

2023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
2022年11月9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。社長の古川でございます。

連結業績（実績）

	FY22/Q1-Q2	FY23/Q1-Q2	増減
売上高	6,242 億円	6,569 億円	+5.2 %
営業利益	2,199 億円	2,203 億円	+0.2 %
経常利益	2,362 億円	3,224 億円	+36.5 %
四半期純利益	1,718 億円	2,304 億円	+34.1 %

・ 四半期純利益：親会社株主に帰属する四半期純利益
・ FY=会計年度：FY23/Q1-Q2は22年4月～22年9月の期間を指します。

Nintendo Switch 販売数量 (セリン)	FY22/Q1-Q2	FY23/Q1-Q2	増減
ハードウェア	828 万台	668 万台	-19.2 %
ソフトウェア	9,389 万本	9,541 万本	+1.6 %

- ・ はじめに、昨日発表しました2023年3月期第2四半期累計期間の連結業績を簡単にご説明いたします。
- ・ 当上期においては、主に為替レートが円安に推移したことにより、売上高、営業利益、経常利益、四半期純利益のすべてが前年同期を上回り、増収増益となりました。
- ・ Nintendo Switchの販売につきましては、ハードウェアの販売台数が半導体部品の不足の影響等もあり前年同期と比較して減少しましたが、ソフトウェアは順調に販売を伸ばしました。

FY23 連結業績予想

2022年5月10日公表の業績予想を、2022年11月8日に修正しました。

	期初予想	修正予想	増減
売上高	16,000 億円	16,500 億円	+3.1 %
営業利益	5,000 億円	5,000 億円	- %
経常利益	4,800 億円	5,600 億円	+16.7 %
当期純利益	3,400 億円	4,000 億円	+17.6 %

・ 当期純利益：親会社株主に帰属する当期純利益
・ FY23前提為替レートは、1ドル115円を135円に、1ユーロ125円を1ユーロ135円に変更しました。

Nintendo Switch	期初予想	修正予想	増減
ハードウェア	2,100 万台	1,900 万台	-9.5 %
ソフトウェア	21,000 万本	21,000 万本	-

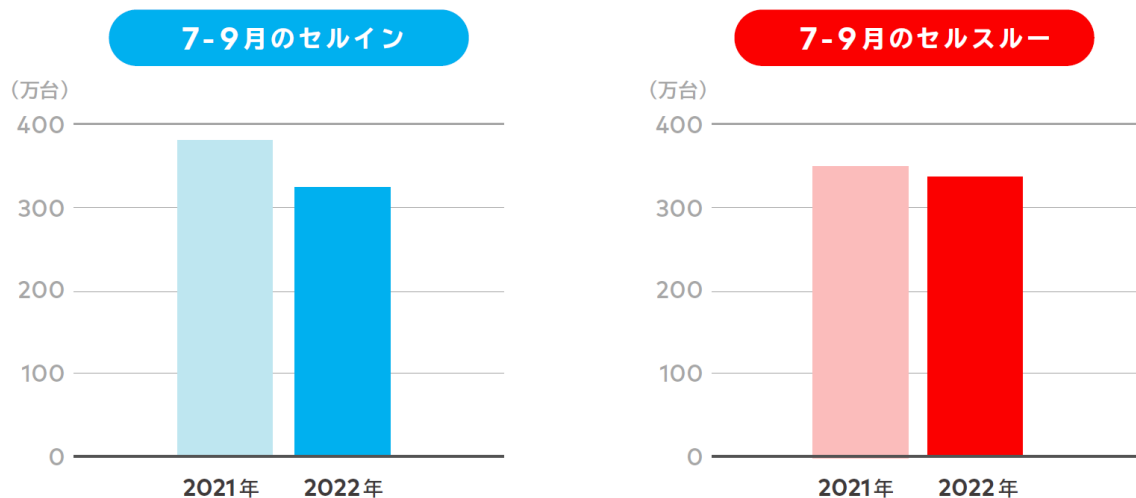
・ FY23修正予想のソフトウェア販売数量は、当第2四半期までの実績部分にはハードウェア等に同梱して販売した数量（約8万本）を含みますが、予想部分にはハードウェア等に同梱する数量は含みません。

- 2023年3月期通期の業績予想につきましては、主にNintendo Switchハードウェアの通期の予想販売数量および為替レートを見直した結果、売上高、経常利益および当期純利益を修正いたしました。
- 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200万台減の1,900万台に修正いたしました。半導体部品等の調達が徐々に改善し、ハードウェアの生産は回復傾向にあります。これまでの生産および出荷の状況を踏まえ、Nintendo Switchハードウェアの年間予想販売数量を見直しました。

※ 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。

第2四半期(7-9月)のNintendo Switchハードウェア販売状況

セルインは前年同期を下回るも、セルスルーは同水準の販売台数を記録



セルスルーはアジア、ラテンアメリカなどを含む当社推計 / グラフは各期間13週分の合計 / Source: Nintendo

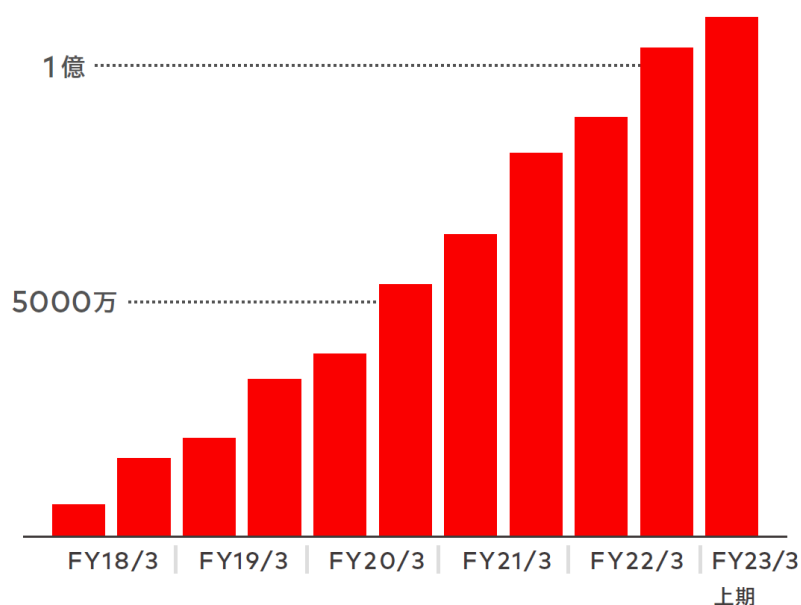
- ここでは、Nintendo Switchファミリー全体の足元の販売状況について補足いたします。左のグラフは7月から9月における当社からの出荷台数であるセルインを表しており、右のグラフはお客様への販売数であるセルスルーを示しています。
- セルインは前年同期で15.0%の減少となった一方で、セルスルーは地域やモデルによって若干差はあるものの、全体では前年同期と同じ水準となっています。『スプラトゥーン3』や定番タイトルによるけん引もあり、ハードウェア全体の需要や販売の勢いは引き続き安定的に推移していると考えています。
- 年末商戦に向けては、ハードウェアの生産の前倒しに努めるとともに適切な輸送手段を選択し、世界中のお客様に一台でも多くお届けできるように取り組んでいきます。

※ 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。
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

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

Nintendo Switchの販売台数は6年目においても伸長



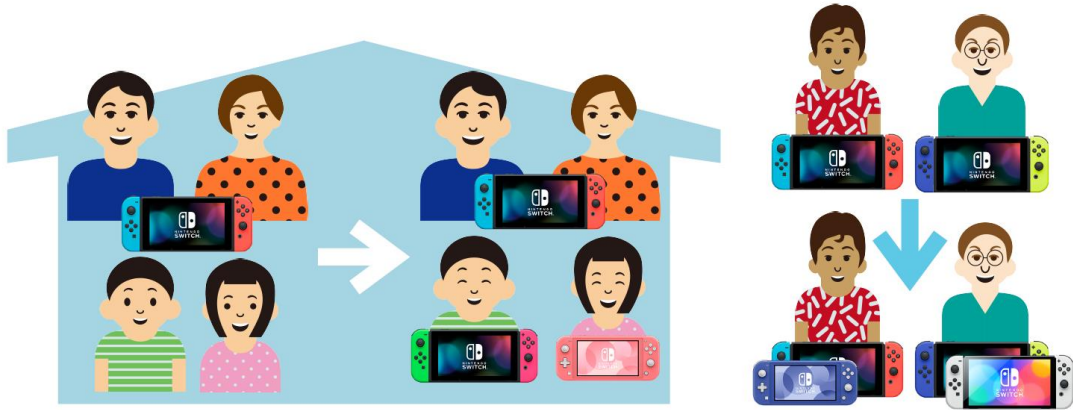
シリーズ累計セルスルー

1億台以上

アジア、ラテンアメリカなどを含む当社推計 / Source: Nintendo

- 2017年3月にNintendo Switchを発売し、今年で6年目に入りました。Nintendo Switchファミリーの累計セルスルーは2022年9月末現在で1億台を超えており、足元でも順調に販売を伸ばしています。

Nintendo Switchの需要の多様化



- 新規購入、追加購入、買い替えと購入ケースが多様化
- 当期に2台目以降として新規購入された本体は全体の3割程度
- 「一家に一台」から「一家に複数台」さらに「一人一台」へ

- 多くのお客様にNintendo Switchを手にとっていただく中で、ハードウェアの需要も多様化しています。さまざまなライフスタイルに合わせて楽しんでいただけるよう、3つのハードウェアのモデルをご提供していますが、新規購入だけでなく、追加購入やNintendo Switch（有機ELモデル）への買い替えをされるお客様も増えてきました。その結果、当期に販売したNintendo Switchのうち、2台目以降として購入いただいたハードウェアは全体の約3割となっています。
- これからもNintendo Switchの魅力をお伝えし続けることで、「一家に一台」から「一家に複数台」、さらには「一人に一台」の普及を目指していきたいと考えています。

※ すでに1台以上のNintendo Switchハードウェアに紐付けられているニンテンドーアカウントが別の本体に登録された場合に、2台目以降として購入された本体としてカウントしています。

特別版ハードウェアのご提案



Nintendo Switch 有機ELモデル
スプラトゥーン3 エディション



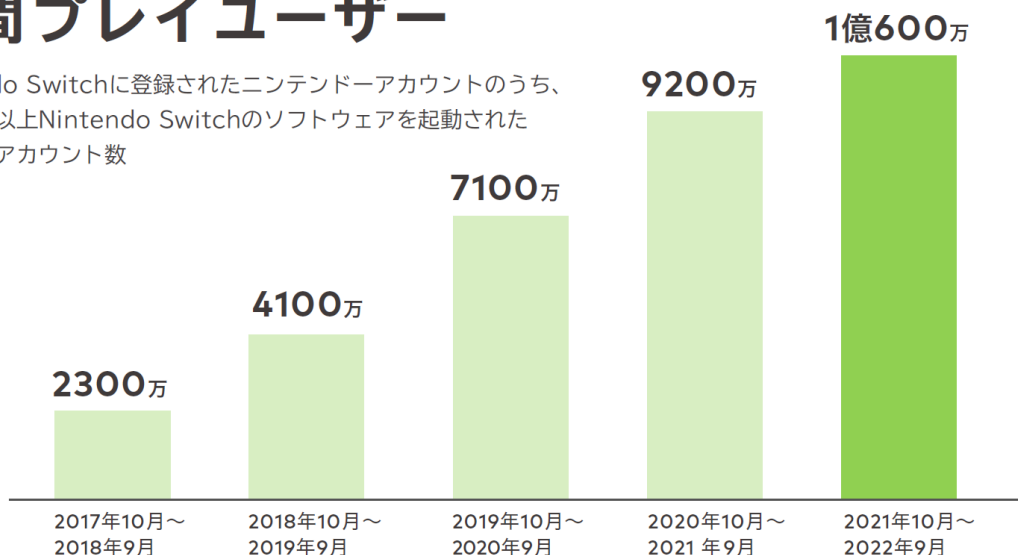
Nintendo Switch 有機ELモデル
スカーレット・バイオレット エディション

- ご覧の商品は当期に発売した特別仕様のNintendo Switch（有機ELモデル）で、それぞれ『スプラトゥーン3』と『ポケットモンスター スカーレット・バイオレット』に先立って販売を開始しました。このような特別仕様のハードウェアをご提案することで、買い増しや買い替えを検討されているお客様にとっての選択肢の一つになればと考えています。

Nintendo Switchの稼働状況

年間プレイユーザー

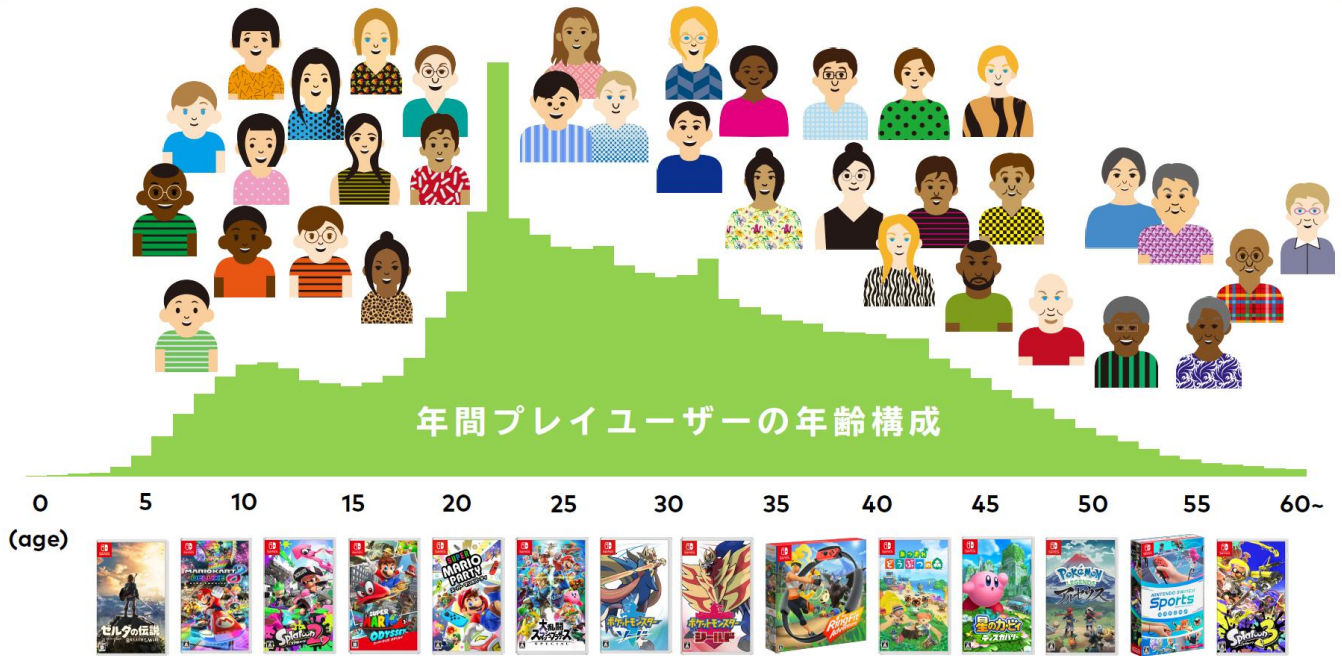
Nintendo Switchに登録されたニンテンドーアカウントのうち、年に一度以上Nintendo Switchのソフトウェアを起動されたお客様のアカウント数



- ご覧のグラフは「年間プレイユーザー」数の推移です。「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、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。1台の本体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「年間プレイユーザー」の最大値となるわけではない点にはご注意ください。
- 直近の1年間で1億以上のお客様にソフトウェアをプレイしていただいております、依然、下落の傾向はみられていません。

※ 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、当社への統計情報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。

Nintendo Switchのお客様

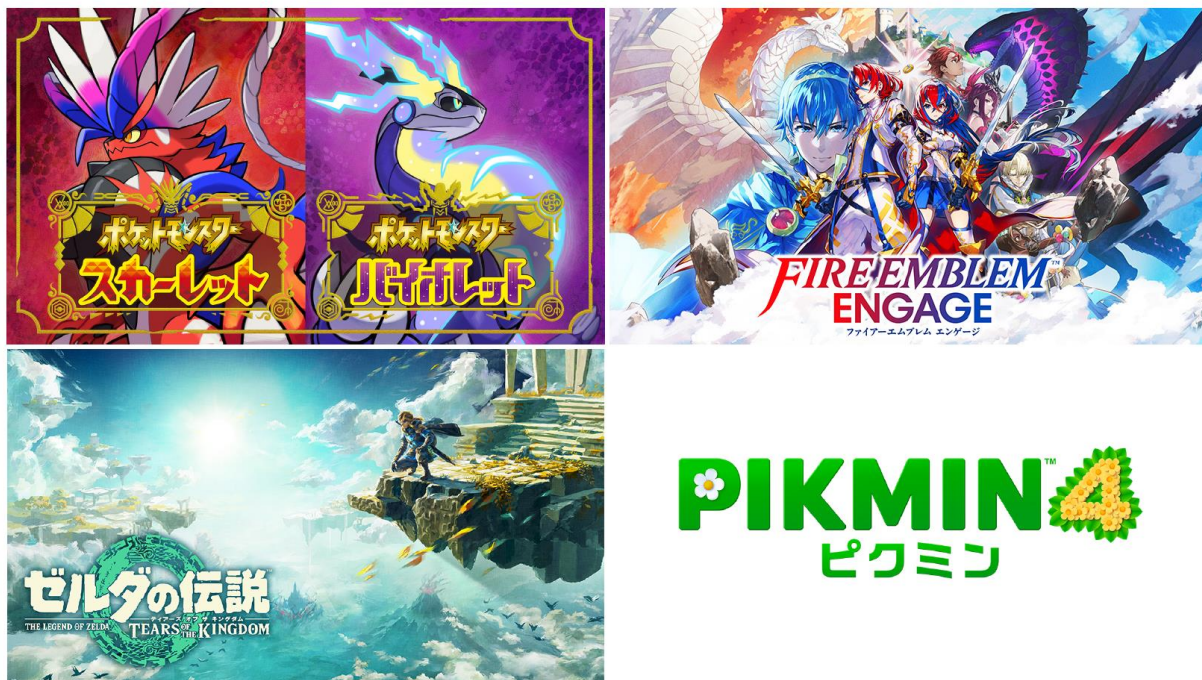


- こちらは「年間プレイユーザー」を構成するお客様の年齢のグラフです。お子さんからご高齢の方まで、幅広い年齢のお客様にNintendo Switchで遊んでいただいていることが分かります。
- なお、この1年間で「年間プレイユーザー」数が増加しましたが、いずれの年齢においてもお客様の数が増加しています。

**継続的に新規タイトルを投入していることと、
ソフトウェアを長く遊んでいただけるための
取り組みを続けてきたことなどにより、
多くのお客様に遊び続けていただいています**

- このようにNintendo Switchが高い稼働を維持し、たくさんのお客様に遊んでいただいている背景には、発売6年目となった今も、継続的に新作タイトルを投入していることや、発売済みのソフトウェアを長く遊んでいただくための取り組みを続けてきたことなどがあると考えています。

継続的な新作タイトルの投入



- Nintendo Switchでは、以前は据置機・携帯機ごとに分かれていたプラットフォームを一本化しました。これにより、ソフトウェアの開発環境・開発体制が統合され、以前よりも継続的に新作タイトルを投入できる環境が整いました。
- ご覧いただいているのは、今後に発売を予定している自社タイトルの一部です。11月発売予定の『ポケットモンスター スカーレット・バイオレット』をはじめ、さまざまなタイトルの発売を予定しています。
- また、継続的に新作タイトルを投入してきたことで、定番タイトルも充実しています。さらに、ソフトメーカー様からご提供いただいているタイトルの数も、当社の家庭用ゲーム機史上最高水準となっており、こうした豊富なラインアップも、お客様にNintendo Switchを遊んでいただくきっかけとなっています。

タイトルの特性に合わせた追加コンテンツ



- ご覧の追加コンテンツはこれまでに配信したものの一部です。タイトルの特性に合わせた追加コンテンツの展開は、ソフトウェアを継続して遊んでいたことや、一度プレイから離れられたお客様に再び関心を持っていただくことにも繋がっています。
- 今年の3月には、『マリオカート 8 デラックス』向けに、『コース追加パス』を配信開始し、2023年末までに合計48の追加コースをご提供する予定です。この追加コンテンツの配信開始後には、本タイトルを遊ばれている方が増加したことがわかっています。

Nintendo Switch Online

会員数 **3600万**以上
(2022年9月末時点)

もっと楽しく、もっと便利に
ONLINE
Nintendo Switch Online



ご利用いただける **5つのサービス**

 オンラインプレイ	 ファミリーコンピュータ& スーパーファミコン Nintendo Switch Online	 セーブデータ お預かり	 スマートフォン向け アプリ	 加入者限定特典
---	--	---	--	--

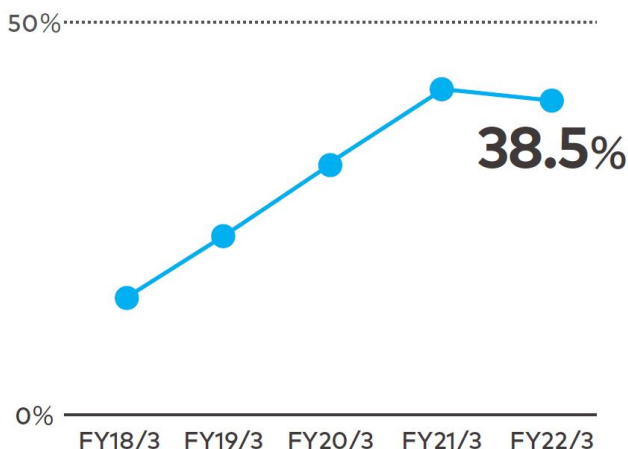
- Nintendo Switchがもっと楽しく、もっと便利になる「Nintendo Switch Online」の有料会員数は、2022年9月末現在で3600万アカウント以上になりました。
- Nintendo Switchを遊んでいただいているお客様の増加や、オンラインプレイ対応タイトルの発売に伴って会員数が増加しており、オンラインプレイ環境の提供だけでなく、クラシックタイトルの継続的な追加や、他のサービスの拡充などを通して、お客様にNintendo Switchを長く遊び続けていただくきっかけを作れていると考えています。
- また、「Nintendo Switch Online + 追加パック」加入者向けには、NINTENDO 64タイトルを継続して追加しているほか、一部の有料追加コンテンツを追加料金なしで遊んでいただくことも可能です。

※ 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（利用代金の支払いを伴わない会員である、ファミリーメンバーを含む）です。

ソフトウェアを手にとっていただく機会の最大化



Nintendo Switchタイトル ダウンロード版の販売本数比率

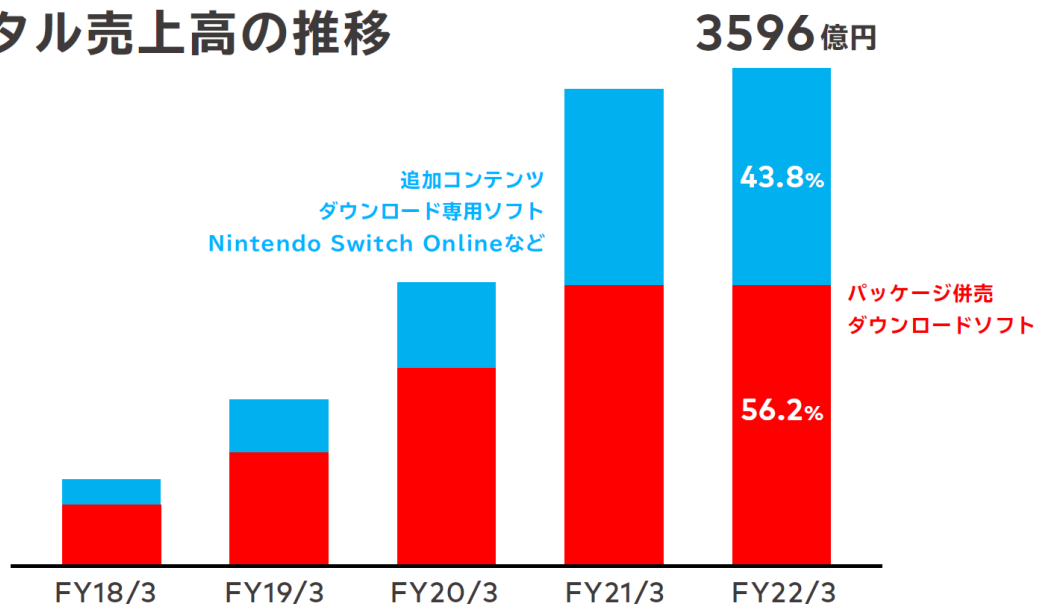


- ・ 継続してNintendo Switchを遊んでいただく取り組みと並行して、お客様にソフトウェアを手にとっていただく機会の最大化にも努めてきました。
- ・ Nintendo Switchのダウンロードソフトは、インターネットに接続されたゲーム機本体からはもちろん、スマートデバイスやPCを利用して購入いただくこともできます。
- ・ このような形で、お客様の購入方法の選択肢を増やしてきた結果、2022年3月期に販売した全ソフトウェアの38.5%がダウンロード版でした。これは、『あつまれ どうぶつの森』の貢献が大きくみられた2021年3月期と同等の水準です。
- ・ ただ、改めて申し上げておきたいのは、ソフトウェアの販売については、ダウンロード版の販売比率を上げることだけが目標ではなく、パッケージ版と合わせた販売本数の最大化を目指しているということです。よって、ダウンロード版の販売については、今後もお客様のご希望に合わせる形で、自然体で伸ばしていきたいと考えています。

※ 全世界におけるパッケージ併売ダウンロードソフトのセルイン（任天堂グループから外部への販売数）をベースに集計 / ソフトメーカータイトルや本体同梱ソフト含む / Source: Nintendo

デジタル売上高の成長

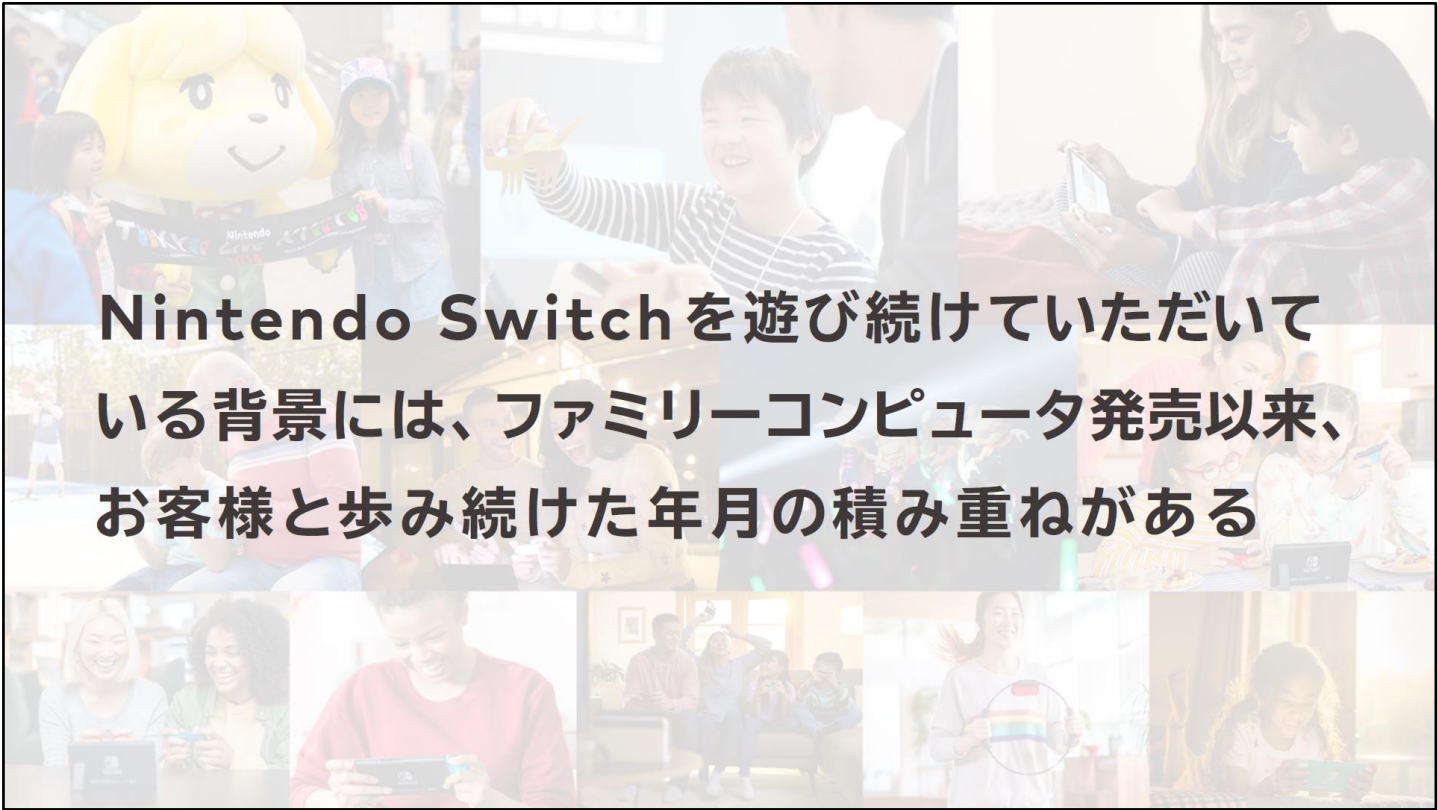
デジタル売上高の推移



- ソフトウェアを長く遊んでいただくための取り組みや、多くのお客様にソフトウェアを手にとっていただくための取り組みは、デジタル売上高の増加という形で、業績への貢献もみられています。
- 2022年3月期のデジタル売上高は、2018年3月期と比較して、約6倍の3596億円の成長しました。赤色で示したパッケージ併売ダウンロードソフトが全体の56.2%を占めています。また、青色で示したその他の売上高のうち、約半分をNintendo Switch Onlineが占めています。



- ここまで、発売から6年目においても、幅広いお客様にNintendo Switchを遊び続けていただいていることをご説明いたしました。



Nintendo Switchを遊び続けていただいている背景には、ファミリーコンピュータ発売以来、お客様と歩み続けた年月の積み重ねがある

- ただ、より長期的な観点でみると、この背景には、ファミリーコンピュータ発売以来、お客様と歩み続けた40年近くにわたる年月の積み重ねがあると考えています。

ゲーム由来の任天堂IP



- ご覧いただいているのは、ゲーム専用機の歴史の中で誕生した当社キャラクターの一部です。すべての任天堂IPに共通するのは、「ゲームに由来するIPである」という点です。
- これらのキャラクターを、コントローラーを使って操作するという、ゲームならではの双方向のコミュニケーションを経ることで、思い入れや愛着を持っていただくことができたと考えています。そして、これらのIPはお客様に支えていただいて、特別なものへと成長してきました。

IPの個性を活かしたソフト開発と展開



- 当社は、こうしたIPそれぞれの個性を活かす形で、タイトル一つひとつを丁寧につくりあげてきました。このソフトウェアづくりに対する姿勢は、ファミリーコンピュータ向けソフトウェアをつくっているときから、何ら変わりません。
- そして、新作の発売ごとに、ファンの方に手に取っていただくための取り組みはもちろんのこと、これまでシリーズをプレイされたことのないお客様に向けて、ゲーム内外でそのゲームのキャラクターや世界を知っていただく取り組みを広く行ってきました。
- こうした展開をIPの個性に合わせた形で行い、より多くのお客様に当社のゲームソフトウェアを遊んでいただけるように努めてきました。

長い年月を経てお客様に育んでいただいたIP

- 6歳で『スーパーマリオブラザーズ』を遊んだ少女は、
今では42歳になって小学生のお子さんと
『スプラトゥーン3』でチームを組んでいたり・・・
- 16歳で『ゼルダの伝説』を遊んだ少年は、
今では50歳になって高校生のお子さんと一緒に
『大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL』で対戦をしていたり・・・
- 24歳で『ドンキーコング』を遊んだ青年は、
今では60歳になってお孫さんと一緒に
『Nintendo Switch Sports』でチャンバラをしたり・・・

- そして、数十年前に初めて当社のゲームを遊ばれたお客様が、今では、親として、祖父母として、お子さんやお孫さんとご一緒に遊んでくださるようになったことは、当社にとって何物にも代えがたい財産になっています。

任天堂 IP

**“任天堂のIP”は、
“お客様に育ていただいたIP”
であること**

- このように「任天堂のIP」は、長年お客様に遊び続けていただいた中で、お客様のさまざまな思い出とともに成長してきました。それを踏まえると、「任天堂のIP」は、「お客様に育ていただいたIP」でもあると心得ています。



- 現在、多くのお客様にプレイしていただけているタイトルのひとつに、9月に発売した『スプラトゥーン3』があります。



初動セルスルー

670万本

- ・ お子さんから親世代まで幅広いご支持
- ・ ファンから新規のお客様へ広がる

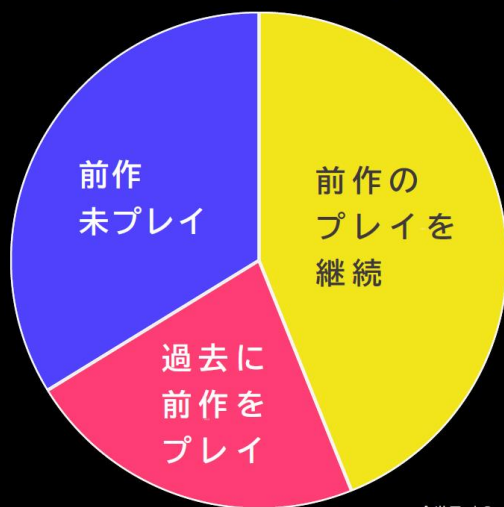
アジア、ラテンアメリカなどを含む当社推計 / Source: Nintendo

- ・ 「スプラトゥーン」は、2015年にWii U向けタイトルとして誕生した比較的新しいIPですが、2017年発売の2作目『スプラトゥーン2』で累計販売本数が1000万本を超えるタイトルに成長しました。そして、今年の9月に発売した『スプラトゥーン3』の発売後4週間での販売本数は670万本となりました。

新しいお客様をお迎えしている 『スプラトゥーン3』



『スプラトゥーン3前夜祭』を
ダウンロードされたお客様の内訳



全世界 / Source: Nintendo

- 発売直前に『スプラトゥーン3』の対戦モードを無料で体験いただけるオンラインイベント「前夜祭」を開催しました。以前より同様のイベントを開催してきましたが、今回、過去最高の盛り上がりを見せました。イベントにご参加いただいたお客様の約半数が、前作から一度離れられたお客様やプレイ経験がない方で占められていました。

お客様と一緒に成長し続けている 「スプラトゥーン」IP



- 「スプラトゥーン」は、プレイしてくださるお客様の声に、第一作目から耳を傾け続け、発売後もさまざまな取り組みを継続的に行ってきたことで、お客様と一体となって成長してきました。

お客様と一緒に成長し続けている 「スプラトゥーン」IP



- おかげ様で『スプラトゥーン3』の新しい要素に対してお客様からご支持をいただき、飛躍的な販売本数となりました。これは何よりもお客様の支えあつてのことだと考えています。



- ここまで「スプラトゥーン」を一例にご説明いたしましたが、当社のIPはお客様の長年のご支持によって、成長し続けることができます。この場を借りて、改めて感謝を申し上げます。

着実に進む任天堂IPに 触れる接点の拡大

- さて、ここからは当社の基本戦略である「任天堂IPに触れる人口の拡大」についてお話ししていきます。
- お客様に育まれ、独自の成長を遂げてきた任天堂IPを、当社の強みと捉え、当社にとってこれまでになかった分野におけるIPの積極活用を着実に進めています。

任天堂IPに触れる人口の拡大



- 幅広い分野において任天堂IPを展開することで、ゲーム以外の分野で任天堂IPに初めて触れていただくお客様や、当社のゲームと距離を置かれていたお客様との接点を継続的につくっています。

任天堂IPに触れる人口の拡大



- そして、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・ソフトー体型の遊び」を中核としたさまざまなお客様の体験が、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ます。また、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・ソフトー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いたします。

任天堂IPを活用した取り組み〔テーマパーク〕ー



- まず、テーマパークでの取り組みについてお話しいたします。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』がオープンしてから、約1年半が経過しました。
- パーク内では、マリオカートやヨッシーのライドだけでなく、マリオたちキャラクターとの写真撮影や、「スーパーマリオ」の世界をモチーフにしたレストランでの飲食、バラエティ豊かなグッズの購入などを楽しんでいただけます。テーマパークならではの体験を通じて、ゲーム経験の有無を問わず、幅広いお客様に任天堂IPに触れていただける機会が作られています。

※ 新型コロナウイルス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〕



- 2023年初旬には、米国のユニバーサル・スタジオ・ハリウッドにも『スーパー・ニンテンドー・ワールド』がオープンします。
- 将来的には、米国のオーランドやシンガポールにも『スーパー・ニンテンドー・ワールド』のオープンを予定しています。
- また、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンには2024年を目標に、「ドンキーコング」をテーマにしたエリアが拡張される予定です。

任天堂IPを活用した取り組み【モバイルアプリ】

164の国と地域で展開*

ダウンロード数

8億**以上



2022年10月末時点

* 全アプリの展開国数の合計

** これまでに配信した当社を配信元とする
各アプリのユニークユーザー数の合計

- 次に、モバイルビジネスについてお話いたします。2022年10月末時点で、これまでに配信したアプリごとのユニークなダウンロード数の合計が8億を超えました。
- 8億という数字は、当社が1983年に「ファミリーコンピュータ」を発売して以降、これまでに発売した全てのハードウェアの累計販売台数に匹敵します。モバイルビジネスでは、2016年に最初のアプリを配信してからわずか6年半で、同じだけの数に到達したことになります。
- これはモバイルアプリが、多くの人にとって身近であるスマートデバイスを介して、最大164の国と地域でサービスを行っていることが大きな理由です。
- このように、ゲーム専用機ビジネスでは届かない国と地域の方に対しても、任天堂IPに触れる機会をご提供できており、当社のIPに注目いただくきっかけや、将来的にゲーム専用機を購入いただくきっかけが作れていると考えています。

※ 『Pikmin Bloom（ピクミン ブルーム）』（下段右）はNiantic, Inc.様から配信されているアプリです。

任天堂IPを活用した取り組み〔amiibo〕



フィギュア型

amiibo の累計出荷数：**7700**万体制上
アミーボ

(2022年9月末現在)

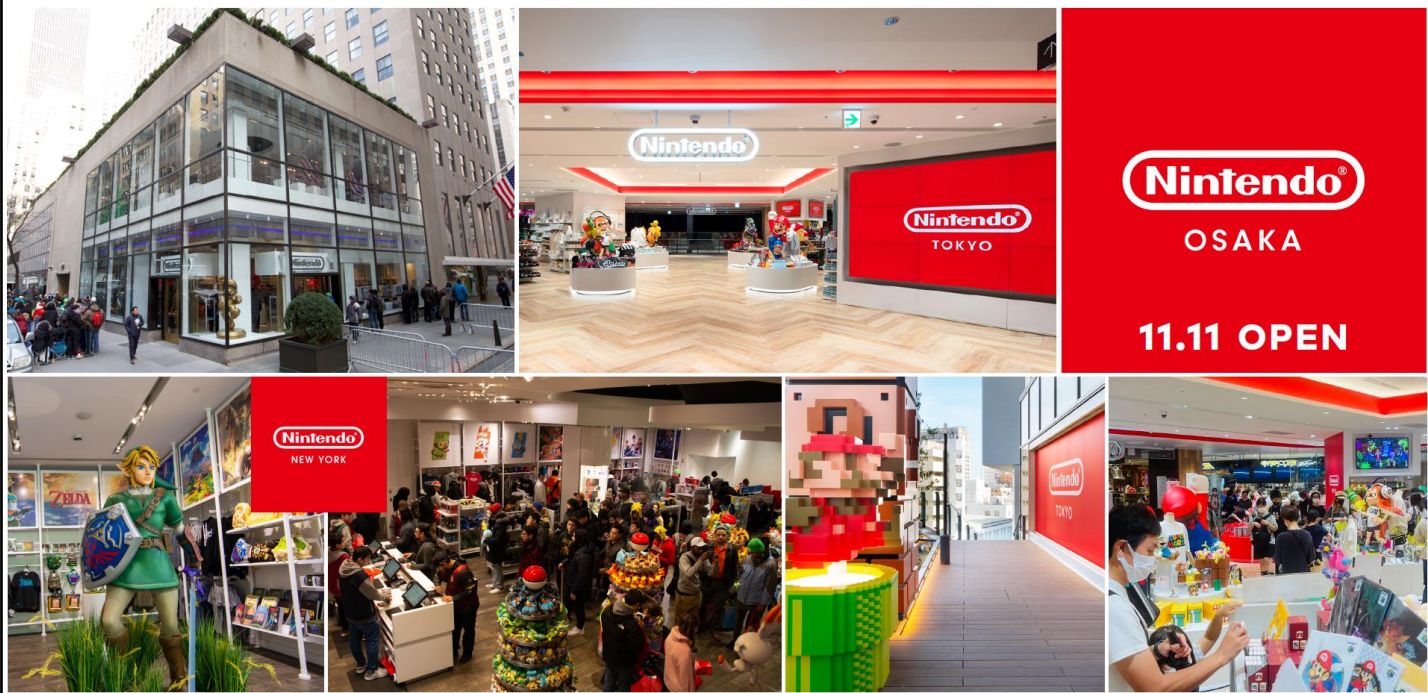
- 続いて、2014年から展開しているamiiboについてお伝えいたします。
- amiiboとは、当社のゲーム機にタッチして連動させると、キャラクターとしてゲームに登場したり、特別なアイテムがもらえたりする、ゲームの中でさまざまな遊びへとつながる商品です。
- 毎年新商品の展開を続けており、フィギュア型amiiboの全世界合計での累計出荷数は、7700万を超えました。

任天堂IPを活用した取り組み【マーチャンダイズ】



- 自社での施策に加えて、他社様とのコラボレーションにも取り組んでいます。
- LEGO様との取り組みである「レゴ スーパーマリオ」シリーズは、ビデオゲームでマリオの世界に触れた経験のないお子さんも含め、マリオのキャラクターやユニークな遊びの世界に触れていただくきっかけを作っています。
- 2020年に立ち上がった同シリーズは、昨年は「レゴ ルイージ」が、また今年は「レゴ ピーチ」が新登場するなど、商品ラインアップが拡大しています。

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として「Nintendo NEW YORK」と「Nintendo TOKYO」を展開しており、11月11日には大丸梅田店に「Nintendo OSAKA」を新しくオープンします。今後も、国内外での新規出店を検討していきます。
- 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、当社関連商品の販売だけでなく、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、お客様との接点をさらに増やせるように取り組んでいます。

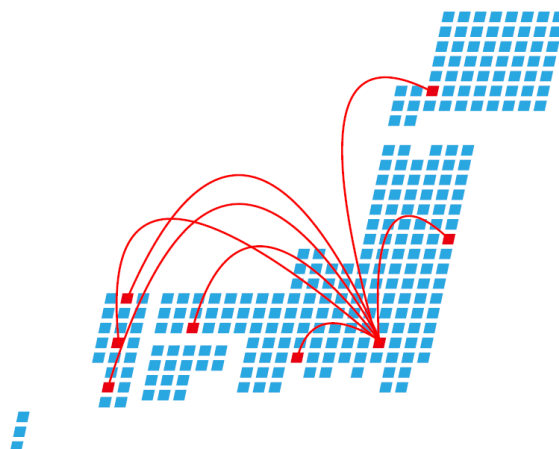
任天堂IPを活用した取り組み〔体験型施設・店舗〕



ポップアップの取り組み

2021年：名古屋、福岡、仙台、広島、札幌で開催

2022年：福岡、熊本、鹿児島で開催



- 多くの方にオフィシャルショップを楽しんでいただくために、日本国内では、常設の店舗だけでなくポップアップストアも展開しています。

任天堂IPを活用した取り組み〔体験型施設・店舗〕



- ポップアップストアは、多くのお客様に足を運んでいただいたおかげで、ご覧のような賑わいとなりました。
- なお、各店舗やポップアップストアでは、ニンテンドーアカウントを利用してチェックインをすると、特典が獲得できる取り組みも行っています。

任天堂IPを活用した取り組み【My Nintendo Store】



- 実店舗に加えて、当社グループ直営Eコマースサイトの運営も行っています。これまでも日米欧豪それぞれに直営Eコマースサイトが存在していましたが、国内で先行していた「My Nintendo Store」にブランドを統一しました。
- 「My Nintendo Store」は、ニンテンドーアカウントをお持ちの方が利用でき、ここでしか手に入らない商品も含め、任天堂関連のさまざまな商品を購入いただけます。
- これからも、当社グループ直営だからこそ実現できるお客様との関係構築に努めてまいります。



任天堂IPを活用した取り組み 〔映像〕

Nintendo + ILLUMINATION
**THE SUPER
MARIO
BROS.
MOVIE**

2023.4.28 公開予定

- ・ 映像展開については、イルミネーション様と共同で制作しているスーパーマリオのアニメ映画『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』が北米で2023年4月7日、日本では4月28日に公開予定です。本映画の配給はユニバーサルピクチャーズ様が行います。
- ・ 10月に初めてのトレーラー映像を公開し、多くの方に話題にさせていただけました。本映画は、世界中の「スーパーマリオ」のファンの皆様はもちろんのこと、マリオのゲームに触れたことのない方にも楽しんでいただけるのではないかと、手ごたえを感じています。
- ・ また、本作は単なるライセンスに留まることなく、当社が制作に深く関わる形で、主体的に投資と企画開発を行っています。
- ・ ゲーム専用機ビジネスとは異なる経路で認知を広げられる映像コンテンツをきっかけに、任天堂IPを知っていただく機会を幅広くつくり出していきます。

※ 『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』トレーラー映像：
<https://www.youtube.com/watch?v=nEvn1j0iMeI>

Nintendo Live 2022

- 先月10月8日、9日には当社主催のイベントとして、3年ぶりに「Nintendo Live 2022」を東京ビッグサイトで実施しました。
- このイベントはニンテンドーアカウントを保有されているお客さまを対象に、事前応募にて当選された1万人の方にご参加いただきました。



- ・会場では『大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL』、『Nintendo Switch Sports』などのタイトルの対戦イベントや、『スプラトゥーン3』、『あつまれ どうぶつの森』のゲーム音楽のライブイベントなどを開催しました。
- ・さまざまな世代のお客さまにご来場いただき、笑顔があふれるとても任天堂らしいイベントになったと考えています。

※ 「Nintendo Live 2022」ダイジェスト映像：
https://www.youtube.com/watch?v=RmEs_QmZbSY
 動画は期間限定公開です。

任天堂IPに触れる人口の拡大



- ここまでは、各施策の取り組みについてお話ししてきました。
- ここからは、この基本戦略において中心的な役割を担うニンテンドーアカウントについてご説明いたします。

ニンテンドーアカウント

お客様との長きに渡る関係を
保ち続けるために



購買履歴



セーブデータ



フレンド



体験履歴

- さまざまなIP活用の取り組みの結果として、ゲームに触れていただいたお客様とは、ニンテンドーアカウントを介して長きにわたる良好な関係を保ち続けられるようにします。
- ニンテンドーアカウントには、購入いただいたソフトウェアの履歴や、セーブデータ、フレンド、体験履歴といったお客様の大切な資産がたまっていきます。

ニンテンドーアカウント

2億9000万^{以上}

(2022年9月末現在)

幅広い層のお客様が保有
164の国と地域で展開



- ニンテンドーアカウントの数は、全世界で2億9000万を超え、着実に規模を拡大しています。
- 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、将来に向けた重要なビジネス基盤になりつつあります。
- 今後もハード・ソフト一体型のユニークな製品づくりを中核に、アカウントを基盤として当社の事業と調和のとれたサービスの開発を進めていきます。

お客様との関係を維持・拡大するための基盤づくり

- **ニンテンドーアカウントを中心としたお客様との関係性の維持・拡大**
- **7年以上におよぶディー・エヌ・エー社との協業**
- **任天堂のビジネスのデジタル化を強化**
- **両社のリソースを合流し合併会社を設立**

- ここで、昨年の経営方針説明会でご説明した「お客様との関係を維持・拡大するための基盤づくり」に関する取り組みについてお話いたします。
- 当社はハード・ソフト一体型のビジネスを基軸としながらも、お客様により良い体験とサービスをゲーム専用機以外においても体系的にご提供するために、ニンテンドーアカウントを中心とした、お客様との関係性の維持・拡大に取り組んでいます。
- この分野においては、2015年に発表したディー・エヌ・エー様との業務資本提携を皮切りに、7年以上にもおよぶ両社のノウハウの蓄積と、ニンテンドーアカウントを基盤とした様々なサービス開発を行ってきました。
- 今回、その基盤を土台に、任天堂のビジネスのデジタル化を強化し、両社の持ち得るリソースを合流して合併会社とすることで、お客様との関係性をより一層深めるための研究開発と付加価値創造を目指します。

合併会社の設立

商号 ニンテンドーシステムズ株式会社

目的 任天堂のビジネスのデジタル化を強化するため

資本金 50億円

設立年月日 2023年4月3日（予定）

出資比率 当社80%、ディー・エヌ・エー社20%

- 昨日の発表のとおり、合併会社「ニンテンドーシステムズ株式会社」は、当社が80%、ディー・エヌ・エー様が20%を出資し、資本金の規模は50億円となります。
- 「ニンテンドーシステムズ株式会社」の詳細は、追って公式ホームページ等でご紹介の機会を作りたいと考えていますが、設立は来年4月3日を予定しています。

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	主な事例
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	・開発拠点の拡大 ・開発会社の子会社化
	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	・映像コンテンツの制作 ・映像制作会社の子会社化
お客様との関係性を 維持・拡大するための基盤	ニンテンドーアカウントを 中心としたお客様との接点の 強化・拡大、インフラ整備や パートナーシップ構築の推進	最大 3,000億円	・ディー・エヌ・エー社との 合併会社の設立 ・Eコマースサイトのブランド統一 ・Nintendo Switch Online サービスの拡充 ・アジア・南米地域でのニンテンドー eショップの開設 ・直営店舗の拡大

- ・ なお、この取り組みは、昨年お伝えした手元資金の活用の一環となりますので、ここで手元資金活用について、簡単に振り返ります。
- ・ 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ために、現預金を中心とした流動資産を確保する財務活動の基本方針に変わりはありません。一方で、従来の研究開発投資・設備投資に加えて、「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」を目的とした手元資金の活用を行っています。
- ・ ソフトウェア資産については、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を推進する「ゲーム」分野での取り組みと並行して、ゲームビジネスと親和性の高い領域で、映像コンテンツなどに代表される「ゲーム以外の娯楽」のビジネスの機会も追求します。
- ・ 「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、先ほどお伝えしました通りニンテンドーアカウントを中心として行っていくものですが、単にデジタル化を推進するだけでなく、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。

手元資金の活用について

手元資金活用の実施例



本社隣接土地の取得、
および本社第二開発棟（仮称）の建設



SRD社の完全子会社化



ニンテンドーピクチャーズの設立

- 手元資金の活用について、今年実施した具体的な取り組みを一部ご紹介いたします。
- 4月には、本社棟および本社開発棟の両敷地に隣接する市有地を取得し、その土地に本社第二開発棟（仮称）を建設することを発表しました。この第二開発棟は、研究開発の強化を行う上で、重要な役割を担うと認識しています。
- また、同じく4月に、約40年間にわたって当社のゲームソフトウェアへの開発協力実績があるSRD社を完全子会社化しました。同社を子会社化することは、任天堂らしいソフトウェアの提案に必要な開発体制の安定化につながると考えています。
- 10月には、映像コンテンツの企画・制作に長けた「株式会社ダイナモピクチャーズ」を完全子会社化し、「ニンテンドーピクチャーズ株式会社」に商号変更しました。同社は、任天堂IPを用いた映像制作を継続的に行っていきます。
- なお、さらなるM&Aの活用も否定しませんが、任天堂のものづくりの文化が十分に伝わるよう、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んでいきます。

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



製品に関する環境配慮
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普及、
環境配慮型オフィス設備の導入、
廃棄物排出量の削減とリサイクル
の促進

情報開示の充実

Scope1～Scope3の
Co2排出量の算定と開示

S（社会）

関わるすべての人を笑顔にする



製品品質と安全の追求
開発からアフターサービスに至るあらゆる
段階での安全確保、安全情報や不具合
などの周知



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』



サプライチェーン全体で進める
CSR調達活動
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
女性活躍推進、
パートナーシップ制度、
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
役員報酬の見直し（譲渡制限
付株式報酬制度の導入）

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「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」ことを目標に、当社らしいESGの取り組みを通じて、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、エネルギー効率や資源効率に配慮した製品設計だけでなく、その後の生産、輸送、販売、アフターサービスの各段階においても、省資源・CO2排出量削減などの環境配慮に取り組んでいます。加えて、再生可能エネルギーの普及や、資源の有効活用などの取り組みも推進しています。
- 社会分野に関しては、製品の安全設計に加え、お客様により安全にご使用いただくための情報周知にも努めています。また、お子様の健全なプレイ環境を確保する「Nintendo みまもり Switch」や、サプライチェーン全体でCSR調達活動を推進しています。社員に向けた取り組みにおいては、人事制度の充実や利用促進などに努め、より多様な人材が活躍できる環境づくりに取り組んでいます。
- 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、株主の皆様とのより一層の価値共有を目的とした株式報酬制度の導入とともに、公平かつ適時適切な情報開示にも努めています。

Nintendo Switchにおける環境配慮

消費電力の低減

約**12w** → 約**7w**
発売当初モデル 2019年
発売モデル



約**6w**
有機ELモデル

※TVモードでのゲームプレイ時

パッケージの小型化



約**18%**
縮小



- 環境に配慮した製品設計の一例として、Nintendo Switchの現行モデルは、2017年発売当初のモデルと比較して、消費電力の低減を実現しています。2021年に発売したNintendo Switch（有機ELモデル）では、TVモードでのゲームプレイ時の消費電力は約6Wとなっています。
- また、製品パッケージのサイズについても見直しを行った結果、有機ELモデルについては、従来のモデルと比べて、パッケージ容量を約18%縮小することができました。これにより、紙などの資材が削減でき、1台当たりの輸送効率の改善にもつながっています。2022年末からは、現行モデルのNintendo Switchのパッケージについても、有機ELモデル同様のサイズに小型化し、順次切り替えを行っていきます。

※ 消費電力はソフトや使用状況によって異なります。

娯樂を通じてお客様を笑顔に

- 私たちは、これからもお客様一人ひとりと長期的な関係を築くことに努め、任天堂らしい娯樂の提案を通して、一人でも多くのお客様に笑顔になっていただけるよう、取り組んでまいります。



- 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。