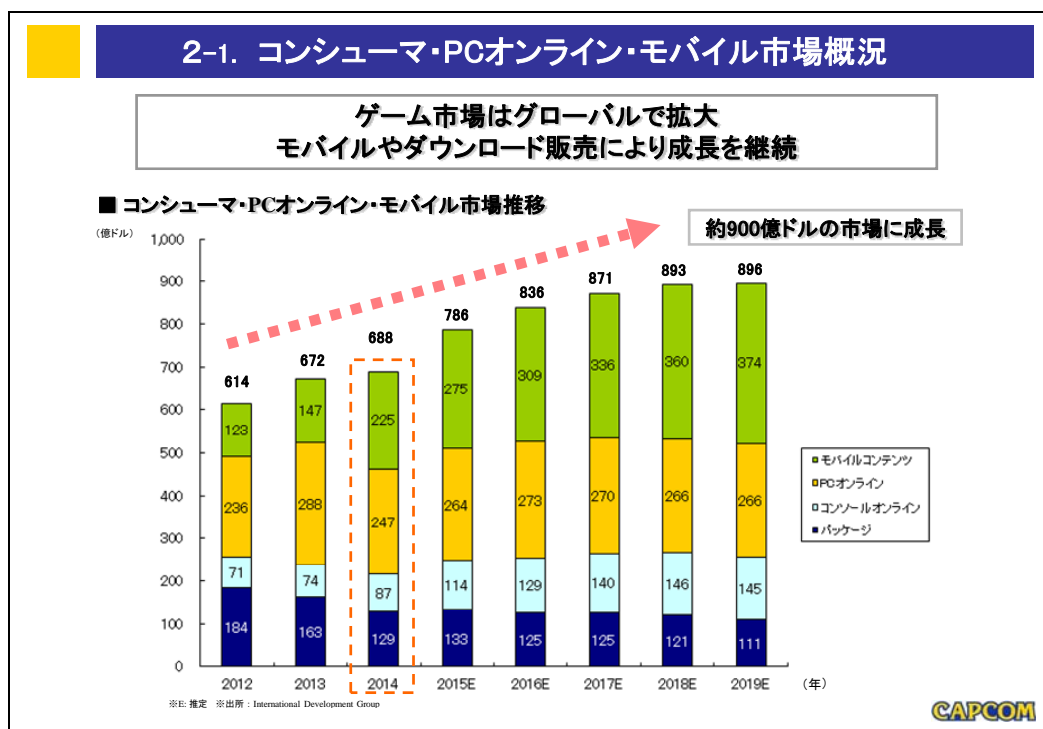


2015年3月期 決算説明会
 代表取締役社長 COO 辻本春弘説明要旨
 (2015年5月8日)

社長の辻本です。私からは、2016年3月期の事業戦略および計画についてご説明させていただきます。

P.6 2-1. コンシューマ・PCオンライン・モバイル市場概況



まず初めに、成長戦略のポイントとして、コンシューマ・PCオンライン・モバイル市場のアップデートをさせていただきます。

世界のゲームソフト市場は、ダウンロード販売の浸透による流通チャネルの多様化、あるいはモバイル端末の世界的な普及によるビジネス領域の拡大などにより、この1年においても刻々と変化しています。この拡大基調の市場環境下、コンシューマ、モバイル、PCの各プラットフォームにおいては、変化を好機とし、新たなコンテンツを展開するチャンスに溢れています。

市場調査では、グローバルの市場規模は、2014年の688億ドルから、2019年には1.3倍の約900億ドルへと拡大する見込みです。

(グラフの紺と水色の部分) 家庭用ゲームソフトの市場は、パッケージとコンソールオンライン(ダウンロード)の合計では、2014年の216億ドルから2019年には250億ドル強に成長する見込みです。従来の見通しより、コンソールオンラインの成長が早期に進展する予測となっており、当社の2015年3月期実績ともリンクしますが、ビジネスモデルの変化を裏付けています。カプコンとしては、コンテンツ創出の源泉としてきた事業であり、引き続き注力し、ミリオンタイトルの投入と、ダウンロード販売の強化を図ります。

次に、従来より成長市場と位置付けているモバイル市場は、以前の見通しでは2018年で286億ドルの予測でしたが、今回、2019年で374億ドルの予測となっています。これは、主にアジアでの成長が予想以上であったためです。

一方、PCオンライン市場は、ほぼ現在と同じ270億ドル規模で推移する見通しです。


市場全体は、モバイルやダウンロード販売が牽引し、直近の2,3年で急拡大し、その後も成長を続ける見通しです。当社においても、この後お話ししますプラットフォームごとの戦略に沿い、収益の拡大を図ります。

2-2. 成長戦略骨子

成長戦略骨子

- **戦略1: コンシューマ事業の拡充**
 - ・ DLC(ダウンロードコンテンツ)の強化
 - ・ 60ヵ月マップの本格運用によるタイトルラインナップの増強

- **戦略2: オンライン事業の拡充**
 - ・ マーケティングおよびマネタイズ面を強化
 - ・ 自社タイトルラインナップの増強
 - ・ アジア地域での事業提携を推進



次に、2点の成長戦略骨子について説明させていただきます。当社は、引き続き重点項目として、コンシューマビジネスとオンラインビジネスでの成長に注力します

コンシューマでは、前期からの高収益体制を継承し、今期はラインナップの充実を図ります。セグメントの営業利益率は、今期も20%台を見込んでいます。

DLC(ダウンロードコンテンツ)は、コンシューマにおける売上比率が、前々期の18.3%から前期は25.7%へと成長しています。引き続き、本編および追加DLCの販売に注力し、収益増を図る方針です。

また、2012年度の構造改革から本格的な運用をスタートした60ヵ月マップに沿ったタイトルの投入を今期から開始し、ラインナップの増強を図ります。

次に、オンライン事業につきまして、前期は不採算タイトルの解消とコスト見直しにより、モバイルとPCその他の利益率は、15~20%程度にまで、一定の回復を果たしました。


今期は、モバイル事業において『モンスターハンター エクスプロア』など自社タイトルを投入し、売上成長を目指します。また、『ドラゴンズドグマ オンライン』や『ブレスオブファイア 6』など、オンラインタイトルにおける自社ラインナップの強化を図ります。

また、オンラインビジネスの海外展開としては、成長市場であるアジアを重点市場とします。中国市場向けのテンセント社との協業タイトルである『モンスターハンターオンライン』をはじめ、現在、中国、韓国、台湾、東南アジアで複数のパブリッシャーとの協業を推進しています。

P.9 3. 2016年3月期 連結業績予想

3. 2016年3月期 連結業績予想			
デジタルコンテンツおよびアミューズメント機器事業における ラインナップの拡充により増収増益を見込む			
(単位:百万円)			
	2015/3	2016/3計画	増減
売上高	64,277	76,000	11,723
営業利益	10,582	12,000	1,418
営業利益率	16.5%	15.8%	-
経常利益	10,851	11,700	849
当期純利益	6,616	7,700	1,084

- デジタルコンテンツおよびパチスロ機の販売強化による増収増益
- 効率的な組織運営により営業利益率は15%以上を維持
- 1株当たり予想当期純利益 136円94銭
- 配当は 中間15円、期末25円の年間40円を予定



次に、2016年3月期の業績予想についてご説明します。

2016年3月期は、デジタルコンテンツおよびアミューズメント機器事業におけるラインナップの拡充により増収増益を見込みます。

売上高は前期比で+117億23百万円となる760億円、営業利益は+14億18百万円となる120億円、また、営業利益率は15.8%を計画しています。経常利益は+8億49百万円の117億円、当期純利益は+10億84百万円の76億円を見込みます。

1株当たり予想当期純利益は136円94銭、配当は 中間15円、期末25円の年間40円を予定しています。

次に、事業セグメント別の概況についてご説明します。


P.12 4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画①

4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画①

**主力シリーズ作の投入および
ダウンロード販売の推進により成長市場へ注力**

■ コンシューマ 戦略

- ・国内外向けの新作投入を拡充
 - ⇒ 『ストリートファイターV』を始め、人気シリーズの続編を投入
 - ⇒ 過去の人気作品のHDリマスター化などIP資産の活用を推進
- ・DLC(本編及び追加ダウンロード)による収益の拡大
 - ⇒ 本編DLCでは、過去作品を積極的に販売
 - ⇒ 有力タイトルの追加DLCを戦略的に投入し、ライフタイムを長期化
 - ⇒ STEAMなどオンラインプラットフォームの活用による、新興国への訴求



はじめに、デジタルコンテンツ事業についてご説明します。

まず、コンシューマ事業については、主力シリーズの投入とダウンロード販売の推進により、前期並みの収益を確保します。利益率の水準は、前期に引き続き当面目標としている20%を達成する見通しです。


今期は、国内外向けの新作を拡充します。『ストリートファイターV』を始め、人気シリーズの続編を投入するほか、過去の人気作のHDリマスター版化などIP資産の活用を推進します。

またDLCによる収益の拡大を図ります。本編DLCでは、過去作品を積極的に販売するほか、有力タイトルの追加DLCを戦略的に投入し、ライフタイムを長期化します。加えて、STEAMなどオンラインプラットフォームを活用し、新興国へ訴求します。

P.13 4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画②

4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画②		
■ 2016年3月期 コンシューマ 主要タイトル販売計画		
(単位:千本)		
ハード	タイトル名	計画
3DS	モンスターハンター関連タイトル	2,500
PS4 PC	ストリートファイターV	2,000

※ 本数には、本編ダウンロード販売を含む



次に、コンシューマにおける主要タイトルの販売計画をお伝えします。

今期は、ニンテンドー3DS シリーズ向けに「モンスターハンター関連タイトル」を投入します。正式タイトル名は、営業上の発表タイミングで改めてお伝えいたします。販売本数計画は 250 万本です。また、PS4 と PC 向けに『ストリートファイターV』を投入し、こちらは 200 万本を計画しています。

P.14 4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画③

4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画③				
タイトル数は減少するものの 本編DLCの伸長により販売本数は前期並みを維持				
■ 2016年3月期 コンシューマ 販売本数計画				
(単位:千本)				
	2014/3	2015/3	2016/3 計画	増減
タイトル数	42	33	29	-4
パッケージ				
日本	6,700	4,000	4,300	300
北米	3,800	2,400	1,200	-1,200
欧州	1,900	1,300	300	-1,000
アジア	300	300	200	-100
パッケージ計	12,700	8,000	6,000	-2,000
DLC				
本編DLC計	4,800	5,000	7,000	2,000
合計	17,500	13,000	13,000	0

CAPCOM

2016年3月期のコンシューマの販売本数は、タイトル数は減少するものの、本編DLCの伸長により、前期と同じ1,300万本となる見通しです。

新作タイトル数は、前期比で▲4タイトルの29タイトルを見込んでいます。

パッケージの地域別の販売本数は、日本は+30万本の430万本、北米は▲120万本の120万本、欧州は▲100万本の30万本、アジアは▲10万本となる20万本を計画しています。

パッケージの合計は▲200万本の600万本となる一方、本編DLCは+200万本の700万本に成長する見込みです。前期に引き続き、主に海外においてDLC比率の向上を図ります。

P.15 4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画④

4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画④

**国内外で強力なIPを活用し
モバイルアプリでのヒット作創出に注力**

■ モバイルコンテンツ 戦略

・「カプコン、ビーラインブランド」でのヒット作を創出
⇒ 『モンスターハンター エクスプロア』(Android/iOS) 2015年投入予定
⇒ 女性層に向けたビーラインブランドによるグローバル展開

・アジアにおいてカプコンブランドのタイトルを展開
⇒ TEEPLAY Interactive Limited, Asiasoft Corporation -
Public Company Limited, Qihoo 360 Technology Co. Ltd. など
現地有力企業との提携を推進



『モンスターハンター エクスプロア』



モバイルコンテンツにおいては、今期はタイトルラインナップの増加により増収を見込んでいます。国内外において強力なIPの活用によりヒット作を創出し、売上成長を果たします。

カプコンブランドでは、『モンスターハンター エクスプロア』を2015年中に投入します。ビーラインブランドにおいては、女性カジュアル層に向けたタイトルをグローバルで展開し、売上の回復を図る予定です。

アジアにおいては、カプコンブランドのタイトルにより、TEEPLAY Interactive Limited、Asiasoft Corporation Public Company Limited、Qihoo 360 Technology Co. Ltd.など、中国、韓国、台湾、タイなどにおける現地の有力パブリッシャーとの協業を積極的に展開し、当社主力IPを活用したタイトルを投入します。


4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画⑤

**主カタイトルの更なる活性化と
国内外での新作投入により収益基盤を強化**

■ PCその他 戦略

- ・国内運営タイトルの拡充
 - ⇒ PCオンライン『モンスターハンター フロンティアG』の継続的なアップデート
 - ⇒ PCブラウザ『ブレスオブファイア6 白竜の守護者たち』 2015年夏 サービス開始予定
 - ⇒ 『ドラゴンズドグマ オンライン』(PC/PS4/PS3) 2015年サービス開始予定

- ・アジアにおいてタイトル投入を促進
 - ⇒ テンセント社との提携にて『モンスターハンターオンライン』 2015年4月よりCBT開始
 - ⇒ テンセント社との提携にて『モンスターハンター メゼポルタ開拓記』 2015年サービス開始予定
 - ⇒ その他アジア地域で複数タイトルの配信を準備



次に、PC その他につきましては、主カタイトルの更なる活性化と国内外での新作投入により、収益基盤を強化します。


国内運営タイトルの拡充策として、PC オンラインゲーム『モンスターハンター フロンティア G』の継続的なアップデートによる活性化を行うほか、PC ブラウザゲーム『ブレスオブファイア 6 白竜の守護者たち』は 2015 年夏、オンラインゲーム『ドラゴンズドグマ オンライン』は、2015 年にサービスを開始する予定です。

アジアにおいてもタイトル投入を促進します。テンセント社との提携タイトルである『モンスターハンターオンライン』は、2015 年 4 月より CBT（クローズドベータテスト）を開始しています。また、新たにテンセント社との提携にて『モンスターハンター メゼポルタ開拓記』を 2015 年にサービス開始することが決まっています。

その他、アジア地域で複数タイトルの配信を準備しています。

P.17 4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画⑥

4-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画⑥					
効率的な開発・運営体制の構築および ラインナップ拡充により増収増益を見込む					
■ デジタルコンテンツ事業 計画					
(単位:億円)					
	2014/3	2015/3	2016/3計画	増減	
売上高	658	453	485	32	
営業利益	44	102	110	8	
営業利益率	6.8%	22.5%	22.7%	—	
売上内訳	コンシューマ				
	パッケージ	433	262	260	-2
	DLC	97	90	90	0
	コンシューマ計	530	352	350	-2
	モバイルコンテンツ	65	41	55	14
	PCその他	63	60	80	20

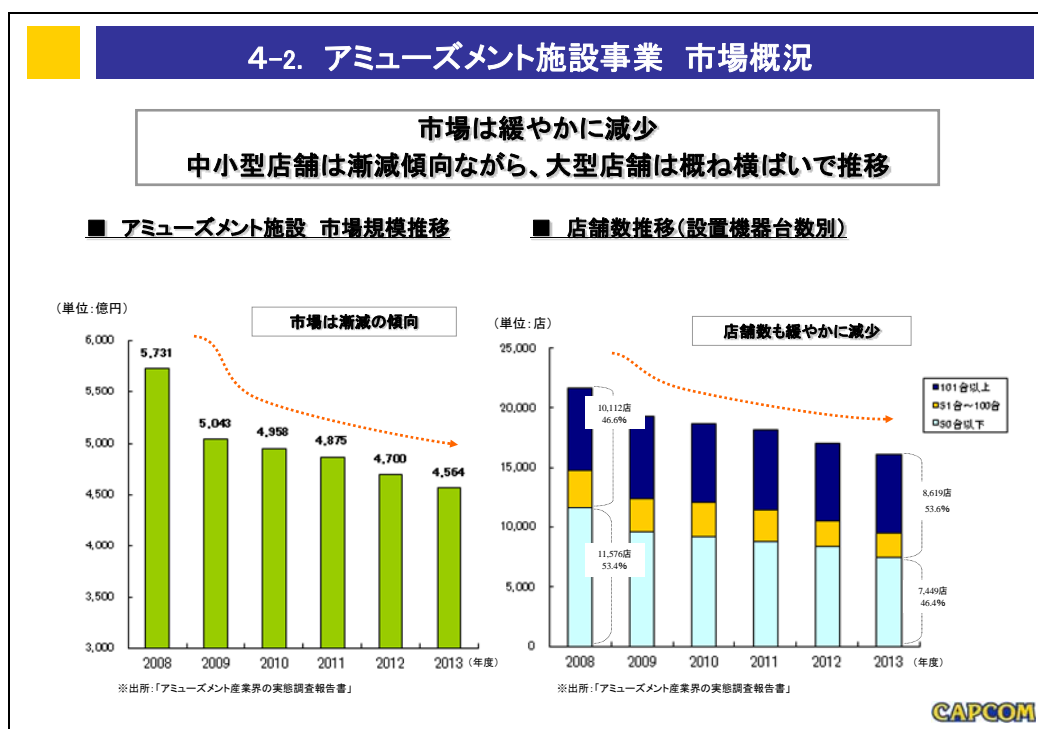


2016年3月期のデジタルコンテンツ事業の業績計画としましては、効率的な開発・運営体制の構築およびラインナップ拡充により、増収増益を見込みます。

売上高は、前期比で+32億円となる485億円、営業利益は+8億円となる110億円、営業利益率は22.7%を計画します。

売上高の内訳としては、パッケージは▲2億円の260億円、DLCは±0億円の90億円、コンシューマ合計では350億円の計画です。モバイルコンテンツは+14億円増の55億円、PCその他は+20億円増の80億円を見込んでいます。

P.19 4-2. アミューズメント施設事業 市場概況



ここからは、アミューズメント施設事業についてご説明します。

アミューズメント施設における市場動向ですが、市場は緩やかに縮小を続けています。特に前期は、消費増税の影響もあり、厳しい市場環境でした。


ただ、当社が主力としています、ショッピングセンター内に設置する大型店舗の数は概ね横ばいで推移しており、引き続き、好条件の立地への出店については、ビジネスチャンスは十分に存在すると考えています。

4-2. アミューズメント施設事業 戦略および計画

新規顧客層の開拓と厳選した出店により
前期からの回復を目指す

■ アミューズメント施設事業 戦略

- ・収益機会の創出と新規出店による成長
 - ⇒ 自社キャラクターを活用した脱出アトラクションや飲食店舗の設置など、活性化策を推進
 - ⇒ 既存店前年比計画:101%
 - ⇒ 今期計画:出店4、退店2、合計35店舗




『あそびライブラリー-川口』

■ アミューズメント施設事業 計画

(単位:億円)

	2014/3	2015/3	2016/3 計画	増減
売上高	106	92	100	8
営業利益	16	9	11	2
営業利益率	15.2%	10.2%	11.0%	-
既存店売上前年比	95%	90%	101%	-

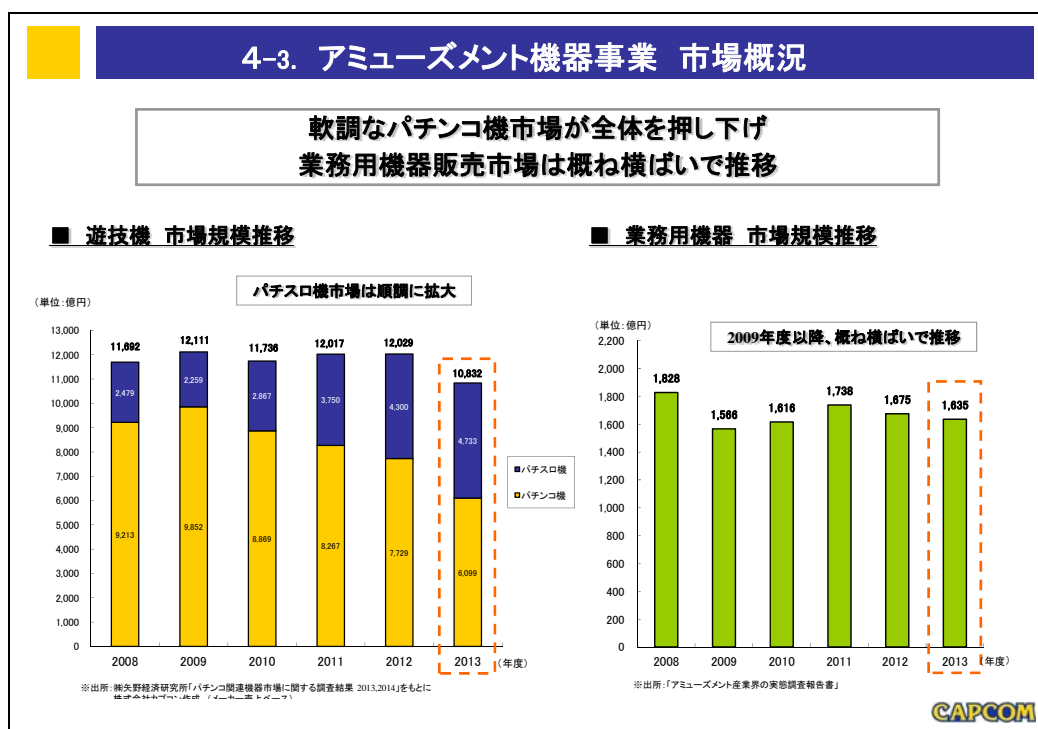


アミューズメント施設事業においては、新規顧客層の開拓と厳選した出店により、前期からの回復を目指します。

今期は、自社キャラクターを活用した脱出アトラクションや飲食店舗の設置など、当社独自の活性化策を推進します。既存店前年比計画は、101%を予定しています。また、出退店計画は、出店4、退店2の合計35店舗と、引き続きスクラップアンドビルドを継続します。これらの収益機会の創出と新規出店により成長を図ります。

今期業績は、売上高は+8億円の100億円、営業利益は+2億円の11億円、営業利益率は11%を計画します。

P.22 4-3. アミューズメント機器事業 市場概況



次に、アミューズメント機器事業についてご説明します。

市場概況につきまして、当社が主に注力するパチスロ機市場は、2013年までは拡大していますが、皆様ご存知のとおり、型式試験の運用方法が変更されており、現時点では、その影響を見極める必要があると考えています。

また、業務用機器の販売市場につきましては、単年では増減があるものの、この5年間で概ね安定的に推移しています。

4-3. アミューズメント機器事業 戦略および計画

**両ビジネスとも、市場動向に即した
新機軸商材の投入により増収増益を見込む**

■ PS 戦略

- ・ルール変更後の仕様において着実な販売
⇒ 自社パチスロ機販売台数計画 2機種 4万5千台

■ 業務用機器販売 戦略

- ・音楽ゲーム等新規商材によるラインナップの拡充
⇒ 『crossbeats REV.』(2015年夏稼働予定)、『ルイージマンション』(2015年6月稼働予定) 等の投入
⇒ 上記タイトルを皮切りに、通信型課金モデルなど新たな機会を創出

■ アミューズメント機器事業 計画

(単位:億円)

	2014/3	2015/3	2016/3 計画	増減
売上高	231	75	150	75
営業利益	71	27	30	3
営業利益率	30.8%	36.3%	20.0%	-

(PS:業務用機器販売 売上構成比=8:2)

今期のアミューズメント機器事業は、PS（ピーエス）と業務用機器販売の両事業において市場動向に即した新機軸商材を投入し、増収増益を見込みます。

PSでは、ルール変更後の仕様において着実な販売を図ります。自社パチスロ機の販売台数は2機種で4万5千台を計画するほか、受託ビジネスも継続します。

業務用機器販売では、音楽ゲーム等新規商材によりラインナップを拡充します。『crossbeats REV.』が2015年夏に、『ルイージマンション』は2015年6月に稼働を予定しています。これらのタイトルを皮切りに、通信型課金モデルなどで新たな機会を創出します。

今期業績は、売上高は+75億円の150億円、営業利益は+3億円の30億円、営業利益率は20%を計画しています。今期はいったん利益率が低下しますが、これは、業務用において通信型課金の採用により機種あたりの収益期間が長期化すること、また、PSにおいてルール変更への対応のため開発原価が増加したことなどが要因であり、一過性のものと考えています。

P.25 4-4. その他事業 戦略および計画

4-4. その他事業 戦略および計画

**ワンコンテンツ・マルチユース戦略により
主力ブランドの認知拡大と収益最大化を図る**


■ **キャラクターコンテンツ事業 戦略**

- ・映像・舞台化による非ゲームユーザーへの訴求
⇒ 舞台『逆転裁判2 ～さらば、逆転～』2015年4月29日～公演
- ・主力ブランドを活用した異業種とのコラボレーション
⇒ ユニバーサル・スタジオ・ジャパンでの「モンスターハンター」や「バイオハザード」のコラボレーション等による非ゲームユーザーへの訴求
⇒ 「戦国BASARA」を通じた地方自治体、博物館等とのライセンス推進

■ **その他事業 計画**

(単位: 億円)

	2014/3	2015/3	2016/3計画	増減
売上高	25	21	25	4
営業利益	10	6	10	4
営業利益率	38.6%	30.8%	40.0%	-



最後に、その他事業についてご説明します。

引き続き、ワンコンテンツ・マルチユース戦略の一環として、主力ブランドの認知拡大と、収益最大化を図っていきます。

キャラクターコンテンツ事業では、映像・舞台化による非ゲームユーザーへの訴求を推し進めます。現在は、舞台『逆転裁判2 ～さらば、逆転～』は2015年4月29日から公演中です。

また、主力ブランドを活用した異業種とのコラボレーションとして、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンでの「モンスターハンター」や「バイオハザード」のコラボレーション等により、非ゲームユーザーへ訴求していきます。

そのほか、「戦国BASARA」を活用した、地方自治体、博物館などとの地域連携は、当社としての社会貢献活動としての意義も含め、推進しています。

今期業績は、売上高25億円、営業利益10億円を計画しています。

今期もステークホルダーの皆様のご期待に応えるべく、全社一丸となって計画の達成に注力してまいりますので、引き続きよろしく願いいたします。ありがとうございました。

以 上