

 **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	事業の特徴・強み	P.6
III	成長戦略	P.23
IV	事業計画	P.27
V	定量目標	P.37
VI	リスク情報	P.44

# I . 会社概要

# 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（2025年3月31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 松延 祥世
事業内容	<b>業界に特化したマッチング事業</b> 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：225人（2025年3月31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
2025年10月	株式会社リアライブを吸収合併（予定）

# 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（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。  
2025年 株式会社リアライブ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（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 リードエグジビジョンジャパン（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 リードエグジビジョンジャパン（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(みずほ監査法人)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 松延 祥世

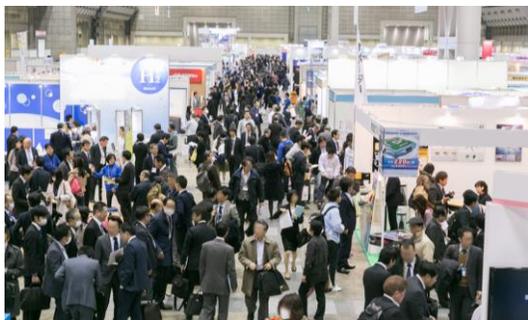
2004年 ブレインワークス（現 セレブリックス）入社。  
2011年 インプレックスアンドカンパニー入社。  
2013年 フュージョンコミュニケーションズ  
（現 楽天コミュニケーションズ）入社。  
2019年 当社入社。  
2025年 当社執行役員就任。東京女子体育大学卒。



## ◆ 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8都道府県で開催、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4都府県で開催  
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M&A仲介サービスを、介護・福祉業界等で提供
- 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



### 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



# II. 事業の特徴・強み



## ◆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 40,000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 1,200社※

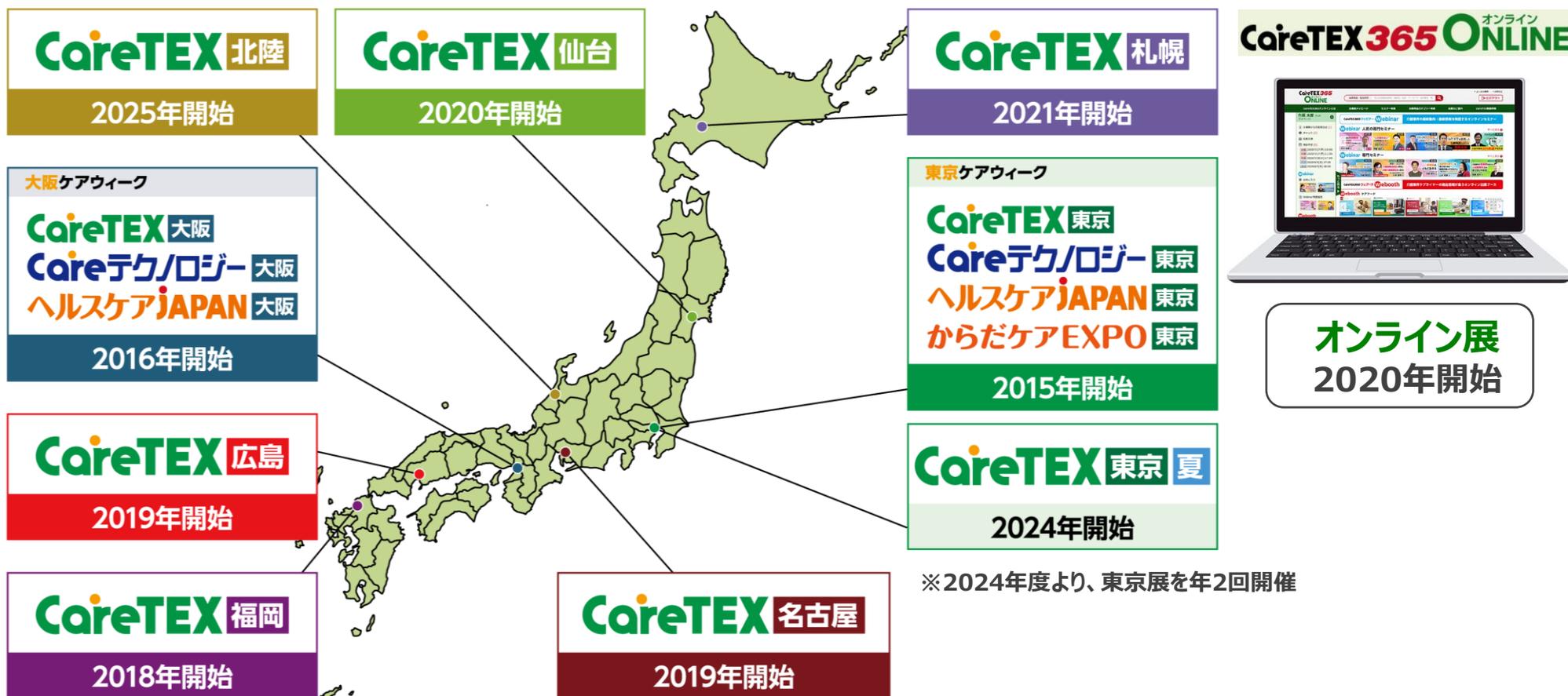
- **介護用品**
  - 歩行補助用品
  - 入浴用品
  - 衣類・靴
  - 介護予防・リハビリ
  - 介護ロボット 等
  - ベッド用品
  - トイレ・おむつ用品
  - 住宅改修用品
  - 生活支援用品
- **高齢者施設向け設備・備品**
  - 移動補助・福祉車両
  - 家具・建材・インテリア
  - 見守りシステム
  - 厨房機器・食器
  - 介護職員向け用品 等
  - 入浴設備
  - 洗濯・クリーン用品
  - 介護システム
  - 衛生用品
- **高齢者施設向けサービス**
  - レクリエーション
  - 省エネ・コスト削減
  - 配食・食事サー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

# 展示会事業（介護分野） 特徴と強み②



## ◆主力事業のCareTEXは、介護業界日本最大級の展示会に成長

- 全国 8 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





## ◆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

あらゆる業種のビジネスパーソン  
年間のべ 43,000名※

- バックオフィスDXPO
- **経営者・管理部門**  
経営・経営企画、総務、人事、経理、  
法務、広報、DX推進 等
- 営業・マーケDXPO
- **営業・マーケティング・販促部門**  
営業・営業企画、マーケティング、  
販促・宣伝、CS、経営・経営企画 等
- IT・情シスDXPO
- **IT部門・情報システム部門**  
情報システム、システム開発、DX推進、  
システム運用・保守、経営・経営企画 等
- 店舗・EC DXPO
- **店舗・EC事業者**  
小売店、飲食店、商業施設、  
EC・通販事業者、ECを開業したい方 等

### 「DXPO」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 1,600社※

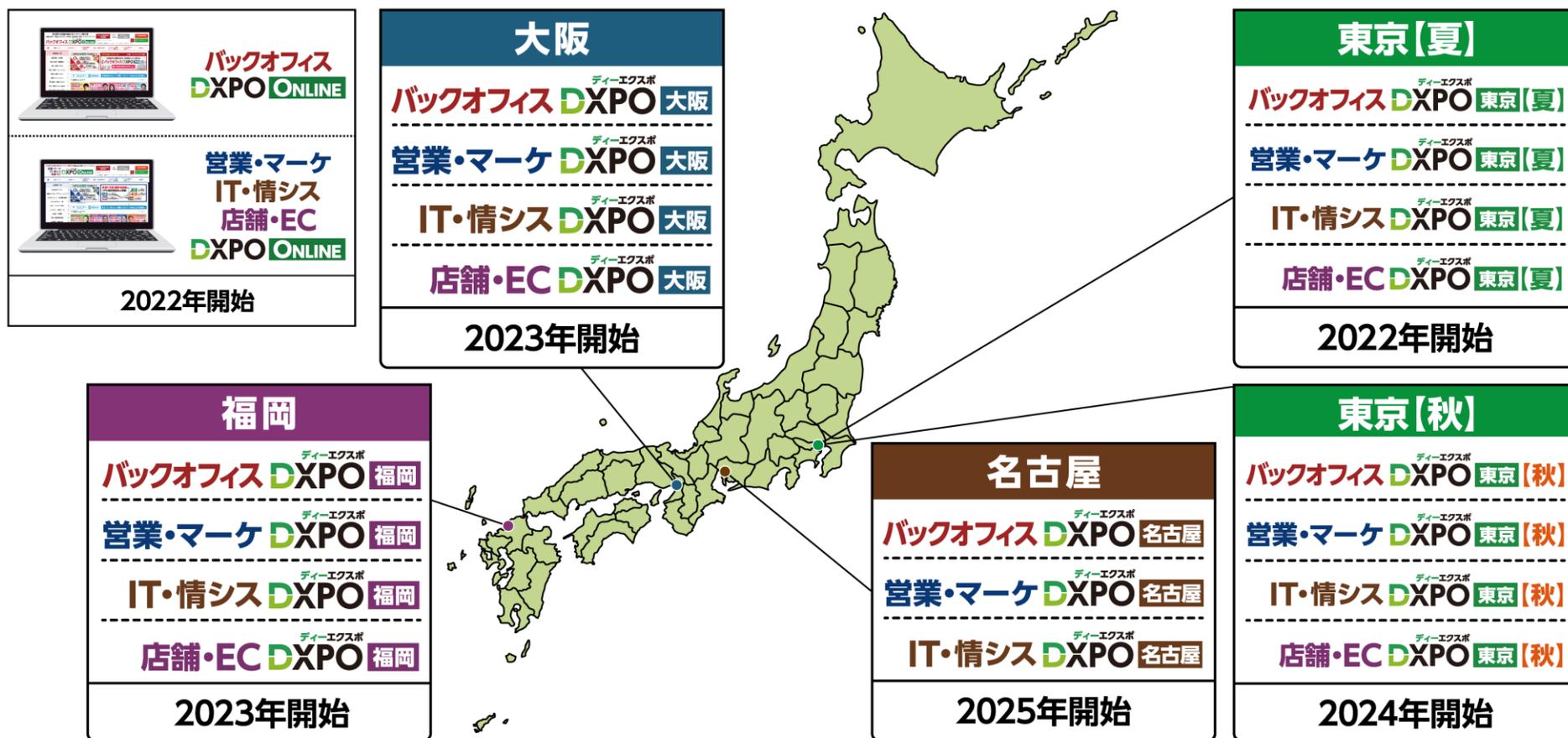
- **管理部門向け製品・サービス**  
経営管理ツール 人事システム  
コミュニケーションツール 経理システム  
採用支援サービス 研修ツール  
電子契約 RPAツール 等
- **営業・マーケ向け製品・サービス**  
SFA・CRM 名刺交換ツール  
営業アウトソーシング MAツール  
SNSマーケティング支援 広告運用支援 等
- **情シス向け製品・サービス**  
ソフトウェア開発 ノーコード開発ツール  
システム検証ツール セキュリティツール  
IT人材育成サービス BIツール 等
- **店舗・EC向け製品・サービス**  
店舗集客支援 店舗省人化ツール  
ECサイト構築支援 ECカート・決済  
SNS連携ツール 越境EC支援 等

# 展示会事業（IT分野） 特徴と強み④



## ◆ハイブリッド展示会DXPOは、IT・DX分野日本最大級の展示会に成長

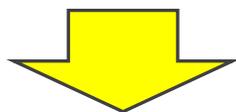
- 年間5回（東京2回・大阪・福岡・名古屋）の開催により、全国でのビジネスマッチングを実現
- オンライン展も同時に開催することで、365日24時間のマッチングを実現





## ◆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	<b>【見込客獲得の量】</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・365日24時間マッチングが可能</li><li>・全国どこでもマッチングが可能</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・直接会って商談ができない</li><li>・商品の実物が見れない</li></ul>
リアル展示会	<b>【商談の質】</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・決裁権限者同士が直接会って商談</li><li>・商品の実物が見られる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・1年のうち会期が2～3日に限定</li><li>・開催地が近くにないと行けない</li></ul>



「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

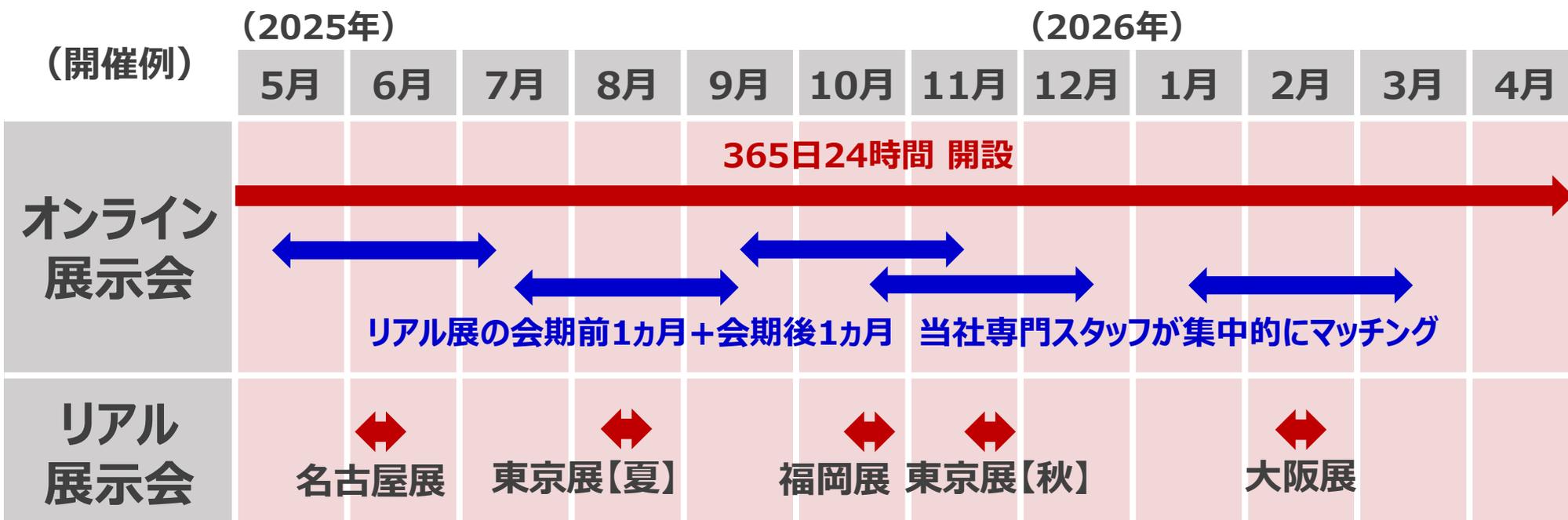
※DXPOとは、「DX+EXPO」の造語で、「展示会をDXする」という意味を込めて当社が命名した、ハイブリッド展示会のサービス名です。



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 <b>バックオフィスDXPO</b>	名古屋 2025年 6月▶	東京【夏】 2025年 8月▶	福岡 2025年 10月▶	東京【秋】 2025年 11月▶	大阪 2026年 2月▶	<b>オンライン</b> 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 <b>営業・マーケDXPO</b>	名古屋 2025年 6月▶	東京【夏】 2025年 8月▶	福岡 2025年 10月▶	東京【秋】 2025年 11月▶	大阪 2026年 2月▶	<b>オンライン</b> 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 <b>IT・情シスDXPO</b>	名古屋 2025年 6月▶	東京【夏】 2025年 8月▶	福岡 2025年 10月▶	東京【秋】 2025年 11月▶	大阪 2026年 2月▶	<b>オンライン</b> 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 <b>店舗・ECDXPO</b>		東京【夏】 2025年 8月▶	福岡 2025年 10月▶	東京【秋】 2025年 11月▶	大阪 2026年 2月▶	<b>オンライン</b> 24時間 365日開催

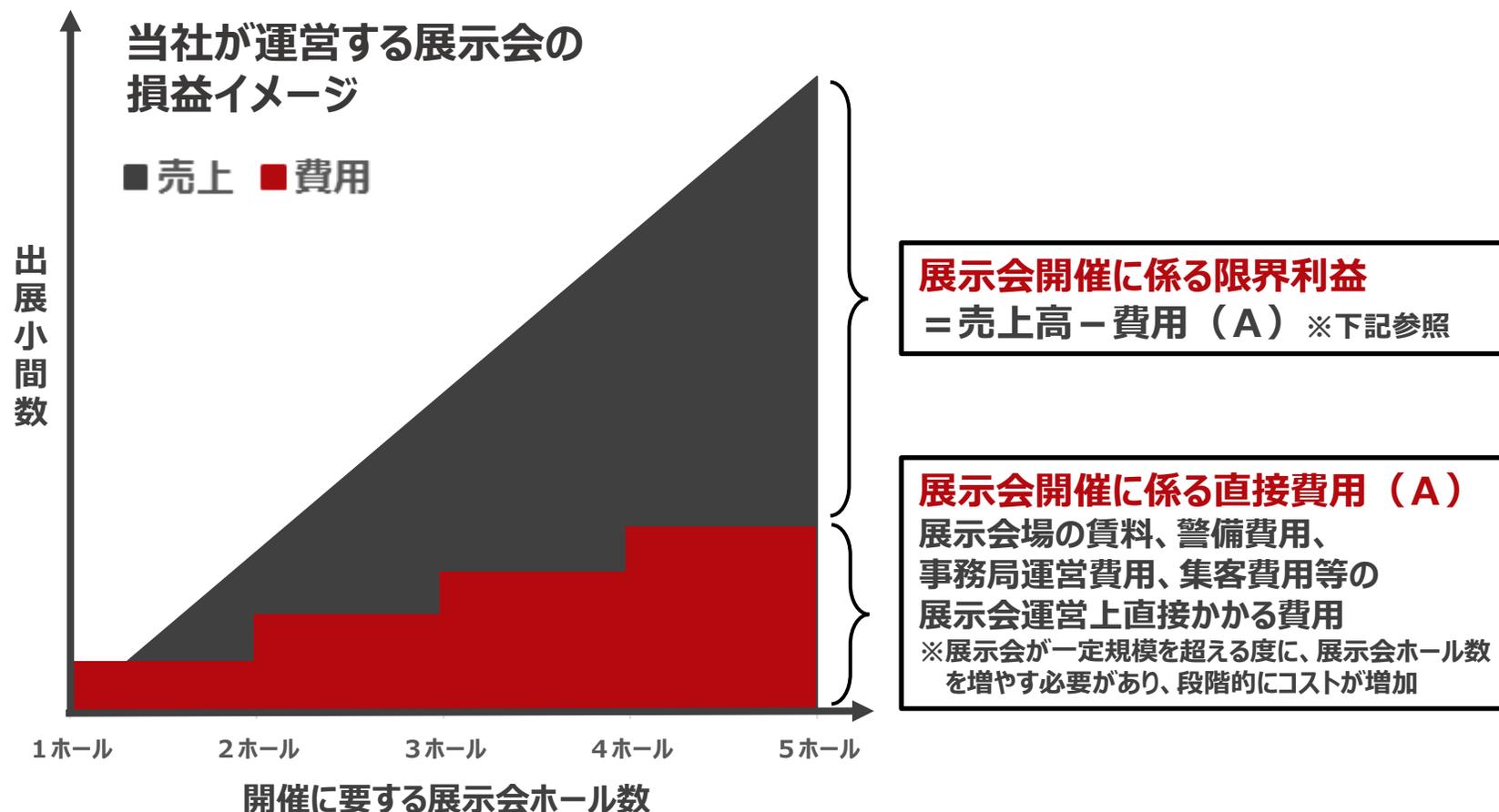
## ◆ 6 展出展 (東京【夏】【秋】・大阪・福岡・名古屋 + オンライン) の場合、1展当り出展料 (装飾費込) は、破格の26.7万円より

- 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

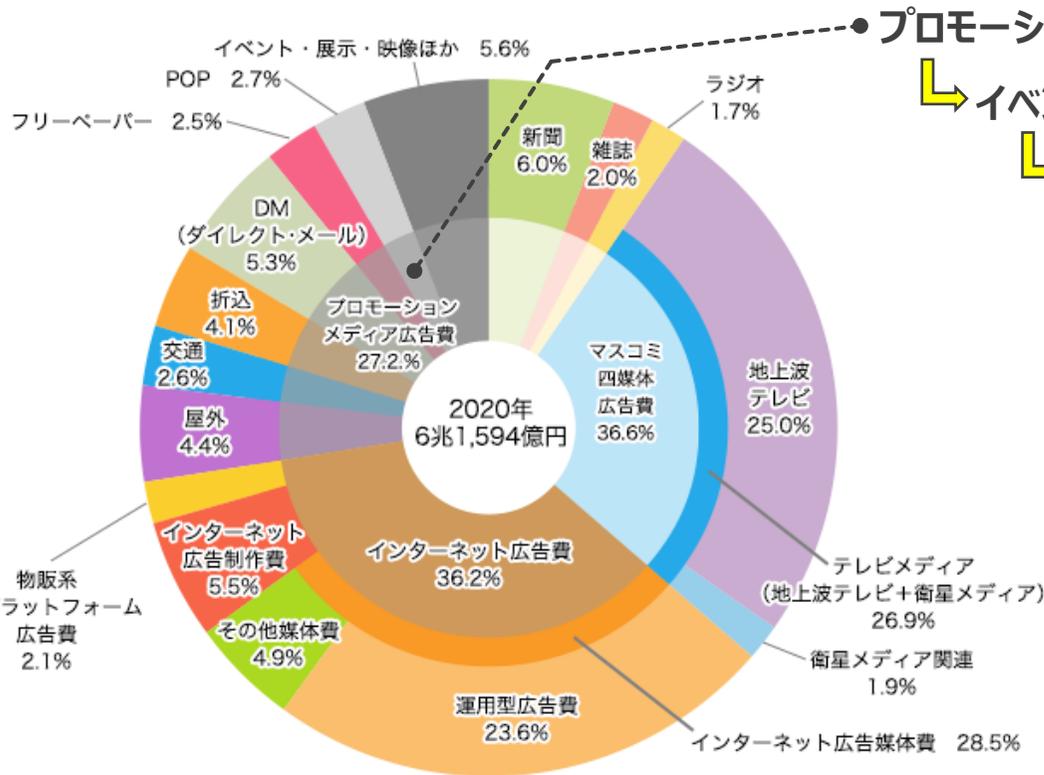


# 展示会事業（全分野） 当社のポジショニングと成長余地



## ◆ 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](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 & 1.7万社の買い手保有で **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<sup>※1</sup>

案件成約実績  
業界最大級<sup>※1</sup>

成約までの  
平均期間

1.7万社

1,682<sup>※2</sup>件

4.8<sup>※3</sup>ヵ月

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） ※2025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） ※2025年3月31日現在

※3 当社における2025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）



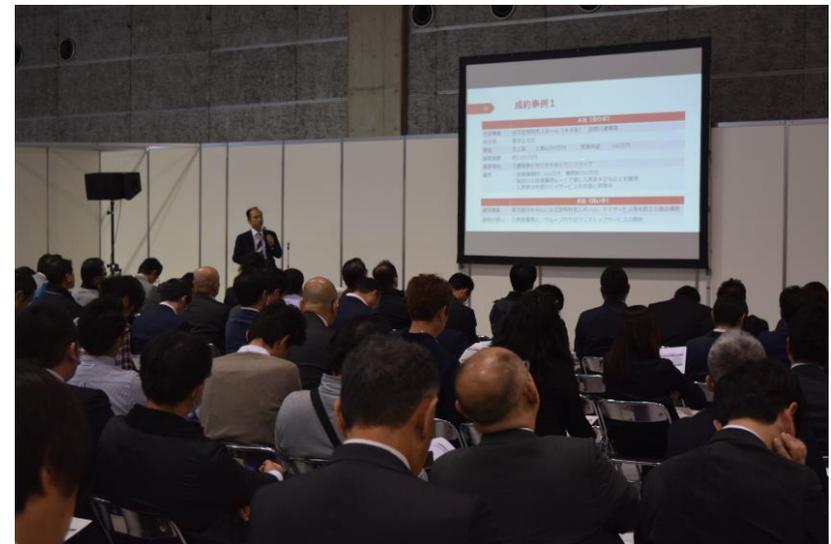
## ◆当社主催の商談型展示会を活用した**効率的な案件開拓**

- 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





## ◆“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

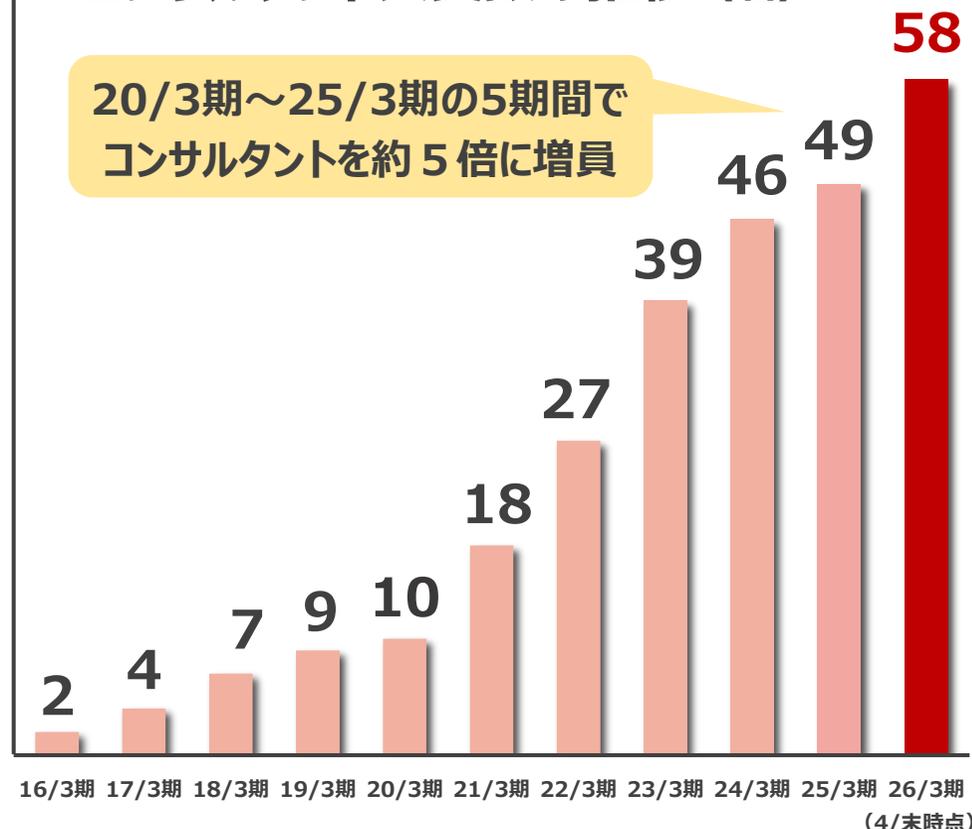
- 入社～10カ月：教育研修期間（2件契約まで）
  - 入社5カ月後：最初の案件担当
  - 入社9カ月後：初の案件成約
- 以降、本格的に戦力化し、売上に寄与

### 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）

20/3期～25/3期の5期間で  
コンサルタントを約5倍に増員



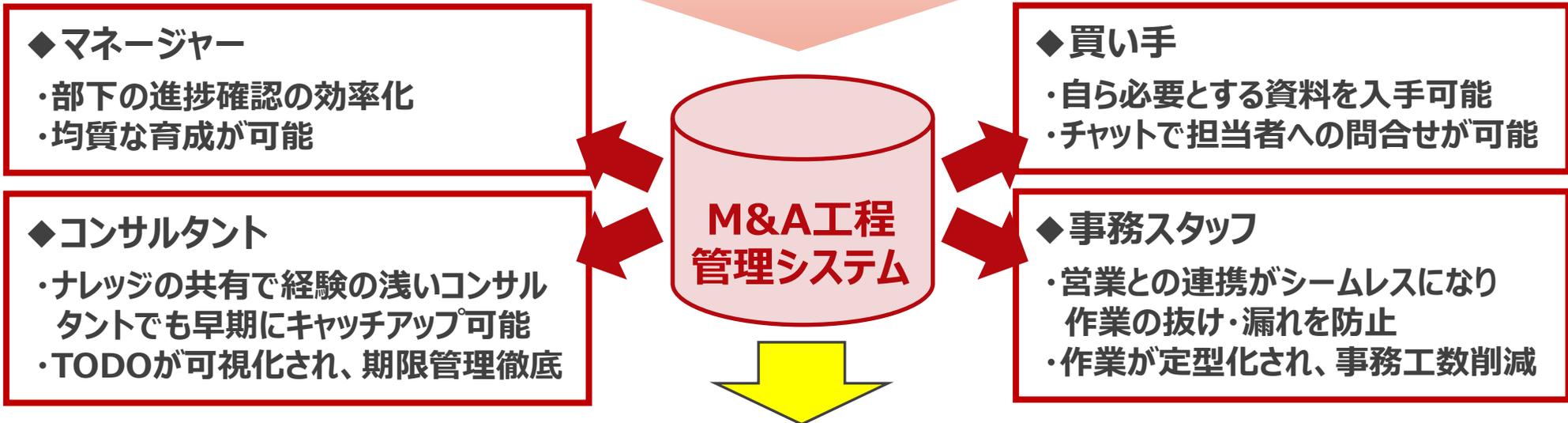


## ◆“回転寿司モデル”を実現するM&A工程管理システム（自社開発）

- 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

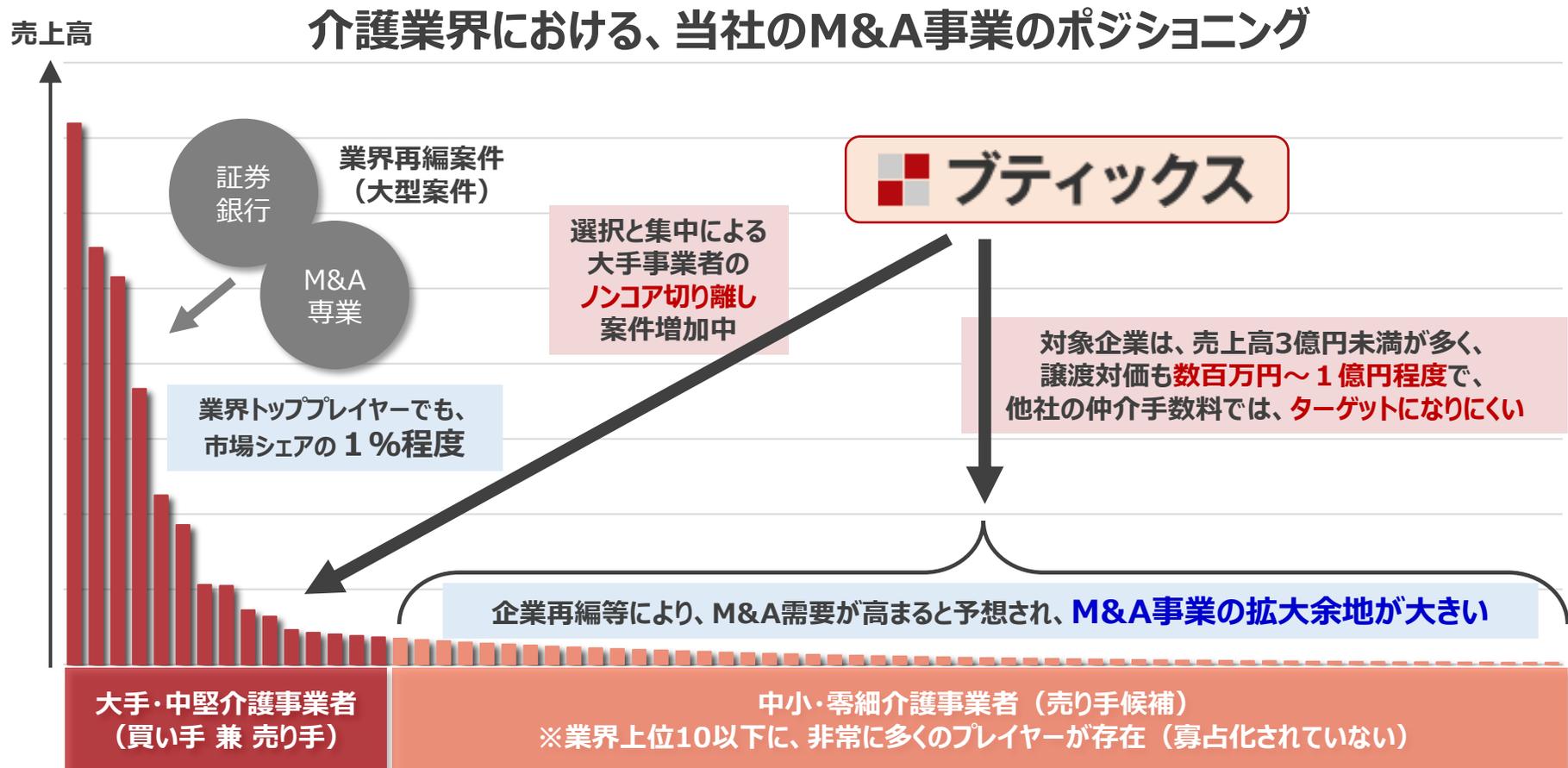


## 成約期間が短縮



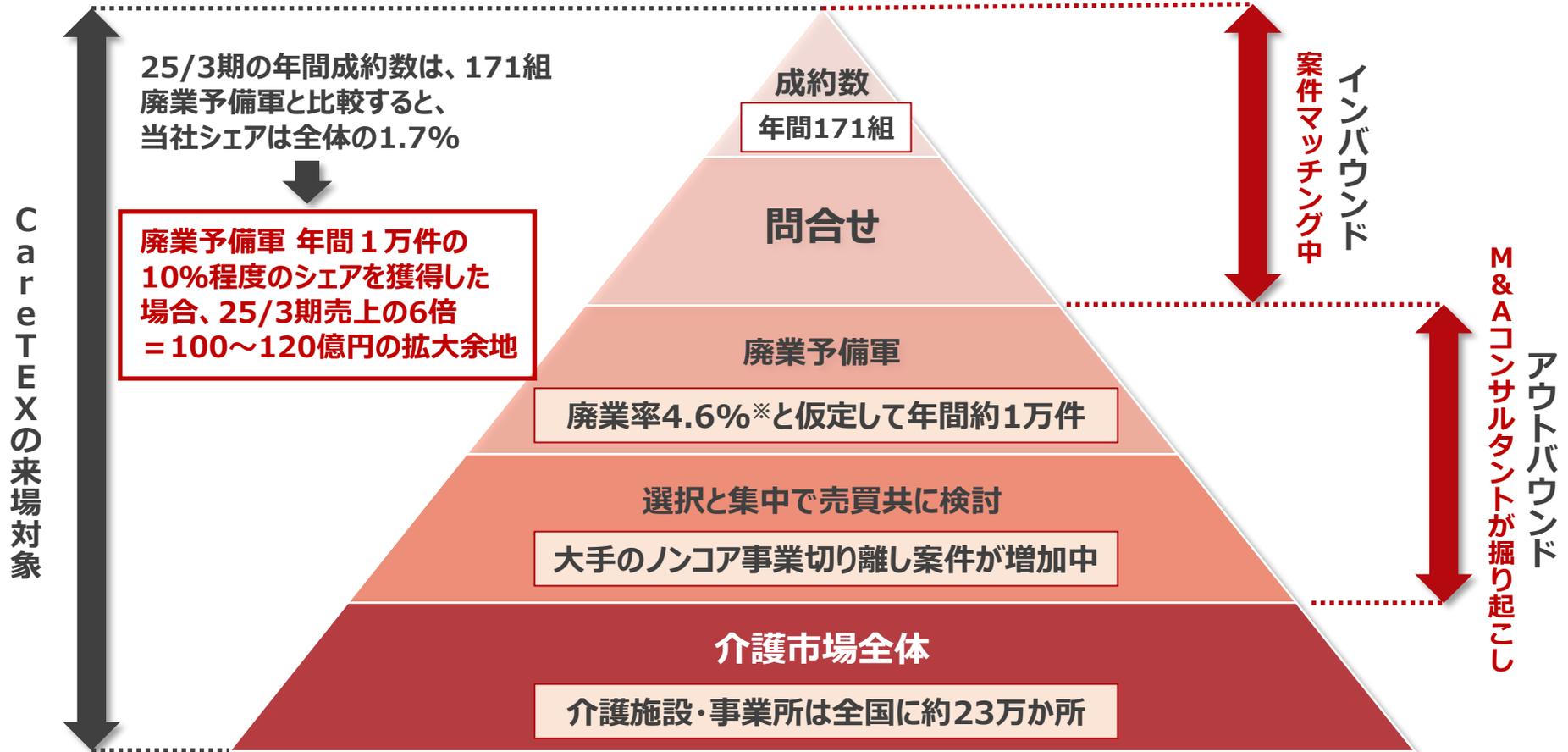
## ◆ 競合が少ない中小型案件を対象とした**独自のポジショニング**

- 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6年度 事業所指定件数」より、  
2025年4月1日時点の居宅サービス事業者数：9,572件、2024年度の年間廃止等数445件より算出  
介護施設・事業所は厚生労働省「令和5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、<sup>(※)</sup>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240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

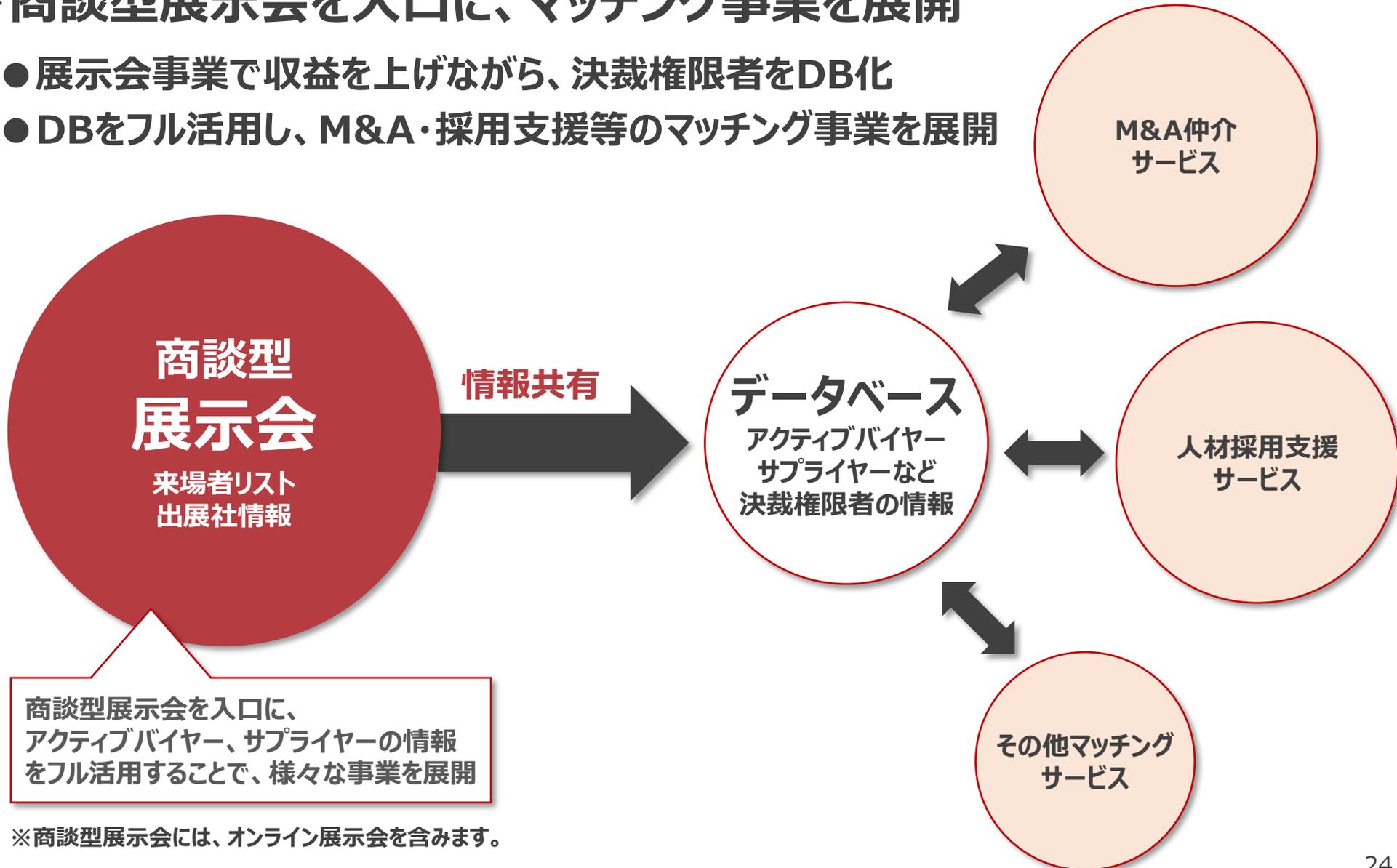
プレゼンでは伝えきれない企業の  
魅力付けを個別で行う

# Ⅲ. 成長戦略



## ◆ 商談型展示会を入口に、マッチング事業を展開

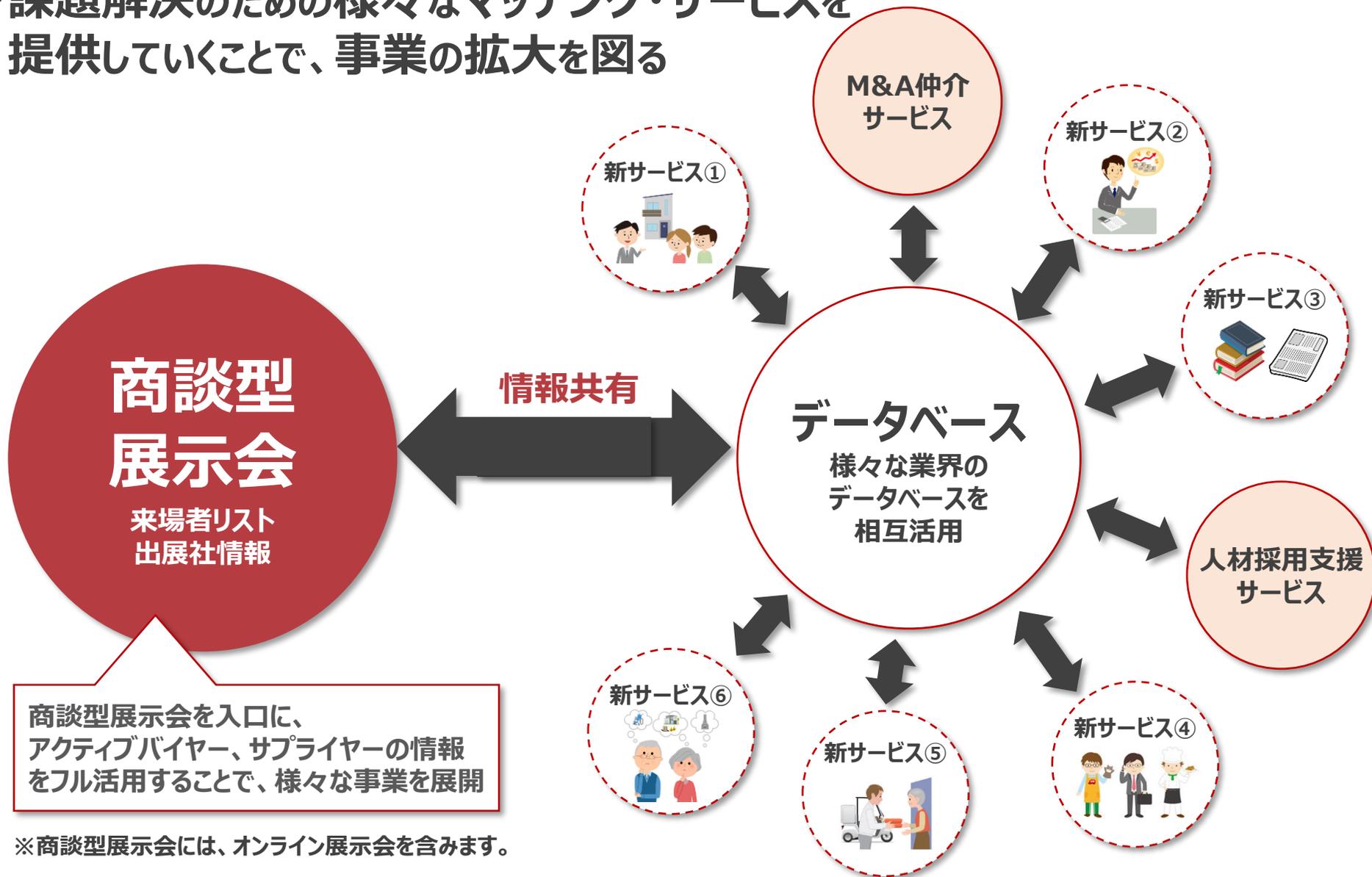
- 展示会事業で収益を上げながら、決裁権限者をDB化
- DBをフル活用し、M&A・採用支援等のマッチング事業を展開



# 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

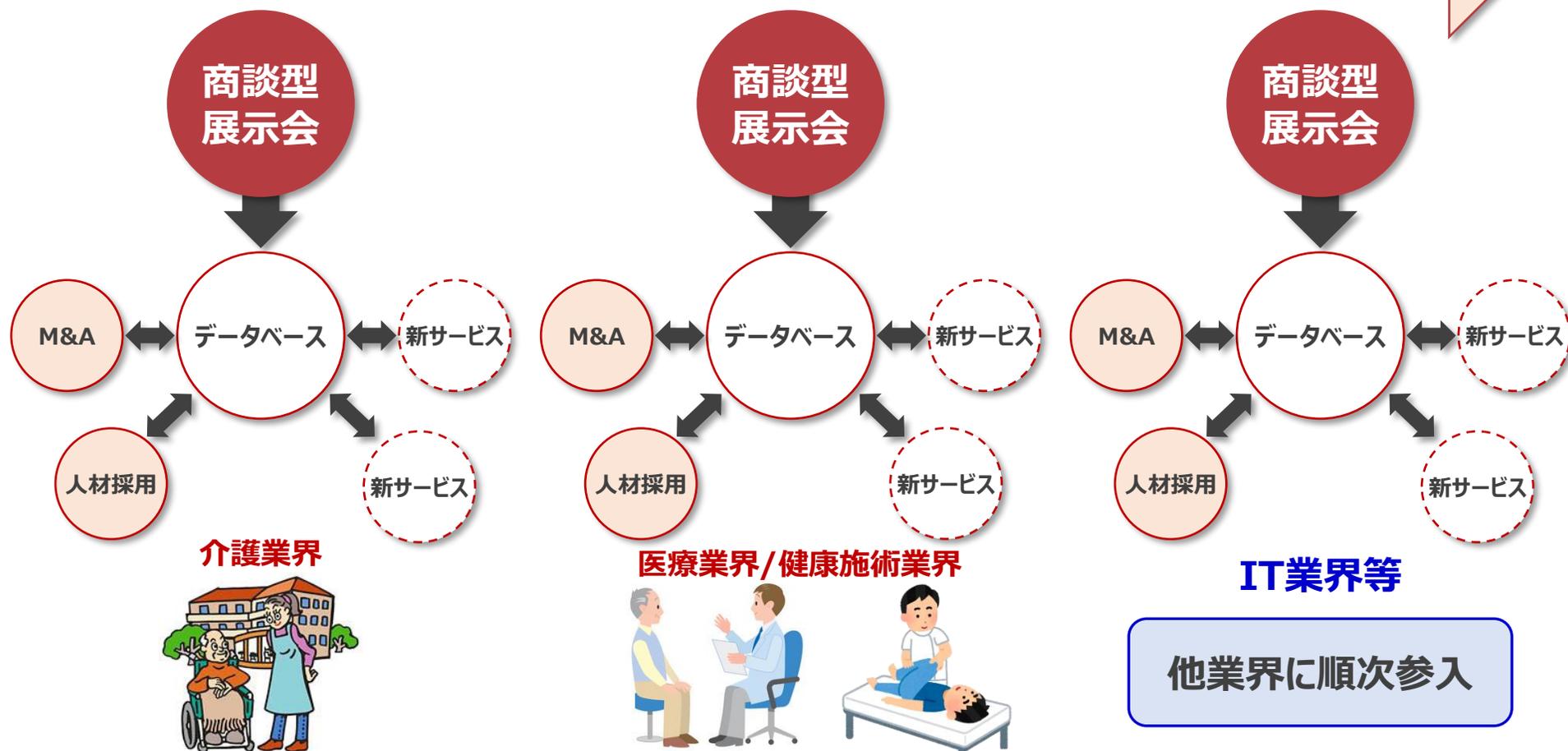
※商談型展示会には、オンライン展示会を含みます。

# 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



# IV. 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。
- 2025年3月期の業績を踏まえ、2026年3月期以降の業績予想・計画、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」、2021年11月9日、2022年5月10日、2023年5月11日、2024年5月14日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」から変更しております。予めご了承ください。



## 目標

2026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 ※修正あり（青文字部分）



- 人材採用支援事業の業績予想の下方修正に伴い、24/5公表の中期経営計画の最終年度(26/3期)の業績予想を、計画値から修正。
- 25/10に、リアライブを吸収合併し、人材採用支援事業の抜本改革を実行27/3期以降の大幅増収を見込む。
- 26/3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25億円の達成を見込む。

※1：2021年5月11日公表の計画（当初計画）

※2：2024年5月14日公表の修正計画

※3：2025年5月14日公表の業績予想

(単位：百万円)		2022/3期 ※1	2023/3期 ※1	2024/3期 ※1	2025/3期 ※2	2026/3期 ※2
売上高	計画	1,633	2,534	3,522	5,477	7,101
経常利益		111	492	946	1,199	1,807
		実績	実績	実績 (連結)	実績 (連結)	業績予想 ※3
売上高	実績・予想	2,091	3,047	4,414	5,171	6,369
経常利益		591	943	911	1,227	1,637

# 25/10にリアライブを吸収合併、26/4から新体制に移行



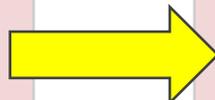
- ◆ 採用イベントは、経営管理体制強化、新規事業参入を含めた抜本改革実行。
- ◆ 人材紹介は、好調の新卒紹介の成長を加速、加えて中途紹介に本格参入。

ブティックス

ブティックス

リアライブ

● M&A仲介事業



変更なし

● M&A仲介事業

● 展示会事業  
(介護・IT)



組織  
再編

● 展示会事業  
(介護・IT・採用)

● 採用イベント事業  
● 人材紹介事業  
(新卒)



部門新設

● 人材紹介事業  
(新卒・中途)

リアライブを吸収合併し、採用支援事業の抜本改革を実行  
27/3期以降の大幅増収を見込む



## 背景

- リアル展のニーズは、**今後もゆるやかに成長**
- オンライン展についても、**成長を継続**

## 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、26/3期より**北陸展**を新規開催

## 背景

- IT分野において、ハイブリッド展示会「バックオフィスDXPO」「フロントオフィスDXPO」を開催（リアル+オンライン）
- オンライン展のプラットフォーム「ExpON」Ver.2を自社開発済

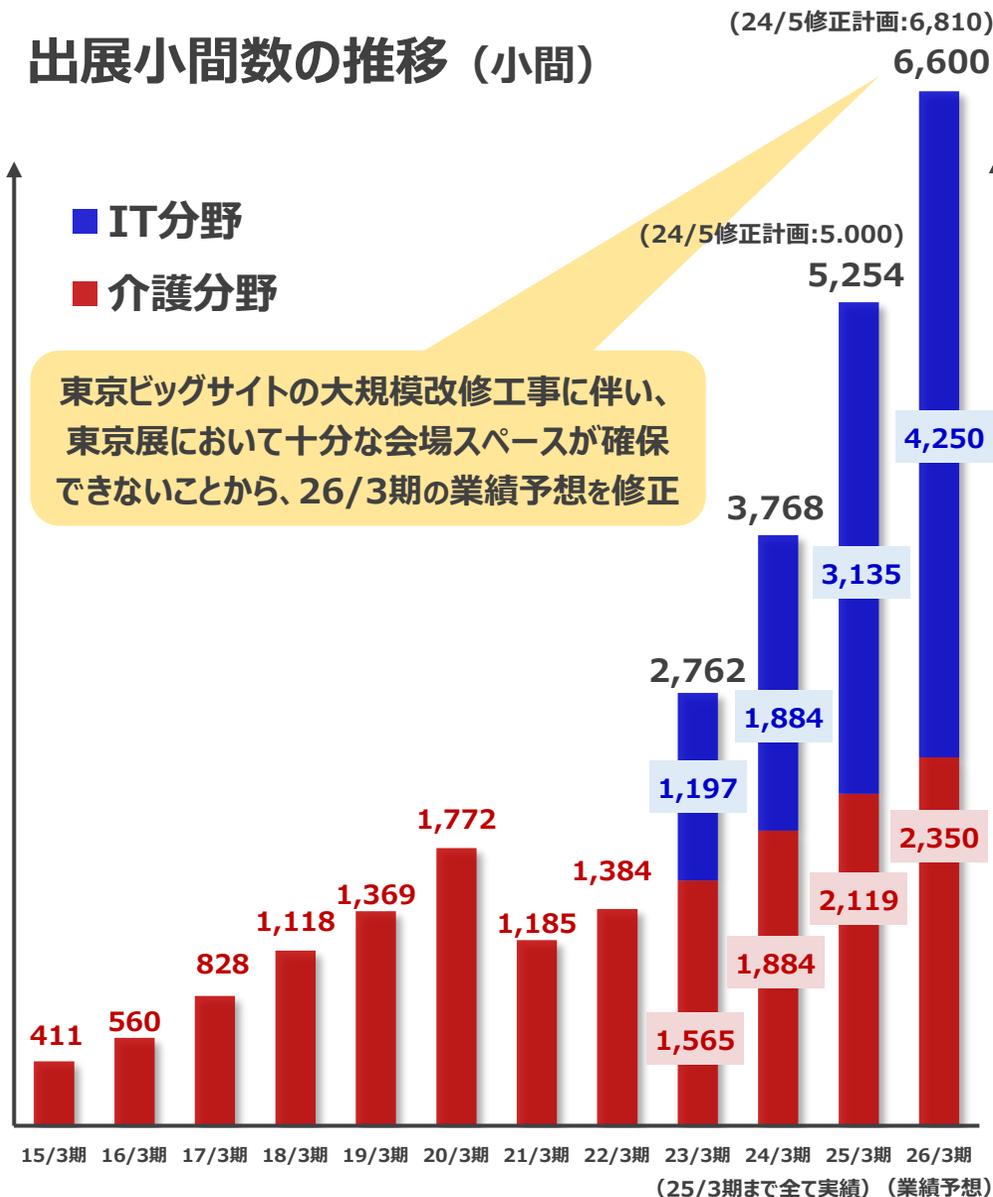
## 基本方針

- 東京【夏】【秋】・大阪・福岡展に加え、26/3期より、**名古屋展**を**新規開催**
- IT分野にて、**出展対象領域を拡大**し、展示会の規模を拡大

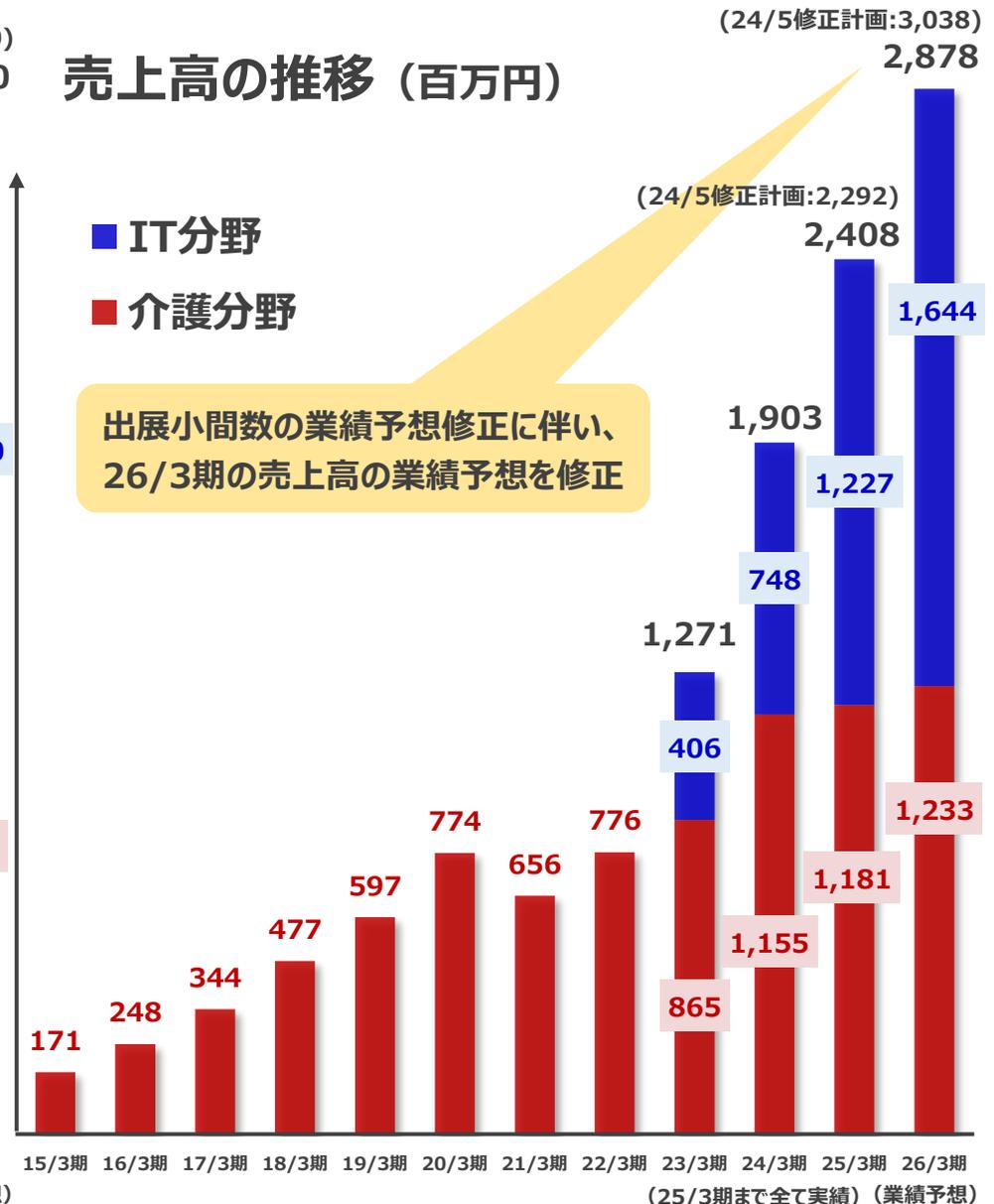
# 展示会事業の見通し



## 出展小間数の推移 (小間)



## 売上高の推移 (百万円)





## 背景

- 新教育制度が定着、コンサルタントの実務能力が向上
- 能力向上と行動管理徹底により、案件開拓が順調に推移
- 介護業界のM&Aニーズは、引き続き増大傾向
- 建設・IT等の新分野のM&Aも順調に拡大

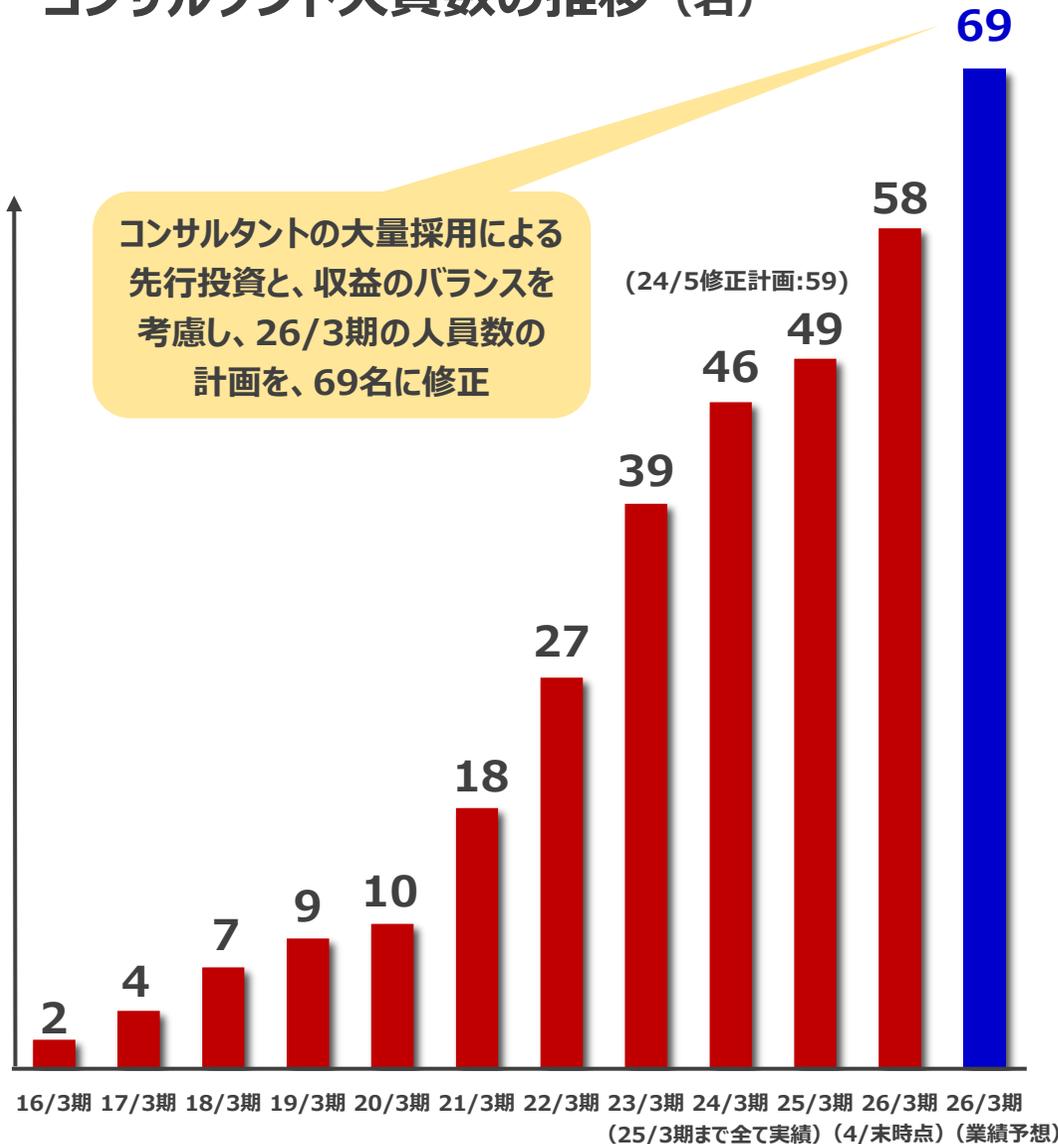
## 基本方針

- 「M&A工程管理システム」による**厳格な工程管理を徹底**
- 「新教育制度」「新KPI管理手法」による**教育・管理を継続**
- コンサルタントの大量採用による先行投資と、収益のバランスを考慮しながら、26/3期以降も、**積極採用を継続**
- 建設・IT等の**新分野の開拓継続**

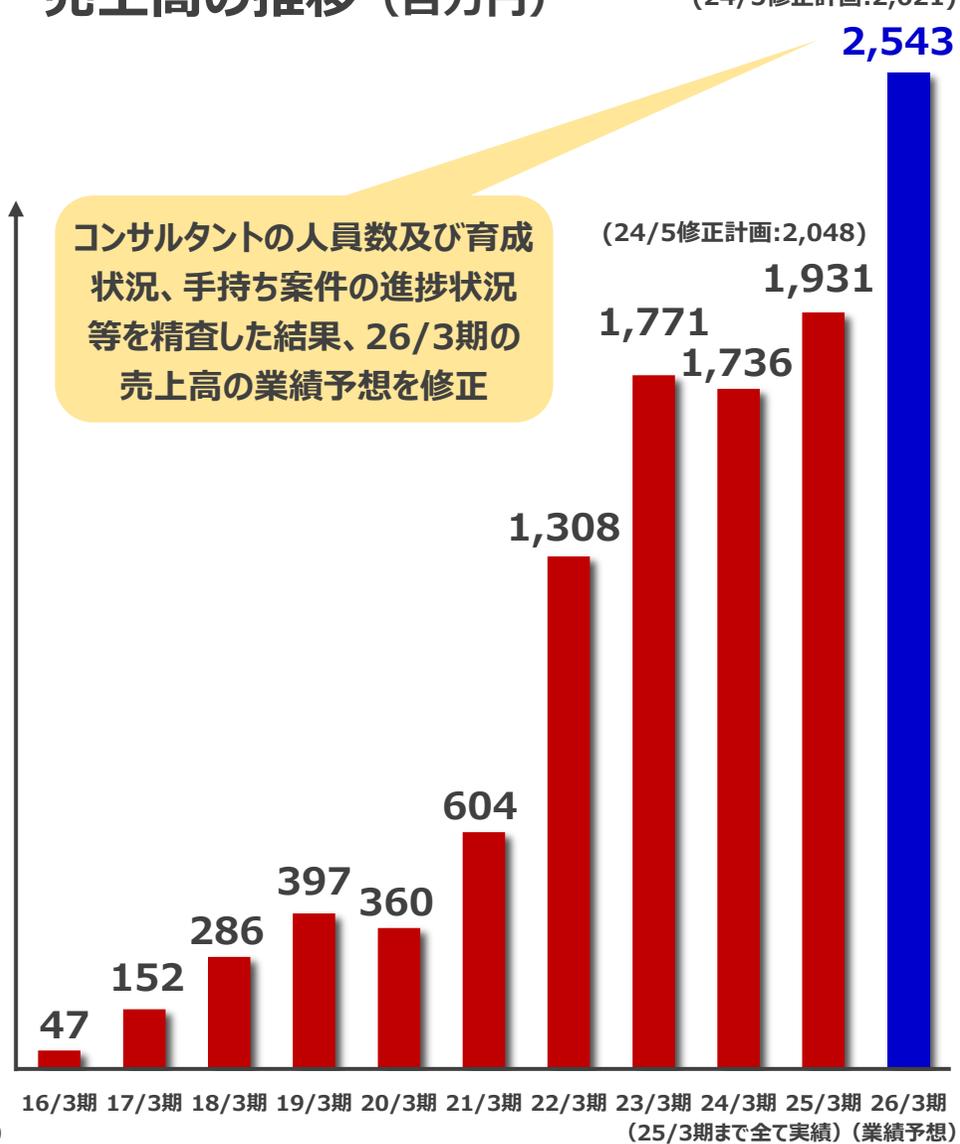
# M&A仲介事業の見通し



## コンサルタント人員数の推移 (名) (24/5修正計画:78)



## 売上高の推移 (百万円) (24/5修正計画:2,621)





## 背景

- 求人企業と就活生をマッチングする**就活イベント「ジョブトラ」開催**
- 早期開催数<sup>(※)</sup>で**業界No.1となる年間約240回開催**

(※) 大学3年生を対象としたイベント開催数

- 一定の就活生と企業から高い支持を得ているが、顧客が限定的
- 教育・KPI管理を含む組織管理が不十分

## 基本方針

- 非採算の地方イベントの開催見送り等により、収益性改善図る
- 25/10、ブティックスと合併・組織再編を行い、経営管理体制強化
- 従来のジョブトラに加え、**新たな採用イベント事業を開発・参入し、27/3期以降の大幅増収見込む**

## 背景

- 新卒紹介市場は年々拡大傾向で、伸びしろが大きい
- 年間1.2万名以上の就活生が参加するジョブトラの集客力活用

## 基本方針

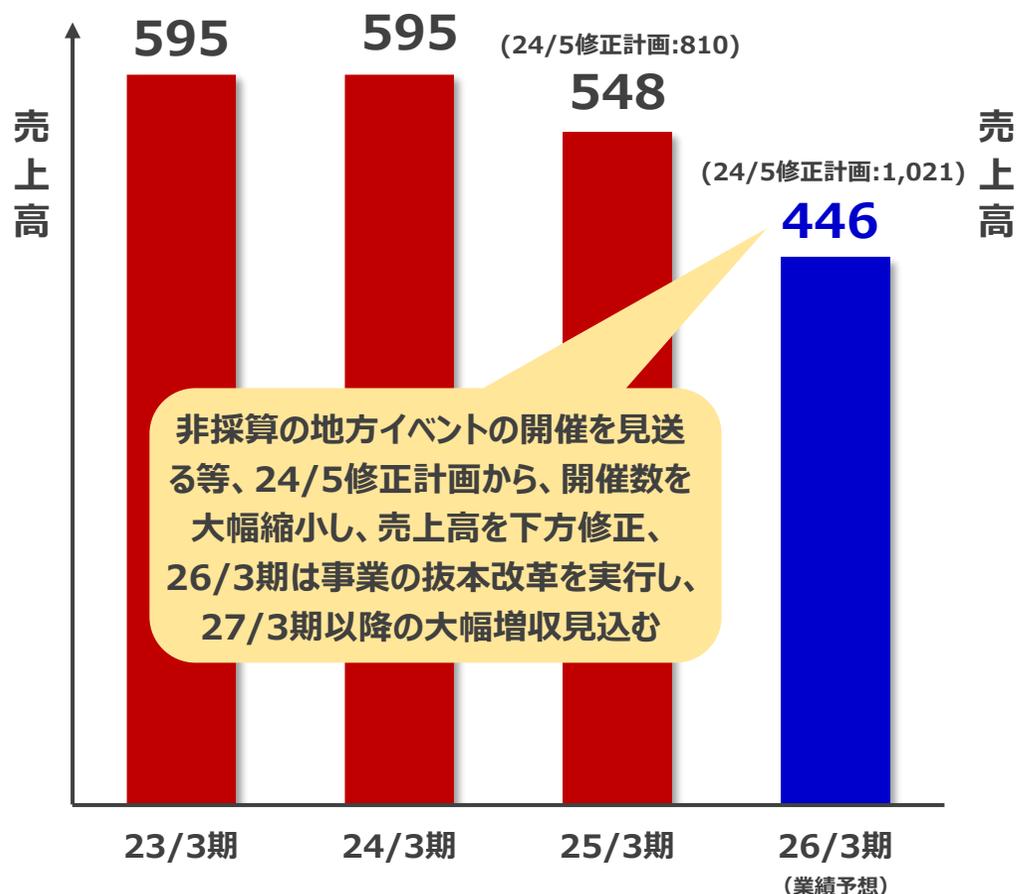
- 好調の**新卒紹介の成長を加速**
- **中途紹介事業に本格参入し、27/3期以降の大幅増収見込む**

# 人材採用支援事業の見通し

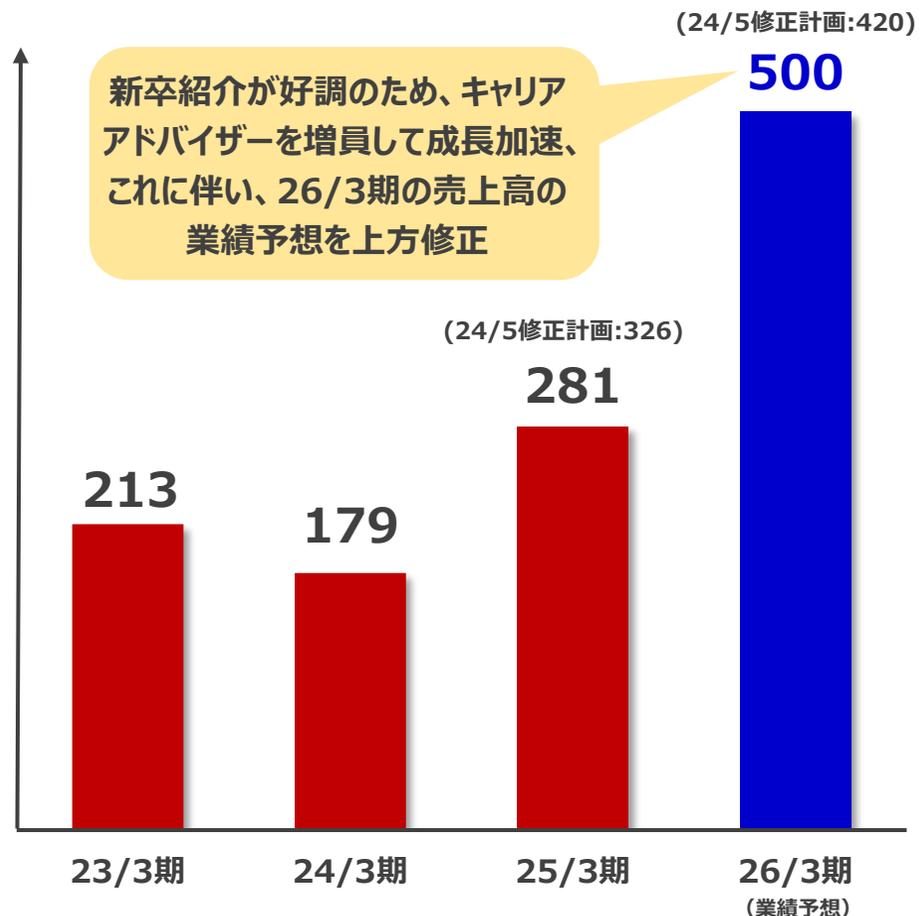


- ◆ 採用イベント：26/3期より抜本改革実行、27/3期以降の大幅増収見込む。
- ◆ 人材紹介：26/3期以降も大幅な増収見込む。

【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）



# V. 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。
- 2025年3月期の業績を踏まえ、2026年3月期以降の業績予想・計画、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」、2021年11月9日、2022年5月10日、2023年5月11日、2024年5月14日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」から変更しております。予めご了承ください。

# 2025年3月期 通期業績の予実差異



## 連結 決算概要

- 展示会事業が好調に推移、人材採用支援事業の期首予想未達分をカバー。営業利益は期首予想を上回り、売上高・営業利益ともに過去最高を更新。

**売上高** : 5,171百万円 (前年度比 +17.2% 予想比△5.6%)  
**営業利益** : 1,228百万円 (前年度比 +34.1% 予想比+1.7%)

## 展示会事業

- 介護分野・IT分野ともに好調。特にIT分野は、東京展【秋】の新規開催で大幅増収、売上高・セグメント利益ともに、期首予想を上回り、前年度比大幅増で着地。

**売上高** : 2,408百万円 (前年度比 +26.5% 予想比+ 5.1%)  
**セグメント利益** : 892百万円 (前年度比 +40.5% 予想比+21.6%)

## M&A 仲介事業

- 案件開拓は順調に推移。新教育制度が定着し、コンサルタントの実務能力が向上。セグメント利益は期首予想を上回り、売上高・セグメント利益ともに、前年度比大幅増。

**売上高** : 1,931百万円 (前年度比 +11.2% 予想比△5.7%)  
**セグメント利益** : 997百万円 (前年度比 +22.6% 予想比+0.1%)

## 人材採用 支援事業

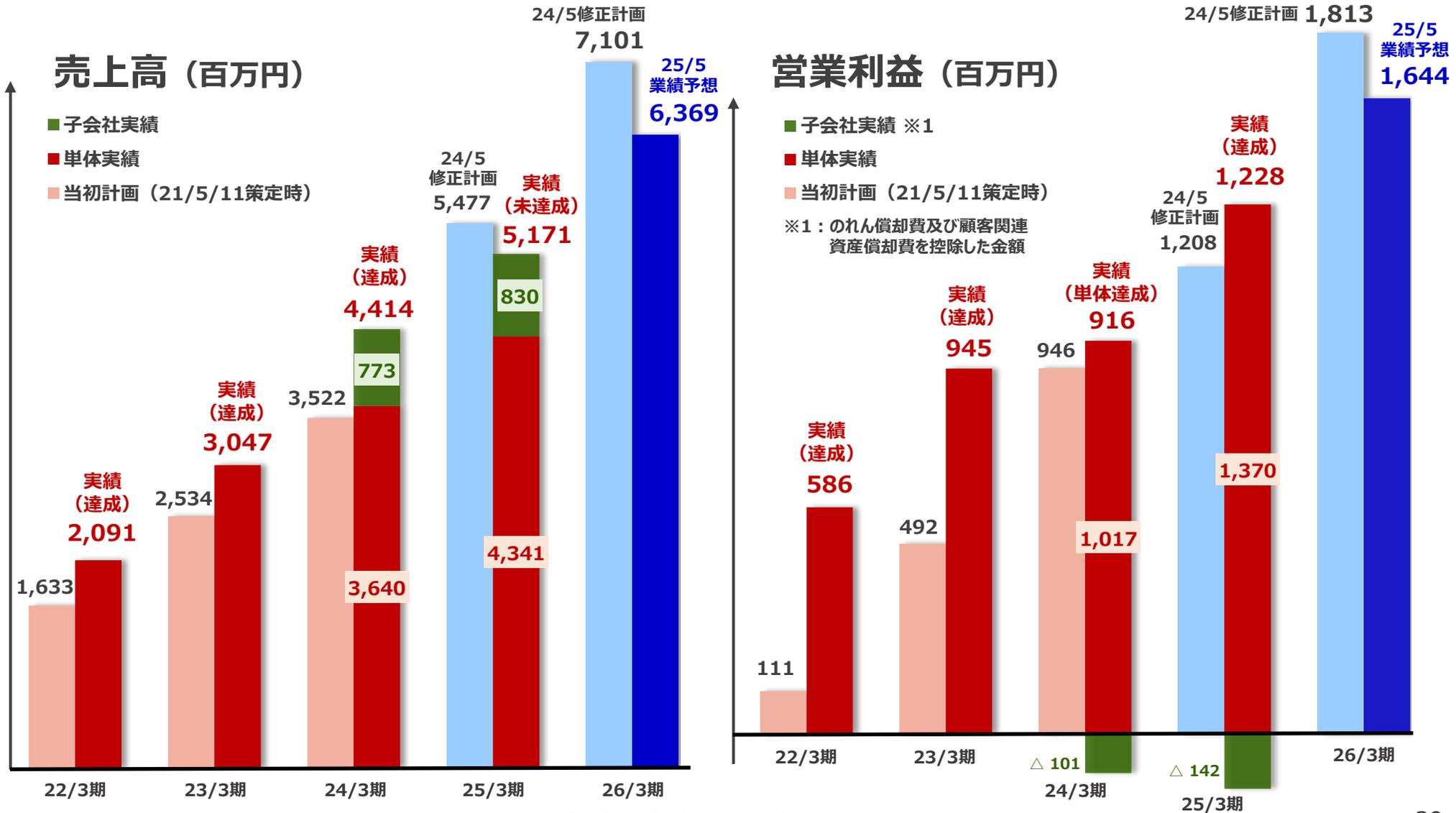
- 人材紹介事業が大幅伸長したものの、採用イベント事業が苦戦し、増収減益。売上高・セグメント利益ともに、期首予想を下回る。

**売上高** : 830百万円 (前年度比 +7.3% 予想比△26.9%)  
**セグメント利益** : 147百万円 (前年度比 △6.3% 予想比△50.3%)

# 中期経営計画の進捗状況（24/3期・25/3期は連結） ※修正あり



◆ 24/5公表の中期経営計画の最終年度(26/3期)の業績予想を計画値から修正。



# 業績予想と計画（単体） ※修正あり



◆ 24/5公表の中期経営計画の最終年度(26/3期)の業績予想を計画値から修正。

(単位：百万円)	2022/3期 実績	2023/3期 実績	2024/3期 実績	2025/3期 実績	2026/3期	
					24/5/14計画	25/5/14予想
売上高	2,091	3,047	3,640	4,341	5,659	5,422
営業利益	586	945	1,017	1,370	1,721	1,627
営業利益率	28.1%	31.0%	27.9%	31.6%	30.4%	30.0%
経常利益	591	943	1,011	1,370	1,715	1,621
経常利益率	28.3%	31.0%	27.8%	31.6%	30.3%	29.9%
当期純利益	349	621	706	127	1,097	1,037
当期純利益率	16.7%	20.4%	19.4%	2.9%	19.4%	19.1%

# 業績予想と計画（連結） ※修正あり



- ◆ 24/5公表の中期経営計画の最終年度(26/3期)の業績予想を計画値から修正。
- ◆ 21/5公表の当初の中期経営計画において、25/3期の計画値としていた営業利益1,632百万円を、1年遅れの26/3期で達成見込み。

(単位：百万円)	2022/3期 実績	2023/3期 実績	2024/3期 実績	2025/3期 実績	2026/3期	
					24/5/14計画	25/5/14予想
売上高	—	—	4,414	5,171	7,101	6,369
営業利益	—	—	916	1,228	1,813	1,644
営業利益率	—	—	20.8%	23.8%	25.5%	25.8%
経常利益	—	—	911	1,227	1,807	1,637
経常利益率	—	—	20.6%	23.7%	25.5%	25.7%
親会社に帰属する 当期純利益	—	—	608	250	1,156	1,047
当期純利益率	—	—	13.8%	4.9%	16.3%	16.5%
調整後営業利益※1	—	—	1,103	1,409	1,973	1,807
ROE(自己資本利益率)	—	—	32.7%	12.5%	34.4%	41.5%

※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

# セグメント別業績予想と計画（連結） ※修正あり



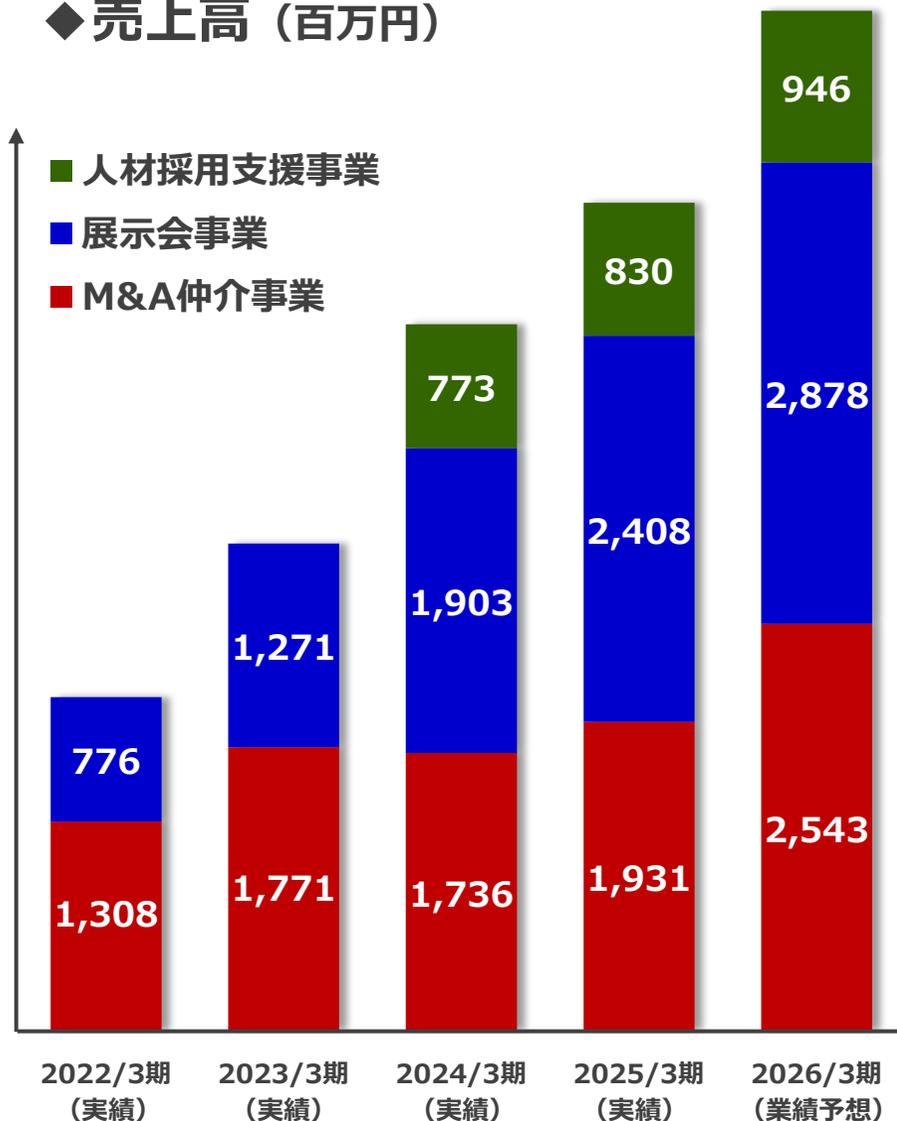
- ◆ 展示会：26/3期以降も、DXPO拡大で大幅な増収増益見込む。
- ◆ M&A：26/3期以降も、コンサルタントの大幅増員継続、増収増益見込む。
- ◆ 採用支援：採用イベント事業が苦戦し、24/5公表の計画を下方修正。  
26/3期より抜本改革実行、27/3期以降の大幅増収見込む。

(単位：百万円)		2022/3期 実績	2023/3期 実績	2024/3期 実績	2025/3期 実績	2026/3期	
						24/5/14計画	25/5/14予想
展示会 事業	売上高	776	1,271	1,903	2,408	3,038	2,878
	セグメント利益	155	362	635	892	1,063	997
	セグメント利益率	20.1%	28.5%	33.4%	37.0%	35.0%	34.6%
M & A 仲介事業	売上高	1,308	1,771	1,736	1,931	2,621	2,543
	セグメント利益	775	1,015	813	997	1,300	1,280
	セグメント利益率	59.3%	57.3%	46.8%	51.6%	49.6%	50.3%
人材採用 支援事業	売上高	—	—	773	830	1,441	946
	セグメント利益	—	—	157	147	385	159
	セグメント利益率	—	—	20.4%	17.8%	26.7%	16.8%

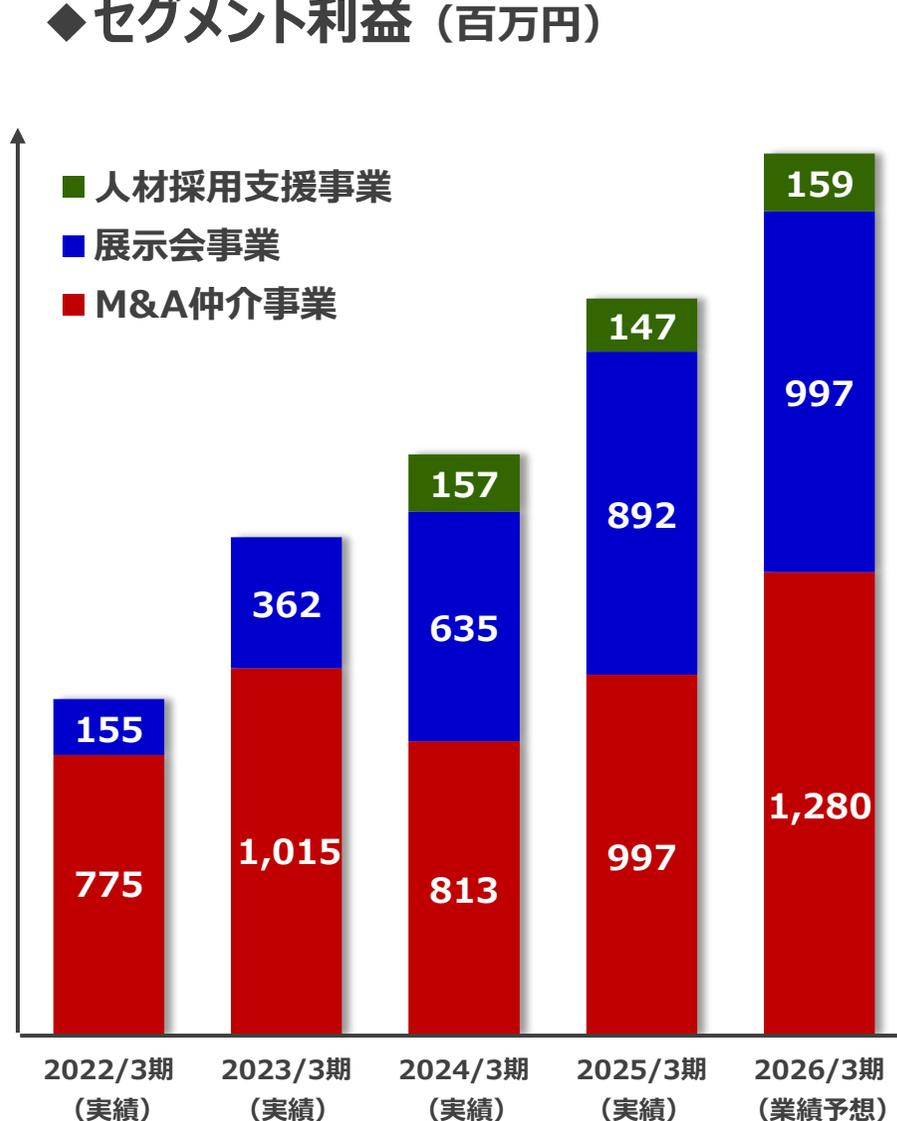
# セグメント別業績予想と計画 (連結) ※修正あり



## ◆売上高 (百万円)



## ◆セグメント利益 (百万円)



※ リアライブ社は非上場企業であるため、2023年3月期までは監査法人の監査を受けておりません。

# VI. リスク情報



## ◆展示会事業

- コロナを含む感染症等（以下「感染症等」という）の影響がなく、営業活動が通常どおりできることを前提に計画
- 感染症等が拡大し、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、展示会の開催ができなくなった場合、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
- 展示会の開催ができなくなった場合、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

- 感染症等の影響がなく、訪問・面談等が通常どおりできることを前提に計画
- 感染症等が拡大し、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・面談等ができなくなった場合、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
- 訪問・面談等ができなくなった場合、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。



## ◆人材採用支援事業

- 感染症等の影響がなく、営業活動が通常どおりできることを前提に計画
- 感染症等が拡大し、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、採用イベントの開催ができなくなった場合、目標が未達となる可能性あり
- 採用イベント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
- 採用イベントの開催ができなくなった場合、採用イベントの開催を延期し、人材紹介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。



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