



価値創造ストーリー

中長期の成長戦略



最新クリエイティブ
レポート

サステナビリティ

コーポレート
ガバナンス

財務分析・企業情報

進化する「遊び」に 対応できる世界レベル の開発体制を目指す

開発全体の方針

急速に進化するゲーム市場において、社員一人ひとりの揺るぎない情熱とデータを駆使したユーザーファーストへのこだわりにより、当社は11期連続の営業増益と過去最高の販売本数を達成しました。

ゲーム開発の高度化に伴い、より多くの時間とリソースが必要となるなか、10%営業増益の継続に向けて開発リソースの戦略的配置や更なる開発効率の向上は不可欠です。

開発部門では5年間のロードマップに沿って、主力タイトルはじめ、休眠IPの復活や新規ブランドなどの最適な発売時期を検討しています。それを実現すべく効果的に資金、人材、技術、設備を投入していき、特に近年当社が力を入れている「人材投資」についてさらなる強化を図ります。

また、デジタル販売が主流となり、オンラインイベントなど直接的なユーザーとのコミュニケーションを通じて、様々な要望や意見を吸い上げ、満足度を持続できるよう運用面にも注力していきます。長期ビジョンである年間販売本数1億本達成に向け、世界トップレベルの開発体制を作り上げ、カプコンのDNAを受け継いだ社員と共に「最高のIPコンテンツを届け、世界中の人々を夢中にさせる企業」を目指します。

取締役専務執行役員
最高製品責任者(CPO)
開発部門、PS事業管掌

江川 陽一

開発戦略

当社はグローバルで通用するコンテンツ制作を目指しています。世界約230の国・地域のより多くのユーザーにプレイして満足してもらえるシリーズ最新作、過去作を現在の技術で進化させたリメイク版、完全新規タイトルのチャレンジなど、中期開発計画を策定し推進しています。

ゲーム開発に必勝法はなく、自分たちでトレンドを作っていくのがカプコン流です。試行錯誤を繰り返し、満足する完成までには相当な時間を必要としますが、作り手の情熱と努力、またチャレンジを経て数多くのIPが生まれブランドとしても育ってきました。

2024年3月発売の『ドラゴンズドグマ2』は、精彩なグラフィックや緻密に



構成された実在感のある世界を実現しました。12年ぶりの最新作にもかかわらず好調に推移し、シリーズ累計販売本数を1,000万本超に押し上げ、主力ブランドとしての地位を確立しました。その一方でユーザーの皆様から貴重な意見を頂戴しました。その他のデータ収集の結果とも合わせてしっかり分析と振り返りを行い、以降の開発に生かしていきます。全てのタイトルでこのような振り返りを継続して行っていきます。

中期開発計画の達成は決して簡単ではありませんが、経営方針に込めることができるよう開発部門としてしっかりと取り組んでいきます。

開発内の協力体制

2024年6月末時点で開発部門には約2,800名の社員が所属しており、第1開発、第2開発といったゲームを開発する部門だけでなく、基盤技術を研究する部門、周辺支援を行う部門、品質管理を行う部門が連携することで、大規模化、長期化するゲーム開発の最適化を図れるよう努めています。第1開発は「バイオハザード」、第2開発は「モンスターハンター」などに代表されるように、各部門が持つ特色を活かした開発スタイルで、ユニークな世界観を創造し、グローバルで通用するコンテンツを制作します。「RE ENGINE」を含む、各タイトルに最適な開発環境のもと、クリエイターが追求するクオリティを実現しています。

また、品質管理部門は不具合対応からバランスチューニング、顧客からのフィードバックを開発と連携し、総合的なアプローチで品質を管理している

ため、ユーザー満足度を高く維持し、長期的な販売につなげるため、重要な役割を担っています。

開発人材の育成

ゲーム開発の核となるのは、やはり「人」です。2013年にコンテンツ制作の内製化を志向してから毎年100名以上の開発者を積極採用しています。当社コンテンツに魅せられた希望者は多く、世界中から多様な人材が応募し、ゲーム開発の土壌を豊かにしています。新規採用した若手社員は、実践の場に配属し、現場のノウハウと技術を習得して育てています。一つのタイトルを完成するまでには以前より長くなるものの、育成プログラムを見直すことで、若手をより早く一人前に育てることに取り組んでいます。個人の能力を最大限発揮し、やりがいと向上心をもって働ける環境や制度を充実させています。

