

最高のコンテンツで 世界中の人々を 夢中にさせる企業

当社は、経営理念である「ゲームというエンターテインメントを通じて『遊文化』をクリエイトし、人々に感動を与える『感性開発企業』」のもと、「最高のコンテンツで世界中の人々を夢中にさせる企業」を目指しています。

1983年の創業以来、世界有数のソフト開発力を強みとして多くのクオリティの高いコンテンツを展開してきました。

安定成長と企業価値向上に努めるとともに、全ての人々が安心してゲームを楽しめる世界の実現に向け、環境・社会問題における共通課題の解決に積極的に取り組んでいます。

ゲームというエンターテインメントを通じて
「遊文化」をクリエイトし、
人々に感動を与える「感性開発企業」

MISSION
経営理念

VISION

最高のコンテンツで世界中の人々を
夢中にさせる企業

VALUE

当社グループの経営目標
毎期10%以上
営業利益成長

→ P07参照

長期的に目指す目標
年間販売本数
1億本

→ P21参照

サステナビリティ
人材投資戦略 知的財産
情報セキュリティ

→ P49参照

ガバナンス
経営の
透明性・健全性

→ P63参照



CONTENTS

価値創造の歩みとビジョン

- 01 ビジョン
- 03 目次・編集方針
- 04 価値創造の成果
- 05 価値創造の歩み
- 07 持続的・安定的な成長

価値創造戦略

- 09 CEOコミットメント
最高のコンテンツで
世界中を夢中に
- 15 価値創造モデル
- 17 IPを活用したビジネスモデル
- 19 事業の特長



中長期の成長戦略

- 21 COOが語る成長戦略
デジタル戦略を継続、
カプコンファンを増やし
年間ソフト販売1億本を目指す
- 29 市場分析
- 31 CHO兼CFOが語る
人材・財務戦略
人材と財務戦略を一体的に進め、
企業価値の最大化へ
- 32 人材戦略
- 35 財務戦略
- 39 財務ハイライト



開発戦略

- 41 開発トップが語る開発戦略
「クリエイティブへの情熱」と
「投資収益の追求」を両輪に
最高のコンテンツを創り出す
- 43 カプコンの主力IP
- 45 「バイオハザード」シリーズ最新作
- 47 内製ゲームエンジン「RE ENGINE」



サステナビリティ

- 49 サステナビリティ基本方針
- 51 人的資本
- 53 社員の声
- 55 知的財産
- 56 情報セキュリティ
- 57 お客様・地域社会とのかかわり
- 59 社会への取り組み1
大阪から全国を巡回『大カプコン展』を開催
- 60 社会への取り組み2
大阪・関西万博「大阪ヘルスケアパビリオン」に
『モンスターハンター ブリッジ』を出展
- 61 環境

コーポレート・ガバナンス

- 63 役員紹介
- 65 コーポレート・ガバナンスの
体制と取り組み
- 73 社外取締役の主なコメント

財務分析・企業情報

- 75 主要財務データ 11年間サマリー
- 81 セグメント情報
- 83 人的資本情報
- 85 株式情報
- 86 会社概要

編集方針

当社の「統合報告書」は、ステークホルダーの皆様に、中長期的な企業価値向上に向けた取り組みをお伝えし、さらなる対話のきっかけになることを目指して発行しています。また、シンプルでわかりやすい表現を目指し、重要な項目について視覚的に内容が理解できるよう趣向を凝らしています。なお、詳しい内容は当社WEBサイトをご覧ください。

報告期間・範囲

報告対象期間は、2025年3月期（2024年4月1日～2025年3月31日）です。ただし、必要に応じて当期間の前後についても言及しています。データの集計範囲（バウンダリー）は、特に記載しているものを除いて、全て連結決算対象範囲です。

目的別検索用インデックス

成長戦略がわかる	▶ P07-08、P09-14、P21-28
業績と財務状況がわかる	▶ P10、P19、P24、P35-40、P75-82
世界有数の開発力がわかる	▶ P27-28、P41-48
人材戦略についてわかる	▶ P32-34、P51-54
環境に関する取り組みがわかる	▶ P49、P61-62
ステークホルダーとの関係がわかる	▶ P51-54、P57-60
ガバナンスがわかる	▶ P14、P63-74

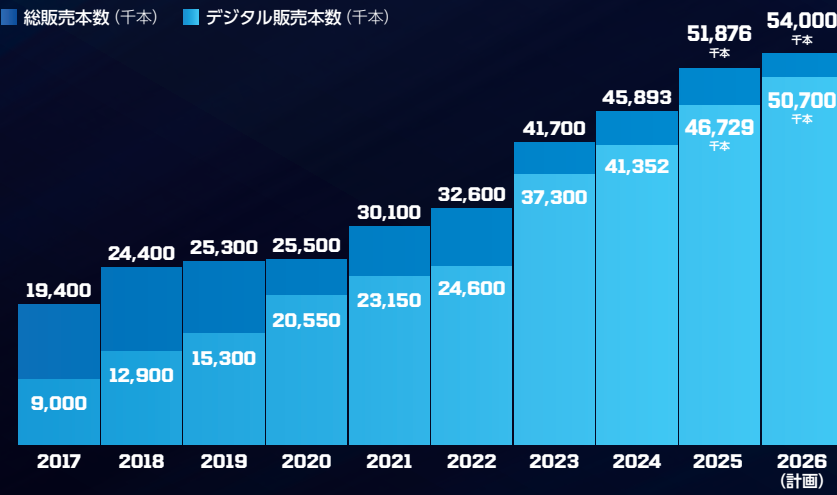
価値創造の成果

最高のコンテンツで、世界中の人々を夢中にさせ、12期連続の営業増益を達成

220以上の国と地域にゲームを供給、年間販売1億本を目指す

当社は1983年の創業以来、ゲームというエンターテインメントを通じて、人々に感動を与え続けてきました。近年ではインターネットやPC、スマートフォンの普及により、「ゲーム専用機が無くても」、「家に居ながらにして」、「あらゆる国や地域で」ゲームが楽しめるようになり、現在では220以上の国と地域で生まれ、当社のゲームソフト流通量はデジタル販売を中心に右肩上がり増加しています。当社はこれからも高品質なエンターテインメントの提供を通じ、世界中におけるファン層の拡大に資するべく事業活動に邁進します。

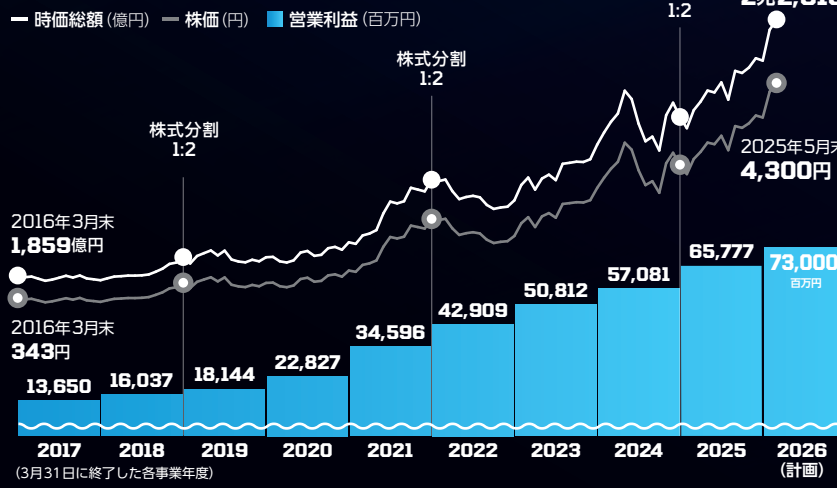
ゲームソフト総販売数推移



10期連続10%以上の営業利益成長により企業価値を向上

ネットワークやAIなど、先端技術の進歩に伴い、ゲーム業界は日々進化・変化を続けています。当社はこの変化を好機と捉え、開発体制の強化やデジタルへの対応を進めてきた結果、2025年3月期まで12期連続での営業増益を達成しています。また株価においても、2018年4月1日、2021年4月1日、2024年4月1日と、当社株式の流動性の向上と投資家層の拡大を図り株式分割を行いました。ステークホルダーの皆様へ報いるため、持続的な業績成長により、引き続き企業価値（時価総額）を高めていきます。

営業利益推移

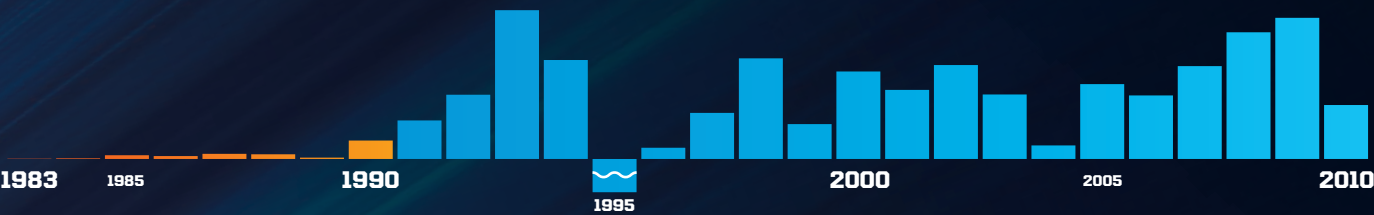


※上表の株価は、2015年4月1日付で株式分割が行われたと仮定して算定した数値を掲載しています。

世界一面白いゲームを目指して、 着実に成長し続けてきた歩み

カプコンの営業利益推移

注) 1983～1988：12月31日に終了した各事業年度
1989～2025：3月31日に終了した各事業年度



創成期

1983～

1983年、大阪市に株式会社カプコンを創業。世界で戦えることを目指し、独自基板「CPシステム」を用いたハイスペックな業務用ゲームを開発・販売するとともに、家庭用ゲーム分野にも進出。

拡大期

1991～

90年代に「スーパーファミコン」が登場すると、カプコンも家庭用ソフトの開発を本格化。業務用ゲーム開発のノウハウを活かし多数のグローバルヒット作を生み出した。1994年には「ストリートファイター」のハリウッド映画化やアニメ映画化など、ワンコンテンツ・マルチユース戦略が確立。

2000～

2000年に株式を東京証券取引所市場第一部に上場。2000年代には海外で人気を博すコンテンツが次々と誕生する他に、ハリウッド映画「バイオハザード」が6作も続くヒットシリーズになるなど、ゲーム以外にもIPを活用し、カプコンブランドが海外へさらに浸透した。

カプコンと遊文化



1988

「CPシステム」

独自開発した高性能な基板により、世界最高の品質で描かれる奥深い世界観やゲーム性がユーザーを魅了し、以降業務用、家庭用の両領域でヒットを連発。



『リトル リーグ』 『ロックマン』



1991

『ストリートファイターII』が大ヒット

全国のゲームセンターで大ブームを引き起こし、対戦格闘ジャンルを確立。1992年には、eスポーツの先駆けとも呼べる全国大会を両国国技館で開催。



『ストリートファイターII』 『バイオハザード』



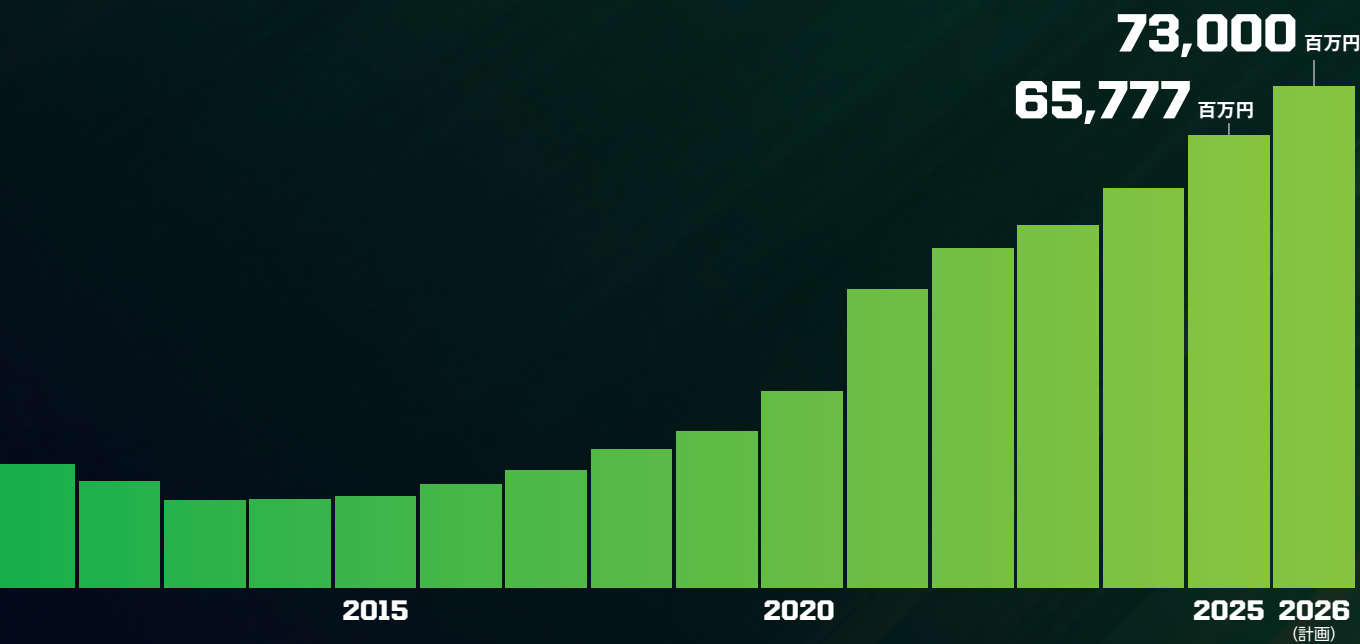
2002

自社コンテンツのマルチユースを推進

『バイオハザード』のハリウッド映画化をはじめ、子供向けには『ロックマンエグゼ』をTVアニメ・映画化することで、ゲーム発コンテンツのブランド化を推進。



『鬼武者』 『デビル メイ クライ』 『モンスターハンター』 『デッドライ ジング』



デジタル・グローバル化

2011～2016

通信機能を具備したゲーム機の普及により、オンラインによる長期的なタイトル販売が可能となり、デジタル販売に軸足を移すことで、リピート販売による収益機会の拡大に備えた。

2017～2020

2017年の『バイオハザード7 レジデントイービル』以降、細部まで作りこまれた高品質なゲームとデジタル販売との相乗効果による、長期間の収益貢献スキームを確立。

2021～

PCプラットフォームの一般化により、これまで一部の先進国のみであったゲーム市場があらゆる世界にまで拡大。これまでに培った豊富なIP資産と商品開発力、そして高いスキルを持つクリエイターの増加により、グローバル企業としてさらなる成長を目指す。



2007～

「協力プレイがゲームのスタンダードに」

2007年、『モンスターハンターポータブル 2nd』がシリーズ初の100万本を突破。以降「モンハン」はハンティングゲームの代名詞として定着。



『ドラゴンズドグマ』



2018～

新たなエンターテインメント、eスポーツへの本格対応

2018年より専門部署を設置し、プロ向け、アマ向けの大会をそれぞれ新規に立ち上げるなど、eスポーツの普及を推進。



『モンスターハンター：ワールド』



2021～

ゲーム販売のデジタル化を加速

PCプラットフォームの世界的な普及拡大を背景に、ゲームソフトのデジタル販売を加速。創業から40年以上の間に培った豊富なタイトルを、220以上の国と地域に提供。



『ストリートファイター6』

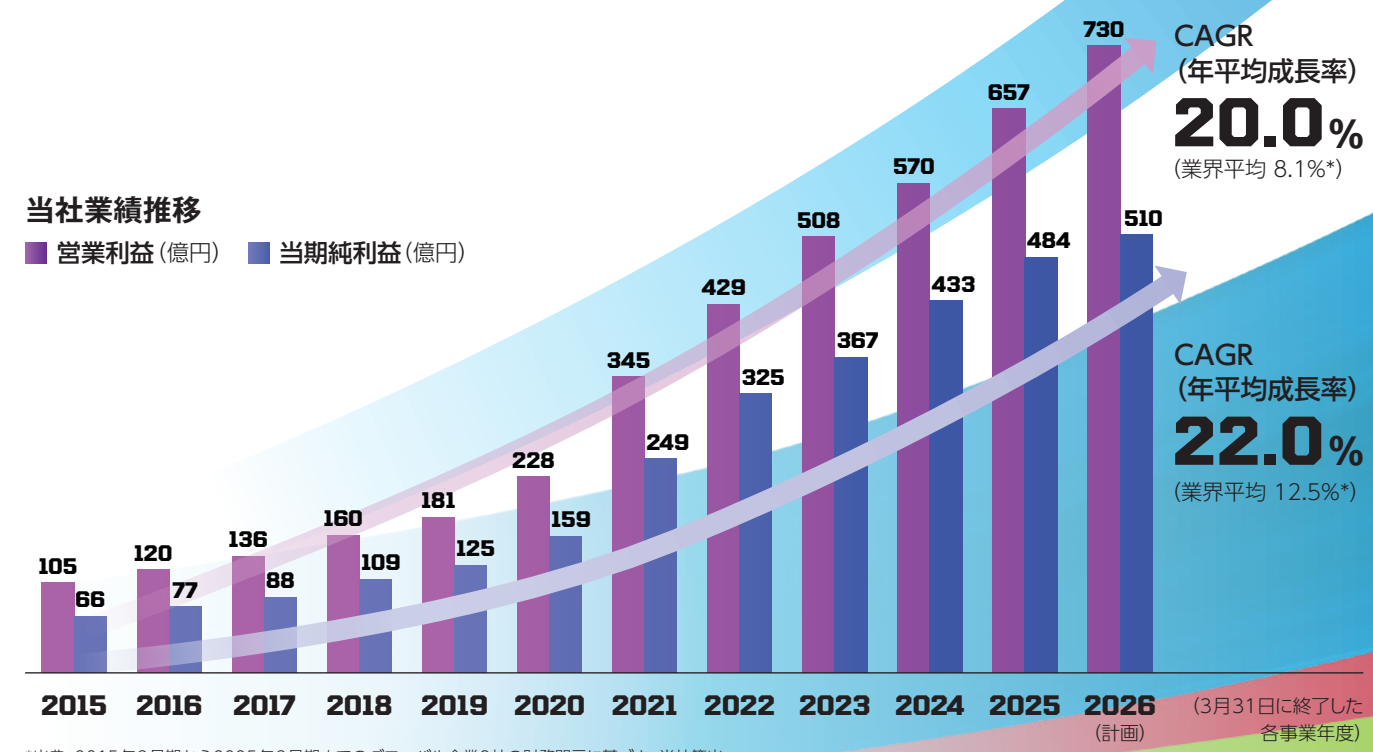
エンターテインメント業界において 持続的・安定的に成長を目指す

ヒット産業であるエンターテインメント業界において
10期継続「每期、営業増益(10%以上)」を達成
中長期の戦略を推進し、コンシューマの販売本数を拡大。
持続的な成長への道筋を確実に描いていきます。

持続可能な成長を支えるカプコンの優位性

- 揺るぎない経営ビジョンによる
グローバル成長への注力 [→ 詳細はP09参照](#)
- グローバル成長を最大化する
ビジネスモデル [→ 詳細はP21参照](#)
- 持続可能な長期成長を支える
人的投資 [→ 詳細はP32参照](#)
- 卓越した開発力と
世界中で愛される豊富なIP群 [→ 詳細はP43参照](#)

当社業績推移
■ 営業利益(億円) ■ 当期純利益(億円)



*出典: 2015年3月期から2025年3月期までのグローバル企業9社の財務開示に基づき、当社算出。

中長期の
戦略推進により
年間販売本数
1億本

幅広いユーザーに
向けて認知度を
向上



約15億人の
PC/コンシューマ市場
への展開を強化



コンシューマとの連動、
収益の下支え

ブランド戦略
カプコンの認知・接触機会を拡大
【キャラクター・映像・eスポーツ・モバイル】
CSとのシナジー効果・ブランド強化

デジタル戦略
“カプコンファン”の獲得・拡大
【コンシューマ・新作】
成長ドライバー、長期販売の源泉
【コンシューマ・リピート作】
成長ドライバー、重点拡販分野

ワンコンテンツ・マルチユース
【アミューズメント施設・アミューズメント機器】
IPの周辺展開、リアル体験

人材戦略
新作パイプラインの拡大
人員拡充と技術拡大を推進
[→ 詳細はP32参照](#)

生産性・組織力の向上
により持続可能な
成長を目指す

