

ベビーカレンダー

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ベビーカレンダー

2021年3月

1. 会社概要
2. 市場環境・財務ハイライト
3. 事業概要
4. 当社の強み
5. 成長戦略

会社概要

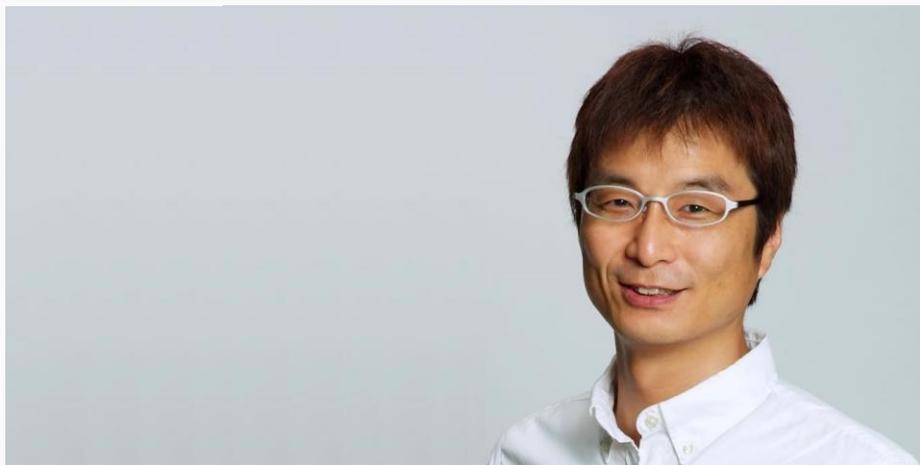
COMPANY INFORMATION

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	5,679万円（2020年12月現在）
事業内容	メディア事業 産婦人科向け事業 webマーケティング事業
執行体制	代表取締役 安田 啓司 取締役 福島 智晴 取締役 高桑 忠久 取締役 上田 周弘 取締役 佐々木 和幸 取締役 西内 直之 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	54名（2021年1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へ商号変更
- 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へ商号変更
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へ商号変更
- 2018年** 本社を東京都渋谷区に移転
- 2020年** g a デザイン株式会社の株式を取得後、吸収合併し、大阪 g a デザイン支社を設立。
webマーケティング事業を開始



安田 啓司 代表取締役

1988年に株式会社福武書店（現ベネッセコーポレーション）入社。女性向けサイト「ウィメンズパーク」の立ち上げ、妊娠出産育児雑誌「たまひよ」生活情報誌「サンキュ！」などの事業責任者を担当。その後、2013年にクックパッド株式会社 執行役に就任し、サイト全般、有料会員／広告事業、広報、ベビー領域、キッズ領域、ダイエット領域を経て、2015年、株式会社ベビーカレンダー（旧：株式会社クックパッドベビー）代表取締役に就任。

福島 智晴 取締役

2015年に当社に入社。メディア事業部部長を務め、2017年に当社取締役に就任。メディア事業全体を統括。

高桑 忠久 取締役/CFO

2019年、当社取締役に就任。CFOとして財務全般を統括。

上田 周弘 取締役

2004年に当社に入社。営業推進部部長を務め、2019年に当社取締役に就任。開発エンジニア全体を統括。

佐々木 和幸 取締役

2011年に当社に入社。産婦人科向け事業部部長を務め、2019年に当社取締役に就任。産婦人科向け事業を統括。

西内 直之 取締役

2020年、当社取締役に就任。Webマーケティング事業を統括。

高橋 静代 社外取締役

ウェルネット株式会社で取締役管理部長を経て、2020年に当社社外取締役就任。

黒岩 大輔 監査役

住友商事株式会社のグループ企業にて常勤監査役を経て、2019年に当社監査役就任。

峯尾 商衡 非常勤監査役

中央青山監査法人（現PwCあらた）、税理士法人を経て独立。2017年に非常勤監査役に就任。

片山 智裕 非常勤監査役

東京地方裁判所の裁判官を経て、弁護士事務所、中央青山監査法人（現PwCあらた）を経て、2019年に当社非常勤監査役就任。

立ち上げ～現在

A Sea of Smiling Babies

「赤ちゃんの笑顔でいっぱい」

妊娠してからおよそ1歳までのお子様を持つママとご家族、
その周りの方々をサポート

インターネット上には、口コミや不確かな妊娠出産情報が多く氾濫し、
正しい情報を判断できにくい状況



妊娠出産に関与しているママ／パパにとって
正しい情報を発信し続けるメディアが必要だと強く感じ、
クックパッドベビー（現ベビーカレンダー）を立ち上げる

「妊娠出産するママ・パパ」と「その家族」、
「妊娠出産に直接関係ない方々」、
すべての人が「笑顔」になる社会をつくりたい



ベビーカレンダー

ベビーカレンダーが生み出す
正しいコンテンツ

The diagram illustrates the mission of Baby Calendar to provide correct parenting information and change society. It features a central diagram of concentric circles representing the target audience (Mom/Dad, Family, Everyone) and a box on the right showing the app on various devices (tablet, laptop, smartphone) providing correct content. The app is designed to provide correct parenting information (pregnancy, childbirth, childcare) and to change society by addressing issues like infertility, single-parent parenting, postpartum depression, and biases against natural childbirth.

ベビーカレンダー

月間1.25億PV・875万UUの
メディア事業



【ベビーカレンダー】
PC、SPサイト／アプリ

468院導入の
産婦人科向け事業



【ベビーパッドシリーズ】
産院向けデジタル情報提供サービス

241社(院)導入の
Webマーケティング事業



【専門領域のマーケティング支援】
HP制作、プロモーション代行

妊娠～1歳までのママ・家族との圧倒的接点

専門家監修のコンテンツ（医療情報、栄養・レシピ、商品情報など）

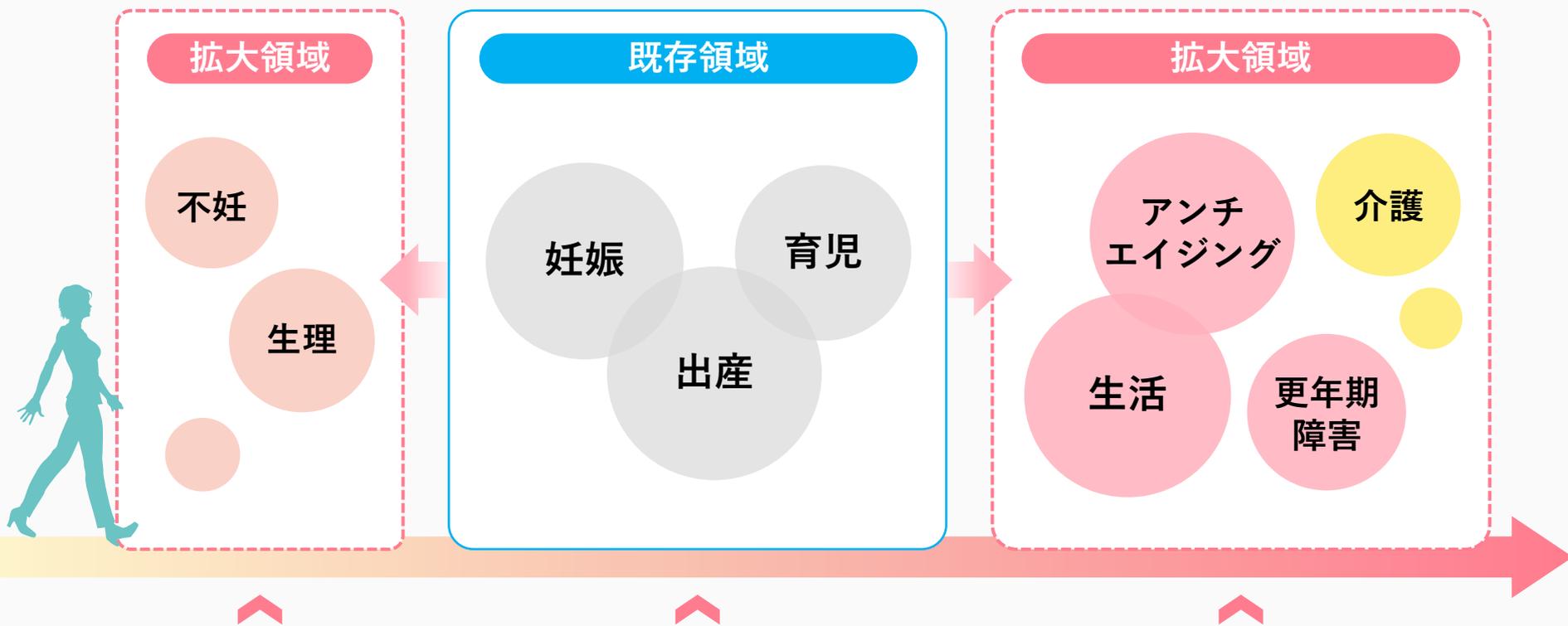
コンテンツを生み出し続ける組織力

※月間PV・UU、産婦人科向け事業の導入施設数、Webマーケティング事業の導入施設数は、2020年12月時点のデータ

※PV・・・2020年12月時点における、ユーザーによるWebページの月間閲覧数（延べ数）となります。なお、サイト及びアプリ、外部媒体を合算して集計しております。

※UU・・・2020年12月時点における、月間でサイトを訪れたユーザーの数を表す指標となります。期間内であれば、同じユーザーが複数回サイトを訪問してもUU数は1となります。

女性のライフステージにおける課題を解決する事業を展開



強み

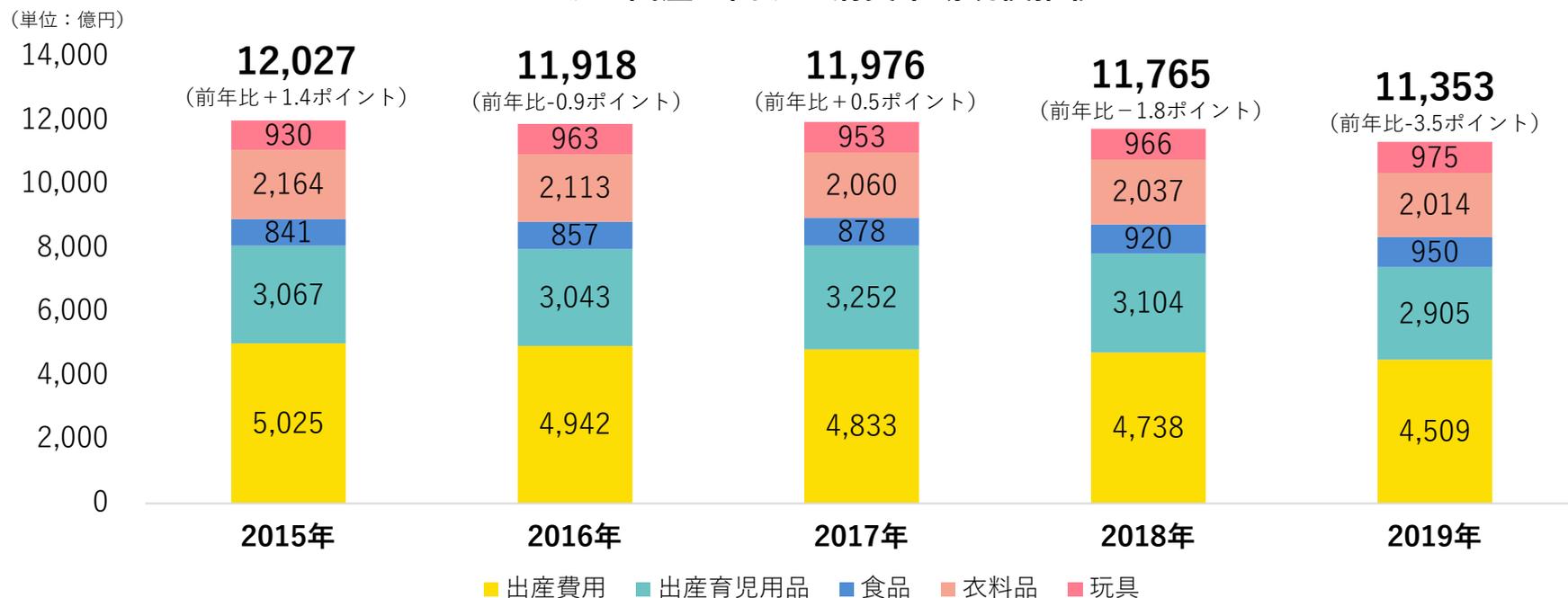
- ① インターネット技術を利用したサポート・課題解決の提案
- ② コンテンツ力とそれを生み出す編集力

市場環境
・
財務ハイライト

MARKET INSIGHT
・
FINANCIAL HIGHLIGHTS

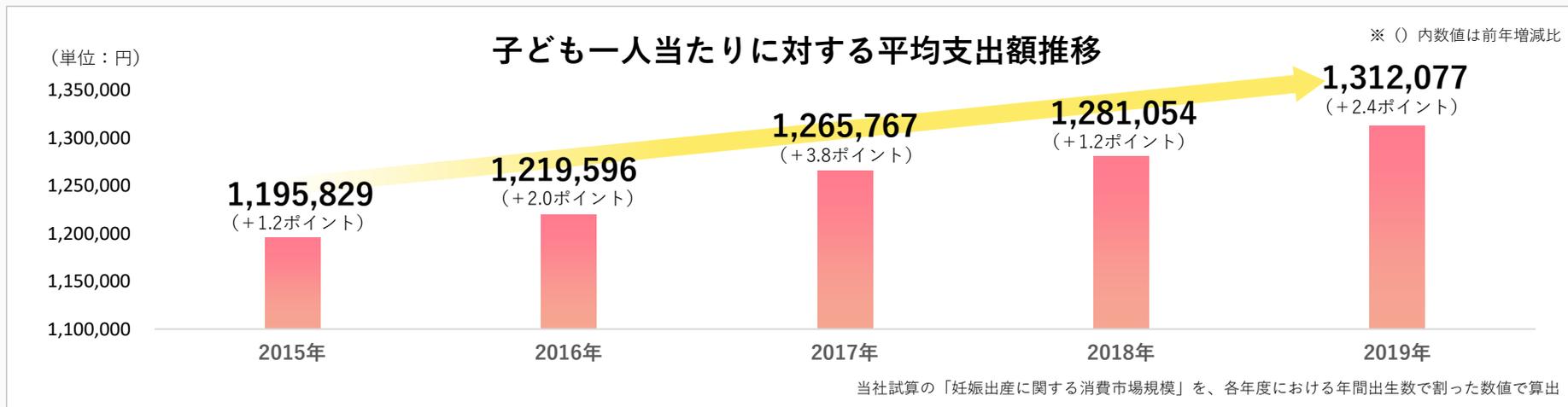
年間の出生数は年々減少傾向にある一方、市場全体の規模はほぼ横ばいで推移。
 2019年度におけるベビー関連ビジネスの市場規模は前年比4.4%増の4兆3,030億円で推移しており、
 その中で、妊娠・出産領域に関する市場規模は1兆1,353億円を見込んでおります。

妊娠・出産に関する消費市場規模推移



※矢野研究所の公表するベビー関連市場の「商品・サービス分野別市場動向」(矢野研究所「2020年版 ベビー関連市場マーケティング年鑑」2019年12月26日、69-204ページ)の各商品・サービス別の市場規模推移の合計金額と、国民健康保険中央会が2017年まで公表していた出産費用の全国平均値(公益社団法人 国民健康保険中央会「正常分娩分の平均的な出産費用について」、2012年10月1日、2014年7月1日、2015年10月9日、2016年7月15日、2017年6月20日)をもとに各年度の出生数を掛け合わせた数値を合算して算出。2018年及び2019年の出産費用については、過年度の全国平均値の推移から伸長率1%と仮定して、前年度の出産費用の全国平均値に掛け合わせた数値を用いて算出。

出生数は年々減少傾向にある一方で、
子ども1人あたりにかける費用は머니ポケット※を背景とし増加傾向にある。



※両親とそれぞれの祖父母の6つのポケット(シックスポケット)だけでなく、叔父や叔母、その他親戚等を含めた複数のポケット(머니ポケット)から子供1人に支出する傾向にある

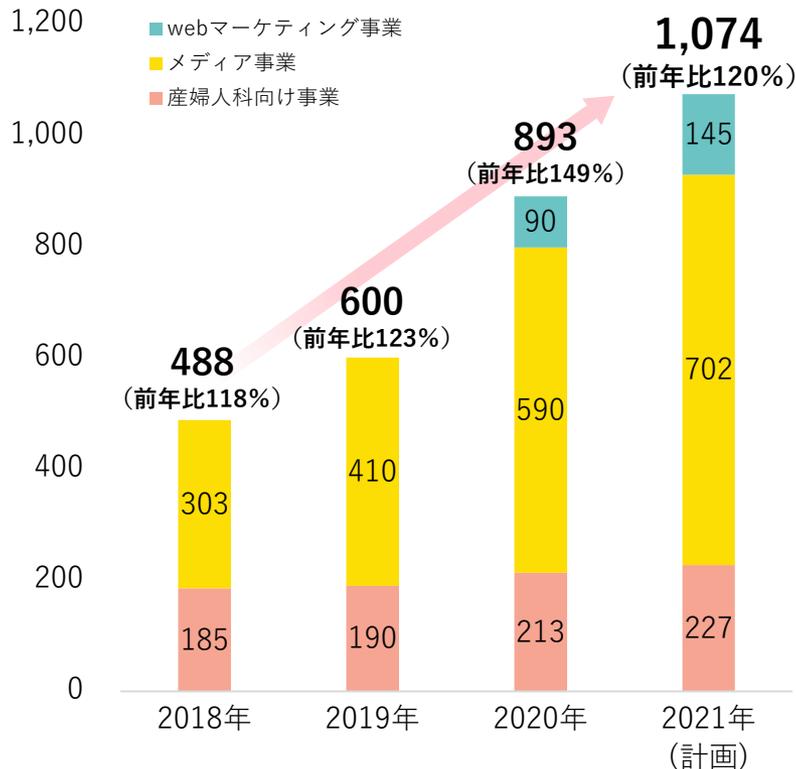
産婦人科向け事業で安定した基盤を構築しながら、メディア事業の成長が加速化。

2021年12月期の全社売上高は1074百万円（前年対比120%）、

経常利益は155百万円（前年対比161%）を見込んでいます。

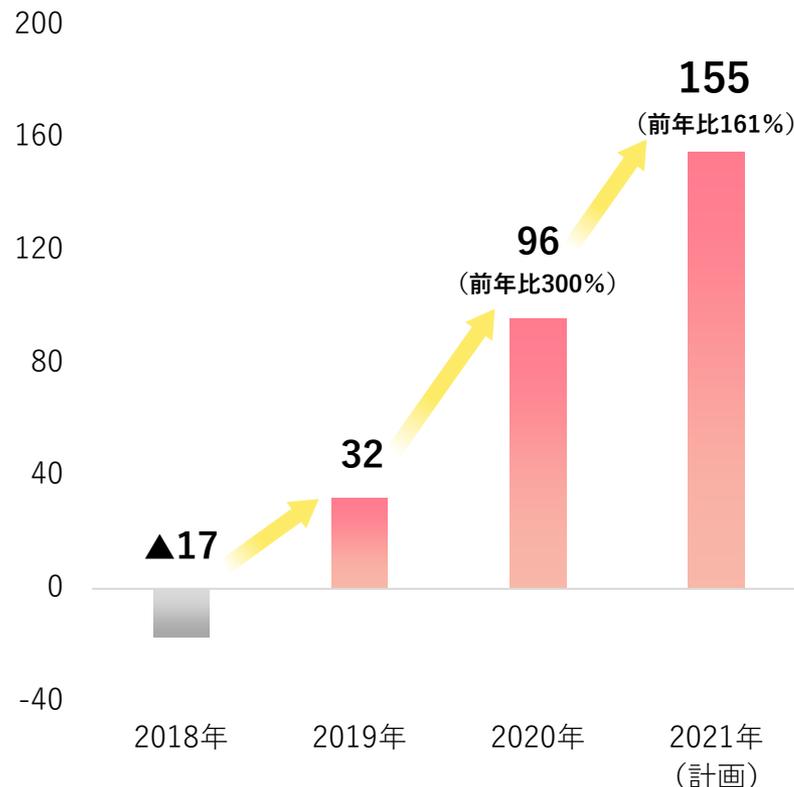
通期売上高推移

(単位：百万円)



通期経常利益推移

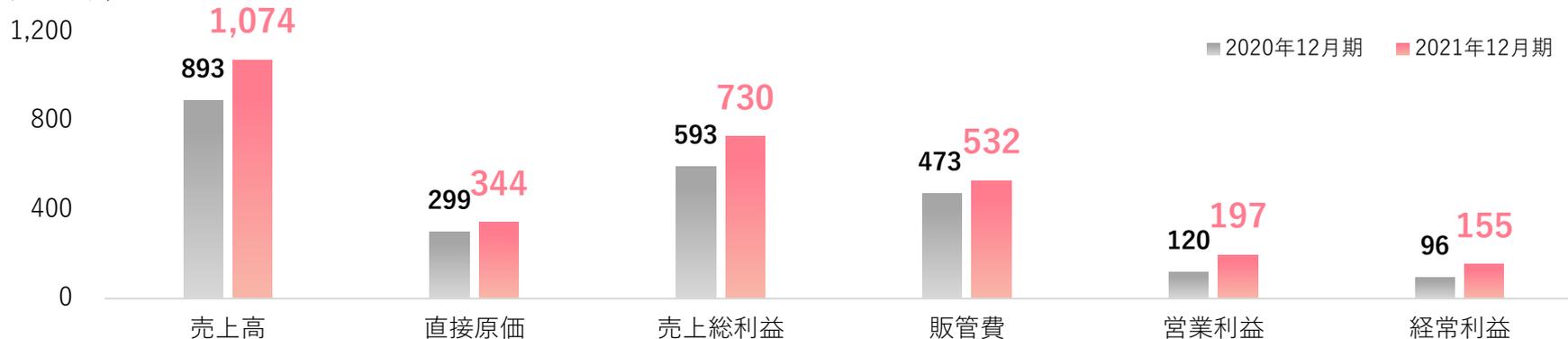
(単位：百万円)



メディア事業が業績をけん引し、前期に引き続き大きく成長

2020年12月期実績および2021年12月期業績見通し

(単位：百万円)

**売上高：1074百万円（前年比120%）**

- メディア事業売上高は全体の65%を占める701百万円（前年比119%）の見通し。

直接原価：344百万円（前年比115%）※

- 原価率は32.0%（前年比1.4ポイント減）。
- 原価率の低いメディア事業は26.2%の原価率（前年比2.5ポイント減）の見通し

売上総利益：730百万円（前年比122%）

- 売上総利益率は67.9%（前年比1.5ポイント増）
- メディア事業の売上総利益率は73.7%（前年比2.6ポイント増）の見通し

販管費：532百万円（前年比112%）

- 広告宣伝費は、メディア事業の自社サイトへの流入にともなうユーザー獲得およびPV数/UU数増を促進するための出稿費用を見込み、前期比およそ2割程度増加する見込み。
- 人件費は、開発エンジニア、メディア運営人員を中心に増員。

営業利益：197百万円（前年比164%）

- 営業利益率は18.3%（前年比4.9ポイント増）

経常利益：155百万円（前年比161%）

- 営業外費用として新規株式上場にとまなう各種費用を想定。

※売上に直接関連する費用を直接原価とし、メディア事業ではサイト運営費（外部ライター・専門家への委託費）や広告原価などが該当し、産婦人科向け事業およびwebマーケティング事業ではサービス提供にかかる材料費が該当する。

事業概要

BUSINESS SUMMARY

妊娠出産を含めた、女性およびその家族に向けて 正しい情報を提供するサービス

妊娠・出産領域のサービスを提供している企業の多くは、妊娠中、入院～出産、産後～育児の、一部のサポートが一般的です。
ベビーカレンダーは、妊娠出産を経験する女性のすべてのフェーズで
必要な情報提供や課題解決のサービスを提供しております。

妊娠した女性の
経過



妊娠中

妊娠～出産の確かな情報
産婦人科通院時の負担軽減
最適な産婦人科選び



入院～出産

出産～産後の確かな情報
産婦人科入院時の負担軽減



産後～育児

産後～育児の確かな情報

必要な
情報・課題

ベビーカレンダー

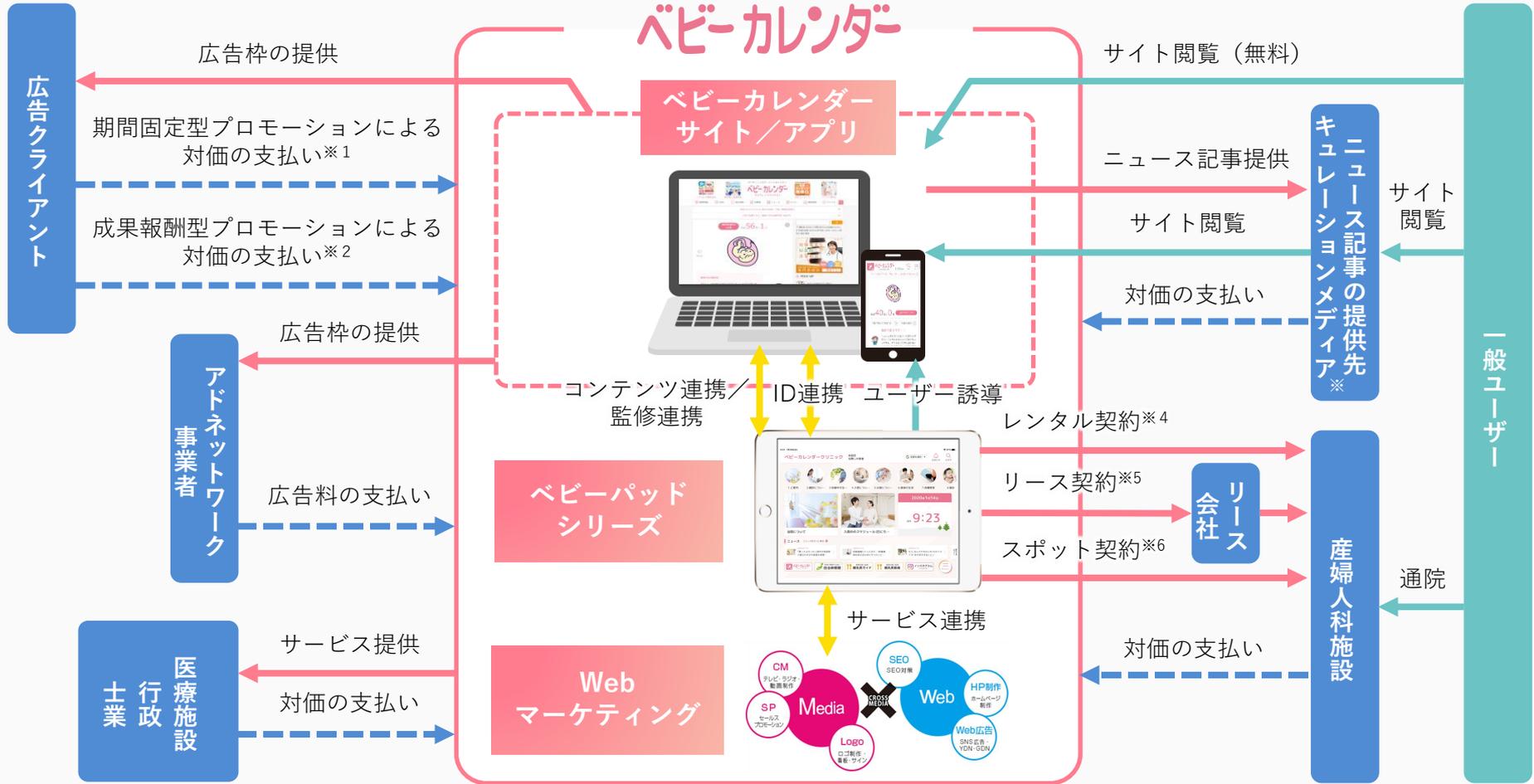
妊娠中～出産時、また産後にいたるまで、すべてのフェーズで
女性が必要とする情報・課題解決ソリューションを提供

他企業

- 妊娠出産情報サイト／アプリ
- 予約システム・エコー機器等のサービス提供会社
- ホームページ制作会社

- 妊娠出産情報サイト／アプリ

- 育児情報サイト／アプリ



※ 1. 「期間固定型プロモーション」主に広告掲載に係る期間に、掲載枠に応じた単価を乗じて算出
 ※ 2. 「成果報酬型プロモーション」登録や申込など、当社の収益につながる行動をしたユーザーに、一人当たりの成果単価を乗じて算出
 ※ 3. 主にLINEニュース、スマートニュース、Trillなど、複数の外部キュレーションメディアへのニュース記事提供

※ 4. 「レンタル契約」サービス毎の月額料金×契約期間に応じて提供するレンタル契約。契約期間は3年間がベース。
 ※ 5. 「リース契約」産婦人科施設の要望に合わせ、リース会社を介したリース契約で提供する場合。
 ※ 6. 「スポット契約」ホームページや動画制作など、制作に係る費用が一括で発生する契約

メディア事業
サービス概要

無料の専門家相談など、ママが安心できるメディアサイト・アプリを運営

「ベビーカレンダー」サイト・アプリの主な特徴

その日に必要な情報を提供

妊娠～出産までの約280日と、お子様が1歳になるまでの365日の計645日。その日ごとに必要な情報を、ベビーカレンダーから厳選してお届けするサービス。医療専門家による妊娠出産育児Q&A、医療専門家が監修している基礎知識のほか、ニュースを毎日日替わりでお届け。

「ベビーカレンダー」の名付けの元になる基本機能

赤ちゃんに関する話題のニュースを毎日配信

「気づき」や「発見」があり、行動にうつしたくなる情報を日々提供。ママネタ、暮らし、グッズ、制度・支援など9ジャンルで配信を行う。

- ・ 月間制作本数：約450本
- ・ 累計制作本数：約18,000本※1

日めくり医療情報

妊娠食・離乳食レシピ

あんしん基準を満たすレシピのみ掲載

管理栄養士監修による「あんしん基準」を独自で作成し、基準を満たすレシピのみを掲載。

- ・ 妊娠食掲載レシピ数：280本
- ・ 離乳食掲載レシピ数：1,128本※3

無料で何度でも

医師、助産師、管理栄養士など、専門家への相談が“無料”で“何度でも”可能。

- ・ 一日の平均相談件数：92件
- ・ 累計相談件数：8万件※2

ニュース

専門家相談



ベビーカレンダー

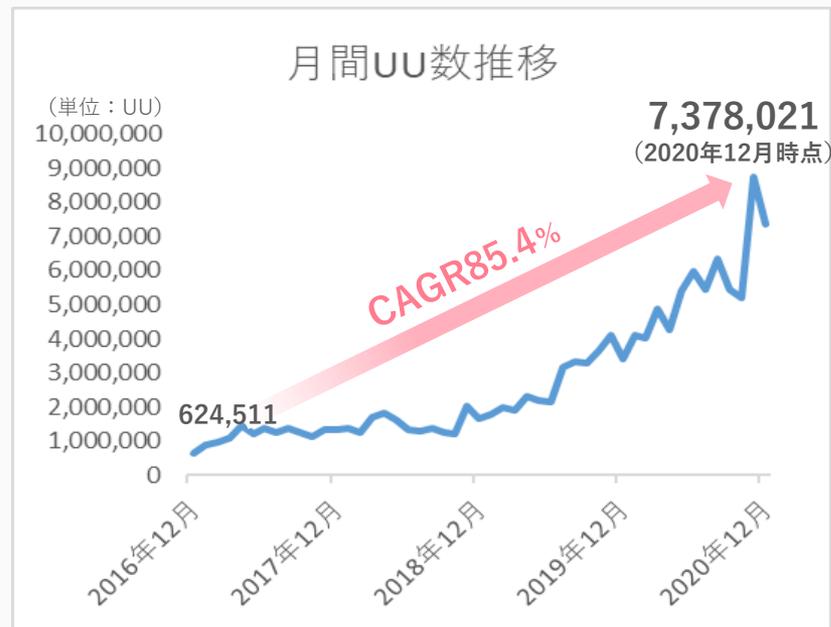
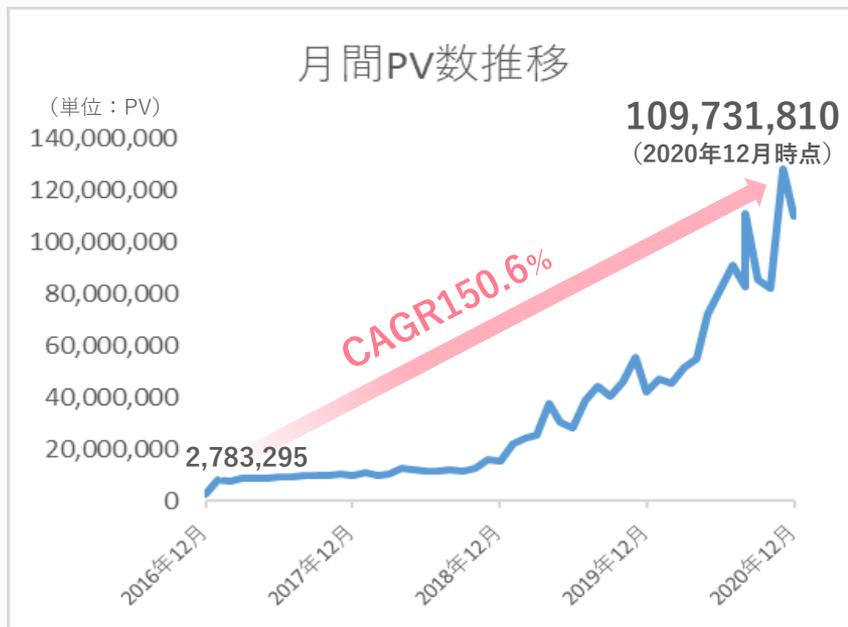
※1. 月間制作本数は2020年12月期の月間平均数を試算。累計制作本数はサイトがリリースされた2015年から2020年12月までの累計本数。
※2. 平均相談件数は2020年12月期の一日当たり平均数を試算。累計相談件数は、専門家相談コンテンツが実装された2015年12月からの累計件数。
※3. 2020年12月現在時点の数値を記載
※4. 特定非営利活動法人キッズデザイン協議会が主催する、子どもや子どもの産み育てに配慮したすべての製品・サービス・空間・活動・研究を対象とする顕彰制度

キッズデザイン賞※4
少子化対策担当大臣賞受賞



「ベビーカレンダーサイト」の成長 = 広告商品の価値向上

当社では、特に重視しているKPIとしてメディア事業におけるサイトおよびアプリのPV数とUU数を設定しており、PV数／UU数が成長することで、PV連動売上の上昇および広告単価の上昇、クライアントの拡販につながると考えております。月間制作本数約450本のニュース記事をはじめとし、様々なコンテンツのリリース、または既存コンテンツのリニューアルを都度行い、直近までのCAGR（年平均成長率）は月間PV数の推移で150.6%、月間UU数の推移で85.4%と飛躍的に成長しており、2021年は1億5千万PVを目標値としております。



メディア事業における妊娠・出産に関連する広告クライアントは、直接市場だけでなく生活の変化によって間接市場も対象となる。

直接市場

- ・マタニティウェア
- ・おむつ
- ・ベビーカー
- ・チャイルドシート
- ・ベビーウェア
- ・ミルク
- ・おもちゃ
- ・離乳食
- ・...etc



間接市場

- ・自動車
- ・家電
- ・ウォーターサーバー
- ・住宅
- ・食材宅配
- ・保険
- ・美容
- ・...etc

ベビーカレンダーは、専門家監修の高品質なコンテンツを提供している
 広告事業×専門家監修メディア

インターネットメディア事業に関する ポジショニングマップ

広告事業



専門家監修コンテンツ

ユーザー課金型事業

ユーザー投稿コンテンツ

ベビーカレンダーでは、医療情報を含むニュース記事や、妊娠食・離乳食レシピ情報など、専門家が監修した高品質なコンテンツを、すべて無料で利用することが可能。

また、妊娠・出産領域における他の情報サイトと比べ、多岐にわたる豊富なコンテンツを提供していることも特徴。

妊娠・出産領域における他の情報サイトとの比較例

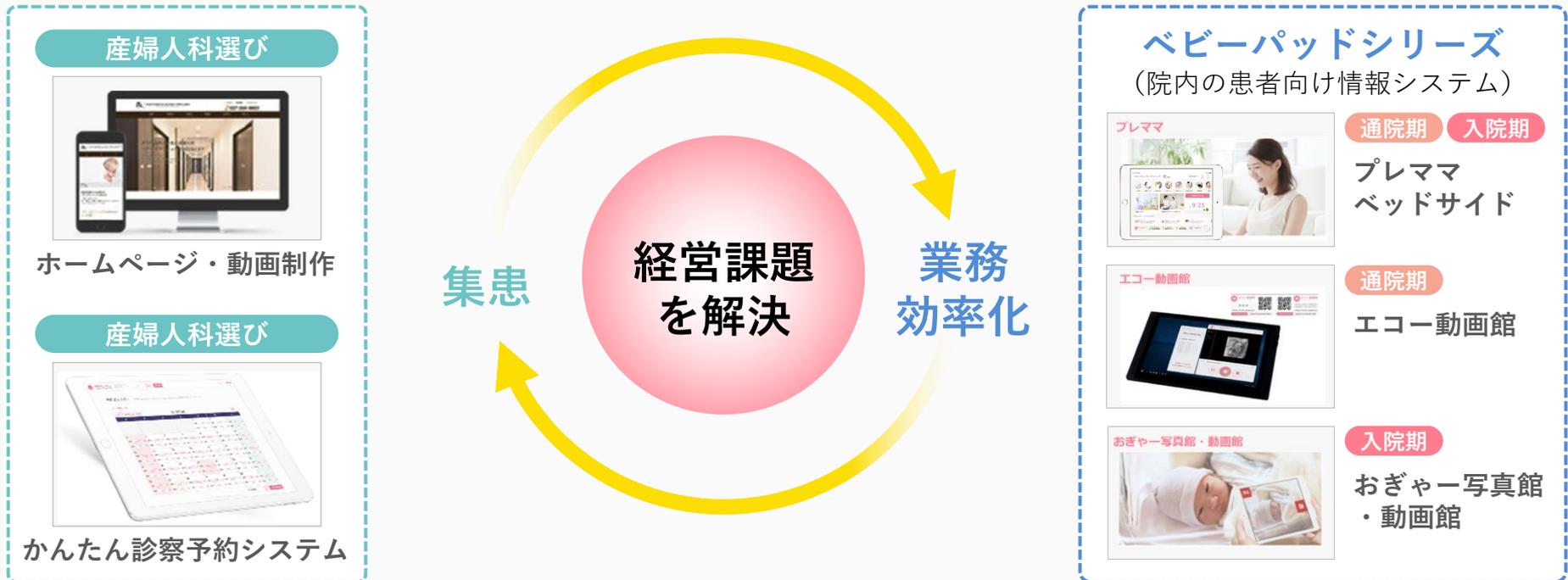
媒体名	コンテンツ				
	ニュース	施設検索	専門家監修 レシピ	専門家相談	出版／書籍
ベビーカレンダー	○	○	○	○	○
A社	○	○	×	×	×
B社	○	×	×	×	○
C社	○	×	×	×	×

産婦人科向け事業 サービス概要

産婦人科施設が抱える経営課題をインターネット技術を利用して解決します。 (紙からデジタルへ)

産婦人科施設は、少子化による患者数の減少にともない、これまで以上に患者獲得および
第二子以降の再来院確保のための競争力強化を余儀なくされています。

当社の産婦人科向け事業では、産婦人科施設に訪れる患者の妊娠中から産後にいたるまで、全ての局面で経営をサポートするサービスを展開。産婦人科施設が抱える「集患」の対策と、「業務効率化」をインターネット技術を利用して解決いたします。



妊娠時の産婦人科選び～通院期～入院期～産後まで、ワンストップでサービスを提供

※掲載している画像は、弊社ホームページから引用

ベビーパッドシリーズ (プレママ・ベッドサイド)

妊婦健診での通院時や入院時に、産婦人科から患者様に伝えたい情報を個別にカスタマイズしてコンテンツを作成。
産婦人科施設の経営課題である業務効率化を解決します。

病院案内などの ペーパーレス化

通院・入院されるママに配布する病院案内や入院の手引書などをコンテンツ化してベビーパッドに搭載。

ペーパーレス化が図れるとともに、内容の更新や修正など、これまで冊子の作り替えをしていたスタッフの手間が大きく解消します。



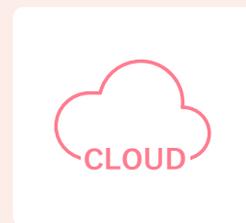
各種申請書類などの デジタル化・食事予約、 シャワー予約など

通院時に記入する問診票や栄養素計算、入院時に記録する授乳表など、これまで紙で記入・管理していた書類をデジタル化。
煩雑な紙の管理から解放します。



オリジナル指導動画 (約100本) で セルフスタディ

沐浴指導や授乳の仕方、通院・入院時に準備など、口頭で説明する、紙資料でお伝えするよりも圧倒的に患者習熟度が高く、さらにスタッフの指導方法の均一化も図ることが出来るので、患者は安心感を持って出産に臨むことができます。



スマホから、いつでもどこでも

オプションのクラウド機能を搭載することで、患者自身のスマホからコンテンツの利用が可能。

自宅で、入院の手引きを確認したり、ご家族と一緒に指導動画を閲覧して学習できます。

Webマーケティング事業 サービス概要

クライアント特化型のトータルソリューションを提供



webマーケティング事業では、総合病院をはじめとする医療施設を中心に、Webサイト制作、SNS広告、ロゴ・キャラクター制作、またグラフィックデザインの制作など、多角的なWebマーケティングのサポートを通じて、様々な経営課題を解決するソリューションをワンストップで提供しております。

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	リスク対応策
出生数の減少について	メディア事業 産婦人科向け事業	出生数は減少傾向にあり、今後さらに出生数が減少することによりメディア事業におけるPV数停滞等による業績への影響、ならびに産婦人科向け事業においては、顧客となる産婦人科施設の減少が発生した場合、産婦人科向け事業の業績に影響を及ぼす可能性	当社が現在提供しているサービスを産婦人科以外の医療機関へ展開することも視野に入れております。
コンテンツの信頼性について	メディア事業	メディア事業で掲載するコンテンツが、何らかの理由により正確性、安全性、確実性に欠けたコメントが掲載された場合、当社の事業及び業績、社会的な信用に影響を及ぼす可能性	当社では、関係者への法令遵守の徹底と記事制作におけるルールに従って掲載しており、専門家による記事への監修体制も構築し、コンテンツ内容の信頼性の担保を維持できるように努めております。
個人情報の管理について	メディア事業 産婦人科向け事業 webマーケティング事業	情報管理に関する社内体制の不備や社外からの不正アクセスにより、これらのデータが外部に漏洩した場合、当社への信用低下や損害賠償請求等によって当社の業績に影響を及ぼす可能性	個人情報管理規程、情報セキュリティ規程を制定、各業務ごとの業務マニュアルを作成し、規程およびマニュアルに準じた個人情報の取扱いを徹底するとともに、個人情報が保管されているデータベースへのアクセス権限を設定し、内部監査で管理体制を確認しております。また、全従業員を対象とした社員教育およびeラーニングテストを定期的を実施しております。
新型コロナウイルスの影響について	メディア事業 産婦人科向け事業 webマーケティング事業	感染症が長期化することで経済活動が停滞し、当社の顧客である医療機関や広告クライアント等の業績悪化により経営方針が変更となり、商談中の案件が失注となる可能性	現在、業績に大きな影響を与えるような事象は発生しておりませんが、当社では、テレワーク推進の取組みをし、事業活動を継続してまいります。

※その他のリスクについては、有価証券届出書【事業等のリスク】に記載しております。

当社の強み

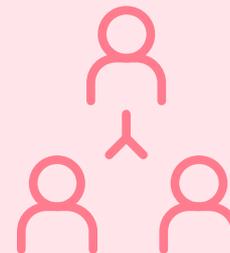
OUR STRENGTHS

1



妊娠～1歳までの
ママ・家族との
多面的接点

2



正しい専門情報を
提供し続ける
組織力



顧客との接触

良質なリアル接点



産婦人科向け事業では、**全国468施設の産婦人科施設**との取引。
全国の分娩取扱い施設^{※1}の**2,353施設中約20%の施設**で接触



お産セット^{※2}を全国の産婦人科施設へ販売しているオオサキメディカル株式会社と協業。お産セットに同梱する「ファーストプレゼントカード^{※3}」を当社が企画・運営し、**年間約40万枚**（年間出生数86万人の46%）を配布。

幅広いネット接点



ベビーカレンダーサイト・アプリのUU数は、およそ**875万UU**^{※4}。
そのうち、会員登録数は**年間約36万人登録**。

※1. 日本産婦人科医会「産婦人科医療体制と就労環境（2018年1月16日）」から参照。全国の分娩取扱い施設は2353施設。

※2. 「お産セット」とは分娩直後より使用する衛生用品一式を詰め合わせたセットであり、産婦人科施設はメーカーより「お産セット」を仕入れ、入院する妊婦に提供または販売している。

※3. オリジナル写真入り絵本などの全員プレゼントキャンペーンや、クライアント企業の広告が掲載されている紙面。

※4. 2020年12月時点での実績

※5. 2020年12月時点でのベビーカレンダーサイトおよびアプリの会員登録数とプレゼント会員登録数の合算。なお登録料や利用料は発生せず、すべてのコンテンツを無料で利用できる。

編集部メンバー構成



編集体制

編集部のメンバーは主なユーザー層と同じ20代～40代の女性で構成。

育児雑誌の元編集長や妊娠出産メディアの元編集長などの経歴を持つメンバーが在籍。

助産師資格を有する社員が在籍。そのほかオブザーバーとして、杏林大学で

看護学科助産師課程准教授の先生に参画してもらい、記事全般の品質向上に取り組んでいます。

約40名の専門家と連携

専門家による 監修体制

医師、助産師、保育士、看護師、管理栄養士、またはファイナンシャルプランナーまで、約40名の専門家と連携。

医療情報が含まれる記事は、すべて専門家が監修。

不確かな情報が掲載されないよう、信頼性を確保する体制。

質の高い記事を制作するフローを整備

- **リサーチ・企画立案**
読者の皆様のニーズや反響などを元に、企画立案、調査を行います。
- **取材・原稿執筆**
取材等を元にベビーカレンダー編集部員、提携ライター(※)が原稿執筆。
※提携ライターはベビーカレンダーで設けた基準を満たした方に限っています。
- **原稿確認 (担当・編集長)**
各企画の編集担当と編集長が原稿内容を確認します。法令を遵守した内容であるか、執筆された記事がコピー記事でないか等も確認。
- **専門家 (医師・助産師・管理栄養士等) 監修**
記事に応じ、各専門家に監修をお願いします。
- **原稿チェック (担当・編集長)**
戻ってきた原稿を確認し担当が確認、編集長が最終確認をします。
- **公開**

コンテンツの信頼性を確保

編集マニュアルを整備し、法令遵守も含めて編集マニュアルに基づいたフローで記事制作を行っています。
また、専門家の監修を経た記事を掲載することを基本方針としており、医療情報に関連する記事については、医師等の専門家による監修及び修正を必須としています

成長戦略

GROWTH STRATEGY

1

妊娠・出産・育児領域でさらなる成長

2

女性の課題解決領域への拡大

メディア事業の根幹であるベビーカレンダーサイトの成長を加速

妊娠～1歳までの
ママ・家族との多面的接点



専門家による
監修体制



コンテンツの拡大

- 記事コンテンツ配信件数の増加
- 独自のPDCAサイクルによる記事の質の向上



機能の拡充

- ユーザー参加型プラットフォームの構築
体重管理、記事コメントなど
- UI/UX改善



外部提携先の開拓

記事コンテンツを提供している外部提携先の増加による閲覧数増



月間PV数 目標



ベビーカレンダーサイトを
PV拡大させ、
広告収益の増大を見込む

ベビーカレンダーの強みである組織力を生かし、他の専門領域に展開

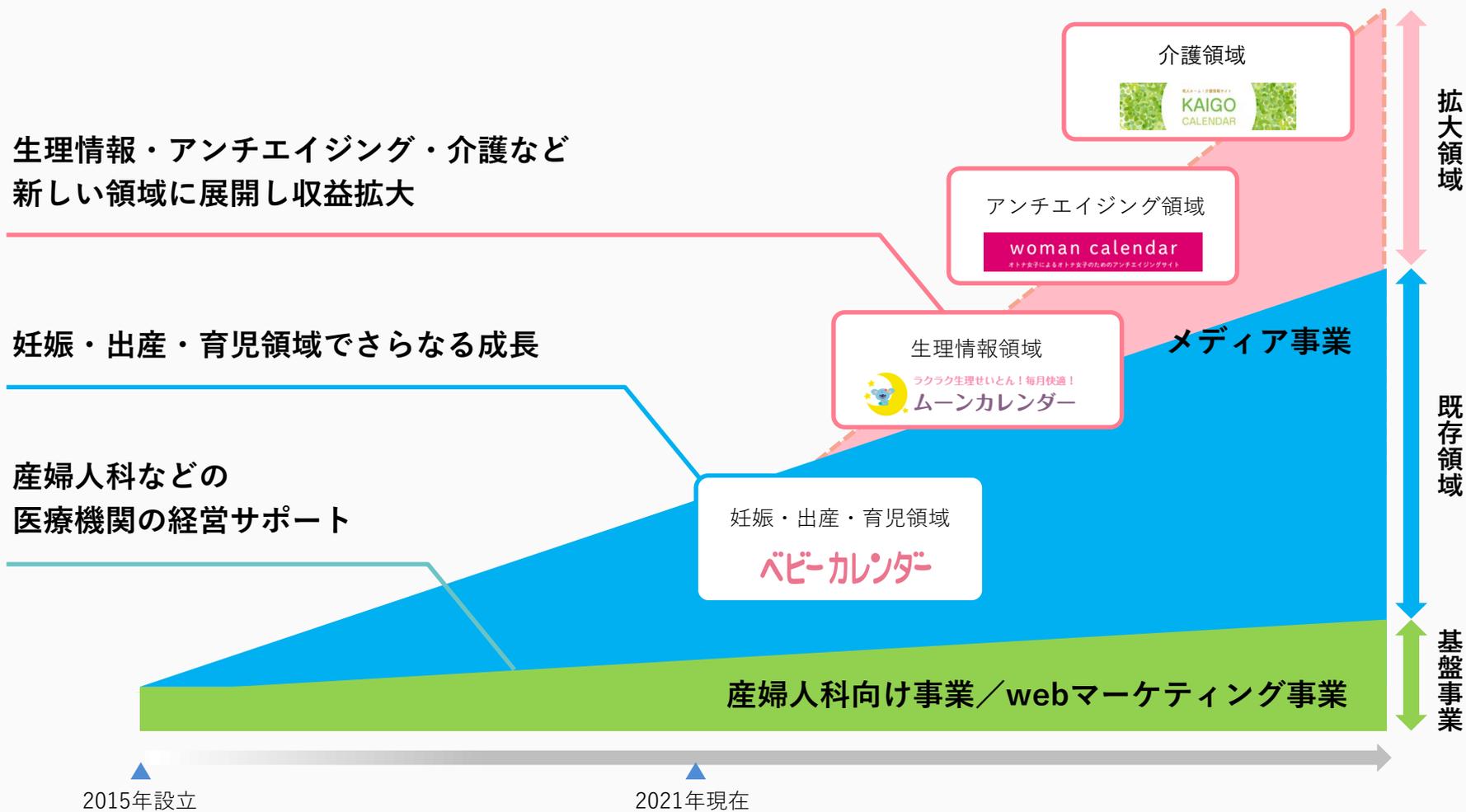
既存領域

拡大領域

事業領域	妊娠・出産	育児	生理情報	アンチエイジング	介護
展開するサイト	ベビーカレンダー		 ラクラク生理せいとん！毎月快通！ ムーンカレンダー	 woman calendar <small>更年期障害によるトラブルを解消するアンチエイジングサイト</small>	 KAIGO CALENDAR
リリース時期	2015年5月		2020年11月	2019年11月	2019年10月
コンセプト	赤ちゃんとの毎日をもっとラクに、もっと楽しく	検討中	楽々生理せいとん！毎月快通！	大人女子による大人女子のためのアンチエイジングサイト	失敗しない初めての介護施設選び
女性の課題	妊娠・出産・育児・不妊	子育て・しつけ・教育	生理・グッズ・妊娠	更年期障害・老眼・白髪・入れ歯・シミ・しわ	初めての介護施設探し
対象とする女性の年齢／人数*	25歳～35歳 約680万人	検討中	20歳～35歳 約970万人	45歳～60歳 約1300万人	50歳～65歳 約1300万人
成長への取組み	 編集体制  専門家による監修体制  サイト成長のノウハウ		 ベビーカレンダーの強みである「組織力」とベビーカレンダーサイトで培ってきたPV数のCAGR(年平均成長率)150%のノウハウを活かし、「ベビーカレンダー」と同規模の成長を目指す。		

※厚生労働省「令和元年(2019)人口動態統計(確定数)の概況」人口動態総覧の年次推移より、2020年時に当該年齢に達する女性の出生数を算出

産婦人科などの医療機関の経営サポートを基盤としつつ、
メディア事業で既存領域以外へ拡大展開



株式上場時の調達資金は、今後の中長期計画に組み込む予定

対象	内容	時期 (年度)	金額 (百万円)
既存システムの 開発投資	産婦人科向け事業の既存サービスにおける機能追加等によるサービスの充実や業務効率の向上等を目的とした既存システムの開発投資	2021年	2 0
		2022年	4 0
		2023年	4 0
新サービスの 開発投資	顧客満足度を向上させる産婦人科向け事業の新規サービスの開発、およびメディア事業におけるアプリの開発	2021年	2 0
		2022年	4 0
		2023年	4 0
人材採用費及び 人件費	システム開発における開発人員の採用、メディア事業における編集部員の増員	2021年	2 0
		2022年	3 0
		2023年	3 0
広告宣伝費	認知度向上に向けたインターネット媒体によるプロモーションコスト	2021年	4 0
		2022年	3 0
		2023年	3 4

立ち上げ～現在

A Sea of Smiling Babies 「赤ちゃんの笑顔でいっぱい」

妊娠してからおよそ1歳までのお子様を持つママとご家族、その周りの方々をサポート

中期目標

A Sea of Smiling Women 「女性の笑顔でいっぱい」

女性の一生をサポートするサービスへと拡大

長期目標

A Sea of Smiling Faces 「みんなの笑顔でいっぱい」

人生の節目に後悔しない笑顔を提供するサービスを提供していきたい

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。

本資料を開示する時期につきましては、定時株主総会后、遅滞なく開示いたします。

ベビーカレンダー