

日時：2024年2月6日（火）

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いいたします。

Q1 Nintendo Switch は発売から 7 年目となり、「未知の領域」に入ったと以前説明されていたが、年末商戦までを振り返って、当期の Nintendo Switch ビジネスに対する評価を教えてください。また、Nintendo Switch ビジネスが好調であることによって、新しいハードウェアの発売時期に影響が出るかどうか併せて教えてください。

A1 代表取締役社長 古川俊太郎：

昨年、Nintendo Switch が発売から 7 年目を迎えた際に、当社のゲーム専用機ビジネスの歴史において、7 年目に 1,500 万台のハードウェア、1 億 8,000 万本のソフトウェアの販売を見込んでいた例がなかったことから、「未知の領域」に入ったとご説明しました。そうした中、当期の販売状況を振り返りますと、ハードウェアについては上期から堅調に販売が推移し、年末商戦でも一定の結果を出せたと考えています。発売から 7 年目のプラットフォームとして、新しいお客さまを増やすことは難しくなっていますが、新規需要と複数台需要の両方をバランス良く生み出すことで、ビジネスの勢いを継続していきたいと以前からご説明していました。この年末商戦では、特に新規のお客さまで Nintendo Switch を手に取られた方が多く、これは今後の Nintendo Switch ビジネスに向けてもポジティブな要素であると捉えています。

ソフトウェアについては、全体の販売本数は前年同期をやや下回る水準ではあるものの、当期は『ゼルダの伝説 ティアーズ オブ ザ キングダム』や『Pikmin 4』、『Super Mario Bros. Wonder』など、当社を代表する IP の新作タイトルを発売し、多くのお客さまに遊んでいただけました。自社ソフトを継続して発売するという観点でも、今後に向けてこうしたシリーズの人気を高めていくという意味でも、意義のある年になっていると考えています。

新しいハードウェアについて、当社は常に新しいハードウェア、ソフトウェアの研究開発を行っていますが、それ以上にお伝えできることはありません。また、以前申し上げたとおり、最近、インターネットを中心に、あたかも当社が公表した情報であるかのような記事や憶測が報道されることがあります。しかし、当社が公式に発表したものでない情報に関しては、お客様や投資家の皆様を惑わせることにもなりかねません。当社が公式ウェブサイトや SNS から発信する情報をご覧いただいた上で、適切にご判断いただきたいと考えています。なお、新しいハードウェアの準備というのは長い時間をかけて、しっかり計画して進めていくものですので、直近のビジネスの状況によって、そうした計画に影響が及ぶことはありません。

Q2 当期は『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』のヒットもあり、「モバイル・IP 関連収入等」の売上高が好調に推移しているが、収益性への影響はどうだったか。また、映画以外の取り組みも含め、中期的な目線で「モバイル・IP 関連収入等」の売上高はどのように推移していくと考えているのか。

A2	<p>古川：</p> <p>当期は通常のロイヤリティ収入が増加したことに加えて、『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』に関連する売上が発生したことにより、「モバイル・IP 関連収入等」の売上高が前年同期比で大きく増加しています。映画に関連する収益のうち、一部は映画館での公開終了後も継続的に発生するものがありますが、大半は映画館での上映に伴う興行収入です。そのため、当期の「モバイル・IP 関連収入等」の売上高の増加は、映画の劇場公開による一時的な要因が大きいと考えます。モバイルアプリからの課金収入については前年同期比で減少していますが、映画の効果もあり『Super Mario Run』や『マリオカート ツアー』のダウンロード数やアクティブユーザー数が増加しています。</p> <p>当期はハードウェア、ソフトウェアの販売数量がいずれも前年同期比で減少している中、営業利益等が増加しました。その理由としては、円安による為替の影響だけではなく、「モバイル・IP 関連収入等」の増加による影響が大きいと考えています。</p> <p>中期的な目線では、「任天堂 IP に触れる人口の拡大」の取り組みを本格的に始めた当初と比べると、映画以外のロイヤリティ収入の金額規模も大きくなっており、継続的に伸ばしています。IP 展開の取り組みにおける最優先事項は、任天堂 IP の価値を高め、お客様との接点をつくることによって、ゲーム専用機ビジネスを活性化させることですが、現在の規模に成長したこの分野においても安定的に収益を上げられるように取り組んでいきたいと考えています。</p>
Q3	<p>ソフトウェアの販売本数について、前年同期に人気タイトルの『ポケットモンスター スカーレット・バイオレット』の発売があったにも関わらず、前年同期比であまり大きく落ち込んでいない。第3四半期の3か月間（10月～12月）は、『Super Mario Bros. Wonder』の貢献が大きいと思うが、『大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL』や『マリオカート8 デラックス』などの定番タイトルの販売も好調だったようだ。映画の配信なども含めた露出の拡大が下支えしたのか。</p>
A3	<p>古川：</p> <p>当期は、上期に発売した『ゼルダの伝説 ティアーズ オブ ザ キングダム』や『Pikmin 4』、第3四半期に発売した『Super Mario Bros. Wonder』や『スーパーマリオ R P G』などの自社の新作ソフトの販売が好調に推移しました。加えて、映画の公開によって、前期以前に発売したマリオ関連タイトルの販売も伸びました。年末商戦にかけて『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』の発売があった前期（2023年3月期）と比較して、当期のソフトウェア全体の販売本数はやや減少していますが、一定の販売規模を維持できたと思っています。</p> <p>当期の年末商戦では、『Super Mario Bros. Wonder』が最大のけん引役になりましたが、同時にソフトメーカー様のタイトルも販売を伸ばし、自社と他社、新作と定番のいずれもバランス良く販売を伸ばすことができました。</p> <p>『Super Mario Bros. Wonder』は、過去のマリオシリーズと比べても早いペースで販売を伸ばしています。ゲームの内容自体がお客様に評価いただけていることに加え、2人以上で一緒に遊べるタイトルであることも要因であると考えています。本タイトルは約半数のお客様がマルチプレイで遊ばれており、人が集まる年末の時期に大勢で一緒に遊ぶというニーズにマッチしたのではないかと捉えています。また、世界各地で『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』のストリーミング配信が行われています。劇場公開は終わっても、新しくマリオの映画を目にされた方が増え続けていることも、『Super Mario Bros. Wonder』の販売が好調に推移している背景にあると考えています。</p>

Q4	修正後の通期の予想販売数量から第3四半期までの販売実績を差し引くと、第4四半期（1月～3月）のハードウェアの予想販売台数が180万台以下だと計算できる。これは第4四半期としては非常に低い水準だが、妥当な数字だと考えているのか。また、来期のハードウェアの予想販売数量の考え方も併せて教えてほしい。
A4	<p>古川：</p> <p>ハードウェアの販売については概ね想定どおりに推移していますが、第3四半期の販売状況を踏まえ、通期の予想販売数量を50万台増やしました。第4四半期の見通しは、基本的に期初の時点から変更していません。発売8年目に突入するNintendo Switchの販売を、これまでと同じレベルに維持することは容易ではないと考えています。</p> <p>来期のハードウェアの予想販売数量については、当期の通期決算を発表する際に来期の業績予想と併せてご説明しますが、基本的に既に「未知の領域」に入っているNintendo Switchの販売台数を、来期も（これまでと同じペースで）伸ばしていくことは難しいのではないかと考えています。ただ、この年末商戦においては、世界中の多くのお客様に新たにNintendo Switchを手にとっていただくことができ、ハードウェアの稼働状況を引き続き高い水準で維持できました。来期も自社・ソフトメーカー様共に多くの新作ソフトの発売が予定されていますので、そうした新作ソフトや、発売済みソフトの魅力を引き続きアピールすることで、Nintendo Switchビジネス全体の勢いを維持していきたいと考えています。</p>
Q5	Nintendo Switch を発売して以降、ハードウェアのライフサイクルに対する任天堂の考え方が変わっていると思う。過去のプラットフォームとの違いと、次世代機の研究開発を進める中で何を重視しているのかについて教えてほしい。
A5	<p>古川：</p> <p>Nintendo Switch と過去のプラットフォームとの大きな違いは、これまでの携帯型ゲーム機と据置型ゲーム機という2つのプラットフォームを1つに統合したことです。それによって、ソフトウェアの開発リソースをNintendo Switch に集中することが可能となりました。継続的に新作ソフトを発売できていることが、結果として過去と比べて長いライフサイクルにつながっています。</p> <p>将来に向けて私たちが一番大切にしているのは、任天堂らしい新しい面白さ、驚きを持った娯楽を提供していくことです。任天堂独自のユニークな娯楽の提案を続けるうえで、現時点ではハード・ソフト一体型のゲーム専用機ビジネスが最適と考えており、その方針のもとでこれからも研究開発に取り組んでいきます。</p> <p>また、もうひとつ過去のプラットフォームと違う点として、Nintendo Switch 発売前からディー・エヌ・エー様との協業によって、ニンテンドーアカウントの普及に努めてきたことがあります。ニンテンドーアカウントはお客様と長くつながり続けるための重要な接点であり、ハードウェアの移行の際に活用できるだけでなく、しばらくゲームから離れてしまったお客様が何らかのタイミングで任天堂のユニークな娯楽の提案にご興味を持っていただけた際に、お客様と再びつながるための手段としても重要だと考えています。その観点において、ニンテンドーアカウントが大切であるということは今後も変わらないと考えています。</p>

Q6	<p>（昨年11月に実施した経営方針説明会で）ゲーム専用機ビジネスがあまり広まっていない地域でも、『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』が多くの人に見られているという話があった。映画での成功をヒントに、将来的には現在 Nintendo Switch を販売していない地域にもゲーム専用機ビジネスを展開しようと考えているのか。</p>
A6	<p>古川： 『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』が上映・配信されている地域は、私たちが Nintendo Switch を販売している国や地域と比べてもはるかに広範囲です。そうした中で、中南米、特にメキシコで『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』が好評だったことを受け、この年末商戦ではこれまで以上にメキシコに力を入れたプロモーションを行いました。その結果、ハードウェアの販売数量全体が減少する中、メキシコでの販売は増加しました。また、東南アジアにおいても販路を拡大しており、より多くのお客様に任天堂のことを知っていただくための取り組みを行っています。これらの地域で、まずは Nintendo Switch を通してお客様とのつながりをつくり、その土台を将来のビジネスにも活かしていきたいと考えています。</p>

Q7	<p>映画をきっかけに、より「その他」地域での販売をのばしていきたいということについて、もう少し深掘りしたい。「その他」地域でビジネスを展開するにはいろいろなボトルネックがあると思うが、どのような課題があり、それを抜本的に解決できる可能性があるのかを知りたい。特に、ハードウェアの価格が課題になっていると思うがどうか。</p>
A7	<p>古川： 「その他」地域ではハードウェアの価格がビジネスを展開するうえで一つの課題になっており、これまでゲーム専用機中心のビジネス展開ではなかなか糸口が見つかりませんでした。当社は映画という別の手段で当社の IP に触れていただく機会ができました。モバイルアプリを含め、ゲーム専用機以外の手段を活用することで、そのような地域で任天堂のことを知っていただく活動ができるようになってきています。 昨年は日本で展開しているオフィシャルストアのポップアップストアを韓国や香港、シンガポールなどでも展開し、非常に多くのお客様にご来場いただき、グッズを購入いただきました。また、テーマパークについても、「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」や「ユニバーサル・スタジオ・ハリウッド」に続いて、今後、米国のオーランドやシンガポールでも『スーパー・ニンテンドー・ワールド』がオープンする予定です。 これまでハードウェアの価格が課題になっていた地域でも、IP をきっかけに任天堂に親しみを持っていただき、最終的には当社の中核ビジネスであるゲーム専用機で遊んでいただけるように、今後もさまざまな取り組みを続けていきます。</p>

Q8	<p>「ゼルダの伝説」の映画のストーリーは、発売済みのゲームに基づくのか、それともまったく新しいストーリーになるのかを教えてください。</p>
A8	<p>古川： 当社は昨年11月に「ゼルダの伝説」を扱った実写（ライブアクション）映画の企画開発を開始したことを発表しました。この映画のプロデューサーは当社代表取締役フェローの宮本茂と、Arad Productions Inc.の代表であり数々の大ヒット映画をプロデュースされた Avi Arad 氏が共同で担当します。映画の公開時期や内容については、本日お話しできることはありませんので、続報をお待ちください。</p>

Q9	任天堂はゲーム専用機の取り組みに関しても、IP展開の取り組みに関しても盤石な体制を築けているように見える。しかし過去を振り返ると、他社のハードウェアの登場やモバイルゲームの拡大などの外部要因も任天堂のビジネスに影響を及ぼしていたと思う。最近は新たなエンターテインメントが登場し、ゲームそのものも変化し続けている。そのような任天堂ビジネスを取り巻く外部環境の中で、今後特に気をつけるべきリスクがあれば教えてほしい。
A9	<p>古川：</p> <p>私たちは常に大きな危機感をもって日々ビジネスに取り組んでいます。ゲーム専用機ビジネスにおけるプラットフォームの世代交代は、決して簡単なものではありません。うまくいったプラットフォームの後に非常に苦労した経験を何度もしていますので、現状が盤石だという意識は全くありません。また、ご指摘のように当社の事業は常に激しい競争にさらされています。広くエンターテインメントという面で見れば、ビデオゲームだけではなく、様々な娯楽が競争相手になる厳しい業界です。そうした中で、今後もユニークな提案を続けていくことで、お客様に選んでいただけるようなブランドになる必要性がこれまで以上に高まっています。</p> <p>世界中のお客様に楽しんでいただける独創的な娯楽の提案を続けていくためには、ハード・ソフト一体型のゲーム専用機ビジネスを続けていくことが、現時点での最善の策だと考えます。その考えのもとでさまざまな研究開発を進めていますが、生活必需品ではない当社の商品は、面白くなければすぐに振り向いてもらえなくなります。そのため、ゲーム専用機以外の場でも任天堂を身近に感じていただくための取り組みを続け、長きにわたって任天堂 IP を応援していただけるお客様を増やし、お客様とのつながりを維持することが重要だと認識しています。</p>

以 上