

# Instagramの「いいね機能」を利用した コンテンツの共感度調査

庄司 早苗<sup>1</sup> 中道 上<sup>1,2</sup>  
 1 福山大学工学部 2 アンカーデザイン株式会社

## 1. はじめに

近年、インターネットが普及し、SNSの利用率は高くなっている。SNSのコンテンツには、自分の気に入った投稿に「いいね」をおくることができる。本研究では、コンテンツを利用した印象や評価に着目して、共感度の分析を行った。

## 2. 研究手順

### 2.1 コンテンツ準備

まず、福山大学の生徒12人(男性6人、女性6人)に大学内の好きな場所や空間等の、写真3枚と15秒程度の動画3本を、自身のスマートフォンで各々撮影してきてもらった。写真計36枚と動画計36本を収集した。素材提示のためのツールとして、Instagramを利用している。写真計36枚は画像投稿機能を用いて撮影者ごとに投稿し、動画計36本はストーリー機能を用いて投稿した後、ストーリーズハイライト機能を用いて撮影者ごとにハイライトを作成した。なお、撮影者を特定できないように写真は投稿Aさん3枚、Bさん3枚…とし、ハイライトはAさん、Bさん…とナンバリングしている。

### 2.2 調査方法

調査ツールとしてMicrosoft formsを用いて、アンケートを作成した。福山大学の学園祭にて、性別年齢問わず20人にアンケートを実施した。内容としては、写真と動画一つ一つに対して何個いいね♡をあげたいかを1~5個で評価してもらった。写真のいいね評価の平均値と標準偏差の結果を図1、動画のいいね評価の結果を図2に示す。

## 3. いいね評価に基づくコンテンツの分析

写真36枚と動画36本を確認したところ、風景、建物、その他に分類可能である。写真36枚のうち、風景が21枚、建物が9枚、その他が6枚であった。動画36本のうち、風景が22本、建物が11本、その他が3本であった。

写真36枚をいいね評価の平均値をもとに、12枚ずつ上位、中位、下位に分類した。その結果、上位12枚のうち9枚が風景であり、風景の評価が高かった。また、上位12枚のうち8枚が男性による撮影であった。

同様に動画36本をいいね評価の平均値をもとに、12本ずつ上位、中位、下位に分類した。その結果、上位

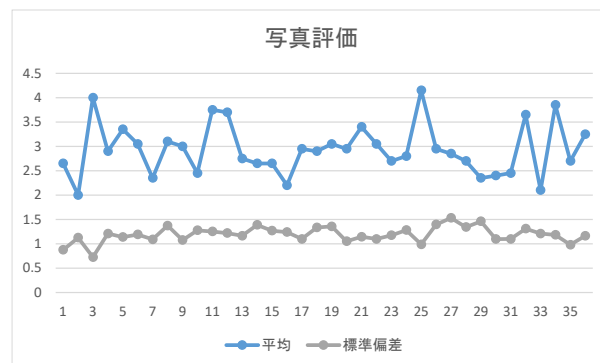


図1. 写真のいいね評価

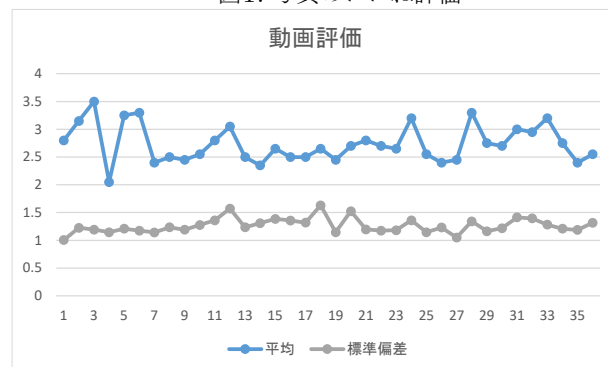


図2. 動画のいいね評価

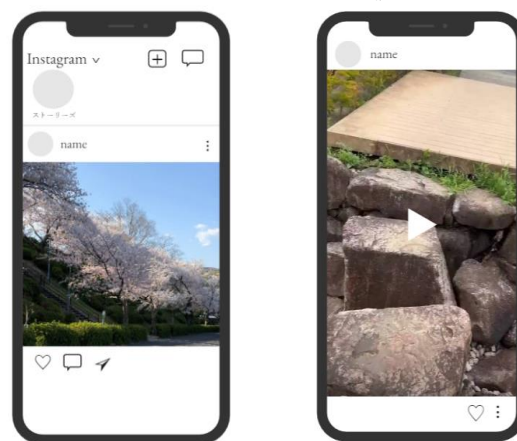


図3. 最も評価が高かった写真と動画

12本のうちその他を除いて4本が建物であり、建物の評価が高かった。また、上位12本のうち7本が女性による撮影であった。

最も評価が高かった写真と動画を図3に示す。最も評価が高かった写真は桜の風景であり、最も評価が高かった動画は憩いの場の飛び石を渡る動画であった。