

事業内容

当期の概況



デジタルコンテンツ事業

コンシューマ機向けパッケージソフトとダウンロードコンテンツ(DLC)の開発・販売、モバイルコンテンツおよびPCオンラインゲームの開発・運営を行っています。コンシューマゲームでは、アクションやアドベンチャーを中心に独創的なオリジナルコンテンツを生み出し、これら多くのミリオンタイトルをスマートフォン・タブレット型端末やPCオンラインで活用し、全世界に配信することで収益の最大化を図っています。

コンシューマ(パッケージ+DLC)

- 『バイオハザード7 レジデント イービル』を発売。全世界で350万本を販売
- 『モンスターハンターダブルクロス』は170万本を販売
- 『バイオハザード』シリーズなどの現行機移植版が健闘

モバイルコンテンツ

- モバイル事業の組織を一本化し、カプコン・モバイルを設立
- 『オトモンドロップ モンスターハンター ストーリーズ』を配信開始



アミューズメント施設事業

国内でアミューズメント施設「プラサカプコン」を中心に運営しています。主に大型複合商業施設に出店し、各種イベントを開催してファミリー層や女性層を集客するとともに、スクラップ&ビルドの徹底による効率的な店舗運営を実践しています。

- 中高年者を対象にした「ゲーム無料体験ツアー」の実施やカラオケコーナーの設置など、新規顧客の開拓に注力
- 3店舗を出店、1店舗を閉鎖
- 既存店の売上対前年比は102%



アミューズメント機器事業

家庭用ゲームのコンテンツを活用する2つのビジネスを展開しています。パチンコ&パチスロ(PS)事業では、遊技機向け筐体および液晶表示基板、ソフトウェアを開発・製造・販売。業務用機器販売事業では、アミューズメント施設向けに業務用ゲーム機器を開発・製造・販売し、事業間シナジーを創出しています。

- PSではパチスロ機『モンスターハンター 狂竜戦線』を3.7万台販売
- 業務用機器販売では、アーケードゲーム機『マリオパーティ ふしぎのチャレンジワールド』を投入



その他事業

ゲームコンテンツを多メディアに展開するワンコンテンツ・マルチユース戦略に基づき、多彩な著作権ビジネスを推進しています。ゲームの攻略本・設定集などの出版事業、音楽CD・キャラクターグッズなどを展開するライセンス事業に加えて、映画化・アニメ化にも注力しています。

- ワンコンテンツ・マルチユース戦略に基づき、ゲームの販売と連動した事業横断的な展開を実施することにより、自社コンテンツのブランド力強化と収益を最大化
- 『バイオハザード7 レジデント イービル』や『モンスターハンター』関連タイトルの発売に合わせたイベントなどの開催により販売本数最大化に貢献

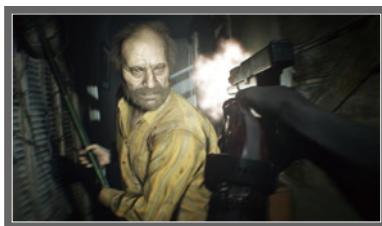
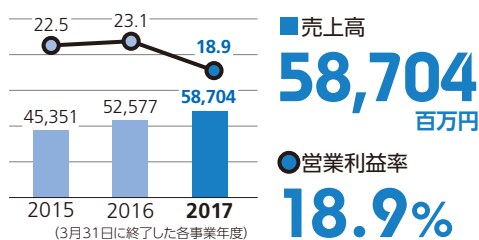
gments

当期の主要作品(アウトプット)

PCオンライン

- オンラインゲーム『モンスターハンター フロンティアZ』が安定的に収益貢献
- オンラインゲーム『ドラゴンズドグマ オンライン』も堅調に推移

売上高・営業利益率

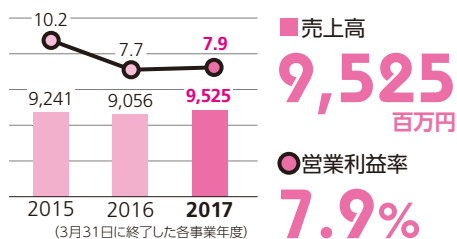


『バイオハザード7 レジデント イービル』シリーズのルーツである「恐怖」をメインコンセプトとし、ホラーに焦点を当てた大幅なモデルチェンジが国内外のメディアやユーザーから高い評価を獲得し、350万本を販売。



『モンスターハンターダブルクロス』新たなモンスターや狩技をはじめ、前作に様々な新要素を追加。シリーズファンのニーズを確実に掴み、170万本の販売を達成。2017年8月にNintendo Switch版を発売。

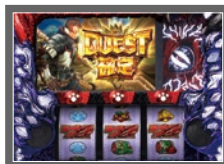
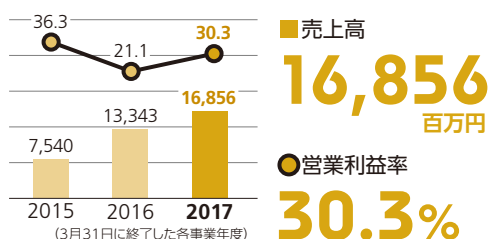
売上高・営業利益率



ゲームランド 新さっぽろ店

2017年3月、18年ぶりに北海道地域に新規出店。ゲーム機だけでなく、ガチャガチャコーナーやカラオケルームなども併設し、幅広い客層への訴求を図る。

売上高・営業利益率

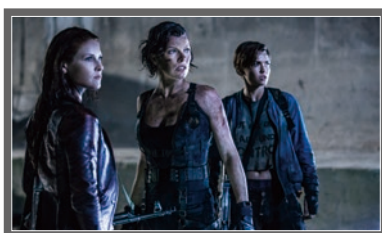
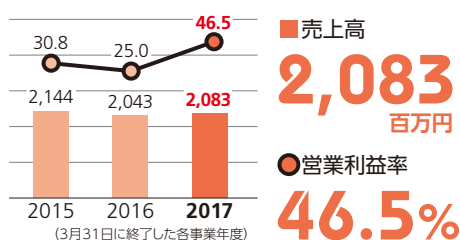


パチスロ機

『モンスターハンター 狂竜戦線』

家庭用ゲーム、パチスロ機の両市場で高い人気を誇る「モンスターハンター」シリーズのパチスロ機最新作。シリーズの持つブランド力や可動式液晶「G-スライド」による演出などが支持され、計画を上回る3.7万台を販売。

売上高・営業利益率



『バイオハザード: ザ・ファイナル』

主カタイトル『バイオハザード7 レジデント イービル』の発売に合わせ、2017年1月より全世界で公開(日本のみ2016年12月公開)。興行収入はシリーズ最高の3.1億ドルを記録。

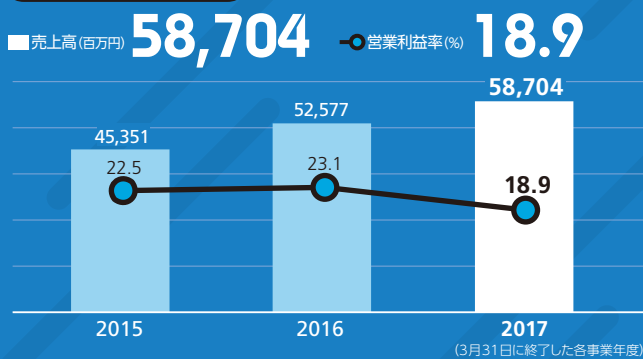
© 2016 Constantin Film Produktion GmbH. All Rights Reserved.



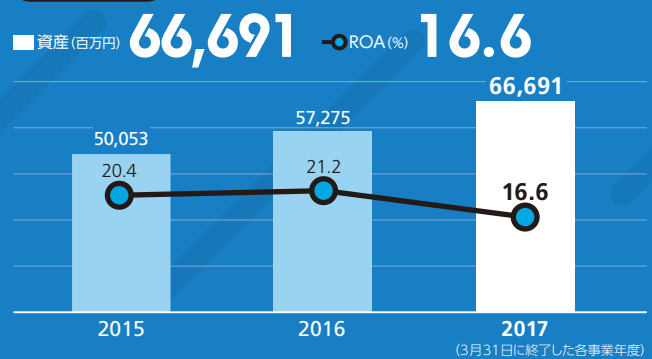
デジタルコンテンツ事業

コンシューマ機向けパッケージソフトとダウンロードコンテンツ(DLC)の開発・販売、モバイルコンテンツおよびPCオンラインゲームの開発・運営を行っています。コンシューマゲームでは、アクションやアドベンチャーを中心に独創的なオリジナルコンテンツを生み出し、これら多くのミリオンタイトルをスマートフォン・タブレット型端末やPCオンラインで活用し、全世界に配信することで収益の最大化を図っています。

売上高／営業利益率



資産／ROA



SWOT分析表

S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

- 世界有数の開発力および技術力
- オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有



- コンシューマにおける競争減少・DLC市場の成長
- コンシューマでの周辺ビジネスの拡大(VRやeSportsなど)
- モバイルコンテンツ市場の拡大

- 特定のジャンルに依存
- 開発人員の不足
- モバイルゲームでのヒット作および運営ノウハウ不足

- 遊びの多様化による家庭用ゲームのプレゼンスの低下
- モバイルコンテンツの低い参入障壁や膨大な競合企業存在

非財務資本の活用

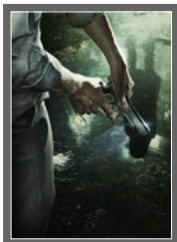
- 約2,000名の自社開発者



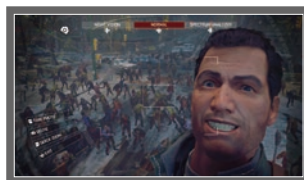
- オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有
- カブコンブランドに対するユーザーからの信頼

- ゲーム専用機・スマートフォンの世界的普及
- 自社開発の高效率ゲーム開発エンジン

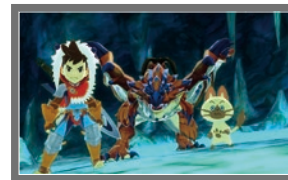
- 国内外の開発会社との提携
- アジアを中心としたオンラインゲーム運営会社との提携

『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ダブルクロス』



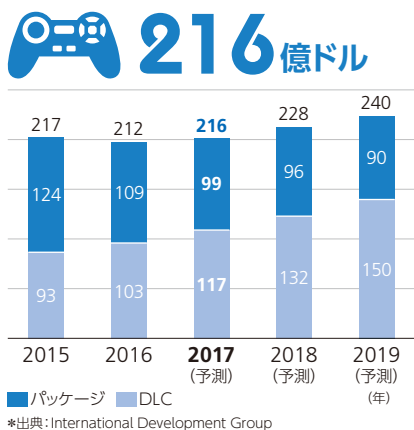
『デッドライジング4』



『モンスターハンターストーリーズ』

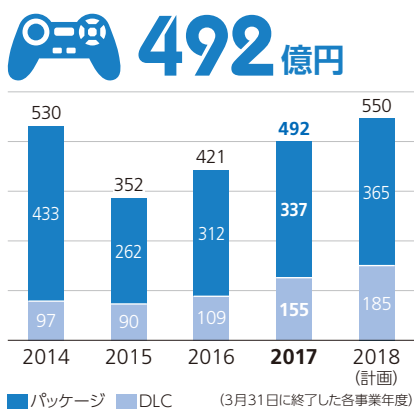
図表18

コンシューマ市場 (億ドル)



図表19

コンシューマ当社売上高 (億円)



コンシューマ(パッケージ+DLC)ビジネス

市場動向と当期の概況

市場は前年並みに留まるも、主力タイトルとDLCの伸張により売上高16.8%増

2016年のコンシューマ(パッケージ+DLC)市場は212億ドル(前年比2.3%減)と概ね前年並みに推移しました。これは、据え置き機の世代交代やオンライン機能の充実に伴い、パッケージ販売は減少したものの、ダウンロード販売が伸長したことなどによるものです。コンシューマ市場は主に北米・欧州・日本の3地域で構成されていますが、特に市場の約85%を占める欧米市場において、この傾向が如実に表れており、収益性の高いDLC市場はいまやコンシューマ市場の約48%を占める分野となりました。【図表18】

当社においては、看板タイトルの最新作『バイオハザード7 レジデント イービル』が350万本、『モンスターハンターダブルクロス』が170万本と、概ね順調に推移しました。また、『バイオハザード4』、『バイオハザード5』、『バイオハザード6』(3作計280万本)など、過去作品を現行機向けに移植したタイトルが安定したユーザーに

支えられ健闘したほか、リピート作品である『モンスターハンタークロス』も100万本を販売し、収益を押し上げました。一方、『デッドライジング4』および低年齢者向けに投入した『モンスターハンターストーリーズ』は、根強い人気に支えられ一定の売れ行きを示したものの、総じて軟調に推移しました。DLCにおいては、欧米で前出の現行機移植版や利幅の大きい旧作のデジタル販売が加速し、900万本と販売本数を大きく伸長したことで、DLC売上高は前期比42.2%増となる155億円まで拡大しました。

この結果、パッケージおよび本編ダウンロード販売本数の合計は1,940万本(前期比29.3%増)となり、パッケージ売上高337億円およびDLC売上高155億円を合算したコンシューマ売上高は492億円(前期比16.8%増)と大幅な増収を達成し、営業利益率は20%台半ばとなりました。

【図表19】

市場見通しと次期の展望

グローバルで主力タイトルを発売し、売上高11.8%増を計画

2017年のコンシューマ市場は、前世代機向け販売は大きく落ち込むものの、順調な現行機市場やNintendo Switchの登場により、216億ドル(前年比1.9%増)になると予想されます。【図表18】

当社においては、コンシューマビジネスの成長を中期経営目標達成のための大きな鍵の1つと位置付け、①DLCの強化、②60ヵ月マップおよび52週マップの本格運用によるタイトルラインナップの増強、③休眠IPの掘り起こしに取り組みます。

→詳細はP31「成長戦略1 コンシューマビジネスの

拡充」参照

①では、主力タイトルの本編および追加コンテンツの戦略的な投入により、販売本数を拡大します。加えて、蓄積してきた知的資産の活用の1つとして、旧作の現行機移植版等をダウンロード販売で積極的に投入し、販売機会の創出とDLC売上比率の向上を図ります。②では、タイトルポートフォリオである60ヵ月マップを元に、マルチプラットフォーム展開を推進するとともに、当社の保有する人気シリーズを約2.5年ごとに発売していきます。③で

事業活動の成果



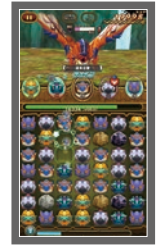
『マーベル VS. カプコン:インフィニット』
© 2017 MARVEL © モト企画 © CAPCOM CO., LTD. 2017.
© CAPCOM U.S.A., INC. 2017 ALL RIGHTS RESERVED.



『モンスターハンター:ワールド』



『モンスターハンター
エクスポア』



『オトモンドロップ
モンスターハンター
ストーリーズ』

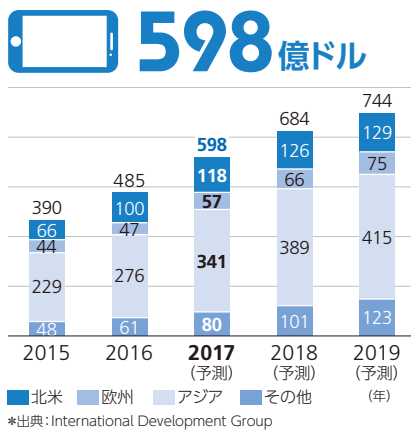
は、一定期間新作が発売されていない休眠IPを再活性化することで収益の拡大に努めます。

次期においては、『マーベル VS. カプコン:インフィニット』および『モンスターハンター:ワールド』などグローバルに向けた主力タイトルの投入に加え、前期に発

売した『バイオハザード7 レジデント イービル』のリピート販売などで増収を図ります。加えて、ダウンロード販売の強化により、販売本数は前期比18.6%増の2,300万本、売上高は550億円(前期比11.8%増)、営業利益も当期並みを見込んでいます。

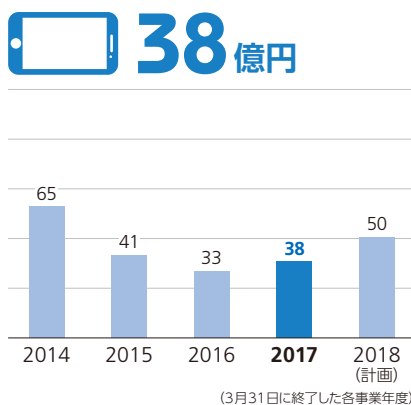
図表20

モバイルコンテンツ市場 (億ドル)



図表21

モバイルコンテンツ売上高 (億円)



モバイルコンテンツビジネス

市場動向と当期の概況

市場は24%増と拡大は継続。15%の増収に伴い増益

2016年のモバイルコンテンツ市場は485億ドル(前年比24.4%増)となり、コンシューマ市場の2倍以上の規模にまで拡大しています。主な理由は、①世界各国におけるスマートフォンの普及拡大、②特に日本・アジア地域での人気ネイティブアプリゲームの増加によるゲームユーザーの定着、などによるものです。地域別では、北米で100億ドル(前年比51.5%増)、新興国や東欧市場など、その他の地域で61億ドル(前年比27.1%増)、日本を含むアジア市場が276億ドル(前年比20.5%増)、と続伸しました。

同市場では、2010年頃から「フリーミアム型(アイテム課金・ゲーム内課金)」と呼ばれる、無料でゲームをダウンロードし、ユーザーが必要に応じてゲーム内でアイテムや通貨を購入する収益モデルが主流となっています。同ゲームにおいては、「コンテンツ力(ブランド・ゲーム内容)」および適切なサービスならびに課金を行う「運営力」が鍵となるため、人気ソフトを多数保有するゲーム会社で、かつ運営ノウ

ハウを蓄積しているモバイル開発会社の収益機会が拡大しています。

当社においては2016年4月にグループ全体でのモバイル開発組織を一本化し、新たにモバイル事業統括を立ち上げました。開発・運営ノウハウの集結および迅速な意思決定を可能にするべく、これまで独自戦略を推進してきた「カプコンブランド」および「ビーラインブランド」の組織を「カプコン・モバイル」に統合しました。

この組織改革により、2016年11月に『オトモンドロップ モンスターハンターストーリーズ』の配信を開始するとともに、既存の『モンスターハンター エクスポア』が年間を通して収益に貢献しました。加えて、女性スタッフが中心となって開発した恋愛ゲーム『囚われのバルマ』が配信開始日にApp Store有料ランキング1位となるなど、新境地を開きました。

この結果、売上高は38億円(前期比15.2%増)の増収となりました。利益面では、不採算タイトルの評価損を計上したものの増益となりました。[図表21]



『ドラゴンズドグマ オンライン』



『モンスターハンターオンライン』

© 1998 - 2017 TENCENT INC. ALL RIGHTS RESERVED.

市場見通しと次期の展望

内作と協業の両立により、売上高31.6%増を計画

2017年のスマートフォンの年間出荷台数は約15.3億台(前年比4.2%増)と昨年を上回り拡大を続けています。更に、今後5年間は年平均成長率3.8%で推移し、2021年には17.7億台を出荷する見通しです。この結果、2017年のモバイル市場は598億ドル(前年比23.3%増)、2021年には810億ドル(2016年比67.0%増)まで成長が見込まれます。【図表20】

当社においては、引き続き自社IPを活

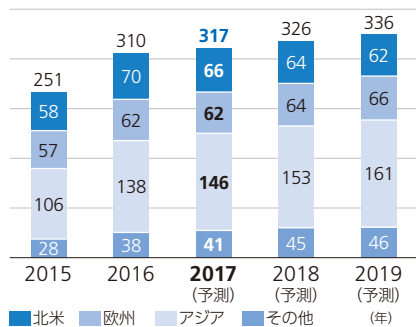
用した新作タイトルの開発や既存タイトルのアジアに向けたローカライズ展開を続けると同時に、ヒット作の創出に向け、国内外の企業との協業など、幅広く可能性を模索していきます。

次期は、協業によるライセンス収入および既存タイトルの強化やAndroid版『逆転裁判5』の配信等により、売上高は50億円(前期比31.6%増)を見込んでいます。

図表22

PCオンライン市場(億ドル)

317 億ドル

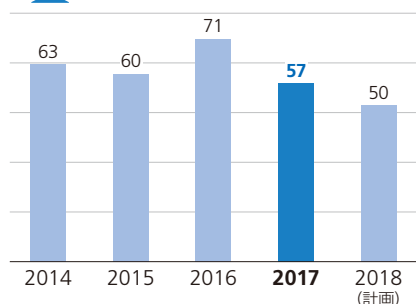


*出典: International Development Group

図表23

PCオンライン売上高(億円)

57 億円



(3月31日に終了した各事業年度)

PCオンラインビジネス

市場動向と当期の概況

アジア市場は大きく拡大。ライセンス収入減により売上高19.7%減

2016年のPCオンライン市場は、市場の4割以上を占める中国およびアジアを中心に世界的に伸長したことで、310億ドル(前年比23.5%増)と大きく拡大しました。【図表22】

当社においては、国内で根強い人気の『モンスターハンター フロンティアZ』(MHFZ)が安定的に収益貢献したことに加え、『ドラゴンズドグマ オンライン』

(DDON)が堅調に推移しましたが、前期にサービスを開始した中国テンセント社との提携による『モンスターハンターオンライン』(MHO)におけるライセンス収入の反動減により、売上高は57億円(前期比19.7%減)となりました。利益面では、『DDON』等の償却費用が前期比で増加したことや一部タイトルの評価損により赤字となりました。【図表23】

市場見通しと次期の展望

既存タイトルの活性化および運営のスリム化により、赤字幅の圧縮を目指す

2017年の市場は、317億ドル(前年比2.3%増)と微増となるものの、大手メーカーのモバイルへのシフトにより2021年に328億ドル(2016年比5.8%増)と頭打ちの傾向にあり、今後の成長は鈍化する見通しです。【図表22】

当社においては、引き続き『MHFZ』、

『DDON』、『MHO』ら既存タイトルの継続的なアップデートおよび運営のスリム化による固定費削減により、収益基盤の改善を図ります。

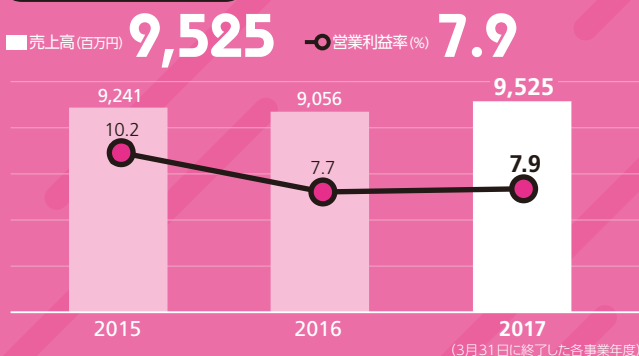
以上の施策により、次期は売上高50億円(前期比12.3%減)と減収も、営業損失の縮小を見込んでいます。



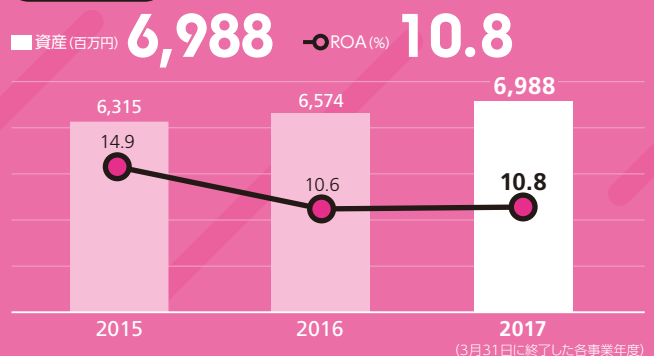
アミューズメント施設事業

国内でアミューズメント施設「プラサカブコン」を中心に運営しています。
主に大型複合商業施設に出店し、各種イベントを開催してファミリー層や女性層を集客するとともに、スクラップ&ビルドの徹底による効率的な店舗運営を実践しています。

売上高／営業利益率



資産／ROA



SWOT分析表

S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

- 安定集客を確保できる大型SC店舗への出店に特化
- 投資効率を重視したスクラップ&ビルドの徹底で高い収益性を維持



- シニア層・キッズ層など新規顧客の拡大
- 自社IPを活用したグッズ販売や飲食店など市場の深耕

- 厳選した少数出店による成長率の低さ
- 自社コンテンツとのシナジーの低さ

- 少子化に伴う既存顧客層の縮小
- スマートフォン向けゲーム等の急伸による娯楽の多様化

非財務資本の活用

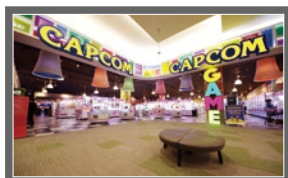
- 自社の店舗運営スタッフ
- 地域で雇用するパート・アルバイト店員



- 33年間で培った店舗運営ノウハウ
- 飲食や景品に展開可能な自社IP(キャラクター・世界観)

- 大型ショッピングセンターの集客力
- 店舗設計と施工を行うデベロッパー

- 地域住民との関係
- 国内外のアミューズメント機器メーカー



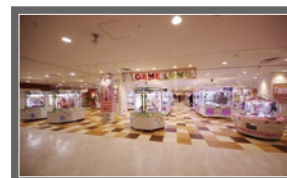
プラサカプコン 石巻店



キャラカプ 盛岡店



you me PARK (徳山店)

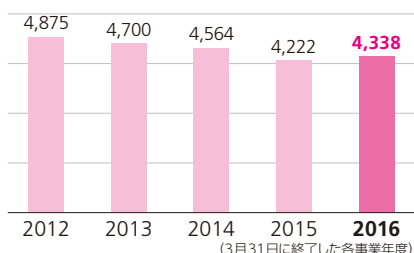


ゲームランド 新さっぽろ店

図表24

アミューズメント施設市場規模推移 (億円)

GAME 4,338 億円



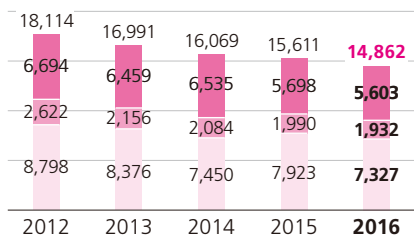
(3月31日に終了した各事業年度)

*出典:「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

図表25

店舗数推移(設置機器台数別) (店)

GAME 14,862 店



(3月31日に終了した各事業年度)

■ 101台以上 ■ 51台~100台 ■ 50台以下

*出典:「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

図表26

アミューズメント施設事業 各社実績 (2017年3月期)

	売上高 (億円)	営業利益 (億円)	営業利益率 (%)
カプコン	95	7	7.9
アドアーズ社	115	7	6.5
イオンファンタジー	650	37	5.8
セガサミー	372	22	5.9
バンダイナムコ	609	非公表	-

注) 各社決算短信、決算資料を基に当社作成(イオンファンタジー社は2017年2月期決算)

注) セグメントにアミューズメント施設運営以外の事業を含む企業は除外

市場動向と当期の概況

市場規模は2.7%増と底打ち。規制緩和に伴う既存店の改善により増収増益

前期(2016年3月期)の国内アミューズメント施設市場規模は4,338億円(前期比2.7%増)と9年ぶりの増加に転じました。【図表24】これは、2014年4月に施行された消費税増税による個人消費の落ち込みがひと段落したことが要因です。なお、総店舗数は14,862店(前期比4.8%減)と減少する一方、1店舗当たりの設置台数は33.6台(前期比2.5台増)、年間売上高は2,919万円(前期比7.9%増)と増加するなど、多くの企業で不採算店舗を閉鎖し、経営の効率化を進めたことが奏功しています。【図表25】当期(2017年3月期)の市場は、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律(風適法)において保護者同伴による年少者の入場規制時間が緩和されたことで客単価が上昇し、市場は引き続き回復傾向となりました。

当社においては、中高年者を対象に

ゲームの無料体験ができるゲームセンターツアーやサービスデーを継続したほか、当社キャラクターを活用したテーマ型フード店舗「カプコンカフェ」やキャラクターグッズ販売に特化した店舗「キャラカプ」の展開、VRを用いた新アトラクション「特撮体感VR 大怪獣カプドン」の稼働など新たな収益機会の創出と集客拡大を図りました。

当期間は北海道の「ゲームランド新さっぽろ店」を含む3店舗を出店し、1店舗を閉店したことにより、店舗数は36店舗となりました。

この結果、風適法の緩和を追い風に、既存店の前年比売上高は102%、売上高は95億25百万円(前期比5.2%増)、営業利益7億52百万円(前期比7.5%増)と前期比で増収増益となりました。【図表26】

市場見通しと次期の展望

市場環境は回復基調、新規5店舗の出店により売上高5.0%増を計画

今後の市場見通しとしては、風適法の緩和を要因に引き続き回復基調にあると予想されます。当社においては、次期(2018年3月期)も引き続きスクラップ&ビルドによる店舗運営の効率化を進めるとともに、新たな収益機会の創出により前期並みの収益を確保します。

中高年層の集客を目的としたシニアイベントを継続的に開催するほか、「カプコンカフェ」や「キャラカプ」など新業態の

育成により、事業基盤の強化を図ります。出退店については、効率的な店舗運営を更に強化するべく、集客力の高い立地への新規出店を進め、新たな収益源を確保します。次期の出店は5店舗、退店は1店舗、合計店舗数は40店を予定しています。

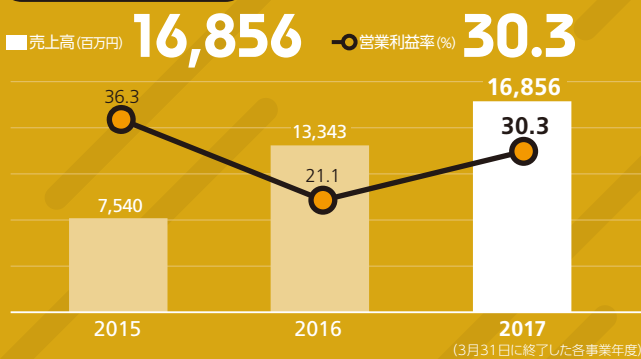
以上の施策により、既存店の前年比売上高は103%、売上高100億円(前期比5.0%増)、営業利益7億円(前期比6.9%減)を見込んでいます。



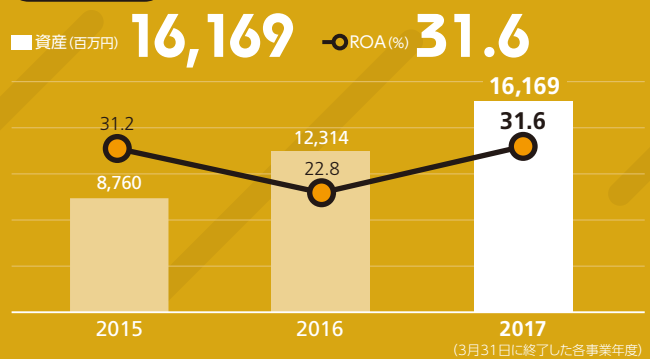
アミューズメント機器事業

家庭用ゲームのコンテンツを活用する2つのビジネスを展開しています。
 パチンコ&パチスロ(PS)事業では、遊技機向け筐体および液晶表示基板、ソフトウェアを開発・製造・販売。
 業務用機器販売事業では、アミューズメント施設向けに業務用ゲーム機器を開発・製造・販売し、
 事業間シナジーを創出しています。

売上高／営業利益率



資産／ROA



SWOT分析表 S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

- | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|----|----|----|----|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ●家庭用ゲームで培った高品質な開発力 ●豊富な自社コンテンツを多面活用 ●直営店舗を保有し、市場動向をリアルタイムに把握 | <table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">S</td> <td style="text-align: center;">W</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">O</td> <td style="text-align: center;">T</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">強み</td> <td style="text-align: center;">弱み</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">機会</td> <td style="text-align: center;">脅威</td> </tr> </table> | S | W | O | T | 強み | 弱み | 機会 | 脅威 | <ul style="list-style-type: none"> ●タイトルラインナップの少なさ(業務用機器) ●オペレーターやホールの投資意欲の減退 ●市況低迷の長期化 ●風適法や検定ルール等の改正による市況の変動 |
| S | W | | | | | | | | | |
| O | T | | | | | | | | | |
| 強み | 弱み | | | | | | | | | |
| 機会 | 脅威 | | | | | | | | | |

非財務資本の活用

- | | | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ●企画・開発を担当する自社開発者 ●オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有 ●創業から続く、業務用機器の開発ノウハウ ●パチスロの検定ルールに対応した開発技術 | <table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">知的資本</td> <td style="text-align: center;">製造資本</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">人的資本</td> <td style="text-align: center;">社会関係資本</td> </tr> </table> | 知的資本 | 製造資本 | 人的資本 | 社会関係資本 | <ul style="list-style-type: none"> ●業務用ゲーム機器の製造工場 ●日本全国のゲームセンター、パチンコ・パチスロ店 ●大手販売会社との提携 ●パチスロ機の許認可に関する行政機関 |
| 知的資本 | 製造資本 | | | | | |
| 人的資本 | 社会関係資本 | | | | | |



『モンスターハンター 狂竜戦線』

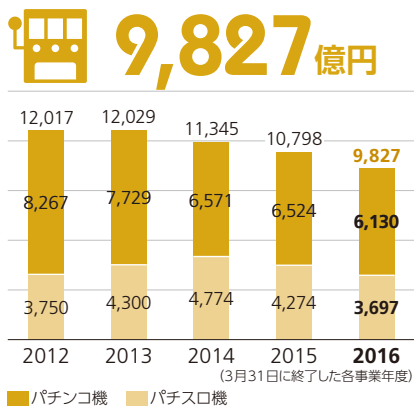
『マリオパーティ ふしぎのチャレンジワールド』
Licensed by Nintendo © 2012 Nintendo
© CAPCOM CO., LTD. 2016 ALL RIGHTS RESERVED.

『逆転裁判』

『バイオハザード
リベレーションズ』

図表27

遊技機市場 (億円)

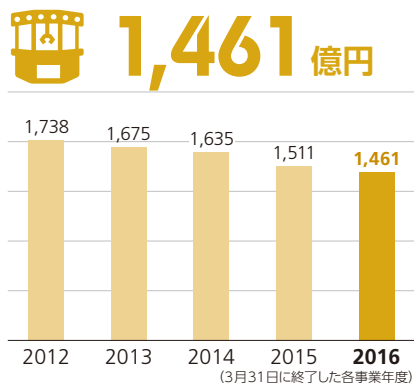


■ パチンコ機 ■ パチスロ機

*出典: 矢野経済研究所「パチンコ関連機器市場に関する調査結果 2014、2015、2016」を基に株式会社カプコン作成

図表28

業務用ゲーム機器販売事業市場 (億円)



*出典: 「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

市場動向と当期の概況

市況軟調の中、人気パチスロ機を投入し、営業利益81.6%増を達成

前期(2016年3月期)の遊技機市場は9,827億円(前期比9.0%減)と縮小しました。これは、パチスロ市場において2014年9月から一般財団法人保安通信協会によるパチスロ機の型式試験^{※1}運用ルールが段階的に変更^{※2}されたことに伴い、新規機種投入数が一時的に減少したことに加え、パチンコ機市場も6期連続で縮小したことが要因です。【図表27】業務用ゲーム機器市場は、メダルゲームやゲーム用カード類などの売上が減少したことで、1,461億円(前期比3.3%減)と4年連続のマイナス成長となりました。【図表28】当期(2017年3月期)の遊技機市場は、パチスロ機における運用ルール変更に伴う影響などから、昨年に続き縮小しました。また、

業務用ゲーム機器市場も、一部にヒット商品を除き大型筐体の販売台数が減少したことで、縮小傾向が続いています。

当期(2017年3月期)の当社においては、パチンコ&パチスロ(PS)は『モンスターハンター 狂竜戦線』が家庭用ゲームとの好循環により大ヒットを放ち、計画を上回る3.7万台を販売しました。また、業務用機器販売においては、アーケードゲーム機『マリオパーティ ふしぎのチャレンジワールド』を発表したほか、既存商品のリピート販売に注力しました。

この結果、売上高は168億56百万円(前期比26.3%増)、営業利益51億6百万円(前期比81.6%増)となりました。

市場見通しと次期の展望

不透明な市場環境と前期の反動減を勘案し、売上高8.0%減、営業利益25.6%減を計画

PSの市場見通しとしては、パチスロ機において2017年10月に新たな運用ルールの変更が行われ、一層射幸性が抑制される見通しです。更に、ギャンブル依存症対策としての法規制も検討されており、市場はより厳しくなると予想されます。また、パチンコ機においても、同依存症対策としての出玉制限等、厳しい市場環境が続く見通しです。当社においては、引き続き①自社筐体の年間4機種投入、②大手販売会社であるフィールズ株式会社との提携による開発クオリティの向上および強力な販売網の確保、③消費者の人気コンテンツを使用した映像演出や遊び方に趣向を凝らした射幸性に頼らない独自のパチスロ機の導入、による販売台数の

安定化を目指します。次期は、『逆転裁判』や『バイオハザード リベレーションズ』をはじめ、合計4機種5万台の販売を計画しています。

また、業務用ゲーム機器販売では、施設オペレーターの投資意欲減退および大型商材の減少に伴い、漸減傾向が続くと予想されます。そのような状況下において、当社では自社の人気コンテンツを活用した新規機種として『モンスターハンター メダルハンティングG』を投入予定です。

しかしながら、PSの厳しい市場環境や前期ヒット機の反動減を勘案し、売上高155億円(前期比8.0%減)、営業利益38億円(前期比25.6%減)と減収減益を見込んでいます。

※1 型式試験: 遊技機が規則に合致しているか否かを検証する公的試験。一般財団法人保安通信協会が各都道府県公安委員会から委託を受けて行う。

※2 試験方法の変更: 3つの自主規制を段階的に実施すること。2014年11月までに①出玉率下限値(55%)の担保、②ペナルティ機能の制限が実施され、2015年12月から③サブ基板で行う機能の制限が実施された。

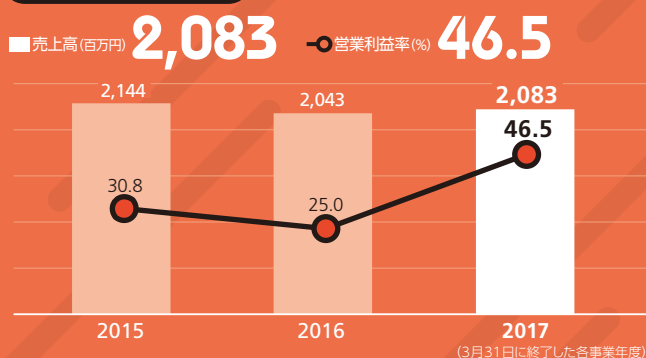


その他事業

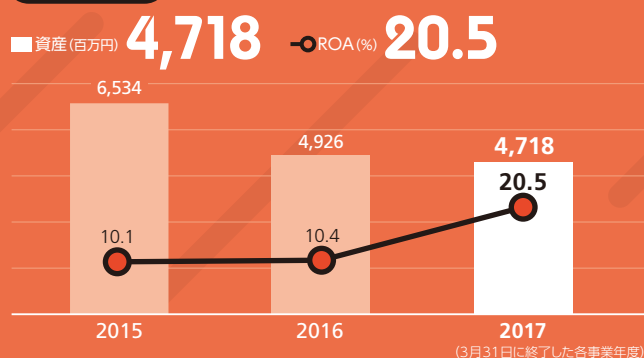
ゲームコンテンツを多メディアに展開するワンコンテンツ・マルチユース戦略に基づき、多彩な著作権ビジネスを推進しています。ゲームの攻略本・設定集などの出版事業、音楽CD・キャラクターグッズなどを展開するライセンス事業に加えて、映画化・アニメ化にも注力しています。

Photo by: Robert Paul

売上高／営業利益率



資産／ROA



SWOT分析表

S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

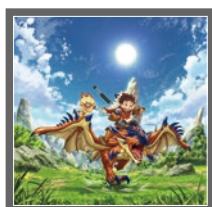
- | | | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ●豊富なコンテンツを多面的に活用して高い相乗効果を創出 ●メディア展開の高い露出効果でブランド価値向上 ●収益性の高さ | | <ul style="list-style-type: none"> ●販売許諾のためローリターン(売上) ●グローバル化による他社コンテンツとの競争激化 |
|---|--|---|

非財務資本の活用

- | | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ●コンテンツ展開に長けたプランナー ●アライアンス契約などを担う法務担当者 | | <ul style="list-style-type: none"> ●国内外の知的財産に関する法制度 ●キャラクターグッズなどの製造会社 ●共同企画を行うイベント開催会社 ●ハリウッドなどの映画会社との関係 |
|--|--|--|



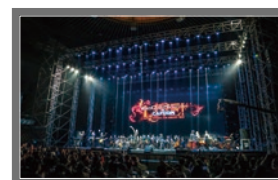
「バイオハザード：ヴェンデッタ」
© CAPCOM / VENDETTA FILM PARTNERS.
ALL RIGHTS RESERVED.



「モンスターハンター
ストーリーズ RIDE ON」
© CAPCOM/MHST製作委員会



「バイオハザード：ザ・ファイナル」
© 2016 Constantin Film Produktion GmbH.
All Rights Reserved.



「CAPCOM LIVE!」

図表29

国内ゲームコンテンツの ハリウッド映画収入ランキング

タイトル	原案会社	興行収入(全世界)
バイオハザードVII ザ・ファイナル	カプコン	\$312,242,626
バイオハザードIV アフターライフ	カプコン	\$300,228,084
バイオハザードV リトリビューション	カプコン	\$240,004,424
バイオハザードIII	カプコン	\$148,412,065
バイオハザードII アポカリプス	カプコン	\$129,342,769
バイオハザード	カプコン	\$102,984,862
ストリートファイター サイレントヒル	コナミ社	\$99,423,521 \$97,607,453
ファイナルファンタジー	スクウェア社 (現スクウェア・ エニックス社)	\$85,131,830
スーパーマリオ 魔界帝国の女神	任天堂社	\$20,915,465
ハウス・オブ・ザ・デッド	セガ社	\$13,818,181

注) 2017年6月末時点 注) 当社調べ

図表30

当社コンテンツの主な映像、 舞台化作品一覧

映画		
ストリートファイターII	1994年 8月	劇場版アニメ
ストリートファイター	1994年12月	ハリウッド映画
バイオハザード	2002年 3月	ハリウッド映画
バイオハザードII アポカリプス	2004年 9月	ハリウッド映画
バイオハザードIII	2007年11月	ハリウッド映画
バイオハザード ディジェネレーション	2008年10月	CG映画
バイオハザードIV アフターライフ	2010年 9月	ハリウッド映画
劇場版 戦国BASARA -The Last Party-	2011年 6月	劇場版アニメ
逆転裁判	2012年 2月	映画
バイオハザードV リトリビューション	2012年 9月	ハリウッド映画
バイオハザード ダムネーション	2012年10月	CG映画
バイオハザードVI ザ・ファイナル	2016年12月	ハリウッド映画
バイオハザード： ヴェンデッタ	2017年 5月	CG映画
TVアニメ		
ストリートファイター IV	1995年 4月	TVアニメ
ロックマン エグゼ	2002年 3月	TVアニメ
戦国BASARA	2009年 4月	TVアニメ
逆転裁判 ～その「真実」、 異議あり!～	2016年 4月	TVアニメ
モンスターハンター ストーリーズ RIDE ON	2016年10月	TVアニメ
舞台		
逆転裁判 -蘇る真実-	2009年 2月	宝塚歌劇団
戦国BASARA	2009年 7月	舞台
逆転裁判2 -蘇る真実、再び...-	2009年 8月	宝塚歌劇団
逆転裁判3 検事 マイルズ・エッジワース	2013年 1月	宝塚歌劇団
「戦国BASARA」 -真田幸村編-	2013年 6月	宝塚歌劇団
ミュージカル バイオハザード ～ヴォイス・オブ・ガイア～	2016年10月	舞台
テレビドラマ		
戦国BASARA -MOONLIGHT PARTY-	2012年 7月	テレビドラマ

当期概況

売上高は2.0%増と微増ながら、営業利益は89.8%と大幅増

当事業の強みは、自社で保有する豊富な知的財産(コンテンツ)を多面的に活用することで、デジタルコンテンツ事業との高い相乗効果を得られる点にあります。特に映像分野では、メディア展開がもたらす高い露出効果でブランド価値を向上させ、ゲームソフトの販売拡大とともにコンテンツの価値を長期的に継続させる理想的なサイクルを形成しています。これらのプロジェクトは組織横断的に実施され、各部署でゲームソフトの発売に合わせて、アーケードゲームやモバイルコンテンツ、攻略本、キャラクターグッズの投入や、映画化・アニメ化、舞台化、イベントなど様々な分野に展開しています。[図表29、30]

→詳細はP3～4「ビジネスモデル」参照

当期は、主力タイトル『バイオハザード7 レジデント イービル』の発売に合わせて、2017年1月より全世界でハリウッド映

画「バイオハザード：ザ・ファイナル」を公開(日本のみ2016年12月に先行公開)したほか、「モンスターハンター」シリーズでは初となるTVアニメ「モンスターハンター ストーリーズ RIDE ON」を展開するなど、既存ユーザーの深耕と、新規ファンの開拓に努めました。また、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンにて2017年1月から開催された「ユニバーサル・ワールドジャパン2017」における「モンスターハンター・ザ・リアル」といった体感型イベントや、複数の当社IPの舞台化など、非ゲームユーザー層への継続的な訴求を推進しました。

この結果、当期の売上高は20億83百万円(前期比2.0%増)、営業利益は9億69百万円(前期比89.8%増)と増収増益となりました。

次期の展望

ワンコンテンツ・マルチユース展開を更に強化し、増収増益を計画

これまでと同様にワンコンテンツ・マルチユース戦略に基づく知的財産(コンテンツ)の水平展開を積極的に推進していきます。

次期は、好評のTVアニメ「モンスターハンター ストーリーズ RIDE ON」や「モンスターハンター・ザ・リアル」の展開を継続するほか、2017年5月にはCG映画「バイオハザード：ヴェンデッタ」の公開を予定しています。

また、「バイオハザード」や「モンスターハンター」シリーズにおいては、ユーザー

参加型イベントの開催や様々な異業種コラボレーションによる物販展開を強化します。更に、海外を中心に人気が高いeスポーツ市場に向けて、親和性の高い「ストリートファイター」などの対戦格闘ゲームを活用することで、グローバルでのブランド価値の向上とライセンス収益の拡大に努めます。

以上の施策により、次期の業績は売上高25億円(前期比22.4%増)、営業利益10億円(前期比3.2%増)を見込んでいます。