



2024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)

2024年2月

2024年9月期
1Q連結業績売上高 **4,177**百万円 (直前Q比：**22.2%**増、前年同Q比：**50.1%**減)営業利益 **582**百万円 (直前Q比：**346.9%**増、前年同Q比：**79.4%**減)営業利益率 **13.9%** 自己資本比率 **60.9%**

事業進捗

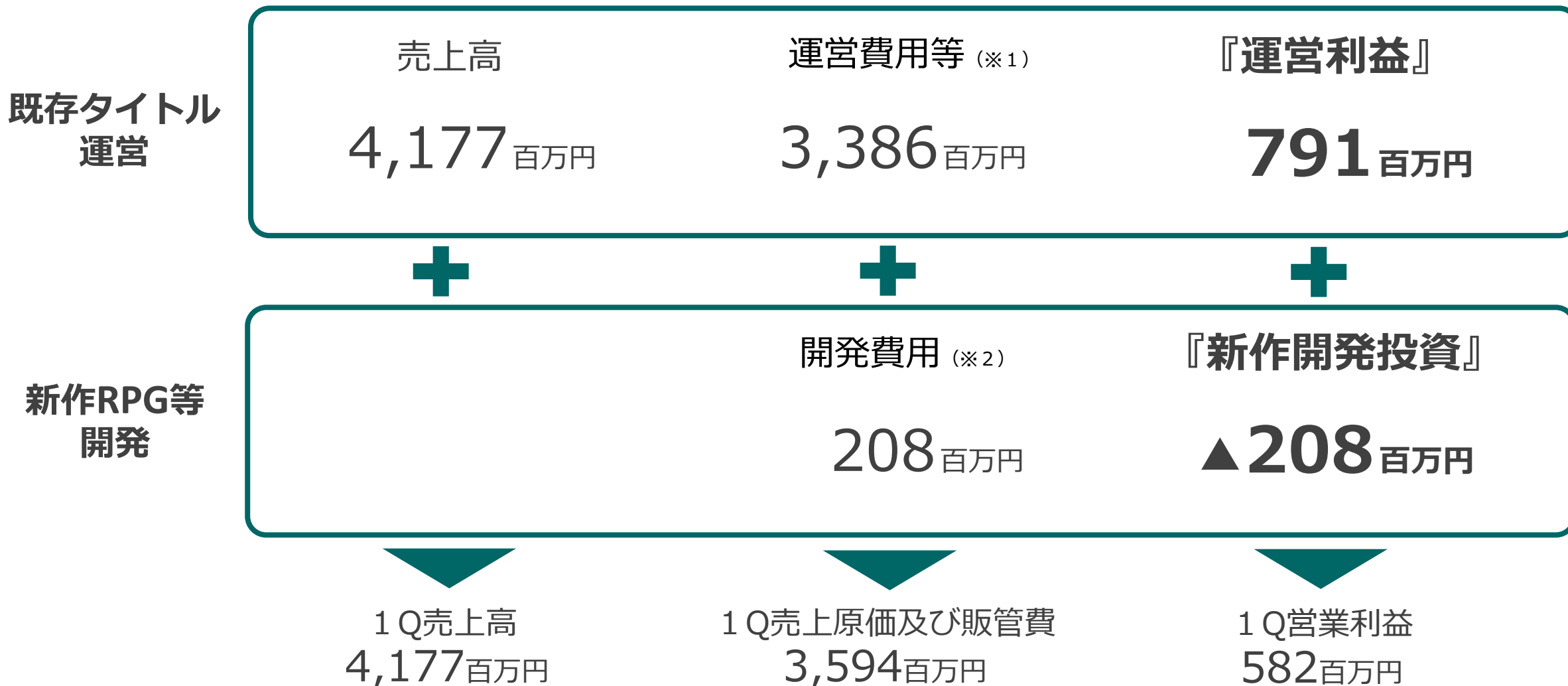
■ 「自社IP (※) × 自社開発運営 × グローバル同時配信」体制

- ・ 第1弾『メメントモリ』：
 - ・ 1Qは、1周年のため通常Qよりも広告宣伝費を増額したが、売上高・営業利益ともに2023年9月期3Qや4Qを上回る水準に
 - ・ 10年以上の長期運営を前提に運営し日本及び海外での売上拡大を目指す
- ・ 第2弾『新作大型RPG (未公表)』：本開発フェーズ。世界的ヒットを目指して開発
- ・ 第3弾『新作大型RPG (未公表)』：企画フェーズ。世界的ヒットを目指して開発

■ 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開発進捗
- ・ 『新規サービス』：開発進捗

- 1 Qの営業利益 582百万円の内訳は、『運営利益』 791百万円、『新作開発投資』 ▲208百万円



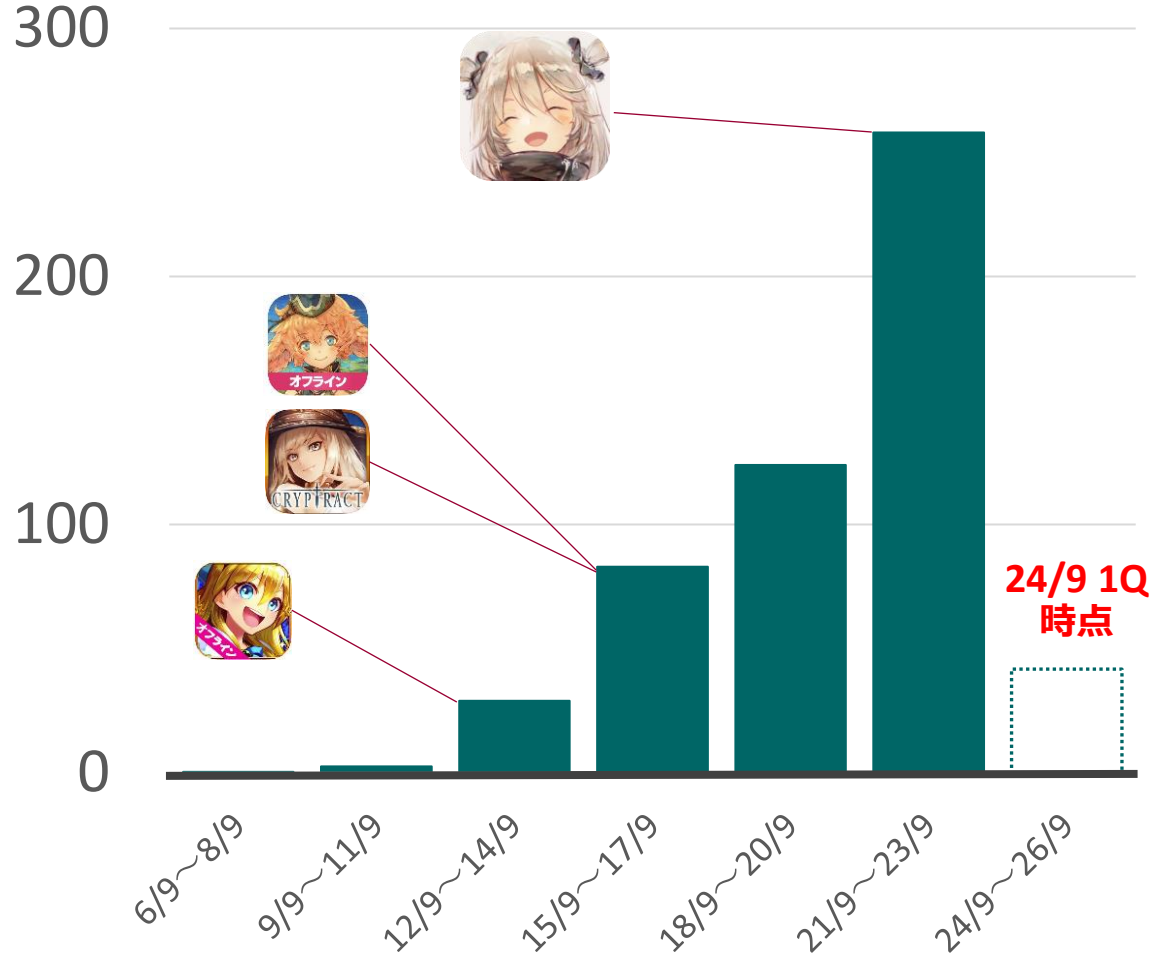
(※1) 売上原価及び販管費のうち『新作開発投資』以外の総費用を記載しており、当該金額には運営費用・PF手数料・広告宣伝費のほか、バックオフィス費用等も含まれております。

(※2) 24/9 1 Qの研究開発費の金額であります。当社が属するエンタメ業界は1本のヒットで業績が大きく変動することから、ヒットの確度を高めるため品質最優先の方針としております。

- 品質最優先の方針のもと、継続的に『新作開発投資』(研究開発費)を増額し(※)、その成果として自社IPのRPG独自開発力を強化しながら大きな増収増益トレンド。今後も爆発的で持続的な利益成長を目指す

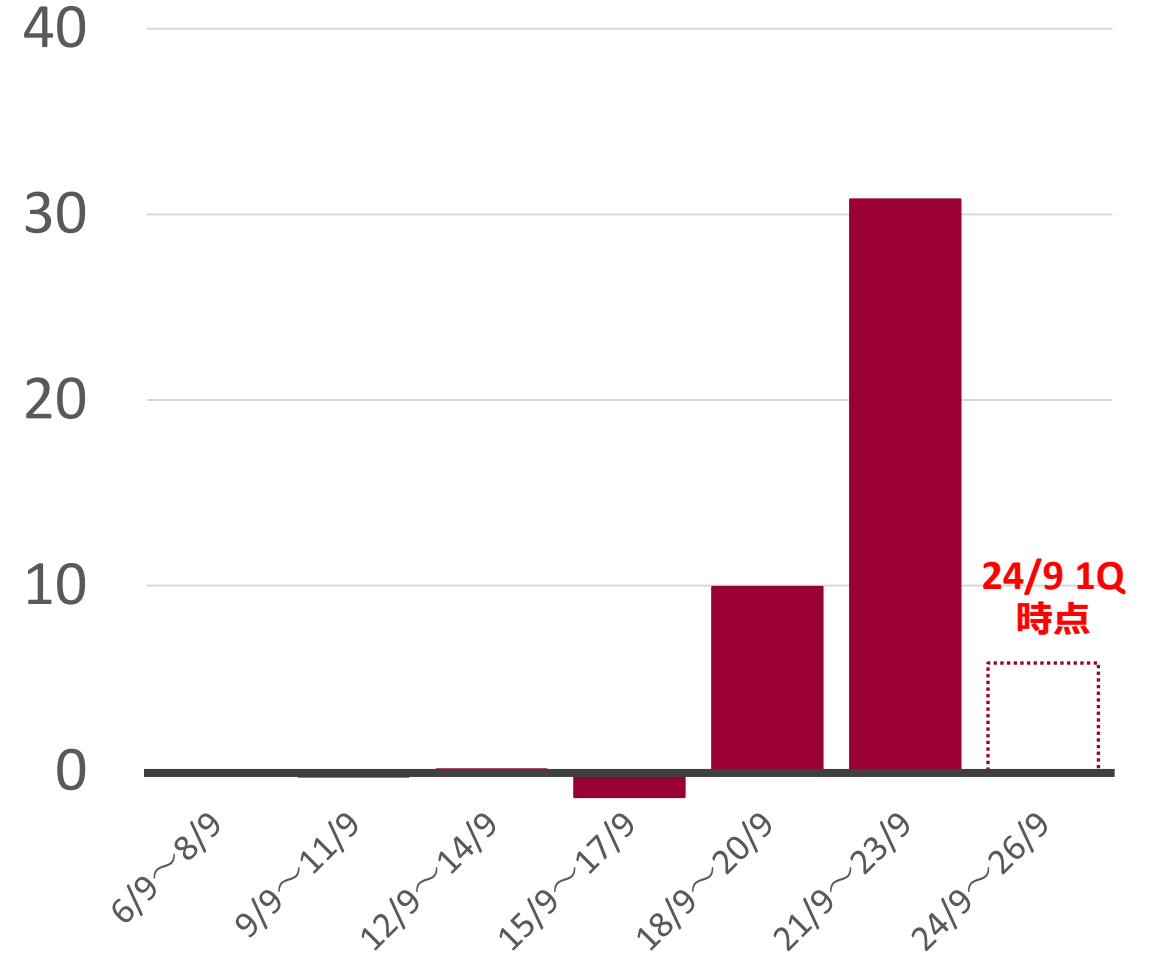
単位：億円

売上高



単位：億円

営業利益



(※) 15/9~17/9の研究開発費のQ平均 **49** 百万円、18/9~20/9の研究開発費のQ平均 **82** 百万円、21/9~23/9の研究開発費のQ平均 **147** 百万円、24/9 1Qの研究開発費 **208** 百万円
 なお、増額傾向ではありますが、後述のとおり、研究開発費を含めた固定費（PF手数料、広告宣伝費以外の営業費用）が、総額として年間36億円程度におさまるようコスト管理しております。

- 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

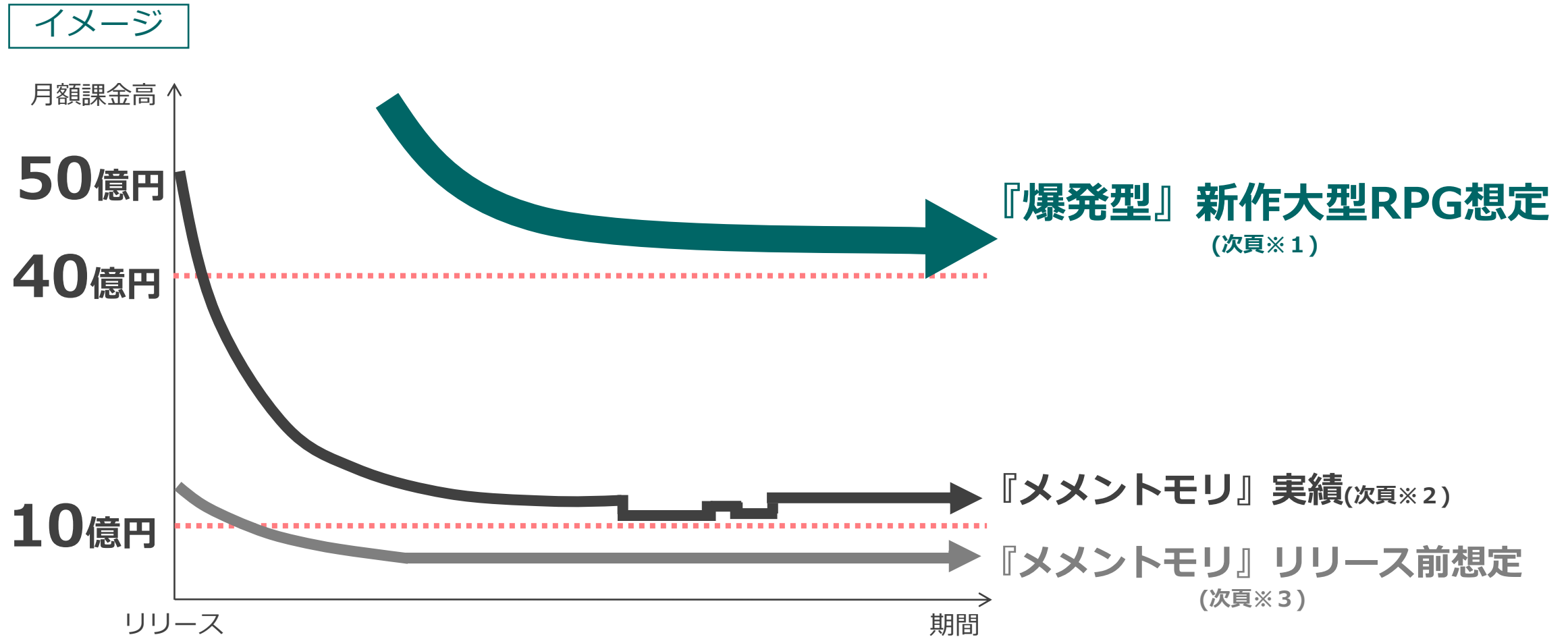
爆発型

新作大型RPG 2本

中長期成長型

『恋庭』
+
新規サービス 3本

□ 『爆発型』新作大型RPGの課金高推移イメージ



※現時点における推移のイメージであり、実際の結果は広告投資の効果や環境の変化などにより、大きく異なる可能性があります。

『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
(事前広告宣伝費30億円以上、事前登録者数500万人)
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(年間480億円)
させることを目指して開発
- ・ リリース後1年間の広告宣伝費は、売上高の30%程度を想定

『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
(事前広告宣伝費2億円、事前登録者数123万人)
全世界月額課金高10億円以上を1年4か月推移(2024年1月時点継続中)
- ・ リリース後1年間の広告宣伝費は、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(年間60億円)
を目指して開発

1. 2024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. Appendix

1. 2024年9月期 第1四半期 連結決算業績

- 2023年9月期の法人税等・消費税等の支払いにより、現金及び預金が減少
- 開発・運営費用は、売上原価にて全額即時費用処理しており、資産計上なし（減損リスクなし）
- 1Q末時点のネットキャッシュ（※）は3,264百万円、自己資本比率は60.9%

（単位：百万円）

	2024年9月期 1Q末	2023年9月期 4Q末	増減率 (前期末比)
流動資産	6,269	7,686	▲18.4%
現金及び預金	3,714	5,417	▲31.4%
売掛金	2,150	2,030	5.9%
固定資産	405	407	▲0.4%
資産合計	6,675	8,093	▲17.5%
負債合計	2,611	4,415	▲40.8%
純資産合計	4,063	3,678	10.5%

（※）現金及び預金から有利子負債を除いた金額であります。

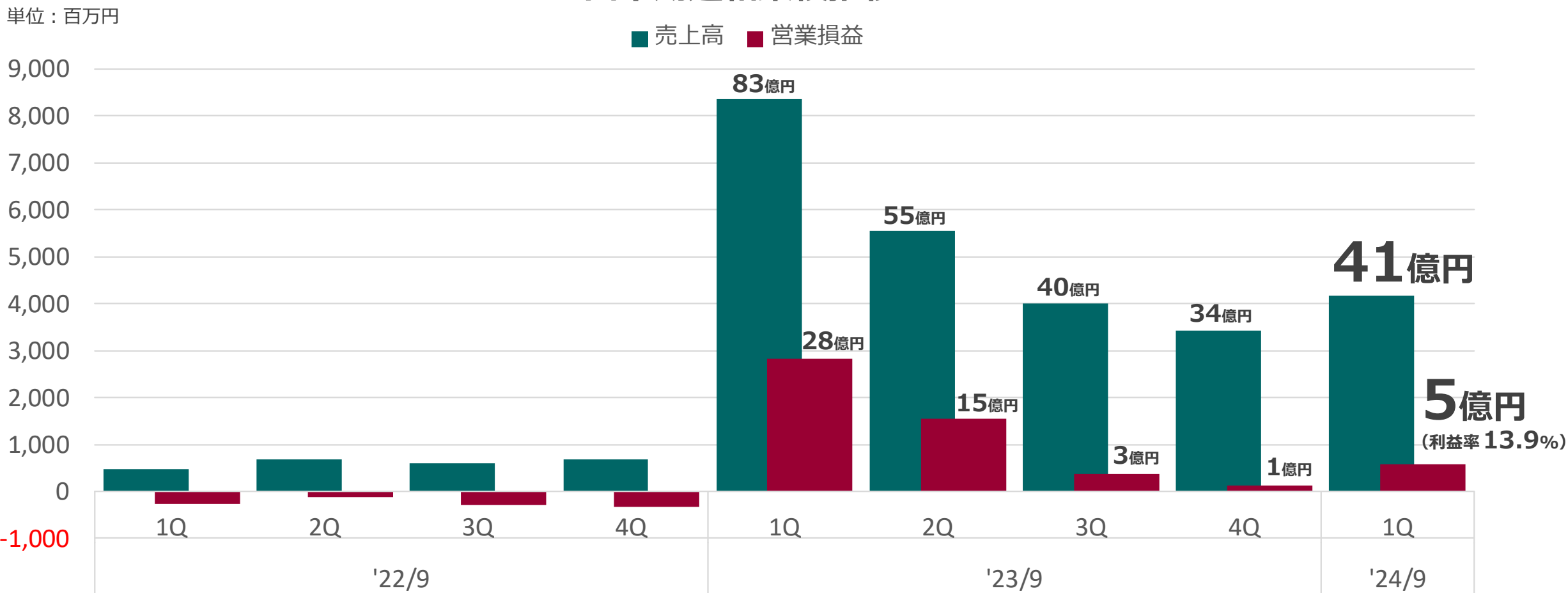
- 直前Q比：『メメントモリ』1周年記念キャンペーン等により売上高及び広告宣伝費が増加、また直前Qは多額の一時的費用を計上したことで利益が小さくなった影響もあり、各指標増加
- 前年同Q比：前年同Qは『メメントモリ』リリースによる一時的な初動の影響が大きく、各指標減少

（単位：百万円）

	2024年9月期 1 Q	2023年9月期 4 Q	増減率 (直前Q比)	2024年9月期 1 Q	2023年9月期 1 Q	増減率 (前年同Q比)
売上高	4,177	3,418	22.2%	4,177	8,368	▲50.1%
売上原価	2,041	1,976	3.3%	2,041	3,287	▲37.9%
売上総利益	2,135	1,441	48.1%	2,135	5,081	▲58.0%
販売費及び一般管理費	1,553	1,311	18.4%	1,553	2,247	▲30.9%
営業利益	582	130	346.9%	582	2,833	▲79.4%
（営業利益率）	（13.9%）	（3.8%）	—	（13.9%）	（33.9%）	—
四半期純利益	384	▲0	—	384	1,947	▲80.2%
（四半期純利益率）	（9.2%）	（▲0.0%）	—	（9.2%）	（23.3%）	—
（1株当たり四半期純利益）	（96.16円）	（▲0.10円）	—	（96.16円）	（487.10円）	—

- 『メメントモリ』のヒットにより利益体質に転換。10年以上の長期運営を目指して運営
1Qは1周年のため広告宣伝費を増額。売上高・営業利益ともに2023年9月期3Qや4Qを上回る水準に
- 2023年9月期3Qと4Qは多額の一時的費用を計上した影響で、営業利益が小さくなっている

四半期連結業績推移

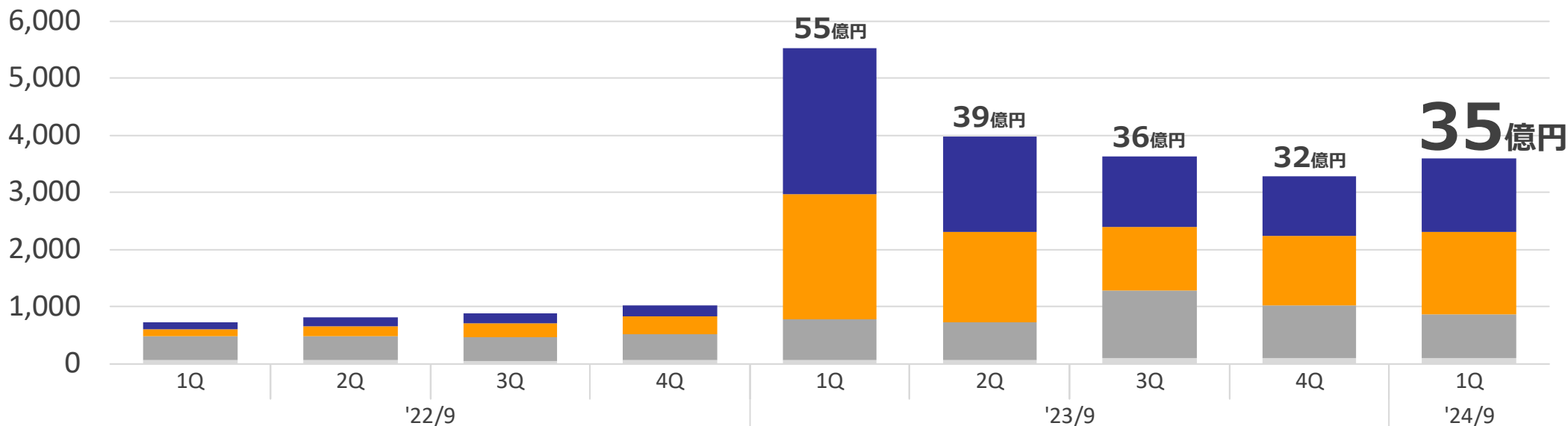


※2023年9月期1Qと2Qは、『メメントモリ』リリースによる一時的な初動の影響が大きく含まれております。

- PF手数料：課金高増加により増加
- 広告宣伝費：『メントモリ』の1周年及び年末のTVCM出稿等により広告宣伝費率が高い水準（34.8%）
通期の広告宣伝費率は30%程度を想定
- 固定費（「開発・運営費用」+「その他」）：2023年9月期3Qと4Qは多額の一時的費用を計上。年間36億円程度を想定

四半期連結営業費用推移

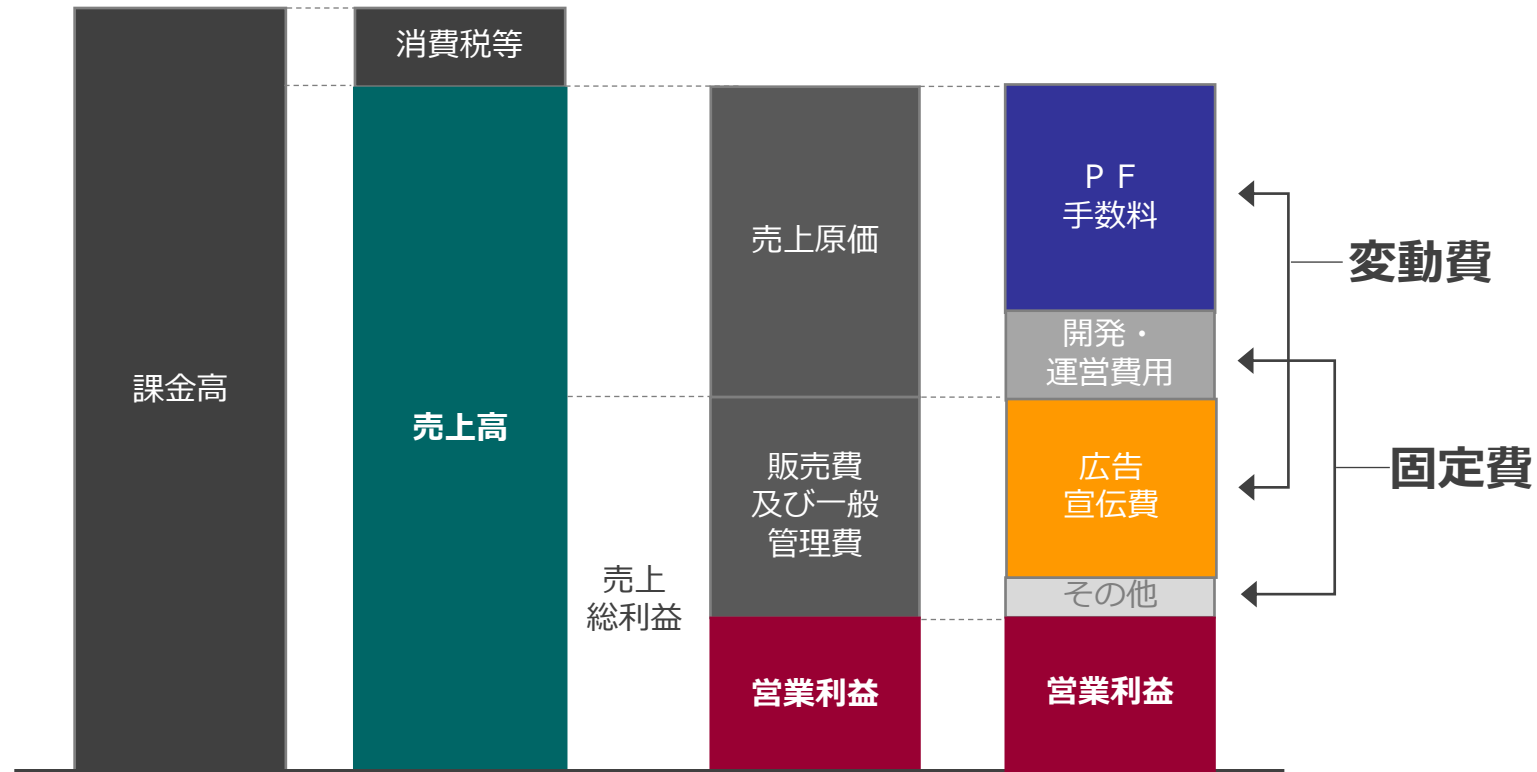
単位：百万円



	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
	'22/9				'23/9				'24/9
■ PF手数料	136	149	173	202	2,563	1,674	1,233	1,054	1,282
■ 広告宣伝費	120	172	235	304	2,189	1,579	1,112	1,215	1,454
■ 開発・運営費用	419	429	413	457	723	659	1,178	922	759
■ その他	57	54	53	60	57	69	103	96	99

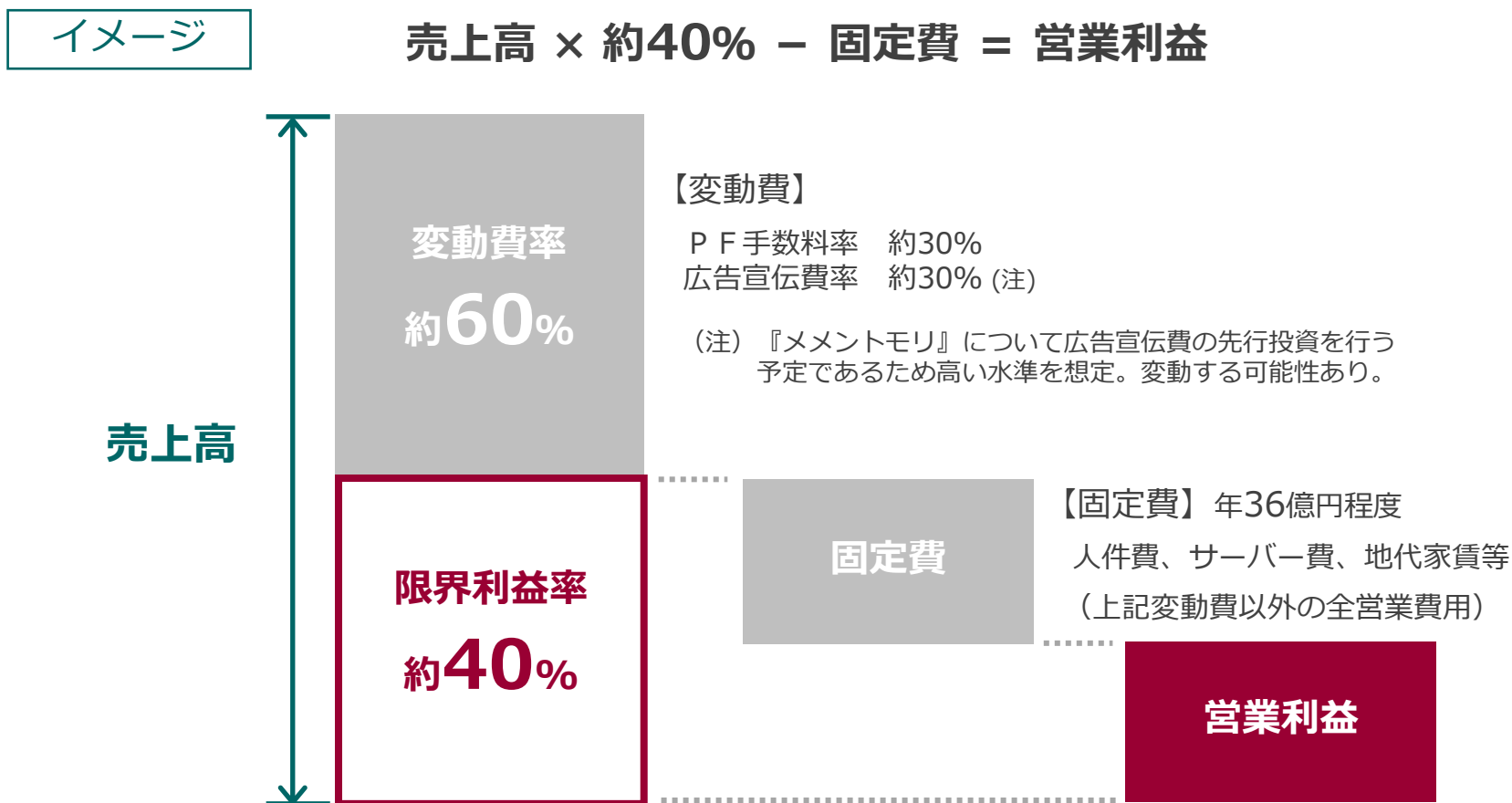
- 課金高から消費税等を控除した金額を売上高として計上
- 事業部費用（開発・運営費用）は売上原価、バックオフィス費用は販管費に計上

イメージ

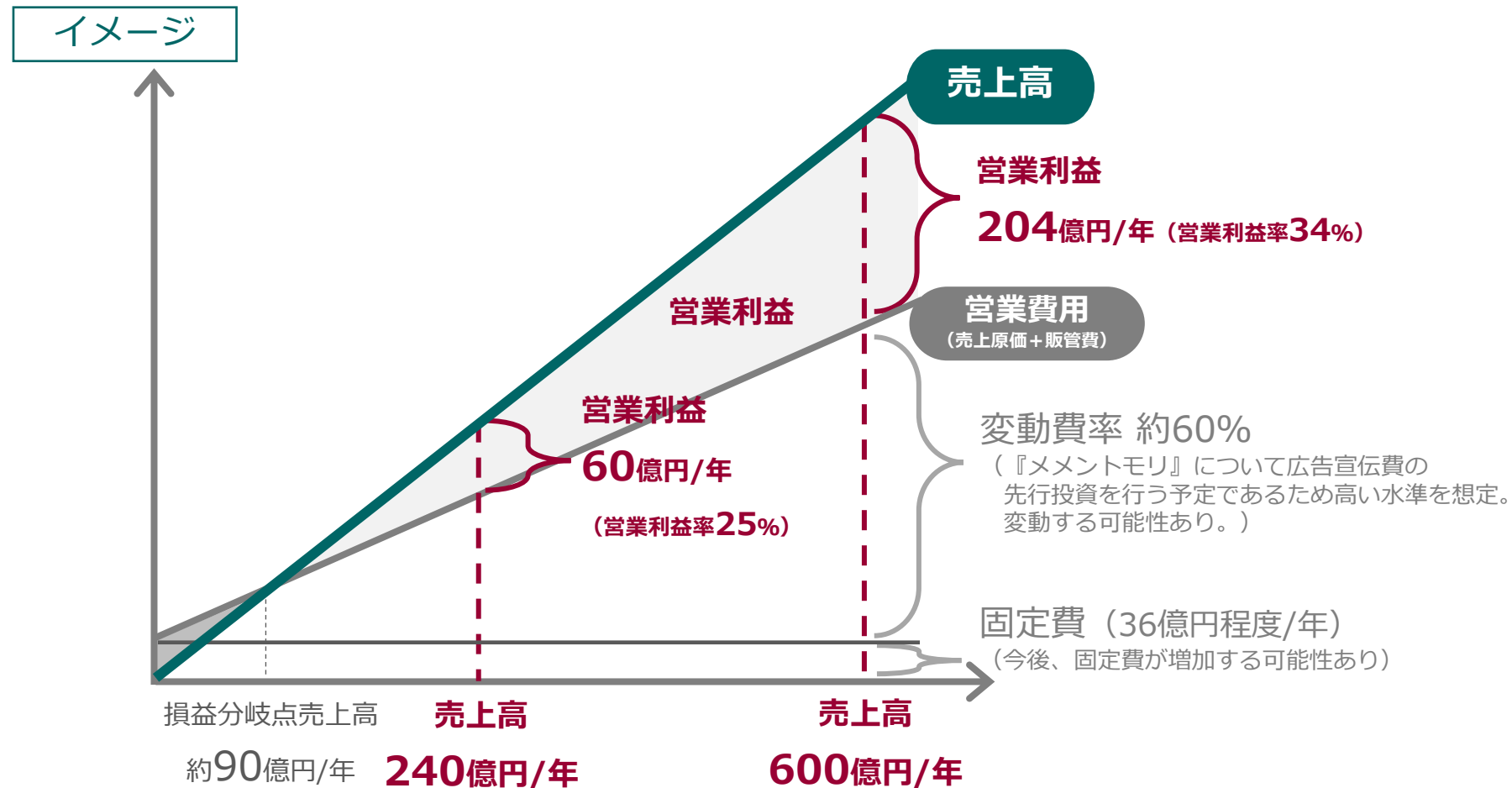


※上記の図はあくまでもイメージであり、実際の数値・割合を示したものではありません。

- 「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RPG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



- 売上高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RPG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。
また今後、PF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

リリース1周年&「Google Play ベストオブ2023 ゲーム」受賞



新キャラクター『フェーネ』 『[聖夜の贈り物] アモール』



▼フェーネMV 「By My Side」
<https://youtu.be/JFh7p8Tb9aw>



▼ [聖夜の贈り物] アモールMV 「présent」
<https://youtu.be/d2xxhQJFls4>

新キャラクター 『[聖夜の祈り]トロポン』 『[黒鎧の従者]アイリス』



▼ [聖夜の祈り] トロポンMV 「I Wish」
<https://youtu.be/zU8TVzQFtMw>



▼ [黒鎧の従者] アイリスMV 「Soumatou」
<https://youtu.be/gzOact3uZWE>

新キャラクター 『ギルウィアル』 『クラウドディア』



▼ギルウィアルMV「疎ましい芸術」
<https://youtu.be/9cwhjXXeEKs>



▼クラウドディアMV「Own Way」
<https://youtu.be/sX8DBYDn3KM>

2月15日より

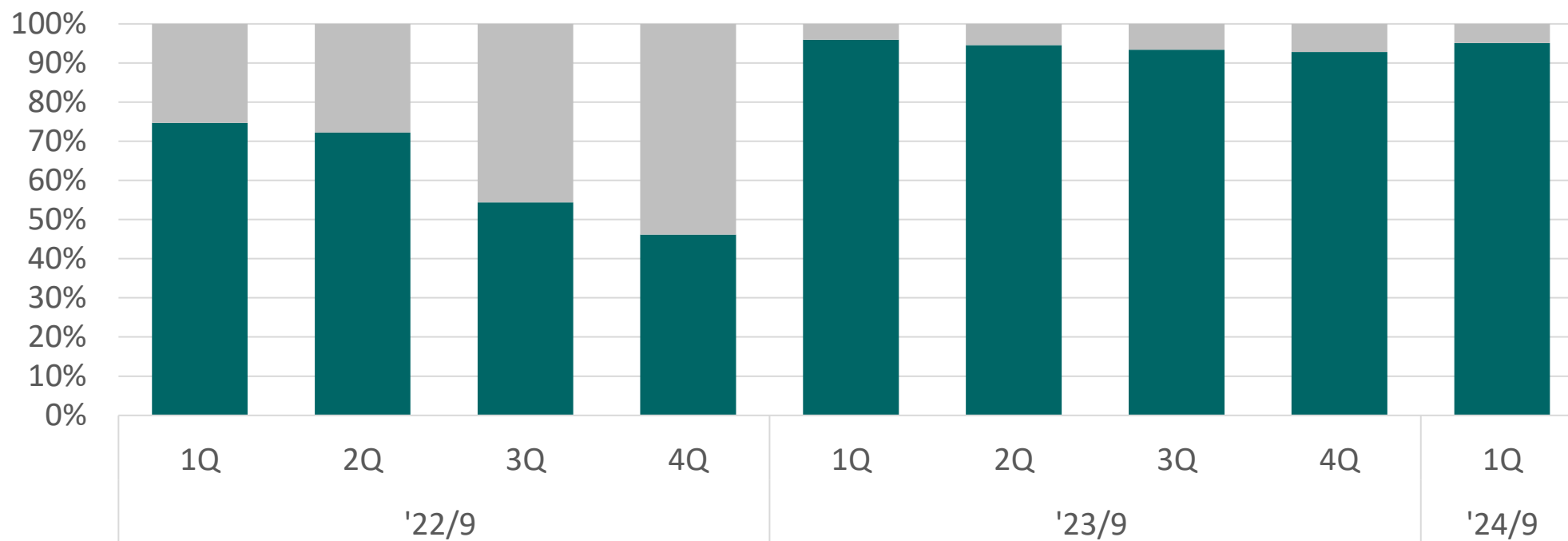
自社IP『幻獣契約クリプトラクト』 & 『ミトラスフィア』 合同コラボ



- 『メメントモリ』をリリースした2023年9月期1Q以降、全売上の90%超が『ゲーム』の売上
- 今後も継続的改善と対応言語・配信PF拡大等により、日本及び海外での売上拡大目指す（全世界3,000万DL目標）

売上構成割合推移

■ ゲーム ■ 恋庭



※『恋庭』につきましては、連結業績に占める『恋庭』の重要性が低下したことから、個別の開示を省略いたします。
現在開発中のメタバース化（プラットフォーム化）及び海外展開に引き続き取り組み、それらのリリース等により、重要性が高まった場合に改めて個別開示を検討してまいります。

- 1Qの『新作開発投資』（以下の開発投資額合計）は、208百万円
- 品質最優先の開発を行い、新作RPGの世界的ヒットに繋げて、爆発的で持続的な利益成長を目指す
- 新規サービスのリリースで、長期的な業績拡大を目指す

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

- 2023年12月22日開催の取締役会において、会社法第165条第3項の規定により読み替えて適用される同法第156条の規定に基づき、自己株式取得に係る事項について決議

1. 自己株式の取得を行う理由

中長期的な当社株式1株当たり株主価値向上のため

2. 取得に係る事項の内容

- (1) 取得する株式の種類 普通株式
- (2) 取得する株式の総数 14万株（上限）
（発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 3.5%）
- (3) 株式取得価額の総額 500百万円（上限）
- (4) 取得期間 2024年1月4日～2月29日まで
- (5) 取得方法 東京証券取引所における市場買付

3. 自己株式の取得状況

2024年1月4日～1月31日において、取得した株式の総数0株、株式の取得価額の総額0円

なお、市場動向等により、一部又は全部の取得が行われな可能性がります。

3. 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12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） 櫻田 厚

従業員数 173名（2023年12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

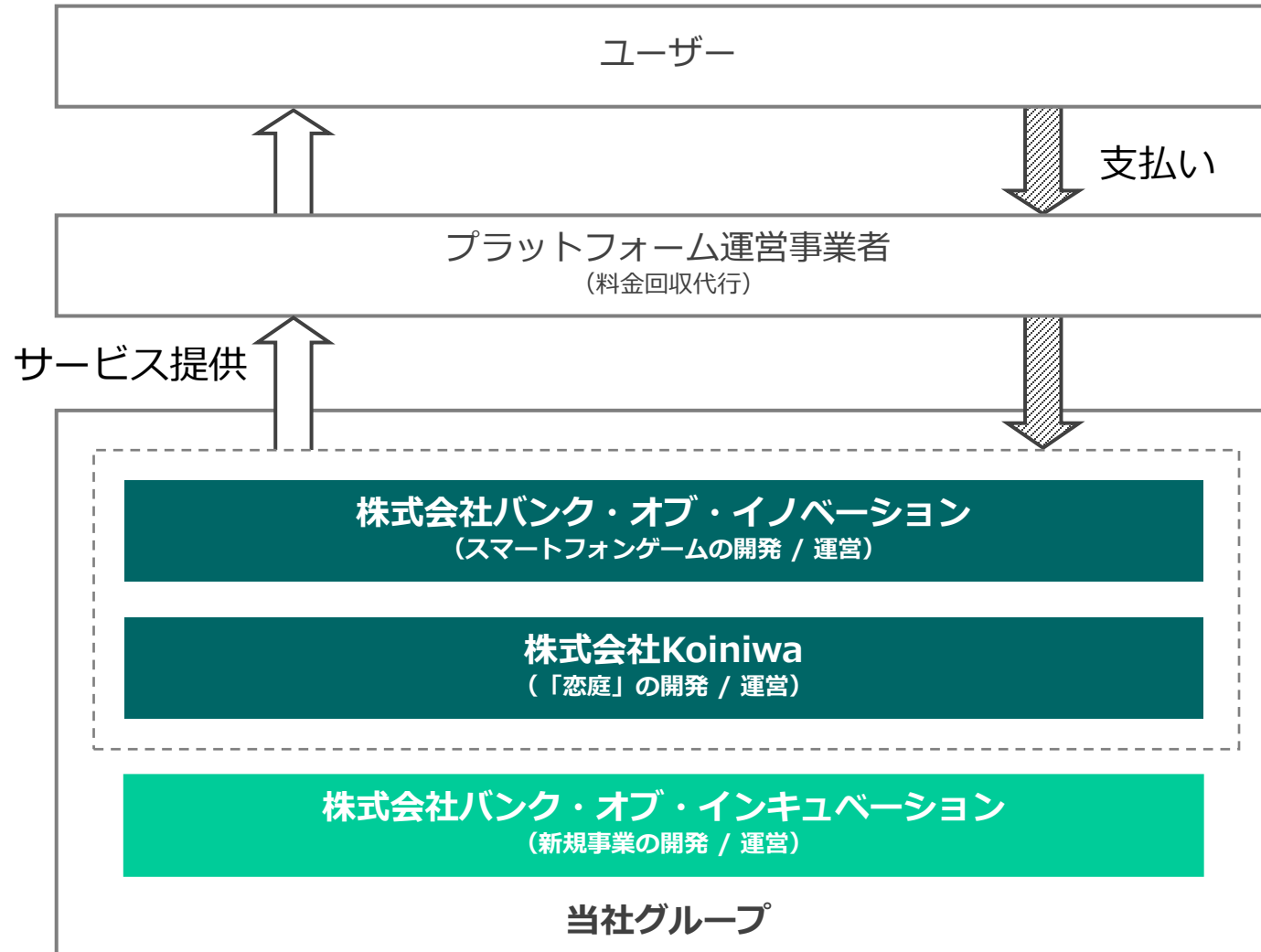
ゲーム恋活アプリ利用者数No.1

『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](#)

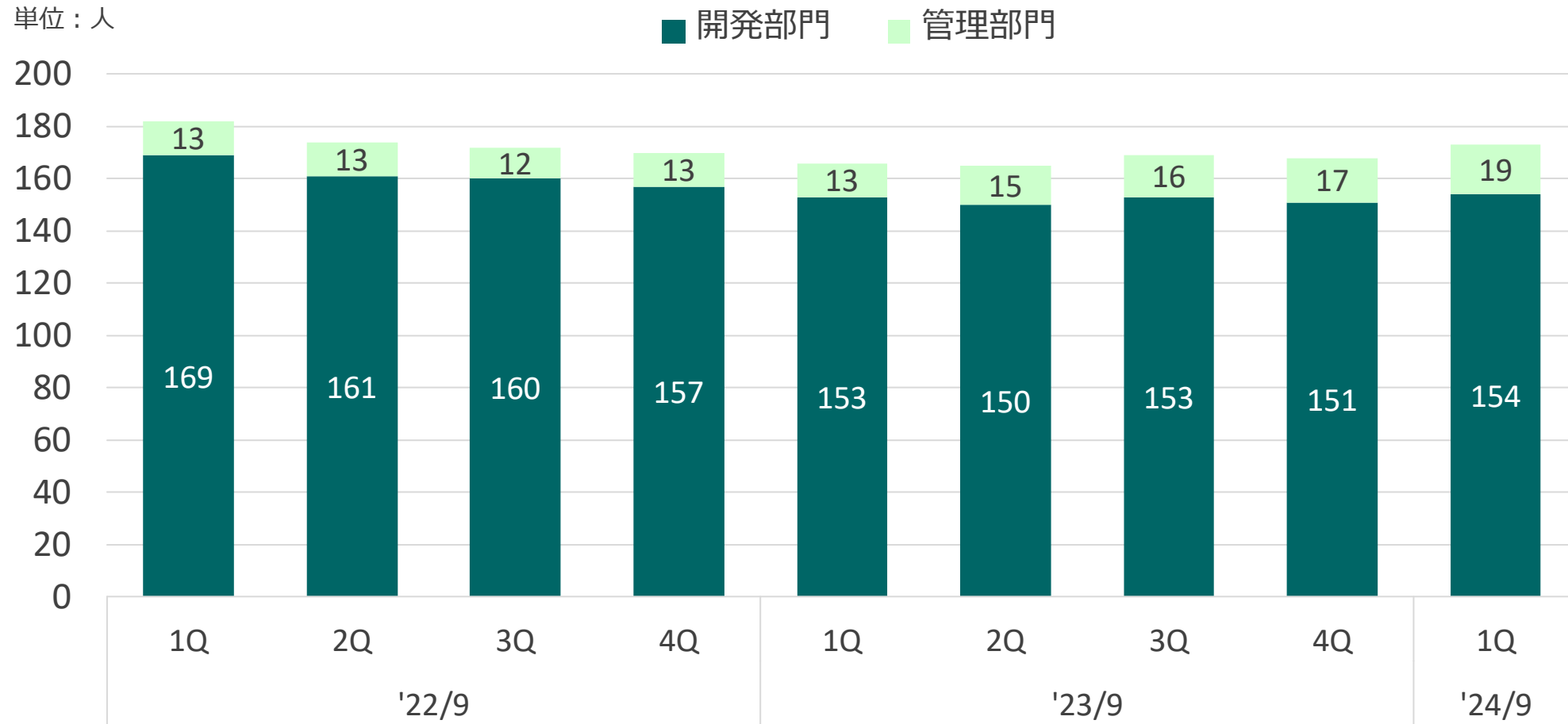
※公式サイトの『[恋庭レポート](#)』では、交際、ご結婚、パートナー、友人など…
恋庭を通じて、様々なご関係を築かれているユーザー様のレポートをご紹介します。

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、直近でやや増加 採用強化により従業員数は増加していく見込み

単位：人



※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。



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。