

文化イベントにおけるソーシャルメディア活用の実践 (*Application of Social Media in Culture Events*)

加藤 智也 *Tomoya Kato*
(人間発達学部教養部会)

1. はじめに

身近にある文化財に対して興味関心を抱く若者は少なく、地域主催の文化イベントが催されたとしても参加することはまずない。一方で、ソーシャルメディアが爆発的に広がりを見せ社会に浸透しつつある今、若者を取り巻くコミュニケーション環境に大きな変化が起きてきている。そこで IT を専門としない一般的な大学生を対象に、Twitter、foursquare を中心としたソーシャルメディアの活用を文化イベントにおいて実践し、アンケート結果を基にその有効性について考察する。ソーシャルメディアを通じて若者に身近にある文化財に興味をもってもらうことができれば、地域への愛着を育むとともに地域活性化へとつながると考えられる。

先行事例として、地域振興イベントに IT 技術を導入する取り組みは数多くある。最近では AR (Augmented Reality) を活用して現実世界をネットにある地域情報で補完するものがあるが、ソーシャル性といった面ではほとんど機能していない。ソーシャルメディアの利用は主にイベント告知を中心に行われており、あとはイベント終了後にブログや SNS、YouTube など記事・写真・動画などをまとめることが一般的である。イベント中での活用となると、Twitter を活用し単純に感想を個人的につぶやくことは当然あるものの、その他としてはイベント非参加者に対して Ustream でリアルタイム中継する程度である。よって本研究のように、イベント参加者同士のソーシャル性かつリアルタイム性を位置情報に焦点をあて地域振興イベントに活用した事例はない。

第 2 章では、本研究で活用実践した Twitter と foursquare を中心にソーシャルメディアの概要について述べる。第 3 章では実践した文化イベントの概要およびソーシャルメディア活用の企画・立案について、第 4 章ではイベントに向けての準備と実践内容について述べる。そして第 5 章では実践結果における評価および考察をする。

2. ソーシャルメディアとは

多くの人々に物事を伝える仕組みとして、特定少数の発信者からの情報を広く伝えることができる新聞やテレビに代表されるマスメディアがこれまでは中心的役割を果たしていた。その後、インターネットが普及することにより、個人がホームページなどで情報発信

することが可能となった。さらにブログなどの新しい仕組みができたことにより、誰もが手軽に情報発信することができるようになった。さらに手軽な情報発信に加え、人と人とのつながりを促進・サポートする仕組みを取り入れた SNS などのコミュニティ型 Web サイトへと発展してきた。お互いにつながりを持ちながら情報を発信・共有・拡散することにより形成していきこうしたメディアの総称を近年ソーシャルメディアと呼ぶようになった。ソーシャルメディアには、個人の情報発信がマスメディアのように多くの人々に伝わるという特徴があり、誰もが手軽に情報発信・交換できるメディアとして急速に利用者が拡大している。

ソーシャルメディアの中でも、際立って存在感をみせているものに Twitter がある。Twitter は、個々のユーザが「今まさに自分が何をしているのか、何を思っているのか」を 140 字以内のツイート(つぶやき)として投稿でき、また興味のある人のツイートをまとめて閲覧できる仕組みをもち、ユーザ同士でゆるやかなつながりをもつことができる。スマートフォンとの相性も良く気軽に利用できることから、若者を中心に積極的に活用されている。また、企業や自治体も活用する事例が増えており、リアルタイム性のある情報メディア、さらには社会的なインフラとしての役割も期待されている。一方、foursquare は自分が居る場所(位置情報)が特に重要な要素となるサービスで、GPS 機能付きのモバイル機器を使って venue と呼ばれるリアルスポットに訪れてチェックインすることで、ユーザ同士が現在いる場所やその感想を発信・共有することができる。このチェックイン情報は foursquare 内のユーザに留まらず、Twitter とも連携して伝えることができ、ゲーム性の要素も相まってこのサービスも利用者が急拡大してきている。

3. ソーシャルメディア活用イベントの計画・立案

今回、ソーシャルメディアを活用するイベントとして、名古屋市東区が 2010 年 11 月 3 日の文化の日に開催する「歩こう！文化のみち」を取り上げた。江戸から明治、大正へと続く名古屋の近代化の歩みを伝える歴史的な遺産の宝庫ともいえる名古屋城から徳川園に至る地区一帯を「文化のみち」と呼び、名古屋市東区では貴重な建築遺産の保存活用 や沿道景観と調和した緑道など道路整備によるネットワークをすすめている。そして、歴史と文化の風を感じながら「文化のみち」を歩くイベントが「歩こう！文化のみち」であり、今回は名古屋開府 400 年の記念の年であったこともあり例年以上に盛り上がっていた。そのなかの一企画として、「ソーシャルメディア in 歩こう！文化のみち」を企画・実施した。

「ソーシャルメディア in 歩こう！文化のみち」では、名古屋大学を中心とした 5 大学の 8 つのチームが連携して、以下のようなさまざまな企画を計画した。foursquare に関しては、日本では当時最大級のイベントとなる。

○Web サイトの構築

「ソーシャルメディア in 歩こう！文化のみち」に関する情報を事前告知するサイトを制作する。

○Twitter 関係

イベント当日、twitter によるリアルタイムなイベント告知・状況伝達、他者との交流、情報の管理・記録を行う。

○foursquare 関係

地域の歴史文化情報と写真情報を収集し Web アーカイブを構築するとともに、foursquare の venue および Tips (関連情報) を事前に登録しておく。さらに、各々のチェックインポイントを地図上に表示し、経路・時刻・つぶやき・写真などを表示するための地図表示システムを開発する。

○Ustream 関係

ライブキャスティングやライブビデオストリーミングを行うための動画プラットフォームサービスである Ustream を活用して、多地点で実施されているイベントの様子を同時ライブ配信する。

○映像関係

文化のみちを紹介するビデオ映像、パノラマ写真サイト、バーチャル工芸システム(仮想彫刻・仮想沈金システム)を制作し、イベント当日にデモを実施する。

○Swarm バッジイベントの実施

Swarm バッジとは foursquare で 50 人同時に同じ場所でチェックインすると得られるバーチャルバッジであり、日本での保有者は少ない。本イベントにより 50 人以上を集めバッジを取得する。

○Meet Up(リアルな場所での実交流会)の実施

大型スクリーンに foursquare、Twitter の活動履歴を表示したり、つぶやきが泉から湧き出るように表示可能な Twitterfountain による自己紹介を行う。

○イベント拠点の設置

イベントの準備室、イベント管理センター、バッジイベントの会場、Meet Up の会場として活用するための会場を設営する。また、イベント拠点では、大型スクリーンに Twitter によるつぶやきや foursquare によるチェックイン情報をリアルタイムに地図上に表示する。

以上のような計画を立案した。そこで重要な役割を担うのが、イベント当日に Twitter によるつぶやきをし、foursquare によるチェックインをする人員である。今回はソーシャルメディアを一般の人でも使える身近なものであることを実証するため、IT を専門としない一般的な学生、すなわち本学の保育・教育系の学生 18 人に担当させた。以下、その部分に焦点を絞り論を進める。

4. ソーシャルメディア活用イベントの準備と実践

4.1 予備調査

IT を専門としない本学学生 18 人に対し、Twitter と foursquare について知っているかどうかを尋ねた。その結果、以下の結果となり、Twitter はやったことのある者は少ないものの認知度はあった。一方、foursquare については知っている者は皆無であった(表 1)。

表 1. ソーシャルメディアの利用状況

	Twitter	foursquare
日常的にやっている	1	0
たまにやっている	2	0
以前やったことはあった	1	0
どんなものかはある程度分かるが、 やったことはない	13	0
どんなものか知らない	1	18

さらに名古屋市東区の「文化のみち」を知っているかの質問に対しては、全員が知らないとの回答であった。よって、このまま「歩こう！文化のみち」というイベントが実施されたとしても、学生には認知されないまま終わってしまう可能性が高い。

4.2 ソーシャルメディア教育

イベントに意欲的な学生 2 人を中心に先行して Twitter および foursquare について勉強させるとともに、誰でも簡単に利用できるようマニュアルを作成した。そして、中心学生から他の学生に対し説明をさせた(図 1)。学生主体で進めることにより学生全体の士気が上がり、教員が強制力をもってやるよりも協力体制が望めると考えたからである。よって、教員はあくまでサポートに徹した。



図 1. 学生による説明の様子

当日他の学生の様子を知り交流するため学生相互に Twitter のフォロー関係を結ばせた。フォロー関係を結ぶことにより、相手の時間軸を自分の時間軸と融合し、相手の経験を同時系列で擬似的に共有することが可能となる。また全員のツイートがひとつのタイムラインに集約できるように管理アカウントを作成し、学生アカウントをすべてフォローした。そして、つぶやきを一元化するため Twitter と foursquare との連携を設定した。そうすることにより foursquare でのチェックイン時のツイートや位置情報、写真が Twitter へ流れることになる。

学生は Twitter、foursquare について把握した後、実際に Twitter による写真無／有ツイート、foursquare によるコメント付き写真無／有チェックインなど、さまざまなパターンを学外のさまざまな場所から練習した。

学生が所有する携帯端末の種類が iPhone、アンドロイドスマートフォン、フィーチャーフォンなど多岐にわたり、また利用できる Twitter および foursquare のクライアントアプリ・サービスも多いため、事前に念入りに調査をした結果、仕様の違いがあるにもかかわらず登録・使用に困ることはほとんどなかった。

4.3 イベントの実践

「歩こう!文化のみち」当日、まずは全員集合(本学学生 18 人)してイベントの流れや Twitter や foursquare での作業・役割の確認し、その後は分散して各自興味のある名所などを約 4 時間にわたりケータイ片手に写真を撮ったりつぶやきながら、ときには離れて行動している友達の状況を確認したりやりとりをしながら、思い思いに自由に散策した(図 2)。つぶやく内容は、自分が今どこにおり、そこで何が行われているか、つまりイベントや今自分が見ていることの実況や、現地で得た旬な情報の告知、街の感じや参加者の様子、建物などについての感想などである。



図 2. イベント参加学生の様子

方々に散って行動している学生をつぶやきは、写真とともにリアルタイムに拠点会場へ伝えられ、誰がどこでどんなつぶやきをしているのか、大型プロジェクトに映した地図上で共有した(図3)。

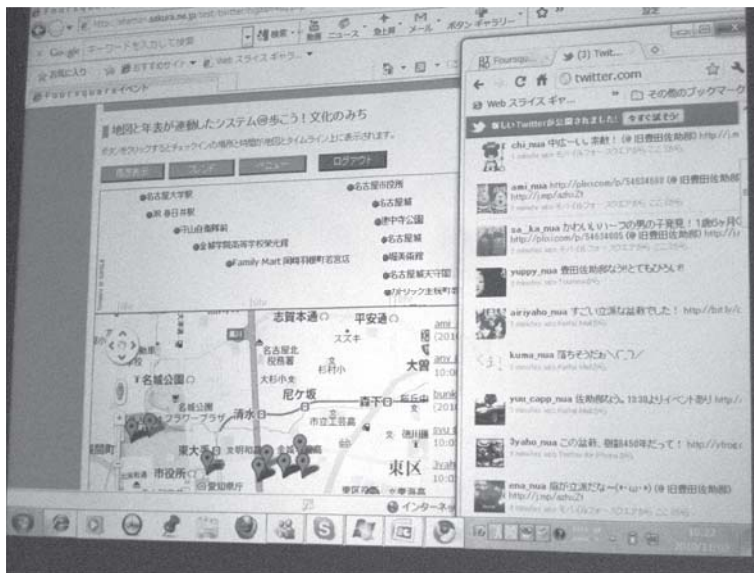


図3. 拠点会場のスクリーンに映し出されたシステム

散策終了後に拠点会場に全員集まり、Meet Upとして一般参加者も交えてTwitterfountainを使って自己紹介をしたり、集約されたつぶやきを振り返るとともに、Swarmバッジイベントを実施した(図4)。



図4. Meet Upの様子

投稿されたつぶやきは374にもなり、Twitter ログの保管サービスである Together に今回の記録をすべて残し、いつでも見返すことができるようにした。

5. 評価と考察

イベント終了後、参加学生18人にアンケートを実施し今回のイベントおよびソーシャルメディアに関して評価を得た。

文化イベントに関するアンケート結果は以下のとおりである。問における選択肢のカッコ内は回答数を示す。

問1. 文化のみちのイベントに参加して文化のみちのストリートに関心を持ちましたか？

①また来たい(6) ②関心をもった(11) ③特に関心はもたなかった(1)

問2. Twitter や foursquare などのソーシャルメディアをやりながら文化のみちを歩くことは、文化のみちにより関心を持つ効果があると感じましたか？

①そう思う(10) ②少し思う(7) ③特に効果は感じない(1)

問3. ソーシャルメディアを使った同様のイベントがあれば、また参加したいですか？

①参加したい(10) ②参加してもよい(8) ③参加したくない(0)

さらに次のような文化イベントに対するコメントを得た。(原文のまま)

- ・文化のみち付近を車では行った事はありませんが、大通りから一本奥の道に入っただけに、名古屋にあんなに古くからの町並みが残っているとは思わなかったのが本当に驚きました。普段の生活では進んで美術館などに入る事はありませんが、今回のイベントでたくさんの絵の作品や初めて盆栽を間近で見てその説明まで教えていただけたりとすごく色々な意味での勉強になりました。
- ・樹齢何百年の盆栽、風情のある街並み、この企画の関係者の知識の豊富さと情の温かさ、新しい発見がたくさんみつきりいい体験をさせていただきました。
- ・このイベントに参加して、友達としゃべりながら名古屋の文化の町並みを歩くなんてことは普段ではあまりしないことなのでとても良い思い出になりました。
- ・今回のイベントに参加する事で、普段車ばかり使っていて気付けない事に気づけたり、普段あまり関わることの出来ない方々と関わったり、絶対自分だけでは入らないだろうという施設に入ることが出来たりと、たくさんの貴重な体験が出来、本当に楽しかったです。
- ・私たちの年代では普段あまり見る機会のない建造物を見学することによって関心を持てる機会となる素敵なイベントでした。

以上のことより、「歩こう！文化のみち」という文化イベントおよび「文化のみち」という今まで知らなかった文化財に対し興味・関心を寄せるようになり、ソーシャルメディアと連携することでよりその効果が高まることがわかる。そして、学生は文化財・文化イベントに興味がないわけではなく、接するきっかけ・機会がないだけであり、ソーシャルメディアが一定の役割を果たせると考えられる。

次にソーシャルメディアに関するアンケート結果は以下のとおりである。

問 4. 今回 Twitter をやってみてどう感じましたか？

- ①続けたい(12) ②関心をもった(6) ③特に興味は感じなかった(0)

問 5. 今回 foursquare をやってみてどう感じましたか？

- ①続けたい(8) ②関心をもった(10) ③特に興味は感じなかった(0)

問 6. 栄や名古屋駅でも、通りを歩くときにソーシャルメディアで情報収集や友達との情報共有をすることは意味があると思いますか？

- ①そう思う(10) ②少し思う(7) ③特に意味があると思わない(1)

さらに、ソーシャルメディアについて以下のようなコメントを得た。(原文のまま)

- ・ foursquare を知った時は、「友達に自分のいる場所を教えて、何が楽しいの？」と思っていましたが使うと、気軽に自分のいる場所をみんなに知ってもらえて、さらに友達が近くにいると嬉しくて、実際使ってみないとわからない楽しさや便利さを知ることができました。
- ・ はじめたばかりの頃は、Twitter でつぶやいていても何が楽しいのか全くわかりませんでした。実際イベントに参加しつぶやきをしていくうちに何かあると自然に Twitter でつぶやき、普段以上に自分の現状についてコメントをしたいと思っている自分がありました。
- ・ みんなのつぶやきをみて、自分も頑張ろうと思ったり、友達が撮った写真を見てこんなところ行ってみたいと思ったりして、イベントの間は twitter を開くのがひとつの楽しみになっていました。
- ・ みんなのつぶやきを見ながら、同じ場所に行っても一人ひとり感じるものが違ったり、写真を撮りたいと思う場所が違ったり、感動したことを共有しあったりすることができて、とてもたのしかったです。
- ・ 他の人も同じ場所にきていたよというコメントが残っていたり、自分のつぶやきに返

信があったりするとうれしく、また返信がなくても自分が発信することが楽しいと思えました。

- ・一緒にまわった友達同士で次はどこに行くか決め合ったり、違うグループの友達は今どこで何をしているのかチェックしてみたりとただ散策するだけではなくみんなのつぶやきを見て即座に反応したりすることでより一層楽しめたのだと感じました。
- ・一緒に回っていない人たちのつぶやきや写真、位置情報も知ることができるとともに、離れていても他の人たちともリアルタイムに交流できたので、イベントの中で一体感がありました。
- ・今、改めてみんなのイベント中のつぶやきを見て「こんなところ行ったんだ!」というのがわかったり「この人は自分と感じ方が一緒だなあ」と思ったり、写真やコメントを見て「楽しそうだなあ」と思ったり、見ていてすごく楽しいです。
- ・短い言葉での「つぶやき」ですが、写真を載せたり、位置情報を載せることで簡単にわかりやすく状況・状態を把握できる素敵な機能だと思うので、これからもっと一般的に使われる機会が増えていくのかなあと感じました。
- ・みんながどのような状況にあるのか、何を感じているのかがつぶやきと写真により、イベントに対する意欲的な姿勢やとても楽しそうな様子がその場にはいない私にも十分伝わってきました。(出席できなかった学生)

以上のことより、Twitter や foursquare に対し、次の点で極めて有効であることがわかった。

- ①参加者同士(離れて行動している友達)でのリアルタイムな状況把握・やりとりによる一体感・ライブ感
- ②ほかの人が残したつぶやきなどが、これからの自分の行動の目安になる
- ③つぶやきを意識することで注意が広がり、通常では目に入らないようなことを発見できる
- ④その瞬間自分は何を感じていたのか、みんなが何をしたのか、参加者全員の集合体として思い出の記録として残る

また、Twitter、foursquare ともにイベント前は使う意義を感じられなかった学生が多かったが、イベント後には継続して使用したい、そして文化財に限らず日常生活においても前向きに活用しようという意思がみられ、イベント時に限らず繁華街での利用(情報収集や友達との情報共有)などさまざまな場面での活用に可能性を感じる結果を得ることができた。

運営側としては、ソーシャルメディアを使うことによって、イベントの告知から管理・記録・保存、さらには利用者教育まで短期間で実施できることがわかった。

6. おわりに

本研究では、若者離れが加速している文化イベントにおいて Twitter, foursquare を中心としたソーシャルメディアを活用実践した。その結果、文化イベントにおけるソーシャルメディアの活用は、離れて行動するイベント参加者同士でのリアルタイムな状況把握・情報共有による一体感・ライブ感を味わいながら、これからの自分の行動の目安とするとともに、通常では意識していないことを発見できるという点において、若者が身近な文化財に興味をもち理解を深めるにあたり極めて有効であることがわかった。

今後の課題としては、ソーシャルメディア利用者に対するインセンティブと地域にお金が落ちる仕掛けづくり(ビジネスモデル)が挙げられる。今回は授業の一環ということもあり学生が参加したが、授業と無関係なところで積極的に参加させるとなれば、チェックインによる割引特典などの仕掛けが必要となる。また、貴重な歴史的建造物は維持費が高額で保存・継承の問題をかかえており、今後継続的に観光客を招き入れるためのシステムづくりが望まれる。

参考文献

- 1 小川浩他、『ソーシャルメディア維新』、毎日コミュニケーションズ、2010
- 2 斎藤徹、『新ソーシャルメディア完全読本』、アスキーメディアワークス、2010
- 3 山崎富美他、『Twitter マーケティング』、インプレスジャパン、2009
- 4 インターネット協会、『インターネット白書 2010』、インプレスジャパン、2009