



2023年9月期 通期

決算説明資料

－ 事業計画及び成長可能性に関する事項 －

株式会社バンク・オブ・イノベーション
(東証グロース：4393)

2023年11月

23年9月期
通期連結業績

売上高 **213** 億円 営業利益 **49** 億円 当期純利益 **32** 億円
 営業利益率 **23.0%** 自己資本比率 **45.4%** ROE **162.2%**

事業進捗

■ 「自社IP^(※1)× 自社開発運営 × グローバル同時配信」 体制

- ・ 第1弾『メメントモリ』：22年10月リリース、通期売上高196億円、全売上高の92%
 アクティブユーザー数、課金ユーザー数、課金高などが23年7月に底打ちし、安定収益フェーズへ（次ページ）
- ・ 第2弾『新作大型RPG（未公表）』：本開発中（開発人員を増強して開発）
- ・ 第3弾『新作大型RPG（未公表）』：企画中

■ その他サービス

- ・ 『恋庭』：メタバース化（プラットフォーム化）大型アップデート及び海外展開について、開発人員を増強して開発
- ・ 『新規サービス』：各開発進捗

『作る力』
『広く届ける力』
強化・体制構築
(継続投資)既存タイトルの拡大、及び新作を世界的ヒットに繋げるための投資^(※2)

- ・ 『作る力』 ⇒ 開発体制のより一層の強化
- ・ 『広く届ける力』 ⇒ 世界最高水準マーケティング体制構築
 ⇒ 株式会社刀（代表取締役 CEO 森岡 毅氏）よりマーケティングノウハウ移植（23年8月開始）



(※1) IPは、Intellectual Propertyの略であり、知的財産であります。

(※2) 年間固定費は36億円程度と見込んでおります。

アクティブユーザー数、課金ユーザー数、課金高などが

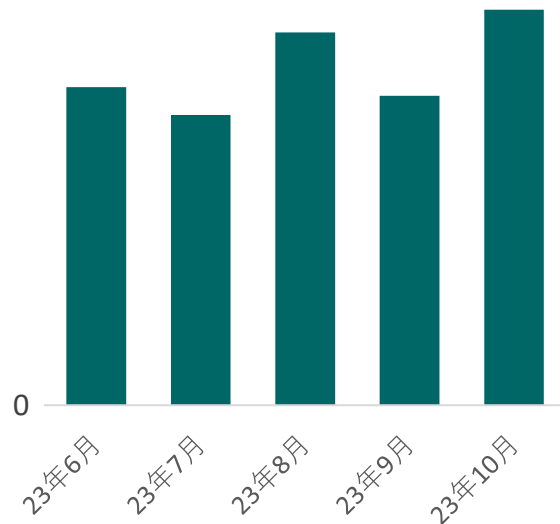
23年7月に底打ちし^(注)

今後の継続的改善及び新規DLでイベントにより増減しながら安定収益フェーズへ

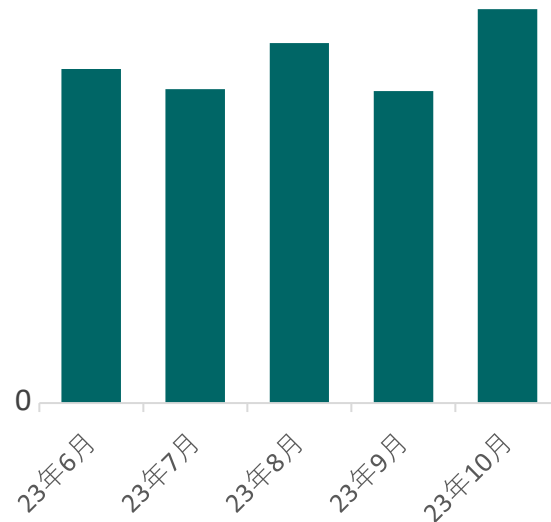
またIP展開やファンサービスの動きも強めていくとともに

対応言語・配信PF拡大により、日本及び海外での売上拡大を目指す

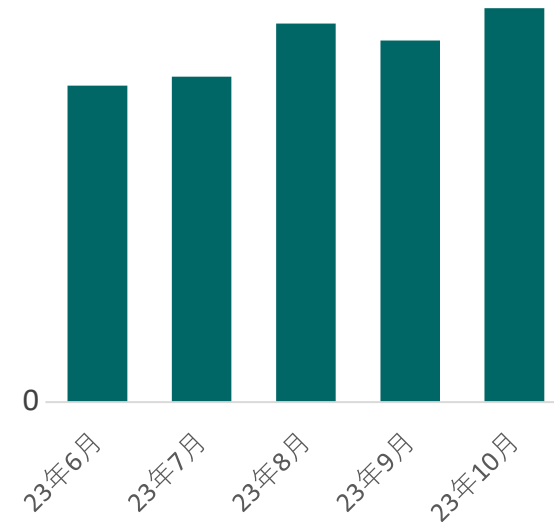
MAU



課金ユーザー数



MARPPU



(注) 当初、23年春以降の拡大を目指しておりましたが、23年春が巣ごもり需要の減少のタイミングとなり、そのマイナス影響を受け、拡大時期が後ろ倒しとなっております。また、従前より開示しておりました、課金ユーザー数（課金者数）及びMARPPUの推移に加え、MAUにつきましても併せて開示しております。

**ギルドイベント等の活性化や新機能の追加を含め
より楽しくより長く遊んでいただけるよう
リリース以降、運営人員を増強してきたが
今後もさらに運営人員を増強予定**

**刀社からのノウハウ移植によるマーケティング力強化により
『メメントモリ』ブランド価値を高めながら
3,000万DLを目標（現在300万DL）に多くのユーザーに楽しんでもらう
グローバルIP価値を高めていく**

1. 2023年9月期通期 連結決算業績
2. トピックス及び事業進捗
3. 今後の方針
4. Appendix

1. 2023年9月期通期 連結決算業績

- 『メントモリ』のヒットにより、財務基盤が強化
- 開発費は売上原価にて即時費用処理しており、資産計上なし（減損リスクなし）

(単位：百万円)

	2023年9月期 4 Q末	2022年9月期 4 Q末	増減率 (前期末比)
流動資産	7,686	1,422	+440.4%
現金及び預金	5,417	1,043	+419.0%
売掛金	2,030	298	+580.3%
固定資産	407	617	▲34.1%
資産合計	8,093	2,039	+296.8%
負債合計	4,415	1,640	+169.1%
純資産合計	3,678	399	+821.2%

自己資本比率

45.4%

ROE

162.2% (注1)

ROIC

111.3% (注2)

(注1) ROE (自己資本利益率) = 純利益 / 自己資本 (「自己資本」の前期末残高と当期末残高の平均)。前期末自己資本が小さいため、高い水準で算出されております。

(注2) ROIC (投下資本純利益率) = 純利益 / 投下資本 (「有利子負債 + 純資産」の前期末と当期末の平均)。前期末純資産額が小さいため、高い水準で算出されております。

- 前期比：『メントモリ』が年間を通して寄与したことにより売上・利益が大きく拡大
- 直前四半期比：売上高広告宣伝費率が一時的に高い水準（35.5%）となったこと、当期通期にかかる費用（2億円）を4Q決算時に処理したこと及び子会社の繰延税金資産取崩し（注）の影響で、最終利益が赤字着地

（単位：百万円）

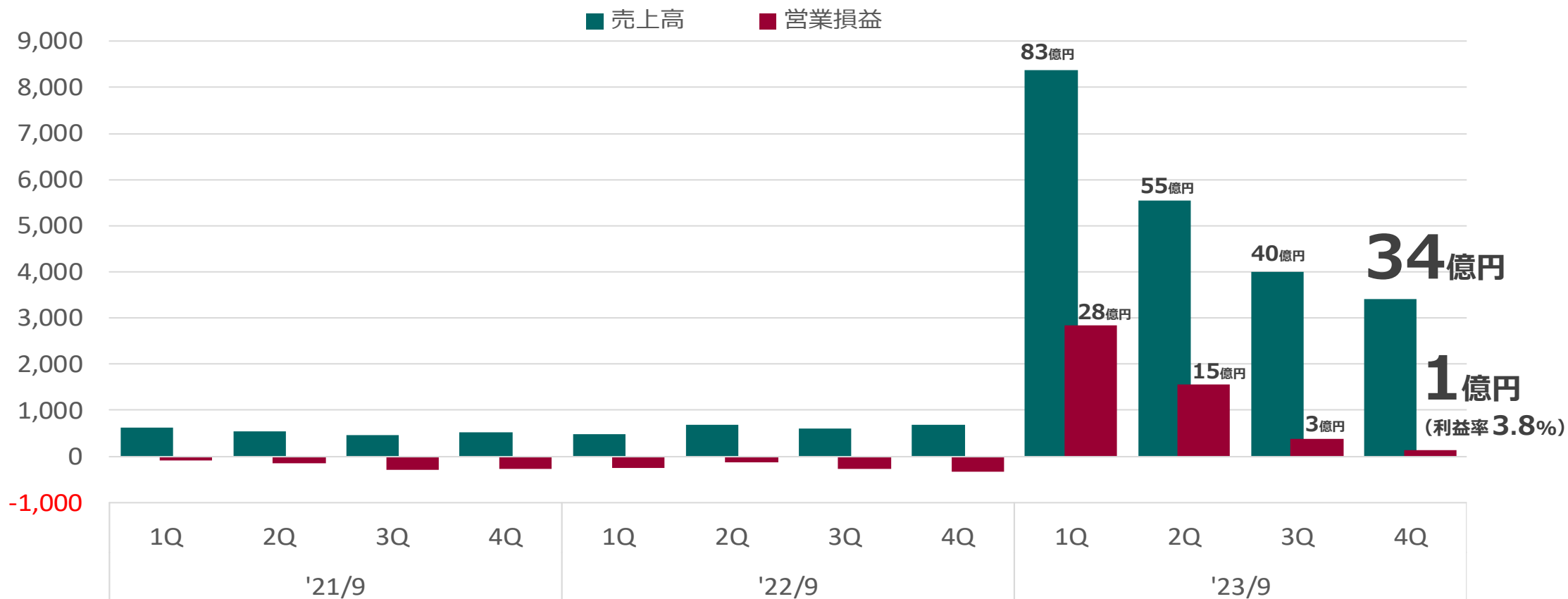
	2023年9月期 通期累計	2022年9月期 通期累計	増減率 (前期比)	2023年9月期 4 Q	2023年9月期 3 Q	増減率 (直前四半期比)
売上高	21,333	2,428	778.3%	3,418	4,003	▲14.6%
売上原価	10,010	2,381	320.3%	1,976	2,411	▲18.0%
売上総利益	11,323	47	23,901.2%	1,441	1,592	▲9.4%
販売費及び一般管理費	6,422	1,055	508.5%	1,311	1,215	7.9%
営業利益	4,900	▲1,008	—	130	377	▲65.4%
（営業利益率）	(23.0%)	(▲41.5%)	—	(3.8%)	(9.4%)	—
経常利益	4,920	▲1,015	—	131	381	▲65.5%
当期 / 四半期純利益	3,293	▲838	—	▲0	252	—
（当期 / 四半期純利益率）	(15.4%)	(▲34.5%)	—	(▲0.01%)	(6.3%)	—
（1株当たり当期 / 四半期純利益）	(823.09円)	(▲217.96円)	—	(▲0.10円)	(63.16円)	—

（注）株式会社Koiniwaにおいて、メタバース化（プラットフォーム化）大型アップデートや海外展開に向けた開発体制強化による費用増加により、株式会社Koiniwaの財政状態が悪化したことによるもの。

- 『メントモリ』の減少傾向により3Q比で減収減益（23年7月に底打ちして安定収益フェーズへ）
- 4Qは、売上高広告宣伝費率が一時的に高い水準（35.5%）となったこと、及び当期通期にかかる費用（2億円）を4Q決算時に処理したものの、1億円の利益を計上

単位：百万円

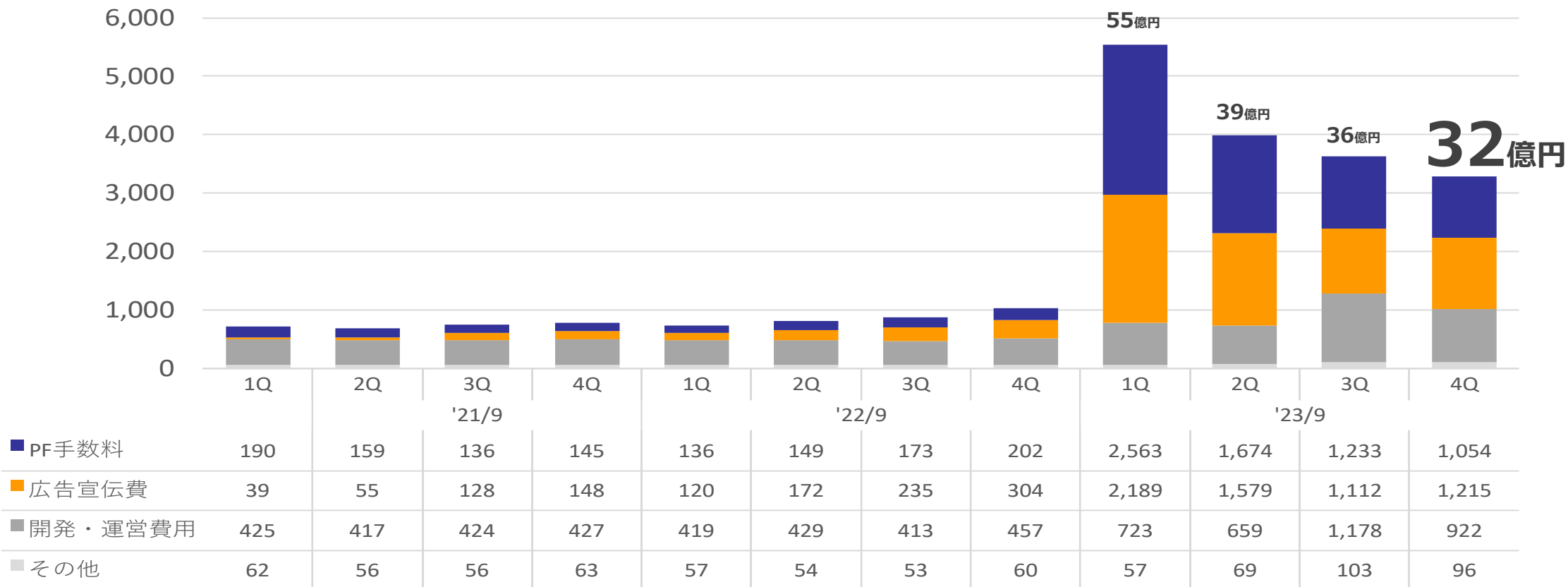
四半期連結業績推移



- 3Qは、『作る力』強化のための5億円超の即時費用処理で「開発・運営費用」増加
- 通期の売上高広告宣伝費率は、当初からの想定どおり、30%以内で着地（TVCM費用含む）
- 固定費（「開発・運営費用」+「その他」）は、当初、年36億円程度を想定していたが、当期通期にかかる費用（2億円）を4Q決算時に追加で処理したことで、38億円での着地

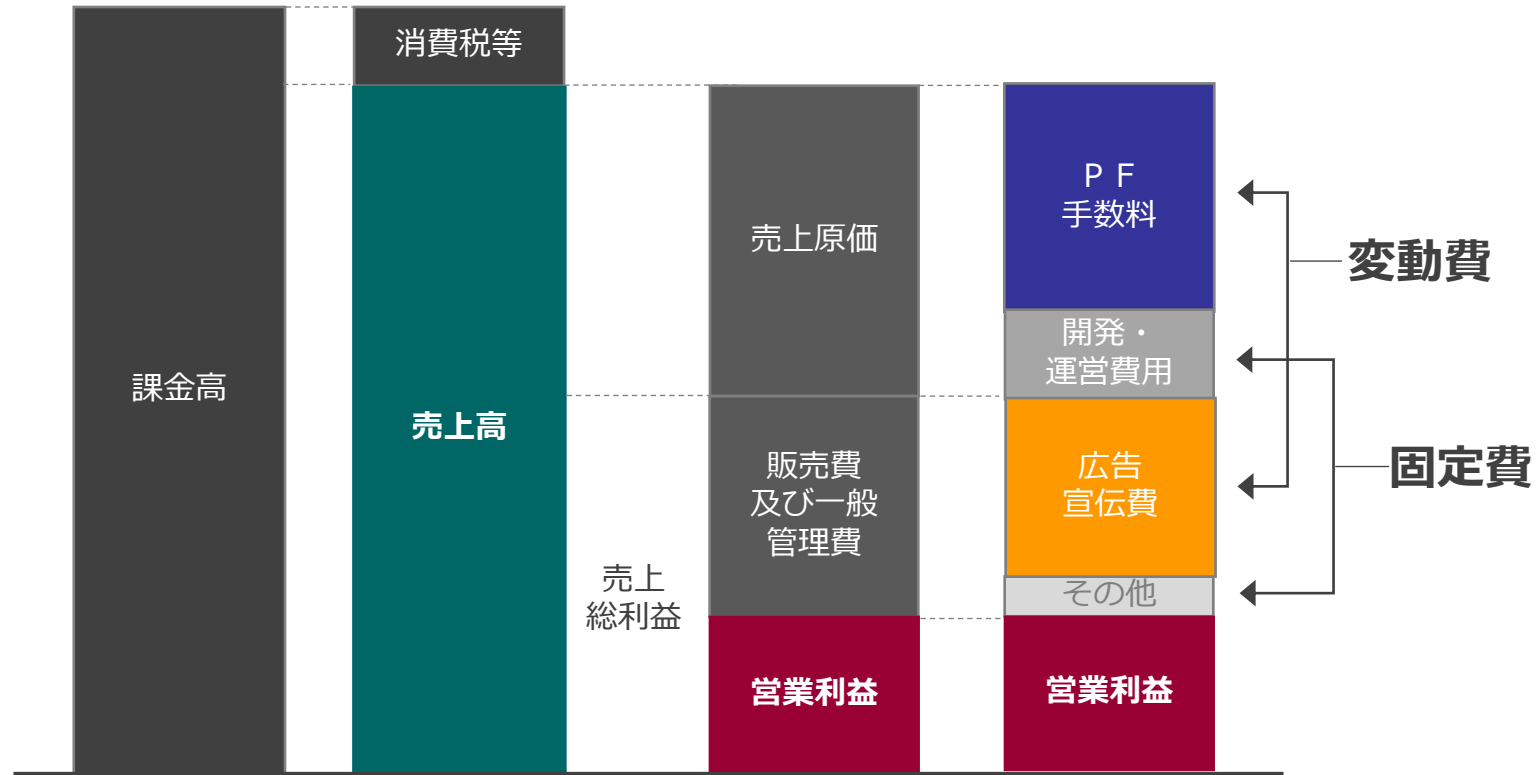
単位：百万円

四半期連結営業費用推移



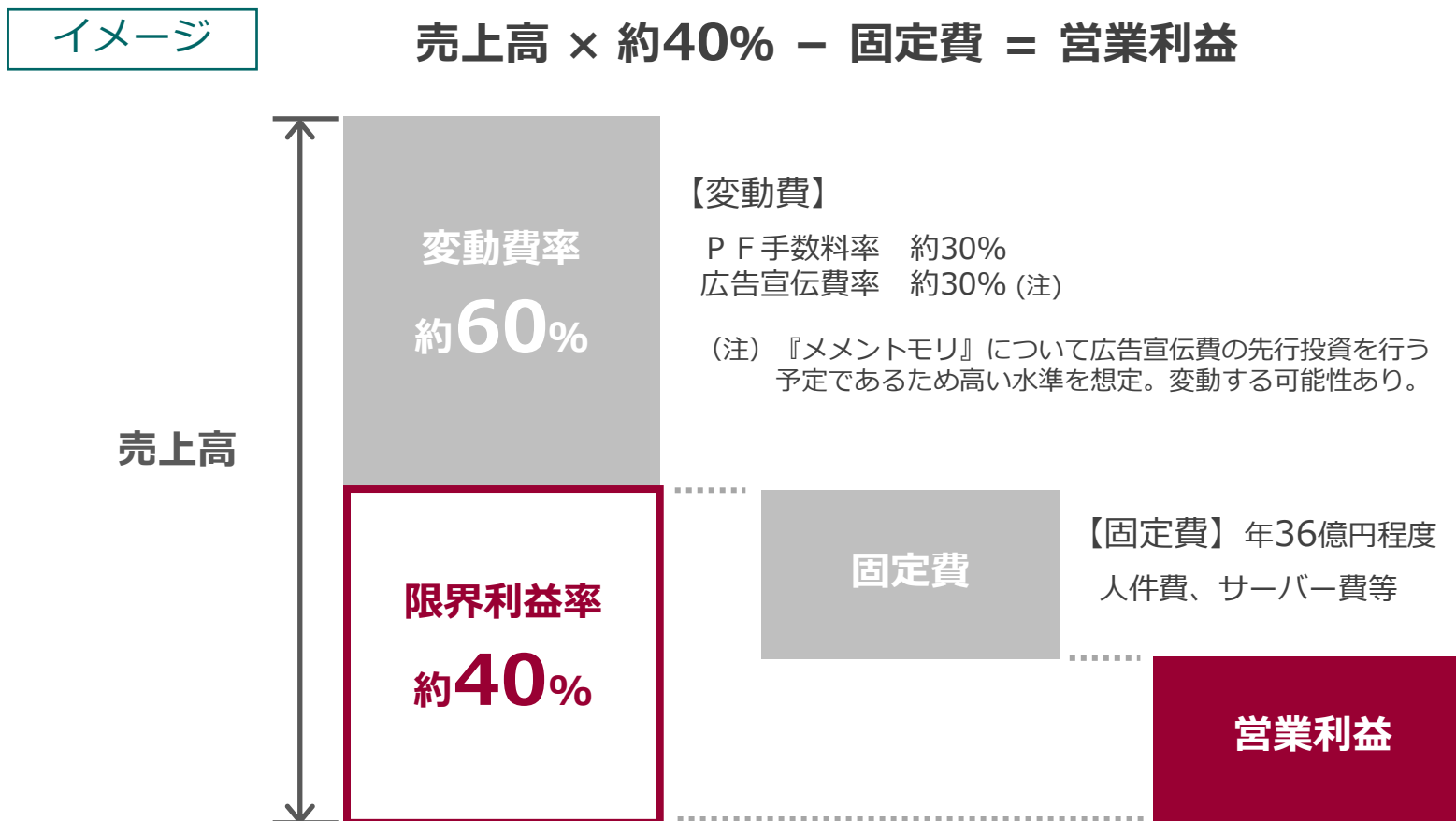
- 課金高から消費税等を控除した金額を売上高として計上
- 事業部費用（開発・運営費用）は売上原価、バックオフィス費用は販管費に計上

イメージ



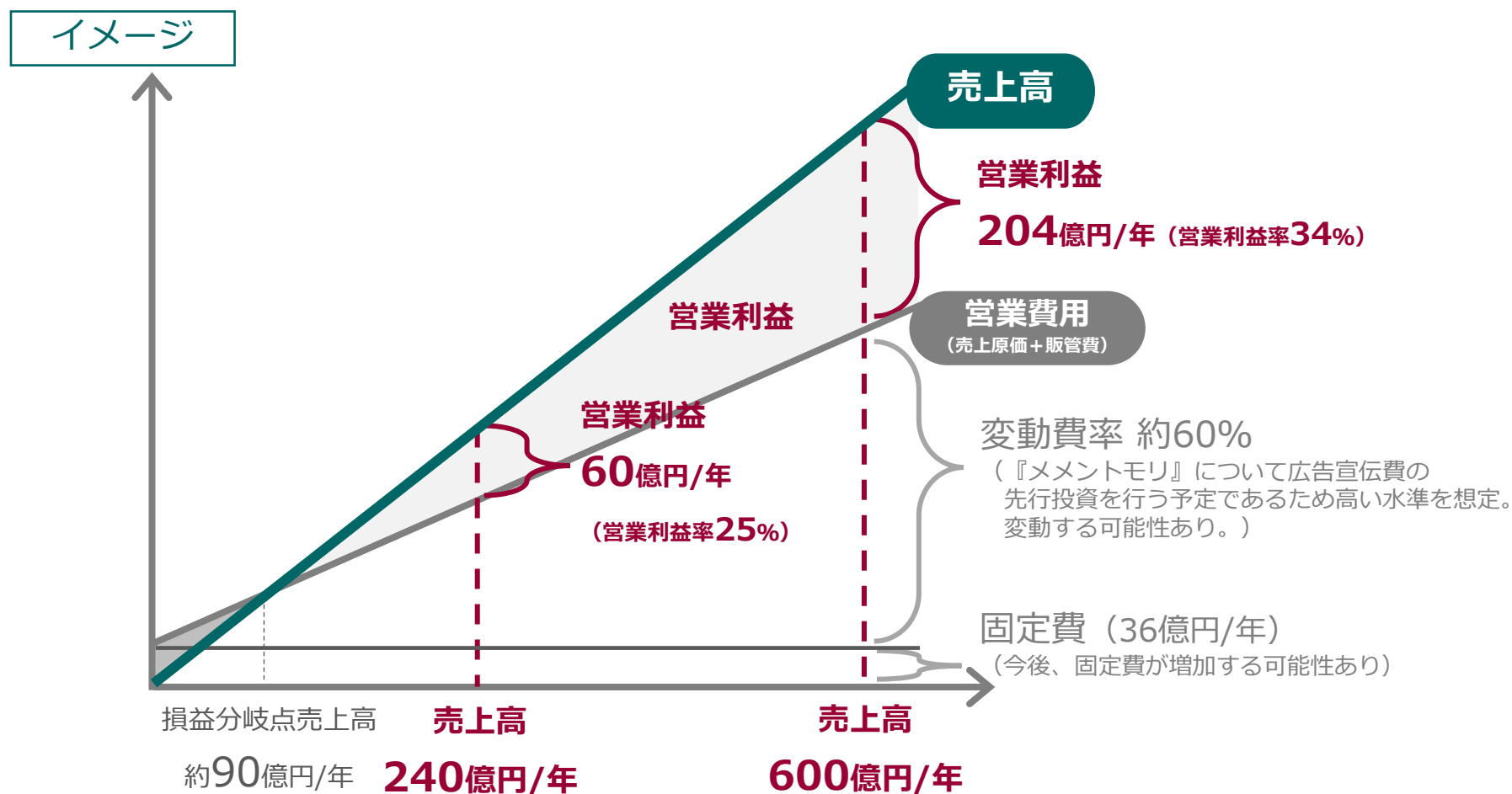
※上記の図はあくまでもイメージであり、実際の数値・割合を示したものではありません。

- 「自社IP × 自社開発運営 × グローバル同時配信」による高い限界利益率
- 既存タイトルの拡大、及び新作を世界的ヒットに繋げるための『作る力』強化及び『広く届ける力』構築にかかる費用を含めた想定



※現時点における損益構造イメージであります。今後固定費の増加などの要因等により、損益分岐点売上高が高くなる可能性があります。

- 売上が拡大した場合の営業利益率の変動イメージ
- 既存タイトルの拡大、及び新作を世界的ヒットに繋げるための『作る力』強化及び『広く届ける力』構築にかかる費用を含めた想定



※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。

2. トピックス及び事業進捗

『メメントモリ』



23年9月期第4四半期

(23年7月～9月)

売上高 **31** 億円

(全売上高の93%)

『メメントモリ』は、[こちら](#)から

サマーキャンペーン、TVCM 4種放映、オンリーショップ施策等を実施



▲TVCM『私を好きになる篇』



▲サマーキャンペーンバナー

animate
only shop

メメントモリ
Memento Mori

2023年8月19日(土)~9月3日(日)
アニメイト秋葉原2号館 6F

【応援店】
仙台店/名古屋店/福岡パルコ店
梅田店/アニメイト通販(受注販売)

オンリーショップ in アニメイト 2023

© Bank of Innovation, Inc.

A promotional poster for the game Memento Mori. It features a close-up of a character with long, dark, wavy hair and large, yellow-green eyes. The character is looking directly at the viewer with a serious expression. The background is a dark, atmospheric scene with light rays and a crescent moon. The text 'メメントモリ' is written in a stylized font across the middle, with 'Memento Mori' in smaller letters below it. The event details are listed in a box on the right, and the 'animate only shop' logo is in the top left corner.

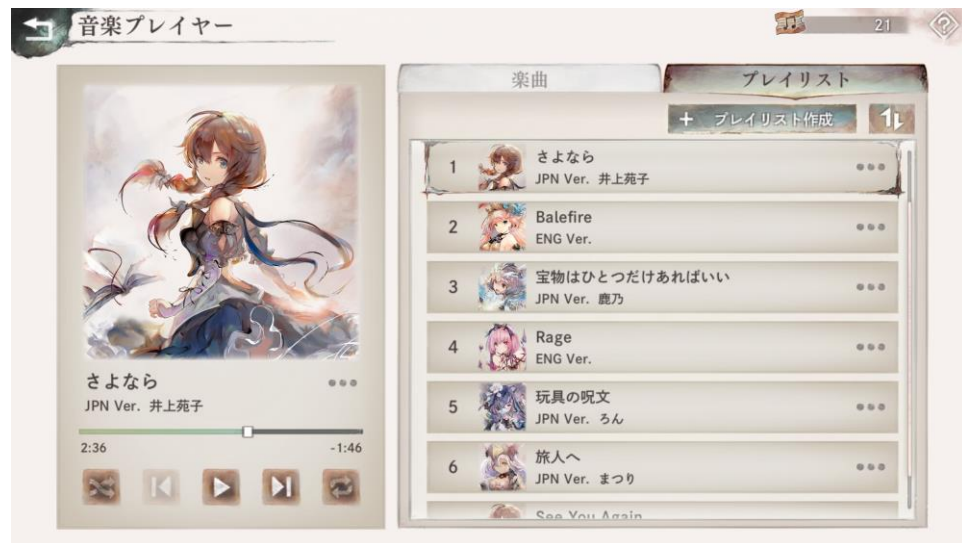
1周年キャンペーンの開催、音楽CDを発売



新機能「音楽プレイヤー」「モノログ」実装

<新機能「音楽プレイヤー」>

「楽曲チケット」を使ってラメント(キャラクター専用曲)やBGMを交換、再生できる「音楽プレイヤー」が登場しました。プレイリストの作成とバックグラウンド再生にも対応しているので、端末を閉じた状態でも本ゲームの楽曲をお好きな時にお楽しみ頂けます。

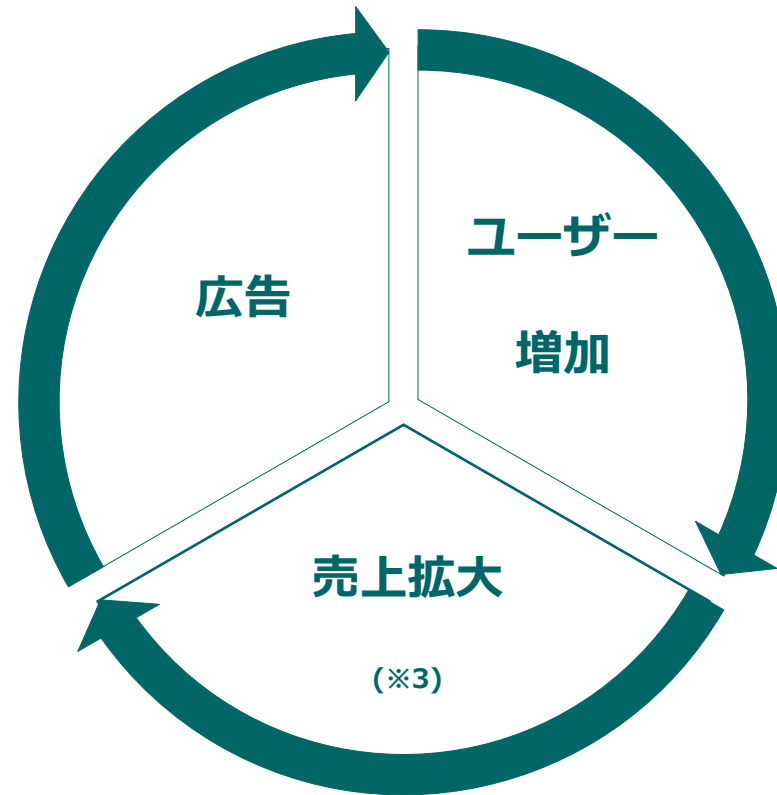


<新機能「モノログ」>

ラメントと共にキャラクターの心情がフルボイスで聞ける新コンテンツが登場しました。音楽に乗せて感傷的に語られるのは、キャラクターのこれまでの生い立ちやその想い。彼女たちの胸の内を深く知ることができます。随時、対象キャラクターが追加されていきます。モノログ再生中は、スクロールやタップで好きな台詞の位置まで移動できます。



- LTV (※1) が非常に高いことから、 ROAS (※2) が100%以上になりやすく、 広告による成長サイクルで成長を目指す
- 『広く届ける力』 構築により、 全世界 3,000万DLを目標に、 グローバルIP価値を高めていく



(※1) Life Time Value。 1人の顧客から得られる売上総額

(※2) Return On Advertising Spend。 売上と広告費用の比較による効果測定を実施 (効果測定ができないものを除く)

(※3) ROASによる効果測定を実施

アクティブユーザー数、課金ユーザー数、課金高などが

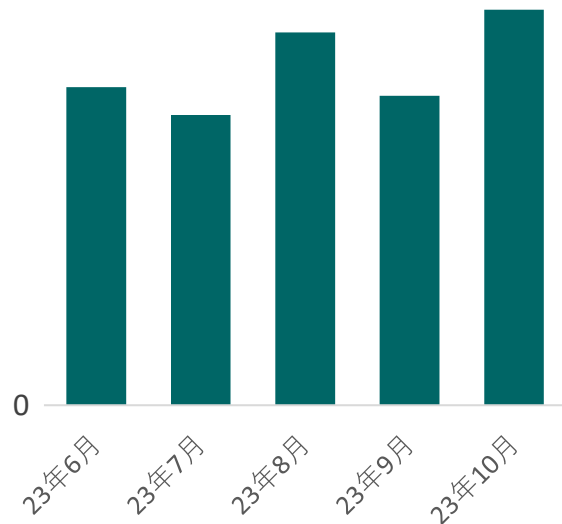
23年7月に底打ちし^(注)

今後の継続的改善及び新規DLでイベントにより増減しながら安定収益フェーズへ

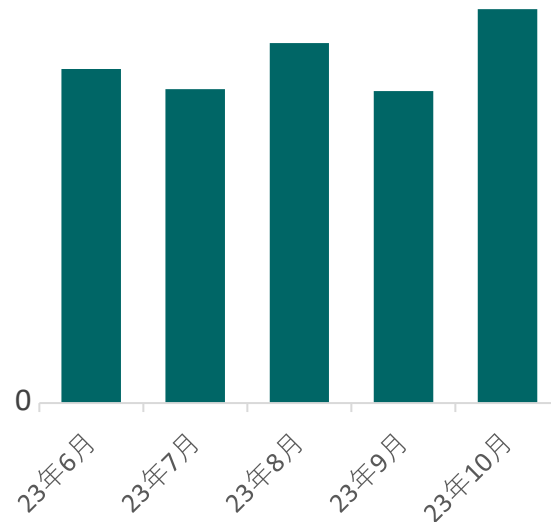
またIP展開やファンサービスの動きも強めていくとともに

対応言語・配信PF拡大により、日本及び海外での売上拡大を目指す

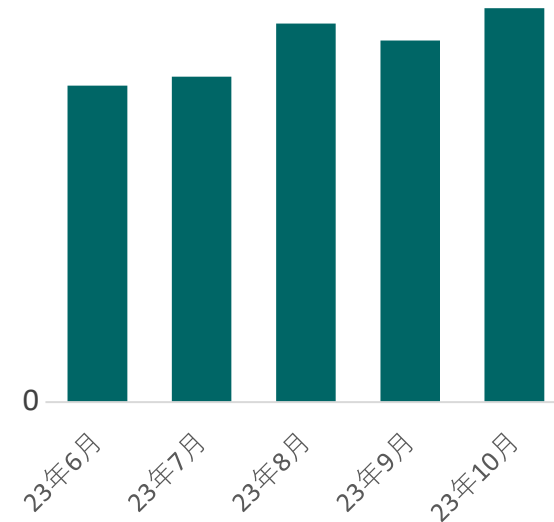
MAU



課金ユーザー数



MARPPU



(注) 当初、23年春以降の拡大を目指しておりましたが、23年春が巣ごもり需要の減少のタイミングとなり、そのマイナス影響を受け、拡大時期が後ろ倒しとなっております。また、従前より開示しておりました、課金ユーザー数（課金者数）及びMARPPUの推移に加え、MAUにつきましても併せて開示しております。

**ギルドイベント等の活性化や新機能の追加を含め
より楽しくより長く遊んでいただけるよう
リリース以降、運営人員を増強してきたが
今後もさらに運営人員を増強予定**

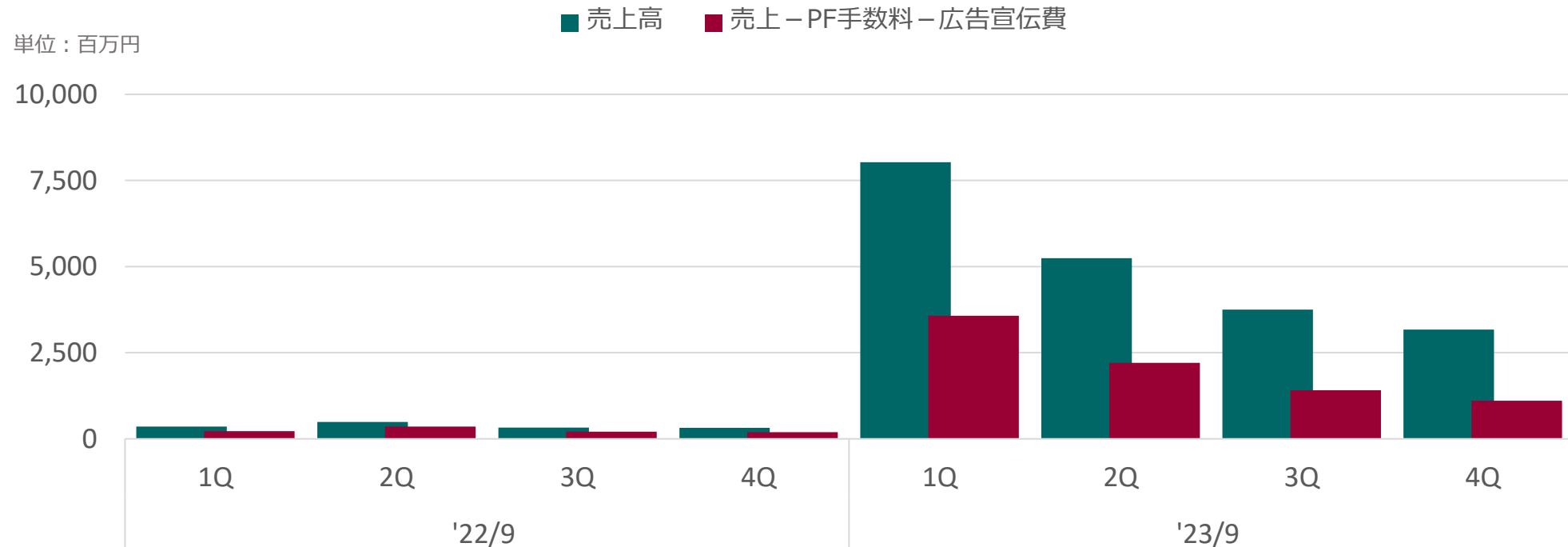
**刀社からのノウハウ移植によるマーケティング力強化により
『メメントモリ』ブランド価値を高めながら
3,000万DLを目標（現在300万DL）に多くのユーザーに楽しんでもらう
グローバルIP価値を高めていく**

ゲーム 業績推移

売上高 **31.7**億円 (直前Q比▲15.4%)

- ・ 23年9月期4Qで配信中のゲームタイトルは『メメントモリ』のみ
- ・ 今後も引き続き人員を増強して『新作大型RPG』2本の開発を進めていく

四半期別推移





恋庭

KoinTwa

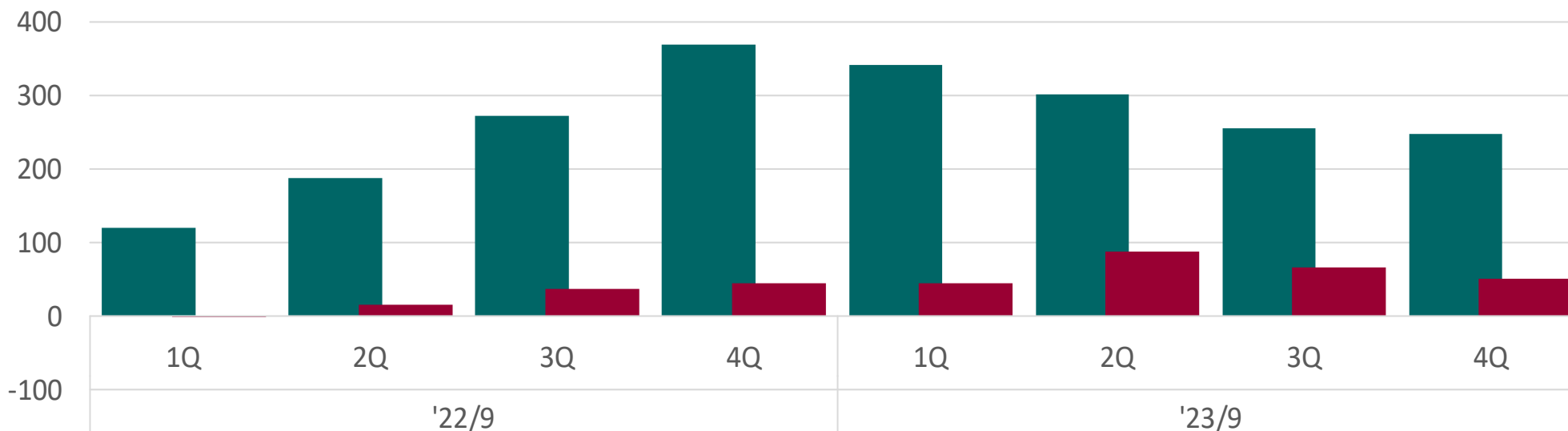
売上高 2.4億円 (直前Q比▲2.7%)

- ・ 日本版：200万DL記念キャンペーンの実施。売上はほぼ横ばい推移へ
- ・ 今後のメタバース化（プラットフォーム化）及び海外展開のため、開発人員を増強

四半期別推移

■ 売上高 ■ 売上 - PF手数料 - 広告宣伝費

単位：百万円



アプリ内でのカップル誕生数は延べ69,000組(138,000人)突破
11月23日まで、『2.5周年記念キャンペーン』開催中！
ダウンロード無料であるため、この機会にぜひお楽しみください



『恋庭』は、[こちらから](#)

- 新規開発状況は以下の通り
- 『作る力』強化、『広く届ける力』構築で、妥協せず『品質最優先』の開発

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」体制)	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
その他 サービス	恋庭	メタバース化(プラットフォーム化)・海外版	試作中
	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

3. 今後の方針

「中長期的な当社株式1株当たり株主価値の向上」を受託者責任であると考え、以下の主な方針に則り、経営を進めております

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。そして、新作RPGや新規サービスをヒットさせるには「良いものづくり」を追求すること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まいります。

②投資リスクコントロール

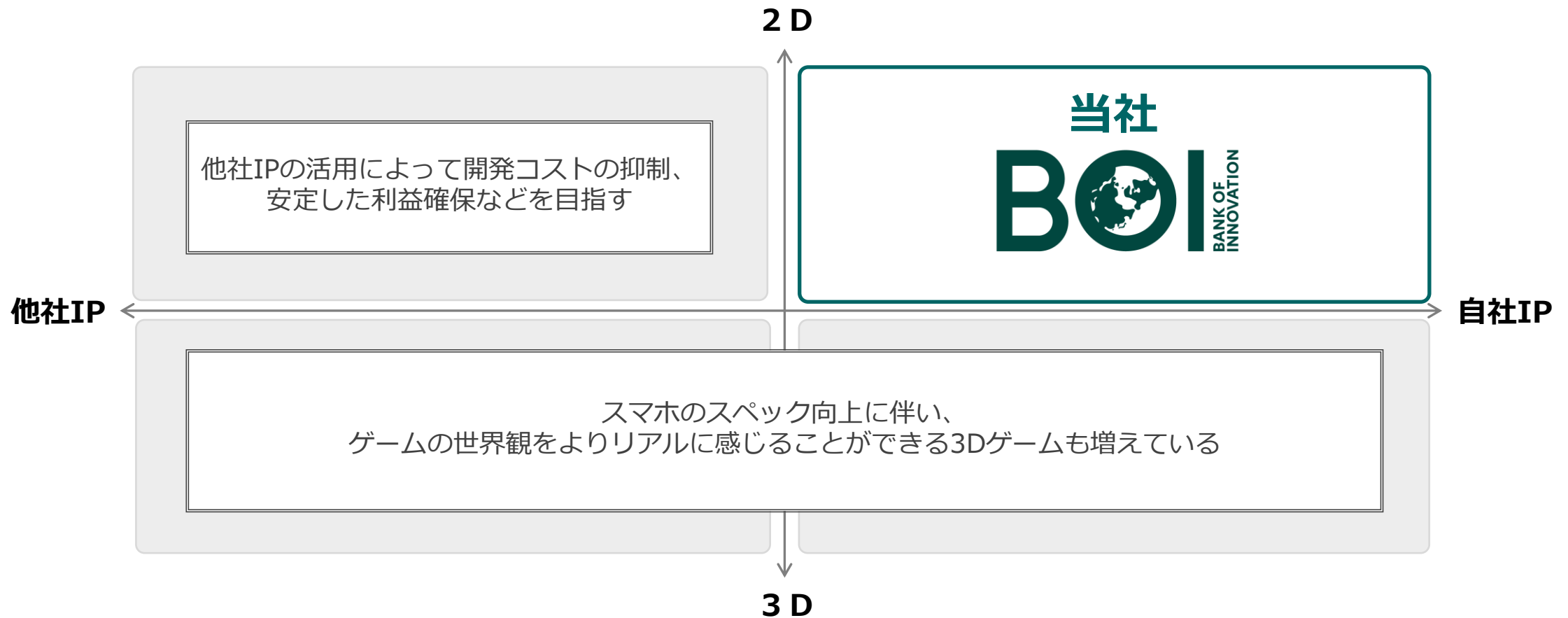
当社グループが将来FCFを高めていくには、営業利益の拡大はもちろんのこと、適時適切な投資をおこない、当社グループにとってマイナス要因となるリスクを軽減していくことが重要であると考えております。

よって、ヒットの確度を高められる開発ライン数に集中するとともに、今ある経営資源を最大限活用して開発を進めていく体制を構築しております。

③非連続的成長とそれに伴うリスク

当社グループの事業は、オリジナルかつ自社開発であるため利益率が高く、ヒットによって大きなリターンを得られる可能性が高いと認識しております。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。

当社は一貫して開発・運営の自由度が高い自社オリジナルタイトルに注力し、グローバルIPコンテンツ創出、自社ブランド力形成を目指しております。



「恋庭」は、『ゲームしてたら、恋人ができた。』
という体験ができるコミュニケーションアプリです。



『ゲーム』の目標

100%オリジナルの自社開発・自社配信メーカーとして市場シェアを高める

- ・新作大型RPGアプリのリリースによる爆発力で売上拡大
- ・海外同時配信により、海外版運営のノウハウ、認知を獲得し、今後世界市場で戦っていく
- ・長期運営及びグローバルIP展開により安定した利益を積み上げる

『恋庭』の目標

マッチングサービス市場の国内シェア及び世界シェア10%

- ・流行の発信源となりやすい20代前半にアプローチできる施策を実施
- ・幅広い利用者層に利用して頂く
- ・2023年9月期の売上高は11.4億円であり、日本市場788億円(※)に対するシェアは1%
(現在、海外展開は行っておらず、2023年9月期の海外市場シェアは0%)

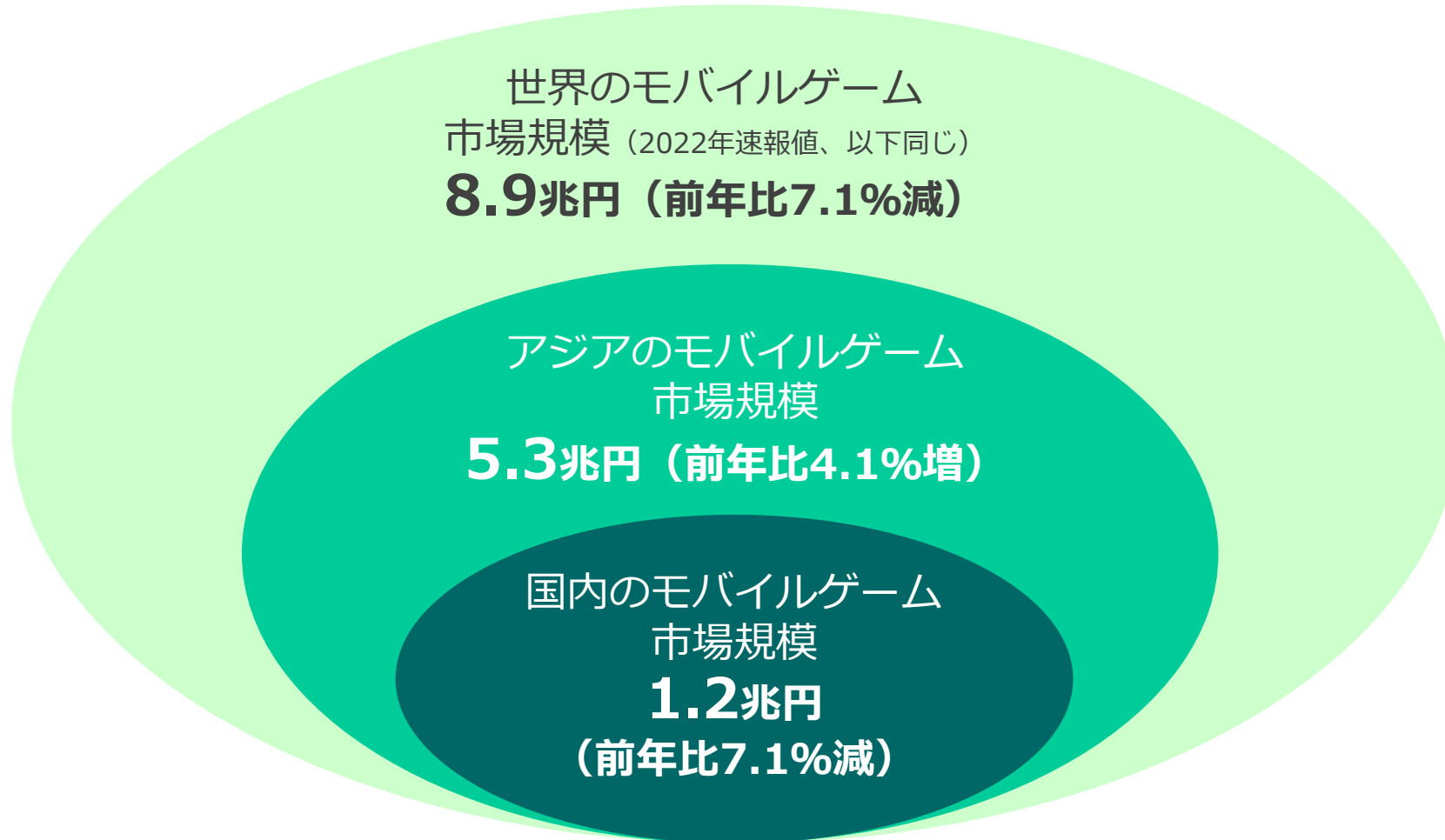
先行投資計画（2024年9月期）

ゲーム	『メメントモリ』：年間売上に対して30%程度の広告宣伝費 『新作大型RPG』：開発費用 6.3億円
その他 サービス	『恋庭』：メタバース化（プラットフォーム化）・海外展開にかかる開発費用4.8億円 『新規サービス』：開発費用 0.8億円

■ 2023年9月期先行投資計画との乖離

当初、2023年9月期の『恋庭』において、海外版含め、10億円以上の広告宣伝費の先行投資を行う予定でありましたが、『メメントモリ』のヒットを受けて、海外版及びメタバース化（プラットフォーム化）開発をよりブラッシュアップする一環で、海外版のリリース時期を延期いたしました。その結果、2023年9月期の『恋庭』の広告宣伝費は、5.5億円となりました。

増減を繰り返しながら緩やかに成長していくものと見込まれています



コロナ5類移行で巣ごもり需要の終息に伴い市場成長は安定期へ TVCM解禁による社会への浸透で持続的な成長が見込まれます

国内オンライン恋活・婚活マッチングサービス市場規模予測



メタバース化（プラットフォーム化）大型アップデートを機に海外市場にも参入し 大きな収益拡大を目指す



『メメントモリ』の中長期拡大及びグローバルIP展開で大きな業績拡大を狙い
次の「爆発型」の『新作大型RPG』リリースでさらに大きな業績拡大を狙う

また「中長期成長型」の『恋庭』に経営資源を投入しメタバース化（プラットフォーム化）により中長期的な業績拡大を目指し
その他、『新規サービス』による様々な取り組みで新たな市場に挑戦する

爆発型

『新作大型RPG』

中長期成長型

『恋庭』

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 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（2023年9月末時点）

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CFO 河内 三佳

社外取締役（監査等委員） 深町 周輔

取締役 田中 大介

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） 木戸 隆之

従業員数 168名（2023年9月末時点、連結ベース）

SDGs関連



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

ゲーム

**メメントモリ** 2022年10月リリース

一瞬で、別世界へ。

水彩調で優し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持つ想いを、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。

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

サービス

**恋愛** 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。

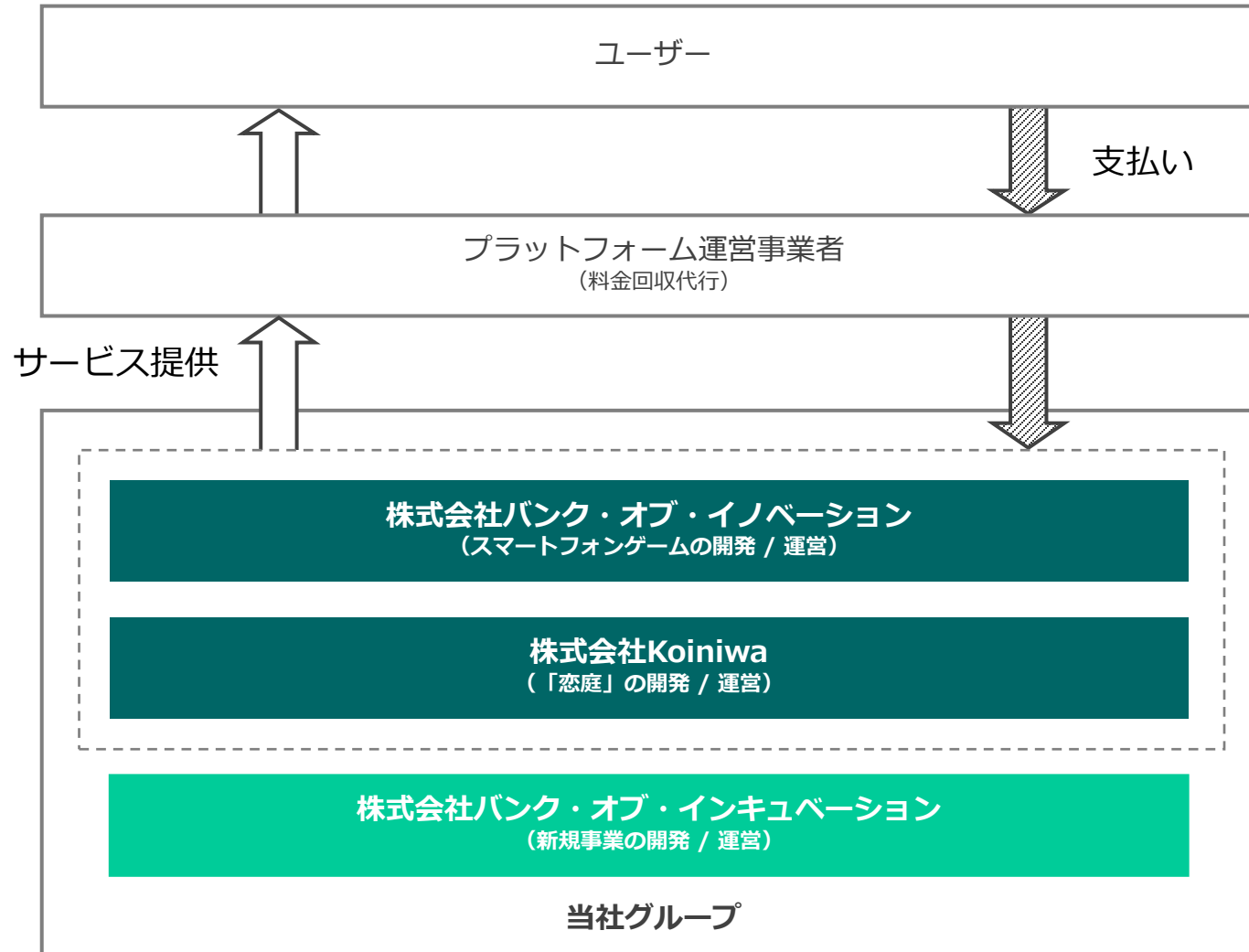
ゲームとしても十分に楽しむことができるため、今までにない“のんびりとした気楽な出会い”を体験できます。

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

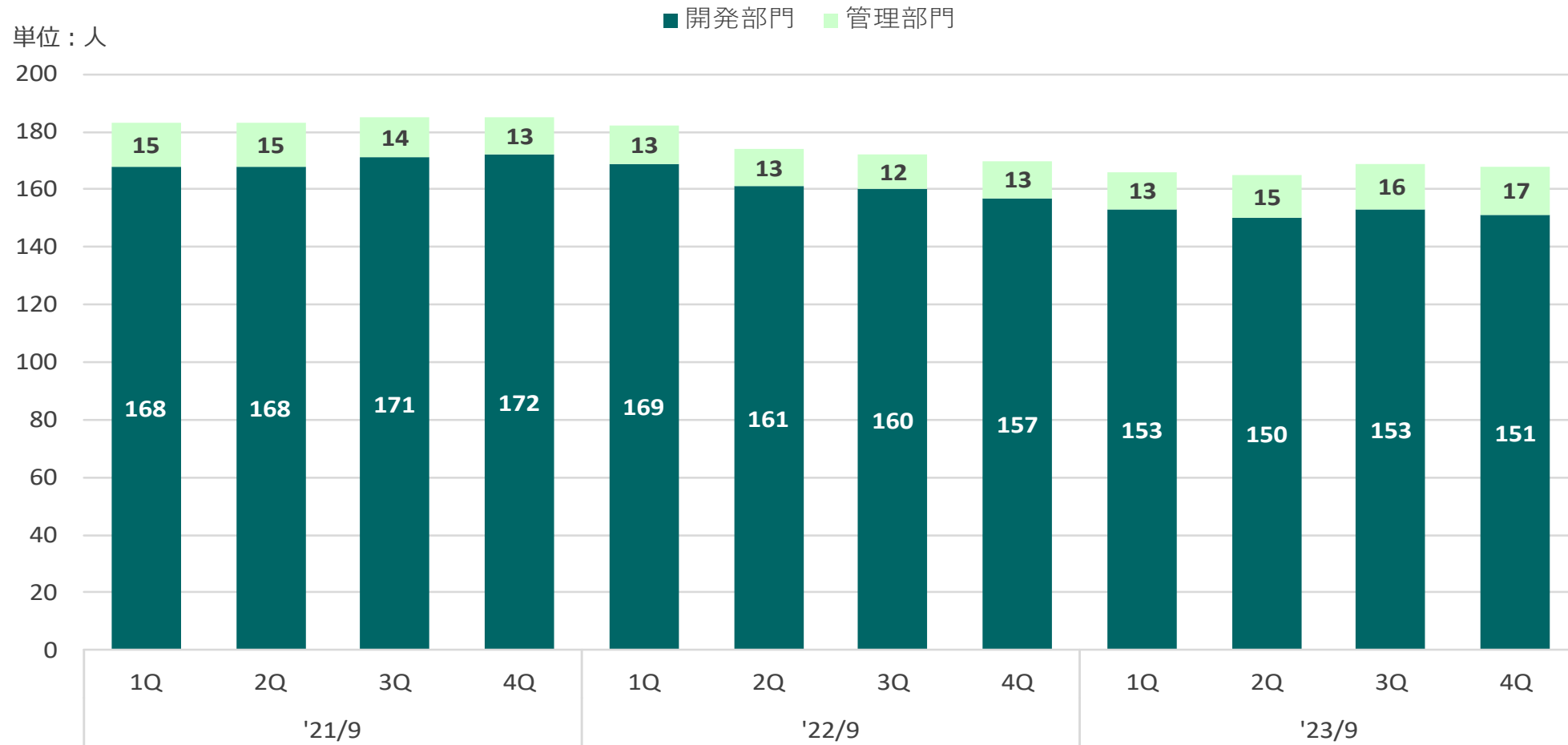
※公式サイトの『[恋愛レポート](#)』では、交際、ご結婚、パートナー、友人など…

恋愛を通じて、様々なご関係を築かれている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



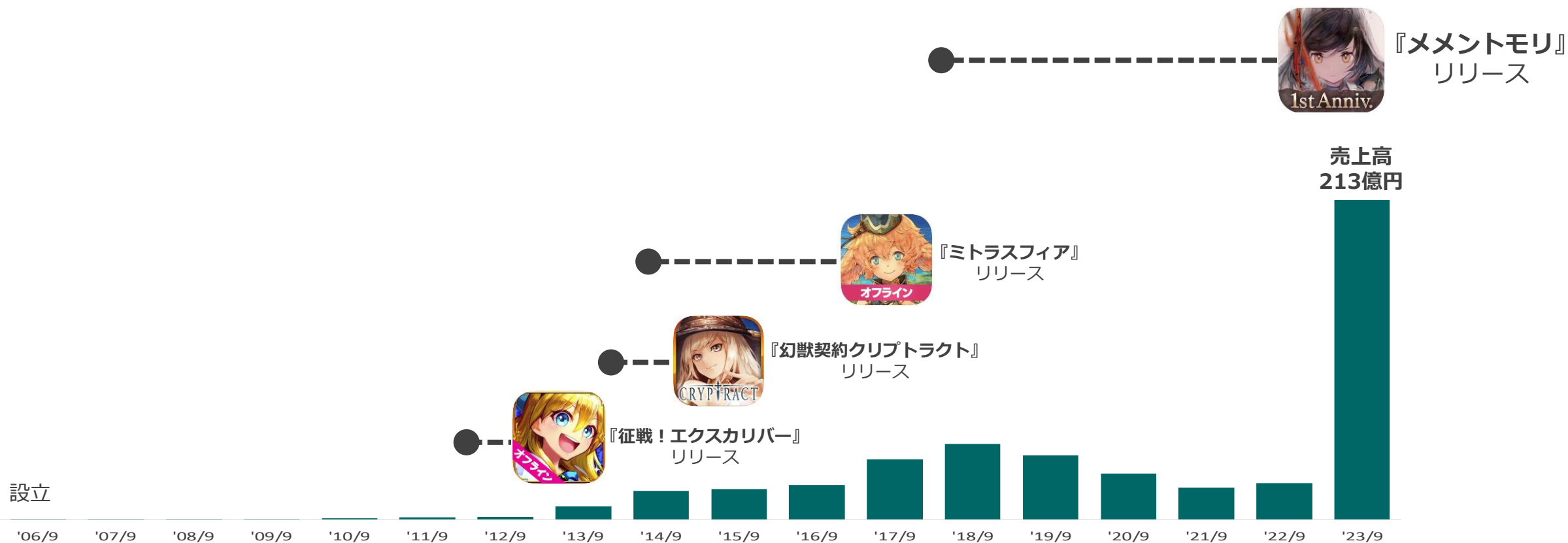
従業員数はやや減少 今後、採用強化により従業員数は増加していく見込み



※従業員数は、当社及び子会社の役員及び臨時従業員（契約社員及びアルバイト、他社からの派遣社員、業務委託）は含んでおりません。

●----- : 開発の始点と期間

[] : 現時点で開発中のRPGタイトル



事項	発生可能性 / 発生時期	主要なリスク	対応方針
開発期間の長期化	中 / 常時	「品質最優先」の方針のもと、開発期限を設けない開発体制であるため開発期間が長期化する傾向にある。また、開発期間が長期になるほど、人件費などの開発コストが増加し、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性がある。	当社グループでは定期的に経営会議等で進捗共有をおこなうほか、開発フェーズの後退防止の取り組みを実施するなど、リスクを最小限に抑えるよう努めている。
海外展開	中 / 常時	展開予定先の情勢や特有の法的規制が存在する場合、対応にかかるコストが増加するほか、当初の想定通りに展開できない場合、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性がある。	当社グループでは顧問弁護士等と密に情報交換を行い、適時適切な対応を行っていくことでリスクを最小限に抑えるよう努めている。
プラットフォーム運営事業者の動向	低 / 常時	今後、アプリストアの仕様変更や規約変更などの動向により、当社サービスの配信に支障が出た場合、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性がある。	当社グループでは、日頃よりプラットフォームのレビューガイドラインの遵守を徹底するなど、リスクを最小限に抑えるよう努めている。



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あります。

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。

本資料は、本決算の発表時期を目途として更新し、開示を行う予定です。なお、財務数値及び事業の進捗に関する事項は、四半期ごとに開示を行う予定です。