

2024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
2023年11月8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）

	FY23/Q1-Q2	FY24/Q1-Q2	増減
売上高	6,569 億円	7,962 億円	+21.2 %
営業利益	2,203 億円	2,799 億円	+27.0 %
経常利益	3,224 億円	3,800 億円	+17.8 %
四半期純利益	2,304 億円	2,712 億円	+17.7 %

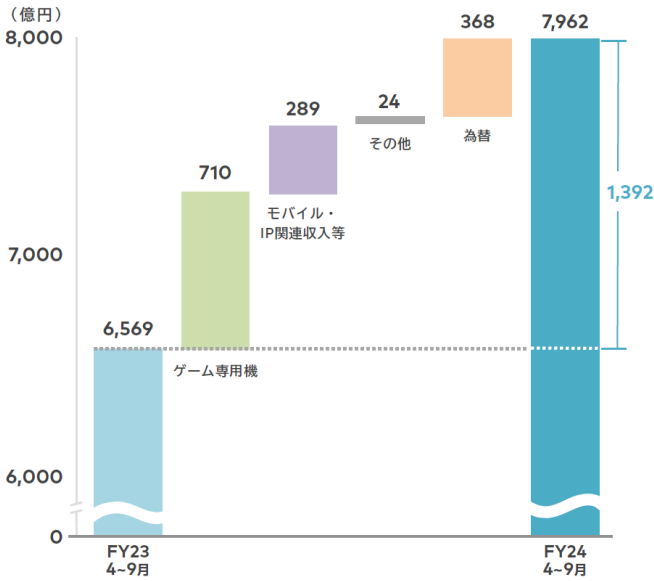
・ 四半期純利益：親会社株主に帰属する四半期純利益
 ・ FY=会計年度：FY24/Q1-Q2は23年4月～23年9月の期間を指します。

Nintendo Switch 販売数量 (セリン)	FY23/Q1-Q2	FY24/Q1-Q2	増減
ハードウェア	668 万台	684 万台	+2.4 %
ソフトウェア	9,541 万本	9,708 万本	+1.8 %

- ・ はじめに、昨日発表しました2024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。
- ・ 当上期は売上高・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の販売については、新作タイトル『ゼルダの伝説 ティアーズ オブ ザ キングダム』や、『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』の公開によるビジネス全体の盛り上がりなどを受け、ハードウェア・ソフトウェア共に前年同期を上回る販売となりました。

上期売上に関して

上期売上の変動要因



- 当上期の売上は Nintendo Switch 発売以降で最大
- 前年同期からの増加要因は ゲーム専用機に加え、映画等によるモバイル・IP関連収入等の増加や、為替影響があった

- 当上期の売上高は、Nintendo Switch発売以降で上期の売上高としては最大となりました。
- こちらのグラフは、前上期と当上期の売上高を比較した際の増加要因を、要素ごとに分解したものです。
- ご覧の通り、ゲーム専用機ビジネスによる売上高の増加に加え、『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』関連の売上を含むモバイル・IP関連収入等の増加や、円安による為替の影響によって、当上期の売上高は増加しました。

FY24 連結業績（予想）

	期初予想	修正予想	増減
売上高	14,500 億円	15,800 億円	+9.0 %
営業利益	4,500 億円	5,000 億円	+11.1 %
経常利益	4,800 億円	6,000 億円	+25.0 %
当期純利益	3,400 億円	4,200 億円	+23.5 %
<small>・ 当期純利益：親会社株主に帰属する当期純利益</small>			
前提為替レート	期初予想	修正予想	増減
ドル	130 円	140 円	+10 円
ユーロ	135 円	150 円	+15 円
Nintendo Switch（セルイン）	期初予想	修正予想	増減
ハードウェア	1,500 万台	1,500 万台	-
ソフトウェア	18,000 万本	18,500 万本	+2.8 %
配当金	期初予想	修正予想	増減
年間配当	147 円	181 円	+34 円

- 2024年3月期通期の業績予想につきましては、前提為替レートを見直すとともに、ソフトウェアの予想販売数量等を変更した結果、売上高、営業利益、経常利益および当期純利益を修正いたしました。
- 前提為替レートは、昨今の為替相場の変動やその他の経済状況を踏まえ、1ドル130円から140円に、1ユーロ135円から150円に変更しました。
- Nintendo Switchソフトウェアの通期の予想販売数量は、上期の販売状況などを反映させた結果、期初予想に対して500万本増の18,500万本に変更しました。
- なお、連結業績予想の修正に伴い、年間配当金の予想額については、1株当たり147円から181円に変更しました。

任天堂の基本戦略

- さて、ここからは任天堂の基本戦略をご説明します。

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

- 当社グループは「娯楽を通じて人々を笑顔にする会社」として、どなたにでも直感的に楽しんでいただける、「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。
- ユニークな娯楽の提案を通して、お客様を笑顔にすることが当社の使命であり、私たち経営陣のみならず、世界中の当社グループ社員一人ひとりが徹底してこれにこだわっています。

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

- 新鮮で驚きのある「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して開発することで実現してきました。
- この取り組みでは、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やサービスをつくることを常に目指してきました。

中核ビジネス：ハード・ソフト一体型の遊び



- この「ハード・ソフト一体型のゲーム専用機ビジネス」が当社の経営の中核であり、現在はNintendo Switchをはじめとする商品やサービスのご提案を続けています。

世界中の人々に遊ばれ、 お客様とともに成長してきた任天堂IP



- そして、世代を超えてお客様に遊び続けていただく中で、当社のキャラクターは、お客様のさまざまな思い出とともに育まれ、成長してきました。
- お客様がプレイに費やされた時間とエネルギー、大切な人たちと一緒に遊ばれた思い出が、当社のキャラクターに命を吹き込み、「任天堂」というブランドになっています。このことは当社にとっての貴重な財産だと考えています。

任天堂IPに触れる人口の拡大



- 当社は、中核ビジネスである「ハード・ソフト一体型のゲーム専用機ビジネス」を、持続的に活性化していくために、現在は「任天堂IPに触れる人口の拡大」を基本戦略として掲げています。
- 任天堂のキャラクター資産を活用し、モバイル、映像コンテンツ、テーマパーク、マーチャндаイズなど、幅広い分野への展開を続けています。継続的にお客様との接点を生み出し、すそ野を広げ、多くの方に任天堂IPへの愛着を深めていただきたいと考えています。

任天堂IPに触れる人口の拡大



- そして、IPの展開を通じて、当社のゲーム専用機ビジネスにも興味をもっていただけるよう努めています。
- こうした一連の取り組みを進めていく過程で、ニンテンドーアカウントを通じて、お客様一人ひとりと長きに渡る良好な関係を築いていきたいと考えています。

任天堂IPに触れる人口の拡大

取り組みと進捗

- ここからは、基本戦略に沿った取り組みと進捗についてご説明します。



- 本年4月から『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』が全世界で劇場公開されました。
- この映画は任天堂からも出資を行い、当社代表取締役フェローの宮本 茂がイルミネーション様のChris Meledandri（クリス・メレダンドリ）氏と共同でプロデューサーを務めるなど、当社が深く制作に関わりました。

ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー



興行収入は累計13億6,125万ドル
ゲーム原作の映画として歴代1位、
アニメーション映画として歴代2位

観客動員数は累計1億6,984万人

ゲーム経験の有無にかかわらず、
幅広い年代の方にご鑑賞いただき、
「任天堂IPに触れる人口の拡大」
において大きな成果となった

興行収入、観客動員数はUniversal Picturesによる推計値

- 『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』の全世界興行収入は、ゲーム原作の映画として歴代1位、アニメーション映画として歴代2位となる記録的な大ヒットとなりました。
- 映画を鑑賞されたお客様の中には、「スーパーマリオ」のゲームを体験されたことのある方はもちろん、普段ゲームに馴染みのない方もいらっしゃいました。また、お客様のご年代も大変幅広く、お子様から年配の方まで、多くの方にご鑑賞いただけています。
- このように『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』は、当社が掲げる「任天堂IPに触れる人口の拡大」という基本戦略において、任天堂が初めて制作に直接関わった映画として、非常に大きな成果を上げるに至ったのではないかと考えています。

Nintendo Switchおよび映画の展開地域



- こちらはNintendo Switchの展開地域です。

Nintendo Switchおよび映画の展開地域



- そしてこちらは映画の上映地域を重ねて表示したものです。
- 『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』は、Nintendo Switchの販売が行われていない地域でも上映され、当社IPに触れる機会を拡大させています。また、映画館に加えて、DVDや動画配信サービスなどでも多くの方にご鑑賞いただいています。
- 映画には、キャラクター、世界観、モーション、BGMなど「スーパーマリオ」のエッセンスが詰まっていますので、単に認知が拡大したにとどまらず、好感を抱いたり、興味を持ってくださった方もたくさんいらっしゃいます。
- この影響は、今後の当社のさまざまな事業展開にとって、ポジティブに働くのではないかと期待しています。

「スーパーマリオ」関連ゲームの盛り上がり

Nintendo Switch向け「スーパーマリオ」関連
5タイトルの4～9月の全世界セルスルー



モバイル向け「スーパーマリオ」関連アプリの
4～9月の新規ユニークユーザー数



SUPER MARIO
Super Mario Game Revenue



当社推計

- 直近で、『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』がもたらした当社ビジネスへの影響をご覧ください。
- 9月末までの「スーパーマリオ」関連タイトルのセルスルーは、前年の同時期を大きく上回っており、モバイルアプリのダウンロード数やグッズ販売の増加も確認できています。

※ 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。

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。



10月20日発売

発売後2週間の全世界セルスルー

430万本

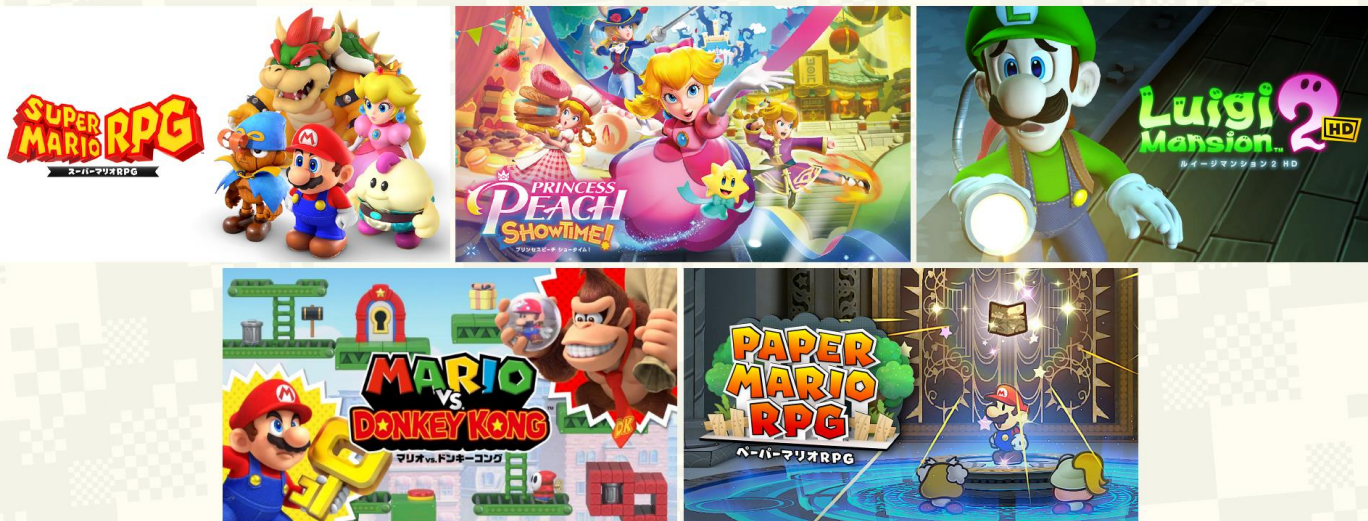
「スーパーマリオ」関連
タイトルとして過去最高

当社推計

- そして、10月20日に世界各地で発売した『Super Mario Bros. Wonder』の全世界累計販売本数は、発売後2週間で430万本となりました。これは「スーパーマリオ」関連タイトルとして過去最高の販売ペース（※）となります。
- 「スーパーマリオ」関連タイトルは、発売直後だけでなく、長期間売れ続ける傾向がありますので、今年の年末商戦や来年以降もさらに販売を伸ばすロングセラータイトルになることを期待しています。
- 『Super Mario Bros. Wonder』は、横スクロールの「スーパーマリオ」シリーズとしては、約11年ぶりの完全新作タイトルです。
- 本タイトルは2Dマリオの世界に、驚きあるアイデアを盛り込んだ、新しい体験ができるものに仕上がっており、『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』による世界的な盛り上がりもあって、大きな販売に結びつけることができたのではないかと考えています。

※ セルスルーの集計を開始したWii、ニンテンドーDS以降のタイトルが対象。

今後、Nintendo Switchに向けて 「スーパーマリオ」関連の新作タイトルが続々登場



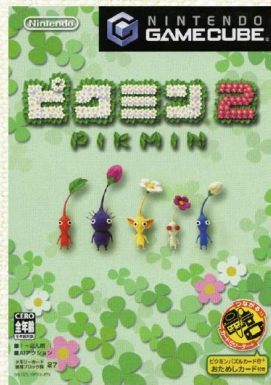
- さらに、今後「スーパーマリオ」関連の新作タイトルを続々と発売していく予定です。
- これらのタイトルでも、映画をきっかけとした広くポジティブな影響を享受できるのではないかと期待しています。

PIKMIN™

ピクミン



- ここまでは、映画を中心とした「スーパーマリオ」の盛り上がりを振り返りましたが、「任天堂IPに触れる人口の拡大」の成果の例として、「ピクミン」についてもご紹介します。



- 第1作目の『ピクミン』は、2001年にニンテンドーゲームキューブで発売しました。
- その後は『ピクミン2』、『ピクミン3』と続き、今年『Pikmin 4』を発売しました。
- その間には、当社の宮本 茂が制作しました『ピクミン ショートムービー』3部作を公開しており、現在YouTubeを中心に、世界で累計4億4千万回以上視聴されています。
- そして、Niantic様が提供しているモバイルアプリ「Pikmin Bloom」では、「歩くことを楽しくする」というコンセプトのもと、お客様に日常生活の一部として「ピクミンのいる生活」を楽しんでいただいています。
- さらに、『スーパー・ニンテンドー・ワールド』にいるピクミンや、『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』内で登場するイースターエッグなどにおいても、継続的かつ独自の展開によって、ピクミンというキャラクターの認知拡大を進めてきました。

「ピクミン」に興味を持ち、深く知っていただけるように



- 『Pikmin 4』の発売に向けては、パートナー企業様とのタイアップ展開や、電車内モニターでのクイズ番組の放映、さらに「ピクミン」のキャラクターや世界について深く知っていただけるポータルサイトも立ち上げました。このように、さまざまな切り口から認知拡大の取り組みを続けています。
- 加えて、『Pikmin 4』の発売前に、『ピクミン1』『ピクミン2』のHDバージョンをNintendo Switchにリリースしました。これにより、ピクミンのナンバリングシリーズは、すべてNintendo Switchで遊べる環境が整いました。

「ピクミン」オリジナルグッズの企画・展開



- また、「ピクミン」のオリジナルグッズに関しても、「日常のふとしたところにピクミンがいる生活」をテーマとしたユニークな商品を、多数企画・展開しました。



本年7月発売

セルスルー (2023年10月末時点)

250万本

- 「ピクミン」シリーズ最大の
世界累計セルスルーを記録
- 日米欧他のいずれの地域に
おいても最大のローンチに

当社推計

- こうした「ピクミン」IPの盛り上がりの中で、7月に発売した『Pikmin 4』は、10月末現在のセルスルーが250万本となり、発売以降のわずかな期間で、「ピクミン」シリーズとして過去最高の累計販売本数に達しました。地域別にみても、すべての地域で過去タイトルを上回る初動販売となっています。
- 中でも日本での販売が好調となっていますが、これは2001年にニンテンドーゲームキューブ向けに『ピクミン』を発売した当時、CMソングが子供たちを中心に流行したことで「ピクミン」を知ってくださった方が、現在では親世代になられて、当時を懐かしみながらお子様とご一緒に楽しんでいただけていることも、一因ではないかと考えています。
- このように、「ピクミン」は世代を超えて、お客様に育てていただいているキャラクターとなっています。

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

8.6億以上

（2023年9月末時点）



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
『Pikmin Bloom』はNiantic社を配信元とするアプリです

- さて、ここからは当社IPを活用した全般的な取り組みの進捗についてご説明します。
- はじめに、モバイルアプリについてお話しします。
- 当社は現在複数のアプリを運営していますが、当社を配信元とするアプリのダウンロード数の累計は、2023年9月末時点で8.6億を超えました。
- モバイルアプリは、映画の上映地域よりもさらに多い164の国と地域で展開しています。地域を問わず多くの方に任天堂IPに触れる機会をご提供し、当社IPに注目していただくきっかけや、興味を持っていただくきっかけになっていると考えています。

任天堂IPを活用した取り組み（テーマパーク）



- 次に、テーマパークの取り組みです。
- 「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」に次いで、2023年2月には「ユニバーサル・スタジオ・ハリウッド」において米国初の『スーパー・ニンテンドー・ワールド』がオープンしました。
- ハリウッドでのオープンから半年以上が経ちましたが、マリオ、ルイージ、ピーチ姫といった任天堂のキャラクターとその世界を、数多くの方に体験いただき、ゲームを普段から遊ばれる方にも、そうでない方にも、任天堂IPに触れていただく機会をお届けできていると実感しています。
- 『スーパー・ニンテンドー・ワールド』は、この後、米国のオーランドやシンガポールでも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」では、2024年にドンキーコングをテーマにしたエリアがオープンし、面積が1.7倍に拡張する予定です。

任天堂IPを活用した取り組み（マーチャндаイズ）



- 次に、マーチャндаイズの取り組みです。
- 当社は、任天堂のゲームやキャラクターをモチーフにした、さまざまなグッズを展開しています。
- 各IPの特徴を活かした商品づくりを心がけており、グッズを通じてお客様に当社のゲームやキャラクターへの愛着を深めていただけるよう努めています。

任天堂IPを活用した取り組み（マーチャндаイズ）



- 国内外のさまざまなパートナー企業様とのコラボレーションも積極的に行っています。
- 各企業様と連携して、多彩なジャンルのグッズを展開することで、ゲームにあまり馴染みのない方も含めて、多くの方に当社のキャラクターに触れていただける機会を創出しています。

任天堂IPを活用した取り組み（体験型施設・店舗）



Nintendo®
KYOTO

米国では「Nintendo New York」を展開中
日本では「Nintendo TOKYO」
「Nintendo OSAKA」に続き、
**「Nintendo KYOTO」を
10月17日にオープン**

- 次に、オフィシャルストアについてです。
- 当社グループ直営のオフィシャルストアとして、米国の「Nintendo New York」に加えて、これまで国内では「Nintendo TOKYO」「Nintendo OSAKA」の2店舗を展開していましたが、10月17日に「Nintendo KYOTO」が新しくオープンし、連日賑わいを見せています。

任天堂IPを活用した取り組み（体験型施設・店舗）



- オフィシャルストアは、ゲーム機本体やソフトウェア、グッズなどを販売する場であると同時に、ゲームの体験やイベントなどもお楽しみいただける任天堂の情報発信拠点でもありますので、お客様との貴重な接点のひとつになり得ると考えています。

任天堂IPを活用した取り組み（体験型施設・店舗）

Nintendo

POP-UP STORE



ポップアップの取り組み

2023年10月：ソウルで開催

2023年11月：シンガポールで開催

2023年12月：香港で開催

- より多くの方にオフィシャルストアを楽しんでいただくために、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。
- 昨年は日本国内を中心に展開していましたが、海外でも今年10月のソウルを皮切りに、シンガポール、香港といったアジア地域でポップアップストアを実施します。
- 近年では、アジア地域においても、多くのお客様にNintendo Switchを手にとっていただけるようになりましたが、ゲーム以外でも、ポップアップストアなどの取り組みを通じて、任天堂IPの魅力をお伝えできるよう努めてまいります。

ニンテンドーミュージアム

2024年3月までに完成予定



- 現在、当社のものでづくりに対する思い入れやこだわりをお伝えし、当社のことを深く知っていただくための施設として、京都府宇治市に展示と体験を行う施設「ニンテンドーミュージアム」を建設中です。
- 「ニンテンドーミュージアム」は2024年3月末までの完成を予定していますが、オープンまでには今しばらくお時間をいただく予定です。続報をお待ちください。



- 次に、当社主催のイベントである「Nintendo Live」についてお話しします。
- 今年9月に米国で開催した「Nintendo Live 2023 SEATTLE」は、初めて海外で開催した「Nintendo Live」となりました。
- 「任天堂IPに触れる人口の拡大」という基本戦略に基づいて、数々の任天堂IPと触れ合えるさまざまな体験をご用意して、ニンテンドーアカウントをお持ちのお客様を多数お迎えしました。
- 日ごろのゲームプレイで鍛えた腕前を競い合っただけでなくゲーム大会や、発売前の『Super Mario Bros. Wonder』の体験に加えて、音楽ライブや、ステージ企画などでも、広く任天堂IPに触れていただける機会をご提供できました。
- お客様の半数以上がファミリーでのご来場であり、中にはベビーカーに乗った赤ちゃんを伴った方もいらっしゃいました。さまざまな年代のお客様にご来場いただけた、笑顔あふれる任天堂らしいイベントになったのではないかと考えています。



- 「Nintendo Live」は、この先、台北、ソウル、香港で開催し、来年1月には日本での開催を計画しています。
- 各地域のみなさんに、任天堂ならではのイベントをお楽しみいただくことを心待ちにしています。

任天堂IPに触れる人口の拡大



- ここまでは、「任天堂IPに触れる人口の拡大」に関する取り組みと進捗についてお話ししてきました。
- 次に、お客様と長きにわたる良好な関係を保つために、重要な役割を担うニンテンドーアカウントについてご説明します。

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

- ニンテンドーアカウントの導入以前は、お客様のご購入履歴や、遊んでいた記録などの資産を、プラットフォームの世代を超えて持ち越すことは簡単ではありませんでした。
- ニンテンドーアカウントの導入により、アカウントを基軸にしてお客様の大切な資産を記録することで、未永くお客様との関係性を保っていくことができるようになりました。

ニンテンドーアカウント

3億3,000万^{以上}

(2023年9月末時点)

164の国と地域で展開
幅広い年代のお客様が保有



- ニンテンドーアカウントは、9月末時点で3億3,000万アカウントを突破しています。
- Nintendo Switchを発売していない地域においても、モバイルアプリを通じてニンテンドーアカウントを展開しており、世界中の幅広い年代のお客様に保有いただいています。
- このニンテンドーアカウントが、未来に向けて当社の重要なビジネス基盤になるよう、さらなる普及に努めていきたいと考えています。

ハード・ソフト一体型の ゲーム専用機ビジネス

Nintendo Switchの現状と今後

- それでは、ここからはNintendo Switchの現状と今後についてご説明します。



Nintendo Switch



Nintendo Switch
有機ELモデル



Nintendo Switch Lite

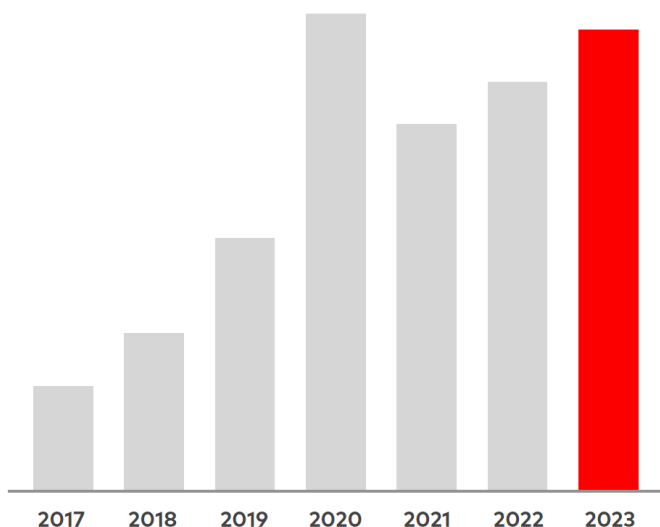
シリーズ本体	累計販売	1億3,246万台
ソフトウェア	累計販売	11億3,323万本

(2023年9月末時点)

- 2017年3月にNintendo Switchを発売し、現在は発売から7年目に入っています。
- Nintendo Switchファミリーの累計販売台数は1億3,000万台を超えており、ソフトウェアの累計販売本数は11億3,000万本を超えました。



Nintendo Switch 自社ソフトウェアセルスルー



全世界の自社ソフトウェアセルスルー（4月～9月）

当社推計

ハードウェアの
普及が進み、
7年目においても、
ソフトウェア販売規模は
高い水準で推移

- 当期の4月から9月の自社ソフトウェアセルスルーは、同期間としては Nintendo Switch 発売以来、2番目の水準となりました。
- ハードウェアの普及が進み、7年目となる当期においてもソフトウェアの販売規模は高い水準で推移しています。

「ゼルダの伝説」シリーズ最新作を今年5月に発売



- それを象徴する出来事として、5月に「ゼルダの伝説」シリーズの最新作である『ゼルダの伝説 ティアーズ オブ ザ キングダム』を発売したことがあります。



● セルスルー **1,760万本**

(2023年9月末時点)

● 遊ばれたお客様による
高い評判が世界中に拡散

● Nintendo Switchの
存在感を引き立てるきっかけに

当社推計

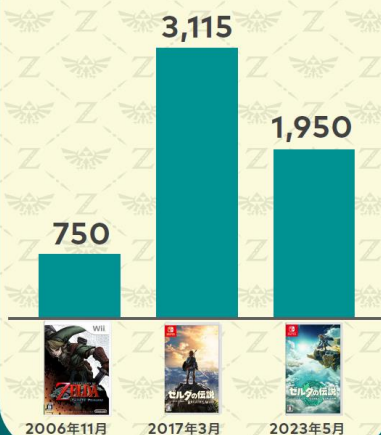
- 本タイトルの全世界累計セルスルーは9月末現在で1,760万本を上回りました。
- 前作の評価も高く、発売前から多くの方に注目していただいていた中、実際に遊ばれたお客様による高い評判が瞬く間に世界中に広がりました。
- これが、本タイトルはもちろん、7年目の当期において、Nintendo Switch自体の存在感を改めて大きく引き立てるきっかけとなりました。



Nintendo Switch における 「ゼルダの伝説」シリーズ

(累計セルイン・万本)
(2023年9月末時点)

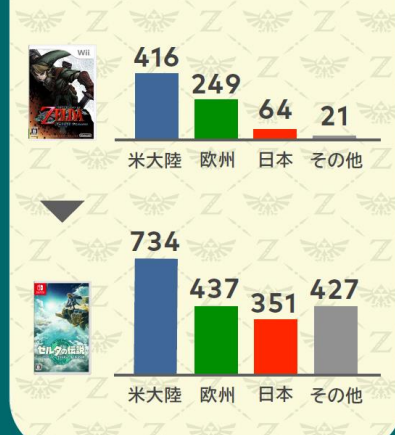
販売規模の飛躍的成長



ロングセラー化





どの地域のお客様も増加



- 「ゼルダの伝説」シリーズは、1986年に第1作目である『ゼルダの伝説』を発売して以来、30年以上にわたり展開を続けていますが、Nintendo Switch世代では、過去と異なる販売の傾向が見えてきています。
- Nintendo Switchでは、同シリーズのソフトウェアの販売規模は、過去のシリーズタイトルに比べて飛躍的に成長しています。
- また、前作『ゼルダの伝説 ブレス オブ ザ ワイルド』は、2017年の発売以降も販売数を堅調に伸ばすロングセラータイトルとなっています。
- 加えて、Nintendo Switchでは、過去と比べて、いずれの地域においても販売本数が増加しています。

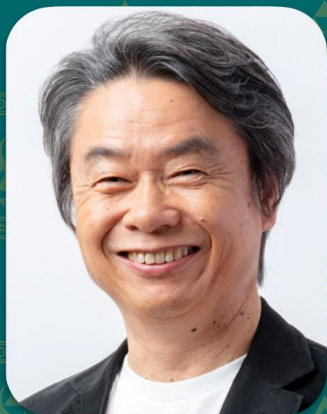
ゼルダの伝説
THE LEGEND OF ZELDA



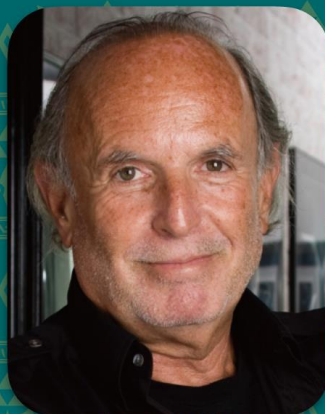
 「ゼルダの伝説」は、販売規模の飛躍的拡大とともに、地域を問わず、多くのお客様に長くご支持いただけるシリーズに成長

- このように、「ゼルダの伝説」は、販売規模の飛躍的な拡大とともに、地域を問わず、多くのお客様に長くご支持いただけるシリーズに成長しました。

「ゼルダの伝説」実写映画の企画開発を開始



宮本 茂



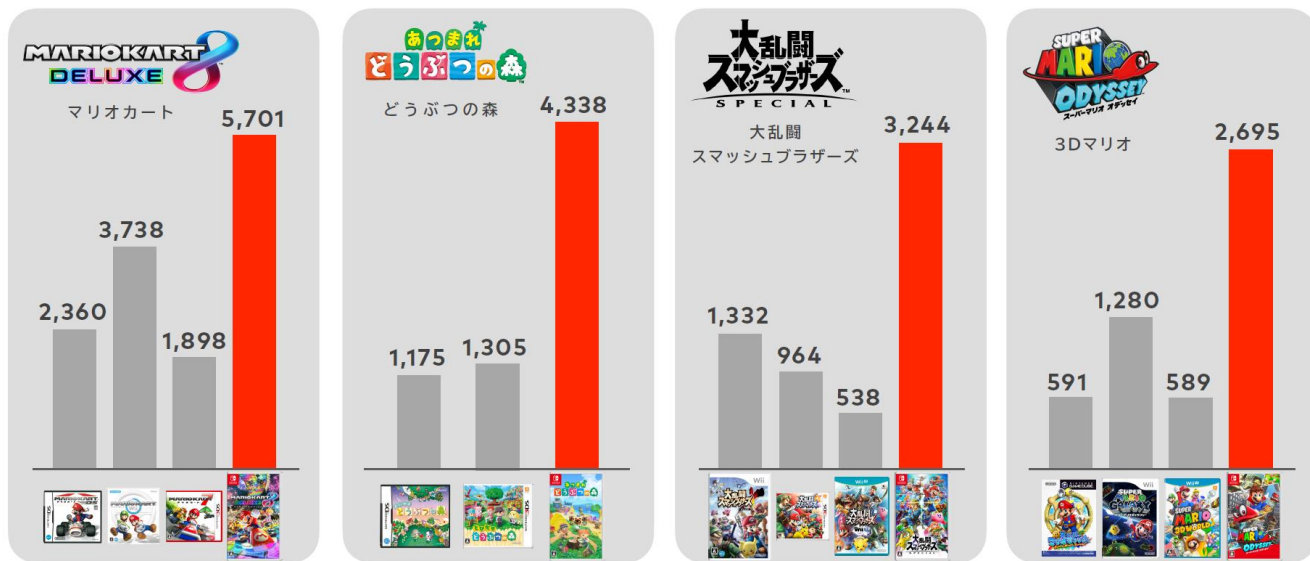
Avi Arad

- そして、本日公表しましたとおり、「ゼルダの伝説」の実写映画の企画開発を開始いたしました。
- この映画のプロデューサーは当社の宮本 茂と、数々のヒット映画をプロデュースされたAvi Arad（アヴィ・アラッド）氏が共同で担当します。
- 当社は映画制作費の50%以上を出資し、全世界配給と共同出資をソニー・ピクチャーズ エンタテインメント様が行います。
- 任天堂自らが映画の制作を手がけることによって、任天堂が培った娯楽の世界を多くの方に触れていただき、「ゼルダの伝説」シリーズのさらなる飛躍につなげていきたいと考えています。



Nintendo Switchでは 多くのシリーズタイトルが成長を遂げている

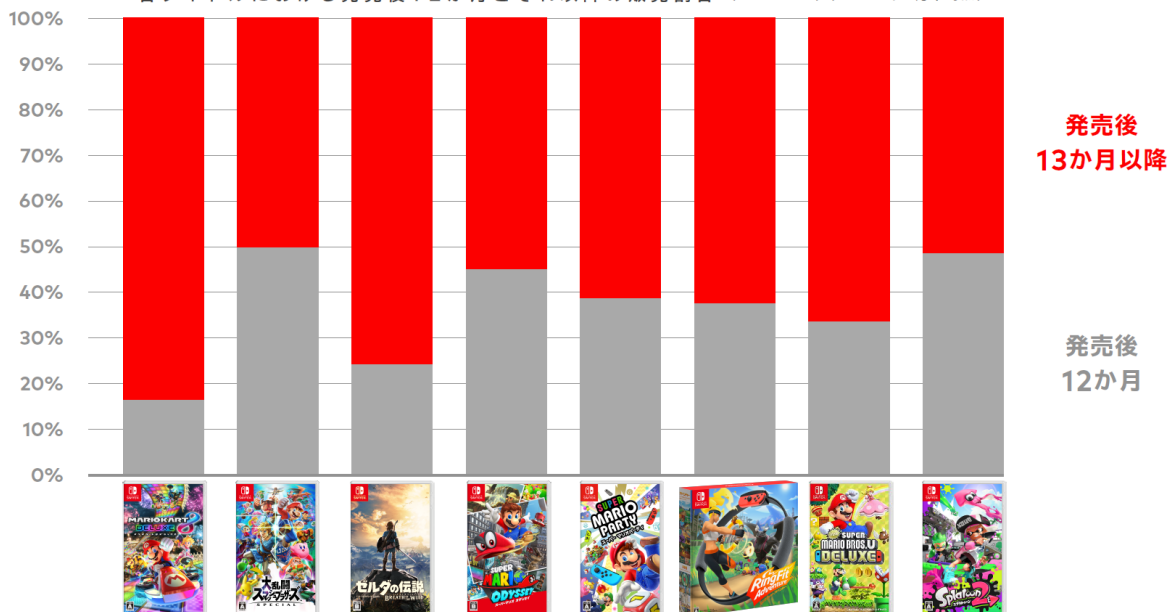
各シリーズにおける主なタイトルの累計販売数（セルイン・万本）（2023年9月末時点）



- ここまでは「ゼルダの伝説」に関してご説明しましたが、ここからはもう少し広くNintendo Switchについてご説明します。
- 「ゼルダの伝説」以外でも、Nintendo Switchでは多くのシリーズにおいて、過去のシリーズタイトルを上回る販売を記録することができました。

ヒットタイトルの多くが、ロングセラーに

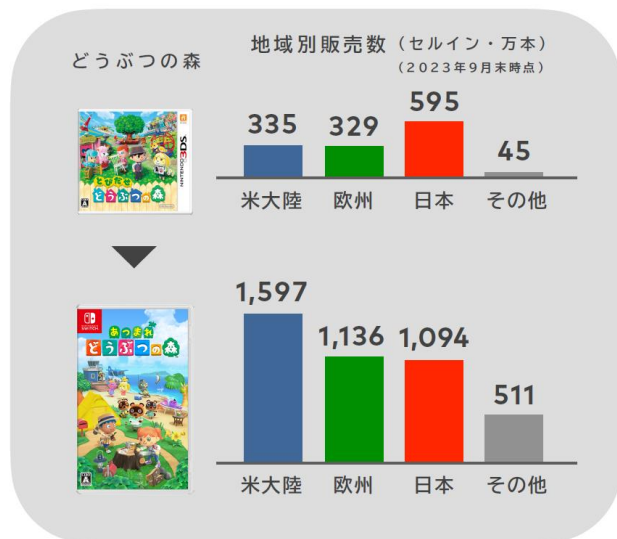
各タイトルにおける発売後12か月とそれ以降の販売割合（セルスルー）（2023年9月末時点）



当社推計

- また、Nintendo Switchで発売されたタイトルの販売傾向として、ヒットタイトルの多くが、発売2年目以降も販売本数を伸ばしていく、ロングセラータイトルとなっていることが挙げられます。

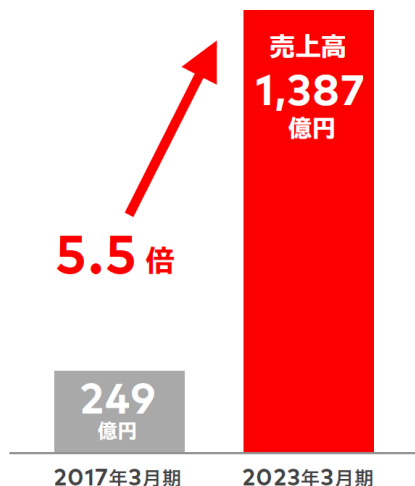
日本が販売の中心であったシリーズが、 地域を問わずご支持いただけるように



- 「どうぶつの森」や「星のカービィ」といったシリーズは、Nintendo Switch以前は、日本市場を中心に販売をけん引している傾向がありました。
- 一方で、Nintendo Switch向けのタイトルでは、日本以外の市場においても販売数を大きく伸ばさせることができ、地域を問わずご支持いただけるようになっています。

日米欧以外の地域における販売拡大

日米欧以外の地域の売上高



Nintendo Switch 発売以来、アジア・オセアニアをはじめとした、日米欧以外の市場の存在感が高まっている

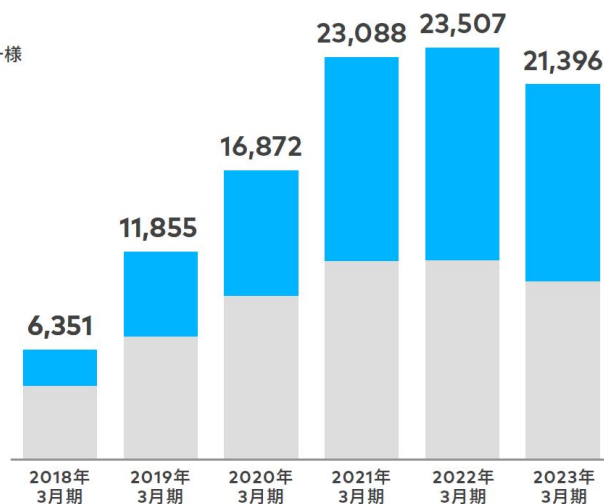
- Nintendo Switch発売以降、当社のゲーム専用機ビジネスの売上規模は約3.3倍に成長しました。
- その中でも、アジア・オセアニア地域をはじめとした日米欧以外の市場が、同時期で約5.5倍に成長しており、存在感を高めています。
- これは自社タイトルのローカライズ体制を強化し、多くのタイトルでさまざまな言語対応を行ったことも寄与していると考えています。

ソフトメーカー様タイトルの盛り上がり



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

■ ソフトメーカー様
■ 任天堂



- ご覧いただいているグラフは、パッケージ併売ソフトの販売本数の推移です。
- 青色で示したソフトメーカー様タイトルの販売本数は、2018年3月期から2021年3月期にかけて大きく増加し、その後も現在まで一定規模を維持しています。
- また、ソフトメーカー様からは、この数字には含まれないダウンロード専用ソフトも、数多く発売されています。
- このように、Nintendo Switchでは、自社タイトルだけでなく、ソフトメーカー様タイトルの販売規模も高い水準となっています。



Nintendo Switch Online

会員数 3,800万以上

(2023年9月末時点)

もっと楽しく、もっと便利に

NINTENDO 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

加入者専用タイトル

F-ZERO 99
エフゼロ99

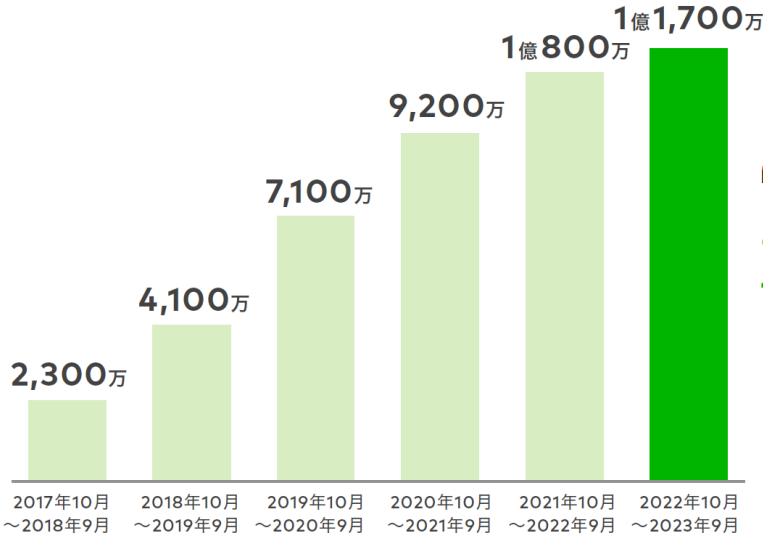


- Nintendo Switchがもっと楽しく、もっと便利になる「Nintendo Switch Online」の有料会員数は、2023年9月末現在で3,800万アカウント以上となりました。
- お客様にNintendo Switchを長く遊び続けていただくご提案として、サービス内容の拡充を続けており、加入者専用タイトルとして、9月に新規リリースした『F-ZERO 99』も、多くの方に遊んでいただいています。



Nintendo Switchのお客様

年間プレイユーザー



お子様から高齢の方まで、
世界中の多くの方に
Nintendo Switchで
遊んでいただいています

- 以上のような取り組みの相乗効果によって、直近の1年間でのNintendo Switchの年間プレイユーザー数は、1億以上となっており、7年目に入っても多くのお客様に楽しんでいただいています。
- また、お客様の年齢構成も、お子様からご高齢の方まで、幅広い年齢の方にNintendo Switchで遊んでいただいていることが分かっています。

※ 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、当社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。なお、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。また、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ありません。

Nintendo Switch向けには 新作タイトルが続々登場

- そして、今後もNintendo Switch向けには、新作タイトルが続々登場いたします。



年末商戦に向けた自社商品



- 年末商戦に向けて、任天堂からはご覧のような商品を発売していきます。



10月以降発売のソフトメーカー様タイトル



- ご覧いただいているタイトルは、10月から12月にかけて発売される Nintendo Switch向けのソフトメーカー様タイトルです。
- 任天堂だけでなく、ソフトメーカー様からも、さまざまなタイトルが発売されていきます。



2024年発売予定の発表済みタイトル



- さらに、2024年に発売予定のタイトルもご覧のとおり発表しています。
- 2024年発売のタイトルは、ご覧のラインアップ以外にも予定していますので、続報をお待ちください。

今後の展望

- **Nintendo Switchは8年目に突入**
- **今後も新作タイトルの投入を継続**
- **Nintendo Switchの稼働を維持・拡大し、ビジネスの勢いを維持する**



- Nintendo Switchは2024年3月から8年目に入りますが、これまでのプラットフォームのライフサイクルにとらわれることなく、今後も新作タイトルの展開を続けていきます。
- 当社は、この先もNintendo Switchを多くのお客様に遊んでいただくことで、ビジネスの勢いを維持していきます。

手元資金の活用とESGについて

- さて、ここからは手元資金の活用と、当社のESG活動についてご説明します。

手元資金の活用について

【2022年11月 経営方針説明会 資料】

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
ゲーム ソフトウェア 資産の蓄積	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

※2021年の発表後も継続的に議論を重ねており、金額規模は上記金額を超える見通し

- ・ 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。
- ・ 「ソフトウェア資産の蓄積」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ていきます。
- ・ 「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、ニンテンドーアカウントを中心に、お客様との接点を強化・拡大するために、インフラ整備やパートナーシップ構築の推進を行います。この分野では、単にビジネスの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。
- ・ なお、2021年にこちらの計画について初めてお話しした後も、継続して議論・検討を重ねています。
- ・ 具体的な金額は現時点ではお伝えできませんが、「ゲーム」分野における「ソフトウェア資産の蓄積」を中心に、現在お示ししている金額規模を超えていく見通しです。

手元資金の活用事例

本社隣接地の取得、および本社第二開発棟（仮称）の建設



完成イメージ※2022年4月リリース時のもの

当初予定より規模を拡張

規模の拡張に合わせて、
投資規模も増加

竣工予定も

2027年から2028年に

- 「ソフトウェア資産の蓄積」に関しては、本社隣接地に本社第二開発棟（仮称）を建設する計画があります。
- 当初は12階建ての建物を2027年に竣工予定とお伝えしていましたが、計画を一部見直し、さらに規模を拡張することとなりました。それに伴い、建物の竣工予定も2028年へと延期しています。
- この本社第二開発棟は、今後の研究開発の強化を行う上で、重要な役割を担うものと認識しています。

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、
効率的な輸送の推進、
サプライチェーンにおける
化学物質管理、
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
TCFD提言に沿った情報開示

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)
働きがいのある職場づくり、ワークライフバランス、社員エンゲージメント

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。社内での活動はもちろん、生産パートナーをはじめとするステークホルダーと協力しながら、サプライチェーン全体での環境負荷低減に取り組んでいます。
- 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。お子様の健全なプレイ環境を確保する「Nintendo みまもり Switch」の普及や、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を通じて、すべての社員が能力を發揮できる環境づくりに取り組んでいます。また、会社と社員、社員同士が相互に理解し信頼し合い、貢献し合える職場づくりに努めています。
- 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、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。

娯楽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、任天堂らしい娯楽の提案を通して、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。