

2024年3月期 決算説明会 質疑応答概要 (2024年5月13日)

- Q. 業界全体でゲームソフトのクオリティが向上し、開発スピードとの両立が困難になっている印象だが、カプコンではタイトルの発売スケジュールを順守できているのか。
- A. 当社では、タイトルマップに沿ってスケジュールどおりに新作を発売できています。発売時期を厳密に管理し、継続的かつ確実に主要タイトルを発売する開発体制を構築しています。
- Q. サブスクリプションサービスに対する考え方を教えてほしい。ユーザーの購買データなど、継続的に取得できるのか。
- A. 同サービスへはタイトル認知度の向上等を目的として展開しています。ユーザー情報については、法律に則り個人情報を守りながら最低限のデータを取得できるよう、プラットフォーム側と交渉しています。
- Q. 『ドラゴンズドグマ 2』は 69.99 ドルで販売し、実績も出しているが、今後のゲームソフトの価格設定と戦略について聞きたい。
- A. 同タイトルは 2024 年 3 月末で 260 万本を発売するなど、ユーザーから一定の評価をいただきました。今後のタイトルについては、開発費の高騰も踏まえ、ユーザーの反応を慎重に見極め価格設定を行っていきます。
- Q. 『エグゾプライマル』ではライブサービスというジャンルに挑戦され、結果としては計画未達の印象だが、今後の同ゲームジャンルへの取り組みと見解について教えてほしい。
- A. 同作は新規 IP としてチャレンジしたタイトルで、ライブサービスというジャンルを含め、経験値の蓄積、クロスプラットフォームプレイやサーバーへの負荷など、今後の大型タイトルで求められるような技術検証、ノウハウの蓄積ができたと考えています。
- Q. 今期計画に『モンスターハンターワイルズ』は入っているのか？新作計画 1,300 万本について教えてほしい。
- A. 現時点では、『モンスターハンターワイルズ』は 2025 年発売予定と発表しており、詳細は適切な時期に告知します。今期の新作としては、完全新作『祇：Path of the Goddess』に加え、AAA タイトルを用意しています。
- Q. エリア別販売本数について、どの地域の販売本数が今後増加すると想定しているか。
- A. 若年層の割合が高く、長期的な経済発展の見込める地域の販売本数が増加すると想定しています。将来的には、前述に加えて、PC 普及率やインフラ整備状況などを勘案して開拓する予定です。
- Q. 評価損が発生する要因と背景を伺いたい。
- A. ゲームソフトは開発過程で多くの素材を制作します。全ての素材が製品化されるわけではなく、採用しなかった素材は評価損として計上しています。また、一定期間で回収が見込めないと判断した開発費も対象となります。過去 5 年間の開発投資額の評価損は約 14~25%、平均約 20%です。開発コストの回収後、価格を下げても売上・利益に直結するため、いかに長く売り続けるかが重要となります。前述の理由から、モノづくりを行う上で、評価損は避けられませんが、開発全体、タイトルごとに目標 ROI を設定し、管理しています。現状、回収後も長く販売継続できており、ROI は高水準で推移しています。

Q. リピート本数の拡大イメージを教えてください。

A. 約 5 年間で販売本数と利益が最大化する想定で、当社の基本的な価格施策としては、あくまでも目安ですが、タイトル発売直後は約 60 ドルで販売し、徐々にマーケットバリューに応じて価格を下げており、約 5 年以降は 10 ドル、5 ドルと価格を下げています。昨年度であれば、新作『モンスターハンターワールド』の発表に合わせ、シリーズ人気作『モンスターハンター：ワールド』を 9.99 ドルという手ごろな価格へ展開したことにより、販売本数は大きく増加しました。

なお、当社の主要ターゲットである家庭用ゲーム機および PC のユーザー数は 15 億人と分析されており、現在、新興国を中心にブランド認知拡大を進めています。いずれ、当該国の通信インフラや PC 普及率向上に伴い、大きく販売本数が拡大すると想定しています。

Q. リピート販売を支えるタイトル構成として影響度が大きいのは、直前の前期新作タイトルなのか、それとも 2017 年以降（もしくはそれ以前）のタイトル群か。

A. 当社は、中長期的な価格施策として段階的に値段を落としていきますが、タイトルの強弱や価格により、年度の販売本数は増減するため、リピート販売の構成も変わってきます。収益性としては 2017 年以降が大きいですが、「バイオハザード」の過去作の移植や、『ドラゴンズドグマ：ダークアリズン』などは、ブランド認知度の向上にも貢献しています。

Q. アミューズメント機器事業について、同市場への期待度や今後の戦略について伺いたい。

A. 現状、同市場の規模としては、ピーク時から見ると縮小していますが、ワンコンテンツ・マルチユース戦略の一環として、当社 IP を展開しています。今後も市場分析を行い、シェアを伸ばすべくラインアップを編成していきます。

Q. 当初計画に対する前期実績について、売上高は 125 億円の上振れだったにも関わらず、営業利益は 10 億円の
上振れにとどまった要因について教えてください。

A. 計画比売上増の要因としては、円安の進行による為替影響と計画外のデジタルライセンス案件の計上等となります。一方、利益が売上ほど上振れていない理由は、減損計上額の増加、一部のタイトルの販売計画未達による営業利益減、リピートのパッケージ本数増加による一般原価等の増加、また中長期戦略に基づく人的資本投資、IT 投資を実施したためです。

Q. 『ドラゴンズドグマ 2』で、一部ユーザーからの評判が良くなかった印象だが、販売本数との関係について教えてください。

A. 同作の 260 万本販売という実績に概ね満足しており、今期のリピート販売も期待しています。ユーザーからのゲームの仕様に関するご意見・ご要望については真摯に受け取め、同タイトルの世界観を大切にしながら順次対応していきます。

Q. 「バイオハザード」シリーズを iOS 向けに展開しているが、ハイエンドゲームメーカーとして、スマートデバイスのポテンシャルについて教えてください。

A. 従来、モバイル端末はスペックが低かったものの、昨今のスマートフォン端末はハイエンド機種向けのコンテンツを大きく変更せず提供できるスペックがあり、ポテンシャルがあると期待しています。なお、現状業績に与える影響は小さいため、見定めている状況です。

以上