

(証券コード：9272)
2021年5月11日

 **ブティックス株式会社**
Boutiques, Inc.

2021年3月期
通期 決算説明資料

目次

| | | |
|----|--------------------|------|
| 01 | 2021年3月期 通期決算概要 | P.2 |
| 02 | 事業別の状況 | P.8 |
| 03 | 2021年3月期 追加投資の結果報告 | P.19 |
| 04 | 2022年3月期 先行投資と業績予想 | P.23 |
| | 参考資料 | P.36 |

2021年3月期 通期決算概要

通期業績の予実差異 ※業績予想は全て期首予想



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 |

事業別の状況



【商談型展示会事業】 開催スケジュール

◆ 万全のコロナ感染症予防対策を講じた上で、9月より開催を再開

| 四半期 | 開催月 | 展示会名 | 開催 |
|-------|------------------------|---------------|---------|
| 第1四半期 | (開催予定の展示会を延期) | | |
| 第2四半期 | 7月 オンライン展示会 (新サービス) 開設 | | |
| | 9月 | CareTEX仙台 | 開催済 |
| | 10月 | CareTEX One横浜 | 開催済 |
| 第3四半期 | 11月 | CareTEX大阪 | 開催済 |
| | 12月 | CareTEX One広島 | 来期以降に延期 |
| | 1月 | CareTEX名古屋 | 開催済 |
| 第4四半期 | | CareTEX One静岡 | 来期以降に延期 |
| | 2月 | CareTEX福岡 | 開催済 |
| | 3月 | 東京ケアウィーク | 開催済 |

4月～8月に予定していた展示会を第4Qに延期、一方、新サービスであるオンライン展示会を、7月開設

9月より展示会の開催を再開

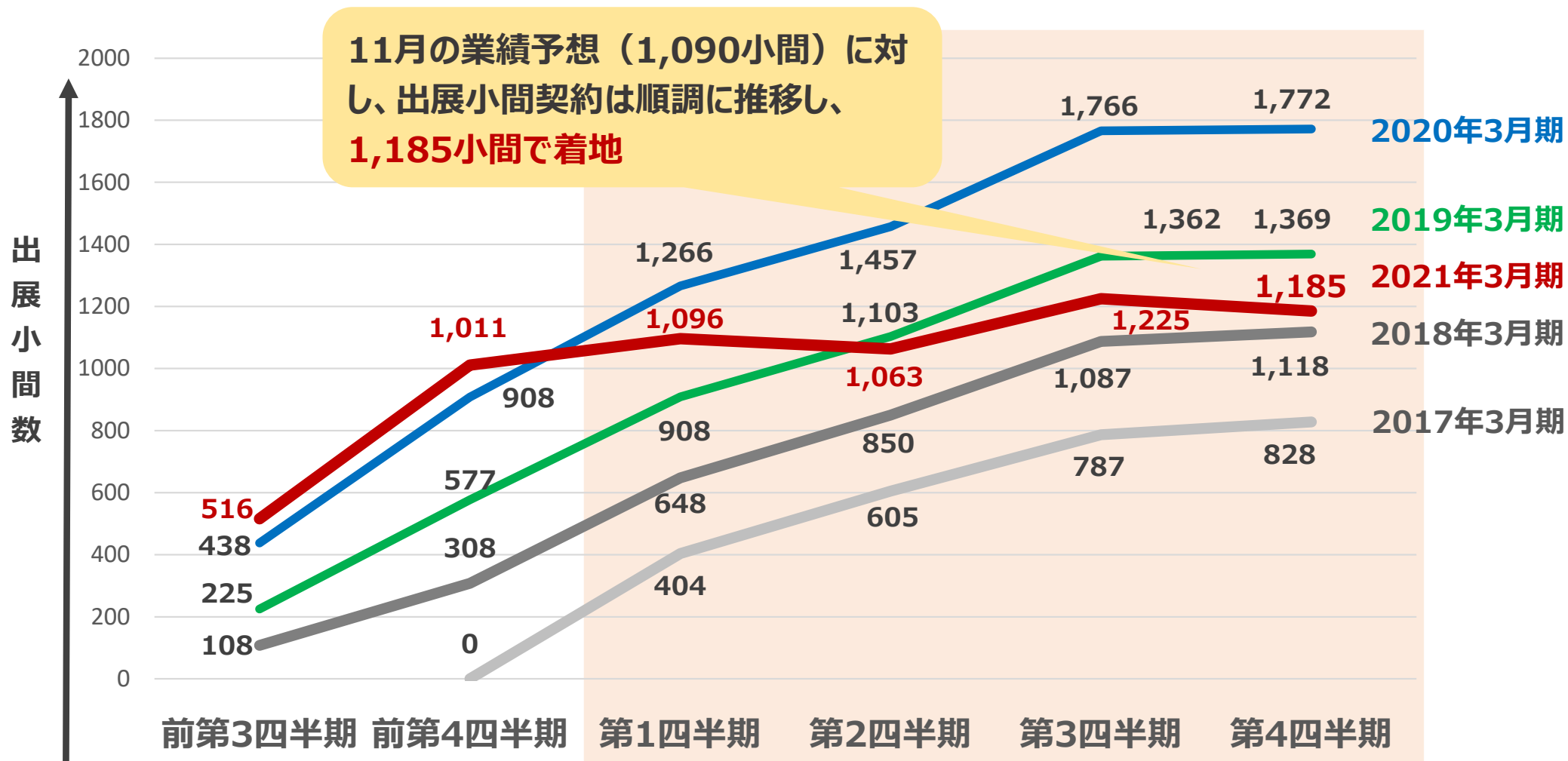
「CareTEX One」の2展を、展示会開催ガイドライン遵守のため来期以降に延期

1/8、1/13の緊急事態宣言発出を受け、参加人数の制限等を遵守しながら、万全の感染予防対策を講じて開催

【商談型展示会事業】 契約進捗状況



◆ 出展小間数の契約進捗状況（累計）



開催期 = 売上計上期

- 注) 1. 出展小間数とは、出展社に貸し出すために仕切られたスペースの単位
 2. 上記の契約進捗状況は各会計期間に開催（=売上計上）した展示会の契約獲得時期を累計で表示



◆ オンライン展示会「CareTEX365 オンライン」は好調

介護事業者と介護関連サプライヤー双方からのニーズが高く、
7月の開設から累計で、**108百万円の売上高を計上**

◆ 自社開発のオンライン展示会プラットフォーム『ExpON』を完成 (エキスポン)

『ExpON』使用により、大幅なインターフェース改善と新機能を追加し、
新「CareTEX365オンライン」を、2月に開設
3月には「からだケアEXPOオンライン」を、新規開設

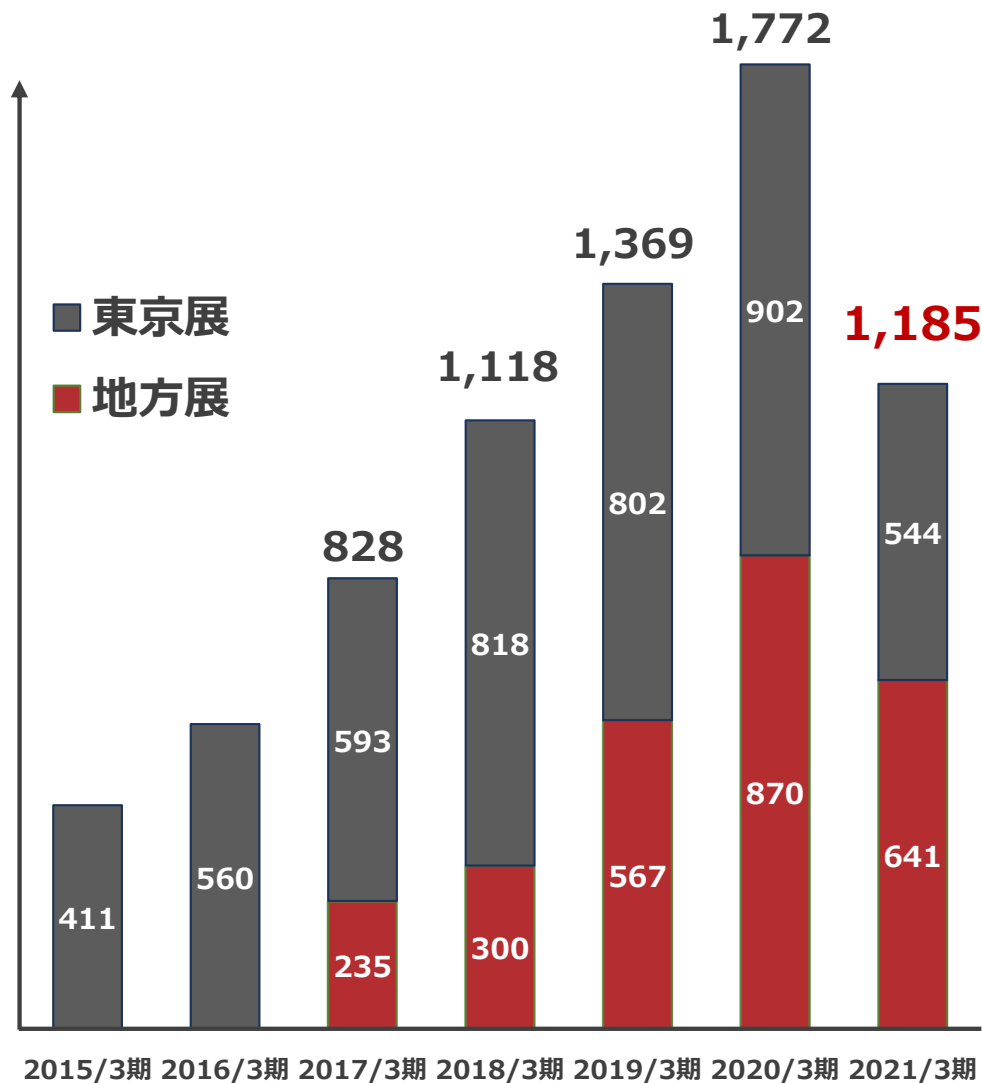
オンライン展示会プラットフォーム
ExpON
エキスポン



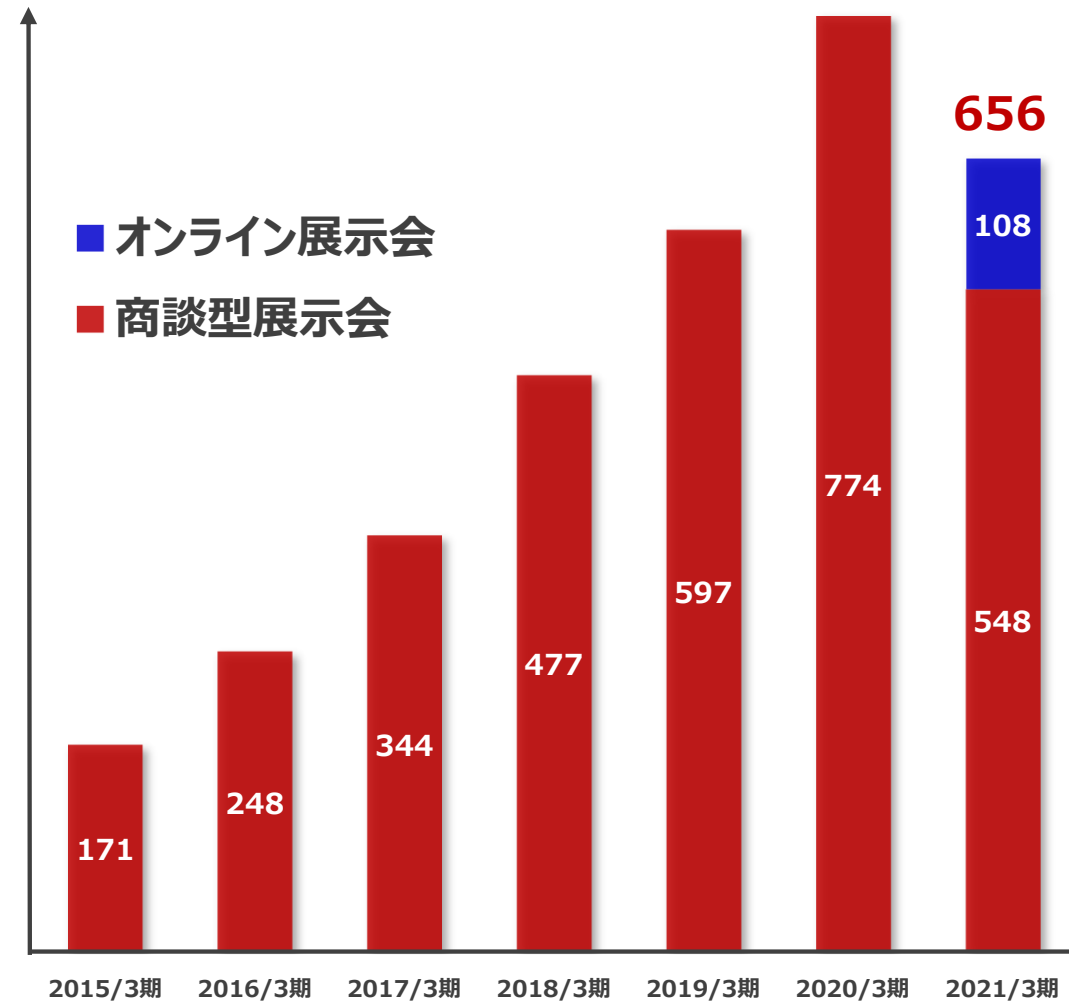
【商談型展示会事業】 出展小間数及び売上高の推移



◆ 出展小間数の推移 (小間)



◆ 売上高の推移 (百万円)





【商談型展示会事業】 セグメント業績

- ◆ 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月から開始したオンライン展示会が業績に寄与

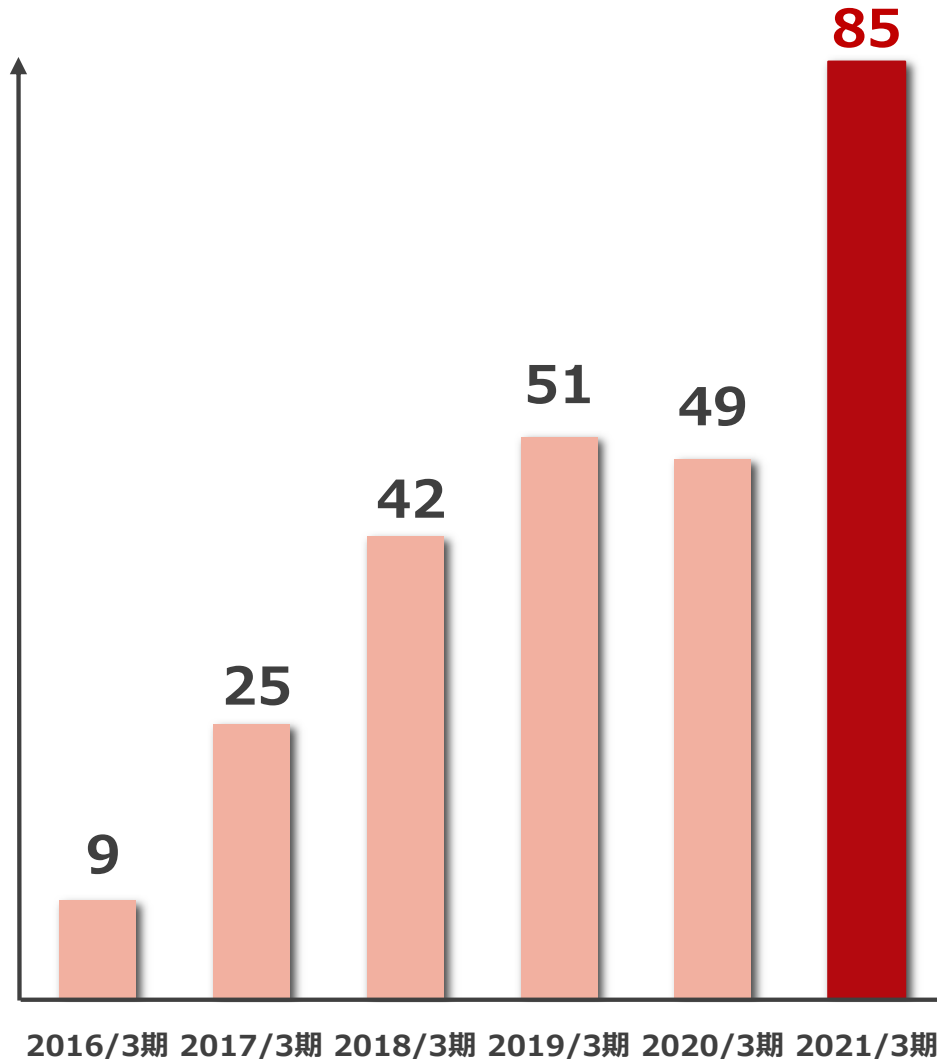
| | | 2021年3月期 実績 | 2020年3月期 実績 | 前年度比 |
|------------------|--------------|----------------|----------------|--------|
| 商談型展示会 | 売上高 | 548百万円 | 774百万円 | △29.2% |
| オンライン展示会 | 売上高 | 108百万円 | — | — |
| 商談型展示会 事業（合計） | 売上高 | 656百万円 | 774百万円 | △15.3% |
| | セグメント 利益 | 151百万円 | 280百万円 | △46.2% |
| | セグメント 利益率 | 23.0% | 36.2% | — |



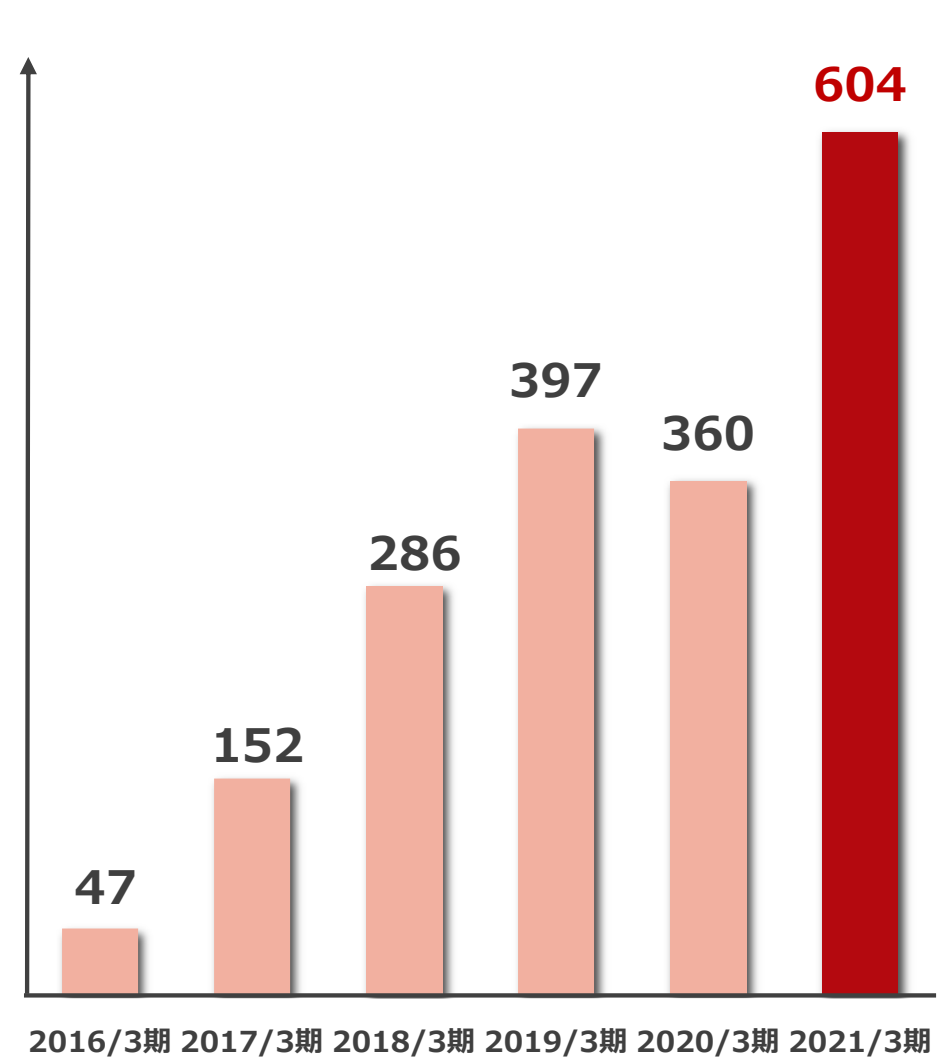
【M&A仲介事業】 成約組数及び売上高の推移

◆ 成約組数・売上高ともに、前年度比大幅増

◆ 成約組数の推移（組）



◆ 売上高の推移（百万円）

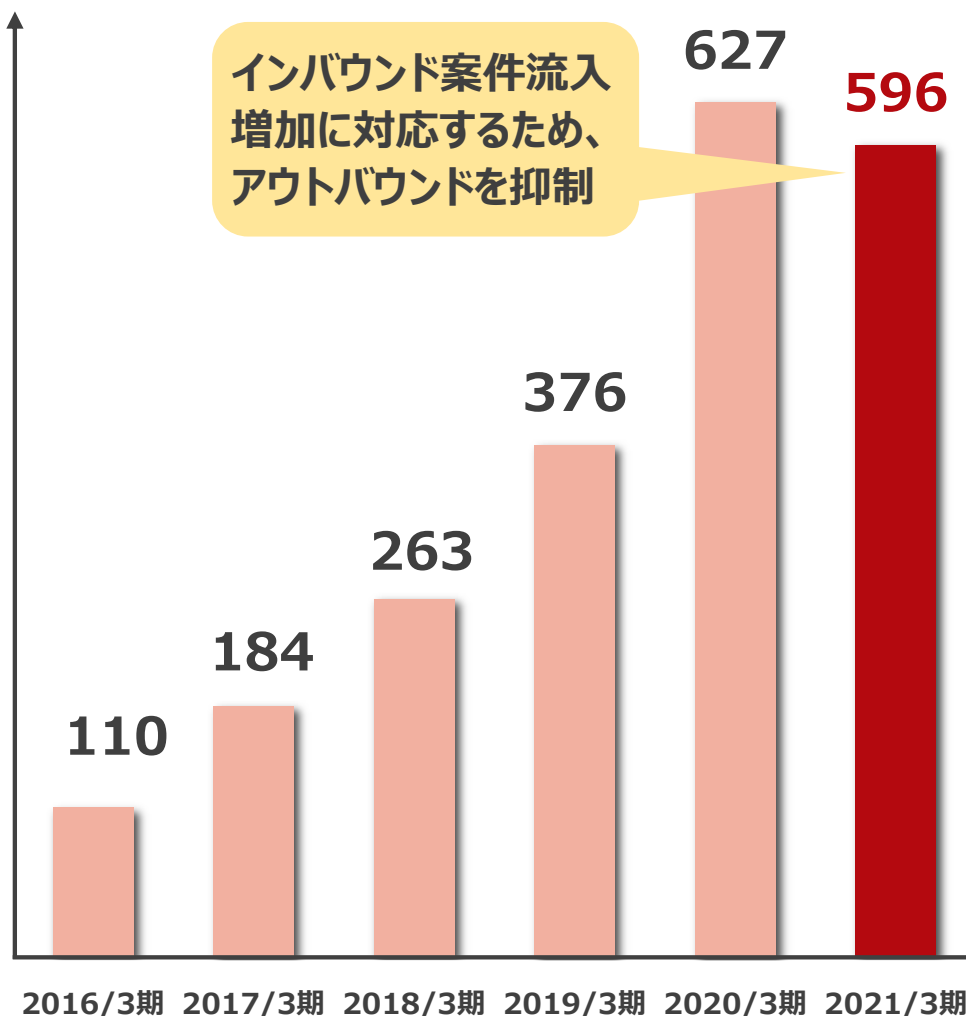


【M&A仲介事業】 案件流入数及びコンサルタント人員数

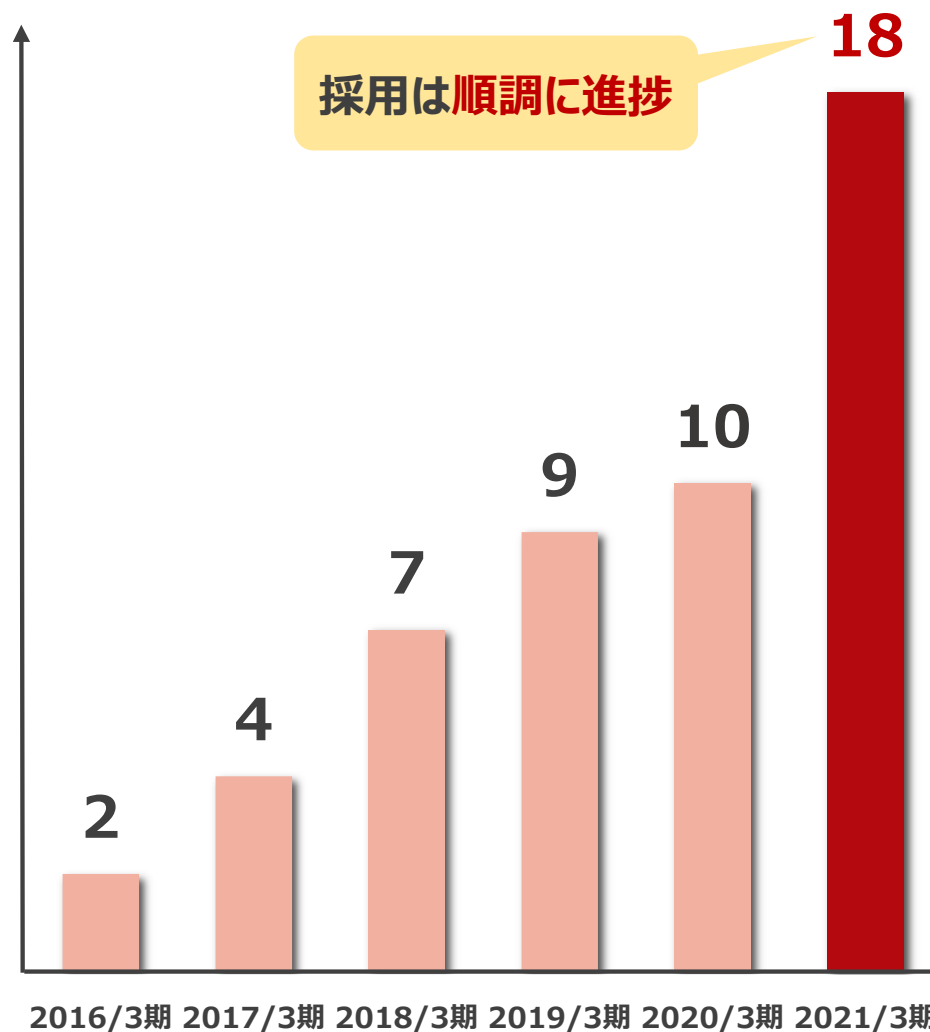


◆ 案件流入数及びコンサルタント人員は順調に推移

◆ 売却案件流入数の推移（件）



◆ コンサルタント人員の推移（名）

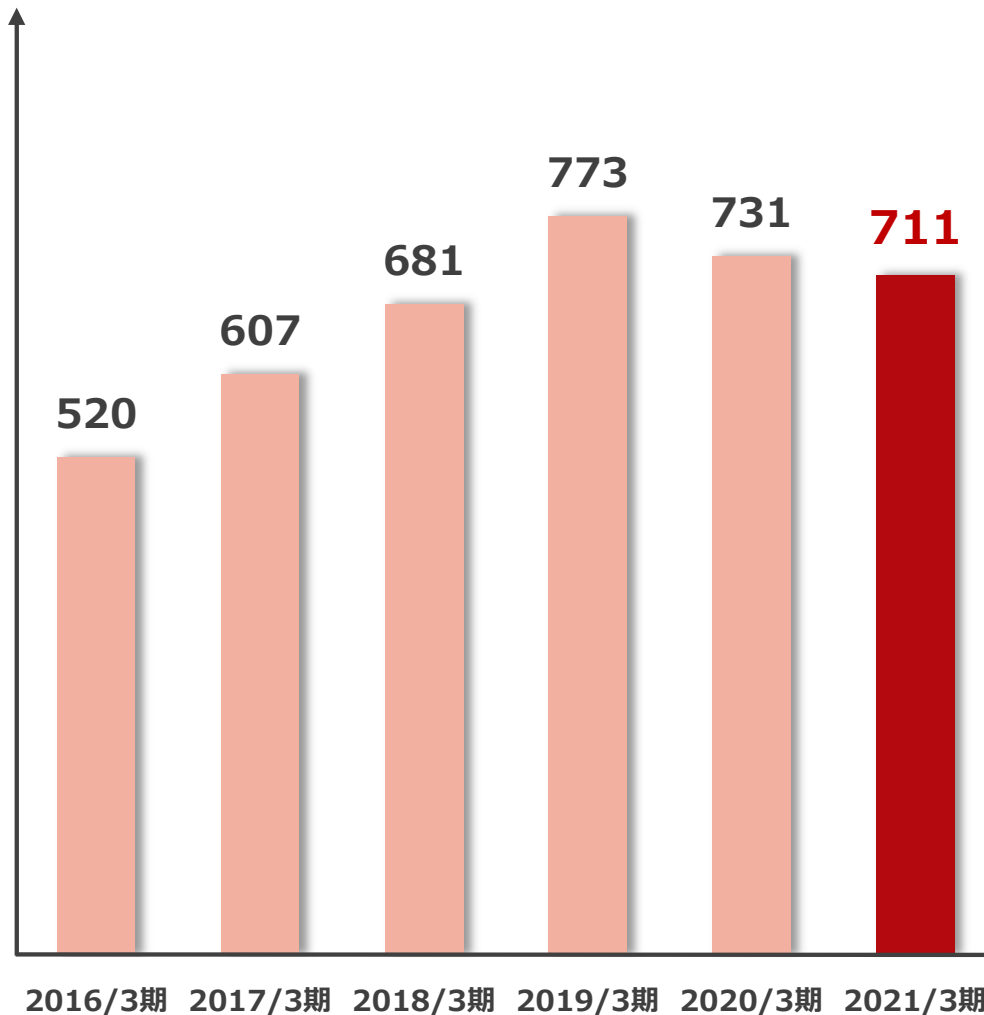




【M&A仲介事業】 平均手数料及び成約期間

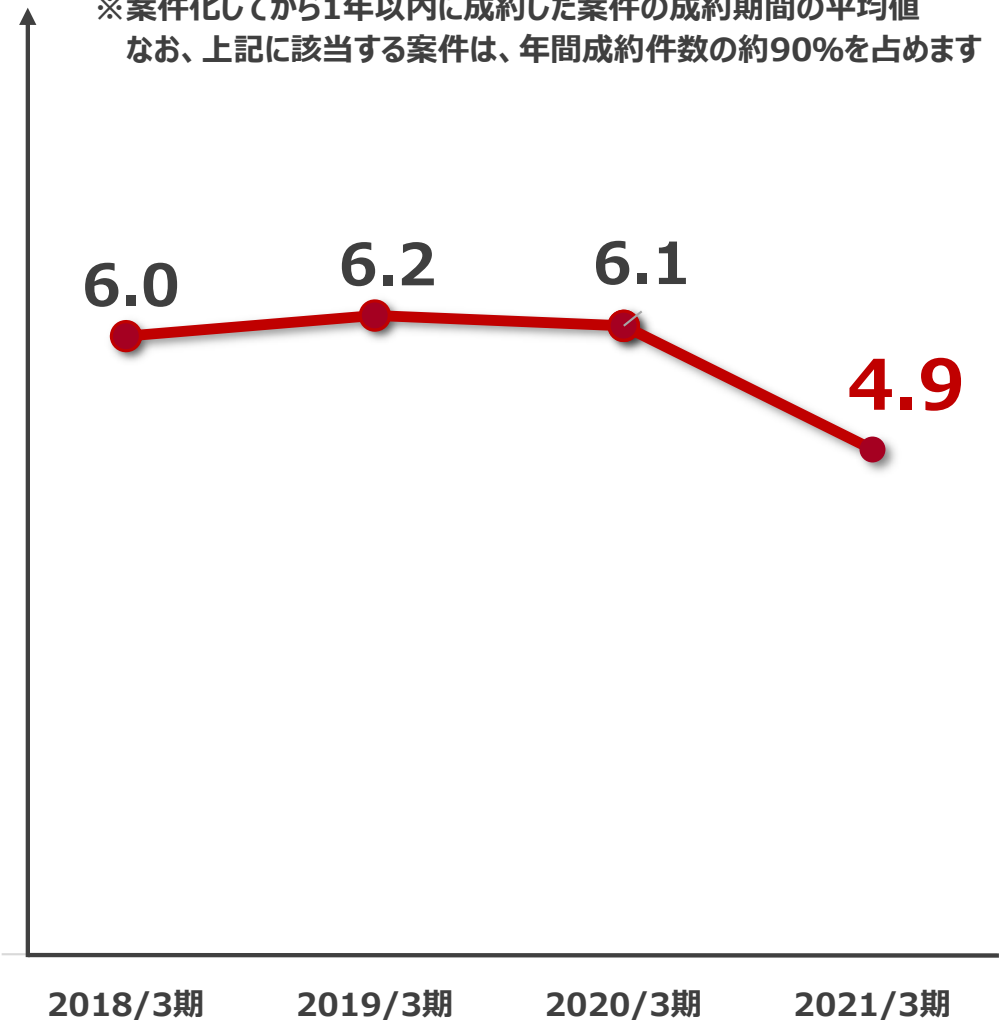
◆ 平均手数料は微減だが、成約期間は短縮

◆ 平均手数料の推移（万円）



◆ 成約までの期間（月）

※案件化してから1年以内に成約した案件の成約期間の平均値
なお、上記に該当する案件は、年間成約件数の約90%を占めます



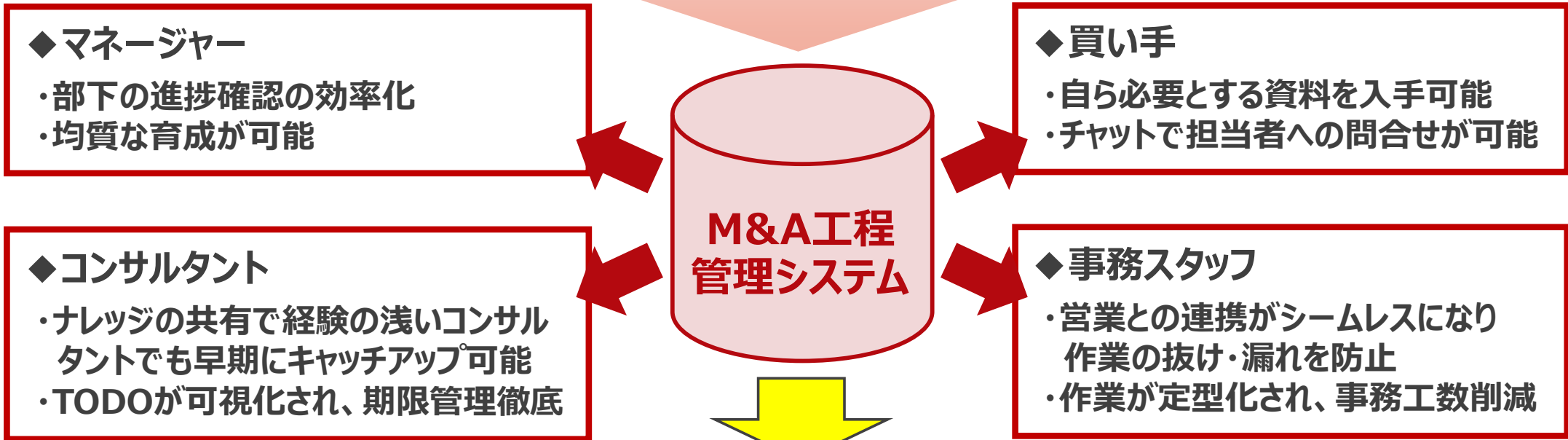


【M&A仲介事業】「M&A工程管理システム」を自社開発

- ◆ M&Aの工程を20以上のプロセスに分解し、厳格な工程管理を実施
- ◆ 個人の経験等に頼りがちな工程を定型化・可視化することで、コンサルタントの大量採用時にも案件進捗の確実性とスピードを担保



案件毎の工程管理を一元化・定型化



成約期間が短縮



【M&A仲介事業】 セグメント業績

- ◆ 教育体制の整備・仕組化が奏功し、成約組数が大幅増
- ◆ 案件流入も順調で、売上高・利益共に、前年度比大幅増

| | | 2021年3月期 実績 | 2020年3月期 実績 | 前年度比 |
|----------------|----------|----------------|----------------|--------|
| 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% | 54.9% | — |

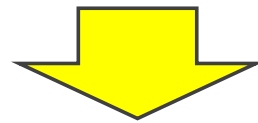
2021年3月期 追加投資の結果報告

22/3期以降に向けた、21/3期の追加投資（結果）



商談型 展示会 事業 (計画)

- オンライン展示会（以下「オンライン展」）のマネタイズが概ね完了
 - コロナによる社会変容で、オンライン展は追い風
 - 災害等のリスク低減に加え、オンライン展は急成長の余地大
- ⇒ **オンライン展に集中投資（①自社システム開発＋②採用）**



(結果)

- ① **自社開発のオンライン展示会プラットフォーム『ExpON（エキスポン）』を、2021年1月に完成済**
 - 大幅にインターフェースを改善し、新機能を追加
 - 人的マッチングに加え、システム・マッチングを大幅強化
- ② **人材採用は、募集9名のうち、7名採用済（残りも採用継続中）**

オンライン展示会事業の進捗状況（結果）



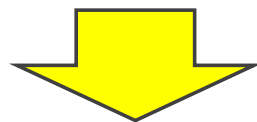
◆ 自社開発のオンライン展示会プラットフォーム『ExpON』完成により… (エキスポン)

- 新規オンライン展を、短納期（1～2カ月）かつ低コストで開設可能に
 - 更なるインターフェース改善や新機能追加等、最速で対応可能に
- ⇒ 22/3期以降に向け、サービスの「横展開」「付加価値アップ」を、迅速に実現できる環境が整う。

◆ 自社プラットフォームによる、オンライン展示会の開設を順次スタート

- 2月「CareTEX365オンライン」にて運用開始
- 3月「からだケアEXPOオンライン」を新規開設

⇒ 22/3期以降も、新分野のオンライン展示会を開設予定

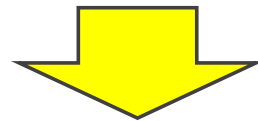


22/3期以降に向け、オンライン展の大幅拡大に向けた準備が整う



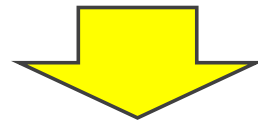
M&A 仲介事業 (計画)

- 2020年4月からの新体制で、教育体制・仕組化が概ね完了
 - 未経験人材でも、短期間に戦力化でき、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
- ⇒ 採用に集中投資（③コンサルタントの採用加速）



(結果)

- ③コンサルタントは、募集9名を、全員採用済
- 営業事務は、募集2名を、全員採用済



22/3期以降に向け、M&A事業の大幅拡大に向けた準備が整う

2022年3月期 先行投資と業績予想



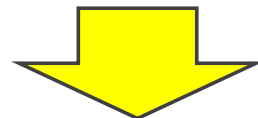
コロナを契機に、社会・ビジネス環境が大きく変容

◆「展示会ビジネス」に、“パラダイムシフト”の兆し

- 「コロナ前」の状態に、完全には戻らない
- オンライン展示会等が拡大、業界地図が大きく変わる可能性

◆「小規模M&A」で、M&Aの“大衆化”が始まる

- 「小規模M&A」の巨大市場が動き出す
- 「小規模」にマッチした、人材と仕組みが必要
（「銀座の高級寿司」から、「回転寿司」のモデルへ）



創業以来の好機ととらえ、2022年3月期も
積極的な先行投資を継続



リアル 展示会

(介護・健康等)

- 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
⇒ **22/3期の売上は、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

オンライン 展示会

(介護・健康等)

- コロナによる社会変容で、オンライン展は追い風
- オンライン展の自社システムを開発済
⇒ **2021年3月に開設した「からだケアEXPOオンライン」が寄与し、22/3期の売上は、2倍の2億円に**

ハイブリッド 展示会

(新分野)

- オンライン展を武器に、新分野へ横展開
(オンライン展・リアル展を融合した「ハイブリッド展示会」を開始)
⇒ **22/3期は先行投資 (①人材採用9名・販促費)**
23/3期は、新分野へ本格進出し、売上4億円を目指す
(ハイブリッド展示会の詳細は、中期経営計画をご覧ください)

◆ 22/3期の先行投資 (上記のハイブリッド展示会に対して)

① 人件費・採用費・販促費 … 68百万円



M&A 仲介事業

- 教育体制と仕組化が完了
- M&A工程管理システム（自社開発）を本格導入
工程を定型化・可視化し、コンサルタント大量採用時も
案件進捗の確実性・スピードを担保
- 介護業界のM&Aニーズは、引き続き増大傾向
 - ⇒ 人材への先行投資を継続
（②コンサルタントを、21/3期18名 ⇒ 22/3期31名に増員）
 - ⇒ 新規採用人材は、初成約まで約8カ月要するため、
22/3期売上は、21/3期比21%増の7.3億円に留まる
23/3期売上は、22/3期比51%増の11億円を目指す

- ◆ 22/3期の先行投資（22/3期の売上が計上できない期間の人件費を含む）
 - ②人件費・採用費・・・84百万円

2022年3月期 業績予想



- ◆ 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

| | 2022年3月期 業績予想 | 2021年3月期 実績 | 前年度比 |
|---------------------|------------------|---|--------|
| 売上高 | 1,633百万円 | 1,277百万円 | +27.8% |
| 営業利益① ※先行投資等 控除前 | 321百万円 | — | — |
| 営業利益率 | 19.7% | — | — |
| 先行投資 | △152百万円 | 23/3期以降の業績拡大のため、先行投資を実施 (人件費・採用費・販促費等) | |
| 株式報酬費用 | △58百万円 | 新株予約権の発行に伴う会計上の費用計上額 | |
| 営業利益② ※先行投資等 控除後 | 111百万円 | 281百万円 | △60.5% |
| 営業利益率 | 6.8% | 22.0% | — |

2022年3月期以降 業績予想と計画



- ◆ 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**
(23/3期以降の計画の詳細は、中期経営計画をご覧ください)

| (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% |

2022年3月期以降 セグメント別業績予想と計画



(23/3期以降の計画の詳細は、中期経営計画をご覧ください)

(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% |
| 展示会 ハイブリッド | 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。

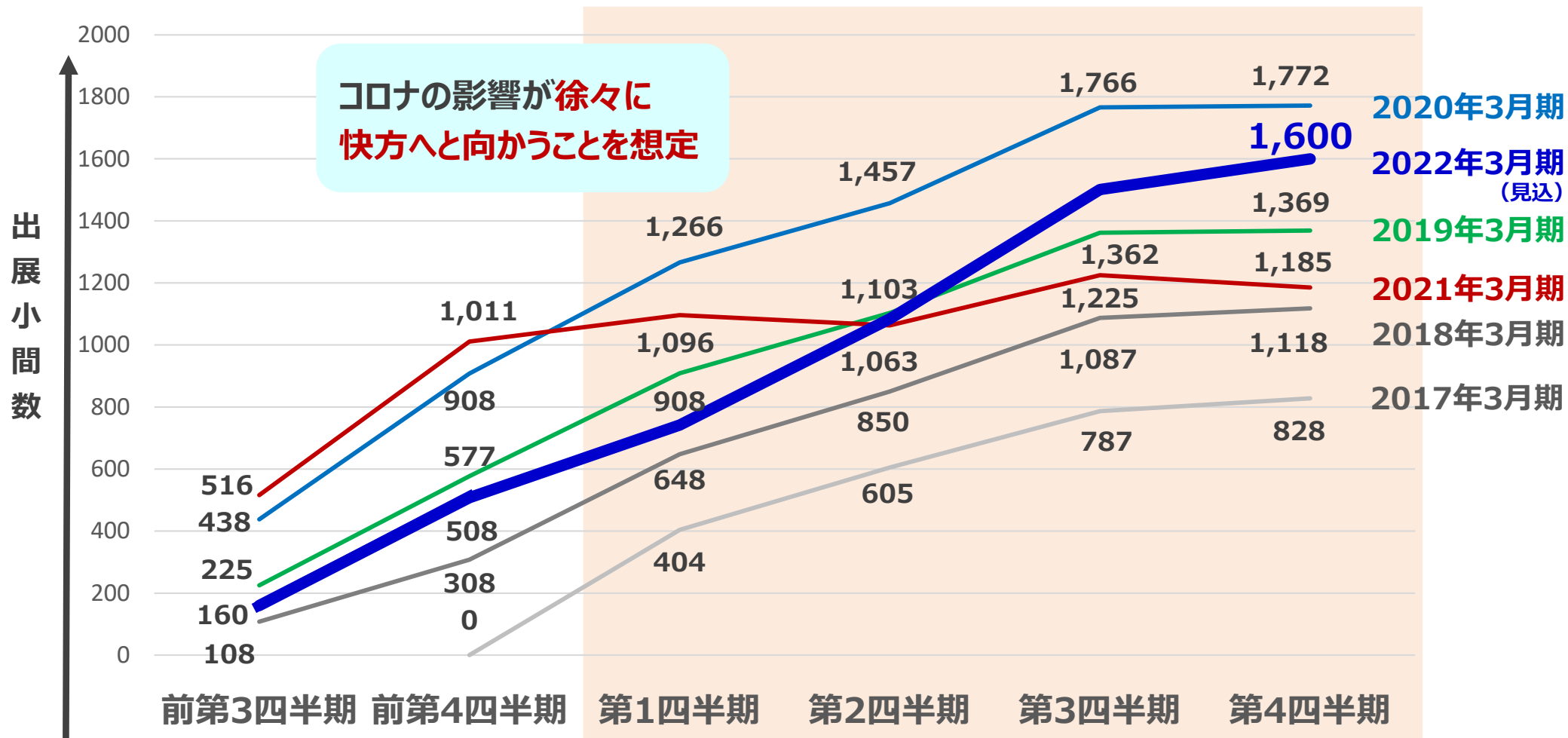


◆ 2022年3月期 展示会開催スケジュール

| 四半期 | 開催月 | 展示会名 |
|-------|-----|------------------|
| 第1四半期 | 5月 | CareTEX札幌 (初開催) |
| 第2四半期 | 7月 | CareTEX One横浜 |
| | 9月 | CareTEX仙台 |
| | | CareTEX福岡 |
| 第3四半期 | 10月 | CareTEX大阪 |
| | | 健康施術産業展 大阪 (初開催) |
| 第4四半期 | 2月 | CareTEX名古屋 |
| | 3月 | 東京ケアウィーク |
| | | 健康施術産業展 東京 |



◆ 出展小間数の契約進捗状況（累計）



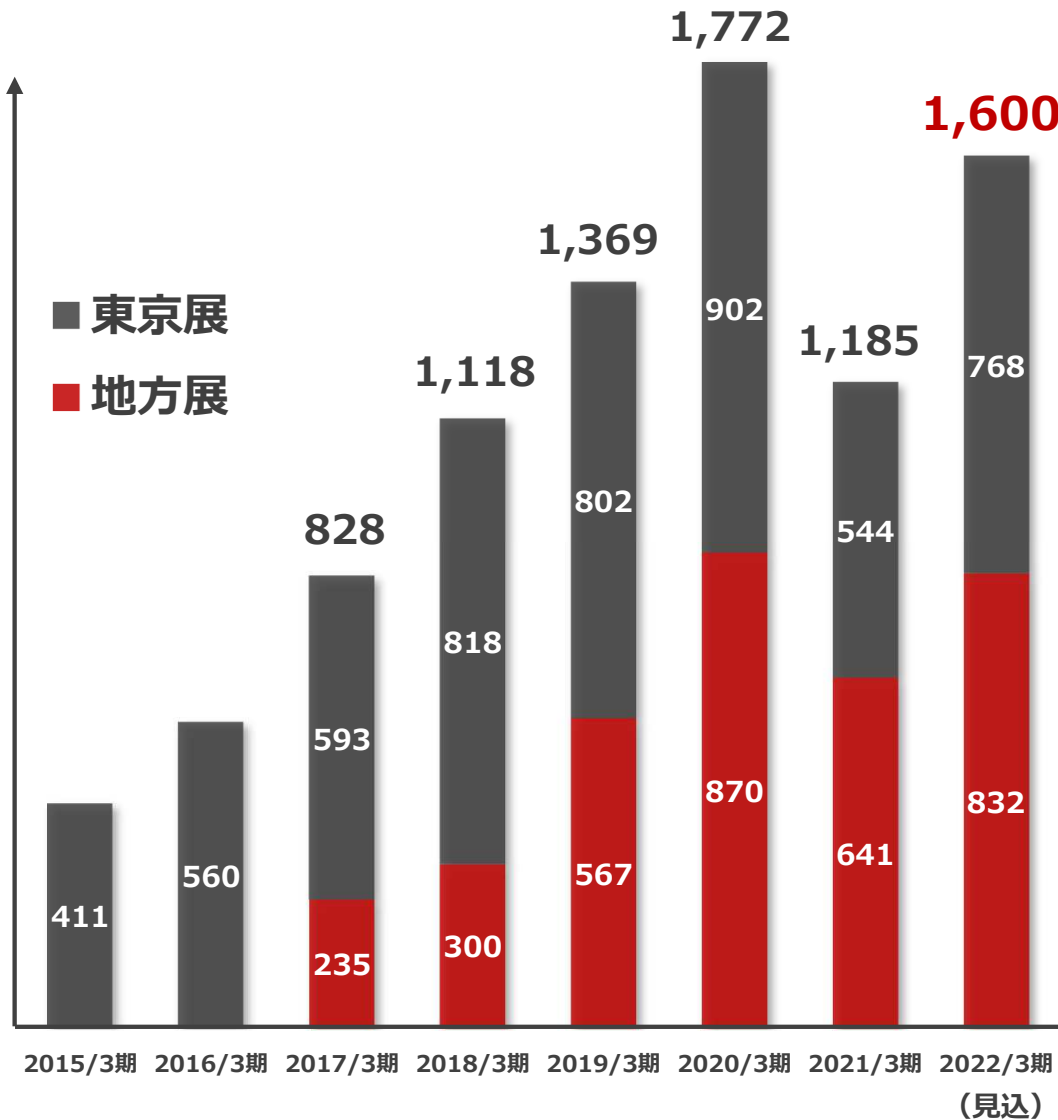
開催期 = 売上計上期

- 注) 1. 出展小間数とは、出展社に貸し出すために仕切られたスペースの単位
 2. 上記の契約進捗状況は各会計期間に開催 (= 売上計上) した展示会の契約獲得時期を累計で表示

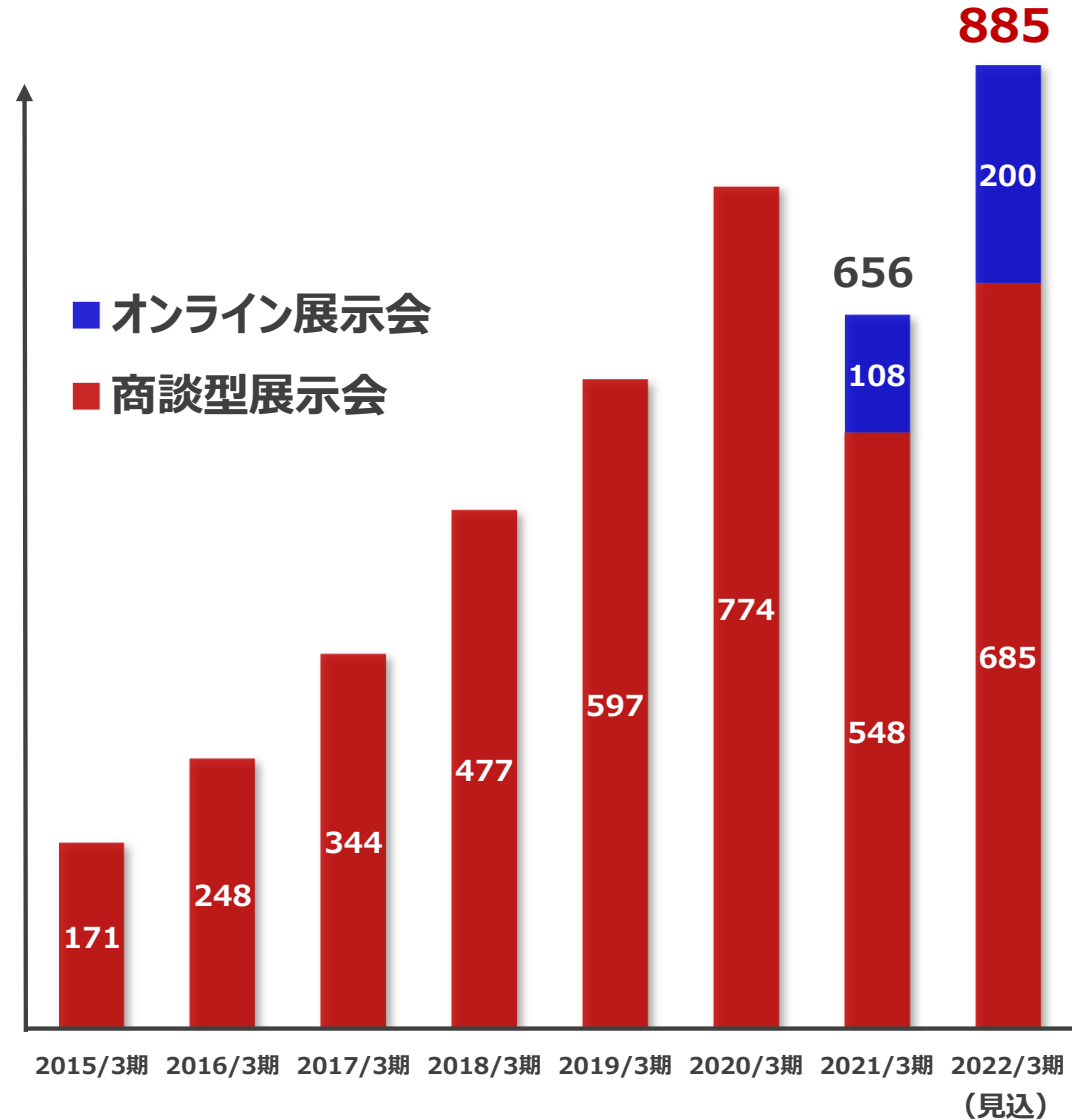
商談型展示会事業の見通し



出展小間数の推移（小間）



売上高の推移（百万円）

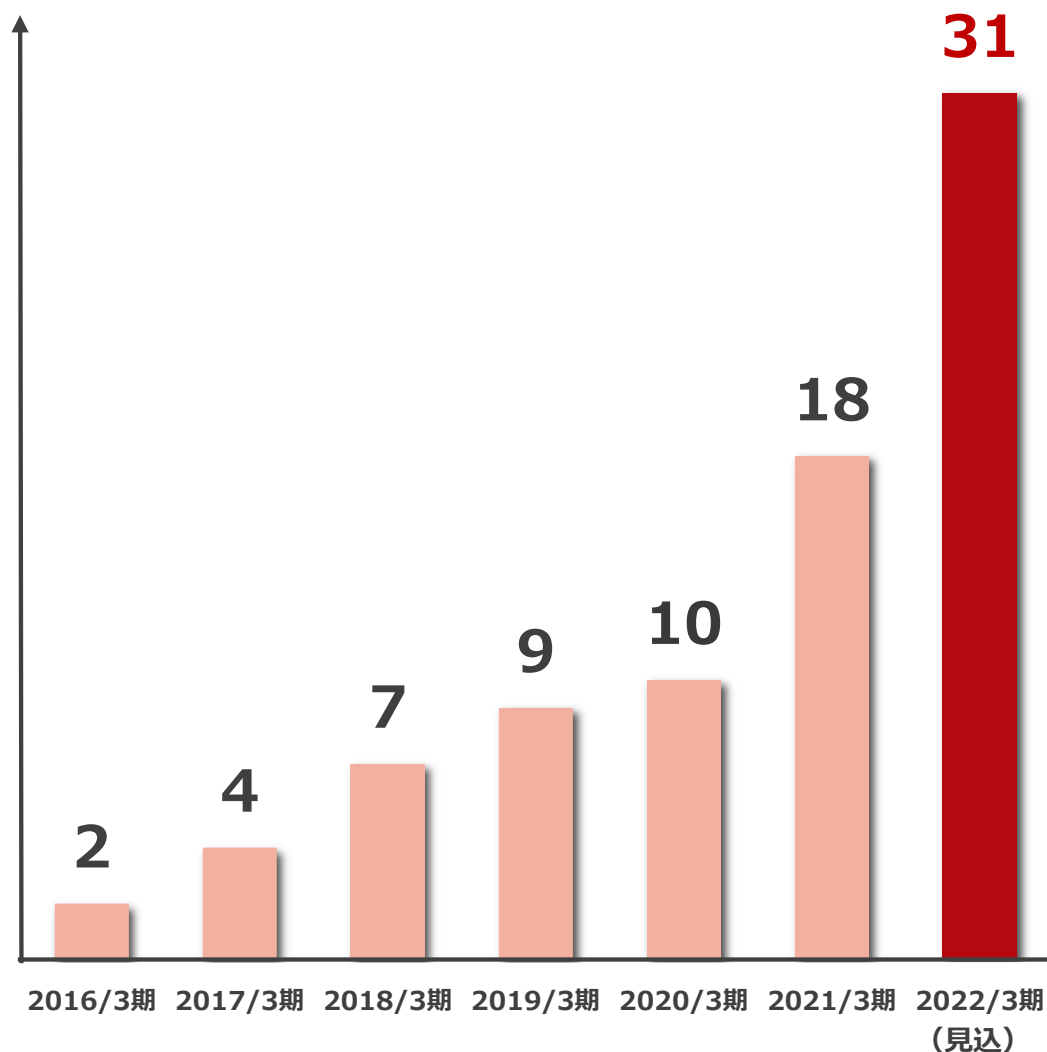


M & A 仲介事業の見通し



◆ 22/3期も大量採用を継続し、23/3期以降の大幅増収を見込む

コンサルタント人員の推移（名）



新規採用したコンサルタントが売上に
寄与するまでの想定期間：約8ヵ月

入社～戦力化までのモデル期間

- 入社～2ヵ月後：教育研修期間
- 入社2ヵ月後：最初の案件担当
(案件成約まで6ヵ月を想定)
- 入社8ヵ月後：初の案件成約
以降、本格的に戦力化し、売上に寄与

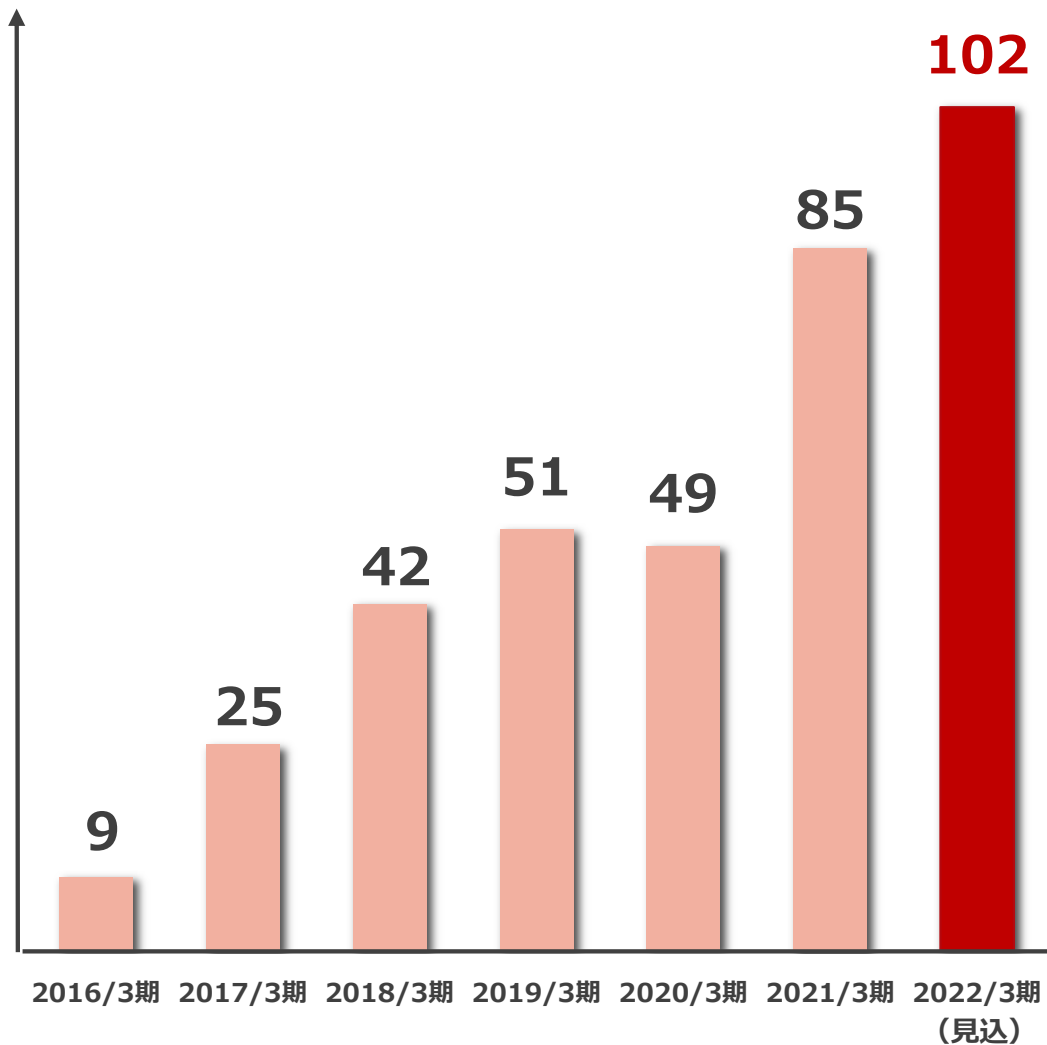
上記より、採用したコンサルタントの売上への寄与は、入社8ヵ月後より始まり、1人当たりの想定売上を計上するのは1年8ヵ月後。よって、21/3期下半期以降に採用したコンサルタントの売上への寄与は、22/3期においては一部に留まり、23/3期に本格化する見込み。



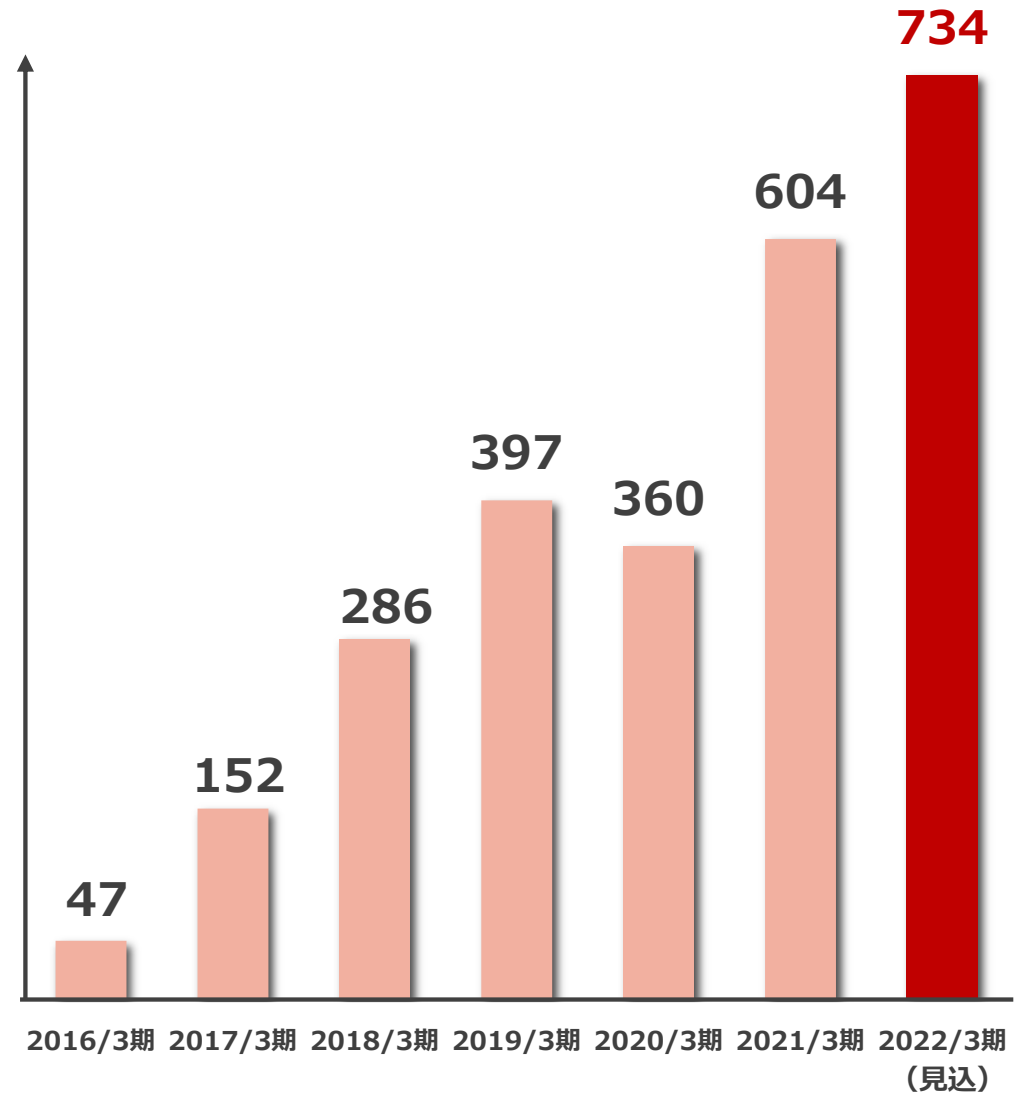
M & A 仲介事業の見通し

◆ 大量採用中のコンサルタントは、23/3期以降、本格的に売上に寄与する見込み

成約組数の推移（組）



売上高の推移（百万円）





◆商談型展示会事業

- ワクチン接種の開始等により、コロナの影響が徐々に快方へと向かい、万一、緊急事態宣言が発出された場合でも、展示会の開催が出来ることを前提に計画
- コロナが前年度以上に悪化した場合や、政府・自治体等の要請により、展示会の開催が出来なくなった場合、目標が未達となる可能性あり

◆M&A仲介事業

- ワクチン接種の開始等により、コロナの影響が徐々に快方へと向かい、万一、緊急事態宣言が発出された場合でも、訪問・面談等が出来ることを前提に計画
- コロナが前年度以上に悪化した場合や、政府・自治体等の要請により、訪問・面談等が出来なくなった場合、目標が未達となる可能性あり

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。



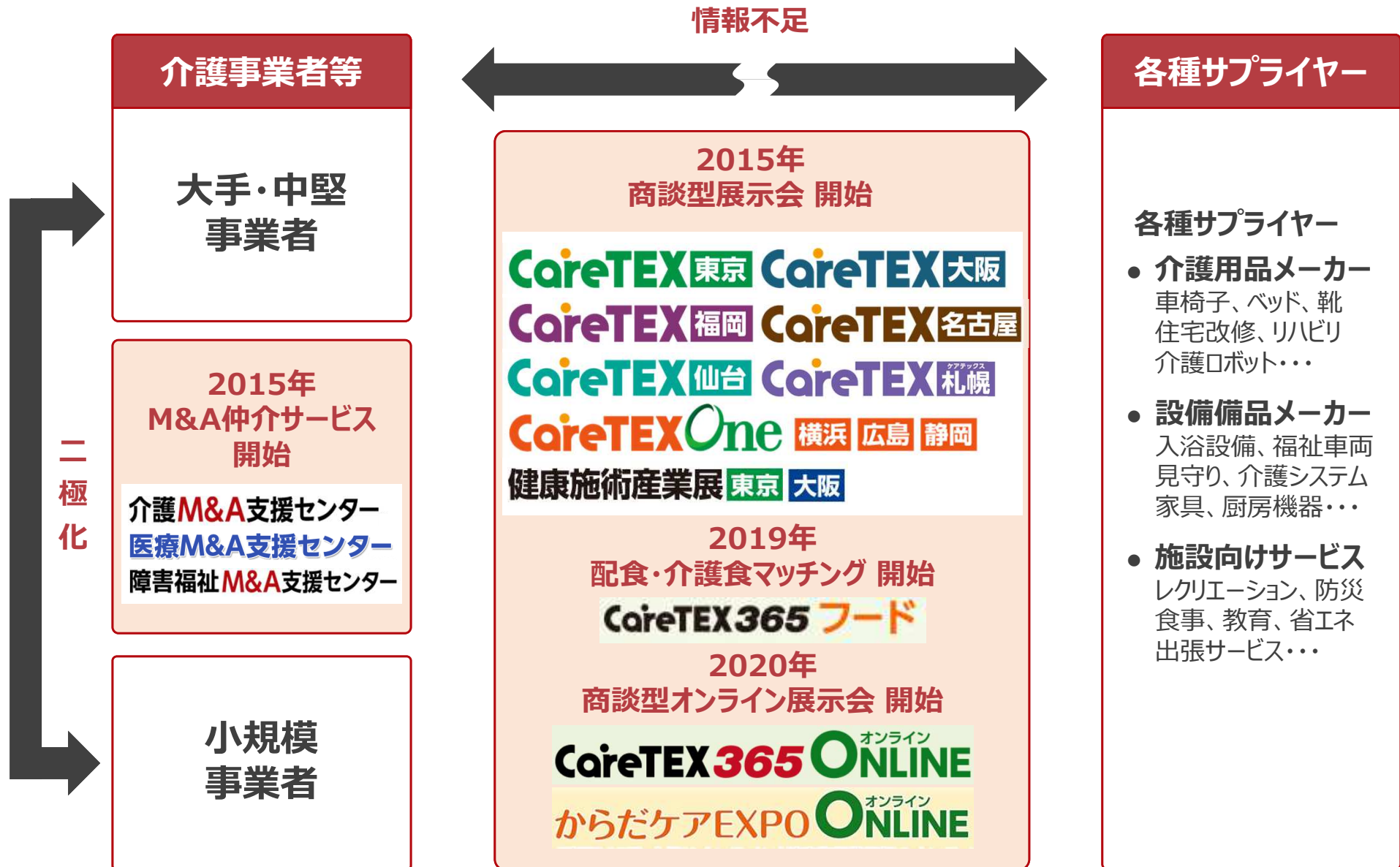
社外取締役 守屋 実

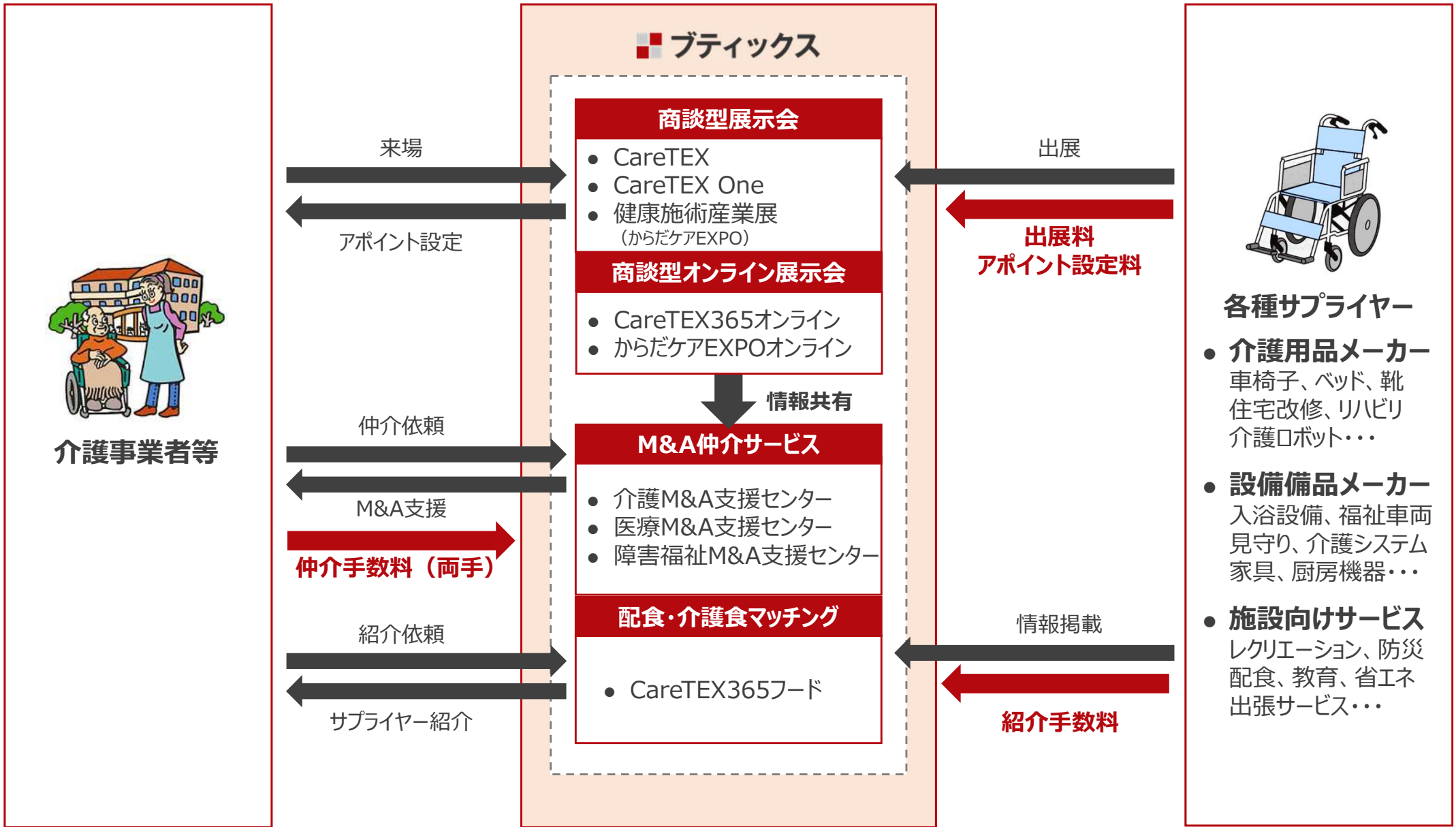
1992年 ミスミ入社。以降、新規事業の立上げ業務に従事。2002年エムアウトを設立し、取締役就任。
2010年 守屋実事務所を設立し、代表取締役就任。
2016年 当社社外取締役就任。
明治学院大学卒。

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



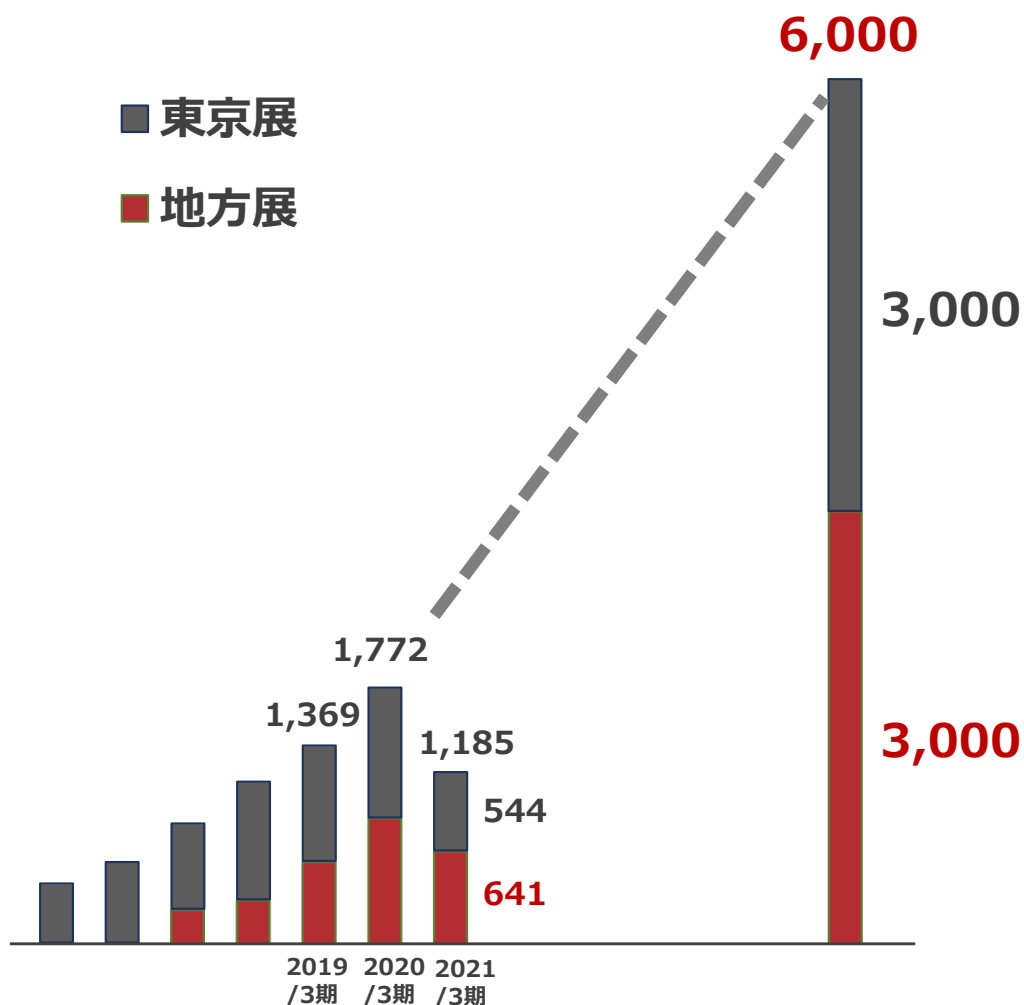


展示会事業の今後の拡大余地



介護業界における当社の展示会事業の拡大余地は、約25億円（20/3期売上の約3.3倍）

出展小間数の推移（小間）



介護業界における展示会事業の拡大余地

東京展：3,000小間

既存展拡大 544小間 → 1,500小間
別の時期に開催 1,500小間

地方展：3,000小間

既存展+開催地拡大 641小間 → 1,500小間
別の時期に開催 1,500小間

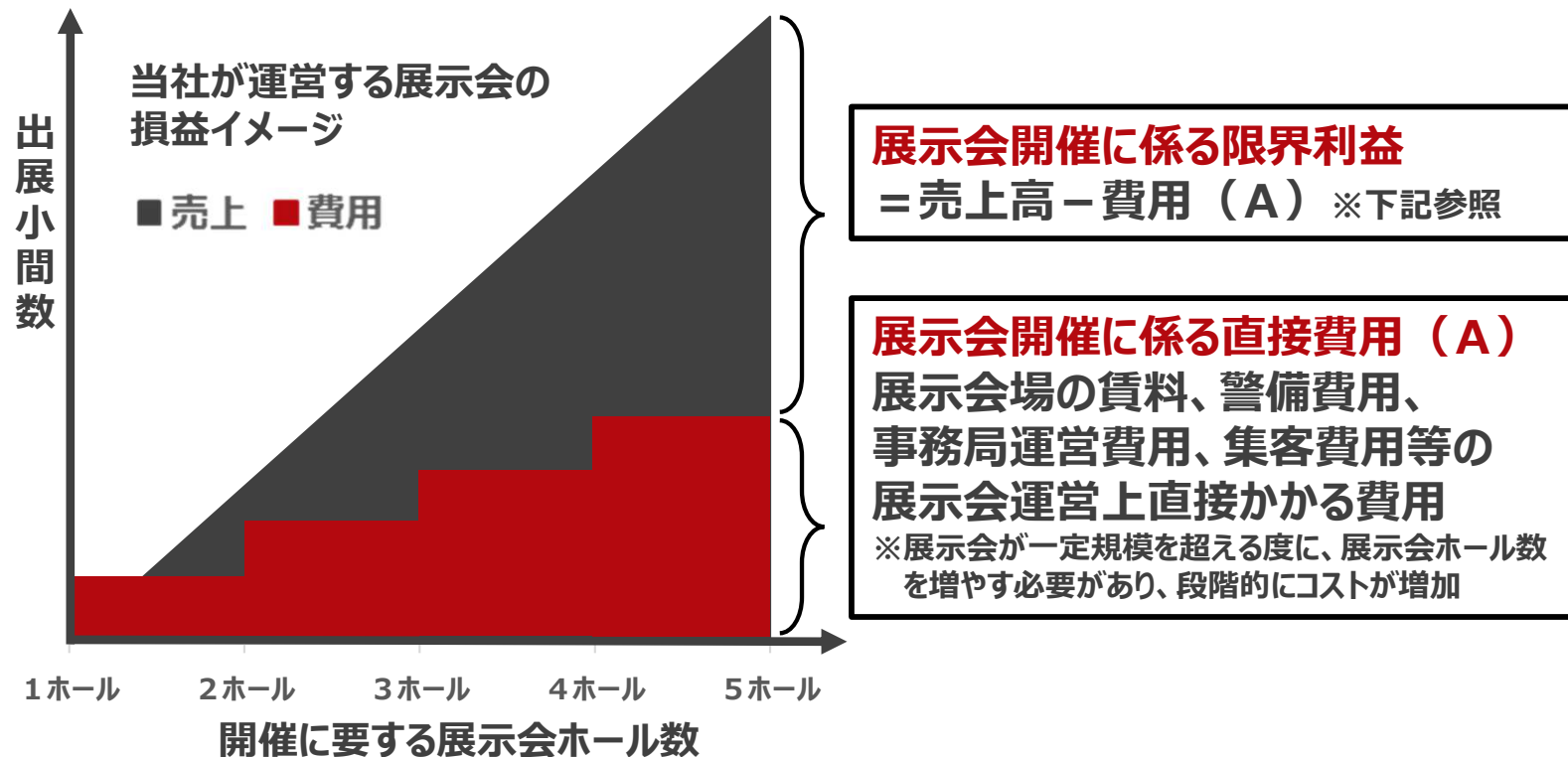
合計：6,000小間 ⇒ 売上：約25億円

展示会の立上げノウハウを活かし、
早期に、他の業界でも展示会を立上げ

商談型展示会事業の特徴



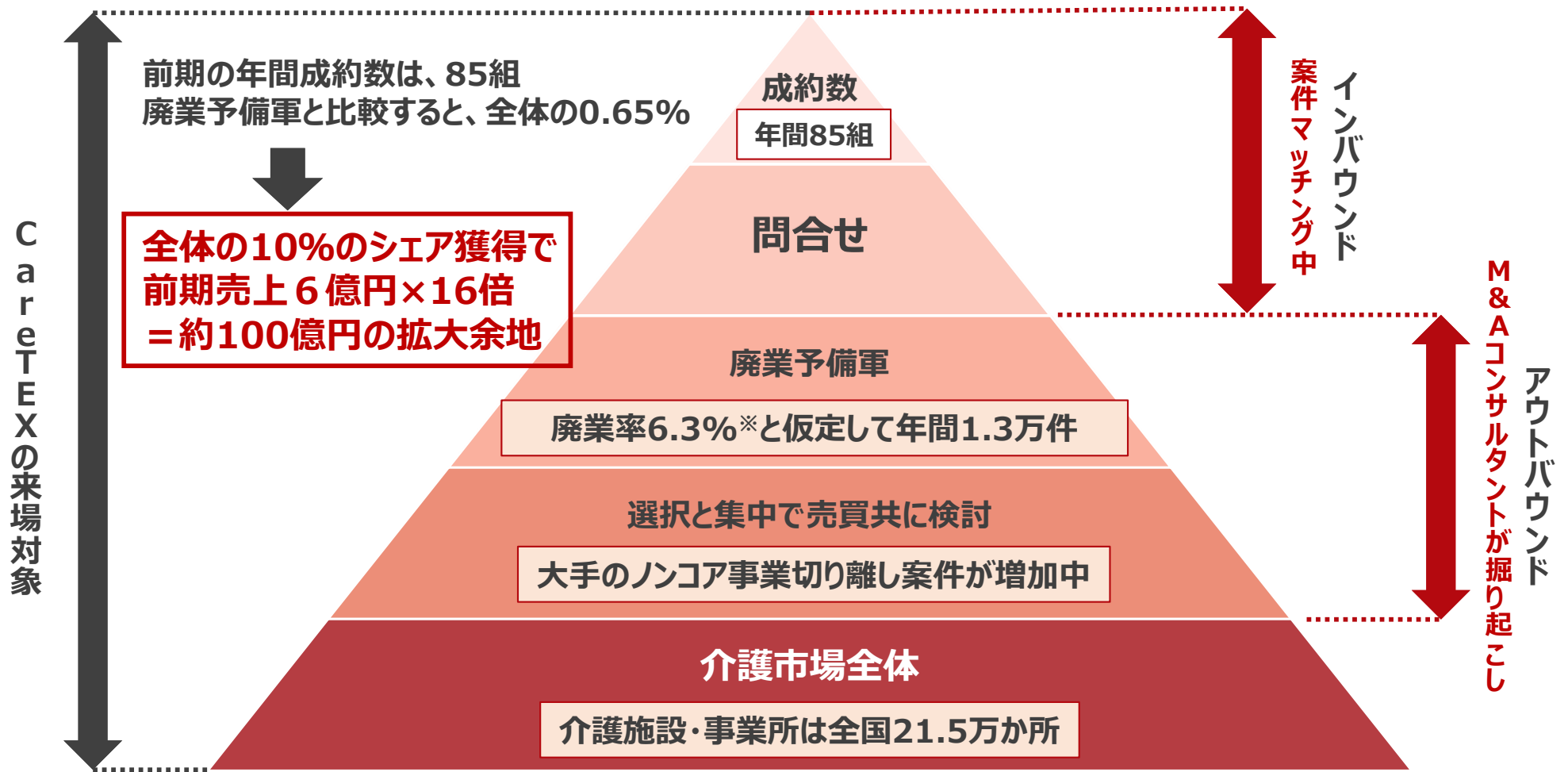
- ◆ 出展社にとって、見込顧客の決裁権限者と直接対面で商談できるため、**受注確度の高い販促活動**が実施可能となる
- ◆ 当社にとって、**事業性・収益性の高いビジネス**として運営しながら、貴重な**決裁者情報**や**様々なニーズ**も収集することができる
- ◆ 展示会場の賃料や集客費用等、かかるコストは限定的であり、損益分岐点も低く、**限界利益率の高い**ビジネスである



M&A仲介事業の今後の拡大余地



介護業界における当社のM&A仲介事業の拡大余地は、約100億円（21/3期売上の約16倍）

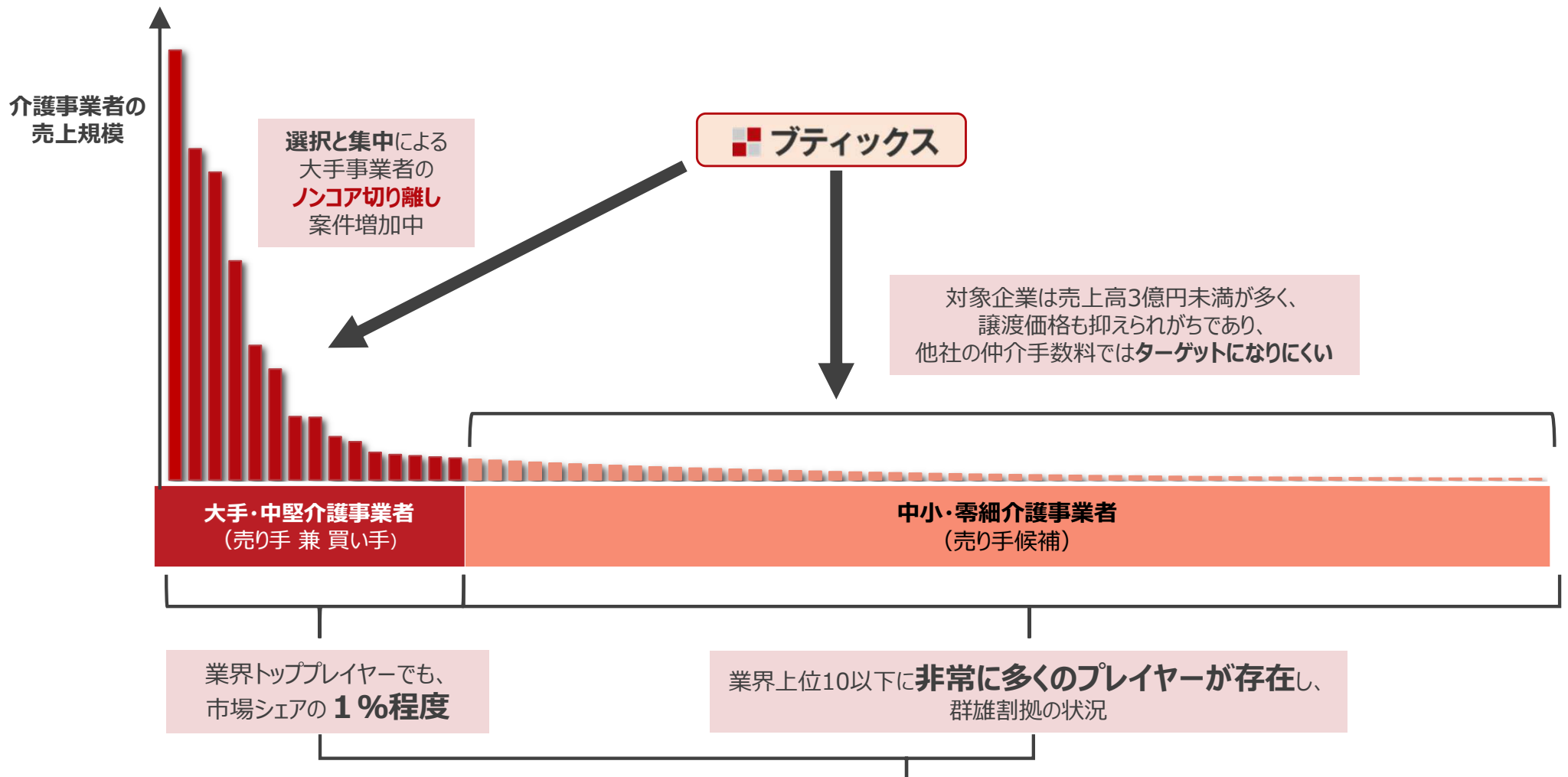


※：出所 東京都福祉保健局「平成28年度 事業所指定件数及び事業別・法人別事業所数」「事業所指定件数及び事業別・法人別事業所数（平成29年度）」より、2016年4月1日時点の居宅介護支援、居宅サービス事業者数12,315件、2016年度の年間廃止等数780件より算出

M & A 仲介事業の特徴



◆ M&A事業の拡大余地が非常に大きい（ロングテール型の市場）



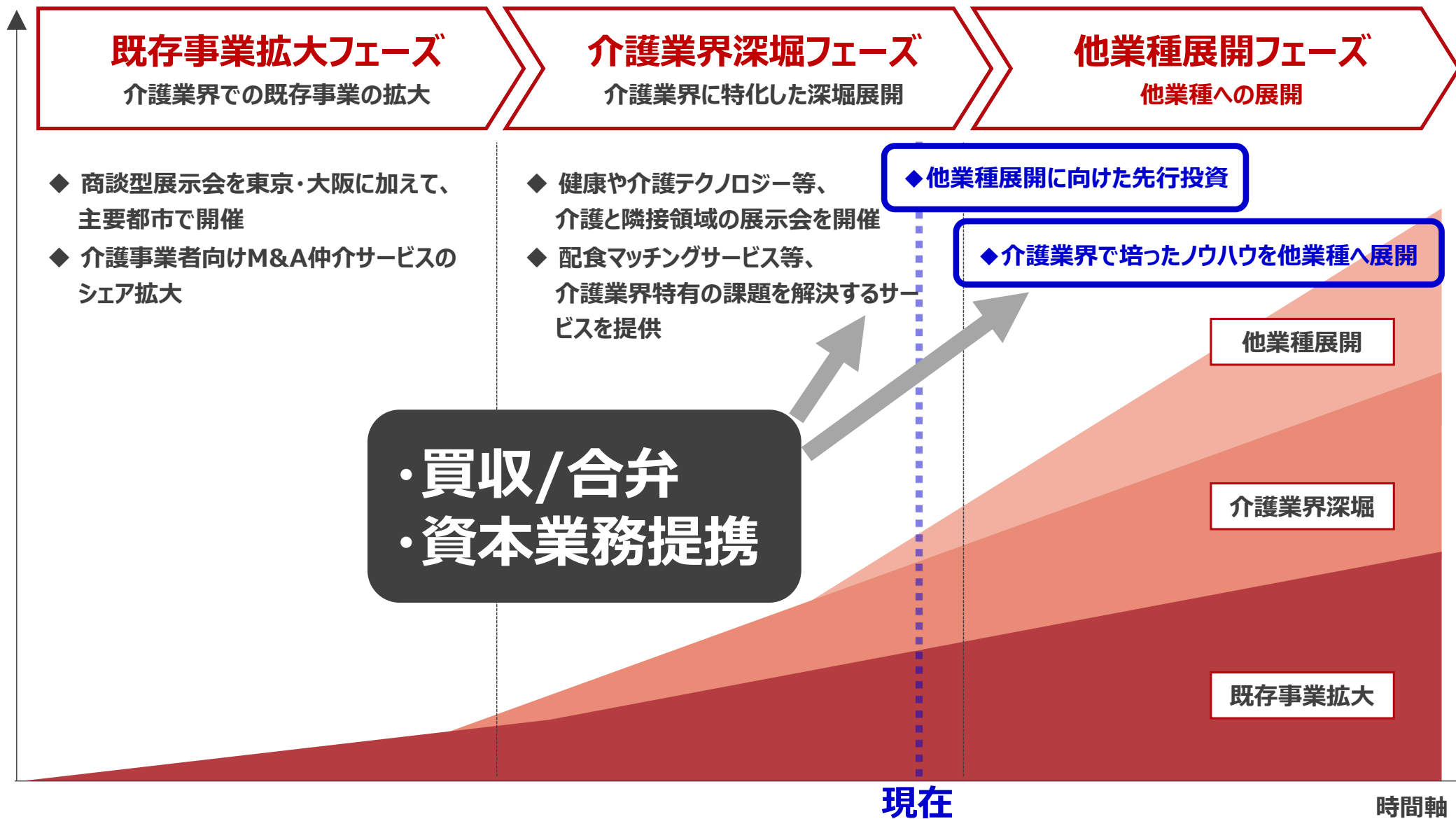
寡占化されていない市場であり、今後、企業再編等により、
M&Aの需要が更に高まると予想される市場

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

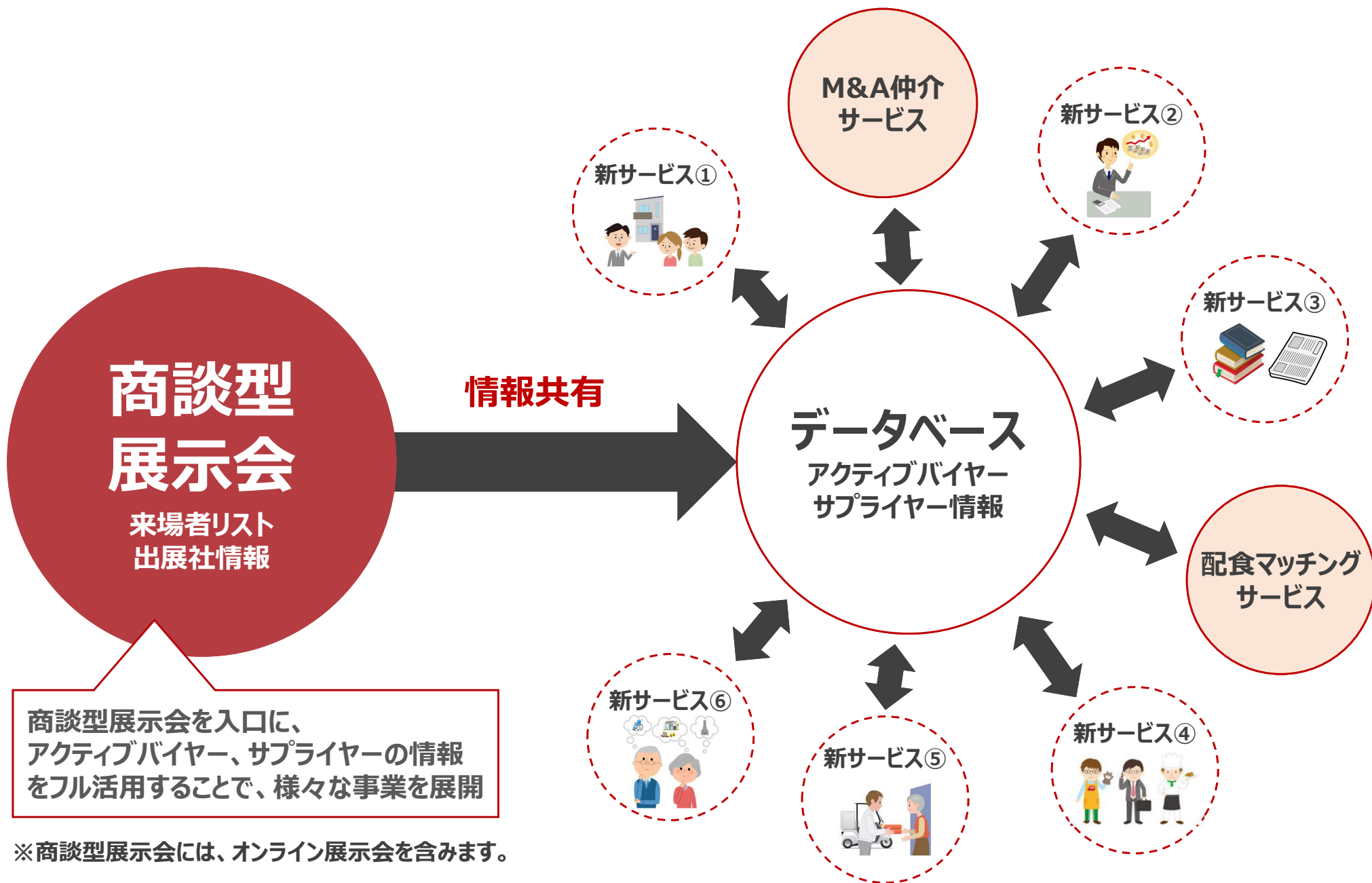
事業規模 ◆ : 現在進行中 ◆ : 今後展開予定



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



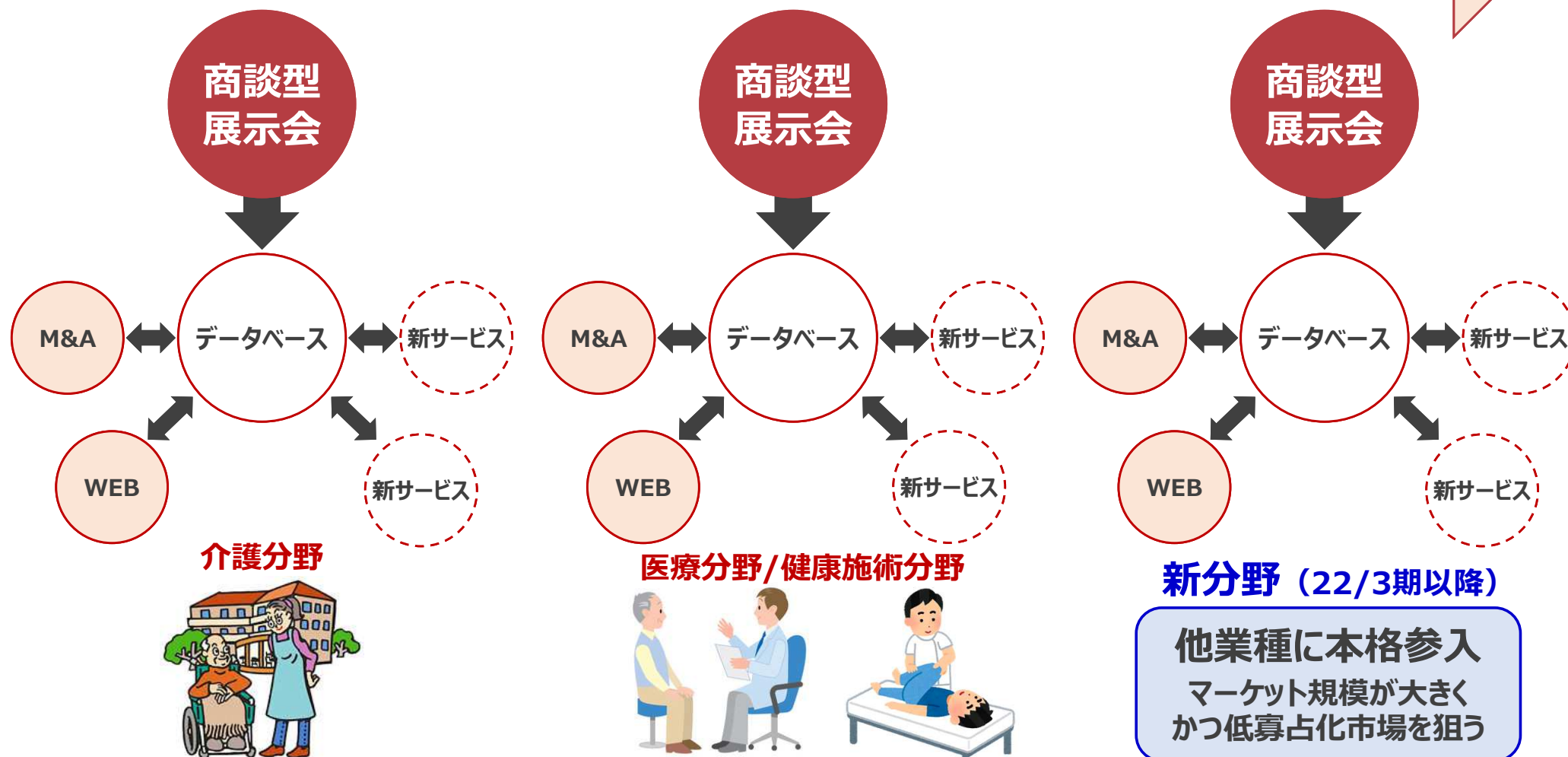
※商談型展示会には、オンライン展示会を含みます。

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





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