

# 個人投資家向け オンライン会社説明会

## 広報 IR 室長 黒澤 真 説明要旨

(2023 年 3 月 23 日)

### ご挨拶

株式会社カプコン 広報 IR 室の黒澤です。

本日はお忙しい中、当社のオンライン会社説明会をご覧いただき、誠にありがとうございます。これから 45 分間、どうぞよろしくお願いたします。

### 本日の説明内容

当社の会社概要、ゲーム市場の動向をご説明した後、成長戦略についてご紹介します。最後に、成長を支える ESG の考え方と配当方針についてお伝えします。当社へのご理解を深めていただくお役に立てましたら幸いです。

#### 1-1. 会社概要

カプコンは、世界有数のゲーム開発力を強みに持つ、業界を代表するソフトメーカーです。創業は 1983 年で、この年は東京ディズニーランド開園や任天堂のファミリーコンピュータ発売など、エンターテインメント業界が大きな発展を遂げた年でした。

事業内容としましては、家庭用ゲームソフトの開発・販売を中心として、関連分野でコンテンツビジネスを展開しています。

2022 年 3 月期の売上高は 1,100 億円、営業利益は 429 億円、時価総額は、2023 年 3 月 22 日の時点で約 1 兆 2,485 億円です。従業員数 約 3,200 名のうち、開発者数が 約 2,500 名と多数を占めています。

#### 1-2. 当社の目指す姿

当社は、「遊文化をクリエイトする感性開発企業」の理念のもと、創業以来、ゲームをはじめとするコンテンツを通じて、世界の人々に笑顔や感動を提供できるよう努めてきました。

「ゲームを通じて、心豊かな生活に貢献する」ことが当社の存在意義であり、人々の癒しや次の日の活力になるようなコンテンツを世界に提供し、社会に貢献していきます。

## **2. 事業活動**

次に、カプコンの事業活動についてご紹介します。

### **2-1. カプコンの特徴**

当社の特徴は、「業界トップレベルの開発力で生み出したゲームコンテンツ」を多数保有していることです。はじめに、当社が保有し、世界中で楽しんでいただいている代表的なゲームブランドを3つご紹介します。

### **2-2. 世界トップブランド（モンスターハンター）**

「モンスターハンター」シリーズは 2004 年に発売し、協力して巨大なモンスターを狩るアクションゲームとして、高い評価を受けています。

2018 年 1 月に発売した『モンスターハンター：ワールド』は、グローバルにおけるブランド化に成功し、当社史上最高の販売本数を達成しました。発売から 5 年が経過した今もなお、販売本数を伸ばしています。また、2022 年 6 月に発売した『モンスターハンターライズ サンブレイク』は販売本数 500 万本を超え、順調なスタート切っています。

### **2-2. 世界トップブランド（ストリートファイター）**

次に「ストリートファイター」シリーズは、1990 年代に世界的な格闘ゲームブームを巻き起こしました。現在でも海外を中心に人気が高く、海外での累計販売比率は 70%以上を占めています。

また、「ストリートファイター」ではブランド拡大に向けて、e スポーツの展開も行っています。e スポーツとはゲームを用いた対戦競技で、プロ選手も誕生するなど、若者層を中心に普及しつつあり、異業種や自治体からも耳目を集めています。

当社は、個人戦やチーム戦など、国内外での大会を積極的に展開しており、「CAPCOM Pro Tour 2023」では、賞金総額を当社史上最高となる 200 万ドル以上に拡大して開催予定です。

### **2-2. 世界トップブランド（バイオハザード）**

最後に「バイオハザード」です。「バイオハザード」シリーズは 1996 年に発売し、累計販売本数 1 億 3 千万本を超える、当社最大のブランドであり、海外での販売比率は 80%以上を占めています。

映画や動画配信サービスへも幅広く展開し、世界でのブランディングを図っています。

また、同シリーズは特にデジタル販売や価格施策との相性が良く、複数のタイトルが5年以上にわたり販売本数を伸ばしています。

### **2-3. コンテンツの映像展開**

当社は、ゲームコンテンツをハリウッド映画をはじめ、積極的に映像作品へ展開してきました。映像化することにより、ゲームが普及していない国や地域、そしてゲームファン以外の層へコンテンツの魅力を伝えるメリットがあります。当期は、映像製作子会社を設立し、ゲーム販売との連動を一層強化します。

### **2-4. 多数のトップブランド**

当社は、他にも「デビル メイ クライ」や「ロックマン」、「逆転裁判」など、人気コンテンツを多数保有しており、創業以来の累計販売本数は5億本にのぼります。このうち海外比率は約80%であり、世界から幅広い支持をいただいています。

### **2-5. 当社の事業展開**

事業ポートフォリオとしては、コンシューマ（家庭用ゲーム事業）を中核に、将来の成長オプション、またはコンシューマとの連動で収益を生む分野として、モバイルコンテンツ事業、映像・ライセンス事業、eスポーツ事業を位置づけています。これらは売上全体の約80%を占めています。

また、遊技機の企画・製造や、アミューズメント施設の運営などを安定事業と位置づけています。同収益に加えて、タイトルブランドの認知向上など、コンシューマ事業の側面支援を果たしています。

## **3. ゲーム市場の動向**

次に、ゲームソフト市場の動向についてご説明します。

### **3-1. 当社を取り巻く環境**

従来ゲーム市場といえは、主に家庭用ゲーム機の市場を指していましたが、この15年程度でその定義は変わってきています。スマートフォンやパソコンなどで遊ぶゲームが増え、そこへ仮想現実（VR）や拡張現実（AR）、近年ではeスポーツやメタバースなども加わるなど、状況は大きく変化し、ゲーム市場の領域はさらに拡大しています。

### **3-2. ゲーム市場概況**

世界のゲームソフト市場の規模は、家庭用のパッケージおよびデジタル販売、PC オンライン、モバイルコンテンツで構成され、今後も成長が続く見通しです。

2019年の1,655億ドルから、2026年には1.6倍となる2,770億ドルの成長が見込まれ、35兆円を超える予想となっています。モバイル市場に加え、当社が主力とするコンシューマも成長が継続する見通しです。世界でのデジタル販売の普及により、新興国を含めたゲームユーザーの増加が見込まれています。

#### **4. カプコンの基本戦略**

次に、当社の強みと基本戦略をご紹介します。

##### **4-1. カプコンの強み① 開発力**

当社の強みの1つ目は、開発力です。

当社は2021年、海外の著名なゲームアワードで、最も評価された企業に贈られる「スタジオ・オブ・ザ・イヤー賞」を獲得するなど、世界から開発力を高く評価されています。

自社開発エンジン「RE ENGINE」によるゲームクオリティの向上や、開発業務の効率化をはじめ、最先端の映像・音響制作設備を有するなど、クリエイターの能力を最大限に発揮できる開発環境を整えています。

##### **4-1. カプコンの強み② 豊富なIP**

2つ目の強みは、豊富なIPです。

創業以来生み出してきた豊富なIPにより、ヒット作を安定して投入できることに加え、ゲーム以外の様々な分野に展開することが可能です。

##### **4-2. 基本戦略① マルチプラットフォーム展開**

それでは次に、これらの強みを生かした当社の基本戦略をご紹介します。

1つ目が「マルチプラットフォーム戦略」です。

ゲームソフトを1つのハードだけではなく、複数のハードあるいはPCなどに投入することで、グローバルで販売本数を最大化しています。近年では特にPCでの販売が大きく成長しています。また、自社開発エンジン「RE ENGINE」の活用により、開発コストを抑制しながら対応することが可能となっています。

##### **4-2. 基本戦略② ワンコンテンツ・マルチユース**

2つ目が、ゲームコンテンツを他の分野へ展開し、ブランド価値を拡大するサイクルをつくる「ワンコンテンツ・マルチユース戦略」です。

ゲームで生み出したブランドを、遊技機、音楽、飲食、アパレル、テーマパークのアトラクション、そしてハリウッド映画へと積極的に活用しています。これにより、ブランドの認知を高め、ファン層を拡大し、次回作でさらに成長できるようなサイクルを生み出しています。

## **5. 中長期の成長戦略**

次に、当社の中長期の成長戦略についてご説明します。

### **5-1. カプコンの中長期の成長目標**

当社は、ヒット作の有無により収益が左右されやすいゲーム業界において、安定的に企業価値を向上させることを目指し、現在、具体的な中期目標として毎期 10%の営業増益を掲げています。

そのために、ダウンロード販売による長期販売の実現やグローバル化など、デジタル戦略の推進により収益の変動リスクの抑制に努めています。

今期は、10 期連続の営業増益かつ 6 期連続の最高益を計画しています。

成長の KPI は、主力のコンシューマ販売本数です。

デジタル販売本数は、9 年間で 6 倍に増え、全体の成長を支えています。今期の総販売本数は 4,000 万本を計画していますが、今後安定的な成長を図ることで、中長期では 1 億本を目指してまいります。

### **5-2. 【現在～未来】今後の中長期的な利益成長イメージ**

続いて、当社が目指す中長期的な利益の成長イメージについてご説明します。

中期はコンシューマにおいて引き続きデジタル販売を強化し、長期ではコンシューマでの成長の持続性を一層高めるため、映像など周辺ビジネスも強化していきます。コンシューマの成長イメージとしては、新作と旧作の両方へ注力していきます。

クリエイター数の増員に努め、新作ラインナップを拡充するとともに、グローバル販売を一層強化することで、旧作の販売本数も伸ばしていきます。

### **5-3. コンシューマ事業①**

近年の主要タイトルは、良質なコンテンツの投入と、柔軟なセール施策により長期販売が実現しています。今後、クリエイター数を増員し、新作ラインナップを拡充していきます。

当社タイトルは、世界 200 超の国・地域で販売されており、そのコンテンツ数は 300 を超えます。当社販売データによると、世界における販売本数増加の傾向は続いており、特に新興地域での成長率が高くなっています。

①良質なタイトルを開発し長期販売すること

②価格が低く収益性が高い旧作の販売地域をグローバルで広げること

この 2 点が、引き続き成長の源泉になると考え、経営・開発・事業のリソースを投入していきます。

#### **5-4. 持続的成長に向けた経営戦略**

次に、長期での成長をより確かなものにするための人材戦略についてご説明します。

高品質なゲームソフトを生み出すためには優秀な人材が必要不可欠です。当社では、人材投資戦略を経営戦略上の優先課題としており、当期は最高人事責任者（CHO）の新たな設置のほか、人事組織の再編、基本年収の30%引き上げなど報酬制度も改定しています。就労環境のさらなる整備により、人材の確保と育成を進め、生産性の向上につなげていきます。

#### **5-5. 2023年3月期 連結業績予想**

当期の業績予想についてお伝えします。

2023年3月期は、主力のコンシューマビジネスが含まれるデジタルコンテンツ事業において、新作・旧作両輪での成長により、全ての利益項目で過去最高益を目指しています。売上高は前期比で149億増の1,250億円、営業利益は70億円増の500億円、また営業利益率は40.0%を計画しています。親会社株主に帰属する当期純利益は39億円増の365億円となる見通しです。

### **6. ESG**

当社のESG対応についてご説明します。

冒頭、企業理念の中でお伝えした「ゲームを通じた心豊かな生活」の実現のため、ESG活動へも注力しています。

#### **6-1. E. 環境への配慮**

ゲームビジネスは、製造業などと比べて環境負荷は大きくありませんが、販売のデジタル化を通じた資源や温室効果ガスの削減、パチスロ筐体のリサイクル推進、事業施設でのLED化などにより省エネルギー化を進めています。

#### **6-2. S. 社会課題の解決（社会貢献）**

次に社会課題への対応です。

当社は、ゲームメーカーの社会的責任として教育支援活動を行っています。子供の人気職種の上位には、ゲームクリエイターが常に入っており、当社は様々な職種で活躍する社員の仕事を紹介するキャリア教育支援を行っています。専門家のアドバイスのもと、ゲームとの上手な付き合い方を提案するゲームリテラシー教育支援も行っています。

また、地域行政や団体のご依頼にお応えし、ゲームコンテンツが持つ、人を惹きつける力を活用し社会課題の解決に取り組んでいます。主な取り組みは大きく4種類あります。

①経済振興：自治体等とイベントを開催し、ゲームファンを地方へ誘致する町おこしへの

協力。

- ②文化啓蒙：博物館とゲームを活用した企画展などを実施し、入場者を拡大。
- ③防犯啓発：警察に協力し、啓発物へキャラクターを提供。
- ④選挙投票啓発：投票啓発ポスターへのキャラクター提供を通じた、投票率向上  
これらを支援しています。

### **6-2. S. 社会課題の解決（従業員満足度の向上）**

会社にとって最も重要な資産である人材が、能力を最大限発揮できるよう、当社では様々な支援策を導入しています。

子育て環境サポートのための自社保育施設の設置や、外国人を含む従業員向け説明会の実施など、多様な人材が満足して働けるよう環境整備を整え、ワークライフバランスの推進や健康管理支援などを行っています。

### **6-3. G. ガバナンス**

成長の安定的な持続には、経営の透明性、健全性を高めるガバナンスが欠かせません。当社ではオーナー企業であるからこそ、ガバナンスの強化に積極的に取り組んでいます。まず、経営監視機能強化のため、社外取締役を2000年代初頭から選任しており、現在の社外取締役比率は46.7%です。また、2016年6月に監査等委員会設置会社に移行しています。従来の適法性監査に加え、妥当性監査を実施することで、経営全般の監督機能の強化を図っています。

## **7. 配当方針**

最後に、当社の配当方針についてご説明します。

当社の配当方針は、連結配当性向30%を基本方針とし、かつ安定配当の継続に努めています。上場以来一度も無配がなく、安定額の配当を重視しています。

前期（2022年3月期）の年間配当額は46円、当期は現時点で年間46円を予定しています。なお、近年は1:2での株式分割を2度行っており、これを考慮すれば、安定的に増配をさせていただいています。

### **最後に**

当社は、「モンスターハンター」、「バイオハザード」、「ストリートファイター」のように、グローバルでお客様に支持していただけるタイトルを継続的に生み出し、デジタル販売を通じて新作と旧作を長期かつグローバルに販売することで、ブランド価値と企業価値を拡大し、毎期営業増益を達成していきたいと考えています。

そして、ゲームを通じて人々に楽しいひと時を提供するとともに、社会の一員として、社会

に貢献しながら、成長を続けていきたいと考えております。

引き続き、カプコンにご注目いただき、ご支援を賜りますようお願いいたします。  
本日はご視聴ありがとうございました。