

公式ゲームプレイ動画の現状と今後の展望

山下 暁

視聴者投稿型動画共有サービスに投稿される動画のジャンルのうちの 1 つとして、ゲームプレイ動画というものがある。ビデオゲームのプレイ画面を録画し動画共有サービスに投稿されたもので、日本で人気の動画共有サービスであるニコニコ動画内ではゲームプレイ動画が全ての動画の 15%を占めている。ただ、この動画のほとんどはビデオゲームの制作会社に許可を取らずに動画を投稿しており、これはビデオゲームにおけるゲーム制作会社の権利を侵害するものである。その一方で一部、ゲーム制作会社が許可を出す、もしくは依頼する形でゲームプレイ動画を投稿することがあり、これを公式ゲームプレイ動画と呼ぶ。この公式ゲームプレイ動画が無許可のゲームプレイ動画に取って代わることが出来れば、ゲーム制作会社の権利を侵害する動画はなくなり、むしろゲームプレイ動画はビデオゲームの宣伝媒体となるのではないかと考え、それを明らかにすることを目的とした。ニコニコ動画において 2012 年 10 月までに発見できた 569 個の公式ゲームプレイ動画を材料に分析を行った。また、ここでは各動画の人気を動画の再生回数によって測ることとした。

分析の結果、ゲームプレイ動画内でゲームをプレイしているプレイヤーが重要であることがわかった。公式ゲームプレイ動画の、動画の再生回数を増やすためには、投稿している動画が少ないが再生回数が多いことと、公式ゲームプレイ動画だけでなく、むしろ無許可の動画投稿していることの 2 つの条件を満たすプレイヤーに依頼をすれば良いということも分かった。しかしこの方法では、無許可の動画を投稿するプレイヤーの中から依頼をするプレイヤーを選ぶのだから、公式ゲームプレイ動画を成り立たせるには無許可のゲームプレイ動画が必要不可欠であり、公式ゲームプレイ動画が無許可のものに取って代わることはできない。よって、この研究の結論は、現段階では公式ゲームプレイ動画はビデオゲームの宣伝媒体になり得るとは言えない、と結論付けられた。

(指導教員 歳森 敦)