

2024年3月期 決算説明会

株式会社カプコン

2024年5月13日

CAPCOM

2024年3月期 決算説明会

株式会社カプコン

代表取締役社長 COO 辻本 春弘

2024年5月13日

CAPCOM

1. カプコンの経営理念

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」



世界中に
笑顔や感動を贈り
心豊かな生活に貢献



グローバルでの
ゲームユーザー拡大

平等で、貧困のない
ゲームを心から楽しめる
環境づくりに貢献



高品質コンテンツを
継続的に開発、提供
収益の安定した創出

SDGsを踏まえ、
ESGの取り組みを推進



1. カプコンの経営理念

■「大阪から世界へ」を合言葉に、創業40周年



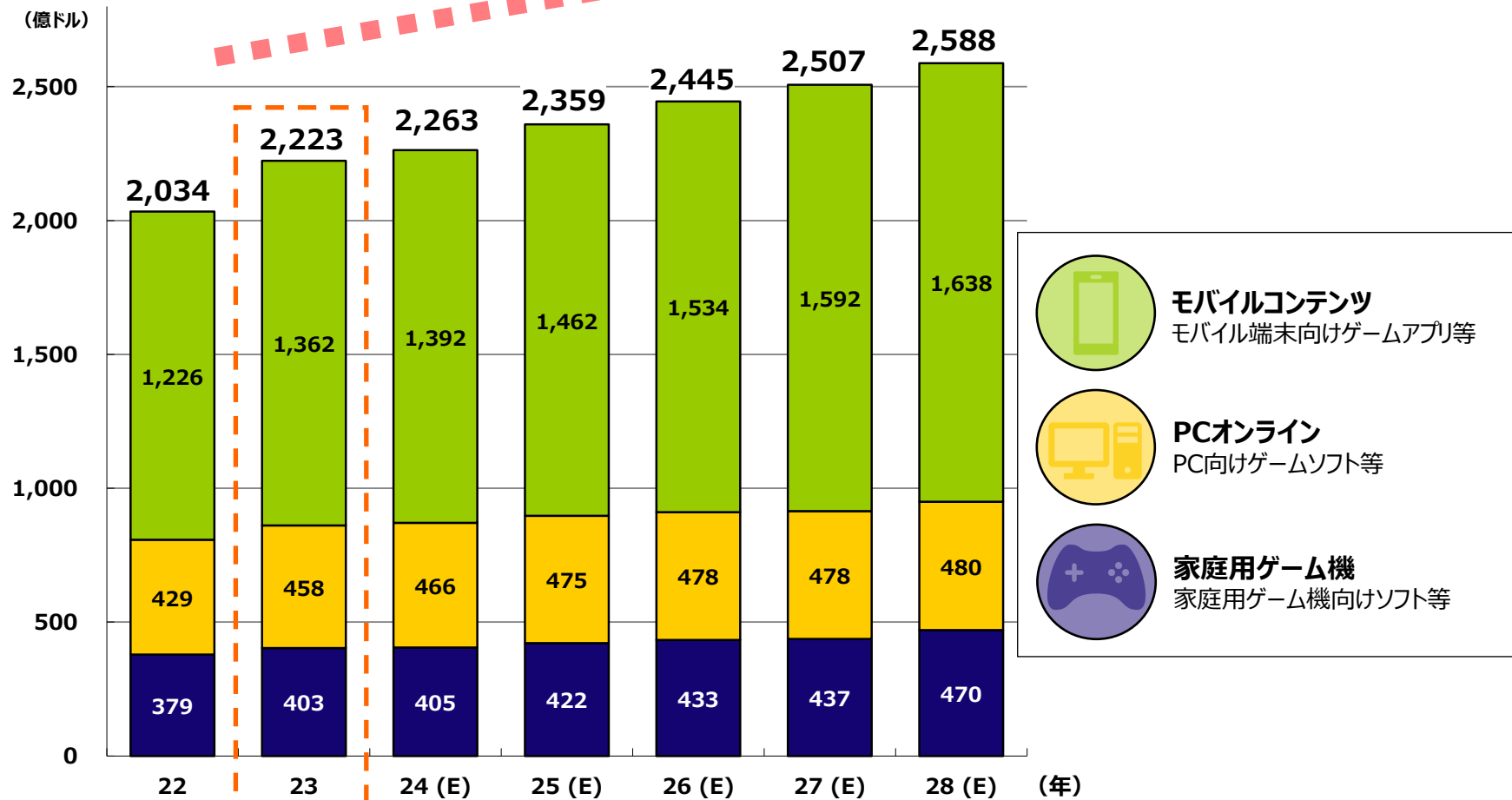
2. ゲームソフト市場概況

2. ゲームソフト市場概況 ①

■ 世界のゲームソフト市場は拡大の見通し

■ ゲームソフト市場推移

2,500億ドルを突破



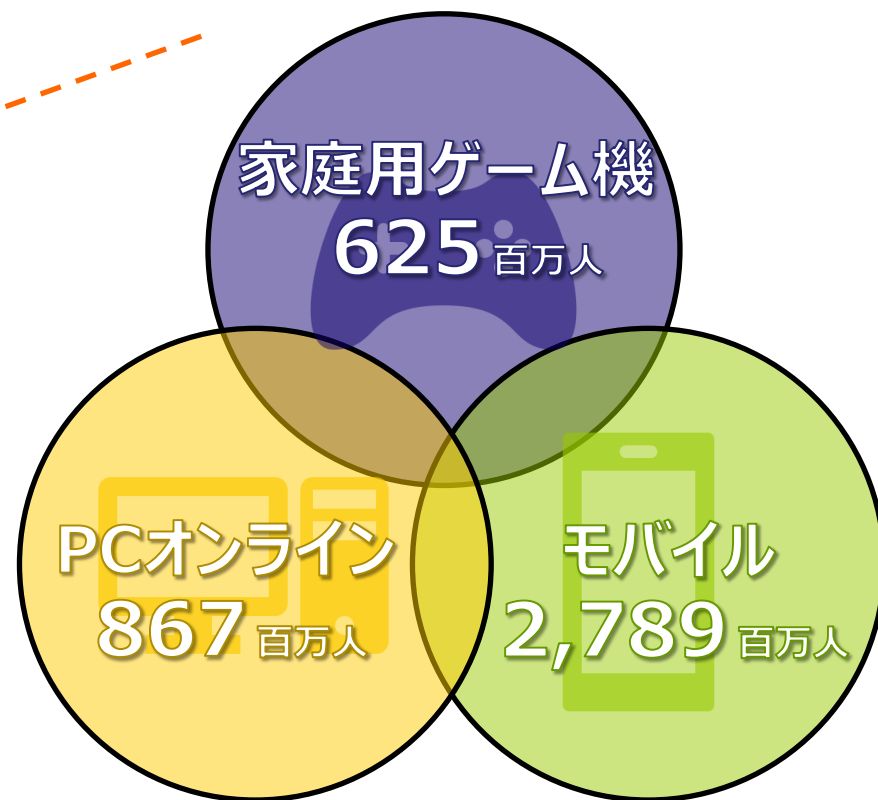
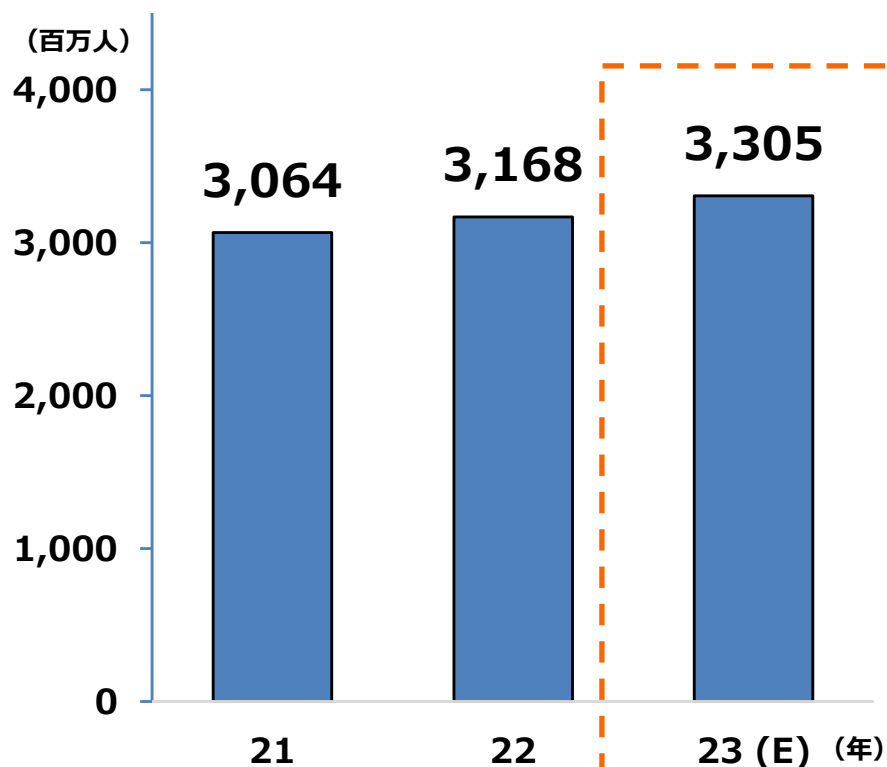
※E: 推定 ※出所 : International Development Group

2. ゲームソフト市場概況 ②

■ 世界のゲームユーザー人口が**33億人**以上へ伸びる見込み

- ・ ゲームがエンターテインメントの主流として定着
- ・ 当社のメインターゲットであるPC、家庭用ゲーム機ユーザーは約15億人規模と想定

グローバルゲームユーザー人口推移



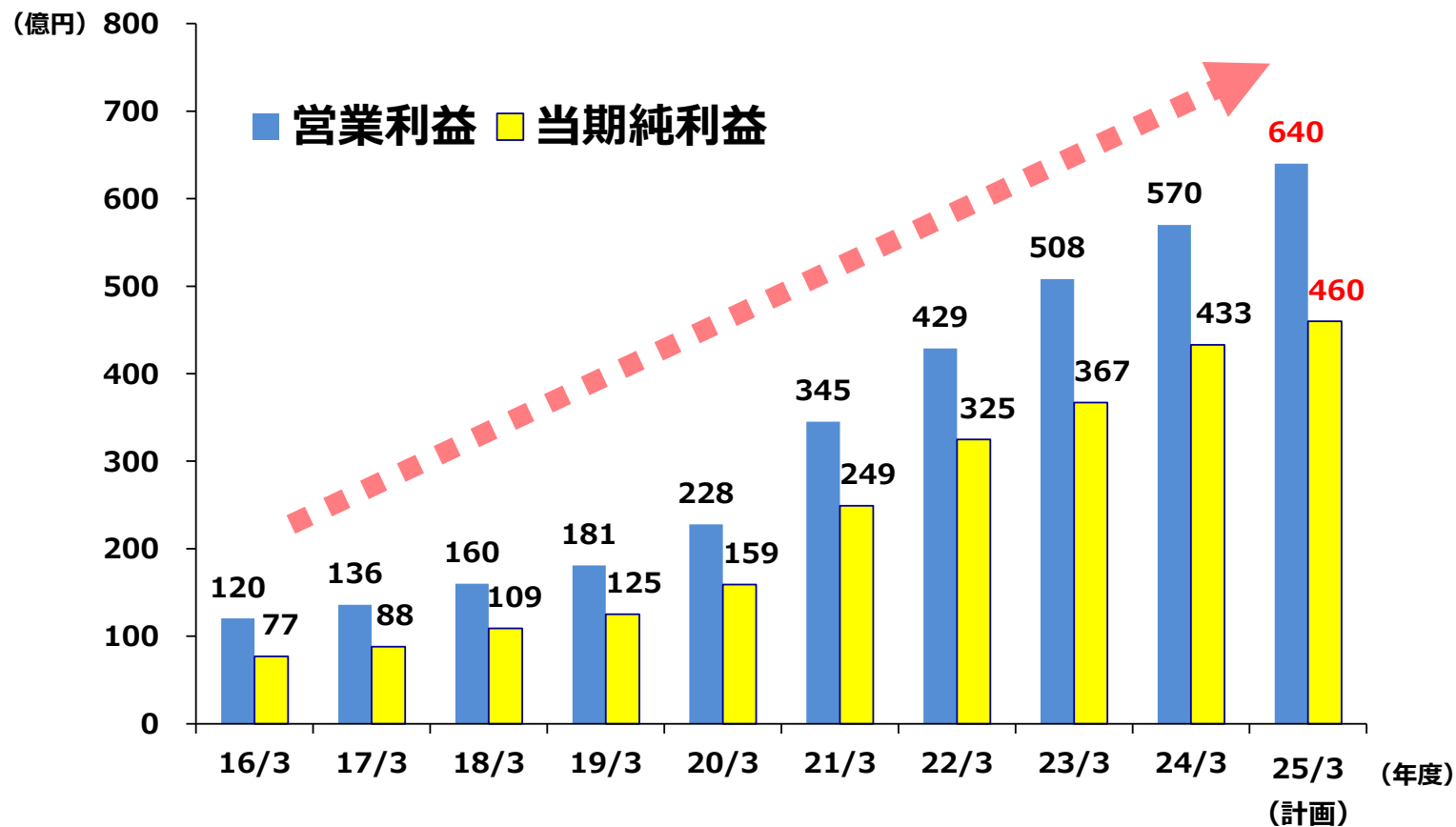
※セグメント間に重複があるため、合計が市場全体を超える

3. 中期経営目標の進捗

3. 中期経営目標の進捗 ①

■ 中期的な経営目標

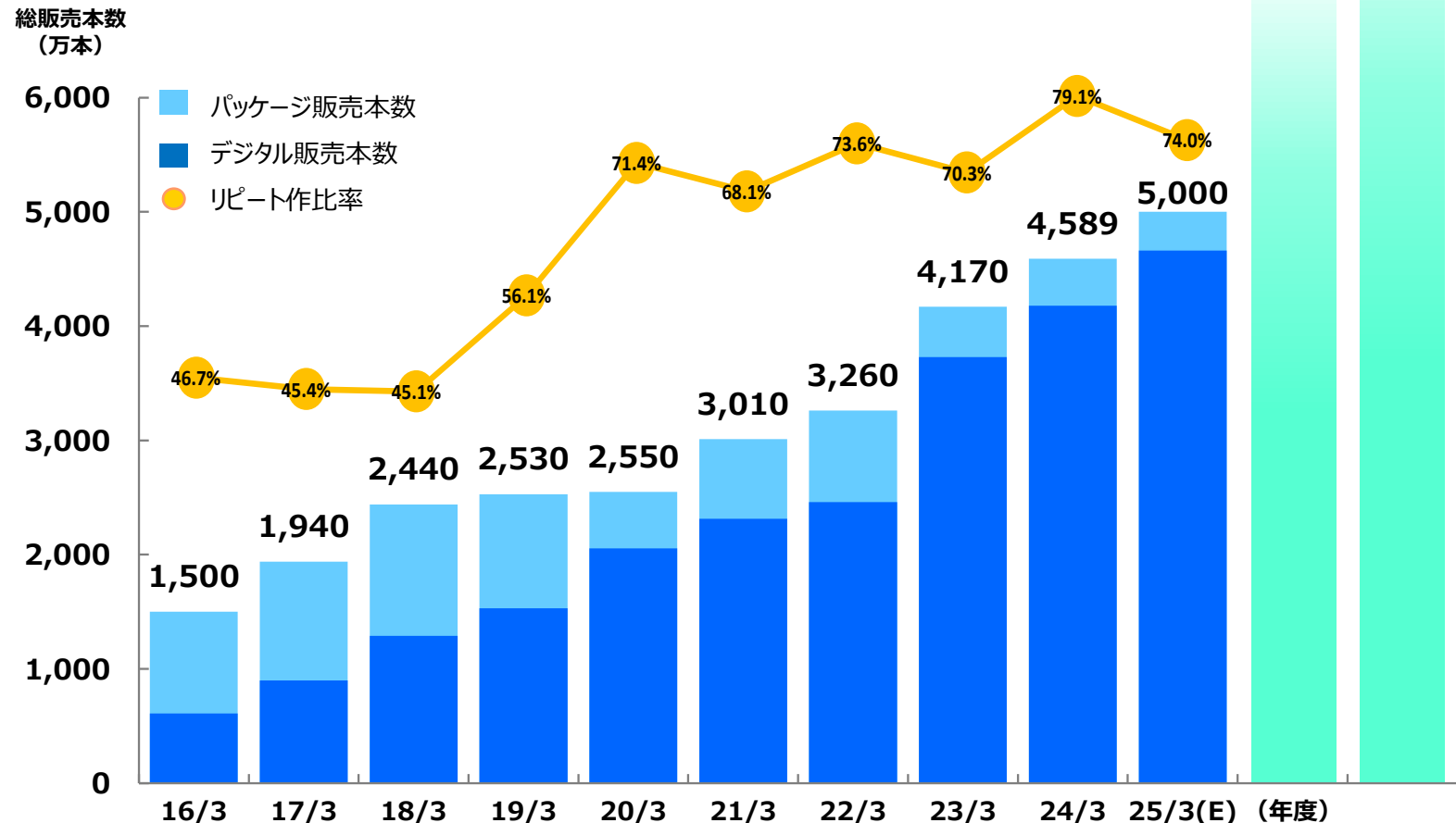
- ・ グローバルでの販売強化により、「每期、営業増益（10%）」を継続
- ・ 周辺ビジネスおよび安定事業を育成、コンシューマとの好循環を創出



3. 中期経営目標の進捗 ②

■ コンシューマ販売本数の成長

- ・ デジタル販売の伸長により、リピート作比率は高水準を維持
- ・ 長期目標：年間 1億本販売



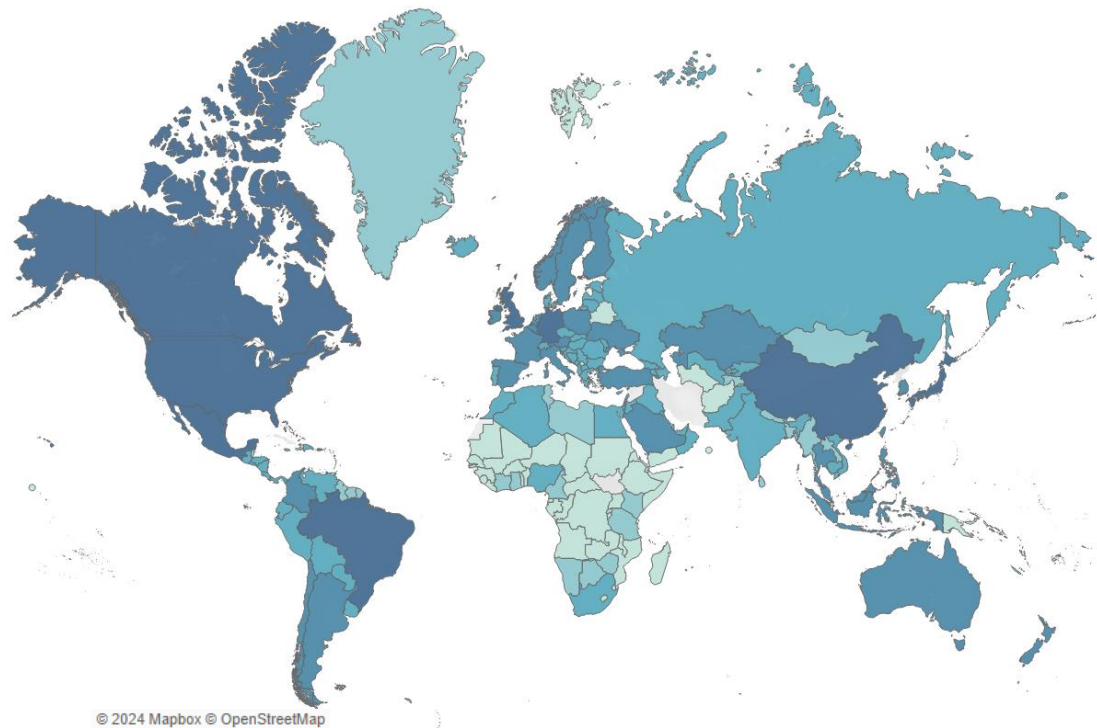
※E: 計画

3. 中期経営目標の進捗 ③

■ PC対応・デジタルマーケティング強化によるグローバル拡販の加速

- PCプラットフォーム活用を主に、**235**カ国・地域で**292**タイトルを販売（※24年3月期）
- 20年3月期比、各エリア別の販売本数は着実に成長
- 国/地域ごとのデータ分析レベルを高め、拡販戦略を推進

◆2024年3月期 コンシューマゲームソフト 国別販売本数実績



(国・地域)

凡例	年間販売本数	20年3月期	24年3月期
	100万本以上	4	8
	10万本以上	15	28
	1,000本以上	64	71
	100本以上	46	54
	100本未満	86	74
	合計	215	235

3. 中期経営目標の進捗 ④

【参考】エリア別販売本数の推移（過去5年）

- ・ 全エリアともに着実に成長
- ・ 特にアジア/中南米/中東等、新興エリアでは200%を超える伸び率

	20/3			21/3			22/3			23/3			24/3			5年成長
	実績	構成比	前年比	実績	構成比	前年比	実績	構成比	前年比	実績	構成比	前年比	実績	構成比	前年比	FY19→23
総計	25,500	100%	101%	30,100	100%	118%	32,600	100%	108%	41,700	100%	128%	45,893	100%	110%	180%
①北米	9,000	35%	89%	10,700	36%	119%	11,700	36%	109%	12,600	30%	108%	13,900	30%	111%	155%
②欧州	6,000	24%	93%	7,050	23%	114%	7,800	24%	111%	8,000	19%	103%	9,500	21%	118%	153%
③アジア	4,000	16%	99%	3,550	12%	82%	3,890	12%	109%	7,700	18%	199%	9,100	20%	118%	209%
④日本	4,050	16%	110%	5,750	19%	142%	5,500	17%	96%	8,200	20%	149%	7,790	17%	95%	192%
⑤中南米	1,500	6%	163%	2,300	8%	139%	2,800	9%	122%	4,200	10%	150%	4,450	10%	104%	266%
⑥オセアニア	350	1%	112%	350	1%	95%	480	1%	137%	600	1%	130%	650	1%	109%	185%
⑦中東	150	1%	65%	180	1%	124%	250	1%	137%	340	1%	133%	400	1%	120%	270%
⑧アフリカ	40	0%	111%	40	0%	106%	50	0%	109%	60	0%	122%	80	0%	134%	189%

※上記表の実績は四捨五入した概数です。そのため、前年比の比率は表示実績と一致しない場合があり、同様に総計が合わない場合があります。

3. 中期経営目標の進捗 ⑤

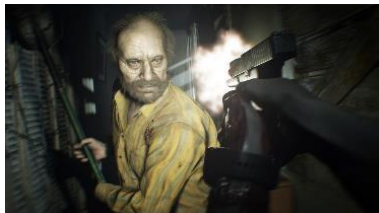
■ 高品質タイトルの長期販売

- 主要IPは、新作時に加え、高収益のリピート作として、息長く貢献

(万本)

	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	累計販売 本数	25/3 (計画)
バイオハザード7 レジデント イービル	350	160	120	100	150	180	120	130	1,330	リピート タイトルとして 引き続き貢献
モンスターハンター：ワールド*		790	450	450	230	170	140	280	2,530	
バイオハザード RE:2			420	240	160	140	220	200	1,390	
モンスターハンターワールド： アイスボーン				520	240	140	100	230	1,260	
バイオハザード RE:3					390	110	190	170	870	
モンスターハンターライズ					480	410	370	190	1,470	
バイオハザード ヴァレツジ						610	180	180	980	
モンスターハンターライズ： サンブレイク							540	220	770	
バイオハザード RE:4							370	330	700	
ストリートファイター6								330	330	
ドラゴンズドグマ 2								260	260	

※万本単位切捨て ※2024年3月末時点 *『モンスターハンターワールド：アイスボーン マスターエディション』を含む



『バイオハザード7 レジデント イービル』
発売後8期連続で100万本以上販売



『モンスターハンター：ワールド』
当社史上最高本数を更新中



『バイオハザード RE:4』
長期的な貢献に期待

3. 中期経営目標の進捗 ⑥

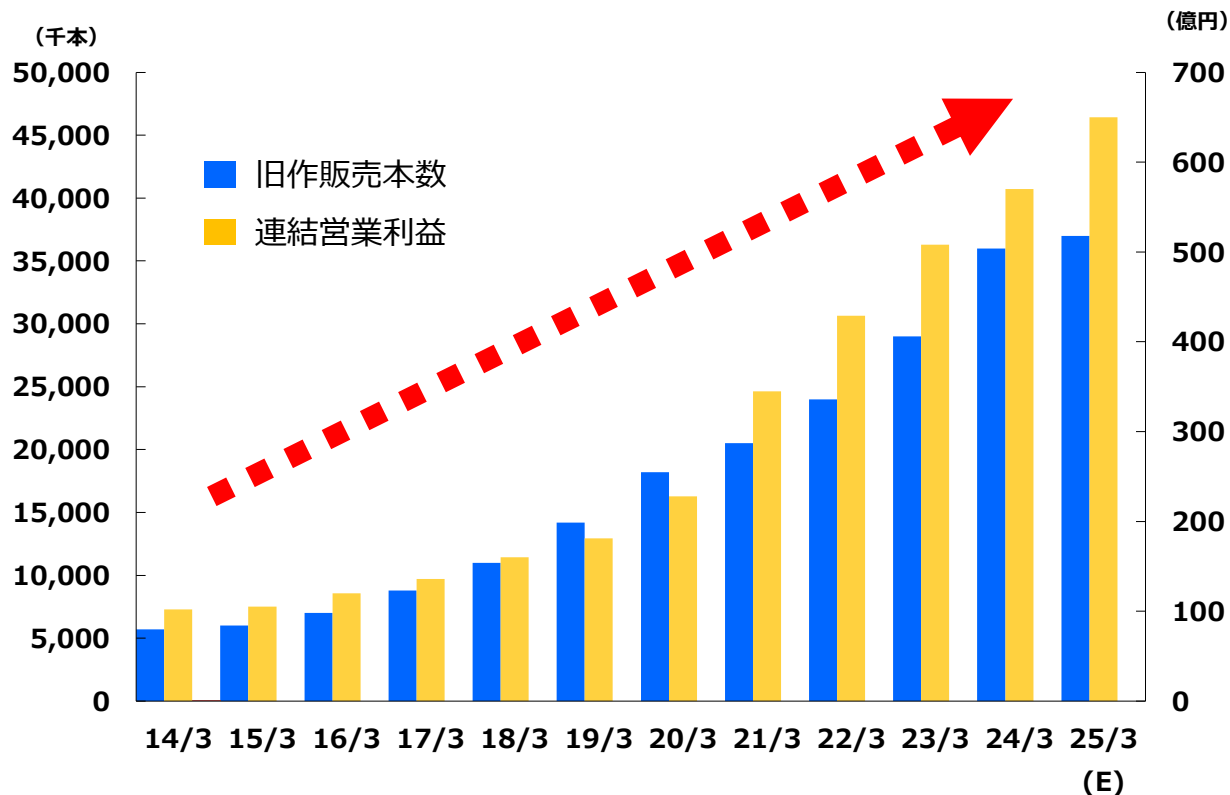
■ 旧作の伸長が、利益成長のドライバに

- ・ I. 「販売地域拡大」 + II. 「高品質タイトルの長期販売」

⇒ 旧作販売本数は10年間で6倍以上成長（※24/3期：3,600万本 vs 14/3期：570万本）

⇒ 収益性の高い旧作の伸長は、連結営業利益の成長ドライバに

◆ 旧作販売本数および連結営業利益の推移



4. 持続的成長に向けた経営戦略

4. 持続的成長に向けた経営戦略 ①

■ 人材投資戦略

- ・ 中長期の持続的成長に向け、CHOのもと人材投資戦略を推進

【2023年3月期～の実施策】

(1) 平均基本年収30%増額・株式報酬制度導入 ※正社員を対象
業績連動性をより高めた賞与制度の設定
新卒初任給を30万円へ引き上げ（+6.5万円） ※FY25より

(2) 従業員向け各種セミナーの実施し、
従業員のエンゲージメントを着実に向上

(3) 2029年までに男女間賃金格差を88%以上、
男性育休取得比率を85%以上を目指す

- ・ 従業員の貢献意欲や士気を一層高めるとともに、働きやすい環境の更なる整備、人材の確保・育成を推し進め、生産性を向上
- ・ 開発者2,675名体制をさらに拡充へ



4. 持続的成長に向けた経営戦略 ②

■ グローバルでのブランド力強化

- ・映像コンテンツへの対応強化、eスポーツ振興、スポンサーシップ等の推進により、230超の国・地域へのブランド浸透を加速



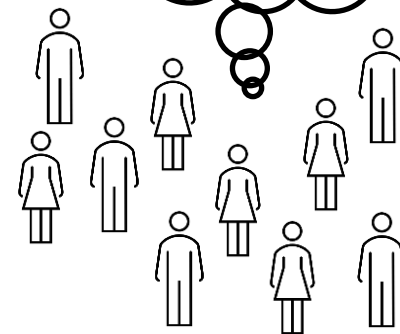
カプコンピクチャーズ設立
『ストリートファイター』新実写映画の制作他



Courtesy of Netflix
Netflixアニメシリーズ『鬼武者』
11月より全世界配信



モバイルアプリ
『Monster Hunter Now』
1,500万回DLを突破※
(ライセンスタイトル)



グローバルで
ゲーム購買層を拡大

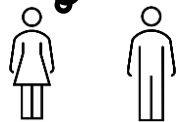


eスポーツ振興



人気スポーツへのスポンサード

ゲーム…?



4. 持続的成長に向けた経営戦略 ③

■ 周辺事業の拡充

- ・アミューズメント施設事業やアミューズメント機器事業等、
周辺事業の拡充による連結収益の下支え



カプセルラボ 原宿竹下通り店
23年12月15日オープン



プリマート / カプセルラボ 三宮店
24年3月20日オープン



オンラインキャッチャーを強化



スマスロ『バイオハザード ヴィレッジ』
ECサイトで直接ホールへ販売

5. 2025年3月期 業績予想

5. 2024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、
12期連続の営業増益を目指す

(億円)

	24/3 実績						25/3 計画					
	上期	増減率	下期	増減率	通期	増減率	上期	増減率	下期	増減率	通期	増減率
売上高	749	53%	774	1%	1,524	21%	570	-24%	1,080	39%	1,650	8%
営業利益	338	55%	232	-20%	570	12%	200	-41%	440	89%	640	12%
営業利益率	45.2%	-	30.0%	-	37.5%	-	35.1%	-	40.7%	-	38.8%	-
経常利益	361	57%	232	-18%	594	16%	190	-48%	440	89%	630	6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	252	57%	180	-12%	433	18%	140	-45%	320	77%	460	6%

※増減率は対前年同期比

- デジタルコンテンツ事業をはじめ、各事業の成長により、増収増益を見込む
- 上期下期割合は各新規タイトルの発売時期を考慮し、下期偏重となる見込み
- 1株当たり予想当期純利益 109円98銭
- 配当は 中間 18円、期末 18円の年間 36円を予定

5. 2024年3月期 連結業績予想 ②

デジタルコンテンツ事業が成長を牽引 全セグメントで増収増益を見込む

(億円)

	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3 計画	増減
デジタルコンテンツ							
売上高	599	753	875	981	1,198	1,250	51
営業利益	241	370	453	535	598	669	70
販売本数 (千本)	255	301	326	417	458	500	41
アミューズメント施設							
売上高	120	98	124	156	193	220	26
営業利益	12	1	6	12	18	21	2
アミューズメント機器							
売上高	65	70	57	78	90	126	36
営業利益	20	24	23	34	41	47	6
その他							
売上高	30	30	43	43	42	53	10
営業利益	5	9	15	14	8	16	7

- 新作大型タイトルを投入予定、全世界でプロモーション施策を実施
- 映像を含めたブランディング認知度向上を推進
- 販売本数は過去最多を計画。デジタル戦略のもと、新作・旧作をグローバルで拡販



CAPCOM