

日 時：2022年2月3日（木）

出席者：代表取締役社長 古川俊太郎、執行役員 村上元

※ 決算説明会（オンライン）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ひいたします。

Q1	定番タイトルの動向について教えてほしい。前期以上に、定番タイトルのリピート販売が増加しているが、これはどういったお客様の行動によるものなのか。新作タイトルが発売された際に定番タイトルも一緒に買うような方が多いのか。あるいは、Nintendo Switch（有機ELモデル）が発売されて、「有機ELモデル」と一緒に定番タイトルを購入される方が多いのか。
-----------	---

A1	<p>代表取締役社長 古川俊太郎：</p> <p>前期あたりからソフトウェアの販売に占める（前期以前に発売された）定番タイトルの比重が大きくなっています。当期は4～12月の9か月間に主要地域で販売（セルスルー※）された自社ソフトウェアのうち、前期以前に発売されたタイトルの割合は約6割となり、そのうち、10～12月の3か月間だけを抜き出すと新作タイトルが好調であったことで約5割となりました。</p> <p>定番タイトルの販売動向に関しては、新たにNintendo Switchハードウェアを購入されたお客様に、2本目、3本目として定番タイトルを選んでいただくケースが多く見られます。また、Nintendo Switchは間もなく発売6年目を迎ますが、今後のハードウェアの需要は、従来の新規購入の割合が減り、家庭内での複数台需要、もしくはNintendo Switch（有機ELモデル）への買い替え需要が増えていくと考えています。こうした買い増し、買い替え需要では、お客様は既に定番タイトルをお持ちのケースが多いため、今後はハードウェアの新規購入が大きく進んでいかない限り、定番タイトルの比率は下がっていくと想定しています。</p> <p>一方で、新作タイトルに関しては、新しくNintendo Switchをご購入される方と既にハードウェアをお持ちの方の両方のお客様にお買い求めいただけだと考えていますので、さまざまなハードウェアのご提案と同時に、定番タイトルと新作タイトルの両方をしっかりと販売していくことが、今後に向けて重要だと認識しています。</p> <p>（※）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。</p>
-----------	---

Q2	第4四半期（2022年1～3月）の計画について聞きたい。『Pokémon LEGENDS アルセウス』の販売が好調で、また、『星のカービィ ディスカバリー』も3月に発売することを考慮すると、第4四半期の営業利益の予想が控えめに見えるが、どう考えているか。『Pokémon LEGENDS アルセウス』の影響をどの程度予想に織り込んでいるのかについても教えてほしい。
A2	古川：

今回の業績予想については、主に3つの変更点があります。1つはハードウェアの販売数量予想を2400万台から2300万台に引き下げたことです。こちらは主に半導体部品の供給不足の影響で、計画していた数の生産ならびに販売が難しい見通しとなったためです。一方、ソフトウェアの販売計画はこれまでの販売実績を考慮し、2億本から2億2000万本に引き上げました。第4四半期の

	<p>販売計画に関しては、大きな変更はしていません。3つ目に、米ドルの前提為替レートを1ドル105円から110円に変更しました。</p> <p>第4四半期の販売見通しについて、ハードウェアの生産に関しては当期の販売数量予想である2300万台に向けてほぼ問題なく調達できていますが、物流では不透明感が残っており、特に海外向けの物流では継続的に遅延が起きています。このような状況を踏まえますと、ハードウェアの販売台数が予想から大きく上振れるということはあまり考えられない状況です。</p> <p>ソフトウェアについては、第4四半期の計画は大きく見直しておらず、今後の動向次第ではもう少し販売を伸ばせる余地はあると考えています。『Pokémon LEGENDS アルセウス』は先週（1月28日に）発売したばかりですが、非常に良い初動です。Nintendo Switchでの「ポケットモンスター」タイトルを遊ばれていた方はもちろん、「ポケットモンスター」の新たな体験を提供する本作に興味を持たれてご購入いただいた方もいらっしゃるようですので、多くのお客様に手に取っていただきたいと思っています。また、3月には『星のカービィ ディスカバリー』の発売も控えており、こうした自社タイトルの販売を大きく伸ばすことで、計画の達成に向けて進めていきます。</p>
--	---

Q3	Nintendo Switch ハードウェアの生産と販売の状況について聞きたい。第3四半期（10～12月）の出荷数量は多かったと考える一方、米国向けの数量が少し弱かったように感じている。これは物流の遅延があったからなのか。また、来期の部材調達の動向に関して、これまでと何か違った傾向が見られているか。
A3	<p>古川：</p> <p>Nintendo Switch ハードウェアの生産と販売については、上期（4～9月）までは需要を満たせるだけの生産ができ、世界各地でも店頭在庫があるという状況でした。販売が最大化するホリデーシーズンを含む10月以降の地域別の状況については、日本や欧州では、Nintendo Switch（有機ELモデル）は一時品薄が見られたものの、Nintendo Switch ファミリー全体では概ね需給バランスがとれるだけのハードウェアの生産、供給ができたと考えています。一方で、米国においては11月第3週（サンクスギビング）以降は品薄の状況が続き、12月には需要を満たす供給ができず、それが年明けもしばらく続いています。</p> <p>半導体部品等の需給ひっ迫の影響で先行きが不透明であると期初からお伝えしてきましたが、2022年に入ってからも大きな変化が起きる兆しはなく、同様の状況が継続しています。このような状況下においても、昨年のホリデーシーズンに、前年と同水準のハードウェアを販売できたのは、パートナー企業各社様のさまざまご協力があってのことだと考えており、その点については深く感謝申し上げたいと思います。今後に關しましても、少しでも多くのハードウェアを生産し、需要を満たす供給ができるように努めています。</p>

Q4	「年間プレイヤー」数についてもう少し詳しく聞きたい。Wiiを1億台販売した時と比べるとどうか。ソフトウェアの販売動向と関連性は見られるのか。また、「年間プレイヤー」数をどのような経営判断に利用しているのか。プレイヤー数が高水準で維持・拡大している状況においては、次世代機を発売しない方がよいとの判断に繋がる可能性はあるか。
A4	<p>古川：</p> <p>「年間プレイヤー」数は、Nintendo Switch 本体に登録されたニンテンドーアカウントのうち、1年間に一度以上ゲームソフトを起動されたお客様の数です。「年間」という長期的な期間でプレ</p>

	<p>イユーザー数を見る背景には、当社のお客様はさまざまで、ゲームを遊ばれる頻度やソフトウェアの購入本数も多岐にわたることがあり、当社のゲーム機で遊ばれているお客様の状況をこのような指標でお示しすることは、当社のビジネスをご理解いただく上で意味があるという考えがあります。</p> <p>日々の経営判断については、年間のプレイヤー数はもちろんのこと、それ以外にもさまざまな指標をもって、その時々のビジネス上の判断をしています。</p> <p>Wiiとの比較に関しては、WiiとNintendo Switchは大きく異なる特長を持ったゲーム機であり、ソフトウェアの展開や遊ばれ方も異なります。また、(Wiiを発売した2006年)当時とはゲーム業界や当社を取り巻く環境は大きく変わっているため、1億台という累計販売台数は同水準ですが、Wiiとの単純な比較は行っていません。</p> <p>Nintendo Switchで遊ばれるお客様が多いということは、今後、新作タイトルを発売していく際に手に取っていただきやすい環境になっていると考えています。昨年末にかけてNintendo Switchの稼働が過去最高水準まで上昇したこと、非常に勢いのある状態でプラットフォームが発売から6年目を迎えると考えています。</p> <p>今後に向けては、いかに(現在の)1億人近い「年間プレイヤー」数を維持し、拡大していくかが重要で、これは次のハードウェアの展開を考える際にも重要になります。</p>
--	--

Q5	メタバースやNFTなどへの取り組みに関して。既に『あつまれ どうぶつ森』において取り組んでいるという側面があるかもしれないが、今後、ポтенシャルが大きいメタバースについて、現時点でお話できる範囲で教えてほしい。
A5	<p>古川：</p> <p>メタバースは、世界中の多くの企業様が注目されており、大きな可能性を秘めているのではないかと捉えています。また、メタバースがメディア等で紹介される中で、『あつまれ どうぶつの森』のようなソフトウェアが一例として挙げられることがあり、そういった意味では関心を持っています。</p> <p>一方で、具体的にメタバースによってどのような驚きや楽しさをお客様に提供できるのかを現時点で分かりやすく定義するのは、簡単ではありません。当社は娯楽を提案する会社として、新鮮な驚きや楽しみをどのようにお客様に届けるかということを最も重視していますので、多くの方に「任天堂なりのアプローチ」として分かりやすくお伝えできる方法が見つかれば、何か検討できるかもしれません、現時点ではそのような状況ではないと考えています。</p>

Q6	『あつまれ どうぶつの森』の有料追加コンテンツである『あつまれ どうぶつの森 ハッピーホームパラダイス』を購入されたユーザーの割合はどのくらいだったのか。また、販売の動向や手ごたえなどを教えてほしい。
A6	<p>古川：</p> <p>個別ソフトウェアの追加コンテンツの装着率は開示していませんが、第3四半期のデジタル売上高は非常に大きく伸びており、その要因の一つが、『あつまれ どうぶつの森』の追加コンテンツです。この追加コンテンツはNintendo Switch Onlineの追加パックの加入者も遊んでいただくことができ、単品で購入される方と同プランに加入されている方の両方のお客様がいらっしゃいます。その他にも同期間に『大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL ファイターパス Vol. 2』で</p>

	最後のファイターの配信もあり、こうした発売済みソフトウェアの大型追加コンテンツを投入することで、ハードウェアの稼働が高まる効果がありました。年末商戦では新作ソフトやこのような追加コンテンツを投入したこと、ハードウェアの販売が伸び、さらにその他のソフトウェアの販売が伸びたという側面もあると考えています。
--	---

Q7	ハードウェアの製造コストについて聞きたい。足元で半導体不足によってコストが少し上がっていると思うが、それは売上総利益にどれくらいのインパクトを与えてるのか。また今後について、生産台数を確保するためならコストが上がっても生産台数を増やすのか、それともコストもある程度考えながら生産していくのか。
A7	古川： Nintendo Switch ハードウェアは発売してから年月が経っており、これまでコストダウンを進めてきましたが、直近では部材の需給がひっ迫していることもあります。コストは上昇傾向にあります。少しずつですが、それが売上総利益に影響を及ぼしています。当期は年間を通して見るとその影響は軽微ですが、来期も現状のコスト水準が続けばハードウェアの採算性は当期に比べて悪化すると見込んでいます。また、Nintendo Switch（有機ELモデル）はすでにお話ししている通り、従来の Nintendo Switch や Nintendo Switch Lite より利益率が低くなっています。このような状況が劇的に変わらない限り、来期以降、採算は良くならないと考えています。なお、コスト上昇による生産計画への影響はなく、需要を満たすために必要な数を生産していきます。

Q8	ゲーム専用機の開発が中心で、なかなかモバイル・IP 関連のビジネスに開発リソースを割くのが難しいと思うが、例えば任天堂が監修して第三者にゲームアプリを作ってもらうなど、自社のリソースを使わずにこの分野を伸ばしていく考えはないのか。
A8	古川： モバイルビジネスについては現在5タイトルを運営しており、さらに Niantic 様を配信元として、『ピクミン ブルーム』というアプリの配信も行っています。モバイルビジネスを通して、世界中で多くのお客様に継続的に当社の IP に触れていただく一定の効果はあると考えています。また、当社のゲーム専用機をお持ちでないお客様にもたくさんダウンロードしていただいているので、新しいお客様との接点ができるという点でモバイルビジネスは意義があると感じています。 任天堂の IP はゲームから生まれてきたもので、お客様が実際にゲームを遊ばれる中で強い思い入れや愛着を持っていただいているというのが大きな特長です。外見のデザイン等だけではなく、ゲーム体験そのものが IP の価値の源泉になっていますので、そのようなお客様のイメージや愛着を損なうことがないように、IP の個性を尊重した展開を進めるというのが基本方針です。そういった形で何かできれば展開していくが、IP に対するお客様のイメージや愛着を壊さないということを重視して展開しているということを、ご理解いただければと思います。

以上