

2026年1月期第1四半期 決算補足説明資料

株式会社エニグモ
(2025年6月13日)

2026年1月期第1四半期 ハイライト

外部環境は不透明な状況が継続している中、BUYMA事業は、底打ちから回復に転じており、前年比100%越えにあと一步の水準。

BUYMA事業ではAIを全方位的に導入し、効率化を進め、着実に利益を捻出。

一方で、BUYMA単一経営から複合経営にトランスフォーメーション中。

そのための投資費用として、のれん償却費を含む新収益創出プロセスにおける投資コストを単体事業利益及び投資有価証券売却益で吸収。

通期業績予想に対しては計画通りに進捗。（安定配当の方針は変更なし）

4つの成長施策を着実に進行させて、2027年1月期のエニグモグループとしての収益拡大へと繋げる。

業績概要

BUYMA (JP) 1Q総取扱高	117.4億円	(前年同四半期比 95.1%)
四半期別総取扱高	(前1Q) 123.5億円	(前年同四半期比 87.5%)
	(前2Q) 115.8億円	(前年同四半期比 88.3%)
	(前3Q) 113.6億円	(前年同四半期比 94.0%)
	(前4Q) 176.1億円	(前年同四半期比 99.8%)

2026年1月期第1四半期 ハイライト

業績概要

連結売上高 : **14.9億円**

(単体売上高) : **12.9億円** (BUYMA (JP) 売上前年同四半期比 99.7% (※))

※BUYMA (US) 、BUYMA TRAVELの売上を含む前年同四半期比は97.8%

Vintage、BEDIT等の導入によりTake-Rateが向上し、BUYMA (JP) 売上高の前期比は、当第1四半期は前年同四半期同水準で着地

連結販管費 : **10.7億円**

(単体販管費) : **8.6億円** (前年同四半期比 97.0%)

連結営業利益 : **0.2億円**

(単体営業利益) : **0.9億円** (前年同四半期比 64.6%)

連結四半期純利益 : **0.8億円**

(単体四半期純利益) : **1.7億円** (前年同四半期比 175.5%)

単体広告費2.4億円（前年同四半期比86.2%）、単体人件費3.9億円（前年同四半期比90.6%）、とコスト効率性を重視した事業運営を継続。

ハイブリッドワーク実現に向けた本社移転（増床）及びAIクラウドシフトによる一時的なコスト増加、グループ化によるのれん償却費を含む新規事業への投資コストが発生したが、投資有価証券の一部売却益により、営業黒字を確保。四半期純利益は増益で着地

業績概要(連結)

Fashion Platform事業、Travel Platform事業ともに期初想定水準で推移

BUYMA TRAVEL連結に伴うのれん償却前営業利益は35百万円

Aiロボティクス社株式一部売却等の特別利益により四半期純利益は84百万円

BUYMA TRAVEL社連結に伴うのれん償却▲11百万円

Formal Trans社期中資本連結に伴う株式取得費用振替影響▲26百万円

(単位：百万円)

	2026/1期Q1 エニグモ (連結)	BMT のれん	非支配 持分等	エニグモ(単体)	BUYMA TRAVEL
売上高	1,493			1,294	198
売上総利益	1,099			961	138
販管費	1,075	11		867	196(※)
営業利益	24	▲11		94	▲58(※)
経常利益	7	▲11	▲1	84	▲65(※)
親会社株主に帰属する四半期純利益	84	▲11	▲1	174	▲79(※)

*Formal Trans社期中資本連結に伴う株式取得関連費用の振替26百万円が含まれております

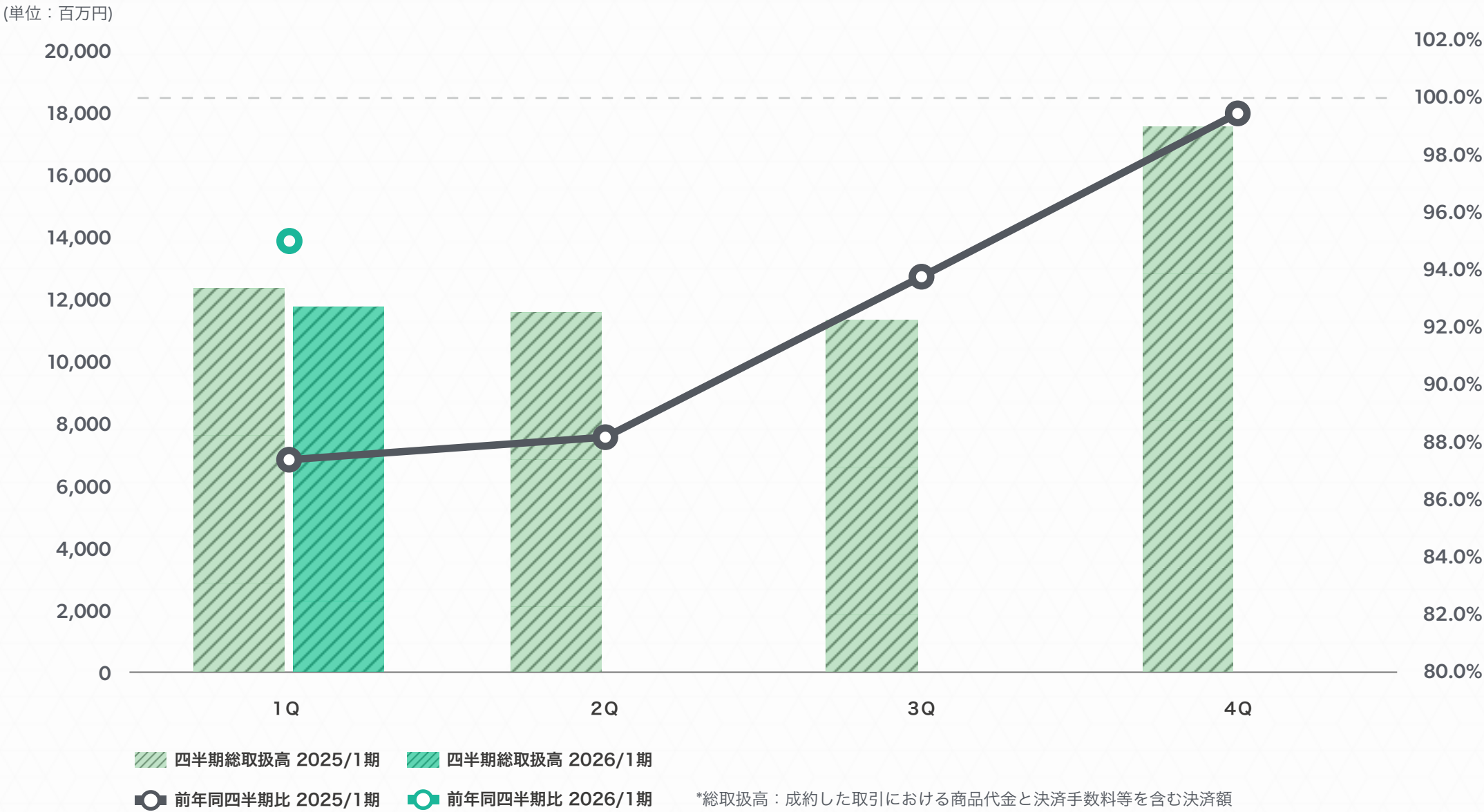
業績概要(単体)

	2026/1期 Q1実績	2025/1期 Q1実績	前期比
BUYMA (JP) 総取扱高	11,744百万円	12,349百万円	95.1%
売上高	1,294百万円	1,324百万円	97.8%
売上総利益	961百万円	1,040百万円	92.4%
販管費	867百万円	894百万円	97.0%
広告費	242百万円	280百万円	86.2%
人件費	397百万円	438百万円	90.6%
営業利益	94百万円	145百万円	64.6%
経常利益	84百万円	143百万円	58.8%
当期純利益	174百万円	99百万円	175.5%

事業の概況

BUYMAは前年同四半期比水準を底上げ

四半期別総取扱高推移及び前年同四半期推移



2026年1月期第1四半期 BUYMAトピック

▶ 安心安全対策強化

鑑定サービス体制強化&対象ブランド拡大

鑑定キャパシティは実績ベースで前年同四半期比130.5%と継続して拡大

▶ BUYMA BEDIT

On-Trend、Off-Price ハイファッションの特別価格提供可能商品数を順次拡大

▶ BUYMA VINTAGE

取扱高は引き続き順調に拡大

前期好調に推移したアウター買取企画に続き買取対象カテゴリを追加

▶ BUYMA studio

BUYMAセール連動イベント、STYLE HAUSイベント、韓国イベントと連続開催

各イベントにより月間来場者数は1,000人を突破し、認知向上及び取扱高拡大に寄与

▶ 海外

アジア圏市場を始めとして網羅的に販売できるBUYMA×Buyee Connect、

台湾市場向けにBUYMA×shopeeの連携をスタートし購入可能国を順次拡大

2026年1月期第1四半期 BUYMA TRAVELトピック

・プラットフォーム

予約金額は引き続き高成長

当第1四半期連結累計期間における予約金額は64百万円となり、前期比174%と継続して拡大

・アクティビティ

GUAM来島者が好調に推移

アクティビティ事業の更なる拡大の為、株式会社BUYMA TRAVELがハワイでハイヤー及び
リムジンサービスを行うFormal Trans, LLC (Hawaii) を2025年2月1日付で子会社化

2026年1月期第1四半期 コーポレートアクション

・ 株主還元

普通配当（10円／株）の実施

株主優待制度の導入

(2025年7月31日現在の当社株主名簿に記載または記録された株主様を対象に開始)

収益拡大するための 4つの成長施策

BUYMA – AI活用による全方位改善と全展開へ

- ▶ AI活用推進室を設置し全社員にAI環境を整備
- ▶ すでに成果が出ている代表的な施策は以下の通り
- ▶ トライアルで成果の出ている施策を2Q以降、全展開へ

< 売上向上 >

- ・ 販売促進キャンペーンの半自動化によるキャンペーン数増加
- ・ セールや販促施策のPDCA改善
- ・ 検索アルゴリズムの改善によるCVR向上（2Q以降徐々に全展開へ）
- ・ SEO記事の効率化による集客効率の向上
- ・ カスタマージャーニーの作成

< コスト削減 >

- ・ SaaSツール類をAIにて内製化により年間1000万円以上の削減
- ・ カードの不正検知率がフィルタ方式の50%程度から99%超へ
- ・ Stylehaus記事作成支援による作業コスト半減
- ・ CSチャットAIによる問い合わせ一件あたりコスト削減
- ・ 採用プロセスの改善による採用コスト削減

< 生産性向上 >

- ・ トライアルにて開発スピードの70%アップ（本格導入は3Q以降）
- ・ 社内ナレッジ共有のよる探索時間の削減
- ・ 信用担保確認の半自動化

BUYMA VINTAGE – 成長市場にBUYMA独自の強みで勝機

◎ 市場 - 「ファッションリユース市場」

今後10年間にわたって持続的成長が見込まれる有望な市場

現在の3兆円規模（ファッションリユース市場は1.3兆円）から2030年までに4兆円への年間2桁成長する市場

グローバル視点で見ると中古リユース市場の成長ポテンシャルは非常に大きく、世界のリユース市場規模は2035年に約80兆円規模に達する。

◎ リユース市場拡大の要因

- ・ 経済環境の変化
インフレ・円安による新品離れ。「賢い消費」として中古品に抵抗がなくなったと答えた人が64%に達する
- ・ 消費者意識の変化サステナビリティ志向Z世代の環境意識高まり

◎BUYMAの強み

独自の安心安全な仕入れルート

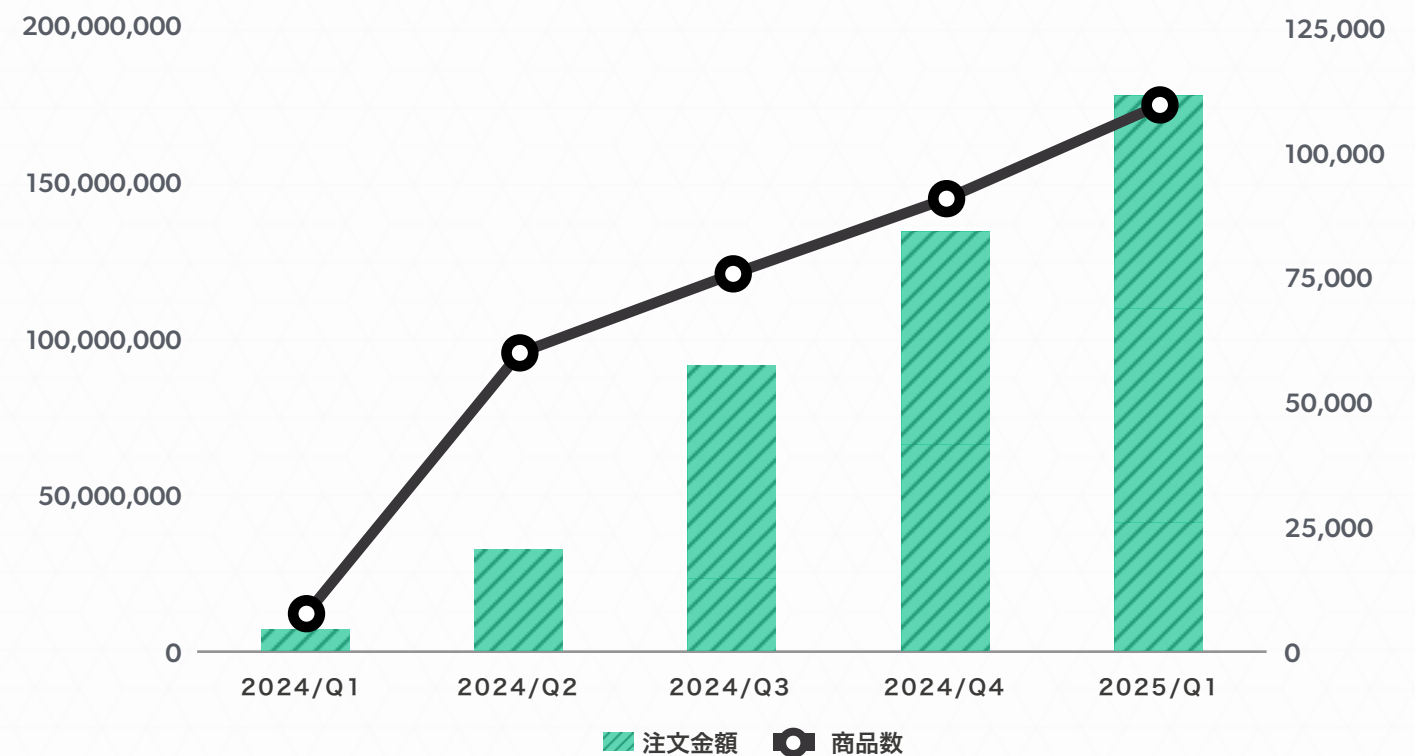
- ・ 個人出品型ではなく、信頼性あるプロ・ショップに特化し、ブランドの真贋や価格整合性で独自の優位性を保持
- ・ パーソナルショッパーを通して世界中のリユースショップからの仕入れ、BUYMAの購入者から直接仕入れ（昨年トライアル実施済み）など、独自の品揃えで他社と差別化

強い販路

- ・ BUYMAでの販売
- ・ BUYMA STUDIOでのリアル販売（昨年トライアル済み。店頭に行列ができるほどの人気）

◎足元の数字と今後

- ・ 商品数は10万点を突破
売上は半年で2倍超
- ・ アウターカテゴリのトライアルで成功を経て、BUYMAユーザーからの買い付け枠の拡大（対象ブランド、カテゴリ、ユーザー）
- ・ BUYMAの海外販路を通して急成長する世界への販売



BUYMA TRAVEL - 高成長のツーリズム市場で新収益の柱へ

◎市場 - 「ツーリズム市場」

持続的な高成長が見込まれる有望市場

- ・ 2035年：世界規模16.5兆ドル（2024年の11.7兆ドル）
- ・ この10年で1.5倍、4.8兆ドル（720兆円）の市場拡大
- ・ 世界の8人に1人がツーリズム関連で働く一大産業へ

◎ツーリズム市場拡大の要因

余暇時間の増加

- ・ AI・自動化で2035年までに労働時間の45%が削減可能
- ・ 週休3日制の普及によるレジャー需要増加

「モノよりコト」への支出が増加

- ・ 体験型プログラムの需要拡大（年平均5.8%増）
- ・ 「思い出に残る体験」への支出満足度が高い

Z世代・ミレニアル世代の旅行志向の変化

- ・ Z世代の88-89%が「旅行は自己成長に重要」と認識
- ・ ミレニアル世代の72%が「物より体験に支出したい」

●BUYMA TRAVELの強み

独自の安心安全な仕入れルート

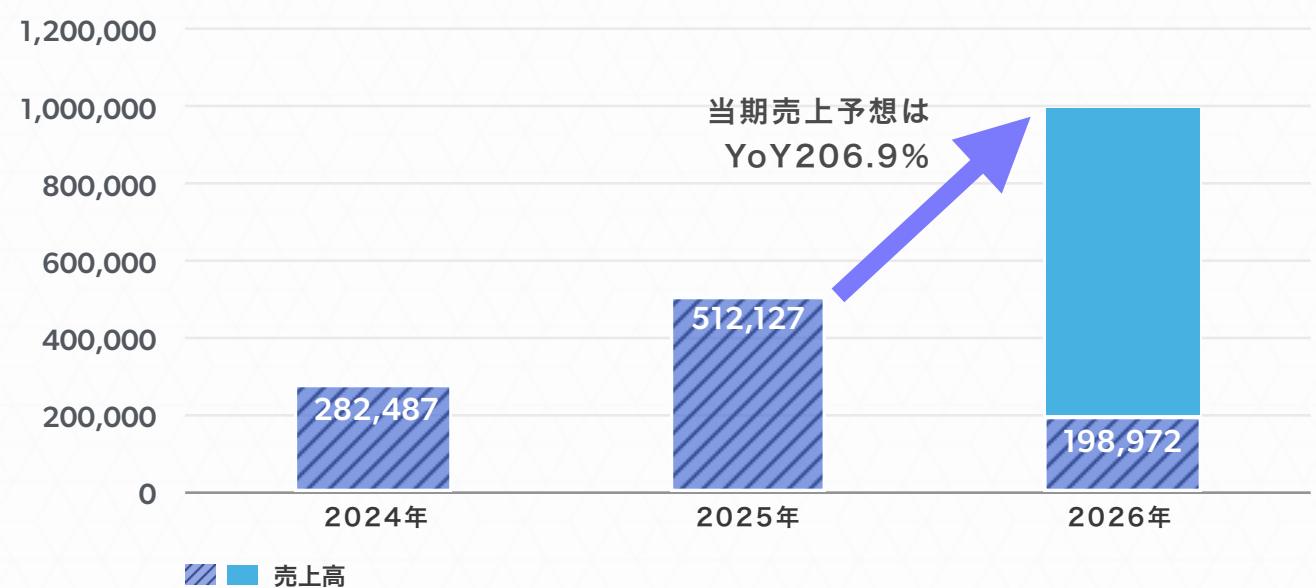
- ・ BUYMAの1000万人の顧客基盤
- ・ 独自のツアー - 自分にあった体験ができるプライベートツアー
- ・ 自社製品 - PFから優良なアクティビティを発掘し、買収。ハワイ、グアムでのロールアップM&Aにより海外需要も取り込む（1Qにハイヤー及びリムジンサービスを行うFormal Trans社を子会社化）

●足元の数字と今後

- ・ プラットフォーム事業はYoY174% 大きく伸長。
- ・ 今期売上10億円突破
- ・ 旅行需要の回復次第では今期に大きな成長期待

(単位：千円)

BUYMA TRAVEL 売上推移



目的・対象領域に応じたデュアルM&A戦略により
PLへの影響をマネジメントしながら、収益基盤拡大を図る

Core Business Domain

- ▶ 目的：既存事業の売上・利益拡大
- ▶ 領域：主にEC/周辺ビジネス
- ▶ 連結時期：出資と同タイミング
- ▶ 財務：増収基調、黒字化済
- ▶ 主なシナジー：BUYMAの1,100万人超の顧客基盤活用

New Business Domain

- ▶ 目的：新収益源の獲得
- ▶ 領域：プラットフォームビジネス
- ▶ 連結時期：一定の利益水準を満たした段階で順次子会社化（無議決権株式を活用しPL影響をマネジメント）
- ▶ 財務：将来性を重視し、赤字も許容
- ▶ 主なシナジー：プラットフォーム運営ノウハウ提供（体制構築、デジタルマーケティングetc）

新規事業の育成

掲載ミッション数及び応募数を積み上げ
売上拡大を狙う



ミッション選考型の転職プラットフォームサービス
人材が、自由に、創造的に流動できるプラットフォームを目指す

不動産事業を手掛けるHOUSE REVO社（旧Non Brokers社）では、
リブランディングとAI査定ツール開発等への戦略的投資を通じて
プロダクトのブラッシュアップに注力中。当社と連携しながらWeb広告などを開始

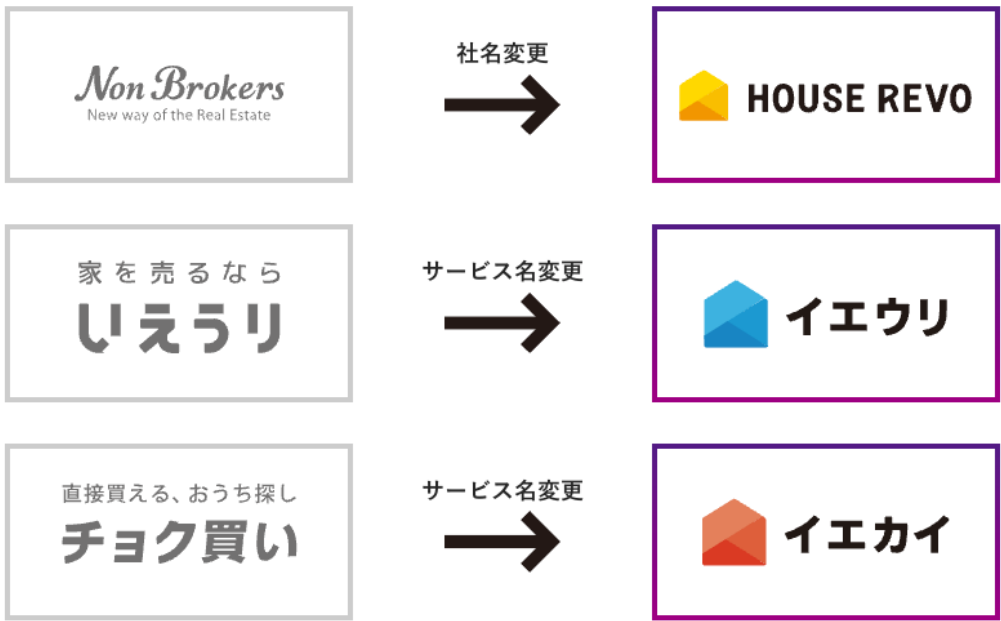
Vision



うちの
売り買いに
革命を。

Mission

究極の顧客体験を追求し、
不動産売買のストレスを解放する。



- 1. リブランディングの推進**
企業イメージを刷新し、認知度と信頼性の向上を図るため、社名およびサービス名称の変更を予定。
- 2. SEO対策への積極投資**
継続的なマーケティングコスト削減を実現すべく、オウンドメディア（不動産売却バイブル）の記事作成に積極投資。
- 3. 広告戦略の高度化**
エニグモ社が持つノウハウを通じて、効果的な広告キャンペーンを展開し、ブランド価値の向上と新規顧客獲得を促進。
- 4. 顧客体験の深化**
「究極の顧客体験」を追求し、売主・買主双方の負担を軽減する新たなサービス「いつでもずっと無料相談」を提供。

株主還元

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、 2025年7月末日時点での株主様を対象として株主優待制度を導入

投資対象としての当社株式の魅力を高め、中長期的に当社株式を保有していただける株主様の増加を図ること、
ならびにより多くの皆様に当社および当社グループの事業に対するご理解をいただくことを目的として、株主優待制度を導入

【株主優待制度の開始時期】

2025年7月31日現在の当社株主名簿に記載または記録された株主様を対象に開始

【株主優待制度の内容】

(1) 対象株主

2025年7月31日現在の当社株主名簿に記載または記録され、200株以上を保有する株主様を対象

次回以降は、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

※ 2025年7月31日を基準日とする初回の株主優待については、継続保有の要件は適用除外とする

(2) 優待内容

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

2026年1月期 連結業績予想

2025年 3 月17日公表の業績予想から変更なし

Formal Trans社連結化に伴う株式取得関連費用計上先行により一時費用増加も
下期偏重の利益計上により計画通り進捗

	2026/1期 Q1実績	予算進捗率	2026/1期 連結業績予想	2025/1期 前期実績	前期比
売上高	1,493百万円	22.2%	6,719百万円	5,928百万円	113%
売上総利益	1,099百万円	20.8%	5,288百万円	4,524百万円	117%
販管費	1,075百万円	22.8%	4,708百万円	3,763百万円	125%
営業利益 *	24百万円	4.5%	536百万円	739百万円	72%
経常利益 *	7百万円	1.3%	536百万円	693百万円	77%
親会社株主に帰属する 当期純利益 *	84百万円	26.0%	322百万円	433百万円	74%

* 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

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。

enigma

Appendix

会社概要

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



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

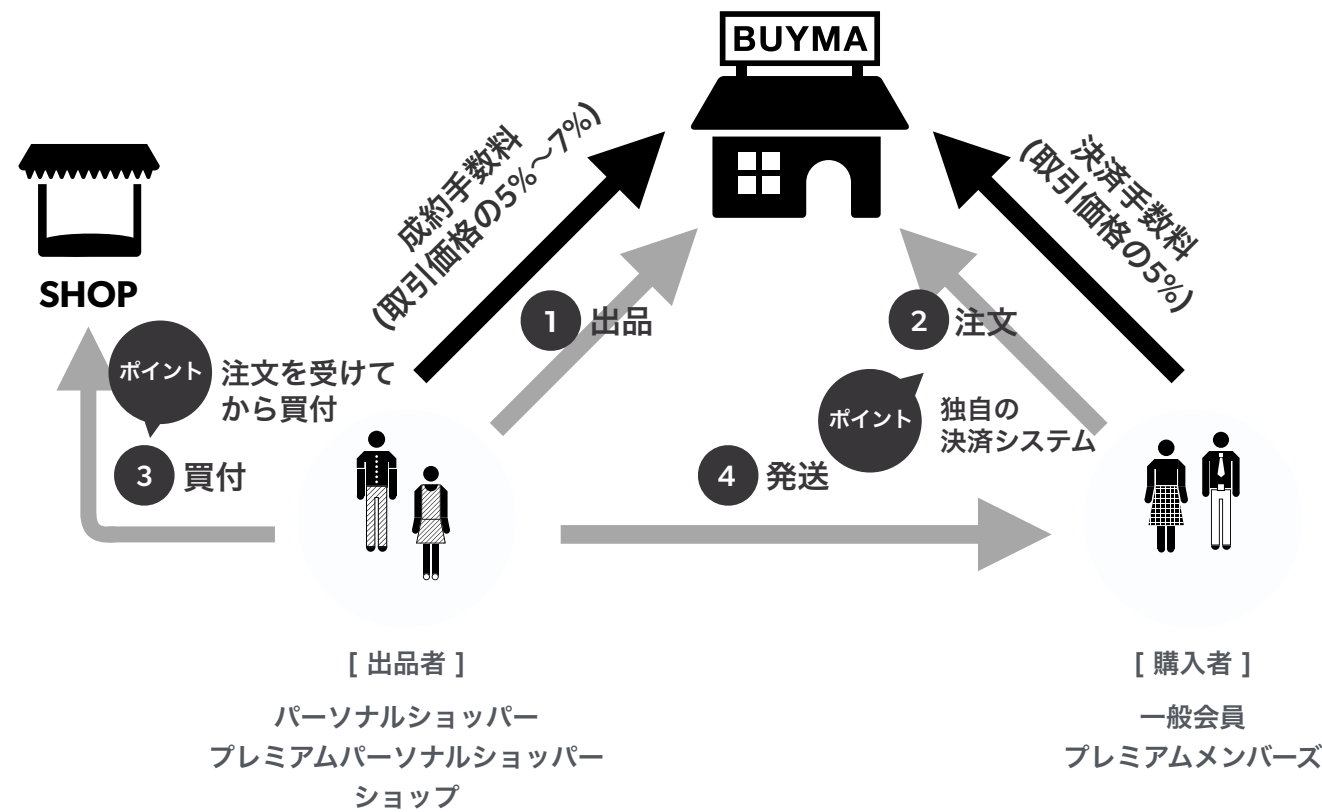
- 2013年12月 韓国語版バイマ「BUYMA Korea」をリリース
- 2015年2月 女子向けメディアを運営するロケットベンチャーを子会社化 (2018年1月清算)
- 2015年10月 英語版「BUYMA」をリリース
- 2016年3月 「BUYMA KOREA」を子会社化 (2017年9月清算)
- 2018年7月 「BUYMA TRAVEL」をリリース
- 2019年4月 東証一部上場
- 2022年4月 東証プライム市場移行

会員数 1,163万人

2025年4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

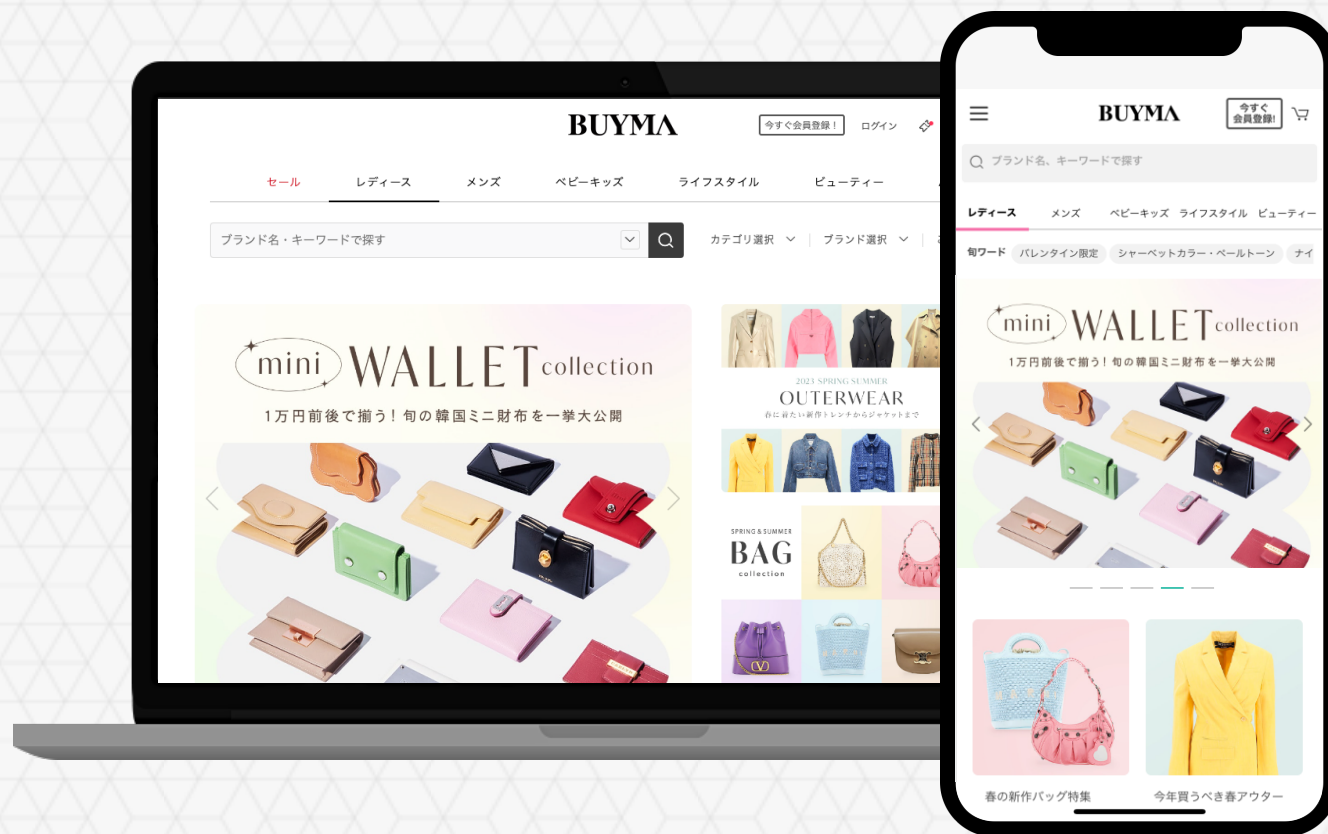
ショップ：

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)

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

650万品以上

パーソナルショッパー数

23万人超

パーソナルショッパー居住国

185カ国

購入平均単価

33,251円

ユーザー平均年齢

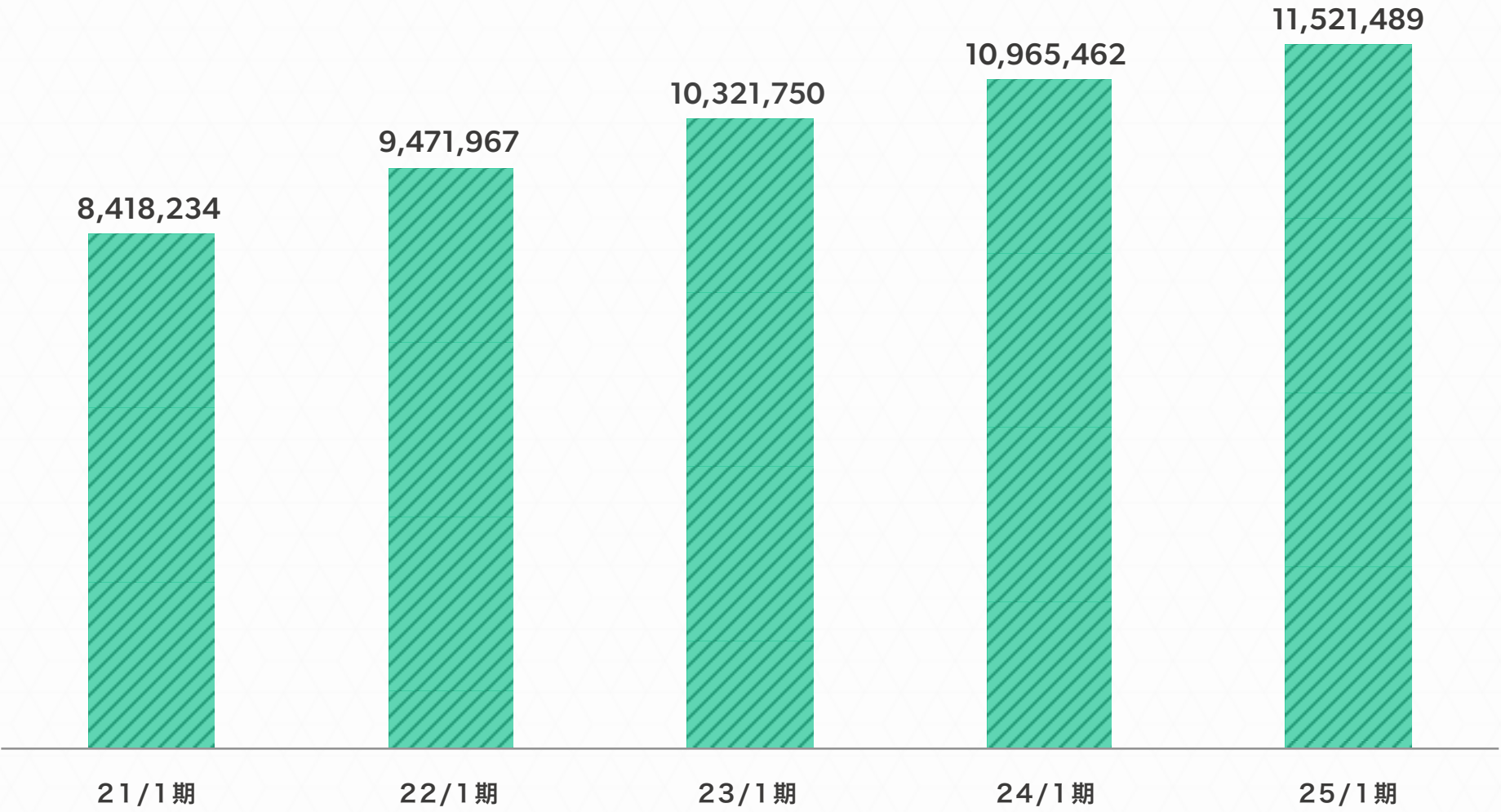
36歳

ユーザー性別構成比

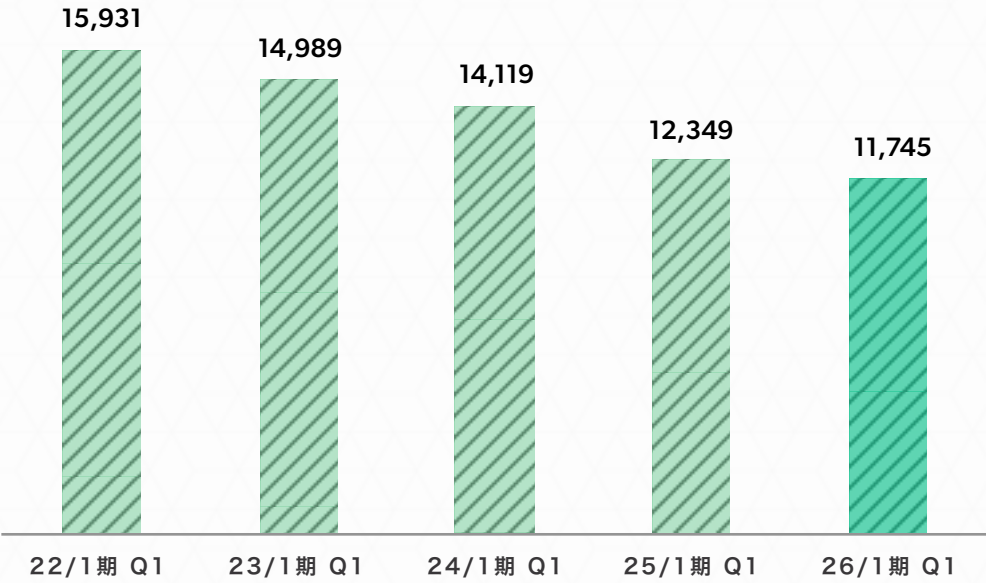
女性 67% 男性 33%

※2025年4月末時点

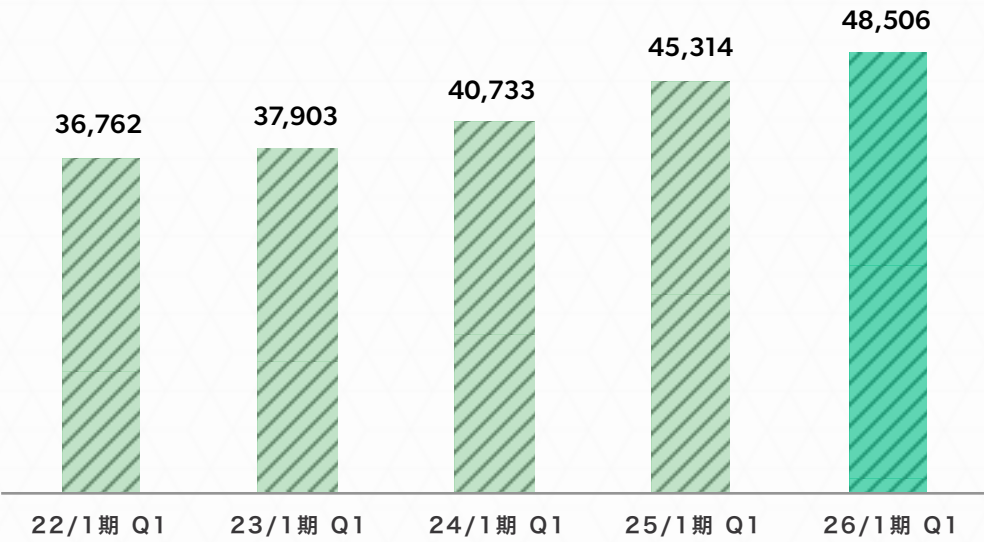
BUYMA(JP)会員数（単位：人）



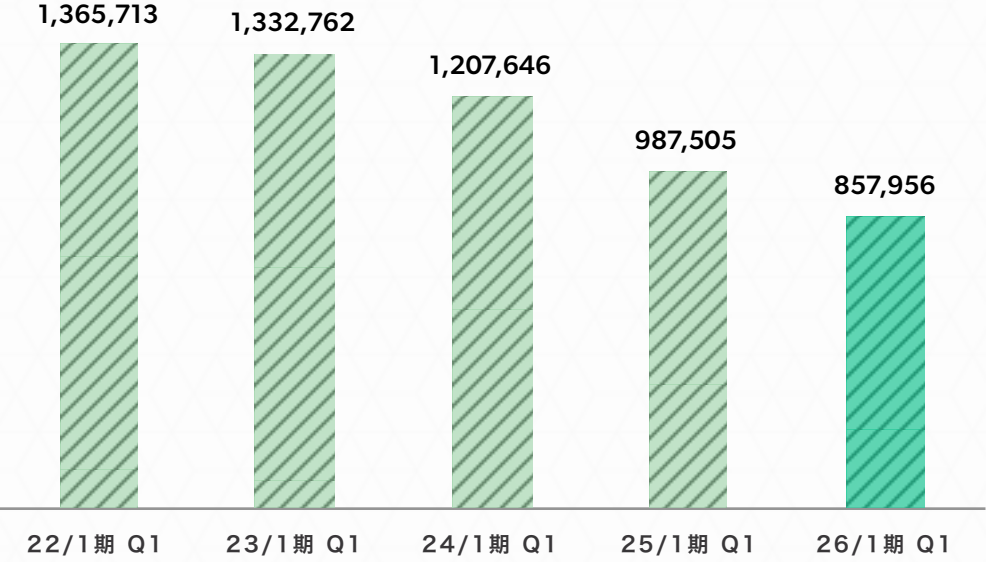
BUYMA総取扱高 (単位：百万円)



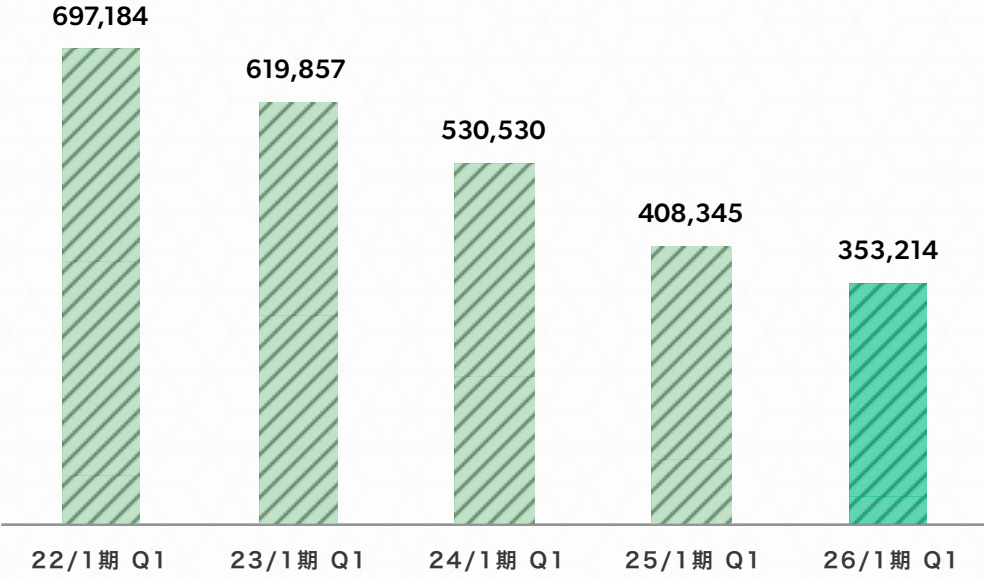
ARPU推移



BUYMAアクティブ会員数 (単位：人)



BUYMA取扱件数 (単位：件)



※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

中期目標

中期目標：売上目標100億円

既存事業における体験価値向上による業績拡大と生産性向上による収益力の拡大に加え、
強固な財務基盤を活かした独自の新規事業投資プログラムを通じた新収益の獲得を図る
2027年1月期にはエニグモグループとして、売上高100億円を達成する

単位：百万円	2025年1月期 実績
売上高	5,928

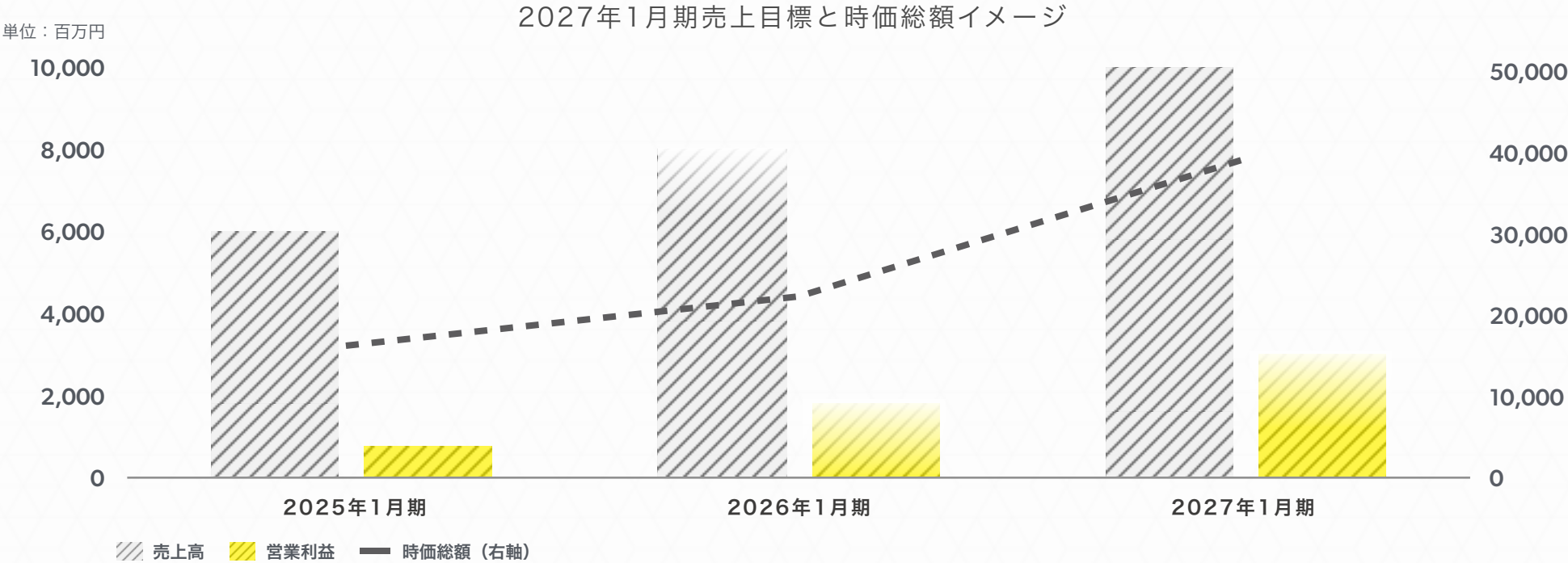
(参考イメージ)

(営業利益)	739
(純利益)	433
時価総額	12,998
流通時価総額	6,229

2027年1月期 目標
10,000

2,500～3,000
1,750～2,100
35,000～40,000
16,000～20,000

※PER20倍(実績同水準)と仮定して時価総額を算出



BUYMAのサービス品質向上と市場環境に即した運営を行いながら、カバー領域を拡大
海外市場での拡大戦略は他社サービスとの連携により促進



BUYMA事業から得られる安定収益を活用し、複数の領域で
新たなSpecialty Marketplace構築に向けて準備中

成長戦略

①中核事業最大化

品揃え強化、価格訴求力向上、
UI/UXの改善、等を通じて
BUYMAの持続的成長

国内/海外
BUYMA

②隣接ECへの拡大

ファッション関連以外の
他Specialty分野への進出を通じた
非連続的な成長

TRAVEL
事業

不動産領域
「イエウリ」
「イエカイ」

Vintage

M&A

③非関連分野での成長探索

顧客基盤や海外出品者網、
プラットフォーム運営ノウハウ、
Webマーケティングに関する知見を
活用できる新収益基盤を確立

人材領域
「Q転職」

M&A

M&A