

地域・ユーザー層に合わせた戦略でカプコンのユーザー増加を狙う

地域別戦略

グローバルなユーザー分析に基づいた認知度向上策を展開

当社のゲームは、既に230を超える国と地域で販売されており、今後はさらなるユーザーの深耕が必要と考えています。そのため、各国のゲーム環境やニーズを徹底的に調査。たとえば、各地域の適切な価格設定や販売販路の選定、IPを活用したeスポーツや映像などの多面展開によってブランド認知度を向上させるなど、それぞれの地域特性に応じたアプローチで当社との接点を増し、ファン層の拡大に取り組んでいます。

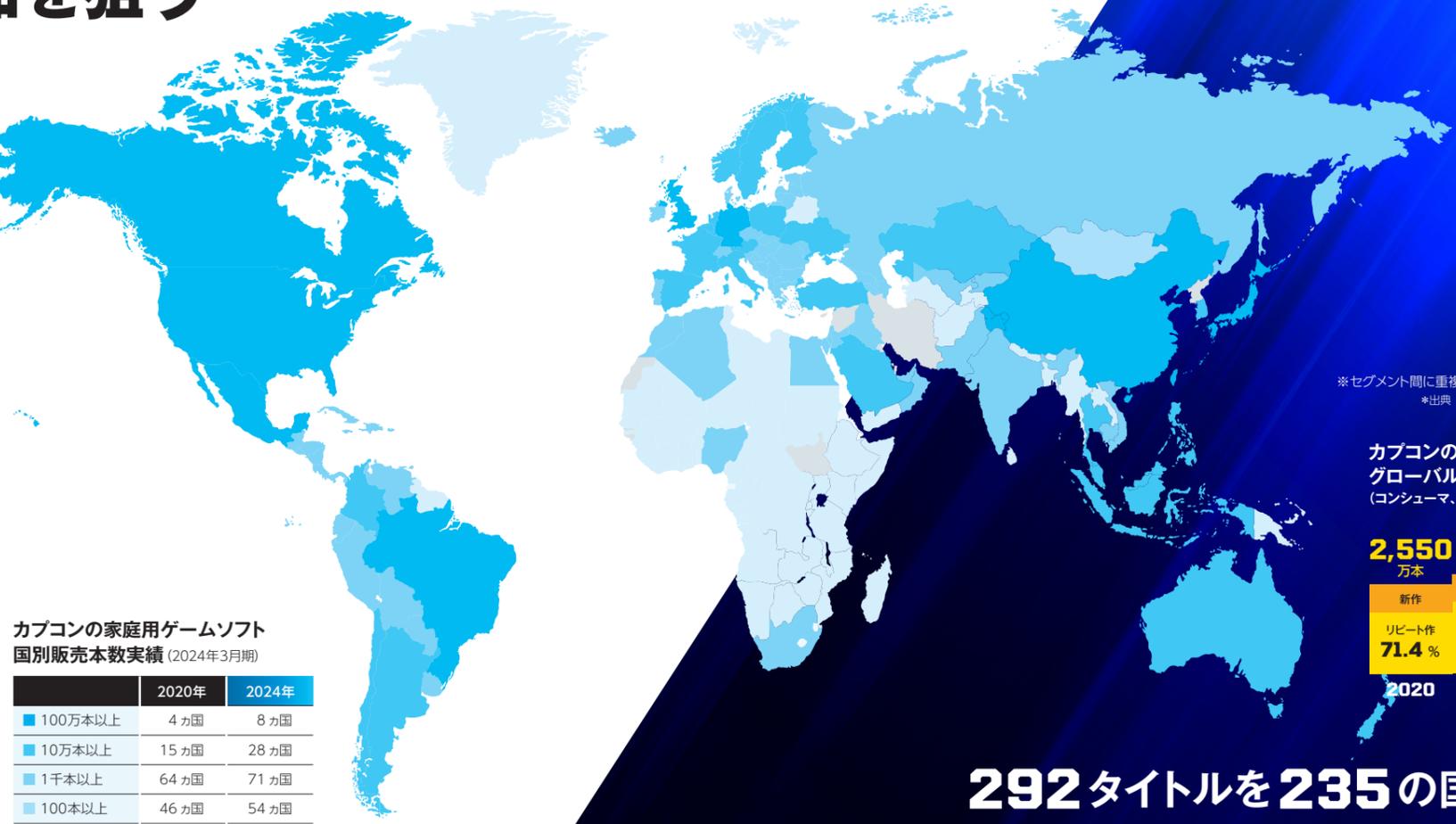
地域別販売実績(千本) (2024年3月期)

	2020年		2024年	
	実績	構成比	実績	構成比
総計	25,500	100%	45,893	100%
北米	9,000	35%	13,900	30%
欧州	6,000	24%	9,500	21%
アジア	4,000	16%	9,100	20%
日本	4,050	16%	7,790	17%
中南米	1,500	6%	4,450	10%
オセアニア	350	1%	650	1%
中東	150	1%	400	1%
アフリカ	40	0%	80	0%

※3月31日に終了した各事業年度

マーケティング戦略

ユーザー層に合わせた施策で徐々にカプコンに触れ、カプコンユーザー・ファン化を促進



カプコンの家庭用ゲームソフト 国別販売本数実績 (2024年3月期)

	2020年	2024年
■ 100万本以上	4 カ国	8 カ国
■ 10万本以上	15 カ国	28 カ国
■ 1千本以上	64 カ国	71 カ国
■ 100本以上	46 カ国	54 カ国
■ 100本未満	86 カ国	74 カ国

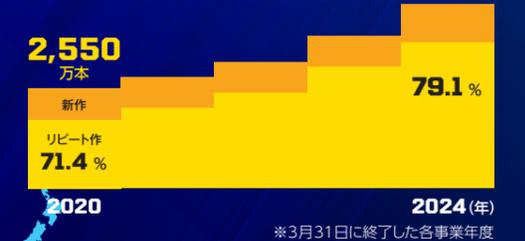
※3月31日に終了した各事業年度

PC/家庭用ゲーム機 計約15億人にアプローチ



※セグメント間に重複があるため、合計が市場全体を超えています。*出典: Newzoo Global Games Market Report, 2023, Free Version

カプコンのグローバルゲーム販売本数 (コンシューマ、デジタル・パッケージ含む)



292タイトルを235の国や地域に展開し、約15億人のプレイヤーへのアプローチを強化