



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

2018年3月30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.14) ■
- 4. カプコンの基本戦略 (P.17) ■
- 5. 企業価値向上のための成長戦略 (P.22) ■
- 6. カプコンの配当方針(P.32) ■
- 7. カプコンの社会貢献活動(P.34) ■

# 1. 株式会社カプコン 会社概要



# 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 <b>CAPCOM</b>
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、販売ならびに アミューズメント施設の運営等
売上高	87,170百万円(2017年3月期)
時価総額	3,376億00百万円(2018年3月27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	連結3,000名(2017年9月30日現在)

## 2. カプコンの事業活動





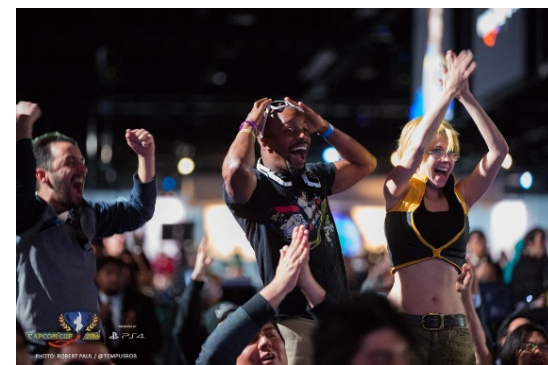
# ストリートファイター

- 90年代、業務用ビデオゲーム  
全世界売上シェア1位
- 家庭用ゲームでも  
米・欧・日で売上シェア1位\*
- 海外売上比率70%以上

※対戦格闘ジャンルにおけるシリーズ売上シェア

# ストリートファイター × eスポーツ

- 全世界でゲーム観戦の娯楽化
- 「ストリートファイター」は**30年以上**前から実施
- 2022年**アジア競技大会**公式種目
- 2024年**パリオリンピック**の公式種目に採用の可能性



# ストリートファイター × ハリウッド映画

- 94年公開、自社だけで**40億円**全額出資
- 映画関連収益**155億円**(世界トップレベル)
- 現在でも年間**数千万円**のロイヤリティ収入





## 2-1. 世界トップブランド(映画作品数)

# 世界トップレベルの映像作品数※一例

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



# バイオハザード

- 米・欧・日で売上シェア1位※
- 海外売上比率75%以上
- ハリウッド映画 6 作品

※発売週における週次売上シェア



# モンスターハンター

- 2018年、米欧に本格展開
- グローバルで**トップブランド**
- 『モンスターハンター:ワールド』  
当社史上最高の**750万本**

## 2-4. 多数のトップブランド

# 累計3億4千万本販売 海外比率75%

「バイオハザード」シリーズ

タイトル数: 123  
総販売数量: 8,200



[解説を見る](#)

「ストリートファイター」シリーズ

タイトル数: 84  
総販売数量: 4,000



[解説を見る](#)

「マーベル vs. カプコン」シリーズ

タイトル数: 16  
総販売数量: 860



[解説を見る](#)

「ロックマン」シリーズ

タイトル数: 136  
総販売数量: 3,200



[解説を見る](#)

「モンスターハンター」シリーズ

タイトル数: 39  
総販売数量: 4,000



[解説を見る](#)

「デビル メイ クライ」シリーズ


タイトル数: 23  
総販売数量: 1,600



[解説を見る](#)

「デッドライジング」シリーズ

タイトル数: 22  
総販売数量: 1,200



[解説を見る](#)

「ロスト プラネット」シリーズ

タイトル数: 17  
総販売数量: 610



[解説を見る](#)

「魔界村」シリーズ

タイトル数: 14  
総販売数量: 420



[解説を見る](#)

「ディノクライシス」シリーズ

タイトル数: 13  
総販売数量: 440



[解説を見る](#)

# 企業理念

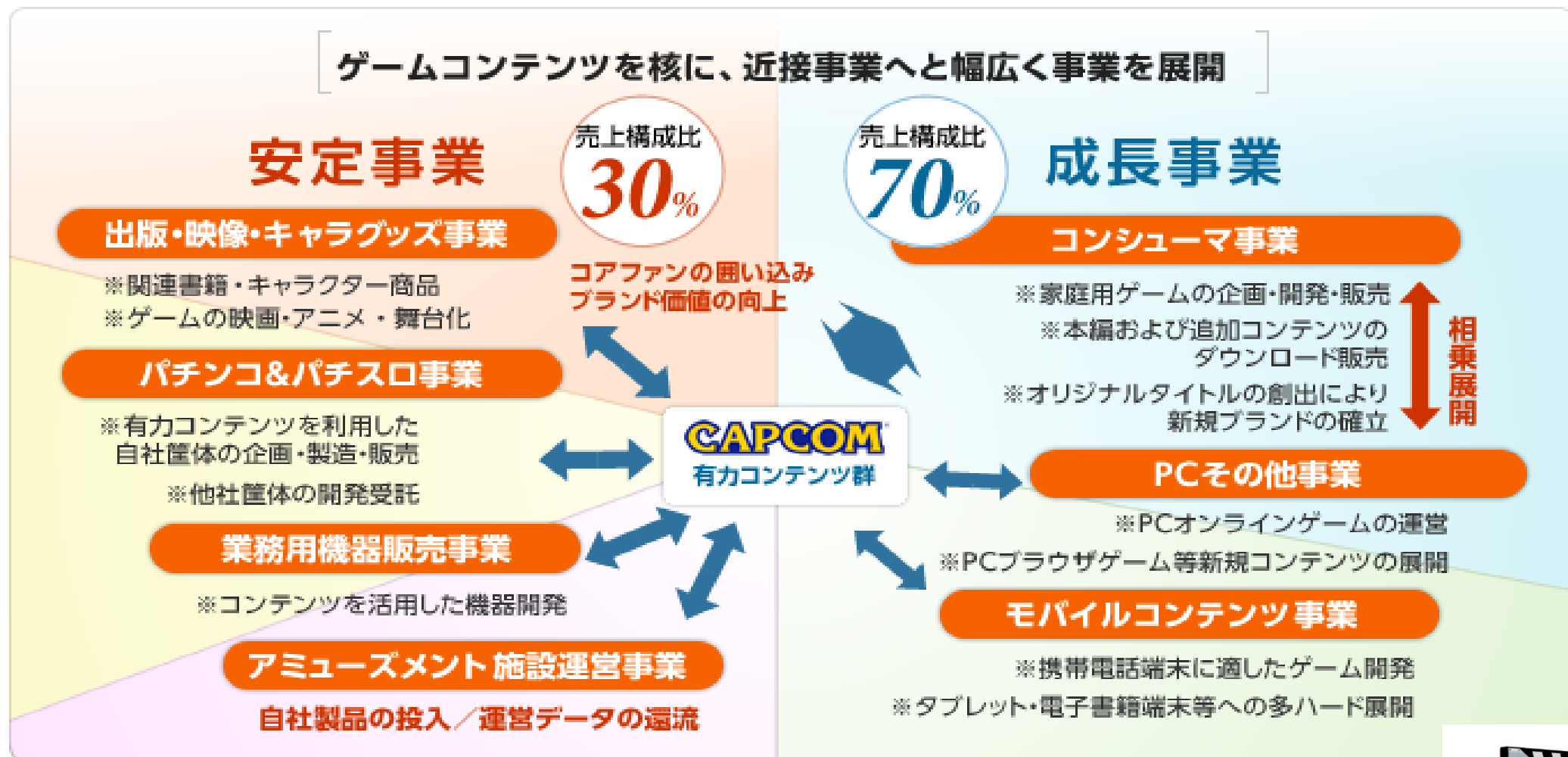
- 「面白いゲーム」をつくり、世界の人々に感動を与える

# 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

## 2-6. 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

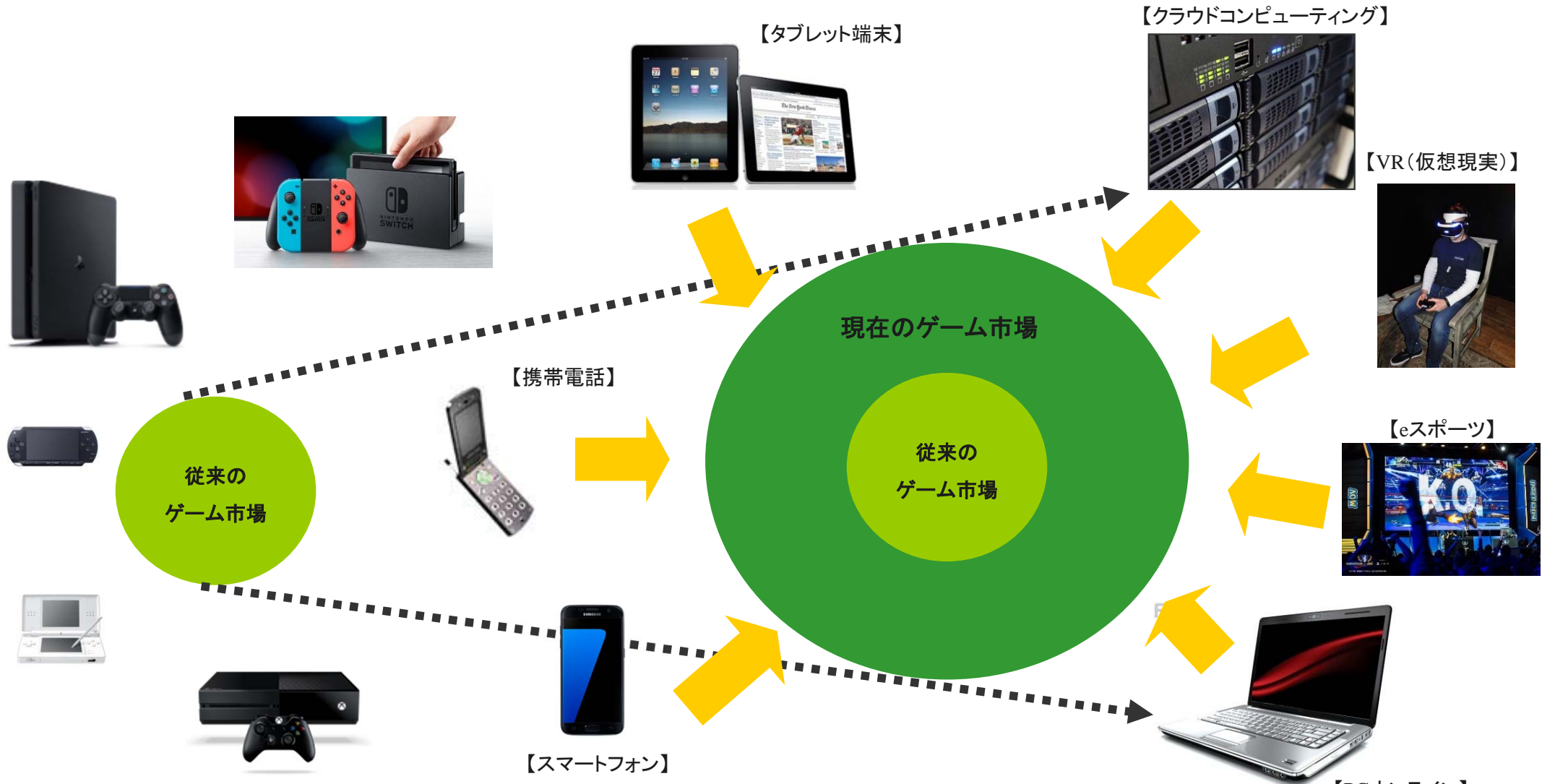


### 3. ゲーム市場の動向



# 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



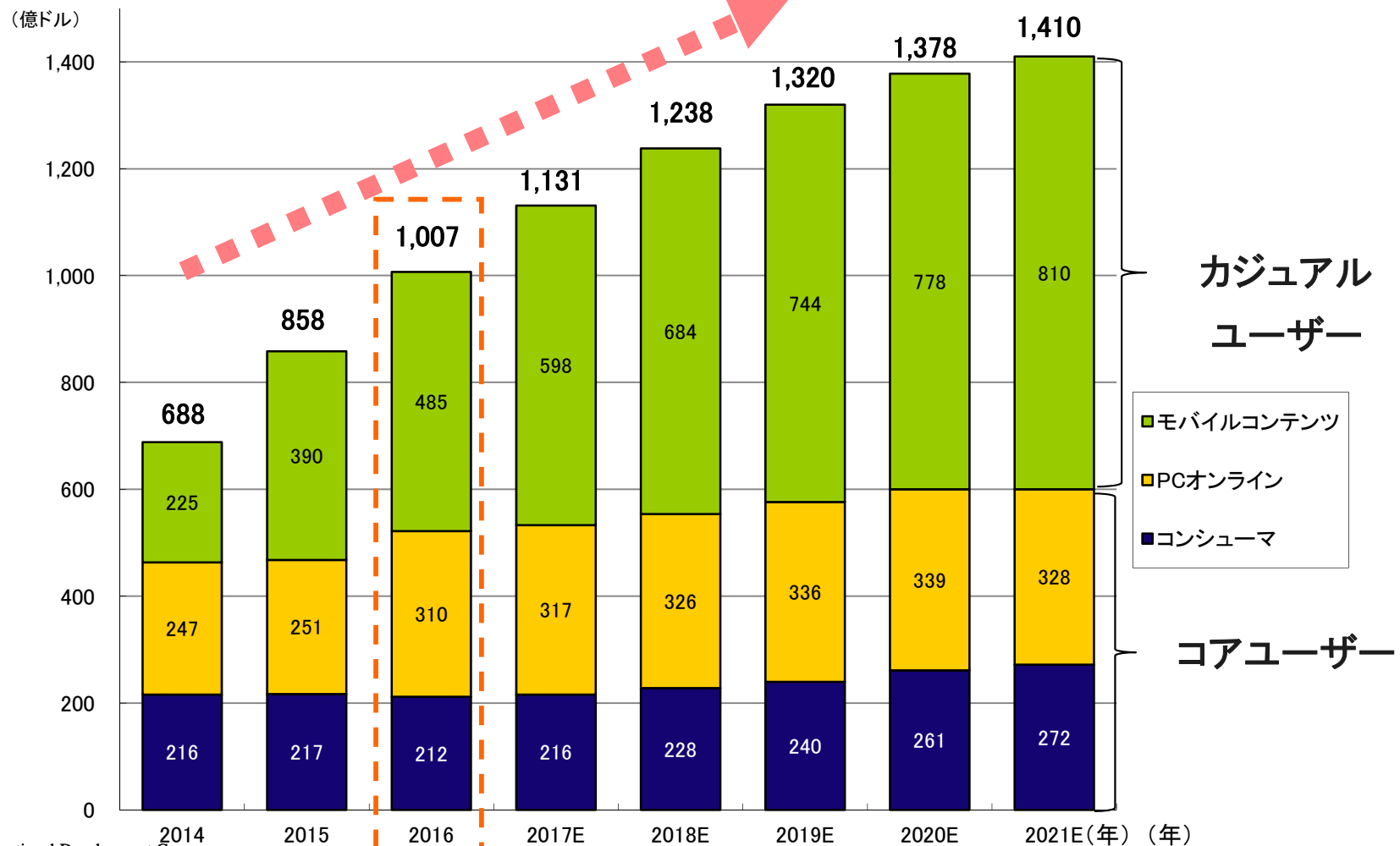


## 3-2. ゲーム市場概況

ゲーム市場はグローバルで拡大  
モバイル市場が成長を牽引

### ■ ゲームソフト市場推移

1,400億ドルを突破



※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

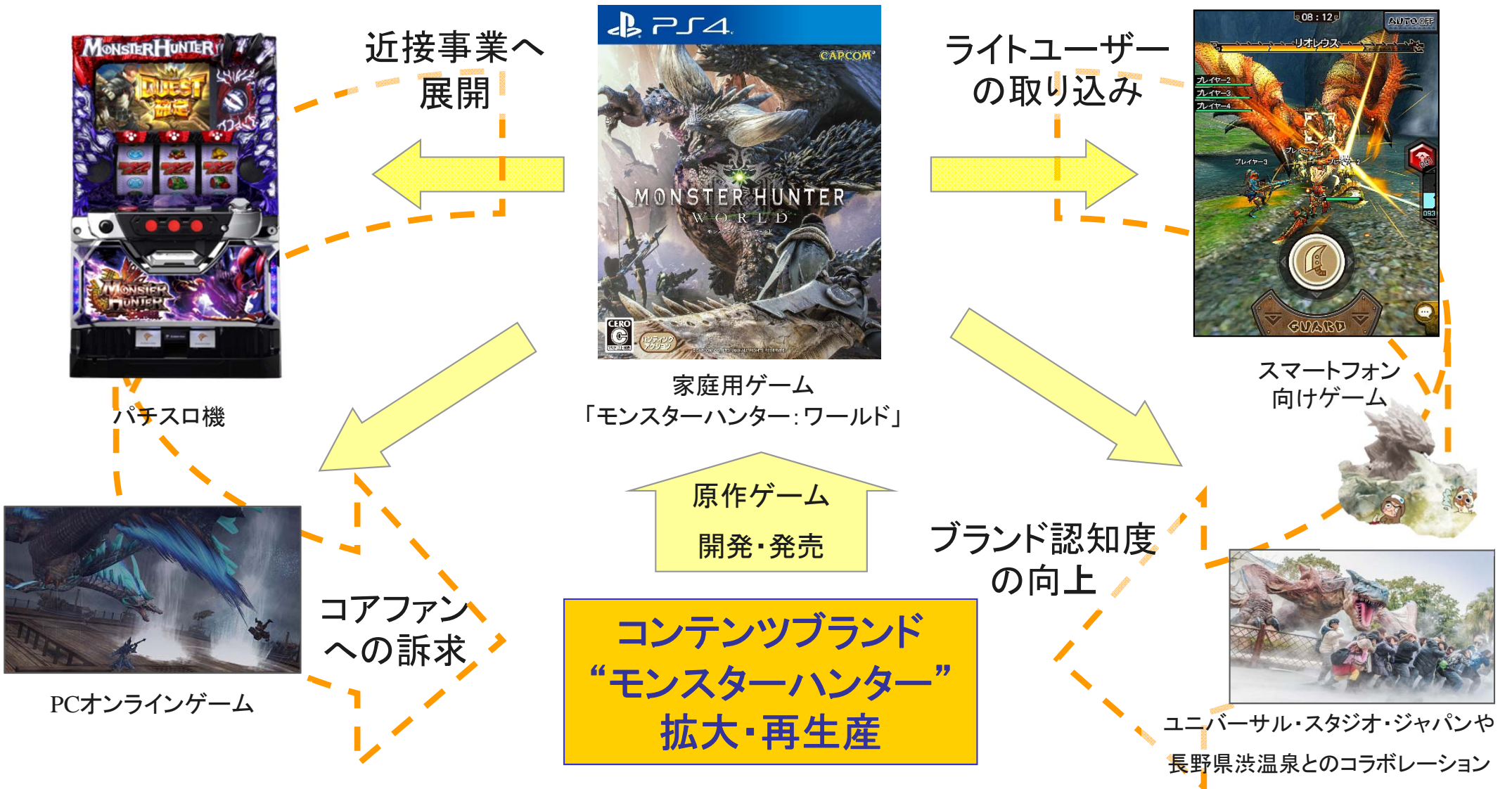
ゲーム機だけでなく、オンライン上のプラットフォームで  
**デジタル配信**するコンテンツも積極的に展開しています

### ■ 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ストーリーズ 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. 企業価値向上のための成長戦略



### ■ カプコンの目指すゴール

- ・中長期において持続的に企業価値を向上すること  
(= 毎期営業増益)

### ■ 持続的な成長に必要なこと

・「収益変動リスク」のコントロール

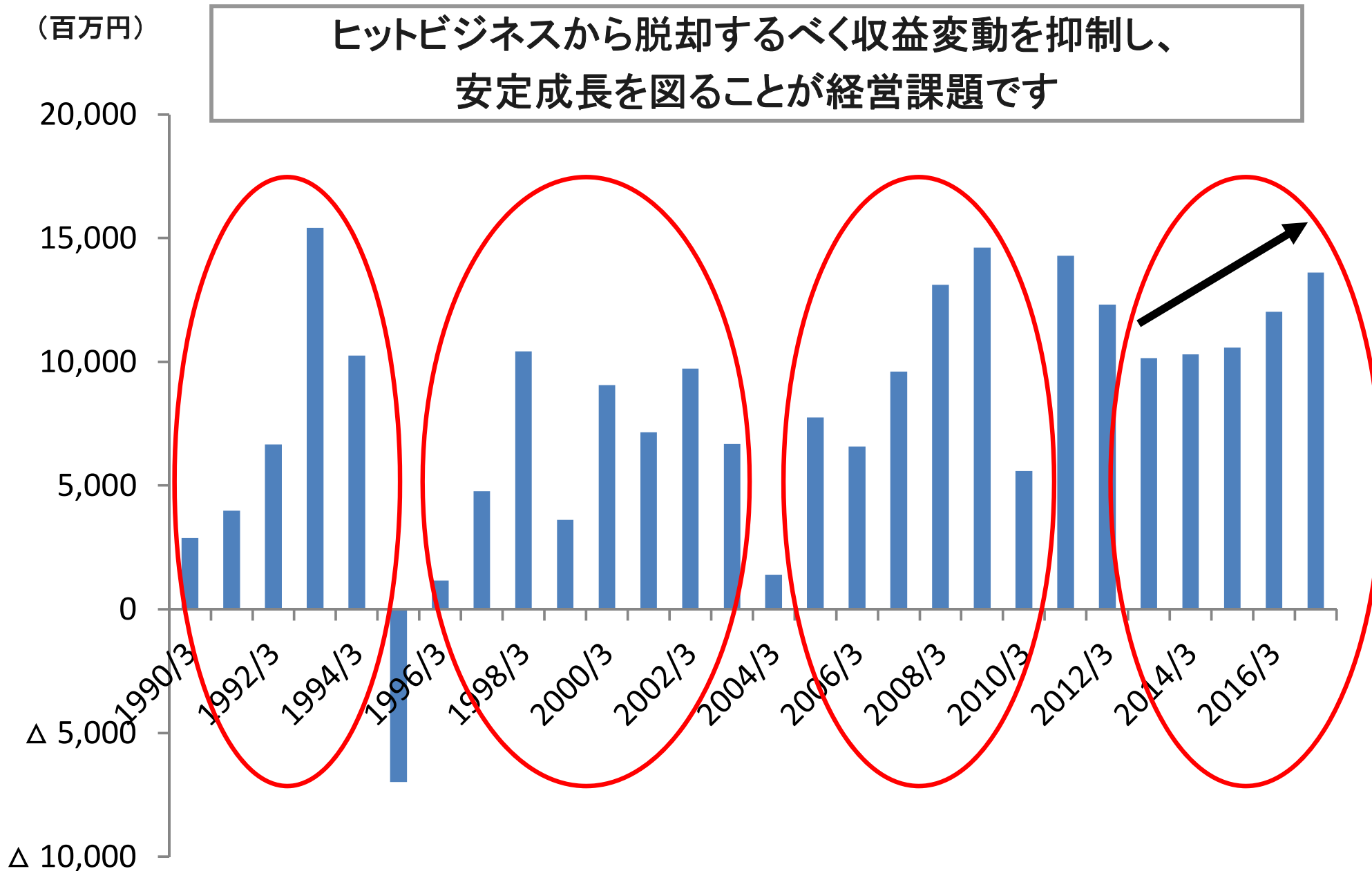
・「経営判断リスク」のコントロール

デジタル技術の  
積極的な活用

ガバナンスの  
積極的な活用



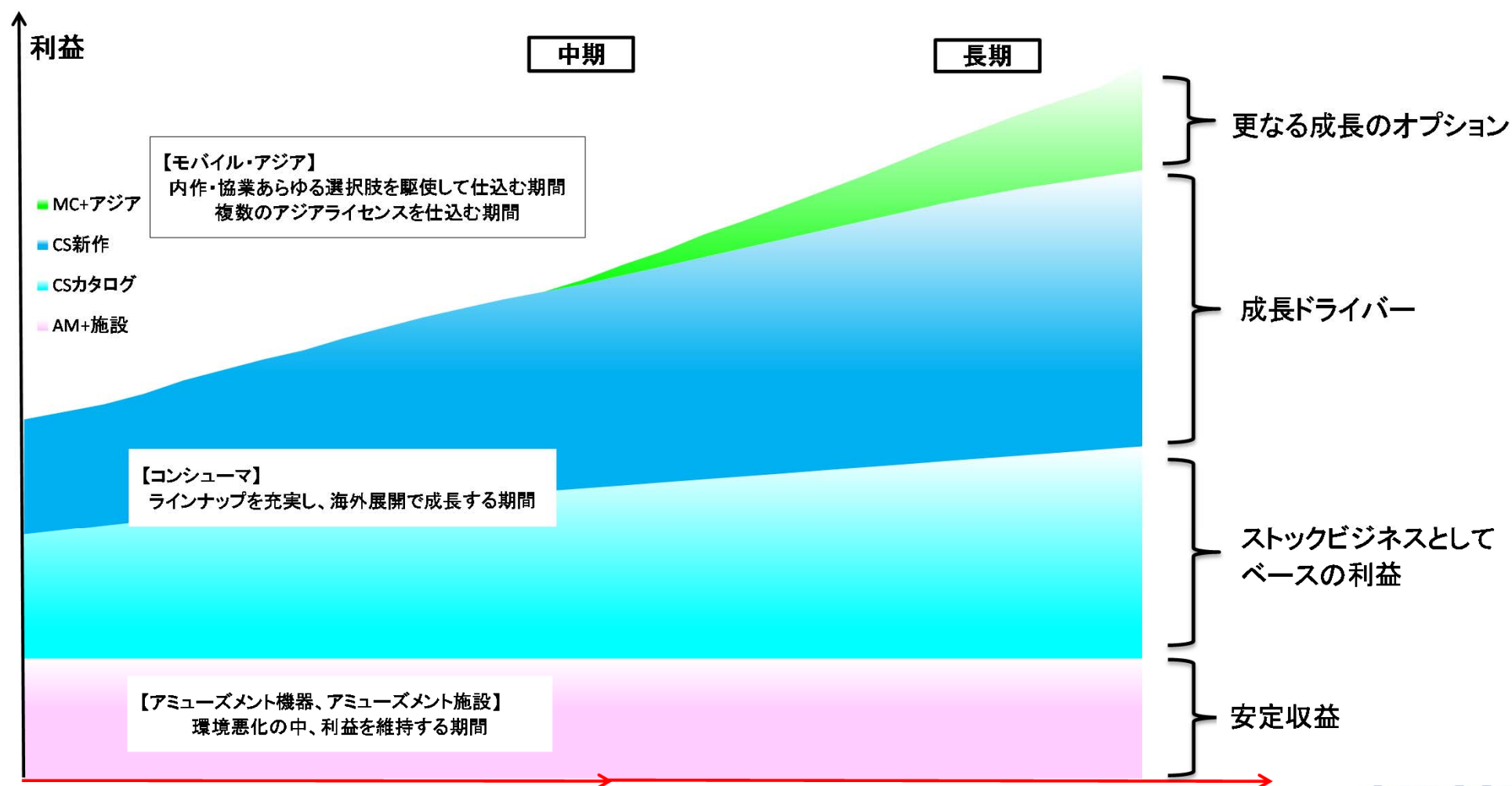
## 5-2. 【過去】上場からの営業利益推移



## 5-3. 【現在～未来】今後の中期的な利益成長イメージ

### ■ 中期(每期営業増益)の成長イメージ

- ・今中期は、「安定成長」と「更なる成長への仕込み」を両立する期間
- ・コンシューマの海外展開を強化し、ユーザー層の拡大を図る



## 5-4. 成長戦略骨子

### ■ 安定成長のための成長戦略

(1)【MC】内作と協業の併用 ⇒ 更なる成長オプション

- ・新規展開への挑戦、国内外での協業促進

(2)【その他】eスポーツ事業の強化 ⇒ 更なる成長オプション

- ・専門部署の設立、国内での主催大会開催

(3)【CS】新作ラインナップ拡充 ⇒ 成長ドライバー

- ・(大型IPの定期投入、休眠IP・リメイクの活用) × (グローバル・長期・DLC販売)

(4)【CS】旧作の積み上げ ⇒ ベースの利益形成

- ・(前期発売大型タイトルのリピートおよび現行機移植等の過去作) × (グローバル・長期・DLC販売)

(5)【PS】新基準対応の開発体制 ⇒ 安定収益の再構築

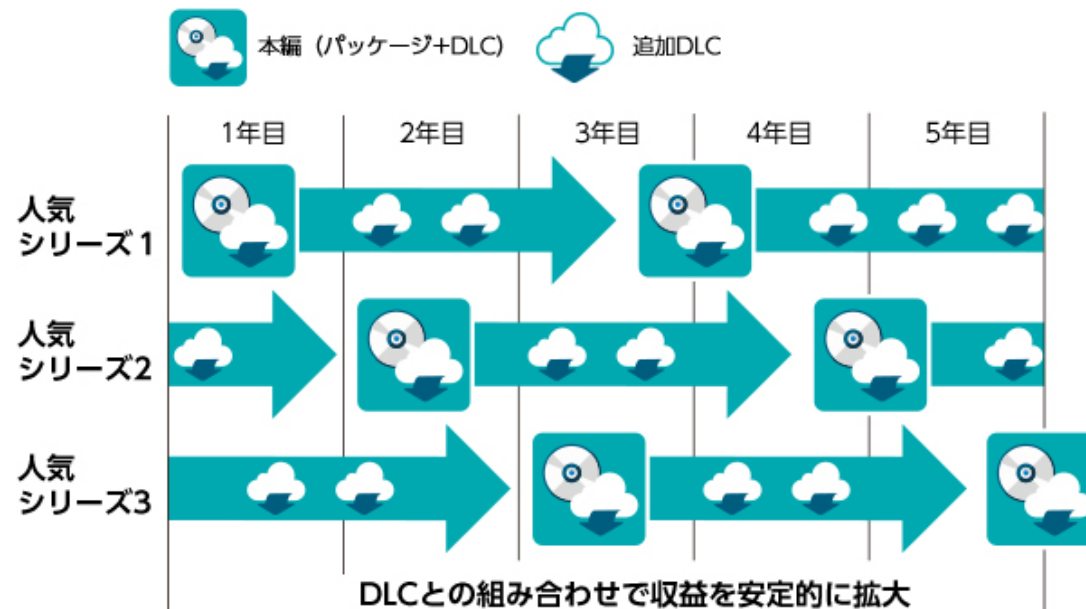
## 5-5. コンシューマ事業①

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

### ■ 新作(大型)ラインナップの拡充

- ・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

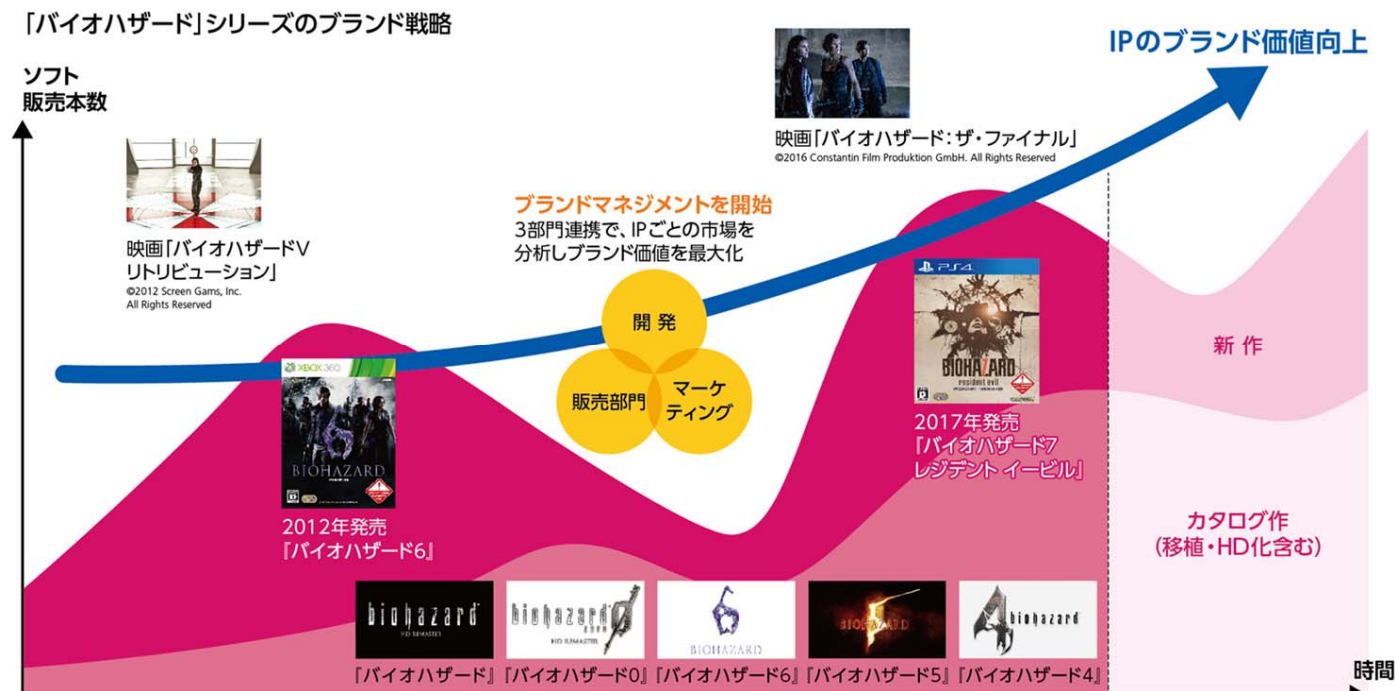


## 5-6. コンシューマ事業②

デジタル化の推進により、旧作の販売が可能となり、  
コンシューマ事業は**継続型**(ストック)ビジネスへ移行

### ■ 旧作(カタログタイトル)の積み上げ

- ・映画同様、過去の良作が長期的にセールスを伸ばす傾向  
→前期発売の大型タイトルのリピート、現行機移植等の過去作
- ・每期、旧作100タイトル以上を継続的に販売し、安定収益として貢献

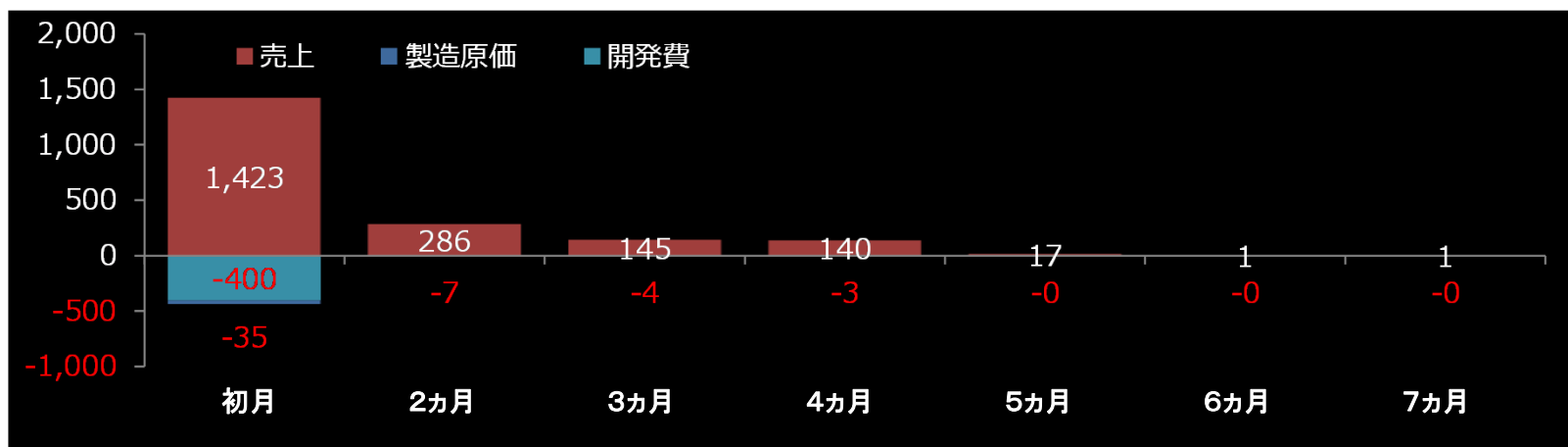


## 【ご参考】継続型(ストックビジネス)とは？

売上が初月に集中する「売り切りモデル」に対し、  
「継続モデル」は毎月安定した売上を計上

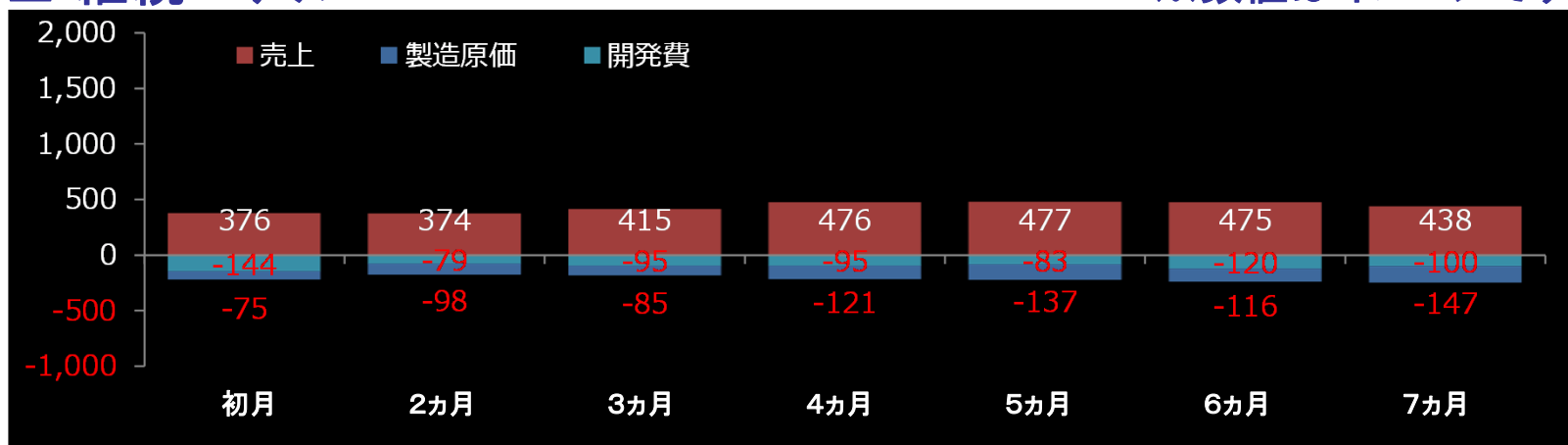
### ■ 売り切りモデル

※数値はイメージです



### ■ 継続モデル

※数値はイメージです

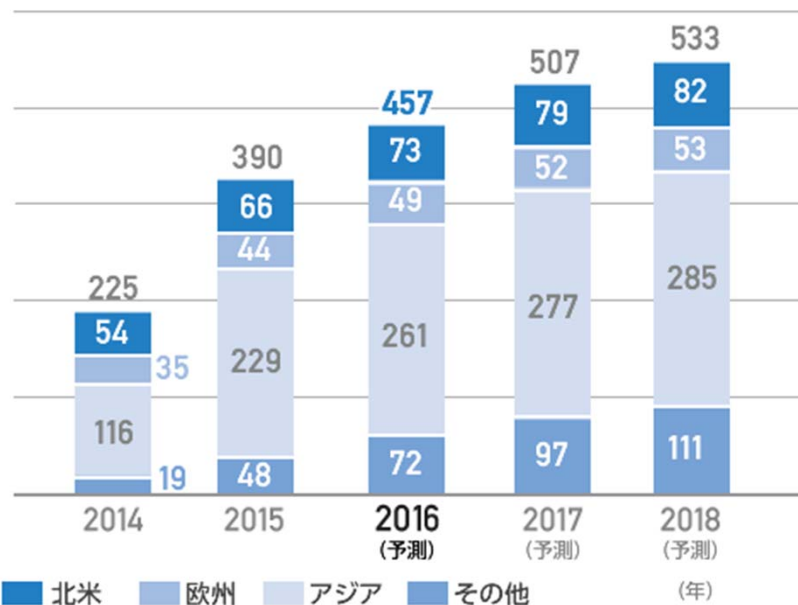


## 5-7. モバイルコンテンツ事業

豊富なIPの活用により、  
世界各地域での協業および自社開発を積極的に推進

### ■ 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
- ・内作および協業を推進し、ストックビジネス構成比の拡大に注力



\*出典:International Development Group

モバイルコンテンツの国内協業計画

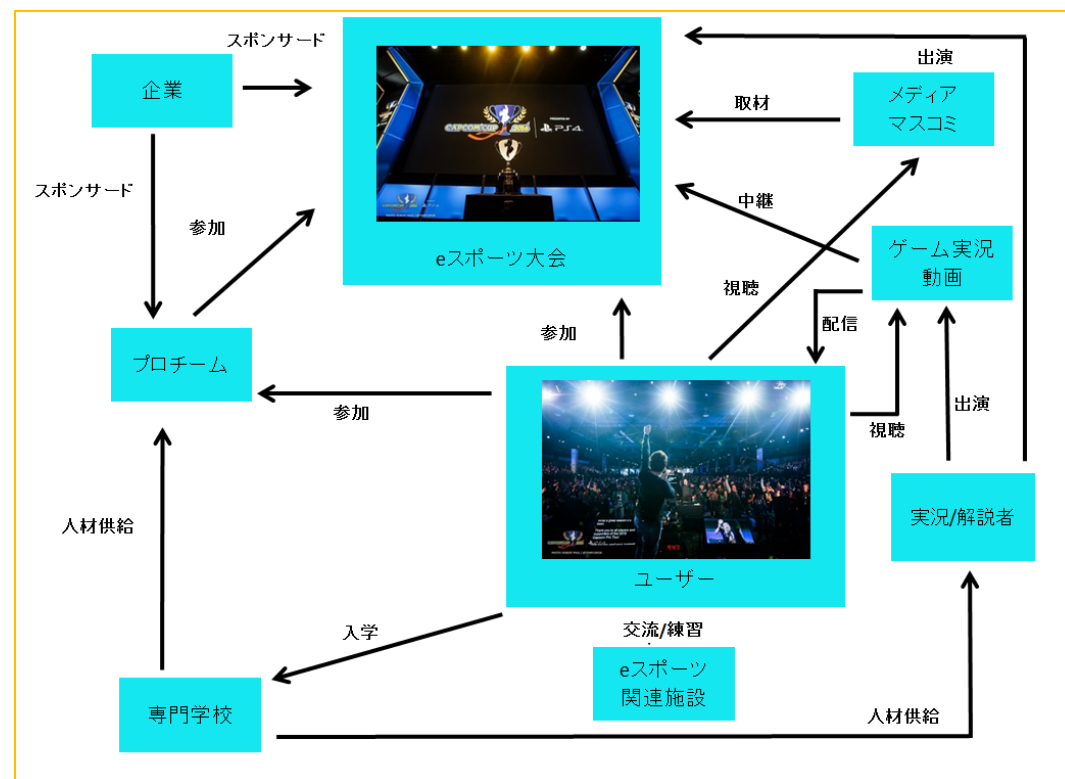


## 5-8. eスポーツ事業

プロモーション主体から興行イベントへ転換  
「観戦でも楽しめる」競技として、新たなゲームの周辺市場を形成

### ■ 「eスポーツ」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、試合の放映権収入、物販等によるビジネス化を検討





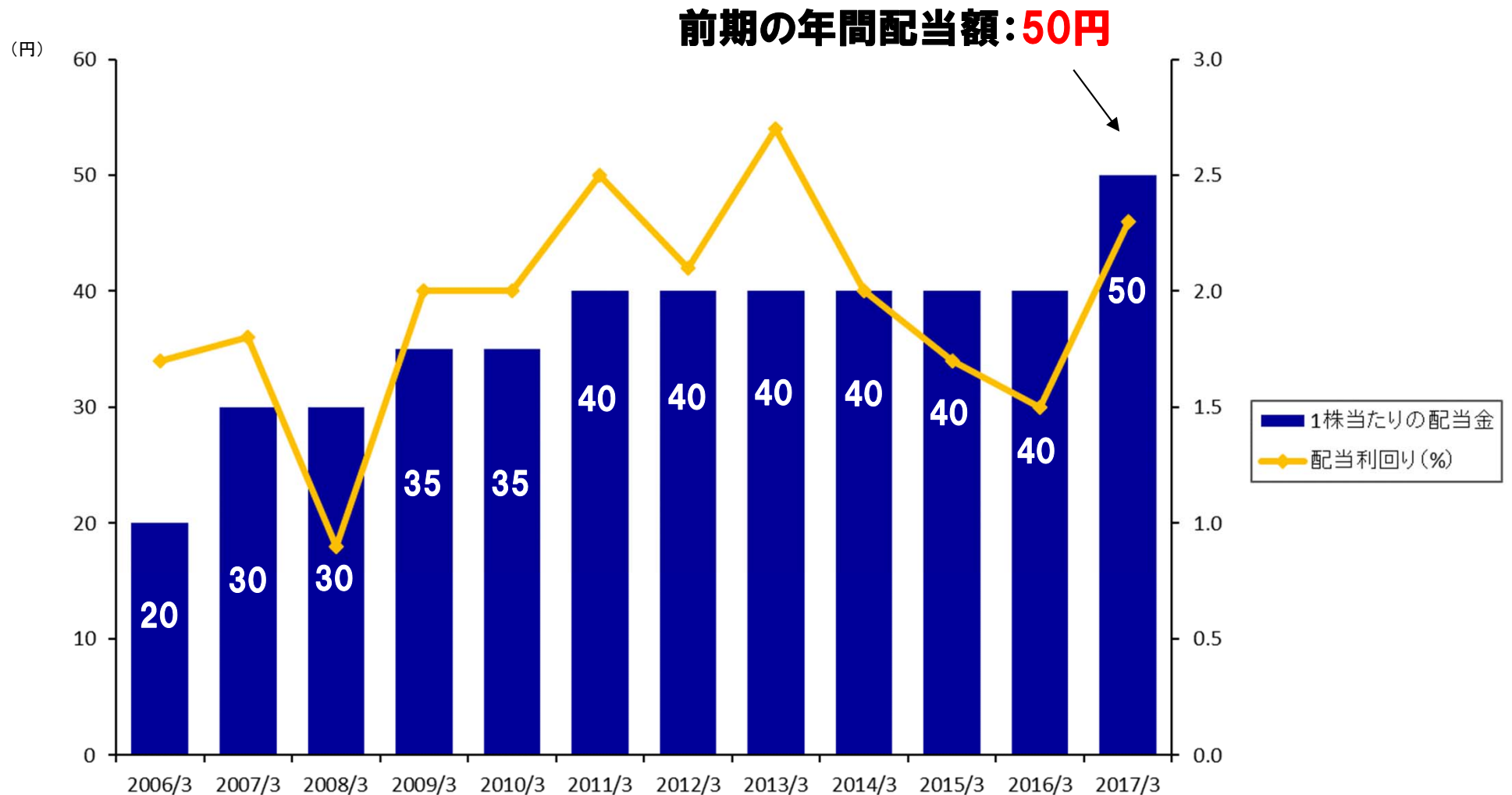
## 6. カプコンの配当方針



## 6. 配当方針

連結配当性向30%を基本方針とし、かつ安定配当の継続に努めています

### ■ 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502校、約15,665名を受け入れおよび訪問しました（2018年3月30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

### 治安向上

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、郷土の治安の向上を支援します

### 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

