

ゲームコミュニティパワー

中山圭太郎/東京福祉福祉専門学校 IT医療ソーシャルワーカー科

概要

ゲームコミュニティを数値にして、ゲームプレイヤーの盛り上がりを可視化しました。

メディア芸術データベースのゲームタイトル情報をもとに、MediaWiki APIを用いて、該当のゲームに関するWikipedia記事の有無を調査。記事がある場合は『Wikipedia記事の最新リビジョンの長さ(バイト単位)』を取得します。記事の規模を、ゲームコミュニティの規模と見立てて、数値化しました。その上で、主要ゲームメーカーについて、メーカー別ゲームコミュニティを調査分析をしました。

概要 (つづき)

ゲームコミュニティパワー

メディア芸術データベース (MADB) ゲーム

ゲームパッケージラベル

発行者情報

MediaWiki API

ゲームのタイトル名の記事

Length (Wikipedia記事の最新リビジョンの長さ(バイト単位)) を取得

エントリーでのメディア芸術データベースの活用方法 (データセット分析部門は、どのデータセット・項目を使用したかを記載)

【手順1】 メディア芸術データベースのゲームタイトル情報をもとに、MediaWiki API を用いて、該当のゲームに関するWikipedia記事の有無を調査

【手順2】 記事がある場合は『Wikipedia記事の最新リビジョンの長さ(バイト単位)』を取得

【手順3】 主要ゲームメーカー9社（上場企業9社、スマートフォンゲームメーカーを除く）の発行者情報を整理。社名変更・合併をしている場合や、子会社の名称になっている場合があるため、ゲームメーカーグループごとに共通タグ（発行者オリジナルタグ）をつけた。

【手順4】 主要ゲームメーカー9社（オリジナルタグで補完後）の全体タイトル数・コミュニティ活性度（全タイトルのWikipediaの規模）を分析。メーカー別ゲームコミュニティパワーを可視化

エントリーに用いた外部データ（使用した場合のみ記載）

■作成したデータセット

タイトル：ゲームコミュニティパワー

URL：https://it-social.net/gamepower/madb_database.xlsx

■使用にした外部データ

タイトル：MediaWiki API

URL：<https://www.mediawiki.org/w/api.php>

新規性・社会的価値等のアピールポイント

● ゲームコミュニティをWikipediaで数値化

ゲームパッケージは普通、販売数の情報はありますが、そのゲームパッケージがどれほど長く遊ばれているかはよくわかりません。発売年数やゲームプラットフォームが異なるものを同一に比較することはできません。そこで、[Wikipediaの記事の規模](#)を間接的にゲームコミュニティの活性度として扱うことで、分析することができます。

Wikipediaのゲームタイトル記事の規模が大きいこと（バイト数が大きいこと）は、①ニュースになる話題がある、②キャラクターやアイテム・世界観の解説がある、③ゲーム以外のメディアとの連携がある。といった要素の可能性ががあります。なにより、④ウィキペディアンか、該当ゲームのファンによって、記事を執筆したいというモチベーションが形になっているので、コミュニティの活性度の指標としてよさそうです。

水平展開・発展可能性など今後の可能性

● ゲームコミュニティパワー発表

ゲームコミュニティパワー（= Wikipediaの規模）を調査したところ、タイトル別では、①ダンボール戦機、②ドラゴンボール、③とある科学の超電磁砲でした。テレビ番組やマンガでも展開されているものが上位を占める結果となりました。

ゲームメーカー別ゲームコミュニティパワーでは、①任天堂、②バンダイナムコ、③スクウェア・エニックスでした。タイトルを多く発売している企業が有利になるため、1本あたりの平均ゲームコミュニティパワーに変換して、順位を付けました。IPコンテンツを利用した事業展開が上手な企業が上位となった様子が見えてきます。

→ゲームコミュニティの数値化する指標として、用いることができそうです。

● Wikipediaの規模でコミュニティ分析

→実験的にゲームを題材にして分析してみましたが、ほかのメディア芸術でも使える方法と思います。