



2026年9月期 第1四半期

決算説明資料

株式会社バンク・オブ・イノベーション

(東証グロース：4393)

2026年2月

2026年9月期
1Q業績

< 1Q 会計期間 >	売上高	33.0 億円	(直前Q比 : +12.3%)
	営業利益	6.1 億円	(直前Q比 : +20.9%)
< 1Q 累計期間 >	売上高	33.0 億円	(前年同Q累計比 : ▲6.6%)
	営業利益	6.1 億円	(前年同Q累計比 : ▲26.2%)

トピックス
及び事業進捗

- 『メメントモリ』の長期運営体制により、売上・利益ともに安定化傾向
- 3周年施策効果等により、直前Q比で増収増益
- 新作大型RPG・新規サービスの開発が進捗

1. 2026年9月期 第1四半期 連結決算業績
2. トピックス及び事業進捗
3. 開発・運営環境
4. Appendix

1. 2026年9月期 第1四半期 連結決算業績

- 1Q末時点のネットキャッシュ(※1)は5,148百万円、自己資本比率は76.3%であり、財務基盤は盤石
- 2025年9月期の未払法人税等の支払い等により、現金及び預金が減少
- 開発・運営費用は資産計上せず、すべて当期の費用(売上原価)として処理

(単位：百万円)

	2026年9月期 1Q末	2025年9月期 4Q末	増減率 (前期末比)
流動資産	7,134	7,145	▲0.2%
現金及び預金	3,949	4,186	▲5.6%
売掛金	1,825	1,522	+19.9%
有価証券(※2)	1,200	1,200	—
固定資産	904	797	+13.4%
資産合計	8,038	7,943	+1.2%
負債合計	1,903	2,127	▲10.5%
純資産合計	6,135	5,816	+5.5%

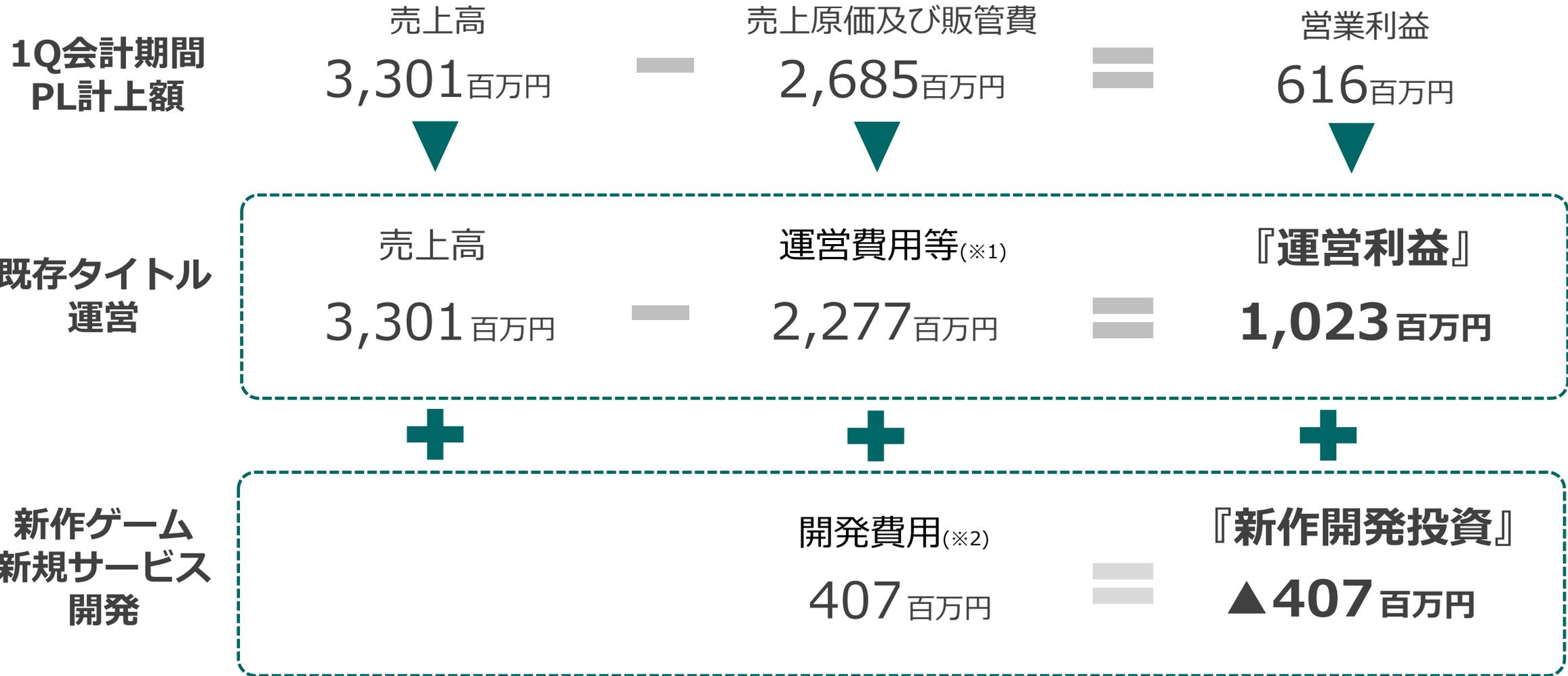
※1. 「現金及び預金」と「有価証券」の合計から、負債に含まれる「有利子負債(1百万円)」を差し引いた金額であります。

※2. 「有価証券」は、「合同運用指定金銭信託」であり、短期的な資金運用として保有する安全性の高い金融商品です。当社では3ヶ月毎に継続または償還の判断をしています。

- 直前Q比：『メントモリ』3周年等の施策効果による売上増加、1st Live開催による費用増加
- 前年同Q累計比：経年の影響、開発・運営体制強化による費用増加、1st Live開催による費用増加
- 開発・運営費用はすべて当期の費用（売上原価）として処理

（単位：百万円）

	2026年9月期 1 Q会計期間	2025年9月期 4 Q会計期間	増減率 (直前Q比)	2026年9月期 1 Q累計期間	2025年9月期 1 Q累計期間	増減率 (前年同Q累計比)
売上高	3,301	2,939	+12.3%	3,301	3,534	▲6.6%
売上原価	1,849	1,648	+12.2%	1,849	1,672	+10.6%
売上総利益	1,452	1,290	+12.5%	1,452	1,862	▲22.0%
販売費及び一般管理費	835	780	+7.1%	835	1,027	▲18.6%
営業利益	616	509	+20.9%	616	835	▲26.2%
(営業利益率)	(18.7%)	(17.3%)	—	(18.7%)	(23.6%)	—
四半期(当期)純利益	318	501	▲36.5%	318	537	▲40.7%
(四半期(当期)純利益率)	(9.7%)	(17.1%)	—	(9.7%)	(15.2%)	—

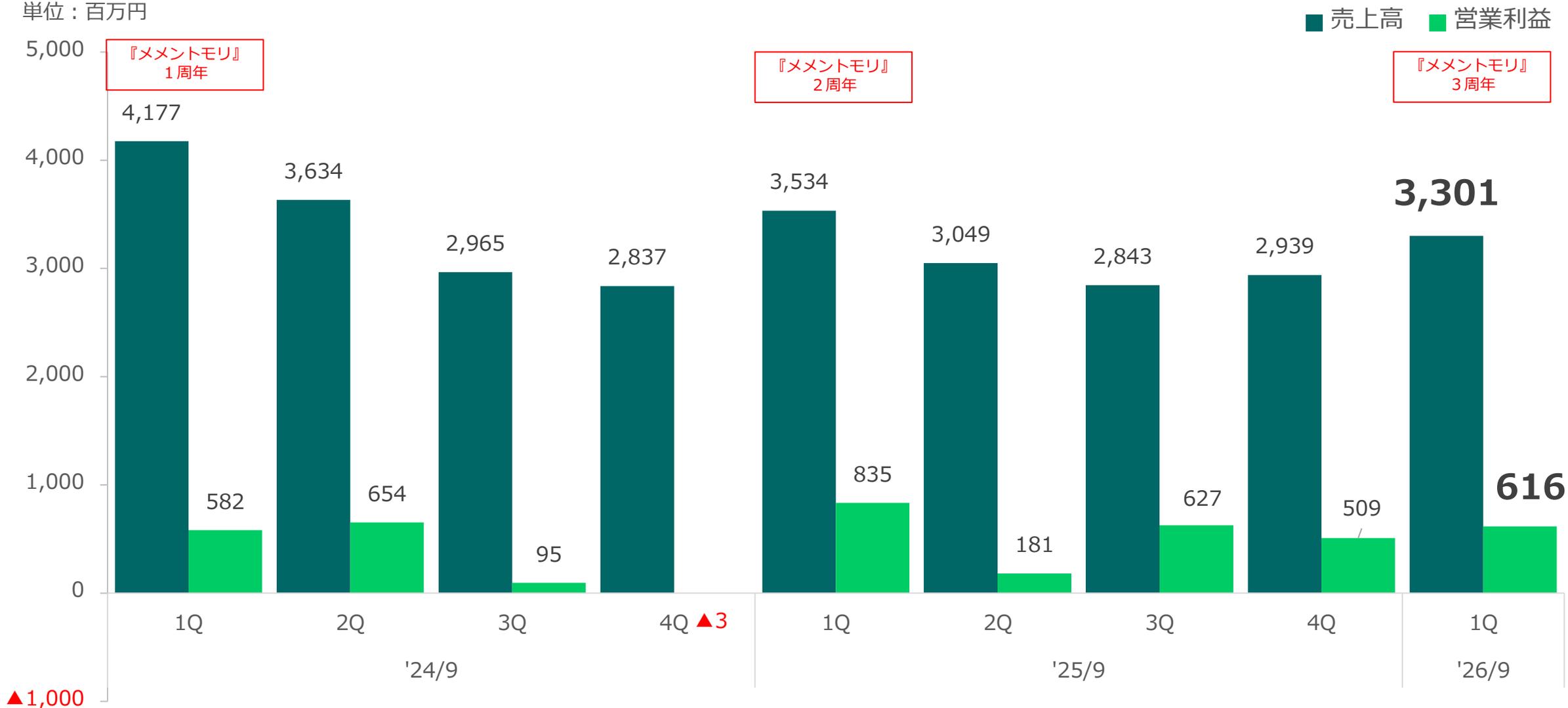


※1. 売上原価及び販管費のうち『新作開発投資』以外にかかる総費用をあらわしており、当該金額には運営費用・PF等手数料・広告宣伝費、およびバックオフィス費用等を含めています。

※2. 当1Q (2025/10~2025/12の3か月間) に計上した研究開発費の金額であり、全額費用計上しています。

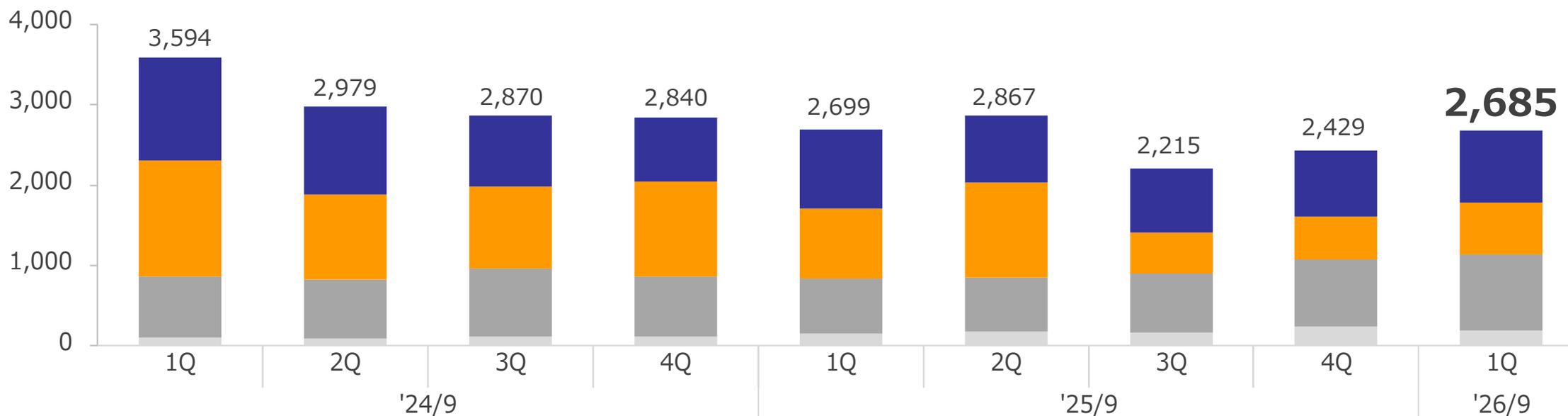
- 『メメントモリ』について、10年以上のロングヒットを目指して運営に注力
- 収益基盤安定化への取り組みと開発・運営体制の強化を両立

単位：百万円



- PF等手数料：今後、アプリ外決済の普及により、PF等手数料率が低下していく見込み
- 広告宣伝費：広告効率の観点により、広告宣伝費が減少（※）
- 固定費（「開発・運営費用」＋「その他」）：2026年9月期通期は43億円程度の見込み（※）

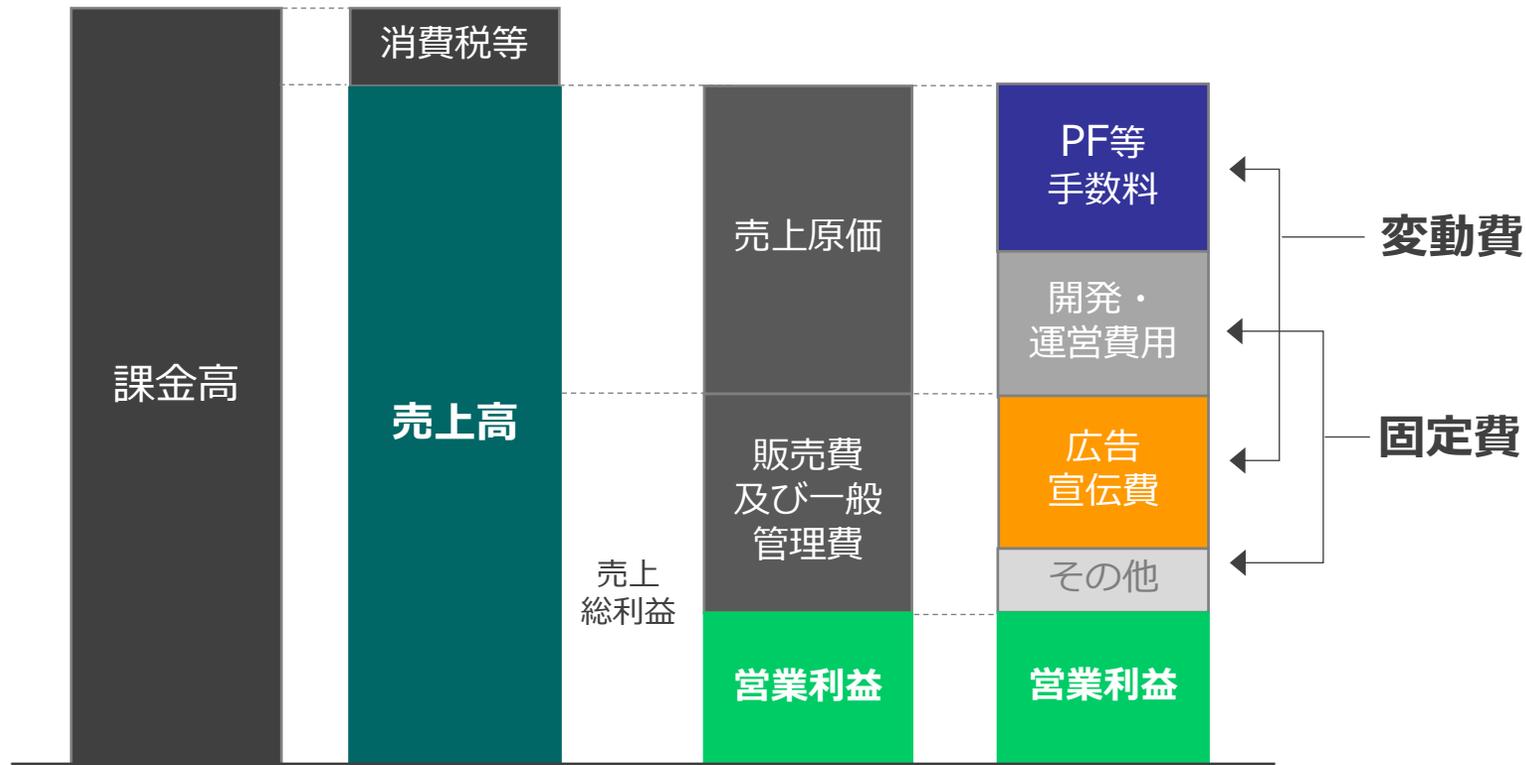
単位：百万円



PF等手数料	1,282	1,101	889	800	987	832	798	815	897
広告宣伝費	1,454	1,050	1,014	1,176	878	1,184	514	543	649
開発・運営費用	759	738	852	746	685	677	737	833	952
その他	99	90	113	117	148	173	164	237	186

※ 『メメントモリ』の拡大や新作ゲーム・新規サービスのリリース等により、広告宣伝費率が変動し、また固定費が増加する可能性があります。

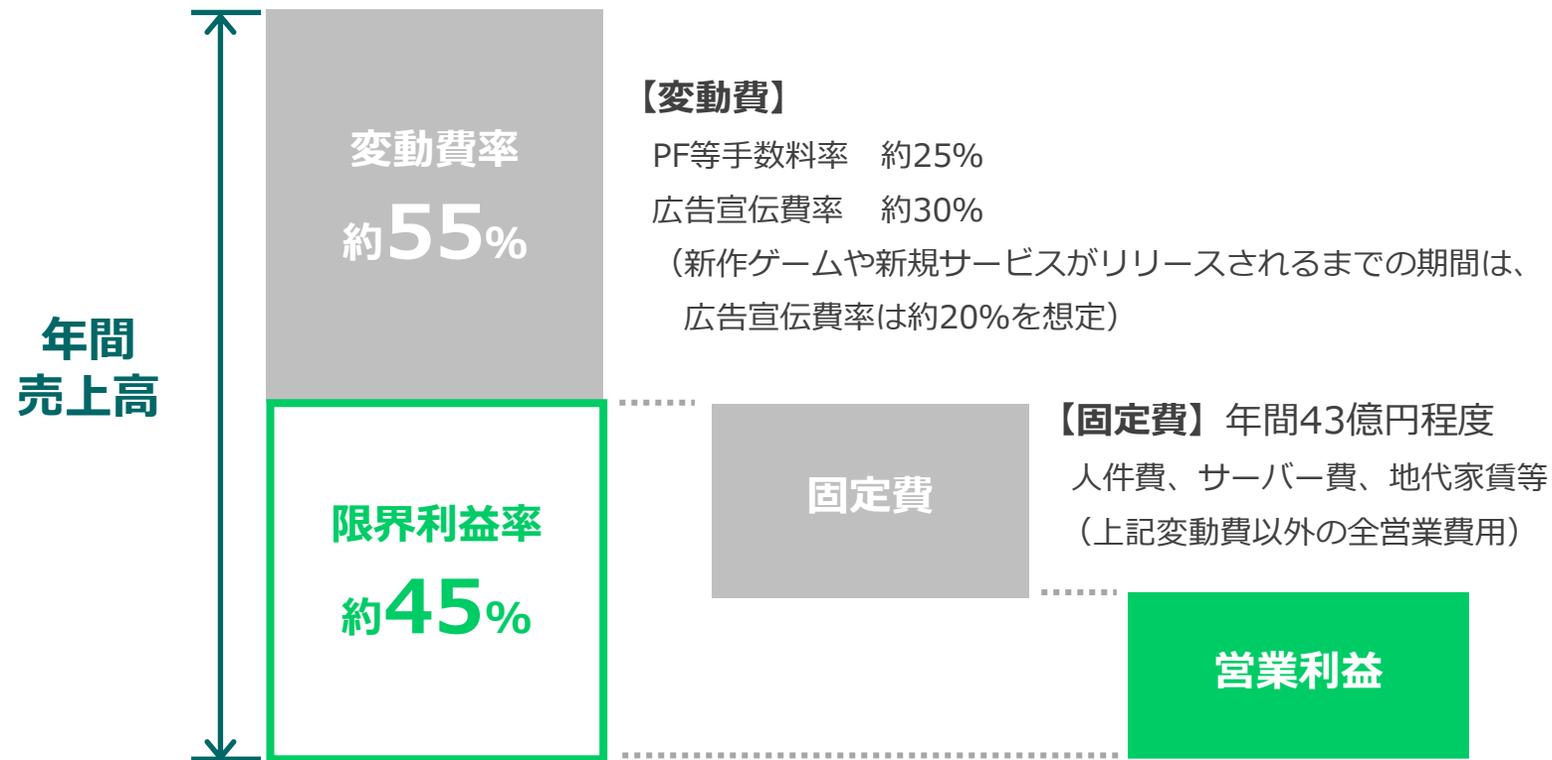
- 課金高から消費税等を控除した金額を売上高として計上
- 事業部費用（開発・運営費用）は売上原価、バックオフィス費用は販管費に計上



※上記の図はあくまでもイメージであり、実際の数値・割合を示したものではありません。

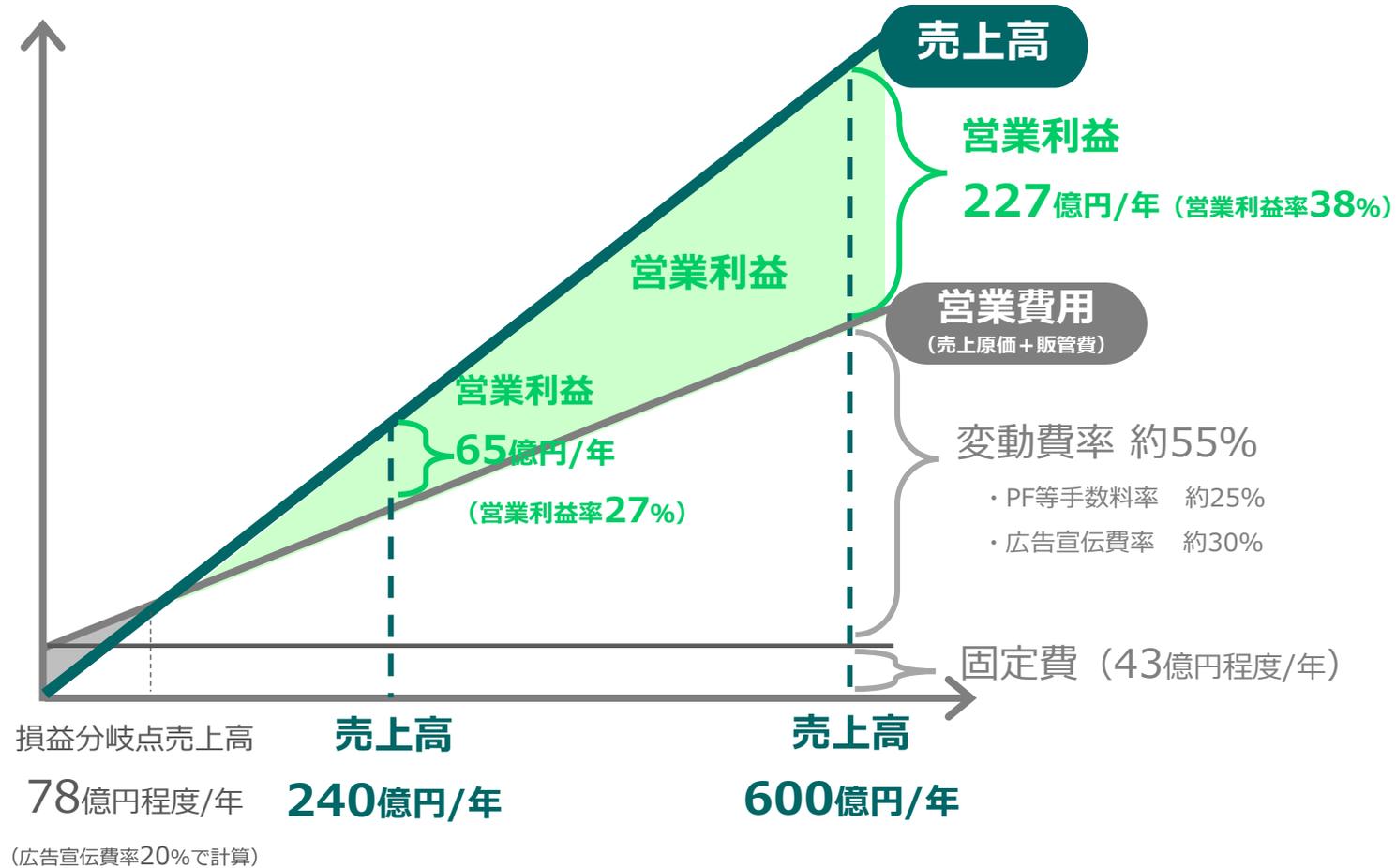
□ 2026年9月期以降の損益構造イメージ

$$\text{売上高} \times \text{約}45\% - \text{固定費} = \text{営業利益}$$



※現時点における損益構造イメージであります。
また今後、PF等手数料率の変動や広告宣伝費率の変動、固定費の増減などの要因等により、損益分岐点売上高が増減する可能性があります。
なお、損益構造を簡易的に把握していただくため、直接費の一部を固定費に含めて記載しております。

□ 2026年9月期以降に売上高が拡大した場合の営業利益率の変動イメージ



※現時点における営業利益率の変動イメージであり、実際の売上高を示したものではありません。
 損益分岐点売上高については、新作ゲームや新規サービスがリリースされるまでの期間に想定される広告宣伝費率約20%を前提に計算しております。
 また今後、PF等手数料率の変動や広告宣伝費率の変動、固定費の増減などの要因等により、損益分岐点売上高が増減する可能性があります。

2. トピックス及び事業進捗

3周年記念キャンペーン

(2025/10/16~11/27)



メメントモリ Lament Collection Vol.3 販売



メメントモリ
Lament Collection Vol.3
~Witches of Qlipha~

メメントモリ
Lament Collection Vol.3
~Witches of Qlipha~

CD第三弾は“クリファの魔女”
Lament Collection Vol.3
~Witches of Qlipha~

2025.10.22
発売

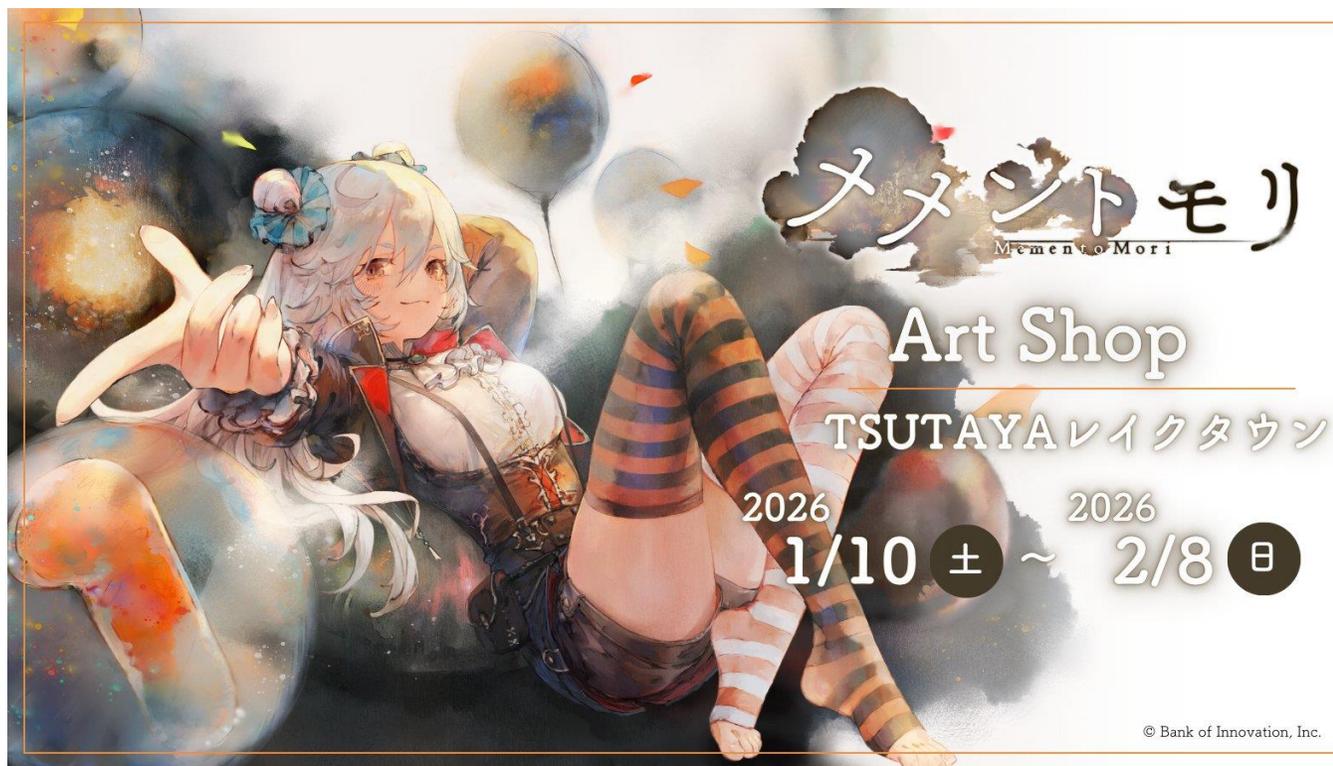
© Bank of Innovation, Inc.

2026年1月にはデジタルリリースとサブスク対応開始

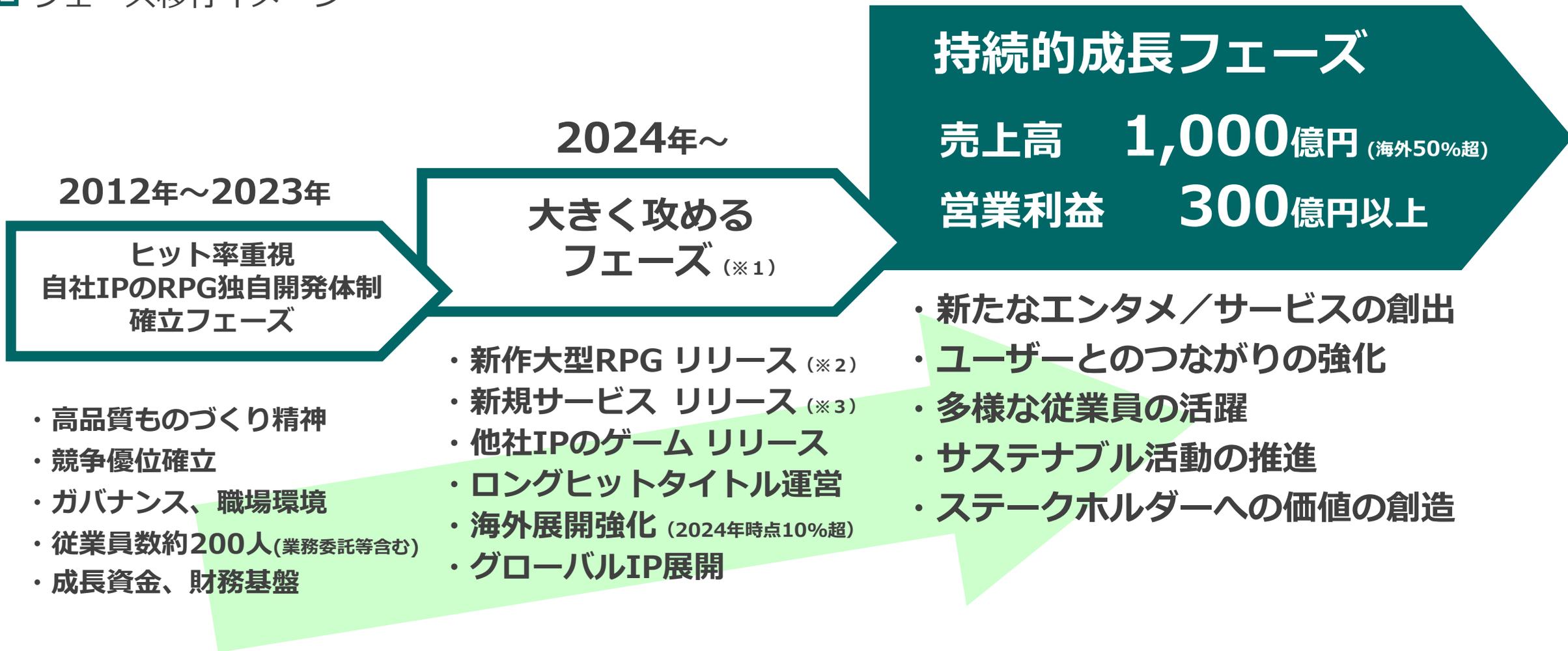
聖夜祭 (2025/11/27~ 2026/1/6) / ニューイヤーキャンペーン (2025/12/25~2026/1/28)



メメントモリ Art Shop 埼玉 開催



□ フェーズ移行イメージ



※ 1. 『持続的成長フェーズ』の売上高 1,000億円、営業利益 300億円以上の業績達成を目指して、従業員数の増加や開発・運営環境の改善など、開発・運営体制をより一層強化してまいります。また、現在開発中のゲーム・サービスのリリース前後においては、赤字を過度に気にせず、大きな成長投資を継続的に行っていく可能性があり、その際に必要な成長投資資金が、保有している現預金を超える場合には新規借入を行い、それでもなお資金が不足すると判断した場合には、新株発行による資金調達を行う可能性があります。(当社は、新株発行による資金調度を極力実施しない方針ではありますが、『大きく攻めるフェーズ』においては、大きな成長のための攻めの資金調達を実施する可能性があります。)

2. 『メントモリ』の開発運営経験を活かし、リリースから30日間で全世界100億円～200億円の課金高、その後全世界月額課金高40億円以上の規模を1年以上推移させることを目指して開発

3. 年間売上 100億円以上を目指すサービスに絞って開発

- 1Q会計期間の『新作開発投資（ゲーム・サービス開発費合計）』は407百万円
- 新規開発中の案件に関する具体的な進捗やリリース時期等は非公開（※）

事業	タイトル / サービス		ステータス
ゲーム (自社IP×自社開発運営× グローバル同時配信)	第2弾 新作大型RPG (17年開発開始)		本開発中
	第3弾 新作大型RPG (23年開発開始)		企画 中
ゲーム (他社IP×共同開発・運営)	他社IPのゲーム (25年6月13日適時開示)		(非公開)
その他 サービス	恋庭	改良版／海外版	本開発中
	その他	新規サービス (未公表)	本開発中
		新規サービス (ゲーム×プラットフォーム)	企画 中
		新規サービス (未公表)	企画 中

※今後のIR又はニュースリリースをお待ちください。

なお、上記のほか、『メメントモリ』中国本土版の配信に関して中国企業と契約を締結し、中国本土での認可取得を進めております（申請済みであり、認可取得待ち）。

- 自社IPのRPG独自開発力をもとに大きく攻めていき、爆発的で持続的な利益成長を目指す

『**爆発型**』：リリースから30日間で全世界100億円～200億円の課金高、その後全世界月額課金高40億円以上の規模を1年以上推移させることを目指して開発

『**中長期成長型**』：年間売上100億円以上を目指せるサービスに絞って開発

爆発型

新作大型RPG 2本

中長期成長型

『恋庭』改良版／海外版
+
新規サービス3本

イメージ

月額課金高
単位：億円

200

50

40

10

リリース

期間

『爆発型』新作大型RPG想定(次頁※1)

『メメントモリ』実績(次頁※2)

『メメントモリ』リリース前想定(次頁※3)

『爆発型』新作大型RPG想定(※1)

- ・ リリースから30日間で全世界100億円～200億円の課金高
（事前登録者数：500万人、事前広告宣伝費：事前登録者数確保に必要な額）
その後、全世界月額課金高40億円以上の規模を1年以上推移
- ・ リリース1年後までの累計広告宣伝費：売上高の30%程度

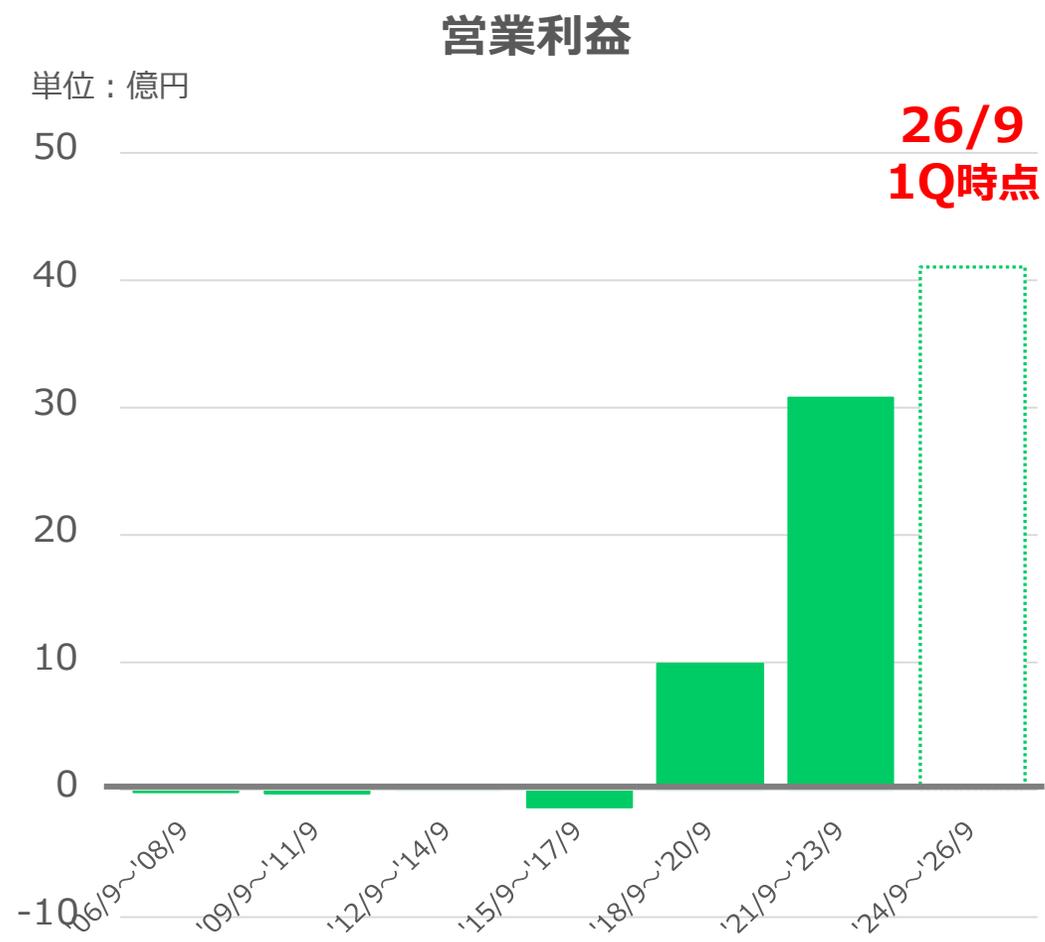
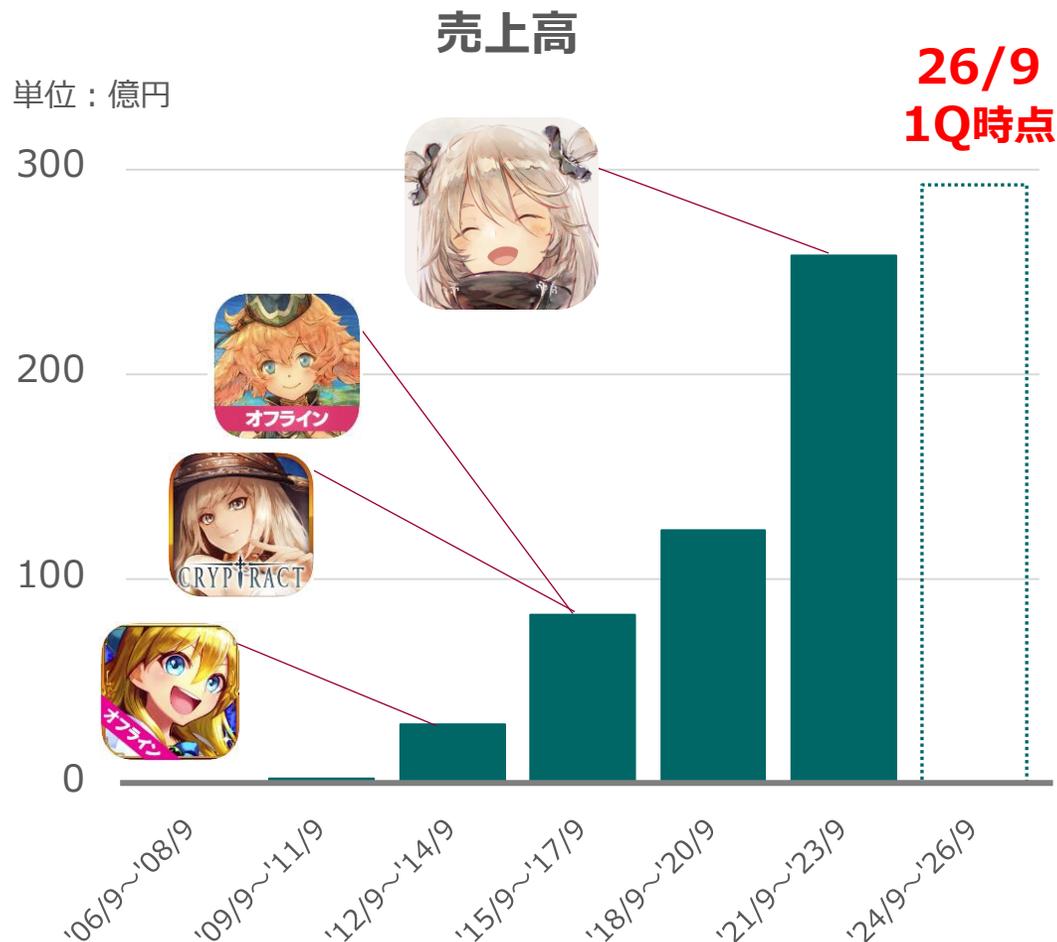
『メメントモリ』実績(※2)

- ・ リリースから30日間で全世界55億円の課金高
（事前登録者数：123万人、事前広告宣伝費：2億円）
全世界月額課金高10億円以上を1年以上推移
- ・ リリース1年後までの累計広告宣伝費：55億円（売上高の28.1%）

『メメントモリ』リリース前想定(※3)

日本国内のみで月額課金高5億円以上の規模を最低1年以上推移

- 品質最優先の方針のもと、継続的に『新作開発投資 (※)』に注力し、自社IPの独自開発力を強化してきた成果として、3年ごとの業績推移において増収増益



※'15/9~'17/9の研究開発費Q平均 **49** 百万円、'18/9~'20/9の研究開発費Q平均 **82** 百万円、'21/9~'23/9の研究開発費Q平均 **147** 百万円、'24/9~'26/9 1Qの研究開発費Q平均 **280** 百万円
 なお、研究開発費を含めた固定費（PF等手数料、広告宣伝費以外の営業費用）の総額について、引き続きコスト管理を行ってまいります。

3. 開発・運営環境

本気のモノづくりは、楽しい。

Total Focus on Craftsmanship.

「こだわり」で新たな価値を創造する

音楽、映像、マンガ、ゲーム——
私たちは、エンターテインメント産業でサービスを展開している会社です。

私たちが大切にしているのは

「こだわりの追求」

この信念のもと、新しい体験の創造に挑戦し続けています。

大切にしていること

好きこそ物の上手なれ

「好き」という感情こそが、困難を乗り越える原動力となり、質の高い作品を生み出します。

経験よりも、本質を重視

私たちは、「業界の経験則」よりも「本質を捉える力」を重視します。ものごとの本質を見極めることで、消費者の真のニーズを発見します。

自分たちで考え抜く

企画からシステム、音楽やデザインまで、自社内製で創り上げることで、細部にまでこだわったプロダクトを創造します。

サービス

「**こだわりの追求**」が実を結んだ代表的なプロダクト『メメントモリ』をご紹介します。



こだわり

アナログライクなデザイン技法で、表現の限界に挑戦し、各キャラクターに1000時間以上の時間をかけて、丁寧に命を吹き込みました。

さらに、全キャラクターにオリジナル曲を用意。100以上の候補曲から厳選した珠玉の1曲で、キャラクターの世界観を深めています。

一方、操作性はあえてシンプルさを追求しました。複雑化するゲーム性が主流の中、「美しさと手軽さの共存」というコンセプトで、新しい価値を提供しています。

※AI技術の進展は重要な環境変化であり、当社としても注視しております。

AIは作業の効率化に寄与する一方で、活用の仕方によっては成果物の品質が平均化し、独自性や作り込みが損なわれるリスクがあると考えております。例えば『メメントモリ』の水彩調2Dグラフィックのように、人の目によるこだわりの積み重ねによって到達する、これまでにない唯一無二の表現は、効率化を優先した制作フローでは実現が難しいものと考えております。

そのため当社は、開発スピードのみを追うのではなく、「品質最優先」および「こだわりの追求」を軸に、創造性の高いゲーム開発に取り組んでおります。

歩みとチャレンジ

私たちは、動画検索エンジンの開発からスタートし、ゲーム事業を主軸に複数のヒットタイトルを生み出してきました。

2006年 創業

動画検索エンジンの開発からスタート、サービスが世界中で利用される

2012年~2018年 モバイル時代への対応と上場

スマートフォンゲーム市場へ参入、連続ヒットし着実に実績を積み重ねる、東証マザーズ(現東証グロース)上場

2021年 新しい可能性への挑戦

『恋庭』で「ゲーム×マッチング」という新しい分野を開拓、ゲーミフィケーションの可能性を広げる

2022年 さらなる成長

スマートフォンゲーム『メメントモリ』が Google Play Storeでセールスランキング1位を記録
成長のための基盤を確立

次なる挑戦

当社の新作ゲームでは、以下のテーマを掲げて、企画・開発に取り組んでいます。



全世界 × 大ヒット

世界中で遊ばれるゲームを作る

働く環境について

私たちは**モノづくりへの没頭**を可能にする環境づくりにこだわっています。
働きやすい環境こそが、「こだわりの追求」を実現する土台となると考えています。

平均年齢

33歳

新卒中途比

4:6

男女比

6:4

デザイナー比率

38.9%

離職率

2.2%

23/10~25/9平均

有休消化率

84.3%

23/10~25/9平均

社員から見た、「会社の良いところ」のアンケート集計

- 働きやすい。こだわりのあるプロダクト作り。周りの人がみんな優秀。
(エンジニア、3年～5年)
- オフィスの雰囲気。フラットに意見交換しやすい。
仕事を進める際の感覚と理詰めのバランスはちょうどよい感じ。(プランナー、5年～10年)
- ポジション・職種問わず、穏やかかつ丁寧な人が多く、
オフィスの雰囲気が良いところ (バックオフィス、3年未満)
- 派閥争いがなく、プロダクトづくりに専念できる。(プランナー、5年～10年)
- チームにもよるかもしれないが、表現の幅や新しい技法を習得することができる
(しないといけない) ところ。(デザイナー、5年～10年)

社員から見た、「会社の足りないところ」のアンケート集計

- 運動不足気味の人がチラホラ見受けられるので、社内にはカラダを動かせるスペースがあるとイイかもです。（プランナー、3年未満）
- テックブログや登壇、技術面の広報活動が少ないため、エンジニア採用で苦戦しがち。（エンジニア、10年以上）
- プロジェクトが違う人との交流の機会が少ない。
各種レクリエーションなどの仲良くなる機会があるといい。（エンジニア、3年～5年）
- ゲーム制作に対しての考え方が良くも悪くもドライ。（プランナー、5年～10年）
- 開発のスピード感。1～10までのコンテンツを100のクオリティで出すのではなく、まずは1～3のコンテンツを100のクオリティで出すなど、段階的なリリースも視野に入れて良いのではと思うことがあります。（バックオフィス、5年～10年）

福利厚生（一部）

昼食補助

出勤日において、所定の昼食代を、会社が全額補助

夜食補助

出勤日において、残業時間が2時間以上になる場合に、所定の夜食代を、会社が全額補助

近距離出勤手当（3万円～）

会社から1.5km圏内に居住、かつ出勤勤務社員に、グレードに応じた手当を支給

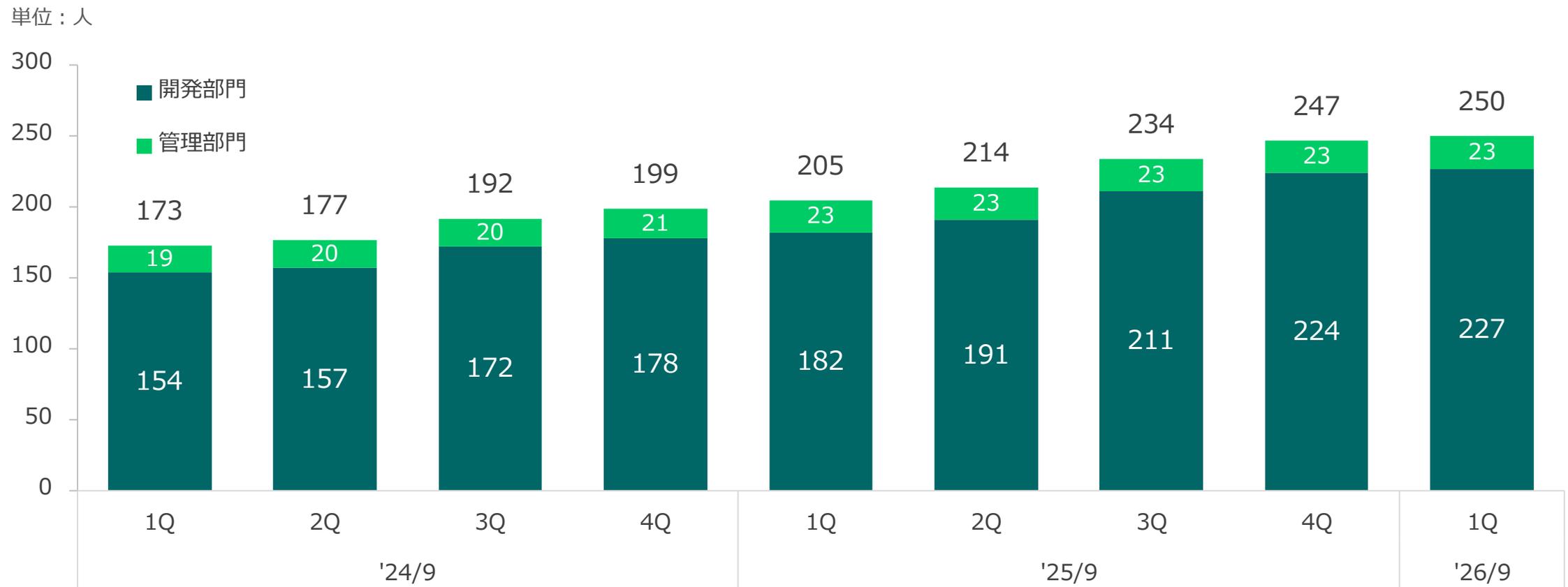
バースデー休暇

誕生日の前後1カ月に、特別休暇を取得可能

ハネムーン手当

結婚のお祝い金として、ハネムーンの代金を最大20万円まで支給

従業員数の増加により 開発・運営体制がより一層強化



『次なる挑戦』を一緒に実現してくれる仲間を募集中！
皆さまのご応募、お待ちしております。

新卒採用
[こちら](#)

キャリア採用
[こちら](#)

4. Appendix

企業理念

ロマン 世界で一番「思い出」をつくるエンターテインメント企業

企業信念 良いものは必ず評価される

会社名	株式会社バンク・オブ・イノベーション		
所在地	〒160-0022 東京都新宿区新宿六丁目27番30号 新宿イーストサイドスクエア3F		
設立日	2006年1月12日		
資本金	562百万円		
事業内容	スマートフォンアプリ関連事業		
役員	代表取締役社長	樋口	智裕
	取締役	田中	大介
	取締役CFO	河内	三佳
	社外取締役 (監査等委員)	熊倉	安希子
	社外取締役 (監査等委員)	深町	周輔
	社外取締役 (監査等委員)	櫻田	厚
従業員数	250名 (連結ベース)		



質にこだわったコンテンツを通じて、多くのお客様へ感動と最高の「思い出」を提供

ゲーム

メメントモリ

2022年10月リリース

一瞬で、別世界へ。

水彩調で儚く描かれる独特な世界観と「魔女」と呼ばれる少女たち。少女たち一人一人がもつ想いを、多数の有名アーティストが表現したラメント（歌）とストーリー、そして近代的バトルシステムにより新たな体験ができる放置RPGです。

配信プラットフォーム：[App Store](#) / [Google Play](#) / [DMMGAMES](#) / [BOI版](#) / [Steam](#)

サービス

恋庭

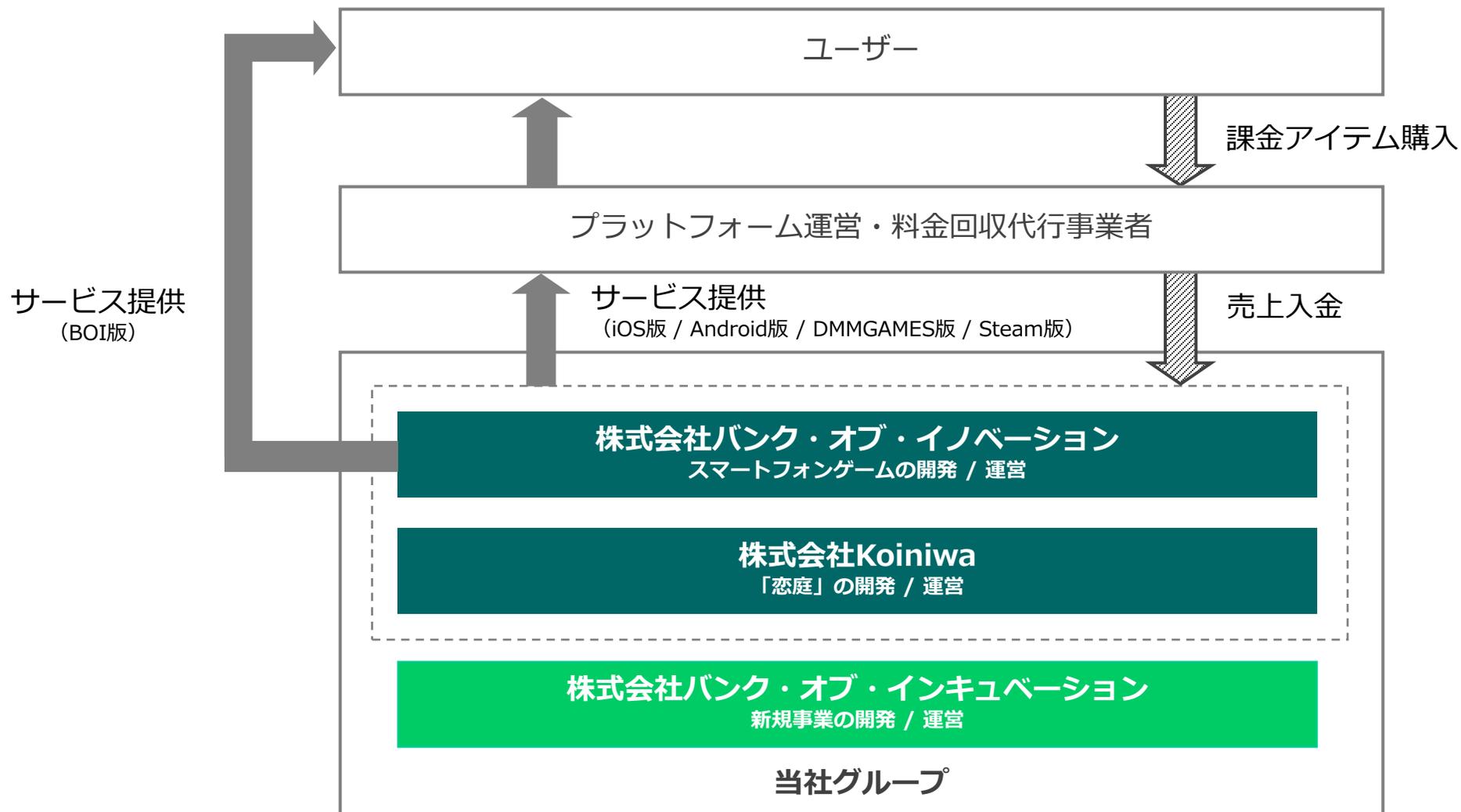
2021年4月リリース

ゲーム恋活アプリ利用者数No.1

『ゲームしてたら、恋人ができた。』をコンセプトとする、ゲームが出会いをサポートしてくれるコミュニケーションアプリ。ゲームとしても十分に楽しむことができるため、今までにない“のんびりとした気楽な出会い”を体験できます。

配信プラットフォーム：[App Store](#) / [Google Play](#)※公式サイト『[恋庭レポート](#)』で、ユーザー様のレポートをご紹介します。

当社グループ売上高の大部分はアイテム課金収入が占めています



当社グループは、「中長期的な当社株式1株当たり株主価値の向上」のため、以下の主な方針に則り、経営しております

① 品質最優先の開発方針

当社グループの経営において、ステークホルダーに対する責務を果たすためには、新作RPGや新規サービスをヒットさせることが重要であります。その達成には「こだわりの追求と良いものづくり」が必要不可欠であるという共通認識のもと、開発期限を設けず納得のいくまで品質を高めることで、ヒットの可能性を極限まで高める開発に取り組んでいます。

② 重要な経営指標

当社グループは、ゲームやサービスの開発・運営を行うにあたって、様々な指標を確認しておりますが、それぞれの指標を意識しすぎた場合には結果として業績にマイナスの影響を与えてしまう可能性があることから、翌期以降3年間における売上高及び営業利益それぞれの合計金額を重要な経営指標としています。

③ 非連続的成長とそれに伴うリスク

当社グループでは、既存タイトルのPDCA改善による長期運営によって売上高の減少を最大限抑えながら安定運営を行うとともに、概ね数年ごとの新作RPGや新規サービスのリリースによって年間売上高をそれまでの数倍規模に一気に引き上げることで、非連続的に成長していくことを目指しております。ただし、開発費用を全て即時費用処理していること、また開発・運営のライン数を絞ることによって、売上高が損益分岐点を下回る期間においては営業損失が計上される可能性があることを何卒ご理解ください。

④ 配当による株主還元について

当社は、当面の間、内部留保ならびに再投資によって1株当たり株主価値を向上させていくことを優先させていただくため、配当による株主還元は未定としております。



本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内包します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。

また、本資料に含まれる当社グループ以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。