

写真を使った SNS が観光に与える影響

観光するにあたって、SNS が普及する前まではテレビや雑誌をみて情報収集をし、観光の計画を立てていた。しかし現在では SNS といったソーシャルメディアから情報収集をする人の方が多いのではないかと考えられた。SNS が流行している現代において、SNS 上での写真の人气が、観光地のイメージや観光集客にどのように影響しているのだろうか。SNS を活用すると、投稿のシェアやリツイート、保存などが行われ、情報拡散力が高くなることがわかっている。

Instagram 以外の SNS アプリで観光計画を立てる研究や、写真から地域活性化に視点を置き、観光地と写真の関係性に対する研究は事例が少ないことから本稿では、観光のきっかけや観光の目的に写真がどう影響しているのか、実際見たときと SNS 上に上がっている写真の印象違い、撮る目的などに着目して研究を行った。そこで、SNS 上で多くの〈いいね〉やシェアを獲得する写真は、観光地のイメージや観光集客に影響を与えることを本研究の仮説とした。そこで、10 月に上高地にてヒアリング調査を実施し、そこから上高地と写真の関連性や SNS が上高地観光にどのように影響していくのか検討した。

現地調査の結果から、上高地はどの季節に訪れても季節ごとの自然や動植物を感じることができ、天気によって変わる景色や水の透明度もアピールポイントであることがわかった。上高地は、主に自らアピールなどは行っていないが、大勢の観光客が自ら写真を撮り、発信や保存をすることによって、アピールに繋がっていることが証明された。これらのことから、上高地は避暑地としてのイメージだけでなく、新樹や紅葉といった避暑地以外の魅力があることが明らかになった。Instagram や TikTok などの SNS に投稿されている写真を見て、観光行動に移し、実際に同じような場所、画角で映える写真を撮る行為に繋がっていることがわかった。この観光行動が、SNS 上という 1 つの空間で行われていることから、写真を使った SNS は観光動機に必要な手段となることが証明された。そのことから、SNS 上で多くの〈いいね〉やシェアを獲得する写真は、観光地のイメージや観光集客に影響与えることが証明できた。