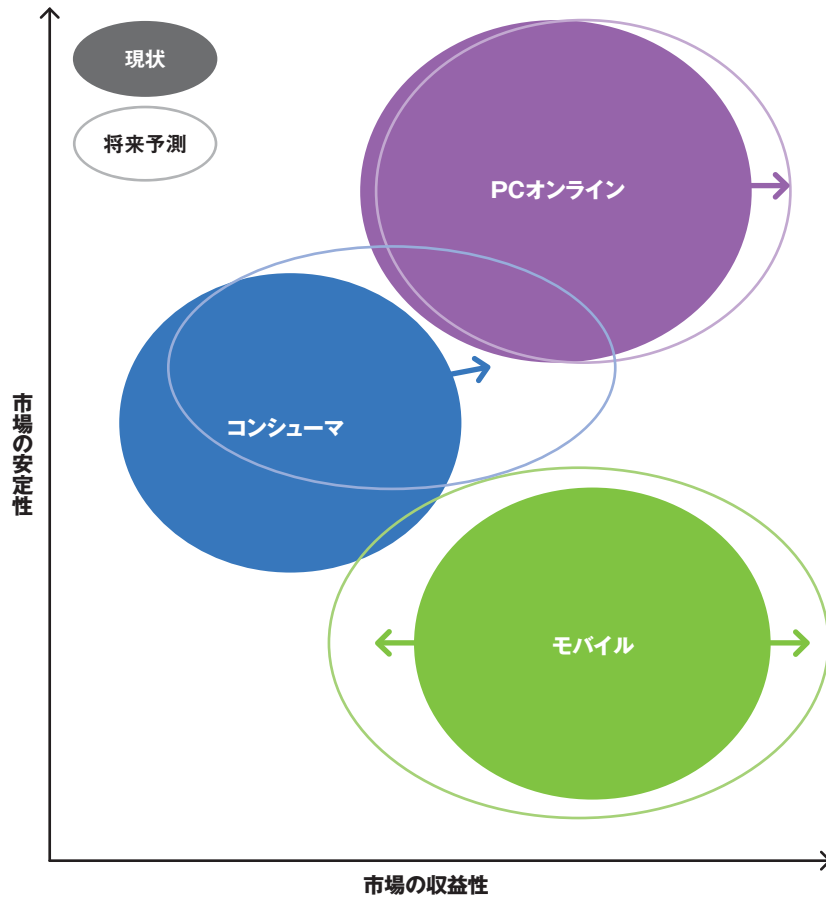


ゲーム業界の産業特性

各市場の特性



● PCオンライン市場特性

市場規模は247億ドルであり、2019年に266億ドルまでやや拡大すると予想されています。顧客層はコアユーザーの構成比が非常に高く、ゲームへのロイヤリティ(忠誠心)は一番高めです。継続的な課金意欲はかなり高いことから、価格感応度および景気感応度は一番低いのが特徴です。収益性は3市場の中で比較的高く、長期間にわたり安定的な収益を生み出す傾向にあります。今後も大きな変動はなく、安定市場を形成する見通しです。

● コンシューマ市場特性

パッケージ+ダウンロードコンテンツ(DLC)

市場規模は216億ドルであり、2019年に256億ドルまで拡大すると予想されています。顧客層はコアユーザーの構成比がかなり高く、ゲームへのロイヤリティは高めです。続編などへの購買意欲は相対的に高いことから、価格感応度および景気感応度は低い特性があります。収益性は3市場の中で一番低いが、日本の産業全体からすれば高い位置にあります。今後はデジタル販売比率が向上し、他2市場との差は縮小する見通しです。

● モバイルコンテンツ市場特性

市場規模は225億ドルであり、2019年に374億ドルまで急伸すると予想されています。顧客層はカジュアルユーザーの構成比が非常に高く、プレイ目的は時間つぶしが多いため、ゲームへのロイヤリティは一番低めです。課金意欲は一部に留まることから、価格感応度および景気感応度は一番高いのが特質です。収益性は3市場の中で最も高めですが、長期・安定的な収益を生み出すタイトルは限定的です。今後は急成長を遂げ、スマートフォンは最も普及するゲーム機となる見込みです。

各ビジネスの5つの競争要因 (5フォース分析)

	コンシューマ (パッケージ+DLC)	モバイルコンテンツ	PCオンライン
新規参入の脅威	普通 高い必要資本額や差別化技術が必要	非常に高 必要資本額や差別化技術が少ない	低 継続的な資本投入や最先端技術が必要
代替サービス・製品の脅威	普通 ある程度のユーザーの棲み分けは図れている	低 携帯性の観点から他2市場へのユーザー流出は少ない	普通 ある程度のユーザーの棲み分けは図れている
買い手の交渉力	高 購買力の強い海外大手小売店との取引が多い	低 ユーザーへの直接販売	低 ユーザーへの直接販売
売り手(ハードメーカー)の交渉力	低 コンテンツはどのプラットフォームにも柔軟に対応できる	低 コンテンツはどのプラットフォームにも柔軟に対応できる	低 コンテンツはどのプラットフォームにも柔軟に対応できる
既存競合者同士の敵対関係	普通 現在は妥当な環境だが、将来的にはやや緩和されると予想	高 新規参入が活発なため、厳しい環境	普通 現在は妥当な環境

2015

2015年3月期

編集方針

当社グループの経営方針や事業戦略に加え、中長期の価値創造について株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様にご理解いただくために、従来よりも非財務情報を充実させて今年度より「統合報告書」として発行します。

編集にあたっては、国際統合報告委員会(IIRC)が発表した「国際統合報告フレームワーク」を参考にしています。

また、写真や図表を豊富に用いて、できる限り視覚的に内容が理解できるように心がけました。

なお冊子だけでなく、オンラインでもご覧いただけます。

対象期間・範囲

報告対象期間は、2015年3月期(2014年4月1日～2015年3月31日)です。ただし、必要に応じて当期間の前後についても言及しています。

データの集計範囲(バウンダリー)は、とくに記載しているものを除いて、すべて連結決算対象範囲です。

目的別インデックス

ビジネスモデルと資本について知りたい方は
P7～12(P7～8に各資本の詳細への誘導あり)

経営環境や市場動向を知りたい方は
P1、P17～20、P29～32、P35～44

業績を知りたい方は
P10、P13～14、P15～16、P17～19、P35～44

経営・財務戦略を知りたい方は
P9、P19～20、P21～22、P26、P28～34

各事業セグメントについて知りたい方は
P13～14、P27～28、P35～44

ステークホルダーの皆様からの意見を知りたい方は
P33～34、P46、P49～50、P51～52、P64

ESG情報について知りたい方は
P12、P23～25、P45～48、P49～66

開発について知りたい方は
別冊：最新開発レポート

ゲーム業界用語について知りたい方は
当社WEBサイト
<http://www.capcom.co.jp/ir/glossary/>

市場データ

ゲーム市場
図表番号1、27、28、29

アミューズメント施設市場
図表番号34、35、36

アミューズメント機器市場
図表番号37、38

カプコンの価値創造活動

- 3 ステークホルダーの皆様へ(CEO・COOから)
- 5 カプコンの歴史
- 7 カプコンのビジネスモデル
- 10 主要財務・非財務ハイライト
- 13 事業セグメント別ハイライト
- 15 連結業績指標11年間サマリー



カプコンの価値創造活動

経営者メッセージ

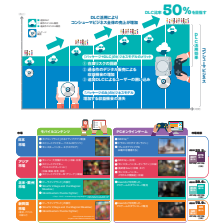
- 17 CEOが語る業績総括と中期経営目標の進捗
- 26 CFOが語る財務戦略



経営者メッセージ

カプコンの成長戦略

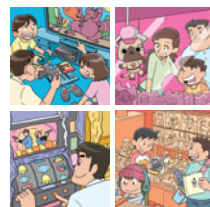
- 27 COOが語る中期事業戦略
- 29 **成長戦略1** コンシューマビジネスの拡充
- 31 **成長戦略2** オンラインビジネスの拡充
- 33 対談：アナリストの視点から見るカプコンの成長戦略



カプコンの成長戦略

事業活動と今後の見通し

- 35 デジタルコンテンツ事業
- 39 アミューズメント施設事業
- 41 アミューズメント機器事業
- 43 その他事業



事業活動と今後の見通し

CSR活動(企業の社会的責任)

- 45 ゲーム会社としての教育支援
- 47 環境・社会



CSR活動
(企業の社会的責任)

コーポレート・ガバナンス

- 49 対談：社外取締役の視点から見るカプコンのガバナンス
- 51 社外取締役と機関投資家との対話
- 53 コーポレート・ガバナンスの体制と取り組み
- 57 2014年度取締役会等での主な議論
- 59 社内管理体制と取り組み
- 61 リスクマネジメント
- 63 株主・投資家の皆様との関係づくり
- 65 役員紹介



コーポレート・ガバナンス

財務セクション

- 67 連結財務指標11年間サマリー
- 69 財務の状況
- 73 連結貸借対照表
- 75 連結損益計算書／連結包括利益計算書
- 76 連結株主資本等変動計算書
- 77 連結キャッシュ・フロー計算書
- 78 連結財務諸表注記
- 94 和文統合報告書の作成と監査上の位置付けについて

財務セクション

会社概要

別冊 最新開発レポート2015

We Create Games that Excite

