

YouTube のサムネイル動画による視聴選択の傾向に関する研究

A Study of Viewing Selection Trends by YouTube Thumbnail Videos

塚西世奈

指導教員 菊池司

東京工科大学 メディア学部 メディア学科 菊池研究室

キーワード : YouTube, Among Us, サムネイル, ラフ集合

1. はじめに

近年、スマートフォンなどのメディア媒体の普及により、手軽に動画を視聴することができる環境が生まれている。中でも YouTube は特に人気の動画共有サイトである。YouTube で動画選択をする際には必ずと言っていいほどサムネイル画像（以降サムネ）を見ているのではないだろうか。そこで、本実験では、YouTube のサムネのみを見てどの動画を選択するかを調査する。また、サムネの特徴によって、動画を選択している側にも傾向が生まれるのではないかと考えた。その傾向を調査するためにラフ集合を用いて調査を行う。

2. 関連研究について

調査を行う前に、関連研究について明記しておく。九州大学の佐藤氏の研究[1]によれば、YouTube の中の人気が高いジャンルにおいて、タイトルとサムネの影響力はサムネの方が大きいとされている。そして、文字の大きさや色よりサムネの背景画像の方がサムネを選択する際に大きな影響力があるとある。

しかし、この研究ではあくまでサムネの背景画像を見た際にとても印象がつくような実写の人が使われている。そこで今回私は、サムネの背景画像が似たようなものになってしまいうゲームジャンルに絞って調査をした場合はどのような違いが生まれるのかと考えた。

3. 対象

3.1 対象について

2 で述べたように、対象はゲームジャンルとする。そして、シンプルかつより投稿者によって個性が出やすいであろう『Among Us』というゲームを対象とした。さらに、今回は『Among Us』において人気の高い高田村と呼ばれる人たちのサムネを利用して実験を進めることにした。

3.2 Among Us

『Among Us』は、宇宙をテーマとした、いわゆる「人狼ゲーム」であり、プレイヤーはクルー（市民）とインポスター（人狼）の 2 つの役割に分けられる。クルーの目標は、インポスターの特定・追放、マップ上にあるタスク（壊れている船の修理や掃除、船内の調査など）を完了することである。一方のインポスターは、クルーがすべてのタスクを完了する前に、密かに妨害し、殺すことである。4 人から 15 人のプレイヤーでプレイ可能なマルチプレイヤーゲームであり、各ゲームでは、プレイヤーのうち 1 人から 3 人がランダムに選出されて「インポスター」となり、残りは「クルー」となる。

3.3 高田村

本研究においての対象である高田村とは、高田健志（ゲーム実況者）が主催となり火曜日～日曜日の 21 時より開催されている『Among Us』のコラボ配信の通称である。高田村にはゲーム実況者のみならず多くの配信者や活動者が参加している。

今回の調査では、この高田村で開催された PUS（パップアップストア）のメンバーとして選ばれていた、高田健志、しんたろー、なな湖、中野ある

ま、ふじみや、たけお、めーや、プテラたかはしの8人を対象とする。

4. サムネの特徴と要素

高田健志は文字に特徴があり、動画の内容がユーモアであればオレンジ色と黄色のグラデーション、強調したい単語は赤色、強調したい文章は851チカラヅヨクというフォントを使っている。

しんたろーはシンプルなサムネが特徴であり、大きく拡大したプレイ画面に茶色で囲われた黄色の文字を使用することが多い。

なな湖はそもそもとしてとても面白かった試合(いわゆるネタ回)の動画化を主としているため、凝ったイラストとそれに合った文字で動画の面白さを伝えている。

中野あるまは文字に特徴があり、特に印象に残りやすいのが黒と赤のグラデーションの源界明朝である。この文字は恐怖や不穏な印象を与えるような文章を入れたいときに使われている。

ふじみやは背景としているプレイ画像が目立つような文字の配置が多い。文章はプレイヤーを煽るようなものがく、「^ ^」や「ww」が入っている。

たけおは様々な表情のオリジナルキャラクターのイラストを挿入しているところが特徴である。プレイ画面よりも文字やイラストが目立つように強調されている。

めーやは赤色のコミックレゲエBというフォントを多用しているのが特徴である。画面の中央に視聴者に見せたいプレイ画面がくるようにしてあるのも特徴である。

プテラたかはしはイラストと吹き出しを使用していることが多いことが特徴である。単語のみということは少なく、文章を入れているか会話のような画像にしているのが特徴。

これらの特徴をまとめると、文字の大きさに特別特徴がないことが分かったため、研究の対象からは外して考える。要素として挙げられるのは、フォント、文字色、文章、単語、会話形式、イラスト、プレイ画面がメインとなっているかである。



図1. 高田村サムネ

5. ラフ集合を用いた調査

4で述べた要素を属性値とし、これを元に極小条件[2]を調査する。その後、極小条件をもとにサムネイルを制作し、アンケート調査を行う。アンケートの結果からサムネイルを選んだ人たちに共通する特徴があるのかを調べる。

これにより、どんな視聴者に向けて動画を制作したいかによってサムネイルに使う特徴を分けることができると考えたからである。

6. 今後の課題

今ははっきりとした属性値が見えてきた段階であり、ここから極小条件を導きアンケートを行わなければならぬため、今後の課題は多くある。YouTubeの動画選択とサムネの関係は非常に濃いものであり、動画投稿者のサムネ制作を支えるひとつとして情報の提供を行いたいと考えているため研究を続けていきたい。

7. 参考文献

[1] 佐藤亮介, 田村良一, 「YouTuberの動画における視聴者に選択されるサムネイル画像とタイトルの研究」, 日本感性工学会論文誌 Vol. 18 No. 1 pp. 139-145

[2] 森典彦, 森田小百合, 『人の考え方最も近いデータ解析法-ラフ集合が意思決定を支援する』, 海文堂