

2022年3月期 第2四半期 決算説明会 兼 経営方針説明会

任天堂株式会社
2021年11月5日

- 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。
- 本年も、新型コロナウイルス感染症の現状を踏まえ、経営方針説明会はライブ配信による開催に代えさせていただきました。

連結業績（実績）

	21年3月期 上期	22年3月期 上期	増減
売上高	7,695 億円	6,242 億円	-18.9 %
営業利益	2,914 億円	2,199 億円	-24.5 %
営業利益率	37.9 %	35.2 %	-2.6 pt.
経常利益	2,974 億円	2,362 億円	-20.6 %
四半期純利益	2,131 億円	1,718 億円	-19.4 %
四半期純利益率	27.7 %	27.5 %	-0.2 pt.

※四半期純利益：親会社株主に帰属する四半期純利益

※22年3月期 上期は21年4月～21年9月の期間を指します。

- はじめに、昨日発表しました2022年3月期第2四半期の連結業績を簡単にご説明します。
- 当期は『あつまれ どうぶつの森』がNintendo Switchビジネス全体を大きくけん引していた前年上期と比較して減収減益となりましたが、上期としては、売上、利益ともに引き続き高い水準であり、業績は概ね想定通りに推移したと考えています。

連結業績（予想）

	期初予想	修正予想	増減
売上高	16,000 億円	16,000 億円	-
営業利益	5,000 億円	5,200 億円	+4.0 %
経常利益	4,800 億円	5,000 億円	+4.2 %
当期純利益	3,400 億円	3,500 億円	+2.9 %

※ 当期純利益：親会社株主に帰属する当期純利益 ※ 22年3月期 前提為替レートは、1ドル105円は据え置き、1ユーロ120円を1ユーロ125円に変更しました。

	期初予想	修正予想	増減
配当金			
年間配当	1,430 円	1,490 円	+60 円

Nintendo Switch（セルイン）	期初予想	修正予想	増減
ハードウェア	2,550 万台	2,400 万台	-5.9 %
ソフトウェア	19,000 万本	20,000 万本	+5.3 %

※ 22年3月期 修正予想のソフトウェア販売数量は、当第2四半期までの実績部分にはハードに同額して販売した数量（10万本）を含みますが、予想部分にはハードに同額する数量は含みません。

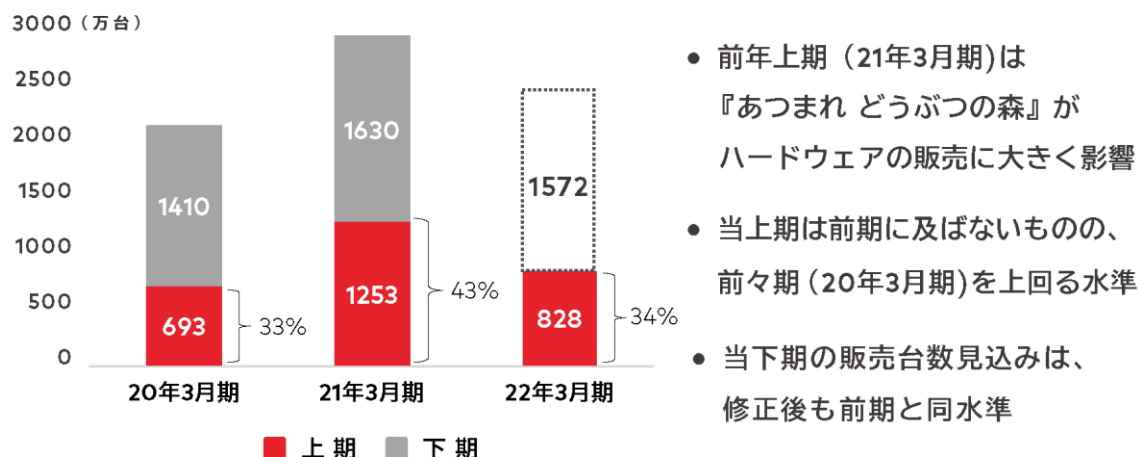
- ・ 2022年3月期通期の業績予想につきましては、これまでの販売実績および今後の状況を踏まえ、修正を行いました。
- ・ Nintendo Switchハードウェアの通期の予想販売数量は、期初予想に対して150万台減の2400万台に修正いたしました。これは半導体部品等の世界的な需給ひっ迫による影響を受け、生産計画を見直したことに伴い、下期の出荷予定台数を引き下げたことによります。
- ・ 一方、Nintendo Switchソフトウェアは、上期の販売実績を考慮して、1000万本増の2億本に変更いたしました。
- ・ このほか、想定為替レートの変更などを行った結果、売上高は据え置き、利益項目は上方修正いたしました。

※ 業績予想の適切な利用に関する説明

将来の見通しに関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社の経営者が判断した見通しであり、潜在的なリスクや不確実性を含んでいます。現実の結果（実際の業績及び配当予想額を含みますが、これに限られません。）は様々な要因の変化により、これら見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご理解ください。

Nintendo Switchの販売実績および見通し

販売実績（セルイン）と上期の販売割合



- ここでは、Nintendo Switchファミリー全体の上期の販売実績（セルイン）と通期の販売見通しについて補足いたします。
- 当上期のNintendo Switchハードウェアの販売台数は828万台となり、前年上期（21年3月期）と比べて減少しています。前年上期においては、日米欧地域で初めてNintendo Switchを遊ばれたお客様のうち、4割以上の方に、『あつまれ どうぶつの森』を最初のゲームとして選んでいただくなど、同タイトルによるハードのけん引効果が大きく出ていました。当上期は『あつまれ どうぶつの森』のような1タイトルでハード販売を大きくけん引するタイトルはなかったものの、さまざまなタイトルと一緒にハードウェアをお買い上げいただいております。販売台数は一昨年の上期（20年3月期）を上回る規模となっています。
- また、通期の販売実績に占める上期の販売割合について、前期は43%となり、例年より高くなっていましたが、当期は下期の比重が大きくなる従来の水準に戻る見通しです。今回、当下期の販売計画を下方修正しましたが、修正後においても、前年下期と同水準の販売になることを見込んでいます。

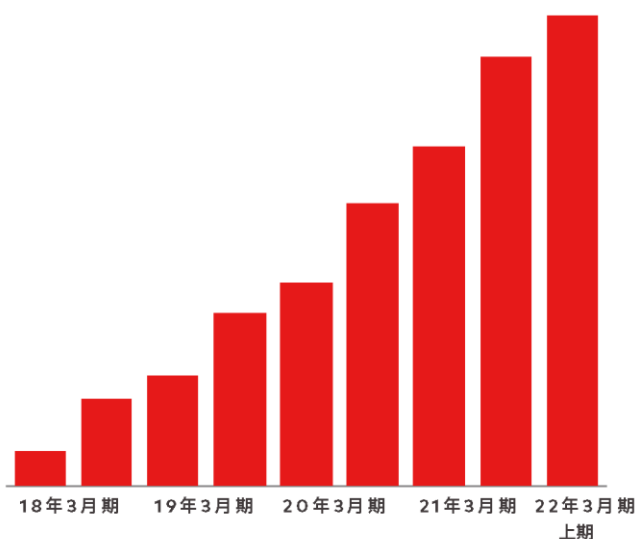
※ セルイン：当社グループからグループ外への販売。法人の取引先様への販売に加え、個人のお客様への当社直販サイトでの販売やダウンロードソフトウェアの販売を含みます。

Nintendo Switchの現状

- さて、ここからはNintendo Switchの現状についてお話しします。



Nintendo Switchの現状



シリーズ累計セルスルー

9000万台

を超え、

新たな普及のステージに

上期

アジア、ラテンアメリカなどを含む当社推計/Source:Nintendo

- Nintendo Switchファミリーの累計セルスルーは、2021年10月現在で、9000万台を超えました。
- Nintendo Switchは、2020年春以降販売ペースが加速しており、当期中に累計セルスルーが1億台を超える見通しです。Nintendo Switchは、ハードウェアビジネスのさらなる拡大はもとより、ソフトウェアビジネスもしっかりと成長していけるステージに状況が変わりつつあります。

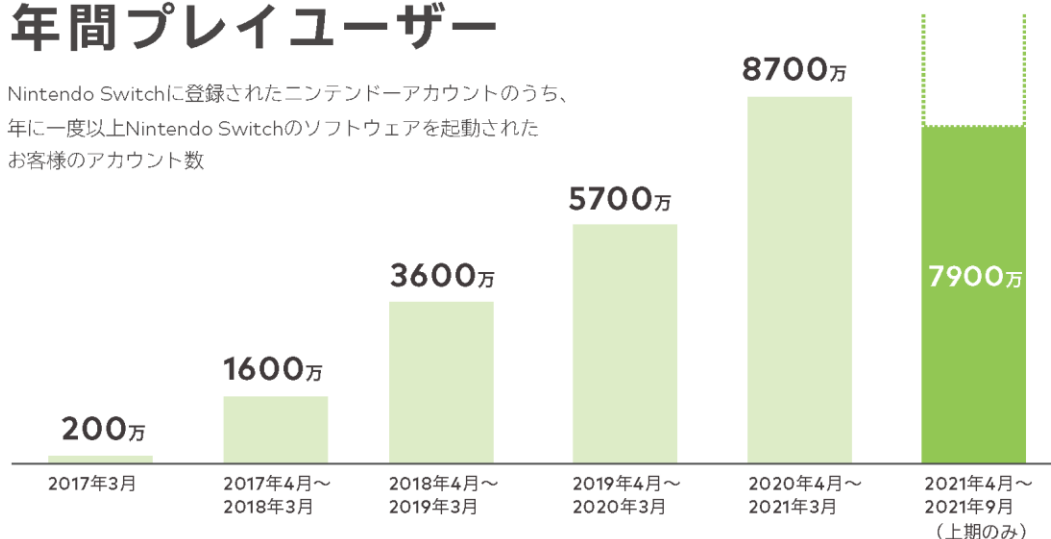
※ セルスルー：個人のお客様への販売。小売店様からお客様への販売に加え、個人のお客様への当社直販サイトでの販売やダウンロードソフトウェアの販売を含みます。



Nintendo Switchの現状

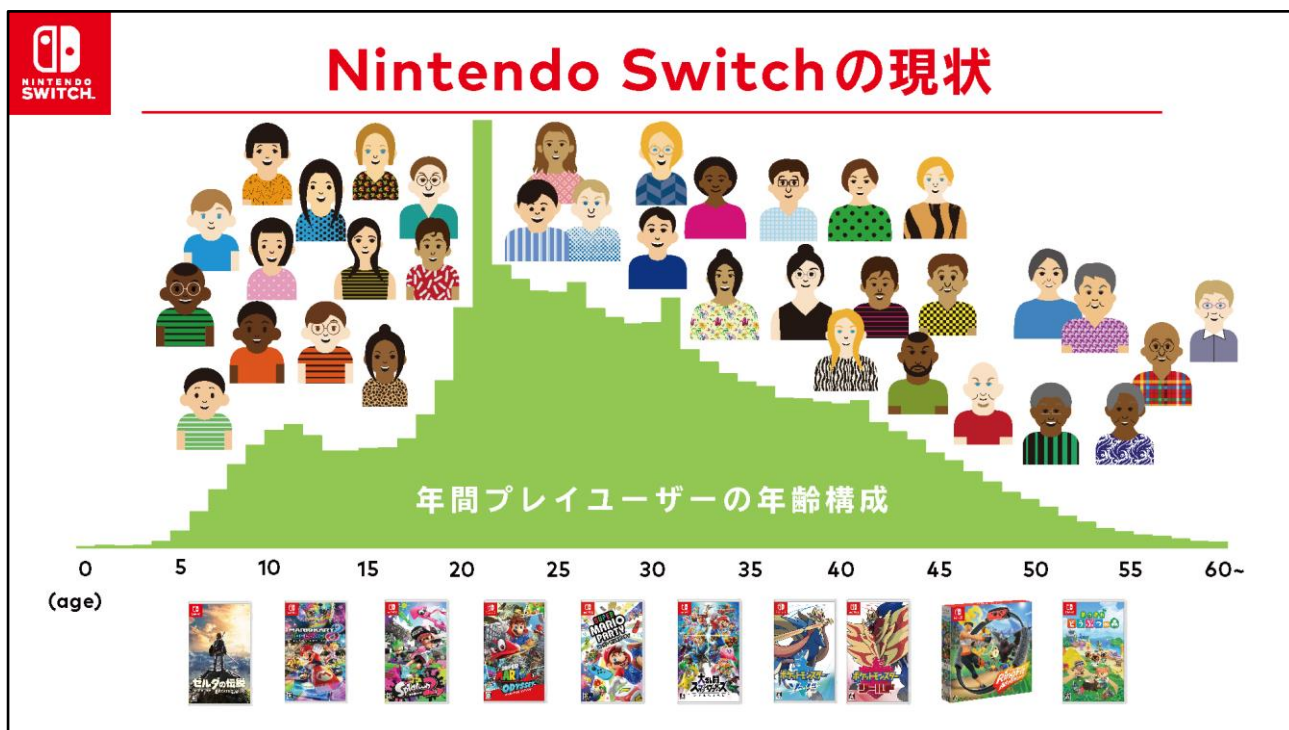
年間プレイユーザー

Nintendo Switchに登録されたニンテンドーアカウントのうち、
年に一度以上Nintendo Switchのソフトウェアを起動された
お客様のアカウント数



- ・ こちらは「年間プレイユーザー」の推移です。「年間プレイユーザー」とは、Nintendo Switch本体に登録されたニンテンドーアカウントのうち、当社の会計年度である4月から翌年3月までの1年間に、Nintendo Switchのソフトウェアを起動されたお客様の数です。Nintendo Switchを複数名で遊ばれるケースなどもあるため、ハードウェアのセルスルーが最大値となるわけではない点にはご注意ください。
- ・ 2017年3月の発売以来、Nintendo Switchは、お客様に継続して遊んでいたいており、「年間プレイユーザー」は順調に増えてきました。当期は上期の時点ですでに7900万を超えており、年間ではより多くのお客様にNintendo Switchを遊んでいただける見通しです。

※ Nintendo Switchの年間プレイユーザー数は、インターネットに接続され、統計情報の当社への提供にご同意いただいたお客様のみをカウントしています。また、ソフトウェアを起動されたお客様のアカウント数であり、ニンテンドーeショップのご利用などは含みません。



- こちらは「年間プレイユーザー」を構成するお客様の年齢をグラフで示しています。Nintendo Switchのお客様の年代はさまざまであり、またゲームを遊ばれる頻度やソフトウェアの購入本数など、お客様とゲーム機の付き合い方も多様です。
- それぞれのきっかけでNintendo Switchを手にとってくださったお客様が、自分に合ったリズムで継続的に遊ばれています。これは私たちのビジネスにとって重要な点であり、短期間のプレイ状況だけでなく、「年間プレイユーザー」のように一定期間の中で遊んでいるお客様の数も、指標として重視しています。
- 大事な前提として、Nintendo Switchのお客様は、ゲームを遊ぶために、本体やソフトウェアをすでに購入されたお客様であり、その稼働を示す指標は、多目的に使われるスマートデバイスなどで無料で始められるサービスのアクティブユーザー数とは性質が異なります。
- 多様なお客様が存在し、それぞれの付き合い方でゲーム機を遊び続けてくださっていることは、新作タイトルと定番タイトルがバランスよく売れているNintendo Switchの特徴的な市場環境が生まれた要因の一つであると考えています。



Nintendo Switch 2022



Nintendo Switch 有機ELモデル

有機ELモデルの登場で
6年目の成長へ

- このような販売数やプレイ状況の指標に注目しつつ、Nintendo Switchの稼働規模を維持・拡大することで、新たに「有機ELモデル」がラインアップに加わったNintendo Switchは、当社が過去のゲーム専用機ビジネスにおいて経験したことがない、6年目の成長を目指せると考えています。



6年目の成長に向けた Nintendo Switch

- ① 3つのモードが生み出す多様なプレイニーズ
- ② お客様の購入ケースが多様化
- ③ 定番タイトルの充実と継続的な新作タイトルの投入

- そのように考える背景は3つあります。
- 1つ目は、Nintendo Switchが3つのプレイモードで多様なプレイシーンを生み出しており、ゲームで遊ぶ機会を広げていることです。
- 2つ目は、お客様によるNintendo Switchの購入ケースが多様化していることです。
- 3つ目は、定番ソフトの充実と継続的な新作タイトルの投入です。



1 3つのモードが生み出す 多様なプレイニーズ

- まずは、3つのモードが生み出す多様なプレイニーズについてお話しします。



多彩なプレイシーン生み出す Nintendo Switchだけの3つのモード



TVモード



テーブルモード



携帯モード

- プレイシーンにあわせてカタチを変えるゲーム機
- 個人はもとより家族や友だち、グループ、オンラインと多様化するプレイシーン
- Nintendo Switchだけの3つのモードは新たなプレイニーズを生み出す

- Nintendo Switchは、プレイシーンにあわせてカタチを変えるゲーム機です。ご家庭の大画面テレビの前だけでなく、お好きな場所に持ち出していただき、Joy-Conを「おすそわけ」すれば、いつでも、どこでも、誰とでも、すぐにゲームを始めていただくことができます。また、本体を持ち寄っていただくと、どこでもローカル通信で対戦や協力プレイを始めることができます。Nintendo Switchをご購入いただいたお客様は、ハードウェアのユニークな特長を活かして、これまでのゲーム機では実現できなかったプレイシーンやプレイスタイルで、お楽しみいただいています。
- これらNintendo Switch固有の価値は、発売以来、時間の経過とともにお客様にご理解をいただき、楽しさの共感が広がっていくことで、新たな娯楽の価値を生み出しています。



2 お客様の購入ケースが多様化

- 次に、お客様の購入ケースが多様化していることに関して、ご説明します。



NINTENDO
SWITCH.

Nintendo Switch

Nintendo Switch
有機ELモデル

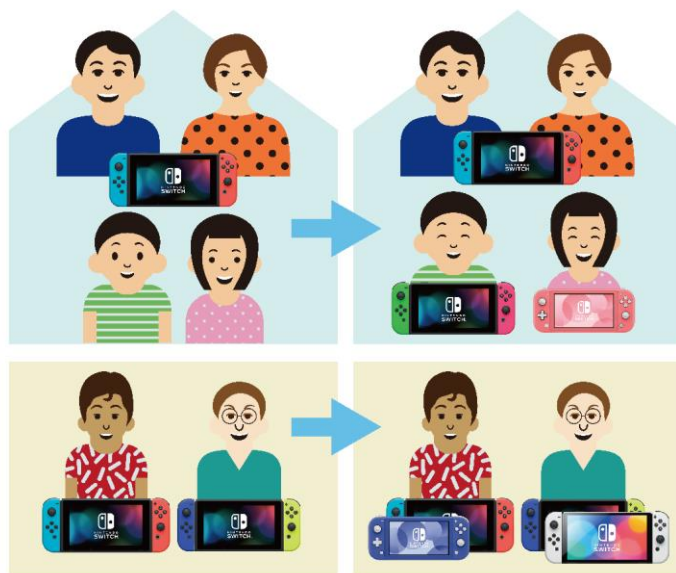
Nintendo Switch Lite

お客様の多様なニーズにお応えするために、
Nintendo Switch 有機ELモデルを発売

- この10月8日には、画面が鮮やかで大きくなった「Nintendo Switch（有機ELモデル）」を発売し、順調なスタートを切ることができました。
- 2017年の発売時にNintendo Switchを購入されたお客様には、すでに5年ほど遊んでいただいております。「有機ELモデル」の販売の動向からは、「買い替え」の動きが多く確認できています。



お客様の購入ケースが多様化



- 新規購入、追加購入、
買い替え購入と
購入ケースが多様化
- 「一家に一台」から
「一家に複数台」、
さらに「一人一台」へ

- ・ 「有機ELモデル」の購入動向にみられますように、Nintendo Switchは購入のされ方が多様になってきており、本体を「初めて購入されるケース」、「2台目として購入されるケース」、そして「有機ELモデルへ買い替えられるケース」などがあることがわかっています。
- ・ 発売当初、Nintendo Switchは「一家に一台」のペースで購入されていきましたが、その後「一家に複数台」を所有されるケースも増えていきました。
- ・ おひとりで遊ばれるタイトルの増加や携帯モードでの利用も増え、今後はさらに「一人に一台」まで目指せると見ており、Nintendo Switchにはさらなる普及の余地があると考えます。



3 定番タイトルの充実と 継続的な新作タイトルの投入

- 次は、定番タイトルの充実と継続的な新作タイトルの投入についてです。



定番タイトルの充実と継続的な新作タイトルの投入

Nintendo Switch以降、据置機・携帯機で 分かれていたプラットフォームを統合

- ソフトウェアの長期展開が可能に
- 据置機と携帯機のシリーズが一堂に会するプラットフォームに

- 今後もNintendo Switchの持つポテンシャルを最大限に引き出すためには、当社が得意とする「ハード・ソフト一体型」による圧倒的に面白い遊びの開発と提案が生命線であると考えています。
- Nintendo Switch世代からは、これまで据置機・携帯機ごとに分かれていたプラットフォームを統合しました。
- これに伴い、ソフトウェアの開発環境・開発体制が統合され、任天堂らしいソフトウェアを長期間にわたって展開することができるようになりました。
- また、過去の据置機や携帯機をそれぞれ支えてきたフランチャイズが一堂に会するプラットフォームになっていることも、これまでと大きく異なる点です。



定番タイトル

定番タイトルのセルスルー 2021年4月～9月



170万本



320万本



40万本



100万本



160万本



160万本



170万本



90万本



70万本



240万本



240万本



180万本

本体同梱分、デジタル販売分含む / Source: Nintendo

- ・ 実際に、Nintendo Switchのタイトルラインアップは、発売以来、自社タイトルを継続的に投入してきたことで、量の面でも質の面でも、過去にない水準で充実しています。
- ・ ご覧のように、当期に入ってから定番タイトルが販売を伸ばし続けており、新たに Nintendo Switchを購入されたお客様に、新作だけでなく定番タイトルもお求めいただけていることが伺えます。



- 加えて、6年目に向かうNintendo Switchでは、これからも継続的に新作タイトルを発売していきます。
- 年末に向けて『ポケットモンスター ブリリアントダイヤモンド・シャイニングパール』や『やわらかあたま塾 いっしょにあたまのストレッチ』、年明け以降には『Pokémon LEGENDS アルセウス』や『星のカービィ ディスカバリー』、また2022年内に『スプラトゥーン3』や『ゼルダの伝説 ブレス オブ ザワイルド』の続編、『ベヨネッタ3』などのタイトルが登場します。



- また、お客様にNintendo Switchで長く遊んでいただけるよう、当社が発売するタイトルの追加コンテンツを提供しています。
- 『あつまれ どうぶつの森』では、昨日（11月4日）に大型無料アップデートを配信し、本日（11月5日）、シリーズとして初めての有料追加コンテンツの配信を開始しました。『あつまれ どうぶつの森』を発売以来遊び続けていただいているお客様や、一度距離を置かれたお客様に再びご関心を持っていただきたいと考えています。
- すでに3000万本以上の販売を記録している本タイトルを今後も遊んでいただくことは、Nintendo Switchプラットフォーム全体のポテンシャルをさらに引き出すことにつながると考えています。

ソフトメーカー様のタイトル

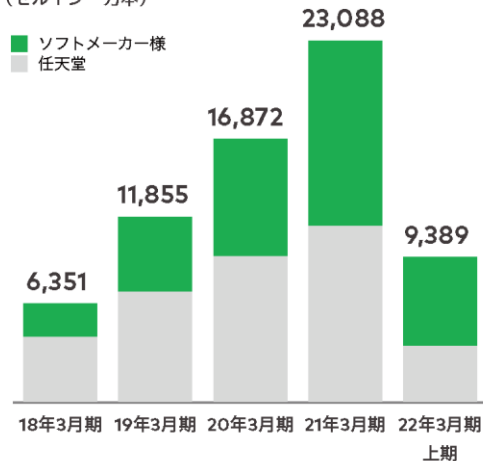


- ・そして、Nintendo Switchでは、ソフトメーカー様のタイトルも大いに盛り上がりを見せています。
- ・ゲームファンのお客様に向けたタイトルをはじめ、年齢・性別を問わずに楽しめるタイトルや、インディー系ソフトメーカー様の個性的なタイトル、固有ファンがおられる特定ジャンルのタイトルなど、そのラインアップは多岐に渡ります。
- ・そして、それぞれのジャンルの中でヒットタイトルが複数登場しています。例えば、直近1年間においても、熱心なゲームファンのみなさまのご支持が厚い、カプコン様の『モンスターハンターライズ』は、3月の発売から全世界で750万本を販売され、現在も販売本数を伸ばしています。また、お子様からご年配の方まで気軽にわいわい楽しめる、コナミ様の『桃太郎電鉄 ～昭和 平成 令和も定番！～』は、昨年11月の発売から国内だけで300万本の販売を達成しています。
- ・さらに、今後も11月に発売を予定しているアトラス様の『真・女神転生V』をはじめ、数多くの注目タイトルが発売を控えています。

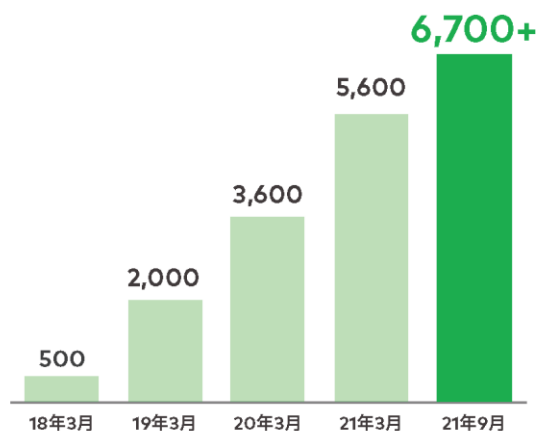


過去最高水準の販売、タイトル数

Nintendo Switchにおける年度毎の
パッケージ併売ソフトの販売本数
(セルイン・万本)



ニンテンドーeショップで購入可能な
ソフトメーカー様のタイトル数 (累積)



- Nintendo Switchでは、発売以来、ソフトメーカー様のソフトウェア販売規模が拡大を続け、その存在感を増しています。Nintendo Switch向けパッケージ併売ソフトの販売本数においては、半数以上がソフトメーカー様のタイトルとなっており、前期から自社タイトルの販売数量を上回りました。
- また、タイトル数も、当社の30余年の家庭用ゲーム機ビジネスの中で過去最高水準に達しています。2021年9月現在、ニンテンドーeショップでご購入いただくことができるソフトメーカー様のタイトル数は、全世界合計で6,700タイトル以上となっています。
- Nintendo Switchにソフトウェアを提供してくださっているソフトメーカー各社様には、この場を借りて、お礼申し上げます。
- ここまでお話ししましたように、Nintendo Switchビジネスにおいては、発売から6年目に向けても、まだまだお客様にとって新鮮で驚きのある体験を提案し続けていく用意があり、Nintendo Switchのユニークな価値を今後も高め続けることを目指していきます。

※ タイトル数は、世界各地のニンテンドーeショップで購入可能なタイトル数の合算です。各国のニンテンドーeショップで配信している同一タイトルは、重複してカウントしていません。

基本戦略の振り返りと 取り組みの進捗

- さて、ここからは当社の普遍的な考え、また、基本戦略の振り返りと取り組みの進捗をご説明します。

普遍的なDNA

誰もが直感的に楽しめる
任天堂独自の遊びを
提供し続けること

- 任天堂は、どなたにでも直感的に楽しんでもいただける、「任天堂独自の遊び」を提供することに挑戦し続けています。これは今も昔も変わらない任天堂の普遍的なDNAだと考えています。

任天堂独自の遊びの源泉

ハード・ソフト 一体型の遊び

- 年齢・性別・過去のゲーム経験を問わず、誰もが楽しめる
- 遊べば圧倒的に面白く、かつ一目で面白さが伝わる独創的な商品・サービス

- 「任天堂独自の遊び」は、ハードウェアとソフトウェアの両方を一体となって開発するからこそ可能になる遊びの提案によって実現してきました。
- この取り組みにおきましては、年齢・性別・過去のゲーム経験にかかわらず、どなたにでも楽しんでいただけるものをお届けすること、そして遊べば圧倒的に面白いと感じていただけて、かつ一目で面白さが伝わる独創的な商品・サービスをつくることを常に目指してきました。
- ハードウェア開発・ソフトウェア開発が一体となって、あそびの触り心地にこだわり続けることで生み出される、新鮮で驚きのある娯楽をこれまでもこれから提案し続けます。

任天堂IPに触れる人口の拡大



- 現在は、ゲームビジネスの歴史とともに、お客様によって育まれ、成長してきたキャラクター資産を、当社の新たな強みと捉え、当社にとってこれまでにない分野におけるIPの積極活用を進めています。
- 幅広い分野において任天堂IPを展開することで、当社のゲームと距離を置かれていたお客様や、ゲーム以外の分野で初めて任天堂IPに触れていただくお客様との接点を継続的につくっていきます。
- 任天堂IPへの接触が、最終的には新たに当社のゲーム体験に興味を持っていただくきっかけとなること、あるいは、当社のゲーム体験に復帰していただくきっかけになることを目指しています。



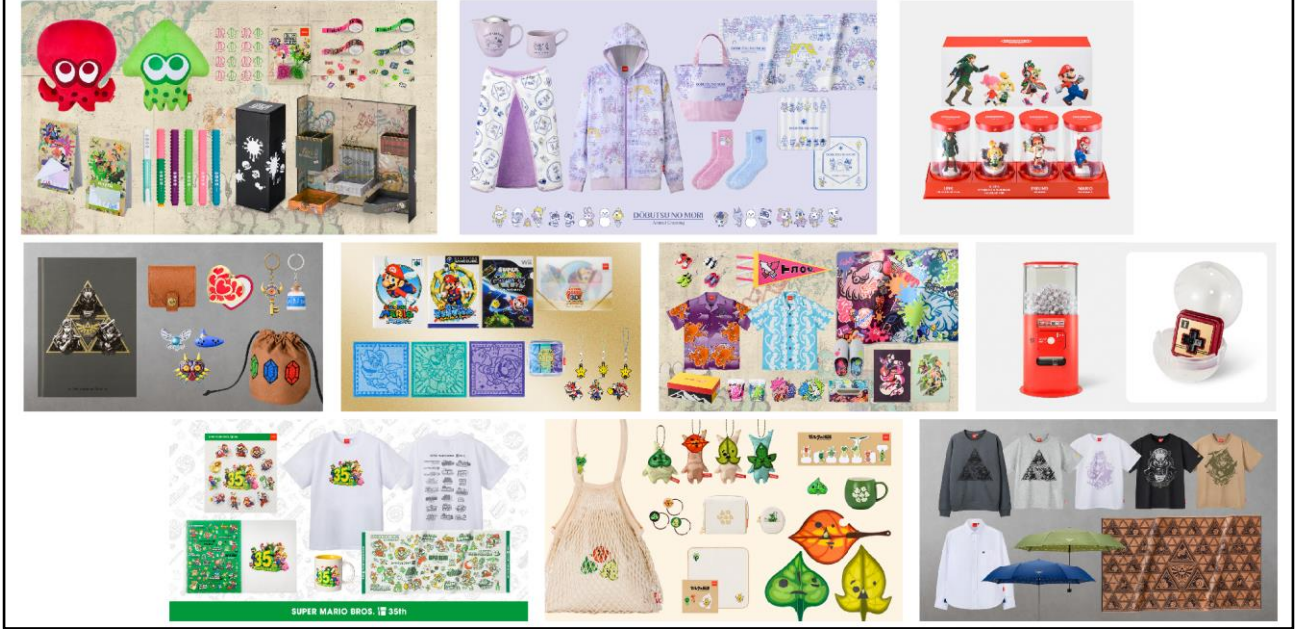
- 任天堂IPの展開によって、お客様の裾野を飛躍的に広げ、ご関心をお持ちいただいたお客様と長きに渡る良好な関係を保ち続けていきたいと考えています。
- そのために、ニンテンドーアカウントを基盤として「ハード・ソフト一体型の遊び」を中核としたさまざまなお客様体験が、プラットフォームの世代を越えてつながり続けられるようにしたり、お客様にとってより楽しく、より便利な、付加価値のあるサービスを提供できるよう企画・運営を続けていきます。こうした取り組みにより、ハード・ソフト一体型の中核ビジネスが持続的に活性化する構造を生み出していきます。
- ここから、その取り組み例と進捗状況についてご説明します。

任天堂IPを活用した取り組み〔マーチャンダイズ〕



- キャラクターグッズなどの展開におきましては、直近1年間の取り組みだけでも、ご覧のような関連商品の発売やパートナー企業様とのコラボレーションを、世界各地で多数実現できました。

任天堂IPを活用した取り組み〔マーチャンダイズ〕



- 商品の展開先は多岐に渡りますが、IPごとの個性にあった、パートナー会社様とのユニークな商品づくりに力点を置き、お客様に「また買いたい」と思っただけのような、良質な商品展開と品質管理に努めていきます。

任天堂IPを活用した取り組み〔体験型施設・店舗〕



- また、当社グループ直営のオフィシャルショップとして「Nintendo NEW YORK」と「Nintendo TOKYO」を国内外で展開しており、これまでも数多くのお客様にご来店いただいています。
- 新型コロナウイルス感染症の状況を見ながらの運営となりますが、実店舗にて当社関連商品を販売するだけでなく、イベントの開催やゲームの体験などを通して当社の情報を発信していくことで、お客様との新しい接点となれるよう取り組んでいます。

任天堂IPを活用した取り組み〔体験型施設・店舗〕



当社グループ直営の
オフィシャルショップを
ニューヨーク、東京に続き、
大阪梅田にオープン予定

- そして、次なる展開として、国内2店舗目の直営オフィシャルショップとなる「Nintendo OSAKA(ニンテンドーオオサカ)」を、大丸梅田店に2022年末にオープンする予定としています。

任天堂IPを活用した取り組み〔テーマパーク〕



- 今年の3月には、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンに『スーパー・ニンテンドー・ワールド』がオープンしました。
- Universal Parks & Resorts様とのパートナーシップによって、「スーパーマリオ」のゲーム世界さながらの体験をお届けできていることに、手ごたえを感じています。

※ 新型コロナウイルス感染症の感染防止対策の一環として、入場制限を行いながらの運営が続いています。

任天堂IPを活用した取り組み〔テーマパーク〕

- 今年3月「SUPER NINTENDO WORLD」が
グランドオープン
- 「ドンキーコングエリア」を2024年の
オープンに向け準備中
- ハリウッド、オーランド、シンガポールの
パーク内に新エリア建設を計画

- また、9月に発表しましたとおり、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの『スーパー・ニンテンドー・ワールド』を拡張し、新たに「ドンキーコング」をテーマとしたエリアを2024年のオープンに向けて準備中です。
- 『スーパー・ニンテンドー・ワールド』は、大阪に続いてアメリカのハリウッドでオープンします。その後、オーランド、シンガポールでの建設を計画しています。

任天堂IPを活用した取り組み〔モバイルアプリ〕



- また、「ピクミン」をテーマに「歩くこと、出かけること」が楽しくなるモバイルアプリ『Pikmin Bloom（ピクミンブルーム）』をNiantic, Inc.様と共同開発し、同社を配信元として、10月27日から、各国でのリリースを開始しました。
- 歩いてピクミンを増やし、歩いた場所に花を咲かせる、歩くことが楽しくなるモバイルアプリです。アプリを操作しなくても、自分がどこをどのように歩いたかが記録され、日記帳のように毎日残っていきますので、長くお使いいただくことで、残る思い出も増え、お客様とアプリの関係も深まっていきます。
- 日々の生活に密着した「歩く」ことを遊びに変えるコンセプトは世界中の多くのお客様から評価いただけており、このアプリを通して、普段ゲームにご関心がないお客様とも、新しい接点を作っていくことができればと考えています。
- アプリの概要をご紹介します発表映像が公開されておりますので、ぜひご覧ください。

※ Pikmin Bloom 発表映像： <https://www.youtube.com/watch?v=3smLH3M1BJs>

任天堂IPを活用した取り組み〔映像〕



ILLUMINATION



2022
Holiday
劇場公開

- また、「スーパーマリオ」のCGアニメーション映画の制作を、イルミネーション社代表のクリス・メレダンドリ氏と、当社の宮本茂が共同でプロデュースするという制作体制で進めています。
- ゲームとは異なる「映像」という表現においても「スーパーマリオ」の楽しさと魅力をお伝えできるよう、映像のイルミネーション社とゲームの任天堂がチーム一丸となって新しいクリエイティブ制作に励んでいます。
- 公開は、2022年ホリデーシーズンを予定しており、北米では12月21日公開の予定です。世界中の皆さんに、新しい「スーパーマリオ」をお届けできると思います。

Nintendo Account

2億5000万^{以上}

(2021年9月現在)

幅広い層のお客様が保有
164の国と地域で展開



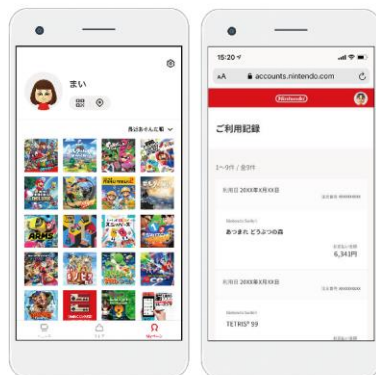
- 「任天堂IPに触れる人口の拡大」において、中心的な役割を担うニンテンドーアカウントの数は、全世界で2億5000万アカウントを超えました。
- ニンテンドーアカウントは、性別や特定の年代に偏らない幅広いお客様に保有いただいております。現在164の国と地域で展開していますが、この中にはゲーム専用機ビジネスを展開していない国と地域も含まれており、将来に向けた重要なビジネス基盤になりつつあります。

Nintendo Accountの取り組み

ゲーム機とスマート
デバイスの連携



お客様の
資産の管理



プレイ履歴

購入履歴

お子様の安全
保護者の安心



- ここからは、ニンテンドーアカウントを介した取り組みについてご紹介します。
- ニンテンドーアカウントを、ゲーム機やウェブサイト、スマートフォンと連携いただくことにより、ゲーム機でのプレイ体験を補完する機能をすでに展開しています。

Nintendo Account の取り組み



- また、アカウントをお持ちであればどなたでもご利用いただける、会員制サービスの「My Nintendo」にも継続して取り組んでいます。
- My Nintendoのポイントプログラムでは、ゲームの購入やサービスの利用状況に応じて、ポイントが貯まります。貯まったポイントは、次回のお買い物でのご使用や、特別なグッズと交換していただくことができます。

※ Nintendo Switch上でアクセスいただける「ニンテンドーeショップ」や当社直営のEコマースサイトである「My Nintendo Store」では、購入のたびにマイニンテンドーゴールドポイントが貯まり、次回のお買い物でご利用いただけます。マイニンテンドーゴールドポイントは、ゲーム機本体とソフトウェアのご購入に対して付与されます。また、プレイ状況などに応じてマイニンテンドープラチナポイントと交換できる特別なグッズも提供しています。

Nintendo Accountの取り組み



- ニンテンドーアカウントを用いた、実店舗やイベント会場でのチェックインの取り組みも、さまざまな場所で行っております。
- 例えば、取り組みで先行する国内では、今年の夏に、国内では全国5か所に出店した「Nintendo TOKYO」のPOP-UPストアや、横浜・八景島シーパラダイスでの『あつまれ どうぶつの森』のコラボレーションイベントで、チェックインサービスを実施しました。
- このような取り組みを通じて、任天堂とお客様との新しい接点を増やし、そこで得られたお客様との関係がアカウントを通じて継続していけるよう努めてまいります。

Nintendo Switch Online

会員数 **3200万** 以上
(2021年9月現在)

A promotional graphic for Nintendo Switch Online. At the top, it says 'もっと楽しく、もっと便利に' (More fun, more convenient) above the 'Nintendo Switch Online' logo. To the right of the logo are four Nintendo characters: Yoshi, Peach, Mario, and Bowser. Below this is a white banner with the text 'ご利用いただける 5つのサービス' (5 services you can use). Underneath the banner are five red boxes, each containing an icon and a service name: 1. Mario and Luigi with a brain icon, labeled 'オンラインプレイ' (Online Play). 2. A Game Boy Advance and a Super Famicom, labeled 'ファミリーコンピュータ&スーパーファミコン Nintendo Switch Online'. 3. A cloud with up and down arrows, labeled 'セーブデータお預かり' (Save Data Backup). 4. Toad with a smartphone, labeled 'スマートフォン向けアプリ' (App for Smartphones). 5. A yellow question mark block, labeled '加入者限定特典' (Exclusive Benefits for Members).

- ニンテンドーアカウントを活用した、Nintendo Switchユーザー向けのサービスである、「Nintendo Switch Online」の有料会員数は、ハードウェアの普及に応じて増加しており、2021年9月現在で3200万アカウント以上になっています。
- 特定タイトルを期間限定で遊んでいただける「いっせいつライアル」の実施や、加入者限定ソフトを追加するなど、提供するサービスが充実してきたことで、加入者にNintendo Switchを継続して遊んでいただく機会を増やすことができました。
- また、先月、新たなコンテンツをプラスした新しい料金プランである「Nintendo Switch Online + 追加パック」をリリースしました。
- 引き続き、サービスの改善・拡充を進めることで、お客様に満足いただけるサービスを追求していきます。

※ Nintendo Switch Onlineの有料会員数は、「追加パック」を含むNintendo Switch Onlineのいずれかの有料プランに加入いただいている会員数（ファミリーメンバー（利用代金の支払いを伴わない会員）を含む）です。

今後の展望

任天堂IPの展開

付加価値のあるサービス

Nintendo Account

ニンテンドーアカウント



ハード・ソフトー体型
Nintendo DS・Wii



ハード・ソフトー体型
Nintendo Switch

ハード・ソフトー体型
次のゲーム機

..... 2004 2006

..... 2017

..... 20XX

- 今後も、任天堂はハード・ソフトー体型のユニークな製品づくりを中核に事業を展開していきます。そのうえで、アカウントを基盤に、当社の事業と調和のとれたサービス開発を進めます。
- Nintendo Switchでは、ニンテンドーアカウントとの連携を導入し、今後のお客様との継続的なつながりを持つための土台をつくりましたが、中期的には、アカウントを通じて、お客様と長きに渡る良好な関係を保ち続けられるようにしていきます。
- ハード・ソフトー体型のビジネスとアカウントを基盤に提供されるサービスやコンテンツが好循環を生み出すことで、より多くのお客様との接点を生み、そして強化し、長期的かつお互いにとって好ましい関係構築を進めていきたいと思っています。

お客様との良好な関係を築き、 未来へとつなぐ

- 親子孫の3世代に渡るお客様のご期待に、
「圧倒的に面白い独自の娯楽体験」でお応えする
- IPの展開や付加価値のあるサービス展開により、
おもてなしを絶やさない
- 安全・安心なブランドを目指し、
商品やサービスの展開、情報発信を行う

- そのためには、今では親からお子さん、さらにお孫さんへと3世代まで広がった世界中のお客様のご期待に、「圧倒的に面白い」独自の娯楽体験でお応えすることが何よりも重要です。また、お客様のご期待にお応えするために、品質へのこだわりも追究していきます。
- そのうえで、IP展開により、ゲーム以外の分野でのお客様との接点を増やし、アカウントを通じた付加価値のあるサービスの展開により、お客様へのおもてなしを絶やすことのないように努めます。
- これらの点を踏まえて、お客様に安全・安心に楽しんでいただくことにも配慮しながら、商品やサービスの展開、情報発信を続けていきたいと考えています。

手元資金の活用について

従来の研究開発投資・設備投資に加えて、強化に取り組む分野

分野		概要	金額規模
ソフトウェア 資産の蓄積	ゲーム	任天堂グループ内部のゲーム ソフトウェア開発体制の拡張・整備	最大 1,000億円
	ゲーム以外の 娯楽	映像などの、ゲームビジネスと 親和性の高いビジネス機会を追求	最大 500億円
	お客様との関係性を維持・拡大 するための基盤		最大 3,000億円

- また、手元資金の新たな活用分野について、この機会にお伝えいたします。
- 当社は「娯楽を通じて人々を笑顔にする会社」として、独創的な娯楽を作り出すことを常に目指してきました。浮き沈みの激しい娯楽ビジネスの中で、常に新しい驚きを届ける製品やサービスを提供するために、これまで現預金を中心とした流動資産を確保することを財務活動の基本方針にしてきました。この基本方針はこれからも変わりませんが、Nintendo Switchビジネスが想定を大きく上回り、ここ数年で現預金が増加したことで、手元資金をどのように効果的に活用していくかを改めて検討する良い機会を得たと考えています。
- 現在の当社を取り巻く経営環境の変化を踏まえて、中長期的な視点で積極的に注力していく分野をご説明します。これらは従来の研究開発投資や設備投資に加えて行うものです。テーマとしては、「ソフトウェア資産の蓄積」と「お客様との関係性を維持・拡大するための基盤づくり」に大別されます。
- ソフトウェア資産のうち、「ゲーム」に関しては、任天堂グループ内部のゲームソフト開発体制の拡張を推進していきます。M&Aの活用は否定しませんが、任天堂のものづくりの文化が十分に伝わるよう、まずは、自社組織の規模を有機的に拡大することに、優先的に取り組みます。
- さらに、ゲームビジネスと親和性の高い領域で、「ゲーム以外の娯楽」のビジネスの機会を追求します。そのために、ゲーム以外の分野でもソフトウェア資産の構築に努めます。「スーパーマリオ」の映画に続く新しい映像コンテンツの開発にも取り組んでいきます。

- もう一つの「お客様との関係性を維持・拡大するための基盤づくり」については、お客様により良い体験やサービスをお届けするため、また新しい付加価値の創造に向けて、その基盤となるニンテンドーアカウントでできることを拡張させる、という視点を中心に注力していきます。これは、単にデジタル化を推進するということではなく、ハード・ソフト一体型のビジネスを基軸としている任天堂だからこそできるサービスの基盤構築を目指します。
- お客様との関係性を維持・拡大するために、すでにお伝えした「My Nintendo」サービスや、「My Nintendo Store」の拡充に取り組んでいるほか、Nintendo Switchの発売後にアジアや南米地域に向けてニンテンドーeショップを新たに開設してきたように、当社のソフトウェアをお届けする手段を増やす取り組みも含まれます。また、「Nintendo TOKYO」に代表される実店舗の国内外での新規展開の検討など、お客様との直接的な接点の強化も行います。
- さらに、ハード・ソフト一体型のビジネスを基軸にして、ソフトウェア資産をお届けするための基盤技術の研究開発や、これを実現するための新しいパートナーシップの構築のためにも手元資金の活用を検討していきます。

株主還元について

基本方針

連結営業利益の33%、または連結配当性向50%のいずれか高い方を年間配当金とする

機動的な株主還元の実施例

2021年2月：

1株当たり200円の配当特別加算を発表

2021年3月期
年間配当実績

一株当たり

総額

通常配当額

2,020円

2,405億円

特別加算額

200円

238億円

総額

2,220円

2,644億円

2021年8月：

180万株/1,000億円を上限とした
自己株式取得を実施

取得した株式の総数

180万株

取得した取得価額の総額

950億円

※取得期間：2021年8月6日～9月14日

- 株主還元については、従来通り、連結営業利益の33%、または連結配当性向50%のいずれか高い方を年間配当金とする方針を維持します。一方、前期および、当期に実施しましたように、財務状態や株価の状況を総合的に判断して、増配や自己株式の取得を機動的に打ち出すことも検討していきます。

任天堂におけるESGへの取り組み

E（環境）

地球環境への配慮



製品における環境配慮
製品の省エネ設計、
グリーン調達、
効率的な輸送の推進、
商品販売後のリサイクル



事業活動における環境配慮
再生可能エネルギーの活用、
環境配慮型オフィス設備導入、
リサイクルの促進



環境マネジメントシステム
ISO14001規格に
基づく活動

S（社会）

関わるすべての人を笑顔にする



娯楽の新たな可能性の追求
『ジャンプロープ チャレンジ』
『Nintendo Labo』



お子様の健全なプレイ環境の確保
ペアレンタルコントロール、
『Nintendo みまもり Switch』



サプライチェーンにおける人権や
労働リスクへの対応
任天堂CSR調達ガイドライン
人権デューデリジェンスの実施
・取引先への書面調査・第三者監査の実施



多様性のある職場の実現
パートナーシップ制度の導入、
女性活躍推進、Employee Resource
Groups (Nintendo of America)

G（ガバナンス）

透明性の高い経営の実現

取締役会の多様性の
確保と実効性の向上
女性取締役や外国人取締役の選任、
1/3以上の社外取締役の選任

指名・報酬の決定プロセスの
客観性・透明性の向上
指名等諮問委員会の設置

公平かつ適時適切な情報開示
決算説明会・経営方針説明会の
開催、英訳版資料の公開

- ・ また、当社は事業活動を通じて、当社らしい取り組みで世界中に住む人々や社会、環境に貢献していく考えです。
- ・ 環境分野に関しては製品の開発・設計段階で省エネやグリーン調達などの考慮を行うだけでなく、事業活動においても環境配慮に取り組んでいます。
- ・ 社会分野に関しては、コロナ禍での取り組みの一環として『ジャンプロープチャレンジ』などのゲームを通して任天堂らしい貢献に努めたほか、安全・安心なゲーム機としてお子様の健全なプレイ環境を確保する「Nintendo みまもり Switch」や、任天堂にかかわるすべての人を笑顔にするためにサプライチェーンでの人権・労働リスク対応も行っています。従業員に向けた取り組みにおいては、パートナーシップ制度の導入や女性活躍推進を通して、多様性のある職場づくりにも努めています。
- ・ ガバナンス分野では、女性取締役や外国人取締役の選任による取締役会の多様性の確保や、指名等諮問委員会の設置により透明性の高い経営を推進するとともに、決算説明会や経営方針説明会の実施、英訳版を含む各種資料の公開などを通じて、公平かつ適時適切な情報開示に努めています。
- ・ なお、当社は昨日開催の取締役会において、東京証券取引所の新市場区分として「プライム市場」を選択することを決議いたしました。今後も株主・投資家の皆様との対話を重視し、ESGの観点からもステークホルダーの理解を得られる企業経営を目指してまいります。



- 私たちは今後も「娯楽を通じて人々を笑顔にする会社」として、世界中の多くのお客様にユニークな娯楽体験を提案し続けます。
- 本日のプレゼンテーションは以上になります。ご視聴いただきましてありがとうございました。

