

市場分析

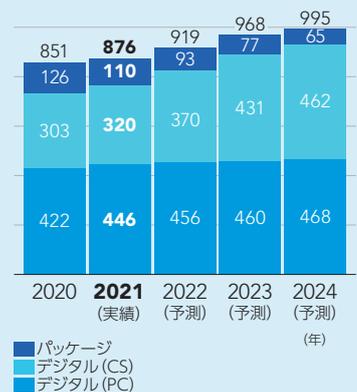
市場の動向

コンシューマ市場 (パッケージ+デジタル)

2021年のコンシューマ(パッケージ+デジタル*PC含む)市場は876億ドル(前年比2.9%増)と、前年比で増加しました。世界的なデジタルシフトを背景にパッケージ販売は減少したものの、PCプラットフォームを含むデジタル販売は依然として成長を続けており、収益性の高いデジタル市場はコンシューマ市場の87.4%を占めています。

2022年のコンシューマ市場は、引き続きデジタル販売の好調を背景に919億ドル(前年比4.9%増)になると見込まれています。また、中期的には、東南アジアや南米、東欧といった新興地域でのゲーム市場の拡大やストリーミング・サブスクリプションなど新たなゲーム提供方法も伸長すると予想され、2026年には1,036億ドル(2021年比18.3%増)まで成長する見込みです。なお、モバイル市場においても引き続き成長が予想されています。

コンシューマ市場 (億ドル)

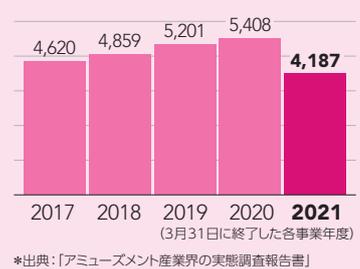


アミューズメント施設市場

前期(2021年3月期)の国内アミューズメント施設市場規模は4,187億円(前期比22.6%減)と、新型コロナウイルス感染症の拡大を背景に、6年ぶりに減少に転じました。また、総店舗数は9,998店(前期比18.1%減)、1店舗当たりの年間売上高は4,187万円(前期比5.4%減)となりました。

当期(2022年3月期)は、新型コロナ環境下での運営ノウハウ蓄積により一定の回復を示したものの、緊急事態宣言に伴う店舗休業や時短営業、「密」を避ける意識による来客数の減少により、厳しい局面が続きました。次期(2023年3月期)の見通しとしては、ワクチン接種率の上昇や行動制限の緩和により、環境回復が予想されます。

アミューズメント施設市場 (億円)



遊技機市場

前期(2021年3月期)の遊技機市場は5,048億円(前期比10.6%減)と8年連続で縮小しました。これは、新型コロナウイルスの感染拡大を背景に店舗の稼働が低迷したことに加え、パチスロ市場において射幸性が抑制された新規機種の稼働が伸び悩み、店舗の投資意欲にアクセルがかからなかったことが要因です。当期(2022年3月期)は、引き続き新型コロナウイルスの影響により厳しい環境が続いたものの、新規準機種の入れ替え需要により回復の兆しを示しました。次期(2023年3月期)の見通しとしては、自主規制を緩和した新規機種やスマートパチスロの登場といった好材料はあるものの、引き続き感染症への対応やホールにおける投資負担の増加など、厳しい状況が予想されます。

遊技機市場 (億円)



eスポーツ市場

2021年のeスポーツ市場は11.3億ドル(前期比14.1%増)と、スポンサーシップや放映権料等の拡大により増加しました。2022年の同市場は、最大のシェアを占める中国を中心に13.8億ドル(前期比21.8%増)と予測されています。コロナ禍の長期化により市場の見通しは依然として不透明ですが、アジアや中南米地域が中期的に伸長することで、2025年には18.6億ドルに達する見込みです。

eスポーツビジネス (百万ドル)



主な機会とリスク (機会● リスク◆)

主な機会・リスクへの対応

- 新技術を活用した、競争力の高い商品の創出
- 新プラットフォームの登場による、商品の供給先の拡大
- デジタルを活用した販売地域の拡張
- デジタルを活用した長期的な販売の実現
- デジタル販売の浸透による中古市場の縮小
- ◆ 新技術の登場や機器の性能向上に伴う開発費の高騰
- ◆ 開発遅延
- ◆ 人気シリーズへの依存およびヒット作の欠乏
- ◆ プラットフォームの普及動向
- ◆ プラットフォームの世代交代等による、ユーザーの購買動向の変化
- ◆ 海外の政治や文化、宗教等のカントリーリスク
- ◆ 課金システムの社会問題化
- ◆ 情報漏洩

- 自社開発エンジンの構築および開発人員の増強等により、クオリティの向上と高効率を両立しつつ開発費の抑制に注力
- 大型新作の安定的な投入と新規IPの創出およびワンコンテンツ・マルチユース戦略による新規顧客の獲得
- マルチプラットフォーム展開による収益リスクの分散および専用機の動向に左右されないPCプラットフォームへの展開強化
- デジタル比率向上によるゲーム販売期間の長期化および価格施策による販売数の増加
- 現地のニーズに対応した販売展開および社内の専門チームによるローカライズを実施
- ゲーム内課金を煽らないマネタイズ
- 「セキュリティ監督委員会」を設置し、指導・助言を得て再発防止に向けた種々のセキュリティ強化策を実施

- テーマ型店舗、グッズ販売に特化した店舗、VRコーナー等の多面的な展開による新規顧客の獲得
- 新業態、新技術の導入による認知度の向上
- ◆ 新型コロナウイルス感染拡大による集客力の低下
- ◆ 娯楽の多様化、少子化等による市場環境の変化

- カフェや物販といった多様な事業展開による新規ファン層の獲得と認知度向上
- 家庭用ゲームコンテンツ等、当社資産を活用した集客展開

- 規則への適切な対応による販売台数拡大
- 家庭用ゲームで創出した人気IPを活用した筐体の開発
- ◆ パチスロ機の型式試験不適合

- 業界組合への加盟による、規制当局の動向の把握と規制の変化に即応する体制の構築

- 非プレイヤーの視聴参加によるファン層拡大
- 大会の開催権、動画の配信権販売など、新たな収益機会の創出
- ゲームの特性を活用したオンライン大会の促進
- ◆ 新型コロナウイルス感染拡大によるイベント数の減少
- ◆ チート行為の横行による競技熱の低下
- ◆ 他社新規タイトルとの競合

- オンライン大会の拡充
- 柔軟な大会ルールの調整
- タイトルアップデートによる継続的な新コンテンツの供給

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



コンシューマおよびPC向けゲーム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P79参照

コンシューマ(パッケージ+デジタル販売)

- ◆ 新作『バイオハザード ヴィレッジ』、『モンスターハンターストーリー2 ～破滅の翼～』がヒット
- ◆ 『モンスターハンターライズ』や『バイオハザード7 レジデント イービル』、『バイオハザード RE:2』、『モンスターハンターワールド:アイスボーン』といった大型リピータイトルが伸長
- ◆ パッケージ販売、採算性の高いデジタル販売共に拡大

モバイルコンテンツ

- ◆ 『Devil May Cry: Peak of Combat』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P81参照

- ◆ 新型コロナウイルスの感染拡大防止に努めつつ、安定した出店・運営に注力
- ◆ 緊急事態宣言の解除に伴う来店客数の回復に加え、既存店の効率的な運営と新業態での出店効果などにより、既存店の売上対前年比は119%
- ◆ 地域最大級の複合遊戯施設「クレイジーバネット」を併設した「MIRAINO イオンモール白山店」を石川県にオープン
- ◆ 2店舗を出店、1店舗を閉鎖

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P82参照

- ◆ 3機種計2.6万台を販売
- ◆ 減収減益となるも、ビジネスモデルの多様化により収益性は前期比で向上

その他事業

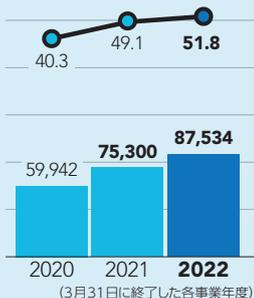


ゲームコンテンツを多メディアに展開するワンコンテンツ・マルチユース戦略に基づき、多彩な著作権ビジネスを推進しています。映画化やアニメ化、音楽CD・キャラクターグッズなどを展開するライセンスビジネスに加えて、eスポーツビジネスにも注力しています。→詳細はP83参照

- ◆ 「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
- ◆ ライセンスビジネスでは、家庭用ゲームソフトの新作投入に合わせ、映像やグッズ展開を強化
- ◆ 同業他社コンテンツへのキャラクター提供による収益機会の拡大
- ◆ eスポーツでは新型コロナウイルスの感染拡大を考慮し、オンライン大会の開催を通じてプレイヤーおよびファン層の拡大に努める

当期の主要作品(アウトプット)

売上高・営業利益率



■売上高
87,534
百万円

●営業利益率
51.8%



『バイオハザード ヴィレッジ』

2017年1月に発売した『バイオハザード7 レジデントイービル』の続編。「RE ENGINE」を活用したフォトリアルな映像表現や3Dオーディオといった技術に加え、ホラーとアクションが共存するプレイ体験が支持され、全世界で610万本を販売。



『モンスターハンターシリーズ2
～破滅の翼～』

『モンスターハンター』の世界観をベースにしたRPGの第2作。歴代シリーズに登場した多数の人気モンスターや奥深い戦闘システム、新たに「モンスターライダー」に焦点を置いた世界観の広がりが高く評価を博し、全世界で150万本を販売。

売上高・営業利益率



■売上高
12,404
百万円

●営業利益率
5.3%



『MIRAINO イオンモール白山店』

北陸最大級の大型フィジカルアクティビティゾーン「クレイジーバネット」やカプコン公式e-SPORTS施設「CAPCOM e-SPORTS CLUB」の設置に加え、カプコンIPを使用したオリジナルVR施設「VR-X」など多数のアトラクションを展開。

売上高・営業利益率



■売上高
5,749
百万円

●営業利益率
40.8%

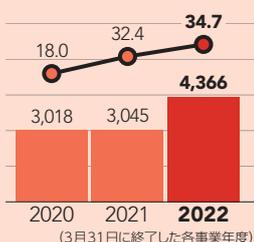


パチスロ機

『モンスターハンター：ワールド 黄金狩猟』

当社史上最大となる、累計販売本数1,800万本超を達成した家庭用ゲーム『モンスターハンター：ワールド』を活用したパチスロ機。2021年12月に投入し、1.2万台を販売。

売上高・営業利益率



■売上高
4,366
百万円

●営業利益率
34.7%



ハリウッド映画

『バイオハザード：ウェルカム・トゥ・ラクーンシティ』

当社屈指の人気ブランド「バイオハザード」を5年ぶりにハリウッド映画化。2021年11月の北米公開を皮切りにグローバルで公開。