



株式会社カプコン（東証プライム：9697）

広報IR室長 黒澤 真

2023年3月23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.31) ■
- 7. 配当方針(P.36) ■

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：1,100億54百万円（2022年3月期） 営業利益：429億9百万円（2022年3月期）
時価総額	1兆2,485億円（2023年3月22日現在）
上場金融商品取引所	東証プライム（証券コード：9697）情報・通信業
従業員数	連結3,206名（2022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も活用されています。当社は今後も世界一面白いコンテンツで社会や人々を幸せに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**9,000万本**
- 『モンスターハンター：ワールド』
当社史上最高の**1,860万本**販売
- グローバル同日発売やPC展開が
奏功しユーザー数拡大



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4,900万本

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
- 「CAPCOM Pro Tour 2023」は、当社史上最高の賞金総額200万ドル以上で開催



バイオハザード

- シリーズ累計 1億3,500万本
- 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



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
- ゲームが普及していない国・地域にもコンテンツが浸透
- 2022年、映像製作子会社カプコンピクチャーズを設立



『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5億本販売

「バイオハザード」シリーズ

タイトル数 164
総販売本数 13,500



[解説を見る](#)



「モンスターハンター」シリーズ

タイトル数 55
総販売本数 9,000



[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 4,900



[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 3,800



[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 2,800



[解説を見る](#)

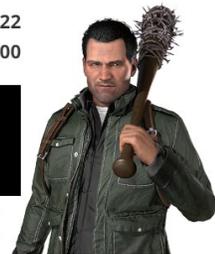


「デッドライジング」シリーズ

タイトル数 22
総販売本数 1,500



[解説を見る](#)



「逆転裁判」シリーズ

タイトル数 33
総販売本数 980



[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 720



[解説を見る](#)



「戦国BASARA」シリーズ

タイトル数 31
総販売本数 410



[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%**

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

安定事業

売上構成比：約**20%**

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

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

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

キャラクター・映像事業

- ※ 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

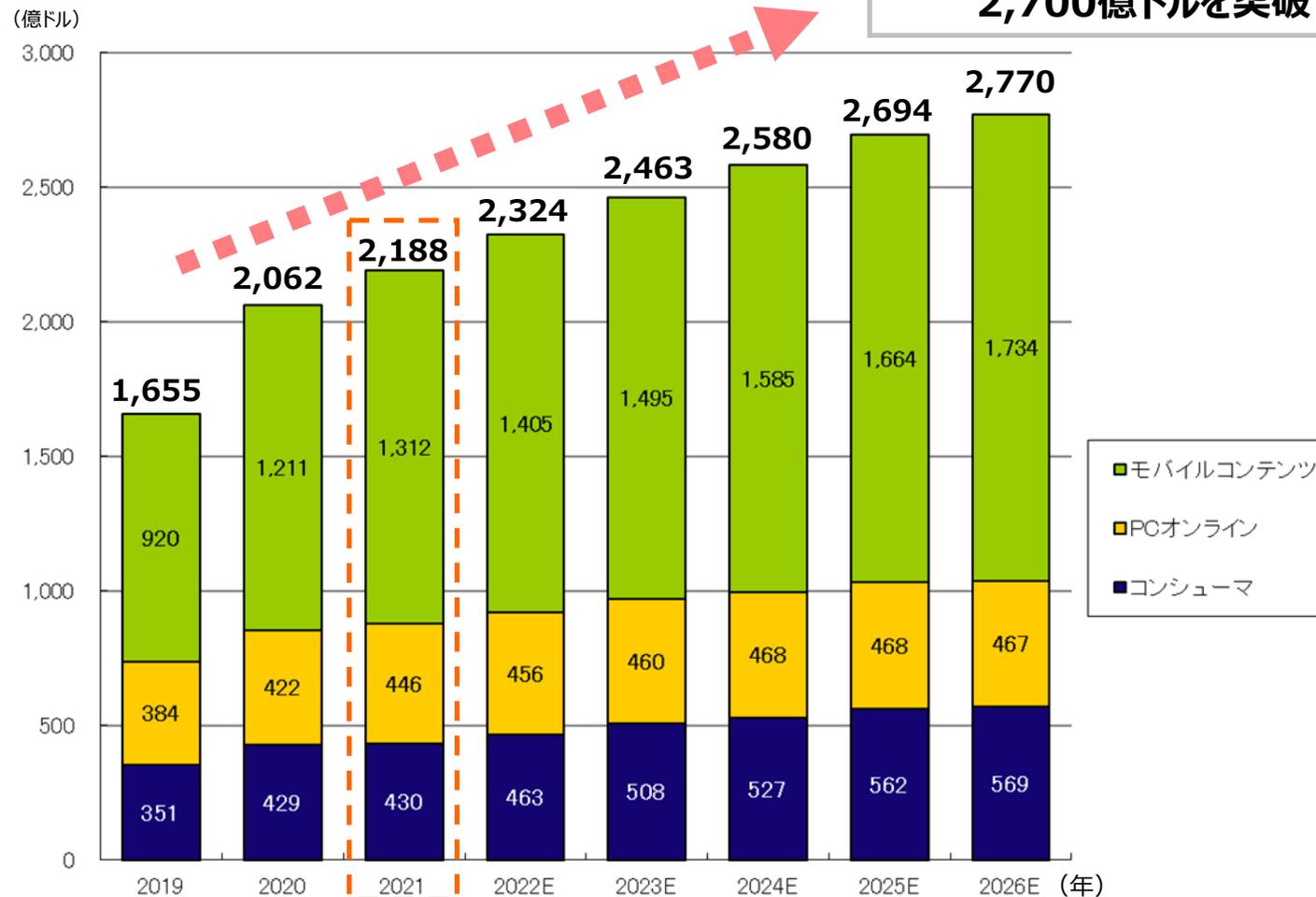
ゲーム市場は常に先端技術が流入し
進化を続けています



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

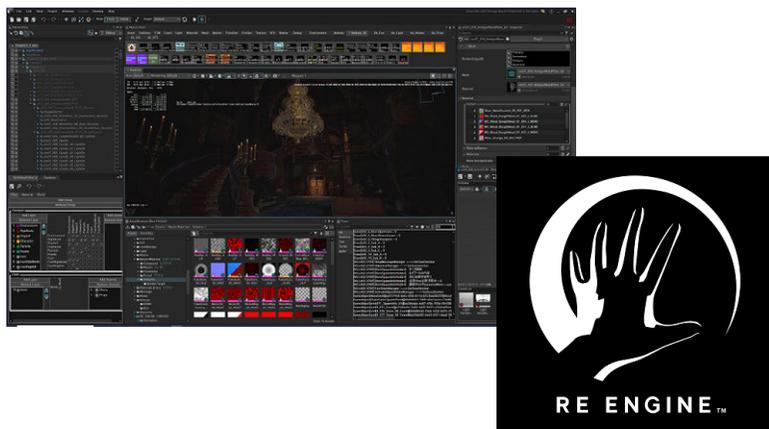


4. カプコンの基本戦略



4-1. カプコンの強み① 開発力

最先端の開発環境のもと、
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39年間、常に新しいことに取り組みチャレンジ精神で、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。



「ロックマン」シリーズ
累計販売本数 **3,700万本**
(2022年3月期)

累計ミリオンタイトル **6** 作品

35周年

ファミリーコンピュータ向けアクションゲームとして1987年に第1作目が発売され、ゲームソフトに留まらず、キャラクターグッズ、コミック、TVアニメや映画など多彩なメディアに展開され、幅広い年代から人気を得ています。



「バイオハザード」シリーズ
累計販売本数 **12,500万本**
(2022年3月期)

累計ミリオンタイトル **32** 作品

絶望的な状況から、武器やアイテムを駆使して生還していくサバイバルホラーゲームで、1996年に第1作を発売しました。当社の代表的なコンテンツであり、登場から25年以上経過した今なお、世界中から高い支持を集めています。

ORIGINAL CONTENTS



「モンスターハンター」シリーズ
累計販売本数 **8,000万本**
(2022年3月期)

累計ミリオンタイトル **14** 作品

「友人と協力して強大なモンスターに挑む」という遊ばせプレイが新たなコミュニケーションスタイルを確立し、「モンハン現象」と呼ばれる社会現象を巻き起こしました。2004年に家庭用ゲームでの第1作を発売して以降、大ヒットシリーズに成長しています。



「ストリートファイター」シリーズ
累計販売本数 **4,700万本**
(2022年3月期)

累計ミリオンタイトル **13** 作品

1987年に業務用ゲーム機として登場した対戦格闘ゲームの金字塔です。1992年に発売されたスーパーファミコン版「ストリートファイター II」は全世界で630万本を販売するメガヒットとなりました。

35周年

ORIGINAL CONTENTS

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

■ グローバルに向けたマルチプラットフォーム戦略



4-2. 基本戦略② ワンコンテンツ・マルチユース

ゲームに留まらず幅広い分野に展開することで、
ファン層を拡大しています



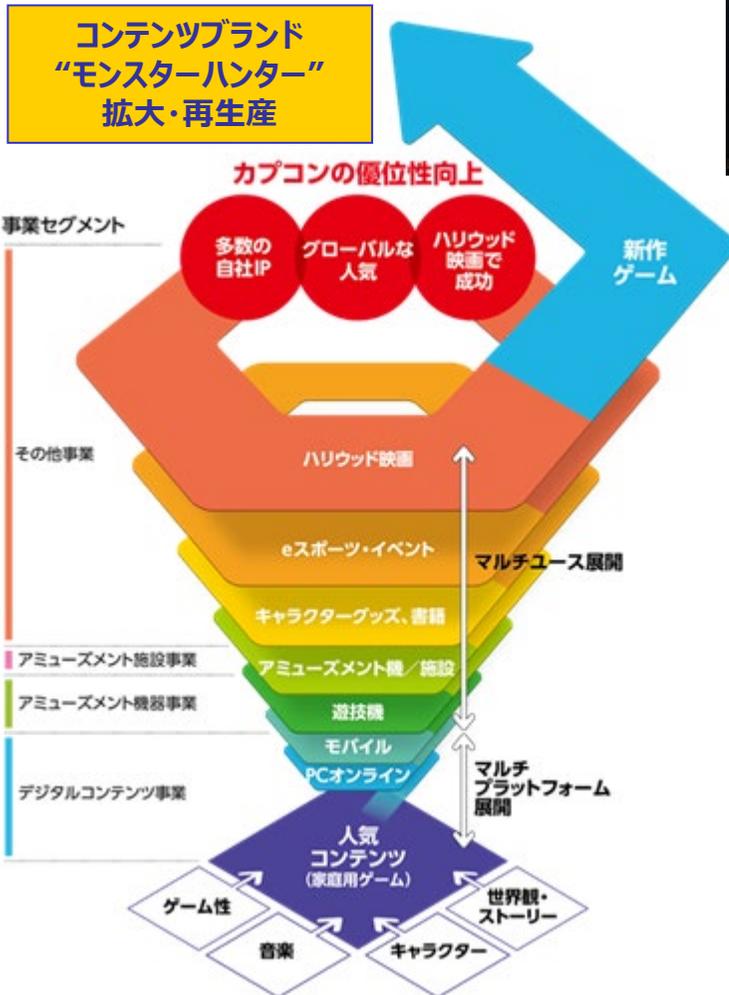
オーケストラコンサート

ファミリー層への訴求



コラボカフェ

ライトユーザーの取り込み



ブランド認知度の向上



ハリウッド映画

©CONSTANTIN FILM Production Services GmbH.



家庭用ゲーム

近接事業へ展開



パチスロ機

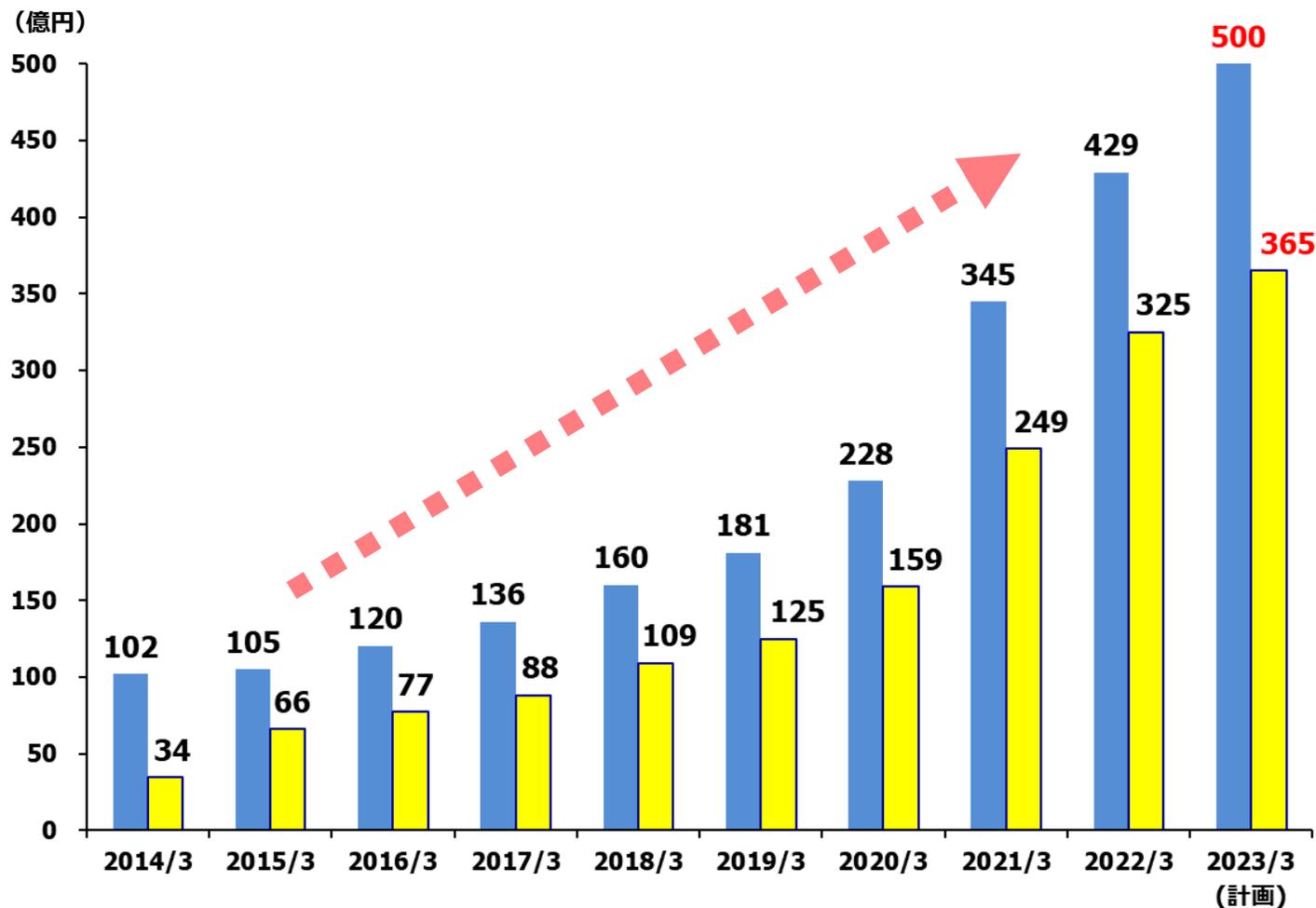
5. 中長期の成長戦略



5-1. カプコンの中長期の成長目標

■ 中期的な経営目標

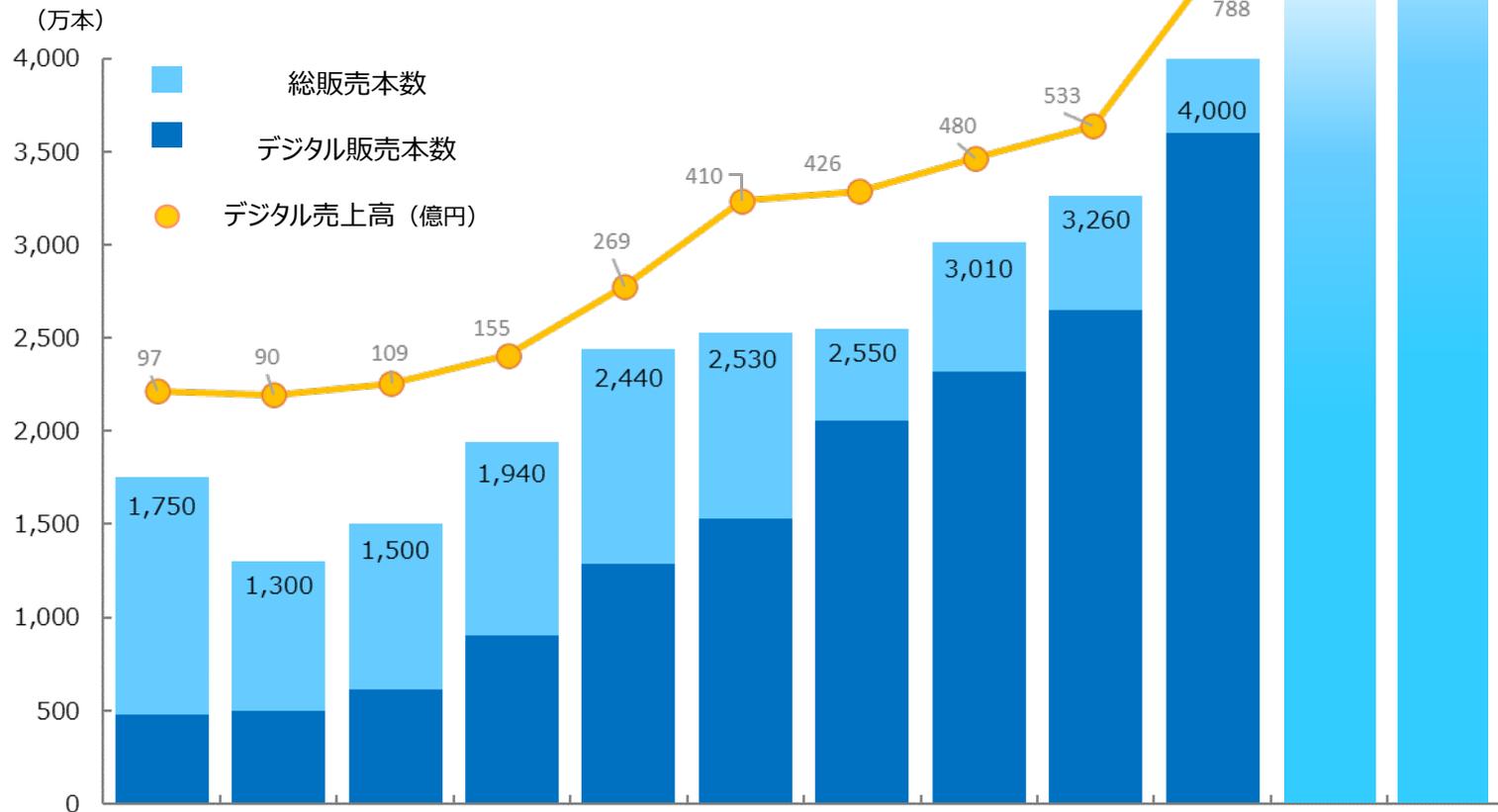
- ・ グローバルでの販売強化により、「毎期、営業増益（10%以上）」を継続



5-1. カプコンの中長期の成長目標

■ コンシューマ販売本数の成長

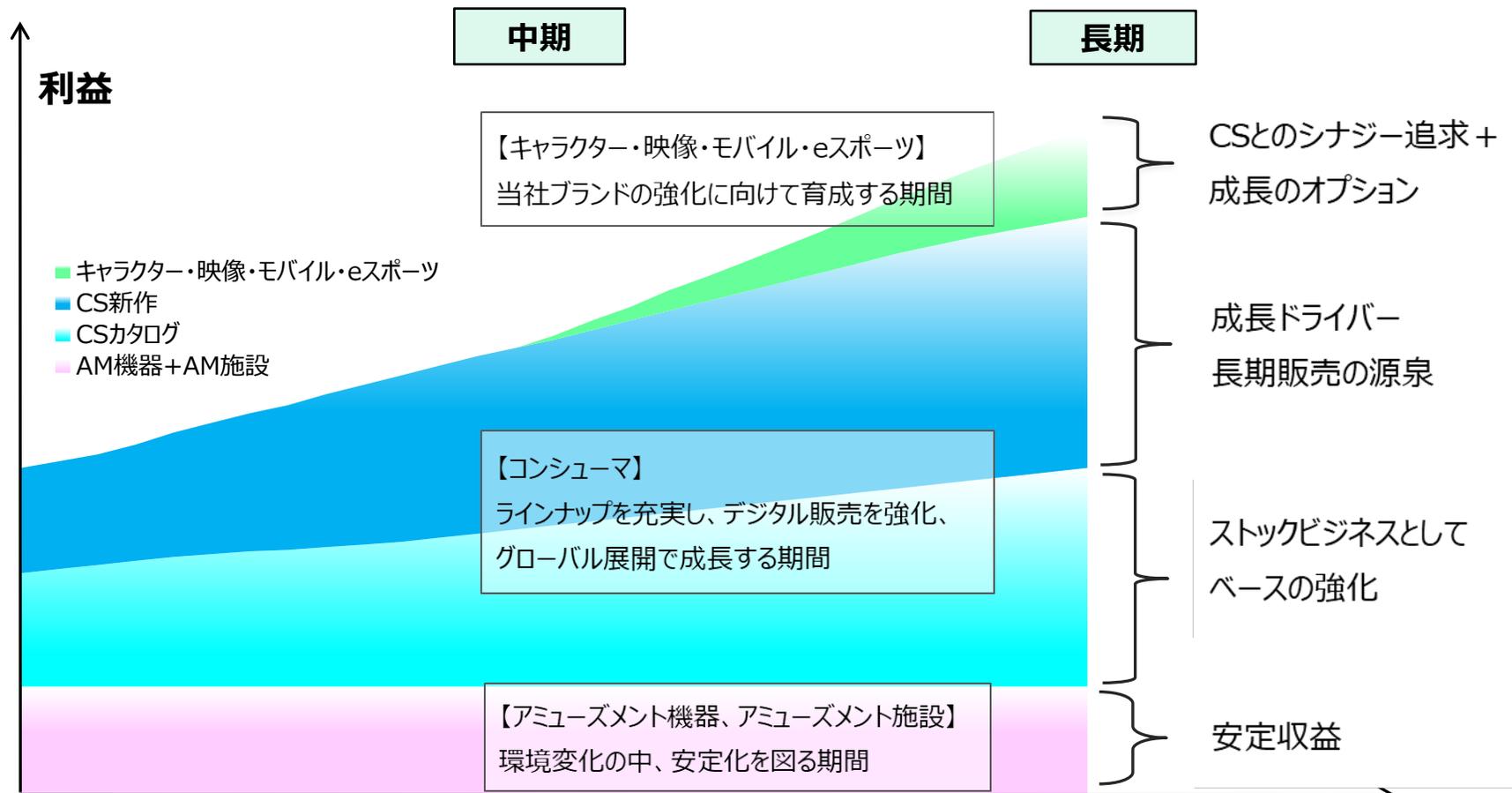
- ・ 大型新作の每期投入
- ・ デジタル販売を活用した販売地域・プラットフォームの拡大



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：コンシューマの成長と周辺ビジネスとのシナジーを追求、収益基盤を強化



5-3. コンシューマ事業①

■ 高品質タイトルの長期販売

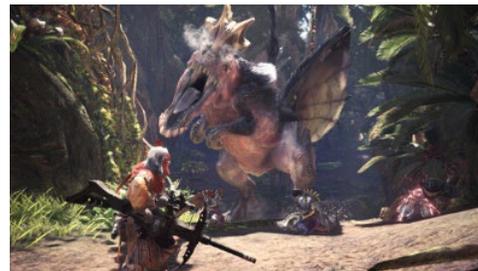
- ・ 主要IPは、新作時に加え、高収益のカタログタイトルとして、息長く貢献

	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	累計販売 本数※	2023/3 (計画)
バイオハザード7 レジデント イービル	350万本	160万本	120万本	100万本	150万本	180万本	1,080万本	カタログ タイトルとして 引き続き貢献
モンスターハンター：ワールド		790万本	450万本	320万本	140万本	90万本	1,800万本	
バイオハザード RE:2			420万本	240万本	160万本	140万本	960万本	
モンスターハンターワールド： アイスボーン				520万本	240万本	140万本	920万本	
バイオハザード RE:3					390万本	110万本	520万本	
モンスターハンターライズ					480万本	410万本	900万本	
バイオハザード ヴィレッジ						610万本	610万本	

※2022年3月末時点



2017年1月発売
『バイオハザード7 レジデント イービル』
6期連続で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』
当社史上最高本数を達成



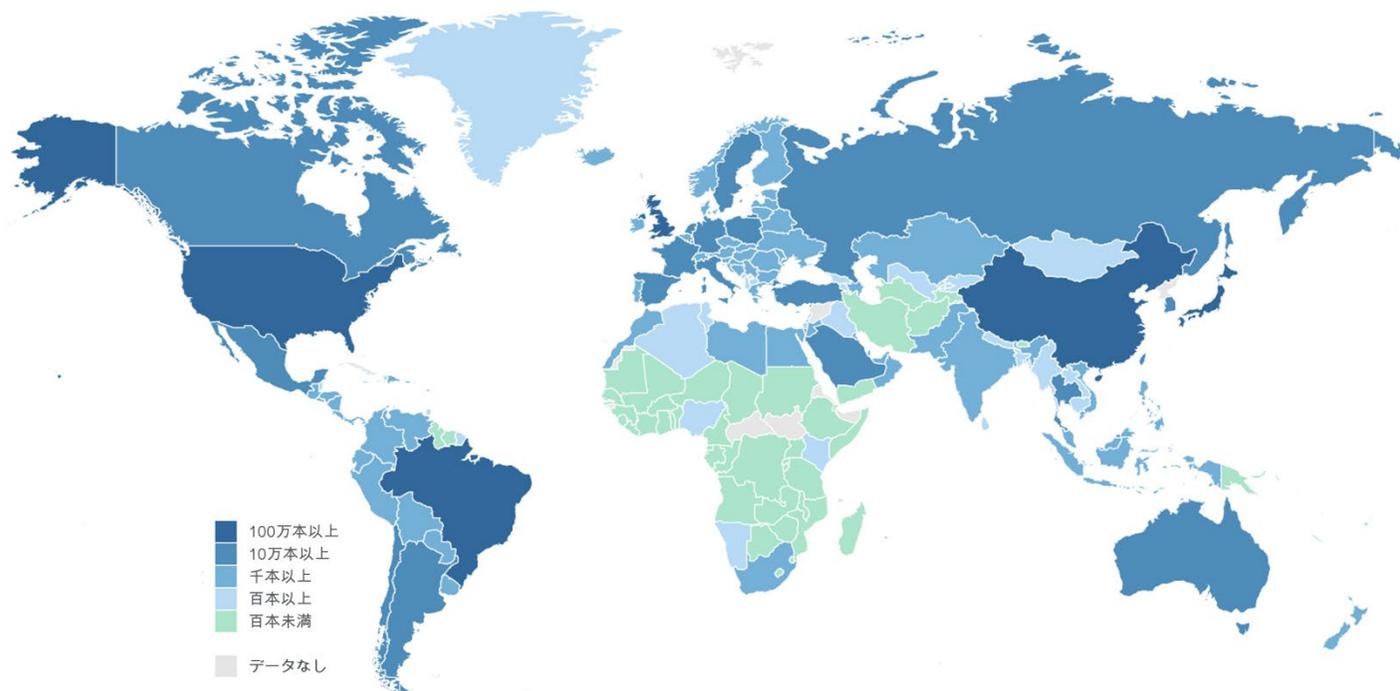
2021年5月発売
『バイオハザード ヴィレッジ』
翌期以降の貢献にも期待

5-3. コンシューマ事業②

■ デジタル販売による旧作（カタログタイトル）の拡大①

- PCプラットフォームの活用により、
237カ国・地域で**353タイトル**が、安定収益として貢献（※直近5年間累計）
- 国・地域に応じた購買データの分析を基に、拡販戦略を推進

◆2022年3月期 家庭用ゲームソフト 国別販売本数実績

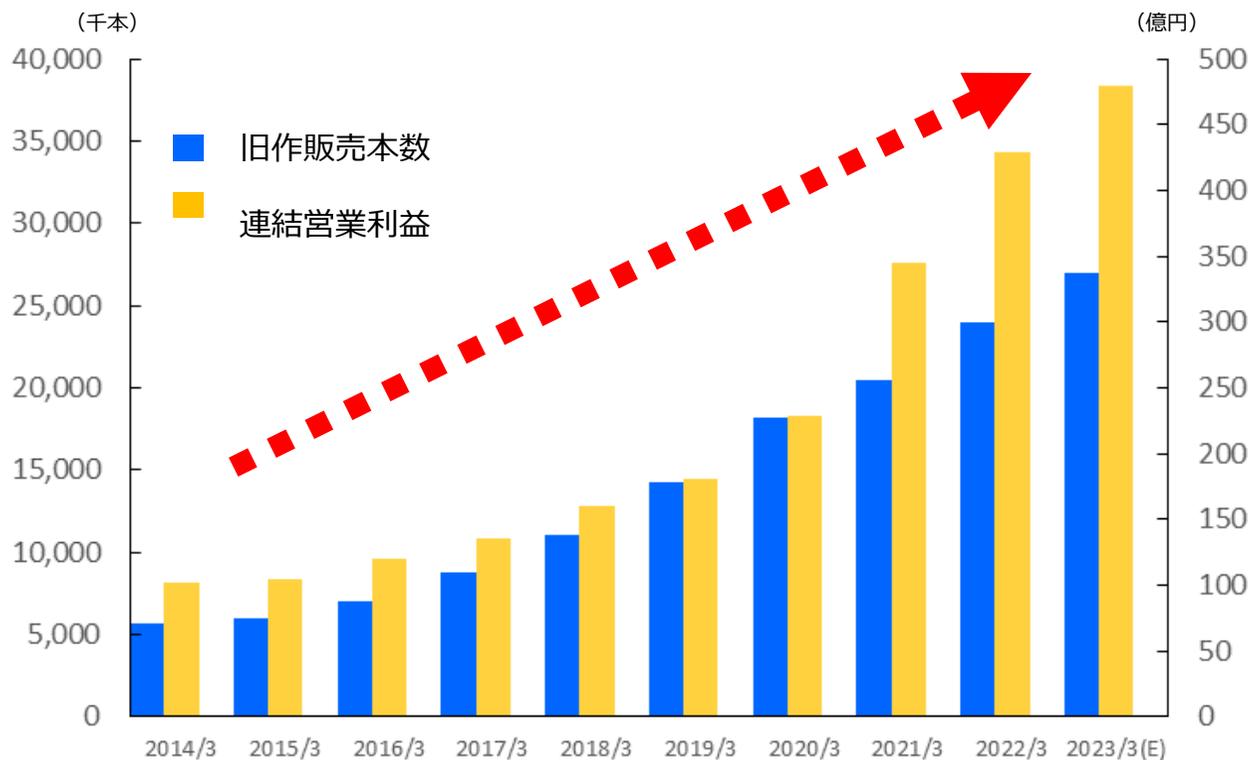


5-3. コンシューマ事業③

■ デジタル販売による旧作（カタログタイトル）の拡大②

- ・「高品質タイトルの長期販売」、「販売地域拡大」の結果、
旧作販売本数は、**10年間で6倍成長**（※22/3期：2,400万本 vs 12/3期：390万本）
- ・収益性の高い旧作の伸長は、連結営業利益の成長ドライバに

◆ 旧作販売本数および連結営業利益の推移



5-4. 持続的成長に向けた経営戦略

■ 人材投資戦略

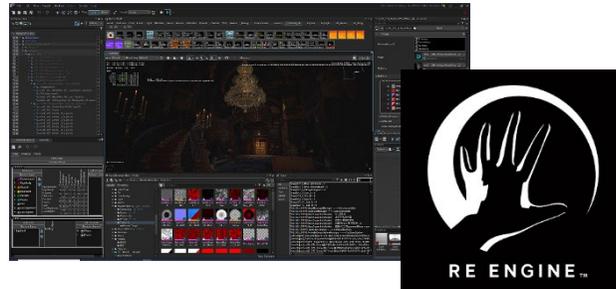
- ・ 中長期の持続的成長に向け、
人材投資戦略を経営戦略の最優先課題と位置づけ

【2022年4月実施】

(1) 最高人事責任者の新設、人事組織の再編

(2) 報酬制度の改定

- ・ 従業員にとって働きやすい環境の更なる整備、人材の確保・育成を推し進め、
生産性を向上
- ・ 開発者2,500名体制をさらに拡充へ



5-5. 2023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
10期連続の営業増益を目指す

(百万円)

	2022/3	2023/3修正計画	増減
売上高	110,054	125,000	14,946
営業利益	42,909	50,000	7,091
営業利益率	39.0%	40.0%	-
経常利益	44,330	50,000	5,670
親会社株主に帰属する 当期純利益	32,553	36,500	3,947

- 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。
- **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。
- **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。
- **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。
- **再生可能エネルギー由来電力の導入**
関西圏の自社所有ビル等に、再生可能エネルギー由来のCO2フリー電力を導入。

6-2. S. 社会課題の解決（社会貢献）

コンテンツが人を惹きつける力を活用し、
地域・団体の活性化を支援しています

■ 教育支援

小中学校でのキャリア教育やゲームリテラシー教育支援



■ 経済振興

コラボイベントやタイアップ商品の販売など、観光支援

■ 文化啓蒙

博物館との企画展等を実施

■ 防犯啓発

警察の防犯啓発物へのキャラクター提供

■ 選挙投票啓発

投票率向上に向け、選挙啓発物へのキャラクター提供

■ スポーツ・科学技術振興支援

サッカーやバレーボール、国際博覧会などへの協賛



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や、外国人向けの従業員説明会を実施しています。



■ 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46.7%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

