

2026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）

2026年11月16日

2026年9月期 通期業績

＜４Ｑ会計期間＞	売上高	29.2 億円	（直前Q比：+0.1％）
	営業利益	5.0 億円	（直前Q比：+25.9％）
＜　通　　期　＞	売上高	120.1 億円	（前期比：▲2.9％）
	営業利益	20.5 億円	（前期比：▲4.5％）

トピックス及び事業進捗

■ 『メメントモリ』が26年９月期３Q・４Qともに前年同期比で増収（※）

■ ４Q会計期間及び期末の主な状況

- 「PF等手数料率」：17.2%（直前Q比 ▲6.7ポイント） ➡ アプリ外決済の利用拡大により低下
- 「広告宣伝費」：5.4億円（直前Q比 ▲0.5億円） ➡ 広告効率を重視しながら機動的に運用
- 「新作開発投資」：6.3億円（直前Q比 ＋1.1億円） ➡ 主に一時的費用の計上により増加
- 「従業員数」：281人（直前Q末比 ＋８人） ➡ 開発・運営体制を強化
- 新作大型RPGを含む「本開発中」の本数：４本（直前Q末比 ±０本）

※４Q会計期間の売上高は、『恋庭』を含む全体では前年同期比で減収となったものの、『メメントモリ』は増収となっております。
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）

1．2026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．開発・運営環境

4．Appendix

1．2026年９月期 通期　連結決算業績

連結貸借対照表

- 期末時点のネットキャッシュ(※1) 6,075百万円、自己資本比率 85.3%
- 有価証券による運用額を大幅に増加(※2)
- 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 期末	2025年9月期 期末	増減率（前期末比）
流動資産	**7,818**	7,145	+9.4%
現金及び預金	**2,275**	4,186	▲45.6%
売掛金	**1,321**	1,522	▲13.2%
有価証券	**3,800**	1,200	+216.7%
固定資産	**1,168**	797	+46.4%
資産合計	**8,987**	7,943	+13.1%
負債合計	**1,323**	2,127	▲37.8%
純資産合計	**7,663**	5,816	+31.8%

※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（当期末残高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。

連結損益計算書（直前Q比 / 前期比）

- 売上高：直前Q比ではほぼ横ばい、前期比では微減
- 営業利益：直前Q比では、主にPF等手数料の減少により増益
  前期比では、広告宣伝費・PF等手数料は減少したものの、減収と開発・運営体制強化に伴う費用増により減益
- 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 4Q会計期間	2026年9月期 3Q会計期間	増減率（直前Q比）	2026年9月期 通期	2025年9月期 通期	増減率（前期比）
売上高	**2,921**	2,917	+0.1%	**12,011**	12,366	▲2.9%
売上原価	**1,656**	1,708	▲3.1%	**6,791**	6,367	+6.7%
売上総利益	**1,265**	1,208	+4.7%	**5,220**	5,998	▲13.0%
販売費及び一般管理費	**761**	808	▲5.9%	**3,163**	3,844	▲17.7%
営業利益	**503**	400	+25.9%	**2,056**	2,154	▲4.5%
（営業利益率）	（17.2%）	（13.7%）	—	（17.1%）	（17.4%）	—
四半期(当期)純利益	**839**	180	+365.4%	**1,847**	1,351	+36.7%
（四半期（当期）純利益率）	（28.7%）	（6.2%）	—	（15.4%）	（10.9%）	—

※４Q会計期間の四半期純利益が大きい理由は、株式会社Koiniwaの吸収合併に伴う同社繰越欠損金の取り込みや税効果会計によるものであります。

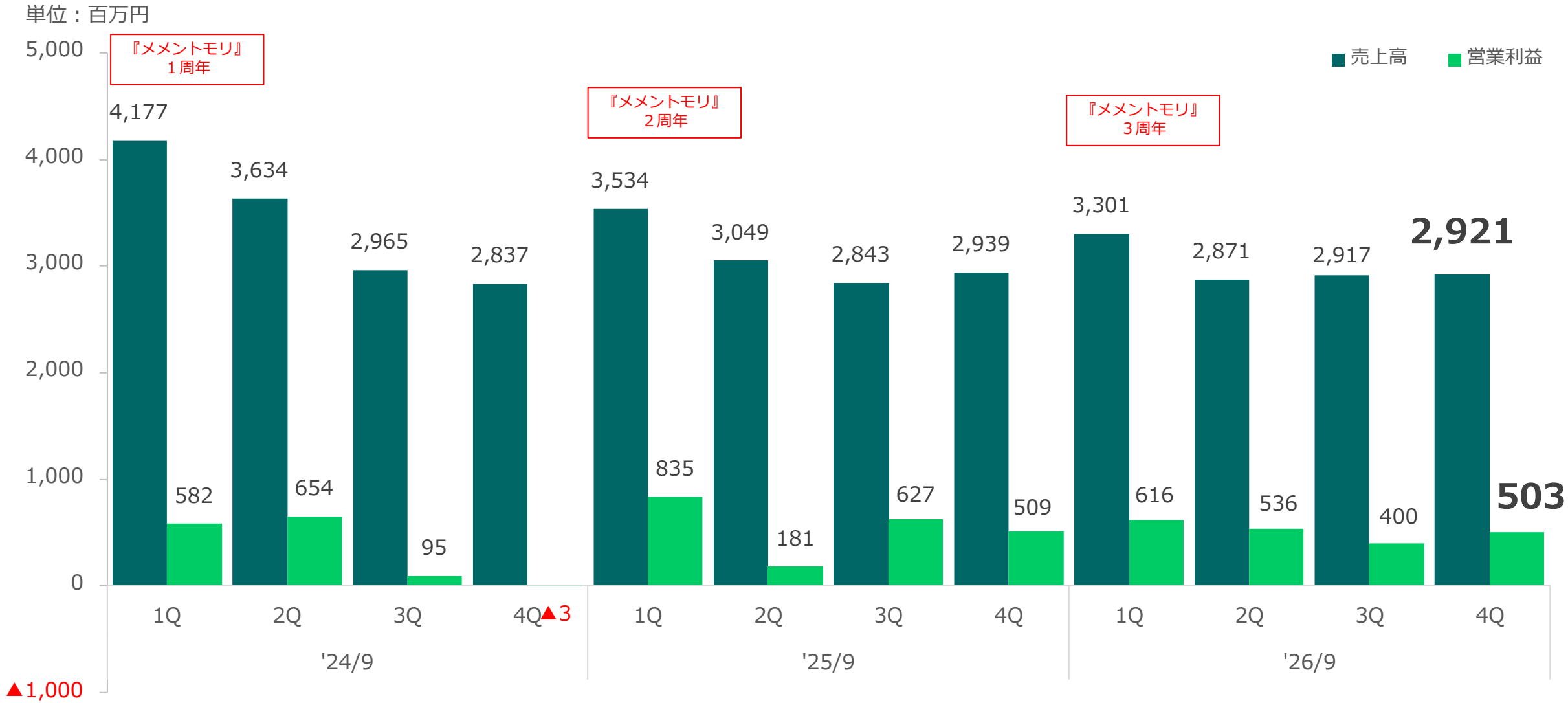
４Q会計期間（2026/7～2026/9）で計上した営業利益の内訳

	売上高		売上原価及び販管費		営業利益
４Q会計期間 PL計上額	2,921百万円	－	2,417百万円	＝	503百万円
既存タイトル運営	2,921百万円	－	運営費用等(※1) 1,785百万円	＝	**『運営利益』 1,135百万円**
新作ゲーム 新規サービス 開発			開発費用(※2) 631百万円	＝	**『新作開発投資』 ▲631百万円**

※１．売上原価及び販管費のうち『新作開発投資』を除く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。
　２．４Q会計期間（2026/7～2026/9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。

四半期連結業績推移

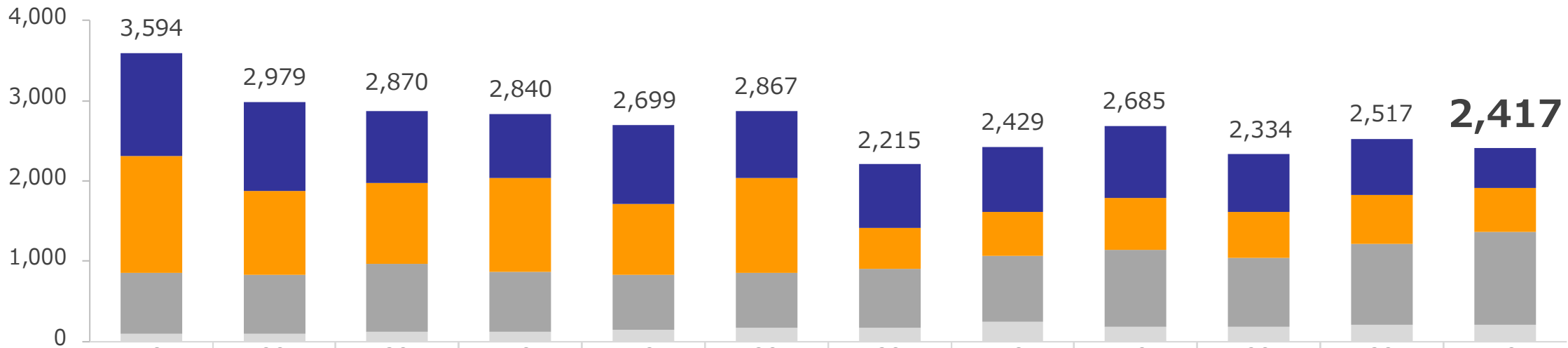
- 『メメントモリ』は、リリース時の1.3倍以上の運営人員体制で、10年以上の長期運営を目指す
- 収益基盤の安定化と開発・運営体制の強化を同時に推進



四半期連結営業費用推移

- PF等手数料：「メメントモリWebストア」（アプリ外決済）の利用により、PF等手数料率が低下
- 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。2027年９月期は53億円程度を見込む（※）

単位：百万円

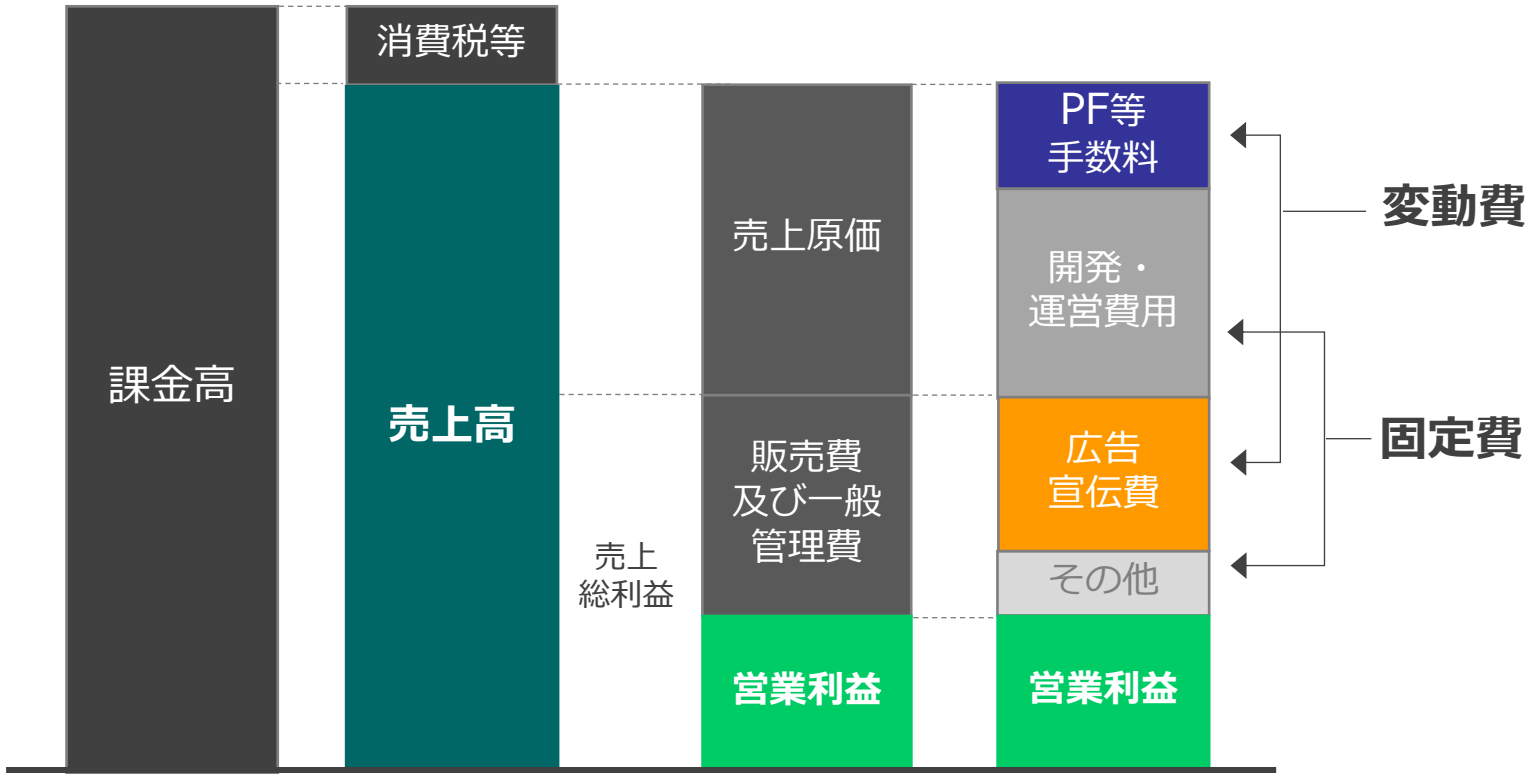


	24/9 1Q	24/9 2Q	24/9 3Q	24/9 4Q	'25/9 1Q	'25/9 2Q	'25/9 3Q	'25/9 4Q	'26/9 1Q	'26/9 2Q	'26/9 3Q	'26/9 4Q
PF等手数料	1,282	1,101	889	800	987	832	798	815	897	719	696	502
広告宣伝費	1,454	1,050	1,014	1,176	878	1,184	514	543	649	578	601	549
開発・運営費用	759	738	852	746	685	677	737	833	952	857	1,012	1,154
その他	99	90	113	117	148	173	164	237	186	179	207	211

※2026年９月期４Qの固定費には、一時的費用が含まれております。また、今後の人員拡大等により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。

＜参考イメージ＞ 当社グループの会計処理

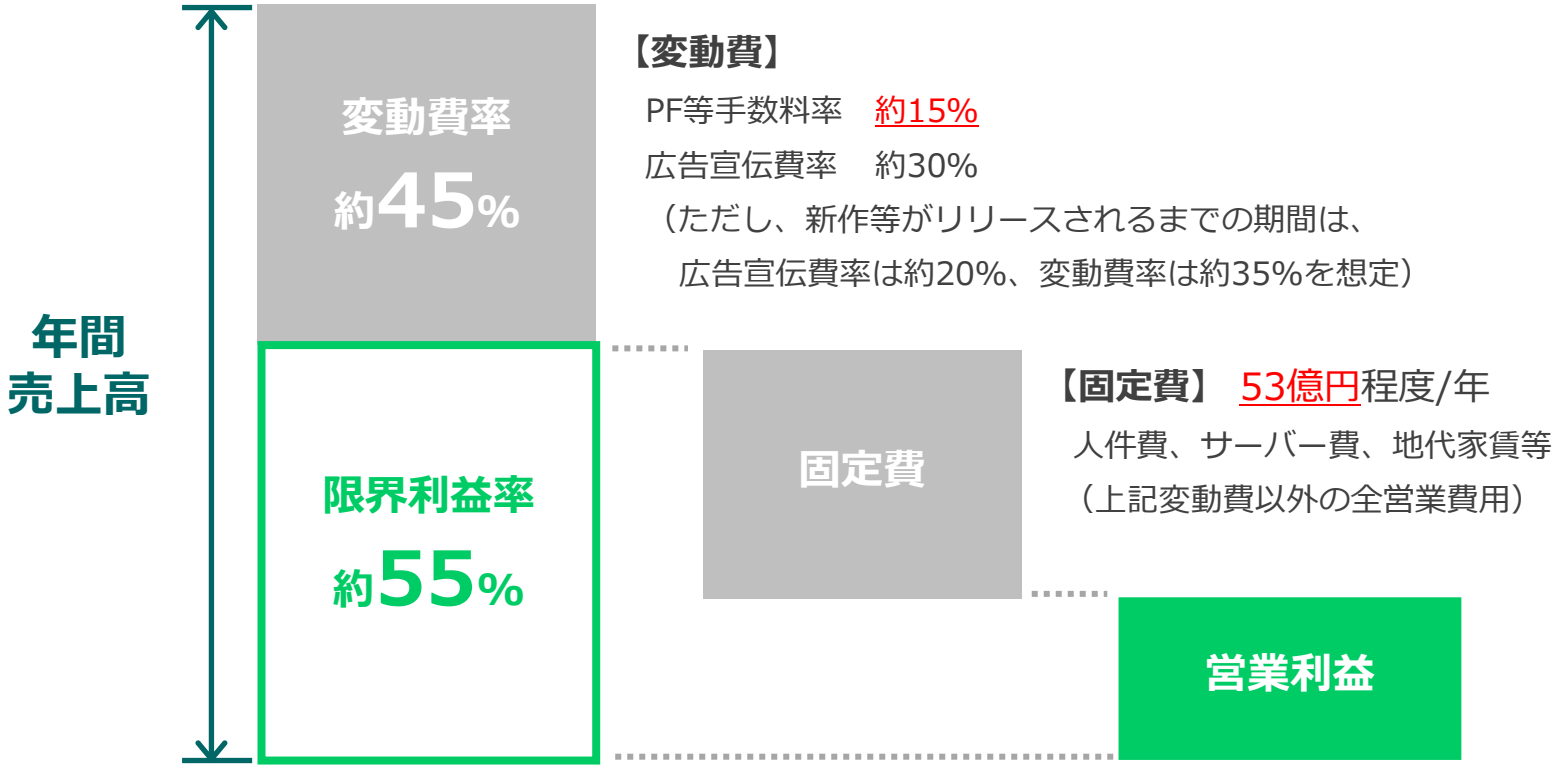
- 課金高から消費税等を控除した金額を売上高として計上
- 事業部費用（開発・運営費用）は売上原価、バックオフィス費用は販管費に計上



※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ございません。
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

売上高 × 限界利益率 － 固定費 ＝ 営業利益



【変動費】

PF等手数料率　約15%

広告宣伝費率　約30%

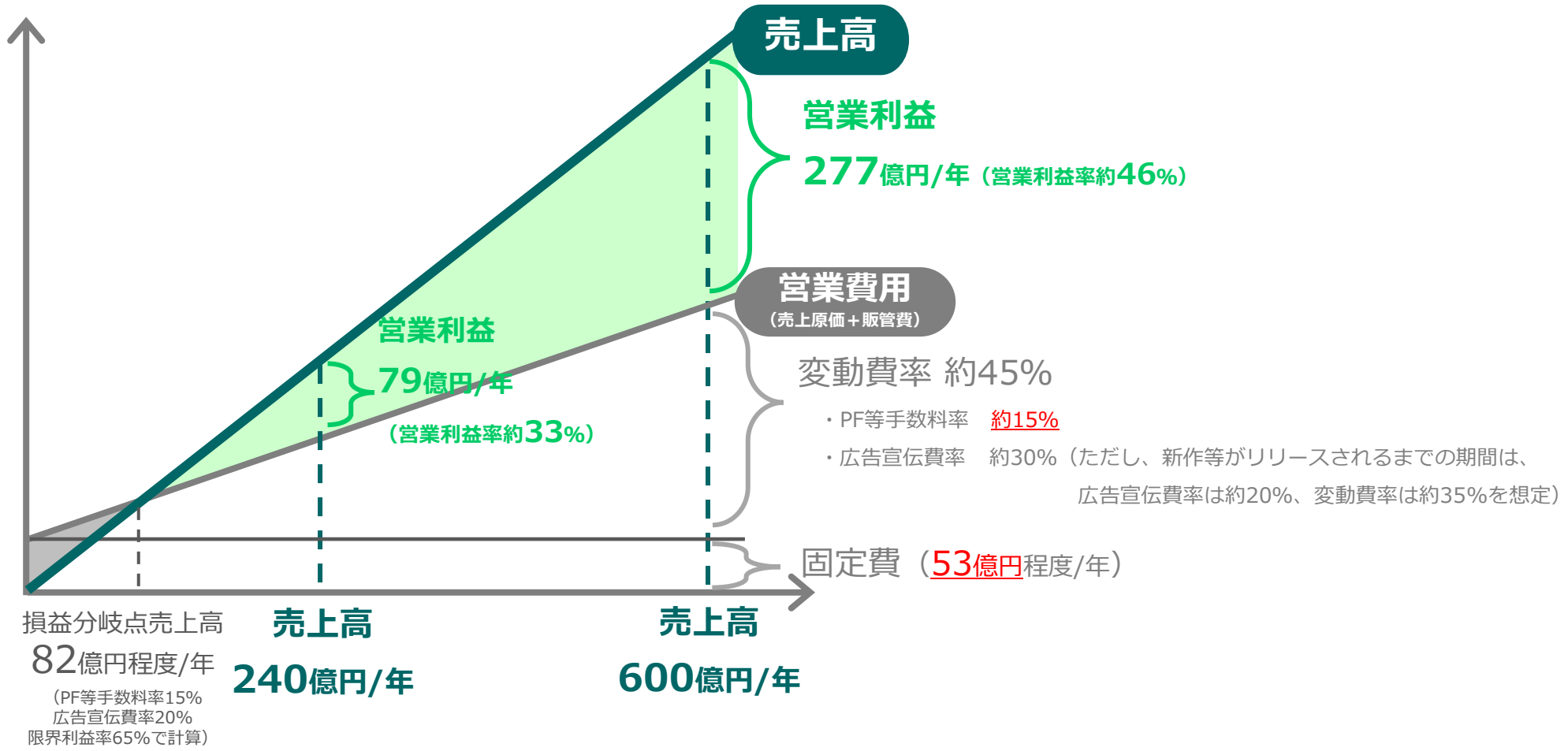
（ただし、新作等がリリースされるまでの期間は、
広告宣伝費率は約20%、変動費率は約35%を想定）

【固定費】 53億円程度/年

人件費、サーバー費、地代家賃等
（上記変動費以外の全営業費用）

※「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、および開発・運営体制の強化に伴う固定費の増加を反映した前提としております。
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ございません。
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

４周年キャンペーンをゲーム内外で開催

（2026/10/15～2026/11/29）





キャンペーンの詳細は[こちら]をご覧ください。

『メメントモリ』：App Store / Google Play / DMMGAMES / BOI版 / Steam

「メメントモリ 公式スタンプ Vol.1」(全24種)
販売開始



公式LINEスタンプ購入ページ
https://line.me/S/sticker/36861434

「メメントモリ Lament Collection Vol.4」デジタルリリース



Apple Music、Spotify、YouTube Musicほか、
各種音楽配信サービスにてストリーミングおよびダウンロード配信

「メメントモリ 4th Anniversary POP UP SHOP」
「メメントモリ Art Shop 京都」
「Gratte」コラボおよび「メメントモリ アニメイトフェア Autumn 2026」開催

アニメイト「Gratte」コラボ・
アニメイトフェア Autumn 2026

【期間】2026/10/30～2026/11/29

メメントモリ アニメイトフェア Autumn 2026 | アニメイト





「メメントモリWebストア」において、
お客様の決済情報は、以下のとおり管理しております。

「メメントモリWebストア」では、お客様に安心してご利用いただけるよう、
メガバンクグループの決済システムを利用しています。

お客様にご入力いただくクレジットカード番号などの決済情報は、
当社のシステムを経由せず、決済システム側で直接処理されます。

当社のシステムでこれらの情報を保持・処理することはありません。

「メメントモリWebストア」
（お知らせ 2026/10/30 決済情報の取り扱いについて）
https://webstore.mememori-game.com/

フェーズ移行イメージ

2012年～2023年
ヒット率重視
自社IPのRPG独自開発体制
確立フェーズ

- 高品質ものづくり精神
- 競争優位確立
- ガバナンス、職場環境
- 従業員数 168人
  （23年9月末時点、業務委託等含まず）
- 成長資金、財務基盤

2024年～
大きく攻める
フェーズ（※1）

- 新作大型RPG リリース（※2）
- 新規サービス リリース（※3）
- 他社IPのゲーム リリース
- ロングヒットタイトル運営
- 海外展開強化
  （2024年時点、海外売上高比率10%超）
- グローバルIP展開

持続的成長フェーズ
売上高　1,000億円（海外50%超）
営業利益　300億円以上

- 新たなエンタメ／サービスの創出
- ユーザーとのつながりの強化
- 多様な従業員の活躍
- サステナブル活動の推進
- ステークホルダーへの価値の創造

※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、現預金等の手元資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達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 100億円以上を目指せるサービスに絞って開発

- ４Q会計期間の『新作開発投資（ゲーム・サービス開発費合計）』は 631 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

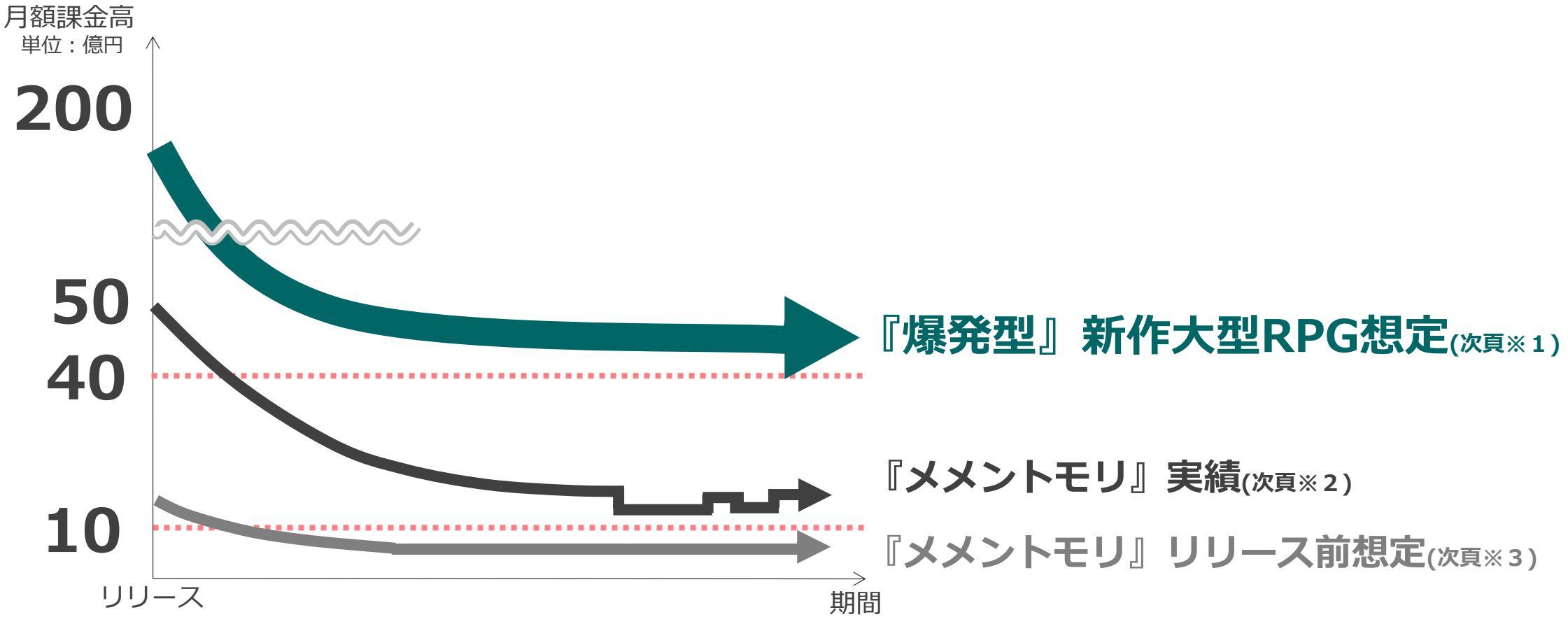
『中長期成長型』：年間売上高100億円以上を目指せるサービスに絞って開発

爆発型	中長期成長型
新作大型RPG２本	『恋庭』改良版／海外版 ＋ 新規サービス３本

※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情報としており、ご回答できかねます。今後のIR又はニュースリリースをお待ちください。

『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）

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)

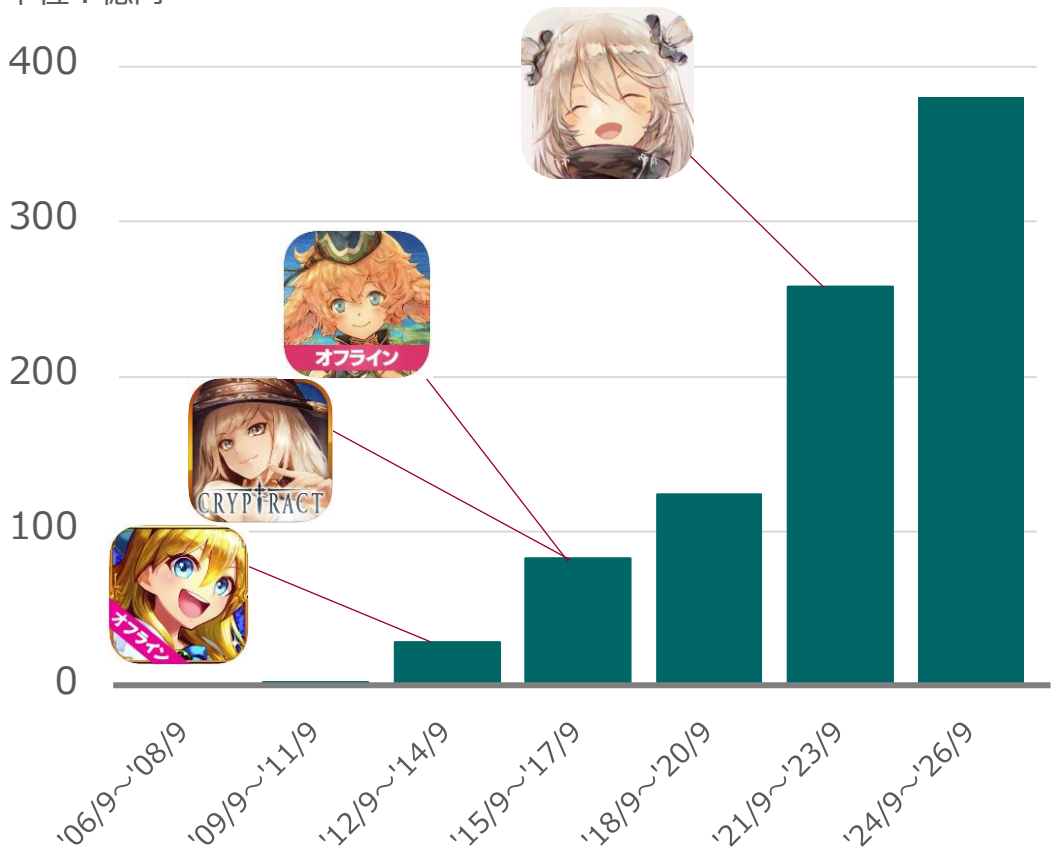
日本国内のみで月額課金高５億円以上の規模を最低１年以上維持

※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。

- 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

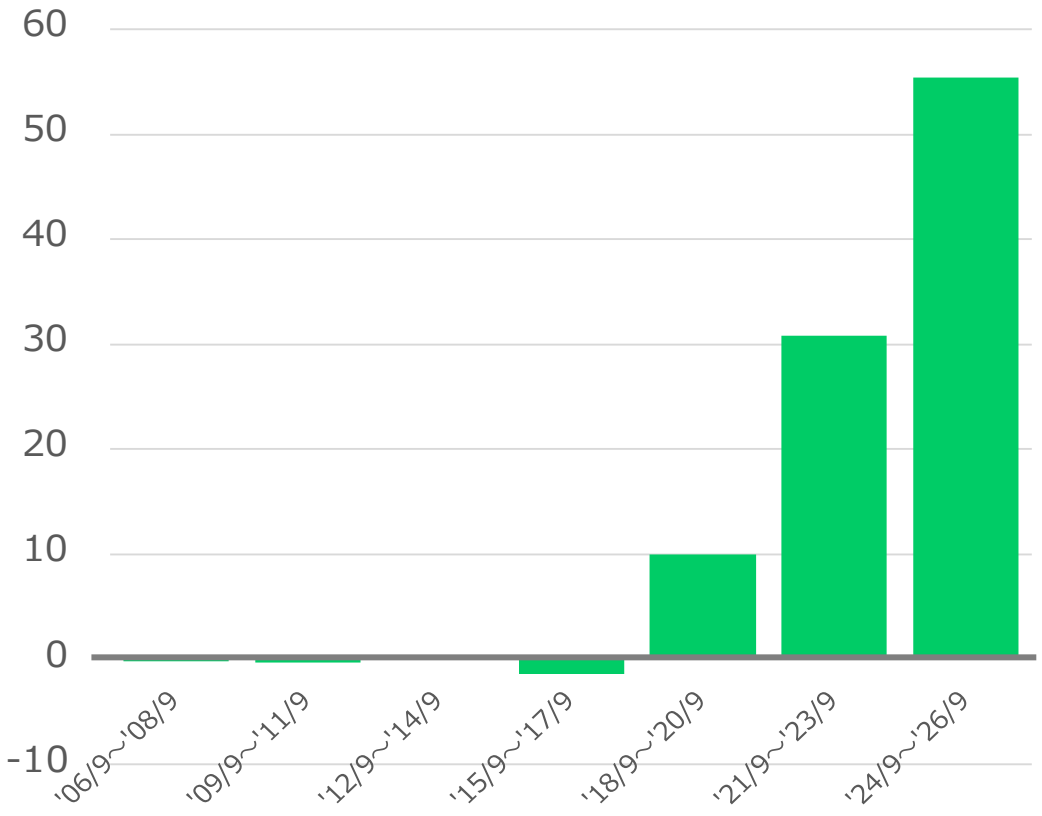
売上高

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 の研究開発費Q平均 **342 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、
妥協しないものづくりを胸に、

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、「ひたむきな想い」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。

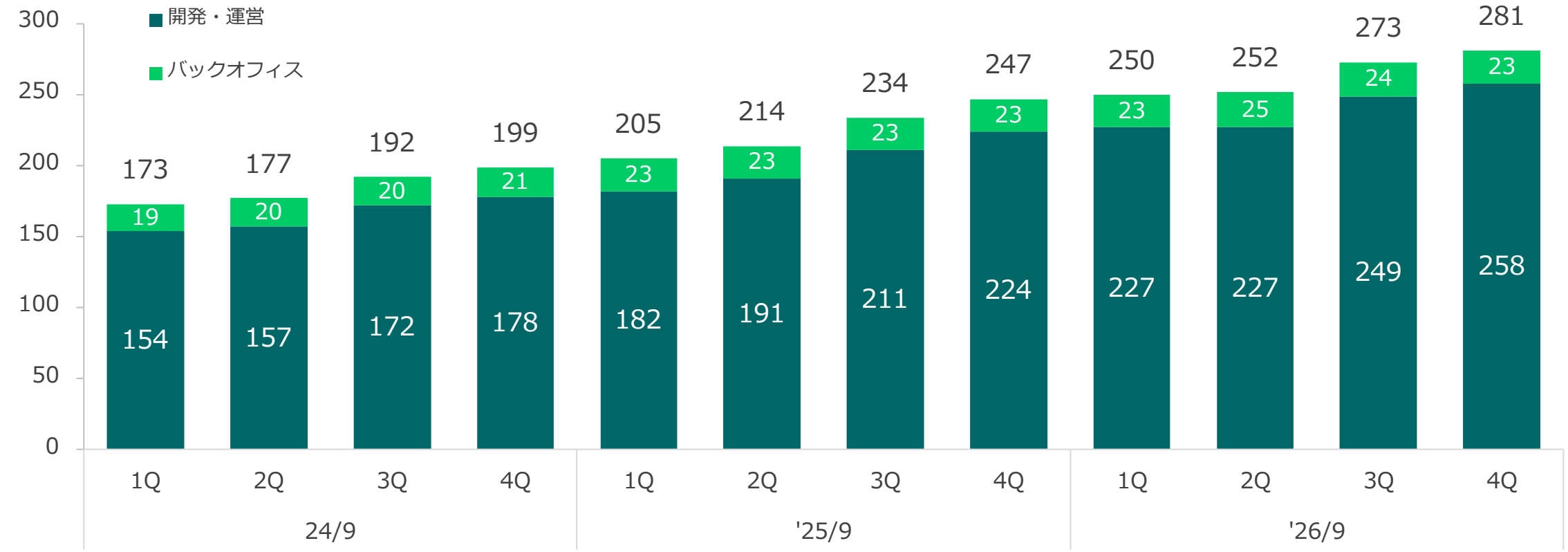


全世界×大ヒット

世界中で遊ばれるゲームを作る

従業員数の増加により
開発・運営体制がより一層強化

単位：人



※従業員数は就業人員であり、契約社員、アルバイト、他社からの派遣社員及び業務委託者は含んでおりません。

『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。

採用情報

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	
従業員数	281人（連結ベース）	
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
URL	https://boi.jp/	

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



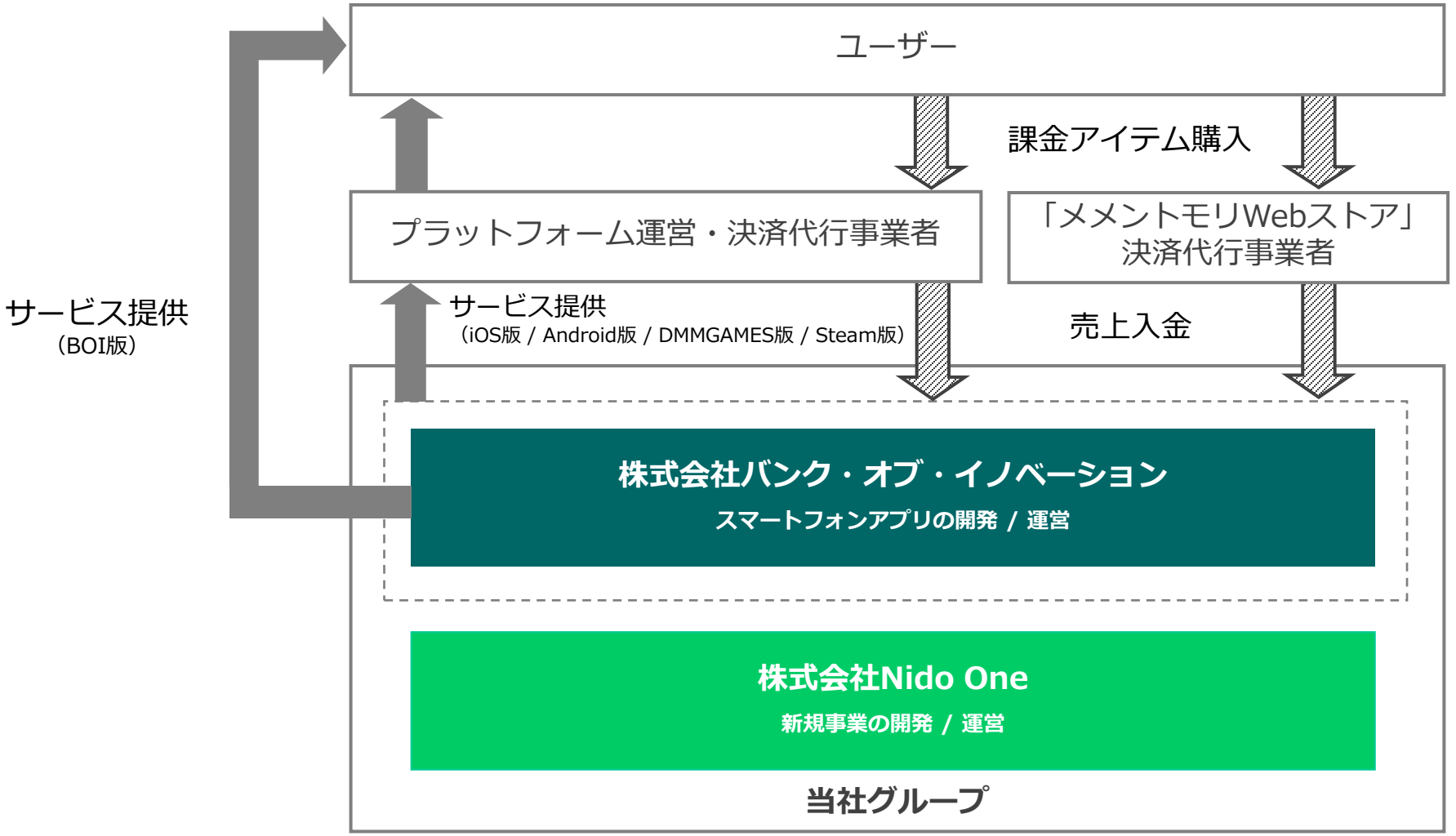
ゲーム恋活アプリ利用者数No.1 ※No.1ゲーム×マッチングアプリ(21年4月～22年3月 日本のAndroid マッチングカテゴリーにおける月間利用者数 data.ai調べ)

『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ています。

当社グループの売上高は、大部分がアイテム課金収入です



※１．当社は、2026年7月1日付で当社を存続会社、完全子会社である株式会社Koiniwaを消滅会社とする吸収合併を行いました。なお、株式会社Koiniwaの事業は当社が承継しております。
２．株式会社Nido One（旧 株式会社バンク・オブ・インキュベーション）は、2026年10月１日付で、新設分割により、株式会社PopOutを設立しております。

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

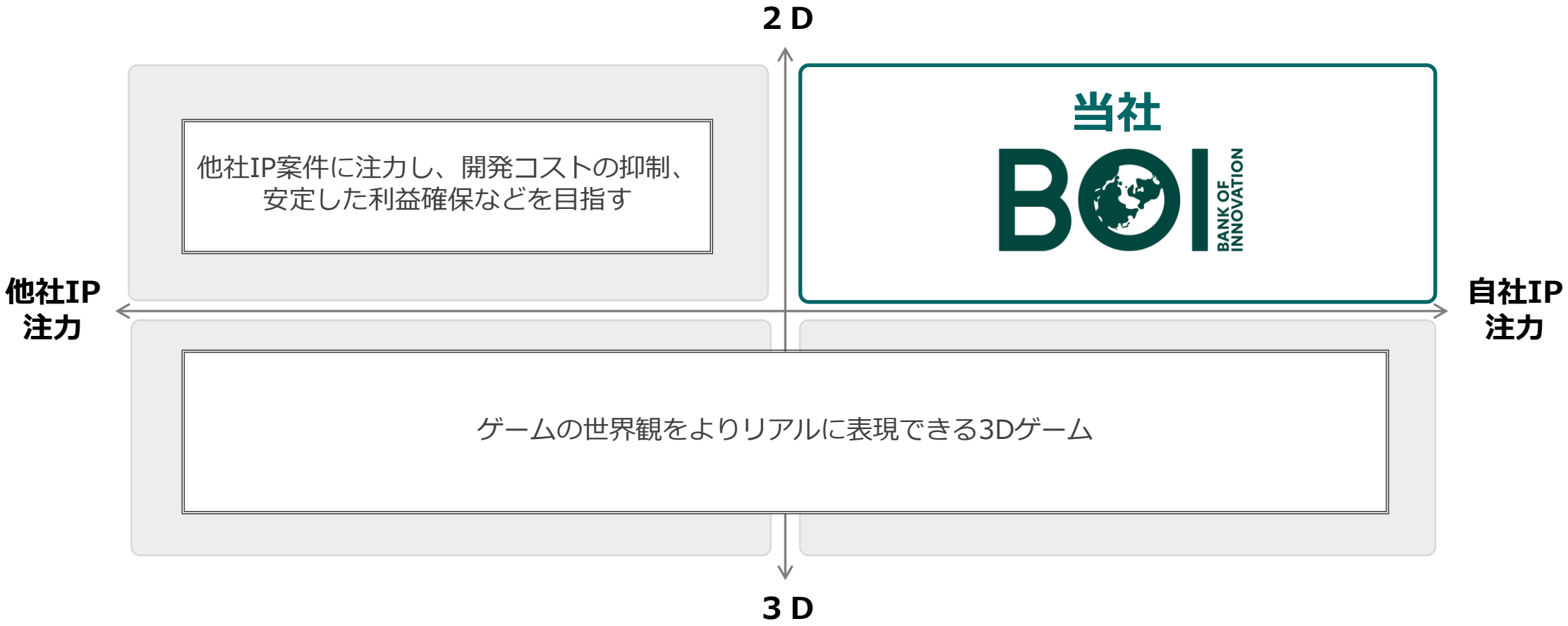
当社グループでは、既存タイトルのPDCA改善による長期運営によって売上高の減少を最大限抑えながら安定運営を行うとともに、概ね数年ごとの新作RPGや新規サービスのリリースによって年間売上高をそれまでの数倍規模に一気に引き上げることで、非連続的に成長していくことを目指しております。ただし、開発費用を全て即時費用処理していること、また開発・運営のライン数を絞ることによって、売上高が損益分岐点を下回る期間には、営業損失を計上する可能性があります。

④ 配当による株主還元について

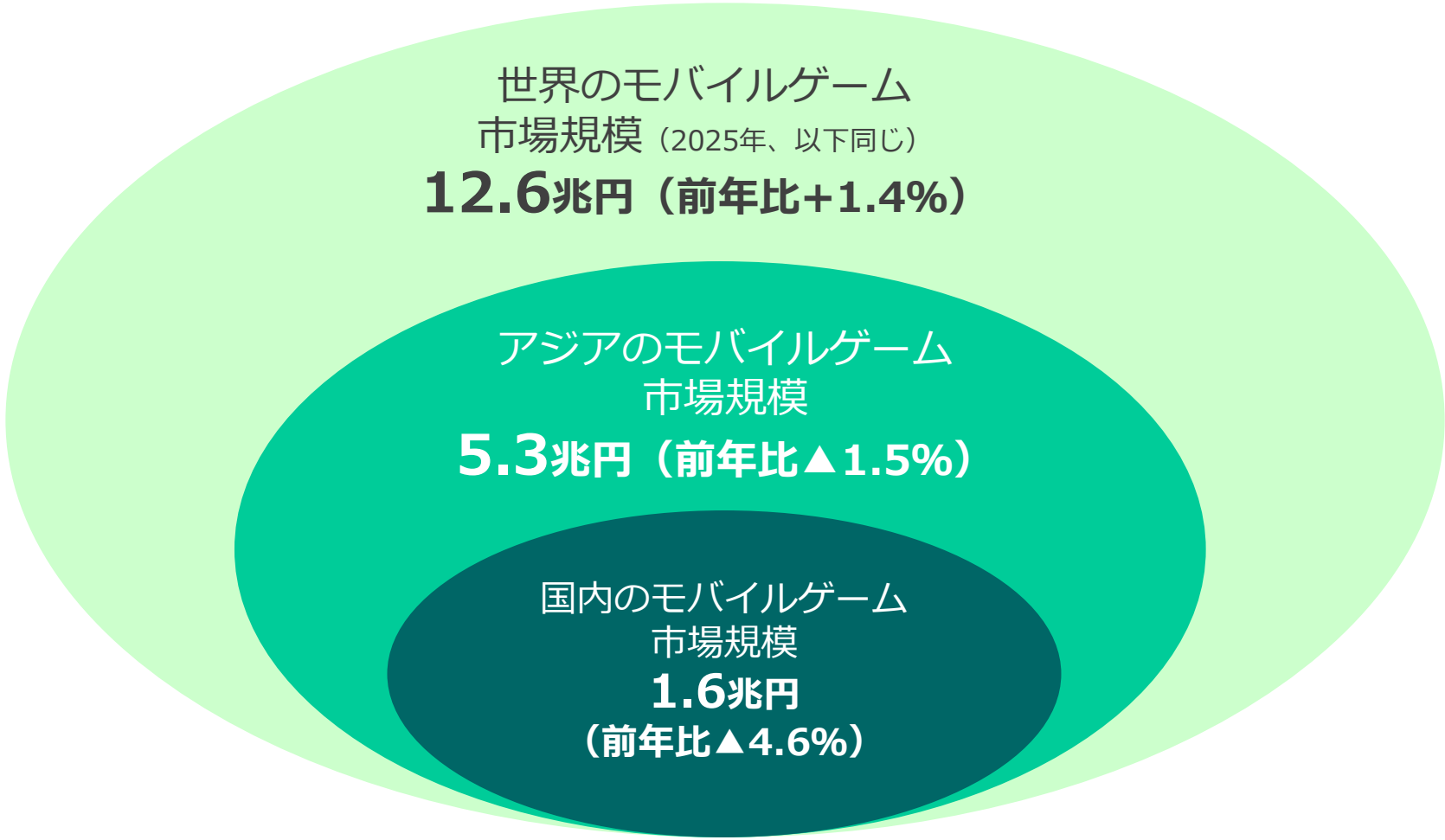
当社は、当面の間、内部留保ならびに再投資によって１株当たり株主価値を向上させていくことを優先させていただくため、配当による株主還元の実施時期は未定としております。

当社は、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。

（『他社IPのゲーム』は、2026年9月期末時点で1件のみ）



世界市場は前年比で拡大した一方、日本・アジア市場は縮小しました。



※出所：「ファミ通モバイルゲーム白書2026」の2025年速報値と2024年のデータをもとに当社作成。なお、2024年のデータは、前年資料で使用した2024年速報値とは異なります。

『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（2027年９月期）（※広告宣伝費を除く）	
ゲーム	『新作大型RPG』２タイトル及び『他社IPのゲーム』：開発費用 16億円
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 ３億円

■2026年９月期先行投資計画と実績の差異

①『新作大型RPG』２タイトル及び『他社IPのゲーム』開発費用 10億円の投資計画について、実績は13.3億円となり、開発体制の強化により計画を上回りました。

②『恋庭』改良版／海外版開発費用５億円の投資計画について、実績として4.1億円の投資となりました。

③『新規サービス』開発費用２億円の投資計画について、実績として2.3億円の投資となりました。

主な事業等のリスク

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行うほか、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。

※本記載内容以外のリスクについては、本資料のほか有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせてご参照ください。



本資料には、将来見通しに関する記述が含まれています。これらは、作成時点で入手可能な情報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。
また、既知・未知のリスクや不確実性を伴うため、事業環境の変化その他の要因により、実際の結果が記載された見通しと大きく異なる可能性があります。

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す。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、
これらを保証するものではありません。

本資料は、次回の通期決算発表時期を目途に更新・開示する予定です。なお、財務数値及び事業の進捗に関する事項は、四半期ごとに開示する予定です。

© Bank of Innovation, Inc.