



プレスリリース

報道関係各位

2015年 4月9日(木)

キング・デジタル・エンターテインメント

初来日のCEOリカルド・ザッコーニが登場！日本における成功の秘訣とは？

King「新経済サミット2015」事後レポート

東京、2015年4月9日:カジュアルエンターテインメントカンパニーとして業界をリードし、世界中で人気の「キャンディークラッシュ」や「ファームヒーロー」を手がけるキング・デジタル・エンターテインメント(NYSE: KING、以降King)は、新経済サミット2015に参加し、初来日となるKing CEOリカルド・ザッコーニがセッション11「進化し続けるゲーム業界」に登壇いたしました。

【新経済サミット2015 セッション11 「進化し続けるゲーム業界」】

登壇者: King CEO リカルド・ザッコーニ

グリー株式会社 代表取締役会長兼社長 田中 良和

Rovio Entertainment Ltd. CEO ペッカ・ランタラ

モデレーター: Klab株式会社 代表取締役社長 真田 哲弥



セッションでは、スマホの普及に伴い年々拡大する日本のゲーム市場での成功の秘訣や、日本と海外におけるゲーム市場の違いなど、グローバルおよび日本のトップゲーム企業の代表によるディスカッションが繰り広げられました。

ザッコーニは、Kingが世界の中でも日本ゲーム市場を非常に重視しており、日本市場から学ぶことも非常に多いと語りました。日本はゲーム市場がもっとも進んでおり、プレイヤーの質も高く、若い男性をターゲットにしたゲームが数多く展開されているが、その市場背景ならば、自分たちのカジュアルゲームを提供することで、男性はもちろん、女性にも楽しんでもらえるかと確信したと話しました。

また、日本向けの施策として定期的なゲーム内イベント実施をあげ、これまでKingが行っていなかったことを日本市場から学び導入したことなどを述べました。ローカライズに関しても、単純な言語翻訳のみではなく、市場およびユーザーの特性に応じた対応の重要性を強調しました。さらに昨日App Apeより発表されたプレスリリースで、Kingが2015年2月のゲーム・アプリパブリッシャー別DAUにて、SNSアプリプラットフォームを所有するLINEを除き、ゲームデベロッパーとして1位になった旨を発表致しました。(*1) App Ape調べ(<http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000008.000005362.html>)

セッション後に行われた取材において、更にKingの日本市場に関する想いや考えについて触れました。日本のプレイヤーはとてゲームに詳しく、また洗練されていることを述べ、日本ならではのマーケティングをするためのローカルチームの役割の重要性を語りました。またこれからの展開について考えを求められると、挑戦し続けることが大事であり、更に高品質で幅広い世代に受け入れられるゲームを製作していくと意気込みを語りました。今後も新しい「Bite Size Brilliance」を皆様へご提供いたしますので、ご期待ください。

【King について】

キング・デジタル・エンターテインメント(NYSE:KING)は、モバイル業界をリードしているカジュアルエンターテインメントカンパニーです。2014年の第四四半期には、月間ユニークユーザー3.56億人のネットワークを誇り、195以上のオリジナル・コンテンツをking.com、royalgames.com、Facebook、モバイル配信(Apple App Store、Google Play Store、Amazon Appstore)など200カ国以上で展開しています。またストックホルム、ブカレスト、マルメ、ロンドン、バルセロナ、ベルリンおよびシンガポールにゲームスタジオを持ち、サンフランシスコ、マルタ、ソウル、東京および上海に拠点を構えています。(C) 2015 King.com Ltd.、King、King冠ロゴ、キャンディークラッシュ、キャンディークラッシュソーダとその関連マークはKing.com Ltdおよび関係企業の商標です。