

2022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
(2022年5月16日)

社長の辻本でございます。

1. カプコンの経営理念

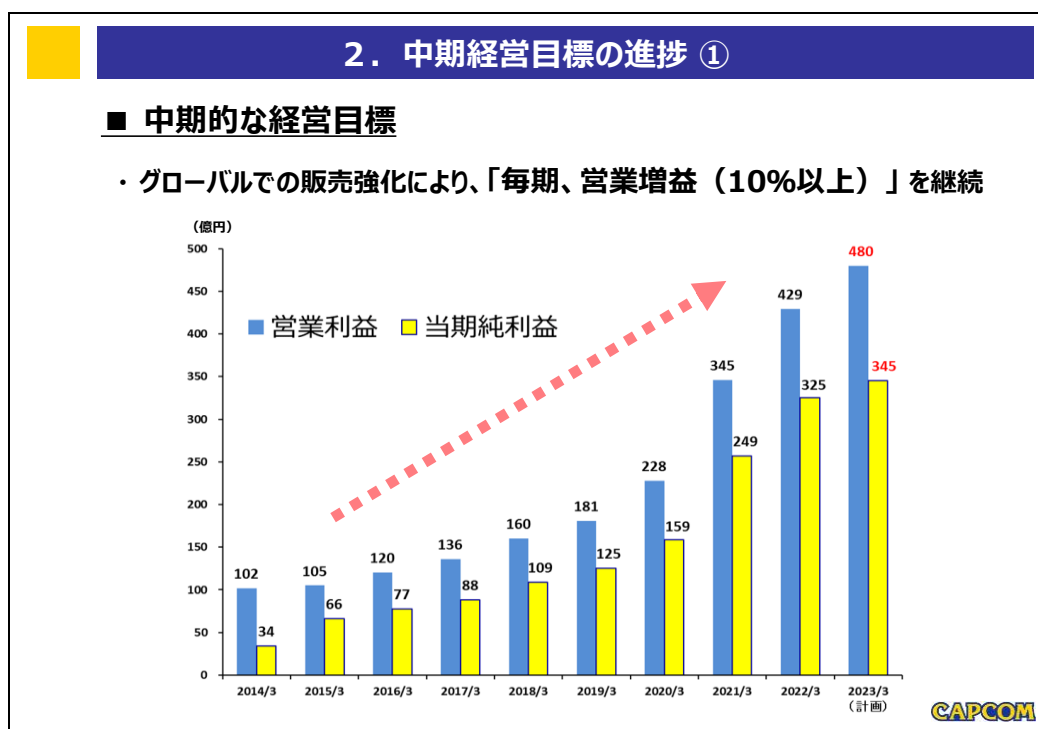


まず初めに、当社の経営理念について改めてお話しさせていただきます。

当社はこれまで「感性開発企業」の理念のもと、創業以来、ゲームをはじめとする高品質なコンテンツの提供を通じて、世界の人々に、笑顔や感動を提供してきました。

「ゲームやコンテンツを通じて、人々の心豊かな生活に貢献する」ことが当社の存在意義、いわゆる「パーパス」であり、世界中に、笑顔や感動、あるいは人々が前を向いて生きるための活力を届け、また、そのようにゲームを楽しむための環境づくりにも取り組むことで、持続可能な社会づくりに貢献していきます。

2. 中期経営目標の進捗①



中長期の経営方針と、2023年3月期の事業戦略についてご説明いたします。

はじめに、「中期経営目標の進捗」について、お話しします。

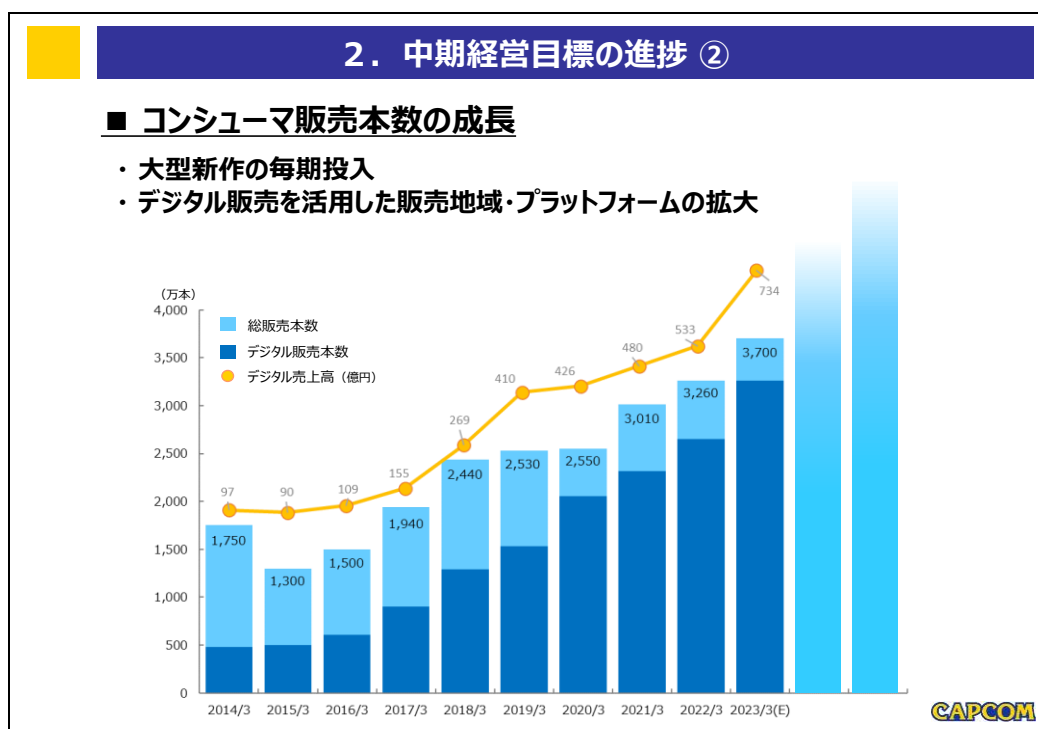
(1) 中期的な経営目標

当社は現在、中期的な経営目標として「毎期、10%以上の営業増益」を掲げています。

2022年3月期も、コンシューマビジネスにおいてデジタル販売の強化を推進し、グローバルでソフト販売および利益を安定的に積み上げた結果、2013年3月期を起点として、9期連続の増益かつ、5期連続の最高益を達成いたしました。

2023年3月期も、営業利益480億円と、更なる成長を目指します。

2. 中期経営目標の進捗②



(2) コンシューマ販売本数の成長

当社の掲げる「毎期 10%以上の増益」ですが、この成長のドライバとなるのが、コンシューマ販売本数の拡大です。

2010 年代半ばまでは、年度ごとの大型新作の有無によってボラティリティがあった販売本数ですが、デジタル販売の普及を予測し、積極的な PC 版対応や、旧作を中心とした価格施策などを推進してきた当社の戦略が奏功し、2016 年 3 月期以降、7 期連続で販売本数が増加しています。

2023 年 3 月期は、過去最多となる 3,700 万本を計画しているように、引き続きデジタル施策を推進し、年間販売本数の伸長を図ります。

2. 中期経営目標の進捗③

2. 中期経営目標の進捗 ③								
■ 高品質タイトルの長期販売								
・ 主要IPは、新作時に加え、高収益のカatalogタイトルとして、息長く貢献								
	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	累計販売 本数※	2023/3 (計画)
バイオハザード7 レジデント イービル	350万本	160万本	120万本	100万本	150万本	180万本	1,080万本	カatalog タイトルとして 引き続き貢献
モンスターハンター：ワールド		790万本	450万本	320万本	140万本	90万本	1,800万本	
バイオハザード RE:2			420万本	240万本	160万本	140万本	960万本	
モンスターハンターワールド： アイスボーン				520万本	240万本	140万本	920万本	
バイオハザード RE:3					390万本	110万本	520万本	
モンスターハンターライズ					480万本	410万本	900万本	
バイオハザード ヴィレッジ						610万本	610万本	

※2022年3月末時点



2017年1月発売
『バイオハザード7 レジデントイービル』
発売後6期連続で100万本以上販売



2018年1月発売
『モンスターハンター：ワールド』
当社史上最高本数を達成



2021年5月発売
『バイオハザード ヴィレッジ』
翌期以降の貢献にも期待

CAPCOM

(3) 高品質タイトルの長期販売

続いて、年間販売本数を継続して成長させるための具体的な取り組みについてご説明します。

1つ目は、高品質タイトルの安定的かつ継続的な投入です。

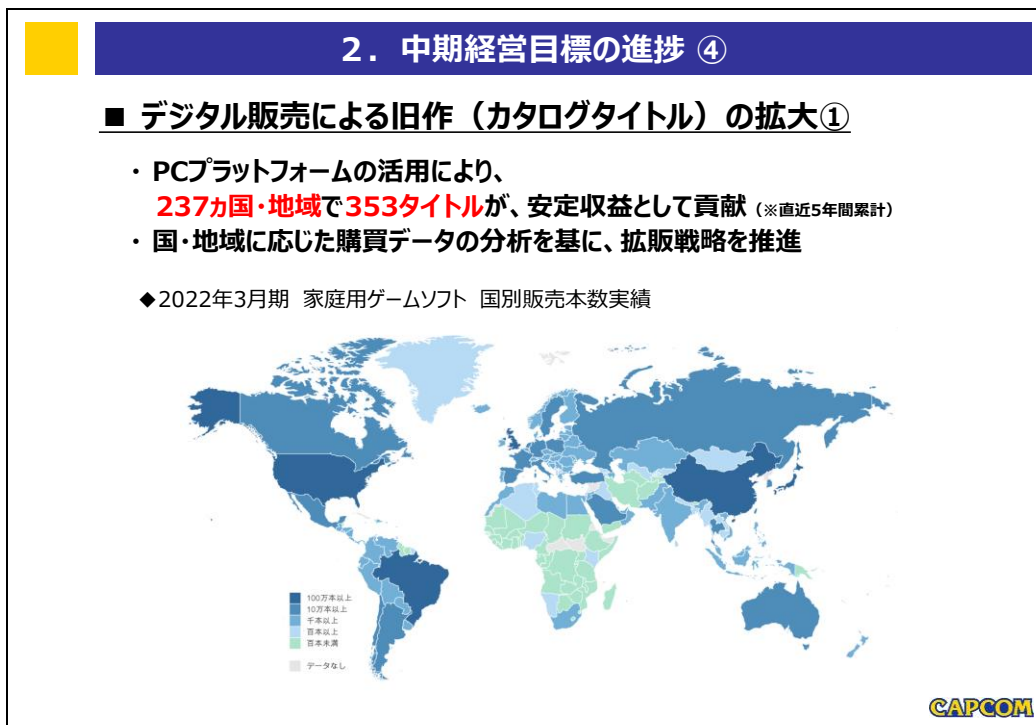
当社が培ってきた高い開発力を背景に、毎年高品質な新作タイトルを投入し、デジタル販売を通じ、採算性の高いカatalogタイトルとして長期的に販売することが可能となりました。これが、当社の安定成長を支えています。

この状況は、当社がデジタル販売の強化を加速した、2017年3月期以降、確かな実績として表れています。

例えば2017年3月期に発売した『バイオハザード7』は、6期連続で100万本以上を販売しており、累計販売本数は1,000万本を突破しました。同様に、2018年3月期に投入した『モンスターハンター：ワールド』は、同作の大型拡張コンテンツである『モンスターハンターワールド：アイスボーン』におけるセット販売版を含めると、2,000万本を突破しています。

2022年3月期に投入した、『バイオハザード ヴィレッジ』も高い評価を得ており、継続販売に手応えを感じています。2023年3月期も、大型新作の投入をしっかりと準備していきます。

2. 中期経営目標の進捗④



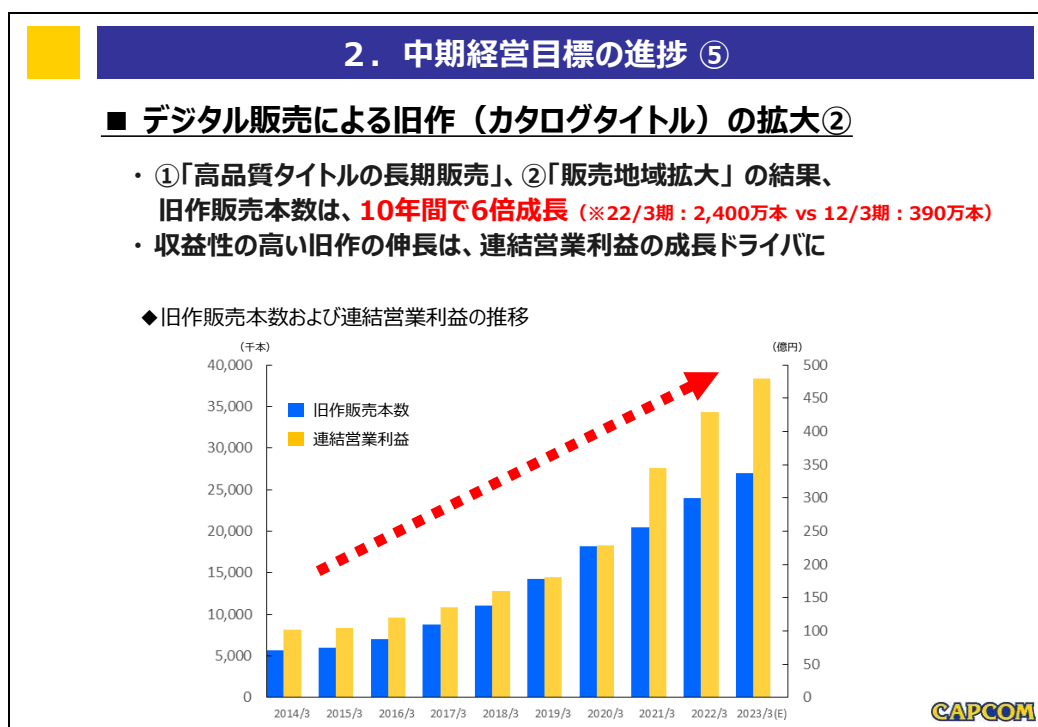
(4) デジタル販売による旧作の拡大

そして、2 つ目の取り組みが、PC プラットフォームの積極活用による販売地域の拡大です。

近年、デジタルでのソフト販売を前提にした PC プラットフォームの普及により、ゲーム専用機が発売されていない国や地域でもゲームソフトが販売できるようになり、当社の販売地域はご覧の地図のように大きく広がりました。

現在では 200 を超える国や地域に向けて、過去作を含む 300 タイトル以上を販売しており、PC での販売本数比率は、全体の 3 割を超えるところまで成長しています。

2. 中期経営目標の進捗⑤



こうした「高品質タイトルの長期販売」、「販売地域の拡大」の結果、旧作の年間販売本数は2012年3月期の390万本から、2022年3月期の2,400万本まで、10年間で6倍に成長しました。

これに連動して、連結の営業利益も成長しています。

収益性の高い旧作の伸長は、連結業績の成長を大きく促すものであり、当社として、引き続き旧作販売の成長に注力していきます。

3. 持続的成長に向けた経営戦略①

3. 持続的成長に向けた経営戦略①





■ 人材投資戦略


- ・ 中長期の持続的成長に向け、
人材投資戦略を経営戦略の最優先課題と位置づけ

【2022年4月実施】

- (1) 人事組織の再編、最高人事責任者の新設
- (2) 報酬制度の改定

- ・ 従業員にとって働きやすい環境の更なる整備、人材の確保・育成を推し進め、生産性を向上
- ・ 開発者2,500名体制をさらに拡充へ





ここで、長期での成長をより確かなものにするための、経営戦略を2点、ご説明します。

(1) 人材投資戦略

1つ目が、人材投資戦略です。

3月にプレスリリースでもお伝えした通り、当社は、中長期の成長をより確かなものとするため、人材投資戦略を、経営戦略上の最優先課題の一つとして対応を進めます。

高品質なゲームソフトを生み出し、世界に展開していくためには優秀な人材が必要不可欠です。

そこで、新たに副社長の宮崎を最高人事責任者（CHO）とし、その指揮のもと、経営層と従業員との意思疎通が直結する新たな体制を構築しました。

また、報酬制度を一部改定し、正社員を対象として平均基本年収の30%増額および、業績連動性をより高めた賞与支給の仕組みを導入します。

従業員にとって働きやすい環境の更なる整備により、人材の確保・育成を推し進め、生産性の向上につなげていきます。

3. 持続的成長に向けた経営戦略②



(2) グローバルでのブランド力強化

2点目の戦略が、ブランド力の強化です。

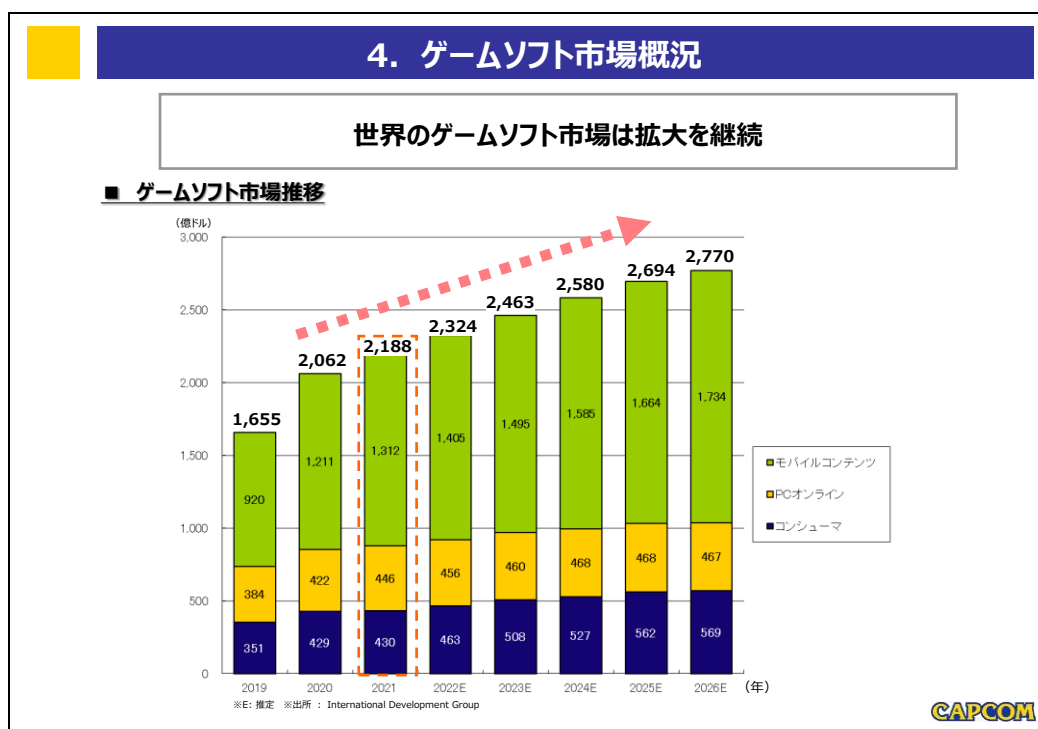
当社の販売地域は大きく拡大しましたが、販売量にはまだ地域差があります。まだゲームになじみの薄い人々に、カプコンのゲームを認知していただくため、グローバルでのブランド強化を推進します。

例えば、映像ビジネスを、自社製作に取り組むことで能動的に展開するため、映像製作子会社、カプコンピクチャーズ, INC.を米国ロサンゼルスに設立しました。

eスポーツ振興に向けた施策も継続し、グローバルでの裾野拡大を進めます。

そして、日本バレーボール協会とのオフィシャルスポンサー契約を、先日発表しました。国際舞台で活躍する男女日本代表チームの応援を通じて、カプコンブランドの拡大・浸透も図ります。

4. ゲームソフトの市場概況



2023年3月期の事業戦略および計画をご説明します。

はじめに、最新のゲーム市場の見通しをお伝えします。

ゲーム市場は、当社が主力とするコンシューマを含め、引き続き成長する見通しです。

2021年の市場規模は2,188億ドルに達しており、前年(2020年: 2,062億ドル)から引き続き成長しています。

そして、2026年には、2021年の約1.2倍(+26.5%)の2,770億ドルに達する見通しです。

プラットフォーム別の成長額では、モバイル市場が最大(+422億ドル: +32.1%)ですが、コンシューマ市場も+32.3%(+139億ドル)と高い成長率が見込まれます。

カプコンは、ここ10年で大きな成長を遂げてきましたが、市場環境を踏まえれば、まだ成長することができる。そのように分析しています。

5. 2023年3月期 連結業績予想①

5. 2023年3月期 連結業績予想①			
デジタルコンテンツ事業の安定的な成長により、 10期連続の営業増益を目指す			
	2022/3	2023/3計画	増減
売上高	110,054	120,000	9,946
営業利益	42,909	48,000	5,091
営業利益率	39.0%	40.0%	-
経常利益	44,330	48,000	3,670
親会社株主に帰属する 当期純利益	32,553	34,500	1,947

(百万円)

- コンシューマにおけるデジタル販売の成長を主因として、増収増益を見込む
- 1株当たり予想当期純利益 161円59銭
- 配当は 中間 23円、期末 23円の年間 46円を予定

CAPCOM

2023年3月期の業績予想です。

まず、前年の実績ですが、デジタルコンテンツにおけるコンシューマの成長を主因として、9期連続の営業増益かつ、売上高を含めすべての項目で過去最高を達成することができました。

今期も、大型新作の投入とデジタル販売の強化により、メイン事業のコンシューマを成長させ、全ての利益項目で6期連続の最高益更新を目指します。営業利益の増益も、10期連続となる計画です。

売上高は前期比で99億46百万円増となる1,200億円、営業利益は50億91百万円増となる480億円、また、営業利益率は40.0%を計画しています。経常利益は36億70百万円増の480億円、親会社株主に帰属する当期純利益は19億47百万円増の345億円となる見通しです。

1株当たり予想当期純利益は161円59銭、配当は中間23円、期末23円の年間46円を予定しています。

5. 2023年3月期 連結業績予想②

5. 2023年3月期 連結業績予想②				
デジタルコンテンツ事業におけるコンシューマが全体を牽引				
	2021/3	2022/3	2023/3 計画	増減
(百万円)				
デジタルコンテンツ				
売上高	75,300	87,534	94,200	6,666
営業利益	37,002	45,359	51,100	5,741
販売本数(千本)	30,100	32,600	37,000	4,400
アミューズメント施設				
売上高	9,871	12,404	15,000	2,596
営業利益	149	652	1,000	348
アミューズメント機器				
売上高	7,090	5,749	6,000	251
営業利益	2,407	2,348	2,400	52
その他				
売上高	3,045	4,366	4,800	434
営業利益	987	1,517	1,300	-217

- 新作『モンスターハンターライズ：サンブレイク』を、2022年6月30日発売
- その他、新作大型タイトルを投入予定
- 販売本数は過去最多を計画。デジタル戦略のもと、リピート販売をグローバルで拡大

CAPCOM

最後に、セグメント別の計画です。

成長を牽引するのは、引き続きデジタルコンテンツ事業のコンシューマです。

6月30日に発売を予定している『モンスターハンターライズ：サンブレイク』を含む新作大型タイトル投入およびデジタル販売を中心としたグローバルでのリピート販売の拡大により、年間販売本数は過去最大の3,700万本となる見通しです。

この結果、売上高は66億66百万円増の942億円、営業利益は57億41百万円増の511億円、営業利益率は2.4ポイント増の54.2%を見込んでいます。

なお、アミューズメント施設事業は、新店および既存店の貢献により増収増益、アミューズメント機器事業も、4つの新機種投入により増収増益、その他事業はeスポーツへの投資促進により減益となりますが、キャラクターコンテンツや映像ビジネスへの取り組み強化などにより増収の計画です。

私からのご説明は以上とさせていただきます。

今期も、成長戦略のもと、グローバルでのコンシューマのデジタル販売を中核として、着実に成長し、最高益の更新を目指します。

感染症の終息を願いつつ、従業員とその家族、そしてステークホルダーの皆様の健康と安全を第一として、全社で一丸となって、企業価値の向上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。

以 上