

2025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
(2025年5月13日)

社長の辻本でございます。

【第1部】 1. 発表のポイント

1
発表のポイント

通期実績 (25年3月期)

- 12期連続営業増益、10期連続で10%以上の営業増益を達成
- 連結売上、営業利益いずれも過去最高
- 全事業セグメント増収増益
- 期末配当は22円へ増配、年間配当40円、連結配当性向34.5%

通期計画 (26年3月期)

- 継続して10%以上の営業増益を計画
- 全事業増収増益を目指す
- 配当予想: 中間20円、期末20円、年間40円

	実績						計画	
	23/3	増減率	24/3	増減率	25/3	増減率	26/3	増減率
売上高	1,259	14%	1,524	21%	1,696	11%	1,900	12%
営業利益	508	18%	570	12%	657	15%	730	11%
営業利益率	40.3%	-	37.5%	-	38.8%	-	38.4%	-
経常利益	513	16%	594	16%	656	11%	700	7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	367	13%	433	18%	484	12%	510	5%

※増減率は対前期比

(億円)

2025年3月期は、売上高1,696億円、営業利益657億円、当期純利益484億円と、10期連続で10%以上の営業増益かつ、売上高を含め全ての項目で過去最高を達成することができました。なお、配当は期末配当を22円に増配し、年間40円としました。

2026年3月期は、デジタルコンテンツ事業における複数の新作投入とリピートの拡販に加え、アミューズメント施設事業、アミューズメント機器事業、その他事業とのシナジーを最大化し、11期連続で10%以上の営業増益を目指します。

売上高は前期比で12%増の1,900億円、営業利益は11%増の730億円を計画しています。また、今期は万博関連で約30億円の費用計上を見込んでおり、最終の当期純利益は5%増の510億円を計画しています。

配当は中間20円、期末20円の年間40円を予定しています。

【第1部】2. 業績推移・計画（連結/セグメント別）

2		業績推移・計画(連結/セグメント別)											
■ 25年3月期実績・26年3月期計画												(億円)	
	21/3	増減率	22/3	増減率	23/3	増減率	24/3	増減率	25/3	増減率	26/3 計画	増減率	増減
売上高	953	17%	1,100	16%	1,259	14%	1,524	21%	1,696	11%	1,900	12%	203
■ デジタルコンテンツ	753	26%	875	16%	981	12%	1,198	22%	1,251	4%	1,395	12%	143
■ アミューズメント施設	98	-18%	124	26%	156	26%	193	24%	227	18%	254	12%	26
■ アミューズメント機器	70	9%	57	-19%	78	36%	90	16%	156	73%	184	18%	27
■ その他	30	1%	43	43%	43	0%	42	-4%	61	45%	67	10%	5
営業利益	345	52%	429	24%	508	18%	570	12%	657	15%	730	11%	72
■ デジタルコンテンツ	370	53%	453	23%	535	18%	598	12%	651	9%	727	12%	75
■ アミューズメント施設	1	-88%	6	338%	12	88%	18	52%	24	30%	27	11%	2
■ アミューズメント機器	24	15%	23	-3%	34	46%	41	20%	67	63%	74	10%	6
■ その他	9	81%	15	54%	14	-6%	8	-38%	24	181%	28	13%	3
調整額※	-59	-	-69	-	-87	-	-96	-	-110	-	-126	-	-15
営業利益率	36.3%	-	39.0%	-	40.3%	-	37.5%	-	38.8%	-	38.4%	-	-
経常利益	348	52%	443	27%	513	16%	594	16%	656	11%	700	7%	43
親会社株主に帰属する当期純利益	249	56%	325	31%	367	13%	433	18%	484	12%	510	5%	25

※調整額には、各報告セグメントに配分していない全社費用が含まれています。全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費です。 ※増減率は対前期比

CAPCOM |

はじめに、セグメント別の実績と計画についてお話しします。

2025年3月期は、デジタルコンテンツ事業におけるコンシューマの成長および、アミューズメント施設事業とアミューズメント機器事業の業績好調等により、全事業が増収増益を達成しました。

2026年3月期も、全事業で10%以上の増収増益を計画しています。

【第1部】3. デジタルコンテンツ事業①

3 デジタルコンテンツ事業①													
業績推移・計画													
25年3月期 実績													
<ul style="list-style-type: none"> 大型新作『モンスターハンターワイルズ』貢献を主因として増収増益 好調なリピーター販売が通期で収益を下支え（※リピーターとは、前年度以前に発売したタイトルの総称） 													
26年3月期 計画													
<ul style="list-style-type: none"> 引き続き新作投入およびリピーター販売により、グローバルにおいて収益の最大化を目指す 													
(億円)													
	21/3	増減率	22/3	増減率	23/3	増減率	24/3	増減率	25/3	増減率	26/3 計画	増減率	増減
売上高	753	26%	875	16%	981	12%	1,198	22%	1,251	4%	1,395	12%	143
■ コンシューマ													
パッケージ	208	61%	300	44%	180	-40%	193	7%	180	-7%	177	-2%	-3
デジタル販売(デジタルライセンス含む)	480	13%	533	11%	773	45%	969	25%	1,036	7%	1,191	15%	155
内 デジタルライセンス収入	30	15%	9	-70%	70	678%	73	4%	34	-53%	29	-15%	-5
コンシューマ計	688	24%	833	21%	953	14%	1,162	22%	1,216	5%	1,368	13%	152
内 収益繰延額	-22	-	-19	-	38	-	47	-	-198	-			
■ モバイルコンテンツ	65	48%	42	-35%	28	-33%	35	25%	34	-3%	27	-21%	-7
営業利益	370	53%	453	23%	535	18%	598	12%	651	9%	727	12%	75
営業利益率	49.1%	-	51.8%	-	54.5%	-	49.9%	-	52.1%	-	52.1%	-	-

※デジタルライセンス収入:オンラインプラットフォームへのコンテンツ提供等による収入。収益繰延影響:主に本編発売後における無料ダウンロードコンテンツの提供に起因する収益の繰延と戻入の差額。※増減率は対前期比

CAPCOM |

まず、成長を牽引するデジタルコンテンツ事業についてご説明します。

2025年3月期では、2月28日に発売した『モンスターハンターワイルズ』が、約1ヵ月で販売本数1,000万本を突破しました。リピータータイトルにおいては、「モンスターハンター」シリーズの過去作等、主力シリーズタイトルを中心にグローバル拡販を推し進めました。

その結果、売上高は4%増の1,251億円、営業利益は9%増の651億円となりました。

2026年3月期は、グローバルにマーケティング戦略を一層強化し、IPの認知度を向上させるとともに、息の長いリピーター拡販に努めます。

売上高は12%増の1,395億円、営業利益は12%増の727億円を計画しています。

【第1部】3. デジタルコンテンツ事業②

3 デジタルコンテンツ事業②																			
販売本数推移																			
25年3月期 実績							26年3月期 計画												
<ul style="list-style-type: none"> 新作・リピート作ともに伸長 世界各地において販売本数拡大 新作投入とリピート作拡販により本数増を計画 																			
(千本)																			
販売タイトル数/ 国・地域数	21/3		22/3		23/3		24/3		25/3		26/3 計画		増減						
	301 / 216		304 / 219		307 / 230		292 / 235		248 / 227		54,000		2,124						
販売本数合計	30,100 増減率 18.0%		32,600 増減率 8.3%		41,700 増減率 27.9%		45,893 増減率 10.1%		51,876 増減率 13.0%		54,000 増減率 4.1%		2,124						
新作本数	9,600	31.9%	31.5%	8,600	26.4%	-10.4%	12,400	29.7%	44.2%	9,596	20.9%	-22.6%	12,381	23.9%	29.0%	8,000	14.8%	-35.4%	-4,381
リピート作本数	20,500	68.1%	12.6%	24,000	73.6%	17.1%	29,300	70.3%	22.1%	36,297	79.1%	23.9%	39,494	76.1%	8.8%	46,000	85.2%	16.5%	6,506
D1本数	23,150	76.9%	12.7%	24,600	75.5%	6.3%	37,300	89.4%	51.6%	41,352	90.1%	10.9%	46,729	90.1%	13.0%	50,700	93.9%	8.5%	3,971
内PC本数	8,000	26.6%	-7.5%	10,900	33.4%	36.3%	17,750	42.6%	62.8%	21,604	47.1%	21.7%	28,211	54.4%	30.6%				
内コンソール本数	15,150	50.3%	27.3%	13,700	42.0%	-9.6%	19,550	46.9%	42.7%	19,748	43.0%	1.0%	18,517	35.7%	-6.2%				
パッケージ本数	6,950	23.1%	40.4%	8,000	24.5%	15.1%	4,400	10.6%	-45.0%	4,541	9.9%	3.2%	5,146	9.9%	13.3%	3,300	6.1%	-35.9%	-1,846
海外本数	24,350	80.9%	13.5%	27,100	83.1%	11.3%	33,500	80.3%	23.6%	38,103	83.0%	13.7%	43,487	83.8%	14.1%	45,500	84.3%	4.6%	2,013
国内本数	5,750	19.1%	42.0%	5,500	16.9%	-4.3%	8,200	19.7%	49.1%	7,790	17.0%	-5.0%	8,389	16.2%	7.7%	8,500	15.7%	1.3%	111
地域別 販売本数	21/3		22/3		23/3		24/3		25/3										
	構成比	増減率	構成比	増減率	構成比	増減率	構成比	増減率	構成比	増減率									
北米	10,700	35.5%	18.5%	11,700	35.9%	9.3%	12,600	30.2%	7.7%	13,900	30.3%	10.8%	15,450	29.8%	10.6%				
アジア	3,550	11.8%	-18.1%	3,890	11.9%	9.0%	7,700	18.5%	98.8%	9,100	19.8%	17.8%	11,200	21.6%	23.0%				
欧州	7,050	23.4%	13.5%	7,800	23.9%	10.9%	8,000	19.2%	2.6%	9,500	20.7%	18.2%	9,640	18.6%	1.4%				
日本	5,750	19.1%	42.0%	5,500	16.9%	-4.3%	8,200	19.7%	49.1%	7,790	17.0%	-5.0%	8,389	16.2%	7.7%				
中南米	2,300	7.6%	39.4%	2,800	8.6%	21.9%	4,200	10.1%	50.0%	4,450	9.7%	4.5%	5,030	9.7%	13.1%				
中東	180	0.6%	23.6%	250	0.8%	36.8%	340	0.8%	33.0%	400	0.9%	20.1%	1,410	2.7%	241.9%				
オセアニア	350	1.2%	-4.8%	480	1.5%	37.3%	600	1.4%	29.9%	650	1.4%	9.0%	760	1.5%	9.9%				
アフリカ	40	0.1%	5.9%	50	0.2%	9.2%	60	0.1%	22.3%	80	0.2%	33.9%	80	0.2%	-1.2%				

※地域別 販売本数は四捨五入した概数です。そのため、前年比の比率は表示実績と一致しない場合があります。同様に総計に合わない場合があります。※増減率は対前期比



2025年3月期は5,187万本を販売し、特にPC向けが前期と比較して大きく増加しています。2026年3月期はさらに販売本数を伸ばし、5,400万本を計画しています。

【第1部】3. デジタルコンテンツ事業③

3
デジタルコンテンツ事業③

タイトル概況

25年3月期 実績

新作『モンスターハンターワイルズ』

リピート作『バイオハザード RE:4』

- 大型新作『モンスターハンターワイルズ』が販売本数1,000万本を突破
- 「モンスターハンター」・「バイオハザード」シリーズが伸長

25年3月期 販売本数上位タイトル (千本)

タイトル	25/3	累計
モンスターハンターワイルズ	10,108	10,108
モンスターハンター:ワールド ※1	3,186	28,510
バイオハザード RE:4	2,734	9,915
モンスターハンター:ワールド:アイスボーン	2,608	15,209
モンスターハンターライズ	2,440	17,175
モンスターハンターライズ:サンブレイク	2,129	9,876
バイオハザード ヴェレツジ	1,502	11,305
バイオハザード RE:2	1,436	15,409
バイオハザード 7 レジデント イービル	1,394	14,789
ストリートファイター6	1,368	4,674
デビルメイクライ5 ※2	1,231	9,133
バイオハザード RE:3	1,133	9,905
ドラゴンズドグマ2	1,078	3,701

※ 上記の記載タイトル販売本数合計に移植版等の販売本数を含む

※1 『モンスターハンター:ワールド』、『アイスボーン』、『アイスボーン:アイスボーン』を含む

※2 『デビルメイクライ5』、『デビルメイクライ5:スピンオフ』を含む

26年3月期 計画

Nintendo Switch 2™ 向け
『ストリートファイター6』

- 主力IPのリピート作の拡販を計画
- 『カプコンファイティングコレクション 2』を5月16日発売予定
- 『鬼武者2』のリマスター版を5月23日発売予定
- Nintendo Switch 2™ 向けに『ストリートファイター6』、『祇: Path of the Goddess』を6月5日に発売予定
- 26年3月期発売の他タイトルも鋭意制作中

2025年3月期は、『モンスターハンターワイルズ』の実績に加えて、その期待感の高まりが後押しとなり、「モンスターハンター」シリーズの過去作が続伸しました。また、積極的なプロモーションによるIPの認知拡大等の施策により、「バイオハザード」シリーズも伸長しました。

2026年3月期は、5月に『カプコンファイティングコレクション 2』および『鬼武者2』を発売するほか、Nintendo Switch 2 向けに『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6月に投入します。

加えて、主力IPのリピート作においても、デジタル販売の強化と販売施策の推進により、収益の最大化と総販売本数の継続的な増加に努めてまいります。

【第1部】4. アミューズメント施設事業

4
アミューズメント施設事業

「カプセルラボ 神戸南京町店」

25年3月期 実績

- 「カプセルラボ 神戸南京町店」など、合計5店舗を出店
- 既存店年間売上:110%(前期比)

26年3月期 計画

- 店舗業態の多様化を受け、出店10店舗、合計63店舗を計画

■ 業績推移・計画 (億円)

	21/3	増減率	22/3	増減率	23/3	増減率	24/3	増減率	25/3	増減率	26/3 計画	増減率	増減
売上高	98	-18%	124	26%	156	26%	193	24%	227	18%	254	12%	26
営業利益	1	-88%	6	338%	12	88%	18	52%	24	30%	27	11%	2
営業利益率	1.5%	-	5.3%	-	7.9%	-	9.7%	-	10.7%	-	10.6%	-	-
既存店売上(前期比)	78%	-	119%	-	120%	-	114%	-	110%	-	105%	-	-

※増減率は対前期比

■ 店舗数 (店)

	21/3	増減率	22/3	増減率	23/3	増減率	24/3	増減率	25/3	増減率	26/3 計画	増減率	増減
出店	1	-	2	-	5	-	4	-	5	-	10	-	5
退店	0	-	1	-	2	-	0	-	1	-	0	-	-1
総店舗数	41	3%	42	2%	45	7%	49	9%	53	8%	63	19%	10

※増減率は対前期比

アミューズメント施設事業では、2025年3月期に合計5店舗を出店し、既存店の年間売上が前期比110%となりました。その結果、売上高は18%増の227億円、営業利益は30%増の24億円となりました。

2026年3月期は引き続き店舗の多様化を推進し、アミューズメント施設の運営に加えて、物販、カプセルトイ、カフェ等を含めた10店舗を出店し、合計63店舗で増収増益を見込んでいます。

売上高は12%増の254億円、営業利益は11%増の27億円を計画しています。

【第1部】5. アミューズメント機器事業

5
アミューズメント機器事業



スマスロ『バイオハザード5』

25年3月期 実績

- 『モンスターハンターライズ』、『バイオハザード5』など、4機種を投入し、合計50千台を販売
- 『モンスターハンターライズ』21千台、『バイオハザード5』12千台、
- 『鬼武者3』11千台、『ストリートファイターV』5.5千台

26年3月期 計画

- リピートおよび新規3機種販売により43千台を計画
- 『デビルメイクライ 5 スタイリッシュドライブ』を6月に投入予定

■ 業績推移・計画 (億円)

	21/3	増減率	22/3	増減率	23/3	増減率	24/3	増減率	25/3	増減率	26/3 計画	増減率	増減
売上高	70	9%	57	-19%	78	36%	90	16%	156	73%	184	18%	27
営業利益	24	15%	23	-3%	34	46%	41	20%	67	63%	74	10%	6
営業利益率	33.9%	-	40.8%	-	44.0%	-	45.6%	-	42.9%	-	40.2%	-	-

※増減率は対前期比

■ パチスロ機 販売台数

	21/3	増減率	22/3	増減率	23/3	増減率	24/3	増減率	25/3	増減率	26/3 計画	増減率	増減
販売タイトル数	3	-	3	-	4	-	3	-	4	-	3	-	-1
販売台数(千台)	27.0	35%	26.0	-4%	44.0	69%	31.3	-29%	50.0	60%	43.0	-14%	-7.0

※台数にはリピート販売分を含む ※増減率は対前期比

アミューズメント機器事業は、2025年3月期に新筐体『モンスターハンターライズ』や『バイオハザード5』等、合計4機種を投入し、年間販売台数50,000台を達成しました。

その結果、売上高は73%増の156億円、営業利益は63%増の67億円となりました。

2026年3月期においても、引き続き人気IPを活用したリピート筐体および3機種の新規投入により、43,000台を計画し、増収増益を見込んでいます。

売上高は18%増の184億円、営業利益は10%増の74億円の計画です。

【第1部】6. その他事業

6 その他事業													
 <p>来シーズン開催予定の「CAPCOM CUP 12」も両国国技館での開催決定</p>		 <p>オリジナルアニメシリーズ『Devil May Cry』</p>		<p>■ 業績推移・計画</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種グッズ展開、他社とのゲーム内コラボ企画を継続 3月開催「CAPCOM CUP 11」・「ストリートファイターリーグ：ワールドチャンピオンシップ 2024」は計1万4千人の来場者、1,000万回以上のオンライン総視聴数を記録 オリジナルアニメシリーズ『Devil May Cry』を4月3日よりNetflixで独占配信 									
■ 業績推移・計画											(億円)		
	21/3	増減率	22/3	増減率	23/3	増減率	24/3	増減率	25/3	増減率	26/3 計画	増減率	増減
売上高	30	1%	43	43%	43	0%	42	-4%	61	45%	67	10%	5
キャラクター	26	0%	34	31%	39	15%	36	-8%	53	47%	58	9%	5
eスポーツ・映像	3	-25%	9	200%	3	-67%	5	67%	8	60%	9	13%	1
営業利益	9	81%	15	54%	14	-6%	8	-38%	24	181%	28	13%	3
キャラクター	17	-6%	22	29%	28	27%	24	-14%	37	54%	39	5%	2
eスポーツ・映像	-7	-	-7	-	-13	-	-15	-	-12	-	-11	-	1
営業利益率	32.4%	-	34.7%	-	32.9%	-	21.0%	-	40.6%	-	41.8%	-	-
<small>※24年3月期第1四半期以降、「映像」の実績を「eスポーツ・映像」に統合しております。過去の実績は同基準で表示を変更しております。 <small>※増減率は対前期比</small> </small>													

最後に、その他事業についてご説明します。

2025年3月期は人気キャラクターのグッズや、他社とのゲーム内コラボを展開したほか、eスポーツでは「CAPCOM Pro Tour」の決勝大会「CAPCOM CUP 12」を両国国技館で開催し、活況を呈しました。また、映像ではAmazonプライムビデオのアニメシリーズ「シークレット・レベル」にて、『ロックマン ～始まりの物語～』を配信しました。

その結果、売上高は45%増の61億円、営業利益は181%増の24億円となりました。

2026年3月期も、eスポーツにおいて、引き続き両国国技館で決勝大会を開催する等、国内外での更なる普及に尽力します。

また映像では、2025年4月より全世界で配信したNetflixオリジナルアニメシリーズ『Devil May Cry』等、ゲームと映像の高い親和性を活かし、当社の人気コンテンツの認知度向上へ取り組んでまいります。

売上高は10%増の67億円、営業利益は13%増の28億円を計画しています。

以上が、25年3月期実績および26年3月期計画の概要となります。

【第2部】1. 当社グループの経営理念と中長期ビジョン

1 当社グループの経営理念と中長期ビジョン

理念 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」

ビジョン 「最高のコンテンツで世界中の人々を夢中にさせる企業」

世界中に
笑顔や
感動を贈り
心豊かな生活に貢献

グローバルでの
ゲームユーザー拡大

平等で、貧困のない
ゲームを
心から楽しめる
環境づくりに貢献

高品質コンテンツを
継続的に開発、提供
収益の安定した創出

ステークホルダーとの
信頼関係構築

CAPCOM | 12

ここからは、当社の中長期戦略についてご説明します。

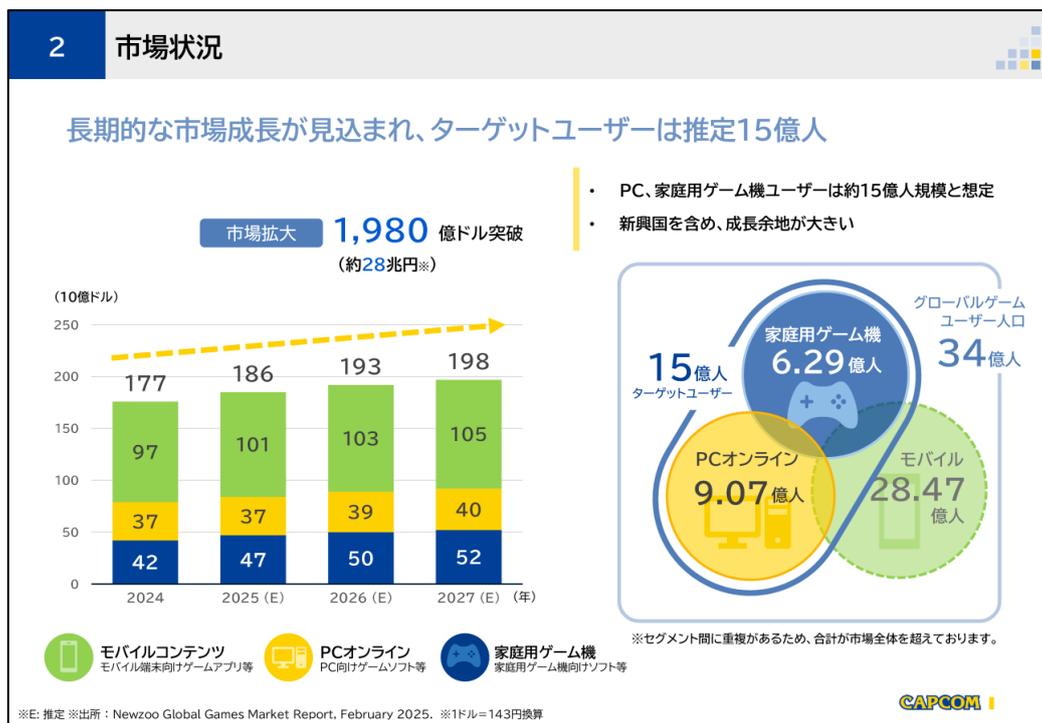
最初に、当社の経営理念と中長期ビジョンについてお話しさせていただきます。

当社は、『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』を基本理念としています。この理念の下、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作品を展開してきました。

これからの10年間は、会社の更なるステージアップに取り組むべく、「最高のコンテンツで世界中の人々を夢中にさせる企業」という中長期ビジョンを策定しました。

この理念とビジョンに基づき、当社が目指す中期経営目標および成長戦略についてご説明します。

【第2部】2. 市場状況



まず、最新のゲーム市場の見通しをお伝えします。

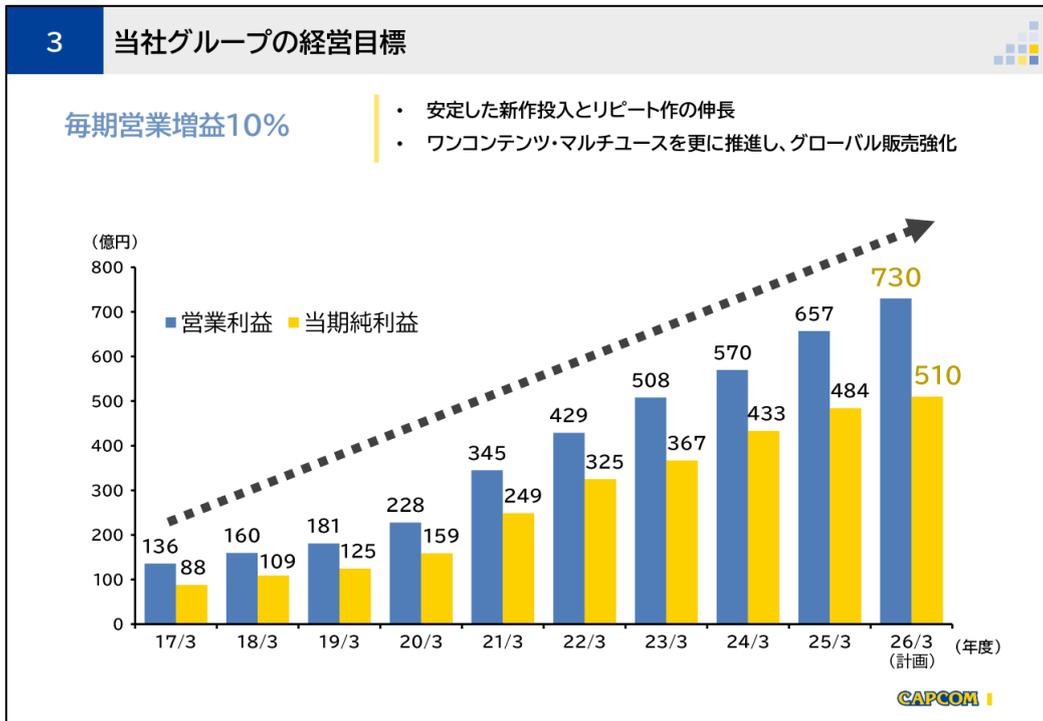
ゲーム市場は、当社が主力とするコンシューマを含め、さらに拡大することが見込まれています。

2024年の市場規模は1,770億ドル、円換算で約25兆円となりました。2027年は、2024年比で約12%増の1,980億ドル、日本円にして約28兆円へ伸長する見通しです。

世界のゲームユーザー人口は34億人、その内、当社がメインターゲットとするPCと家庭用ゲーム機のユーザーは、約15億人規模と想定しています。

当社はこの10年で大きな成長を遂げてきましたが、前期の年間販売本数が約5,100万本であることを勘案しますと、まだまだ成長の余地があると考えています。

【第2部】3. 当社グループの経営目標

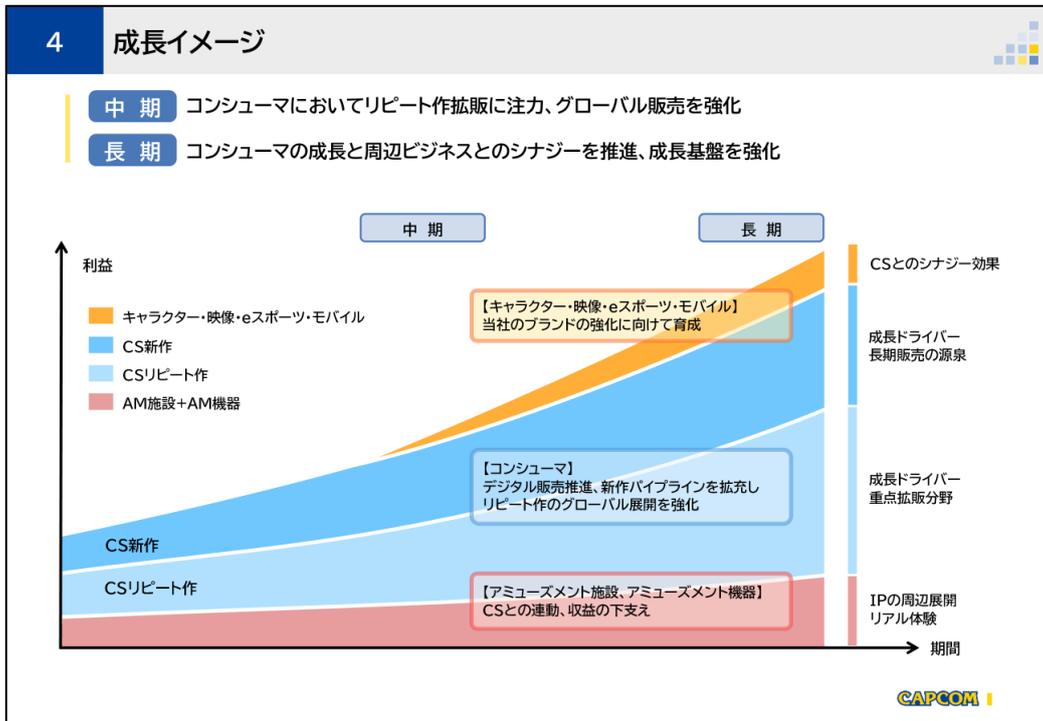


続いて、当社が掲げている経営目標についてお話しします。

当社は現在、中期経営目標として「毎期10%の営業増益」を掲げ、2016年3月期以降、10期にわたり目標を達成してきました。

今後もこの目標を据え置き、変化の激しい市場に対応し、営業利益を着実に増益させてまいります。

【第2部】4. 成長イメージ



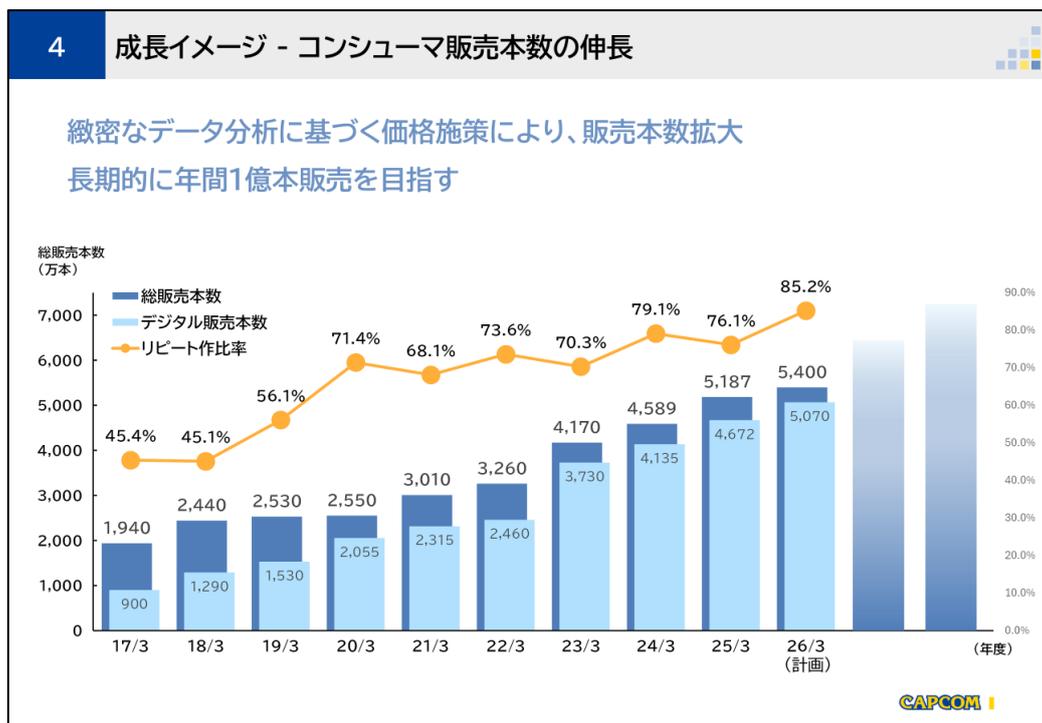
次に、当社グループの経営目標の実現に向けた成長イメージをご説明します。

まず、アミューズメント施設およびアミューズメント機器事業は、コンシューマと連動させ、ユーザーとのリアルなタッチポイントとして、安定的かつ着実な利益貢献を図ります。

メインの成長ドライバーであるコンシューマでは、デジタルによるデータ分析に基づき、リピート作のグローバル拡販を更に推し進めます。同時に、新作を安定的に投入し、その発売初動時の販売強化に取り組んでまいります。

キャラクター、映像、eスポーツは、将来の成長ジャンルとして投資を続けていくとともに、コンシューマとのシナジーを図ることにより、IP認知度の向上およびグローバルなユーザー数拡大に貢献していきます。

【第2部】4. 成長イメージ - コンシューマ販売本数の伸長



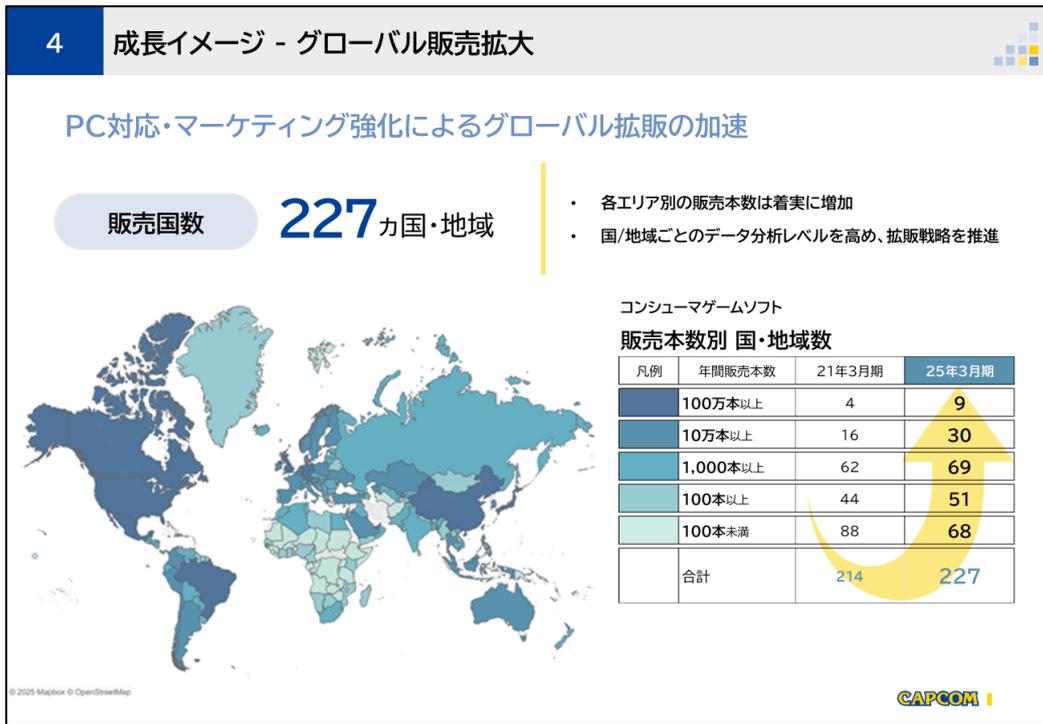
この継続的な利益成長を支えるのが、コンシューマでの販売本数の伸長です。

近年では大型新作の安定したヒットやリピート販売の拡大により、2015年3月期以降、10期連続で販売本数が増加しています。

特に、販売のデジタル化に伴い、グローバルでのリピート販売が可能となり、販売本数におけるリピート作比率は7割を超えて推移しています。

引き続き、成長著しい新興国を中心に全世界への拡大を図り、長期的に年間販売本数1億本を目指してまいります。

【第2部】4. 成長イメージ - グローバル販売拡大



次に、グローバル販売についてお話しします。

当社では引き続き、PCプラットフォームの積極活用による販売地域の拡大と深掘りを行います。

近年、PCでのデジタル販売の普及により、ゲーム専用機が発売されていない国や地域でもソフトが販売できるようになり、当社の販売地域は大きく広がっています。

今後は国・地域ごとのデータ分析、マーケティングの精度を更に上げながら、グローバルにブランド認知を強化し、特に新興国等の販売本数の少ない国や地域で本数を伸ばし、底上げを図ります。

【第2部】4. 成長イメージ - 高品質タイトルの長期販売実現

4 成長イメージ - 高品質タイトルの長期販売実現											
新作の安定投入・発売初年度の販売増に向けた施策展開 リピートタイトル長期販売に向けた各種施策推進											
	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	累計販売本数	26/3(計画)
バイオハザード7 レジデント イービル	350	160	120	100	150	180	120	130	130	1,470	リピートタイトル として引き続き貢献
モンスターハンター:ワールド*		790	450	450	230	170	140	280	310	2,850	
バイオハザード RE:2			420	240	160	140	220	200	140	1,540	
モンスターハンターワールド:アイスボーン				520	240	140	100	230	260	1,520	
バイオハザード RE:3					390	110	190	170	110	990	
モンスターハンターライズ					480	410	370	190	240	1,710	
バイオハザード ヴェレジ						610	180	180	150	1,130	
モンスターハンターライズ:サンブレイク							540	220	210	980	
バイオハザード RE:4							370	330	270	990	
ストリートファイター6								330	130	460	
ドラゴンズドグマ 2								260	100	370	
モンスターハンターワイルズ									1,010	1,010	

※万本単位切捨て ※25年3月末時点 *『モンスターハンターワールド:アイスボーン マスターエディション』を含む

CAPCOM |

続いて、長期販売戦略についてご説明します。

当社は、戦略的な価格施策等により、タイトルの長期販売を実現してまいりました。その結果、ブランドの新たなファンを創出し、それを次のシリーズ新作に繋げるという好循環を生み出してきました。

2017年3月期発売の『バイオハザード7 レジデント イービル』は、これまで9年間にわたり、年間100万本以上の販売実績を達成しました。その後発売した主力タイトルにおいても、毎年100万本以上の販売を継続しています。

また、1ヵ月で販売本数1,000万本を達成した『モンスターハンターワイルズ』のように、発売前のプロモーション強化により初動本数を加速させることで、さらなる長期販売に繋げることができると考えています。

これからも、中長期タイトルラインナップに沿った、高品質タイトルの安定的かつ継続的な投入を続けていきます。

このようなサイクルを回していくことが、当社の新たな成長段階への推進力になると考えています。

【第2部】4. 成長イメージ - 世界有数のゲーム開発力の進化

4 成長イメージ - 世界有数のゲーム開発力の進化

開発環境



● 国内に開発拠点を集約し、増設・拡張

● 開発内の協力体制強化

● 蓄積されたノウハウと技術の伝承

本社隣接の新ビル(建設中)
2027年竣工予定
(※イメージ画像)

開発力



RE ENGINE

● 自社エンジンの進化と人材創出に向けた布石

● 効率的なマルチプラットフォーム展開

● ユーザーとのコミュニケーション強化

学生対象ゲーム制作コンペティション「CAPCOM GAMES COMPETITION」
2024年12月～2025年11月開催

CAPCOM

当社の強みである、開発力と技術力についてご説明します。当社は以前より大阪を中心に開発拠点を集約し、効率化を推進してきました。

さらなる開発体制の強化のため、現在、本社隣地に新たな開発拠点を建設しており、2027年に竣工予定です。

また本社近隣の土地も取得し、将来の開発拠点建設を予定しています。これらにより、開発者の才能を最大限に発揮できる開発環境を構築していきます。

当社の開発力を担っているもう1つの強みが、「RE ENGINE」です。

自社開発エンジンのアップデートを繰り返し、新技術への対応や、作業効率の改善を実現しており、今後も継続して進化させていきます。

また近年、「RE ENGINE」を産学連携やゲームコンペティション等で活用することで、次世代の人材創出にも貢献しています。

【第2部】4. 成長イメージ - 有カブランドのシリーズ展開

4 成長イメージ - 有カブランドのシリーズ展開				
 「バイオハザード」シリーズ 1億7,000万本 【最新作】 ・『バイオハザード RE:4』 2023年3月発売	 「モンスターハンター」シリーズ 1億2,000万本 【最新作】 ・『モンスターハンター ワイルズ』 2025年2月発売	 「ストリートファイター」シリーズ 5,600万本 【最新作】 ・『ストリートファイター6』 2023年6月発売	 「ロックマン」シリーズ 4,300万本 【最新作】 ・『ロックマン XDiVE オフライン』 2023年9月発売	 「デビル メイ クライ」シリーズ 3,300万本 【最新作】 ・『デビル メイ クライ 5 スペシャルエディション』 2020年11月発売
・「デッドライジング」シリーズ 1,800万本 ・「逆転裁判」シリーズ 1,300万本 ・「ドラゴンズドグマ」シリーズ 1,300万本	・「マーベル VS. カプコン」シリーズ 1,200万本 ・「鬼武者」シリーズ 870万本 ・「大神」シリーズ 460万本			

当社 IP の多面展開の根幹となる、ブランド戦略についてご説明します。

当社は主力ブランドである「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」の他にも、多数のグローバルに人気のあるブランドを有しています。

これらのブランドのシリーズ新作やリメイク版の発売、また新たなハードへの移植等を通じて、ユーザー層の拡大を図ると共に、業績の更なる伸長を目指していきます。

各ブランドを強化し、固定ファンの拡充を図ることで、時間をかけて主力 IP へ育成することを目指しています。

【第2部】4. 成長イメージ - 展開を支える人材投資①

4 成長イメージ - 展開を支える人材投資①											
持続可能な成長に向けた人材投資						<ul style="list-style-type: none"> ・ 持続的な企業価値向上に向け人的資本への更なる投資 ・ 毎期約100名以上の開発職増員を目指す 					
■ 報酬総額 (単体・正社員)											
	22/3		23/3		24/3		25/3		26/3計画		平均
	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	増減率
連結売上高	1,100	16%	1,259	14%	1,524	21%	1,696	11%	1,900	12%	15%
連結営業利益	429	24%	508	18%	570	12%	657	15%	730	11%	16%
給与+賞与	214	19%	248	16%	286	15%	317	11%	359	13%	15%
平均人員数(人)	2,967	3%	3,043	3%	3,187	5%	3,364	6%	3,589	7%	5%
平均年齢(歳)	37.3	1%	37.6	1%	37.8	1%	38.0	1%			1%
■ 平均年収 (単体・正社員)											
	22/3		23/3		24/3		25/3		26/3計画		平均
	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	増減率
一人当たり連結営業利益	14,463	20%	16,699	16%	17,910	7%	19,558	9%	20,340	4%	11%
一人当たり年収(給与+賞与)	7,187	15%	8,259	15%	8,995	9%	9,433	5%	10,029	6%	10%
一人当たり株式報酬(ポイント)	-	-	193	-	196	1%	196	0%	201	2%	1%
<small> ※ 株式報酬について、1ポイントは1株に該当します。 ※ 賞与は引当ベース。各期の新入社員の報酬を含む ※ 増減率は対前期比 </small>											
CAPCOM											

最後に、当社の人材投資戦略についてご説明します。

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重要課題の一つとして推進しています。

現在、社員の平均年齢は38歳で、業績好調により、一人当たり年収は約940万円です。今期計画を達成した場合、1,000万円を越える見込みです。

本年度より開始した新卒初任給の30万円への引き上げに加え、若手社員の早期育成のためのメンタートレーニング研修の導入、オンライン学習による自学の促進等、引き続き人的資本への投資を進めてまいります。

開発体制については、毎年約100名以上の人員増強を目指します。新作パイプライン拡充とグローバルでの拡販に向けて、必要不可欠な成長原動力である人材を更に強化していきます。

【第2部】4. 成長イメージ - 展開を支える人材投資②

4
成長イメージ - 展開を支える人材投資②

人材の多様性、働きやすい環境整備

■ 人材の多様性関連の推移 (単体・正社員)

	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3
従業員に占める女性比率	21.5%	21.0%	21.3%	21.2%	21.5%
中核人材に占める女性比率	8.2%	7.9%	11.9%	13.6%	15.2%
男女間賃金格差※	79.4%	82.9%	85.4%	83.8%	82.8%
男性育児休業取得率	21.5%	34.5%	45.5%	66.7%	79.7%
従業員に占める外国人比率	6.8%	6.6%	6.7%	6.8%	7.4%
出身国数	31	33	34	35	36

※「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)の規定に基づき算出しております。
男性育児休業取得率については、臨時社員を含む全従業員を集計対象としております。

- ・ 2029年までに男女間賃金格差を88%以上、男性育児休業取得率85%以上を目指す

■ エンゲージメントのアンケート結果推移 (単体・正社員)

指標	23/3	24/3	25/3
ワークエンゲージメント(仕事への自発的行動・ポジティブ感情)(偏差値)	54.4	54.1	54.7
・仕事では自分なりの創意工夫を行っている	88.7%	88.3%	89.3%
・仕事で必要なことであれば、自分の役割を超えて仕事をしている	76.0%	76.4%	77.0%
・今の仕事をしているときは、楽しいと感じる	70.9%	69.6%	70.7%
エンプロイーエンゲージメント(会社への愛着等)(偏差値)	51.8	52.1	53.1
・今の会社には、親しみや愛着を感じる	77.5%	78.1%	79.9%
・今の会社で働くことができ本当に良かったと思う	85.6%	86.2%	87.6%
・今の会社で働くことは、自分の人生にとってプラスになっている	86.2%	85.4%	87.5%

※ワークエンゲージメント、エンプロイーエンゲージメントの数値は外部業者によるアンケート調査の結果における当社の偏差値であります。
※%は「まあまあ当てはまる」以上の回答者率

当社は、人材の多様性および働きやすい環境整備に努めており、今後の目標として、2029年までに男女間賃金格差を88%以上、男性育児休業取得率を85%以上へ向上することを目指しています。

また、2025年3月末の当社における外国籍従業員の出身国数は36カ国です。多様な背景を持つ人材が活躍できる環境づくりを、引き続き推進していきます。

さらに、経営層と従業員との直接対話の機会を増やしています。今後も、従業員の離職防止およびエンゲージメント向上に向け、より良い働きやすい環境づくりに注力してまいります。

20

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。

全てのステークホルダーの皆様と共に発展していけるよう、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、引き続きよろしくお願いたします。

以 上