

2024年4月26日

各位

会社名 株式会社 エニグモ
代表者名 代表取締役 最高経営責任者 須田 将啓
(コード番号：3665 東証プライム市場)
問い合わせ先 取締役 金田 洋一
コーポレートオペレーション本部長
TEL. 050-1741-2223

上場維持基準の適合に向けた計画書

当社は、2024年1月31日時点において、東京証券取引所プライム市場における上場維持基準を満たしていないことから、下記のとおり「上場維持基準の適合に向けた計画書」を作成しましたのでお知らせいたします。

記

1. 当社の上場維持基準の適合状況および計画期間

当社の2024年1月31日時点における東京証券取引所プライム市場の上場維持基準への適合状況は以下のとおりとなっており、「流通株式時価総額」については基準を満たしていません。当社は、上場維持基準を満たすため、2027年1月末までに各種取組を進めてまいります。

	株主数	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率
当社の状況 基準日時点	8,793人	202,881単位	72.9億円	47.5%
上場維持基準	800人	20,000単位	100.0億円	35.0%
計画書に記載の項目			○	
計画期間			2027年1月31日	

(注) 当社の適合状況は、株式会社東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

2. 上場維持基準の適合に向けた取組の基本方針、課題及び取組内容

東京証券取引所プライム市場の上場維持基準の充足に向けた当社の取組内容については、添付の「上場維持基準の適合に向けた計画書」に記載のとおりです。

以上

enigma

上場維持基準の適合に向けた 計画書

2024/4/26

株式会社エニグモ
(証券コード3665)

1. プライム市場上場維持基準 適合状況

2. 適合計画期間及び基本方針

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

時価総額（発行済株式数×株価）を向上させる施策

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上

- 経営指標の目標
- 成長戦略
- 現状と課題
- 施策等

② IR・広報活動の強化

③ 株主還元の継続

1.プライム市場上場維持基準適合状況

当社の期末基準日（2024年1月31日）における
東京証券取引所プライム市場の上場維持基準への適合状況は、
「流通株式時価総額」について、基準を満たしていません

	プライム市場上場維持基準	当社の状況
株主数	800人	8,793人
流通株式数	20,000単位	202,881単位
流通株式時価総額	100億円	72.9億円
流通株式比率	35%	47.5%

※当社の適合状況は、株式会社東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出しています
※流通株式時価総額については、2024年1月末時点の流通株式数に、2023年11月～2024年1月における当社普通株式の
最終価格の平均値359.48円を乗算し算出しています

2.適合計画期間及び基本方針

- プライム市場の上場維持基準達成の計画期間を「2027年1月期末」までとする
- 流通株式時価総額の構成要素となる時価総額の向上に向け、以下各施策を推進する
 - ① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上
 - ② IR・広報活動の強化
 - ③ 株主還元の継続

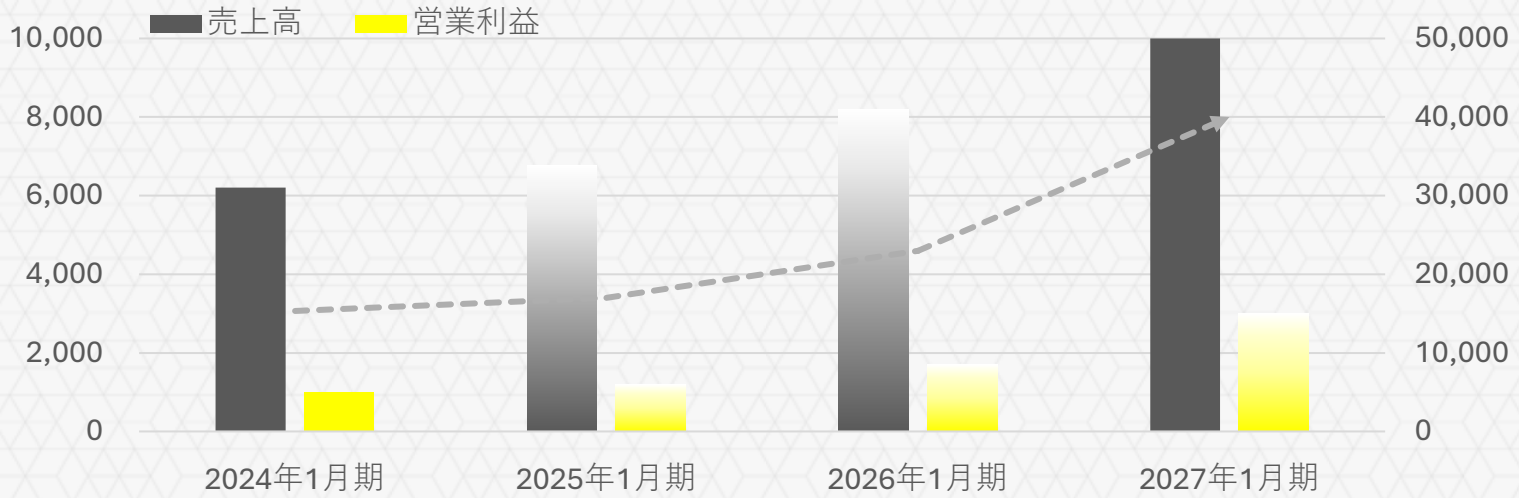
3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 – 経営指標の目標
 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はかる
 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	2024年1月期 実績	2027年1月期 目標
売上高	6,203	10,000
(参考：想定経営指標)		
(営業利益)	999	2,500～3,000
(純利益)	838	1,750～2,100
時価総額	15,328	35,000～40,000
流通時価総額	7,293	16,000～20,000

※PER20倍（実績同水準）と仮定して時価総額を算出

2027年1月期売上目標と時価総額イメージ



3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 成長戦略

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を構築する

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



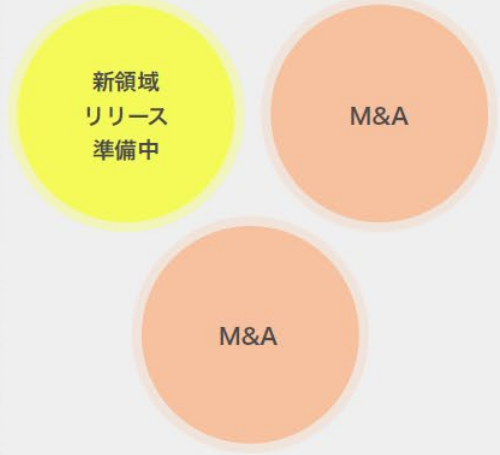
② 隣接ECへの拡大

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



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



3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 – 現状と課題

BUYMA事業における現状と課題

(1) 為替変動に対する課題

急激な円安環境下において、価格の魅力が下がり、出品者にとっては利益が出ず、魅力的な出品が減るサイクルとなる課題がある
改めて「**商品競争力戦略**」を策定し、この課題に対応する

(2) 価格高騰に対する課題

様々なブランドの価格高騰により、購入層の幅の縮小が見られる
改めて「**商品競争力戦略**」を策定し、Z世代も含め、より多くの購入層に支持される品揃えを目指す
また「**サービス戦略**」において、当該環境下でも購買力のあるハイ・ポテンシャル層に向けて更なるサービス拡充を行い、満足度の向上を目指す

また、当社独自のビッグデータ/AIを活用した「**データテクノロジー戦略**」により魅力的な商品ラインナップの実現を後押しする

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 – 現状と課題

BUYMA事業における現状と課題

(3) 品質に対する課題

サービス特性上、非正規品への不安が一定数あるという継続課題がある
当社は、従来より非正規品の流通防止策に投資し、随一の鑑定実績とデータを蓄積してきた

「**サービス戦略**」により更に多くの方に安心いただけるよう進化させ、オフラインでの購入と遜色のない安心感を実現していく

(4) 認知度に対する課題

認知度は54.5%、また特に若年層（24歳以下）の認知度は45.8%、男性の認知度は49.2%と依然として伸び代が大きい状態
また（1）や（2）、Google等検索エンジンからの流入が減少など複合的な要因で認知度が伸び悩んでいる状態

「**認知拡大戦略**」を通し、（1）～（3）の課題に対する進化も含めて、効果・効率的に良質な認知度の向上を図っていく

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【BUYMA事業】

課題への対応 — 商品競争戦略

BUYMAの競争力の源泉である、商品ラインナップの多様性と魅力的な価格の実現に向け、当該外部環境でも競争力を発揮できるジャンルにフォーカスして強化

■ 価格競争力

価格優位性が高いパーソナルショッパー(PS)の支援

特別な価格での商品調達が可能なパーソナルショッパーのリクルート及び連携によって、購入者ニーズの高い商品を価格競争力をもって調達

海外法人との提携

世界中のハイエンドなセレクトショップとの出店連携に加えて、アウトレットやディスカウントストアといった手頃な価格の商品を扱う企業との提携を進める

パーソナルショッパー活動支援

システムによる業務効率化や物流企業との提携、買付先の紹介などを行い、パーソナルショッパー活動にかかる経費削減の更なる支援を行なっていく

■ 商品ラインナップの幅

低中価格帯商品の再定義/再強化

インフレ環境の中、低中価格帯の魅力的な商品を世界中から発掘・強化する
特にZ世代から支持される商品ラインナップの拡充に注力
SNS等を通じた迅速な人気の広がりを実現し、新たな認知と会員獲得
更にトレンドに敏感なZ世代向けの低中価格帯商品の強化を通じて、F1、F2層の既存ユーザーの購入頻度の増加も目指す

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【BUYMA事業】

課題への対応 — サービス戦略

■ 偽物不安の払拭

鑑定キャパシティ、及び対象カテゴリ、ブランドの拡大を行う
加えて、鑑定通過実績のあるパーソナルショッパーを拡大、それらのデータを蓄積し、ユーザに透明度の高い情報として提供することで、偽物不安を払拭し、CVR増加を目指す
事前鑑定なども合わせて検討、ソーシャル・コマースにおいて圧倒的に信頼できるサービスを目指し、オフラインとの購入不安の差を無くしていく

■ ハイポテンシャル層向けサービス拡充

コンシェルジュサービスを始めとするロイヤルカスタマー向けのサービスを拡充し、
唯一無二かつ外部環境の変化に強いサービスに昇華していく
余剰利益を得たハイポテンシャル層への認知拡大、純粹想起施策の強化も行っていく

■ 手数料の最適化

オプションサービス、出品者手数料、購入者手数料のバランスの見直しなど、
手数料の最適化を検討し、サービスの強化とテイクレートの向上を目指す

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【BUYMA事業】

課題への対応 — サービス戦略

■ レベニューストリームの多様化

付随サービスの追加による収益ポイントの増加を目指す

■ パーソナルショッパーと購入者のエンゲージメント強化

パーソナルショッパーが持つ多様な強みを分かりやすくする購入アシスト機能を提供
新規購入者とパーソナルショッパーを結びつけていく動きを加速
パーソナルショッパーから顧客だけに展開するクローズドオファーなどを通じ、
パーソナルショッパーと購入者、両者にとって価値あるエンゲージメントを高める
サポート機能の提供により、唯一無二のソーシャル・コマースを実現する

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【BUYMA事業】

課題への対応 — 認知・純粋想起拡大戦略

SNSマーケティングの強化により、ソーシャルネイティブであるZ世代に向けた、SEOに依存しないカスタマージャーニーの中にBUYMAの認知を拡大

加えて、従来のSEOの強みを継続させる施策を強化

この両軸で100万人の行動変容を起こせる認知、純粋想起獲得手段への進化を目指す

■ ソーシャルメディア、インフルエンサーでの認知獲得追求

BUYMAのオフィシャルSNSの運用を継続して強化し、実際の使用感等、買う前にユーザーが本当に知りたい情報を中心とするコンテンツの作成と発信により、ユーザーペインを解決し、信頼感を醸成、行動変容を促す
このような波及力の高いコンテンツにより、BUYMAの純粋想起を獲得していく

インフルエンサーマーケティングではZ世代の指示を集めるKOL（Key Opinion Leader）とのコミュニケーションを強化
商品ラインアップへのインプットとショールームを利用し特別な体験を提供
更に体験情報がSNSで共有・拡散されるサイクルが生まれることで、Z世代にとって信頼性の高いコンテンツとして認知を獲得していく

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【BUYMA事業】

課題への対応 — 認知・純粋想起拡大戦略

■ 広告予算の最適化

ROAS（広告費用対効果）を軸に展開している各種広告の純増効果を見極め、認知拡大、純粋想起に繋がる広告、及び、インフルエンサーマーケティングなどの認知、純粋想起施策にアロケーションを行う

また、ユーザーアンケートを元に、認知拡大、純粋想起に繋がる広告や施策についても定量評価を行い、投下コストの最適化を図る

■ SEO

クローラビリティ向上、マイナス評価の改善など基盤の再整備を行うとともに、ユーザーニーズを充足する新規コンテンツやページの増加により流入獲得を狙う

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【BUYMA事業】

課題への対応 — データテクノロジー戦略

他にはない魅力的な商品、価格の実現を世界随一のビッグデータとPSで実現する

■ SKUの統一によるデータの整備

メタ情報、AIを活用した画像解析によってSKUをまとめ、データの精度を上げ、強固な分析基盤を作る

■ 差別化商品の特定

BUYMAの内部データと外部データを結合し、人気商品、未入荷商品、完売間近商品等をリアルタイムに把握し、パーソナルショッパーと連携して商品ラインナップを拡充していく

■ 魅力的な商品と価格の確保

流通データ等の外部データと内部データのリアルタイム解析により、適時に有用な出品情報をパーソナルショッパーに提供し、競合優位性のある商品と価格を実現する

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【BUYMA事業】

課題への対応 — **カテゴリ拡大戦略**

BUYMAのリソースを活用した隣接ジャンルへのサービス拡大を進め、より外部環境に影響しにくい事業構造を組み上げていく

■ Luxury Vintage

サステイナブルへの取り組みはファッション業界の大きな潮流であり、高騰し続ける新品市場への対応としても、中古品市場は継続的な拡大が見込まれる世界中の商品在庫にアクセスできるというBUYMAの強みと、ラグジュアリーブランド販売で培った運営ノウハウを活かし、一点物である中古ラグジュアリー商品を世界中から集めることで、BUYMA独自の「商品競争力」を活かして市場の獲得を狙う

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【BUYMA事業】

現状と課題に対する施策を着実に遂行しながら、生産性向上にも取り組むことで外部環境変化への抵抗力が高い、より収益性の高い事業への転換を図る

商品競争力向上
カテゴリ・品揃え拡充
価格訴求力向上

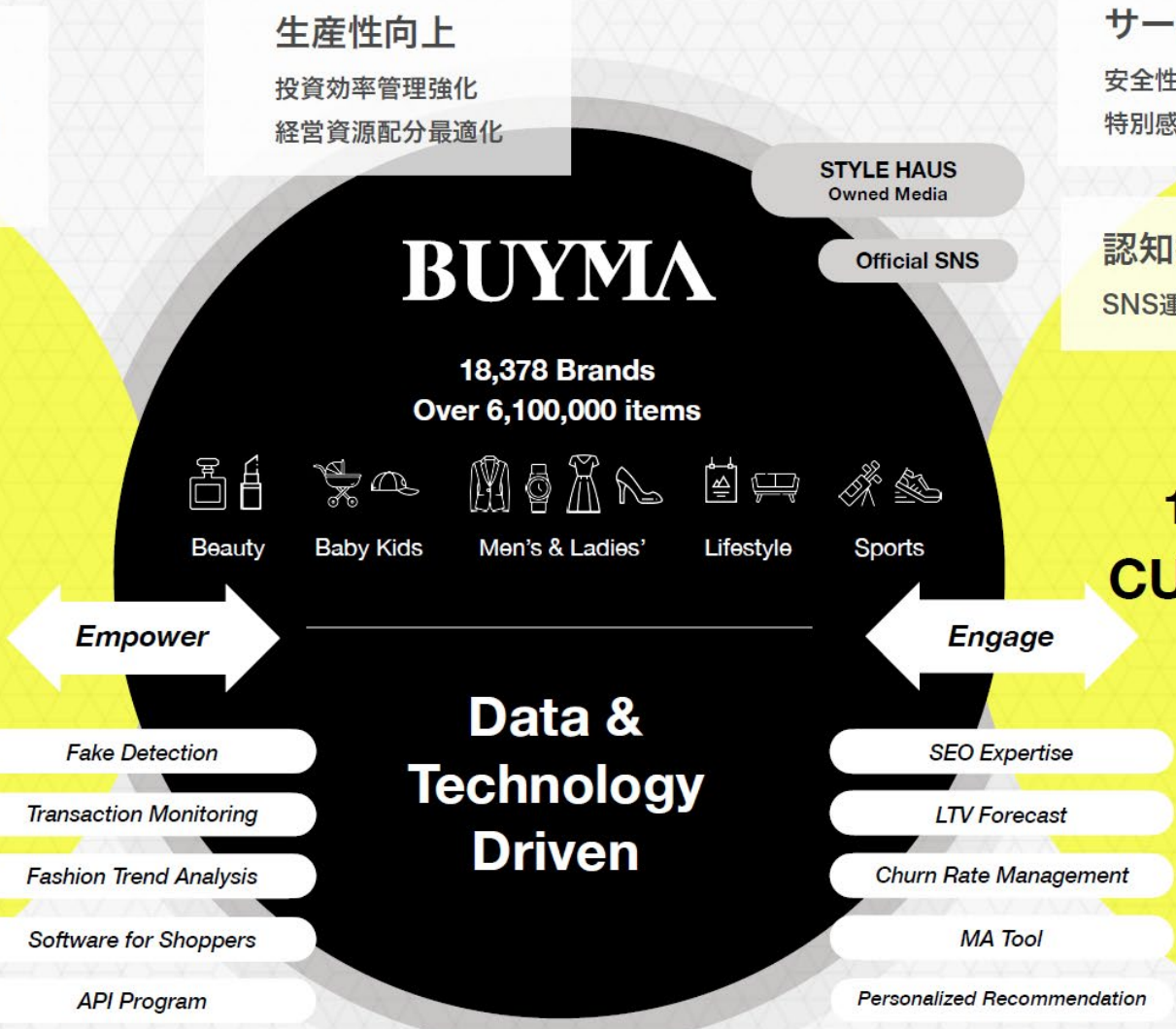
生産性向上
投資効率管理強化
経営資源配分最適化

サービス品質向上
安全性・安心感・
特別感の提供

221,172
In 178 Countries
PERSONAL SHOPPERS

認知拡大
SNS運用強化

Registered
11,296,087
CUSTOMERS



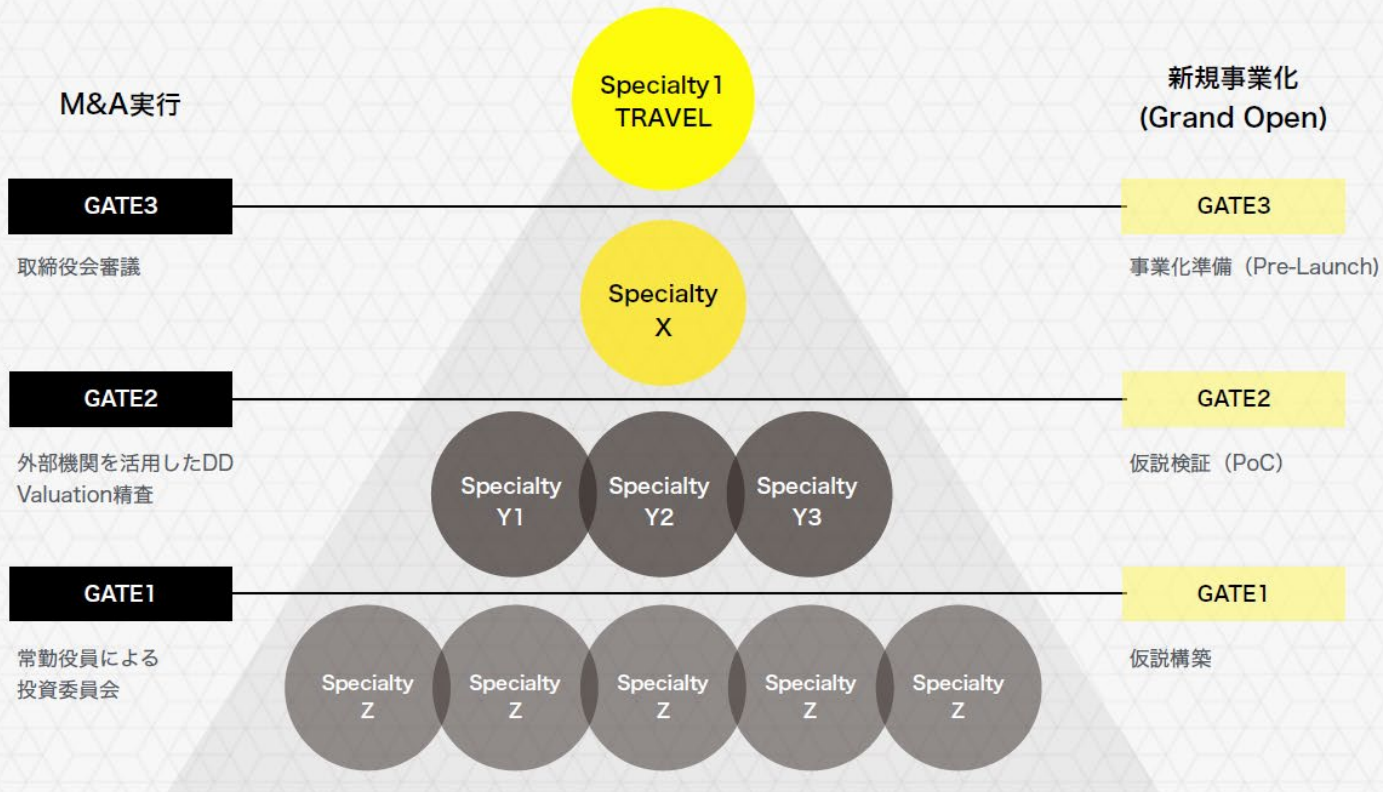
3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【新規事業】 — GATE管理プロセス

M&Aや独自の新規事業投資プログラムを通じて売上高10億円規模の事業を獲得・創出し収益獲得事業へと育成GATE3通過事業/企業を継続的に創出する

～新規事業GATE管理プロセス～



3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【新規事業】 — デュアルM&A戦略

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

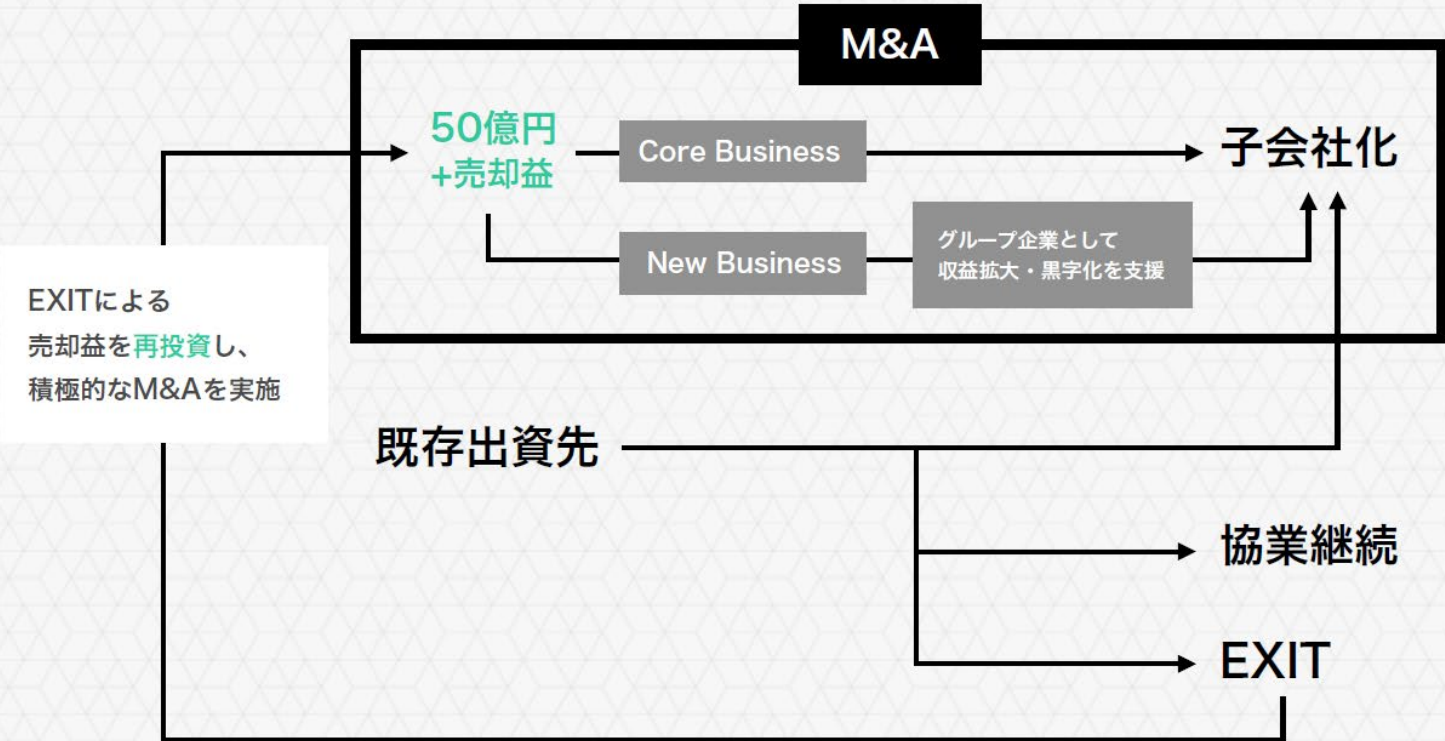
- ▶ 目的：新収益源の獲得
- ▶ 領域：プラットフォームビジネス
- ▶ 連結時期：一定の利益水準を満たした段階で順次子会社化（無議決権株式を活用しPL影響をマネジメント）
- ▶ 財務：将来性を重視し、赤字も許容
- ▶ 主なシナジー：プラットフォーム運営ノウハウ提供（体制構築、デジタルマーケティングetc）

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【新規事業】 — M&A予算

3ヶ年のM&A予算として
現預金50億円+既存出資先のIPOによる売却益を充当
積極的なM&Aでグループ拡大を進める



3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

① 中期目標における業績拡大を通じた経営指標数値の向上 — 施策等

【新規事業】 — キャッシュアロケーション計画

事業ポートフォリオ強化に向けて、積極的な成長投資を計画
当社の盤石な財務基盤を活用して、グループ企業への投融資も行う



3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

② IR・広報活動の強化

【IR活動】

◆機関投資家・アナリスト向け対応

個別面談や少人数を対象としたスモールミーティングを通じた対話機会を積極的に実施し、より中長期的な方針と事業戦略への理解深化に努める

◆情報開示の充実

東京証券取引所 適時開示情報伝達システム（TDnet）を積極活用した発信機会の増加、IR資料の英文化を検討する

【広報活動】

◆当社事業の情報発信の増加

当社の事業活動について、社会的意義や消費者の課題解決に繋がる活動であることの認知・理解を訴求していく

◆メディアへの掲載・露出の増加

プレスリリース・ニュースリリース発信数の増加を起点に、各メディアへの取材協力と露出を強化していく

3. 上場維持基準適合に向けた取り組み

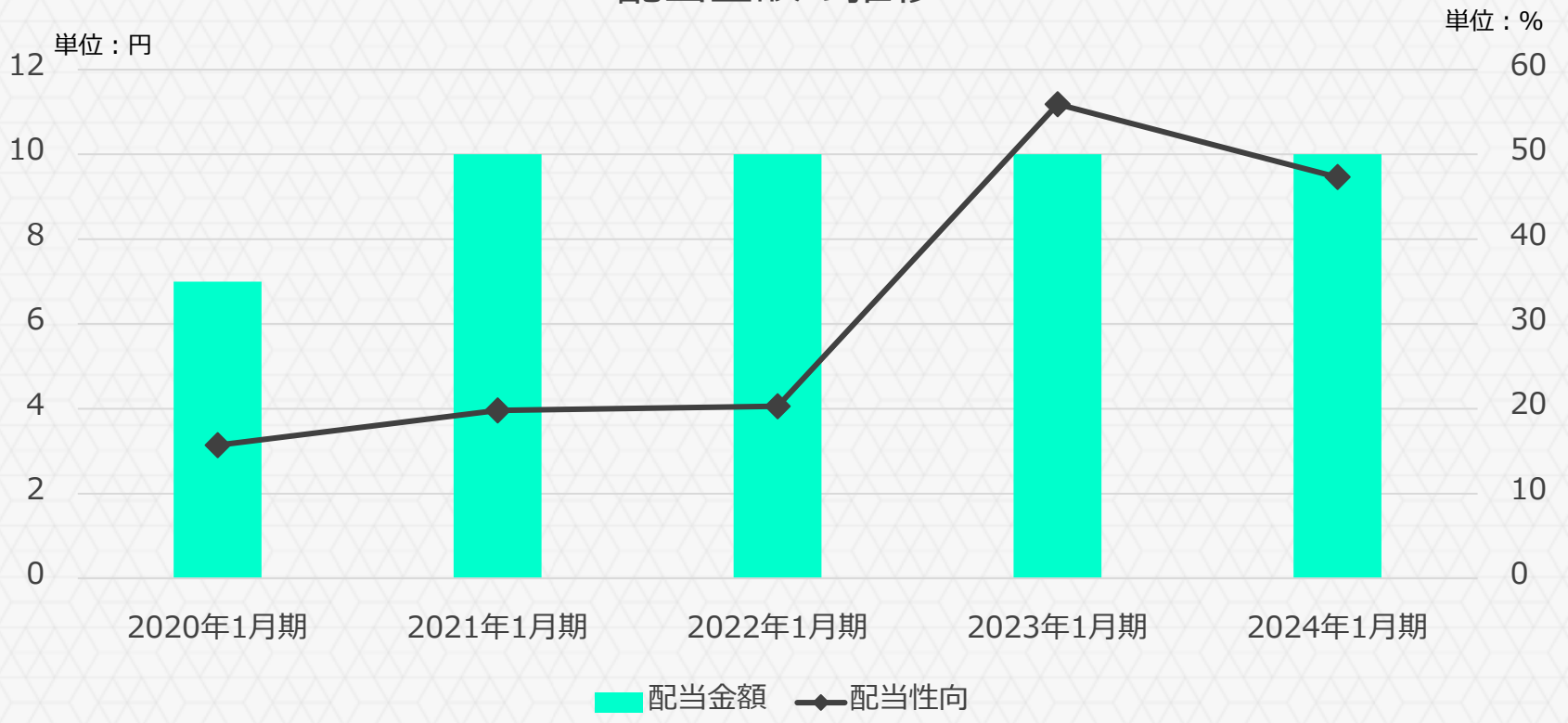
③ 株主還元の継続・強化

【配当金】

◆ 配当金の継続

安定的かつ継続的な配当を基本方針とする
業績が拡大し利益剰余金が増加する場合は、配当金額を更に充実させることも検討していく

配当金額の推移



enigma

本資料にて開示されているデータや将来予測は、本資料の発表日現在の判断や入手可能な情報に基づくもので、種々の要因により変化することがあり、これらの目標や予想の達成、および将来の業績を保証するものではありません。また、これらの情報は、今後予告なしに変更されることがあります。したがって、本情報および資料の利用は、他の方法により入手された情報とも照合確認し、利用者の判断によって行ってください。本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。