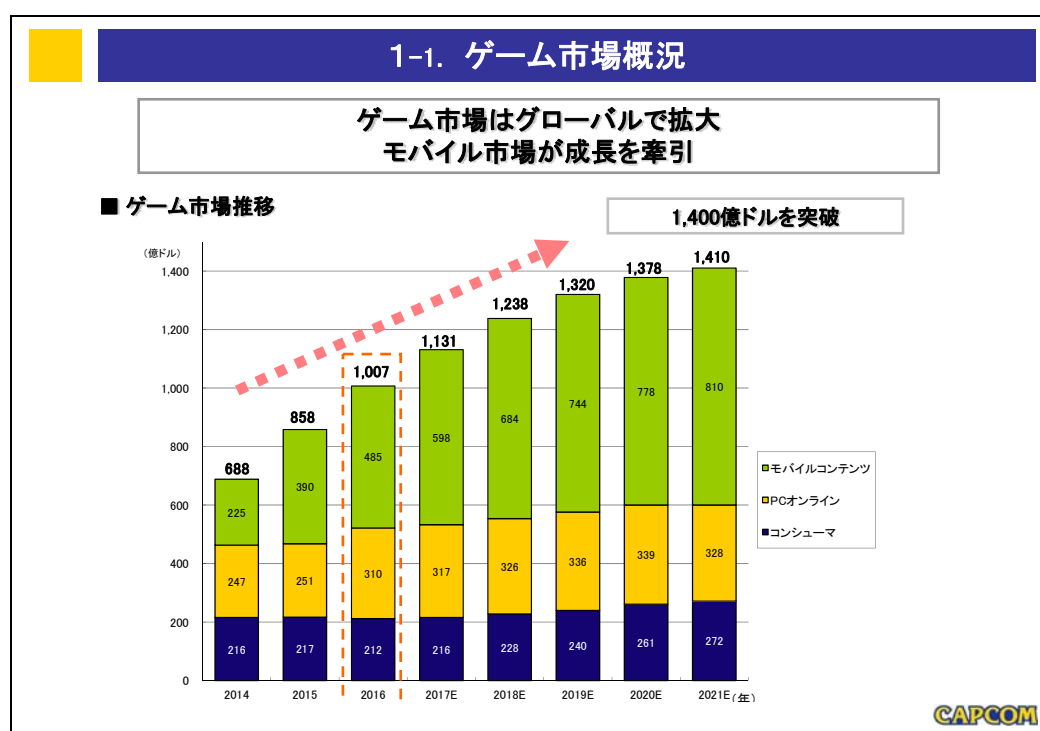


2017年3月期 決算説明会
 代表取締役社長 COO 辻本春弘説明要旨
 (2017年4月28日)

社長の辻本です。私からは、2018年3月期の事業戦略および計画についてご説明させていただきます。

1-1. ゲーム市場概況



はじめに、今期の成長戦略のポイントとして、ゲーム市場の概況をお伝えします。

2016年には初めて1,000億ドルを超えたほか、2021年には1,400億ドルへと更に成長する見通しであり、1年前の予測を大幅に上回るスピードで拡大を続けています。


1-2. 成長戦略骨子

1-2. 成長戦略骨子

成長戦略骨子

- **戦略1: コンシューマ事業の拡充**
 - ・ 主力ブランドをグローバル市場に安定供給
 - ・ DLC(本編・追加・カタログ)の強化

- **戦略2: オンライン事業の立て直し**
 - ・ モバイルでの自社IP活用の強化および協業を積極化
 - ・ アジア地域での事業提携を推進



次に、カプコンの成長戦略です。2点の戦略を掲げます。

1 つ目はコンシューマ事業の拡充です。「バイオハザード」、「モンスターハンター」、「ストリートファイター」などの主力ブランドをグローバル市場に安定的に開発し、提供します。また、近年から注力しています DLC ビジネスも強化を進めます。

2 つ目はオンライン事業の立て直しです。モバイルでは自社 IP 活用の強化を進め、自社開発だけでなく協業によるタイトル投入についても積極的に検討します。また、アジア地域での事業提携についても引き続き推進します。

2. 2018年3月期 業績予想

2. 2018年3月期 連結業績予想			
デジタルコンテンツ事業での成長を原動力として 5期連続の営業増益を目指す			
(単位:百万円)			
	2017/3	2018/3計画	増減
売上高	87,170	93,000	5,830
営業利益	13,650	14,500	850
営業利益率	15.7%	15.6%	-
経常利益	12,589	14,000	1,411
親会社株主に 帰属する当期純利益	8,879	9,500	621

■ コンシューマ事業の安定成長およびオンライン事業の改善等により
前期比で増収増益を図る

■ 1株当たり予想当期純利益 173円53銭

■ 配当は 中間25円、期末25円の年間50円を予定

CAPCOM

次に、2018年3月期の業績予想です。

今期も、デジタルコンテンツ事業での成長を原動力として5期連続の営業増益を目指します。

売上高は前期比で58億円増となる930億円、営業利益は8億円増となる145億円、また、営業利益率は15.6%を計画しています。

経常利益は14億円増の140億円、親会社株主に帰属する当期純利益も6億円増の95億円と、全ての項目で増益となる計画です。

1株当たり予想当期純利益は173円53銭、配当は中間25円、期末25円の年間50円を予定しています。

3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画①


3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画①

主カタイトルのグローバル市場への販売に注力

■ コンシューマ 戦略

- ・ **主カブランドによる安定的な貢献**
 - ⇒ 大型タイトルとして、2作を投入予定
 - ⇒ 現行機移植版の拡充や、Nintendo Switchを含めたマルチプラットフォーム展開を推進
 - ⇒ 『ストリートファイターV』のeスポーツへの活用など、先端市場を開拓
 - ⇒ アジアなど成長地域でのブランド浸透に注力し、将来の収益化を目指す

- ・ **DLC(本編および追加ダウンロード)による収益の拡大**
 - ⇒ 累計79作のミリオンセラーなど、コンテンツ資産のDLC化を加速
 - ⇒ DLC売上比率は33.6%を見込む



次に、事業セグメント別の戦略と計画についてご説明します。

はじめに、デジタルコンテンツ事業については主カタイトルのグローバル市場への販売に注力します。

コンシューマについては、今期も、大型タイトルとして 2 作を投入予定しますし、現行機移植版の拡充や、各ハードへのマルチプラットフォーム展開を積極的に推進します。e スポーツについても、『ストリートファイターV』などを活用し、米国子会社を中心に推し進めるとともに、AR、VR といった先端市場への開拓も推進します。さらに、ローカライズとネット配信による販売強化によりアジアなど成長地域でのブランド浸透に注力し、将来の収益化を目指します。

DLC では、引き続き本編・追加コンテンツともに強化していきます。

ミリオンセラーを 79 作以上保有していることは、この分野での当社の大きな強みであり、今期もコンテンツ資産の DLC 化を加速していきます。

今期のコンシューマにおけるデジタル売上比率は、33.6%と更に更新する計画です。


3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画②

3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画②

■ 2018年3月期 コンシューマ 主要タイトル販売計画

ハード	タイトル名	地域	発売日	計画
PS4 Xbox one PC	マーベル VS. カプコン: インフィニット	日本	2017年後半	200万本
		北米	2017年9月	
		欧州	2017年9月	
PS4 Xbox one PC	バイオハザード7 レジデント イービル (リピート)	日本	2017/1/26	200万本
		北米	2017/1/24	
		欧州	2017/1/24	
—	大型タイトル (新作)	—	—	—

※ 本数には、本編ダウンロード販売を含む



こちらが、今期の主要タイトルの販売計画です。

ミリオンセラーとして、新作2本、リピータイトル1本を計画しています。

新作では、既に発表している『マーベル VS. カプコン: インフィニット』を欧米で2017年9月、日本で2017年後半に発売し200万本販売するほか、もう1作を投入する予定です。具体的な内容は、今後、営業上のタイミングでお伝えしてまいります。

前期に発売しました『バイオハザード7 レジデント イービル』は、リピート販売により今期は200万本を販売する計画としています。

3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画③

3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画③				
新作投入およびコンテンツ資産の活用推進により 販売本数は増加				
■ 2018年3月期 コンシューマ 販売本数計画				
(単位:千本)				
	2016/3	2017/3	2018/3 計画	増減
タイトル数(SKU)	45	42	37	-5
パッケージ				
日本	4,700	3,500	2,750	-750
北米	2,600	4,300	4,700	400
欧州	1,200	2,200	2,650	450
アジア	400	400	400	-
パッケージ計	8,900	10,400	10,500	100
DLC				
本編DLC計	6,100	9,000	12,500	3,500
合計	15,000	19,400	23,000	3,600

CAPCOM

次に、ソフトの販売計画です。

タイトル数は 37 作を見込んでおり前期比で 5 作減少するものの、販売本数はトータルで 2,300 万本と、360 万本の増加を見込んでいます。

パッケージの地域別本数は、日本においては前期発売の『モンスターハンターダブルクロス』の反動減により 75 万本減の 275 万本を見込んでいます。また、欧米においては『マーベル VS. カプコン：インフィニット』や『バイオハザード 7』のリピートなど、グローバル向け大型タイトルの貢献を見込んでいるため、北米で 40 万本増の 470 万本、欧州で 45 万本増の 265 万本を計画しています。アジアにおいては前期同等 40 万本を見込んでいます。その結果、パッケージ販売本数は 10 万本増の 1,050 万本の計画です。

本編ダウンロードは、350 万本増の 1,250 万本の計画です。

3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画④

3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画④


**モバイルでは市場の変化に即して自社IP活用の強化と協業を積極化
PCオンラインは既存タイトルの活性化を図る**

■ **モバイルコンテンツ 戦略**

- ・ 国内および海外においてヒット作創出を目指す
 - ⇒ 自社IPを活用した新作タイトルの開発強化
 - ⇒ 協業によるヒット作の創出に向け、幅広く可能性を模索
 - ⇒ 人気コンテンツのローカライズを推進し、アジアなど新興国に向け展開

■ **PCその他 戦略**

- ・ 既存タイトルの活性化
 - ⇒ 国内およびアジアでの主力タイトルにおいて、積極的なアップデートを実施



次に、モバイルコンテンツと PC その他についての戦略です。

モバイルにつきましては、自社 IP を活用した新作タイトルの開発強化を行うとともに、協業によるヒット作の創出に向け、幅広く可能性を模索してまいります。

また、『モンスターハンター エクスプロア』や『囚われのバルマ』などをアジアなどへ展開することで、着実に収益基盤を強化してまいります。

PC その他については、既存タイトル中心の運営となる見込みです。国内主力の『モンスターハンター フロンティア Z』や『ドラゴンズドグマ オンライン』など、国内およびアジアの主力タイトルにおいて積極的なアップデートを実施し、安定的な収益化を図ってまいります。

3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画⑤

3-1. デジタルコンテンツ事業 戦略および計画⑤					
コンシューマの安定成長およびオンライン事業の改善により 増収増益を見込む					
■ デジタルコンテンツ事業 計画					
(単位: 億円)					
	2016/3	2017/3	2018/3計画	増減	
売上高	525	587	650	63	
営業利益	121	110	137	27	
営業利益率	23.1%	18.9%	21.1%	—	
売上内訳	コンシューマ				
	パッケージ	312	337	365	28
	DLC	109	155	185	30
	コンシューマ計	421	492	550	58
	モバイルコンテンツ	33	38	50	12
	PCその他	71	57	50	-7

CAPCOM

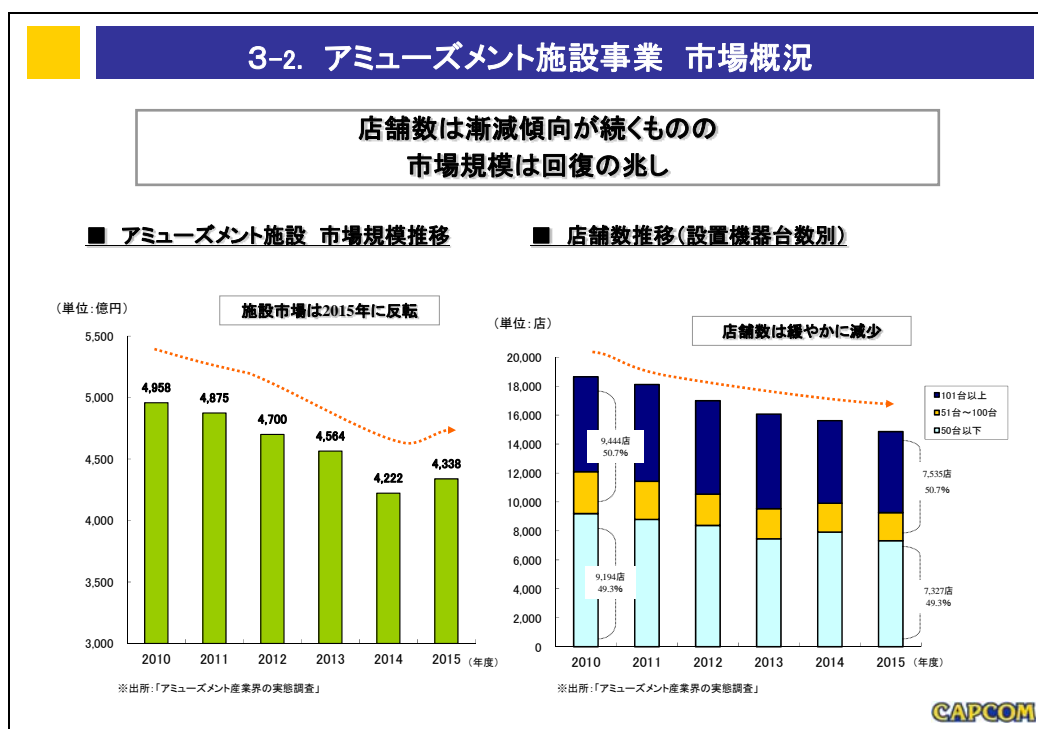
次に、デジタルコンテンツ事業の計画です。

今期の売上高は 63 億円増の 650 億円、営業利益は 27 億円増の 137 億円を計画します。営業利益率も 21.1%と 20%台を回復する計画です。

サブセグメント別では、パッケージは 28 億円増の 365 億円、DLC は 30 億円増の 185 億円により、コンシューマ合計は 58 億円増の 550 億円を見込んでいます。

また、モバイルコンテンツは 12 億円増の 50 億円、PC その他は 7 億円減の 50 億円を見込んでいます。

3-2. アミューズメント施設事業 市場概況



次に、アミューズメント施設事業についてご説明します。

店舗数は緩やかな減少が続くものの、市場規模は若干復調しました。


3-2. アミューズメント施設事業 戦略および計画

3-2. アミューズメント施設事業 戦略および計画

**好収益店舗への集中により増収を見込む
新業態の育成により事業基盤の強化を図る**

■ アミューズメント施設事業 戦略


- ・ 好条件立地への積極出店と新業態の育成
 - ⇒ 既存店前年比計画:103%
 - ⇒ 今期計画:出店5、退店1、合計40店舗
 - ⇒ 自社キャラクターを活用した飲食展開やグッズ販売店舗
など新業態からの収益を安定化
 - ⇒ コンシューマタイトルの体験会やユーザー交流会の実施による事業協働



『プラサカブコン石巻』

■ アミューズメント施設事業 計画 (単位:億円)

	2016/3	2017/3	2018/3 計画	増減
売上高	90	95	100	5
営業利益	7	7	7	0
営業利益率	7.7%	7.9%	7.0%	-
既存店売上前年比	96%	102%	103%	-



今期の事業戦略として、好収益店舗への集中により増収を見込み、新業態の育成により事業基盤の強化を図ってまいります。

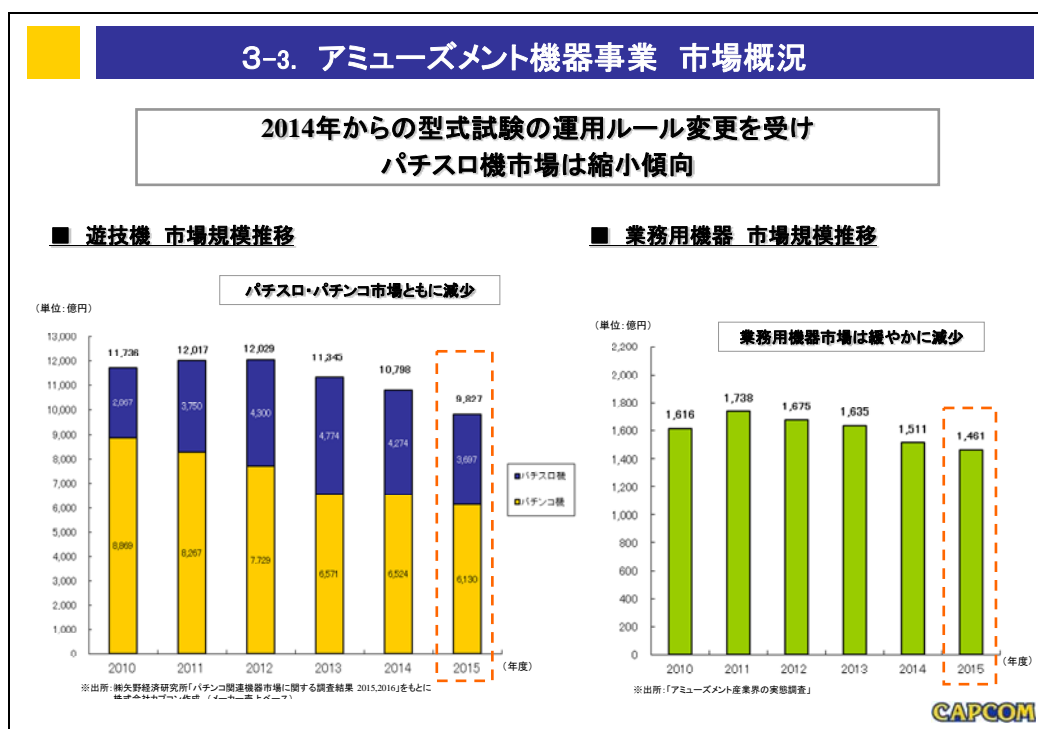
既存店では、今期は前年比 103%を見込んでいます。自社キャラクターを活用した「カプコンカフェ」やキャラグッズ販売店「キャラカブ」の収益を安定化していきます。

出店計画は新店 5 店舗、退店 1 店舗により合計 40 店舗を見込んでいます。

また、コンシューマタイトルの体験会なども、今後積極的に実施する予定です。事業間のシナジー効果として、コンシューマユーザーのアミューズメント施設への誘引とコンシューマタイトルのプロモーションの両方が期待できます。

今期の売上高は 5 億円増の 100 億円、営業利益は前期と同額の 7 億円、営業利益率は 7.0% を計画しています。

3-3. アミューズメント機器事業 市場概況



次に、アミューズメント機器事業についてご説明します。

2014年からのパチスロ機の型式試験運用ルール変更が影響し、遊技機市場は縮小傾向となっています。

3-3. アミューズメント機器事業 戦略および計画

3-3. アミューズメント機器事業 戦略および計画

人気IPを活用したパチスロ機を安定的に投入
前期ヒット機の反動減により減収減益を見込む

■ PS 戦略

- ・ 人気シリーズを活用した筐体を安定的に供給
⇒ 自社パチスロ機販売台数計画 4機種 5万台
『逆転裁判』2017年5月導入予定、『バイオハザードリベレーションズ』2017年夏導入予定

■ 業務用機器販売 戦略


- ・ 自社および人気ライセンスIPの筐体販売を継続
⇒ メダルゲーム『モンスターハンター メダルハンティングG』
2017年夏稼働予定

■ アミューズメント機器事業 計画


(単位: 億円)

	2016/3	2017/3	2018/3 計画	増減
売上高	133	168	155	-13
営業利益	28	51	38	-13
営業利益率	21.1%	30.3%	24.5%	-

(PS: 業務用機器販売 売上構成比 = 9 : 1)



パチスロ機『逆転裁判』



次に、アミューズメント機器事業の戦略です。

PS ビジネスでは、人気シリーズを活用した自社筐体を安定的に投入します。しかし、前期ヒット機の反動減により減収減益を見込んでいます。

今期は4タイトル、5万台の販売を計画しており、5月に『逆転裁判』、夏には『バイオハザード リベレーションズ』の導入を予定しています。

業務用機器販売では、自社IPおよび人気ライセンスIPを活用した筐体販売を継続します。前作好評をいただきました『モンスターハンター メダルハンティング』の後継機『モンスターハンター メダルハンティングG』の稼働を夏に予定しています。

今期の売上高は前期比13億円減の155億円、営業利益も13億円減の38億円、営業利益率は24.5%を計画しています。

3-4. その他事業 戦略および計画

3-4. その他事業 戦略および計画


**ワンコンテンツ・マルチユース戦略を推進
認知拡大によりブランド収益の最大化を図る**

■ キャラクターコンテンツ事業 戦略


- ・映像展開による主カブランドの認知度向上
 - ⇒ フルCGアニメーション映画「バイオハザード：ヴェンデッタ」2017年5月27日公開予定
 - ⇒ TVアニメ「モンスターハンターストーリーズ RIDE ON」好評放映中
- ・非ゲームユーザーへの訴求
 - ⇒ USJ「ユニバーサル・クール・ジャパン」でのアトラクション「モンスターハンター・ザ・リアル」を展開

	2016/3	2017/3	2018/3計画	増減
売上高	20	20	25	5
営業利益	5	9	10	1
営業利益率	25.0%	46.5%	40.0%	-

(単位: 億円)



© CAPCOM / VENDETTA FILM PARTNERS.
ALL RIGHTS RESERVED.



最後に、その他事業についてご説明します。

その他事業では、今期も引き続きワンコンテンツ・マルチユース戦略を推進してまいります。

キャラクターコンテンツ事業については、映像展開による主カブランドの認知度向上を図ります。

今期の予定としては、5月にCGアニメーション映画「バイオハザード：ヴェンデッタ」が公開される予定です。

また、テレビアニメでは昨年10月より「モンスターハンターストーリーズ」をロングランで放映しており、認知がじわじわと拡大しつつあります。

さらに、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの期間限定アトラクション「ユニバーサル・クール・ジャパン」のアトラクションにおいて「モンスターハンター・ザ・リアル」を展開しています。

今期の売上高は5億円増の25億円、営業利益は1億円増の10億円、営業利益率は40%を計画しています。



私の説明は以上でございます。

今期も全社一丸となり、計画必達のため邁進してまいりますので、引き続きよろしくお願
いします。

以 上