



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月期第2四半期決算説明資料

2022年8月12日

1.2022年12月期 第2四半期決算サマリー

広告売上上位クライアントの出広休止、巣ごもり需要の鈍化により売上、
経常利益共に計画未達

2022年12月期 第2四半期							
	実績 (百万円)	構成比 (%)	前年同期 (百万円)	構成比 (%)	増減率 (%)	計画 (百万円)	計画比 (百万円)
売上高	506	100.0	484	100.0	104.7	547	△40
売上原価	157	30.9	162	33.5	96.5		
売上総利益	349	69.0	321	66.5	108.8		—
販管費	353	69.9	270	55.8	130.7		
営業利益	△3	△0.6	51	10.6	△6.2		
経常利益	△3	△0.7	39	8.1	△9.2	19	△23
当期純利益	△5	△1.0	24	5.0	△21.4		—

売上マイナスの主な内容

セグメント名	内容	金額
メディア事業	広告売上上位クライアントの出広休止 (2022年4月～)	△21百万円
	巣ごもりの鈍化によりPV数が前年並みで推移によるPV連動広告の未達	△15百万円
産婦人科向け事業	納期ずれ (6月納品→8月納品に変更)	△4百万円

下記施策により通期計画の達成を見込む

2022年12月期 第3四半期	<ul style="list-style-type: none">・タイアップ広告等の増化・記事のレベルアップとユーザー投稿コンテンツの実装
2022年12月期 第4四半期	<ul style="list-style-type: none">・新広告スタート (予定)・ユーザー投稿コンテンツの拡大

利益マイナスの主な内容

セグメント名	内容	金額
メディア事業	売上にかかる利益	△22百万円
	原価（サーバー費用）の削減額	3百万円
	販管費の予算超過額（おもに広告費）	△2百万円
産婦人科向け事業	納期ずれした売上にかかる利益	△2百万円

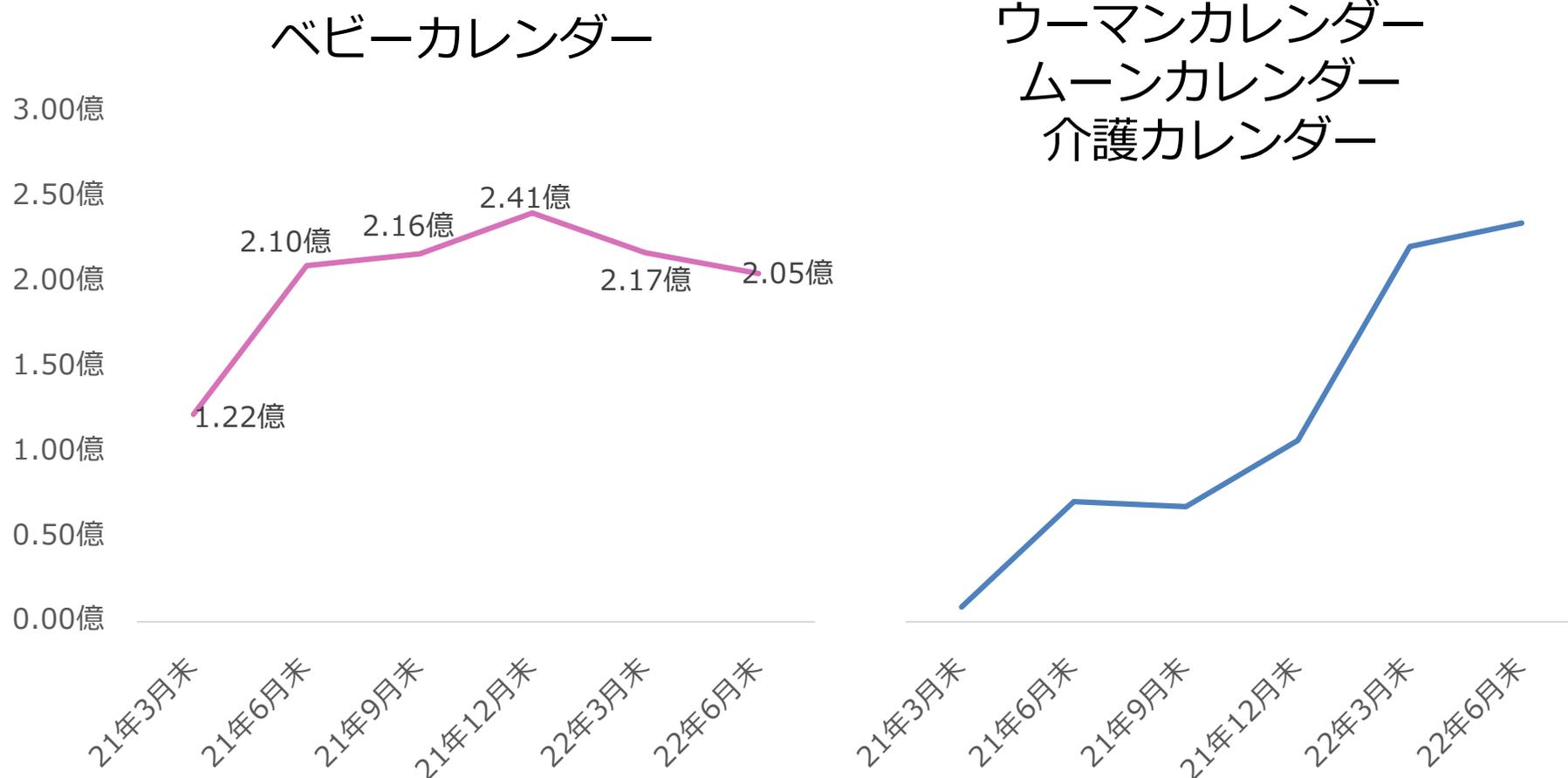


下期の施策により計上される売上によって利益を確保する計画

※人件費、広告費は業績を見ながら進めていく計画

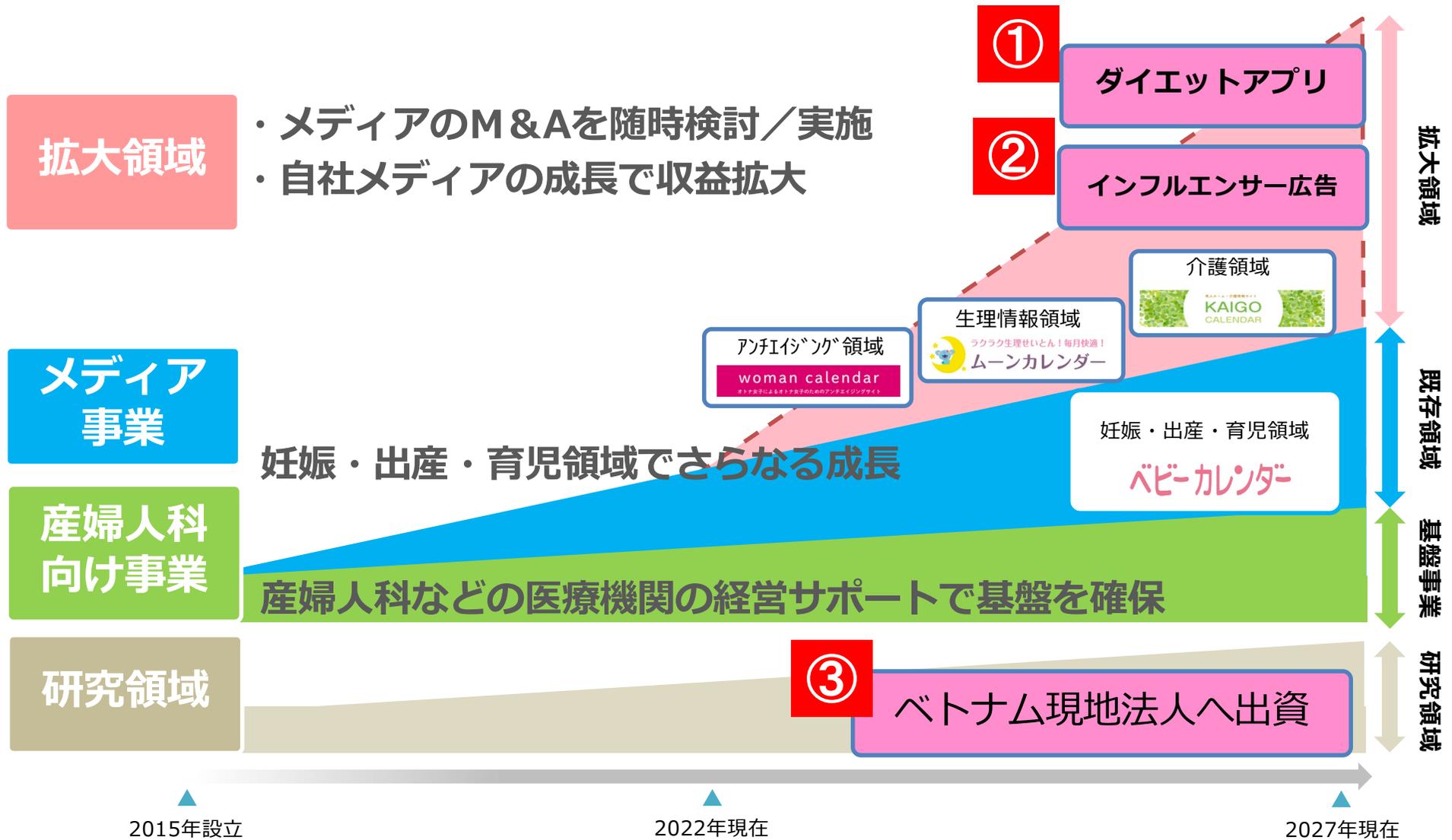
PV数の推移

- ・ 巣ごもり需要の鈍化により前年同期並みで推移
- ・ 人気漫画家の漫画コンテンツのPV数ダウン



2.成長戦略（M&Aの進捗）

メディア事業の拡大を中心に各事業の成長に向けたM&A案件の状況



■事業の譲り受け（2件実施済み）

① ダイエットアプリ「ゆるっぷる」

【概要】 そのパートナーと一緒にダイエットを成功させようとする方のためのパートナーダイエットアプリです。

【今後の戦略】 ダイエットは妊娠前および出産後の女性および女性全般の大きな課題の一つであるため、既存メディアとの相互送客もしながら、さらに機能追加をしていき拡大していく予定です。広告事業および将来的にはユーザー課金事業を視野においてます。

② インフルエンサープラットフォーム「gramo」

【概要】 instagramで大きな影響力を持つインフルエンサーが商品やサービスのPR案件を見つけることができるインフルエンサー広告プラットフォームです。

【今後の戦略】 ベビーカレンダーおよび、女性全般の広告メニューとして成長させていく予定です。

■一部出資（1件実施済み）

③ ベトナム現地法人「WANNA LLC」への出資

【概要】 将来のアジア進出を見据えてベトナム現地法人「WANNA LLC」へ15%の出資を行いました。WANNAは、ベトナムにおいてレシピコンテンツを提供しています。

【今後の戦略】 ベトナムおよびアジア各国への妊娠出産コンテンツの提供を実施していく予定です。

3.成長戦略（自己株式の取得について）

<取得の理由>

・ M&A強化

買収価格の一部を株式交換で対応するため

自己株式取得に関する決議（2022年6月15日開催取締役会において）

- | | |
|---------------|------------------------|
| （1）取得対象株式の種類 | 当社普通株式 |
| （2）取得株式の総数 | 40,000株（上限） |
| （3）株式の取得価額の総額 | 100百万円（上限） |
| （4）取得期間 | 2022年6月16日～2022年12月31日 |