



2025年12月期 通期 決算説明資料

株式会社ベビーカレンダー（東証グロース 7363）

2026年6月30日

前取締役CFOの資金流用事案への対応

株主・投資家の皆様をはじめとするステークホルダーの皆様には、多大なるご心配とご迷惑をお掛けしましたことを深くお詫び申し上げます。当社は引き続きガバナンス及び内部統制の強化に努め、信頼回復と企業価値の向上に取り組んでまいります。

- 事象
2024年8月に前取締役CFOが広告収益926万円を不正に横領していたことが2026年1月に判明。
- 対応経緯
2026年1月30日に特別調査委員会の設置を決議、2月5日に外部専門家による調査を開始。
4月3日に調査報告書を開示。該当不正流用のみであることが確定。
同時に、2025年12月期の決算発表を3か月延期とした。
- 原因
経理部門の管理権限が該当CFOに集中していたこと、広告収益及び現預金管理に関する内部統制が十分に運用されていなかったことが要因。
- 再発防止と内部統制強化
収益・債権・入金三者間照合の徹底、職務分離及び承認権限の見直し、IT権限管理の強化等を実施し、リスク・コンプライアンス体制の強化、経理人員の増強、内部監査機能及び内部通報制度を強化充実させた。
- 現在の状況とお詫び
本件に関する会計上及び開示上の必要な修正はすべて完了しており、内部統制上の課題及び改善状況については内部統制報告書に記載済み。
現在は再発防止策の運用を継続し、適切な事業運営体制のもとで事業を推進。



**2024年12月期の訂正、及び
2025年12月期決算サマリー**

2024年12月期 訂正の概要

2024年12月期の業績数値について、以下の訂正を行っております。

	訂正前 (百万円)	訂正後 (百万円)	増減 (百万円)	訂正内容
売上高	1,528	1,528	-	
営業利益	50	46	△3	売上原価の訂正
経常利益	47	43	△3	同上
貸倒引当金繰入額	-	9	9	私的流用による回収不能見込み額
固定資産除却損	-	30	30	一部ソフトウェアの費用処理※1
税引前当期純利益	0	△43	△44	
当期純利益	17	△14	△32	
EBITDA※2	120	120	-	

※1 監査法人の変更に伴い、ソフトウェアの回収可能性をより厳格に見直したことにより、基準を満たさないものについて費用処理致しました。

※2 EBITDAは営業利益+減価償却費+のれん償却額で算出しております。

2025年12月期 決算サマリー

売上高
経常利益
EBITDA
1,927百万円 **204**百万円 **313**百万円
 (前期比126%) (前期比468%) (前期比260%)

	2024年12月期 (百万円)	2025年12月期 (百万円)	前期比
売上高	1,528	1,927	126%
営業利益	46	214	462%
経常利益	43	204	468%
特別損失	87	119	137%
税引前当期純利益	△43	85	-
法人税等	△28	40	-
当期純利益	△14	44	-
EBITDA※	120	313	260%

※EBITDAは営業利益+減価償却費+のれん償却額で算出しております。

特別損失計上に関する補足説明

特別損失 119百万円の内訳は、以下となります。

	2025年 12月期 (百万円)	内 容
訂正関連費用	81	前取締役CFOの私的流用に係る特別調査委員会等の調査費用(20百万円)、及び過年度分を含む訂正開示に係る重複監査報酬を「訂正関連費用」として特別損失に計上
減損損失	36	一部収益化停止に伴い回収可能性が判断できないソフトウェア計上資産について、「減損損失」として、特別損失に計上※
抱合せ株式消滅差損	1	消滅会社となった株式会社ゆいから受け入れた資産及び負債と当社が保有していた株式会社ゆいの株式（抱合せ株式）の帳簿価額の差額である1百万円を「抱合せ株式消滅差損」として計上
特別損失 計	119	

※重要な後発事象

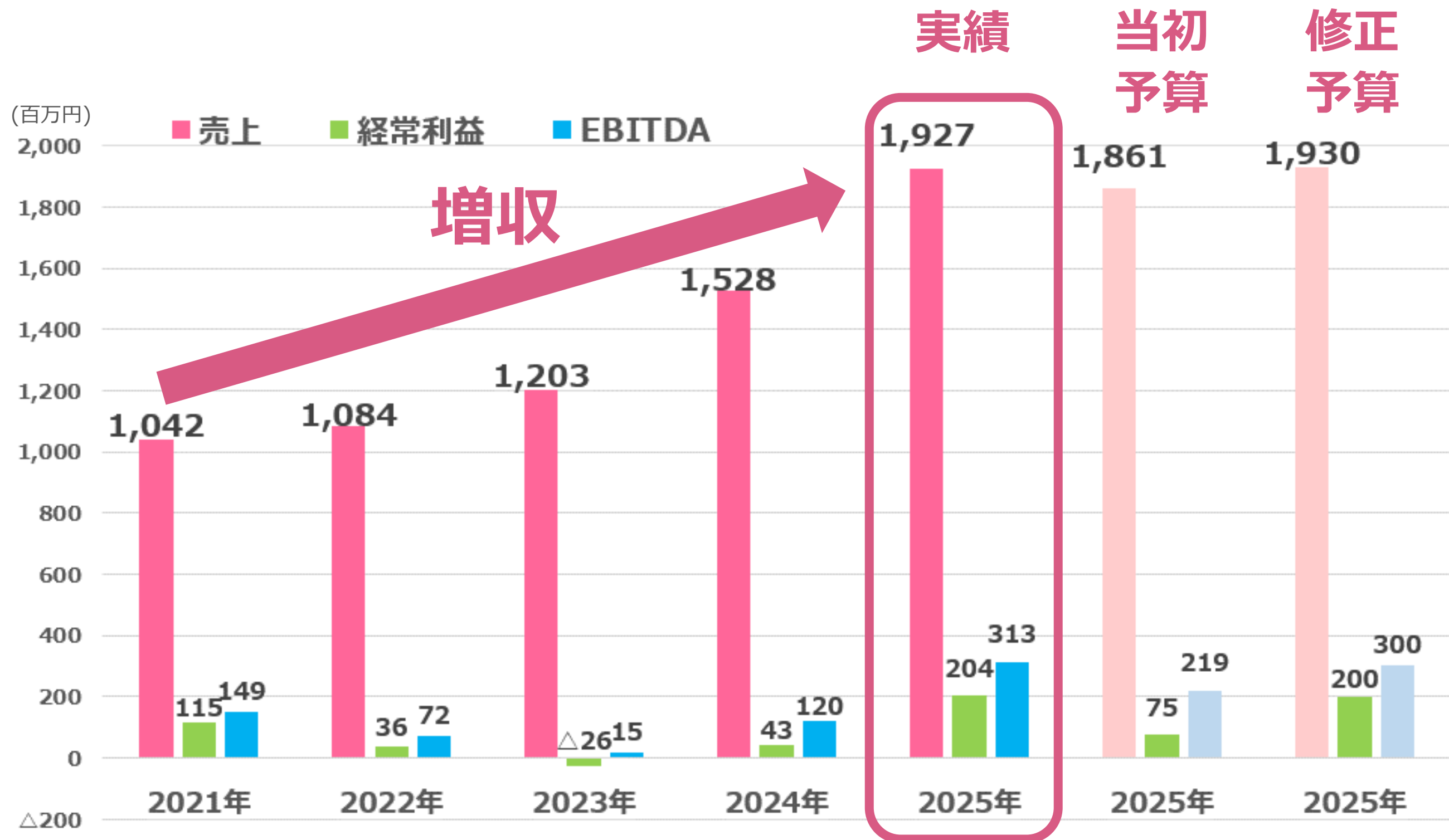
(動画配信プラットフォームにおける収益化停止)

当社が運営する一部のチャンネルについて、当事業年度末後の2026年5月に一定期間(90日)の収益化停止となる事象が発生いたしました。この事象を踏まえ、前年となる2025年12月期の財務諸表において必要な会計処理を実施しました。

なお、当該事象が今後の当社の経営成績及び財政状態に与える影響については現時点では不確定です。

実績（売上・利益推移）

メディア事業、医療法人向け事業が順調に推移し、売上・利益共に当初の業績予測を上回って着地しました。



主な成長要因

メディア事業のPV連動型広告および、専門家・医師監修広告が好調に推移しました。

メディア事業 売上
前期比 **131%** ↗

メディア事業 利益
前期比 **135%** ↗

メディア事業を支える4つの収益モデル

①PV連動型広告

→PVは対昨年で**1.51倍**の5.9億PVと好調

②タイアップ広告

③成果報酬型広告

④専門家・医師監修広告

→売上はメディア事業との相乗効果により
対昨年で**2.52倍**と好調



サイト



無料：iOS/Android
リリース：2017/05

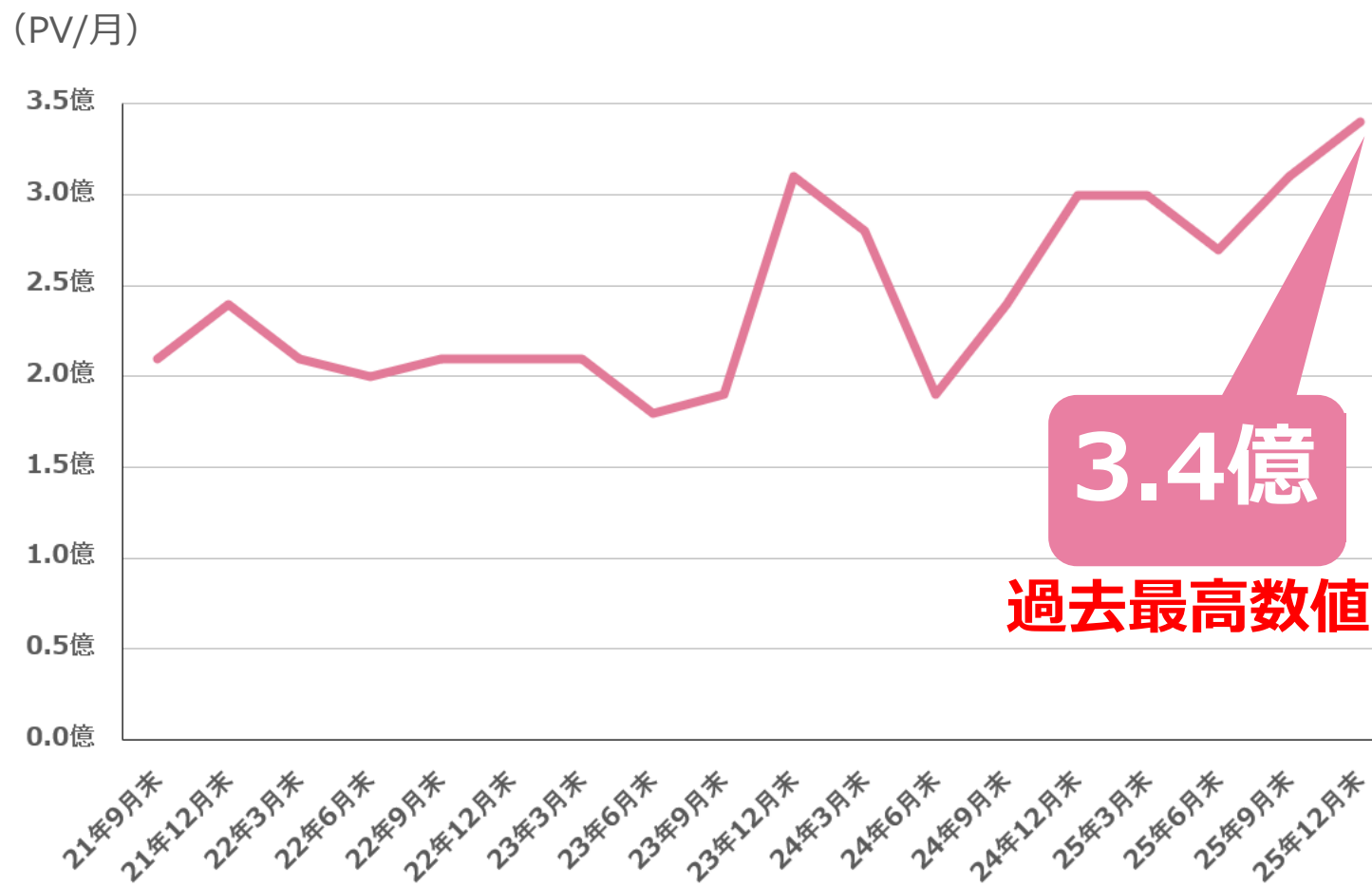


アプリ

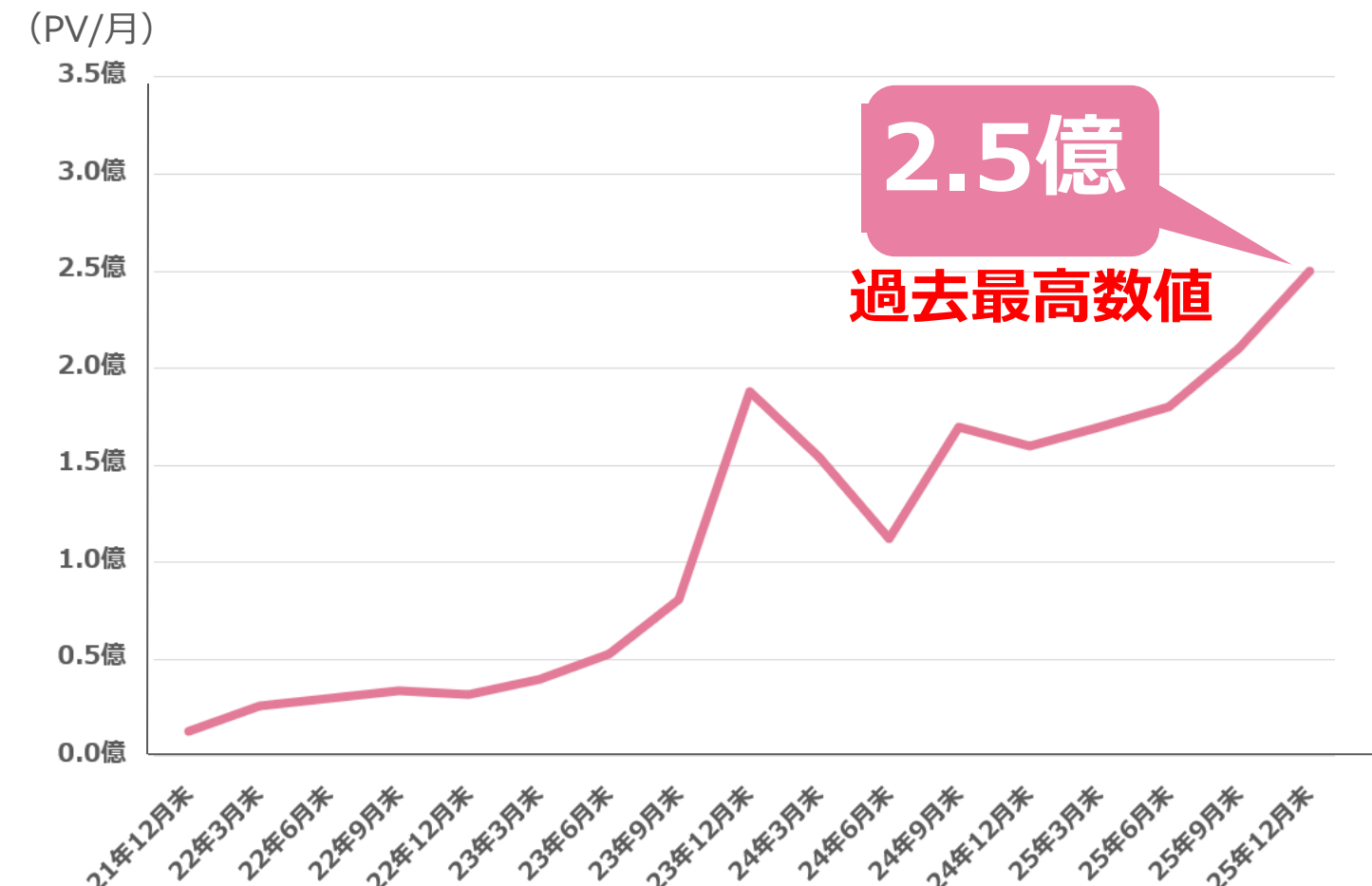
重要KPI (PV数)

ベビーカレンダーとその他メディアともに、**過去最高**数値となりました。

ベビーカレンダー 月間PV推移



その他メディア 月間PV推移



6チャンネル

専門家・医師監修広告

医師を中心とした専門家のチカラを活用し、お客様のビジネス課題を解決する広告です。

※2024/10にM&Aした株式会社メディカルリサーチを主力母体としたサービスです。

- ・ 医師・専門家による記事監修・医療監修
（医師、助産師、管理栄養士、先輩ママなど）
- ・ 医療・ヘルスケア領域のコンテンツ制作

売上
前期比**252%**

医療法人向け事業とタイアップしお取引のある医師も参加していただくこと、また、メディア事業の専門家の監修も組み合わせることで、提案力・付加価値が向上。



医師キャスティングサービス



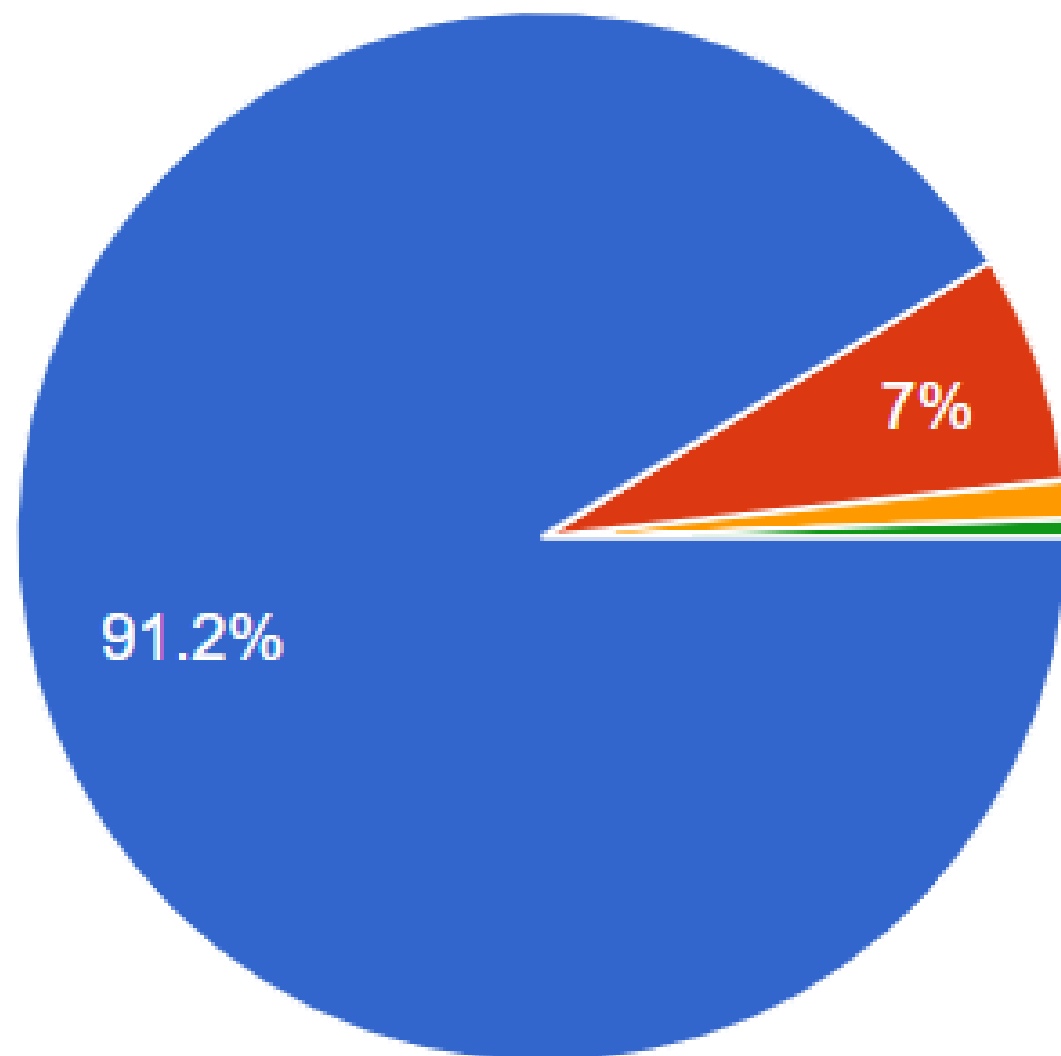
医師評価マーク

港区芝浦に産後ケア施設をオープン

2025年9月にオープン後、安心安全を第一に内部統制の体制も整え運営しております。ご利用いただいたママさんからは大変好評をいただいております。

アンケート結果

当施設をまた利用したいと思いますか？



98%

- ぜひ利用したい
- 利用したい
- あまり利用したくない
- 利用したくない



2026年12月期 業績見通し



2026年12月期 業績見通し

2026年12月期の業績見通しについては、一部収益化停止の影響を見込んでおります。

売上高 **1,838**百万円 (前期比95%)
 経常利益 **101**百万円 (前期比50%)
 EBITDA **210**百万円 (前期比67%)

	2025年12月期 (百万円)	2026年12月期 (百万円)	前期比	2026年12月期 収益停止が ない場合 (百万円)	前期比
売上高	1,927	1,838	95%	2,002	104%
営業利益	214	111	52%	224	105%
経常利益	204	101	50%	213	104%
当期純利益	44	70	158%	148	336%
EBITDA※	313	210	67%	322	103%

※EBITDAは営業利益+減価償却費+のれん償却額で算出しております。

2026年12月期 業績見通しの補足

2026年12月期は利益減少するも、将来の成長基盤への投資を進めます。

増収増益要因

■メディア事業

- ・既存メディアの運営強化（PV増、PV増単価増）
- ・専門家・医師監修広告の拡大
- ・生成AIの活用による生産性向上

■医療法人向け事業

- ・ベビーパッドシリーズ等の既存サービス強化
- ・エコー動画館サービスの成長
- ・WEB制作、WEBマーケティング支援の強化

減収減益要因

■一時的な影響

- ・動画配信プラットフォームにおける収益化停止（90日）
- ・内部管理体制及び内部統制の強化に伴う費用の増加

■将来投資

- ・産後ケア施設立上げに伴う先行費用



産後ケア施設「ひより芝浦」



2026年12月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社ベビーカレンダー（東証グロース 7363）

2026年7月01日

内部統制・ガバナンス強化の進捗

再発防止策の運用を継続し、内部管理体制を強化

-  **修正完了** 過年度を含む会計上・開示上の必要な修正は完了
-  **運用継続** 再発防止策の運用を継続
-  **照合強化** 収益・債権・入金三者間照合を強化
-  **権限管理** 職務分掌、承認権限、IT権限管理等を強化
-  **信頼回復** 内部管理体制の強化を通じて企業価値向上に取り組む

2026年12月期第1四半期決算ハイライト

前年同期比で増収増益を達成

メディア事業・医療法人向け事業それぞれの生産性UPの取り組みにより、売上高・各利益ともに前年同期を上回る着地。



売上高

534 百万円

前年同期比 **+13.1%**



営業利益

87 百万円

前年同期比 **+27.8%**



経常利益

84 百万円

前年同期比 **+28.3%**



四半期純利益

54 百万円

前年同期比 **+25.0%**

第1四半期の成長要因

メディア事業の専門家・医師監修広告が好調

医療法人向け事業も既存サービスが伸長

伸長した領域

- 専門家・医師監修広告
→対前年122%
- タイアップ広告
→対前年142%
- 医療法人向けサービス
→対前年166%

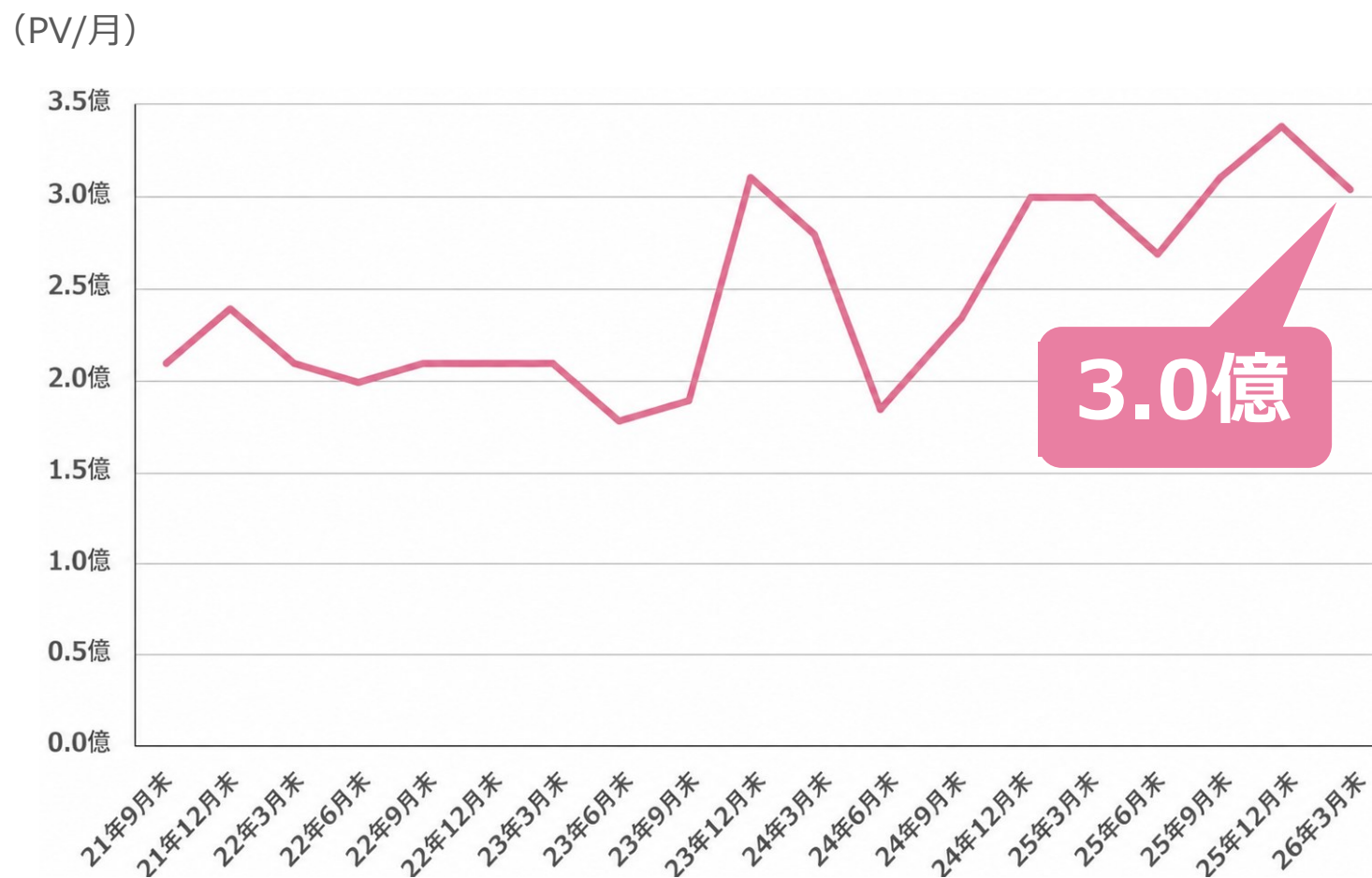
伸びた要因

- 信頼性の高い広告商品をベビーカレンダーブランドで販売することにより需要が堅調
- 新商品を投入したことによる収益拡大
- エコー動画館の新規導入、ベビーパッドの既存継続が好調

重要KPI (PV数)

ベビーカレンダーとその他メディアともに、好調な数値
 (前四半期の12月がピークとなるため翌当四半期では好調)

ベビーカレンダー 月間PV推移



その他メディア 月間PV推移



6チャンネル

通期業績予想に対する進捗

第1四半期終了時点では進捗率は順調



売上高

1Q 534百万円 / 通期 1,838百万円



29.1%



営業利益

1Q 87百万円 / 通期 111百万円



78.4%



経常利益

1Q 84百万円 / 通期 101百万円



83.2%



純利益

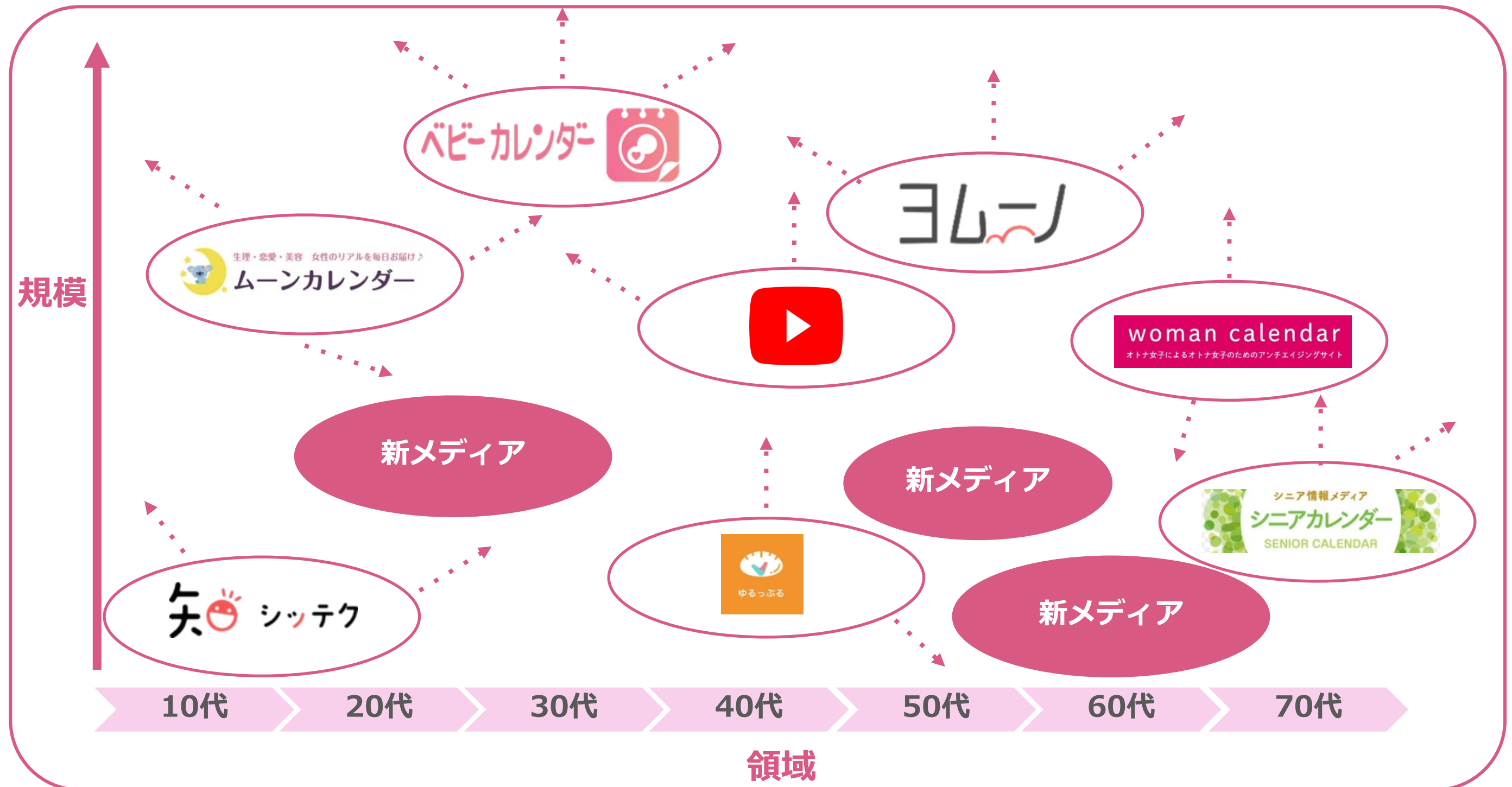
1Q 54百万円 / 通期 70百万円



77.1%

成長戦略

規模、領域の拡大とそれを加速させる4つのビジネスモデル



メディアを支える4つのビジネスモデル

- ①PV連動型広告
- ②タイアップ広告
- ③成果報酬型広告
- ④専門家・医師監修広告