



+8x

Extension of Healthy Life Expectancy
EXTENSION OF HEALTHY LIFE EXPECTANCY



+8x

2025年12月期 第3四半期決算説明資料

マース株式会社
(東証グロース市場：5619)



I. 事業概要

II. 業績予想修正

III. 成長戦略

VI. 決算ハイライト

V. Appendix

I. 事業概要

1. 健診・人間ドックのWEB予約 ➡ P7-11参照

- 健診・人間ドック全体（個人・法人・行政）の市場規模は約1兆円
- これまではWEBマーケティングを活用し、個人予約（約500億円市場）を中心に展開
- 今後は企業との提携を進め、法人予約（約6,000億円市場）へ拡大していく

2. WEB予約分野はブルーオーシャン ➡ P12参照

- 大手R社などは撤退し、MRSOが圧倒的なポジションを構築

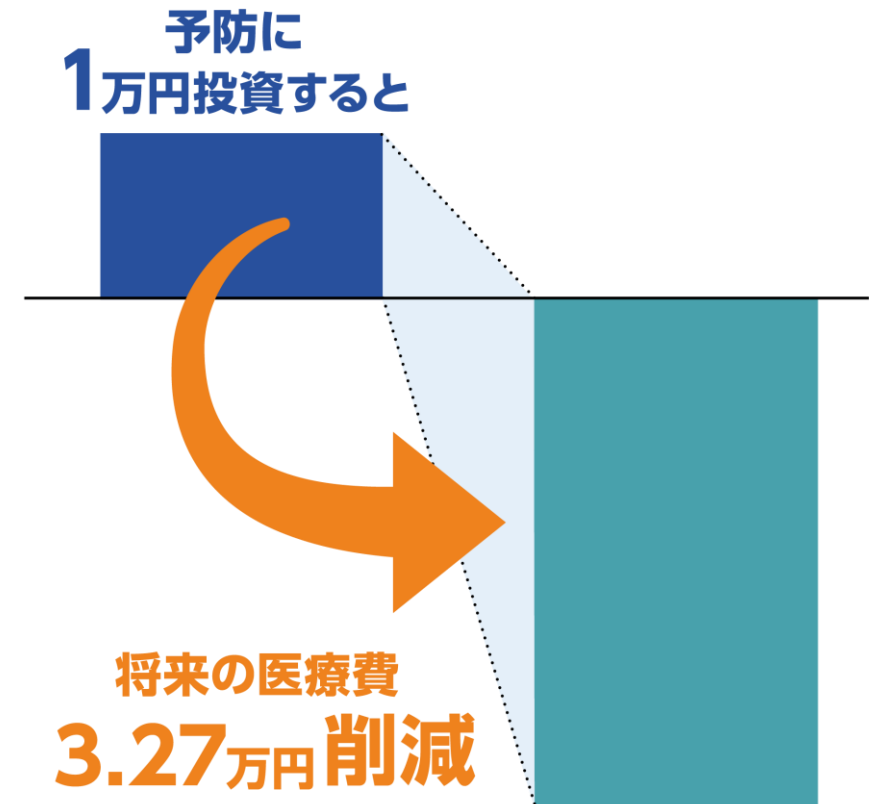
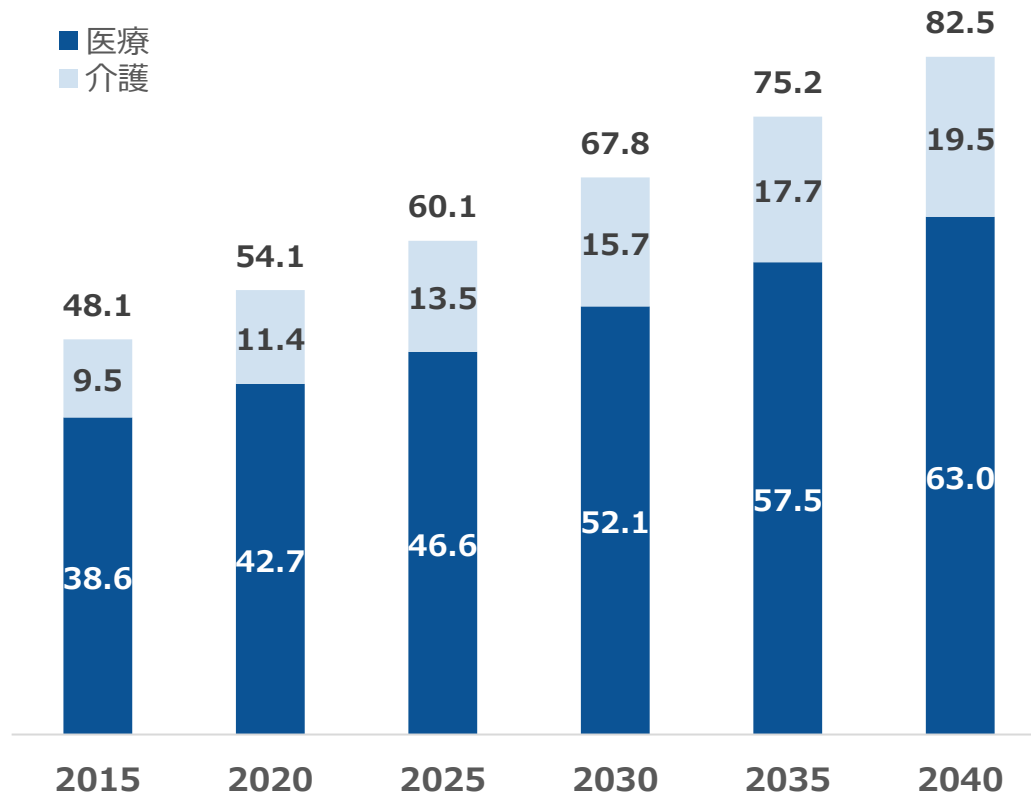
3. 健診データ等を集約するヘルスケアプラットフォームの構築 ➡ P13-14参照

- WEB予約と一体で医療施設へのDXツールを提供し、健診業界のDXを進める
- その中で健診データ等を集約するプラットフォームを構築し、パーソナル人間ドックの提案等に繋げていく

アナログ業務からデジタル業務へのDXにより、 個人・法人・行政・医療施設をつなぎ、予防医療をアップデートする



- 医療・介護費は**2040年に年間約80兆円超**となる見込み
- 予防は医療費1万円あたり平均3.27万円の削減効果が確認されており、**今後の取組は必須**



※1 <https://www.mri.co.jp/knowledge/insight/policy/20240614.html>

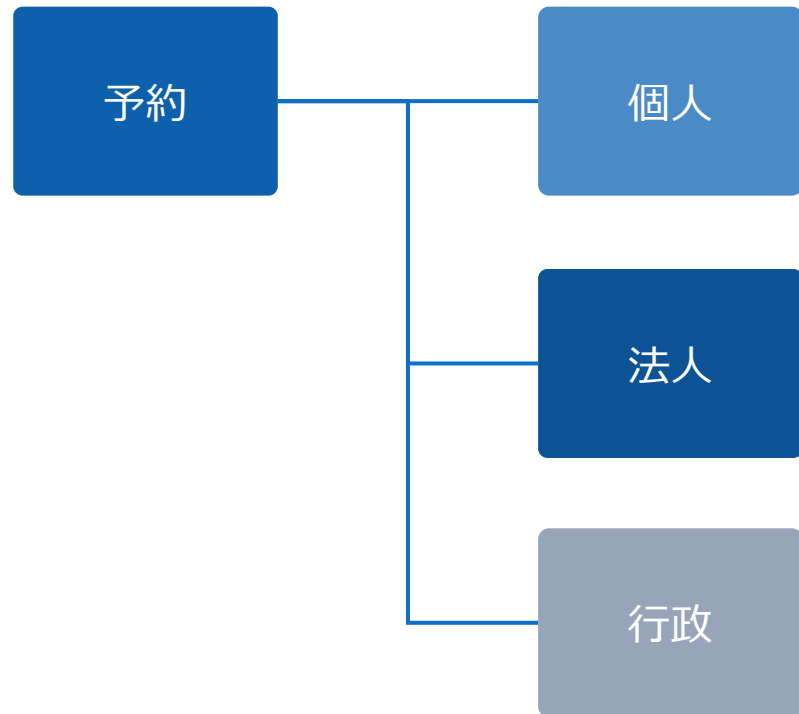
※2 Health Affairs誌 “Workplace wellness programs can generate savings” (Baickerら)

- MRSOの事業には以下の3つの分野が存在。その中でも、**現在の注力分野は予約**
- 予約分野とともに、**広告分野、DX分野も伸びていく**

現在の注力分野



- 健診・人間ドックの予約市場は**全体約1兆円**で、下記の3つの分野に分類できる



個人が自費によって受診する人間ドックなどの予約

-市場規模は約500億円（全体の約5%）で、現状の主力分野

法人が従業員に受診させる法定の健診（職域健診）などの予約

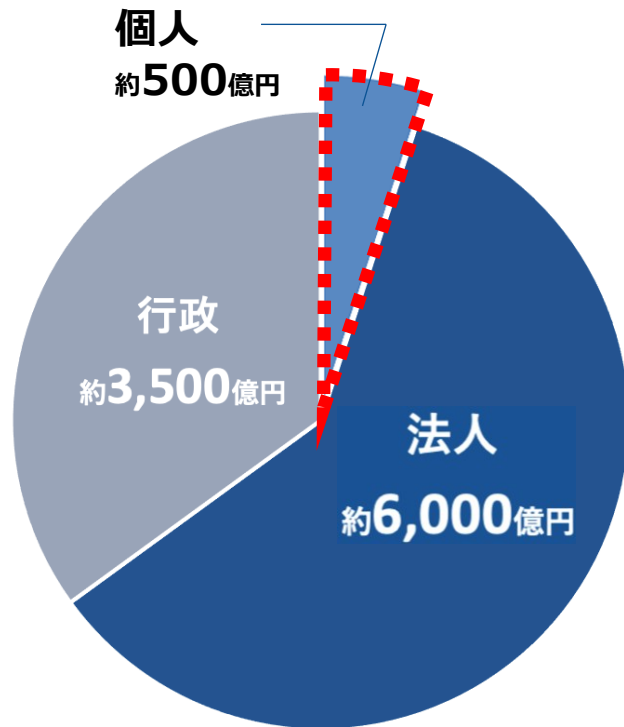
-市場規模は約6,000億円（全体の約60%）で、今後の注力分野

行政が住民に対して提供する任意健診

-市場規模は約3,500億円（全体の約35%）で、将来の注力分野

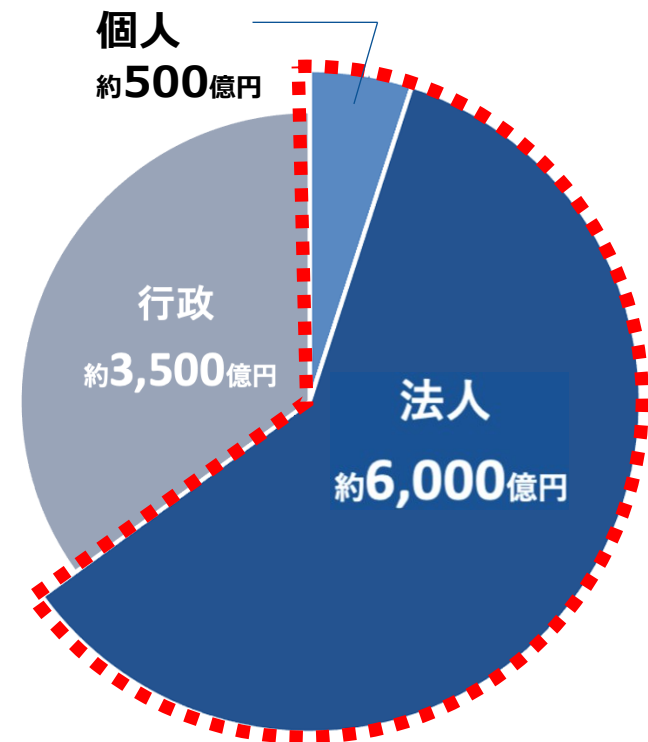
- 25年4月に開始した**法人予約の市場規模は約6,000億円と大きく、ここが今後の注力分野となる**

今までのターゲット



健診・人間ドック市場

これからのターゲット



健診・人間ドック市場

* 法人、個人、行政の市場規模は、株式会社矢野経済研究所「健診・人間ドック市場の実態と展望」及び株式会社矢野経済研究所公表の「健診・人間ドック市場規模推移・予測」に基づき算出

- MRSOの予約分野のビジネスモデルは、基本的には**ホテル予約サイトと類似したビジネスモデル**
- 受診者（需要側）と医療施設（供給側）の両サイドを抑えていくことが重要になる

MRSO予約分野ビジネスモデル



ホテル予約サイトビジネスモデル



- MRSOは健診機関（掲載施設数）、受診者（会員数）の両サイドで**日本最大級**
- **ネットワーク効果により、今後更なる拡大の加速が見込まれる**

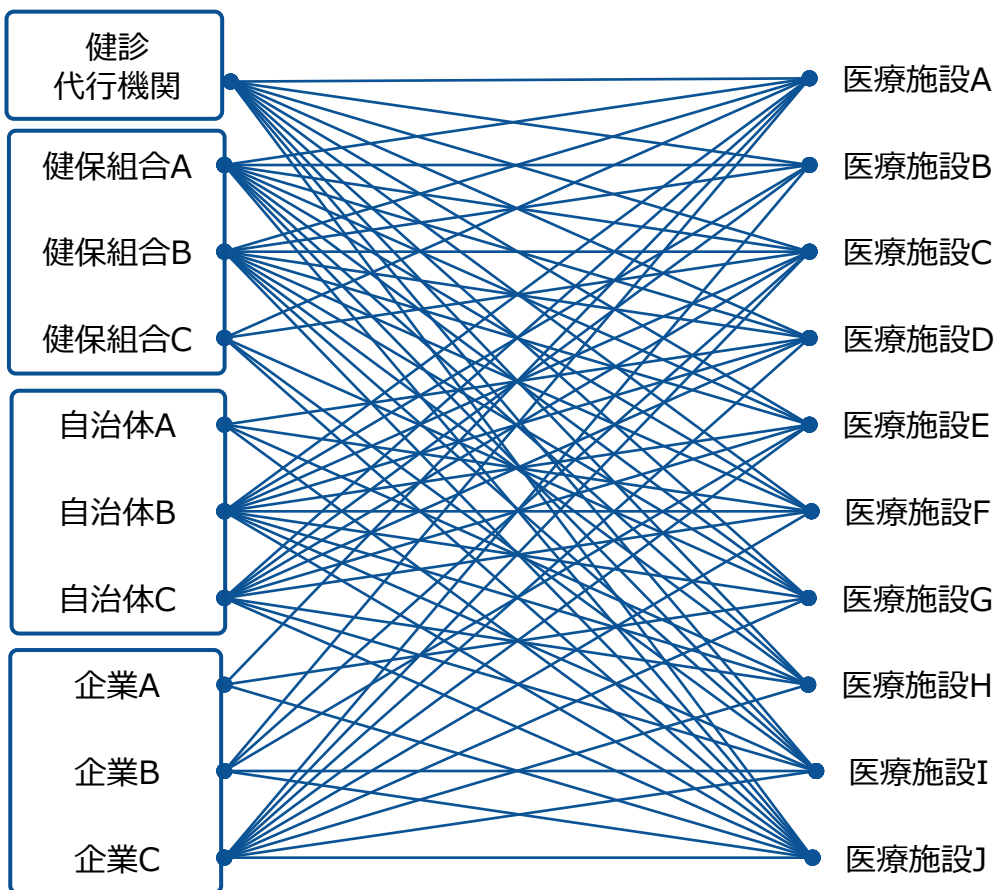


- 競合他社が撤退、横ばいのなかで、MRSOは掲載施設数を大幅に拡大
- この**圧倒的なポジションの更なる拡大、加速**を目指す



- 現在は様々機関が健診データのやりとり等をバラバラかつアナログに行っている。MRSOは**WEB予約と一体でDXツール**を提供する
- このように健診業界のDXを進め、**健診データ等を集約するプラットフォーム**を構築する

Before MRSO



After MRSO



- プラットフォームの拡大に伴い、健診データが蓄積され、**パーソナル人間ドックの提案などにも活用可能**
- 将来的には個別化予防医療など様々な形で展開が可能に



II. 業績予想修正

- 予約売上、DX売上が当初予想を下回り、18.8%減少の1,082百万円に修正（要因は次ページを参照）
- 売上減少により、営業利益、純利益ともに赤字となる見込み

(百万円)

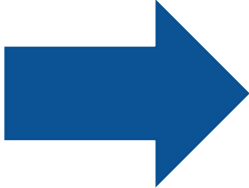
	前回 (25/2時点) 予想	今回 (25/11時点) 予想	増減比
売上高（ワクチン関連含む）	1,333	1,082	▲18.8%
ワクチン	0	0	0.0%
売上高（ワクチン関連除く）	1,332	1,081	▲18.8%
予約	815	611	▲25.0%
広告	306	304	▲0.7%
DX	210	165	▲21.3%
売上総利益	-	-	-
販管費	-	-	-
営業利益	36	▲46	-
経常利益	36	▲44	-
純利益	25	▲33	-

- 下方修正の主な要因は、検索流入の減少影響による予約売上の減少および、開発案件の受注ずれ込みに伴うDX売上の減少
- どちらの要因も**一時的なものであり、来年度以降は再び成長を見込む**

要因1

予約売上の減少：203百万円（売上減少の約8割に相当）

-Googleの検索アルゴリズムのアップデートおよびAI検索によって検索流入が落ち込んだことにより、個人予約の売上が減少した



SEO対策の進捗により、予約取扱高は足元で概ね回復。
引き続き、日本最大級の予約ポータルとして、健診受診の促進を通じた
予防医療の普及に努めていく

要因2

DX売上の減少：45百万円（売上減少の約2割に相当）

-フロー型の収益である開発案件の受注時期にずれが生じ、一部の案件が今期ではなく、来期に計上がずれ込む見込み



開発案件の受注時期が一部後ろ倒しとなったものの、
今後は計画に沿って着実に進捗する見通し

- 業績予想は赤字に修正されたものの、独自の予約プラットフォームによる強固な事業基盤に加え、健全な財務体質を維持
- 事業投資を継続し、来期以降の黒字化回復を見込んでおり、今回の修正が**中長期的な成長戦略に与える影響は軽微**



強固な事業基盤

	2025/3Q
流動資産	1,911
うち現金及び預金	1,707
固定資産	210
資産合計	2,121
流動負債	189
固定負債	-
負債合計	189
純資産	1,931
負債純資産合計	2,121
自己資本比率	91.1%

キャッシュは今後も十分に投資を継続できる水準

自己資本比率は高水準を維持

健全な財務体質

- 前年実績と比較して、今回予想はワクチン関連を除く売上が7.6%減少の1,081百万円
- 予約、広告売上は前年と同程度の水準となる見込みも、DX売上が減少

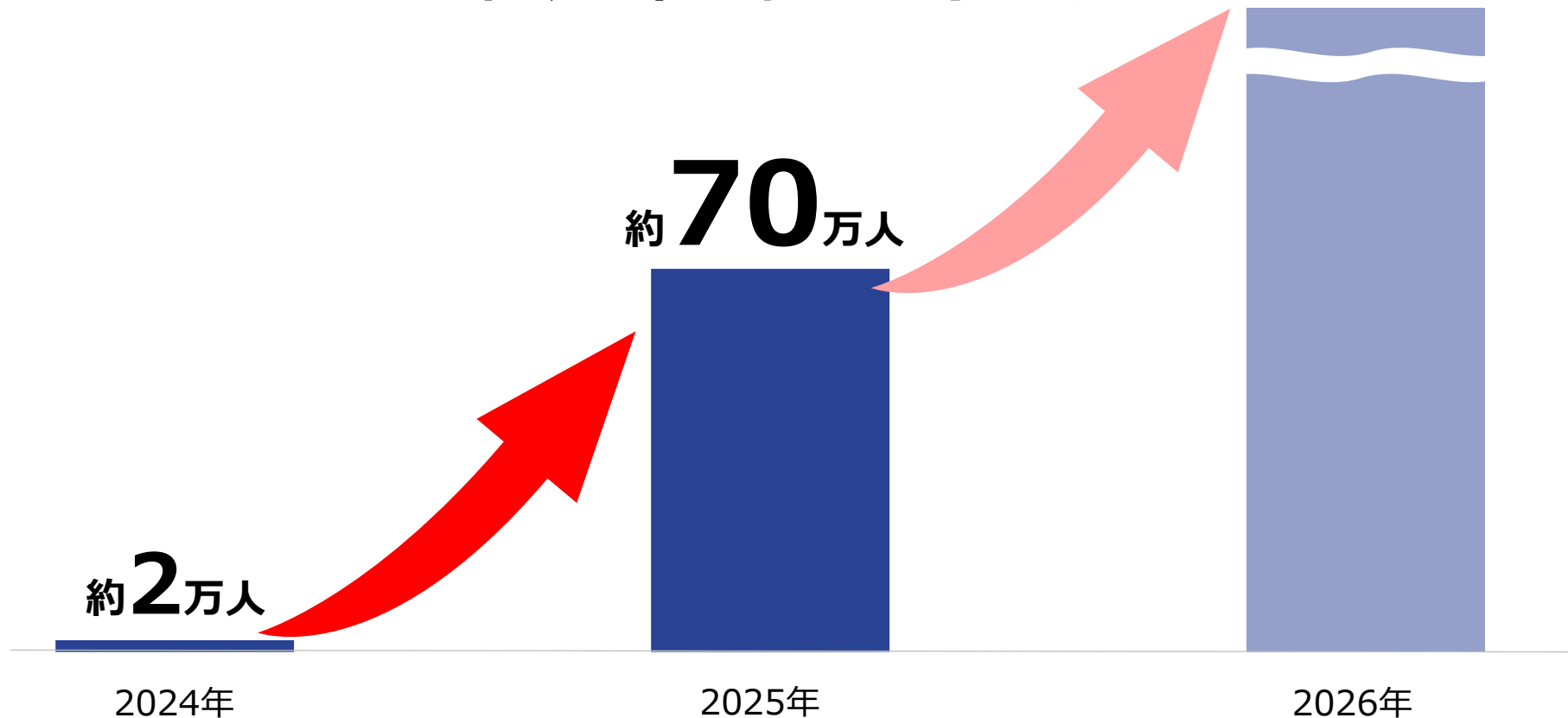
(百万円)

	24年実績	今回予想	増減比
売上高 (ワクチン関連含む)	1,333	1,082	▲18.8%
ワクチン	163	0	▲99.4%
売上高 (ワクチン関連除く)	1,169	1,081	▲7.6%
予約	629	611	▲2.9%
広告	303	304	0.2%
DX	236	165	▲29.8%
売上総利益	-	-	-
販管費	-	-	-
営業利益	157	▲46	-
経常利益	157	▲44	-
純利益	101	▲33	-

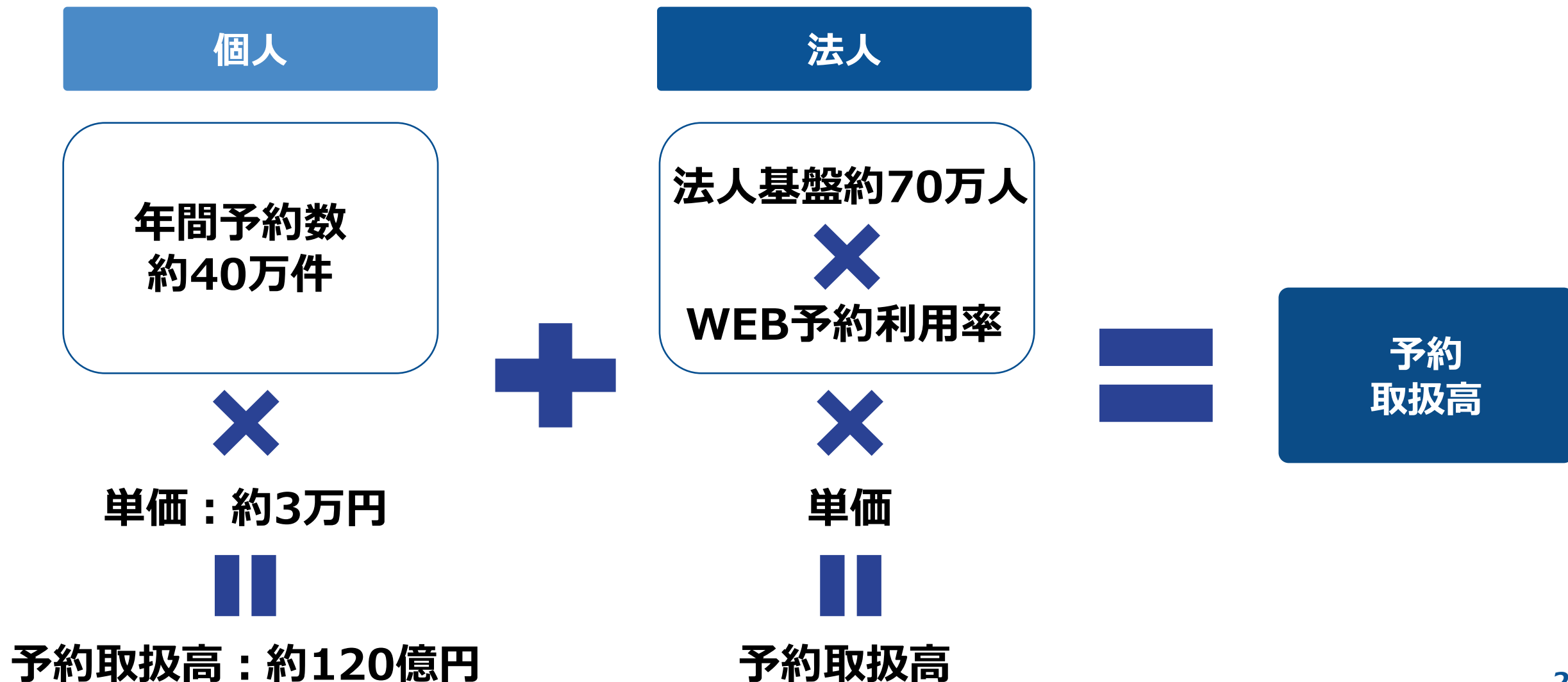
III. 成長戦略

- 売上拡大に向けた重点施策である法人予約（P9参照）の強化を推進した結果、**本年度の法人契約は大幅に伸長**
- 提携パートナー（健診代行機関）や企業・健保による当社予約システムの採用が進み、法人基盤は着実に強化されている
- 今後は法人基盤のさらなる拡大に加え、**WEB予約利用率の向上を図り、法人予約の成長に繋げていく**

契約済団体の健診対象者数



- 来季以降は、個人予約のオーガニック成長に加えて、法人基盤が整い始めた法人予約が予約取扱高に貢献



- 法人予約は**高い成長性、継続性、安定性が期待できる今後の成長ドライバー**
- この法人予約を拡大させるためには、まず**法人予約の基盤の拡充が重要**

1. 高い成長性

<法人予約>

市場が**約6,000億円**規模と巨大であり、高い成長性が期待できる

<個人予約>

市場規模が約500億円と全体の5%程度

2. 高い継続性

<法人予約>

法定の健診であり、**毎年実施**されるため、高い継続性が期待できる

<個人予約>

人間ドックなど自発的な健診であり、必ずしも毎年発生するわけではない

3. 高い安定性

<法人予約>

直接流入のため**外部影響が小さく**、高い安定性が期待できる

<個人予約>

Google検索アルゴリズム等の影響を受けやすい

VI. 決算ハイライト

1. ワクチン関連除く売上は一過性の広告売上除けば0.8%増

- 予約売上はGoogle検索アルゴリズムのアップデートの影響で前年同期比5.2%減も、2Qから下げ止まり傾向
- 前年3Qに一過性のマーソギフト券売上があったため、広告売上は同4.1%減少
- 上記要因で、ワクチン関連除く売上は同3.6%減少も、一過性の広告売上除けば実質同0.8%増

2. 掲載施設数及び会員数は、引き続き順調に推移

- 今後の中長期的なプラットフォーム拡大の基礎となる掲載施設数（前年同期比+約18.7%）及び会員数（同+約20.4%）は順調に推移
- 2026年には法人予約の拡大基盤として必要な水準である掲載施設数2,000件の達成を目指す

3. ベネフィット・ワン社と法人予約の提携をスタート

- ベネフィット・ワン社と法人向けの健診WEB予約サービスを開始
- 複数の大手健診代行機関が、マーソの法人予約プラットフォームに参画したことで、今後法人予約拡大の加速が見込まれる

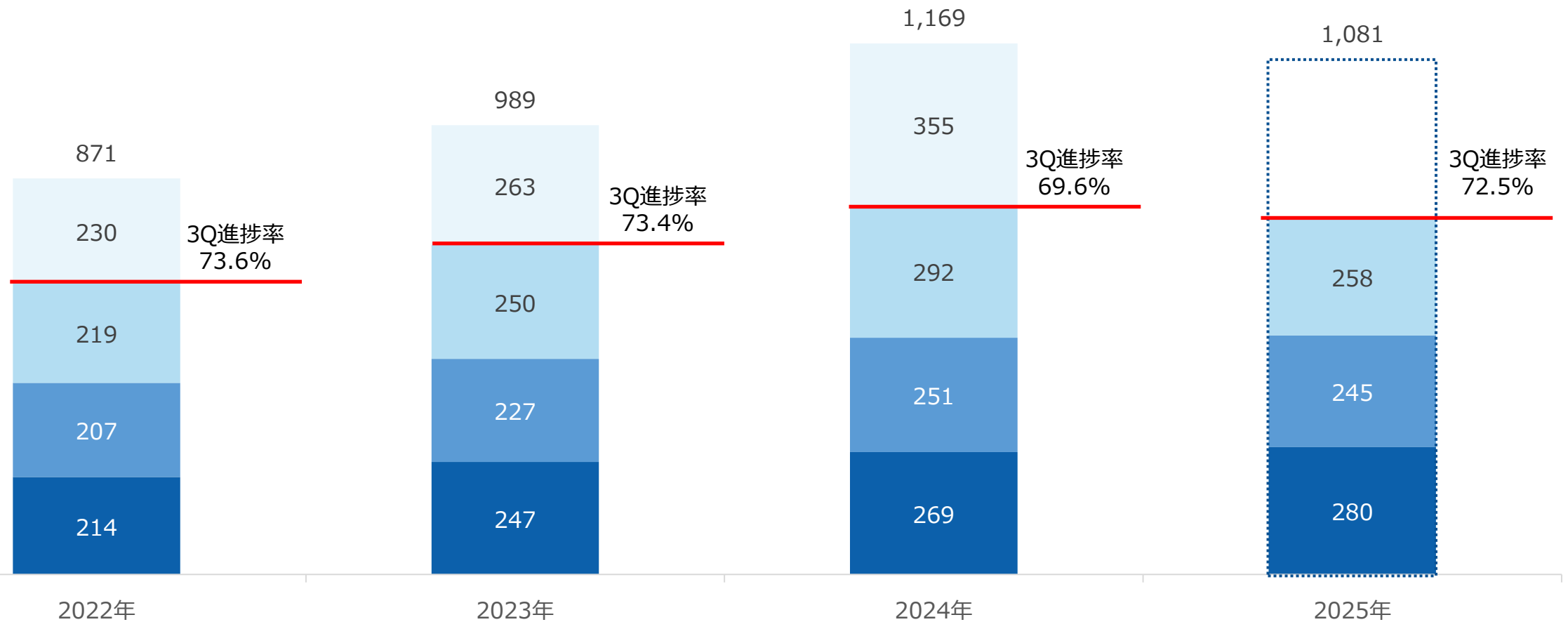
- ワクチン関連を除いた売上は、予約、広告売上の落ち込みにより、▲3.6%の784百万円
- 2024年3Qにあったマーソギフト券失効による**一過性の広告売上約36百万円を除けば実質0.8%増**

(百万円)

	2024/3Q 累計 (実績)	2025/3Q 累計 (実績)	前年同期 増減比	2025通期 (今回予想)	進捗率
売上高 (ワクチン関連含む)	976	785	▲19.6%	1,082	72.6%
ワクチン	162	0	▲99.4%	0	100.0%
売上高 (ワクチン関連除く)	813	784	▲3.6%	1,081	72.5%
予約	465	440	▲5.2%	611	72.2%
広告	235	225	▲4.1%	304	74.3%
DX	112	117	+3.9%	165	70.7%
売上総利益	778	602	▲22.6%	-	-
販管費	651	651	+0.1%	-	-
営業利益	127	▲49	-	▲46	-
経常利益	127	▲47	-	▲44	-
純利益	87	▲37	-	▲33	-

- 2025年通期予想（今回）に対する進捗率は72.5%と従来の3Q進捗と同程度

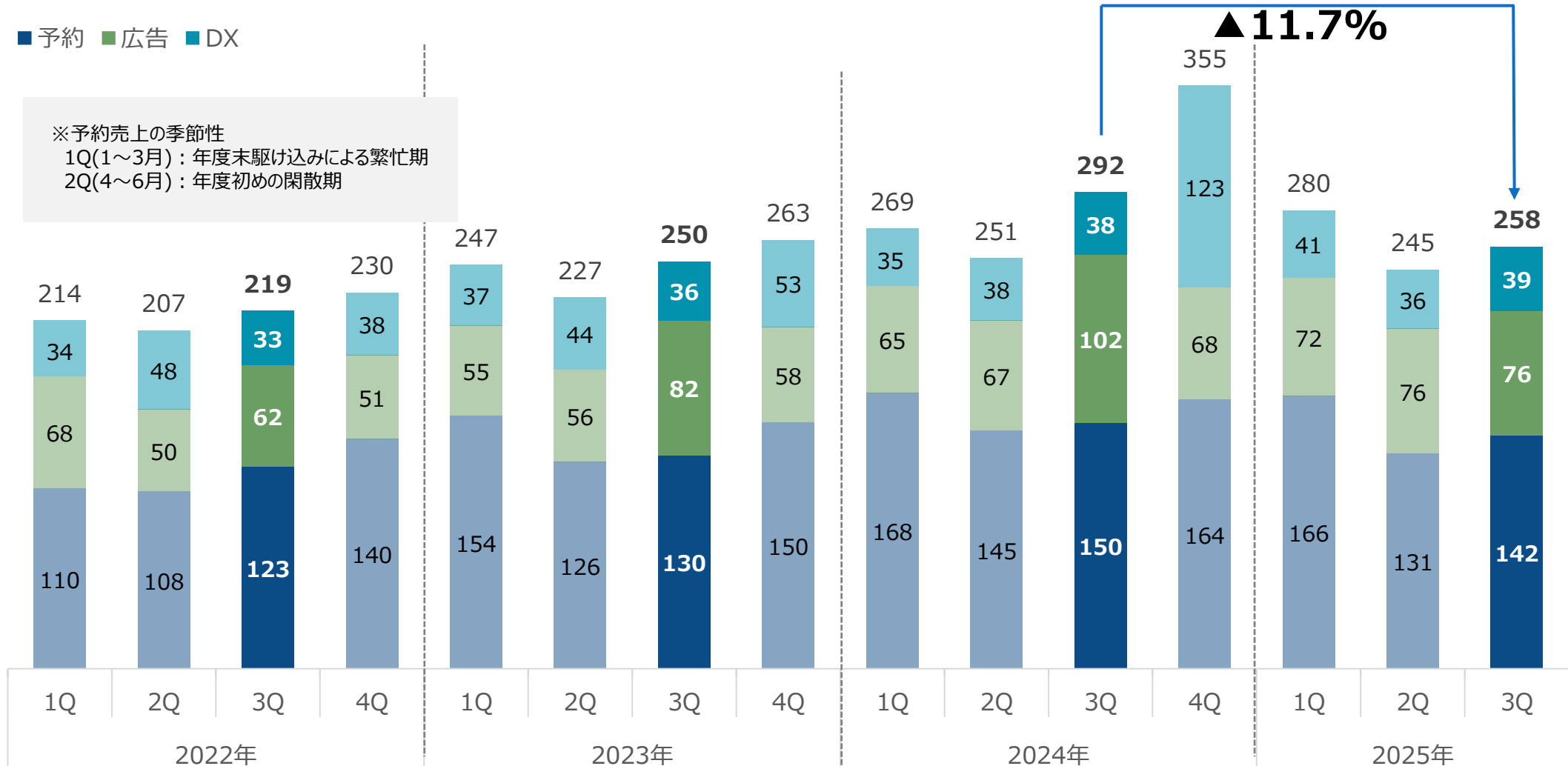
■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q 合計



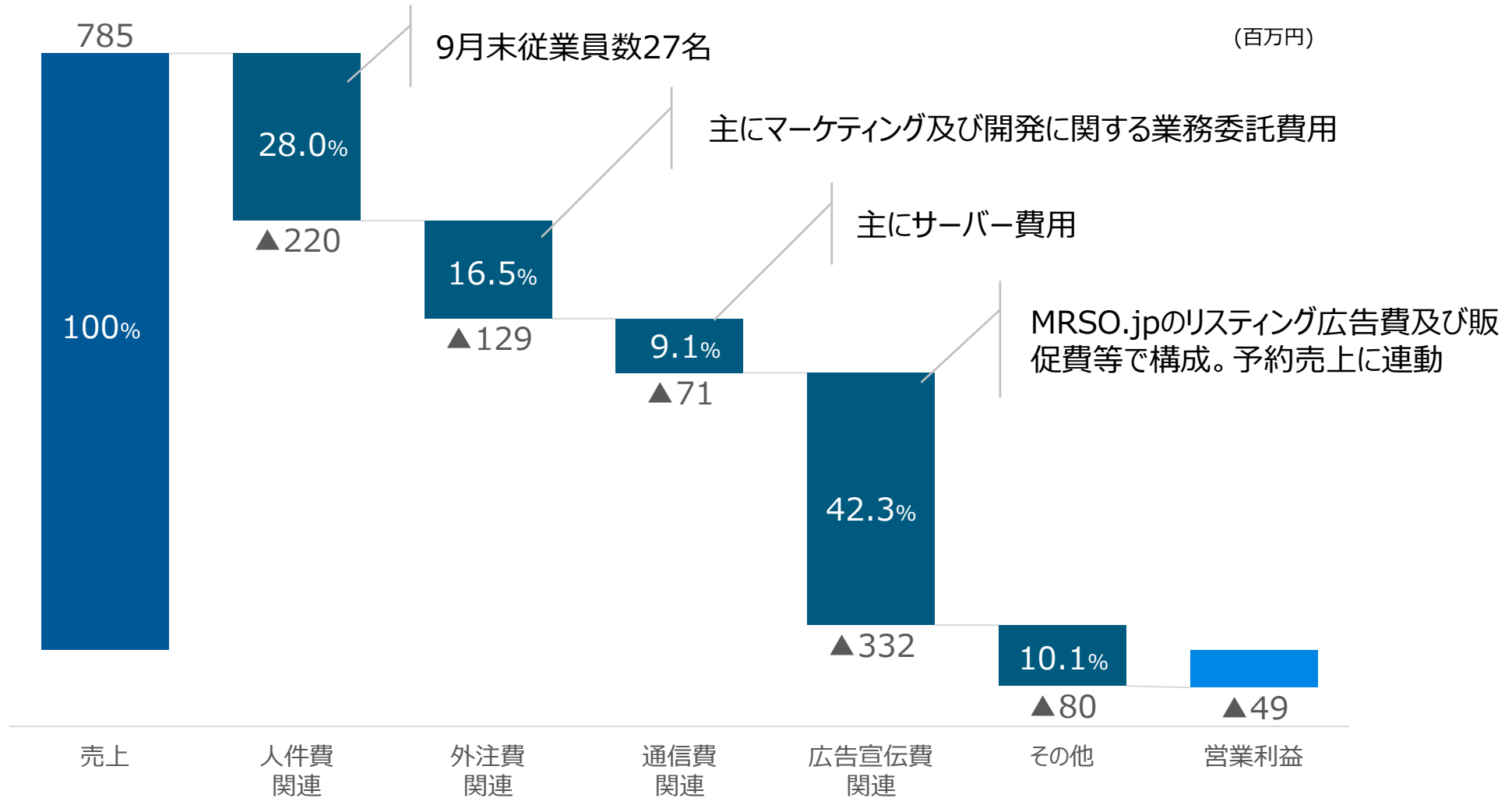
- 予約売上はGoogle検索アルゴリズムのアップデートの影響で、前年同期比5.4%減少も、**2Qの9.3%減から下げ止まり傾向**
- 前年同期に一過性のマーソギフト券売上があったため、広告売上は25.9%減少

■ 予約 ■ 広告 ■ DX

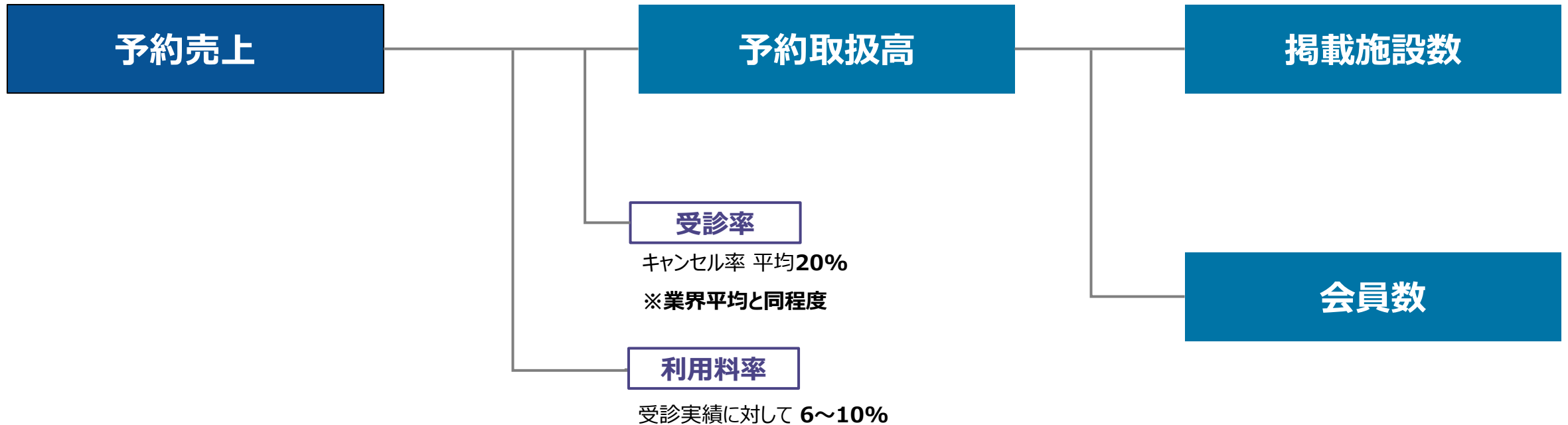
※予約売上の季節性
 1Q(1~3月)：年度末駆け込みによる繁忙期
 2Q(4~6月)：年度初めの閑散期



- 3Q累計の営業利益は予約売上の減少が響き、▲49百万円と赤字



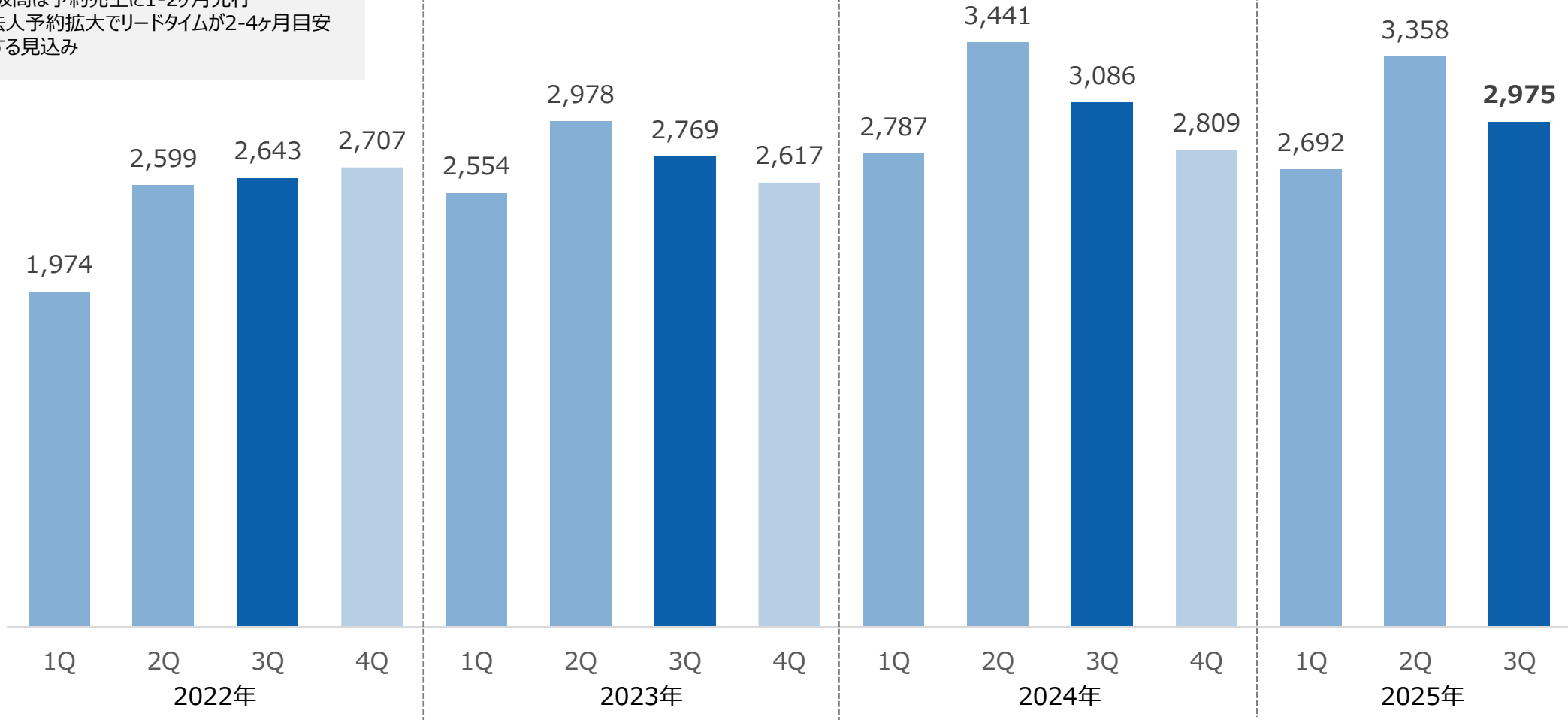
- 予約売上増加には人間ドックサービスの掲載施設数（供給側）及び会員数（需要側）の増加が必要
- 2025年4月の法人予約開始し、**法人健診の予約が多い掲載施設の拡大を優先的に進めている**



- Google検索アルゴリズムのアップデートなどが影響し、検索順位の変動が発生
- その結果、新規ユーザーの流入数が減少し、予約取扱高は前年同期比3.6%減の2,975百万円にとどまった

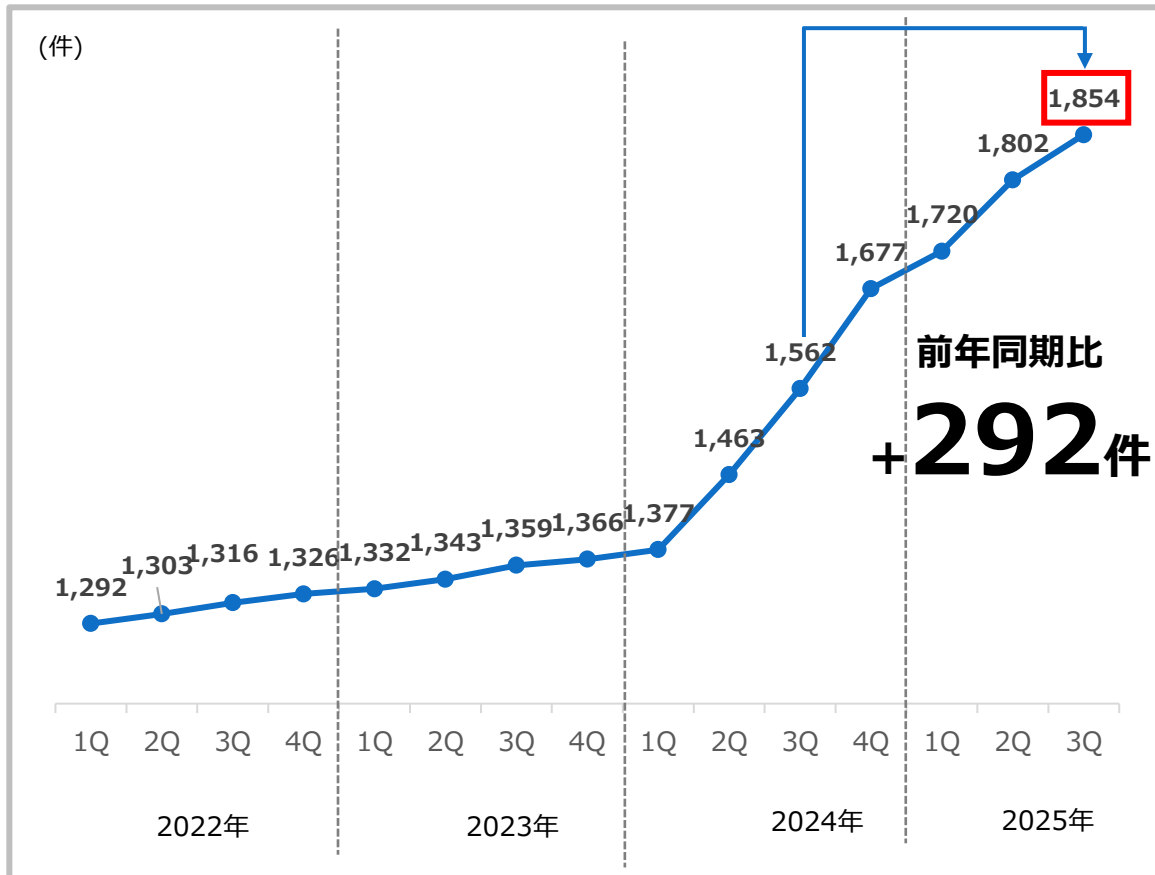
※予約取扱高と予約売上の時間差（リードタイム）
 予約取扱高は予約売上に1-2ヶ月先行
 今後、法人予約拡大でリードタイムが2-4ヶ月目安で延長する見込み

(百万円)

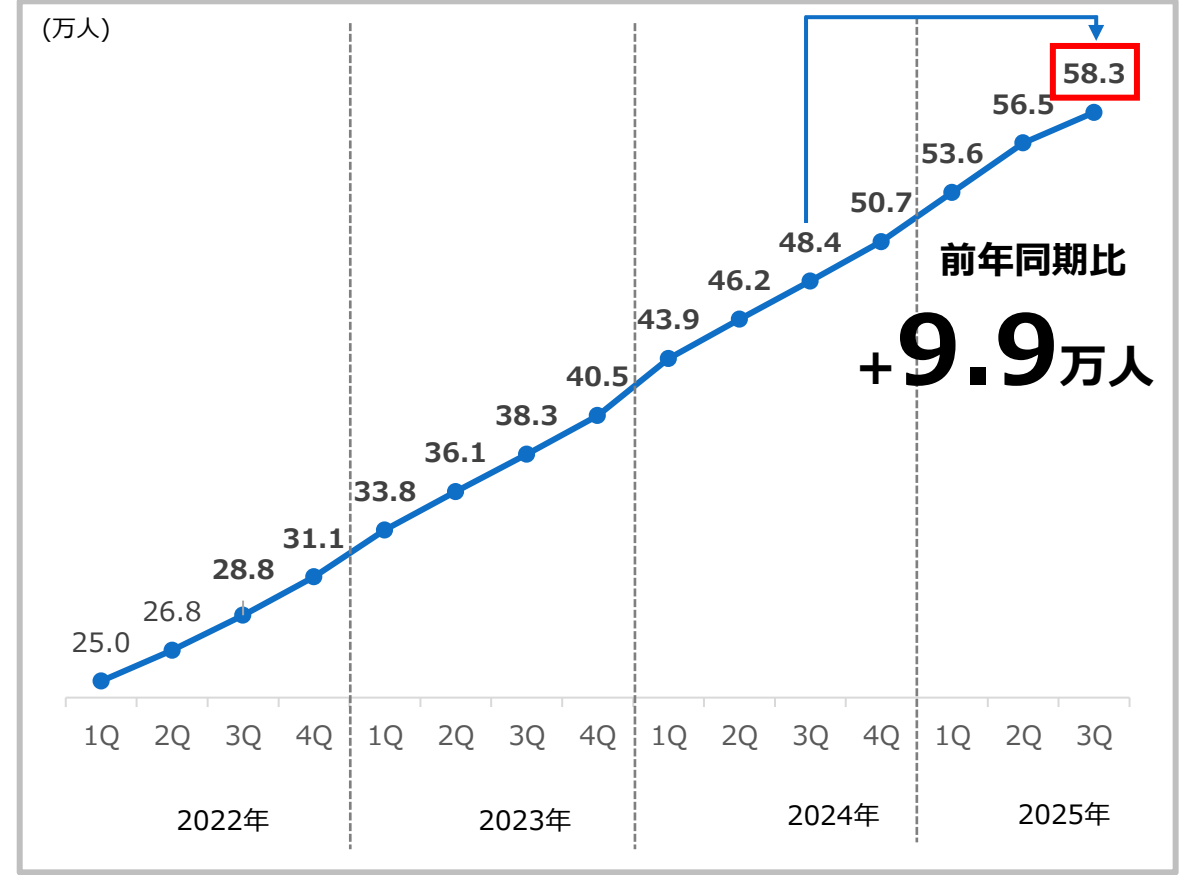


- 掲載施設数、会員数は前年同期比+約18.7%、同+約20.4%と、順調に拡大を続ける
- 2026年には、**法人予約の拡大基盤として必要な水準である掲載施設数2,000件の達成を目指す**

掲載施設数



会員数



- 大手健診代行機関であるベネフィット・ワン社と法人向けの健診WEB予約サービスを来年度より開始
- 複数の大手健診代行機関が、マースの法人予約プラットフォームに参画したことで、**法人予約拡大の加速が進む**



MRSO
年間予約者数
約40万件




Benefit one



Dai-ichi Life Group
年間予約者数
約100万件

ベネフィット・ワン社について

所在地	東京都新宿区西新宿三丁目7番1号 新宿パークタワー37階ほか	事業内容	福利厚生事業 パーソナル事業 CRM(Customer Relationship Management)事業 インセンティブ事業 ヘルスケア事業 購買・精算代行業業 ペイメント事業
株主	第一生命ホールディングス株式会社：100%		
利用者数	総合福利厚生サービス「ベネフィット・ステーション」 会員数1,220万人（2025年4月時点、個人会員等を含む）		

- Google公式パートナーとして、2025年11月より「Google で予約」との連携開始
- 利用者はGoogle 検索や Google マップ上で表示される「オンラインで予約」ボタンからMRSO.jpの予約ページへ1タップで遷移可能に



サービス導入の メリット

1. 利用者の利便性向上

- ・Google マップ上で発見してからシームレスに予約可能
- ・より直感的で簡単な予約体験を提供

2. 健診機関の集客力強化と業務効率化

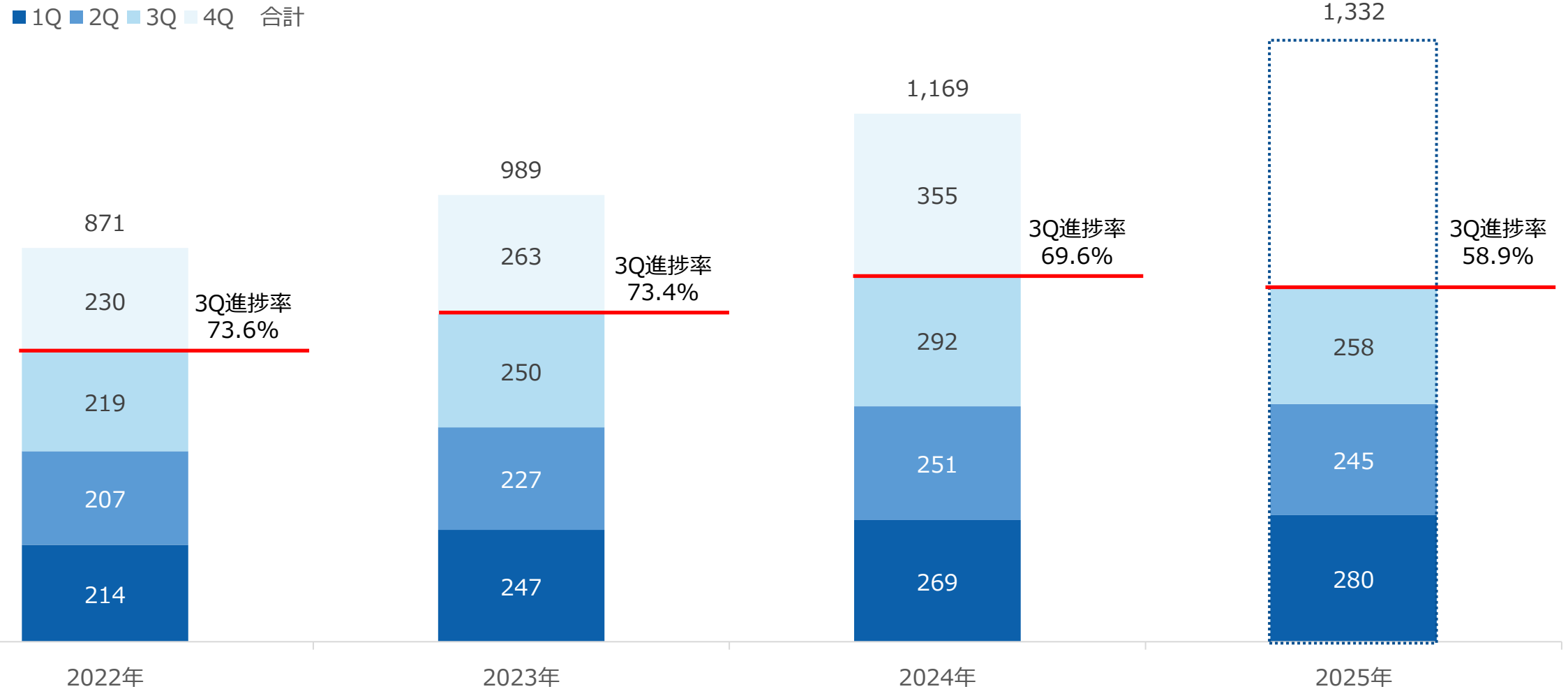
- ・Google マップという「ローカル検索プラットフォーム」からの新たな集客
- ・機会損失の低減と予約転換率の向上
- ・オンライン予約比率の向上による業務効率化

- 前回予想に対しての売上進捗率は58.9%
- 予約、DX売上がともに進捗率55%前後と低く、前回予想達成は難しく、下方修正

(百万円)

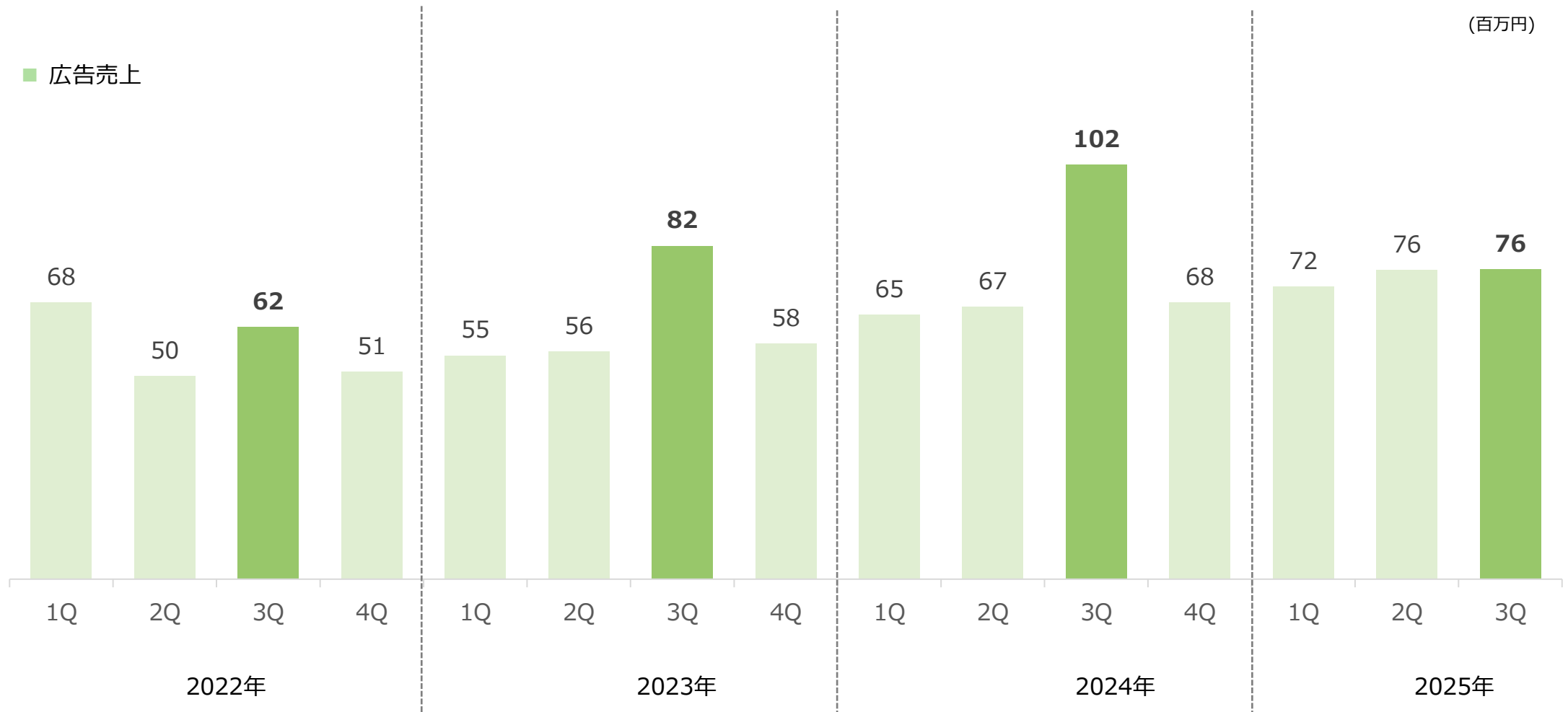
	2025/3Q 累計 (実績)	2025通期 (前回予想)	進捗率
売上高（ワクチン関連含む）	785	1,333	58.9%
ワクチン	0	0	100.0%
売上高（ワクチン関連除く）	784	1,332	58.9%
予約	440	815	54.1%
広告	225	306	73.8%
DX	117	210	55.6%
売上総利益	602	-	-
販管費	651	-	-
営業利益	▲49	36	-
経常利益	▲47	36	-
純利益	▲37	25	-

- 2025年通期予想に対しての進捗率は58.9%と従来の3Q進捗よりも、大きくビハインドしており、業績修正を実施

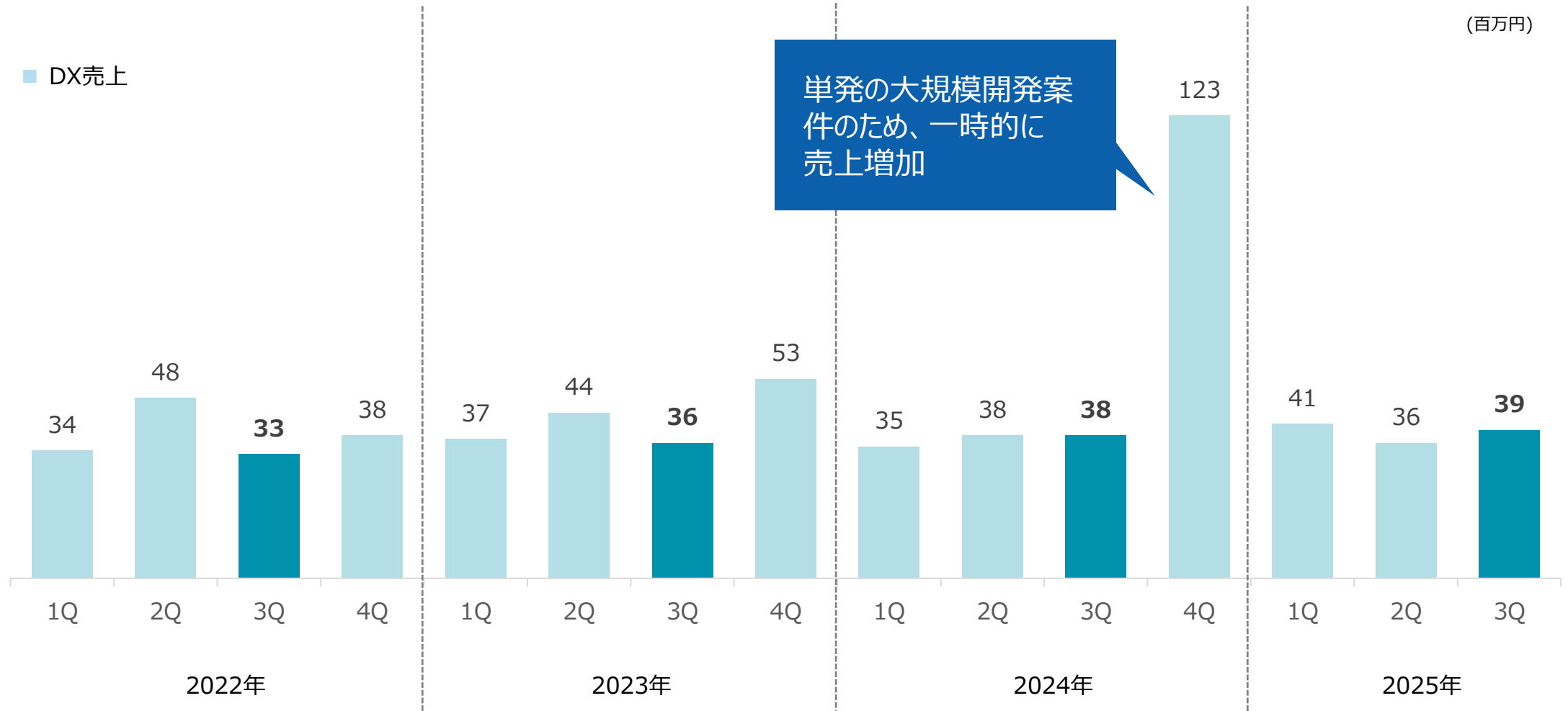


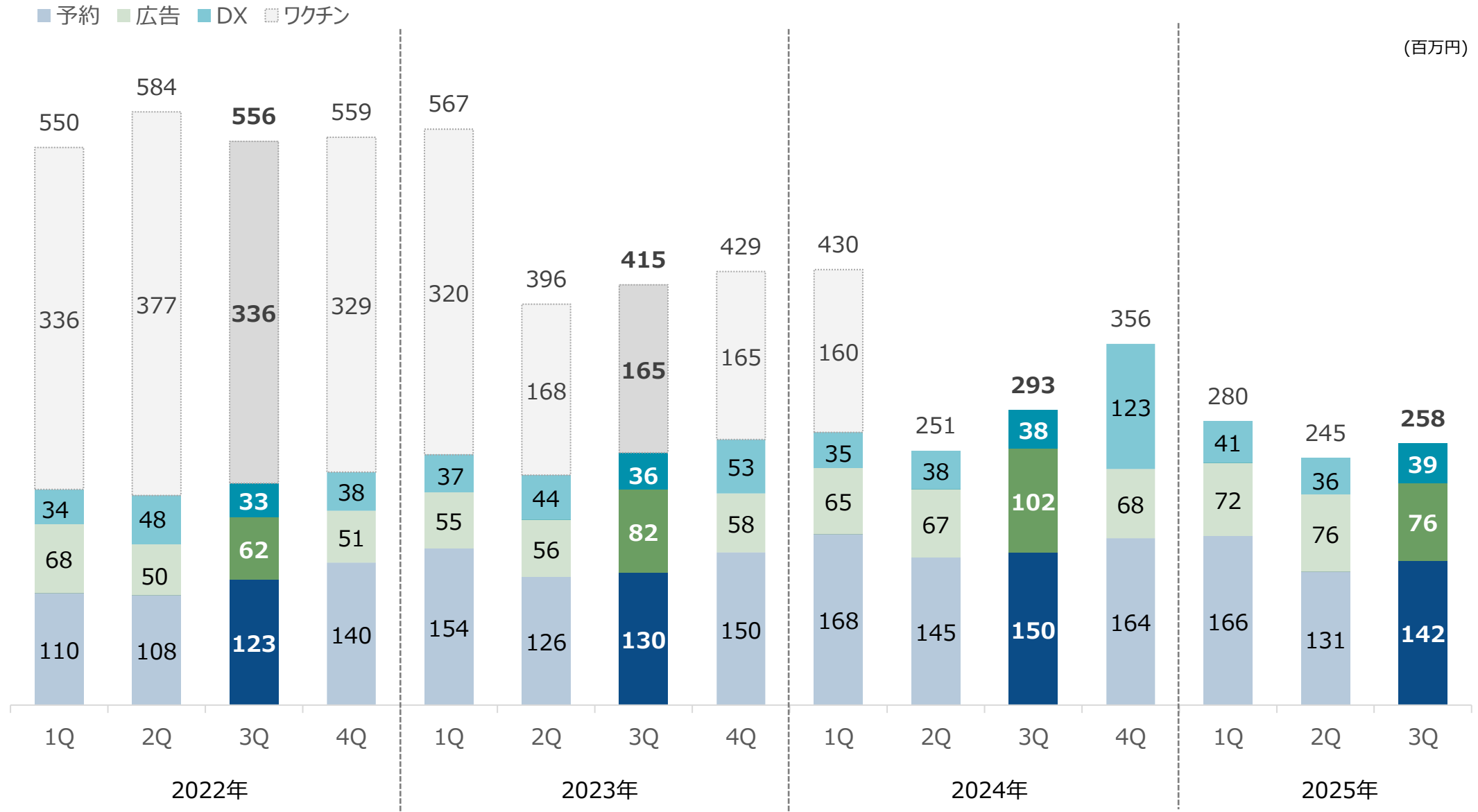
V. Appendix

- 広告事業においては安定的な医療施設向け広告に加えて、MRSOギフト券関連売上のようなスポットの売上で構成
- 予約事業が伸びることで、広告価値が高まり、中長期的に売上も伸びていく見込み



- DX売上は安定的なストック収入となる売上と、一時的な開発案件のようなスポット売上で構成
- 法人予約とともに、健康管理SaaSなども広がっていき、DX売上も伸びていく見込み





- 自己資本比率は約1.5pt上昇の91.1%
- 引き続き、**投資余力は充実しており、機動的なM&A、投資などが可能な状況**

(百万円)

	前期末 2024/4Q	2025/3Q	増減額
流動資産	2,106	1,911	-195
うち現金及び 預金	1,809	1,707	-102
固定資産	150	210	59
資産合計	2,256	2,121	-135
流動負債	234	189	-45
固定負債	-	-	-
負債合計	234	189	-45
純資産合計	2,022	1,931	-90
負債純資産合計	2,256	2,121	-135
自己資本比率	89.6%	91.1%	1.5pt

社名	マース株式会社 [英語名：MRSO Inc.]
代表者	代表取締役社長 西野 恒五郎
設立年月	2015年2月
本社所在地	東京都港区虎ノ門4-3-1 城山トラストタワー17階
資本金	122百万円
事業内容	人間ドック・健診の予約プラットフォーム「MRSO.jp」及び医療施設DX支援サービスの開発・運営等
従業員数	27名（アルバイト2名含む）*1

*1 2025年9月末現在



Extension of Healthy Life Expectancy

日本は世界一の長寿国、しかし――

現在、日本人の平均寿命は約84歳と、世界で最も長い水準にあります。一方で、「健康寿命」は約74歳にとどまり、約10年間は“健康ではない状態”で生活しているのが現状です。

私たちの挑戦：健康寿命を8年延ばす（+8y）

MRSOは、健診予約ポータルリーディングカンパニーとして蓄積してきた健診データを活かし、予防医療への活用を進める「ヘルスケアプラットフォーム」へと進化します。目指すのは、「平均寿命」と「健康寿命」のギャップを埋めること。私たちは、「健康寿命を8年延伸する（+8y）」という社会的インパクトの創出に挑戦しています。

本資料に掲載されている事項は、資料作成時において入手した情報等に基づいたものですが、その情報の正確性及び完全性を保証または約束するものではありません。また、今後予告なしに変更されることがあります。

本資料において将来の業績や予想に関する記述が含まれる場合でも、こうした記述は将来の業績予想を保証するものではなく、将来の業績は、経営環境の変化などにより、実際とは異なる可能性があることにご留意ください。

また、本資料は情報の提供のみを目的としており、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。