

決算説明資料

(証券コード：9272)
2018年5月15日



 **ブティックス株式会社**

Copyright © Boutiques, Inc. All rights reserved.



01

通期決算概要

..... P.2

02

事業別の状況

..... P.11

03

2019年3月期計画

..... P.19

04

成長戦略

..... P.23

本資料に記載されたすべての意見や予測、見直しなどは資料作成時点における入手可能な情報に基づいた弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。また様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性がありますことをご承知おきください。なお、今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本資料において提供される情報を更新・修正する義務を負うものではありません。

通期決算概要



	2018/3期 実績	2017/3期 実績	前年度比
売上高	1,333百万円	1,112百万円	+19.8%
営業利益	122百万円	67百万円	+82.1%
営業利益率	9.2%	6.0%	+3.1%
経常利益	105百万円	66百万円	+57.4%
経常利益率	7.9%	6.0%	+1.9%
当期純利益	73百万円	47百万円	+53.9%
当期純利益率	5.5%	4.3%	+1.2%



		実績	前年度比
B t o B 事業 ◆商談型展示会 ◆M&A仲介 ◆WEBマッチング	売上高	774百万円	+55.3%
	セグメント利益	311百万円	+71.0%
	セグメント利益率	40.3%	+3.1%
B t o C 事業 ◆eコマース	売上高	558百万円	△9.0%
	セグメント利益	△21百万円	—
	セグメント利益率	—	—



BtoB事業

◆商談型展示会

東京と大阪で開催したそれぞれの展示会において、計画通り出展小間数(*)が増加し、前年比35%増の通期累計**1,118小間**を達成。

*小間数：出展社に貸し出すために仕切られたスペースの単位

◆M&A仲介

前年に比べ問い合わせ数も伸びており、前年比68%増となる**42組**の案件譲渡を達成。

◆WEBマッチング

商談型展示会と連携し、3万5千人を超える会員数を有するサービスとなり、豊富な会員数を資産とした今後の展開を検討。

BtoC事業

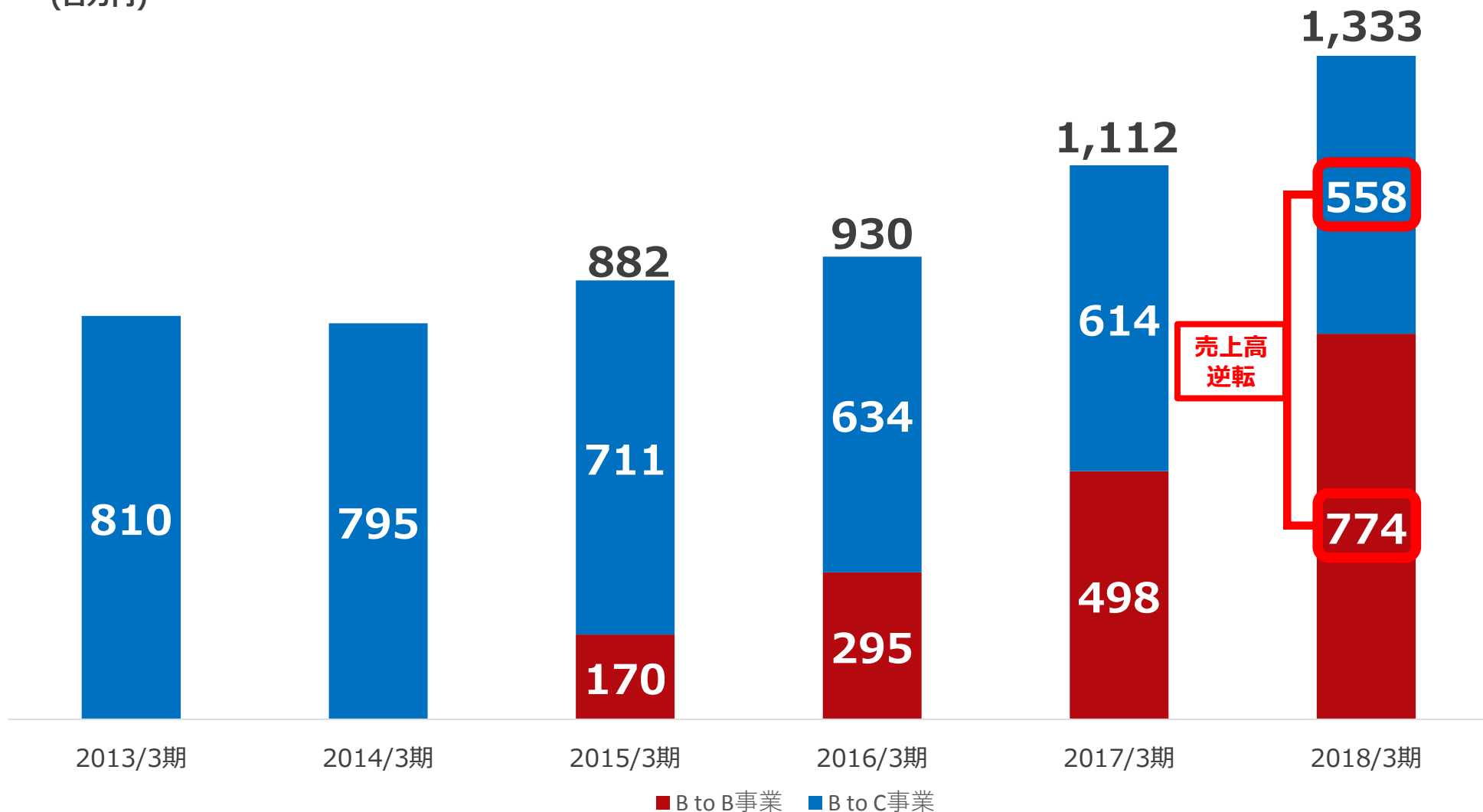
◆eコマース

検索アルゴリズムの変更に伴う検索順位下落により、集客のためのリスティング広告の出稿単価の大幅な増加や、競合他社との価格競争によるキャンペーン実施により減収減益。



B to B事業の売上規模は年々増加しており、4期間のCAGR65.5%で推移

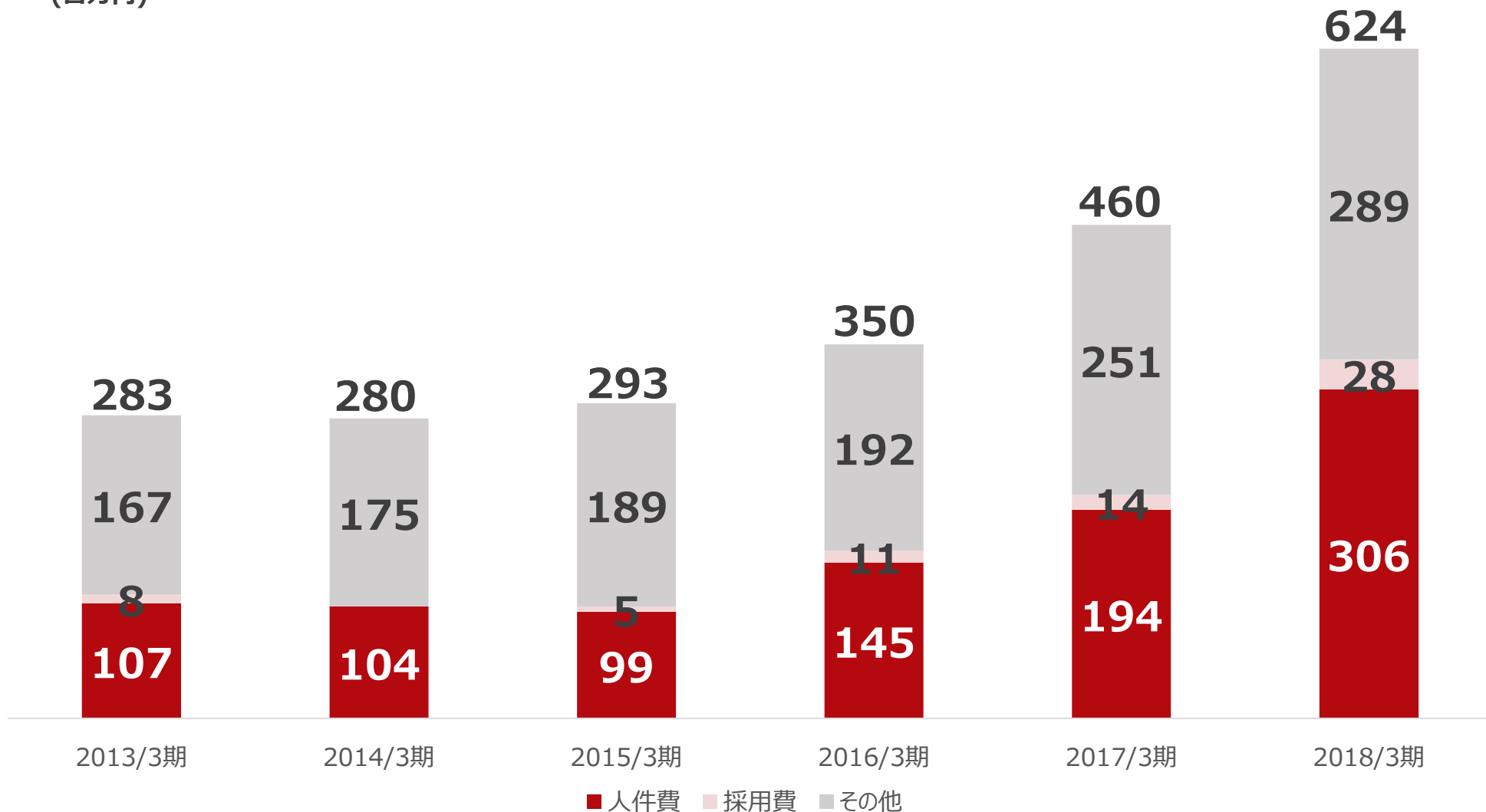
(百万円)





B t o B事業の今後の拡大のための人員獲得により、人件費は増加傾向

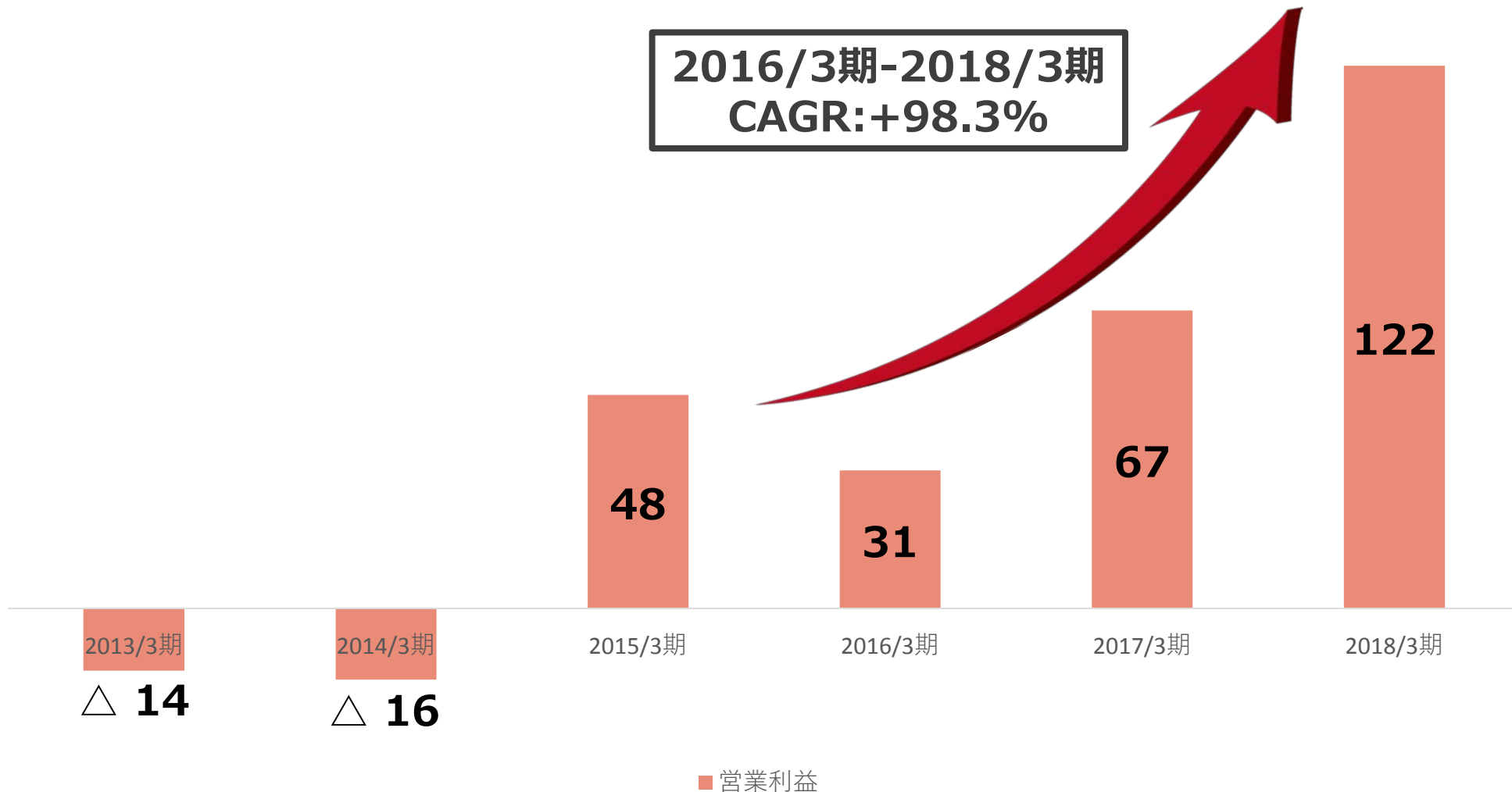
(百万円)





B to B事業の成長に合わせて、営業利益は急激に増加

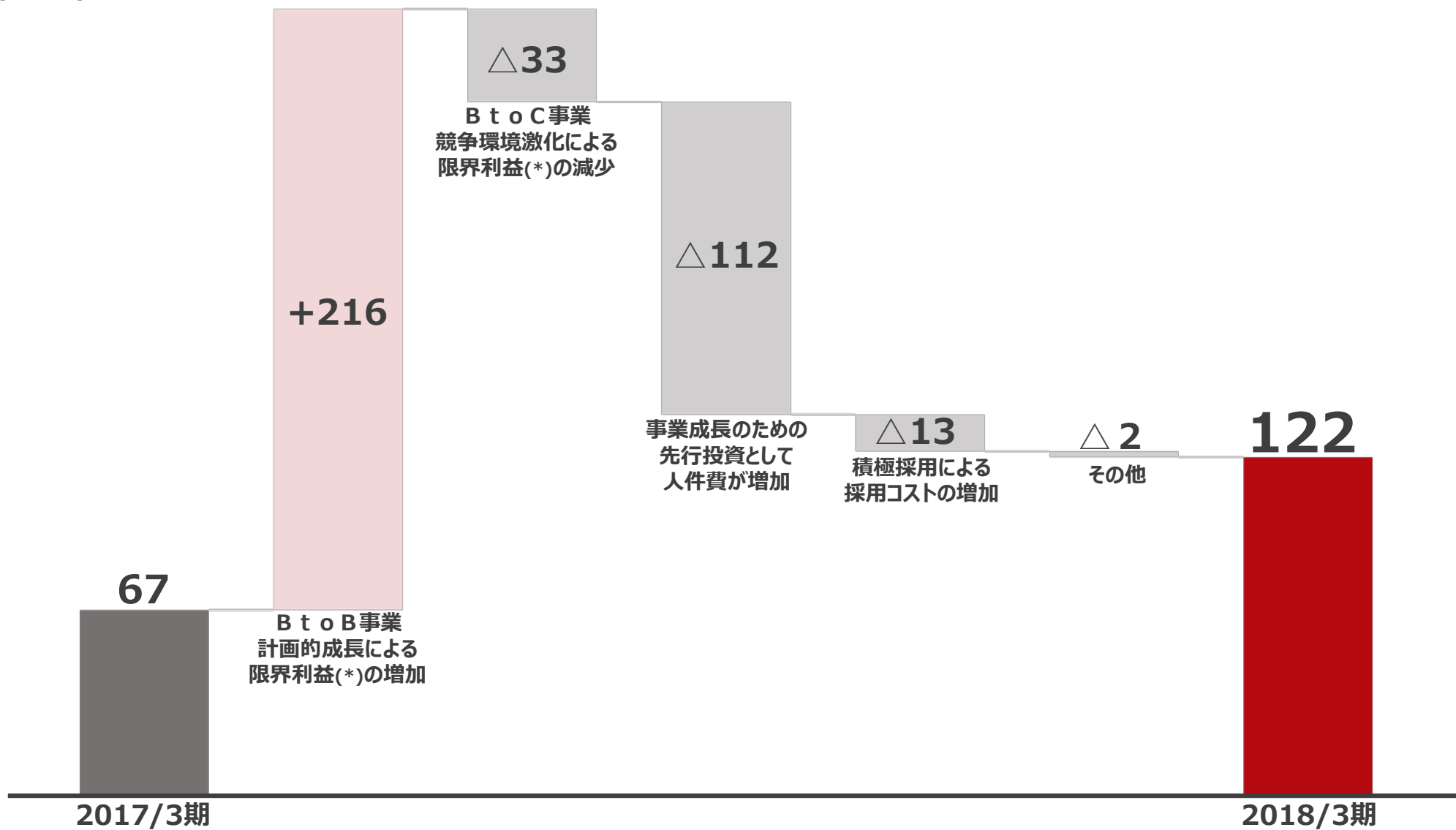
(百万円)



2018年3月期 通期営業利益の増減要因



(百万円)



* B to B事業及びB to C事業の限界利益 (各セグメント別の売上から、人件費を除く直接コストを除いた利益) をベースに前事業年度増減額で記載



	2018/3期末	前期末比
流動資産合計	700百万円	+ 209百万円
現金及び預金	599百万円	+ 227百万円
固定資産合計	14百万円	△8百万円
流動負債合計	391百万円	+ 150百万円
前受金	96百万円	+49百万円
固定負債合計	65百万円	△23百万円
純資産合計	258百万円	+ 73百万円

◆当期純利益の計上と7月開催の「CareTEX福岡2018」出展料の前受等により、現金及び預金が増加。

◆7月開催の「CareTEX福岡2018」出展料の前受により前受金等が増加。

◆当期純利益の計上により増加。

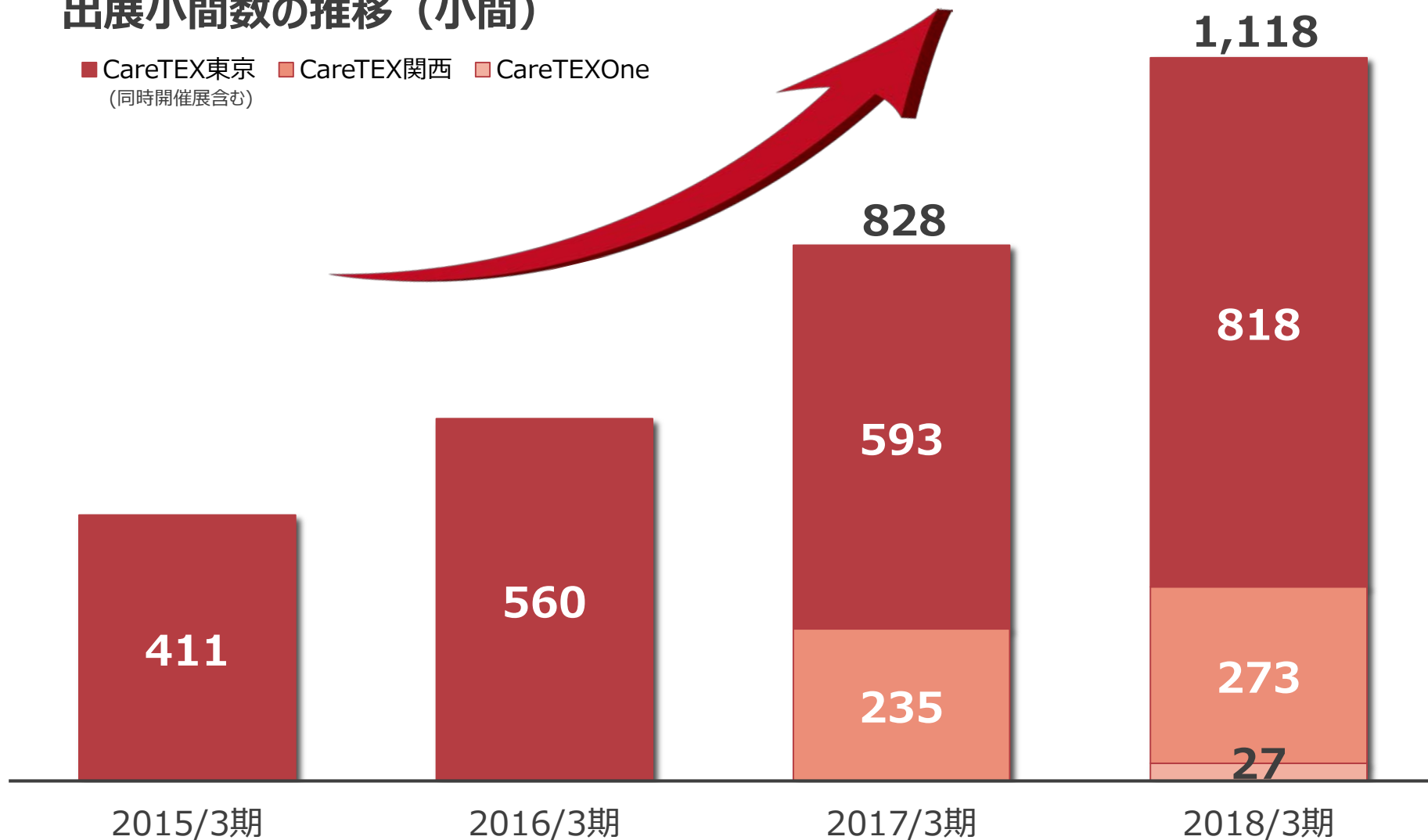
事業別の状況 商談型展示会



回を追うごとに**増加**しており、展示会規模は順調に拡大

出展小間数の推移（小間）

■ CareTEX東京 ■ CareTEX関西 ■ CareTEXOne
(同時開催展含む)





前年の規模を上回っての開催となり、特に関連分野の展示会を同時開催した東京展は、前年に比べ小間数が大幅に伸長

CareTEX東京2018 ※同時開催展含む

2018年3月14日～16日（会場：東京ビッグサイト）

- ◆来場者数：18,847人※
- ◆出展社数：508社
- ◆出展小間数：818小間

CareTEX関西2017

2017年10月18日～20日（会場：インテックス大阪）

- ◆来場者数：7,299人※
- ◆出展社数：189社
- ◆出展小間数：273小間

CareTEX One横浜 2017

2017年10月31日～11月1日（会場：横浜産貿ホール）

- ◆来場者数：1,032人※
- ◆出展社数：27社
- ◆出展小間数：27小間

※登録ベース（1名の方が、複数日にわたって来場されても1名としてカウント）



「開催エリア」「対象領域」の拡大により、展示会規模拡大の加速を見込む

開催エリア

総合展

- ◆東京 2019年2月開催
CareTEX2019
- ◆大阪 2018年10月開催
CareTEX関西2018
- ◆福岡 2018年7月開催 (新規開催)
CareTEX福岡2018

業種特化

- ◆埼玉 2018年5月開催 (新規開催)
CareTEX One 大宮2018
- ◆愛知 2018年8月開催 (新規開催)
CareTEX One 名古屋2018
- ◆神奈川 2018年11月開催
CareTEX One 横浜2018



対象領域

- ・介護用品
- ・介護施設向け設備・備品
- ・健康長寿
- ・介護テクノロジー
- ・超高齢社会のまちづくり

- ・ケアフード
- ・介護システム
- ・見守りシステム

事業別の状況 M & A 仲介

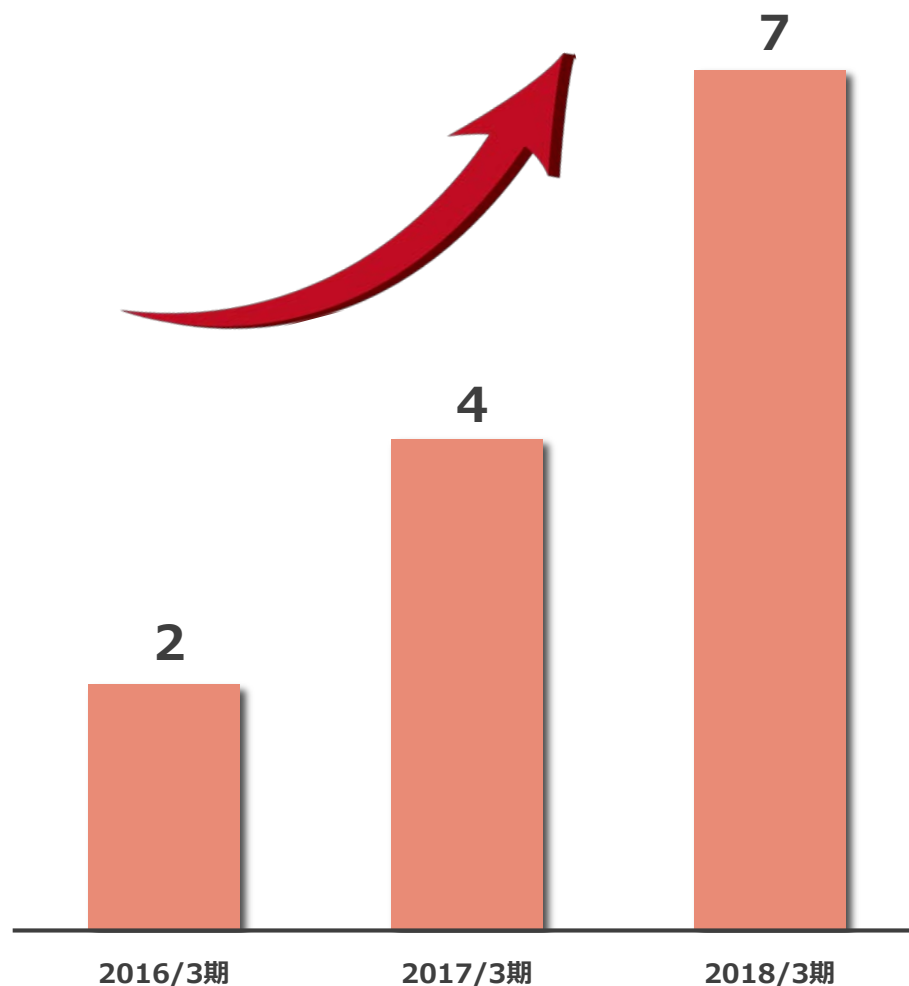


成約件数は増加傾向にあり、2018年3月期は年間**42組**の成約実績（前年比**68%増**）

成約組数の推移（組）

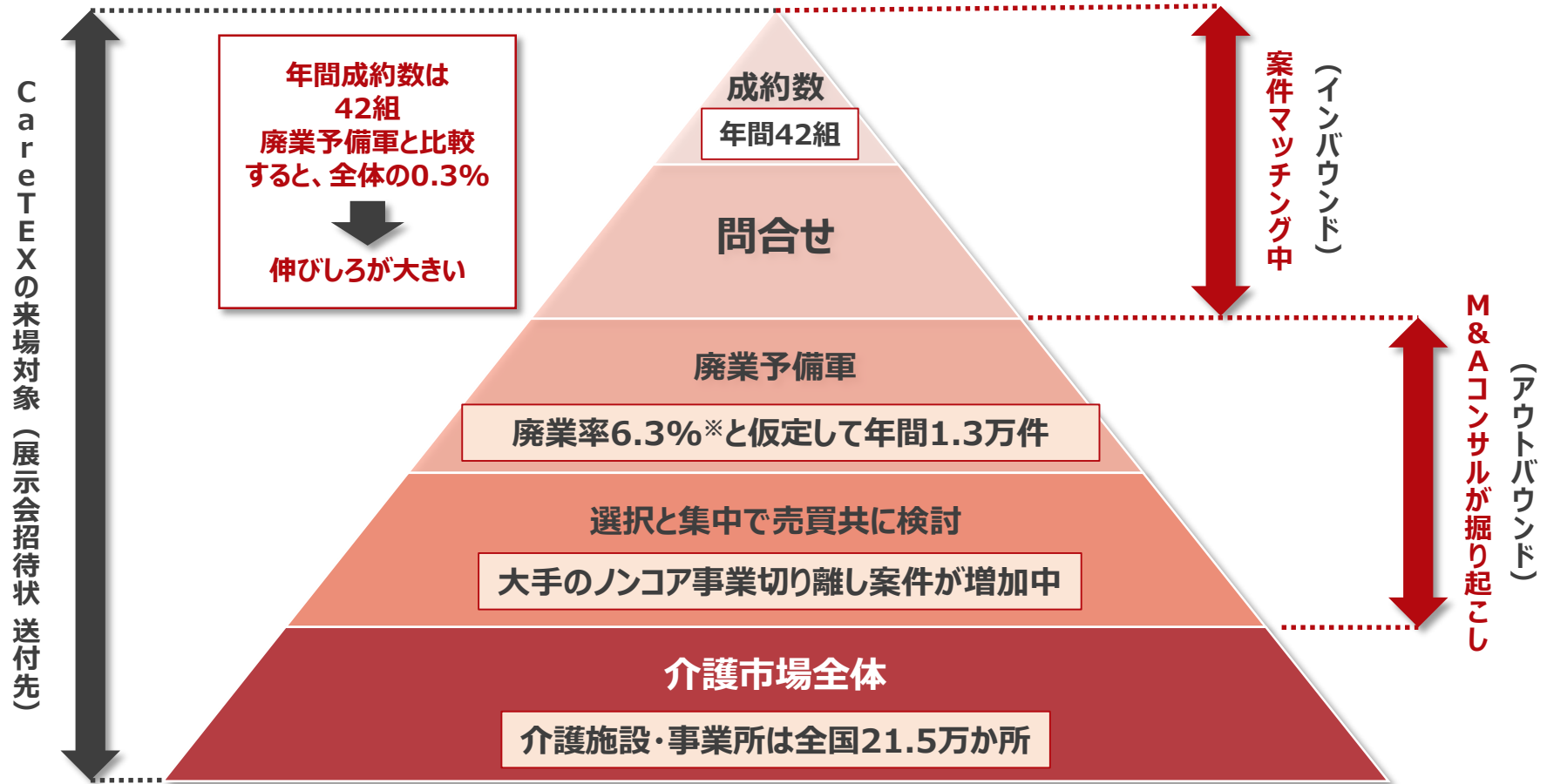


M&Aコンサルタント人員の推移（名）





事業の伸びしろが大きいいため、M&Aコンサルによる**アウトバウンド**の案件掘り起こしを強化



※：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



マッチングの更なる効率化と取扱案件数拡大による売上の大幅増加を見込む

マッチング効率化

- ◆ 各展示会との連携による
買い手DB(約3千件)の強化
- ◆ エリア別に営業担当を専任することで、各エリア特性を把握
- ◆ **前工程・後工程の担当分け**による、専門性の高いサービスの提供



取扱案件数拡大

- ◆ **アウトバウンド**専門チーム創設による優良案件発掘
- ◆ 他社（金融機関や会計事務所・コンサル）との**提携**強化
- ◆ 医療・保育・介護人材といった周辺分野でのM & A案件の実行

2019年3月期計画



大幅成長が見込まれる「商談型展示会」と「M & A 仲介」に注力し、事業を育成

注力事業

B t o B 事業

商談型展示会
M & A 仲介
WEB マッチング

B t o C 事業

e コマース



B to B事業の成長を加速し、**営業利益2億円**突破を見込む

	2019/3期計画	前年度比
売上高	1,604百万円	+20.4%
営業利益	207百万円	+70.0%
営業利益率	13.0%	+3.8%
経常利益	207百万円	+97.5%
経常利益率	12.9%	+5.0%
当期純利益	134百万円	+82.8%
当期純利益率	8.4%	+2.9%

商談型展示会

- ◆開催本数の増加
- ◆既存展示会出展小間数（開催規模）の拡大による収益拡大



M & A 仲介

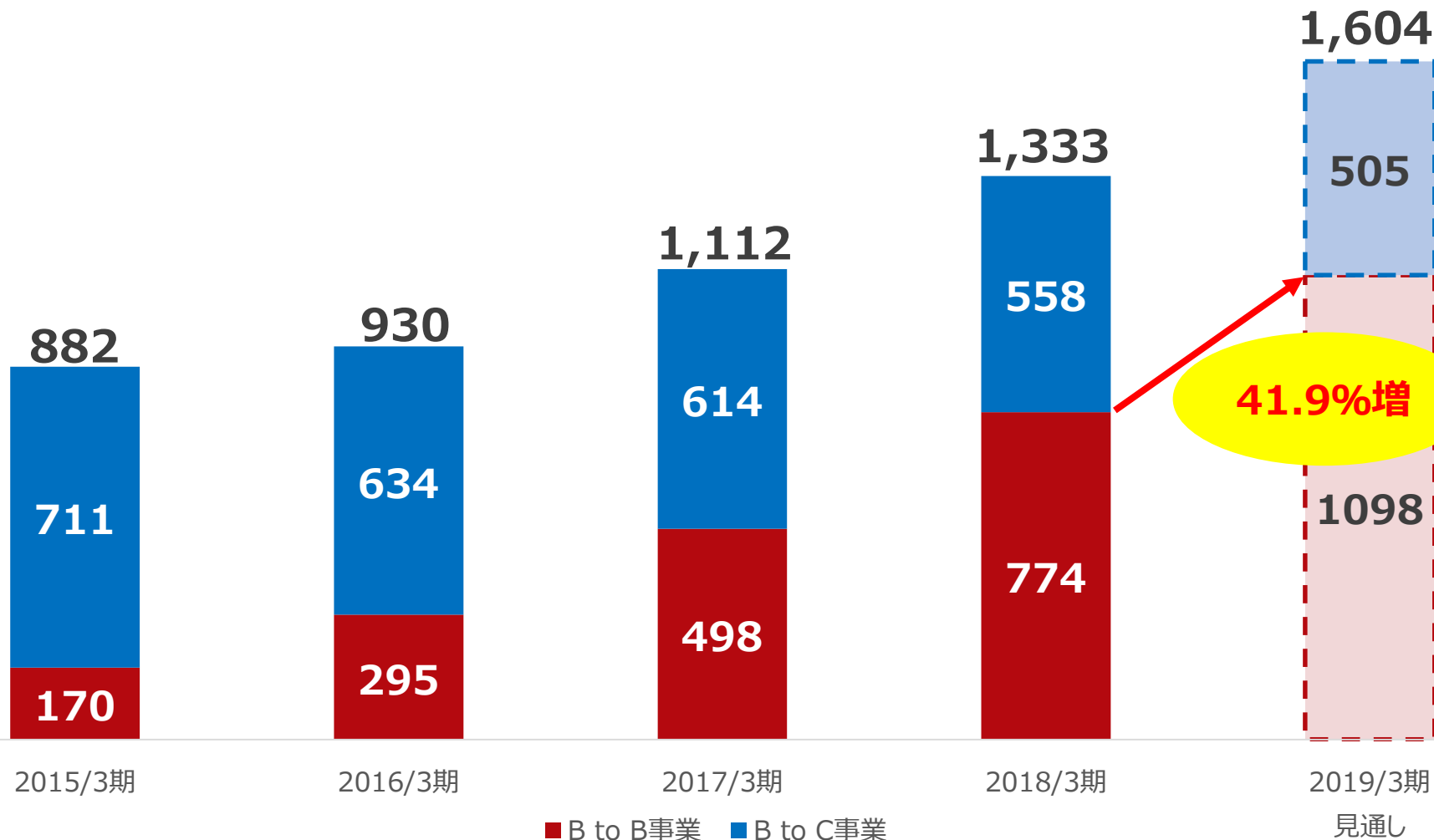
- ◆成約件数の増加
- ◆案件規模拡大による収益拡大

2019年3月期の見通し（セグメント別売上高推移）



2019年3月期は、B to B事業の成長が更に加速していく見込み

(百万円)

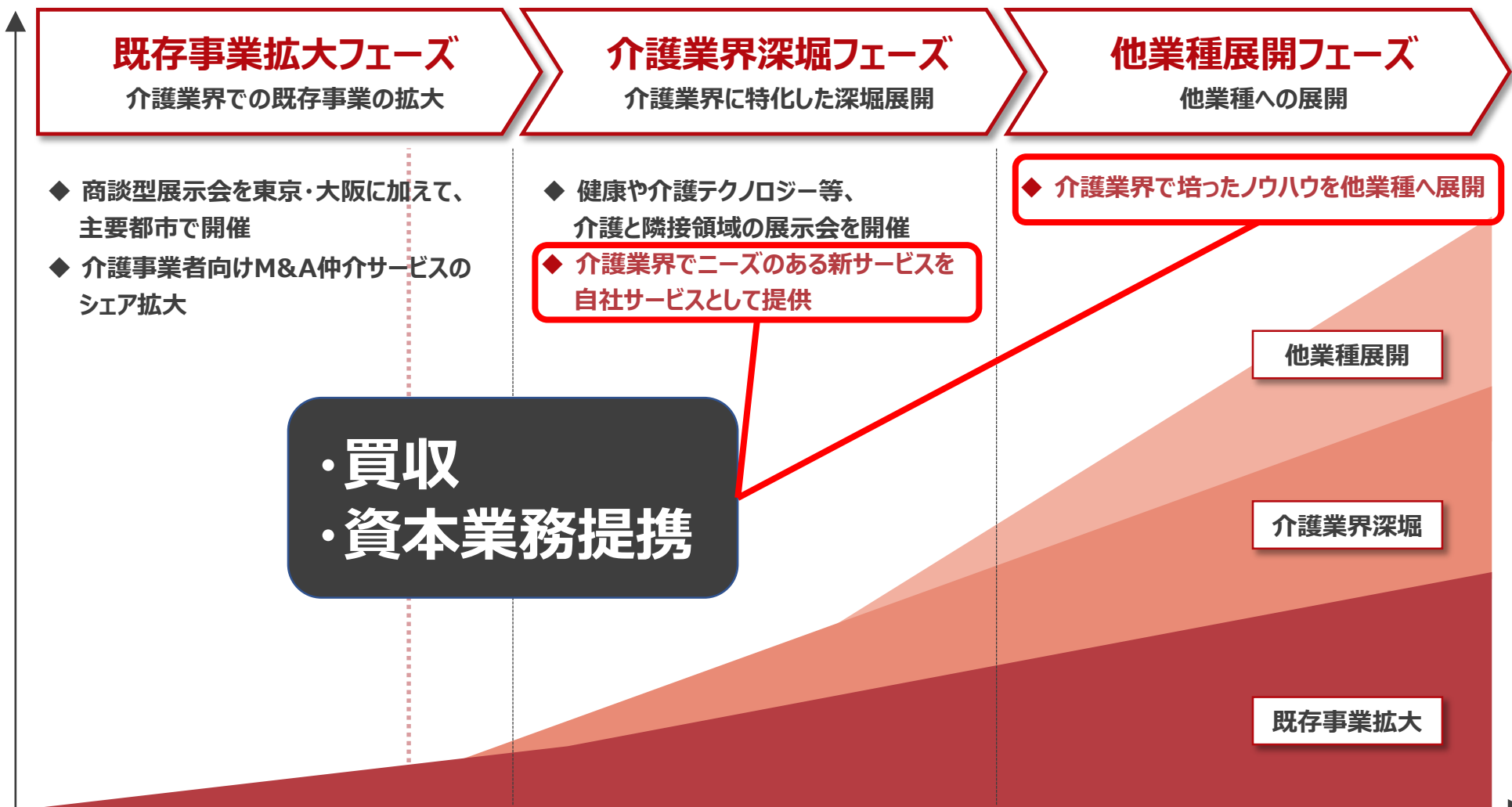


成長戦略



- 既存事業の伸びしろが大きい
- 更に、課題解決のための新サービスを提供

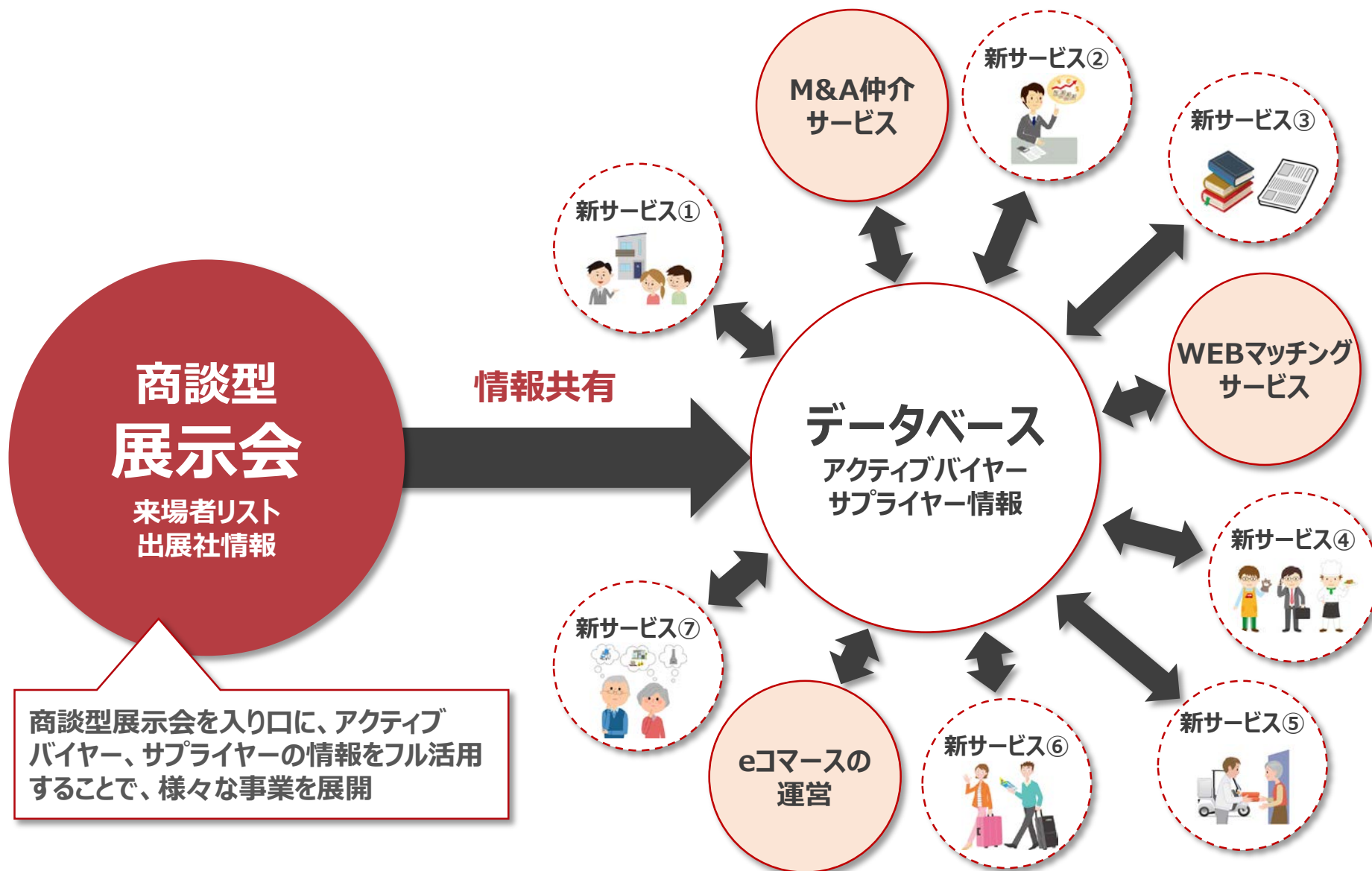
事業規模 ◆ : 現在進行中 ◆ : 今後展開予定



現在



■ 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



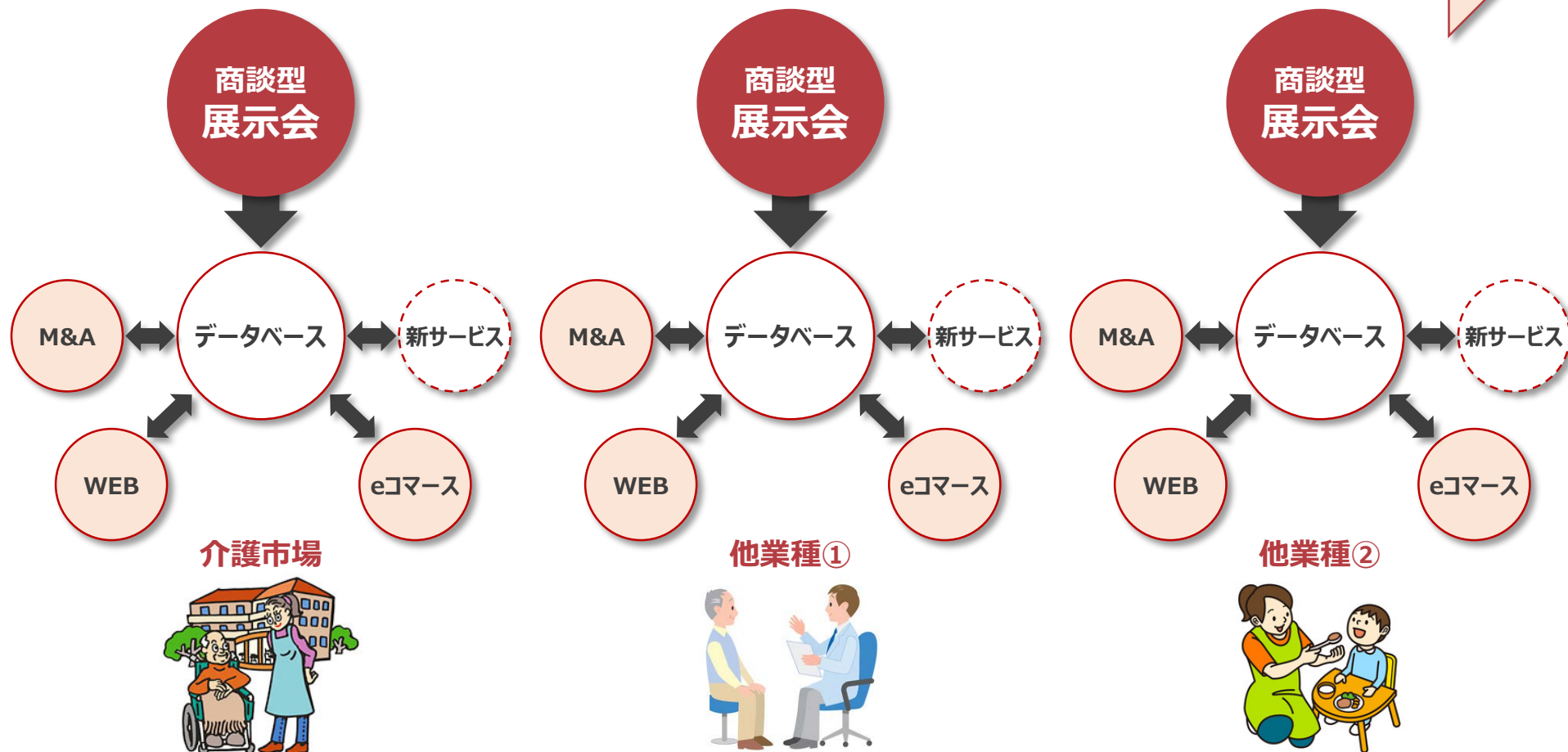
商談型展示会を入りに、アクティブバイヤー、サプライヤーの情報をフル活用することで、様々な事業を展開

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



參考資料



◆ 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	256百万円 ※2018年5月15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	52人（アルバイト含む）※2018年5月15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。

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**」

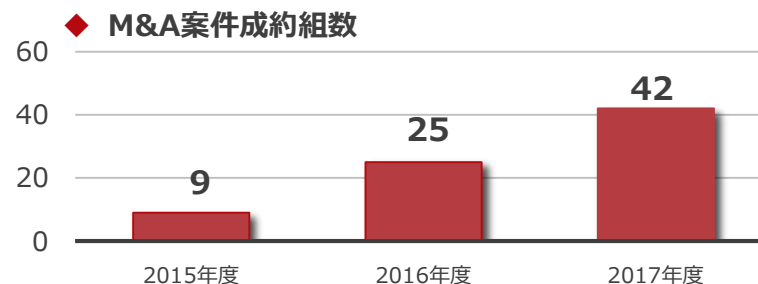
商談型展示会「CareTEX」

- 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

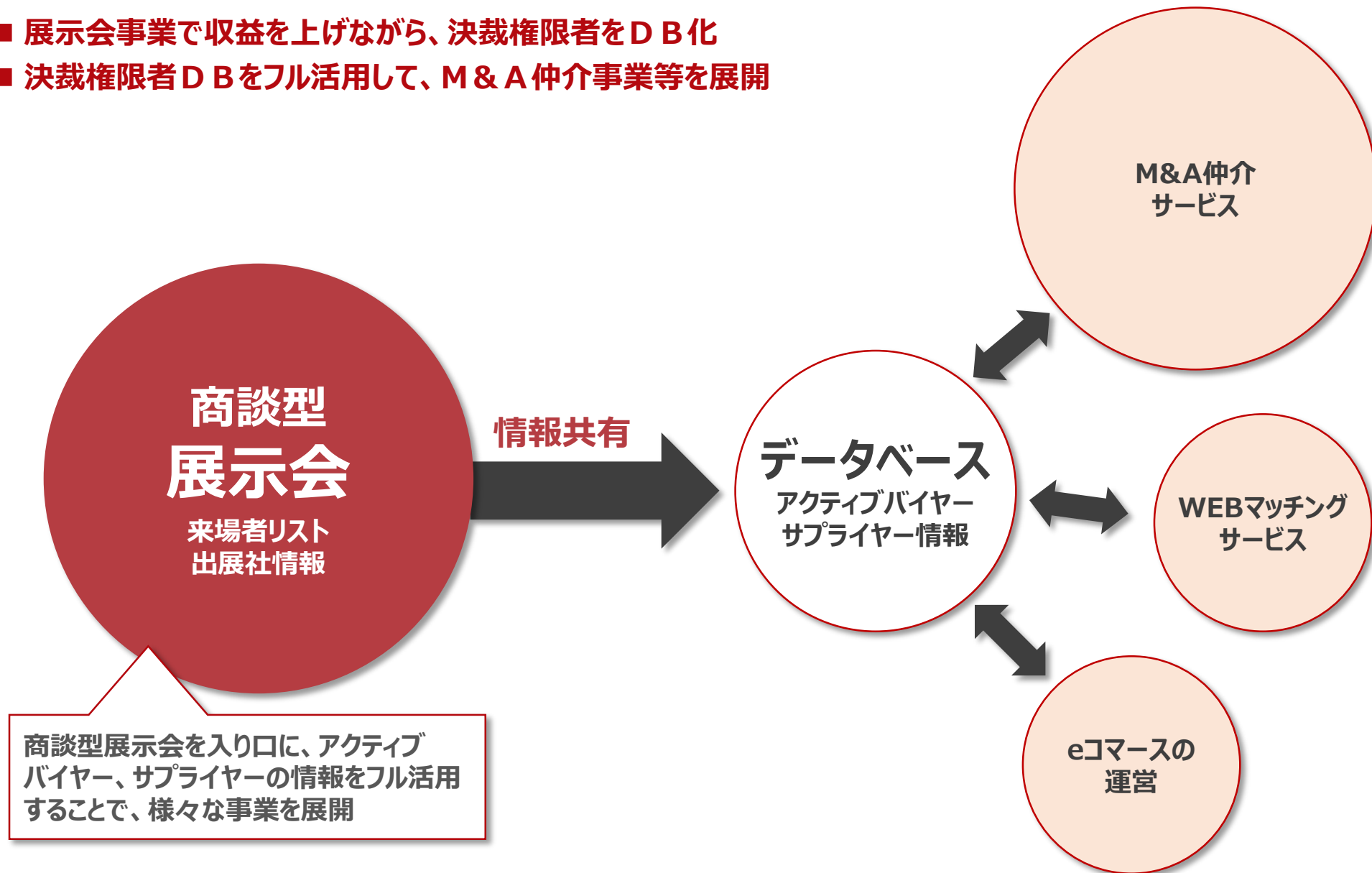
介護ベッド販売センター

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DB化
- 決裁権限者DB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**

