

個人投資家向けオンライン会社説明会 質疑応答概要 (2023年3月23日)

Q. 今後の有望なゲームは何ですか。

A. 主なタイトルとして、2023年6月に『ストリートファイター6』、2023年7月に『エグゾプライマル』の発売を予定しています。更に、過去コンテンツの移植作も複数発表しています。これらのタイトルをユーザーの期待に応えながら投入していくことが、毎期の成長につながると考えています。来期も、新作の投入および旧作を安定的に伸ばしていくことで、グローバルでの成長をはかっていきます。

Q. アフターコロナのゲーム開発方針と、プラットフォーム戦略を教えてください。

A. 当社はコロナ禍の状況下、従業員の安全と健康に配慮しながら開発体制を維持してきました。これまでの開発スケジュールに大きな影響はなく、引き続き新型コロナウイルスと共存しながら開発体制を構築していきます。

プラットフォームについては、コンソールやPC等、幅広いプラットフォームへ展開することで、ブランド価値や販売本数の最大化に努めています。グローバルで市場を拡大するためには、幅広いプラットフォームに対応し販売機会を最大化することが重要だと考えており、引き続き複数のプラットフォームへタイトルを供給する「マルチプラットフォーム戦略」を継続していきます。今後はより広範な国・地域への普及という観点から、PCへの対応を強化していきます。

Q. 昨今の好業績は、旧作を積極的に値下げして販売本数を拡大していることによるものだと思いますが、値下げによって利益が圧縮されるデメリットはないのでしょうか。

A. ゲームソフトのデジタル販売では、パッケージや説明書、ディスクの製造などによる原価がほぼ発生しません。そのため、仮に7,000円で発売を開始したものであっても、開発コストの償却後であれば、1,000円で販売しても十分な利益が得られます。デジタルで販売する商品を充実させ、ユーザーの皆様に幅広い価格帯でコンテンツを提供することで、様々なユーザー属性、幅広い国・地域で購入いただける環境は、当社にとって大きな機会だと考えています。

Q. 配当利回りが低すぎだと思いますが、自社株買いなど他の株主還元策はお考えでしょうか。

A. 変化の激しいゲーム業界に対応していくため、適切な投資と並行し、配当性向 30%を基本方針として、株主の皆様へ還元していきます。当社が中期目標として掲げている毎期 10%の営業増益を達成することで、今後も増配を継続できるよう努めます。自社株買いについては、現在約 20%の自社株を保有していますが、今後も諸状況を勘案しながら取得を検討していきます。

Q. 昨今ゲームといえばスマートフォン向けのアプリが主流だと思うのですが、カプコンがそういったアプリでヒットが出せていないのはなぜでしょうか。

A. 当社はハイエンドのアクションゲームの開発を強みとしていますが、操作性などの観点で、スマートフォンの環境ではまだ当社のコンテンツを十分に楽しんでいただけないのではないかと考えています。この点から、現時点では家庭用ゲームのビジネスをグローバルで展開することがより効率的な成長に繋がると考え、経営と開発のリソースを集中しています。また、当社はモバイルにおいて、継続的なマネタイズによって収益化するノウハウが不足しており、他社との協業などを通じて蓄積を図ることで、今後デバイスがより進化した時に事業を前進させられるよう、準備を進めていきます。

Q. 少子高齢化が進む日本のゲーム市場の見通しを聞かせてください。海外市場が中心となるのでしょうか。

A. 少子高齢化の一方、子供の頃からゲームで遊んでいた世代の方は、年齢を重ねても継続して遊んでいただけるのではないかと考えています。また、グローバルにユーザーが拡大している状況下、新興国では少子化問題はまだ先のことでありと予想しています。

Q. ヒット作が安定的に出せる背景について、人材以外のポイントがあれば教えてください。

A. まず一つ目に、嗜好品の世界であるゲーム業界において、「モンスターハンター」、「ストリートファイター」、「バイオオハザード」など、長年継続している IP が数多くあり、安定してヒット作が生まれやすい環境があります。二つ目は、高い技術力を持っているということです。この 40 年間、当社の特徴として、社内のクリエイターを中心にコンテンツを作り続ける土壌があり、ユーザーの皆様の要望、あるいはブランドをクリエイターが熟知したうえでコンテンツをつくり出しています。

Q. 人材戦略を進めるにあたり、競争の激しいクリエイターの確保はどのように行おうのでしょうか。職場環境の改善だけでは不十分ではないでしょうか。

A. 近年、主要産業と比較しても、ゲーム業界を選択する就活生が増加してきたと感じています。クリエイター数は 10 年前の約 1,500 人から約 2,500 人に増員しており、非常に優秀な人材が多く入社しています。また、人材はゲーム制作の要であり、より良い人材を獲得する施策として、就業環境の充実に加え、2022 年度の期初には正社員の平均基本年収 30%増を実施しました。その他、株式報酬制度の導入、業績連動度をより高めた賞与の設定などを進めています。こうした取り組みを継続することで、従業員の働き甲斐向上をはかっていきます。

Q. ゲーム依存症に対して何かしらの対策はしていますか。

A. 依存症の問題については、業界団体主導により、科学的な調査研究に基づく効果的な対策を模索することを目的に、専門性を持つ外部有識者による研究会で調査研究の企画や取りまとめが行われており、今後の調査結果を踏まえながら、対応を進めていきます。当社の取り組みとしては、小中学生を中心にゲームとの適切な付き合い方について出前授業を行っています。2000 年半ばの開始以降、約 20 年、約 2 万人の小中学生に授業を行っています。

Q. 半導体不足は貴社の業績に影響を与えていますか。

A. 当社はゲームソフトのパブリッシャーであり、直接的な影響はありません。

Q. メタバース には参入しているのでしょうか。

A. 現時点では、メタバースへの参入について明確にお伝えしていることはありません。基本的な考え方として、当社は強力な IP を保有しているため、新サービスが市場に根付き、一定の需要が確認できてから参入することが、ブランド価値と収益の最大化につながると考えています。

Q. 多様な人材を雇用しているかと思いますが、外国人労働者はどのくらいでしょうか。

A. 現時点で、約 200 名、約 30 の国・地域にわたる外国人従業員が国内のオフィスに在籍しています（従業員（単体）における外国人比率は 6.3%）。グローバルに通用するゲームコンテンツを作っていくうえで、多様性が重要であり、今後も国内外の人材が連携できる体制を構築していきたいと考えています。今期より、外国人向け従業員説明会も実施しており、個々人が納得して働ける職場環境の構築を推進しています。

Q. 同業他社に対する強みは何ですか。

A. 当社はハイエンドなアクションコンテンツを制作するゲームソフトメーカーとしては国内屈指であると自負しています。海外のトップメーカーとも競争できる技術力、充実したクリエイター陣など体制を整備しています。また、デジタル販売において旧作を活用し販売本数を拡大していくにあたり、多数の自社 IP を保有していることが有効に作用しています。さらに、デジタル販売を今後の成長の源泉と位置づけ、販売データの分析をはじめ、経営資源を多く注入してきたことも同業他社に対しての強みになっていると考えています。

以上