

(証券コード：9272)
2021年11月9日

 **ブティックス株式会社**
Boutiques, Inc.

**事業計画及び
成長可能性に関する説明資料**



I	会社概要	P.2
II	事業概要	P.5
III	事業の特徴・強み	P.9
IV	成長戦略	P.24
V	事業計画	P.29
VI	定量目標	P.40
VII	リスク情報	P.45

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9月30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
	社外取締役	吉崎	浩一郎
	社外取締役	守屋	実
	社外取締役	寺西	章悟
事業内容	業界に特化したマッチング・プラットフォーム事業		
	1. 商談型展示会事業		
	2. ハイブリッド展示会事業		
	3. M&A仲介事業		
従業員数	101人（アルバイト・派遣含む） ※2021年9月30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	中国杭州市に合弁会社「杭州方布健康科技有限公司」(※2)を設立 (※2)同社とは2020年8月31日に合弁契約を解消
2020年2月	東京で「在宅医療総合展」「健康施設産業展（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EXPO365オンライン」を開始
2021年9月	M & A 支援機関登録制度に登録

役員紹介



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、IT、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。
2004年 同社取締役就任。
2006年 当社設立、代表取締役社長就任。
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 最高投資責任者就任。
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。



社外取締役 寺西 章悟

2009年 長島・大野・常松法律事務所入所。
2012年 てらにし法律事務所開設。
2014年 田島・寺西法律事務所パートナー弁護士。
2016年 当社監査役に就任。
2021年 当社社外取締役に就任。
東京大学大学院卒。

II. 事業概要



◆ 3つの事業を注力事業として育成

商談型展示会事業

- 商談型展示会「CareTEX」を開催し、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
- 全国7エリアでのリアル展の開催に加え、2020年度よりオンライン展も開設



ハイブリッド展示会事業

- オンライン展とリアル展、双方のメリットを最大化した、新発想の「ハイブリッド展示会」DXPOを開催
- 2つの展示会を連続開催し、施工・運営コストを大幅に削減したシェアブース方式を採用することで、業界最安水準の出展料を実現



M&A仲介事業

- 商談型展示会の開催を通じて得られた経営者層のデータベースを活用することで、高いマッチング精度を特徴とする介護・福祉業界のM&A仲介サービスを提供
- 1人のコンサルが、小規模案件を多数成約出来る仕組みを構築し、業界最安水準の手数料を実現

介護M&A支援センター TEL.0120-377-051

実績No.1 成約実績563件突破 介護の成約件数No.1 完全成功報酬で着手金0円

の【介護M&A支援センター】がお悩みを解決します。

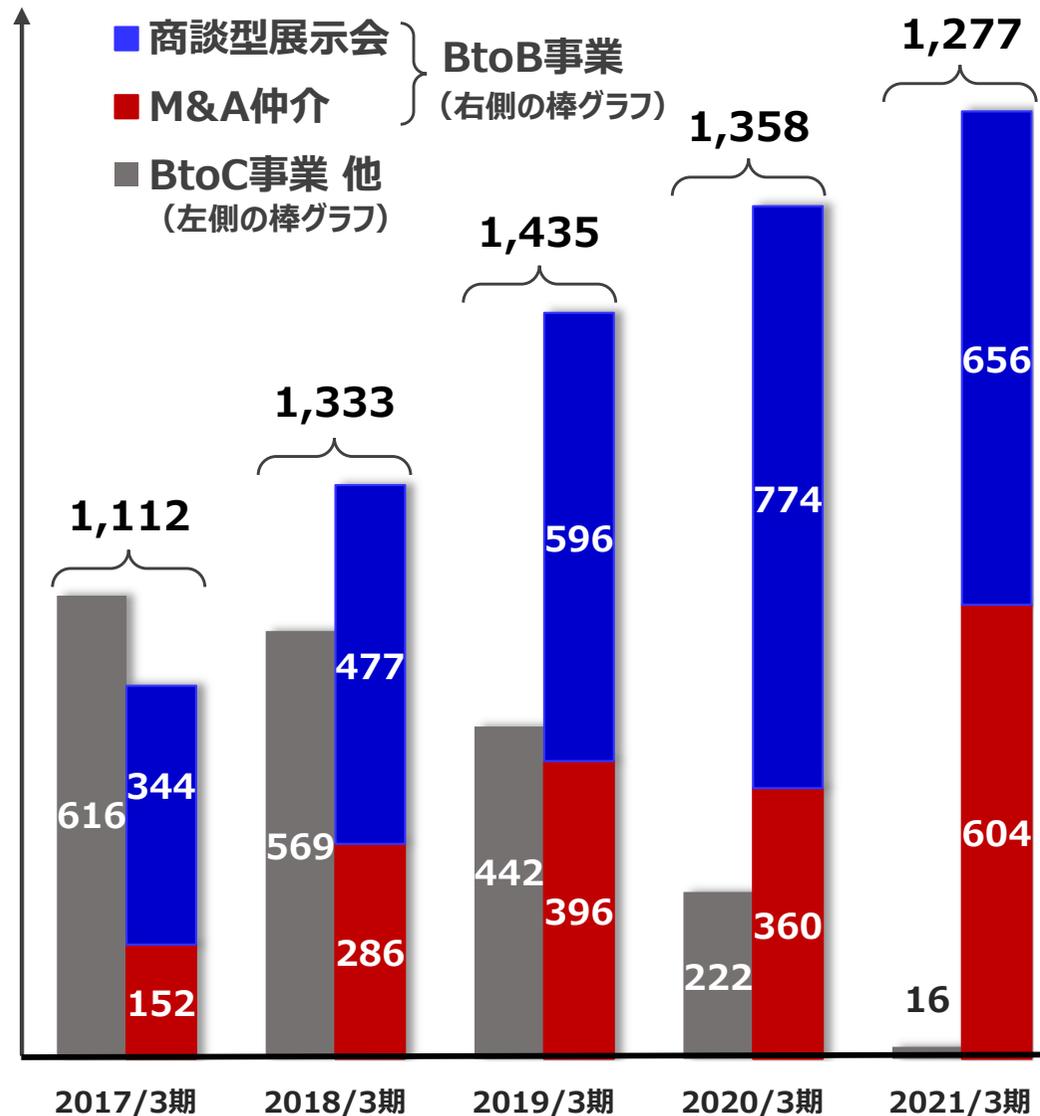
介護事業の譲渡・売却・事業承継のご相談はこちら	介護事業の譲受・買取のご相談はこちら
無料前半査定	売却・譲渡案件一覧
買手検索サービス 買手検索企業 6430 件以上！	売却案件お知らせサービス 0145 件以上！

売上高・営業利益の推移

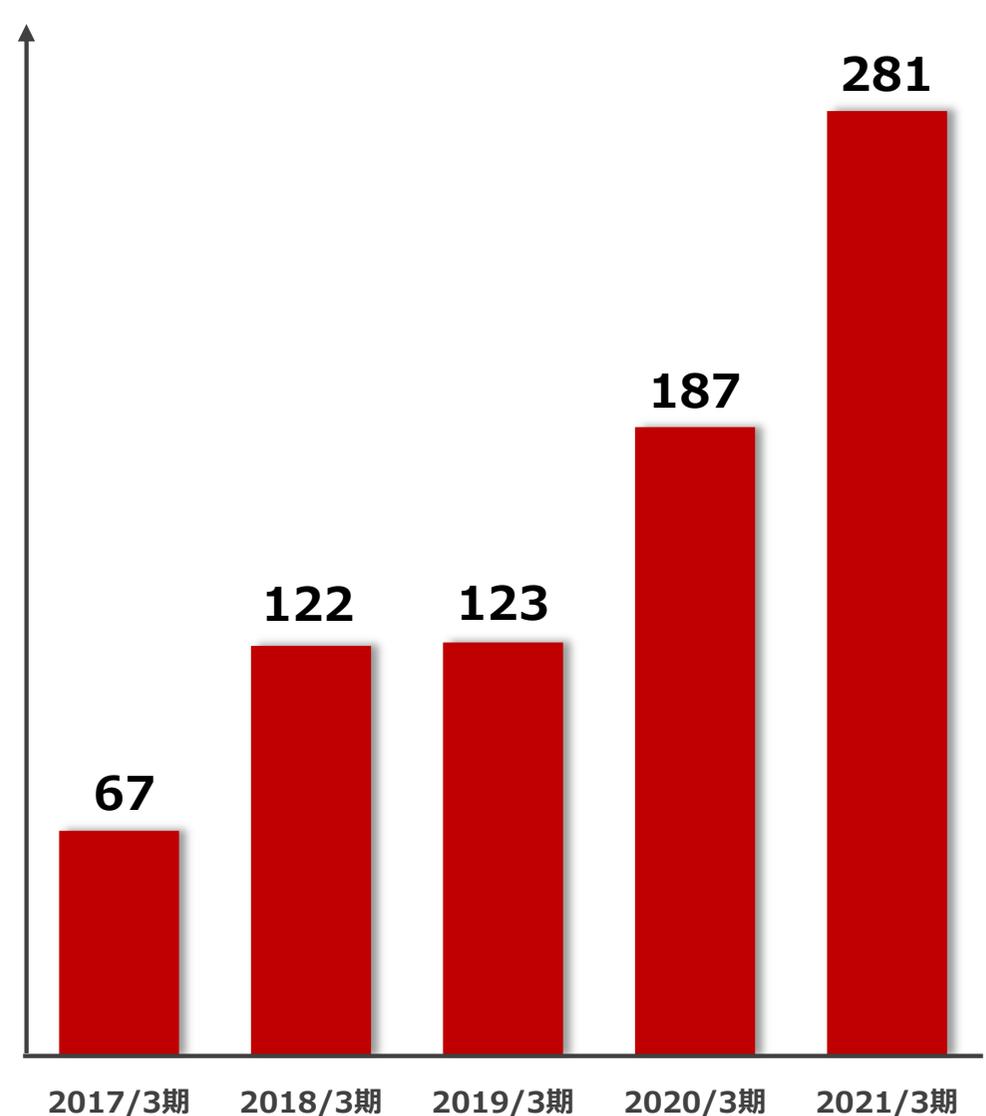


◆ BtoC事業からBtoB事業へシフトし、営業利益は5期連続増益

◆ 売上高 (百万円)



◆ 営業利益 (百万円)



Ⅲ. 事業の特徴・強み

商談型展示会事業 特徴と強み①



◆PR型展示会と異なり、決裁権限者同士の商談・マッチングの場

来場者

介護施設・事業者 年間のべ 34,000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 年間のべ 1,300社※

- **介護用品**
 - 歩行補助用品
 - 入浴用品
 - 衣類・靴
 - 介護予防・リハビリ
 - 介護ロボット 等
 - ベッド用品
 - トイレ・おむつ用品
 - 住宅改修用品
 - 生活支援用品
- **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
 - 省エネ・コスト削減
 - 配食・食事サービス
 - スタッフ採用・教育
 - 感染予防
 - 経営支援サービス
 - 防災・危機管理
 - 出張サービス 等

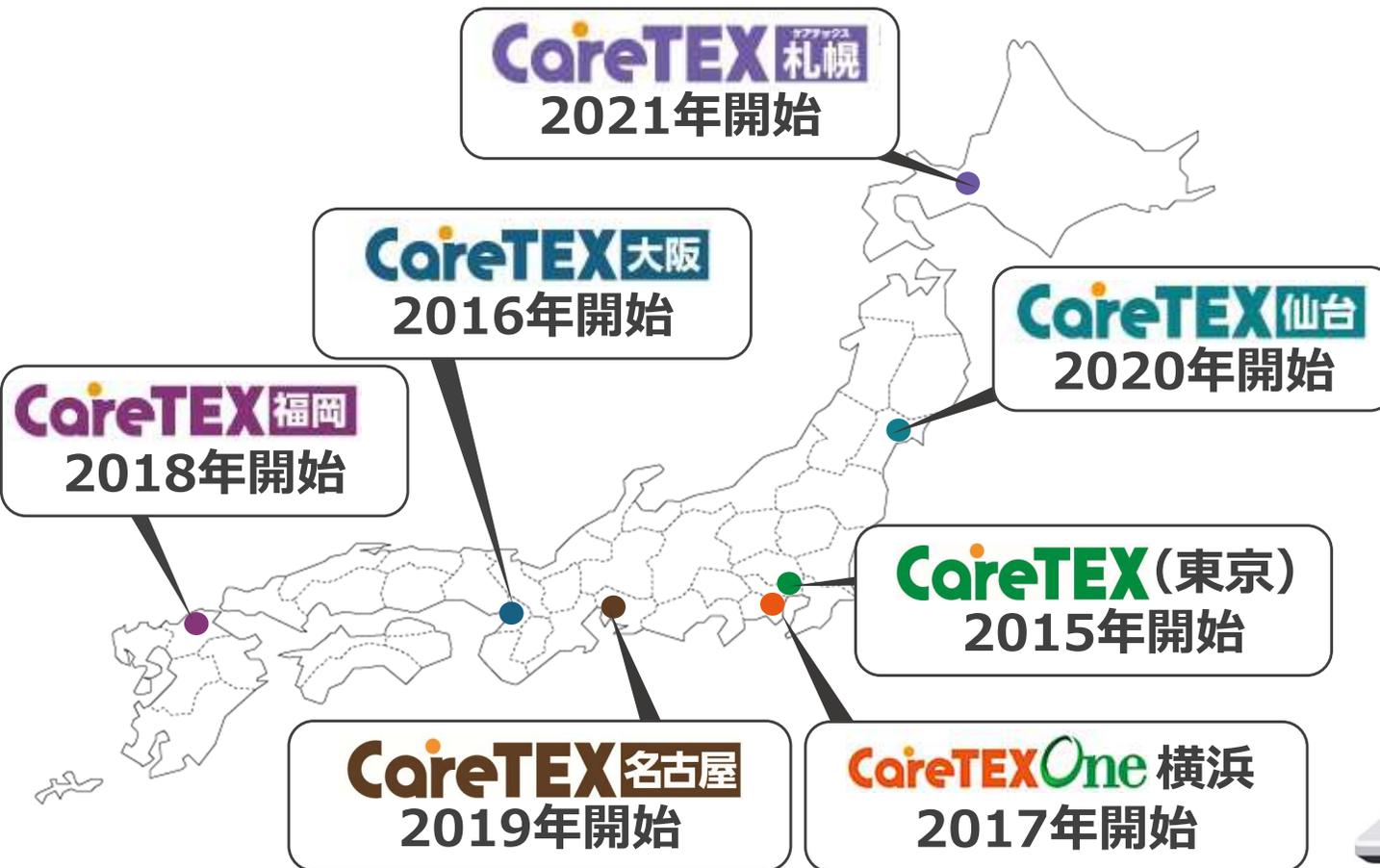
商談型展示会事業 特徴と強み②



◆主力事業のCareTEXは、介護業界最大級の展示会に成長

- 全国7都道府県での開催により、全国に分散する事業者と、くまなくマッチング
- 2020年7月より、介護業界初のオンライン展を開催し、365日24時間マッチング

CareTEXシリーズの開催エリア



オンライン展
2020年開始

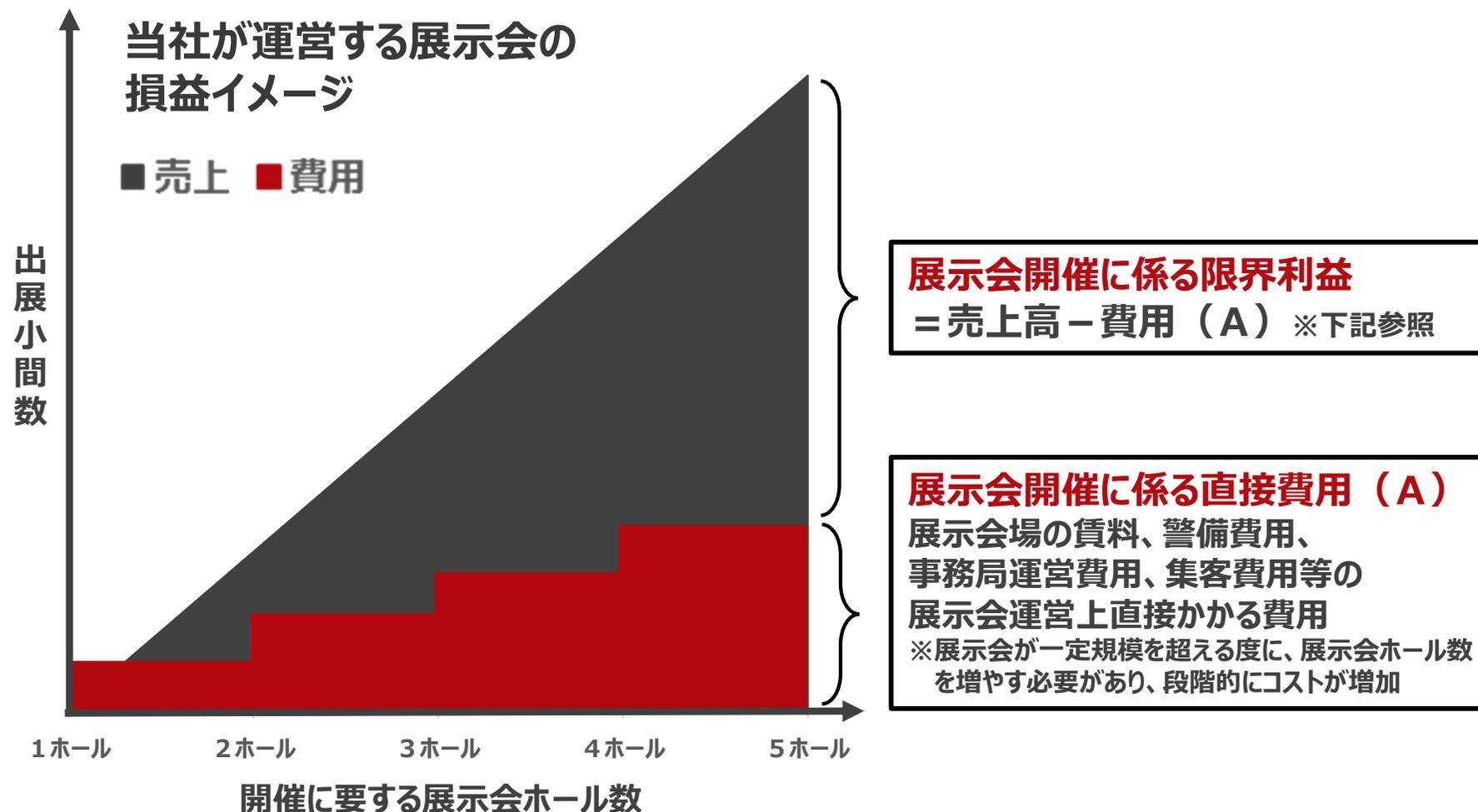
CareTEX 365 ONLINE





◆ 損益分岐点を超過すると、売上≧利益となり、**利益率が高い**

- 会場の賃料・集客費用等のコストは限定的で、損益分岐点が低く、**限界利益率が高い**
- 一過性のイベントと異なり、定期開催 = **ストック型**で、**安定的な収益**が得られるビジネス

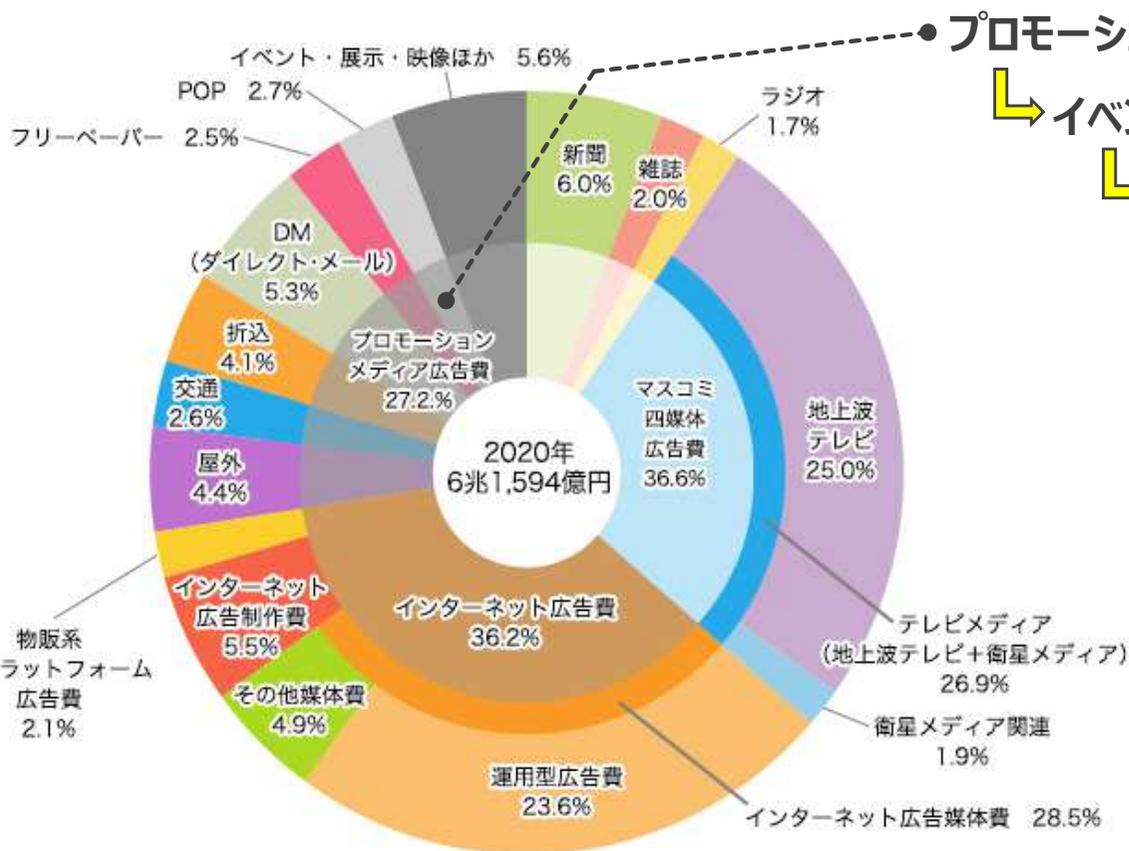


商談型展示会事業 当社のポジショニングと成長余地①



◆ 全業界での当社の展示会事業の**拡大余地**は、約**160～320億円**

2020年 日本の広告費の市場規模 ※1



● プロモーションメディア広告費：1兆6,768億円 (前年比75.4%)

↳ イベント・展示・映像ほか：3,473億円 (前年比61.2%)

↳ 展示会事業の市場規模 ※2 (当社推定)

	2019年	2020年
展示会数 ※3	490展	472展
市場規模 ※4	1,604億円	1,013億円

平常時 (コロナ前) の**展示会事業の市場規模**は約**1,600億円**と推定



将来、10～20%のシェアを獲得したとして
売上高160～320億円の拡大余地

※1 (株)電通「2020年日本の広告費」より。 https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2020/media4.html

※2 出展小間料や入場料を主な収入とする展示会主催業の市場規模。

※3 「見本市展示会総合ハンドブック」((株)ビーオーピー)の2019年度版・2020年度版より、開催展示会数(同時開催の構成展示会を除く)を当社にて集計。なお、2020年は新型コロナウイルス感染症の影響で開催中止となった展示会も一定数ありますが、中止した展示会の数を正確に把握することが困難なため、展示会数には中止した展示会の数も含まれます。

※4 東京商工リサーチ等に展示会事業の売上高を公表している主催者のうち、開催展示会数上位10社及び当社の売上高の合計額を、当該主催者の開催展示会数の合計数で割って1展当たりの平均売上高(以下「平均売上高」といいます)を算出し、これに年間の開催展示会数(上記※3参照)を乗じた金額を市場規模として推定。

上記にて平均売上高を算出する際、開催展示会数上位の主催者を対象としていることから、その対象は主に私企業主催者となっています。このため、平均売上高算出の際に、業界団体等が主催する展示会は含まれておらず、これらの展示会を含めた際には、平均売上高の金額が増減する可能性があり、この場合、全体の市場規模の推定値が増減する可能性があります。

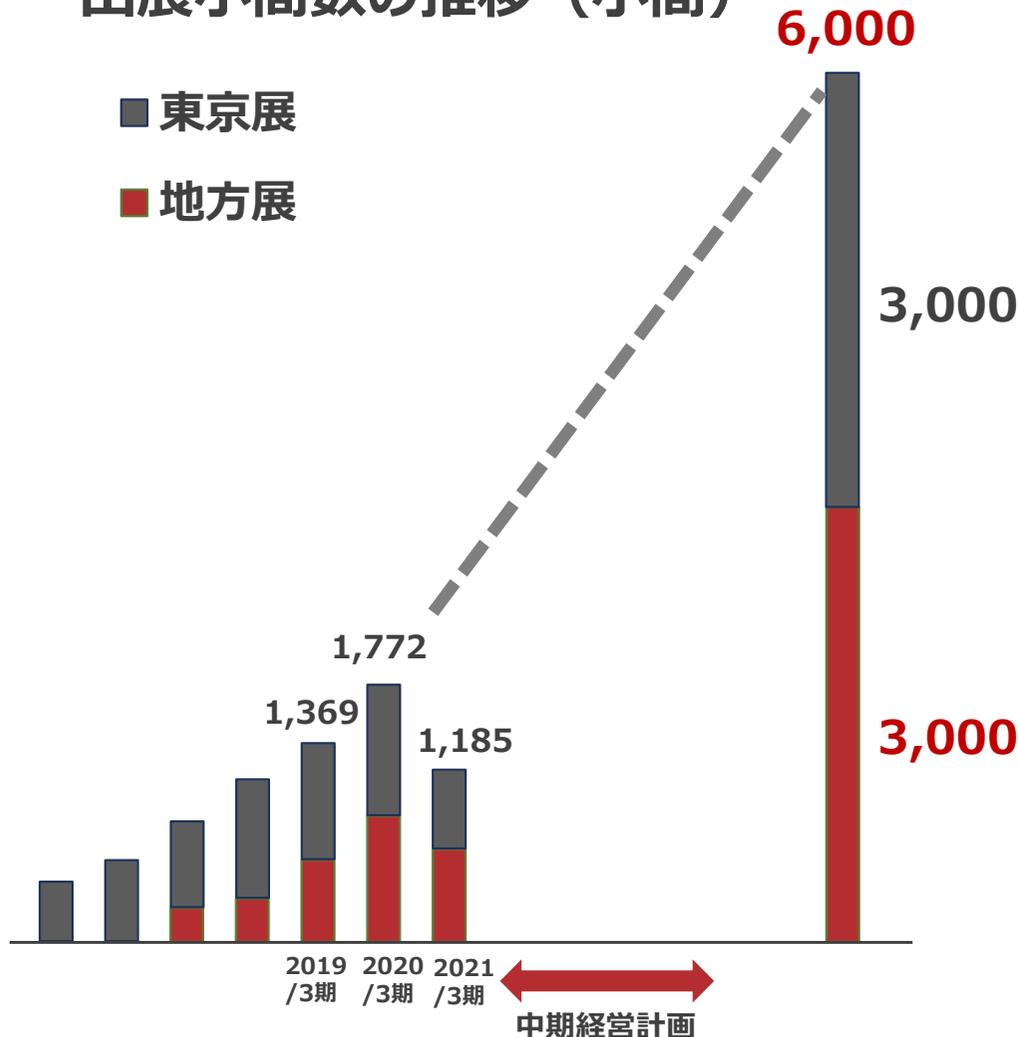
商談型展示会事業 当社のポジショニングと成長余地②



◆ 介護業界での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※

※平常時（コロナ前）である20/3期の売上をもとに算定

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 902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 870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

※売上高 = 出展小間数 × 小間単価
小間単価は大きく変動しないので出展小間数が重要指標

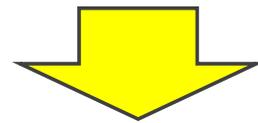
**展示会の立上げノウハウを活かし、
早期に、他の業界でも展示会を立上げ**

ハイブリッド展示会事業 特徴と強み①



◆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	【見込客獲得の量】 <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事業 特徴と強み②



◆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**

(2022年)

(2023年)

(開催例)





◆ 第1弾として「企業の業務改革・DX推進」に関する新規展開催

開催概要 主催：ブティックス株式会社	開催発表説明会を9月中旬オンラインにて開催
<p data-bbox="291 430 1075 590">経営・経理・人事・総務 DX推進展 バックオフィス DXPO — オンライン(365日) & 展示商談会(東京・大阪) —</p> <p data-bbox="257 662 1108 869">【オンライン】2022年6月～2023年5月（以降も継続開催） 【東京展】2022年8月23日(火)・24日(水) 東京ビッグサイト 【大阪展】2023年3月14日(火)・15日(水) インテックス大阪 《公式ホームページ ⇒ https://box.dxpo.jp》</p>	<p data-bbox="1164 430 1948 590">マーケティング・営業・宣伝・店舗 DX推進展 フロントオフィス DXPO — オンライン(365日) & 展示商談会(東京・大阪) —</p> <p data-bbox="1131 662 1982 869">【オンライン】2022年6月～2023年5月（以降も継続開催） 【東京展】2022年8月25日(木)・26日(金) 東京ビッグサイト 【大阪展】2023年3月16日(木)・17日(金) インテックス大阪 《公式ホームページ ⇒ https://fox.dxpo.jp》</p>

◆ 出展料3展合計（東京・大阪・オンライン、ブース装飾費込）で、破格の60万円より

- 地球環境への配慮と経済性の観点から、「出展ブースを複数社でシェアする」という、**新発想の“シェアブース”方式を採用**
- 2つの展示会を連続開催し、ブース装飾・受付・看板・備品等を居抜きで再利用、残材・廃棄物を最小限にし、**施工・運営コストを大幅削減**
- 出展しやすい価格設定で、**ベンチャー・スタートアップ企業の出展も促進**

M&A仲介事業 特徴と強み①



◆ 介護・福祉業界特化&6,500社の買い手保有で**成約スピードが早い**

- 介護・福祉業界特化で買い手DBを早期に蓄積、**買い手候補の探索が早い**
- 業界での成約実績が豊富で、業界特有のニーズを熟知しているため、**マッチング精度が高い**

買い手DB
業界最大級^{※1}

案件成約実績
業界最大級^{※1}

成約までの
平均期間

6,500社

623件^{※2}

4.9ヵ月^{※3}

M&A 実績

M&A 実績

M&A 実績

※1 介護・福祉業界における比較（当社調べ）

※2 当社におけるM&A仲介事業開始以来の累積成約実績件数（売り案件・買い案件をそれぞれ1件としてカウントした合計数）

※3 当社における2021年3月期実績（案件化してから1年以内に成約した案件の平均期間。左記に該当する案件は年間成約件数の約9割を占めます）



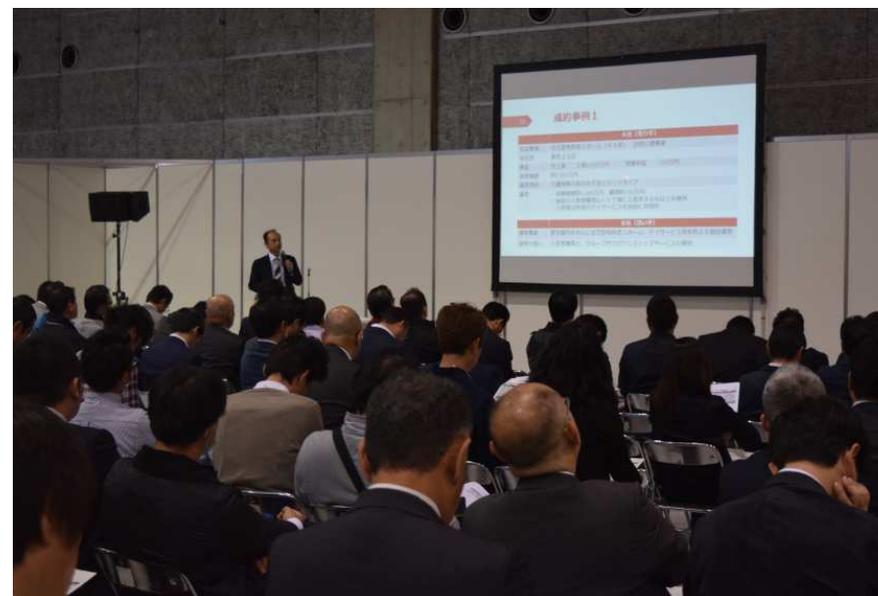
◆当社主催の商談型展示会を活用した**効率的な案件開拓**

- 介護業界最大級のCareTEXでの出展・講演等により、売り手・買い手を**通年で開拓**
- 東京・大阪・名古屋・福岡・仙台・札幌等での展示会出展により、**全国のM&A案件を開拓**

◆CareTEX（当社主催）にブース出展



◆CareTEXセミナーでM&Aの講演



M&A仲介事業 特徴と強み③



◆“回転寿司モデル”で、**業界最安水準***の手数料 ※最低100万円から

- 1人のコンサルタントが、小規模案件を多数成約できる仕組み構築
 - M&A未経験者でも、早期に育成・戦力化できるため、大量採用が可能
- 安価な手数料を実現

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カ月**

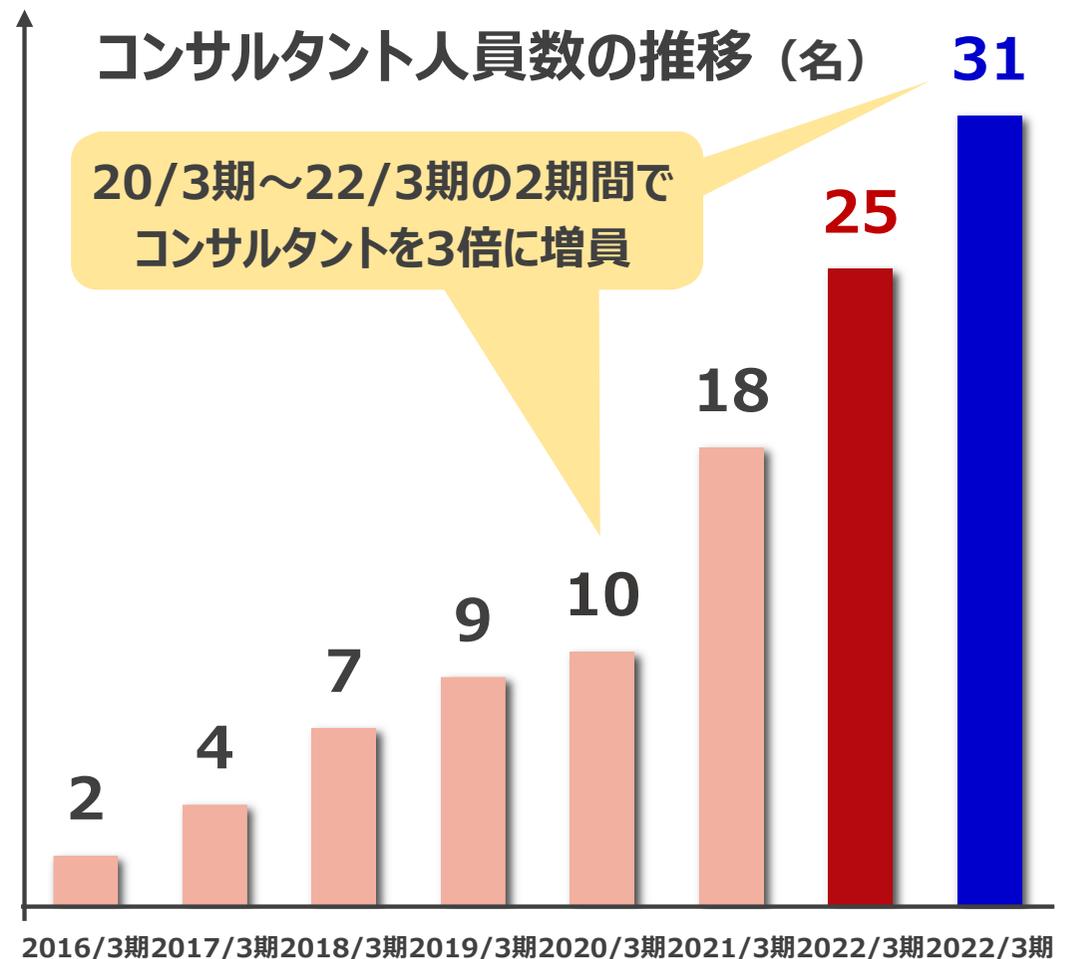
入社～戦力化までのモデル期間

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

M&Aの“回転寿司モデル”とは

M&A仲介業者の多くは、譲渡対価数億円～数十億円規模の大型案件を高額な給与のM&Aコンサルタントが成約する、いわゆる「銀座の高級寿司モデル」が主流です。当社では、M&A未経験者であっても早期に教育することで、譲渡対価が数百万円～1億円程度の中小型案件を、効率よく成約する「回転寿司モデル」を採用。業界最安水準の手数料体系を実現しています。

コンサルタント人員数の推移 (名)



2016/3期 2017/3期 2018/3期 2019/3期 2020/3期 2021/3期 2022/3期 2022/3期

(11月時点) (見込)

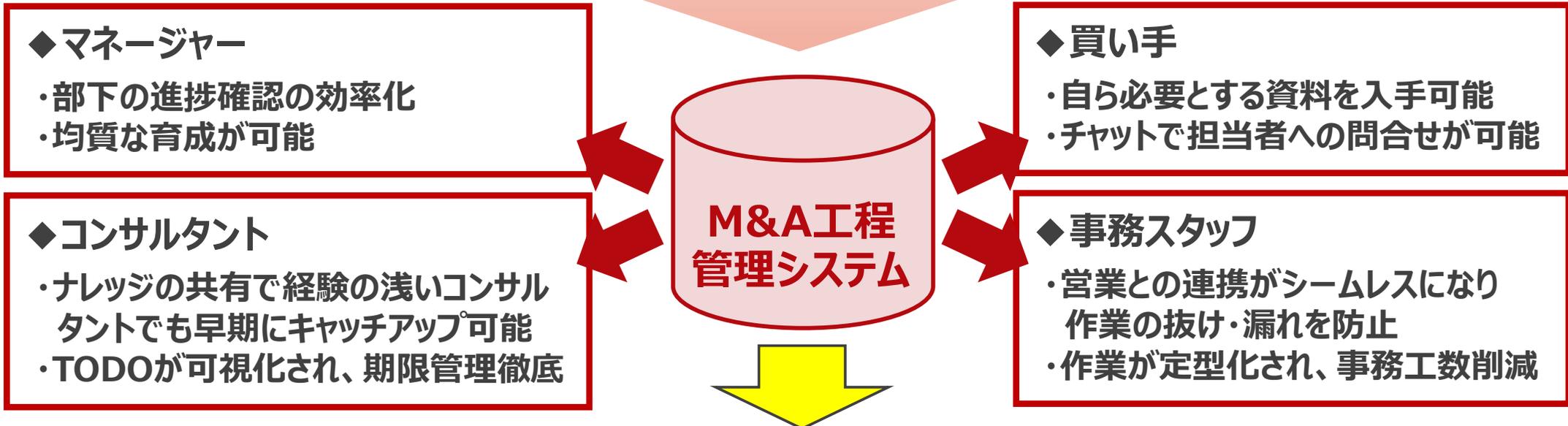


◆“回転寿司モデル”を実現するM&A工程管理システム（自社開発）

- 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

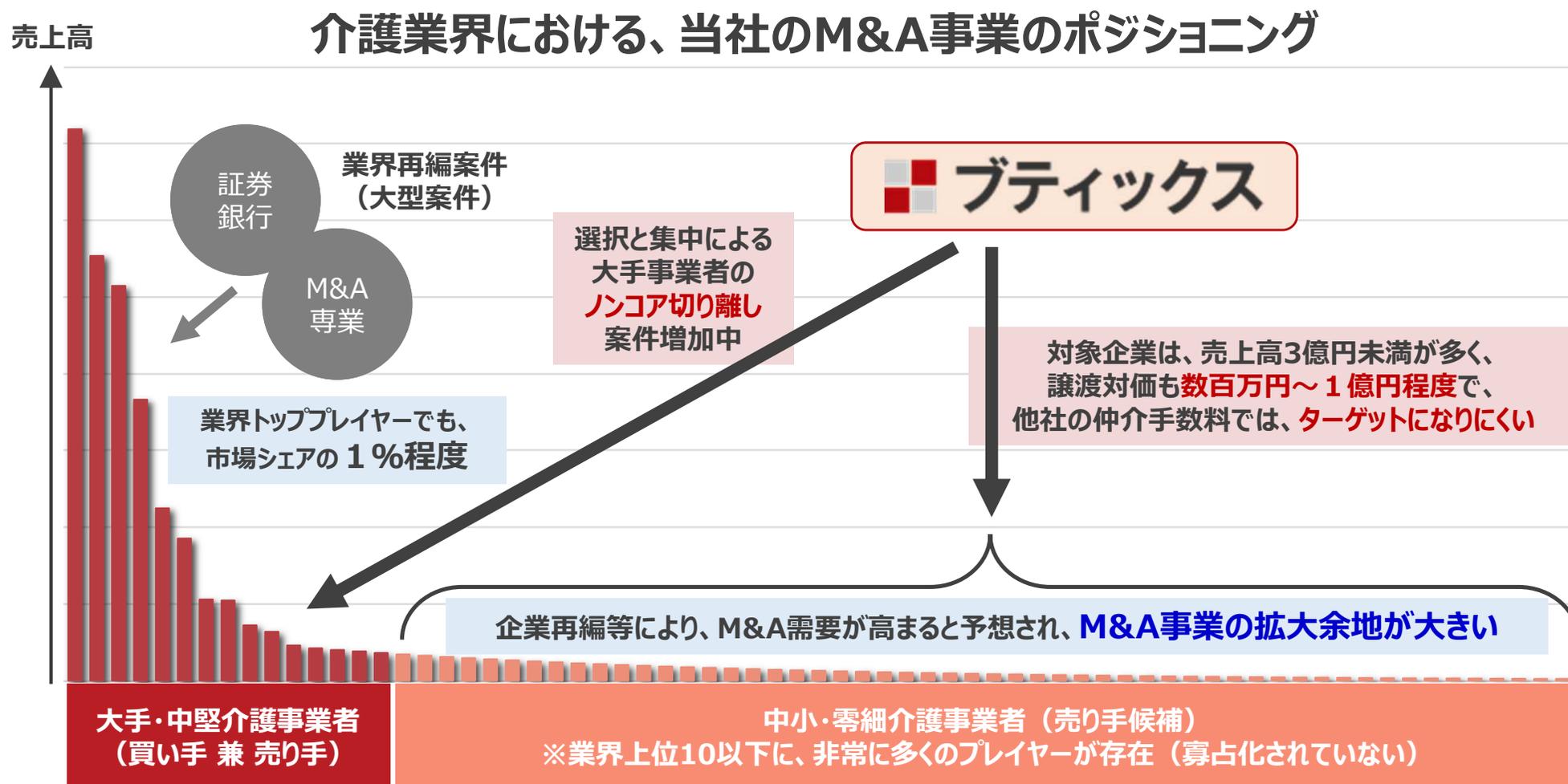


成約期間が短縮



◆ 競合が少ない中小型案件を対象とした**独自のポジショニング**

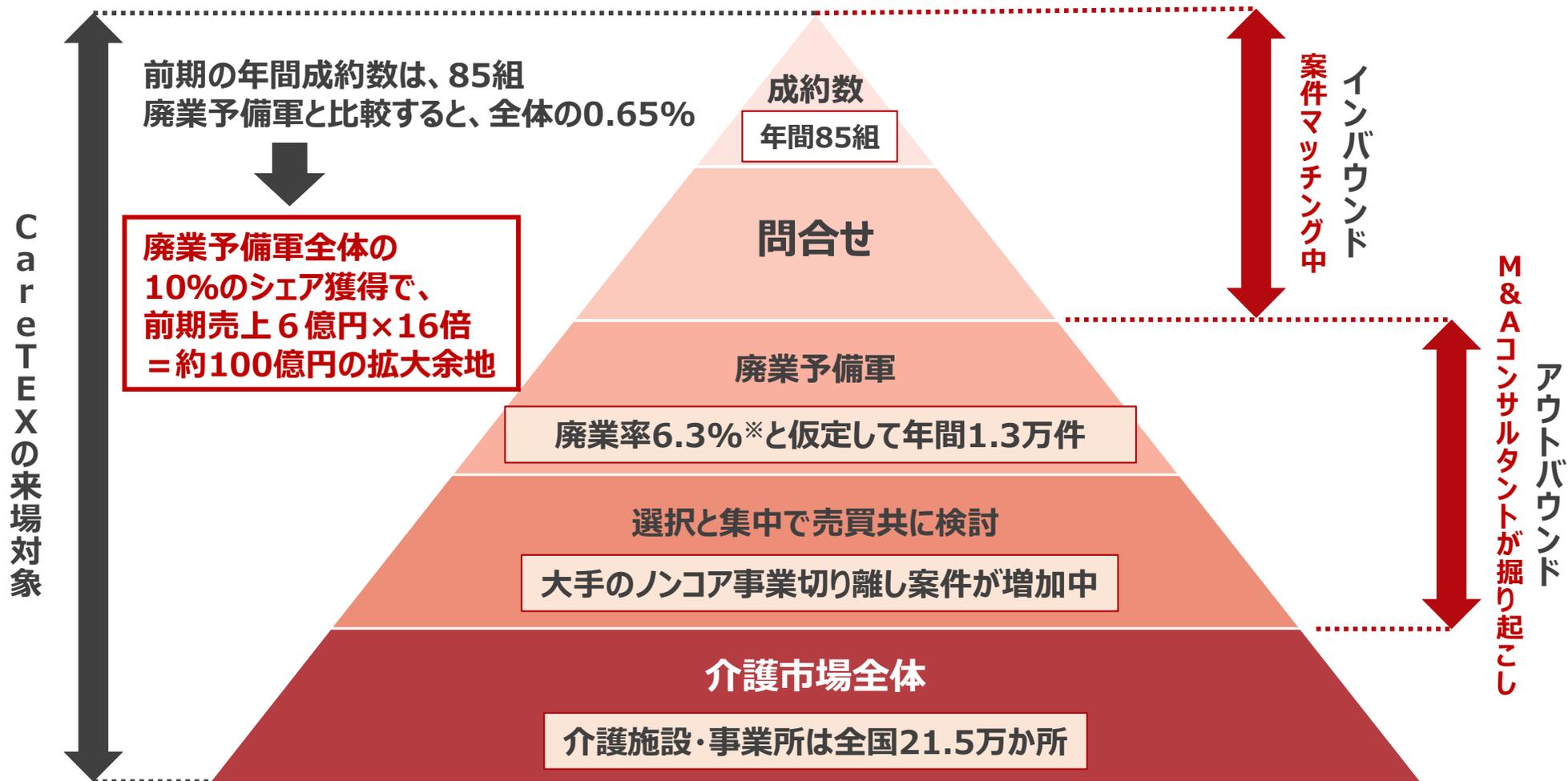
- 大手・中堅事業者は新設・買収で規模の利益を追求し、中小・零細企業は廃業する二極化に
- 当社は、証券会社・銀行・M&A専門がターゲットとしづらい中小型案件がメイン・ターゲット



M&A仲介事業 当社のポジショニングと成長余地②



◆ 介護業界での当社のM&A事業の**拡大余地**は、約**100億円** (21/3期売上)の約16倍



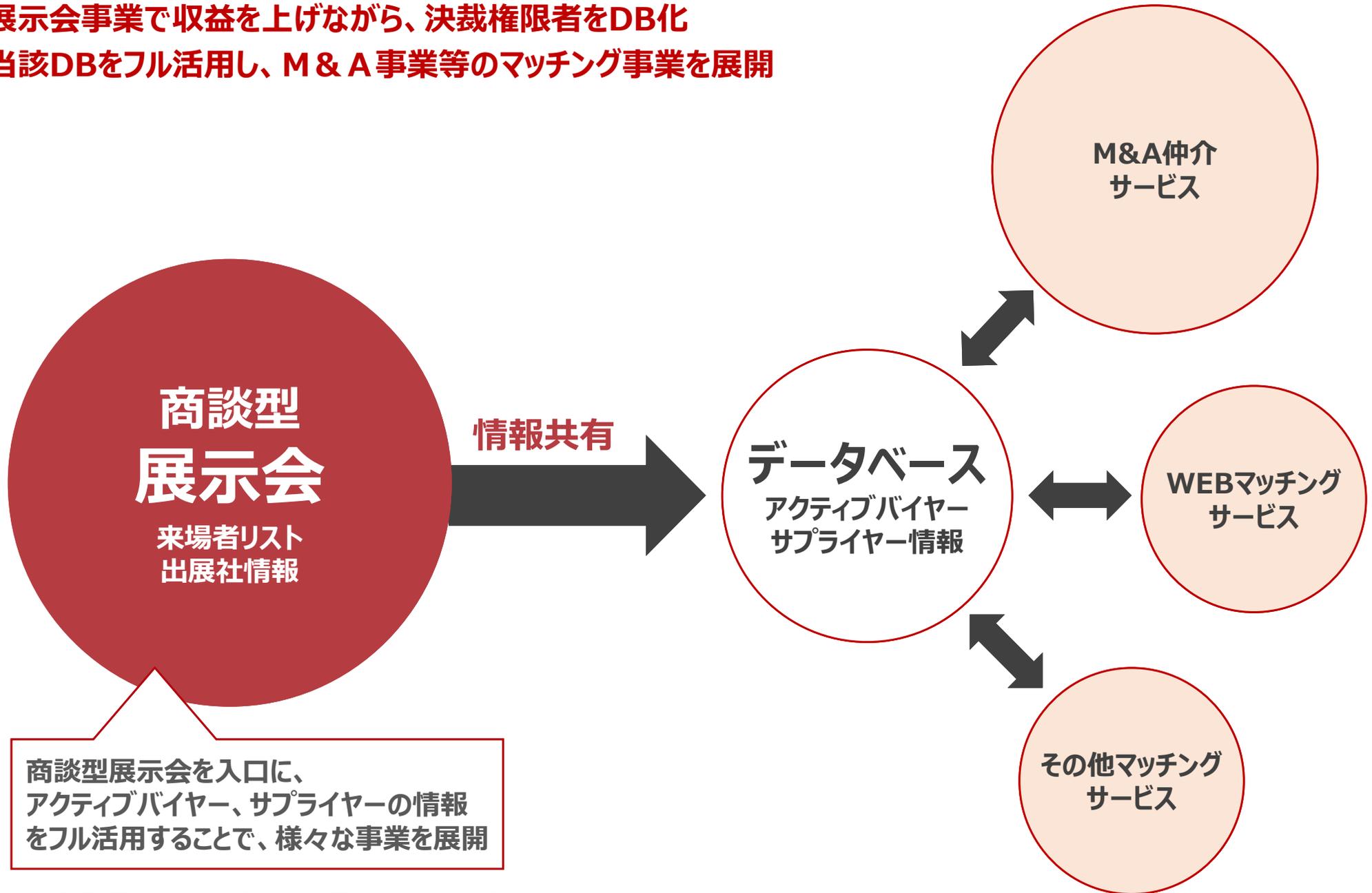
※：出所 東京都福祉保健局「平成28年度 事業所指定件数及び事業別・法人別事業所数」「事業所指定件数及び事業別・法人別事業所数（平成29年度）」より、2016年4月1日時点の居宅介護支援、居宅サービス事業者数12,315件、2016年度の年間廃止等数780件より算出

IV. 成長戦略

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
- ◆ 当該DBをフル活用し、M&A事業等のマッチング事業を展開



商談型展示会を入口に、
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

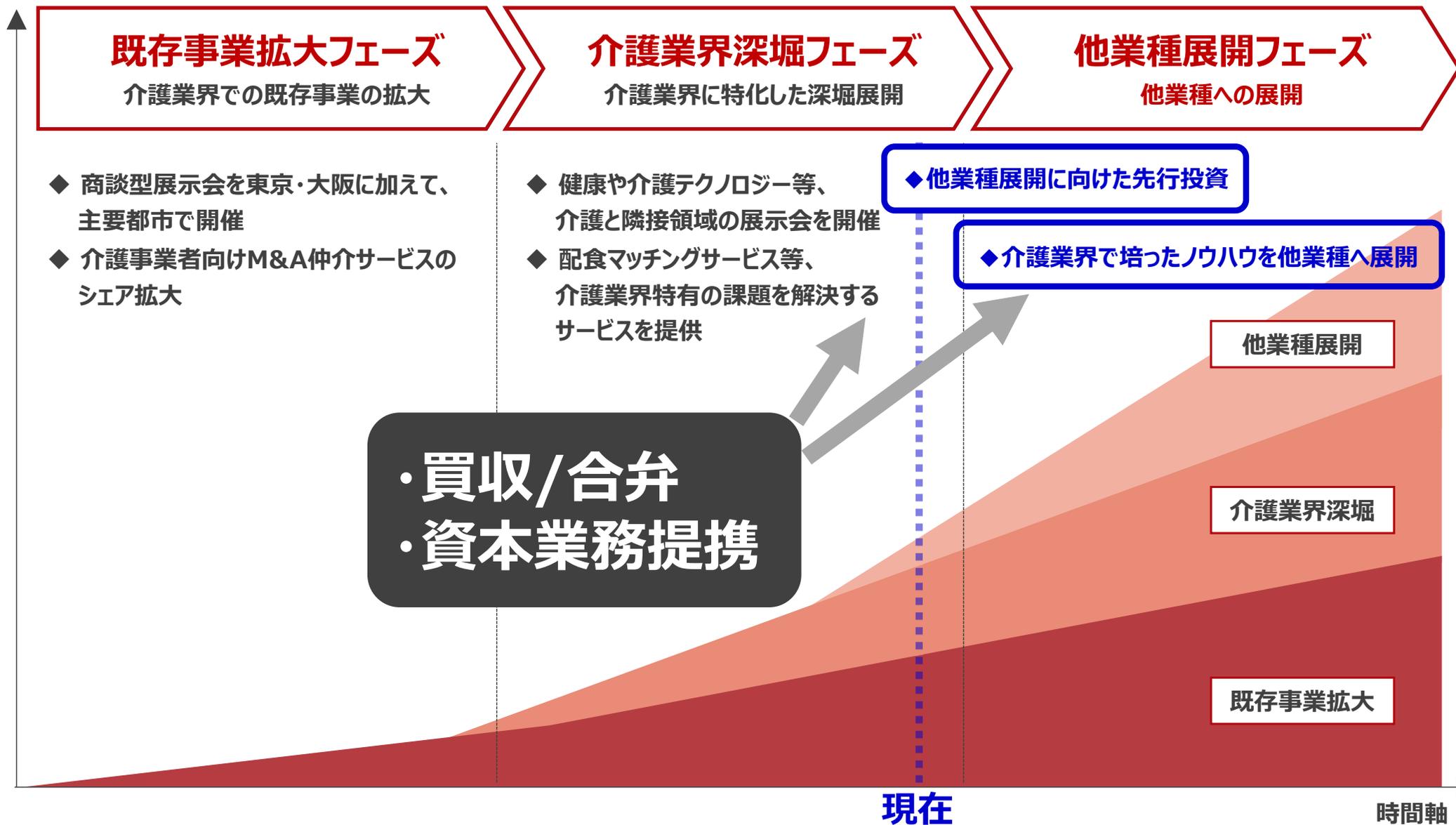
※商談型展示会には、オンライン展示会を含みます。

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

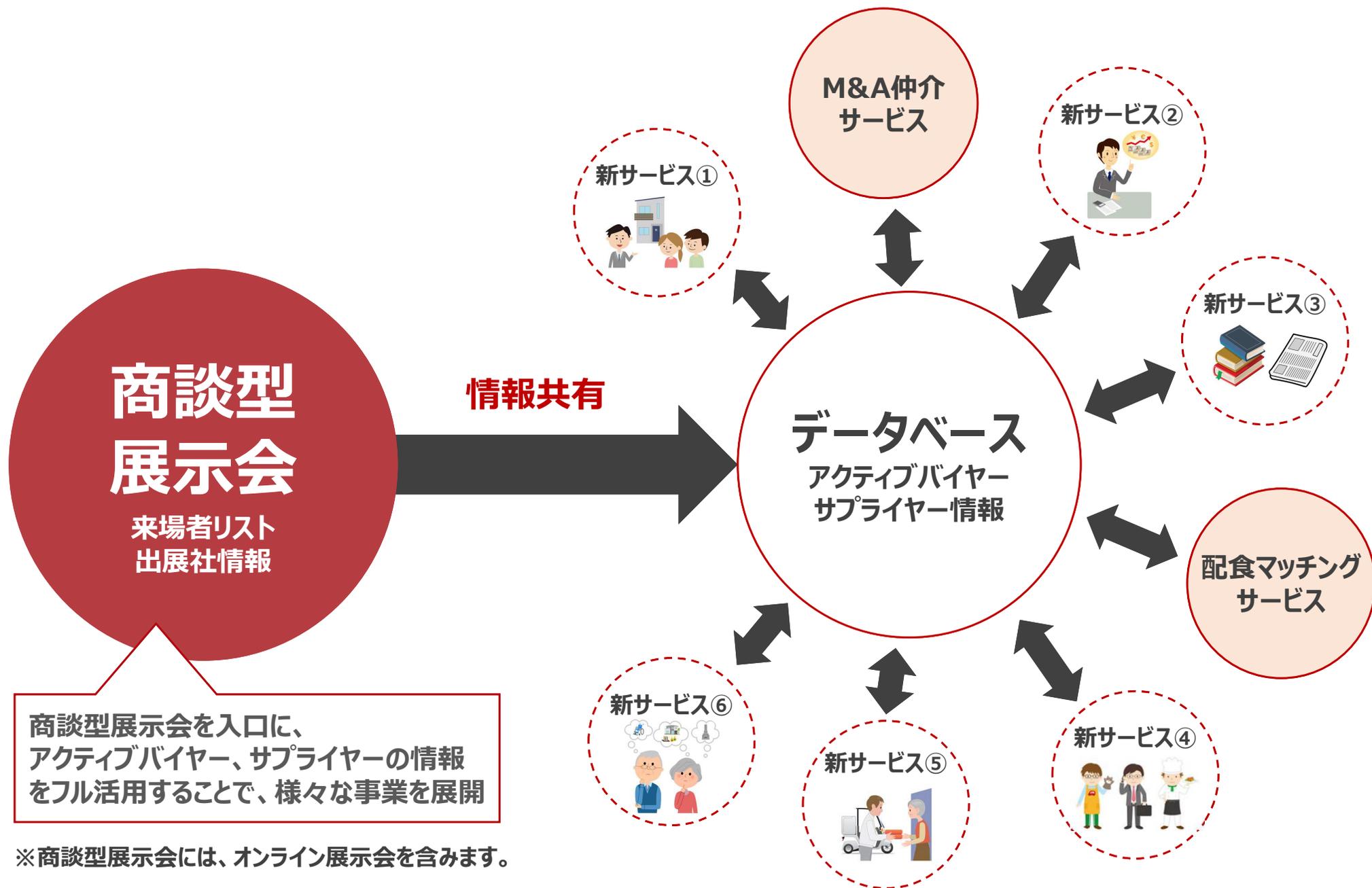
事業規模 ◆ : 現在進行中 ◆ : 今後展開予定



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



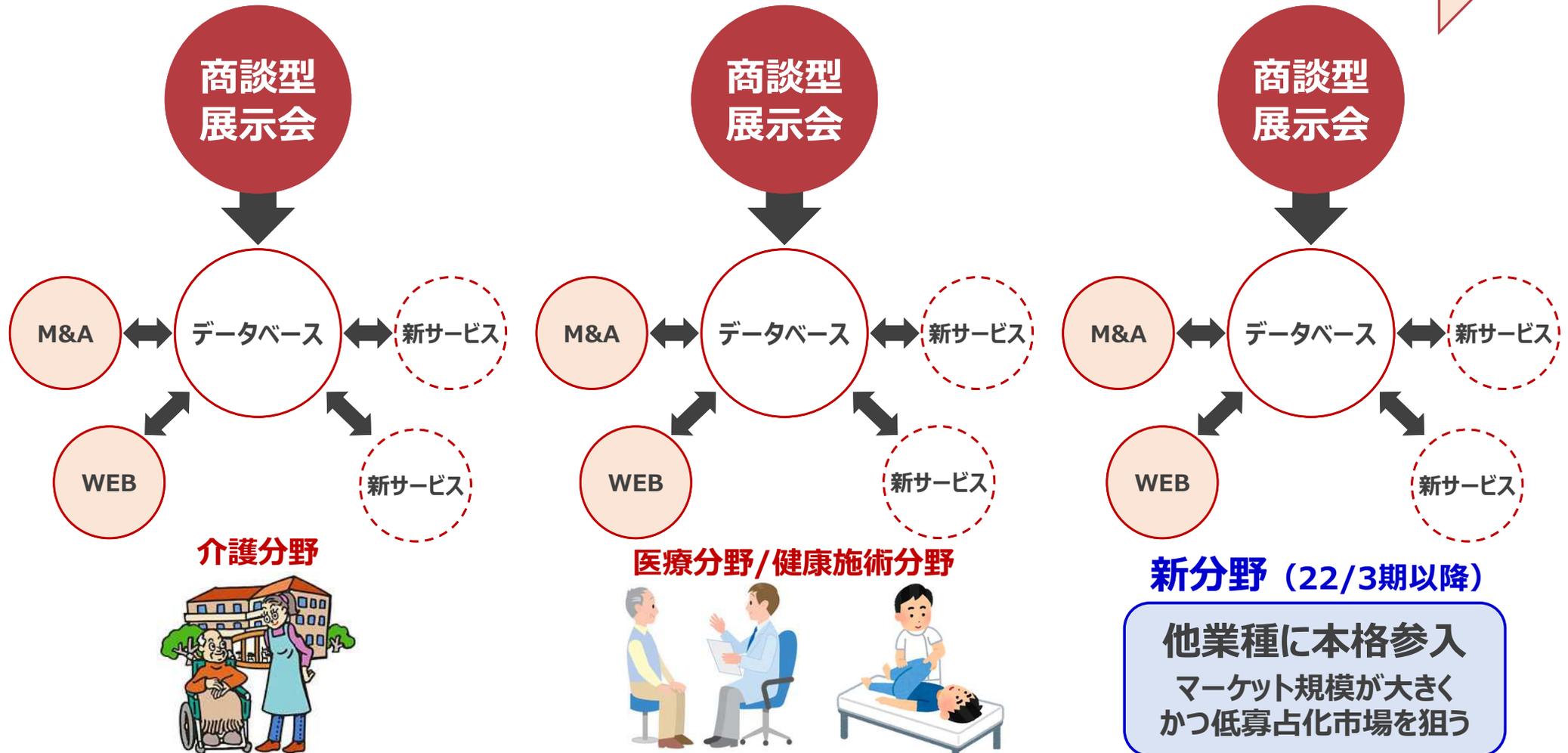
※商談型展示会には、オンライン展示会を含みます。

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



V. 事業計画

- 本計画は、2021年5月11日公表の「中期経営計画 Vision2025」の内容をもとに作成しております。
- 2021年11月9日公表の第2四半期決算説明資料において、業績予想の一部を変更しております。これに伴い、2022年3月期の業績予想、並びに定性情報の一部を、2021年5月11日公表の「中期経営計画」から変更しております。予めご了承ください。



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)	2020/3期 実績	先行投資期		収穫期		
		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	1,716	2,534	3,522	5,087
経常利益	188	292	201	492	946	1,632
調整後営業利益	191	290	259	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

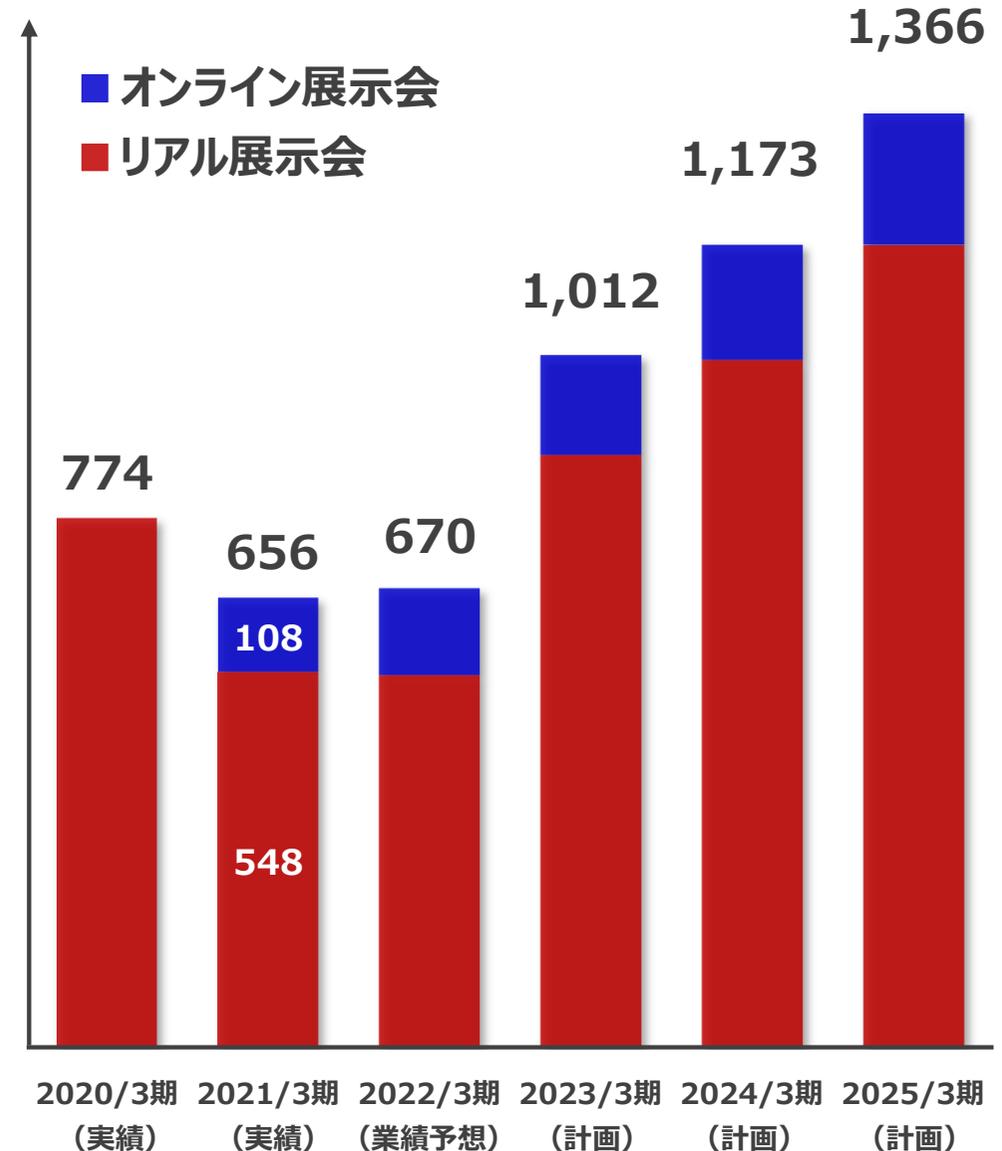
リアル展示会

- 22/3期は、
前期とほぼ同水準の見通し
- 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EXPO365オンライン」の売上は、23/3期以降本格化
- ビジネスの成長余地が大きいいため、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**



◆売上高について

- 22/3期は、**準備期間（先行投資）**
- 23/3期以降、**ハイブリッド展を新規開催し、順次分野を拡大**
- 9月より、説明会を実施、営業活動を本格化

◆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			—	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、先行投資した人材（前年度の1.7倍に増員見込）が、**想定より早く戦力化し、売上高は73%増**
- 22/3期以降の4年間で、**年平均40%の増収を目標とする**

◆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**

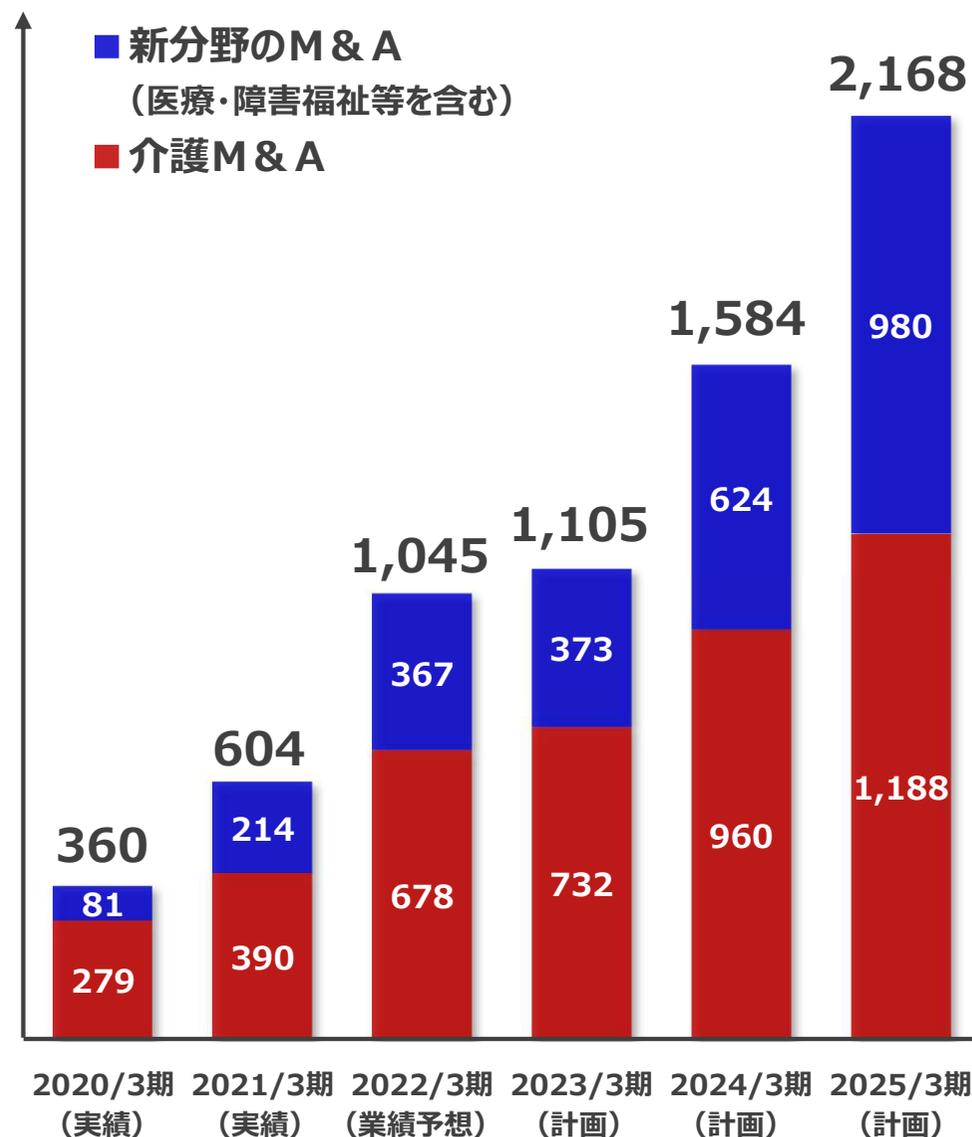
(単位：百万円)	2020/3期 実績	2021/3期 実績	2022/3期 業績予想	2023/3期 計画	2024/3期 計画	2025/3期 計画
売上高	360	604	1,045	1,105	1,584	2,168
前年度比率	—	168%	173%	106%	143%	137%
コンサルタント数	10	18	31	41	57	76
増加率	—	180%	172%	132%	139%	133%



◆新分野への横展開について

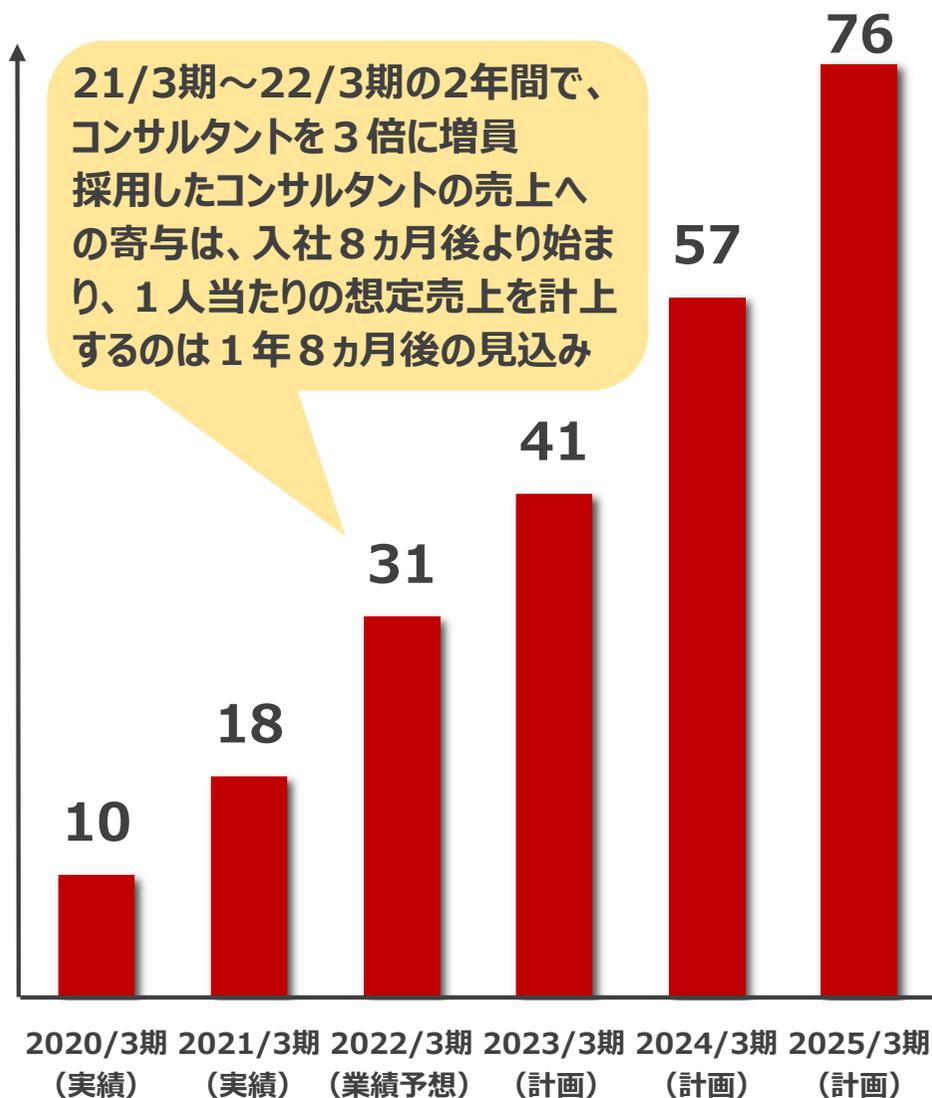
- 21/3期までは、介護の隣接領域（医療・障害福祉等）へ横展開
- 22/3期以降、上記以外の**新分野へ横展開を本格化し、大幅な増収を目指す**

◆分野別 売上高目標（百万円）

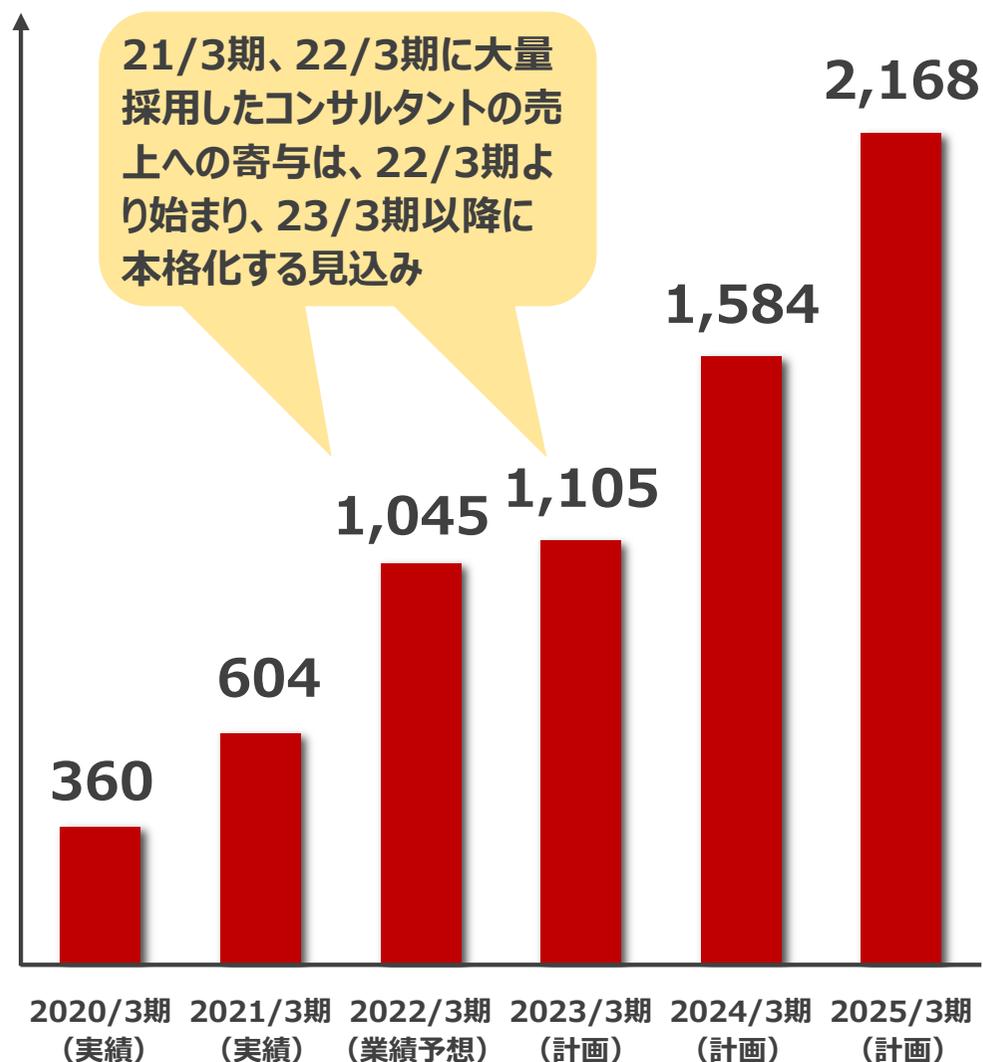




◆コンサルタント人員数の目標 (名)



◆売上高目標 (百万円)



VI. 定量目標

- 本目標は、2021年5月11日公表の「中期経営計画 Vision2025」の内容をもとに作成しております。
- 2021年11月9日公表の第2四半期決算説明資料において、業績予想の一部を変更しております。これに伴い、2022年3月期の業績予想、並びに定性情報の一部を、2021年5月11日公表の「中期経営計画」から変更しております。予めご了承ください。

業績目標



- ◆ 22/3期は、**前年度比34%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**

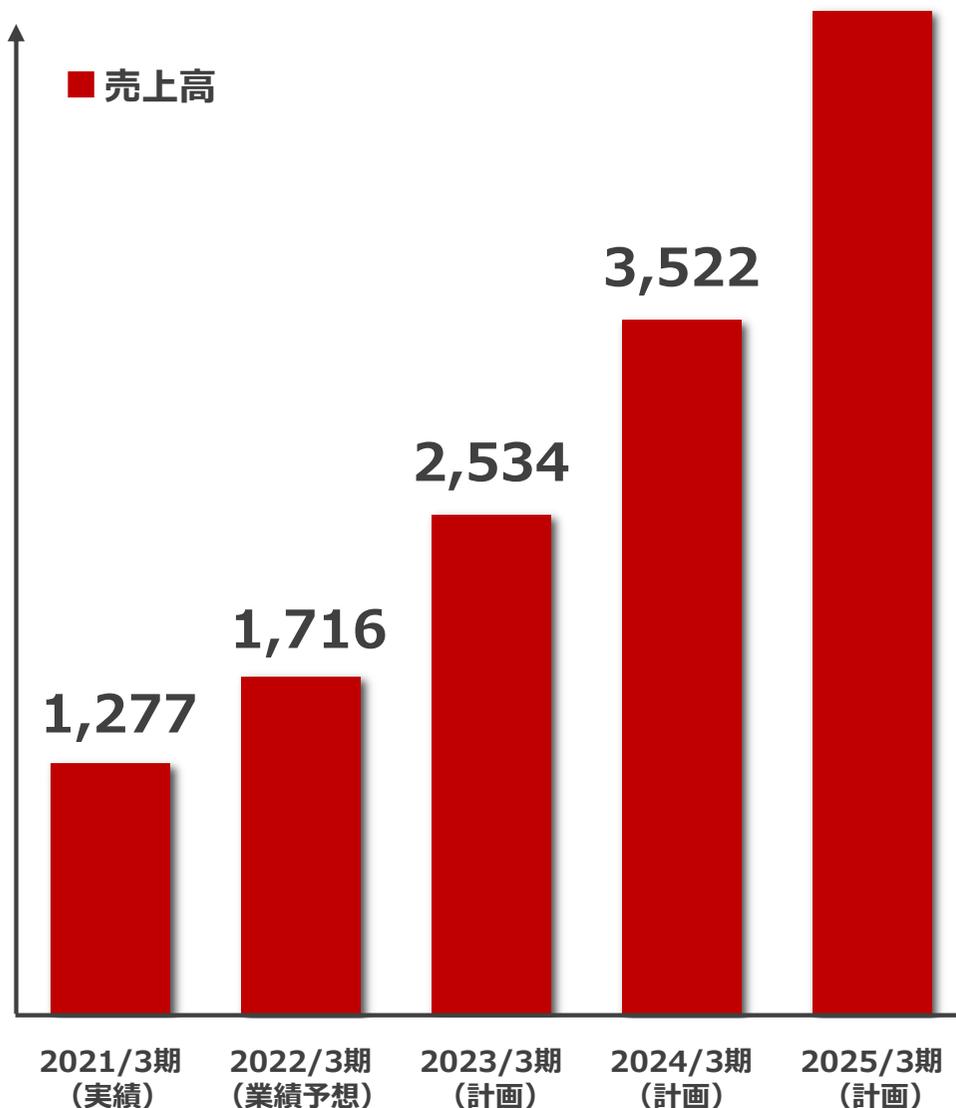
(単位：百万円)	2021/3期 実績	2022/3期 業績予想	2023/3期 計画	2024/3期 計画	2025/3期 計画
売上高	1,277	1,716	2,534	3,522	5,087
営業利益	281	201	492	946	1,632
営業利益率	22.0%	11.7%	19.4%	26.9%	32.1%
経常利益	292	201	492	946	1,632
経常利益率	22.9%	11.7%	19.4%	26.9%	32.1%
当期純利益	198	128	315	605	1,044
当期純利益率	15.5%	7.5%	12.4%	17.2%	20.5%
調整後営業利益※	290	259	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

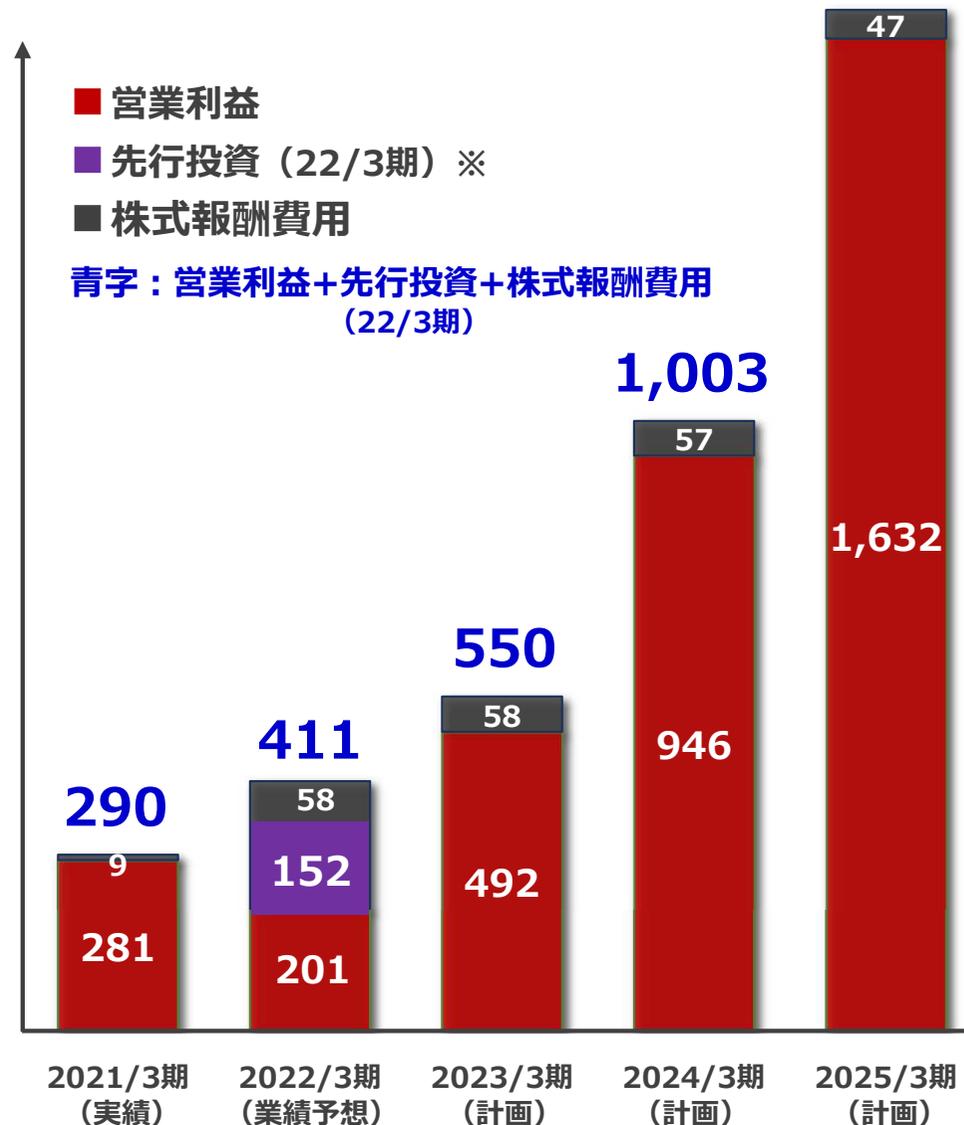
業績目標



◆売上高目標 (百万円)



◆営業利益目標 (百万円)



青字：営業利益+先行投資+株式報酬費用
(22/3期)

※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)

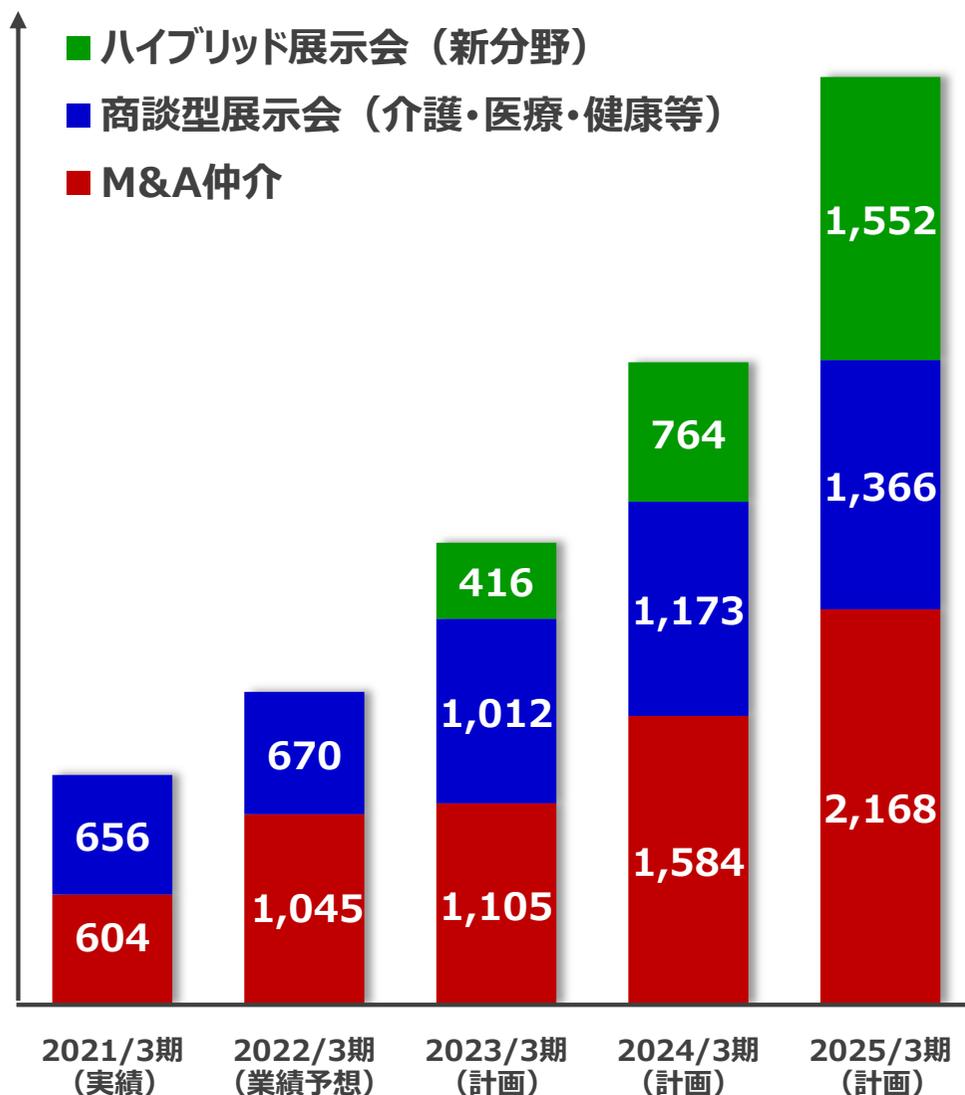
		2021/3期 実績	2022/3期 業績予想	2023/3期 計画	2024/3期 計画	2025/3期 計画	
オンライン含む 商談型展示会	介護・医療・健康等 既存分野	売上高	656	670	1,012	1,173	1,366
		セグメント利益	※178	94	275	384	509
		セグメント利益率	※27.1%	14.1%	27.2%	32.7%	37.3%
展示会 ハイブリッド	新分野	売上高	-	-	416	764	1,552
		セグメント利益	-	△68	122	246	575
		セグメント利益率	-	-	29.4%	32.3%	37.0%
M & A 仲介事業		売上高	604	1,045	1,105	1,584	2,168
		セグメント利益	※347	543	472	710	1,000
		セグメント利益率	※57.4%	52.0%	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。

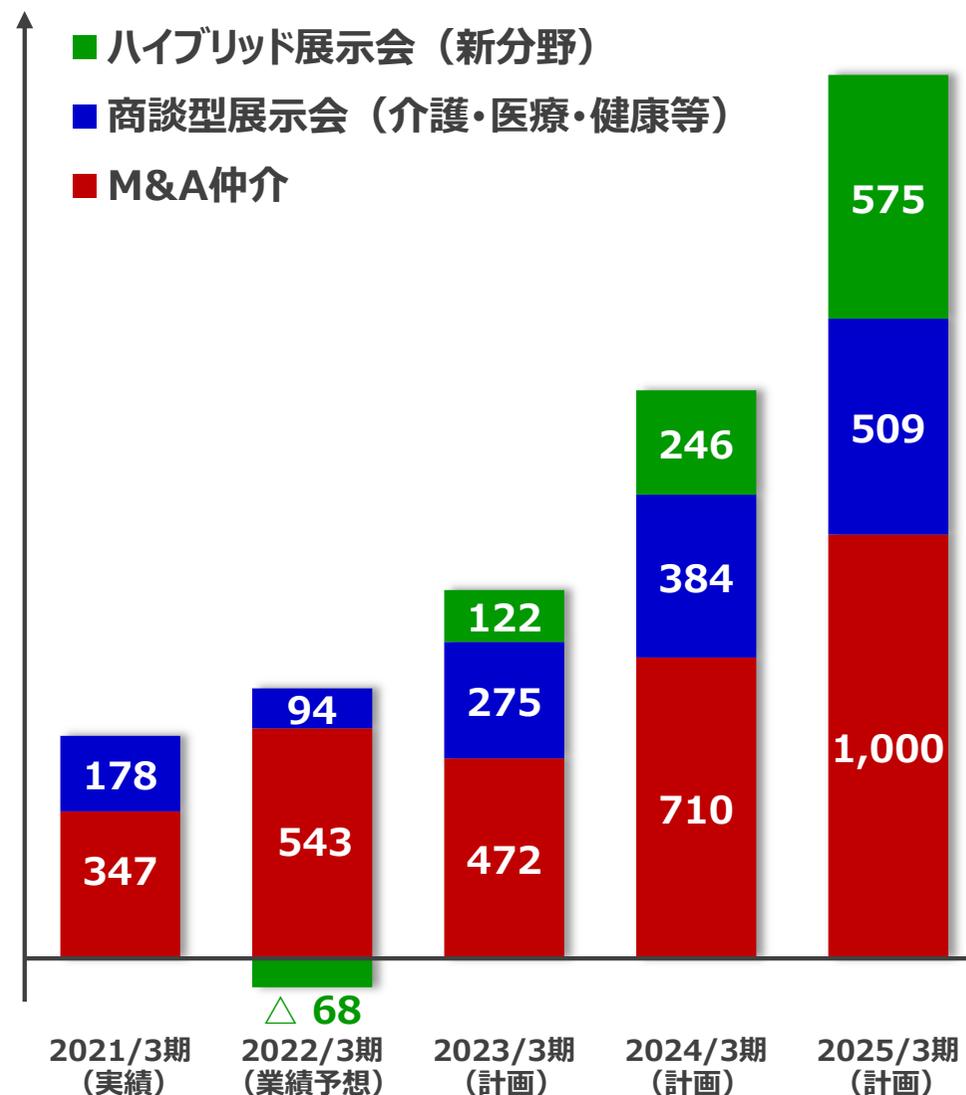
セグメント別業績目標



◆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。

Ⅵ. リスク情報



◆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
- 展示会が開催できなくなるリスクが顕在化する可能性は、短期的には低いと判断、また、現時点で中長期的にリスクが顕在化する可能性を見積もることは不可能
- 展示会の開催が出来なくなった場合、リアル展の開催を延期し、オンライン展の拡充を図る等の施策を講じる予定

※その他のリスク情報については、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご覧ください。



◆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
- 訪問・面談等が出来なくなるリスクが顕在化する可能性は、短期的には低いと判断、また、現時点で中長期的にリスクが顕在化する可能性を見積もることは不可能
- 訪問・面談等が出来なくなった場合、オンライン面談中心に切り替える等、対面以外の方法によって、案件を実行する施策を講じる予定

※その他のリスク情報については、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご覧ください。



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当社の判断です。今後、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、本資料のアップデートは、今後、事業計画を見直した場合等、記載内容に重要な変更が生じた場合、並びに本決算発表後である毎年5月を目途として開示を行う予定です。

【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