

2026年6月24日開催 第46回定時株主総会 開催概要



当社は、以下のとおり定時株主総会を開催いたしました。

※この資料は、第46回定時株主総会の開催概要をホームページでお知らせする目的で作成したものであり、法定の「株主総会議事録」とは異なります。

※株主総会の内容を引用される場合には、正確な情報伝達のため、必ず引用元及び該当掲載ページへのリンクをご明記くださいますようお願い申し上げます。

開催日時: 2026年6月24日(水曜日)午前10時00分～午前11時43分

開催場所: ハイアットリージェンシー東京 B1F 「センチュリールーム」
(東京都新宿区西新宿二丁目7番2号)

当日出席株主数: 251名

会議の目的事項:

報告事項

- 第46期(2025年4月1日から2026年3月31日まで)事業報告、連結計算書類並びに会計監査人及び監査等委員会の連結計算書類監査結果報告の件
- 第46期(2025年4月1日から2026年3月31日まで)計算書類報告の件

決議事項

第1号議案 取締役(監査等委員である取締役を除く。)9名選任の件

第2号議案 監査等委員である取締役4名選任の件

第3号議案 補欠の監査等委員である取締役1名選任の件

決議事項は、全て原案どおり承認可決されました。

※株主総会当日の発言内容につきまして、皆様に正確にご理解いただけるよう、当日の発言の趣旨や全体の流れを踏まえた概要を掲載しております。発言内容の正確な把握のために、ぜひ本掲載内容をご参照くださいますようお願い申し上げます。

質疑応答概要

<質問 1>

新設された株主優待の導入や、2025年10月に実施された株式分割の施策について、個人投資家の拡大や株主数の変化など、どのような効果や手応えが出ているか。

<回答1>

2025年3月31日時点で2万3千名超だった株主数が、2026年3月31日時点には4万7千名超へ増加した。因果関係のすべてを説明することは難しいが、株主優待や株式分割との相関は大きいと見ている。また、株主総会でいただいたご意見も参考にして導入した「e-STOREクーポン」についても、すでに株主様にご活用いただいているという報告を受けている。

<質問 2>

質問時間を少し長くして欲しい。また、先週発売された『冒険家エリオットの千年物語』を子供と楽しんでいる旨を開発チームの方々に伝えて欲しい。

<回答2>

質問時間の延長という要望につき、貴重な意見として受け止めた。『冒険家エリオットの千年物語』は、新規IPの挑戦は難しいと言われる中で発売できた作品であり、クリエイティブスタジオヘッドである浅野を初めとするチームへ、株主様やファンの皆様の声をしっかり届ける。

<質問 3>

リメイク作品の展開が進む一方で、オリジナル版が現行機種では遊べない作品やサービス終了したスマートフォンゲーム・オンラインゲームも増えている状況において、IPの価値を長期的に維持する観点から、ゲームのアーカイブについて会社はどのような方針を持っているのか。また『NieR Re[in]carnation(ニーア リンカーネーション)』のようにファンが非公式に保存し公開する事例もあるが、本来、権利者自身が保存と継承の道筋を示すことが重要ではないか。

<回答3>

お客様にサービス終了後も楽しんでいただく手段は、タイトルの特性によって異なる。例えば、『NieR』シリーズでは公式放送等の情報発信を行っており、また、他タイトルでは動画配信プラットフォーム上にムービーを残すといった取り組みをしている。今後も、各タイトル、ゲーム内容に応じて、仮にサービスが終了した後も、その物語が完結した後も楽しんでいただける仕組み作りに取り組んでいく。

<質問 4>

思わず買ってしまうようなグッズの販売に力を入れて欲しい。また、『ドラゴンクエストX オンライン』に関して、物語が次のバージョンで完結することによる今後の展望について教えて欲しい。

<回答4>

グッズの展開については、コンタクトポイント(顧客接点)の多様化という観点で、様々な形で当社のIPに触れていただきキャラクターや世界観を感じていただける機会を作ることは大事であるので、しっかりと取り組んでいく。また、『ドラゴンクエストX オンライン』のストーリー自体は6月の拡張版から終了に向けて進むが、コンテンツ更新は続くため、継続して楽しんでいただけるよう運営チームが準備している。

<質問 5>

中学生など次世代層は、重厚なストーリーよりもタイムパフォーマンスや、短時間でレアなものを手に入れて周囲に自慢できるような承認欲求を重視する傾向がある。今後、こうした次世

代特有の価値観やニーズにヒットするような新しいコンテンツを開発していく戦略やポテンシャルはあるか。

<回答5>

より幅広いお客様に楽しんでいただける新しいコンテンツの可能性を、データの活用や各種調査を通じて積極的に模索する取り組みを進めている。お客様がコンテンツのどのような点に魅力を感じ、面白いと思われるのかについてはしっかり調査しており、その調査結果はクリエイティブスタジオの開発陣にも届けている。お客様の声を生かす体制を今後も強化していく。

<質問 6>

『ドラゴンクエストXII 夢の彼方へ』について、2021年の制作発表から5年経った先月(2026年5月)のドラゴンクエストの日の動画で、これまでの開発体制を一度リセットしてリスタートしたという発表があったが、開発費を捨ててしまうということになった経緯について説明をして欲しい。また、制作発表当初の大人向けのダークな設定から明るいゲームへ方向転換したようだが、大人がバズらせて子どもたちに手に取ってもらうというアプローチもあるので、大人向けにフォーカスしたゲームを作成しても良かったのではないかと思う。さらに、現在の開発状況や発売の目処についても伺いたい。

<回答6>

特定層への作り込みから波及効果を狙うというアプローチに関するご意見につき、開発、マーケティング、セールスの各部門へ共有する。具体的な発売のタイミングについては、今しばらく情報をお待ちいただきたい。また、ナンバリングタイトルは大きな発表の一つ一つに様々なインパクトがあるため、開発に関する株主様へのご説明という点での情報提供につきましては、マーケティング視点や、お客様に喜んでいただけるタイミングを見極めて、最終的に当社の収益貢献へ繋げるという観点から、最適な形で実施していきたい。

<質問 7>

アナログゲームに関心があり、『ファイナルファンタジー』では『マジック:ザ・ギャザリング』とのコラボレーションなどが出ているが、『ドラゴンクエスト』でも同様のアナログ展開をする考えはあるか。

<回答7>

当社が保有するIPの価値最大化に向け、中期経営計画において、コンタクトポイント(顧客接点)の強化及び多様化を重要テーマとして推進しており、デジタルで生み出された『ドラゴンクエスト』をはじめとする当社IPを、現実世界(アナログ・フィジカル)の多様な場において体験いただける機会を積極的に創出していきたい。また、トレーディングカードゲームなどの特定の手法に限らず、色々な可能性や方向性を視野に入れながら、お客様に当社IPの魅力をお届けできる最適なアナログ展開を構築し、コンタクトポイント(顧客接点)の多様化にしっかりと取り組んでいく。

<質問 8>

『ファイナルファンタジー』は、近年グローバル市場を意識した高品質なグラフィックアクション性を重視する路線に進んでいる印象を持っている。今後のリメイクについて、『ファイナルファンタジーVII』におけるオープンワールド形式のようなフルリメイクではなく、グラフィックを洗練させつつも、従来型の戦闘システムなどを踏襲したリメイクを行う可能性はあるか。

<回答8>

マーケットインのアプローチとして、その時代のニーズやトレンドを踏まえ、現代のお客様にとって何がベストであるかを試行錯誤している。その中で、オリジナル作品を遊んでいただいたお客様の期待感とそれに対する答えのバランスを極めて大事にしているため、特定のタイトルにおける特定のシステムというものがあるかもしれないが、オリジナルと新しいリメイクという形で、現在のマーケット環境で本当に受け入れられるかを見極めながら今後の開発に取り組んでいく。

<質問 9>

Nintendo Switch 2で『ファイナルファンタジーVII』のリメイクが発売されたが、スペック的に過

去の『ファイナルファンタジー』シリーズも展開可能ということか。また、『ファイナルファンタジーXV』のSwitch 2版が欲しいが、検討しているのか。

<回答9>

まずスペックの観点においては、『ファイナルファンタジーXV』で体験された内容をどこまで忠実に再現できるかは、当然ハード面の制約条件等はあるものの、完全に不可能ではないと言える。ただし、実際に今後Nintendo Switch 2へ展開するかどうかの観点では、マーケティングも含めた様々な展開の一つの可能性に関するご意見として、開発メンバーに届ける。

<質問 10>

ー昨年にPlayStationで発売された『FOAMSTARS(フォームスターズ)』について、現在はアップデートが予定されていないが、マルチプラットフォーム展開や課金要素の追加、グッズ販売など、小規模でも何らかの動きを求める声がある。今後期待の声が集まれば、再度開発リソースを割くといった検討は可能か。

<回答10>

お約束はできないものの、マーケットインの観点からお客様の大きな声が集まった場合には、今後の展開が視野に入ってくる可能性はゼロではない。本日いただいたご意見は開発メンバーに届ける。

<質問 11>

『ファイナルファンタジー』や『ドラゴンクエスト』の大型ナンバリングタイトルについて、最初の発表からリリースまでの期間が長いため、ユーザーの熱が冷めてしまう。他社では大型作品のナンバリングであっても、最初のタイトル発表から、大体半年から1年程度で発売していることを踏まえ、当社でもスケジュール感をはっきりさせて、発表から発売までの期間を短くできないか。

<回答11>

ご指摘いただいた点は課題として認識しており、中期経営計画のポイントとしてご説明したとおり、マーケティングのあり方の見直しに取り組んでいる。直近の事例では、『ドラゴンクエストモンスターズ4 枯れ木の国のビアンカ・フローラ』の発表から発売までの期間については、発表からは短い時間軸で発売できると考えている。タイトルごとに、そのお客様の嗜好に合わせてマーケティング活動を高度化していき、お客様の熱量を下げずに、むしろ高めていくことは非常に大切であるので、いただいたご意見はパブリッシングのメンバーに伝える。

<質問 12>

柴プロデューサーが手掛けている『ドラゴンクエストウォーク』は、ヘルスケア分野や自治体との共同イベントなど素晴らしい取り組みをされており、売上、利益もかなりあると思うが、株主総会資料などで扱いが少なく目立たない。この作品は今後の成長に向けて投資していく位置づけなのか、安定して収益を稼ぐゲームなのか、その位置づけを教えて欲しい。

<回答12>

『ドラゴンクエストウォーク』は、当社のスマートデバイス、PCブラウザ等における最も大事なタイトルの一つである。これは現時点だけではなく、これからのお客様との様々な形での接触ポイント(顧客接点)の強化や、露出面を含めて大事なタイトルである。また、言及された柴の持つノウハウは、モバイルを中心に手掛けるクリエイティブスタジオにおいて、チーム全体の収益性向上を含めた様々な施策に活かされている。今後もモバイル事業の中で、『ドラゴンクエストウォーク』についてしっかりと取り組むのでご期待いただきたい。

<質問 13>

コーポレートガバナンス・コードや経済産業省のガイドラインなどでは、社外取締役は経営陣から独立した立場で、株主の意見を取締役に反映させる役割が期待され、また、コーポレートガバナンス・コードの改訂案では、社外取締役を含む取締役が株主との面談に臨むことの重要性が挙げられている。昨年岡本取締役は、一度でも経営陣を除く一般株主と直接対話を行ったか、「はい」又は「いいえ」で答えて欲しい。

<回答13>

取締役会は集団として意思決定を行う合議体であるという考え方から、特定の社外取締役が個別に株主様と面談することは、意思決定の独立性や情報の公平性を損なうため差し控えている。株主様との面談内容については、社外取締役を含む取締役会全体に適時適切に共有している。

面談以外の場で、結果的に対話した方々が株主様であったというケースもあるため、一概に「はい」「いいえ」とは言い難いが、株主の皆様との会話は非常に重要だと考えており、また、ユーザーの皆様やお客様の声をコンテンツ制作に反映することも同様に重要視している。

<質問 14>

『ドラクエモンスターズ スーパーライト』や『ドラゴンクエストライバルズ エース』など、サービスを終了したスマートフォンゲームの続編や復活を望む声がSNS等で大きいと感じている。選択と集中の戦略の中に、過去のスマートフォン向けタイトルをSwitchやPlayStationなどの据え置き型のゲームへ移植したり、続編を開発したりする可能性は含まれているか。

<回答14>

スマートフォンゲームのサービス終了後もファンの皆様に情報発信やリバイバルの要望をいただくことは大変ありがたい。コンソールやPC等へ移植、展開する場合には、楽しんでいただく、喜んでいただく、ということはもちろんのこと、さらに、お客様がもとのスマートフォンのタイトルで味わわれた体験をできるだけ大事にする形で届けたいという思いがある。お客様の声を聞きながらその可能性を模索していきたい。

以上