

## 2021年3月期 決算説明会 質疑応答概要

(2021年5月13日)

Q. 2022年3月期の大型新作タイトルの投入予定を伺いたい。

A. 現時点では、5月8日に発売した『バイオハザード ヴィレッジ』および7月9日に発売予定の『モンスターハンターライズ2 ～破滅の翼～』の2作を発表しています。

Q. 中長期的なパイプライン戦略を教えてください。

A. 引き続き每期複数の大型新作を安定的に投入すると同時に、グローバルで旧作の販売を拡大していくことで、中長期的な成長を目指します。

Q. 今後のIP価値拡大に向けた戦略について伺いたい。

A. 既存IPは、安定的な新作の投入に加えて過去作の販売ボリュームを最大化することで価値を高めていきます。一方、完全新規IPでヒットを生み出すことは容易ではありませんが、高品質なタイトルを創出することで確度を高めていきます。

Q. 現時点での『モンスターハンターライズ』の評価を伺いたい。

A. 日本・アジアでの好調を主因として、2021年3月期は社内の想定を上回る実績を残しました。欧米市場での伸びしろは大きく、今後もPC版の投入等でグローバルでの拡販に注力していきます。

Q. カプコンがさらなる成長を目指す上で、今、何をすべきと考えているか伺いたい。

A. 今後も人口増加が見込まれるグローバル市場を中心に拡大していくことが重要であると考えています。開発人材や開発環境を整えることでクオリティの高いタイトルを継続して開発し、ユーザーの満足度を高めながら成長を目指します。

Q. コロナ禍をふまえた今後のゲーム市場についての考えを伺いたい。

A. これまでゲームに触れたことがない方が余暇時間にゲームで楽しむようになるなど、市場が成長する契機になったと感じています。引き続き高品質なタイトルを提供し、ユーザーの拡大に努めます。

Q. AAAタイトルの開発に関して、投入サイクルのイメージを伺いたい。

A. 5か年のタイトルポートフォリオマップに則って、計画的に開発を行っているため、開発期間が必要以上に長期化するようなことはありません。新作が期待されるIPは数多くあるため、リソース配分を最適化し、適切な時期に投入できるよう努めています。

Q. 過去タイトルの現行機への移植は今後も継続するのか。

A. 当社がこれまでに開発した 800 以上のタイトルのうち、現在も年間で約 300 タイトル※が販売されています。今後もユーザーの関心を注視しながら、当社資産を活用した移植タイトルの開発を行っていきます。

※タイトル = SKU

Q. モバイル戦略についての考え方を教えてください。

A. 世界で普及し始めている 5G や次世代通信規格である 6G などの通信規格の進歩により、今後、ユーザーの遊び方も変化していくため、デバイスの進化に適応したタイトルをどのように開発していくかが重要であると考えています。また、引き続き過度なガチャ要素は原則として控えるなど、幅広いユーザーに平等で安全に楽しんでいただけるよう心がけながら開発していきます。

Q. 「モンスターハンター」や「バイオハザード」といった主要 IP 以外のブランド戦略を伺いたい。

A. 完全新規のブランドをグローバルベースでヒットさせることは容易ではありませんが、カプコンの既存 IP の多くは、グローバルで展開する下地が整っていると考えています。ワンコンテンツ・マルチユース戦略や旧作の拡販を推し進め、初心者やカジュアルユーザーの支持も獲得しながら、ブランド価値を高めていきます。

Q. デジタルコンテンツ事業以外のセグメントの考え方を伺いたい。

A. アミューズメント運営事業やアミューズメント機器事業、その他事業はコンシューマ事業で創出したブランドの価値や認知度を拡大させる重要な部門であると認識しています。例えば、その他事業の映像展開では、「ストリートファイター」のハリウッド映画化など、ゲームをプレイしない方からのブランド認知を押し上げる役目を果たしています。e スポーツは、収益化にはしばらくの時間を要すると考えていますが、ゲーム人口のすそ野拡大を牽引する分野として注力していきます。

以上