

# ベビーカレンダー

2021年12月期第1四半期  
決算説明資料  
(証券コード:7363)

**FY2021 1Q**  
2021年1月～2021年3月

I .決算サマリー

II . 事業別業績

III . 2021年12月期業績計画

IV . Appendix

注：当資料における2021年12月期第1四半期に関する資料は、監査未了の資料を使用

## I. 決算サマリー

---

## 第1四半期の業績は、今年度の当初計画を上回る進捗です。

メディア事業における広告収入がダイレクトマーケティング企業を中心に好調で、売上高は前年同期比でプラス8.1%となり、当初計画を上回りました。

利益については、上場に関連する費用（販管費と営業外費用）を約20百万円計上しております。

「ベビーカレンダー」サイト・アプリのPV数及びUU数は順調に推移しております。

メディア事業における主要なKPIである「ベビーカレンダー」サイト・アプリのPV数は、前期末比3.3%増、UU数は前期末比9.8%増で、年間PV数目標の1.5億PVに向け順調に推移しています。

売上高・利益ともに、計画を上回る進捗です。

単位：百万円	2021年12月期 1 Q (2021年1月-3月)	2020年12月期 1 Q (2020年1月-3月)	前年同期比
売上高	<b>245</b>	226	<b><u>108.1%</u></b>
売上原価	80	72	110.3%
売上総利益	165	154	107.0%
販売費及び一般管理費	139	109	127.6%
営業利益	<b>25</b>	44	56.3%
経常利益	<b>13</b>	44	30.4%
四半期純利益	<b>7</b>	29	25.6%

上場時のファイナンスにより、現金及び預金を中心に流動資産が大幅に増加しました。純資産も資本金の増加により大幅に増加しています。

単位：百万円	2021年12月期3月末	2020年12月期期末	前期末比
流動資産	727	382	190.4%
うち現金及び預金	562	237	237.2%
固定資産	112	119	94.1%
総資産	840	502	167.4%
負債	158	156	101.4%
純資産	682	345	197.2%
うち資本金	221	56	389.2%

## II. 事業別業績

---

メディア事業の売上は、前年同期比プラス36.8%、売上総利益はプラス46.6%と好調に推移しています。コロナによる事業への影響はありませんでした。産婦人科向け事業の売上は、契約更新サイクルの影響により前年同期が高かったため、今季は前年同期比マイナス53.2%となっていますが、当初の計画通りに進捗しています。年間での計画に影響はありません。Webマーケティング事業の業績も当初計画通りの進捗です。

(単位：百万円)		2021年12月期1Q (2021年1月-3月)	2020年12月期1Q (2020年1月-3月)	前年同期比
メディア事業	売上高	<b>173</b>	127	136.8%
	売上総利益	128	87	146.6%
産婦人科向け事業	売上高	<b>38</b>	82	46.8%
	売上総利益	17	55	31.0%
webマーケティング事業	売上高	<b>33</b>	17	186.0%
	売上総利益	19	11	168.3%
合計	売上高	<b>245</b>	226	108.1%
	売上総利益	165	154	107.0%

## 「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数およびUU数が成長することで、PV連動売上の上昇および新規広告単価の上昇、広告クライアントの拡販につながると考えております。

PV数は、前期末比3.3%増、UU数は、前期末比9.8%増となっており、年間PV数目標の1.5億PVに向け順調に推移しております。

月間PV数推移	
	(単位：PV)
2016年12月	2,783,295
2017年12月	9,581,079
2018年12月	15,267,679
2019年12月	41,960,012
2020年12月	109,731,810
2021年3月	<b>113,377,326</b>

月間UU数推移	
	(単位：UU)
2016年12月	624,511
2017年12月	1,318,331
2018年12月	1,651,072
2019年12月	3,414,139
2020年12月	7,378,021
2021年3月	<b>8,100,519</b>

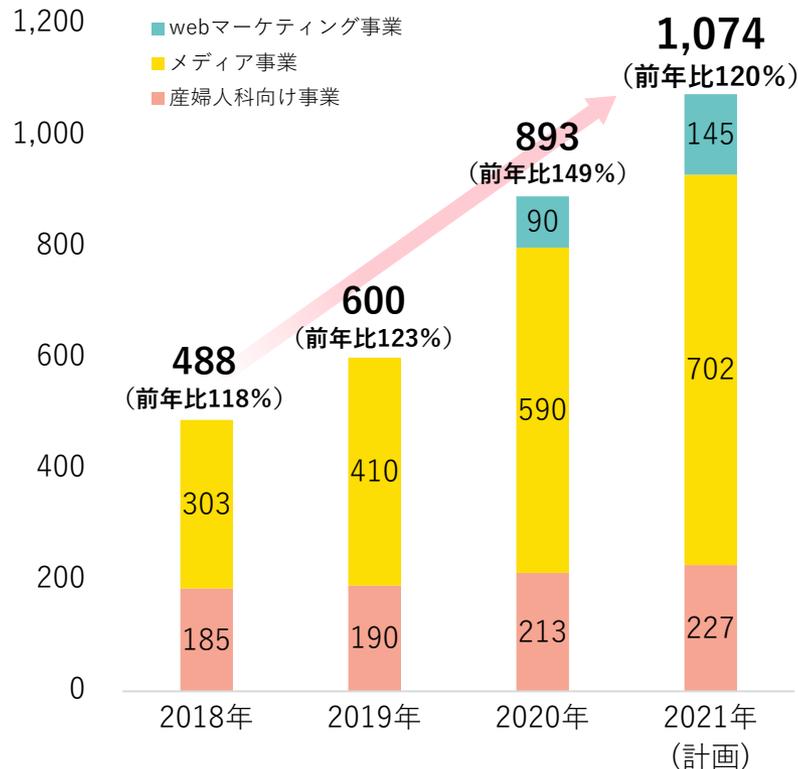
## Ⅲ. 2021年12月期業績計画

---

メディア事業におけるPV数およびUU数の成長を背景とした広告クライアントの新規獲得や既存顧客からの広告収入の増加を中心に増収を計画、通期予想に変更はありません。  
上記に加え、新規事業の立ち上げやM&Aへの投資を費用対効果を十分に検討していく予定です。

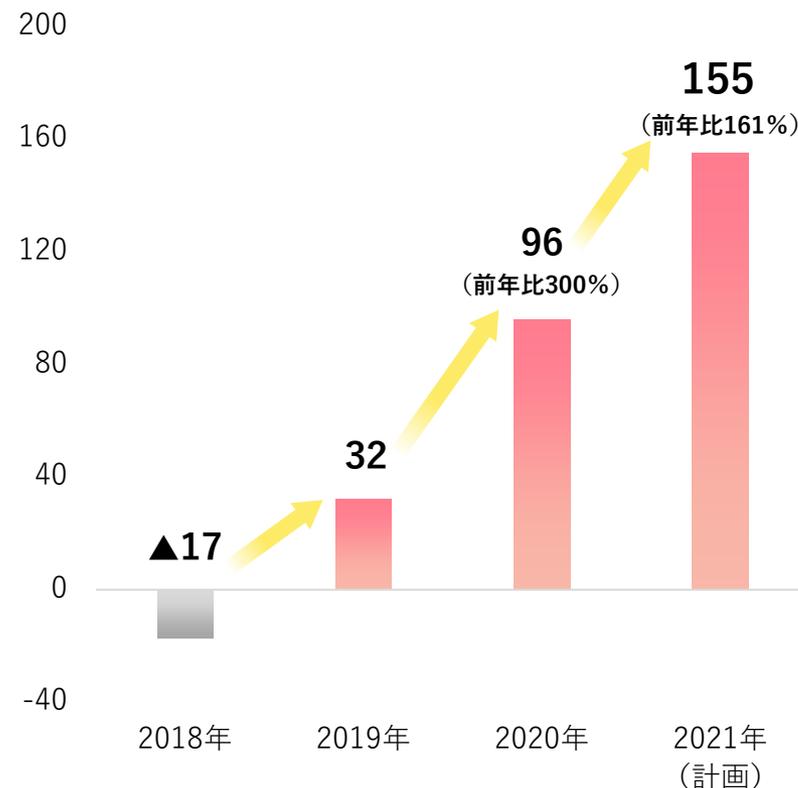
## 通期売上高推移

(単位：百万円)



## 通期経常利益推移

(単位：百万円)



## IV. 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	2億2,101万円（2021年3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	55名（2021年3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** 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
- 2021年** 東京証券取引所マザーズ市場上場

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 right side of the slide features a red-bordered box containing the text 'ベビーカレンダー' and 'ベビーカレンダーが生み出す正しいコンテンツ'. Below this text are three circular images: a tablet displaying the app's interface, a hand holding a smartphone with the app open, and a laptop displaying the app's website.

## ベビーカレンダー

月間1.13億PV・810万UUの  
メディア事業



【ベビーカレンダー】  
PC、SPサイト／アプリ

464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

250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）

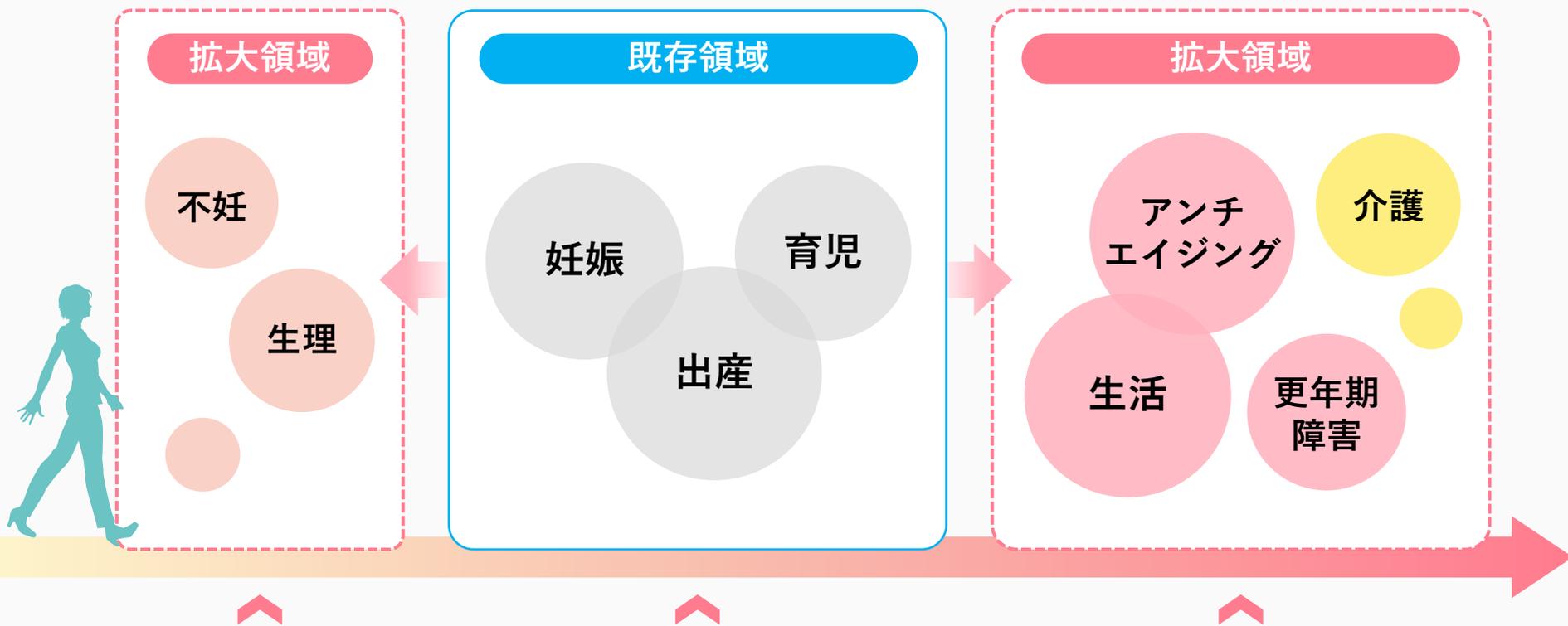
コンテンツを生み出し続ける組織力

※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、2021年3月時点のデータ

※PV・・・2021年3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・・・2021年3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

## 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

※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

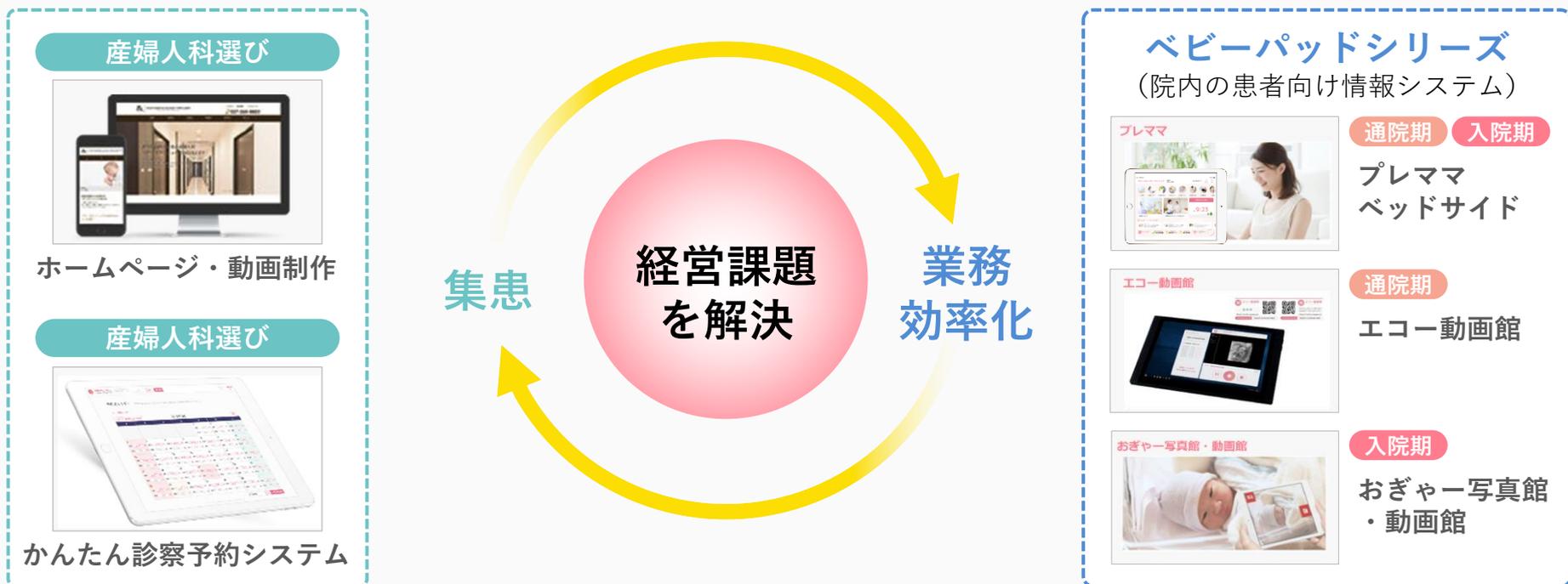
キッズデザイン賞※4  
少子化対策担当大臣賞受賞



## 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。

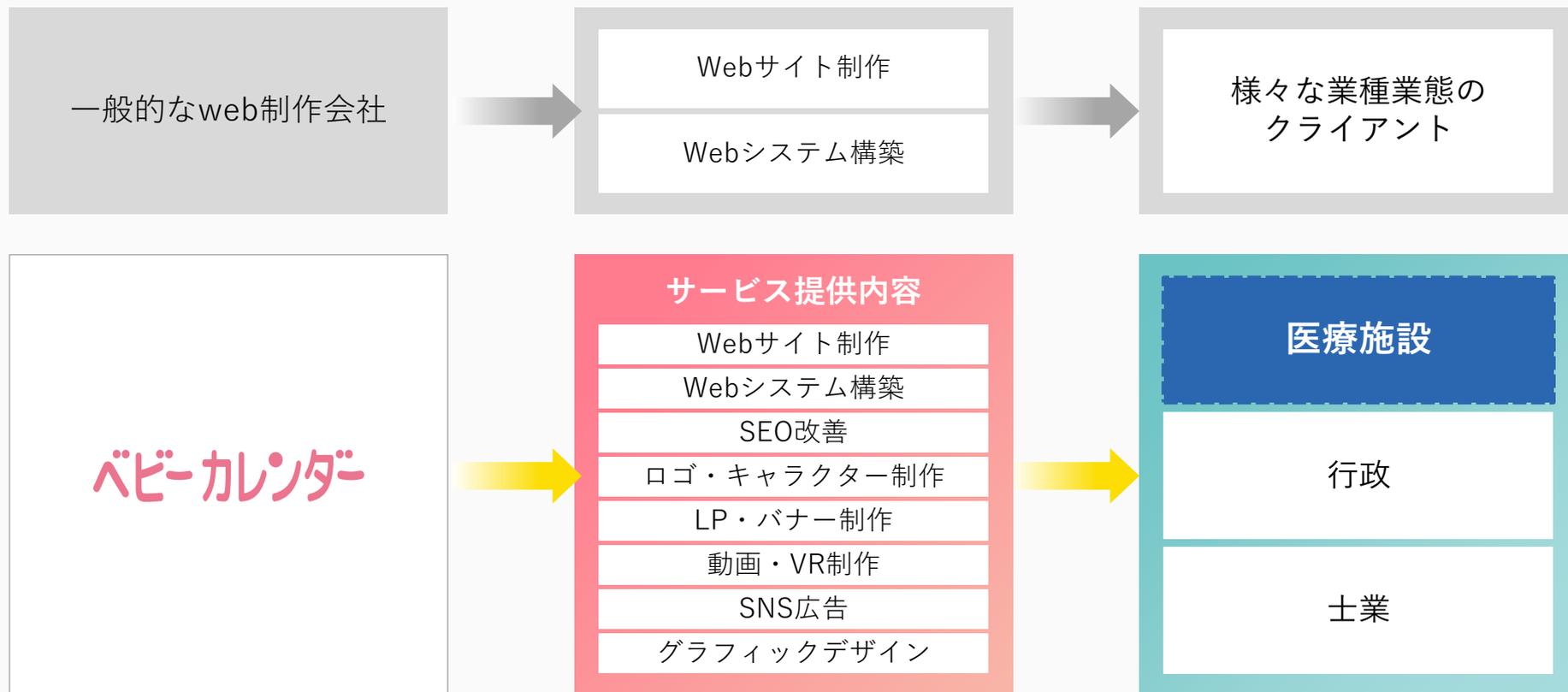
当社の産婦人科向け事業では、産婦人科施設に訪れる患者の妊娠中から産後にいたるまで、全ての局面で経営をサポートするサービスを展開。産婦人科施設が抱える「集患」の対策と、「業務効率化」をインターネット技術を利用して解決いたします。



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

## クライアント特化型のトータルソリューションを提供



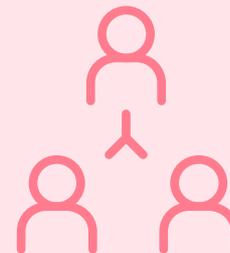
webマーケティング事業では、総合病院をはじめとする医療施設を中心に、Webサイト制作、SNS広告、ロゴ・キャラクター制作、またグラフィックデザインの制作など、多角的なWebマーケティングのサポートを通じて、様々な経営課題を解決するソリューションをワンストップで提供しております。

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464施設の産婦人科施設**との取引。  
全国の分娩取扱い施設<sup>※1</sup>の**2,353施設中約20%の施設**で接触



お産セット<sup>※2</sup>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<sup>※3</sup>」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**810万UU**<sup>※4</sup>。  
そのうち、会員登録数は**年間約36万人登録**<sup>※5</sup>。

※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. 2021年3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

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

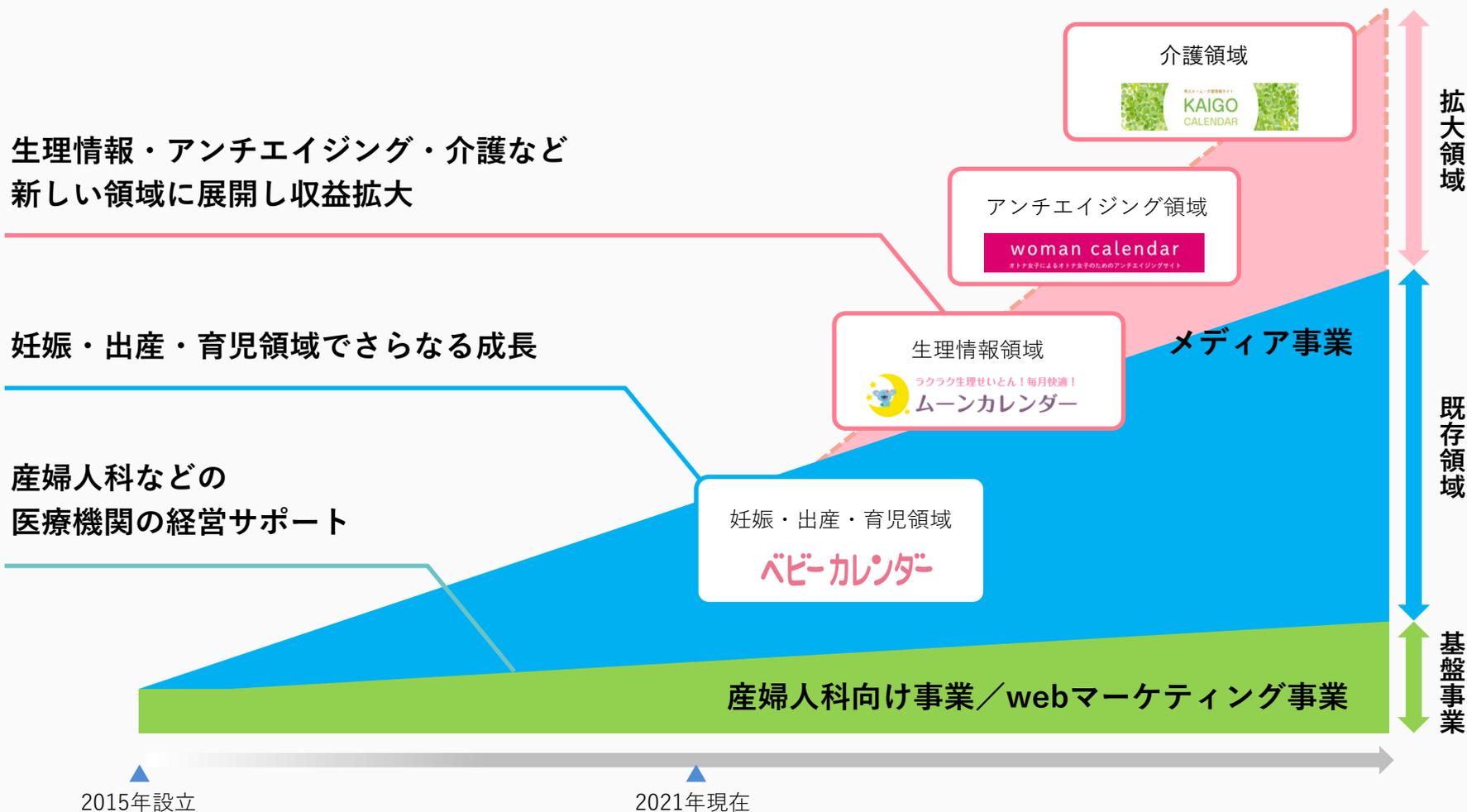
既存領域

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！毎月快適！ 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！毎月快適！	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数の成長ノウハウを活かし、「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



## 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。

# ベビーカレンダー