



2026年9月期 第3四半期

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8月

2026年9月期 3Q業績	< 3Q 会計期間 > 売上高 29.1 億円 (直前Q比 : + 1.6 %) 営業利益 4.0 億円 (直前Q比 : ▲ 25.4 %) < 3Q 累計期間 > 売上高 90.9 億円 (前年同期比 : ▲ 3.6 %) 営業利益 15.5 億円 (前年同期比 : ▲ 5.6 %)
トピックス 及び事業進捗	■ 3Q会計期間は、前年同期比・直前四半期比ともに増収となった一方、開発・運営体制の強化に伴う費用増加により、営業利益は減少 ■ 2026年6月15日に「メメントモリWebストア」公開 2026年8月1日～10日の課金額に占める自社提供経路での決済比率 約52% (※)

- 1．2026年9月期 第3四半期 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3 四半期 連結決算業績

- 3 Q末時点のネットキャッシュ(※1)は 5,469百万円、自己資本比率は 82.4%であり、財務基盤は盤石
- 前期末比で有価証券(※2)による運用額を大きく増加
- 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 3 Q末	2025年9月期 4 Q末	増減率 (前期末比)
流動資産	7,196	7,145	+ 0.7%
現金及び預金	2,769	4,186	▲33.8%
売掛金	1,464	1,522	▲3.8%
有価証券	2,700	1,200	+ 125.0%
固定資産	1,081	797	+ 35.6%
資産合計	8,278	7,943	+ 4.2%
負債合計	1,454	2,127	▲31.7%
純資産合計	6,824	5,816	+ 17.3%

※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（当Q末残高0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か月ごとに継続または償還の判断をしています。

なお、金額は表示単位未満を切り捨て、増減率は小数第2位を四捨五入して表示しています。（以下同様）

- ❑ 売上高は直前四半期比で増加した一方、開発・運営体制の強化に伴い、開発・運営費用が155百万円増加したこと等により、営業利益は減少
- ❑ 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 3 Q会計期間	2026年9月期 2 Q会計期間	増減率 (直前Q比)	2026年9月期 3 Q累計期間	2025年9月期 3 Q累計期間	増減率 (前年同期比)
売上高	2,917	2,871	+ 1.6%	9,090	9,427	▲ 3.6%
売上原価	1,708	1,576	+ 8.4%	5,135	4,718	+ 8.8%
売上総利益	1,208	1,294	▲ 6.6%	3,955	4,708	▲ 16.0%
販売費及び一般管理費	808	757	+ 6.7%	2,402	3,064	▲ 21.6%
営業利益	400	536	▲ 25.4%	1,552	1,644	▲ 5.6%
（営業利益率）	(13.7%)	(18.7%)	—	(17.1%)	(17.4%)	—
四半期純利益	180	509	▲ 64.6%	1,008	849	+ 18.7%
（四半期純利益率）	(6.2%)	(17.7%)	—	(11.1%)	(9.0%)	—

※ 2Q及び3Q会計期間における四半期純利益の変動は、株式会社Koiniwaの吸収合併に伴う債権放棄に関する費用計上等を踏まえ、当社単体の中間財務諸表及び四半期財務諸表の作成に特有の会計処理をそれぞれ適用し、税金費用を算定した影響を受けています。

3 Q会計期間 PL計上額	売上高		売上原価及び販管費		営業利益
	2,917百万円	—	2,517百万円	=	400百万円

既存タイトル 運営	売上高		運営費用等 ^(※1)		『運営利益』
	2,917百万円	—	1,999百万円	=	918百万円

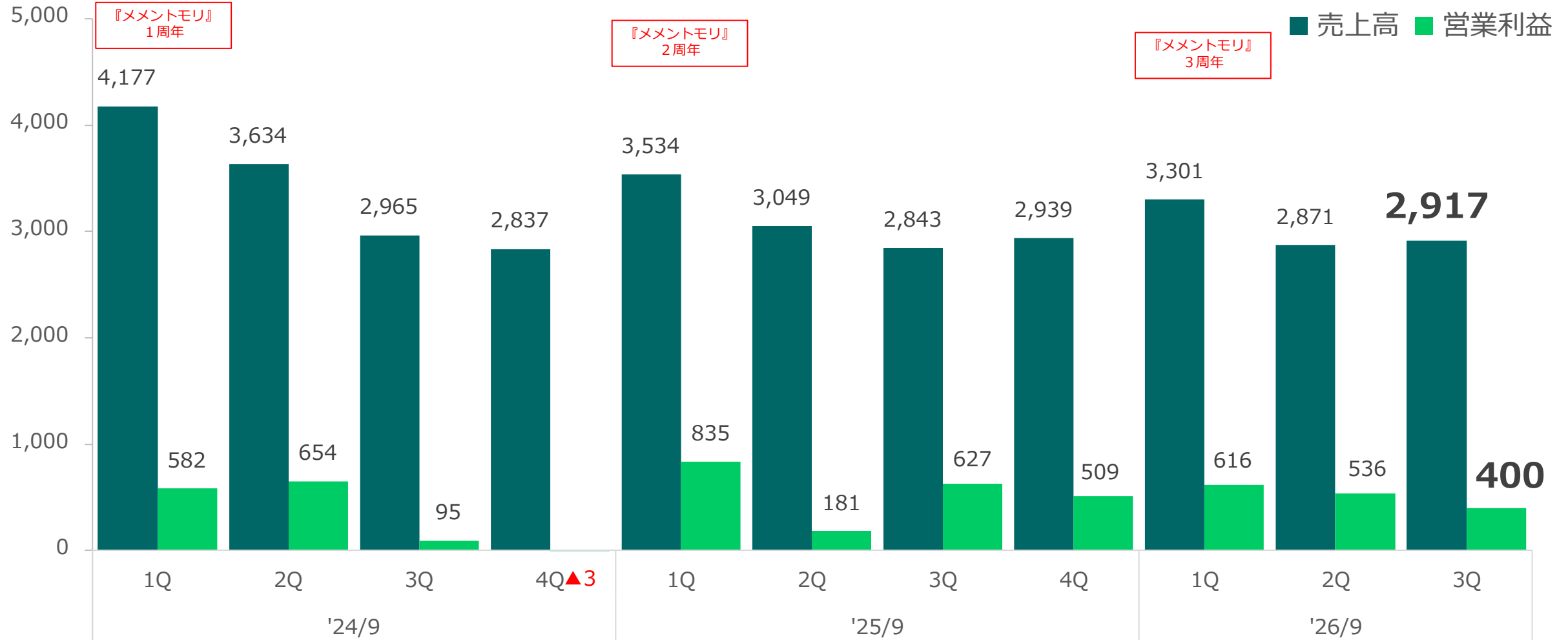
新作ゲーム 新規サービス 開発			開発費用 ^(※2)		『新作開発投資』
			518百万円	=	▲518百万円

※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表しており、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3Q（2026/4～2026/6の3か月間）に計上した研究開発費であり、全額を費用として計上しています。

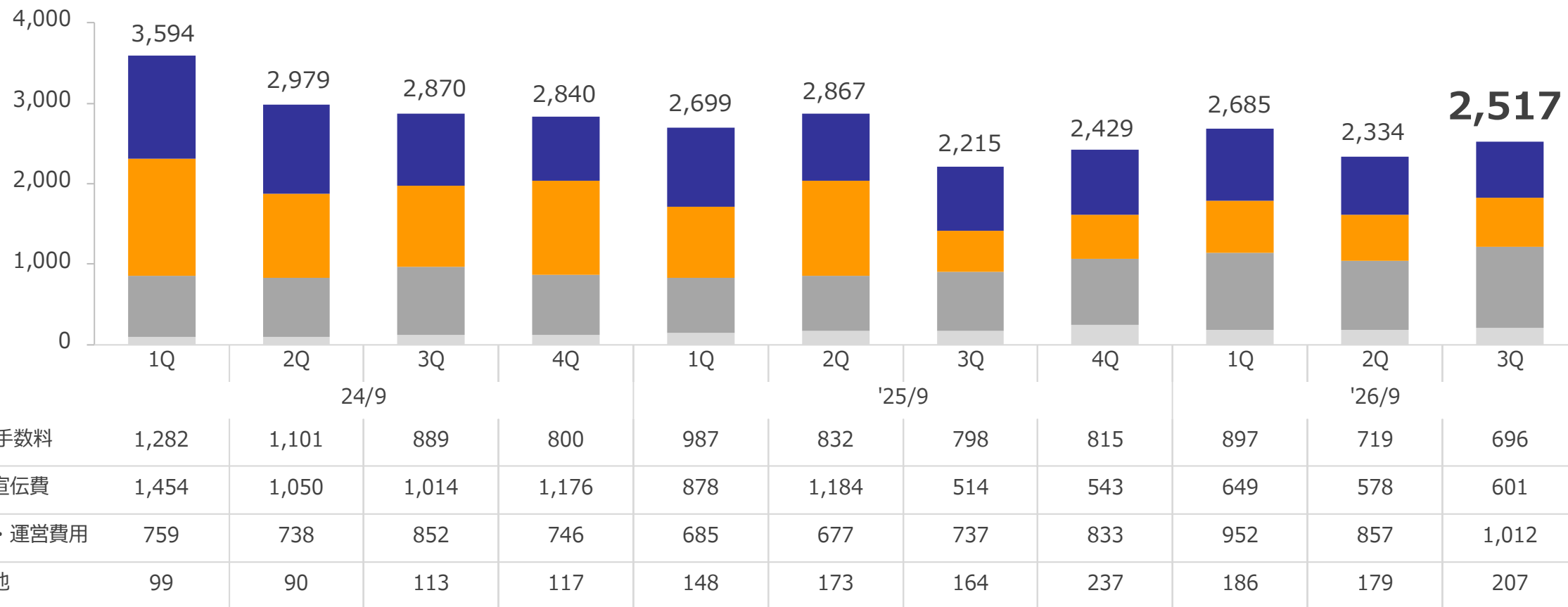
- 2024年9月期3Q以降、大型周年イベントのある1Qを除き、売上高が概ね横ばいで推移
- 10年以上の長期運営を目指し、収益基盤の安定化と開発・運営体制の強化を同時に推進

単位：百万円



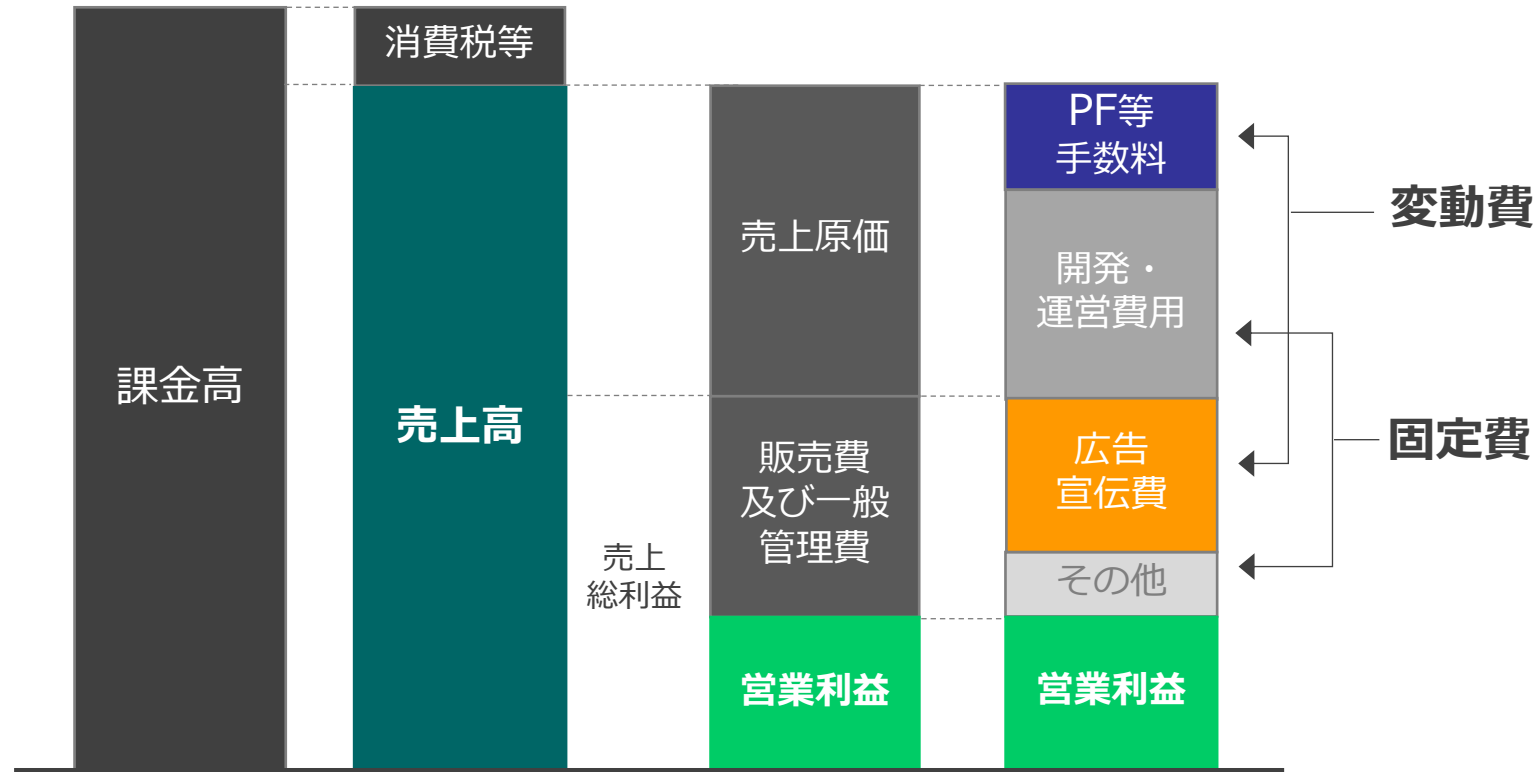
- PF等手数料：アプリ外決済の利用拡大により低下傾向。決済コストの低減効果は4Q以降に本格化する見込み
- 広告宣伝費：広告効率を重視しながら機動的に運用（※）
- 固定費（「開発・運営費用」＋「その他」）：開発・運営体制強化により拡大傾向（※）

単位：百万円



※『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、広告宣伝費率の変動し、また固定費が増加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。

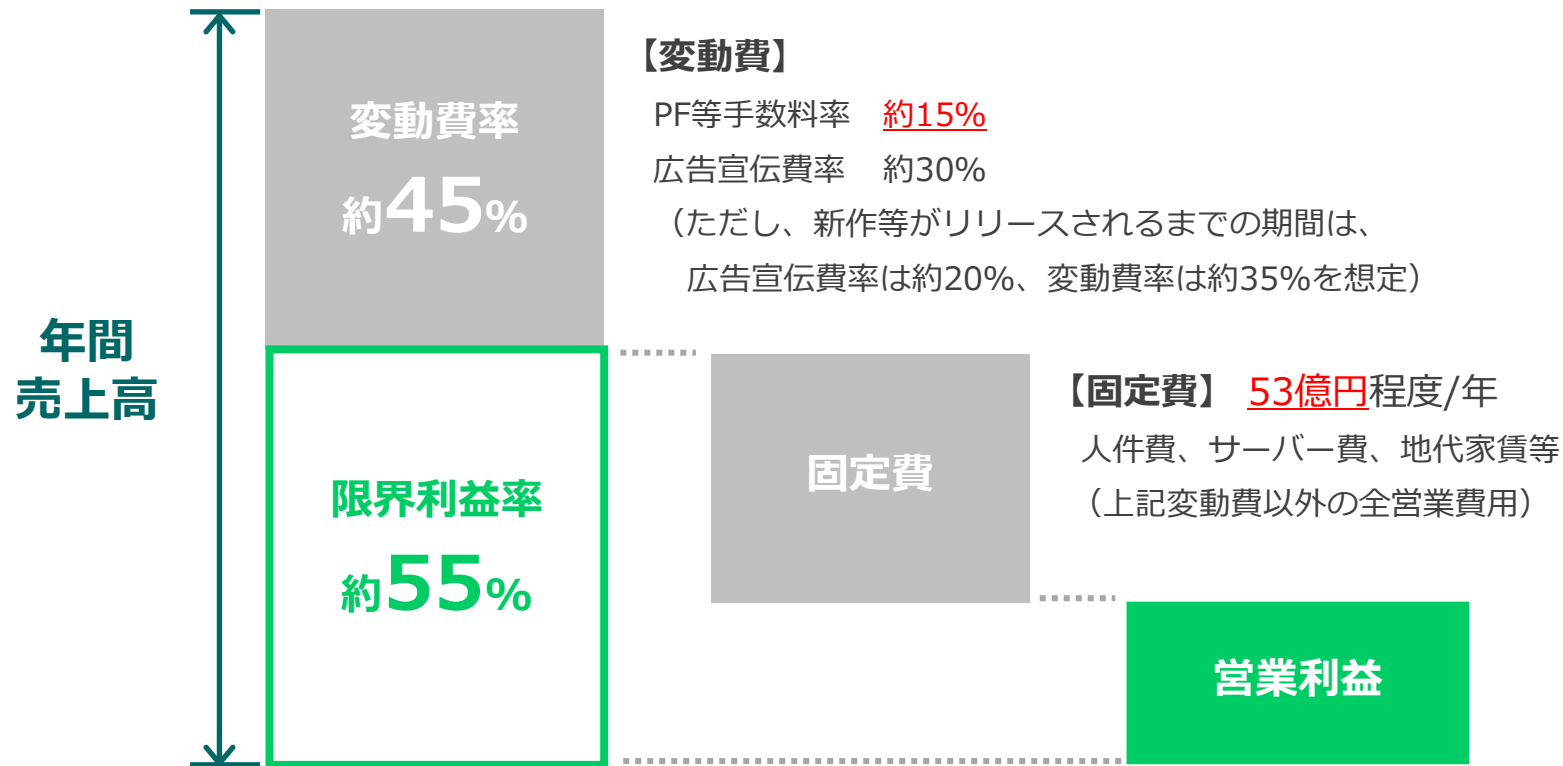
- 課金高から消費税等を控除した金額を売上高として計上
- 事業部費用（開発・運営費用）は売上原価、バックオフィス費用は販管費に計上



※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。
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。

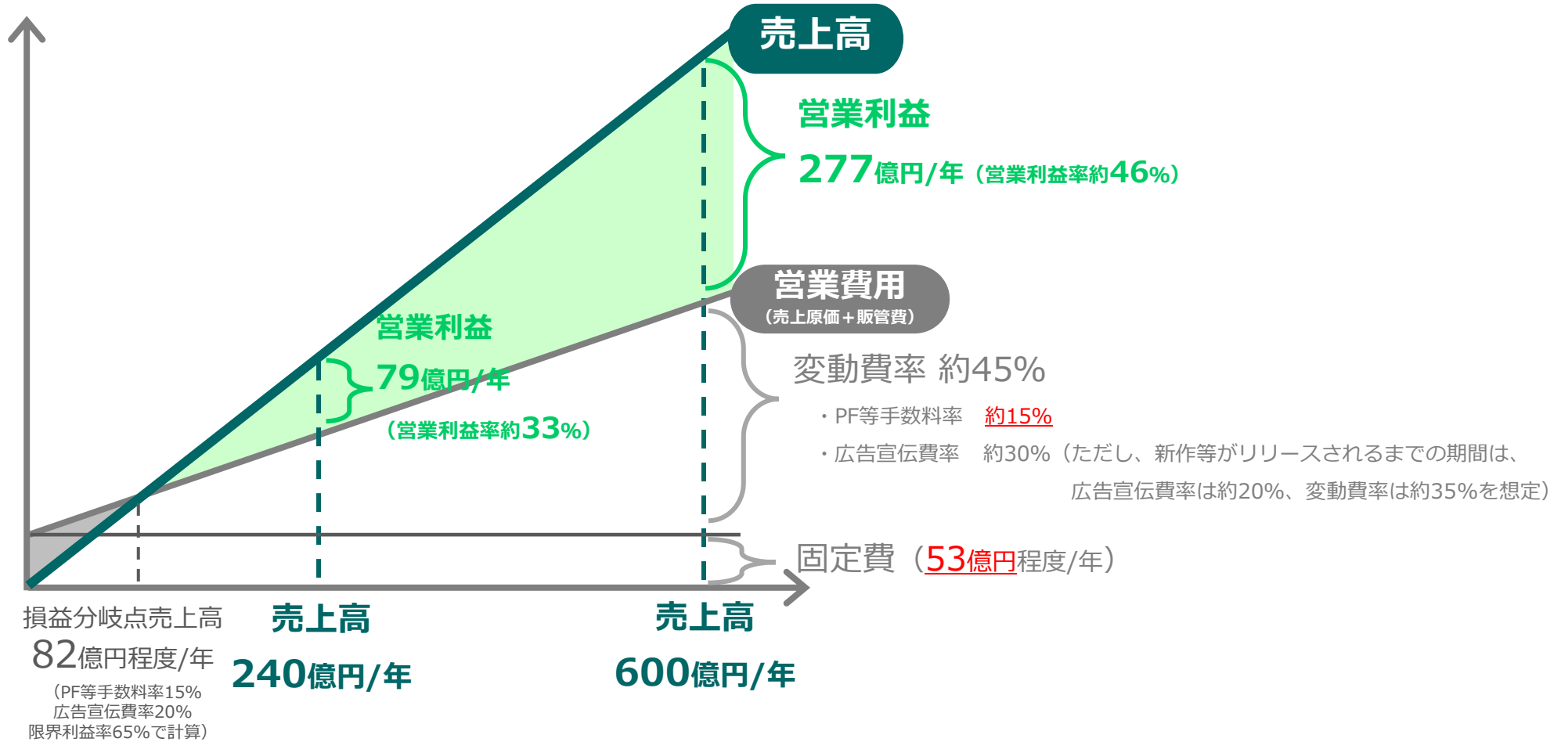
□ 2027年9月期以降の損益構造イメージ

$$\text{売上高} \times \text{限界利益率} - \text{固定費} = \text{営業利益}$$



※前回公表資料から、「メメントモリWebストア」の導入によるPF等手数料率の低下見込み及び開発・運営体制の強化に伴う固定費の増加を反映し、前提を更新しております。
2027年9月期以降においては、「メメントモリWebストア」の導入等を踏まえてPF等手数料率の想定を約15%とする一方、開発・運営体制の強化に伴い、固定費の想定を53億円程度/年としております。
現時点における損益構造イメージであります。今後の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。

□ 2027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



※算定前提は前ページをご参照ください。損益分岐点売上高は、新作等のリリース前に想定する広告宣伝費率約20%を前提として算定しております。
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

2025年10月25日開催のライブ映像を無料公開 「メメントモリ 1st Live ～The Singing of Laments～」



ライブ映像
[こちら](#)から

アプリ外決済サービスを本格的に開始

(2026/6/15～)



『メメントモリWebストア』
[こちらから](#)

「にじさんじ」×『メメントモリ』コラボイベント開催中

(2026/7/28~8/24)

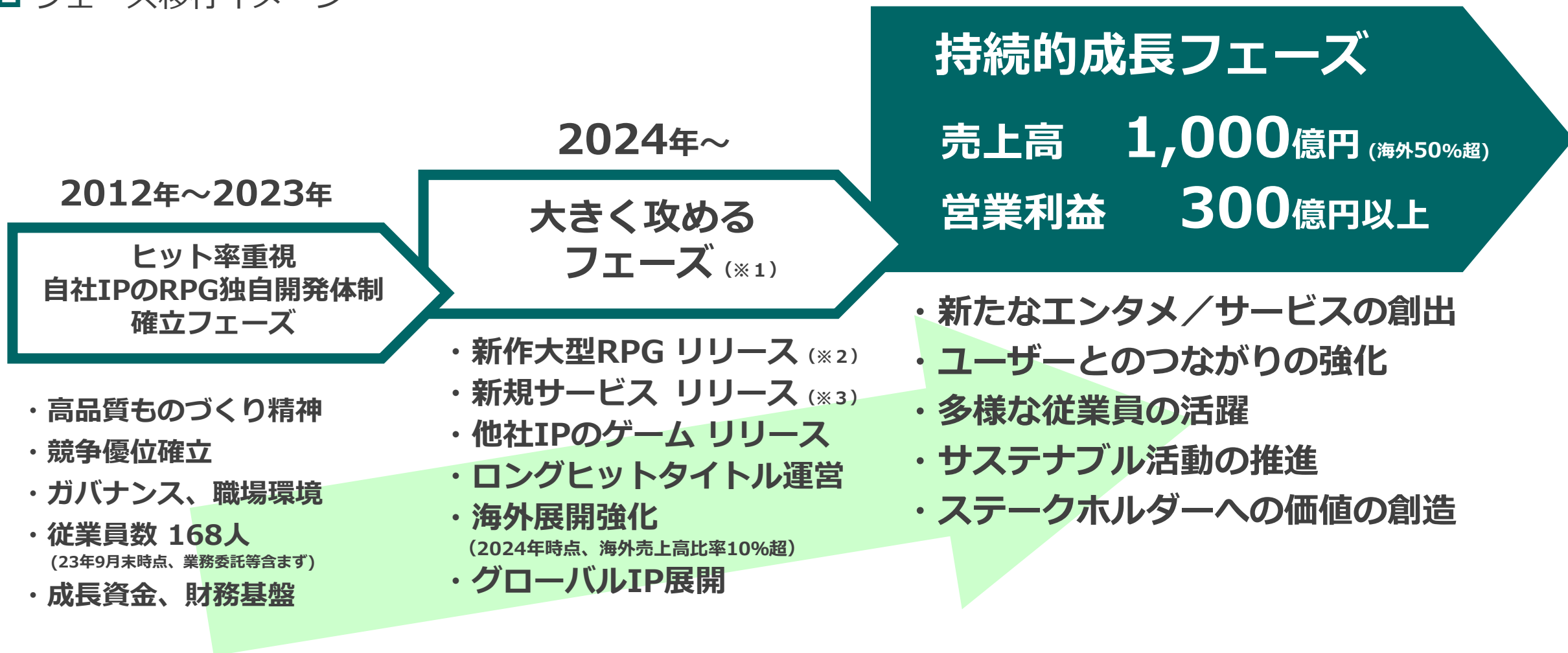


「戌亥とこ」さんの新曲MVが
期間中ゲーム内で限定公開！

「戌亥とこ」さん、「社築」さん
「リゼ・ヘルエスタ」さん
のコラボグッズも！

『メメントモリ』：[App Store](#) / [Google Play](#) / [DMMGAMES](#) / [BOI版](#) / [Steam](#)

□ 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年以上維持することを目指して開発

※3. 年間売上高 100億円以上を目指すサービスに絞って開発

- 3Q会計期間の『新作開発投資（ゲーム・サービス開発費合計）』は 518百万円
- 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 （2017年開発開始）		本開発中
	第3弾 新作大型RPG （2023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 （2025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 （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

※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、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年以上維持することを目指して開発

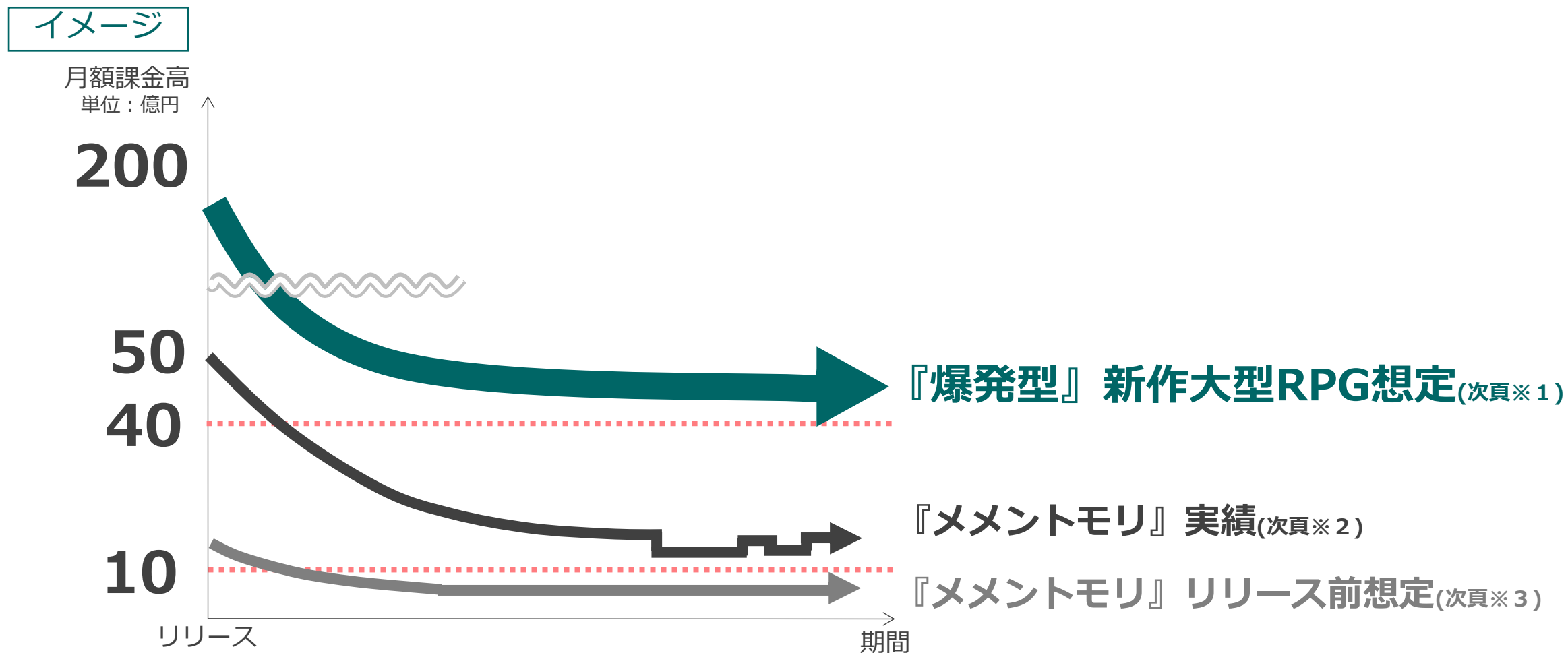
『**中長期成長型**』：年間売上高100億円以上を目指せるサービスに絞って開発

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年以上維持
- ・ 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年以上維持
- ・ 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%）

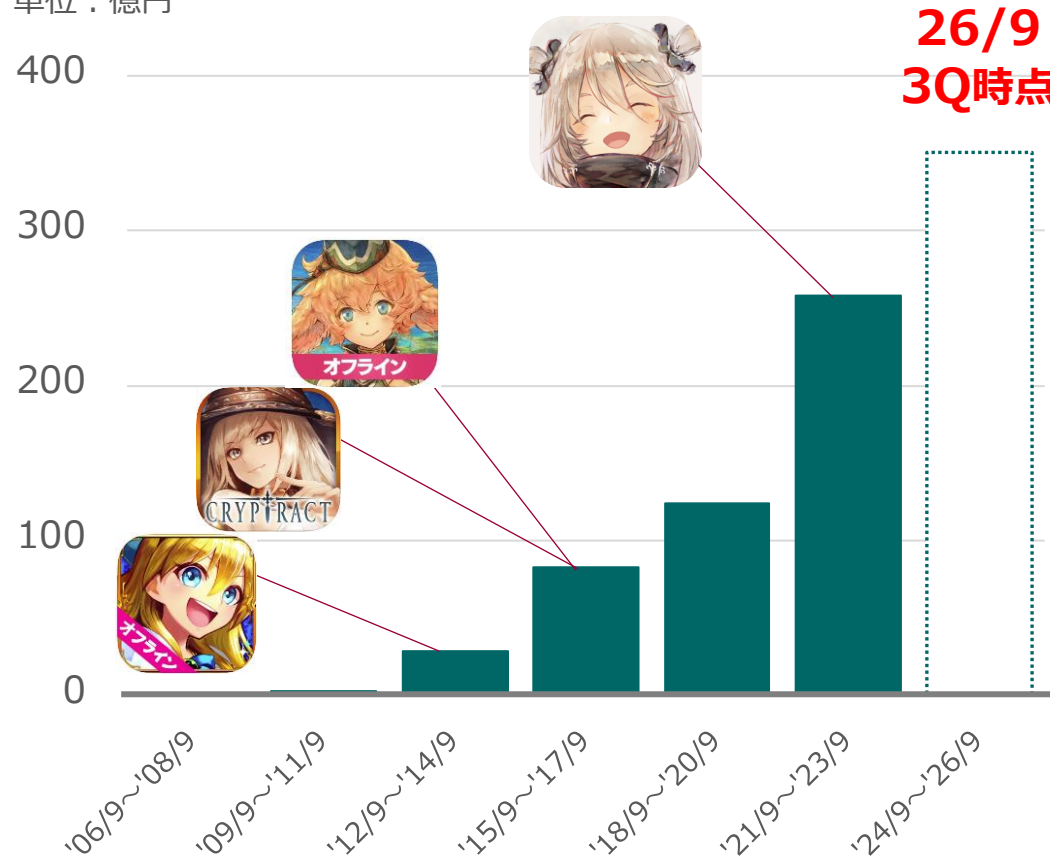
『メメントモリ』リリース前想定(※3)

日本国内のみで月額課金高5億円以上の規模を最低1年以上維持

- 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年区分ごとの業績推移において増収増益

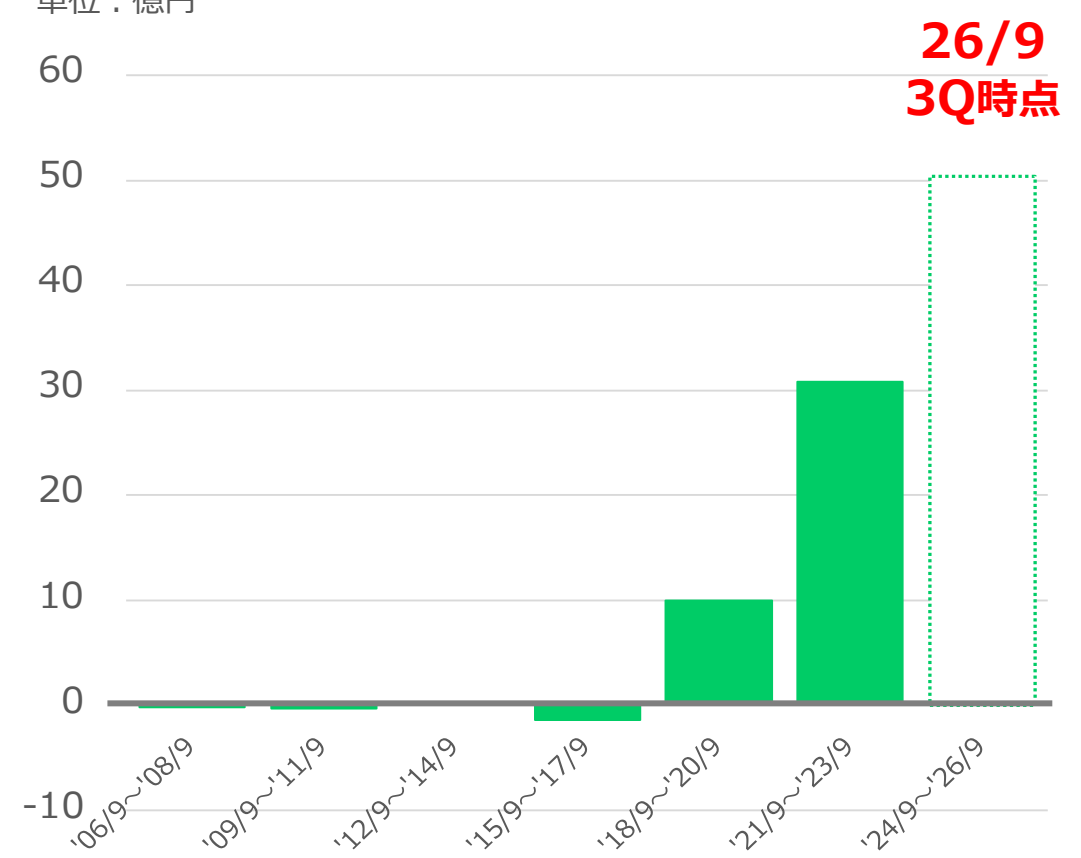
売上高

単位：億円



営業利益

単位：億円



※'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 3Qの研究開発費Q平均 **315** 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

本気のものづくりは、楽しい。

Total Focus on Craftsmanship.

「ひたむきな想い」が、新たな価値を創造する

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。

ひたむきな想いと、妥協しないものづくりへの姿勢を胸に、
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。

自分たちで作り上げる

企画からシステム、音楽、デザインまでを一貫して自社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

「ひたむきな想い」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、各キャラクターの制作に1,000時間以上をかけて、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表現が均質化し、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 さらに成長

スマートフォンゲーム『メメントモリ』が Google Play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**ものづくりへの没頭**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

有給休暇取得率

84.3%

23/10～25/9平均

社員から見た、「会社の良いところ」アンケート回答（抜粋）

- 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」アンケート回答（抜粋）

- 運動不足気味の人がチラホラ見受けられるので、社内に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

出社日において、所定の昼食代を、会社が全額補助

夜食補助

出社日において、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

近距離出社手当（3万円～）

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

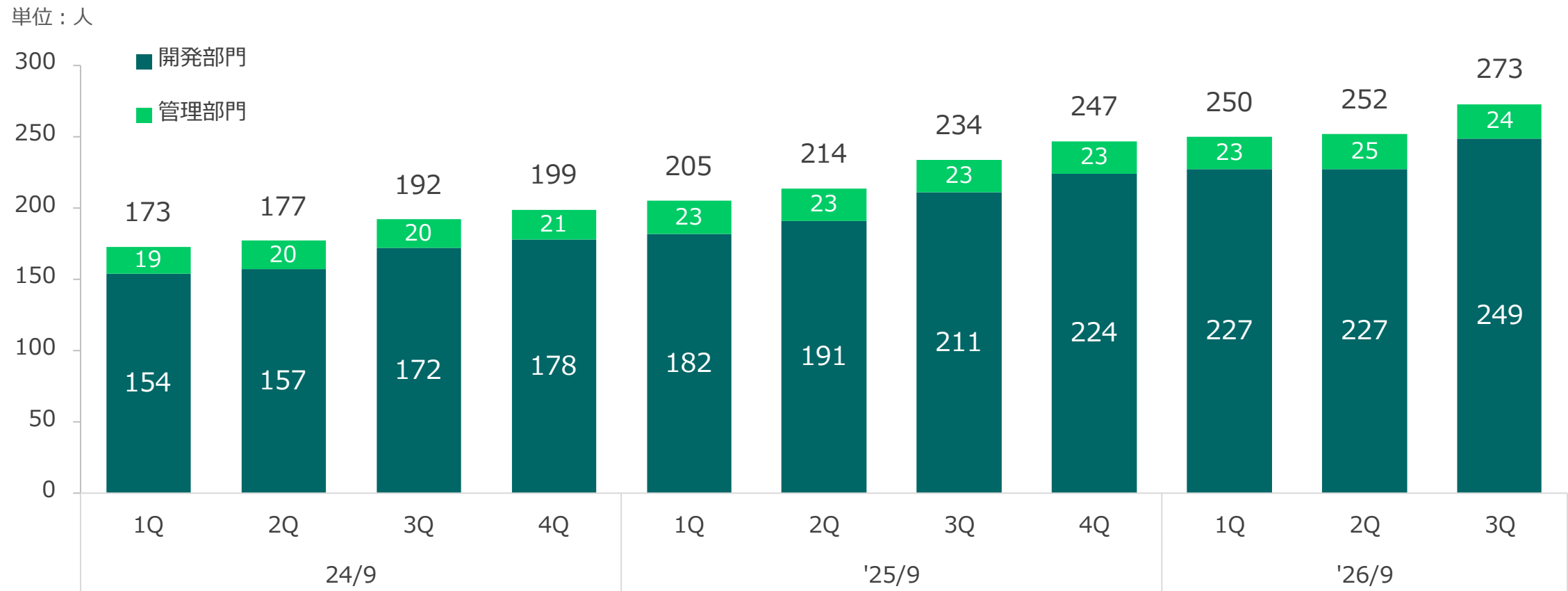
バースデー休暇

誕生日の前後1ヵ月に、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



ものづくりで世界中にファンをつくる。
つくる人も、支える人も、私たちと共に歩む仲間を募集しています。
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

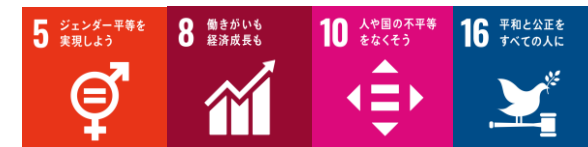
企業理念

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	273名（連結ベース）		

SDGs関連



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。

水彩調で夢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

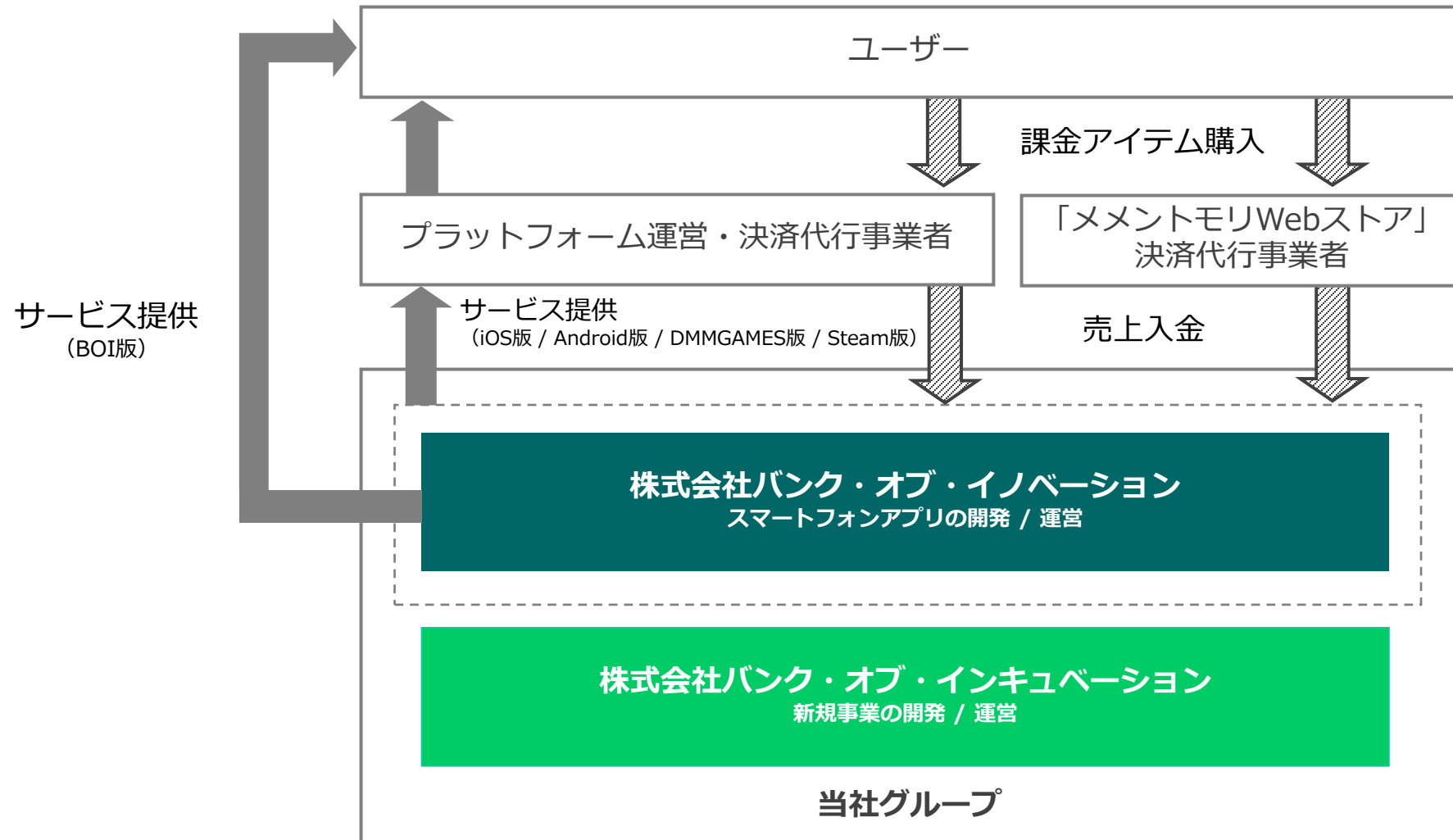
2021年4月リリース

ゲーム恋活アプリ利用者数No.1 ※No.1ゲーム×マッチングアプリ(21年4月～22年3月 日本のAndroid マッチングカテゴリーにおける月間利用者数 data.ai調べ)

『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、ユーザー様のレポートをご紹介します。

当社グループの売上高は、アイテム課金収入が大部分を占めています



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年間の累計売上高及び累計営業利益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は、営業損失を計上する可能性があります。

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の実施時期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、本資料作成時点において入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、将来の結果を保証するものではありません。

これらの将来見通しに関する記述には、様々なリスクや不確実性が内在しています。既知または未知のリスク、不確実性その他の要因により、実際の結果が本資料に記載された将来見通しと大きく異なる可能性があります。

また、本資料に含まれる当社グループ以外の情報は、公開情報等から引用したものであり、当社はその正確性、適切性等について独自の検証を行っておらず、これを保証するものではありません。