

インスタ映え写真を撮ろう！～3つの項目から考える”映えの条件”～

家庭科班：藤原 綾花、神村 里咲、南野 さくら、蒲生 潤葉

Abstract

The purpose of this study is to reveal the visual features of the photos which are called “Instagrammable”. Through the two experiments, we found it is better to take such photos from about a 45 degree angle, reflecting whole food, with little margin, and in a bright environment. Also, there are so many photos which have the same features as our research result on Instagram. Therefore, it can be concluded that we can take “Instagrammable photos” following the above method.

要約

本研究の目的はインスタ映えする写真の視覚的特徴を明らかにすることである。2つの実験において約45°の斜めから、食べ物の全体が映っており、かつその他の余白が少ないソーシャルの近さで、明るい環境下で写真を撮ると良いということが分かった。また、インスタグラム上の写真にも本研究における結果と同じ特徴を持った写真が多いことが分かった。従って本研究では、上記の方法で写真を撮ると、インスタ映え写真が撮れると結論付けられた。

1. はじめに

近年「インスタ映え」という言葉を耳にすることが多くなり、「映え」という言葉を以前より身近に感じるようになった。

「インスタ映え」とはSNSユーザー層が好む写真に映える風景、物のことだとされているが、私達はインスタグラム上において、同じものを撮った写真でも、その撮り方によって写真から得られる印象が全く違い、いいね数も大きく異なることに疑問を持った。

そこで写真の印象を変える大きな要素として、外川 拓氏の研究「広告における製品画像の効果」の中で構図、アングル、色彩、製品の向き、広告への配置方法、背景との組み合わせなどの視覚的特徴が、消費者の知覚、評価、行動に影響を与えることを発見し、これらの研究結果を私達の研究にも利用できるのではないかと考えた。

実験においての調べやすさなどから角度・近さ・明るさの3つの項目を取り上げ、インスタ映えする写真の条件はなにかについて調べることにした。また、その条件が実際に「インスタ映え」している写真にも共通しているのかを検証した。

また、本研究において「インスタ映えしている写真」とは、「美味しそうに見える写真」とであると定義する。

2. 研究手法

(仮説)角度の場合は「斜め」、近さの場合は「近め」、明るさの場合は「明るめ」、が最もインスタ映えするのではないかと考えた。「斜め」が良いと考えた理由は、食べ物全体の構造を読み取ることができるから。「近め」が良いと考えた理由は、食べ物の詳細が分かりやすいから。「明るめ」が良いと考えた理由は、食べ物本来の色味を表すことできるからである。

《実験1》

① 角度、近さ、明るさの3つの観点から考える。

・角度の測定方法

真上から撮ったもの、斜めから撮ったもの、真横から撮ったものの3つの角度から撮影した写真を比べた。

・近さの測定方法

画面からはみ出している写真を「近め」、食べ物全体が映っている写真を「ノーマル」、食べ物以外に余白が多い写真を「引き」とする。

↓具体化

この近さの条件は抽象的なため、数値化して具体的に表す。

- 1.各写真を9×9の81マスに分割
- 2.それぞれのマスにおいて、食べ物が占める割合を0.0～1.0の0.1ずつ10段階で表す
- 3.各マスの割合をすべて足した合計を出す

この計算から、その写真の食べ物が占める割合が、0%～30%未満を「引き」、30%～60%未満を「ノーマル」、60%～100%以下を「近め」とした。

・明るさの測定方法

今回は、スマホのカメラアプリを使用した。

「明るさを編集」するところで、0を基準として、+50を「明るめ」、0を「加工無し」、-50を「暗め」とした。

②アンケートで取った3つの写真において、それぞれの項目ごとの回答数を平均し、その結果からどの条件が最もインスタ映えしているのかについて調査した。

《実験2》

①実際にインスタグラム上でランチ等と検索し、いいね数の多い上位25枚の写真を、「角度」、「近さ」の2つの分野について実験1と同様の条件で分析。(明るさについては光の色の具合などによりかなり条件が変わって見えてしまい、明るさのみを比較することができないため断念)

②①の25枚の写真の結果をまとめ、それぞれの分野の項目における全体に占める割合を調査した。

3. 結果

《実験1》

それぞれのそれぞれの写真の項目ごとの回答数を平均した結果によると、回答が多かった順に、

角度:斜め 52.2% 横 24.2% 真上 23.6%

(写真によっては③つの項目に回答した人の割合が同じものもあった)

近さ:ノーマル 54.3% 近め 40.5% 引き 5.1% (近めと答える人も比較的多かった)

明るさ:明るめ 73.0% 加工なし 22.9% 暗め 4.0%

(他の項目に比べ、明るめと答える人が圧倒的に多く、暗めがほとんどいなかった。)

この結果から、「斜め、ノーマル、明るめ」ということを意識すれば高津生からよりいいねをもらえる写真を撮れるのではないかという結果が出た。

(右のグラフは上から角度、近さ、明るさの分析グラフ)

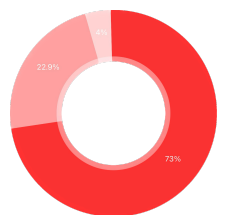
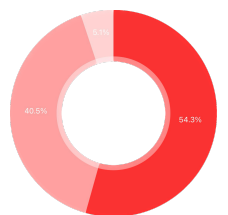
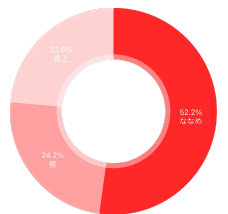
《実験2》

それぞれのそれぞれの写真の項目ごとの回答数を平均した結果によると、回答が多かった順に、

角度:斜め 60.0% 横 28.0% 真上 12.0%

近さ:ノーマル 64.0% 引き 24.0% 近め 12.0%

この結果から「斜め、ノーマル」ということを意識すればインスタグラムユーザーによりいいねをもら



えるのではないかという結果が出た。

4. 考察

《実験1》より、この実験で得た条件が高津生が思う「インスタ映え」であると考えられる。また《実験2》より、《実験1》で得た条件と同じ条件を含む写真により「いいね」がついているということから、この「角度は斜め、近さはノーマル、明るさは明るめ」という条件が高津生が思うだけでなく、インスタグラム上でも「インスタ映え」できる写真の条件であると考えられる。

5. 結論

斜めから、ノーマルの近さで明るい環境下で写真を撮ると良い。

6. 参考文献ならびに参考Webページ

- NAMSカフェ(大阪北加賀屋)
https://www.instagram.com/nams_cafe/
- 広告における製品画像の効果(外川拓氏)
https://researchmap.jp/7000001644/published_papers/31841182/attachment_file.pdf