

日時：2021年2月1日（月）

出席者：代表取締役社長 古川俊太郎、執行役員管理本部長 村上元

※ 決算説明会カンファレンスコールにおける主な質疑応答は下記のとおりです。なお、記載内容につきましては、ご理解いただきやすいよう一部に加筆・修正をしています。

※ 本文の一部を引用される場合は、必ず、引用元を明記、または本ファイルへのリンクをしていただきますようお願いいたします。

Q1	第3四半期累計期間（4月～12月）の進捗を踏まえると、第4四半期（1月～3月）の利益予想がかなり控えめに見える。この点についてどう考えているか。また、やや保守的に見える第4四半期の予想は、半導体などの部品不足で生産に支障が出ることを考慮にいたした結果か。
A1	<p>代表取締役社長 古川俊太郎：</p> <p>第4四半期の業績予想に関しては、前期は3月に発売した『あつまれ どうぶつの森』が、ソフトの販売だけでなく、ハードの販売も大きくけん引しましたので、前期と比較しますと当期の業績予想は少し見劣りする数字になっているように見えますが、前々期と比較すれば、そんな高く高い利益水準となっています。年明けのNintendo Switchの販売状況を見ても非常に高い需要が継続していますので、2月、3月に発売を予定しているソフトをしっかりと販売していくことで、ハードの販売も伸ばし、今回発表した業績予想を超えていけるようにしたいと考えています。なお、当期の業績予想において、半導体の部材調達の影響は軽微であり、半導体不足によってこのような数字になったということではありません。</p>
Q2	株主還元に関して、例えば、自社株買の実施や配当性向の見直しなどが挙げられるが、今回、どのような議論があり、年間配当金に特別加算するという考えに至ったのか教えてほしい。また、今後も業績が計画を上振れれば、還元を強化する方針なのか。
A2	<p>古川：</p> <p>従前から申し上げているように、当社は、先が非常に読みづらく、また、変化が激しいエンターテインメントのビジネスにたずさわっています。近年、エンターテインメントにおけるお客様の嗜好は、より多岐にわたり、当たりはずれの大きいビジネスとしての宿命も、より際立ってきています。当期の業績が非常に伸びているということも、その一例ではないかと考えています。（昨年9月に実施した）経営方針説明会でもご説明しましたが、このような環境の中で、当社は将来に向けても独自の遊びの提供にこだわり、世界中のお客様を笑顔にしていきたいとの考えのもとにビジネスを行っており、時としてしっかりとリスクをとっていく必要があると考えています。</p> <p>このような事業環境において、これまで当社のビジネスの考え方をご理解いただき、中長期の視点で投資をいただいている株主様に対して、当期のように当初の計画を大きく上回る結果が見込める際には、現在の配当方針に基づく金額を超えて還元していくことが、当社ビジネスの特性と、当社が常に意識しなくてはならないステークホルダーの皆様への向き合い方という両面を考えた際に、最も相性が良いのではないかと考えました。このような背景により、当期は配当金の特別加算を行うことにしました。今後に関しましては、事業環境やその他の動向を注視しながら、適切と考える場合には、このような加算等を行っていききたいと考えています。</p> <p>当社は株主の皆様への直接的な利益還元は、各期の利益水準を勘案した配当により実施することを基本方針としています。（ご質問いただいた）自社株買いも株主還元策の一つとは認識し</p>

	ていますが、経営環境や株価、株式市場の動向を注視し、必要に応じて行っていく考えです。
Q3	（決算説明会資料 14 ページに記載のとおり）第3四半期(10月～12月)において、デジタル売上高の中で「ダウンロード専用ソフト、追加コンテンツ、Nintendo Switch Online 等」の売上が大きく拡大したが、その背景は。また、来期以降の見通しについても教えてほしい。
A3	<p>古川：</p> <p>デジタル売上高の中の「ダウンロード専用ソフト、追加コンテンツ、Nintendo Switch Online 等」の売上高の増加については、どれか一つが大きく増加したという訳ではなく、それぞれが前期と比べて大きく伸びたことが要因です。ダウンロード専用ソフトについては、特に海外においてインディータイトルの販売が非常に好調に推移しました。また、追加コンテンツについては、『ポケットモンスター ソード・シールド』の追加コンテンツ「エキスパンション・パス」の第二弾の配信が第3四半期にあったことに加え、『大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL』の「ファイターパス Vol.2」なども売上増に寄与しました。さらに、Nintendo Switch Online についても、ハードの販売動向に沿って会員数が増加してきていることが売上高増加の要因として挙げられます。</p> <p>来期以降の見通しについては、今の水準がこのまま続くというよりは、ご提供するコンテンツの内容や配信のタイミングによって、金額や比率は上下していくと考えています。一方で、デジタル売上高全般の伸びは、これらの要因に限らず伸びており、一度、デジタルでの購入を経験されて、その利便性を体験されたお客様は次回以降もデジタルでの購入を好まれる傾向がありますので、中長期で見ますとデジタル売上高は引き続き上昇トレンドにあると考えています。</p>
Q4	Nintendo Switch の累計販売台数は約 8,000 万台となり、Wii の約 1 億台が射程圏内に入ってきている。今後、Nintendo Switch の販売台数をさらに伸ばしていくためには、どのようなことが必要だと考えているのか。
A4	<p>古川：</p> <p>Nintendo Switch はライフサイクルの中盤に入り、2017年の発売から4年目で大きく販売が伸び、幅広いお客様に広がりつつあります。これは『あつまれ どうぶつの森』のヒットをきっかけに、多くのお客様が Nintendo Switch に興味を持っていただいたことも大きな理由のひとつだと思います。今後も引き続き、この勢いをしっかり継続し、Wii の累計販売台数を上回るよう販売を伸ばしていきたいと考えています。</p> <p>そのための方策はいろいろと検討していますが、一点、非常に重要だと考えていますのは、現在、様々なお客様が Nintendo Switch を遊んでくださっているという点です。発売当初に Nintendo Switch をお買い求めいただいたお客様の中には、既に多くのソフトを遊んでくださっている方もいらっしゃいますし、その後、「ポケットモンスター」や「どうぶつの森」などの発売をきっかけに、Nintendo Switch を手に取ってくださったお客様もいらっしゃいます。また、2020年には、ご自宅で過ごされる時間が増えたことによって、久しぶりにゲーム機を手にとられたお客様や、「スーパーマリオブラザーズ」35周年のキャンペーンなどをきっかけに、なつかしさからお買い求めいただいた方もいらっしゃいます。Nintendo Switch は5年目を迎え、このような多くの様々なお客様に、次のソフトをしっかりとご提案していくことが重要だと考えています。</p> <p>また、2020年10月から12月までに主要地域で販売（セルスルー）した Nintendo Switch フ</p>

	ファミリー本体の約2割は、ご家庭内での複数台の需要に対する購買だったことが、当社の調査で判明しています。こういった複数台需要にも粘り強くお応えしていくことで、引き続き、販売拡大を目指していきたいと思えます。
Q5	お客様の層が多様化する中で Nintendo Switch ソフトの売れ方に変化はあるか。当期のソフト販売のバランスを見ると、新作よりも定番タイトルの販売割合が増え、Nintendo Switch 発売初期と比べて、ソフトの売れ方に変化が起きていると感じた。また、新しくハードをご購入された方に継続してソフトを購入していただくための施策も教えてほしい。
A5	古川： <p>当期は例年に比べて前期以前に発売したタイトルの販売数が多く、それはミリオンセラータイトルリストにも表れています。また、実際に4月から12月までの主要地域の自社ソフト販売数（セルスルー）を合算しますと、前期以前に発売したタイトルの割合は、『あつまれ どうぶつの森』を含めると約8割、同タイトルを除いても約6割となり、前期以前に発売済みのタイトルが、当期全体または年末商戦において、ビジネスを盛り上げる上で大きく貢献しました。</p> <p>また、『あつまれ どうぶつの森』をきっかけにハードをご購入いただいた多くのお客様に、他のソフトを継続的にご購入いただいています。グローバルで見ると『マリオカート8 デラックス』や『大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL』、『ゼルダの伝説 ブレス オブ ザ ワイルド』、『スーパー マリオパーティ』といった定番タイトルがよく購入されています。そのほか、当期は9月から「スーパーマリオブラザーズ」の35周年キャンペーンを行っていたことから、マリオ関連タイトルの販売も年末商戦で非常に好調でした。日本では、それらに加えて、『ピクミン3 デラックス』やコナミ様の『桃太郎電鉄 ~昭和 平成 令和も定番!~』なども選ばれています。一方で、『あつまれ どうぶつの森』だけを継続的に遊ばれているお客様もおられ、ご友人との交流やゲーム内で定期的に行われているイベントなどをお楽しみいただいています。</p> <p>このようにお客様が次に遊ばれるタイトルは、Nintendo Switch を購入されたタイミングやきっかけによって異なりますので、来期に関しても、新作の提案に加え、発売済みのタイトルも多くのお客様に手に取っていただけるように努めます。</p>
Q6	第4四半期の Nintendo Switch 予想販売数量（セルイン）はグローバルで240万台になるが、（外部データによると）国内セルスルーは1月で既に一定の規模となっており、大きな差が見られる。セルスルーには2020年年内に出荷済みの分も含まれていると思うので、実際には（セルインとセルスルーの差異は）もっと小さいかもしれないものの、足下でも販売の勢いは非常に強いため、第4四半期における地域別の販売傾向の違いをどう捉えているか教えてほしい。また、当期は大型タイトルがなかったが、来期のソフトのラインアップはどうなっているのか。
A6	古川： <p>第4四半期の予想販売数量に関しては、『あつまれ どうぶつの森』の発売があった前期とは状況は異なりますが、足下では好調な勢いを維持しています。このような状況が続けば、第4四半期の販売計画を上回る可能性があると思えますので、しっかりとハードの販売に努めていきます。地域別の販売割合については、これまでの（地域別の）販売実績に沿った形で計画を立てています。</p> <p>来期のソフトラインアップに関しましては、適切なタイミングでお伝えするつもりです。2月には『スーパーマリオ 3Dワールド + フューリーワールド』、3月には『モンスターハンター</p>

	<p>ライズ』（※1）、4月には『New ポケモンスナップ』（※2）を発売予定であることは既に発表させていただきました。来期も多くのお客様に手に取っていただけるようなソフトの準備はできていると考えています。</p> <p>（※1）株式会社カプコンが発売・販売するタイトルです。 （※2）国内では株式会社ポケモンが発売・販売するタイトルです。</p>
Q7	<p>第3四半期までの中国でのNintendo Switchの販売状況について、これまでと比べてどのような変化があったか。また、その変化が今回の通期業績予想の上方修正にどの程度反映されているのか。旧正月需要の影響度合いも含めて教えてほしい。</p>
A7	<p>古川：</p> <p>決算短信に記載のとおり、中国での販売数量は「その他」地域に含めており、単独での販売数は開示していません。ただ、テンセント様から先日、2019年12月の発売から2020年末までの間に、中国市場へ100万台を出荷したという発表がありました。中国での販売見込みはお話していませんが、ハードの販売台数はタイトル数の増加にともなって順調に拡大していると考えています。特に、昨年9月に『リングフィット アドベンチャー』が発売され、ハードと一緒に買い上げたお客様が多くいらっしゃるとテンセント様からお聞きしています。</p> <p>Nintendo Switchは中国で販売を開始してからまだ1年と少しですので、他地域に比べると販売規模は大きくありませんが、『リングフィット アドベンチャー』を中心に、ハード・ソフト一体型のユニークな娯楽の提案の一つとして、中国でも幅広い層のお客様に受け入れていただき、順調に推移していると考えています。</p> <p>旧正月などによる販売の伸びにも期待していますが、当社のビジネス全体においてまだ大きな存在感を示す規模にはなっていないので、時間をかけてしっかりと取り組んでいきたいと考えています。</p>
Q8	<p>Nintendo Switchのライフサイクルを伸ばしてハードの普及を今後拡大していく上で、既にユーザーがかなり多様化しているという話もあったが、例えば、2台目需要を開拓する余地、あるいはその他地域での普及の余地、2年目の年末商戦を終えたNintendo Switch Liteの普及など、普及の伸びしろをどこにみているのか。新モデルの計画は当面無いとの報道を見たが、Nintendo Switchファミリーのハード戦略と併せて教えてほしい。</p>
A8	<p>古川：</p> <p>Nintendo Switchの新モデルについてですが、2月12日発売の『スーパーマリオ3Dワールド + フューリーワールド』に併せて、（マリオをモチーフにした特別なデザインのNintendo Switch本体とキャリングケースをセットにした）「Nintendo Switch マリオレッド×ブルー セット」を発売します。また、3月には「Nintendo Switch モンスターハンターライズ スペシャルエディション」という特別なデザインのハードも発売する予定です。このように新たなハードの発売計画があることや、Nintendo Switchが発売4年目で最高の販売台数を記録したばかりの状況において、新しいモデルを発表する予定はありません。</p> <p>今後のハードの普及拡大の伸びしろについては、まずは2台目需要がNintendo Switchのお客様の広がりによって、これからも増えていくと考えています。また、「その他地域」に含まれるアジア地域は、日米欧と比べても販売の伸びが大きい状況が続いていますので、こちらもしっかりと販売を伸ばしていきたいと考えています。</p> <p>新規需要に関しては、国や地域によって人口に対する普及台数の差があり、かなり進んでい</p>

<p>る地域もあれば、まだまだ伸びしろがある地域もあります。人口規模で考えると、日本よりもアメリカやヨーロッパで、まだまだ十分に新規需要を伸ばせる余地があると思います。そういった地域でも、既にこの4年間で多くの方にご購入いただいていると思いますが、今後さらにハードの販売を伸ばしていくためには、これまでの当社の取り組みではまだお買い求めいただけていない方々に、Nintendo Switch というゲーム機の魅力をソフトと共にお伝えして、ご購入につながるようなきっかけづくりを継続的に行っていく必要があります。このような取り組みは今後も非常に重要になってくると考えています。</p>

以 上