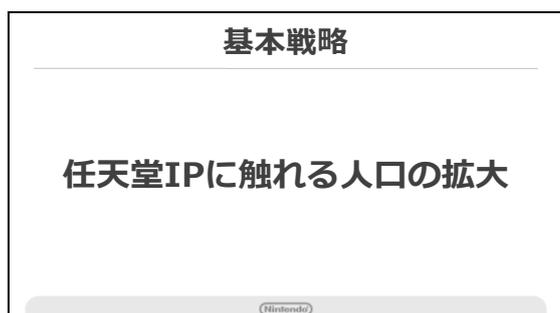




本日は、お忙しい中、当社の決算説明会にご参加いただき、ありがとうございます。社長の君島でございます。

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。



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。



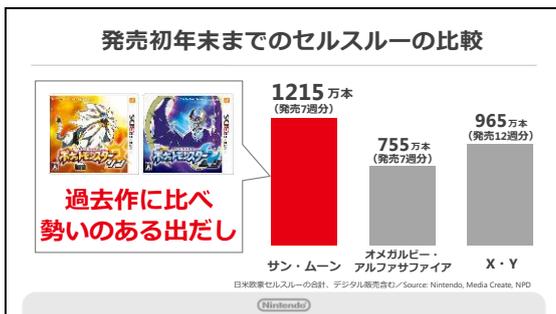
その方針に沿った当社の活動を、本日は3つに分けてお話しいたします。「ニンテンドー3DSの販売状況と今後の見通し」について、「スマートデバイスビジネス」について、そして、「Nintendo Switch」についての3点です。



まず、ニンテンドー3DSについてです。年末商戦の結果を含む第3四半期の販売状況、および、今後の見通しについてご説明いたします。



昨年11月に世界で発売いたしました「ポケットモンスター」シリーズの完全新作『ポケットモンスター サン』『ポケットモンスター ムーン』は、爆発的な売れ行きとなりました。全世界でのセルスルー、すなわち小売店からお客様への販売数は、当社調べで、直近の数字では1300万本を超え、引き続き、販売を伸ばしています。



こちらは、ソフトの発売から最初の年末までのセルスルーを、過去の3DS用『ポケットモンスター』タイトルと比較したものです。『サン・ムーン』は、過去作と比べても、勢いのある出だしになっていることが、お分かりいただけるかと思えます。「ポケモン」シリーズのタイトルは、米欧市場においては息長く売れるタイトルであるという特徴がございます。まだまだ販売ポテンシャルを見込むことができます。しっかりと勢いを継続させ、息長く売れるタイトルにしていきたいと思えます。

※ 『ポケットモンスター オメガルビー・アルファサファイア』は2014年11月に発売、『ポケットモンスター X・Y』は2013年10月に発売したため、年末までの集計期間が異なります。

※ 『サン・ムーン』および『オメガルビー・アルファサファイア』の欧州での販売分は、他市場よりも約1週間遅れて発売したため、発売後6週分の集計です。

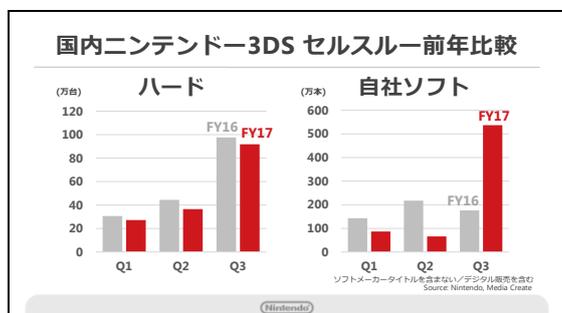


当社の手元のデータでは、『ポケットモンスター サン・ムーン』をプレイいただいたお客様は、過去の3DS用ポケモンタイトルに比べて、20代から30代のプレイヤーの割合が高まっていることが分かっています。

また、『サン・ムーン』をプレイされたお客様のうち、過去の3DS用ポケモンタイトルのプレイ履歴がないお客様、すなわち、『サン・ムーン』で3DS用ポケモンタイトルを初めてプレイされたと推定されるお客様の割合は、年末時点で約17%となっております。2016年は冒頭から、ポケモン20周年キャンペーンを

行い、また7月には、スマートデバイス向けアプリ『Pokémon GO』が大きな話題となったことで、ポケモンへの注目度が高まり、販売を大きく伸ばす下地になりました。20代から30代のお客様の割合の高まりや、新たなお客様の獲得・回帰は、こうした動きと相関があったものと推測されます。

※ 『Pokémon GO』 = スマートデバイス向けアプリ
（開発・販売元：Niantic. 開発運営協力：株式会社ポケモン）



こちらは、国内市場における、2016年4月から最終週までの、ニンテンドー3DSハード・ソフトのセルスルーを、四半期ごとに区切って、前期と比較したものです。ハードウェアが米欧市場に先立って普及してきた国内市場では、第2四半期まではハード・ソフトともに、前年を下回る水準に留まっていたましたが、年末商戦期を含む第3四半期に関しては、ソフトは『ポケットモンスター サン・ムーン』が伸びたことで前年を上回り、ハードも販売の勢いを落としていません。

※ ニンテンドー3DSハードには、『Newニンテンドー3DS』『Newニンテンドー3DS LL』『ニンテンドー3DS』『ニンテンドー3DS LL』『ニンテンドー2DS』が含まれます。

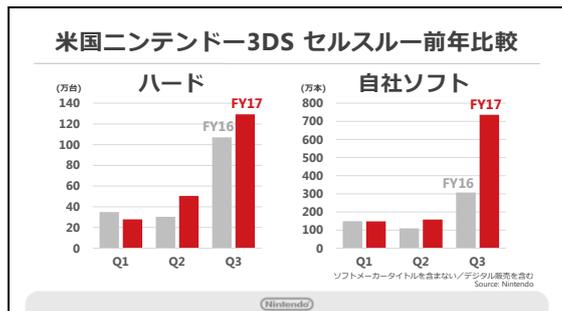
※ FY16Q3は、カレンダーの関係上、FY17Q3よりも1週分多く集計しています。

※ FY=会計年度（4月～翌年3月）

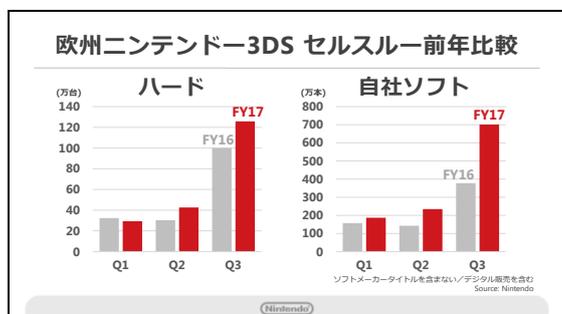


国内では、昨年12月に発売した『スーパーマリオメーカー for Nintendo 3DS』が、まもなくミリオンセールスを達成できる見通しで、引き続き販売を伸ばしています。国内では前年に発売されたWii U版の累計セルスルーに迫る勢いです。「Wii Uは持っていないけれど、3DSなら持っている」というお客様に、お届けすることができました。3DSマーケットの潜在的な大きさを実感しております。

本作は、同じく12月に発売した米欧市場でも好調な滑り出しとなっています。



こちらは、アメリカ市場における、ニンテンドー3DSハード・ソフトのセルスルーを、前期と比較したものです。アメリカ市場では、お子様や親御さんに向けたプロモーション活動を積極展開してまいりました。ブラックフライデーを含むホリデー商戦において、『ポケットモンスター サン・ムーン』で存在感を出すことができたと考えております。ニンテンドー3DSは発売から6年目の年末を終えましたが、有力タイトルがハードを牽引したことで、2016年は通年で見てもハード・ソフトともに、前年のセルスルーを上回ることができました。

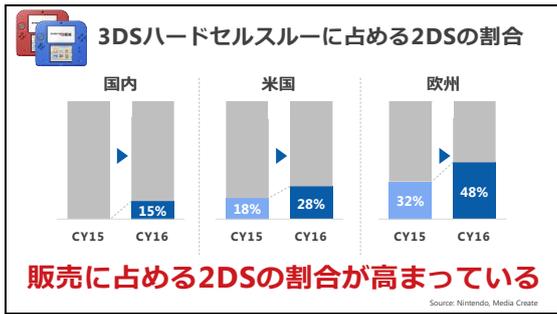


こちらは、ヨーロッパ市場における、ニンテンドー3DSハード・ソフトのセルスルーを、前期と比較したものです。ヨーロッパ市場では、第1四半期から第3四半期に進むにつれて、前期に比べ、ハード・ソフトともに販売に勢いが出てまいりました。他市場と同様に、第3四半期は、『ポケットモンスター サン・ムーン』が、ソフト・ハードの販売を伸ばす主要因となっております。また、お子様や女性層に向けたタイトルのご提案や販売施策により、3DSを手にした新たな層のお客様に、新規タイトルや定番タイトルをお買い求めいただいたことも、販売の伸びを後押ししました。



ヨーロッパ市場では、当社の現地子会社が販売を手掛ける、シリーズ第一作の『妖怪ウォッチ』が、昨年4月の発売以来、日本の発売時を上回る出だしとなっていることをすでにお伝えしていました。こちらは、ヨーロッパ市場でのセルスルーと、先立って発売した国内市場のセルスルーとを比較していますが、ヨーロッパ市場での販売の伸びは、ホリデー商戦期に入っても勢いを失っておりません。ホリデーシーズンのお子様へのプレゼント需要が伸びたと、手応えを感じています。テレビアニメの放映地域も広がり、今後フランチャイズのさらなる拡大が期待できます。

※ 『妖怪ウォッチ』（開発元：株式会社レベルファイブ）



こちらは、ニンテンドー3DSハードのセルスルーに占める、『ニンテンドー2DS』の割合を、地域別に前年と比較したものです。『ニンテンドー2DS』は、他のニンテンドー3DSシリーズのハードウェアよりもお求めやすい価格で、「はじめてのゲーム機」としてお子様にも手軽に遊んでいただけるゲーム機です。国内市場では、昨年から販売を開始いたしました。アメリカ市場では、昨年5月にニンテンドー2DSの値下げを行ったところ、我々の想定した以上に販売を伸ばすことができました。米欧市場では、2DSの販売割合が前年と比べて高まっていることをご覧いただけるかと思えます。



当期は、お子様や女性のお客様を含む、より幅広い層への訴求を目指して取り組みを進めてまいりました。お求めやすい価格帯の2DSの普及などもあり、この取り組みに、一定の成果を出すことができました。

- NINTENDO 3DS.
- お子様や女性層に向けた取り組みが一定の成果に結びついた年に
 - 『ポケットモンスター サン・ムーン』の発売で、3DSハード販売に勢い
 - 2本目、3本目のソフトをご購入いただけるかが重要

ご説明してきましたとおり、昨年は、お子様や女性層に向けた取り組みが、一定の成果に結びついた年になりました。3DSシリーズのハードをご購入いただくお客様の層が、お子様や女性を含む幅広い層に広がったことで、3DSビジネスにおけるハードウェアの販売に再び勢いが生まれました。

加えて、『ポケットモンスター サン・ムーン』の発売で、3DSハードの販売が加速しました。ニンテンドー3DSは、発売から6年目となり、プラットフォームのライフサイクルが終盤であるという世間一般の認識があるかもしれませんが、お客様の遊びたいソフトが牽引する形で、ハード販売の勢いをつけることができました。ソフトがハードを売るということ、我々はゲーム専用機ビジネスにおいて常々申し上げてきましたが、そのことを改めて確認することができました。

当期のソフトウェアの販売に関しては、『ポケットモ

ンスター サン・ムーン』などの一部のソフトは好調に推移しましたが、それ以外のソフトの販売がやや物足りない結果になったという側面もあります。3DSソフトの販売においては、すでにハードをお持ちのお客様や、新たにご購入いただいたお客様に、2本目、3本目のソフトを継続的にご購入いただけるかが、今後の取り組みの課題と考えています。



さて、今後の3DSのビジネスについてですが、ニンテンドー3DSシリーズは、各市場においてハードウェアの普及が進み、全世界で6200万台まで販売を伸ばしました。普及基盤を活かしたビジネスに、引き続き取り組んでまいります。

NINTENDO 3DS.

3DSのビジネスでは、ソフトウェアの提案を継続する

- Nintendo Switchとは、価格帯や遊び方の特徴に違いがあり競合しない。
- 棲み分けを行って、ビジネスを並走させる。

今後も、3DSのビジネスでは、お客様に楽しんでいただけるソフトウェアのご提案を行ってまいります。また、ローンチを抑える、Nintendo Switchは、外に持ち出せるという点で、3DSに置き換わるのではないかと、という声も耳にします。しかしながら、携帯型ゲーム機としてのニンテンドー3DSには、Nintendo Switchとは異なるユニークな特徴がありますし、加えて、価格帯や遊び方においても、直接競合するとは考えておりません。棲み分けを行って、ビジネスを並走させてまいります。



こちらは、本年1月以降、各市場で順次発売を開始した3DS用の自社タイトル、および、発売を予定している主な自社タイトルで、すでに発表済みのものです。有力フランチャイズの続編がニンテンドー3DSに続々登場しますし、今後のソフトウェアラインナップが充実したものになるよう、未発表タイトルの開発も数多く進めております。

※ 『ファイアーエムブレム無双』 = New ニンテンドー3DS専用ソフト（国内販売元：株式会社コーエーテクモゲームス、海外販売元：任天堂、開発：株式会社コーエーテクモゲームス）

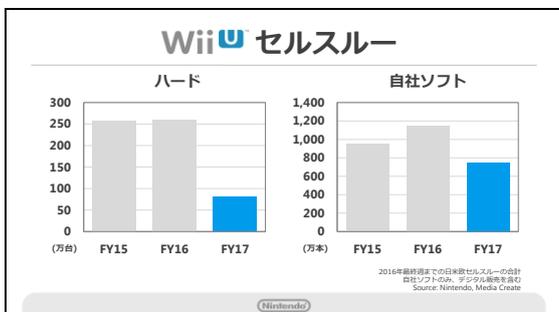


これに加えて、ニンテンドー3DS向けには、ソフトメーカーさんの有力タイトルが発売を控えています。国内では3月18日に、カプコンさんの『モンスターハンター ダブルクロス』が発売されます。

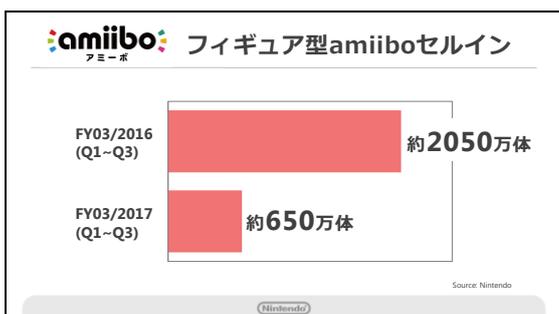


また、スクウェア・エニックスさんでは、「ドラゴンクエスト」シリーズの最新作である『ドラゴンクエストXI 過ぎ去りし時を求めて』を、3DS向けに開発中であることを発表済みです。

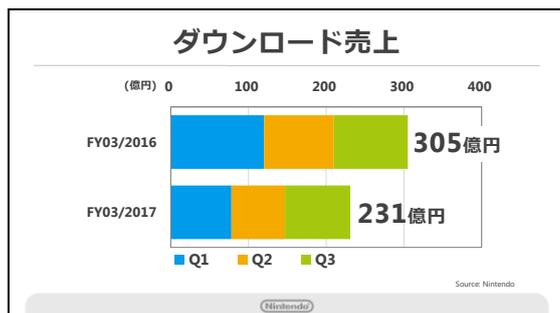
両タイトルにご期待いただいているお客様も多いのではないかと考えております。この他にも、ソフトメーカーさんのタイトルは続々と登場してまいりますので、昨年の勢いを、しっかりと継続させ、ニンテンドー3DSを盛り上げてまいりたいと思います。



一方こちらは、Wii Uハードおよび自社パッケージソフトについて、日米欧の2016年4月から最終週までのセルスルーを、過去2年間の同期間とで比較したものです。当期のWii Uの出荷数に関しては、2016年3月期に比べて大きく減少し、販売予定台数を80万台としております。ハードのセルスルーは、過去2年間と比べて大きく減少しております。また、ソフトのセルスルーは前年に比べ、新作ソフトの投入が減少し、前期を下回る水準に留まっておりますが、ハード・ソフトいずれも概ね期初の想定に沿った動きです。



こちらは、フィギュア型amiiboのセルインを前期と比較したものです。「スマブラ」シリーズを中心に多くのamiiboが発売された前期は、約2050万体制をセルインしましたが、当期は約650万体制のセルインとなりました。



こちらは、第3四半期までのニンテンドー3DSやWii Uのデジタルコンテンツなどのダウンロード売上を、前期と比較したものです。前期は『マリオカート8』や『大乱闘スマッシュブラザーズ for Nintendo 3DS / Wii U』などの追加コンテンツが多数登場しておりました。当期はこれに及ばず、売上は231億円となりました。



昨年の11月に発売した、昔懐かしい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 ファミリーコンピュータ』は、海外も含めた各市場において、当初にご用意した数量を、すべて出荷いたしました。品切れ状態になり、お客様および販売店様にはご迷惑をお掛けしております。調達に時間を要する部材もありますが、増産を行っています。ビデオゲームの原点に触れていただいたお客様に、最新ゲーム機である『Nintendo Switch』への関心を持っていただきたいと考えております。

※ 米国では、『Nintendo Entertainment System: NES Classic Edition』を販売。欧州および豪州では、『Nintendo Classic Mini: Nintendo Entertainment System』を販売。

スマートデバイスビジネス

スマートデバイス事業の方針

- 1 任天堂IPに触れる人口の最大化
- 2 スマートデバイス事業単体での収益化
- 3 ゲーム専用機事業との相乗効果

スマートデバイスに最適化された
ゲーム体験を十分なクオリティでお届け




Super Mario Run



- ・ 片手であそぶ、新しいマリオ
- ・ ゲーム専用機事業の展開国を上回る151か国にお届け

▼

7800万ダウンロード
(iOS版のみ、本日時点)

Source: Nintendo




Super Mario Run

ダウンロード数は継続して伸張
ワールド購入率も上昇傾向

安心して遊べる「定番アプリ」として
幅広く受け入れていただくことを目指す



続いて、スマートデバイスビジネスです。

まず、以前からご説明していることの確認になりますが、当社のスマートデバイス事業はこの3点を方針としております。スマートデバイスを活用し、任天堂IP（知的財産）に触れていただく人口の最大化を目指します。スマートデバイス事業単体でも収益化することを前提とします。さらにゲーム専用機事業との相乗効果を生み出して、任天堂の事業全体の最大化につなげたいと考えております。

また、スマートデバイス向けのタイトルは、スマートデバイスに最適化されたゲーム体験を、十分なクオリティでお届けしていきたいとお伝えしておりました。

このような考えに基づき、昨年12月、片手で遊べる新しいマリオ『Super Mario Run』を、iPhone、iPad向けに配信いたしました。当社がゲーム専用機事業において製品・サービスを展開している国や地域にとどまらず、全世界の幅広い皆様にお届けすることができました。配信開始より4日間で全世界4000万ダウンロードを突破し、App Store最速の出だしになったことは、すでにニュースリリースでお伝えしておりました。その後も順調にダウンロード数を伸ばし、本日時点で7800万ダウンロードされています。

『Super Mario Run』は、無料でダウンロードすることができ、3つあるモードの一部を無料で遊んでいただくことができます。その後、1200円をお支払いいただくと、以降は追加の課金の心配なく、すべての要素をお楽しみいただけます。本タイトルのダウンロード数は、配信開始から継続して伸びています。その一方で、配信開始からの累計ダウンロード数に対する「ワ

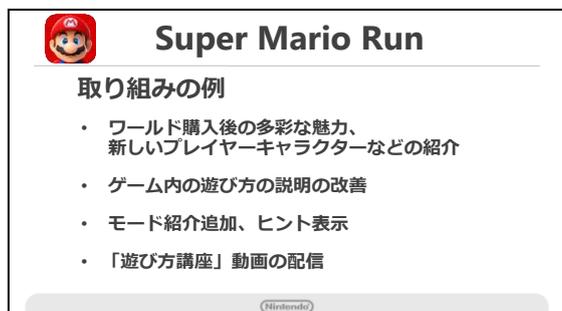
「ワールド購入」をされたお客様、つまり対価をお支払いいただいたお客様の割合は、母数の増加にもかかわらず、ゆっくりと上昇をしています。

「ワールド購入」をされたお客様の反響には手ごたえを感じています。『Super Mario Run』は、お子様を含め、安心して遊べる「定番アプリ」としての地位を築いていきたいと考えておりますので、既にワールドを購入されたお客様や、ダウンロードはしたもののまだワールド購入にいたっていないお客様に向けて、未永く遊んでいただけるような取り組みや、新たにダウンロードされるお客様のワールド購入の比率を高められるよう、ゲーム内で手を加えていきます。

※ ワールド購入にかかる金額は、配信国によって異なります。



取り組みの具体例をいくつかご紹介します。お客様の中には、久しぶりにマリオのゲームに触れる、という方も少なくないようです。最近のマリオのゲームに慣れている方には簡単と感じられたり、当たり前と感じられたりすることであっても、久しぶりにマリオに触れるお客様にはハードルになることもあります。せっかく購入していただいたのに、難しく感じて諦めかけているお客様でも、じっくりとワールドの攻略ができるように、時間による制限やミスの回数制限をオフにできる「かんたんモード」を追加いたしました。また、ワールドツアーに金色のクリボーが現れるイベントも開催し、定期的な話題作りを行っています。



無料で遊び続けていただいているお客様にも、「ワールド購入」によってえられる遊びの多彩さや、新しいプレイヤーキャラクターなどの情報をご理解いただける取り組みも行っています。

また、お客様の声やプレイ履歴を通じて、お客様がどこでつまづいているかという情報を収集し、これから初めてゲームをダウンロードされる方にとっても遊びやすくなるよう、ゲーム内の説明や導線設計の改善に努めています。



Super Mario Run

iOS版： 2017年2月1日より
韓国で配信開始

Android版： 2017年3月より配信予定

Nintendo

また、さらに多くの方々に『Super Mario Run』の魅力を知っていただけるよう、配信地域や配信OSの拡大も進めてまいります。iOS版は、本日2月1日から、新たに韓国で配信を開始しました。2017年3月からは、Android版の配信を開始する予定です。



MiiTomo



- Ver2.2を近日配信予定
- バージョンアップなどの継続した取り組みにより、アクティブユーザー数は回復基調

Nintendo

また、『MiiTomo』についても、昨年11月に実施した大型のバージョンアップなど、お客様にお楽しみいただくための取り組みを継続して行ってまいりました。その結果、本タイトルのアクティブユーザー数は回復基調にあります。



- 2017年2月2日配信（iOS版／Android版）
- 世界39か国で配信

さて、ここからは、『MiiTomo』『Super Mario Run』に続いて、3つ目のスマートデバイスアプリとして当社がリリースする『Fire Emblem Heroes（ファイアーエムブレム ヒーローズ）』について、ご説明します。『Fire Emblem Heroes』は、iOS版、Android版ともに、明日2月2日から、世界39か国で配信予定です。

**3DS用『ファイアーエムブレム』
タイトルセルスルー**




国内 約50万本
海外 約140万本

国内 約50万本
海外 約110万本

海外は本決算市場の合算
デジタル販売含む／Source: Nintendo, Media Create, NPD

「ファイアーエムブレム」シリーズは、特に20代、30代のゲームファンのお客様から熱心なご支持をいただいているフランチャイズです。特に、3DS以降のシリーズは、海外でも人気が高まっております。



「Fire Emblem Heroes」は、スマートフォンの一画面に収まるマップ、味方のキャラクターをスワイプして、敵に重ねて攻撃できる操作など、スマートデバイスでの遊びとして、作り変える部分は大きく変更しました。一方で、「ファイアーエムブレム」シリーズらしいバトルの奥深さやキャラクターを育成する楽しさは継承しており、本シリーズのファンの方にもご納得いただけるよう、しっかり遊べるクオリティを目指して、開発してまいりました。

同時に、これまで「ファイアーエムブレム」を遊んだことがないお客様にも、シリーズの魅力に触れていただきたいと考えております。



本タイトルは、無料でゲームをダウンロードし、遊び始めていただけるFree to Start型のビジネスモデルを採っています。「Heroes（ヒーローズ）」というタイトル名が示すとおり、歴代の「ファイアーエムブレム」シリーズに登場した数々の英雄を、「オーブ」というアイテムを消費して呼び出すことができます。仲間にしたキャラクターを育成して、部隊を編成してともに戦い、ストーリーを進めていくことがゲームの軸となります。キャラクターは、ランダム型アイテム提供方式で入手します。キャラクターの入手に必要な「オーブ」は、ゲームのストーリーを進めることなどにより手に入りますが、ショップで追加購入することもできます。『Fire Emblem Heroes』は明日からの配信です。



なお、昨日発表しましたとおり、スマートデバイス向けアプリ『どうぶつの森』に関しましては、2017年3月末までに配信予定とお伝えしておりましたが、

『Super Mario Run』のAndroid版を、3月に配信することになりましたので、編成や運営の観点からスケジュールを見直し、配信時期を来期中へ変更します。楽しみにお待ちいただいているお客様には申し訳ございませんが、具体的な配信時期については、改めてお伝えいたします。なお、この見直しに伴う、当期の業績予想への影響は軽微です。



続いて、Nintendo Switchについてお伝えします。



1月13日の発表会以降、世界各地ではNintendo Switchの体験会を実施しています。ご覧いただいている写真はその様子です。会場の熱気と来場者の皆さんが心から楽しんでいらっしゃる様子をご覧いただければと思います。



Nintendo Switchは、ご覧の2つの本体セットを2017年3月3日に、日本、米国、カナダ、欧州主要国、豪州、香港などで発売します。日本では希望小売価格29,980円で発売します。アメリカでは希望小売価格299.99ドルで発売します。以前よりお伝えしておりますように、Wii Uとは異なり、Nintendo Switchはハードウェア単体で、基本的に赤字を出さない価格設定としています。

※ MSRP=Manufacturer's Suggested Retail Price



現在、鋭意生産を続けており、2017年3月末までにハードウェア200万台を、全世界に向けて出荷する計画に変更はありません。世界各国で予約販売が始まっています。すでに多くの小売店で予約の受け付けが終了し、当日販売分を残すのみとなっている、とうかがっています。予約の勢いは、ゲームへの関心の高いお客様に、Nintendo Switchのユニークさが理解され、ご支持いただけている証として心強く思います。発売日

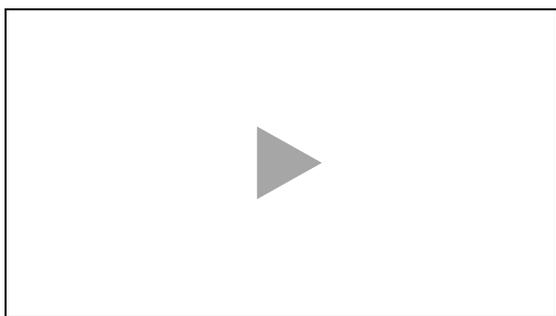
以降も継続的な出荷ができるように、供給体制を整えてまいります。

さて、ここで改めて、Nintendo Switchのハードウェアの特長と多様なプレイスタイルを紹介する、こちらの映像をご覧ください。



（リンク：
Nintendo Switch コンセプト映像）

※ 映像の公開は終了しました。



（リンク：
Nintendo Switch プレイスタイル紹介映像）

※ 映像の公開は終了しました。



Nintendo Switchの最大の特長は、家庭用据置型ゲーム機でありながら、「Nintendo Switch ドック」から取り外すことで、テレビから離れても、テレビゲーム機と同じ体験を自由なスタイルで楽しむことです。



そして、TVモード、テーブルモード、携帯モードと、プレイスタイルを切り替えることで、よりアクティブに、自由にゲームスタイルを進化させています。



その要となるのが、Joy-Conです。



先日のプレゼンテーションでは、Joy-Conの機能として、グラスの中でぶつかる氷の感覚や数などをリアルな触感で伝える「HD振動」と呼ばれる機能や



手や物の形や動き、距離を読み取ることができる「モーションIRカメラ」を搭載していることをご紹介しました。

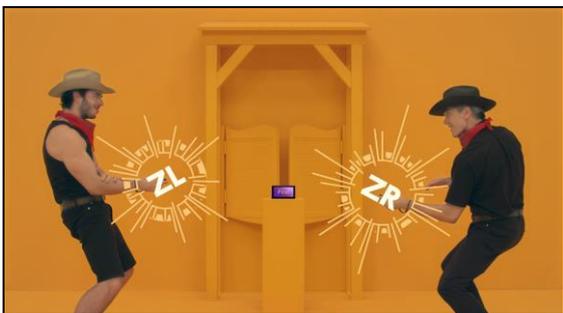
このようなJoy-Conのもつ機能は、Nintendo Switchが提供する遊びをよりユニークなものにしています。

持ち出せる家庭用据置型ゲーム機
 ×
 最初からついている
 左右一対の2つの Joy-Con

これに「持ち出せる家庭用据置型ゲーム機」というコンセプトと「左右一対の2つコントローラーが最初からついている」という特長が加わることで、いつでも、どこでも、みんなと一緒に楽しむことができる、新しいゲームを生み出しています。



そのひとつが『1-2-Switch』です。本タイトルは、3月3日に本体と同時に発売されます。



Joy-Conを使った新しい遊びを、ご体験いただけましたことと思います。『1-2-Switch』には、Joy-Conの機能を活かしたいろいろなスタイルの遊びを収録しています。



こちらは先日の体験会で、実際に『1-2-Switch』を体験されているお客様の様子です。実際に体験されている人はとても楽しそうに遊んでおられましたが、周りの人が興味深そうに見入っている様子がお分かりいただけるかと思います。Nintendo Switchと『1-2-Switch』があれば、スタンドをたて、左右のJoy-Conを本体からはずし、相手に手渡すだけで、その場をゲームの世界に変えることができますので、いろいろな場面で、コミュニケーションのきっかけ作りになればと思っています。そして、『1-2-Switch』を遊んだ人々からその楽しさが広まって、世の中の話題となることを期待しています。

2017年のソフトウェア
ラインナップに関して

ただいまご紹介した『1-2-Switch』は、Nintendo Switch本体と同時に発売されるタイトルのひとつですが、ここで改めて、Nintendo Switchのソフトウェアラインナップについてご説明します。



ご覧いただいているタイトルが、本体発売と同じ3月3日に、日本国内で発売されます。



また、こちらは、本体の発売以降、2017年中に順次日本国内で発売されるタイトルのうち、発表済みの、任天堂の自社タイトルになります。こうしたラインナップをご覧になった一部の方からは、ローンチ時のラインナップが弱いのではないか、と心配するお声をいただいています。

一定間隔で継続して
新しいタイトルを提供し、
お客様に話題にし続けてもらい、
ハード販売の勢いを維持することを重視

2017年のソフトウェアラインナップを考える上で、私たちが大事にしているのは、発売から順次、間を空けることなく新しいタイトルをご提供することで、お客様に新型ゲーム機を遊び続けていただき、話題を持続し、Nintendo Switchのセールスの勢いを維持することにあります。



※当初『マリオカート8 デラックス』の発売日を4月27日と誤って記載しておりましたが、正しくは4月28日です。

対戦シーンを盛り上げ
Nintendo Switchを
遊び続けてもらえるように
↓
「話題の量」の維持・拡大を目指す

ソフトメーカー70社以上
100タイトル以上
開発中

社名	任天堂販売株式会社 Nintendo Sales Co., Ltd.
代表取締役社長	大和 聡 任天堂株式会社 上席執行役員 営業本部長 兼務
人員規模	約180名
拠点	東京(本社)、大阪支店、京都物流センター

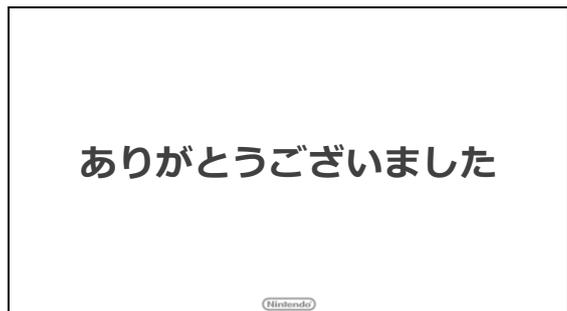
※社名、代表者などは、2017年4月3日の機関決定を経て正式に決定されます

そのために、2017年の前半には、『マリオカート8 デラックス』とNintendo Switchで初登場となる『ARMS』、そして夏には、国内の体験会で最も注目を集めていた『Splatoon2』を発売していきます。これらのタイトルは、Nintendo Switchのコンセプトである、いつでも、どこでも、だれとでも遊ぶことができる特長と相まって、お客様同士の対戦を今まで以上に盛り上げ、広げていけるものと思います。

特に『Splatoon2』は、海外のお客様からのご要望をいただいております「ボイスチャット」を、スマートデバイスを使用して実現する予定ですし、Nintendo Switchを持ち寄って8人まで同時に繋いでローカル対戦ができるようになります。このように対戦シーンを盛り立てるためのタイトルと環境を整えて、より多くのお客様がNintendo Switchを楽しみ、語り、そして長く遊んでいただけるように努めてまいります。

続きましては、ソフトメーカーさんの続報です。1月13日のプレゼンテーションの直後から、Nintendo Switch向けにゲームを開発したいという声が続々と届き始めております。プレゼンテーションでは、50社を超えるソフトメーカーさんが、80タイトル以上を開発中であるとお伝えしました。本日までにその数は、70社以上、100タイトル以上になっています。今後のソフトウェアラインナップの発表にご期待ください。

最後に、4月3日からのスタートを予定している国内の販売会社に関して、お伝えいたします。当社は、2016年8月に、当社の商材を取り扱う国内最大級の専門商社であった、ジェスネット株式会社を子会社化し、株式会社アジオカから事業を譲り受けることを発表いたしました。商品の開発から供給に至るまでの一貫した体制を整え、意思決定を迅速に行うことで、販売サービスの一層の向上を実現させることを、目標に設立する新会社です。社名は「任天堂販売株式会社」です。会社の概要はご覧のとおりとなります。



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。