

2026年1月期 決算補足説明資料

株式会社エニグモ

(2026年3月16日)

2026年1月期 第4四半期ハイライト

1 26/1期実績

構造改革に伴う一時投資費を織り込みつつ費用管理は徹底し、営業利益は当初計画を上回る形で着地

売上高は計画を下回るも前年度比で増収を達成

売上高：6,295百万円 (計画比 96.7% / 前期比 106.2%)

営業利益：46百万円 (計画比 153.6%)

◎ 構造改革の進捗

- ・ 第4四半期で成長を牽引する「仕組みの導入と基盤強化構築」の下準備を進め、27/1期本格展開へ
- ・ 有価証券売却益等による利益押し上げに加え、主要事業の収益効率も着実な進展

2 27/1期方針（見通し）

「3つのミッション」(P.11参照)を達成し、再成長への道筋を確かなものとする構造改革「PHOENIX PROJECT」の推進により、収益力の回復と事業基盤の拡充を両立

28/1期営業利益20億円に向けて、27/1期はさらに一時投資を実施

売上高：7,267百万円 (前期比 115.4%)

営業利益：44百万円 (前期比 95.3%)

◎ 構造改革の重点施策

- ・ BUYMAの再成長：AI活用による生産性の極大化を推進し、商品・集客・CVRの3本柱を強化し、BUYMAが「選ばれる理由」の創出と「買われる機会」の最大化により、成長軌道への回帰を図る
- ・ ポートフォリオ経営の進化：BUYMA TRAVELの拡大に加え、ヘルスケア領域やM&Aを通じた第三の収益源確立を迅速に進め、盤石な収益構造を構築

3 株主還元：1株当たり30円配当の確約

構造改革期間（26/1期・27/1期）は、以下の通り配当を実施

- ・ 配当金額：30円（普通10円+記念20円）
- ・ 還元方針：安定配当の継続を通じて、株主の皆様のご支援に報い、還元と経営規律を両立

目次

1.2026年1月期の通期実績

2.2027年1月期の連結業績予想

3.各事業の進捗と27/1期計画

4.株主還元

5.Appendix

2026年1月期 通期実績

連結業績概要

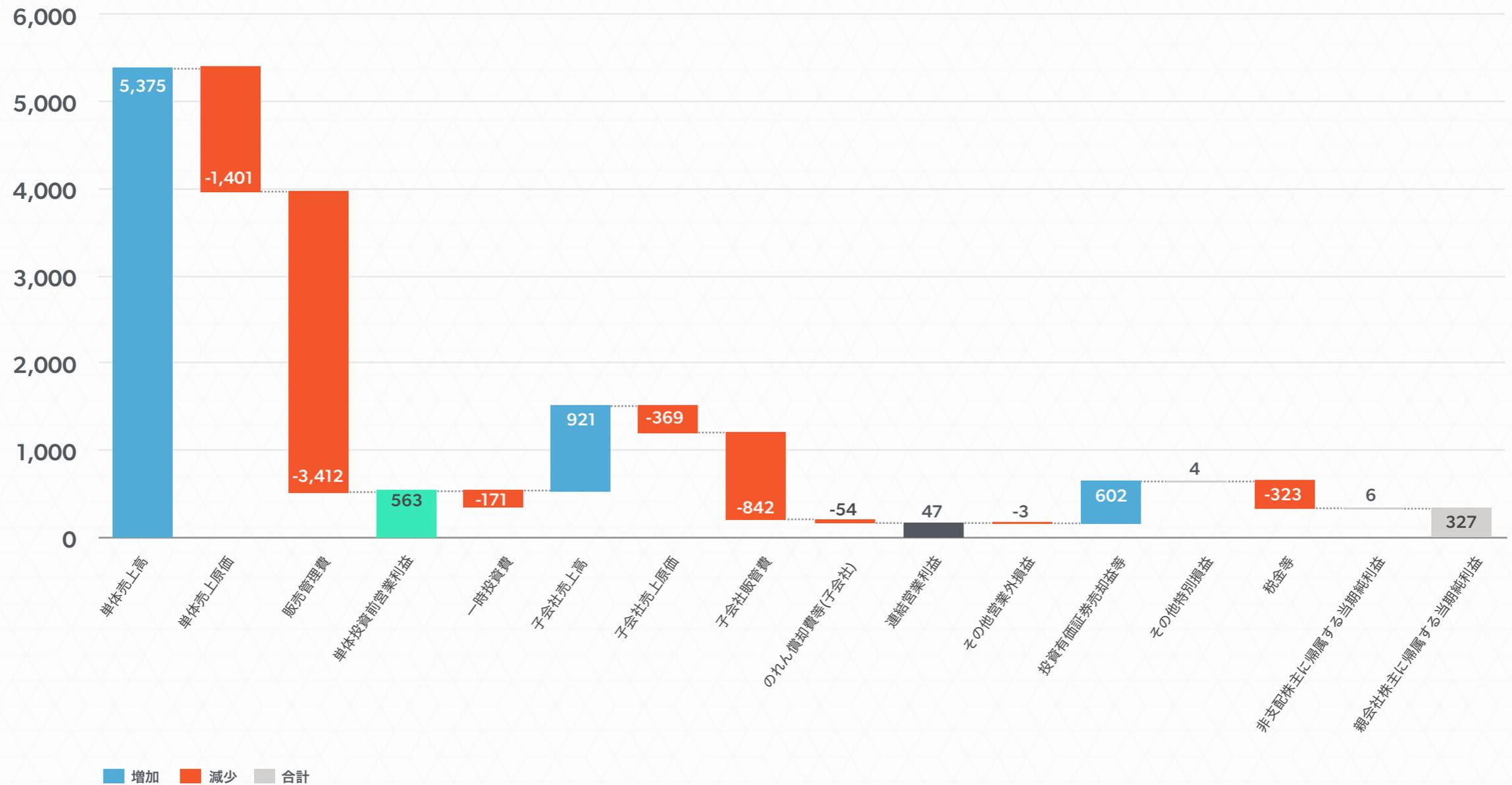
- ▶ 構造改革による一時投資費（170百万円）を織り込みつつ費用管理を徹底し、営業利益は計画を上回る形で着地
- ▶ 売上高は計画を下回るものの、前期比+6.2%と伸長し、主要事業における収益効率も着実に向上
- ▶ 一時的な有価証券売却益も含め、経常利益についても計画を大きく上回る着地

(単位：百万円)

	2026年1月期 実績	2026年1月期 連結業績予想	差異	達成率
売上高	6,295	6,505	▲209	96.7%
売上総利益	4,525			
販管費	4,478			
広告費	1,213			
人件費	1,981			
営業利益	46	30	16	153.6%
経常利益	43	2	41	2054.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	326	387	▲61	84.4%
調整後EPS	17.79円	19.39円	▲1.60円	91.7%

2026年1月期連結業績実績（内訳）

(単位：百万円)



事業別業績

- ▶ エニグモ (単体)：一時投資後も継続的に成長が見込める領域への投資加速。売上高 5,375百万円、営業利益 391百万円を計上。
- ▶ BUYMA TRAVEL：旅行需要の回復により取扱高が伸長。売上高 906百万円を記録し、基盤が着実に拡大。

(単位：百万円)

	2026年1月期 エニグモ (連結)	のれん	その他	エニグモ (単体)	BUYMA TRAVEL	ゲツラク
売上高	6,295		▲1	5,375	906	15
売上総利益	4,525			3,974	541	11
販管費	4,478	51	2	3,582	824	18
広告費	1,213			1,121	87	4
人件費	1,981			1,647	322	11
営業利益又は営業損失 (▲)	46	▲51	▲4	391	▲282	▲6
経常利益又は経常損失 (▲)	43	▲51	▲15	413	▲296	▲6
親会社株主に帰属する当期純利益又は当期純損失 (▲)	326	▲51	5	707	▲327	▲6

2027年1月期 連結業績予想

2027年1月期 連結業績予想

- ▶ PHOENIX PROJECTに伴う一時投資費（約5億円）を織り込みつつ、クリスタル社の新規連結による収益基盤の拡大により、売上高は前期比115.4%の大幅な伸長を見込む。
- ▶ 売却予定の投資有価証券売却益（約8億円）については、新経営方針に基づき事業への再投資や株主還元に充当。
- ▶ 目先の段階利益に拘らず「高収益な事業体質」への転換を最優先する一方、親会社株主に帰属する当期純利益は前期比151.1%と大幅な伸長を見込み、28/1期以降の成長ステージへ接続。

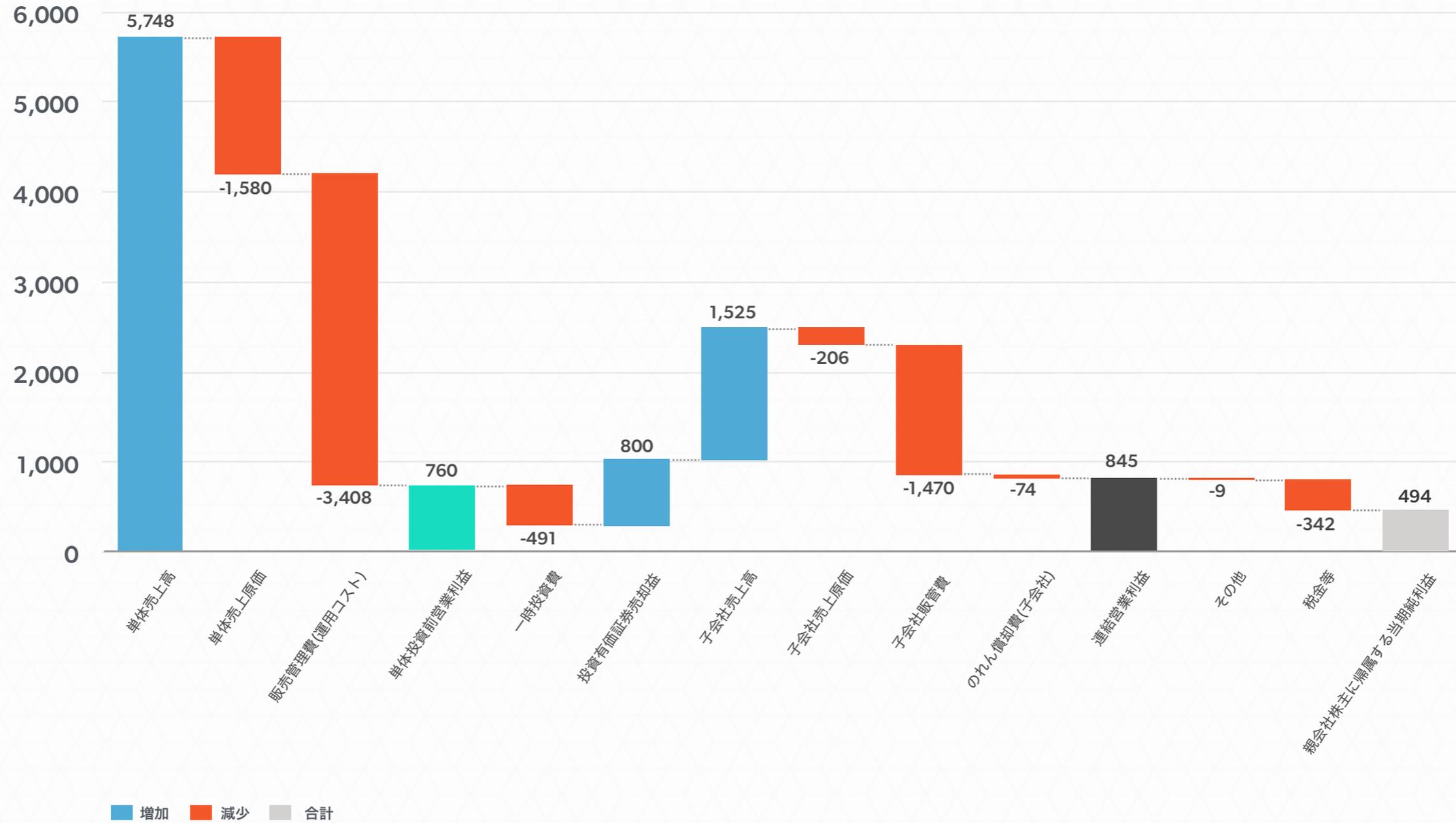
(単位：百万円)

	2027/1期 連結業績予想	2026/1期 前期実績	前期比
売上高	7,267	6,295	115.4%
売上総利益	5,481	4,525	121.1%
販管費	5,436	4,478	121.4%
営業利益	44	46	95.3%
経常利益	40	43	92.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	493	326	151.1%
調整後EPS	20.88円	17.79円	117.3%

*連結営業利益はのれん償却額を考慮した金額となっております。

2027年1月期 連結業績予想 (内訳)

(単位：百万円)



構造改革を成功させるために必達の「3つのミッション」とAI基盤強化

「3つのミッション」の完遂と全社的なAI実装により、28/1期の営業利益20億円・調整後EPS40円の必達を目指す。

1 中核事業「BUYMA」
の成長回帰

28/1期
営業利益目標

12億円



2 「BUYMA TRAVEL」の
事業の柱への育成

28/1期
営業利益目標

3億円



3 新規事業・M&Aによる
第三の収益源の創出

28/1期
営業利益目標

5億円

AIによる事業基盤強化

(事業発展×業務効率化)

再成長に向けた「PHOENIX PROJECT」

- ▶ 構造改革期間（26/1期・27/1期）における「3つのミッション」達成とAI基盤整備を行い、盤石な事業ポートフォリオを構築するプロジェクト
- ▶ 一時投資後も効果が持続する「仕組みの導入」「基盤強化・構築」へリソースを集中し、本質的な継続成長できる事業構造を27/1期中に確立

商品強化

- ▶ 出品者の拡大
(出品者向けアプリの導入)
- ▶ 出品効率の向上
(出品者サポートAIの導入)
- ▶ 優良商品の安定供給網の構築
(法人ショップとのデータ連携強化)

集客強化

- ▶ SEO/AIOの構造的対策
- ▶ ブランド資産への投資
(認知、好意度の獲得)

CVR強化

- ▶ AIでさがす機能の導入
- ▶ AIによるパーソナライズ機能の導入
- ▶ AIによる検索精度の向上と新たな検索手法の導入

土台と成長領域

- ▶ 土台：安心安全/PR活動
- ▶ 成長領域：Vintage
(商品供給網の拡大、買取/販売体制の強化)
- ▶ 成長領域：BUYMA TRAVEL
(ガイド獲得、SEO対策)

AIの最大活用

- ▶ AIによる全社横断的なナレッジ共有システムの導入
- ▶ AI駆動開発の全社展開

その他・種まき

- ▶ 海外向け販売対応（サイトの多言語化）
- ▶ 組織強化
- ▶ 新事業のローンチと次なるユニコーンへの投資

AI実装の進捗

- ▶ 先行領域でのAI活用により、顧客体験および業務効率の両面で有効性を確認。
- ▶ 現在は全社展開に向けた標準化・運用設計のトライアル段階にあり、28/1期からの成長ステージへ接続する基盤を構築中

26/1期 成果ハイライト

事業発展

AI検索利用者：CVR 2倍

「AIでさがす」機能が購入率（CVR）向上に直結

外部送客数：155%増

AIによるSEO記事量産（176%増）で集客力を最大化

アクティブサポート実装

トラブルの予兆検知・先回り対応によりLTVを向上

商品データの構造化

AI解析で検索精度を劇的に改善、出品負荷を軽減

業務効率化

開発リードタイム：1/3に短縮

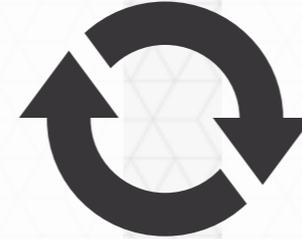
AI仕様書駆動開発によりリリース速度が3倍に加速

インフラ構築工数：80%削減

AWS移行等の大規模案件を最小リソースで完遂

スパム投稿阻止

AI自動検知により監視コスト削減と安全性を両立



全社標準化に向けたトライアルを継続し、運用体制を確立へ

各事業の進捗と27/1期計画

BUYMA

2026年1月期実績

総取扱高
YoY 93.3%

売上高
53.7億円
(YoY 95.2%)

- ▶ ユー口高の影響が下半期に顕在化し、Q3からの取扱高が失速目標のYoY100%超に対して課題の残る着地
- ▶ 販促・AI等の戦略投資を優先し営業利益は低下したが、構造改革を通じた中長期の利益創出を最重視

2027年1月期目標

総取扱高
YoY 103%

売上高
57.0億円
(YoY 106.1%)

- ▶ 「選ばれる理由」の創出と「買われる機会」の最大化により、BUYMA全体でYoY103%を目指す
- ▶ 商品・集客・CVRの3本柱を軸に、多様な顧客に刺さる施策を複数打ち込み成長を加速

トピック

VINTAGE

前期比331%超と急伸

(単位：百万円)



海外法人の参入

新規20ショップ以上と連携

商品ラインナップの充実



BUYMA studio

年間来場者数1.1万人突破

27/1期はさらなる活用拡大を推進



BUYMA

事業環境

為替影響と価値再定義

- ▶ ドル円は安定傾向もユーロは高止まり
- ▶ 様々な顧客層が「なぜBUYMAで買うのか？」を再定義し、競争力（商品・集客・CVR）の強化が不可欠

ターゲット層の拡大

- ▶ 高額層依存から進化し、バリュー層・ファッション初心者へ刺さるパーソナライズ化が急務

リセール（中古）市場の急伸

- ▶ BUYMA全体の取扱高はYoY93.3%に留まったものの、ビンテージ領域はQ4も高成長
- ▶ 為替耐性強化と海外輸出を見据えたポートフォリオの進化が重要

供給網のグローバル化

- ▶ ラグジュアリーブティックからアウトレット、海外中古法人まで、供給元の多様化が加速

重点施策

三本柱(商品・集客・CVR) を強化し103%の達成へ

✓ 商品供給力の抜本強化

モバイル出品刷新による若年層獲得、および有力店API連携による出品数の増加/拡大

✓ 集客

SEO/AIO、認知施策・SNS施策と広告とMAツールの運用を深化させ、集客数を回復

✓ CVR

AIをフル活用し、各種CVRを改善

その他

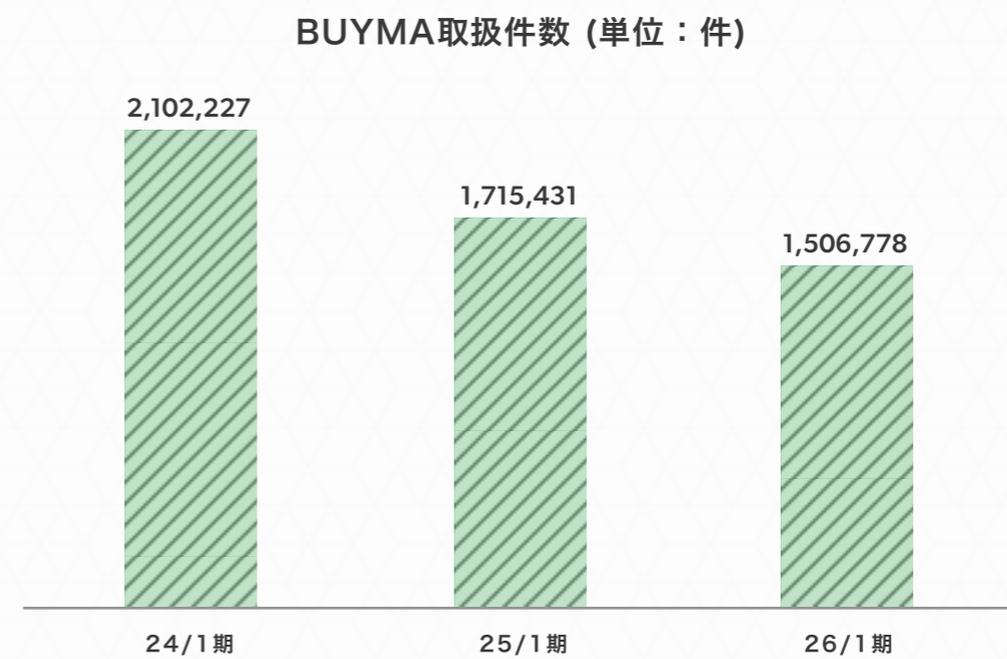
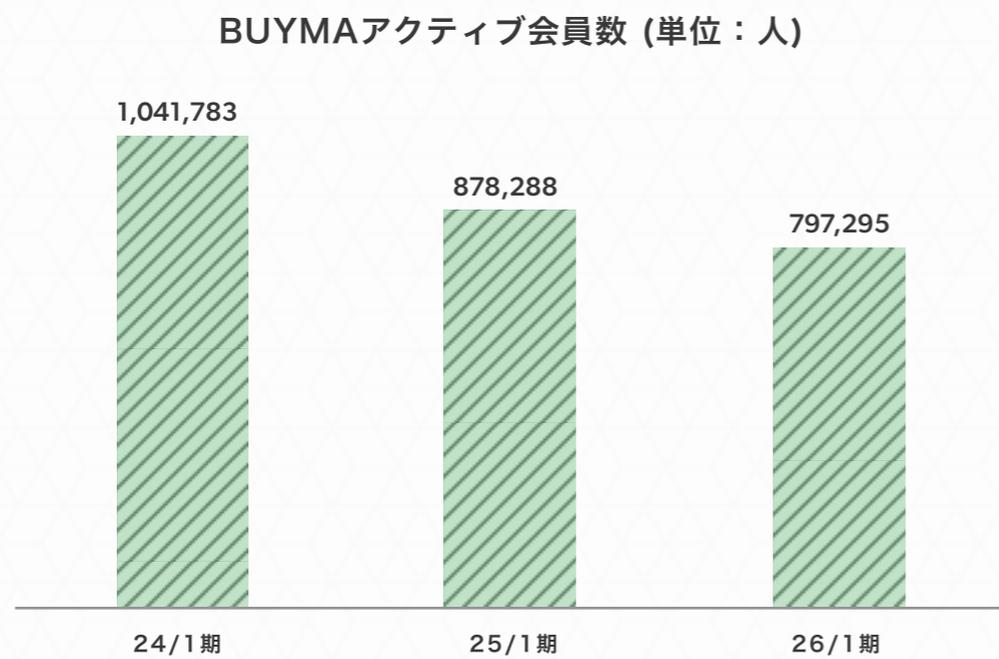
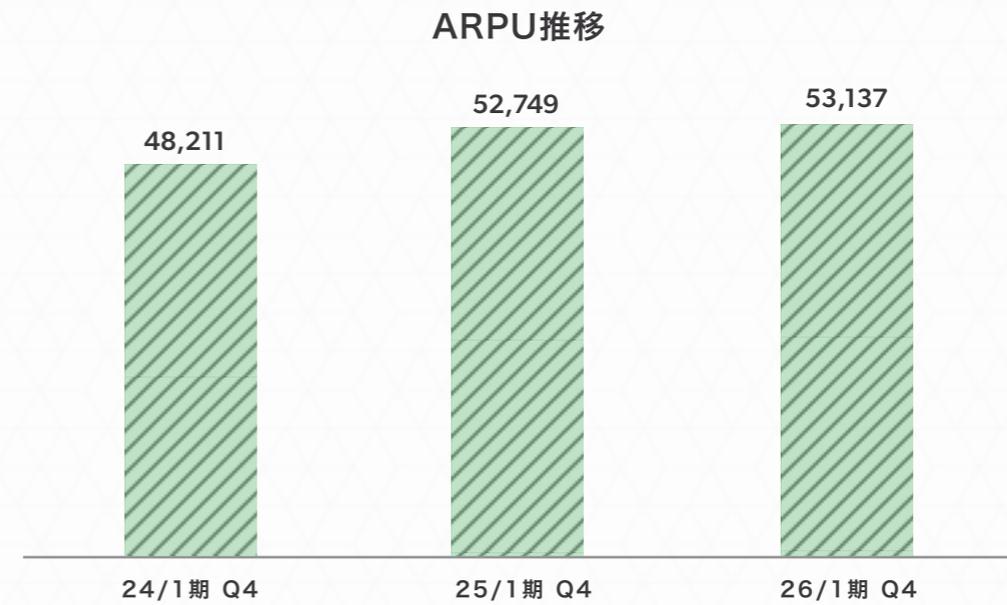
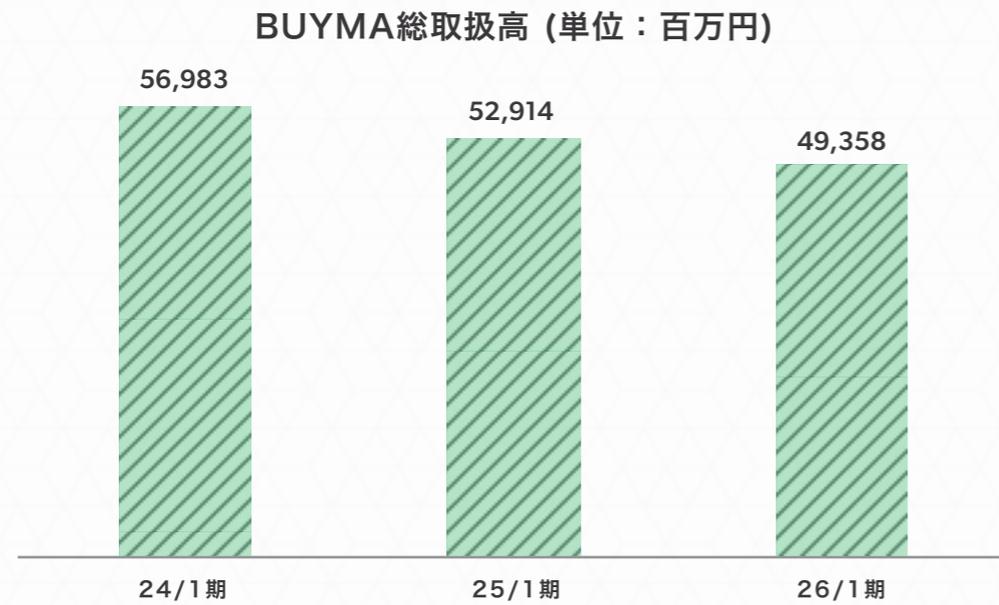
✓ ビンテージ領域の急拡大

取扱高約3倍への引き上げ、高成長フェーズに移行

✓ 安心・安全

データ駆動型の自動監視体制と鑑定パートナーとの連携強化・拡充により、安心・安全な購入体験を提供

[参考] BUYMA 主要KPI



※総取扱高：成約した取引における商品代金と決済手数料等を含む決済額

※アクティブ会員数：過去一年間に購入履歴がある会員数

※ARPU：該当期間におけるアクティブユーザー一人当たりの平均総取扱高

BUYMA TRAVEL

2026年1月期実績

総取扱高
(プラットフォーム*)

2.4億円

売上高
(海外アクティビティサービス)

8.7億円

- ▶ プラットフォーム*は営業利益は赤字着地ながら、総取扱高YoY185%超と高成長をキープ
- ▶ 海外アクティビティサービスによる収益でプラットフォーム側の赤字を補填しつつ、次期黒字化に向けた基盤構築を推進

*Hello Activity事業とホテル事業を除く

2027年1月期目標

総取扱高
(プラットフォーム*)

7.4億円

売上高
(海外アクティビティサービス)

13.1億円

- ▶ 成長著しいプラットフォームの勢いを加速させ、年度内の単月黒字化および28/1期の3億円の利益創出を目標とする

*ホテル事業を除く

プラットフォーム
(BUYMA TRAVEL)

(単位：百万円)

(件)



海外アクティビティサービス

(単位：百万円)

(件)



BUYMA TRAVEL

事業環境

◎ プラットフォーム

市場回復と競争激化に伴う差別化

旅行者数が回復傾向にあり、現地体験や送迎、ガイド等の利用ニーズが急伸、収益機会が拡大

一方で、競合他社との比較選別が厳しい市場環境下において、選ばれ続けるためには、圧倒的な商品数と利便性による差別化が不可欠

外部プラットフォームからの脱却と自社集客

自律的な集客構造への転換が必要

SEOやコンテンツ強化により、広告に頼らない低コストな流入経路の確立が求められる

◎ 海外アクティビティサービス

主要拠点の収益性向上

旅行者の戻りにより下期に回復を見せたハワイ拠点の効率化が重要課題

垂直統合によるシナジー創出

買収予定のクリスタル社とのPMIを加速し、グループ全体の利益を最大化する構造へ転換

重点施策

◎ プラットフォーム

✓ 供給網の圧倒的拡充

世界最大級の予約プラットフォームとの連携により1.3万品超の商品数を確保し、多様な旅行需要を取り込む

✓ UI/UXの抜本的刷新

サイト全体のUI/UXを見直し、ユーザー体験の向上と予約成約率の最大化を推進

✓ 自律的な集客構造の確立

大手検索エンジンの旅行枠連動やSEOを徹底し、低コストで持続可能な流入経路を構築

◎ 海外アクティビティサービス

✓ 経営陣による現場主導の再建

BUYMA TRAVEL社の代表・取締役を現地へ配置し回復基調にあるハワイのオペレーションを直接指揮

✓ 垂直統合によるサプライチェーンの内製化と利益率向上

フォーマルトランス社の元請け的存在であるクリスタル社との統合を完遂し、グループ利益を最大化

新規事業・M&A

26/1期実績と27/1期目標・方針

2026年1月期実績

投資有価証券の売却益を活用し、ファッション以外の成長領域で協業・新規投資を実行

2027年1月期目標・方針

ヘルスケアを含めた各種新規事業の育成、利益貢献度の高いM&Aの実行、および約8億円の投資有価証券売却益創出による成長領域への再投資

27/1期 重点施策

✓ ヘルスケア事業のローンチと収益化

重要投資先である(株)サイキンソーと協同で進めてきたパーソナライズドサブサービスが26年夏にローンチ予定
当社の会員基盤・デジタルマーケティングノウハウを駆使して、成長著しいヘルスケア市場を新たな事業基盤として確立

✓ 利益貢献度の高いM&Aの実行

グループ化後直ちに利益貢献に繋がる企業のM&Aに注力

✓ グループ会社の新規事業育成

HOUSE REVO(株)、(株)ゲツラクのグループ会社2社で手掛ける新規事業について、コンテンツマーケティング強化やマネタイズポイントの追加等を行い収益化を進める

➔ **新規事業&M&Aにより28/1期での営業利益5億円を目指す**

新規事業・M&A

投資先との共創

新規事業

◎ パーソナルサプリ [サイキンソー協業]

事業ステータス：

最終調整フェーズ、26年夏サービスローンチ予定

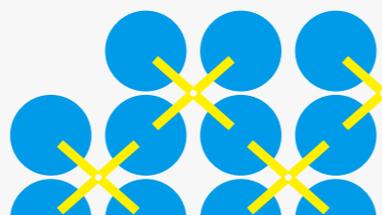
競争優位性：

(株)サイキンソーの保有する膨大な「腸内細菌叢データ」に基づき、個人の体質に最適化したサプリメントを訴求力のある価格で提供するサービス

市場背景・戦略目標：

- ▶ 年平均成長率15%以上で急拡大する「パーソナライズ栄養市場」をターゲットに設定
- ▶ ファッション、旅行に続く「第三の成長領域」を確立

Flora X



戦略的投資

◎ SURF HOLDINGS [Music x AI]

投資コンセプト：

投資有価証券売却益を、次なる高成長領域へ再配分

投資対象のポテンシャル：

世界中の音楽クリエイターとバイヤーを繋ぐ音楽制作のボーダレスプラットフォーム「SURF MUSIC」を運営

音楽&エンターテインメント業界に精通する経営陣により徹底的に磨きこまれたプロダクトは業界関係者の注目も高く、次なるユニコーン候補

戦略的シナジー・将来価値：

将来的なキャピタルゲイン獲得にとどまらず、ファッション領域と関連性の高い音楽・アーティストとの事業連携も狙っていく

有価証券
売却益



再配分



 SURF

株主還元

配当方針

構造改革期間（26/1期、27/1期）は配当1株30円を確約
成長ステージ移行後（28/1期～）は利益成長を配当へ連動
調整後EPSの向上を通じてトータルリターンの最大化を目指す

26/1期・27/1期

構造改革期間

配当30円 (26/1期、27/1期固定)

配当利回り約7.4%

※株価403円(26年1月30日時点)ベースで算出

28/1期以降

成長ステージ

「配当性向50%」「DOE5%」

いずれか高い方を採用

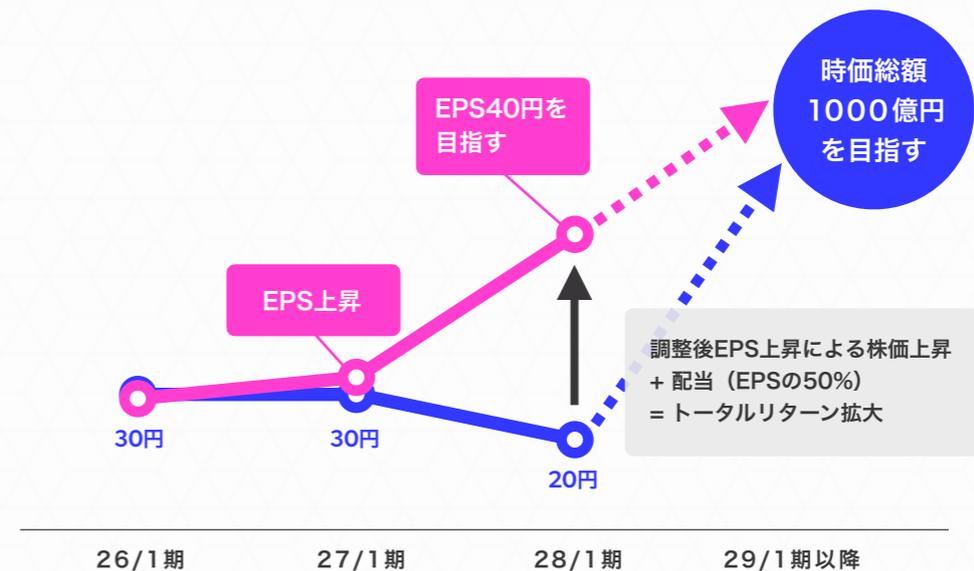
安定配当で「待つ」フェーズ（安定と規律）

- ▶ 過去実績10円の3倍（普通配当10円+記念配当20円）で株主還元を確約
- ▶ 構造改革期間中の株主支援を得つつ、改革と「先行投資」を強力に実行（AIによる生産性向上、BUYMA TRAVEL、M&A）

株価上昇+配当ベース底上げの「収穫」フェーズ



トータル・リターン
最大化への
戦略的移行



株主優待制度

株主還元及び当社グループ事業への理解促進を目的として、株主優待制度を導入しています。

【株主優待の内容】

基準日における保有株数に応じて、『BUYMA』もしくは『BUYMA TRAVEL』で利用可能な「株主優待クーポン」を贈呈

- ・ 200株～500株未満：2,000円分
- ・ 500株～1,000株未満：5,000円分
- ・ 1,000株～：10,000円分

【対象株主】

毎年7月31日現在の株主名簿に記載または記録され、継続保有の要件として、同一の株主番号にて2回連続(1月末及び7月末)で株主名簿に200株以上の保有が記載または記録されている株主様が対象

※次回株主優待は、2026年1月31日の基準日の株主様であり、なおかつ2026年7月31日まで継続保有している場合の方々が対象

本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、
投資勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載されている業績予想及び将来予測につきましては、
現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものであります。
予想にはさまざまな不確定要素が内在しており、
実際の業績はこれらの将来見通しと異なる場合があります。

お問い合わせ先
株式会社エニグモ IR担当
ir@enigmo.co.jp

enigma

Appendix

新経営方針：4つの柱

今後2年間（26/1期・27/1期）を「構造改革期間」と位置づけ、28/1期以降の成長ステージへ接続します。

経営の最重要KPIを調整後EPSに一本化し、還元・配分・実行体制までを一体で最適化します。

1 最重要KPI：調整後EPS

- ▶ 定義と算定方針を明確化（のれん・一時費用などは調整対象）
- ▶ 会計上の一時的な変動に左右されない、安定的かつ持続可能な株主還元を実現

2 EPS連動の還元設計

- ▶ 最重要KPIである「調整後EPS」の成長を、株主還元へ直接結びつける仕組みを導入
- ▶ 構造改革期間（26/1期・27/1期）は「1株30円*」へ3倍に増配し、その安定配当を確約
- ▶ 成長ステージ移行後には「配当性向」と「DOE（株主資本配当率）」を比較し、いずれか高い基準を採用することで、安定的かつ実感できる還元を実現

* 配当内訳：普通配当10円、記念配当20円

3 資本配分の最適化

- ▶ 高ROICが見込める成長領域・戦略投資に資源集中
- ▶ M&Aはハードルレートを満たす案件に限定

4 全社コミットメント

- ▶ CEOが変革を先頭でリードし、明確な実行責任を自ら担う
- ▶ 役職員インセンティブを株主価値と連動（持株会制度の導入）

なぜ今、構造改革か

市場構造の変化と競争激化の中、当社は事業の実力値に照らして株式価値が外部評価を下回る現状を重く受け止めています。

現状の延長では企業価値最大化は望めないとの判断のもと、本期（26/1期）から「資本効率の改善」と戦略投資を含む「キャピタル・アロケーション最適化」を原動力とする構造改革を推進します。

現状（外部・内部要因）

- ▶ 市場構造の変化／競争激化
- ▶ 世界的インフレ・為替ボラティリティ
- ▶ 当社ROEが市場期待を下回る
- ▶ 現預金が十分に成長投資・株主還元を活用できていない
- ▶ AIの著しい進化やM&A時代の本格到来など大きな機会が目の前にある

判断

- ▶ 現状の延長では企業価値の最大化は困難

対応

- ▶ 本期より構造改革を推進
- ▶ 資本効率の改善
- ▶ キャピタル・アロケーション最適化

目的：企業価値の持続的最大化

新・株主価値創造サイクル

当社は今後、「調整後EPS」を経営上の最重要KPIと位置付けます。

現金創出力を高め、獲得したキャッシュを事業への再投資、人財資本への再投資、株主、社会へ還元することを経営方針に据えます。

投資家の皆様との共通指標として、安定的かつ持続的な株主還元を実現します。

なぜ今、この指標なのか／投資家の皆様への約束

- ▶ 今後のM&A推進に伴い、会計上の利益は「のれん償却費」等で短期的に変動する可能性があるものの、これらは本質的な現金創出力を示さない
- ▶ 配当原資を「調整後EPS」に連動させ、会計上のブレに左右されない、安定的かつ持続可能な株主還元を約束
- ▶ 短期的な利益変動に惑わされず、安心して投資判断いただける環境を整備

調整後EPSの定義

- ▶ 調整後EPS = （親会社株主に帰属する当期純利益 + のれん償却費 + 無形資産償却費 + M&A関連一時費用 + その他非現金支出項目）÷ 期中平均株式数

新・株主還元方針と資本政策の最適化

最重要KPI「調整後EPS」の成長が、直接的に株主還元につながる仕組みを構築します。
構造改革期間（26/1期・27/1期）に原資と配分方針を整備し、28/1期以降は成長ステージへ。

ゴール

調整後EPSと連動した新・株主還元方針

- ▶ 成長ステージ移行後（28/1期以降）の配当方針：
調整後EPS 40円以上を目指し、配当性向50% または DOE 5% の「いずれか高い方」を採用

手段

目標達成のための新・資本政策：キャピタル・アロケーション最適化

- ▶ 原資：事業用現金＋営業CF（約50億円*）＋投資有価証券（含み益約20億円）を組合せ、合計約70億円

*BUYMA預り金を除く

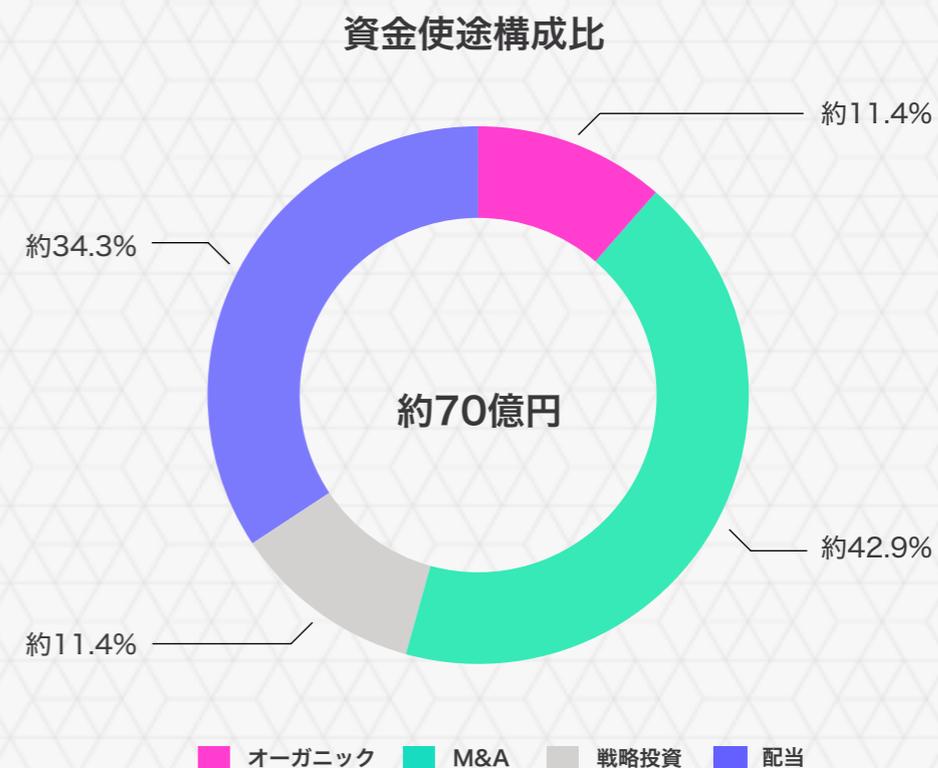
今後2年間（26/1期・27/1期）のキャピタル・アロケーション計画

▶ 資金の使途

高ROIC優先／非コア抑制の原則で配分。

四半期ごとに進捗を確認し、必要に応じてリバランスを行う。

区分	項目	2ヵ年合計額 (目安)	主な使途・目的
事業への 再投資	オーガニック 投資	約8億円	AI関連プロジェクト、既存事業のシステム刷新など、内部成長の加速
	M&A（自己 資金ベース）	約30億円	第三の収益の柱を創出するための規律ある企業買収の初期投資枠
	戦略投資	約8億円	ブランド認知度向上やPR施策、新規事業開発に向けた先行投資
株主還元	配当額	約24億円	1株30円×2年間の安定配当による、株主様への確実な還元
合計		約70億円	

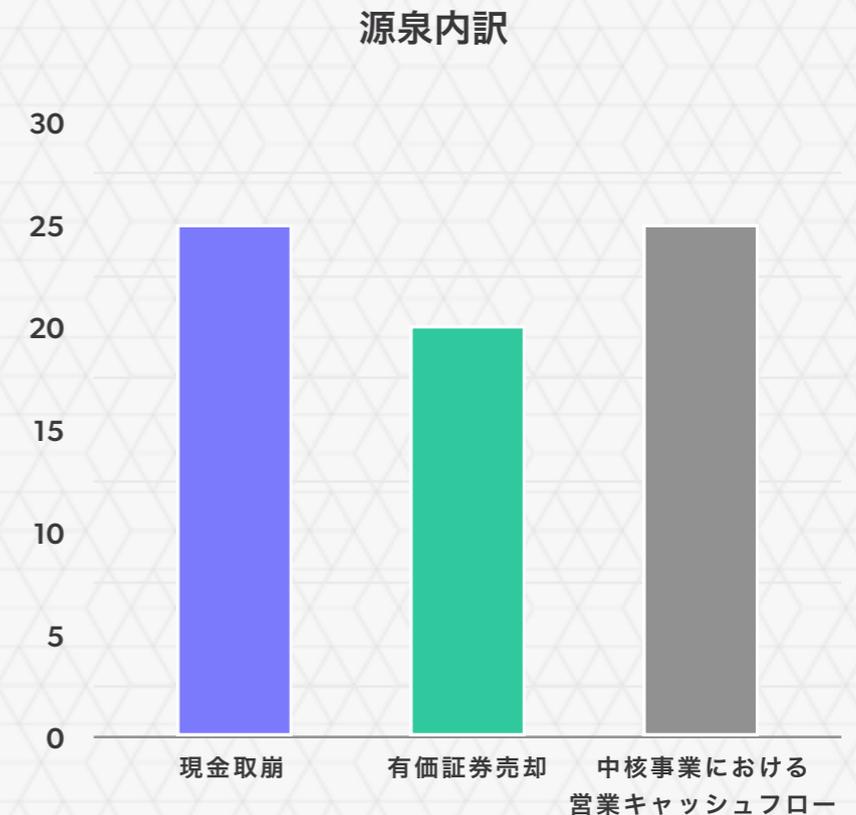


今後2年間（26/1期・27/1期）のキャピタル・アロケーション計画

▶ 資金の源泉と資金戦略

中核事業における営業キャッシュフロー・保有資産・手元流動性を原資に、配分を最適化。

区分	項目	2カ年合計額 （目安）	備考
資金の 源泉	現金の取り崩し額	約25億円	自己資本効率の改善を目的とした、保有現金の戦略的活用
	有価証券売却額	約20億円	市場への影響を考慮し、段階的に売却
	中核事業における 営業キャッシュフロー	約25億円	事業活動から創出されるキャッシュ
合計		約70億円	



大規模M&Aに向けた柔軟な資金戦略

前ページ記載のM&A投資枠（30億円）は自己資金を前提とした目安です。当社は、非連続的な成長を加速させるため、上場企業を対象にしたTOBなど、50～100億円規模の案件も常に視野に入れます。

その際は、財務規律を維持しつつ、借入等の外部資金の活用も柔軟に検討してまいります。対象企業のキャッシュ創出力および当社の返済能力を吟味し、株主価値最大化につながる投資を厳選していく方針です。

成長を加速させる3つの戦略領域

以下の3つの領域に戦略的投資を実行し、調整後EPSの持続的な成長を実現いたします。

1 中核事業「BUYMA」の成長回帰

BUYMA事業において、CRM（顧客関係管理）刷新によるLTV（顧客生涯価値）最大化と高成長が期待できる「BUYMA VINTAGE」拡大で収益力を再強化し、キャッシュ創出基盤を確立します。



2 「BUYMA TRAVEL」の事業の柱への育成

BUYMA TRAVEL事業において、独自機能「あとトク」を導入したホテル予約の拡充と、富裕層向けの独自体験プランを造成し、第二の収益の柱へと育成します。



3 新規事業・M&Aによる第三の収益源の創出

非連続な成長を実現するため、新規事業の育成と規律あるM&Aを推進します。新規事業では、ゲツラク社やHOUSEREVO社で進めている新規事業のバリューアップを図ります。M&Aでは、当社事業とシナジーの高い周辺領域（リユース等）や、調整後EPS向上に繋がる高キャッシュフロー企業をターゲットに投資を実行します。

AI活用による事業基盤強化

全戦略を支える共通基盤として、AI活用を中心としたテクノロジー投資を推進します。これによりBUYMA事業の生産性を飛躍的に向上させ、確実な成長回帰を実現します。この過程で蓄積するノウハウはグループ全体の競争優位性の源泉とします。将来的にはM&Aで迎えた企業にも応用し、グループ全体の価値向上を加速させます。

計画の蓋然性と財務シミュレーション

本計画は、25/1期実績の調整後EPS15.9円に対し、構造改革を通じて事業収益力と資本効率を向上させ、28/1期に調整後EPS 40円を必達目標とする道筋を示すものです。

この達成のため営業利益目標を20億円と定め、三つの戦略領域における費用効率の改善と規律ある資本配分によって実現を目指します。

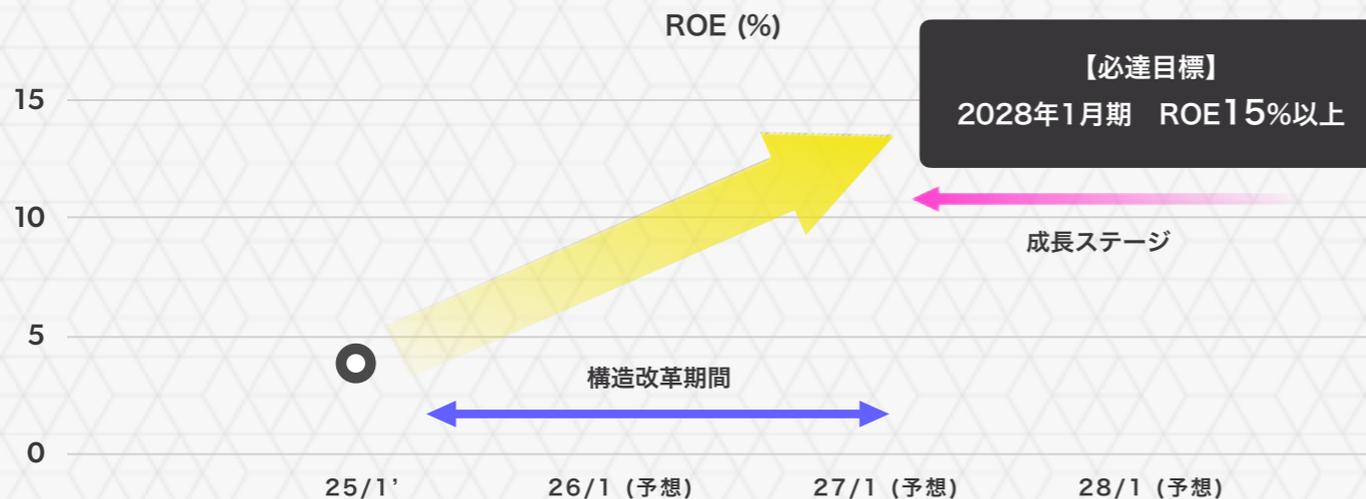
戦略領域	営業利益目標	主要戦略アクション
BUYMA	12億円	①CVR向上（AI活用）、②CRM刷新によるLTV最大化、③高収益カテゴリへの戦略的集中、④VINTAGE領域の拡大
BUYMA TRAVEL	3億円	①独自機能「あとトク」を導入したホテル予約の拡充、②富裕層向け高付加価値プラン造成（体験コンテンツ×宿泊）
新規・M&A	5億円	①周辺領域への集中、②高い営業CF創出能力を持つ会社への規律ある投資

トータル・リターン最大化への戦略的移行

当社は、株主還元を企業の成長ステージに応じて最適化すべきと考えています。構造改革期間における配当30円*は、ROE改善への強い意志を示すものです。

成長ステージ移行後は、その還元方針を「トータル・リターン（配当によるインカムゲイン+株価上昇によるキャピタルゲイン）」の最大化へと戦略的に移行します。事業の再成長と市場評価の向上による株価上昇という、より大きな価値を株主の皆様にお届けすることこそ、当社の目指す姿です。

*構造改革期間（26/1期・27/1期）における配当は、30円とする。（内訳：普通配当10円、記念配当20円）



全社一丸となった企業価値向上へのコミットメント

株主価値との連動を責任と仕組みの両輪で実装します。CEOの明確な実行責任と、役職員持株会によるオーナーシップの浸透で、全社一丸の価値創造を加速します。

CEOのコミットメント

この構造改革プランは、決して簡単な道のりではありません。私は代表取締役として全ての責任を担い、この変革の先頭に立ちます。

特に、これからの成長を支える柱となるM&Aや新規事業については、私自身が陣頭指揮を執り、必ずや目に見える成果を出していきます。

株主の皆さまのご期待に応えるべく、2年後には力強く成長したエニグモの姿をお見せすることを約束します。

役職員へのインセンティブと株主価値の連動

当社は、役職員と株主の皆様の利益の方向性を一致させ、全社一丸となって企業価値向上を目指すため、新たに役職員持株会制度を導入いたします。役職員一人ひとりが経営への参画意識を高く持ち、日々の業務が株価上昇、ひいては株主の皆様の利益に繋がることを実感できる、強い組織を構築いたします。

社名	株式会社エニグモ (英文社名 : Enigmo Inc.)
事業内容	”Specialty” Marketplace 「BUYMA」の運営
所在地	東京都港区赤坂4-8-15 赤坂KOSENビル4F
設立年月日	2004年2月10日
代表者	代表取締役 最高経営責任者 須田将啓
資本金	3億8,190万円
上場市場	東京証券取引所プライム市場 (コード : 3665)
従業員数	192名 (連結)
決算期	1月末
主要株主	ソニーグループ株式会社、経営陣



会員数 0 - 10万人

2004年2月 ○ **【創業期】 第一創業**

「BuyMa (バイマ)」 サービス開始

- 2004年2月創業
- 翌年2005年2月に「どこにいても、それが価値になる」ことをテーマにBUYMAをリリース



会員数 10万人 - 80万人

2006年2月 ○ **【拡大期】 第二創業**

増資・業態転換

- 2005年2月-2006年3月 第三者割当増資を実施
- 2008年単月黒字化を果たした「BUYMA」は、会社の主力事業へと成長



Fashion is Borderless

会員数 80万人 - 170万人

2012年2月 ○ **【転換期】 第三創業**

構造改革

- 2012年経営資源を「BUYMA」へ一極集中
- 2012年7月東証マザーズへ上場



日本語版・英語版・韓国語版

2014年2月 ○ **【グローバル化】 第四創業**

世界展開開始・「海外通販No.1」サービスへ

- 2013年12月 韓国語版バイマ「BUYMA Korea」をリリース
- 2015年10月 英語版「BUYMA」をリリース
- 2016年3月 「BUYMA KOREA」を子会社化 (2017年9月清算)
- 2018年7月 「BUYMA TRAVEL」をリリース
- 2019年4月 東証一部上場
- 2022年4月 東証プライム市場移行
- 2024年5月 株式会社MEGURUを連結子会社化
- 2024年6月 株式会社MEGURUにBUYMA TRAVEL事業を承継し株式会社BUYMA TRAVELに商号変更

会員数 1,201万人

2026年1月末時点

エニグモは、3つの事業を軸に展開しています。

Fashion platform事業

BUYMAは、世界各国のパーソナルショッパー(出品者)から、世界中のファッションアイテムを購入できるマーケットプレイスです。国内完売・入手困難なアイテム、国内未上陸ブランドなど、お客様一人ひとりにとって、特別で価値の高い商品に出会うことができます。

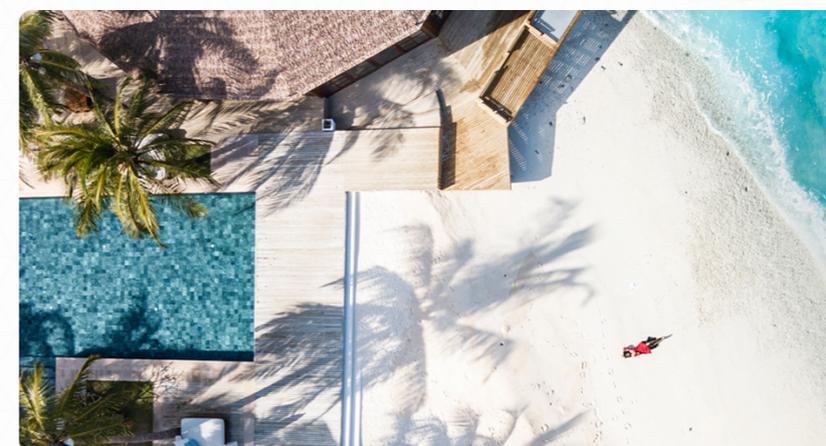
【主要サービス】 BUYMA



Travel platform事業

BUYMA TRAVELは、海外旅行者 に対して 海外在住の日本人が現地でのプライベートツアーを提供できるサービスです。海外旅行者は、旅行先でガイドブックには掲載されていないような、最新の流行スポットや穴場スポットなど本当に現地在住の方々がおすすめするプランを体験することができるようになります。

【主要サービス】 BUYMA TRAVEL

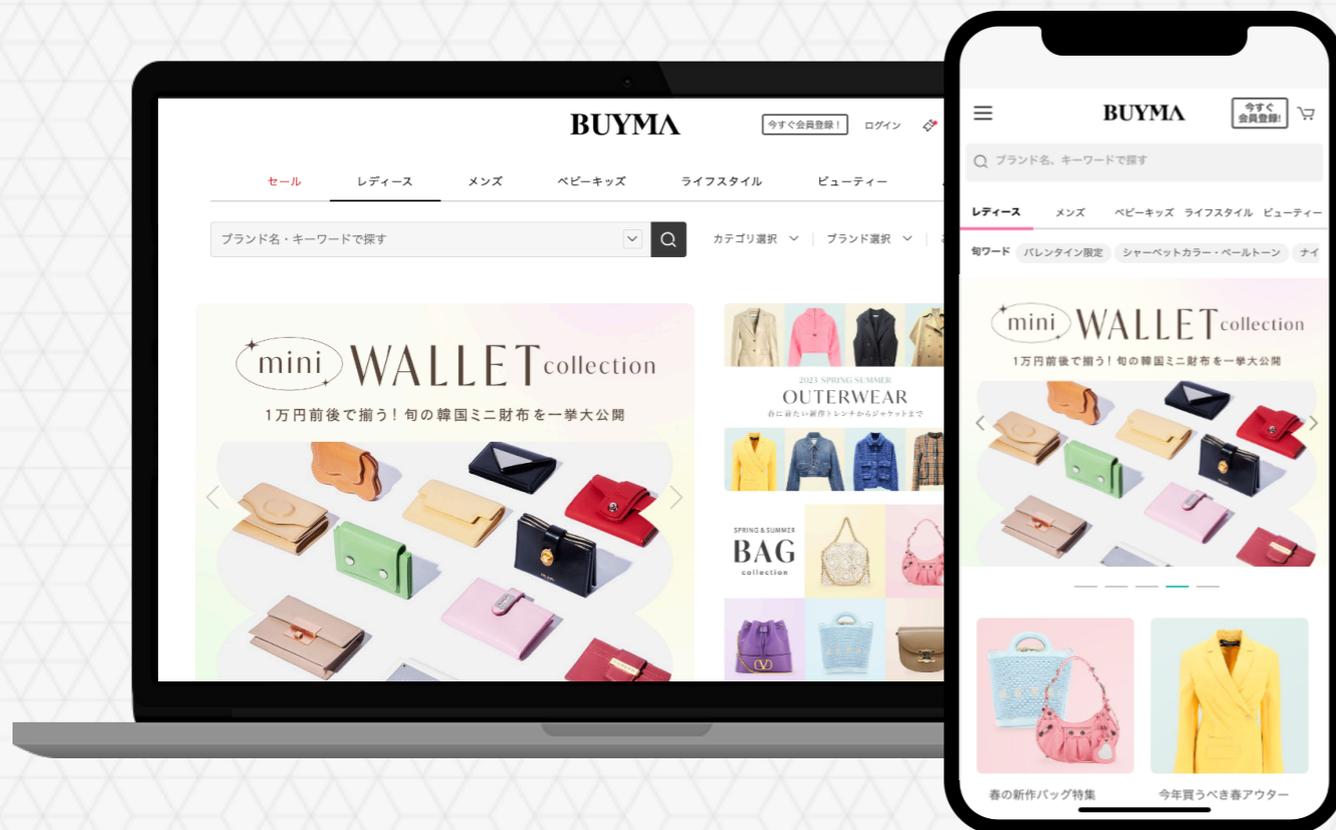


その他（新規事業）

人材領域のゲツラク社（20代ハイクラス向け転職支援）と、不動産テックのHOUSE REVO社（不動産売買プラットフォーム運営）の事業を育成します。

【主要サービス】 ゲツラクエージェント、いえうり/イエカイ

世界中の個人と法人をつなぎ
特別な購入体験と無限大のファッションアイテムとの出会いを提供する
“Specialty” Marketplace



出品数

580万品以上

パーソナルショッパー数

24万人超

パーソナルショッパー居住国

185カ国

購入平均単価

53,137円

ユーザー平均年齢

38歳

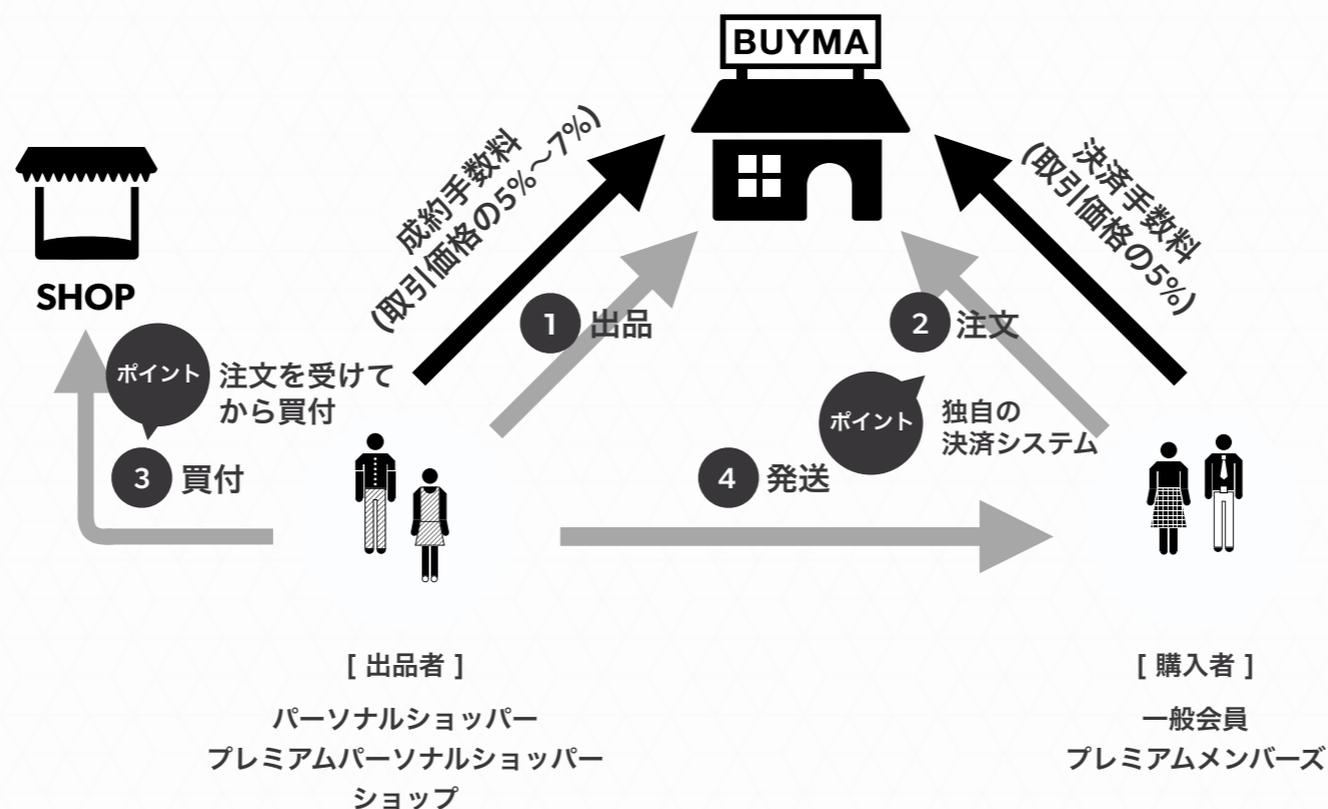
ユーザー性別構成比

女性 67% 男性 33%

※2026年1月末時点

BUYMA

日本語版



売上は取引当事者双方からの手数料

購入者：アイテム料金の約5%(+オプション手数料)

パーソナルショッパー：アイテム料金の5~7%(ステータスによる)の仲介手数料

プレミアムパーソナルショッパー：

一定基準をクリアした優良なパーソナルショッパーの中から、当社の呼びかけに応じていただいた方

ショップ：

BUYMAの出店基準を満たした法人事業主

プレミアムメンバーズ：

過去6ヶ月間の購入金額によって決定。プラチナステージ（購入金額 30万円以上） / ゴールドステージの会員様（購入金額 15万円~30万円） / ブロンズステージ(7万円~15万円購入)

ユニークな現地プライベートツアーや
特別な体験を旅行者とマッチング
世界の”体験”がかえる



展開国・地域

53カ国 178都市

登録ガイド数

1,800人超

出品商品数(ガイド・アクティビティ)

2,700商品以上

掲載ホテル数

17万軒以上

※2026年1月末時点