

2026年5月13日

各位

会社名 ブティックス株式会社
 代表者名 代表取締役社長 新村 祐三
 (コード番号 9272 東証グロース)
 問合せ先 執行役員 管理本部長代行 上原 宏樹
 (TEL 03-6303-9431)

第二次中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2029年3月期を最終年度とする3か年の中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 前中期経営計画「Vision2025」の総括

当社は、大きく変容する社会・ビジネス環境に対応し、更なる事業拡大を図るため、2025年3月期を最終年度とする中期経営計画「Vision2025」（以下「第一次中計」といいます。）を2021年5月に公表しておりました。第一次中計は、計画開始前の2021年3月期の実績と比べて、売上高4.0倍増、営業利益5.8倍増という野心的な計画でありましたが、この実現に向けて取り組んでまいりました結果、売上高につきましては、第一次中計の目標を計画どおり2025年3月期に達成し、営業利益につきましては、当初の計画から1年遅れとなったものの、2026年3月期に、第一次中計の目標の96%まで到達することができました。

以上の結果、第一次中計開始前の**2021年3月期から2026年3月期までの5年間で、当社の売上高は4.3倍（5年間の年平均増収率33.8%）、営業利益は5.5倍（5年間の年平均増益率40.8%）**と急拡大することとなり、第一次中計を通して、当社は飛躍的な成長を遂げることができたと考えております。

なお、第一次中計にて目標としておりました「プライム市場への上場」につきましては、2026年3月末時点において、複数の事項で新規上場基準を満たすことができなかったため、後述の第二次中期経営計画において、改めて目標として再設定をすることといたします。

第一次中計の業績目標に対する達成状況は、次項のとおりです。

2. 第一次中計の達成状況（単位：百万円）

① 第一次中計の業績目標（2021年5月11日公表）

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
	(実績)	(計画)	(計画)	(計画)	(計画)
売上高	1,277	1,633	2,534	3,522	5,087
営業利益	281	111	492	946	1,632
経常利益	292	111	492	946	1,632
当期純利益	198	71	315	605	1,044

② 第一次中計の年度別の実績と目標達成状況

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
	(単体)	(単体)	(単体)	(連結)	(連結)	(単体)
売上高	1,277 計画開始前	2,091 ○達成	3,047 ○達成	4,414 ○達成	5,171 ○達成	5,469 ○達成
営業利益	281 計画開始前	586 ○達成	945 ○達成	916 ×未達成	1,228 ×未達成	1,559 △1年遅れで96%到達
経常利益	292 計画開始前	591 ○達成	943 ○達成	911 ×未達成	1,227 ×未達成	1,565 △1年遅れで96%到達
当期純利益	198 計画開始前	349 ○達成	621 ○達成	608 ○達成	250 ×未達成	619 ×未達成

3. 第二次中期経営計画「Vision2029」の概要

当社は、更なる事業拡大を図るため、2029年3月期を最終年度とする、第二次中期経営計画「Vision2029」（以下「第二次中計」といいます。）を以下のとおり策定いたしました。

① 名称

第二次中期経営計画「Vision2029」

② 対象期間

2027年3月期～2029年3月期までの3カ年

③ 目的

第二次中計の達成をとおして、2028年3月期を基準期としてプライム市場への上場を果たし、企業理念である「マッチング・ファースト」を実現するため

4. 第二次中計の業績目標（単位：百万円）

	2026年3月期 (実績)	2027年3月期 (業績予想)	2028年3月期 (計画)	2029年3月期 (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
経常利益	1,565	2,218	2,930	4,012
当期純利益	619	1,419	1,875	2,568

※ 詳細につきましては、別紙資料をご参照ください。

※ 本資料に記載されている当社の計画及び業績の見通し、戦略などは、発表日時点において入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、様々な要因により大きく異なる可能性がありますことを、予めご承知おきください。

《本リリースに関するお問合せ》

ブティクス株式会社 管理本部 IR 担当

TEL : 03-6303-9431 (平日 9 時～18 時)

Email : ir@btix.jp

以上

 **ブティックス株式会社**
Boutiques, Inc.

第二次 中期経営計画
「Vision2029」
(2027/3期～2029/3期)



I	会社概要	P.2
II	事業の特徴・強み	P.7
III	成長戦略	P.23
IV	前中計「Vision2025」振り返り	P.27
V	目標と事業戦略	P.32
VI	リスク情報	P.47

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（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 プレインワークス(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>

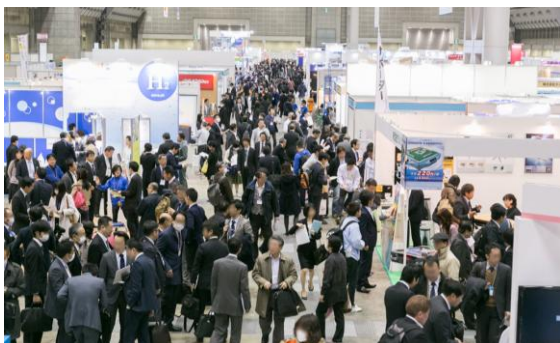
- 介護分野最大級の展示会「CareTEX」を全国8カ所で開催
介護用品の各種サプライヤーと介護事業者をマッチング

<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

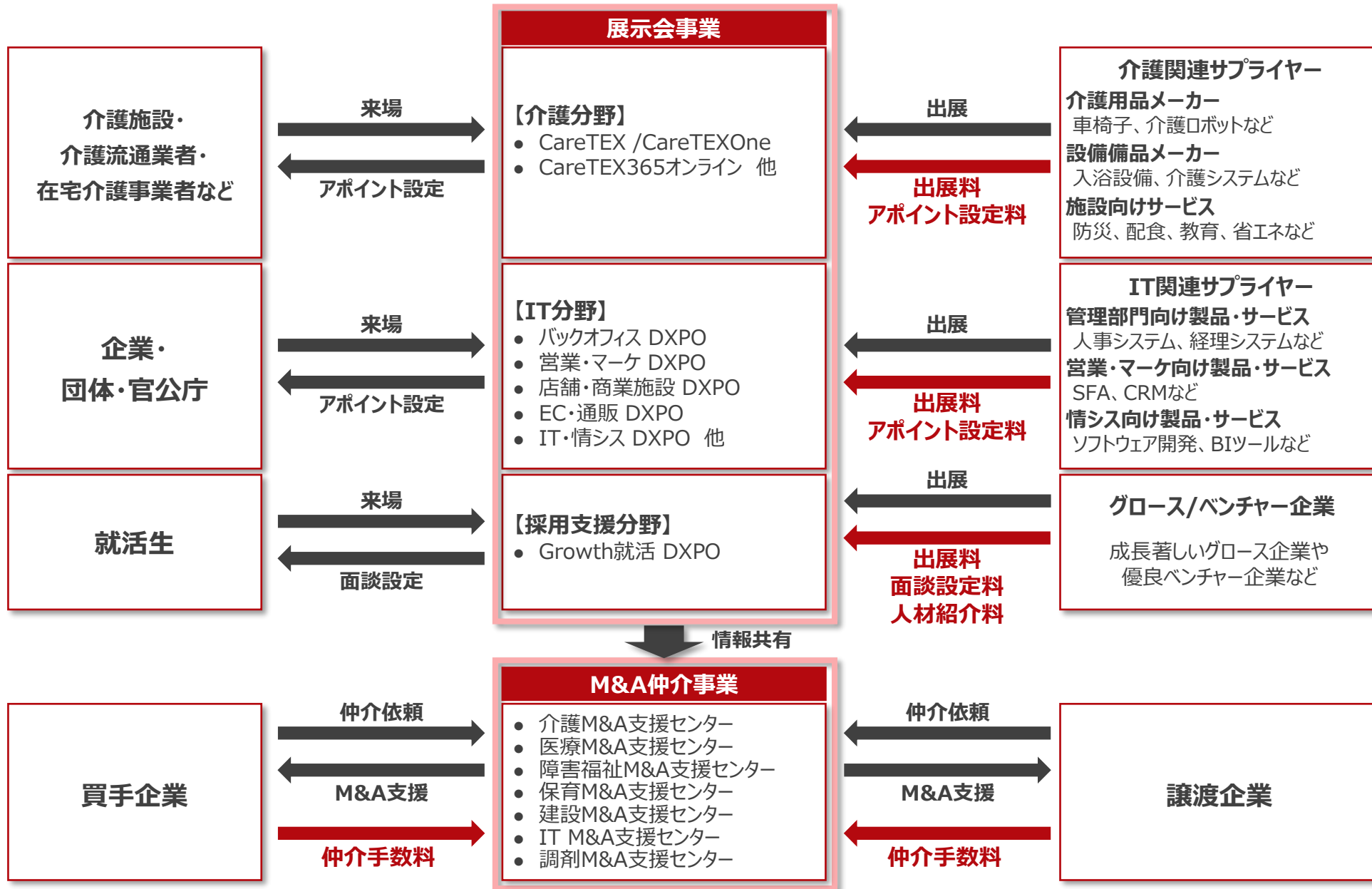
<主な取扱分野>

- 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

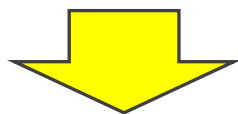


Ⅱ. 事業の特徴・強み



◆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	【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



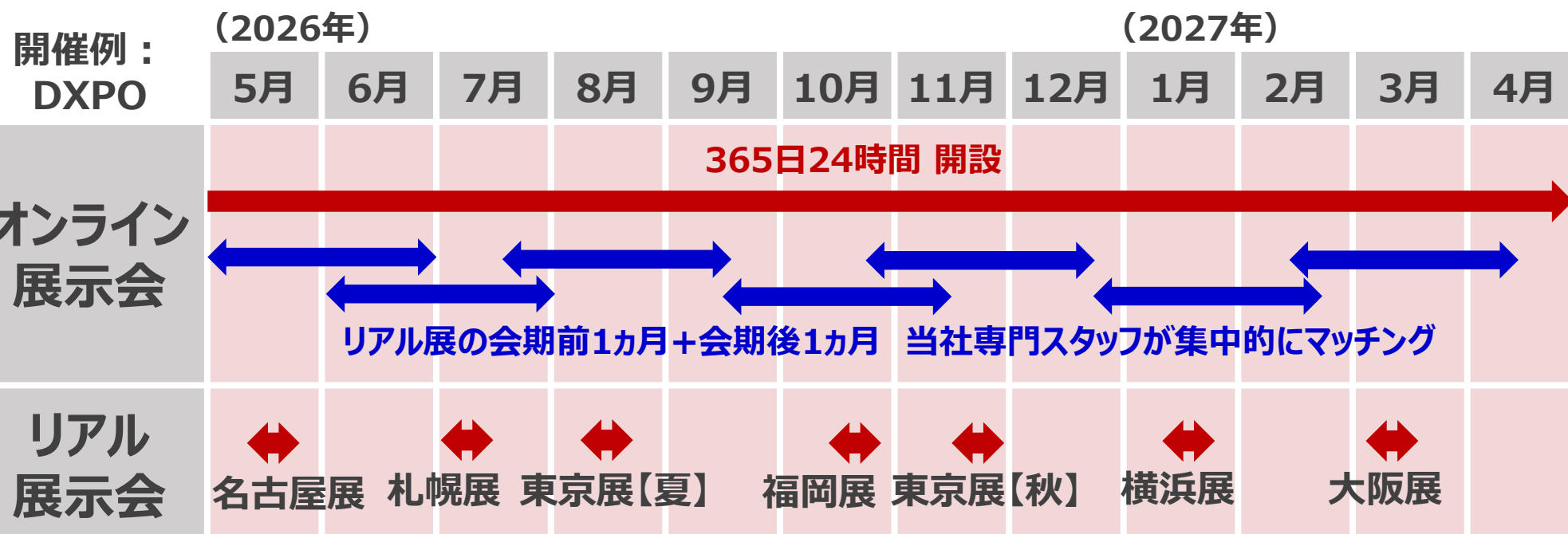
「オンライン展示会」「リアル展示会」双方の強みを最大化した

ハイブリッド展示会を開催



◆ハイブリッド展示会とは

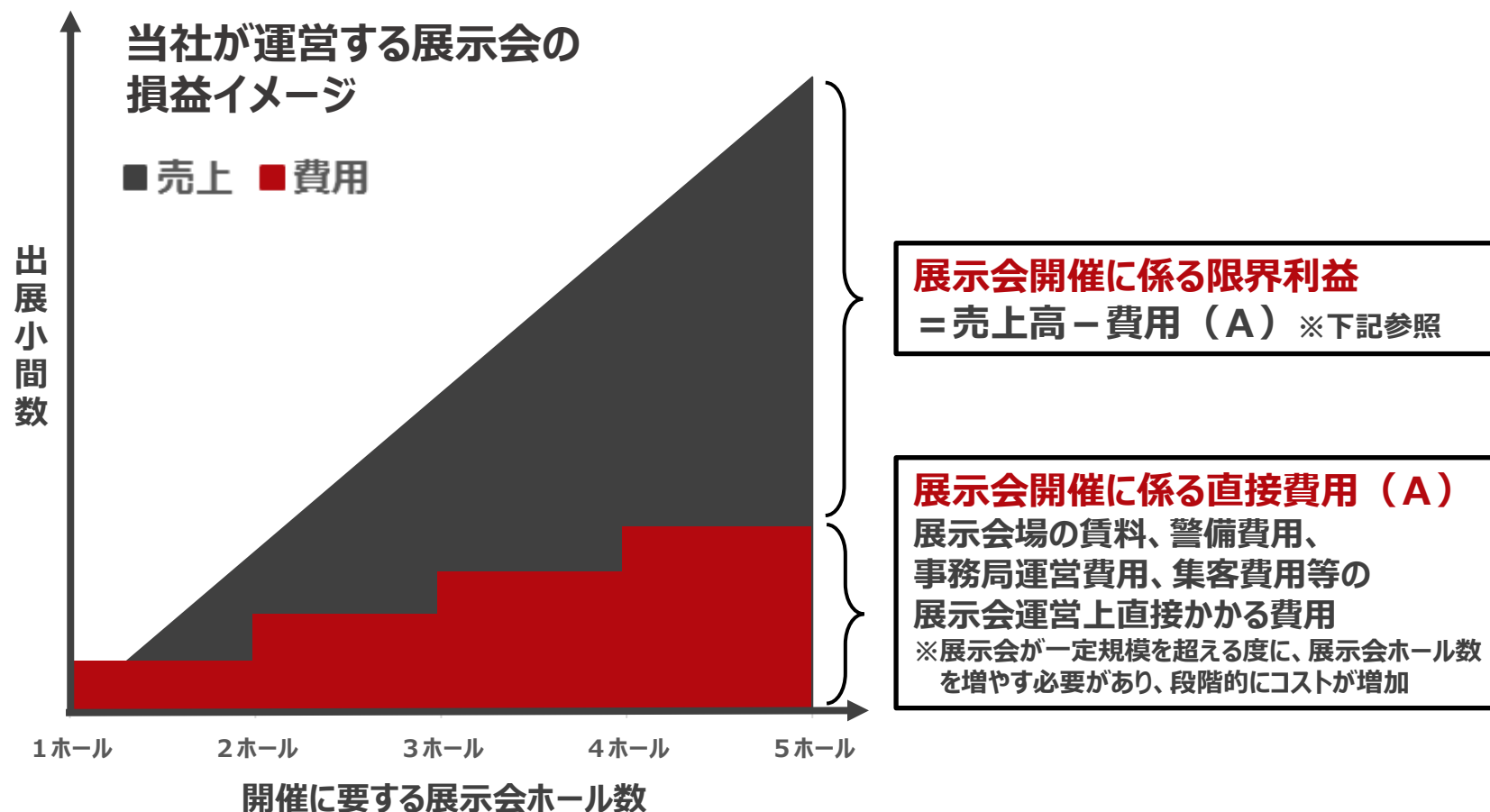
- オンライン展の開設期間中（365日24時間）にリアル展を年複数回開催し、会期前1か月＋会期後1か月は、当社専門スタッフが集中的にマッチング
- **商談の量と質を高めつつ、かつ年間を通じて継続的にマッチング**
- オンライン展の通年開催により、天変地異等の不可抗力によるリアル展の**開催延期・中止の場合でも、柔軟にマッチングが可能**





◆ 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

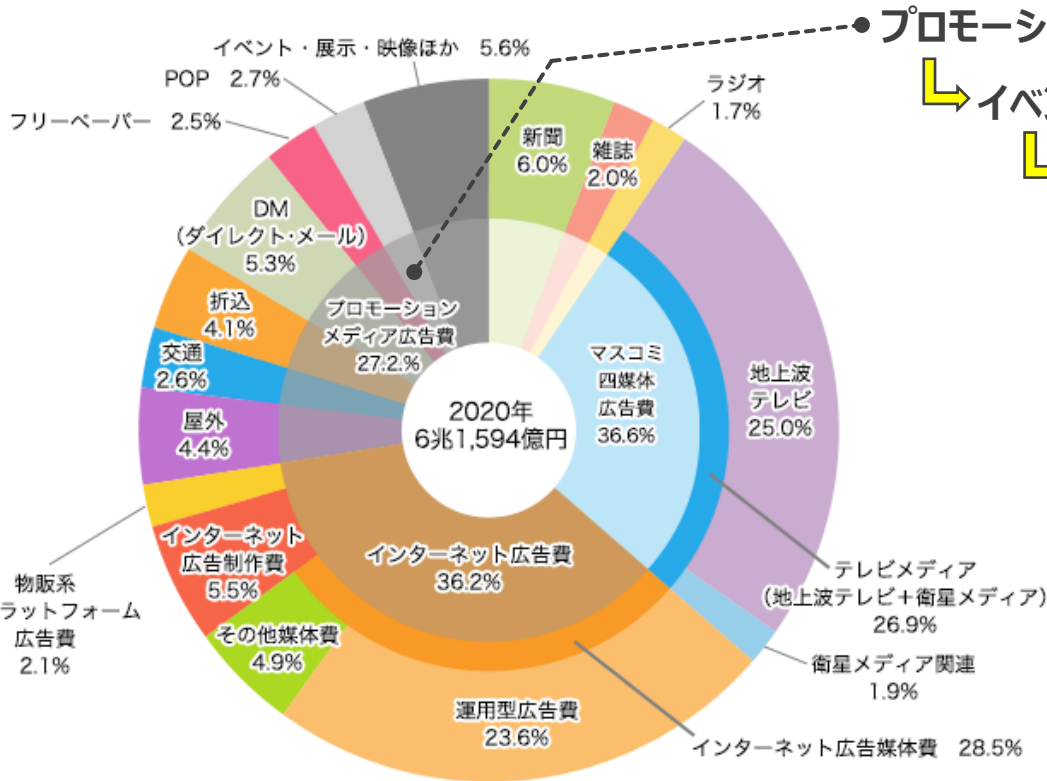
- 地球環境への配慮と経済性の観点から、「出展ブースを複数社でシェアする」という、**新発想の“シェアブース”方式を採用**
- 複数の展示会を連続開催し、ブース装飾・受付・看板・備品等を居抜きで再利用、残材・廃棄物を最小限にし、**施工・運営コストを大幅削減**
- 出展しやすい価格設定で、**ベンチャー・スタートアップ企業の出展も促進**

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
 ※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^{※1}

案件成約実績
業界最大級^{※1}

成約までの
平均期間

1.9万社

2,119^{※2}件

4.2^{※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） ※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

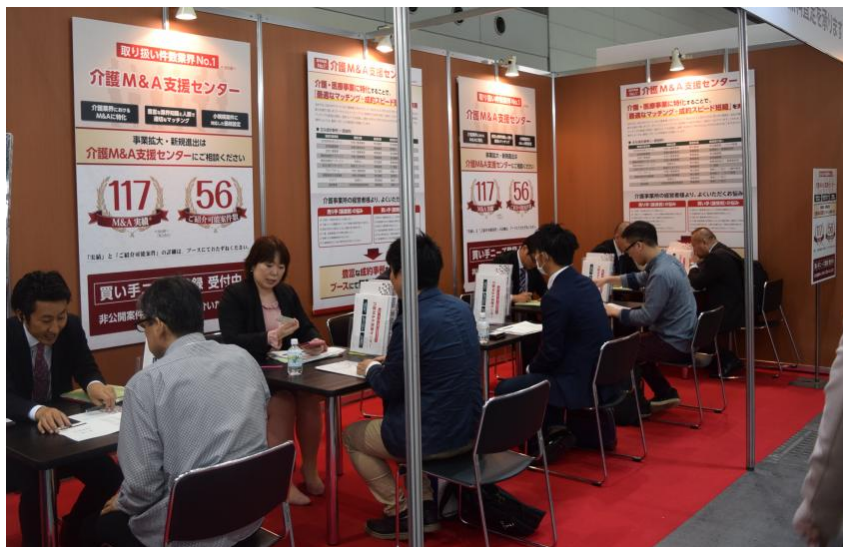
※3 当社における2026年3月期実績（案件化してから1年以内に成約した案件の平均期間。左記に該当する案件は年間成約件数の約8割を占めます）



◆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**

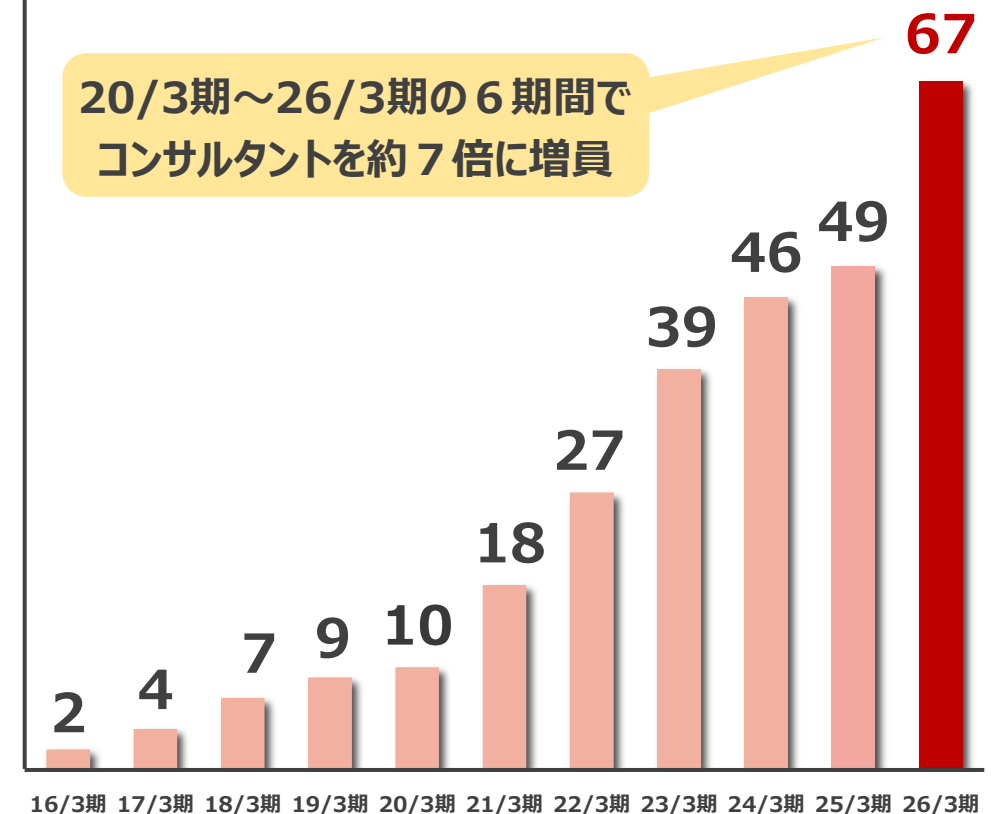
入社～戦力化までのモデル期間

- 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）



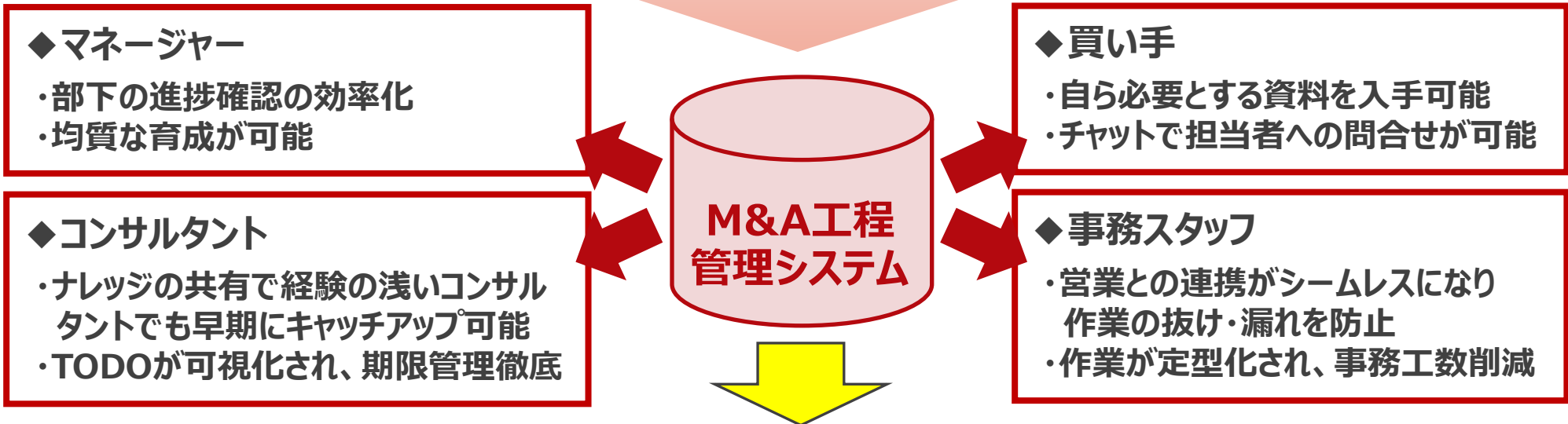


◆“回転寿司モデル”を実現するM&A工程管理システム（自社開発）

- 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

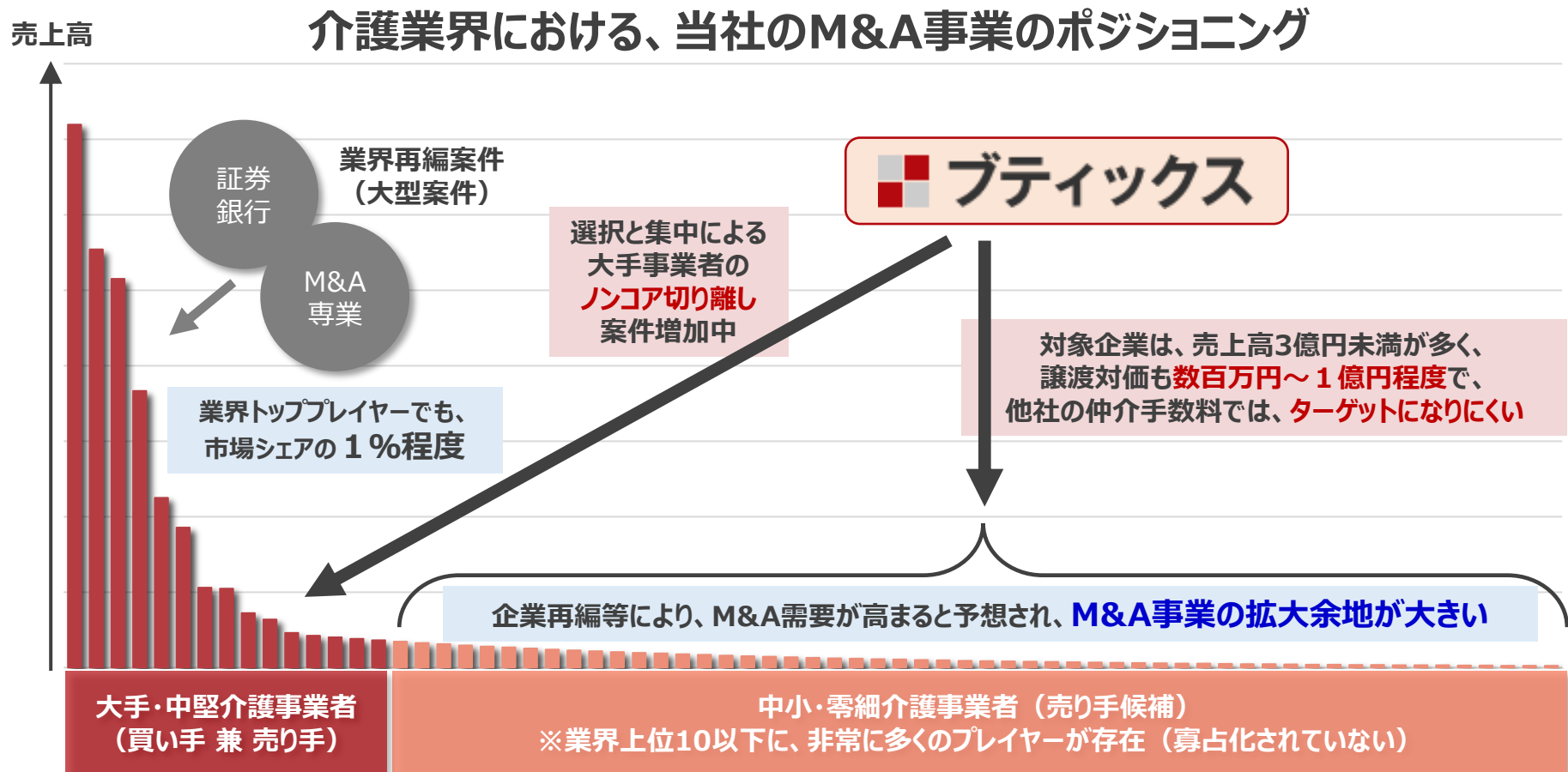


成約期間が短縮



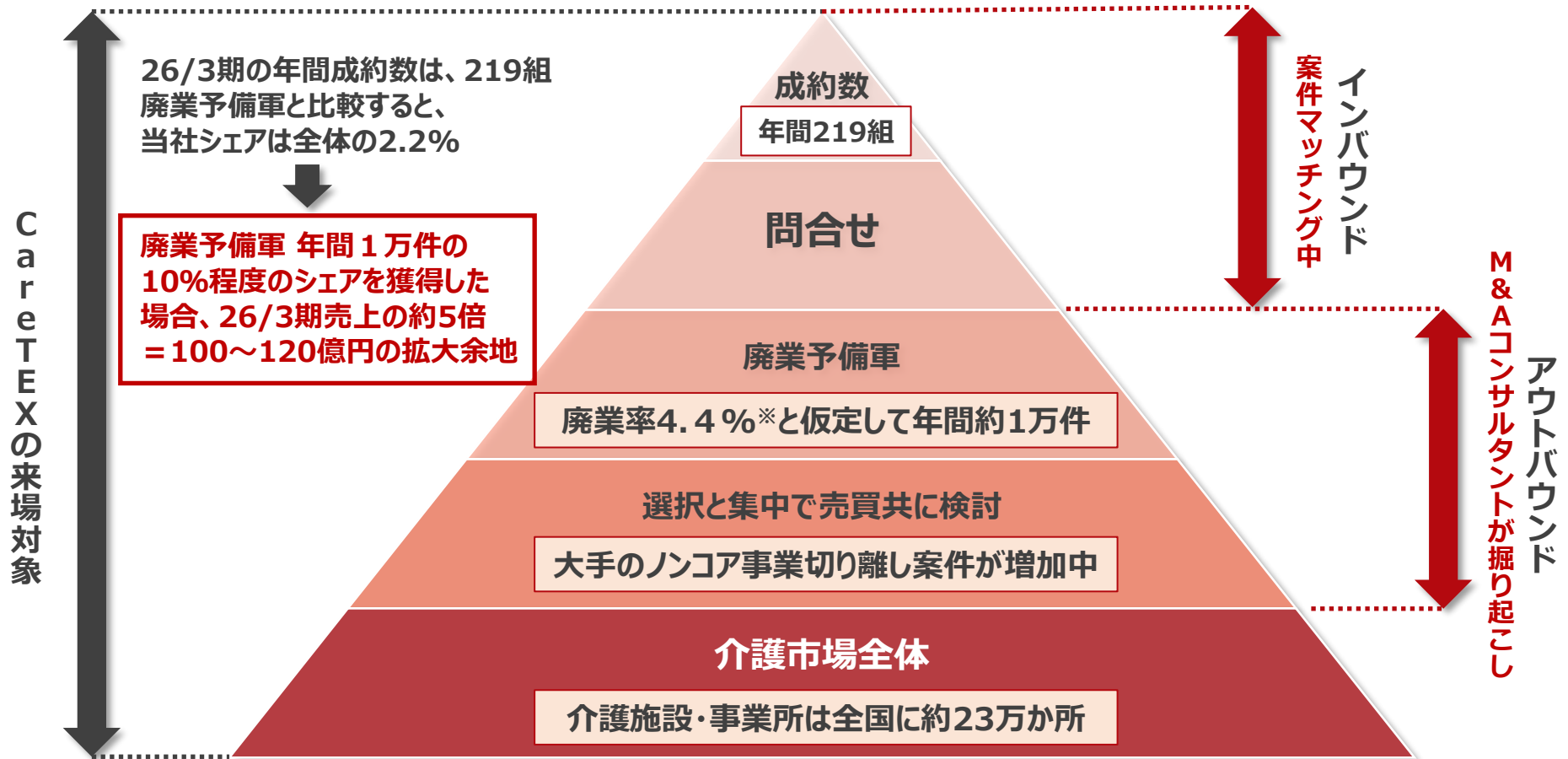
◆ 競合が少ない中小型案件を対象とした**独自のポジショニング**

- 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**



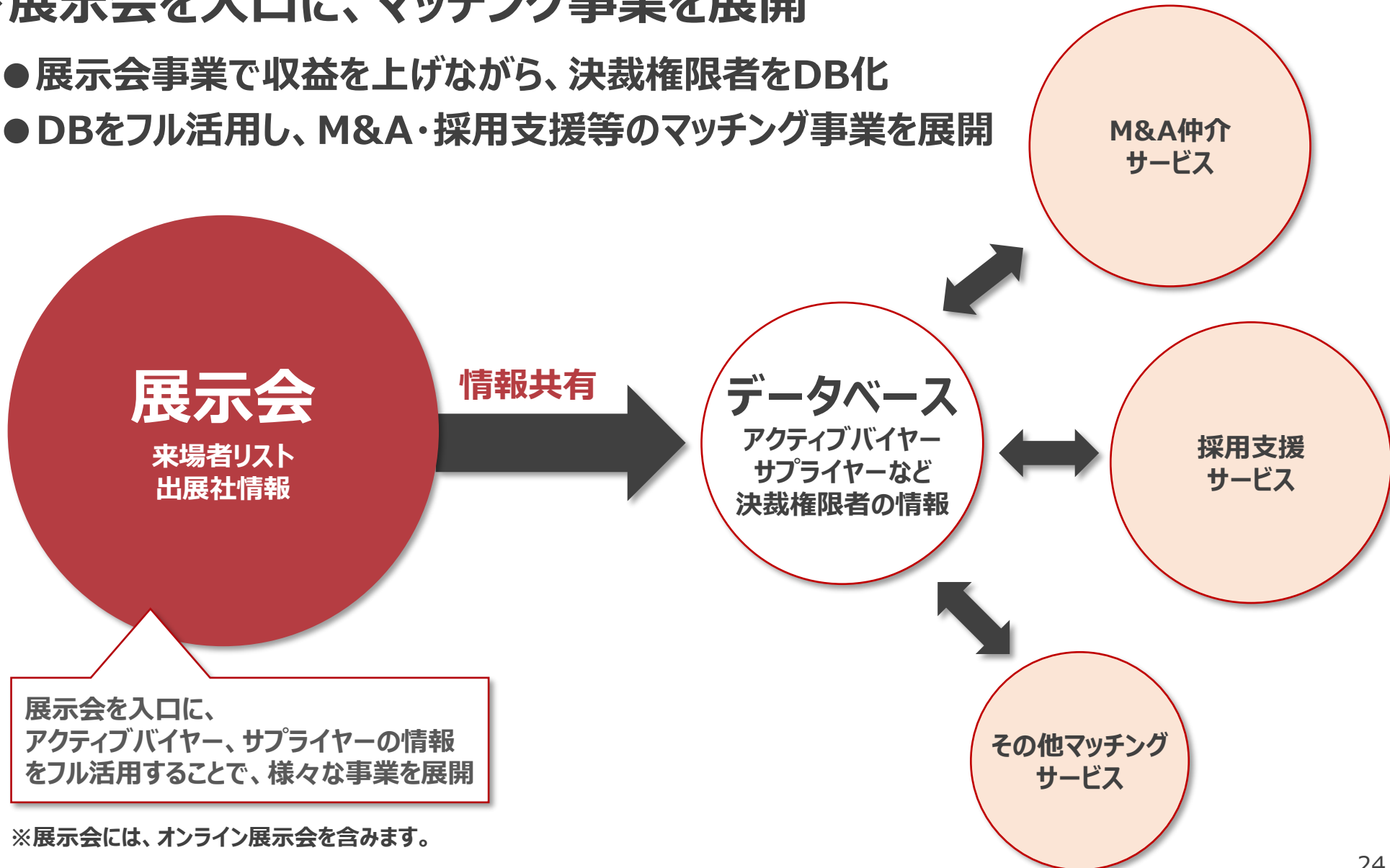
※：出所 廃業率は、東京都福祉保健局「令和7年度 事業所指定件数」より、
2026年4月1日時点の居宅サービス事業者数：9,574件、2025年度の年間廃止等数426件より算出
介護施設・事業所は厚生労働省「令和6年介護サービス施設・事業所調査の概況」より算出

Ⅲ. 成長戦略



◆ 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

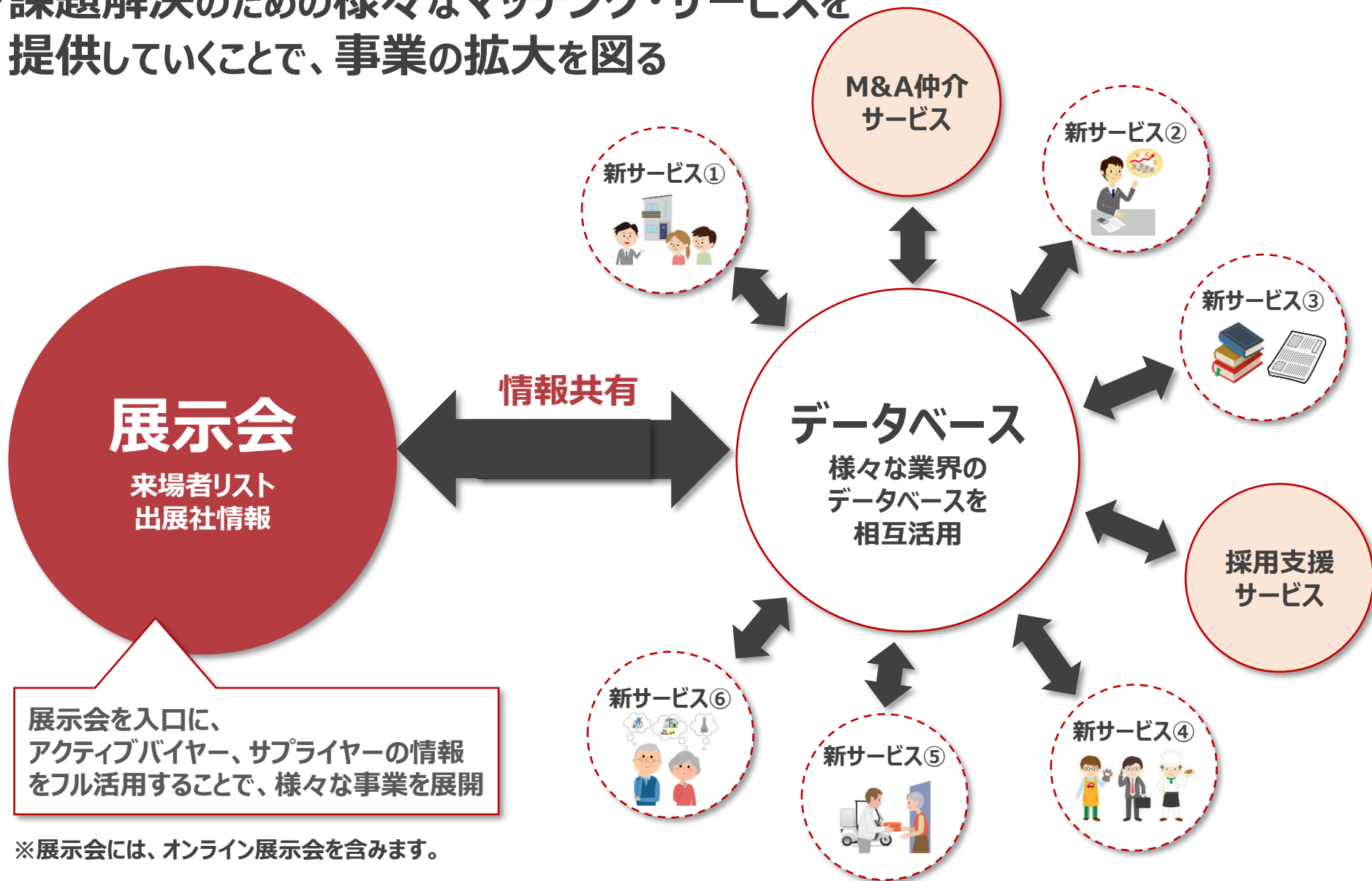


※展示会には、オンライン展示会を含みます。

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

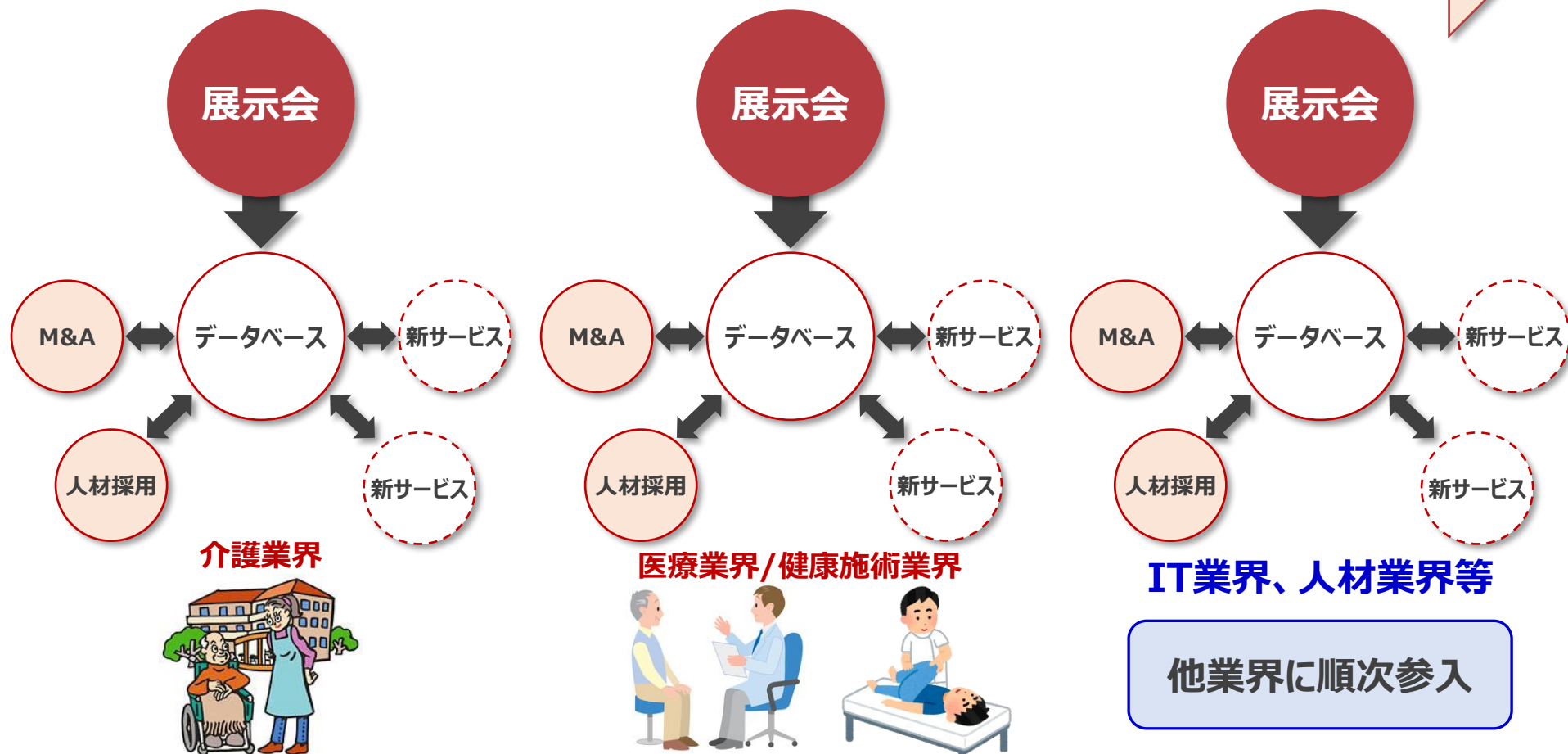
※展示会には、オンライン展示会を含みます。

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



IV. 前中計「Vision2025」 振り返り

前中計「Vision2025」振り返り（プライム市場上場について）



◆ 26/3期末時点において、プライム市場の新規上場基準のうち、**経常利益額の基準は達成**したが、他の基準は**未達成** ⇒ 概ね**28/3期までに達成見込**※3

	プライム市場 新規上場基準	直近の状況 (2026年3月末時点)	達成状況	達成見込時期※3
株主数	800人以上	703人※1	未達成	28/3期末
時価総額	250億円以上	146億円※1	未達成	28/3期末
直近2年間の 経常利益額	25億円以上	27億円※2	達成済	達成済
純資産	50億円以上	29億円※1	未達成	28/3期末
流通株式比率	35%以上	34%※1	未達成	28/3期末

※1 2026年3月末時点

※2 2025年3月期（連結実績）と2026年3月期（単体実績）の2年間の合計で試算

※3 達成見込の根拠は、P34に記載

前中計「Vision2025」振り返り（業績目標について）



◆ 前中計は、中計開始前の実績と比べ、売上高4.0倍増・営業利益5.8倍増の“野心的”な計画であったが、売上高は計画どおり達成、営業利益は1年遅れで計画の96%まで到達

(単位：百万円)	(中計開始前) 2021/3期 実績	(中計目標) 2025/3期 計画	2025/3期 実績(連結)	2026/3期 実績(単体)	評価
売上高	1,277	5,087	5,171	5,469	◎ (計画どおり達成)
営業利益	281	1,632	1,228	1,559	△ (1年遅れで96%)
経常利益	292	1,632	1,227	1,565	△ (1年遅れで96%)
当期純利益	198	1,044	250	619	× (未達成 59%)
調整後営業利益 ※1	290	1,679	1,409	1,711	○ (1年遅れで達成)

※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

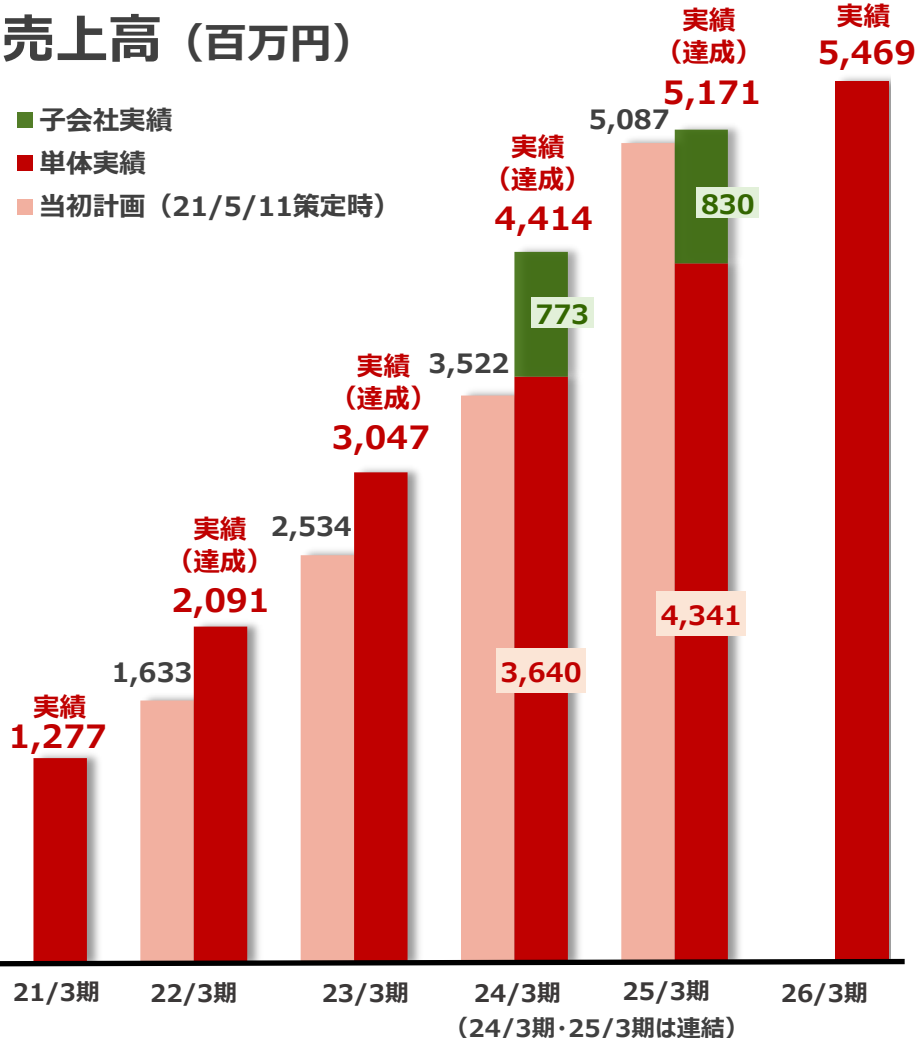
前中計「Vision2025」振り返り（業績目標について）



◆ 5年（21/3期→26/3期）で売上高は4.3倍、営業利益は5.5倍に成長。
 同期間の年平均増収率33.8%、年平均増益率40.8%に。

売上高（百万円）

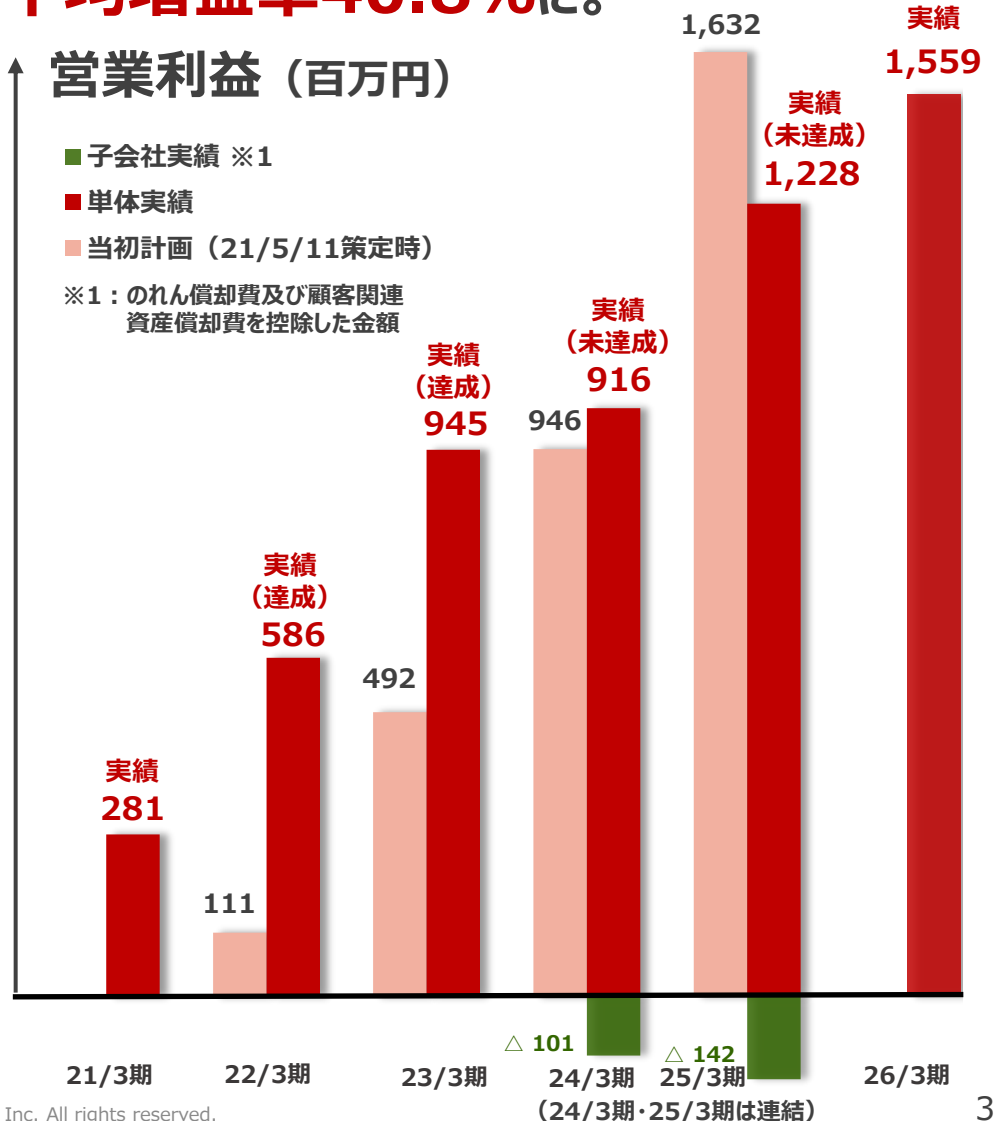
- 子会社実績
- 単体実績
- 当初計画（21/5/11策定時）



営業利益（百万円）

- 子会社実績 ※1
- 単体実績
- 当初計画（21/5/11策定時）

※1：のれん償却費及び顧客関連資産償却費を控除した金額



前中計「Vision2025」振り返り（セグメント業績目標について）



◆ 両事業ともに、売上高目標を1年遅れで達成、利益目標も1年遅れでほぼ達成

(単位：百万円)		(中計開始前) 2021/3期 実績	(中計目標) 2025/3期 計画	2025/3期 実績(連結)	2026/3期 実績(単体)	評価	
展示会事業	売上高	656	2,918	2,408	2,981		
	内訳	介護分野	656	1,366	1,181	1,263	○ (1年遅れで達成)
		IT分野	0	1,552	1,227	1,718	
	セグメント利益	178	1,084	892	1,146	○ (1年遅れで達成)	
M & A 仲介事業	売上高	604	2,168	1,931	2,258		
	内訳	介護分野	390	1,188	1,219	1,271	○ (1年遅れで達成)
		新分野	214	980	712	987	
	セグメント利益	347	1,000	997	999	△ (1年遅れで99%)	
	コンサルタント数	18	76	49	67	△ (1年遅れで88%)	



V. 目標と事業戦略



経営 目標

2028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、人材採用支援事業
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

① 経営目標 (プライム市場上場) における 定量目標



◆ 第二次中計どおり進捗すると、28/3期にプライム市場の新規上場基準を全て満たす見込のため、**プライム市場上場を1年延期し、28/3期を基準期とする。**

	プライム市場 新規上場基準	直近の状況 (2026年3月末時点)	達成時期の目標	達成見込の根拠
株主数	800人以上	703人※1	28/3期末	87%まで到達のため、IR強化等により、あと2年で達成可能と判断
時価総額	250億円以上	146億円※1	28/3期末	28/3期の営業利益目標が26/3期の1.87倍のため、PERが現在と同水準として、達成可能と判断
直近2年間の 経常利益額	25億円以上	27億円※2	達成済	—
純資産	50億円以上	29億円※1	28/3期末	27/3期、28/3期の純利益を加算すると、50億円を超過見込
流通株式比率	35%以上	34%※1	28/3期末	97%まで到達のため、社長の株式持分売却または新株発行等により達成見込

※1 2026年3月末時点

※2 2025年3月期(連結実績)と2026年3月期(単体実績)の2年間の合計で試算

②第二次中計「Vision2029」 業績目標



- ◆ 29/3期までに、**売上高100億円・営業利益40億円を達成する。**
 (3年間の**年平均増収率23%、年平均増益率37%** を目標とする)

(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	最終年度の 26/3期比
売上高	5,469	7,021	8,523	10,175	1.86倍
営業利益	1,559	2,211	2,917	4,001	2.56倍
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

③第二次中計「Vision2029」 セグメント業績目標



- ◆ 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。**

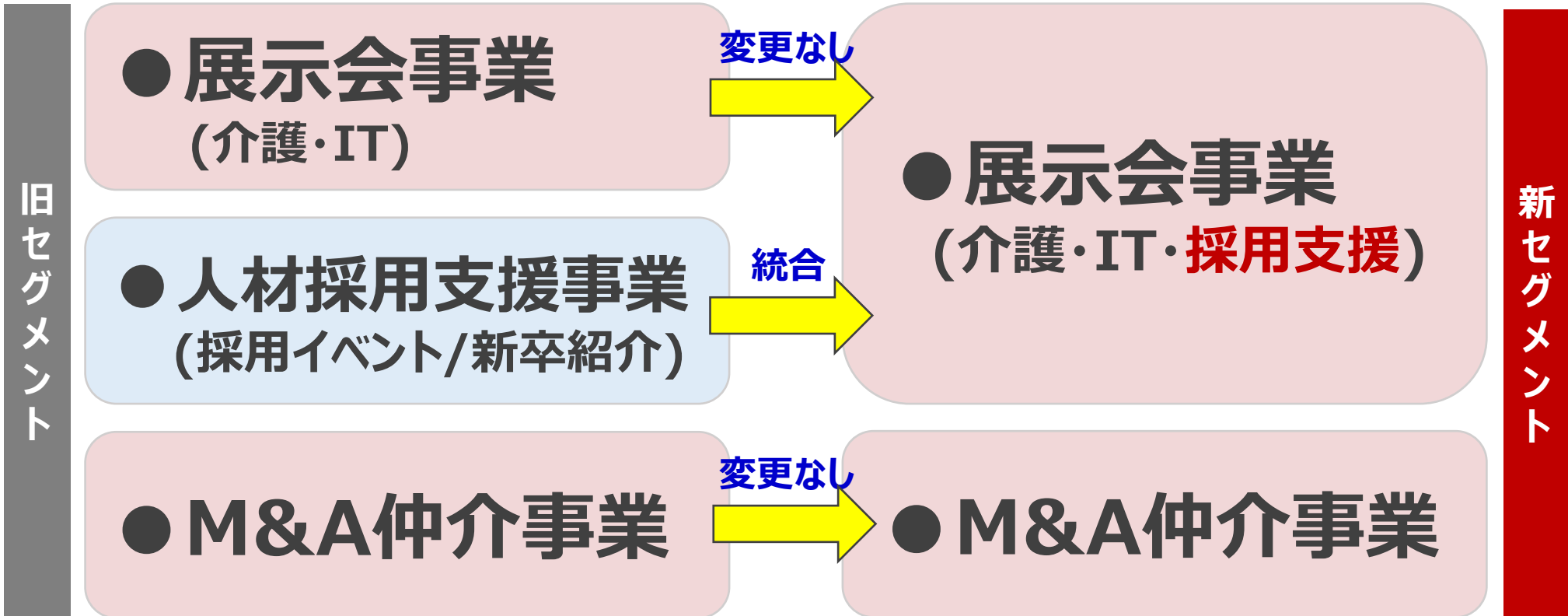
(単位：百万円)		2026/3期 実績	2027/3期 業績予想	2028/3期 計画	2029/3期 計画	最終年度の 26/3期比	
展示会 事業 ※1	売上高	3,210	3,754	4,385	5,089	1.58倍	
	内訳	介護分野	1,263	1,387	1,429	1,508	
		IT分野	1,718	2,079	2,510	2,962	
		採用支援分野	228	286	446	618	
	セグメント利益	1,198	1,248	1,629	2,073	1.73倍	
	セグメント利益率	37.3%	33.2%	37.2%	40.7%		
M&A 仲介事業	売上高	2,258	3,267	4,137	5,086	2.25倍	
	セグメント利益	999	1,655	2,106	2,599	2.60倍	
	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。

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**。





現状

- 介護市場は中長期で拡大傾向
- 地域密着型産業で、**地方展の開催ニーズは高いが、当社が開催する以外の地方展は数少ない**

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、28/3期より新潟展、愛媛展を新規開催**

現状

- IT・DX市場は、今後も拡大傾向
- 東京・大阪の大都市圏では、競合展が年々増加し、競争激化

基本方針

- **地方展を更に増やし、東京・大阪・福岡・名古屋展に加え、27/3期より札幌展開開始、28/3期も新規エリアで開始予定**
- **産業特化のIT・DX展を新規開催、27/3期より「製造業向け」「建設業向け」「店舗・商業施設向け」の新規展を順次開始**



現状

- 少子化により、新卒市場における**“売り手市場”**は **今後も継続**
- 「大手・中堅企業向け」かつ「企業PR型」の就活イベントは多いが「ベンチャー企業向け」かつ「選考直結型」は非常に少ない

基本方針

- 日本の次世代を牽引する**「ベンチャー・成長企業」**に特化した、「選考直結型(会場で面談実施)」の大規模就活イベント、**「Growth就活DXPO」**を、**27/3期より夏・秋に東京で開催**
- 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

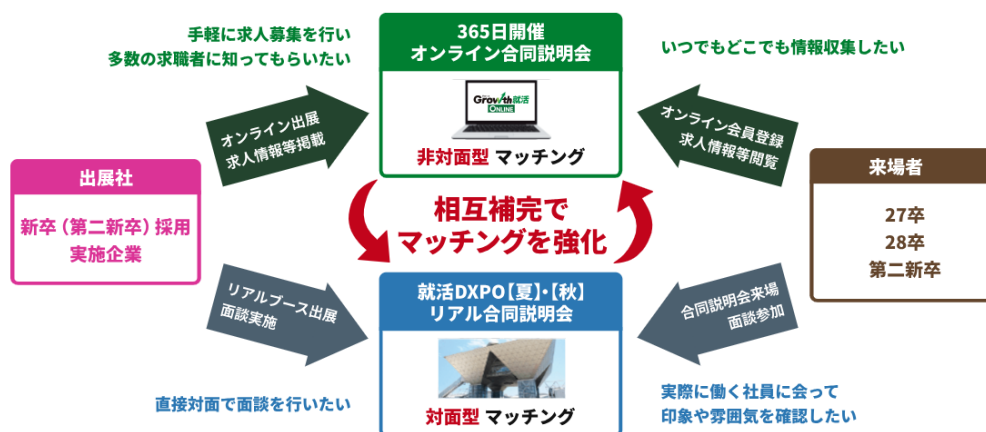


◆ 介護・ITに続く、第3の分野として、
グロース・優良ベンチャー企業の採用に特化した、「新卒向け」の大規模
ハイブリッド型 就活イベント「**Growth就活DXPO**」を27/3期より開催。



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。



◆ 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

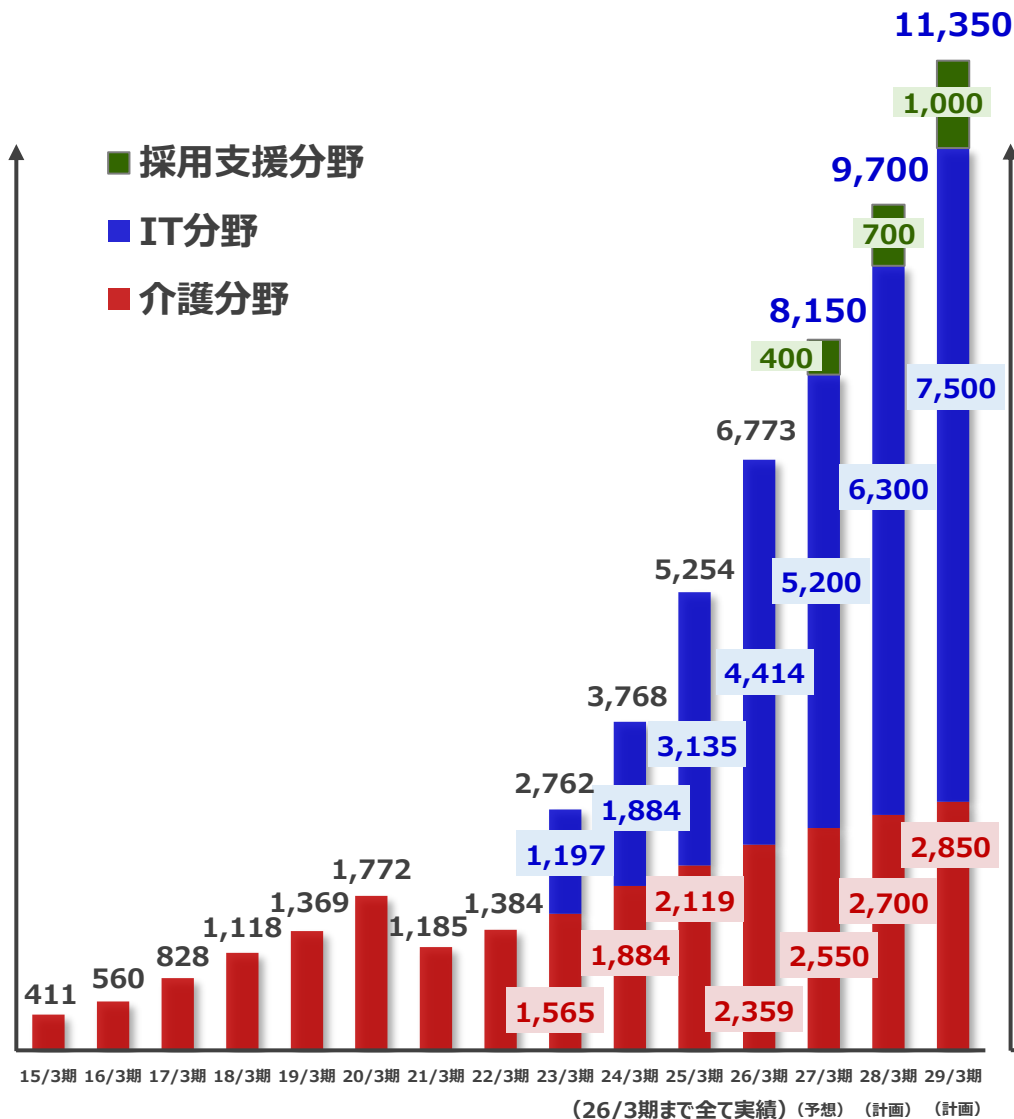
- **27/3期の売上高は、286百万円を見込む。**
- 採算が悪化していた従来の小規模採用イベント、及び新卒紹介は、「Growth就活DXPO」の**マッチング・サービスの一部として事業モデルを転換することで、収益力アップ**を見込む。

<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

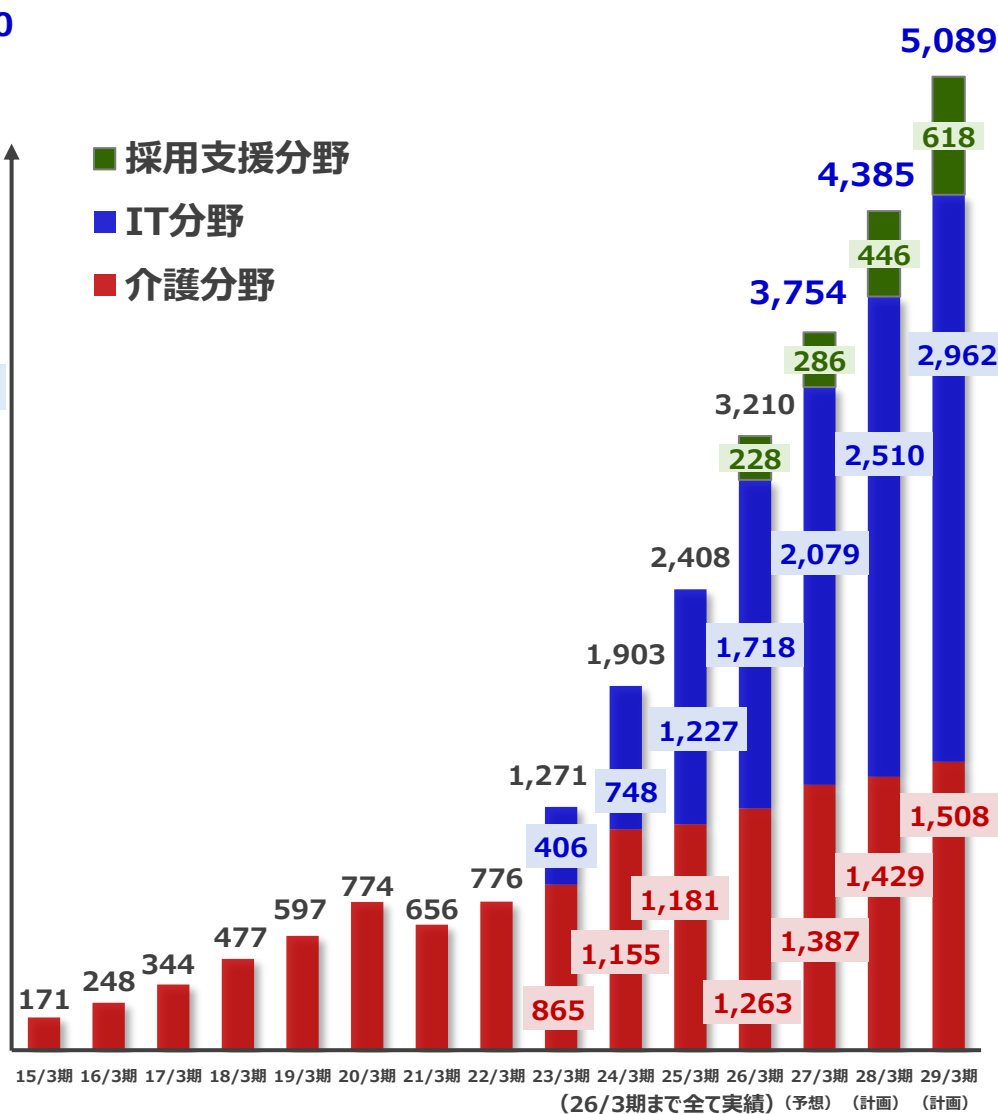
展示会事業の業績目標



出展小間数の推移 (小間)



売上高の推移 (百万円)





現状

- 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
- 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**
- 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

- 「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、27/3期以降も、**積極採用を継続**
- 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
- 建設・IT等の**新分野の開拓継続**



◆ 業績の見通し

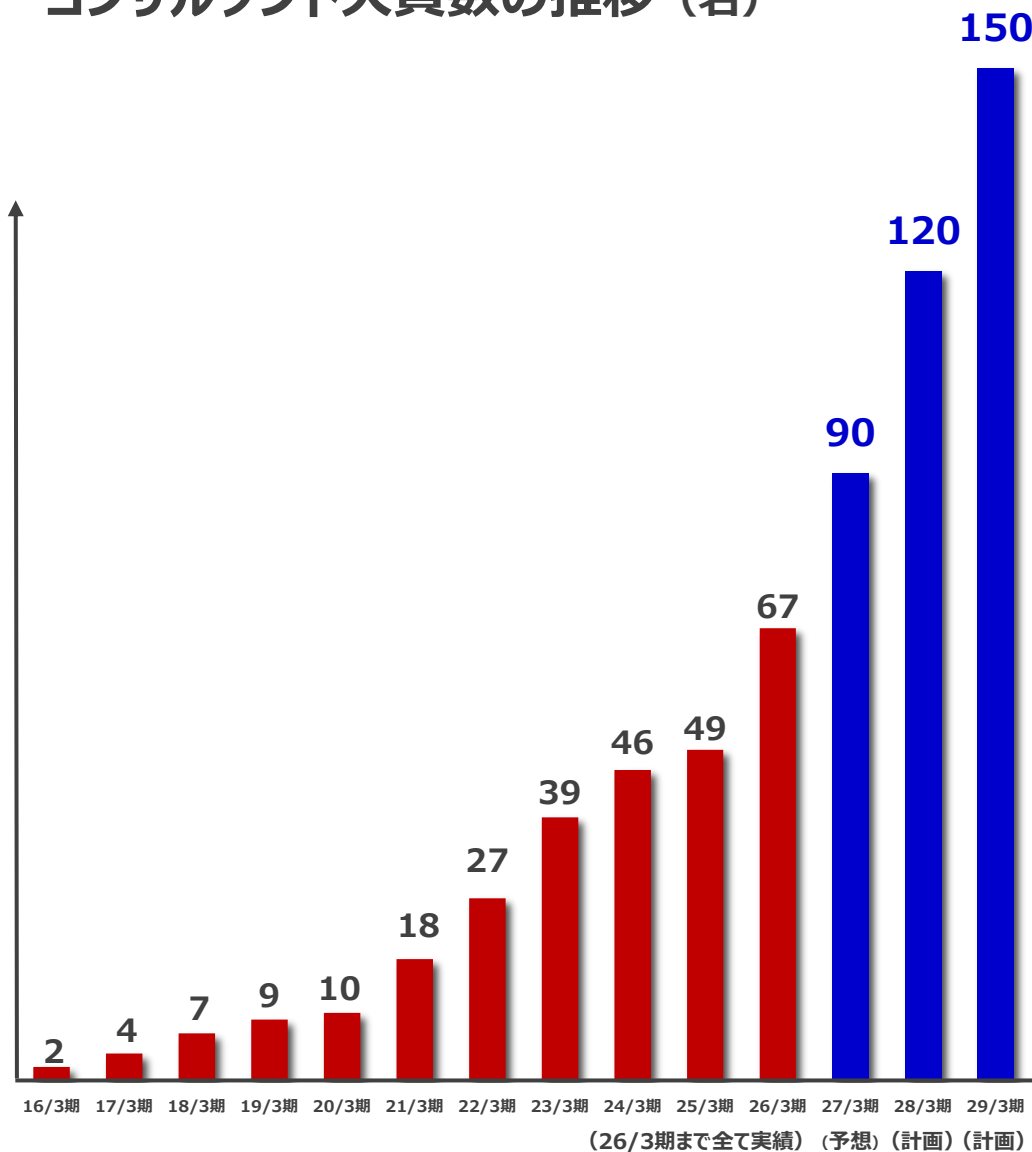
- 26/3期までに採用したコンサルタントが、新教育制度による研修期間を経て、本格的に業績に寄与し、**27/3期以降、大幅増収の見込み。**
- コンサルタント人員数を、29/3期までに26/3期の**2.2倍に増員。**

<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)	2,258	3,267	4,137	5,086
前年度比率	—	144%	126%	122%
コンサルタント数 (名)	67	90	120	150
増加率	—	134%	133%	125%

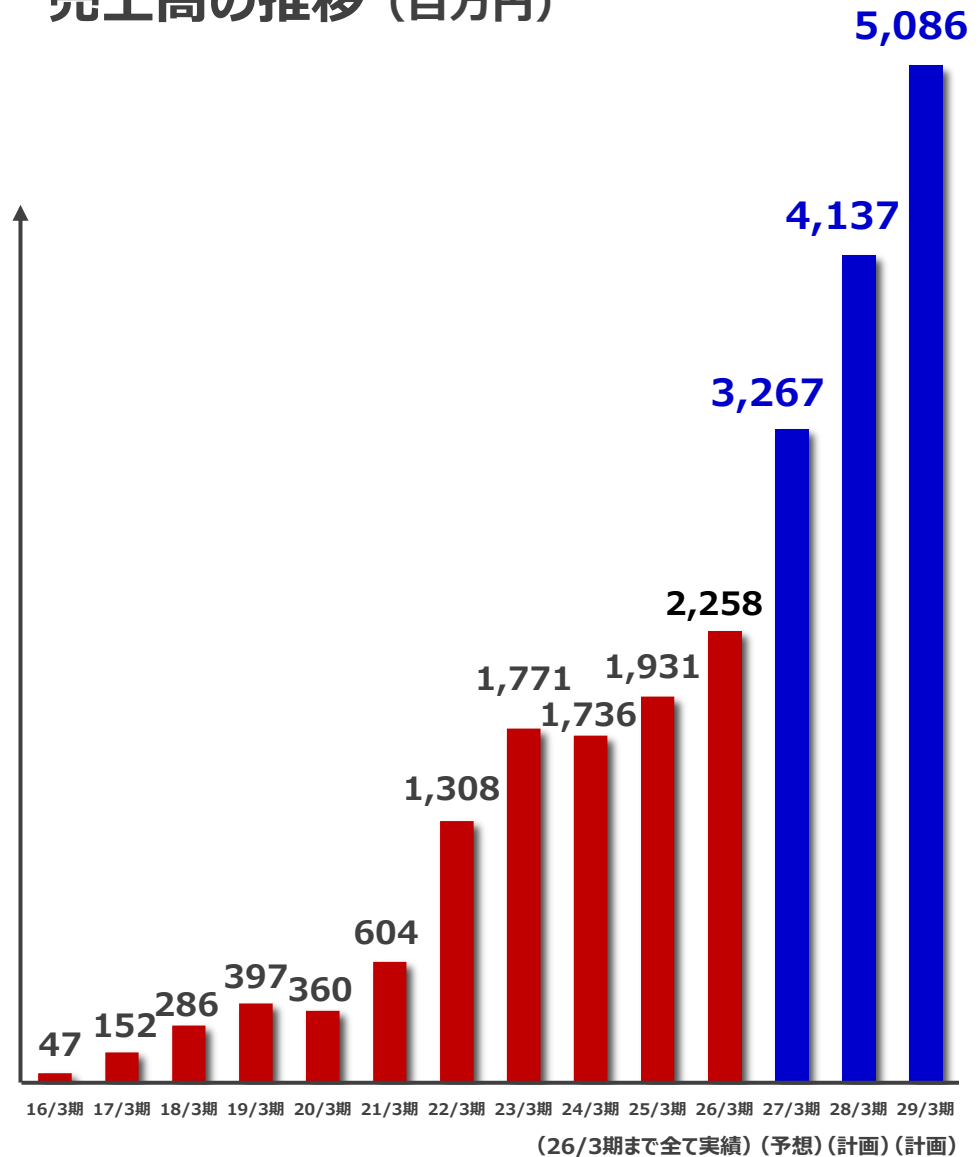
M&A仲介事業の業績目標



コンサルタント人員数の推移 (名)



売上高の推移 (百万円)



VI. リスク情報

有価証券報告書記載の「事業等のリスク」のうち、当社の成長実現や事業計画の遂行に影響を与える可能性があるとして認識しているリスクを記載しています。
その他のリスクについては、有価証券報告書記載の「事業等のリスク」をご覧ください。

当社が認識している主なリスク



1. 介護業界に関するリスク

リスク顕在化の可能性：小

リスク要因	当社は、介護分野における展示会の主催及び介護事業者を主な顧客としたM&A仲介サービスを提供しております。今後、法令改正や大幅な介護報酬改定が実施され、介護事業者が事業内容の変更を余儀なくされるなど、事業環境に大きな変化が生じた場合には、本リスクが顕在化する可能性があります。
顕在化した場合の影響	<ul style="list-style-type: none">・売上及び利益が大幅に低下する可能性があります。・中長期的な事業成長力が低下する可能性があります。
対応策	展示会事業においては、事業領域を介護分野に加え、IT分野や採用支援分野にも拡大しております。また、M&A仲介事業においても、建設分野やIT分野への横展開を進めることで、特定の業界環境の変化に左右されにくい顧客基盤の構築を図っています。

2. 人材の獲得、確保、育成に関するリスク

リスク顕在化の可能性：中

リスク要因	当社に限らず人材不足は多くの企業に共通する課題となっております。このような状況の中で、展示会事業及びM&A仲介事業において、必要な人材の獲得・育成・維持が十分に行えない場合には、本リスクが顕在化する可能性があります。
顕在化した場合の影響	<ul style="list-style-type: none">・売上及び利益が大幅に低下する可能性があります。・中長期的な事業成長力が低下する可能性があります。
対応策	新卒採用及び中途採用を積極的に実施するとともに、業界未経験の人材であっても一定期間で即戦力として活躍できる教育・研修プログラムの充実を図っています。また、透明性の高い人事考課制度を整備・運用することで、優秀な人材の定着と流出防止に努めています。

当社が認識している主なリスク



3. 情報セキュリティの管理に関するリスク

リスク顕在化の可能性：中

リスク要因	当社では、展示会事業においては出展企業及び来場者の情報、M&A仲介事業においては譲渡意向を有する企業及び買収意向を有する企業の情報、人材採用支援事業においては登録学生の情報、イベント参加情報並びに人材紹介企業の情報等をデータベースとして管理しております。これらの情報について、万が一、情報漏洩や消失等の事態が発生した場合には、本リスクが顕在化する可能性があります。
顕在化した場合の影響	<ul style="list-style-type: none">・売上及び利益が大幅に低下する可能性があります。（損害賠償の発生を含みます）・中長期的な事業成長力が低下する可能性があります。
対応策	情報の保管及び利用にあたっては、アクセス権限の制限を行うとともに、情報管理に関する社内規程を整備しています。また、情報の適切な取扱いを徹底するため、役職員に対する教育・研修を適宜実施し、情報セキュリティ体制の強化に努めています。

4. 新型コロナウイルス等の感染症に関するリスク

リスク顕在化の可能性：小

リスク要因	新型コロナウイルス感染症（COVID-19）のように、未知の感染症が世界的に流行した場合、展示会等の開催が困難となるほか、営業活動に大幅な制限が生じる可能性があります。このような状況が発生した場合には、本リスクが顕在化する可能性があります。
顕在化した場合の影響	<ul style="list-style-type: none">・売上及び利益が大幅に低下する可能性があります。
対応策	展示会等の開催が困難となった場合には、オンライン展示会の拡充を図るほか、Web会議システム等を活用した営業活動を実施するなど、事業活動への影響を最小限に抑えるための対応を行います。



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