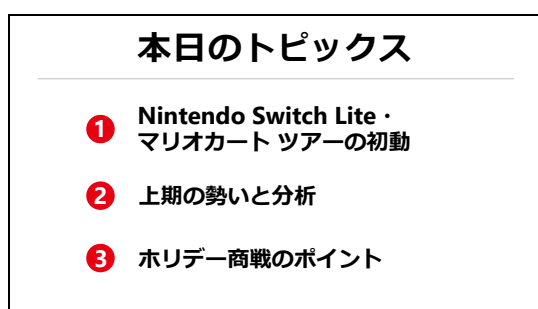




本日はお忙しい中、ご参加いただきありがとうございます。社長の古川です。決算の数字につきましては、先ほど、執行役員の村上よりご説明しましたとおりです。



私からは当社の取り組みについて、ご覧の3つのトピックスに絞ってお話します。

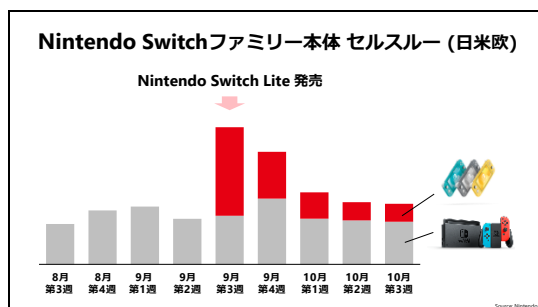
Nintendo Switchファミリーの新しい仲間として、9月に「Nintendo Switch Lite」を発売しました。またNintendo Switch向けのソフトウェアは、発売後も継続的に販売を伸ばしているタイトルに加えて、当期においても個性豊かな新作タイトルが自社、他社ともに数多く発売されています。このように、世界中の多くのお客様からご注目をいただける中で下期を迎えています。



はじめに、9月に発売したNintendo Switch Liteの初動、そして同じく9月にサービスを開始した新作モバイルアプリ『マリオカート ツアー』の初動についてお話します。



全世界で発売したNintendo Switch Liteは、小さく、軽く、持ち運びやすくなった携帯専用のNintendo Switchです。販売の動向からご説明します。

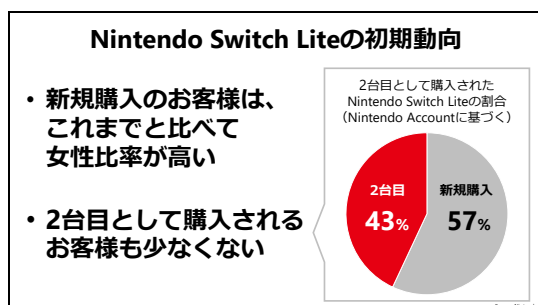


こちらは、日米欧合算のNintendo Switchファミリー本体のセルスルーを、Nintendo Switch Lite発売の4週間前から、週別にグラフにしたものです。赤で示した部分がNintendo Switch Liteのセルスルーです。

夏場に安定したセルスルーを続けていたNintendo Switchに、Nintendo Switch Liteが上積みされているのをご覧いただけたと思います。初動の状況から、Nintendo Switch LiteはNintendo Switchの販売動向に影響することなく、Nintendo Switch Lite独自の需要を生み出していると言えます。

なおNintendo Switch Liteを発売した翌週は、灰色で示したNintendo Switchの伸びが目立っています。これは、国内市場で『ドラゴンクエストXI 過ぎ去りし時を求めてS』が発売された週であり、ドラゴンクエスト特別仕様の本体が発売されたことや、消費税増税前のかけこみ需要による影響があったと考えています。

次に、発売当初はNintendo Switch Liteをどのようなお客様が購入されているかについてご説明します。



Nintendo Switch LiteにNintendo Accountを登録されたお客様の情報に基づく初期動向では、Nintendo Switch Liteを新しく購入されたお客様はNintendo Switch Lite発売前までの状況と比べて、主要地域でいずれも女性の割合が高くなっており、女性のお客様層がさらに拡大する兆しが見えはじめています。

また、Nintendo Switch Liteを発売初期に購入されたお客様は、最初の1台目として購入された方だけでなく、2台目のNintendo Switchファミリー本体として購入された方も少なくないことが分かっています。

Nintendo Switch Liteを2台目の本体としてご購入いただいたケースとしては、今までNintendo Switchをご家族の中で共有して遊ばれていた方が追加で購入されるケースや、お客様が外出用に小さくて軽いNintendo Switch Liteを買い足されるケースなどが考えられます。

Nintendo Switch Liteの今後の方針



- ・ 認知を広げ、実際に手に取る機会を増やし、商品の価値をご理解いただく
- ・ 2台目としての購入に加え、新しいお客様にもさらに拡大

発売したばかりのNintendo Switch Liteの特徴や魅力を、幅広い層のお客様に知っていただくのはこれからです。まずはホリデー商戦の本格化に向けて、商品の特徴や魅力をお伝えする取り組みを拡大していきます。

たとえば、Nintendo Switch Liteは実際に見て、触っていただくことでお客様のご理解が深まることが分かっていますので、店頭での体験機会などを一層増やしていきます。Nintendo Switch Liteはホリデー商戦以降も、2台目のNintendo Switchファミリー本体としてだけでなく、新しいお客様に最初の本体としても選んでいただけるよう、その魅力をお伝えしていきます。



国内市場では、『ポケットモンスター ソード・シールド』の発売に先駆けて、特別デザインのNintendo Switch Liteを、本日発売しました。「ポケットモンスター」シリーズは、昨年の『ポケットモンスター Let's Go! ピカチュウ・Let's Go! イーブイ』が発売されるまでは、携帯型ゲーム機で発売されてきました。携帯専用のNintendo Switch Liteは「ポケモン」ファンのお客様にも身近で魅力ある提案になると思っています。

※ 北米市場 / ヨーロッパ市場 / オーストラリア市場
… 2019年11月8日発売予定

韓国市場 / 香港市場 / 台湾市場
… 2019年11月1日発売



次に、モバイルアプリ『マリオカート ツアー』についてです。このアプリは9月25日に、163の国と地域でサービスを開始しました。

ダウンロード数、プレイ人数ともに
過去最高水準の立ち上がり



『Mario Kart ツアー』は世界の都市をテーマにしたコースを舞台に、片手で遊ぶ新しいMario Kartです。配信開始からおよそ1か月が経過しましたが、ダウンロード数およびプレイ人数は、当社のアプリでは、過去最高水準で推移しています。本アプリではランダム提供型の有料アイテムだけでなく、新しい試みとして有料会員サービスのゴールドパスをご用意しています。プレイ人数の増加に伴ってアイテムをご購入いただいた方や、ゴールドパスにご加入いただいた方の数も伸びています。

『Mario Kart ツアー』は配信開始後から、「ニューヨークツアー」と「トーキョーツアー」を順番に開催し、現在は「ハロウィンツアー」を開催しています。今後もおなじみのコースに加えて、こうした都市をモチーフにしたツアーの開催や、季節に合わせたイベントをお楽しみいただけるよう、開発を進めていきたいと考えています。

また、今後のアプリのアップデートについて、



12月から、ゴールドパスに加入されているお客様を対象に、リアルタイムマルチプレイのベータテストを開始いたします。お客様同士がリアルタイムに競い合うことができるマルチプレイを、本格的な機能追加に先駆けて、ご体験いただくことになります。ベータテストについての詳しい内容は後日改めてお知らせします。

今後も『Mario Kart ツアー』を多くのお客様に継続的に遊んでいただけるよう、機能拡張と運営に取り組み、スマートデバイスをお持ちの方に向けた定番タイトルとなることを目指していきます。

本日のトピックス

- ① Nintendo Switch・マリオカート ツアーの初動
- ② 上期の勢いと分析
- ③ ホリデー商戦のポイント

次に、今年4月から9月までの上期の勢いとその分析についてご説明します。

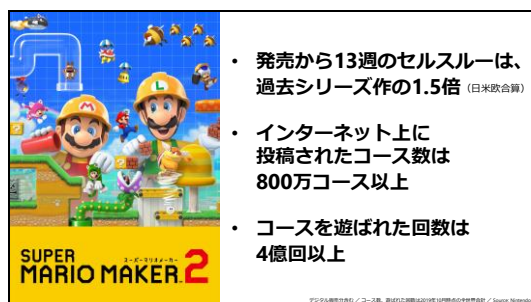
上期は、夏場以降にソフトウェアが先行する形で勢いを大きく伸ばす

Nintendo Switchのビジネスにつきましては、第1四半期はハードウェア、ソフトウェアともに、前年をやや上回る販売動向となっていました。第2四半期はソフトウェアの販売が自社、他社ともに好調で、前年を大きく上回る販売動向となっています。

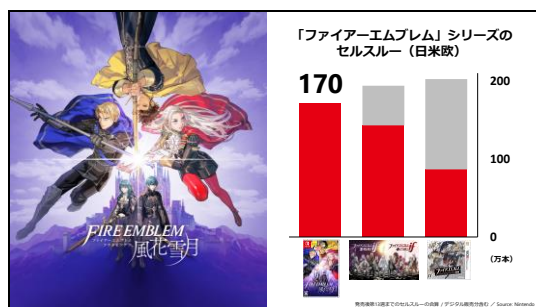
新作タイトルを切れ目なく発売



当社からは、6月から9月にかけて、ご覧のような新作タイトルを発売しました。人気タイトルの続編から新規のタイトルまで、また、ビデオゲームファンの方から初めてゲームに触れられる方まで、幅広い層のお客様にお楽しみいただけるラインアップを揃えることができました。



6月に発売した『スーパーマリオメーカー 2』は、発売13週のセルスルーが、過去シリーズ作の1.5倍ほどの出足となりました。本タイトルはマリオのコースを作る楽しみと、インターネットを通じて日々投稿される新しいコースを遊ぶ楽しみのサイクルで、お客様に継続して遊んでいただけるタイトルの一つになっています。そのことは、日々投稿いただいているコースの総数や、コースを遊ばれた回数からも伺えます。現在、投稿されているコースの総数は800万コースを超えています。また、お客様がコースを遊ばれた回数は総計で4億回以上となっています。お客様に長く遊んでいただける定番タイトルになることを期待しています。

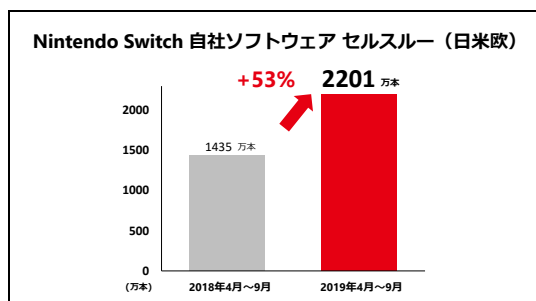


こちらのグラフは、7月に発売した『ファイアーエムブレム 風花雪月』と過去の「ファイアーエムブレム」シリーズタイトルのセルスルーを比較したものです。灰色で示した累計セルスルーのうち、赤い部分は発売13週間のセルスルーを示しています。

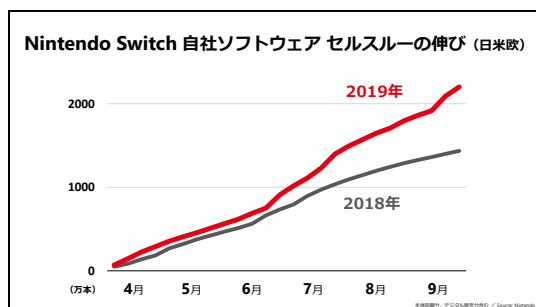
『ファイアーエムブレム 風花雪月』は、これまでのシリーズタイトルの中で最も勢いのある出足となり、すでにセルスルーは170万本を超えています。「ファイアーエムブレム」シリーズは、特にニンテンドー3DS向けの『ファイアーエムブレム 覚醒』以降、海外での人気が高まっています。本タイトルも北米市場での販売が好調で、セルスルー全体のうち50%以上を北米市場で占めています。



『ゼルダの伝説 夢をみる島』は、9月にNintendo Switch Liteと同時に発売しました。発売5週で200万本を超えるセルスルーとなっています。ゼルダシリーズのファンはもちろんのこと、お子様や女性にも人気があるタイトルです。本作は、ゲームボーイ版から26年ぶりに新しく生まれ変わりました。「ゼルダ」シリーズの中で、最初に携帯型ゲーム機で発売されたゲームボーイ版の『ゼルダの伝説 夢をみる島』を懐かしく思いながら、Nintendo Switch Liteで遊んでいる方もいらっしゃると思います。



こちらは主要地域で合算した、4月から9月まで6か月間のNintendo Switch向け自社ソフトウェアのセルスルーです。自社ソフトウェア全体の上期のセルスルーは前年度比+53%になりました。



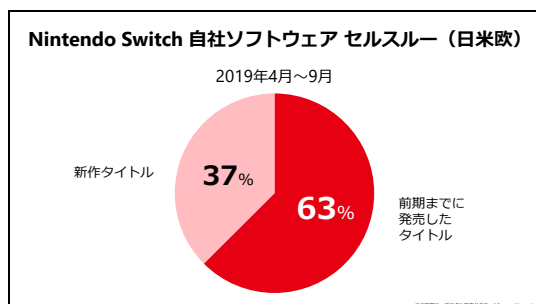
先ほどのセルスルーを4月からの推移で示すとこのようになります。夏場以降、新作タイトルを切れ目なくリリースし、いずれも好調な販売となったことで、第2四半期のセルスルーの伸びに繋がりました。

また、新作タイトルだけではなく、前期までに発売した豊富なタイトルが、販売に貢献しました。



ご覧のように、2019年3月までに発売された、いわゆる定番タイトルが、4月以降もまだまだセルスルーを伸ばし、大きな存在感を見せています。

今このタイミングでNintendo Switchを新たに購入されるお客様にとっては、これらの定番タイトルも新作タイトル同様の価値を持つものと思います。ハードウェアの普及拡大とともに、こういった定番化したタイトルの今後の伸びが期待できます。



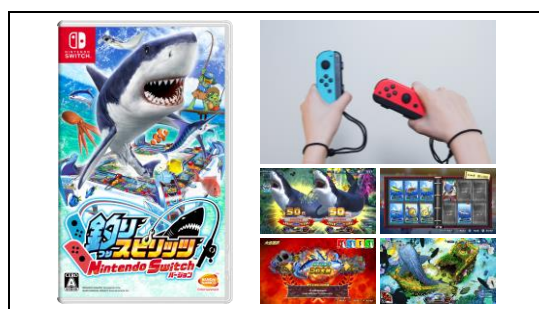
こちらの円グラフの赤い部分は、4月から9月まで6か月間のセルスルーのうち、2019年3月までに発売したタイトルが占める割合を示しています。先ほどお見せした定番タイトルをはじめ、これまでに発売してきたタイトルのセルスルーが6割を超える規模になっており、ソフトウェア販売全体に大きく貢献していることがお分かりいただけると思います。

ここまでNintendo Switch向けの自社ソフトウェアについてお話してきましたが、ソフトウェアのラインアップの充実は、当然自社タイトルに限った話ではありません。ソフトメーカー様からも多種多様な新作タイトルが続々と発売されていますので、その一部についてご紹介します。

Nintendo Switch向けのソフトメーカータイトル



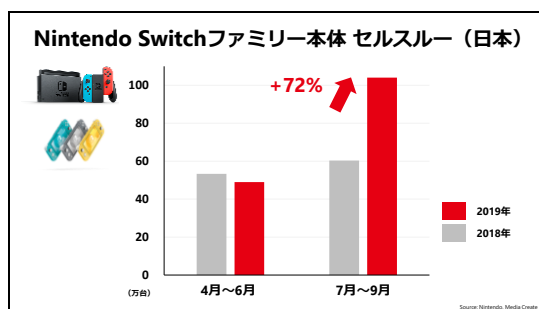
こちらは、Nintendo Switch向けに発売されたソフトメーカー様タイトルの一部です。9月にマーベラス様から発売された『DAEMON X MACHINA（デモンエクス マキナ）』は、Nintendo Switchならではの多人数でのプレイにも対応し、爽快感あふれるメカアクションをお好きなスタイルで遊んでいただける完全新作メカアクションゲームです。また同じく9月に、スクウェア・エニックス様から『ドラゴンクエストXI 過ぎ去りし時を求めて S』が発売されました。2Dと3Dの両方のモードでお楽しみいただけるほか、オリジナル版にはなかった新たなシナリオや要素が追加されています。10月にバンダイナムコエンターテインメント様から発売された『ディズニー ツムツム フェスティバル』は、ディズニーキャラクターのツムが登場し、みんなでわいわいと遊んでいただけるパーティーゲームです。そして本日、セガゲームス様より『Mario & Sonic AT 東京2020オリンピック』が発売されました。本タイトルではオリンピックの人気競技に加え、ゲームオリジナルのドリーム競技や昔懐かしのドットで描かれる2D競技なども収録されています。



7月にバンダイナムコエンターテインメント様から発売された『釣りスピリッツ Nintendo Switchバージョン』は、特にお子様に人気がある魚釣り体験メダルゲームをNintendo Switchで遊ぶことができるタイトルです。本タイトルでは、Joy-Conを釣りサオとリールに見立て、魚がヒットするとJoy-Conが振動するという、Nintendo Switchならではの臨場感あるゲーム体験ができます。Joy-Conをおすそわけして皆でわいわい対戦ができる大会モードも、Nintendo Switchならではの遊び方と言えます。発売は日本国内のみとなっていますが、当初の予想を超えて伸び続けるヒットになっていると伺っています。

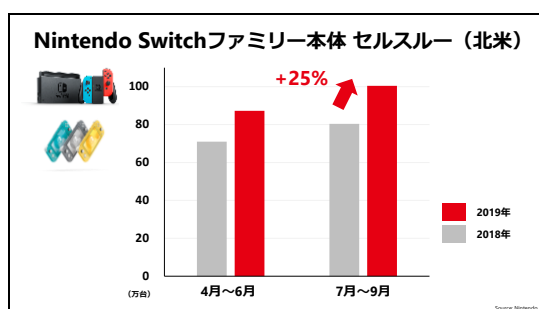


これらのソフトウェアの好調さは、ハードウェアの販売にも良い影響を与えています。

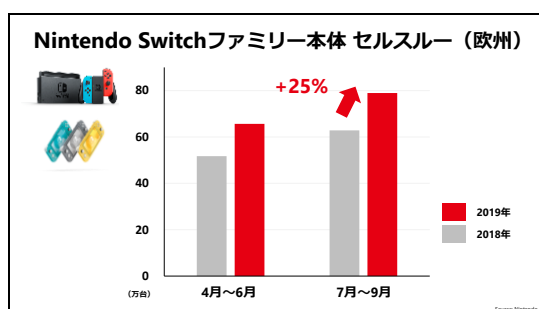


こちらは国内市場のNintendo Switchファミリー本体のセルスルーです。国内市場の第2四半期は、前年を72%上回りました。

第2四半期の伸びは、バッテリー持続時間が長くなったNintendo Switchの新モデルや、Nintendo Switch Liteの発売、消費税増税前の駆けこみ需要の影響など複数の要因による影響があったと考えています。



こちらは北米市場です。北米市場の第2四半期のセルスルーは前年度を25%上回りました。また先日、米国任天堂から発表がありましたとおり、北米市場でのNintendo Switchファミリー本体の累計セルスルーは、本格的なホリデーシーズンが始まる前に1500万台を超えています。



ヨーロッパ市場も、前年を25%上回りました。こちらも先日、欧州任天堂から発表がありましたとおり、ヨーロッパ市場のセルスルーは累計で1000万台を超えています。

昨年のホリデーシーズンには、『大乱闘スマッシュブラザーズ Special』をはじめとする複数の新作大型タイトルが集中的に発売された結果、ハードウェア、ソフトウェアともに特に大きな販売の山ができました。昨年のホリデーシーズンを上回ることは決して容易ではありませんが、Nintendo Switchのビジネスは、昨年と比べても、全世界で夏場以降の勢いのある状態を保ったまま、ホリデーシーズンに向かっているとと言えます。



『Nintendo Switch Online』は、9月でサービス開始から1年が経過しました。今期に入ってから全世界の加入数は順調に増加しています。



『Nintendo Switch Online』では、お客様に魅力を感じていただけるサービス内容の拡充が重要であることを、これまでお伝えしてきました。昨年のリリース以降、ご覧のようなサービス、特典を追加してきました。これからも、Nintendo SwitchやNintendo Switch Liteを購入されたお客様に本サービスに触れていただき、魅力を実感いただくとともに、継続して加入いただけるようにサービス内容の拡充に取り組めます。

本日のトピックス

- ① Nintendo Switch Lite・マリオカート ツアーの初動
- ② 上期の勢いと分析
- ③ ホリデー商戦のポイント

最後に、今年のホリデー商戦のポイントについてご説明します。

ホリデーシーズンの注目タイトル



今年のホリデー商戦の軸となる新発売のタイトルは、『リングフィット アドベンチャー』、『ルイージマンション3』、『ポケットモンスター ソード・シールド』です。



「ルイージマンション」シリーズの最新タイトル『ルイージマンション3』は、昨日のハロウィンの日に発売しました。今回は巨大なオバケホテルが舞台となっており、さまざまな奇妙なフロアを行き来しながら、新アクションを駆使して探検します。

また、本タイトルではすべてのモードでマルチプレイが可能になっています。Joy-Conをおすそわけしてストーリーを二人で楽しんだり、ストーリーとは一味違った最大8人のパーティーゲームを楽しむことができます。1人でもみんなでも楽しめる、ホリデーシーズンにぴったりのタイトルに仕上がりました。



11月には「ポケットモンスター」シリーズの最新作である『ポケットモンスター ソード・シールド』が発売されます。「集める」「育てる」「交換する」「対戦する」といった「ポケモン」シリーズの楽しみはそのままに、新たな冒険の舞台であるガラル地方に生息するまだ見たことのないポケモンや、ポケモンバトルを盛り上げる新要素、通信機能を使ったほかのプレイヤーとの遊びなどが用意されています。

「ポケモン」シリーズのファンの方はもちろんのこと、『ポケットモンスター Let's Go! ピカチュウ・Let's Go! イーブイ』でゲーム専用機の「ポケモン」シリーズに初めて触れられたお客様にも楽しんでいただけるタイトルです。



ソフトメーカー様から、ホリデーシーズン以降に向けて、さまざまなジャンルのタイトルが発売されます。ご覧いただいているのはその一部ですが、ゲームファンの方にもご満足いただけるタイトルから、皆でわいわい楽しめるカジュアルなスタイルのタイトル、過去の名作リバイバルや個性的なインディータイトルまで、Nintendo Switchを通じて、多種多様なお客様のニーズにおこたえできるタイトルが揃っています。



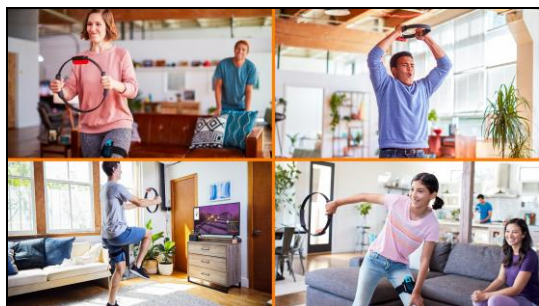
そして、10月18日に『リングフィット アドベンチャー』を発売しました。



『リングフィット アドベンチャー』では、「アドベンチャーゲームでフィットネスができる」かつてない体験を提供します。Joy-Conをセットした「リングコン」と「レッグバンド」によって腕、肩、胸、お腹、背中、お尻、足などの運動による力や動きを認識し、冒険のいろいろなアクティビティにチャレンジすることができます。



本タイトルに収録されているフィットネスは60種類あります。アドベンチャーモードでは、個人差はありますが毎日30分間のフィットネスで、およそ3か月間プレイできるボリュームです。『リングフィット アドベンチャー』は、運動が得意な人にも、そうでない人にも、それぞれの体力に合った運動負荷を設定できるので、どなたでもお楽しみいただけます。



『リングフィット アドベンチャー』を購入されたお客様からは、さまざまな感想をいただいています。「冒険の先行きを知りたくてついついトレーニングを進めてしまう」「最初の冒険ステージで息切れがした」「翌日には筋肉痛になった」「自宅にいながらしっかりフィットネスできるのいい」など、フィットネスに対するご評価もいただいています。発売時期に購入されたお客様は、日米欧ともに20代から30代の方が多く、女性のお客様も多くおられます。これからのホリデー商戦に、そして来年も継続して、年齢や性別を問わず、幅広い世代の人々にお楽しみいただけるように、世界中で広げていきたいと考えています。



最後になりますが先日発表しましたとおり、国内初の当社直営オフィシャルストアである「Nintendo TOKYO」が、今月22日に「渋谷PARCO」の6階にオープンします。

「Nintendo TOKYO」では、ゲーム機本体、ソフトウェア、キャラクターグッズの販売だけでなく、イベントの開催やゲームの体験も計画しています。ゲームの体験では、先ほどご紹介した『リングフィット アドベンチャー』をはじめ、当社がこれまで発売した複数のタイトルをご体験いただける予定です。幅広い層のお客様にお楽しみいただける、任天堂の国内における情報発信の拠点となることを目指しています。



本日は、Nintendo Switchのビジネスを中心にご説明しました。Nintendo Switchは3度目のホリデーシーズンを、昨年よりも勢いのある状態で迎えます。そして、『リングフィット アドベンチャー』のようにハードウェア開発とソフトウェア開発を一体となって行っているからこそできる、任天堂ならではの娯楽の提案もあります。より多くのお客様に関心を持っていただける機会にあり、Nintendo Switchの市場をさらに拡大できる可能性があるかと捉えています。今後もNintendo Switchファミリーの普及をさらに進めると同時に、モバイルビジネスや映像、テーマパークをはじめとするIP展開の取り組みも引き続き進めていきます。

本日のプレゼンテーションは以上です。 ご清聴ありがとうございました。

【免責事項】

本説明会及び説明資料の内容は、発表日時点で入手可能な情報や判断に基づくものです。将来発生する事象等により内容に変更が生じた場合も、当社が更新や変更の義務を負うものではありません。

また、本説明会及び説明資料に含まれる将来の見通しに関する部分は、多分に不確定な要素を含んでいるため、実際の業績等は、さまざまな要因の変化等により、これらの見通しと異なる場合がありますことをご了承ください。