



株式会社カプコン(東証第1部:9697)

秘書・広報IR部長 田中 良輔

2017年3月23日

「オンライン会社説明会」説明資料

## <目次>


- 1. 株式会社カプコン 会社概要 (P.2) ■
- 2. カプコンの事業活動 (P.4) ■
- 3. ゲーム市場の動向 (P.11) ■
- 4. カプコンの基本戦略 (P.14) ■
- 5. 成長戦略と新たなビジネスモデル (P.19) ■
- 6. カプコンの配当方針(P.30) ■
- 7. カプコンの社会貢献活動(P.32) ■

# 1. 株式会社カプコン 会社概要



## 1-1. 会社概要

カプコンは、世界有数の開発力・技術力を強みに、  
業界を代表するゲームソフト(コンテンツ)会社です

会社名	株式会社カプコン 
設立年月日 創業年月日	1979年5月30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、オンラインゲーム、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等
売上高	77,021百万円(2016年3月期)
時価総額	167,276百万円(2016年10月25日現在)
上場金融商品取引所	東証第1部(証券コード:9697) 情報・通信業
従業員数	単体2,239名、連結2,951名(2016年9月30日現在)

## 2. カプコンの事業活動





# ストリートファイター

- 発売から25年以上
- シリーズ累計3,800万本
- 海外売上比率70%
- 「ストリートファイターII」630万本



# バイオハザード

- 発売から20年
- シリーズ累計7,200万本
- 海外売上比率75%
- 「バイオハザード5」710万本









































# モンスターハンター

- 発売から12年
- シリーズ累計3,800万本
- 海外売上比率20%
- 「モンスターハンターポータブル 3rd」  
480万本



## 2-1. ヒット作品(その他)

<p>「ドラゴンズドグマ」シリーズ</p> <p>タイトル数: 10 総販売数量: 300</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「ロスト プラネット」シリーズ</p> <p>タイトル数: 17 総販売数量: 600</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「バイオハザード」シリーズ</p> <p>タイトル数: 113 総販売数量: 7,200</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「ブレス オブ ファイア」シリーズ</p> <p>タイトル数: 15 総販売数量: 320</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>
<p>「デッドライジング」シリーズ</p> <p>タイトル数: 21 総販売数量: 1,000</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「戦国BASARA」シリーズ</p> <p>タイトル数: 30 総販売数量: 390</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「ファイナルファイト」シリーズ</p> <p>タイトル数: 10 総販売数量: 320</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「ストリートファイター」シリーズ</p> <p>タイトル数: 83 総販売数量: 3,800</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>
<p>「モンスターハンター」シリーズ</p> <p>タイトル数: 34 総販売数量: 3,800</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「逆転裁判」シリーズ</p> <p>タイトル数: 23 総販売数量: 630</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「ロックマン」シリーズ</p> <p>タイトル数: 134 総販売数量: 3,100</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「魔界村」シリーズ</p> <p>タイトル数: 14 総販売数量: 420</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>
<p>「デビル メイ クライ」シリーズ</p> <p>タイトル数: 23 総販売数量: 1,500</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「鬼武者」シリーズ</p> <p>タイトル数: 12 総販売数量: 800</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「戦場の狼」シリーズ</p> <p>タイトル数: 2 総販売数量: 120</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「1942」シリーズ</p> <p>タイトル数: 3 総販売数量: 140</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>
<p>「ディノクライシス」シリーズ</p> <p>タイトル数: 13 総販売数量: 440</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>	<p>「マーベル vs. カプコン」シリーズ</p> <p>タイトル数: 11 総販売数量: 700</p>   <p><a href="#">解説を見る</a></p>		

# 企業理念

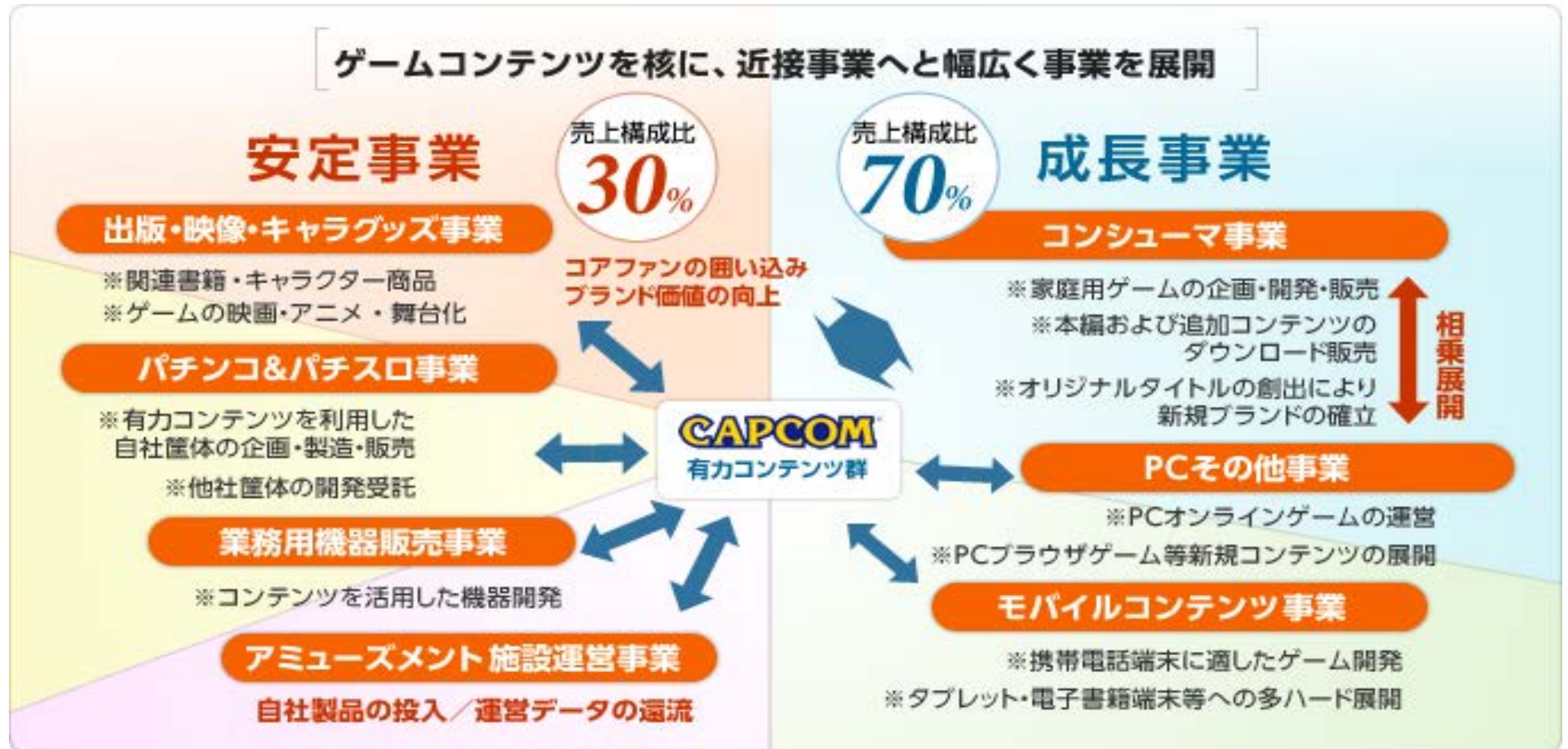
- 「面白いゲーム」をつくり、世界の人々に感動を与える

# 企業風土・DNA

- 常に新しいことに取り組むチャレンジ精神
- 常に世界トップクラスを目指す自負心

## 2-3. 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しています



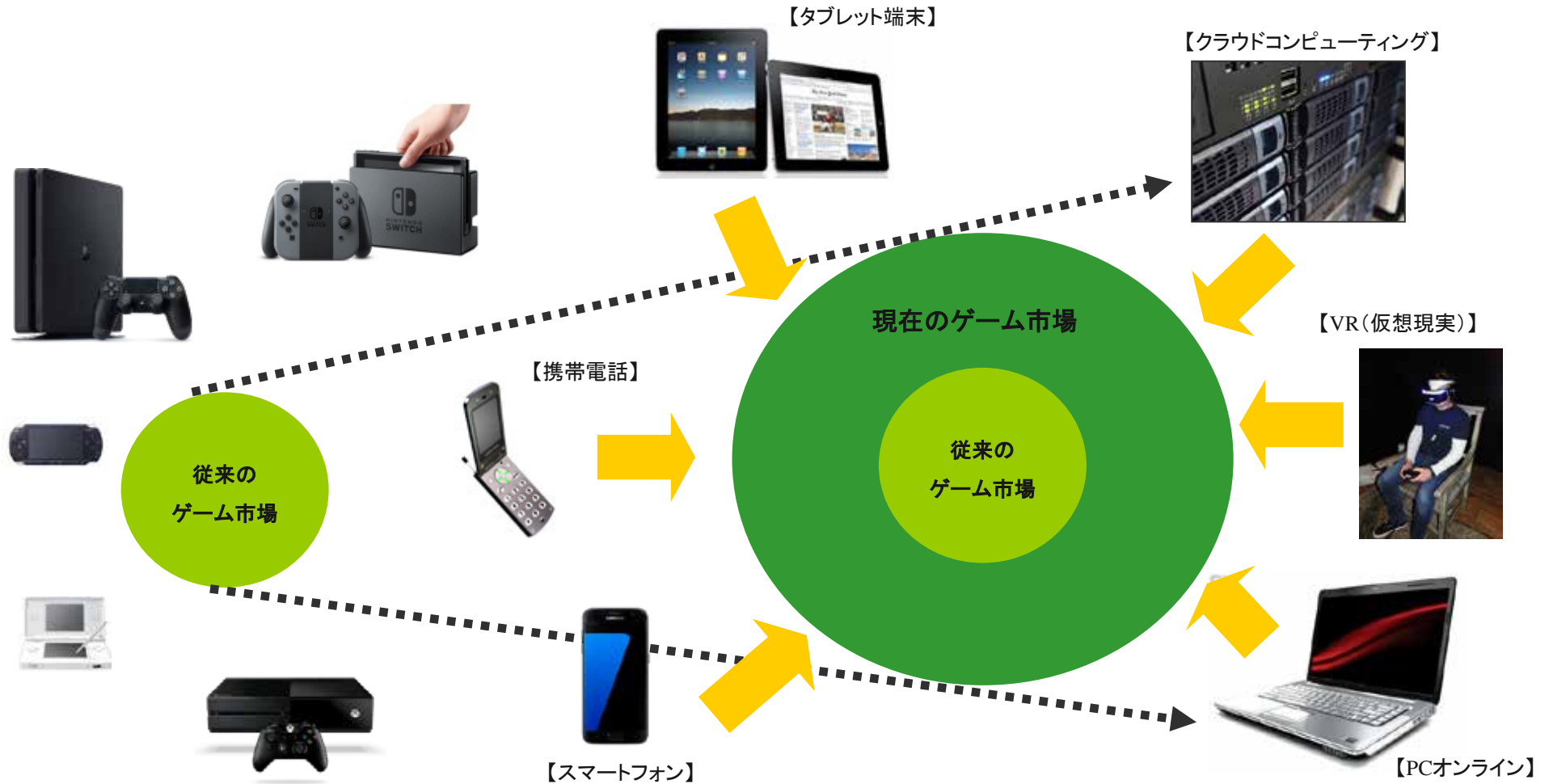
### 3. ゲーム市場の動向





## 3-1. 当社を取り巻く環境

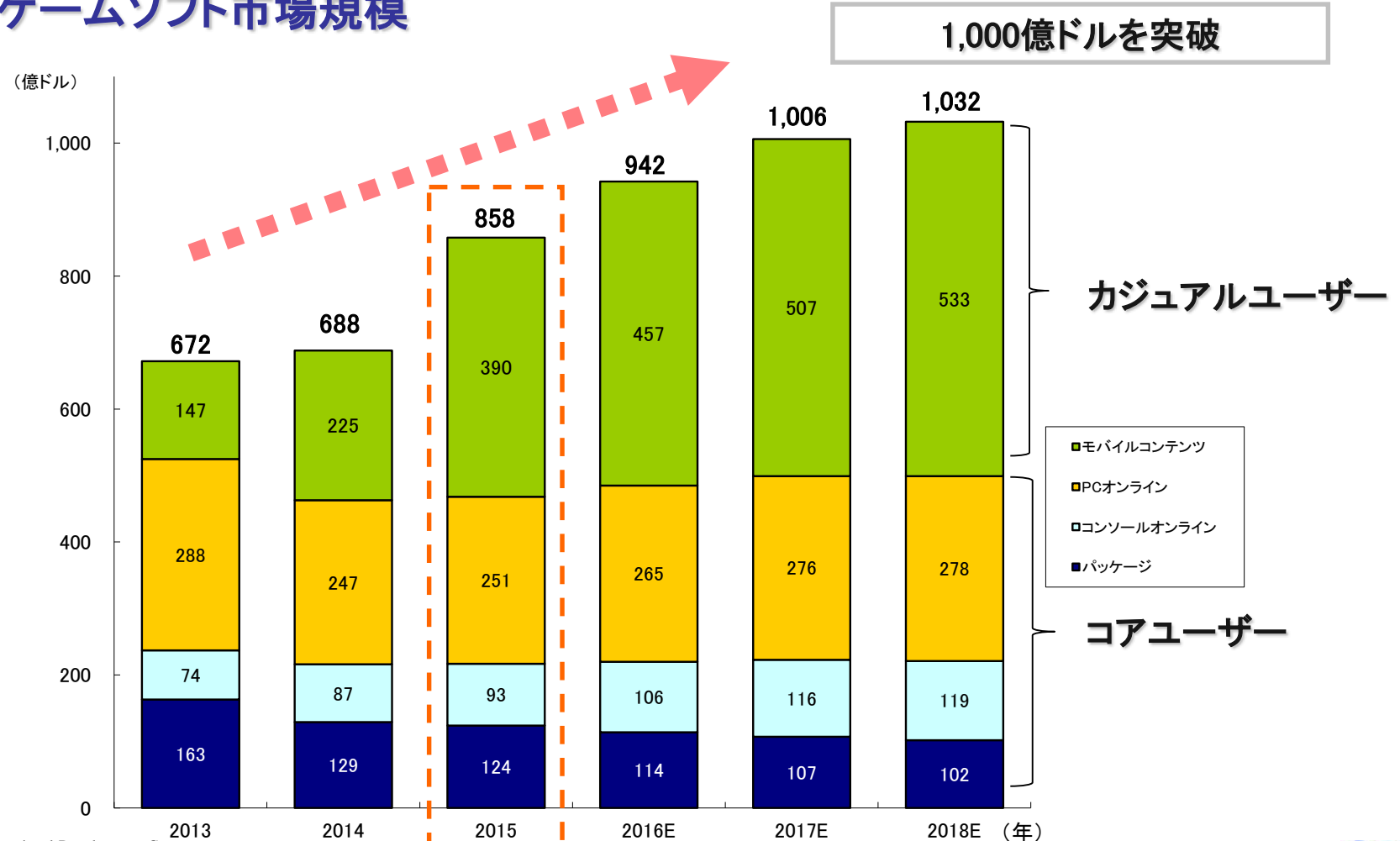
ゲームマーケットは最先端技術が集結する市場であり、  
その環境は急激に変化しつつあります



## 3-2. ゲーム市場概況

ゲーム市場はグローバルで拡大  
モバイル市場の急成長は継続する見通し

### ■ ゲームソフト市場規模



※E: 推定 ※出所: International Development Group

## 4. カプコンの基本戦略





## 4-1. 戦略① マルチプラットフォーム展開

マルチプラットフォーム戦略に基づき  
多様化する機種に対応する開発体制を構築します

### ■ グローバルなマルチプラットフォーム戦略の展開



## 4-2. 戦略② グローバル展開

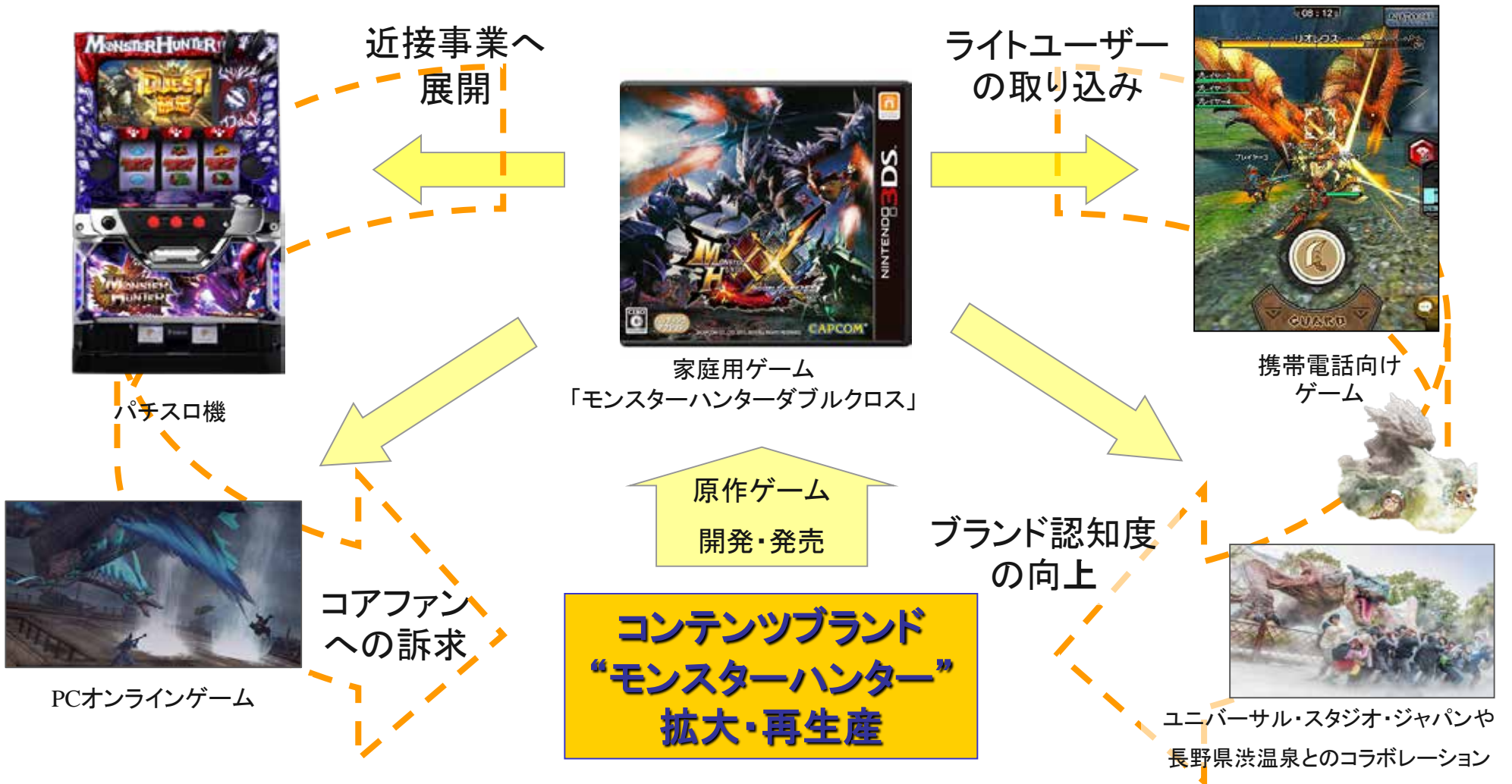
ゲーム機だけでなく、オンライン上のプラットフォームで  
**デジタル配信**するコンテンツも積極的に展開しています

### ■ グローバルなマルチプラットフォーム戦略の展開（デジタル）



## 4-3. 戦略③ ワンコンテンツ・マルチユース

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ます



## 4-3. 戦略③ ワンコンテンツ・マルチユース

人気キャラクターを様々なメディアへ展開することで  
知名度の向上とゲーム販売強化を図ります

### ■ 映画・映像への展開

- ・ハリウッドの映画会社と提携し、当社のゲームコンテンツを映画化しています

### ■ キャラクターコンテンツ事業

- ・コンテンツのアニメ化や舞台化など、ゲームに留まらない様々な展開を積極的に進めています
- ・「戦国BASARA」のキャラクターは大阪府警、京都府警、兵庫県警の啓発ポスターにも採用されるなど、産官連携の一端を担っています

### ■ 展開作品一例



ハリウッド映画「バイオハザード：ザ・ファイナル」

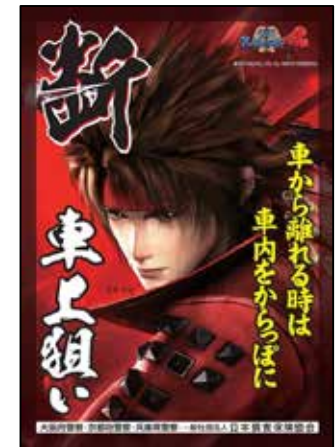
© 2016 Constantin Film Produktion GmbH. All Rights Reserved



アニメ

「モンスターハンターシリーズ RIDE ON」

©CAPCOM/MHST製作委員会



近畿3府県警察

車上ねらい防止ポスター



## 5. 成長戦略と新たなビジネスモデル



### ■ カプコンの目指すゴール

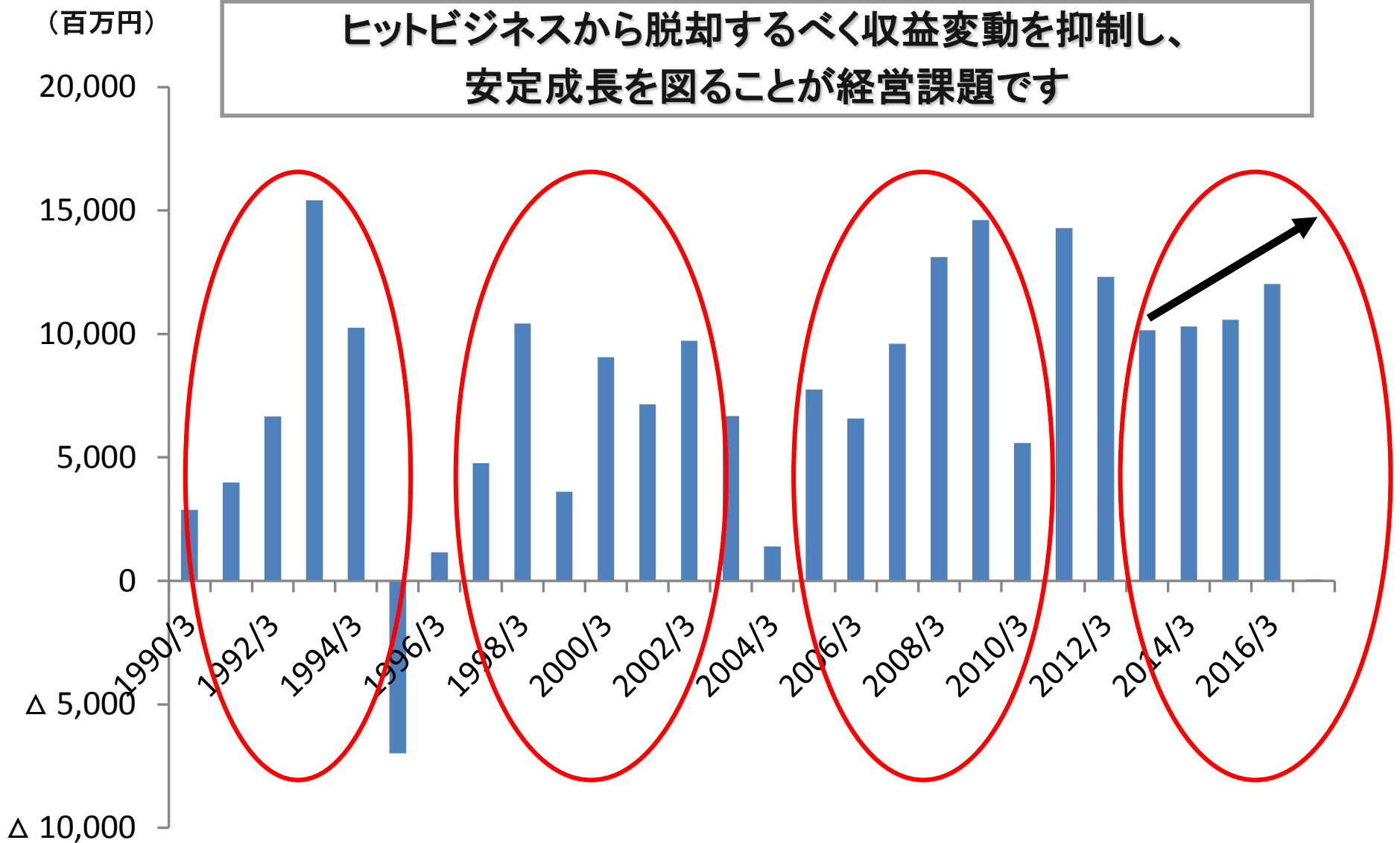
- ・成長戦略の完遂により、中長期において持続的に企業価値を向上すること

### ■ 成長戦略の完遂に必要なこと

- ・「収益変動リスク」のコントロール
- ・「経営判断リスク」のコントロール

デジタル技術の  
積極的な活用

## 5-2. 上場からの営業利益推移





# 成長戦略骨子

### ■ 戦略1: コンシューマ事業の拡充

- ① 主カブランドの安定的な供給
- ② ダウンロード販売(本編・追加・カタログ)の強化
- ③ 最新技術および最新ビジネスの追求

### ■ 戦略2: オンライン事業の立て直し

- ① モバイル事業統括の新設による開発体制の強化
- ② アジア地域での事業提携を推進

デジタル  
ビジネス

## 5-4. 最新技術・最新ビジネス①

新たなゲームデバイス(端末)の登場は、ゲーム市場拡大を加速  
ゲームは「プレイ」から「体感」へ

### ■ 最新技術(VR技術)への追求

- ・2025年の世界市場規模は350億ドル(内、ゲーム110億ドル)
- ・スポーツイベント、ビデオ、不動産分野などへの潜在的需要の高さ
- ・当社も最新作『バイオハザード7』がVR完全対応で、市場の高評価

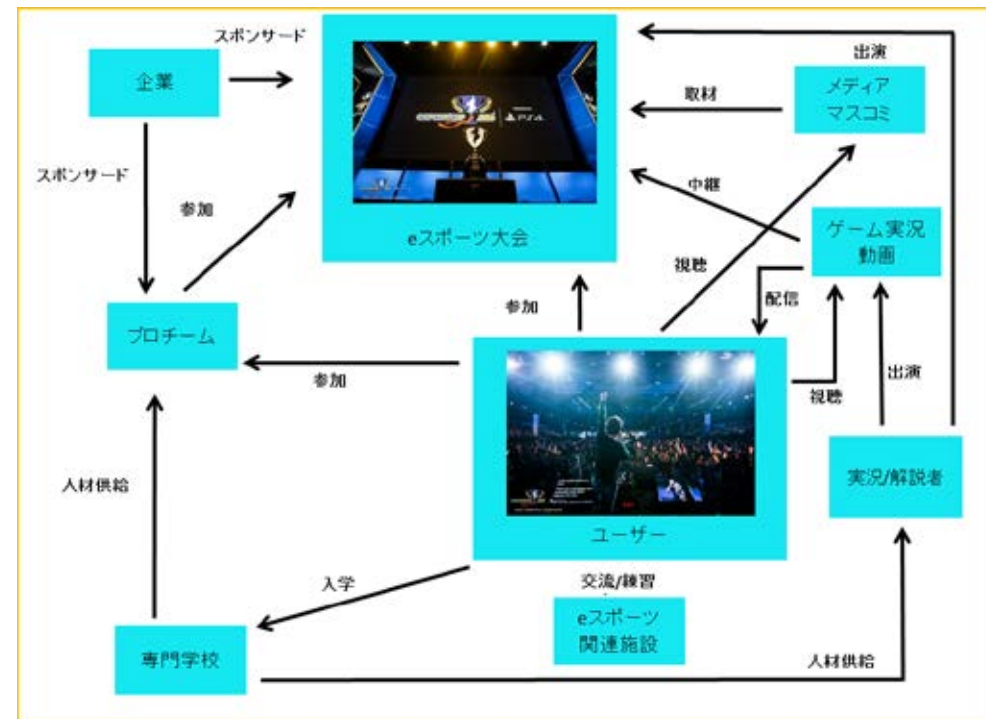


## 5-5. 最新技術・最新ビジネス②

プロモーション主体のイベントから、  
最新ビジネスとして、新たなゲームの周辺市場を形成

### ■ 「eスポーツ」への追求

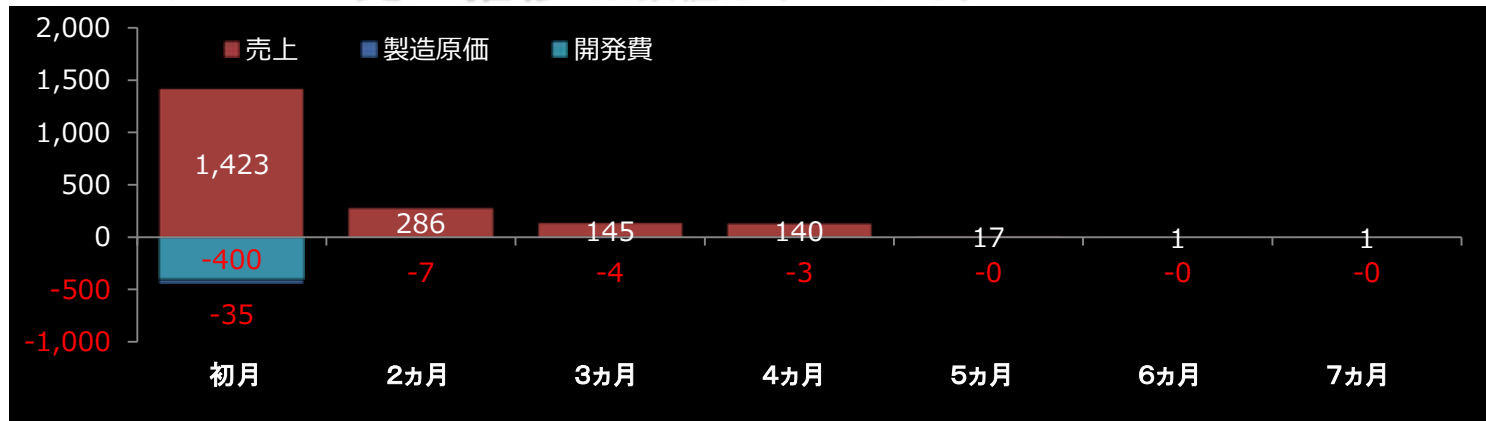
- ・2018年の世界市場は20億ドルへ
- ・プロチーム、専門学校が設立
- ・当社では、2014年から「カプコンプロツアー」を開催
- ・今後は、大会の入場チケット販売、試合の有料放送、物販等によるビジネス化を検討



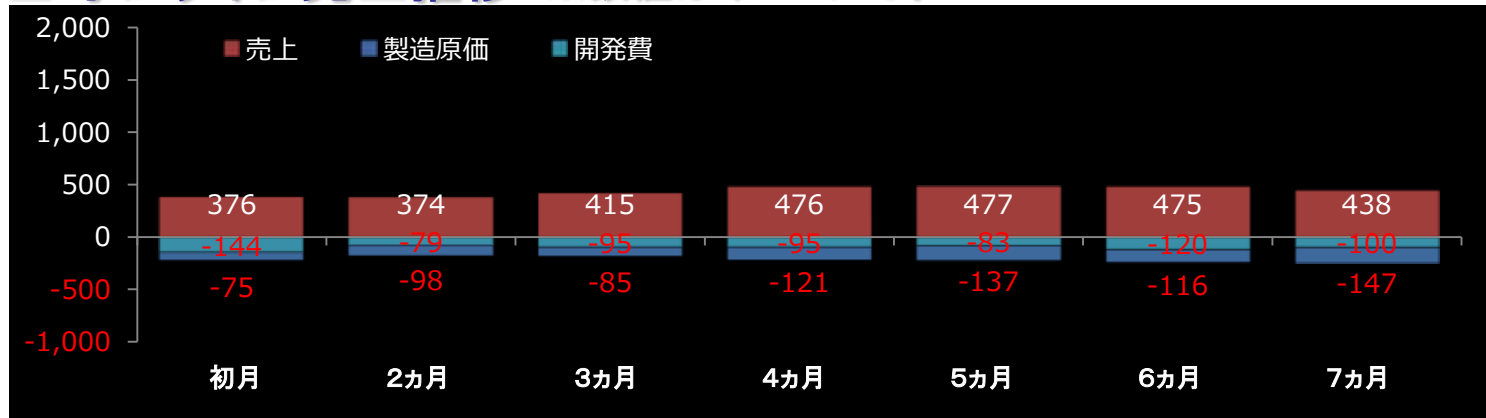
## 5-6. 収益モデルの違い

コンシューマは初月売上が8割以上を占める「売り切りモデル」に対し、  
オンラインは長期安定的に収益を計上する「継続モデル」

### ■ コンシューマ売上推移 ※数値はイメージです



### ■ オンライン売上推移 ※数値はイメージです



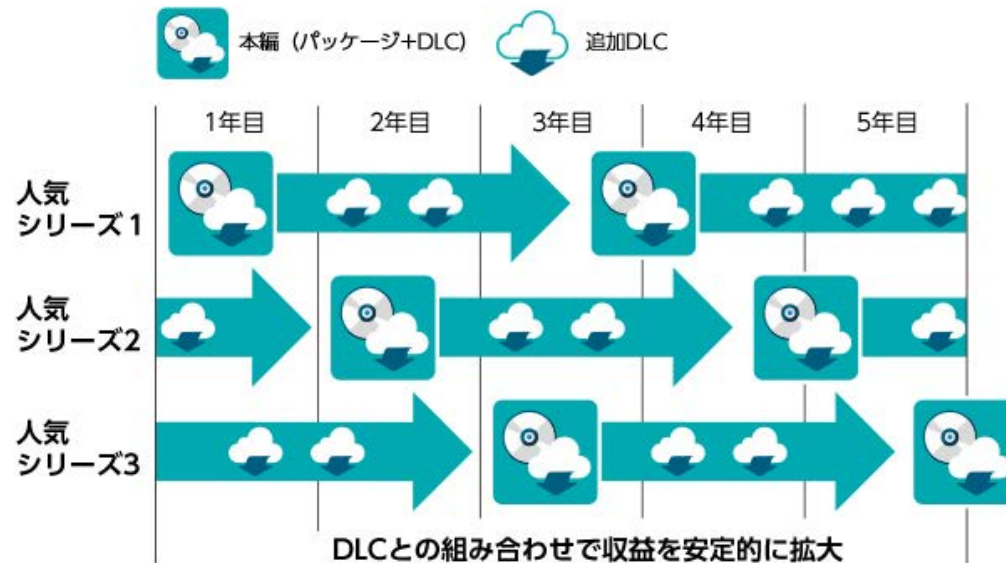
## 5-7. コンシューマ事業①

多数の人気ゲーム(IP)を保有する強みを活かして、  
収益変動リスクを抑制

### ■ 主カブランドの安定供給

- ・人気シリーズの発売期間をこれまでの3～4年から約2.5年に短縮
- ・ヒットビジネスのゲーム業界において、タイトルのポートフォリオマップを導入し、収益リスクを分散

長期ポートフォリオ戦略



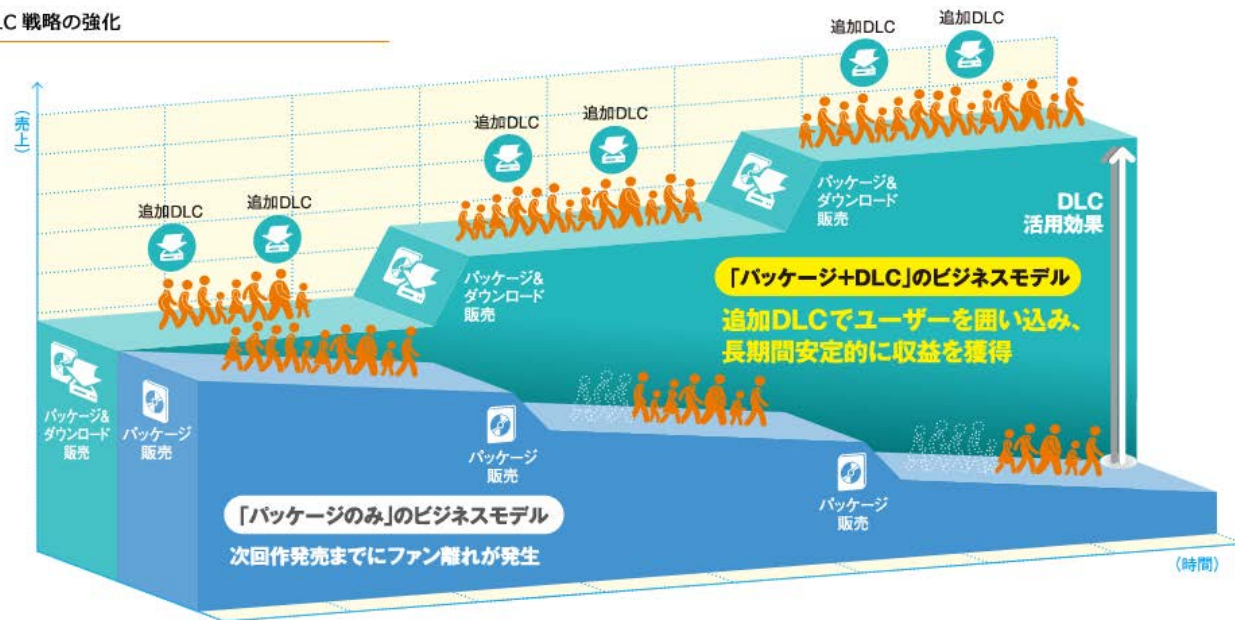
## 5-8. コンシューマ事業②

パッケージソフトの売り切り型(フロー)から  
ダウンロード(DLC)販売による継続型(ストック)ビジネスへ

### ■ 継続型(ストック)ビジネスのメリット

- ・継続的なDLCの配信により、ユーザーに長期間楽しく遊んでもらうことで、収益を安定化できること
- ・DLC配信により製造コストの削減や在庫リスクを回避できること

DLC 戦略の強化





## 5-9. オンライン事業(モバイルコンテンツ)

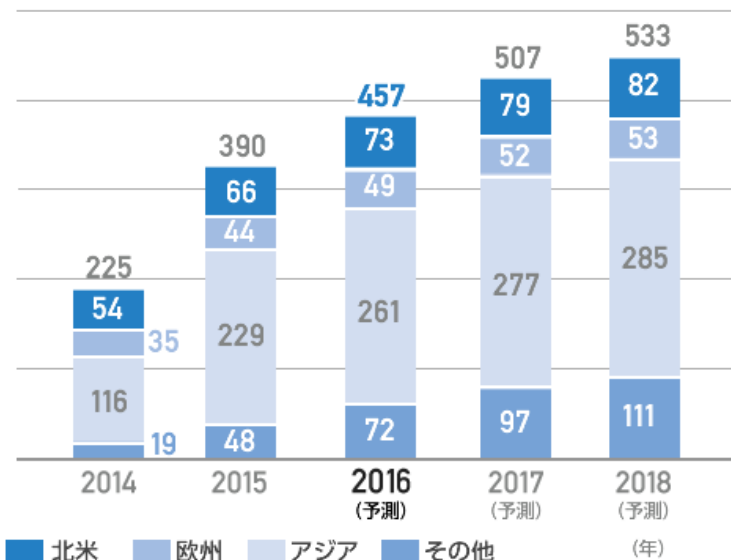
家庭用ゲームでは対象外であった「ユーザー層」および「地域」をカバーし、新たなゲーム市場を形成

### ■ モバイルビジネスのメリット

- ・スマートフォンがゲーム機となり、年間10億台・世界約200カ国に普及
- ・月商の安定型ビジネスは、株式市場からも高評価
- ・カプコンも組織を建て直し、ストックビジネス構成比の拡大に注力

モバイルコンテンツ市場規模(億ドル)

 **457** 億ドル



\*出典:International Development Group



## 5-10. オンライン事業(PCオンライン)

家庭用ゲームでは対象外であった「アジア地域」を  
カバーし、新たなゲーム市場を形成

### ■ アジア地域展開のメリット

- ・中国の人口は、日本の10倍以上(ランキング1位の月商は100億円)
- ・月商の安定型ビジネスは、株式市場からも高評価
- ・カプコンは豊富なIPを武器に、ライセンスビジネスに注力

アジア地域での提携先とタイトル



タイトル	地域	提携先
PCブラウザゲーム		
鬼武者Soul(簡体中文版)	中国	Cayenne Entertainment社(台湾) Blue Panda社(中国)
モンスターハンター メゼ ポルタ開拓記(簡体中文版)	中国	Tencent社
PCオンラインゲーム		
モンスターハンター オンライン	中国	Tencent社

台湾  
自社拠点  
カプコン台湾  
CO., LTD.

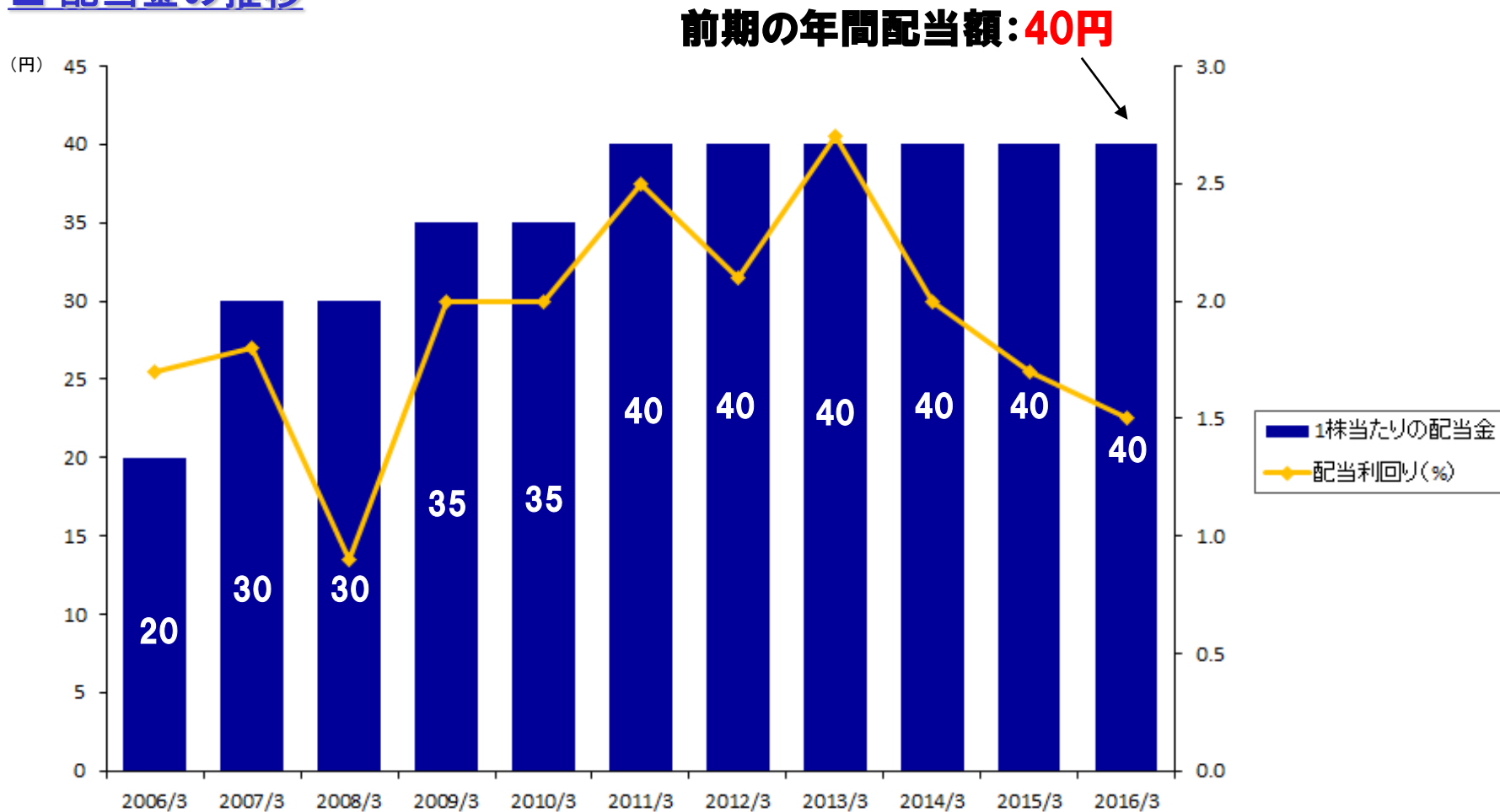
## 6. カプコンの配当方針



## 6. 配当方針

前期までは、安定配当を旨としつつ業績水準に応じた配当を実施しました

### ■ 配当金の推移



## 7. カプコンの社会貢献活動



## 7-1. 教育支援活動

ゲームメーカーの社会的責任として、学生に対する  
教育支援活動を行っています

### ■ キャリア教育支援

- ・「ゲームクリエイター」の仕事を紹介するほか、様々な職種で活躍する人や 仕事のやりがいなどを紹介します



### ■ ゲームリテラシー育成・生活指導支援

- ・専門家のアドバイスをいただきながら、「ゲームとの上手な付き合い方」を提案しています
- ・小学校、中学校を中心に437校、約12,277名を受け入れおよび訪問しました（2016年8月5日現在）



## 7-2. 地方創生プロジェクト

コンテンツが持つ人を惹きつける力を利用して、自治体と連携し、地方活性化を支援しています

### 経 経済振興

イベントの開催による観光客数やタイアップ商品販売の増加など、観光産業の振興を支援します

### 文 文化振興

博物館との共催による入場客数の増加や、郷土の歴史・文化の啓蒙を支援します

### 治 治安振興

警察との連携による啓発ポスターの作製やイベントの開催で、郷土の治安維持の向上を支援します

### 選 選挙投票振興

選挙管理委員会との連携による啓発ポスターの作成やイベント開催で、地域の選挙投票率の向上を支援します

