

2026年1月期第3四半期 決算補足説明資料

株式会社エニグモ

(2025年12月15日)

2026年1月期 第3四半期ハイライト

通期計画に対する進捗は想定範囲で推移。構造改革期間の規律ある運営と株主還元を約束。

1 通期計画達成に向け、進捗は概ね想定内

◎ 現状認識

為替や記録的な残暑の影響により、BUYMA事業の需要の一部がQ4（最大商戦期）へ後ろ倒しとなる見込み。

◎ 対応策と進捗

- ・トップラインが伸び悩む中、目先の利益創出よりもAI実装などの構造改革を優先し、将来の収益力強化に向けた「先行投資フェーズ」として運営。
- ・利益進捗はQ4偏重型の予算構造における想定ラインを維持しており、通期計画達成に向けた軌道に乗っている。

2 「1株当たり30円」の配当を約束

◎ コミットメント

短期的な業績変動にかかわらず、新経営方針で掲げた「構造改革期間（26/1期・27/1期）の安定配当」を約束。

◎ 内容

期末配当：1株当たり30円(前期比3倍)
(普通配当10円+記念配当20円)

目次

1.業績サマリー

2.事業の概況

3.株主還元

4.IR活動

5.Appendix

業績サマリー

連結業績概要

Fashion Platform事業は「BUYMA studio」でのイベント開催や鑑定機能の向上、海外越境ECとの連携を推進。

取扱高は前年比5.4%減も、中長期的な成長に向けた優良顧客の獲得への積極投資と、徹底した運用コスト管理による強固な財務基盤の維持を並行。

Travel Platform事業は、海外旅行需要の回復を背景に売上高が前年比326.0%増と高成長を継続。

ハワイ・グアム拠点の事業強化やガイドサービスの拡充により、収益の柱としての確立を加速。

グループ全体では、構造改革期間における戦略的投資を継続しつつ、新規事業を通じた収益創出プロセスを着実に進行。

	2026/1期Q3 エニグモ(連結)	BMT のれん	その他 連結調整等	エニグモ(単体)	BUYMA TRAVEL
売上高	4,330百万円			3,697百万円	633百万円
売上総利益	3,102百万円			2,718百万円	383百万円
販管費	3,171百万円	33百万円	4百万円	2,536百万円 ^{*1}	598百万円 ^{*2}
営業利益又は営業損失(▲)	▲69百万円	▲33百万円	▲4百万円	182百万円 ^{*1}	▲214百万円 ^{*2}
経常利益又は経常損失(▲)	▲89百万円	▲33百万円	▲21百万円	194百万円 ^{*1}	▲230百万円 ^{*2}
親会社株主に帰属する当期純利益	▲97百万円	▲33百万円	▲0百万円	178百万円 ^{*1}	▲243百万円 ^{*2}
調整後EPS	5.93円				

*1. 株式会社ゲツラクの完全子会社化に伴う株式取得関連費用の振替4百万円が含まれております

*2. 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

2026年1月期 通期業績予想達成の見通し

2025年11月、保有する投資有価証券の一部売却を完了し、特別利益514百万円を計上。

本件に伴い、親会社株主に帰属する当期純利益の通期予想は達成見込み。

引き続き積極的な戦略投資を継続しつつ、通期目標の着実な達成を目指す。

	2026/1期 連結業績予想	Q4 必要額 (YoY)	(参考) 2025/1期Q4実績
売上高	6,505百万円	2,175百万円 (8.1%増)	2,012百万円
営業利益	30百万円	99百万円 (77.8%減)	450百万円
経常利益	2百万円	91百万円 (80.2%減)	464百万円
親会社株主に帰属する当期純利益	387百万円	484百万円 (68.9%増)	286百万円
1株当たり 当期純利益	9.76円	—	—
(参考) 調整後EPS	19.39円	—	—

通期計画達成を支える全社横断AI施策

先行導入領域において、AI活用による業務効率化と事業成長への貢献が現れはじめた。

この成果を通期計画達成を支える全社横断AI施策とし、AI活用を全社展開することで、組織のスリム化と生産性の最大化を目指す。

成果ハイライト

新しい検索体験機能（AIでさがす）

利用ユーザーは非利用者と比べ

CVR約2倍

クラウド移行時のコード編集支援

プロジェクト工数

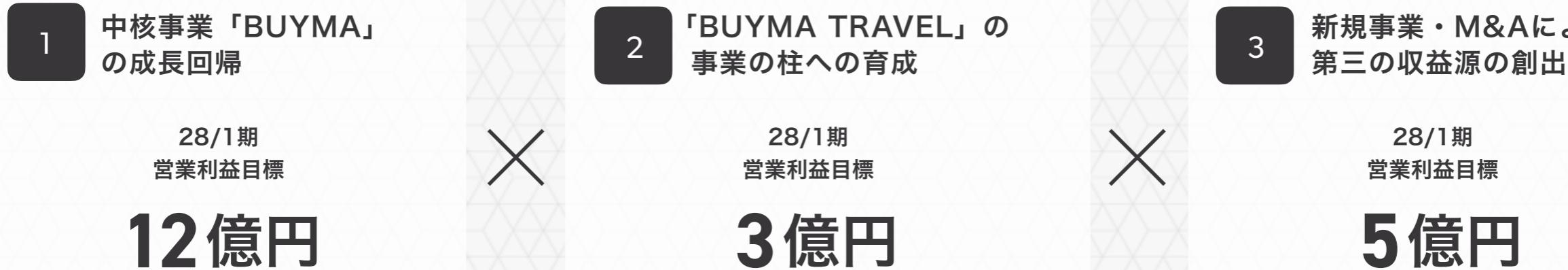
工数80%削減

その他の主要な成果

- マーケティング記事のテーマ・構成案作成時間の半減。
- 非エンジニアによるツール開発の完了やデータ分析工数の大幅な軽減。
- グラフィック素材の自動生成によりクリエイティブ制作を加速。
- 人事・総務関連文書のドラフト作成支援など、全社的な作業時間を削減。

構造改革を成功させるために必達の「3つのミッション」

構造改革後（28/1期）調整後EPS40円必達に向け、営業利益20億円を目指とし、事業収益力向上を目指す「3つのミッション」を遂行。



始動！『フェニックスプロジェクト』

構造改革期間（26/1期・27/1期）を経て、力強い成長を実現すべく本プロジェクトを立ち上げ。代表の須田が陣頭指揮を執り、掲げた「3つの必達ミッション」を確実な完遂を目指す。

本施策における投資は、実行後も効果や資産が継続的に蓄積されるものを厳選し、集中的に投入。具体的には、AIを活用した業務効率化基盤の構築や、組織的な知見・ノウハウを蓄積するシステム投資など、期間終了後も持続的な効果が見込める

「基盤強化型案件」に特化し、本質的な成長を追求していく。



社内デザイナーによる
『フェニックスプロジェクト』ロゴ

事業の概況

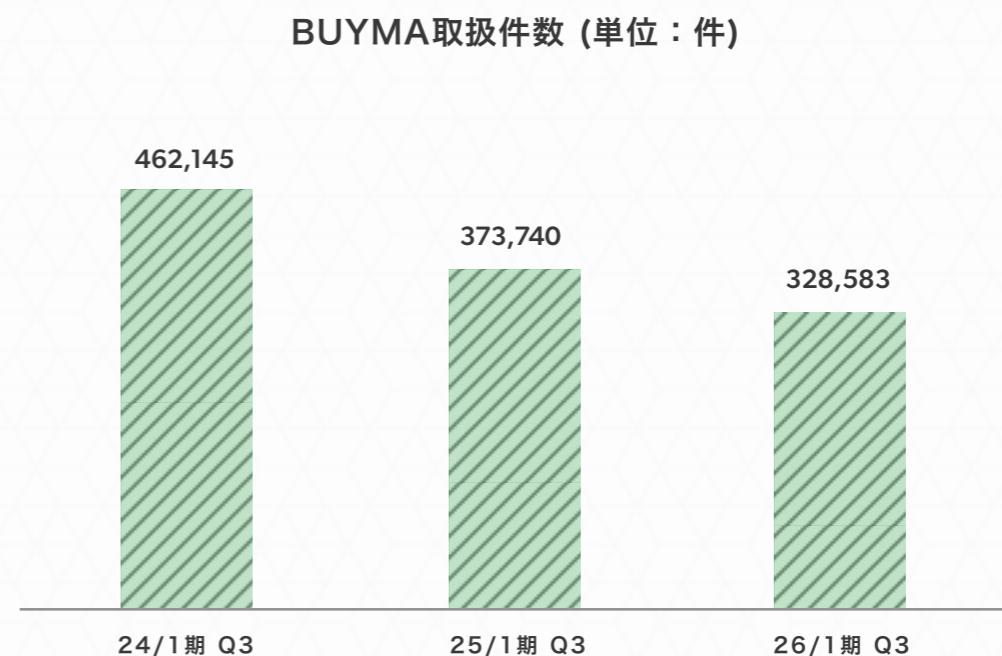
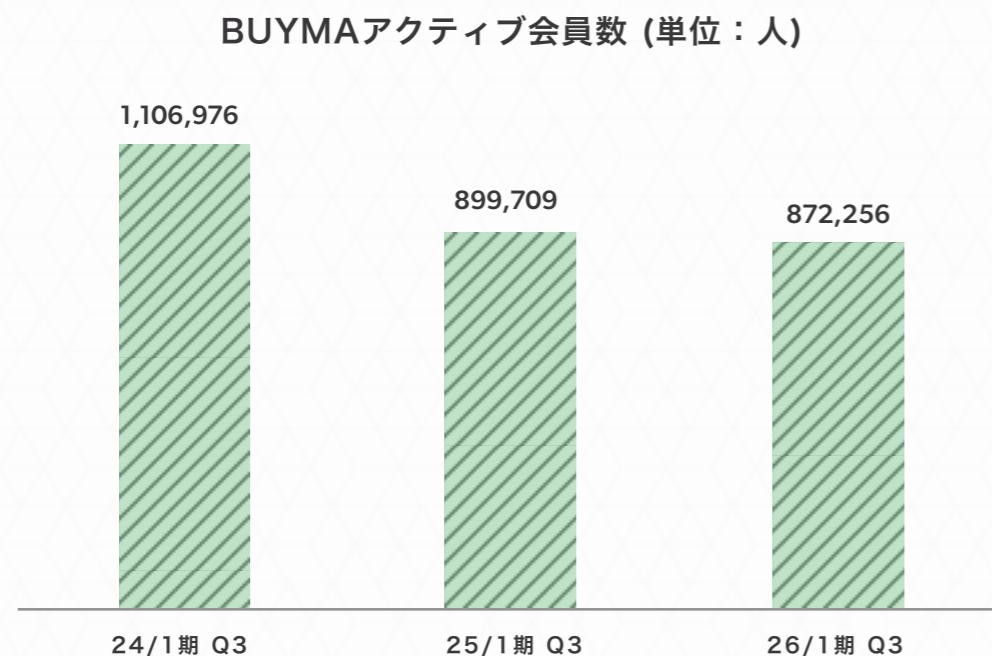
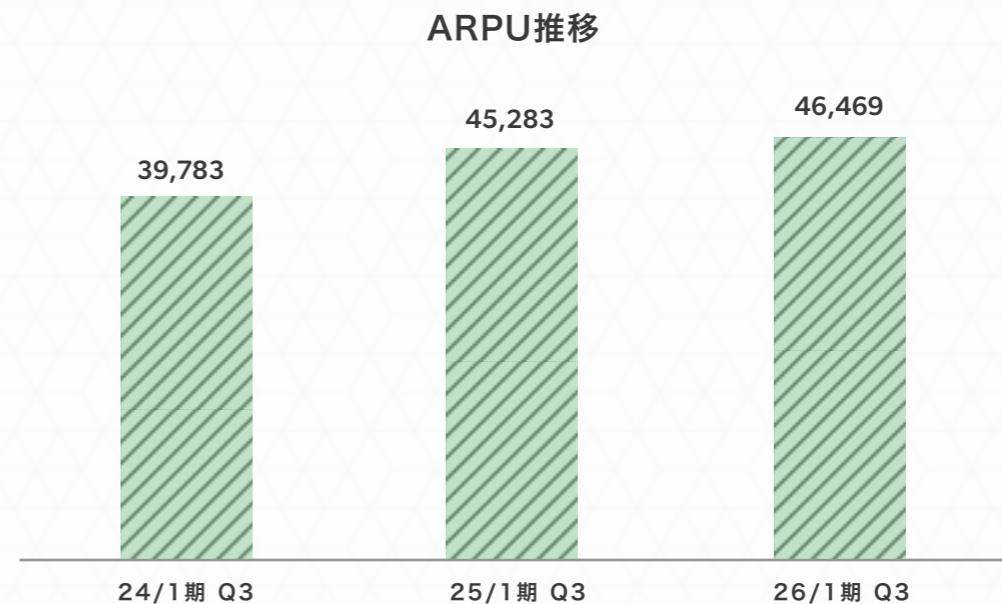
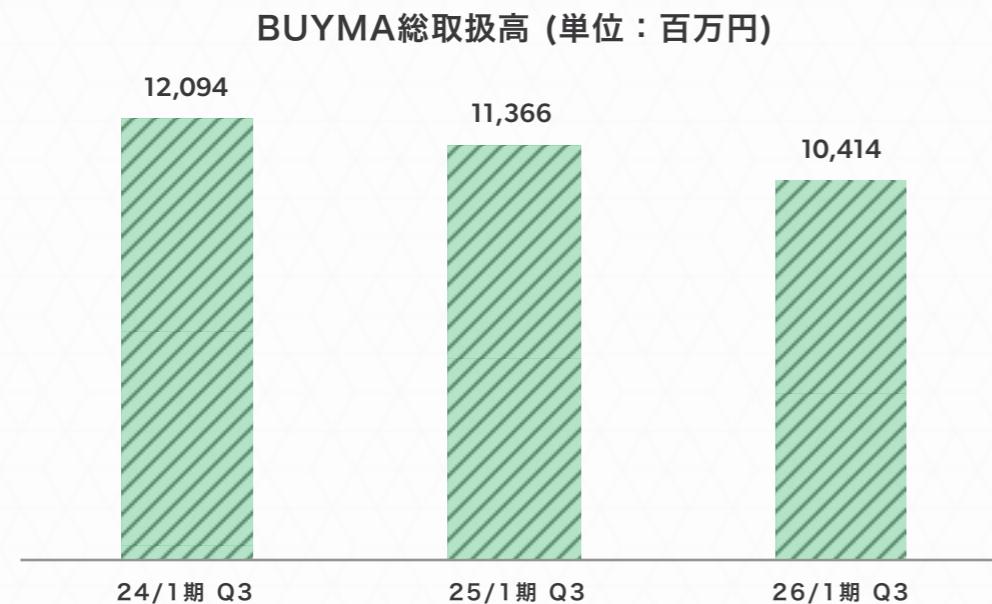
BUYMA 業績サマリー

為替や残暑の影響でトップラインは調整局面にあるが、新経営方針に基づき、収益性の低い施策の優先度を下げ、中長期的な成長に資する施策（AI実装や体制強化など）に着手。

その結果、一時的に営業利益は低水準となるものの、事業基盤の強化は計画通り進捗しており、将来的な収益性向上に向けた土台を構築している。

	2026/1期 Q3実績	2025/1期 Q3実績	前期比
BUYMA (JP) 総取扱高	33,410百万円	35,758百万円	93.4%
売上高	3,697百万円	3,774百万円	97.9%
売上総利益	2,718百万円	2,941百万円	92.4%
販管費	2,536百万円	2,584百万円	98.1%
広告費	748百万円	804百万円	93.0%
人件費	1,185百万円	1,299百万円	91.2%
営業利益	182百万円	357百万円	51.0%
経常利益	194百万円	348百万円	55.9%
当期純利益	178百万円	247百万円	72.2%

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 Q3トピック

◎ スピード入金

- ・ 入金までの期間を大幅に短縮できるスピード入金機能をリリース。
- ・ 出品者への支払いサイクルを早期化することで、出品活動の活性化を支援。

◎ 海外

- ・ shopee台湾へ出店。新たな海外販路の開拓。

◎ BUYMA VINTAGE

- ・ 取引件数QoQ : 113%で成長速度維持。
- ・ 中古品業者特化型ECショップ管理システムとしてシェアを急拡大しているwasabi switchとの連携による国内大手リユース企業の参画が進む。

Q4に向けた取り組み①

プラットフォームの安心・安全体制の拡充

- ▶ データ解析を駆使した能動的な監視体制を構築。
- ▶ 鑑定パートナーとの連携強化・拡充し、安心・安全な購入体験を提供。

データ駆動型の自動監視体制

- ▶ 売上上位商品や急上昇トレンド商品をシステムが自動でリストアップし、API連携により自動で購入・検品へ回す仕組みを構築。
- ▶ 人手に頼らないシステム化により、調査能力を拡大。



鑑定パートナーの拡充

- ▶ 日本流通自主管理協会(AACD)に加え、豊富な経験を持つ鑑定士が在籍する株式会社RECLOと連携。
- ▶ ミステリーショッパーを配置することで、ハイブランドに加え、偽造品リスクの高い人気スニーカーや、急上昇トレンド商品へも対応できる体制の構築を進める。

ユーザーが安心して購入できる環境を進化・拡大

Q4に向けた取り組み②

季節需要を捉える戦略的な大型セール施策

- ▶ 需要が最大化する年末年始に向け、過去最大級のマーケティング施策を展開。
- ▶ 「Black Friday」等の大型イベントと、好調な「Flash Sale」に加え、BUYMA studioを活用したオンライン・オフラインの融合的な体験設計により、冬物需要を喚起。



Q4に向けた取り組み③

購入・再流通を促進する「買取保証」の導入

「購入後の資産価値保証」という新たな価値提供により、ユーザーの購入ハードルを引き下げるとともに、BUYMAの提供価値を拡張し、中長期的な顧客ロイヤリティ（LTV）の最大化を図る。

買取した商品はメンテナンス後、これまでグループ外に流出していたリユース商圈を取り込みつつ、BUYMA Vintageで販売することで、経済圏の拡大を加速させる。

憧れの商品を最終的な負担を抑えて購入できます！(※)



BUYMA 買取保証

購入時に将来の買取金額を保証します



※本サービスはローン等の金融取引ではなく、所有権は購入者に即時移転します。買取保証を適用するには、保証期間内に商品の返却が必要です。本図は、買取基準を満たし、所定の再買取手数料などを差し引いて返金された場合の最終的な負担額の試算例です。

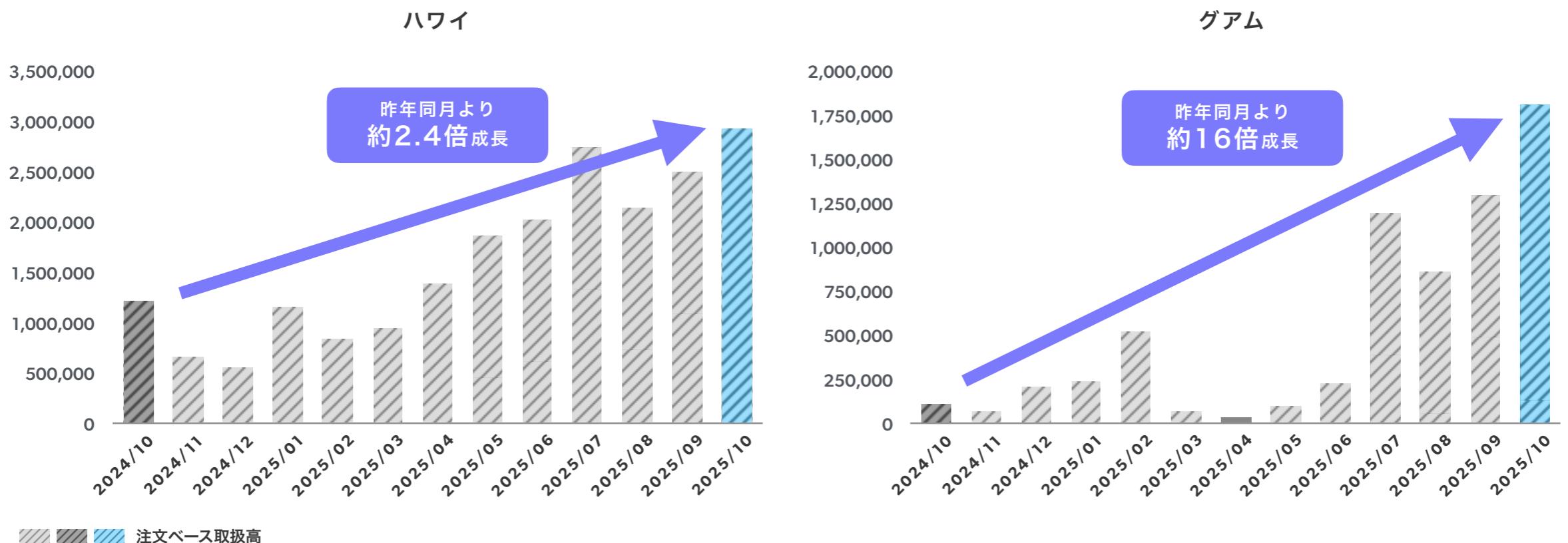
参照リンク先：<https://www.buyma.com/contents/buyback-guarantee/?srsltid=AfmBOorEUKDIHJa-ybzYibPn3RmBTaNhK9dXe9-ZDmAem4FEUZuuUhUQ>

BUYMA TRAVEL 事業サマリー

旅行需要の本格回復と円安下におけるタイパ重視のトレンドを背景に、プラットフォーム事業は急拡大中。

成長戦略の柱であるBUYMA TRAVELの収益化に向け、ハワイ・グアムにフォーカスして、M&Aを実行。特にグアムではその効果が顕著に現れ、取扱高が大きく伸長。

M&Aによる相乗効果と既存プラットフォームの有機的な成長が相まって、グループ全体の業績を押し上げる「クリーンなロールアップ」として機能し、事業全体として期初計画を上回る進捗を記録。



成長要因

①商品力面

- 商品数約2倍に拡大。自社企画開発と催行会社による自主開発・出品を両輪で推進。
- 他社で実績のある人気商品や自社サイトで強みを持つ有力な催行会社を積極的に誘致し、ラインナップを拡充。

②販売力面

- トラベルコなどの外部媒体への掲載において、価格優位性、利便性、特徴などの魅力が伝わるよう、タイトルや商品詳細を大幅に改善。
- 日本語対応や貸切オプションなど、他社との差別化ポイントを強調。

Q4に向けた取り組み

事業基盤の拡張

M&Aによるハワイ送迎事業の強化

- ・ ハワイ現地のリムジン会社「Krystal社」の子会社化により、送迎供給能力の拡大と高付加価値サービスを提供し、ユーザー満足度を向上させる。
- ・ 日本だけでなくアジアやアメリカ本土からの顧客にサービスを提供し、外貨を獲得。
- ・ エリアをフォーカスした買収戦略により、以下のシナジー効果を期待。

■ M&A対象： Krystal Enterprise Limousine, Inc. (ハワイ・オアフ島)

グループ会社「Formal Trans社」との連携によりシナジーを創出

1 供給能力の拡大

Formal Trans社と連携し、ハワイエリアにおける送迎事業の規模を一層拡大。
需要に対する供給体制を盤石に。

2 サービスの品質の向上とニーズ対応

定評ある「高品質なリムジンサービス」と「豊富な車両」を獲得。
多様化する顧客ニーズ（団体・VIP・特別な体験等）への対応力を強化。

3 収益性の向上

送迎サービスの内製化をさらに加速。
外部委託費を抑制し、TRAVEL事業全体の収益拡大と利益率改善を図る。

新規事業・M&A

規律ある投資：明確な方針に基づき「第三の収益の柱」を創出

- 明確な投資方針に基づき、BUYMA周辺・プラットフォーム・新規の3軸で高ROIC・ハードルレートを基準とした規律ある投資育成を同時並行で推進。
- 同時育成、戦略的絞り込み、重点投資を実行し、画期的な成功を目指す。

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

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

TRAVEL
事業

Vintage

不動産領域
「イエウリ」
「イエカイ」

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

ヘルスケア

M&A

新規事業 育成状況

◎ HOUSEREVO

ストック型（動画・記事コンテンツ）集客への移行を開始

不動産売買の「熟考」という特性に合わせ、動画や記事による理解促進の導線を構築。

短期施策から脱却し、サービスの「本質価値」を蓄積・発信するマーケティングへと刷新。

◎ ゲツラク

ターゲットを若手未経験層にフォーカスし、施策を最適化

若手未経験層にターゲットを絞り、TikTokでの認知拡大や一括応募機能の追加を推進。

ターゲットの行動特性に即した施策を網羅し、ユーザーエクスペリエンスの再設計と最適化を図る。

◎ ヘルスケア

出資先サイキンソーとの協業が最終段階に

サイキンソーとの事業連携を推進中。

数か月以内のローンチを目標に据え、最終調整フェーズに。

株主還元

配当方針

新経営方針における配当は、この2年間を安定と規律の「構造改革期間」と位置づけ、その後の「高収益・高成長路線」への確実な回帰と連動した、二段階のロードマップで構成。

26/1期・27/1期

28/1期以降

構造改革期間

2期連続、「1株30円*」

これは、株主の皆様のご支援に対する当社の感謝と決意であり、EPS連動方針のもと、安定と規律を両立します。

*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)

成長ステージ

「配当性向50%」「DOE5%」
いずれか高い方を採用

2年間の構造改革を経て、従来のBUYMA依存の事業基盤を、新規事業およびM&Aによって拡大し、高収益・高成長路線へと確かな回帰を図ります。

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、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

【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

IR活動

個人投資家さま向けIR活動

2025年11月6日実施

株式会社SBI証券主催
「個人投資家向けオンライン会社説明会」

9月の新経営方針発表を受け、代表の須田が自ら登壇し、構造改革の目的や「調整後EPS」重視への転換について詳細を説明。
チャットを通じたリアルタイムな質疑応答により、個人投資家の皆様の疑問解消と理解を促進。



アーカイブURL : https://go.sbisec.co.jp/ir/ir_top.html

2025年11月28日配信

日興アイ・アール株式会社主催
ズバリ質問！あの企業の〇〇

投資家層から絶大な支持を集める「妄想する決算」氏をゲストに迎え、投資家視点での鋭い質問や市場の懸念点に代表の須田が直球で回答。

従来の形式的な説明会では触れられない、事業の本質や経営の意思決定の裏側を、対談形式でざっくばらんに説明。



公開YouTube URL : <https://youtu.be/nWwz2ImA4yk>

【再掲】2026年1月期 第3四半期ハイライト

通期計画に対する進捗は想定範囲で推移。構造改革期間の規律ある運営と株主還元を約束。

1 通期計画達成に向け、進捗は概ね想定内

◎ 現状認識

為替や記録的な残暑の影響により、BUYMA事業の需要の一部がQ4（最大商戦期）へ後ろ倒しとなる見込み。

◎ 対応策と進捗

- ・トップラインが伸び悩む中、目先の利益創出よりもAI実装などの構造改革を優先し、将来の収益力強化に向けた「先行投資フェーズ」として運営。
- ・利益進捗はQ4偏重型の予算構造における想定ラインを維持しており、通期計画達成に向けた軌道に乗っている。

2 「1株当たり30円」の配当を約束

◎ コミットメント

短期的な業績変動にかかわらず、新経営方針で掲げた「構造改革期間（26/1期・27/1期）の安定配当」を約束。

◎ 内容

期末配当：1株当たり30円(前期比3倍)
(普通配当10円+記念配当20円)

**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、
現時点での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、株主還元に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・株主還元に活用できていない
- ▶ 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繋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

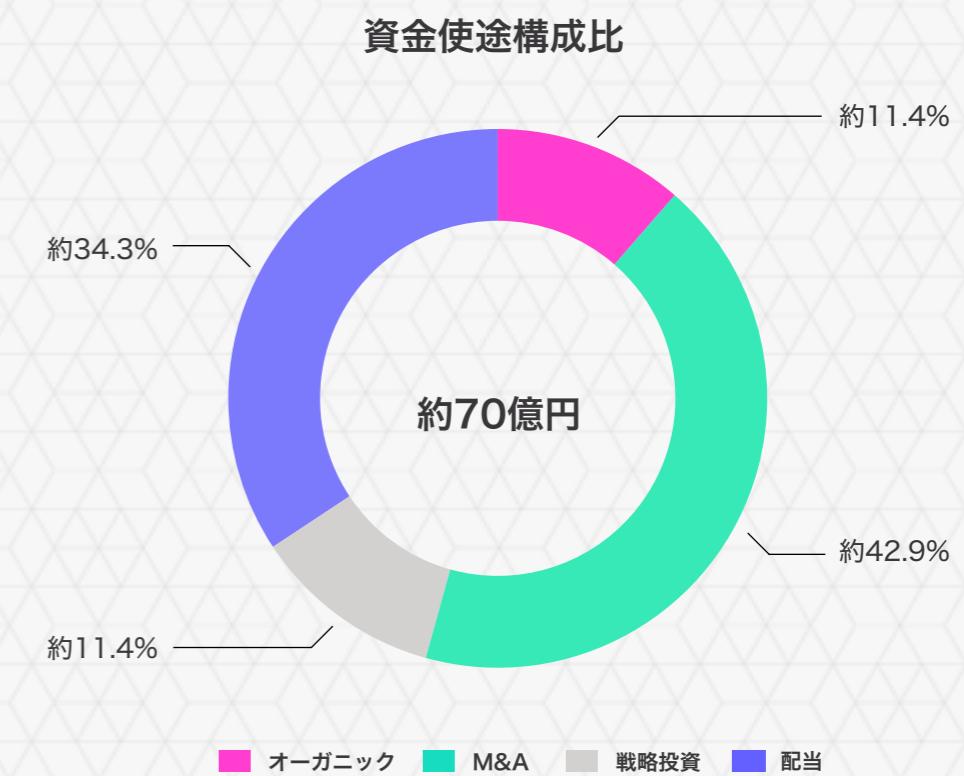
今後2年間（26/1期・27/1期）のキャピタル・アロケーション計画

▶ 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	



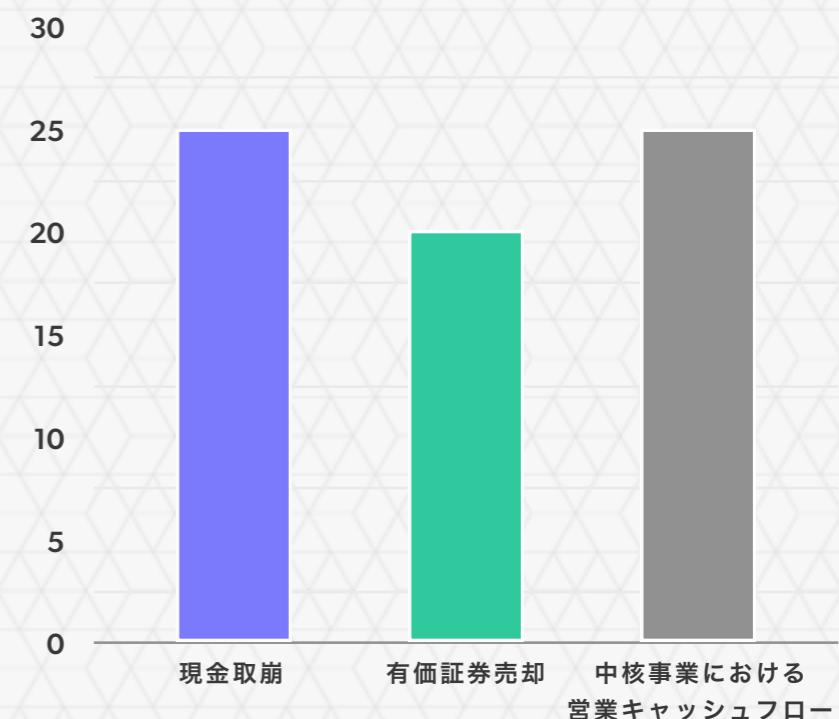
今後2年間（26/1期・27/1期）のキャピタル・アロケーション計画

・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ヵ年合計額 (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		

源泉内訳



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フロー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Houserovo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。

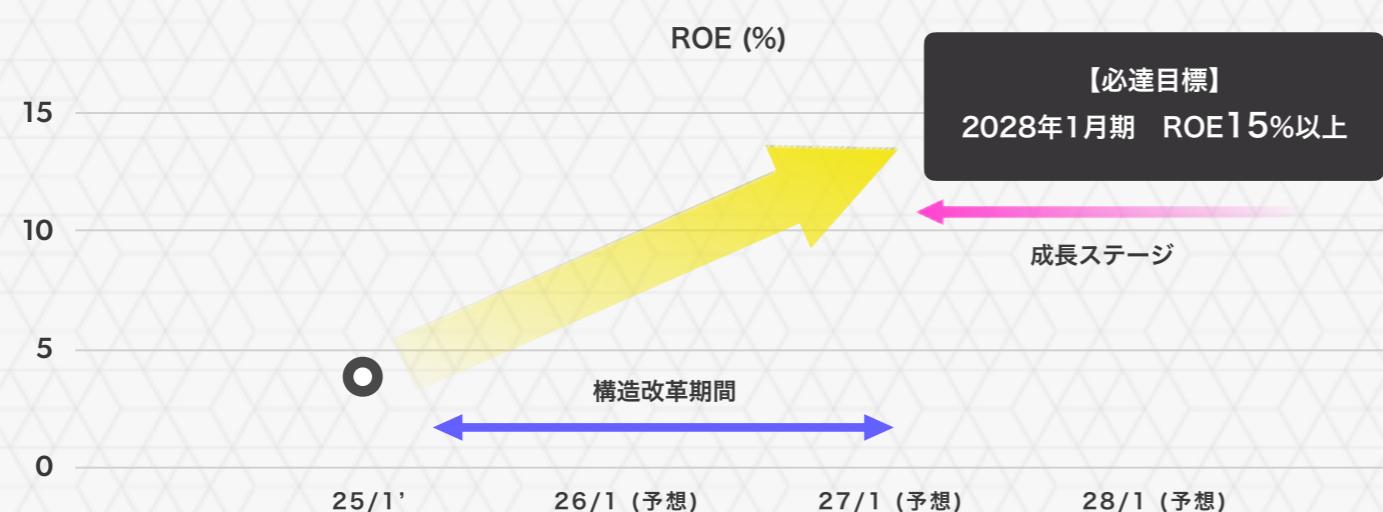
戦略領域	営業利益目標	主要戦略アクション
BUYMA	12億円	①CVR向上（AI活用）、②CRM刷新によるLTV最大化、③高収益カテゴリへの戦略的集中、④VINTAGE領域の拡大
BUYMA TRAVEL	3億円	①独自機能「あとトク」を導入したホテル予約の拡充、②富裕層向け高付加価値プラン造成（体験コンテンツ×宿泊）
新規・M&A	5億円	①周辺領域への集中、②高い営業CF創出能力を持つ会社への規律ある投資

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。

株主様との二つの約束

「還元の確実性」と「進化した再成長」を、制度と責任でやり切ります。

26/1期・27/1期

28/1期以降

確実な還元の約束

構造改革期間（26/1期・27/1期）において、1株30円*の配当を確実に実施します。これは、株主の皆様のご支援に対する当社の感謝と決意であり、EPS運動方針のもと、安定と規律を両立します。

*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)

進化した再成長の約束

2年間の構造改革を経て、従来のBUYMA依存の事業基盤を、新規事業およびM&Aによって拡大し、高収益・高成長路線へと確かな回帰を図ります。

この二つの約束を実現することこそが、経営陣の使命です。

今後とも、当社の変革にご期待いただき、変わらぬご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

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



会員数 10万人 - 80万人



Fashion is Borderless

会員数 80万人 - 170万人



日本語版・英語版・韓国語版

会員数 1,185万人

2025年10月末時点

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

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

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

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

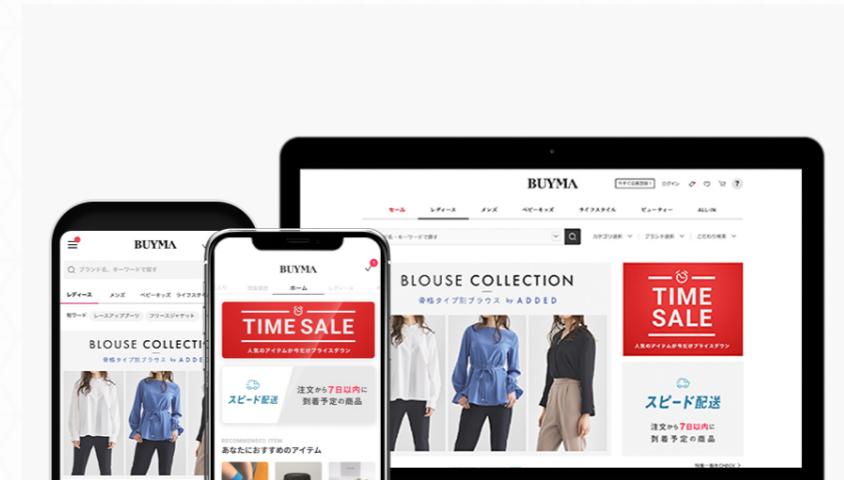
- 2013年12月 韓国語版バイマ「BUYMA Korea」をリリース
- 2015年2月 女子向けメディアを運営するロケットベンチャーを子会社化 (2018年1月清算)
- 2015年10月 英語版「BUYMA」をリリース
- 2016年3月 「BUYMA KOREA」を子会社化 (2017年9月清算)
- 2018年7月 「BUYMA TRAVEL」をリリース
- 2019年4月 東証一部上場
- 2022年4月 東証プライム市場移行
- 2024年5月 株式会社MEGURUを連結子会社化
- 2024年6月 株式会社MEGURUにBUYMA TRAVEL事業を承継し株式会社BUYMA TRAVELに商号変更

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ニア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。

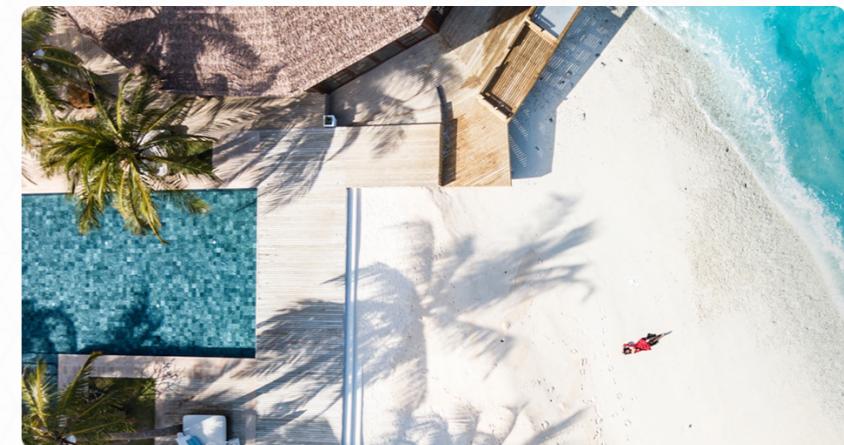
【主要サービス】BUYMA



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

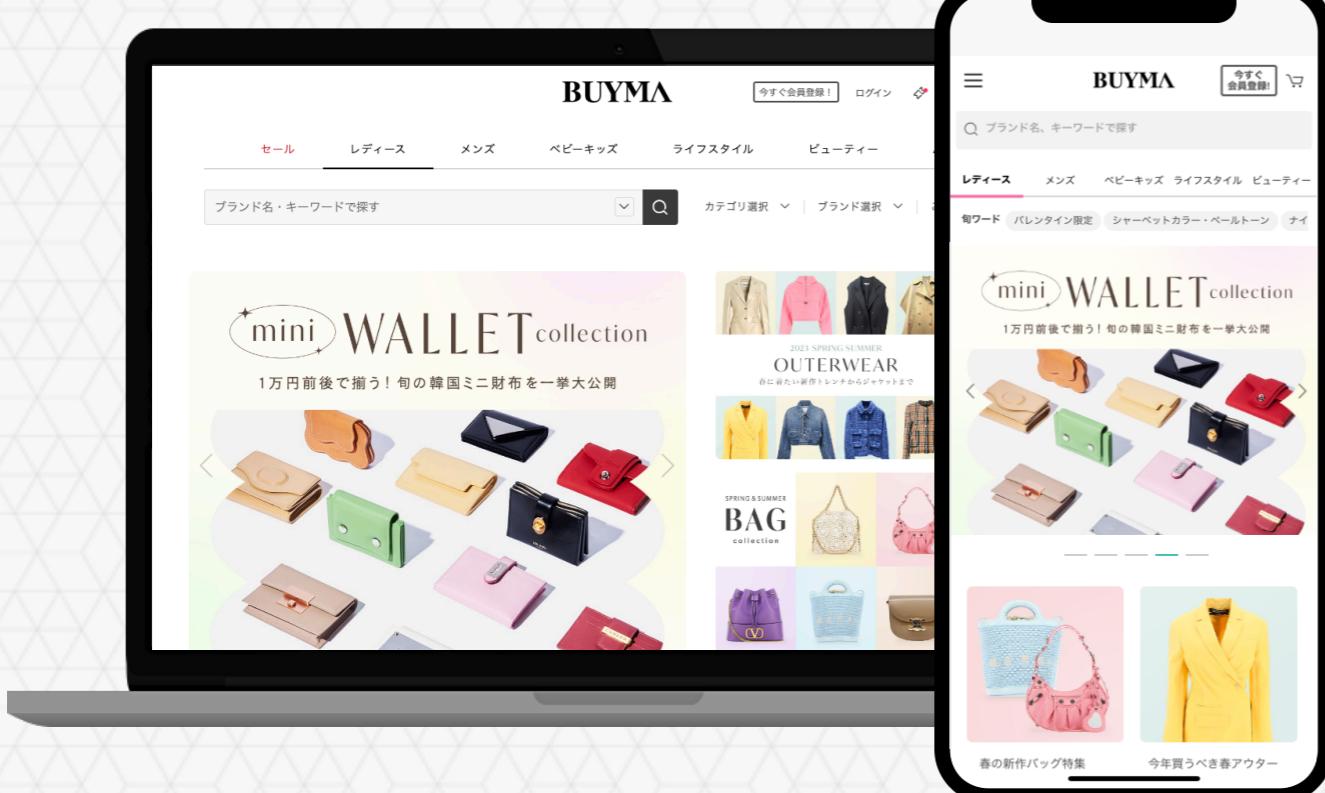


その他（新規事業）

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ナアイテムとの出会いを提供する
“Specialty” Marketplace



出品数

590万品以上

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

46,469円

ユーザー平均年齢

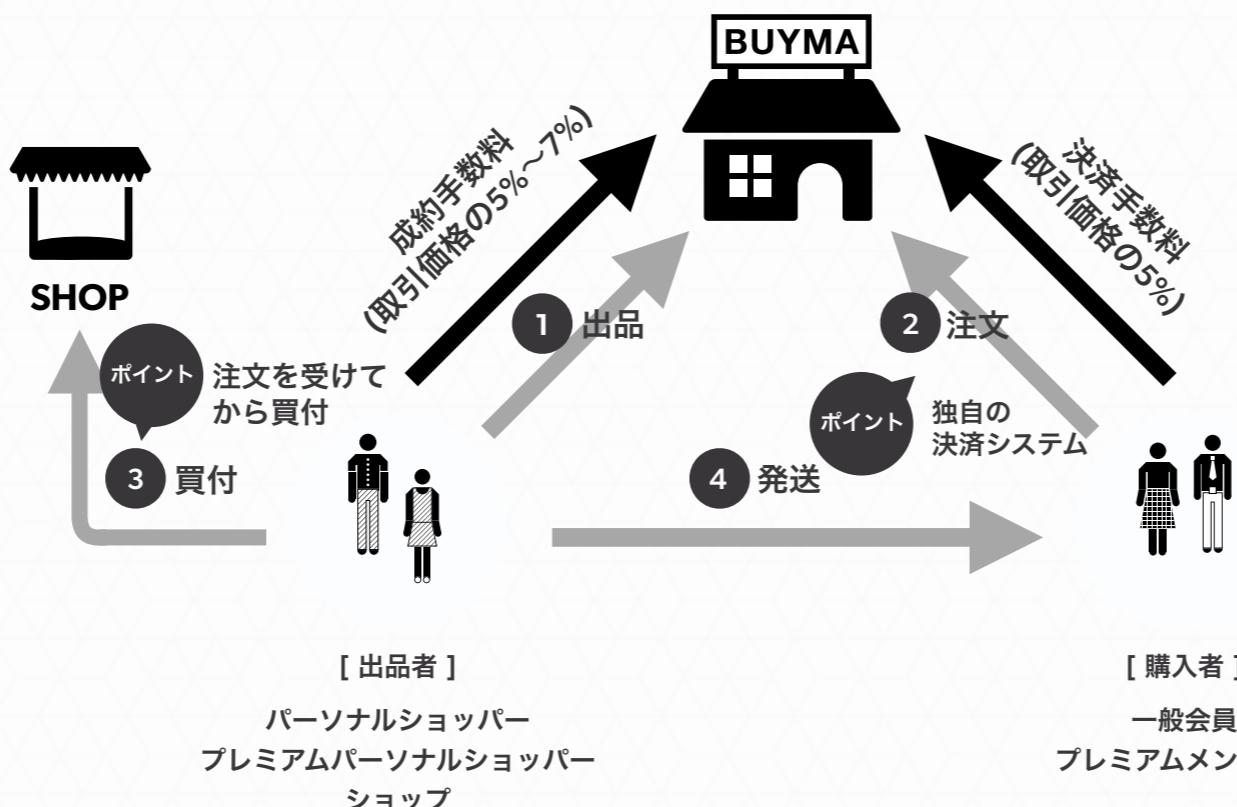
38歳

ユーザー性別構成比

女性 67% 男性 33%

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”がかかる



展開国・地域

52カ国 174都市

登録ガイド数

1,700人超

出品商品数(ガイド・アクティビティ)

2,600商品以上

掲載ホテル数

17万軒以上

※2025年10月末時点