

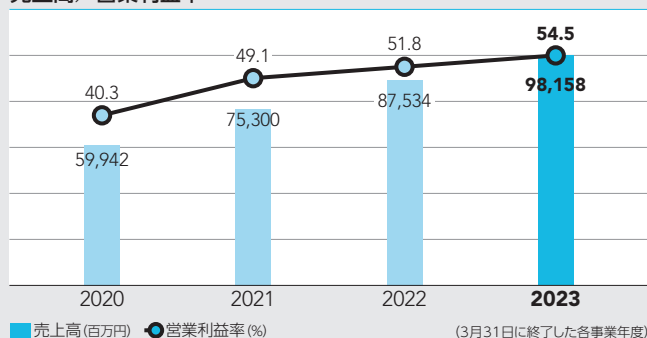
# セグメント情報

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

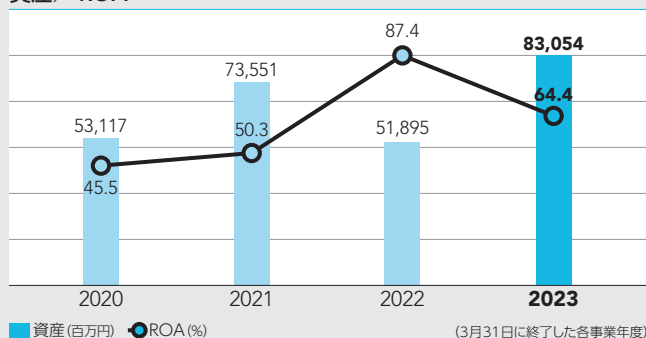
## デジタルコンテンツ事業

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の開発・運営を行っています。コンシューマでは、独創的なオリジナルコンテンツを生み出し、PC版も含めた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・タブレット型端末へも展開し、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

<ul style="list-style-type: none"> <li>世界有数の開発力および技術力</li> <li>オリジナルの人気コンテンツ (知的資本) を多数保有</li> <li>ゲームのグローバル化による市場の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>特定のジャンルに集中</li> <li>モバイルゲームでのヒット作および運営ノウハウ不足</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>コンシューマにおける競争減少</li> <li>デジタル販売の普及などDXに伴う販売の長期・グローバル化</li> <li>サブスクリプションなどの新プラットフォームの出現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>技術革新による新たなエンターテインメントとの競合</li> </ul>

### 非財務資本の活用

<ul style="list-style-type: none"> <li>国内最大規模となる約2,500名の自社開発者</li> <li>マーケティング・データ分析の専門部署を活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ゲーム専用機・スマートフォン・PC向けゲーム配信サービスの世界的普及</li> <li>自社開発の高効率ゲーム開発エンジン</li> <li>世界最先端の開発設備</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>オリジナルの人気コンテンツ (知的資本) を多数保有</li> <li>カプコンブランドに対するユーザーからの信頼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外の開発会社との提携</li> <li>アジアを中心としたモバイル・オンラインゲーム運営会社との提携</li> </ul>

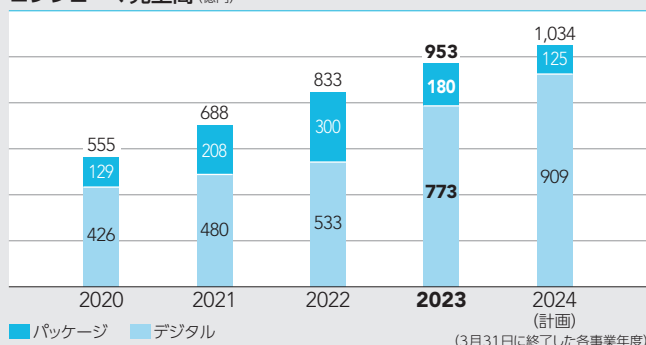
## 当期の概況と次期の展望

### コンシューマ (パッケージ+デジタル) ビジネス

当期 (2023年3月期) のコンシューマビジネスは、2022年6月に発売した『モンスターハンターライズ: サンプルイク』 (Nintendo Switch、パソコン用) が、より軽快に進化したアクション等によりグローバルに高い評価を得るとともに、無料タイトルアップデート等の継続した施策により安定した人気を集めました。その結果、545万本を販売し業績に大きく貢献しました。また、2023年3月に発売した『バイオハザード RE:4』 (プレイステーション 5、プレイステーション 4、Xbox Series X|S、パソコン用) も、原作ストーリーの再構成や最新のグラフィック技術により、引き続きグローバルに好評を博しました。この結果、375万本を販売し収益向上に大きく寄与しました。

更に、リピータイトルにおいては、積極的なプロモーションに

コンシューマ売上高 (億円)



よるIPの認知拡大と新たなファン層の獲得に加え、新作の継続的な投入および価格施策との相乗効果等により、『モンスターハンターライズ』や『バイオハザード RE:2』、『デビル メイ クライ 5』、『バイオハザード ヴィレッジ』など、シリーズタイトルを中心として販売が拡大しました。その結果、レポートタイトルの販売本数が2,930万本と前期2,400万本を上回り、収益を押し上げました。

この結果、売上高は981億58百万円(前期比12.1%増)、営業利益は535億4百万円(前期比18.0%増)となりました。

今後も、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新規および休眠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、中期的なタイトルポートレートマップ「60ヵ月マップ」や開発者の年間アサイン管理「52週マップ」を運用してきました。引き続き、効率的な開発体制の整備に努め、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、シリーズ最新作『ストリートファイター 6』や完全新規IP『エグゾプライマル』の投入に加え、引き続きレポートタイトルとして『バイオハザード RE:4』や『モンスターハンターライズ：サンブレイク』等の貢献を見込みます。また、その他主力コンテンツにおいてもデジタル販売に注力しグローバルでの更なる拡販に努めます。これらにより、販売本数は4,500万本(前期比7.9%増)、

売上高は1,063億円(前期比8.3%増)となり、デジタル販売売上比率は85%超と向上することから、増収増益を見込んでいます。

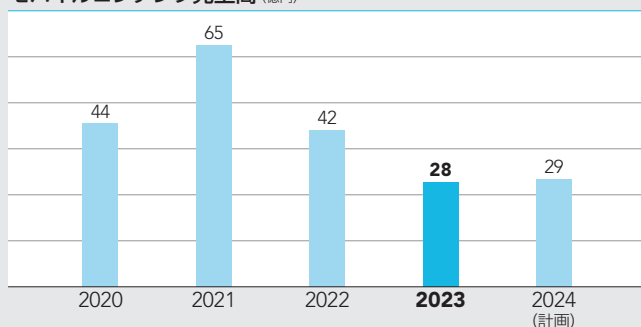
### モバイルコンテンツビジネス

当期(2023年3月期)は、既存タイトルの運営に注力し、売上高は28億円(前期比66.7%減)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、新世代の通信規格をはじめ、将来の技術革新に備え研究を進めます。

次期においては、2023年9月に新作アプリ『モンスターハンターNow』を配信する一方で、既存タイトルの年数経過により、売上高は29億円(前期比3.6%増)と増収の見通しです。

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

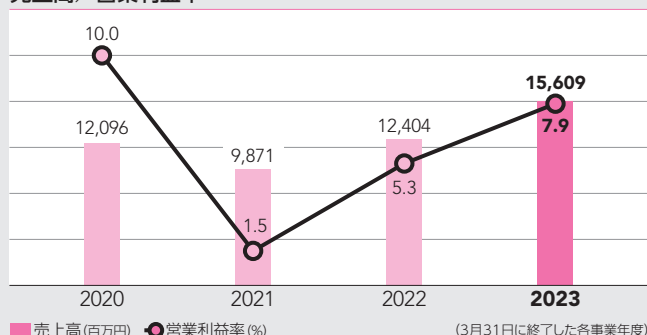
株式会社カプコンおよび連結子会社 3月31日に終了した各事業年度

## アミューズメント施設事業

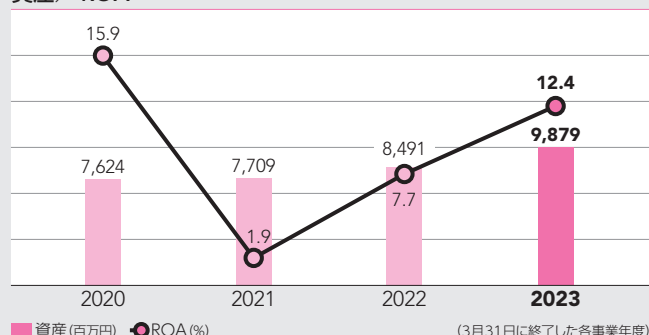
国内でアミューズメント施設「プラサカプコン」を中心に運営しています。

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若者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

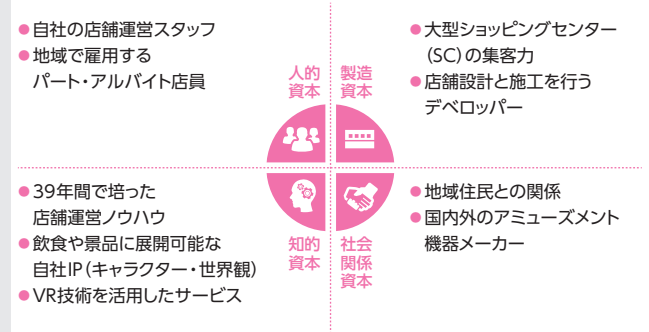


### SWOT分析表

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



### 非財務資本の活用



### 当期の概況と次期の展望

当期(2023年3月期)は、新型コロナウイルス感染症のまん延防止等重点措置が、2022年3月に全面解除されたことによる来店客数の回復に加え、既存店の効率的な店舗運営や新業態での出店効果などにより収益拡大を図り、前期比で増収増益となりました。

店舗数は、10月にクレイジーバネットをはじめとした総合アミューズメント施設の「MIRAINO イオンモール土岐店」(岐阜県)を出店したほか、11月に当社人気キャラクターグッズの物販店にカフェを併設した『CAPCOM STORE & CAFE UMEDA』(大阪府)や2023年3月に「MIRAINO イオンモール豊川店」(愛知県)などをオープンし、合計5店舗を出店するとともに2店舗を閉鎖し、45店舗となりました。

この結果、売上高は156億9百万円(前期比25.8%増)、営業利益は12億27百万円(前期比88.0%増)となりました。

次期においては、効率的な店舗運営および新たな集客に向けた出店を推進し、既存店の前年比売上高は105%、売上高は180億円

(前期比15.3%増)、営業利益13億円(前期比5.9%増)と増収増益を見込んでいます。

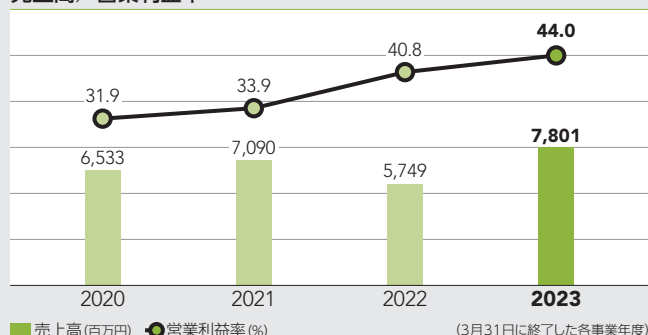
店舗数については、新業態店舗の展開を継続し、引き続きスクラップ&ビルドの基本戦略に基づき集客力の高い好条件立地への出店を推し進め、出店4店舗、退店0店舗により、合計49店舗となる予定です。

# アミューズメント機器事業

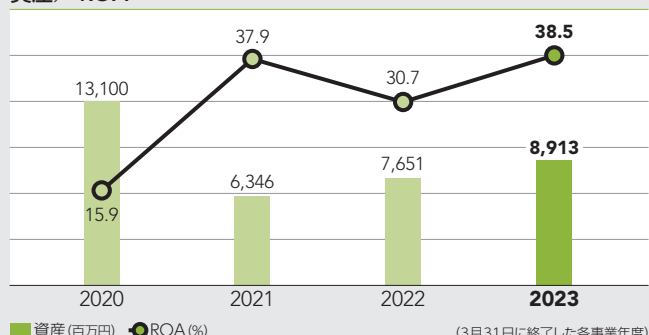
家庭用ゲームのコンテンツを活用するビジネスを展開しています。

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(2023年3月期)においては、パチンコ&パチスロ(PS)は『モンスターハンターワールド:アイスボーン』など現行基準機4機種を投入し、44千台を販売しました。

当事業におきましては、市場に一部好転の兆しが見え始めた環境下、2022年8月発売の『新鬼武者2』の販売台数が15千台となったほか、9月発売の『バイオハザードRE:2』も同15千台、2023年1月発売の『モンスターハンターワールド:アイスボーン』が同12千台となり、各機種が収益に大きく貢献するとともに、市場から高評価を獲得し好調に稼働しました。

この結果、取引形態の多様化を図ったことなどにより、売上高は78億1百万円(前期比35.7%増)、営業利益は34億33百万円(前期比46.2%増)となりました。

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種の開発、②大手専門企業との連携による機種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。

次期においては、引き続き市場動向を注視しながら、4機種を投入し37千台(前期比7千台減)の販売を計画しています。売上高は100億円(前期比28.2%増)、営業利益は37億円(前期比7.8%増)と増収増益となる見込みです。

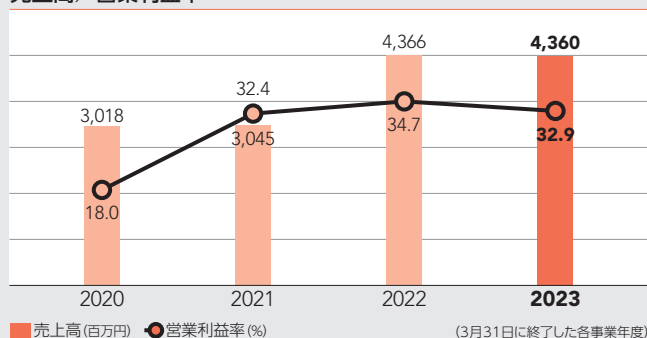
# セグメント情報

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

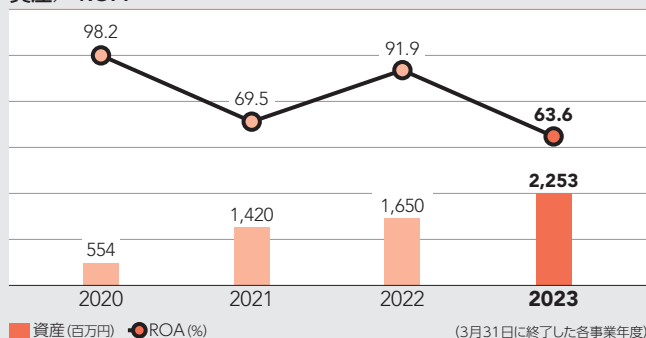
## その他事業

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ビジネスに加えて、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"> <li>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</li> <li>メディア展開の高い露出効果でブランド価値向上</li> <li>収益性の高さ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売許諾のためのローリターン(売上)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>映画、アニメ、コミック、舞台、オーケストラ等展開メディアの拡大</li> <li>自社IPを活用したeスポーツ大会等、ユーザーの拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>グローバル化による他社コンテンツとの競合激化</li> </ul>

### 非財務資本の活用

<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ展開に長けたプランナー</li> <li>アライアンス契約等を担う法務担当者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外の知的財産に関する法制度</li> <li>キャラクターグッズ等の製造会社</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有</li> <li>ブランドビジネス(IP価値を最大化する戦略)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>共同企画を行うイベント開催会社</li> <li>ハリウッド等の映画会社との関係</li> <li>プロゲーマーとの関係</li> <li>地方自治体との関係</li> </ul>

### 当期の概況と次期の展望

当期(2023年3月期)は、映像ビジネスにおいて当社タイトルのブランド価値向上に向け、引き続き主力IPを活用した映像化を推進するため、米国に映像子会社を設立するとともに、「ストリートファイター」の実写映画化等の契約を締結したほか、ライセンスビジネスでは新規タイトルや人気タイトルのキャラクターグッズ展開などに注力しました。eスポーツにおいては、グローバル規模でのユーザー層の裾野拡大に向けた施策を推し進め、世界各地で開催するオンライン大会「CAPCOM Pro Tour 2022」や同大会の新カテゴリー「ワールドウォリアー」を実施したほか、「ストリートファイターリーグ: Pro-JP 2022」、「CAPCOM CUP IX」および「ストリートファイターリーグ:ワールドチャンピオンシップ 2022」を開催するなど、各大会の振興を図るとともに、2023年6月発売予定の『ストリートファイター6』のプロモーション展開を推進しました。

この結果、eスポーツ等への先行投資などにより、売上高は43億

60百万円(前期比0.1%減)、営業利益は14億33百万円(前期比5.5%減)となりました。

次期においても、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、7月から劇場公開予定のCG長編映画『バイオハザード: デスアイランド』をはじめとした映画化・アニメ化・舞台化・イベント等様々な分野に展開していきます。eスポーツにおいては、『ストリートファイター6』の発売記念特別施策として、「CAPCOM Pro Tour 2023」を、当社史上最高額となる年間賞金総額200万ドル以上に設定して開催し、6シーズン目を迎える「ストリートファイターリーグ: Pro-JP 2023」とともにグローバルでeスポーツをより楽しんでいただけるよう様々な施策を講じてまいります。

次期の業績は、売上高57億円(前期比30.7%増)、営業利益は16億円(前期比11.7%増)と増収増益を見込んでいます。