



株式会社カプコン
(東証・大証一部:9697)

2011年3月期
事業戦略および計画

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。

< 目次 >

- 1 . 成長戦略骨子 ……P3
- 2 . 事業セグメント別概要 ……P7
- 3 . 2011年3月期 業績予想 ……P34
- 4 . カプコンの基本情報 ……P36
- 5 . 主要経営指標 ……P41

1. 成長戦略骨子

戦略1.

開発の効率化・再編成によるラインナップの拡充

国内開発体制の刷新

- ・人員配置の見直し、外注の積極活用による発売サイクルの短期化
- ・新作ブランドの立ち上げ・過去資産の活用

海外開発会社との提携モデル変更

- ・当社の既存シリーズ作品を中心に開発委託
- ・自社開発部門との連携によるクオリティの確保

戦略2.

成長余力の高いオンライン事業を強化

PCオンラインゲームのアジア展開の強化

- ・タイトルの拡充：人気家庭用ゲームを活用
- ・地域の拡充：日本・台湾・韓国に続き、中国を視野

家庭用ゲームにおけるダウンロードコンテンツの充実

- ・パッケージ販売とデジタルディストリビューションの併用
- ・追加コンテンツの配信による収益の強化

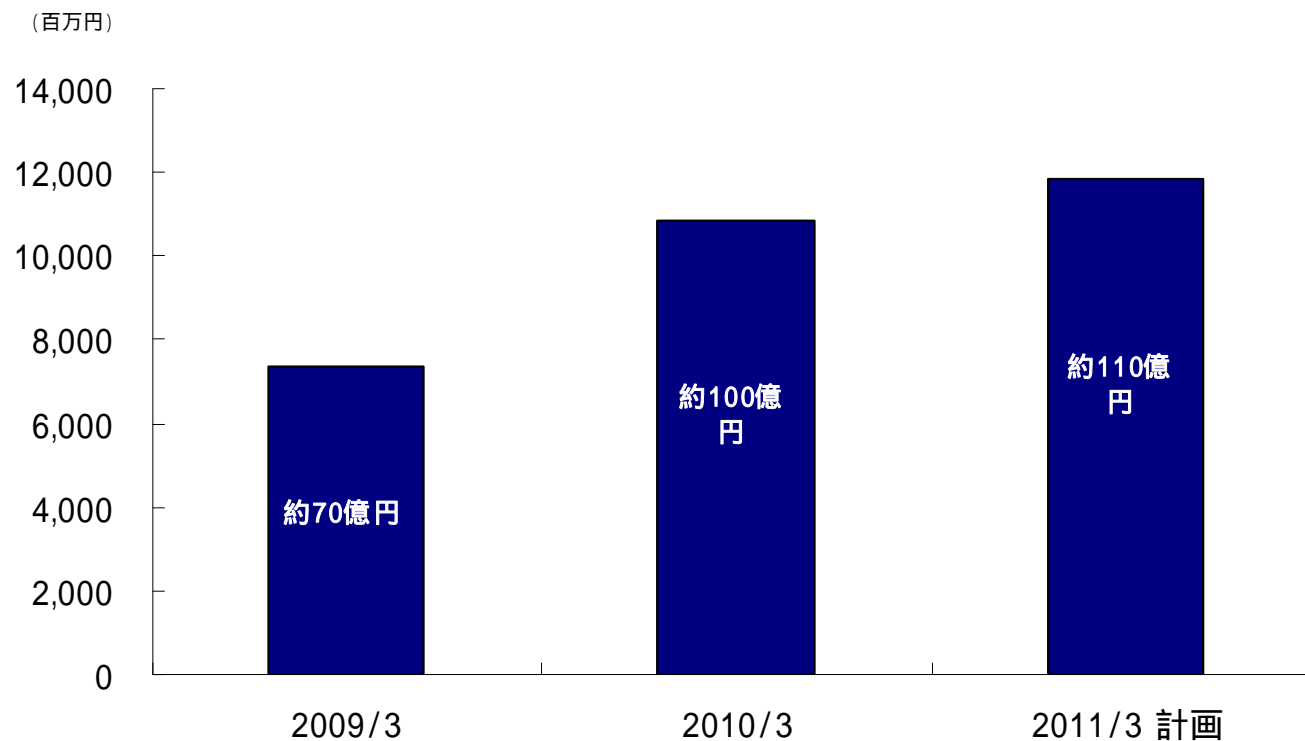
スマートフォン向けゲームのタイトル数増加

- ・コアゲームとカジュアルゲームの両面展開
- ・多様な端末へマルチプラットフォーム対応

1-3. 成長戦略骨子

オンライン市場への経営資源の集中により持続的成長を目指す

当社オンラインコンテンツ売上規模推移

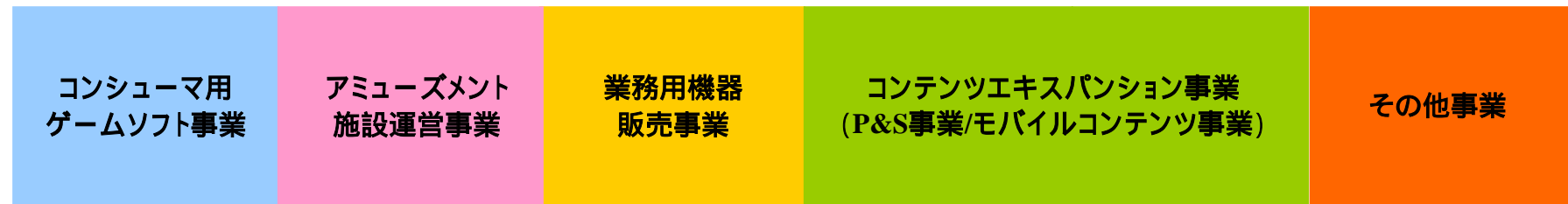


2-1. 新旧事業セグメント比較

2-1. 新旧セグメント比較

今期より事業セグメントの区分を変更し、新たな5事業を定義する

< 2010年3月期 >



< 2011年3月期 >



成長事業 (経営資源85%投入)

安定事業 (経営資源15%投入)

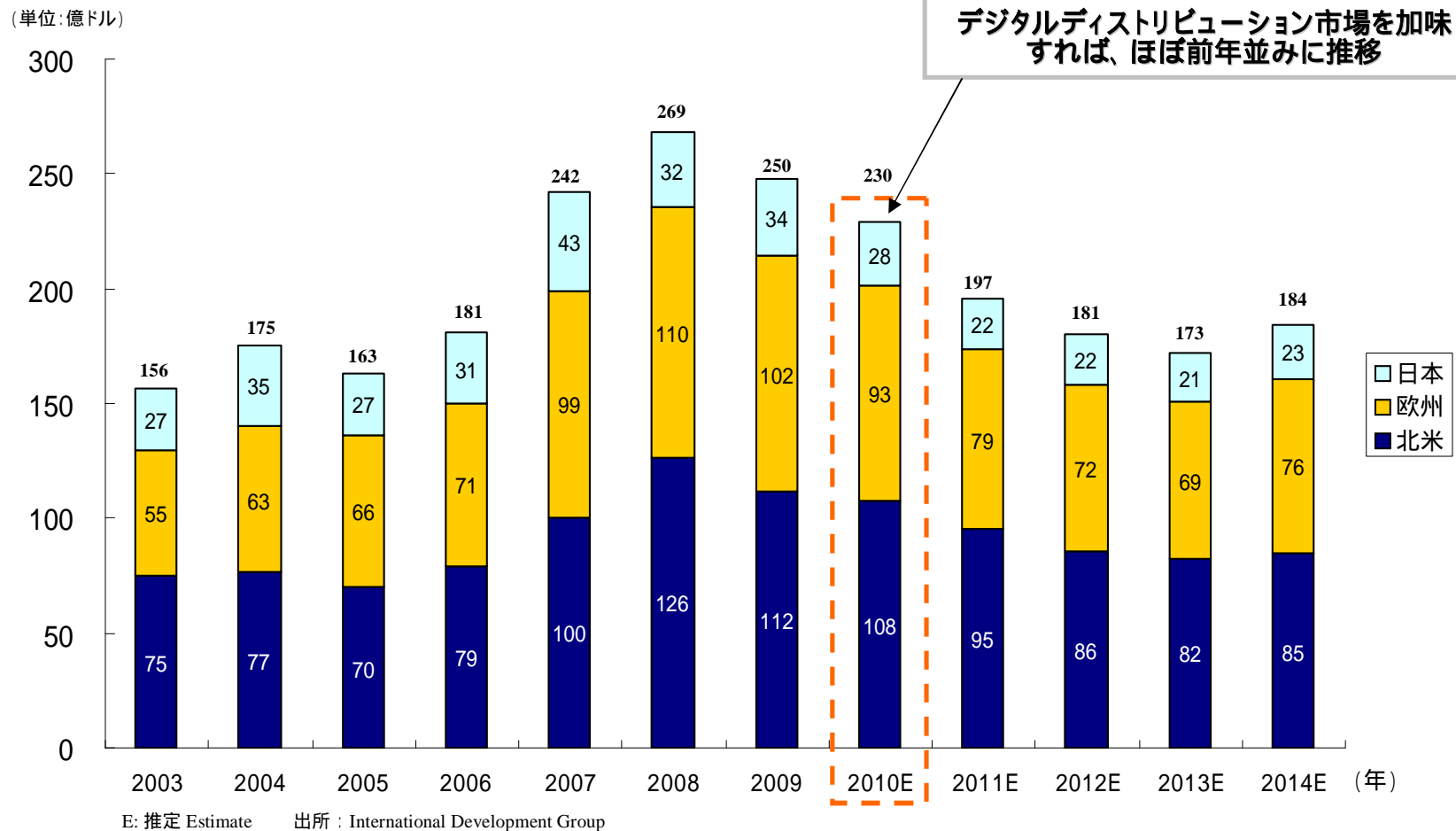
2-2. コンシューマ・オンラインゲーム事業

- 【成長事業】: 開発・設備投資額の85% -

2-2. コンシューマ用ゲームソフト市場概況

2010年のパッケージゲーム市場は、販売形態の多様化や平均小売価格の下落により、国内外で縮小の見込み

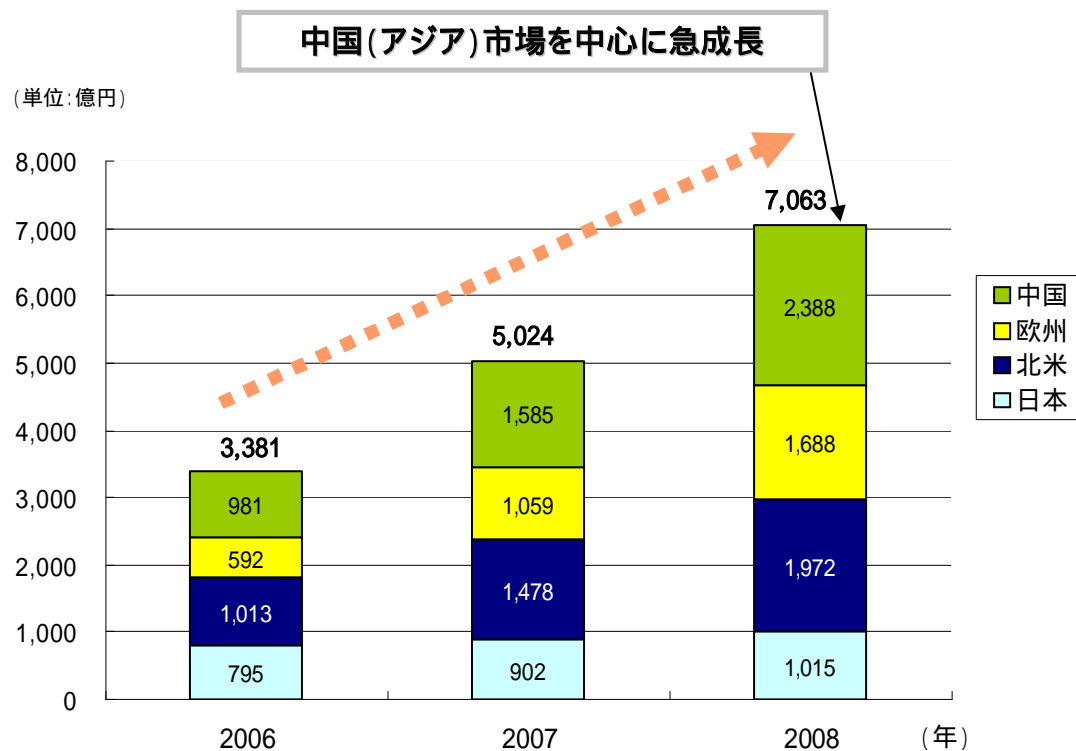
ゲームソフト市場規模推移(パッケージ)



2-2. PCオンラインゲーム市場概況

PCオンラインゲーム市場は近年飛躍的に拡大しており、
アジア地域を中心に成長が見込まれる

PCオンラインゲーム市場規模推移



出所: ScreenDigest/GBC/IDC/ファミ通ゲーム白書/
無断転載不可

アジア各国のオンラインゲーム市場(2009年)



出所: f-ism/中村彰憲/GBC(中国)/MIC(台湾)/KOCCA(韓国)
無断転載不可

2-2. コンシューマ用ゲームソフト 市場シェア

パッケージゲーム市場では、大型タイトルの継続的な投入により、海外を中心にシェアは拡大

日本市場シェア(2009年)

メーカー	シェア
1. 任天堂	20.9%
2. スクウェア・エニックス	11.5%
3. バンダイナムコゲームス	10.3%
4. ポケモン	6.4%
5. コナミ	6.3%
6. カプコン	6.1%
7. セガ	4.1%
8. レベルファイブ	3.1%
9. ソニー・コンピュータエンタテインメント	2.6%
10. コーエー	2.3%
その他	26.4%
合計	100.0%

出所: エンターブレイン

北米市場シェア(2009年)

メーカー	シェア
...	...
10. カプコン	2.55%
合計	100.00%

Source: The NPD Group/ Retail Tracking Service

* 他社データは情報提供会社の要請により非開示

欧州市場シェア(2009年)

メーカー	シェア
1. 任天堂	16.5%
2. エレクトロニックアーツ	16.3%
3. アクティビジョン	15.0%
4. UBIソフト	9.0%
5. ソニー・コンピュータエンタテインメント	4.8%
6. セガ	4.7%
7. マイクロソフト	4.5%
8. THQ	4.3%
...	...
12. カプコン	2.1%
その他	22.8%
合計	100.0%

compiled by Chart-Track, copyright ELSPA (UK) Ltd.

2-2. コンシューマ・オンラインゲーム事業 事業戦略

経営目標を達成するため事業改革を実施し、下記の事業戦略を推進することで最適な中期ラインナップを策定

中期経営目標

市場規模に対応し、海外売上比率65%を目指す

1.ブランド戦略

- ・フランチャイズ発売サイクルの短期化
- ・海外開発の推進

2.ハード戦略

- ・マルチプラットフォーム展開
- ・ダウンロード配信

3.地域戦略

- ・海外マーケティング組織の強化
- ・ローカライズの強化

4.新規投資

- ・新規フランチャイズの開発

60ヶ月マップ

- ・上記戦略を、5年間を見通した中期タイトルマップ上に配置し、常にローリング

MTフレームワークの拡張

- ・Xbox 360、PS3、PCの開発共通化
- ・Wiiへの共通化

開発人員の増強

- ・自社採用の強化および外注開発の活用
- ・ラインナップの強化

2段階承認制度

- ・試作および本開発タイトルの審査
- ・定点ロムチェックの強化

2-2. コンシューマ・オンラインゲーム事業 前期実績

大型タイトルの発売延期および海外提携タイトルの不振など、
今後の課題が顕在化

1. 主要大型タイトルの発売延期

- ・市場環境や競合タイトルの状況を鑑み、主要タイトル3本の発売を延期
- ・特定の時期に偏重したタイトルポートフォリオが根幹の問題

2. 海外開発会社との提携タイトルの不振

- ・新作「バイオニック コマンダー」、「Dark Void」の販売苦戦
- ・外注管理体制のノウハウ不足および企画内容の甘さが要因

3. オンラインコンテンツ事業の始動

- ・PC「モンスターハンター フロンティア オンライン」の日本を中心としたアジア展開が軌道に乗る
- ・家庭用ゲームソフトの追加ダウンロードコンテンツが収益に貢献開始
「バイオハザード5」、「ストリートファイター 」など

2-2. コンシューマ・オンラインゲーム事業 前期販売実績

主力タイトルの発売延期により、リピート商品を中心に販売

2010年3月期 主要タイトル販売実績

(単位:千本)

タイトル名		地域	発売日	実績	合計
PSP	モンスターハンターポータブル 2nd G (リピート販売) ベスト版含む	日本	08/3/27	900	1,350
		北米	09/6/23	200	
		欧州	09/6/26	250	
Wii	モンスターハンター3(トライ)	日本	09/8/1	1,150	1,150
PS3 X360	バイオハザード5 (リピート販売)	日本	09/3/5	100	950
		北米	09/3/13	550	
		欧州	09/3/13	300	
PS3 X360	バイオニックコマンドー	日本	09/6/25	50	700
		北米	09/5/19	300	
		欧州	09/5/22	350	
Wii	バイオハザード ダークサイド・クロニクルズ	日本	10/1/14	150	600
		北米	09/11/17	200	
		欧州	09/11/27	250	

日本には、アジア地域を含む

2-2. コンシューマ・オンラインゲーム事業 今期戦略

内作体制の刷新および外注の有効活用により
次なる成長に向けた強固な開発基盤の構築を目指す

1. ラインナップ拡充のための開発体制・仕組みの見直し

(1) 自社開発体制の更なる効率化

- ・自社開発と外注開発のハイブリッド化による開発期間の短縮
主力ソフトの発売サイクル短期化で、単年度の投入フランチャイズを増加
- ・新作ブランドの立ち上げ、過去資産の活用
開発投資額の20 - 30%を新作に投資
「Marvel vs. Capcom 3」、「大神伝」などを投入し、再ブランド化

(2) 海外開発会社のマネジメントを徹底

- ・開発リソースの確保と海外セールスの増加を目指す
- ・当社開発を関与させ、「海外テイスト」と「カプコンテイスト」を融合した製品開発を推進
- ・当社品質管理部門を関与させ、品質チェックを強化

2-2. コンシューマ・オンラインゲーム事業 今期戦略

パッケージ市場と併存する PCオンライン市場および
ダウンロードビジネスへ積極的に展開

2. オンライン事業への注力で事業モデルを拡大

(1) PCオンラインゲーム開発の強化

- ・国内「モンスターハンター フロンティア オンライン」の成功に基づくユーザー層の拡大
PC版(運営形態:月額1,400円+アイテム課金)およびXbox 360版での同時展開による
相乗効果の創出
- ・アジアを中心とした海外地域の拡大
韓国、台湾に続き、世界最大市場である中国へ参入を視野
韓国Neowiz Games社と「ロックマンオンライン」を共同開発

(2) 家庭用ゲームソフトのオンライン機能の充実

- ・追加ダウンロードコンテンツ販売によるユーザーの囲い込みと継続的な収益を確保
「スーパーストリートファイター 」、 「ロストプラネット2」などの主要タイトル
- ・デジタルディストリビューションの増加で収益機会を最大化

2-2. コンシューマ・オンラインゲーム事業 ソフト販売計画

2011年3月期 ゲームソフト販売計画

(単位:千本)

タイトル名	地域	発売日	計画
PSP モンスターハンター ポータブル 3rd	日本	2010年末	3,600
PS3 X360 デッドライジング2	日本	10/9/2	3,000
	北米	10/8/31	
	欧州	10/9/3	
PS3 X360 ロスト プラネット 2	日本	10/5/20	2,200
	北米	10/5/11	
	欧州	10/5/11	
PS3 MARVEL VS. CAPCOM 3 X360 Fate of Two Worlds	全世界	2011年春	2,000

日本には、アジア地域を含む



「モンスターハンターポータブル 3rd」



「デッドライジング2」

2-2. コンシューマ・オンラインゲーム事業 計画

豊富なラインナップおよびオンライン事業の拡大により
大幅な増収増益

コンシューマ・オンラインゲーム事業 計画

(単位:百万円)

	2009/3	2010/3	2011/3計画	増減
売上高	62,892	44,015	71,500	27,485
営業利益	16,392	7,846	15,300	7,454
営業利益率	26.1%	17.8%	21.4%	-

(単位:千本)

タイトル数	110	72	75	3
日本	6,300	5,200	7,000	1,800
北米	6,000	3,600	7,500	3,900
欧州	4,500	3,400	5,000	1,600
アジア	500	300	500	200
合計	17,300	12,500	20,000	7,500

(内訳)

(単位:千本)

他社タイトル	1,350	1,000	500	-500
旧作・廉価版	5,400	5,500	3,500	-2,000

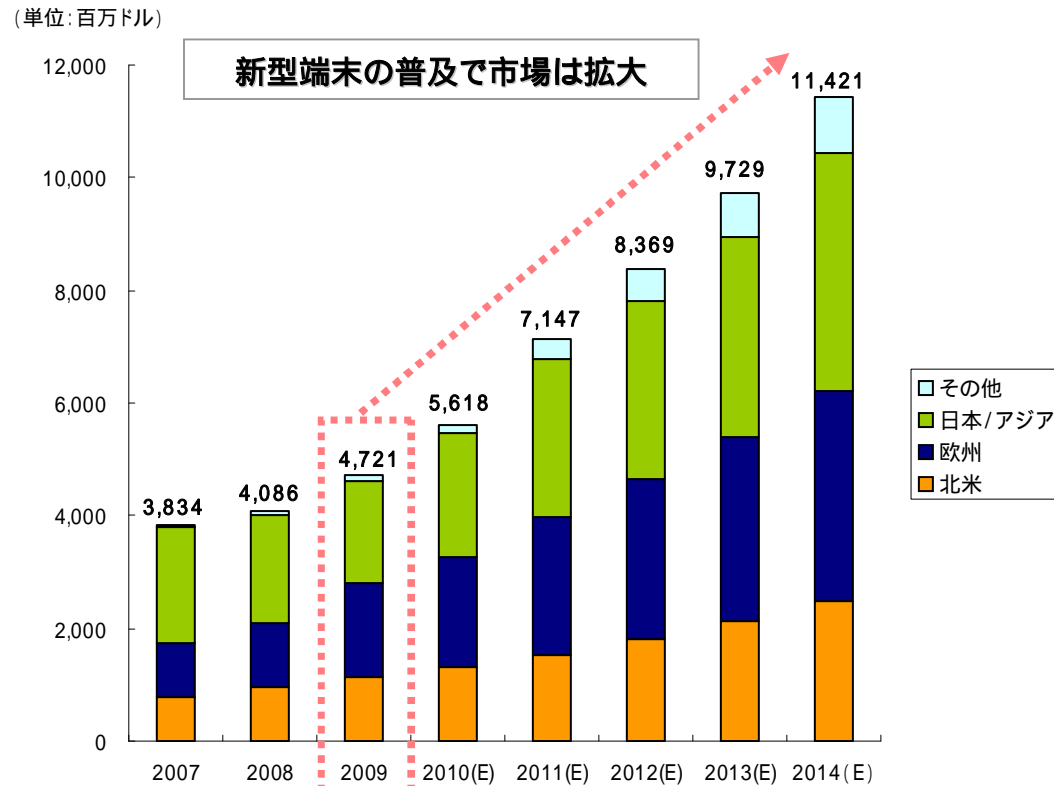
2-3. モバイルコンテンツ事業

- 【成長事業】: 開発・設備投資額の85% -

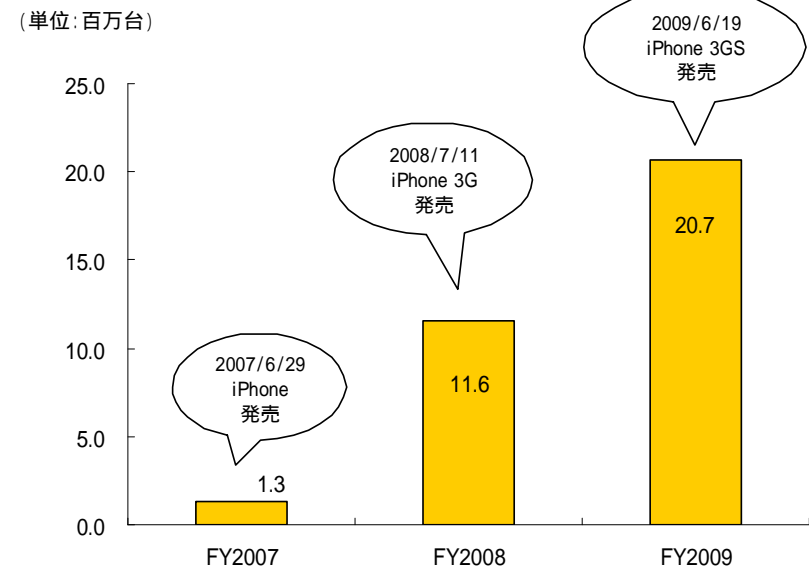
2-3. モバイルコンテンツ事業 市場概況

スマートフォン等の新型端末の普及や地域拡大により
市場は飛躍的な成長を続ける見込み

モバイルゲーム市場規模推移



iPhone 販売台数推移



2-3. モバイルコンテンツ事業 戦略

スマートフォン市場で先駆者的地位を確立し、
成長余力の高い同市場に積極展開

モバイルコンテンツ事業 戦略

(1) スマートフォン (iPhone, Androidなど) 向けコンテンツへの注力

- ・ 独自の開発技術「ビジュアルパッド」の導入により新たな遊び方を提供
「ストリートファイター Ⅲ」の成功に続き、今後も複数タイトルを投入
実績: 日米他の地域で発売初日からトップセールスランキング第1位を獲得
- ・ 自社、他社コンテンツの両面展開によるユーザー層の拡大
自社コンテンツ: 「バイオハザード4 iPad edition」(iPadと同時発売) など
他社ライセンス: 「Cash Cab After Dark: Las Vegas」(iPhone/iPad) など



「バイオハザード4 iPad edition」



「Cash Cab After Dark: Las Vegas」(iPhone/iPad)
Cash Cab 2010 & TM Discovery Communications, LLC. All rights reserved.

2-3. モバイルコンテンツ事業 戦略および計画

(2) 多様な端末へ向けたマルチプラットフォームの推進

- ・多様化するスマートフォン端末に柔軟に対応し、異機種へのマルチ展開
過去資産を有効活用し、複数機種で展開
家庭用ゲームとの連動による収益の拡大(「ストリートファイター」など)

(3) ソーシャルゲームへの取り組み

- ・既存コンテンツとコミュニケーションシステムを融合し、当社の強みを生かした
新規サービスの可能性を検討
- ・継続的な課金モデルにより収益の安定化を目指す

モバイルコンテンツ事業 計画

(単位:百万円)

	2009/3	2010/3	2011/3計画	増減
売上高	-	-	4,000	-
営業利益	-	-	900	-
営業利益率	-	-	22.5%	-

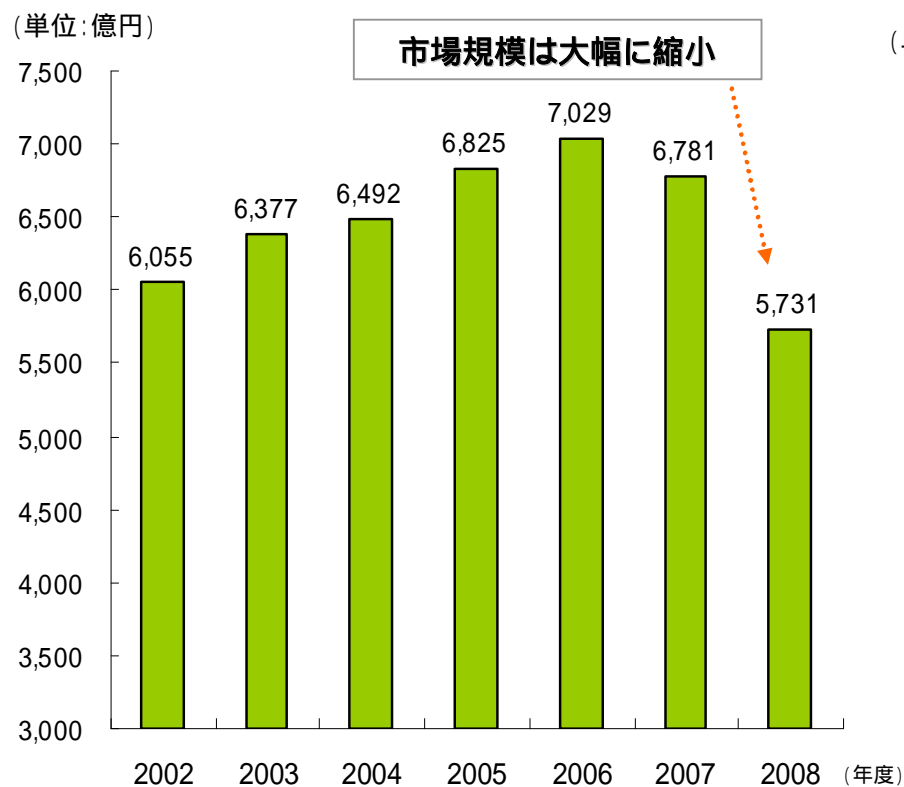
2-4. アミューズメント施設事業

- 【安定事業】: 開発・設備投資額の15% -

2-4. アミューズメント施設事業 市場概況

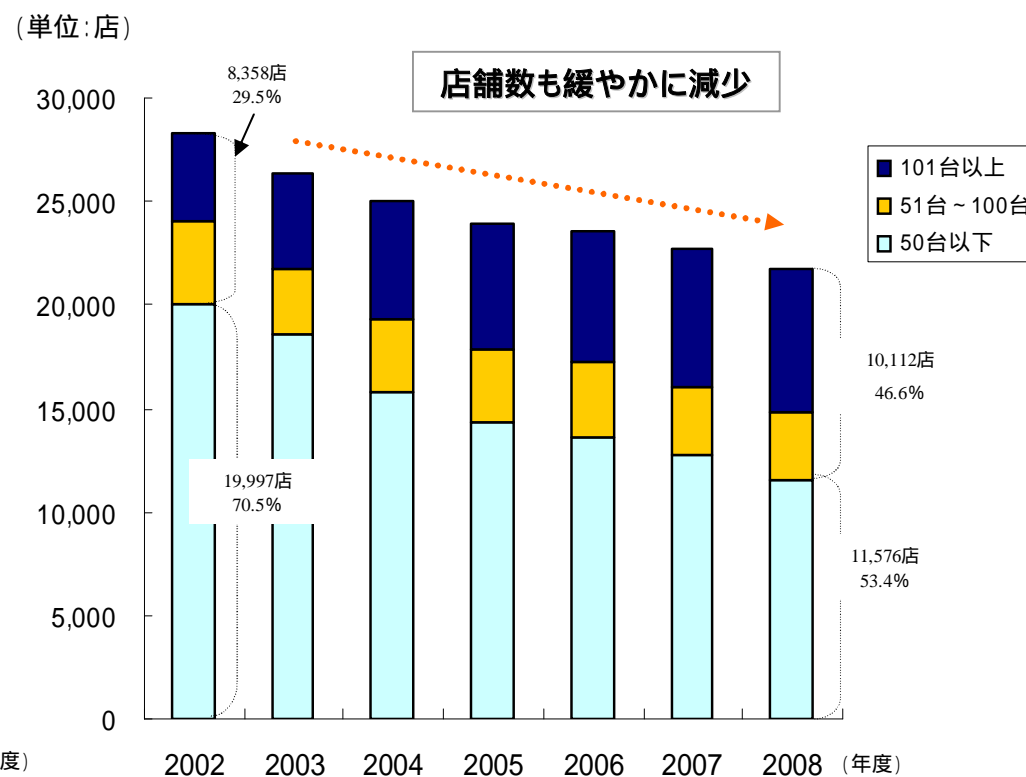
景気後退・人気機種不在により、市場は継続的に縮小傾向

アミューズメント施設市場規模推移



出所: 「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

店舗数推移 (設置機器台数別)



出所: 「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

2-3. アミューズメント施設事業 今期戦略

投資の抑制および徹底したコスト削減により
効率的な事業運営体制を維持

アミューズメント施設事業 戦略

(1) 既存店の運営体制を徹底的に効率化

- ・投資機器の精査、厳格な原価管理により固定費を削減
- ・採算性の低い店舗を継続的に退店

(2) 出店の抑制

- ・出店を凍結し、既存店の収益改善に集中
- ・前期、今期とも出店0店舗



「プラサカブコン入間店」



「プラサカブコン羽生店」

2-4. アミューズメント施設事業 計画

アミューズメント施設店舗数推移

(単位:店)

	2008/3	2009/3	2010/3	2011/3計画
出 店	9	6	0	0
退 店	0	8	2	1
総店舗数	42	40	38	37

2010年3月末店舗内訳 SC型店舗 31店
 ロードサイド型店舗 6店
 その他 1店舗



「プラサカブコン大曲店」

アミューズメント施設事業 計画

(単位:百万円)

	2009/3	2010/3	2011/3計画	増減
売上高	13,509	11,985	11,000	-985
営業利益	224	590	600	10
営業利益率	1.7%	4.9%	5.5%	-
既存店売上前年比	85%	86%	97%	-



「プラサカブコン稲沢店」

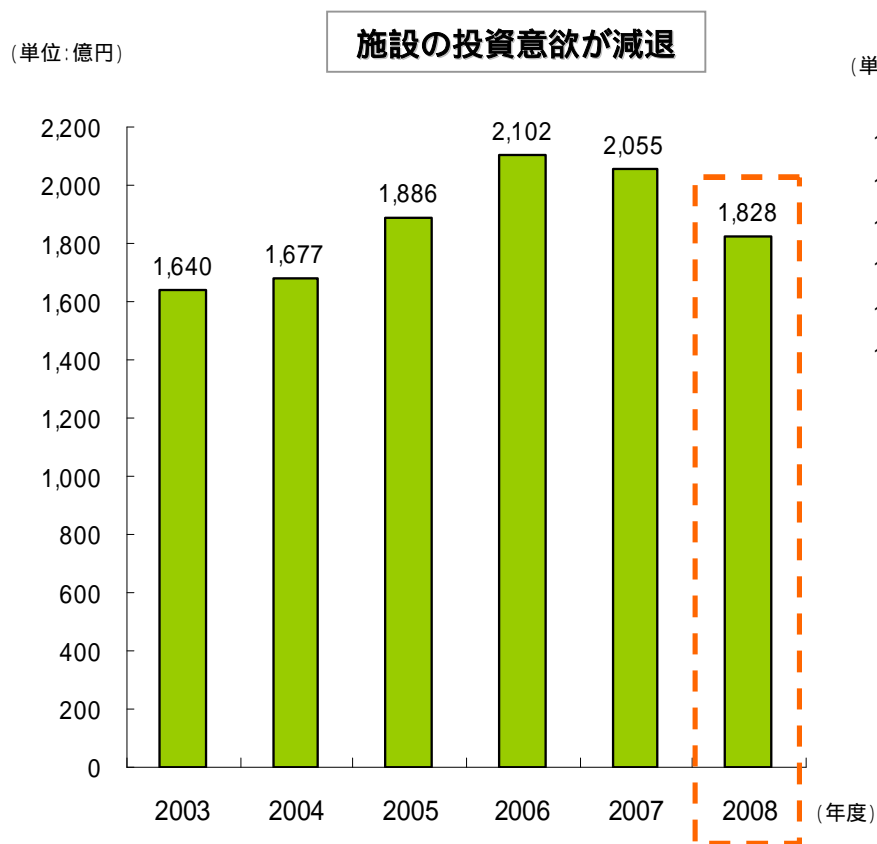
2-5. アミューズメント機器事業

- 【安定事業】: 開発・設備投資額の15% -

2-5. アミューズメント機器事業 市場分析

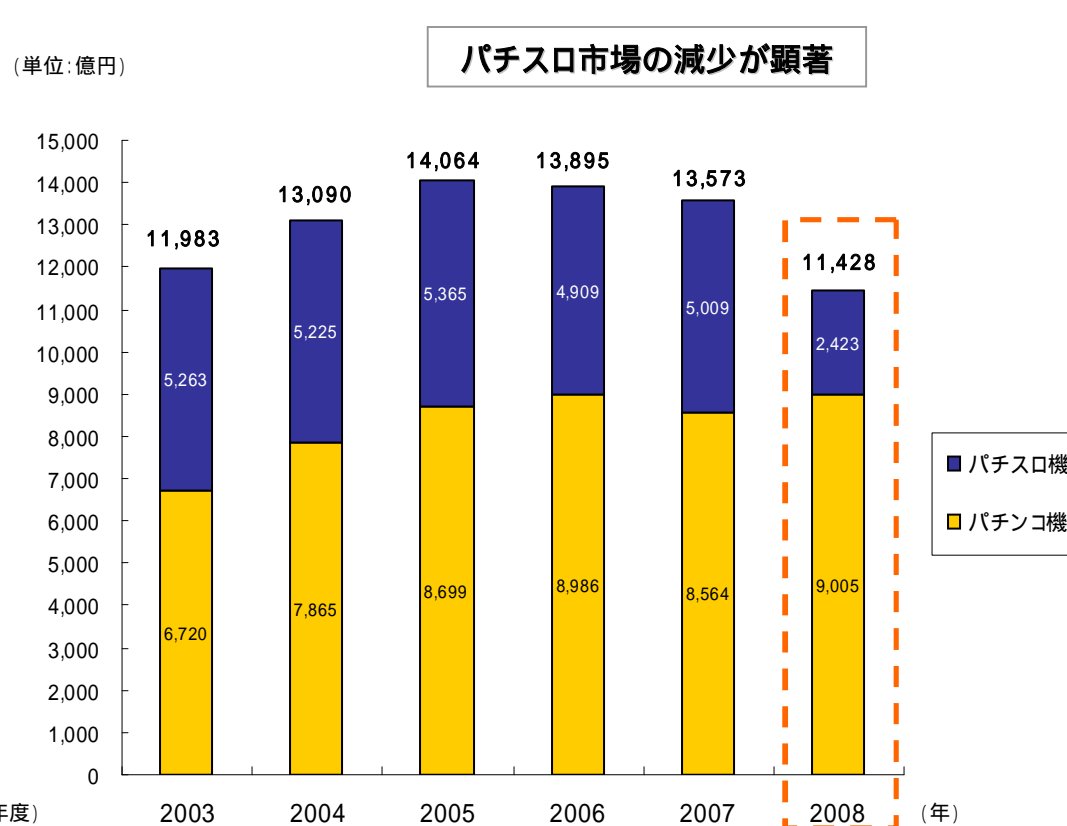
施設市場の不振に伴い業務用機器販売市場は縮小傾向
パチスロ市場は1円パチンコ機への顧客流出等により減少

業務用機器市場規模推移



出所:「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

遊技機市場規模推移



出所: 株式会社カプコン作成
「パチンコ関連機器市場に関する調査結果 2008」
「パチンコ関連機器市場に関する調査結果 2009」

2-5. アミューズメント機器事業 戦略および計画

アミューズメント施設運営事業と連携し、マーケットオリエンテッドな製品開発に特化し、収益性を改善

業務用機器販売事業 戦略

(1) 開発体制を見直し、業績の安定化・黒字化を目指す

(2) 採算性の高い機器開発に絞り込み

・今期ジャンル別製品ラインナップ

メダルゲーム機 合計250台

ビデオゲーム機 2,200台(「スーパーストリートファイター」)

2-5. アミューズメント機器事業 戦略および計画

大手販売会社と提携し、事業体制を強化
受託ビジネスの拡大による収益性の改善

パチンコ&パチスロ事業 戦略

(1) 大型タイトルの導入および開発体制の見直し

- ・家庭用ゲームの人気コンテンツを導入
- ・大手販売会社との提携による開発クオリティの改善および販売網の再構築

(2) 受託ビジネスの拡大

- ・受託ビジネスを拡大し、安定収益を確保

アミューズメント機器事業 計画 (業務用機器販売事業およびP&S事業合計)

(単位:百万円)

	2009/3	2010/3	2011/3計画	増減
売上高	-	-	5,000	-
営業利益	-	-	1,200	-
営業利益率	-	-	24.0%	-

2011年3月期売上構成比率 AM 対 P&S = 1 : 1

2-6. その他事業

2-6. その他事業 戦略および計画

当社ゲームコンテンツの水平展開における主軸として機能
コンテンツの活用により、ブランド価値の向上を狙う

キャラクターコンテンツ事業 戦略

「ワンコンテンツ・マルチユース」戦略を積極的に推進

- ・大型タイトルと連動したキャラクターグッズや攻略本の展開
- ・映像・映画化による非ゲームユーザー層への認知度向上

TVアニメ「戦国BASARA弐」 2010年7月放映開始予定

映画「バイオハザード アフターライフ」 2010年9月公開予定



TVアニメ「戦国BASARA弐」
CAPCOM/TEAM BASARA

その他事業 計画

(単位:百万円)

	2009/3	2010/3	2011/3計画	増減
売上高	2,824	2,736	3,500	764
営業利益	1,053	1,097	1,000	-97
営業利益率	37.3%	40.1%	28.6%	-



映画「バイオハザード アフターライフ」
9月10日 全世界同時公開

3 . 2011年3月期 業績予想

3. 2011年3月期 業績予想

主にコンシューマ・オンラインゲーム事業の回復により、
収益のV字回復を見込む

(単位:百万円)

	2010/3	2011 /3計画	増減
売上高	66,837	95,000	28,163
営業利益	5,587	15,000	9,413
経常利益	5,530	14,000	8,470
当期純利益	2,167	8,000	5,833

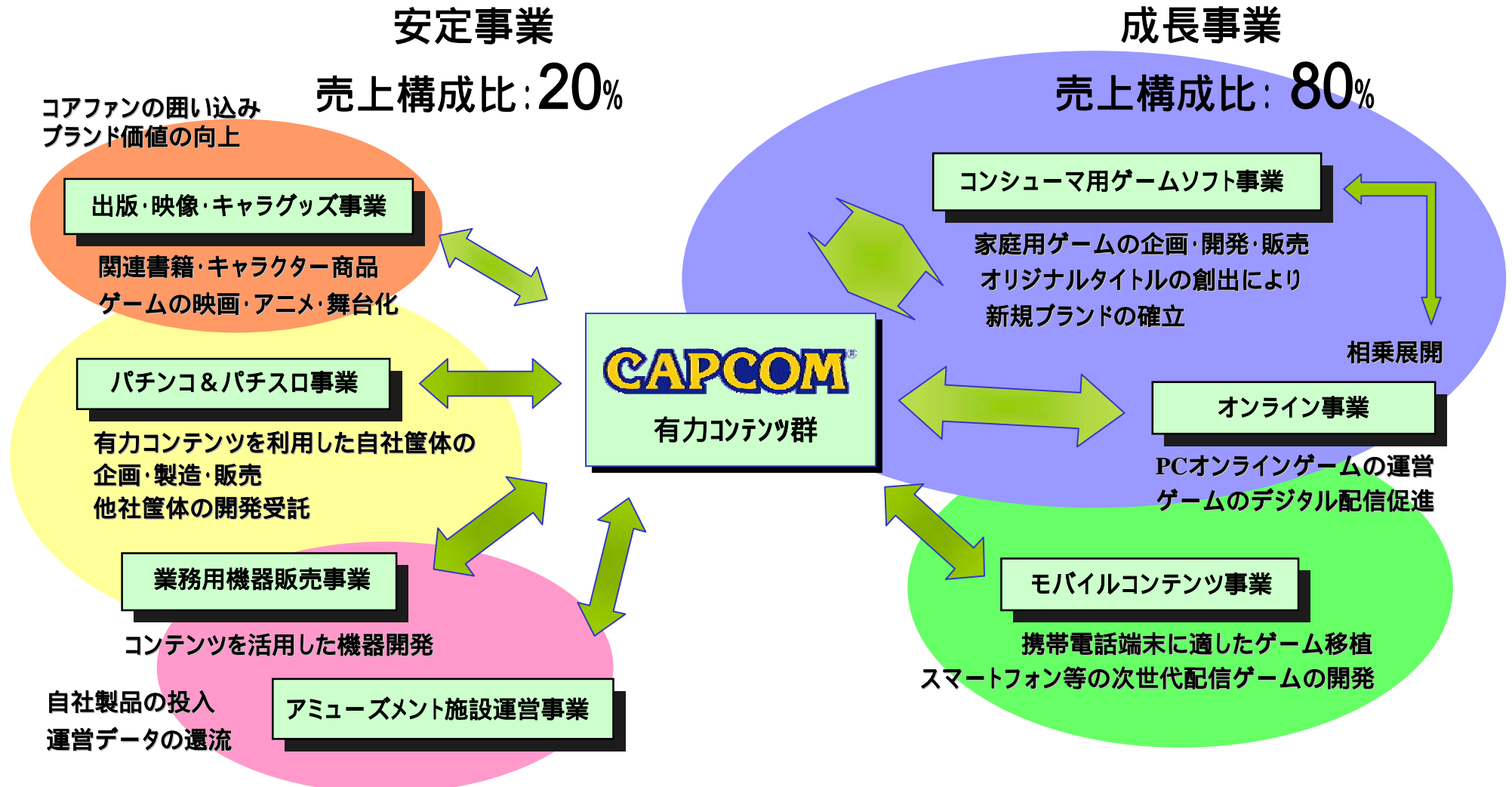
1株当たり予想当期純利益135円39銭

配当は中間15円、期末20円の年間35円を予定

4. 補足:カプコンの基本情報

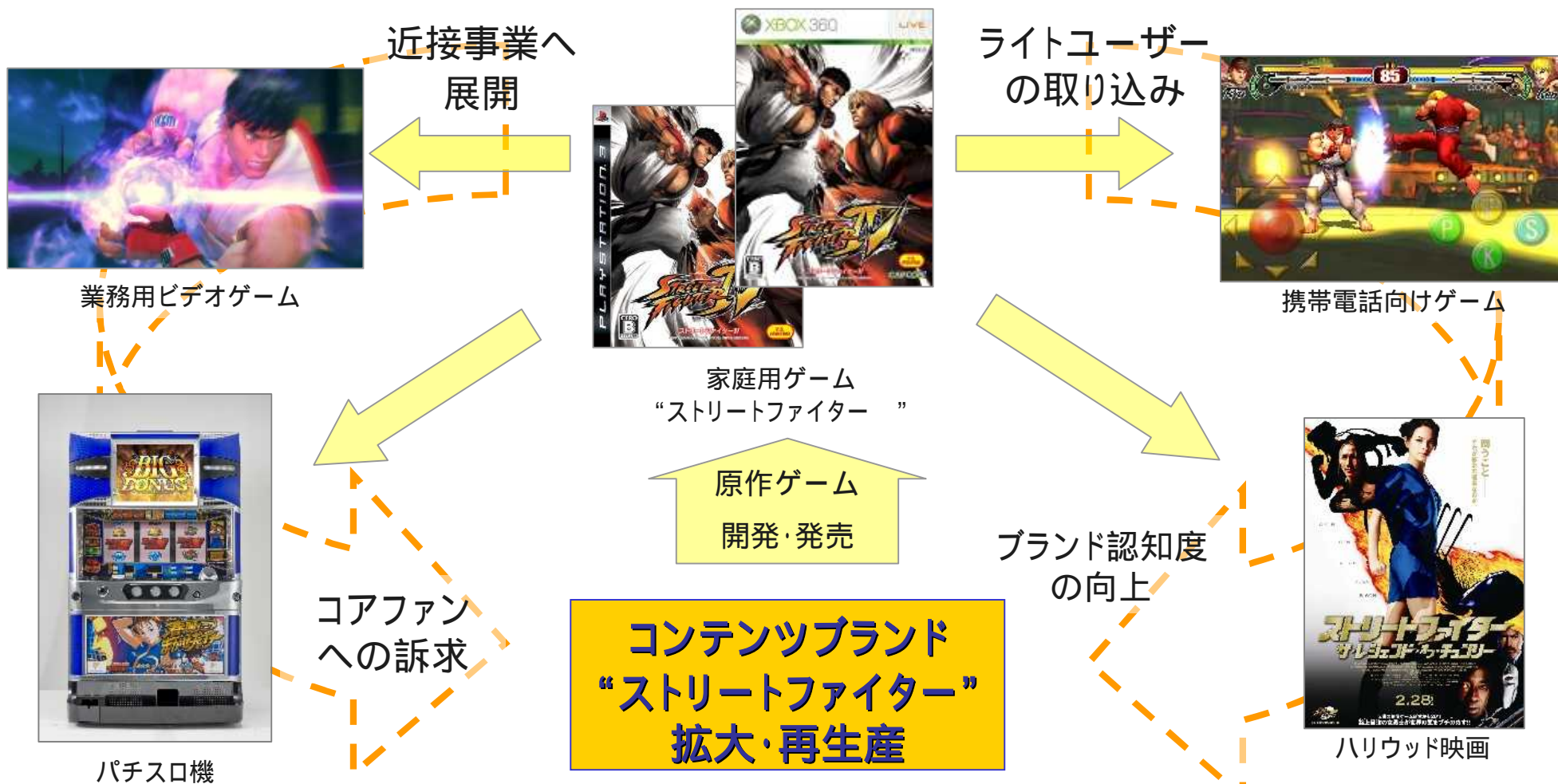
4-1. 当社の事業展開

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



4-2. 事業展開例「ストリートファイター」

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る



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

CAPCOM

4-3. 当社の競争力

家庭用ゲームのタイトルブランドを数多く所有し、
グローバルで高い人気を誇る

1. 強力なタイトルラインナップ

(1) 家庭用ゲームソフト市場での成功と、水平展開の鍵である自社コンテンツを数多く保有

- | | |
|-------------------------|---------------------------|
| ・「バイオハザード」シリーズ 4,400万本 | ・「ストリートファイター」シリーズ 2,800万本 |
| ・「デビルメイクライ」シリーズ 1,000万本 | ・「モンスターハンター」シリーズ 1,100万本 |
| ・「ロストプラネット」シリーズ 280万本 | ・「デッドライジング」シリーズ 190万本 |

2010年3月31日時点

2. 海外を中心とした事業展開力

(1) 成長が見込める北米・欧州市場で着実にダブルミリオンヒットを輩出

(2) トップタイトルの売上構成比 海外：国内 = 90%：10%

3. 世界有数のゲーム開発力と技術力

(1) 有力シリーズのみに依存せず、新規オリジナルコンテンツを毎年創出し、更なる事業成長の基盤を開拓

(2) ゲーム開発の基礎研究にも力を入れ、マルチプラットフォーム対応を実現する最先端の自社製開発環境「MTフレームワーク」を運用中

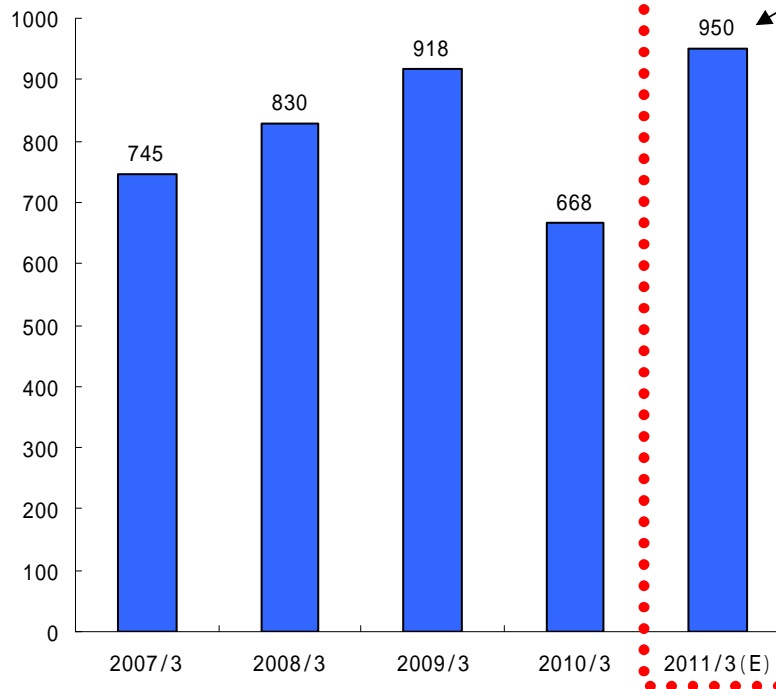
4-4. 過年度業績推移

大型タイトルの延期により業績は一時的に落ち込んだものの、
再び持続的な成長を目指す

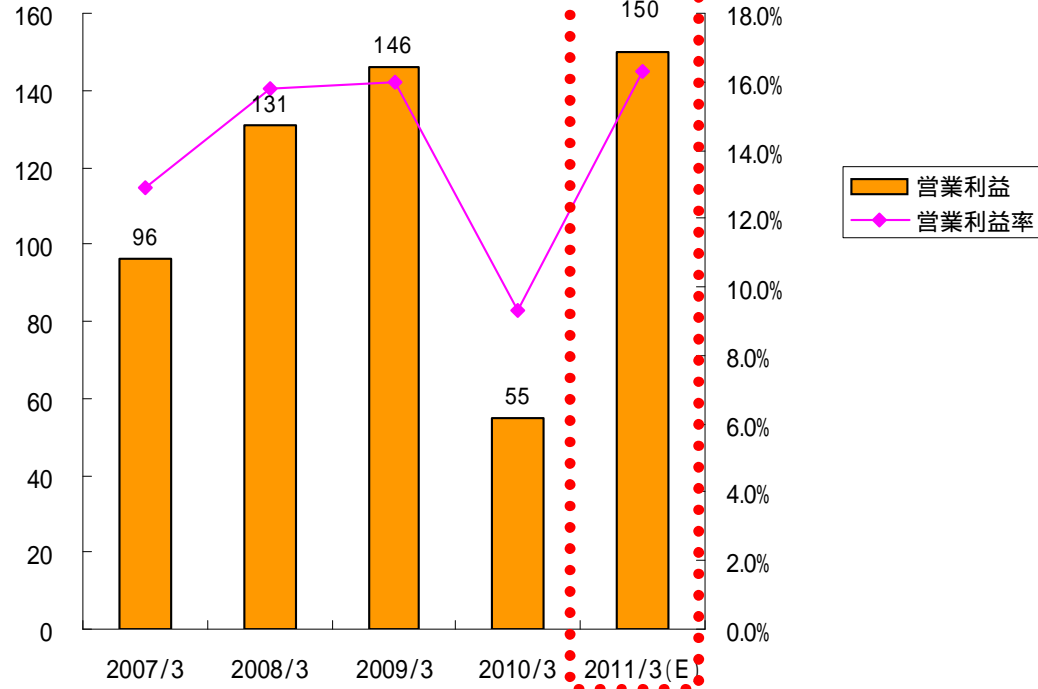
当社業績推移

【中期目標】
売上每期10%成長
営業利益率15%以上

(単位: 億円)



(単位: 億円)



5 . 補足 : 主要經營指標

5-1. 主要経営指標

経営成績

(単位:百万円)

	2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 計画	前期比
売上高	83,097	91,878	66,837	72.7%	95,000	142.1%
売上総利益	32,594	36,917	24,720	67.0%	40,500	163.8%
利益率	39.2%	40.2%	37.0%	-	42.6%	-
販売管理費	19,473	22,299	19,133	85.8%	25,500	133.3%
営業利益	13,121	14,618	5,587	38.2%	15,000	268.5%
利益率	15.8%	15.9%	8.4%	-	15.8%	-
経常利益	12,267	13,808	5,530	40.0%	14,000	253.2%
利益率	14.8%	15.0%	8.3%	-	14.7%	-
当期純利益	7,807	8,063	2,167	26.9%	8,000	369.2%
利益率	9.4%	8.8%	3.2%	-	8.4%	-

セグメント別業績 < 事業種別 >

(単位:百万円)

		2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 計画	前期比
コンシューマ・ オンラインゲーム	売上高	51,679	62,892	44,015	70.0%	71,500	162.4%
	営業利益	11,609	16,392	7,846	47.9%	15,300	195.0%
	利益率	22.5%	26.1%	17.8%	-	21.4%	-
モバイルコンテンツ	売上高	-	-	-	-	4,000	-
	営業利益	-	-	-	-	900	-
	利益率	-	-	-	-	22.5%	-
アミューズメント施設	売上高	13,406	13,509	11,985	88.7%	11,000	91.8%
	営業利益	753	224	590	263.4%	600	101.7%
	利益率	5.6%	1.7%	4.9%	-	5.5%	-
アミューズメント機器	売上高	-	-	-	-	5,000	-
	営業利益	-	-	-	-	1,200	-
	利益率	-	-	-	-	24.0%	-
その他	売上高	2,947	2,824	2,736	96.9%	3,500	127.9%
	営業利益	468	1,053	1,097	104.2%	1,000	91.2%
	利益率	15.9%	37.3%	40.1%	-	28.6%	-

2011年1月期より事業セグメント変更のため、過去実績を一部省略しております

セグメント別売上 < 所在地別 >

(単位:百万円)

	2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 計画	前期比
日本	56,457	54,193	47,269	87.2%	55,000	116.4%
北米	15,796	21,851	10,825	49.5%	24,000	221.7%
欧州	9,782	14,167	7,813	55.1%	15,000	192.0%
その他	1,060	1,665	928	55.7%	1,000	107.8%

5-2. 主要経営指標

広告宣伝

(単位:百万円)

	2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 計画	前期比
単 体	3,773	2,926	2,686	91.8%	3,700	137.8%
連 結	5,693	6,816	5,299	77.7%	7,500	141.5%

アミューズメント施設店舗数

(単位:店)

	2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 計画	前期比
連 結	42	40	38	-2	37	-1

設備投資

(単位:百万円)

	2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 計画	前期比
単 体	2,915	1,817	1,276	70.2%	2,100	164.6%
連 結	3,166	2,061	1,636	79.4%	3,000	183.4%

減価償却費

(単位:百万円)

	2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 計画	前期比
単 体	2,825	3,390	2,876	84.8%	3,000	104.3%
連 結	3,393	4,143	3,368	81.3%	3,400	101.0%

従業員数

(単位:人)

	2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 計画	前期比
単 体	1,324	1,455	1,620	111.3%	1,790	110.5%
連 結	1,506	1,813	1,930	106.5%	2,140	110.9%

開発投資額

(単位:百万円)

	2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 計画	前期比
開発投資額	18,458	19,744	19,126	96.9%	27,000	141.2%
内 研究開発費	2,972	2,329	2,125	91.2%	2,600	122.4%

為替レート

	2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 計画	前期比
ドル/円	100	98	93	94.9%	90	96.8%
ユーロ/円	158	129	124	96.1%	130	104.8%

5-3. 主要経営指標

CSソフト出荷本数 <プラットフォーム別>

(単位:千本)

		2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 Plan	前期比
Playstation 2	タイトル数	29	10	10	-	5	-5
	計	3,100	1,550	600	38.7%	400	66.7%
Playstation 3	タイトル数	8	15	11	-4	16	5
	計	1,750	4,450	2,700	60.7%	6,000	222.2%
PSP	タイトル数	16	18	20	2	19	-1
	計	3,150	3,250	2,400	73.8%	5,000	208.3%
Game Cube	タイトル数	-	-	-	-	-	-
	計	140	100	-	0.0%	-	-
Wii	タイトル数	13	14	8	-6	6	-2
	計	2,930	1,700	3,200	188.2%	1,600	50.0%
NintendoDS	タイトル数	27	37	12	-25	15	3
	計	2,400	1,350	1,000	74.1%	1,700	170.0%
Xbox	タイトル数	-	-	-	-	-	-
	計	20	-	-	-	-	-
Xbox360	タイトル数	10	12	8	-4	12	4
	計	1,620	4,300	1,700	39.5%	4,800	282.4%
PCその他	タイトル数	3	4	3	-1	2	-1
	計	490	600	900	150.0%	500	55.6%
合計	タイトル数	106	110	72	-38	75	3
	計	15,600	17,300	12,500	72.3%	20,000	160.0%

CSソフト出荷本数 <所在地別>

(単位:千本)

	2008/3	2009/3	2010/3	前期比	2011/3 Plan	前期比
日本	7,100	6,300	5,200	82.5%	7,000	134.6%
北米	4,700	6,000	3,600	60.0%	7,500	208.3%
欧州	3,450	4,500	3,400	75.6%	5,000	147.1%
アジア	350	500	300	60.0%	500	166.7%
合計	15,600	17,300	12,500	72.3%	20,000	160.0%