

(証券コード：9272)
2024年8月8日

 **ブティックス株式会社**
Boutiques, Inc.

2025年3月期
第1四半期 決算説明資料



01 2025年3月期 第1四半期決算概要 P. 2

02 事業別の状況 P. 7

03 今後の見通し P. 18

参考資料 P. 22

2025年3月期 第1四半期 決算概要



展示会事業

- 介護分野・IT分野ともに、出展小間契約の獲得は、業績予想を上回るペースで順調に推移。第2四半期以降、売上高は前年同期を大幅に上回る見通し。
- 前年同期に計上した展示会関連サービスの売上高が減少。
- 展示会事業全体で、**売上高75百万円（前期:164百万円）**

M&A 仲介事業

- 新教育制度導入に伴い、新人の成約開始時期が想定より2カ月遅れで進捗し、第1四半期のみ、やや遅れが発生。
- 案件開拓が順調に推移しており、第2四半期以降は挽回し、売上高は前年同期を上回る見通し。
売上高280百万円（前期:288百万円）

人材採用 支援事業

- 採用イベント・人材紹介とともに、順調に推移。
売上高179百万円（前期:153百万円）

いずれの事業も、概ね計画どおり順調に推移

第1四半期 連結業績ハイライト



- ◆ いずれの事業も、概ね計画どおり順調に推移。
- ◆ 第2四半期以降、売上高は前年同期を上回る見通し。

| (単位：百万円) | 2025/3期 (1Q) | 2024/3期 (1Q) | 前年同期比 |
|----------------------|-----------------|-----------------|---------|
| 売上高 | 535 | 606 | △11.7% |
| 営業利益 | △309 | △219 | — |
| 営業利益率 | △57.8% | △36.2% | △21.6pt |
| 経常利益 | △309 | △221 | — |
| 経常利益率 | △57.9% | △36.5% | △21.4pt |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | △216 | △166 | — |
| 四半期純利益率 | △40.4% | △27.5% | △12.9pt |

第1四半期 セグメント業績ハイライト



- ◆ いずれの事業も、概ね計画どおり順調に推移。
- ◆ 第2四半期以降、各事業ともに、売上高は前年同期を上回る見通し。

(単位：百万円)

| | | 2025/3期 (1Q) | 2024/3期 (1Q) | 前年同期比 |
|--------------|----------|-----------------|-----------------|----------|
| 展示会事業 | 売上高 | 75 | 164 | △54.1% |
| | セグメント利益 | △195 | △97 | — |
| | セグメント利益率 | △258.6% | △59.5% | △199.1pt |
| M&A 仲介事業 | 売上高 | 280 | 288 | △2.7% |
| | セグメント利益 | 52 | 29 | +74.9% |
| | セグメント利益率 | 18.6% | 10.4% | +8.2pt |
| 人材採用 支援事業 | 売上高 | 179 | 153 | +17.0% |
| | セグメント利益 | 13 | 43 | △68.8% |
| | セグメント利益率 | 7.5% | 28.2% | △20.7pt |

第1四半期 財政状態ハイライト



| (単位：百万円) | 2025/3期 6月末 | 2024/3期 | 前期末増減 |
|----------|----------------|---------|-------|
| 流動資産合計 | 3,276 | 3,300 | △23 |
| うち現金及び預金 | 2,923 | 3,117 | △194 |
| 固定資産合計 | 1,623 | 1,556 | +66 |
| 流動負債合計 | 2,074 | 1,564 | +509 |
| うち前受金 | 1,278 | 523 | +755 |
| 固定負債合計 | 1,006 | 1,085 | △79 |
| 純資産合計 | 1,818 | 2,206 | △387 |

事業別の状況



【展示会事業】展示会開催スケジュール

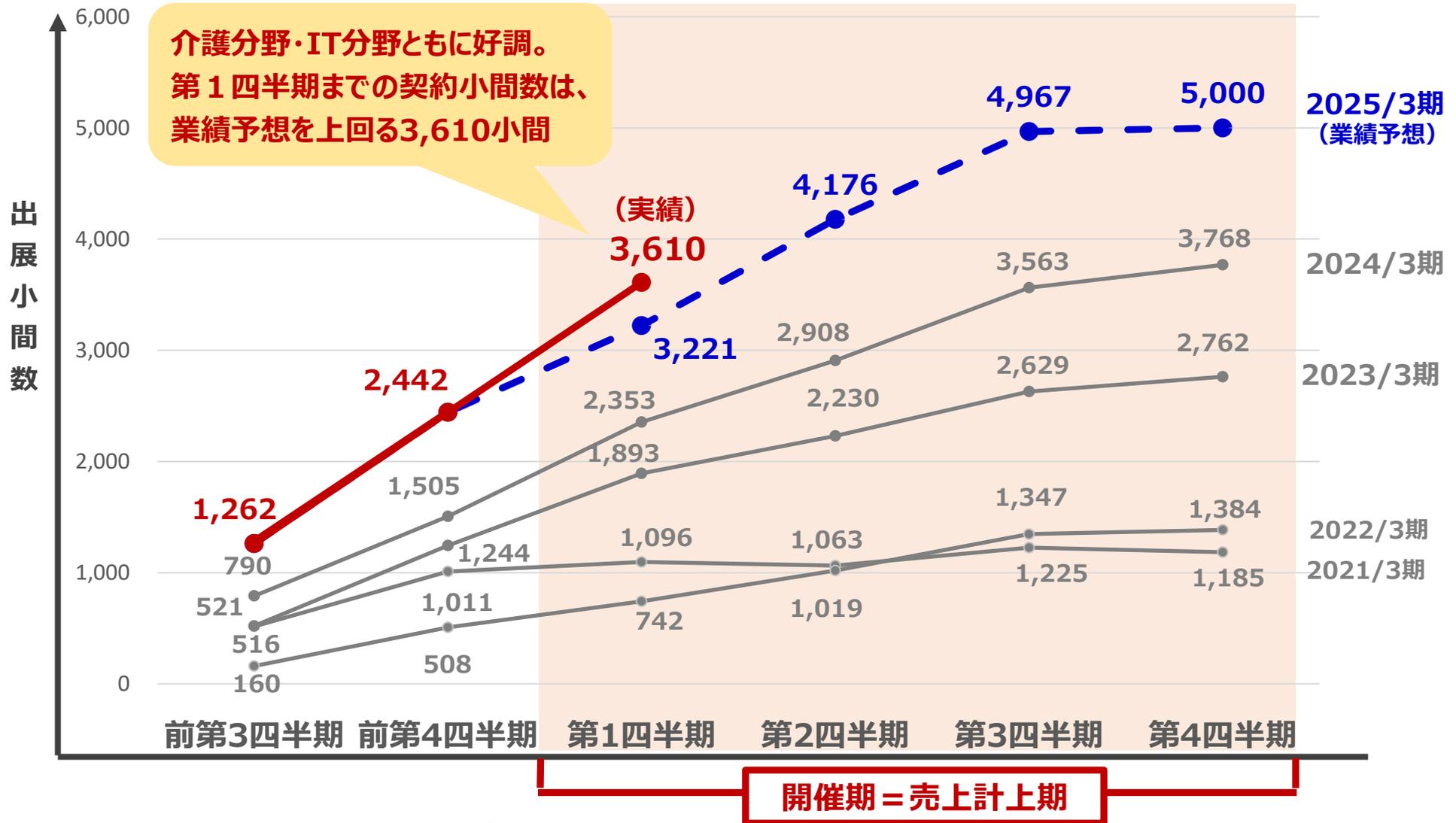
◆ 2025年3月期の予定 ※展示会名が、赤 = 介護・健康施術分野 青 = IT分野

| 四半期 | 開催月 | 展示会名 |
|-------|------------|--------------------|
| 第1四半期 | 5月 | CareTEX仙台 |
| | | CareTEX福岡 |
| 第2四半期 | 7月 | DXPO東京【夏】 |
| | | CareTEX東京【夏】 ※新規開催 |
| | 9月 | CareTEX札幌 |
| | | 大阪ケアウィーク |
| 第3四半期 | 10月 | DXPO福岡 |
| | | CareTEX One横浜 |
| | 11月 | DXPO東京【秋】 ※新規開催 |
| | | CareTEX名古屋 |
| 12月 | CareTEX名古屋 | |
| | CareTEX名古屋 | |
| 第4四半期 | 2月 | 東京ケアウィーク |
| | 3月 | DXPO大阪 |



【展示会事業】契約進捗状況（先行指標）

◆ 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



【展示会事業】セグメント業績

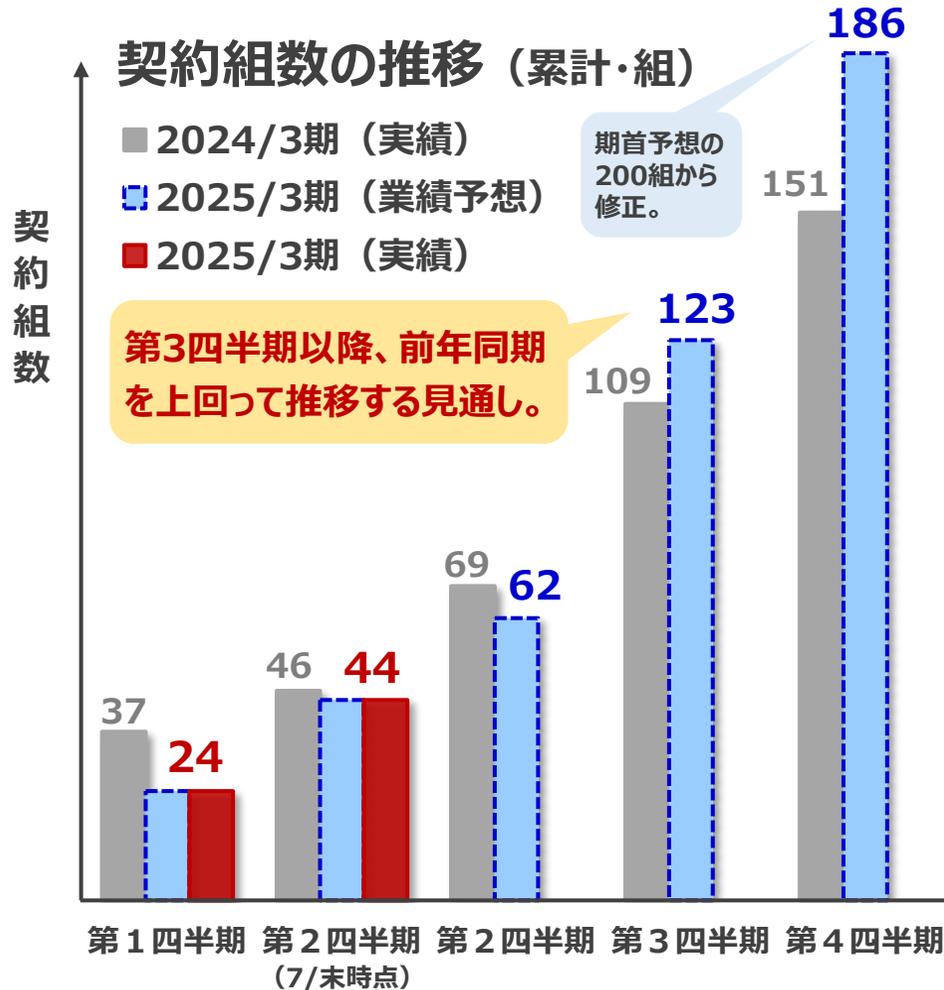
- ◆ 介護分野・IT分野ともに、出展小間契約の獲得は、業績予想を上回るペースで順調に推移。第2四半期以降、売上高・セグメント利益ともに、前年同期を大幅に上回る見通し。
- ◆ 第1四半期は、前年同期に計上した展示会関連サービス（ブース施工・運営支援）の売上高が減少。また、人件費等の費用が先行し、減収減益。

(単位：百万円)

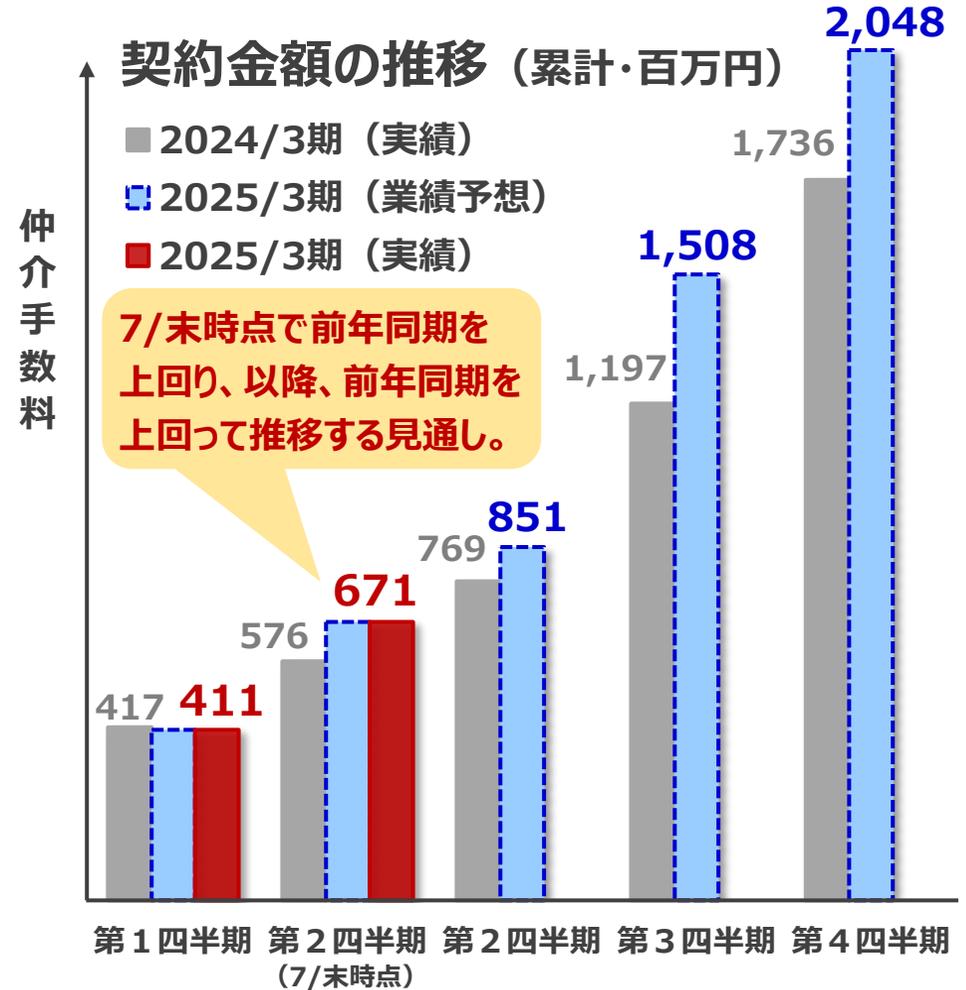
| | | 2025/3期 (1Q) | 2024/3期 (1Q) | 前年同期比 |
|---------------|----------|-----------------|-----------------|----------|
| 展示会事業 (合計) | 売上高 | 75 | 164 | △54.1% |
| | セグメント利益 | △195 | △97 | — |
| | セグメント利益率 | △258.6% | △59.5% | △199.1pt |

【M&A仲介事業】契約進捗状況（先行指標）

- ◆ 新教育制度導入に伴い、新人の成約開始時期が想定より2カ月遅れで進捗。
- ◆ 案件開拓が順調に推移しており、第2四半期以降、契約金額は前年を上回る見通し。



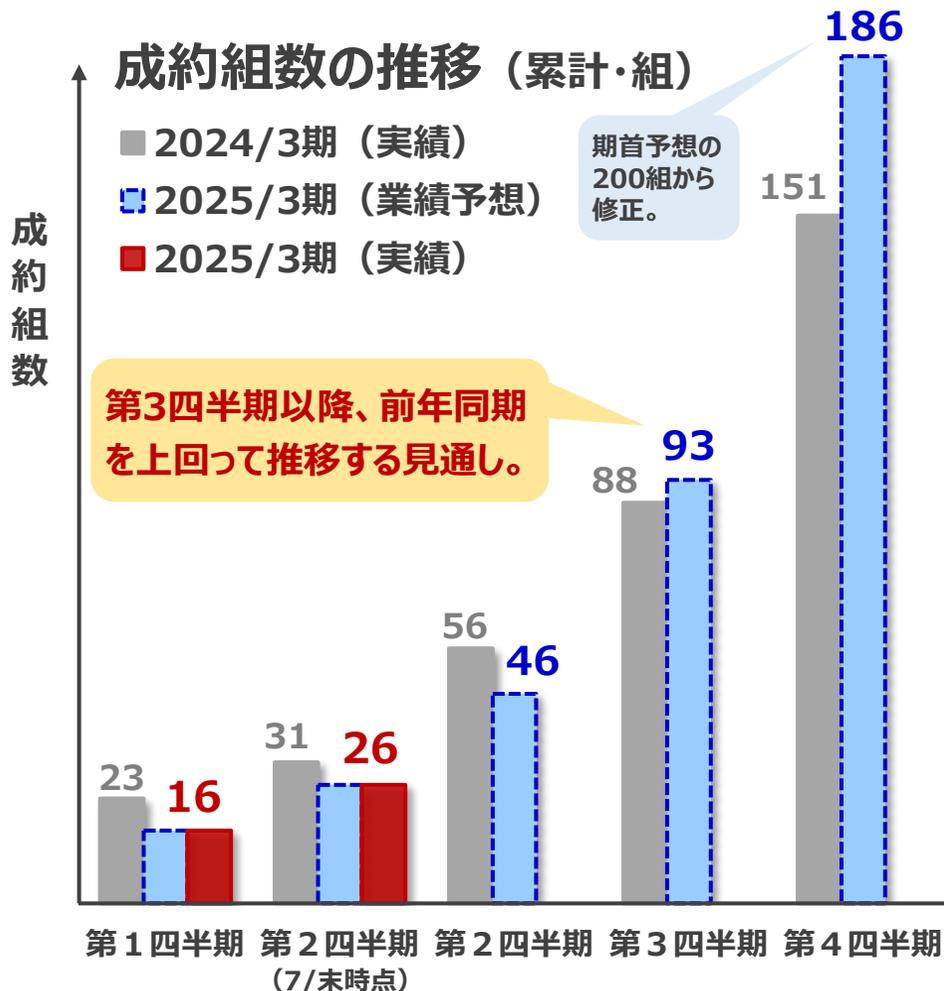
注) 今期中に譲渡が実行される案件で、当該四半期において譲渡契約を締結した案件数



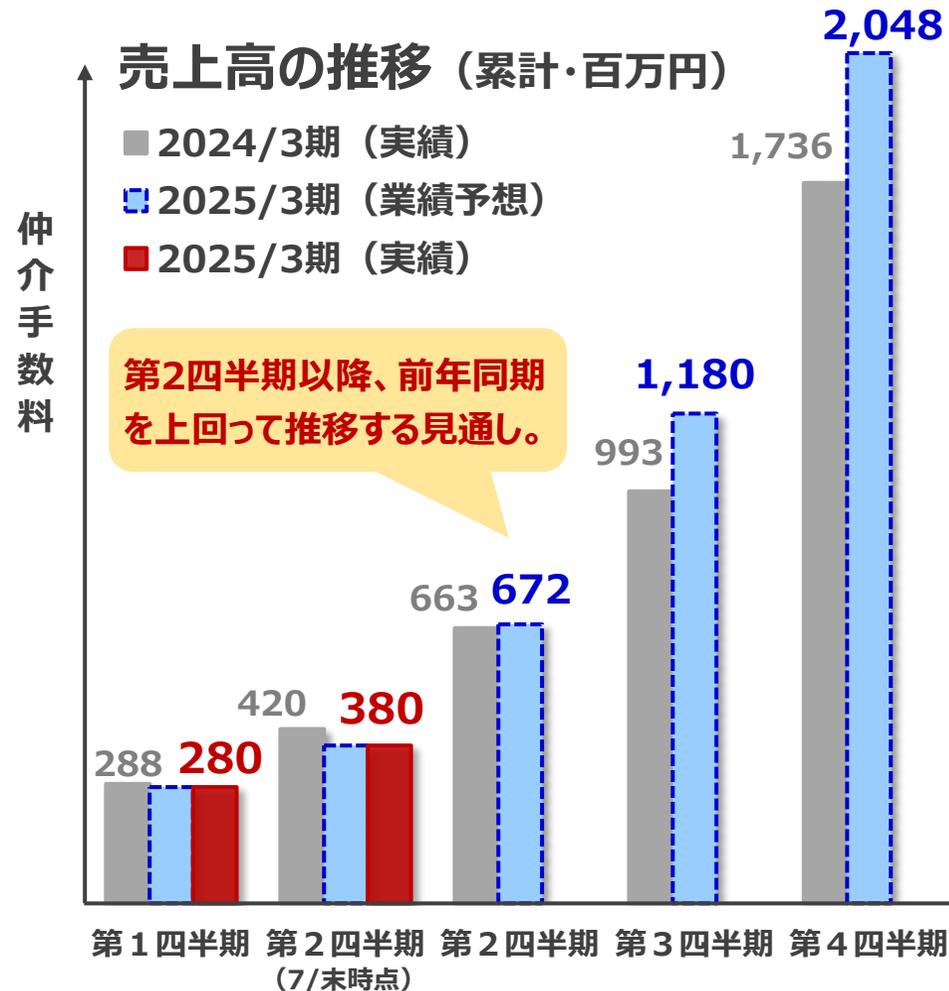
注) 今期中に譲渡が実行される案件で、当該四半期において譲渡契約を締結した案件の手数料
 ※上記の金額には、当該四半期において、まだ譲渡が実行されていない譲渡契約済の案件の手数料が含まれる。当社会計基準では、譲渡実行をもって売上高として計上するため、上記の金額と売上高とは異なる。

【M&A仲介事業】売上高進捗状況

- ◆ 新教育制度導入に伴い、新人の成約開始時期が想定より2カ月遅れで進捗。
- ◆ 案件開拓が順調に推移しており、第2四半期以降、売上高は前年を上回る見通し。



注) 売上計上された案件の組数

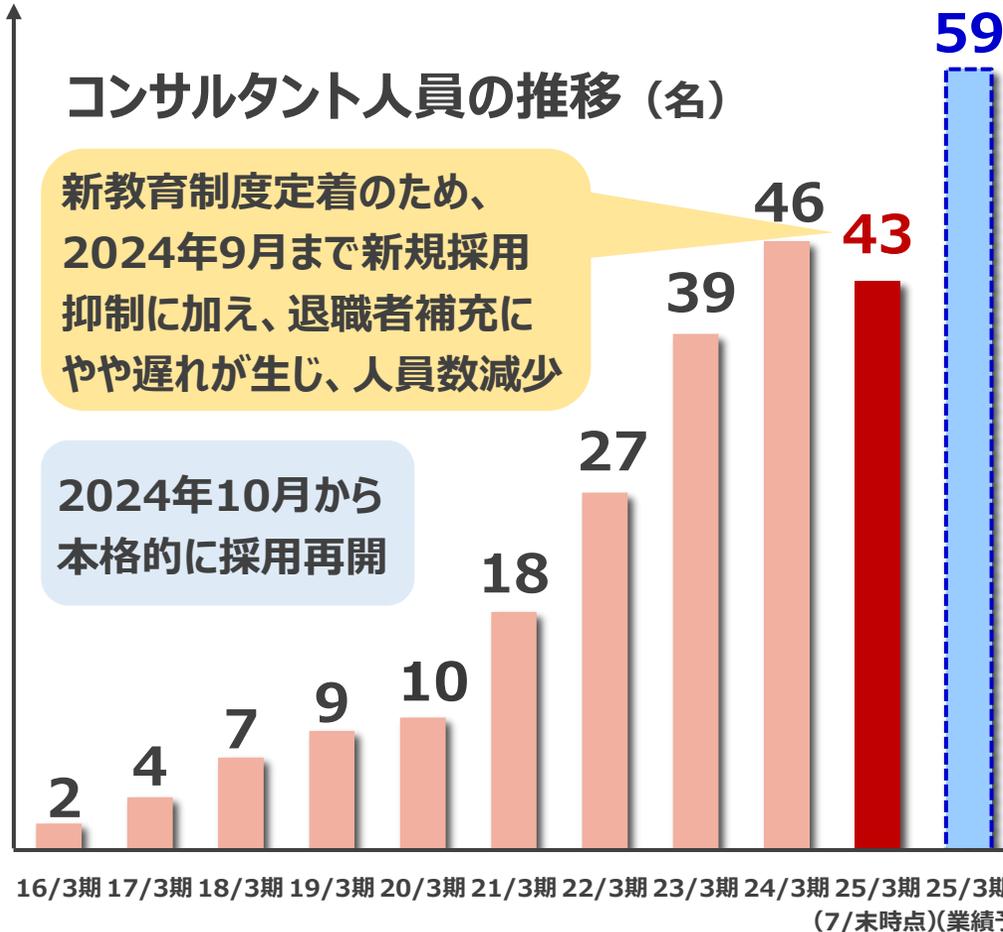


注) 売上計上された仲介手数料の金額



【M&A仲介事業】2025年3月期の見通し

- ◆ 新規採用抑制に加え、退職者補充にやや遅れが生じ、人員数は減少。
- ◆ 2023年10月導入の新教育制度において、各工程の実務研修の一部が想定より長引き、「初の案件成約」まで2カ月程度の遅れ。
- ◆ 一方、実務能力向上により、研修卒業後は、安定的な成約を見込む。



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9カ月
(従来想定していた7カ月より、約2カ月延長)

入社～戦力化までのモデル期間

- 入社～10カ月後：教育研修期間 (2件契約まで)
- 入社5カ月後：最初の案件担当
- 入社9カ月後：初の案件成約以降、本格的に戦力化し、売上に寄与

16/3期 17/3期 18/3期 19/3期 20/3期 21/3期 22/3期 23/3期 24/3期 25/3期 25/3期

(7/末時点)(業績予想)



【M&A仲介事業】セグメント業績

- ◆ 新教育制度導入に伴い、新人の成約開始時期が想定より2カ月遅れで進捗し、第1四半期のみ、やや遅れが発生。
- ◆ 一方、コンサルタントの新規採用抑制のため、採用費等の減少で増益。
- ◆ 案件開拓が順調に推移しており、第2四半期以降は挽回し、売上高は前年同期を上回る見通し。

(単位：百万円)

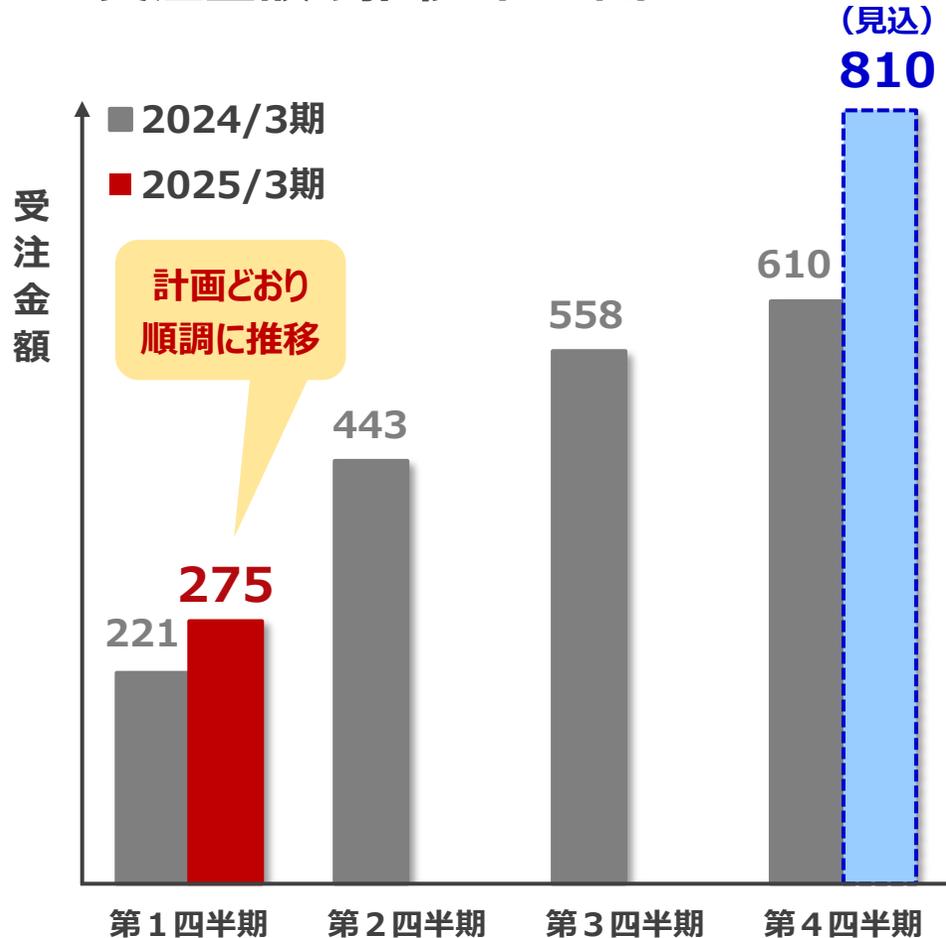
| | | 2025/3期 (1Q) | 2024/3期 (1Q) | 前年同期比 |
|---------------|----------|-----------------|-----------------|--------|
| M & A 仲介事業 | 売上高 | 280 | 288 | △2.7% |
| | セグメント利益 | 52 | 29 | +74.9% |
| | セグメント利益率 | 18.6% | 10.4% | +8.2pt |



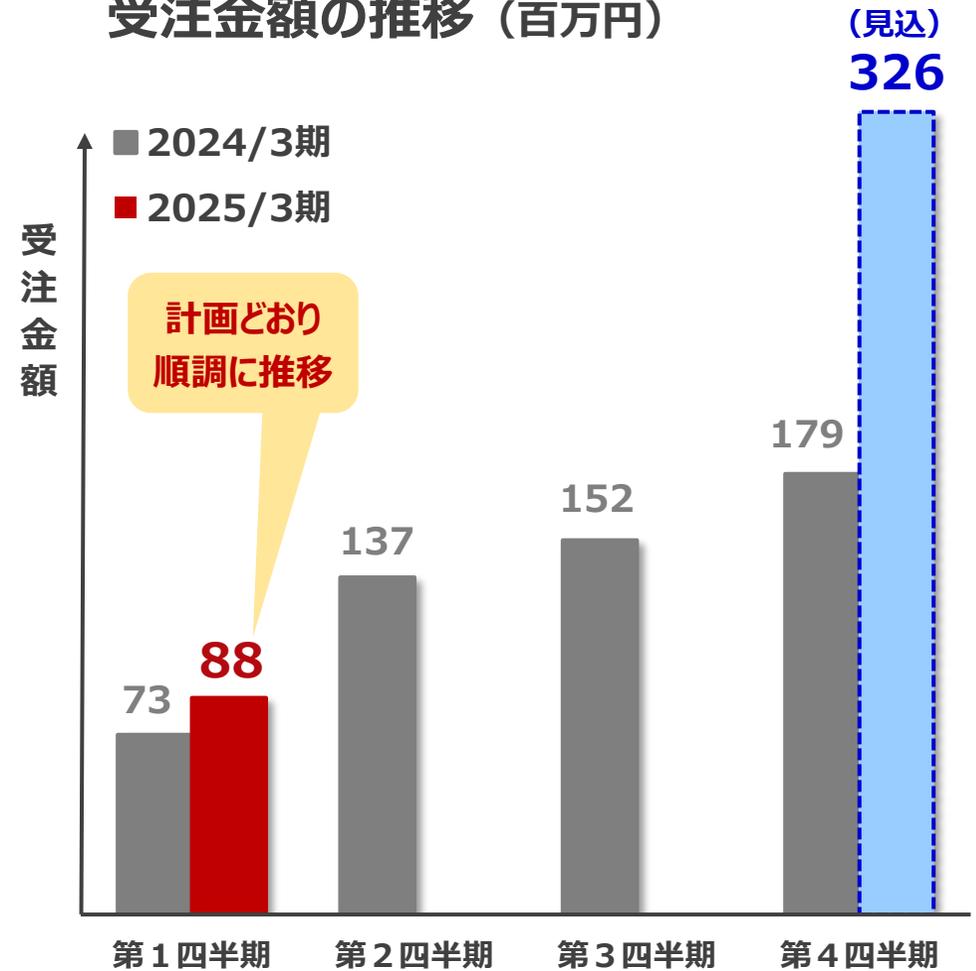
【人材採用支援事業】受注金額進捗状況（先行指標）

◆ 採用イベント・人材紹介ともに、概ね計画どおり進捗

【採用イベント事業】 受注金額の推移（百万円）



【人材紹介事業】 受注金額の推移（百万円）



注) 受注金額のうち、今期中にイベントが開催され、今期中に売上計上予定の金額。当社会計基準では、イベント開催をもって売上高として計上するため、受注金額と売上高とは異なる。

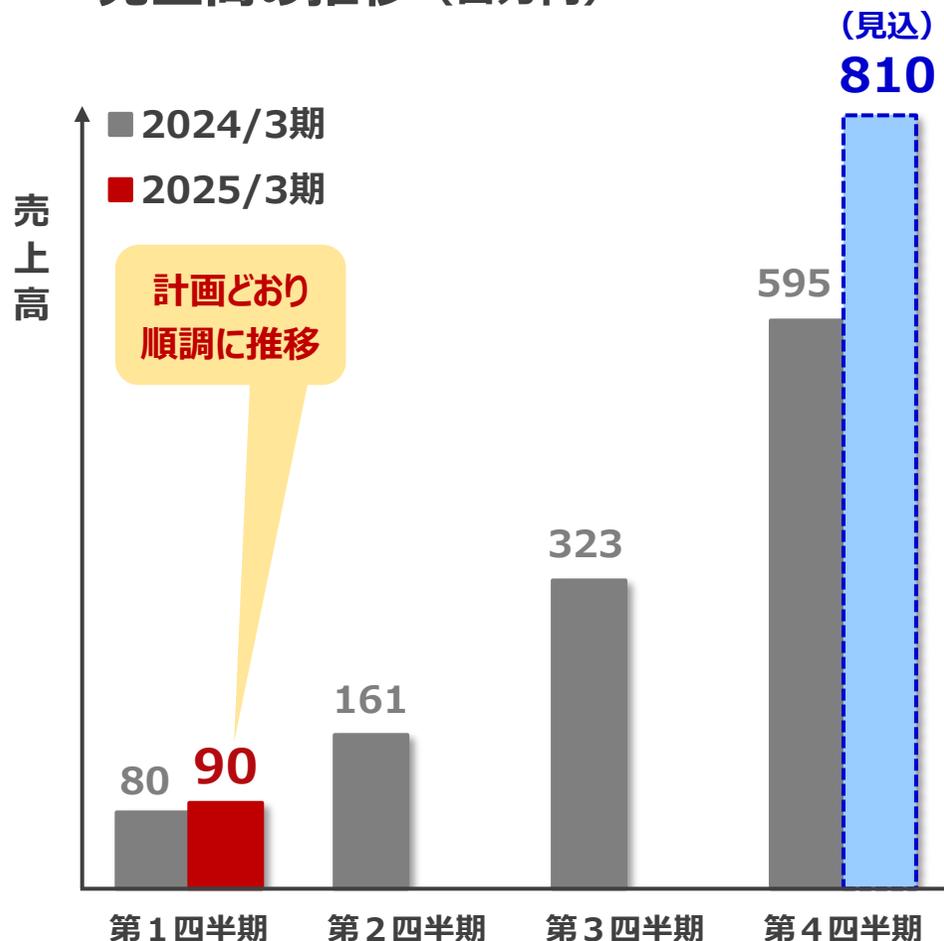
注) 人材紹介事業においては、求職者の内定承諾時点で受注金額を確定し、かつ売上高として計上するため、受注金額と売上高は同じ。

【人材採用支援事業】売上高進捗状況

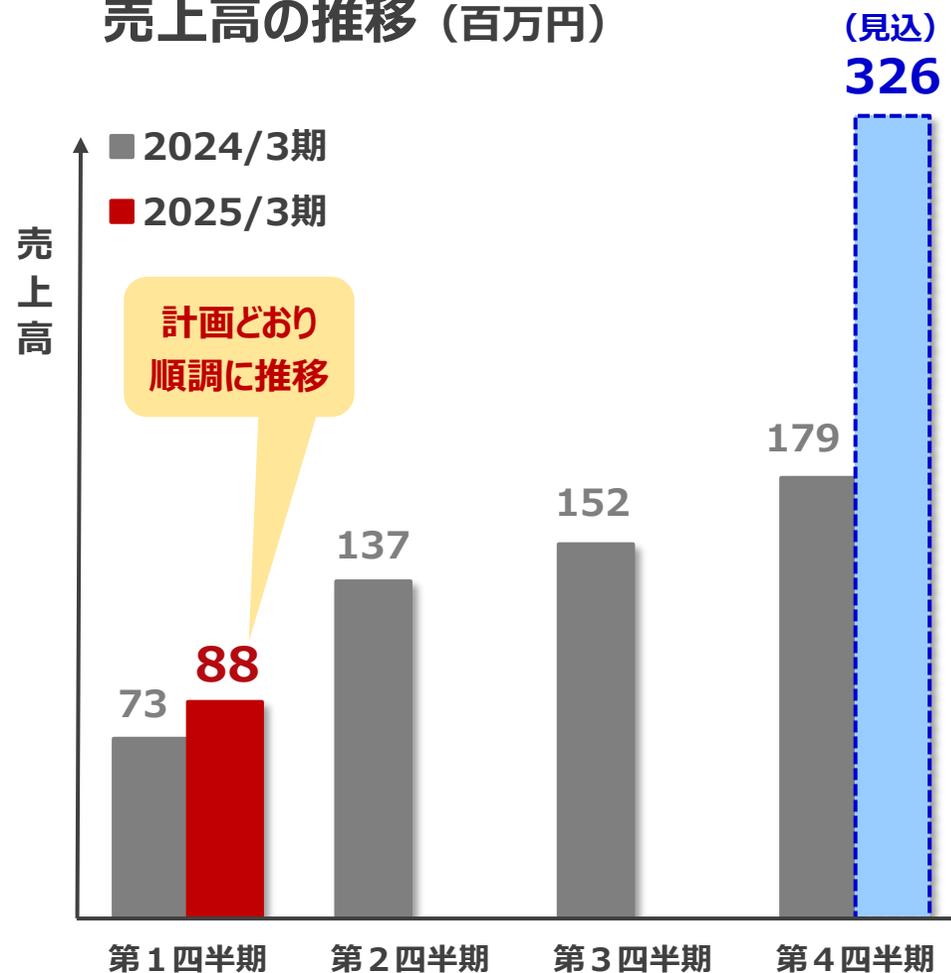


◆ 採用イベント・人材紹介ともに、概ね計画どおり進捗

【採用イベント事業】 売上高の推移（百万円）



【人材紹介事業】 売上高の推移（百万円）



【人材採用支援事業】セグメント業績



- ◆ 採用イベント・人材紹介ともに、計画通り順調に推移し、第1四半期の売上高は前年同期を上回る。一方、人件費等の費用が先行し減益。

| (単位：百万円) | | 2025/3期 (1Q) | 2024/3期 (1Q) | 前年同期比 |
|----------------------|----------|-----------------|-----------------|---------|
| 人材採用 支援事業 (合計) | 売上高 | 179 | 153 | +17.0% |
| | セグメント利益 | 13 | 43 | △68.8% |
| | セグメント利益率 | 7.5% | 28.2% | △20.7pt |

今後の見通し

2025年3月期以降 業績予想と計画（単体） ※修正なし



◆ 概ね計画どおり順調に推移

| (単位：百万円) | 2022/3期 実績 | 2023/3期 実績 | 2024/3期 実績 | 2025/3期 業績予想 | 2026/3期 計画 |
|----------|---------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|
| 売上高 | 2,091 | 3,047 | 3,640 | 4,340 | 5,659 |
| 営業利益 | 586 | 945 | 1,017 | 1,178 | 1,721 |
| 営業利益率 | 28.1% | 31.0% | 27.9% | 27.1% | 30.4% |
| 経常利益 | 591 | 943 | 1,011 | 1,169 | 1,715 |
| 経常利益率 | 28.3% | 31.0% | 27.8% | 26.9% | 30.3% |
| 当期純利益 | 349 | 621 | 706 | 748 | 1,097 |
| 当期純利益率 | 16.7% | 20.4% | 19.4% | 17.2% | 19.4% |

2025年3月期以降 業績予想と計画（連結） ※修正なし



◆ 概ね計画どおり順調に推移

| (単位：百万円) | 2022/3期 実績 | 2023/3期 実績 | 2024/3期 実績 | 2025/3期 業績予想 | 2026/3期 計画 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|
| 売上高 | — | — | 4,414 | 5,477 | 7,101 |
| 営業利益 | — | — | 916 | 1,208 | 1,813 |
| 営業利益率 | — | — | 20.8% | 22.1% | 25.5% |
| 経常利益 | — | — | 911 | 1,199 | 1,807 |
| 経常利益率 | — | — | 20.6% | 21.9% | 25.5% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | — | — | 608 | 767 | 1,156 |
| 当期純利益率 | — | — | 13.8% | 14.0% | 16.3% |
| 調整後営業利益※1 | — | — | 1,103 | 1,374 | 1,973 |
| ROE(自己資本利益率) | — | — | 32.7% | 31.9% | 34.4% |

※1：調整後営業利益 = 営業利益 + のれん償却費 + 顧客関連資産償却費 + 株式報酬費用

2025年3月期以降 セグメント別業績予想と計画（連結）



- ◆ 展示会：25/3期（以下「当期」という）以降も、DXPO拡大で大幅な増収増益を見込む
- ◆ M&A：上半期は教育・管理体制強化に注力し採用抑制、来期から大幅増収見込む
- ◆ 採用支援：当期よりイベント数増加、人材紹介の体制強化・仕組化で大幅増収見込む

⇒ **いずれの事業も、概ね計画どおり順調に推移**

※修正なし

（単位：百万円）

| | | 2022/3期 実績 | 2023/3期 実績 | 2024/3期 実績 | 2025/3期 業績予想 | 2026/3期 計画 |
|---------------|----------|---------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|
| 展示会事業 | 売上高 | 776 | 1,271 | 1,903 | 2,292 | 3,038 |
| | セグメント利益 | 155 | 362 | 635 | 733 | 1,063 |
| | セグメント利益率 | 20.1% | 28.5% | 33.4% | 32.0% | 35.0% |
| M & A 仲介事業 | 売上高 | 1,308 | 1,771 | 1,736 | 2,048 | 2,621 |
| | セグメント利益 | 775 | 1,015 | 813 | 995 | 1,300 |
| | セグメント利益率 | 59.3% | 57.3% | 46.8% | 48.6% | 49.6% |
| 人材採用 支援事業 | 売上高 | — | — | 773 | 1,136 | 1,441 |
| | セグメント利益 | — | — | 157 | 297 | 385 |
| | セグメント利益率 | — | — | 20.4% | 26.1% | 26.7% |

參考資料

会社概要・沿革



◆ 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 | 50百万円（2024年6月30日現在） |
| 役員 | 代表取締役社長 新村 祐三 常務取締役 速水 健史 常務取締役 武田 学 取締役 土橋 薫 社外取締役 田中 智行 社外取締役 森川 友尋 執行役員 松島 悟 |
| 事業内容 | 業界に特化したマッチング事業 1. 展示会事業 2. M&A仲介事業 3. 人材採用支援事業 ※株式会社リアライブが運営 |
| 従業員数 | 連結：210人（2024年6月30日現在） ※アルバイト・派遣社員の人数は含めておりません。 |
| 連結子会社 | 株式会社リアライブ |

◆ 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 以降、大阪、福岡、名古屋、仙台、札幌においても定期開催を開始 |
| 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 |
| 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 | 初の商品ジャンル特化型展示商談会「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 |
| 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9月 | M & A 支援機関登録制度に登録 |
| 2022年6月 | ハイブリッド展示会事業「DXPO」を開始 |
| 2022年7月 | 建設事業者のM&Aに特化した「建設M&A支援センター」を開設 |
| 2022年8月 | 東京で「バックオフィスDXPO」「フロントオフィスDXPO」の定期開催を開始 以降、大阪、福岡においても定期開催を開始 |
| 2023年4月 | 株式会社リアライブの全株式を取得し子会社化、人材採用支援事業に参入 |

役員紹介



代表取締役社長 新村 祐三

1990年 リードエグジションジャパン（現 RX Japan）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。
2023年 株式会社リアライブ取締役就任。
早稲田大学卒。



常務取締役 速水 健史

2001年 日本興業銀行（現 みずほ銀行）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。



常務取締役 武田 学

1994年 リードエグジションジャパン（現 RX Japan）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。
2024年 当社常務取締役就任。明治学院大学卒。



取締役 土橋 薫

1985年 沖電気工業 入社。
1988年 アイシーエス企画（現JTBCコミュニケーションデザイン）入社。
1989年 リードエグジションジャパン（現RX Japan）入社。
2017年 当社入社。2023年 当社取締役就任。
早稲田大学卒。



社外取締役 田中 知行

2004年 中央青山監査法人（みずず監査法人）入所。
その後、有限責任監査法人トーマツ等を経て、
2015年 ブリッジコンサルティンググループ入社。
2022年 当社社外取締役就任。
2023年 ブリッジコンサルティンググループ取締役就任。
上智大学卒。公認会計士。



社外取締役 森川 友尋

2005年 最高裁判所司法研修所司法修習生（59期）。
2006年 弁護士（第一東京弁護士会）登録。
三宅坂総合法律事務所 入所。
2017年 三宅坂総合法律事務所 パートナー就任（現任）。
2023年 当社社外取締役就任。
東京大学卒。弁護士。



執行役員 松島 悟

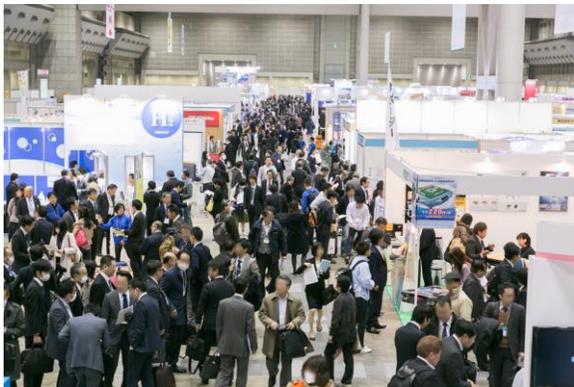
2005年 マスターピース・グループ株式会社入社。
2016年 同社取締役就任。
2017年 当社入社。
2023年 当社執行役員就任。
株式会社リアライブ代表取締役社長就任。
早稲田大学卒。



◆ 3つの事業を注力事業として育成

展示会事業

- 介護業界最大級の商談型展示会「CareTEX」を全国7エリアで開催、介護用品の各種サプライヤーと、介護事業者をマッチング
- リアルとオンラインのハイブリッド展示会「DXPO」を、IT業界向けに全国3エリアで開催
ITベンダー・サプライヤーと、企業・団体・官公庁等をマッチング



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人のコンサルタントが、小規模案件を多数成約できる仕組みを構築し、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

無料回線査定 13516 件以上

先部案件お知らせサービス 0178 件以上

売り手側
● 入居者・利用者が思うように集まらない
● 介護スタッフの離職が多く、スタッフ募集費用が莫大に掛かる

買い手側
● 既存の介護事業を拡大して、効率的な運営をしたい
● 総量規制のある介護施設の権利を取得したい

人材採用支援事業

- 就活生向けの小規模マッチングイベントを開催、早期開催数（大学3年生を対象としたイベント開催数）では業界No.1の実績
- 年間1.2万名以上の就活生が参加するマッチングイベントの集客力を活かし、求人企業と就活生に人材紹介サービスを提供

ジョブトラ TEL:03-5797-7104

圧倒的な“成長志向学生”
早期選考型
マッチングイベントNO.1

早期就活イベント 開催数NO1
25卒開催実績 331開催
過去2年間の動員実績 24,491人



◆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 31,000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 1,100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 |

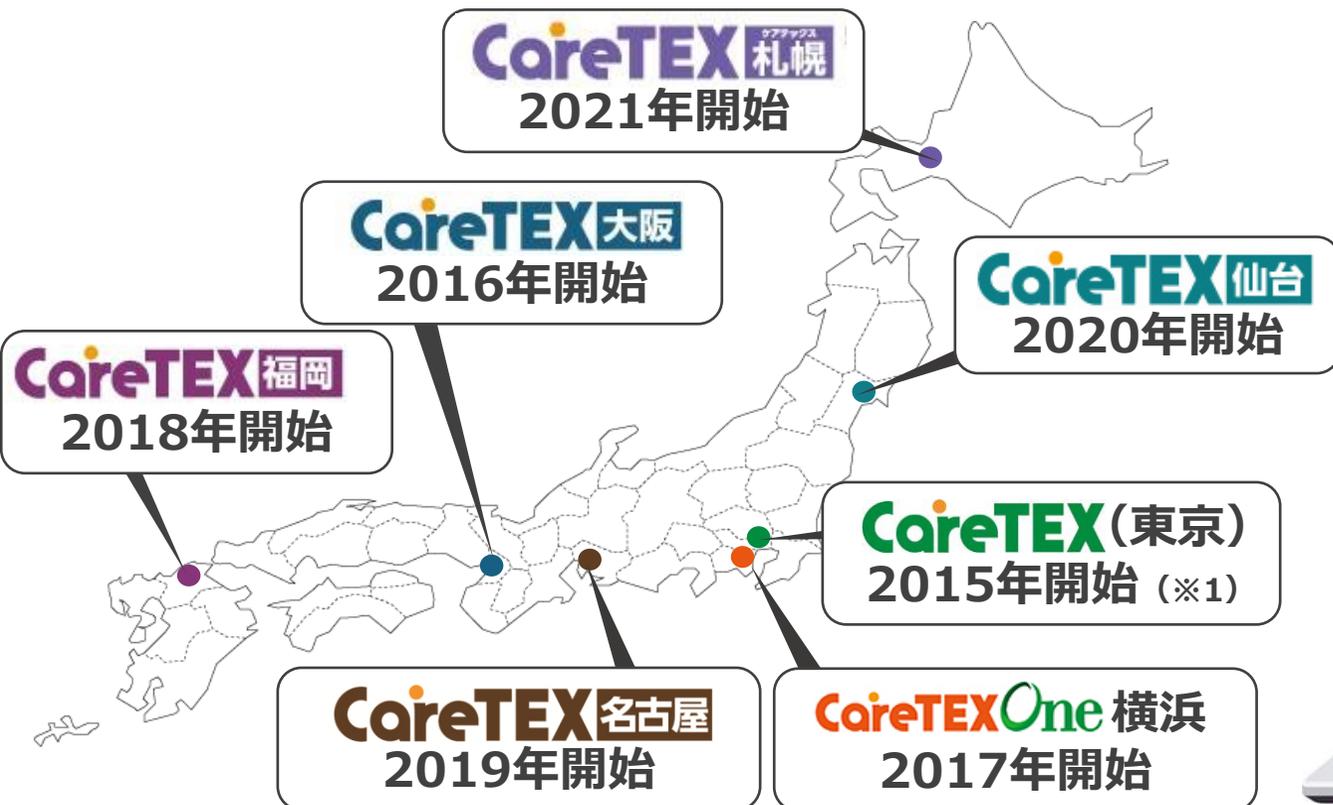


◆主力事業のCareTEXは、介護業界最大級の展示会に成長

- 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

※1：2024年度より、東京展を年2回開催

CareTEXシリーズの開催エリア



オンライン展
2020年開始

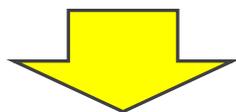
CareTEX 365 ONLINE





◆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">・直接会って商談ができない・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」双方の強みを最大化した

ディーエクスポ
ハイブリッド展示会 **DXPO** を開始

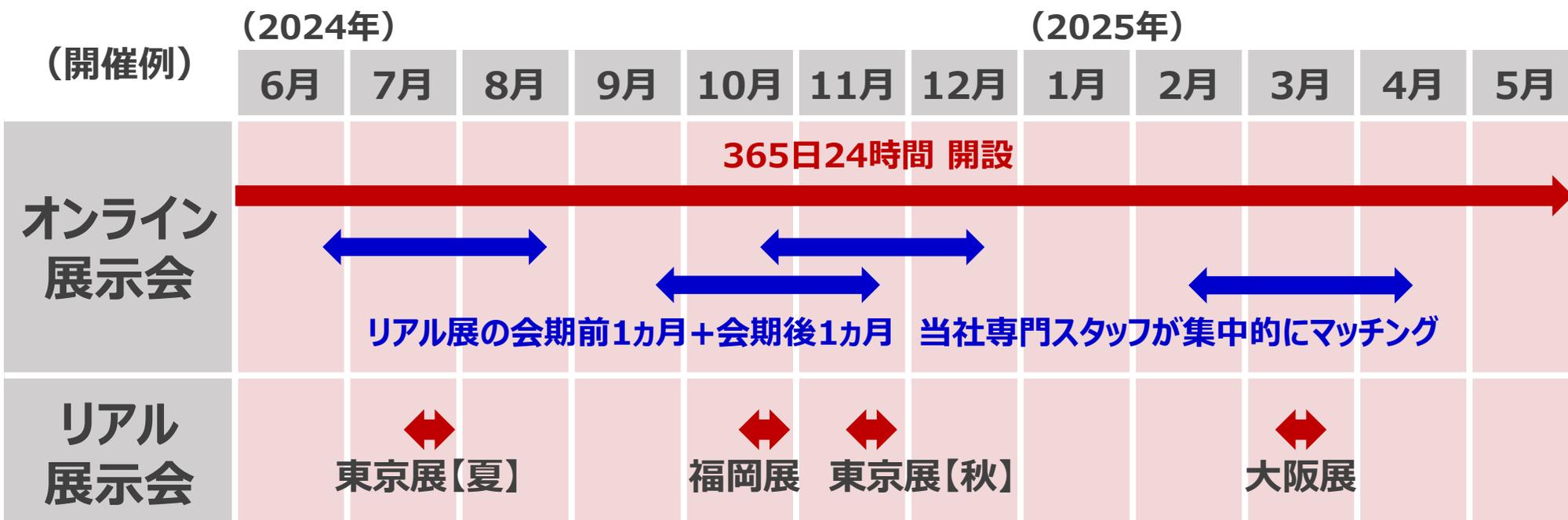
※DXPOとは、「DX+EXPO」の造語で、「展示会をDXする」という意味を込めて当社が命名した、ハイブリッド展示会のサービス名です。



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）にリアル展を年複数回開催し、会期前1か月＋会期後1か月は、当社専門スタッフが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**





◆「企業の業務改革・DX推進」に関する展示会を開催

| | | | | | | |
|--|----------------------|------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| 管理部門の業務効率化・DX推進のための展示会 バックオフィスDXPO | 福岡 2024年 10月▶ | 東京【秋】 2024年 11月▶ | 大阪 2025年 3月▶ | 名古屋 2025年 6月▶ | 東京【夏】 2025年 8月▶ | オンライン 24時間 365日開催 |
| 売上アップ・販売促進・DX推進のための展示会 営業・マーケDXPO | 福岡 2024年 10月▶ | 東京【秋】 2024年 11月▶ | 大阪 2025年 3月▶ | 名古屋 2025年 6月▶ | 東京【夏】 2025年 8月▶ | オンライン 24時間 365日開催 |
| システム開発・セキュリティ・IT人材育成のための展示会 初開催 IT・情シスDXPO | 2025年3月の 大阪より初開催！ | | 大阪 2025年 3月▶ | 名古屋 2025年 6月▶ | 東京【夏】 2025年 8月▶ | オンライン 24時間 365日開催 |
| 店舗・ECの売上アップ・業務効率化のための展示会 店舗・ECDXPO | 福岡 2024年 10月▶ | 東京【秋】 2024年 11月▶ | 大阪 2025年 3月▶ | 東京【夏】 2025年 8月▶ | オンライン 24時間 365日開催 | |

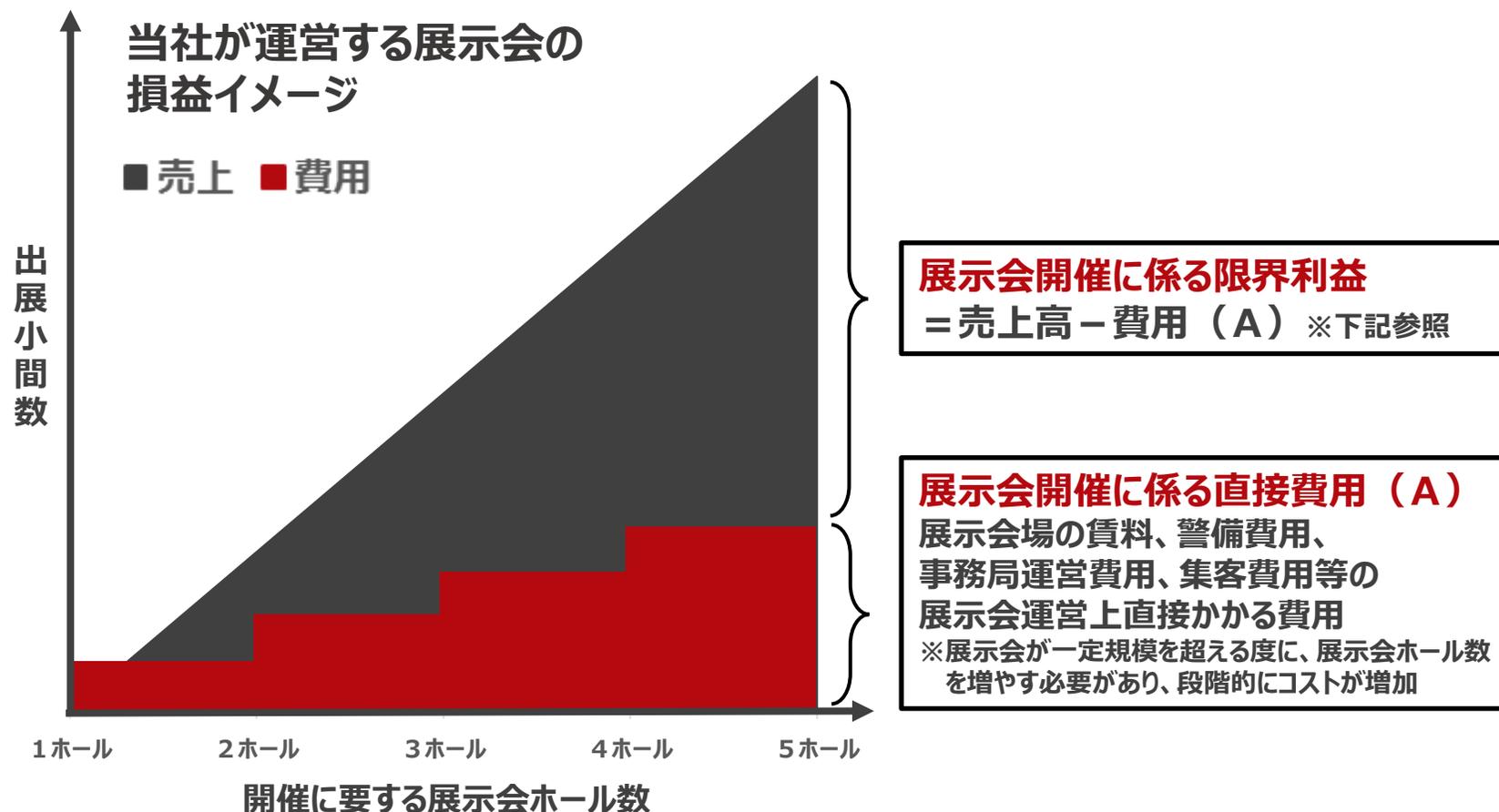
◆ 6 展出展（東京【夏】【秋】・大阪・福岡・名古屋+オンライン）の場合、1展当り出展料（装飾費込）は、破格の26.7万円より

- 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**
- 複数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**



◆ 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

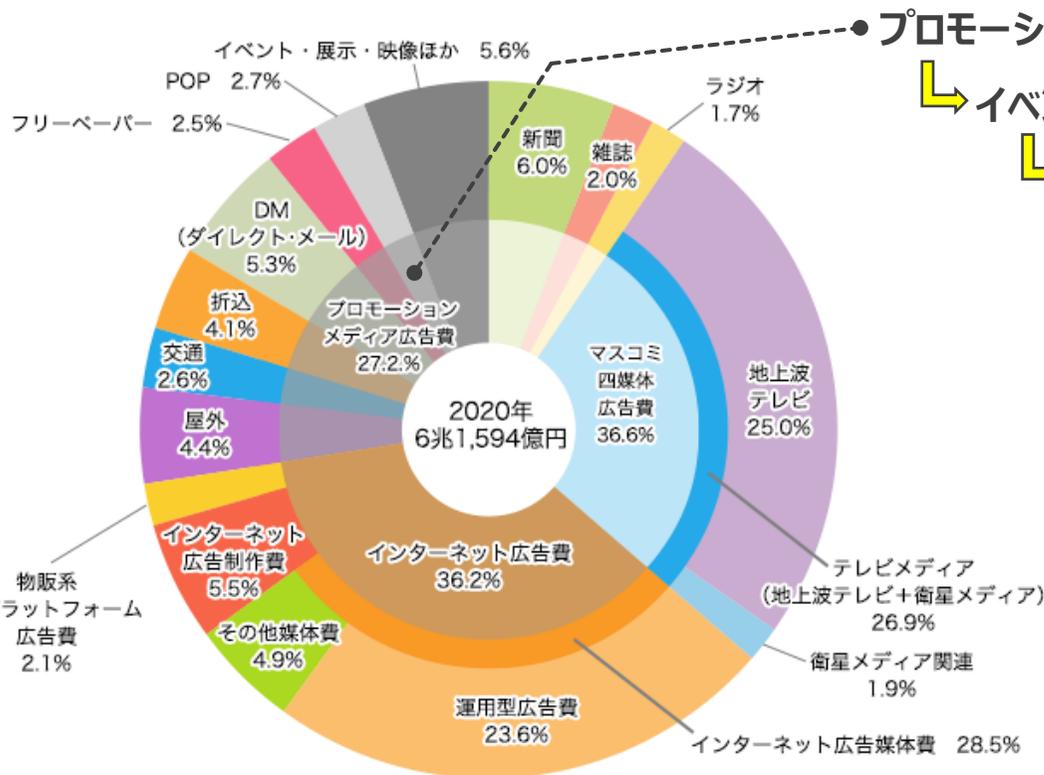


展示会事業（全分野） 当社のポジショニングと成長余地



◆ 全分野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)ピーオーピー)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。



◆ 介護・福祉業界特化 & 1.3万社の買い手保有で **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

1.3万社

1,361^{※2}件

5.1^{※3}カ月

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） ※2024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） ※2024年6月30日現在

※3 当社における2024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8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 ※売主手数料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9カ月**

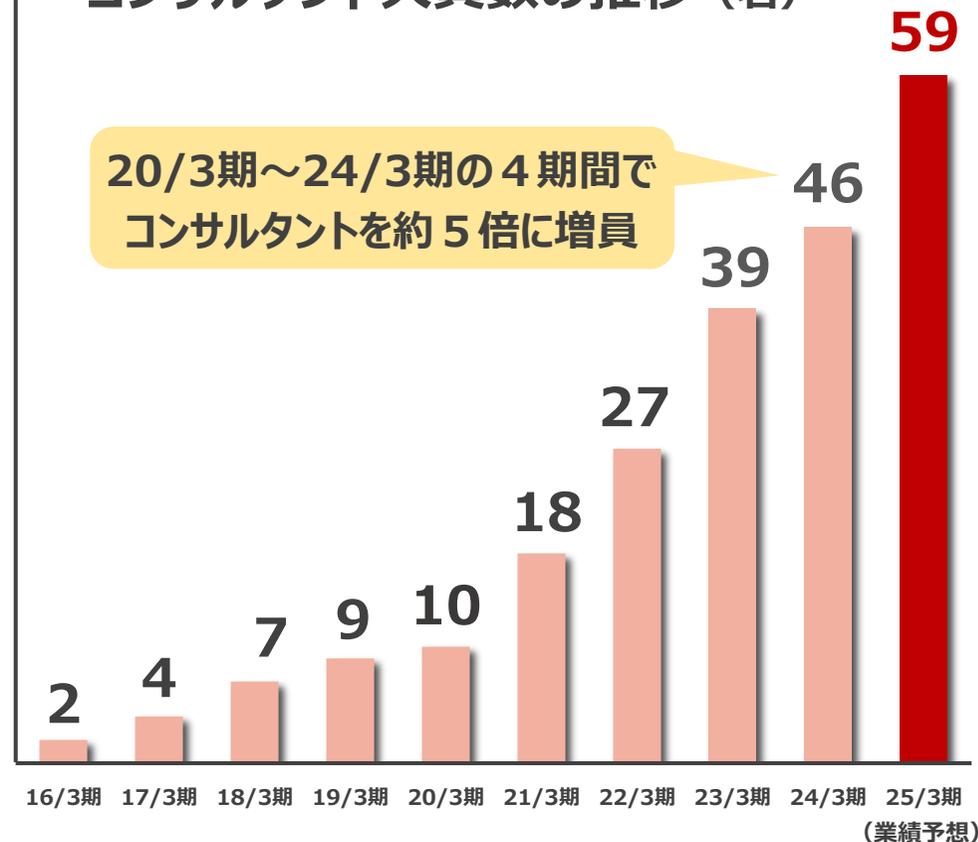
入社～戦力化までのモデル期間

- 入社～10カ月：教育研修期間（2件契約まで）
 - 入社5カ月後：最初の案件担当
 - 入社9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）



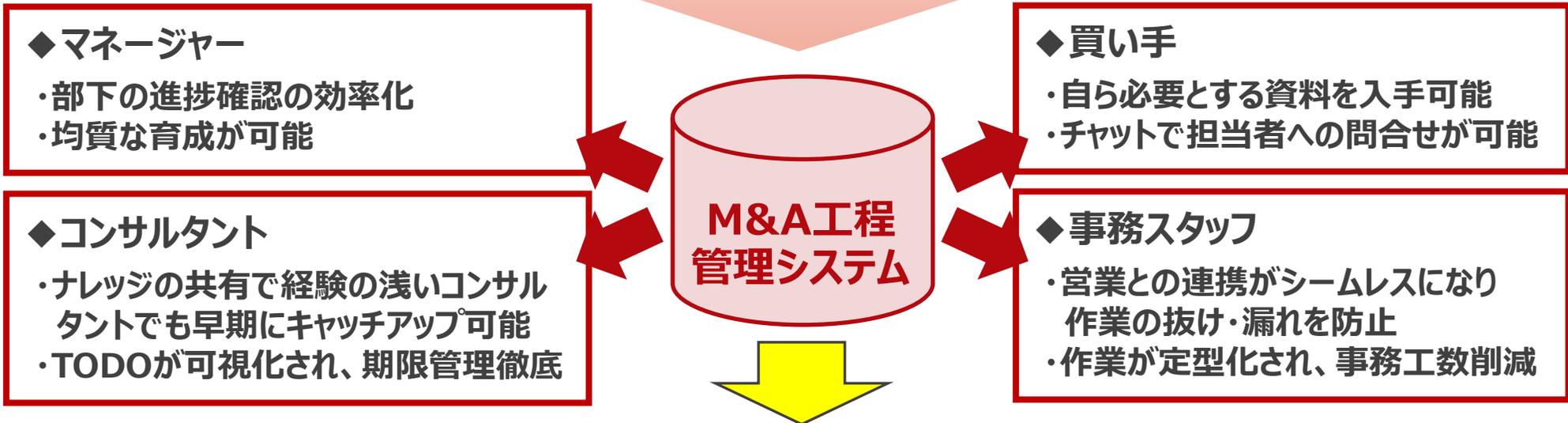


◆“回転寿司モデル”を実現するM&A工程管理システム（自社開発）

- 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

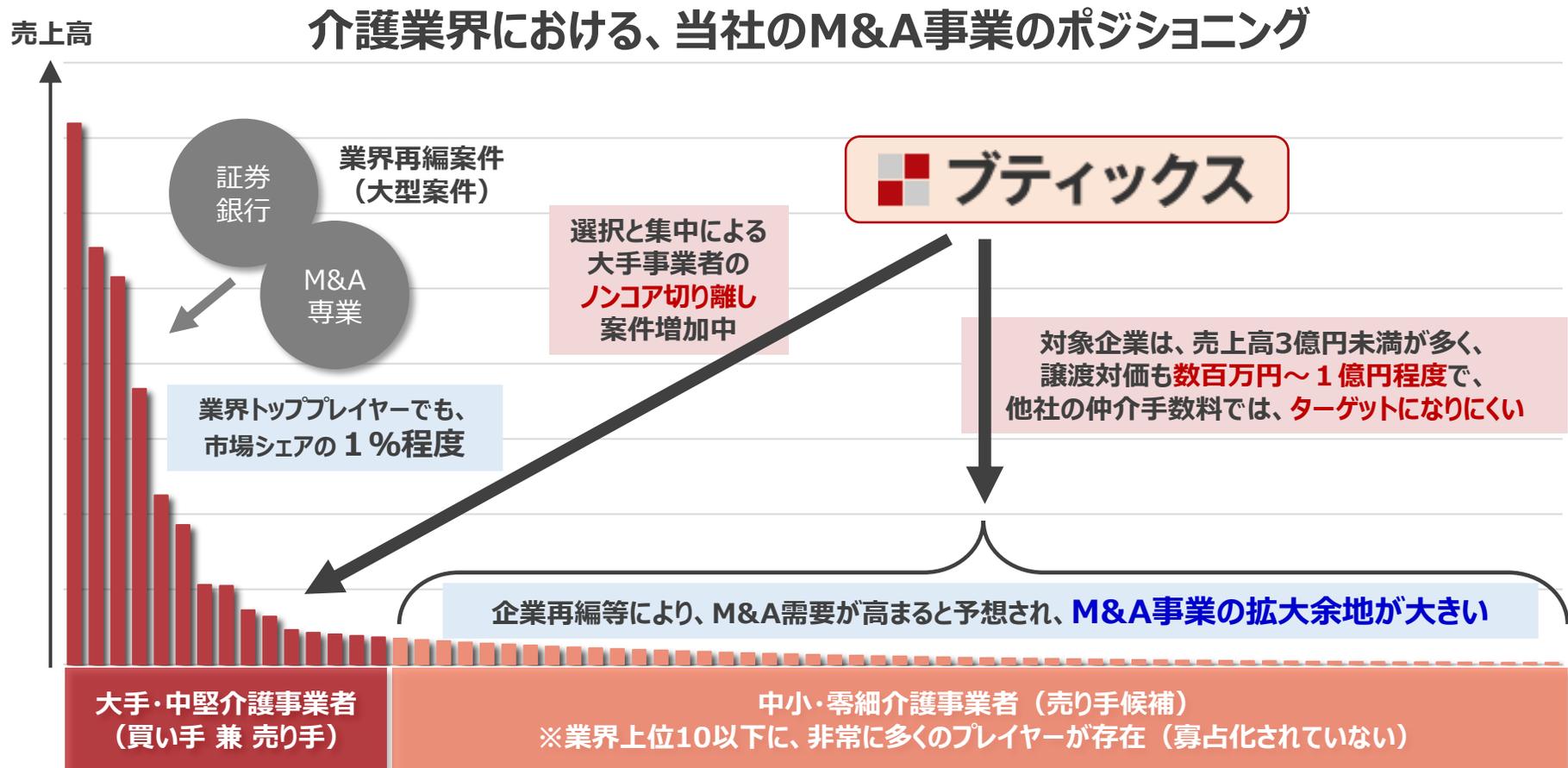


成約期間が短縮



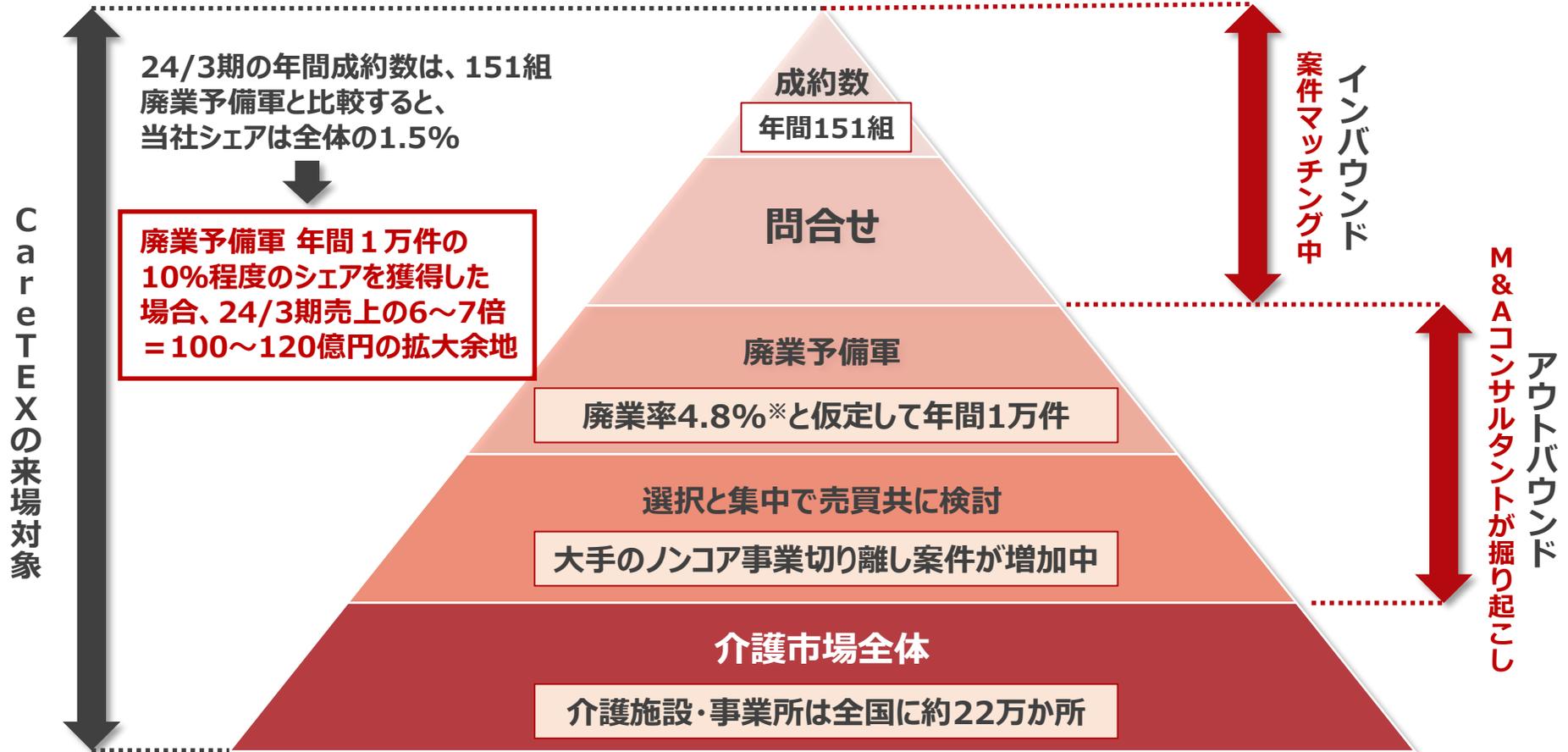
◆ 競合が少ない中小型案件を対象とした**独自のポジショニング**

- 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





◆ 介護分野での当社のM&A事業の**拡大余地**は、約**100～120億円**



※：出所 廃業率は、東京都福祉保健局「令和4年度 事業所指定件数」より、
2022年4月1日時点の居宅サービス事業者数：9,471件、2022年度の年間廃止等数457件より算出
介護施設・事業所は厚生労働省「令和4年介護サービス施設・事業所調査の概況」より算出



◆主力の採用イベント「ジョブトラ」は、^(※)早期開催数で業界No.1

| | |
|----------------|---|
| ジョブトラ アカデミー | 就活生の6人に1人（リアライブ調べ）が利用する就活情報サイト |
| ジョブトラ | 求人企業と就活生をマッチングする、選考直結型のリアル就活イベント 小規模イベントの早期開催数では、業界No.1となる年約300回開催 |
| ジョブトラ 新卒紹介 | 年間12,000名以上の就活生が参加するジョブトラの集客力を活用し 求人企業と就活生をマッチング |

(※) 大学3年生を対象としたイベント開催数

「ジョブトラ」の流れ

第1部 60分

第2部 120分

第3部 60分



企業プレゼン

参加企業7社による
プレゼン



ビジネスゲーム

ビジネスゲームを見学し
学生の能力・適性を知る



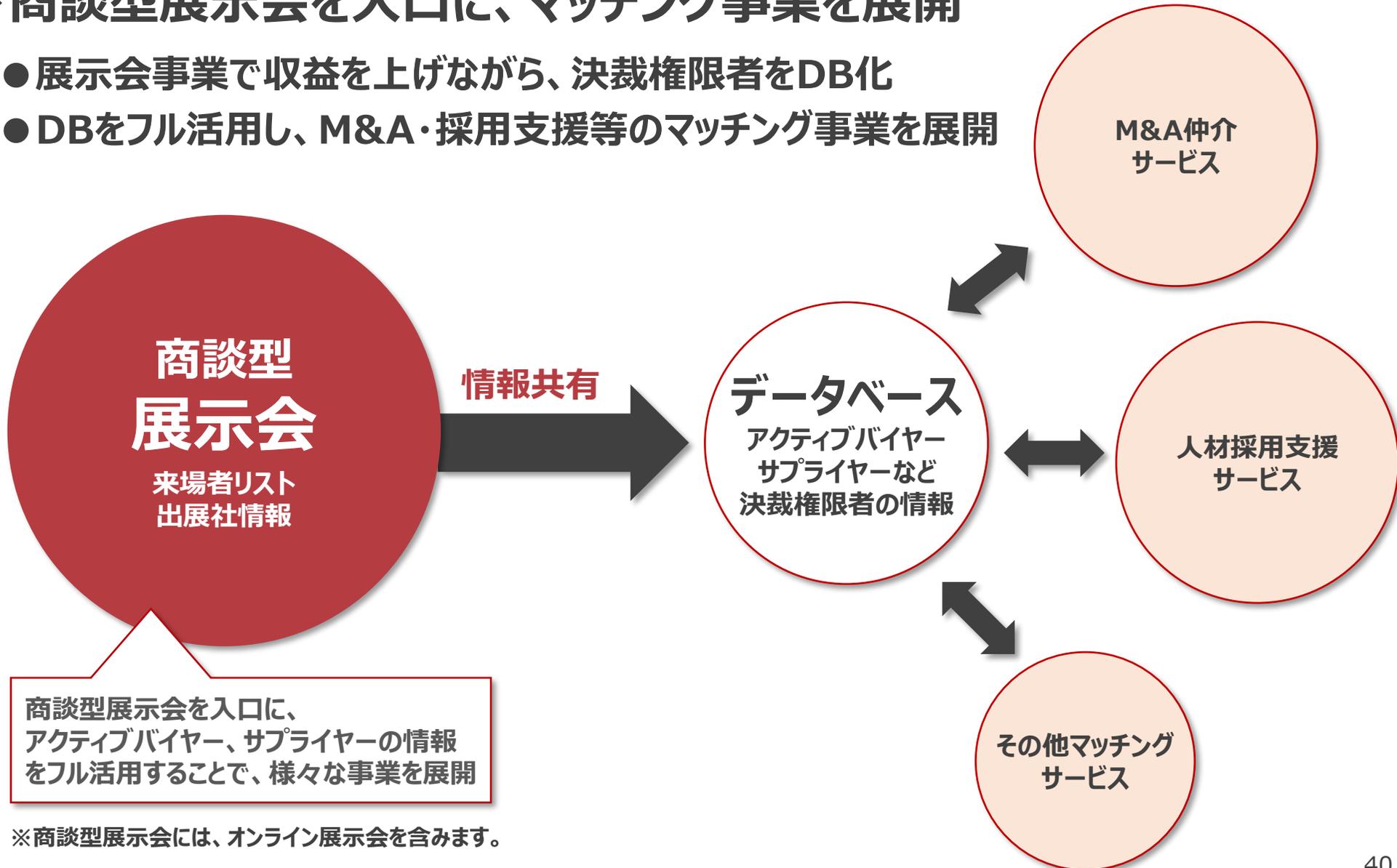
座談会・特別面談

プレゼンでは伝えきれない企業の
魅力付けを個別で行う



◆ 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
- DBをフル活用し、M&A・採用支援等のマッチング事業を展開



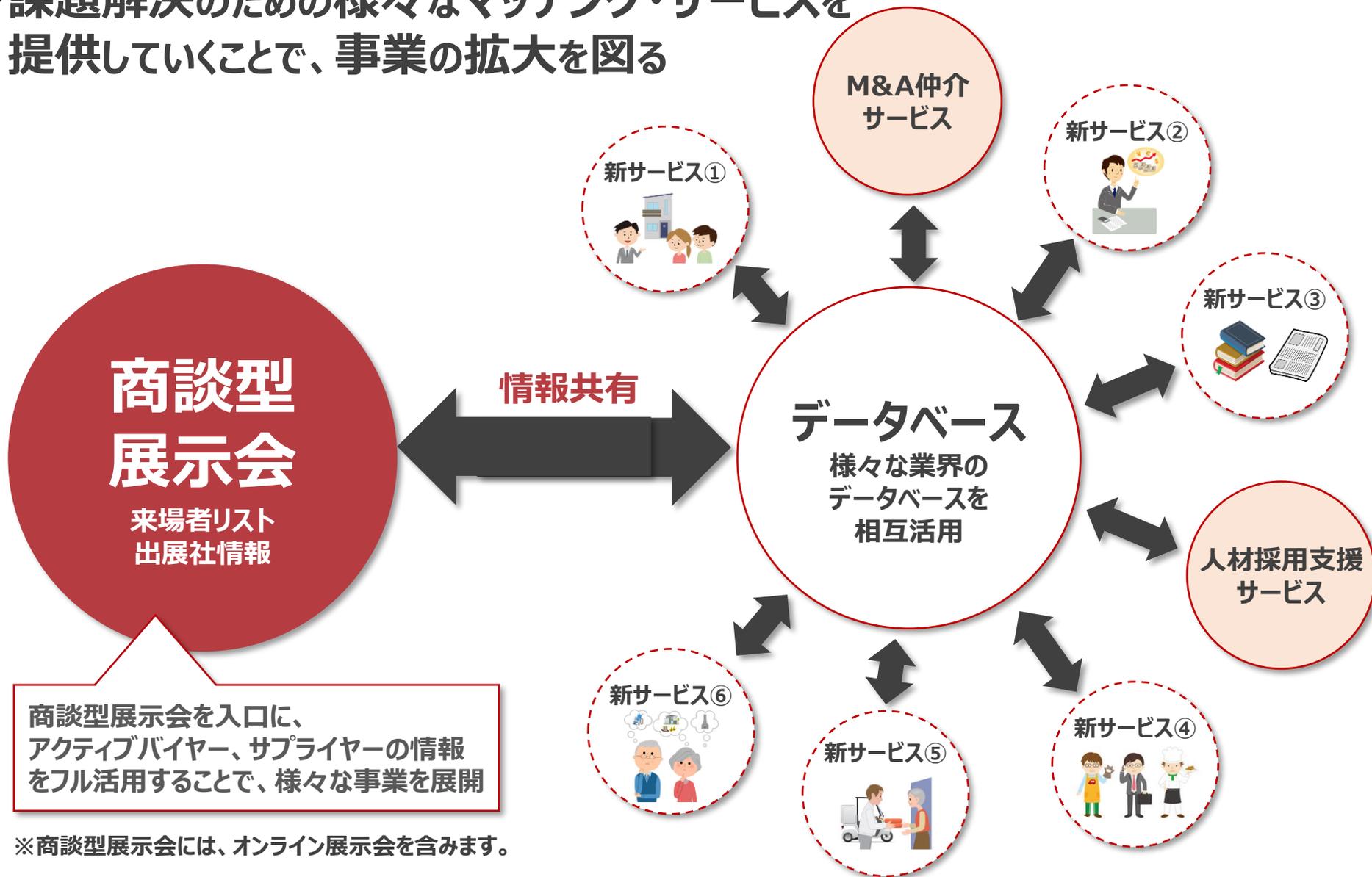
商談型展示会を入口に、
アクティブバイヤー、サプライヤーの情報
をフル活用することで、様々な事業を展開

※商談型展示会には、オンライン展示会を含みます。

成長戦略① 業界に特化した深掘り展開



◆ 課題解決のための様々なマッチング・サービスを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

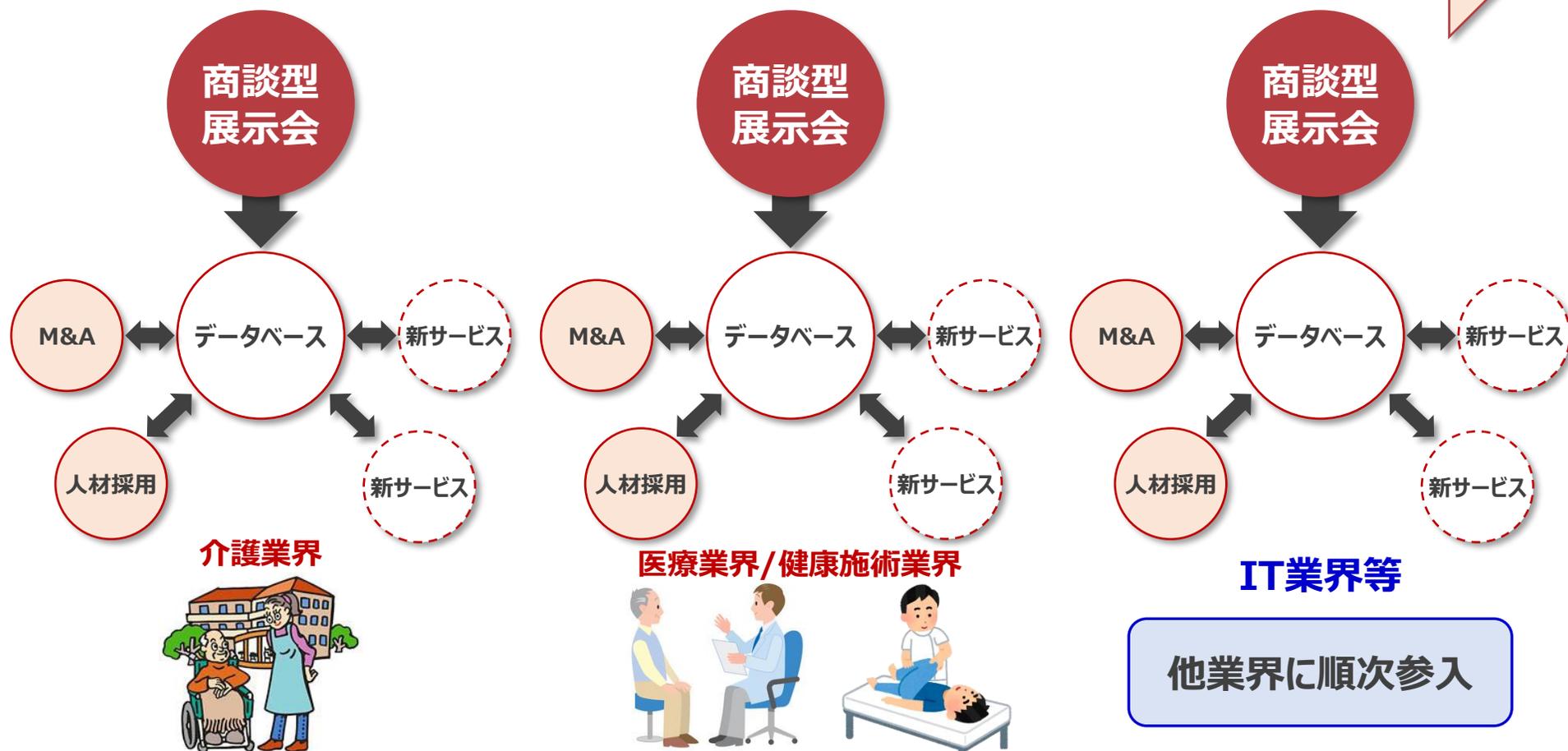
※商談型展示会には、オンライン展示会を含みます。

成長戦略② 他業界への横展開



◆市場規模が大きく、マッチングニーズが高い“低寡占市場”に、順次参入

商談型展示会を入口に、業界を横展開





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