



2000年6月6日

---

---

## カプコン2000ビジネス戦略発表会

2000年度のビジネス戦略及び中期的なネットワーク戦略について -

---

---

株式会社カプコン 大阪本社 / 〒540-0037 大阪市中央区内平野町3-1-3  
TEL : 06 - 6920 - 3600

東京支店 / 〒163-0411 東京都新宿区西新宿2-1-1  
新宿三井ビルディング 11F  
TEL : 03 - 3340 - 0710



- カプコン 2000 ビジネス戦略発表会 -

## ネットワークビジネスとマルチプラットフォームを 核とした、次世代コンテンツメーカーへ

株式会社カプコン

株式会社カプコン（本社：大阪市、社長：辻本憲三）では、近未来のネットワーク社会を見据えた、ネットワークビジネスとマルチプラットフォームを核とした、2000年度におけるビジネス戦略を次の3事業に基づき推進していきます。

### アミューズメント（AM）事業戦略

当社では、市場規模が停滞傾向にあるアミューズメント業界において、これまで機器レンタルで構築したノウハウを活かしながら、新市場となる通信事業に着手しました。昨年より開始した、携帯電話の着信メロディのデータがダウンロードできる情報端末「着メロコレクション」は若者を中心に人気を呼び、既に3000店に設置されました。

2000年度は、新たにタウンサーバー「AZ-NAVI」と「着メロコレクション 卓上タイプ」を投入。京セラ株式会社・DDIグループとの協力により確立したPHSネットワークを介し、携帯電話ユーザーそしてネットユーザーに対し、楽しさと便利さをキーワードに魅力あふれるコンテンツを提供していきます。

### コンシューマー（CS）事業戦略

「バイオハザード」や「ロックマン」などの人気シリーズをはじめとした、ホラー/格闘/アクション/RPGなど当社ならではの自社開発タイトルの充実と、アイトス社やゲームアーツ社といった国内外の有力ゲームソフトメーカーと技術・販売において提携し、パブリッシャーとして優良ソフトを取り扱っていくことで、日本・米国・欧州を見据えたカプコンブランドの世界戦略を図っていきます。

また、今年度より自社流通に取り組んでいきます。これは、独自の流通チャネル確立という意味合いだけでなく、市場に近づき状況を把握・分析することで、より当社と流通各位及びプラットフォームホルダーが互いの利益となる活性化を図ることを目的としたものです。また、e-bussines においても有力サイトと協力し、新しいチャネルの開発に積極的に取り組みます。

## **開発戦略**

注目されるプレイステーション2への新作投入はもとより、既存プラットフォームへの強力タイトルの投入、そして自社開発タイトルのブランド戦略と、国内外ソフトメーカーとの提携によるパブリッシャー戦略により強力なソフトラインナップを目指します。その成果として「ディアブロ」の販売、「レインガルド」のコンテンツ供給など、来るべきネットワーク時代に大きな一歩を踏み出しました。

既に当社では、自社開発タイトルによるネットワークゲーム化に着手しており「マーブルvs.カプコン2」「パワーストーン2」(DC)で実施している“マッチングサービスシリーズ”は、大きな実績を挙げています。今後も既発売タイトル、新作タイトルも含め、順次ネットワークゲーム化し、発売していきます。

当社では、コンテンツの充実と一歩先行くネットワークゲームのノウハウ構築により、多人数同時プレイといったネットワークプレイや、キャラクターグッズなどの販売、コミュニティ情報の掲示、チャットやメールなどのコミュニケーション機能などを提供したいと考えています。

## **総括と財務戦略**

今後、当社では中長期的な経営戦略として、次の項目に取り組んでいきます。

- ・コンテンツメーカーとして常に創造性の高いゲームソフト開発
- ・カプコンブランドの拡充・強化
- ・技術革新の進化に対応するため経営資源の集中と選択
- ・インターネットの市場拡大を視野に入れた、ネットワークビジネスの構築
- ・每期安定したキャッシュフローの積上げ

これらの項目を踏まえ、当社では2000年度より、次世代コンテンツメーカーを目指し、さまざまなアプローチによる“ネットワークビジネス戦略”、そして豊富なコンテンツ(ソフト)をあらゆるプラットフォーム(ハード)に提供する“マルチプラットフォーム戦略”の2本の柱を軸にした事業展開を推進します。

資料中にある略称は次の通りです。

- |                       |                   |
|-----------------------|-------------------|
| ・PS = プレイステーション       | ・PS2 = プレイステーション2 |
| ・DC = ドリームキャスト        | ・N64 = NINTENDO64 |
| ・GB = ゲームボーイ          | ・GBC = ゲームボーイカラー  |
| ・NGP = NEO GEO POCKET |                   |



## アミューズメント事業戦略

アミューズメント（以下AM）業界は、アミューズメント施設を軸に、アーケードゲーム機械の販売・レンタルおよび当該施設オペレーションを行うことにより構成されています。最近AM業界全体としては、停滞傾向にあることは否めない事実であります。

当社はAM事業における取り組みとして、当社のソフト力を生かした厳選されたソフト販売と、徹底した市場調査と早期回収可能な店舗開設に基づいたゲームコーナーのスクラップアンドビルトの2部門を基軸として収益体制を確立してきました。

そんな中、当社では近未来を見据え、通信事業へ向けた展開に取り組み昨年度よりインフラの整備に着手しています。

### <通信事業への取り組み>

そんな中、当社では機器レンタルで構築した、地域に密着した店頭の開発能力と市場開拓能力といったノウハウを通信事業へ徐々に移行させています。

1999年度に「着メロコレクション」をダウンロードマシンとして既に3,000台設置する実績を挙げています。2000年度は、新たに「着メロコレクション 卓上タイプ」及びタウンサーバー「AZ-NAVI」を加え、全国20,000台の設置を目標としています。

ハードにおける「通信ネットワークインフラの構築」と、ソフトにおける「魅力あるコンテンツ作り」をポイントとしAM事業を推進していきます。

### <タウンサーバー「AZ-NAVI」について>

タウンサーバー「AZ-NAVI」(エイジナビ)は、CCDカメラ、カラープリンター、モノクロプリンター、紙幣識別機、釣銭払出機能、タッチペン、スキャナー、マイク、メディアスロットなどといった多彩な機能を1台に集約することも、必要な機能だけを選択することも可能とした、便利で楽しい次世代情報端末機です。

PHSネットワークをインフラとし、ユーザーの方々に、キャラクター、ゲーム、音楽、写真シール、エンタテインメント情報など、豊富なコンテンツを提供していきます。

## < PHSネットワークについて >

---

当社では、今年3月より京セラ株式会社・DDIグループとの協力で、PHSネットワークを確立しました。これは、既存の「着メロコレクション」、そしてタウンサーバー「AZ-NAVI」「着メロコレクション 卓上タイプ」など全てのシステムにPHSを内蔵させ、PHSを介してオンラインで繋げることにより、さまざまな通信ビジネスへ拡大する大きな可能性を持ったネットワークです。これにより!情報管理の一元化 "設置における面倒な工事が不要 #コンテンツの更新・導入がオンラインで簡単に \$インターネットを通じて全世界へのデータ配信が可能、等が利点として挙げられます。この通信ネットワークインフラにより、カブコンセンターサーバーより発信された情報サービスを、各地のタウンサーバーを通じて、またインターネットを介して、ありとあらゆるユーザーに届けられるばかりか、タウンサーバー同士が情報の受発信することまでを可能としました。

## < 魅力あるコンテンツづくりとソフト展開 >

---

これらのネットワークをより活かすため重要なのが、魅力的なコンテンツです。当社では携帯電話による遊びの世界を広げる新しい“エンターテインメント”の創出と、より快適な生活をおくる為の情報を提供する“便利さの追求”を柱とした魅力あるコンテンツ提供をおこなっていきます。

エンターテインメント ~ 新しい遊びの創出 ~

- ・着メロコレクション / 携帯電話への着信メロディーダウンロード
- ・マチキャラギャラリーズ / 携帯電話への待受け画面ダウンロード
- ・マチキャラショット / 撮ったその場で携帯電話への待受け画面ダウンロード
- ・発見! MY MELODY / その場で撮影したユーザーの顔のイメージからオリジナルの着信メロディーを作成、携帯電話にダウンロード
- ・マチキャラスキャン / スキャニング画像を携帯電話待受け画面でダウンロード

便利さの追求 ~ 情報の提供 ~

- ・AZ-Shopping / 「AZ-NAVI」を介しネット上で商品購入が可能。
- ・フォトギャラリーズ / キャラクター等の写真画像をプロマイド的にプリントアウト
- ・チケット販売 / 「AZ-NAVI」を介しネットでチケット購入可能
- ・CM配信 / 「AZ-NAVI」でCM配信及びクーポンなどの発行
- ・その他 / その他の情報配信も可能(ゲーム・音楽・ソフト 他)

## < 通信事業における将来像 >

---

当社では「着メロコレクション」「着メロコレクション 卓上タイプ」そして「AZ-NAVI」といったタウンサーバーの販売・レンタル、またiモードやEZweb、J-SKY、H」といった各社キャリアコンテンツへのソフト提供をおこなうことにより、本年度では売上45億円、そして2002年度には売上100億円超を目標としています。



## コンシューマー事業戦略

当社のゲームソフトは、日本のゲーム市場において6.2%のシェア（出荷数453万本）を獲得しています（全て'99年度実績）。米国や欧州を含んだ世界において、それぞれ平均5%ものシェアを獲得していることから、カプコンが世界に通用する品質のソフトを生み出していることを物語っています。良質なコンテンツと強力な販売網が当社の強みと考えられており、2005年にはマーケットシェア10%（2,500万本）を目指しています。

### <ブランド戦略について>

今後も自社開発による良質なソフトが事業の要となります。ブランドごとにマーケティングを実施、特にホラー/格闘/アクション/RPGといった得意ジャンルに注力し「バイオハザード」「DINO CRISIS」「ロックマン」といった人気シリーズのラインナップを充実させます。また「鬼武者」「マキシモ」といった新規ラインナップのブランド確立も図り、今期以降も作品を投入すべく、戦略を構築していきます。

### <パブリッシャー戦略について>

自社開発コンテンツの他にも、パブリッシャーとしてのソフトラインナップを充実させるため、国内外の有力ゲームソフトメーカーと技術、販売で提携することにより、世界戦略を推進していきます。

#### - 主な提携会社 -

**アイトス社**（英国）「トゥームレイダー4ラスト・レベレーション」（PS/DC）  
**ゲームアーツ社**（日本）「ガングリフォンブレイズ」（PS2）「鄭問之三國誌」（PS2）  
「シルフィールド ザ・ロストプラネット」（PS2）  
**ヴァージンインタラクティブエンタテインメント社**（英国）  
**ハバスイインタラクティブ社** <ブザード社（米国）・シラ社（米国）> 「DIABRO」

### <自主流通について>

当社では今年度秋より自社流通を開始します。これは単に自社流通への転換を目指したのではなく、販売店様との協力により変化の激しい市場に対応し、お客様に充実したサービスを提供していく体制を強化するためのものです。この自社流通を確立することにより、不透明になりつつある市場を把握・分析することで販売チャンスロスを軽減させ、情報のスピード化・共有化に注力し、互いの利益となるよう転換を図りたいと考えています。また、e-businessへの取り組みについては、D-ダイレクト、TSUTAYAオンライン、TVパニックドットコム、プレイステーションドットコムといった人気有力サイトと、それぞれの特徴に合わせた協力体制を推進し、新しいチャネル開発へトライしていきます。

プラットフォーム別 今期発売予定タイトル

プラットフォーム	タイトル
プレイステーション2	ガングリフォン プレイズ(8月)
	シルフィード ザ・ロストプラネット(9月)
	鬼武者(11月)
	鄭問之三國誌(未定)
	マキシモ(仮)(未定)
プレイステーション	ガイアマスター~神々のボードゲーム~(発売中)
	ロックマンDASH2 比ソド 2大いなる遺産(発売中)
	プレスオブファイア うつろわざるもの(発売中)
	鈴ものがたり(発売中)
	トゥームレイダー4ラストレベレーション(7月19日)
	DINO CRISIS2(9月13日)
NINTENDO64	ロックマンDASH(未定)
	バイオハザード0(未定)
ゲームボーイカラー	ロックマンXサイバーミッション(8月)
NEO GEO POCKET	ロックマン バトル&ファイターズ(7月)
ドリームキャスト	パワーストーン2(発売中)
	ストリートファイター 3rd STRIKE(6月29日)
	トゥームレイダー4 ラストレベレーション(7月19日)
	スポーン(8月上旬)
	CAPCOM VS.SNK(9月)
	ガンスパイク(今秋)
	燃える!ジャスティス学園(今冬)
	エルドラドゲート(今秋)
	エルドラドゲート2(今冬)
	エルドラドゲート3(今冬)
	エルドラドゲート4(来春)
	ガイアマスター(未定)
	ドリームキャスト 通信タイトル
ねっとdeテニス(未定)	
ストリートファイターZERO3(未定)	
ジョジョの奇妙な冒険 未来への遺産(未定)	
スーパーストリートファイター X(未定)	
超鋼戦紀 キカイオー(未定)	
PC	DINO CRISIS(発売中)
	バイオハザード3(6月)
	ディアブロ ・英語版(7月)
	ディアブロ ・日本語版(9月)
	レインガルド(未定)

## 開発戦略

### <強力なタイトルラインナップの構築>

当社では今期、次の点をポイントに自社ソフトラインナップの強化を図ります。

！注目度の高いプレイステーション2への新作タイトルの投入（鬼武者、マキシモ）

" 既存プラットフォームでの強力タイトル発売（DINO CRISIS 2）

#ゲームボーイ・アドバンスなど新ハード市場への参入

また本年度より、国内外の有力ゲームソフト会社と世界的戦略を視野に入れた形での、本格的なパブリッシャー展開を開始します。これにより、自社オリジナル開発ソフトと、パブリッシャー戦略によるソフトの2本柱による強力なラインナップを構築します。

さらに、ゲームづくりの独自のノウハウを他社に提供するコンテンツ供給の展開を本格化し、テクノロジーとノウハウの交流により自社内開発力を強化します。

### <ネットワークゲーム戦略について>

当社では自社オリジナル開発とパブリッシャー戦略によるソフトで、2000年度を起点とし、来るべきネットワークゲーム時代をリードしていきます。そのため“あらゆるゲームジャンルでのコンテンツの充実”、“ネットワークゲームのノウハウを交流・蓄積”、“カスタマーリレーションマネジメントの充実”をポイントに取り組んでいきます。

既に発売中の「マープルvs.カプコン2」「パワーストーン2」(DC)でおこなっている“マッチングサービスシリーズ”は大きな実績を挙げており、今後はネットワーク対応ゲームタイトルを順次発売していきます。また、ネットワーク通販“D-ダイレクト”において、既発売タイトルのネットワーク対応版やネットワーク対応のシンプルゲームを発売していきます（1ヵ月1本ペースの予定）。

当社が考えるネットワークゲーム像として、コンテンツの充実と、一步先を行くサーバー運用・ネットワーク運営・マーケティングノウハウがひとつになり、以下のネットワークサービスの提供を考えています。

ネットワークプレイ	- マッチング、ロビー/多人数同時プレイ など
アイテム販売	- キャラクターグッズ/シナリオ/マップ など
コミュニティ機能	- ランキング/攻略情報 など
コミュニケーション機能	- チャット、掲示板/メールマガジン など

そして「バイオハザード」シリーズなどのメジャータイトルのネットワークゲーム化にも既に着手しています。さらに将来的には、プレイヤーの方々が所有ハードに左右されることなくゲームコンテンツを楽しめる環境を実現するため、1つのタイトルをすべてのプラットフォームで、同スペックで同時に発売することを目指します。そして同時に、プロダクト、ディストリビューション、プロモーション、マーケットなどさまざまなマーケティング課題を解決し、自社の経営目標の達成を目指します。

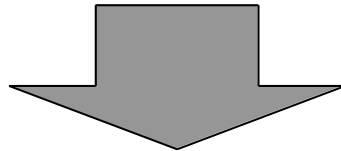


## 総括と財務戦略

### < 2000年度の経営方針 >

中長期的な会社の経営戦略として、次の項目に取り組んでいます。

- コンテンツメーカーとして常に創造性の高いゲームソフト開発を目指す
- カプコンブランドの拡充・強化を目指す
- 技術革新の進化に対応するため経営資源の集中と選択を図る
- インターネットの市場拡大を視野に入れたネットワークビジネスの構築を図る
- 每期安定したキャッシュフローの積み上げを図る



これを実現するための施策として、次の2つの戦略を実践します。

#### 1> マルチプラットフォーム戦略

大作・話題作をあらゆるハード（プラットフォーム）に投入していきます。

#### 2> ネットワークビジネス戦略

新規ビジネスの創造を目指し、次の項目に取り組めます。

- ・ 戦略的なコンテンツ供給
- ・ ネットワーク対応ソフトの拡充
- ・ マルチメディア端末による戦略展開
- ・ e - b u s i n e s s の拡充