

(証券コード：9272)
2022年5月10日

 **ブティックス株式会社**
Boutiques, Inc.

2022年3月期
通期 決算説明資料

目次

- 01 2022年3月期 通期決算概要 P.2
- 02 事業別の状況 P.8
- 03 2023年 3 月期以降の業績予想と計画 P.22
- 参考資料 P.33

2022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

売上高・営業利益ともに**期首業績予想を達成し、過去最高を更新**

売上高 : 2,091百万円 (前年度比+63.6% 予想比+28.0%)
営業利益 : 586百万円 (前年度比+108.4% 予想比+427.2%)

商談型 展示会事業

- 緊急事態宣言解除後は、営業活動が正常化し、出展小間契約を順調に獲得
- 加えて、2020年7月より開始したオンライン展示会が業績に寄与
- この結果、売上高は、**コロナ前の水準を回復し、過去最高を更新**

売上高 776百万円 (前年度比+18.2 % 予想比△12.3%)
セグメント利益 220百万円 (前年度比+23.6 % 予想比 +9.8%)

ハイブリッド 展示会事業

- 当期は準備期間のため、費用先行
- 出展小間契約を順調に獲得

売上高 -百万円 (予想比△14百万円)
セグメント利益 △64百万円 (予想比△2百万円)

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・仕組化が浸透し、成約組数が大幅に増加
- 案件流入も順調で、売上高・利益共に、前年度比大幅増

売上高 1,308百万円 (前年度比+116.4% 予想比+78.3%)
セグメント利益 775百万円 (前年度比+123.2% 予想比+161.9%)

通期業績ハイライト



◆ M&A事業が順調に推移し、売上高、利益ともに過去最高に

	2022年3月期 (実績)	2021年3月期 (実績)	前年度比
売上高	2,091百万円	1,277百万円	+63.6%
営業利益	586百万円	281百万円	+108.4%
営業利益率	28.1%	22.0%	—
経常利益	591百万円	292百万円	+102.7%
経常利益率	28.3%	22.9%	—
当期純利益	349百万円	198百万円	+75.9%
当期純利益率	16.7%	15.5%	—

通期 セグメント業績ハイライト



◆ M&Aは成約組数・金額共に大幅増、展示会も増収

※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 (実績)	2021年3月期 (実績)	前年度比
商談型 展示会事業	売上高	776百万円	656百万円	+18.2%
	セグメント利益	220百万円	178百万円	+23.6%
	セグメント利益率	28.3%	27.1%	—
ハイブリッド 展示会事業	売上高	—百万円	—	—
	セグメント利益	△64百万円	—	—
	セグメント利益率	—	—	—
M&A仲介 事業	売上高	1,308百万円	604百万円	+116.4%
	セグメント利益	775百万円	347百万円	+123.2%
	セグメント利益率	59.3%	57.4%	—
その他	売上高	6百万円	16百万円	△61.9%
	セグメント利益	6百万円	9百万円	△32.2%
	セグメント利益率	99.0%	55.7%	—

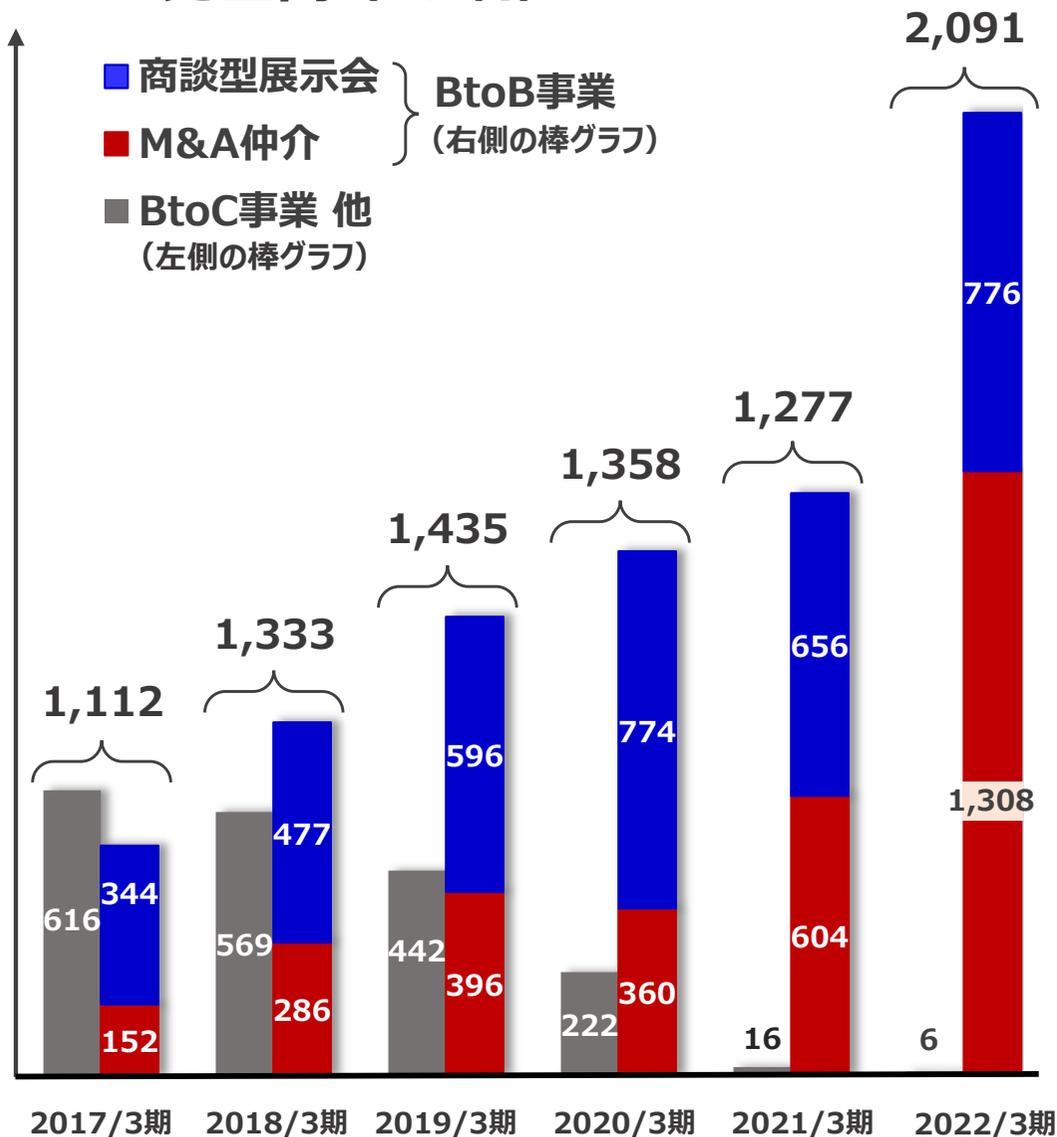
売上高・営業利益の推移



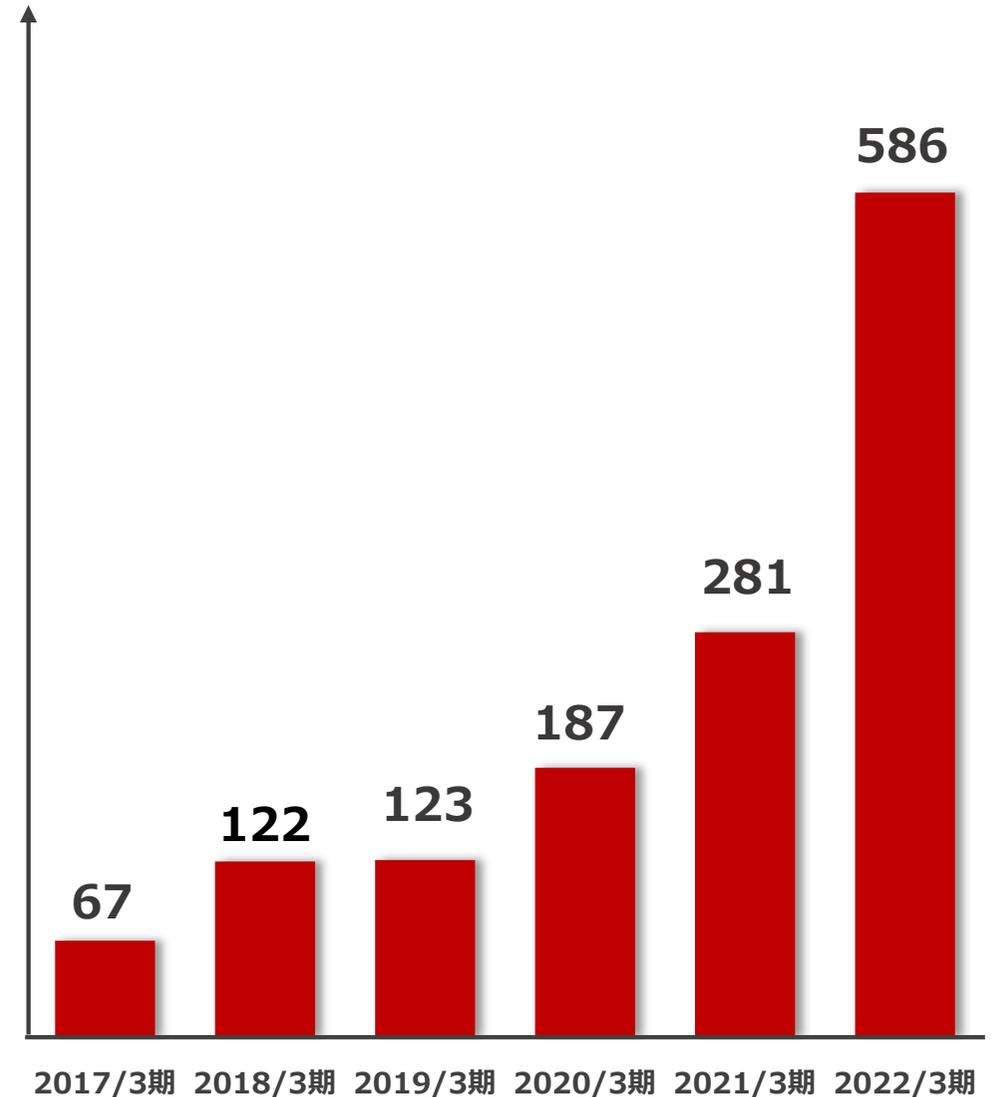
◆ BtoC事業からBtoB事業へシフトし、営業利益は6期連続増益

◆ 売上高 (百万円)

- 商談型展示会 } BtoB事業 (右側の棒グラフ)
- M&A仲介 } (右側の棒グラフ)
- BtoC事業 他 (左側の棒グラフ)



◆ 営業利益 (百万円)



通期財政状態ハイライト



	2022年3月期	2021年3月期	前期末比
流動資産合計	2,036百万円	1,488百万円	+36.8%
現金及び預金	1,847百万円	1,448百万円	+27.5%
固定資産合計	292百万円	185百万円	+57.6%
流動負債合計	877百万円	624百万円	+40.5%
前受金	213百万円	82百万円	+157.9%
固定負債合計	94百万円	104百万円	△8.8%
純資産合計	1,356百万円	945百万円	+43.4%

事業別の状況

【商談型展示会事業】展示会開催スケジュール



◆ 全国7エリアで開催

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

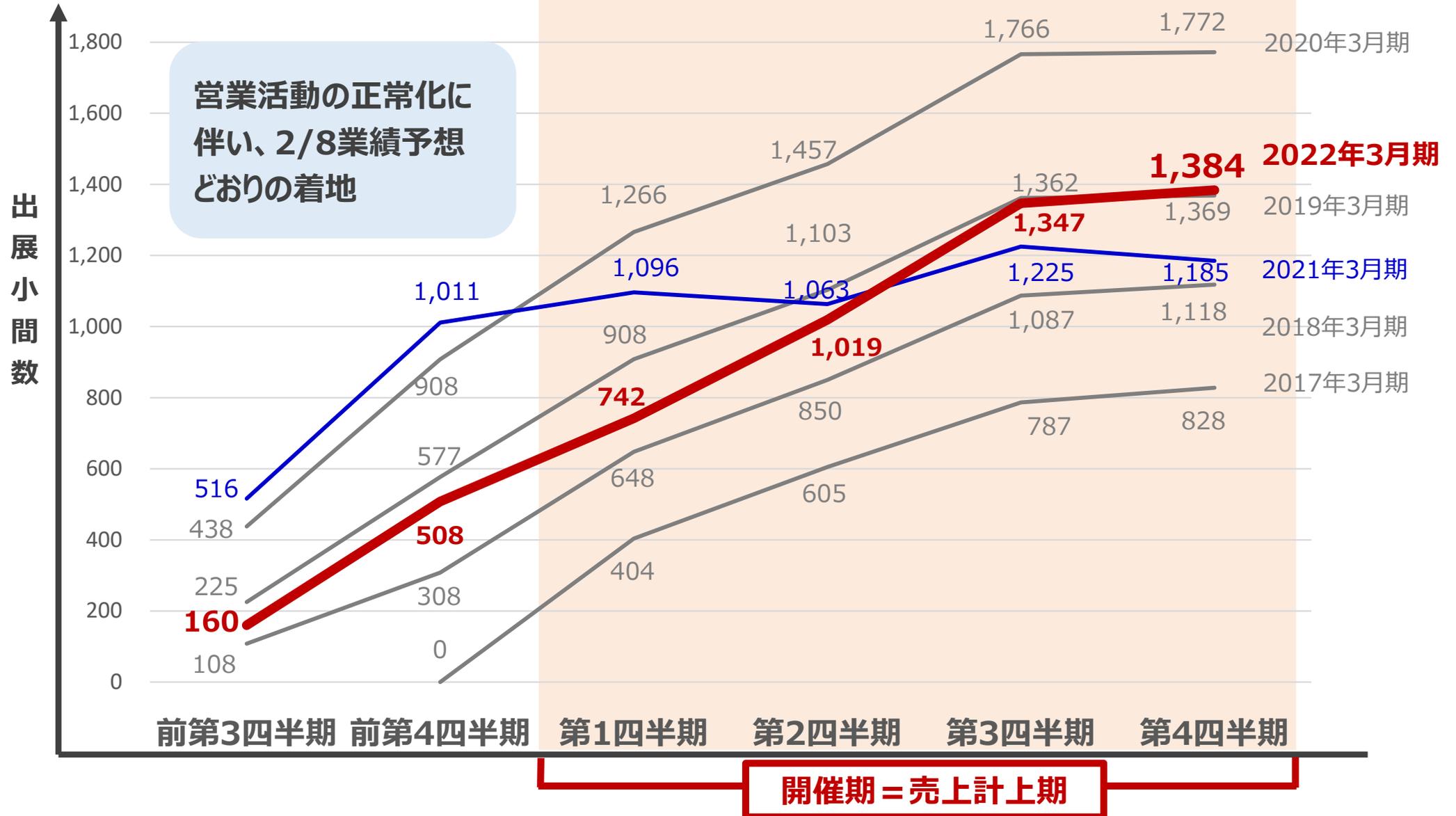
政府や自治体の要請及び各会場のガイドラインに従い、万全の感染予防対策を講じて開催し、全ての展示会を開催完了。

上半期の大半が緊急事態宣言下であったものの、解除後は、営業活動が正常化し、出展小間契約を順調に獲得。

【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）



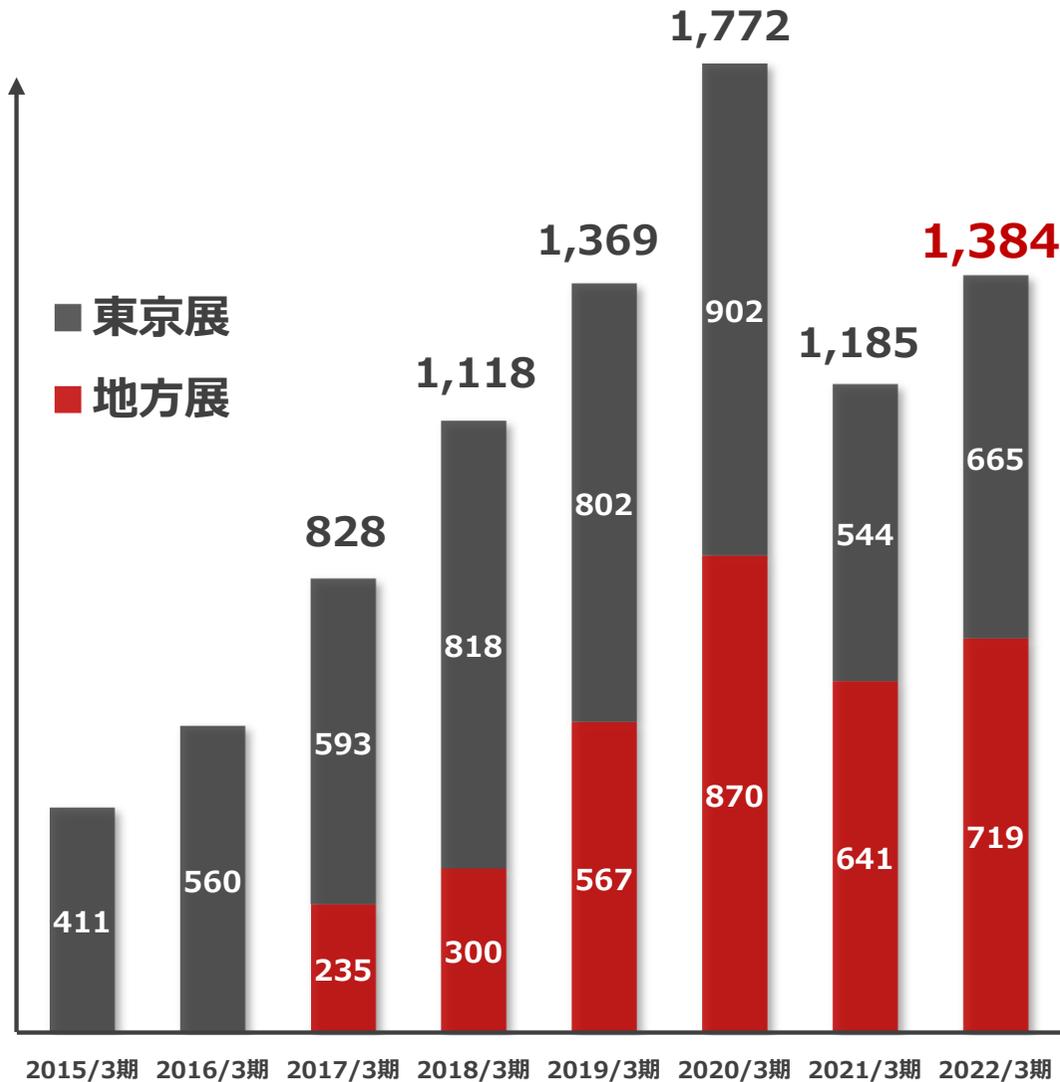
注) 1. 出展小間数とは、出展社に貸し出すために仕切られたスペースの単位
 2. 上記の契約進捗状況は各会計期間に開催 (= 売上計上) した展示会の契約獲得時期を累計で表示



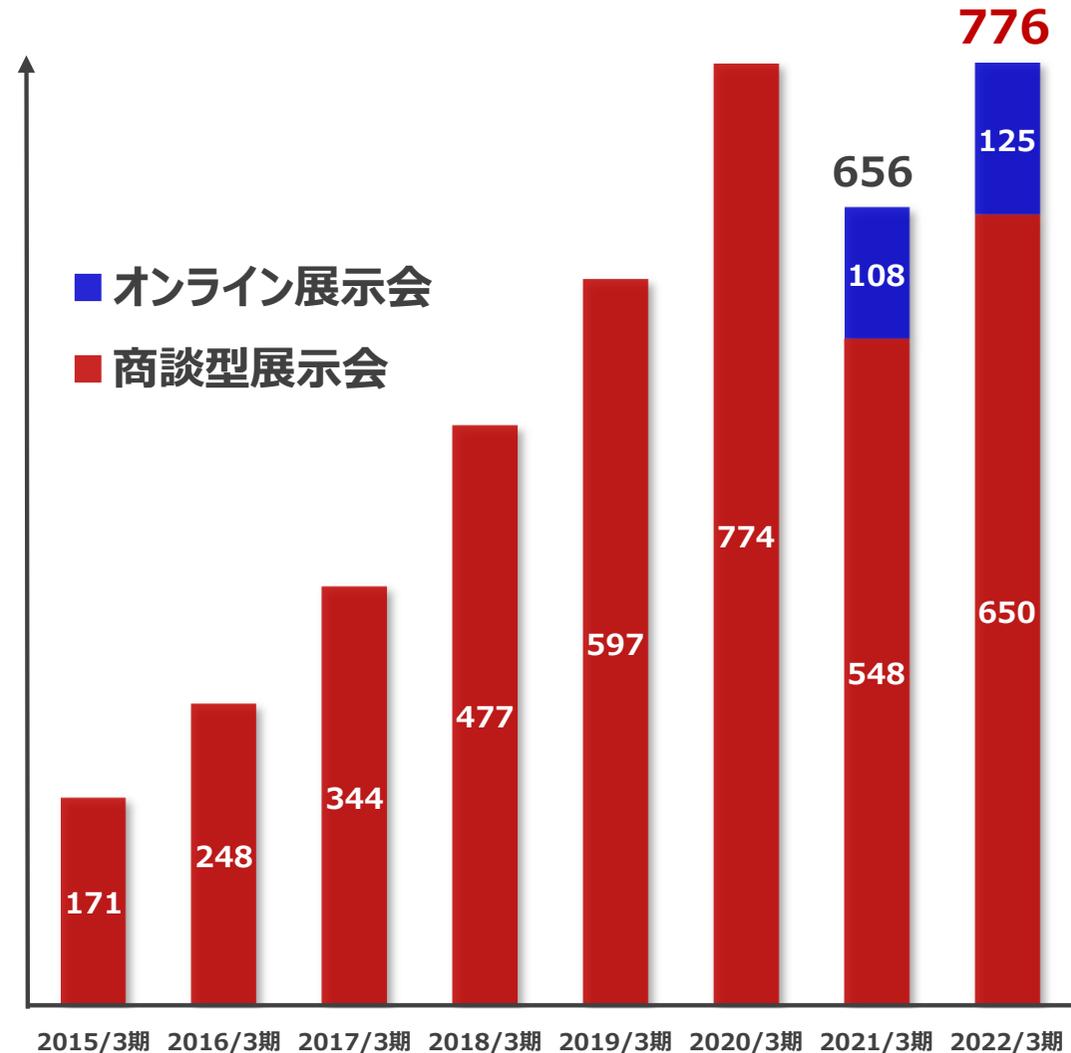
【商談型展示会事業】 出展小間数及び売上高の推移

◆ オンライン展の開催により、売上高は、**コロナ前の水準を回復し、過去最高を更新**

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

- ◆リアル展は、上半期の大半が緊急事態宣言下であったものの、開催延期が発生せず、スケジュールどおり開催できたことで増収
- ◆オンライン展は、2/8業績予想どおり進捗

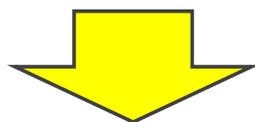
		2022年3月期 実績	2021年3月期 実績	前年度比
商談型展示会	売上高	650百万円	548百万円	+18.8%
オンライン展示会	売上高	125百万円	108百万円	+15.5%
商談型展示会 事業（合計）	売上高	776百万円	656百万円	+18.2%
	セグメント利益	220百万円	178百万円	+23.6%
	セグメント利益率	28.3%	27.1%	—

【ハイブリッド展示会事業】事業概要



◆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・商品の実物が見られない
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】事業概要



ディーエクスポ

◆ハイブリッド展示会 **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)



【ハイブリッド展示会事業】進出する新分野



◆ 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	
<p>ディー・エクスポ 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>【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>ディー・エクスポ 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>【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>

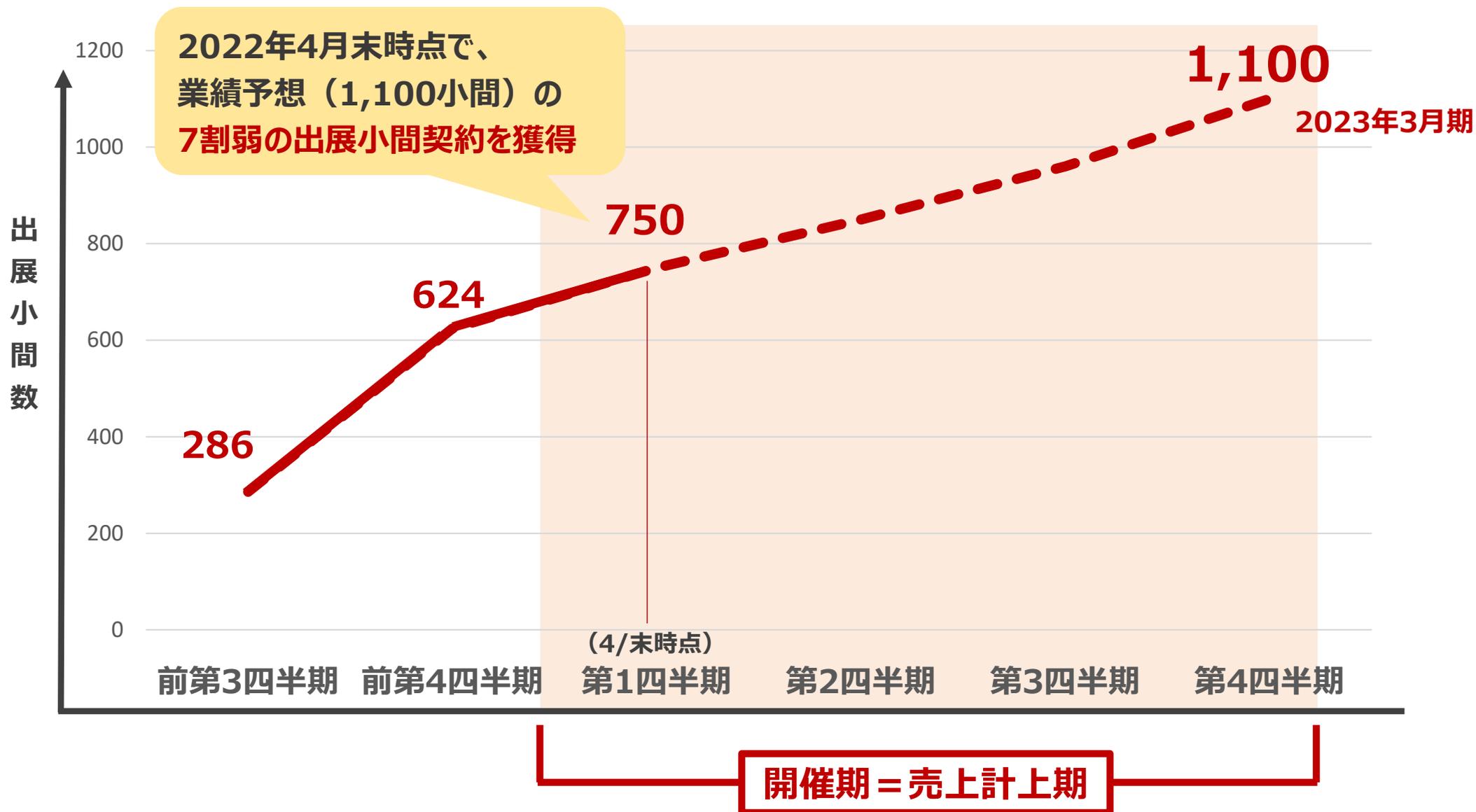
◆ 出展料3展合計（東京・大阪・オンライン、ブース装飾費込）で、破格の60万円より

- 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**

【ハイブリッド展示会事業】 契約進捗状況



◆ 出展小間数の契約進捗状況（累計）



- 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

【ハイブリッド展示会事業】 セグメント業績



- ◆ 22/3期は準備期間のため、費用先行
- ◆ 23/3期の開催に向け、出展小間契約を順調に獲得

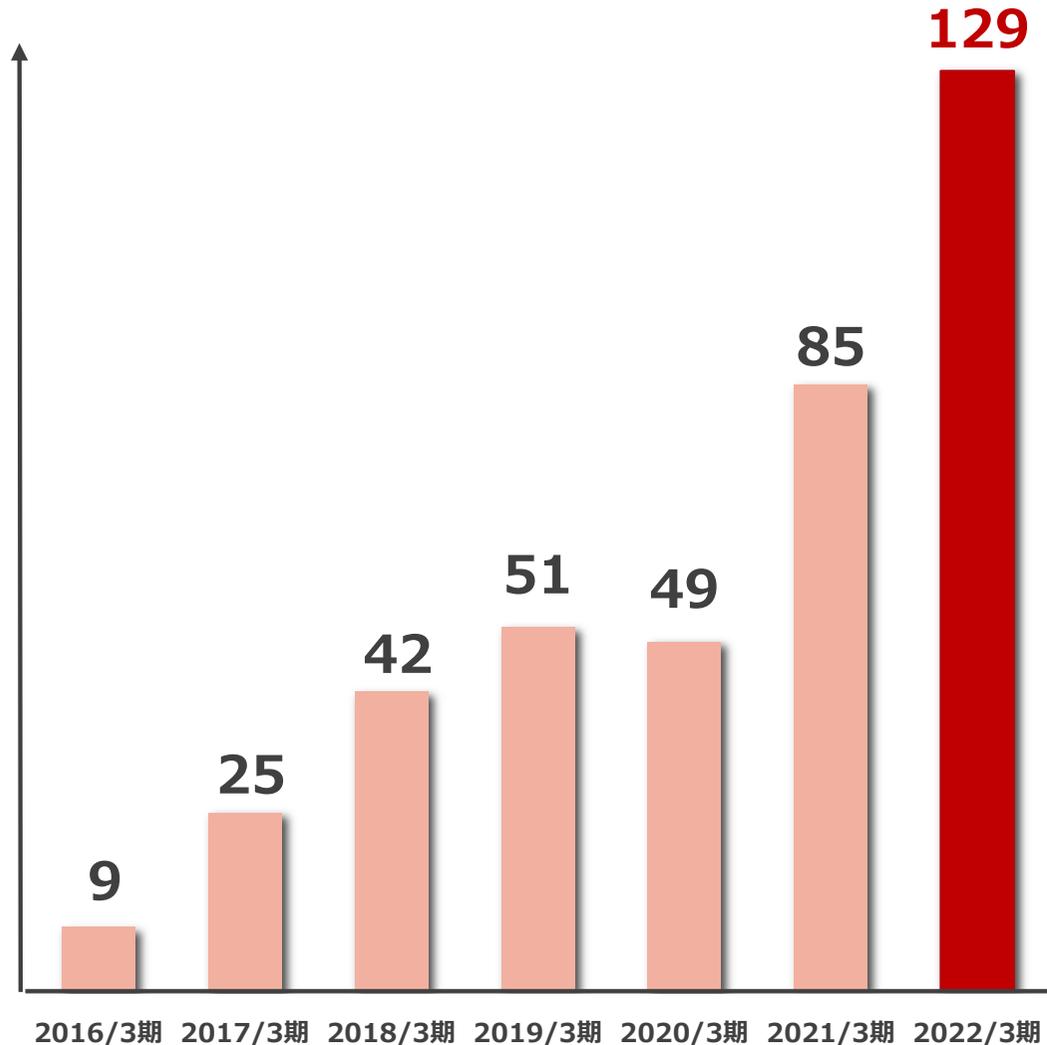
		2022年3月期 実績	2021年3月期 実績	前年度比
ハイブリッド 展示会事業	売上高	— 百万円	—	—
	セグメント利益	△64百万円	—	—
	セグメント利益率	— %	—	—



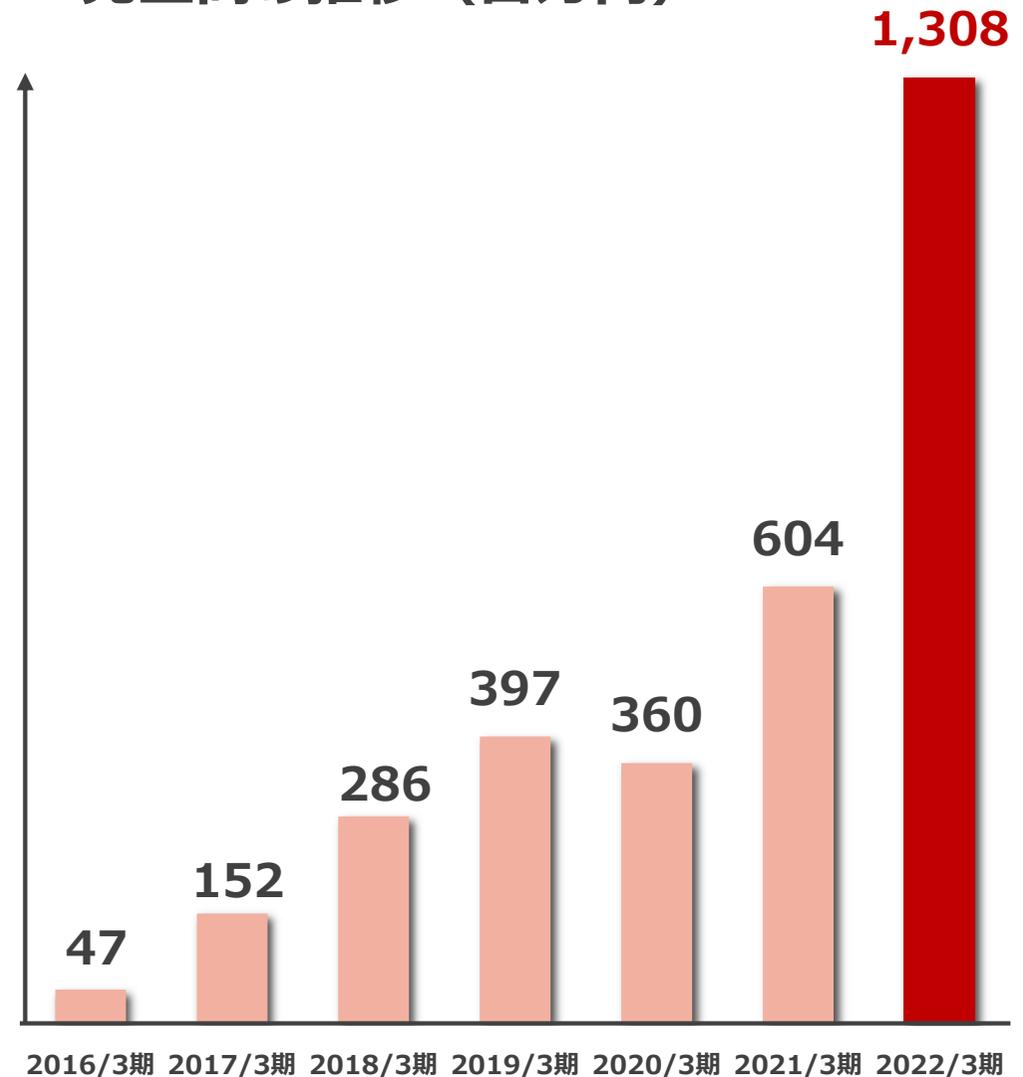
【M&A仲介事業】 成約組数及び売上高の推移

◆ 教育体制と仕組化が浸透し、成約組数・売上高ともに大幅増

成約組数の推移（組）



売上高の推移（百万円）

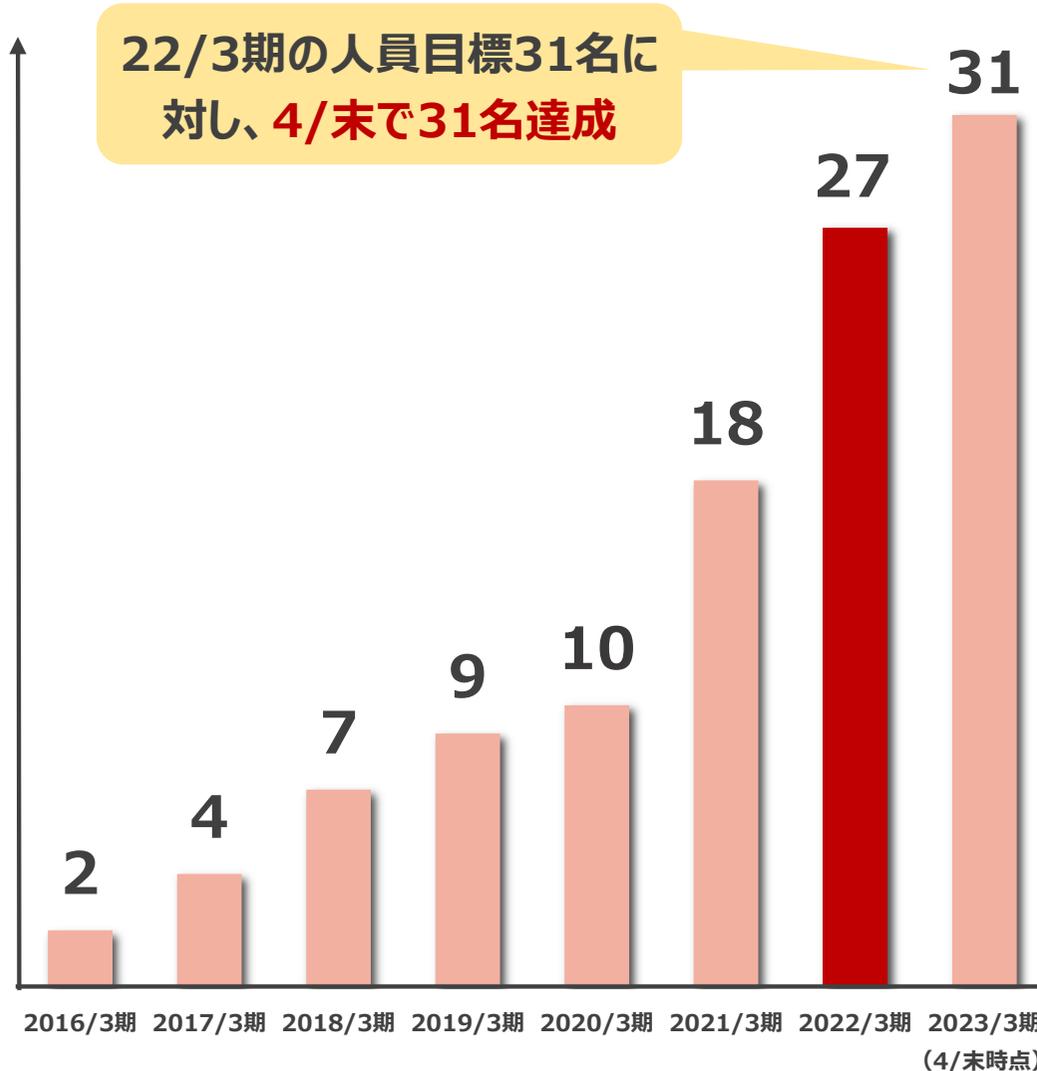




【M&A仲介事業】コンサルタント人員数

◆コンサルタント人員数は、順調に推移

コンサルタント人員数の推移（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

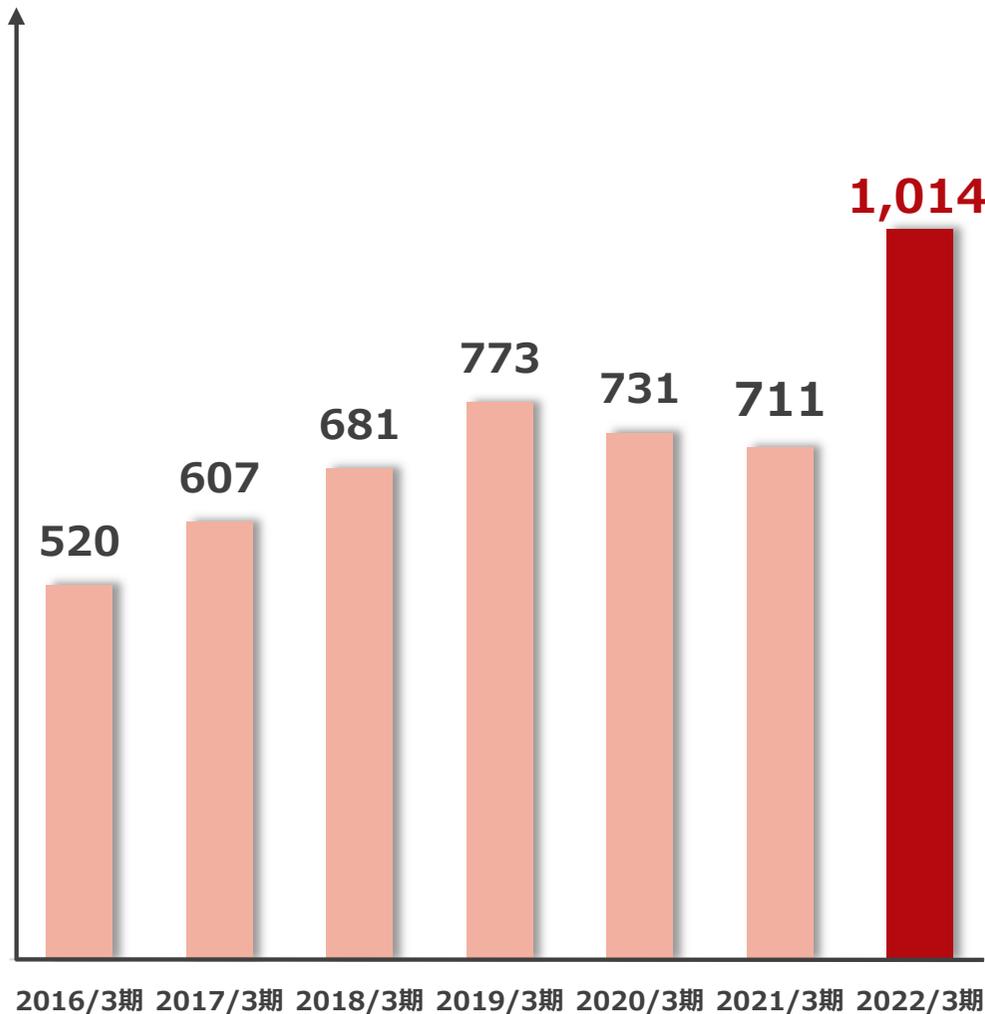
上記より、採用したコンサルタントの売上への寄与は、入社8ヵ月後より始まり、1人当たりの想定売上を計上するのは1年8ヵ月後。



【M&A仲介事業】 平均手数料及び成約期間

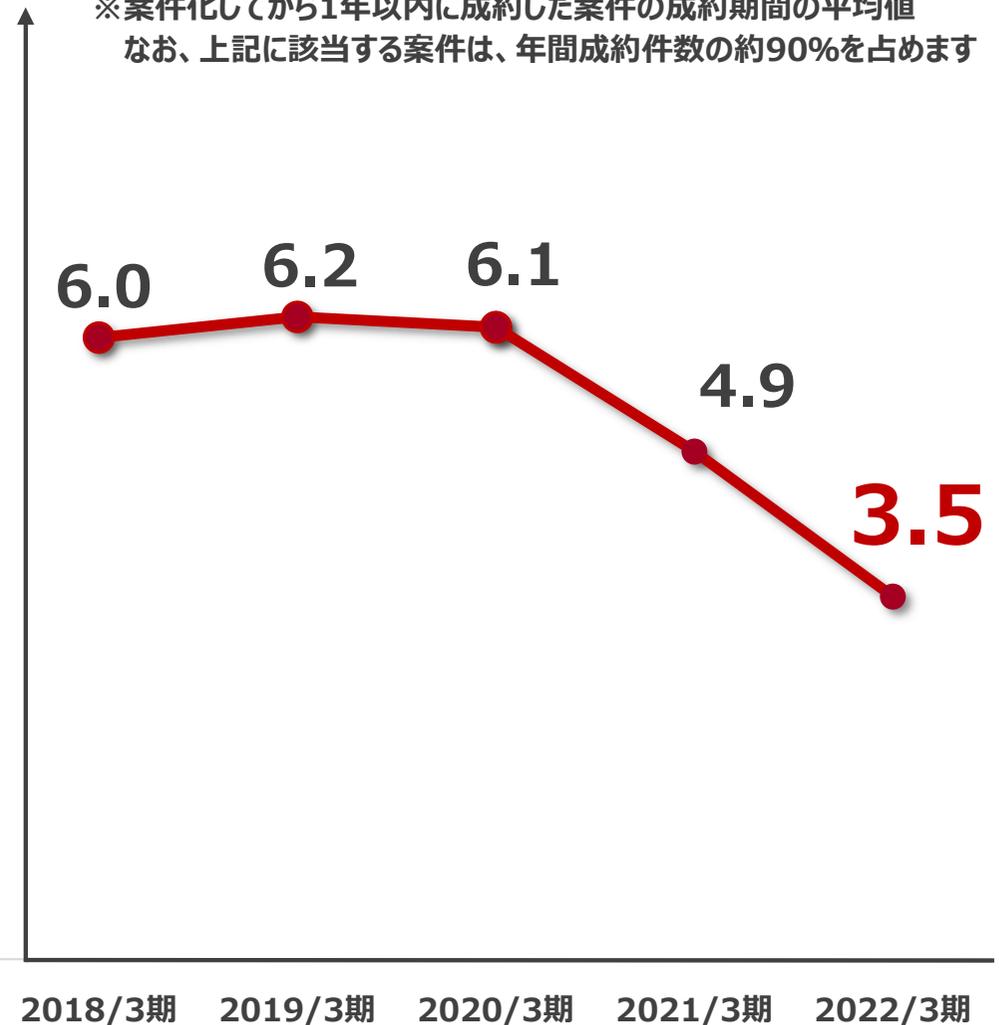
◆ 大型案件の成約数が増加し、平均手数料が上昇、成約期間は短縮

◆ 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】 セグメント業績



- ◆ 教育体制や仕組化が浸透し、成約組数・金額共に大幅増
- ◆ 案件流入も順調で、売上高・利益共に、前年度比大幅増

		2022年3月期 実績	2021年3月期 実績	前年度比
M & A 仲介 事業	売上高	1,308百万円	604百万円	+ 116.4%
	セグメント利益	775百万円	347百万円	+ 123.2%
	セグメント利益率	59.3%	57.4%	—

2023年3月期以降の 業績予想と計画

2023年3月期以降 業績予想と計画（修正あり）



◆ 23/3期の業績予想を上方修正※1 24/3期以降の計画をアップデート※1
 （23/3期以降の計画の詳細は、「成長可能性に関する説明資料」をご覧ください）

※1：2021年5月11日公表の中期経営計画との比較

（単位：百万円）	2021/3期 実績	2022/3期 実績	2023/3期 業績予想	2024/3期 計画	2025/3期 計画
売上高	1,277	2,091	2,790	3,587	5,195
営業利益	281	586	700	951	1,635
営業利益率	22.0%	28.1%	25.1%	26.5%	31.5%
経常利益	292	591	700	951	1,635
経常利益率	22.9%	28.3%	25.1%	26.5%	31.5%
当期純利益	198	349	448	608	1,047
当期純利益率	15.5%	16.7%	16.1%	17.0%	20.2%

上方修正※1

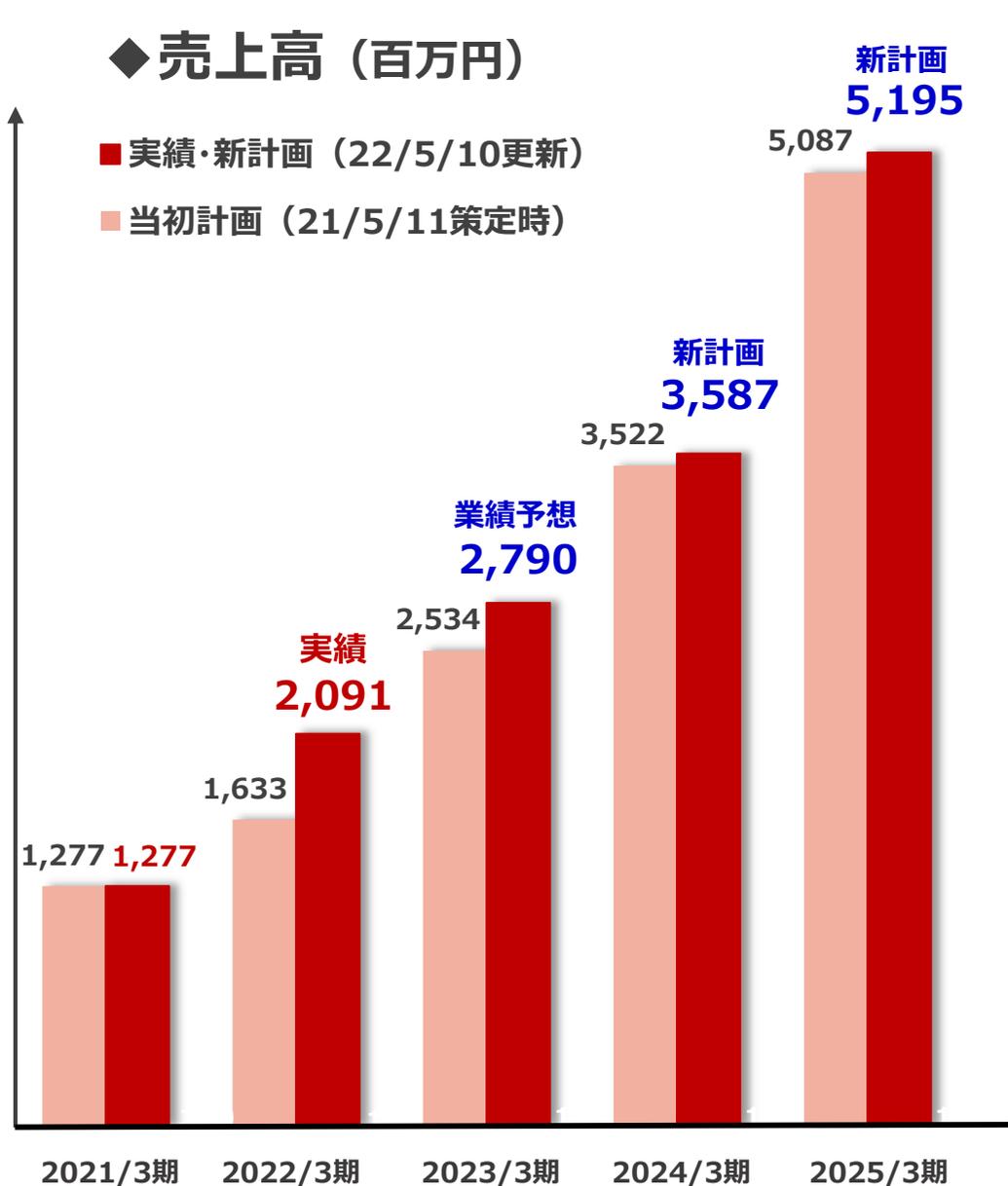
アップデート※1
 ほぼ、当初計画通り

中期経営計画の進捗状況

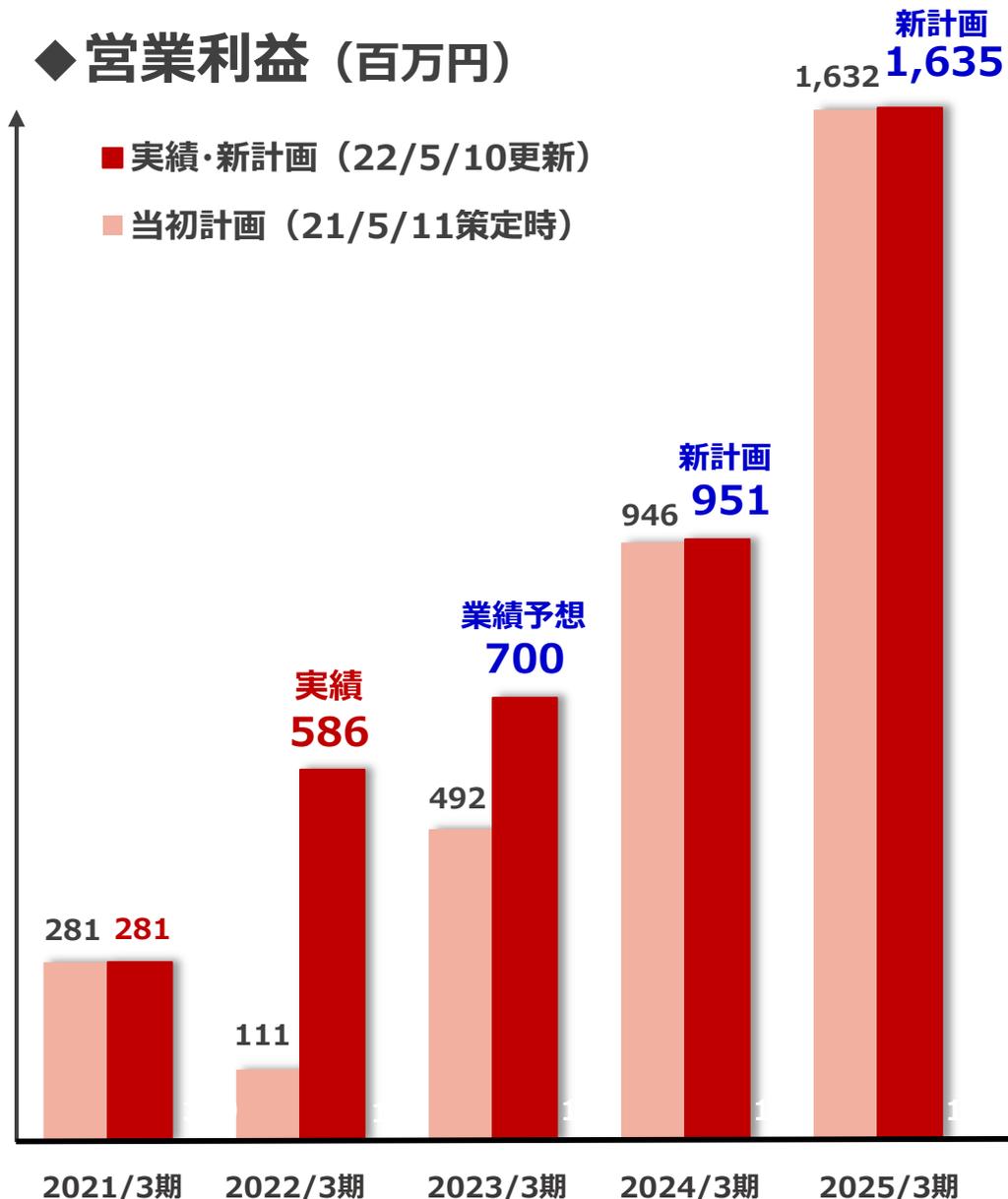


◆ 22/3期は当初計画を大幅に上回る。23/3期以降は計画をアップデート

◆ 売上高 (百万円)



◆ 営業利益 (百万円)



2023年3月期以降 セグメント別業績予想と計画（修正あり）



◆ コロナが長期化したため、商談型展示会事業の業績予想・計画を下方修正※1
 一方、好調なM&A事業を上方修正※1

※1：2021年5月11日公表の中期経営計画との比較

（単位：百万円）

			2021/3期 実績	2022/3期 実績	2023/3期 業績予想	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	776	861	977	1,157
		セグメント利益	※178	220	228	277	393
		セグメント利益率	※27.1%	28.3%	26.5%	28.4%	33.9%
展示会 ハイブリッド	新分野	売上高	—	—	409	762	1,431
		セグメント利益	—	△64	100	217	429
		セグメント利益率	—	—	24.4%	28.5%	30.0%
M&A 仲介事業		売上高	604	1,308	1,519	1,847	2,606
		セグメント利益	※347	775	811	910	1,320
		セグメント利益率	※57.4%	59.3%	53.4%	49.3%	50.7%

※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。



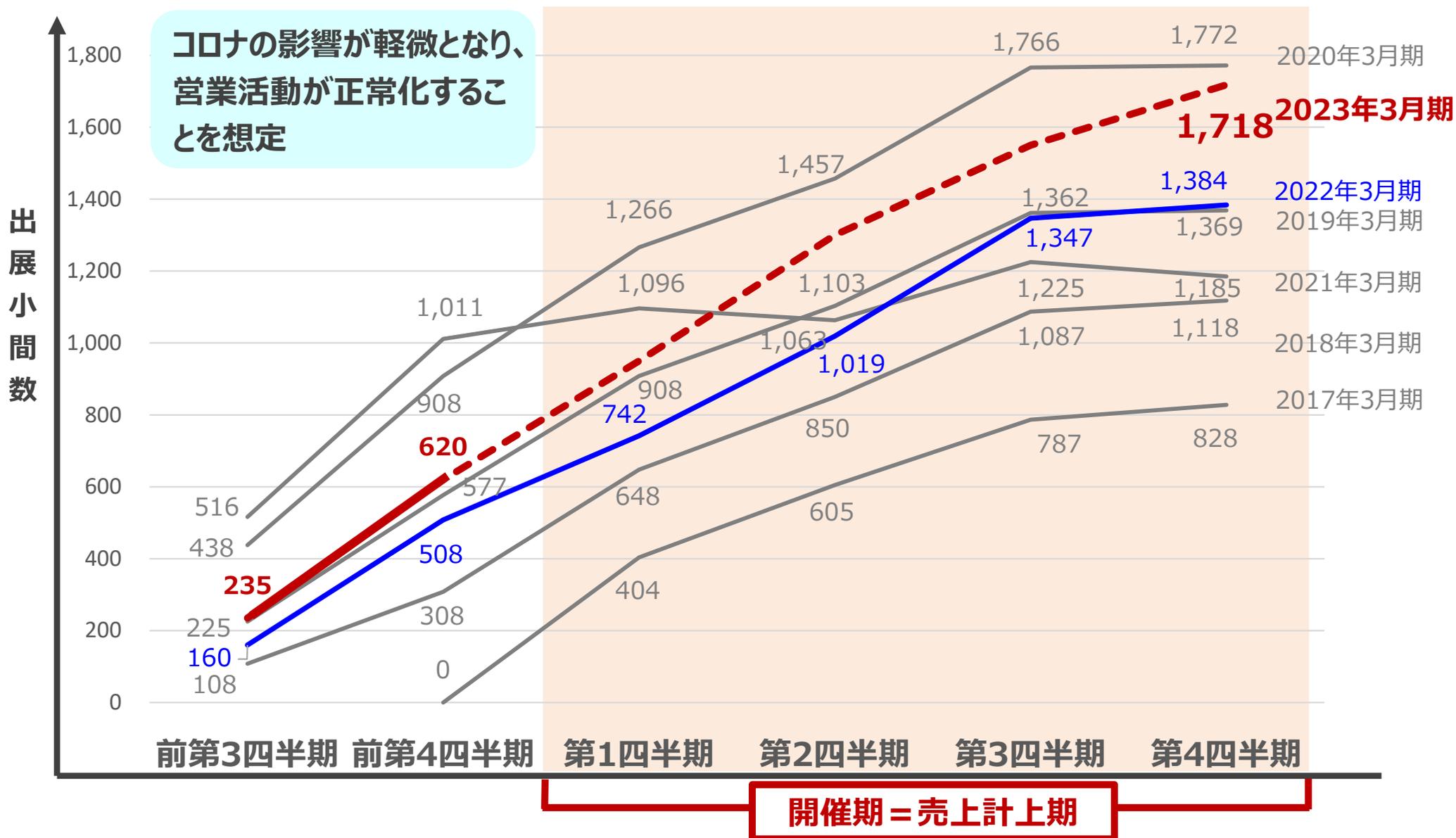
◆ 2023年3月期 展示会開催スケジュール

四半期	開催月	展示会名
第1四半期	5月	CareTEX One横浜
第2四半期	7月	CareTEX札幌
	9月	CareTEX仙台
第3四半期	11月	CareTEX福岡
	12月	CareTEX大阪 ※11月30日～12月2日開催 からだケアEXPO 大阪 ※11月30日～12月2日開催
第4四半期	2月	CareTEX名古屋
	3月	からだケアEXPO 東京 東京ケアウィーク

商談型展示会事業の見通し



◆ 出展小間数の契約進捗状況（累計）

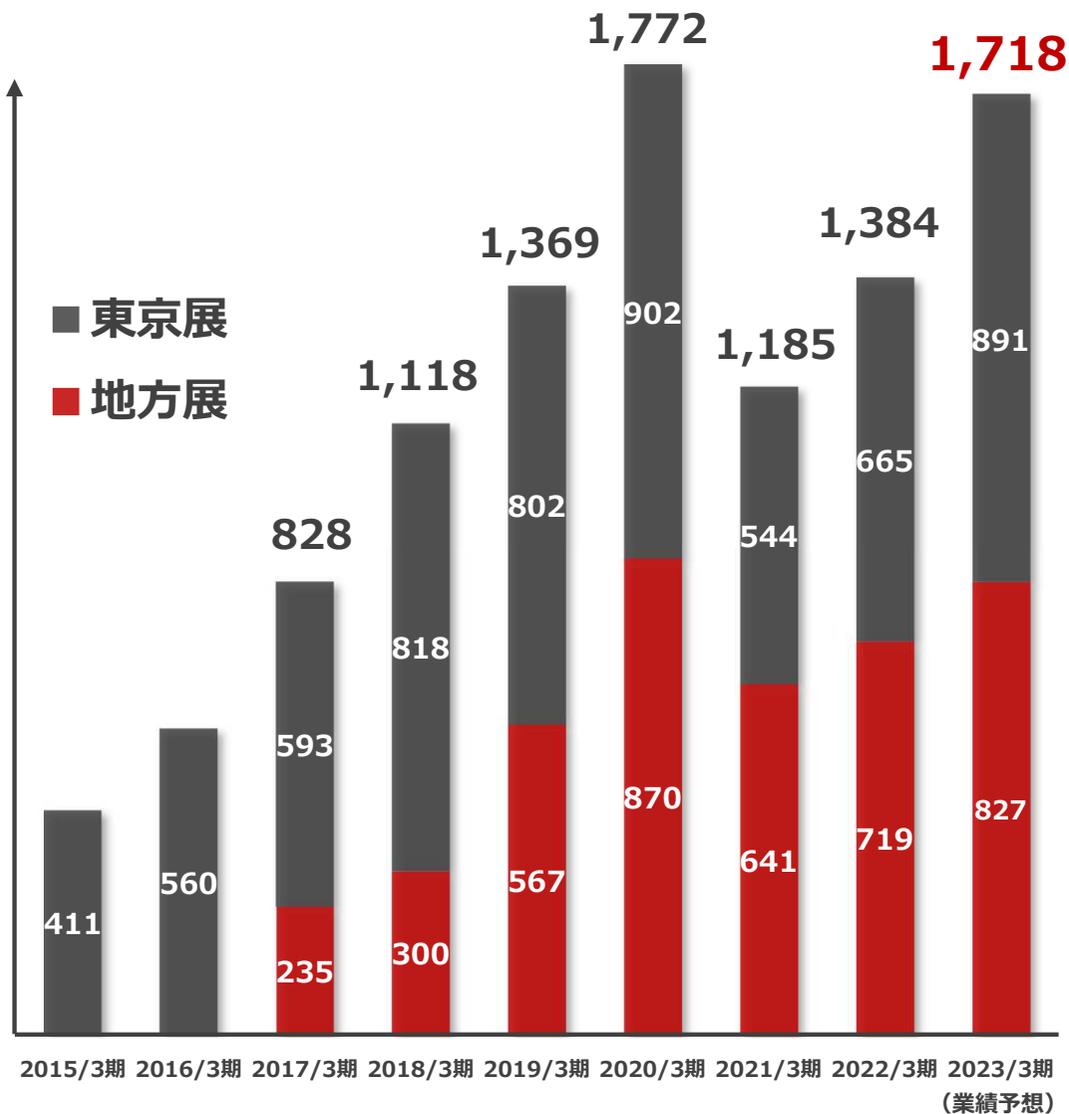


注) 1. 出展小間数とは、出展社に貸し出すために仕切られたスペースの単位
 2. 上記の契約進捗状況は各会計期間に開催 (= 売上計上) した展示会の契約獲得時期を累計で表示

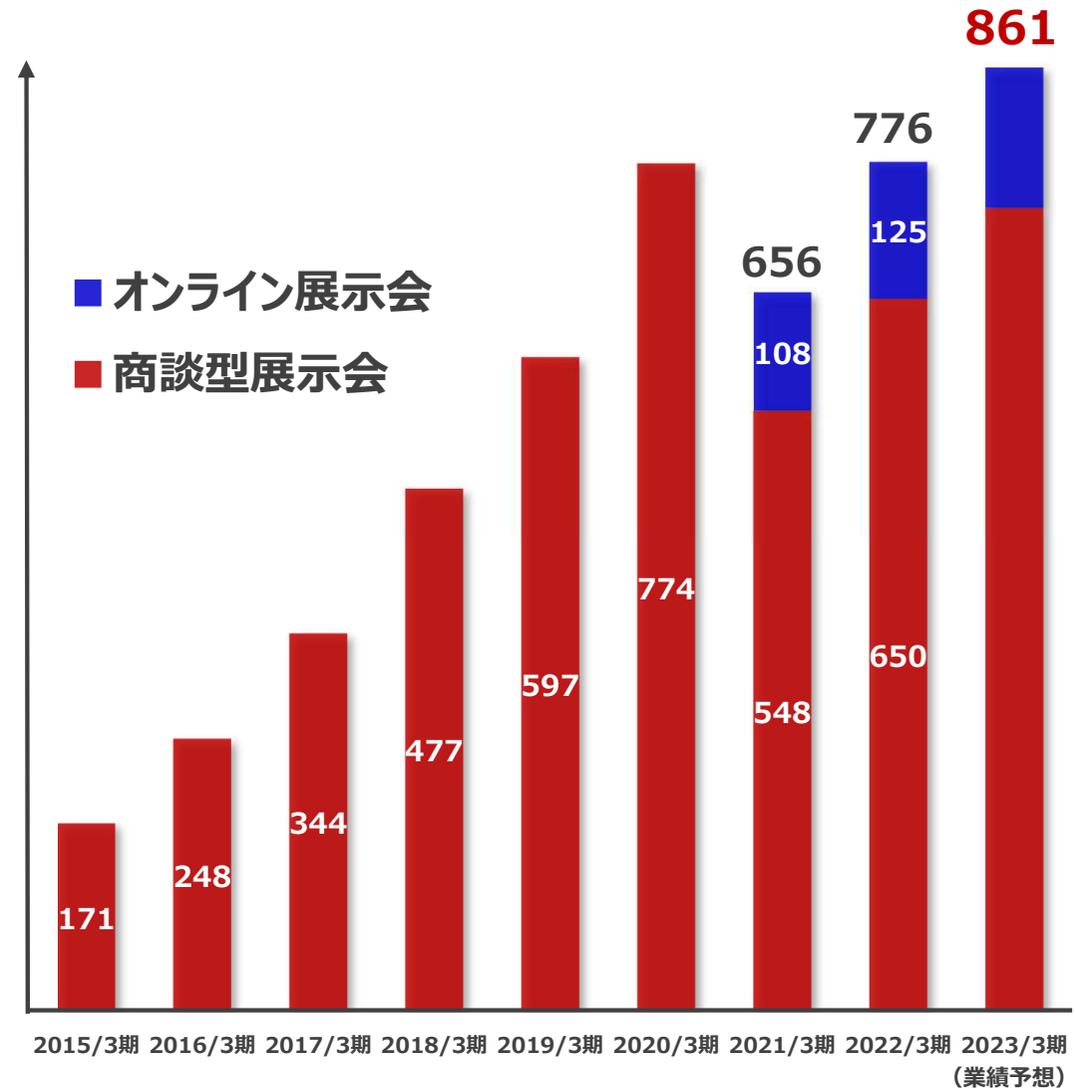
商談型展示会事業の見通し



出展小間数の推移（小間）



売上高の推移（百万円）





◆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**
- 23/3期の開催に向け、**出展小間契約を順調に獲得**

◆数値目標

(単位：百万円)			準備期間	ハイブリッド展を開催し分野拡大		
	2020/3期 実績	2021/3期 実績	2022/3期 実績	2023/3期 業績予想	2024/3期 計画	2025/3期 計画
売上高			—	409	762	1,431
前年度比率			—	—	186%	188%
分野（累計）			—	1~2	3~4	4~6

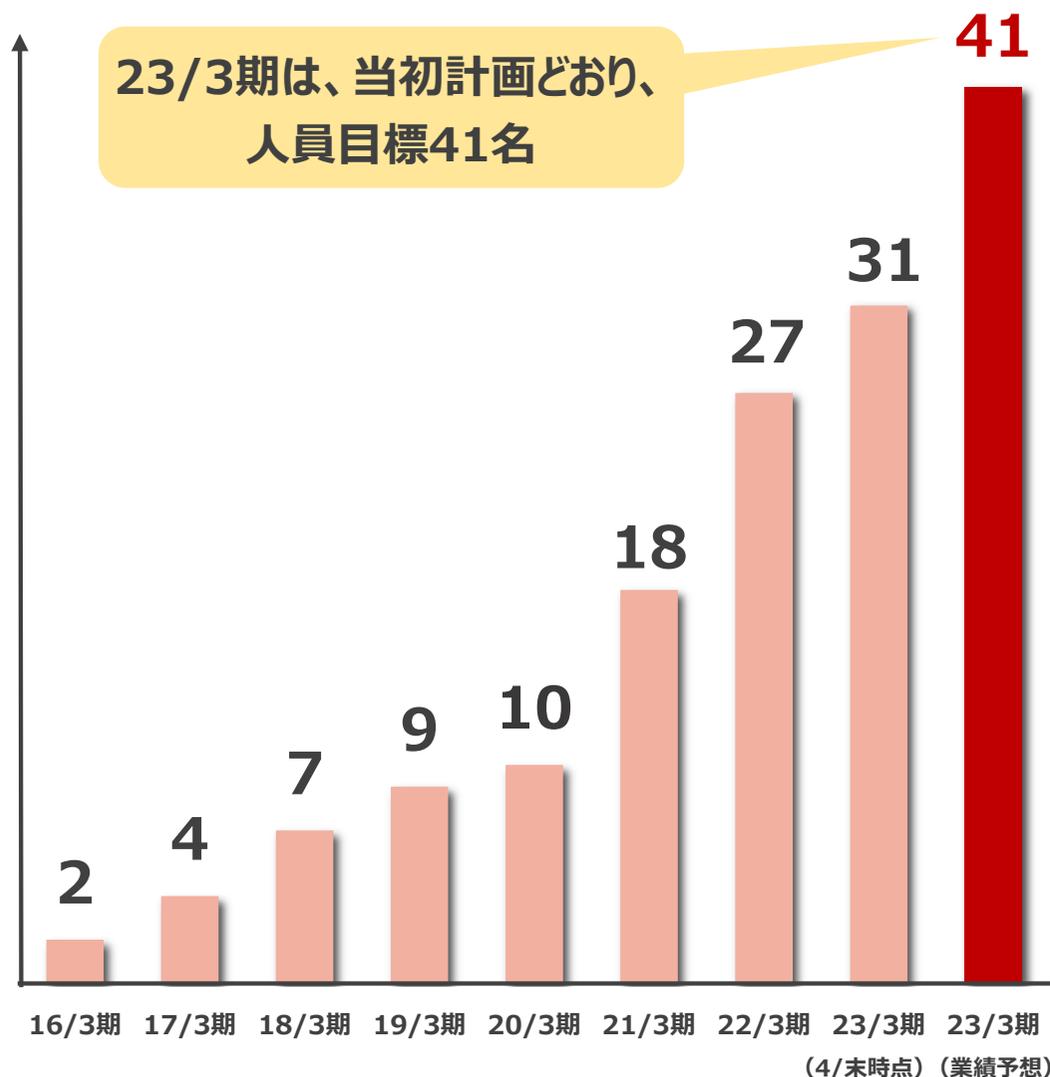
計画開始後、各種サービスの内容・提供期間・価格等に、一部変更が生じたため、2021年5月11日公表の中期経営計画から、業績予想・計画の数字を若干修正しております。

M & A 仲介事業の見通し



◆ 23/3期も大量採用を継続し、大幅な増収を見込む

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7カ月**

※上記想定期間について、22/3期の実績に基づき、
8カ月 ⇒ 7カ月に変更しております。

入社～戦力化までのモデル期間

- 入社～2カ月後：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5カ月を想定)
- 入社7カ月後：初の案件成約
以降、本格的に戦力化し、売上に寄与

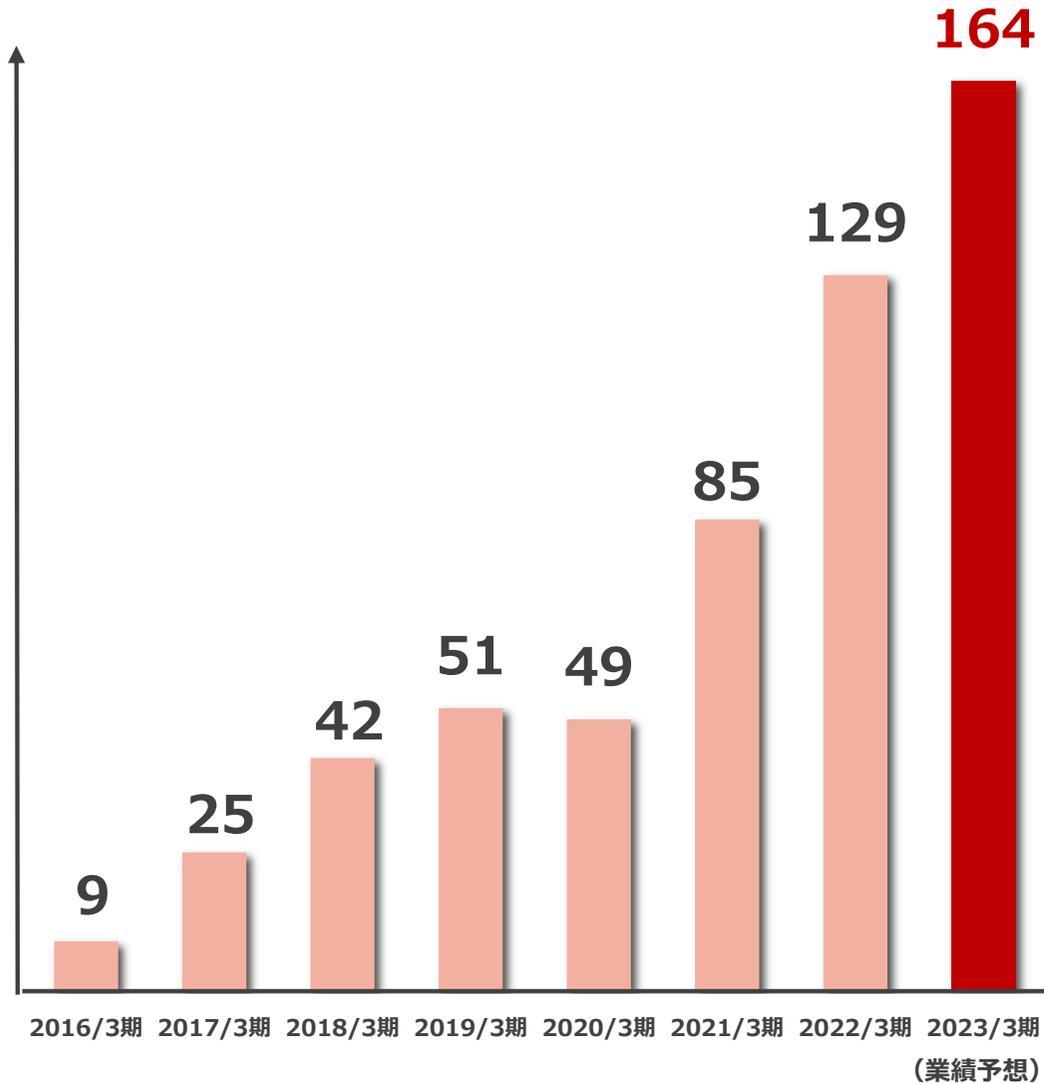
上記より、採用したコンサルタントの売上への寄与は、入社7カ月後より始まり、1人当たりの想定売上を計上するのは1年7カ月後。



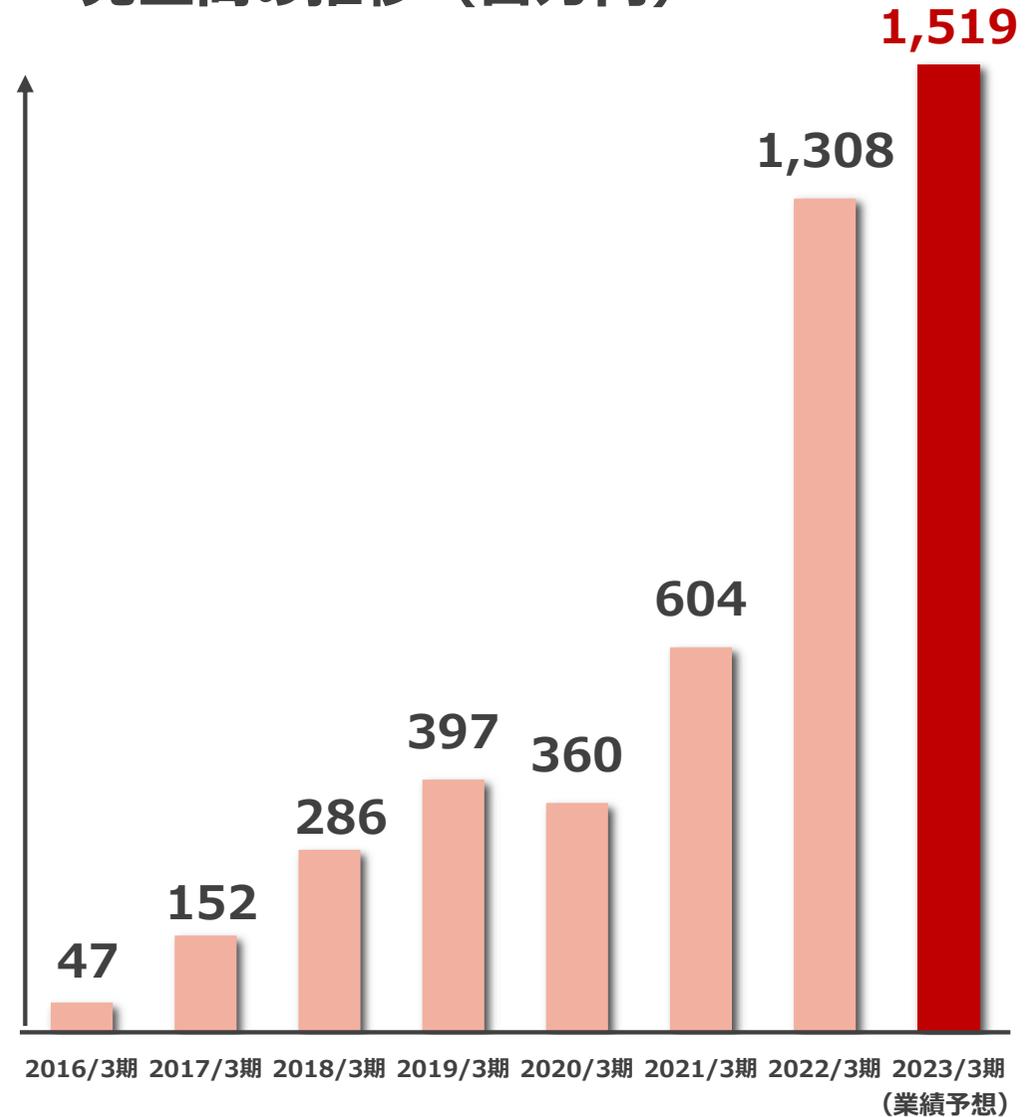
M & A 仲介事業の見通し

◆ 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・ハイブリッド展示会事業

- コロナの影響が軽微となり、営業活動が正常化することを前提に計画
- コロナの感染が拡大し、緊急事態宣言が発出されたり、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、業績予想が未達となる可能性あり

◆ M&A仲介事業

- コロナの影響が軽微となり、訪問・面談等が出来ることを前提に計画
- コロナの感染が拡大し、緊急事態宣言が発出されたり、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、業績予想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 ※2022年3月31日時点		
役員	代表取締役社長	新村 祐三	
	専務取締役	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	
	執行役員	小林 範士	
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	98人（アルバイト・派遣含む）※2022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、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。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。



専務取締役 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。
2022年 当社専務取締役就任。
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。



執行役員 小林 範士

1998年 株式会社日本交通公社入社。
2006年 株式会社JTBBビジネスイノベーターズ入社。
2021年 当社入社。
2022年 当社執行役員に就任。
青山学院大学卒。



◆ 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)



◆ 業界に特化したBtoBのマッチングサービスを提供

当社が提供するサービス



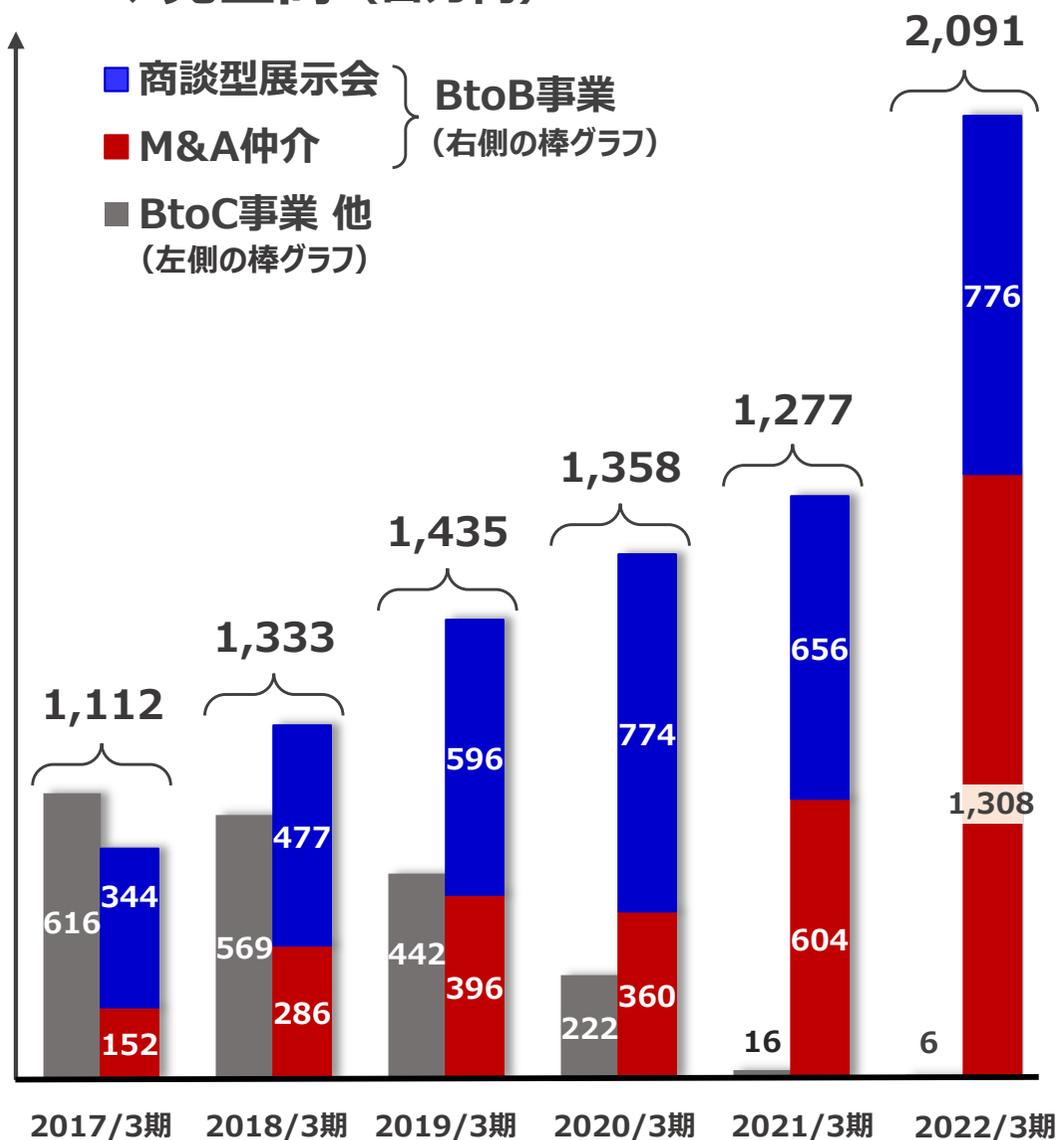
売上高・営業利益の推移



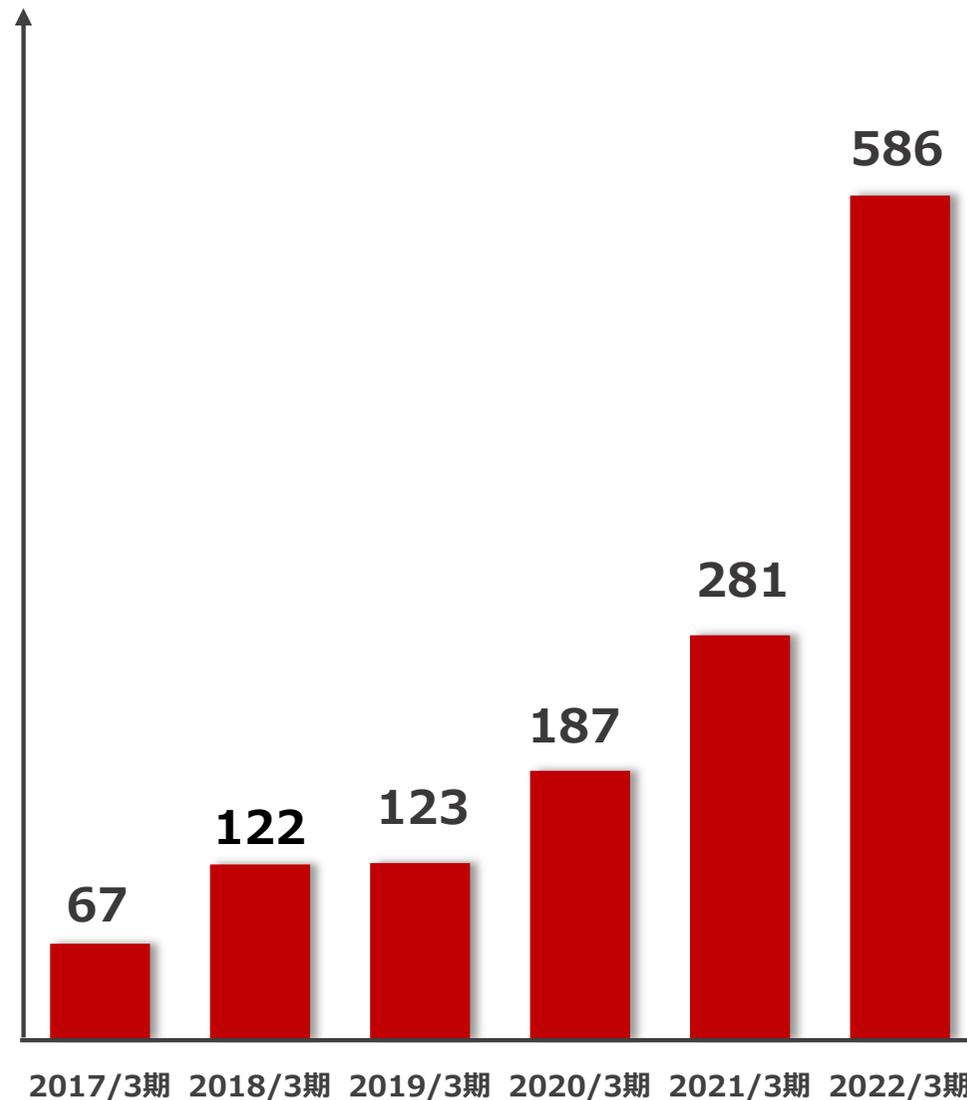
◆ BtoC事業からBtoB事業へシフトし、営業利益は6期連続増益

◆ 売上高 (百万円)

- 商談型展示会 } BtoB事業 (右側の棒グラフ)
- M&A仲介 } (右側の棒グラフ)
- BtoC事業 他 (左側の棒グラフ)



◆ 営業利益 (百万円)



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※

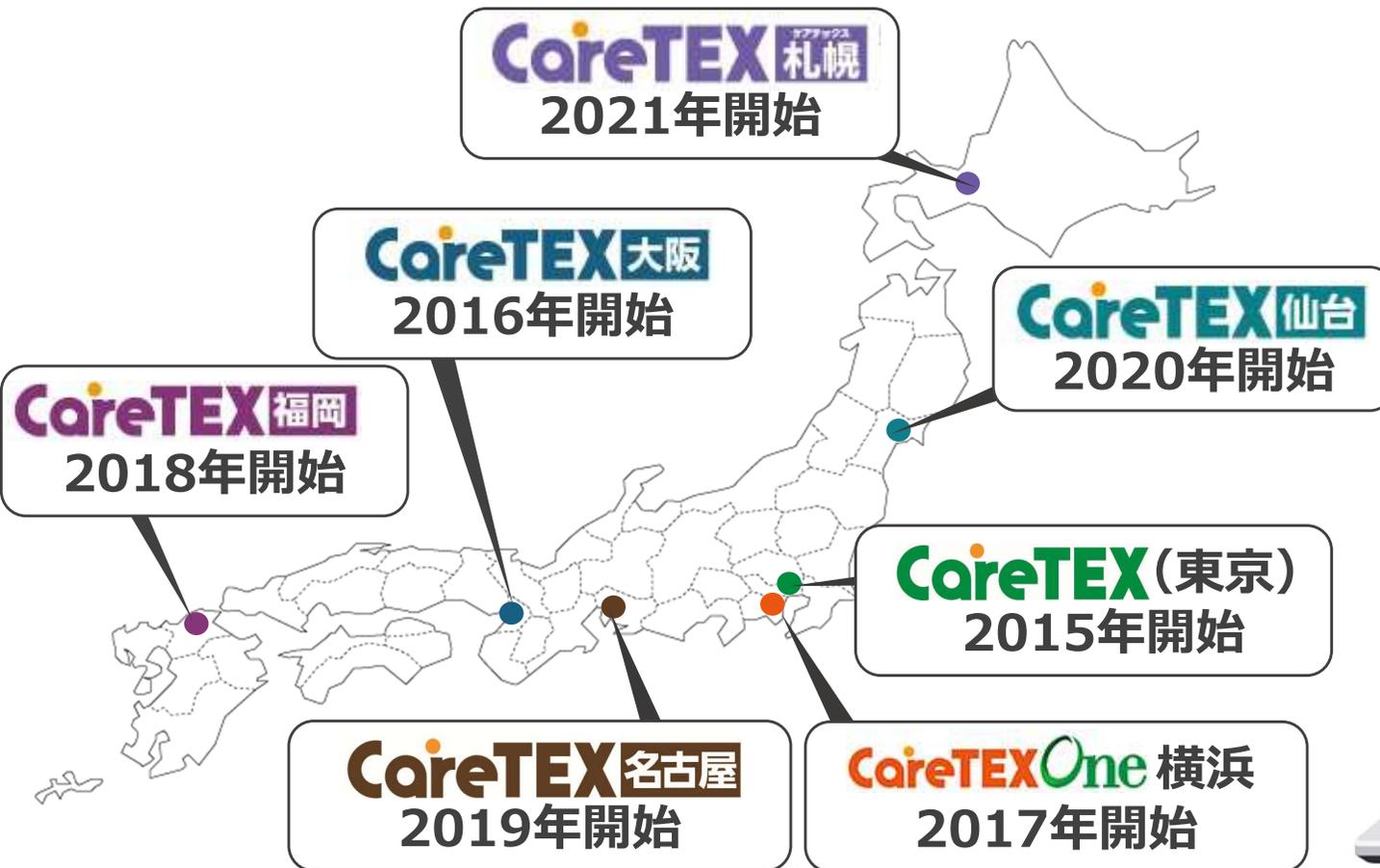
- **介護用品**
歩行補助用品 ベッド用品
入浴用品 トイレ・おむつ用品
衣類・靴 住宅改修用品
介護予防・リハビリ 生活支援用品
介護ロボット 等
- **高齢者施設向け設備・備品**
移動補助・福祉車両 入浴設備
家具・建材・インテリア 洗濯・クリーン用品
見守りシステム 介護システム
厨房機器・食器 衛生用品
介護職員向け用品 等
- **高齢者施設向けサービス**
レクリエーション 感染予防
省エネ・コスト削減 経営支援サービス
配食・食事サービス 防災・危機管理
スタッフ採用・教育 出張サービス 等



◆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

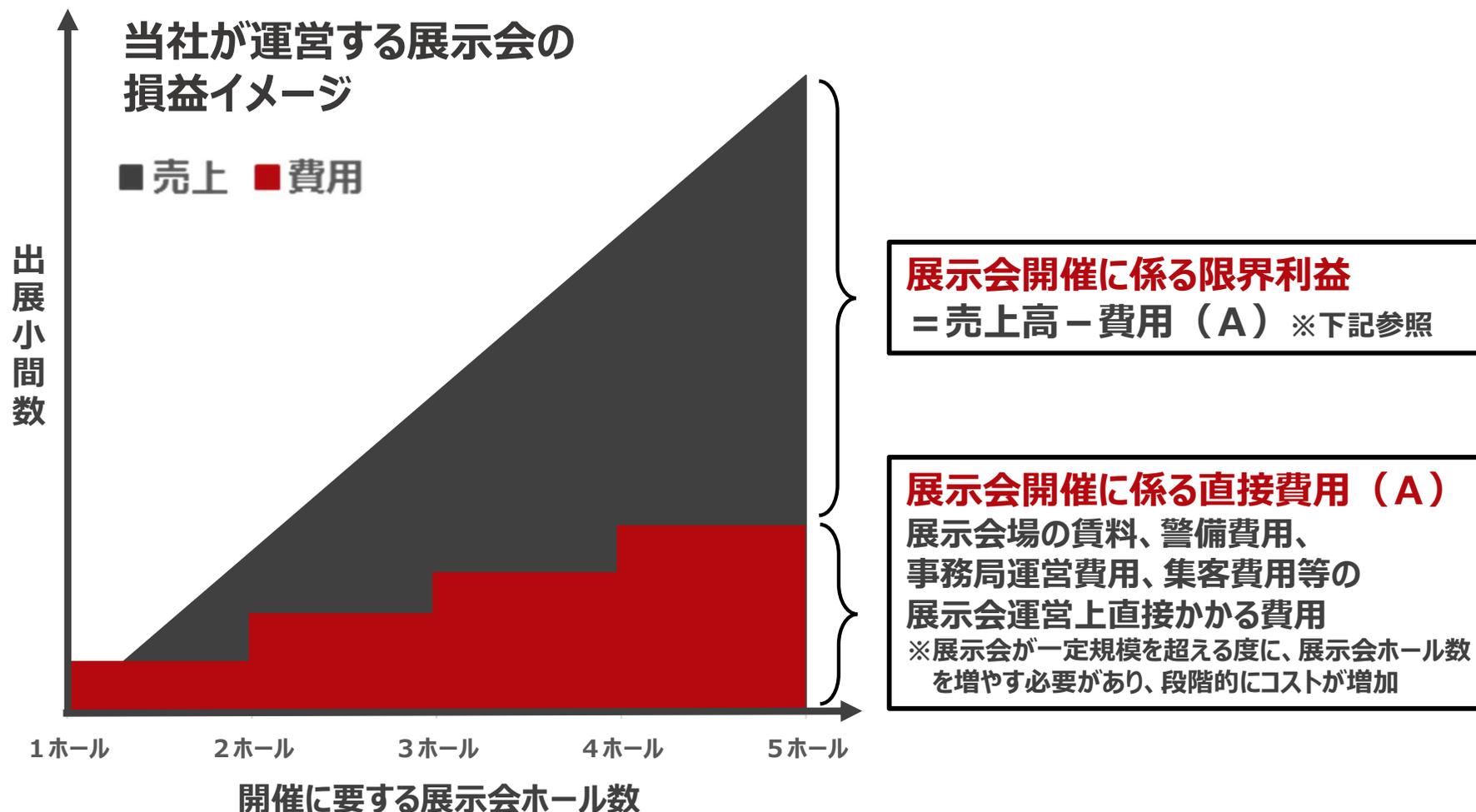


商談型展示会事業 特徴と強み③



◆ 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

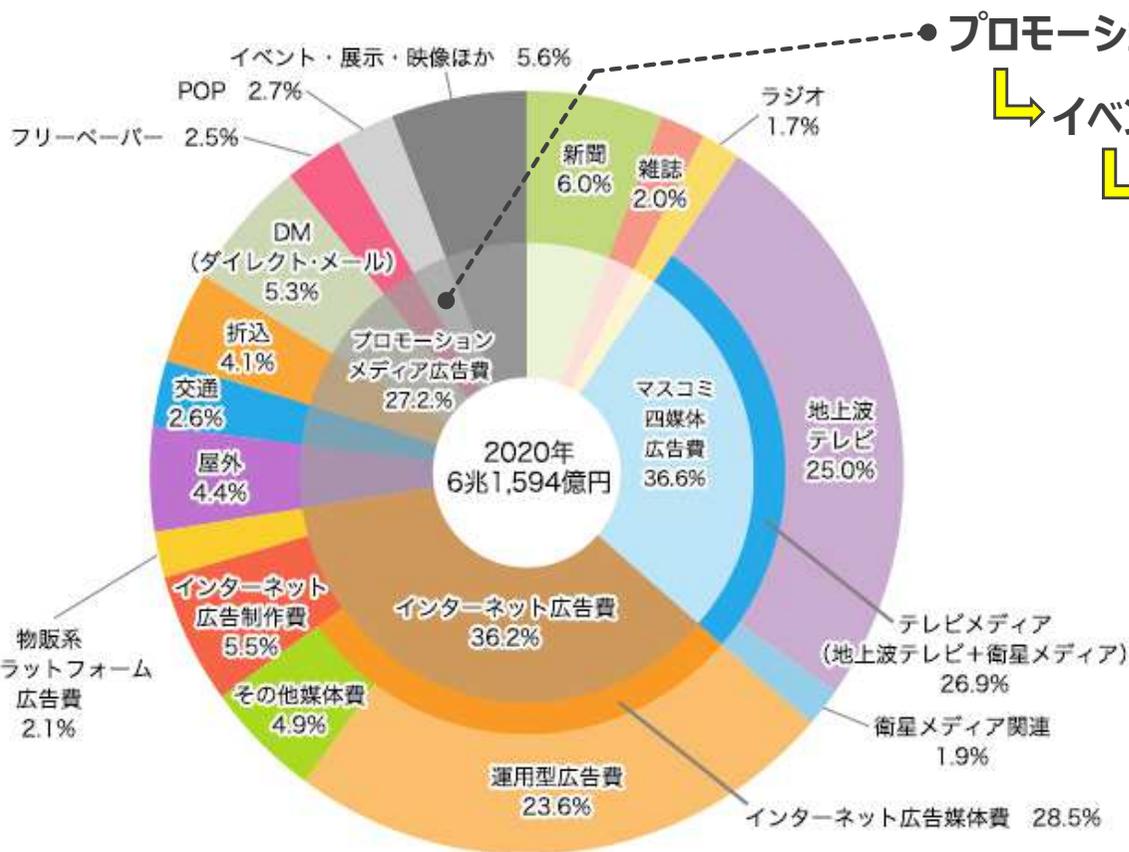


商談型展示会事業 当社のポジショニングと成長余地①



◆ 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者の市場規模。

※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。

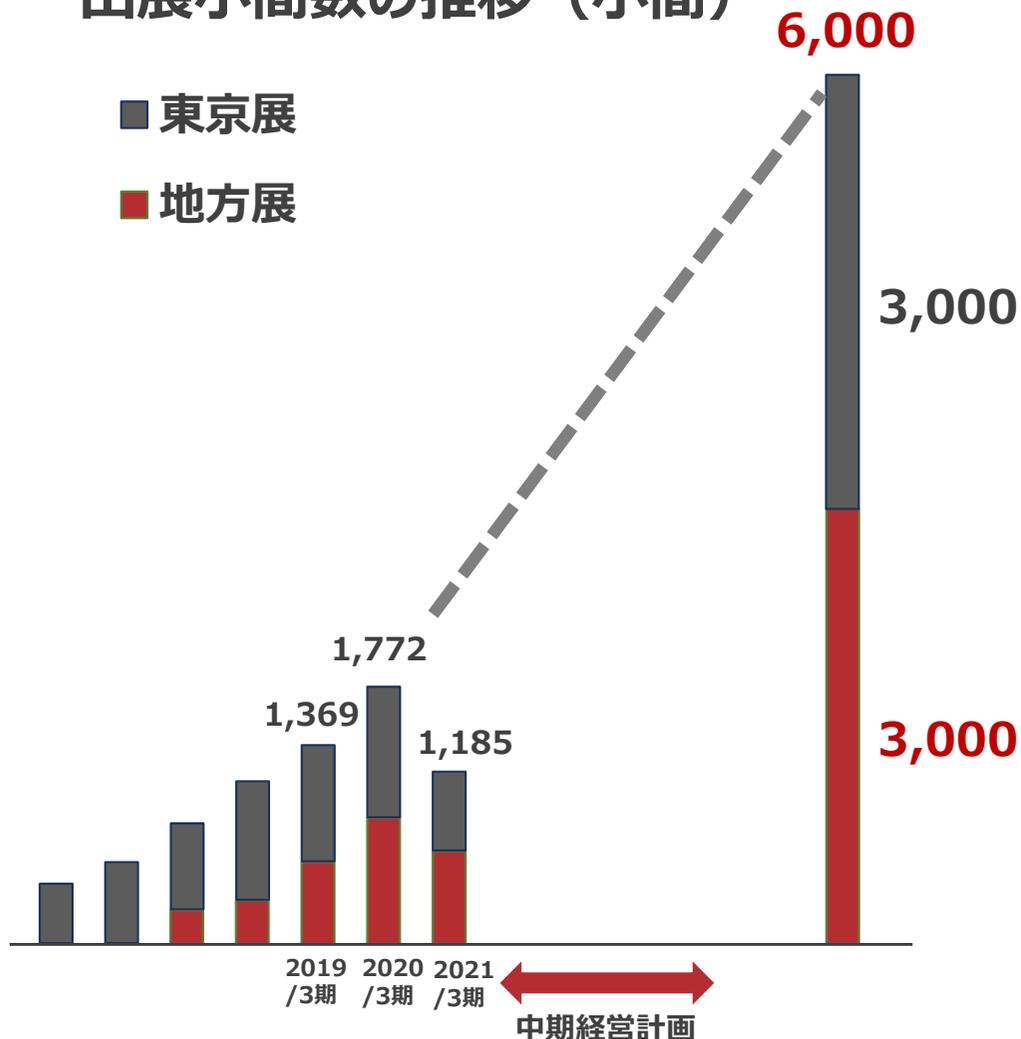
商談型展示会事業 当社のポジショニングと成長余地②



◆ 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**

M&A仲介事業 特徴と強み①



◆ 介護・福祉業界特化&7,200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

7,200社

759件^{※2}

3.5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） ※2022年3月31日現在

※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） ※2022年3月31日現在

※3 当社における2022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）



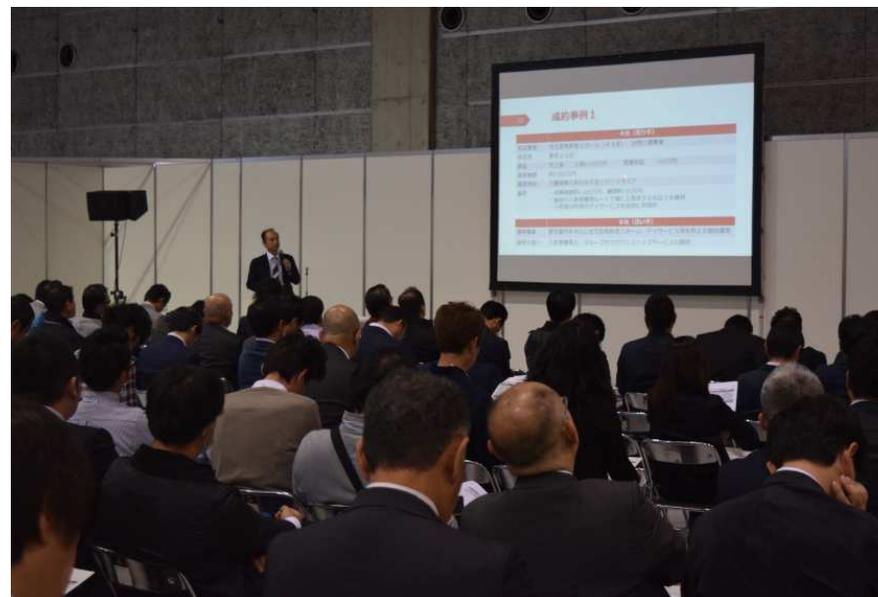
◆当社主催の商談型展示会を活用した**効率的な案件開拓**

- 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7カ月**

入社～戦力化までのモデル期間

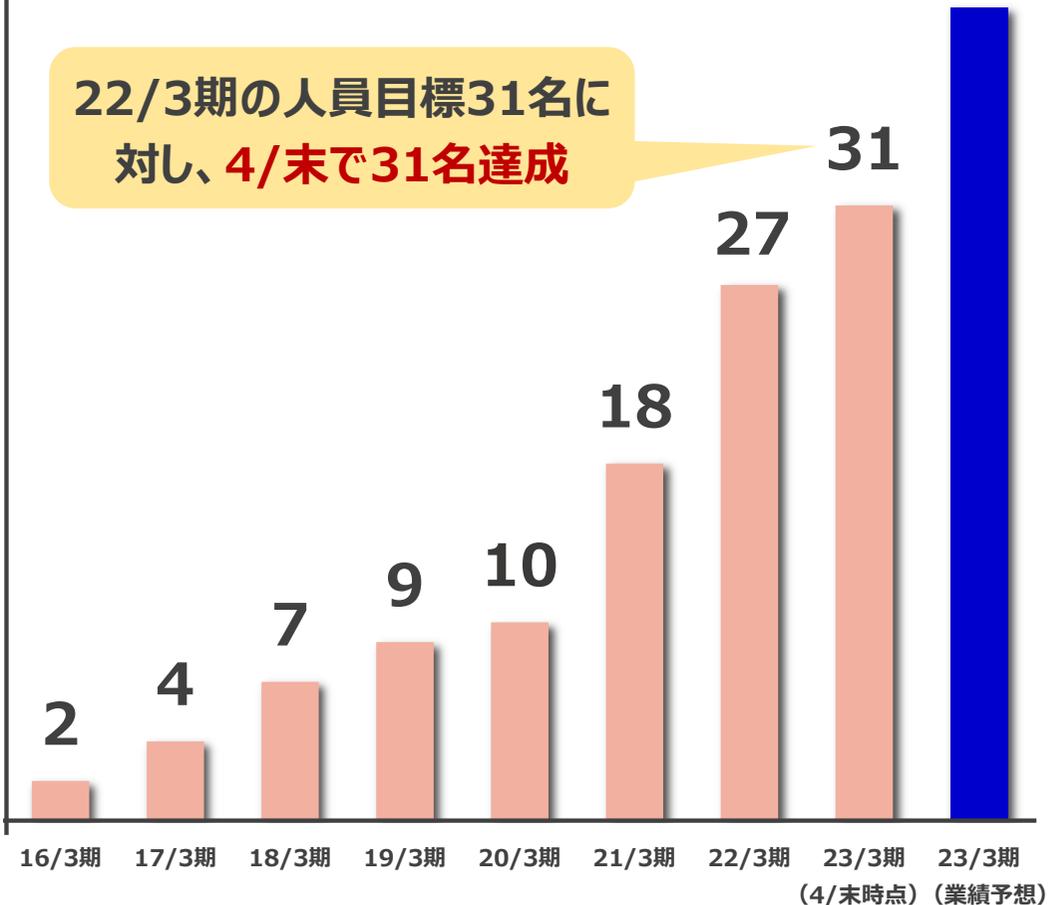
- 入社～2カ月：教育研修期間
- 入社2カ月後：最初の案件担当
(案件成約まで5カ月を想定)
- 入社7カ月後：初の案件成約
以降、本格的に戦力化し、売上に寄与

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)

22/3期の人員目標31名に
対し、4/末で31名達成





◆“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

◆マネージャー

- ・部下の進捗確認の効率化
- ・均質な育成が可能

◆コンサルタント

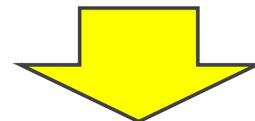
- ・ナレッジの共有で経験の浅いコンサルタントでも早期にキャッチアップ可能
- ・TODOが可視化され、期限管理徹底

◆買い手

- ・自ら必要とする資料を入手可能
- ・チャットで担当者への問合せが可能

◆事務スタッフ

- ・営業との連携がシームレスになり作業の抜け・漏れを防止
- ・作業が定型化され、事務工数削減



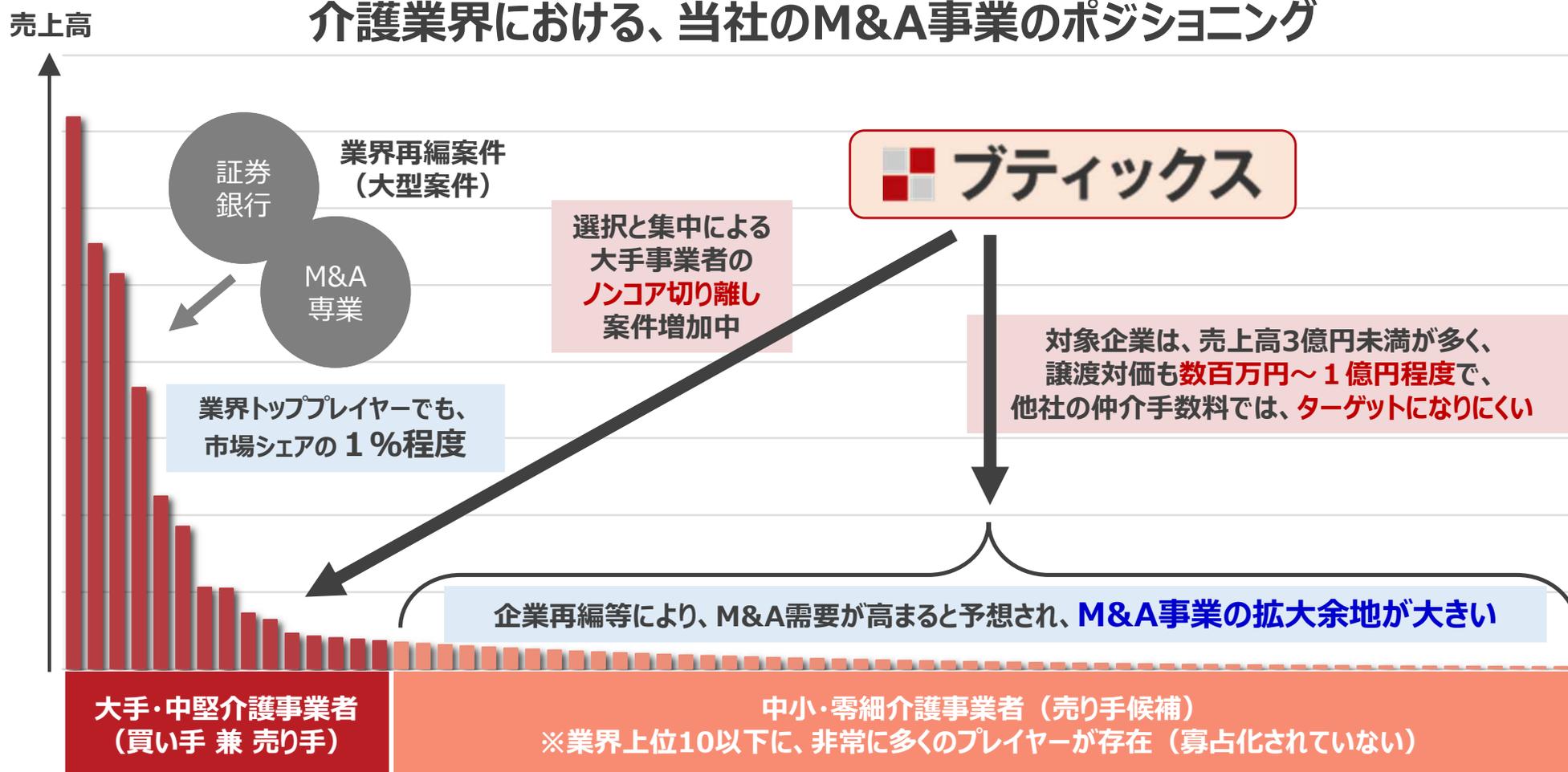
成約期間が短縮



◆ 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

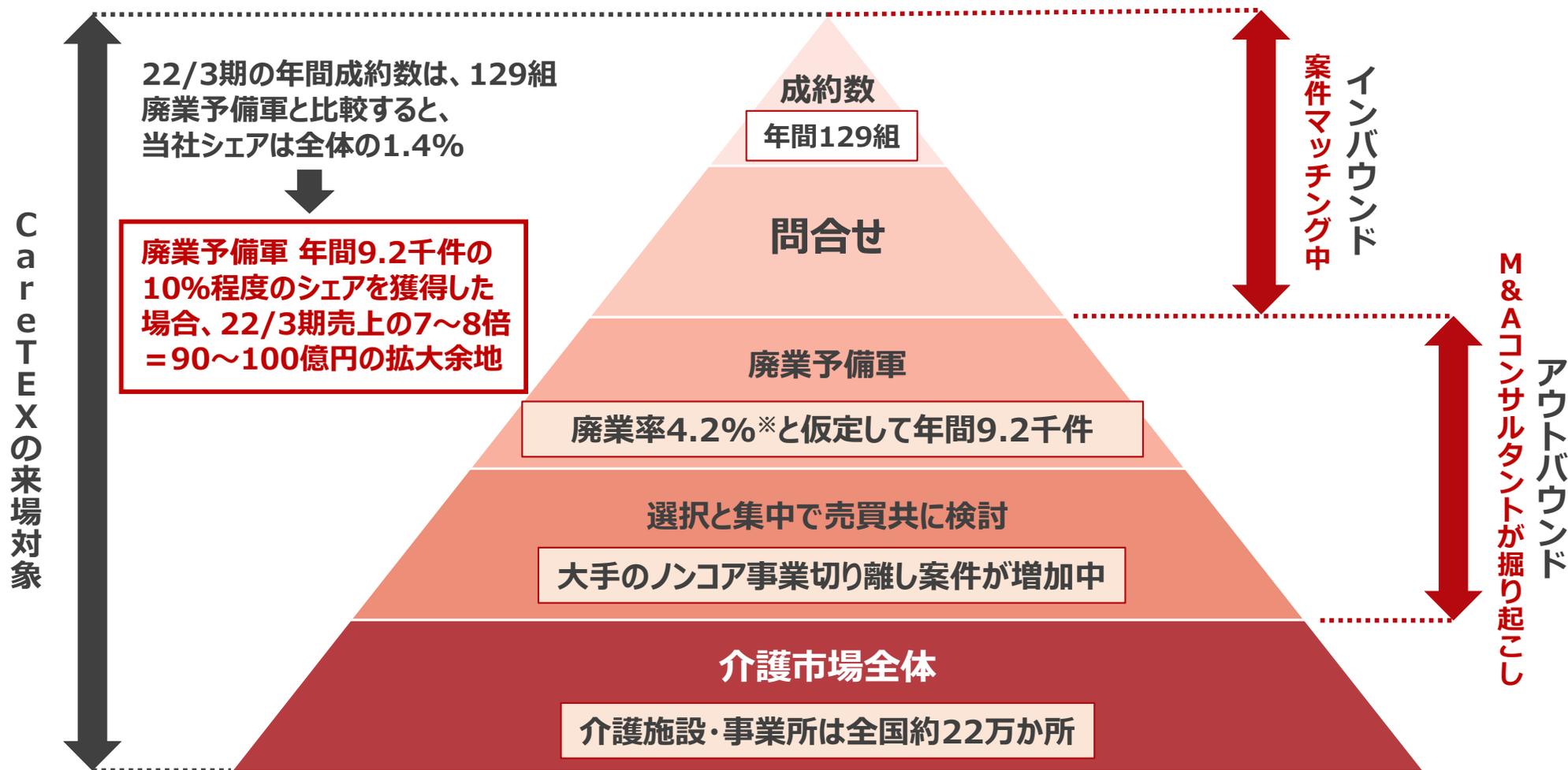
介護業界における、当社のM&A事業のポジショニング



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**90～100億円**

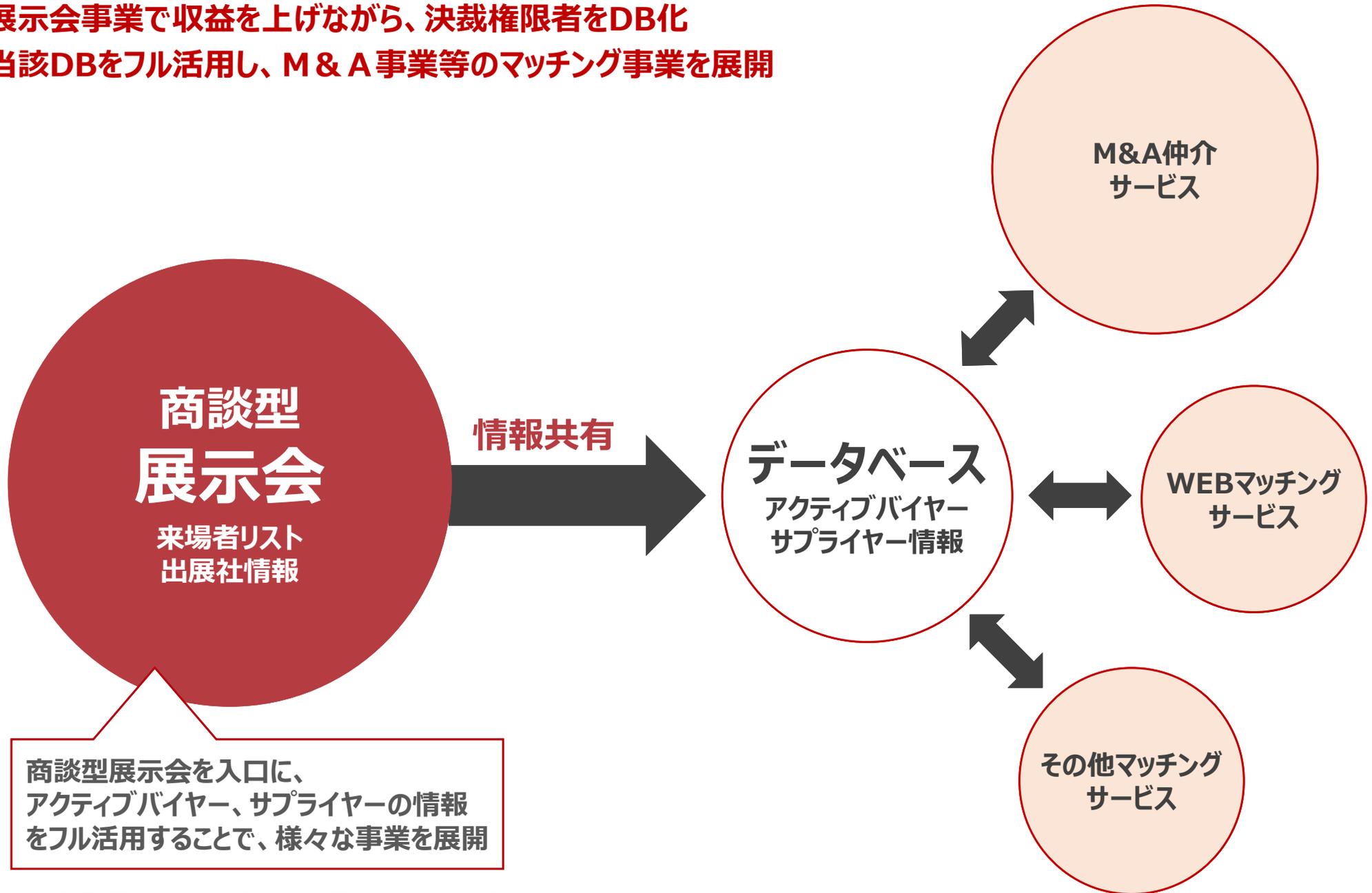


※：出所 廃業率は、東京都福祉保健局「令和3年度 事業所指定件数」及び「事業所指定件数（令和3年度）」より、2021年4月1日時点の居宅サービス事業者数9,211件、2021年度の年間廃止等数391件より算出
介護施設・事業所は厚生労働省「令和2年介護サービス施設・事業所調査の概況」より算出

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

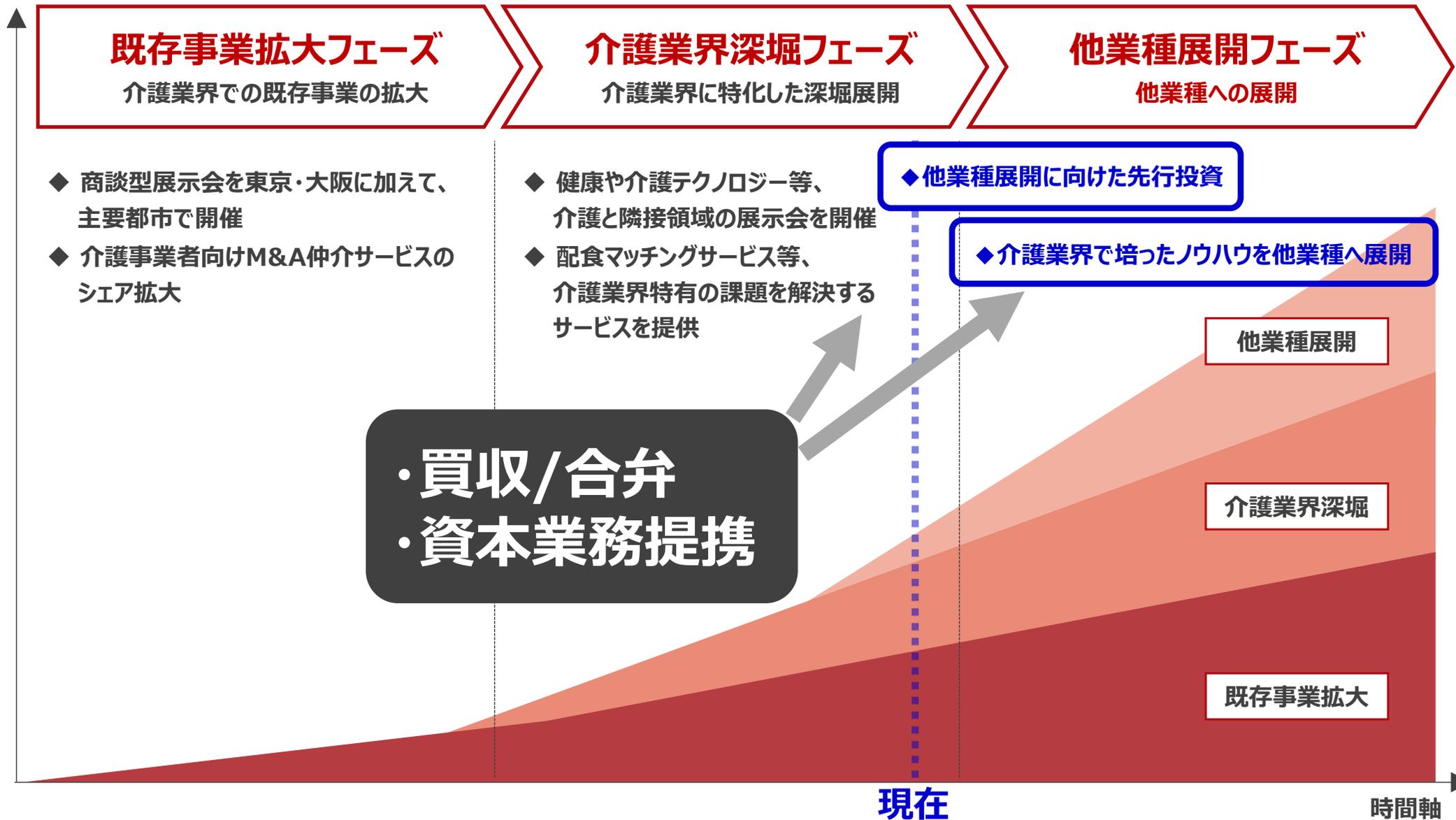
※商談型展示会には、オンライン展示会を含みます。

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

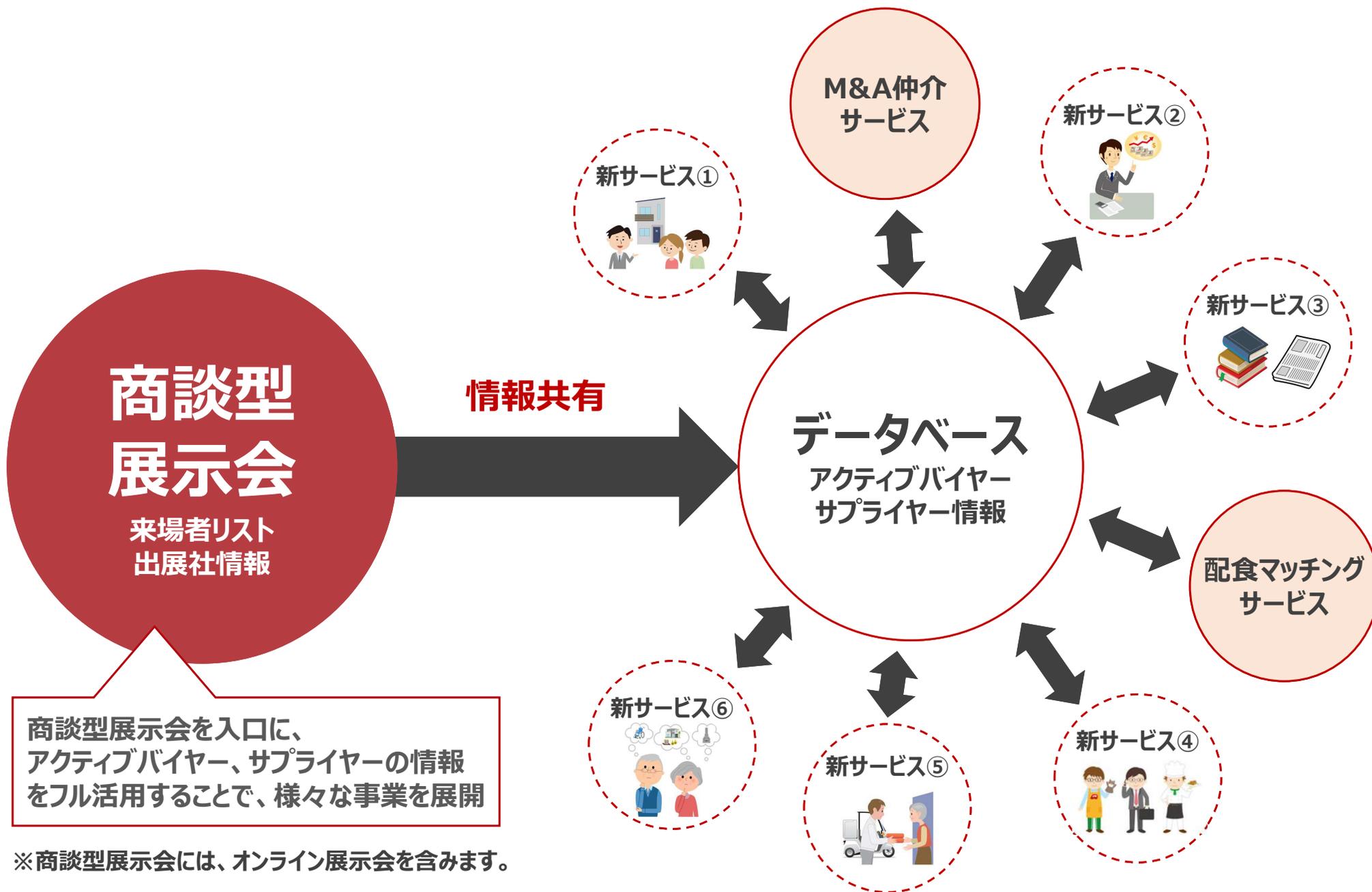
事業規模 ◆ : 現在進行中 ◆ : 今後展開予定



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



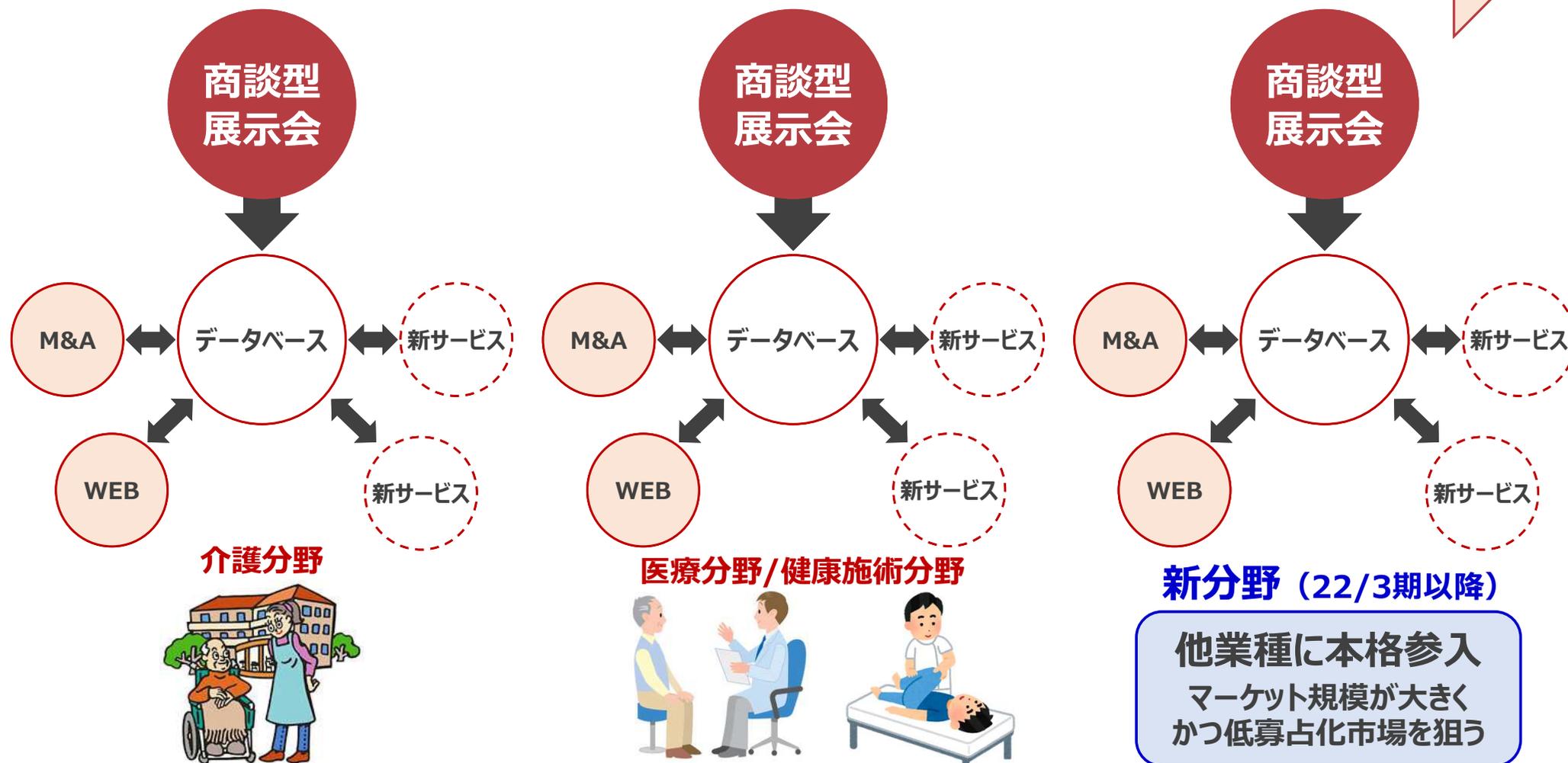
※商談型展示会には、オンライン展示会を含みます。

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





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当社の判断であり、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