

事業活動の成果

事業内容

当期の概況

デジタルコンテンツ事業

コンシューマ向けパッケージソフトとダウンロードコンテンツの開発・販売、モバイルコンテンツおよびPCオンラインゲームの開発・運営を行っています。コンシューマゲームでは、独創的なオリジナルコンテンツを生み出し、デジタル配信の活用により継続的な収益を獲得する一方、これら多くのミリオンタイトルをスマートフォン・タブレット型端末やPCオンラインで活用し、全世界に配信することで収益の最大化を図っています。→詳細はP73参照

コンシューマ(パッケージ+デジタル)

- ◆ 新作『モンスターハンターワールド:アイスボーン』がヒット
- ◆ 『モンスターハンター:ワールド』や『バイオハザード RE:2』、『デビル メイ クライ 5』といった大型リピータタイトルが好調に推移
- ◆ 採算性の高いデジタル販売が拡大

モバイルコンテンツ

- ◆ 『モンスターハンター ライダーズ』、『戦国BASARA バトルパーティー』等の自社タイトルおよび協業タイトルの配信を開始

アミューズメント施設事業

国内でアミューズメント施設「プラサカブコン」を中心に運営しています。主に大型複合商業施設に出店し、各種イベントを開催してファミリー層や若者を集客するとともに、スクラップ&ビルドの徹底による効率的な店舗運営を実践しています。→詳細はP75参照

- ◆ 自社グッズ販売に特化したアンテナショップ「CAPCOM STORE TOKYO」を渋谷にオープン
- ◆ 中高年者を対象にした「ゲーム無料体験ツアー」の実施など、新規顧客の開拓に注力
- ◆ 3店舗を出店
- ◆ 新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、一部店舗で営業時間の変更・臨時休業を実施
- ◆ 既存店の売上対前年比は103%

アミューズメント機器事業

家庭用ゲームのコンテンツを活用するビジネスを展開しています。主に遊技機向け筐体および液晶表示基板、ソフトウェアを開発・製造・販売しています。→詳細はP76参照

- ◆ 1機種計2万台を販売
- ◆ 現行基準機の投入により黒字に転換

その他事業

ゲームコンテンツを多メディアに展開するワンコンテンツ・マルチユース戦略に基づき、多彩な著作権ビジネスを推進しています。映画化やアニメ化、音楽CD・キャラクターグッズなどを展開するライセンスビジネスに加えて、eスポーツビジネスにも注力しています。→詳細はP77参照

- ◆ 「モンスターハンター」や「バイオハザード」などのIPを活用したグッズ展開やイベント等により、多面的な収益機会を創出
- ◆ 「CAPCOM Pro Tour アジাপレミア」や「ストリートファイターリーグ ワールドチャンピオンシップ」など、新規eスポーツイベントを積極的に展開
- ◆ ライセンス増収も、eスポーツでの費用先行により利益率は低下

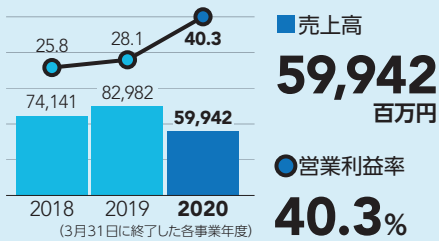


当期の主要作品(アウトプット)

PCオンライン

◆ オンラインゲーム『モンスターハンター フロントティアZ』および『ドラゴンズドグマ オンライン』は共にサービス終了

売上高・営業利益率



『モンスターハンターワールド: アイスボーン』

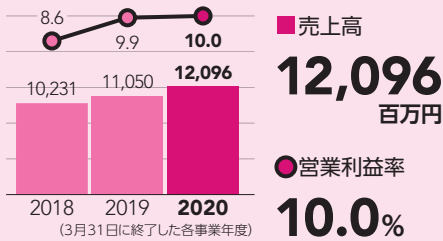
カプコン史上最大の販売本数1,570万本を記録した『モンスターハンター:ワールド』の超大型拡張コンテンツ。レビュー集積サイトで高い評価を獲得するなど全世界で高い注目を集め、全世界で520万本を販売。



『モンスターハンター ライダーズ』

『モンスターハンター』ブランドの根強い人気に加え、テンポの良いゲーム性や派手な演出、個性溢れるキャラクター、豊富なコンテンツ等が注目を集め、累計500万ダウンロードを達成。

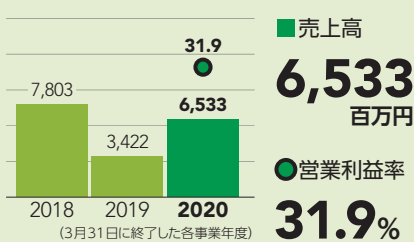
売上高・営業利益率



アンテナショップ
『CAPCOM STORE TOKYO』

カプコンの人気キャラクターのグッズを取り揃えたアンテナショップとして2019年11月、渋谷にオープン。立地を生かしたインバウンド需要やオリジナルグッズの販売が話題を呼び、好調に推移。

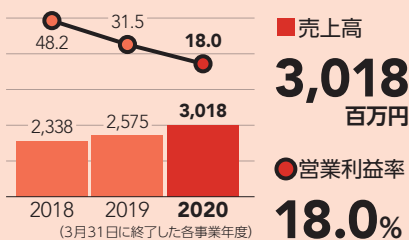
売上高・営業利益率



パチスロ機『新鬼武者』

パチスロ市場で高い人気を誇る「鬼武者」シリーズを活用したパチスロ機。2020年3月に投入し、2万台を販売。

売上高・営業利益率



『CAPCOM Pro Tour アジアプレミア』

前期に実施した「CAPCOM Pro Tour ジャパンプレミア」の対象地域をアジア圏まで拡大した自社主催大会として、2019年9月に幕張で開催。アジア各国から1,000人以上がエントリーするなど活況を呈した。