

2021年5月11日

各位

会社名 ブティックス株式会社
代表者名 代表取締役社長 新村 祐三
(コード番号 9272 マザーズ)
問合せ先 常務取締役管理本部管掌 速水 健史
(TEL 03-6303-9431)

中期経営計画の策定に関するお知らせ

ブティックス株式会社（東京都港区、代表取締役社長 新村祐三 以下「当社」といいます）は、この度、2025年3月期を最終年度とする4か年の中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 中期経営計画の概要

- ①名称
中期経営計画「Vision2025」
- ②対象期間
2022年3月期～2025年3月期までの4か年
- ③目的
中期経営計画の達成を通してプライム市場への上場を果たし、企業理念である「マッチング・ファースト」を実現するため

2. 数値目標

(単位：百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
売上高	1,277	1,633	2,534	3,522	5,087
営業利益	281	111	492	946	1,632
経常利益	292	111	492	946	1,632
当期純利益	198	71	315	605	1,044

- ※ 詳細につきましては、別紙資料をご参照ください。
- ※ 本資料に記載されている当社の計画及び業績の見通し、戦略などは、発表日時点において入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、様々な要因により大きく異なる可能性がありますことを、予めご承知おきください。

《本リリースに関するお問合せ》

ブティックス株式会社 管理本部 IR 担当
TEL : 03-6303-9431 (平日 9時～18時) Email : ir@btix.jp

以上

(証券コード：9272)
2021年5月11日

 **ブティックス株式会社**
Boutiques, Inc.

中期経営計画
「Vision2025」



I

会社概要 P.2

II

2021年3月期 振り返り P.7

III

成長戦略 P.13

IV

目標と事業戦略 P.17

V

定量目標 P.30

I . 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	東京都港区三田1-4-28 三田国際ビル11階		
設立年月	2006年11月		
資本金	261百万円 ※2021年3月31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	武田	学
	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. 展示会事業		
	2. M&A仲介事業		
	3. Webマッチング事業		
従業員数	81人（アルバイト・派遣含む）※2021年3月31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
2015年3月	商談型展示会事業を開始 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	初の業種特化型展示商談会「CareTEX One」を横浜で開始 以降、名古屋(※1)、大宮、仙台(※1)、広島で開催 (※1)名古屋は2019年より、仙台は2020年より総合展CareTEXに変更
2018年3月	東京ケアウィーク（「CareTEX」「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4月	東京証券取引所マザーズ市場に上場
2018年7月	福岡で「CareTEX福岡」の定期開催を開始
2018年11月	中国杭州市に合併会社「杭州方布健康科技有限公司」を設立 (※)同社とは2020年8月31日に合併契約を解消
2020年2月	東京で「在宅医療総合展」「健康施術産業展（からだケアEXPO）」の定期開催を開始
2020年3月	eコマース事業を譲渡
2020年7月	商談型オンライン展示会「CareTEX365オンライン」を開始
2020年12月	障害福祉事業者のM&Aに特化した「障害福祉M&A支援センター」を開設
2021年3月	商談型オンライン展示会「からだケアEXPOオンライン」を開始



代表取締役社長 新村 祐三

1990年 リードエグジビジョンジャパン入社。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 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 武田 学

1994年 リードエグジビジョンジャパン入社。
2011年 サクラインターナショナル入社。
2012年 同社取締役就任。
2018年 当社入社。2019年当社執行役員就任。
2020年 当社取締役就任。
明治学院大学卒。



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。



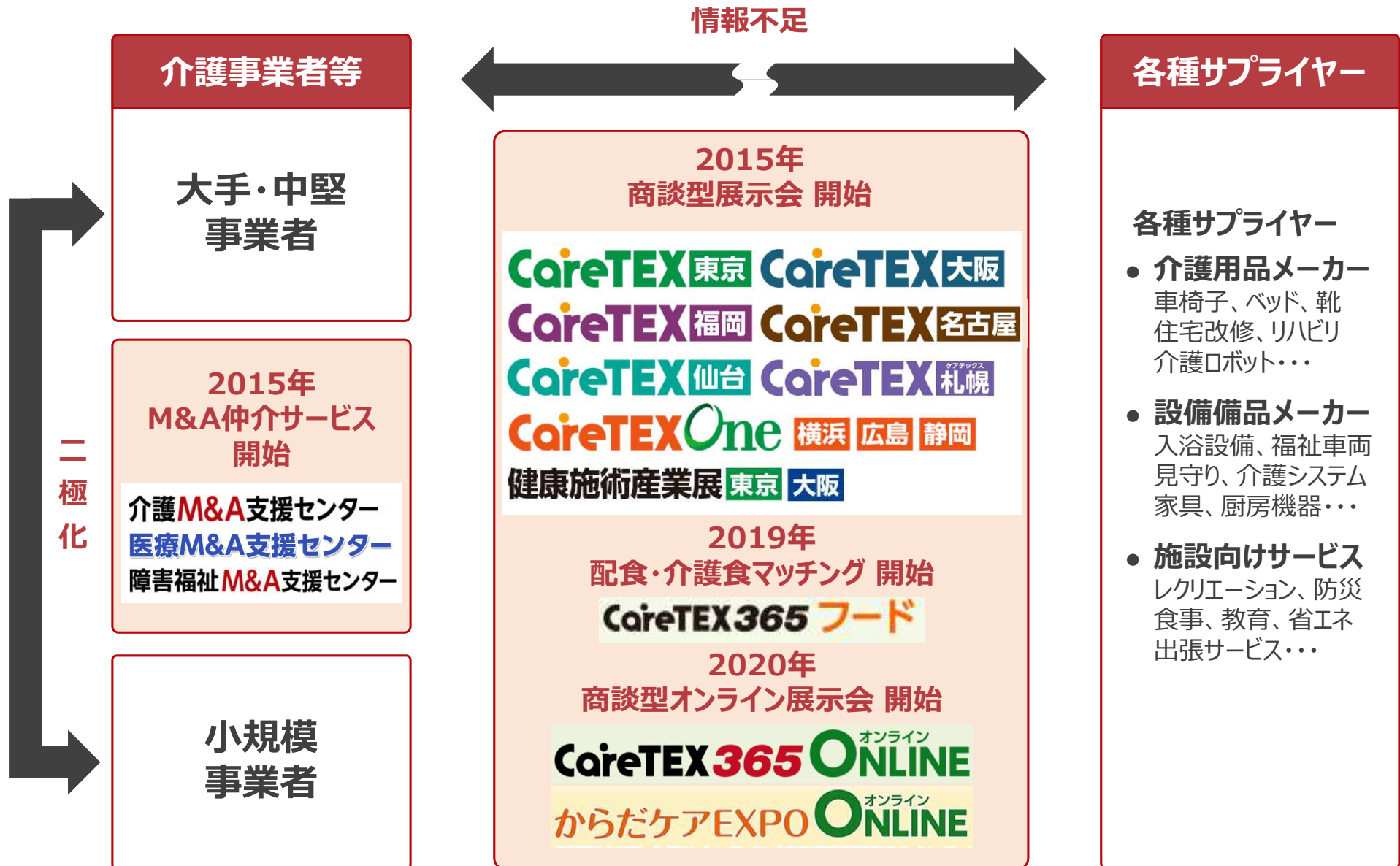
社外取締役 守屋 実

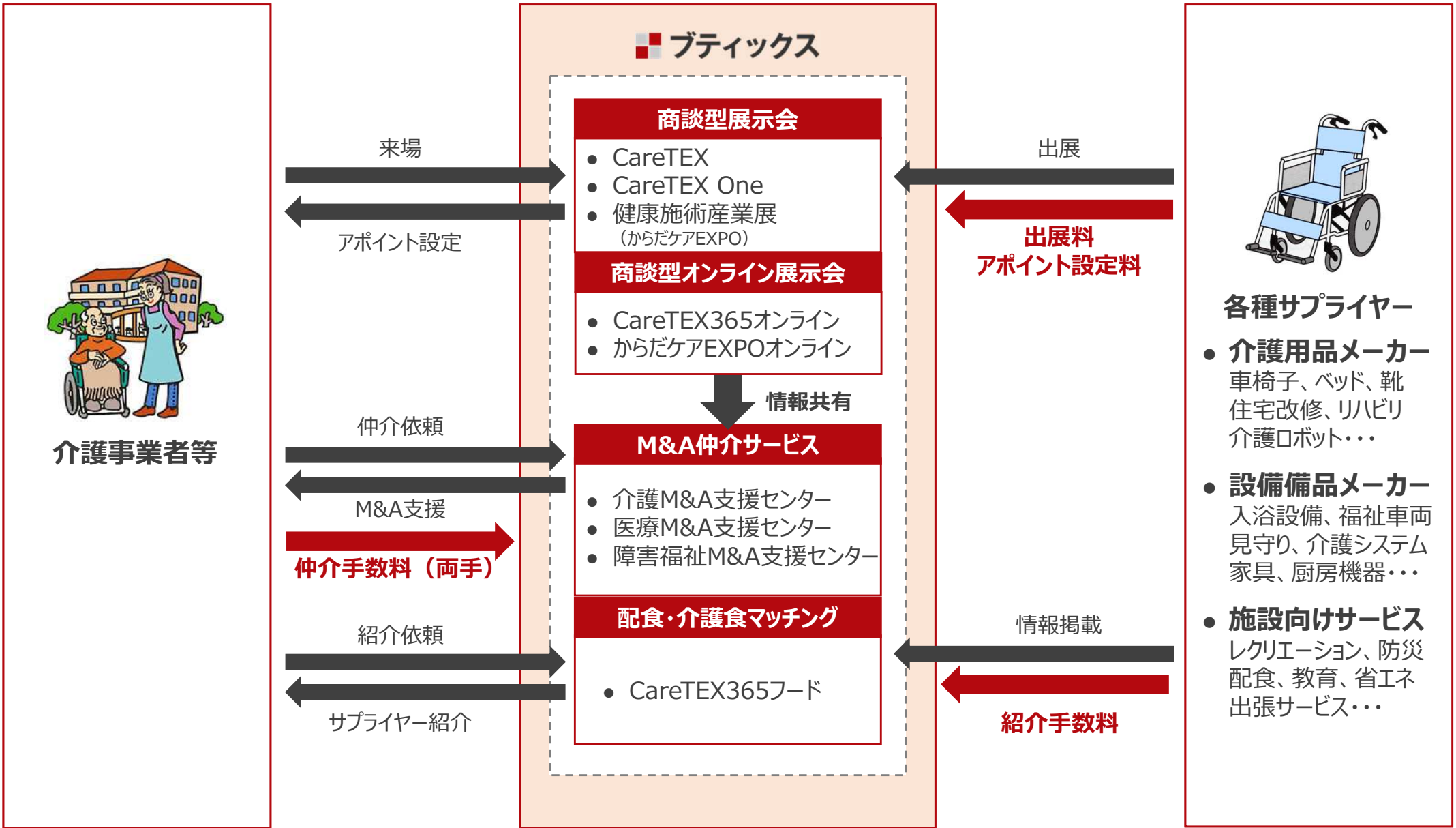
1992年 ミスミ入社。以降、新規事業の立上げ業務に従事。2002年エムアウトを設立し、取締役就任。
2010年 守屋実事務所を設立し、代表取締役就任。
2016年 当社社外取締役就任。
明治学院大学卒。

介護業界の課題解決のため、マッチングサービスを提供



■ 介護事業者等と各種サプライヤー間の情報不足を解消するマッチングサービスを提供





Ⅱ. 2021年3月期 振り返り



決算概要

営業利益は**期首業績予想を達成し、過去最高を更新**

売上高 : 1,277百万円 (前年度比△6.0% 予想比△7.9%)
営業利益 : 281百万円 (前年度比+50.3% 予想比+27.1%)

商談型 展示会事業

- コロナの影響により、出展小間契約が前年度を下回り減収減益
- 一方、2020年7月より開始したオンライン展示会が業績に寄与
- オンライン展の事業拡大のため、自社システム開発・人材採用の先行投資を実施

売上高 656百万円 (前年度比△15.3% 予想比△23.9%)
セグメント利益 151百万円 (前年度比△46.2% 予想比△37.3%)

M&A 仲介事業

- 介護業界のM&Aニーズは、引き続き増大傾向
- 教育体制の整備・仕組化が概ね完了した結果、成約組数が大幅に増加
- コンサルタントを大幅に増員するため、先行投資として、人材の追加採用を実施

売上高 604百万円 (前年度比+67.7% 予想比+15.2%)
セグメント利益 390百万円 (前年度比+97.3% 予想比+32.9%)

その他

- 中国事業は、コロナの影響で事業の見込みが立たず2020年8月に合併解消
- 配食マッチングサービス、及びEC事業の受注残の売上を計上

通期業績ハイライト



◆ 大幅な増益となり、過去最高益で着地

	2021年3月期	2020年3月期	前年度比
売上高	1,277百万円	1,358百万円	△6.0%
営業利益	281百万円	187百万円	+50.3%
営業利益率	22.0%	13.8%	—
経常利益	292百万円	188百万円	+54.8%
経常利益率	22.9%	13.8%	—
当期純利益	198百万円	130百万円	+51.9%
当期純利益率	15.5%	9.6%	—

通期 セグメント業績ハイライト



- ◆ 展示会は、コロナの影響を受けたが、オンライン展示会が寄与
- ◆ M&A仲介は、教育体制の整備・仕組化が概ね完了し、大幅な増収増益

		2021年3月期	2020年3月期	前年同期比
商談型展示会 事業	売上高	656百万円	774百万円	△15.3%
	セグメント利益	151百万円	280百万円	△46.2%
	セグメント利益率	23.0%	36.2%	—
M&A仲介 事業	売上高	604百万円	360百万円	+67.7%
	セグメント利益	390百万円	197百万円	+97.3%
	セグメント利益率	64.6%	54.7%	—
その他	売上高	16百万円	223百万円	△92.6%
	セグメント利益	△3百万円	△23百万円	+20百万円
	セグメント利益率	—	—	—

通期 旧・セグメント業績ハイライト



◆ BtoBへのシフトが完了、BtoB事業は、増収増益で着地

		2021年3月期	2020年3月期	前年同期比
BtoB事業 (旧セグメント) ※CareTEX365 海外含む	売上高	1,269百万円	1,139百万円	+11.4%
	セグメント利益	544百万円	457百万円	+19.1%
	セグメント利益率	42.9%	40.1%	—
BtoC事業 (旧セグメント) ※当期は前期の ECの受注残のみ	売上高	7百万円	219百万円	△96.4%
	セグメント利益	△6百万円	△2百万円	—
	セグメント利益率	—	—	—

通期財政状態ハイライト



	2021年3月期	2020年3月期	前期末比
流動資産合計	1,488百万円	1,103百万円	+384百万円
現金及び預金	1,448百万円	1,051百万円	+397百万円
固定資産合計	185百万円	154百万円	+30百万円
流動負債合計	624百万円	439百万円	+184百万円
前受金	82百万円	207百万円	△124百万円
固定負債合計	104百万円	10百万円	+94百万円
純資産合計	945百万円	809百万円	+136百万円

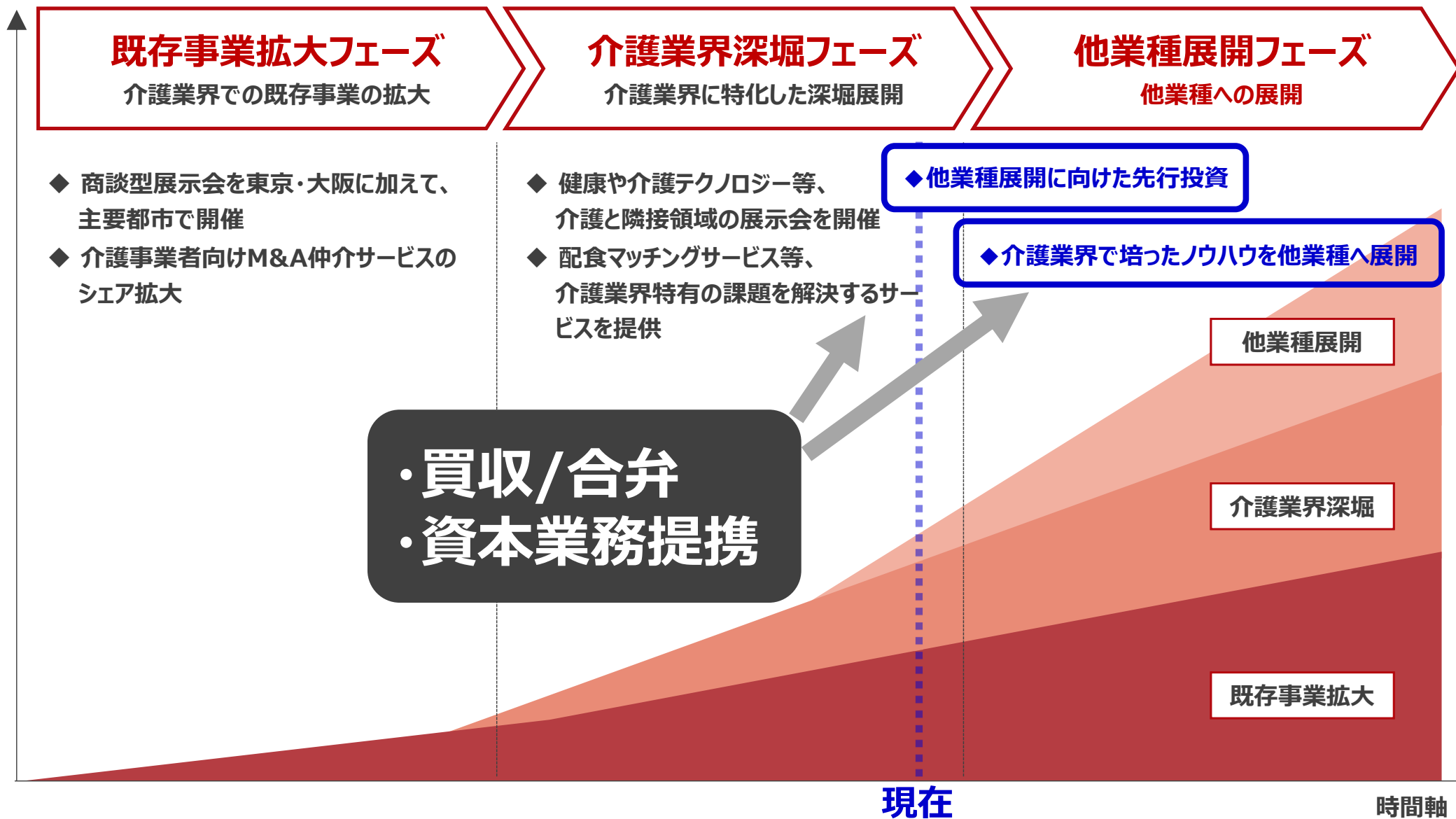
Ⅲ. 成長戦略

中長期成長イメージ



- 既存事業の大きな伸びしろを確実に取り込む
- 並行して、早期に他業種への横展開を図る

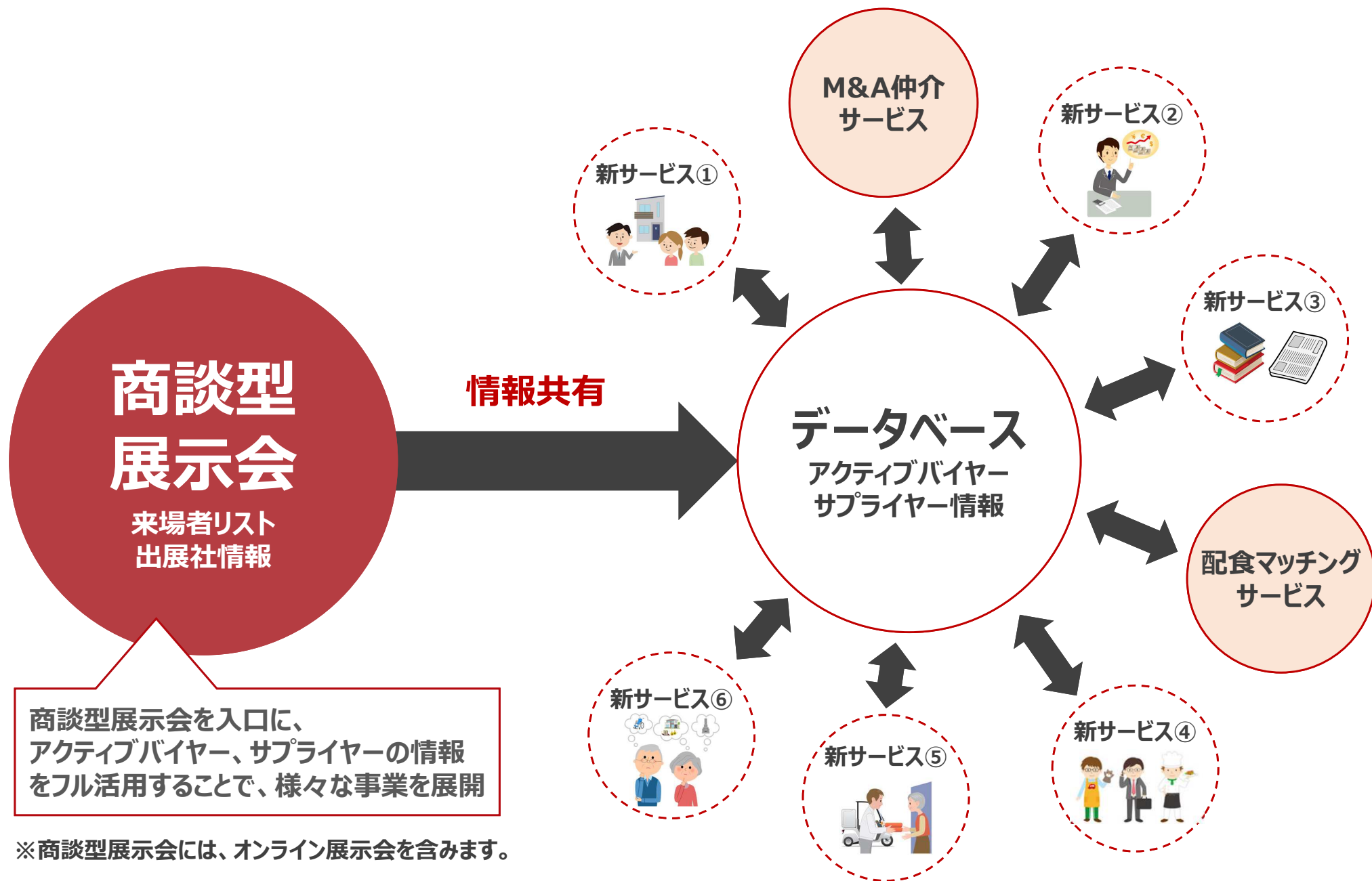
事業規模 ◆ : 現在進行中 ◆ : 今後展開予定



介護業界に特化した深堀展開（従来）



■ 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



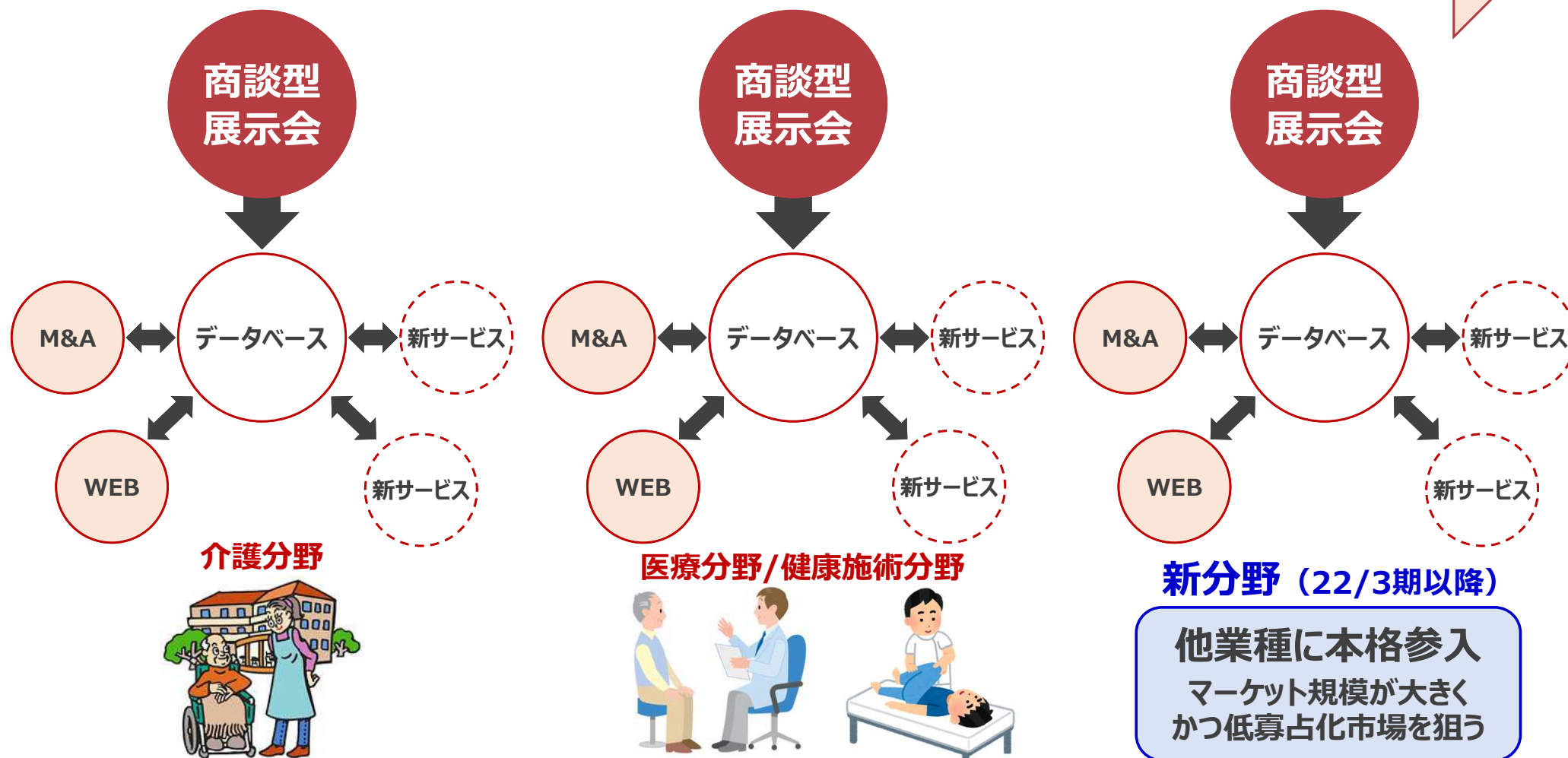
※商談型展示会には、オンライン展示会を含みます。

他業種への展開（2022年3月期以降）



- 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 ※商談型展示会には、オンライン展示会を含みます。

商談型展示会を入口に、業種を横展開



IV. 目標と事業戦略



目標

2025年3月期を基準期として
プライム市場へ上場する

目的

企業理念「マッチング・ファースト」の実現
～最適なマッチングで最高の満足を～

顧客価値 の最大化

主力の展示会事業、M & A 仲介事業を通して、
より多くの顧客に最適なマッチングを提供する

株主価値 の向上

透明性の高いガバナンス体制を整備し、
安定して利益を計上し続けることで、株主価値を向上させる

社会的価値 の向上

社会課題を解決するBtoBのマッチング・プラットフォーム
としての地位を揺るぎないものとする

目標達成のための基本方針



- 22/3期までを**先行投資期**と捉え、**注力事業に集中投資する**
- 23/3期以降を**収穫期**と捉え、以降3期間で調整後営業利益（※）**5億円、10億円、16億円**を達成する
- 25/3期において、プライム市場への上場基準利益である**2期間累計の経常利益25億円**を達成する

(単位：百万円)	先行投資期			収穫期		
	2020/3期 実績	2021/3期 実績	2022/3期 業績予想	2023/3期 計画	2024/3期 計画	2025/3期 計画
売上高	1,358	1,277	1,633	2,534	3,522	5,087
経常利益	188	292	111	492	946	1,632
調整後営業利益	191	290	169	550	1,003	1,679

(※) 調整後営業利益 = 営業利益 + のれん代償却費 + 株式報酬費用

調整後営業利益において、23/3期5億円、24/3期10億円、24/3期及び25/3期の累計で25億円を達成した場合には、2021年1月13日付「第三者割当による新株予約権の発行及び時価発行新株予約権信託の導入に関するお知らせ」にて公表した新株予約権の権利行使条件を全て満たすこととなります。



背景

- コロナの影響は22/3期も継続し、**正常化は23/3期以降と予想**
- コロナによる社会・ビジネス環境の変容で、**従来の「展示会ビジネス」に、パラダイムシフトの兆し**

基本方針

- 知見のある介護・医療・健康分野に集中し、**着実に顧客拡大**
- 全国展開を継続（東京・横浜・大阪・福岡・名古屋・仙台・札幌等）

背景

- コロナによる社会変容で、**オンライン展は追い風**
- いち早く、オンライン展のマネタイズを完了
- オンライン展の自社システムを開発済
- 他業種への横展開を、短期間に実現できることを実証済（2021年3月、健康施術分野へ新規参入済）

基本方針

- 22/3期は、知見のある介護・健康施術分野に集中
- オンライン展の要である**マッチング強化のため、システム改善に注力**



◆売上高について

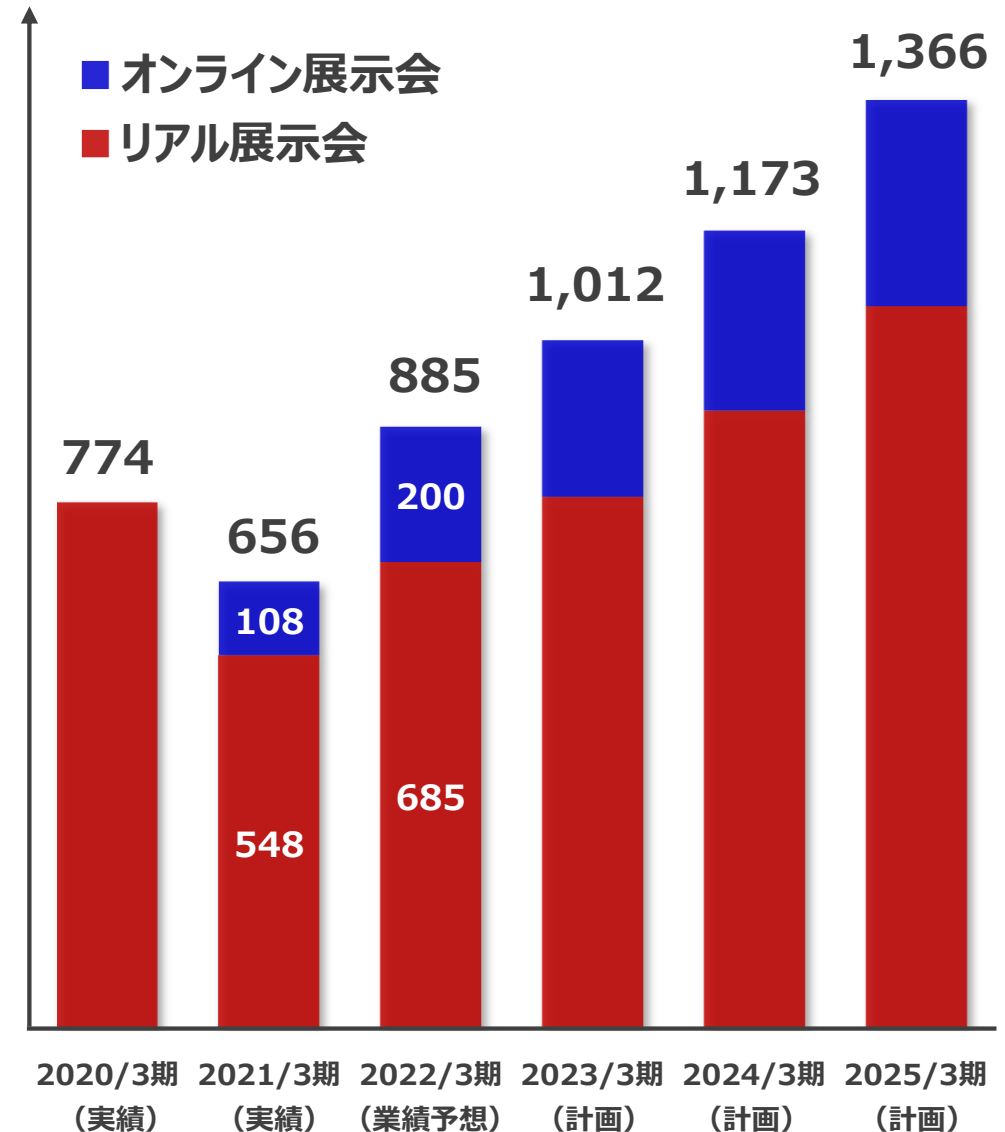
リアル展示会

- 22/3期は、**コロナ前の約90%水準に戻す**
- 23/3期以降は、**ゆるやかな成長を目指す**
(介護・健康施術分野で、確実に伸ばす)

オンライン展示会

- 2021年3月に新規開設した、「からだケアEXPOオンライン」が寄与し
22/3期は、**2倍の2億円に**
- ビジネスの成長余地が大きいため、
23/3期以降は、**新分野へ本格進出し、大幅拡大**
(次頁の「ハイブリッド展示会」にて実施)

◆売上高目標（百万円）





背景

- コロナによる社会変容で、**オンライン展は追い風**
- 一方、対面商談ができる**リアル展のニーズも依然として高い**

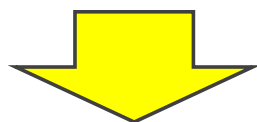
基本方針

- オンライン展とリアル展をシームレスに融合させた、新サービス「ハイブリッド展示会 ディー・エクスポ **DXPO**」を開始し、**新分野で横展開**（22/3期より準備開始、23/3期に開催予定）
- いわゆる「新規事業」とは異なり、従来の「リアル展」と「オンライン展」のノウハウを結集した、**既存事業の横展開なので、ビジネスの蓋然性が高い**
- 自社開発の「ExpON」（オンライン展プラットフォーム）をフル活用し、**ハイブリッド展のマッチングに最大活用**
- ハイブリッド展を当社における「注力事業」と位置づけ、**人材・販促費等に集中投資**



◆ハイブリッド展示会 ディーエクスポ DXPO とは

	メリット	デメリット
オンライン展示会	【商談の量】 <ul style="list-style-type: none">・365日24時間マッチングが可能・全国どこでもマッチングが可能	<ul style="list-style-type: none">・直接会って商談が出来ない・商品の実物が見れない
リアル展示会	【商談の質】 <ul style="list-style-type: none">・決裁権限者同士が直接会って商談・商品の実物が見られる	<ul style="list-style-type: none">・1年のうち会期が2～3日に限定・開催地が近くにないと行けない



「オンライン展示会」「リアル展示会」双方の強みを活かした

ハイブリッド展示会 ディーエクスポ DXPO を開始

※DXPOとは、「DX+EXPO」の造語で、「展示会をDXする」という意味を込めて当社が命名した、ハイブリッド展示会のサービス名です。



◆ハイブリッド展示会 ディーエクスポ DXPO とは

- オンライン展の開設期間中（365日24時間）にリアル展を年2回開催し、会期前1か月 + 会期後2か月はオンライン展でも集中的にマッチング
- **商談の量と質を高めつつ、かつ年間を通じて継続的にマッチング**
- オンライン展の通年開催により、天変地異等の不可抗力によるリアル展の**開催延期・中止の場合でも、柔軟にマッチングが可能**

（開催例）





◆売上高について

- 22/3期は、**準備期間（先行投資）**とし、一部、オンライン展のマッチングのみ先行してサービス開始
（詳細は、第2四半期に発表予定）
- 23/3期以降、**新分野でハイブリッド展を開催し、順次分野を拡大**

◆数値目標

(単位：百万円)	2020/3期 実績	2021/3期 実績	準備期間	ハイブリッド展を開催し分野拡大		
			2022/3期 業績予想	2023/3期 計画	2024/3期 計画	2025/3期 計画
売上高			14	416	764	1,552
前年度比率			—	—	183%	203%
分野（累計）			—	1~2	3~4	4~6



背景

- 「小規模M&A」ニーズが増大し、**M&Aの“大衆化”が始まる**
- 教育体制と仕組化が完了
- 未経験人材でも短期間で戦力化し、採用加速で、大幅な売上増が見込める状況に
- 介護業界のM&Aニーズは、引き続き増大傾向

基本方針

- **「M&A工程管理システム（自社開発）」を本格導入**
M&Aの工程を20以上のプロセスに分解し、**厳格な工程管理**を行うことで、個人の経験や能力に頼りがちなM&Aの工程を「定型化」「可視化」し、**大量採用時でも案件進捗の確実性とスピードを担保**
- M&A仲介事業を**当社における「注力事業」と位置づけ**、成約数拡大のため、コンサルタントの採用に集中投資
- 介護以外の分野への**横展開を本格化**



◆売上高について

- 22/3期は、人材への先行投資（前年度の1.7倍に増員）により、経費先行で、**売上高は21%増に留まる**
- 23/3期以降は、**年平均44%の増収を目標とする**
（21/3期～22/3期に採用したコンサルタントの寄与が、23/3期以降本格化）

◆コンサルタント人員数

- 22/3期までに20/3期の3倍に増員、以降は**年平均35%の増員**

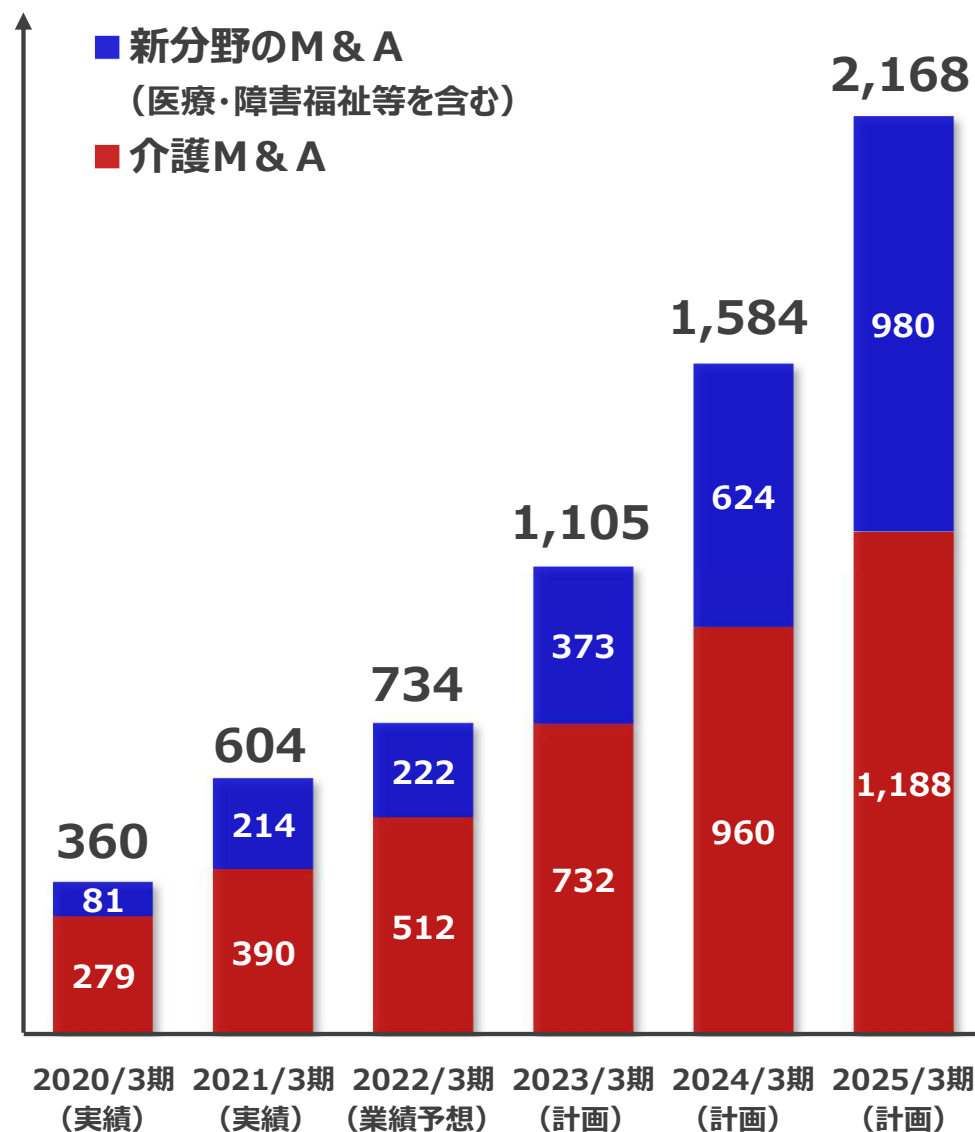
(単位：百万円)	2020/3期 実績	2021/3期 実績	2022/3期 業績予想	2023/3期 計画	2024/3期 計画	2025/3期 計画
売上高	360	604	734	1,105	1,584	2,168
前年度比率	—	168%	121%	151%	143%	137%
コンサルタント数	10	18	31	41	57	76
増加率	—	180%	172%	132%	139%	133%



◆新分野への横展開について

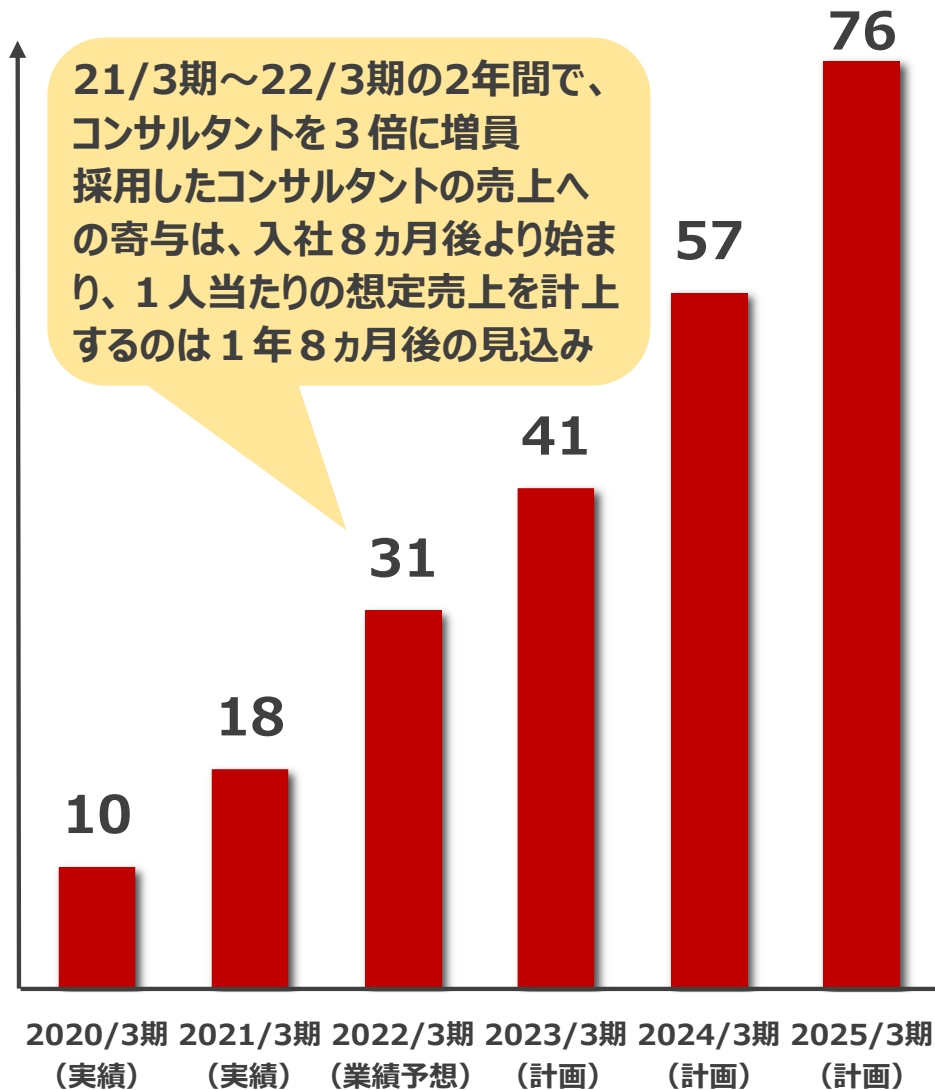
- 21/3期までは、介護の隣接領域（医療・障害福祉等）へ横展開
- 22/3期は、上記以外の**新分野へ横展開を本格化**
- 23/3期以降、**新分野の大幅な増収を目指す**

◆分野別 売上高目標（百万円）

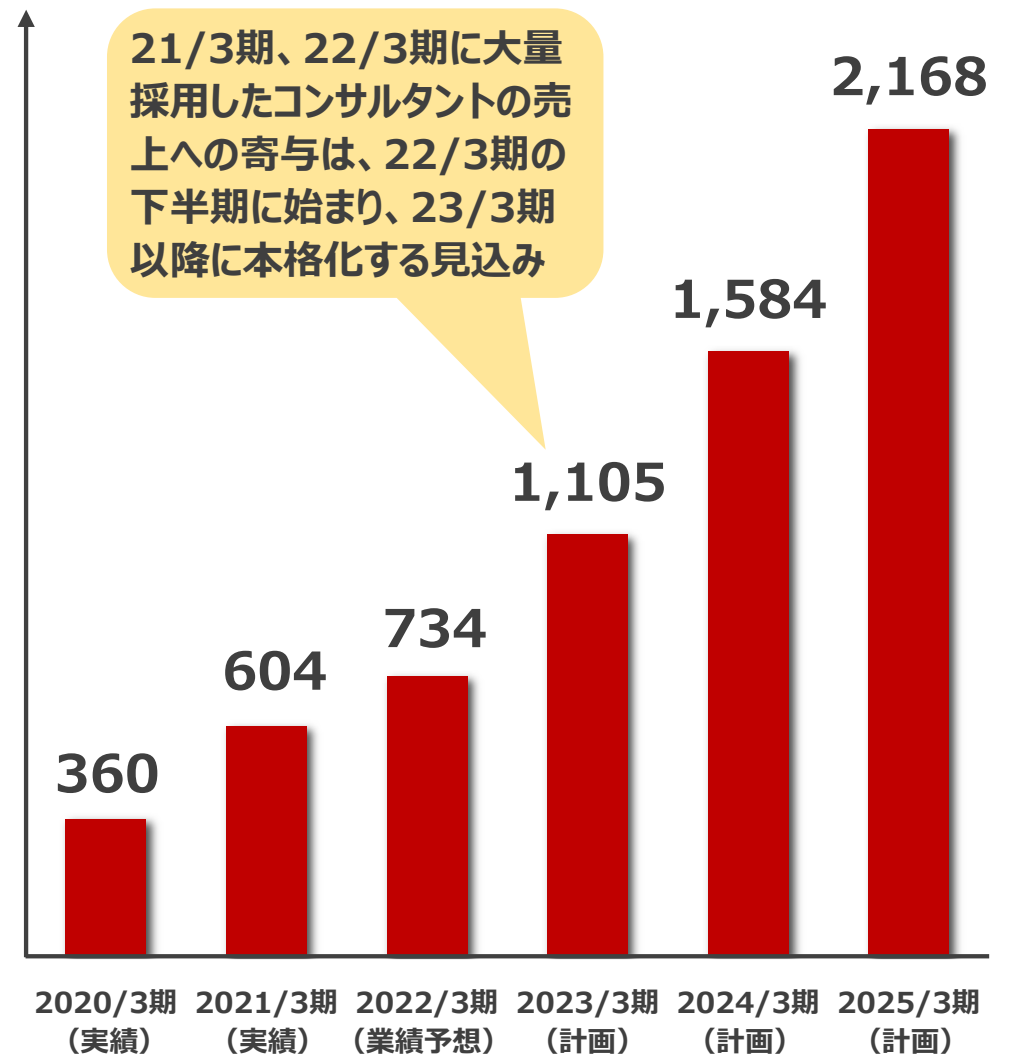




◆コンサルタント人員数の目標 (名)



◆売上高目標 (百万円)



V. 定量目標

業績目標



- ◆ 22/3期は、**前年度比28%増収**を見込むが、先行投資等により減益見通し
- ◆ **21/3期～22/3期の先行投資により、23/3期以降大幅な増収増益見込む**

(単位：百万円)	2021/3期 実績	2022/3期 業績予想	2023/3期 計画	2024/3期 計画	2025/3期 計画
売上高	1,277	1,633	2,534	3,522	5,087
営業利益	281	111	492	946	1,632
営業利益率	22.0%	6.8%	19.4%	26.9%	32.1%
経常利益	292	111	492	946	1,632
経常利益率	22.9%	6.8%	19.4%	26.9%	32.1%
当期純利益	198	71	315	605	1,044
当期純利益率	15.5%	4.4%	12.4%	17.2%	20.5%
調整後営業利益※	290	169	550	1,003	1,679

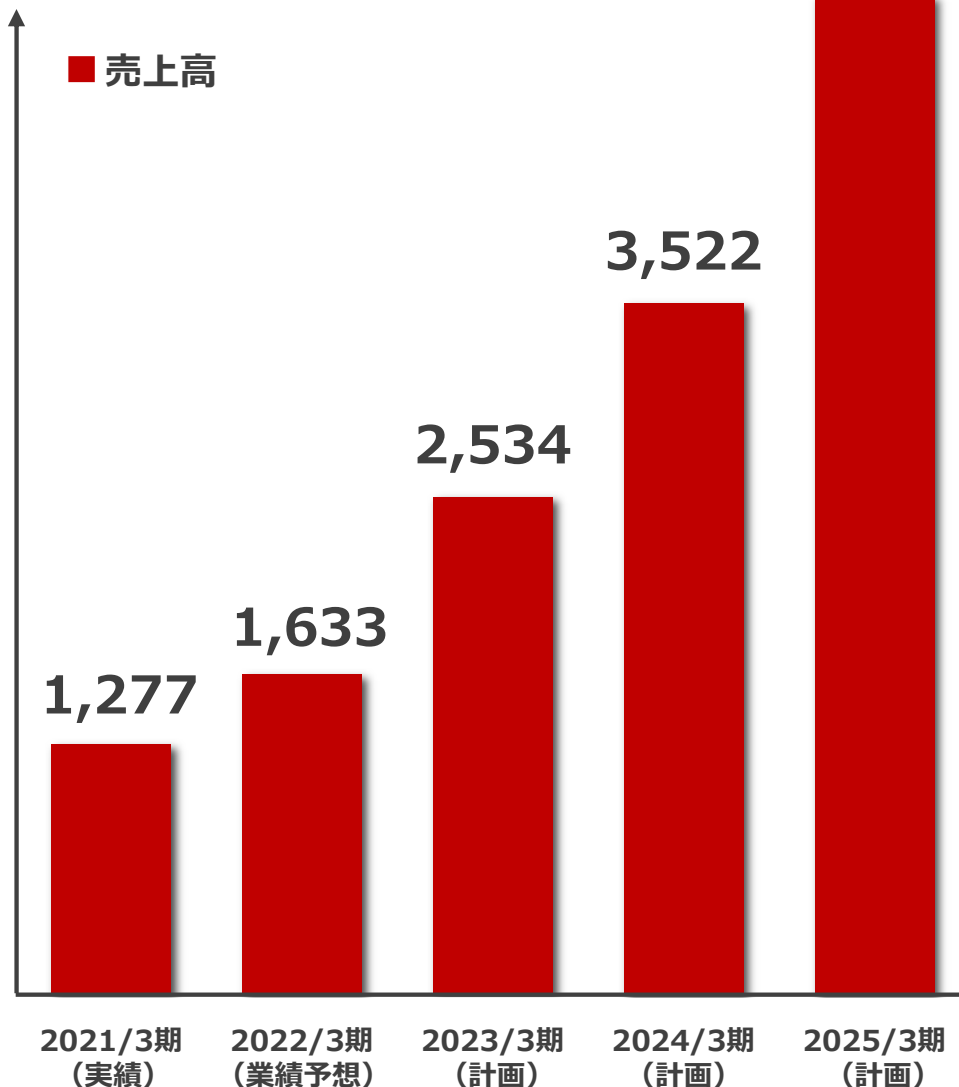
※調整後営業利益 = 営業利益 + のれん代償却費 + 株式報酬費用

業績目標



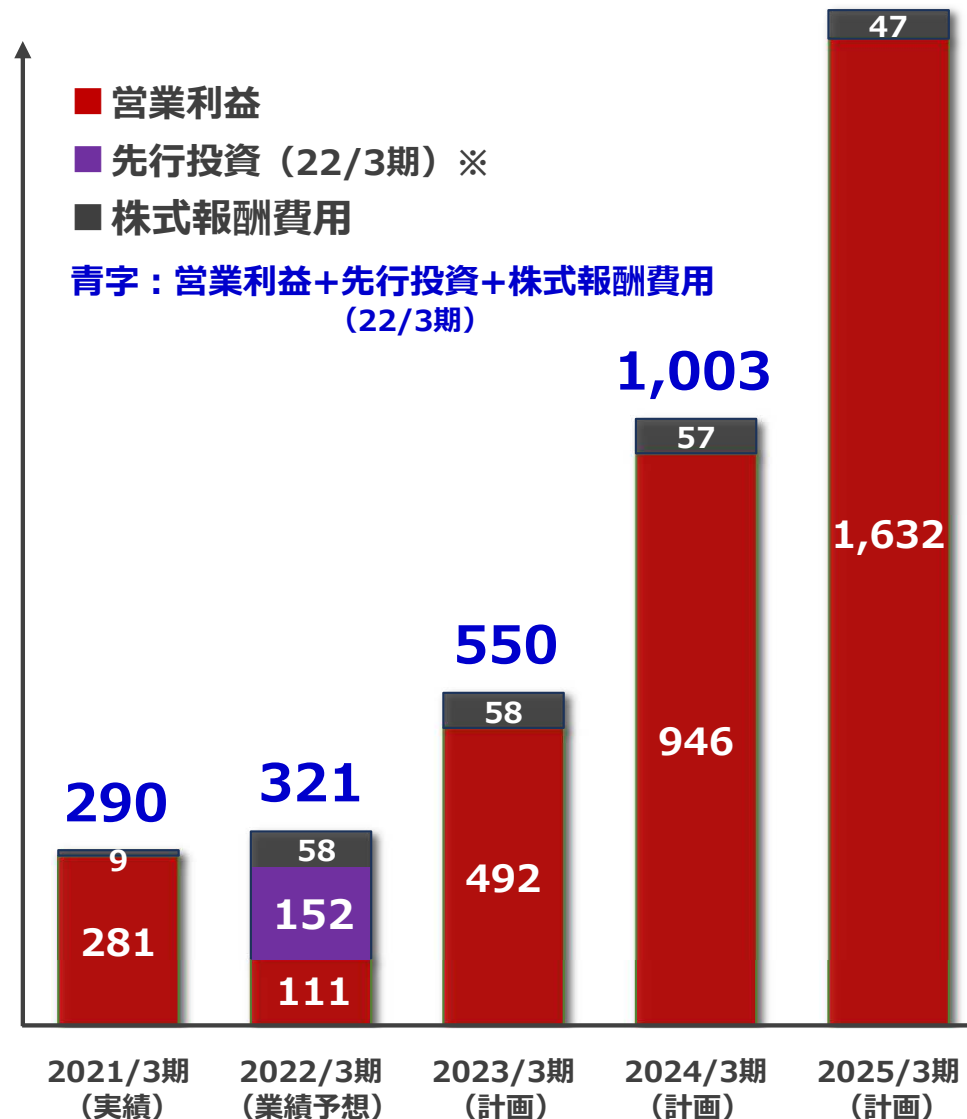
◆売上高目標 (百万円)

5,087



◆営業利益目標 (百万円)

1,679



※先行投資 (22/3期) : ハイブリッド展示会のための人件費・採用費・販促費、M&A仲介事業のコンサルタント増員に伴う人件費・採用費のうち、23/3期以降の業績拡大のために先行投資する費用 (詳細は、2021年3月期 通期決算説明資料をご参照下さい)

セグメント別業績目標



(単位：百万円)

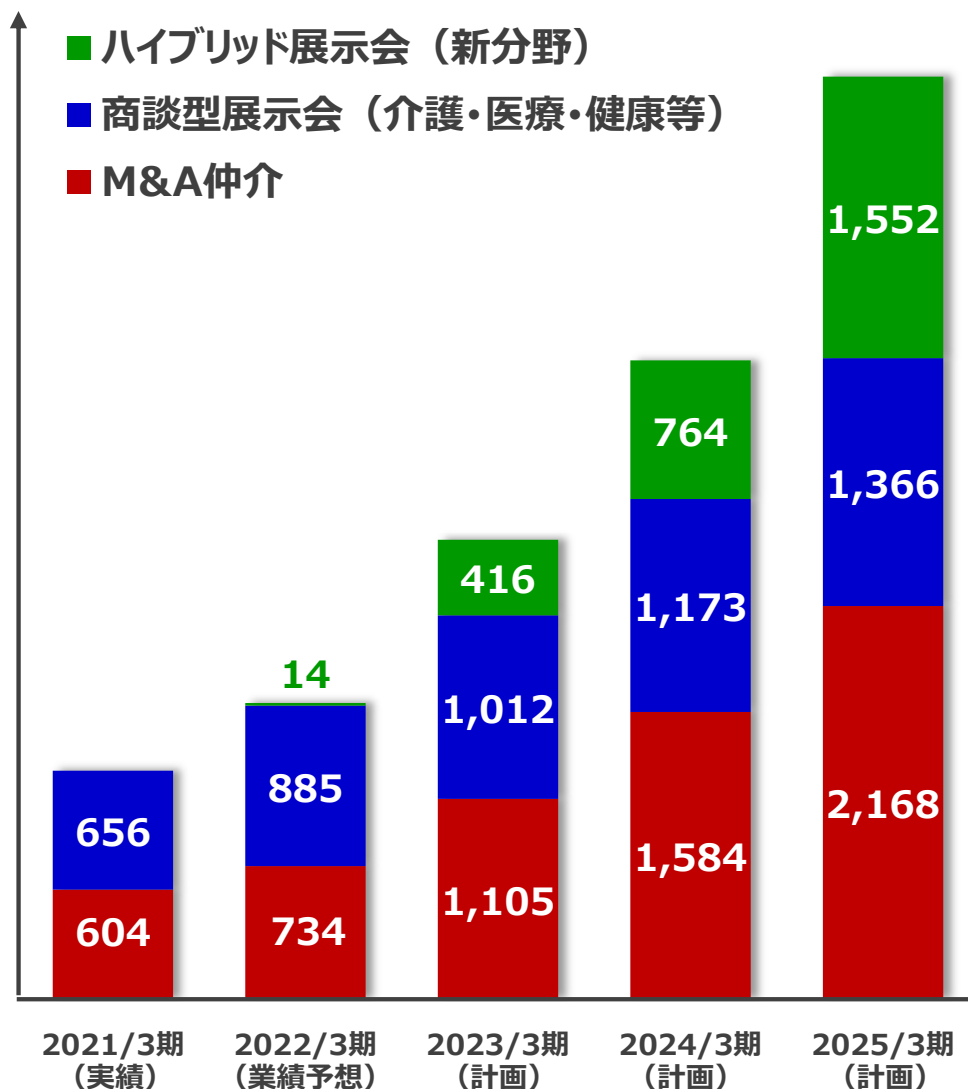
		2021/3期 実績	2022/3期 業績予想	2023/3期 計画	2024/3期 計画	2025/3期 計画	
オンライン含む 商談型展示会	介護 医療 健康等 既存分野	売上高	656	885	1,012	1,173	1,366
		セグメント利益	※178	200	275	384	509
		セグメント利益率	※27.1%	22.6%	27.2%	32.7%	37.3%
ハイブリッド 展示会	新分野	売上高	-	14	416	764	1,552
		セグメント利益	-	△61	122	246	575
		セグメント利益率	-	-	29.4%	32.3%	37.0%
M & A 仲介事業		売上高	604	734	1,105	1,584	2,168
		セグメント利益	※347	296	472	710	1,000
		セグメント利益率	※57.4%	40.3%	42.7%	44.8%	46.2%

※2022年3月期より、社内での損益管理方法を変更したことに伴い、2021年3月期も、遡って全社費用の配賦方法を変更しております。

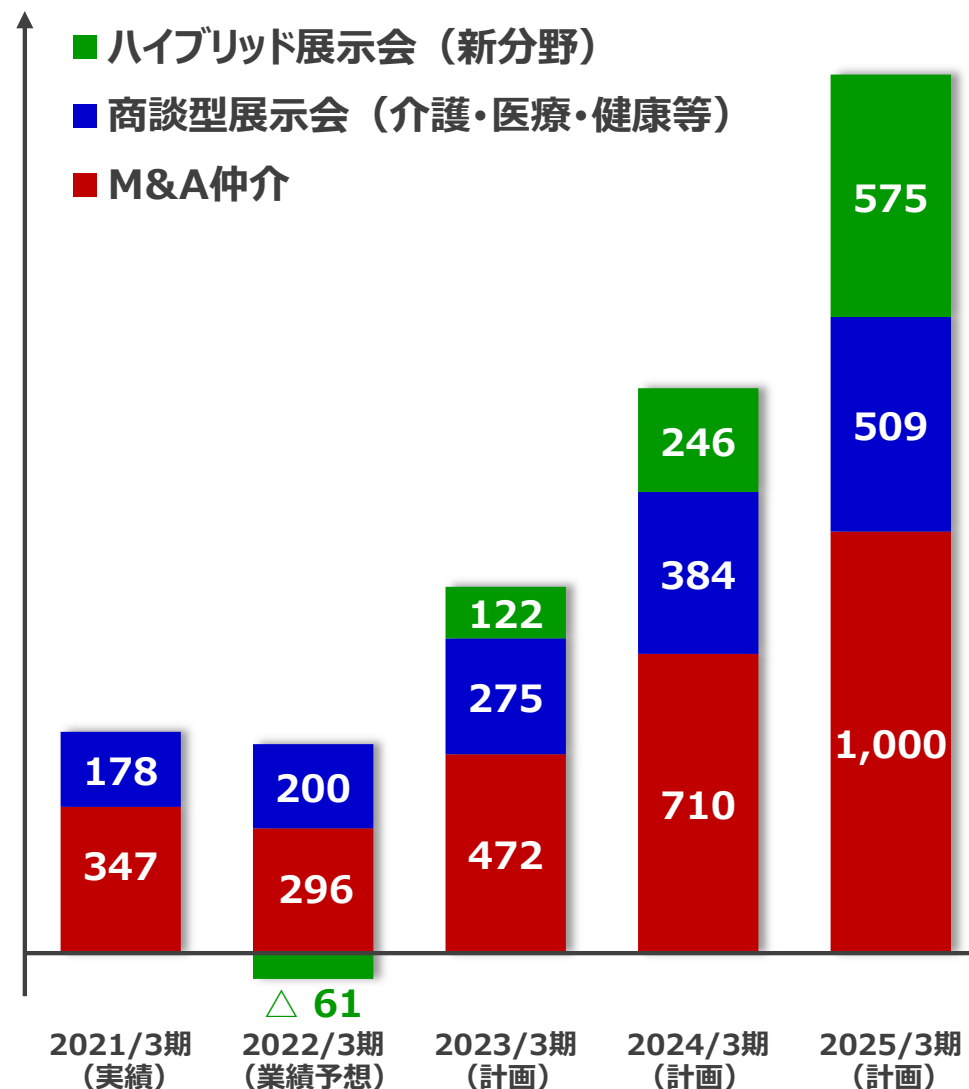
セグメント別業績目標



◆売上高目標（百万円）



◆セグメント利益目標（百万円）



※2022年3月期より、社内での損益管理方法を変更したことに伴い、2021年3月期も、遡って全社費用の配賦方法を変更しております。



本資料に記載されたすべての意見や予測、見通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。

【本件に関するお問合せ】

ブティックス株式会社 管理本部 IR担当

電話：03-6303-9431（平日9時～18時）

Email：ir@btix.jp