



ブティックス株式会社

Boutiques, Inc.

2026年3月期
第2四半期 決算説明資料



01 2026年3月期 第2四半期決算概要 P. 2

02 事業別の状況 P. 9

03 今後の見通し P. 23

参考資料 P. 29

2026年 3 月期 第 2 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。
- DXPO名古屋の新規開催等、前年同期と比較し展示会開催数が増加したため、売上高は、前年同期を大幅に上回る。
売上高1,282百万円（前期:943百万円）

M&A 仲介事業

- 案件開拓が順調に推移し、売上高は、前年同期を上回る。
- コンサルタントの人員数は、計画どおり順調に進捗。
売上高690百万円（前期:674百万円）

人材採用 支援事業

- 抜本改革中の採用イベントは、想定以上に苦戦。
- 人材紹介は、受注は概ね計画どおり進捗するものの、就活の早期化により、内定辞退率が前期比で大幅上昇。
売上高は、前年同期を下回る。
売上高214百万円（前期:346百万円）

全体では、概ね計画どおり順調に推移

第2四半期（3ヵ月） 連結業績ハイライト



- ◆ 事業毎の濃淡はあるものの、全体では概ね計画どおり順調に推移。
- ◆ 第3四半期以降も、売上高は計画どおり推移する見通し。

(単位：百万円)	2026/3期 (2Q・3ヵ月)	2025/3期 (2Q・3ヵ月)	前年同期比
売上高	1,393	1,429	△2.5%
営業利益	308	435	△29.1%
営業利益率	22.2%	30.5%	△8.3pt
経常利益	312	436	△28.4%
経常利益率	22.4%	30.5%	△8.1pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	179	282	△36.6%
四半期純利益率	12.8%	19.8%	△6.9pt

第2四半期（累計） 連結業績ハイライト



- ◆ 事業毎の濃淡はあるものの、全体では概ね計画どおり順調に推移。
- ◆ 第3四半期以降も、売上高は計画どおり推移する見通し。

(単位：百万円)	2026/3期 (2Q・累計)	2025/3期 (2Q・累計)	前年同期比
売上高	2,187	1,964	+11.3%
営業利益	40	126	△67.8%
営業利益率	1.9%	6.4%	△4.6pt
経常利益	42	126	△66.5%
経常利益率	1.9%	6.4%	△4.5pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△52	66	—
四半期純利益率	△2.4%	3.4%	△5.8pt

第2四半期（3カ月） セグメント業績ハイライト



- ◆ 事業毎の濃淡はあるものの、全体では概ね計画どおり順調に推移。
- ◆ 第3四半期以降も、売上高は計画どおり推移する見通し。

（単位：百万円）

		2026/3期 （2Q・3カ月）	2025/3期 （2Q・3カ月）	前年同期比
展示会事業	売上高	916	867	+5.7%
	セグメント利益	451	441	+2.3%
	セグメント利益率	49.3%	50.9%	△1.6pt
M&A 仲介事業	売上高	400	394	+1.6%
	セグメント利益	93	177	△47.1%
	セグメント利益率	23.5%	45.1%	△21.6pt
人材採用 支援事業	売上高	76	166	△54.3%
	セグメント利益	△70	△18	—
	セグメント利益率	△91.9%	△11.1%	△80.8pt

第2四半期（累計） セグメント業績ハイライト



- ◆ 事業毎の濃淡はあるものの、全体では概ね計画どおり順調に推移。
- ◆ 第3四半期以降も、売上高は計画どおり推移する見通し。

（単位：百万円）

		2026/ 3 期 （2 Q・6 カ月）	2025/ 3 期 （2 Q・6 カ月）	前年同期比
展示会事業	売上高	1,282	943	+ 36.0%
	セグメント利益	430	246	+ 74.6%
	セグメント利益率	33.6%	26.1%	+ 7.5pt
M&A 仲介事業	売上高	690	674	+ 2.3%
	セグメント利益	100	229	△56.5%
	セグメント利益率	14.5%	34.1%	△19.6pt
人材採用 支援事業	売上高	214	346	△38.0%
	セグメント利益	△112	△5	—
	セグメント利益率	△52.5%	△1.5%	△51.0pt

第2四半期 財政状態ハイライト



(単位：百万円)	2026/3期 9月末	2025/3期 3月末	前期末増減
流動資産合計	4,123	4,006	+117
うち現金及び預金	3,912	3,771	+140
固定資産合計	1,016	1,103	△86
流動負債合計	2,306	2,100	+206
うち前受金	1,439	853	+585
固定負債合計	607	768	△160
純資産合計	2,226	2,241	△14

事業別の状況

【展示会事業】2026年3月期の見通し



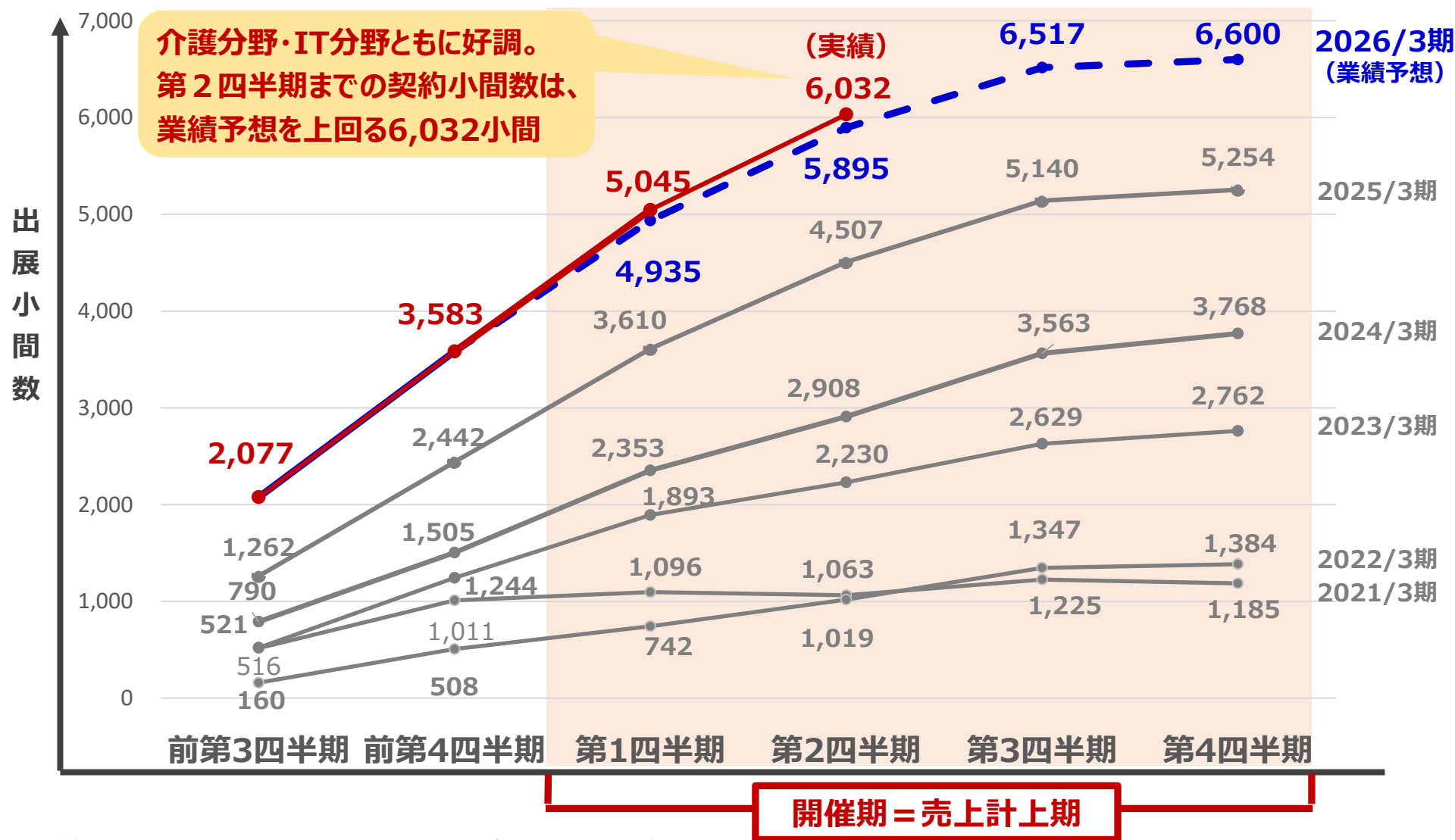
◆ 26/3期 展示会開催スケジュール ※展示会名が、赤＝介護・健康施術分野 青＝IT分野

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（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】新事業／大規模 採用イベントの開催決定



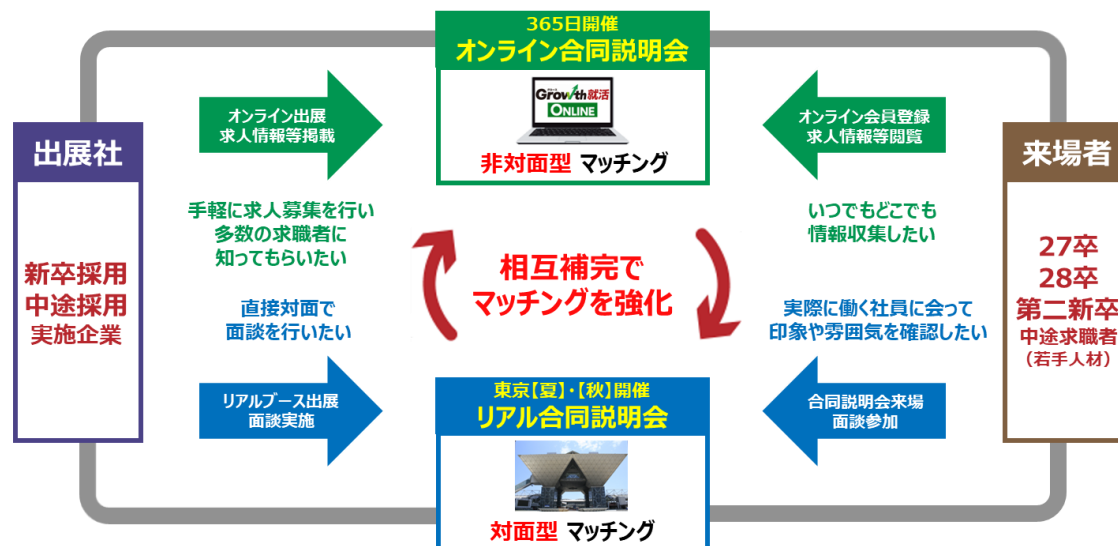
- ◆ 介護・ITに続く、第3の分野として、**採用分野の展示会の新規開催を決定。**
- ◆ グロース・優良ベンチャー企業の採用に特化した「新卒向け」「中途向け」の**大規模ハイブリッド型 合同説明会を、2展同時開催。**

新卒向け 選考直結型ハイブリッド合同説明会

中途向け 選考直結型ハイブリッド合同説明会



Growth就活DXPO / Growth転職DXPO のハイブリッド型開催モデル



※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。

Growth就活DXPO／Growth転職DXPO 特徴と強み



◆第1弾として、東京【夏】(2026年8月)、東京【秋】(2026年11月) 新規開催

開催概要 ～ 来年 2026年 東京で開催 ～

2026年 8月



- 会期：2026年 8月22日（土）
- 会場：東京ビッグサイト
- 来場者数：4,000名
- 出展社数：250社
- 公式HP：<https://growth.dxpo.jp/summer>

2026年 11月



- 会期：2026年11月21日（土）・22日（日）
- 会場：有明GYM-EX（ジメックス）
- 来場者数：4,000名（2,000名×2日間）
- 出展社数：250社（125社×2日間）
- 公式HP：<https://growth.dxpo.jp/autumn>

Growth就活DXPO ／ Growth転職DXPO の特長

- 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46.5万円（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。



◆売上高について

- 26/3期は、**準備期間（先行投資）**とし、一部、オンライン合同説明会のマッチングのみ先行してサービス開始。
- 2025年8月4日より出展社募集開始、27/3期より売上計上。
27/3期の業績予想は、売上高446百万円を見込む。

◆数値目標

（単位：百万円）

	準備期間	開催開始
	2026/3期 業績予想	2027/3期 業績予想
売上高	0	446
前年度比	—	—
セグメント利益	△84	92

【展示会事業】セグメント業績



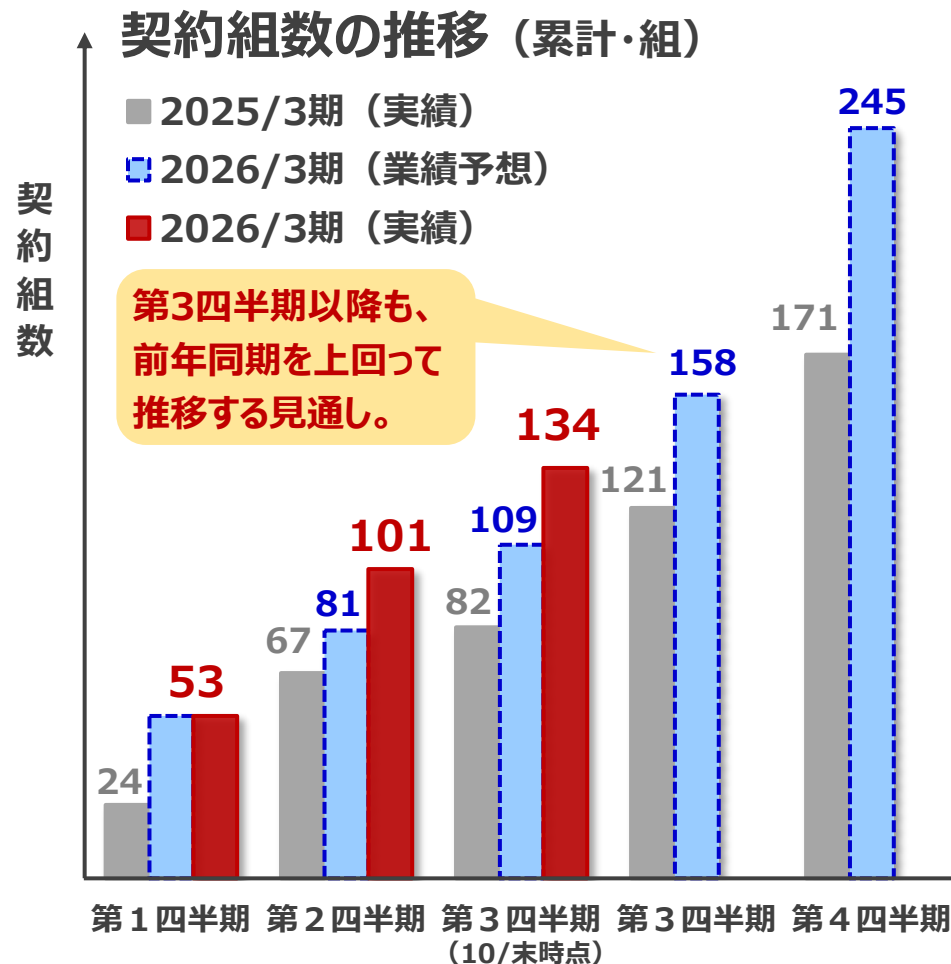
- ◆ 介護分野・IT分野ともに、出展小間契約の獲得は、業績予想を上回るペースで順調に推移。第3四半期以降も売上高・セグメント利益ともに、前年同期を大幅に上回る見通し。
- ◆ Growth就活DXPO／Growth転職DXPOは、26/3期は準備期間のため、費用先行。27/3期の開催に向け、出展小間契約獲得に注力。

(単位：百万円)

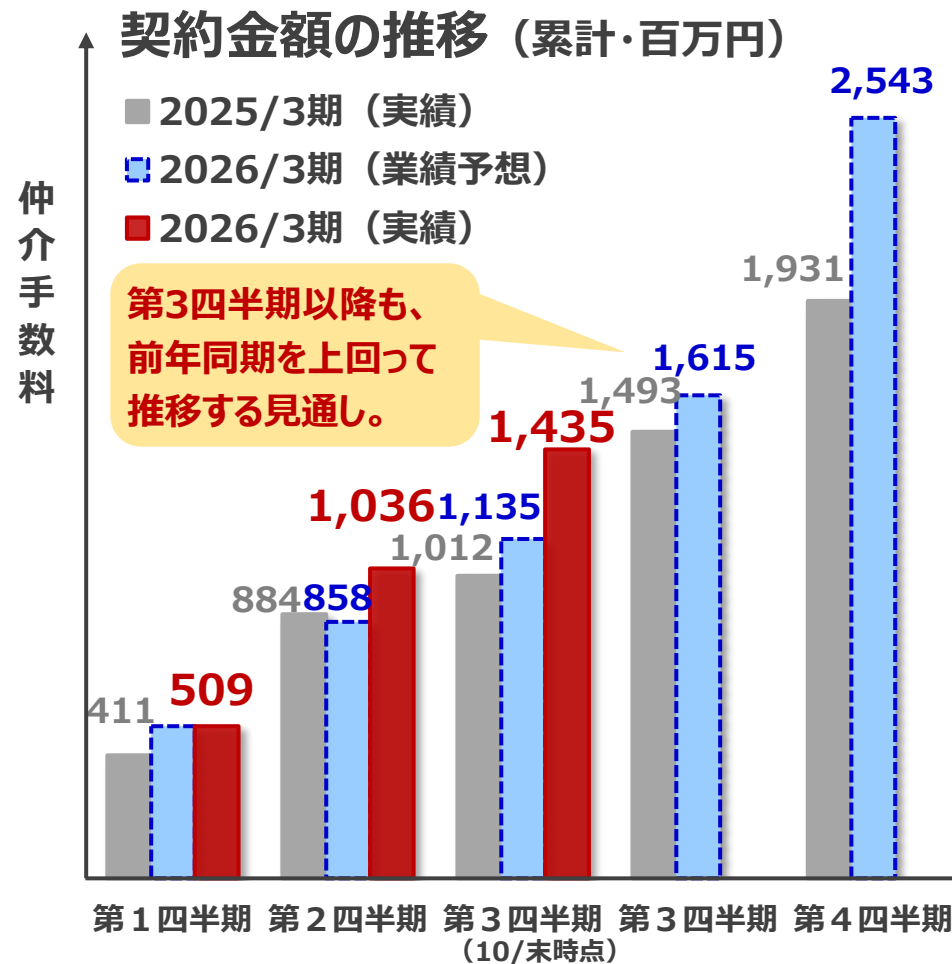
		2026/3期 (2Q累計)	2025/3期 (2Q累計)	前年同期比
展示会事業 (合計)	売上高	1,282	943	+36.0%
	セグメント利益	430	246	+74.6%
	セグメント利益率	33.6%	26.1%	+7.5pt

【M&A仲介事業】契約進捗状況（先行指標）

◆ 案件開拓が順調に推移し、
契約組数は前年同期比大幅増となり、契約金額も前年同期を上回る。



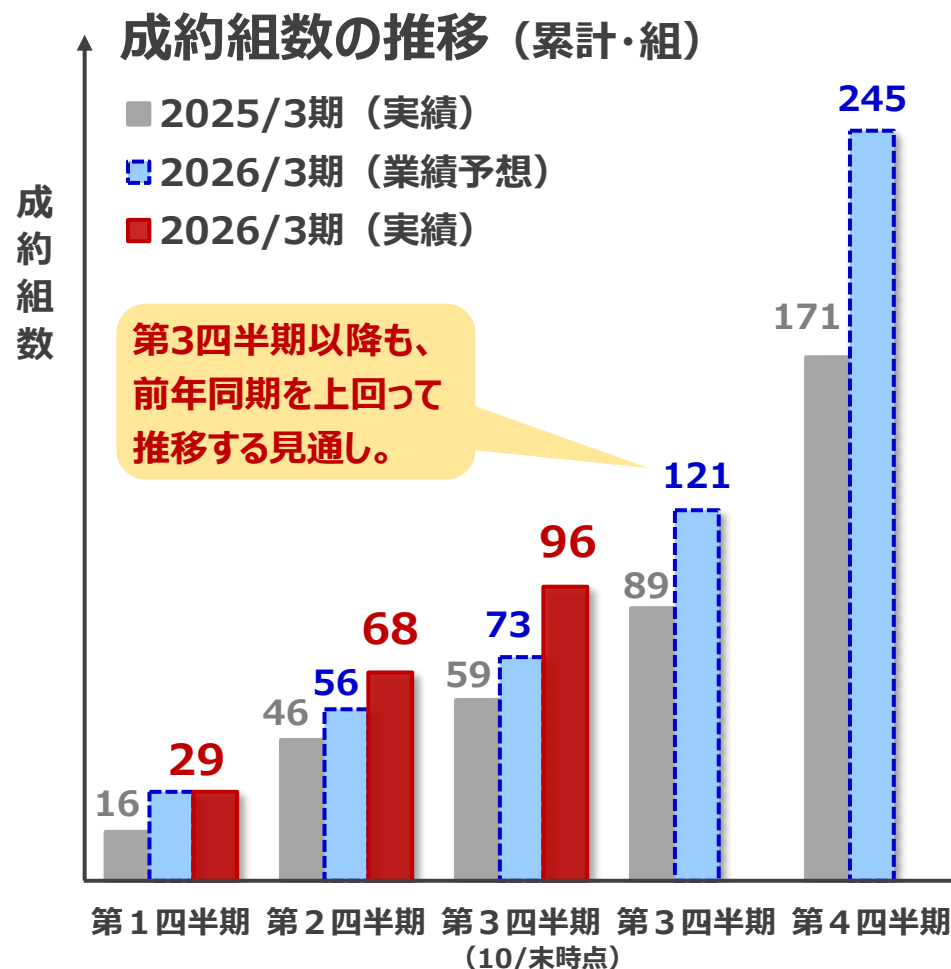
注）今期中に譲渡が実行される案件で、当該四半期において譲渡契約を締結した案件数



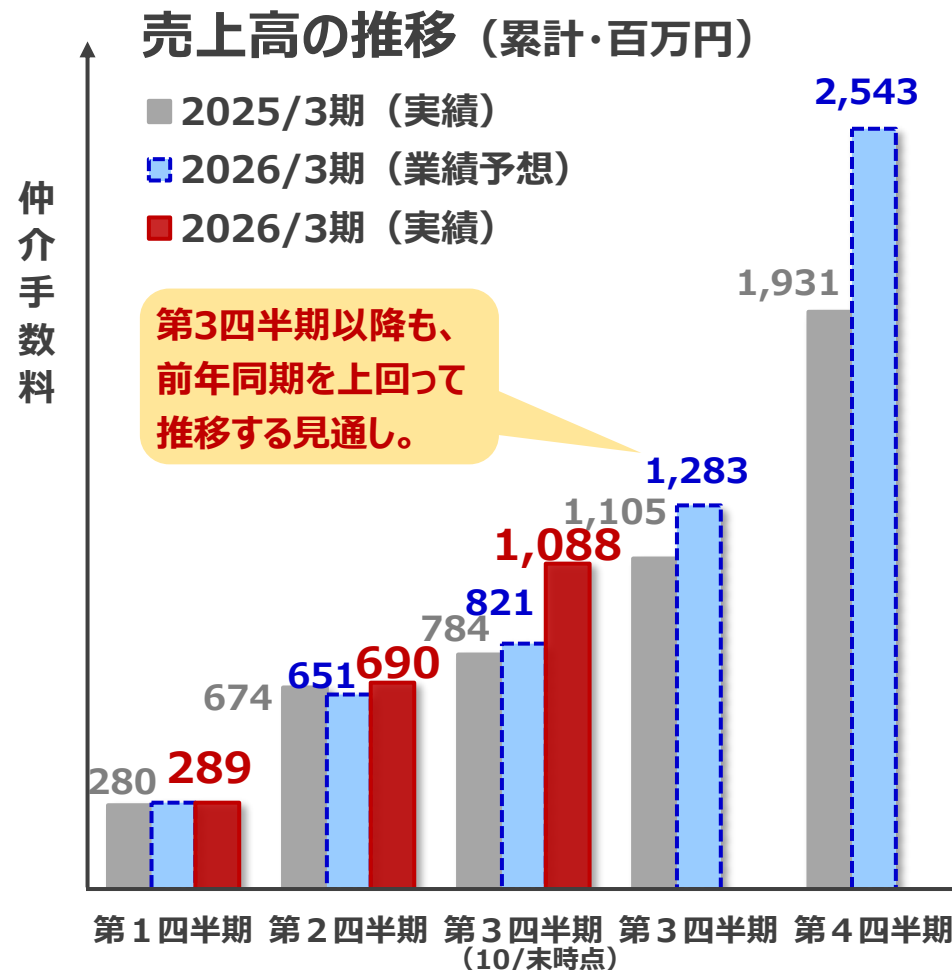
注）今期中に譲渡が実行される案件で、当該四半期において譲渡契約を締結した案件の手数料
※上記の金額には、当該四半期において、まだ譲渡が実行されていない譲渡契約済の案件の手数料が含まれる。当社会計基準では、譲渡実行をもって売上高として計上するため、上記の金額と売上高とは異なる。

【M&A仲介事業】売上高進捗状況

- ◆ 案件開拓が順調に推移し、
成約組数は前年同期比大幅増となり、成約金額も前年同期を上回る。



注）売上計上された案件の組数



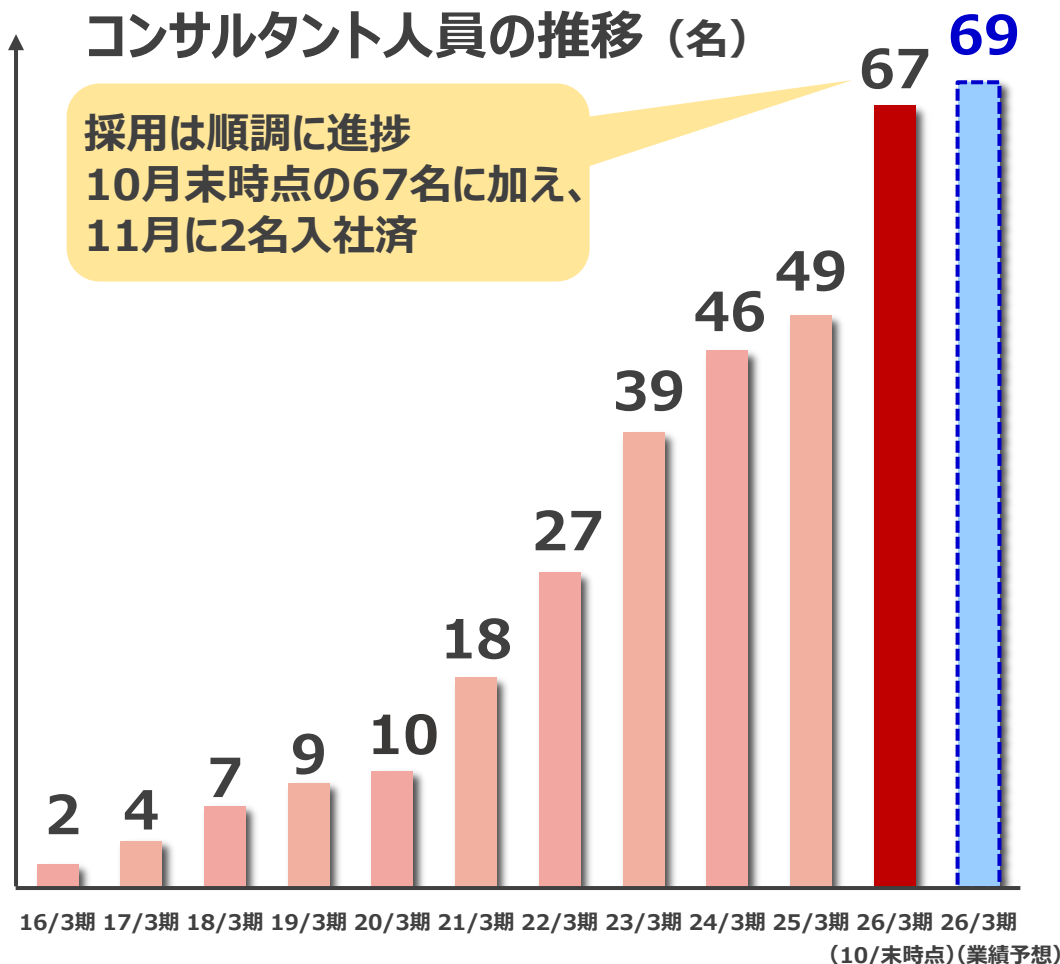
注）売上計上された仲介手数料の金額

【M&A仲介事業】コンサルタント人員数



- ◆ 26/3期は、引き続きコンサルタントを積極採用。
- ◆ 採用が順調に進捗していることに加え、新教育体制と仕組化が浸透し、退職者が減少したことで、人員数は、計画どおり順調に進捗。

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ヵ月

入社～戦力化までのモデル期間

- 入社～10ヵ月：教育研修期間（2件契約まで）
- 入社5ヵ月後：最初の案件担当
- 入社9ヵ月後：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】セグメント業績



- ◆ 案件開拓が順調に推移しており、全体として順調に推移。
- ◆ 前年同期に抑制していたコンサルタントの採用を、今期再開したことから、採用費・人件費が先行し減益。

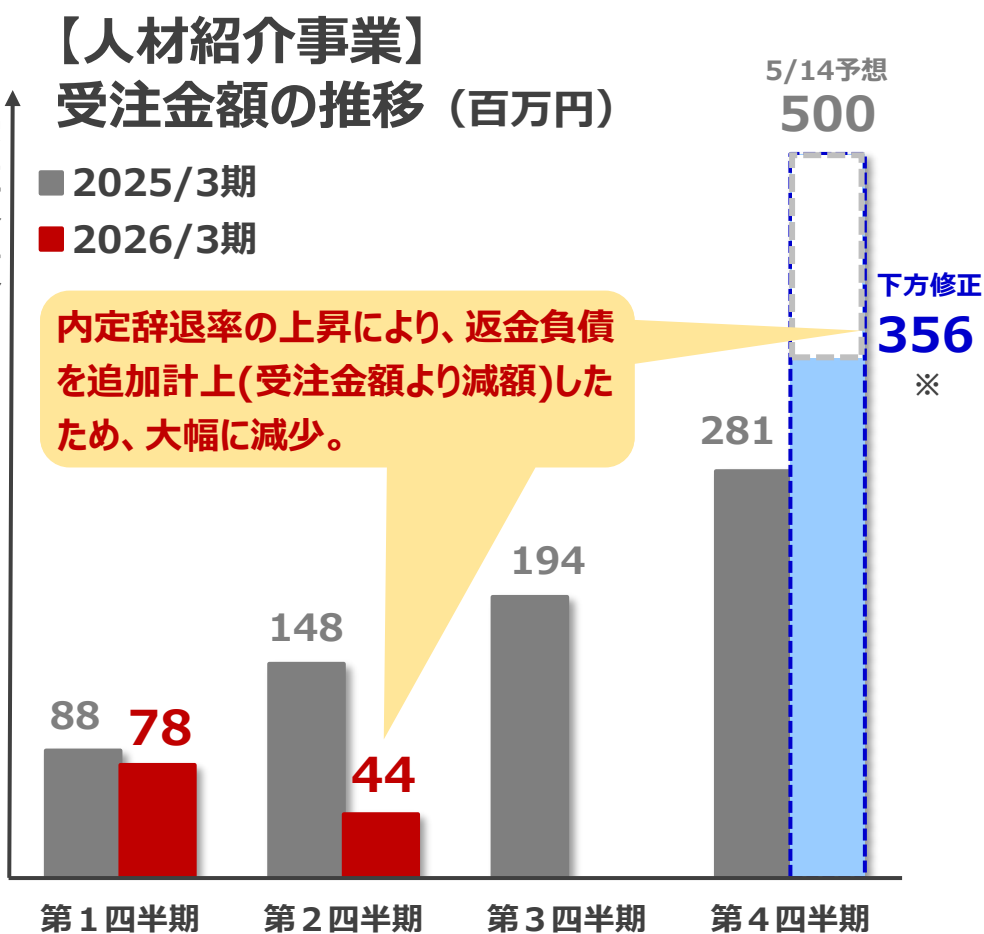
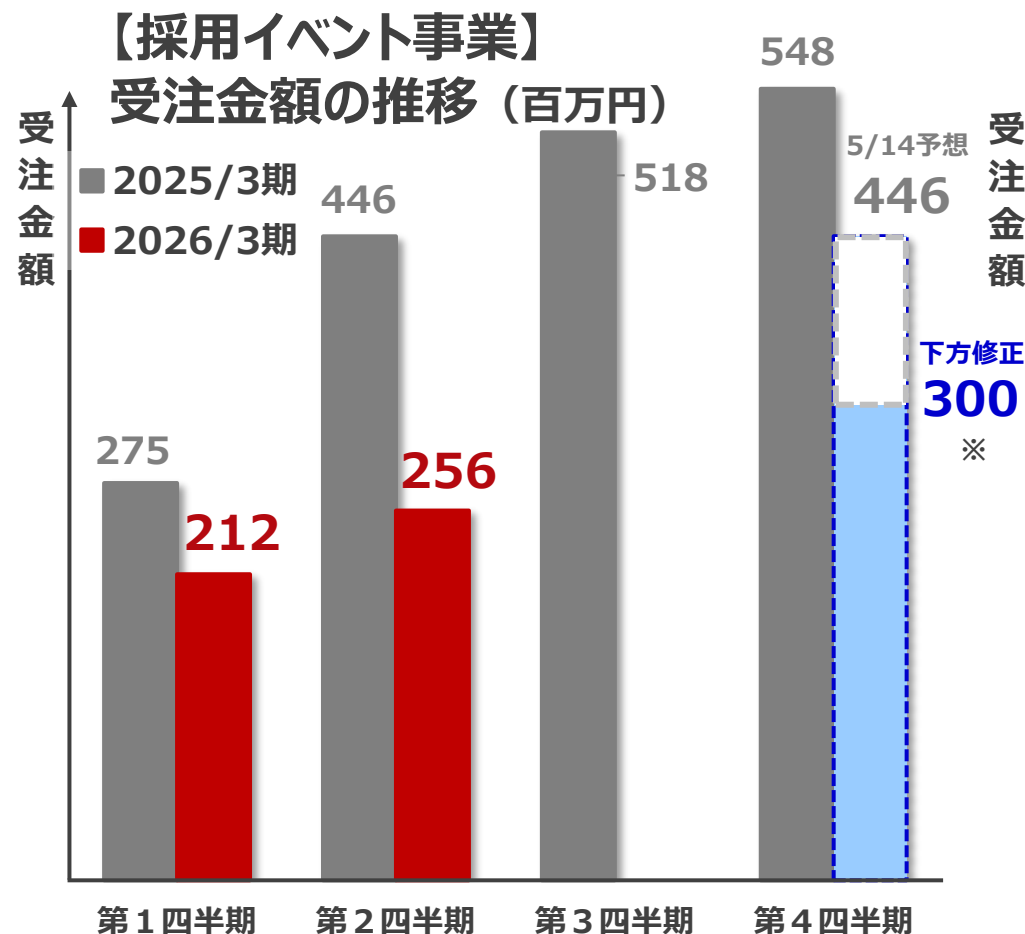
(単位：百万円)

		2026/3期 (2Q累計)	2025/3期 (2Q累計)	前年同期比
M & A 仲介事業	売上高	690	674	+ 2.3%
	セグメント利益	100	229	△ 56.5%
	セグメント利益率	14.5%	34.1%	△ 19.6pt

【人材採用支援事業】受注金額進捗状況

※前期比較のため、第3四半期以降の数字は合併前の受注金額を含めて記載しています。

- ◆ 抜本改革中の採用イベントは、想定以上に苦戦。コスト削減を実施。
- ◆ 人材紹介は、受注は概ね計画どおり進捗。一方、就活の早期化により、内定辞退率が前期比で大幅上昇。受注金額(返金負債控除後)は、業績予想を下回る。

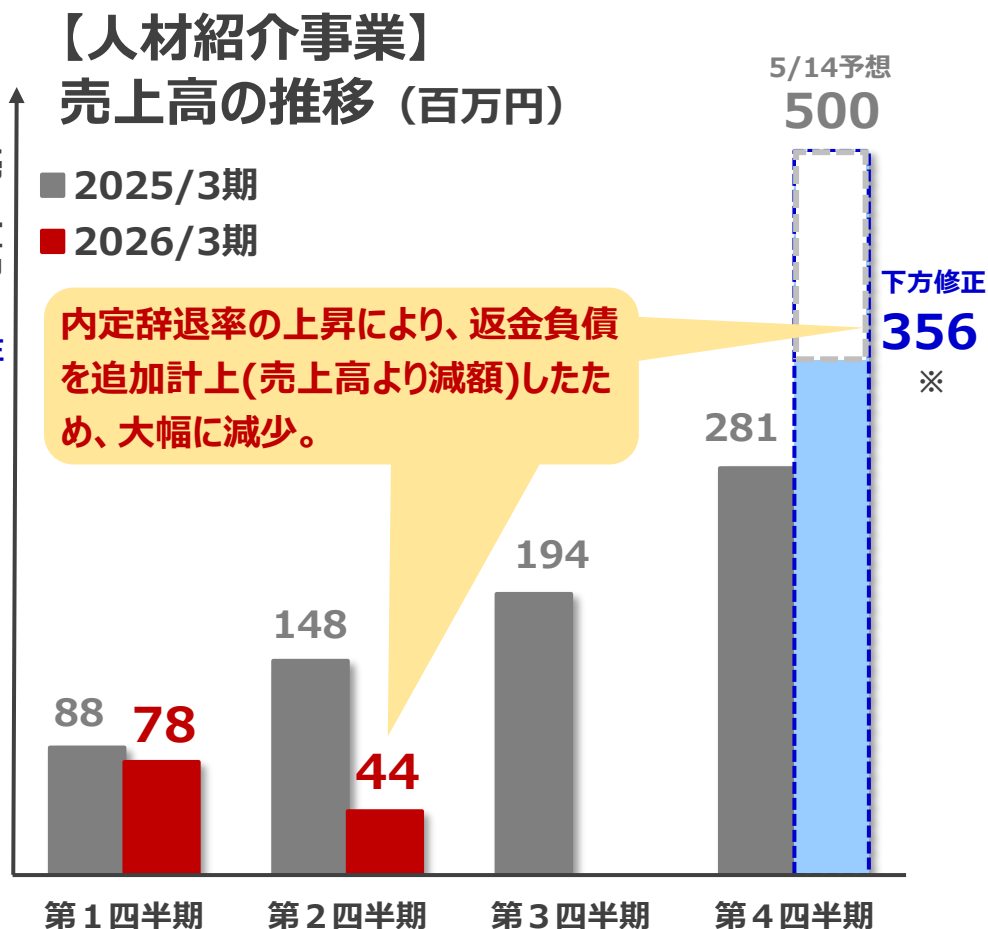
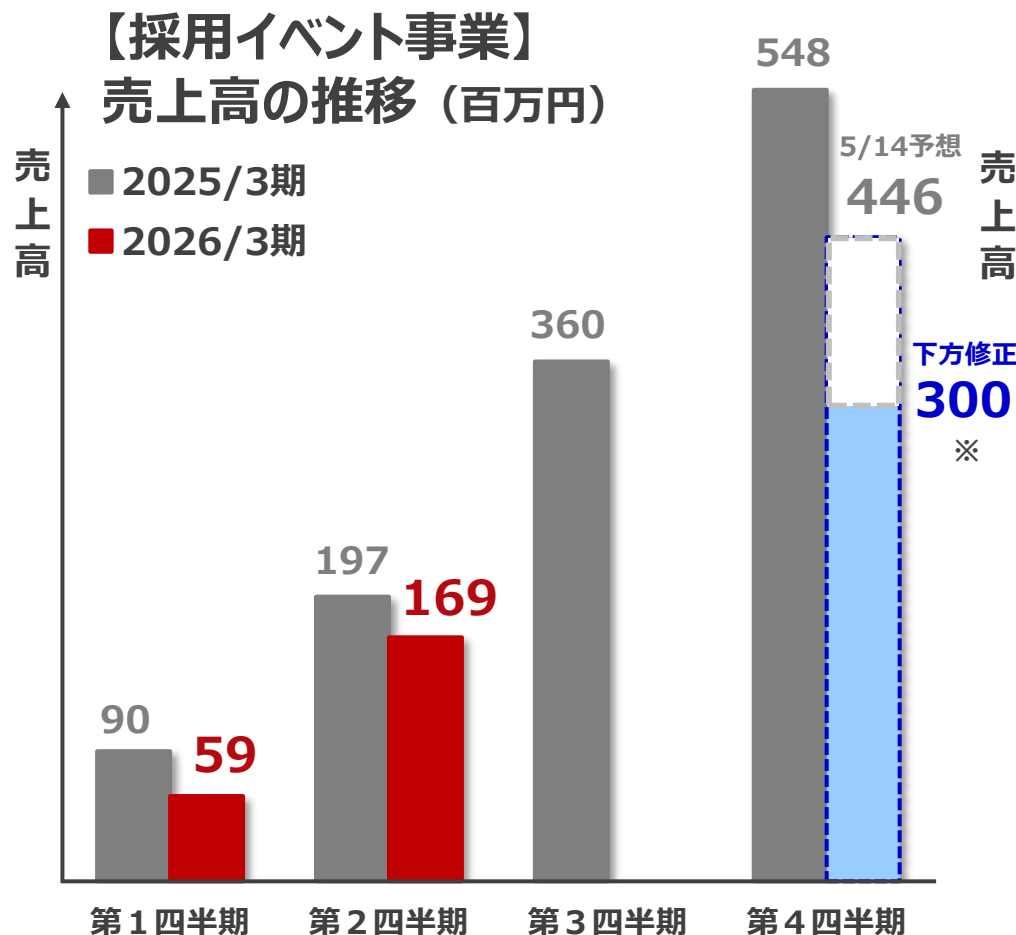


【人材採用支援事業】売上高進捗状況

※前期比較のため、第3四半期以降の数字は
合併前の売上高を含めて記載しています。



- ◆ 抜本改革中の採用イベントは、想定以上に苦戦。コスト削減を実施。
- ◆ 人材紹介は、受注は概ね計画どおり進捗。一方、就活の早期化により、内定辞退率が前期比で大幅上昇。売上高は、業績予想を下回る。



【人材採用支援事業】セグメント業績



- ◆ 抜本改革中の採用イベントは、想定以上に苦戦。コスト削減を実施。
- ◆ 人材紹介は、受注は概ね計画どおり進捗。一方、就活の早期化により、内定辞退率が前期比で大幅上昇。売上高・セグメント利益ともに、前年を下回る。

(単位：百万円)

		2026/3期 (2Q累計)	2025/3期 (2Q累計)	前年同期比
人材採用 支援事業 (合計)	売上高	214	346	△38.0%
	セグメント利益	△112	△5	—
	セグメント利益率	△52.5%	△1.5%	△51.0pt

今後の見通し

25/10にリアライブを吸収合併し、26/4から新体制に移行



- ◆ 2025年10月1日付で、リアライブの吸収合併を完了。
- ◆ 2026年4月より、以下のとおり組織再編し、新体制に移行。

ブティックス

リアライブ

ブティックス

● M&A仲介事業



変更なし

● M&A仲介事業

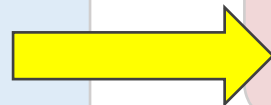
● 展示会事業
(介護・IT)



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**)



- ◆ 全体では、2025年5月14日公表の業績予想どおり、順調に推移
- ◆ 2025年10月の(株)リアライブ吸収合併に伴い、以下の点を織り込んで単体業績予想を修正。
 - 人材採用支援事業の2026年3月期業績は、第3四半期以降の業績を単体決算で取込み。
 - 抱合せ株式消滅差損として236百万円を特別損失に計上予定（2026年3月期第3四半期決算）
- ◆ 吸収合併に伴い、2026年3月期第3四半期より、非連結決算に移行のため、連結業績予想を取下げ。

（詳細は次頁以降をご覧ください）

2026年3月期 業績予想（連結／単体） ※修正あり



（単位：百万円）

	2022/3期 実績(単体)	2023/3期 実績(単体)	2024/3期 実績(連結)	2025/3期 実績(連結)	2026/3期	
					5/14予想 (連結)	11/12予想 (単体) ※2
売上高	2,091	3,047	4,414	5,171	6,369	6,000
営業利益	586	945	916	1,228	1,644	1,815
営業利益率	28.1%	31.0%	20.8%	23.8%	25.8%	30.3%
経常利益	591	943	911	1,227	1,637	1,809
経常利益率	28.3%	31.0%	20.6%	23.7%	25.7%	30.2%
当期純利益	349	621	608	250	1,047	1,013
当期純利益率	16.7%	20.4%	13.8%	4.9%	16.5%	16.9%
調整後営業利益※1	—	—	1,103	1,409	1,807	1,996
ROE(自己資本利益率)	—	—	32.7%	12.5%	41.5%	40.4%

※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

※2：2025年10月1日付 リアライブの吸収合併に伴い、11/12予想数字には同社（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」は含めておりません。なお、吸収合併に伴う差損として236百万円の特別損失を計上予定です。

2026年3月期 セグメント別業績予想（単体） ※修正あり



- ◆ 展示会：介護分野・IT分野ともに好調で、期首予想に対し上振れを見込む。
- ◆ M&A：期首予想どおりの着地を見込む。
- ◆ 採用支援：26/3期より抜本改革実行、27/3期以降の増収見込む。

(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 業績予想	
						5/14予想	11/12予想
展示会 事業	売上高	776	1,271	1,903	2,408	2,878	3,013
	セグメント利益	155	362	635	892	997	1,097
	セグメント利益率	20.1%	28.5%	33.4%	37.0%	34.6%	36.4%
M & A 仲介事業	売上高	1,308	1,771	1,736	1,931	2,543	2,543
	セグメント利益	775	1,015	813	997	1,280	1,253
	セグメント利益率	59.3%	57.3%	46.8%	51.6%	50.3%	49.3%
人材採用 支援事業	売上高	—	—	773	830	946	※1 440
	セグメント利益	—	—	157	147	159	※1 144
	セグメント利益率	—	—	20.4%	17.8%	16.8%	32.7%

※1：2025年10月1日付 リアライブの吸収合併に伴い、11/12予想数字には同社（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」は含めておりません。なお、吸収合併に伴う差損として236百万円の特別損失を計上予定です。

中期経営計画「Vision2025」における目標の修正



- ◆ 中期経営計画「Vision2025」において、2026年3月期を基準期としてプライム市場への新規上場を目標としていたが、同市場の新規上場基準のうち、時価総額・純資産が基準に達していないことから、**プライム市場への上場を1年延期し、2027年3月期を基準期とすることに修正。**

	プライム市場新規上場の主な基準	当社の状況 (2025年9月末時点)	達成見込
株主数	800人以上	824人※1	◎ 達成済
時価総額	250億円以上	152億円※1	△ 未達成
直近2年間の 経常利益額	25億円以上	30億円※2	○ 達成見込
純資産	50億円以上	30億円※3	△ 未達成
流通株式比率	35%以上	34%※1	○ 達成見込

※1 2025年9月末時点

※2 2025年3月期（実績）と2026年3月期（単体業績予想）の2年間の合計で試算

※3 2026年3月（単体業績予想）をもとに試算

参考資料

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（2025年9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 松延 祥世
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
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	連結：239人（2025年9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。

◆ 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、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。
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 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JTBコミュニケーションデザイン）入社。
1989年 リードエグジビションジャパン（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 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。



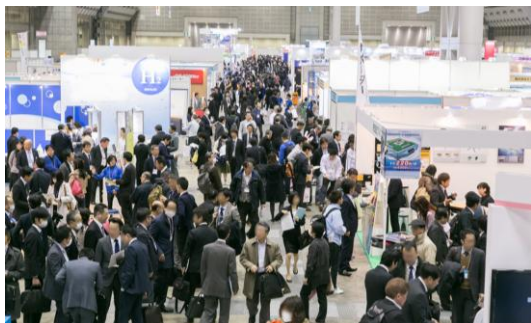
執行役員 松延 祥世

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。

◆ 3つの事業を注力事業として育成

展示会事業

- 「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
- 介護分野最大級の展示会「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
- IT・DX分野最大級の展示会「DXPO」を、全国6都道府県で開催、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

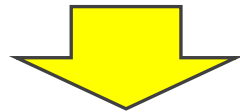
- 就活生向けの小規模マッチングイベントを開催、早期開催数（大学3年生を対象としたイベント開催数）では業界No.1の実績
- 年間1.2万名以上の就活生が参加するマッチングイベントの集客力を活かし、求人企業と就活生に人材紹介サービスを提供





◆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】 ・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	・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】 ・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	・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

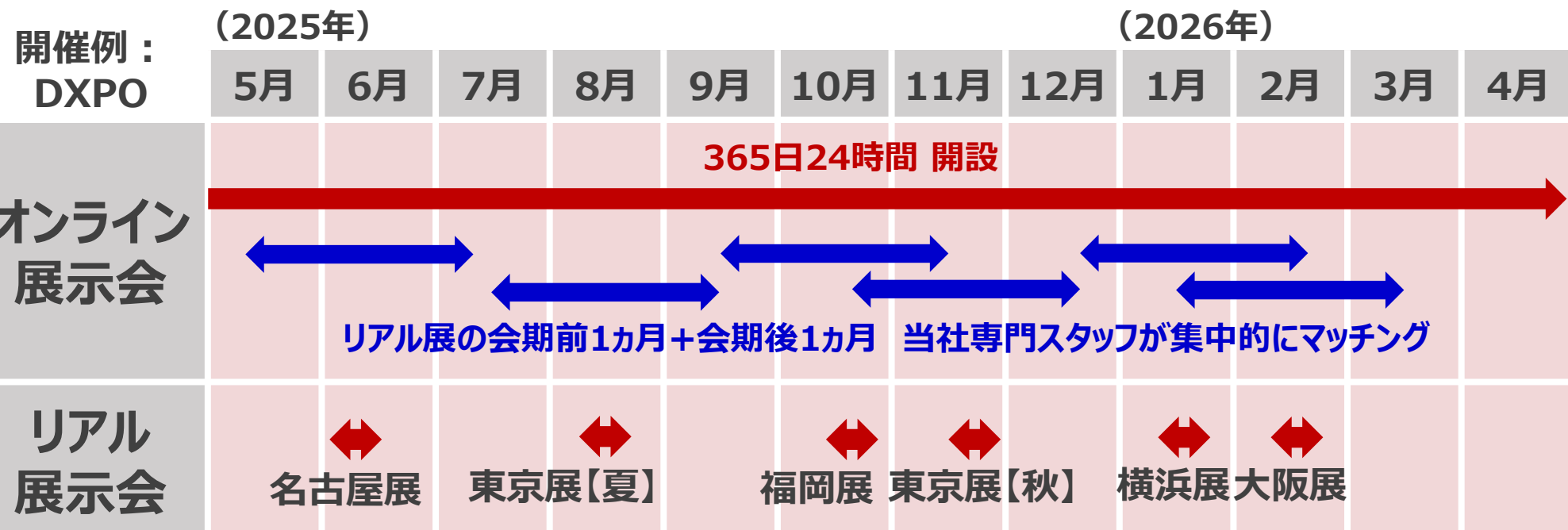


「オンライン展示会」「リアル展示会」双方の強みを最大化した
ハイブリッド展示会を開催



◆ハイブリッド展示会とは

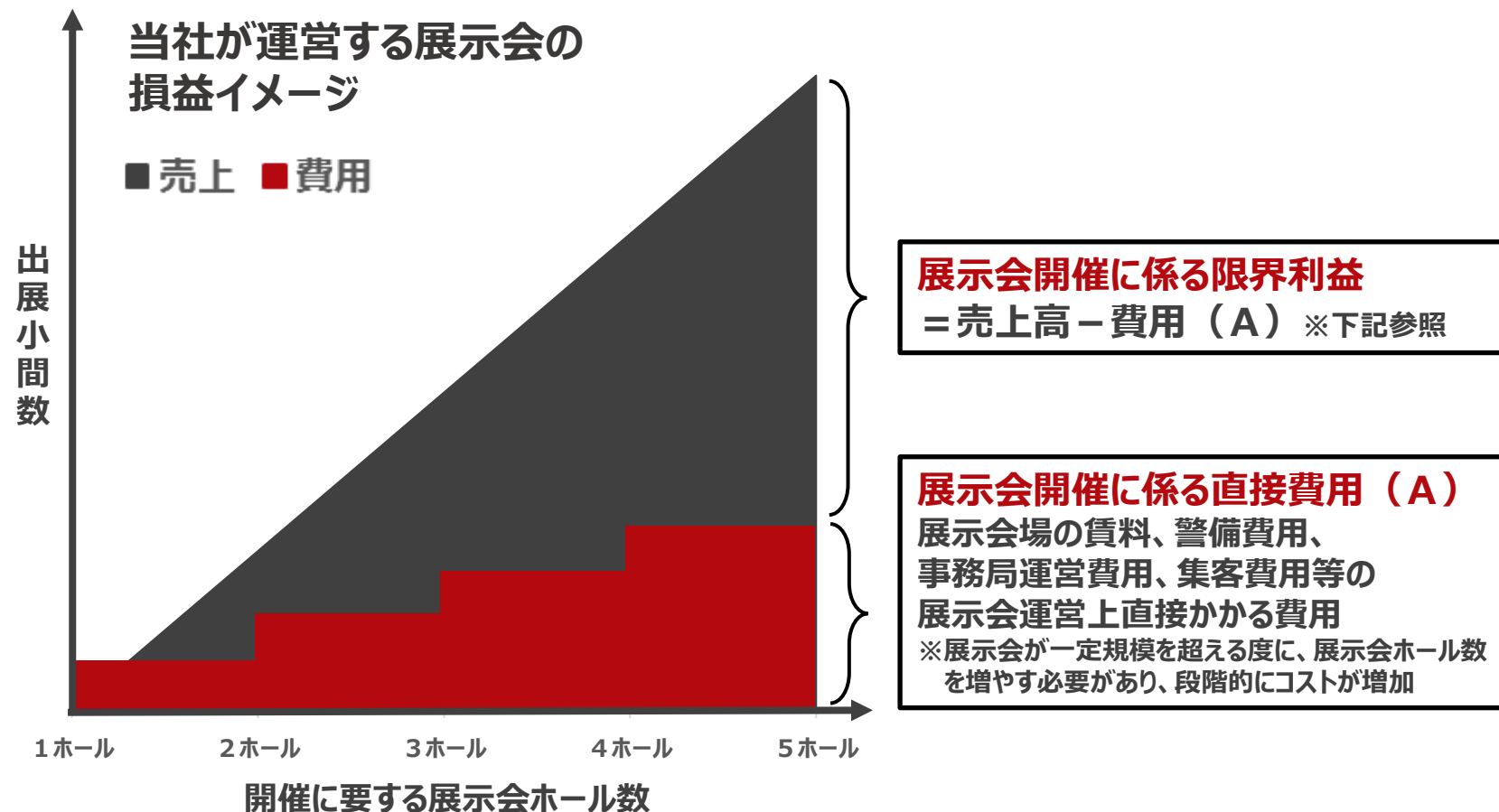
- オンライン展の開設期間中（365日24時間）にリアル展を年複数回開催し、会期前1ヵ月＋会期後1ヵ月は、当社専門スタッフが集中的にマッチング
- **商談の量と質を高めつつ、かつ年間を通じて継続的にマッチング**
- オンライン展の通年開催により、天変地異等の不可抗力によるリアル展の**開催延期・中止の場合でも、柔軟にマッチングが可能**





◆ 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 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	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**

- 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

◆DXPOは、IT・DX分野日本最大級の展示会に成長

- 年間7回（東京2回・大阪・福岡・名古屋・横浜・札幌）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

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	東京【秋】 2025年 11月▶	横浜 2026年 1月▶	大阪 2026年 2月▶	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▶	オンライン 24時間 365日開催
製造業の業務効率化・DX推進のための展示会 初開催 製造イノベーションDXPO						東京【夏】 2026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	東京【秋】 2025年 11月▶	横浜 2026年 1月▶	大阪 2026年 2月▶	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▶	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 IT・情シスDXPO	東京【秋】 2025年 11月▶	横浜 2026年 1月▶	大阪 2026年 2月▶	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▶	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	東京【秋】 2025年 11月▶		大阪 2026年 2月▶	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▶	オンライン 24時間 365日開催

◆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27.3万円より

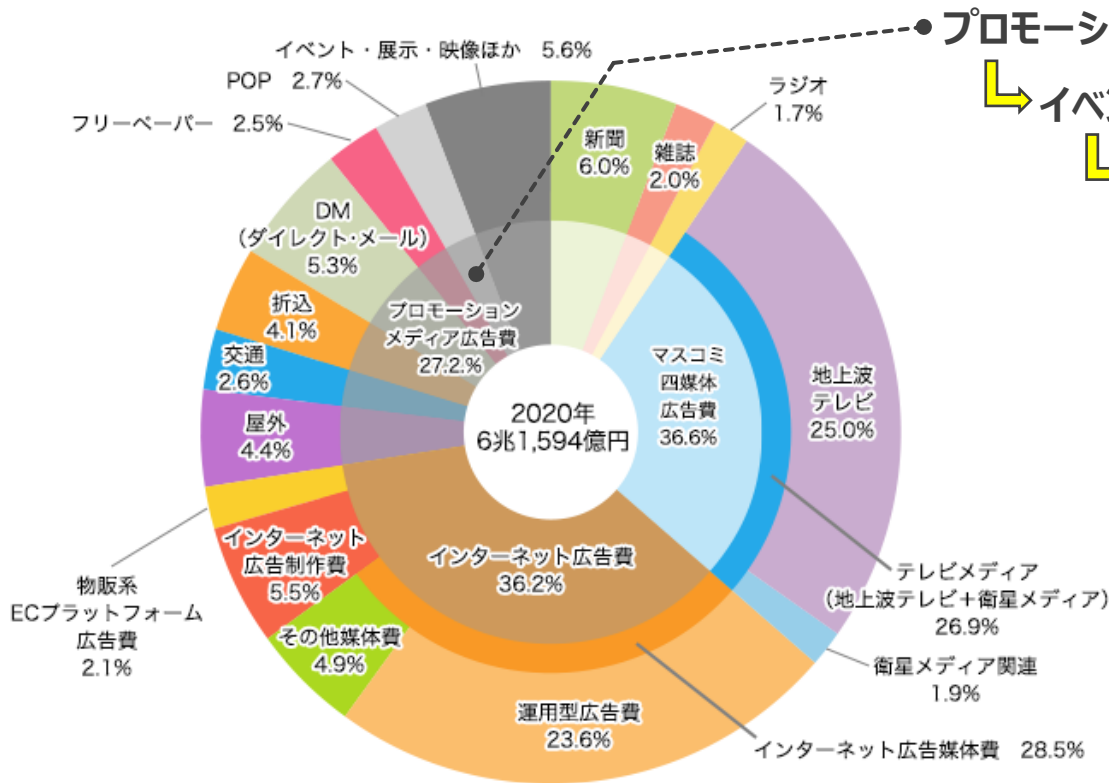
- 地球環境への配慮と経済性の観点から、「出展ブースを複数社でシェアする」という、**新発想の“シェアブース”方式を採用**
- 複数の展示会を連続開催し、ブース装飾・受付・看板・備品等を居抜きで再利用、残材・廃棄物を最小限にし、**施工・運営コストを大幅削減**
- 出展しやすい価格設定で、**ベンチャー・スタートアップ企業の出展も促進**

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 & 1.8万社の買い手保有で **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 介護・福祉業界における比較（当社調べ） ※2025年9月30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9月30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）

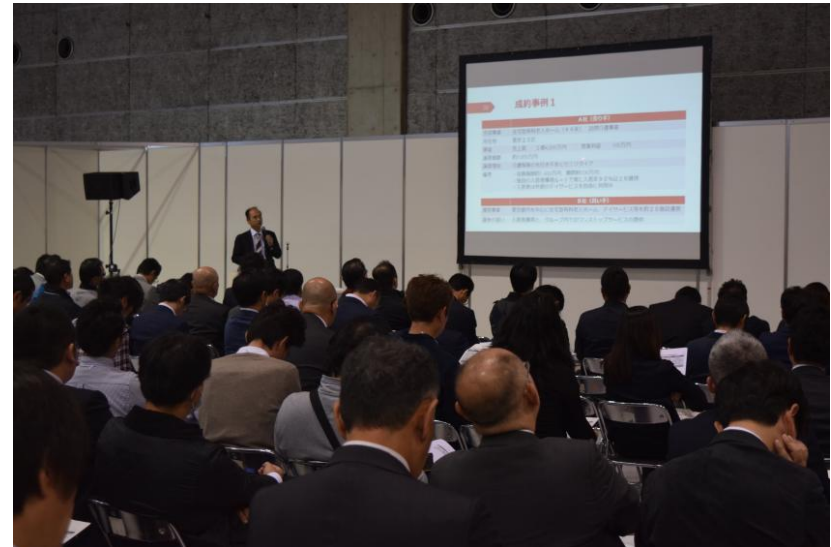
◆当社主催の商談型展示会を活用した**効率的な案件開拓**

- 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

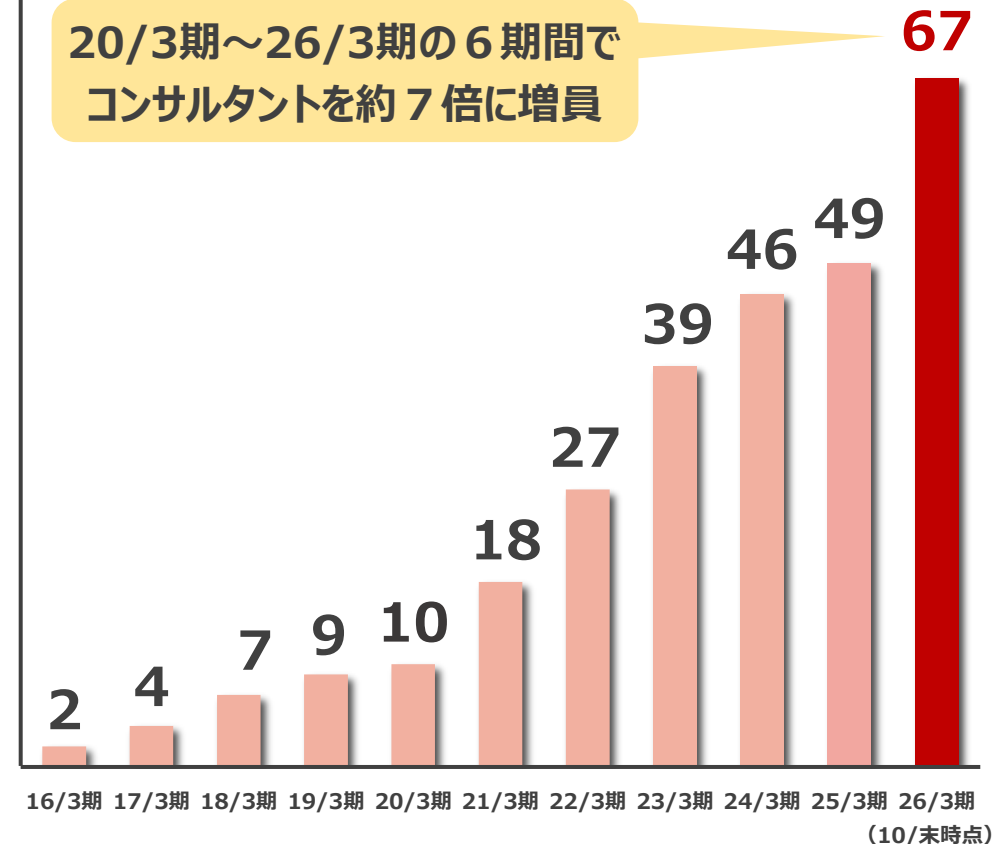
- 入社～10カ月：教育研修期間（2件契約まで）
- 入社5カ月後：最初の案件担当
- 入社9カ月後：初の案件成約以降、本格的に戦力化し、売上に寄与

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）

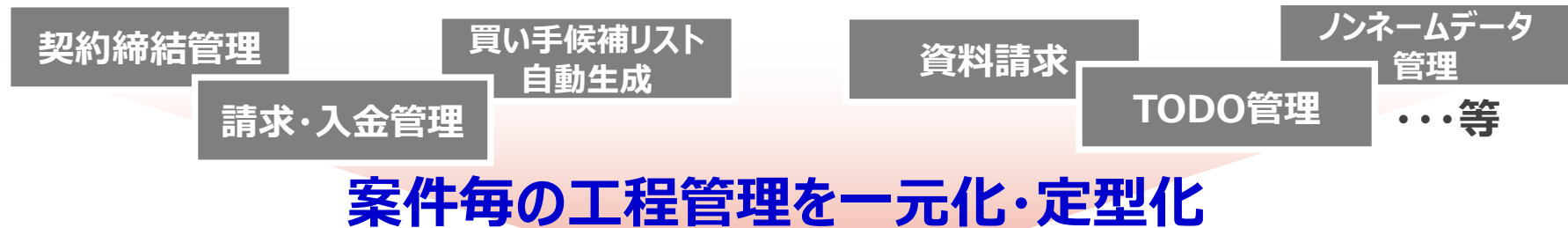
20/3期～26/3期の6期間で
コンサルタントを約7倍に増員





◆“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



◆マネージャー

- ・部下の進捗確認の効率化
- ・均質な育成が可能

◆コンサルタント

- ・ナレッジの共有で経験の浅いコンサルタントでも早期にキャッチアップ可能
- ・TODOが可視化され、期限管理徹底

◆買い手

- ・自ら必要とする資料を入手可能
- ・チャットで担当者への問合せが可能

◆事務スタッフ

- ・営業との連携がシームレスになり作業の抜け・漏れを防止
- ・作業が定型化され、事務工数削減

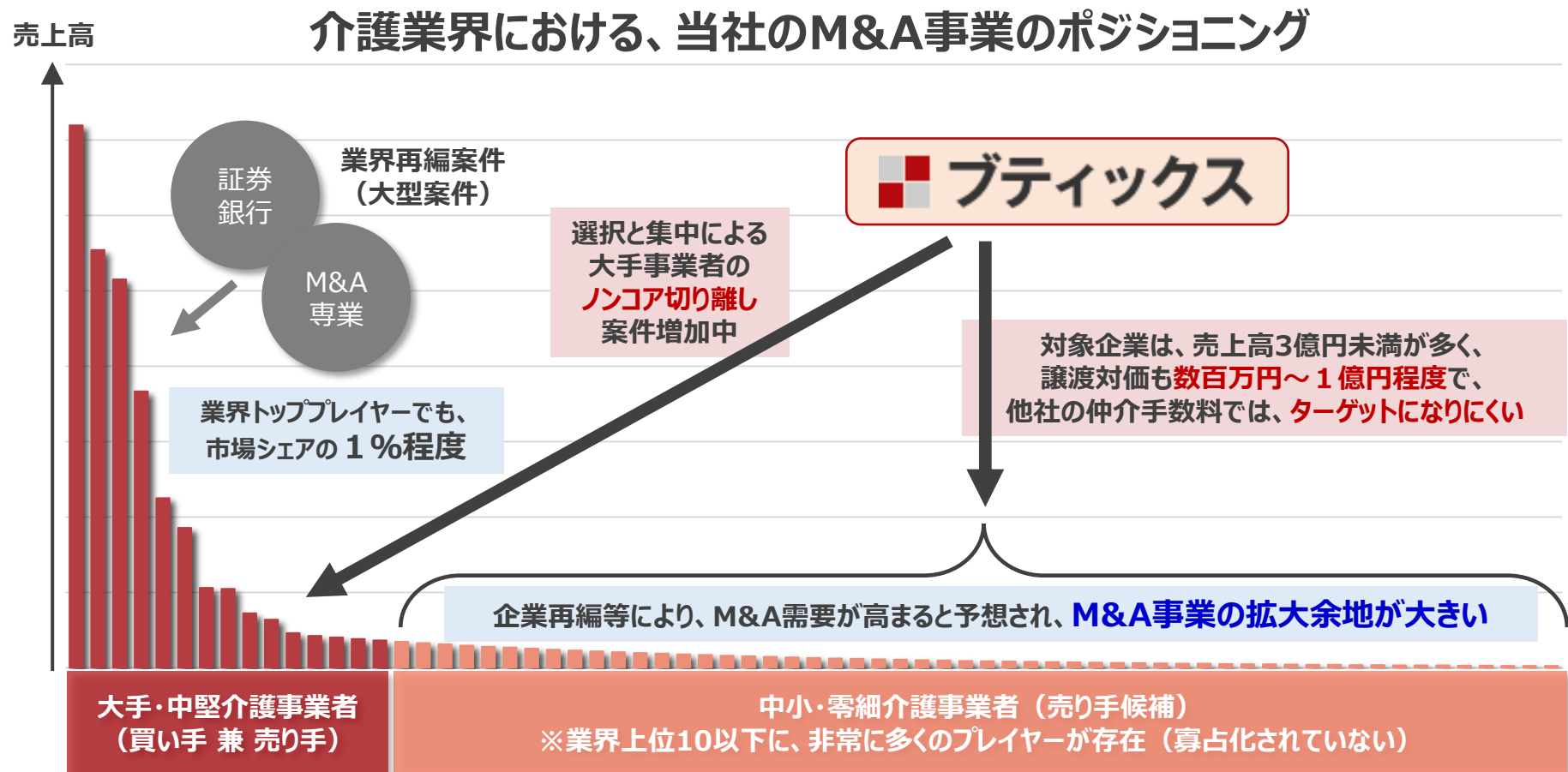
**M&A工程
管理システム**

成約期間が短縮



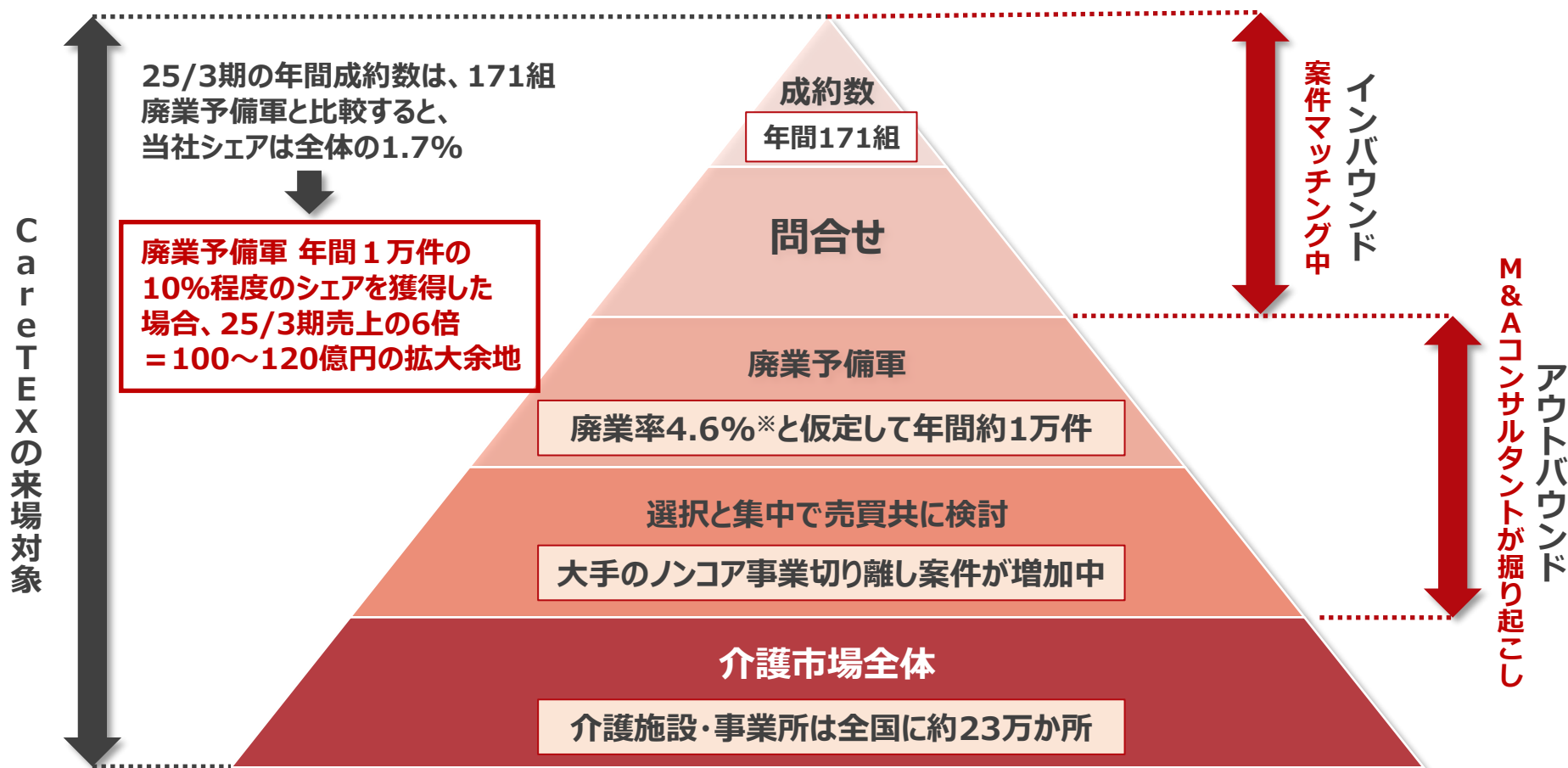
◆ 競合が少ない中小型案件を対象とした**独自のポジショニング**

- 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



◆就活生向け小規模イベント「ジョブトラ就活ゼミ」「ジョブトラOne」、「新卒人材紹介」「中途人材紹介」の各事業を展開。

ジョブトラ **就活ゼミ**

「自己分析」「企業研究」「業界職種研究編」等、
5つのテーマで「あなたの強み発見」「就活対策」
「会社選び」をサポートする、体験型イベント。
社名非公開により、知名度によらない新卒採用が可能。

ジョブトラ **One**

業界・テーマを絞った「合同説明会」+「1day選考会」へ
の参加で、最短1週間・最大6社の「スピード内定」を獲得
できる、選考直結型イベント。短期集中で内定獲得／
採用獲得が可能。

ジョブトラ **就活Agent**

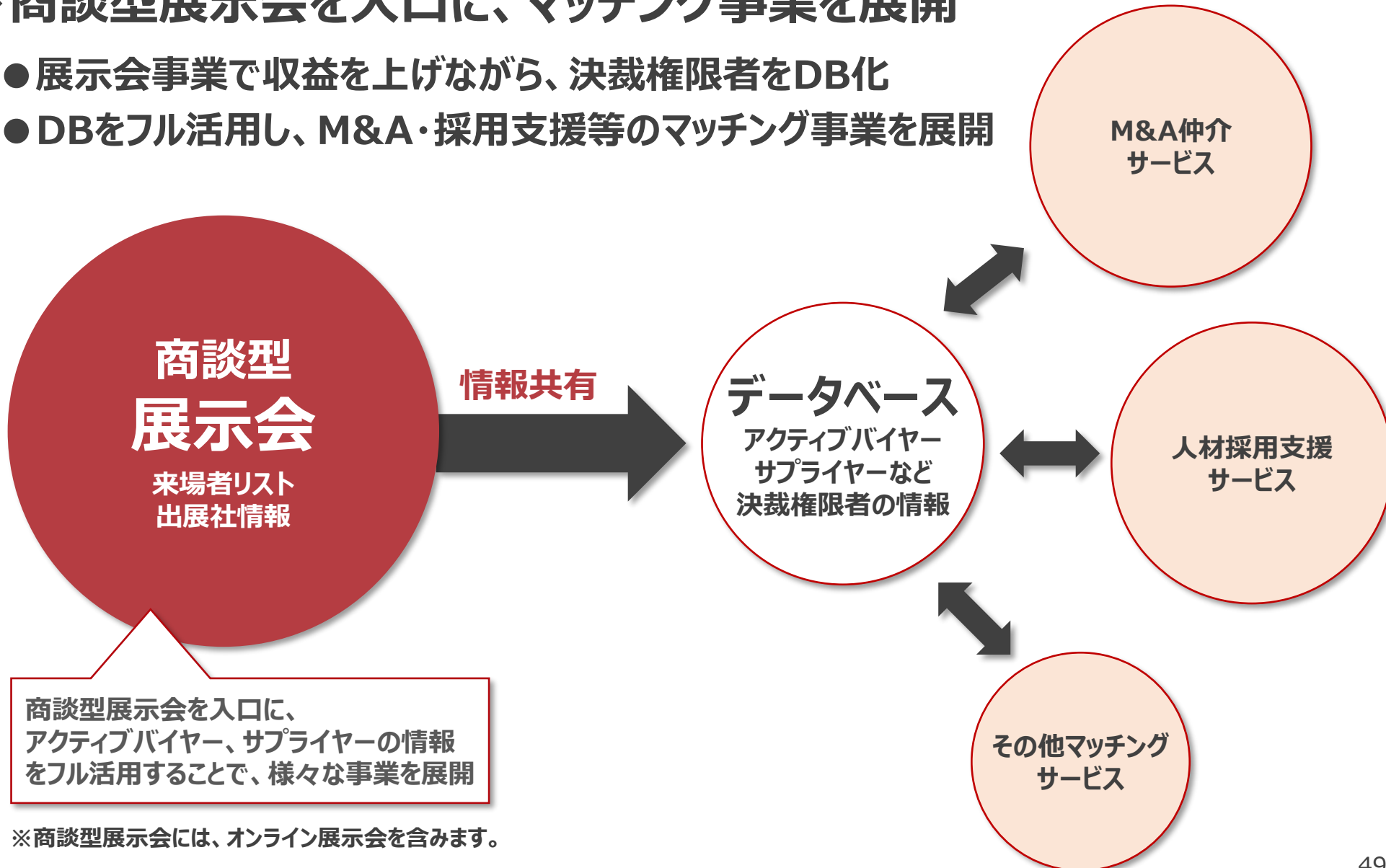
IT／DXからヘルスケア／介護テックまで、成長企業・
優良ベンチャーに特化した、新卒学生のための人材紹介
エージェント。1,100件以上の人材マッチングの実績。

ジョブトラ **転職Agent**

IT／DXからヘルスケア／介護テックまで、成長企業・
優良ベンチャーに特化した、転職者のための人材紹介
エージェント。「Growth転職DXPO」との提携により、
多数の優良企業を紹介。

◆ 商談型展示会を入口に、マッチング事業を展開

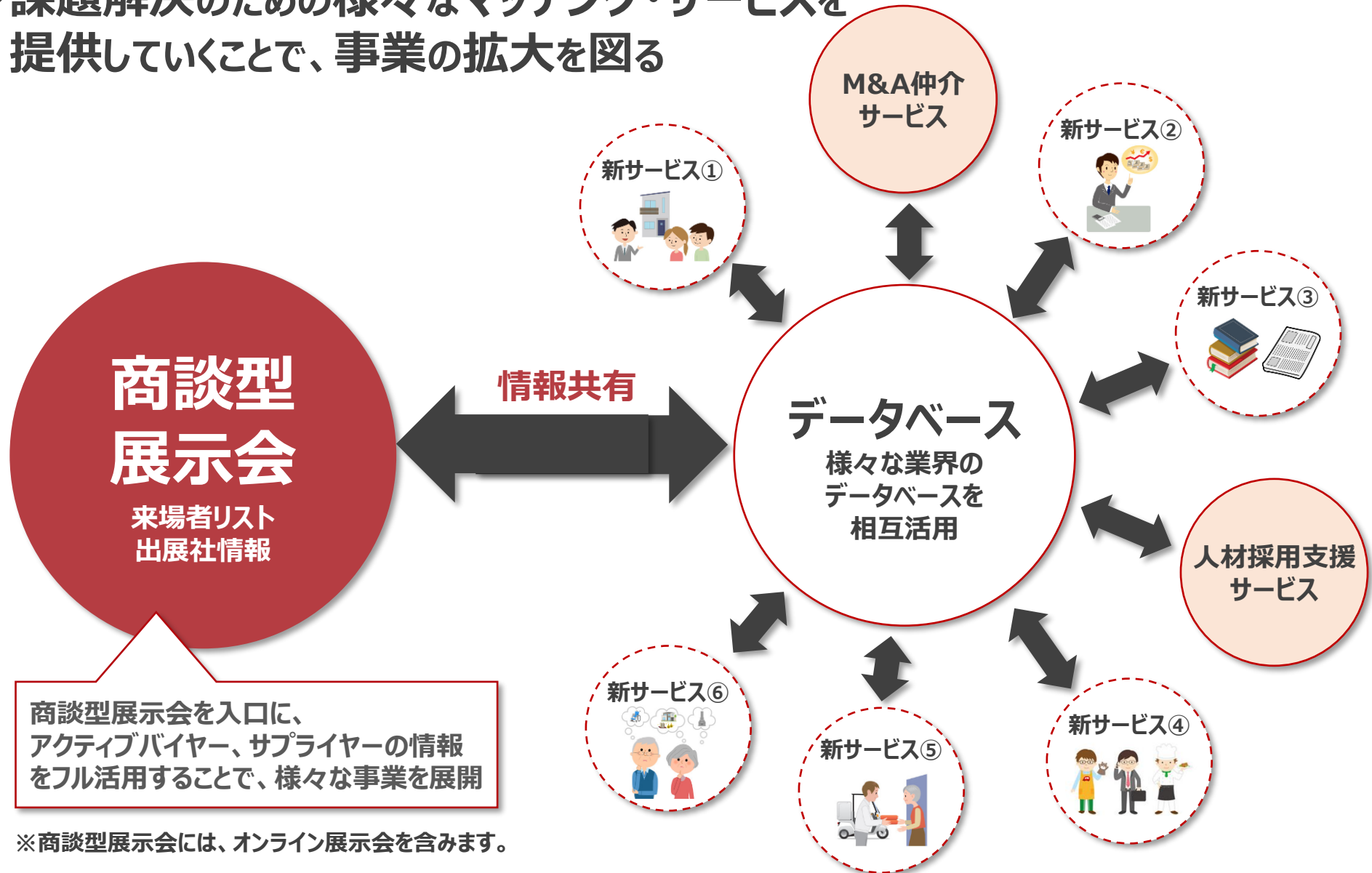
- 展示会事業で収益を上げながら、決裁権限者をDB化
- DBをフル活用し、M&A・採用支援等のマッチング事業を展開



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

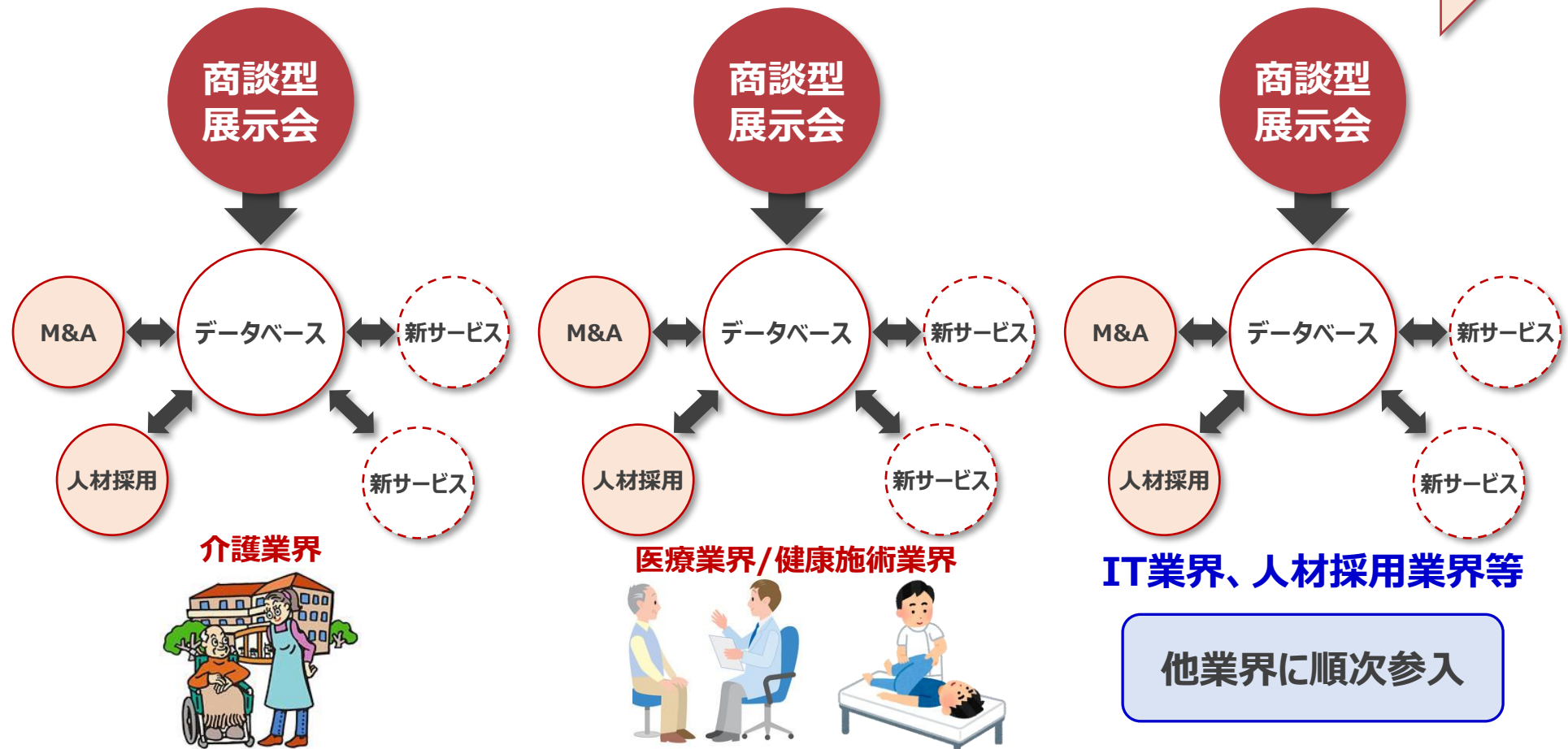


成長戦略② 他業界への横展開



◆ 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