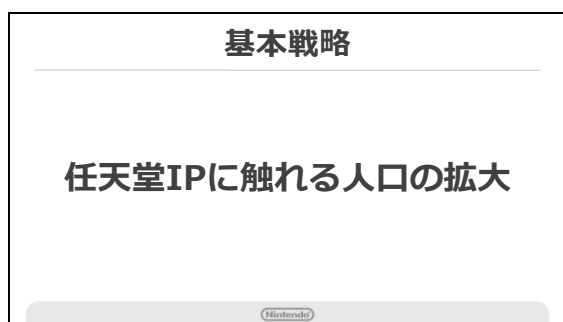


本日は、お忙しい中、当社の経営方針説明会にご参加いただき、ありがとうございます。社長の君島でございます。

決算の数字につきましては、先ほど、経営企画室長の古川からご説明いたしましたとおりです。



当社の基本戦略は、従来と変わらず、「任天堂IPに触れる人口の拡大」です。その方針に沿った当社のビジネスの現状と、今後の見通しについてご説明します。



最初に、Nintendo Switchのビジネスについてお伝えします。



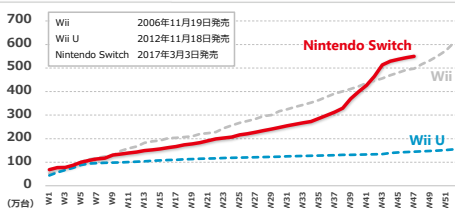
まずは昨年のホリデー商戦の状況についてお話します。昨年10月の決算説明会では、Nintendo Switchにとって初めてのホリデーシーズンで、幅広いお客様からご支持を得られるかどうか大きなチャレンジであることをお伝えしていました。また、商戦期にしっかりと数をお届けできるよう、生産体制を拡充することもお伝えしていました。その結果、

## ホリデー商戦期に普及の勢いが加速



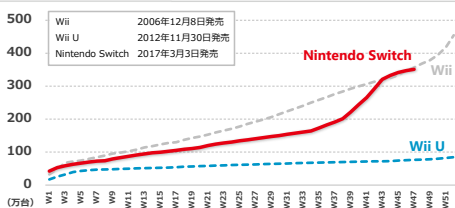
ホリデー商戦期に入って、世界各地で、Nintendo Switchハードの普及の勢いがさらに加速しました。主な市場の状況についてご説明します。

北米 ハード発売後1年間のセルスルーの推移



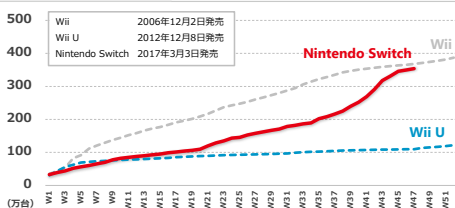
こちらは、北米市場におけるNintendo Switch発売後の累計セルスルーの推移です。WiiとWii Uの発売後1年間のセルスルー推移を重ねています。WiiやWii Uはホリデー商戦期に発売されましたので、3月発売のNintendo Switchとは、発売時期や商戦期のタイミングが異なる点にご注意ください。ご覧のとおり、Nintendo Switchを示す赤い線は、ホリデー商戦期に大きく伸び、販売ペースに勢いが出ました。発売時期や商戦期のタイミングが違うので単純な比較はできませんが、発売後10か月の時点で、北米では、任天堂の据置型ゲーム機で最も早く普及したWiiを上回る、過去最速ペースの立ち上がりになっています。

欧州 ハード発売後1年間のセルスルーの推移



こちらはヨーロッパ市場の状況です。ヨーロッパ市場においても、Nintendo Switchは、ホリデー商戦に販売が大きく伸び、Wiiと肩を並べる勢いで推移しています。

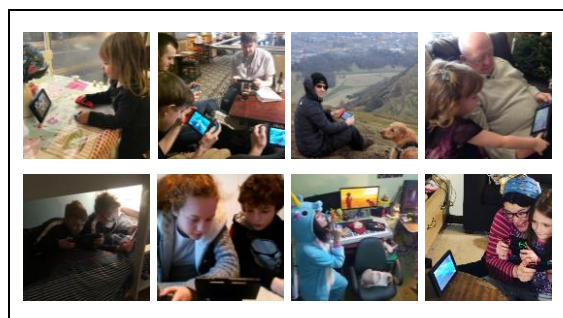
国内 ハード発売後1年間のセルスルーの推移



こちらは国内市場の状況です。国内市場では、ホリデー商戦にしっかりとした数をお届けすることができ、販売を大きく伸ばしました。

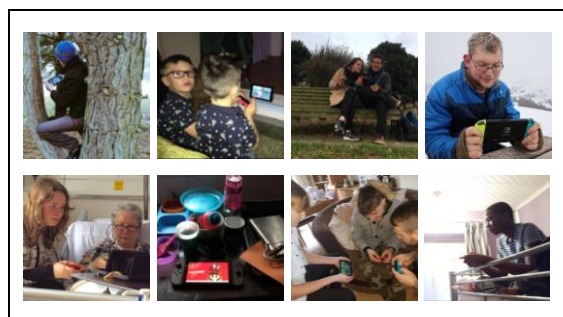


昨年3月に発売したNintendo Switchは、全世界における累計セルスルーが、12月上旬に1000万台の大台を突破し、足下の数字では1300万台を超えています。初めてのホリデー商戦で期待を上回る結果を残すことができました。



Nintendo Switchは、「いつでも、どこでも、誰とでも楽しめる」というコンセプトの、新しい体験を提案するゲーム機です。家庭用据置型ゲーム機をお好きな場所に持ち出していただき、Joy-Conを「おすそわけ」すれば、いつでも、どこでも、誰とでもすぐにゲームを始めていただくことができます。


ヨーロッパでは、Twitter上で「#OnlyOnSwitch」というハッシュタグをつけて、お客様にNintendo Switchで遊んでいる様子を投稿いただくキャンペーンを昨年からは行っており、ご覧の写真はその一部です。お客様がそれぞれのプレイスタイルに合わせて、これまで考えられなかったような場所や遊び方で、Nintendo Switchを楽しんでいただいている様子が分かります。



このように、これまでのゲーム機にはなかった、Nintendo Switchというハードのユニークな特長を、世界中のお客様に受け入れていただいたことも、足下の好調な勢いの背景にあるものと考えています。



続いてソフトについてです。Nintendo Switchは、発売1年目にして、すでに3タイトルが600万本を超えるセルスルーを記録しており、まだまだ販売を伸ばしています。



- セルスルー600万本
- 2017年に発売されたゲームの中で、最も優れたゲームとして世界で数々の賞を獲得

※アジア、ラテンアメリカなどの一部地域のセルスルーを含めず


昨年3月に発売した『ゼルダの伝説 ブレス オブ ザ ワイルド』は、Nintendo Switch版だけで600万本、同時発売のWii U版と合算すると750万本のセルスルーとなりました。世界中のゲームマスコミやプレイされたお客様から高い評価をいただき、2017年に発売されたゲームの中で、最も優れたゲームとして、世界で数々の賞をいただきました。

- セルスルー650万本
- Nintendo Switchの特長の一つである、Joy-Conの“おすそわけ”を体験しやすいタイトル



※アジア、ラテンアメリカなどの一部地域のセルスルーを含めず

昨年4月に発売した『マリオカート8 デラックス』は、650万本を超えるセルスルーとなっています。本作は、Nintendo Switchの特長の一つである、Joy-Conの「おすそわけ」を体験しやすいタイトルです。ソーシャルメディアの投稿からも、人が集まるさまざまなシーンで、『マリオカート8 デラックス』の「おすそわけ」プレイを、お楽しみいただいている様子が確認できます。



- セルスルー750万本
- 10月の発売以来爆発的に売れ続け、Nintendo Switchで最も売れているタイトル

※アジア、ラテンアメリカなどの一部地域のセルスルーを含めず

昨年10月に発売した『スーパーマリオ オデッセイ』は、すでに750万本以上をセルスルーしています。発売以来、本体とともに爆発的に売れ続け、足下では、Nintendo Switch向けソフトとして、最も売れているタイトルになっています。

- セルスルー450万本
- Wii Uソフト『Splatoon』のセルスルーを上回った
- 国内市場では、本体装着率が約60% 本体の販売を牽引




※アジア、ラテンアメリカなどの一部地域のセルスルーを含めず

加えて、昨年7月に発売した『Splatoon2』は、セルスルーが450万本を超え、すでに前作のWii U用ソフト『Splatoon』のセルスルーを上回っています。特に国内市場で、Nintendo Switchハードの販売を牽引し、本体に対する装着率は約60%となっています。

※ 本体装着率… [ソフトの累計セルスルー]  
 ÷ [ハードの累計セルスルー]で算出



Nintendo Switchビジネスの今後の展望についてお話しします。



**今後のビジネスにおいて重要な点**

- **本体購入者の関心の維持**
- **より幅広い層のお客様にお求めいただけるように**

普及拡大の局面に入った、Nintendo Switchの今後のビジネスにおいては、本体購入者および未購入者の両方へのアプローチが重要だと考えています。

まず、Nintendo Switchをご購入いただいたお客様の関心を高い状態で維持し、遊び続けていただくことを目指します。そして今後の普及拡大のためには、より幅広い層のお客様にNintendo Switchをご購入いただくことが重要です。

**ハードを牽引する有力タイトルが  
早期に複数登場**



ゼルダの伝説  
BREATH OF THE WILD



SUPER MARIO ODYSSEY

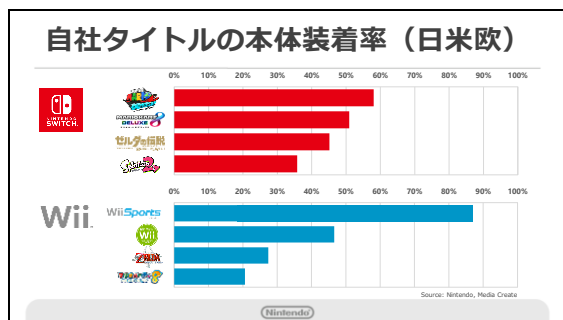


Splatoon 2

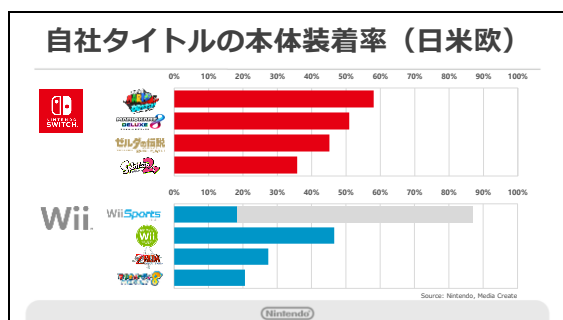


MARIO KART DELUXE

Nintendo Switchでは、ハードを強力に牽引する自社の有力タイトルを、早期に複数揃えることができました。こうしたタイトルは、ハードの普及とともに息長く売れていく可能性があります。各タイトルの販売状況については先ほどお伝えしたとおりですが、新ハードの立ち上げ時期に、こうしたヒットタイトルが複数生まれたことは、単に特定のソフトが一定数量売れた、ということ以上の意義があると考えています。



こちらをご覧ください。Nintendo Switch自社タイトルの本体装着率上位4タイトルをグラフにしたものです。比較のため、ハードの発売後同期間が経過した時点でのWiiのグラフも用意しました。Wiiでは、『Wii Sports』が、普及の起爆剤となりました。『Wii Sports』は、米欧市場ではWii本体に同梱して販売しました。



『Wii Sports』の本体同梱分を灰色にすると、ご覧のようになります。『Wii Sports』の残りの青色の部分は、日米欧合算のハードの販売数に対する、ソフト単品の販売数の割合を示します。

ご覧のように、Nintendo Switchでは、本体装着率の高い自社タイトルが早期に複数登場しています。これらのタイトルがハードの普及を長期にわたって牽引し、また同時に、ハードの販売が進むとともに息長く売れることが期待できます。

本体ご購入を検討されているお客様にとっては、人気タイトルが多数存在するゲーム機は、当然お買い求めいただきやすくなります。また、既に本体をご購入いただいたお客様にとっても、これら人気のあるタイトルは2本目、そして3本目の候補として順次検討していただけます。こうした状況は、Nintendo Switchの普及拡大の中期的な展望において、強力な材料になります。



この他の自社タイトルとして、Nintendo Switchならではのゲームソフトが、すでに発売されています。

『1-2-Switch』は、普段ビデオゲームをプレイされない方でも一緒に楽しむことができ、この年末には世界中でプレイされました。『ARMS』は、左右の手にそれぞれJoy-Conを握り、直感的に操作できることから小さなお子様でもプレイできる一方、キャラクターとアームの特性を組み合わせる格闘ゲームとしても奥が深く、ゲーム上級者にも楽しまれています。これからNintendo Switchをお求めいただくお客様に、ソフトの選択肢として興味を持っていただけるようにしたいと思います。

1つのタイトルで  
長く遊んでいただけるように



また、1つのタイトルで長く遊んでいただけるよう、ネットワークを使ったコンテンツの配信や、ゲームを盛り上げるイベントを、今まで以上に充実させていきます。



2018年9月サービス開始予定

次に、Nintendo Switchのオンライン機能を拡充する有料サービスである「Nintendo Switch Online」は、2018年に開始することをすでにお伝えしておりましたが、正式なサービスの開始時期を、2018年9月に決定しました。お客様のゲーム体験をより高められるよう準備を進めています。詳細は改めてお伝えします。

新しいあそびの提案  
NINTENDO LABO

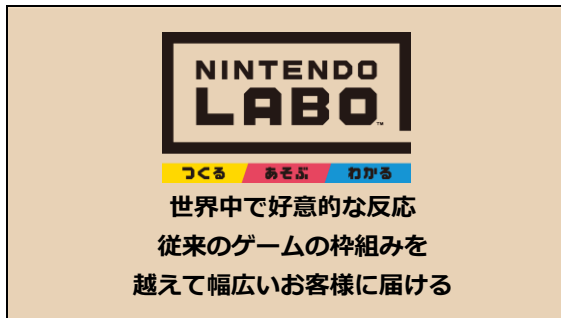


加えて、当社としては、Nintendo Switchの次なる展開として、任天堂らしい新しいあそびの提案も必要だと考えています。そうした取り組みの一つが、先日発表しましたNintendo Laboです。

（プレゼンテーション資料（『Nintendo Labo』  
2018.1.18 初公開映像）をご参照ください）



1.18 Nintendo Labo 初公開映像

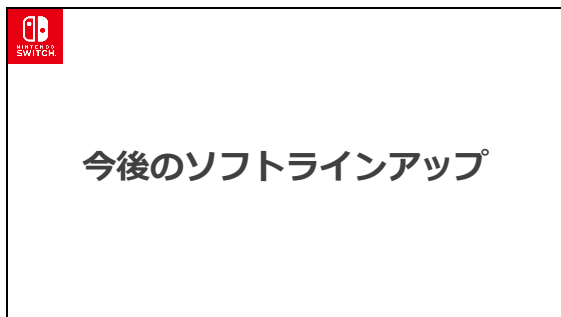


こちらの映像をご覧いただいた世界中のお客様からは、「任天堂がまた予想外の提案をしてきた」という驚きの声を含め、総じて好意的に受け入れていただけたと思います。

4月発売の商品ですので、今回はお披露目程度の情報のみをご紹介しました。Nintendo Laboの全貌は、今後お客様体験会や当社のさまざまなプロモーション活動を通じて、順次公開していきます。

親子ペアでご参加いただくお客様体験会「Nintendo Labo Camp」への一般応募の状況ですが、ビデオ公開直後の4日間だけ受付を行いましたアメリカでは、応募件数は募集枠に対して約50倍にも達しました。また、他の地域におきましても非常に高い倍率となっています。ご応募いただいた世界中の親子の皆様に感謝いたします。当社も体験会でお客様の反応を直接感じられることを楽しみにしています。

Nintendo Laboは、Nintendo Switchの可能性を、さらに広げることを目的とした商品です。従来のゲームの枠にとらわれることなく、より一層幅広いお客様に愛される商品に育てていきたいと考えています。



Nintendo Switchには、ゲームファンからファミリー層までお楽しみいただけるタイトルが、今後も登場します。



2月以降、当社からは、ご覧のようなバラエティ豊かな新タイトルを、順次発売していきます。





Nintendo Switchでは、すでに300以上のタイトルが、ソフトメーカー様から発売されています。多くのソフトメーカー様に早期にご参入いただいたことによって、さまざまなジャンルのタイトルが発売されました。



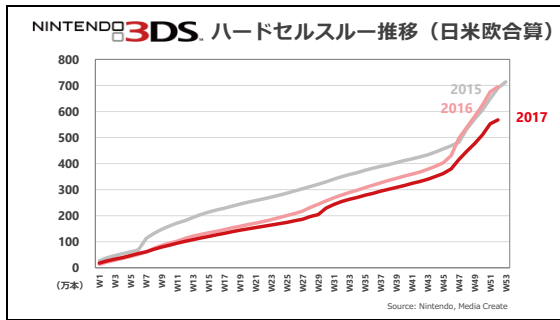
店頭に並ぶパッケージタイトルに加え、Nintendo eShopでお求めいただける、個性あふれるダウンロード専用タイトルが多数発売されたことによって、お客様にとっての選択肢がさらに充実しました。



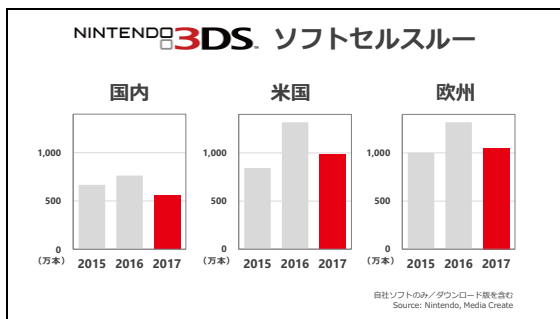
ソフトメーカー様に、Nintendo Switchが普及の軌道に乗ったことをご確認いただいた結果、タイトルの供給が今後さらに加速するであろう、手応えを得ています。今後も、ご覧のタイトルをはじめ、数多くの、そして幅広いジャンルのタイトルが、続々と発売されることとなります。



次に、ニンテンドー3DSについてです。



こちらは、ニンテンドー3DSシリーズのハードのセルスルー推移を、日米欧合算で示したものです。販売推移は前年を下回るものの、7年目のホリデー商戦後の結果としては、堅調な水準を維持しています。昨年10月の決算説明会でもご説明しましたが、ニンテンドー3DSシリーズのハードは、Nintendo Switch発売後も大きく販売ペースを落とすことなく、引き続き安定して売られています。



こちらは、ニンテンドー3DSのソフトのセルスルーを、2017年と過去2年間で比較したものです。『ポケットモンスター サン・ムーン』が世界的に大きな盛り上がりを見せた2016年に比べると、2017年は販売総数が減りましたが、米欧市場では、2015年を上回っています。



ニンテンドー3DSビジネスの今後の展望についてです。

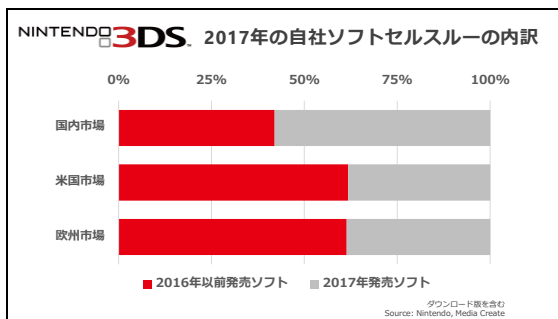
**普及規模と  
豊富なソフトラインアップを  
活かしてビジネスを継続する**

ニンテンドー3DSは、Nintendo Switchとは異なる特長があり、価格帯や遊び方においても棲み分けを行って、ビジネスを並走させてまいります。普及規模と、豊富なソフトウェアラインアップを活かしたビジネスを継続していきます。



こちらは、ニンテンドー3DSの主要タイトルと、世界合計の累計出荷本数をまとめたものです。赤枠内に2018年3月期単年度での出荷本数を記載しています。発売から時間が経過したタイトルでも、この1年間でさらに出荷数を伸ばしているタイトルがいくつもあります。

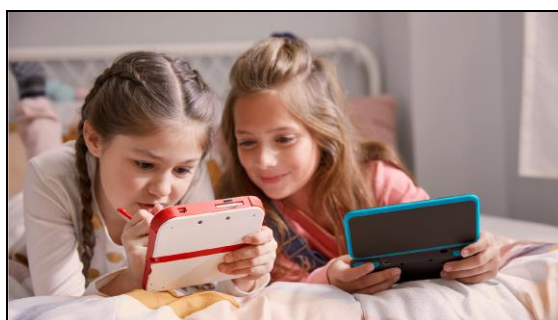
※『とびだせ どうぶつの森』の出荷本数は、『とびだせ どうぶつの森 amiibo+』として、販売されているものを合算しています。



こちらは、2017年の自社ソフトのセルスルーに占める、2016年以前に発売されたソフトの割合を、地域別にまとめたものです。これまでに発売された豊富なソフトウェアラインアップが、存在感を見せています。



ニンテンドー3DS向けタイトルは、これまでに多様なソフトが多数リリースされており、今までにない強力なラインアップになっています。もちろん、新作ソフトの開発は、引き続き行っていますが、ニンテンドー3DSをお持ちのお客様や、新たにハードをご購入いただいたお客様に対して、ニンテンドー3DSシリーズの豊富なタイトルの魅力をしっかりとお伝えし、販売につなげていくことが重要であると考えています。



お求めいただきやすいニンテンドー3DSシリーズは、お子様にとって、最初のゲーム専用機として魅力のある商品です。また、価格を重視されるお客様に購入を検討していただきやすい商品として展開していきます。引き続き、こうしたお客様に向けて、ニンテンドー3DSをお届けしていきます。



次に、「ニンテンドークラシックミニ」についてです。



昔懐かしいスーパーファミコンを手のひらサイズで復刻した家庭用ゲーム機『ニンテンドークラシックミニ スーパーファミコン』は、昨年秋に世界で発売し、全世界セルスルー400万台になりました。

※ 米国では『Super Nintendo Entertainment System: Super NES Classic Edition』、欧州および豪州では『Nintendo Classic Mini: Super Nintendo Entertainment System』という名称で販売。

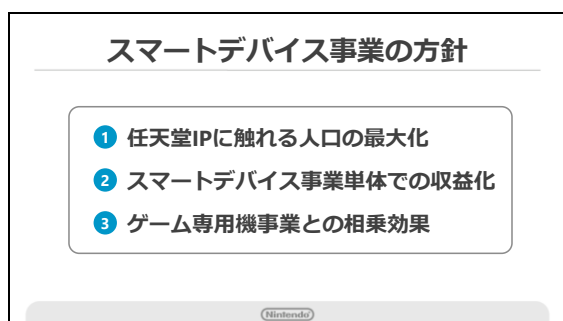


『ニンテンドークラシックミニ ファミリーコンピュータ』は、今年生産を再開することをお知らせしています。『ミニファミコン』および『ミニスーパーファミ』は、今後も定番商品として継続して販売する方針です。久しぶりにテレビゲーム機で遊ぶという方にも、初めての方にも、ビデオゲームに触れるきっかけにさせていただき、ひいては、Nintendo Switchに関心をお持ちいただけることを期待しています。

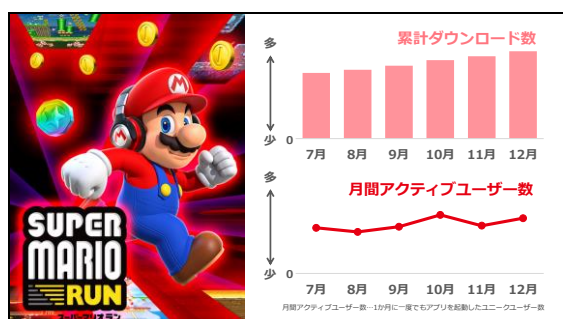
※ 『ニンテンドークラシックミニ ファミリーコンピュータ』は、米国では『Nintendo Entertainment System: NES Classic Edition』、欧州および豪州では『Nintendo Classic Mini: Nintendo Entertainment System』という名称で販売。



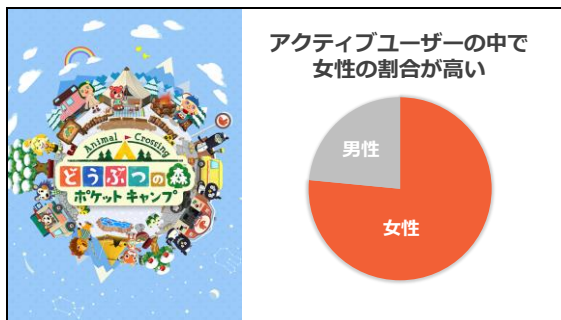
次に、スマートデバイスビジネスについてです。



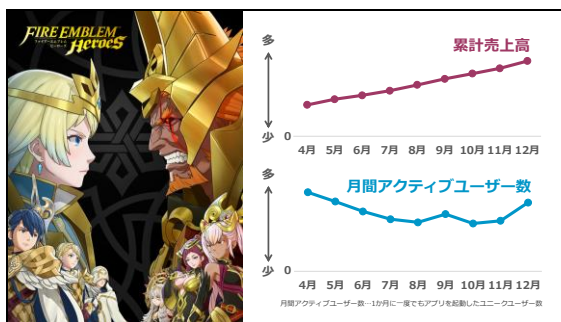
当社におけるスマートデバイス事業の目的は、主に3つです。スマートデバイスを活用し、任天堂IPに触れていただく人口の最大化を目指します。また、当社の収益の柱の一つとして育てていきたいと考えています。さらにゲーム専用機事業との相乗効果を生み出すことで、任天堂の事業全体の最大化を目指します。こうした事業全体の方針に対して、『Super Mario Run（スーパーマリオラン）』が任天堂IPに触れていただく人口の拡大に特に貢献しているように、アプリごとに特長と狙いが異なります。一つのアプリでこれらの方針を実現するのではなく、複数のアプリを通して、事業全体としての目標達成を目指します。



『Super Mario Run（スーパーマリオラン）』は、昨年9月にVer3.0となるメジャーアップデートを実施しました。昨年10月の決算説明会では、累計2億ダウンロードを達成したことをお伝えしましたが、その後も、引き続きダウンロード数が伸びています。月間アクティブユーザー数も、2000万人を前後するペースを維持しています。任天堂IPに触れる人口の最大化に向けて、世界中の幅広いお客様に、マリオのゲームをお届けし、お楽しみいただいています。



昨年10月に配信を開始しました『どうぶつの森 ポケットキャンプ』で遊んでいただいているお客様は、女性の割合が高くなっており、特に成年の女性ユーザーが中心になっています。本タイトルをきっかけに、たくさんの女性のお客様に当社のスマートデバイスアプリを手にとっていただくことができました。継続的なアップデートによるゲーム内容の追加や、毎週のイベント実施を通じて、まずはお客様に日常的に遊んでいただけるサービスを目指し、同時に収益面での貢献も実現したいと考えています。



『Fire Emblem Heroes（ファイアーエムブレム ヒーローズ）』は、昨年11月にVer2.0となるメジャーアップデートを行い、アクティブユーザー数を維持・拡大することができています。収益面においても売上高は継続的に伸びています。明日2月2日にはアプリ配信1周年を迎えます。これにちなんだキャンペーンなど、今後もお客様にお楽しみいただけるさまざまな取り組みを準備しており、テレビCMも計画しています。

このように今後も既存アプリのサービス継続に力を入れて取り組んでいきますが、新規アプリのリリースに向けても開発を進めています。



「Mario Kart」のスマートデバイス向けアプリとなる『Mario Kart Tour（Mario Kart ツアー）』を、来期（2018年4月~2019年3月）に配信することを計画しています。詳細は、今後適切なタイミングでお知らせします。

## 任天堂IPの活用

最後に、任天堂IPの活用についてです。

任天堂IPを目にする機会を増やし、より身近なエンターテインメントとして任天堂が創り出すゲームの世界観を感じていただけるように

「任天堂IPの活用」においては、お客様の日常な生活空間の中においても任天堂のキャラクターを目にする機会を増やしていき、より身近なエンターテインメントとして任天堂が創り出すゲームの世界観を感じていただきたいと考えています。こうした取り組みの積み重ねによって、ゲーム専用機ビジネスをはじめとして、任天堂が事業を行う上での競争力の源泉にしたいと考えています。



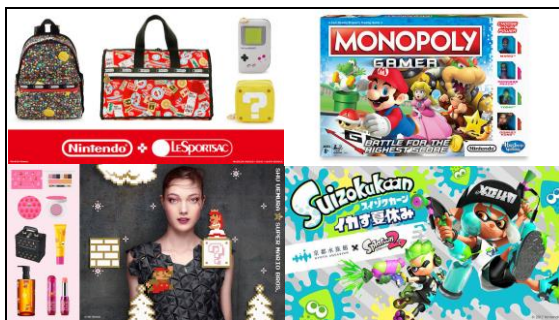
2017年の事例をいくつかご紹介します。ユニクロ様と実施したUTグランプリは、Tシャツデザインの入選作品が発表され、全世界のユニクロ様の店舗で販売されました。



マリオがパッケージに採用されたケロッグ様のシリアルが、アメリカで発売されました。パッケージの箱にNFCチップの入ったamiiboのタグをつけるという新たな試みを行っています。



また昨年は、ゲームソフトの発売に先駆けて、主題歌を音楽配信サービスで配信するという試みも行いました。



この他にも、任天堂のキャラクターに触れていただく機会を増やす取り組みは、世界各地で、国や地域を超えて進んでおり、パートナー企業様とのコラボレーションの展開の数やバリエーションが増えてきています。このように今後も任天堂IPの価値を高め、任天堂ビジネス全体の最大化を目指していきます。



最後に、任天堂IPを積極的に活用するための、新たな取り組みをご紹介します。

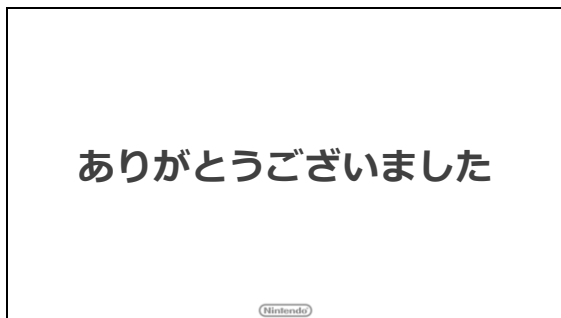
今回「怪盗グルーの月泥棒」や「ミニオンズ」などを手がけられた映画制作会社であるイルミネーション様と、「スーパーマリオ」を扱ったアニメ映画の企画開発を開始することとなりました。

このプロジェクトにおいては、イルミネーション様の創業者で代表であるChris Meledandri（クリス・メレダンドリ）さんと、当社の代表取締役フェローである宮本茂が共同プロデューサーを担当し、当社とUniversal Picturesが共同出資した上で、製作した映画をUniversal Picturesさんが全世界に向けて配給いたします。

映画の公開時期や、具体的な情報に関しては、皆様にお楽しみいただける映像をご用意できた段階で、改めてお伝えしたいと思います。

ゲームに留まらない任天堂IPの積極的な活用に向けて、世界中の方々を笑顔にできる良いものに仕上げたいと考えております。





本日のプレゼンテーションは以上です。  
ありがとうございました。

**【免責事項】**

本説明会及び説明資料の内容は、発表日時点で入手可能な情報や判断に基づくものです。将来発生する事象等により内容に変更が生じた場合も、当社が更新や変更の義務を負うものではありません。

また、本説明会及び説明資料に含まれる将来の見通しに関する部分は、多分に不確定な要素を含んでいるため、実際の業績等は、さまざまな要因の変化等により、これらの見通しと異なる場合がありますことをご了承ください。