



株式会社カプコン
(東証・大証一部:9697)

2010年3月期
事業戦略および計画

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、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、家庭用ゲームソフト開発の進捗状況、家庭用ゲーム機の普及動向、海外市場の売上状況、株価、為替動向、他社との開発、販売、業務提携、市場環境の変化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。

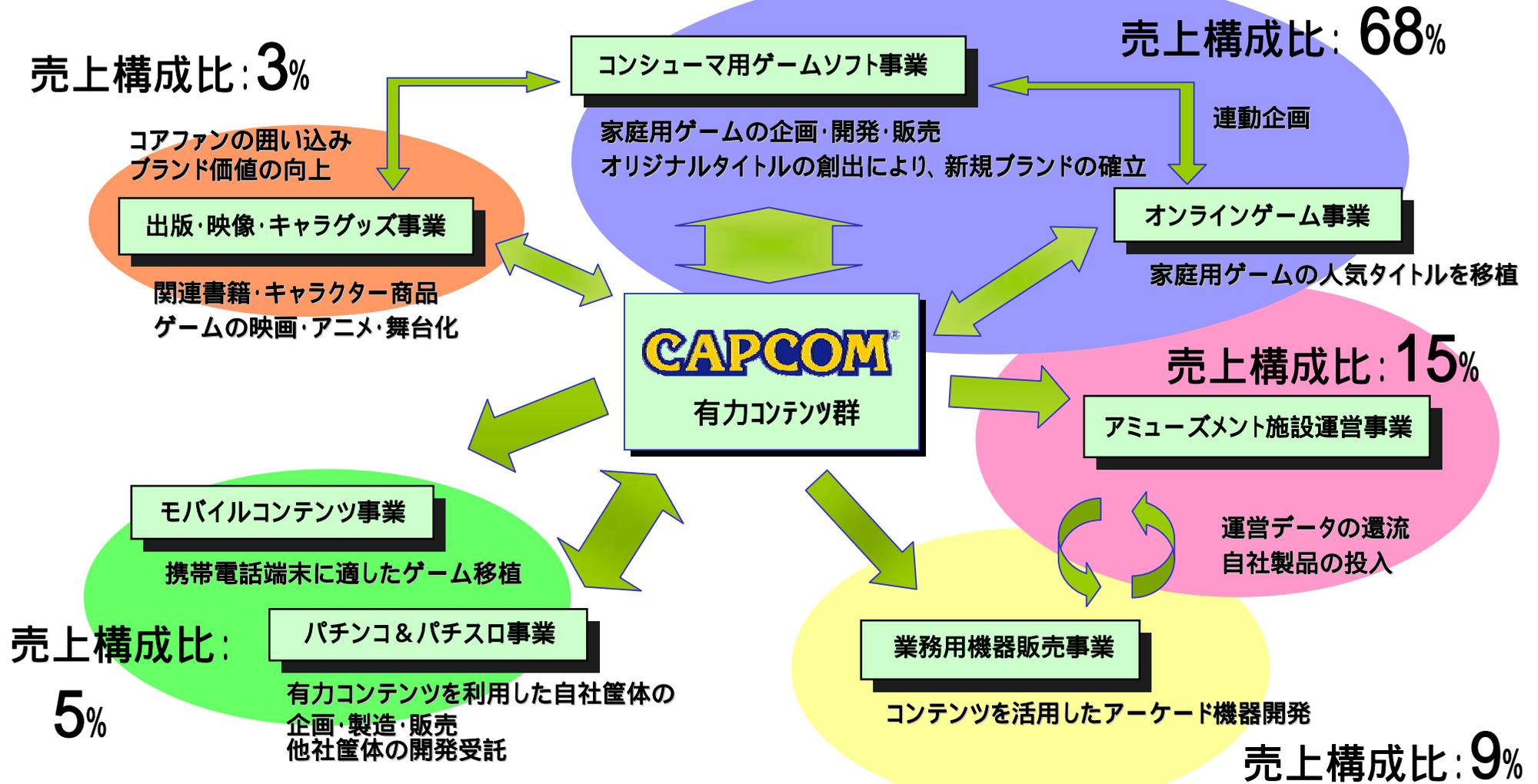
< 目次 >

- 1 . カプコンの経営戦略 …… P3
- 2 . コンシューマ用ゲームソフト事業 …… P8
- 3 . アミューズメント施設運営事業 …… P19
- 4 . 業務用機器販売事業 …… P24
- 5 . コンテンツエキスパンション事業 …… P27
- 6 . その他事業 …… P32
- 7 . 2010年3月期 業績予想 …… P34

1. カプコンの経営戦略

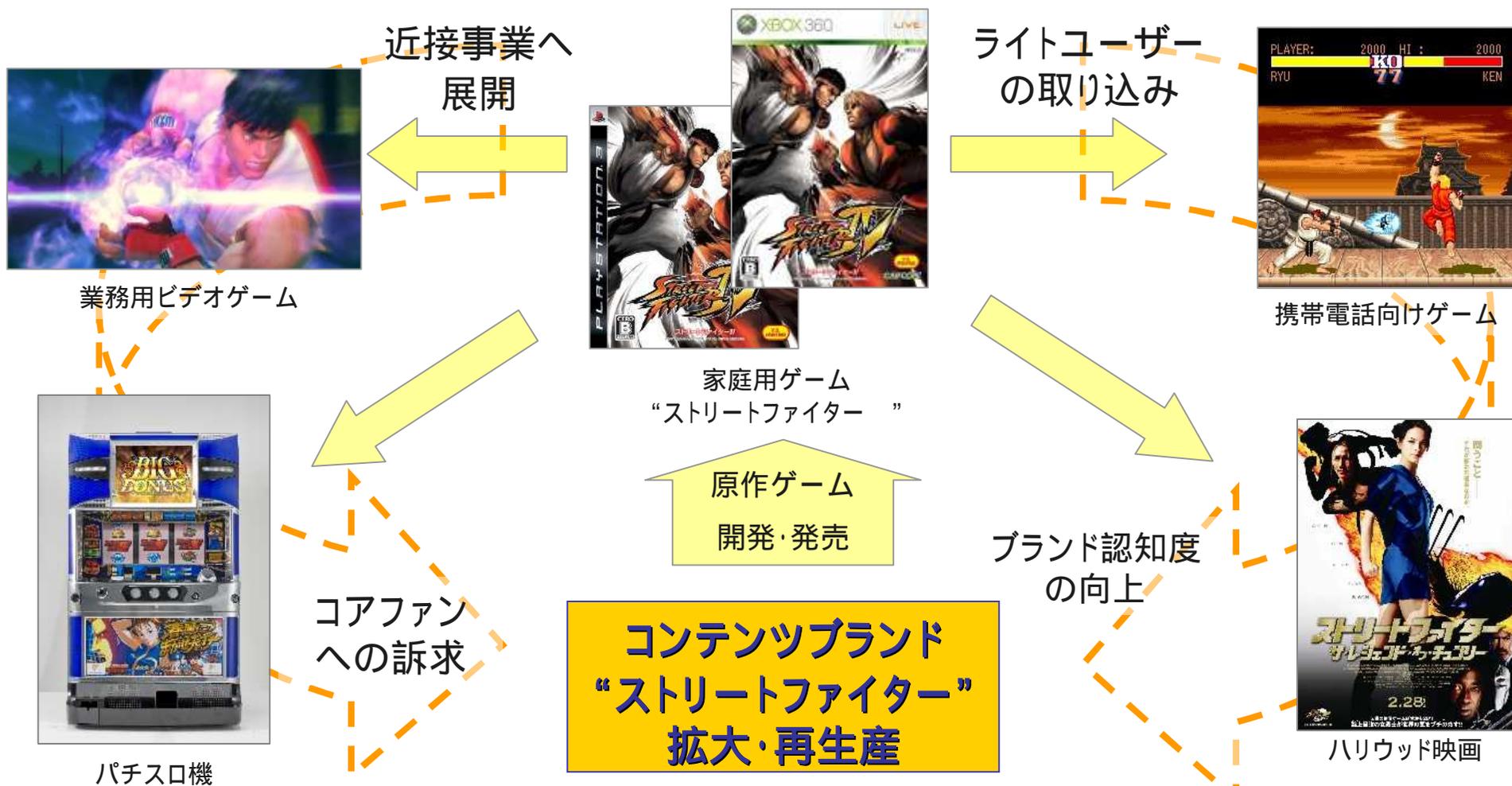
1-1. 当社の事業展開

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



1-2. 事業展開例「ストリートファイター」

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している



© CAPCOM CO., LTD. / Based on Capcom's Street Fighter Video Games

CAPCOM

1-3. 当社の競争力

家庭用ゲームのタイトルブランドを数多く所有し、
グローバルで高い人気を誇る

1. 強力なタイトルラインナップ

(1) 家庭用ゲームソフト市場での成功と、水平展開の鍵である自社コンテンツを数多く保有

- | | |
|-------------------------|---------------------------|
| ・「バイオハザード」シリーズ 4,000万本 | ・「ストリートファイター」シリーズ 2,700万本 |
| ・「デビルメイクライ」シリーズ 1,000万本 | ・「モンスターハンター」シリーズ 850万本 |
| ・「ロストプラネット」シリーズ 270万本 | ・「デッドライジング」シリーズ 190万本 |

2009年3月31日時点

2. 海外を中心とした事業展開力

(1) 成長が見込める北米・欧州市場で着実にダブルミリオンヒットを輩出

(2) トップタイトルの売上構成比 海外：国内 = 90：10 (2009年3月31日時点)

3. 世界有数のゲーム開発力と技術力

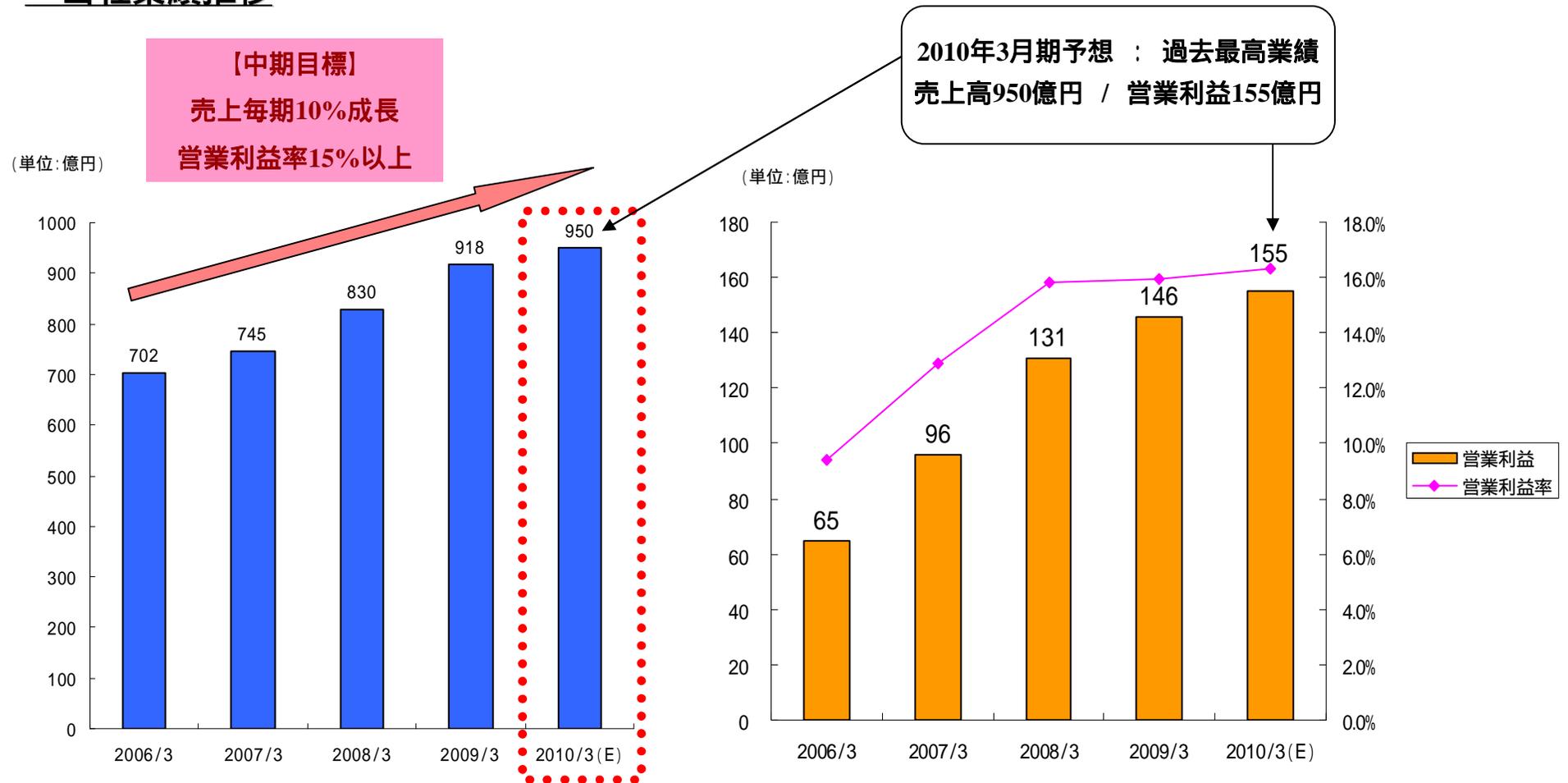
(1) 有力シリーズのみに依存せず、新規オリジナルコンテンツを毎年創出し、更なる事業成長の基盤を開拓

(2) ゲーム開発の基礎研究にも力を入れ、マルチプラットフォーム対応を実現する最先端の自社製開発環境「MTフレームワーク」を運用中

1-4. 過年度業績推移

構造改革を経て、売上・利益ともに3年連続で伸長
2009年度もコンテンツの多面展開により持続的成長を見込む

当社業績推移



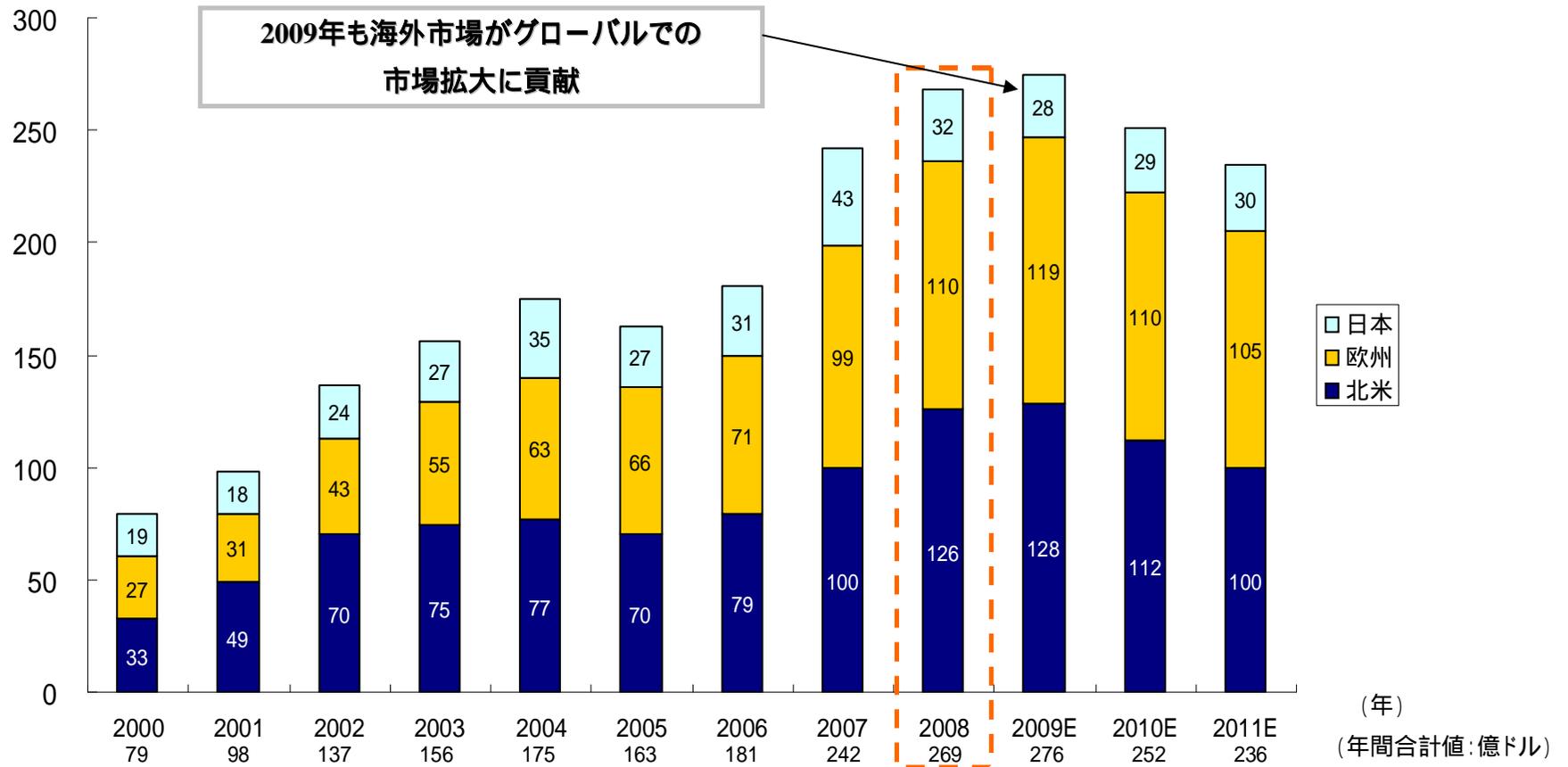
2. コンシューマ用ゲームソフト事業

2-1. 市場概況 ゲームソフト市場規模

2008年は、国内市場は縮小するものの
海外市場の貢献により、マーケットは全体として拡大を続けた

ゲームソフト市場規模推移

(単位:億ドル)



E: 推定 Estimate 出所: International Development Group

2-2. 市場概況 国内市場シェア(2008年)

「モンスターハンターポータブル 2nd G」が国内最大の
ヒットを記録し、市場シェア・順位ともに向上

日本市場シェア (2008年)

(単位:百万円)

メーカー	販売金額	シェア	シェア増減
1. 任天堂	95,000	28.9%	0.5%
2. バンダイナムコゲームス	47,000	14.2%	3.6%
3. コナミ	29,000	8.7%	1.3%
4. カプコン	24,000	7.3%	0.3%
5. スクウェア・エニックス	20,000	6.1%	-4.4%
6. セガ	15,000	4.6%	0.4%
7. ポケモン	15,000	4.6%	1.1%
8. ソニー	9,000	2.8%	0.0%
9. コーエー	9,000	2.7%	-0.5%
10. レベルファイブ	6,000	1.7%	-
その他	-	18.4%	-1.1%
合計	-	100.0%	-

出所: エンターブレイン

2-3. 市場概況 北米・欧州市場シェア(2008年)

海外市場では、期間内に大型タイトルの発売がなく、
順位・シェアともに落とす結果となった

北米市場シェア(2008年)

(単位:千ドル)

メーカー	販売金額	シェア	シェア増減
...
18.カプコン	102,353	0.93%	-0.50%
			-
合計			-

Source: The NPD Group/ Retail Tracking Service

* 他社データは情報提供会社の要請により非開示

欧州(英国)市場シェア(2008年)

(単位:千ドル)

メーカー	販売金額	シェア	シェア増減
1.任天堂	587,908	17.7%	1.9%
2.エレクトロニックアーツ	476,150	14.4%	-3.8%
3.アクティベーション	326,700	9.9%	1.4%
4.UBIソフト	294,080	8.9%	-0.5%
5.セガ	234,558	7.1%	1.8%
6.テイクツー	233,832	7.1%	-
7.THQ	164,527	5.0%	-1.4%
8.マイクロソフト	133,678	4.0%	-2.0%
...
20.カプコン	27,237	0.8%	-0.6%
その他		25.1%	-
合計		100.0%	-

compiled by Chart-Track, copyright ELSPA (UK) Ltd.

2-4. コンシューマ用ゲームソフト事業 事業戦略

経営目標を達成するため、3つの事業戦略を推進し、
事業改革を経て構築した多彩な強みで具現化

中期経営目標

市場規模に対応し、海外売上比率65%を目指す

1.ハード戦略

・マルチプラットフォームの推進

2.ブランド戦略

・新フランチャイズの創出
・ゲームジャンルの拡大

3.グローバル戦略

・海外開発の推進
・海外営業組織の強化

60ヶ月マップ

・上記戦略を、5年間を見通した中期タイトル
マップ上に配置し、常にローリング

MTフレームワーク

・Xbox360、PS3、PCの3機種向けタイトルの
開発共通化・同時発売を実現

営業組織の強化

・直販体制の拡大、小売店店頭の支配力
タイトルに合わせたPRで強い組織を構築

2段階開発承認制度

・試作開発、本開発それぞれの承認会議で、
クオリティと収益性を厳しく審査

2-5. コンシューマ用ゲームソフト事業 前期施策

国内外における戦略的なタイトル投入により 幅広いユーザー層を獲得

1. 海外での大型フランチャイズの成功

戦略的なタイトル投入により海外マーケットでの販売本数を拡大

- ・「ストリートファイター 」、 「バイオハザード5」の2タイトルで合計約700万本を出荷、海外売上構成比は90%と市場構成比に合致
- ・海外出荷本数合計は前期比約30%の増加(1,100万本)
- ・過去ブランドの再構築を推進し、「ストリートファイター」シリーズの復活に成功
- ・成長市場である北米・欧州において、当社の主力ユーザーであるコアファン層を拡大

2. 国内での「モンスターハンター」シリーズの躍進

「モンスターハンターポータブル 2nd G」が累計300万本を突破 ベスト版含む

- ・2008年の国内販売本数第1位となり、日本を代表するタイトルとして不動の地位を築く
- ・戦略的な廉価版の投入が奏功し、販売も50万本を超える
- ・カジュアル層(中高生・親子など)を獲得し、ユーザー層の裾野を広げる

2-6. コンシューマ用ゲームソフト事業 タイトル販売実績

大型シリーズの世界的なヒットにより3作品がダブルミリオン達成
グローバルなブランド力を顕著に現す結果となった

2009年3月期 主要タイトル販売実績

(単位:千本)

タイトル名	地域	発売日	実績	合計
X360 PS3 バイオハザード 5	日本	09/3/5	750	4,400
	北米	09/3/13	1,950	
	欧州	09/3/13	1,700	
X360 PS3 ストリートファイター	日本	09/2/12	250	2,500
	北米	09/2/17	1,400	
	欧州	09/2/20	850	
PSP モンスターハンターポータブル 2nd G (リピート販売) ベスト版含む	日本	08/3/27	2,200	2,200
PS3/PS2 X360/Wii PC Moto GP 08	北米	08/10/24	140	620
	欧州	08/10/24	480	

日本には、アジア地域を含む

「Moto GP 08」の発売日は、初回(PS3、PS2、Xbox 360版)の日付を記載

2-7. コンシューマ用ゲームソフト事業 今期展開

収穫期を迎えるゲーム市場に対して全ハードで大型タイトルを投入
海外向けソフト開発を加速し、海外売上を伸ばす

1. プラットフォーム戦略

(1) 大型タイトルはPS3、Xbox 360、PCのマルチプラットフォームへ展開

- ・ 共通開発技術「MTフレームワーク」により、主力大型タイトルはPS3、Xbox 360等据置機マルチプラットフォーム対応を前提
- ・ マルチプラットフォーム対応は、ハード普及率の地域差に関わらず最大多数のユーザーに当社タイトルを提供する最適な手段

グローバルでユーザーを獲得する機会逸失を軽減

(2) 普及台数が圧倒的なWiiへも主力シリーズを投入

- ・ 今期Wii向けタイトル販売予定

「モンスターハンター3(トライ)」、「バイオハザード/ダークサイド・クロニクルズ」
を含め9タイトル

- ・ その他携帯機向けのゲーム開発も継続

NDS「逆転検事」、PSP「モンスターハンターポータブル 2nd G」(海外版)の投入
その他人気シリーズの展開あり

2-8. コンシューマ用ゲームソフト事業 今期展開

2. 海外戦略

(1) 海外ユーザーニーズに合致したタイトル開発を推進

- ・既存フランチャイズの定期的な投入
今期「ロストプラネット2」、「バイオハザード/ダークサイド・クロニクルズ」など海外での評価が高いシリーズ作品を投入
- ・過去シリーズのリメイクによる再ブランド化
「バイオニックコマンドー」、「Marvel vs. Capcom 2」など過去の海外人気作を再活性化し、シリーズの固定ファンおよび新規ユーザーの獲得により新たなパイプラインに組み込む
- ・海外スタジオと提携した新作タイトルの開発を促進
海外開発会社との提携により、現地の嗜好に合ったタイトルラインナップの増加
「Dark Void」、「Spyborgs」など

(2) 海外マーケティング・販売体制の強化

- ・フランスの子会社が本格稼働し、欧州地域での規模拡大に貢献
- ・欧米マーケティング人員の拡充による海外組織体制の強化
- ・各ハードメーカーと提携し、プロモーション活動など一体化した協力体制を構築

2-9. コンシューマ用ゲームソフト事業 タイトル販売計画

2010年3月期 主要タイトル販売計画

(単位:千本)

タイトル名	地域	発売日	計画
X360 ほか ロスト プラネット 2	全世界	今期予定	2,700
Wii モンスターハンター3(トライ)	日本	2009年夏	2,000
	北米	今期予定	
	欧州		
X360 PS3 PC Dark Void	北米	2Q	2,000
	欧州	2Q	
PSP モンスターハンターポータブル 2nd G (海外版)	北米	今期予定	900
	欧州		
X360 PS3 バイオハザード5 (リピート販売)	日本	09/3/5	800
	北米	09/3/13	
	欧州	09/3/13	

日本には、アジア地域を含む



モンスターハンター3(トライ)



Dark Void

2-10. コンシューマ用ゲームソフト事業 計画

全ハードに主力ソフトを投入し、引き続き堅調な事業成長を
図ることで、マーケットシェアを向上

コンシューマ用ゲームソフト事業 計画

(単位:百万円)

	2008/3	2009/3	2010/3計画	増減
売上	51,679	62,892	65,600	2,708
営業利益	11,609	16,392	16,700	308
営業利益率	22.5%	26.1%	25.5%	-0.6%

(単位:千本)

タイトル数	106	110	79	-31
日本	7,100	6,300	4,500	-1,800
北米	4,700	6,000	7,500	1,500
欧州	3,450	4,500	6,700	2,200
アジア	350	500	300	-200
合計	15,600	17,300	19,000	1,700

(内訳)

(単位:千本)

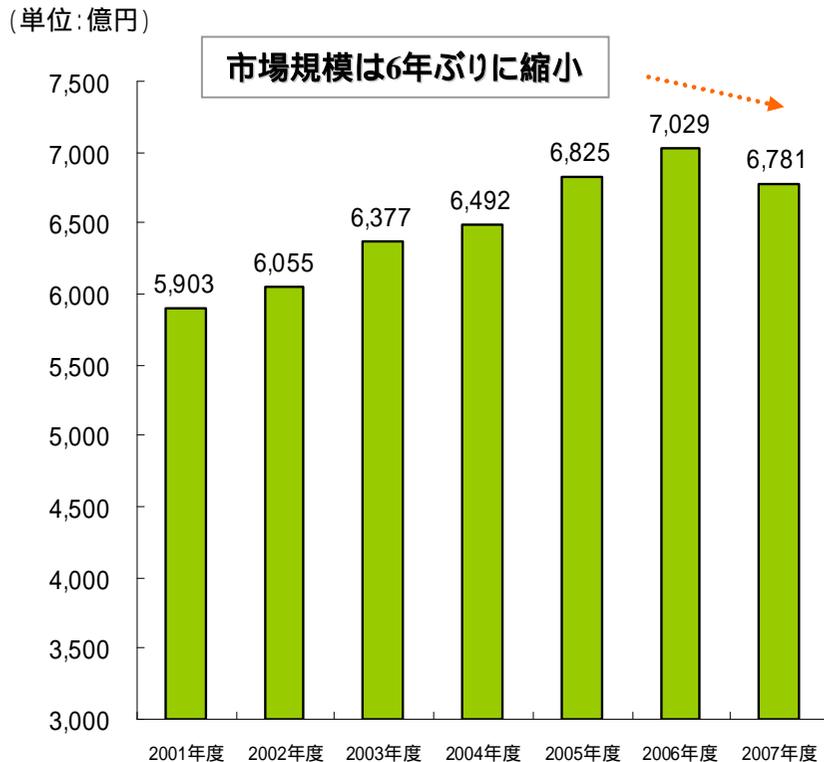
他社タイトル	1,650	1,350	500	-850
旧作・廉価版	4,550	5,400	4,600	-800

3. アミューズメント施設運営事業

3-1. アミューズメント施設運営事業 市場分析

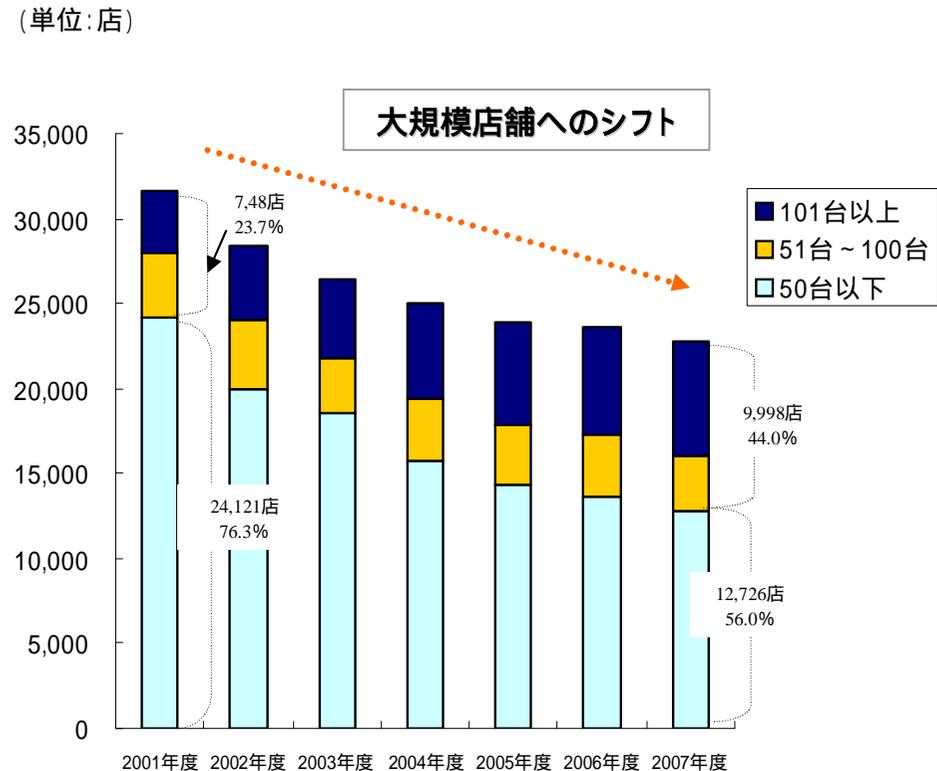
景気後退・家庭用ゲームへの顧客流出・
人気機種不在などが重なり、市場は縮小傾向

アミューズメント施設市場推移



出所: 「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

店舗数推移 (設置機器台数別)



出所: 「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

3-2. アミューズメント施設運営事業 同業他社比較

各社とも収益悪化に苦しむ中、
コスト削減により営業黒字を確保

アミューズメント施設事業売上高(2009年3月期 第3四半期)

(単位:百万円)

	売上高	シェア率	営業利益	営業利益率	前年売上比
イオンファンタジー	35,572	20.4%	1,927	5.4%	-1.1%
カプコン	10,039	5.7%	113	1.1%	4.8%
バンダイナムコ	59,096	33.8%	48	0.1%	-12.1%
セガサミー	54,422	31.2%	-4,970	-9.1%	-21.4%
アドアーズ	15,504	8.9%	538	3.5%	8.1%
主要5社合計	174,633	100.0%	-	-	-

出所: 各社最新決算短信および補足資料(イオンファンタジーは2009年2月期第3四半期決算)

3-3. アミューズメント施設運営事業 戦略

投資の抑制および徹底したコスト削減により効率的な
事業運営体制を再構築し、収益性の改善を目指す

アミューズメント施設運営事業 事業戦略

(1) 既存店の運営体制の見直し

- ・徹底した固定費の削減により、市況回復時に向けた
筋肉質のオペレーション体制を構築
- ・投資機器を峻別し、設備投資額を削減

(2) 出店・退店の抑制

- ・大幅なスクラップ&ビルドは前期に完了(出店6店舗、退店8店舗)
- ・今期は出退店とも縮小し、市場動向を見極める
- ・今期出店0店舗、退店1店舗の予定

3-4. アミューズメント施設運営事業 計画

今期は出店を見合わせるとともに、既存店の体制の再構築に尽力し、利益率の改善を目指す

アミューズメント施設店舗数推移

(単位:店)

	2007/3	2008/3	2009/3	2010/3計画
出 店	6	9	6	0
退 店	3	0	8	1
総店舗数	33	42	40	39

2009年5月現在店舗内訳 SC型店舗 33店
 ロードサイド型店舗 6店
 その他 1店舗



「ブラサカブコン大曲店」

アミューズメント施設運営事業 計画

(単位:百万円)

	2008/3	2009/3	2010/3計画	増減
売 上	13,406	13,509	13,000	-509
営業利益	753	224	500	276
営業利益率	5.6%	1.7%	3.8%	2.1%
既存店売上前年比	86%	85%	93%	8%



「ブラサカブコン稲沢店」

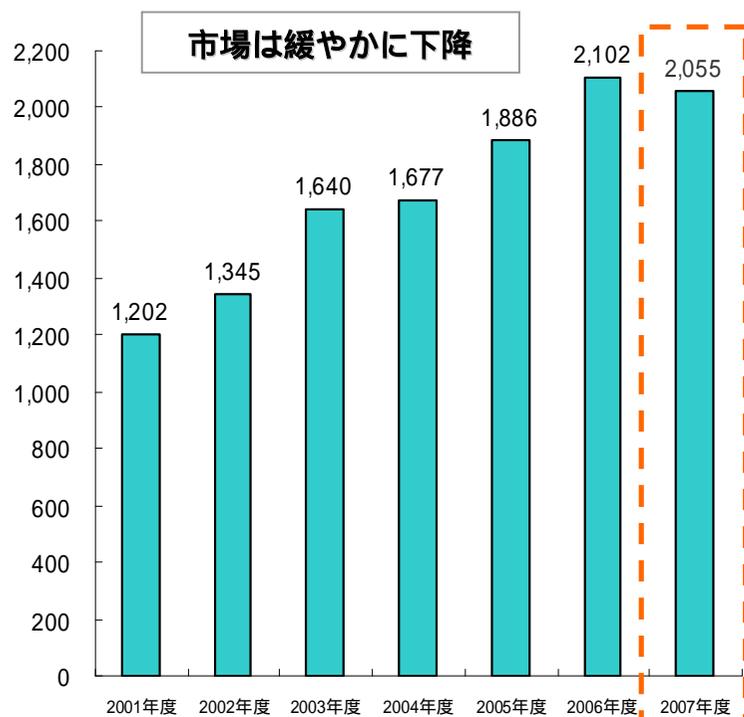
4 . 業務用機器販売事業

4-1. 業務用機器販売事業 市場分析

アミューズメント施設市場と連動し、市場は縮小傾向
機種構成の変化によりプライズ・メダルゲーム機は減少

業務用機器市場規模

(単位:億円)



出所:「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

機種別販売高推移

(単位:億円)

	2007/3	2008/3	構成比	売上増減率
プライズ	421	402	19.6%	-4.5%
メダル	484	440	21.4%	-9.1%
専用筐体	287	286	13.9%	-0.3%
ゲーム用 カード類	324	276	13.4%	-14.8%
基板・ソフト	215	211	10.3%	-1.9%
メイキング	184	169	8.2%	-8.2%
音楽ゲーム	34	47	2.3%	38.2%
その他	151	225	10.9%	49.0%
合計	2,102	2,055	100.0%	-2.2%

出所:「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

4-2. 業務用機器販売事業 戦略および計画

今期は主力メダルゲーム機の販売に注力
来期以降の市場回復を見込んで開発ラインの精査を進める

業務用機器販売事業 事業戦略

- (1) 市況を鑑み、人気機種に絞ったラインナップで利益を確保
今期ジャンル別製品ラインナップ
 - ・メダルゲーム機 254台 (「スーパーマリオ 不思議のコロコロキャッチャー」)
 - ・プライズゲーム機 18台
- (2) 販売体制については、販売台数を最大化するための体制を検討中
- (3) 今後は、ワンコンテンツ・マルチユース展開の一環として、
当社コンテンツを活用したタイトルラインナップを強化

業務用機器販売事業 計画

(単位:百万円)

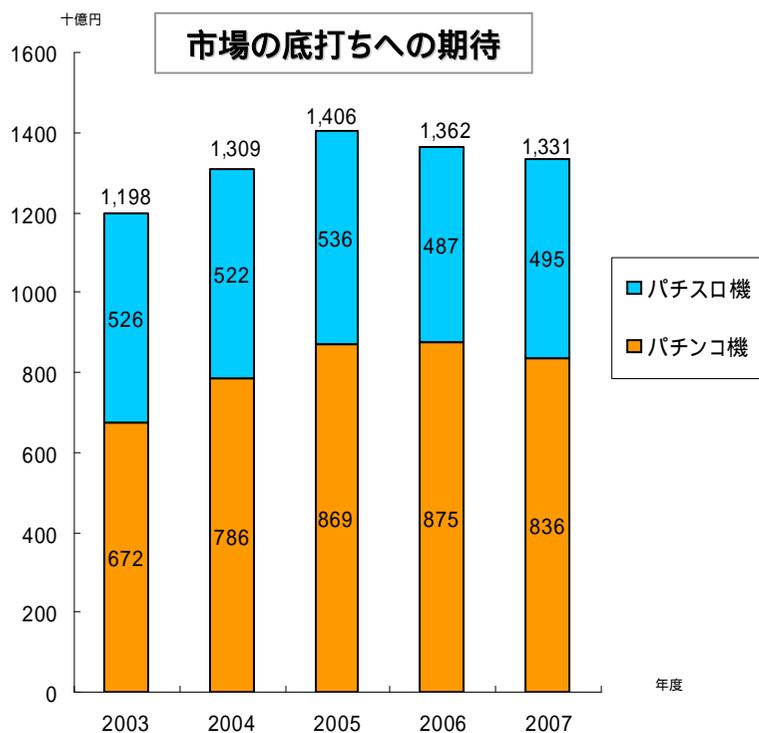
	2008/3	2009/3	2010/3計画	増減
売上	6,538	8,023	4,000	-4,023
営業利益	1,182	1,758	500	-1,258
営業利益率	18.1%	21.9%	12.5%	-9.4%

5 . コンテンツエキスパンション事業

5-1. コンテンツエキスパンション事業 市場分析

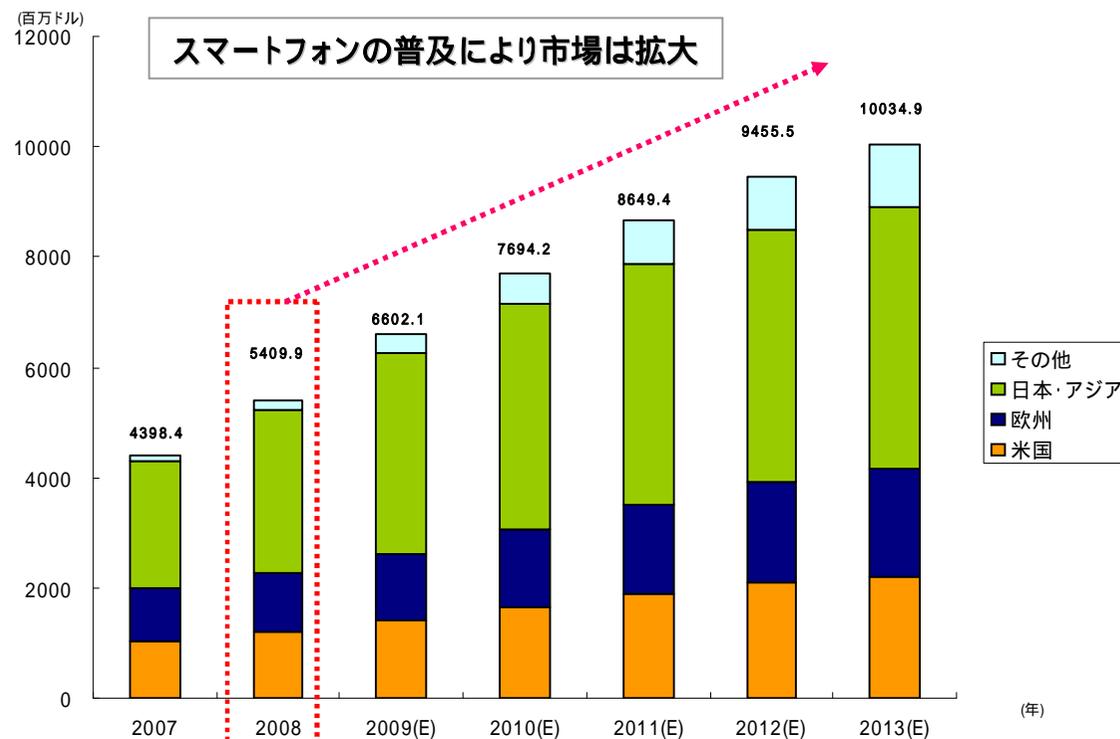
パチスロ市場は設置台数の減少により引き続き厳しい状況
モバイル市場は機種が多様化により収益獲得のチャンス拡大

国内遊技機市場規模推移



出所: 矢野経済研究所

世界モバイル市場規模推移



Source: Juniper Research

5-1. コンテンツエキスパンション事業 戦略および計画

当社プロパティとタイトル開発力を幅広く応用し、
採算性の高い効率的なビジネスを推進する

コンテンツエキスパンション事業 戦略

- ・パチンコ・パチスロ、および携帯電話向けゲームの市場に対して、
当社コンテンツの水平展開を徹底する
- ・事業リソース(コンテンツ資産)の活用により、高収益な事業モデルを構築する
- ・両事業における前期の課題を克服し、中期的な事業成長を目指す

コンテンツエキスパンション事業 計画 (パチンコ&パチスロ事業、モバイルコンテンツ事業合計)

(単位:百万円)

	2008/3	2009/3	2010/3計画	増減
売上	8,525	4,628	9,200	4,572
営業利益	2,633	-230	1,800	2,030
営業利益率	30.9%	-5.0%	19.6%	24.6%

2009年3月期 売上構成比率は、P&S 対 モバイルコンテンツ = 2 : 8

5-2. パチンコ&パチスロ事業 戦略

前期着手した自社筐体開発と受託開発の
両立により、収益の安定を図る

パチンコ&パチスロ事業

(1) 自社筐体ビジネスは、前期の問題点を解決すべく組織体制を大きく改善

- ・効率的な開発体制の構築
- ・全国的な販路の拡大(販売代理店の増加)
- ・営業部門および製品プロモーション活動の強化
(販売人員教育の徹底およびタイトル内覧会などの充実)

(2) 自社筐体ビジネスと受託開発ビジネスの共存運営

- ・自社筐体は3機種、合計14,000台の販売を計画
2号機『ヴァンパイア』 2009年7月稼働予定
- ・他社筐体の受託ビジネスも継続



パチスロ機「ヴァンパイア」

5-3. モバイルコンテンツ事業 戦略

多様化する携帯端末市場に即応し、国内外で
広範なユーザーにタイトルを供給する

モバイルコンテンツ事業

(1) 当社既存プロパティを携帯コンテンツとして最適化

- ・ 家庭用ゲームから最適なコンテンツを選択してモバイルゲーム化
- ・ iPhoneなどの新端末へ対応し、多様化・高スペック化が進む市場へ積極的にタイトルを供給

(2) 国内市場は、人気シリーズの続編投入で収益を回復

- ・ 「逆転裁判」シリーズの新作「逆転裁判4」などを投入
- ・ 家庭用ゲームの認知度向上および新規ユーザーの取り込みを図る

(3) 欧米市場は一括運営による効率的な事業体制を確立

- ・ 既存のモバイル端末向けにラインナップを強化し、収益を向上
- ・ スマートフォンなどのインターネット配信端末を成長分野と位置付け、投入タイトルを増加
- ・ ライトユーザー層に向け、カジュアルゲームのポートフォリオを整備
「Ken Ken」など



「逆転裁判4」

6. その他事業

6. その他事業 戦略および計画

当社ゲームコンテンツの水平展開における主軸として機能
コンテンツの活用により、ブランド価値の向上を狙う

キャラクターコンテンツ事業 戦略

「ワンコンテンツ・マルチユース」戦略を積極的に推進

- ・ライセンスアウト方式による国内外での映画・映像化に注力
TVアニメ「戦国BASARA」
- ・舞台化、オーケストラコンサート等イベント開催によるプロモーションの強化
「モンスターハンター5周年記念オーケストラコンサート～狩猟音楽祭～」
宝塚歌劇「逆転裁判2」
- ・「モンスターハンタートレーディングカード」を中心としたカードゲーム事業の拡充



舞台「逆転裁判-蘇る真実-」
©宝塚歌劇団

その他事業 計画

(単位:百万円)

	2008/3	2009/3	2010/3計画	増減
売上	2,947	2,824	3,200	376
営業利益	468	1,053	900	-153
営業利益率	15.9%	37.3%	28.1%	-9.2%



TVアニメ「戦国BASARA」
CAPCOM/TEAM BASARA

7 . 2010年3月期 業績予想

2010年3月期 業績予想

コンシューマ用ゲームソフト事業の順調な成長、および
コンテンツエキスパンション事業の改善により
安定的な成長を見込む

(単位:百万円)

	2009/3	2010 /3計画	増減
売上高	91,878	95,000	3,122
営業利益	14,618	15,500	882
経常利益	13,808	14,700	892
当期純利益	8,063	8,500	437

1株当たり予想当期純利益137円48銭

配当は中間15円、期末20円の年間35円を予定

主要経営指標

経営成績

(単位:百万円)

	2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 計画	前期比
売上高	74,542	83,097	91,878	110.6%	95,000	103.4%
売上総利益	26,382	32,594	36,917	113.3%	38,500	104.3%
利益率	35.5%	39.2%	40.1%	0.9%	40.5%	0.4%
販売管理費	16,779	19,473	22,299	114.5%	23,000	103.1%
営業利益	9,602	13,121	14,618	111.4%	15,500	106.0%
利益率	12.9%	15.8%	15.9%	0.1%	16.3%	0.4%
経常利益	10,600	12,267	13,808	112.6%	14,700	106.5%
利益率	14.2%	14.8%	15.0%	0.2%	15.5%	0.5%
当期純利益	5,852	7,807	8,063	103.3%	8,500	105.4%
利益率	7.9%	9.4%	8.8%	-0.6%	8.9%	0.1%

セグメント別業績 < 事業種別 >

(単位:百万円)

		2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 計画	前期比
コンシューマ用 ゲームソフト	売上高	43,813	51,679	62,892	121.7%	65,600	104.3%
	営業利益	8,055	11,609	16,392	141.2%	16,700	101.9%
	利益率	18.4%	22.5%	26.1%	3.6%	25.5%	-0.6%
アミューズメント 施設運営	売上高	13,043	13,406	13,509	100.8%	13,000	96.2%
	営業利益	2,009	753	224	29.7%	500	223.2%
	利益率	15.4%	5.6%	1.7%	-3.9%	3.8%	2.1%
業務用機器販売	売上高	8,021	6,538	8,023	122.7%	4,000	49.9%
	営業利益	1,369	1,182	1,758	148.7%	500	28.4%
	利益率	17.1%	18.1%	21.9%	3.8%	12.5%	-9.4%
コンテンツ エキスパンション	売上高	7,102	8,525	4,628	54.3%	9,200	198.8%
	営業利益	1,624	2,633	-230	-8.7%	1,800	-782.6%
	利益率	22.9%	30.9%	-5.0%	-35.9%	19.6%	24.6%
その他	売上高	2,561	2,947	2,824	95.8%	3,200	113.3%
	営業利益	-439	468	1,053	225.0%	900	85.5%
	利益率	-17.1%	15.9%	37.3%	21.4%	28.1%	-9.2%

セグメント別売上 < 所在地別 >

(単位:百万円)

	2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 計画	前期比
日本	50,074	56,457	54,193	96.0%	47,500	87.6%
北米	15,450	15,796	21,851	138.3%	31,500	144.2%
欧州	8,090	9,782	14,167	144.8%	14,900	105.2%
その他	927	1,060	1,665	157.1%	1,100	66.1%

主要経営指標

広告宣伝

(単位:百万円)

	2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 計画	前期比
単 体	2,901	3,773	2,925	77.5%	2,800	95.7%
連 結	5,516	5,693	6,815	119.7%	8,000	117.4%

アミューズメント施設店舗数

(単位:店)

	2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 計画	前期比
連 結	30	33	40	7	39	-1

設備投資

(単位:百万円)

	2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 計画	前期比
単 体	3,594	2,915	1,817	62.3%	1,500	82.6%
連 結	3,804	3,166	2,062	65.1%	2,000	97.0%

減価償却費

(単位:百万円)

	2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 計画	前期比
単 体	2,217	2,825	3,391	120.0%	3,500	103.2%
連 結	2,774	3,393	4,143	122.1%	4,000	96.5%

従業員数

(単位:人)

	2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 計画	前期比
単 体	1,196	1,324	1,455	109.9%	1,694	116.4%
連 結	1,320	1,506	1,813	120.4%	2,075	114.5%

開発投資額

(単位:百万円)

	2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 計画	前期比
開発投資額	13,068	18,458	16,660	90.3%	24,000	144.1%
内 研究開発費	1,828	2,972	2,329	78.4%	2,100	90.2%

為替レート

	2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 計画	前期比
ドル/円	118	100	98	98.0%	95	96.9%
ユーロ/円	157	158	129	81.6%	115	89.1%

主要経営指標

CSソフト出荷本数 < プラットフォーム別 >

(単位:千本)

		2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 Plan	前期比
Playstation 2	タイトル数	46	29	10	-19	3	-7
	計	4,100	3,100	1,550	50.0%	200	12.9%
Playstation 3	タイトル数	-	8	15	7	13	-2
	計	-	1,750	4,450	254.3%	5,300	119.1%
PSP	タイトル数	20	16	18	2	8	-10
	計	2,700	3,150	3,250	103.2%	1,800	55.4%
Game Cube	タイトル数	1	-	-	-	-	-
	計	300	140	100	71.4%	-	-
Wii	タイトル数	3	13	14	1	9	-5
	計	100	2,930	1,700	58.0%	4,200	247.1%
NintendoDS	タイトル数	14	27	37	10	28	-9
	計	1,700	2,400	1,350	56.2%	1,000	74.1%
Xbox	タイトル数	2	-	-	-	-	0
	計	100	20	-	-	-	-
Xbox360	タイトル数	3	10	12	2	12	0
	計	2,700	1,620	4,300	265.4%	4,900	114.0%
PCその他	タイトル数	1	3	4	1	6	2
	計	500	490	600	122.4%	1,600	266.7%
合計	タイトル数	90	106	110	4	79	-31
	計	12,200	15,600	17,300	110.9%	19,000	109.8%

CSソフト出荷本数 < 所在地別 >

(単位:千本)

	2007/3	2008/3	2009/3	前期比	2010/3 Plan	前期比
日本	5,200	7,100	6,300	88.7%	4,500	71.4%
北米	4,300	4,700	6,000	127.7%	7,500	125.0%
欧州	2,400	3,450	4,500	130.4%	6,700	148.9%
アジア	300	350	500	142.9%	300	60.0%
合計	12,200	15,600	17,300	110.9%	19,000	109.8%