



株式会社カプコン(東証・大証一部:9697)

常務執行役員 財務・経理統括 野村 謙吉

2011年11月26日

個人投資家説明会資料

< 目 次 >

株式会社カプコン 会社概要 (P.2)

ゲーム関連市場動向 (P.4)

カプコンの事業活動 (P.7)

カプコンの事業戦略 (P.11)

当社の業績推移 (P.17)


IR活動・教育支援活動 (P.21)

株式会社カプコン 会社概要



1-1. 会社概要

カプコンは、家庭用ゲームに強みをもつ、
業界を代表するコンテンツメーカーです

会社名	株式会社カプコン 
設立年月日 創業年月日	1979年5月30日 1983年6月11日
主要な事業内容	1.家庭用テレビゲームソフトの企画、開発、販売 2.業務用ゲーム機器の企画、開発、製造、販売 3.アミューズメント施設の運営
従業員数	単体1,676名、連結2,199名(2011年9月30日現在)
資本金	332億39百万円(2011年9月30日現在)
上場金融商品取引所	東証一部、大証一部(証券コード:9697) 情報・通信業
発行済株式総数	67,723,244株(2011年9月30日現在)

ゲーム関連市場動向



2-1. 当社を取り巻く環境

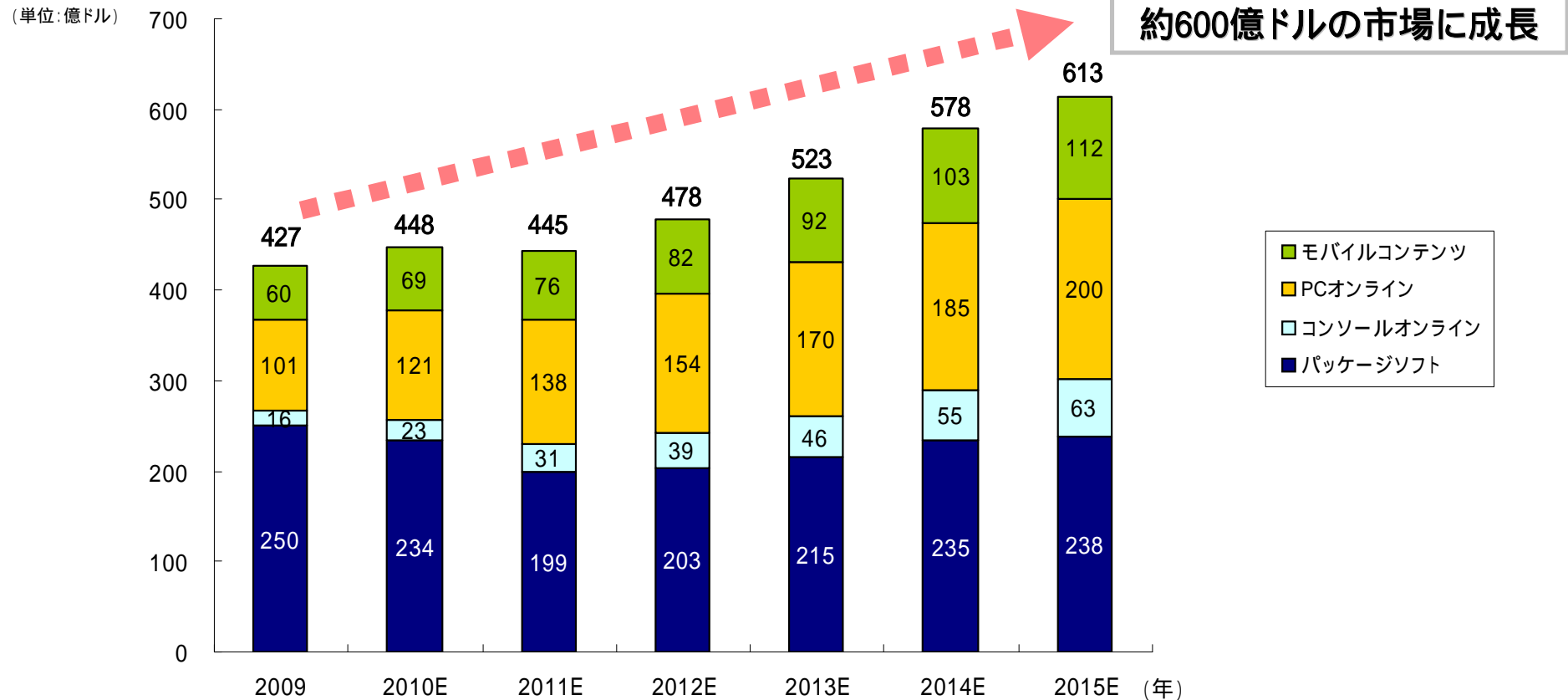
ゲームマーケットは最先端技術が集結する市場であり、
その環境は急激に変化しつつあります



2-2. 家庭用ゲーム市場概況

オンライン市場の拡大により、ゲーム市場は
成長を続けています

コンシューマ・PCオンライン・モバイル市場規模推移



Estimate 出所: 各種データを元に当社作成

カプコンの事業活動



3-1. 当社の事業展開

ゲームコンテンツを核に、近接事業へと幅広く事業を展開しています

安定事業

売上構成比: 25%

コアファンの囲い込み
ブランド価値の向上

出版・映像・キャラグッズ事業

関連書籍・キャラクター商品
ゲームの映画・アニメ・舞台化

パチンコ&パチスロ事業

有力コンテンツを利用した自社筐体の
企画・製造・販売
他社筐体の開発受託

業務用機器販売事業

コンテンツを活用した機器開発

自社製品の投入
運営データの還流

アミューズメント施設運営事業

成長事業

売上構成比: 75%

コンシューマ用ゲームソフト事業

家庭用ゲームの企画・開発・販売
オリジナルタイトルの創出により
新規ブランドの確立

相乗展開

オンライン事業

PCオンラインゲームの運営
ゲームのデジタル配信促進

モバイルコンテンツ事業

携帯電話端末に適したゲーム移植
スマートフォン等の次世代配信ゲームの開発

CAPCOM[®]
有力コンテンツ群

3-2. 当社が保有するコンテンツ群

当社の収益の源泉であり、高い競争力を有しています

世界有数のゲーム開発力・技術力

- ・当社オリジナルの人気ゲームタイトルを多数保有
- ・それぞれが世界中のゲームファンに支持される、一大ブランドとなっています



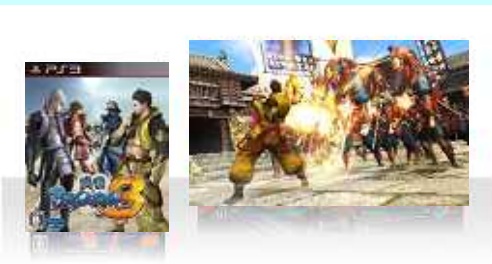
「ストリートファイター」シリーズ
全69作 累計3,100万本



「バイオハザード」シリーズ
全69作 累計4,600万本



「モンスターハンター」シリーズ
全20作 累計1,900万本



「戦国BASARA」シリーズ
全18作 累計280万本



「デビルメイクライ」シリーズ
全13作 累計1,000万本



「ロストプラネット」シリーズ
全13作 累計470万本

(2011年9月30日時点)

3-3. 当社の基本ビジネスモデル

ヒットビジネスでありながら、長期・安定的に
収益をあげる仕組みを構築しています

人気タイトル続編による収益安定化

- ・大ヒットしたタイトルは、シリーズ第2弾、第3弾と続編を発売します
- ・シリーズは根強いファンに支えられるため、安定的な収益を見込めます



カプコンの事業戦略



4-1. 戦略 マルチプラットフォーム展開

マルチプラットフォーム戦略に基づき
多様化する機種に対応する開発体制を構築します

グローバルなマルチプラットフォーム戦略の展開



4-2. 戦略 新興市場への対応

高性能化する携帯端末への柔軟な対応により
新たなユーザー層を獲得します

スマートフォン(多機能端末)への対応

- ・iPhone(アイフォン)などのスマートフォン向けに
様々なコンテンツを配信しています

ソーシャルゲームへの対応

- ・海外では新たなブランド「ピーライン」を用いてスマートフォン
向けソーシャルゲームの開発に注力しています
- ・国内では株式会社ディー・エヌ・エーおよび株式会社グリーと提携し、
ソーシャルゲームを提供しています
- ・ライトユーザー層への訴求により、これまでの当社にない
新たなユーザーの確保が期待できます



iPhone「スマーフ・ビレッジ」



「バイオハザードアウトブレイク サバイヴ」

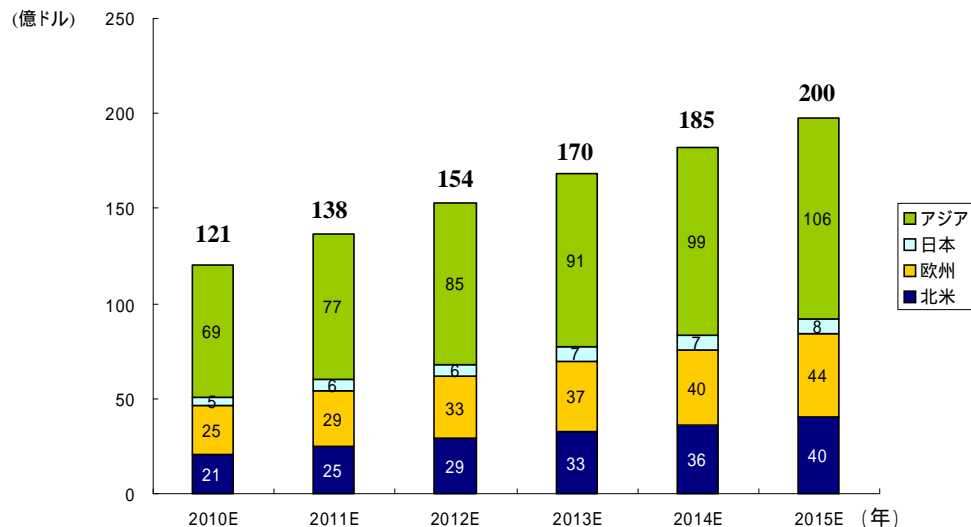
4-2. 戦略 新興市場への対応

急成長を続けるアジアのオンラインゲーム市場へ
参入し、新たな収益を確保します

国内外でのPCオンラインゲーム展開

- ・オンラインゲーム市場はアジアを中心に拡大を続けています
- ・PCオンラインゲーム「モンスターハンター フロンティア オンライン」を日本および台湾で展開し、今後中国での展開も検討しています

PCオンラインゲーム市場規模推移



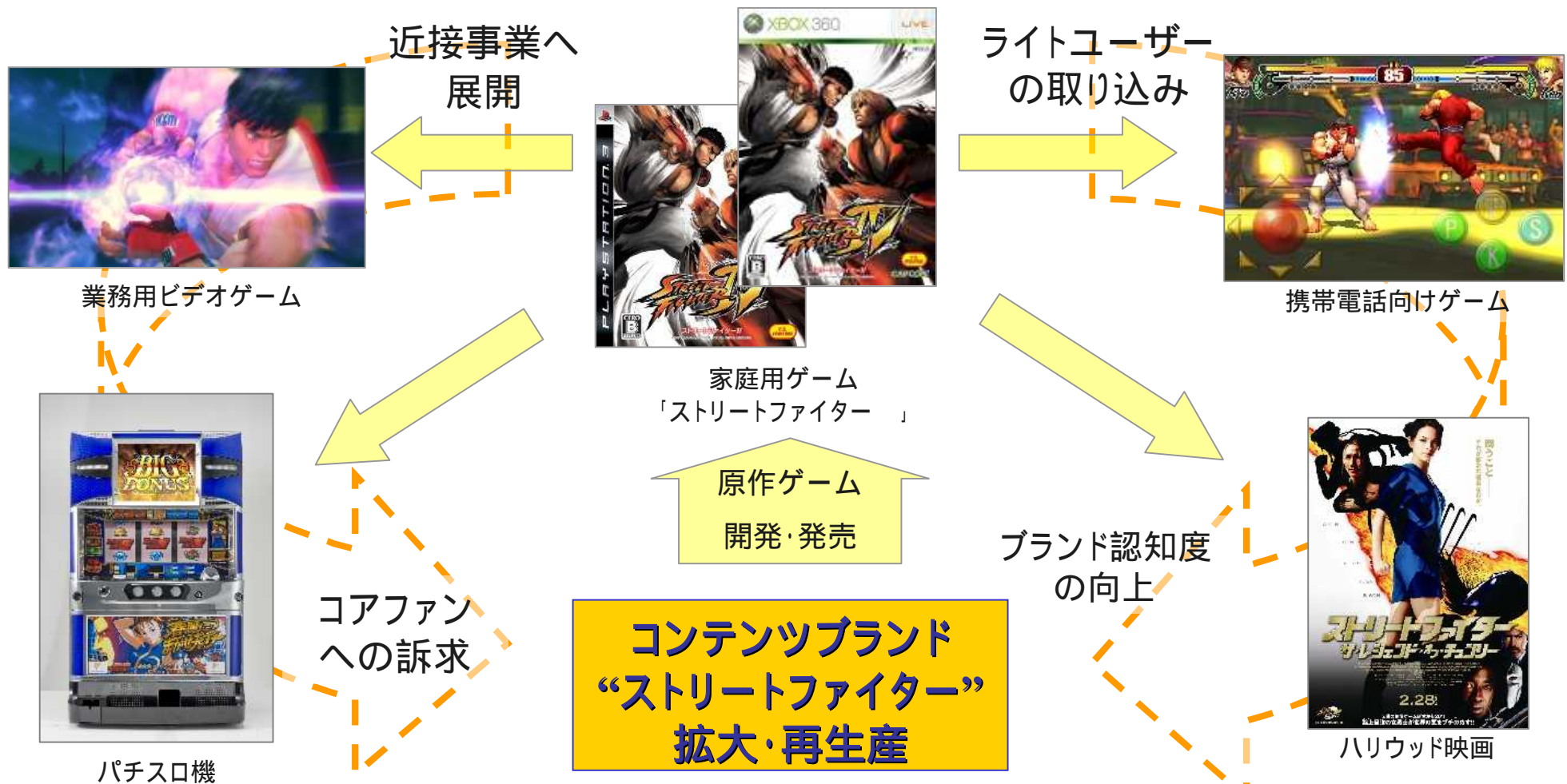
E: 推定 出所 DFC Intelligence



オンラインゲーム「モンスターハンター フロンティア オンライン」

4-3. 戦略 ワンコンテンツマルチユース

当社の持つ強力なオリジナルゲームコンテンツは、
家庭用ゲーム機に留まらず多様な事業で活躍しています



© CAPCOM CO., LTD. / Based on Capcom's Street Fighter Video Games

CAPCOM

4-3. 戦略 ワンコンテンツ・マルチユース

人気キャラクターを様々なメディアへ展開することで
知名度の向上とゲーム販売強化を図ります

映画・映像への展開

- ・ハリウッドの映画会社と提携し、当社のゲームコンテンツを映画化しています

展開作品一例



ハリウッド映画「バイオハザード アフターライフ」

キャラクターコンテンツ事業

- ・コンテンツのアニメ化や舞台化など、ゲームに留まらない様々な展開を積極的に進めています
- ・「モンスターハンター」は信州渋温泉との提携など地域活性化にも積極的に協力しています



「劇場版 戦国BASARA -The Last Party-」



モンスターハンター
ポータブル 3rd × 信州渋温泉

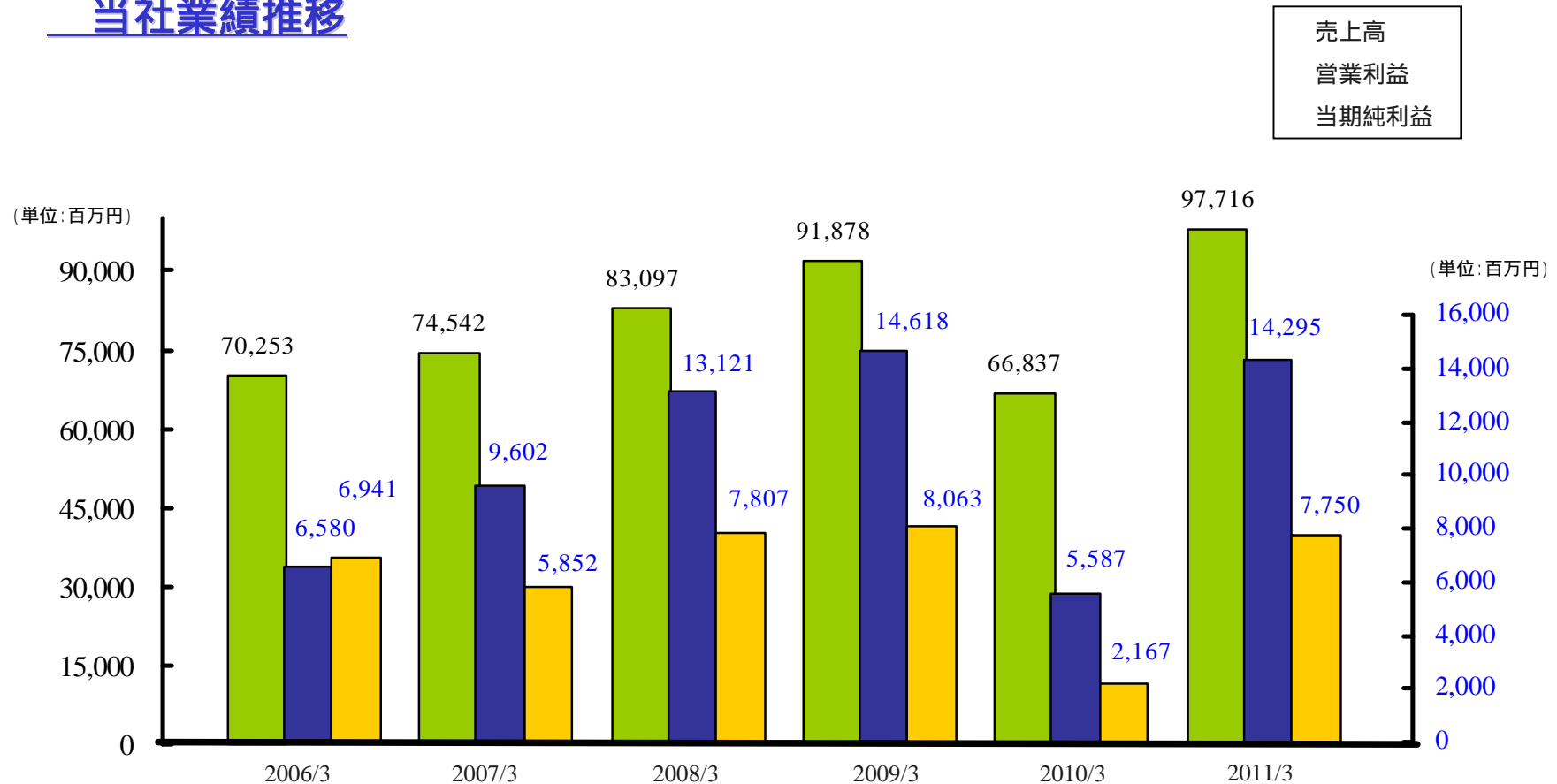
当社の業績推移



5-1. 過年度業績推移

前期は国内外で5作品のミリオンタイトルを輩出し
大幅な増収増益となりました

当社業績推移



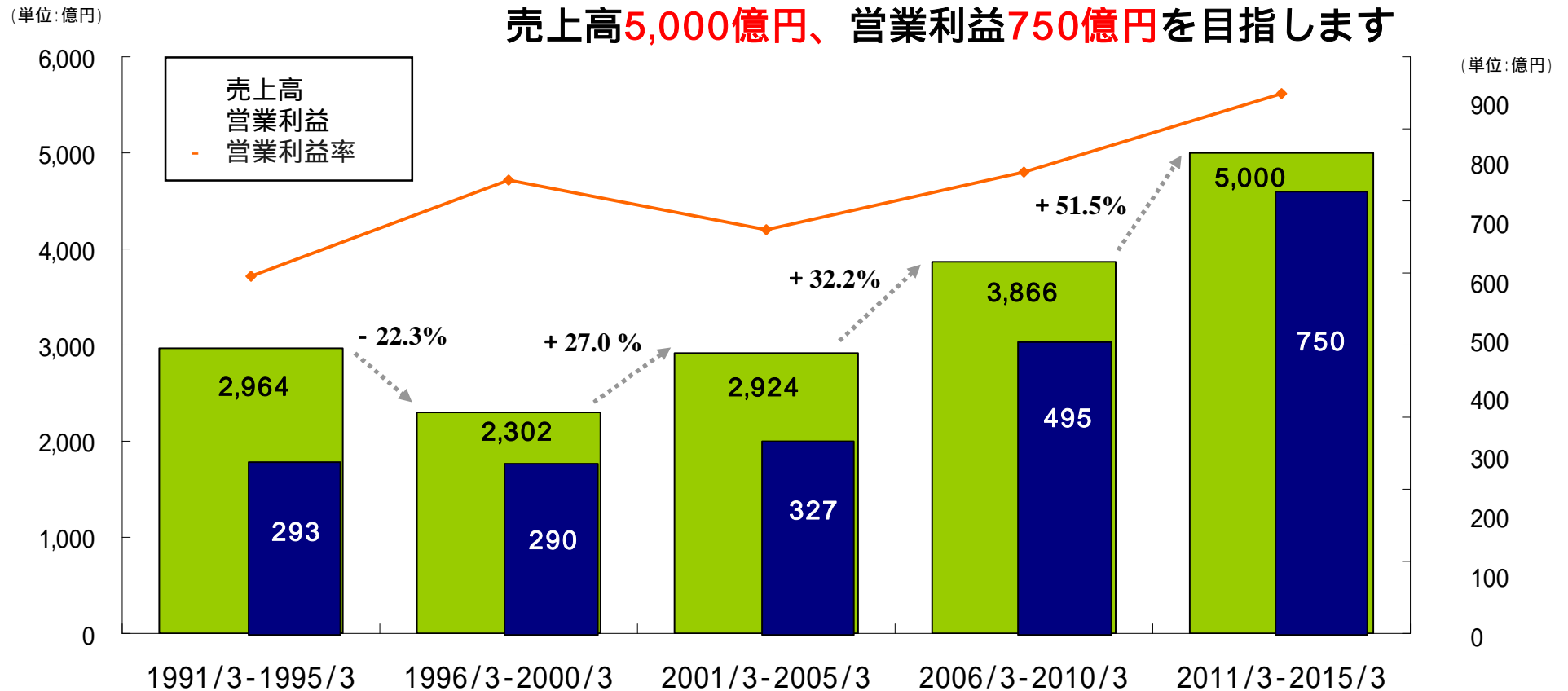
5-2. 中期経営目標

2015年3月期までの5年間で、新たな中期経営目標を設定します

中期経営目標(2015年までの5年間累計)

営業利益率 **15%以上**を優先しつつ

売上高**5,000億円**、営業利益**750億円**を目指します



5-3. 中期経営目標

2015年3月期までの5年間で、新たな中期経営目標を設定します

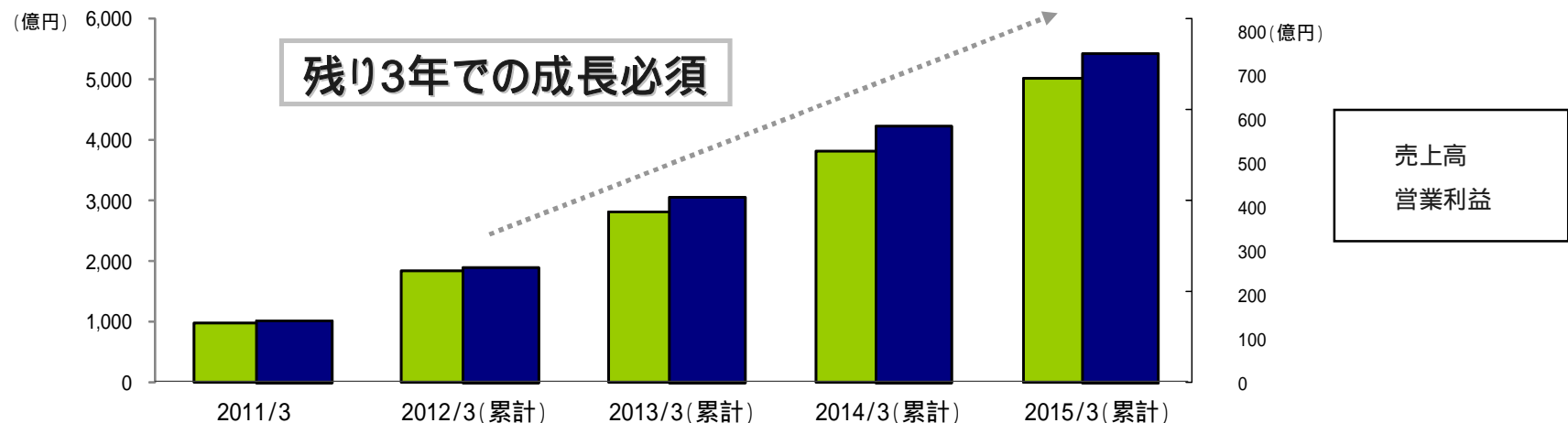
来期の方向性(2015年までの5年間累計)

2013年3月期～2015年3月期の3年間で

売上高**3,200億円**、営業利益 **490億円**を達成するために

1期平均

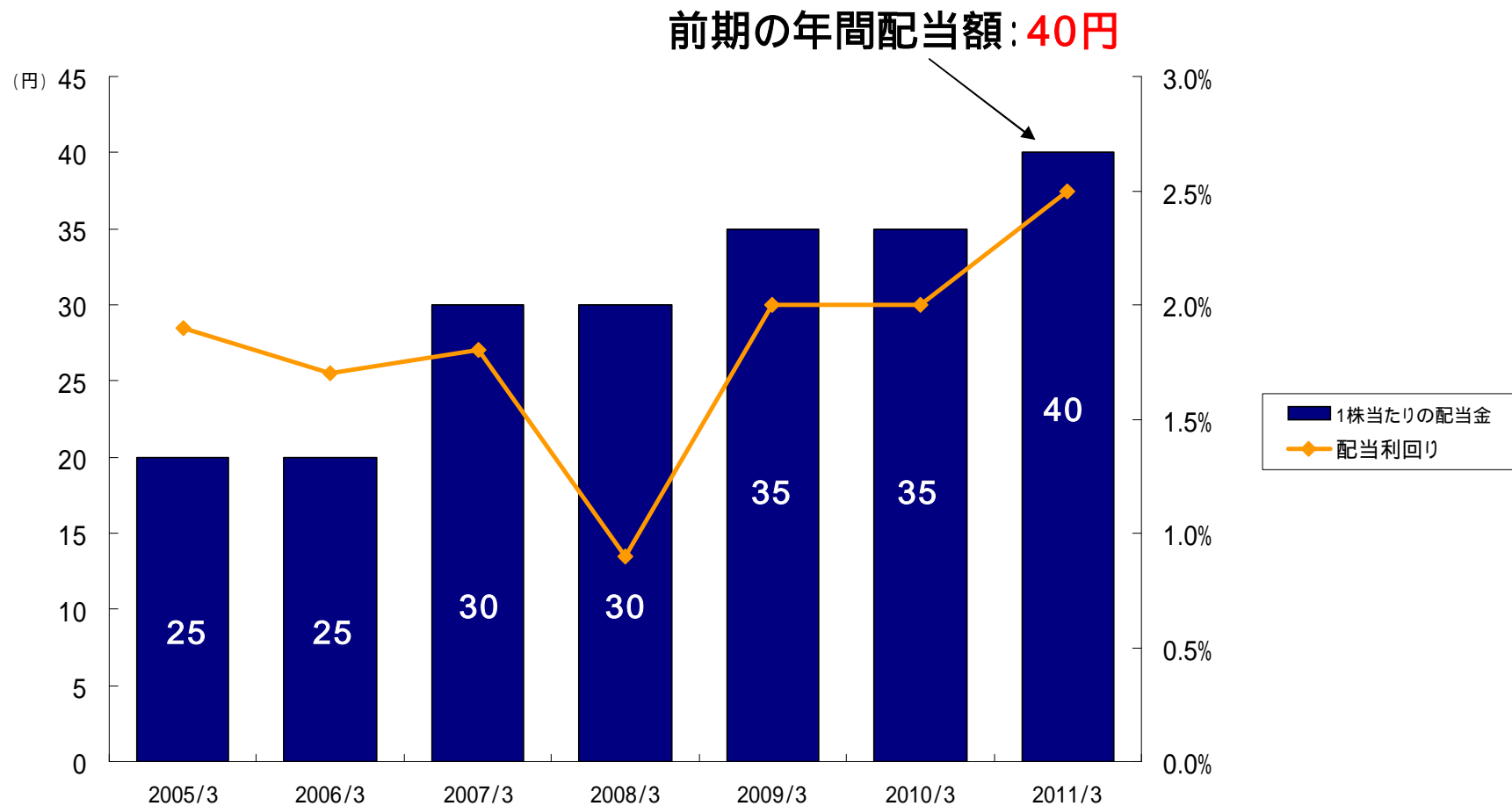
売上高**1,000億円** 営業利益 **160億円**を目指します



5-4. 利益還元および配当方針

安定配当を旨としながら、業績水準に応じた配当を実施します

配当金の推移



IR活動・教育支援活動



6-1. IR活動について

当社は積極的なIR活動を推進しており、
投資家の皆様に豊富な資料を提供しています

2011年度IR優良企業賞を初受賞しました

- ・経営陣、事業部門、管理部門の三位一体によるタイムリーな情報開示を目指しています
- ・コーポレートガバナンスを一層充実し、さらなる信頼性の向上に努めます



一般社団法人 日本IR協議会
第16回「IR優良企業賞」受賞

IRサイト総合ランキングで第1位を獲得しました

- ・ホームページでのタイムリーな情報開示を目指しています
- ・アナリスト向け決算説明会の模様及び配布資料は、即時にホームページ上で開示し、情報格差の是正に努めています



ゴメス・コンサルティング株式会社
「IRサイト総合ランキング」
総合ランキング第1位



日興アイ・アール
「2010年度全上場企業
ホームページ充実度ランキング」
総合ランキング 第3位

6-2. IR活動について

個人投資家の皆様への充実した情報開示を実現すべく、
JIS規格に準拠したIRホームページを運用しています

- ・ 当社IRホームページでは、皆様の投資判断に必要とする情報を即座に取得できるように、使いやすいホームページ作りに努めています

個人投資家向けページを充実
個人投資家の皆様に当社を
深く理解していただく為の
特設ページです

株式会社カプコン IRサイト
<http://www.capcom.co.jp/ir/>



利便性の向上

高齢者への配慮として、音声読み上げソフトへの対応や、文字サイズの変更ボタンを設置しています

資料請求フォームの設置

アニュアルレポートやニュースサマリーなどの資料を簡単にご請求いただけるページをご用意しています

6-3. CSR(教育支援活動)について

ゲームメーカーの社会的責任として、学生に対する
教育支援活動を行っています

独自開発の教育支援プログラムを実施

- ・当社では、普段子供たちが親しんでいるゲームを通して「働くこと」を身近に感じられるように、職業学習活動の一環として企業訪問の受け入れ、および出前授業を実施しています
- ・キャリア教育支援：
「ゲームクリエイター」の仕事を紹介するほか、様々な職種で活躍する人や仕事のやりがいなどを紹介します
- ・ゲームリテラシー育成・生活指導支援：
専門家のアドバイスをいただきながら、「ゲームとの上手な付き合い方」を提案しています
- ・小学校、中学校を中心に182校、約2,100名を受け入れ
および訪問しました (2011年11月26日現在)



出前授業の風景

6-3. CSR(社会教育活動)について

テレビゲームに関する正しい知識の啓蒙のため、学習教材の発刊や出前授業の実施など積極的に行なっています

株式会社学習研究社と協力し、学習まんが『テレビゲームのひみつ』を発刊しました

- ・全国約24,000の小学校と約2,700の公立図書館に寄贈しました
- ・ゲームの開発過程やゲームとの適切な付き合い方やクリエイターになるために必要な勉強方法など 総合学習にも使用される教育用図書として、社団法人日本PTA全国協議会から推薦を受けています



ご希望の方には郵送いたします

下記リンクよりお申し込みください

【IRサイト資料請求ページ】 <https://www.capcom.co.jp/ir/request/>

将来の見通しに関する注意事項

この資料に記載されている経営戦略、計画や見通しなどは、過去の事実を除いて将来の予測であり、現時点において入手可能な情報や合理的判断の根拠とする一定の前提条件に基づいており、実際の業績等は今後の様々な要因によって、これら見通しとは大きく変動する場合があります。

また、当社を含め当業界は、ユーザーニーズの多様化など、市場環境の変化によっては業績が大きく振れる可能性があります。

業績等の変動要因としては、売上高の過半数を占める家庭用ゲームソフトのヒットの有無や販売本数の多寡、家庭用ゲームソフト開発の進捗状況、家庭用ゲーム機の普及動向、海外市場の売上状況、株価、為替動向、他社との開発、販売、業務提携、市場環境の変化などが挙げられます。

また、業績に影響を与える要因はこれらに限定されるものではありません。

「The Smurf's Village」

© Peyo - 2010 - Licensed through Lafig Belgium - www.smurf.com. All game code ©2010 Capcom Interactive, Inc.

映画「バイオハザード アフターライフ」

©2010 Sony Pictures Entertainment(J) Inc. All Rights Reserved.

「劇場版 戦国BASARA - The Last Party - 」

©2011 CAPCOM/TEAM BASARA.

“プレイステーション”は株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメントの登録商標です。

Xbox 360 は、Microsoft Corporationおよび / またはその関連会社の登録商標または商標です。

Wiiおよびニンテンドー3DSは任天堂の登録商標です。



CAPCOM