



ベビーカレンダー
Baby Calendar

株式会社ベビーカレンダー
(東証グロース 7363)

2022年12月期 通期決算説明資料

2023年2月14日

- 1.2022年12月期 総括と決算サマリー
- 2.2023年12月期 業績見通し
- 3.成長戦略
- 4.トピックス
- 5.Appendix

1.2022年12月期 総括と決算サマリー

2022年11月14日に期末見込みの修正を下記のようにさせていただきました。

【当初予算】

売上	1,250百万円 (前期比119.8%)
経常利益	142百万円 (前期比123.0%)

**【修正予算】**

売上	1,081百万円 (前期比103.6%)
経常利益	43百万円 (前期比 37.2%)

【予算修正となった要因】

売上

タイアップ/PV連動/成果報酬広告、新規広告メニューの未達 △168百万円

経常利益

売上未達による利益の減少 △100百万円

2022年12月期通期業績は売上高1,084百万円（前期比104.0%）経常利益36百万円（前期比31.8%）で着地いたしました。
概ね修正期末見込み通りとなります。

(単位：百万円)

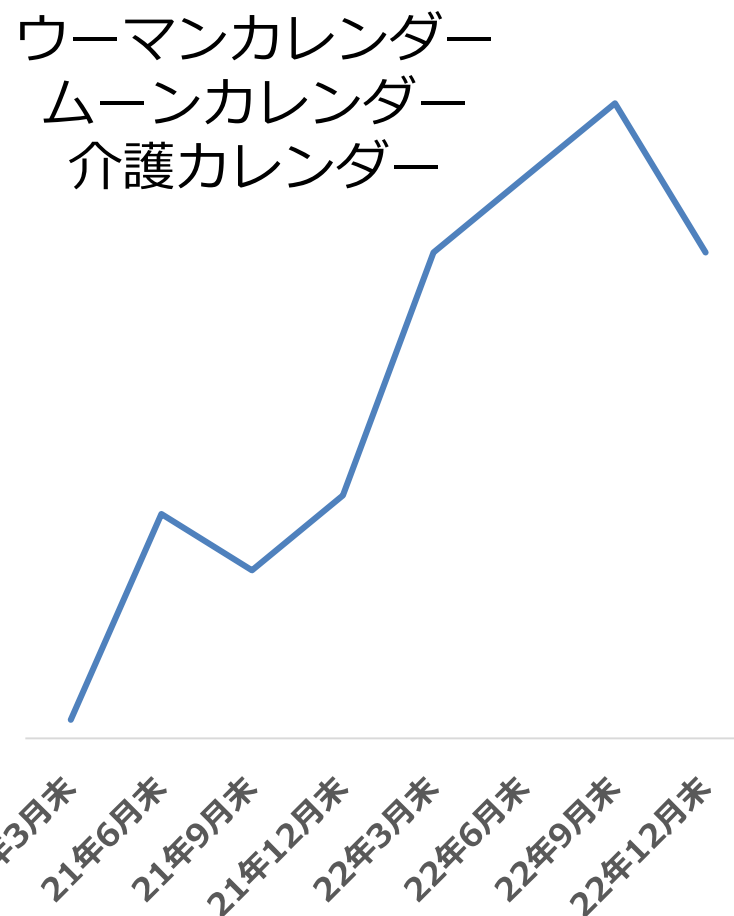
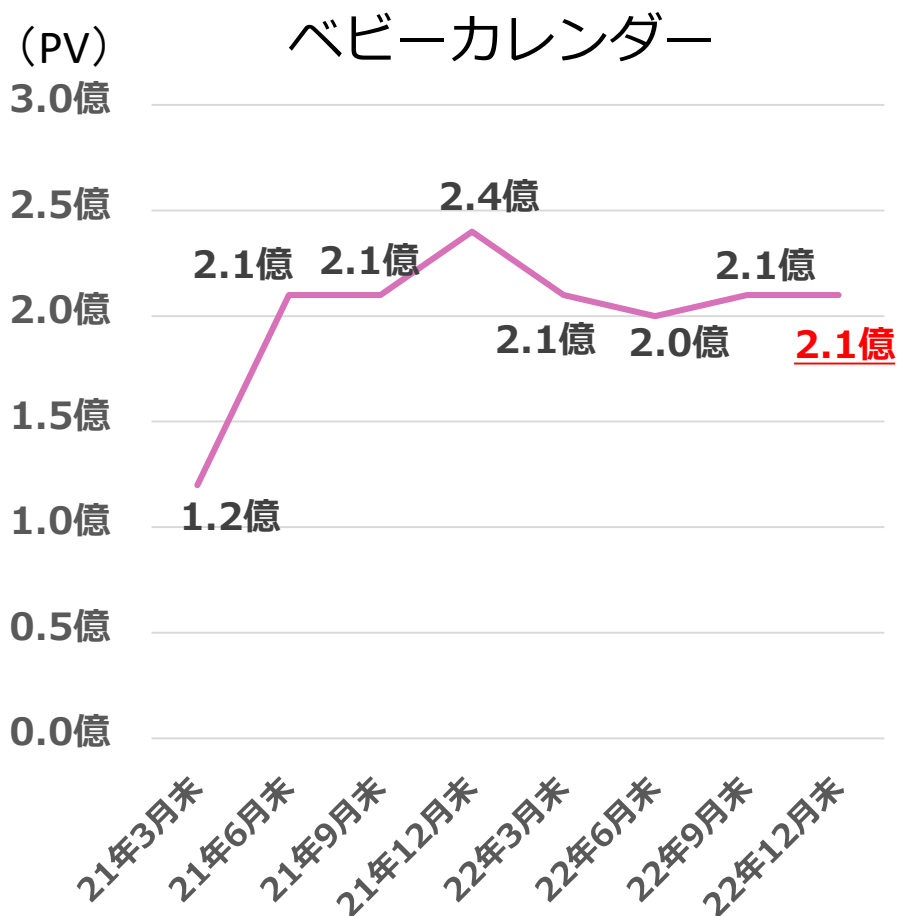
	2021年 12月期	構成比 (%)	修正 予算	構成比 (%)	2022年 12月期	構成比 (%)	前期比 (%)	修正 予算比 (%)
売上高	1,042	100.0	1,081	100.0	1,084	100.0	104.0	100.3
営業 利益	129	12.3	44	4.0	38	3.5	29.5	86.4
経常 利益	115	11.1	43	3.9	36	3.4	31.8	85.5
当期 純利益	75	7.1	28	2.5	21	1.9	28.2	75.5

2022年12月期は、下記の表に示す通り、4つの要因により売上が166百万円減となりました。それに伴い利益も減少しました。

■ 売上未達の内訳

売上	内容	金額（百万円）
メディア事業	タイアップ広告の未達	△27
	PV連動広告の未達	△42
	成果報酬広告の未達	△57
産婦人科向け事業	新規売上の未達	△38
合計		△166

ベビーカレンダーは記事本数の増加、ジャンルの拡大は順調に伸ばせてきましたが、ユーザー投稿コーナーの立ち上がりの遅れなどにより後半は伸ばすことができませんでした。それについては次年度に拡大していく予定です。



2.2023年12月期 業績見通し

2023年12月期の計画は売上高1,257百万円（前期比115.8%）
経常利益79百万円（前期比214.1%）を見込んでおります。

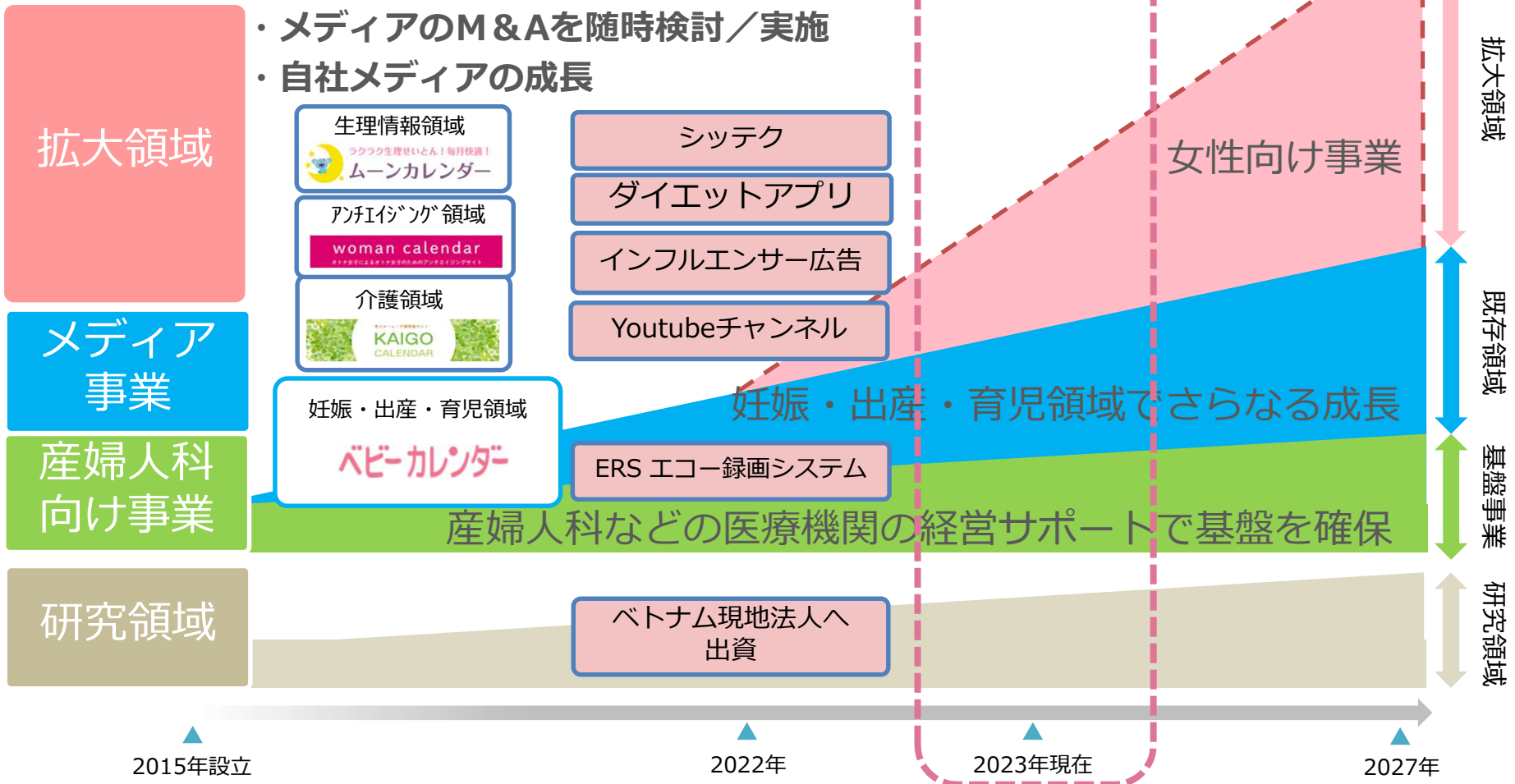
（単位：百万円）

	2022年 12月期	構成比	2023年 12月期	構成比	前期比
売上高	1,084	100.0%	1,257	100.0%	115.8%
営業利益	38	3.5%	80	6.3%	210.0%
経常利益	36	3.4%	79	6.2%	214.1%
当期純利益	21	1.9%	51	4.0%	242.5%

■売上は、2022年12月期の売上実績ベースに加え、事業譲受した事業売上を見込んだ計画としております。

3.成長戦略

中期的な成長戦略に変更はなく、引き続きメディア事業の拡大をM&Aも含めて実行していきます。なお、M&A資金には融資、増資、自己株式を積極的に活用していく予定です。



4.トピックス

さい帯血保管サービスを提供する株式会社ステムセル研究所様と妊娠、出産、育児領域におけるブランディング及びマーケティングにおいて、相互のチャネルを活用する業務提携を2023年1月より開始しました。

【ステムセル研究所の強み】

- ・約2,000院以上の産院様との取引
- ・約3万人の資料請求者／年



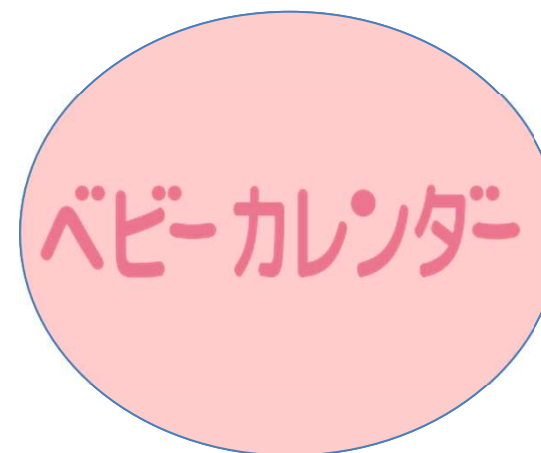
【ベビーカレンダーの強み】

- ・474院の産院様との取引
- ・会員登録者52万人／年



産婦人科様向けサービスにおける
認知、サービス提供の相互協力

妊娠期のママおよびそのパパへの
認知、サービス拡大



産婦人科向け衛生用品「お産セット」の分野で国内トップシェアのオオサキメディカル株式会社様と「マタニティプレゼント」のサービスを協同で立ち上げ2023年3月1日より開始します。

※オオサキメディカル様と弊社は2016年よりdacco(ダッコ)お産セットのプレゼント企画にて業務提携しておりますが、そちらに次ぐ新サービスの開始となります。

新サービスの概要

妊娠中期～後期の方を対象に産婦人科でマタニティプレゼントカードを配布。カードから申し込むことで破水対策セット「dc破水セット」が無料で貰える。

【オオサキメディカルの強み】

- ・産婦人科向け衛生用品
- 「お産セット」が国内トップシェア

【ベビーカレンダーの強み】

- ・474院の産院様との取引
- ・会員登録者52万人/年



「dc破水セット」を全国の産婦人科経由で提供



5.Appendix

会社概要

会社名	株式会社ベビーカレンダー
所在地	本社：東京都渋谷区代々木1-38-2 ミヤタビルディング10F 三島開発センター：静岡県三島市大社町18-7 小林ビル2F 大阪gaデザイン支社：大阪府大阪市中央区西心斎橋1-5-5 8F
設立日	1991年4月
資本金	285,030千円（2022年12月現在）
事業内容	メディア事業 産婦人科向け事業
執行体制	代表取締役 安田 啓司 取締役 福島 智晴 取締役 竹林 慶治 取締役 上田 周弘 取締役 佐々木 和幸 社外取締役 高橋 静代 監査役 黒岩 大輔 社外監査役 峯尾 商衡 社外監査役 片山 智裕
従業員数	71名（2022年12月現在）

沿革

- 1991年 経営コンサルティング業務を目的として、株式会社ロジスティクスコンサルティングを設立
- 1994年 日本テクト株式会社に商号変更
- 1996年 医療用液晶情報端末の開発・製造及びシステム開発を開始
- 2006年 本社を東京都港区に移転
- 2008年 産科施設向けベッドサイドシステムをパッケージ化した「MediPac mama」（現在のベビーパッドシリーズ）を発表し、産婦人科向け事業を開始
- 2015年 株式会社クックパッドベビーに商号変更
クックパッド株式会社から妊娠・出産サイト「クックパッドベビー（現ベビーカレンダー）」を譲り受け、メディア事業を開始
- 2017年 クックパッド株式会社から事業譲渡（MBO）を実施し、株式会社ベビーカレンダーに商号変更
- 2018年 本社を東京都渋谷区に移転
- 2020年 gaデザイン株式会社の株式を取得後、吸収合併し、大阪gaデザイン支社を設立。
- 2021年 東証マザーズ（現：東証グロース）に上場
- 2022年 ダイエットアプリ「ゆるっぷる」、インフルエンサー事業「gramo」、マッチングアプリメディア「シッテク」を譲り受ける。また、ベトナムレシピ動画サイト「wanna」に一部出資。

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。