

従業員との関わり

当社グループは、『遊文化をクリエイトする感性開発企業』という経営理念を実現しつつ持続的な成長を達成するため、世界最高品質のコンテンツを生み出し世界中にユーザーを広げていくための人材への投資が不可欠であると考えています。このため、当社グループでは、人的資本への取組みをサステナビリティに係る最重要課題と位置付け、人材投資戦略の推進に取り組んでいます。

働きやすい職場づくり

ワークライフバランスの推進

「遊文化」をクリエイトするには、クリエイター自らが遊びに触れる時間を確保しなければなりません。

カプコンでは有給取得推進日を設定し、年末年始や5月の大型連休時にはリフレッシュやインプットのための長期休暇の取得を推奨しています。また、通勤時間の短縮を目指し、開発拠点の隣接地に4階建ての駐輪場を設置、従業員には周囲5キロメートル圏内への居住を推奨しています。これにより時間や生活のコストを節約し、クリエイティブな仕事に欠かせない発想力や想像力を養う時間の確保を図っています。加えて、クリエイターの安定した就業環境を整えるため、2017年4月に自社保育施設の「カプコン塾」を開設しました。勤務地から近いこともあり、結婚・出産後も安心して勤務できると利用者から好評を博しています。

→詳細は下記または統合報告書2018・P54参照

従業員の健康管理を支援

2015年の新開発拠点の竣工に合わせて社員食堂を一新。朝昼晩と健康的な食事を提供しています。また、国家資格を取得したマッサージ師が常駐するマッサージ室を大阪それぞれの拠点に設置し、従業員の健康管理を支援しています。

従業員ニーズの把握

従業員のニーズを経営陣が直接把握するため、2023年3月期は計20回の経営陣による従業員向けの説明会等を実施し、延べ1,400名超の従業員が参加しました。

自己実現を可能にする最先端の設備

クリエイティブなゲーム開発において、開発者のモチベーションを決める最大のポイントは、自分の作りたいものが作れる環境が整備されているかどうかです。カプコンでは3Dスキャンやモーションキャプチャスタジオ、ダイナミックミキシングステージ、

フォーリーステージのように、常に最先端の開発環境を整備し、クリエイターのビジョンの実現をサポートしています。なお、2023年3月には国内最大級の広さを誇るモーションキャプチャスタジオを備えた「クリエイティブスタジオ」を、大阪市に新設・稼働しています。

カプコン塾

「保育」と「教育」を兼ね備えた、充実した子育て環境を提供

保育所の不足に伴う待機児童問題の早期改善が望まれる中、当社は将来を見据えて、社員が安心して子育てをしながら長く働くことができる環境を提供したいという経営トップの考えのもと、通常の保育に加え、自ら学び自ら成長できる子供の育成を目的とした、「カプコン塾」を運営しています。

「カプコン塾」では、乳児や幼児の保育だけでなく、幼稚園児・小学生のアフタースクールまで幅広く受け入れることで、社員が子供の預け先に困ることのないよう支援しています。加えて、教育サポートとして、英語・リトミック・絵画造形などの「学びの場」を提供することで、働く社員と一体となって子供の成長を育てています。現在月極で24人の子供（2023年3月末時点）を預かっており、ひと月当たりのべ295人ほどの一時利用も引き受けています。

今後も当社は、「カプコン塾」にて、子供の好奇心を刺激し興味を広げていく学習環境を構築するほか、社員と家族が充実した日々を送れるよう、安心して働き続けられる環境づくりに努めます。

ダイバーシティの推進

女性の活躍する環境整備の推進、 外国籍従業員の積極活用などの取り組み

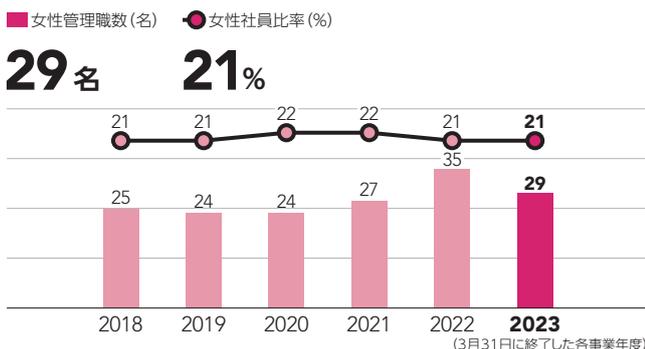
当社では現在、女性の活躍する環境整備の推進、外国人の積極採用に取り組んでいます。

女性の活躍する環境については、産前産後休暇・育児休暇や時短勤務制度を導入するだけでなく、その取得促進に取り組んでいます。2022年度の育児休暇取得者は42名、うち男性が30名、女性の取得率は85%です（2021年度は41名。うち男性は20名、女性取得率100%）。また育児休暇後の女性の復帰率も高く、2022年度は57名と100%が復帰しています（2021年度は34名復帰。復帰率97.8%）。これらの結果、一般的に「男性社会」といわれる日本のゲーム業界において、当社は社員の21.3%を女性が占め、女性の管理職は29名（当社管理職に占める割合は11.6%）となっています。なお、2019年には「次世代育成支援対策推進法」および「女性活躍推進法」に基づき2023年度末までに①働き方

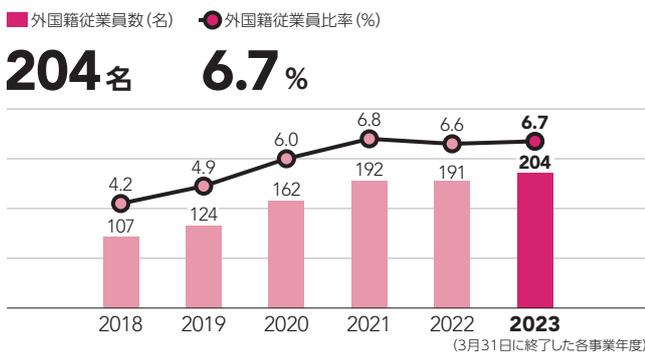
の多様性に資する人事制度の構築、②女性の管理職率15%以上を目指す「一般事業主行動計画」を策定しており、採用ホームページの充実や、時短勤務制度の設定をはじめとする就業環境の整備により達成を目指しています。

外国籍従業員の積極活用については、キャリアアップ支援や管理職への積極登用および日本語教育プログラムなど、当社コンテンツの海外展開力強化に向け注力しており、現在、外国籍従業員は204名(当社従業員に占める割合6.7%)となっています。今後も、外国から日本への引っ越しを伴う場合の住居確保の支援、一時帰国のための特別休暇制度の導入など、モチベーションを向上させる体制整備を推進し、ダイバーシティの推進に努めます。

女性管理職数・女性社員比率(単体)



外国籍従業員数・比率(単体)



従業員エンゲージメントの向上

2023年3月31日現在

| 決算年(3月期) | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 目標 |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| ワークエンゲージメント(単体)(偏差値)(注1) | 51.2 | 51.5 | 52.6 | 51.8 | 54.4 | 55.0 |
| 離職率(単体)(注2) | 4.9% | 4.3% | 3.9% | 5.4% | 3.5% | — |
| うち自己都合 | 4.3% | 4.0% | 3.6% | 4.7% | 3.2% | 3.0%程度 |

注) 1. エンゲージメントは、当社従業員(社会保険対象外の短時間労働者を除く)を対象とした外部業者によるアンケート調査結果における当社の偏差値です。具体的な調査方法としては、複数の質問について、従業員が「全く当てはまらない」「あまり当てはまらない」「まあまあ当てはまる」または「とても当てはまる」のいずれかに回答した結果を外部業者において他社と比較し、偏差値を算出しております。
2. 離職率は、対象期の期首の従業員総数に対する期中に退職した従業員数(期中に入社および退職した従業員を除く)の割合であり、集計対象は正社員のみであります。

当社グループは、従業員が働きやすい環境づくりによる従業員の離職防止およびエンゲージメント向上に取り組んでいます。具体的な施策としては、就業環境および設備の継続的な改善・拡充、会社貢献を称えるための社内表彰制度、ハラスメント対策研修の充実およびグローバルで利用可能な相談窓口の設置、従業員向け保養所の提供、その他福利厚生制度の継続的拡充等を行っています。

こうした取り組みの結果、仕事に対する自発的行動やポジティブな感情についての指標であるワークエンゲージメントは例年よりも高い水準となり、離職率も前期比で低下しました。主に報酬制度改定および働きやすい環境づくりへの取り組みが貢献したものと考えています。なお、具体的なアンケート結果の例としては、次の質問に「まあまあ当てはまる」以上の回答をした従業員が、それぞれ以下の割合となりました。

| | |
|--------------------------------|-------|
| 仕事では、自分なりの創意工夫を行っている。 | 88.7% |
| 仕事で必要なことであれば、自分の役割を超えて仕事をしている。 | 76.0% |
| 今の仕事をしているときは、楽しいと感じる。 | 70.9% |

また、会社への愛着等に対する指標であるエンプロイヤーエンゲージメントに関する具体的なアンケート結果の例としては、次の質問に「まあまあ当てはまる」以上の回答をした従業員が、それぞれ以下の割合となり、ポジティブな結果が得られています。

| | |
|--------------------------------|-------|
| 今の会社には、親しみや愛着を感じる。 | 77.5% |
| 今の会社で働くことができ本当に良かったと思う。 | 85.6% |
| 今の会社で働くことは、自分の人生にとってプラスになっている。 | 86.2% |

社員の声

マーケティング戦略

マーケティング戦略部
データ分析室
ユーザー分析チーム
チーム長
池田 ひかる



私は2018年の中途入社なのですが、入社直後はデジタルマーケティングの部門でBIツールの導入を担当、その後デジタル販売の部門に移りデジタルセルの企画・分析やユーザー反響分析を担当しました。BIツールの導入では、それまでバラバラだった販売データが一元化され分析業務の効率化に貢献できました。当時は会社として“デジタル戦略”の声が大きくなってきたタイミングだったので、デジタル化が進んだことを実感できて印象に残っています。

現在は市場調査やコミュニティ分析、ブランドマーケティングを主な業務とするユーザー分析チームのチーム長として、メンバーのマネジメントや他部門との連携・調整、予算管理を行っています。世界中の国々にカプコンのIPがどのくらい認知されているか、どのようなユーザーに購入されているか、ブランドのコミュニティを上げるためにはどうすべきかを分析し戦略立案に繋げています。

メンバーは自分を含め女性が多いのですが、近年の人材投資の推進により女性やお子さんのいる方にとって働きやすい環境が充実してきたことを実感しています。例えば、今年から「生理休暇（有休）」の制度が開始されたことで、女性特有の体調が良くない日でも有給休暇の残数を気にせず体調を優先して休めるようになりました。また、時短勤務や時差出勤などをうまく使って育児と仕事を両立している方もいらっしゃいます。女性もキャリアを諦めずに働ける環境があることはとても有難いと思っています。



アニメーション

CS第二開発統括
開発三部
アニメーション室
室長
木下 陽子



アニメーション室はグラフィックに関する部門の中でもアニメーションに特化した部署です。キャラクターの動きやイベントシーンなど、タイトルを構成するにあたり必要なアニメーション全般を制作しています。私は室長として、メンバーが心身ともに健康な状態で働けるよう労務管理を行い、個性やキャリアパスを考慮したアサインを行うことを心がけています。あわせて採用、若手の育成指導などを行い、合間にはアニメーターとしてタイトルのアニメーション制作もしています。

私自身幼いころからアニメやゲームが大好きなので、魅力的なキャラクターを生み出すのは勿論、「ゲームとしての感覚の気持ちよさ」と「遊び心が詰まった絵作り」を両立させるクリエイターが集まるカプコンは憧れの会社でした。入社後は、個性が強く、それぞれの分野で才能の塊のような方々が本気でゲームを作っている姿に圧倒されました。

会社のモットーである高品質なゲームを世に送り出すためには、クリエイターに対してレベルの高い仕事が要求されます。2022年4月に人材投資戦略の再構築として報酬制度の改定や株式報酬制度が導入されたことは、成果には報酬で応え、グローバルで戦える商品を展開し発展していくという会社としての意思を強く感じました。

ゲーム開発は積み重ねた成果が作品として世界に残る、非常にやりがいがある仕事です。素晴らしいゲームを作るには、グラフィックだけでなくたくさんの人が関わります。これからも、想像と情熱を実現するカプコンのメンバーと共に、誰かの思い出に残るようなゲームを作っていきたいと思っています。



ローカライズプロダクション

プロダクション部
ローカライズプロダクション室
ローカライズチーム
チーム長
ボンバシ マルコ



私は入社前からカプコンが好きでしたが、実際に開発現場を見たとき、グローバルなゲーム開発の厳しさを思い知りました。今では管理職を任されるようになり、業務の内容も私自身が翻訳を提供することから、プレイヤーに喜んでもらうために必要なリソースをチームに提供することへと変わりました。チームの責任者として、12か国語で最高の品質を期限内に予算内で提供できるよう、チームを指導しています。

世界のあらゆる市場で、カプコンのゲームが自然で適切であると感ぜられること、それがローカライズチームの使命です。翻訳だけでなく、文化および政治的な観点のアドバイス、海外パートナーとの協力、更に海外プロモーションの支援まで幅広い業務をこなします。また、部門を超えた緊密なコミュニケーションを取ることで、問題を事前に察知・修正し、ファンが期待する品質を損なうことなく、開発の効率化に貢献しています。

日本での生活は、良い面がある一方で困難も伴います。食事一つとっても、母国と同じようにはいきませんし、帰省するにも費用と時間がかかります。カプコンは帰省時の有給休暇をはじめ、外国籍社員を対象とした制度の改革を進めています。また、上層部と直接話せる定期的なミーティングは、私達の意見に耳を傾けてくれていると感じます。

今ではゲームの作り手になってしまいましたが、ファンであることに変わりはありません。チーム全員、ゲームを大好きになったあの喜びと興奮を再現するために全力を尽くしているので、今後の作品も楽しみにしてください。



基礎技術開発

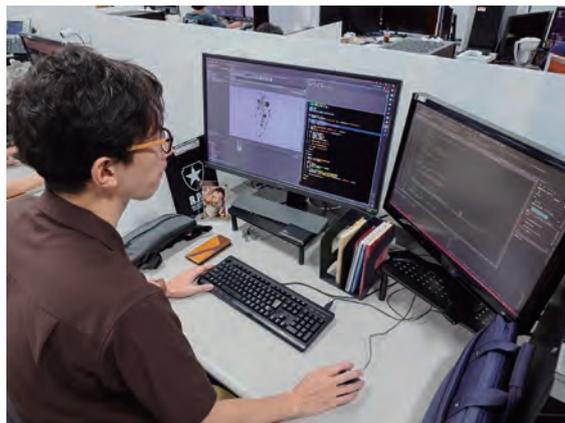
技術研究統括
基盤技術研究開発部
基盤技術開発室
関野 優樹



私が所属する基盤技術開発室では、カプコンの内製ゲームエンジンである「RE ENGINE」の開発をはじめ、ゲーム開発を支える機能の実装やサポートを行っています。その中で私は、ゲーム開発を行うクリエイターから要望をうけ、機能実装や、不具合の解消対応による課題解決を行っています。

私がカプコンに入社したのは、当時の内製ゲームエンジンである「MT FRAMEWORK」が発表された頃です。昔では、携帯電話などで気軽にゲームを体験することが流行の兆しを見せるなか、据え置き型家庭用ゲーム機を主軸に高品質なゲームを作らんとするカプコンの方針に、感銘を受けました。入社して驚いたのは、先進的な表現や体験は、開発者の知恵や工夫で成り立っているという点です。常により良い開発法を模索し続けることで高い品質が維持できるのだと感じました。そのような職場に籍を置き「新しいゲーム体験を支えるため、新機能を開発している」と感じたときや、その機能がクリエイターから感謝されたときの高揚感は格別で、私自身の成長も感じます。

プライベートでは、子供の誕生を機に育児休暇を1か月間取得し、家庭の時間も意識するようになりました。社内敷地に併設された駐輪場やカプコン塾も利用していますが、育児と業務の両立には不可欠な支援であり、大変助かっています。「カプコン塾」では、子供が保育園のきれいな室内で、家とは違った顔つきでのびのびと生活しているのを見る機会がありました。少人数の保育でありつつも、子供が社会性を身に着けられていると感じ、安心して利用しています。



お客様との関わり

ゲーム開発における配慮

ゲームにおける課金要素について

日本のゲーム市場では、かねてよりモバイルゲームを中心に「ガチャ」に伴う高額課金問題が議論されており、海外市場においても、同様の「ルートボックス」について一部で禁止されるなどの措置がとられています。

当社は「遊文化」を創造する会社として、ゲームはくじ引きのような射幸心を満たすものではなく、あくまで遊んで楽しむものだと考えています。本来、遊んで幸せになっていただくためのゲームで過度な課金により、かえって不幸になってしまうのは当社の望むところではありません。そのため、当社が開発するモバイルゲームでは原則的にガチャ要素は控え、家庭用ゲームにおいても少額の追加要素は有料で配信しつつも、ゲーム本編を楽しむうえで必須となるようなコンテンツは無料で配信するなど、全てのユーザーに平等で安全に楽しんでいただけるよう努めています。

販売地域に合わせた調整（ローカライズ／カルチャライズ）

2023年3月期における家庭用ゲームの海外販売本数比率は80.3%と、カプコンのゲームはグローバルで楽しまれています。世界中のユーザーにゲームを楽しんでいただくためには、日本語で開発したゲームを各地域に合わせて翻訳（ローカライズ）する必要がありますが、ゲーム機の性能向上、オンラインへの対応、ユーザーのグローバル化に伴う多言語化などにより、ローカライズの物量・重要性は年々高まっています。そこで、カプコンのローカライズスタッフは初期段階から開発チームに入り、従来日本語版の開発後に行っていたローカライズを開発と同時進行にすることで、グローバルでの同日発売を実現しています。また、国によって歴史や宗教、慣習が異なるため、日本の常識で開発したゲームを単に翻訳しただけでは、思わぬところでユーザーの楽しみを損ないかねません。

そこで、あらゆる地域で平等にゲームを楽しんでいただけるよう、ネイティブスタッフによる調整（カルチャライズ）にも注力しています。

エンターテインメントの健全な発展のために

CEROレーティング制度の遵守、ガイドラインへの賛同

日本では、ゲームソフトの年齢別レーティングを実施する特定非営利活動法人コンピュータエンターテインメントレーティング機構が組織されており、当社はその会員としてレーティング制度のルールを遵守しています。

レーティング制度とは、青少年の健全な育成を目的として、性的、

暴力的な表現などを含む家庭用ゲームソフトが、相応しくない年齢の青少年の手に渡らないよう、ゲームの内容や販売方法について自主規制する取り組みです。

また、近年のゲームプラットフォームでは、レーティングに対応したゲームの使用やオンライン購入を保護者が制限できるペアレンタルコントロール機能が搭載されています。

一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会のガイドライン

| ガイドライン名 | 施行日 |
|------------------------------------|---|
| ブロックチェーンゲームに関するガイドライン | 2021/7/1施行 |
| リアルマネートレード対策ガイドライン | 2017/4/26 |
| 未成年の保護についてのガイドライン | 2016/12/21 2019/3/27改定 2022/4/1改訂 |
| ネットワークゲームにおけるランダム型アイテム提供方式運営ガイドライン | 2016/4/27 |
| 「18才以上のみ対象」家庭用ゲームソフトの広告等ガイドライン | 2008/4/1 2012/6/20改訂 |
| コンピュータエンターテインメントソフトウェア倫理規定・第二改訂版 | 2002/10/1 |

注) 各ガイドラインの内容については、以下ホームページをご覧ください。
<https://www.cesa.or.jp/guideline/>

WHOによる精神疾患認定への対応

2019年5月、世界保健機関（WHO）は、極端にゲームにのめり込み、健康や社会生活に悪影響が出るとされる「ゲーム障害」を新たな疾病として位置づけました。本問題に対する社会的要請への対応として、業界団体より委託を受けたゲーム障害調査研究会より2023年3月に調査結果が発表されました。当社としては、今後更なる詳細な分析と論文の発表に合わせて協議を進める業界団体と協力し、当該問題への意識を高め、適時適切な取り組みを行っていきます。また当社単体でも、当該調査結果を踏まえ、引き続き主に小中学生を対象とした教育支援を通じ、ゲームとの適切なつきあい方を提案していきます。

→詳細はP61参照

パチンコ・パチスロ依存症への対応

パチンコ・パチスロは社会に根付くエンターテインメントである一方、「のめり込み」が懸念されています。そこで、2006年に業界団体の支援により、ぱちんこ依存問題相談機関「リカバリーサポート・ネットワーク（RSN）」が設立され電話での無料相談を開始したことを皮切りに、業界では、全国各店舗でRSNを周知するポスターの掲示や、遊技客に対して依存問題への適切な案内ができる担当者

を各店舗に配置する「安心パチンコ・パチスロアドバイザー」制度の運用、「パチンコ店における依存(のめり込み)問題対応ガイドライン」の作成等、様々な依存予防対策が講じられています。また、2017年には、遊技産業13団体からなるパチンコ・パチスロ産業21世紀会が、パチンコ・パチスロ依存(のめり込み)問題対策を強化し、最優先課題として取り組む表明として、「パチンコ・パチスロ依存(のめり込み)問題に対する声明」を発表しました。

当社も、業界の健全な発展に寄与すべく、これらの取り組みに賛同・協力しています。

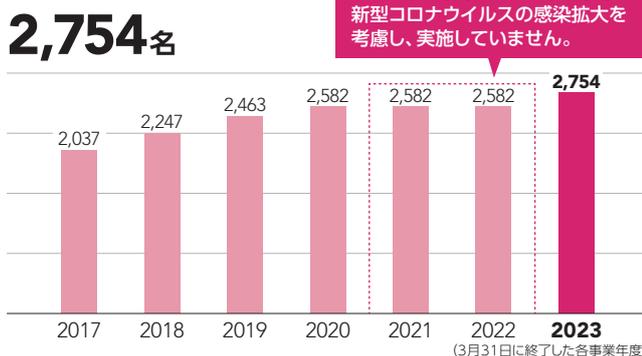
シニア世代のコミュニティづくり支援

定期的にゲームセンター体験ツアーを実施

現在、アミューズメント施設は、シニア世代の方々にとって、仲間や店舗スタッフとコミュニケーションが取れる場所として人気を集めています。当社では、より多くの方々に施設を活用していただけるように、2012年より大型連休や敬老の日などに、メダルゲームやクレーンゲームなどを体験できるシニア向けのゲームセンター無料体験ツアーを実施しています。

また、安心して過ごせる店舗づくりの一環として、現在23名のスタッフがサービス介助士の資格を取得しています。

シニアツアー累計参加人数



お客さまサポートの充実

ユーザーサポートとご意見の活用

カプコンでは、購入いただいたサービスを不自由なくお楽しみいただけるよう、商材ごとにサポート窓口を開設しています。また、Web上にFAQを掲載し、お客様の疑問に迅速に対応できるよう努めるとともに、各担当者はお客様の満足度向上のため、定期的に情報交換を行い、窓口間の連携を高めています。なお、ゲームサポート宛にいただいた質問や意見に関しては、集約し分析する事で新たな製品開発に活用しています。

▶各種お問い合わせ窓口

https://www.capcom.co.jp/support/index_game.html

お客様の個人情報保護

当社では、会員サイトの顧客情報やキャンペーン賞品の発送先、商品購入履歴のある顧客情報など、約1,000万件強の個人情報を保有しています。一方、国内では、2015年に「個人情報保護法」が改正され、2017年5月30日より全面施行、海外では2018年5月、「EU一般データ保護規則(GDPR)」が施行されゲームユーザーのデータが個人情報として該当するなど、年々対応範囲が拡大しています。

このような状況において、2019年4月、情報管理体制の強化を目的に、国内の個人情報保護、GDPRなどへの対応機能を持つ「情報管理部」を新たに設置しました。同部門を中心に、法律に則った行動指針、運用統制、監査の仕組みを構築することで個人情報の流出リスクに対応しています。

また2020年に発生した当社への不正アクセス攻撃を契機に、再発防止に向けたセキュリティ体制の強化を行いました。また、外部アドバイザリーの組織である「セキュリティ監督委員会」の助言等も踏まえ、継続的なシステムの運営・監視や、万一サイバー攻撃等のセキュリティリスクが顕在化するなどの非常時が発生した場合でも早期対処・復旧できる体制の構築等、PDCAサイクルに基づく情報セキュリティ体制の維持および強化を図っています。

お客様のゲーム体験機会の拡大(eスポーツ)

近年では、「遊文化」創出の一環として、eスポーツの振興に注力しています。

これまで、ユーザーが自主的に行っていたゲーム大会を、メーカーが主体的に企画・運営することで、競技者およびファンの皆様楽しんでいただける環境を拡充していきます。

2013年より、世界No.1を決める「カプコンカップ」を毎年開催しているほか、2019年6月にはアマチュアプレイヤーにも活躍の機会を設けるべく、学生を対象とした「ストリートファイターリーグ: College-JP 2019」リーグを新たに立ち上げるなど、お客様とのタッチポイントの増加や満足度の向上に努めています。なお、2023年に実施している「CAPCOM Pro Tour 2023」では、シリーズ最新タイトル『ストリートファイター 6』の発売記念特別施策として、eスポーツにおける新たな対戦格闘シーンの幕開けを彩るため、ツアー年間賞金総額200万ドル以上の当社史上最高額を設定して開催するなど、確実に活動の幅を広げています。

地域社会との関わり

健全なゲーム文化の普及

子供達を対象にした「出前授業」を10年以上にわたって実施

ゲームは比較的新しい文化であり学術的研究の歴史も浅いため、一般社会では教育的側面よりも悪影響論が根強く喧伝されています。また、近年ではWHOによる疾病認定や、「香川県ネット・ゲーム依存症対策条例」の制定が議論を呼んでいます。しかしながら、ゲームクリエイターという職種は「将来なりたい職業」として子供達に高い人気を誇っていることや、2020年より小学校でプログラミング教育が必修化され、子供向けのプログラミング教室など様々な取り組みが実施されつつある昨今、ゲームクリエイターを志す子供は今後益々増加すると考えられます。

このような状況下、当社は持続可能な経済成長および社会形成の一助となるべく、ゲームに対する社会的理解を促したいとの考えから、小中学生を中心に企業訪問の受け入れや出前授業を積極的に実施しています。そこでは、ゲームソフト会社の仕事内容とそのやりがいや難しさを紹介する「キャリア教育支援」、自分の判断でゲームと上手に付き合えるようになるための「ゲームリテラシー教育支援」、苦手意識を持ちやすい算数・数学が仕事に繋がっていることを紹介する「カプコンお仕事×算数・数学授業」の3つのプログラムを展開し、教育現場から一定の評価を獲得しています。また、以前から教育現場の要望があったことや、新型コロナウイルス禍でも円滑に授業が実施できることを踏まえ2021年度から「オンライン授業」に対応。これまでより広範な地域へ柔軟に対応できるようになりました。

これらの結果、これまでに企業訪問として412件、3,532名(2023年3月末現在)を受け入れる一方、出前授業は、累計232件、19,557名(2023年3月末現在)を対象に開催しました。

出前授業の感想紹介(当期の一部を抜粋)

- ゲーム会社自らがゲームと付き合ううえでの問題点を提示し、解決策を考えていくという内容が面白いと感じた。(中学校教師)
- 学校で学んだ算数などが仕事で役立っていることを知りました。1人ひとり役割があって誰かが欠けるとできない「絆の結晶」なのかなと感じました。(小学生生徒)
- SDGsと関連した学習を進めていますので、少し触れていただければなお助かると思いました。(中学校教師)

社会福祉支援

安定した環境創出に向けた支援

ゲームメーカーにとって、子供は自社商品を手に取り遊んでもらえる“顧客”であると同時に、将来的に社員となる可能性を持った潜在的な“担い手”でもあります。ゲームを遊ぶために、安定した環境が必要なことは言うまでもありませんが、職業を選択するうえでも教育は必要不可欠です。2023年3月期において、子供の未来応援基金をはじめとし青少年の健全な育成に取り組んでおられる3団体への寄付を継続しました。

また、引き続きウクライナ難民支援のため国連難民高等弁務官事務所に支援金を付託するとともに、新たにトルコ・シリア大地震への被害者支援金を寄付しました。

子供の貧困対策関連

| 寄付先 | 金額 |
|----------------------------|---------|
| 独立行政法人 福祉医療機構 こどもの未来応援基金 | 5,000万円 |
| 認定特定非営利活動法人 しんぐるまざあず・ふぉーらむ | 4,000万円 |
| 特定非営利活動法人 子どもセンターぬっく | 1,000万円 |

ウクライナ難民への支援

| 寄付先 | 金額 |
|---------------------|---------|
| UNHCR(国連難民高等弁務官事務所) | 2,000万円 |

※ 日本の公式支援窓口「特定非営利活動法人国連UNHCR協会」を通じて支援

トルコ・シリア大地震への支援

| 寄付先 | 金額 |
|------------------------|---------|
| 公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン | 3,000万円 |

※ トルコ・シリア大地震子ども支援窓口

スポーツ振興支援

スポーツへの支援を通じて、心身の健全な発達に寄与

当社は、2022年4月より公益財団法人日本バレーボール協会の「バレーボール競技の更なる普及および振興を図り、もって児童・青少年の健全な育成および国民の心身の健全な発達に寄与し、または豊かな人間性を涵養する」という目的に共感し、バレーボール男女日本代表チームの国内外での活動およびバレーボール競技の振興をサポートしています。また、2022年8月には株式会社セレッソ大阪とのトップパートナー契約を締結しました。当社が掲げるスローガンである「大阪から世界へ」を、ゲームとサッカーの双方で実現すべく、当社創業の地を代表するサッカークラブであるセレッソ大阪を支援していきます。

地方創生への貢献

人気ゲームの集客力・認知度を活用した社会貢献活動

2021年の夏に東京で行われた大規模スポーツイベントの開会式では、選手団の入場曲としてゲーム音楽が使用されるなど、ゲームコンテンツの求心力は世界中で認められています。同様に、カプコンのゲームコンテンツも、「ワンコンテンツ・マルチユース戦略」のもと、ゲームに限らず幅広い分野に展開することで、老若男女を問わず高い知名度や人気を誇ります。

当社ではゲームを通じて人を幸せにするという企業理念のもと、ゲームコンテンツが持つ人を引き付ける力を活用し、2000年代後半より、本社のある大阪に限らず、全国各地での①観光産業の振興を支援する経済振興、②郷土の歴史・文化の啓蒙を支援する文化啓蒙、③警察との連携による防犯啓発、④選挙管理委員会と連携した選挙の投票啓発の4つの地方創生活動を行っています。

利用者の声



兵庫県警察本部生活安全企画課
犯罪抑止対策係員

河合つかさ氏

私自身、幼い頃からゲームが好きで、カプコン様から販売されているゲームソフトにもたくさん思い出があります。

本県では、地域で子供を守る「ながら見守り活動」の普及啓発や、多発傾向にある車上ねらい被害の防止を目的として、「モンスターハンター」とのコラボ啓発グッズ、ポスター・チラシ等を作成させていただきました。

また、キャンペーンでは「アイルー」と一緒にグッズを配布させていただき、多くのお子様や保護者様に効果的な啓発を行うことができました。

幅広い年代から愛され続けるカプコン様のアニメやゲームコンテンツを通じ、今後とも兵庫県の安全安心に向けた広報啓発へのご協力をお願い申し上げます。

地方創生 ゲームコンテンツの求心力を生かし地方創生を支援

日本各地での取り組み

- 経 経済振興
- 文 文化啓蒙
- 防 防犯啓発
- 選 選挙投票啓発
- 他 その他



2022年 兵庫県警察
車上ねらい防止
啓発キャラクター
オリジナルポスターや
チラシ封入タオルを制作

高知県 参議院議員選挙のイメージキャラクター
高知県 知事選挙のイメージキャラクター

宮城県 知事選挙のイメージキャラクター
茨城県 博物館で特別展を共催
埼玉県 博物館で特別展を共催
山梨県甲府市 包括連携協定を締結
長野県上田市 観光イベントの支援

京都府 車上ねらい防止啓発キャラクター

岡山県 博物館で特別展を共催
和歌山県 誘客キャンペーンの支援

静岡県浜松市 観光誘致の支援

愛知県岡崎市 観光誘致の支援
2022年 奈良県橿原市
包括協定を締結

大阪府 車上ねらい被害防犯啓発キャラクター
サイバー犯罪捜査官の募集広告への起用
少年非行防止啓発キャラクター



2022年 大阪府
交通安全啓発キャラクター
オリジナルポスターを制作



2022年
福島県郡山地方
火災予防キャンペーン
オリジナルポスターを
制作