

# 2026年1月期第2四半期 新経営方針・決算補足説明資料

株式会社エニグモ

(2025年9月12日)

## 目次

1.新経営方針

2.ハイライト／業績サマリー

3.2026年1月期 連結業績予想

4.事業の概況

5.株主優待制度

6.Appendix

# 新經營方針

## 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

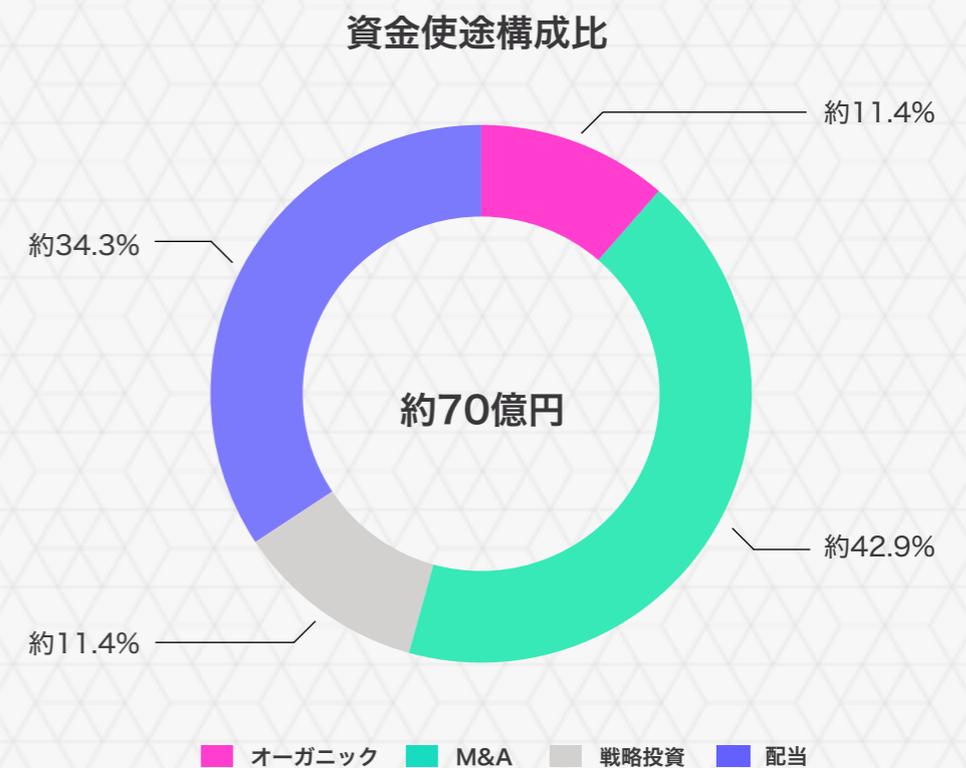
## 今後2年間（26/1期・27/1期）のキャピタル・アロケーション計画

### ▶ 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	

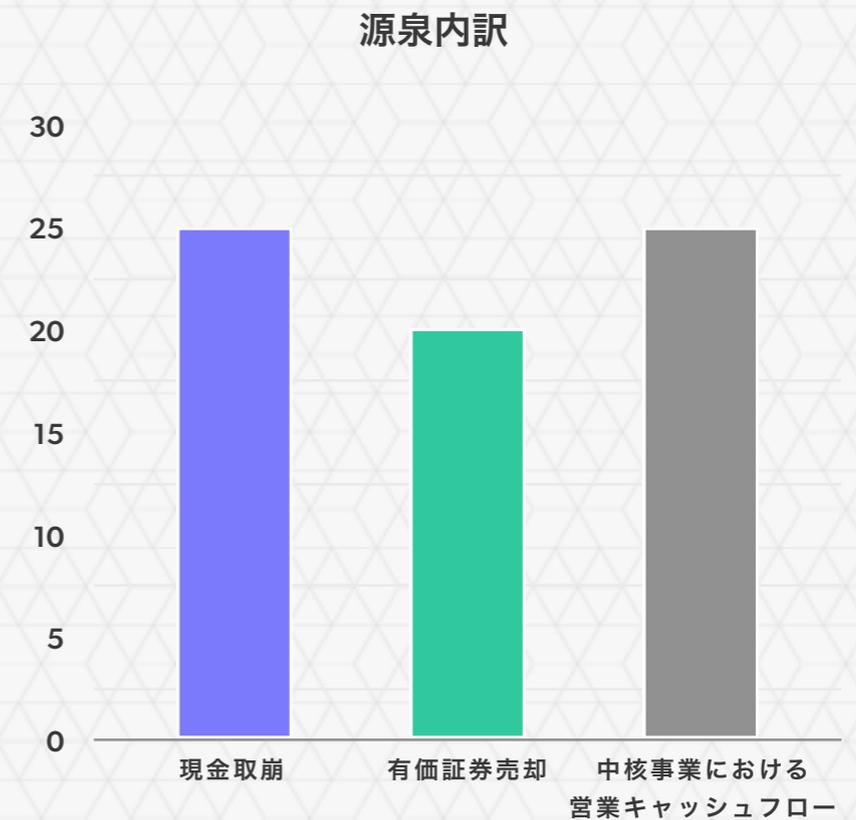


## 今後2年間（26/1期・27/1期）のキャピタル・アロケーション計画

### ▶ 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	



### 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。

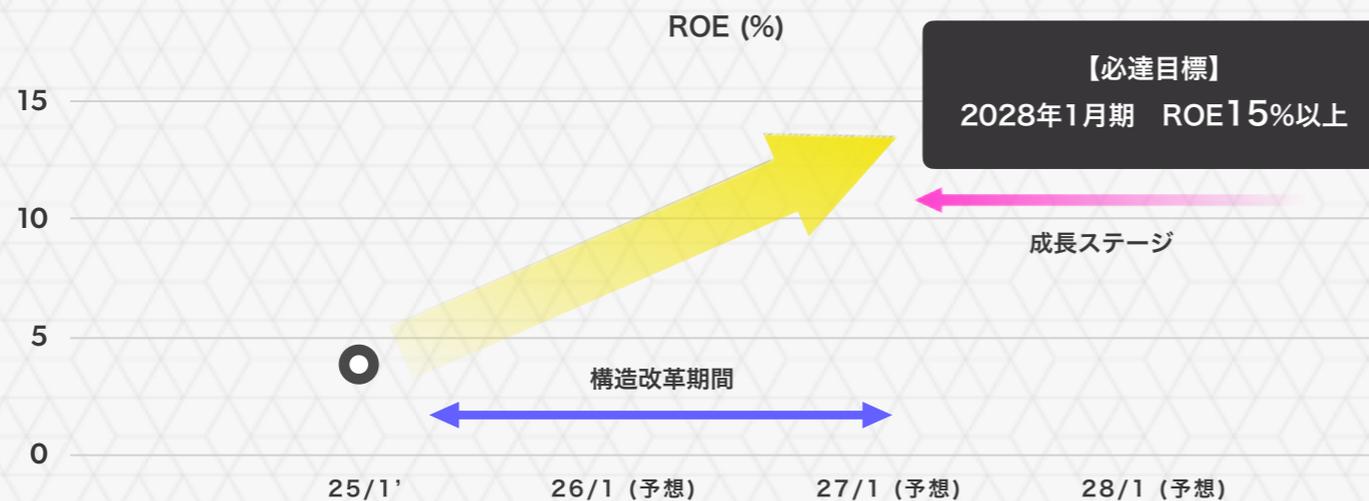
戦略領域	営業利益目標	主要戦略アクション
BUYMA	12億円	①CVR向上 (AI活用)、②CRM刷新によるLTV最大化、③高収益カテゴリへの戦略的集中、④VINTAGE領域の拡大
BUYMA TRAVEL	3億円	①独自機能「あとトク」を導入したホテル予約の拡充、②富裕層向け高付加価値プラン造成 (体験コンテンツ×宿泊)
新規・M&A	5億円	①周辺領域への集中、②高い営業CF創出能力を持つ会社への規律ある投資

### 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。

## 株主様との二つの約束

「還元の実確性」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

### 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）

28/1期以降

### 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。

## サマリー

本日で説明した各スライドの要点のみを簡潔に再掲します。

### 1 新経営方針の4つの柱

- ▶ 調整後EPSを最重要KPIに一本化
- ▶ EPS連動の新・株主還元
- ▶ キャピタル・アロケーション最適化
- ▶ 全社コミットメント（CEO責任/持株会・評価）

### 2 なぜ今、構造改革か

- ▶ 外部：市場構造の変化/競争激化/AI進化、M&A活性化など機会の出現
- ▶ 内部：ROEの低位/現預金活用不足/ポートフォリオ最適化余地  
⇒ 「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

### 3 約束

- ▶ 期間：26/1期・27/1期を構造改革期間、28/1期からは成長ステージ移行
- ▶ 約束：還元の確実性（配当30円\*）と進化した再成長

\*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）

# ハイライト / 業績サマリー

## 2026年1月期第2四半期 ハイライト

価値の厳選志向へと消費の動向が変化する中、Fashion Platform事業は、BUYMAの確かな安心感と安全性の醸成を着実に推進。オンラインでの定期セール（Flash Sale）や、リアルと融合した「BUYMA studio」でのイベント施策も功を奏し、取扱高は前年比100%越えにあと一步までの進捗。

BUYMAに続く事業の柱を目指すBUYMA TRAVELを中心とするTravel Platform事業は、プライベートガイド予約の継続的な成長に加え、新たなホテル予約機能「あとトク予約」をリリースし更なる成長を狙う。

新経営方針に従い、2026年1月期及び2027年1月期を構造改革期間と位置づけ、株主還元策として配当予想を30円へと増額。  
（普通配当10円+BUYMA20周年記念配当20円）

2028年1月期以降の継続的な成長に向け、既存事業における営業利益と潤沢な手元預金、有価証券売却益を原資に積極的な戦略投資を見込むこれらを織り込むため、通期業績予想を修正。

### 業績概要

BUYMA (JP) 2Q総取扱高	<b>112.5億円</b>	(前年同四半期比 97.1%)
四半期別総取扱高	(前1Q) <b>123.5億円</b>	(前年同四半期比 87.5%)
	(前2Q) <b>115.8億円</b>	(前年同四半期比 88.3%)

## 2026年1月期第2四半期 ハイライト

### 業績概要

連結売上高	:	<b>28.9億円</b>	
(単体売上高)	:	<b>25.3億円</b>	(BUYMA (JP) 売上前年同四半期比 98.6%)
連結販管費	:	<b>21.1億円</b>	
(単体販管費)	:	<b>17.1億円</b>	(前期比 96.1%)
連結営業損失	:	<b>▲0.1億円</b>	
(単体営業利益)	:	<b>1.5億円</b>	(前期比 67.5%)
連結中間純損失	:	<b>▲0.4億円</b>	
(単体中間純利益)	:	<b>1.7億円</b>	(前期比 108.4%)

## 2026年1月期第2四半期 業績概要（連結）

BUYMA TRAVEL連結に伴うのれん償却前営業利益は4百万円

Ai ロボティクス社株式一部売却等の特別利益により税金等調整前中間純利益は41百万円

BUYMA TRAVEL社連結に伴うのれん償却 ▲22百万円

Formal Trans社連結に伴うのれん償却 ▲10百万円

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

	2026/1期Q2 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	2,898百万円			2,532百万円	365百万円
売上総利益	2,096百万円			1,871百万円	224百万円
販管費	2,113百万円	22百万円		1,715百万円	376百万円(*)
営業利益又は営業損失 (▲)	▲17百万円	▲22百万円		155百万円	▲151百万円(*)
経常利益又は経常損失 (▲)	▲46百万円	▲22百万円	▲10百万円	154百万円	▲165百万円(*)
親会社株主に帰属する中間純利益又は親会社 株主に帰属する中間純損失 (▲)	▲49百万円	▲22百万円	▲16百万円	171百万円	▲179百万円(*)
親会社株主に帰属する中間包括利益	507百万円				
調整後EPS	6.63円				

\*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月期第2四半期 業績概要（単体）

	2026/1期 Q2実績	2025/1期 Q2実績	前期比
BUYMA (JP) 総取扱高	22,996百万円	23,937百万円	96.1%
売上高	2,532百万円	2,566百万円	98.6%
売上総利益	1,871百万円	2,015百万円	92.9%
販管費	1,715百万円	1,784百万円	96.1%
広告費	512百万円	570百万円	89.8%
人件費	794百万円	858百万円	92.5%
営業利益	155百万円	230百万円	67.5%
経常利益	154百万円	228百万円	67.6%
中間純利益	171百万円	157百万円	108.4%

# 2026年1月期 連結業績予想の修正

当社は中長期成長に向け、今後2年間（26/1期・27/1期）を「構造改革期間」と位置づけ、段階利益に拘ることなく現金創出力を高めるべく、キャピタルアロケーションの一環として、最重要KPIである調整後EPS（28/1期に40円以上目標）向上を目指す戦略投資（約3億円）と前期比3倍への増配（記念配当含む）を実施いたします。

既存事業において消費回復の遅れ等により売上高が若干想定を下回る一方、保有する投資有価証券の売却により特別利益を計上する見込みです。

この結果、戦略投資等により営業利益は前回予想を下回るものの、特別利益が寄与し、親会社株主に帰属する当期純利益は前回予想を上回る見通しです。

	前回発表予想	今回発表予想	増減額 (増減率)	2025/1期 前期実績
売上高	6,719百万円	6,505百万円	▲213百万円 (▲3.2%)	5,928百万円
営業利益	536百万円	30百万円	▲505百万円 (▲94.3%)	739百万円
経常利益	536百万円	2百万円	▲534百万円 (▲99.6%)	693百万円
親会社株主に帰属する当期純利益	322百万円	387百万円	64百万円 (19.8%)	433百万円
1株当たり 当期純利益	8.14円	9.76円	1.62円 (19.8%)	10.93円
(参考) 調整後EPS	—	19.39円	—	15.91円

# 事業の概況

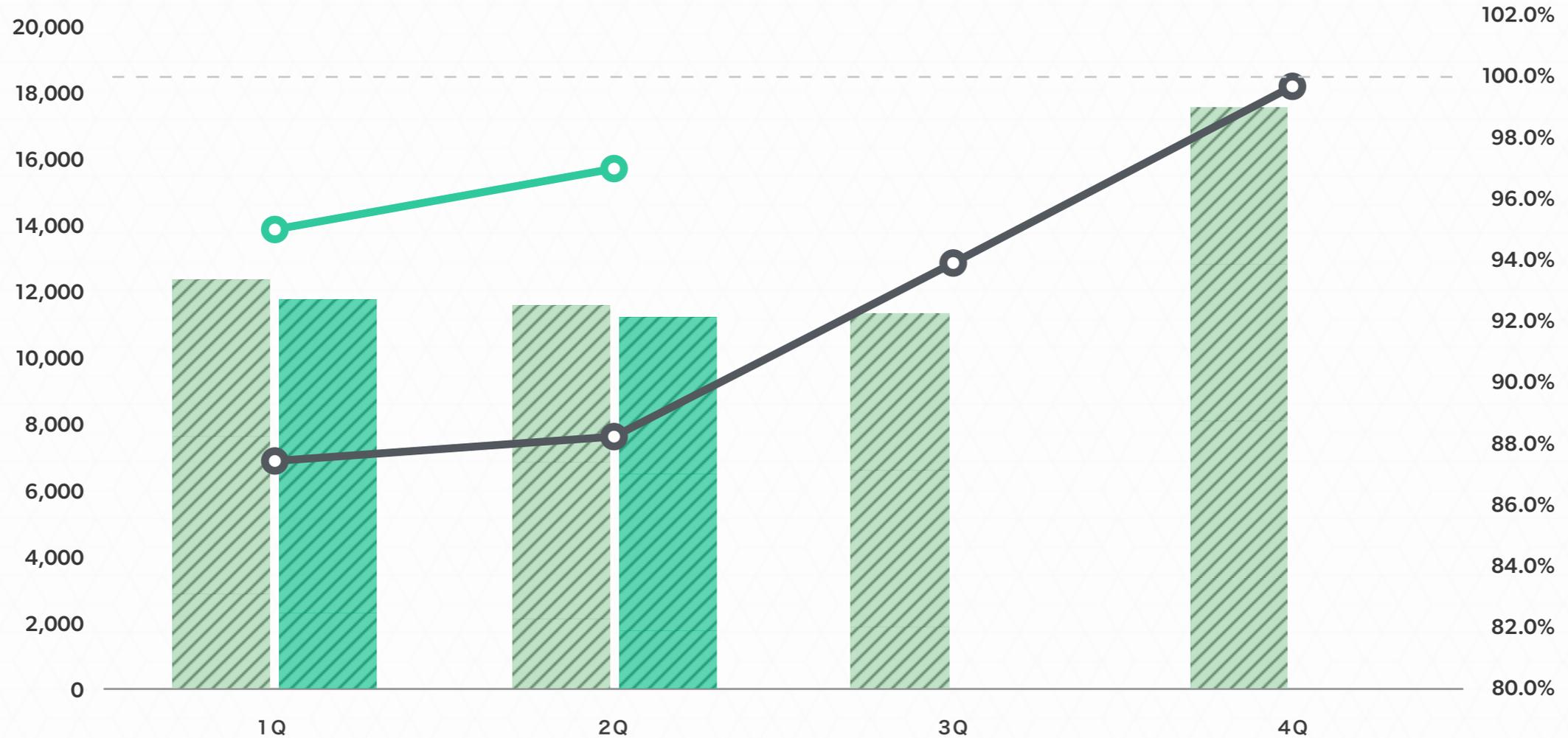
# BUYMA

## 2026年1月期第2四半期の総括

外部環境の不透明感が続くなか、BUYMA事業はAI活用による効率化を推進し、業績は回復基調で推移しており、グループ収益の柱として通期の業績を下支えしています。

(単位：百万円)

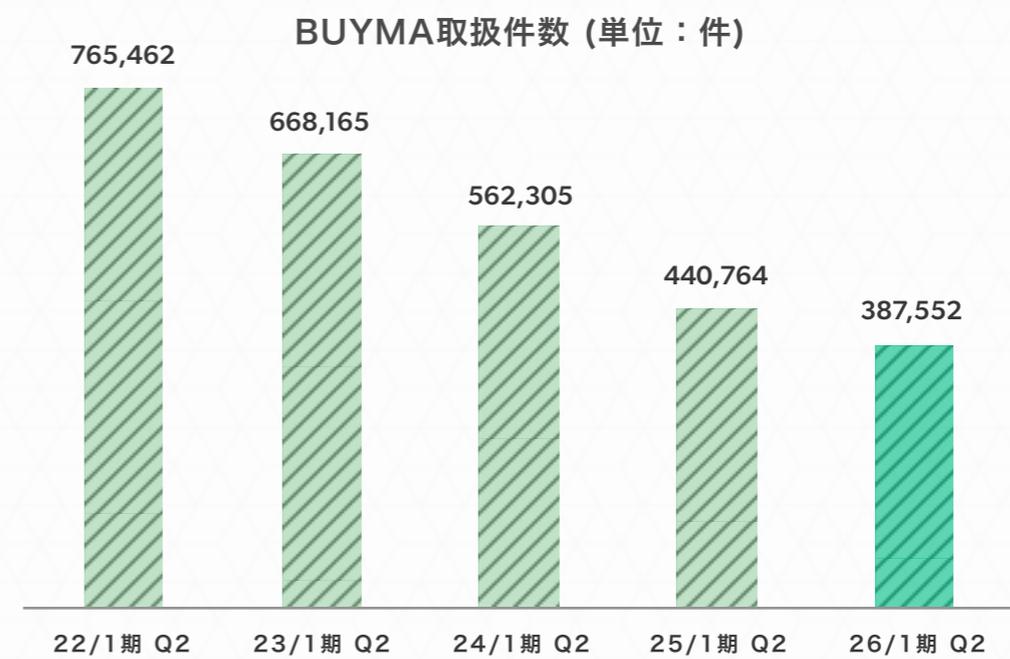
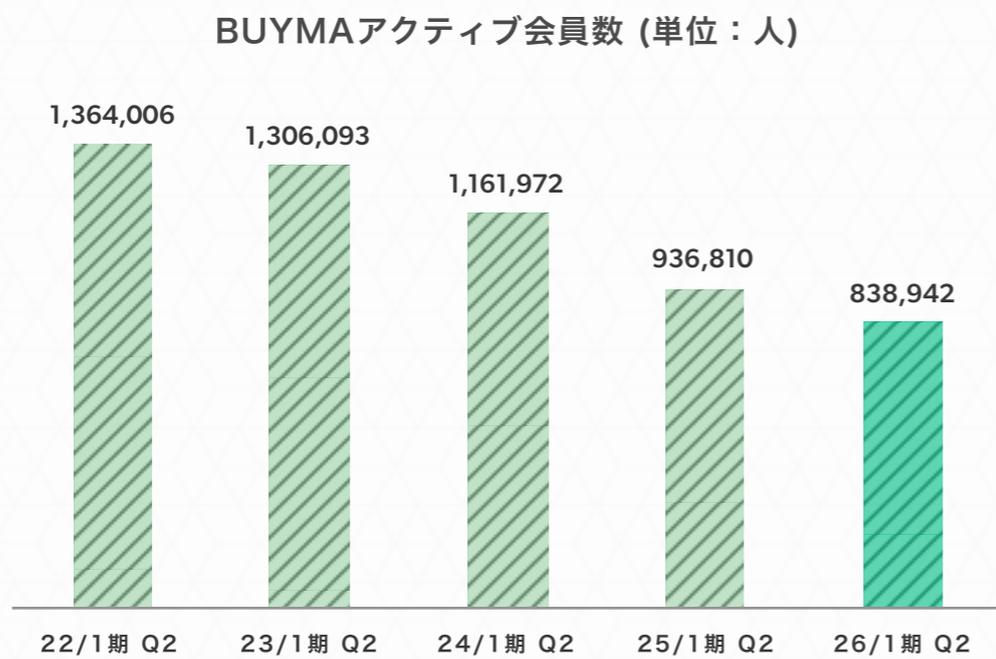
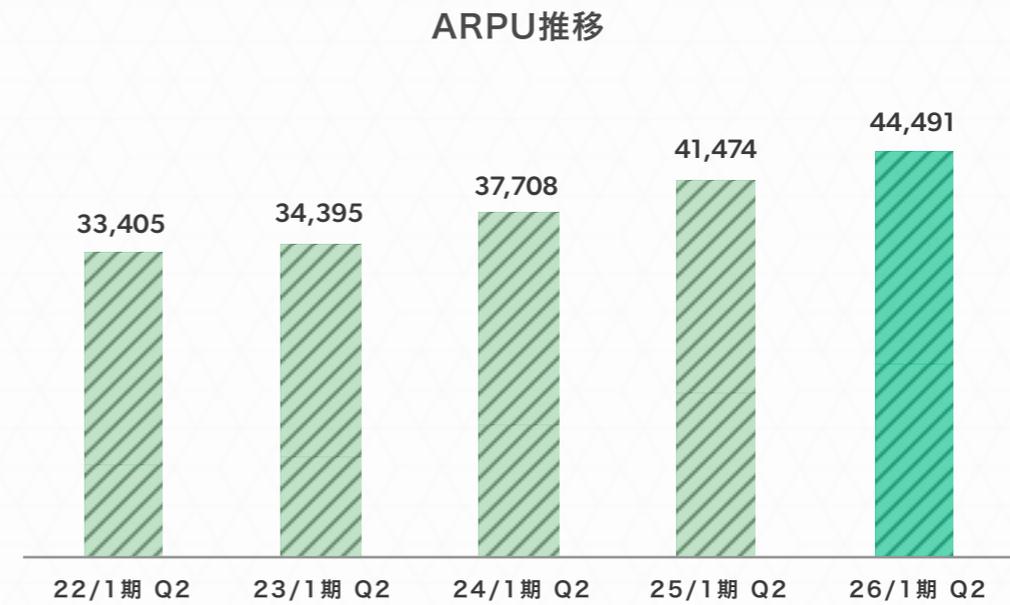
四半期別総取扱高推移及び前年同四半期推移



▨ 四半期総取扱高 2025/1期    ▨ 四半期総取扱高 2026/1期  
○ 前年同四半期比 2025/1期    ○ 前年同四半期比 2026/1期

\*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

## BUYMA 主要KPIの推移



※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トピック

### ◎ 20周年記念ブランディング

サービス開始20周年を記念したロゴを展開し、お客様への感謝を伝えるとともに、長年の信頼と安心感を醸成するコミュニケーションを強化。

### ◎ AI活用による検索体験の向上

顧客一人ひとりに最適な商品を提案するため、AIによる検索結果のパーソナライズ化トライアルを継続。CVR向上に向け、Q3以降も改善を推進。

### ◎ Flash Saleの定期開催

定期的なFlash Saleの開催により、安定した収益機会を創出。5月～7月の純増仮注文金額は月平均で7,000万円を超え、取扱高の拡大に貢献。

### ◎ BUYMA studio

オンラインとリアルを融合した7月の「サマーポップアップ」では、合計取扱高1,100万円超、スタジオ総来店者数1,200人超を達成し、効果的な新規顧客層の開拓に寄与。

### ◎ 海外

ebayとの戦略的提携による海外販路の拡大。

韓国大手ECツールsabangnetとの連携による韓国市場での事業基盤構築。

### ◎ BUYMA VINTAGE

取引件数QoQ：113%、商品数QoQ：150%と成長速度を維持。

国内外の大手リユース企業参画による商品拡充や、販促施策の強化が成長に寄与。

# BUYMA TRAVEL

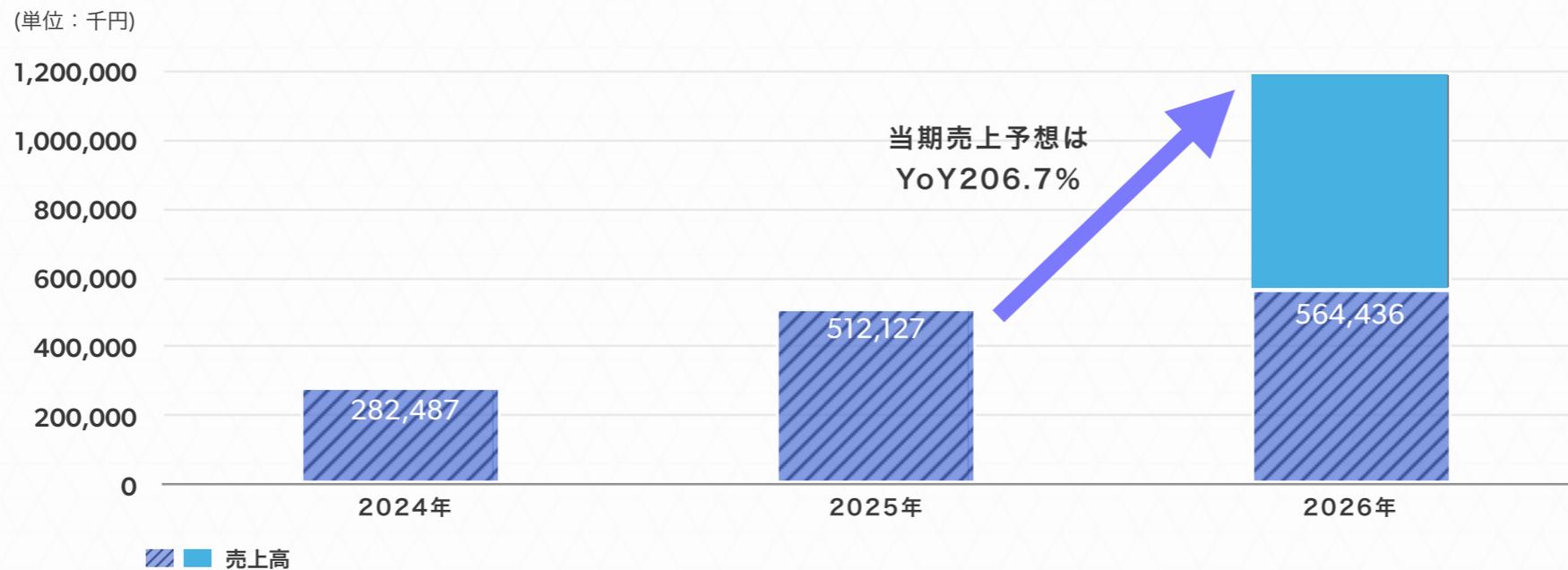
## 2026年1月期第2四半期の総括

旅行需要の本格回復を背景に、主要渡航先のグアムの好調やプライベートガイド利用の増加により、売上・利益ともに前年を大きく上回りました。新サービス「あとトク」も順調に推移しています。

2025年2月に子会社化したハワイの送迎会社Formal Trans社は、PMIの長期化により第2Qの収益は計画を下回ったものの、現在は概ねPMIが完了し、来期以降の本格的な収益貢献を見込んでいます。

これらの取り組みにより、事業全体としては期初計画を上回る進捗を記録しています。

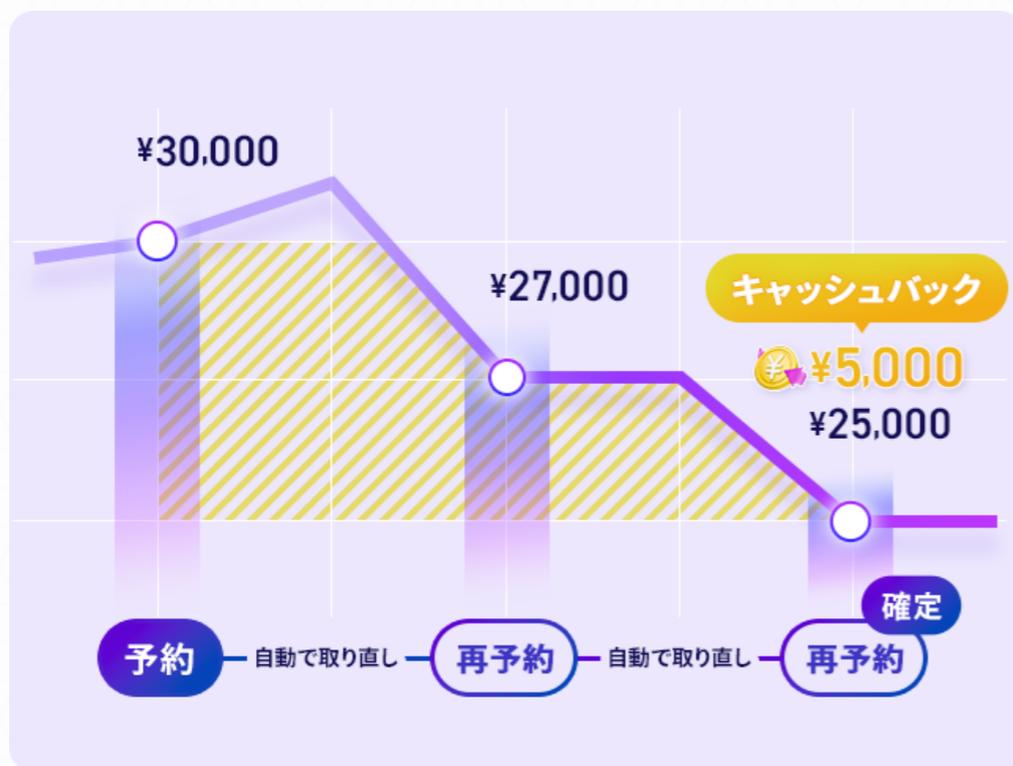
BUYMA TRAVEL 売上推移



## BUYMA TRAVELトピック

### ◎ ホテル予約機能グランドオープン 新機能『あとトク予約』を開始

「BUYMA TRAVEL」においてホテル予約機能をローンチしました。併せて、価格下落時に同条件で自動再予約し、差額を現金でキャッシュバックする新機能「あとトク予約」の提供を開始しました。これにより、価格変動に起因する不確実性と再予約の手間を低減し、安心してご利用いただける予約環境をご提供します。



価格推移と差額キャッシュバックのイメージ

#### 対象ホテル・対応エリア：

約7万軒（アメリカ、台湾、韓国、タイ、ベトナム、パリ、オーストラリア、スペイン、イタリアなど）

#### ご利用の流れ：

##### Step 1: ホテルを予約

BUYMA TRAVELで目的のホテルを探して予約。  
バイマトラベルの全てのホテルがプライスバック対象。  
※宿泊日より48時間前の予約

##### Step 2: 宿泊日まで待つだけ

予約後もホテルの価格は変動します。バイマトラベルは自動で同じタイプの部屋を取り直し、差額を現金還元を受けることで、お得に泊られます。

##### Step 3: 差額の受け取り

宿泊日の当日になると値下げ分の受取申請が可能になります。  
最短4営業日以内に差額の受取が完了します。

#### 注意事項

- ・ 全てのホテルがあとトク予約のキャッシュバック対象ですが、キャンセル不可プランのホテル、宿泊日直前のホテル（キャンセル不可の期間）には対象になりません。
- ・ 差額の受取はチェックイン日から14日以内の申請が必要になります。また、14日を過ぎると受取ができなくなります。
- ・ 予約内容の変更・キャンセルをした場合は、変更以前に発生していたキャッシュバックは無効となります。
- ・ 返金は日本の口座のみ対応。申請の口座が間違っており、送金できなかったなど、二重で送金手数料などかかる場合はご本人様の負担となります。

## その他(新規事業)

### 2026年1月期第2四半期の総括

BUYMA・BUYMA TRAVELに次ぐ第3の柱として、新規事業の実証・検証を推進中です。現在は投資フェーズのため利益貢献は限定的ですが、BUYMA単体の利益や売却益で投資を吸収し、財務の健全性を維持しています。

#### ◎ その他（新規事業）トピック

##### ゲツラク完全子会社化

持分の追加取得によりゲツラクを100%子会社化。Q転職を軸に連携を強化し、収益基盤の多角化を推進します。連結反映は2026年1月期3Q末にB/S、期末からP/Lの取り込みを予定しています。

# 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

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

※ 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

#### (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

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**

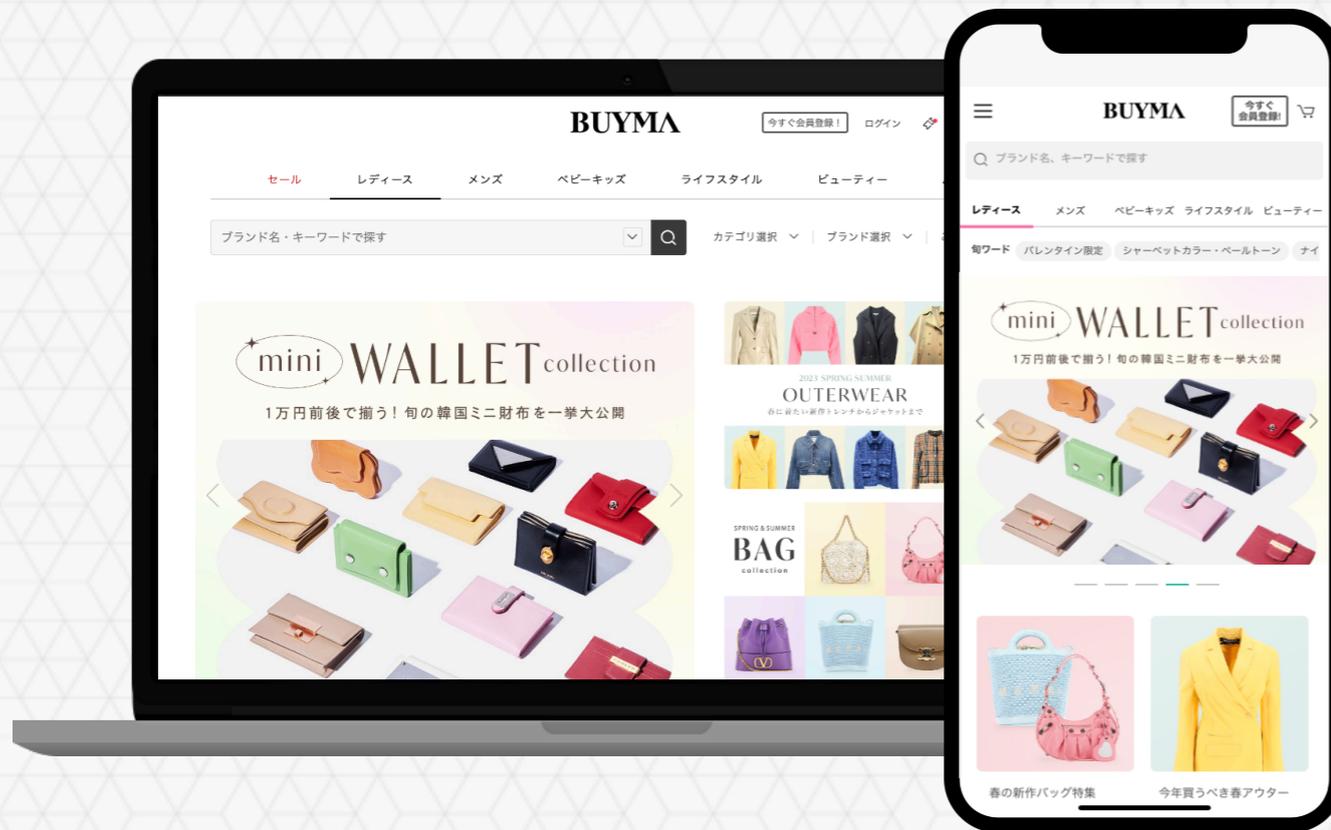
**世界展開開始・「海外通販No.1」サービスへ**

- 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
- 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 1,175万人**

2025年7月末時点

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

660万品以上

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

29,032円

ユーザー平均年齢

37歳

ユーザー性別構成比

女性 67% 男性 33%

※2025年7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。

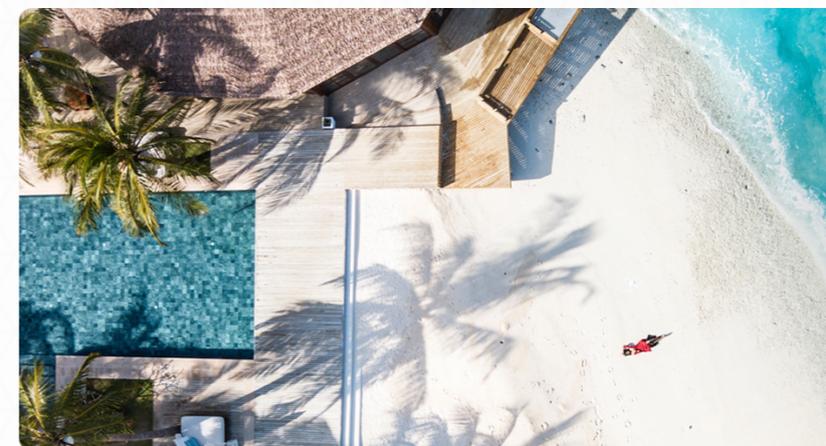
【主要サービス】 BUYMA



## ◎ 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



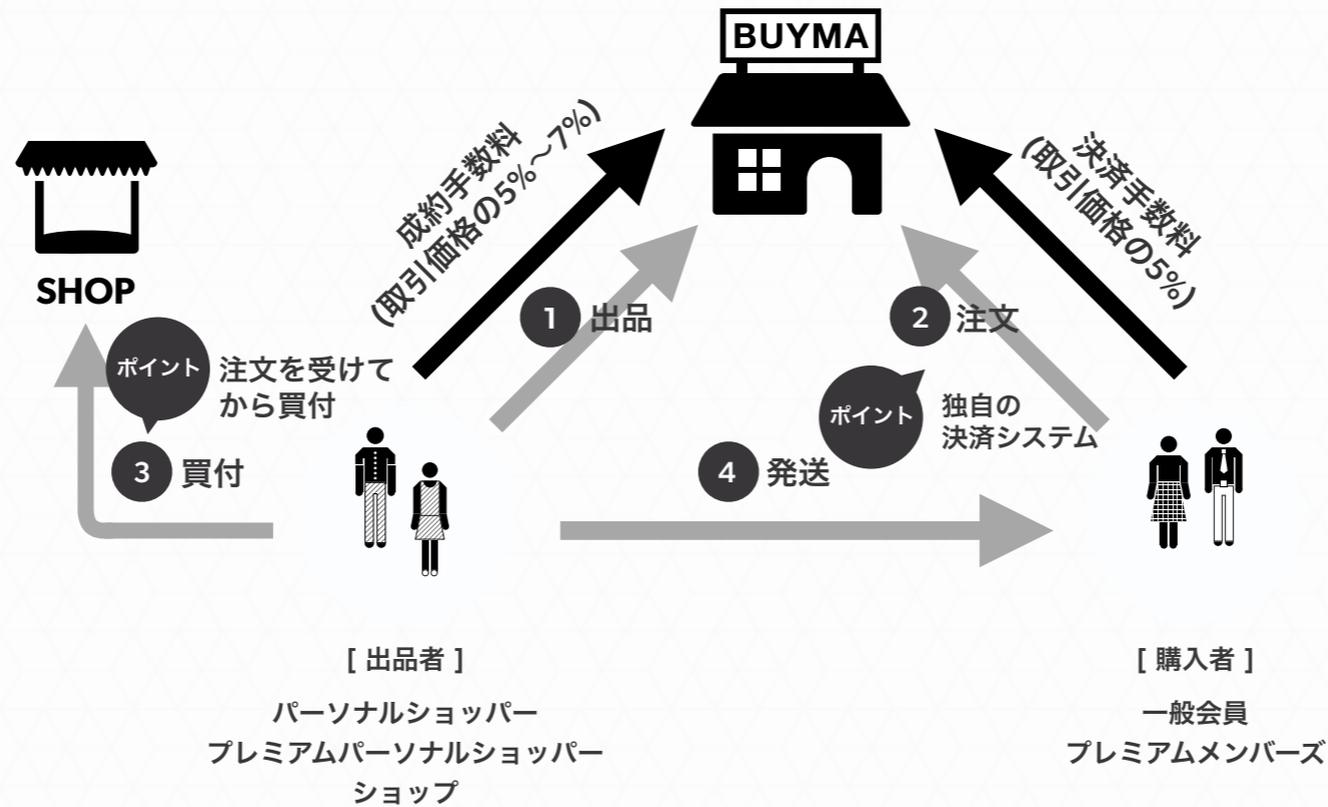
## ◎ その他（新規事業）

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

# 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)