

2014年3月期 決算説明会
代表取締役社長 COO 辻本春弘説明要旨
(2013年11月1日)

2014年3月期 第2四半期の事業セグメント別概況および戦略についてご説明させていただきます。

P.8 今決算のポイント

今決算のポイント


成長戦略の進捗状況

■コンシューマ事業の改善

- ・『モンスターハンター4』は300万本を出荷 ※2013年10月15日時点。本編ダウンロード販売を含む。
- ・前期の事業構造改善に伴う組織再編(開発・海外子会社)を進行中

■成長性の高いオンライン事業の強化

- ・DLC売上は、前年同期比で150%増の54億円を達成
- ・2013年8月にオンライン新作14タイトルを発表



まず初めに、中期経営目標を達成するための最重要項目として、期初より掲げている2つの成長戦略の進捗状況をご報告します。

1点目は、「コンシューマ事業の改善」です。当社では、コンシューマの市場規模はDLCを含めると今後も微増すると考えており、さらにコンシューマ事業は当社のコンテンツ創出の源泉であることから、引き続き重点的に注力していきます。

9月14日に発売した『モンスターハンター4』の出荷本数は、本編ダウンロード販売を含め10月15日時点で300万本、直近の10月25日時点で330万本を達成しました。ユーザーの皆様からも好評を得ており、好調に推移しています。

また、会長からもご説明しましたとおり、組織再編も進行しています。市場が激動する中、新たなタイトルを産み出すため、また、ビジネスが売切り型から運営型へ移行する状況を踏まえ、開発組織を見直すとともに海外子会社の機能を販売からマーケティングへシフトします。

2 点目は「成長性の高いオンライン事業の強化」です。コンシューマ事業同様、引き続きオンラインコンテンツの分野へも積極的に注力します。

今上期の DLC 売上は『モンスターハンター4』の本編ダウンロード販売の貢献などにより、前年同期比で 150%以上増となる 54 億円を達成しました。また 8 月には、下期以降に投入を予定しているオンラインの新作 14 タイトルを発表しています。

次に、事業セグメント別の概況についてご説明いたします。

P.11 デジタルコンテンツ事業 上期概況①

デジタルコンテンツ事業 上期概況①

主力タイトルは明暗を分けたものの
DLC比率の向上によりコンシューマ事業の採算性が改善

■ 上期概況(コンシューマ)

- ・ 今期主力の『モンスターハンター4』は、収益性の高い国内市場中心の販売かつ本編DLC比率の向上により、好調に推移
- ・ 『バイオハザードリベレーションズ アンベールド エディション』はミリオンセールスを達成
- ・ 『ロストプラネット3』は、欧米市場の伸び悩みにより、30万本に留まる

■ 上期 主要タイトル販売実績(コンシューマ)

(単位:千本)

ハード	タイトル名	地域	発売日	実績
3DS	モンスターハンター4	日本	9/14	2,800
PS3 Xbox 360 Wii U PC	バイオハザード リベレーションズ アンベールド エディション	日本	5/23	1,000
		北米	5/21	
		欧州	5/24	
PS3 Xbox 360	ドラゴンズドグマ：ダークアリズン	日本	4/25	650
		北米	4/23	
		欧州	4/26	

※ 本数には、本編ダウンロード販売を含む ※ 日本には、アジア地域を含む

まず、デジタルコンテンツ事業の上期概況についてご説明いたします。

コンシューマ事業においては、主力タイトルは明暗を分けたものの、DLC比率の向上により事業の採算性は改善しました。

今期主力の『モンスターハンター4』は、収益性の高い国内市場中心での販売であることや本編DLC比率の向上により、好調に推移しました。また、『バイオハザード リベレーションズ アンベールド エディション』はミリオンセールスを達成し、『ドラゴンズドグマ：ダークアリズン』もほぼ計画どおりに推移しました。しかしながら、『ロストプラネット 3』は、欧米市場での伸び悩みにより約30万本に留まりました。

P.12 デジタルコンテンツ事業 上期概況②

デジタルコンテンツ事業 上期概況②				
前期大型タイトルの反動減によりパッケージ販売本数は減少 デジタル戦略(DLC)の強化により、本編DLC販売は増加				
■ 上期 販売本数実績(コンシューマ)				
(単位:千本)				
	2011/9	2012/9	2013/9	増減
タイトル数	34	17	20	3
パッケージ				
日本	3,000	1,800	3,800	2,000
北米	1,100	3,100	1,600	-1,500
欧州	800	2,300	1,100	-1,200
アジア	100	200	200	0
パッケージ計	5,000	7,400	6,700	-700
DLC				
本編DLC計	550	800	2,000	1,200
合計	5,550	8,200	8,700	500

※ タイトル数には、ダウンロード専売タイトルを含む

CAPCOM

コンシューマ事業の販売本数についてご説明いたします。前期大型タイトルの反動減によりパッケージ販売本数は減少した一方、デジタル(DLC)戦略の強化により本編DLC販売数は増加しました。

タイトル数としては、上期は20タイトルを投入しています。パッケージの地域別販売本数は、日本では『モンスターハンター4』の貢献などにより200万本増の380万本となりましたが、海外は前期発売した『バイオハザード6』の反動もあり、北米は150万本減の160万本、欧州は120万本減の110万本となりました。アジアについては前年並の販売となっています。

一方、本編DLCの販売数は、『モンスターハンター4』の貢献などにより、120万本増の200万本となりました。

P.13 デジタルコンテンツ事業 上期概況③

デジタルコンテンツ事業 上期概況③


**モバイルコンテンツは国内外で踊り場を迎える
PCその他は主力タイトルを中心に底堅く推移**

■ 上期概況(モバイル)

- ・「カプコン」、「ビーライン」ブランドともに新作ヒットタイトルの不在により、軟調に終始
- ・国内では、『オトレンジャー』などネイティブ型アプリを投入開始

■ 上期概況(PCその他)

- ・主力タイトルを大型アップデートし、『モンスターハンター フロンティアG』として市場へ投入
- ・PCブラウザゲーム『鬼武者Soul』を台湾で配信開始し、好調な出足
- ・中国テンセント社との協業タイトル『モンスターハンターオンライン』のクローズドβテストを実施



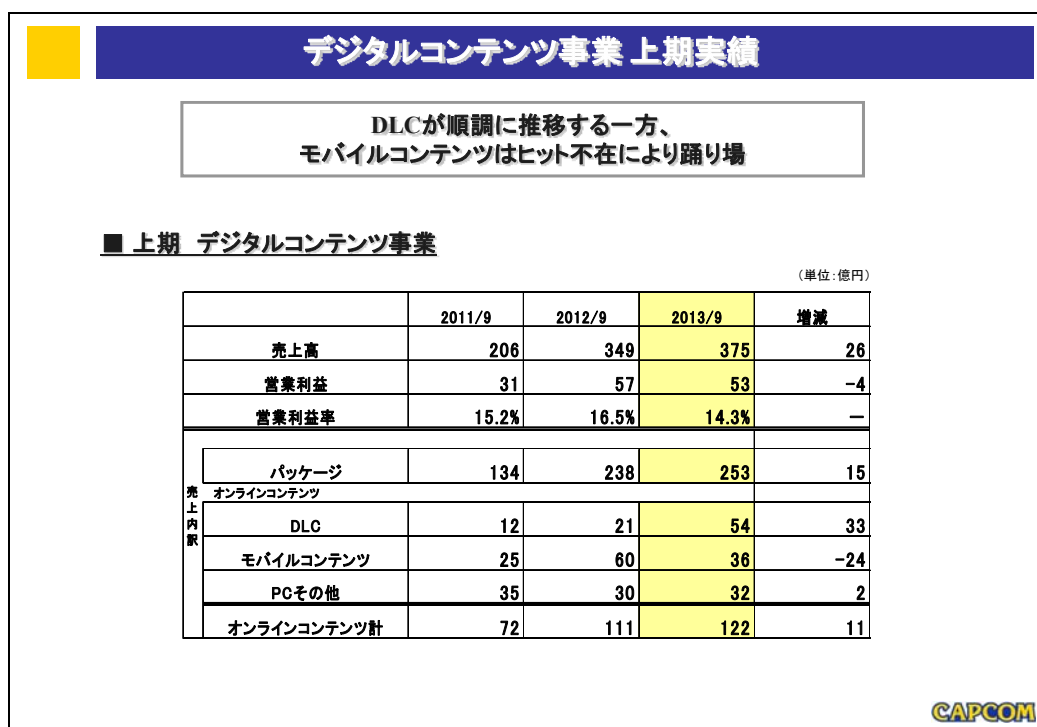
次に、モバイルコンテンツおよびPCその他の上期概況についてご説明いたします。モバイルコンテンツは国内外で踊り場を迎えたものの、PCその他は主力タイトルを中心に底堅く推移しました。

モバイルコンテンツは、「カプコン」、「ビーライン」ブランドともに新作ヒットタイトルの不在により、軟調に終始しました。ただし、国内のカプコンブランドにおいては、『オトレンジャー』などネイティブ型アプリの投入を順次開始しています。

PCその他は、主力タイトルの『モンスターハンター フロンティア G』を7月に『G2』、10月に『G3』へとバージョンアップし、さらなる活性化を図った結果、ユーザー数は増加傾向にあります。

また、アジア展開については、国内で好調に推移しているPCブラウザゲーム『鬼武者 Soul』を、台湾の現地法人にて4月から配信し、人気ランキングで1位となるなど好調な出足を示しています。中国ではテンセント社との協業タイトルである『モンスターハンターオンライン』のクローズドβテストを6月に実施し、開発は順調に進捗しています。

P.14 デジタルコンテンツ事業 上期実績



それでは、上期デジタルコンテンツ事業の収益の内訳についてご説明いたします。DLCが順調に伸長する一方、モバイルコンテンツはヒット不在により踊り場となりました。

その結果、上期のデジタルコンテンツ事業の売上高は、前年同期比 26 億円増の 375 億円、営業利益は 4 億円減の 53 億円、営業利益率は、14.3%となりました。

売上の内訳は、パッケージが前年同期比 15 億円増の 253 億円、DLC が 33 億円増の 54 億円と、『モンスターハンター4』の貢献などにより増収となりました。しかしながらモバイルコンテンツはヒット作の不在により 24 億円減の 36 億円となり、PCその他はほぼ前年並の 32 億円となりました。

増収減益の要因は、利益率の高いモバイルの収益性が低下したことによるものです。

P.15 デジタルコンテンツ事業 下期戦略①

デジタルコンテンツ事業 下期戦略①

**主カタイトルのリピート販売に注力するとともに
デジタル販売の拡大を推進**

■ **下期 戦略(コンシューマ)**


- ・『モンスターハンター4』は、継続的なプロモーションやユーザーイベントの実施により拡販を目指す
- ・次世代機 Xbox One向け『デッドライジング3』を、2013年11月に欧米で発売予定
- ・本編DLCおよび追加DLCの拡販により、DLC売上比率を向上

■ **下期 主要タイトル販売計画(コンシューマ)**

(単位:千本)

ハード	タイトル名	地域	発売日	計画
3DS	モンスターハンター4	日本	9/14	3,300 (累計)
Xbox One	デッドライジング3	北米	2013年11月	1,200
		欧州	2013年11月	

※ 本数には、本編ダウンロード販売を含む
※ 日本には、アジア地域を含む



ここからは、デジタルコンテンツ事業の下期戦略についてご説明いたします。

コンシューマビジネスでは、主カタイトルのリピート販売に注力するとともに、デジタル販売の拡大を推進します。上期好調に推移した『モンスターハンター4』は、継続的なプロモーションならびに「モンスターハンターフェスタ」や2014年2月から始まるユニバーサル・スタジオ・ジャパンとのコラボレーションなどのユーザーイベントの実施を通じて更なる拡販を図り、シリーズ最大の販売本数を目指します。

また、次世代機 Xbox One 向け『デッドライジング3』は、2013年11月に欧米で発売を予定しており、今期の販売計画本数は120万本としています。

DLCについては、本編DLCおよび追加DLCの拡販により、コンシューマビジネス全体に占める売上比率の向上を図ります。

P.16 デジタルコンテンツ事業 下期戦略②

デジタルコンテンツ事業 下期戦略②


上期実績を反映し、
 パッケージおよびDLCの通期販売本数計画を修正

■ 通期 販売本数計画(コンシューマ)

(単位:千本)

	2012/3	2013/3	2014/3 計画	増減
タイトル数	68	46	40	-6
パッケージ				
日本	6,800	4,500	6,300	1,800
北米	5,100	5,400	3,500	-1,900
欧州	3,300	3,600	1,900	-1,700
アジア	500	500	300	-200
パッケージ計	15,700	14,000	12,000	-2,000
DLC				
本編DLC計	1,300	2,700	4,000	1,300
合計	17,000	16,700	16,000	-700

※ タイトル数には、ダウンロード専売タイトルを含む



通期の販売本数計画は、上期実績を反映し、パッケージおよび DLC の販売本数を期初計画から修正しています。

タイトル数は期初計画から 10 タイトル増の 40 タイトルを見込んでいます。

パッケージの地域別販売本数は、日本は期初から変更せず 630 万本、海外は、上期の『ロストプラネット 3』の販売状況などを踏まえ、北米では期初計画の 400 万本に対し 50 万本減の 350 万本、欧州は期初計画の 240 万本に対し 50 万本減の 190 万本に変更しています。アジアは期初計画を据え置いています。

また本編 DLC は、期初計画は 320 万本でしたが、上期の好調を反映し 80 万本増となる 400 万本を計画します。

P.17 デジタルコンテンツ事業 下期戦略③

デジタルコンテンツ事業 下期戦略③


**モバイルおよびPCオンラインにおいてタイトルを多数投入
ヒット作の創出を目指す**

■ 下期 戦略(モバイル)


- ・カプコンブランド:
⇒ 既存ブランドを活用したネイティブ型アプリを多数投入予定
『モンスターハンタースマート』(iOS、2013年秋配信予定)他
- ・ビーラインブランド:
⇒ 女性カジュアル層をターゲットとした新作パズルゲーム
『Kiwi & Me』(iOS、2013年12月配信予定)などを順次投入予定

■ 下期 戦略(PCその他)

- ・主力の『モンスターハンター フロンティアG』は、年内にPS3とWii Uでもサービスを開始
- ・新規オリジナルIPのPCブラウザゲームのクローズドβテストを実施、12月正式サービス予定



「モンスターハンタースマート」



続いて、モバイルおよびPCその他の下期戦略をご説明いたします。既存ブランドを活用した本格的なネイティブ型アプリの投入や、主力タイトルの多ハード展開などによりヒット作の創出を図ります。

モバイルコンテンツでは、「カプコン」ブランドにおいて既存IPを活用したネイティブ型アプリを多数投入します。『モンスターハンタースマート』が2013年秋に配信予定のほか、東京ゲームショーへ出展した『CROSS×BEATS』など複数タイトルの配信を計画しています。

「ビーライン」ブランドでは、女性カジュアル層をターゲットとした新作パズルゲーム『Kiwi & Me』のiOS版を2013年12月に予定しているほか、順次新規タイトルを投入する予定です。

PCその他については、主力の『モンスターハンター フロンティアG』のマルチプラットフォーム展開として、年内にPlayStation3、Wii Uでサービスを開始し、更なるユーザーの拡大と収益向上を目指します。また、新規オリジナルタイトルとなるPCブラウザゲーム『ユーロヒストリア』は12月に正式サービス開始の予定です。

P.18 デジタルコンテンツ事業 通期計画

デジタルコンテンツ事業 通期計画					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> 上期実績を反映し、 DLCおよびモバイルコンテンツの通期計画を修正 </div>					
■ 通期 デジタルコンテンツ事業					
(単位:億円)					
	2012/3	2013/3	2014/3 計画	増減	
売上高	598	636	630	-6	
営業利益	128	70	78	8	
営業利益率	21.5%	11.1%	12.4%	-	
売上内訳	パッケージ	441	407	355	-52
	オンラインコンテンツ				
	DLC	28	52	70	18
	モバイルコンテンツ	63	110	110	0
	PCその他	66	67	95	28
オンラインコンテンツ計	157	229	275	46	

CAPCOM

次に、デジタルコンテンツ事業の通期計画および、セグメント別の内訳についてご説明いたします。上期実績を反映し、コンシューマおよびモバイルコンテンツの通期計画を修正しています。

デジタルコンテンツ事業全体では、売上高は期初計画の 645 億円から 630 億円、営業利益は期初計画の 91 億円から 78 億円、営業利益率は 12.4%へとそれぞれ修正しました。

売上の内訳としては、パッケージは期初計画の 365 億円に対し 10 億円減の 355 億円、DLC は期初計画の 60 億円に対し 10 億円増の 70 億円、モバイルコンテンツは期初計画の 125 億円に対し 15 億円減の 110 億円、PC その他は期初計画どおりの 95 億円としています。

P.20 アミューズメント施設事業 上期概況

アミューズメント施設事業 上期概況				
<p>既存店売上は前年同期を下回るものの 徹底したコスト管理により、収益水準を維持</p>				
<p>■ 上期概況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 既存店売上 対前年同期比 95% (第1四半期 94%・第2四半期 96%) ・ 1店舗を出店 (2013年4月 マークイズ静岡店) 				
<p>■ 上期 アミューズメント施設事業</p>				
	(単位:億円)			
	2011/9	2012/9	2013/9	増減
売上高	60	56	54	-2
営業利益	12	9	9	0
営業利益率	20.2%	17.5%	17.9%	-
既存店売上前年比	102%	94%	95%	-
<p>■ アミューズメント施設店舗数</p>				
	(単位:店)			
	2012/3	2013/3	2013/9	2014/3 計画
出店	0	0	1	2
退店	0	3	0	2
総店舗数	37	34	35	34

CAPCOM

ここからは、アミューズメント施設事業についてご説明いたします。

今上期は引き続き厳しい市況が続いており、既存店売上は前年同期を下回るものの、徹底したコスト管理によって収益水準を維持しています。

既存店売上は前年比 95%となりました。また、1 店舗を新規店舗したことで、総店舗数は 35 店舗となっています。

この結果、売上高は前年同期比 2 億円減となる 54 億円、営業利益は 9 億円、営業利益率は 17.9%と前年並の収益を維持しました。

P.21 アミューズメント施設事業 下期戦略

アミューズメント施設事業 下期戦略

通期計画は据え置き
効率的な運営体制により前期並の収益を目指す

■ 下期戦略

- ・ 引き続き、徹底したコスト管理を実施し収益を確保
- ・ シニア向け体験ツアーの開催や時間課金制キッズコーナーの展開などにより、顧客層を拡大

■ 下期計画

- ・ 下期出店1店舗、退店2店舗を予定(計34店舗)
- ・ 通期の既存店対前年比計画：99%

■ 通期 アミューズメント施設事業

(単位:億円)

	2012/3	2013/3	2014/3 計画	増減
売上高	117	109	110	1
営業利益	17	17	17	0
営業利益率	15.2%	15.6%	15.5%	-
既存店売上前年比	101%	95%	99%	-

CAPCOM

次に、アミューズメント施設事業の下期戦略についてご説明いたします。通期計画は据え置き、効率的な運営体制により前期並の収益を目指します。

下期では引き続き徹底したコスト管理を実施し収益確保に努めるほか、シニア向け体験ツアーの開催や時間課金制キッズコーナーの展開などにより、顧客層を拡大します。

下期では出店1店舗、退店2店舗を予定し、期末の店舗数は34店舗となる見込みです。また、通期の既存店対前年比計画は99%を据え置きます。

これにより、当事業では期初計画を据え置き、売上高110億円、営業利益17億円、営業利益率15.5%を見込んでいます。

P.23 アミューズメント機器事業 上期概況

アミューズメント機器事業 上期概況

P&S事業における自社パチスロ機的好調を主因とし
大幅に増収増益

■ P&S事業 上期概況


- ・ 2013年9月に投入した自社パチスロ機『Devil May Cry 4』は25,000台を販売し、好調に稼働
- ・ 受託ビジネスも堅実に収益に貢献

■ 業務用機器販売事業 上期概況

- ・ 新規メダルゲーム機『マリオパーティ ふしぎのコロコロキャッチャー2』を投入


■ 上期アミューズメント機器事業

	2011/9	2012/9	2013/9	増減
売上高	11	35	89	54
営業利益	-2	13	25	12
営業利益率	-19.0%	37.2%	28.2%	-



「Devil May Cry 4」

※ 売上比 P&S事業 : AM事業 = 9 : 1



引き続き、アミューズメント機器事業についてご説明いたします。

上期は、自社パチスロ機的好調を主因とし、大幅な増収増益を達成しました。

P&S 事業では、2013 年 9 月に投入した自社パチスロ機『Devil May Cry 4』が 25,000 台を販売し、現在も好調な稼働を維持しているほか、受託ビジネスも堅実に収益に貢献しました。

業務用機器販売事業では、新規メダルゲーム機『マリオパーティ ふしぎのコロコロキャッチャー2』を投入し、こちらも好調に稼働しています。

この結果、売上高は 54 億円増の 89 億円、営業利益は 12 億円増の 25 億円、営業利益率は 28.2%と、前年同期比で増収増益となりました。

P.24 アミューズメント機器事業 下期戦略

アミューズメント機器事業 下期戦略

今期2機種目となる自社パチスロ機を投入
通期計画を見直し、増収増益を見込む

- **P&S事業 下期戦略**
 - ・ 第4四半期に主力ブランドを使用した自社パチスロ機を投入
- **業務用機器販売事業 下期戦略**
 - ・ 新作メダルゲーム機『モンスターハンター メダルハンティング コンパクト』を投入予定 (2014年春)
- **通期 アミューズメント機器事業**

(単位:億円)

	2012/3	2013/3	2014/3 計画	増減
売上高	76	167	200	33
営業利益	8	48	55	7
営業利益率	11.6%	29.1%	27.5%	-

※ 売上比 P&S事業 : AM事業 = 9 : 1

CAPCOM

次に、アミューズメント機器事業の下期戦略についてご説明いたします。通期計画は上期業績を踏まえて上方修正しています。

P&S 事業では、今期 2 機種目となる自社パチスロ機を投入します。当社の主力ブランドを使用した機種であり、投入時期は第 4 四半期を予定しています。

業務用機器販売事業では、新作メダルゲーム機『モンスターハンター メダルハンティング コンパクト』を 2014 年春に投入する予定です。

上記により、通期の売上高は期初計画 185 億円に対して 15 億円増の 200 億円、営業利益は期初計画 43 億円に対して 12 億円増の 55 億円、営業利益率は 27.5%と、前期比での増収増益を目指します。

P.26 2014年3月期 連結業績予想

2014年3月期 連結業績予想			
期初計画は据え置き、大型タイトルのリピート販売、 オンラインコンテンツならびに自社パチスロ機の販売に注力			
(単位:百万円)			
	2013/3	2014/3 計画	増減
売上高	94,075	97,000	2,925
営業利益	10,151	12,000	1,849
経常利益	10,944	11,700	756
当期純利益	2,973	6,800	3,827

■ 通期予想は期初から変更なし
■ 1株当たり予想当期純利益 120円61銭
■ 配当は 中間15円、期末25円の年間40円を予定

CAPCOM

最後に、2014年3月期 連結業績予想についてお伝えいたします。

通期連結業績は期初計画を据え置いています。

今下期は『モンスターハンター4』のリピート販売やオンライン事業における『モンスターハンター フロンティア G』のマルチプラットフォーム展開、また、新規自社パチスロ機の販売に重点的に注力してまいります。加えて、『デッドライジング 3』、『戦国 BASARA4』など、パッケージビジネスにおいても、主力 IP の続編を順次投入いたします。

通期の連結業績は期初計画どおり、売上高 970 億円、営業利益 120 億円、経常利益 117 億円、当期純利益 68 億円、1 株当たり予想当期純利益は 120 円 61 銭を見込んでいます。配当は中間 15 円、期末 25 円の年間 40 円といたします。

今後も全社一丸となり、計画達成のため邁進してまいりますので、引き続き宜しく願い申し上げます。

以 上