



株式会社カプコン（東証第1部：9697）

広報IR室長 黒澤 真

2020年3月25日

「オンライン会社説明会」説明資料

## <目 次>

- 1. 株式会社カプコン 会社概要 (P.2) ■
- 2. カプコンの事業活動 (P.4) ■
- 3. ゲーム市場の動向 (P.14) ■
- 4. カプコンの基本戦略 (P.17) ■
- 5. 企業価値向上のための成長戦略 (P.21) ■
- 6. カプコンの配当方針(P.29) ■
- 7. カプコンの社会貢献活動(P.31) ■

# 1. 株式会社カプコン 会社概要



# 1. 会社概要

カプコンは、世界有数の開発力・技術力を強みに、  
業界を代表するゲームソフト（コンテンツ）会社です

会社名	株式会社カプコン <b>CAPCOM</b>
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	家庭用テレビゲームソフト、オンラインゲーム、モバイルコンテンツ およびアミューズメント機器等の企画、開発、製造、販売、配信な らびにアミューズメント施設の運営
売上高	1,000億31百万円（2019年3月期）
時価総額	4,039億1百万円（2020年3月24日現在）
上場金融商品取引所	東証第1部（証券コード：9697）情報・通信業
従業員数	連結2,832名（2019年3月31日現在）

## 2. カプコンの事業活動





# モンスターハンター

- グローバルで**トップブランド**に  
シリーズ累計6,200万本
- 『モンスターハンター：ワールド』  
当社史上最高の**1,500万本**出荷※
- グローバル同日発売やPC展開が  
奏功しユーザー数拡大

※2020年1月2日時点



# ストリートファイター

- 90年代、業務用ビデオゲーム  
全世界売上**シェア1位**
- 家庭用ゲームでも  
米・欧・日で売上**シェア1位**※
- 海外販売比率**約70%**  
シリーズ累計**4,400万本**

※対戦格闘ジャンルにおけるシリーズ売上シェア

# ストリートファイター×ハリウッド映画

- 94年公開、自社だけで**40億円**全額出資
- 映画関連売上高**155億円**（世界トップレベル）
- 現在でも年間**数千万円**のロイヤリティ収入





# ストリートファイター×eスポーツ

- 海外のeスポーツ人気が国内にも波及
- 「ストリートファイター」は**30年以上**前から実施
- 競技としての裾野拡大を図り  
5年10年の長期視点で、  
普及に努める





# バイオハザード

- 米・欧・日で売上シェア**1位**\*
- 海外販売比率**80%**以上
- ハリウッド映画**6作品**によるブランディング
- **長期販売**によるユーザー数の拡大  
シリーズ累計**9,500万本**

※発売週における週次売上シェア

# バイオハザード×ハリウッド映画

- ゲーム原作としては異例のハリウッド映画**6作品**の長期シリーズに合計興行収入：**12億ドル以上**

タイトル	原作会社	興行収入(全世界)
バイオハザードVI ザ・ファイナル	カプコン	\$312,242,626
バイオハザードIV アフターライフ	カプコン	\$300,228,084
バイオハザードV リトリビューション	カプコン	\$240,004,424
バイオハザードIII	カプコン	\$148,412,065
バイオハザードII アポカリプス	カプコン	\$129,342,769
バイオハザード	カプコン	\$102,984,862



ハリウッド映画「バイオハザードVI ザ・ファイナル」

© 2016 Constantin Film Produktion GmbH.  
All Rights Reserved

## 2-4. 多数のトップブランド

# 累計4億1千万本販売 海外比率75%

「バイオハザード」シリーズ

タイトル数: 135  
総販売数量: 9,500

**BIOHAZARD RE-2**

[解説を見る](#)



「モンスターハンター」シリーズ

タイトル数: 47  
総販売数量: 6,000

**MONSTER HUNTER**

[解説を見る](#)



「ストリートファイター」シリーズ

タイトル数: 91  
総販売数量: 4,400

**STREET FIGHTER V**

[解説を見る](#)



「ロックマン」シリーズ

タイトル数: 154  
総販売数量: 3,500

**ROCKMAN 11**

[解説を見る](#)



「デビル メイ クライ」シリーズ

タイトル数: 31  
総販売数量: 2,100

**DEVIL MAY CRY 5**

[解説を見る](#)




「デッドライジング」シリーズ

タイトル数: 22  
総販売数量: 1,300

**DEAD RISING 4**

[解説を見る](#)



「マーベル VS. カプコン」シリーズ

タイトル数: 16  
総販売数量: 930

**MARVEL VS. CAPCOM INFINITE**

[解説を見る](#)



「逆転裁判」シリーズ

タイトル数: 30  
総販売数量: 730

**大逆転裁判**

[解説を見る](#)



「ロスト プラネット」シリーズ

タイトル数: 17  
総販売数量: 620

**LOST PLANETS**

[解説を見る](#)



「ドラゴンズドグマ」シリーズ

タイトル数: 13  
総販売数量: 490

**DRAGONS DOGMA DARK ARCADE**

[解説を見る](#)



「魔界村」シリーズ

タイトル数: 14  
総販売数量: 420

**MAIKAI MURA**

[解説を見る](#)



「戦国BASARA」シリーズ

タイトル数: 30  
総販売数量: 400

**戦国BASARA 真田幸村**

[解説を見る](#)



※2019年12月31日時点

### 企業理念

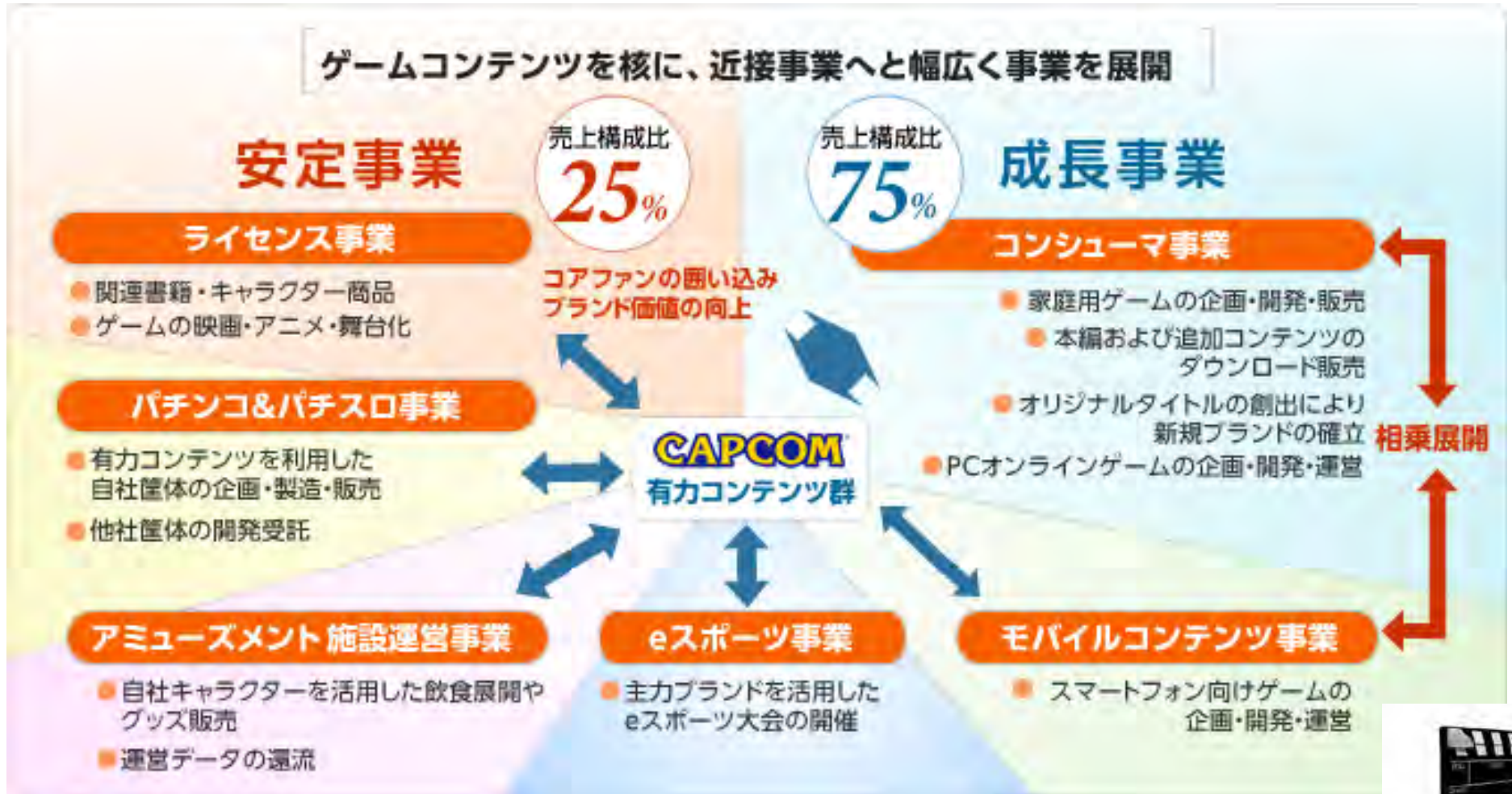
- 「面白いゲーム」をつくり、世界の人々に感動を与える

### 企業風土・DNA

- 常に新しいことに取り組むチャレンジ精神
- 常に世界トップクラスを目指す自負心

## 2-6. 当社の事業展開

### 家庭用ゲーム事業を核に、着実な成長を図る事業構成



### 3. ゲーム市場の動向



# 3-1. 当社を取り巻く環境

ゲーム市場は先端技術の実験場と呼ばれ  
常に進化しています





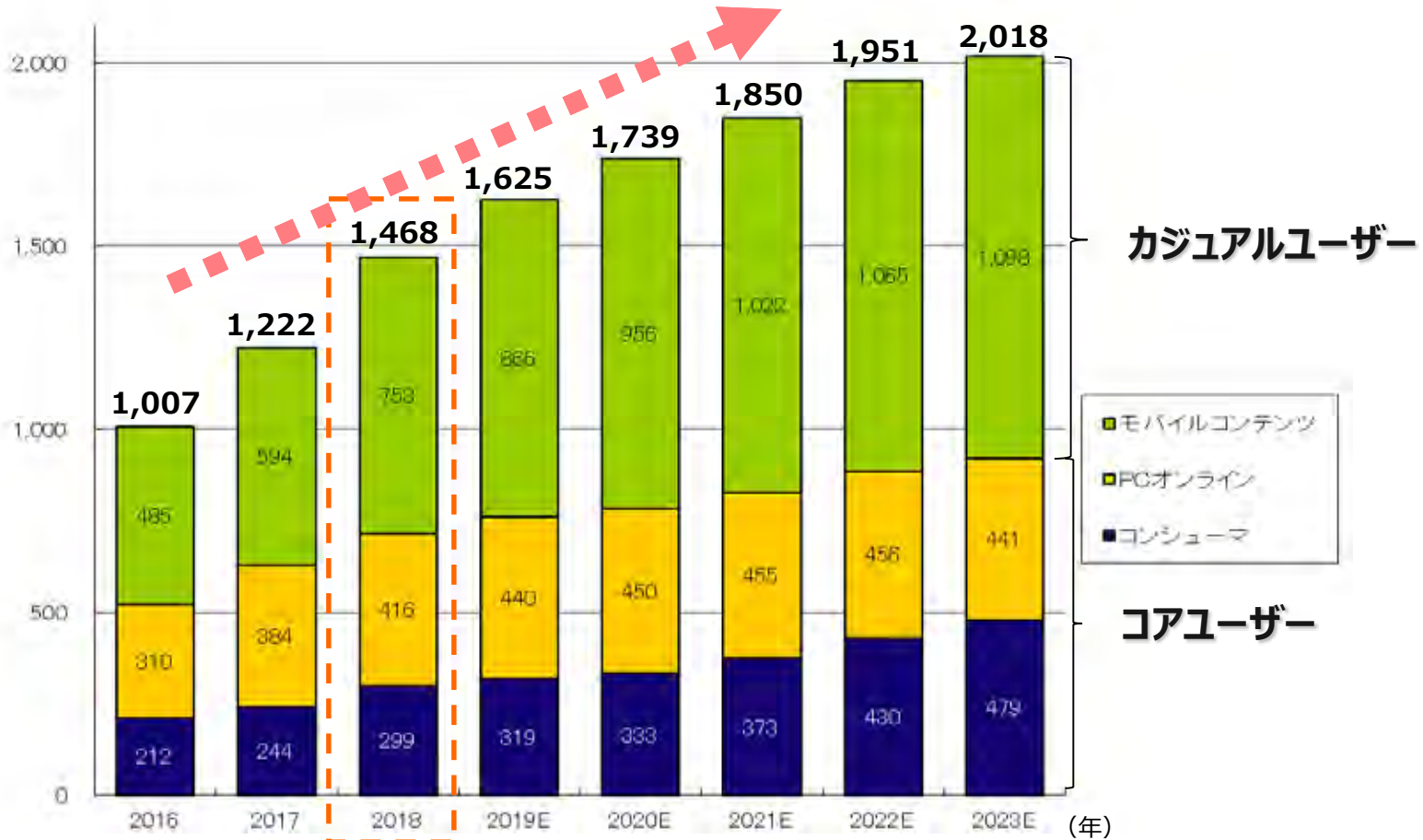
## 3-2. ゲーム市場概況

世界のゲームソフト市場は拡大を継続  
モバイルとコンシューマが成長を牽引

### ■ ゲーム市場推移

(億ドル)

2,000億ドルを突破



※E: 推定 ※出所 : International Development Group

## 4. カプコンの基本戦略



## 4-1. 戦略① 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  
多様化するハード機にソフトを供給します

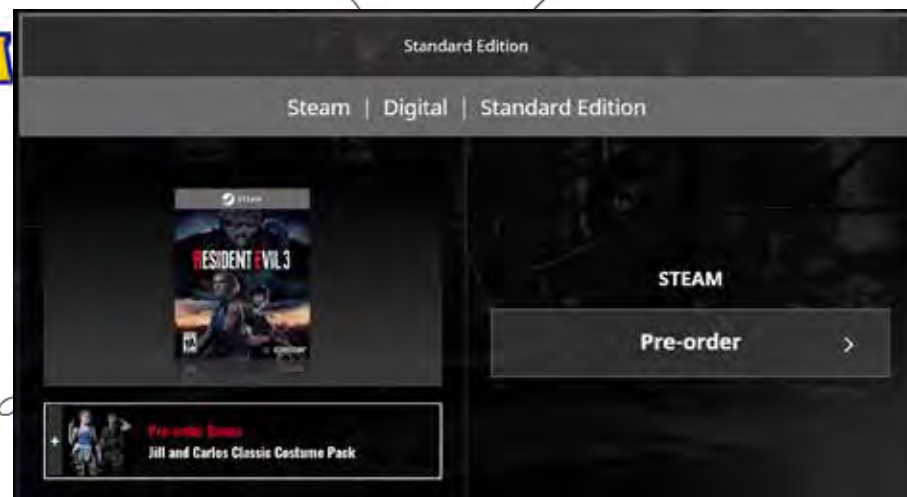
### ■ グローバルなマルチプラットフォーム戦略の展開



## 4-2. 戦略② グローバル展開

ゲームディスクだけでなく、オンライン上のプラットフォームで  
**デジタル配信**するコンテンツも積極的に展開しています

### ■ グローバルなマルチプラットフォーム戦略の展開（デジタル）



# 4-3. 戦略③ ワンコンテンツ・マルチユース

当社のオリジナルゲームコンテンツは、  
ゲームに留まらず幅広い分野で楽しまれています



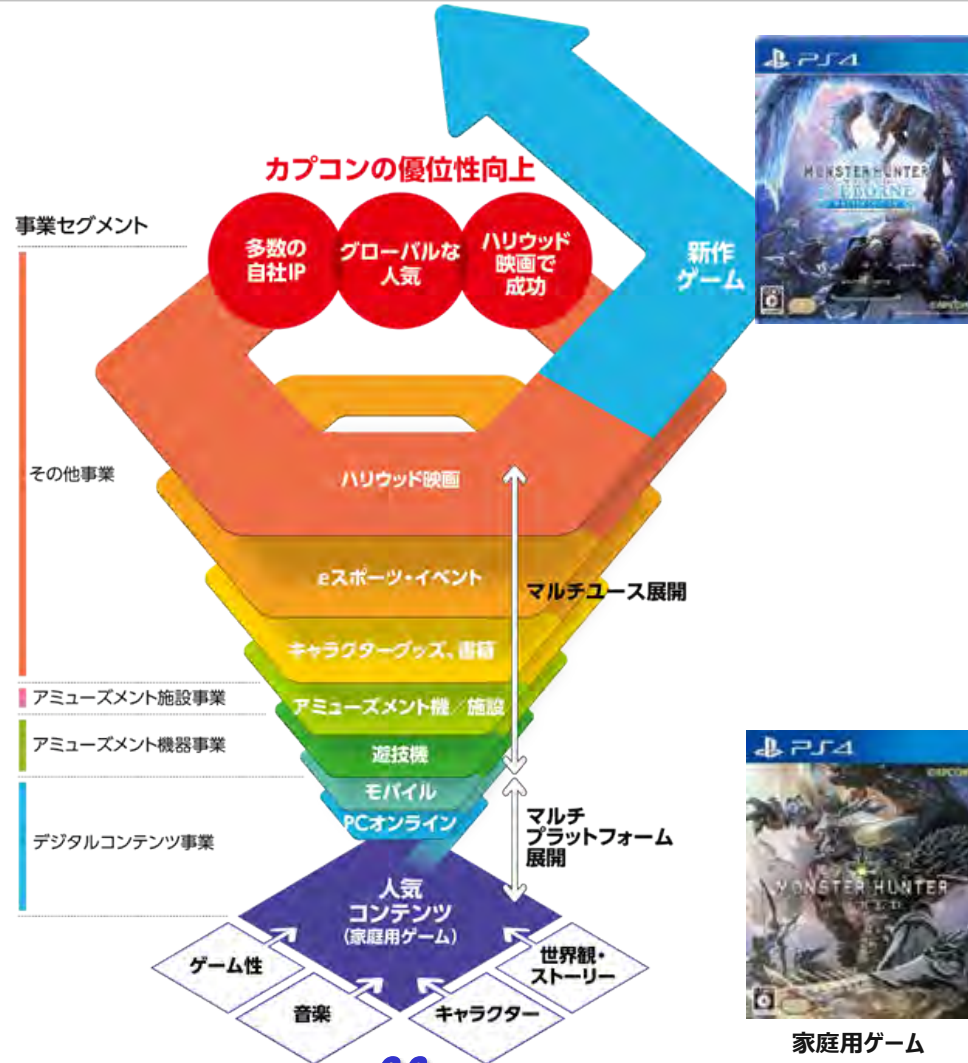
オーケストラコンサート



コラボカフェ



スマートフォン向けゲーム



ハリウッド映画

©CONSTANTIN FILM Production Services GmbH  
photo by: Coco Van Oppens



家庭用ゲーム



パチスロ機

# 4-3. 戦略③ ワンコンテンツ・マルチユース

当社のオリジナルゲームコンテンツは、  
ゲームに留まらず幅広い分野で楽しまれています



オーケストラコンサート



コラボカフェ



スマートフォン向けゲーム



ハリウッド映画

©CONSTANTIN FILM Production Services GmbH  
photo by: Coco Van Oppens



家庭用ゲーム



パチスロ機

## 5. 企業価値向上のための成長戦略

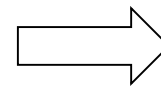


### ■ カプコンの目指すゴール

- ・中長期において持続的に企業価値を向上すること  
(= 毎期営業増益)

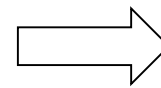
### ■ 持続的な成長に必要なこと

・「収益変動リスク」のコントロール



デジタル技術の  
積極的な活用

・「経営判断リスク」のコントロール



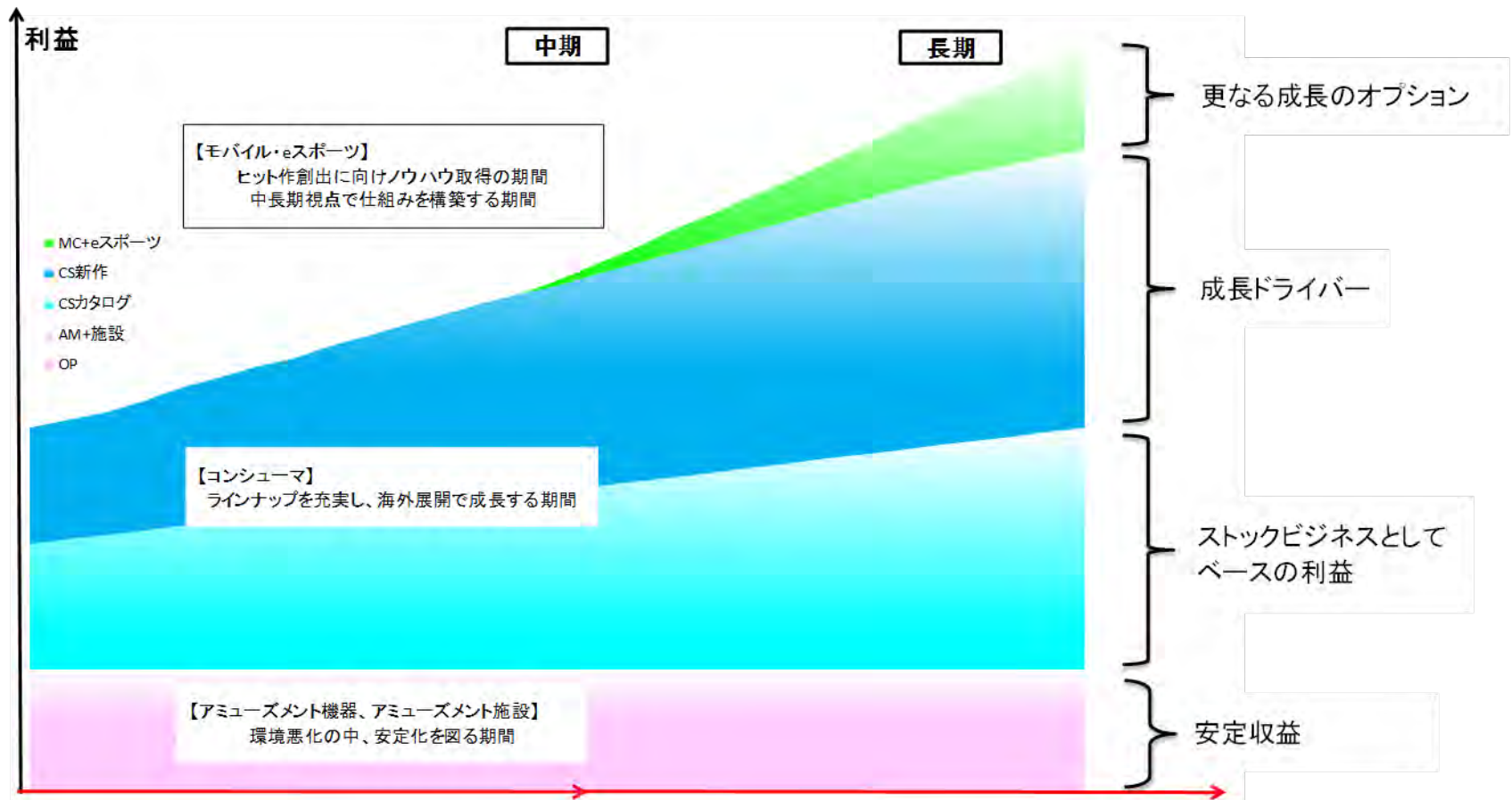
ガバナンスへの  
高い意識



## 5-2. 【現在～未来】今後の中期的な利益成長イメージ

### ■ 中期（每期営業増益）の成長イメージ

- ・コンシューマのグローバル展開を強化し、販売本数とユーザー数を拡大
- ・モバイルとeスポーツは、数年先を見据えた準備



## 5-3. コンシューマ事業①

多数の人気ゲーム（IP）を保有する強みを活かして、  
安定的に新作タイトルを投入

### ■ 新作（大型）ラインナップの拡充

#### ・開発2500名体制の構築

- ①現在の開発者数**2,150名**（※2019年12月末）
- ②新卒クリエイター採用強化  
毎年**100名**以上、過去8年で累計**800名**以上  
→若手が戦力化し、近年の主力作開発に貢献  
→将来における競争力の大きな源泉に

- ・60か月マップ（5年間の**タイトルポートフォリオマップ**）  
を運用し、年度毎のタイトル投入を計画管理



研究開発第二ビル  
2016年竣工

## 5-4. コンシューマ事業②

デジタル販売により旧作販売が大きく成長、  
コンシューマ事業は**継続型**（ストック）ビジネスへ移行

### ■ 旧作（カタログタイトル）の積み上げ

- ・映画同様、過去の良作が長期的にセールスを伸ばす傾向  
→前期大型タイトルのリピートや、過去作の現行機リメイク（移植）版
- ・旧作100タイトル以上が、継続的に安定収益として貢献



## 5-5. モバイルコンテンツ事業

豊富なIPの活用により、  
国内外での協業および自社開発を推進

### ■ モバイルビジネスのメリット

- ・市場はグローバルで成長（2018年 753億ドル→2023年 1,098億ドル）
- ・ストックビジネス構成比の拡大に寄与
- ・次世代通信規格（5G）の本格実用によりハイエンドコンテンツも展開可



## 5-6. eスポーツ事業

市場開拓およびeスポーツ人口の拡大に注力  
新たなゲーム周辺市場の形成を目指す

### ■ 「eスポーツ」の追求

- ・2023年の世界市場は15億ドルへ
- ・2018年に専門部署を設立。  
プロリーグの創設や、  
アマチュア層掘り起しのための  
スカウトキャラバンなど、将来の収益化に向けた裾野の拡大に注力
- ・新たに国内6地域での  
フランチャイズチーム化を構想



2019年開催のストリートファイターリーグ

## 5-7. 2020年3月期連結業績予想

デジタルコンテンツ事業の安定的な貢献を主因として  
7期連続の営業増益を目指す

(百万円)

	2019/3	2020/3計画	増減
売上高	100,031	80,000	-20,031
営業利益	18,144	22,000	3,856
営業利益率	18.1%	27.5%	-
経常利益	18,194	22,000	3,806
親会社株主に 帰属する当期純利益	12,551	15,500	2,949

- コンシューマにおけるデジタル販売への注力等により、減収となるものの増益を見込む

## 6. カプコンの配当方針

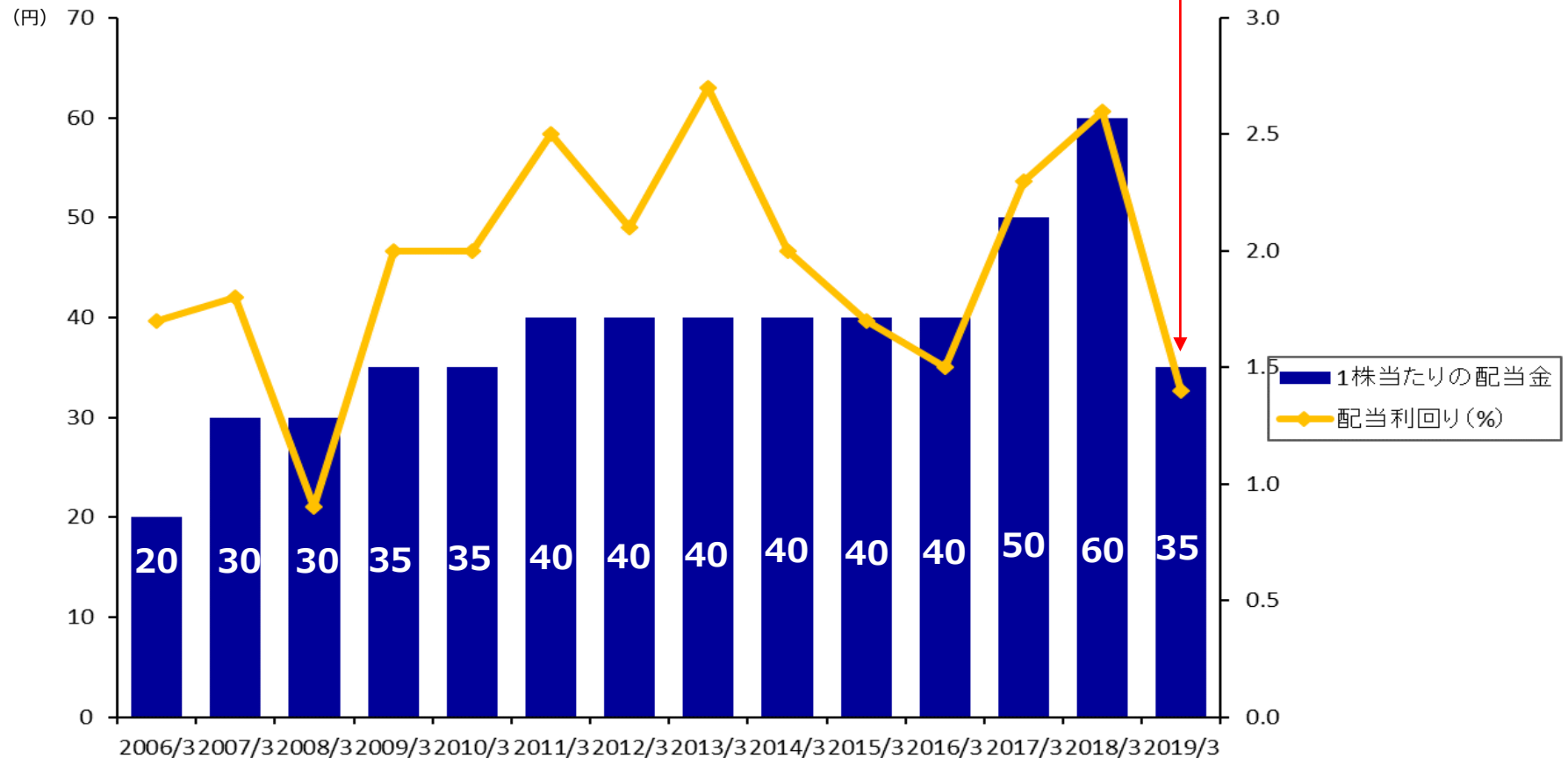


## 6. 配当方針

連結配当性向30%を基本方針とし、かつ安定配当の継続に努めています

### ■ 配当金の推移

2019年3月31日を基準日として、1株につき2株の割合で株式分割を実施





## 7. カプコンの社会貢献活動



## 7-1. 教育支援活動

ゲームメーカーの社会的責任として、  
主に小中学生向けに教育支援活動を行っています

### ■ 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ています



### ■ 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
- ・2005年以降、全国の560校、約18,264名の受け入れおよび訪問を実施しました（2020年3月25日現在）



## 7-2. 地方創生プロジェクト

コンテンツが人を惹きつける力を活用し、  
日本の各地域の活性化を支援しています



### 経済振興

コラボイベントによる観光客増やタイアップ商品の販売など、  
観光の振興を支援します



### 文化啓蒙

博物館との企画展等により、歴史・文化啓蒙を支援します



### 防犯啓発

防犯啓発物（ポスター等）へのキャラクター提供や  
各府県警による防犯イベントに協力しています



### 選挙投票啓発

選挙啓発物（ポスター・TVCM等）への  
キャラクター提供により、投票率の向上を支援します

