

(証券コード：9272)  
2026年5月13日

 **ブティックス株式会社**  
**Boutiques, Inc.**

**2026年3月期**  
**通期 決算説明資料**



01	2026年3月期 通期決算概要	P. 2
02	事業別の状況	P. 7
03	2027年3月期以降の業績予想と計画	P. 18
	参考資料	P. 30

注1) 2025年10月1日付株式会社リアライブの吸収合併に伴い、第3四半期決算より非連結決算に移行したため、2025年5月14日公表の連結業績予想は、2025年11月12日に取下げしております。非連結決算移行に伴い、2025年11月12日に、2025年5月14日公表の単体業績予想を修正しております。なお、本資料には参考値として前年同期については、前期連結決算の数値を記載しています。

注2) 人材採用支援事業の前期の数値は、前下期（第3四半期＋第4四半期）の数値を参考値として記載しています。

注3) 吸収合併に伴い、株式会社リアライブ（人材採用支援事業）の2025年4月～9月までの「売上高」「営業損失」「経常損失」「当期純損失」は、2026年3月期決算数値には含まれません。

# 2026年3月期 通期決算概要

# 通期 業績（単体）の予実差異



## 決算概要

- **売上高・営業利益ともに過去最高を更新。** 展示会事業が好調に推移したものの、M&A仲介事業、人材採用支援事業が業績予想を下回ったため、売上高・営業利益ともに、業績予想を下回る。

**売上高** : 5,469百万円 (前年度比 + 5.8% 予想比△ 8.8%)  
**営業利益** : 1,559百万円 (前年度比 + 27.0% 予想比△ 14.1%)

## 展示会事業

- 介護分野・IT分野ともに好調。DXPO名古屋、DXPO横浜、CareTEX北陸の新規開催等で売上高・セグメント利益ともに、前年度比大幅増。ほぼ業績予想どおり着地。

**売上高** : 2,981百万円 (前年度比 + 23.8% 予想比△ 1.1%)  
**セグメント利益** : 1,146百万円 (前年度比 + 28.5% 予想比+ 4.4%)

## 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。一方、案件管理の権限移譲により、部門間の案件進捗に乖離発生、成約率低下。売上高は前年度比大幅増だが、売上高・セグメント利益ともに業績予想を下回る。

**売上高** : 2,258百万円 (前年度比 + 16.9% 予想比△ 11.2%)  
**セグメント利益** : 999百万円 (前年度比 + 0.3% 予想比△ 20.2%)

## 人材採用 支援事業

- 採用イベント事業、人材紹介事業ともに苦戦し、減収減益。売上高・セグメント利益ともに、業績予想を下回る。

**売上高** : 228百万円 (前年度比 △ 52.8% 予想比△ 48.2%)  
**セグメント利益** : 51百万円 (前年度比 △ 66.0% 予想比△ 64.0%)

# 通期 業績ハイライト (単体)



- ◆ **売上高・営業利益ともに、過去最高を更新。**
- ◆ 吸収合併に伴う合併差損236百万円、人材採用支援事業の将来計画見直しにより、のれん及び顧客関連資産の減損損失376百万円を計上。

(単位：百万円)	2026/3期 (単体・実績)	2025/3期 (連結・実績)	前年度比	2026/3期 (単体・予想)	業績 予想比	2026/3期 参考 (連結・予想)
売上高	5,469	5,171	+5.8%	6,000	△8.8%	6,369
営業利益	1,559	1,228	+27.0%	1,815	△14.1%	1,644
営業利益率	28.5%	23.8%	+4.8pt	30.3%	△1.7pt	25.8%
経常利益	1,565	1,227	+27.6%	1,809	△13.5%	1,637
経常利益率	28.6%	23.7%	+4.9pt	30.2%	△1.5pt	25.7%
当期純利益	619	250	+146.9%	1,013	△38.9%	1,047
当期純利益率	11.3%	4.9%	+6.5pt	16.9%	△5.6pt	16.5%
調整後営業利益※1	1,711	1,409	+21.5%	1,996	△14.3%	1,807
ROE(自己資本利益率)	26.8%	12.5%	+14.3pt	40.4%	△13.6pt	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

# 通期 セグメント業績ハイライト（単体）



◆ 展示会事業は、売上高・セグメント利益ともに前年度比大幅増。M&A仲介、人材採用支援事業は、売上高・セグメント利益ともに業績予想を下回る。

（単位：百万円）

		2026/3期 (単体・実績)	2025/3期 (連結・実績)	前年度比	2026/3期 (業績予想)	業績 予想比	2026/3期 参考（期首予想）
展示会 事業	売上高	2,981	2,408	+23.8%	3,013	△1.1%	2,878
	セグメント利益	1,146	892	+28.5%	1,097	+4.4%	997
	セグメント利益率	38.5%	37.0%	+1.5pt	36.4%	+2.0pt	34.6%
M & A 仲介事業	売上高	2,258	1,931	+16.9%	2,543	△11.2%	2,543
	セグメント利益	999	997	+0.3%	1,253	△20.2%	1,280
	セグメント利益率	44.3%	51.6%	△7.3pt	49.3%	△5.0pt	50.3%
人材採用 支援事業 ※1	売上高	228	484	△52.8%	440	△48.2%	946
	セグメント利益	51	152	△66.0%	144	△64.0%	159
	セグメント利益率	22.7%	31.6%	△8.9pt	32.7%	△10.0pt	16.8%

※1：前期の数値は、前下期（第3四半期＋第4四半期）の数値を記載しています。

# 財政状態ハイライト（単体）



(単位：百万円)	2026/3期 3月末	2025/3期 3月末	前期末増減
流動資産合計	4,873	3,720	+1,152
うち現金及び預金	4,640	3,589	+1,050
固定資産合計	710	1,044	△334
流動負債合計	2,204	1,908	+295
うち前受金	1,068	831	+236
固定負債合計	390	615	△225
純資産合計	2,989	2,241	+747

# 事業別の状況

# 【展示会事業】展示会開催スケジュール



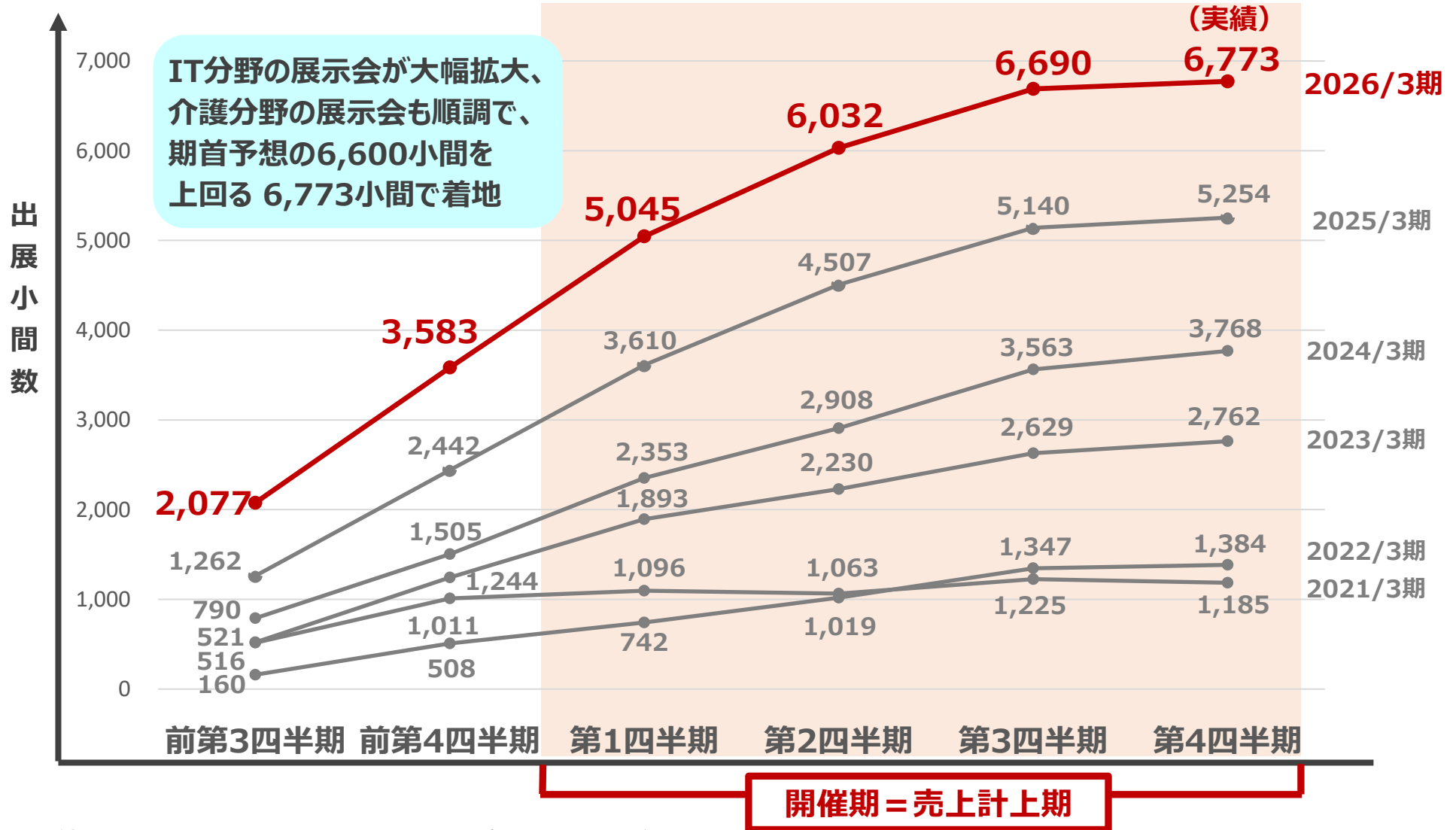
◆ 2026年3月期 ※展示会名が、赤 = 介護・健康施術分野 青 = IT分野

四半期	開催月	展示会名	
第1四半期	5月	CareTEX仙台	
	6月	CareTEX福岡	DXPO名古屋 ※新規開催
第2四半期	8月	CareTEX東京【夏】	DXPO東京【夏】
	9月	CareTEX札幌	
第3四半期	10月	大阪ケアウィーク	DXPO福岡
	11月	CareTEX北陸 ※新規開催	DXPO東京【秋】
	12月	CareTEX名古屋	
第4四半期	1月	CareTEX広島 ※新規開催	DXPO横浜 ※新規開催
	2月	東京ケアウィーク	DXPO大阪

# 【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）

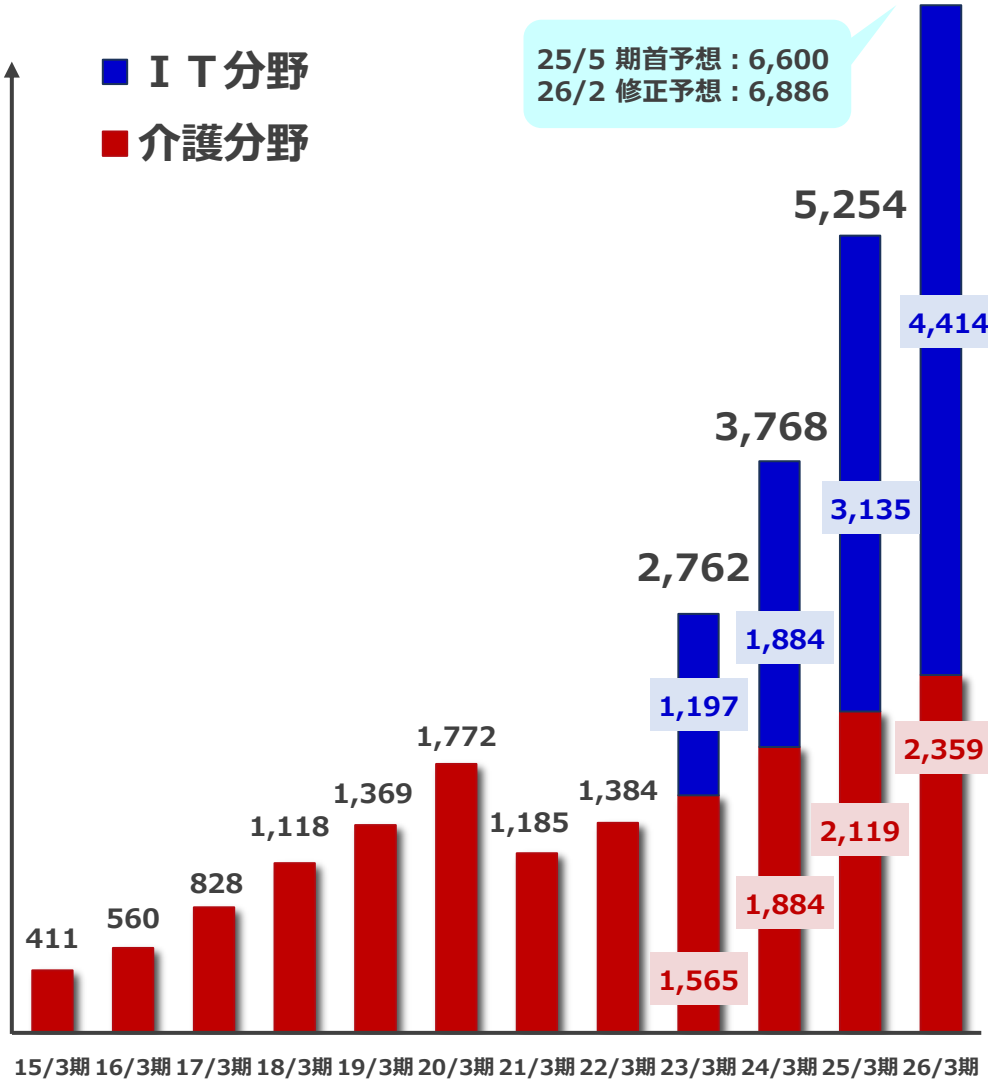


注) 1. 出展小間数とは、出展社に貸し出すために仕切られたスペースの単位  
 2. 上記の契約進捗状況は各会計期間に開催 (= 売上計上) した展示会の契約獲得時期を累計で表示

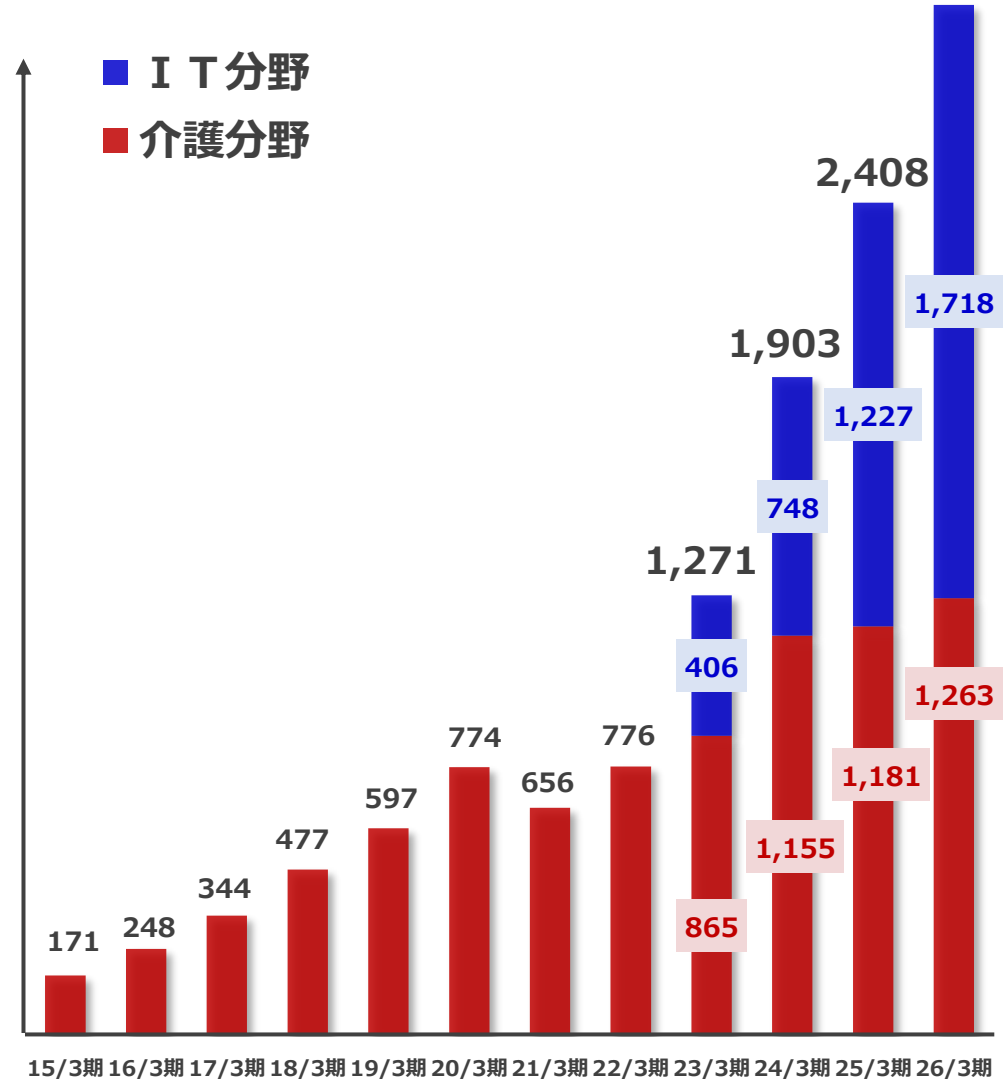
# 【展示会事業】出展小間数及び売上高の推移



## 出展小間数の推移 (小間)



## 売上高の推移 (百万円)





## 【展示会事業】セグメント業績

- ◆ DXPO名古屋、DXPO横浜、CareTEX北陸の新規開催等で、売上高・セグメント利益ともに、**前年度比大幅増**。
- ◆ Growth就活DXPOは、26/3期は準備期間のため、費用先行。27/3期の開催に向け、出展小間契約獲得に注力。

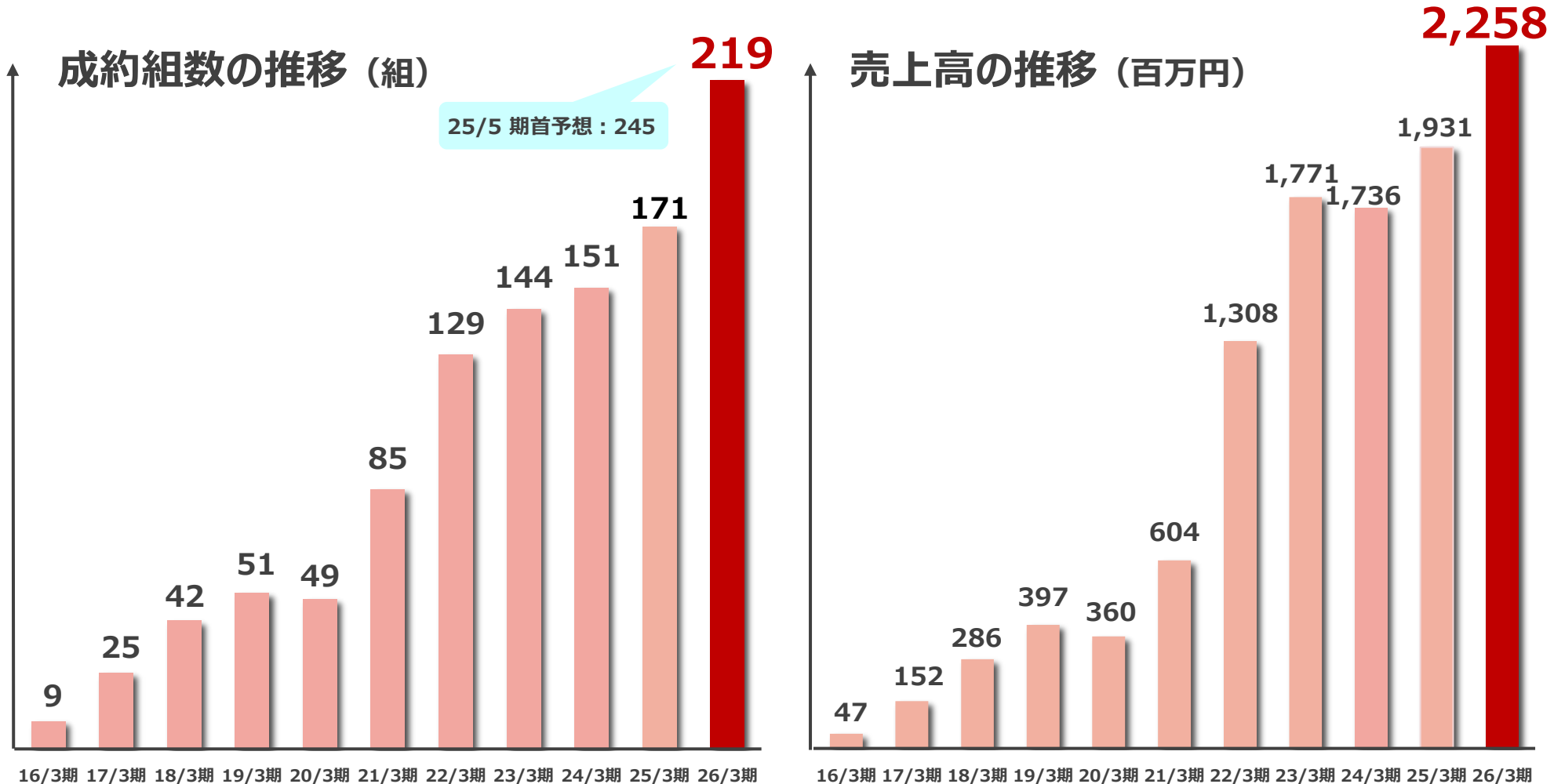
(単位：百万円)

		2026/3期 実績	2025/3期 実績	前年度比
介護分野	売上高	1,263	1,181	+6.9%
IT分野	売上高	1,718	1,227	+40.0%
展示会事業 (合計)	売上高	2,981	2,408	+23.8%
	セグメント利益	1,146	892	+28.5%
	セグメント利益率	38.5%	37.0%	+1.5pt



# 【M&A仲介事業】成約組数及び売上高の推移

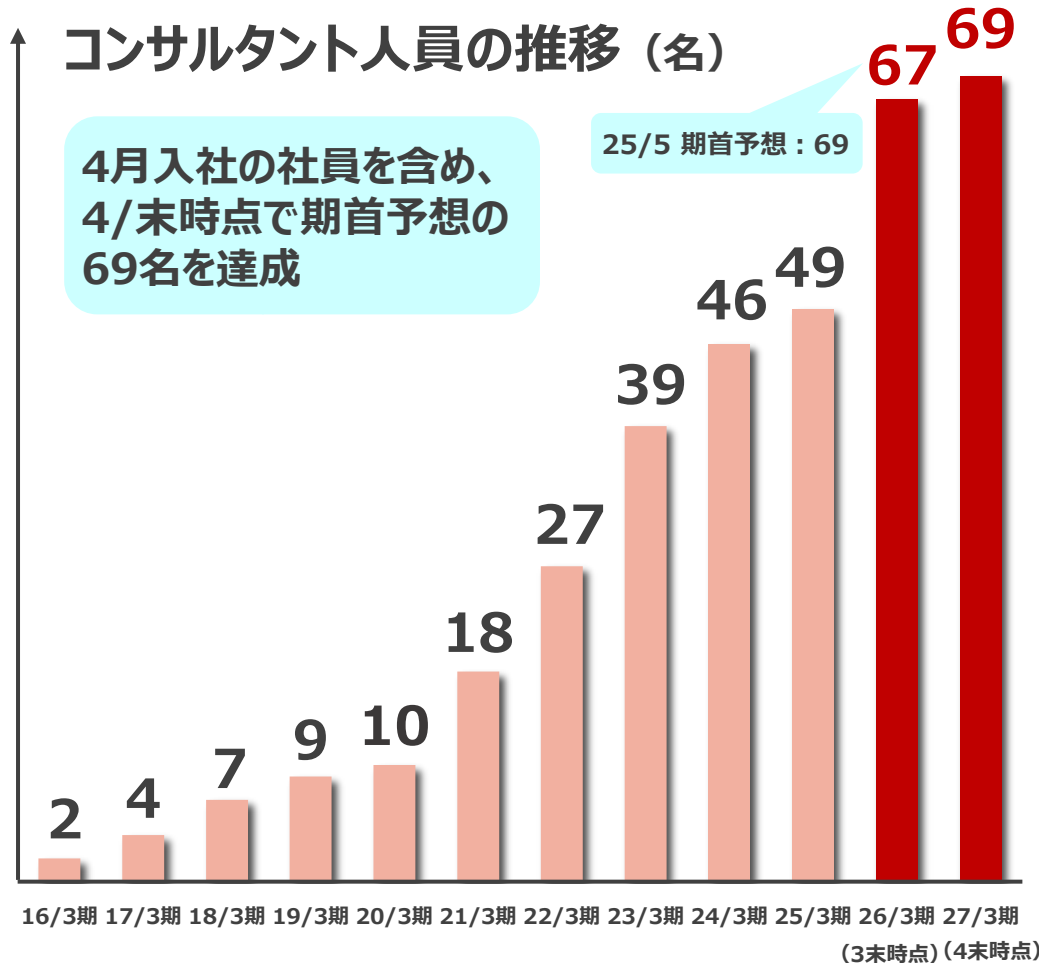
- ◆ 売上高・成約組数ともに**前年度比大幅増**。
- ◆ コンサルタント増加に伴い、**案件管理を部門長に権限移譲したため、部門間の案件進捗に乖離発生、売上高・セグメント利益ともに業績予想を下回る。**





# 【M&A仲介事業】コンサルタント人員数

- ◆ 26/3末の人員目標69名に対し、期末の退職等により実績は67名。
- ◆ コンサルタントの実務能力が向上し、今後、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**

### 入社～戦力化までのモデル期間

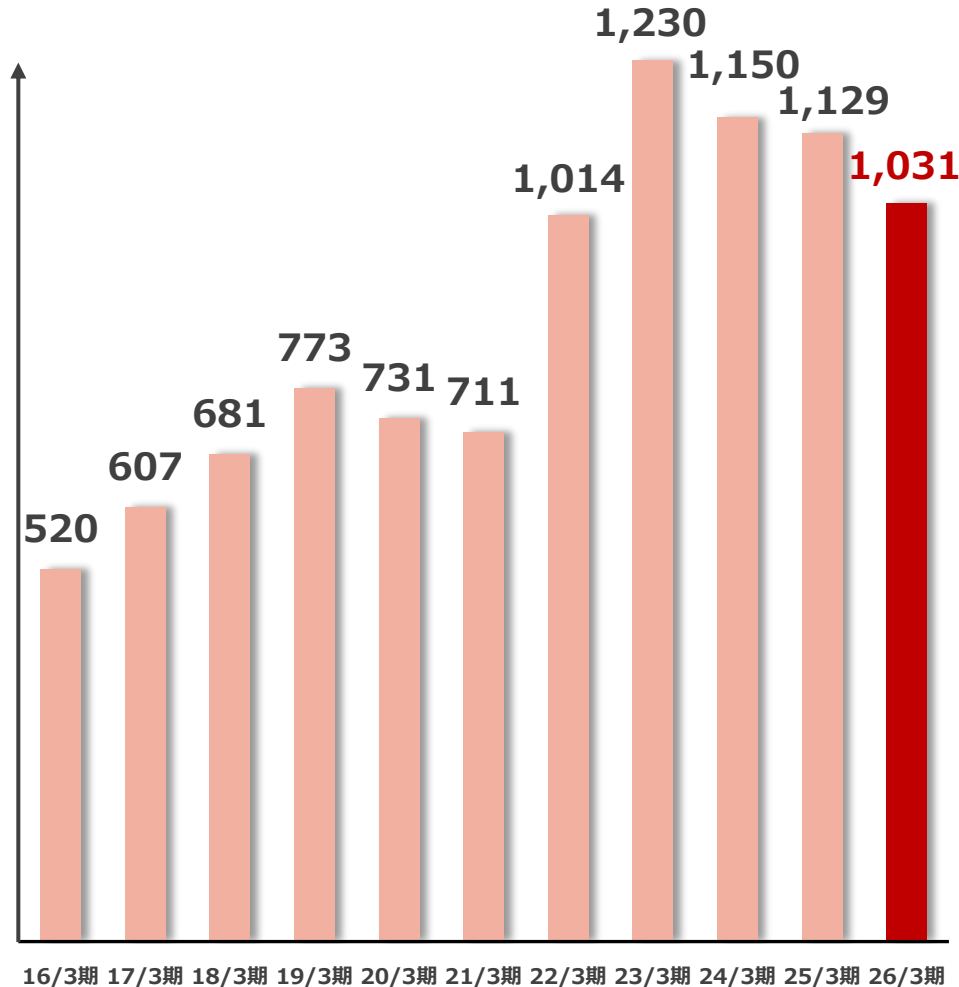
- 入社～10カ月 : 教育研修期間 (2件契約まで)
  - 入社5カ月後 : 最初の案件担当
  - 入社9カ月後 : 初の案件成約
- 以降、本格的に戦力化し、売上に寄与



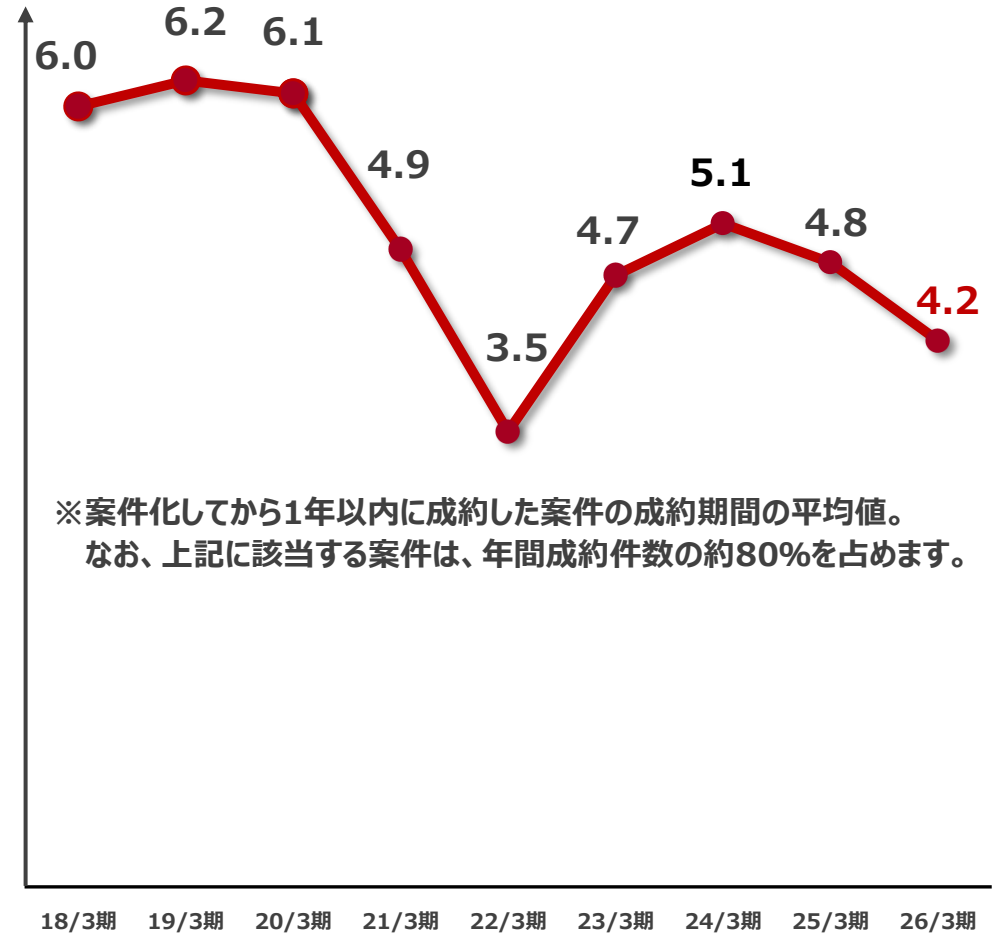
# 【M&A仲介事業】平均手数料及び成約期間

◆ 平均手数料は1割減少、成約までの期間は0.6カ月短縮。

### 平均手数料の推移 (万円)



### 成約までの期間 (月)





# 【M&A仲介事業】セグメント業績

- ◆ 案件開拓は順調に推移。新教育制度定着、コンサルタントの実務能力向上し、**売上高・成約組数ともに前年度比大幅増。**
- ◆ コンサルタント増加に伴い、案件管理を部門長に権限移譲したため、部門間の案件進捗に想定以上の乖離発生、全体の成約率低下。**売上高・セグメント利益ともに業績予想を下回る。**

(単位：百万円)

		2026/3期 実績	2025/3期 実績	前年同期比
M & A 仲介事業	売上高	2,258	1,931	+16.9%
	セグメント利益	999	997	+0.3%
	セグメント利益率	44.3%	51.6%	△7.3pt



# 【人材採用支援事業】売上高の推移

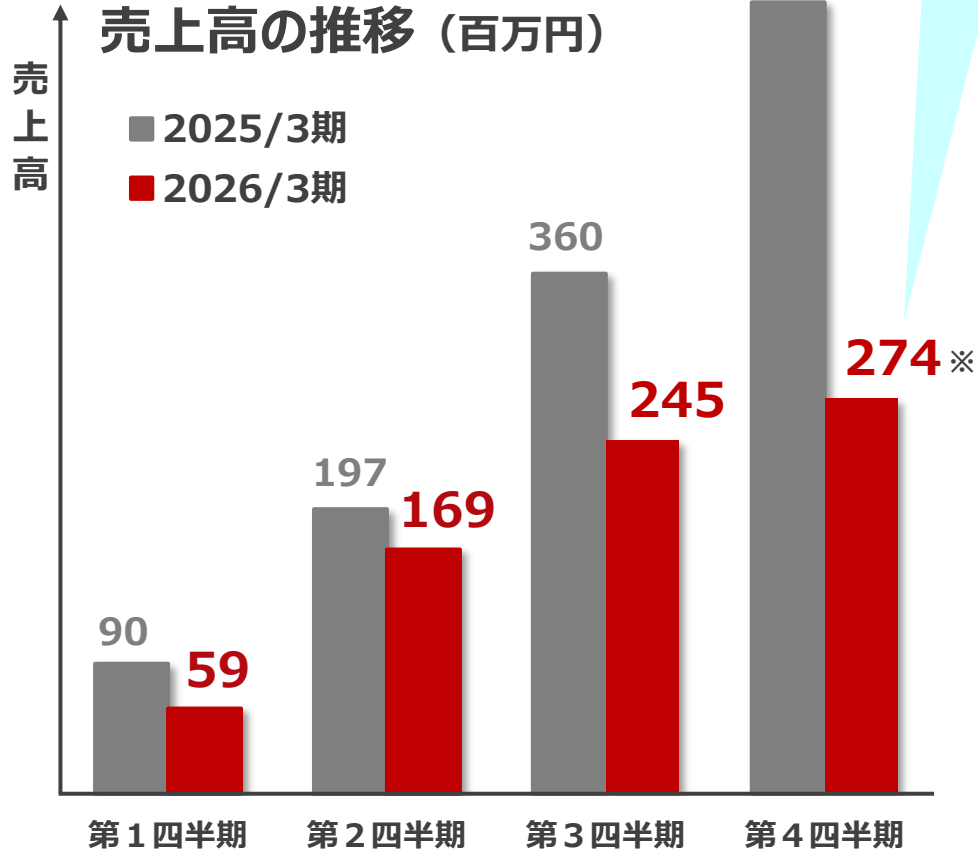
- ◆ 採用イベントは集客が苦戦する第4四半期の開催数を大幅に減らして開催。
  - ◆ 人材紹介は内定承諾後の辞退率が大幅上昇し、返金負債の追加計上発生。
- 両事業ともに大幅な減収減益に。

※前期比較のため、合併前の売上高を含めて記載しています。

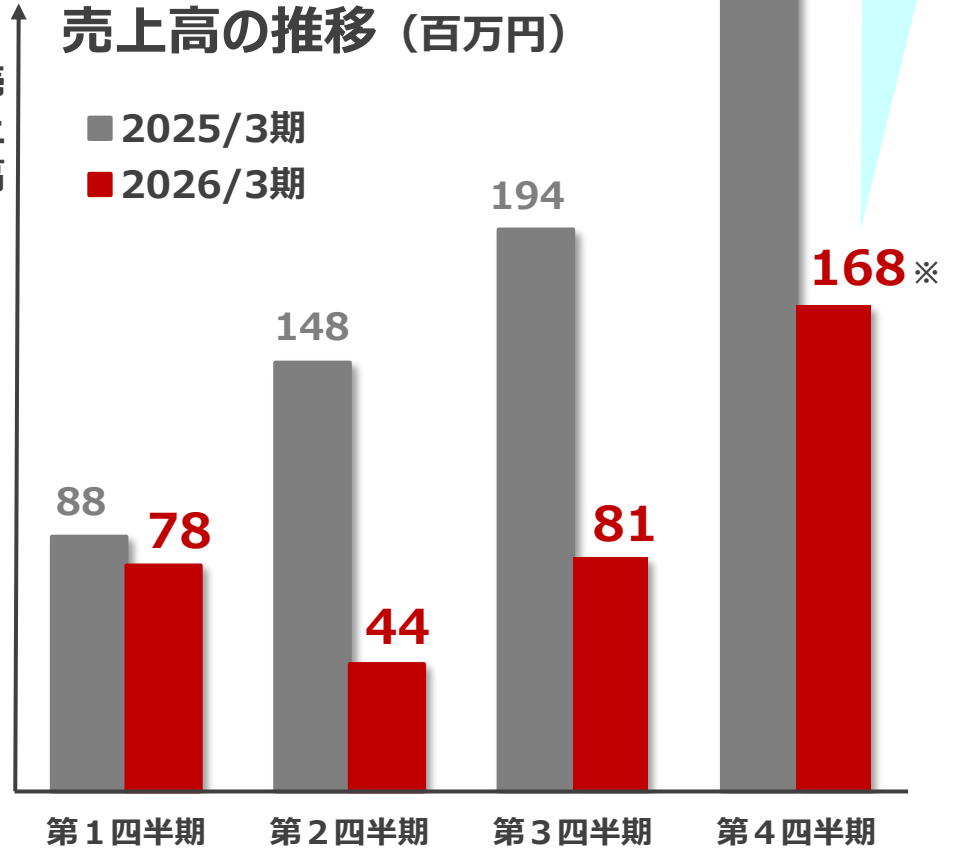
25/5 期首予想 : 446  
26/2 修正予想 : 290

25/5 期首予想 : 500  
26/2 修正予想 : 190

### 【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



- ◆ 採用イベント事業、人材紹介事業ともに苦戦し、減収減益。
- ◆ 人材採用支援事業の将来計画を見直し、のれん、顧客関連資産の減損損失を計上。

(単位：百万円)		2026/3期 実績 ※1	2025/3期 実績 ※2	前年度比
採用イベント	売上高	105	351	△70.1%
人材紹介	売上高	123	132	△7.2%
人材採用 支援事業 (合計)	売上高	228	484	△52.8%
	セグメント利益	51	152	△66.0%
	セグメント利益率	22.7%	31.6%	△8.9pt

※1：吸収合併に伴い、株式会社リアライブ（人材採用支援事業）の2025年4月～9月までの「売上高」「セグメント損失」は、2026年3月期決算数値には含まれません。

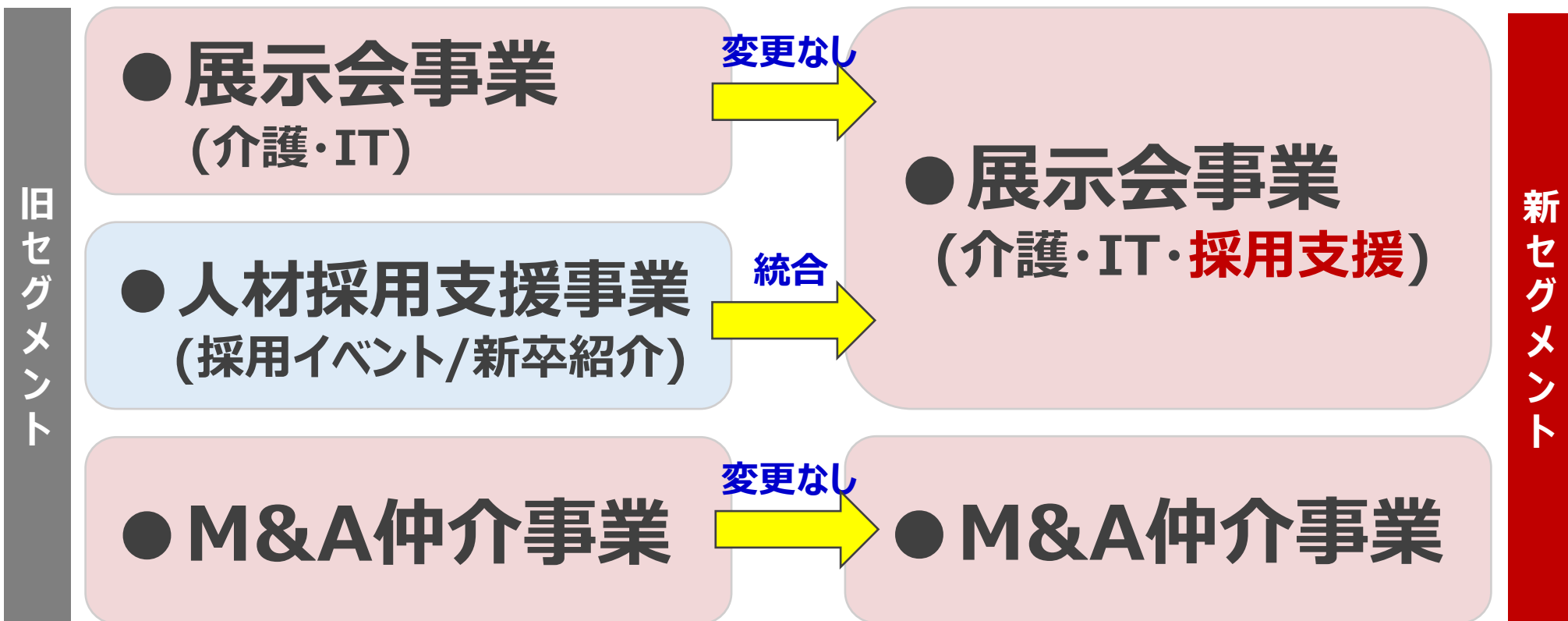
※2：25/3期の数値は、前下期（第3四半期+第4四半期）の数値を参考値として記載しています。

# 2027年3月期以降の 業績予想と計画

# 組織・セグメント区分の変更について（27/3期より）



- ◆ 好調の**展示会・M&A仲介**は、組織・セグメント区分を**そのまま継続**。
- ◆ 抜本改革中の**人材採用支援事業**は、「Growth就活DXPO」を軸に事業再構築するため、組織・セグメント区分を、**展示会事業に統合**。



# 業績予想と計画 (28/3期以降の計画は、中期経営計画をご覧ください)



- ◆ 事業モデルが確立した**展示会・M&A仲介に集中し、売上・利益を最大化。**
- ◆ **人材採用支援事業**を、展示会・M&A仲介に続く、第3の柱に育成するため、就活イベント「Growth就活DXPO」を軸に**事業再構築・事業モデル確立。**

(単位：百万円)	2026/3期 実績	2027/3期 業績予想	2028/3期 計画	2029/3期 計画
売上高	5,469	7,021	8,523	10,175
営業利益	1,559	2,211	2,917	4,001
営業利益率	28.5%	31.5%	34.2%	39.3%
経常利益	1,565	2,218	2,930	4,012
経常利益率	28.6%	31.6%	34.4%	39.4%
当期純利益	619	1,419	1,875	2,568
当期純利益率	11.3%	20.2%	22.0%	25.2%
調整後営業利益※1	1,711	2,299	2,968	4,014
純資産	2,989	4,197	6,124	8,705

※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 (28/3期以降の計画は、中期経営計画をご覧ください)



- ◆ 事業モデルが確立した**展示会・M&A仲介に集中し、売上・利益を最大化。**
- ◆ **人材採用支援事業**を、展示会・M&A仲介に続く、第3の柱に育成するため、就活イベント「Growth就活DXPO」を軸に**事業再構築・事業モデル確立。**

(単位：百万円)		2026/3期 実績	2027/3期 業績予想	2028/3期 計画	2029/3期 計画	
展示会 事業 ※1	売上高	3,210	3,754	4,385	5,089	
	内訳	介護分野	1,263	1,387	1,429	1,508
		IT分野	1,718	2,079	2,510	2,962
		採用支援分野	228	286	446	618
	セグメント利益	1,198	1,248	1,629	2,073	
	セグメント利益率	37.3%	33.2%	37.2%	40.7%	
M&A 仲介事業	売上高	2,258	3,267	4,137	5,086	
	セグメント利益	999	1,655	2,106	2,599	
	セグメント利益率	44.3%	50.7%	50.9%	51.1%	

※1 2027年3月期よりセグメント区分の変更に伴い、展示会事業の前年度以前の数値については、変更後のセグメント区分に基づき組み替えて表示しています。



# 【展示会事業】展示会開催スケジュール

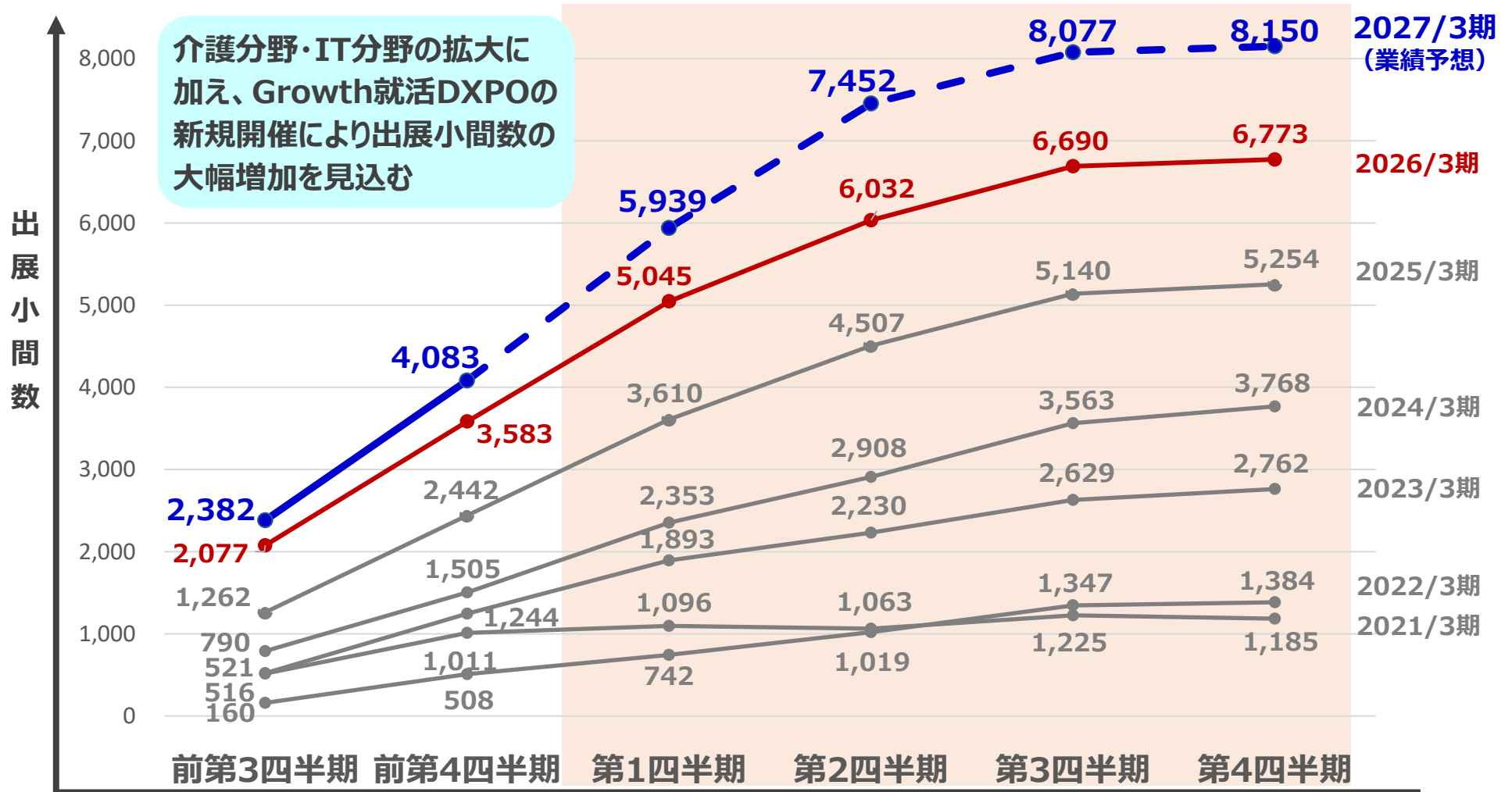
◆ 2027年3月期 ※展示会名が、赤 = 介護・健康施術分野 青 = IT分野 緑 = 採用支援分野

四半期	開催月	開催地		
		CareTEX	DXPO	Growth就活
第1四半期	5月	仙台	名古屋	
	7月	福岡	札幌 ※新規開催	
第2四半期	8月	東京【夏】	東京【夏】	東京【夏】 ※新規開催
	9月	札幌		
第3四半期	10月	大阪	福岡	
	11月	北陸	東京【秋】	東京【秋】 ※新規開催
	12月	東京		
第4四半期	1月	広島	横浜	
	2月	名古屋		
	3月		大阪	

# 【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

# 【展示会事業】新事業「Growth就活DXPO」について



- ◆ 介護・ITに続く、第3の分野として、グロース・優良ベンチャー企業の採用に特化した、「新卒向け」の大規模ハイブリッド型 就活イベント「**Growth就活DXPO**」を27/3期より開催。



## Growth就活DXPO のハイブリッド型開催モデル

Growth就活DXPOは求職者（27卒・28卒・若手社員）と新卒採用を実施するグロース企業との採用マッチングに特化した『ハイブリッド合同説明会（オンライン×リアル）』です。



※ハイブリッド型とは、合同説明会をリアルとオンラインで開催することにより、年間を通して、また場所を問わず、マッチングの場を提供する開催モデル。

※DXPOとは、「DX+EXPO」の造語で、「展示会をDXする」という意味を含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。

# 【展示会事業】新事業「Growth就活DXPO」について



◆ 27/3期は、東京【夏】(2026年8月)、東京【秋】(2026年11月) の年2回開催。



## Growth就活DXPOの特徴と強み

- ① 成長著しいグロース企業と、「仕事を通じて成長 (グロース) したい」求職者とのマッチングを創出。
- ② “選考直結型”のリアル合同説明会は、質の高いマッチングを提供し、効率的な採用活動に貢献。
- ③ オンライン合同説明会は、年間を通して、数多くの求職者とのマッチングを実現。
- ④ 当社独自の“シェアブース”方式※1を採用。最安値49.5万円 (税抜) ※2 から出展が可能。

※1：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。当社主催のIT展示会の会期終了後、本イベントを連続開催することで、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することにより、他の大規模合同説明会と比較し破格の出展料を実現。

※2：オンライン出展+ブース装飾費込み。



## ◆ Growth就活DXPO 業績の見通し

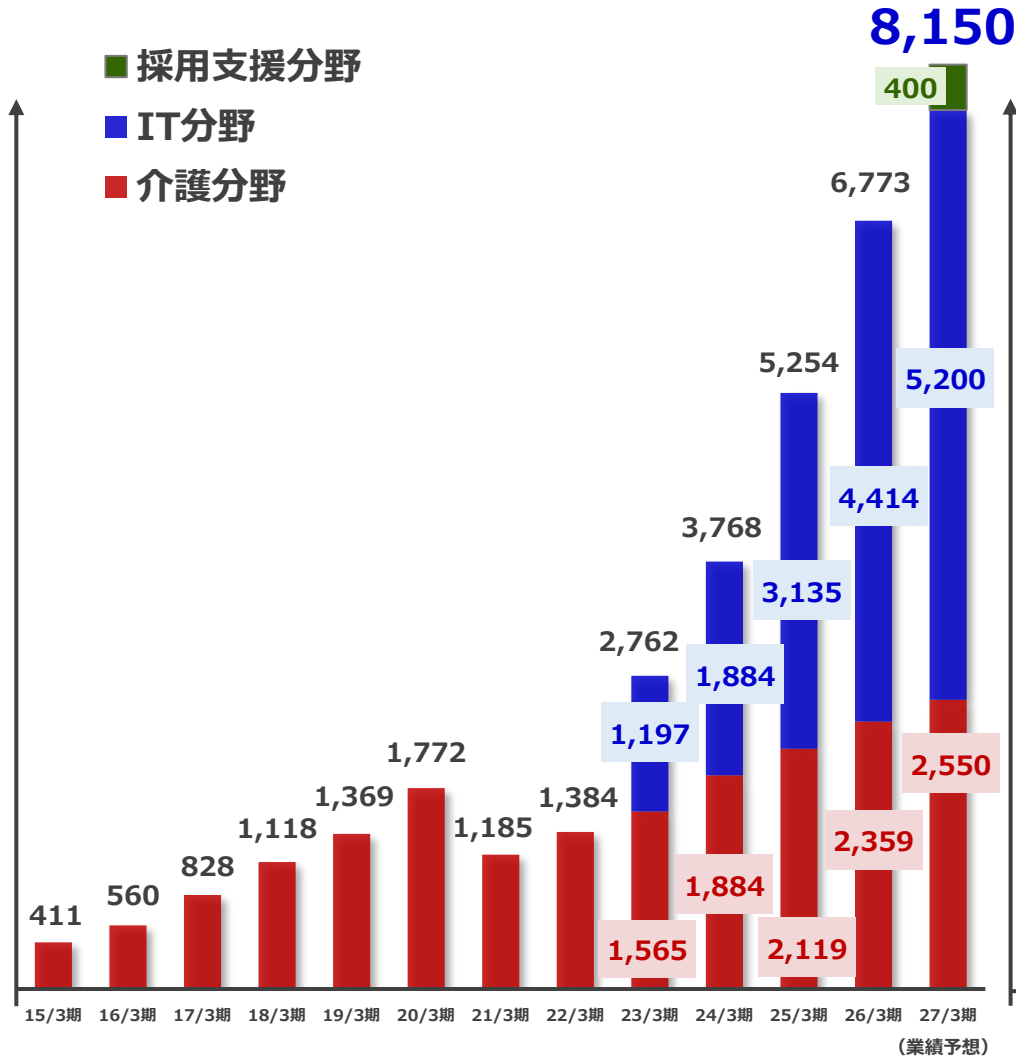
- **27/3期の売上高は、286百万円を見込む。**
- 採算が悪化していた従来の小規模採用イベント、及び新卒紹介は、「Growth就活DXPO」の**マッチング・サービスの一部として事業モデルを転換することで、収益力アップ**を見込む。

<数値目標>	2026/3期 実績	2027/3期 業績予想	2028/3期 計画	2029/3期 計画
売上高 (百万円)	0	286	446	618
出展小間数 (小間)	0	400	700	1,000
開催回数/年	開催無し	2開催	3開催	4開催

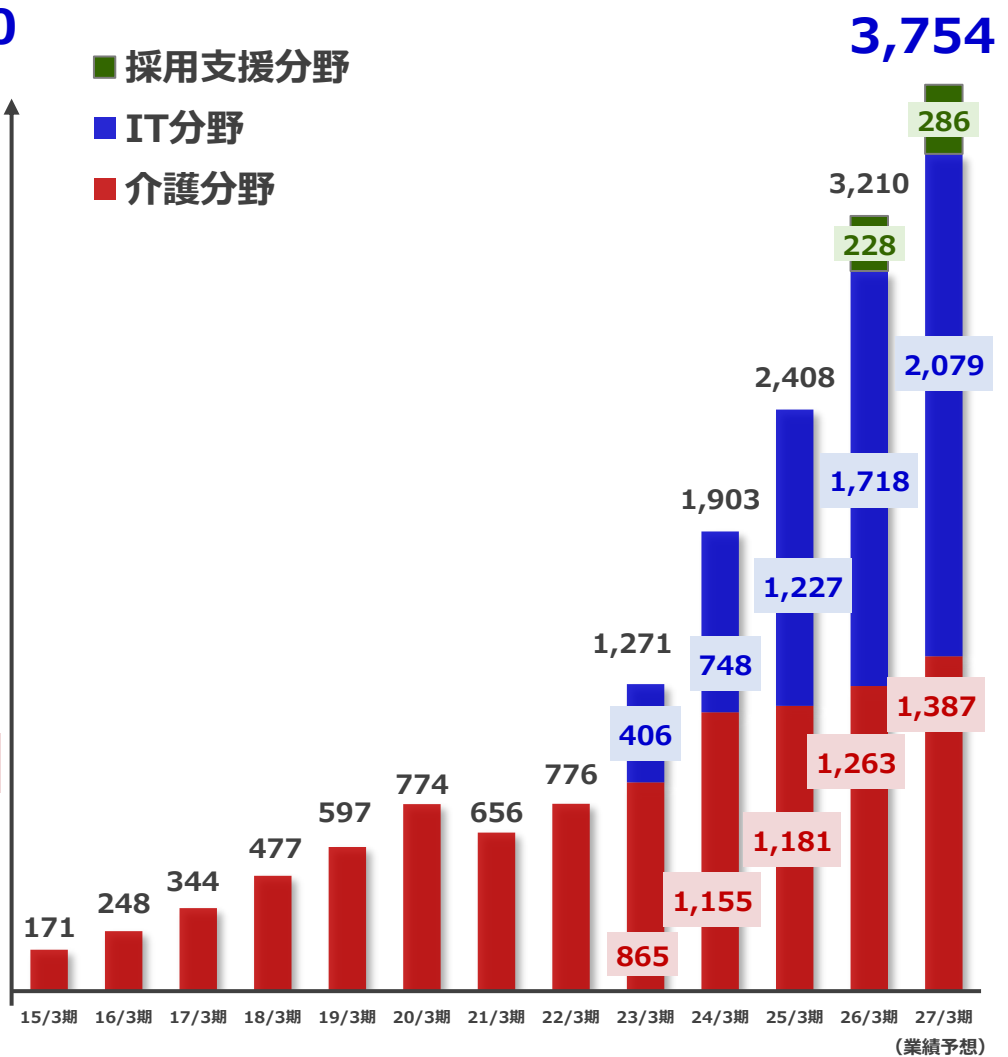
# 【展示会事業】業績の見通し (28/3期以降の計画は、中期経営計画をご覧ください)



## 出展小間数の推移 (小間)



## 売上高の推移 (百万円)

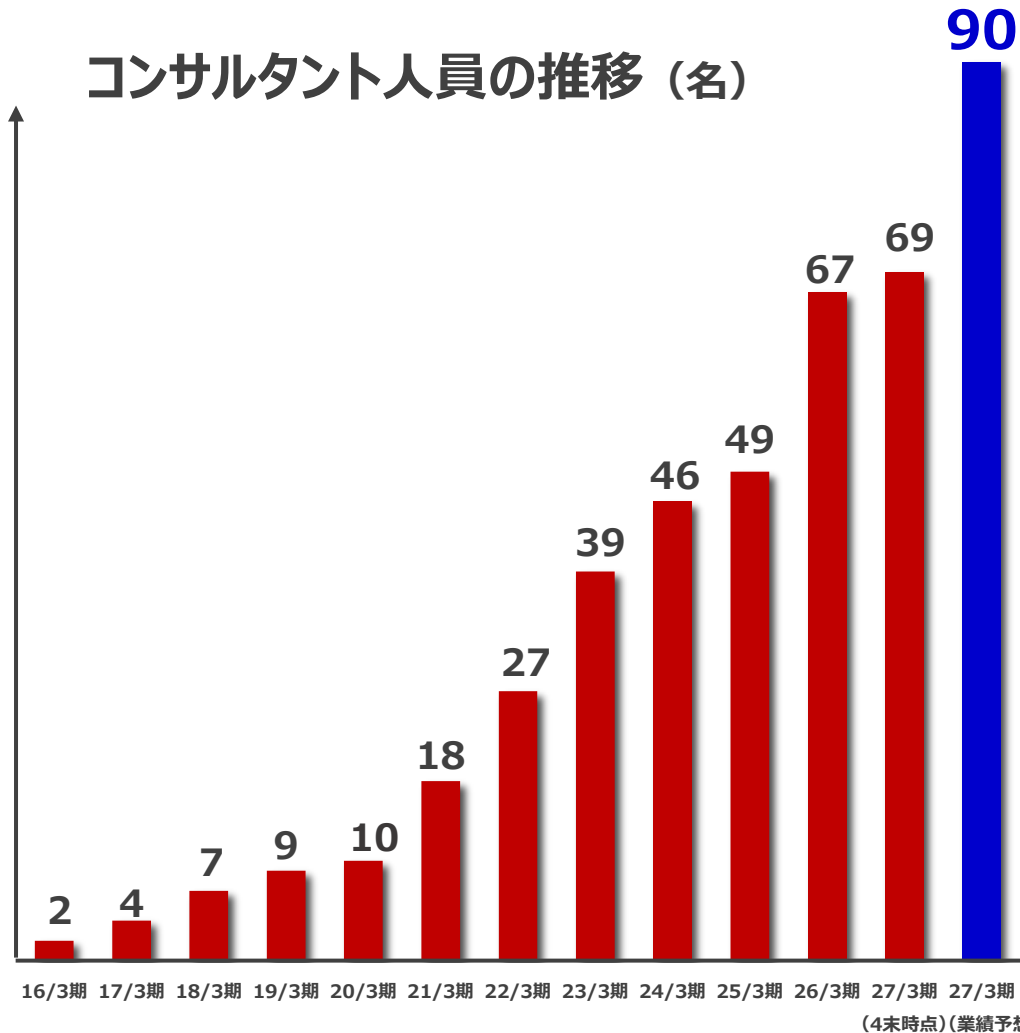




# 【M&A仲介事業】コンサルタント人員数

◆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、**27/3期も、積極採用を継続。**

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**

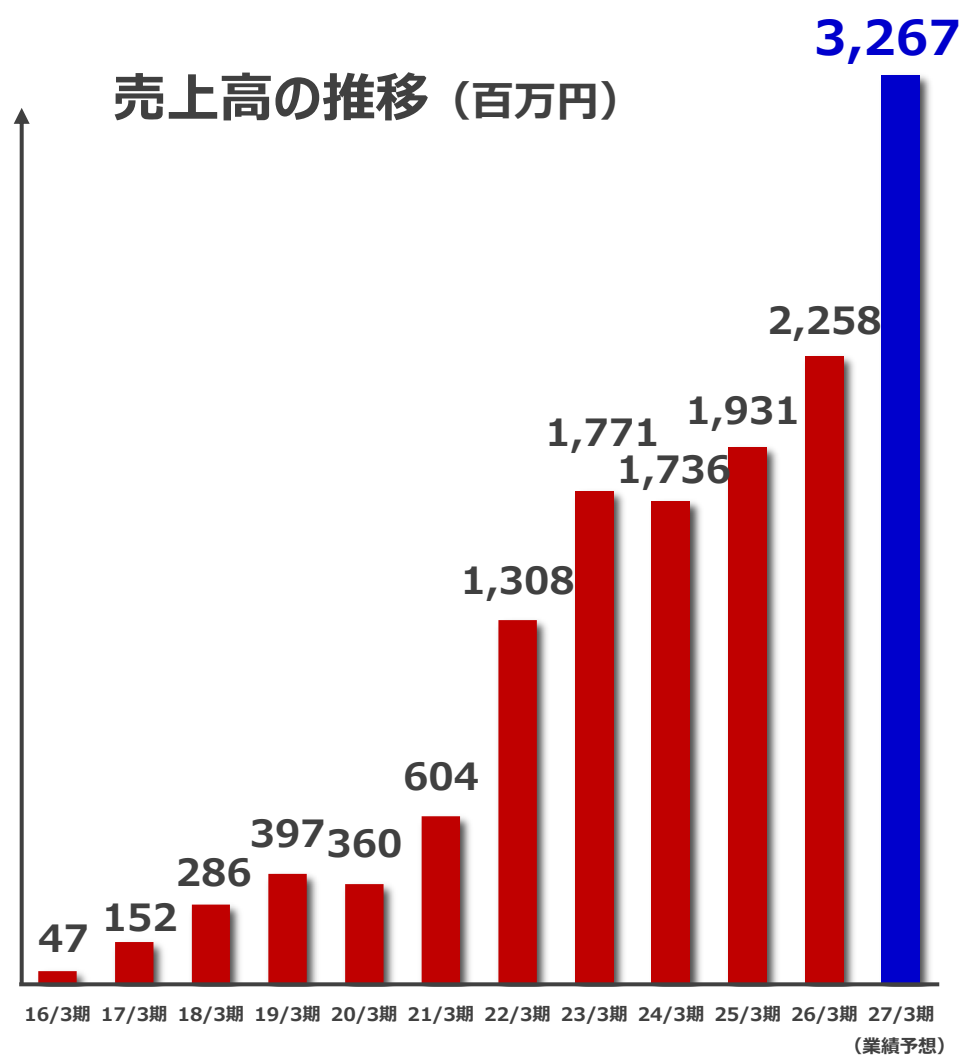
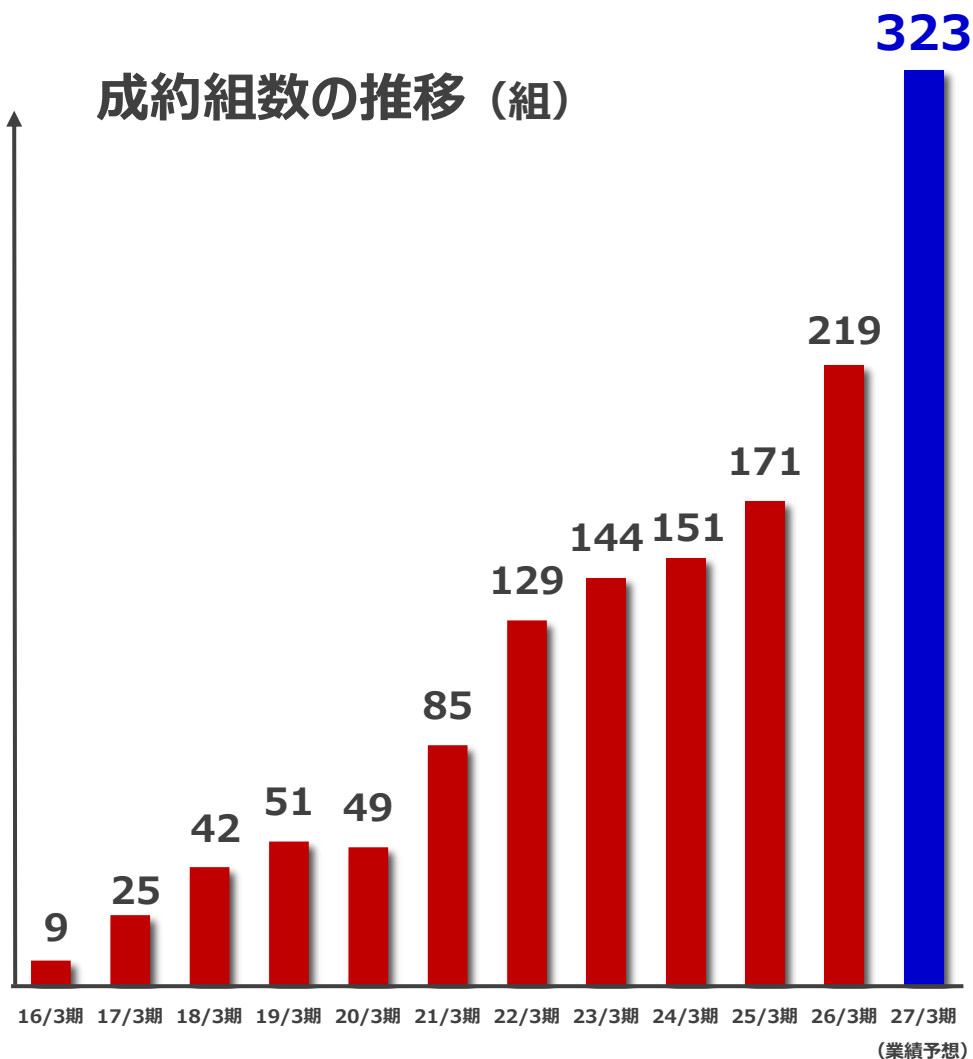
### 入社～戦力化までのモデル期間

- 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仲介事業】業績の見通し (28/3期以降の計画は、中期経営計画をご覧ください)



- ◆ 事業部横断で全案件の進捗を管理する体制再開、正副事業部長による案件進捗のダブルチェック制度も導入し、進捗精度向上、**大幅増収増益見込む。**



# 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（2026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 執行役員 上原 宏樹
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
厚生労働大臣 許可番号	有料職業紹介事業 13-ユ-318416 特定募集情報等提供事業 51-募-001651
従業員数	234人（2026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。

## ◆ 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、広島、金沢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
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、名古屋、横浜、札幌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4月	一般社団法人 M&A 支援機関協会に加入
2025年10月	株式会社リアライブを吸収合併

# 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。  
早稲田大学卒。



## 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。



## 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。



## 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 智行

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。



## 執行役員 上原 宏樹

2003年 ライフ(現ライフカード) 入社。  
2010年 三光マーケティングフーズ(現 SANKO  
MARKETING FOODS) 入社。  
2017年 ウィルグループ入社。  
2024年 当社入社。  
2026年 当社執行役員就任。東洋大学卒。



## ◆展示会・M&A仲介を注力事業として育成。人材採用支援事業は、展示会事業に統合し、「Growth就活DXPO」を軸に事業再構築。

### 展示会事業

#### <介護分野>

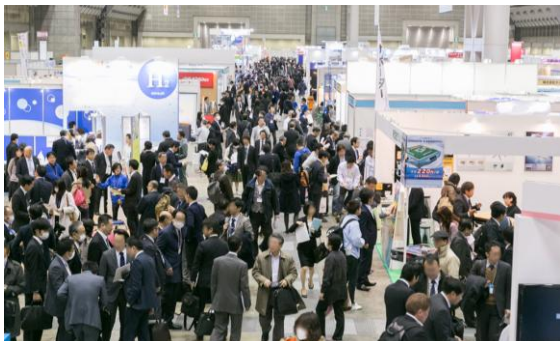
- 介護分野最大級の展示会「CareTEX」を全国8カ所で開催  
介護用品の各種サプライヤーと介護事業者をマッチング

#### <IT分野>

- IT・DX分野最大級の展示会「DXPO」を全国6カ所で開催  
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

#### <採用支援分野>

- グロース・ベンチャー企業の採用に特化した「選考直結型」の新卒向け就活イベント「Growth就活DXPO」を東京で開催



### M&A仲介事業

#### <特徴・強み>

- 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、専門分野に特化して提供
- 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

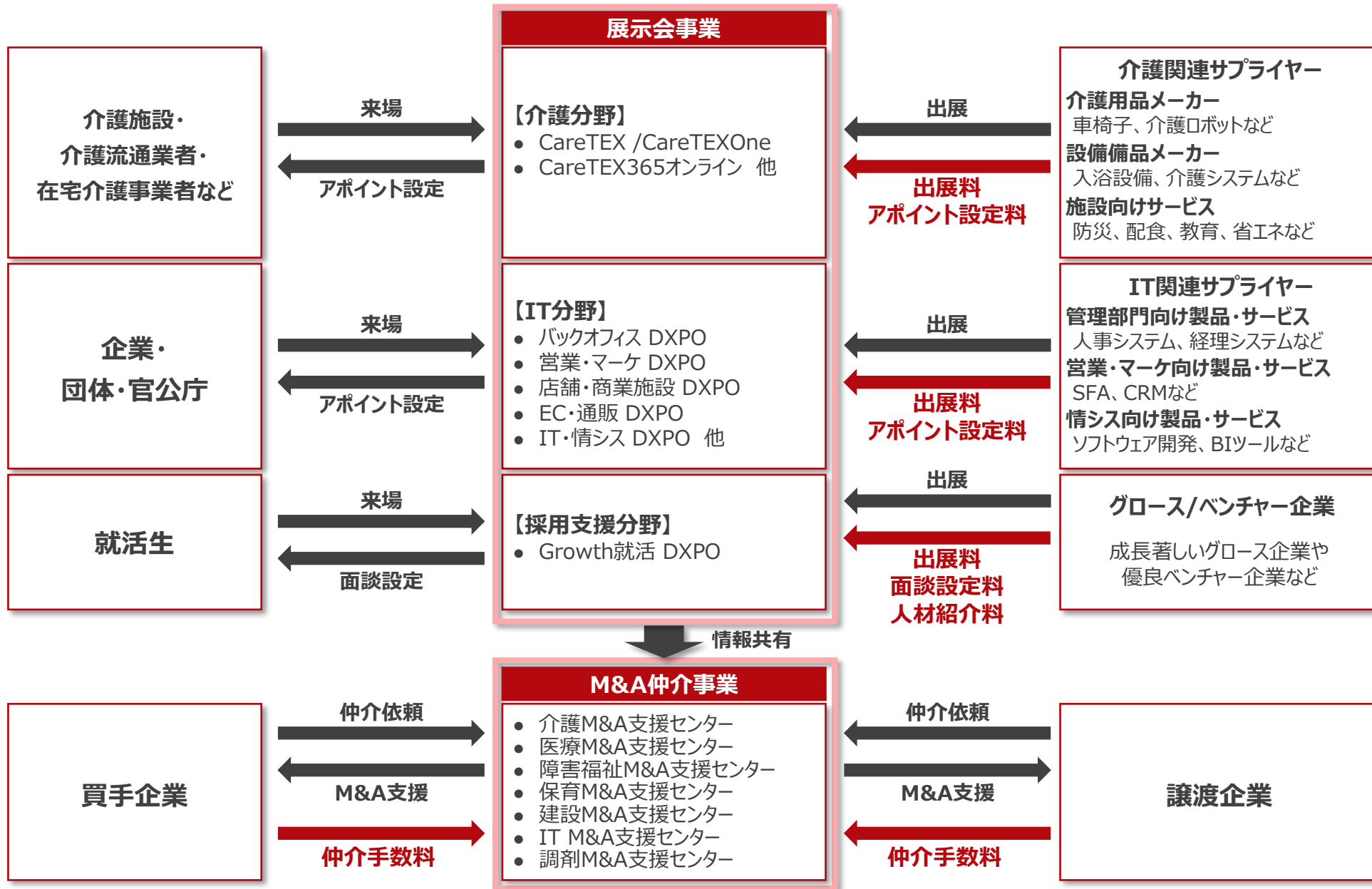
#### <主な取扱分野>

- 介護、医療、障害福祉、保育、建設、IT、調剤等



# 事業系統図

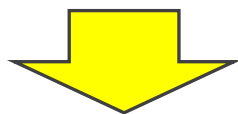
取引の流れ  
資金の流れ





## ◆ハイブリッド展示会とは

	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>・商品の実物が見られない</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>



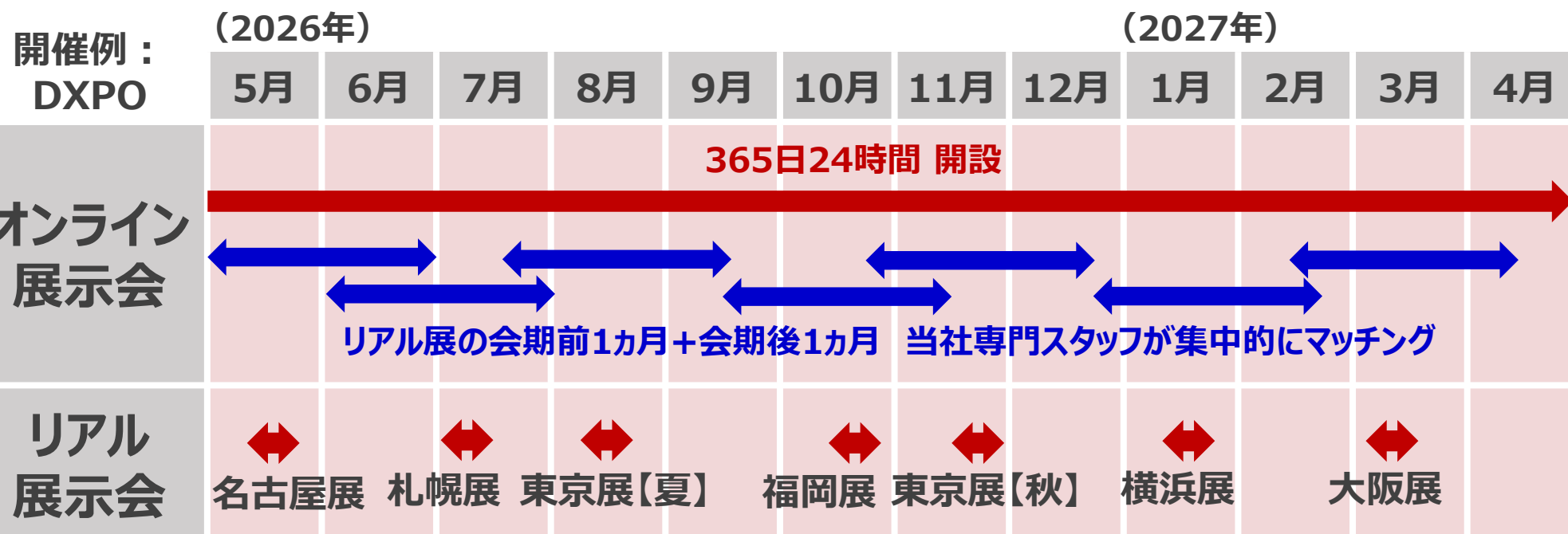
「オンライン展示会」「リアル展示会」双方の強みを最大化した

**ハイブリッド展示会を開催**



## ◆ハイブリッド展示会とは

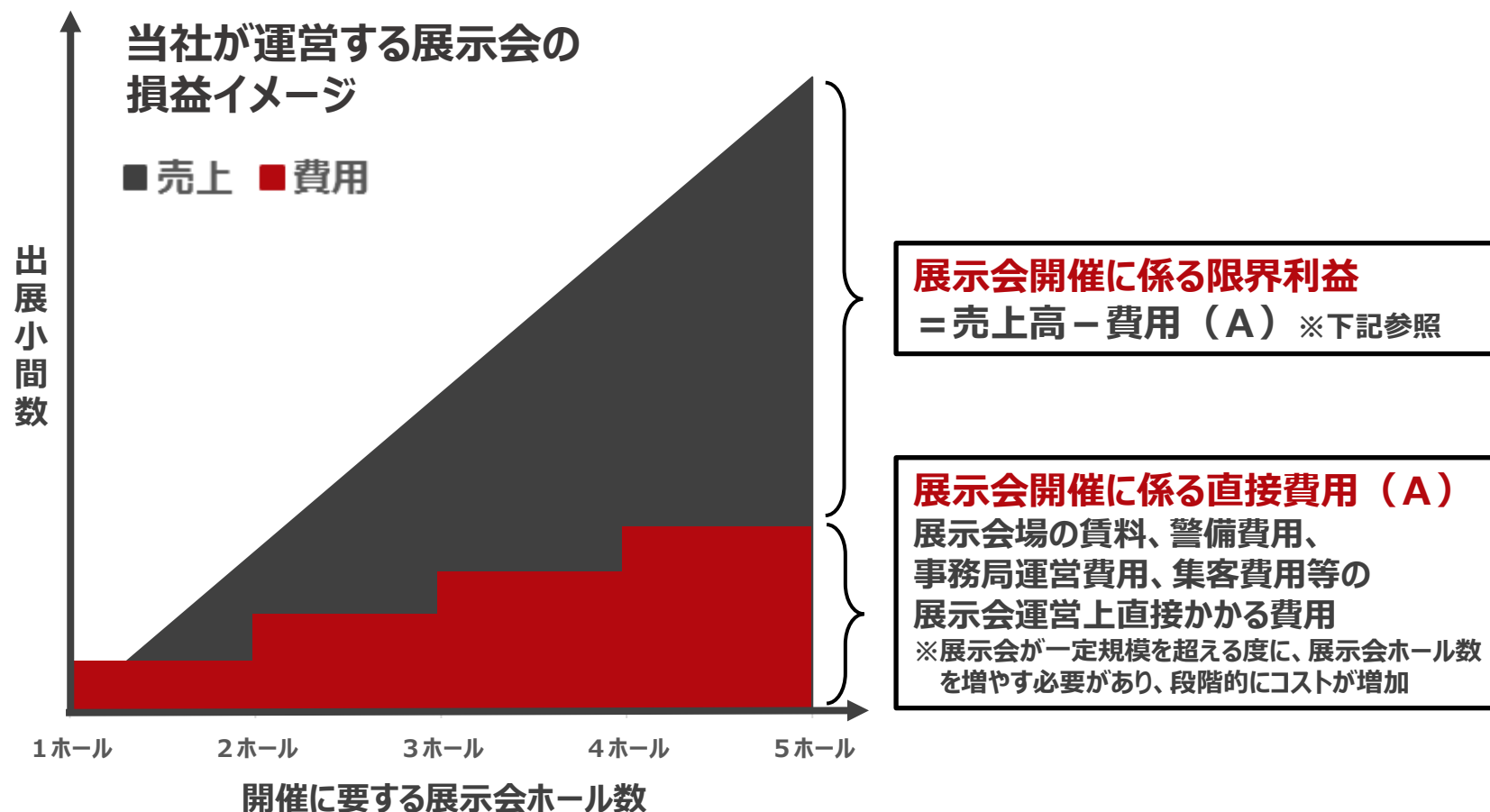
- オンライン展の開設期間中（365日24時間）にリアル展を年複数回開催し、会期前1か月＋会期後1か月は、当社専門スタッフが集中的にマッチング
- **商談の量と質を高めつつ、かつ年間を通じて継続的にマッチング**
- オンライン展の通年開催により、天変地異等の不可抗力によるリアル展の**開催延期・中止の場合でも、柔軟にマッチングが可能**





## ◆ 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





## ◆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 45,000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



## ◆CareTEXは、介護分野日本最大級の展示会に成長

- 年間9回（全国8都道府県での開催）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 49,000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 2,250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



## ◆DXPOは、IT・DX分野日本最大級の展示会に成長

- 年間7回 (全国6都道府県での開催) 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





## ◆「企業の業務改革・DX推進」に関する展示会を開催

	名古屋 2026年 5月▶	札幌 2026年 7月▶	東京(夏) 2026年 8月▶	福岡 2026年 10月▶	東京(秋) 2026年 11月▶	横浜 2027年 1月▶	大阪 2027年 3月▶	オンライン 24時間 365日開催
バックオフィスDXPO	●	●	●	●	●	●	●	●
製造イノベーションDXPO	—	—	●	—	—	—	●	●
AIエージェントDXPO <small>管理部門</small>	●	—	●	●	●	—	●	●
営業・マーケティングDXPO	●	●	●	●	●	●	●	●
IT・情シスDXPO	●	●	●	●	●	●	●	●
EC・通販DXPO	●	●	●	●	●	●	●	●
AIエージェントDXPO <small>営業・マーケティングDX推進</small>	●	—	●	●	●	—	●	●
建設テックDXPO	—	—	—	—	—	—	●	●

## ◆7展出展 (東京【夏】【秋】・大阪・福岡・名古屋・横浜・札幌+オンライン) の場合、1展当り出展料(装飾費込)は、破格の27.7万円より

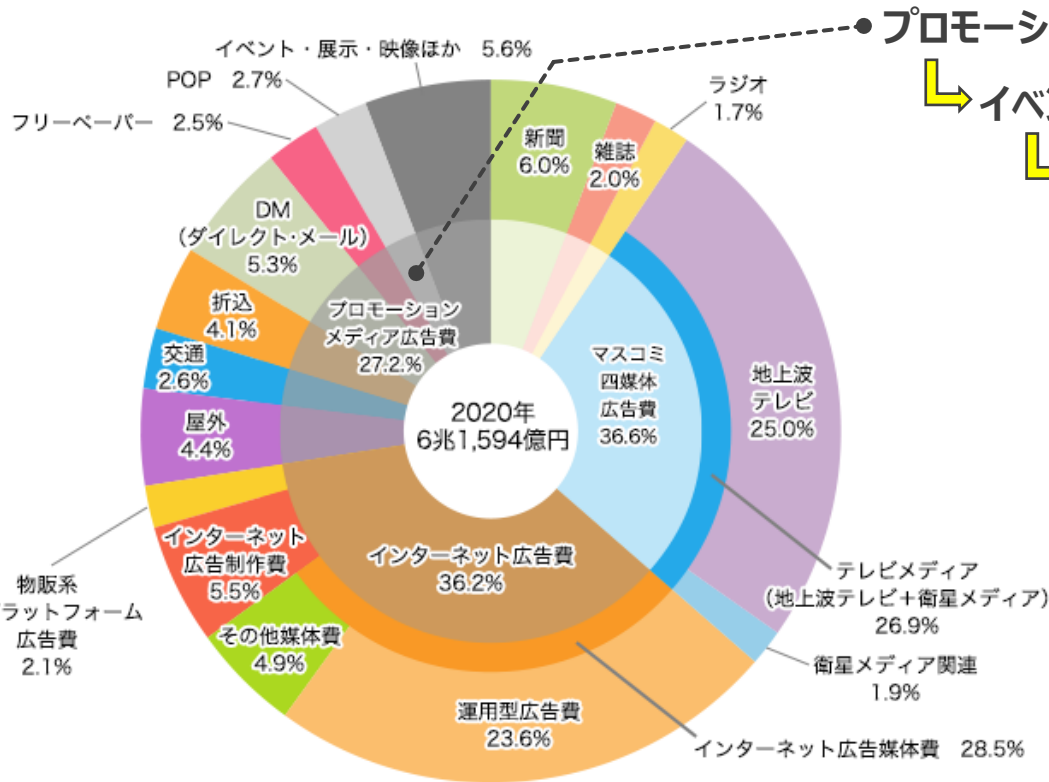
- 地球環境への配慮と経済性の観点から、「出展ブースを複数社でシェアする」という、**新発想の“シェアブース”方式を採用**
- 複数の展示会を連続開催し、ブース装飾・受付・看板・備品等を居抜きで再利用、残材・廃棄物を最小限にし、**施工・運営コストを大幅削減**
- 出展しやすい価格設定で、**ベンチャー・スタートアップ企業の出展も促進**

# 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 & 1.9万社の買い手保有で **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

1.9万社

2,119<sup>※2</sup>件

4.2<sup>※3</sup>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） ※2026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） ※2026年3月31日現在

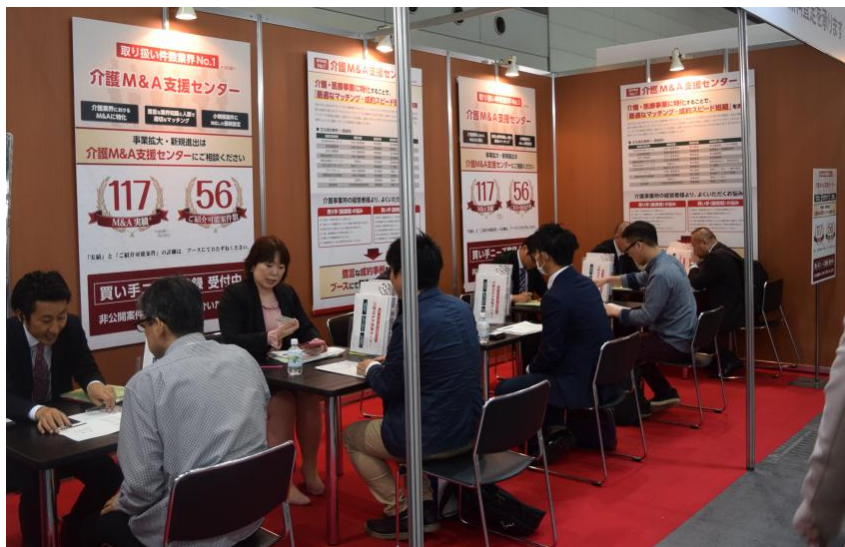
※3 当社における2026年3月期実績（案件化してから1年以内に成約した案件の平均期間。左記に該当する案件は年間成約件数の約8割を占めます）



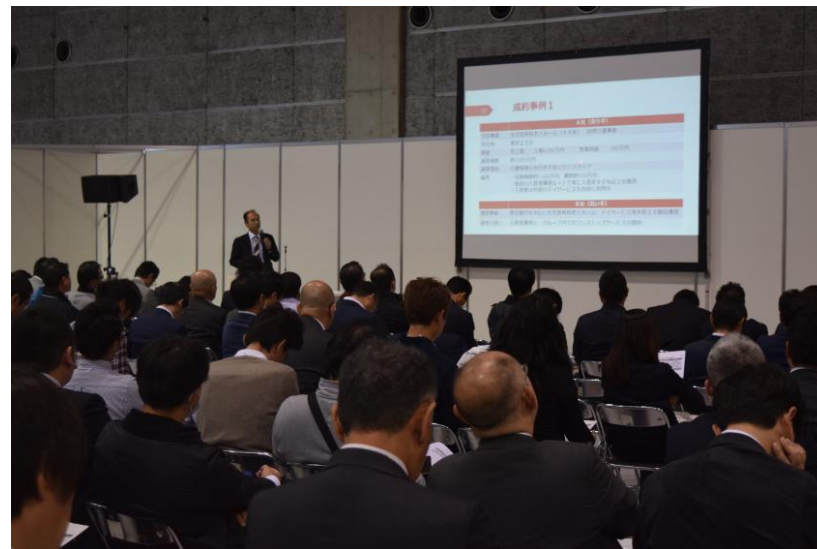
## ◆当社主催の展示会を活用した**効率的な案件開拓**

- 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**

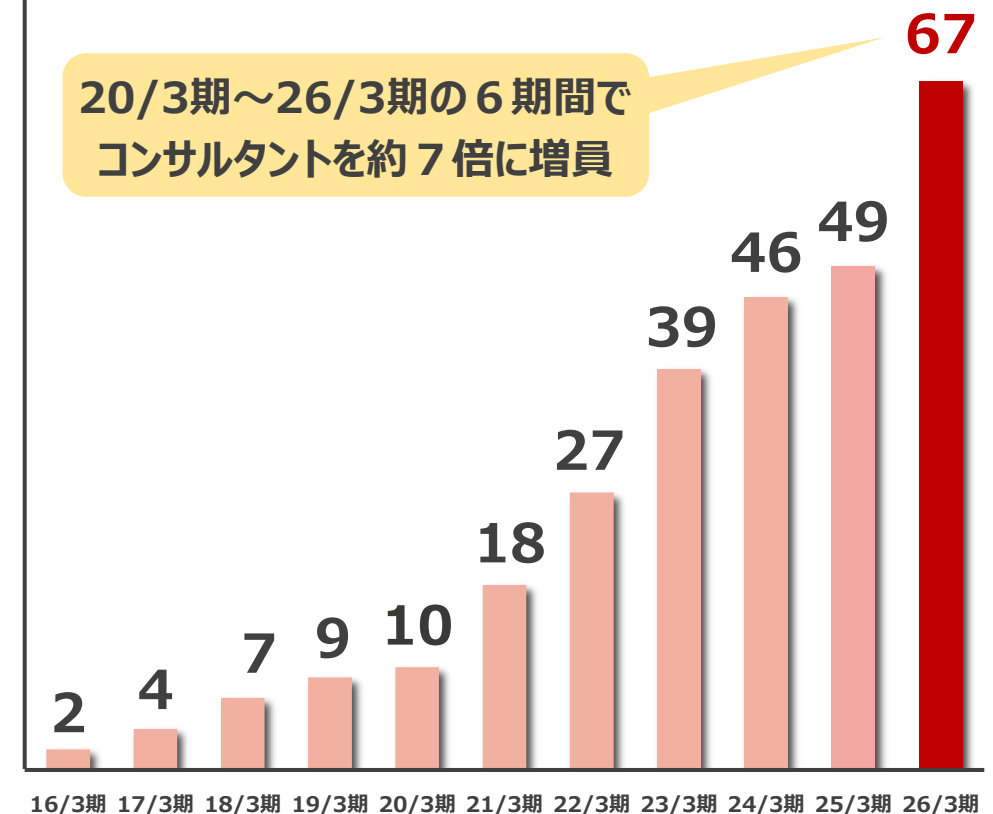
入社～戦力化までのモデル期間

- 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）



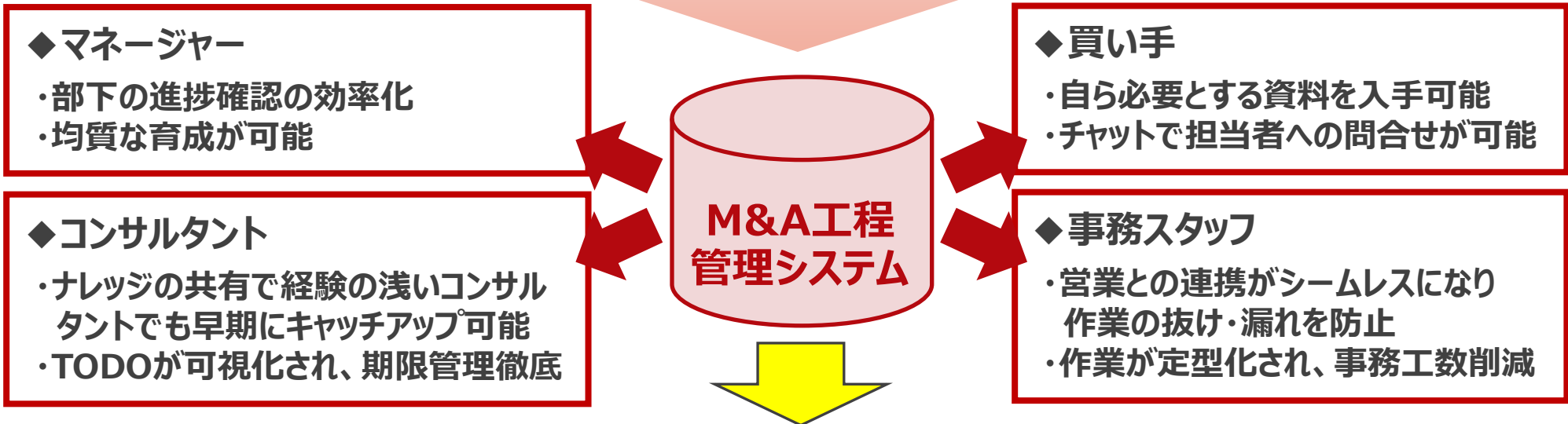


## ◆“回転寿司モデル”を実現するM&A工程管理システム（自社開発）

- 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

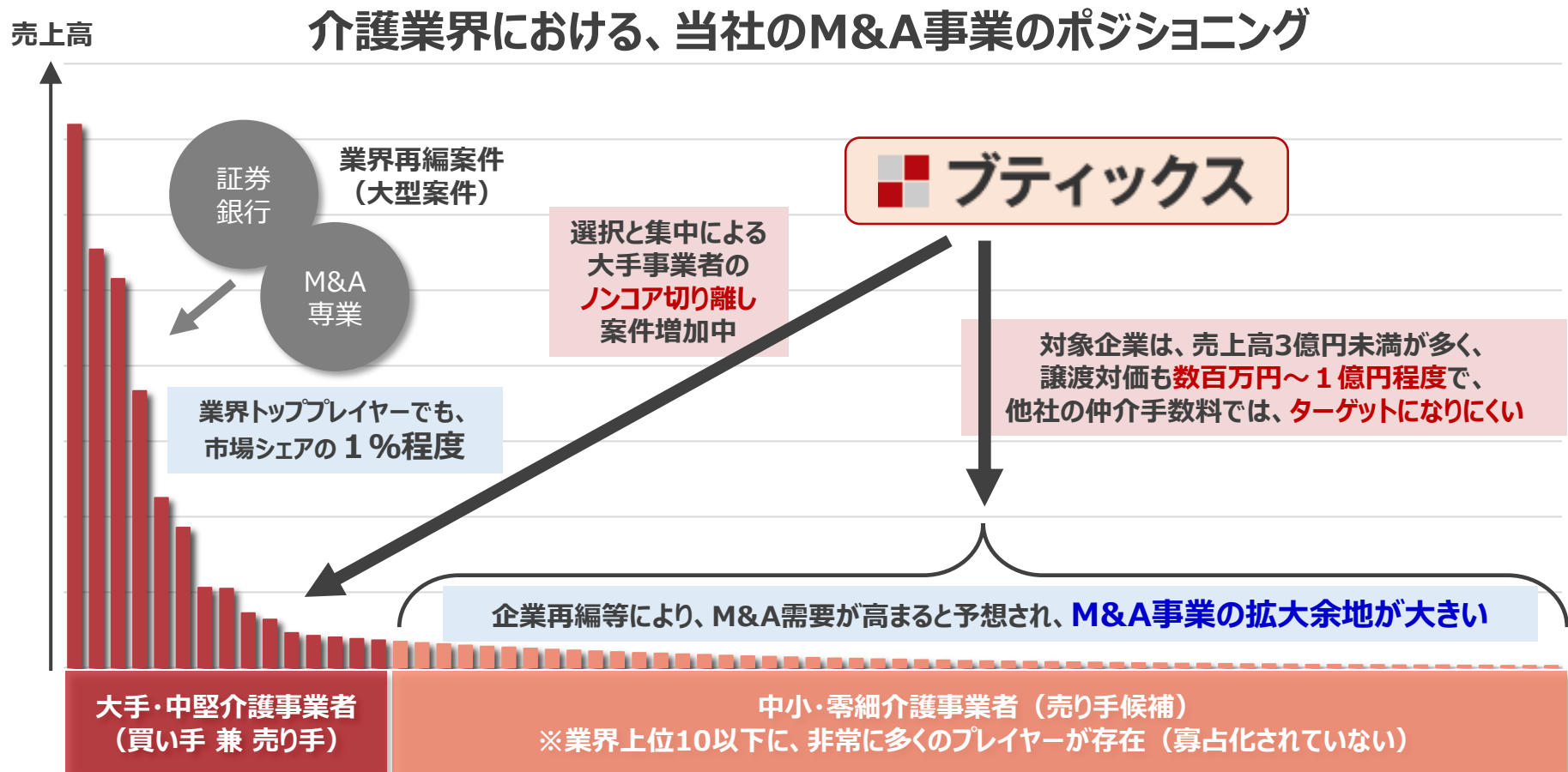


成約期間が短縮



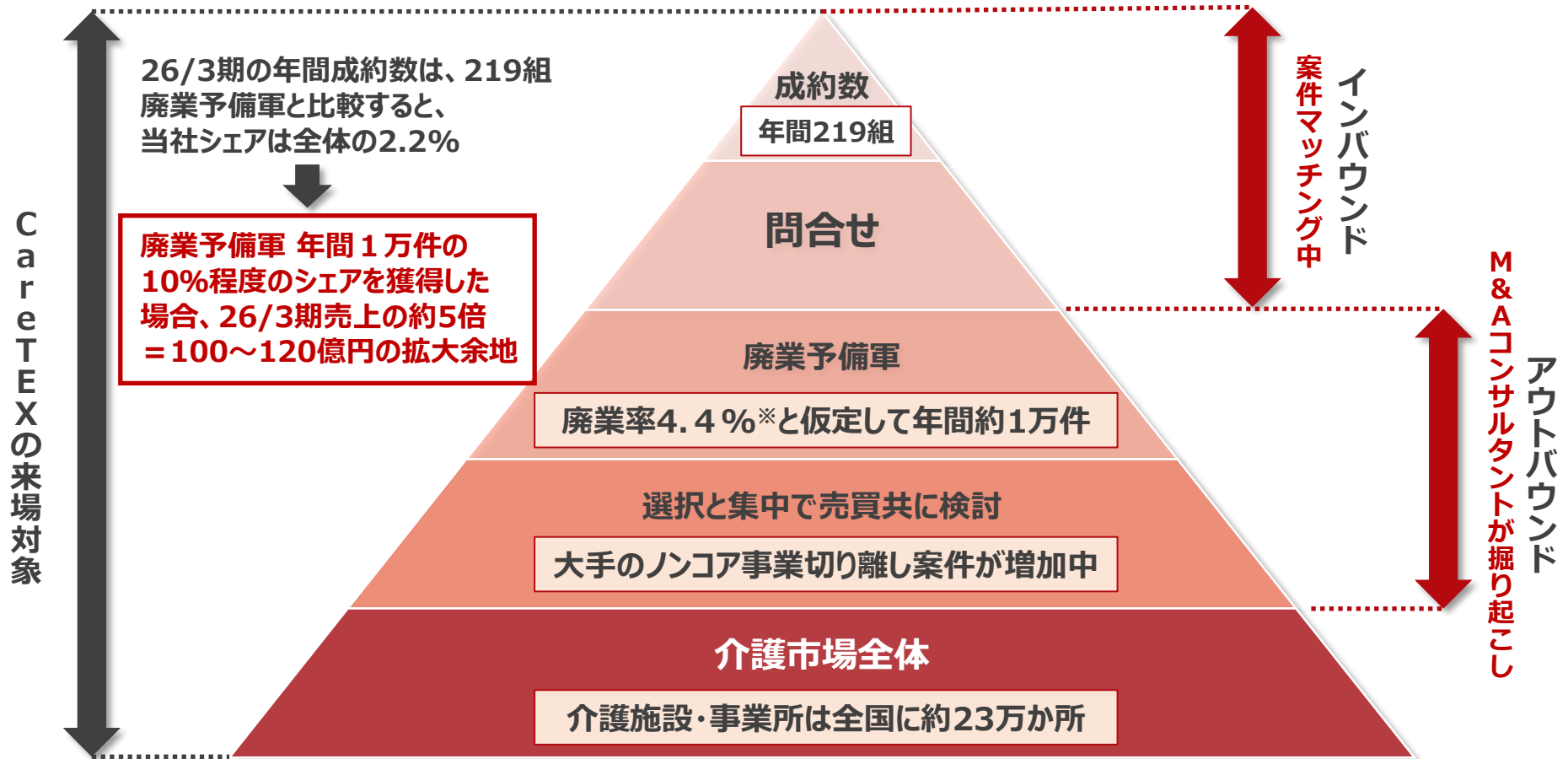
## ◆ 競合が少ない中小型案件を対象とした**独自のポジショニング**

- 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**

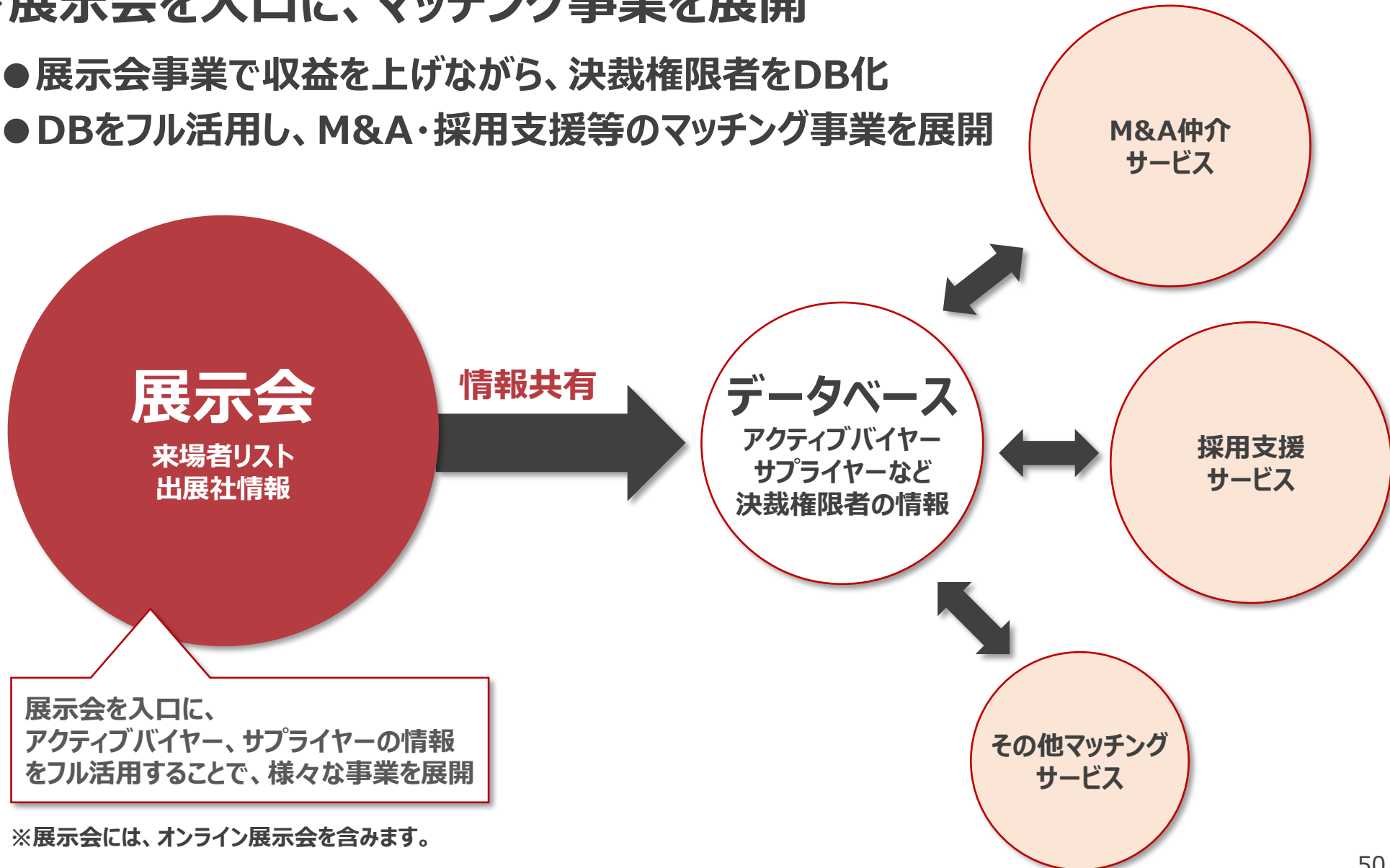


※：出所 廃業率は、東京都福祉保健局「令和7年度 事業所指定件数」より、  
2026年4月1日時点の居宅サービス事業者数：9,574件、2025年度の年間廃止等数426件より算出  
介護施設・事業所は厚生労働省「令和6年介護サービス施設・事業所調査の概況」より算出



## ◆ 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

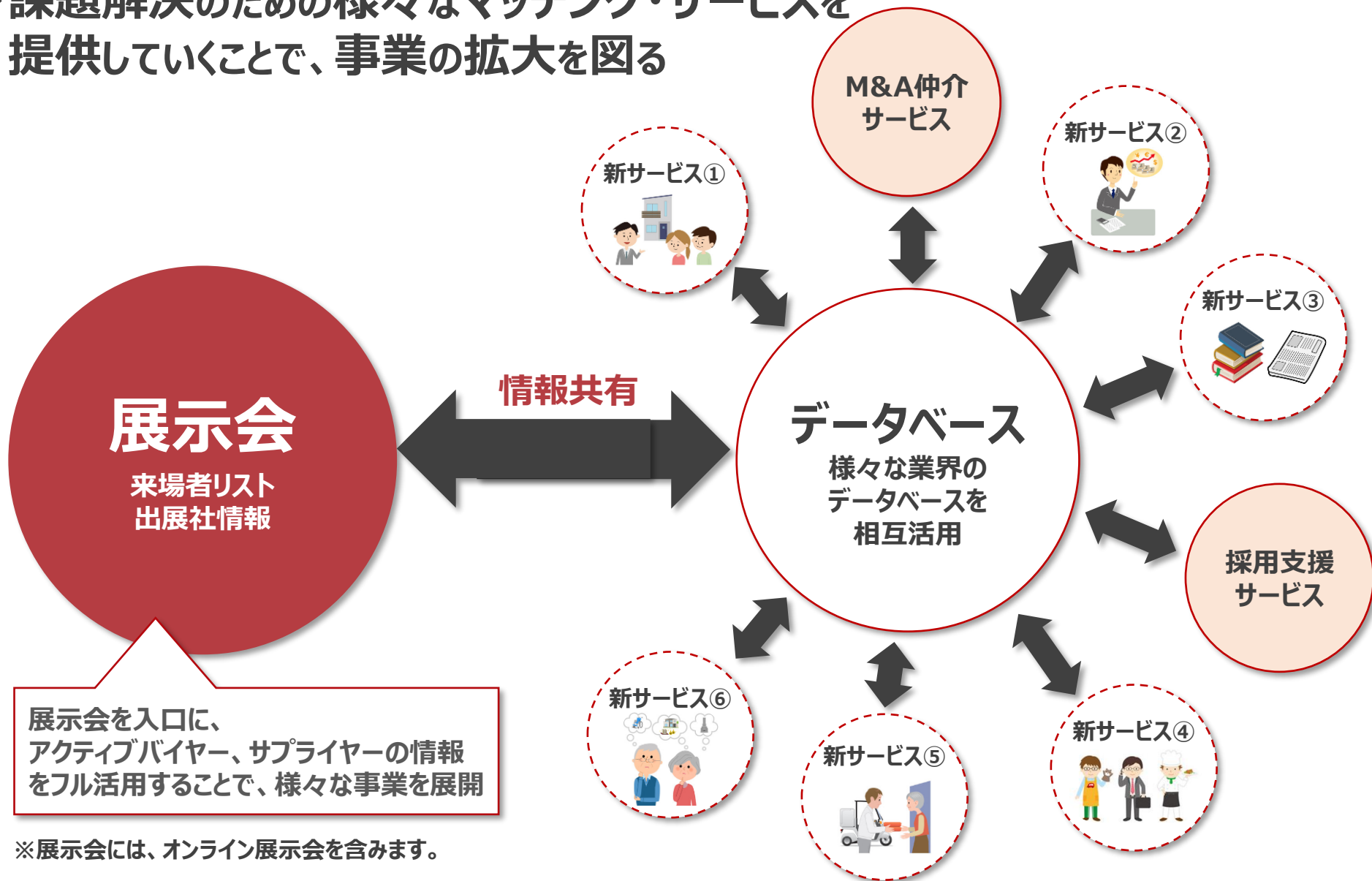


※展示会には、オンライン展示会を含みます。

# 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



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

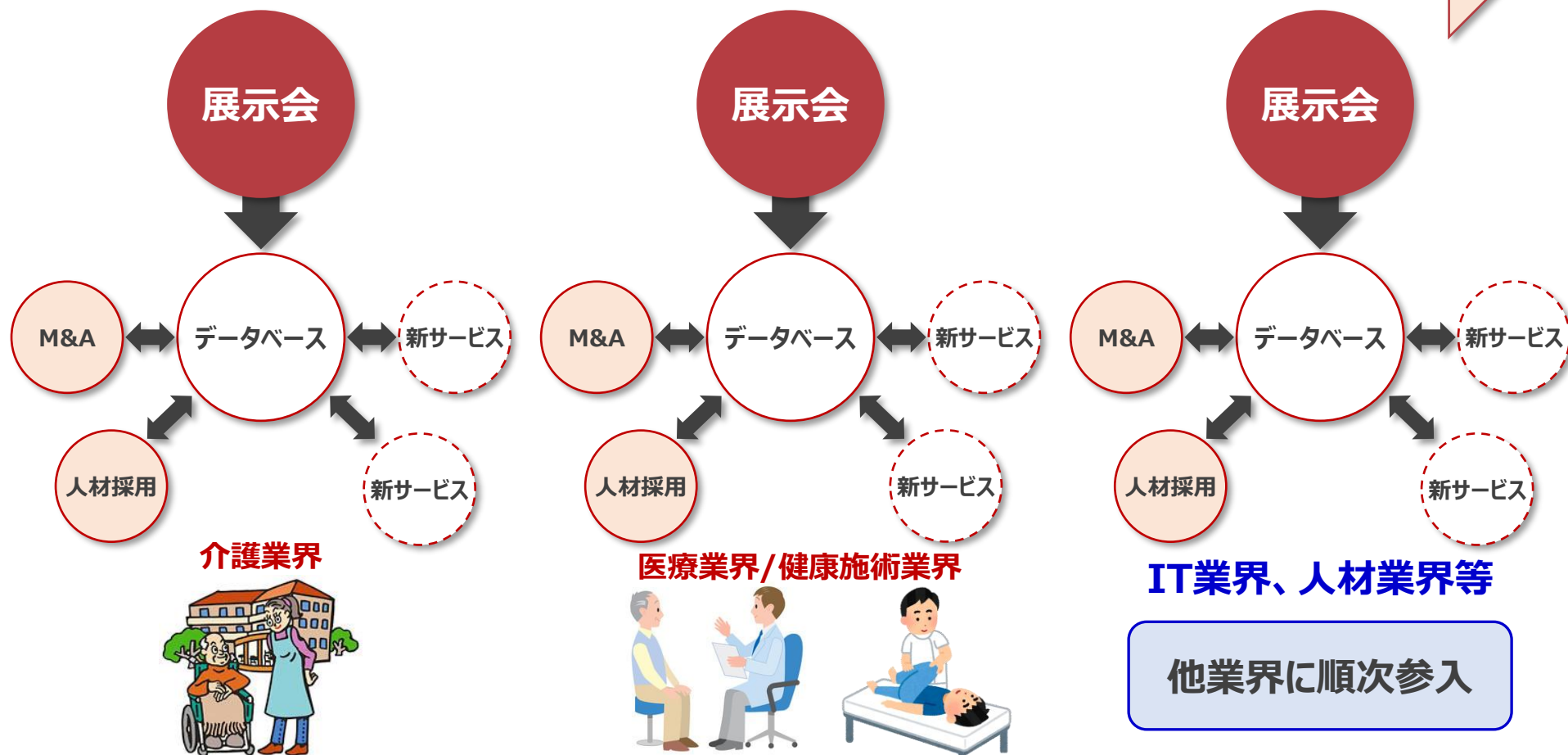
※展示会には、オンライン展示会を含みます。

# 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

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