

日時：2020年11月5日（木）

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	上期の実績と通期計画の修正のバランスについて伺いたい。上期の業績は計画に対してどれくらい上振れて着地したのか。また、下期の見通しについて計画を引き上げた部分があれば教えてほしい。
A1	<p>代表取締役社長 古川俊太郎：</p> <p>当社のビジネスは、歴史的に見て年間のビジネスに占める第3四半期（10～12月）の売上の割合が非常に大きく、具体的には第3四半期の売上が全体の40%や50%を占めるということもありました。従いまして、原則として、年間計画の見直しは第3四半期の販売動向を見極めた上で、必要に応じて行いたいと考えていたのですが、当期に関しては、『あつまれ どうぶつの森』のヒットや、夏商戦においてNintendo Switchハードの生産が回復し、市場への供給が改善したことにより、ハード・ソフトともに各地域で好調な販売が継続しましたので、主に第2四半期までの好調な販売状況を通期計画に反映させるために業績予想を修正しました。下期の業績予想に関しては、期初計画から大きな見直しは行っていませんが、9月に公表した当期後半のソフトラインアップに対するお客様の反響を踏まえつつ、この先のホリデー商戦の動向をしっかりと見極めていきたいと考えています。</p>
Q2	新型コロナウイルスの影響などが含まれていた第1四半期（4～6月）と比較して、第2四半期（7～9月）におけるNintendo Switchのハードとソフトの需要は、実態として落ち着いてきたのか、それとも引き続き根強い需要が見られるのか教えてほしい。
A2	<p>古川：</p> <p>第1四半期に続き第2四半期も好業績となった背景には、3月に発売した『あつまれ どうぶつの森』が引き続き大きな話題となっていたことや、ハードの生産が回復したことにより、新たにNintendo Switchをお買い求めいただいたお客様の数が増加したことがあります。また、『あつまれ どうぶつの森』をきっかけに新たにハードをお買い求めになられたお客様に、2本目、3本目のソフトをご購入いただけるサイクルが生まれたこともNintendo Switchビジネスの好調な勢いに繋がっていると考えています。前期に発売した『あつまれ どうぶつの森』や『リングフィット アドベンチャー』が幅広い層のお客様に受け入れていただいているのに加えて、当期に発売した『ペーパーマリオ オリガミキング』や『スーパーマリオ 3Dコレクション』などの新作タイトルも好調に販売が推移しています。また、決算説明資料（12ページ）でもご説明しましたとおり、ハードの普及に伴って過去に発売したタイトルの販売も伸びてきており、新作、定番タイトルを問わず、良好な販売状況が続いていると考えています。このように、Nintendo Switchは販売の勢いを保ったまま4年目の年末商戦を迎えますので、この勢いをできる限り継続していきたいと考えています。</p>

Q3	第3四半期の販売見通しについて聞きたい。前年同期と比べて販売の勢いはあると見ているのか。足元の販売状況も踏まえて年末商戦をどのように見ているのか教えてほしい。
A3	<p>古川：</p> <p>夏から10月に入っても、引き続き Nintendo Switch ハードは日米欧の主要地域を中心に強い需要が見られており、良いペースで販売ができていると考えています。全体の販売ボリュームを見るうえでは、年末商戦が非常に重要ですので、そこで大きな数を販売していきたいと思っています。自社ソフトに関しては、今年は、昨年の『ポケットモンスター ソード・シールド』や、一昨年の『大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL』のように、発売直後から大規模な販売本数を記録するようなソフトはないかもしれませんが、新たに『あつまれ どうぶつの森』で Nintendo Switch にご興味を持っていただいた方を含め、多くのお客様に、新作ソフトや「スーパーマリオブラザーズ 35 周年」関連のソフト、そして過去に発売した定番ソフトを手にとりいただくことで、例年のような大きな年末商戦にしたいと考えています。</p>
Q4	当上半期にミリオンセラーとなった前期以前に発売の旧作ソフトには、みんなでわいわい遊べるタイトルが多いように思うが、これは『あつまれ どうぶつの森』を遊ばれた方に向けてそういったタイトルを意識的におすすめする等の提案を行ったのか、それとも自然に販売数が積み上がった結果なのか。この上期を振り返っての状況を教えてほしい。
A4	<p>古川：</p> <p>『あつまれ どうぶつの森』で新たに Nintendo Switch を遊んでいたお客様に対して、新作ソフトか定番ソフトかに関わらず、様々なタイトルをできるだけ知っていただき、遊んでいただきたいと考えています。例えば、『リングフィット アドベンチャー』もその一つです。また、直近に発売した『ピクミン3 デラックス』も、特に日本で『あつまれ どうぶつの森』の次のソフトとして多くのお客様に選んでいただいています。「スーパーマリオブラザーズ 35 周年」キャンペーンでは Nintendo Switch で遊べるマリオ関連の様々な発売済みタイトルの露出を高めており、良い結果が出始めていると思います。また、ご指摘いただきましたように、『マリオカート 8 デラックス』や『スーパー マリオパーティ』のような、みんなでわいわい楽しめる Nintendo Switch ならではのタイトルの人気も非常に高まっており、そうしたものがミリオンセラータイトルの実績にも表れていると感じています。</p>
Q5	(株式会社ポケモンが6月24日に発表した)『Pokémon UNITE (ポケモンユナイト)』は Nintendo Switch とスマートフォンがクロスプラットフォームで遊べる予定になっている。これは株式会社ポケモンが決定したことだと思うが、(同社は)御社とは近い関係だと思う。任天堂のクロスプラットフォームに対する考えを教えてほしい。
A5	<p>古川：</p> <p>『Pokémon UNITE』に関しましては、事前に株式会社ポケモンとも協議の上、ゲームのジャンルや想定されるお客様を考慮して、クロスプラットフォームという形でご提供するのがよいのではないかと考えました。一方、当社発売のソフトに関して、クロスプラットフォームで遊べるようなタイトルの計画はございません。</p>

Q6	従前から「Nintendo Switch はライフサイクルの中盤に入ったばかり」というお話をされてきたが、今年のこれまでの販売状況は新型コロナウイルスによる特需であると考えているのか。それとも、来期以降も安定的にビジネス全体を伸ばしていけると考えているのか。
A6	<p>古川：</p> <p>Nintendo Switch は発売からの累計で6,000万台以上を販売し、ライフサイクルの中盤に入ったところであり、従来のハードのライフサイクルを超えて、成長していく基盤が整いつつあるという考えに変わりありません。</p> <p>その上で Nintendo Switch は、『あつまれ どうぶつの森』の発売（2020年3月20日）時点で発売から既に3年が経過しており、その間に Nintendo Switch を認知はされていたものの、ご購入いただくきっかけがなかった多くのお客様が『あつまれ どうぶつの森』の話題をきっかけに、新たにハードをお買い求めいただいたと考えています。このように大ヒット商品に恵まれて、大きな需要の山を築けたのが今年の状況であると感じています。</p> <p>今後につきましては、引き続き Nintendo Switch のライフサイクルの長期化を目指しつつ、将来に向けて Nintendo Account を活用した取り組みを進め、今後も長きに渡って当社のプラットフォームをお客様に遊んでいただくことを目指すことには変わりはありません。ゲーム専用機ビジネスはハードをお買い求めいただいた上で、ソフトをご購入いただくことで成り立つビジネスですので、『あつまれ どうぶつの森』という大ヒット商品に恵まれ、多くのお客様に今年ハードをご購入いただけたことは、単年のビジネスへの影響よりも、Nintendo Switch 全体のライフサイクルを考えると、非常に意義深いことであると考えています。</p>
Q7	（決算説明資料4ページに記載のとおり）「その他地域」での売上が大きく伸びているが、中国本土やオーストラリアなど、「その他地域」のエリアごとの販売動向について伺いたい。
A7	<p>古川：</p> <p>主にオーストラリア・ニュージーランドと日本以外のアジア地域を当社では「その他地域」と呼んでいますが、前年同期の売上金額に対する当期実績の伸びを見ると、国内が67%増、米大陸は61%増、欧州は72%増に対して、「その他地域」は152%増と非常に大きく伸びています。</p> <p>中国については、テンセント様が中国本土向けに9月3日に販売を開始した『リングフィット アドベンチャー』が、好調なスタートを切ることができ、順調に推移していると伺っています。『リングフィット アドベンチャー』をきっかけに Nintendo Switch ハードをお買い求めいただくケースも見られています。</p> <p>日本を除くアジア地域の売上は、Nintendo Switch を発売した2017年3月期と比較して2020年3月期は6.7倍まで拡大しています。Nintendo Switch 発売時には、香港とシンガポール、一部の中東地域のみでの販売でしたが、その後、韓国、台湾、中国（テンセント社による中国本土での販売分）、その他の東南アジアへと販売地域を拡大しました。アジア地域が当社のビジネスの中で大きく伸びた背景としては、韓国や台湾などへの販売の拡大に合わせて対応する言語のローカライズを推進し、効率化をより進めたことで、日米欧といった主要地域と同じタイミングで最新の任天堂ソフトをお届けできるようになったことがあると考えています。また、ソフトに関しては、これまでアジア地域では、「ポケットモンスター」が非常に強かったのですが、これに加えて、任天堂の定番タイトルが順調に数字を伸ばしているほか、最近は幅広い層のお客様に『リングフィット アドベンチャー』や『あつまれ どうぶつの森』を手にとりいただける状況になっています。また、オーストラリアでも日米欧の好調と遜色ないほど、Nintendo Switch の販売が順調に推移している状況です。</p>

Q8	<p>今年は、(新型コロナウイルスの影響下で)外出自粛などもあり、従来であれば、Nintendo Switch を手に取っていただけないような方々の間でも需要が生まれていると感じている。そのような新規のお客様に来年以降も Nintendo Switch に関心を持ち続けてもらい、継続してソフトを買っていただけるようにするためにどのような戦略を考えているのか。</p>
A8	<p>古川： 今年、新たに Nintendo Switch をお買い求めいただいた多くのお客様に、来年以降どのようにして関心を持ち続けていただくかは、当社にとって大きな挑戦の1つであると認識しています。 具体的な考えはこの場では申し上げられませんが、『あつまれ どうぶつの森』をきっかけに Nintendo Switch をお買い求めいただいたお客様に向けては、現在でも同ソフトの季節ごとのアップデートをするなど、長く遊んでいただくための工夫を続けています。新たなソフトを手にとっていただくきっかけや、ゲームに対する関心の度合いはお客様ごとに異なりますので、多くの方に当社のゲームや遊びに興味を持ち続けていただけるよう、様々な施策を考えて取り組んでいきたいと思えます。</p>
Q9	<p>ソフトメーカーのゲームは今後の Nintendo Switch ビジネスに対してどのような影響があると考えているのか。ソフトメーカーのタイトルの販売本数は、自社のタイトルよりも成長スピードが速いと考えているが、今後について、自社とソフトメーカーの比率については、どう考えているか。</p>
A9	<p>古川： ソフトメーカー様のソフトに関しては、決算説明資料（14 ページ）の中でもご説明しましたとおり、これからもバラエティ豊かなたくさんのソフトを Nintendo Switch 向けに発売いただく予定になっています。当社だけでは作ることのできないジャンルのゲームがたくさんございますので、そうしたソフトをご提供いただくことで、Nintendo Switch のゲーム体験がより豊かになると考えており、それを非常にありがたく思っています。販売数の成長のスピードに関しては、Nintendo Switch では自社ソフトもソフトメーカー様のソフトも販売が伸びていますので、引き続きどちらもよく売れるプラットフォームでありたいと考えています。</p>
Q10	<p>第2四半期における『あつまれ どうぶつの森』の販売本数は、第1四半期と比較して少し落ちてきたが、年末商戦で更に販売数が伸び、(ビジネスの)好循環の波が継続すると考えているか。</p>
A10	<p>古川： 『あつまれ どうぶつの森』は、発売当初と比較しますと販売のペースは落ち着いていますが、当社のソフトの中においては現在でも高い水準を維持しています。先ほどの回答(Q7)で申し上げましたように、日米欧と比較して当社の販売規模が小さいアジア市場においても、Nintendo Switch ハードの販売をけん引している状況です。今後もゲーム内イベントを継続して行い、お客様に長く遊び続けていただけるように努めていきます。また、『あつまれ どうぶつの森』は、発売後初めての年末商戦を迎えますので、これを機会により多くの方にもご購入いただきたいと考えています。</p>

以上