CAPCOM



Captivating a Connected World

カプコン統合報告書
2019

証券コード 9697

グローバルブランドの更なる躍進を目指す

『モンスターハンターワールド:アイスボーン』

2018年1月に発売した『モンスターハンター:ワールド(以下MH:W)』は、
当社の成長戦略における要である「グローバル化」および「デジタル化」に成功したことで
グローバル出荷本数1,240万本を達成、カプコン史上最大のヒット作となりました。
2020年3月期に投入される『モンスターハンターワールド:アイスボーン(以下MHW:I)』でも
この2つの施策を展開することで、さらなるファン層の拡大を目指します。

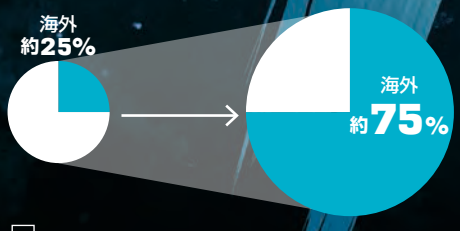
※カプコン統合報告書2018 P35参照

飛躍の鍵となった2つの施策

1 グローバル化

12ヵ国語対応、世界同日発売で、グローバルユーザーを拡大

『MH:W』は従来シリーズでは 25% 程度であった海外販売比率を約 60%にまで引き上げるなど、「モンスターハンター」をグローバルブランドに引き上げました。今作でもグローバル同日発売、12 ヵ国語対応等により、グローバルユーザーの固定化を図ります。



Globalization

2 デジタル化

販売とマーケティングのメインチャネルをオンラインに

『MHW:I』は主にデジタル版の販売を想定しています。これまでに蓄積したデジタルマーケティングデータを活用しながら収益の最大化を図ると同時に、ユーザーの購買動向を分析し、今後のデジタル販売に活用していきます。



Digitalization

カプコン統合報告書

2019

価値創造ストーリー

05 価値創造の歴史
07 価値創造モデル
09 主な知的資産(IP)
11 IPの有効活用
13 財務ハイライト
15 ESGハイライト
17 事業セグメント別ハイライト
19 中長期ビジョン

中長期の成長戦略

21 CEOコミットメント
31 COOが語る成長戦略
36 ヒット事例の分析
39 CFOが語る財務戦略

最新クリエイティブレポート

41 開発トップが語る開発戦略
43 『モンスターハンターワールド:アイスボーン』
45 「eスポーツ」

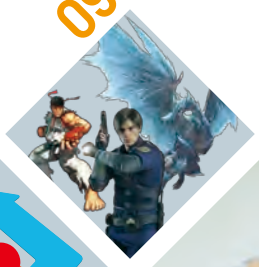
持続的成長の基盤(ESG)

47 社会とカプコン
52 環境とカプコン
53 コーポレート・ガバナンス
53 役員紹介
56 カプコンのガバナンスの特長
57 コーポレート・ガバナンスの体制と取り組み
63 社外取締役メッセージ
67 リスクマネジメント

財務分析・企業情報

69 ゲーム業界と当社の特性
71 マーケット分析
73 連結財務指標11年間サマリー
75 財務の状況
79 セグメント情報
84 株式情報
85 会社概要















企業理念

遊文化をクリエイトする感性開発企業・カプコン

当社は、ゲームというエンターテインメントを通じて「遊文化」をクリエイトし、
人々に「笑顔」や「感動」を与える「感性開発企業」を基本理念としています。
1983年の創業以来、世界有数のソフト開発力を強みとして多くの作品を展開してきました。
キャラクターやストーリー、世界観、音楽など、多彩な要素の一つひとつが
クリエイティビティの高い芸術作品であるゲームコンテンツは、
心豊かな社会づくりを支援するとともに多彩なメディアにも活用されています。
当社は今後も世界一面白いコンテンツで社会や人々を
幸せにできる企業となることを目指します。

編集方針

当社の「統合報告書」は、株主・投資家ならびにステークホルダーの皆様に、中長期的な企業価値向上に向けた取り組みをお伝えし、更なる対話のきっかけになることを目指して発行しています。また、シンプルでわかりやすい表現を目指し、重要な項目について視覚的に内容が理解できるよう趣向を凝らしています。なお、詳細な内容は当社WEBサイトでご覧いただけます。

報告期間・範囲

報告対象期間は、2019年3月期（2018年4月1日～2019年3月31日）です。ただし、必要に応じて当期間の前後についても言及しています。データの集計範囲（バウンダリー）は、とくに記載しているものを除いて、全て連結決算対象範囲です。

目的別検索用インデックス

外部環境がわかる P69、P71-72

経営者の考えがわかる P21-30、P31-38、P39-40、P41-42

成長戦略がわかる P19-20、P25-27、P31-38

業績と財務状況がわかる P13-14、P39-40、P73-83

事業内容がわかる P07-08、P11-12、P17-18、P70、P79-83

ステークホルダーとの関係がわかる P15-16、P47-51

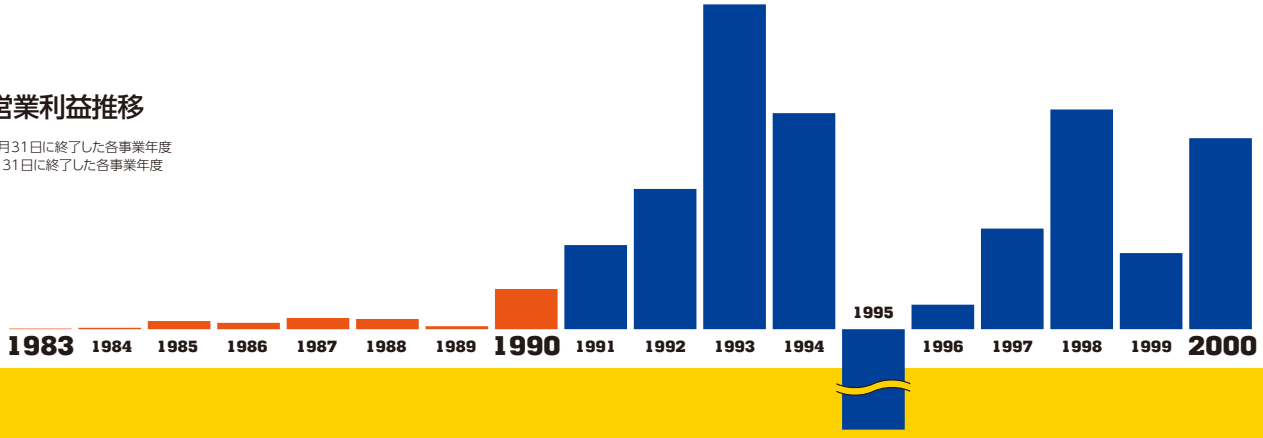
自社・市場分析 P36、P69-72

世界有数の開発力がわかる P41-42、P43-46

日本で、世界で、遊文化をクリエイト

カプコンの営業利益推移

注）1983～1988：12月31日に終了した各事業年度
1989～2019：3月31日に終了した各事業年度



創成期

1983年、大阪市に株式会社カプコンを創業。同年、「ファミリーコンピュータ」が登場したが、業務用レベルの高品質なコンテンツ開発が困難だったため、カプコンは独自のハイスペック基板「CPシステム」を用い業務用ゲームの開発・販売を中心に事業を展開。

大ヒットによる事業拡大

90年代に「スーパーファミコン」が登場すると、カプコンも家庭用ソフト開発に本格参入。業務用ゲーム開発のノウハウを活かし多数のヒット作を生み出した。94年には『ストリートファイター』のハリウッド映画化やアニメ映画化など、ワンコンテンツ・マルチユース戦略が本格化。

作品の歴史

1983
開発第1号機（メダル）
『リトルリーグ』を発売。





1984
業務用ビデオゲーム
第1弾『バルガス』を発売。

1985
家庭用テレビゲーム第1弾、
「ファミリーコンピュータ」向けソフト
『1942』を発売。

1987
「ファミリーコンピュータ」向けソフト
『ロックマン』を発売。



1992
「スーパーファミコン」用ソフト
『ストリートファイターII』を発売。

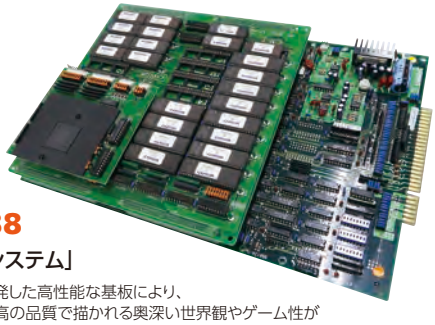


1993
「スーパーファミコン」用ソフト
『ブレス オブ ファイア』を発売。

1996
「プレイステーション」用ソフト
『バイオハザード』を発売。
記録的なロングセラーで
サバイバルホラージャンルを確立。



カプコンと遊文化



1988
「CPシステム」
独自開発した高性能な基板により、
世界最高の品質で描かれる奥深い世界観やゲーム性が
ユーザーを魅了し、以降業務用、家庭用の両領域でヒットを連発。

1991
『ストリートファイター II』が大ヒット
全国のゲームセンターで大ブームを引き起こし、
対戦格闘ジャンルを確立。
1992年には、eスポーツの先駆けとも呼べる
全国大会を両国国技館で開催。



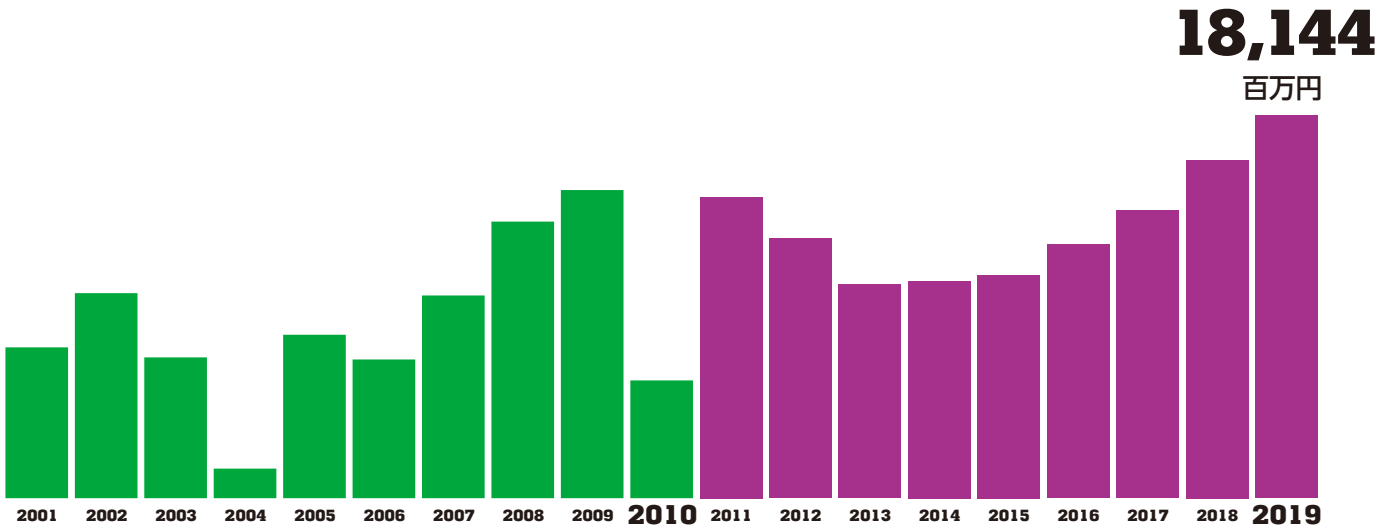




© CAPCOM, Shogakukan, ShoPro, TV Tokyo 2002

© 2002 CONSTANTIN FILM PRODUCTION GMBH ／ NEW LEGACY FILM LTD.

2002
自社コンテンツのマルチユースを本格化
「バイオハザード」のハリウッド映画化をはじめ、子供向けには「ロックマンエグゼ」をTVアニメ・映画化することで、ゲーム発コンテンツのブランド化を推進。



欧米でのシェア拡大

2000年に株式を東京証券取引所市場第一部に上場。2000年代には海外で人気を博すコンテンツが次々と誕生。ハリウッド映画『バイオハザード』が全世界で1億200万米ドルの興行収入を達成し、現在まで6作続くヒットシリーズになるなど、カプコンブランドが海外へ浸透した。

2001

『鬼武者』を発売。
「プレイステーション 2」用ソフトとして、初の国内100万本販売を達成。

「プレイステーション 2」用ソフト『デビル メイ クライ』を発売。





2005

「プレイステーション 2」用ソフト『戦国BASARA』を発売。



2006

「Xbox 360」用ソフト『デッドライジング』を発売。
新型ゲーム機での新作としては異例のミリオンセールスに。



デジタル・グローバル化

ゲーム機の本格的なインターネット機能搭載およびPCを通じたゲームプレイの一般化により、ゲーム市場が一部の先進国だけでなく、グローバルへ拡大した。カプコンは、過去作の現行機移植やカタログタイトルの継続販売など、早期からデジタル販売への対応を進めた結果、営業利益率、海外販売本数比率が右肩上がりに上昇している。

2012

『ドラゴンズドグマ』を発売。



2017

『バイオハザード7 レジデント イービル』を発売。

2018

『モンスターハンター:ワールド』を発売。約1ヵ月で、カプコン史上最高となる750万本を販売。



2019

『バイオハザード RE:2』、『デビル メイ クライ 5』を発売。
グローバルで高い存在感を発揮。

2007

「協力プレイ」がゲームのスタンダードに

『モンスターハンターポータブル2nd』がシリーズ初の100万本を突破。
ハードを持ち寄って協力して遊ぶ「モンハン現象」を引き起こした。



2013

SNSを用いた、ユーザー発のムーブメント

「ストリートファイター」シリーズに登場する必殺技「波動拳」をまね、写真を撮ってSNSで公開する「ハドウケニング」が世界でブームに。



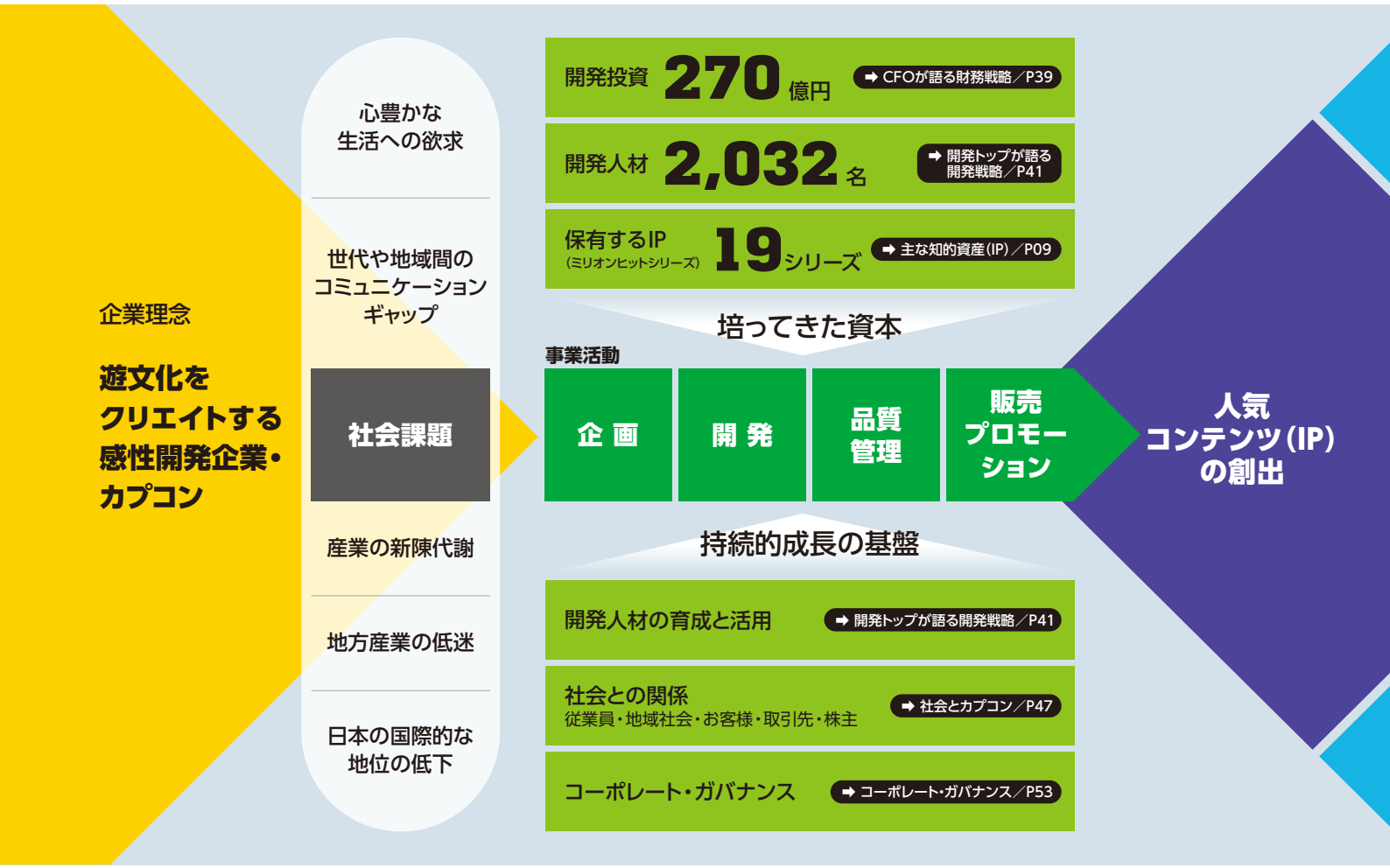
2018

新たなエンターテインメント、eスポーツへの本格対応

2018年より専門部署を設置し、プロ向け、アマ向けの大会をそれぞれ新規に立ち上げるなど、eスポーツの普及を推進。

独自コンテンツの創出を起点に笑顔や感動を提供し、社会課題を解決します

当社は、企業理念のもと、「培ってきた資本」と「持続的な成長基盤」を活用し、事業活動を通じて独自の人気コンテンツ(IP)を創出しています。
さらに、そのIPを様々な分野に展開することで、事業を拡大させています。
これらの活動を通じて財務・非財務価値、言い換えればゲームによってもたらされる幸せを提供することで、社会課題の解決にも貢献しています。



カプコンの強み

開発力

2,000名以上の自社開発者が、世界最先端の開発設備や技術を活用し、世界トップレベルのクオリティを目指して、日々ゲーム制作にあたっています。

➡ 開発トップが語る開発戦略／P41

知的財産(IP)

創業以来、世界中で愛され続ける多数の人気コンテンツ(IP)を創出してきました。これらのIPは国内のみならず、海外でも多数のファンを獲得しています。

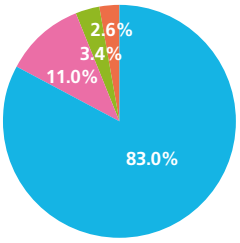
➡ 主な知的資産(IP)／ P09

ワンコンテンツ・マルチユース

各IPを、映画や舞台など様々なメディアに展開することで、事業ポートフォリオを多様化し、収益向上とリスク分散を図っています。

➡ IPの有効活用／P11

事業セグメント売上比率 (%)



- デジタルコンテンツ事業 …… 83.0%
- アミューズメント施設事業 …… 11.0%
- アミューズメント機器事業 …… 3.4%
- その他事業 …… 2.6%

2019年3月期

➡ セグメント情報／P79

- 年間ゲーム販売本数 **2,530** 万本 ➡P09
- 教育支援活動 **29** 回 ➡P50
- シニアツアー累計参加者 **2,463** 名 ➡P48

非財務のOUTPUT

- 新卒採用 **134** 名 ➡P42
- 自治体等への協力 **3** 件 ➡P49
- ハリウッド映画化発表 **2** 件

社会的価値

- 健全なゲーム文化の提供
- コミュニケーションを活性化
- ゲーム市場発のイノベーション
- 地方創生に貢献
- 日本への信頼や好意の獲得



出前授業による教育支援
➡P50



主力ブランドによる防犯啓発への協力
➡P49

人気コンテンツ（IP）を基盤に ミリオンタイトルを安定して輩出

当社は創業以来36年間、常に新しいことに取り組むチャレンジ精神で、多数の人気コンテンツ（IP）を創出してきました。
これらのIPは国内のみならず、海外でも多数のファンを獲得しています。



累計ミリオン
タイトル
12作品

「ストリートファイター」
シリーズ

累計販売本数
4,200万本
（2019年3月末現在）



BIOHAZARD RE:2

「バイオハザード」
シリーズ

累計販売本数
9,100万本
（2019年3月末現在）

KPI
（2019年3月期）

ミリオンタイトル数
累計**89**作品

販売本数
2,530万本



累計ミリオンタイトル
11作品

「モンスターハンター」シリーズ

累計販売本数
5,400万本
(2019年3月末現在)

MONSTER HUNTER WORLD ICEBORNE

累計ミリオンタイトル
5作品

当年度のヒット作

『デビル メイ クライ 5』
210万本



『バイオハザード RE:2』
420万本





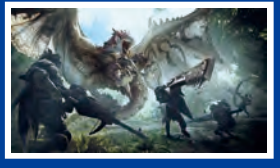
「ロックマン」シリーズ

累計販売本数
3,500万本
(2019年3月末現在)

ROCKMAN 11 運命の歯車!!

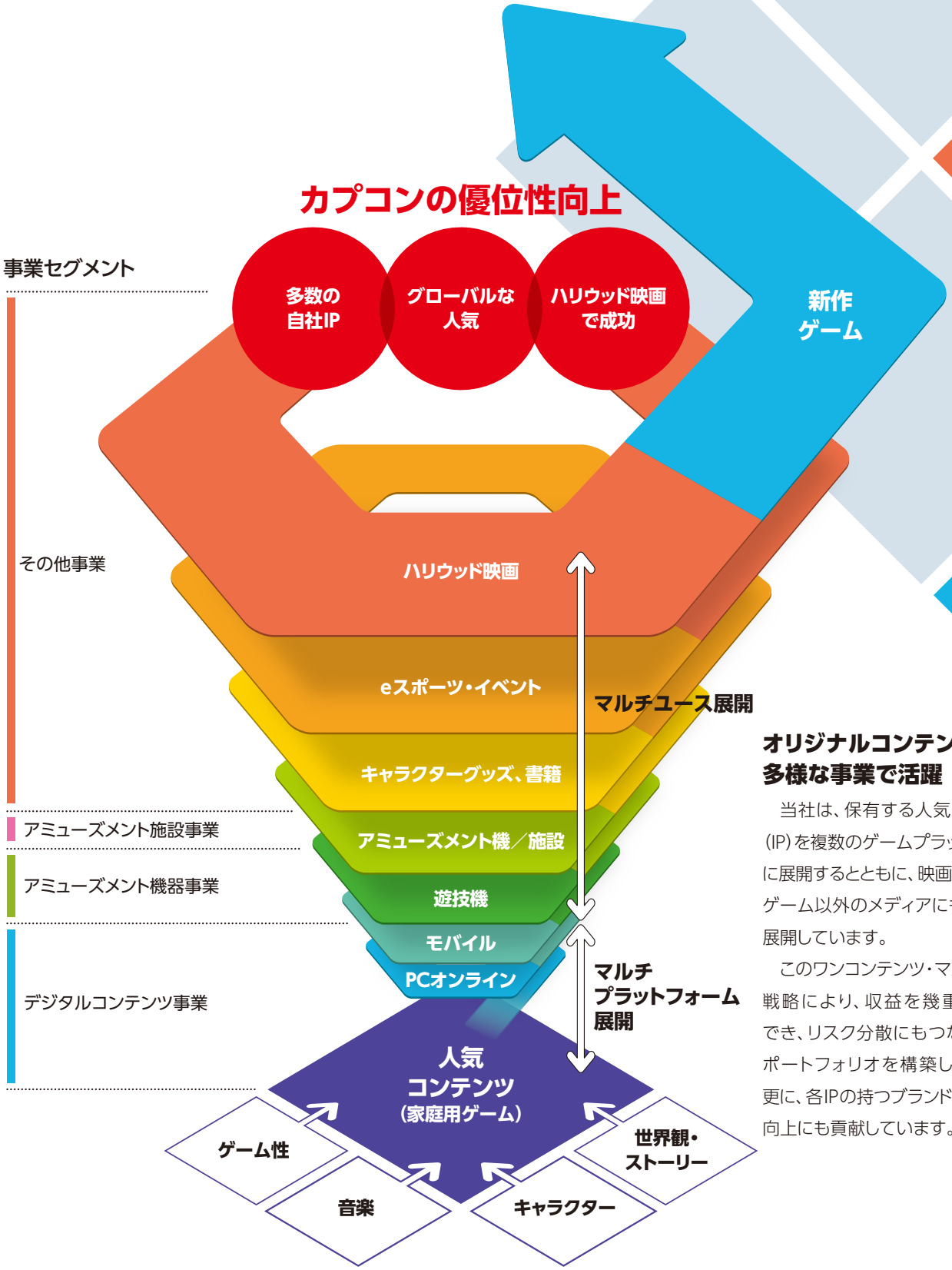
累計ミリオンタイトル
27作品

『モンスターハンター:ワールド』(リピート)
450万本



ワンコンテンツ・マルチユース戦略で収益拡大とブランド価値向上を実現

当社の人気コンテンツ(IP)を最大限に活用するワンコンテンツ・マルチユース戦略。
これにより、収益向上とリスク分散を両立させる事業ポートフォリオを構築しています。



オリジナルコンテンツが多様な事業で活躍

当社は、保有する人気コンテンツ(IP)を複数のゲームプラットフォームに展開するとともに、映画や舞台などゲーム以外のメディアにも積極的に展開しています。

このワンコンテンツ・マルチユース戦略により、収益を幾重にも享受でき、リスク分散にもつながる事業ポートフォリオを構築しています。更に、各IPの持つブランド力の更なる向上にも貢献しています。

ブランド力の更なる向上


ウエディング


オーケストラコンサート


ハリウッド映画
© CONSTANTIN FILM Production Services GmbH photo by: Coco Van Oppens


書籍

より幅広い層への訴求

ライトユーザーの取り込み


モバイルゲーム


アトラクション

パチスロ機




家庭用ゲーム


カフェ

近接事業へ展開


アミューズメント機


「モンスターハンター」シリーズ

ワンコンテンツ・マルチユース

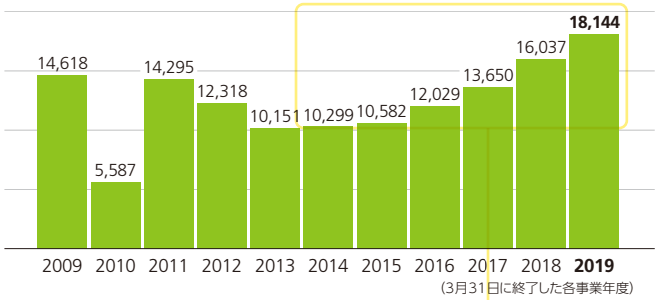
財務ハイライト

営業利益・営業利益率

営業利益(百万円)

18,144 百万円

13.1% UP

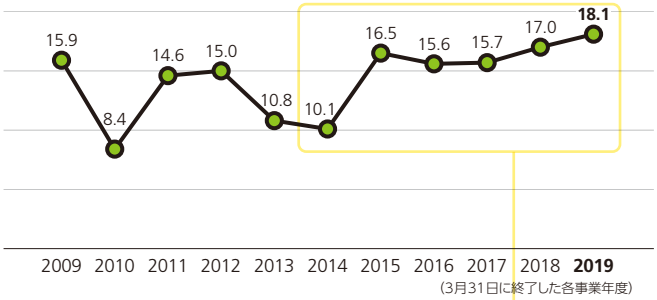


(3月31日に終了した各事業年度)

営業利益率(%)

18.1%

1.1point UP



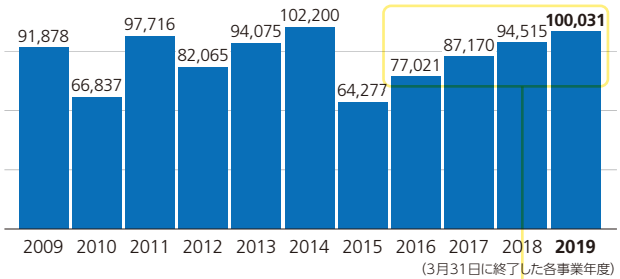
(3月31日に終了した各事業年度)

2010年3月期は大型タイトルの発売延期や海外向けの一部タイトルの計画未達等により一時的に減益となりました。しかし、2011年3月期に開発投資の効率化を目指した収益構造の改革を進め、2013年3月期からは市場の急激な変化に対応すべく、デジタル販売の強化や内作への移行による事業再編を進めました。2014年3月期までは改革途上のため伸び悩みましたが、2014年3月期以降はコンシューマにおいて、収益性の高いデジタル販売比率の向上などにより、6期連続の営業増益を達成。2019年3月期は、大型新作のヒット、リピート販売の積み上げにより2期連続で営業最高益を更新しました。

売上高(百万円)

100,031 百万円

5.8% UP



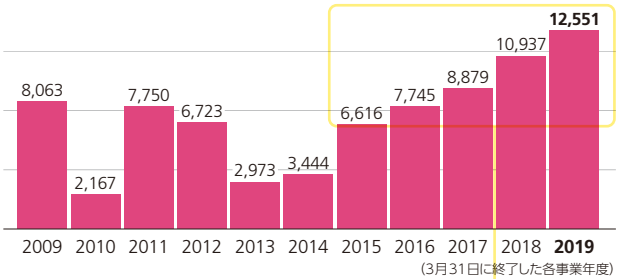
(3月31日に終了した各事業年度)

2010年3月期および2012年3月期はタイトルの発売延期等により減収となりましたが、その後コンシューマの構造改革を進めた結果、2014年3月期に初の売上高1,000億円を達成しました。2015年3月期はパチスロ機の投入延期等により大幅な減収となりましたが、2016年3月期以降はコンシューマで大型タイトルを安定して投入したことで4期連続の増収となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)

12,551 百万円

14.8% UP



(3月31日に終了した各事業年度)

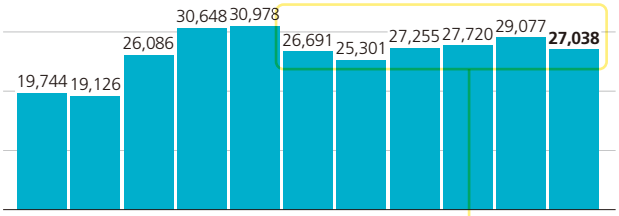
2010年、2013年、2014年の各3月期は、主に①アミューズメント機器事業の構造改革、②コンシューマのデジタル販売強化に伴う開発体制変更、③モバイルの運営強化に伴う組織統合による事業再編損や事業構造改善費用などを特別損失として計上したことで低調に推移しました。2015年3月期以降は、構造改革の成果が顕在化し始め、6期連続の増益となりました。

➡詳細はP39-40「CFOが語る財務戦略」、
P73-74「連結財務指標11年サマリー」参照

開発投資額(百万円)

27,038百万円

7.0% DOWN



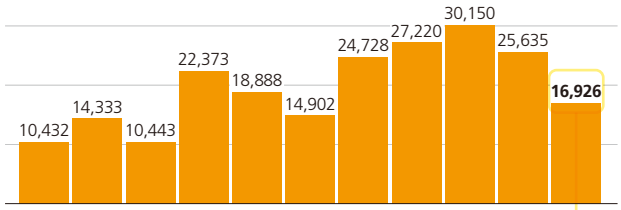
(3月31日に終了した各事業年度)

独創的で斬新なコンテンツの創出が成長の源泉であるため、開発投資額の約9割をデジタルコンテンツ事業に充てています。家庭用ゲームでは近年、機器の高性能化に伴い開発費が増加傾向にありますが、人員稼働率の向上により開発を効率化しています。近年はパイプライン拡充のため増加傾向にあり、今後も300億円前後で推移する見通しです。

ゲームソフト仕掛品残高(百万円)

16,926百万円

34.0% DOWN



(3月31日に終了した各事業年度)

2011年3月期および2014年3月期は、大型タイトルの発売等により減少しましたが、2015年3月期以降は、パイプラインの拡充および高機能な新世代機の発売により増加傾向にあります。2019年3月期については『バイオハザード RE:2』や『デビル メイ クライ 5』といった大型タイトルの発売に加え、海外拠点の閉鎖や評価見直し等により大きく減少しました。

1株当たり配当額・配当性向

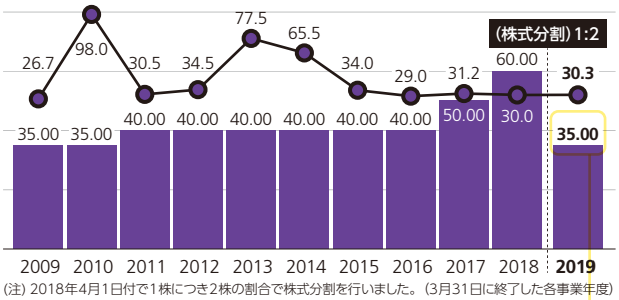
■1株当たり配当額(円)　●配当性向(%)

35.0円

16.7% UP

30.3%

0.3point UP



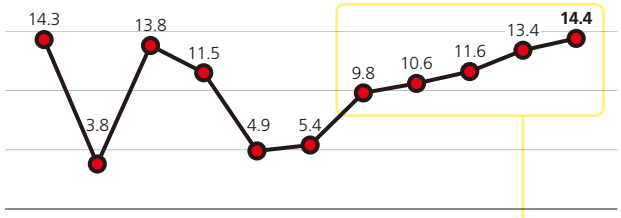
(注) 2018年4月1日付で1株につき2株の割合で株式分割を行いました。(3月31日に終了した各事業年度)
2018年3月期以前の配当金については分割前の株式に対する配当金を記載しています。

安定配当の継続を基本方針としつつ、2009年3月期および2011年3月期は業績向上に伴い5円ずつ増配しました。2017年3月期からは、「連結配当性向30%を基本方針として、かつ安定配当に努めること」に変更、その結果、2019年3月期は株式分割の影響により数字の上では減配ですが、実質的な増配および上場以来29年連続配当を達成しました。

株主資本利益率(ROE)(%)

14.4%

1.0point UP



(3月31日に終了した各事業年度)

2007年3月期から2009年3月期は、純資産額が増大したものの、当期純利益の安定成長により14%前後で推移しました。2010年、2013年、2014年の各3月期は、事業再編損や事業構造改善費用など特別損失の計上による当期純利益の減少のため、数値が低下しています。2015年3月期以降は特別損失の解消や収益性の向上に伴う増益により改善傾向にあります。

ESGハイライト

ゲームと社会とのよりよい関係を目指して

eスポーツの世界的な盛り上がりやWHOによるゲーム障害の国際疾病認定など、近年ではゲームは単なるエンターテインメントの枠を超え、正にも負にも社会的に大きな影響をもたらすコンテンツとして認知されています。当社は、ゲームメーカーならではの視点からステークホルダーとの健全な関係を構築すると同時に、事業活動を通じて、世界で活躍できる人材の育成や先端技術による新たな市場を創出し、社会的・経済的価値を生み出すことが、企業としての持続的な成長に繋がると考えています。

また、「持続可能な開発目標」(SDGs)※の「すべての文化・文明は持続可能な開発に貢献する」という考えと、当社の企業理念にある「ゲームというエンターテインメントを通じて遊文化をクリエイトし、人々に笑顔や感動を与える」という考えは近しい理念であると認識しています。そこで当社は持続的な経済成長および持続可能な社会との両立のため、ESGにおいて4つのマテリアリティ(重要課題)を選出しました。成長戦略の推進とともに、これらのマテリアリティに確実に対応することで、持続可能な社会づくりへ貢献していきます。

※150を超える国連加盟国によって採択された、貧困を撲滅し、持続可能な世界を実現するため、世界で優先的に解決すべき17の目標。詳細は国際連合広報センターのホームページ参照。
https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/

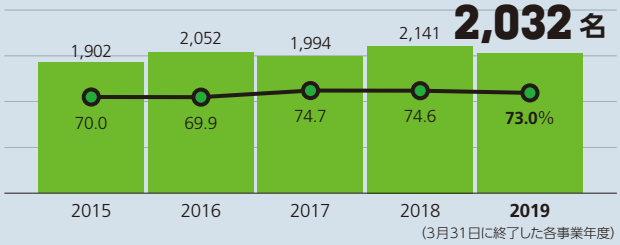


マテリアリティ(重要課題)

8 働きがいも経済成長も

重要課題 1 人材の確保・育成

KPI コンテンツ開発者数 (名)・内作比率 (%)



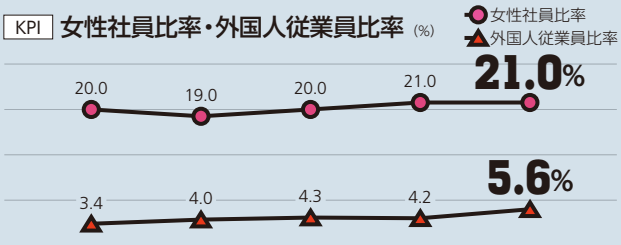
(3月31日に終了した各事業年度)

当社では、「世界一面白いゲームを作る」という理念のもと優秀な開発者の確保・育成に努めています。2019年3月期はカナダの開発拠点を閉鎖したため一時的に減少していますが、この10年間で開発者数は約3倍の規模に伸長しています。新卒を3年で一人前にする育成の仕組みや、若手・中堅の重要タイトルへの抜擢、作りたいものが作れる環境の確保など、社員の開発スキルやモチベーションの向上を図っています。

5 ジェンダー平等を実現しよう

重要課題 2 ダイバーシティの推進

KPI 女性社員比率・外国人従業員比率 (%)



(3月31日に終了した各事業年度)

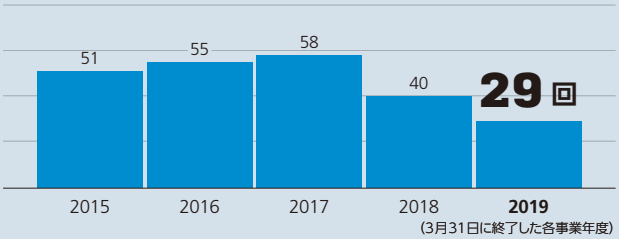
ゲームユーザーのグローバル化に伴い、トップクラスのゲームを開発するには、多様な思考を持った人材を揃えることが重要な要素の一つです。そのため、当社ではダイバーシティの推進、とりわけ女性や外国人が活躍できる環境を整えており、新規IPの創出や異色のコラボレーションの実現に繋がっています。

ESGの取り組みと課題一覧

	取り組み	事業・経営への寄与	今後の課題
E Environmental 環境	●LED照明への切り替えによるCO_2削減 ●環境に配慮した新ビル建設 ●同業他社との物流ネットワーク共有による資源および排出ガスの削減 ●説明書の電子化による紙資源の削減 ●デジタル販売推進による資源の削減	●コスト削減(電気使用量低下、物流費用の削減)	●リノベーションによる既存建物の省エネ化 ●アミューズメント施設運営における更なる省エネ化
S Social 社会	**従業員との関係** ●外国人の積極採用 ●女性管理職の増加 ●安全衛生委員会の開催 ●社員研修の実施 ●裁量労働制の導入	●多様な価値観を基にしたゲーム作りにより、グローバルでの支持拡大 ●優秀なクリエイターの確保 ●クリエイターの生産性の向上 ●遵法精神の醸成	●女性管理職比率の増加 ●グローバル人材の採用強化
	お客様との関係 ●CEROレーティングの遵守 ●業界団体によるガイドラインの制定 ●eスポーツ普及促進による、ユーザーコミュニティの構築支援 ●ゲーム内課金を煽らないマネタイズ	●安心して遊べる環境づくりによる顧客満足度の向上 ●ゲームによる社会的リスクを低減	●メーカー、ユーザー、消費者団体、行政等への啓蒙
	地域社会との関係 ●子供達を対象にした「企業訪問」受け入れ／「出前授業」の実施 ●自社コンテンツを活用した地方創生 ●ゲームセンター体験ツアーの実施など、シニア世代のコミュニティ形成を支援	●企業およびIPの知名度向上による収益機会の拡大	●自社コンテンツを活用した地域創生の更なる推進
G Governance コーポレート・ガバナンス	●株主との対話の増加 ●監査等委員会設置会社への移行 ●社外取締役比率の向上 ●指名・報酬委員会(任意)の設置	●財務・非財務両面での適正な企業価値評価 ●経営監視機能の強化による経営判断リスクの回避 ●多様な意見を取締役会に反映することによる成長戦略の妥当性確保 ●創業者が持つ経営ノウハウの継承	●開発責任者による市場との対話の機会増加 ●監査等委員会設置会社制度の有効な運用 ●取締役会の実効性評価と活用 ●中長期の持続的成長に向けた、開発者の報酬設定

重要課題 3 社会との健全な関係構築

KPI 教育支援実施回数 (回)

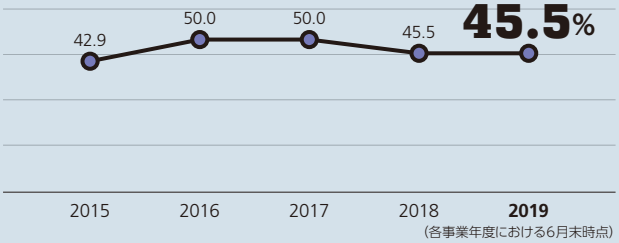


(3月31日に終了した各事業年度)

古くは「ゲーム脳」のように、ゲーム分野は学術的研究の歴史が浅く、教育的側面よりも悪影響論が根強く議論を呼んでいます。また、近年ではWHOによる疾病認定も課題になっています。確かに、ゲームばかりしていては生活に支障が生じますが、ゲームを通じて実生活では得られない経験を得ることも可能です。当社ではゲームに対する社会的理解を促したいとの考えから、小中学校を中心に出前授業や、生徒による企業訪問の受け入れを展開しています。

重要課題 4 コーポレート・ガバナンスの充実

KPI 社外取締役比率 (%)



(各事業年度における6月末時点)

一般的にオーナー企業は、迅速な意思決定や柔軟性に優れる一方、次代への継承が懸念点として挙げられます。そこで当社では、「経営の透明化・見える化」を目指し、任意の指名・報酬委員会の設置等、諸種のガバナンス改革を実施してきました。社外取締役を積極的に登用しており、現在、全取締役に占める社外比率は45.5%となっています。

事業活動の成果

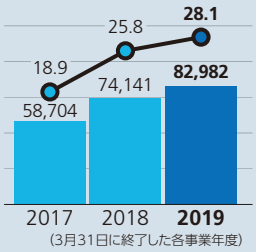
	事業内容	当期の概況
	**デジタルコンテンツ事業** 家庭用ゲーム機向けパッケージソフトとダウンロードコンテンツ(DLC)の開発・販売、モバイルコンテンツおよびPCオンラインゲームの開発・運営を行っています。コンシューマゲームでは、アクションやアドベンチャーを中心に独創的なオリジナルコンテンツを生み出し、これら多くのミリオンタイトルをスマートフォン・タブレット型端末やPCオンラインで活用し、全世界に配信することで収益の最大化を図っています。	**コンシューマ(パッケージ+DLC)** ◆『バイオハザード RE:2』および『デビル メイ クライ 5』の両大型新作が好調に進捗 ◆『モンスターハンター:ワールド』のリピート販売およびPC版が堅調に推移 ◆移植などの中小型タイトルが底堅く進捗 **モバイルコンテンツ** ◆『BLACK COMMAND』、『囚われのパルマ Refrain』の配信を開始
	**アミューズメント施設事業** 国内でアミューズメント施設「プラサカプコン」を中心に運営しています。主に大型複合商業施設に出店し、各種イベントを開催してファミリー層や女性層を集客するとともに、スクラップ&ビルドの徹底による効率的な店舗運営を実践しています。	◆オンラインクレーンゲームのサービス開始や中高年者を対象にした「ゲーム無料体験ツアー」の実施など、新規顧客の開拓に注力 ◆大型店舗「プラサカプコン 広島店」をオープン ◆2店舗を出店、1店舗を閉鎖 ◆既存店の売上対前年比は102%
	**アミューズメント機器事業** 家庭用ゲームのコンテンツを活用するビジネスを展開しています。パチンコ&パチスロ(PS)事業では、遊技機向け筐体および液晶表示基板、ソフトウェアを開発・製造・販売。業務用機器販売事業では、アミューズメント施設向けに業務用ゲーム機器を開発・製造・販売しています。	◆PSでは5機種計7.8千台を販売 ◆型式試験方法変更の影響による市況軟化を受け軟調に推移 ◆業務用機器販売では、前期投入商材を引き続き販売
	**その他事業** ゲームコンテンツを多メディアに展開するワンコンテンツ・マルチユース戦略に基づき、多彩な版権ビジネスを推進しています。映画化やアニメ化、音楽CD・キャラクターグッズなどを展開するライセンスビジネスに加えて、eスポーツビジネスにも注力しています。	◆「モンスターハンター」や「バイオハザード」などのIPを活用したイベント開催等により、販売本数最大化に貢献 。 ◆「CAPCOM Pro Tour ジャパンプレミア」やカプコン「ストリートファイターリーグ powered by RAGE」など、新規eスポーツイベントを積極的に展開

当期の主要作品(アウトプット)

PCオンライン

◆オンラインゲーム『モンスターハンター フロンティアZ』および『ドラゴンズドグマ オンライン』は共に退潮

売上高・営業利益率



■売上高
82,982
百万円

●営業利益率
28.1%

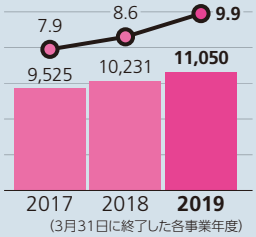
『バイオハザード RE:2』
シリーズ歴代4位の累計販売本数496万本を記録した『バイオハザード2』を、現世代機向けに一から再構築。最新技術を駆使した映像演出、音響効果等が好評を博し、全世界で420万本を販売。



『デビル メイ クライ 5』
シリーズ11年ぶりとなるナンバリング新作。自社開発エンジン「RE ENGINE」による高精細でフォトリアルなグラフィックとスタイリッシュなアクションが国内外のメディアから高い評価を獲得し、210万本を販売。



売上高・営業利益率



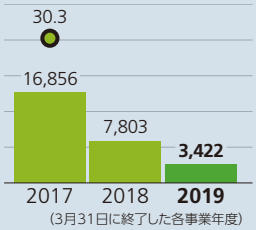
■売上高
11,050
百万円

●営業利益率
9.9%

オンラインクレーンゲーム「カプコンネットキャッチャー カプとれ」
スマートフォンやパソコンからインターネットを通じて、24時間クレーンゲームが楽しめる新サービスとして2018年11月にオープン。



売上高・営業利益率



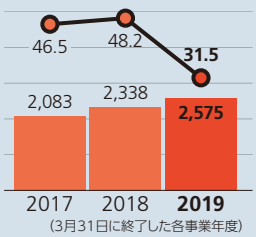
■売上高
3,422
百万円

●営業利益率
—

パチスロ機『ストリートファイター V』
対戦格闘ゲームの金字塔「ストリートファイター」シリーズを活用したパチスロ機。2018年7月に投入し、3.3千台を販売。



売上高・営業利益率



■売上高
2,575
百万円

●営業利益率
31.5%

「CAPCOM Pro Tour ジャパンプレミア」
賞金総額1,000万円の高額賞金を拠出するカプコン初の国内主催大会として、2018年9月に幕張にて開催。
同日同会場で行われたeスポーツ大会で最多となる来場者数3,700人を集めるなど好評を博した。

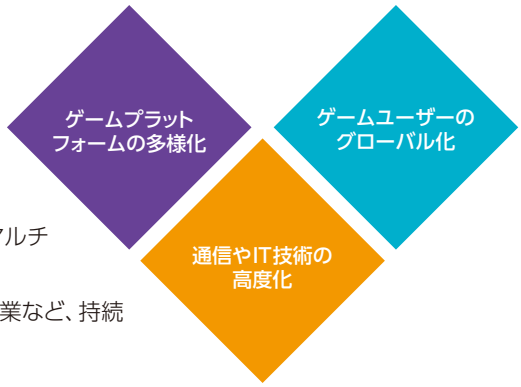


持続的・安定的な成長を実現する事業ポートフォリオを構築

ゲーム業界のメガトレンドに対応

ゲーム業界はIT技術のもたらすイノベーションにより、絶えず進化を続けています。近年ではインターネットの普及により、これまでパッケージソフトの流通が困難であった地域でもゲームの販売が可能となり、ユーザー人口がグローバルで拡大しています。また、近い未来には、次世代通信規格「5G」により、複数の端末で同一のゲームがプレイできる「マルチスクリーン」の実現や、更に高品質なゲームの提供が可能になると考えられます。

当社では、これらの変化を常に見据えながら、基礎技術の研究や知見を持った企業との協業など、持続的な成長を実現する事業ポートフォリオを構築しています。



中長期の成長イメージ

利益

モバイル ＋ eスポーツ
更なる成長のオプション

【モバイル】
ヒット作創出に向けノウハウ取得の期間

【eスポーツ】
中長期視点で仕組みを構築する期間



コンシューマ・新作
成長ドライバー

【コンシューマ】
ラインナップを充実し、グローバル展開で成長する期間

コンシューマ・カタログ
ストックビジネスとしてベースの利益



アミューズメント関連
安定収益

【アミューズメント機器、アミューズメント施設】
環境悪化の中、安定化を図る期間

中 期



成長戦略

【モバイル】
- 国内外での協業を推進
- 新規展開への挑戦

【eスポーツ】
- 専門部署の設置により、国内での大会主催など裾野拡大に向けた展開



【コンシューマ・新作】
- 大型IPの定期投入
- 休眠IP・リメイクの活用を推進

【コンシューマ・共通】
- 新作、旧作ともデジタル販売を強化

【コンシューマ・カタログタイトル】
- 「モンスターハンター」のグローバル展開
- 現行機移植版などによって過去作を長期販売

【パチンコ&パチスロ】
- 現行基準に対応する開発体制を構築



長期 → 期間