

ゲーム業界と当社の特性

ゲーム業界の産業特性



コンシューマ市場特性 パッケージ+デジタル

市場規模は351億ドルであり、2024年に532億ドルと今後5年間で約1.5倍に成長すると予想されています。顧客層はコアユーザーの構成比が高く、ゲームへのロイヤリティ(忠誠心)は高めです。続編やリメイク作品への購買意欲は相対的に高いことから、価格感応度および景気感応度は低い特性があります。今後は、アジアおよび新興地域での成長と、北米などでのコンソールオンラインの拡大によるデジタル販売比率の更なる向上に伴い、価格感応度の高いカジュアル層や新規ユーザーを獲得することで市場成長が加速し、他2市場との利益率の差は縮小する見通しです。→詳細はP69参照



モバイルコンテンツ市場特性

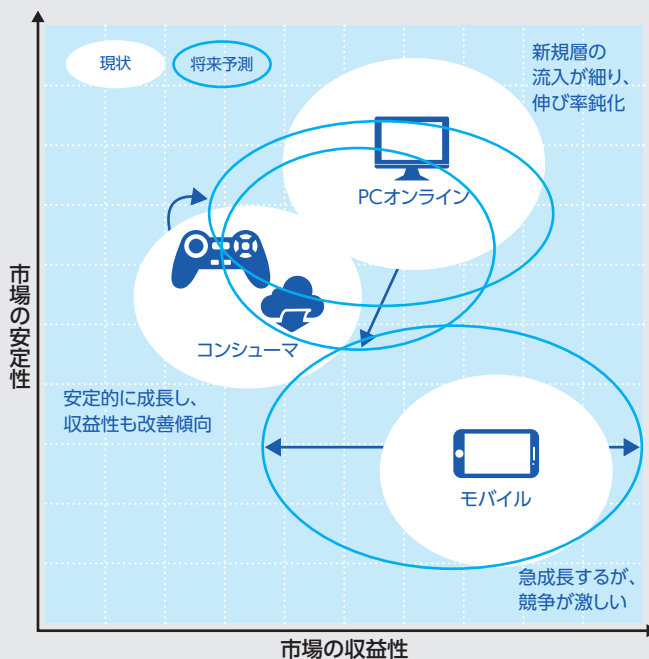
市場規模は920億ドルであり、2024年には1,299億ドルと引き続き成長が予想されています。顧客層はカジュアルユーザーの構成比が非常に高く、プレイ目的は隙間時間の活用が多いなど、ゲームへのロイヤリティは一番低いです。課金者はコアユーザーなど一部に留まることから、価格感応度および景気感応度は最も高いのが特徴です。収益性は3市場の中で最も高いですが、ヒットしても長期・安定的な収益を生み出すタイトルは限定的で、ブランド定着が課題となっています。しかしながら、次世代移动通信規格「5G」の実用化を控え、今後もスマートフォンは最も普及するゲーム機として急成長をけん引する見込みです。→詳細はP69参照



PCオンライン市場特性

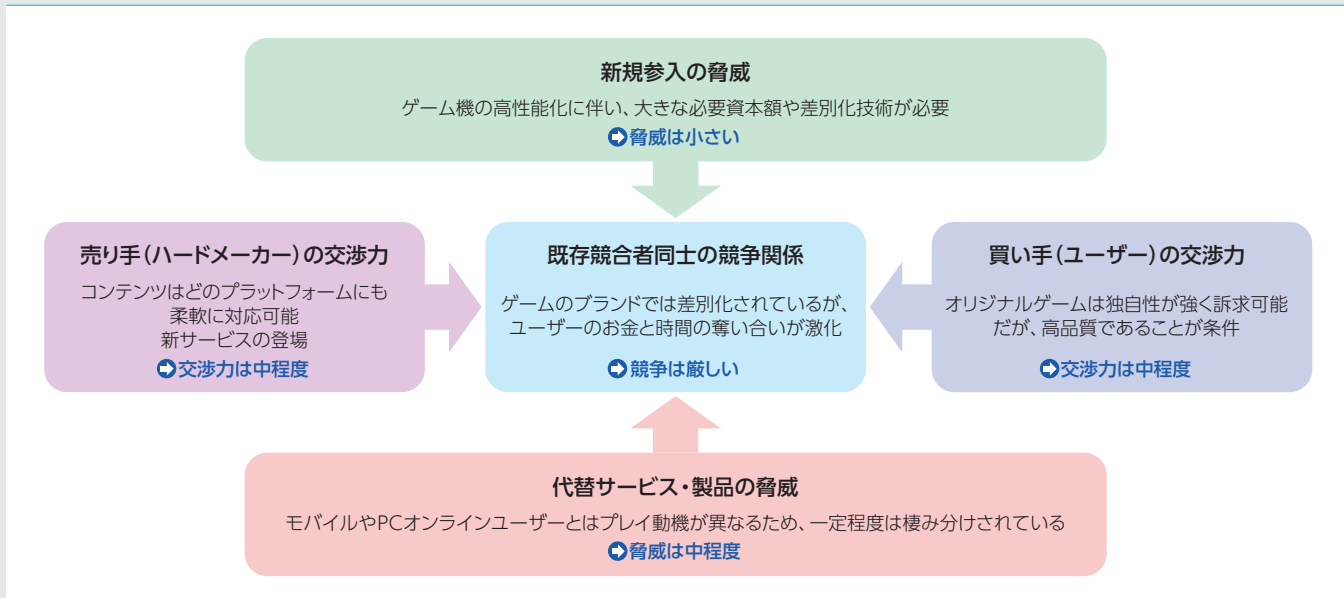
市場規模は384億ドルであり、2024年に433億ドルと今後5年間で約13%伸びる見通しです。顧客層はコアユーザーの構成比が非常に高く、ゲームへのロイヤリティは一番高いです。継続的な課金意欲がかなり高いことから、価格感応度および景気感応度は一番低いのが特徴です。コンソールオンラインの拡充により、コンシューマ市場との統合も進むと目され、同市場としての伸び率は鈍化すると予想されています。→詳細はP69参照

各市場の特性



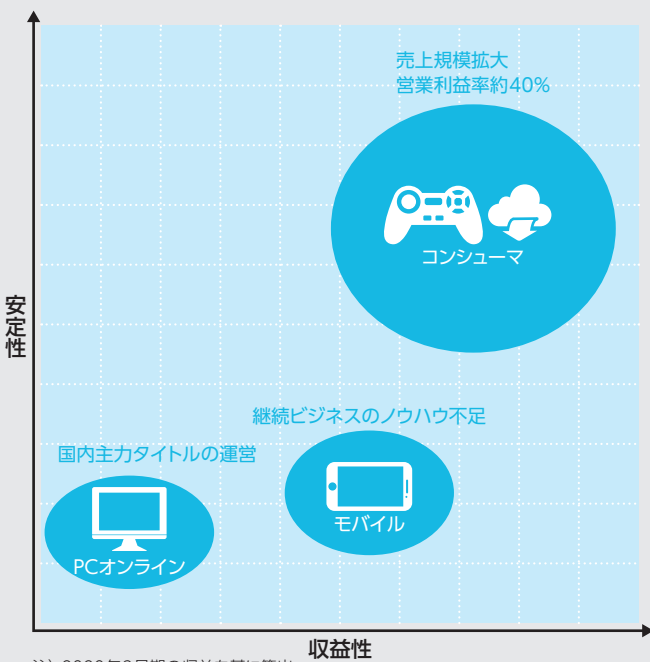
*出典: International Development Group を基に当社作成

コンシューマ市場に関する5つの競争要因 (5フォース分析)



当社の事業特性

デジタルコンテンツ事業ポートフォリオ



注) 2020年3月期の収益を基に算出

コンシューマ (売上構成比73%)
パッケージ+デジタル

コンシューマ機向けに多数のオリジナルコンテンツを創出する当社の中核事業です。人気コンテンツの続編を定期的に投入するとともに、デジタル販売に傾注したことなどにより、近年、デジタル売上比率が向上し、営業利益率は概ね40%程度を確保しています。

モバイルコンテンツ (売上構成比5%)

スマートフォン向けに、当社の人気コンテンツを活用したゲームを配信していますが、継続ビジネスのノウハウ不足により、売上推移は市場成長を下回っています。また、次世代移動通信規格「5G」の実用化を見据えた技術研究を進めています。

PCオンライン

PCオンライン向けに、当社の人気コンテンツを活用したゲームを配信し、日本において安定的な運営に努めました。なお、2020年3月期よりサブセグメントとしてはデジタルコンテンツに統合しています。

カプコンの経営資源に関するVRIO分析と評価・対策

V: 経済価値 (Value) R: 希少性 (Rarity) I: 模倣困難性 (Inimitability) O: 組織 (Organization)
○: 高い △: 普通 ×: 低い

分野	経営資源	V	R	I	O	評価
経営者	高品質のモノづくりにこだわり、社員に信頼され、リーダーシップの強い経営トップ	○	○	○	○	持続的な競争優位
開発・技術	世界トップレベルの品質、オリジナル作品を生み出す開発力	○	○	○	○	持続的な競争優位
	開発を効率化するRE ENGINEや、最新技術を最大限活用できる技術力	○	○	○	○	持続的な競争優位
ガバナンス	若手を育てる社内風土	○	△	○	○	他企業でも見られる強み
	ガバナンス改革の推進 (社外取締役比率・監査等委員会設置会社)	○	△	×	○	更に先行する企業あり
ブランド	迅速な意思決定システム	○	△	×	○	オーナー企業に多く見られる強み
	世界に通用する多数の人気IPを保有	○	○	○	○	持続的な競争優位
財務	アクションゲームでは世界的に知名度の高い企業ブランド	○	×	○	○	他にも知名度の高い企業あり
	上場以来、30年間配当を継続	○	△	△	○	10年以上連続増配の企業は約40社
販売	コンシューマのデジタル売上比率70%以上	○	△	○	○	海外大手企業が先行
マーケティング	休眠IPや過去作品の再利用によるラインナップ充実	○	△	△	△	人気IPの保有企業は展開可能
	人気IPを多メディアに展開するワンコンテンツ・マルチユース	○	×	△	×	
社外パートナー	ハードメーカー各社との信頼関係	○	△	○	○	同業他社の中で比較的上位

注) アナリストからのヒアリングをもとに当社作成

※1 若手を育成する仕組みとして、2011年度より100名以上の開発者の採用を進め、世界最先端の研究開発棟や開発設備を整え、新しいことに挑戦できる環境に加え、タイトル開発を通じて育成できる仕組みづくりを進めています。(詳細はP43参照)
 ※2 ①多数の人気IP保有の優位性を生かし、ミリオンセラーの過去作品(94タイトル)をデジタル販売へ再活用、②IP毎のブランド戦略やデジタル販売の強化・価格施策の実施による販売期間の長期化、③ライセンスビジネスの強化によるIPの価値拡大、などを進め、

日本のみならずグローバルでも評価されるタイトル開発とIPシリーズのファン数の増加に取り組んでいます。(詳細はP33参照)
 ※3 IPの強さの割に、モバイル展開が成功していない組織への低評価に対して、①有力クリエイターを配置し自社での内作、②運営ノウハウの豊富なモバイル会社との協業、などの施策を引き続き推進するとともに、5Gの実用化を見据えた技術研究を行っています。

各市場の動向と見通し解説

🎮 コンシューマ市場 パッケージ+デジタル

2019年のコンシューマ(パッケージ+デジタル)市場は351億ドル(前年比17.4%増)と増加しました。パッケージ、デジタルともに好調に推移するなか、特にデジタル販売は、市場の87%を占める欧米市場において依然として拡大を続けており、収益性の高いデジタル市場はコンシューマ市場の62%を占めています。

2020年の見通しとしては、引き続きデジ

タル市場の好調や、新ハード機の登場により市場が活性化することで、市場は372億ドル(前年比6.0%増)になると予想されます。また、中期的には、アジア地域での急速なデジタル市場の拡大やストリーミング・サブスクリプションなど新たなゲーム提供方法が奏功すると予想され、2024年には532億ドル(2019年比51.6%増)まで成長する見込みです。

📱 モバイルコンテンツ市場

2019年のモバイルコンテンツ市場は920億ドル(前年比22.2%増)となり、ゲームソフト市場全体の過半数を占める規模となった後も高い成長率を維持しています。2019年のスマートフォンの年間出荷台数は約13.7億台(前年比2.3%減)と3年連続で減少したものの、2017年から流行したバトルロイヤルゲームをはじめ、オンライン対戦ゲームの勢いが2019年も市場をけん引しています。地域別では、日本を含むアジア地域が510億ドル(前年比21.1%増)、北米が219億ドル(前年比25.1%増)、欧州が107億ドル(前年比23.0%増)、その他の

地域で83億ドル(前年比20.3%増)、と続伸しました。

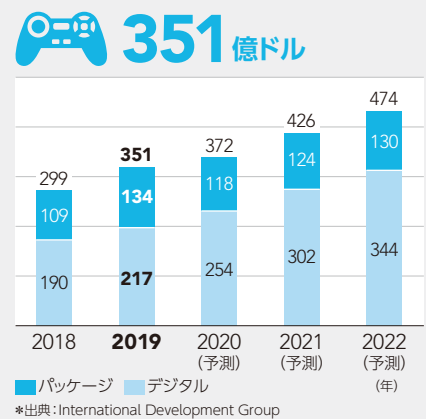
中期的には、国内市場は成熟傾向にありますが、引き続きアジアや新興地域での成長が見込まれています。また、次世代移動通信規格「5G」が実用化されると、大容量かつ高速化に応じたコンテンツ提供が可能となり、市場が拡大する可能性も考えられます。予想では、2020年は1,039億ドル(前年比12.9%増)、2024年には1,299億ドル(2019年比41.2%増)まで大きな成長が見込まれています。

🖥️ PCオンライン市場

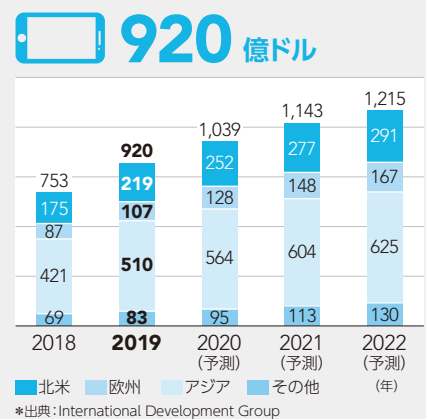
2019年のPCオンライン市場は、コンソールオンラインの拡充によりコンシューマ市場との統合が進み、384億ドル(前年比7.7%減)と減少しました。

今後もゲーム市場では相対的に低位での成長が予想され、2020年の見通しは401億ドル(前年比4.4%増)、2024年には433億ドル(2019年比12.8%増)となる見通しです。

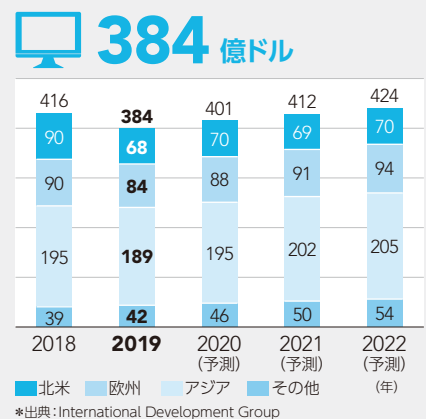
コンシューマ市場 (億ドル)



モバイルコンテンツ市場 (億ドル)



PCオンライン市場 (億ドル)



GAME アミューズメント施設市場

前期(2019年3月期)の国内アミューズメント施設市場規模は5,201億円(前期比7.0%増)と4年連続で増加しました。これは、2016年6月に「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)」が改正され、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が引き続き影響し、来客数および客単価が伸長したことが要因です。

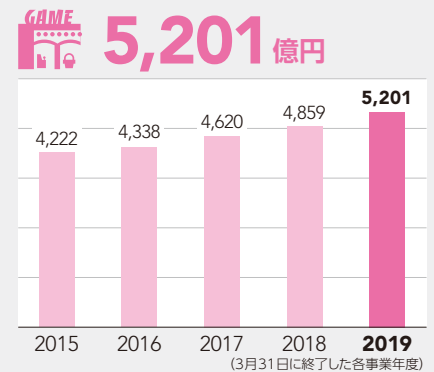
なお、総店舗数は12,167店(前期比7.1%減)と減少したものの、1店舗当たりの設置台数は35.5台(前期比2.3台増)と増加し、年間売上高も4,274万円(前期比15.3%増)と伸長しています。多くの企業で機械設置台数が少ない小規模かつ不採算店舗を閉鎖し、好立地好採算の店舗に集約する

など、経営の効率化を進めたことが奏功しています。

当期(2020年3月期)は、度重なる大型台風の上陸や消費税率の引き上げなどがアミューズメント施設の売上に影響を及ぼしましたが、引き続きプライズゲーム機の景品において、人気キャラクターのグッズやフィギュア等のヒット商品が輩出されたことなどにより、市場全体は緩やかな回復基調が続きました。

次期(2021年3月期)の見通しとしては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、臨時休業や筐体の間引き稼働による収益減に加え、店舗や筐体の消毒などでコスト増となることから、市場は厳しい局面を迎えると見込まれています。

アミューズメント施設市場 (億円)



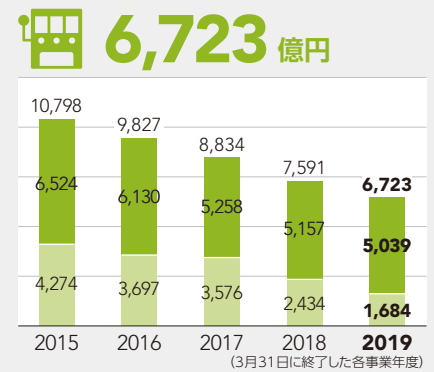
*出典:「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

遊技機市場

前期(2019年3月期)の遊技機市場は6,723億円(前期比11.4%減)と6年連続で縮小しました。これは、新規出店数の減少に加え、パチスロ機市場において型式試験方法変更の影響を受け、射幸性が抑制された遊技機の稼働状況が低迷したことにより、ホールの投資意欲が大きく低下したことが要因です。

当期(2020年3月期)は、新規準機が浸透し始め回復の兆しが見えてきました。しかしながら、次期(2021年3月期)の見通しとしては、引き続き遊技機規則の改正による入替特需が見込まれるものの、新規準機の導入に伴う投資負担に加えて、新型コロナウイルス禍によるホールの臨時休業など、厳しい状況が予想されます。

遊技機市場 (億円)



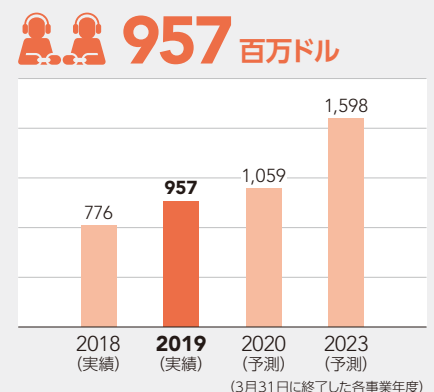
*出典: 矢野経済研究所「パチンコ関連機器市場に関する調査結果 2018、2019」を基に当社作成

eスポーツビジネス

前期(2019年3月期)のeスポーツ市場は、9.5億ドルと、前年比で23.3%成長しています。2020年の同市場は、最大のシェアを占める中国を中心に、スポンサーシップや放映権料等の拡大により、10.5億ドル

(前期比10.6%増)と予測されています。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、当期以降の市場の見通しは不透明感を増していますが、2023年には15.9億ドルにまで成長する見込みです。

eスポーツビジネス (百万ドル)



*出典: Newzoo「2020 Global Esports Market Report」

連結財務指標11年間サマリー

主な実績指標

	2010	2011	2012	2013
会計年度	百万円			
売上高	¥ 66,837	¥ 97,716	¥ 82,065	¥ 94,075
営業利益	5,587	14,295	12,318	10,151
税金等調整前当期純利益(純損失)	1,124	10,807	11,425	3,719
親会社株主に帰属する当期純利益(純損失)	2,167	7,750	6,723	2,973
減価償却費	3,368	3,315	3,123	3,406
資本的支出	2,205	2,758	4,153	8,724
研究開発費	2,125	2,924	2,236	1,982
会計年度末	百万円			
総資産額*1	¥ 86,621	¥ 90,408	¥ 98,247	¥ 104,365
純資産額	53,956	58,007	59,352	62,828
ネットキャッシュ	12,299	27,655	11,348	14,327
開発者数(名)	1,132	1,339	1,455	1,623
キャッシュ・フロー	百万円			
営業活動によるキャッシュ・フロー	¥ 14,320	¥ 22,392	¥ (7,672)	¥ 6,647
投資活動によるキャッシュ・フロー	(1,618)	(2,046)	(4,794)	(1,375)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(10,747)	(12,919)	587	1,162
現金及び現金同等物の期中増減額	1,203	5,196	(12,724)	9,235
現金及び現金同等物の期末残高	29,815	35,011	22,287	31,522
1株当たり情報	円			
1株当たり当期純利益(純損失)	¥ 17.86	¥ 65.59	¥ 58.05	¥ 25.82
1株当たり配当額	35.00	40.00	40.00	40.00
1株当たり純資産額	456.59	490.88	515.35	545.54
財務指標	%			
営業利益率	8.4	14.6	15.0	10.8
自己資本利益率(ROE)	3.8	13.8	11.5	4.9
総資産利益率(ROA)	2.3	8.8	7.1	2.9
自己資本比率	62.3	64.2	60.4	60.2
インタレスト・カバレッジ・レシオ(倍)	86.9	155.8	-	62.4
負債比率	60.5	55.9	65.5	66.1
株式情報				
株価収益率(倍)	49.5	12.1	16.3	28.6
発行済み株式総数(千株)	67,723	67,723	67,723	67,723
外国人持ち株比率(%)	24.22	22.17	27.05	32.37
デジタルコンテンツ事業	億円			
コンシューマ(パッケージ+デジタル)売上高	¥ 387	¥ 636	¥ 469	¥ 459
オンライン(モバイルコンテンツ+PCその他)売上高	85	105	129	177
コンシューマ(パッケージ+本編DLC)ゲーム販売	千本			
総販売本数	13,900	21,700	17,000	16,700
主要タイトル販売本数	モンスターハンター ポータブル 2nd G (ベスト版含む) 1,350 モンスターハンター 3(トライ) 1,150 バイオハザード5 950	モンスターハンター ポータブル 3rd 4,600 テッドライジング2 2,300 マーベル VS. カプコン 3 2,000	バイオハザード オペレーション・ ラクーンシティ 1,700 モンスターハンター 3(トライ)G 1,600 ストリートファイター X(クロス)鉄拳 1,400	バイオハザード6 5,000 ドラゴンズドグマ 1,300 DmC Devil May Cry 1,200

*1. 「[税効果会計に係る会計基準]の一部改正」(企業会計基準第28号 2018年2月16日)等を2019年3月期の期首から適用しており、2018年3月期に係る主要な経営指標等については、遡及適用後の数値を記載しております。

*2. 2018年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行いました。したがって、2010年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、「1株当たり当期純利益」を算定しています。

株式会社カプコンおよび連結子会社 3月31日に終了した各事業年度

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
百万円							
	¥ 102,200	¥ 64,277	¥ 77,021	¥ 87,170	¥ 94,515	¥ 100,031	¥ 81,591
	10,299	10,582	12,029	13,650	16,037	18,144	22,827
	5,315	10,701	11,150	12,489	15,149	17,770	22,890
	3,444	6,616	7,745	8,879	10,937	12,551	15,949
	4,638	3,535	5,712	5,980	4,706	3,228	2,795
	8,064	10,177	8,274	3,767	3,041	2,568	2,576
	2,002	823	1,073	695	1,102	1,147	1,253
百万円							
	¥ 96,611	¥ 100,773	¥ 113,057	¥ 118,897	¥ 124,829	¥ 123,407	¥ 143,466
	63,875	71,331	75,168	77,774	85,421	88,749	99,735
	22,670	21,212	15,821	8,426	36,750	44,689	58,921
	1,808	1,902	2,052	1,994	2,141	2,032	2,142
百万円							
	¥ 13,201	¥ 4,286	¥ 4,347	¥ 3,200	¥ 34,721	¥ 19,847	¥ 22,279
	(6,155)	(5,496)	(1,639)	(3,628)	(2,847)	(2,261)	(8,437)
	(15,099)	1,278	(1,115)	(3,130)	(9,577)	(11,443)	(6,351)
	(5,404)	1,879	431	(4,091)	22,201	6,464	6,667
	26,118	27,998	28,429	24,337	46,539	53,004	59,672
円							
	¥ 30.56	¥ 58.84	¥ 68.87	¥ 80.18	¥ 99.89 ^{※2}	¥ 115.45	¥ 149.41
	40.00	40.00	40.00	50.00	60.00	35.00	45.00
	567.96	634.28	688.43	710.32	780.18 ^{※3}	831.37	934.28
%							
	10.1	16.5	15.6	15.7	17.0	18.1	28.0
	5.4	9.8	10.6	11.6	13.4	14.4	16.9
	3.4	6.7	7.2	7.7	8.9	10.1	12.0
	66.1	70.8	66.5	65.4	68.4	71.9	69.5
	136.8	50.2	36.5	22.8	337.2	249.3	302.5
	51.2	41.3	50.4	52.9	47.0	39.1	43.8
	32.0	20.3	19.9	13.5	23.0	21.5	20.3
	67,723	67,723	67,723	67,723	67,723 ^{※4}	135,446	135,446
	37.29	36.87	39.35	31.19	35.01	36.83	35.14
億円							
	¥ 530	¥ 352	¥ 421	¥ 492	¥ 652	¥ 769	¥ 555
	128	101	104	95	89	60	44^{※5}
千本							
	17,500	13,000	15,000	19,400	24,400	25,300	25,500
モンスターハンター4	4,100	モンスターハンター4G 3,400	モンスターハンタークロス 3,300	バイオハザード7 レジデント イービル 3,500	モンスターハンター: ワールド 7,900	モンスターハンター: ワールド(リポート) 4,500	モンスターハンター: ワールド: アイスボーン 5,200
デッドライジング3	1,200	バイオハザード リベレーションズ2 1,100	ストリートファイター V 1,400	モンスターハンター ダブルクロス 1,700	バイオハザード7 レジデント イービル (リポート) 1,600	バイオハザード RE:2 4,200	モンスターハンター: ワールド(リポート) 3,200
バイオハザード リベレーションズ アンバーールド エディション	1,200	バイオハザード HDリマスター 900	バイオハザード リベレーションズ2 850	モンスターハンター クロス 1,000	マーベル VS. カプコン: インフィニット 1,000	デビルメイクライ 5 2,100	バイオハザード RE:2(リポート) 2,400

※3. 2018年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行いました。したがって、2010年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、「1株当たり純資産」を算定しています。

※4. 2018年3月6日開催の取締役会決議により2018年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行いました。これにより発行済株式総数は67,723,244株増加し、135,446,488株となっています。

※5. 2020年3月期より、コンシューマに旧PCその他セグメントを統合しています。

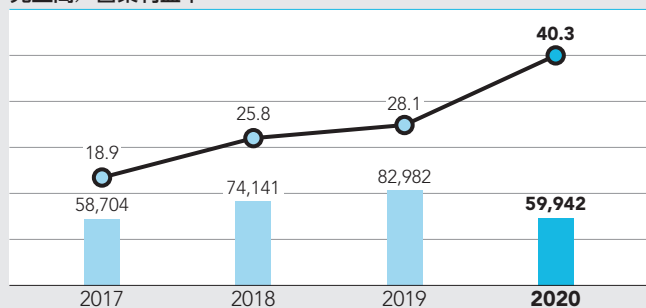
セグメント情報

株式会社カプコンおよび連結子会社 3月31日に終了した各事業年度

デジタルコンテンツ事業

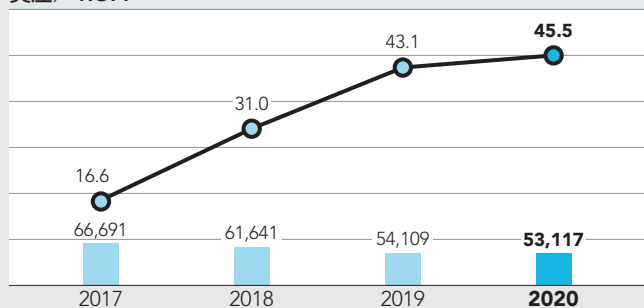
コンシューマ向けパッケージソフトとダウンロードコンテンツの開発・販売、モバイルコンテンツおよびPCオンラインゲームの開発・運営を行っています。コンシューマゲームでは、独創的なオリジナルコンテンツを生み出し、デジタル配信の活用により継続的な収益を獲得する一方、これら多くのミリオンタイトルをスマートフォン・タブレット型端末やPCオンラインで活用し、全世界に配信することで収益の最大化を図っています。

売上高／営業利益率



注) 「税効果会計に係る会計基準」の一部改正(企業会計基準第28号 平成30年2月16日)等を2019年3月期の期首から適用しており、2018年3月期については、適及適用後の数値を記載しています。

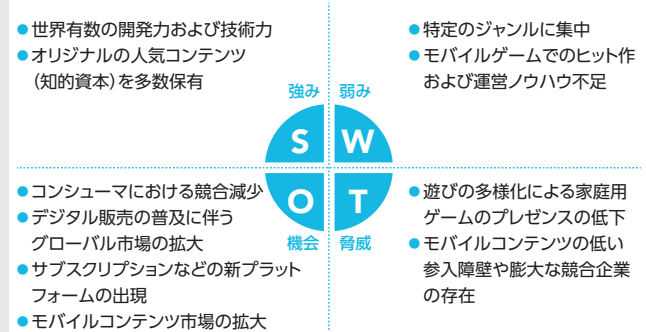
資産／ROA



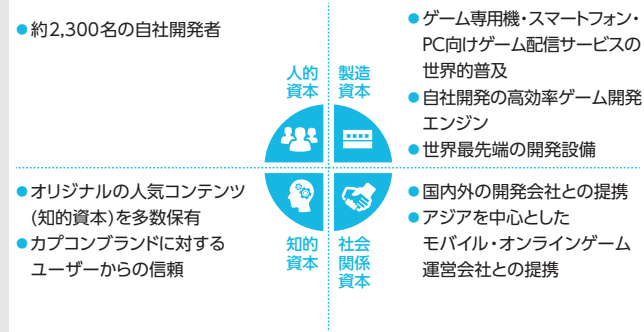
注) 「税効果会計に係る会計基準」の一部改正(企業会計基準第28号 平成30年2月16日)等を2019年3月期の期首から適用しており、2018年3月期については、適及適用後の数値を記載しています。

SWOT分析表

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



非財務資本の活用



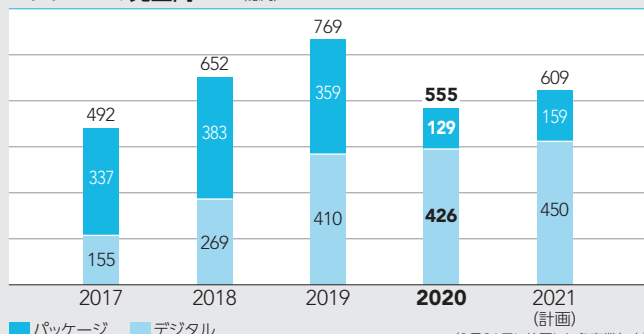
当期の概況と次期の展望

コンシューマ(パッケージ+デジタル)ビジネス

当期(2020年3月期)は、新作タイトル『モンスターハンターワールド:アイスボーン』が520万本を販売するとともに、採算性が高いダウンロード販売中心の事業展開により、業績向上のけん引役を果たしました。また、前期発売の『バイオハザード RE:2』および『デビルメイクライ 5』がユーザー層の拡大により続伸しました。加えて、前々期に発売した『モンスターハンター:ワールド』も息が長い売行きを示したことで累計販売本数1,570万本を達成するなど、リピート販売の健闘により収益を押し上げました。

また、近年の安定した新作投入によるライブラリの増加やホリデーシーズンに合わせたセール施策が奏功し、デジタル販売本数は2,055万本(前期比34.3%増)となり、当期のパッケージおよび本編デジタル販売本数の合計は2,550万本(前期比0.8%増)と5期連続

コンシューマ売上高 (億円)



で伸ばしています。

一方、当期は大型新作の投入数が前期比で減少したことに加え、当該の大型新作も低単価であったことから、パッケージ売上高129億円およびデジタル売上高426億円を合算したコンシューマ売上高は555億円(前期比27.8%減)となりました。しかし、収益性の高い旧作販売本数やデジタル販売の比率が向上したことで、営業利益は241億円(前期比3.4%増)と3期連続の増益を達成し、営業利益率も40%まで向上しています。

今後も、引き続き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鍵と位置付け、①デジタル販売の強化、②60ヵ月マップおよび52週マップの継続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。

①では、デジタル販売が普及したことにより、期間セールなどの施策が可能となり、価格設定の柔軟性が増し、マーケティングの効果範囲が広がっています。主力タイトルの本編および追加コンテンツに加えて、蓄積してきた知的資産(IP)を活用し、旧作のリメイクや現行機移植版を投入するなど、販売機会の創出とデジタル売上比率の向上を図ります。②では、主力タイトルの開発に向けて、2015年3月期以降、60ヵ月マップや52週マップの整備により、効率的な開発体制の整備に努めてきました。主力タイトルを安定的に投入できる体制を作っていきます。③では、開発人員の増強により、一定期間新作が発売されていない休眠IPの再活性化を目指します。

次期においては、過去の人気コンテンツを最新技術で再構築した『バイオハザード RE:3』の投入に加え、下期においても大型タイトルを投入することで、グローバルでのブランドの盤石化を図ります。なお、デジタル販売への注力により、これまで販売が難しかった地域への訴求も可能となったことから、『モンスターハンターワールド:アイスボーン』および『モンスターハンター:ワールド』、『バイオハザード RE:2』のリピーター販売に注力し、引き続きグローバルでの更なる拡販に努めます。これらによって、販売本数は前期比9.8%増

の2,800万本、売上高は609億円と前期比で11.7%増となり、デジタル売上比率は引き続き70%台半ばを維持することから増益を見込んでいます。

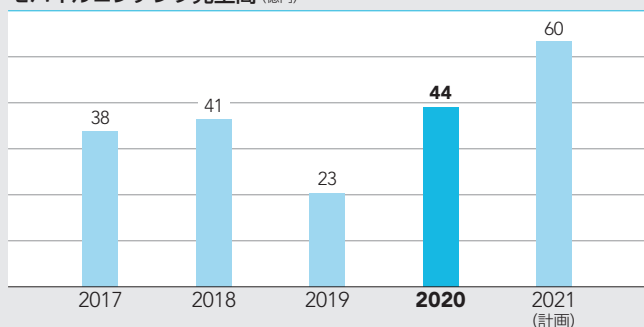
モバイルコンテンツビジネス

当期(2020年3月期)は、『戦国BASARA バトルパーティー』やガンホー社との協業タイトル『TEPPEN』といった新規タイトルを投入し、いずれも堅調に推移しました。加えて、2月に配信を開始した『モンスターハンター ライダーズ』が好調な滑り出しを見せたことで、売上高は44億円(前期91.3%増)と増収となりました。

今後は、既存タイトルの育成とともに、引き続き自社IPを活用した新作タイトルの開発や国内外の企業との協業など幅広く可能性を模索し、モバイル分野での開発および運営ノウハウの蓄積を図ります。また、次世代移動通信システム「5G」を活用したアプリ開発に向けた技術研究を進めます。

次期においては、今期投入タイトルが年間を通して貢献することや、海外での協業新作タイトルの投入により、売上高は60億円(前期比36.4%増)を見込んでいます。

モバイルコンテンツ売上高(億円)



(3月31日に終了した各事業年度)

セグメント情報

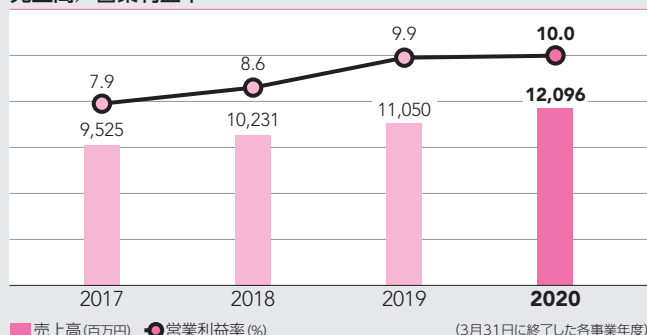
株式会社カプコンおよび連結子会社 3月31日に終了した各事業年度

アミューズメント施設事業

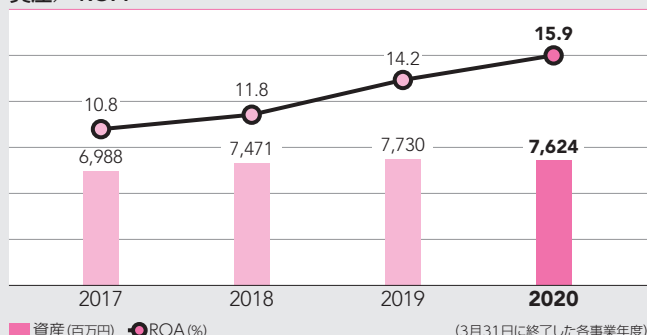
国内でアミューズメント施設「プラサカプコン」を中心に運営しています。

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。

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"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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
<ul style="list-style-type: none"> 自社IPを活用したグッズ販売や飲食店など市場の深耕 eスポーツとの連携による新規顧客の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 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 消費増税に伴う景況変化 コロナ禍に伴う集客力の低下

非財務資本の活用

<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 人的資本 製造資本 	<ul style="list-style-type: none"> 大型ショッピングセンター(SC)の集客力 店舗設計と施工を行うデベロッパー
<ul style="list-style-type: none"> 36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) VR技術を活用したサービス 	<ul style="list-style-type: none"> 知的資本 社会関係資本 	<ul style="list-style-type: none"> 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

当期の概況と次期の展望

当期(2020年3月期)は、2016年6月の風俗営業等の規制および業務の適正化等に関する法律の緩和が引き続き追い風となり、市場規模の回復傾向が続く中で、大型連休による客数増、特定キャラクターや話題の商品によるプライズ景品の恩恵を受けた客単価増に加えて、キャラクター関連商品を販売する「キャラカプ」などが貢献しました。

店舗数は、東京都に「プラサカプコン 池袋店」と初のアンテナショップとなる「CAPCOM STORE TOKYO」(渋谷)を、大阪府に「プラサカプコン 藤井寺店」を出店したことにより、前期から3店舗増加し40店舗となりました。特に「CAPCOM STORE TOKYO」は、立地を生かしたインバウンド需要やオリジナルグッズの販売が話題を呼び、好調に推移しています。

3月においては、新型コロナウイルス感染症拡大の防止のための外出自粛や、一部店舗での臨時休業の影響を受け、既存店売上高は前年同月比で約70%となりました。

なお通期では、新店の貢献および既存店の収益向上により、通年での既存店の前年比売上高は103.5%、セグメント売上高は120億96百万円(前期比9.5%増)、営業利益12億11百万円(前期比10.5%増)と前期比で増収増益となりました。

次期においても、引き続き新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、4月の全店休業(オンラインクレーンゲーム「カプとれ」除く)に加えて、営業再開後の時短営業や筐体の間引き稼働などにより、既存店の前年比売上高は82%、売上高は105億円(前期比13.2%減)、営業利益0億円と減収減益を見込んでいます。

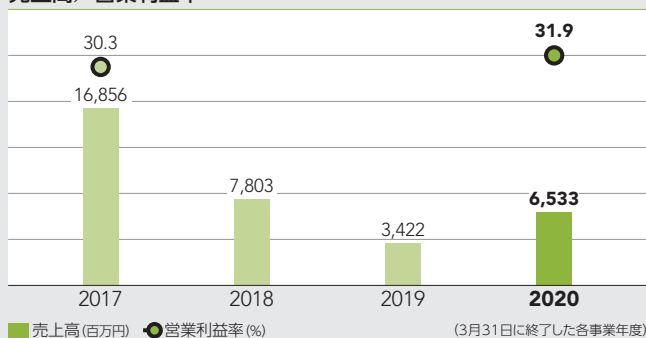
店舗数については、集客力の高い好条件立地への出店を引き続き推し進め、出店3店舗により、合計43店舗となる予定です。

アミューズメント機器事業

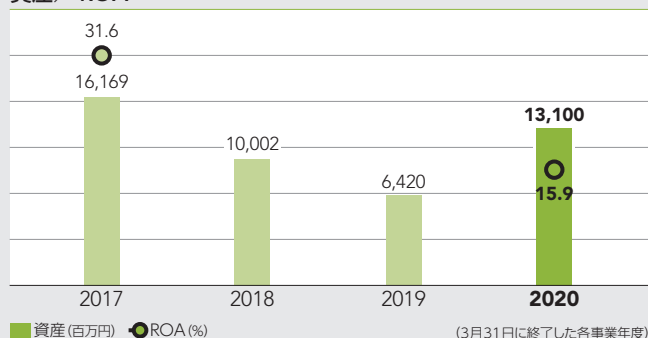
家庭用ゲームのコンテンツを活用するビジネスを展開しています。

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



非財務資本の活用



当期の概況と次期の展望

当期 (2020年3月期) においては、パチンコ&パチスロ (PS) は『新鬼武者』1機種を投入し、2万台を販売しました。

型式試験方法の変更等に伴う市場環境の変化が影響し引き続き厳しい状況の中、前期に計上した評価損および中止損が解消したことに加えて、『新鬼武者』の受注好調により、売上高は65億33百万円 (前期比90.9%増) と大幅な増加、利益面については、営業利益20億85百万円と黒字転換しました。

次期の市場は、現行基準機への評価の高まりや旧基準機からの入れ替え需要により、回復の兆しが見えつつあります。しかしながら、現行基準機の導入に伴うホールにおける投資負担に加えて、新型コロナウイルス感染拡大に伴う休業など、引き続き将来の市場動向を注視する必要があります。そのような状況下、当社ではホールやユーザーに評価いただける機種の投入に向けて、引き続き①コンシューマの人気コンテンツを使用し映像演出や遊び方に趣向を凝らした射幸性に頼らない機器の開発、②大手販売会社との提携による

機器のクオリティ向上および強力な販売網の確保を推し進めます。

次期の業績においては、複数機種の開発を並行しているものの、コロナ禍に伴う型式試験の進捗やホール休業などの影響を考慮し、1機種を投入し、1.5万台 (前期比5千台減) の販売を計画しています。この結果、売上高は45億円 (前期比31.1%減)、営業利益は17億円 (18.5%減) を見込んでいます。

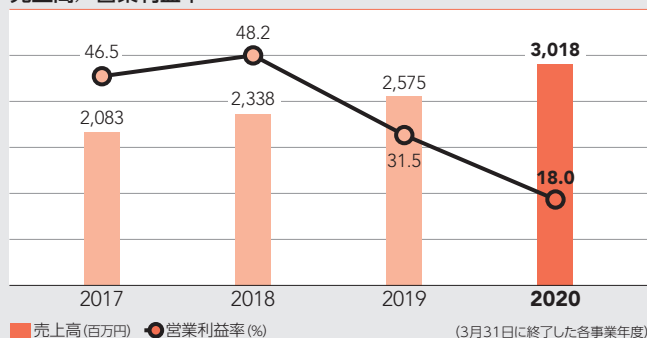
セグメント情報

株式会社カプコンおよび連結子会社 3月31日に終了した各事業年度

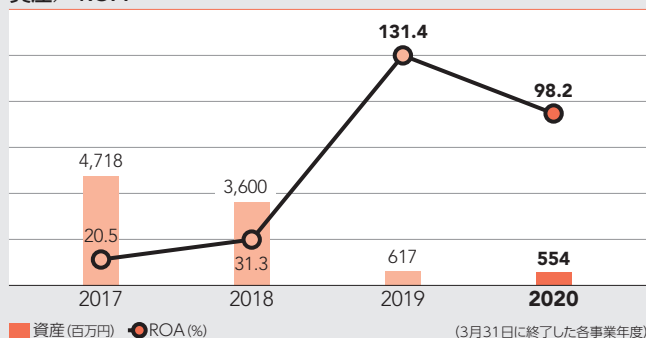
その他事業

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、多彩な版權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、映画化やアニメ化、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、eスポーツビジネスにも注力しています。

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"> 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"> 販売許諾のためのローリターン(売上)
<ul style="list-style-type: none"> 映画、アニメ、コミック、舞台、オーケストラなど展開メディアの拡大 自社IPを活用したeスポーツ大会など、ユーザーの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> グローバル化による他社コンテンツとの競合激化

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
<ul style="list-style-type: none"> オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有 ブランドビジネス(IP価値を最大化する戦略) 	<ul style="list-style-type: none"> 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 プログラマーとの関係 地方自治体との関係

当期の概況と次期の展望

当期(2020年3月期)は、アパレルやフィギュアなど人気IPを活用したグッズ展開や、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンにて期間限定アトラクション「バイオハザード・ザ・エクストリーム」を実施するなど、ブランド価値の向上に努めました。

また、世界中で拡大を続けるeスポーツ市場においては、国内最高峰のプロリーグである「ストリートファイターリーグ: Pro-JP」、アマチュア層発掘のため「ストリートファイターリーグ: College-JP 2019」や「ルーキーズキャラバン 2019」を開催しました。加えてプロリーグは米国でも開催し、日米対抗戦も実施しました。

こうした取り組みの結果、ライセンス事業の成長により、売上高は30億18百万円(前期比17.2%増)と増収となりましたが、引き続きeスポーツ事業への投資先行により、営業利益は5億44百万円(前期比32.9%減)となりました。

今後も豊富な知的財産(コンテンツ)を多面的に活用することで、コンシューマゲームとの高い相乗効果が得られるという強みを生か

し、引き続き映画化・アニメ化・舞台化・イベントなど様々な分野に展開していきます。更に、新型コロナウイルス禍においても、オンラインとの親和性により、安全なエンターテインメントとしてeスポーツを推進します。

2014年から毎年開催している「CAPCOM Pro Tour」を、次期は「CAPCOM Pro Tour Online 2020」として完全オンラインで実施することで、世界中の選手を自宅から参加可能とし、多言語での実況配信と合わせグローバルでの視聴者層の更なる拡大を図ります。

また、アニメ「ドラゴンズドグマ」の配信を予定するなど、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、映像展開や他分野とのコラボレーションを通じて主力ブランド価値の向上に努めます。

次期の業績は、売上高31億円(前期比2.7%増)、営業利益は7億円(前期比28.7%増)と増収増益を見込んでいます。

株式の状況

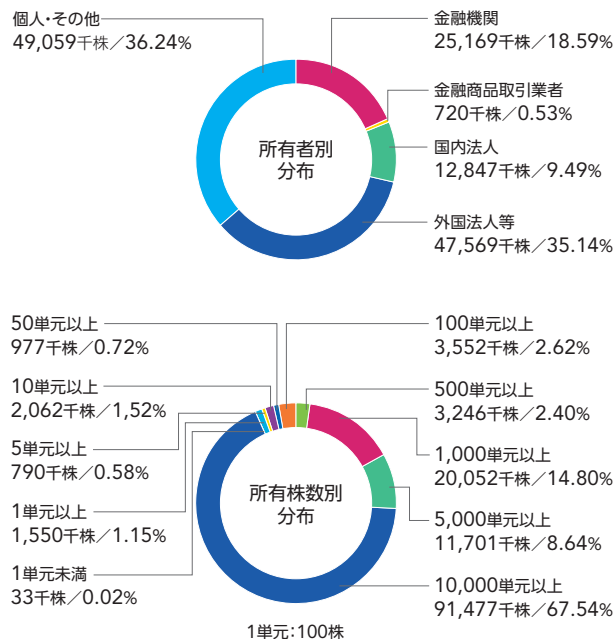
発行可能株式総数 300,000,000株
 発行済株式の総数 135,446,488株
 株主数 12,769名

大株主 (上位10名)

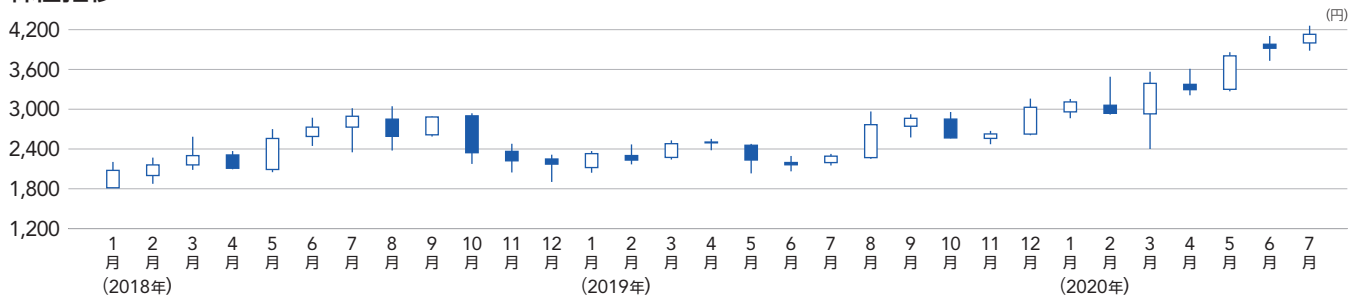
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社クロスロード	10,682	10.01
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,627	6.21
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	5,842	5.47
辻本美之	4,038	3.78
辻本憲三	4,019	3.77
辻本春弘	3,099	2.90
辻本良三	3,091	2.90
ジーピーモールガンチエース オープンハイマー ジヤステック アカウント	2,856	2.68
ピーエヌワイエム アズ エージーティ クライアantz 10パーセント	1,990	1.86
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,889	1.77

注) 持株比率については、自己株式数(28,695千株)を控除して算出しています。

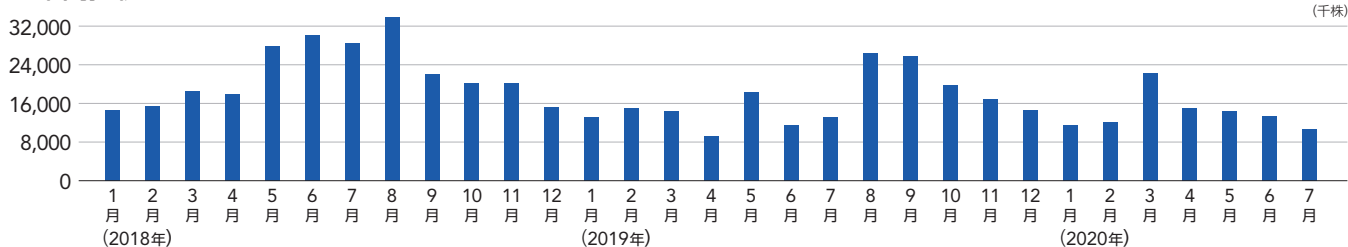
株式の分布状況



株価推移*



出来高推移



株価・出来高11年推移*

	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期
株価(期末)	883.0	795.0	945.5	738.0	979.0	1,194.5	1,372.5	1,085.5	2,299.0	2,480.0	3,390.0
最高値	1,005.0	953.5	1,155.5	979.5	1,165.0	1,206.5	1,537.5	1,438.5	2,585.0	3,045.0	3,565.0
最安値	648.5	572.5	736.5	625.0	698.0	770.5	972.0	963.5	1,053.0	1,903.0	2,032.0
出来高(株)	181,065,800	149,613,900	227,386,800	178,008,200	150,408,300	143,234,700	162,642,100	183,455,500	182,341,200	258,438,800	183,399,500

* 2018年4月1日を効力発生日として1株につき2株の割合で株式分割を行っており、それ以前の株価は当該株式分割が行われたと仮定して計算しています。

会社概要

(2020年3月31日現在)

会社の紹介

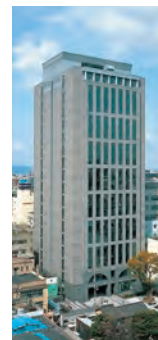
商号……………株式会社カプコン
 設立年月日……………1979年5月30日
 創業年月日……………1983年6月11日
 主要な事業内容…家庭用テレビゲームソフト、モバイルコンテンツおよびアミューズメント機器等の企画、開発、製造、販売、配信ならびにアミューズメント施設の運営
 資本金……………33,239百万円
 決算期……………3月31日
 従業員数……………連結2,988名
 単体2,688名

主な事業所

本社……………〒540-0037
 大阪市中央区内平野町三丁目1番3号
 TEL:06-6920-3600
 研究開発ビル……………〒540-0037
 大阪市中央区内平野町三丁目2番8号
 TEL:06-6920-7600
 研究開発第2ビル……………〒540-0037
 大阪市中央区内平野町三丁目1番10号
 TEL:06-6920-7750
 東京支店……………〒163-0448
 東京都新宿区西新宿二丁目1番1号
 新宿三井ビル
 TEL:03-3340-0710
 上野事業所……………〒518-1155
 三重県伊賀市治田3902番地
 TEL:0595-20-2030



本社



研究開発ビル



研究開発第2ビル

主要な子会社 (2020年9月1日現在)

株式会社ケーツー／株式会社エンターライズ／株式会社カプコン管財サービス／株式会社アデリオン／カプコンU.S.A., INC.／カプコンアジアCO., LTD.／CE・ヨーロッパLTD.／カプコン・エンタテインメント・ドイツGmbH／カプコン・エンタテインメント・フランスSAS／カプコン台湾CO., LTD.／カプコン・シンガポールPTE. LTD.

※ 株式会社アデリオンは株式会社エンターライズが株式を100%所有しております。
 ※ ビーライン・インタラクティブ, INC.およびビーライン・インタラクティブ・カナダ, INC.は2019年1月に、カプコン・ゲーム・スタジオ・パンクーパー, INC.は2018年9月に事業を休止しましたので、現在事業活動を行っていません。

