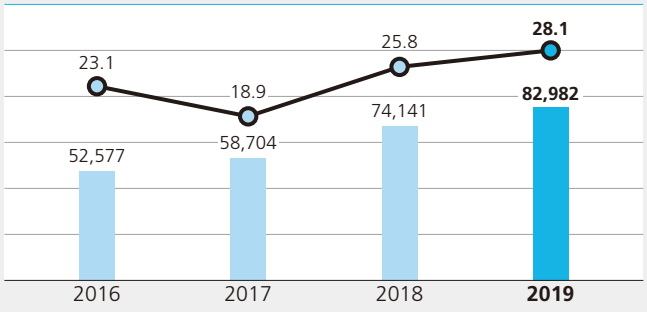
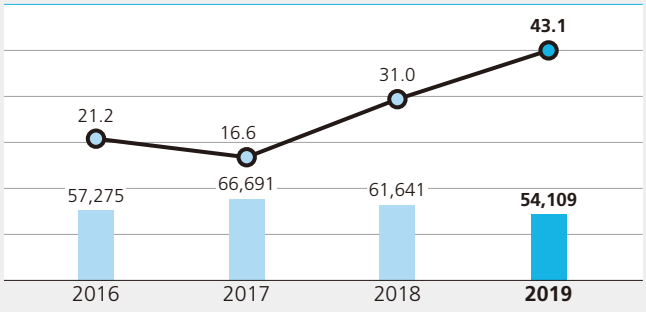
デジタルコンテンツ事業

コンシューマ向けパッケージソフトとダウンロードコンテンツ(デジタル)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。

売上高／営業利益率



資産／ ROA



注)「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」(企業会計基準第28号 平成30年2月26日)等を当期の期首から適用しており、2018年3月期については、遡及適用後の数値を記載しています。

SWOT分析表

S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

強み	弱み
●世界有数の開発力および技術力 ●オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有	●特定のジャンルに集中 ●モバイルゲームでのヒット作および運営ノウハウ不足
機会	**脅威**
●コンシューマにおける競合減少 ●デジタルの普及に伴うグローバル市場の拡大 ●コンシューマでの周辺ビジネスの拡大(VRやeスポーツなど) ●モバイルコンテンツ市場の拡大	●遊びの多様化による家庭用ゲームのプレゼンスの低下 ●モバイルコンテンツの低い参入障壁や膨大な競合企業の存在

非財務資本の活用

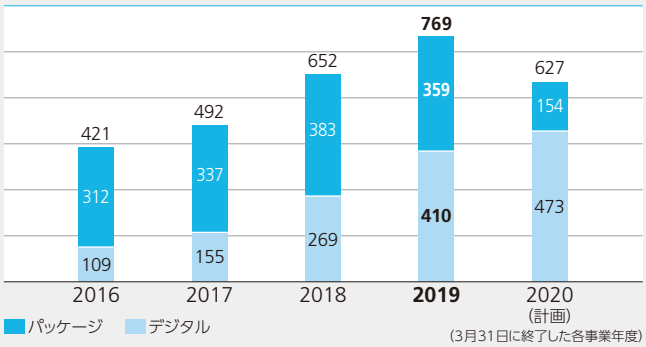
人的資本	製造資本
●約2,000名の自社開発者	●ゲーム専用機・スマートフォンの世界的普及 ●自社開発の高効率ゲーム開発エンジン ●世界最先端の開発設備
知的資本	**社会関係資本**
●オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有 ●カプコンブランドに対するユーザーからの信頼	●国内外の開発会社との提携 ●アジアを中心としたモバイル・オンラインゲーム運営会社との提携

当期の概況と次期の展望

コンシューマ(パッケージ+デジタル)ビジネス

当期(2019年3月期)は、新作タイトル『バイオハザード RE:2』が420万本を販売し、業績向上のけん引役を果たしました。また、『デビル メイ クライ 5』も210万本を販売し、シリーズブランドの再構築に成功するなど、大型タイトルがグローバルで評価され、両タイトルが収益向上に寄与しました。加えて、『モンスターハンター:ワールド』がPC版の投入により450万本を追加販売し、タイトル累計販売1,240万本を突破したほか、『バイオハザード7　レジデント イービル』や『ロックマン11 運命の歯車!!』なども順調に推移し、収益を押し上げました。デジタルにおいては、『モンスターハンター:ワールド』PC版のデジタル販売が大きく貢献したほか、新作タイトル『バイオハザード RE:2』や『デビル メイ クライ 5』のデジタル比率増や、利益の大きい旧作のデジタル販売が貢献したことにより、

コンシューマ当社売上高 (億円)



1,530万本と販売本数が大きく伸長し、デジタル売上高は前期比52.4%増となる410億円まで拡大しました。

この結果、パッケージおよび本編デジタル販売本数の合計は2,530万本(前期比3.7%増)となり、パッケージ売上高359億円およびデジタル売上高410億円を合算したコンシューマ売上高は769億円(前期比17.9%増)と引き続き増収を達成することができました。加えて、利益率の高いデジタル販売が好調であったため、営業利益率は約30%となりました。

今後も、引き続きコンシューマビジネスの成長を中期経営目標達成のための鍵と位置付け、①デジタルの強化、②60ヵ月マップおよび52週マップの本格運用によるタイトルラインナップの増強、③休眠IPの掘り起こしに取り組みます。

①では、デジタル販売が普及したことにより、期間セールなどの施策が可能となり、価格設定の柔軟性が増し、マーケティングの効果範囲が広がってきています。主力タイトルの本編および追加コンテンツに加えて、蓄積してきた知的資産(IP)を活用し、旧作の現行機移植版を投入するなど、販売機会の創出とデジタル売上比率の向上を図ります。②では、主力タイトルの開発に向けて、2015年3月期以降、60ヵ月マップや52週マップの整備により、効率的な開発体制の整備に努めてきました。主力タイトルを安定的に投入できる体制を作っていきます。③では、開発人員の増強により、一定期間新作が発売されていない休眠IPを再活性化していきます。

次期においては、『モンスターハンター:ワールド』の超大型拡張コンテンツ『モンスターハンターワールド:アイスボーン』を投入し、グローバルでのブランドの盤石化を図ります。なお、デジタル販売への注力により、これまで販売が難しかった地域への訴求も可能となったことから、『モンスターハンター:ワールド』および『バイオハザード RE:2』、『デビル メイ クライ 5』のリピート販売に注力し、グローバルでの更なる拡販に努めます。これらによって、販売本数は前期比4.0%増の2,630万本、売上高は627億円と前期比で18.5%減となるものの、デジタル売上比率は75.4%と前期から大幅に上昇することから増益を見込んでいます。

モバイルコンテンツビジネス

当期(2019年3月期)は、既存タイトルの『モンスターハンターエクスプロア』や『スヌーピードロップス』などは、市場の成熟化の影響を受け退潮しました。加えて、当期に予定していたアジアや国内での協業タイトルのサービス開始を次期に延期しました。

この結果、売上高は23億円(前期比43.9%減)の減収となりました。利益面では、前期に計上した協業に伴うアジア企業からのライセンス収入の反動減により減益となりました。

今後は、引き続き自社IPを活用した新作タイトルの開発や国内外の企業との協業など幅広く可能性を模索し、モバイル分野での開発および運営ノウハウの蓄積を図ります。また、次世代移動通信システム「5G」を活用したアプリ開発に向けた技術研究を進めます。

次期においては、『戦国BASARA バトルパーティー』やガンホーとの協業タイトル『TEPPEN』など新作の配信等により、売上高は41億円(前期比78.3%増)を見込んでいます。

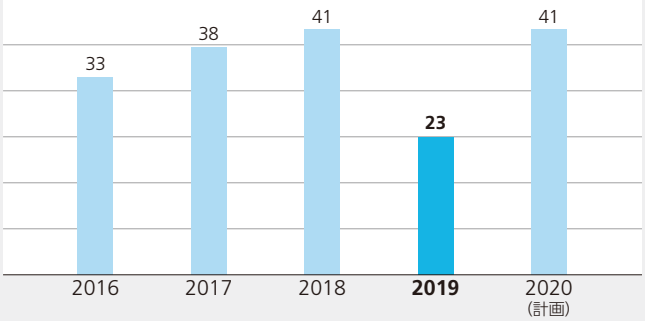
PCオンラインビジネス

当期(2019年3月期)は、既存タイトルの『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』の退潮により、売上高は37億円(前期比22.9%減)となりました。利益面では、『ドラゴンズドグマ オンライン』の償却負担が解消したことにより、黒字化しました。

今後も、販促費の圧縮により、収益性の改善を図ります。

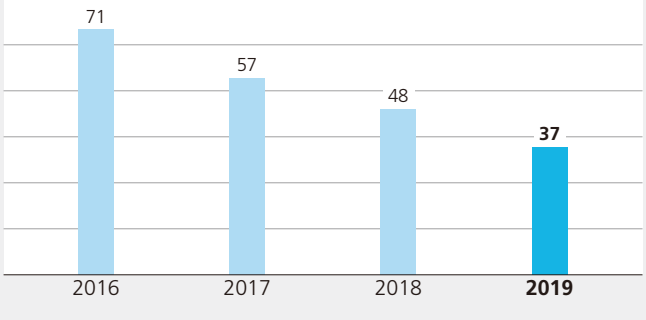
なお、PCオンラインとコンシューマゲームとの境界がなくなってきていることを踏まえ、次期より開示セグメントをコンシューマビジネスに統合します。

モバイルコンテンツ売上高 (億円)



(3月31日に終了した各事業年度)

PCオンライン売上高 (億円)

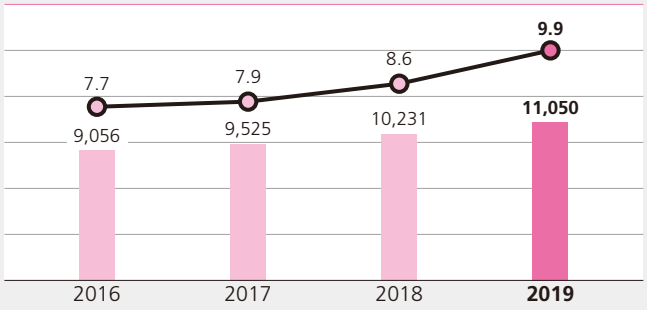


(3月31日に終了した各事業年度)

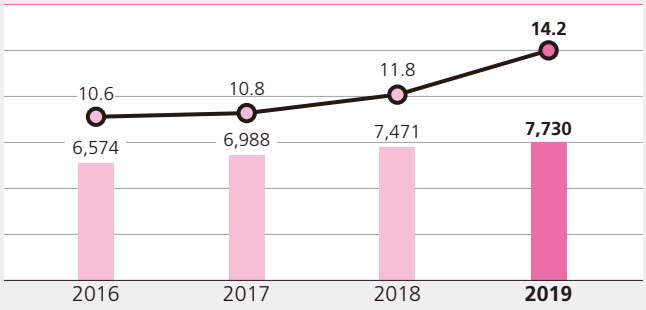
アミューズメント施設事業

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。

売上高／営業利益率



資産／ROA



SWOT分析表

S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

	強み	弱み
	S	W
	●安定集客を確保できる大型SC店舗への出店に特化 ●投資効率を重視したスクラップ&ビルドの徹底で高い収益性を維持	●厳選した少数出店による成長率の低さ ●自社コンテンツとのシナジーの低さ
機会	O	T
	●自社IPを活用したグッズ販売や飲食店など市場の深耕 ●eスポーツとの連携による新規顧客の拡大	●少子化に伴う既存顧客層の縮小 ●スマートフォン向けゲーム等の急伸による娯楽の多様化 ●消費増税に伴う景況変化
	機会	脅威

非財務資本の活用

	人的資本	製造資本
	●自社の店舗運営スタッフ ●地域で雇用するパート・アルバイト店員	●大型ショッピングセンター(SC)の集客力 ●店舗設計と施工を行うデベロッパー
	知的資本	社会関係資本
	●35年間で培った店舗運営ノウハウ ●飲食や景品に展開可能な自社IP(キャラクター・世界観) ●VR技術を活用したサービス	●地域住民との関係 ●国内外のアミューズメント機器メーカー

当期の概況と次期の展望

当期(2019年3月期)は、2016年6月の風俗営業等の規制および業務の適正化等に関する法律の緩和が引き続き追い風となり、市場規模の回復傾向が続く中で、滞在時間増による客単価の上昇に加え、特定キャラクターや話題の商品によるプライズ景品のけん引や新規投入筐体の高稼働などが貢献しました。

また、パソコンやスマートフォンからの遠隔操作により、当社オリジナル景品を始めとしたクレーンゲームが楽しめるオンラインのクレーンゲームサービスを開始しました。

加えて、eスポーツへの取り組みとして、「プラサカプコン 吉祥寺店」の「カプコン eスポーツクラブ」でイベントを開催したほか、全国6都市で店舗を活用した大会を実施するなど、ユーザーの裾野拡大に向けて展開しました。

店舗数は、広島県に「プラサカプコン 広島店」を出店、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」のサービスを開始した一方、茨城県の「プラサカプコン 土浦店」を閉鎖したことにより、前期から1店舗増加し37店舗となりました。

この結果、既存店の前年比売上高は102%、セグメント売上高は110億50百万円(前期比8.0%増)、営業利益10億96百万円(前期比24.6%増)と前期比で増収増益となりました。

次期においては、引き続きスクラップ&ビルドによる店舗運営の効率化を進めるとともに、集客力の高い好条件立地への出店を引き続き推し進めます。また、コンシューマタイトルの体験会や当社IPを活かしたオリジナルの店舗展開によりユーザーの拡大を図ります。

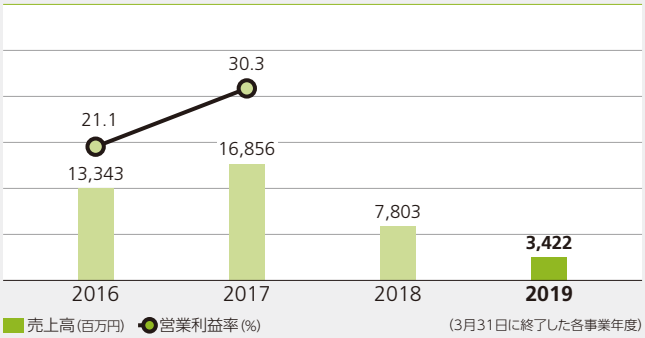
店舗数は「プラサカプコン 池袋店」をはじめとした5店舗の出店により、合計42店を予定しています。

以上の施策により、既存店の前年比売上高は96%、売上高は112億円(前期比1.4%増)となるものの、消費税増税の影響および新規出店への初期投資などが負担となることから、営業利益7億円(前期比36.1%減)を見込んでいます。

アミューズメント機器事業

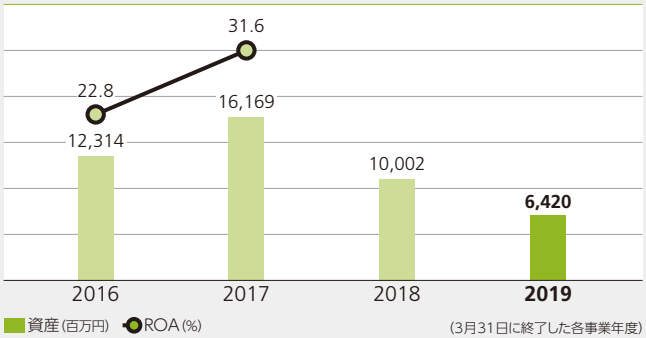
家庭用ゲームのコンテンツを活用するビジネスを展開しています。
パチンコ&パチスロ(PS)事業では、遊技機向け筐体および液晶表示基板、ソフトウェアを開発・製造・販売し、事業間シナジーを創出しています。
業務用機器販売事業では、アミューズメント施設向けに業務用ゲーム機器を開発・製造・販売しています。

売上高／営業利益率



(3月31日に終了した各事業年度)

資産／ ROA



(3月31日に終了した各事業年度)

SWOT分析表

S: Strengths　W: Weaknesses　O: Opportunities　T: Threats

強み	弱み
●家庭用ゲームで培った高品質な開発力 ●豊富な自社コンテンツを多面活用	●タイトルラインナップの少なさ(業務用機器) ●営業力・開発力の不足
機会	**脅威**
●人気機種の出現による市況の回復 ●ルール変更に伴う筐体入れ替え需要の発生	●オペレーターやホールの投資意欲の減退 ●市況低迷の長期化 ●風適法や適合ルール等の改正による市況の変動

非財務資本の活用

人的資本 ●企画・開発を担当する自社開発者	**製造資本** ●機器の製造工場 ●日本全国のゲームセンター、パチンコ・パチスロ店
知的資本 ●オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有 ●創業から続く、業務用機器の開発ノウハウ ●パチスロの適合ルールに対応した開発技術	**社会関係資本** ●大手販売会社との提携 ●パチスロ機の許認可に関する行政機関

当期の概況と次期の展望

当期(2019年3月期)においては、パチンコ&パチスロ(PS)は『大神～回胴編～』、『ストリートファイターV』、『ロックマンアビリティ』、『バイオハザード イントゥザパニック』、『戦国BASARA HEROES PARTY』のパチスロ機5機種を投入し、7.8千台を販売しました。また、業務用機器販売においては既存商品のリピート販売に注力しました。

しかしながら、PSは型式試験方法の変更等に伴う市場環境の変化が引き続き影響し、販売台数が大幅に減少したため、売上高は34億22百万円(前期比56.1%減)となりました。利益面については、業務用機器販売において前期に計上した評価損および中止損が解消されたものの、PSでの減収に伴う減益に加え、一部タイトルの評価損および中止損を計上したため、営業損失26億68百万円(前期は7億64百万円の営業損失)となりました。

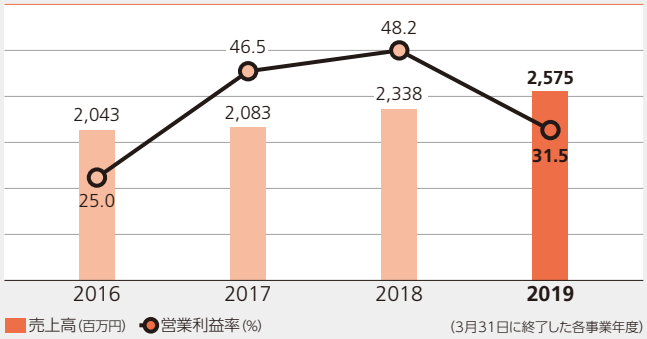
次期は、PSは厳しい市場環境の中、状況は不透明であるものの、一部入れ替え需要も見込まれており、引き続き市場の動向を確認する必要があります。そのような状況下、当社ではホールやユーザーに評価いただける現行基準機の投入に向けて、開発体制の見直しを図り、引き続き①コンシューマの人気コンテンツを使用した映像演出や遊び方に趣向を凝らした射幸性に頼らない機器の開発、②大手販売会社との提携による機器のクオリティ向上および強力な販売網の確保、により現行基準機の自社筐体を投入し、市場評価の回復を通じて収益性の改善を図ります。

次期においては、3機種を投入し、1.5万台(前期比7.2千台増)の販売を計画しています。この結果、売上高は40億円(前期比16.9%増)と増収し、営業利益は前期に計上した評価損および中止損が解消されることから、1億円の黒字化を見込んでいます。

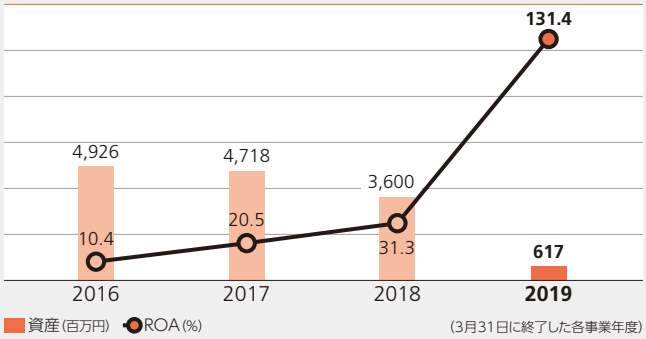
その他事業

**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。
ゲームの攻略本・設定集などの出版事業、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事業に加えて、eスポーツビジネスにも注力しています。**

売上高／営業利益率



資産／ROA



SWOT分析表

S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

●豊富なコンテンツを多面的に活用して高い相乗効果を創出 ●メディア展開の高い露出効果でブランド価値向上 ●収益性の高さ	●販売許諾のためローリターン(売上)
●映画、アニメ、コミック、舞台、オーケストラなど展開メディアの拡大 ●自社IPを活用したeスポーツ大会など、ユーザーの拡大	●グローバル化による他社コンテンツとの競合激化

強み　弱み　機会　脅威

非財務資本の活用

●コンテンツ展開に長けたプランナー ●アライアンス契約などを担う法務担当者	●国内外の知的財産に関する法制度 ●キャラクターグッズなどの製造会社
●オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有 ●ブランドビジネス(IP価値を最大化する戦略)	●共同企画を行うイベント開催会社 ●ハリウッドなどの映画会社との関係 ●プロゲーマーとの関係 ●地方自治体との関係

人的資本　製造資本　知的資本　社会関係資本

当期の概況と次期の展望

当期(2019年3月期)は、TVアニメ『逆転裁判 ～その「真実」、異議あり!～Season 2』や『学園BASARA』が放映され、ブランド価値の向上に努めたほか、世界中で急拡大するeスポーツ市場においてビジネスチャンス創出を図るべく、専門部署を設置し、当社の有力コンテンツであり、eスポーツとの親和性の高い「ストリートファイター」を活用したリーグを当社主導として初めて国内で開催しました。この結果、売上高は25億75百万円(前期比10.2%増)と増収となりましたが、eスポーツでのイベントで賞金の増額やユーザーの裾野拡大に向けたイベント実施など先行投資を行ったことにより、営業利益は8億11百万円(前期比28.0%減)と減収となりました。

今後も豊富な知的財産(コンテンツ)を多面的に活用することで、コンシューマゲームとの高い相乗効果が得られるという強みを生かし、引き続き映画化・アニメ化・舞台化・イベントなど様々な分野に展開していきます。加えて、eスポーツへの取り組みとして、米国で「STREET FIGHTER LEAGUE: Pro-US」を、国内ではプロリーグ「ストリートファイターリーグ Pro-JP」やその登竜門となる大学・アーケードなど新たなリーグを順次創設し、中長期視点でプレイヤー層の拡大に向けて注力していきます。

また、舞台「斬劇『戦国BASARA』天政奉還」や「モンスターハンター 15周年記念 オーケストラコンサート ～狩猟音楽祭2019 ～」などの公演をするなど、これまでと同様にワンコンテンツ・マルチユース戦略に基づく知的財産(コンテンツ)の水平展開を積極的に推進し、映像展開や他分野とのコラボレーションを通じて主力ブランド価値の向上に努めます。

以上の施策により、次期の業績は売上高30億円(前期比16.5%増)と増収となるものの、引き続きeスポーツへ先行投資を行う見通しから4億円の営業損失を見込んでいます。