

(証券コード：9272)
2019年5月13日

 **ブティックス株式会社**
Boutiques, Inc.

2019年3月期
通期 決算説明資料



01	2019年3月期 通期決算概要	P. 2
02	事業別の状況	P. 8
03	2020年3月期 見通し	P.14
04	成長戦略	P.25
	参考資料	P.31

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弊社の判断であり、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。

2019年3月期 通期決算概要



決算 概要

売上・利益ともに**過去最高**を更新するものの、**期首予算未達成**

売上高 : 1,435百万円 (前期比108% 予算比89%)
営業利益 : 123百万円 (前期比101% 予算比59%)

事業 ポイント

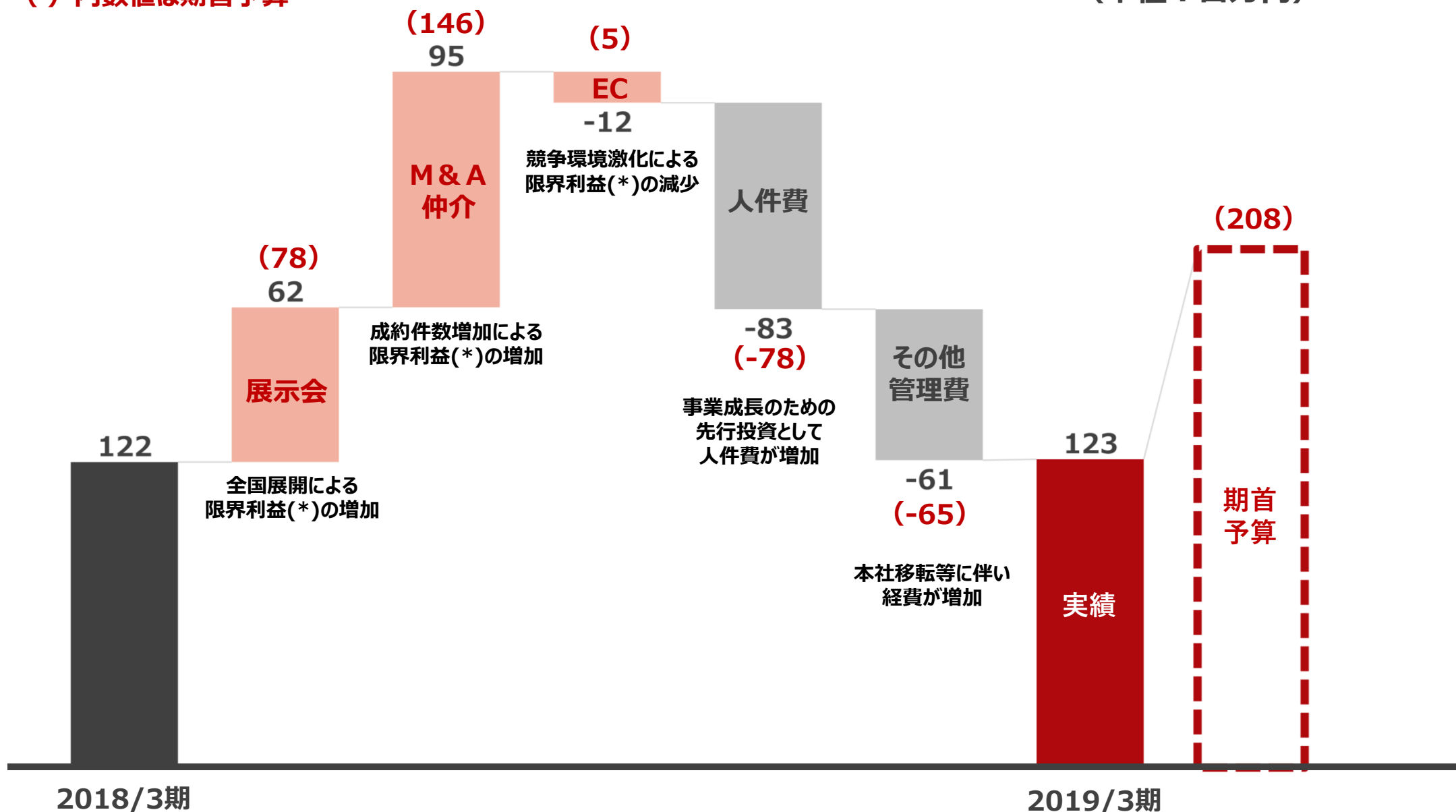
- 展示会事業は、**3つの都市で新規展**を開催（合計6都市）。東京を除く5都市で予算を上回る売上・利益を計上した一方、新規展立上げに想定以上の人員を要し、東京展が予算未達成。**売上前年比+25%**を計上するものの、**売上予算比△51百万円、利益予算比△16百万円**
- M & A 事業は、案件流入数は**前年比+43%増加**したものの、当初2019年3月期に成約を見込んでいた大型案件を含む複数の案件が翌期の成約にずれ、**売上前年比+38%**を計上するものの、**売上予算比△54百万円、利益予算比△51百万円**
- E C 事業は、当初想定を上回る競争激化と検索エンジンのアルゴリズム変更の影響により、**売上前年比△21%**、**売上予算比△63百万円、利益予算比△17百万円**

利益増減分析



() 内数値は期首予算

(単位：百万円)



*展示会事業、M&A仲介事業及びEC事業の限界利益（各セグメント別の売上から、人件費を除く直接コストを控除した利益）をベースに前事業年度増減額で記載



	2019年3月期	2018年3月期	前年度比
売上高	1,435百万円	1,333百万円	+7.7%
営業利益	123百万円	122百万円	+0.9%
営業利益率	8.6%	9.2%	△0.6%
経常利益	121百万円	105百万円	+15.9%
経常利益率	8.5%	7.9%	+0.6%
当期純利益	82百万円	73百万円	+12.0%
当期純利益率	5.7%	5.5%	+0.2%

2019年3月期 通期 セグメント業績ハイライト



		2019年 3月期	2018年 3月期	前年度比
B t o B 事業 ◆商談型展示会 ◆M & A 仲介 ◆WEB マッチング	売上高	993百万円	774百万円	+ 28.3%
	セグメント利益	384百万円	311百万円	+ 23.3%
	セグメント利益率	38.7%	40.3%	△1.6%
B t o C 事業 ◆eコマース	売上高	442百万円	558百万円	△ 20.9%
	セグメント利益	△40百万円	△21百万円	△19百万円 損失増加
	セグメント利益率	—	—	—

2019年3月期 通期 財政状態ハイライト



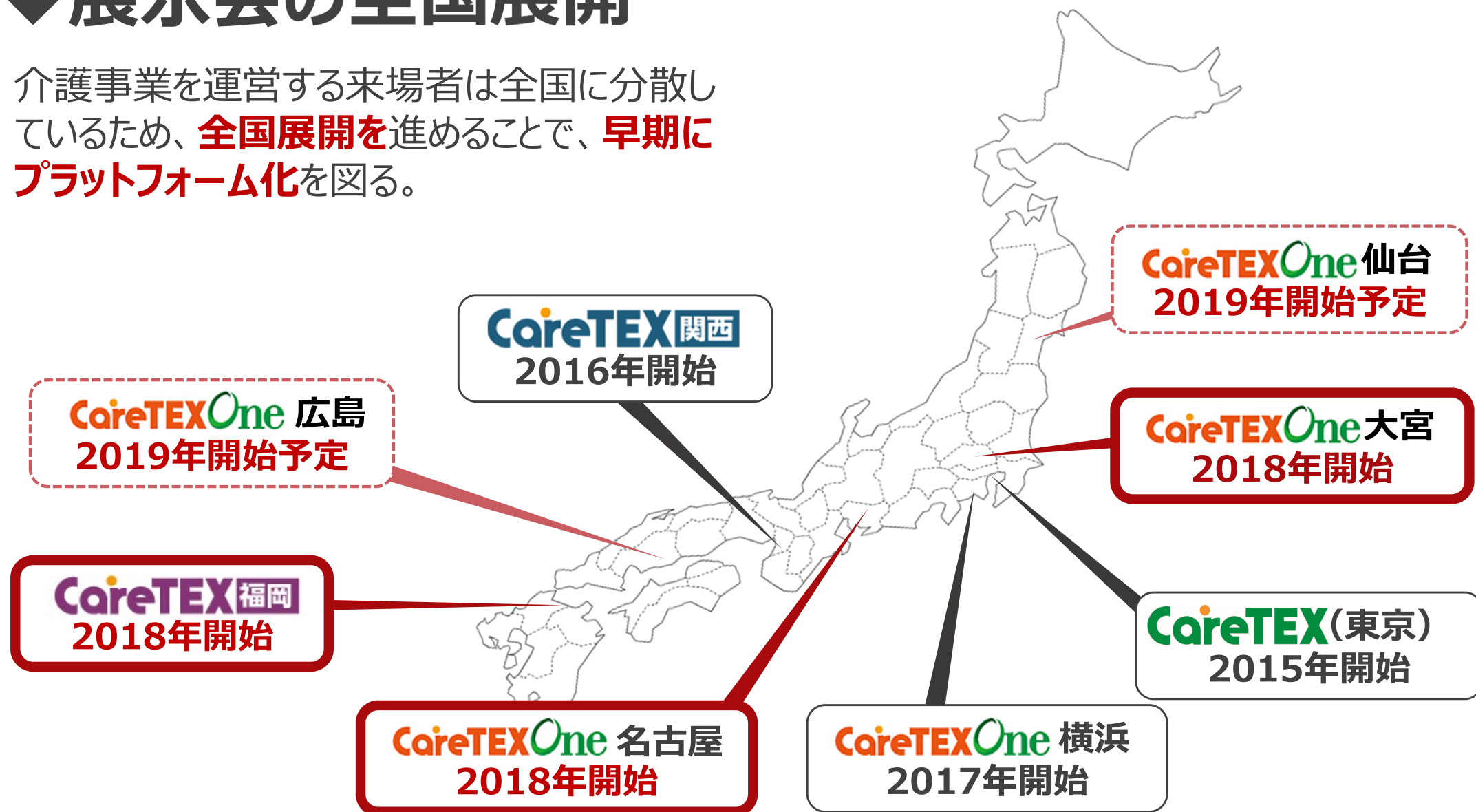
	2019年3月期	2018年3月期	前期末比
流動資産合計	975百万円	689百万円	+ 286百万円
現金及び預金	906百万円	599百万円	+ 307百万円
固定資産合計	154百万円	25百万円	+ 129百万円
流動負債合計	431百万円	391百万円	+ 40百万円
前受金	185百万円	96百万円	+ 89百万円
固定負債合計	31百万円	65百万円	△ 34百万円
純資産合計	667百万円	258百万円	+ 409百万円

事業別の状況



◆展示会の全国展開

介護事業を運営する来場者は全国に分散しているため、**全国展開を進めることで、早期にプラットフォーム化を図る。**

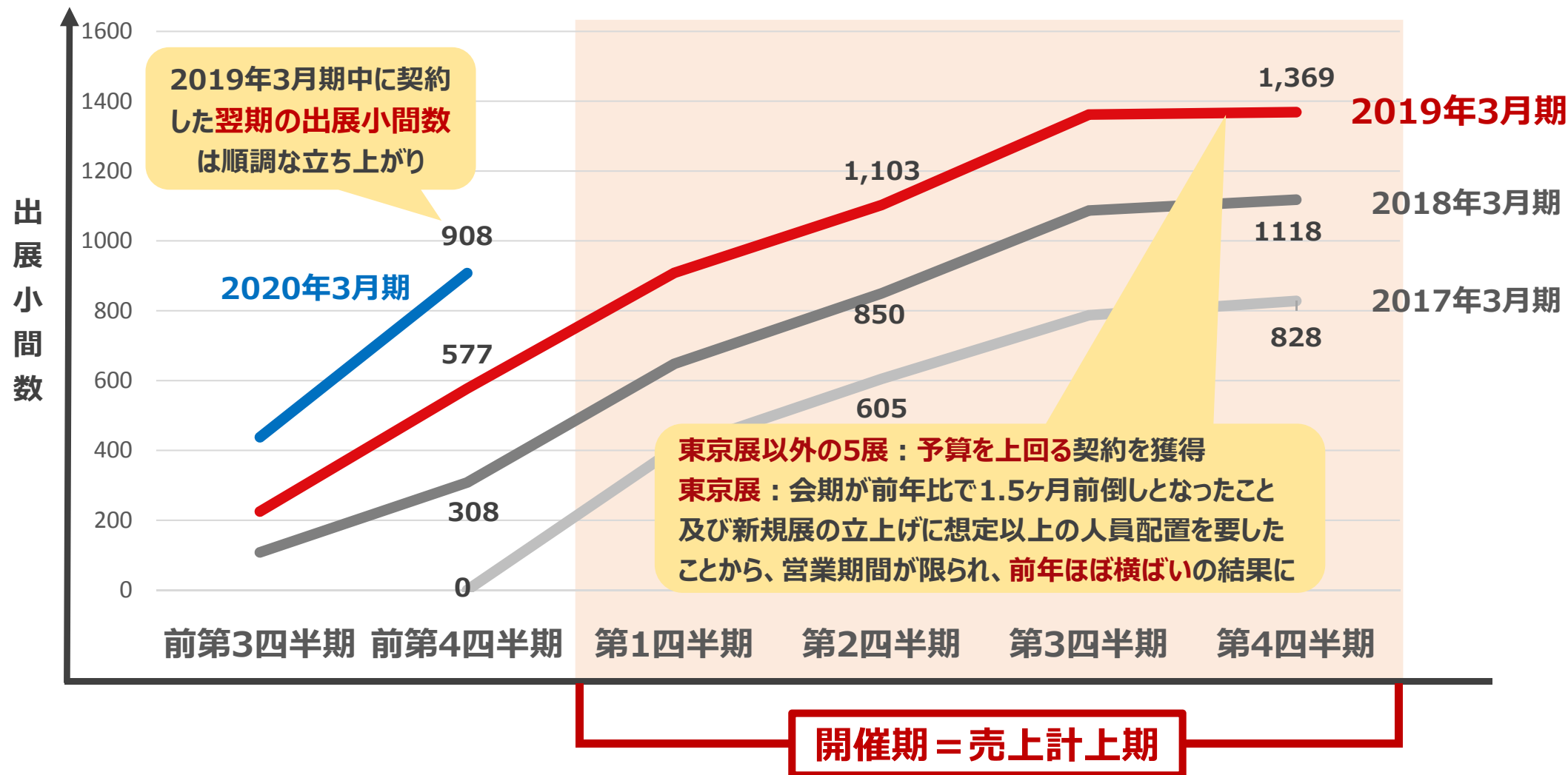


注) CareTEX名古屋は2018年は業種特化型展示商談会CareTEX Oneとしてスタートし、大きな反響があったため2019年より総合展示会に拡大



出展小間数の契約進捗状況（累計）

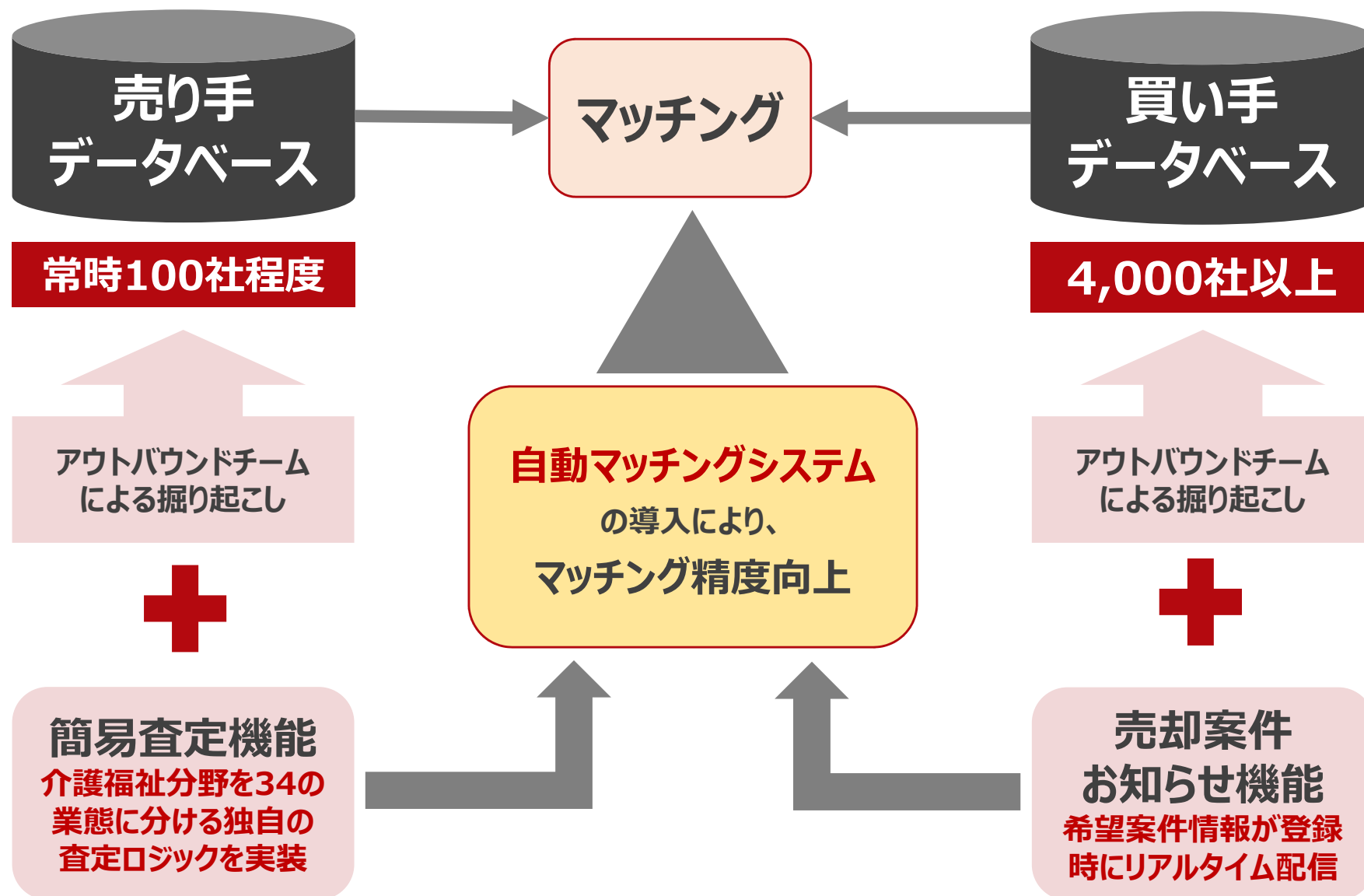
契約の早期化が進む



- 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。



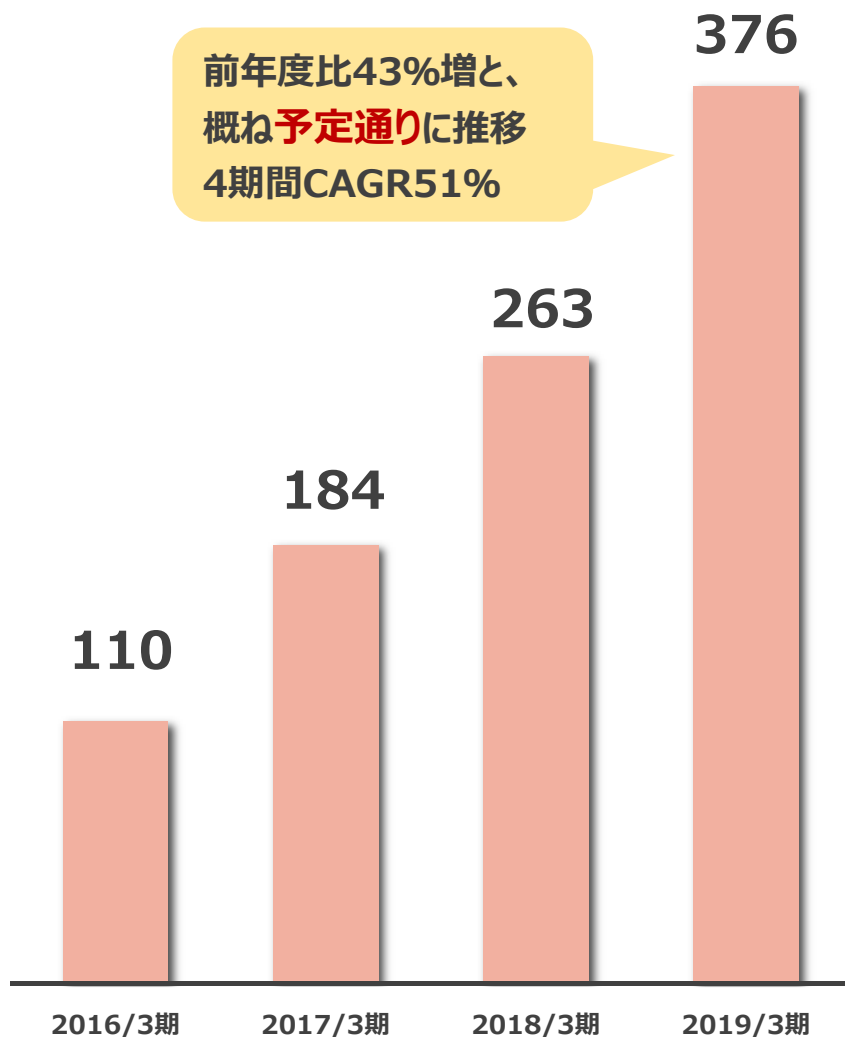
◆4,000社以上の買い手データを保有しており、マッチングが非常に早い



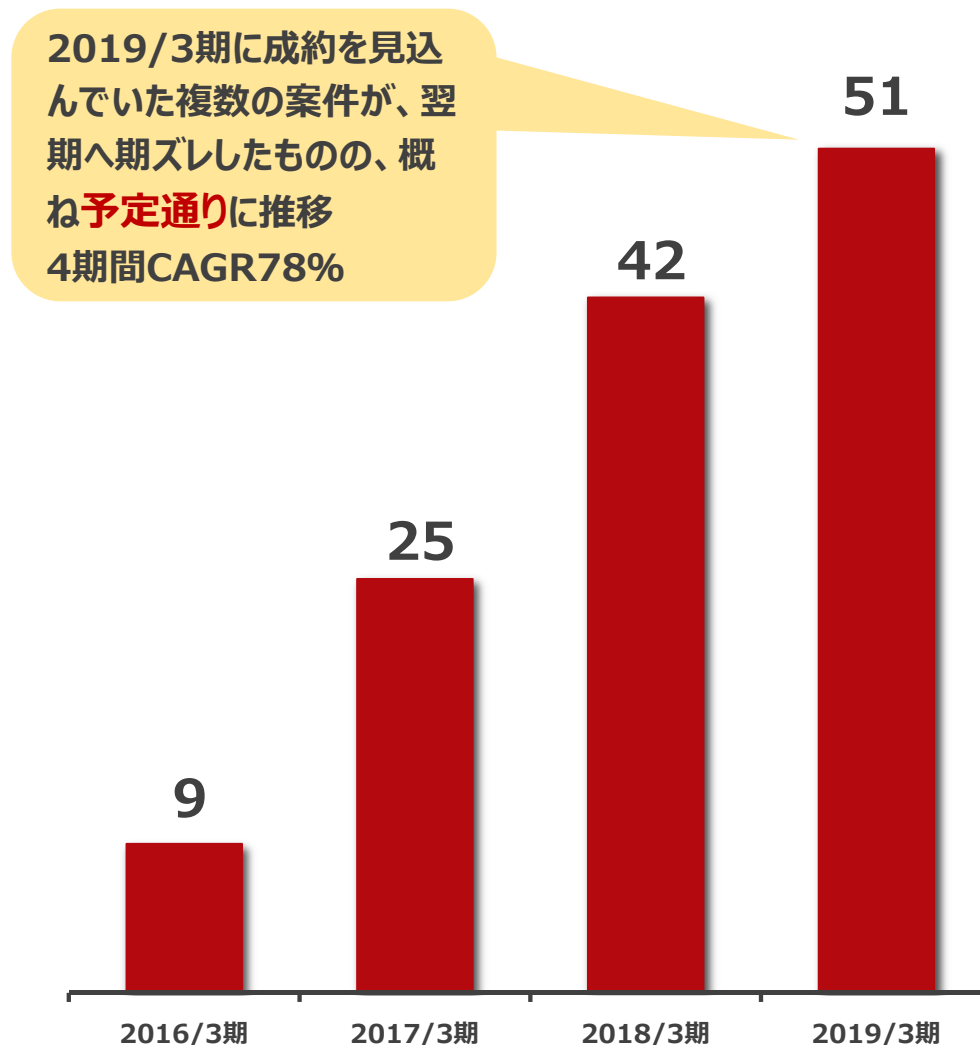


業界での知名度とアウトバウンドチームの掘り起こしで、案件流入は順調に推移

売却案件流入数の推移（件）



成約組数の推移（組）

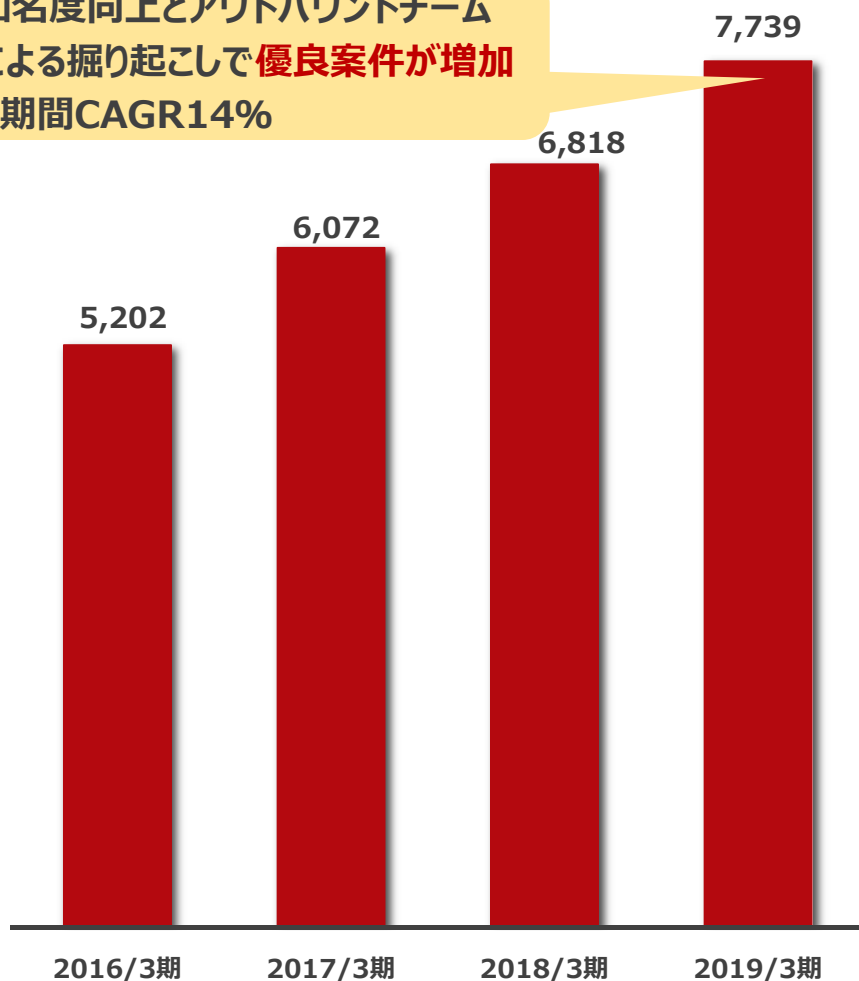




優良案件の獲得で平均手数料が増加。M&Aコンサルタントの増員を進める。

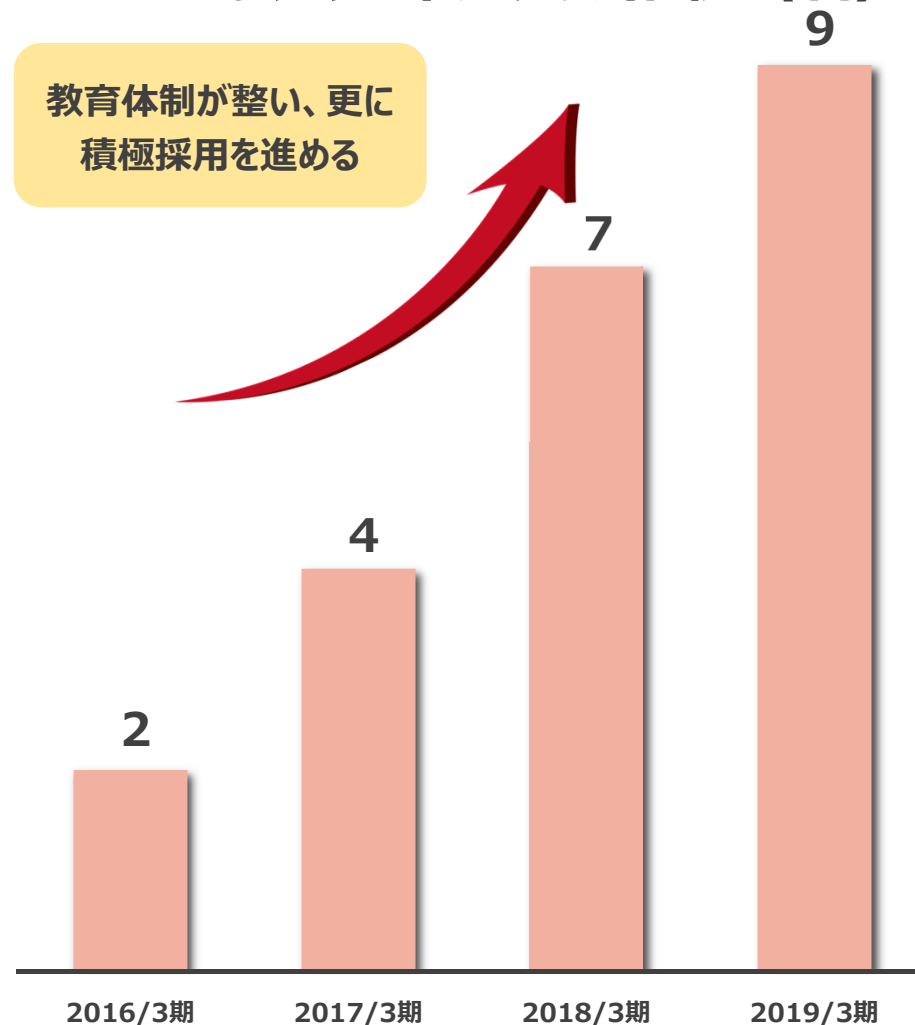
平均手数料(注1)の推移 (千円)

知名度向上とアウトバウンドチーム
による掘り起こしで**優良案件が増加**
4期間CAGR14%



M&Aコンサルタント人員の推移 (名)

教育体制が整い、更に
積極採用を進める



注) 1. 成約一組当たりの平均手数料

2020年3月期 見通し



「商談型展示会」「M & A 仲介」に加えて「新規事業（CareTEX365／海外事業）を育成

B t o B 事業

商談型展示会
M & A 仲介

新規事業

CareTEX365
海外事業

今期注力事業

B t o C 事業

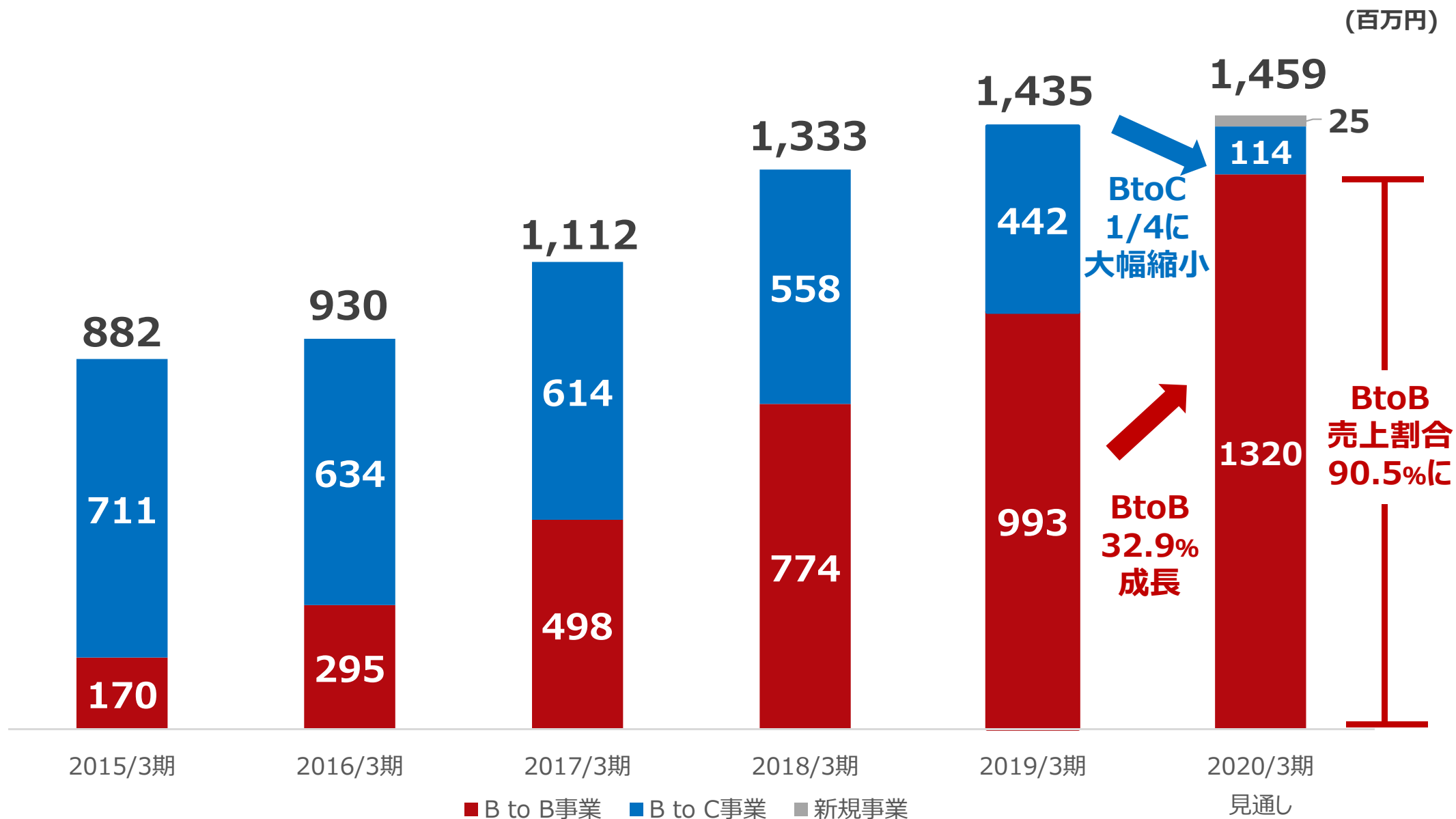
eコマース

大幅縮小
※利益率の高い商材に絞る

2020年3月期の見通し（セグメント別売上高推移）



2020年3月期は、一気にBtoB事業にシフトし、売上割合を9割超に拡大





売上は前年度比微増だが、事業をBtoBに大幅シフトすることで、収益性は大きく向上

	2020年3月期 見通し	2019年3月期 実績	前年度比
売上高	1,459 百万円	1,435 百万円	+1.7%
営業利益	254 百万円	123 百万円	+106.2%
営業利益率	17.4%	8.6%	+8.8%
経常利益	254 百万円	121 百万円	+108.7%
経常利益率	17.4%	8.5%	+8.9%
当期純利益	176 百万円	82 百万円	+114.3%
当期純利益率	12.1%	5.7%	+6.4%

2020年3月期 セグメント別見通し



		2020年3月期 見通し	2019年3月期 実績	前年度比
B t o B事業 ◆商談型展示会 ◆M & A 仲介	売上高	1,320百万円	993百万円	+32.9%
	セグメント利益	562百万円	384百万円	+46.3%
	セグメント利益率	42.6%	38.7%	+3.9%
新規事業 ◆CareTEX365 (配食マッチング) ◆海外事業	売上高	25百万円	—	—
	セグメント利益	△19百万円	—	—
	セグメント利益率	—	—	—
B t o C事業 ◆eコマース	売上高	114百万円	442百万円	△74.2%
	セグメント利益	△7百万円	△40百万円	△33百万円 損失減少
	セグメント利益率	—	—	—



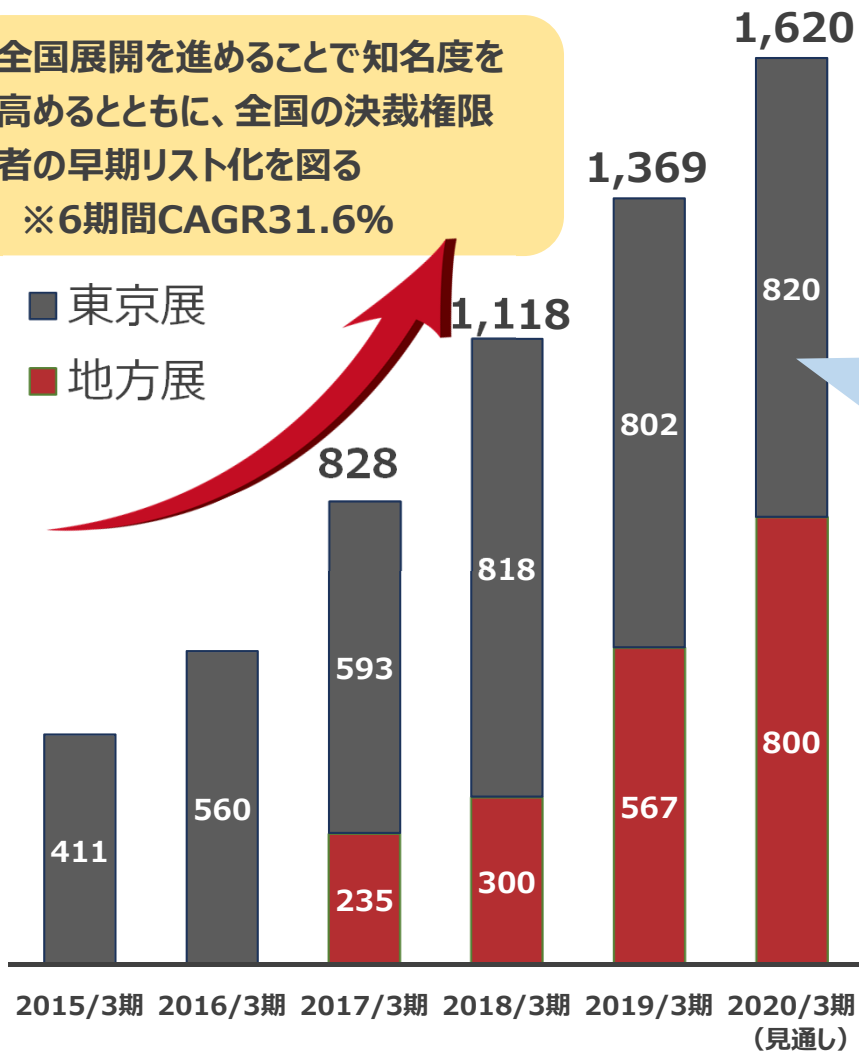
全国展開を一気に進めることで、プラットフォーム化を進める

出展小間数の推移 (小間)

全国展開を進めることで知名度を高めるとともに、全国の決裁権限者の早期リスト化を図る

※6期間CAGR31.6%

- 東京展
- 地方展

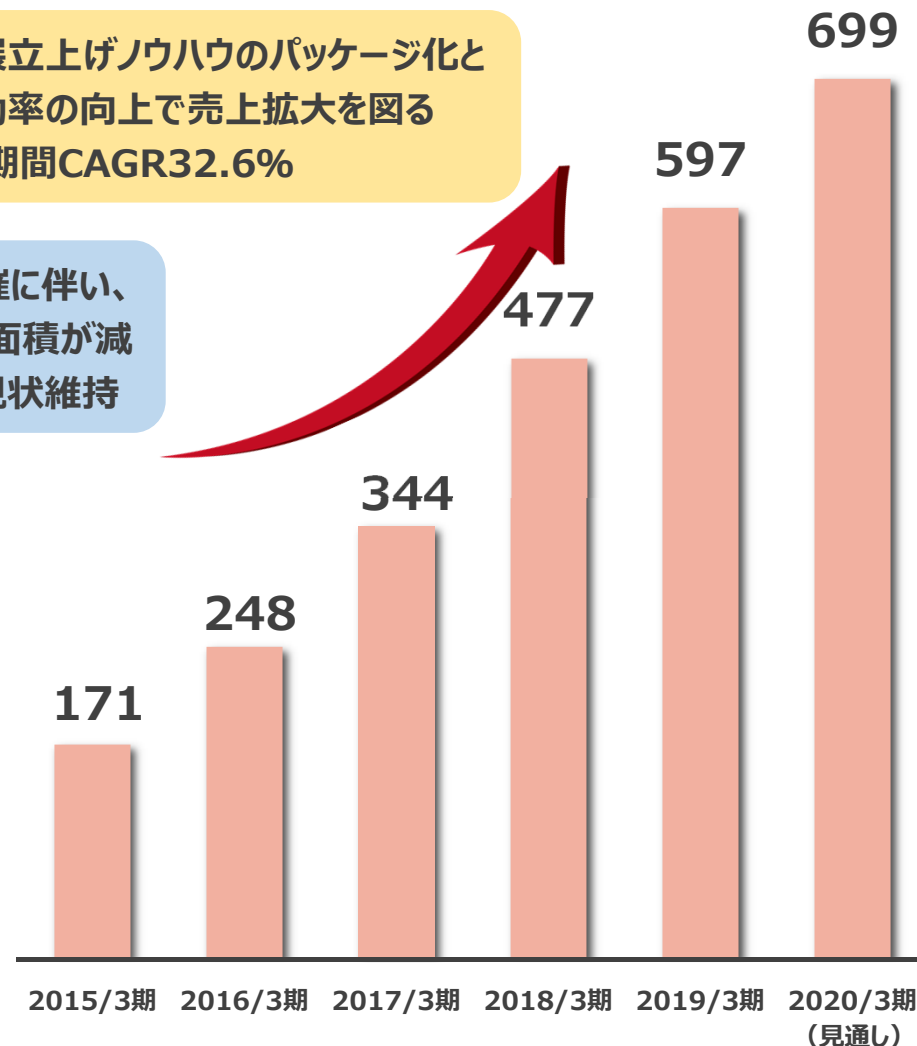


売上高の推移 (百万円)

新規展立上げノウハウのパッケージ化と営業効率の向上で売上拡大を図る

※6期間CAGR32.6%

オリンピック開催に伴い、今期のみ会場面積が減少するため、現状維持





新規展立上げのパッケージ化

2019年3月期の同時3展立上げノウハウをパッケージ化し、今後の全国展開を効率的に進める。

積極採用と早期戦力化プログラム

営業マンの積極採用と、早期に戦力化するための育成プログラムを策定し、売上拡大を図る。

営業活動の効率化

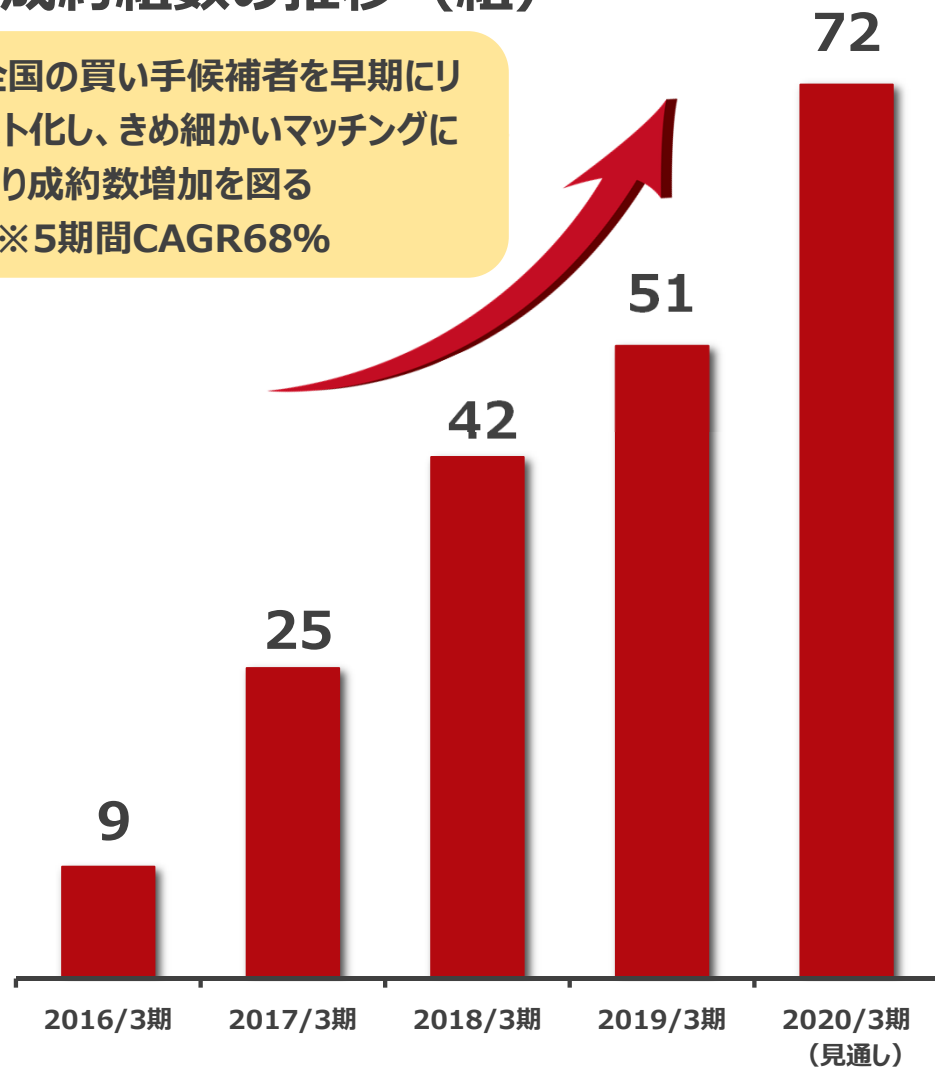
1回の訪問で、8つの展示会（2020年3月期）を同時に営業。



展示会で得られる知名度と決裁権限者のリストを活用し、成約組数を積極拡大

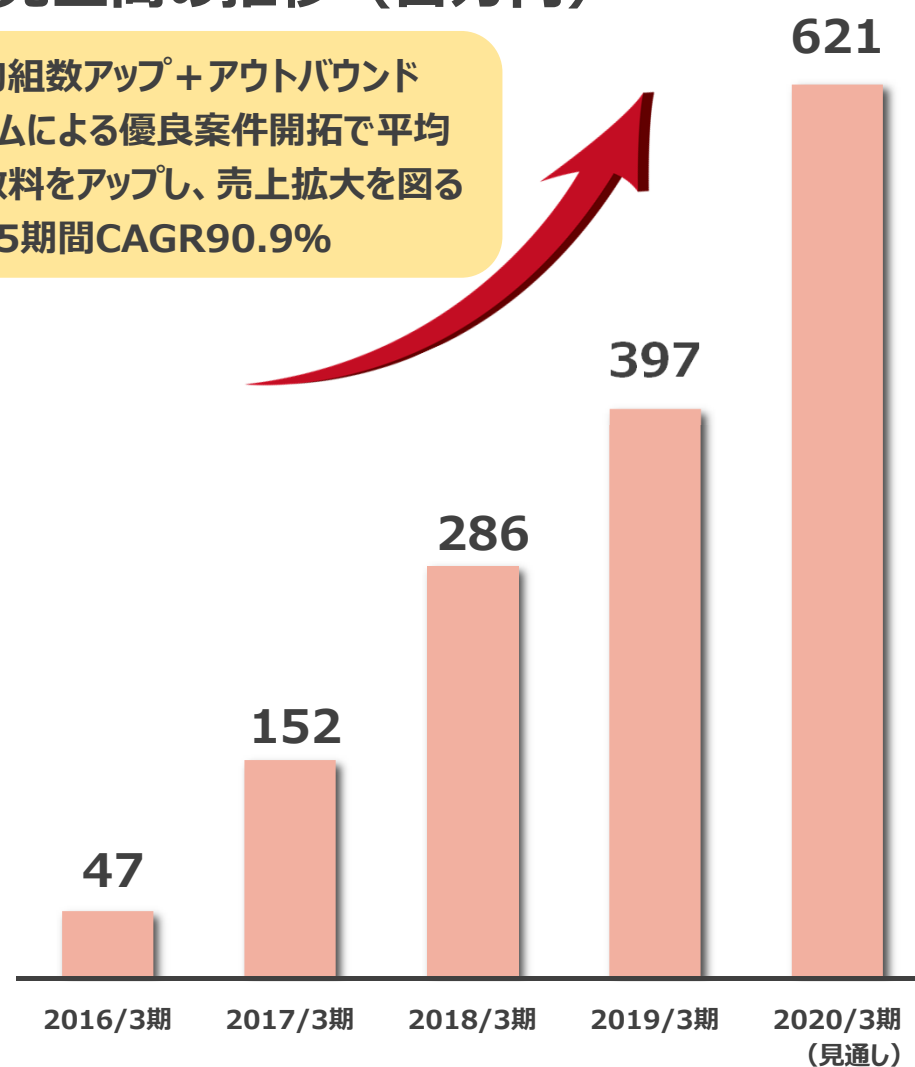
成約組数の推移（組）

全国の買い手候補者を早期にリスト化し、きめ細かいマッチングにより成約数増加を図る
※5期間CAGR68%



売上高の推移（百万円）

成約組数アップ+アウトバウンドチームによる優良案件開拓で平均手数料をアップし、売上拡大を図る
※5期間CAGR90.9%





積極採用と早期戦力化プログラム

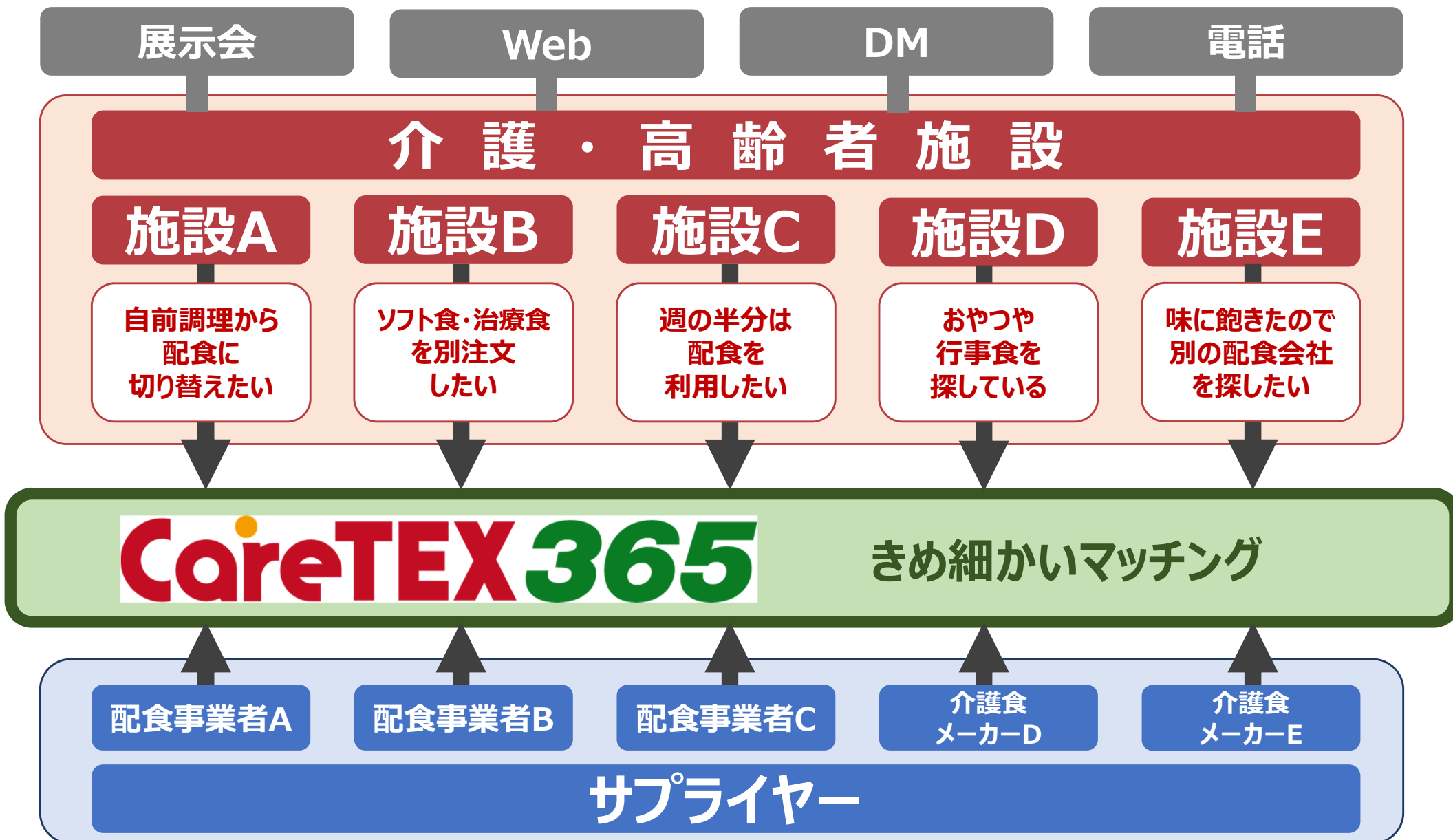
一人当たりの成約組数が多いため、豊富な実務経験を早期に積むことが可能。更に、2019年3月期より開始した教育プログラムにより、早期戦力化が可能になり、M&Aコンサルタントの積極採用で、大きく拡大する市場のニーズに応える。

案件成約数の増加で、月別・年度別の業績を平準化

案件成約組数の増加により、数件の期ズレ等の影響で業績がぶれない強固な体質への転換を図る。



CareTEX365の展開イメージ





海外事業の展開イメージ

日本

中国

サプライヤー

メーカーA

メーカーB

メーカーC

メーカーD

メーカーE

メーカーF

など

販売代理
貿易代行

商品企画
進出支援

ブティックス
株式会社

合併・出資に
よる強力な
コネクション

市場情報収集
商品売買
企業紹介
など
相互に行う

現地生産

進出支援

(合併会社)
杭州方布
健康科技
有限公司

販売・出店

商品ニーズ

消費者・バイヤー

eコマース

・一般消費者
・介護事業者

ショッピング
モール

・万達広場など

ドラッグストア

・叶堂仁など

介護医療施設

・一方集団など

など

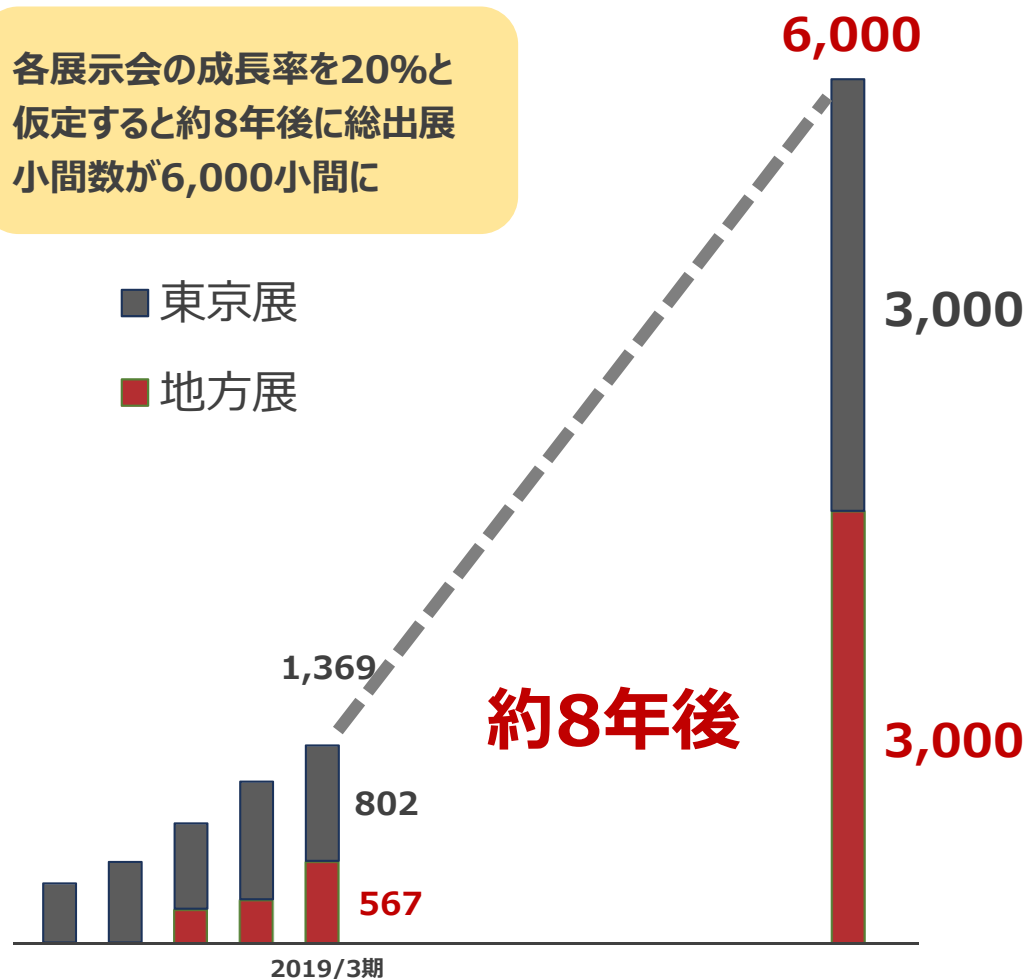
成長戦略



介護業界における当社の展示会事業の拡大余地は、約25億円（前期売上の約4倍）

出展小間数の推移（小間）

各展示会の成長率を20%と仮定すると約8年後に総出展小間数が6,000小間に



介護業界における展示会事業の拡大余地

東京展：3,000小間

既存展拡大 802小間 → 1,500小間
別の時期に開催 1,500小間

地方展：3,000小間

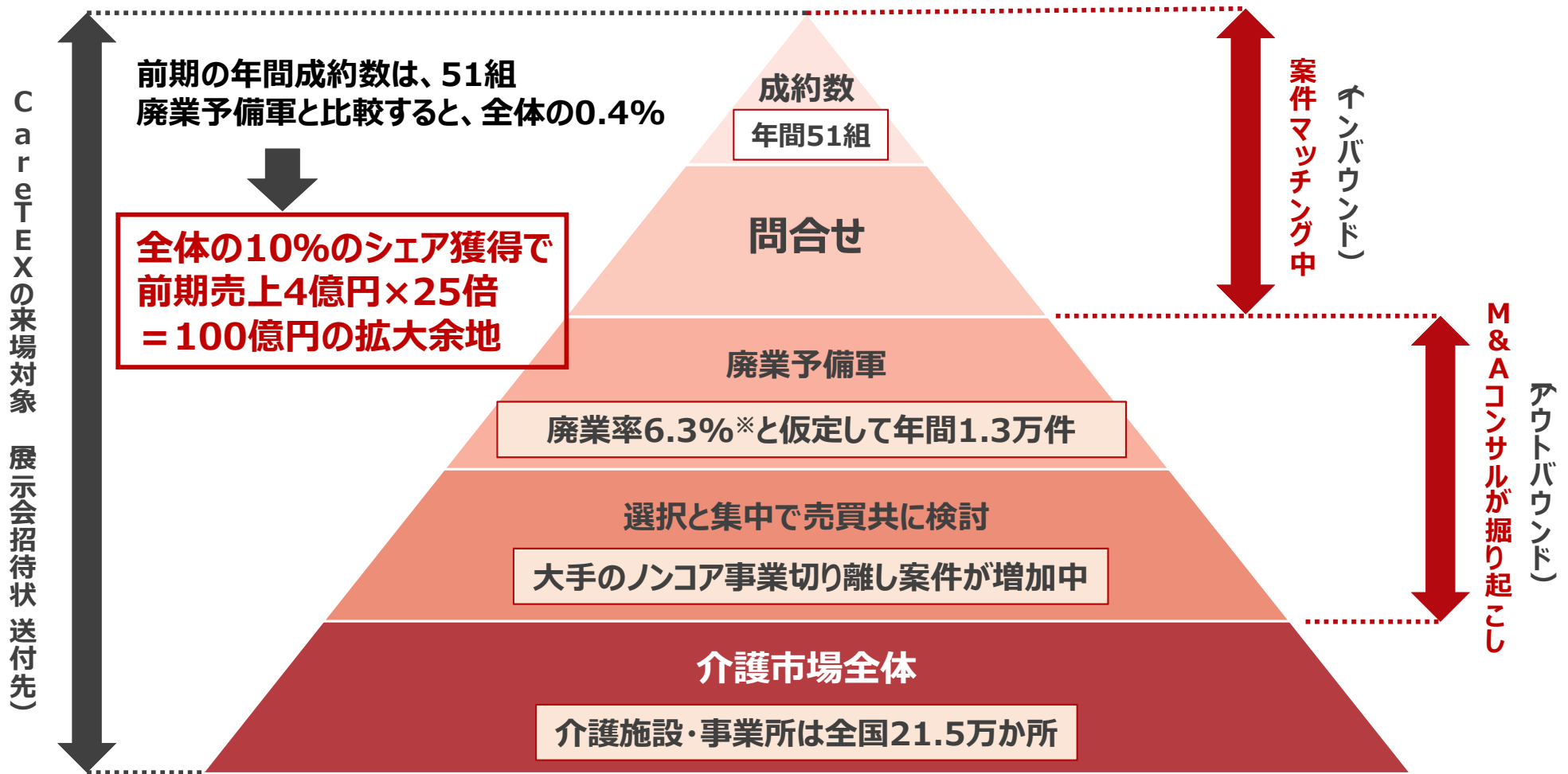
既存展+開催地拡大 567小間 → 1,500小間
別の時期に開催 1,500小間

合計：6,000小間 ⇒ 売上：約25億円

展示会の立上げノウハウを活かし、
早期に、他の業界でも展示会を立上げ



介護業界における当社のM&A仲介事業の拡大余地は、約100億円（前期売上の約25倍）



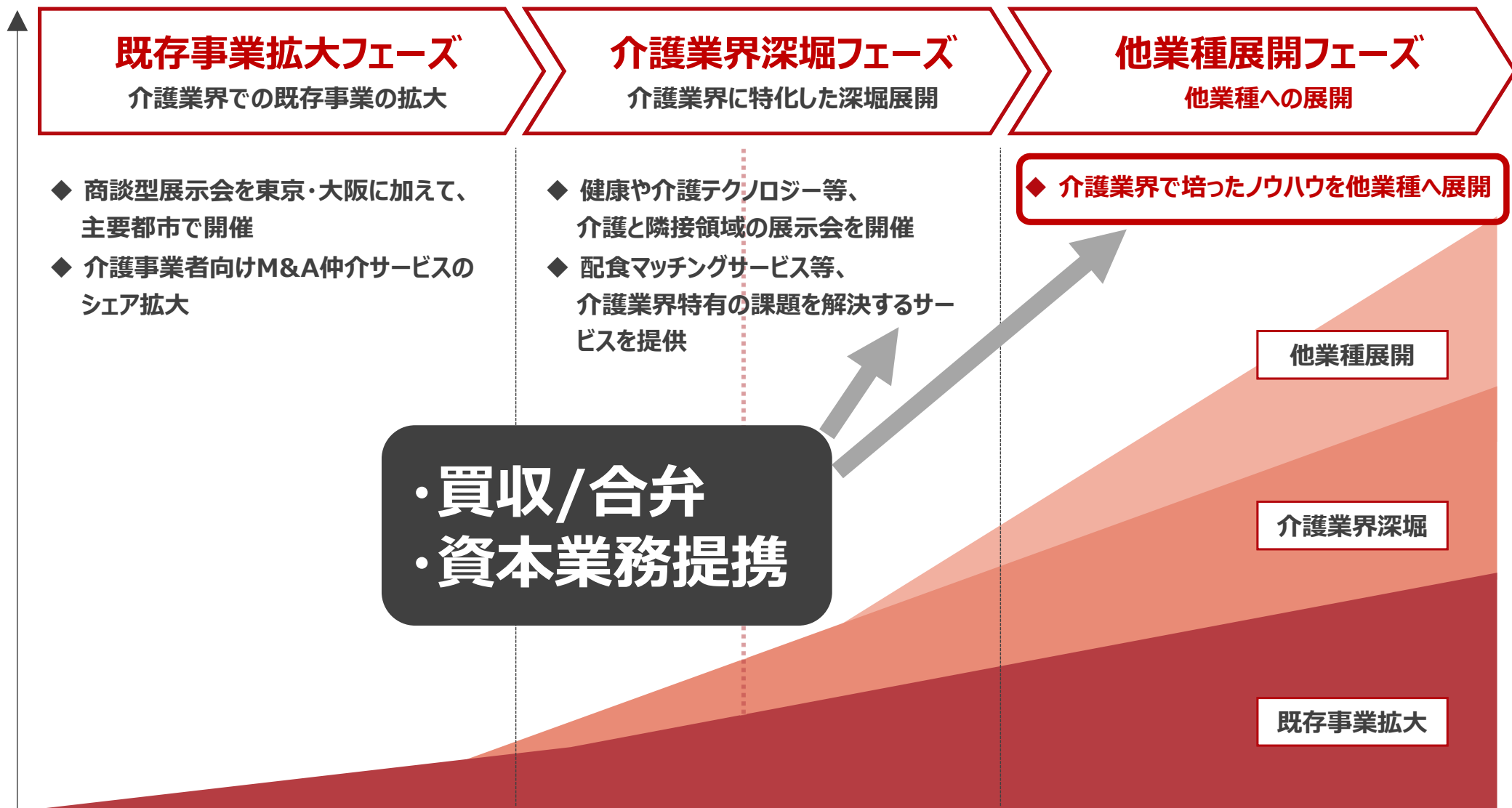
※：出所 東京都福祉保健局「平成28年度 事業所指定件数及び事業別・法人別事業所数」「事業所指定件数及び事業別・法人別事業所数（平成29年度）」より、2016年4月1日時点の居宅介護支援、居宅サービス事業者数12,315件、2016年度の年間廃止等数780件より算出

中長期成長イメージ



- 既存事業の大きな伸びしろを確実に取り込む
- 並行して、早期に他業種への横展開を図る

事業規模 ◆ : 現在進行中 ◆ : 今後展開予定

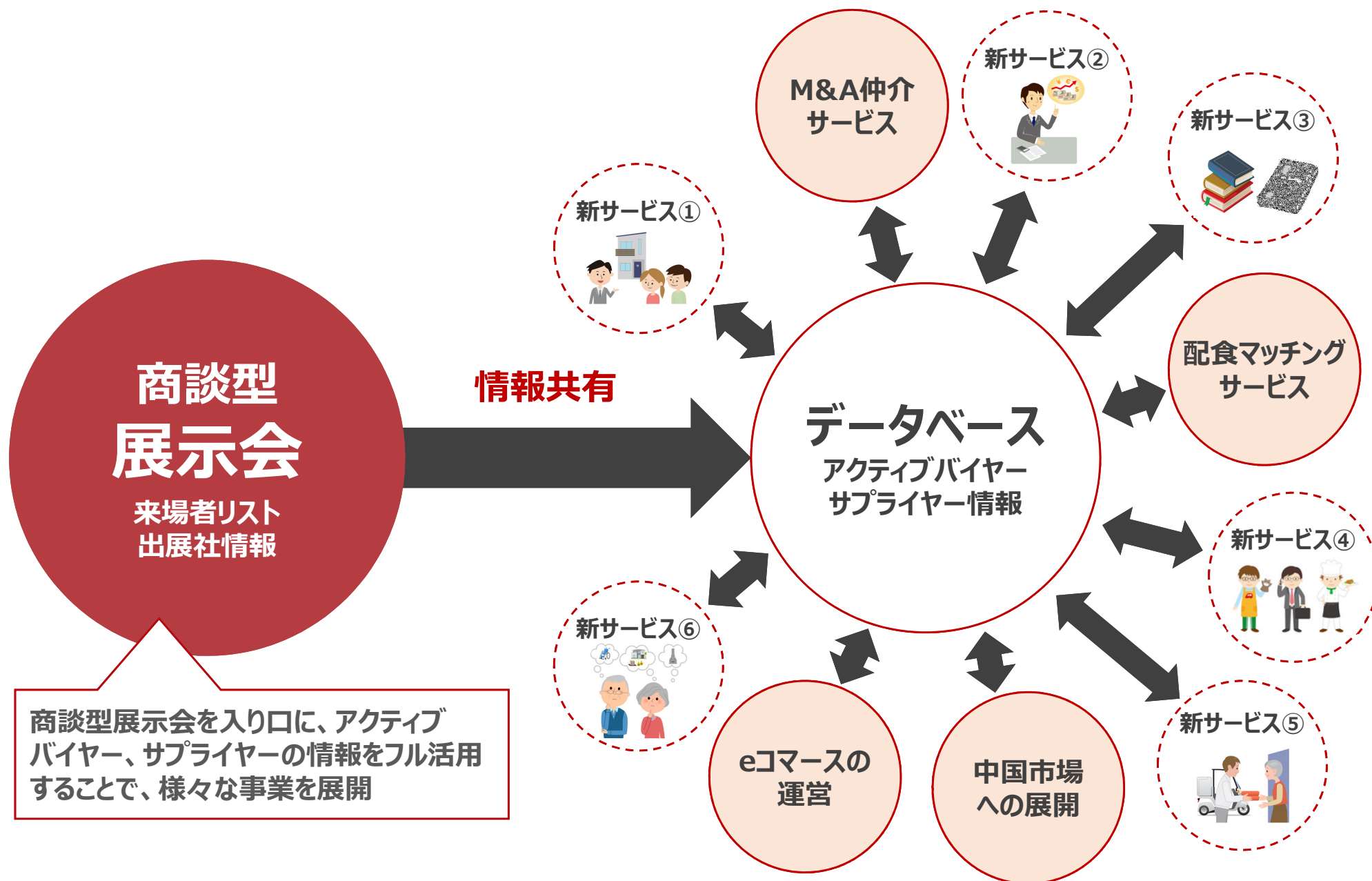


・買収/合併
・資本業務提携

現在



■ 課題解決のための新サービスを、自社サービスとして事業化・提供していくことで、事業の拡大を図る

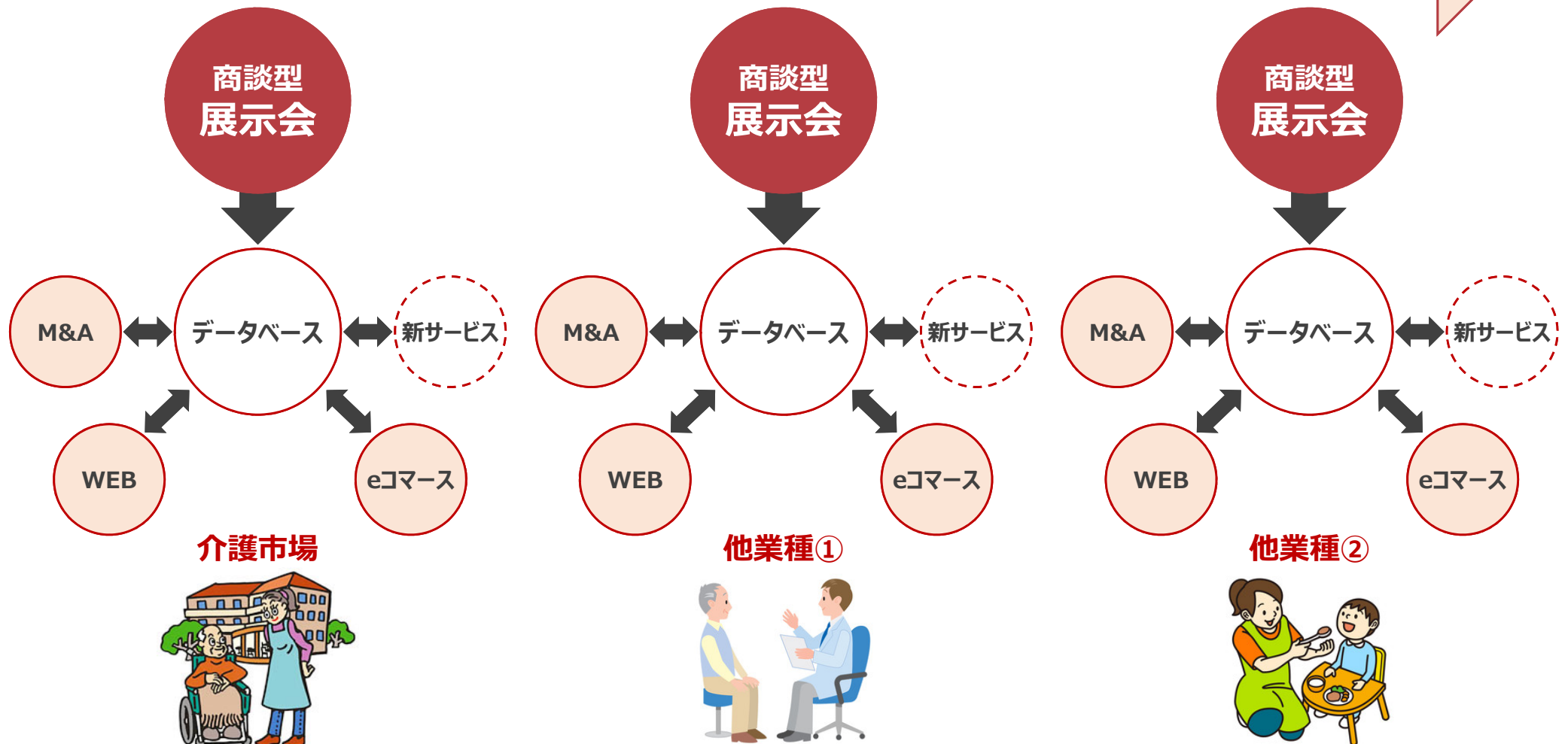


他業種への展開



- 低寡占市場においては、介護業界と同様に、様々なマッチング・ニーズが強い
- 商談型展示会を入口として、マッチング・プラットフォームを横展開

商談型展示会を入口に、業種を横展開



參考資料



◆ 会社概要

会社名	ブティックス株式会社		
本社所在地	東京都港区三田1-4-28 三田国際ビル11階		
設立年月	2006年11月		
資本金	257百万円 ※2019年3月31日時点		
役員	代表取締役社長	新村	祐三
	常務取締役	速水	健史
	取締役	土居	史和
	取締役	吉崎	浩一郎
	取締役	守屋	実
	常勤監査役	城戸	沙絵子
	監査役	石割	由紀人
	監査役	寺西	章悟
事業内容	介護業界に特化したマッチング・プラットフォーム事業 1. 商談型展示会の主催・運営 2. M&A仲介サービス 3. 配食マッチングサービス 4. eコマースサイトの運営		
従業員数	58人（アルバイト・派遣含む） ※2019年3月31日時点		

◆ 沿革

2006年11月	当社設立。
2007年6月	介護用品のeコマース事業を開始。 以降、各種eコマースサイトを開設。
2015年3月	商談型展示会事業を開始。 東京で「CareTEX」(介護用品・介護施設産業展)の定期開催を開始。
2015年4月	M&A仲介事業を開始。 介護事業者のM&Aに特化した「介護M&A支援センター」開設。
2016年12月	大阪で「CareTEX関西」の定期開催を開始。
2017年5月	医療施設のM&Aに特化した「医療M&A支援センター」開設。
2017年10月	初の業種特化型展示商談会「CareTEX One」を横浜で開始。 以降、名古屋(※1)、大宮、仙台(※2)、広島(※2)で開催。 <small>(※1)名古屋は2019年より総合展CareTEXに変更 (※2)仙台、広島は2019年初開催予定</small>
2018年3月	東京ケアウィーク（「CareTEX」「健康長寿産業展」「次世代介護テクノロジー展」「超高齢社会のまちづくり展」の4展示会で構成）の定期開催を開始。
2018年4月	東京証券取引所マザーズ市場に上場
2018年7月	福岡で「CareTEX福岡」の定期開催を開始。
2018年11月	中国杭州市に合弁会社「杭州方布健康科技有限公司」を設立



代表取締役社長 新村 祐三

1990年 リードエグジビションジャパン入社。エレクトロニクス、半導体、液晶、I T、眼鏡、出版、宝飾、文具等の各分野で展示会の総責任者を歴任し、2004年同社取締役就任。
2006年 当社を設立し、代表取締役社長に就任。
早稲田大学卒。



常務取締役管理本部長 速水 健史

2001年 日本興業銀行入行。その後、投資会社、事業会社にてM&A業務、経営管理業務に従事。
2007年 アイピーエスフーズ代表取締役就任。
2011年 当社入社。2015年当社常務取締役就任。
京都大学卒。公認会計士試験合格。



取締役営業本部長 土居 史和

1986年 リクルート入社。
1993年 リードエグジビションジャパン入社。2004年同社取締役、2007年同社常務取締役就任。
2018年 当社取締役就任。
広島大学卒。



社外取締役 吉崎 浩一郎

1990年 三菱信託銀行入行。その後、シュローダーベンチャーズ、MKSパートナーズ、カーライル等を経て、2009年 グロス・イニシアティブ設立。2015年クールジャパン機構CIO就任。2016年当社社外取締役就任。
青山学院大学卒。



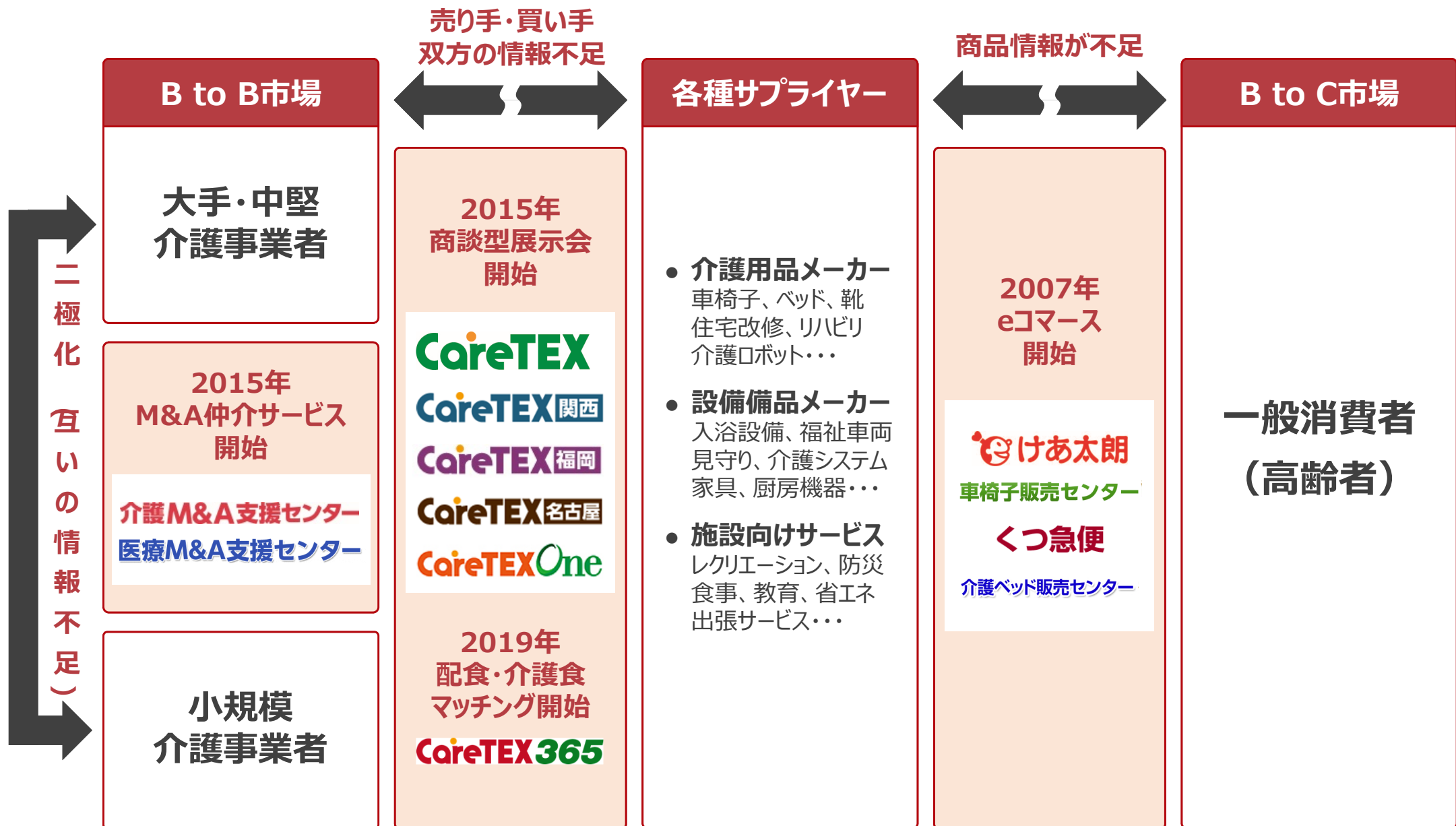
社外取締役 守屋 実

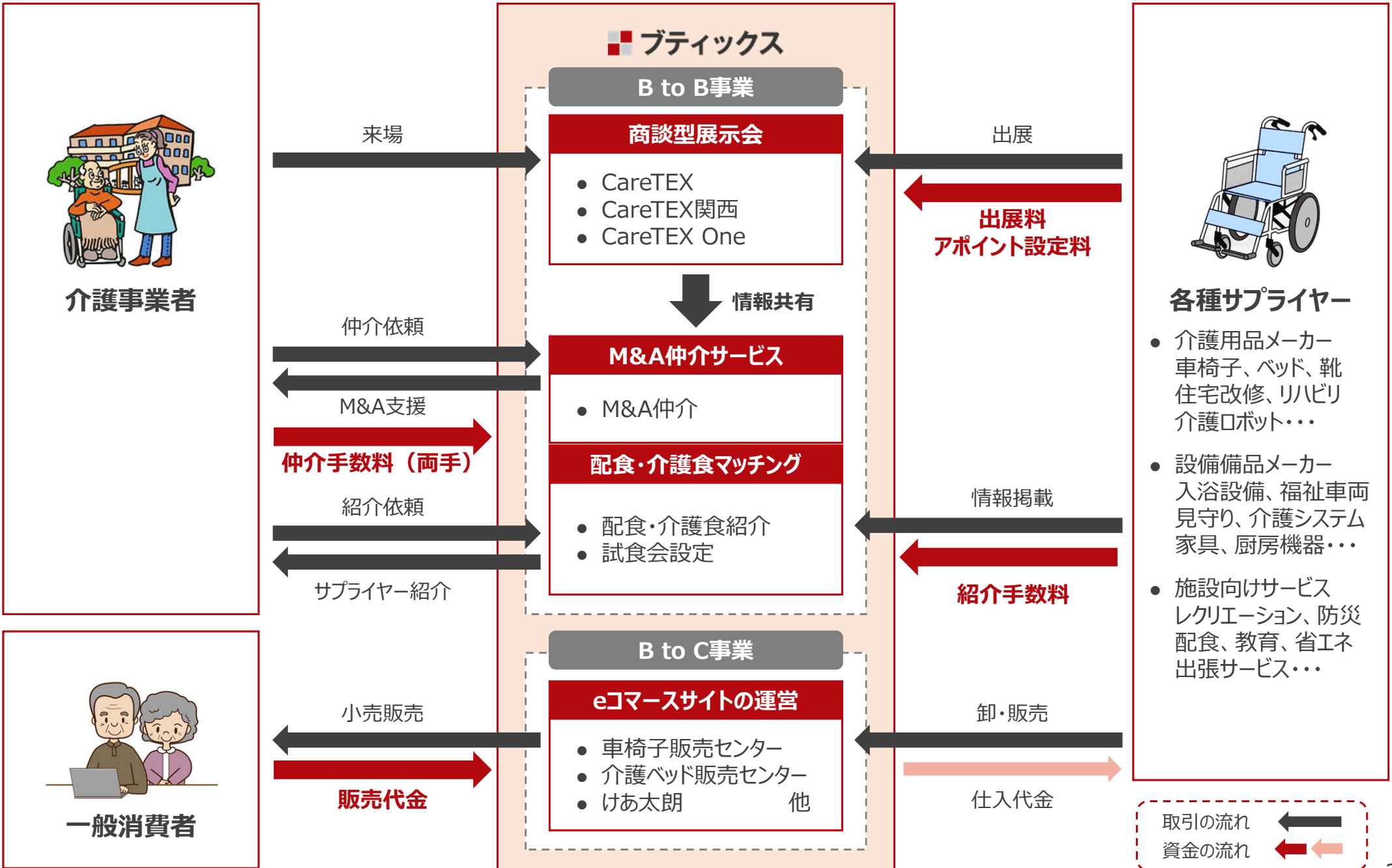
1992年 ミスミ入社。以降、新規事業の立上げ業務に従事。2002年エムアウトを設立し、取締役就任。
2010年 守屋実事務所を設立し、代表取締役就任。
2016年 当社社外取締役就任。
明治学院大学卒。

介護業界の課題解決のため、マッチングサービスを提供



- 介護事業者・各種サプライヤー・一般消費者(高齢者等) 間の**情報不足を解消するマッチングサービスを提供**

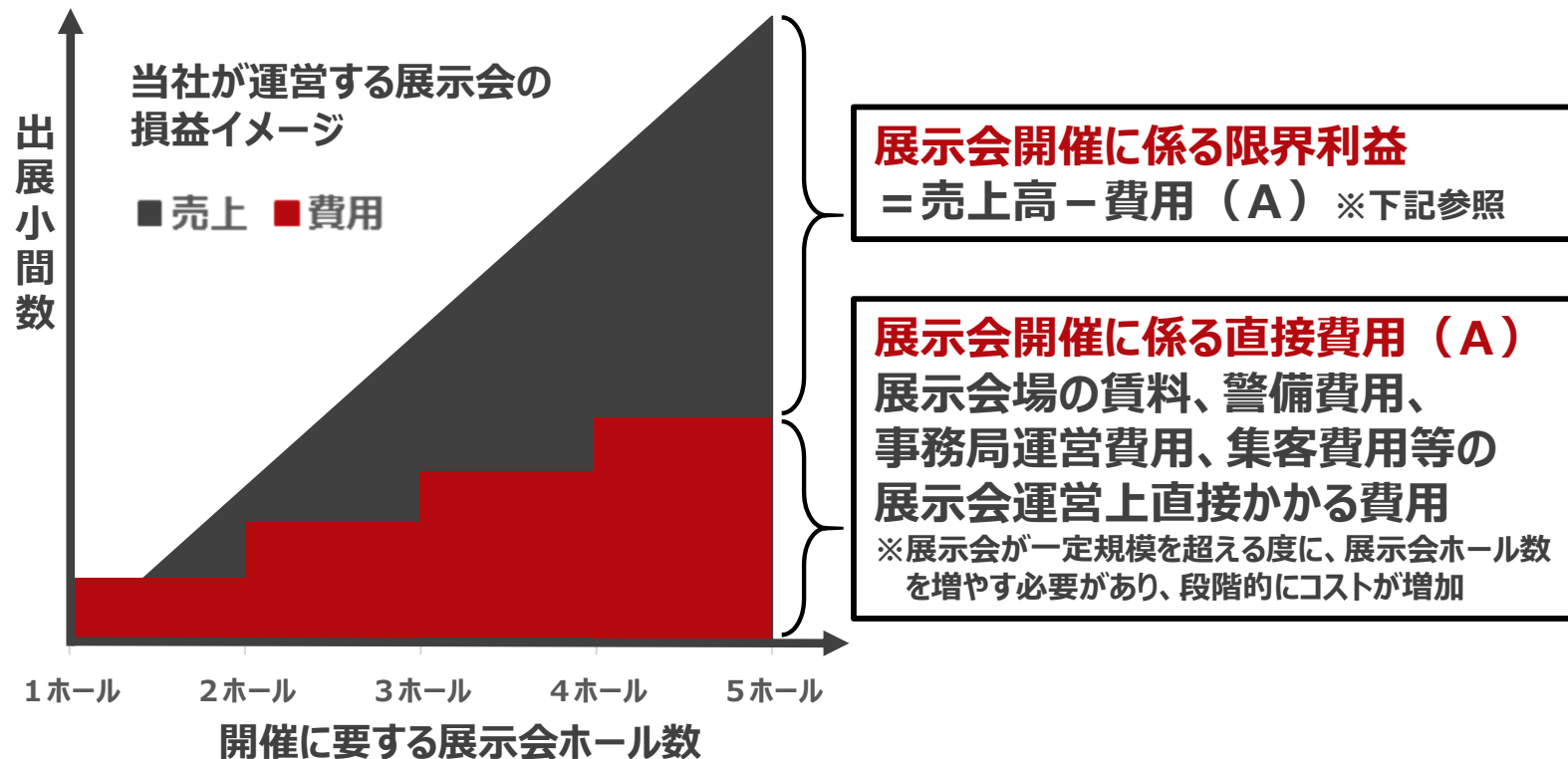




商談型展示会事業の特徴

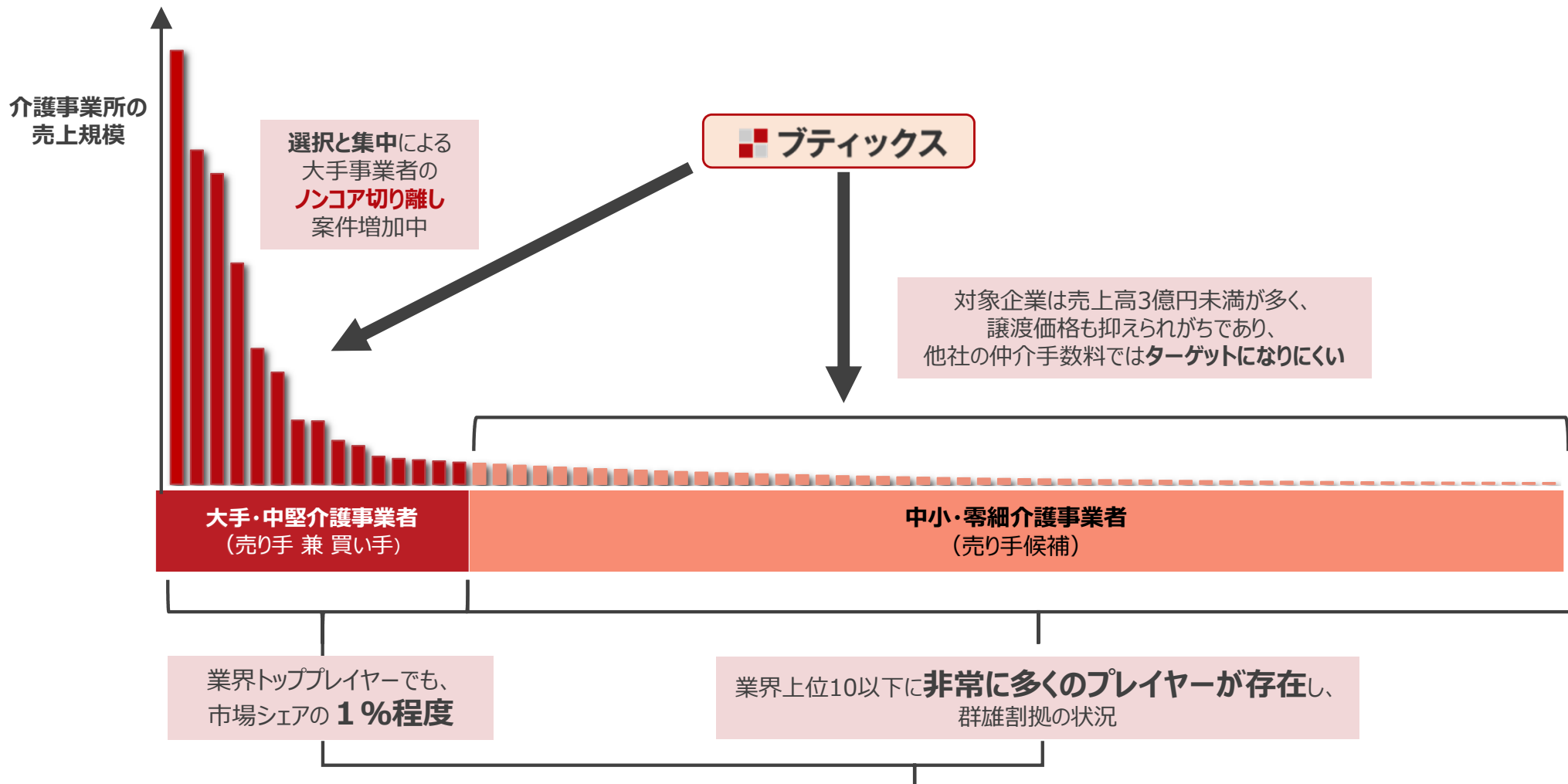


- ◆ 出展社にとって、見込顧客の決裁権限者と直接対面で商談できるため、**受注確度の高い販促活動**が実施可能となる
- ◆ 当社にとって、**事業性・収益性の高いビジネス**として運営しながら、貴重な**決裁者情報**や**様々なニーズ**も収集することができる
- ◆ 展示会場の賃料や集客費用等、かかるコストは限定的であり、損益分岐点も低く、**限界利益率の高い**ビジネスである





◆ M&A事業の拡張余地が非常に大きい（ロングテール型の市場）



寡占化されていない市場であり、今後、企業再編等により、
M&Aの需要が更に高まると予想される市場