



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)

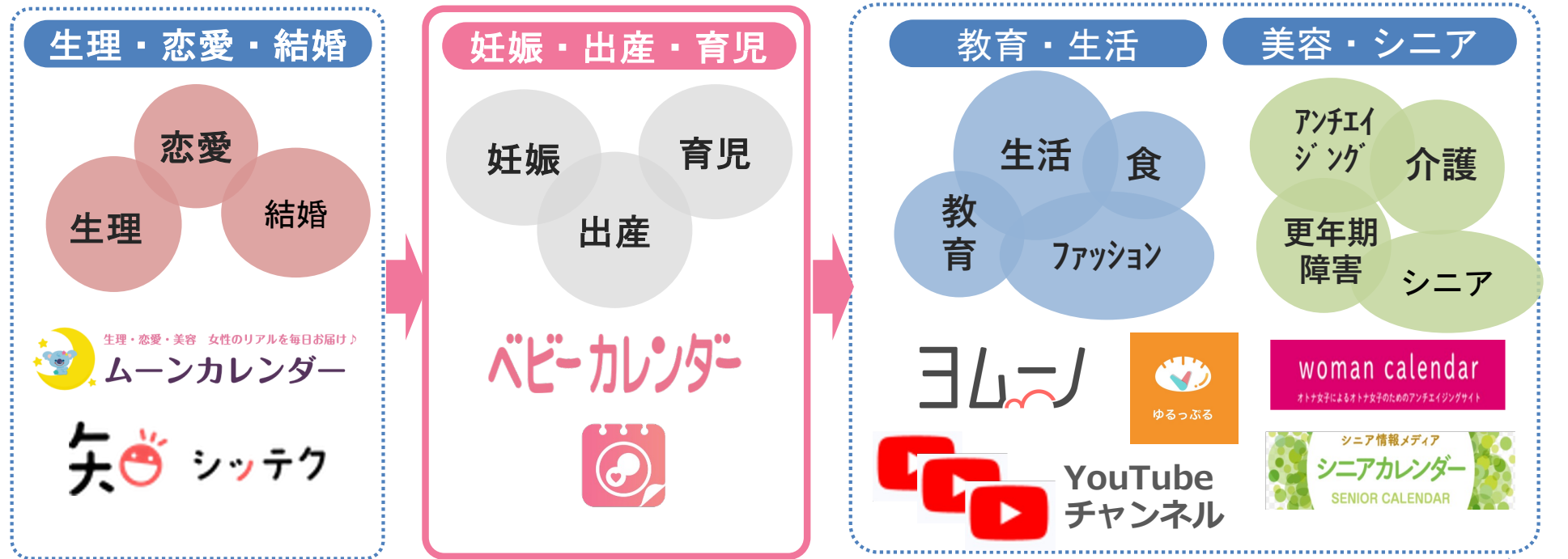
2023年12月期 通期決算説明資料

2024年2月14日



A Sea of Smiling Women

「女性の笑顔でいっぱい」



強み

経験豊富な編集メンバー、プロの監修により
女性のライフステージをサポートするメディアカ



ベビーカレンダー

メディア事業



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
オトナ女子によるオトナ女子のためのアンチエイジングサイト



シニア情報メディア
シニアカレンダー
SENIOR CALENDAR



矢 シッテク



ヨモニ



ゆるぶる



YouTube
チャンネル

医療法人向け事業



【ベビーパッドシリーズ】



【エコ動画館】



【おぎや写真館/動画館】



ホームページ・動画制作



かんたん診察予約システム

専門家監修のコンテンツ

コンテンツを生み出し続ける編集者・編集力

エンジニア、デザイナー、サポートの内製

1.2023年12月期 決算サマリー



2023年10月16日に期末見込みの修正を実施いたしました。

【見込み修正の主な要因】

- ・ 2023年12月期通期において当期成約したM&A案件による事業損益および費用を計上したことなどにより、営業利益及び経常利益が予想を下回りました。
- ・ 有価証券評価損18百万円を計上したことにより、当期純利益が予想を下回りました。

(百万円)

	2022年12月期 (参考)	2023年12月期 当初予算	2023年12月期 修正予算	増減額	増減率(%)
売上	1,084	1,257	1,200	△57	△4.5
営業利益	38	80	△35	△116	-
経常利益	36	79	△28	△108	-
税引前当期 純利益	36	79	△47	△126	-
当期純利益	21	51	△49	△100	-



2023年12月期通期業績は売上高**1,203百万円**（前期比**110%**）
 経常利益**△26百万円**で着地いたしました。
 （概ね、修正期末見込み通りの着地）

（百万円）

	2022年12月期 実績（参考）	構成比 （%）	2023年12月期 修正予算	2023年12月期 実績	構成比 （%）	修正 予算比 （%）	前期比 （%）
売上	1,084	100%	1,200	1,203	100%	100%	110%
営業利益	38	3.5%	△35	△31	-	112%	-
経常利益	36	3.3%	△28	△26	-	107%	-
税引前当期 純利益	36	3.3%	△47	△45	-	104%	-
当期純利益	21	1.9%	△49	△43	-	113%	-



2023年12月期は、期初に当初設定した期末見込みに対し、主に2つの要因により利益減となりました。

■利益減少の内訳

セグメント名	内容	利益 (百万円)
メディア事業	ページビュー連動広告の売上に対する利益 →月間のページビューが計画より下がり、比例して広告売上（ほぼ利益）が未達	△68
	成果報酬広告の売上に対する利益 →3月スタートの新広告メニューが計画未達	△24
合計		△92

■経常利益と税引き前利益との差

2022年7月にWANNA COMPANY LIMITED（以下「WANNA社」という。）と資本提携（WANNA社へ15%出資）した件について、2023年第2四半期に減損損失18百万円を特別損失に計上。



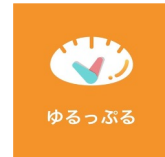
2023年12月期 通期決算サマリー メディア一覧 ベビーカレンダー

ビジョンである「女性の一生をサポートする」の実現に向け、2023年12月期はヨムーノやYouTubeチャンネル、ベビー系SNSなどサービスの拡充を行いました。2024年12月期よりベビーカレンダーメインから、女性の課題解決全般に広がります。

ベビーカレンダー



医師・専門家監修の
妊娠・出産・育児メディア。
アプリやSNSも運営。
2015年 自社にて運営開始



パートナーダイエットアプリ。
2022年 事業譲受にて運営開始

woman calendar

オトナ女子によるオトナ女子のためのアンチエイジングサイト

オトナ女子のための
アンチエイジングメディア。
2020年 自社にて運営開始



忙しくても「暮らしをもっと
楽しく賢く！」
2023年 事業譲受にて運営開始



生理・恋愛・美容 女性のリアルを毎日お届け♪

生理・恋愛・美容 女性たちの
リアルがわかるメディア。
2020年 自社にて運営開始



YouTubeチャンネル①
2022年 事業譲受にて運営開始



シニア情報メディア。
2019年 自社にて運営開始



YouTubeチャンネル②
2023年 事業譲受にて運営開始



恋愛・結婚&マッチング
アプリ紹介メディア。
2022年 事業譲受にて運営開始

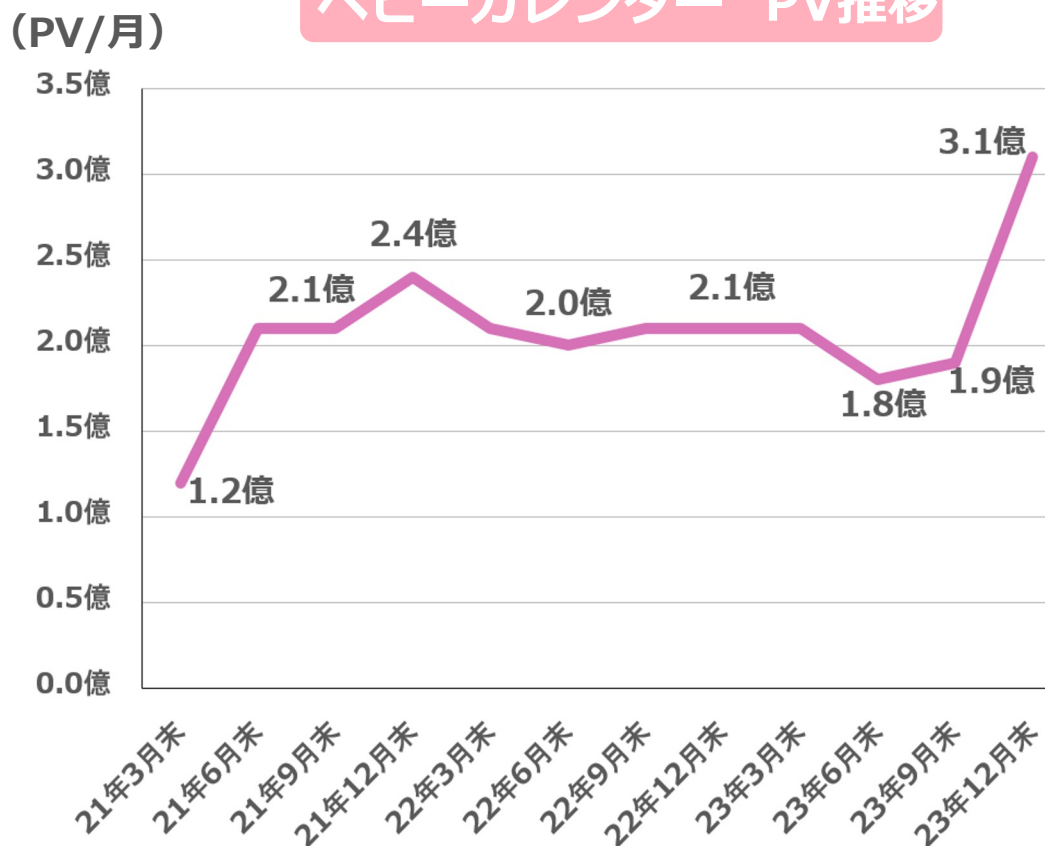


YouTubeチャンネル③
2023年事業譲受にて運営 開始



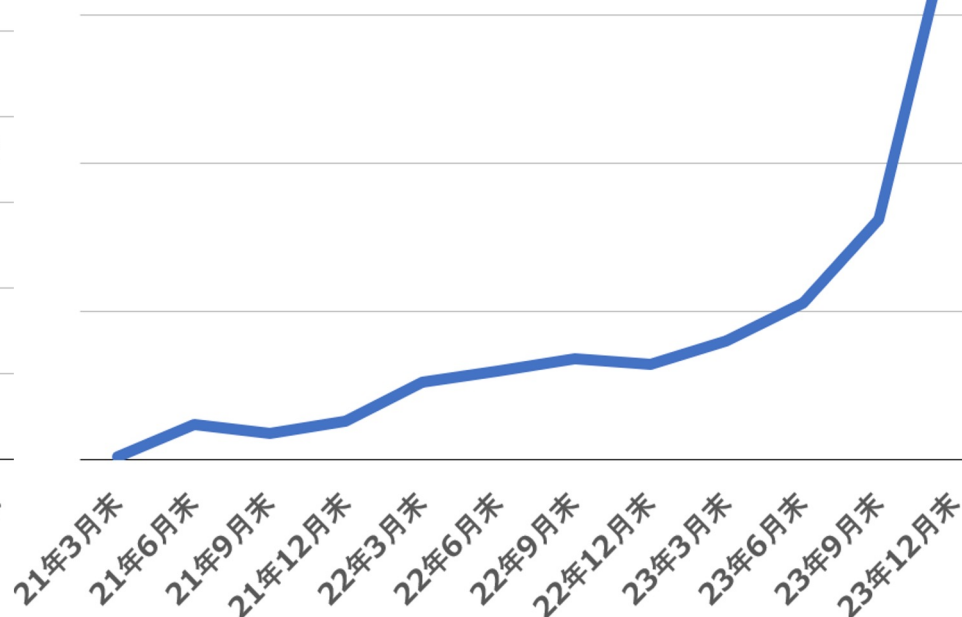
ベビーカレンダーは、記事本数の増加、ジャンルの拡大を行い、2023年12月は過去最高の3.1億PVを達成しました。その他のメディアは、ベビー系SNSの伸長、YouTubeチャンネルやヨムーノの事業譲受によりPV数が大幅にアップしました。

ベビーカレンダー PV推移



その他メディア PV推移

- ムーンカレンダー
- ウーマンカレンダー
- シニアカレンダー
- シツテク
- ゆるっふる
- ヨムーノ
- ベビーカレンダーSNS
- YouTube3チャンネル



2.2024年12月期 業績見通し



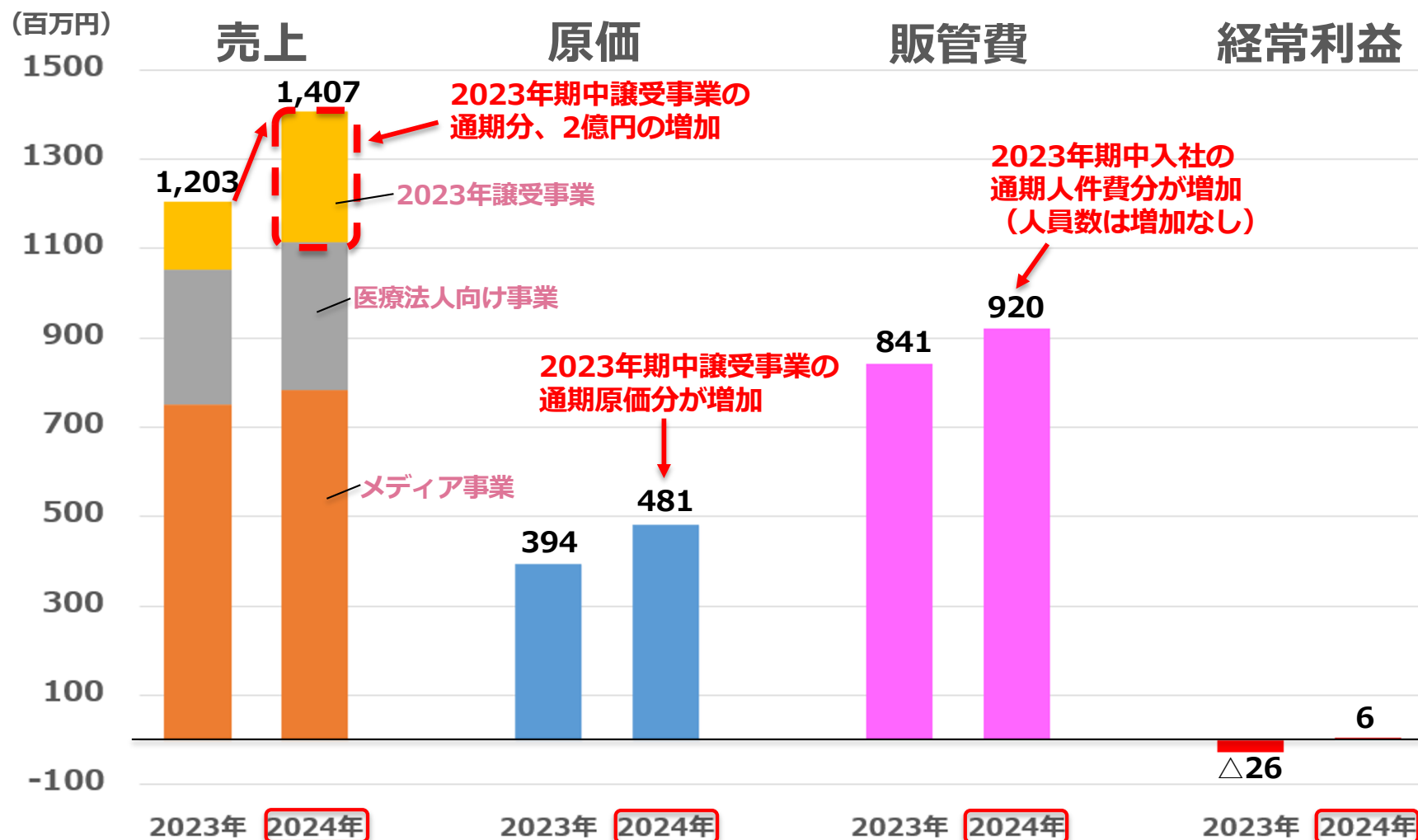
2024年12月期の計画は売上高1,407百万円（前期比116%）
経常利益6百万円の予定です。

（百万円）

	2023年 12月期	構成比 (%)	2024年 12月期	構成比 (%)	前期比 (%)
売上	1,203	100%	1,407	100%	116%
営業利益	△31	-	9	0.6%	-
経常利益	△26	-	6	0.4%	-
税引前当期 純利益	△45	-	6	0.4%	-
当期純利益	△43	-	3	0.2%	-



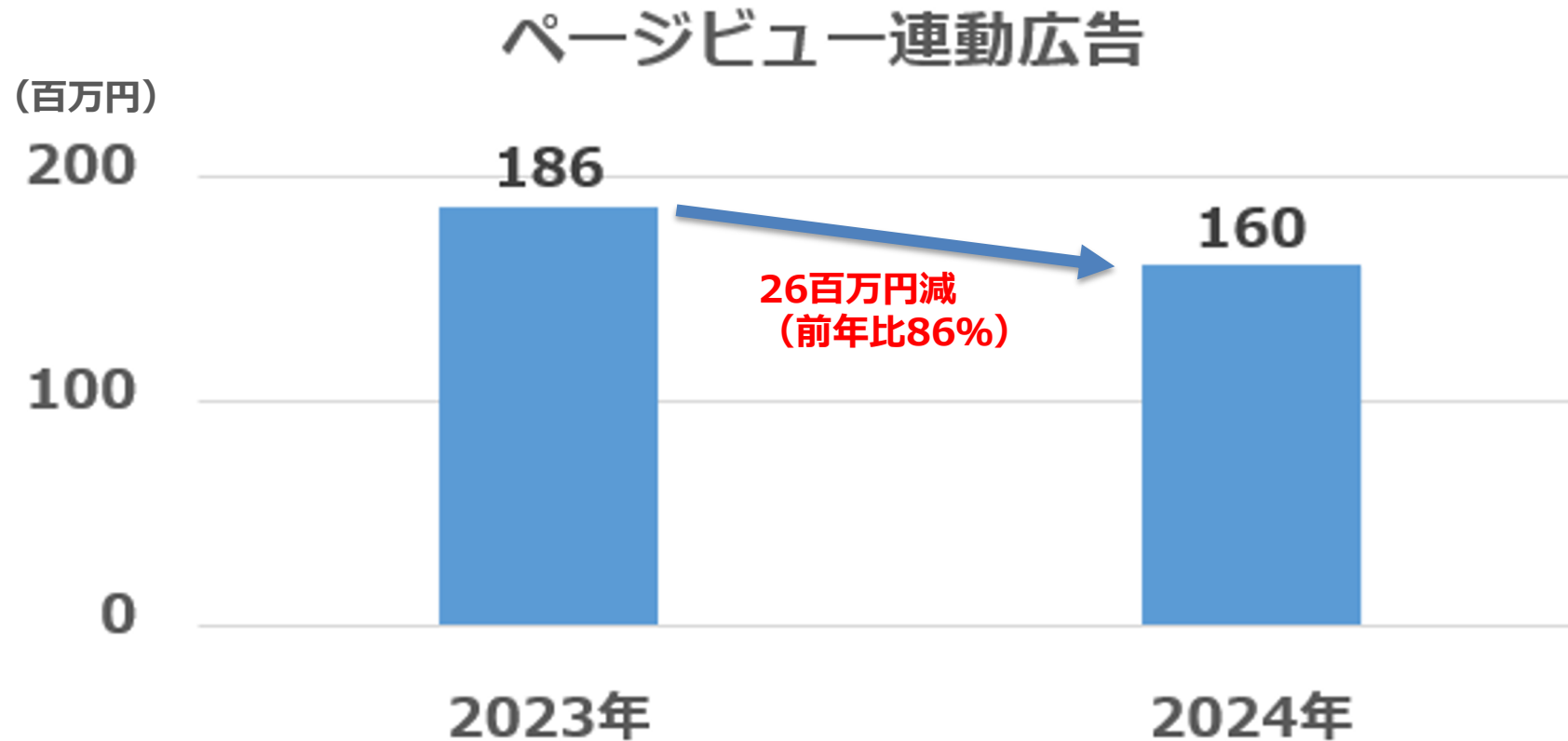
2024年12月期は、女性向けメディア拡大により増収を計画しております。主な増分は2023年期中に譲受した事業の通期業績を加算したものとなります。





■ 2023年の計画未達要因対策①（ページビュー連動広告の売上）

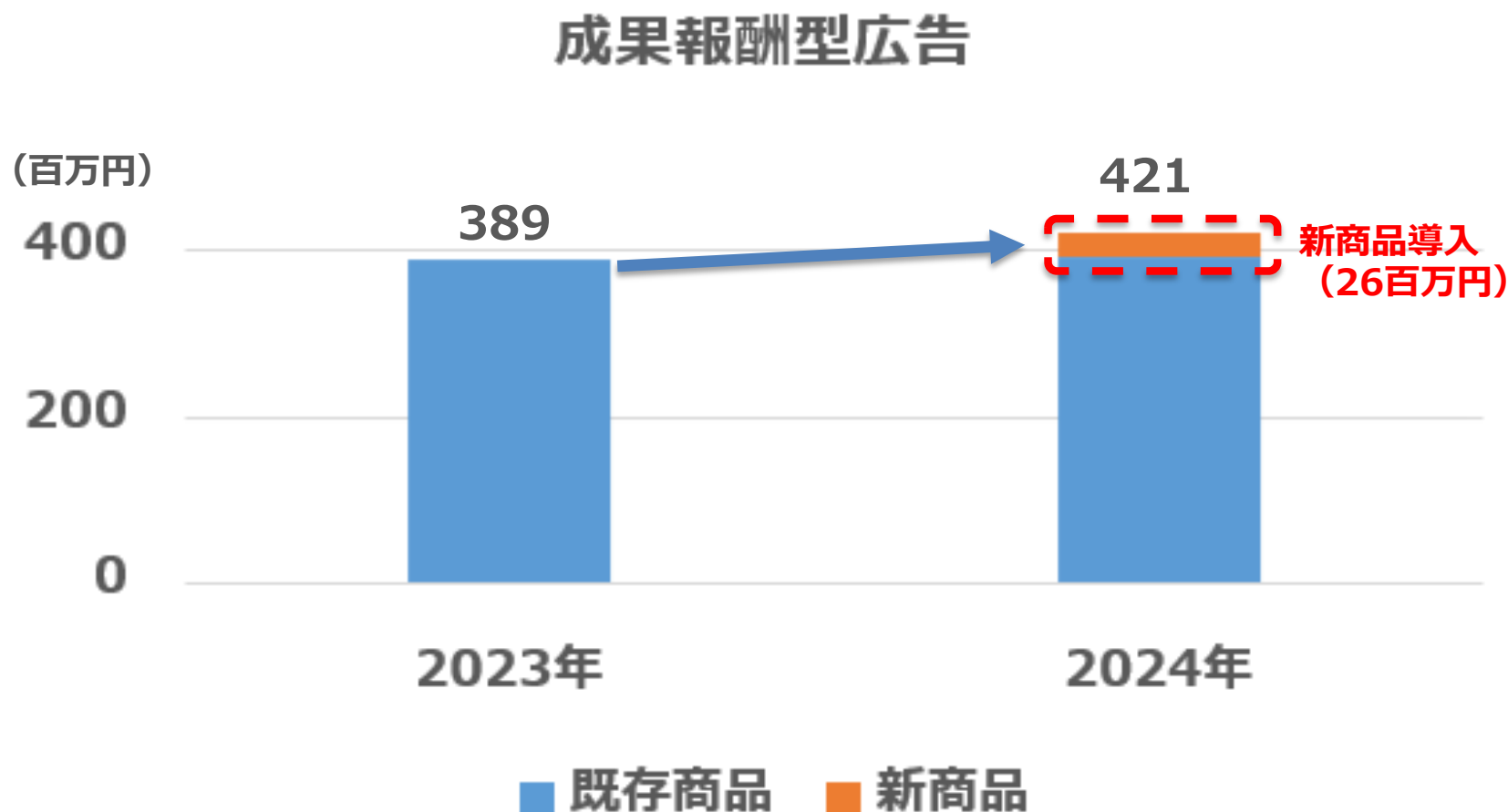
主カメディアである「ベビーカレンダー」のページビューは、2023年の反省を生かし、2023年の実績を元に対前年86%で計画しています。





■ 2023年の計画未達要因対策②（成果報酬型広告の売上）

2023年は新商品（新広告メニュー）の販売が計画通りに進まず計画未達となりました。2024年は複数の新商品を計画していますが、予算では1つの新商品分の増のみで計画しています。



3.成長戦略



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、自己株式を積極的に活用していく予定です。

