

Summary of Financial Results
for the Fiscal Year Ending May 31, 2026

2026 年 5 月期

通期決算説明資料

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社 Enjin <証券コード：7370>

2026年7月13日

Enjin



目次

Contents

01	FY2026実績・財務 FY2026 Results & Financials	P7
02	会社概要 Company Overview	P12
03	市場環境 Market Environment	P17
04	ビジネスモデル Business Model	P21
05	競争優位性 Competitive Advantage	P45
06	成長戦略・事業計画 Growth Strategy	P51
07	経営基盤・ガバナンス・リスク Foundation & Risk	P70
08	株主還元・資本政策 Capital Policy	P76

代表取締役グループCEO兼グループCOO

本田 幸大

昨年8月、私が主導する経営改革「Enjin 3.0」を始動しました。

上場後の権限移譲と外部人材の登用で生じた経営体制上の課題を直視し、現場への関与を強める体制へ移行しています。今後、改革前後の変化を事業データと財務数値でお示しします。改革の中心は、祖業であり主力事業でもあるPR・ブランディング事業の再成長です。

売上高への反映には一定の時間を要しますが、先行指標である「成約高」は、4月、5月、6月と前年同月を上回って推移しています。

まずは、この先行指標の変化にご注目ください。

持続的な成長を実現するためには、過去の判断を率直に検証し、経営のあり方そのものを変える必要があります。

「Enjin 3.0」では、現場との距離を縮め、意思決定の速度と実行精度を高める経営体制へ転換しました。その第一歩が、PR・ブランディング事業の営業力と組織力の再構築です。

売上高への反映には時間差がありますが、先行指標である成約高には、すでに改善の兆しが表れています。改革前後の変化を継続的に開示し、成果を客観的なデータでお示ししてまいります。

株式会社Enjinは、改革を

”成果” に変える。

— 本田 幸大

FY2027 連結売上

35.1 億

決議値

連結営業利益

3.22 億

営利率11.0%

→ FY2031 中期ビジョン

100 億 / 30 億

売上/営利

営利率改善

11%→計画約13%
／ビジョン約30%

ロードマップ

株主還元

配当 40 円

増配+自己株3億株

01 業績への経営陣評価

FY2026通期実績＝連結売上2,699百万円（前期比－7.6%）／営業利益361百万円（同－57.0%）。

減収主因は人員減に加え連結範囲変化・原価上昇の複合要因。

財務は不変・PR事業売上総利益率81%維持。"FY2026で底入れ"——CEO勝負宣言。

02 市場の変化

PR：中小の外部支援需要が構造化（担当4割超が2名以下）。

観光：訪日2030年6,000万人へ。金融：紙手形廃止。AI普及で内製化が営利率の変数。

03 次の一手

5ドメイン×Dual-Engineで非連続成長。AI内製化で営利率を構造改善。

EPS営業開始(2026/10)・スタンダード市場移行(2026年内想定)。

04 主要KPIトレンド

PR STOCK 1,097社・成約高 過去最高5.1億・自己株取得45.5%進捗。

PR単体は人材ブリッジで5年40億/15億が射程（本資料 人的資本パート）。

01 非連続成長のシナリオ

FY2027 35.1億/3.22億 → FY2031 100億/30億。
5ドメイン×Dual-Engineで売上2.7倍・営利率は約3倍へ。

02 自己資本中心の財務基盤

純資産4,424百万円・自己資本比率 85.9%。自己資本中心で財務の健全性を維持。

03 本気の株主還元

配当 38→40円へ増配。自己株式取得 枠3億円（株数進捗45.5%）。
業績逆風下でも継続。

04 底打ちと回復の確度

減収主因は人員減に加え連結範囲変化・原価上昇の複合要因。
退職3人・成約高過去最高5.1億・相関0.88で"人が戻れば売上が戻る"を実証。

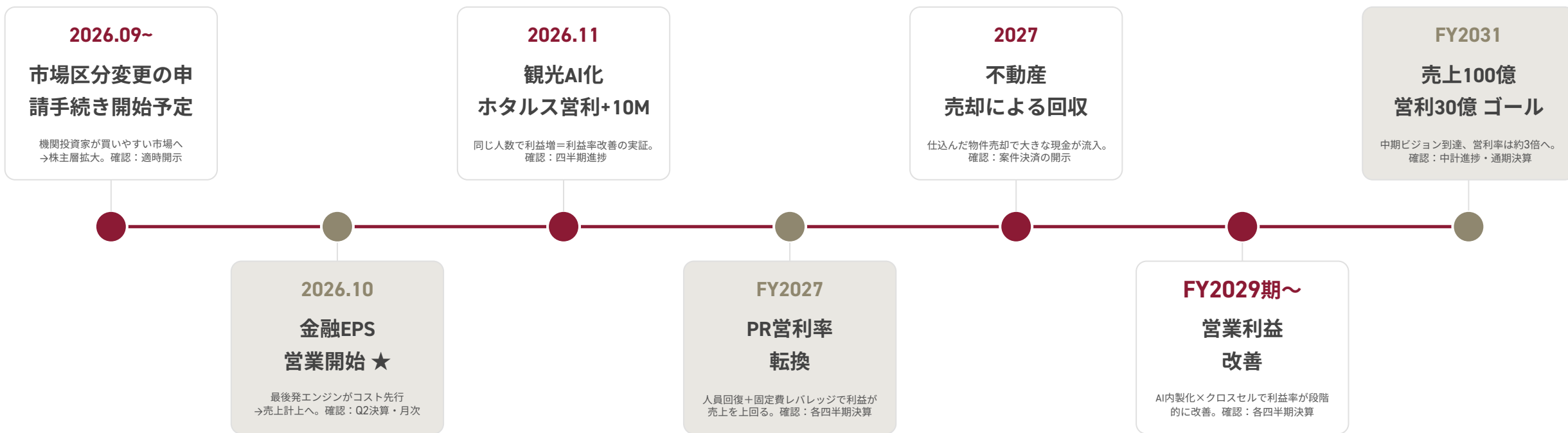
05 PR単体KGIの可視性

人材積み上げで5年 売上40億・営利15億
再現性ある祖業の高粗利(81%)が原資。

06 AI内製化のレバレッジ

8ヶ月でAI6本実装、年9.6万時間・2.6億円相当の間接貢献。
営利率11→約30%水準の構造レバー。

事業進捗と開示の確認時点を整理。株価への影響を断定せず、実績KPIの更新で検証する。



★＝最重要の近接カタリスト（収益貢献・到達の起点）

FY2026 Results & Financials

01 FY2026実績・財務

連結 売上高

2,699

百万円

前期比 -7.6%／修正予想2,600比 +3.8%

連結 営業利益

361

百万円

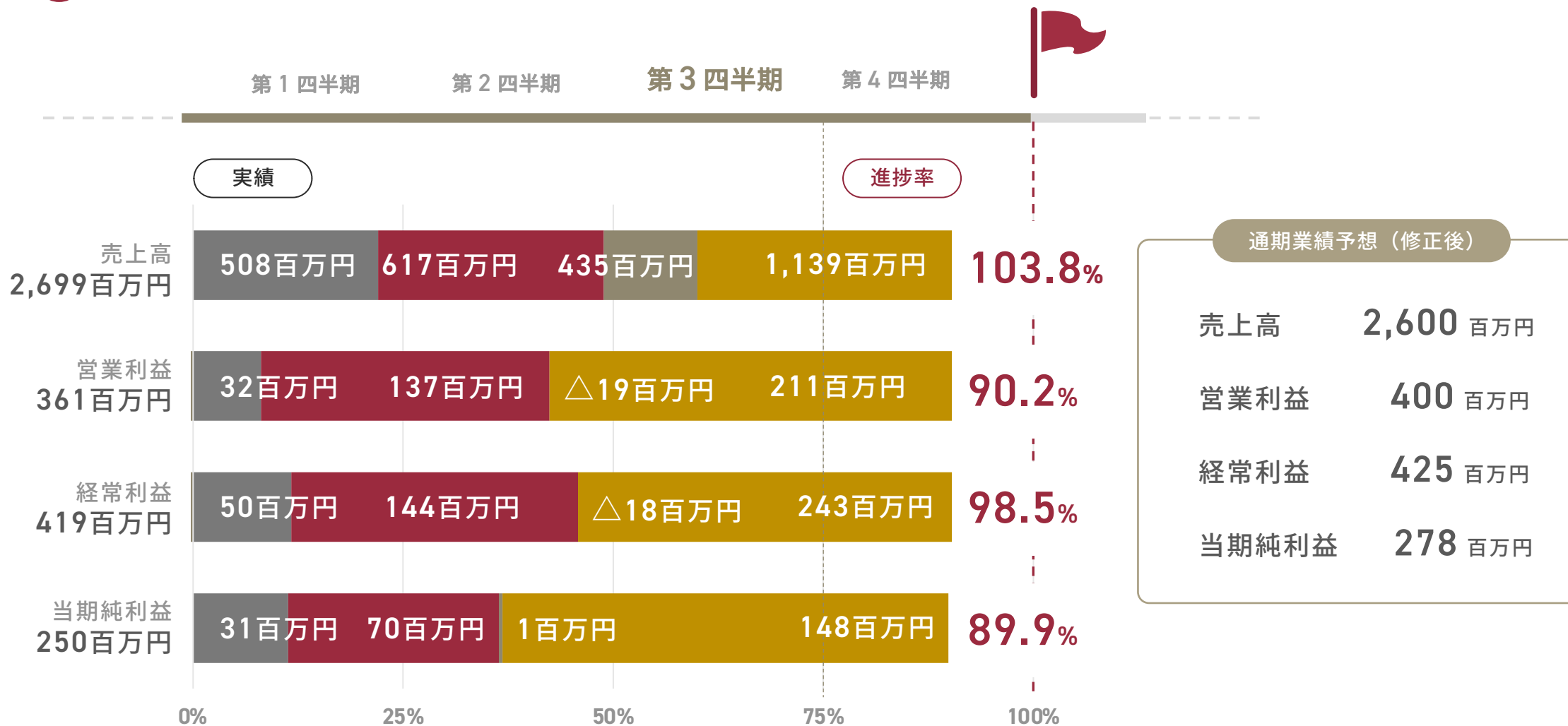
営利率 13.4%／前期比 -57.0%

経常利益 419（経常利益率15.5%）／親会社株主に帰属する当期純利益 250（百万円）

指標	FY2025実績	FY2026実績	前期比
売上高	2,919	2,699	-7.6%
営業利益	841	361	-57.0%
経常利益	844	419	-50.4%
親会社株主純利益	539	250	-53.6%

出典：2026 年 5 月期 決算短信（連結）。単位：百万円。

業績進捗率（連結） 2026年5月期



（百万円）	FY2024 実績	FY2025 実績	FY2026 実績	FY2027 計画
売上高	3,267	2,919	2,699	3,510
売上総利益	2,653	2,336	1,865	—
営業利益	1,045	841	361	322
経常利益	1,075	844	419	—
親会社に帰属する 当期純利益	749	539	250	—
ROE	17.6%	11.6%	5.54%	—
自己資本比率	—	87.5%	85.9%	約84%

前回計画比（FY2026）

当初計画 営業利益 923 百万円
→ 修正予想 400 百万円
→ 実績 361 百万円

【差異理由】

主因は経験豊富な営業人員の一時流出による減収＋新規5事業への先行投資。PR粗利率約8割のモデルは不変、FY2027以降は人員積み上げで回復軌道。

総資産

5,115

百万円

純資産

4,424

百万円

自己資本比率 85.9%

貸借対照表サマリー（期末・百万円）

項目	金額(百万円)
流動資産	2,880
固定資産	2,236
資産合計	5,115
負債合計	691
純資産合計	4,424
（内）利益剰余金	3,047
自己株式	△464

ドメイン別 連結反映状況（FY2026・百万円）

ドメイン（会社）	FY2026 連結P/L
PR（Enjin・AZW）	売上 2,346 ／ 営利 366（15.6%）
不動産（クロスロード）	売上 353 ／ 営利 5（1.5%）
観光（EnJourney・ホテルス）	B/Sのみ連結※ ／ 損益はFY2027～
金融（Enjin Payment Service）	B/Sのみ連結※ ／ 2026年秋 営業開始
AI（AI Accelerator）	B/Sのみ連結※ ／ 内製・効率化に特化



※みなし取得のため今回はB/Sのみ連結、損益はFY2027から反映。実稼働＝Enjin・クロスロード・EnJourney（EnJourneyは2026年3月始動の立上げ期）。

Company Overview

02 会社概要

Our Mission

日本経済を コミュニケーションと テクノロジーで駆動する

PR会社として7,000社超の顧客と築いた信頼基盤を、5つの事業ドメインに広げ、グループ全体で日本企業の成長を支える。

History

- **2006** 株式会社Enjin 創業（PR事業開始）
- **2020** 東京証券取引所マザーズ市場（現グロース市場）上場
- **2024-25** M&Aによる事業領域拡張（観光・不動産・金融）
- **2026.02** AI Accelerator設立（グループAI内製化）
- **2026.05** FY2027事業計画 取締役会承認
- **2026.06** 第21期入り（創業20年）／ 新中期成長フェーズへ
- **2026年内** スタンダード市場への市場区分変更を予定

会社概要

社名	株式会社Enjin（英文：Enjin Co., Ltd.）
証券コード	7370（東京証券取引所 グロース市場）
代表者	代表取締役 本田 幸大
創業／設立	2006年6月 ／ 2007年3月
資本金	17億7,930万円
本社所在地	東京都中央区銀座
事業内容	PR／観光／不動産／金融／AI の5事業ドメイン
連結従業員数	149名（2026年5月末）／単体126名

グループ構造：5つの事業ドメイン



※5ドメインは事業領域による区分。各ドメインは複数のグループ事業から構成。

経営陣・各社代表者



本田 幸大

代表取締役 CEO / 株式会社Enjin

創業者。PR事業を起点にグループ
拡張を主導



平田 佑司

取締役 CSO / 株式会社Enjin

戦略PR/IR/M&A/AI組織導入



本田 景士

代表取締役 / AI Accelerator

グループ横断のAI内製開発を統括



奥山 奈那

代表取締役 / AZ Worldcom Japan

PR業界10年超/WORLDCOMネッ
トワーク



勝村 道太

代表取締役 / クロスロード

不動産開発・再生



杉本 誠司

代表取締役 / Enjin Payment Service

メディアプラットフォームサービス/
ファクタリング戦略



小西 宏明

代表取締役 / ホタルス

東南アジア発着インバウンド旅行
業の経営



大谷 晃一

代表取締役 / En Journey

和歌山県白浜出身。貸切バス・
観光事業再建

Market Environment

03 市場環境

マクロ環境：日本経済の構造変化



人口減・労働力不足

中堅・中小企業のDX／業務自動化／人材確保のための
PR・採用ブランディング需要が拡大



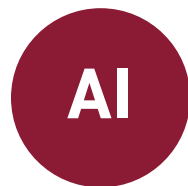
賃上げ・インフレ

PR・コミュニケーション投資のROI重視。リテナー型
コンサルの相対価値が上昇



インバウンド・観光復活

円安持続＋日本コンテンツ評価。短期は地政学リスク、
中期は東南アジア中間層需要が成長



AI普及

業務オペレーション標準化のレバー。内製化能力がグ
ループ営利率を左右する変数に

競合環境 | 事業ドメイン別ポジショニング

ドメイン	主な競合	自社ポジショニング	コメント
A. PR	ベクトル(6058)・サニーサイドアップ(2180)・プラットフォームジャパン(2449)等	中堅・中小特化+メディアプラットフォーム型ハイブリッド	業界1位ベクトルが連結346億円（PR/広告）、当社は約23億円（PR領域FY2027計画2,317百万円）。中堅・中小×メディアマッチング型でブルーオーシャン化を狙う。
B. 観光	JTB・HIS・ランドオペレーター864社（観光庁）	東南アジア6カ国×BtoB特化型ランドオペ	東南アジア発インバウンドの専門性で大手代理店と差別化。グループ内バス+自社企画化で代理店手数料30-50%を内部化。
C. 不動産	MIRARTH HD・プレサンス・穴吹興産等の地域系デベ	首都圏中規模+開発・再生の2軸	上位デベは2,000億円規模、当社は約3.5億円（346百万円）と小規模だが、駅近・利回り6%×中古再生で機動的に差別化。
D. 金融	三菱UFJファクター・三菱HCキャピタル・アクリーティブ	医療レセプト債権特化+Enjin型営業再販	大手系は手数料0.8%水準の薄利多売型。当社は医療レセプト債権特化+Enjin顧客約1万件への横展開で差別化し、立ち上げのゼロスタートを克服。
E. AI	ベンチャー多数（生成AI市場CAGR 84.4%）	グループAI内製化に特化	外販は行わない方針。AIA単体ではなくグループ営利率改善のレバーとして位置づけ、競合との直接競争は意図せず。

※ 競合企業のデータは公開IR資料・第三者調査ベース（電通／PRSJ／観光庁／JREI／IDC等）。シェア試算は公開数値からの推計を含む。

各ドメインの市場規模・成長性（公的・主要調査ベース）

A

コミュニケーション戦略・PR

1,391 億円

中小企業の外部支援余地大

国内PR業市場 2024年度推計1,391億円（PRSJ）。広告総市場7.67兆円（電通2024）の約1.8%で裾野拡大余地。
中小企業PR担当者の約7割がプレスリリース活用。

出典：PRSJ 2025年 PR業実態調査／電通「2024年 日本の広告費」(2025/02)

B

インバウンド・ツーリズム

9.5 兆円

2030年 15兆円（政府目標）

訪日インバウンド消費額 2025年約9.5兆円（観光庁速報）、訪日4,268万人で過去最高。政府は2030年 6,000万人・15兆円目標。ASEAN6カ国430万人（タイ115万・フィリピン82万人など、+10～30%成長）。

出典：観光庁 インバウンド消費動向調査／JNTO 訪日外客統計／観光立国推進基本計画(2023閣議決定)

C

不動産・アセット

20 兆円

中古再生+リフォーム合計目標

2025年事業用不動産投資額 6兆円超で過去最大。国交省は中古流通8兆円+リフォーム12兆円計20兆円を市場規模目標化。首都圏中古マンション70㎡換算は16ヶ月連続上昇。利回りは都心3.7-3.8%／23区外6%台。

出典：JLL 2025年市場展望／CBRE Q3 2025／国交省 中古住宅活性化／JREI 第53回投資家調査(2025/10)

D

フィナンシャル

6.0 兆円

CAGR 約7.2%（2025-33予測）

国内ファクタリング市場（売掛債権買取） 2025年3月期 6.0兆円規模（民間推計）。CAGR 7.2%（IMARC予測）。
2026年度末の紙手形廃止が追い風。医療レセプト債権は約1.5ヶ月の入金タイムラグを背景に構造需要が継続。

出典：アンクパートナーズ 2025年版／IMARC Group 日本ファクタリング市場予測／中小企業庁 売掛債権利用促進

E

AI・グループプラットフォーム

1.3 → 4.2 兆円

CAGR 25.6%（IDC 2024-29）

国内AI市場 2024年1.3兆円 → 2029年4.2兆円（IDC Japan、CAGR 25.6%）。生成AIは2024年1,016億円→2028年8,028億円（CAGR 84.4%）。中小企業全社導入率は約5%にとどまり伴走型支援余地大。

出典：IDC Japan 国内AIシステム市場予測(2025/04)／総務省 令和7年版情報通信白書／富士キメラ総研

Business Model

04 ビジネスモデル（5つの事業ドメイン）

5ドメイン事業構造の全体像

事業ドメイン		FY2027 売上計画（百万円）	戦略上の位置づけ
A	コミュニケーション戦略・PR PR	2,311	創業以来のコア 顧客基盤・送客起点
B	インバウンド・ツーリズム Tourism	818	中期最大の成長領域 訪日4,000万人時代
C	不動産・アセット Real Estate	346	資本効率高 2軸ポートフォリオ
D	フィナンシャル Finance	34（先行投資期）	横展開で爆発力 グループ顧客活用
E	AI・グループプラットフォーム AI Platform	—（横串インフラ）	グループ営利率の レバー

※ FY2027は2026/05/13取締役会決議値。詳細は各ドメイン章を参照。

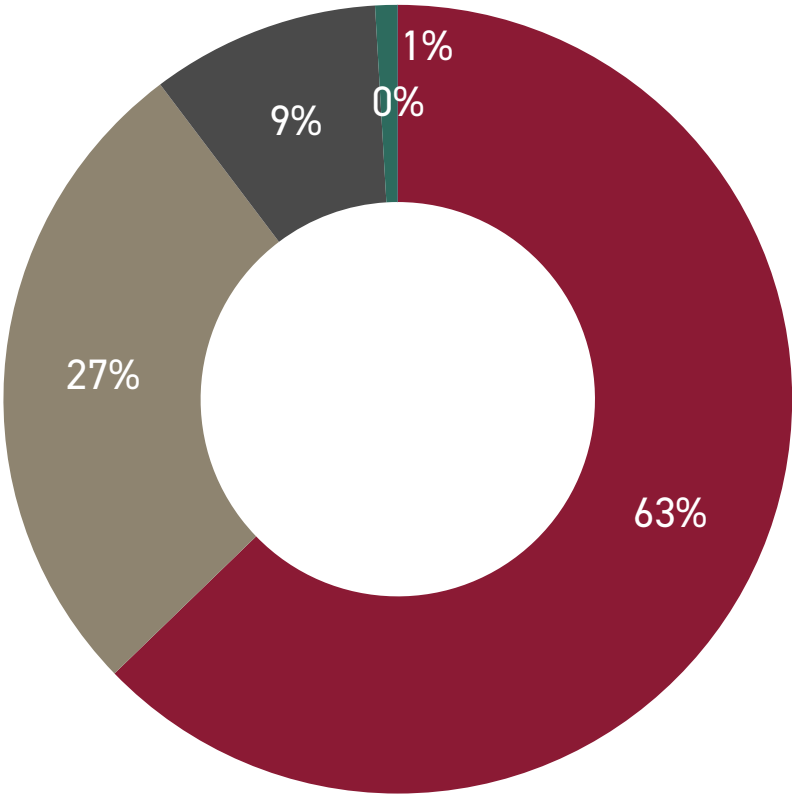
FY2027 グループ連結業績計画（取締役会決議値）



事業ドメイン別内訳（FY2027決議値・百万円）

事業ドメイン	売上	営利	営利率
A. PR（ブランディングPR+メディアPF+制作）	2,311	344	14.9%
B. 観光（BtoB訪日インバウンド）	818	▲5	▲0.7%
C. 不動産・アセット	346	17	5.1%
D. フィナンシャル（ファクタリング）	34	▲18	▲53.0%
E. AI・グループプラットフォーム	—	—	—

FY2027 売上構成比（事業ドメイン別）



■ A. PR領域 ■ B. 観光 ■ C. 不動産 ■ D. 金融 ■ E. AI

売上寄与度（FY2027）

A. PR領域	2,311	65.8%
B. 観光	818	23.3%
C. 不動産	346	9.8%
D. 金融	34	0.9%
E. AI	—	—

AI（E）は横串インフラ事業として独立収益化前。外販は行わず内製・シナジーに特化。

出典：2026年5月13日 取締役会決議値（FY2027事業計画）

各ドメインは独立して仕入⇔販売を持ちつつ、グループ顧客7,000社の基盤を起点にクロスセル

仕入先・パートナー

- メディア各社（PR向け露出枠）
- 東南アジア6カ国の旅行会社
- 貸切バス車両・燃料・運転手
- 不動産仲介・売主（中古物件）
- 金融機関（融資・債権買取）
- AI開発リソース（内製化）



当社グループ

- 5ドメインの事業基盤
- 約7,000社の顧客リスト
- AI内製化能力
- 上場会社の信用基盤
- PR・コミュニケーション知見
- 複層的なクロスセル基盤



販売先・顧客

- 中堅・中小企業（PR・コンサル）
- 上場企業の広報部門（リテナー）
- 東南アジア発訪日旅行客（BtoB）
- 個人・賃貸需要（不動産）
- 中堅・中小企業（ファクタリング）
- グループ内会社（AI内製サービス）

事業ドメイン別 収益構造（ユニットエコノミクス）

ドメイン	収益モデル	主な収益源	主なコスト	収益性
A. PR	プロジェクト型＋リテイナー型	1案件 数百万～1,200万円／月額60～100万円	人件費中心・直接費比率低（粗利率約8割水準）	営利率 約15%水準
B. 観光	BtoB手数料＋運送費	手配手数料＋バス運行収入（1稼働 約8万円のネット単価管理）	代理店手数料30-50%・燃料・運転手	営利率 数%～15%レンジ
C. 不動産	開発・再生の販売益	1案件 平均4-6億円・粗利率20%目標	事業費の80%以上が融資・建築費	案件粗利20% / 案件数で規模化
D. 金融	ファクタリング手数料収入	1案件 1,000～3,000万円帯の医療レセプト債権手数料（国保・社保が回収先）	信用調査・債権回収オペ・先行投資（軍資金約10億円規模）	立ち上げ期は先行投資型／2026年10月営業開始
E. AI	グループ内部利用＋外販	全期間グループ内部利用に特化（外販なし）	開発リソース内製化	営利率改善レバー（横串）

※ ユニットエコノミクスは平均的な水準を示す。事業ごとの詳細はIR資料・有報を参照。

Business Domain 01

コミュニケーション戦略・PR

PR & Strategic Communications

累計約7,000社のPR取引先 / 合計約1万件の顧客リスト → 新規事業の初速を支える祖業の高粗利・高営業力基盤

ブランディングPR

中堅・中小企業向けPR代行サービス。粗利率約8割の高収益事業。月300～400社規模のアウトバウンド営業網、STOCK企業約1,097社（2026年5月末）。

メディアプラットフォームサービス

メディアと事業会社の常時マッチングサービス。会員企業約129社。ビジネスモデル転換期（FY2027売上180M）。

クリエイティブ制作

PR施策に紐づく制作リソース（記事・図面・写真等）。グループ横断で各ドメインの制作工程を内製化。HP・パンフ等の統一デザイン制作も担う。

リテナー型PRコンサル

高単価・長期契約のコンサル型PR。WORLDCOM（49カ国115都市ネットワーク）加盟。リテイナー継続率60%超

PR市場の構造 - 広告7.67兆円市場の中の1,391億円

国内広告市場

7.67 兆円

2024年・電通「日本の広告費」

国内PR業市場

1,391 億円

2024年度・PRSJ 2025年調査

PR業/広告市場比

1.8 %

裾野拡大の余地大

成長ドライバー（出典：電通／PRSJ／電通PRC）

+8%

セミナー・記者発表会

リアルイベント系業務が伸長
(PRSJ 2025)

+12%

情報収集分析

インテリジェンス系業務が伸長
(PRSJ 2025)

49.7%

生成AI活用方針

上場企業の広報部門で導入意向
(総務省 R7情報通信白書)

70%

PR担当者の約7割が
プレスリリース活用

PR担当者の4割超が2名以下体制／
約9割が兼務（レイクルー 2024）

出典：電通「2024年 日本の広告費」(2025/02)／日本パブリックリレーションズ協会「2025年 PR業実態調査」／電通PRC「第6回企業広報力調査」(2024/11)／総務省「令和7年版 情報通信白書」

PR - 当社グループの競争優位

01 スポット→リテナー→グローバル

ブランディングPRのスポット大量営業基盤に、リテナー型コンサルの高単価ストック収益、さらにWORLDCOM（49カ国115都市）経由のグローバル展開を、自社内のパスで完結する垂直統合モデル。

02 累計7,000社超の顧客基盤

創業以来のPR取引社数。ブランディングPR×メディアプラットフォームサービス合計で1万件超の顧客リストを保有。新規開拓コストが構造的に低く、クロスセルの起点。

03 業界10年超のADコンサル力

リテナー型コンサルでの継続率60%超。Account Directorの業界10年超経験が差別化要因。AD単価を月60万円台→80万円台へ引き上げる施策を実行中。

04 上場会社としての信用基盤

東証グロース上場（コード7370）の信用優位を活かし、PR領域の与信を観光・不動産・金融の各ドメインへ送客する横展開の起点に。

FY2027 決議数値

PR領域 売上

2,311 百万円

ブランディングPR：2,131／プラットフォーム：180

PR領域 営利

344 百万円

営利率 14.9%

主要施策

■ 新規インセンティブ+CSによるクロスセル/フォローアップ強化

STOCK企業の減少トレンドを反転させ、年間新規 30→40件レンジを安定化。バス・米販売など包括提案で顧客内シェア拡大。

■ AD強化で平均月額単価 60→80万円台へ

AZWの中核施策。AD（Account Director）の業界10年超経験を活かし、リテナー単価をストレッチ。

■ グループ顧客紹介経由のリテナー化

メディアプラットフォームサービス×AZW 年5件3,000万円、ブランディングPR×AZW 年3件1,800万円（合計4,800万円）の創出をコミット。

PR RECOVERY EVIDENCE

PR回復の蓋然性を、 成約高・受注残と実効戦力で示す

成約高・受注残・年次別生産性をつなぎ、売上化までの回復メカニズムを可視化

成約高は3カ月連続で前年同月を上回り、4～6月累計で+36.7%

2025年8月の体制転換後：実質退職者3名※ → 人員48名から60名へ回復。
成約高は2026年4～6月の3カ月すべて前年同月を上回り、累計+36.7%

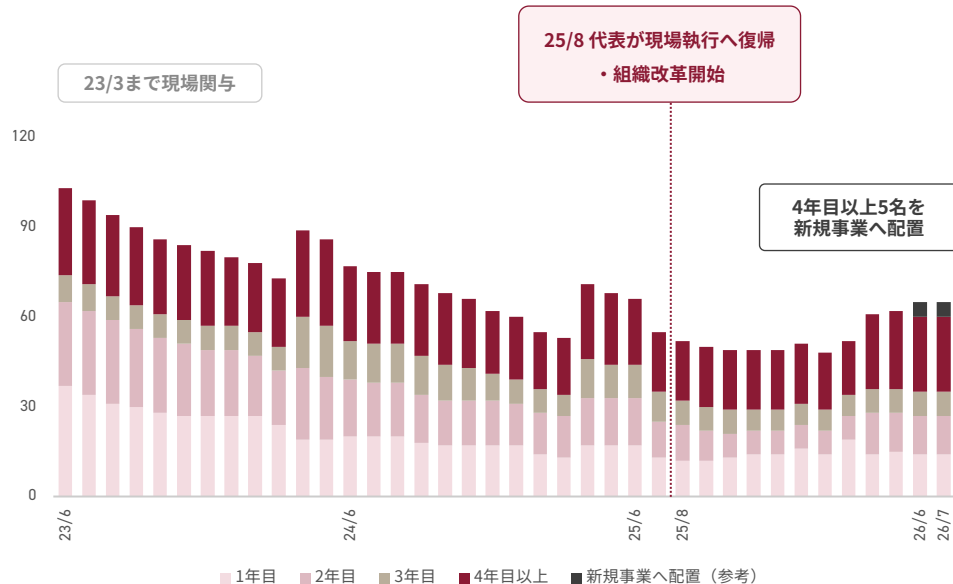
2023年6月～2026年7月の月次推移 | 2026年7月の成約高は6月同水準の見込み値

01 コンサルタント数：入社年次別（月末在籍）

PRコンサルティング事業の月末在籍実績。棒の合計が当月の在籍人数。

代表が権限移譲を進めていた期間

体制転換後

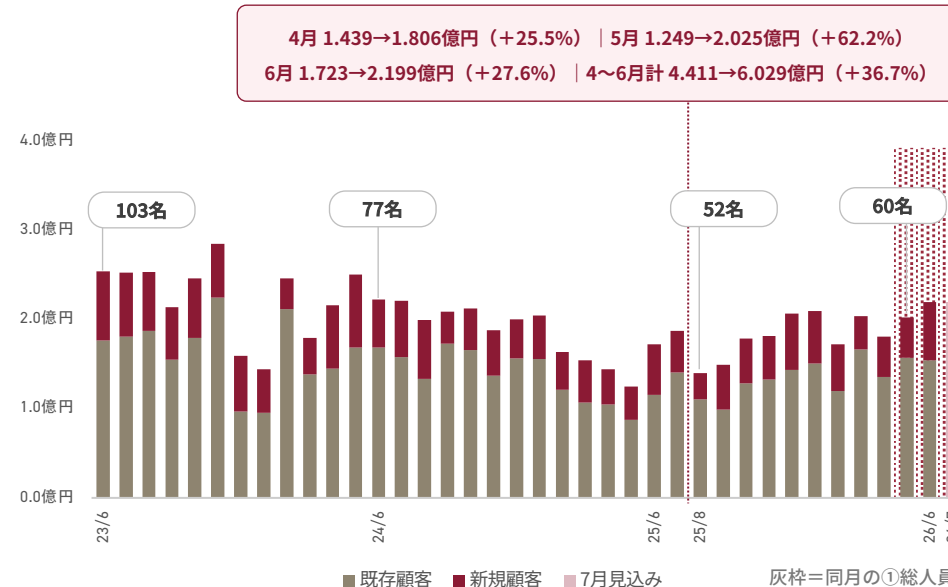


02 月次成約高：新規／既存顧客別

契約締結時期のズレを考慮し、直近3カ月を前年同月比較。淡色＝見込み。

代表が権限移譲を進めていた期間

体制転換後



成約から売上化までには時間差がある

売上は遅行指標。成約高・受注残・実効PRコンサル戦力を先行指標として確認



契約時点で全額が売上になるわけではなく、サービス提供・掲載・納品の進行に応じて売上計上される

PRコンサルティング事業 | 当期成約・当期売上化率

FY2023
52.8%

FY2024
48.6%

FY2025
55.5%

FY2026
48.7%

成約高とバックログの積み上がりは、将来売上の見通しと安定性を高める。来期利益を断定する指標ではない。

注：PRコンサルティング事業の契約金額（税抜、メディアプラットフォーム事業を除く）。売上化率＝同一FYかつ契約日以降の売上高÷当期成約高。契約ID突合、FY2023～FY2026。

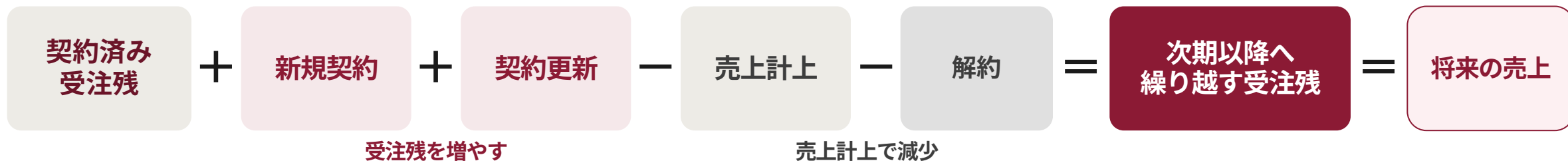
実効PRコンサル戦力が成約を生み、受注残が将来売上へ

受注残は将来売上の見通しと安定性を高める指標。来期利益を断定するものではない

BACKLOG BRIDGE

受注残は契約で増え、売上計上で減少

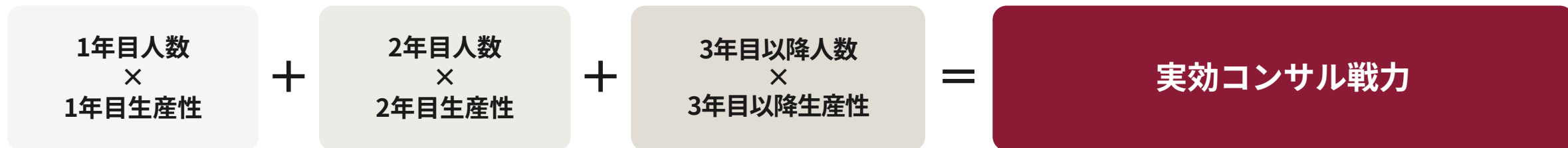
契約済み金額から売上計上済み金額を控除した、当社管理上の未売上残高



PRODUCTIVITY MODEL

実効PRコンサル戦力は「人数 × 年次別生産性」の合計

在籍者数ではなく、年次別人数と1人当たり成約高等から算定する実効指標



この実効戦力が、上段の「新規契約」「契約更新」の積み上がりを支える

注：成約高はPRコンサルティング事業の契約金額（税抜、メディアプラットフォーム事業を除く）。バックログは契約済み金額から売上計上済み金額を控除した当社管理上の未売上残高。解約・返金等は未反映。

AI活用で、人の成長と生産性を支える

少数精鋭化を支える基盤 — 独自のAI活用で、育成・営業準備・ナレッジ共有・定型業務を効率化

AI活用の対象領域



コンサルタントの 育成支援

立ち上がりを早め、
早期戦力化を後押し



営業準備・情報収集 の効率化

提案準備にかかる
時間を短縮



社内ナレッジの 共有・活用

属人化を解消し、
判断・型を標準化



定型業務の省力化

手作業・外注の
工数を削減

確認済みの成果：育成期間の短縮 ・ 営業準備時間の削減 ・ 定型業務工数の削減（具体値は検証確定後に開示）

非開示 競争上の理由から、具体的なAIツール名・仕組み・プロンプト・運用方法は開示していません。開示するのは活用の存在・対象領域・検証済みの成果のみです。

独自のAI活用が、コンサルタントの育成と一人当たり生産性を下支えしている。

注：本ページのAI活用は社内業務の効率化を目的としたもの。数値成果は検証済みの実測値のみを、確定後に開示します。

前提・シナリオ・リスク認識

2シナリオ（FY2031）

FY2031（PR領域）	ベース	上振れ
売上高	40.0億	48.4億
営業利益	15.0億	17.5億
営業利益率	37.5%（想定）	36.2%
コンサル在籍（期末）	110人	127人

主要前提（実績で校正）

- 売上総利益率 81% 維持（実績アンカー）
- 固定販管費を据置～微減：AI内製化のオペレーティングレバレッジ
- 変動費率 20%→11%：外注内製化・AI化で逡減

リスクと対応

- 最大：また人が減る 採用チャネルを多様化し、期中に40名規模の補充を進行。定着施策（週4日制・健康経営）と両輪
- 売上の発売期ずれ 発売日に依存しない収益（イベント・コンサル・リテナー）の比率を引き上げ
- 開示目標利益率の達成前提 実績データで四半期ごとに検証し、進捗を継続開示

Business Domain 02

インバウンド・ツーリズム

Inbound Tourism & Regional Economy

インバウンド・ツーリズム - 事業内容

インバウンドの中期成長と国内バスインフラを両軸で押さえ、 自社企画化で営利率を引き上げる構造へ

BtoB訪日インバウンド旅行

東南アジア（タイ・ベトナム・インドネシア・マレーシア・シンガポール・ミャンマー等）の旅行会社向け着地型サービス。現地常駐営業＋自社システムで時間生産性を引き上げ、Top10集客力旅行会社を優先ターゲット化。

貸切バス運営

大阪・和歌山を拠点とする貸切バス事業。9月に新型大型バス5台を増車予定。FY2027は大手代理店（JTB等）経由を主軸に、稼働率引き上げと自社企画ツアーの拡張を並行で推進。

ランドオペレーション内製化

現地手配（箱根・河口湖・京都等）を担うランドオペレーターを、グループ内の人材転籍で内製化。大手代理店の30～50%手数料を回避する自社企画化への布石。

観光市場の二層構造：短期逆風／中期成長

Short-term Headwinds

短期逆風

- 中国経済停滞による団体ツアー連続キャンセル
- 石油供給不足による航空券高騰
- バス単価 コロナ前11-12万円 → 約8万円へ下落
- 旅行代理店優位の「買い手市場」化
- 代替市場開拓は成果まで3～4ヶ月のタイムラグ



Mid-term Growth

中期成長

- 訪日客 2025年4,268万人・消費9.5兆円（過去最高）
- 政府目標：2030年 6,000万人・15兆円
- 国内BtoB（企業研修・学校・スポーツ）への分散
- 欧米豪・東南アジア発インバウンドの拡張
- 9月新型バス5台導入で稼働率 60→80%目標

観光ドメインの垂直統合戦略

最大のボトルネック：ランドオペレーター人材 → グループ内人材を最適配置して内製化

01

東南アジア発インバウンド

現地常駐営業による受注獲得。
Top10集客力旅行会社を優先ターゲット化し、欧米豪市場への拡張も同時に推進。



02

国内バス運営

稼働率 60→80% への引き上げが目標。9月導入の新型大型バス5台で関東圏進出を実現し、関東で月30～50件の周遊ツアー需要を捕捉。



03

自社企画化

旅行業ライセンス取得後、第三種→二種への引上げを計画。OTA活用で日帰りツアー・都市間高速バス販売。大手代理店の30-50%手数料を内部化し営利率を改善。

観光 - FY2027 計画値と主要施策

FY2027 決議数値

BtoBインバウンド売上 / 営利

710 / 20 百万円

営利率 2.8% (業界水準)

貸切バス運営 売上 / 営利

285 / 45 百万円

営利率 15.8%

主要施策

国内BtoB（企業研修・学校・スポーツ）への顧客分散

短期逆風（バス単価コロナ前比 約30%下落）に対応。手数料控除後のネット単価（1稼働≒8万円）で稼働管理へ移行。

9月新型バス5台導入（45席・USB各席装備）＋営業課長新設

新車5台でインバウンド復調時の供給能力を確保。現場ドライバー1名を営業課長に登用、能動的な顧客開拓体制を強化。

AI化で営業生産性を倍化（2026/11）＋旅行業ライセンス取得

自社システムをAI Accelerator協業で自動化、営利+1,000万円目標。第三種→二種引上げで代理店手数料（30～50%）を内部化。

Business Domain 03

不動産・アセット

Real Estate & Asset

CROSSROAD

株式会社クロスロード

代表：勝村 道太 / 社員：4→9名（5年間） / ターゲット：23区・横浜・川崎の中規模賃貸マンション

不動産開発

平均6億円・年10件・粗利20%目標。23区／横浜／川崎の駅近・利回り6%物件にターゲット限定。三井住友・住友不動産販売・東急リバブル等の権限ある営業から物件情報を収集。

不動産再生

平均4億円・年2件・粗利20%目標。築40年程度の物件を買取→リノベ／コンバージョン。街の小規模不動産屋（高齢経営者・競合少）からの情報収集ルート。

競争優位：①ターゲットの選択と集中 ②開発+再生のポートフォリオ ③厳格な収支管理 ④迅速な意思決定

FY2027 決議数値

売上

346 百万円

立ち上げ期（中計370M→決議346M）

営業利益

17 百万円

営利率 5.1%／FY2028以降スケール

案件数（年間）

2→12 件

FY2031で年12件体制を目指す

主要施策

▶ AI物件スクリーニング高度化（粗利率+80%・2026/9末）

AIAと協業し、不動産会社からの物件情報を一次スクリーニング自動化。成約率向上で粗利率改善。

▶ 営業先自動メールシステム構築（案件数+80%・2026/8末）

営業先（不動産会社）への提案メール自動送付で営業効率化。担当週4日の飛び込み営業と組み合わせ。

▶ 金融機関開拓・融資先確保

事業費の8割以上を融資で賄う体制必須。紀陽銀行東京・群馬銀行東京等を2026/12までにEnjin本体へ紹介し相互連携。

Business Domain 04

フィナンシャル

Financial Services

株式会社Enjin Payment Service (EPS)

Enjin Payment
Service

代表：杉本 誠司 / 事業：ファクタリング

Why Enjin Payment Service ?

01

起点

ファクタリング市場で実績あるアクセルファクター社と協業。OEMシステムを活用し、2026年10月の営業開始に向けてバックオフィス（法務・財務・人材）を本社主導で整備。

02

差別化

医療レセプト債権（債権額1,000～3,000万円帯）。回収先が国保・社保のため未回収リスクが構造的に低い領域。参入企業増によるレッドオーシャン化リスクから距離を置く。

03

クロスセル

PR領域 累計7,000社超／合計1万件超の顧客リストへの横送客で、ゼロスタートに伴う営業立ち上げ期間を短縮。軍資金約10億円規模を確保しつつ与信運用。

フィナンシャル - FY2027 計画値と主要施策

FY2027 決議数値

売上

34 百万円

FY2027は研修期間／実セールスは10月想定

営業利益

▲ 18 百万円

コスト先行期。上振れ可能性あり

主要施策

2026年10月の営業開始に向けた立上げ準備（～2026/9）

アクセルファクター社のOEMシステム活用、軍資金約10億円規模を確保。バックオフィス（法務・財務・人材）整備を本社と連携して2026年6～7月に策定。

医療レセプト債権対応による差別化

回収先が国保・社保のため未回収リスクが構造的に低い領域。1,000～3,000万円帯の中規模医療法人を主要ターゲット化。

PR領域 7,000社／1万件リストへの横展開

祖業の顧客基盤への紹介で、ゼロスタート期の立ち上げ期間を短縮。既存・過去・失注先への体系的紹介フローを構築。

Business Domain 05

AI・グループプラットフォーム

AI & Group Platform

AI Accelerator

代表：本田 景士 / 設立：2026年2月

グループ200名規模の
生産性転換を担う
横串インフラ＋将来CAIO機能

Ai Accelerator

Track Record (2025/09～)

- **8ヶ月で内製AI 6本以上を実装**
ホテルス旅程作成／En Journey月次収支自動化／グループタスク管理＋
議題管理 等
- **グループ間接貢献：年9.6万時間・約2.6億円相当**
試算根拠：200名×2時間/日×240日=96,000時間。生産性転換でグループ
営利率の構造改善に寄与
- **特命班の半年実証で営業アポ数 3倍**
PR領域での実証。30万社リスト活用のAIアプローチシステム
- **EPS×AIA／クロスロードAI物件スクリーニング**
ファクタリング業務自動化／物件一次審査の粗利率改善（2026/9末稼働）

Competitive Advantage

05 競争優位性

グループ全体の競争優位

01 複層顧客基盤

PR領域累計7,000社超／グループ合計1万件超の顧客リスト。新規開拓コスト低く、クロスセルの基盤。

02 5ドメインのリスク分散

PR／観光／不動産／金融／AI で景気サイクル・地政学リスクを分散。単一事業依存からの脱却。

03 意思決定速度

月次社長会＋取締役会で全社シナジーを機動的にトスアップ。グループ親会社が意思決定の中核。

04 AI内製化能力

AIAが半年で6本のAI実装。業務理解×開発力のセットで、外注に頼らず生産性転換。

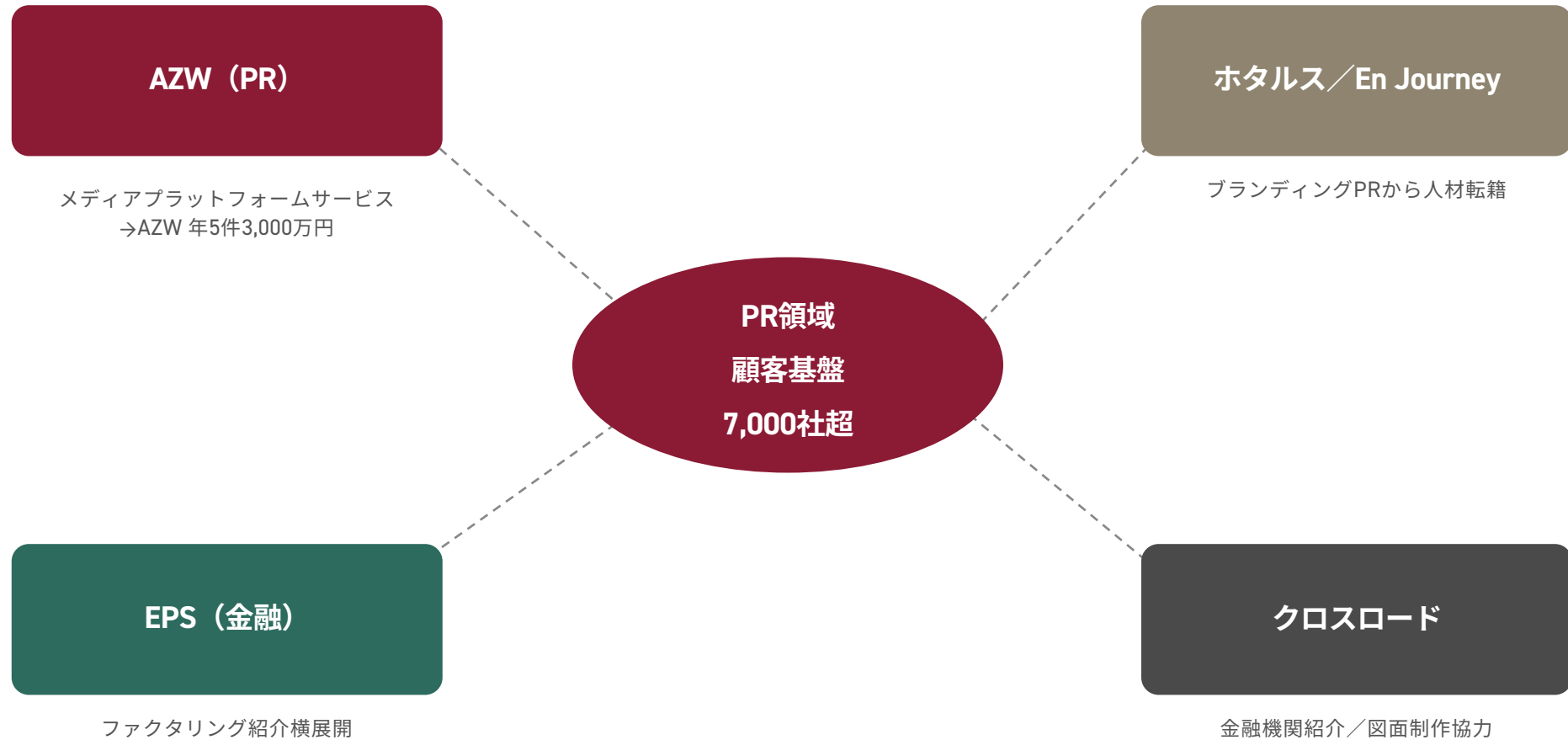
05 経営陣の事業現場経験

各社代表は当該領域で10年以上の実務経験。机上の戦略ではなく現場感のある経営。

06 上場会社としての信用基盤

東証グロース上場会社（コード7370）として顧客・金融機関・採用市場での信用優位。

ドメイン横断シナジーマップ



中央：7,000社の顧客基盤／周囲：4ドメインへの送客ルート。AIプラットフォーム（ドメインE）はこの全構造を横串で支える。

PRと広告の違い

観点	PR（当社）	広告	ポイント
費用負担	記事化はメディア判断・掲載料は原則なし	枠を買って出稿（有料）	PRは"払って載せる"ではない
信頼性	第三者（メディア）が報道＝信頼されやすい	自社発信のメッセージ	"言われる"より"報じられる"の説得力
持続性	実績・信頼が資産として蓄積（ストック）	出稿を止めると露出も止まる（フロー）	PRは積み上がる、広告は消える
当社の強み	中堅・中小に特化、粗利率約8割の高収益モデル	—	当社の中核事業はこのPR

広告＝買う認知、PR＝勝ち取る信頼。当社は後者を仕組み化。

グループ売上 +10~30% 向上見込み（EPS試算）

Phase 1

要件ヒアリング

EPS主導で各社にシステム使用状況・要件ヒアリング実施（今後1-3ヶ月）

2026 Q3

Phase 2

実装着手

PM主導で設計・実装開始。個人情報保護ガイドライン整備を並行。

FY2027前半

Phase 3

クロスセル基盤化

セグメント別営業／クラブエンジン課金／クロスセル本格運用

FY2027後半～

クラブエンジン（月額1万円）：有料会員制コミュニティで安定的なARR基盤を構築。

Growth Strategy

06 成長戦略・事業計画

グループ中期ビジョン | FY2031（第25期）

売上100億円・営利30億円は中期ビジョン（到達イメージ）。
FY2027連結 3,692M / 408M（営利率11.0%）を起点としてスタート。

Sales

100 億円

売上高（連結）

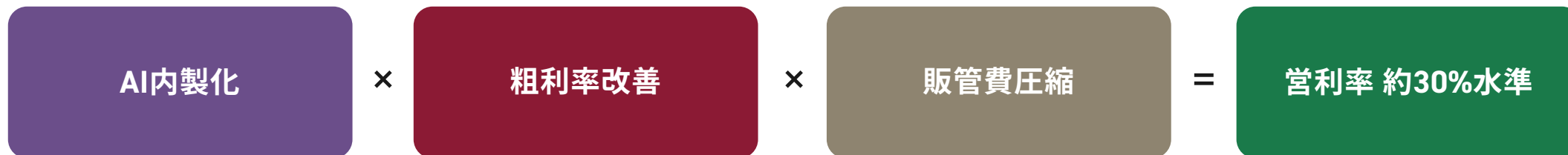
Operating Profit

30 億円

営業利益（中期ビジョン）

AI実装による生産性転換インパクト

グループ営利率 改善方程式



FY2027 連結営利率 11.0%

→ FY2031で約30%水準（営利30億円達成）への構造的レバー

■ 粗利率改善

ホテルス：AI化で営利+1,000万円／クロスロード：AI物件スクリーニングで粗利率+80%／EPS：業務自動化で人を増やさず拡張

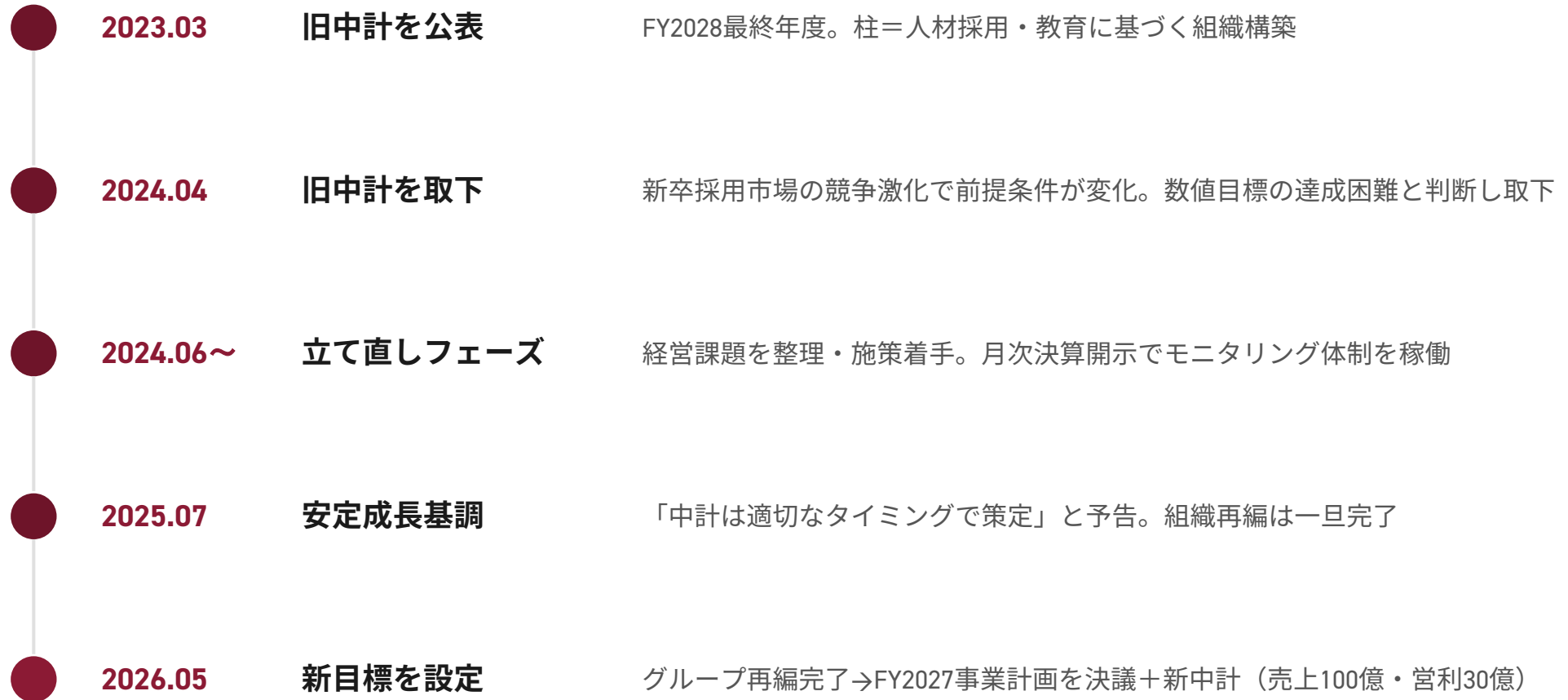
■ 販管費圧縮

アプローチシステム全社展開（30万社リスト活用）／旅程作成・月次収支・タスク管理の自動化／ランドオペレーター人材内製化（外注比率低下）

■ 顧客統合基盤プロジェクトのクロスセル効果（試算）

グループ売上 +10～30%向上見込み（EPS試算）。実装着手後の効果検証は段階的に実施。

中期経営計画の変遷 — 取下から新目標設定までの経緯



変更の本質：単一PR事業の『組織再構築フェーズ』から、5ドメイン体制（M&A3件＋AI新設）による『非連続成長フェーズ』への移行。

経営指標 | 事業ドメイン別 進捗測定KPI

ドメイン	主要KPI	定義	直近実績／計画	目標値（FY2031）	サブKPI
A. PR	STOCK企業数	ブランディングPRの月次継続課金顧客数	1,097社（2026年5月末）	1,500社（FY2031）	リテナー継続率／AD単価／C会員企業数
B. 観光	案件数 × 平均単価	BtoB案件数（年間）と1案件あたり平均単価	436件 × 166万円（FY2027）	1,621件 × 250万円（FY2031）	バス稼働率（60→80％）／一人当たり生産性
C. 不動産	案件数 × 粗利率	年間取扱案件数と1案件あたり粗利率	2件・粗利率20％	12件・粗利率20％維持（FY2031）	融資調達金額／回転期間
D. 金融	取扱案件数 × リピート率	債権300万円以上の案件数とリピート率	100件・30％	3,000件・70％（FY2031）	1案件あたり手数料／顧客内シェア
E. AI	AI実装本数 × アクティブ率	グループ内AI実装数とアクティブユーザー比率	実装6本以上・利用2社	全社展開・利用率80％（FY2029）	AI内製化の工数削減効果

採用理由：各事業の収益ドライバーに直結する継続測定可能な指標を選定。連結業績との連動性を月次社長会で追跡。※観光KPIはホテルズ単体（En Journeyバスは稼働率KPIで別管理）。金融・不動産・観光は事業開始前/立上げ期のため計画値を含む。※主要KPI（STOCK企業数・成約高等）の年次推移は、把握可能なものから次回開示で拡充。

経営指標(KPI)の見直し — 単一事業KPIからドメイン別KPIへ

旧KPI（～FY2025開示）

- 契約件数／顧客数／平均契約件数
- 単価（1,400千円）
- 原価率（19.9%）
- PF運用費（6,000千円）
- 営業生産性（19,861千円）

※前期資料で「次回アップデートに向け再考」と予告済



新KPI（FY2027～・ドメイン別）

- PR：STOCK企業数
- 観光：案件数 × 平均単価
- 不動産：案件数 × 粗利率
- 金融：取扱件数 × リピート率
- AI：実装本数 × アクティブ率

変更理由：

PR単一事業から5ドメイン体制への移行に伴い、全社単一KPIではドメイン別の収益ドライバーを適切に測定できないため刷新。

可能な範囲で旧KPI（STOCK企業数・継続率等）も継続測定・併記する。

成長戦略の実行計画 | 投資・人員・資金

研究開発・AI投資

AI Accelerator中心のAI内製化を継続。FY2027-FY2029に内製AI開発リソースを集中投下し、グループ内6本→全社AI実装へ拡張。

設備投資

FY2027：新型バス5台導入（En Journey、9月）。FY2028以降は需要に応じて段階的に車両拡充。AI活用基盤の継続投資。

マーケティング投資

PR領域でのアプローチシステム・自動メールによる効率化を優先。広告宣伝費は売上の数%水準で営業効率を維持。

人員計画

5社合算でFY2027 49人 → FY2031 154人（5年で3.1倍）。観光・金融の人材内製化を中心に、ランドオペレーター人材はグループ内転籍で確保。

資金計画

純資産4,424M／現預金1,739M／有価証券1,536M（2026年5月末）の自己資本中心の財務基盤。M&Aは既存ドメイン補強型に絞り、自己株式取得とのバランスを維持。

AI実装ロードマップ（AIA横展開）

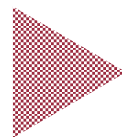
～2026/08	クロスロード	営業先自動メールシステム（案件数+80%）
～2026/09	クロスロード	AI物件スクリーニング（粗利率+80%）
～2026/09	AIA全社	アプローチシステム全社展開（30万社リスト）
～2026/09	PR領域	EPSが PR領域既存・過去・失注クライアントへのファクタリング紹介
～2026/10	ホタルス	AIA協業で営業稼働創出（新規20社・1.6億円）
～2026/11	ホタルス	AI化で営利+1,000万円達成
FY2027	全社	ホタルス／En Journey月次収支自動化／グループタスク管理＋議題管理
FY2029期～	AIA	グループ内製・効率化に特化

グループ内人材循環：ランドオペレーター内製化

Enjin本体 ブランディングPR

人材の最適配置

成長領域に合わせ人材を再配置



内部転籍

旅行業（B Domain）

人材不足

ランドオペレーター（箱根・河口湖等の現地手配）が不足し、
売上があっても捌けない構造課題

【効果】

1. 雇用継続でブランディングPRの人件費を旅行業ドメインに転換
2. 大手代理店30-50%手数料を回避する自社企画化が可能に
3. グループ内雇用流動性の証明

方針：単体投資ではなく、既存5ドメインのケイパビリティ拡張を目的化

Recent Deals — Group Expansion

- 観光ドメイン：BtoB訪日インバウンド／貸切バス運営の2事業を連結化
- 不動産ドメイン：開発・再生の2軸事業を連結化
- 金融ドメイン：医療レセプト債権ファクタリングを連結化
- AIドメイン：内製AI開発会社を新規設立（2026年2月）
→ 既存PR領域を補強する形でドメインを順次拡張

Pipeline Reference 2014；検討案件（不成立）

- 事業：イベント企画運営
- 売上：30億円規模／営利：数億円規模
- 結果：他社取得確定で不成立
- 学び：売上30億円規模のターゲット感を確認
- 規模感の参照ベースとして記録（次案件検討時に活用）

Foundation, Governance & Risk

07 経営基盤・ガバナンス・リスク

ガバナンス体制

取締役会

月次開催。FY2027事業計画・育児介護休業規程改定等を2026/05/13決議。

グループ社長会

全7社代表が月次集合し、シナジー創出と進捗追跡。第3回以降は四半期進捗の見える化を定例化。

関連当事者取引の開示

グループ内取引・代表者兼任先との取引は、関連当事者取引として規程に基づき適切に把握・適時開示。

コンプライアンス

サイレント期間遵守。インサイダー取引防止。決算発表前後の開示タイミング設計。

M&A判断プロセス

DD実施＋利益相反整理＋規模感確認の3段階。検討案件（売上30億円規模）は競合取得で不成立と判断。

情報セキュリティ

顧客統合基盤プロジェクト推進に伴う個人情報保護ガイドラインを並行整備。

コーポレートガバナンス — 取締役会の構成

監査等委員会設置会社。

取締役会は社内取締役2名と社外取締役4名（うち監査等委員3名）で構成。

役位	氏名	属性・専門性
代表取締役 グループCEO	本田 幸大	創業者。PR事業を起点にグループを統括
取締役 CSO	平田 佑司	戦略PR・IR・M&A・AI組織導入
社外取締役	菊川 怜	独立社外取締役
社外取締役（監査等委員）	吉田 桂公	弁護士（元金融庁）。独立役員
社外取締役（監査等委員）	工藤 竜之進	弁護士（M&A・ガバナンス）。独立役員
社外取締役（監査等委員）	古田 靖幸	独立役員（監査等委員）

取締役

6 名

うち社外取締役
（監査等委員3名）

4 名

取締役会（6名）：代表取締役グループCEO 本田 幸大／取締役CSO 平田 佑司／社外取締役 菊川 怜／社外取締役（監査等委員）吉田 桂公・工藤 竜之進・古田 靖幸。

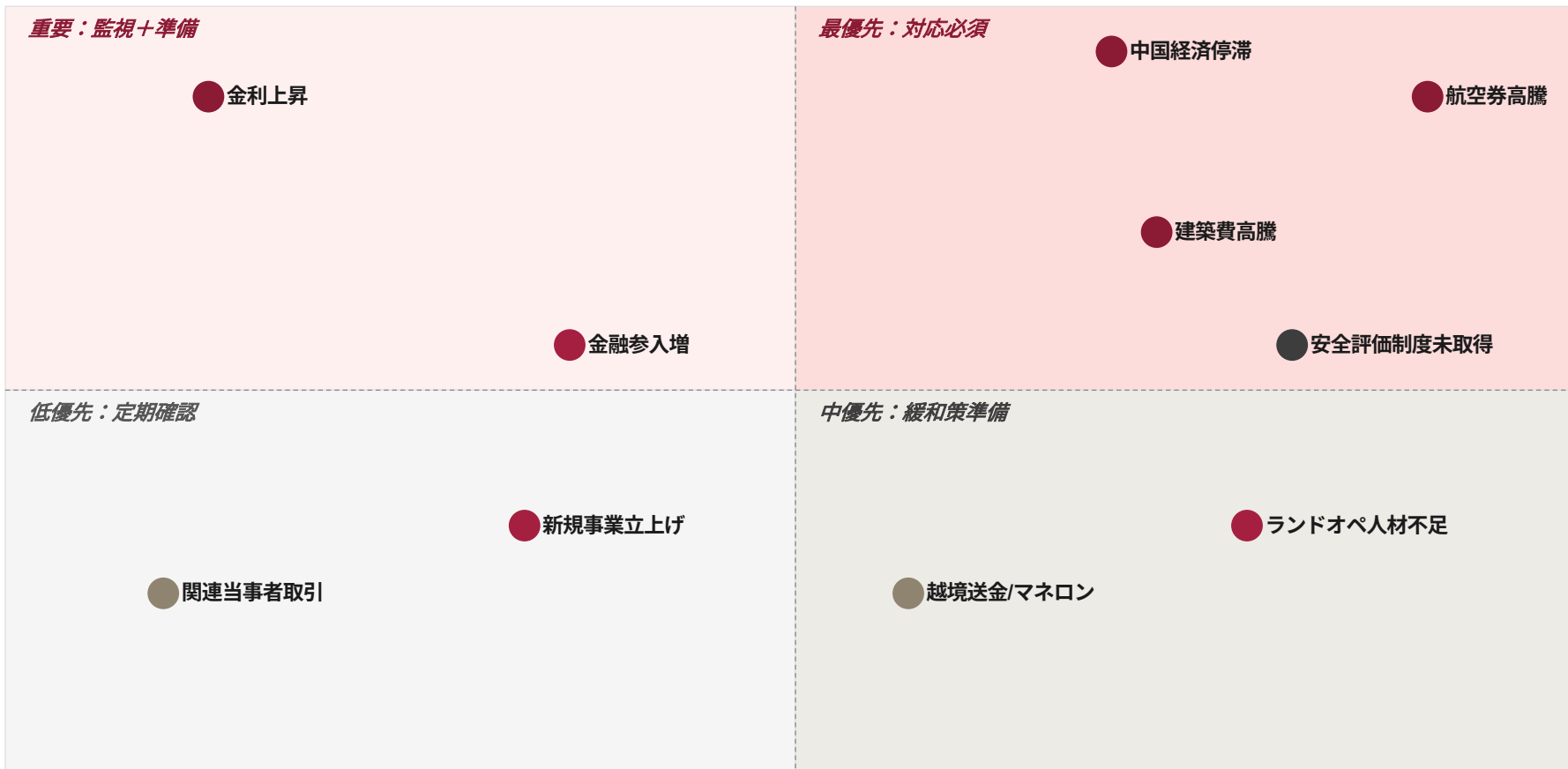
リスク認識と対応

事業環境	観光：中国経済停滞・航空券高騰・バス単価下落 （想定時期：短期 / 影響度：高）	国内BtoB（企業研修・学校・スポーツ）への顧客分散、ネット単価管理への移行
許認可	観光：貸切バス安全評価制度（星）未取得（年数不足） （想定時期：中期 / 影響度：高）	国内本格受注は来年以降の見込み。当面はインバウンド主体で、年数充足後に国内大型案件へ展開
事業環境	金融：ファクタリング市場の参入増・レッドオーシャン化 （想定時期：中期 / 影響度：中）	回収先が国保・社保で未回収リスクが低い医療レセプト債権に特化し差別化
事業環境	不動産：建築費高騰・金利上昇・融資環境 （想定時期：中期 / 影響度：中）	駅近・利回り6%物件への絞り込み・大きなリスクを取らない経営
内部統制	クロスロード融資依存（事業費8割以上） （想定時期：短期 / 影響度：中）	融資先金融機関5社開拓を2026/12までに完了・本体への紹介で相互連携
内部統制	越境送金・マネロン対応 （想定時期：中期 / 影響度：小）	送金規制・為替・AMLの遵守体制を整備。代替送金スキームを検討
人材	ランドオペレーター人材不足 （想定時期：短期 / 影響度：中）	グループ内人材の最適配置・グループ内雇用流動性で内製化
情報	顧客統合DBの個人情報保護 （想定時期：中期 / 影響度：中）	ガイドライン整備を並行・段階的な実装＋効果検証

※前回資料からグループ再編（5事業ドメイン化・新規3社連結）に伴いリスク項目を事業別に再整理した（前回との差異理由）。各リスクに想定時期（短期＝概ね1年内／中期＝1～3年／長期＝3～5年）を併記。顕在化可能性×影響度はP74リスクマトリクスを参照。ここに記載のないリスクは有価証券報告書「事業等のリスク」を参照。

リスクマトリクス | 顕在化可能性×影響度の評価

影響度（高）→



← 顕在化可能性（低）

顕在化可能性（高）→

最優先（右上）：観光ドメインの外部環境ショック群が集中。短期対応として平日埋め施策＋中長期対応として自社企画化を実施。

地域経済貢献

和歌山・大阪の観光拠点／関東圏の不動産事業／全国の中堅・中小企業を顧客基盤に持つPR事業を通じて、各地の経済活性化に貢献。

観光業の地域波及

ホタルス×En Journey連携で訪日観光客を地方へ送客。大手代理店経由ではなく自社企画化することで、地域への利益還元率を高める。

和歌山米プロジェクト

和歌山県でのオーナー制度プロジェクト推進。地域農業との接続も含めた地方創生の取り組み。

高卒採用・地域人材

5/25和歌山県田辺市高校講演を皮切りに、地域人材との接続。AI診断などのコンテンツで学生と保護者にアピール。

コンパクトな企業群運営

7,000社超の顧客を持つPR会社を中核に、複数事業を機動的に運営することで、巨大企業に集中しがちな経済機会を中堅・中小に再分配。

Capital Policy

08 株主還元・資本政策

自己株式取得枠

取得枠（上限）

3億円

上限400,000株（2026/01/13決議）

進捗（株数ベース）

65.5%

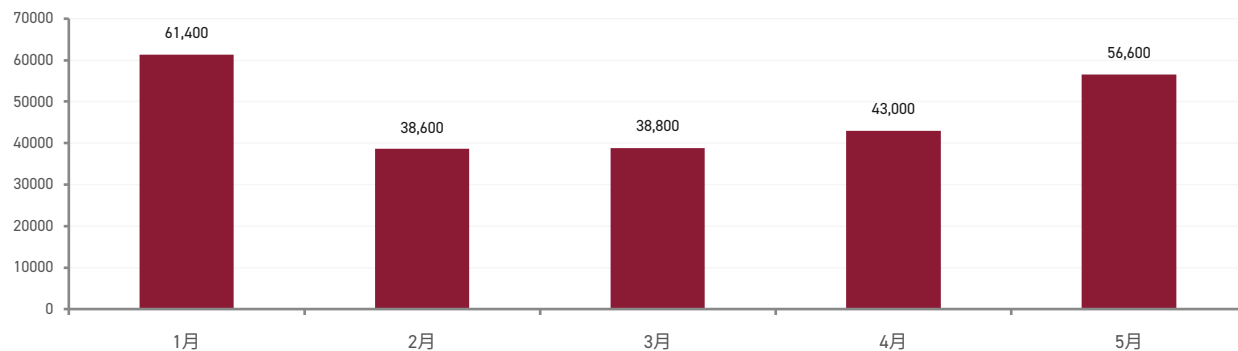
262,200株（2026/05/31時点）

進捗（金額ベース）

69.0%

207,089千円（2026/05/31時点）

月次取得推移（株数）



取得期限・運用方針

取得期間：～2026/07/31

関与率：20%→25%に引き上げ済

進捗：期限内枠消化は困難見通し

方針：継続購入

Dividend Policy

配当方針

成長投資（M&A・AI内製化・人材確保）と株主還元のバランス
自己株式取得を中心とした柔軟な株主還元
中期的な営利率改善（FY2031で約30%水準）に伴う持続的な還元能力の強化
年間一株あたり配当額40円を継続予定（配当性向：111.8%）

財務基盤（2026年5月末・期末）

総資産	5,115 百万円
純資産	4,424 百万円
現預金	1,739 百万円
有価証券	1,536 百万円
子会社貸付金	699 百万円

株価動向・株主状況の解説

01 株価変動要因の解説

- ・ 決算・再評価イベントごとに株価が動いた要因を時系列で解説。
- ・ 業績(EPS)と株価の連動、構造改革の織り込み度合いを可視化。

株価チャート・出来高・主要変動日のイベントは次回開示で拡充

02 株主構成・投資家動向

- ・ 安定株主・個人・機関の比率から投資家層の特徴を提示。
- ・ 自己株式取得による需給と1株価値への寄与。

株主構成比・上位株主・個人比率は次回開示で拡充

03 企業価値と市場評価

- ・ 純資産4,424百万円を基盤に、BPS/EPSと市場評価指標の推移を継続的に検証。
- ・ 収益性、資本効率、株主還元の進捗を適切に開示。

BPS/EPS時系列・PBR/PER水準は次回開示で拡充

スタンダード市場への移行

東京証券取引所 グロース市場 → スタンダード市場

提出資料 準備フェーズ：2026年年内想定



グループ再編後の安定した収益・財務基盤を持って、スタンダード市場での持続的成長を目指す。

時価総額・市場区分への対応方針

現状と方針

市場区分	コード	FY2031グループゴール
東証グロス → スタンダード	7370	売上100億円・営利30億円
2026年9月～市場区分変更の申請手続きを開始予定	市場区分変更後も継続	中期的な株主価値向上の中核

スタンダード市場移行後の方針

- ① 事業計画及び成長可能性に関する事項を毎事業年度更新（事業年度経過後3か月以内に最新化）
- ② 中期経営計画の進捗を四半期決算とあわせて開示。事業計画見直し・重要変更時は速やかに更新
- ③ 機関投資家・個人投資家との説明会／個別面談を積極実施。Q&Aや動画の公開も検討
- ④ 営利率改善ロードマップ（FY2027 11.0% → FY2031 約30%水準）の達成を株主価値の中核指標として継続開示
- ⑤ 参考：グロス市場の2030年新上場維持基準（時価総額100億円以上）を意識した経営方針も並行検討

進捗状況の更新と次回開示予定

本資料は、グループ再編・FY2027事業計画策定を踏まえた更新版です
(次回フル更新は次期事業計画の確定に合わせて実施)。

主要進捗 (今回反映分)

- FY2027事業計画 (連結売上3,692百万円／営利408百万円／営利率11.0%) の取締役会承認 (2026/05/13)
- 第21期入り (2026/06、創業20年)。グループ社長会を月次運用し、第3回 (2026/06/07) で観光ドメイン中心に深掘り
- 金融ドメイン (EPS) : 2026年10月の営業開始準備が進行 (軍資金約10億円規模)
- PRリテイナー (AZW) : 2026年6月から月額100万円規模の大型リテイナー3社をコンペ1位受注
- AI Accelerator : グループ200名規模で年9.6万時間・約2.6億円相当の間接貢献を試算
- 自己株式取得の進捗 : 262,200株 (65.5%) / 207,089千円 (69.0%) (2026/05/31時点)

次回開示予定 / 開示頻度

- ・ 本資料の次回フル更新 : 2027年5月期 決算発表後 (2027年8月頃を予定)
- ・ 進捗状況の中間アップデート : 四半期決算短信および補足説明資料で実施。重要な変更時は速やかに開示
- ・ 開示頻度方針 : 少なくとも1事業年度に1回 (事業年度経過後3か月以内)

積極的なIR活動の実施

直近の実施状況

■ 投資家向け説明会

四半期決算発表後に決算説明会を実施。主な対応者：CEO・CFO・CSO。動画・書き起こしを自社ウェブサイトで公開予定。

■ 個別面談

国内機関投資家・個人投資家との個別面談を随時実施。主な対応者：CEO・CSO・IR担当。

■ 重点的に発信した事項

FY2027事業計画／5ドメイン体制／AI内製化／自己株式取得状況

今後の実施方針

■ 開示更新頻度

本資料を最低年1回フル更新。進捗は四半期決算と連動。

■ 説明会の継続実施

半期ごとの決算説明会＋年次の投資家ミーティングを継続。海外投資家向けセッションも検討。

■ 開示の透明性

コーポレートガバナンス報告書「IRに関する活動状況」欄で実施状況・対応者・公開方法を具体的に記載。

お問い合わせ先：当社IR担当（コーポレートサイト・お問い合わせフォーム）



ENJIN 3.0

**PR会社から、5つの事業ドメインで
日本の中小経済を駆動するグループへ**

FY2031（第25期）売上 100億円 ・ 営業利益 30億円

株式会社Enjin <証券コード：7370>

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」資料は、今後、本決算後7月頃を目途としてアップデートを行う予定です