



メモリー
Memento Mori

2周年

~ 2nd Anniversary ~



2024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)

2024年11月

2024年9月期
4Q業績

＜会計期間＞	売上高	2,837	百万円	(直前Q比 : ▲4.3%)
	営業損失	▲3	百万円	(直前Q : 営業利益 95百万円)
＜累計期間＞	売上高	13,615	百万円	(前年同Q累計比 : ▲36.2%)
	営業利益	1,329	百万円	(前年同Q累計比 : ▲72.9%)

トピックス
及び事業進捗

- 『メメントモリ』について、サマーキャンペーンを開催したものの2周年記念キャンペーン（10月11月）前の課金控え及び一時的な費用の計上により4Q会計期間は営業損失を計上
- 2025年9月期以降、損益分岐点売上高73億円程度／年（※）の見込み（変更なし）

（※）今後『メメントモリ』の拡大や新作大型RPG・新規サービスのリリース等により、会社規模が拡大した場合には、固定費が増加する可能性があります。

1. 2024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. 2024年9月期通期 連結決算業績

- 有価証券（※1）600百万円、未収消費税等・法人税等 609百万円の計上
- 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）
- 4 Q末時点のネットキャッシュ（※2）は 2,700百万円、自己資本比率は 77.0%

（単位：百万円）

	2024年9月期 4 Q末	2023年9月期 4 Q末	増減率 (前期末比)
流動資産	5,240	7,686	▲31.8%
現金及び預金	2,300	5,417	▲57.5%
売掛金	1,544	2,030	▲23.9%
有価証券	600	—	—
未収消費税等・法人税等	609	—	—
固定資産	562	407	+38.1%
資産合計	5,802	8,093	▲28.3%
負債合計	1,336	4,415	▲69.7%
純資産合計	4,466	3,678	+21.4%

(※) 1. 「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。
 2. 現金及び預金と短期保有目的の有価証券の合計から有利子負債を差し引いた金額であります。

- 直前Q比：『メメントモリ』2周年記念キャンペーン（10月11月）前の課金控えの影響で減収減益
- 前年同Q累計比：『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 4 Q会計期間	2024年9月期 3 Q会計期間	増減率 (直前Q比)	2024年9月期 4 Q累計期間	2023年9月期 4 Q累計期間	増減率 (前年同Q累計比)
売上高	2,837	2,965	▲4.3%	13,615	21,333	▲36.2%
売上原価	1,547	1,742	▲11.2%	7,170	10,010	▲28.4%
売上総利益	1,290	1,223	+5.4%	6,444	11,323	▲43.1%
販売費及び一般管理費	1,293	1,128	+14.7%	5,114	6,422	▲20.4%
営業利益（営業損失）	▲3	95	—	1,329	4,900	▲72.9%
（営業利益率）	（▲0.1%）	（3.2%）	—	（9.8%）	（23.0%）	—
四半期（当期）純利益	44	31	+38.7%	895	3,293	▲72.8%
（四半期（当期）純利益率）	（1.6%）	（1.1%）	—	（6.6%）	（15.4%）	—
（1株当たり四半期（当期）純利益）	（11.08円）	（7.98円）	—	（224.59円）	（823.09円）	—

- 『メメントモリ』2周年記念キャンペーン (10月11月) 前の課金控え及び一時的な費用の計上で『運営利益』 < 『新作開発投資』 となった

4 Q会計期間
PL計上額

売上高
2,837百万円

売上原価及び販管費
2,840百万円

営業損失
▲3百万円

既存タイトル
運営

売上高
2,837百万円

運営費用等 (※1)
2,608百万円

『運営利益』
229百万円

+

+

+

新作大型RPG
新規サービス
開発

開発費用 (※2)
232百万円

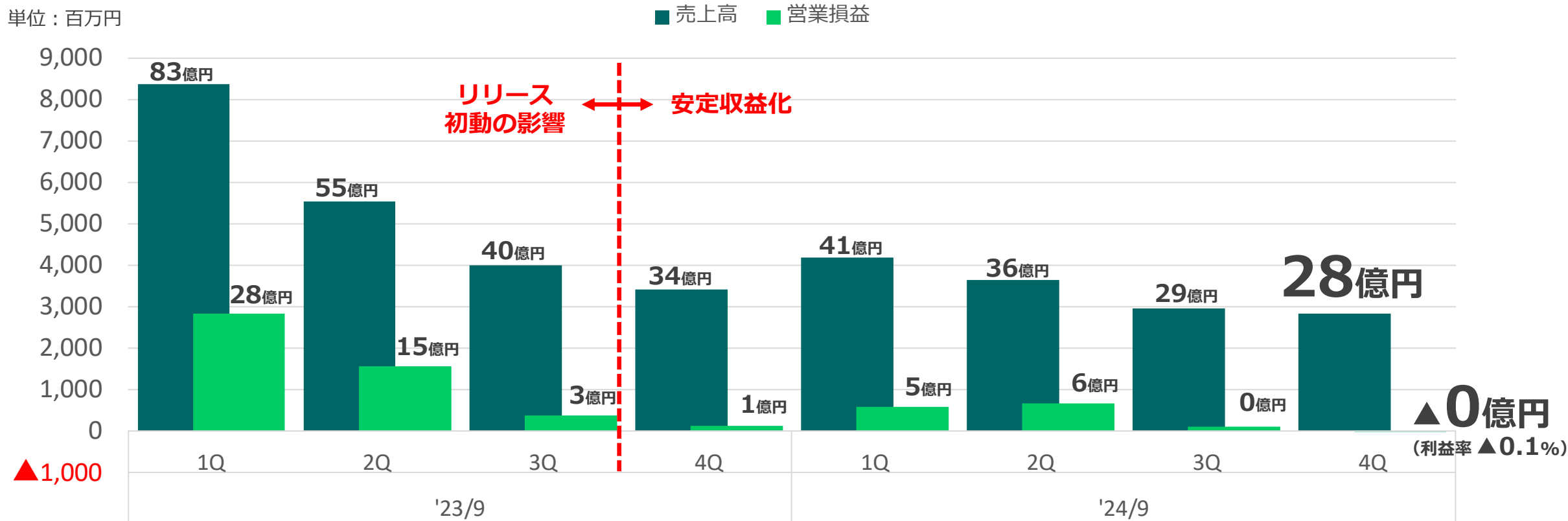
『新作開発投資』
▲232百万円

(※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4Q (2024/7~2024/9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。

- 当Qは、『メメントモリ』2周年記念キャンペーン（10月11月）前の課金控え及び一時的な費用の計上により営業損失を計上
- 引き続き、10年以上のロングヒットタイトルになることを目指して運営

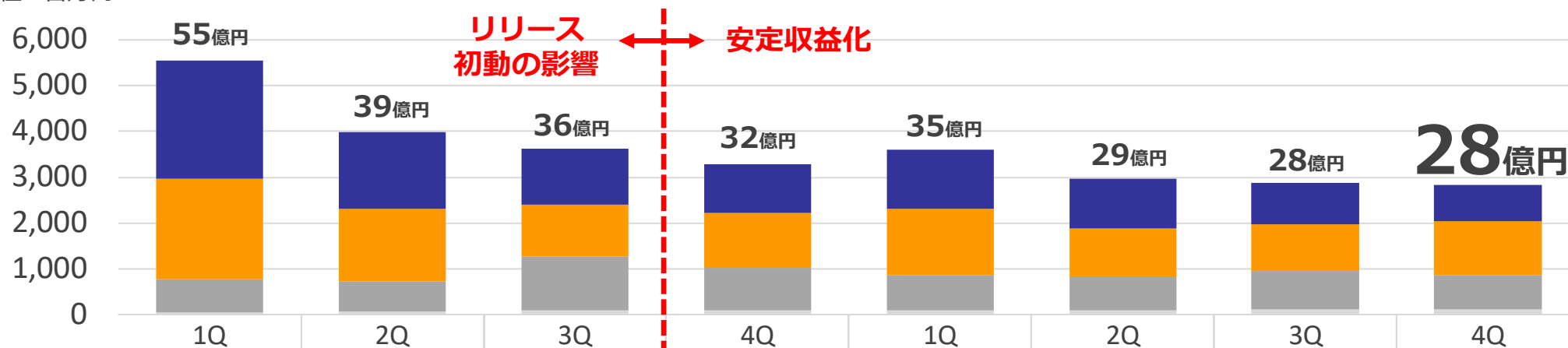
四半期連結業績推移



- PF等手数料：今後のPF等手数料率は、これまでの30%から25%程度まで下がっていく見込み
- 広告宣伝費：TVCM等の大規模広告の実施時期や程度により増減し、年間で30%程度を想定
- 固定費（「開発・運営費用」+「その他」）：当期は想定の36億円を下回って着地。来期以降は33億円程度／年を想定（※）

四半期連結営業費用推移

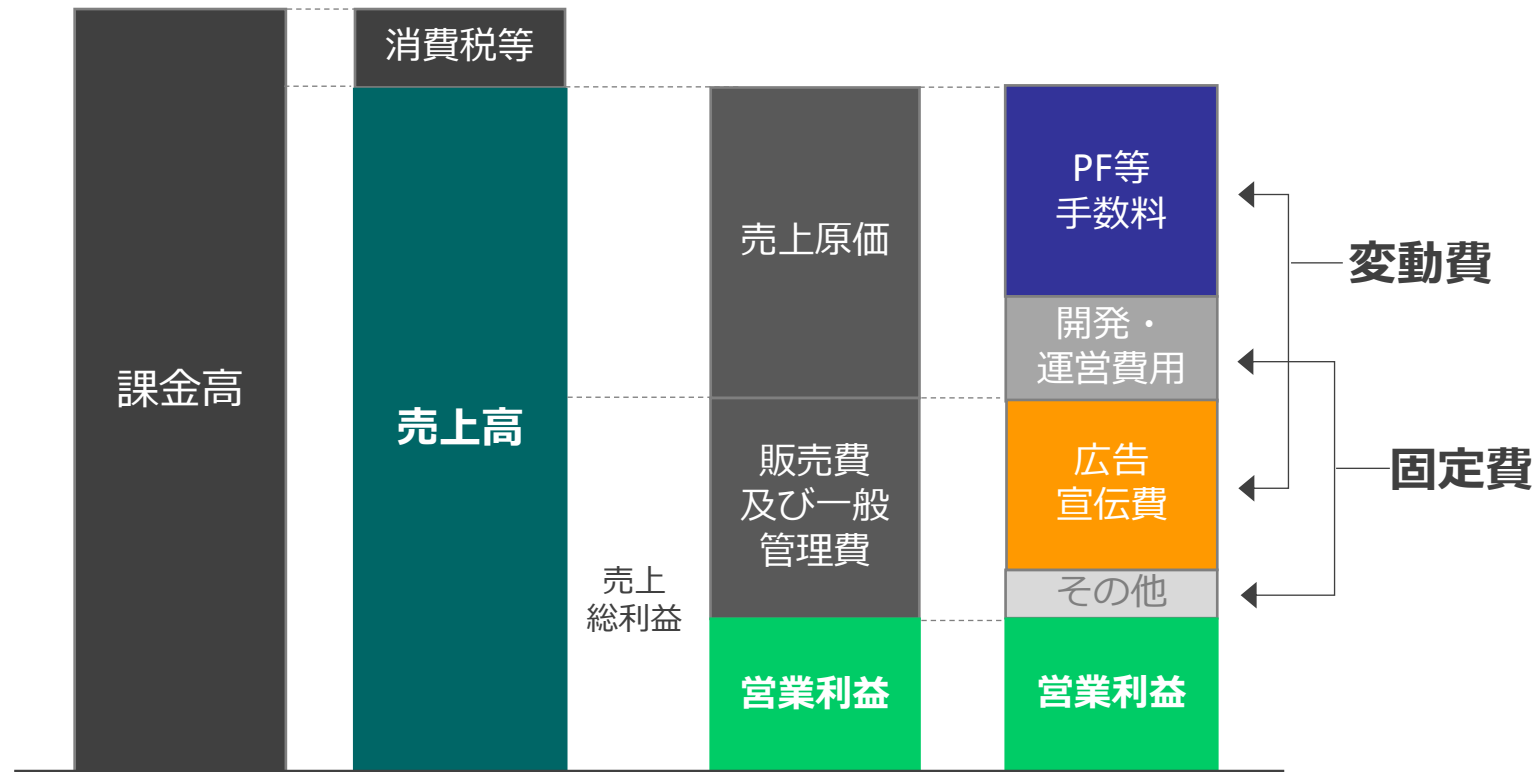
単位：百万円



	'23/9			'24/9				
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
■ PF等手数料	2,563	1,674	1,233	1,054	1,282	1,101	889	800
■ 広告宣伝費	2,189	1,579	1,112	1,215	1,454	1,050	1,014	1,176
■ 開発・運営費用	723	659	1,178	922	759	738	852	746
■ その他	57	69	103	96	99	90	113	117

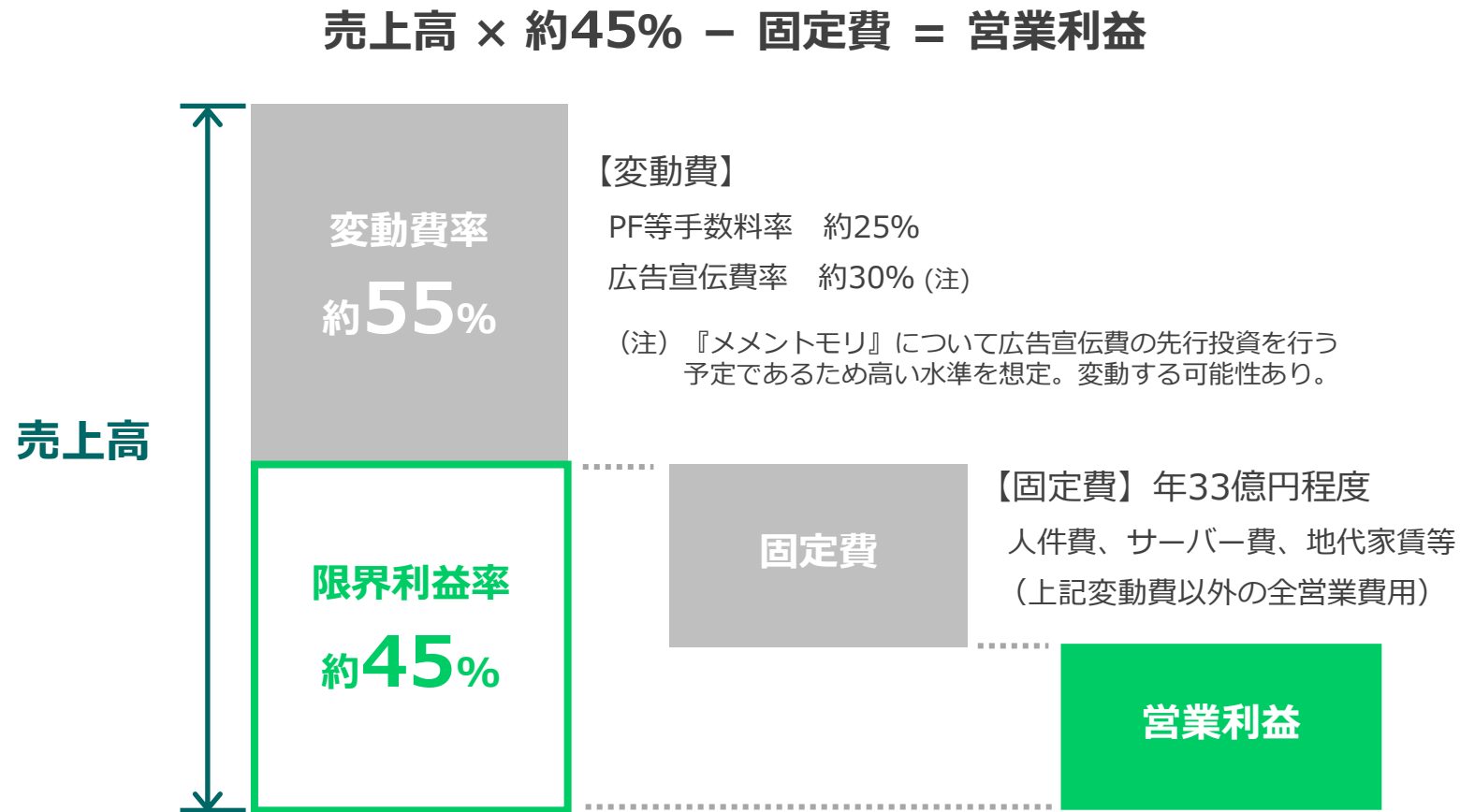
（※）今後、『メメントモリ』の拡大や新作大型RPG・新規サービスのリリース等により、会社規模が拡大した場合には、固定費が増加する可能性があります。

- 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



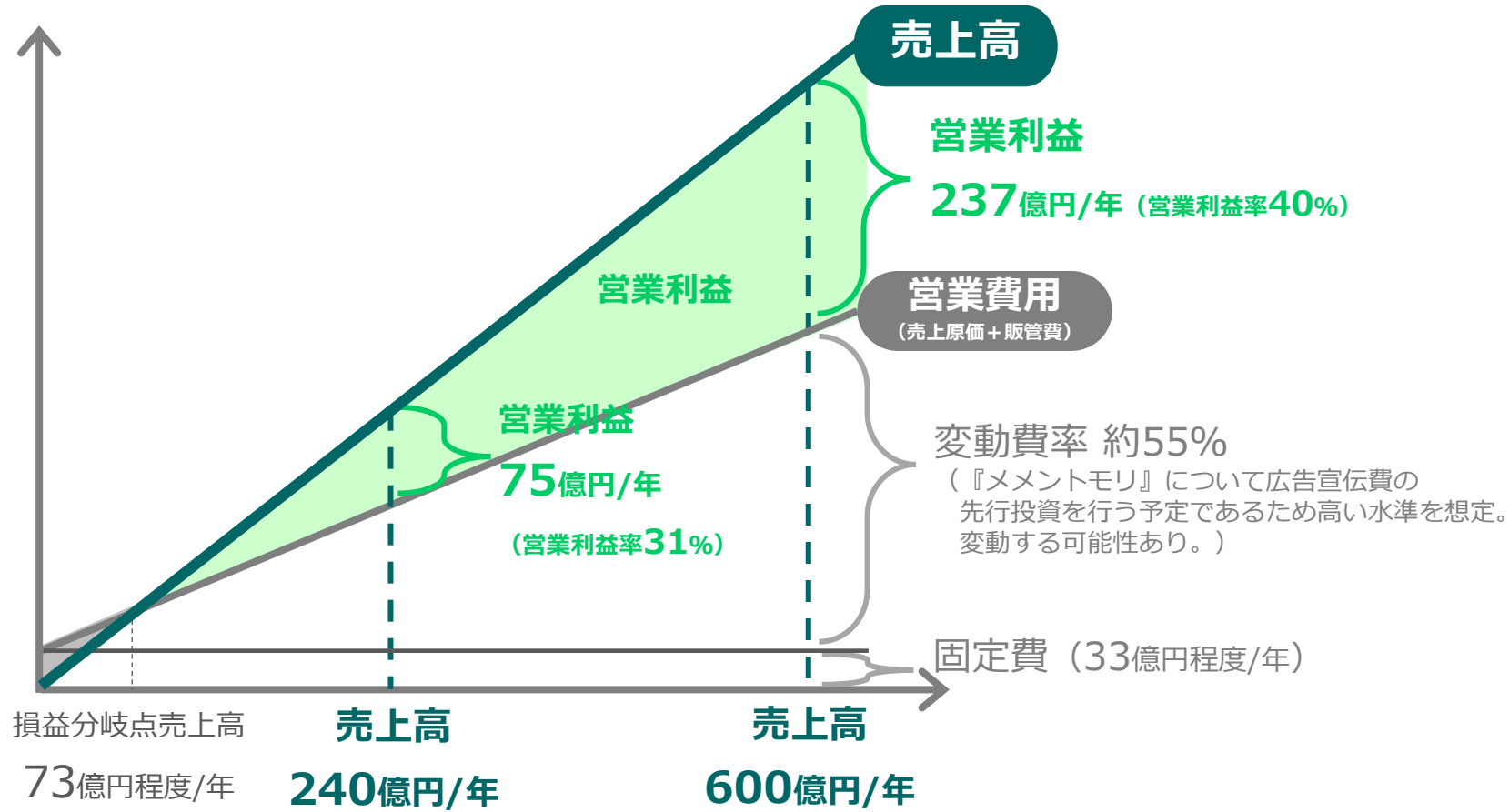
※上記の図はあくまでもイメージであり、実際の数値・割合を示したものではありません。

□ 2025年9月期以降の当社グループの損益構造イメージ



※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。

□ 2025年9月期以降の売上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。
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

Windows版をリリース



The banner features the game's logo 'メメントモリ' in the top left corner. The main text is centered and reads: 'PCで快適プレイ', 'メメントモリ Windows版', '2024/7/23 (火) リリース', '購入金額の11%ポイント還元!', and 'さらに1回限定 お得な特別ダイヤパック登場!'. On the right side, there is an illustration of a young girl with brown hair and blue eyes, wearing a purple and white dress with a blue sash. The background is a soft, ethereal landscape with a large, glowing orb.

メメントモリ
Memento Mori

PCで快適プレイ
メメントモリ **Windows版**
2024/7/23 (火) リリース

購入金額の **11%ポイント還元!**
さらに1回限定 **お得な特別ダイヤパック登場!**

© Bank of Innovation, Inc.

https://mememori-game.com/boi_official

サマーキャンペーン

(7月16日～8月27日まで)



メメントモリLament Collection Vol.2



大好評の前作に続き、
第二弾のCDが
2024/10/23(水)に発売

グッズ販売イベント

「POP UP SHOP in OIOI」 「アニメイトフェア」



メメントモリ
Memento Mori

POP UP SHOP in OIOI

2024 10/11 [金]	2024 10/26 [土]
10/20 [日]	11/4 [月・祝]
新宿マルイ アネックス 6F カレンダーium5	博多マルイ 7F イベントスペース

© Bank of Innovation, Inc.



メメントモリ
Memento Mori

アニメイトフェア
Autumn 2024

開催期間 2024
10.11 [金] ~ 11.4 [日祝]

対象店舗 札幌店 | 仙台店 | 池袋本店 | 渋谷店 | 秋葉原店 | 名古屋店 | 横浜ビブレ店
大阪日本橋店 | 梅田店 | 天王寺店 | 三宮店 | 岡山店 | 広島店 | 福岡パルコ店

◆アニメイト通販 (オンラインショップ) でも取り扱いがございます◆

© Bank of Innovation, Inc.

2周年記念キャンペーン

（10月31日～11月29日まで）



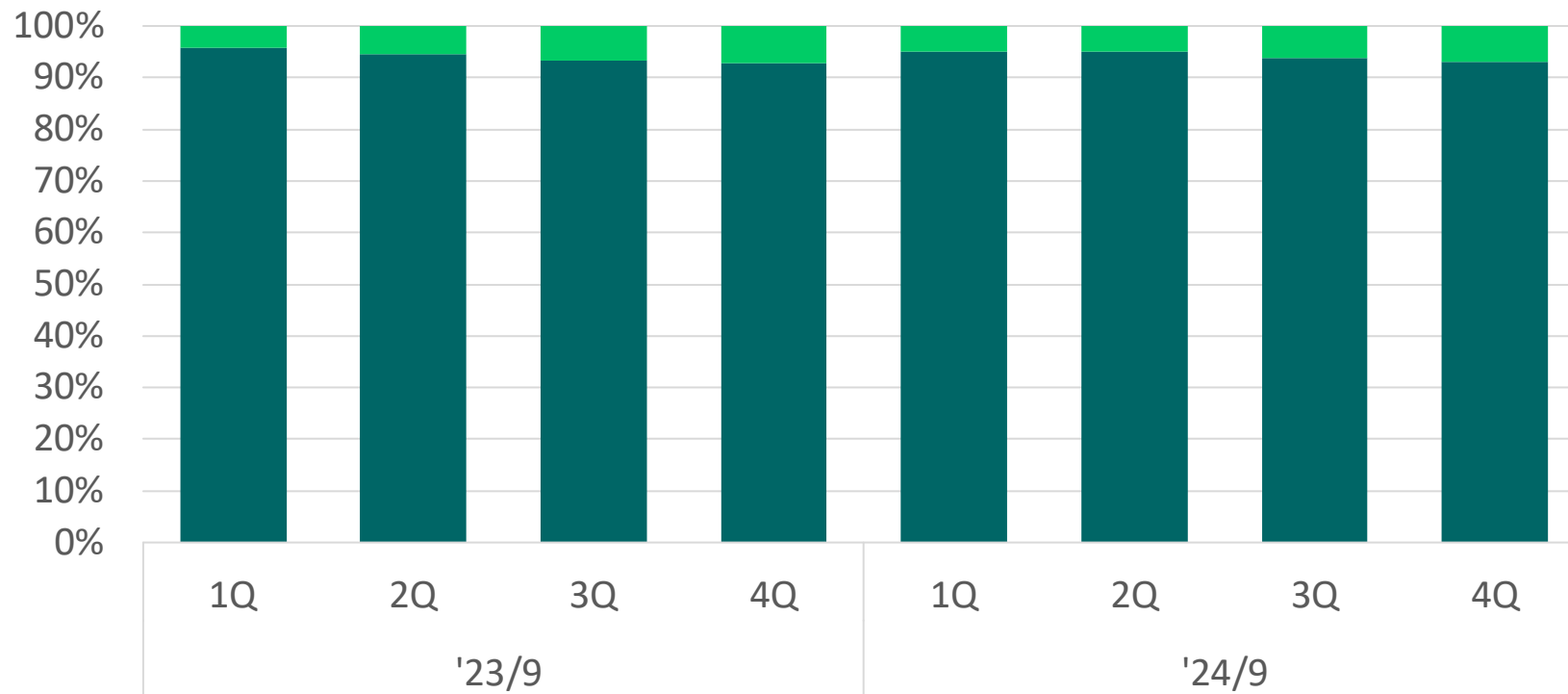
『メメントモリ』は
[こちら](#)から

この機会に
ぜひお楽しみください

- 『メメントモリ』のリリース以降、連結売上高に占めるゲーム売上の割合は90%超で推移
- 連結業績に占める『恋庭』の重要性が低いことから、売上構成別の業績開示を省略(※)

売上構成割合推移

■ ゲーム ■ 恋庭



※『恋庭』改良版／海外版のリリース等によって重要性が高まった場合に改めて売上構成別の業績開示を検討してまいります。

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。

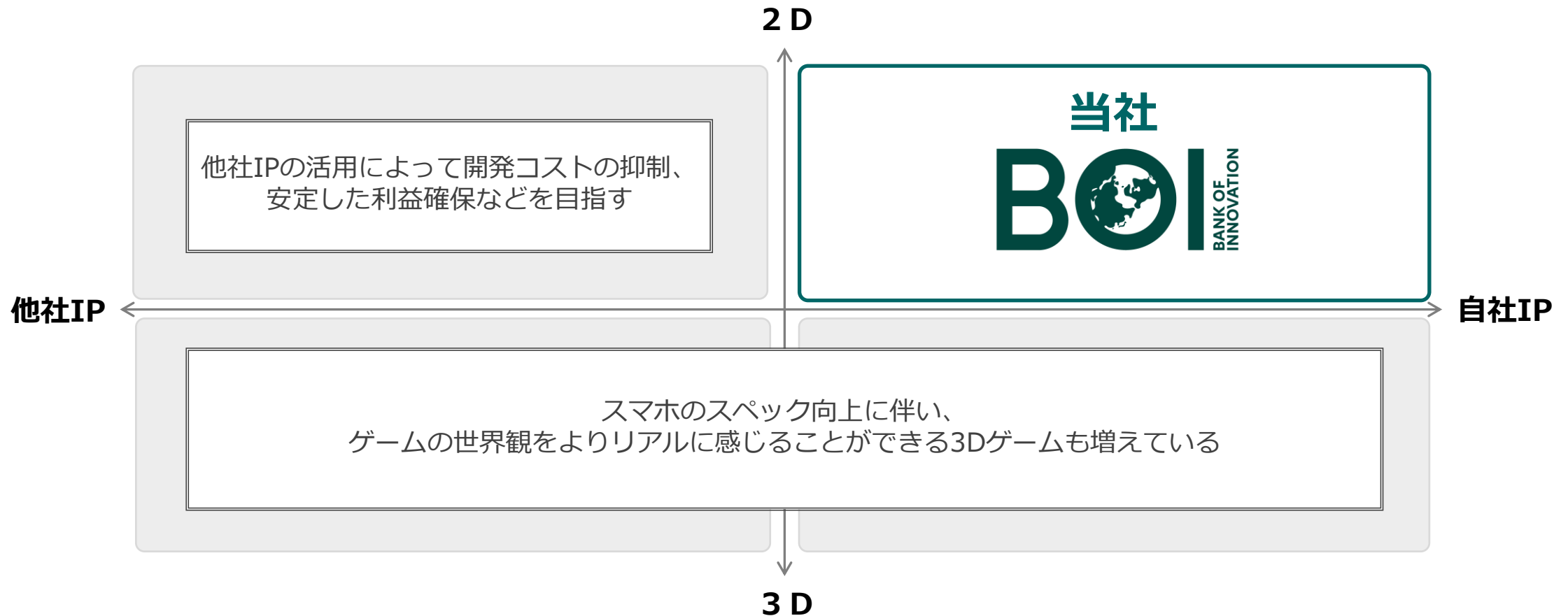
②重要な経営指標

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、それらの個別指標を意識しすぎた場合に結果として売上高と営業利益に対してマイナスの影響を与えることに繋がってしまう可能性があることから、重要な経営指標として売上高と営業利益を設定しております。

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。



『ゲーム』の目標

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

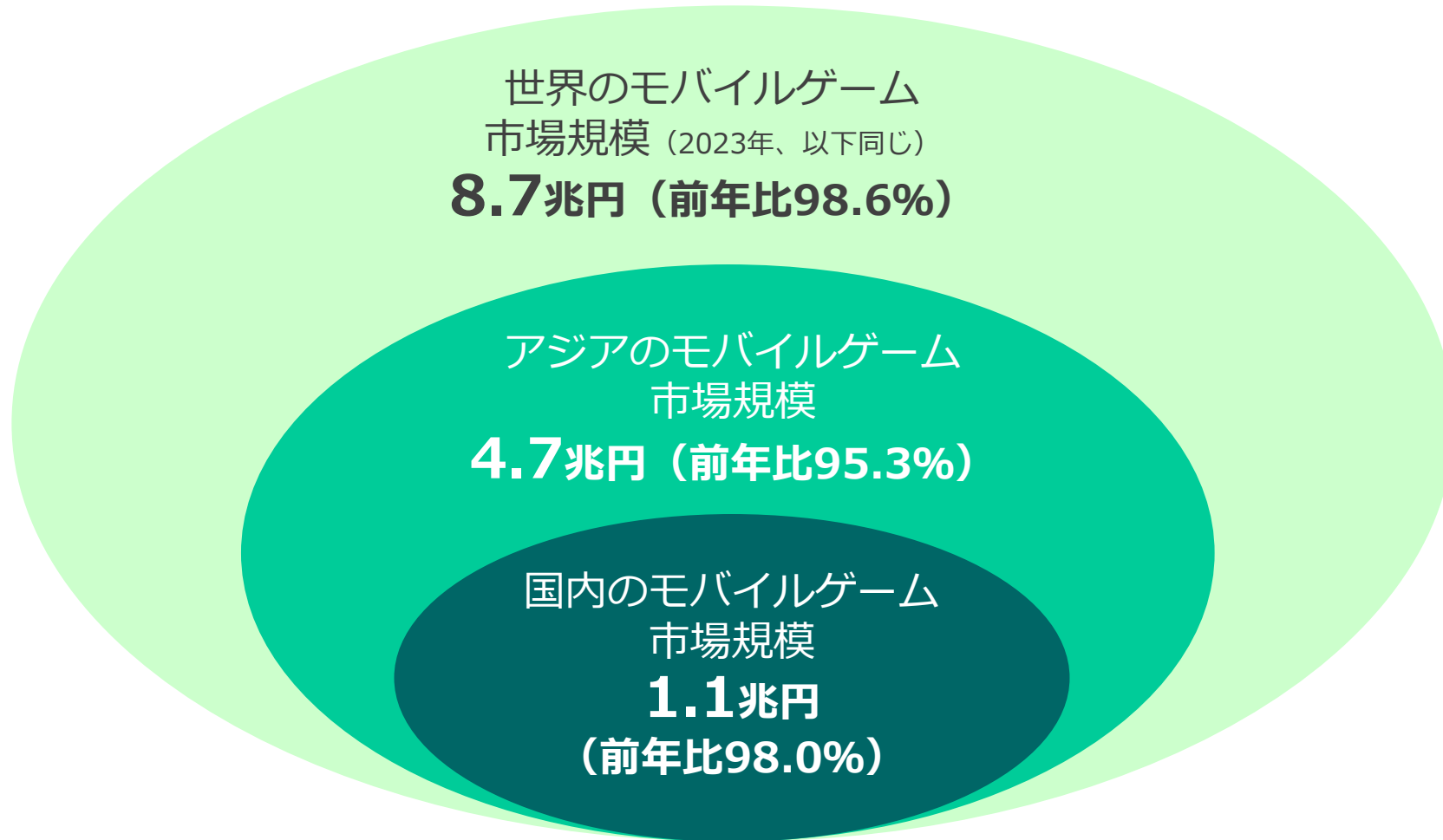
先行投資計画（2025年9月期）（※広告宣伝費を除く）

ゲーム	『新作大型RPG』 2タイトル：開発費用 7億円
その他 サービス	『恋庭』改良版／海外版：開発費用 5億円 『新規サービス』 3本：開発費用 1億円

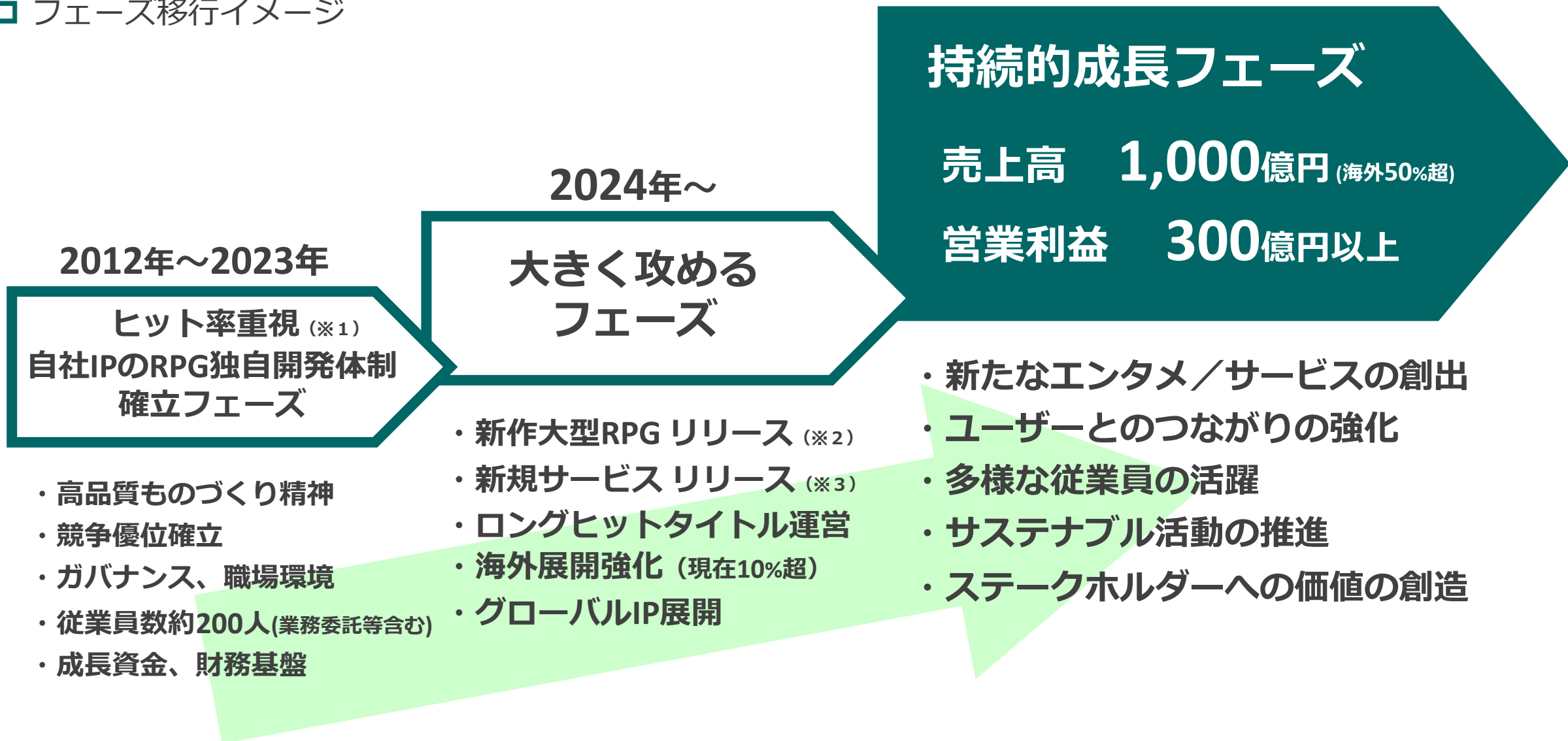
■ 2024年9月期先行投資計画との乖離

- ① 『メメントモリ』年間売上に対して30%程度の広告宣伝を行う投資計画について、機動的な広告投資の実施により、実績として『メメントモリ』年間売上に対して33%の広告宣伝投資となりました。
- ② 『新作大型RPG』開発費用 6.3億円の投資計画について、実績として5.7億円の投資となり、概ね想定どおりと判断しております。
- ③ 『恋庭』改良版／海外版開発費用 4.8億円の投資計画について、実績として4.3億円の投資となり、概ね想定どおりと判断しております。
- ④ 『新規サービス』開発費用 0.8億円の投資計画について、実績として0.7億円の投資となり、概ね想定どおりと判断しております。

今後も現状の市場規模で推移していくものと見込まれています



□ フェーズ移行イメージ



(※1) 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

(※2) 『メメントモリ』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100億円以上を目指せるサービスに絞って開発

- 4Q会計期間の『新作開発投資』（以下のタイトル／サービス開発費合計）は、232百万円
- 現在、3本のタイトル／サービスが、本開発中

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	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

- 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

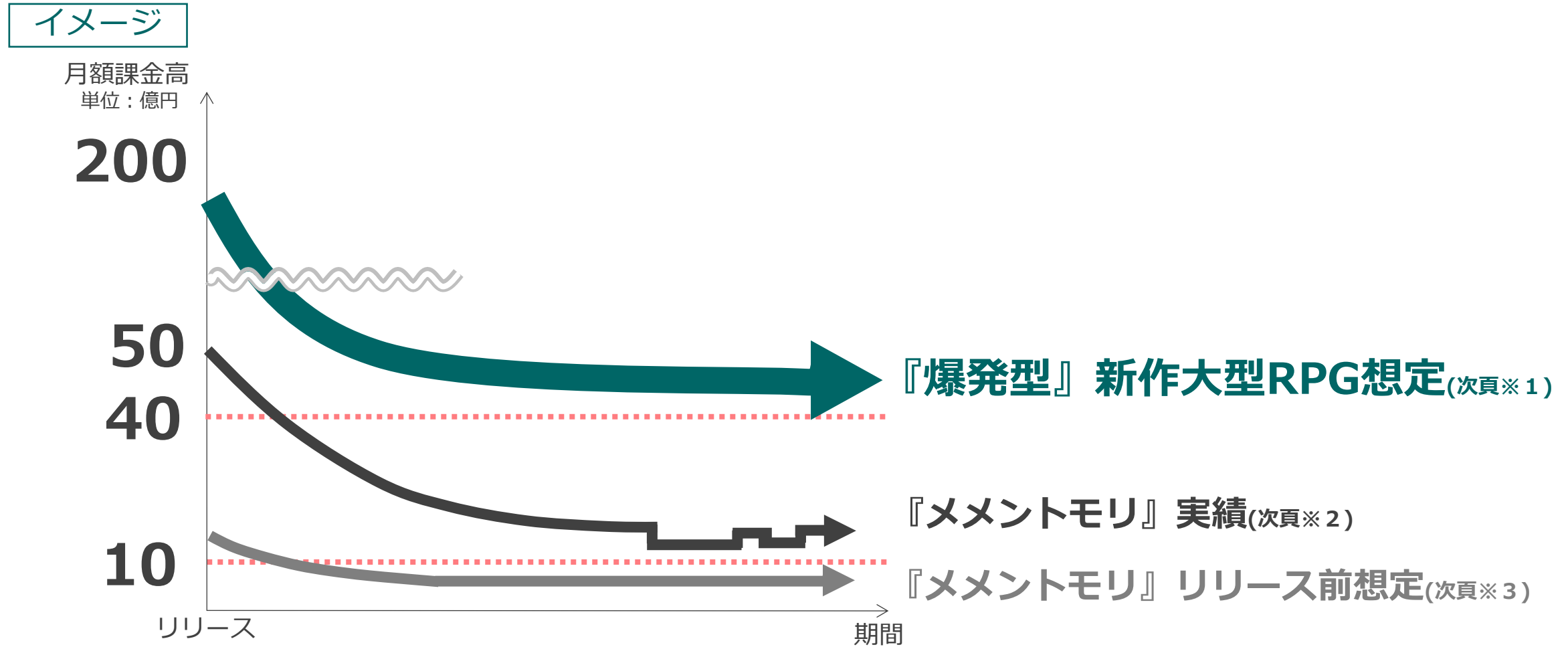
爆発型

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

□ 『爆発型』新作大型RPGの課金高推移イメージ（リリースから1年間）



※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

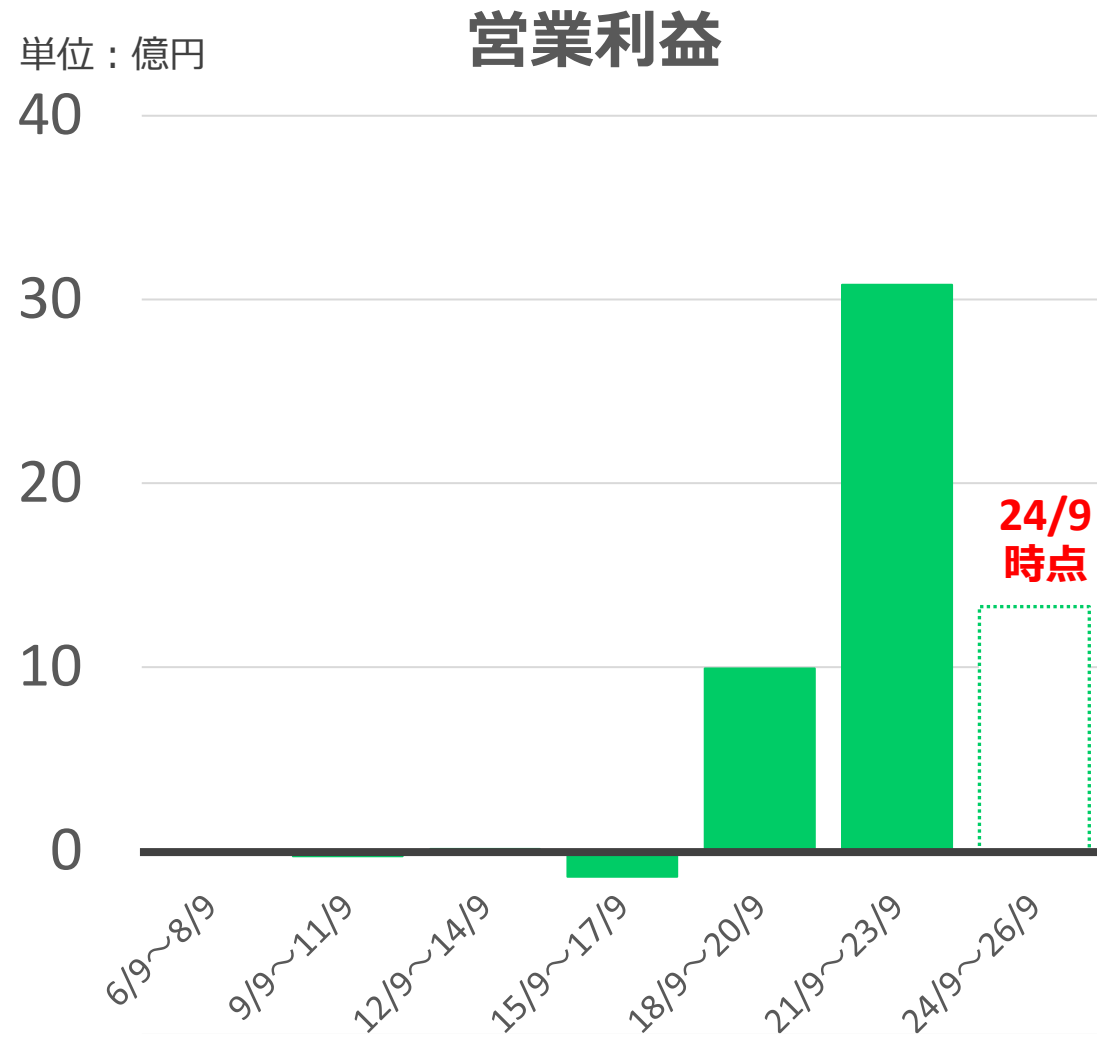
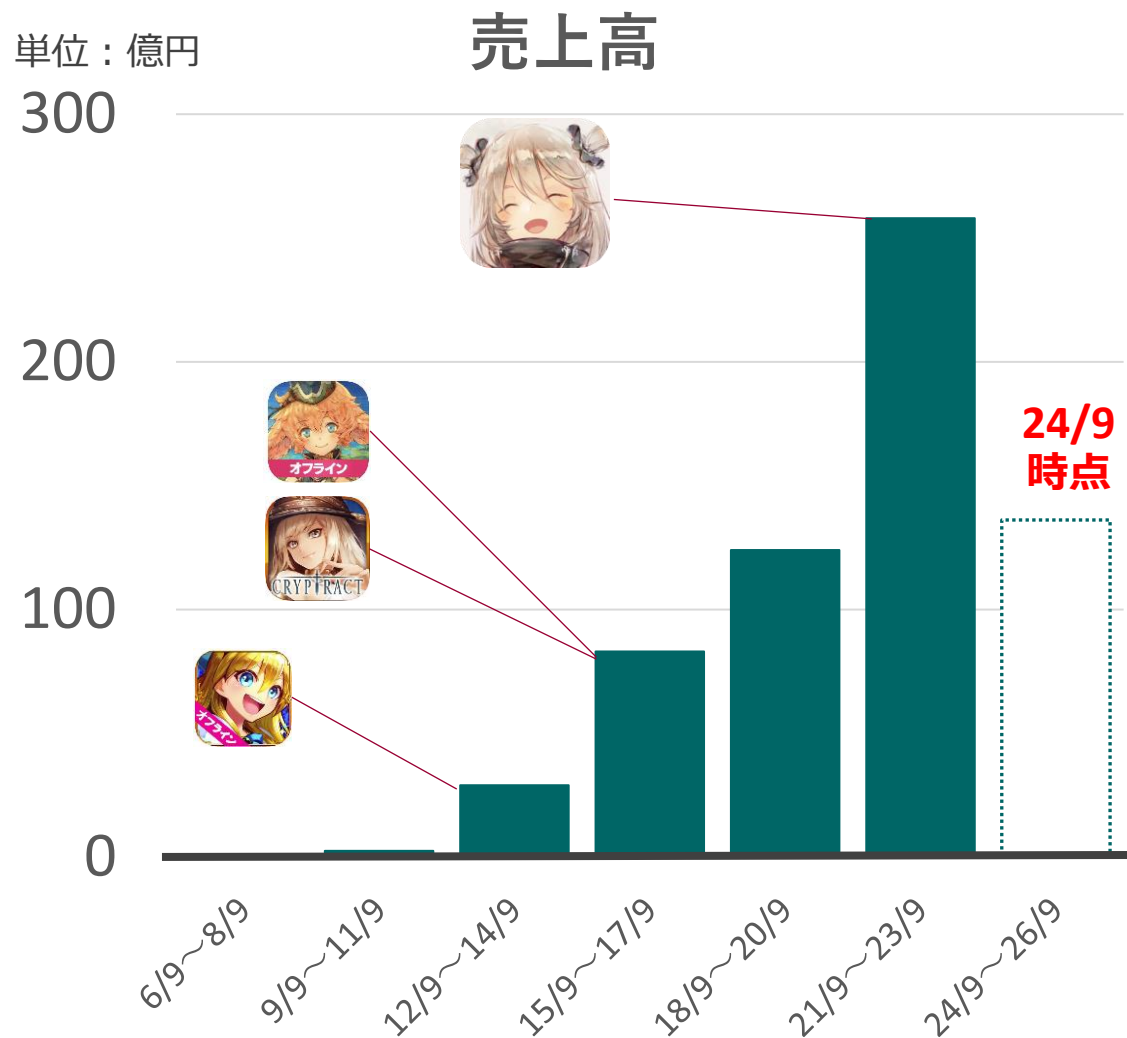
『メメントモリ』実績(※2)

- ・ 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(研究開発費)』を増額(※)し、自社IPのRPG独自開発力を強化。その成果として大きな増収増益トレンド



(※) 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の研究開発費のQ平均 **218** 百万円
 なお、増額傾向ではありますが、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。

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（2024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 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	199名（2024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

せつなくて、美しい。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：[Apk及びWindows](#) / [App Store](#) / [Google Play](#) / [DMMGAMES](#)

サービス

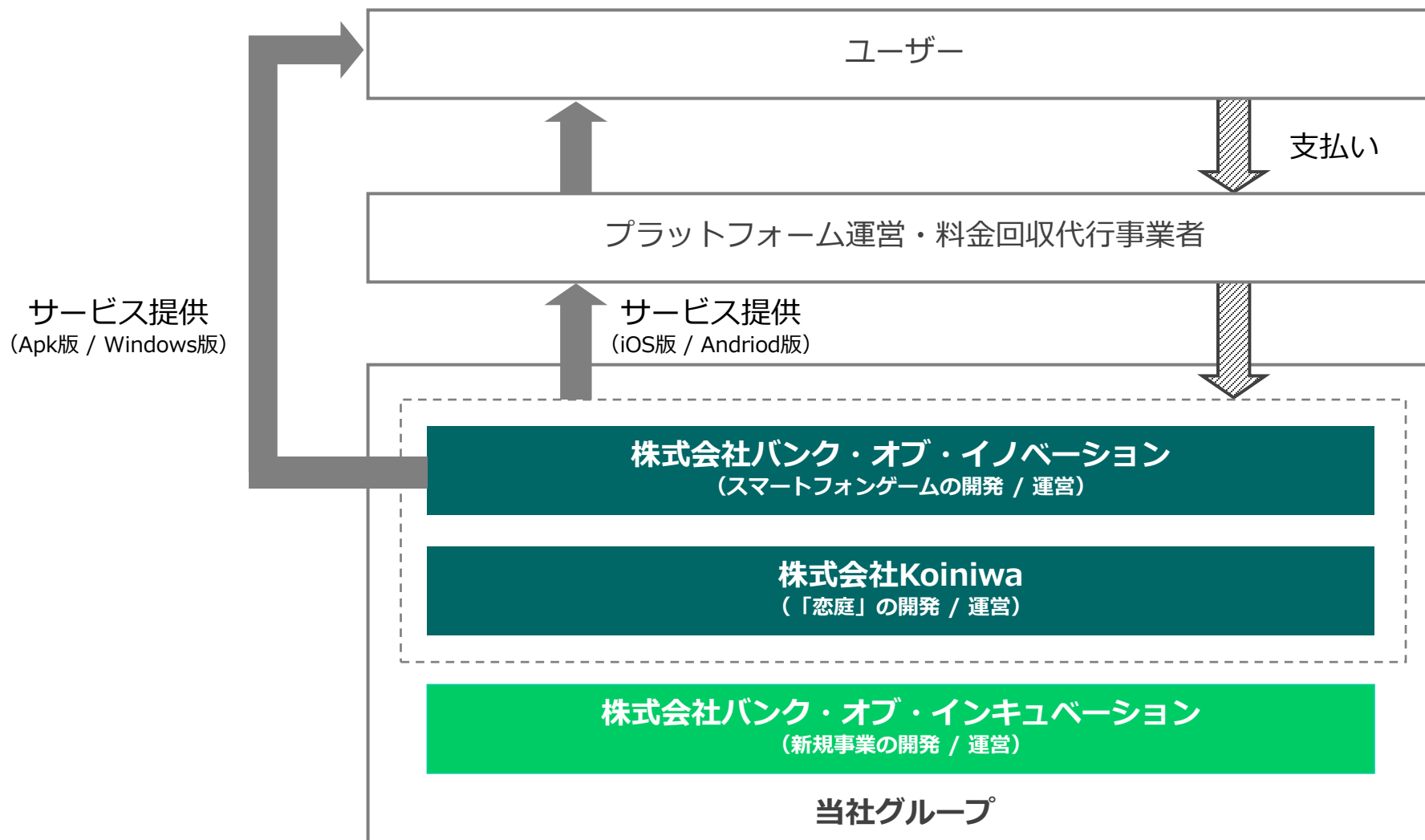
**恋愛** 2021年4月リリース**ゲーム恋活アプリ利用者数No.1**

『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。

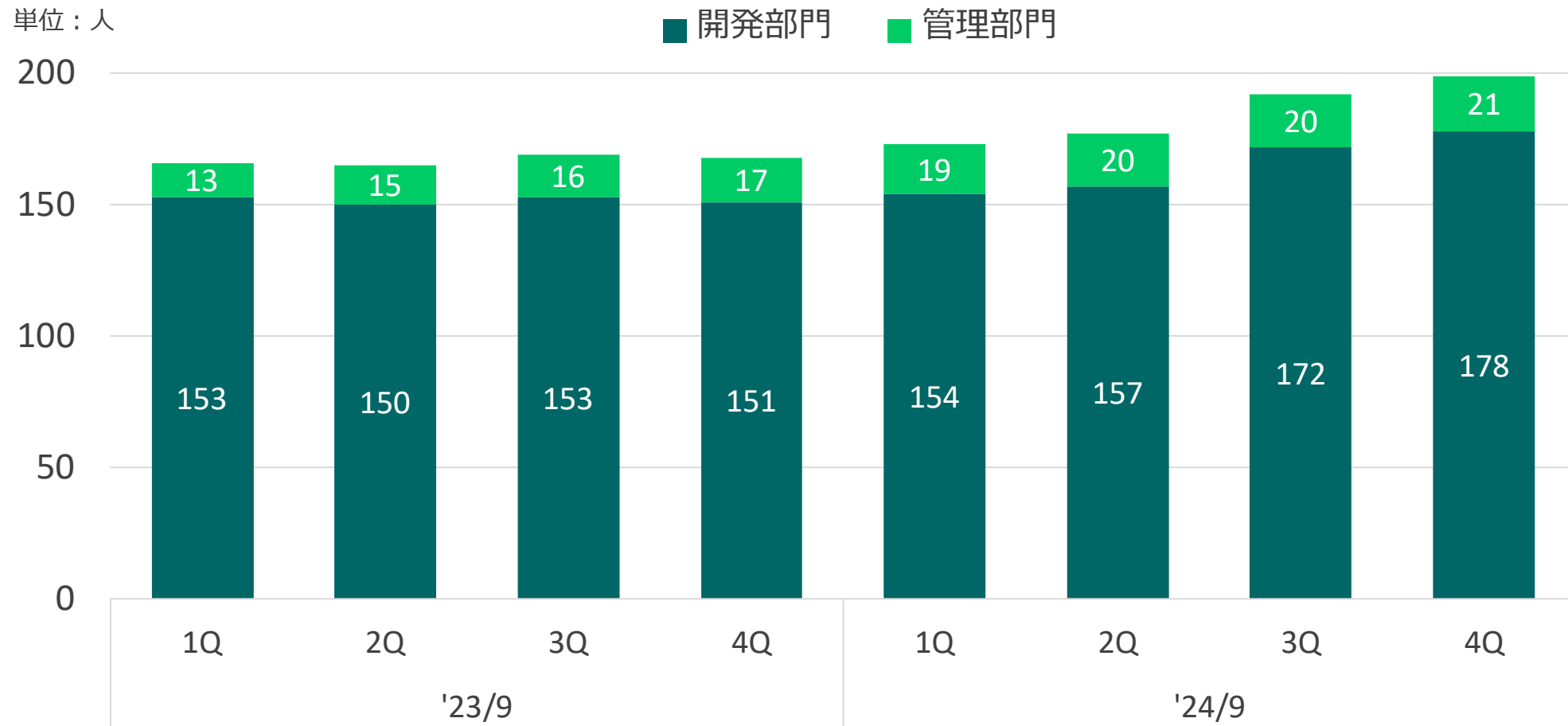
配信プラットフォーム：[App Store](#) / [Google Play](#)

※公式サイト『[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



高い採用基準のもと、新卒・中途採用活動を強化し、開発体制を増強していく方針



※有価証券報告書と同じ算出方法で開示しており、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。

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。	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。	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。	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。
知的財産	中 / 常時	第三者が保有する知的財産権の内容により、当社グループが第三者から知的財産権侵害の訴訟、使用差止請求等を受けた場合、解決までに多額の費用と時間がかかり、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。	顧問弁護士・顧問弁理士等と連携し、他社の知的財産権の侵害を未然に防ぐよう努めている。



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。

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。