8%）、「季節感のある写真」18 人（13.2%）、「思わず誰かに見せたいくなる写真」35 人（25.7%）、「1 枚で多くのエピソードが語れる写真」17 人（12.5%）、「現実離れした写真」4 人（2.9%）、「うらやましがられる写真」6 人（6.8%）と懐かしい写真が思い出になる写真

の特徴だと答えた人が 33.8%と 1 番高かった。また、おもわず誰かに見せたいくなる写真と答えた人が 25.7%と 2 番目に高かった（図 14）。

Instagram は共有できるという点で役立っていることのほかに、情報収集ができるという点で思い出作りに役立っていることがわかった。写真をデータで保存している人が多いのは、SD カードやパソコンに保存、写真をプリントアウトせず、スマートフォンで撮影した写真をそのままスマートフォンで保存しているからではないかと考える。卒業アルバムは、クラスの集合写真や修学旅行の写真など思い出が詰まった懐かしい写真がたくさん載っているため、思い出に残る写真はどんな写真か、その特徴は何かの回答結果に当てはまると考える。

### 3-5. 検証

性別によって利用の仕方に差があるのかについて性別と Instagram の利用についてとクロス集計を行い、カイ 2 乗検定を行ったところ、有意な差は見られなかった。

表 1 対応のある t 検定の結果

	度数	平均値	標準偏差	t 値	自由度	有意確率
共感してほしい	63	2.90	1.23	1.49	62	.142
	63	2.75	1.28			
共有したい	63	2.19	1.11	-1.07	62	.289
	63	2.30	1.16			
評価してほしい	63	3.21	1.21	-2.13	62	.037
	63	3.48	1.15			
現実逃避	63	3.49	1.35	0.14	62	.888
	63	3.48	1.31			
情報	62	3.61	1.31	2.41	61	.019
	62	3.31	1.34			
日記の代わり	61	2.54	1.31	0.24	60	.808
	61	2.51	1.34			
自己表現	62	2.65	1.09	-0.24	61	.808
	62	2.68	1.21			

Instagram に投稿する理由が通常投稿の場合とストーリーズの投稿の場合で平均値に違いがあるかどうかを検討するため、対応のある t 検定を実施した (表 1)。その結果、「評価してほしい」と「情報を多くの人に知らせたい」の平均値の間に 5%水準で有意な差が見られたが、「共感してほしい」、「共有したい」、「現実逃避」、「日記の代わり」、「自己表現」には有意な差が見られなかった。これらのことから、写真を投稿するときのほうが「評価してほしい」と思う人が多く、ストーリーズを投稿する時のほうが「情報を多くの人に知らせたい」と思う人が多いことが判明した (図 15)。

図 15 対応のある t 検定

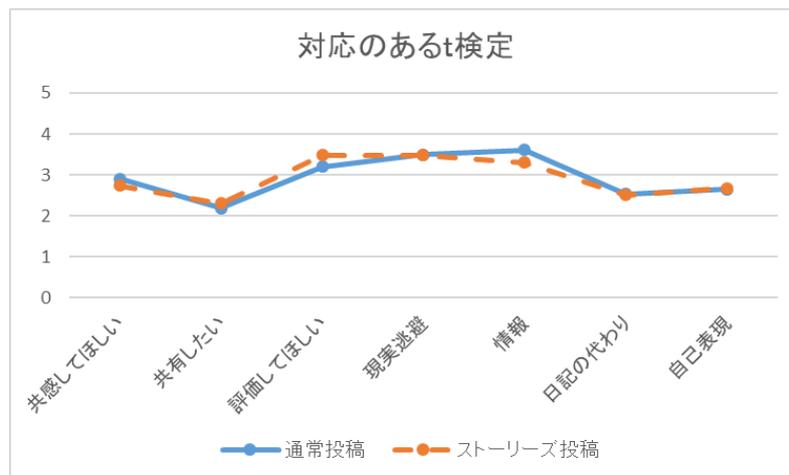


表 2

		度数	平均値	標準偏差	t 値	自由度	有意確率 (両側)
思い出を共有できる	男性	30	2.67	1.54	2.42	82	.018
	女性	54	1.93	1.23			
ストーリーズで今を共有できる	男性	30	2.43	1.33	1.33	82	.189
	女性	54	2.04	1.30			
自分だけのアルバム	男性	30	3.23	1.36	2.54	82	.013
	女性	54	2.44	1.37			
写真と気持ちを一緒に残して置ける	男性	30	2.73	1.39	2.76	81	.007
	女性	53	1.98	1.07			
情報収集に役立つ	男性	30	2.07	1.23	0.69	83	.489
	女性	55	1.89	1.05			
ほかの人の投稿を参考にする	男性	30	2.77	1.41	1.13	82	.263
	女性	54	2.43	1.28			

性別によって Instagram が思い出作りに役立っているかの平均値に違いがあるかどうかを検定するため、対応のない t 検定を実施した。(表 2)。その結果、「思い出を共有できる」、「自分だけのアルバム作成」、「写真と気持ちを一緒に残しておける」の平均値の間に 5%水準で有意な差が見られたが、「ストーリーズで今を共有できる」、「情報収集」、「他の人の投稿を参考にする」の間に有意な差は見られなかった。これらのことから、女性の方が男性よりも共有、自分だけのアルバム作成、写真と気持ちを一緒に残しておけると思う人が多いことが判明した。

時間的展望体験尺度における質問を因子分析した結果をまとめていく。表 3 はその結果である。バリマックス回転を用いて主因子分析による因子分析をおこなった。

結果から 3 因子解が妥当と判断し、因子数を 3 にして再度因子分析を行なった。その結果、3 つの因子が抽出された。第 1 因子には「自分の将来には希望が持てる」、「今の生活に満足している」、「毎日の生活が充実している」、「将来のためを考えて今から準備していることがある」、「私にはだいたいの将来性がある」、「自分の将来は自分で切り開くことができる」、「私には、将来の目標がある」、「私は自分の過去を受け入れることができる」と行った項目からなり「充実・未来」とした。第 2 因子を「私の将来は漠然としていてつかみどころがない」、「10 年後私はどうなっているのかよくわからない」、「毎日がなんとなく過ぎていく」、「毎日が同じことの繰り返しで退屈だ」からなり「不安・現在」とした。第 3 因子を「私の過去は辛いことばかりだ」、「私は過去の出来事にこだわっている」、「過去のことはあまり思い出したくない」、「今の自分は本当の自分ではないような気がする」、「将来のことはあまり考えたくない」、「私には未来がないような気がする」を「不満・過去」とした。

表 3

	充実・未来	不安・現在	不満・過去
自分の将来には希望が持てる	.723	-.344	.122
毎日の生活が充実している	.712	-.023	-.205
今の生活に満足している	.669	-.100	-.207
将来のために考えて今から準備していることがある	.665	-.352	.249
私には、将来の目標がある	.617	-.495	.265
私にはだいたいの将来性がある	.615	-.509	.297
自分の将来は自分で切り開くことができる	.614	-.047	.091
私は自分の過去を受け入れることができる	.538	.182	-.173
私の将来は漠然としていてつかみどころがない	-.008	.815	-.033
毎日が何となく過ぎていく	-.143	.644	.189
10年後私はどうなっているのかよくわからない	-.019	.602	.138
将来のことはあまり考えたくない	-.168	.573	.174
私には未来がないような気がする	-.105	.526	.403
毎日が同じことの繰り返しで退屈だ	-.198	.493	.384
私の過去はつらいことばかりだ	-.130	.164	.830
私は過去の出来事にこだわっている	.127	.055	.638
過去のことはあまり思い出したくない	-.048	.408	.625
今の自分は本当の自分ではないような気がする	.030	.055	.546
固有値	3.48	3.28	2.54
寄与率	19.33	18.22	14.11
累積寄与率			51.67

これらの因子についてそれぞれの因子を構成する設問の回答結果の合計値を出した後、度数分布票を作成し、3分位で分けた。その結果を「高い」「低い」の2つに分類した。それぞれの因子と、Instagramが思い出作りにどの程度役立っているかで対応のないt検定を実施した(表4)。その結果、第2因子と第3因子には有意な差がみられる項目はなかった。第1因子は「思い出を共有できる」「写真と気持ちを一緒に残しておける」「情報収集に役立つ」において5%水準で有意な差がみられ、「ストーリーズで今を共有」「自分だけのアルバムを作れる」「ほかの人の投稿を参考にする」において1%水準で有意な差が見られた。「高い」人のほうが「低い」人よりも各項目で役立つと思う人が多いことが判明した。

表 4 因子と思い出作りに役立つかの t 検定

	度数	平均値	標準偏差	t 値	自由度	有意確率 (両側)
思い出を共有できる	29	1.69	1.28	-2.10	55	.040
	28	2.43	1.37			
ストーリーズで今を共有	29	1.52	1.12	-3.00	55	.004
	28	2.50	1.35			
自分だけのアルバム	29	2.07	1.41	-2.87	55	.006
	28	3.11	1.31			
写真と気持ちを一緒に残して置ける	28	1.75	1.08	-2.64	54	.011
	28	2.61	1.34			
情報収集に役立つ	29	1.55	0.95	-2.56	56	.013
	29	2.31	1.28			
ほかの人の投稿を参考にする	29	1.86	1.41	-3.26	55	.002
	28	3.00	1.22			

#### 4. まとめ

今回の調査では、Instagram の利用の仕方、投稿内容についてと思い出の写真についてと時間的展望について調査してきた。Instagram の普及率は 100%に近い結果が出ると思っていたが、普及率が 50%という結果に驚いた。また、今回の調査で行なった利用の仕方の結果と総務省が行なっている平成 30 年情報通信白書のソーシャルメディアによる情報発信閲覧の調査での Instagram の利用の仕方の結果と同じで、投稿する人よりも閲覧を主にしている人が多いという結果であった。利用の仕方については性別で有意な差が見られなかったが、思い出作りに役立つかでは有意な差が見られる項目があった。時間的展望体験尺度を用いて調査を行ない、「充実・未来」が高い人ほど Instagram が思い出作りに役立つと思っていることが判明した。次回調査する際は、時間的展望体験尺度だけではなく、他の尺度も用いて調査をするべきだと考える。

投稿する際、自分や友人、他人の顔が写っていないかを注意する人が多かったが、友人との写真を SNS に投稿していることは意外だった。この項目に回答した人は自分や友人の顔ではなく、他人の顔が写っていないかを注意して丸をつけたのかもしれないと推測できる。絵に描いてもらった投稿は 12 月に調査を行なったこともあり、イルミネーションの写真を投稿している人が多かった。思い出に残る写真は集合写真で、しばらく時間が経った後に懐かしい思える写真であったが Instagram に投稿する写真は思わず誰かに見せたいような写真ですぐに共有したくなるような写真が多いように感じた。

今回、Instagram と思い出についての調査を行なった。Instagram は写真を投稿し、自分がその場所において何を感じ体験したかを発信することができ、自動的にその投稿は整理されたアルバムになる。友人たちとの楽しかった思い出などをいつでも見返すことができ、思い出すたびに幸せな気持ちになることができる。現代の人は、インターネットの世界に存在ではなく、感動を残していると今回の調査で感じた。

#### 5. 参考文献

「写真映え」求め迷惑行為 神戸ルミナリエで水まき撮影 (2018 産経ニュース)

<https://www.sankei.com/affairs/news/181212/afr1812120038-n1.html>

「チェキ」V字回復！年間 500 万台突破へ 5 年で 5 倍に、9 割海外 (2015 with news)

<https://withnews.jp/article/f0151220000qq0000000000000000W00o0201qq000012811A>

「チェキ」復活の舞台裏！「コト提案」を基軸にした、商品企画・マーケ戦略に迫る (2017 SELECK) <https://seleck.cc/1050>

青年期における時間的展望とレジリエンスとの関連

[https://ir.lib.hiroshima-](https://ir.lib.hiroshima)

[u.ac.jp/files/public/2/29712/20141016172638743855/shinririnsho\\_8\\_43.pdf](https://ir.lib.hiroshima.ac.jp/files/public/2/29712/20141016172638743855/shinririnsho_8_43.pdf)

総務省情報通信白書「第 2 節 ICT による「つながり」の現状」(平成 30 年版 総務省)

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd142210.html>

## Instagram と思い出に関する調査

2018年12月

所属：情報学部メディア表現学科3年

「メディア調査研究法Ⅲ」

調査員：鈴木萌々香

連絡先：b6p51062@shonan.bunkyo.ac.jp

担当教員：日吉昭彦

本調査にご協力いただきましてありがとうございます。

本調査は Instagram と思い出についての調査です。

本調査は文教大学湘南キャンパスの学生を調査対象としています。

回答者のプライバシーの保護に配慮し、ご回答はすべてコンピューターで統計的に処理しますのでご迷惑をおかけすることは一切ございません。

調査についてのご意見・ご質問がありましたら上記に記載されている連絡先にご連絡ください。

お忙しいところ誠に申し訳ございませんが、ご協力よろしくお願いいたします。

ご記入にあたってのお願い

1. 調査には、必ず調査票を受け取った本人が回答・ご記入ください。
2. お答えになりにくい質問に関しては、無回答で結構です。
3. 質問への回答は、特に指示のない限り当てはまる項目番号に○をつけてください。
4. ご記入は、鉛筆・シャープペンシル・黒か青のボールペンでお願いします。また、回答を訂正する場合は、前の回答を消しゴムで消すか、×印をつけるなどして、訂正したことを明示してください。
5. 回答方法などについてのご質問がございましたら、調査員にお尋ねしてください。
6. ご記入が終わりましたら、担当者が回収に参りますので指示をお待ちください。
7. 他の授業などでこの調査に回答したことがある方は、お手数ですが担当者にお声掛けください。

問1.あなたは、Instagram を利用していますか。

1. はい (50.0%)      2. いいえ (50.0%)



→質問は以上です。ありがとうございました。

問2. 問1で **1. はい**と答えた方にお聞きします。あなたが Instagram を利用する 1 日の平均はどのくらいですか。

Instagram を起動し、プロフィール画面→右上にある 三をタップ。→ [アクティビティ] をタップ。そこに出てくる 1 日の平均を記入してください。

上記の方法で表示されない場合は、おおよその平均時間を教えてください。

1 日の平均利用時間( 41.9 )分

※表示されなかった方：約( )分

問3.あなたは 1 週間にどのくらい Instagram に投稿していますか。

写真 ( 2.1 )個                      ストーリーズ ( 11.6 )個

問4.あなたのフォロワー数、フォロー数を教えてください。

フォロワー ( 215.4 )人      フォロワー ( 375.4 )人

問5.あなたの Instagram の利用の仕方でもっとも近いものはどれですか。

1. 閲覧することよりも写真を投稿することが多い (2.2%)
2. 閲覧することよりもストーリーズで投稿することが多い (15.6%)
3. 投稿することよりも閲覧することのほうが多い (76.1%)
4. アカウントだけ所持しており閲覧もほとんど投稿もしない (5.7%)

問6.あなたが Instagram に写真を投稿する理由はなんですか。1～5の数字に丸を付けてください。

写真の投稿をしない方→問11へ。

	よく当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
ア.共感してほしいから	14.4	17.8	22.2	14.4	11.1
イ.思い出を共有したいから	23.3	35.6	10.0	5.6	5.6
ウ.評価してほしいから	8.9	16.7	20.0	21.1	13.3
エ.現実逃避	7.8	13.3	13.3	16.7	28.9

オ.サークルなどのイベント等の情報を多くの人に知らせたいから	5.6	15.6	14.4	14.4	28.9
カ.日記の代わり	21.1	25.6	12.2	11.1	8.9
キ.自己表現	11.1	24.4	30.0	5.6	7.8

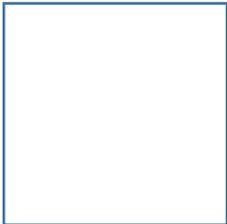
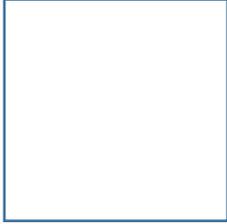
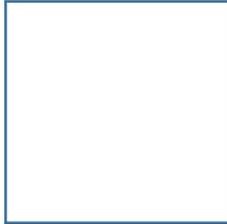
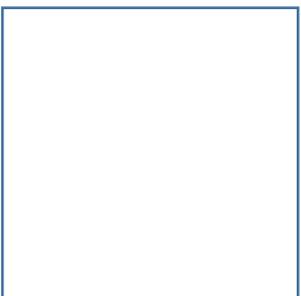
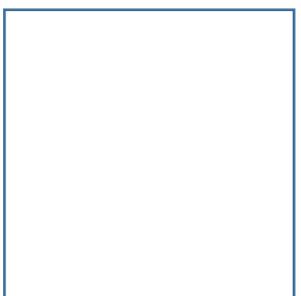
問7.あなたが投稿する写真はどのようなものが最も多いですか。

- |                             |                        |
|-----------------------------|------------------------|
| 1. 友人と一緒に自分も映っている写真 (30.0%) | 2. 友人だけが映っている写真 (2.2%) |
| 3. 自分だけが映っている写真 (0%)        | 4. 食べ物の写真 (6.7%)       |
| 5. 風景などの写真 (13.3%)          | 6. 誕生日などの記念日の写真 (0%)   |
| 7. 集合写真 (3.3%)              | 8. 物品の写真 (3.3%)        |
| 9. イベントの写真 (7.8%)           | 10. その他 (2.2%)         |

問8.あなたが投稿した写真の中で、最新の3つの写真には何が写っていますか。複数枚合わせて投稿している場合、表示される1枚目の写真を指します。

絵に描ける範囲で教えてください。

例)

問9.撮影した場所はどこですか。また、その写真のどこが気に入っているのですか。

例) 場所：神奈川県 平塚市

ポイント：七夕の飾りがカラフルでお祭りのにぎやかさが伝わってくる様なところ

1枚目の写真について教えてください

場所( )

気に入っているところ

2枚目の写真について

場所( )

気に入っているところ

3枚目の写真について

場所( )

気に入っているところ

問10.問8で描いた写真につけたコメントを教えてください。コメントはそのままお書きください。

長い場合は3行目程度までで構いません。個人名がある場合は友人Aなどで構いません。

1枚目

2枚目

3枚目

問11.あなたはストーリーズに投稿していますか。

1. はい (76.7%)      2. いいえ (18.9%) →問14へ



問12.問11で1. はいと答えた方にお聞きしますあなたがストーリーズに投稿する理由はなんですか。1～5の数字に丸を付けてください。

	よく当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
ア.共感してほしいから	12.2	23.3	17.8	12.2	11.1
イ.思い出を共有したいから	17.8	31.1	14.4	5.6	7.8
ウ.評価してほしいから	3.3	11.1	22.2	23.3	16.7
エ.現実逃避	6.7	12.2	14.4	22.2	21.1
オ.サークルなどのイベントの情報を拡散したいから	6.7	16.7	20.0	12.2	21.1
カ.日記の代わり	20.0	22.2	18.9	5.6	8.9
キ.自己表現	15.6	18.9	25.6	8.9	7.8

問13. あなたが投稿するストーリーズはどのようなストーリーズが最も多いですか。

1. 友人と一緒に自分も映っている写真・動画 (12.2%)
2. 友人だけが映っている写真・動画 (24.4%)
3. 自分だけが映っている写真・動画 (0%)
4. 食べ物の写真・動画 (6.7%)
5. 風景などの写真・動画 (6.7%)
6. 誕生日などの記念日の写真・動画 (0%)
7. 集合写真・動画 (1.1%)
8. 物品の写真・動画 (1.1%)
9. イベントの写真・動画 (6.7%)
10. 文字のみ (1.1%)
11. アンケート (0%)
12. その他 (5.6%)

問14.あなたがInstagramに投稿する際に気をつけていることはなんですか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

1. 自分・友人・他人の顔が写っていないか (16.8%)
2. 帰宅してから投稿する (12.0%)
3. 写真は加工する (22.4%)
4. 連続で投稿しない (15.2%)
5. 投稿する写真の統一性を持たせる (10.4%)
6. 1度に複数枚投稿しない (4.8%)
7. 写っている友達のアカウントのタグをつけること (18.4%)

問15.あなたは、友達が投稿する内容について以下の事柄をしなければならないことだと感じますか。しなければならないと感じるもの全てに○をつけてください。

1. 投稿に「いいね」すること (54.0%)
2. ストーリーズを閲覧すること (36.0%)
3. コメントを残すこと (0%)
4. リアクションを残すこと (10.0%)

問16. あなたにとってInstagramは思い出作りにどの程度役立っていますか。1～5の数字に丸を付けてください。

	よく当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
ア. 思い出を共有できる	42.2	26.7	13.3	4.4	12.2
イ. ストーリーズで「今」を共有できる	41.1	25.6	17.8	4.4	10.0

ウ. 自分だけのアルバムを作成できる	25.6	22.2	22.2	14.4	14.4
エ. そのときの気持ちを写真と一緒に残しておく	31.1	35.6	16.7	5.6	8.9
オ. 情報収集に役立つ	42.2	35.6	13.3	3.3	5.6
カ.ほかの人の投稿を参考にする	27.8	23.3	23.3	14.4	10.0

問17. あなたが Instagram で閲覧することが最も多い投稿はどのようなものですか。

- |                   |                            |
|-------------------|----------------------------|
| 1. 企業の投稿 (1.1%)   | 2. 芸能人の投稿 (20.0%)          |
| 3. 友達の投稿 (40.0%)  | 4. ハッシュタグに興味があったもの (11.1%) |
| 5. 漫画・イラスト (2.2%) | 6. インスタグラマーによる投稿 (3.3%)    |
| 7. その他 (2.2%)     |                            |

問18. あなたは投稿から購入することができるショッピング機能 (shop now)を利用したことがありますか。

1. 実際に利用して購入したことがある (8.9%)
2. 購入したことはないが、商品情報をみたことがある (18.9%)
3. この機能を知っているが利用したことはない (34.4%)
4. この機能を知らない (37.8%)

問19. あなたは IGTV を利用したことがありますか。

1. 自分のチャンネルを作成して投稿したことがある (3.3%)
2. チャンネルを作成して投稿したことはないが、IGTV に投稿されている動画を視聴したことがある (16.7%)
3. この機能を知っているが利用したことはない (27.8%)
4. この機能を知らない (52.2%)

問20. あなたは思い出をどんな形で残していますか。

- |                        |                           |              |
|------------------------|---------------------------|--------------|
| 1. 写真 (プリントアウト) (8.8%) | 2. 写真 (データ保存のもの) (44.6%)  |              |
| 3. アルバム (6.1%)         | 4. 出来事を絵に描く (0.7%)        | 5. 文章 (4.7%) |
| 6. 動画 (14.9%)          | 7. SD カードなど記録できるもの (3.4%) |              |
| 8. SNS・ブログ (14.9%)     |                           |              |
| 9. 形にしない (2.0%)        | 10.その他 (0%)               |              |

問21. あなたにとって思い出になる写真とはどういった写真ですか。

- 1. 集合写真 (27.4%)
- 2. 生活感のある写真 (10.1%)
- 3. 工夫して撮影された写真 (3.4%)
- 4. 他人に撮影された自分が写った写真 (8.4%)
- 5. 風景などの写真 (16.8%)
- 6. 食べ物の写真 (7.8%)
- 7. 自分で自分を撮影した写真 (1.7%)
- 8. 誕生日など記念日の写真 (11.2%)
- 9. 見たままを撮影された写真 (8.4%)
- 10. 物品の写真 (5.0%)
- 11. その他 (0%)

問22. あなたにとって思い出になる写真とはどのような特徴のある写真ですか。

- 1. 刺激的な写真 (7.4%)
- 2. 懐かしい写真 (33.8%)
- 3. 季節感のある写真 (13.2%)
- 4. 思わず誰かに見せたい写真 (39.8%)
- 5. 1枚の写真で多くのエピソードを語れる写真 (12.5%)
- 6. 現実離れした写真 (2.9%)
- 7. うらやましがられる写真 (4.4%)
- 8. その他 (0%)

問23. あなたにあてはまる1～5の数字に丸を付けてください。

	よく当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
ア. 毎日の生活が充実している	21.1	38.9	23.3	7.8	3.3
イ. 毎日が同じことの繰り返しで退屈だ	7.8	27.8	23.3	26.7	8.9
ウ. 今の生活に満足している	18.9	28.9	28.9	12.2	5.6
エ. 毎日が何となく過ぎていく	26.7	31.1	21.1	10.0	5.6
オ. 今の自分は本当の自分ではないような気がする	4.4	16.7	24.4	31.1	17.8
カ. 私には、将来の目標がある	24.4	23.3	21.1	16.7	8.9

キ.私にはだいたいの将来性がある	13.3	24.4	27.8	13.3	15.6
ク.私の将来は漠然としていてつかみどころがない	17.8	28.9	31.1	8.9	7.8
ケ.将来のために考えて今から準備していることがある	11.1	26.7	22.2	24.4	10.0
コ.10年後私はどうなっているのかよくわからない	41.1	31.1	16.7	3.3	2.2
サ.過去のことはあまり思い出したくない	14.4	24.4	25.6	17.8	12.2
シ.私の過去はつらいことばかりだ	6.7	7.8	28.9	27.8	23.3
ス.私は過去の出来事にこだわっている	6.7	12.2	31.1	26.7	17.8
セ.私は自分の過去を受け入れることができる	23.3	33.3	26.7	4.4	6.7
ソ.私には未来がないような気がする	4.4	14.4	32.2	21.1	22.2
タ.自分の将来は自分で切り開くことができる	23.3	27.8	34.4	5.6	3.3
チ.自分の将来には希望が持てる	16.7	16.7	36.7	17.8	6.7
ツ.将来のことはあまり考えたくない	12.2	21.1	25.6	20.0	15.6

問24.あなた自身のことについてお聞きします。

性別 1. 男性 (33.3%) 2. 女性 (61.1%)

学部 1. 情報学部 (66.7%) 2. 経営学部 (12.2%)

3. 国際学部 (11.1%) 4. 健康栄養学部 (4.7%)

年齢 ( 19.3 歳)

質問は以上です。ありがとうございました。