

市場分析

市場の動向

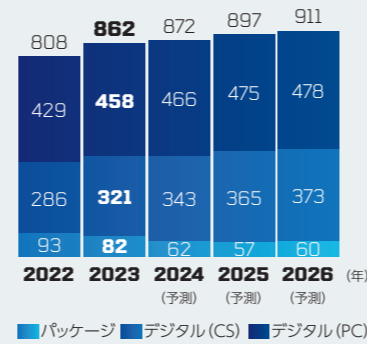
コンシューマ市場 (パッケージ+デジタル)



2023年のコンシューマ(パッケージ+デジタル*PC含む)市場は862億ドル(前年比6.7%増)と前年比で増加しました。グローバルなデジタル化がさらに進み、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継続しており、収益性の高いデジタル市場はコンシューマ市場の90.4%を占めています。

2024年の見通しとしては、引き続きパッケージ販売は減少する一方、デジタル販売が堅調に伸長することで、コンシューマ市場は872億ドルに増加す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、2028年には952億ドル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)



主な機会とリスク (機会● リスク◇)

- 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
- 技術の進化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

主な機会・リスクへの対応

- 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

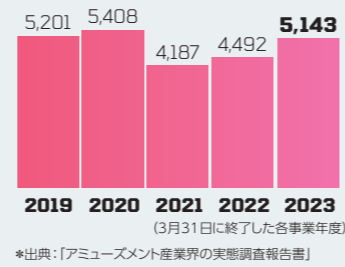
アミューズメント施設市場



前期(2023年3月期)の国内アミューズメント施設市場規模は5,143億円(前期比14.5%増)と、新型コロナウイルス感染症による減少から回復の兆しを見せました。また、総店舗数は7,022店(前期比30.2%減)、1店舗当たりの年間売上高は7,324万円(前期比64.0%増)となりました。

当期(2024年3月期)は、新型コロナウイルス感染症の5類への移行により経済活動が戻り、コロナ禍以前の水準へ回復が進みました。次期(2025年3月期)の見通しとしては、家族層がコロナ禍以前の生活習慣へ戻り、また、インバウンド観光の好調な状況が続けば、市場が継続して高水準を維持すると予想されます。

アミューズメント施設市場 (億円)



- 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
- ◇ 設置機器の人気の有無
- ◇ 娯楽の多様化、少子化等による市場環境の変化

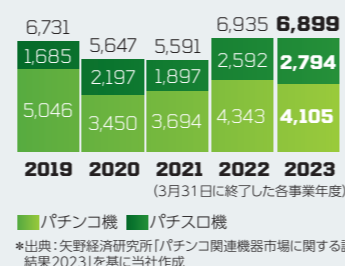
- 体験型アミューズメント施設やカフェ、物販、VRといった多様な事業展開による新規ファン層の獲得と認知度向上
- 家庭用ゲームコンテンツ等、当社資産を活用した集客展開

遊技機市場



前期(2023年3月期)の遊技機市場は6,899億円と前期比で減少に転じました。これは、パチンコ機市場における2021年度に発生した新規規制機への入替特需が終了したことによるものです。一方、パチスロ機市場では新たに登場した6.5号機が6月、スマートパチスロ(スマスロ)が11月より導入されたことにより、パチスロの業績が回復しています。当期(2024年3月期)は、引き続きパチスロ新台6.5号機とスマスロがホール経営者によるパチスロ分野への投資を促したが、一方、スマートパチンコ(スマパチ)は不振であり、オペレーターの投資意欲に影響を与えました。現在、パチスロ遊技機はパチンコ遊技機を上回っており、設置比率の上昇につながる可能性があります。次期(2025年3月期)の見通しとしては、ホールの投資はスマスロを中心に継続する見込みです。

遊技機市場 (億円)



- 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

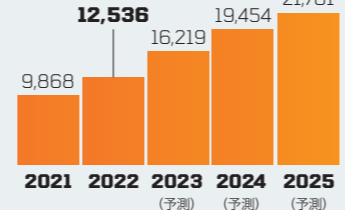
eスポーツ市場



2022年の国内eスポーツ市場は12,536百万円(前期比27.0%増)と、コロナ禍中のオンラインイベント定着による大きな成長に加え、オフラインイベントの増加が成長の加速に貢献しました。

2023年以降の同市場は、B2Bを含むイベント運用の収益源が期待され、2023年に16,219百万円(前期比29.4%増)、2025年には21,781百万円に達すると見込まれています。

日本eスポーツ市場規模 (百万円)



- 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

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。世界有数の開発環境のもと、高品質なコンテンツを230以上の国や地域を対象にデジタルで配信することにより、高い収益性を支える長期継続的な販売を実現しています。

→ 詳細 / P79参照



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 / P81参照



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 / P82参照



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 / P83参照



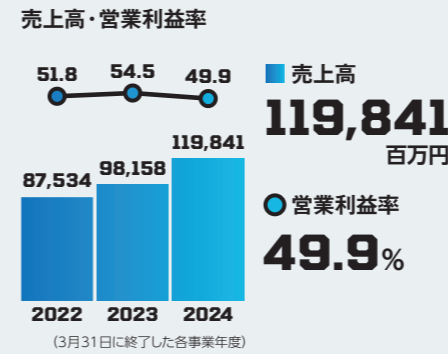
当期の概況

コンシューマ(パッケージ+デジタル販売)

- ◆ 新作「ストリートファイター6」、『ドラゴンズドグマ 2』がヒット
- ◆ 『バイオハザード RE:4』や『モンスターハンター：ワールド』、『モンスターハンターワールド：アイスボーン』、『モンスターハンターライズ：サンブレイク』など主力シリーズをはじめとするリピートタイトルが伸長

モバイルコンテンツ

- ◆ ライセンスタイトル「モンスターハンター Now」を中心に、IPの認知度向上に主力



当期の主要作品

「ストリートファイター6」

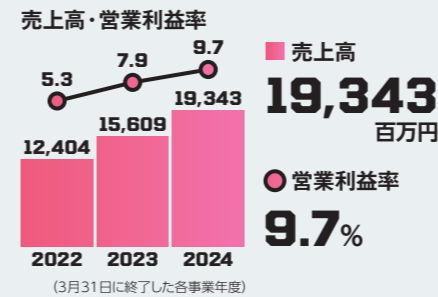


前作から約7年ぶりとなる2023年6月に発売された新世代の対戦格闘ゲーム。複雑なコマンド入力無しで必殺技を出せる新たな操作モード「モダンタイプ」を採用し、幅広いユーザー層に向けた施策を講じたほか、世界各地のアワードにおいても複数の賞を受賞するなど、国内外問わずメディアやユーザーから高い評価を獲得した結果、順調に販売本数を伸長し、全世界で330万本を販売。

「ドラゴンズドグマ 2」



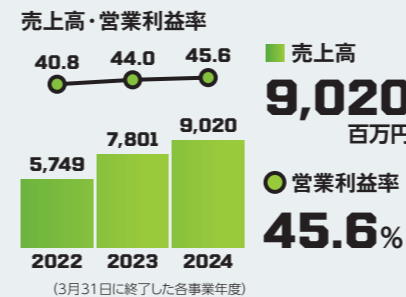
剣や魔法が登場する王道ファンタジーの世界で自由な冒険が楽しめる、オープンワールドアクションゲームシリーズの12年ぶりとなる完全新作。自社開発エンジン「RE ENGINE」が作り出す精彩なグラフィックや緻密に構成された実在感のあるファンタジー世界、自由度の高いアクション等が好評を博し、全世界で262万本を販売。



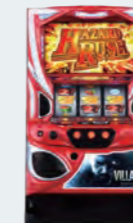
「カプセルラボ 原宿竹下通り店」



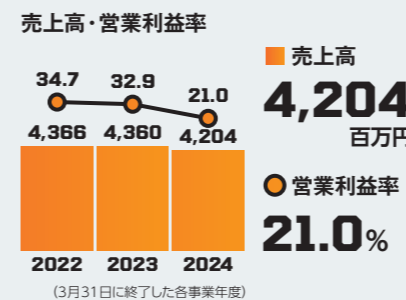
最新のカプセルトイなどを多数取り揃えたガチャガチャスポット「CAPSULE LAB (カプセルラボ)」の新店舗を国内の若年層をはじめ、インバウンドにも非常に人気がある原宿竹下通りにオープン。



スマスロ 「バイオハザード ヴィレッジ」



累計販売本数980万本以上を達成した家庭用ゲーム『バイオハザード ヴィレッジ』を原作としたスマートパチスロ機。EC販売を介して、2024年1月に稼働し、1.04万台を販売。
※ 2024年3月末現在



CG長編映画 「バイオハザード：デスアイランド」



当社屈指の人気ブランド「バイオハザード」のCG長編映画。2023年7月に全世界で公開。
©2023 CAPCOM / DEATH ISLAND FILM PARTNERS