



株式会社カプコン
(東証プライム：9697)

2023年3月期
事業戦略および計画

■ 2023年3月期 事業戦略・計画

- ・ デジタルコンテンツ事業の更なる成長により、10期連続の営業増益を計画
- ・ 新旧作の伸長により、コンシューマ販売本数は過去最多の3,700万本を目指す
- ・ 『モンスターハンターライズ：サンブレイク』はじめ大型新作を投入

< 目 次 >

1. 成長戦略骨子	・・・P 3
2. 2023年3月期 業績予想	・・・P 7
3. 事業セグメント別概況	・・・P 9
4. カプコンの基本情報	・・・P 15
5. 補足：主要経営指標	・・・P 20

将来の見通しに関する注意事項

この資料に記載されている経営戦略、計画や見通しなどは、過去の事実を除いて将来の予測であり、現時点において入手可能な情報や合理的判断の根拠とする一定の前提条件に基づいており、実際の業績等は今後の様々な要因によって、これら見通しとは大きく変動する場合があります。

また、当社を含め当業界は、ユーザーニーズの多様化など、市場環境の変化によっては業績が大きく振れる可能性があります。

業績等の変動要因としては、①売上高の過半数を占める家庭用ゲームソフトのヒットの有無や販売本数の多寡、②家庭用ゲームソフト開発の進捗状況、③家庭用ゲーム機の普及動向、④海外市場の売上状況、⑤株価、為替動向、⑥他社との開発、販売、業務提携、⑦市場環境の変化、⑧自然災害や疾病の流行、経済危機など不測の事態、などが挙げられます。

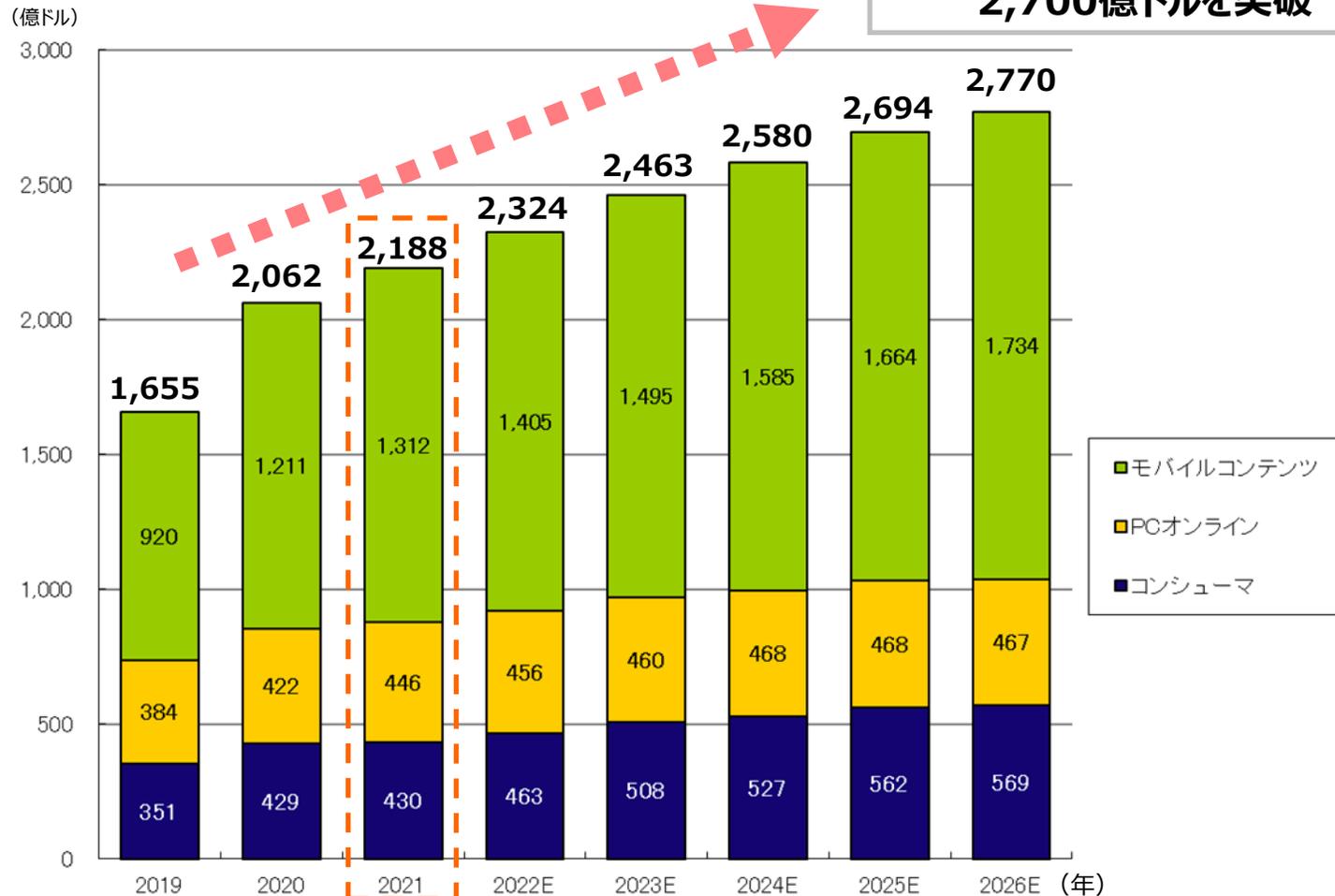
また、業績に影響を与える要因はこれらに限定されるものではありません。

1-1. 成長戦略骨子（ゲームソフト市場概況）

世界のゲームソフト市場は拡大を継続

■ ゲームソフト市場推移

2,700億ドルを突破

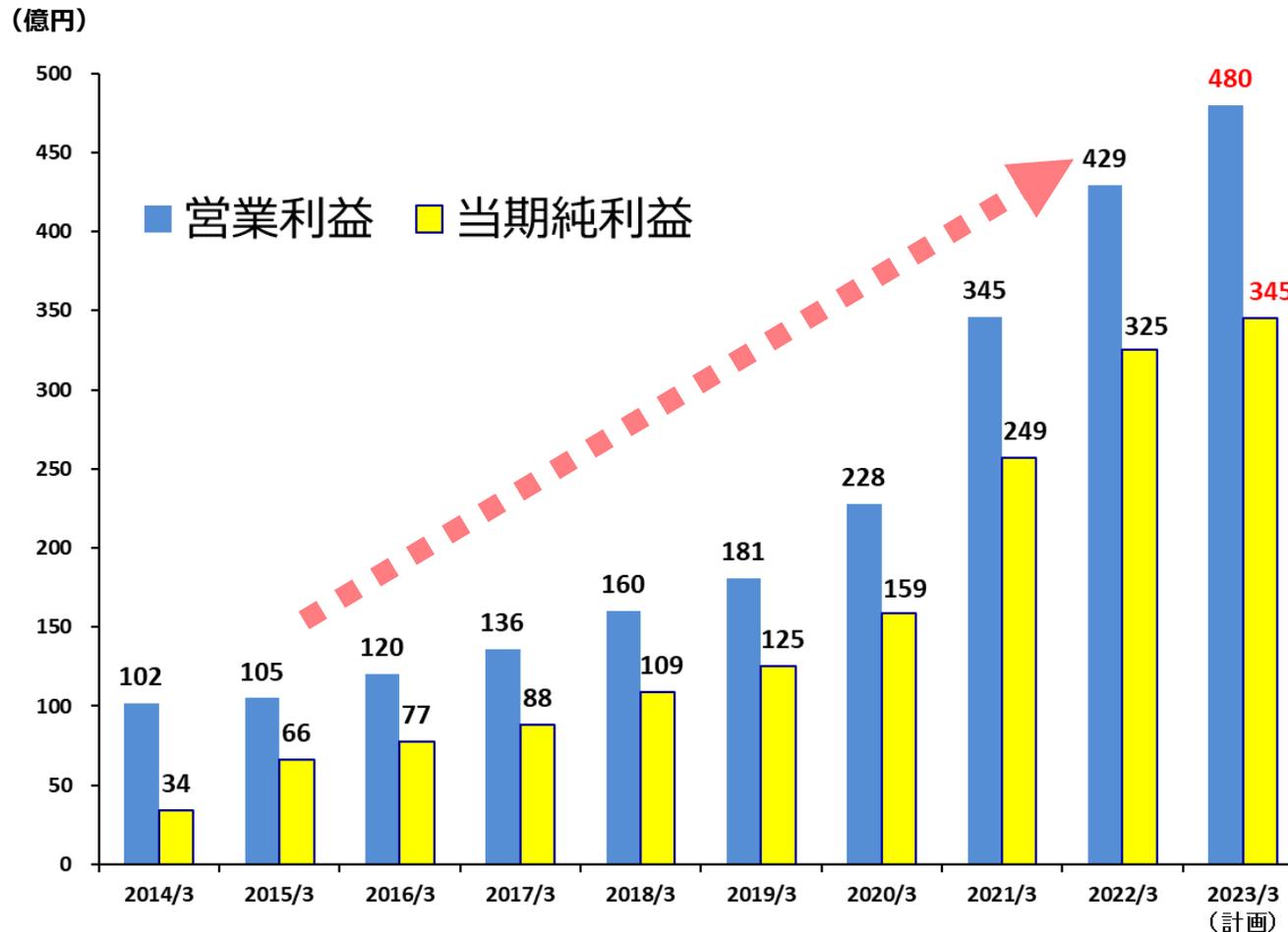


※E: 推定 ※出所: International Development Group

1-2. 成長戦略骨子（中長期の成長イメージ）①

■ 中期的な経営目標

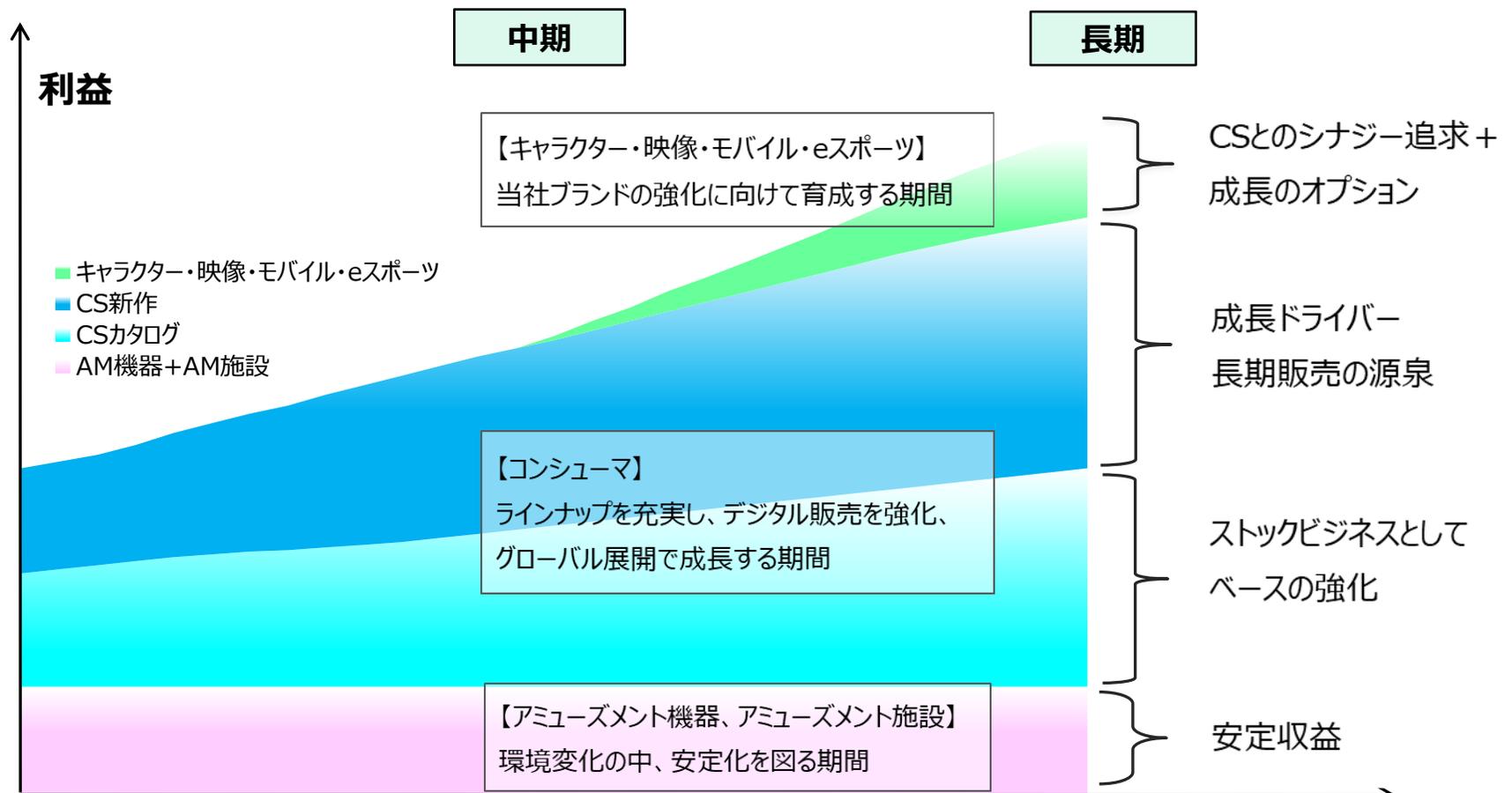
- ・ グローバルでの販売強化により、「每期、営業増益（10%以上）」を継続



1-2. 成長戦略骨子（中長期の成長イメージ）②

■ 中長期の成長イメージ

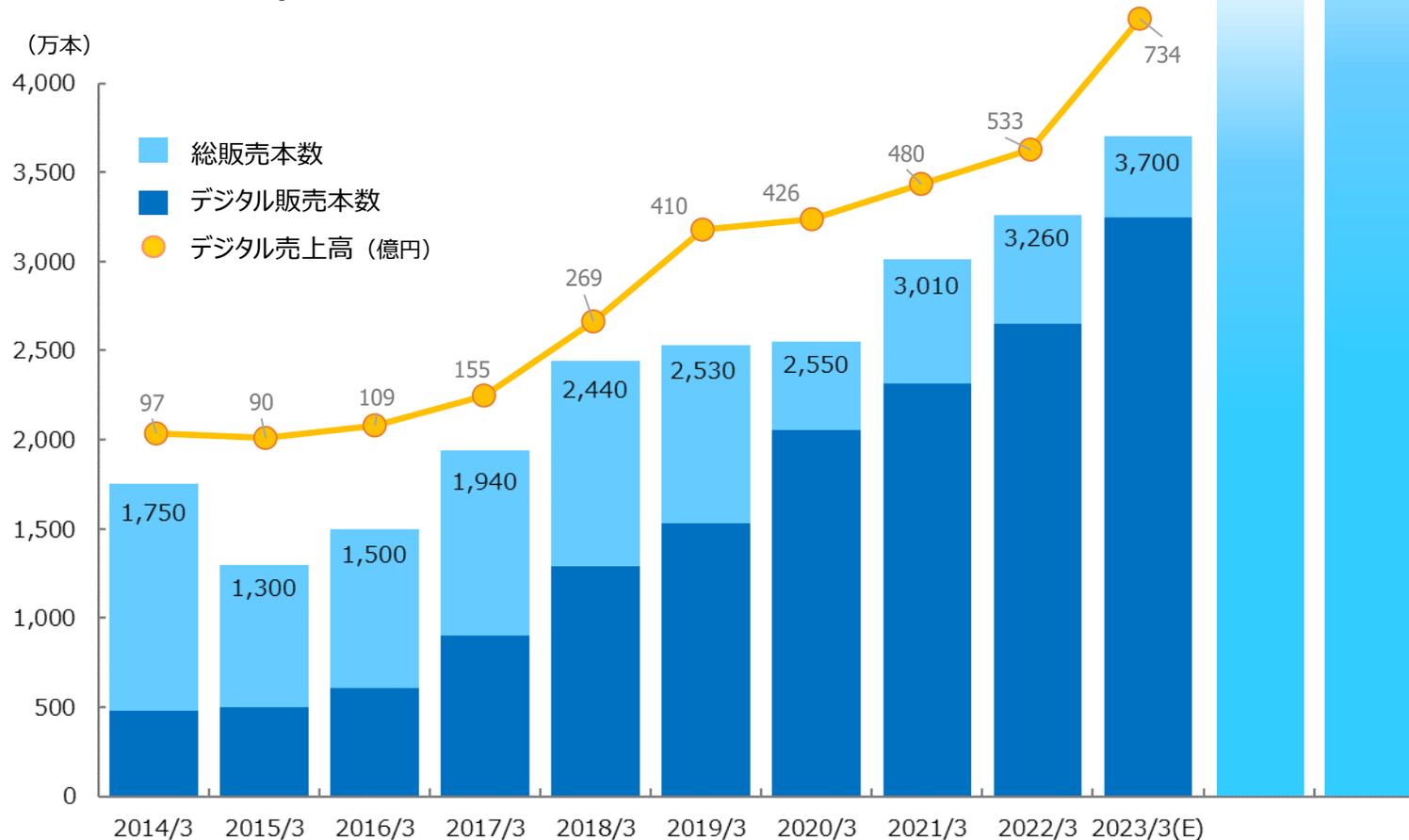
- ・ 中期：コンシューマにおいてデジタル販売を強化
- ・ 長期：コンシューマの成長と周辺ビジネスとのシナジーを追求、収益基盤を強化



1-2. 成長戦略骨子（中長期の成長イメージ）③

■ コンシューマ販売本数の成長

- ・ 大型新作の每期投入
- ・ デジタル販売を活用した販売地域・プラットフォームの拡大
- ・ 中期的に年間5,000万本を目指す。長期では1億本を視野に



2. 2023年3月期 連結業績予想 ①

デジタルコンテンツ事業の安定的な成長により、
10期連続の営業増益を目指す

(百万円)

	2022/3	2023/3計画	増減
売上高	110,054	120,000	9,946
営業利益	42,909	48,000	5,091
営業利益率	39.0%	40.0%	-
経常利益	44,330	48,000	3,670
親会社株主に帰属する 当期純利益	32,553	34,500	1,947

- コンシューマにおけるデジタル販売の成長を主因として、増収増益を見込む
- 1株当たり予想当期純利益 161円59銭
- 配当は 中間 23円、期末 23円の年間 46円を予定

2. 2023年3月期 連結業績予想 ②

デジタルコンテンツ事業におけるコンシューマが全体を牽引

■ セグメント別 計画

(百万円)

	2021/3	2022/3	2023/3 計画	増減
売上高	95,308	110,054	120,000	9,946
デジタルコンテンツ	75,300	87,534	94,200	6,666
アミューズメント施設	9,871	12,404	15,000	2,596
アミューズメント機器	7,090	5,749	6,000	251
その他	3,045	4,366	4,800	434
営業利益	34,596	42,909	48,000	5,091
デジタルコンテンツ	37,002	45,359	51,100	5,741
アミューズメント施設	149	652	1,000	348
アミューズメント機器	2,407	2,348	2,400	52
その他	987	1,517	1,300	-217
調整額※	-5,951	-6,967	-7,800	-833

※ 調整額には、各報告セグメントに配分していない全社費用が含まれています。全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費です。

3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画 ①

コンシューマでのデジタル販売の拡大を主因として 増収増益の見通し

■ デジタルコンテンツ事業 計画

(億円)

	2021/3	2022/3	2023/3計画	増減
売上高	753	875	942	67
コンシューマ				
パッケージ	208	300	180	-120
デジタル販売 (デジタルライセンス含)	480	533	734	201
内デジタルライセンス収入	30	9	41	32
コンシューマ計	688	833	914	81
内収益繰延額	-22	-19		
モバイルコンテンツ	65	42	28	-14
営業利益	370	453	511	58
営業利益率	49.1%	51.8%	54.2%	-

※ デジタルライセンス収入：オンラインプラットフォームへのコンテンツ提供等による収入

3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画 ②

販売本数は過去最多を計画
海外・デジタル・旧作が大きく伸長

■ 2023年3月期 コンシューマ 販売本数計画

(千本)

	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3計画
新作投入数 (SKU)	35	14	24	45
販売タイトル数/国・地域数	305 / 220	301 / 216	304 / 219	
販売本数合計	25,500	30,100	32,600	37,000
海外本数	21,450 84.1%	24,350 80.9%	27,100 83.1%	30,000 81.1%
国内本数	4,050 15.9%	5,750 19.1%	5,500 16.9%	7,000 18.9%
DL本数	20,550 80.6%	23,150 76.9%	24,600 75.5%	32,500 87.8%
パッケージ本数	4,950 19.4%	6,950 23.1%	8,000 24.5%	4,500 12.2%
旧作本数	18,200 71.4%	20,500 68.1%	24,000 73.6%	27,000 73.0%
新作本数	7,300 28.6%	9,600 31.9%	8,600 26.4%	10,000 27.0%
主要タイトル				
新作	『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』 『バイオハザード RE:3』	『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ズ2 ～破滅の翼～』	『モンスターハンターライズ : サンプルイク』 他大型タイトル
旧作	『モンスターハンター : ワールド』 『バイオハザード RE:2』 『デビルメイクライ 5』 『ストリートファイターV』 『バイオハザード7 レジデント イービル』	『モンスターハンターワールド : アイスボーン』 『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』	『モンスターハンターライズ』 『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』 『バイオハザード RE:3』	『モンスターハンターライズ』 『バイオハザード ヴィレッジ』 『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』 『バイオハザード RE:3』

※ 新作: 今期発売タイトル、旧作: 前期以前の発売タイトル ※ ディストリビューションタイトルを含みます

新作大型タイトルを複数投入 各IPの積極展開により、販売を最大化

■ コンシューマ 戦略

- ・ 『モンスターハンターライズ』の超大型有料拡張コンテンツ
新作『モンスターハンターライズ：サンブレイク』を、2022年6月30日発売
- ・ その他、新作大型タイトルを投入予定
- ・ デジタル戦略を推進、リピート販売をグローバルで拡大



『モンスターハンターライズ：サンブレイク』

■ モバイルコンテンツ 戦略

- ・ 既存タイトルの運営を中心として展開

3-2. アミューズメント施設事業 戦略および計画

新店および既存店の貢献により、増収増益を見込む
新型コロナ感染対策を継続

■ アミューズメント施設事業 戦略

- ・効率的な店舗運営 および新たな集客に向けた出店を推進

2022年4月、体験型アミューズメント施設「クレイジーバネット」を愛知県常滑市にオープン
既存店前年比計画：111%、出退店計画：出店4、退店2、合計44店舗

■ アミューズメント施設事業 計画

(億円)

	2021/3	2022/3	2023/3 計画	増減
売上高	98	124	150	26
営業利益	1	6	10	4
営業利益率	1.5%	5.3%	6.7%	-
既存店売上前年比	78%	119%	111%	-



体験型アミューズメント施設
「クレイジーバネット」

3-3. アミューズメント機器事業 戦略および計画

新機種を順次投入し、安定的な収益貢献を図る

■ アミューズメント機器事業 戦略

・ 人気IPを活用した筐体を投入

⇒ パチスロ機販売台数計画 4機種 34千台 （前期：3機種 26千台）

※台数にはリピート販売分を含む

■ アミューズメント機器事業 計画

	2021/3	2022/3	2023/3 計画	増減
タイトル数	3	3	4	1
販売台数(千台)	27	26	34	8

(億円)

	2021/3	2022/3	2023/3 計画	増減
売上高	70	57	60	3
営業利益	24	23	24	1
営業利益率	33.9%	40.8%	40.0%	-



パチスロ『月華 雅』
2022年4月稼働

3-4. その他事業 戦略および計画

ゲームブランドの価値向上に向け ワンコンテンツ・マルチユース戦略を推進

■ キャラクター・映像/eスポーツ 戦略

- ・ アパレル、フィギュアなど人気IPを活用したグッズ展開
- ・ 7月14日より、Netflixで実写ドラマ『バイオハザード』が世界で配信開始
- ・ eスポーツ個人戦「CAPCOM Pro Tour 2022」、新大会を追加し世界展開を加速

■ その他事業 計画

(億円)

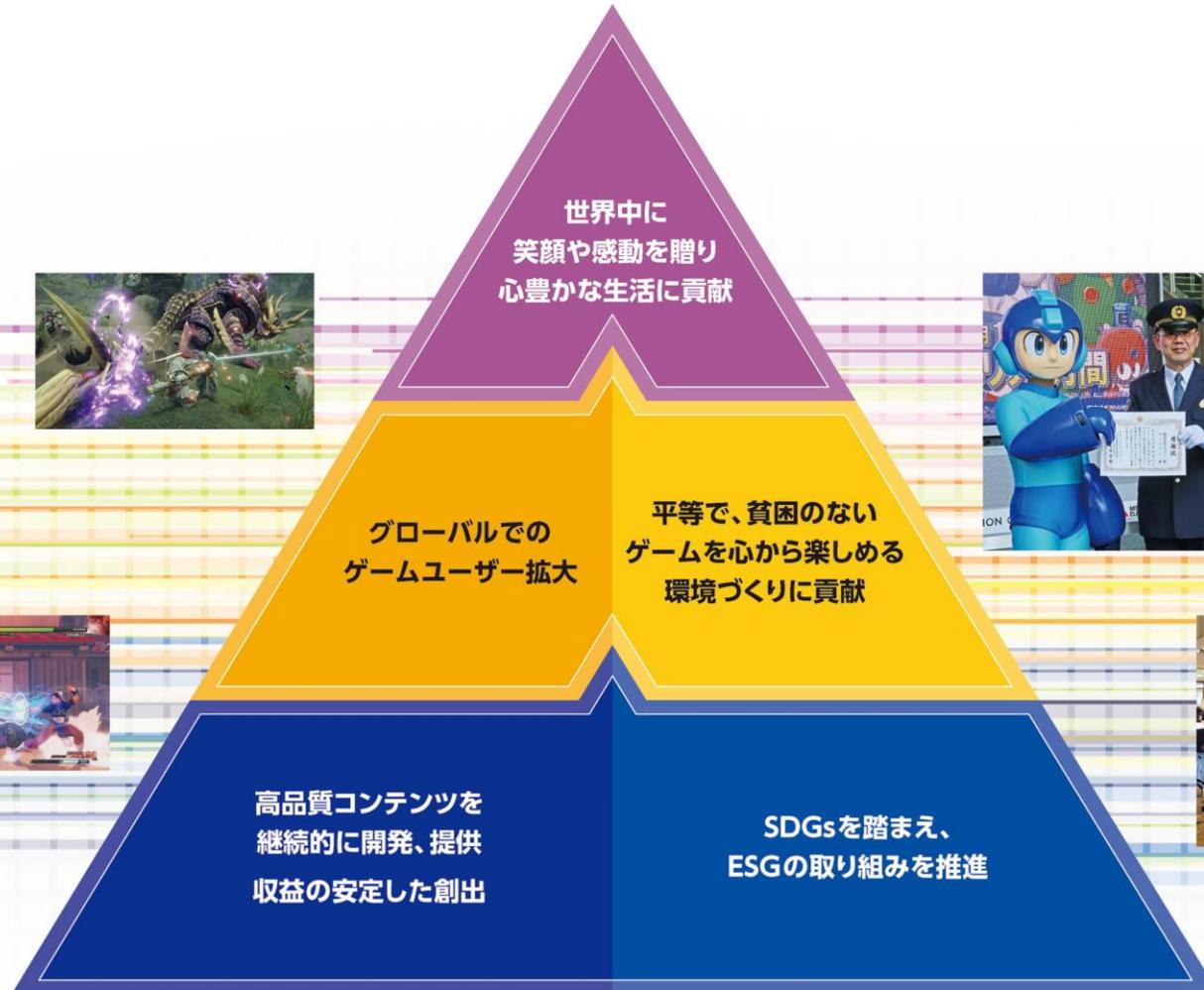
	2021/3	2022/3	2023/3計画	増減
売上高	30	43	48	5
キャラクター・映像	29	40	45	5
eスポーツ	1	3	3	0
営業利益	9	15	13	-2
キャラクター・映像	18	23	26	3
eスポーツ	-9	-8	-13	-5
営業利益率	32.4%	34.7%	27.1%	-



Netflix『バイオハザード』
© 2022 Netflix

4-1. カプコンの経営理念

■「遊文化をクリエイトする感性開発企業」



4-2. 当社の事業展開

ゲームコンテンツを核に、近接事業へと幅広く事業を展開

成長事業

売上構成比：約**80%**

コンシューマ事業

- ※ 家庭用ゲームの企画・開発・販売
- ※ 本編および追加コンテンツのデジタル販売
- ※ オリジナルタイトルの創出により新規ブランドの確立

CAPCOM®

有力コンテンツ群

安定事業

売上構成比：約**20%**

パチンコ&パチスロ事業

- ※ 有力コンテンツを利用した自社筐体の企画・製造・販売
- ※ 他社筐体の開発受託

アミューズメント施設運営事業

- ※ ユーザーとの接触機会
- ※ 自社キャラクターを活用した飲食展開やグッズ販売

モバイルコンテンツ事業

- ※ スマートフォン向けゲームの企画・開発・運営

eスポーツ事業

- ※ 主カブランドを活用したeスポーツ大会の開催

キャラクター・映像事業

- ※ 関連書籍・キャラクター商品
- ※ ゲームの映画・アニメ・舞台化

相乗展開

4-3. 事業展開例「モンスターハンター」

当社の持つ強力なオリジナルゲームコンテンツは、
家庭用ゲーム機に留まらず多様な事業で活躍



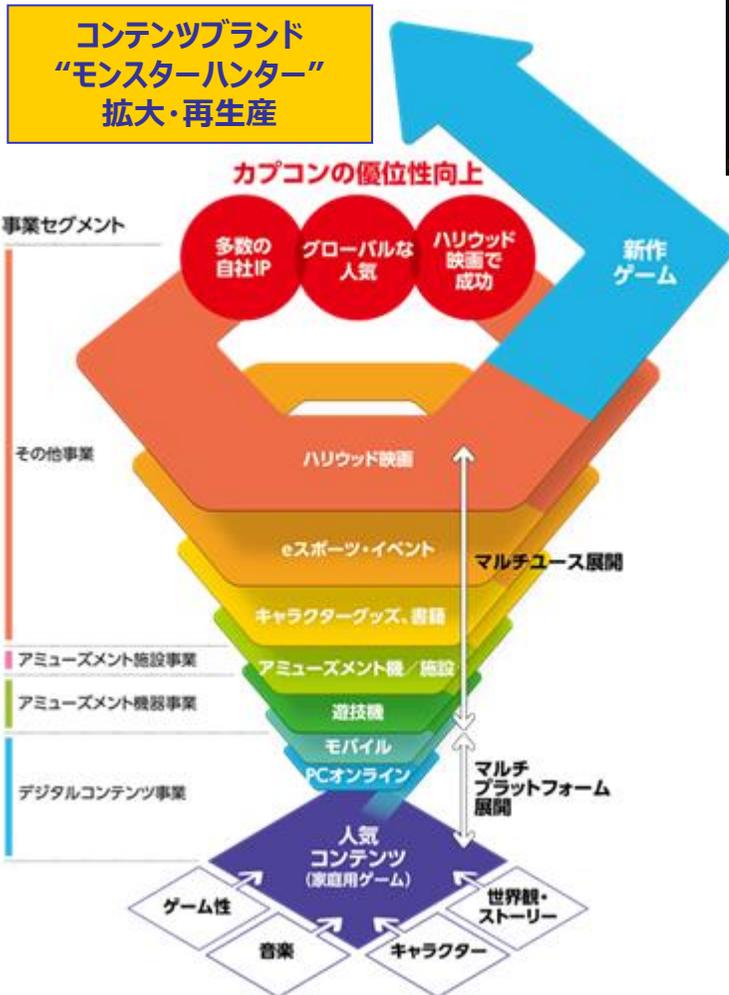
オーケストラコンサート

ファミリー層への訴求



コラボカフェ

ライトユーザーの取り込み



ブランド認知度の向上



ハリウッド映画

©CONSTANTIN FILM Production Services GmbH.

近接事業へ展開



家庭用ゲーム



パチスロ機

4-4. 当社の競争力 ①

世界有数のゲーム開発力と技術力により、
グローバルで高い評価を獲得

■ 世界有数のゲーム開発力と技術力

- (1) 世界トップクラスの品質を実現する開発力で、定期的にヒットタイトルを創出
- (2) 世界トップクラスの技術力を実現するべく、最先端の研究開発棟や開発設備を整え、効率的な開発環境を構築

■ 開発人員の強化

- (1) 開発者数 約 2,500名
- (2) 10年間の新卒採用累計 1,000名以上
→若手が戦力化し、主力作開発に貢献
→将来の競争力の大きな源泉に

※ 2022年4月1日現在



RE ENGINE



モーションキャプチャスタジオ



研究開発第2ビル

4-4. 当社の競争力 ②

家庭用ゲームのブランドを数多く所有し、
グローバルで高い人気を誇る

■ 主要IPの累計販売本数および展開事例

・「バイオハザード」シリーズ 1億2,500万本



シリーズ最新作『バイオハザード ヴィレッジ』610万本突破

・「モンスターハンター」シリーズ 8,000万本



『モンスターハンターライズ』900万本突破

・「ストリートファイター」シリーズ 4,700万本



シリーズ最新作『ストリートファイター6』発表

・「ロックマン」シリーズ 3,700万本

・「デビル メイ クライ」シリーズ 2,500万本

・「デッドライジング」シリーズ 1,500万本

※シリーズ累計販売本数は2022年3月31日現在

5. (補足) 主要経営指標 ①

●経営成績

(百万円)

	2020/3	2021/3	2022/3	前期比	2023/3 計画	前期比
売上高	81,591	95,308	110,054	115.5%	120,000	109.0%
売上総利益	40,947	52,741	63,011	119.5%	72,000	114.3%
利益率	50.2%	55.3%	57.3%	-	60.0%	-
販売管理費	18,119	18,145	20,101	110.8%	24,000	119.4%
営業利益	22,827	34,596	42,909	124.0%	48,000	111.9%
利益率	28.0%	36.3%	39.0%	-	40.0%	-
経常利益	22,957	34,845	44,330	127.2%	48,000	108.3%
利益率	28.1%	36.6%	40.3%	-	40.0%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	15,949	24,923	32,553	130.6%	34,500	106.0%
利益率	19.5%	26.1%	29.6%	-	28.8%	-

●セグメント別業績 <事業種別>

(百万円)

		2020/3	2021/3	2022/3	前期比	2023/3 計画	前期比
デジタルコンテンツ	売上高	59,942	75,300	87,534	116.2%	94,200	107.6%
	営業利益	24,161	37,002	45,359	122.6%	51,100	112.7%
	利益率	40.3%	49.1%	51.8%	-	54.2%	-
アミューズメント施設	売上高	12,096	9,871	12,404	125.7%	15,000	120.9%
	営業利益	1,211	149	652	437.6%	1000	153.4%
	利益率	10.0%	1.5%	5.3%	-	6.7%	-
アミューズメント機器	売上高	6,533	7,090	5,749	81.1%	6,000	104.4%
	営業利益	2,085	2,407	2,348	97.5%	2,400	102.2%
	利益率	31.9%	33.9%	40.8%	-	40.0%	-
その他	売上高	3,018	3,045	4,366	143.4%	4,800	109.9%
	営業利益	544	987	1,517	153.7%	1,300	85.7%
	利益率	18.0%	32.4%	34.7%	-	27.1%	-

5. (補足) 主要経営指標 ②

● 広告宣伝

(百万円)

	2020/3	2021/3	2022/3	前期比	2023/3 計画	前期比
連 結	4,253	3,178	3,540	111.4%	4,200	118.6%

● アミューズメント施設店舗数

(店)

	2020/3	2021/3	2022/3	前期比	2023/3 計画	前期比
連 結	40	41	42	1	44	2

● 設備投資

(百万円)

	2020/3	2021/3	2022/3	前期比	2023/3 計画	前期比
連 結	2,338	3,597	3,788	105.3%	5,300	139.9%

● 減価償却費

(百万円)

	2020/3	2021/3	2022/3	前期比	2023/3 計画	前期比
連 結	2,795	2,791	3,385	121.3%	3,600	106.4%

● 従業員数

(人)

	2020/3	2021/3	2022/3	前期比	2023/3 計画	前期比
連 結	2,988	3,152	3,206	101.7%	3,400	106.1%
開発者	2,142	2,285	2,369	103.7%	2,500	105.5%

● 開発投資額

(百万円)

	2020/3	2021/3	2022/3	前期比	2023/3 計画	前期比
開発投資額	25,843	25,375	29,862	117.7%	41,000	137.3%
内 研究開発費	1,253	1,461	1,877	128.5%	1,900	101.2%

● 為替レート (期末)

	2020/3	2021/3	2022/3	前期比	2023/3 計画	前期比
ドル/円	108	110	122	110.9%	110	90.2%
ユーロ/円	119	129	136	105.4%	130	95.6%