

2011年4月19日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 カ プ コ ン
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 辻 本 春 弘
(コード番号：9697 東証・大証第1部)
連 絡 先 広 報 ・ I R 室
電 話 番 号 (0 6) 6 9 2 0 - 3 6 2 3

ソーシャルゲーム事業における戦略子会社の設立ならびに グローバル展開に関するお知らせ

当社は、2011年4月19日開催の取締役会において、日本およびアジア地域でのスマートフォン向けソーシャルゲームの開発および配信を行う子会社として株式会社ビーライン・インタラクティブ・ジャパンを設立することを決議しましたので、お知らせいたします。

記

1. 子会社設立の背景

近年、従来の家庭用ゲーム機に加え、パソコンやスマートフォン等の新たなゲームプラットフォームが急成長を続けており、ゲーム市場は急激に変化しつつあります。

とりわけモバイルゲーム市場は、携帯電話の高機能化やSNSの台頭により、世界中のあらゆる地域で、これまでゲームに触れたことのない新規ユーザーを取り込んでいます。

また、スマートフォンは、2012年にはパソコンの普及台数を超えるプラットフォームになると見込まれており、中でもスマートフォン市場の約50%を占めるソーシャルゲームが成長の原動力となっております。したがって、「スマートフォン向け」に「ソーシャルゲーム」を「グローバル」に展開することが事業成長の重要な鍵となります。

2. 子会社設立に伴う戦略

このような状況下、当社は2009年以降スマートフォン向けコンテンツの開発に注力しており、これまで欧米の子会社を中心に海外向けソーシャルゲーム『Smurfs' Village』、『Zombie Cafe』および『Lil' Pirates』を配信し、3タイトルのダウンロード数は合計1,500万件を超えるなど、早期のビジネスの確立に成功しました。とりわけ『Smurfs' Village』はAppleのApp Storeの売上高ランキング「トップセールス App」において55ヶ国で第1位を獲得するほどの人気を博しております。今後、これらの家庭用ゲームの顧客層とは異なるライトユーザーをさらに獲得するため、当社の人気シリーズタイトル以外のオリジナルコンテンツを携帯端末で配信するセカンドブランドを立ち上げるとともに、新たな戦略子会社を設立しアジア地域での拡大を図ることで、コンシューマ・オンラインゲーム事業に次ぐ第2の柱を構築するよう注力してまいります。

主な戦略は以下のとおりです。

(1) セカンドブランド「ビーライン」の立ち上げ

欧米の子会社を中心に進めてきた海外向けソーシャルゲームの内容および対象ユーザーは、当社のこれまでのゲームと大きく異なります。したがって、カプコンブランドと明確な差別化を図るため、セカンドブランドである「ビーライン」のコンテンツとして開発および配信を行うことで新たな顧客層を獲得し、カプコングループとして収益の最大化を図ります。

なお、セカンドブランドの立ち上げに伴い、以下の子会社の商号を変更いたします。

また、当社の人気シリーズを含むカプコンブランドのモバイルタイトルは、引き続き株式会社カプコンの開発部門において、積極的に対応してまいります。

旧商号	新商号
カプコン・インタラクティブ, Inc.	ビーライン・インタラクティブ, Inc. (米国)
カプコン・インタラクティブ・カナダ, Inc.	ビーライン・インタラクティブ・カナダ, Inc. (カナダ)

(2) 3 拠点開発による投入タイトル数の最大化

北米を中心として、欧州および日本の 3 地域に上記の開発拠点を設置することで、グローバルでの投入タイトル数を増強します。特に株式会社ビーライン・インタラクティブ・ジャパンでは、今後高機能端末の普及拡大が予測されるアジア地域の先駆者としての地位を確立し、ビーラインブランドの浸透および収益の拡大を図ってまいります。

3. 設立会社の概要

(1) 商号	株式会社 ビーライン・インタラクティブ・ジャパン
(2) 代表者	代表取締役社長 世古 学(せこ まなぶ)
(3) 所在地	大阪府中央区淡路町二丁目 2 番 14 号
(4) 設立年月日	2011 年 4 月 19 日
(5) 資本金	3 億円
(6) 発行済株式総数	3,000 株
(7) 株主	株式会社カプコン 100%出資
(8) 主な事業内容	日本およびアジア地域でのスマートフォン向けコンテンツの開発および配信
(9) 決算期	3 月 31 日

4. 今期業績への影響

今期の業績に係る影響は軽微であります。

以上