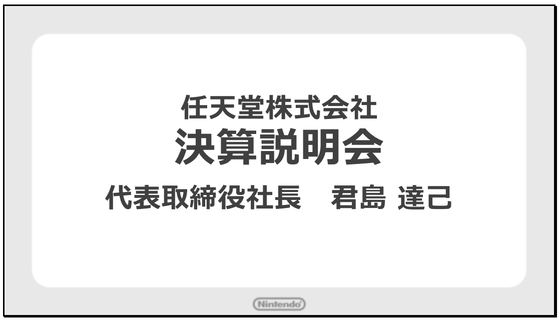
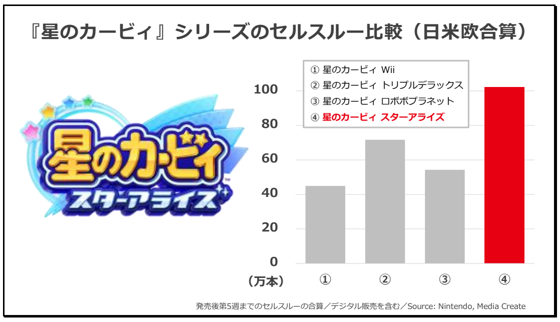


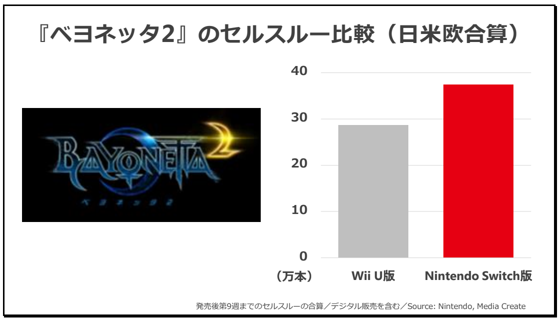
本日は、お忙しい中、当社の決算説明会にご参加いただき、ありがとうございます。社長の君島でございます。
決算の数字につきましては、先ほど、経営企画室長の古川からご説明いたしましたとおりです。
私からは、2019年3月期の取り組みの方針について、ご説明します。

まず、１月の発表以降「任天堂らしい商品」であるとしてご期待いただいていたNintendo Laboは、その発売直後から、親御様とお子様が協力してダンボールを組み立て、完成したToy-Conを一緒に楽しまれるという、これまでのビデオゲームでは考えられなかったような遊ばれ方を、数多くのご購入者が静止画や動画の形で公開されています。まだ日米市場で１週間前に発売したばかりで、欧州発売は本日これからですが、発売当初のNintendo Laboの主なご購入者は、一般的なビデオゲームとは異なり、小学生とそのお父様方、そして、ビデオゲームプレイヤーの中でも特に創造的活動がお好きな皆様が中心になっているようです。Nintendo Laboを当社は、従来のビデオゲームの枠にとらわれることなく、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おりますが、その第一歩は順調に踏み出せたという手応えを感じています。

Nintendo Switchでは、発売以来、間を空けることなく当社の新作タイトルを発売し、年間を通して話題を途切れさせないように努めてきました。そして、年明け以降も、当社の新作タイトルが、継続的に登場しています。親しみやすいキャラクターと世界観を持つ「星のカービィ」のようなタイトルから、ゲームファンのお客様の間で定評がある「ベヨネッタ」のようなタイトルまで、幅広いジャンルのタイトルが販売数を伸ばしており、お客様の広がりを実感しています。

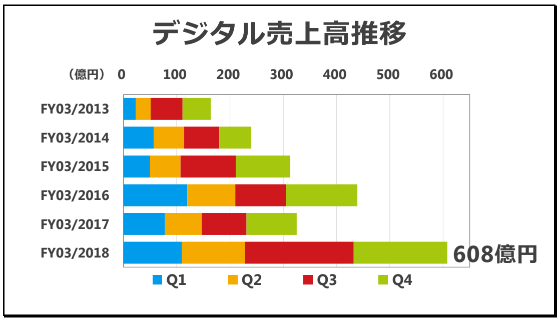


こちらは、3月に発売した『星のカービィ スターアライズ』の発売直後のセルスルーと、同期間での過去作のセルスルーを比較したものです。Nintendo Switchで発売となった本作は、過去作と比べて勢いがあるスタートを切っています。



こちらは、2月に発売したNintendo Switch版『ベヨネッタ2』の発売直後のセルスルーと、2014年に発売したWii U版『ベヨネッタ2』の同期間でのセルスルーを比較したものです。Nintendo Switch版は、オリジナルのWii U版を上回る出足となっています。

また、前期の振り返りとして、過去の任天堂プラットフォームと比べてデジタルビジネスが大きく伸びたことが、Nintendo Switch1年目の大きな特徴の1つといえます。



こちらは、ゲーム専用機ビジネスにおけるデジタルコンテンツの売上高を経年比較したものです。以前までは「ダウンロード売上高」と呼んでおりましたが、状況の変化を踏まえ、「デジタル売上高」としています。2018年3月期のデジタル売上高は、過去最高となりました。内訳については公表していませんが、Nintendo Switch向けパッケージソフトのダウンロード版や追加コンテンツが、デジタル売上高の伸びに大きく貢献しています。

※ FY=会計年度（4月～翌年3月）

さて、Nintendo Switchは、昨年3月の発売から1年が経過しました。

「家庭用据置型ゲーム機を持ち出せる」という新しい提案は、世界中のお客様に受け入れていただくことができ、手応えがある立ち上がりとなりました。

Nintendo Switchでは、家庭用据置型ゲーム機をお好きな場所に持ち出したり、Joy-Conを「おすそわけ」したりすることができ、「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。また、本体を持ち寄っていただくと、どこでもローカル通信で対戦や協力プレイを始めることができます。Nintendo Switchをご購入いただいたお客様は、ハードウェアのユニークな特長を活用して、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、お楽しみいただいているようです。

このように、Nintendo Switchのビジネスは、着実な立ち上がりをみせ、今後ビジネスを拡大していくための土台を形成することができました。しかしながら、

ゲーム専用機ビジネスは
2年目が重要

ゲーム専用機ビジネスは、2年目が重要です。2年目は、ハードウェア発売当初の目新しさに頼ることはできませんので、本当の実力が試されることになります。今期は、1年目に築いた土台を活かしながら、さらなる普及拡大に努めます。

今後のビジネスにおいて重要な点

- **継続的に興味喚起し 遊び続けていただけるように**
- より幅広い層のお客様に お求めいただけるように

今後のNintendo Switchの普及拡大に向けて、いくつかポイントがあります。まず、すでにNintendo Switchを購入されたお客様や、これから購入されるお客様に、継続的に興味をお持ちいただき、Nintendo Switchで遊び続けていただくことを目指します。

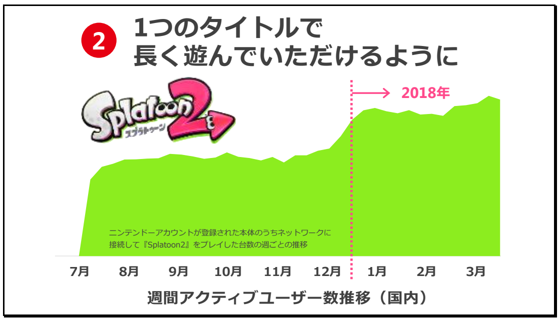
1 有力新作タイトル

大乱闘スマッシュブラザーズ™

Nintendo Switchを発売1年目にご購入いただいた、任天堂ファン、ゲームファンの皆様に向け、有力なフランチャイズの新作タイトルをお届けすることが大切です。この点につきましては、3月のNintendo Directでは、『大乱闘スマッシュブラザーズ（仮称）』を、2018年に発売することを発表しました。かねてより、本シリーズがNintendo Switchで登場することについては、ご期待の声がありましたので、本タイトルの発表は大きな反響を呼びました。

また、6月22日に発売を予定している『マリオテニス エース』は、Nintendo Switchのハードウェアが持つ特長と相性が良く、「いつでも、どこでも、誰とでも」、お客様それぞれのプレイスタイルで遊び続けられる、重要なタイトルです。

本作は、Nintendo Switchの「おすそわけ」プレイに適していて、いつでもどこでも対戦プレイを始めていただけます。また、Joy-Conをテニスラケットに見立てて、モーションコントロールで直感的に操作できる「スイングモード」も搭載しています。一方で、一味違ったテニスが楽しめる1人用の「ストーリーモード」を収録しており、継続的にお楽しみいただけるよう、オンラインプレイでの対戦を盛り上げるイベントも開催を予定しています。このように本作は、どなたでも気軽に遊べる間口の広さを持ちながら、駆け引きの奥深さをじっくり追究することもできるタイトルです。今期の軸になるタイトルの1つだと考えています。



また、ご購入済みのタイトルを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配信や、ゲームを盛り上げるイベントを充実させ、お客様に新鮮な気持ちで遊び続けていただけるようにしていきます。ゲームソフト側での取り組みが、ハードウェアの稼働に貢献している1つの例として、国内の『Splatoon 2』のプレイ状況についてご紹介します。グラフの縦軸がアクティブユーザー数を、横軸が時間の経過を示しています。ハードウェアの稼働は、通常、ホリデーシーズン後に一定の落ち込みを見せる傾向にありますが、『Splatoon 2』では、年明け後も週間アクティブユーザー数は高い状態が続いています。日本が先行する形で高まった『Splatoon 2』の稼働ですが、海外でもその傾向が徐々に見えてきており、今後も力を入れていきます。

『Splatoon 2』では、大型有料追加コンテンツとして、『オクト・エキスパンション』を今年の夏に配信予定です。ソフトウェア本編をお求めいただいたお客様に、さらなる遊びをご提案します。

また、『ARMS』や『Splatoon 2』などのタイトルでは、当社主催のゲーム大会や、ゲームに登場するキャラクターが現実世界でライブを行うイベントを国内外で実施し、多くの方に足を運んでいただきました。

ファンの皆様にとって、ゲーム大会とは、日頃鍛えたゲームプレイの技を競うだけの場ではありません。1つのゲームを通じて大勢が一堂に会し、交流し、そのコミュニティの熱を体感される場であり、そのゲームを盛り立てていただける場でもあります。このようなゲームの外の体験も含めて、できるだけ多くのお客様に当社商品に興味を持っていただき、1つのゲームをできるだけ長く遊んでいただけるような楽しい企画を、今後も検討し展開していくつもりです。

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、本年9月に開始することをお伝えしております。Nintendo Switchを継続的に楽しんでいただくよう、より充実したオンライン機能をお客様に提供していきます。詳細は5月上旬にホームページ上でお知らせします。

My Nintendo会員の皆様は、Nintendo Switchのゲームソフトや追加コンテンツの購入に応じて、ゴールドポイントがたまります。今年3月からは、ためたゴールドポイントを1ポイント=1円として、Nintendo Switchのダウンロードソフトや追加コンテンツ、利用券などを購入する際に使えるようになりました。このように、お客様にお買い得感を感じていただきながら、新たなソフトを遊んでいただけるポイントプログラムがスタートしています。

※ ゴールドポイントは、Nintendo Switchのニンテンドーeショップや、任天堂ホームページでのお買い物で使用することができます。My Nintendoのポイントプログラムの見直しは国内外で行われており、例えば、アメリカ市場ではためたゴールドポイントを1ポイント=1セントとして、ご使用いただくことができます。

今後のビジネスにおいて重要な点

- 継続的に興味喚起し
  遊び続けていただけるように
- **より幅広い層のお客様に**
  お求めいただけるように

今後のNintendo Switchの普及拡大に向けて、次に、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。

① お客様のプレイ体験を通じて共感の輪を広げる

公開時は写真素材を掲載していましたが、
使用期限が終了したため、写真素材を削除しました。

Nintendo Switchの「いつでも、どこでも、誰とでも」というコンセプトは、期待を上回るスピードでお客様に受け入れていただけた、という手応えがあります。しかしながら、Nintendo Switchのユニークな特長はもちろん、まだその存在をご存じではないお客様もたくさんいらっしゃいます。Nintendo Switchは、持ち出して、いろいろなシーンで遊んでもらうことで、ハードウェアの魅力や価値が広がります。そういった体験を通じて、これまでNintendo Switchは自分には関係がないものだと感じておられたお客様にも、広まる可能性があります。

幸い、Nintendo Switchには、その魅力を最大化させる、当社の有力タイトルが、すでに複数揃っています。Nintendo Switchをご購入いただいたお客様に、こうしたタイトルで長く遊んでいただけるようにしていくことについては、すでにお伝えしたとおりです。各タイトルについて、お客様の間で話題にし続けていただくことが、新たなお客様に知っていただくきっかけにもなると考えています。

発売中の『1-2-Switch』や『ARMS』は、Nintendo Switchならではの遊びが体験でき、みんなでわいわい楽しむことができるタイトルです。これらのタイトルが販売を伸ばしたことには手応えを感じており、お客様層の拡大とともに、さらに販売数を伸ばせるようにしていきます。

また、ベセスダ・ソフトワークス様の『The Elder Scrolls V Skyrim』など、任天堂プラットフォームで、かつて見られなかったソフトメーカー様のタイトルも、Nintendo Switchでは発売され、かつ販売数を伸ばしています。他社プラットフォームで発売済みのタイトルであっても、Nintendo Switchのハードウェアの特長との組み合わせで、新しいスタイルでお楽しみいただいているようです。こういったタイトルを楽しみにNintendo Switchを購入されたお客様に向けて、ソフトメーカー様から新しい提案が多数用意されています。

また、Nintendo Switchでは、開発環境を早い段階から整えてきた結果、インディー系を含む大小さまざまな企業規模、さまざまな地域のソフトメーカー様に、発売開始直後から参入していただくことができました。2018年3月末現在、ニンテンドーeショップでご購入いただくことが可能なソフトメーカー様のタイトルの数は、全世界合計で600タイトル以上となっています。ニンテンドーeショップ向けのタイトルの供給スピードは、ニンテンドー3DSの発売後同期間と比較して、10倍以上のペースです。世界各国のソフトメーカーの皆様が、Nintendo Switchの新しい試みに共感された結果の表れだと考えます。今後も、こうした動きが継続していくことを期待しています。Nintendo Switchのハードウェアの特長を活かしたアイデアが、インディー系ソフトメーカーの皆様によって実現されており、そのユニークなゲーム性や操作性は、お客様やメディアから好評を得ています。

※ タイトル数は、世界各地のニンテンドーeショップで購入可能なタイトル数の合算です。ローカライズタイトルは、重複してカウントしません。

また、インディー系ソフトメーカー様のタイトルの中から、ダウンロードランキングの上位に常にランクインするタイトルがいくつも登場しています。例としまして、昨年11月に発売された『ロケットリーグ』は、海外ではパッケージ版も発売され、世界中で多くの方にお楽しみいただいています。米欧市場で昨年10月に発売され、国内市場でも年明けに発売された『スターデューバレー』は、世界での販売数がミリオンに迫る勢いです。昨年夏以降、国内外で

発売された『オーバークック スペシャルエディション』は、すでにハーフミリオンを上回る販売となっています。いずれのタイトルも、他社プラットフォームでの発売から遅れてNintendo Switchに登場しましたが、「いつでも、どこでも、誰とでも」遊べるNintendo Switchのコンセプトと相性が良く、お客様に共感いただけたのではないでしょうか。特に、米欧市場ではインディー系ソフトメーカー様のタイトルが、存在感を見せています。海外に比べると、国内では、こうしたタイトルの認知拡大に、まだまだ取り組みの余地が残されていると思います。お客様に「こんなゲームが遊びたかった」と思っていただけるような出会いを、1つでも多く生み出せるよう、取り組んでいきたいと考えています。遊べるゲームソフトの数やジャンルが拡大することで、これまで任天堂のゲーム機に関心をお持ちでなかったお客様にも、ご興味を持っていただけることを期待します。

未体験のゲームソフトを知っていただくきっかけに

ソフトメーカー様のタイトルの数やジャンルが拡大する中、お客様が、次にご購入いただくゲームソフトに出会うきっかけ作りの1つとして、「ゲームニュース」という本体機能の活用があります。Nintendo Switchでは、当社またはソフトメーカーの皆様から、ネットワークに接続いただいているお客様に向けて、ゲームに関するお知らせを毎日のようにお届けしています。「ゲームニュース」は、記事を読み、興味を持たれたら、すぐにニンテンドーeショップへ移動して、ゲームソフトをご購入いただけるのが特長です。Nintendo Switchで遊んでいただいているお客様には、かなりの割合で「ゲームニュース」を閲覧いただいていることがわかっています。また、バージョンアップによって追加した「チャンネル登録」をしていただくと、お客様が遊んだゲームに関する追加情報や、気になるゲームに関する情報をソフトメーカー様から直接受け取ることができるようになるなど、改善も重ねています。

加えて、当社はNintendo Laboで、「任天堂らしい」と言っていただけるような「新しいあそび」の提案を行っています。従来のビデオゲームファンの皆様、そして、これまでビデオゲームには興味をお持ちでなかった世界中の数多くの皆様にご愛顧いただけるような、Nintendo Switchならではの体験をしていただける定番商品の1つとして、当社はNintendo Laboを育てていくつもりです。

NINTENDO 3DS

次に、ニンテンドー3DSについてです。

ニンテンドー3DSシリーズの本体は、シリーズ累計のセルインが全世界で7200万台に到達しており、幅広いお客様に普及しています。

また、ニンテンドー3DSには、これまでに1,000タイトル以上のさまざまなジャンルのゲームソフトがリリースされており、ソフトウェアラインアップが充実しています。

※ タイトル数は、パッケージソフトおよびダウンロードソフトを含みます。

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

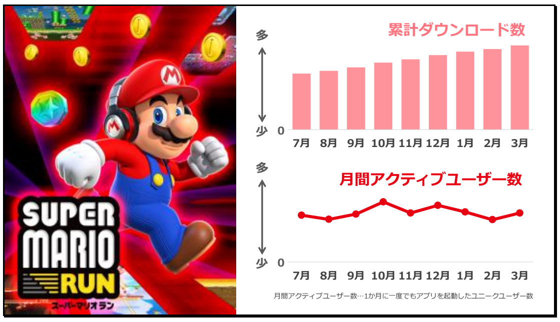
ニンテンドー3DSにつきましては、普及規模と、豊富なソフトウェアラインアップを活かしたビジネスを継続していきます。ニンテンドー3DSをすでにお持ちのお客様や、新たにハードウェアをご購入いただいたお客様に対して、ニンテンドー3DSシリーズの豊富なタイトルの魅力をしっかりとお伝えし、販売につなげていくことが重要であり、そのための施策を研究しています。

さらに、発売中のタイトルに加え、新作タイトルとしてもご覧のようなタイトルを発表しています。2019年以降も、新作タイトルを準備しています。こうした新作タイトルも活かしながら、ビジネスを継続していく計画です。

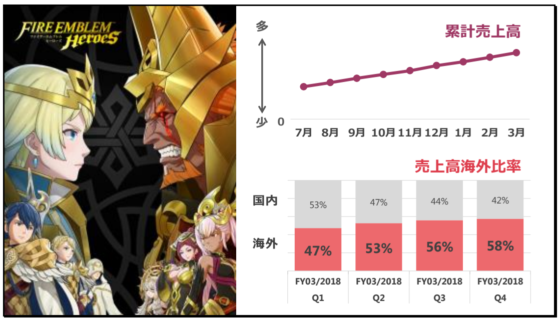
スマートデバイスビジネス

次に、スマートデバイスビジネスです。

『どうぶつの森 ポケットキャンプ』は、昨年10月に配信を開始して以来、成年女性を中心に、たくさんのお客様にお楽しみいただくことができました。引き続き、アップデートによるゲーム内容の追加や、毎週のイベントを継続的に実施していきますし、国内では本日からテレビCMの放映を開始します。収益面での貢献も意識しながら、お客様に一層楽しんでいただけるものになるよう、今後もサービスの改良を重ねていきます。



『スーパーマリオ ラン』は、配信から1年以上経過した今も、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。今後も引き続き、スマートデバイスにおける、当社の定番タイトルの1つとして、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、お届けしていきます。



『ファイアーエムブレム ヒーローズ』は、昨年11月に香港、台湾、マカオ、タイ、シンガポールの5つの国と地域での配信を開始し、本年2月でアプリ配信1周年を迎えました。アクティブユーザー数を維持・拡大することができており、収益面においても売上高はペースを落とさず継続的に伸びています。また、「ファイアーエムブレム」シリーズは、国内で人気のシリーズというイメージをお持ちかもしれませんが、『ファイアーエムブレム ヒーローズ』では、海外売上高シェアが徐々に増加しています。今後もお客様にお楽しみいただけるよう、施策の継続的な展開に力を入れて取り組んでいきます。

スマートデバイスビジネス

- 既存タイトルのサービス継続と新規タイトルのリリースで、存在感を高めていく
- 任天堂IPに触れる人口の拡大には、一定の手応え
- 今後さらなる収益貢献の規模拡大へ

スマートデバイスビジネスにおいては、配信中アプリのサービスを継続しながら、新規のアプリをリリースしていくことで、当社のビジネスにおける存在感を高めていきます。これまでの取り組みによって、任天堂IPに触れる人口の拡大という点では、一定の手応えを得ています。一方、収益面ではまだ満足できる地点には到達しておらず、収益の柱の1つとして育てていくために、さらなる規模拡大を目指します。

本日、当社はグローバル市場において、広くお客様にご評価いただける新たなゲーム体験の創出を目指して、スマートデバイス向けゲームアプリ事業におけるCygames様との業務提携を発表いたしました。その業務提携に基づき、Cygames様との協業タイトルとして、新作オリジナルゲームアプリ『ドラガリアロスト』を、2018年夏に日本、台湾、香港およびマカオ向けに配信いたします。また、任天堂グループのバックアップの下で、北米地域および欧州地域への配信も目指しています。本タイトルは、Cygames様が企画し、両社共同でアプリの開発・運営を行いますが、ゲーム内容については、本日ホームページ上でお知らせいたします。なお、この協業を円滑に進めるために、当社はCygames様の発行済株式数の約5%を、主に同社保有株式の第三者割当により取得します。

スマートデバイスビジネスでは、ご説明してまいりましたタイトルに加え、「マリオカート」のスマートデバイス向けアプリとなる『Mario Kart Tour』を、今期（2018年4月~2019年3月）に配信する計画です。これらのタイトルで、引き続き、事業拡大に努めます。

2019年3月期は、普及拡大の局面に入ったNintendo Switchをビジネスの主軸に、ニンテンドー3DSビジネスの継続、スマートデバイス事業のビジネス規模拡大によって、業績拡大に努めるとともに、当社が掲げる「任天堂IPに触れる人口の拡大」に向けた動きを前進させていきます。
最後に、6月にアメリカ・ロサンゼルスで開催されるゲーム見本市「E3」についてですが、今年も任天堂は、機関投資家やアナリスト、そしてマスコミの皆様をお招きしての大規模な記者発表会は行わず、過去数年同様、今年発売予定のゲームに関してお伝えする映像プレゼンテーションを実施予定です。
E3会場の任天堂ブースでは、先日発表いたしました「大乱闘スマッシュブラザーズ」シリーズのNintendo Switch向けタイトルをはじめとした任天堂のタイトル、そしてソフトメーカーの皆様のタイトルをご体験いただきます。また、ロサンゼルスの別会場では、各国のSplatoon 2トーナメントを勝ち上がってきた代表チームによる「Splatoon 2 World Championship」を、そして、Nintendo Switch向けの「大乱闘スマッシュブラザーズ」シリーズゲームにつきましても、任天堂が招待する選手の皆様によるトーナメントを開催します。

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。