ベビーカレンダー

2026年12月期
第3四半期
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11月13日

2026年12月期 第3四半期決算サマリー

売上高は前年同期比増収、利益は前年同期比減益

売上高
1,431百万円

経常利益
104百万円

EBITDA※
179百万円

項目	2025年3Q累計	2026年3Q累計	前年同期比
売上高	1,396	**1,431**	102.5%
営業利益	142	**109**	77.4%
経常利益	135	**104**	77.7%
四半期純利益	79	**59**	75.1%
EBITDA※	215	**179**	83.5%

※EBITDAは営業利益＋減価償却費＋のれん償却額。

四半期別の業績（第3四半期は7～9月）

2026年各四半期の比較

1Q
1～3月

売上高 **534** 百万円
前年同期比 113.1%

経常利益 **84** 百万円
前年同期比 128.3%

2Q
4～6月

売上高 **426** 百万円
前年同期比 95.1%

経常利益 **▲7** 百万円
前年黒字→赤字

3Q
7～9月

売上高 **471** 百万円
前年同期比 98.9%

経常利益 **27** 百万円
前年同期比 69.1%

2Qの経常損失から3Qは経常利益27百万円へ黒字転換。

売上高も2Qの426百万円から3Qは471百万円へ回復。

※前年同期比は百万円表示額による概算

メディア事業：業績変動要因

売上高の主な下押し要因を2点に集約

主要要因 1 動画プラットフォームの収益化停止

一部チャンネルの収益化停止により、
第2四半期・第3四半期の広告収益が減少しました。
収益化はすでに再開し、現在は回復しています。

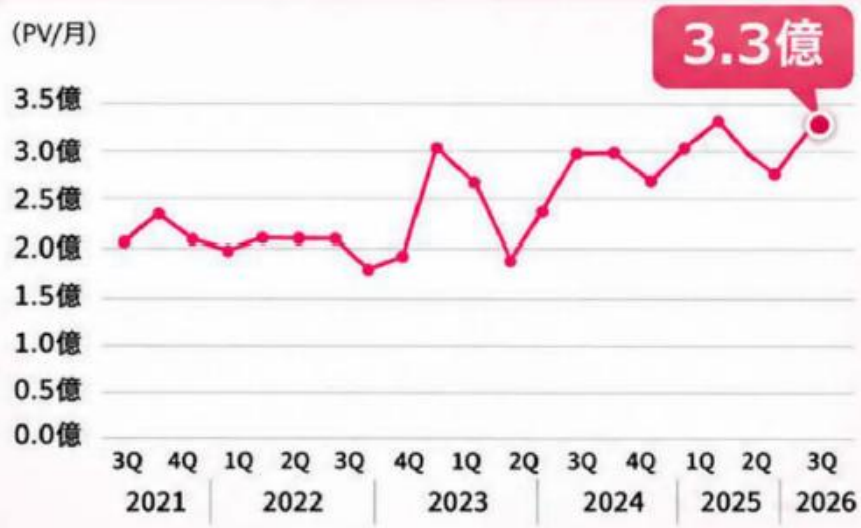
主要要因 2 ページ連動型広告の単価下落

ネットワーク広告の単価下落により、
既存メディアの広告収益が減少しました。
今後は、PVの拡大と広告収益性の向上を図ります。

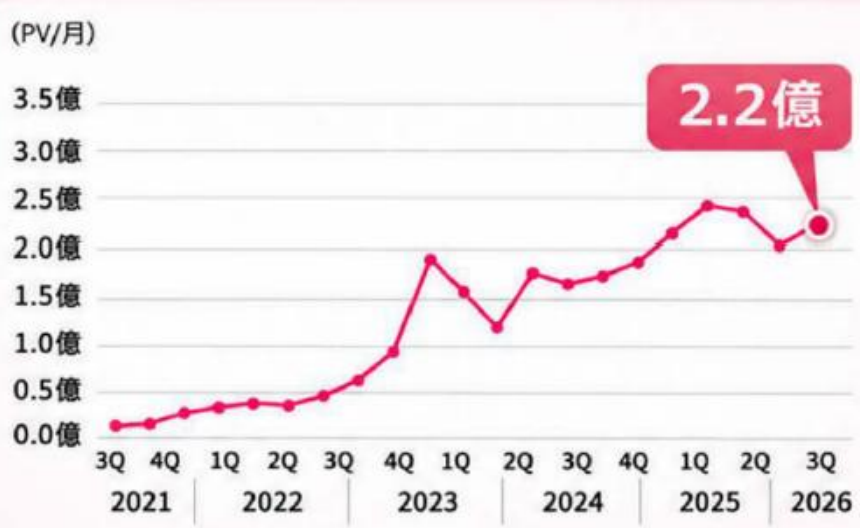
重要KPI（PV数）

ベビーカレンダーとその他メディアともに、好調な数値

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



ベビーカレンダー

woman calendar ウーマンカレンダー

ゆるっとる

ヨムーノ

ムーンカレンダー

シニアカレンダー SENIOR CALENDAR

矢 シッテク

6チャンネル

通期業績予想に対する進捗

第3四半期終了時点で各利益指標は高い進捗率



※通期業績予想は2026年6月30日公表値

トピック 株式会社オレンジページのグループ参画

住まい・暮らし領域の拡充により、柱となるメディアを増やしていく

概要

グループ参画日	2026年11月2日
形態	株式取得により100%子会社化
対象会社	株式会社オレンジページ
参考数値	2026年2月期 売上高 2,828百万円

ベビーカレンダー
妊娠・出産・育児を中心とした
14のメディア
×
オレンジページ
住まい・暮らし領域のメディア

戦略的意義・シナジー

1 **領域拡張**
妊娠・出産・育児に加え、住まい・暮らし領域を強化



2 **コンテンツ力**
編集・制作ノウハウの相互活用により付加価値向上

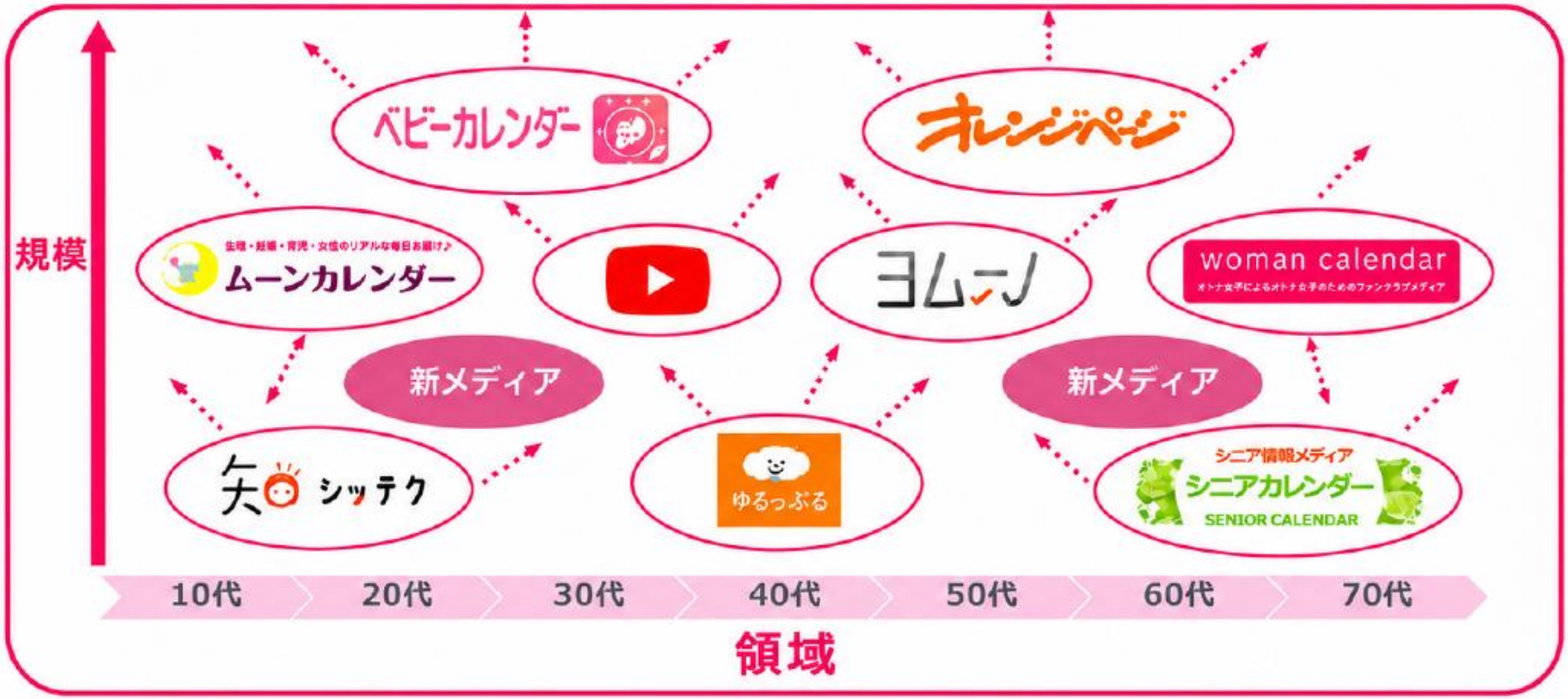


3 **収益基盤**
広告・メディア事業の拡充による将来成長を目指す



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

- ① PV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