

2015年3月期 第2四半期 決算説明会
代表取締役社長 COO 辻本春弘説明要旨
(2014年10月30日)

■社長の辻本です。私からは、2015年3月期 第2四半期の事業セグメント別概況および戦略についてご説明させていただきます。

P.6 今決算のポイント

今決算のポイント

成長戦略の進捗状況

- **コンシューマ事業の改善**
 - ・ 『モンスターハンター4G』は 200万本を出荷
※2014年10月15日時点。本編ダウンロード販売を含む。
 - ・ 上期のコンシューマにおけるDLC売上比率は約 43%

- **オンライン事業の改革**
 - ・ アジア地域でのネイティブアプリ・オンラインゲーム配信を開始



まずはじめに、今決算のポイントとして、成長戦略の進捗状況についてお伝えします。

1点目は、2012年度後半以降進めている「コンシューマ事業の改善」についてです。当社では、コンシューマの市場規模はDLC（ダウンロードコンテンツ）を含めると今後も維持されると分析しており、加えて、コンシューマ事業は、当社におけるコンテンツ創出の源泉であることから、引き続き注力します。

10月11日に投入しました『モンスターハンター4G』は、10月15日時点で、ダウンロード版を含め、200万本を出荷しています。足元では、220万本まで販売本数を伸ばしており、着実に本数を積み重ねています。

また、DLC 販売を強化する戦略の成果として、上期のコンシューマにおける DLC の売上比率は 43%と大きく向上しています。

2 点目は、「オンライン事業の改革」についてです。

当社では、グローバルで成長を続けるモバイルおよび PC オンライン事業へも引き続き注力していきます。今期から、アジア地域におけるネイティブアプリ、オンラインゲームの配信を強化しており、7 月 16 日に中国で配信を開始した『鬼武者 Soul』をはじめ、今期中に 6 タイトルを中国、韓国、台湾、タイなど、アジア地域に投入する予定です。

次に、事業セグメント別の概況について、デジタルコンテンツ事業からご説明します。

P.9 デジタルコンテンツ事業 上期概況①

デジタルコンテンツ事業 上期概況①

主カタイトルは不在ながら
既存タイトルのリピート販売およびDLC販売に注力

■ 上期概況(コンシューマ)

- ・『モンスターハンター4』の反動減により、前年同期比で減収
- ・『ウルトラストリートファイターIV』は50万本を達成し、計画通りに推移
- ・収益性の高いリピートタイトルを中心に、DLC販売が好調に推移

■ 上期 主要タイトル販売実績(コンシューマ) (単位:千本)

ハード	タイトル名	地域	発売日	実績
PS3 Xbox 360 PC	ウルトラストリートファイターIV	日本	8/7	500
		北米	8/5	
		欧州	8/8	

※ 本数には、本編ダウンロード販売を含む ※ 日本には、アジア地域を含む

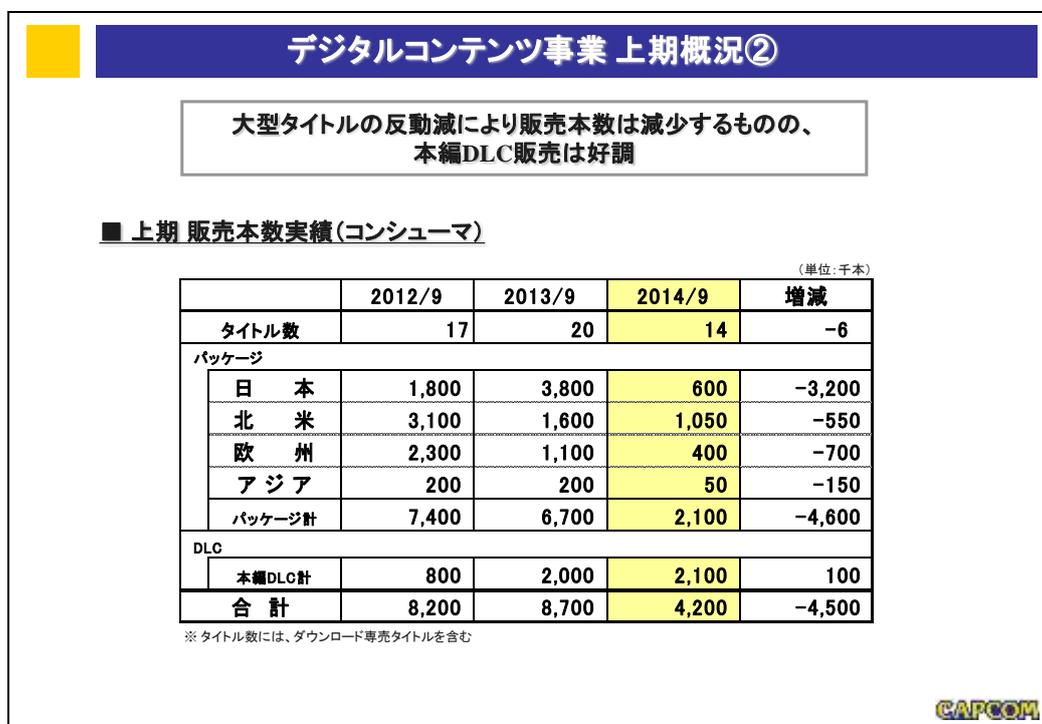


コンシューマ事業では、主カタイトルは不在ながら、既存タイトルのリピート販売およびDLC販売に注力しました。

前年同期に投入した『モンスターハンター4』の反動減により、前年同期比では減収となったものの、8月に投入した『ウルトラストリートファイターIV』が50万本を達成するなど計画通りに推移したほか、収益性の高いリピートタイトルを中心にDLC販売が好調でした。

この結果、前年同期比では減収減益となりましたが、不採算タイトルの解消や販管費の削減効果などもあいまって、計画比では売上利益とも上回り、好調に推移しています。

P.10 デジタルコンテンツ事業 上期概況②



コンシューマ事業の販売本数についてご説明します。

タイトル数は、厳選した結果、6作減の14タイトルとなりました。

パッケージ販売本数の地域別内訳としましては、日本は前年同期に発売した『モンスターハンター4』の反動減などにより320万本減の80万本、欧米では、前年同期に発売した『バイオハザード リベレーションズ アンバーールド エディション』、『Remember Me』など海外向け戦略タイトルの反動減もあり、北米は55万本減の105万本、欧州は70万本減の40万本となり、アジアは15万本減の5万本となりました。

一方、本編DLCの販売数は、新作を欠きながら、『バイオハザード6』や『デッドライジング3』等が続伸し、10万本増の210万本を達成しました。

P.11 デジタルコンテンツ事業 上期概況③

デジタルコンテンツ事業 上期概況③

**モバイルコンテンツは事業構造改革途上に伴う端境期
PCその他は主カタイトルを中心に堅調に推移**

- **上期概況(モバイル)**
 - ・「カプコン」、「ビーライン」ブランドともに目玉タイトルが不在で減収となるものの、コスト負担の軽減により利益は増加
 - ・カプコンブランドでは、新作『ストリートファイターIV アリーナ』を韓国に投入（2014年7月）
 - ・ビーラインブランドでは、『Snoopy's Sugar Drop』を展開（2014年6月）
- **上期概況(PCその他)**
 - ・主力の『モンスターハンター フロンティアG』は、PlayStation Vita版の投入（2014年8月）などにより堅調に推移
 - ・中国において、PCブラウザゲーム『鬼武者Soul』（2014年7月）および、PCオンラインゲーム『魔界村オンライン』（2014年7月）を配信開始
 - ・中国テンセント社との協業タイトル『モンスターハンターオンライン』の開発を推進



次に、モバイルコンテンツおよびPC その他の上期概況についてご説明します。

モバイルコンテンツは、「カプコン」、「ビーライン」ブランドともに目玉タイトルが不在であり、前年同期比で減収となりましたが、コスト負担の軽減や販管費の削減により、収益性は改善しています。

新作として、カプコンブランドから『ストリートファイターIV アリーナ』を2014年7月に韓国で投入し、ビーラインブランドから『Snoopy's Sugar Drop』を2014年6月以降、グローバルで順次サービスを開始しています。

PC その他では、主力の『モンスターハンター フロンティア G』は、2014年8月にPlayStation Vita版を投入した相乗効果などもあり、堅調に推移しています。

中国においては、2014年7月に、PCブラウザゲーム『鬼武者Soul』とPCオンラインゲーム『魔界村オンライン』の配信を開始しました。テンセント社との協業タイトルである『モンスターハンターオンライン』は、7月末に上海で開催された「China Joy」においても注目を集めており、期待しています。今後、次回クローズドβテストの実施など、進展があり次第、皆様にお知らせいたします。

P.12 デジタルコンテンツ事業 上期実績

デジタルコンテンツ事業 上期実績					
大型タイトルの不在により減収減益 コスト管理を徹底し、利益率は向上					
■ 上期 デジタルコンテンツ事業					
(単位: 億円)					
	2012/9	2013/9	2014/9	増減	
売上高	349	375	134	-241	
営業利益	57	53	21	-32	
営業利益率	16.5%	14.3%	16.0%	—	
売上内訳	コンシューマ				
	パッケージ	238	253	45	-208
	DLC	21	54	34	-20
	コンシューマ計	259	307	79	-228
	モバイルコンテンツ	60	36	24	-12
	PCその他	30	32	31	-1

CAPCOM

それでは、デジタルコンテンツ事業の上期実績についてご説明します。

大型タイトルの不在により減収減益となるものの、コスト管理を徹底し、利益率は向上しました。

売上高は、前年同期比 241 億円減の 134 億円、営業利益は 32 億円減の 21 億円となったものの、営業利益率は改善し、16.0%となりました。

売上の内訳は、パッケージが前年同期比 208 億円減の 45 億円、DLC が 20 億円減の 34 億円と減少しており、主な要因はいずれも前年同期『モンスターハンター4』の反動減です。また、モバイルコンテンツはヒット作の不在により 12 億円減の 24 億円となり、PC その他はほぼ前年並の 31 億円となりました。

P.13 デジタルコンテンツ事業 下期戦略①

デジタルコンテンツ事業 下期戦略①

**主カタイトルの販売に注力するとともに
DLC販売を拡大**

■ **下期 戦略(コンシューマ)**

- ・『モンスターハンター4G』は国内で10月11日に投入、欧米では2015年初頭に発売予定
- ・『バイオハザードリベレーションズ2』を、2015年初頭にグローバルで投入し、ミリオンセールスを目指す
- ・本編DLCおよび追加DLCの拡販により、DLC売上比率を向上

■ **下期 主要タイトル販売計画(コンシューマ)**

(単位:千本)

ハード	タイトル名	地域	発売日	計画
3DS	モンスターハンター4G	日本	10/11	3,900
		北米	2015年初頭	
		欧州	2015年初頭	

※ 本数には、本編ダウンロード販売を含む
※ 日本には、アジア地域を含む



ここからは、デジタルコンテンツ事業の下期戦略についてご説明します。

コンシューマビジネスでは、『モンスターハンター4G』を国内で10月11日に投入し、欧米では2015年初頭に発売する予定です。期初に掲げた、全世界で390万本の販売計画を達成します。

『バイオハザード リベレーションズ 2』は、2015年初頭にグローバルで投入し、前作同様、ミリオンセールスを目指します。

DLCについては、『モンスターハンター4G』をはじめ、本編DLCの拡大を新作およびリピータタイトルの双方で推進します。加えて、『バイオハザード リベレーションズ 2』では本編をシナリオごとに分割してダウンロード販売するなど、DLCの特性を活かした販売方法にも取り組み、タイトル収益の最大化を図ります。

P.14 デジタルコンテンツ事業 下期戦略②

デジタルコンテンツ事業 下期戦略②				
DLC販売が順調に進捗 期初計画に対し、販売本数増を見込む				
■ 通期 販売本数計画(コンシューマ)				
(単位:千本)				
	2013/3	2014/3	2015/3 計画	増減
タイトル数	46	42	25	-17
パッケージ				
日本	4,500	6,700	5,200	-1,500
北米	5,400	3,800	2,600	-1,200
欧州	3,600	1,900	1,000	-900
アジア	500	300	200	-100
パッケージ計	14,000	12,700	9,000	-3,700
DLC				
本編DLC計	2,700	4,800	6,000	1,200
合計	16,700	17,500	15,000	-2,500

※ タイトル数には、ダウンロード専売タイトルを含む



通期の販売本数計画ですが、上期において DLC 販売が順調に進捗したことを踏まえ、DLC の本数計画を期初から変更しています。

タイトル数は、期初計画を据え置き、前年同期比で 17 作減の 25 作としています。

パッケージの販売本数は、合計、地域別本数とも期初計画から変更していません。前期との主な差異要因は、国内でのディストリビューションタイトルの反動減、および海外における『デッドライジング 3』など海外向け戦略タイトルの反動減です。

本編 DLC の販売本数は、期初計画の 400 万本から、200 万本増となる 600 万本を計画しています。

その結果、パッケージと DLC を合わせた合計本数は、期初計画の 1,300 万本から 200 万本増となる、1,500 万本を見込んでいます。

P.15 デジタルコンテンツ事業 下期戦略③

デジタルコンテンツ事業 下期戦略③

**モバイルおよびPCオンラインにおいてタイトルを投入
ヒット作の創出を目指す**

■ 下期 戦略(モバイル)

- ・カプコンブランド:
⇒ 既存ブランドを活用したネイティブアプリを投入
中国版『モンハン 大狩猟クエスト』(iOS/Android、2014年配信予定)、
『ストリートファイター パズルスピリッツ』(iOS/Android、今冬配信予定)他
- ・ビーラインブランド:
⇒ 女性カジュアル層をターゲットとした新作を順次投入予定

■ 下期 戦略(PCその他)

- ・PCブラウザゲーム『モンスターハンター メゼポルタ開拓記』を2014年11月27日にサービス開始予定
- ・『ブレス オブ ファイア 6 白竜の守護者たち』を、2015年春投入予定



中国版
「モンハン 大狩猟クエスト」



モバイルおよびPC その他の下期戦略をご説明します。モバイルにおいては、事業構造改革の成果として新規タイトルを投入し、ヒット作の創出を図るとともに、PC オンラインでも新規タイトルを投入し、収益基盤の強化を図ります。

モバイルコンテンツでは、カプコンブランドにおいては、引き続き「モンスターハンター」や「ストリートファイター」などの主力IPを活用したタイトルを投入します。国内で160万ダウンロードを突破した『モンハン 大狩猟クエスト』を年内に中国に展開するほか、新作パズルRPG『ストリートファイター パズルスピリッツ』のサービスを開始します。

ビーラインブランドにおいては、女性カジュアル層をターゲットとした新作を、順次投入する予定です。

PC その他では、主力の『モンスターハンター フロンティア G』を11月に『モンスターハンター フロンティア G6』にアップデートするなど、更なる活性化を行うとともに、新たな主力タイトルの創出を目指します。PC ブラウザゲーム『モンスターハンター メゼポルタ開拓記』を11月27日にサービス開始予定のほか、『ブレス オブ ファイア 6 白竜の守護者たち』を、2015年春に投入します。

また、両ビジネスにおいてアジア展開を押し進め、中国、韓国、台湾、タイに向け、順次タイトルを投入します。

P.16 デジタルコンテンツ事業 通期計画

デジタルコンテンツ事業 通期計画					
上期リピート販売の順調な推移に伴い、 コンシューマの通期計画を修正					
■ 通期 デジタルコンテンツ事業					
(単位:億円)					
	2013/3	2014/3	2015/3 計画	増減	
売上高	636	658	565	-93	
営業利益	70	44	80	36	
営業利益率	11.1%	6.8%	14.2%	-	
売上内訳	コンシューマ				
	パッケージ	407	433	320	-113
	DLC	52	97	115	18
	コンシューマ計	459	530	435	-95
	モバイルコンテンツ	110	65	50	-15
	PCその他	67	63	80	17

次に、デジタルコンテンツ事業の通期計画および、セグメント別の内訳についてご説明します。上期におけるリピート販売の順調な推移に伴い、通期計画を修正しています。

売上高は期初計画の 500 億円から 565 億円、営業利益は期初計画の 68 億円から 80 億円、営業利益率は 14.2%へとそれぞれ修正しました。

修正計画における売上の内訳は、パッケージは期初計画の 290 億円に対し 30 億円増の 320 億円、DLC は期初計画の 80 億円に対し 35 億円増の 115 億円としています。モバイルコンテンツと PC その他は、期初計画を据え置いています。

P.18 アミューズメント施設事業 上期概況

アミューズメント施設事業 上期概況				
既存店の伸び悩みや消費増税の影響により 減収減益				
■ 上期概況				
・ 既存店売上 対前年同期比 92% (第1四半期 93%・第2四半期 91%)				
・ 1 店舗を退店 (2014年7月 入間店)				
■ 上期 アミューズメント施設事業				
	(単位:億円)			
	2012/9	2013/9	2014/9	増減
売上高	56	54	48	-6
営業利益	9	9	6	-3
営業利益率	17.5%	17.9%	13.7%	-
既存店売上前年比	94%	95%	92%	-
■ アミューズメント施設店舗数				
	(単位:店)			
	2013/3	2014/3	2014/9	2015/3 計画
出店	0	1	0	3
退店	3	2	1	1
総店舗数	34	33	32	35

CAPCOM

ここからは、アミューズメント施設事業についてご説明します。

娯楽の分散化などにより引き続き厳しい市況であることに加え、今上期は消費増税の影響もあり、前年同期比では減収減益となりました。

既存店売上は、天候不順などの要因もあり、前年比 92%となりました。また、1 店舗を退店し、現在の総店舗数は 32 店舗となっています。

これらの結果、売上高は前年同期比 6 億円減となる 48 億円、営業利益は 3 億円減となる 6 億円、営業利益率は 13.7%となりました。

P.19 アミューズメント施設事業 下期戦略

アミューズメント施設事業 下期戦略

上期実績を反映し、利益計画を引き下げ
効率的な運営体制により収益の確保を図る

■ 下期戦略

- ・ 低年齢層やシニア、女性層に向けた新コンテンツの導入やイベント開催により、集客力を向上
- ・ 時間課金制キッズコーナー「あそび王国ぴいかあぶう」は年間3店舗程度の導入を目指す

■ 下期計画

- ・ 下期出店3店舗、退店0店舗を予定(計35店舗)
- ・ 通期の既存店対前年比計画：95%

■ 通期 アミューズメント施設事業

(単位:億円)

	2013/3	2014/3	2015/3 計画	増減
売上高	109	106	100	-6
営業利益	17	16	13	-3
営業利益率	15.6%	15.2%	13.0%	-
既存店売上前年比	95%	95%	95%	-



次に、アミューズメント施設事業の下期戦略についてご説明します。

引き続き、低年齢層やシニア、女性層に向けた新コンテンツの導入やイベント開催により、集客力の向上を図ります。時間課金制キッズコーナー「あそび王国ぴいかあぶう」は、年間3店舗程度の導入を目指します。

下期は出店3店舗を予定し、期末の店舗数は35店舗となる見込みです。通期の既存店売上前年比計画は、上期の進捗を踏まえ期初計画の98%から95%に修正しています。

この結果、通期計画は、期初計画に対し、売上高は据え置き100億円、営業利益は2億円減の13億円、営業利益率は13.0%となる見込みです。

P.21 アミューズメント機器事業 上期概況

アミューズメント機器事業 上期概況

パチスロ機および業務用機器販売の減少に伴い減収
収益性の高い自社パチスロ機の貢献により増益

■ P&S事業 上期概況

- ・ 2014年9月に投入したパチスロ機『戦国BASARA3』は2万台を販売
- ・ パチスロ機『モンスターハンター 月下雷鳴』のリピート販売が貢献

■ 業務用機器販売事業 上期概況

- ・ 新規メダルゲーム機『鬼武者Soul カードラッシュ』を投入（2014年6月）

■ 上期アミューズメント機器事業

	2012/9	2013/9	2014/9	増減
売上高	35	89	68	-21
営業利益	13	25	31	6
営業利益率	37.2%	28.2%	45.9%	-

(単位:億円)



「戦国BASARA3」



※ 売上比 P&S事業 : AM事業 = 9 : 1

次に、アミューズメント機器事業についてご説明します。

上期は、パチスロ機および業務用機器販売の減少に伴い減収となったものの、収益性の高い自社パチスロ機の貢献により増益となりました。

P&S 事業では、2014 年 9 月に投入したパチスロ機『戦国 BASARA3』が計画通り 2 万台を販売するとともに、前期投入した『モンスターハンター 月下雷鳴』のリピート販売が貢献しました。

業務用機器販売事業では、新規メダルゲーム機『鬼武者 Soul カードラッシュ』を 2014 年 6 月に投入しました。

この結果、売上高は前年同期比 21 億円減の 68 億円、営業利益は 6 億円増の 31 億円、営業利益率は 45.9%と、前年同期比で減収増益となりました。

P.22 アミューズメント機器事業 下期戦略

アミューズメント機器事業 下期戦略

下期はパチスロ機 1機種を投入予定
 期初計画に対しては、減収減益の見通し

- **P&S事業 下期戦略**
 - ・ 保通協によるパチスロ機の型式試験方法の変更に伴い、通期計画を修正
 - ・ 下期 2機種の投入予定を見直し、新規にパチスロ機 1機種を投入予定
- **業務用機器販売事業 下期戦略**
 - ・ 既存タイトルのリピート販売に注力
- **通期 アミューズメント機器事業**

(単位:億円)

	2013/3	2014/3	2015/3 計画	増減
売上高	167	231	110	-121
営業利益	48	71	40	-31
営業利益率	29.1%	30.8%	36.4%	-

※ 売上比 P&S事業 : AM事業 = 9 : 1



次に、アミューズメント機器事業の下期戦略についてご説明します。

下期は、パチスロ機 1 機種を投入を予定するものの、通期計画を修正し、期初計画に対して減収減益となる見通しです。

P&S 事業では、保通協によるパチスロ機の型式試験方法の変更に伴い、期初に予定していた下期 2 機種を投入予定を見直し、新たに 1 機種を投入を図ります。

業務用機器販売事業では、既存タイトルのリピート販売などに注力していきます。

通期の売上高は、期初計画の 175 億円に対して 65 億円減の 110 億円、営業利益は期初計画の 50 億円に対して 10 億円減の 40 億円、営業利益率は 36.4%と、期初計画比で減収減益となる見込みです。

P.24 2015年3月期 連結業績予想

2015年3月期 連結業績予想			
期初計画は据え置き、大型タイトルの販売および、 オンラインコンテンツの活性化に注力			
(単位:百万円)			
	2014/3	2015/3 計画	増減
売上高	102,200	80,000	-22,200
営業利益	10,299	10,500	201
経常利益	10,946	10,200	-746
当期純利益	3,444	6,600	3,156

■ 通期予想は期初から変更なし
■ 1株当たり予想当期純利益 117円37銭
■ 配当は 中間15円、期末25円の年間40円を予定



最後に、2015年3月期 連結業績予想についてご説明します。

今回、通期連結業績は、期初計画を据え置きます。今期の目玉タイトルである『モンスターハンター4G』の国内外での販売や、成長分野であるオンラインコンテンツの活性化に取り組むことにより、パチスロ機販売における型式試験変更の影響は吸収できると考えています。

通期の連結業績は期初計画どおり、売上高 800 億円、営業利益 105 億円、経常利益 102 億円、当期純利益 66 億円を見込んでいます。

1株当たり予想当期純利益は117円37銭、配当は中間15円、期末25円の年間40円と、いずれも期初から変更はありません。

私からのご説明は以上とさせていただきます。今後も全社一丸となり、計画達成のため邁進してまいりますので、引き続き宜しく願いいたします。ありがとうございました。

以上