

成長可能性に関する説明資料

(証券コード：9272)
2018年4月3日



 **ブティックス株式会社**



01

会社概要

Company Profile

P.2

02

事業概要

Business Profile

P.5

03

当社の特徴・強み

Our Features and Strengths

P.11

04

成長戦略

Growth Strategy

P.19



Company Profile

会社概要





◆ 会社概要

会社名	ブティックス株式会社
本社所在地	東京都品川区西五反田2-28-5 第2オークラビル
設立年月	2006年11月
資本金	217百万円 ※2018年4月3日時点
役員	代表取締役社長 新村 祐三 常務取締役 速水 健史 取締役 天野 桂介 取締役 吉崎 浩一郎 取締役 守屋 実 常勤監査役 城戸 沙絵子 監査役 石割 由紀人 監査役 寺西 章悟
事業内容	介護業界に特化したマッチング・プラットフォーム事業 1. B to B事業：商談型展示会 M&A仲介サービス WEBマッチングサービス 2. B to C事業：eコマースサイトの運営
従業員数	50人（アルバイト含む）※2018年4月3日時点

◆ 沿革

2006年11月	当社設立。
2007年6月	介護用品のeコマース事業を開始。 B to C事業 開始 各種eコマースサイトを開設（現在、24サイト運営）
2015年3月	商談型展示会事業を開始。 B to B事業 開始 東京で「CareTEX」(介護用品・介護施設産業展)の定期開催を開始。
2015年4月	M&A仲介事業を開始。 介護事業者のM&Aに特化した「介護M&A支援センター」開設。
2016年6月	WEBマッチング事業を開始。 介護事業者向け情報検索・マッチングサイト「CareTEXクラウド」開設。
2016年12月	大阪で「CareTEX関西」の定期開催を開始。
2017年5月	医療施設のM&Aに特化した「医療M&A支援センター」開設。
2017年10月	横浜で「CareTEX One」(商品特化型展示商談会)定期開催を開始。
2018年3月	東京ケアウィーク（「CareTEX」「国際健康長寿産業展」「次世代介護テクノロジー展」「超高齢社会のまちづくり展」の4展示会で構成）の定期開催を開始。
2018年7月	福岡で「CareTEX福岡」の定期開催を開始予定。



代表取締役社長 新村 祐三

1990年 リードエグジビションジャパン入社。エレクトロニクス、半導体、液晶、I T、眼鏡、出版、宝飾、文具等の各分野で展示会の総責任者を歴任し、2004年同社取締役就任。
2006年 当社を設立し、代表取締役社長に就任。
早稲田大学卒。



常務取締役管理本部長 速水 健史

2001年 日本興業銀行入行。その後、投資会社、事業会社にてM&A業務、経営管理業務に従事。
2007年 アイピーエスフーズ代表取締役就任。
2011年 当社入社。2015年当社常務取締役就任。
京都大学卒。公認会計士試験合格。



取締役営業本部長 天野 桂介

1991年 兼松入社。
1996年 リードエグジビションジャパン入社。
各分野にて展示会の総責任者を歴任。
2016年 当社取締役就任。
東北大学卒。



社外取締役 吉崎 浩一郎

1990年 三菱信託銀行入行。その後、シュローダーベンチャーズ、MKSパートナーズ、カーライル等を経て、
2009年 グロース・イニシアティブ設立。2015年クールジャパン機構CIO就任。2016年当社社外取締役就任。
青山学院大学卒。



社外取締役 守屋 実

1992年 ミスミ入社。以降、新規事業の立上げ業務に従事。2002年エムアウトを設立し、取締役就任。
2010年 守屋実事務所を設立し、代表取締役就任。
2016年 当社社外取締役就任。
明治学院大学卒。



Business Profile

事業概要



事業概要

- 介護業界において、介護事業者・各種サプライヤー・一般消費者(高齢者等)を対象に、**4つのマッチング事業を展開**
- 収益の柱は、「**展示会事業**」と「**M&A仲介事業**」

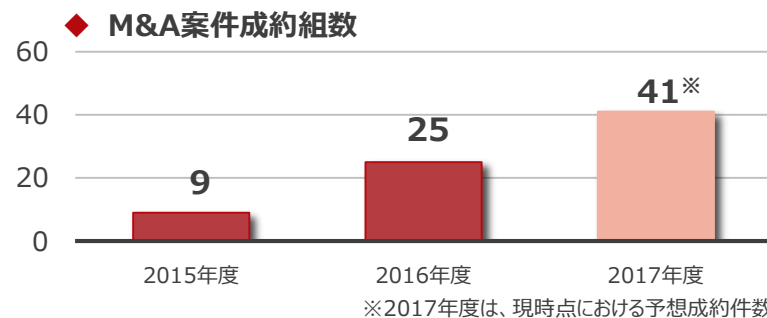
商談型展示会「CareTEX」

- 商談型展示会である「CareTEX」では、介護用品メーカー・卸等の各種サプライヤーと、介護事業者をマッチング
- これまでに「CareTEX」「CareTEX関西」「CareTEX One」を開催



M&A仲介サービス

- 業界最安水準の手数料と展示会等を通じて得られたDBを活用し、高いマッチング精度を特徴とした介護業界のM&A仲介サービス



WEBマッチングサービス「CareTEXクラウド」

- WEB上で介護事業者と各種サプライヤーのマッチングサービスを提供



「CareTEX」の来場者や出展社、「CareTEX」に来場・出展できない介護事業者や各種サプライヤーをWEB上でマッチング

eコマースサイトの運営

- 各種サプライヤーと一般消費者をマッチングするため、介護用品・健康器具等の各分野で、商品分野ごとに特化したECサイトを運営



けあ太郎

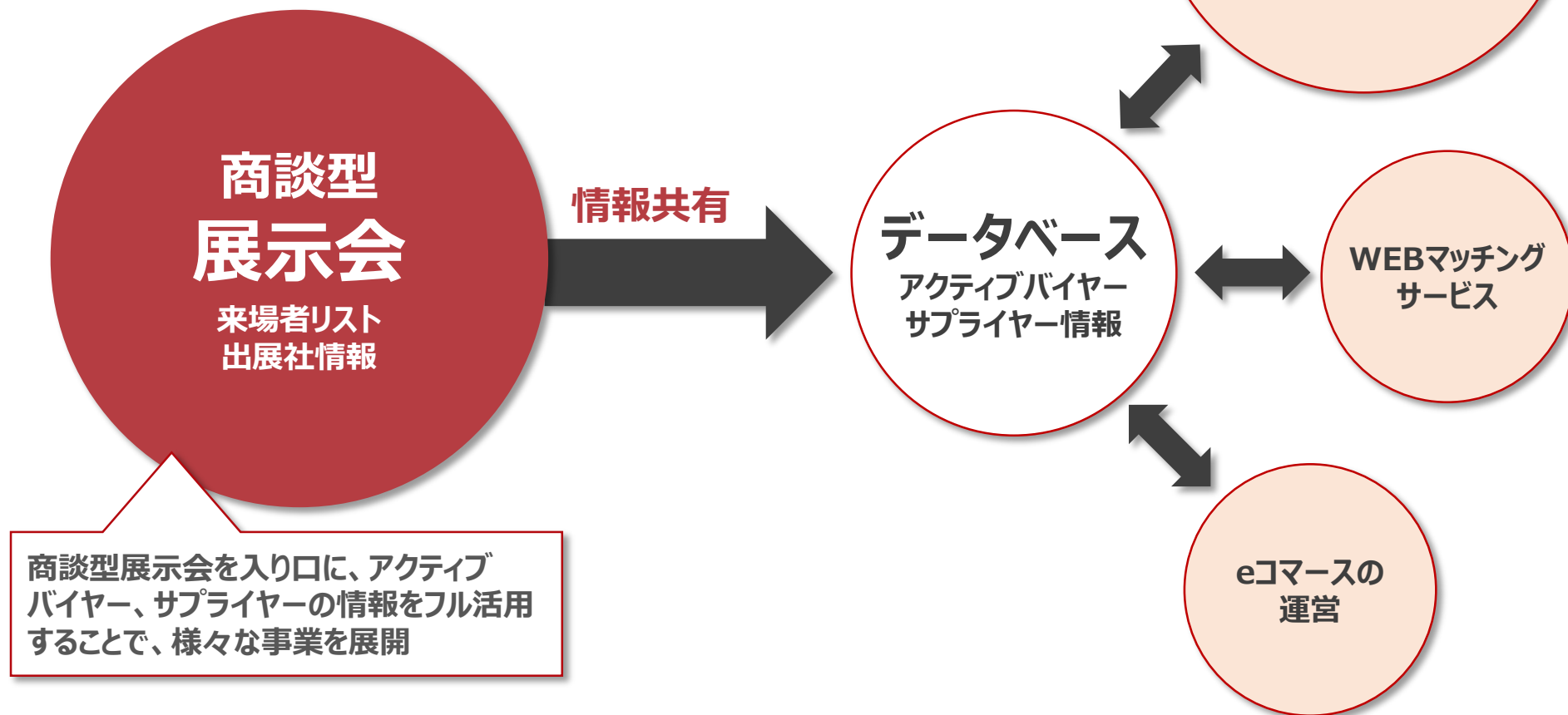
介護ベッド販売センター

車椅子販売センター

商談型展示会を入口に、マッチング事業を展開



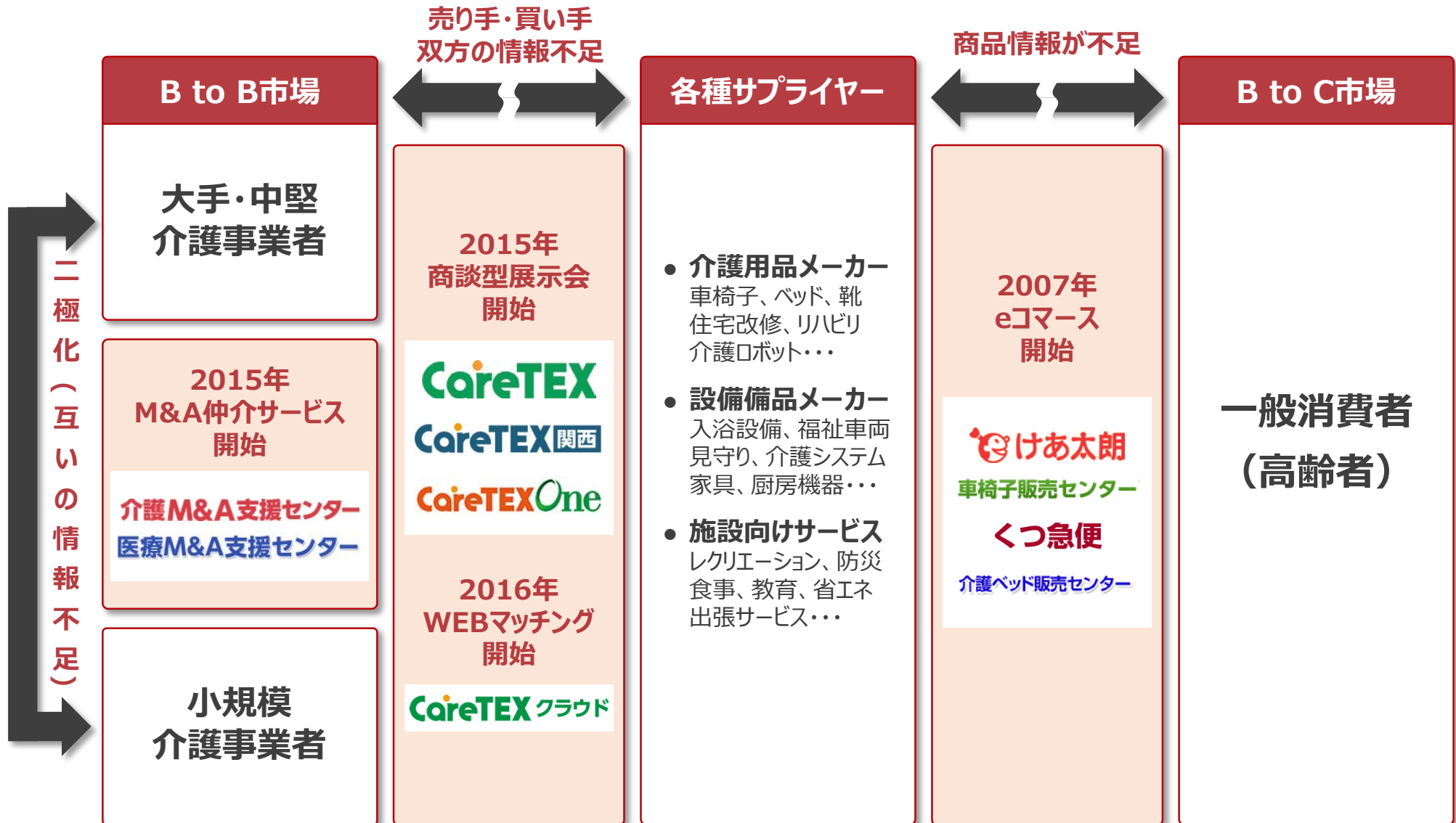
- 展示会事業で収益を上げながら、決裁権限者をD B化
- 決裁権限者D Bをフル活用して、M & A 仲介事業等を展開



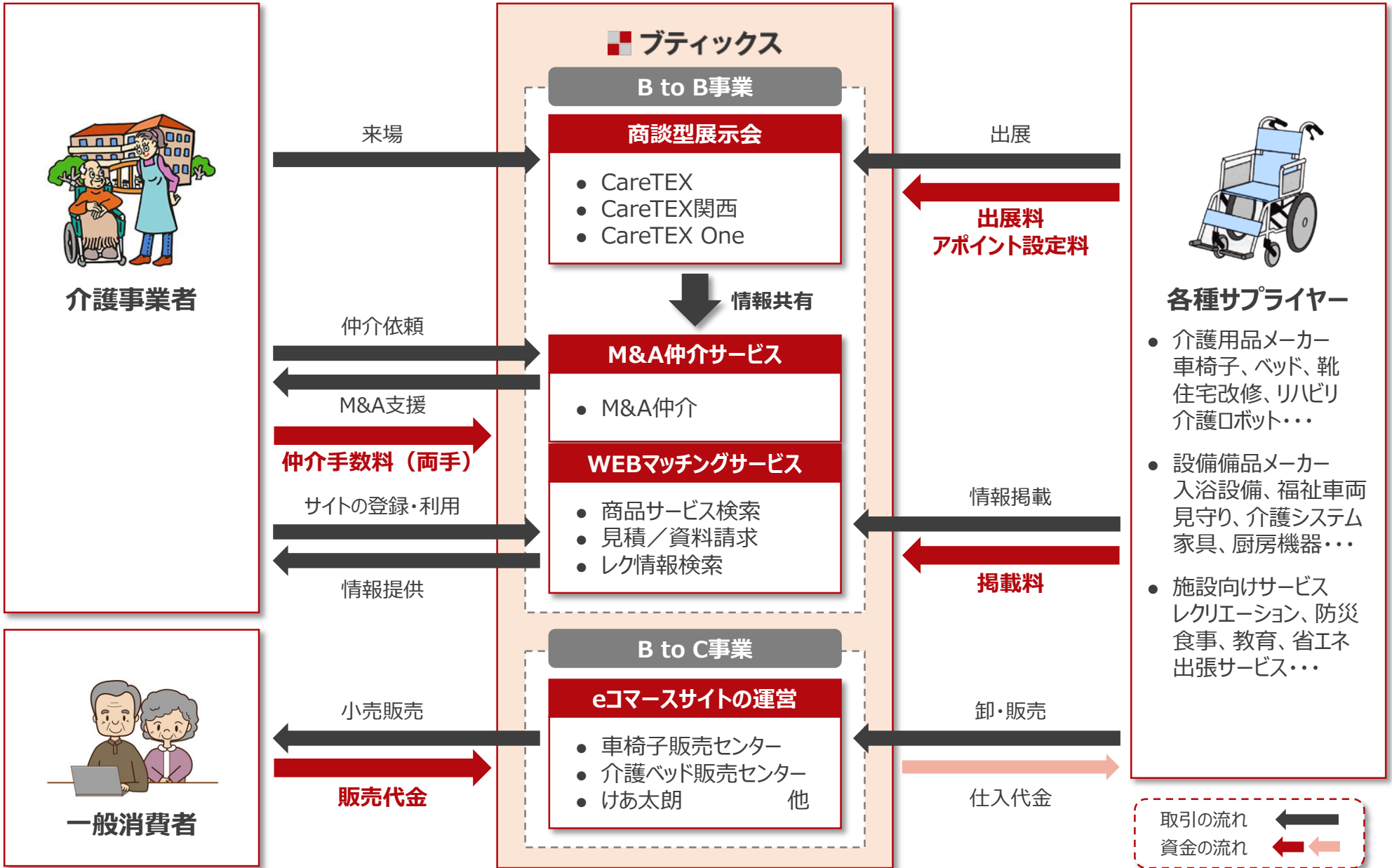
介護業界の課題解決のため、マッチングサービスを提供



■ 介護事業者・各種サプライヤー・一般消費者(高齢者等) 間の**情報不足を解消するマッチングサービスを提供**



ビジネスモデル

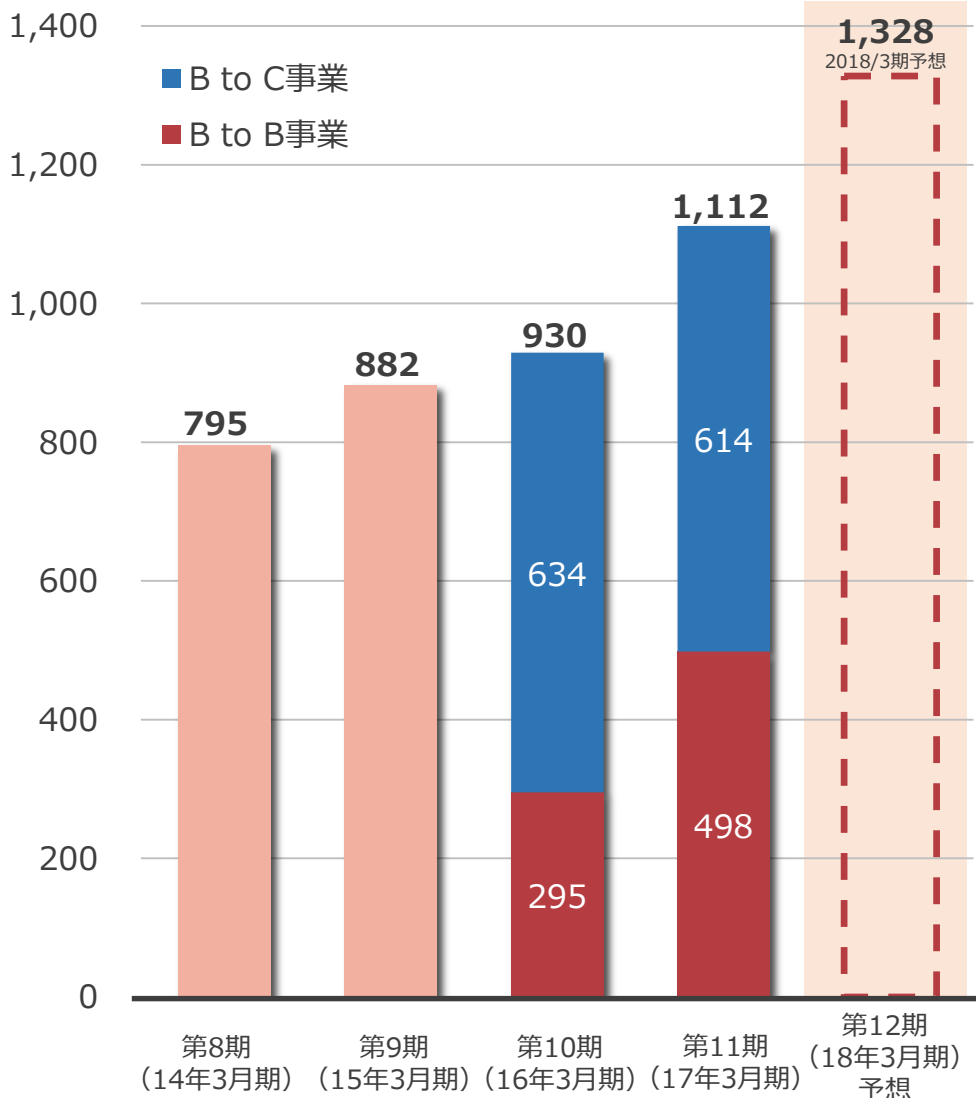


売上高・経常利益の推移

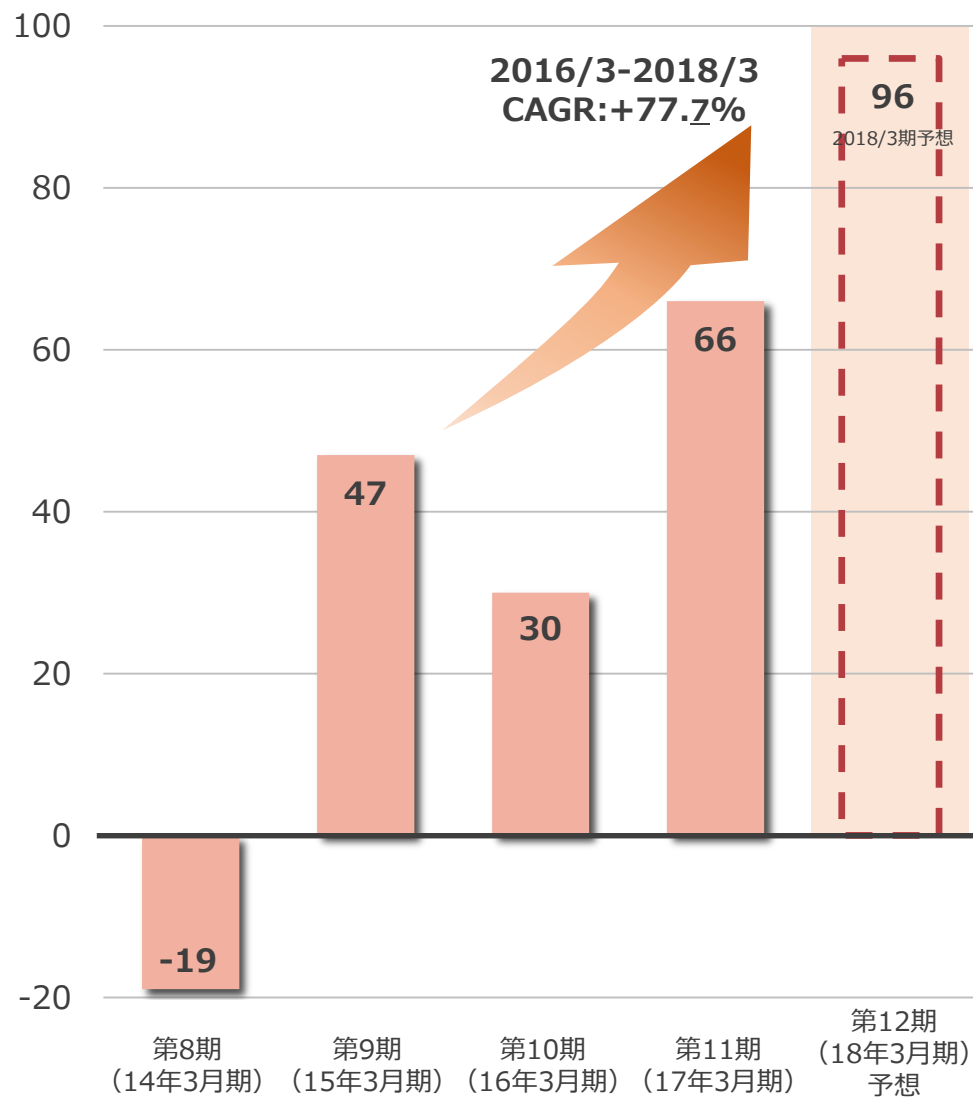


- 売上高は順調に推移、**B to B 事業の成長により売上高は拡大傾向。**
- 経常利益はB to B 人員採用により一時減益となるも、**B to B 事業の成長により順調に増益傾向で推移。**

◆ 売上高推移 (単位：百万円)



◆ 経常利益推移 (単位：百万円)





Our Features and Strengths

当社の特徴・強み



商談型展示会「CareTEX」について



■ P R型展示会と異なり、**介護事業者・サプライヤー共に、決裁権限者が参加し、商談・マッチングが行われる**

来場者

介護事業者（経営者・購買担当者）

約15,000名※

■ 介護・高齢者施設

有料老人ホーム、グループホーム、特養、老健、サービス付高齢者向け住宅 等

■ 在宅介護事業者

デイサービス、ショートステイ、訪問介護、訪問入浴、居宅介護支援事業所、介護タクシー、訪問看護 等

■ 病院・リハビリ施設

病院・クリニック、リハビリ施設、大学・大学病院、高齢者医療施設 等

■ 介護流通関係者

介護用品販売店、レンタル事業者、介護用品卸、レンタル卸 等

■ 各種流通関係者

百貨店、スーパー、薬局、ホームセンター、量販店、通販会社 等

■ 設計・施工会社、他

設計事務所、施工会社、ゼネコン 等

「CareTEX」により来場者・出展社をマッチング



「アポイント取得代行サービス」の提供等により、
密度の濃い商談ができるようにマッチングのサポート

商談・取引交渉

受注・販売

新規取引先獲得

見積依頼の獲得

価格・納期交渉

OEMの商談

新規開業案件獲得

出展社

各種サプライヤー

360社※

■ 介護用品

歩行補助用品	ベッド用品
入浴用品	トイレ・おむつ用品
衣類・靴	住宅改修用品
介護予防・リハビリ	生活支援用品
介護ロボット 等	

■ 高齢者施設向け設備・備品

移動補助・福祉車両	入浴設備
家具・建材・インテリア	洗濯・クリーン用品
見守りシステム	介護システム
厨房機器・食器	衛生用品
介護職員向け用品 等	

■ 高齢者施設向けサービス

レクリエーション	感染予防
省エネ・コスト削減	経営支援サービス
配食・食事サービス	防災・危機管理
スタッフ採用・教育	出張サービス 等

商談型展示会「CareTEX」の特徴・強み



01 商品購入の権限者による商談・取引

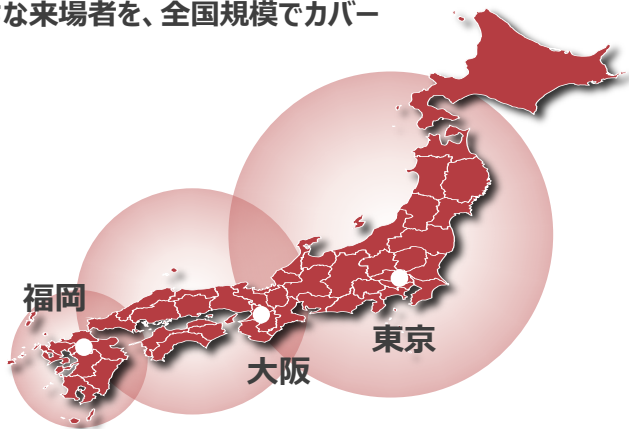
- 一般個人の来場者も多く含まれる通常の展示会と異なり、一般客の入場は不可とし、商品購入の権限者（アクティブ・バイヤー）が多数来場



※CareTEX2017来場者への当社アンケートによる

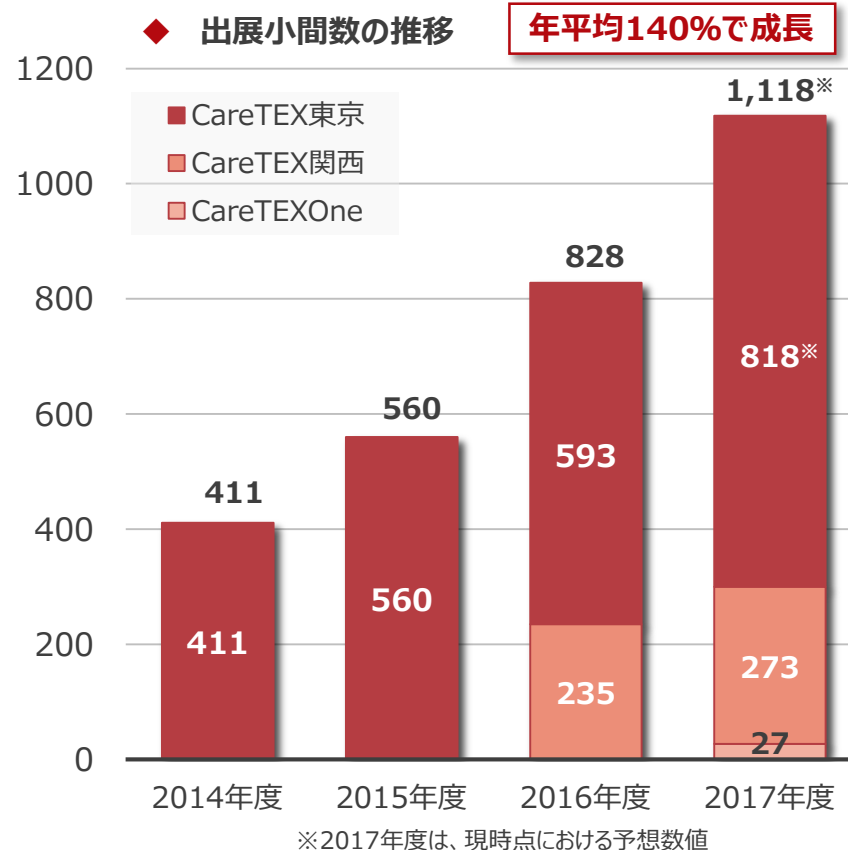
02 全国規模で来場者をカバー

- 2018年度は東京・大阪に加えて福岡でも開催をスタートし、開催地周辺に偏りがちな来場者を、全国規模でカバー



03 定期開催によるストック型ビジネス

- 年1回以上定期開催することで、ストック型ビジネスとして安定的収益確保



売上高：出展小間料 × 小間数 + 装飾バック・広告収入等
売上原価：会場代・装飾・警備・現場人件費・電気代等

M & A 仲介サービスについて



- 大手・中堅事業者は新設・買収で規模の利益を追求し、中小・零細企業は廃業する、二極化の方向
- 当社では、証券会社・銀行・M&A専門会社がターゲットとしづらい売上高3億円未満の小規模案件がターゲット
- 小規模案件対象の場合、いかに多くの買い手DBを構築できるか、売り手案件を多数収集できるか・・・両方確立

◆ 介護業界におけるM&A事業のポジショニング



M & A 仲介サービスの 特徴・強み



01 CareTEXの集客を活用した案件開拓

- CareTEXの出展やセミナー講演により、買い手・売り手を開拓
- CareTEXの来場者DBや来場者アンケートでM&Aのニーズを調査



CareTEXにブース出展



CareTEXセミナーでM&Aの講演

02 業界特化による成約期間短縮

- 相談から譲渡までの期間
(一般的な期間) 6か月～12か月 (案件調査・マッチングに時間が必要)
(当社実績) 1.5か月～ (案件調査・マッチングがスムーズ)

03 業界最安水準の手数料体系

- 一般的なM&A仲介会社の場合、最低手数料の金額が比較的高く設定されており、小規模な案件でも最低手数料が1,000万～2,000万円と非現実的な金額となる傾向
- 当社では、中小規模の介護事業M&Aの実態に則するため、最低手数料を100万円に設定

04 営業1人当りの案件成約数が多い

- 手数料単価は低いが、成約期間短縮により、営業1人当りの成約数が多い

売上高：仲介手数料(売り手・買い手 両方から)×成約組数

① 手数料収入：1億5,218万円

② 成約数：25組

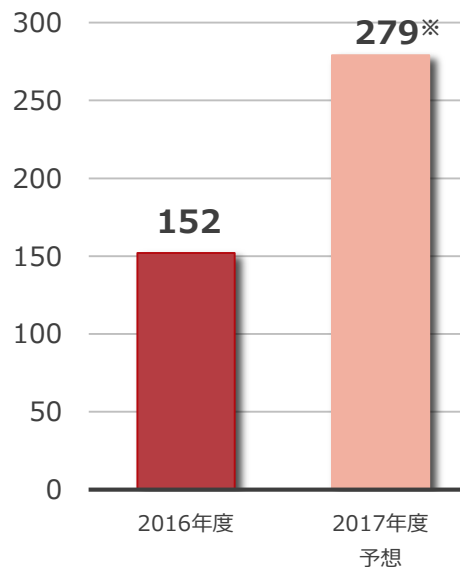
③ 仲介手数料の単価：608万円/案件 ※上記①÷②にて算出

④ 営業1人当りの成約数：6.2組 ※上記①÷営業担当者数(4名)

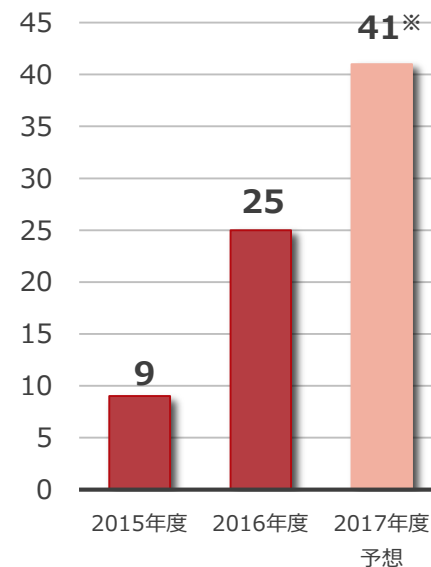
売上原価：案件紹介料等

※2017年3月期実績

◆ M&A手数料収入 (単位：百万円)



◆ M&A成約組数



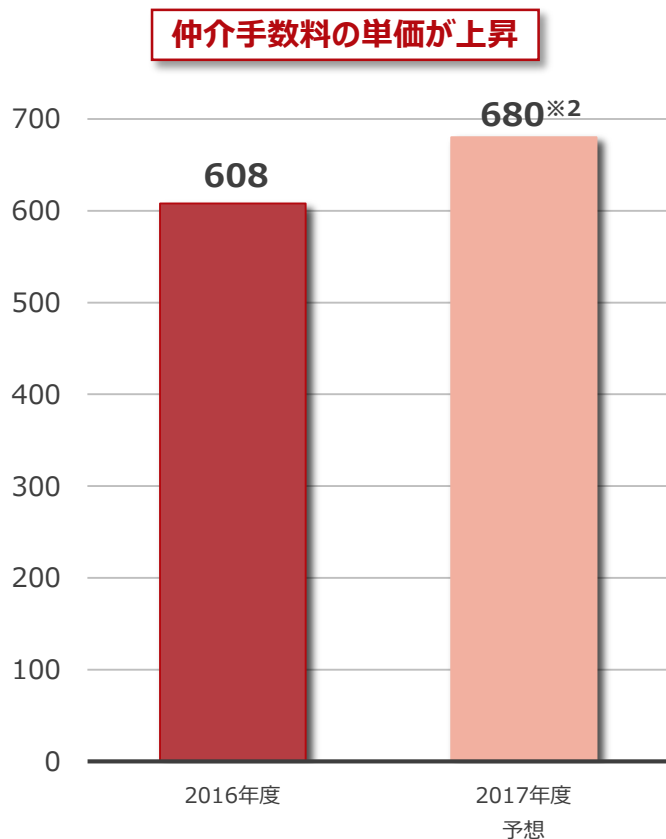
※2017年度は、現時点における予想数値

M & A 仲介サービスの将来性

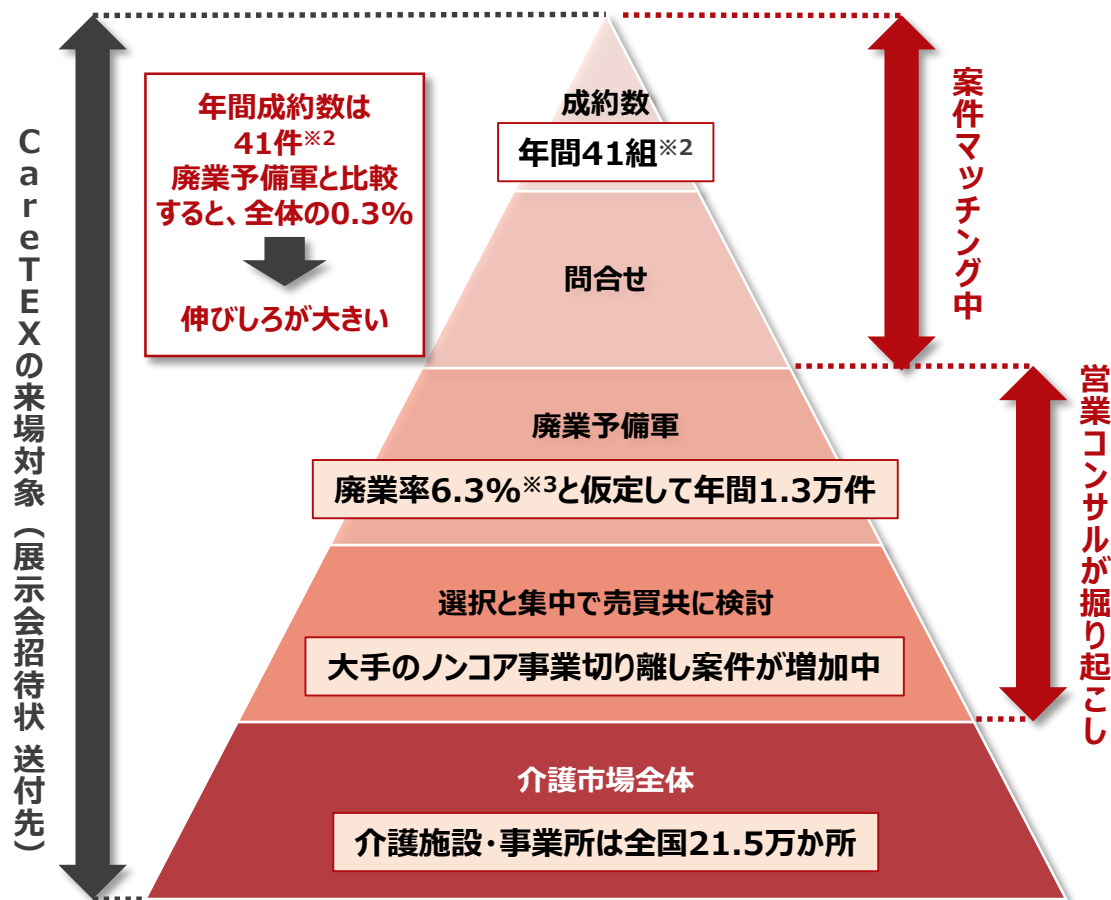


- **案件の大型化**：仲介手数料の単価^{※1}が上昇
- **事業の伸びしろが大きい**：廃業予備軍は年間1.3万件^{※3}、当社の年間成約数41組^{※2}は、全体の0.3%

◆ M&A仲介手数料の単価 (単位：万円)



◆ M&Aニーズの全体像



※1：仲介手数料の単価は、「手数料収入÷成約組数」で算出
 ※2：2017年度は、現時点における予想数値

※3：出所 東京都福祉保健局「平成28年度 事業所指定件数及び事業別・法人別事業所数」「事業所指定件数及び事業別・法人別事業所数 (平成29年度)」より、2016年4月1日時点の居宅介護支援、居宅サービス事業者数12,315件、2016年度の年間廃止等数780件より算出

WEBマッチングサービス「CareTEXクラウド」



- WEB上で介護事業者と各種サプライヤーのマッチングサービスを提供
- 「CareTEX」の来場者や出展社、「CareTEX」に来場・出展できない介護事業者やサプライヤーをマッチング



01 介護事業者向け情報検索・マッチング機能

- 「CareTEXクラウド」上で、介護事業者に必要な車椅子・歩行器・杖・介護ベッド等の「介護用品」、移動補助用品・入浴設備等の「介護施設向け設備・備品」等の商品サービスの検索、見積・資料請求等が可能

02 介護事業者に役立つコンテンツの掲載

- レクリエーション素材やボランティア検索、出張サービス、介護施設のM&A情報等、役立つコンテンツを掲載

03 数多くのプロフェッショナルが会員登録

- CareTEXの来場者、並びに会員登録された全国の介護施設・在宅事業者・介護流通関係者など介護業界の決裁権限者35,886人が会員登録（2018年1月末時点）

介護事業者向け 情報検索・マッチングサイト「CareTEXクラウド」

eコマースサイトの運営

- サプライヤーと一般消費者をマッチングするため、介護用品・健康器具等の各分野で、商品分野ごとに特化したECサイトを運営
- 運営するECサイトは24サイト、年間総来店者数は約250万人、取扱アイテム数は約10万点



けあ太郎

品揃え約4万点(17/3末現在)。シニアライフを応援する介護・健康・ケア用品の通販サイト。



介護ベッド販売センター

介護ベッドの専門通販サイト。パラマウントベッド他、国内主要メーカーの介護ベッドを取り扱う。



車椅子販売センター

車いすの専門通販サイト。国内主要メーカーの車椅子を揃える。返品保証制度などご購入後のサポートを行う。



赤ちゃんタウン

ベビー用品通販サイト。ベビーカーや寝具など最新の人気商品の品揃えを行う。



フィットネスタウン

フィットネス用品・健康器具を販売する通販サイト。個人、法人を問わず、広い用途に対応できる品揃えを行う。



医療の王様

医療機器総合通販サイト。病院・クリニックの備品から医療機器まで、約4万点の品揃え(17/3末現在)。



Growth Strategy

成長戦略

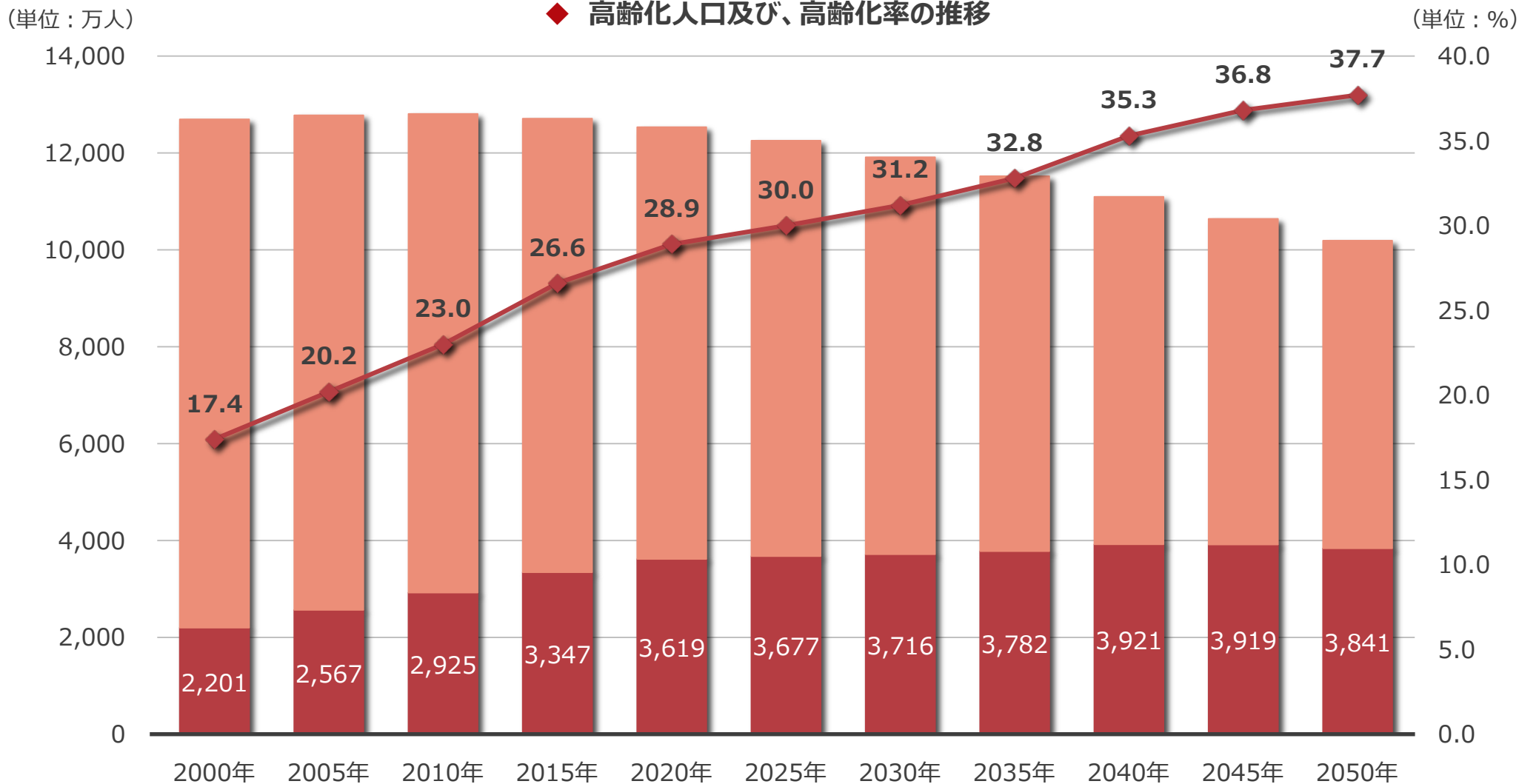


マーケットの継続的拡大（高齢者人口及び、高齢化率の推移）



■ 65歳以上人口の割合である**高齢化率は、2015年の26.6%から、2040年には35%超まで上昇**

◆ 高齢化人口及び、高齢化率の推移



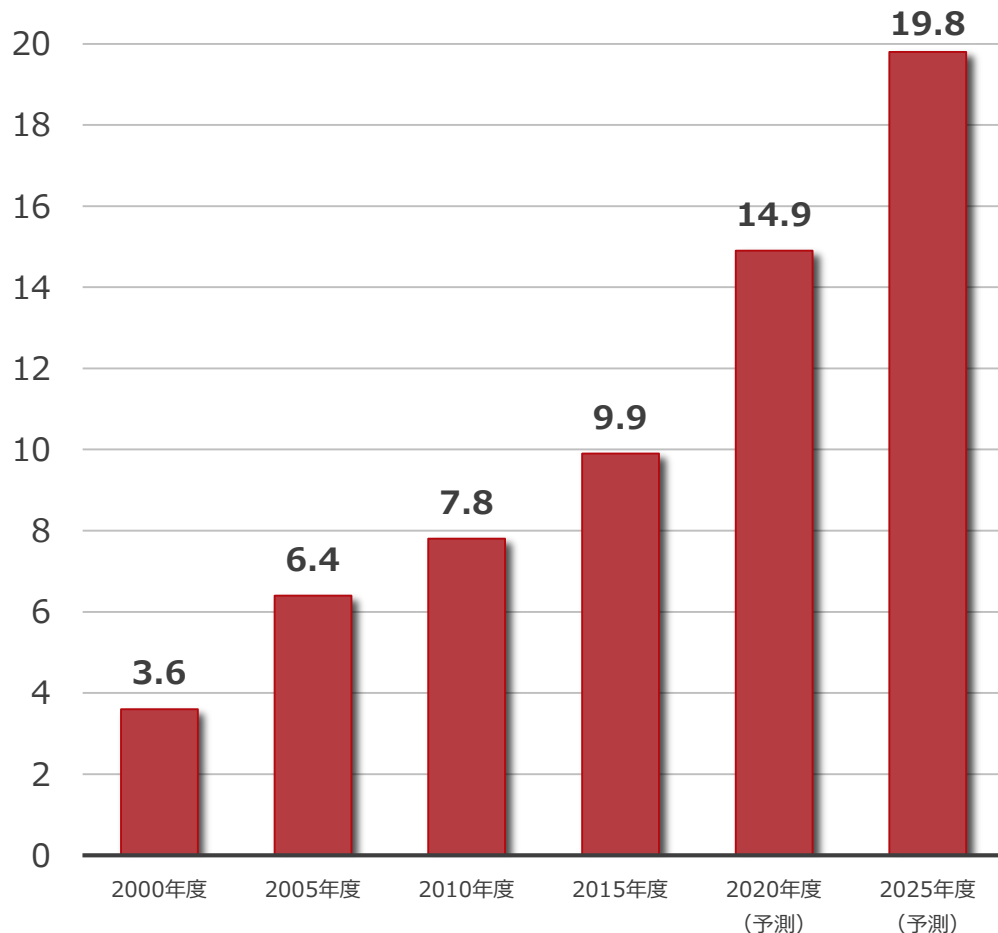
※出所：内閣府「平成29年版高齢社会白書」

マーケットの継続的拡大（介護市場の予測）



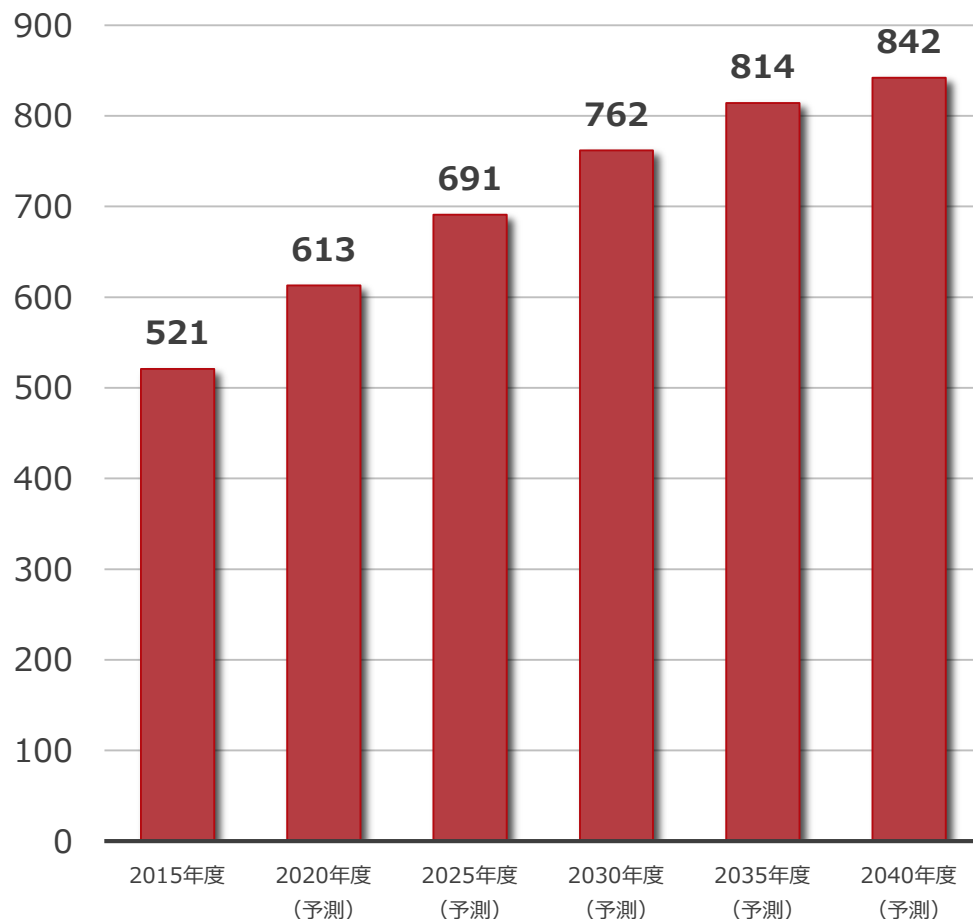
- 2015年度で9.9兆円、2025年度には19.8兆円と2倍に拡大
- 要介護・要支援サービス受給者数は、2025年度以降も増加傾向、介護市場は長期的に成長が予測される

◆ 介護給付費の推移（単位：兆円）



※出所：2000年度～2010年度は厚生労働省老健局「介護費の動向について」、2015年度は厚生労働省「平成27年度 介護保険事業状況報告（年報）」、2020年度、25年度は厚生労働省「社会保障に係る費用の将来推計の改定について（平成24年3月）」

◆ 要介護（要支援）サービス受給者数の推移（単位：万人）



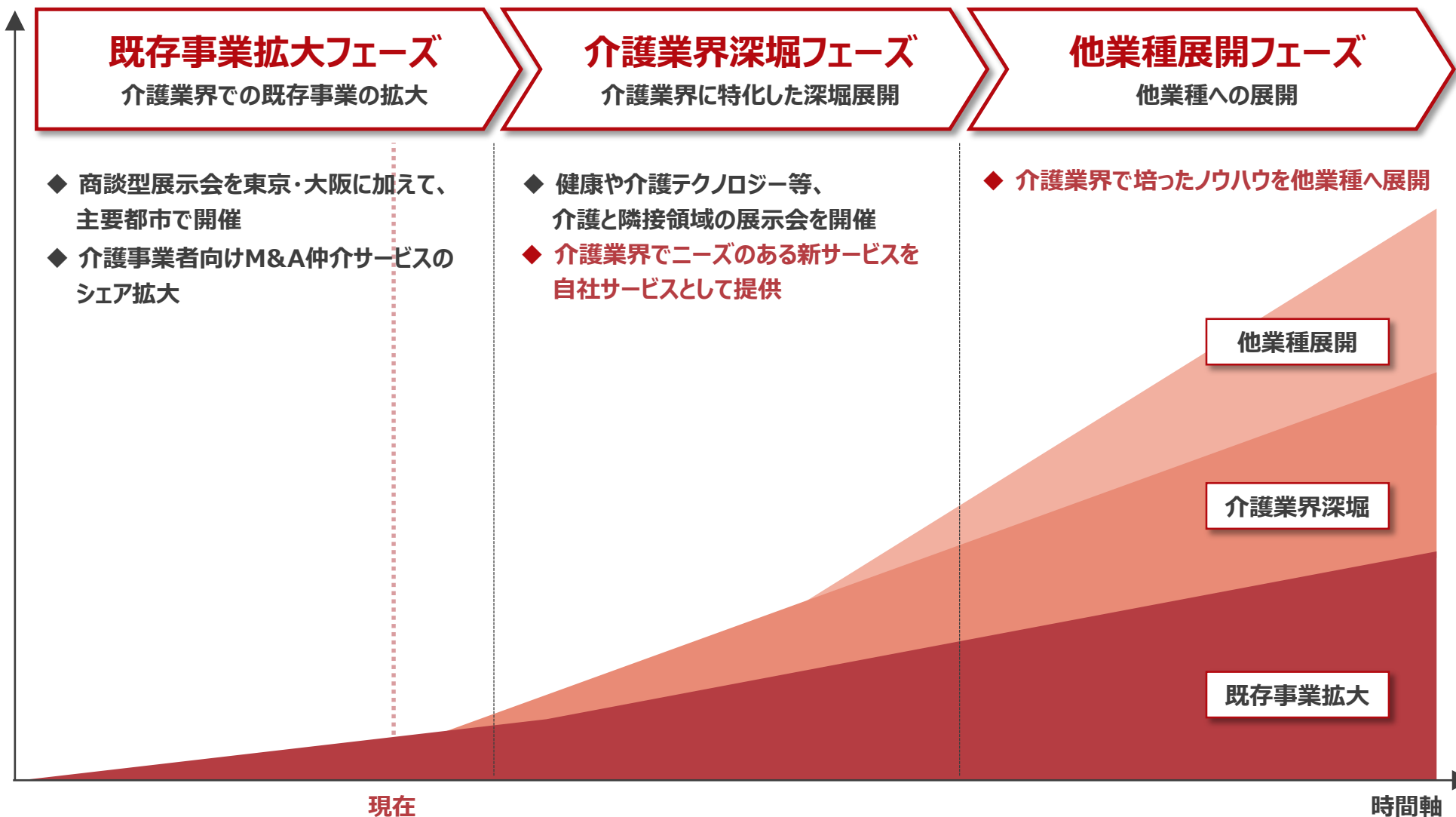
※出所：2015年度は厚生労働省「平成27年度 介護保険事業状況報告（年報）」、2020年度～2040年度は経済産業省「将来の介護需要に即した介護サービス提供に関する研究会報告書」

中長期成長イメージ



- 既存事業の伸び代が大きい
- 更に、課題解決のための新サービスを提供

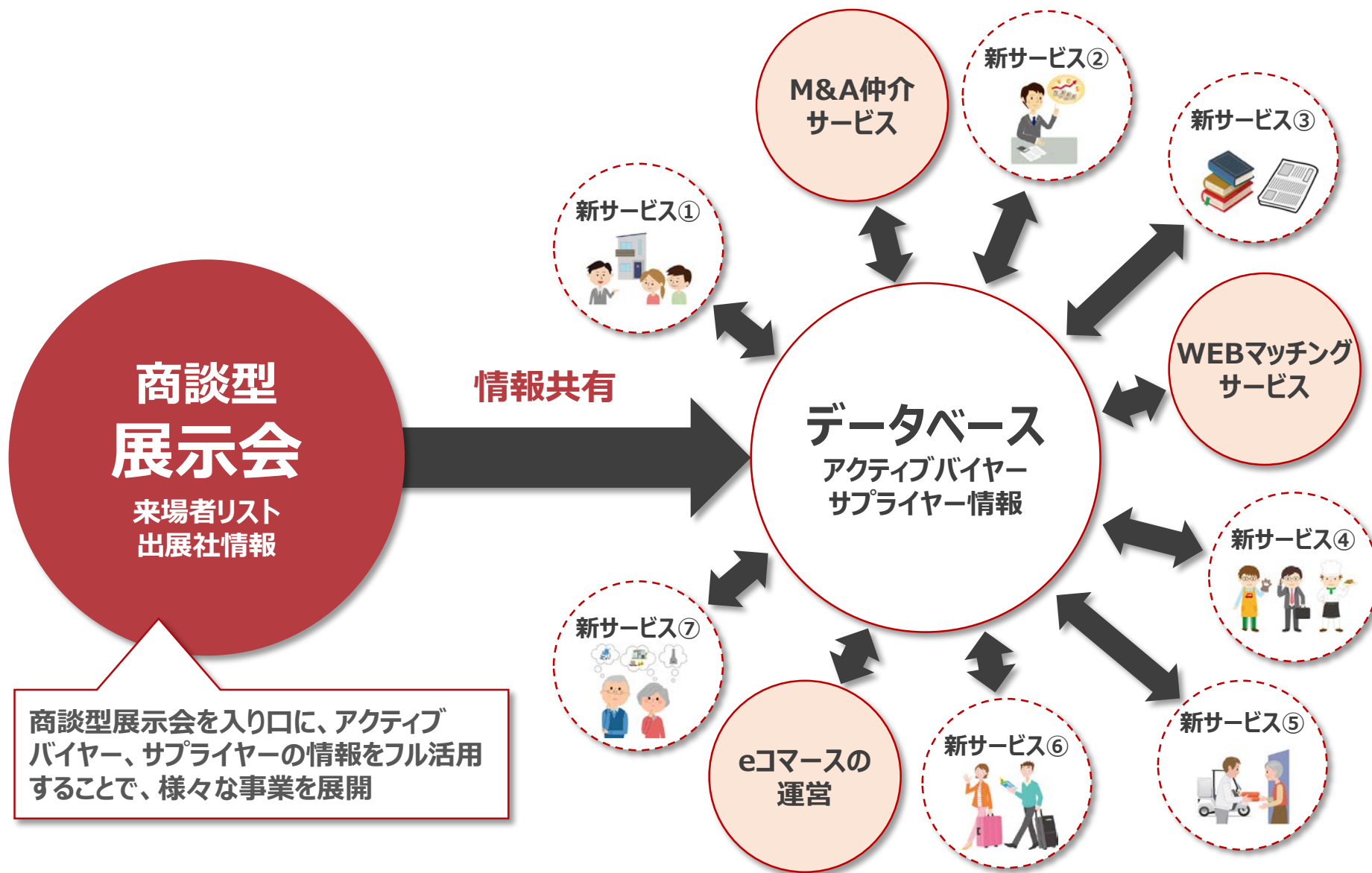
事業規模 ◆ : 現在進行中 ◆ : 今後展開予定



介護業界に特化した深堀展開



■ 課題解決のための新サービスを、自社サービスとして事業化・提供していくことで、事業の拡大を図る

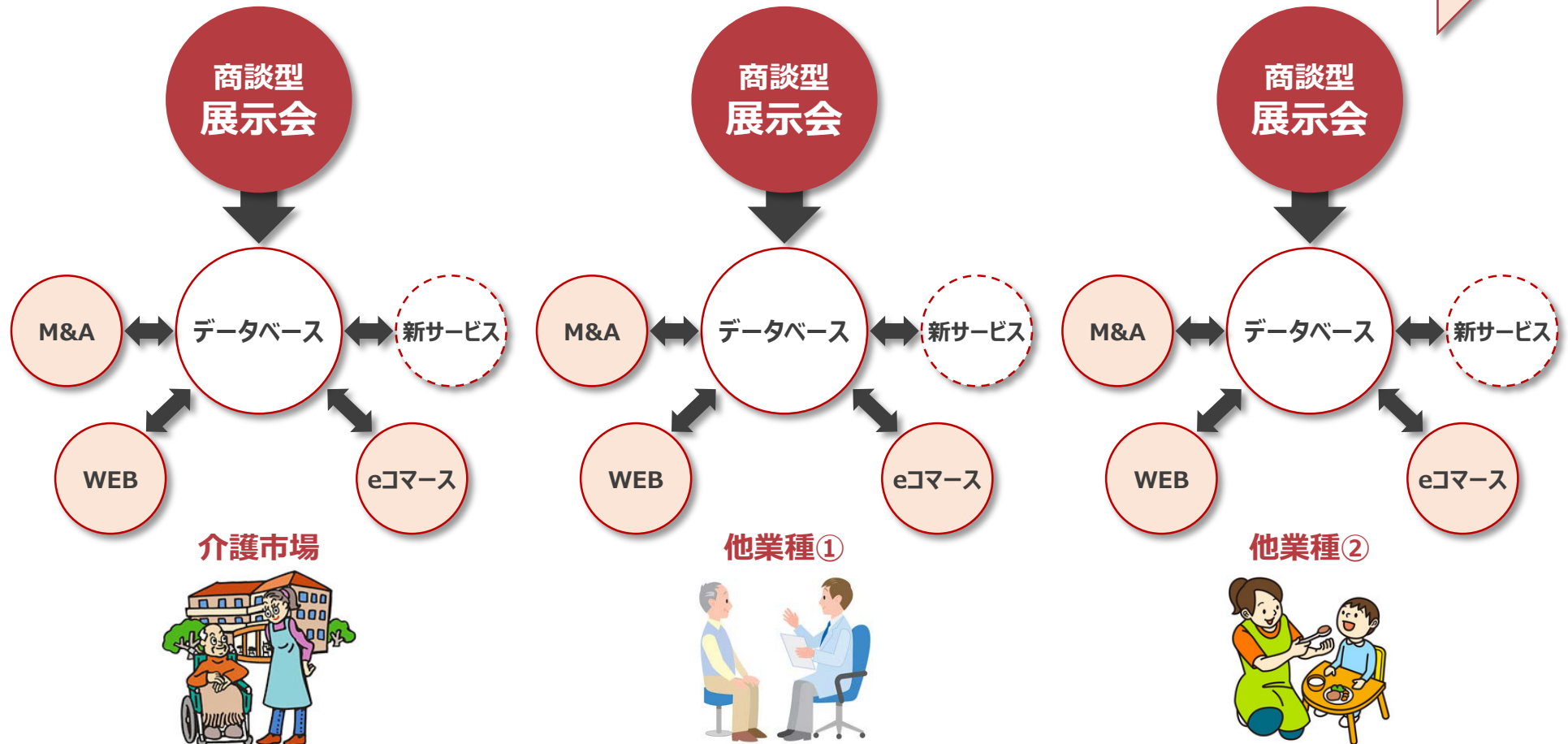


他業種への展開



- 低寡占市場においては、介護業界と同様に、様々なマッチング・ニーズが強い
- 商談型展示会を入口として、マッチング・プラットフォームを横展開

商談型展示会を入口に、業種を横展開



ブティックス株式会社

- 本資料には、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでいます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は本資料に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。