

**2025年3月期 決算説明会・カンファレンスコール 質疑応答概要**  
**(2025年5月13日)**

Q. 現在のカプコンにおいて、安定的な成長を持続させていくために、「人・モノ・金」のうち、どれを最も重視しているか。

A. 当社は人材の確保を最も重視しており、毎期 150 名以上の新卒採用を継続しています。ゲーム業界はここ 10 年、20 年で大きく進化しており、そうした変化の中で育ってきた新卒世代の感性を生かすことが、今後のグローバルかつデジタルな市場環境に対応するうえで重要であると考えています。こうした取り組みが、将来的な当社の成長に寄与すると期待しています。

Q. Nintendo Switch 2 をどう評価し、どのようなタイトルを投入する予定か。マルチプラットフォーム戦略は変わらないのか。

A. Nintendo Switch 2 の発売と同時に『ストリートファイター6』および『祇 (くにつがみ) : Path of the Goddess』を発売します。『ストリートファイター6』ではクロスプレイも可能となるなど、新ハードの性能を活かした展開についても可能性を感じています。なお、従来のマルチプラットフォーム戦略に変更はなく、今後も幅広いユーザーに向けたタイトル展開を継続してまいります。

Q. リピートタイトルと新作で平均販売価格に差があるが、今後、販売本数か売上か、どちらを重視するか教えてほしい。

A. 販売本数と売上のいずれかに偏るのではなく、今後も両面での拡大を目指してまいります。タイトルごとの販売価格については、マーケットバリューや営業的な戦略を踏まえ、適宜引き下げを含めた柔軟な対応を検討していきます。

Q. ネットキャッシュが積み上がっている印象だが、どのような用途に使う予定か。また目安とする水準があれば教えてほしい。

A. 現在建設中の自社ビルを始めとした開発環境の整備に加え、将来的な成長に資する新しい技術領域への M&A など視野に入れ、当面は現水準のネットキャッシュを維持する方針です。

Q. 新作におけるゲームソフト価格の業界水準や先行きについて、カプコンではどのような認識か教えてほしい。

A. 最先端の技術、人件費などの開発コスト、またゲームソフトの総プレイ時間などを踏まえると、現在の新作タイトルの価格は妥当と思われるが、今後もソフトの価格帯については柔軟に検討していきます。

Q. 今期はリピートタイトルが収益の柱になるとみているが、販売戦略について教えていただきたい。

A. 当社のリピート作の戦略は、デジタル販売によりグローバルで収益最大化を目指すものです。柔軟な価格施策や、マルチプラットフォーム展開、ワンコンテンツ・マルチユース戦略によるブランド認知向上に加え、新作発表と連動したプロモーションにより、幅広いユーザー層に訴求し、220 超の国・地域での販売を実現しています。今期も『モンスターハンターワールド』に加えて、主力シリーズを中心に、リピート作の価値最大化を目指します。

Q. リポートタイトルの拡販で、特に新興国への販売強化について、どのような国・地域への展開を予定しているのか。

A. 当社では数年前からインド並びにブラジル等に対して現地調査を実施しており、ユーザーの嗜好やプレイ環境等を調査してきました。これらの調査結果を踏まえ、各エリアに適した長期的な拡販施策を策定し、今後順次展開していく予定です。

Q. 『ドラゴンズドグマ 2』や『モンスターハンターワイルズ』などの新作タイトル発売後、不具合やシステムトラブルに対応されているが、「RE ENGINE」は、PC スペックの多様化等に十分対応できているのか。

A. 「RE ENGINE」については、PC スペックの多様化等への対応に問題はないと考えています。当社では、これまでの開発経験を活かし、柔軟に対応を進めています。ただし、大規模なユーザー環境での運用においては、事前の想定を超える課題が発生することもあります。そうした場合には、優先度の高いものから順次パッチ対応やアップデートを実施し、ユーザー満足度の向上に努めています。

Q. 今後の開発体制は、引き続き内製を基本方針とする予定か。

A. メインとなる開発については、外部委託では十分な経験やノウハウの蓄積が難しいため、内製により開発力と品質のさらなる向上を図ってまいります。

Q. 繰延収益 205 億円の内訳と、2026 年 3 月期中に全て消化される見込みか伺いたい。

A. 繰延収益の大部分は、『モンスターハンターワイルズ』に関連する無償タイトルアップデートに伴うものです。繰延収益は各アップデートの配信時期に応じて収益として計上されます。今後の配信スケジュールは発表をお待ちください。

Q. 販売本数における PC 割合の傾向は今後も継続していくとみてよいのか。

A. 2025 年 3 月期の PC 割合は 5 割を越えています。日本を始め、グローバルにおいてゲーミング PC の所持率が上昇していることや、新興国でのレポート作販売が PC 中心であることから、2026 年 3 月期以降も緩やかに増えていくと推測しています。

Q. Nintendo Switch 2 向けに販売される「キーカード」（ソフトを起動するための「キー（鍵）」が保存されたゲームカード）の売上は、デジタルとパッケージのどちらに計上されるのか。

A. デジタルの売上として計上されます。

Q. 今期の新作ラインナップについて伺いたい。

A. 現時点で開示しているタイトル以外は、発表をお待ちください。

Q. 万博関連費用はどの科目に計上されるのか。またどのようなコンテンツを展開しているのか伺いたい。

A. 万博関連費用は、営業外費用のうち「社会貢献費用」として計上しています。2025 年 3 月期は約 15 億円、今期は約 30 億円を見込んでいます。現在開催中の大阪・関西万博では、大阪ヘルスケアパビリオンの「XD HALL」にて、『MONSTER HUNTER BRIDGE (モンスターハンターブリッジ)』を出展しており、ご来場の皆様から大変ご好評をいただいています。

Q. 『モンスターハンターワイルズ』発売に伴う過去のシリーズ作の押し上げ効果はあったのか。また、今期も関連タイトルに対して、拡販を行っていく予定か。

A. 2025年3月期の販売本数上位タイトルに「モンスターハンター」シリーズが占めている通り、『モンスターハンターワイルズ』の発売に伴う拡販施策が、販売本数の増加に繋がりました。同シリーズに限らず、新作発表のタイミングに合わせた過去作の拡販を引き続き実施していきます。

Q. 10%利益成長を目指すにあたり、主力IP以外において、例えば「鬼武者」や「デッドライジング」などをどのように有力シリーズに成長させていく予定か。特に、前期の『ドラゴンズドグマ 2』について、どう評価しているか伺いたい。

A. 当社の有力シリーズについては、各シリーズの新作タイトルの投入を起点としたリピート販売の拡大を通じて各ブランドの強化を図ってまいります。なお、『ドラゴンズドグマ 2』に関しては、既存のシリーズファンに加え、新規ユーザー層の獲得にもつながっており、一定の評価をしています。今後も、継続的に販売促進を行い、同シリーズのリピート販売本数の増加を目指します。

Q. 最近、戦国時代を題材とした映像コンテンツがヒットするなど、同分野での関心が高まっているが、『鬼武者 Way of the Sword』にとって追い風となるとみてよいか。

A. 「鬼武者」シリーズは当社においても長い歴史とグローバルでの販売実績があることから、本作についても一定の販売が見込めると考えています。

Q. 大型タイトル『モンスターハンターワイルズ』を発売した2025年3月期を踏まえ、今後の開発投資額における費用の捉え方について教えてほしい。

A. 今期の開発投資額は583億円を計画しています。ハードの進化や、人件費の上昇などにより、今後も開発投資額の増加は避けられないとみえますが、自社開発エンジン「RE ENGINE」のアップデート等を通じて、効率化を図っていきたくと考えています。なお、開発投資額は、ROI等の指標や他の中長期ラインナップの状況を踏まえて投資規模を決定し、それに基づき販売計画を策定・管理しています。

Q. 売上・利益に与える為替影響について伺いたい。

A. 計画では1ドル140円を設定し、為替感応度は、計画レートに対して1円あたり営業利益3~4億円程度の影響がある見込みです。

Q. 開発職において、人員が不足している職種について伺いたい。

A. ゲーム開発者のうち、大部分がゲームグラフィックに関わる職種で構成されています。中でもキャラクター等の動きや演出に関わるアニメーター等の職種が不足しており、採用活動においても重点職種のひとつとなっています。なお、近年子会社化した企業も、同分野に強みを持つ会社であり、当社の開発力強化に寄与しています。

以上