

海外のお客様の満足度を 最大化するための取り組みとは？

～ウイニングイレブンシリーズにおけるアプローチ～

コナミデジタルエンタテインメント
寺田敏之

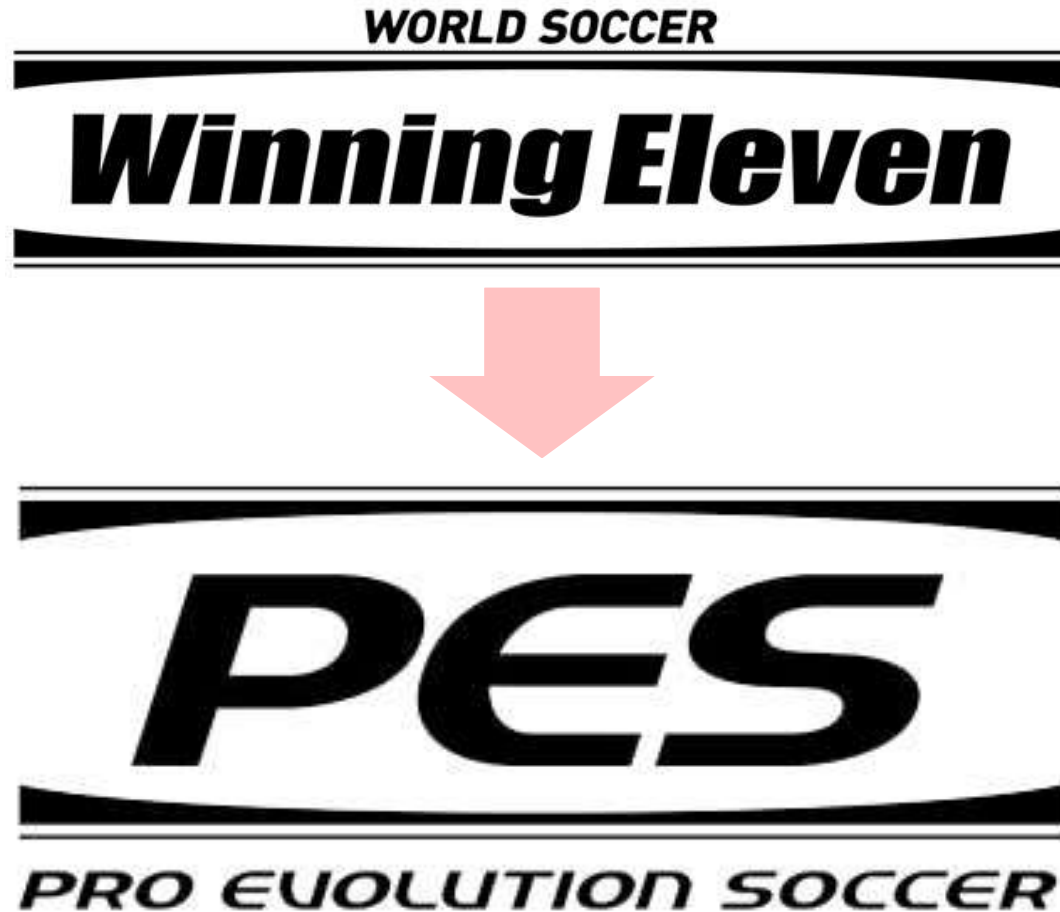
©2010 Konami Digital Entertainment

2010/9/1

海外のお客様の満足度を最大化する取り組み

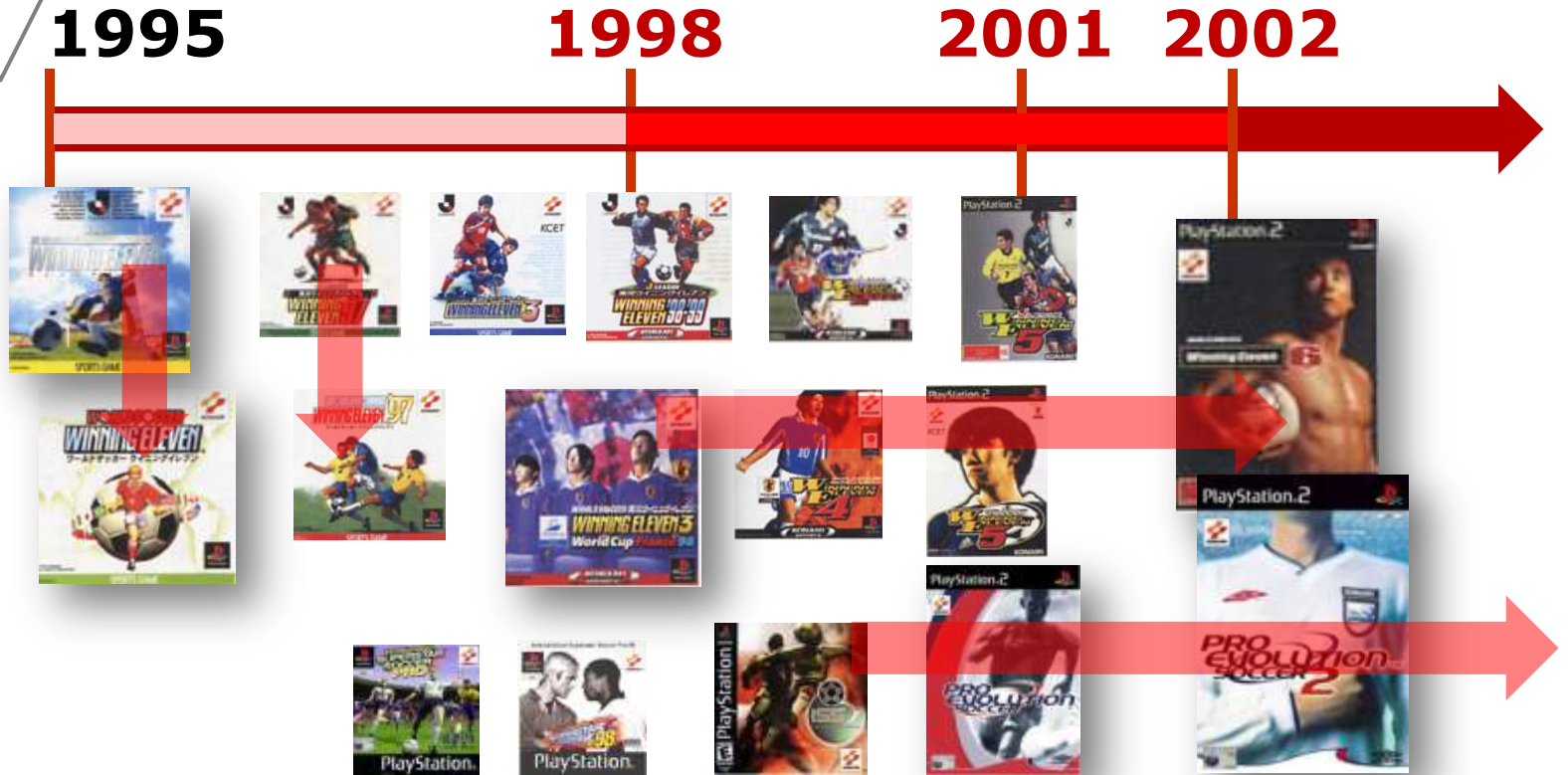
- ◆ WE are PES
- ◆ ウィイレの歩み
- ◆ 売り上げ推移
- ◆ シリーズ販売エリア
- ◆ うまくいったこと
- ◆ うまくいかなかったこと
- ◆ 世界で学んだこと

 WE are PES



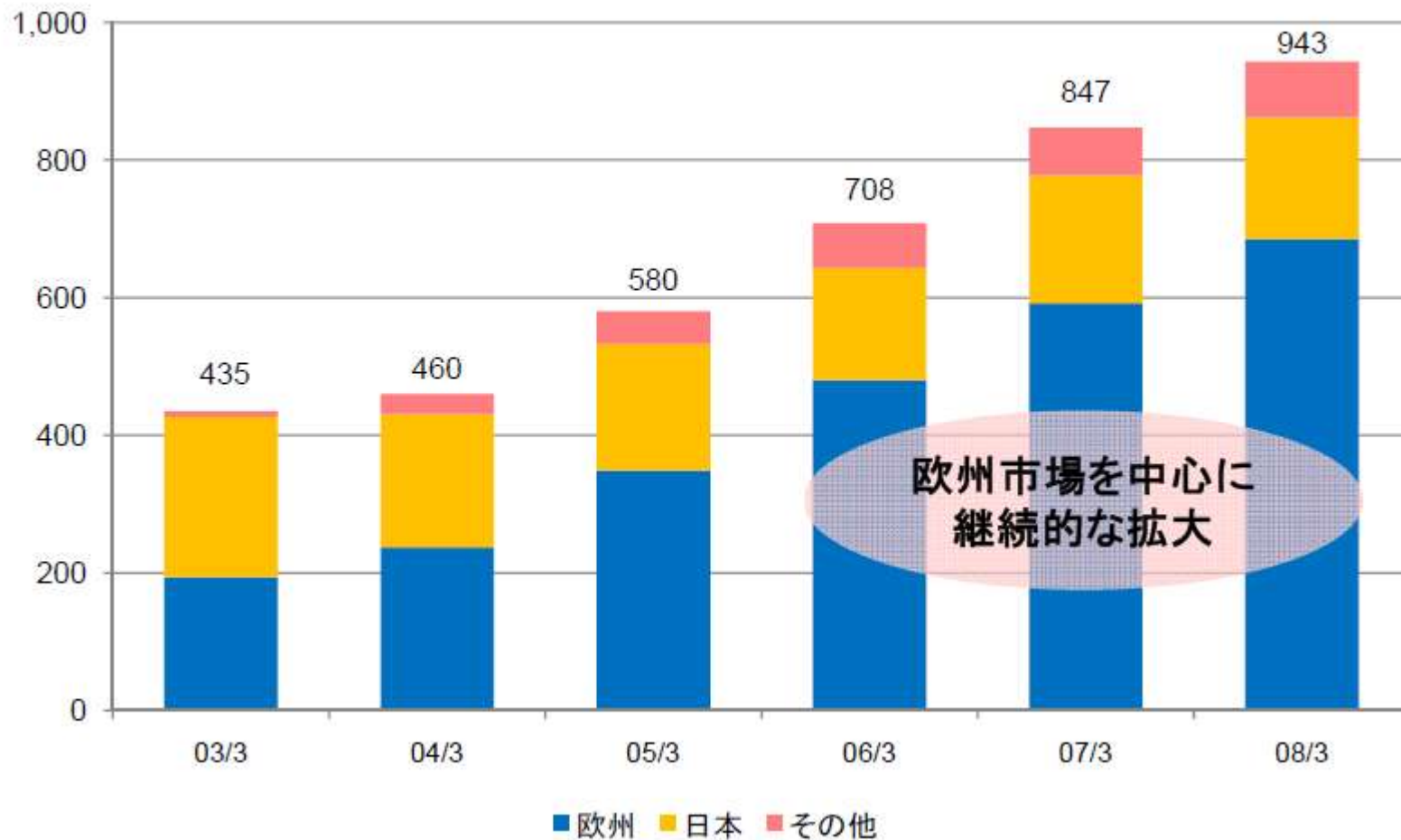
サッカー ウイイレの歩み

Jリーグ開幕
1993

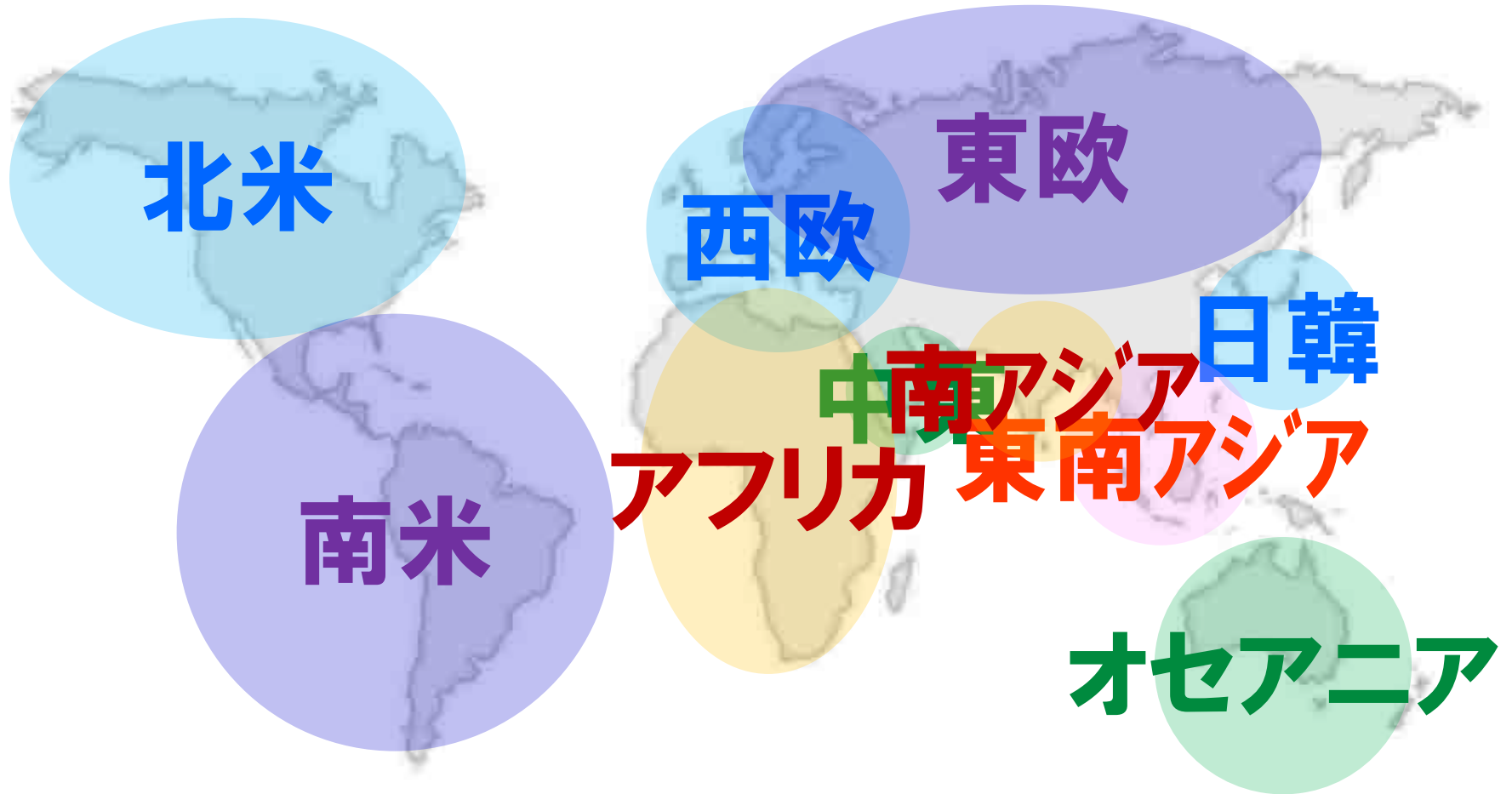


売上上げ推移

単位:万本



👑 シリーズ販売エリア



対応言語

- 日本語
- 韓国語
- 中国語
- 米語
- メキシカンスペイン語
- ブラジリアンポルトガル語
- ロシア語
- オランダ語
- スウェーデン語
- 英語
- フランス語
- ドイツ語
- イタリア語
- スペイン語
- ギリシャ語
- トルコ語

成功 『Made in JAPAN』

- 日本人ならではのゲームづくり
- 気配り
- 作り込み
- 工夫

 うまくいかなかったこと

失敗 『Misunderstanding』

- ▲ ゲームに求めるもの
- ▲ サッカーはただのスポーツではない
- ▲ ヨーロッパとUK
- ▲ フットボールカルチャー
- ▲ 本物っぽい

うまくいかなかったこと

失敗：その他いろいろ

- ▲ 初心者のために
- ▲ スペインといえは？
- ▲ 日本語ベース
- ▲ 言語のデバッグ
- ▲ ライセンス

 海外で愛されるために

『Misunderstanding』しない

- ◆ 面白いゲームってなんだ
- ◆ リアリティとは
- ◆ ローカライズ？
- ◆ AWAYかHOMEか

日本のサッカーは
日本人の特徴を活かしたうえで
海外の良さを取り入れ
独自のスタイルを築くべきである

『満足していただくために』

Listening

Learning

Improving

声を聞き
声に応える

 『PES2011』

最新作
『PES2011』

欧州：9月発売予定



ありがとうございました