

CAPCOM

株式会社カプコン
(東証プライム:9697)

2026年3月期 決算補足資料
2026年3月期 実績
2027年3月期 計画
中長期戦略



第一部 実績・計画

- ・発表のポイント P3
- ・業績推移(連結/セグメント別) P4
- ・計画(連結/セグメント別) P12

第二部 中長期戦略

- ・当社グループの経営理念とビジョン P1
- ・当社グループの経営目標 P2
- ・今後の成長を支えるビジネスモデル P5

補足

- ・連結財務状況 P1
- ・主要経営指標 P2

将来の見通しに関する注意事項

この資料に記載されている経営戦略、計画や見通しなどは、過去の事実を除いて将来の予測であり、現時点において入手可能な情報や合理的判断の根拠とする一定の前提条件に基づいており、実際の業績等は今後の様々な要因によって、これら見通しとは大きく変動する場合があります。

また、当社を含め当業界は、ユーザーニーズの多様化など、市場環境の変化によっては業績が大きく振れる可能性があります。

業績等の変動要因としては、①売上高の過半数を占める家庭用ゲームソフトのヒットの有無や販売本数の多寡、②家庭用ゲームソフト開発の進捗状況、③家庭用ゲーム機の普及動向、④海外市場の売上状況、⑤株価、為替動向、⑥他社との開発、販売、業務提携、⑦市場環境の変化、⑧自然災害や疾病の流行、経済危機など不測の事態、などが挙げられます。

また、業績に影響を与える要因はこれらに限定されるものではありません。



26年3月期決算概要





通期実績（26年3月期）

- 13期連続営業増益、11期連続で10%以上の営業増益を達成
- 連結売上高、営業利益いずれも過去最高
- 配当は期末25円、年間45円、連結配当性向34.5%

通期計画（27年3月期）

- 継続して10%以上の営業増益を計画
- 配当予想：中間23円、期末23円、年間46円

（億円）

| | 実績 | | | | | | 計画 | |
|---------------------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3 | 増減率 |
| 売上高 | 1,524 | 21% | 1,696 | 11% | 1,953 | 15% | 2,100 | 8% |
| 営業利益 | 570 | 12% | 657 | 15% | 752 | 15% | 830 | 10% |
| 営業利益率 | 37.5% | - | 38.8% | - | 38.5% | - | 39.5% | - |
| 経常利益 | 594 | 16% | 656 | 11% | 741 | 13% | 830 | 12% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 433 | 18% | 484 | 12% | 545 | 13% | 580 | 6% |

※増減率は対前期比



26年3月期実績

| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 |
|-----------------------------|-------|------|-------|-----|-------|------|-------|------|-------|-----|
| | (億円) | | | | | | | | | |
| 売上高 | 1,100 | 16% | 1,259 | 14% | 1,524 | 21% | 1,696 | 11% | 1,953 | 15% |
| ■ デジタルコンテンツ | 875 | 16% | 981 | 12% | 1,198 | 22% | 1,251 | 4% | 1,442 | 15% |
| ■ アミューズメント施設 | 124 | 26% | 156 | 26% | 193 | 24% | 227 | 18% | 256 | 13% |
| ■ アミューズメント機器 | 57 | -19% | 78 | 36% | 90 | 16% | 156 | 73% | 177 | 14% |
| ■ その他 | 43 | 43% | 43 | 0% | 42 | -4% | 61 | 45% | 76 | 25% |
| 営業利益 | 429 | 24% | 508 | 18% | 570 | 12% | 657 | 15% | 752 | 15% |
| ■ デジタルコンテンツ | 453 | 23% | 535 | 18% | 598 | 12% | 651 | 9% | 706 | 8% |
| ■ アミューズメント施設 | 6 | 338% | 12 | 88% | 18 | 52% | 24 | 30% | 32 | 32% |
| ■ アミューズメント機器 | 23 | -3% | 34 | 46% | 41 | 20% | 67 | 63% | 100 | 50% |
| ■ その他 | 15 | 54% | 14 | -6% | 8 | -38% | 24 | 181% | 36 | 47% |
| 調整額※1 | -69 | - | -87 | - | -96 | - | -110 | - | -122 | - |
| 営業利益率 | 39.0% | - | 40.3% | - | 37.5% | - | 38.8% | - | 38.5% | - |
| 経常利益 | 443 | 27% | 513 | 16% | 594 | 16% | 656 | 11% | 741 | 13% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 325 | 31% | 367 | 13% | 433 | 18% | 484 | 12% | 545 | 13% |

※1 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



 業績推移

26年3月期 実績

- 新作投入とリピート作拡大のサイクルにより、増収増益を実現

(億円)

| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 |
|---------------------|-------|------|-------|------|-------|-----|-------|------|-------|------|
| 売上高 | 875 | 16% | 981 | 12% | 1,198 | 22% | 1,251 | 4% | 1,442 | 15% |
| ■ コンシューマ | | | | | | | | | | |
| パッケージ | 300 | 44% | 180 | -40% | 193 | 7% | 180 | -7% | 162 | -10% |
| デジタル販売(デジタルライセンス含む) | 533 | 11% | 773 | 45% | 969 | 25% | 1,036 | 7% | 1,256 | 21% |
| 内 デジタルライセンス収入 ※1 | 9 | -70% | 70 | 678% | 73 | 4% | 34 | -53% | 36 | 6% |
| コンシューマ計 | 833 | 21% | 953 | 14% | 1,162 | 22% | 1,216 | 5% | 1,419 | 17% |
| 内 収益繰延額 ※2 | -19 | - | 38 | - | 47 | - | -198 | - | 123 | - |
| ■ モバイルコンテンツ | 42 | -35% | 28 | -33% | 35 | 25% | 34 | -3% | 23 | -32% |
| 営業利益 | 453 | 23% | 535 | 18% | 598 | 12% | 651 | 9% | 706 | 8% |
| 営業利益率 | 51.8% | - | 54.5% | - | 49.9% | - | 52.1% | - | 48.9% | - |

※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

※2 収益繰延額: 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



販売本数推移

26年3月期 実績

- ・ 年間販売本数・リピート販売本数ともに過去最高
- ・ 第4四半期の販売本数は四半期ベースで過去最高

(万本)

| | 22/3 | | 23/3 | | 24/3 | | 25/3 | | 26/3 | | | | | | |
|-------------------|-----------|-------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 販売タイトル数/ 国・地域数 | 304 / 219 | | 307 / 230 | | 292 / 235 | | 248 / 227 | | 253 / 244 | | | | | | |
| 販売本数合計 | 3,260 | 増減率 8.3% | 4,170 | 増減率 27.9% | 4,589 | 増減率 10.1% | 5,187 | 増減率 13.0% | 5,907 | 増減率 13.9% | | | | | |
| | 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 | | | | | |
| 新作本数 | 860 | 26.4% | -10.4% | 1,240 | 29.7% | 44.2% | 959 | 20.9% | -22.6% | 1,238 | 23.9% | 29.0% | 960 | 16.3% | -22.5% |
| リピート作本数 | 2,400 | 73.6% | 17.1% | 2,930 | 70.3% | 22.1% | 3,629 | 79.1% | 23.9% | 3,949 | 76.1% | 8.8% | 4,946 | 83.7% | 25.2% |
| デジタル販売本数 | 2,460 | 75.5% | 6.3% | 3,730 | 89.4% | 51.6% | 4,135 | 90.1% | 10.9% | 4,672 | 90.1% | 13.0% | 5,493 | 93.0% | 17.6% |
| 内PC本数 | 1,090 | 33.4% | 36.3% | 1,775 | 42.6% | 62.8% | 2,160 | 47.1% | 21.7% | 2,821 | 54.4% | 30.6% | 3,217 | 54.5% | 14.0% |
| 内コンソール本数 | 1,370 | 42.0% | -9.6% | 1,955 | 46.9% | 42.7% | 1,974 | 43.0% | 1.0% | 1,851 | 35.7% | -6.2% | 2,276 | 38.5% | 23.0% |
| パッケージ販売本数 | 800 | 24.5% | 15.1% | 440 | 10.6% | -45.0% | 454 | 9.9% | 3.2% | 514 | 9.9% | 13.3% | 413 | 7.0% | -19.6% |
| 海外本数 | 2,710 | 83.1% | 11.3% | 3,350 | 80.3% | 23.6% | 3,810 | 83.0% | 13.7% | 4,348 | 83.8% | 14.1% | 5,313 | 89.9% | 22.2% |
| 国内本数 | 550 | 16.9% | -4.3% | 820 | 19.7% | 49.1% | 779 | 17.0% | -5.0% | 838 | 16.2% | 7.7% | 593 | 10.0% | -29.2% |

※新作:今期発売タイトル、リピート作:前期以前の発売タイトル

※ディストリビューションタイトルを含む

※増減率は対前期比



タイトル概況

26年3月期 実績

- 新作『バイオハザード レクイエム』が販売本数691万本を記録
- 「バイオハザード」シリーズ、『デビル メイ クライ 5』を中心にリピート作が伸長

26年3月期 販売本数上位タイトル

(万本)

| タイトル | 26/3 | 累計 |
|----------------------|------|-------|
| バイオハザード レクイエム | 691 | 691 |
| バイオハザード RE:4 | 369 | 1,360 |
| バイオハザード ヴィレッジ | 362 | 1,493 |
| バイオハザード RE:3 | 346 | 1,336 |
| バイオハザード RE:2 | 291 | 1,832 |
| デビル メイ クライ 5 | 271 | 1,294 |
| バイオハザード 7 レジデント イービル | 261 | 1,740 |
| ストリートファイター6 | 204 | 671 |
| バイオハザード6 | 186 | 1,688 |
| バイオハザード5 | 170 | 1,901 |
| モンスターハンターライズ | 151 | 1,869 |
| モンスターハンターライズ:サンブレイク | 142 | 1,130 |
| モンスターハンターワイルズ | 132 | 1,142 |

※上記の記載タイトル販売本数合計は、移植版等の販売本数を含む



新作『バイオハザード レクイエム』



リピート作『デビル メイ クライ 5
スペシャルエディション』



「CAPCOM STORE TAIPEI」

26年3月期 実績

- 海外初の直営店「CAPCOM STORE TAIPEI」(台湾)や、新業態店舗「CAPCOMIX あべのHoop店」(大阪府)など、合計9店舗を出店
- 既存店年間売上:108%(前期比)

業績推移

(億円)

| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 |
|------------|------|------|------|-----|------|-----|-------|-----|-------|-----|
| 売上高 | 124 | 26% | 156 | 26% | 193 | 24% | 227 | 18% | 256 | 13% |
| 営業利益 | 6 | 338% | 12 | 88% | 18 | 52% | 24 | 30% | 32 | 32% |
| 営業利益率 | 5.3% | - | 7.9% | - | 9.7% | - | 10.7% | - | 12.5% | - |
| 既存店売上(前期比) | 119% | - | 120% | - | 114% | - | 110% | - | 108% | - |

※増減率は対前期比

店舗数

(店)

| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 |
|------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|
| 出店 | 2 | - | 5 | - | 4 | - | 5 | - | 9 | - |
| 退店 | 1 | - | 2 | - | 0 | - | 1 | - | 1 | - |
| 総店舗数 | 42 | 2% | 45 | 7% | 49 | 9% | 53 | 8% | 61 | 15% |

※増減率は対前期比



スマスロ『新鬼武者3』

26年3月期 実績

- 新作・リピート筐体が好調に推移し、増収増益を達成
- 累計筐体台数45千台を販売

『デビル メイ クライ 5 スタイリッシュトライブ』11千台(6月稼働)

『新鬼武者3』24.5千台(10月稼働)

業績推移

(億円)

| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 |
|-------|-------|------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| 売上高 | 57 | -19% | 78 | 36% | 90 | 16% | 156 | 73% | 177 | 14% |
| 営業利益 | 23 | -3% | 34 | 46% | 41 | 20% | 67 | 63% | 100 | 50% |
| 営業利益率 | 40.8% | - | 44.0% | - | 45.6% | - | 42.9% | - | 56.4% | - |

※増減率は対前期比

パチスロ機 販売台数

| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 |
|----------|------|-----|------|-----|------|------|------|-----|------|------|
| 販売タイトル数 | 3 | - | 4 | - | 3 | - | 4 | - | 2 | - |
| 販売台数(千台) | 26.0 | -4% | 44.0 | 69% | 31.3 | -29% | 50.0 | 60% | 45.0 | -10% |

※台数にはリピート販売分を含む ※増減率は対前期比



eスポーツ「ストリートファイターリーグ：Pro-JP 2025」

26年3月期 実績

- IPを活用したグッズ・コラボ・映像展開等により増収増益
- 「CAPCOM CUP 12」・「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 2025」を3月開催、来場者数2万人超

業績推移

(億円)

| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 |
|----------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|-----|
| 売上高 | 43 | 43% | 43 | 0% | 42 | -4% | 61 | 45% | 76 | 25% |
| キャラクター | 34 | 31% | 39 | 15% | 36 | -8% | 53 | 47% | 63 | 19% |
| eスポーツ・映像 | 9 | 200% | 3 | -67% | 5 | 67% | 8 | 60% | 12 | 50% |
| 営業利益 | 15 | 54% | 14 | -6% | 8 | -38% | 24 | 181% | 36 | 47% |
| キャラクター | 22 | 29% | 28 | 27% | 24 | -14% | 37 | 54% | 43 | 16% |
| eスポーツ・映像 | -7 | - | -13 | - | -15 | - | -12 | - | -6 | - |
| 営業利益率 | 34.7% | - | 32.9% | - | 21.0% | - | 40.6% | - | 47.6% | - |

※増減率は対前期比



27年3月期計画





26年3月期実績/27年3月期計画

(億円)

| | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 | 増減 |
|-----------------------------|--------------|-----|--------------|-----|-----|
| 売上高 | 1,953 | 15% | 2,100 | 8% | 146 |
| ■ デジタルコンテンツ | 1,442 | 15% | 1,522 | 6% | 79 |
| ■ アミューズメント施設 | 256 | 13% | 293 | 14% | 36 |
| ■ アミューズメント機器 | 177 | 14% | 209 | 18% | 31 |
| ■ その他 | 76 | 25% | 76 | -1% | -0 |
| 営業利益 | 752 | 15% | 830 | 10% | 77 |
| ■ デジタルコンテンツ | 706 | 8% | 795 | 13% | 88 |
| ■ アミューズメント施設 | 32 | 32% | 33 | 3% | +0 |
| ■ アミューズメント機器 | 100 | 50% | 104 | 4% | 3 |
| ■ その他 | 36 | 47% | 35 | -4% | -1 |
| 調整額※1 | -122 | - | -137 | - | -14 |
| 営業利益率 | 38.5% | - | 39.5% | - | - |
| 経常利益 | 741 | 13% | 830 | 12% | 88 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 545 | 13% | 580 | 6% | 34 |

※1 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



 計画


完全新規IP『プラグマタ』

27年3月期計画

- 新作投入およびリポート作のグローバルな販売拡大を通じ、増収増益を目指す
- 完全新規IP『プラグマタ』を4月に発売
- 『鬼武者 Way of the Sword』を2026年に発売予定

| | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 | 増減 |
|---------------------|-------|------|---------|------|-----|
| 売上高 | 1,442 | 15% | 1,522 | 6% | 79 |
| ■ コンシューマ | | | | | |
| パッケージ | 162 | -10% | 123 | -24% | -39 |
| デジタル販売(デジタルライセンス含む) | 1,256 | 21% | 1,367 | 9% | 111 |
| 内 デジタルライセンス収入 ※1 | 36 | 6% | 9 | -75% | -27 |
| コンシューマ計 | 1,419 | 17% | 1,490 | 5% | 71 |
| 内 収益繰延額 ※2 | 123 | - | | | |
| ■ モバイルコンテンツ | 23 | -32% | 32 | 39% | 9 |
| 営業利益 | 706 | 8% | 795 | 13% | 88 |
| 営業利益率 | 48.9% | - | 52.2% | - | - |

(億円)

※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

※2 収益繰延額: 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



販売本数計画

27年3月期計画

- 新作投入を基盤に、継続的なリピート作の拡販を通じて販売本数の伸長を図る

(万本)

| | 26/3 | | 27/3 計画 | | | 増減 | |
|-----------------|-----------|--------------|---------|--------------|-------|--------|------|
| 販売タイトル数 / 国・地域数 | 253 / 244 | | | | | | |
| 販売本数合計 | 5,907 | 増減率 13.9% | 6,500 | 増減率 10.0% | 593 | | |
| | 構成比 増減率 | | 構成比 増減率 | | | | |
| 新作本数 | 960 | 16.3% | -22.5% | 1,200 | 18.5% | 25.0% | 240 |
| リピート作本数 | 4,946 | 83.7% | 25.2% | 5,300 | 81.5% | 7.2% | 354 |
| デジタル販売本数 | 5,493 | 93.0% | 17.6% | 6,200 | 95.4% | 12.9% | 707 |
| 内PC本数 | 3,217 | 54.5% | 14.0% | | | | |
| 内コンソール本数 | 2,276 | 38.5% | 23.0% | | | | |
| パッケージ販売本数 | 413 | 7.0% | -19.6% | 300 | 4.6% | -27.4% | -113 |
| 海外本数 | 5,313 | 89.9% | 22.2% | 5,800 | 89.2% | 9.2% | 487 |
| 国内本数 | 593 | 10.0% | -29.2% | 700 | 10.8% | 18.0% | 107 |

※新作:今期発売タイトル、リピート作:前期以前の発売タイトル
 ※ディストリビューションタイトルを含む
 ※増減率は対前期比



「キャラカブ 羽生店」

27年3月期計画

- 多様な新業態展開を継続し、出店9店舗を計画(計70店舗)
- リアルな体験価値の提供に注力

■ 計画

(億円)

| | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 | 増減 |
|------------|-------|-----|---------|-----|----|
| 売上高 | 256 | 13% | 293 | 14% | 36 |
| 営業利益 | 32 | 32% | 33 | 3% | +0 |
| 営業利益率 | 12.5% | - | 11.3% | - | - |
| 既存店売上(前期比) | 108% | - | 106% | - | - |

※増減率は対前期比

■ 店舗数

(店)

| | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 | 増減 |
|------|------|-----|---------|-----|----|
| 出店 | 9 | - | 9 | - | 0 |
| 退店 | 1 | - | 0 | - | -1 |
| 総店舗数 | 61 | 15% | 70 | 15% | 9 |

※増減率は対前期比



スマスロ
『バイオハザード RE:3』

27年3月期計画

- 人気IPを中心に各四半期に1筐体の投入を目指し、販売台数は計4機種53千台を計画
- 『バイオハザード RE:3』を5月に投入

■ 計画

| | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 | (億円) 増減 |
|-------|-------|-----|---------|-----|------------|
| 売上高 | 177 | 14% | 209 | 18% | 31 |
| 営業利益 | 100 | 50% | 104 | 4% | 3 |
| 営業利益率 | 56.4% | - | 49.8% | - | - |

※増減率は対前期比

■ パチスロ機 販売台数

| | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 | 増減 |
|----------|------|------|---------|-----|-----|
| 販売タイトル数 | 2 | - | 4 | - | 2 |
| 販売台数(千台) | 45.0 | -10% | 53.0 | 18% | 8.0 |

※台数にはリピート販売分を含む
※増減率は対前期比



実写映画「ストリートファイター」

27年3月期計画

- IPを活用した各種施策を継続展開
- 「CAPCOM CUP 13」・「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 2026」の両国国技館での開催を決定
- アニメ『Devil May Cry』のシーズン2を5月より配信中
- 実写映画「ストリートファイター」の公開を10月16日に予定

■ 計画

(億円)

| | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 | 増減 |
|--------------|--------------|------------|--------------|------------|-----------|
| 売上高 | 76 | 25% | 76 | -1% | -0 |
| キャラクター | 63 | 19% | 65 | 3% | 2 |
| eスポーツ・映像 | 12 | 50% | 11 | -8% | -1 |
| 営業利益 | 36 | 47% | 35 | -4% | -1 |
| キャラクター | 43 | 16% | 44 | 2% | 1 |
| eスポーツ・映像 | -6 | - | -9 | - | -3 |
| 営業利益率 | 47.6% | - | 46.1% | - | - |

※増減率は対前期比



中長期戦略





経営理念

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

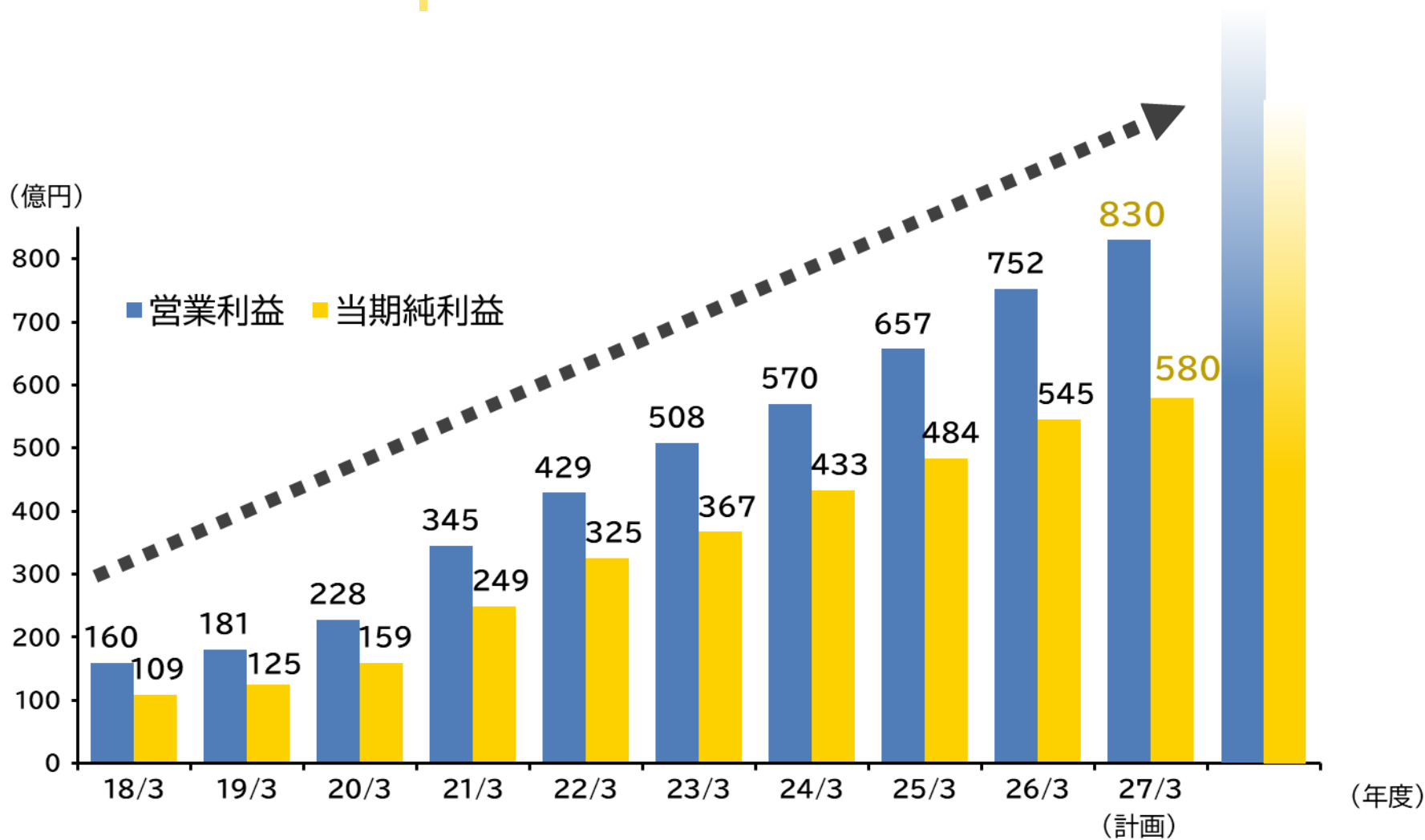
「最高のコンテンツで世界中の人々を夢中にさせる企業」





毎期10%営業増益

- 安定した新作投入とリピート作の伸長
- IP戦略をさらに推進し、グローバル販売強化



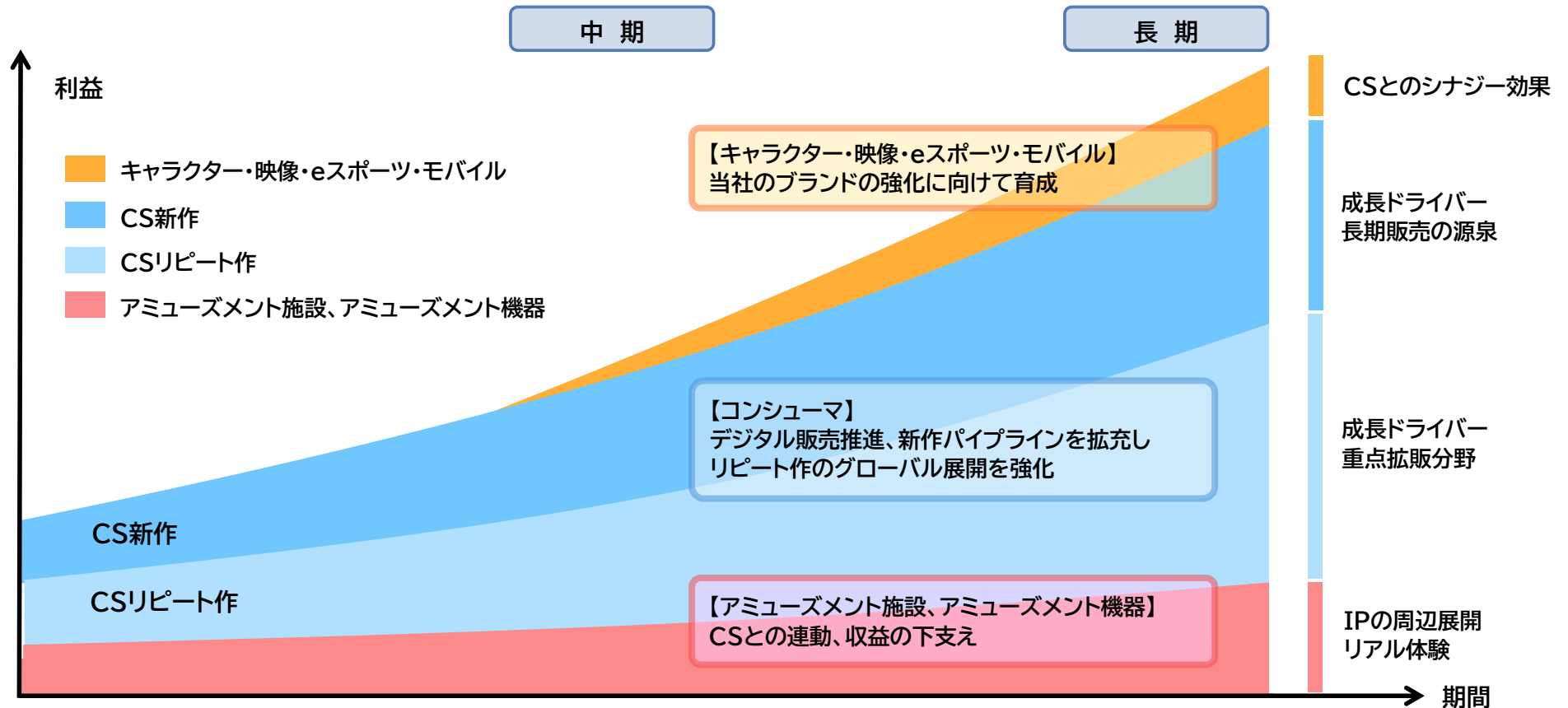


販売戦略

・マーケティング施策によるコンシューマの拡販

IP戦略

・IPのマルチユース展開によるファン層の拡大



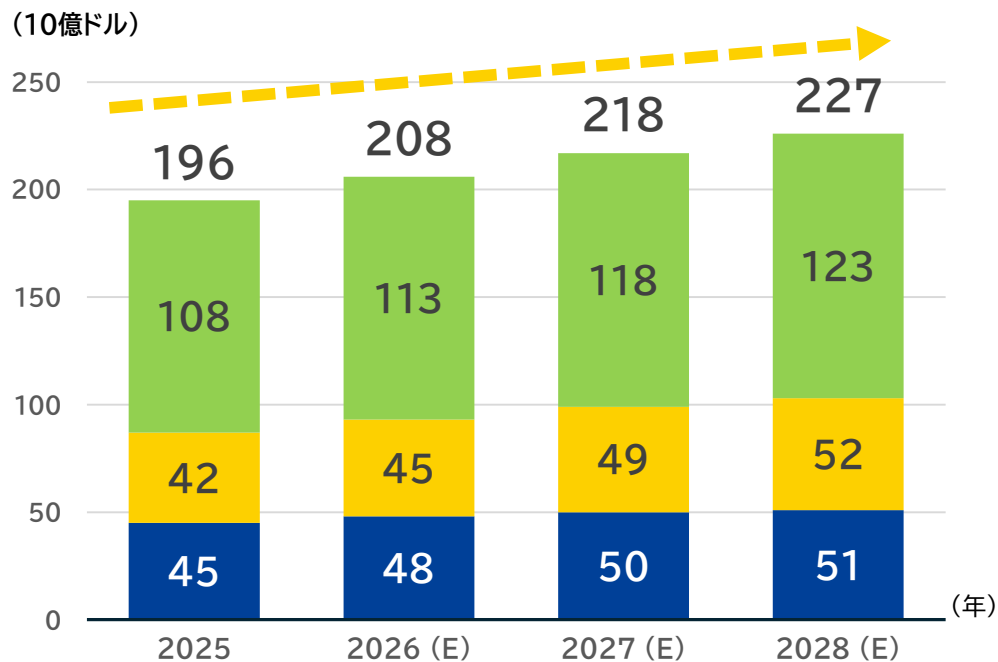
※コンシューマ(CS):家庭・PC用ゲームソフトの企画・開発・販売を行うビジネス



長期的な市場成長が見込まれ、ターゲットユーザーは推定15億人

市場拡大

2,270 億ドル突破
(約36兆円※)



モバイルコンテンツ
モバイル端末向けゲームアプリ等

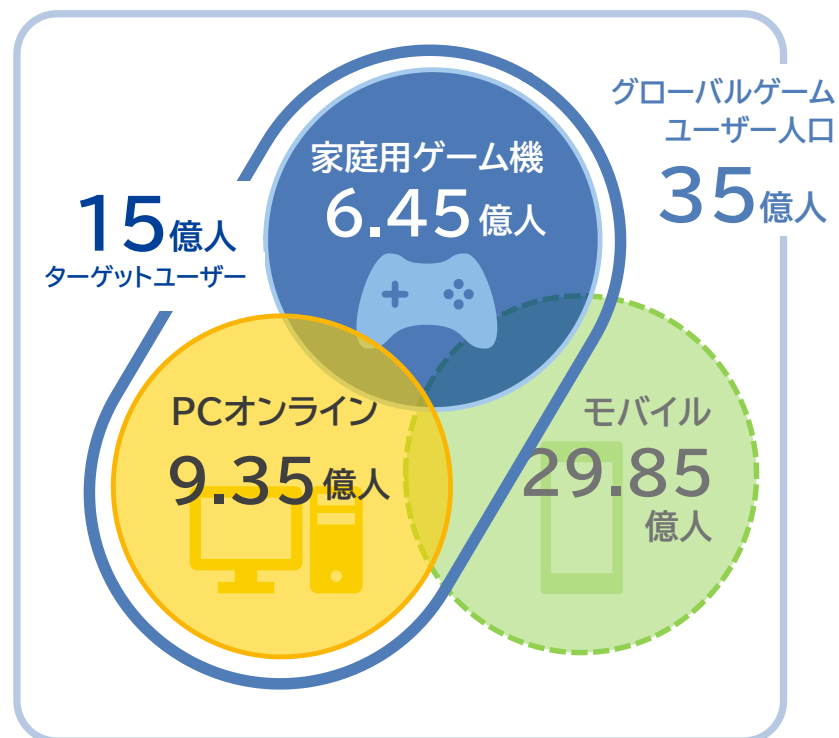


PCオンライン
PC向けゲームソフト等



家庭用ゲーム機
家庭用ゲーム機向けソフト等

- PC・家庭用ゲーム機ユーザーは約15億人規模と想定
- 新興国を含め、成長余地が大きい



※セグメント間に重複があるため、合計が市場全体を超えております

※1ドル=159円換算

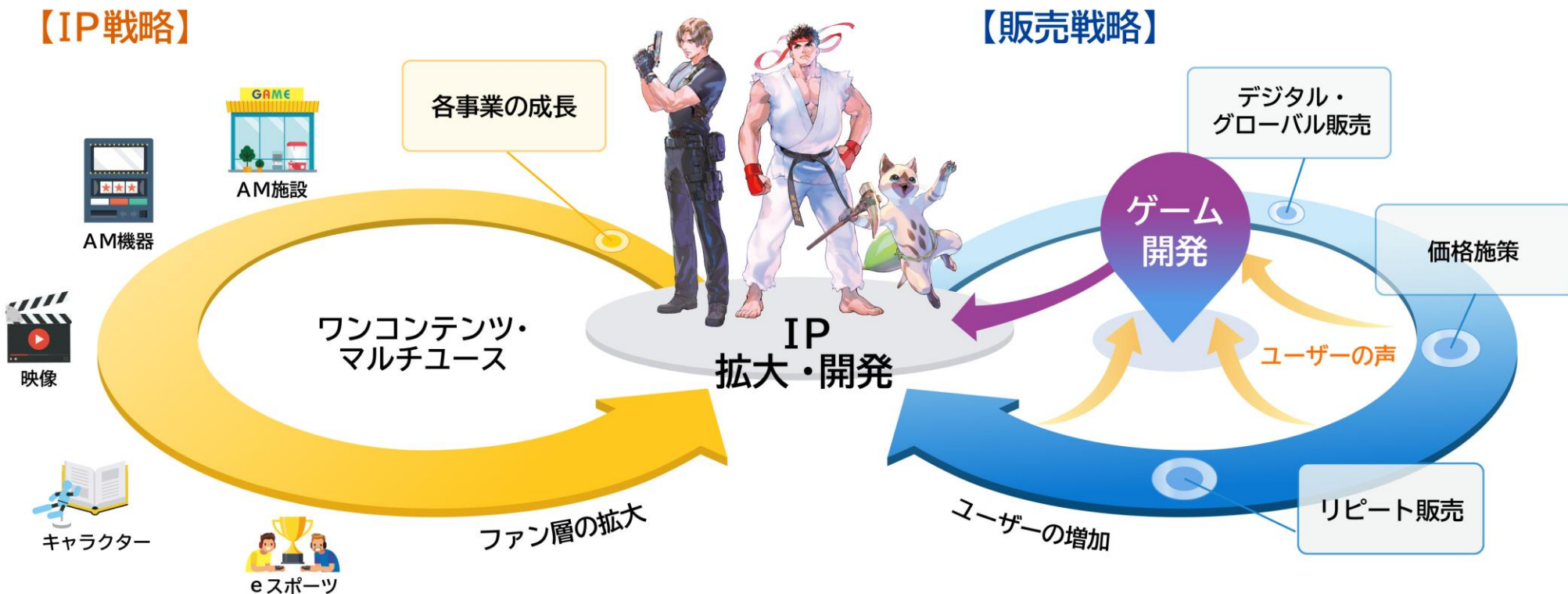
※E: 推定

※出所: Newzoo Global Games Market Report, February 2026.

5 今後の成長を支えるビジネスモデル

継続的なIP価値拡大につなげるサイクル型ビジネスモデル

- ・マーケティング施策によるコンシューマの拡販
- ・IPのマルチユース展開によるファン層の拡大





| | | |
|---|--|--|
| <p>「バイオハザード」シリーズ</p>  <p>最新作 『バイオハザード レクイエム』 2026年2月発売 シリーズ累計販売本数</p> <p>2億100万本</p> | <p>「モンスターハンター」シリーズ</p>  <p>最新作 『モンスターハンターワイルズ』 2025年2月発売 シリーズ累計販売本数</p> <p>1億2,700万本</p> | <p>「ストリートファイター」シリーズ</p>  <p>最新作 『ストリートファイター6』 2023年6月発売 シリーズ累計販売本数</p> <p>5,900万本</p> |
|---|--|--|

・「ロックマン」シリーズ

4,400万本

・「ドラゴンズドグマ」シリーズ

1,400万本

・「デビル メイ クライ」シリーズ

3,800万本

・「マーベル VS. カプコン」シリーズ

1,300万本

・「デッドライジング」シリーズ

1,900万本

・「鬼武者」シリーズ

910万本

・「逆転裁判」シリーズ

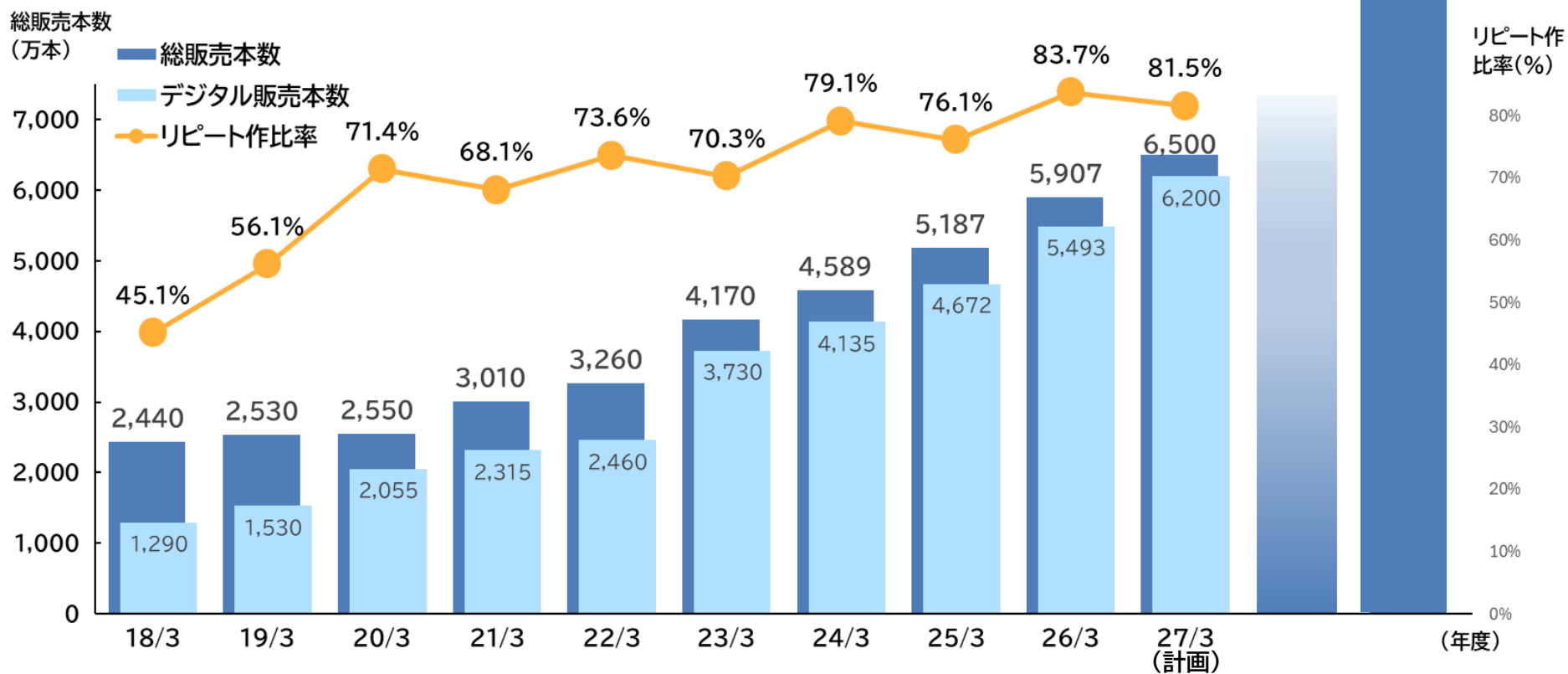
1,400万本

・「大神」シリーズ

480万本



データ分析に基づくマーケティング施策により、販売本数を拡大
長期的に年間1億本販売を目指す



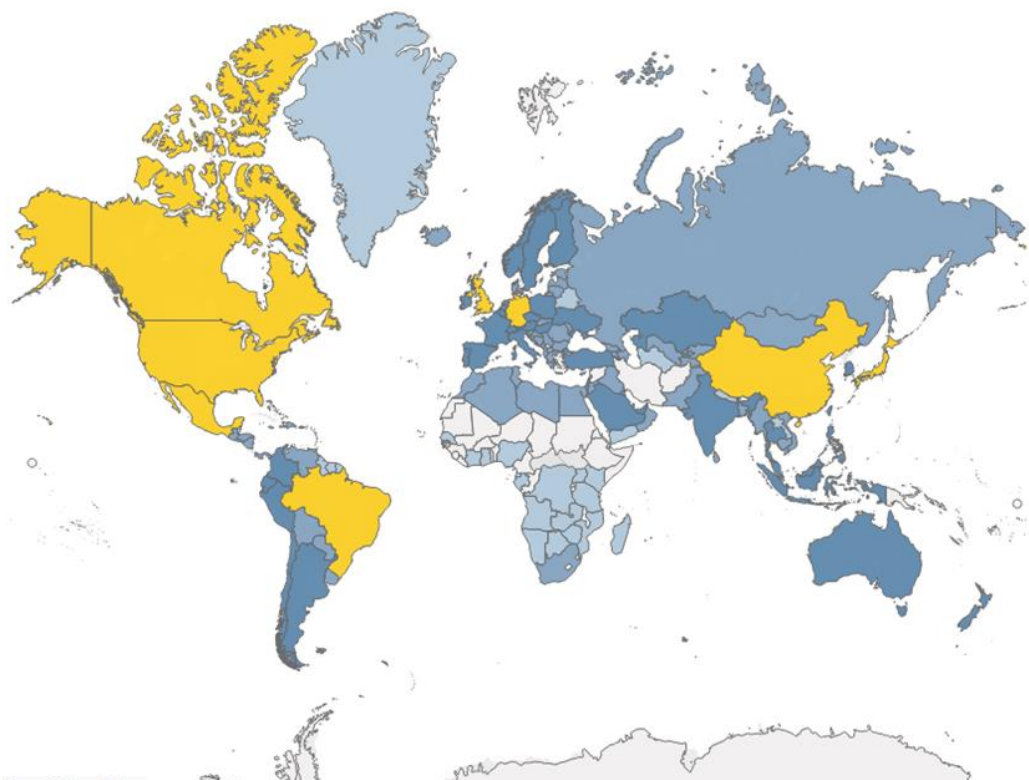


PC対応・マーケティング強化によるグローバル拡販の加速

販売国数

244国・地域

- 各国・地域別の販売本数は着実に増加
- 国・地域ごとのデータ分析レベルを高め、拡販戦略を推進



コンシューマゲームソフト

販売本数別 国・地域数

| 凡例 | 年間販売本数 | 22/3 | 26/3 |
|---|----------|------|------|
| ■ | 100万本以上 | 5 | 8 |
| ■ | 10万本以上 | 19 | 36 |
| ■ | 1,000本以上 | 68 | 72 |
| ■ | 100本以上 | 48 | 49 |
| ■ | 100本未満 | 79 | 79 |
| | 合計 | 219 | 244 |



先進国や経済成長が見込まれる国を中心に、継続的な販売拡大に注力

エリア別販売本数

| | 22/3 | | 23/3 | | 24/3 | | 25/3 | | 26/3 | | 22/3→26/3 | |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|-----------|--------|
| | 販売本数 | 増減率 | 販売本数 | 増減率 | 販売本数 | 増減率 | 販売本数 | 増減率 | 販売本数 | 増減率 | 差異 | 増減率 |
| 北米 | 1,170 | 9.3% | 1,260 | 7.7% | 1,390 | 10.8% | 1,545 | 10.6% | 1,728 | 11.8% | 558 | 47.7% |
| アジア | 389 | 9.0% | 770 | 98.8% | 910 | 17.8% | 1,120 | 23.0% | 1,349 | 20.4% | 960 | 246.8% |
| 欧州 | 780 | 10.9% | 800 | 2.6% | 950 | 18.2% | 964 | 1.4% | 1,340 | 39.0% | 560 | 71.8% |
| 日本 | 550 | -4.3% | 820 | 49.1% | 779 | -5.0% | 838 | 7.7% | 593 | -29.2% | 43 | 7.8% |
| 中南米 | 280 | 21.9% | 420 | 50.0% | 445 | 4.5% | 503 | 13.1% | 695 | 38.2% | 415 | 148.2% |
| 中東 | 25 | 36.8% | 34 | 33.0% | 40 | 20.1% | 141 | 241.9% | 94 | -33.3% | 69 | 276.0% |
| オセアニア | 48 | 37.3% | 60 | 29.9% | 65 | 9.0% | 76 | 9.9% | 96 | 26.3% | 48 | 100.0% |
| アフリカ | 5 | 9.2% | 6 | 22.3% | 8 | 33.9% | 8 | -1.2% | 12 | 50.0% | 7 | 140.0% |
| 販売本数合計 | 3,260 | 8.3% | 4,170 | 27.9% | 4,589 | 10.1% | 5,187 | 13.0% | 5,907 | 13.9% | 2,647 | 81.2% |

(万本)

販売本数
継続的
拡大

※エリア別販売本数は四捨五入した概数です。そのため、前期比の値は表中の増減率と一致しない場合があります、同様に総計が合わない場合があります

※増減率は対前期比



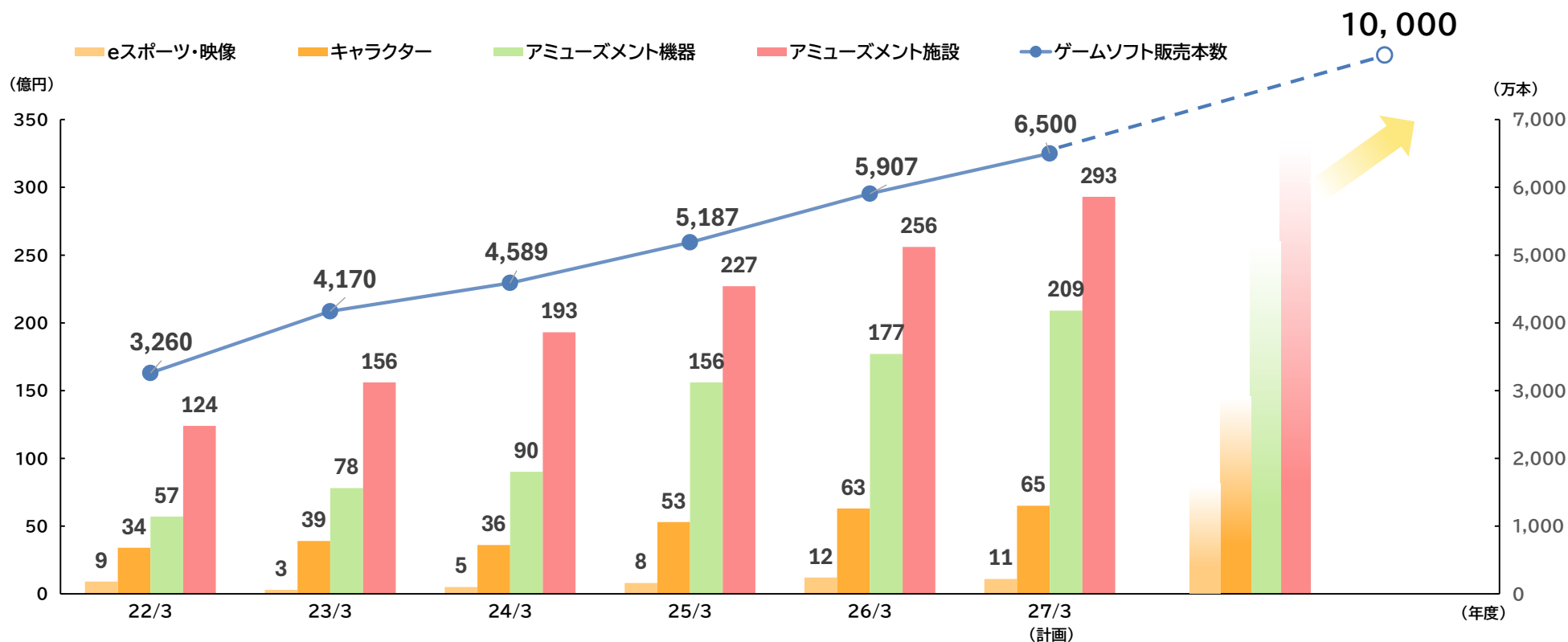
多様なタッチポイントでIPの認知を広げ、世界中のファン層を拡大





コンシューマ以外の事業成長が、ゲームソフト販売本数の増加に貢献

事業ごとの売上高とゲームソフト販売本数の推移





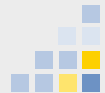
販売戦略とIP戦略を組み合わせた成長サイクルを通じ、 長期販売による販売本数の最大化につなげる

(万本)

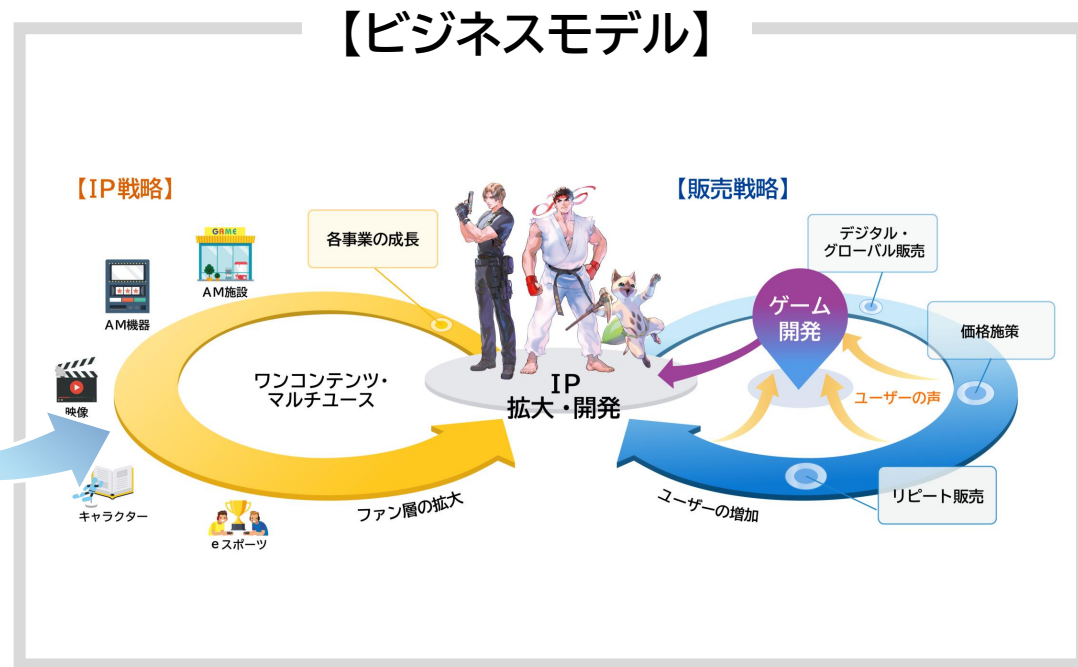
| | 17/3 | 18/3 | 19/3 | 20/3 | 21/3 | 22/3 | 23/3 | 24/3 | 25/3 | 26/3 | 累計販売本数 |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|--------|
| バイオハザード 7 レジデント イービル | 350 | 160 | 120 | 100 | 150 | 180 | 120 | 130 | 130 | 260 | 1,740 |
| モンスターハンター:ワールド*1 | | 790 | 450 | 450 | 230 | 170 | 140 | 280 | 310 | 110 | 2,960 |
| バイオハザード RE:2 | | | 420 | 240 | 160 | 140 | 220 | 200 | 140 | 290 | 1,830 |
| デビル メイ クライ 5 | | | 210 | 130 | 100 | 90 | 210 | 130 | 120 | 270 | 1,290 |
| 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 | 80 | 1,600 |
| バイオハザード RE:3 | | | | | 390 | 110 | 190 | 170 | 110 | 340 | 1,330 |
| モンスターハンターライズ | | | | | 480 | 410 | 370 | 190 | 240 | 150 | 1,860 |
| バイオハザード ヴィレッジ | | | | | | 610 | 180 | 180 | 150 | 360 | 1,490 |
| モンスターハンターライズ:サンブレイク | | | | | | | 540 | 220 | 210 | 140 | 1,130 |
| バイオハザード RE:4 | | | | | | | 370 | 330 | 270 | 360 | 1,360 |
| ストリートファイター6 | | | | | | | | 330 | 130 | 200 | 670 |
| ドラゴンズドグマ 2 | | | | | | | | 260 | 100 | 50 | 420 |
| モンスターハンターワイルズ | | | | | | | | | 1,010 | 130 | 1,140 |
| バイオハザード レクイエム | | | | | | | | | | 690 | 690 |

リピート作として
引き続き貢献

※1『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
※万本単位切捨て



有力ブランドシリーズを、“次の成長エンジン”へ





開発人員のさらなる拡充で、層の厚い開発体制が実現
各世代の知見と強みを活かし、開発力をさらに強化

開発体制

- ・世代混成チームによる技術の継承
- ・若手主導の挑戦を、組織でサポート

ナレッジ継承 × 新たな付加価値の創出を両立

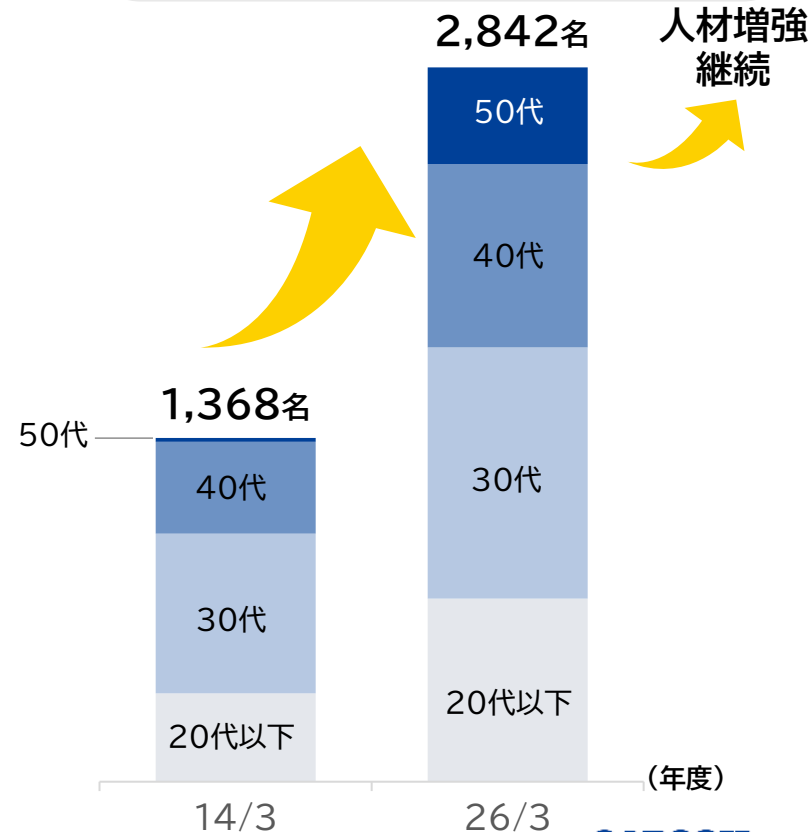
開発環境と開発力

- ・開発拠点集中による開発力最大化
- ・自社開発エンジンによる開発の効率化



本社隣接のCapcom研究開発第3ビル
2027年竣工予定 (※イメージ画像)

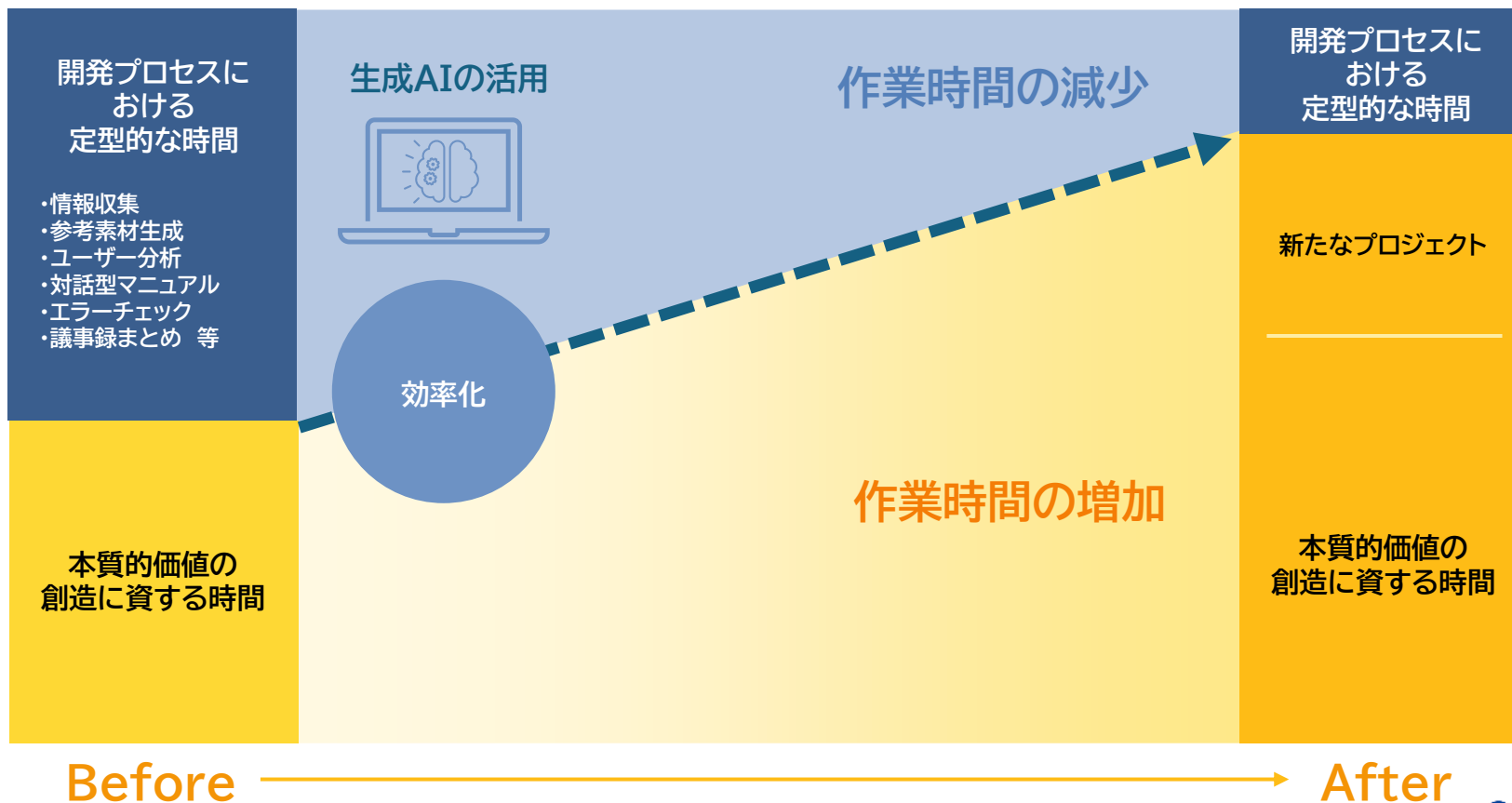
開発職社員数(単体)





生成AIは開発プロセスにおける業務効率化・生産性向上を目的に活用
定型的な時間を効率化し、創造に資する時間を増やすための補助ツール

生成AIの活用イメージ





持続可能な成長に向けた人材投資

- 毎期約100名以上の開発職増員を目指す
- 多様な人材が働きやすい環境を整備

■ 人員数推移 (正社員)

| | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3計画 | 増減率 | 増減率平均 |
|--------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|--------|-----|-------|
| 連結従業員数 | 3,332 | 4% | 3,531 | 6% | 3,766 | 7% | 3,976 | 6% | 4,230 | 6% | 6% |
| うち開発職 | 2,460 | 4% | 2,675 | 9% | 2,846 | 6% | 3,011 | 6% | 3,180 | 6% | 6% |

(人)

| | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3計画 | 増減率 | 増減率平均 |
|---------------------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|--------|-----|-------|
| 連結売上高 | 1,259 | 14% | 1,524 | 21% | 1,696 | 11% | 1,953 | 15% | 2,100 | 8% | 14% |
| 連結営業利益 | 508 | 18% | 570 | 12% | 657 | 15% | 752 | 15% | 830 | 10% | 14% |
| 給与+賞与 ^{※1} | 248 | 16% | 286 | 15% | 317 | 11% | 362 | 14% | 402 | 11% | 13% |

(億円)

| | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3計画 | 増減率 | 増減率平均 |
|-------------------------------|--------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|-----|-------|
| 一人当たり年収(給与+賞与) ^{※1} | 8,259 | 15% | 8,995 | 9% | 9,433 | 5% | 10,130 | 7% | 10,535 | 4% | 8% |
| 一人当たり株式報酬(ポイント) ^{※1} | 193 | - | 196 | 1% | 196 | 0% | 196 | 0% | 197 | 1% | 0% |
| 一人当たり連結営業利益 | 15,249 | 14% | 16,165 | 6% | 17,466 | 8% | 18,937 | 8% | 19,621 | 4% | 8% |

(千円)

| 平均年齢(歳) ^{※1} | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 |
|-----------------------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|
| | 37.6 | 1% | 37.8 | 1% | 38.0 | 1% | 38.1 | 0% |

※1 当社単体を対象に算出

※ 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

■ 人材の多様性関連・エンゲージメントのアンケート結果の推移 (単体・正社員)

| | 23/3 | 24/3 | 25/3 | 26/3 |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|
| 中核人材に占める女性比率 | 11.9% | 13.6% | 15.2% | 15.7% |
| 男女間賃金格差 ^{※1} | 85.4% | 83.8% | 82.8% | 81.3% |
| 男性育児休業取得率 ^{※2} | 45.5% | 66.7% | 79.7% | 79.7% |
| 従業員に占める外国人比率 | 6.7% | 6.8% | 7.4% | 7.9% |

※1 「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

※2 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

| 指標 | 24/3 | 25/3 | 26/3 |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|
| 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) | 54.1 | 54.7 | 54.8 |
| ・仕事では自分なりの創意工夫を行っている ^{※1} | 88.3% | 89.3% | 89.6% |
| エンプロイーエンゲージメント(会社への愛着等)(偏差値) | 52.1 | 53.1 | 52.8 |
| ・今の会社には、親しみや愛着を感じる | 78.1% | 79.9% | 79.2% |

※1 一部アンケート項目を抜粋

※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

※%は「まあまあ当てはまる」以上の回答者率

継続した人材の
確保・育成や
環境整備を図る

キャッシュの活用は、株主還元・従業員報酬・事業再投資の3要素のバランスを重視

キャピタルアロケーション

キャッシュイン

キャッシュアウト

キャッシュ

株主還元(配当等)



配当性向30%以上の還元

従業員報酬



業績連動性を高めた賞与制度の導入など

事業再投資

研究設備・M&A等



開発基盤や開発インフラへの投資など

CAPCOM



(補足) 連結財務状況、主要経営指標





■ 連結貸借対照表

(億円)

| 資産の部 | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 増減 |
|-----------------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|-------|-------|------|------|
| 現金・預金 | 1,072 | 51% | 1,021 | -5% | 1,251 | 23% | 1,667 | 33% | 1,480 | -11% | -187 |
| 売掛金 | 74 | - | 249 | 237% | 253 | 2% | 333 | 31% | 332 | 0% | -0 |
| 映像資産 | - | - | - | - | - | - | - | - | 99 | - | 99 |
| ゲームソフト仕掛品 | 311 | 28% | 385 | 23% | 390 | 1% | 492 | 26% | 546 | 11% | 54 |
| 土地 | 52 | 0% | 89 | 71% | 89 | 0% | 100 | 11% | 200 | 100% | 100 |
| その他 | 362 | -42% | 428 | 18% | 448 | 5% | 536 | 20% | 734 | 37% | 197 |
| 資産合計 | 1,873 | 14% | 2,173 | 16% | 2,434 | 12% | 3,129 | 29% | 3,393 | 8% | 263 |
| 負債の部 | | | | | | | | | | | |
| 支払手形・買掛金・電子記録債務 | 36 | -3% | 55 | 54% | 43 | -22% | 56 | 30% | 64 | 15% | 8 |
| 繰延収益 | 89 | 34% | 54 | -39% | 6 | -87% | 205 | 2915% | 90 | -56% | -115 |
| その他 | 283 | -13% | 452 | 60% | 433 | -4% | 604 | 39% | 560 | -7% | -44 |
| 負債合計 | 408 | -5% | 562 | 38% | 483 | -14% | 866 | 79% | 715 | -17% | -150 |
| 純資産合計 | 1,464 | 21% | 1,611 | 10% | 1,950 | 21% | 2,263 | 16% | 2,677 | 18% | 414 |
| 負債純資産合計 | 1,873 | 14% | 2,173 | 16% | 2,434 | 12% | 3,129 | 29% | 3,393 | 8% | 263 |

※増減率は対前期比 ※「繰延収益」約90億円は、主に『バイオハザード レクイエム』などの未提供のDLCにかかる収益の繰延額であり、該当DLC提供に伴い順次売上高に計上される見込みです。

■ 連結キャッシュ・フロー計算書

(億円)

| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 増減 |
|-----------------------|------|-----|------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|------|
| 営業活動によるキャッシュフロー | 469 | - | 217 | - | 369 | - | 676 | - | 313 | - | -362 |
| 税金等調整前当期純利益 | 443 | - | 511 | - | 592 | - | 656 | - | 739 | - | 82 |
| 売上債権の増減額 (負数は増加) | 172 | - | -171 | - | -0 | - | -79 | - | 2 | - | 81 |
| ゲームソフト仕掛品の増減額 (負数は増加) | -67 | - | -73 | - | -7 | - | -101 | - | -54 | - | 47 |
| 繰延収益の増減額 (負数は減少) | 20 | - | -37 | - | -48 | - | 199 | - | -116 | - | -316 |
| 投資活動によるキャッシュフロー | -74 | - | -76 | - | -59 | - | -72 | - | -558 | - | -485 |
| 財務活動によるキャッシュフロー | -99 | - | -224 | - | -159 | - | -187 | - | -260 | - | -73 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 640 | - | 956 | - | 894 | - | 1,090 | - | 1,504 | - | 413 |
| 現金及び現金同等物の当期末残高 | 956 | - | 894 | - | 1,090 | - | 1,504 | - | 1,028 | - | -475 |



■ 経営成績

(億円)

| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|
| 売上高 | 1,100 | 15.5% | 1,259 | 14.4% | 1,524 | 21.0% | 1,696 | 11.3% | 1,953 | 15.2% | 2,100 | 7.5% |
| 売上総利益 | 613 | 16.3% | 738 | 20.4% | 846 | 14.7% | 987 | 16.7% | 1,102 | 11.6% | | |
| 利益率 | 55.7% | - | 58.6% | - | 55.5% | - | 58.2% | - | 56.4% | - | | |
| 販売管理費 | 184 | 1.4% | 230 | 25.0% | 275 | 19.8% | 329 | 19.5% | 349 | 6.0% | | |
| 営業利益 | 429 | 24.0% | 508 | 18.4% | 570 | 12.3% | 657 | 15.2% | 752 | 14.5% | 830 | 10.2% |
| 利益率 | 39.0% | - | 40.3% | - | 37.5% | - | 38.8% | - | 38.5% | - | 39.5% | - |
| 経常利益 | 443 | 27.2% | 513 | 15.9% | 594 | 15.7% | 656 | 10.5% | 741 | 12.9% | 830 | 12.0% |
| 利益率 | 40.3% | - | 40.8% | - | 39.0% | - | 38.7% | - | 37.9% | - | 39.5% | - |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 325 | 30.6% | 367 | 12.9% | 433 | 18.1% | 484 | 11.7% | 545 | 12.7% | 580 | 6.3% |
| 利益率 | 29.6% | - | 29.2% | - | 28.5% | - | 28.6% | - | 27.9% | - | 27.6% | - |

※増減率は対前期比

■ セグメント別業績 <事業種別>

(億円)

| | | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 |
|------------|------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|-------|-------|---------|-------|
| デジタルコンテンツ | 売上高 | 875 | 16.2% | 981 | 12.1% | 1,198 | 22.1% | 1,251 | 4.4% | 1,442 | 15.3% | 1,522 | 5.5% |
| | 営業利益 | 453 | 22.6% | 535 | 18.0% | 598 | 11.8% | 651 | 8.9% | 706 | 8.4% | 795 | 12.6% |
| | 利益率 | 51.8% | - | 54.5% | - | 49.9% | - | 52.1% | - | 48.9% | - | 52.2% | - |
| アミューズメント施設 | 売上高 | 124 | 25.7% | 156 | 25.8% | 193 | 23.9% | 227 | 17.6% | 256 | 12.8% | 293 | 14.2% |
| | 営業利益 | 6 | 337.6% | 12 | 88.2% | 18 | 52.2% | 24 | 30.2% | 32 | 31.6% | 33 | 3.1% |
| | 利益率 | 5.3% | - | 7.9% | - | 9.7% | - | 10.7% | - | 12.5% | - | 11.3% | - |
| アミューズメント機器 | 売上高 | 57 | -18.9% | 78 | 35.7% | 90 | 15.6% | 156 | 73.1% | 177 | 13.9% | 209 | 17.5% |
| | 営業利益 | 23 | -2.5% | 34 | 46.2% | 41 | 19.9% | 67 | 62.8% | 100 | 49.7% | 104 | 3.7% |
| | 利益率 | 40.8% | - | 44.0% | - | 45.6% | - | 42.9% | - | 56.4% | - | 49.8% | - |
| その他 | 売上高 | 43 | 43.4% | 43 | -0.1% | 42 | -3.6% | 61 | 45.4% | 76 | 25.2% | 76 | -0.7% |
| | 営業利益 | 15 | 53.7% | 14 | -5.5% | 8 | -38.4% | 24 | 181.2% | 36 | 46.7% | 35 | -4.0% |
| | 利益率 | 34.7% | - | 32.9% | - | 21.0% | - | 40.6% | - | 47.6% | - | 46.1% | - |

※増減率は対前期比



| 広告宣伝費 | | | | | | | | | | | (億円) | |
|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|---------|------|
| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 |
| 連結 | 35 | 11.4% | 52 | 49.5% | 73 | 39.7% | 102 | 39.2% | 94 | -8.3% | 100 | 6.0% |

| アミューズメント施設 店舗数 | | | | | | | | | | | (店) | |
|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|---------|-------|
| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 |
| 連結 | 42 | 2.4% | 45 | 7.1% | 49 | 8.9% | 53 | 8.2% | 61 | 15.1% | 70 | 14.8% |

| 設備投資 | | | | | | | | | | | (億円) | |
|------|------|------|------|--------|------|--------|------|-------|------|--------|---------|-------|
| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 |
| 連結 | 37 | 5.3% | 96 | 154.1% | 66 | -30.9% | 83 | 24.9% | 177 | 113.1% | 205 | 15.7% |

| 減価償却費 | | | | | | | | | | | (億円) | |
|-------|------|-------|------|------|------|-------|------|-------|------|-------|---------|-------|
| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 |
| 連結 | 33 | 21.3% | 34 | 1.6% | 42 | 22.8% | 46 | 10.8% | 52 | 11.2% | 60 | 15.4% |

| 従業員数 | | | | | | | | | | | (人) | |
|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|---------|------|
| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 |
| 連結 | 3,206 | 1.7% | 3,332 | 3.9% | 3,531 | 6.0% | 3,766 | 6.7% | 3,976 | 5.6% | 4,230 | 6.4% |
| 開発者 | 2,369 | 3.7% | 2,460 | 3.8% | 2,675 | 8.7% | 2,846 | 6.4% | 3,011 | 5.8% | 3,180 | 5.6% |

| 開発投資額 | | | | | | | | | | | (億円) | |
|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|---------|-------|
| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 |
| 連結 | 298 | 17.7% | 377 | 26.3% | 430 | 14.1% | 494 | 15.0% | 548 | 10.8% | 629 | 14.7% |

| 為替レート (期末) | | | | | | | | | | | | |
|------------|------|-------|------|------|------|-------|------|-------|------|-------|---------|--------|
| | 22/3 | 増減率 | 23/3 | 増減率 | 24/3 | 増減率 | 25/3 | 増減率 | 26/3 | 増減率 | 27/3 計画 | 増減率 |
| ドル/円 | 122 | 10.9% | 133 | 9.0% | 151 | 13.5% | 149 | -1.3% | 159 | 6.7% | 140 | -11.9% |
| ユーロ/円 | 136 | 5.4% | 145 | 6.6% | 163 | 12.4% | 162 | -0.6% | 183 | 13.0% | 160 | -12.6% |

※増減率は対前期比



カプコンIRサイト



カプコン 広報IR
[@CapcomIR](#)



カプコンIRチャンネル
[CapcomIR](#)



もっと! Capcom
[@More Capcom](#)



カプコン広報IR
[capcomirjp](#)

