



株式会社カプコン（東証第1部：9697）

広報IR室長 黒澤 真

2022年3月24日

「オンライン会社説明会」説明資料

<目次>

- 1. 会社概要 (P.2) ■
- 2. 事業活動 (P.5) ■
- 3. ゲーム市場の動向 (P.14) ■
- 4. カプコンの基本戦略 (P.17) ■
- 5. 中長期の成長戦略 (P.22) ■
- 6. ESG(P.29) ■
- 7. 配当方針(P.35) ■

1. 会社概要



1-1. 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 
創業年月日	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、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
業績	売上：953億8百万円（2021年3月期） 営業利益：345億96百万円（2021年3月期）
時価総額	8,208億円（2022年3月23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3,152名（2021年3月31日現在）

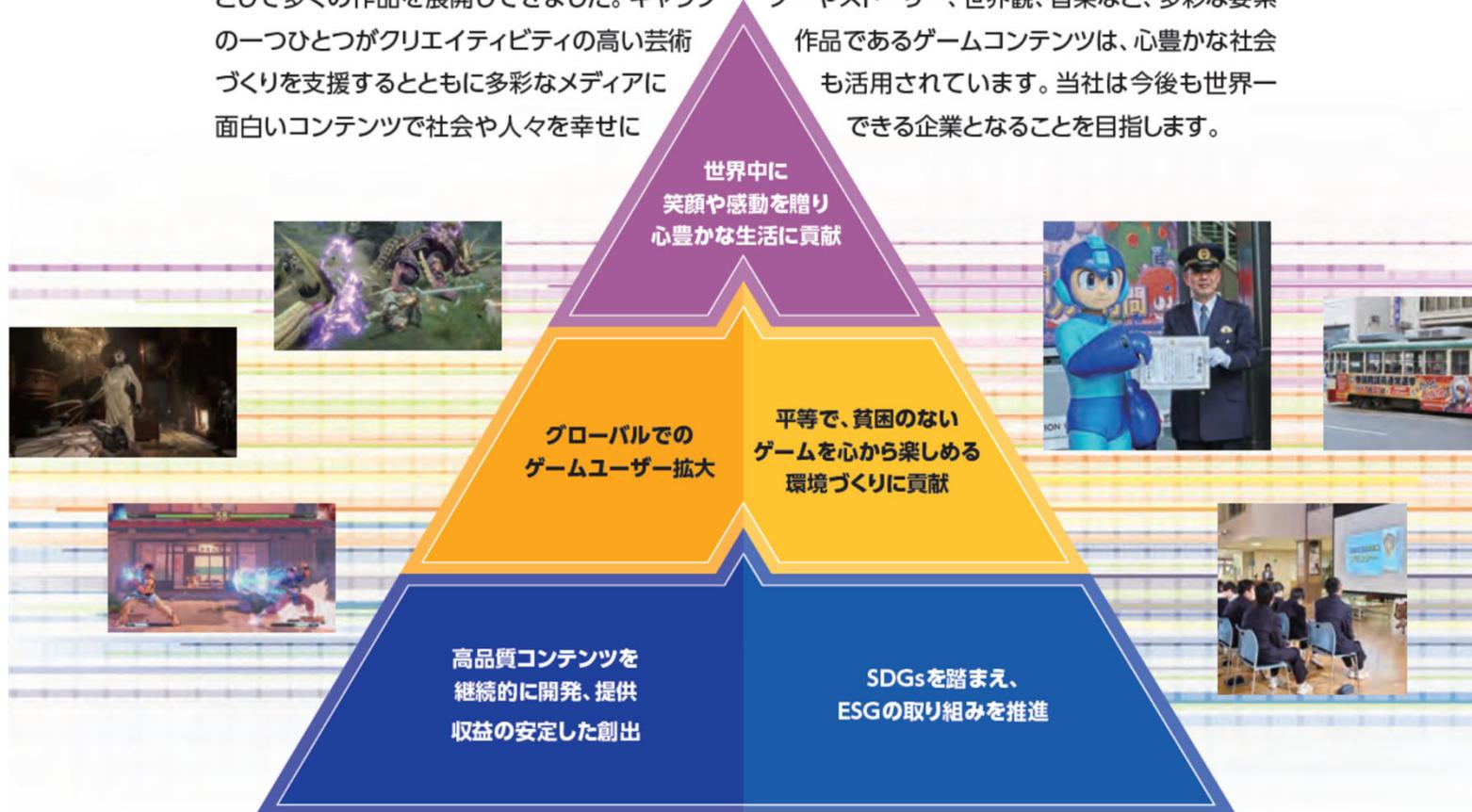
1-2. 当社の目指す姿

■ 企業理念

「遊文化をクリエイトする感性開発企業」

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面白いコンテンツで社会や人々を幸せに

ターやストーリー、世界観、音楽など、多彩な要素作品であるゲームコンテンツは、心豊かな社会でも活用されています。当社は今後も世界一できる企業となることを目指します。

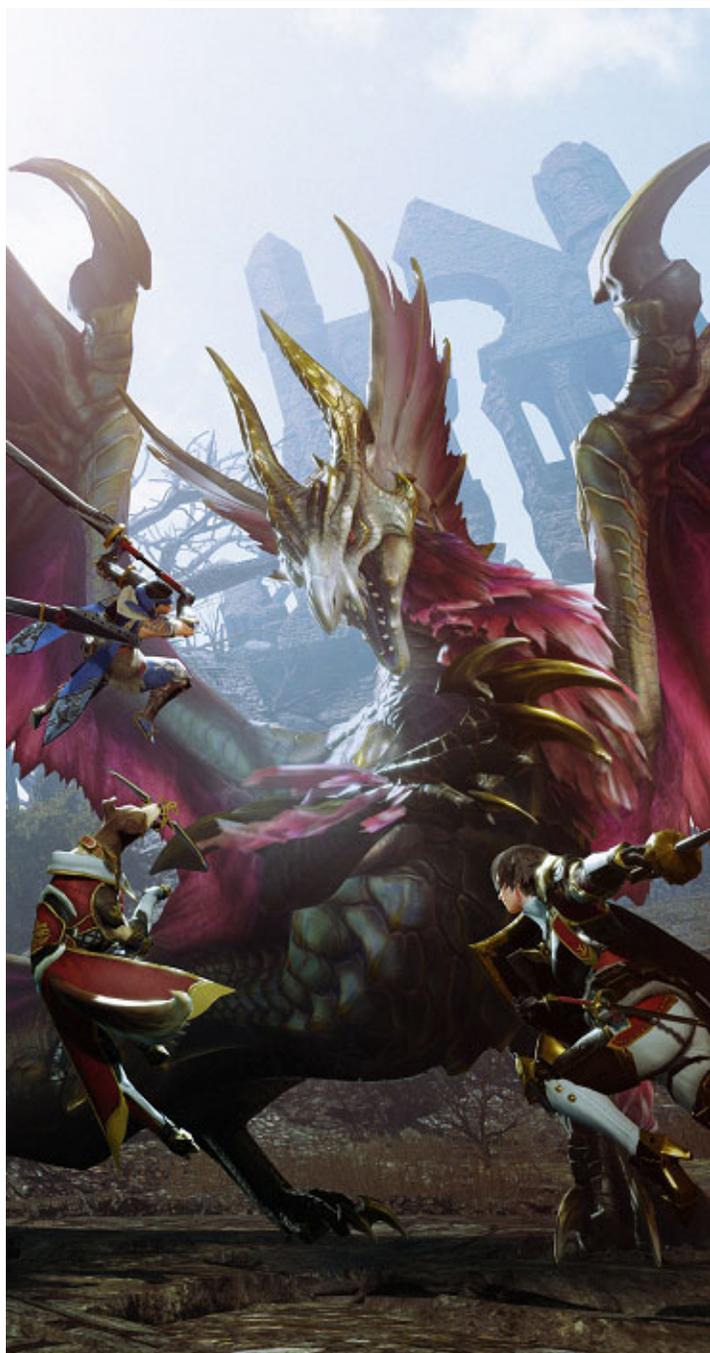


2. 事業活動



世界屈指の開発力を背景にした ゲームコンテンツ群





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**7,800万本**
- 『モンスターハンター：ワールド』
当社史上最高の**1,780万本**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

2-2. 世界トップブランド（ストリートファイター）



ストリートファイター

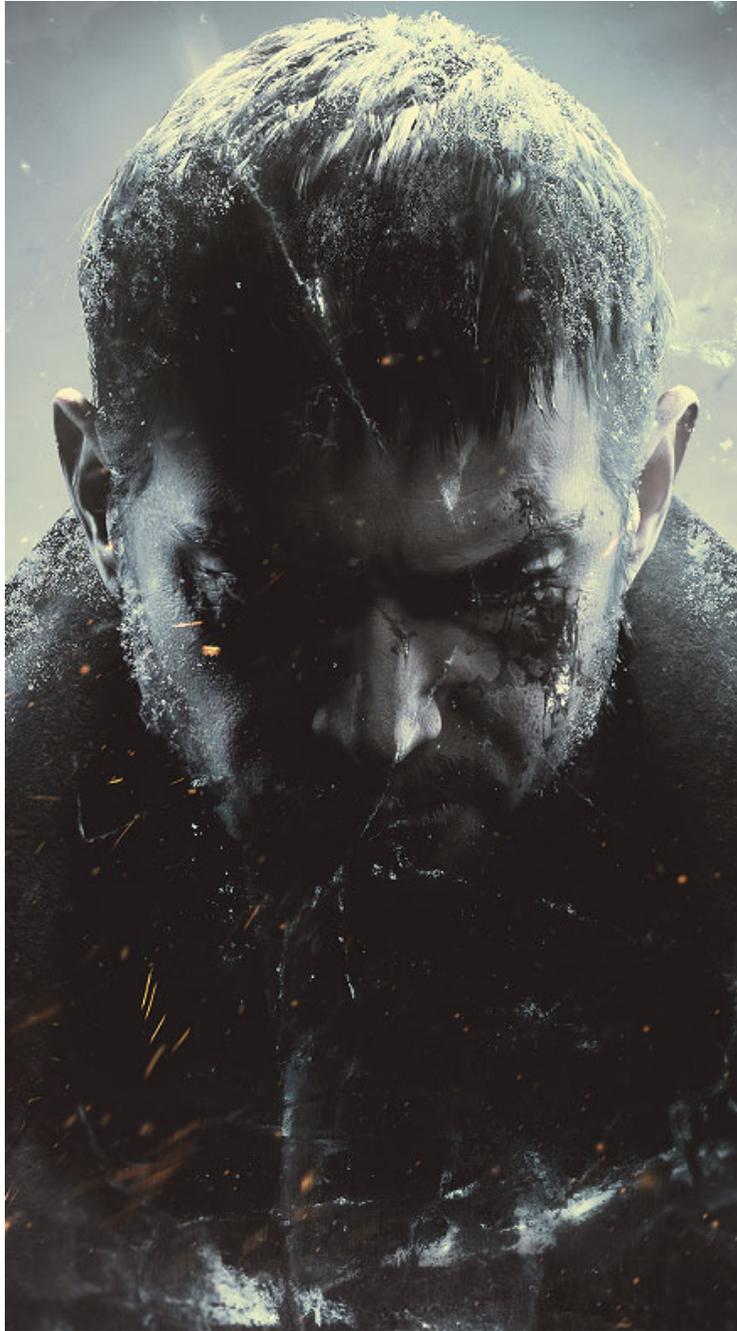
- 1990年代、世界的な格闘ゲームブームを巻き起こす
- 海外販売比率**70%超**
シリーズ累計4,700万本

※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×eスポーツ

- 個人戦の年間ツアーやチーム制のリーグ戦など、国内外で積極的に展開





バイオハザード

- シリーズ累計 1億2,300万本
- 海外販売比率**80%超**
- ハリウッド映画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

※発売週における週次売上シェア

ゲーム×映像コンテンツ

- 1994年の「ストリートファイター」をはじめ、ゲームコンテンツを積極的に映像展開
- ゲームの流通がない国や地域にもコンテンツが浸透



『ストリートファイター』



『モンスターハンター』
©CONSTANTIN FILM
Production Services GmbH.



『バイオハザード：ウェルカム・トゥ・ラクーンシティ』
©2021 Sony Pictures Digital Productions Inc.

All rights reserved.



『モンスターハンター：レジェンド・オブ・ザ・ギルド』

2-4. 多数のトップブランド

累計4億6千万本販売

「バイオハザード」シリーズ

タイトル数 149
総販売本数 12,300



[解説を見る](#)

「モンスターハンター」シリーズ

タイトル数 52
総販売本数 7,800



[解説を見る](#)

「ストリートファイター」シリーズ

タイトル数 94
総販売本数 4,700



[解説を見る](#)

「ロックマン」シリーズ

タイトル数 158
総販売本数 3,700



[解説を見る](#)

「デビルメイクライ」シリーズ

タイトル数 35
総販売本数 2,500



[解説を見る](#)

「デッドライジング」シリーズ

タイトル数 22
総販売本数 1,400



[解説を見る](#)

「逆転裁判」シリーズ

タイトル数 33
総販売本数 890



[解説を見る](#)

「ドラゴンズドグマ」シリーズ

タイトル数 13
総販売本数 600



[解説を見る](#)

「戦国BASARA」シリーズ

タイトル数 31
総販売本数 400



[解説を見る](#)

2-5. 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

成長事業

売上構成比：約**80%**

安定事業

売上構成比：約**20%**

コンシューマ事業

- ※ 家庭用ゲームの企画・開発・販売
- ※ 本編および追加コンテンツのダウンロード販売
- ※ オリジナルタイトルの創出により新規ブランドの確立

CAPCOM[®]

有力コンテンツ群

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

モバイルコンテンツ事業

- ※ スマートフォン向けゲームの企画・開発・運営

eスポーツ事業

- ※ 主力ブランドを活用したeスポーツ大会の開催

アミューズメント施設運営事業

- ※ 自社キャラクターを活用した飲食展開やグッズ販売
- ※ ユーザーとの接触機会

ライセンス事業

- ※ 関連書籍・キャラクター商品
- ※ ゲームの映画・アニメ・舞台化

相乗展開

3. ゲーム市場の動向



3-1. 当社を取り巻く環境

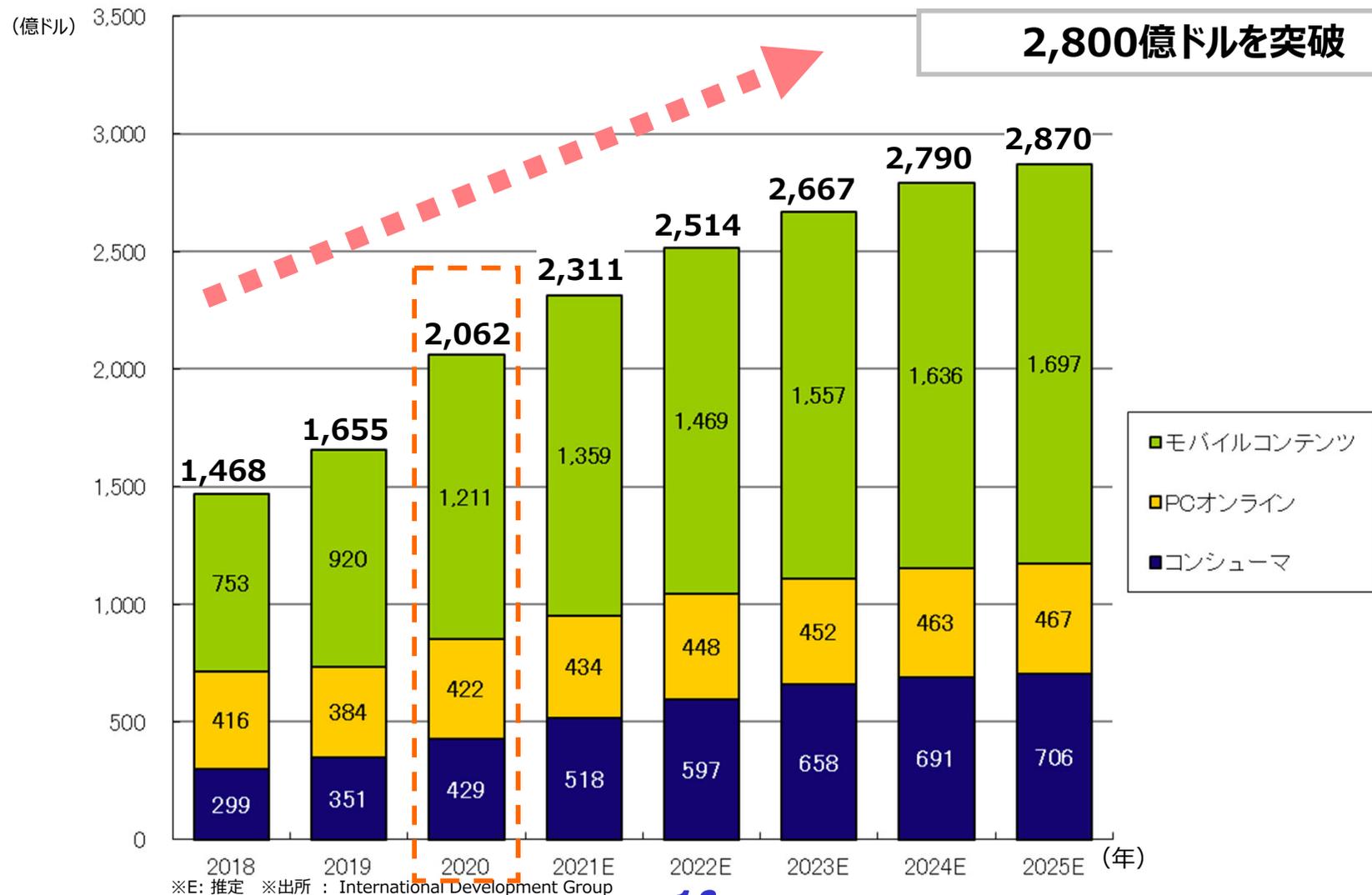
ゲーム市場は先端技術の実験場と呼ばれ
常に進化しています



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

■ ゲームソフト市場推移

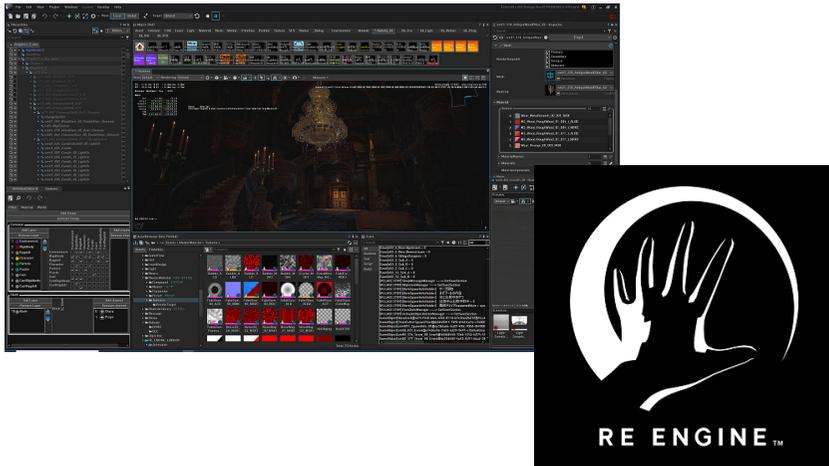


4. カプコンの基本戦略



4-1. カプコンの強み① 開発力

最先端の開発環境の元、
世界トップクラスの開発力を有しています。



RE ENGINE



フォーリーステージ



モーションキャプチャスタジオ



3Dスキャンスタジオ

4-1. カプコンの強み② 豊富なIP

「モンスターハンター」や「ストリートファイター」、「バイオハザード」など、
豊富なコンテンツ資産を保有

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38年間、常に新しいことに取り組み挑戦精神で、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。



4-2. 基本戦略① マルチプラットフォーム展開

多様化するハードにソフトを供給し、
販売地域を広げることで販売本数を最大化します

■ グローバルなマルチプラットフォーム戦略の展開



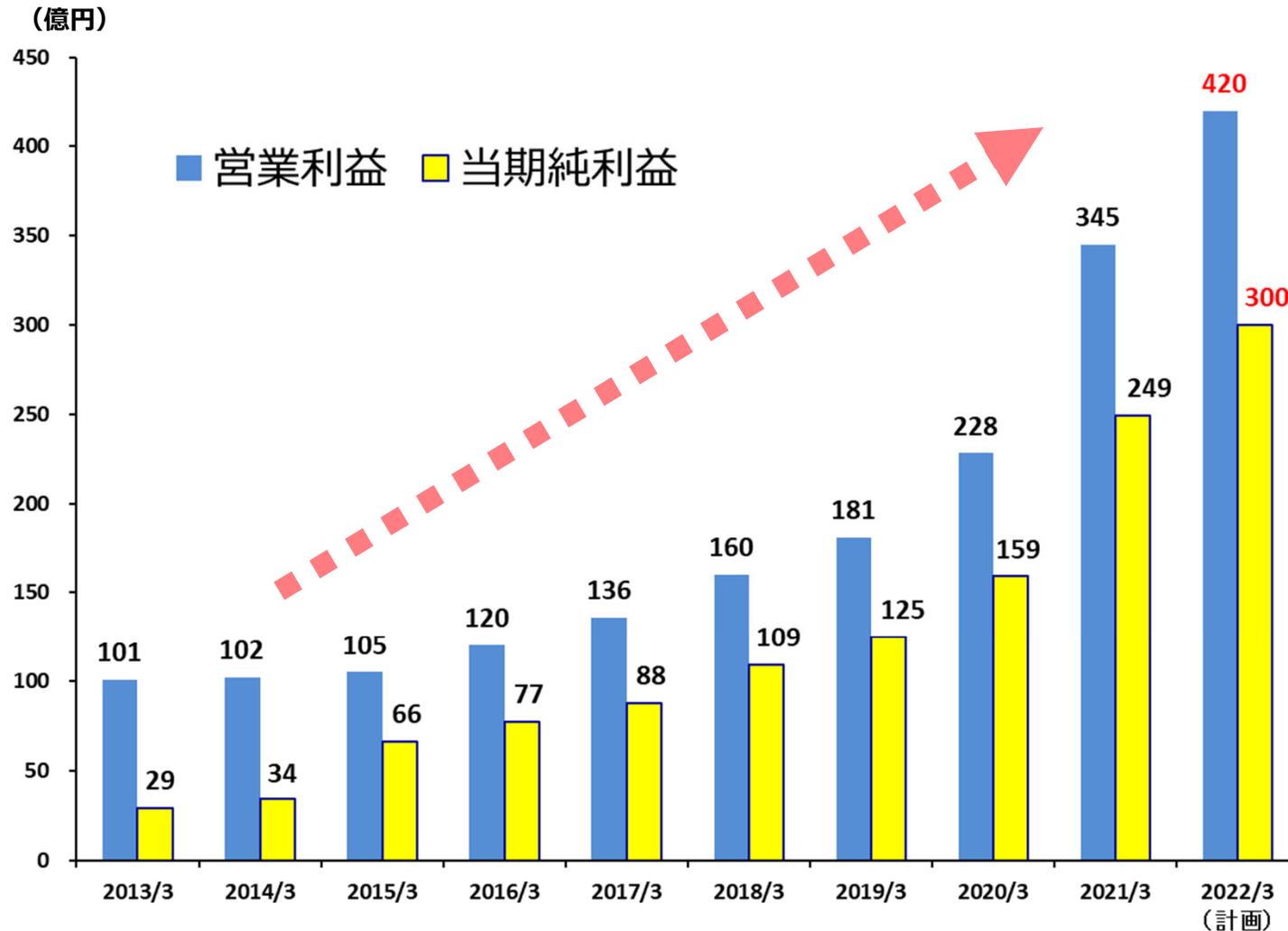
5. 中長期の成長戦略



5-1. カプコンの中長期の成長目標

■ 中期的な経営目標

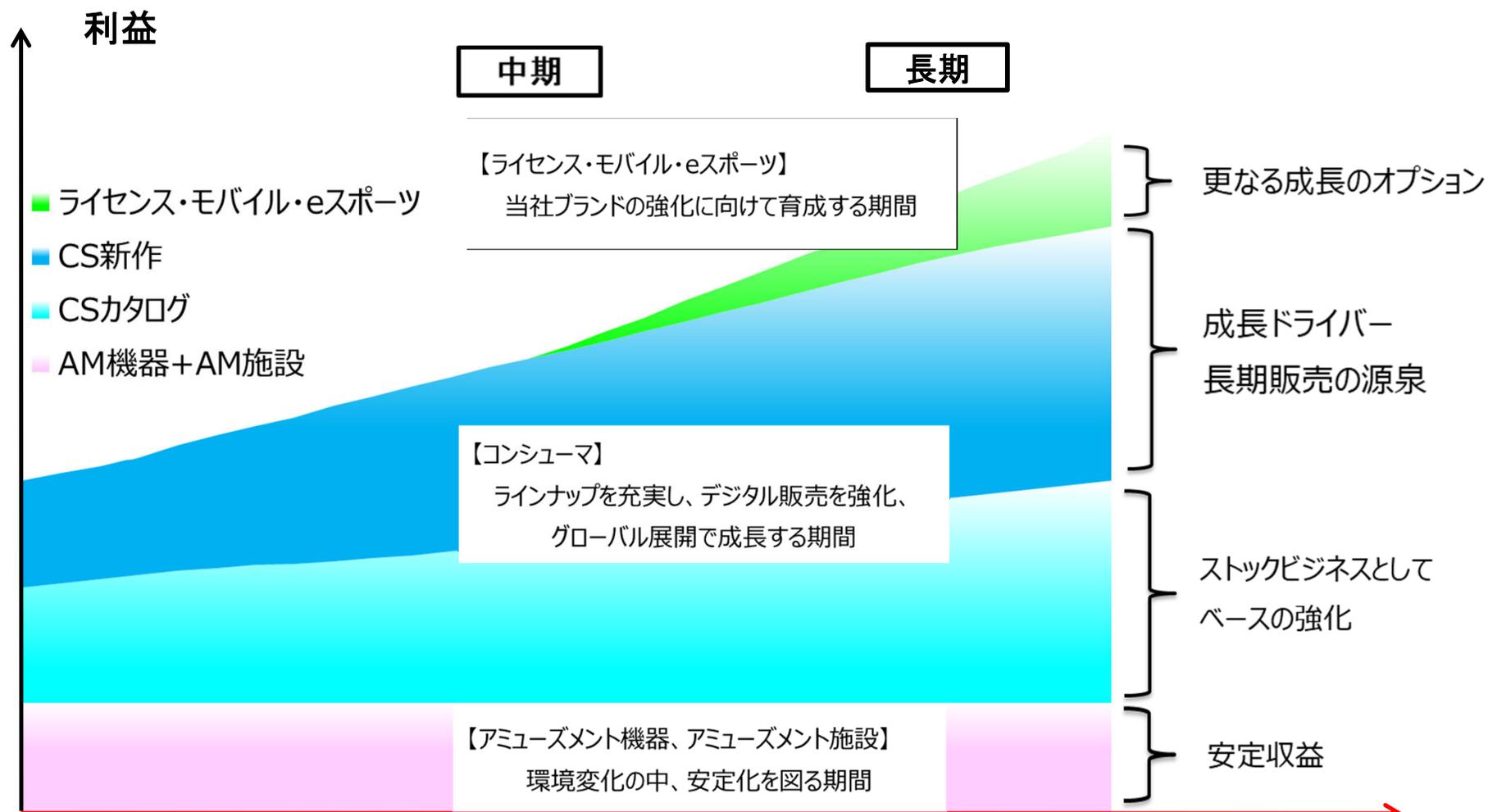
- ・ 安定した収益基盤の積上により、「毎期、営業増益（10%以上）」を目指す



5-2. 【現在～未来】今後の中期的な利益成長イメージ

■ 中長期の成長イメージ

- ・ 中期：コンシューマにおいてデジタル販売を強化
- ・ 長期：デジタルコンテンツのブランド強化に向け、ライセンスやモバイル、eスポーツを育成



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2,500名体制の構築

①現在の開発者数**約2,400名**（※2021年12月末）

②新卒クリエイター採用強化

過去10年で累計**1,000名以上**

近年では毎年**150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

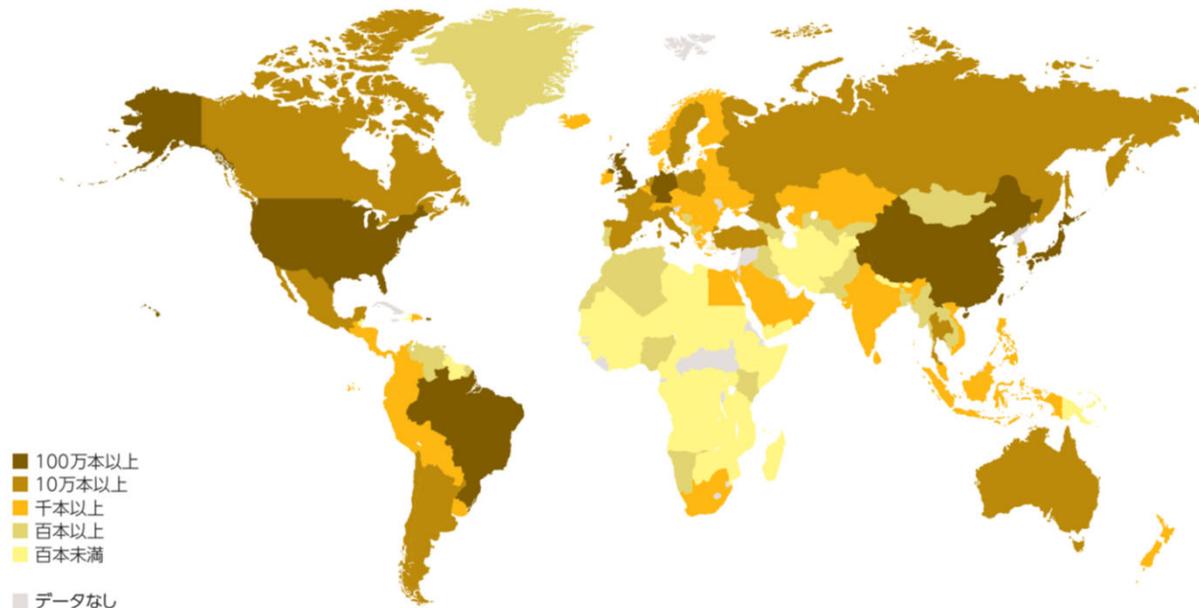
5-4. コンシューマ事業②

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

- ・過去の良作が長期的にセールスを伸ばす傾向
- ・PCプラットフォームへの対応により、**200**を超える国や地域で販売
- ・旧作**300**タイトル以上が、安定収益として貢献

2021年3月期 家庭用ゲームソフト国別販売本数実績



2017年1月発売
『バイオハザード7 レジデント イービル』
発売後每期100万本以上販売



2018年1月発売
『モンスターハンター：ワールド』
1,780万本を超えるヒット作に

5-5. 将来を見据えた成長事業

長期的な成長を見据えた、
次世代の収益源として期待するビジネス

■ 将来を見据えた種まきを継続

- ・モバイルゲームビジネス
フリーミアムゲームの企画やマネタイズのノウハウを蓄積
- ・eスポーツビジネス
大会の映像配信権やグッズ、スポンサー収入などによる収益化を目指し、
すそ野拡大に注力
- ・ライセンスビジネス
コンシューマでのユーザー拡大と連動し、新たな収益源としての成長を図る

5-6. 2022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
9期連続の営業増益を目指す

(百万円)

	2021/3	2022/3計画	増減
売上高	95,308	100,000	4,692
営業利益	34,596	42,000	7,404
営業利益率	36.3%	42.0%	-
経常利益	34,845	42,000	7,155
親会社株主に帰属する 当期純利益	24,923	30,000	5,077

- 新作、旧作両輪での成長により、全利益項目で過去最高益を目指す

6. ESG



6-1. E. 環境への配慮

環境負荷は大きくないものの、
省エネルギー化に注力

- **デジタル販売によるパッケージ等の削減**
箱やディスク、説明書といった資源を削減しています。
- **デジタル販売による温室効果ガスの削減**
配送量の削減により、温室効果ガスの発生を抑制しています。
- **パチスロ筐体のリサイクルを推進**
プラスチックなど、資源の使用量を削減しています。
- **各種省エネ施策の推進**
新設ビルでの省エネ設備導入や、各事業所でのLED照明への切り替えによりCO2排出量を削減しています。

6-2. S. 社会課題の解決（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609校、約21,565名の受け入れおよび訪問を実施しました（2022年3月23日現在）



6-2. S. 社会課題の解決（地方創生）

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



6-2. S. 社会課題の解決（従業員満足度の向上）

従業員の満足度を向上させることで
高いクリエイティビティを保持しています

■ 自社保育施設の設置

社員が安心して子育てをしながら長く働くことができる、
「カプコン塾」を運営しています。



■ ダイバーシティの推進

女性が活躍できる環境整備の推進と、
外国人の積極採用に取り組んでいます。



■ ワークライフバランスの推進

有給取得推進日の設定や職住近接を推進しています。

■ 従業員の健康管理

社員食堂やマッサージ室を設置し、健康管理を支援しています。



6-3. G. ガバナンス

継続的なガバナンス改革により
持続的な企業成長を実現します

■ 社外取締役比率

当社では「経営の透明化・見える化」を目指し、社外取締役を積極的に選任しています。現在の全取締役に占める社外比率は45.5%です。

■ 監査等委員会設置会社

2016年6月に監査等委員会設置会社に移行しています。監査等委員会は、監査方針に基づき取締役や従業員の業務執行の監査を行い、必要に応じて監査指摘事項の提出や是正勧告、助言を行っています。

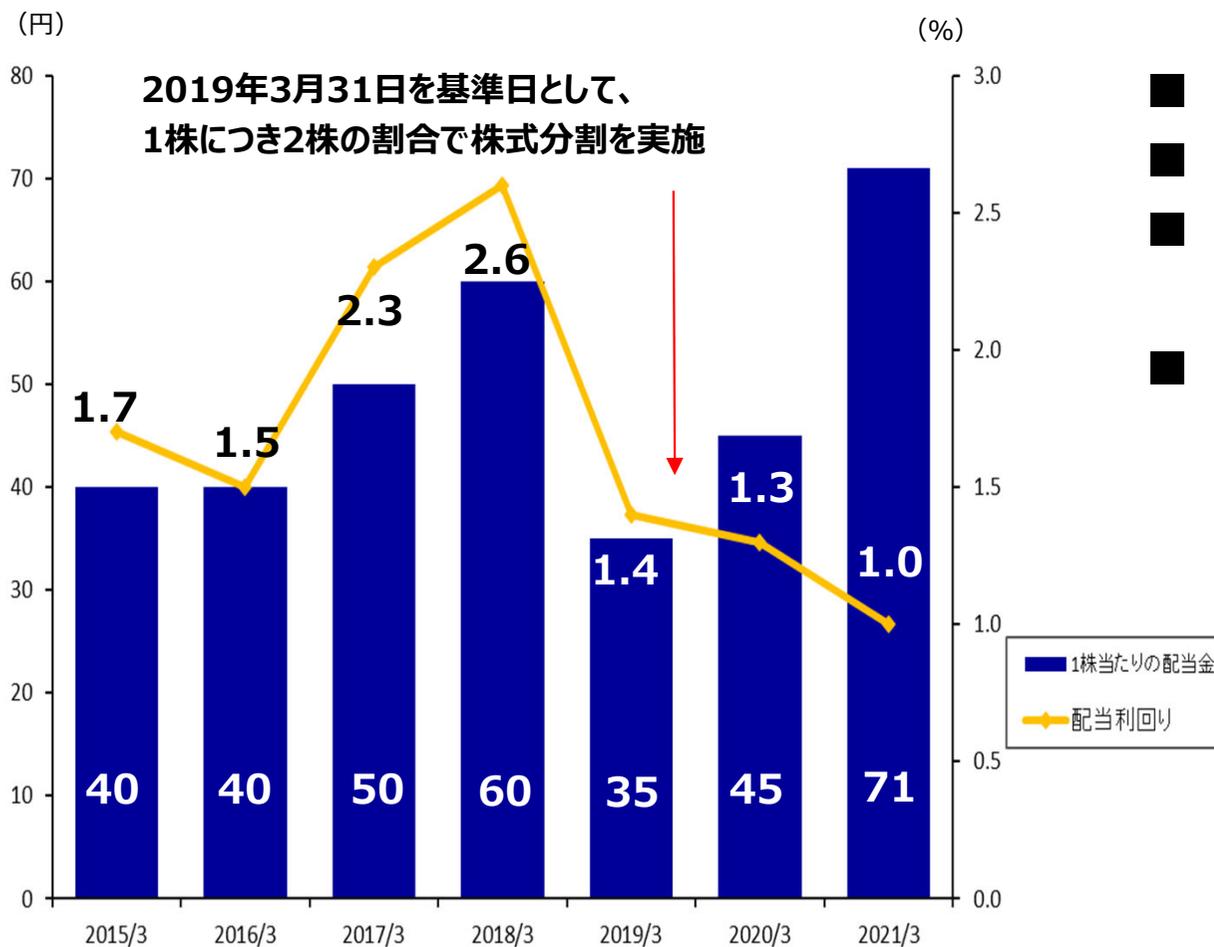
7. 配当方針



7. 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



- 上場以来**無配なし**
- 直近5年間のTSRは538.9%
- 2018年、2021年度の期首に**株式分割 (1:2) を実施**
- 2022年3月期は年間配当**36円**を予定