

+8x

Extension of Healthy Life Expectancy
EXTENSION OF HEALTHY LIFE EXPECTANCY



+8x

2025年12月期 通期決算説明資料

マーズ株式会社
(東証グロース市場：5619)



I. 2025年12月期決算ハイライト 及び2026年業績予想

II. Appendix

III. 事業概要

I. 2025年12月期決算ハイライト 及び2026年業績予想

1. 法人予約の開拓が進む、法人基盤の成長率は3,000%超（約2万人⇒約70万人）

- 25年は約6,000億円の巨大市場である法人予約へ本格参入した
- 法人予約の重要KPIは法人基盤、WEB予約利用率であり、ともに大きな拡大余地がある
- 26年はこれらのKPIを拡大することで、予約売上増加を見込む

2. 26年を「Jカーブ成長への投資期」と位置づけ、人財を中心とした戦略的な投資を実行

- 法人予約の成長加速のため、来期の人財関連投資を約93百万円積み増し
- 人員体制を強化することで、法人予約の拡大加速を目指す

3. 25年12月期の売上高は修正計画水準で着地

- 売上高（ワクチン関連除く） : 1,077百万円（修正計画：1,081百万円）
- 営業利益 : ▲33百万円（修正計画：▲46百万円）

25年12月期の売上高は、**修正計画水準で着地**

(百万円)

	2024年 累計 (実績)	2025年 累計 (実績)	前年同期 増減比	2025通期 修正予想 (25/11)	達成率
売上高 (ワクチン関連含む)	1,333	1,078	▲19.1%	1,082	99.6%
ワクチン	163	0	▲99.4%	0	-
売上高 (ワクチン関連除く)	1,169	1,077	▲7.9%	1,081	99.6%
予約	629	609	▲3.2%	611	99.7%
広告	303	304	+0.2%	304	100.0%
DX	236	163	▲30.7%	165	98.7%
売上総利益	1,028	823	▲19.9%	-	-
販管費	871	857	▲1.6%	-	-
営業利益	157	▲33	-	▲46	-
経常利益	157	▲33	-	▲44	-
純利益	101	▲23	-	▲33	-

予約売上

個人予約が、Google検索アルゴリズムの影響により減速

**今期の法人予約の売上貢献は限定的も、
今後の成長が見込まれる (次頁以降参照)**

広告売上

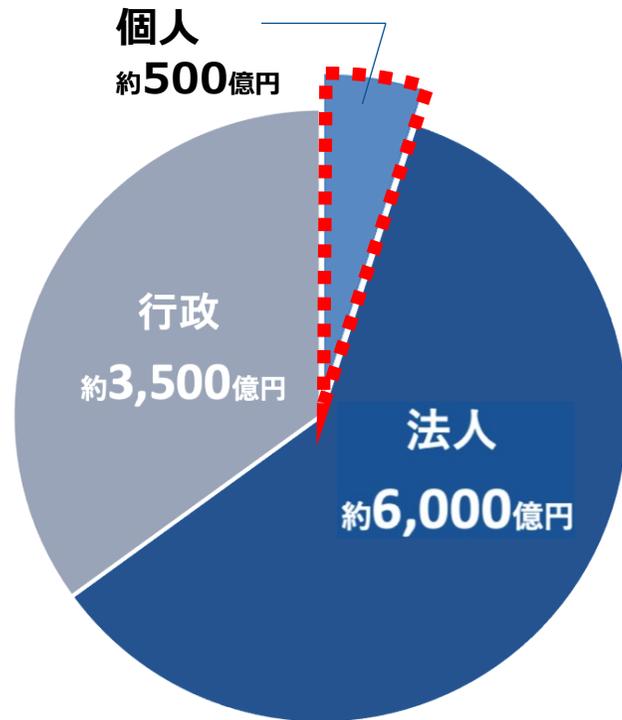
着実な成長で、24年のスポット案件剥落 (約10%)
を吸収し、前年同期比プラスに

DX売上

2024年の大型開発案件完了による減少影響や2025年
の開発案件の翌期へのズレにより、前年対比では約30%
減少

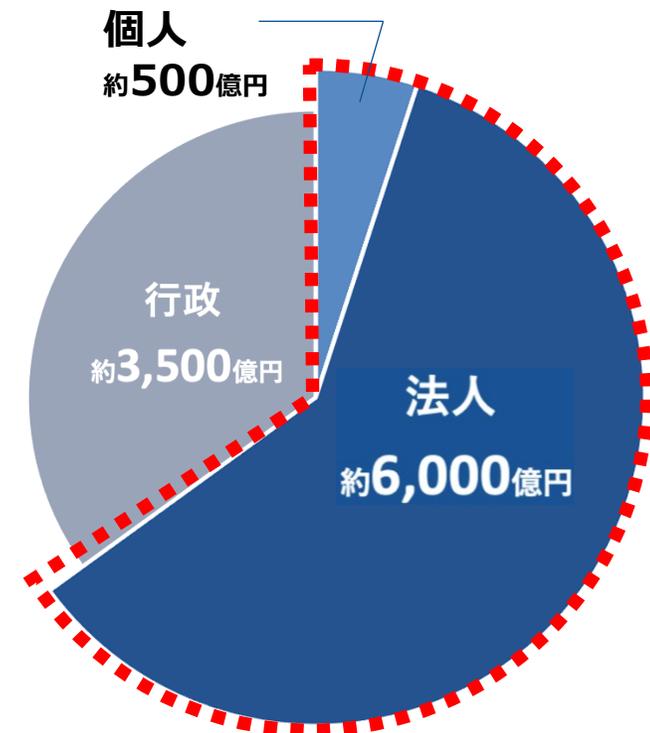
法人予約の市場規模は**約6,000億円と巨大**、ここを注力分野として拡大していく

今までの注力分野



健診・人間ドック市場

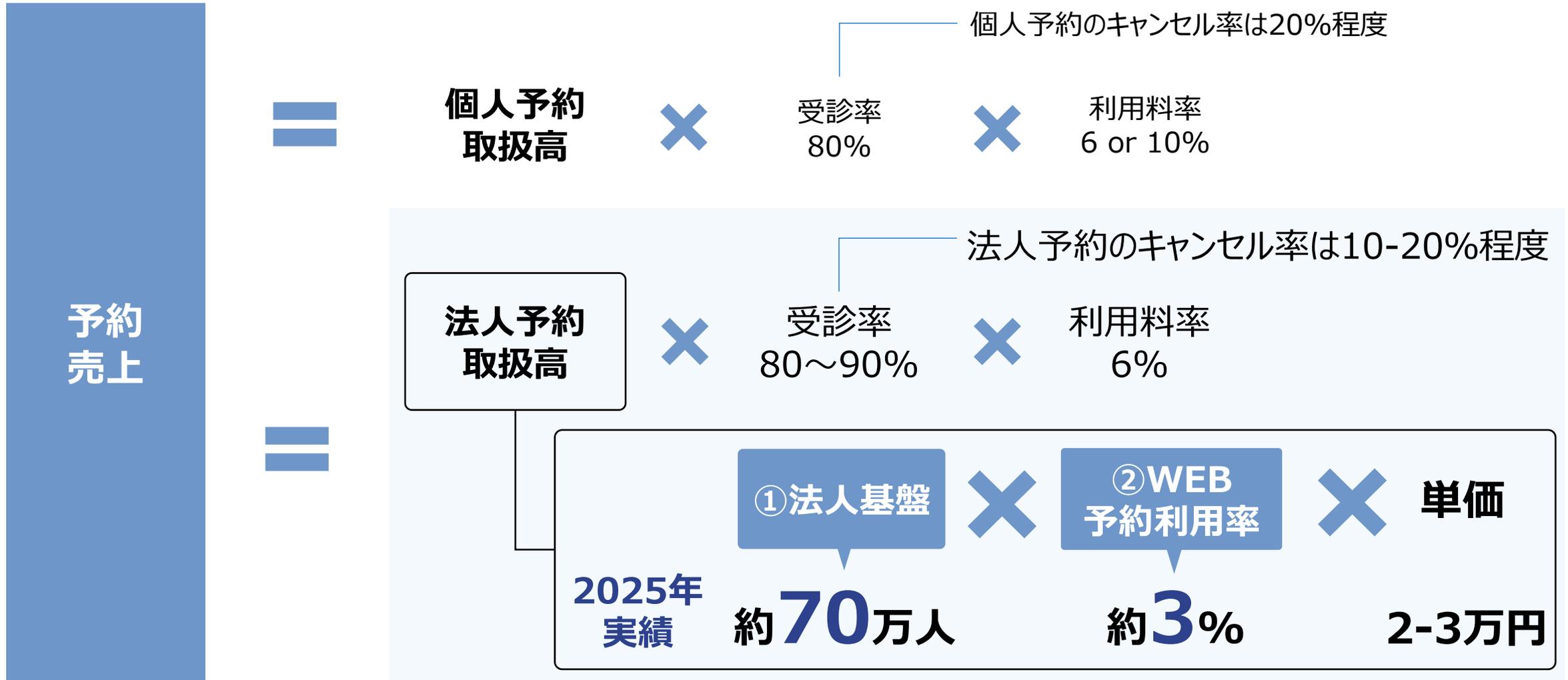
これからの注力分野



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

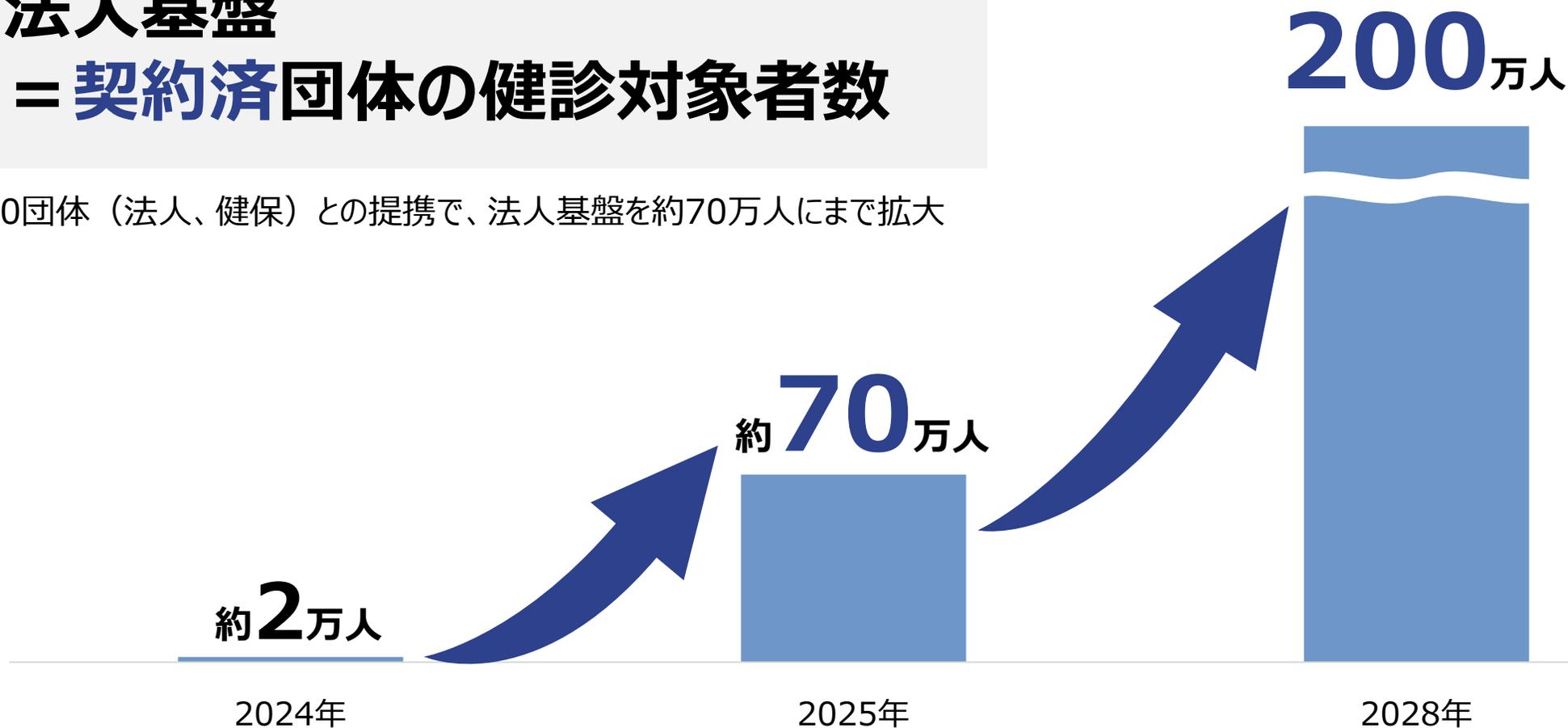
法人予約において、重要なのは①法人基盤と②WEB予約利用率



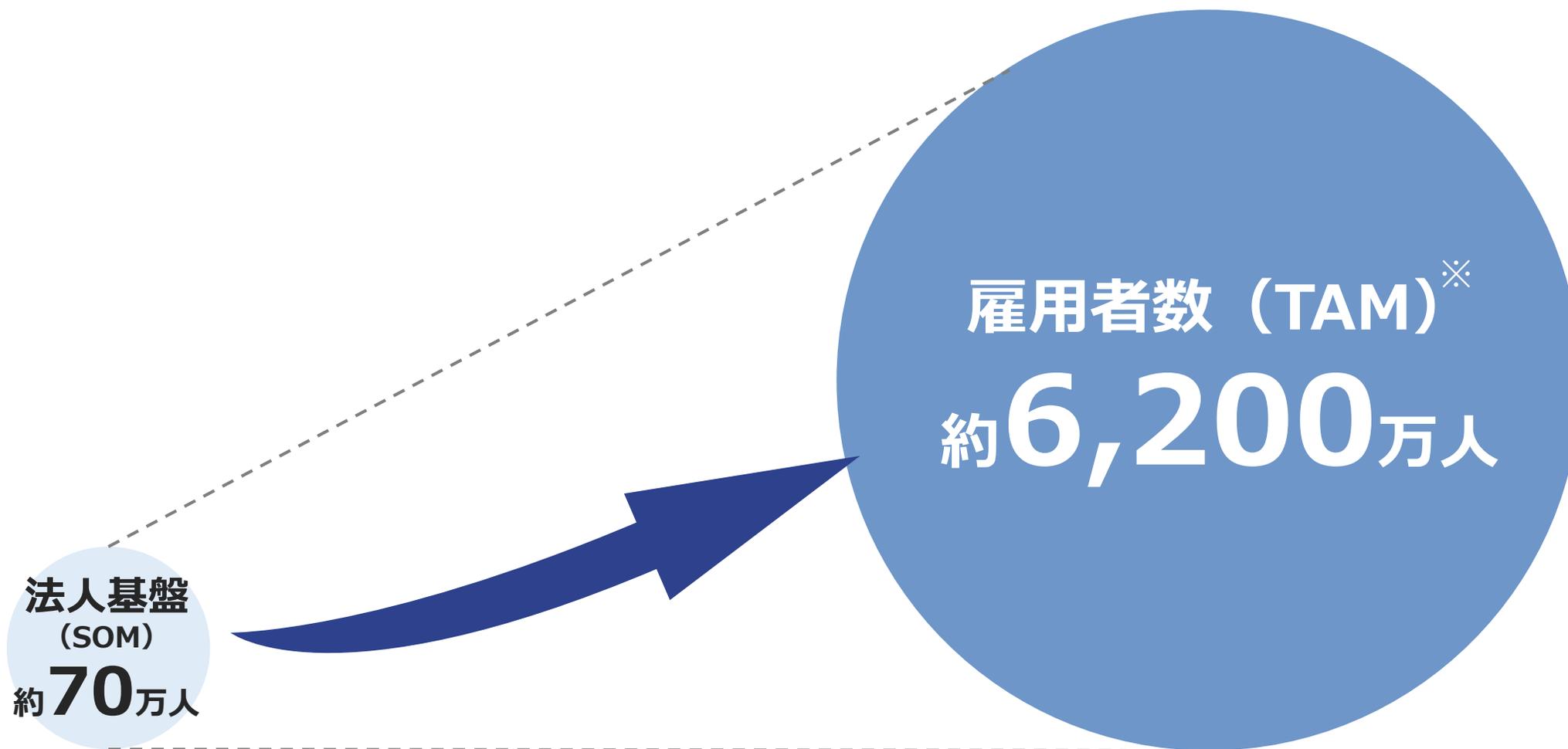
法人基盤が約**70万人**に拡大 ➡ 2028年までに**200万人**を目指す

法人基盤 = 契約済団体の健診対象者数

約100団体（法人、健保）との提携で、法人基盤を約70万人にまで拡大



現在の約70万人の法人基盤も**TAMの1%強に過ぎず、ここから大きな成長余地がある**



※労働力調査 (基本集計)2025年(令和7年)12月分より

WEB予約利用率（2025年実績）は**3%程度で、大きな拡大余地**

旅行業界など、他業界ではWEB予約の方が主流であり、
健診業界にもWEB予約が広がるのは必至

法人予約
WEB予約利用率
(2025年実績)

約**3%**

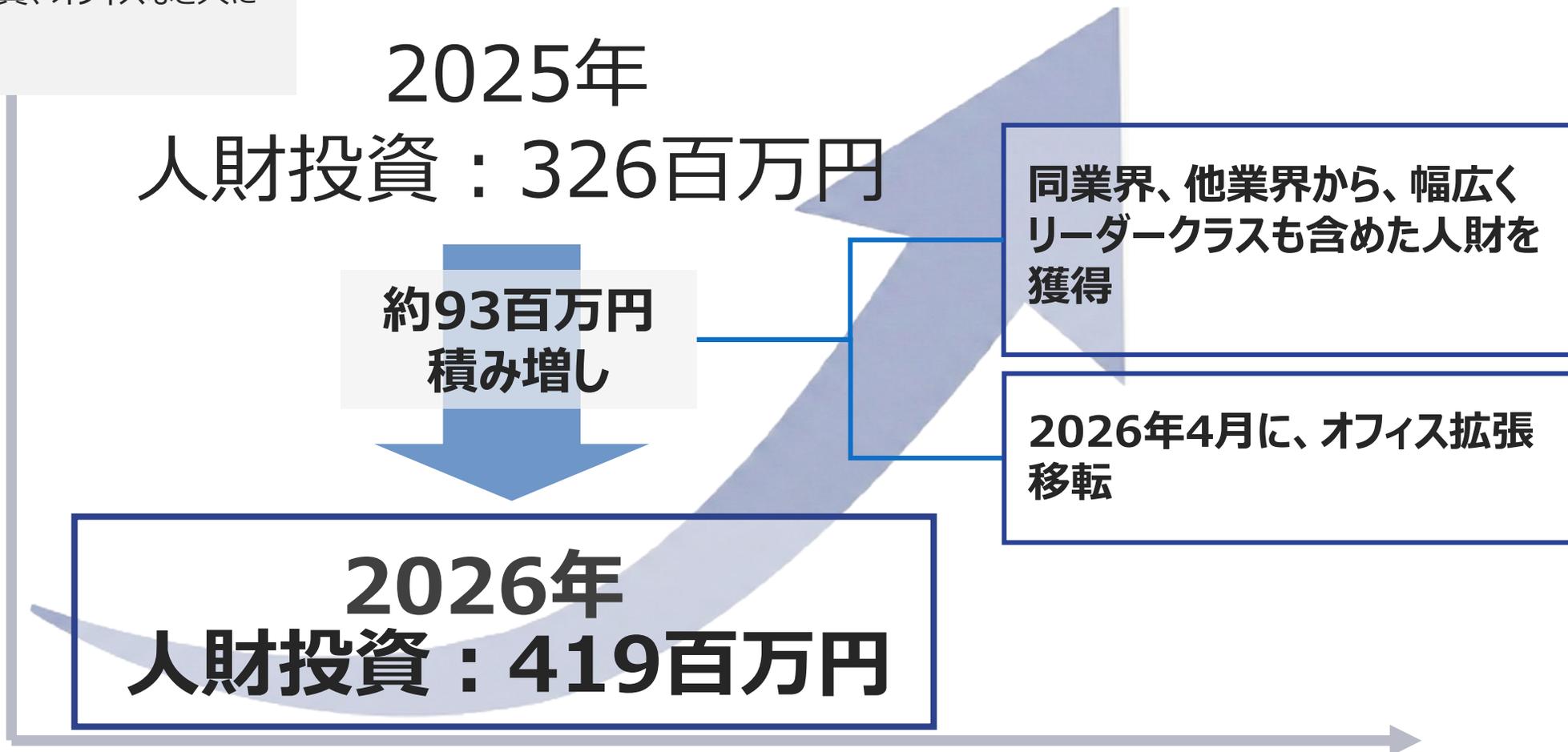
大きな
拡大余地

他業界同水準の

30-80%

26年を「**Jカーブ成長への投資期**」と位置づけ、人財を中心とした戦略的な投資を実行

人財投資：人件費、オフィスなど人に関わる投資全般



売上高成長率は**17.1%**を見込む

2025年実績	2026年予想
売上高	
1,078 百万円	▶ 1,262 百万円 (+17.1%)
予約売上 609 百万円	予約売上 ▶ 725 百万円 (+19.0%)
広告売上 304 百万円	広告売上 ▶ 347 百万円 (+14.2%)
DX売上 163 百万円	DX売上 ▶ 189 百万円 (+15.8%)
営業利益	
▲33 百万円	▶ ▲76 百万円
親会社株主に帰属する当期純利益	
▲23 百万円	▶ ▲76 百万円

売上高

予約売上

戦略投資により再成長へ (+19.0%)

個人予約と法人予約の2軸で**高成長フェーズ**へ

広告売上

予約数増加に伴うメディア価値向上により、**ベース売上が伸長**
(+14.2%)

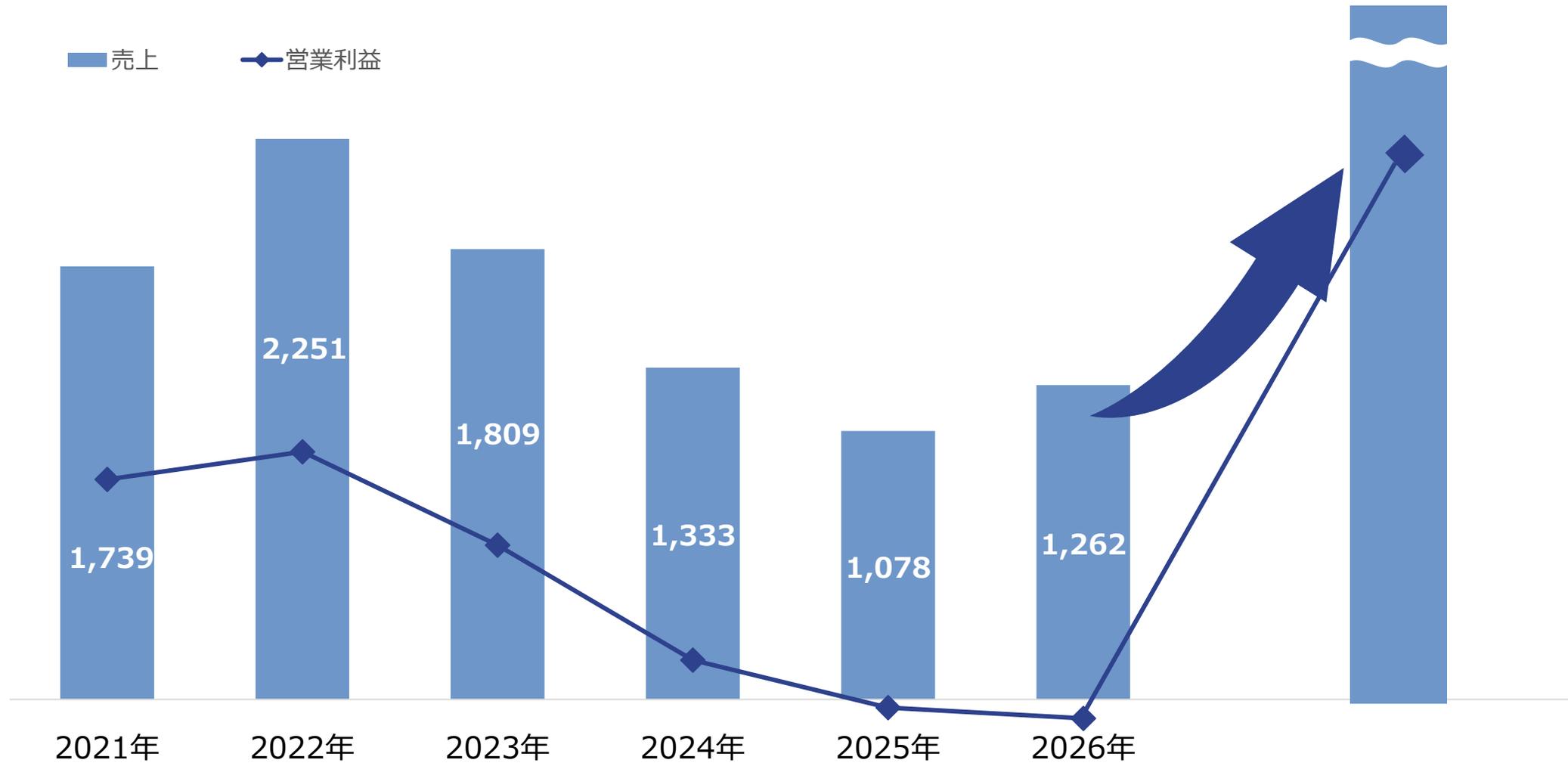
DX売上

2025年の受注残を着実に消化し、再成長 (+15.8%)

営業利益

売上増加も、シェア拡大加速のための**戦略投資を優先**
盤石な自己資本 (85%水準) は維持 (P25参照)

法人予約を通じて環境変化に強い売上成長を創出し、**継続的な増収増益の実現を目指す**



II. Appendix

「MRSOビジネス」は、予約プラットフォームと連携し、**予約から健康管理までをWEB上で完結できる**SaaSサービス



MRSOビジネスとは

一元管理で従業員の健康を可視化

MRSOビジネスは、すでに600社以上の導入実績がある「法人向け健康管理サービス」です。健康診断、ストレスチェック、面談などの管理が一元化できるので、健康管理業務にかかる時間を大幅に削減できます。

POINT
01

Web予約で 調整業務ゼロに

全国の医療施設と連携しているため、空き状況を確認してご予約いただけます。これにより面倒な健康診断予約の調整業務から担当者様を解放します。



POINT
02

10年の実績が証明する 機能性

大手企業が10年以上利用する現場で磨かれたシステムをご利用いただけます。健康管理に必要な機能を十二分に備え、担当者様をサポートします。



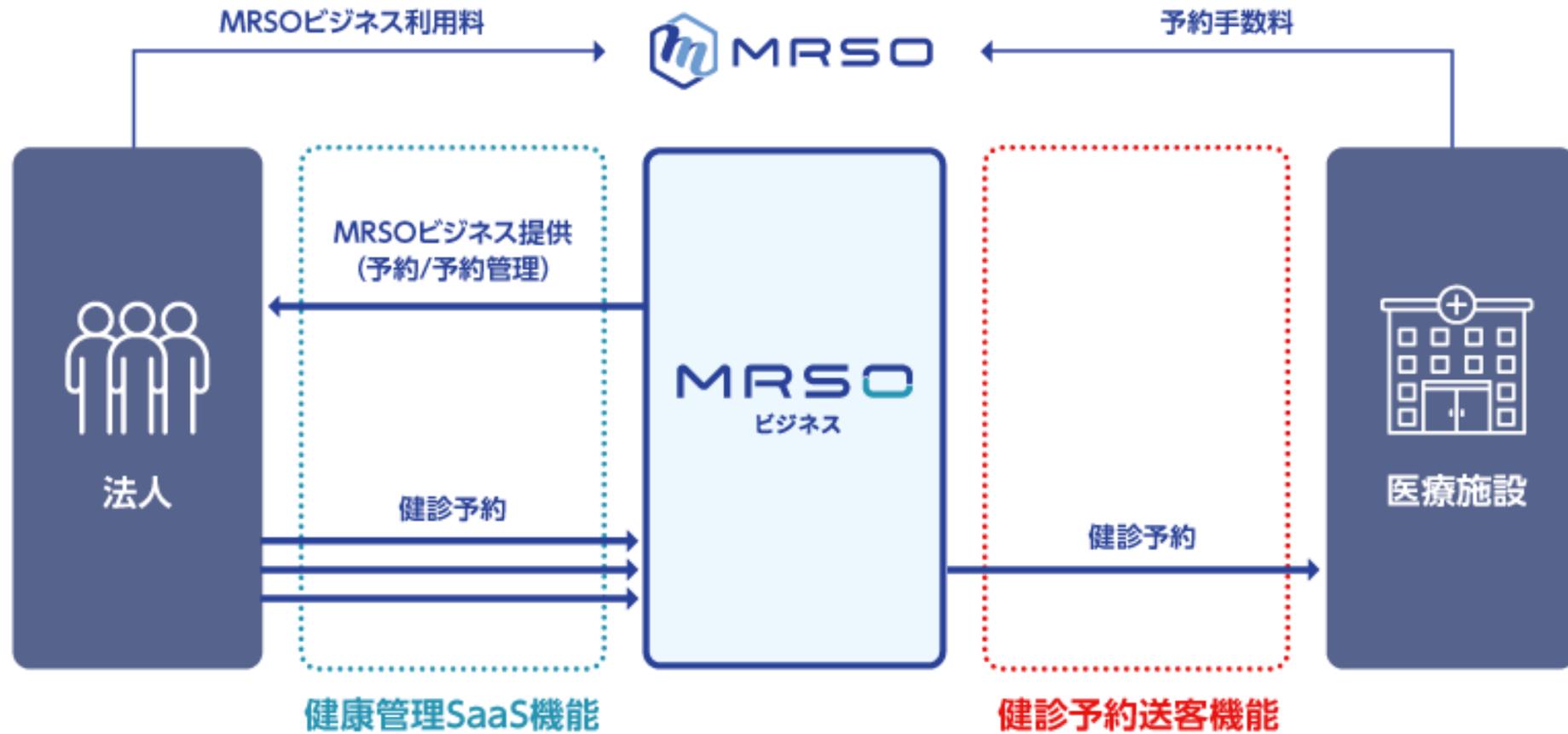
POINT
03

圧倒的な コストパフォーマンス

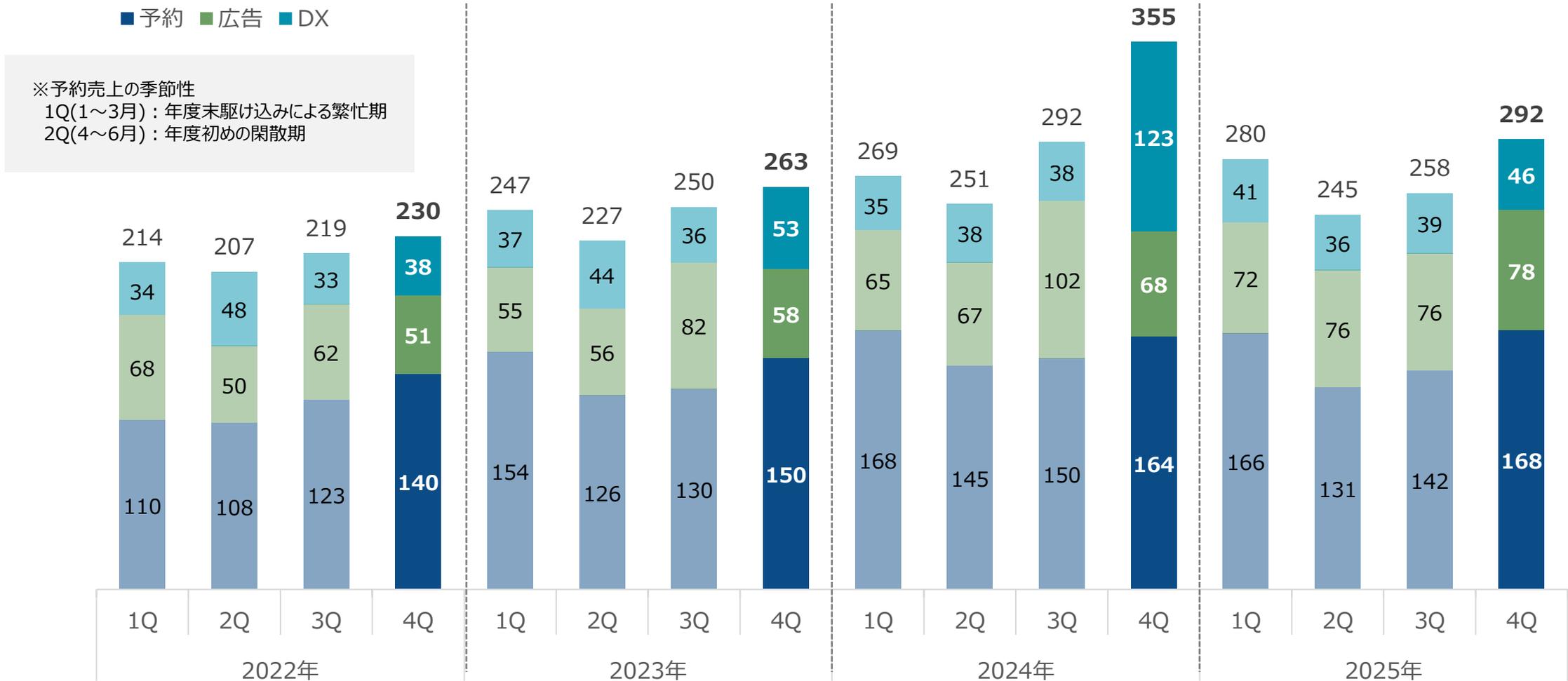
健康診断の予約やストレスチェックなど、基本機能を備えたエントリー版が「無料」。必要に応じてスタンダード版へアップグレードも可能です。



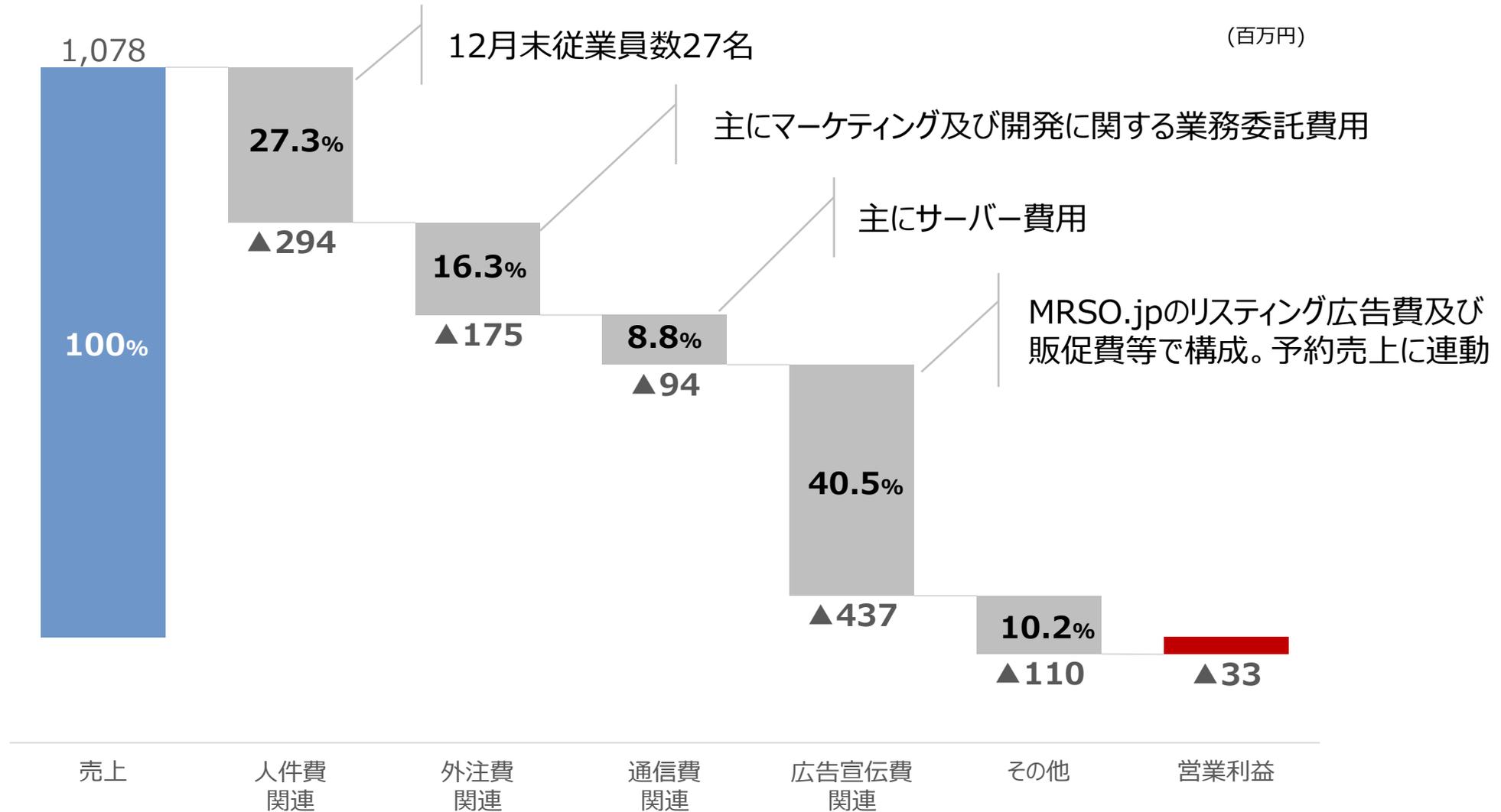
- MRSOビジネスは健康管理SaaSであるが、予約プラットフォームに接続しており、**予約プラットフォームへの送客機能**も有する
- MRSOビジネスが拡大することで、**法人基盤も拡大していく**



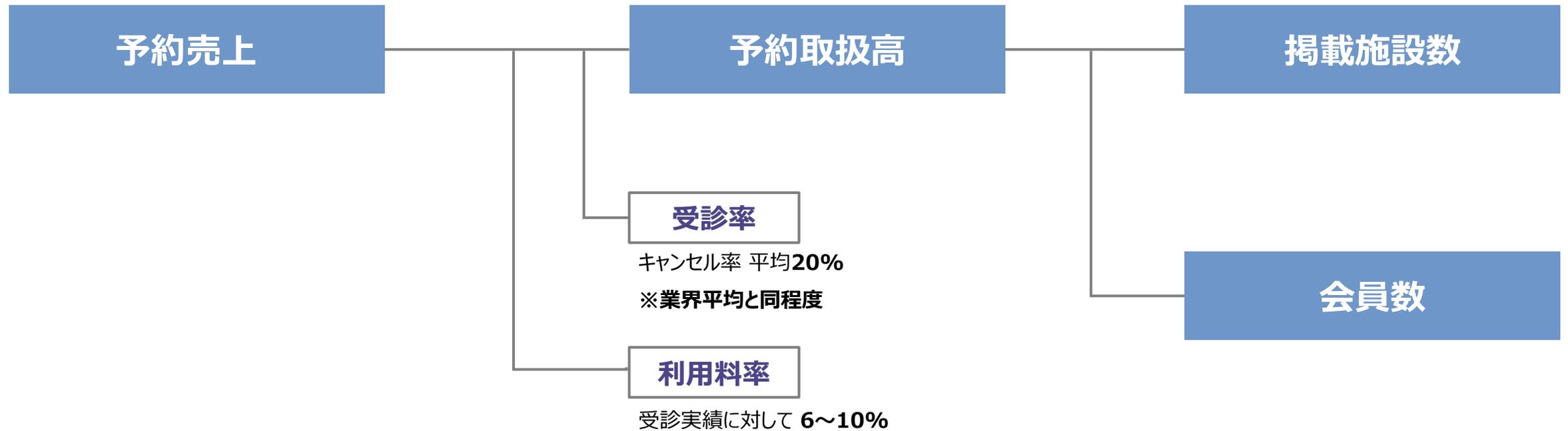
- 予約はGoogle検索アルゴリズムアップデート影響で1-3Qは前年同期比マイナスも**4Qでは前年同期比2.3%増加に転換**
- 広告も前年同期比14.9%と堅調に成長も、前年の大規模開発案件の反動でDXが前年同期比62.4%減少し、全体では17.7%の減少



2025年累計の営業利益は中長期的な成長を見据えた投資を継続した結果、売上の一時的な減少もあり、33百万円の赤字



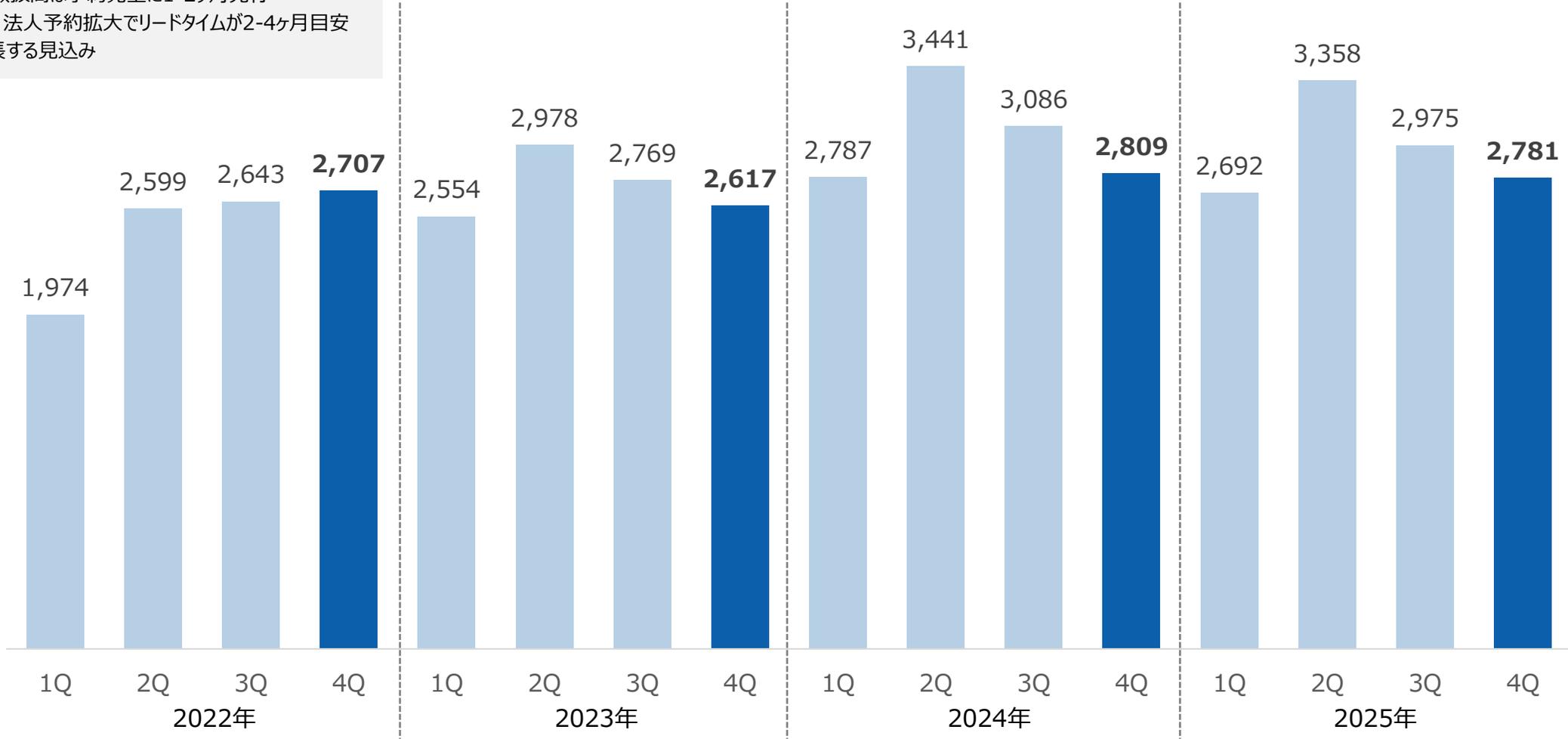
予約売上の基盤は人間ドックサービスの掲載施設数（供給側）及び会員数（需要側）



Google検索アルゴリズムのアップデートなどが影響し、前年同期比で減少も下げ止まり傾向

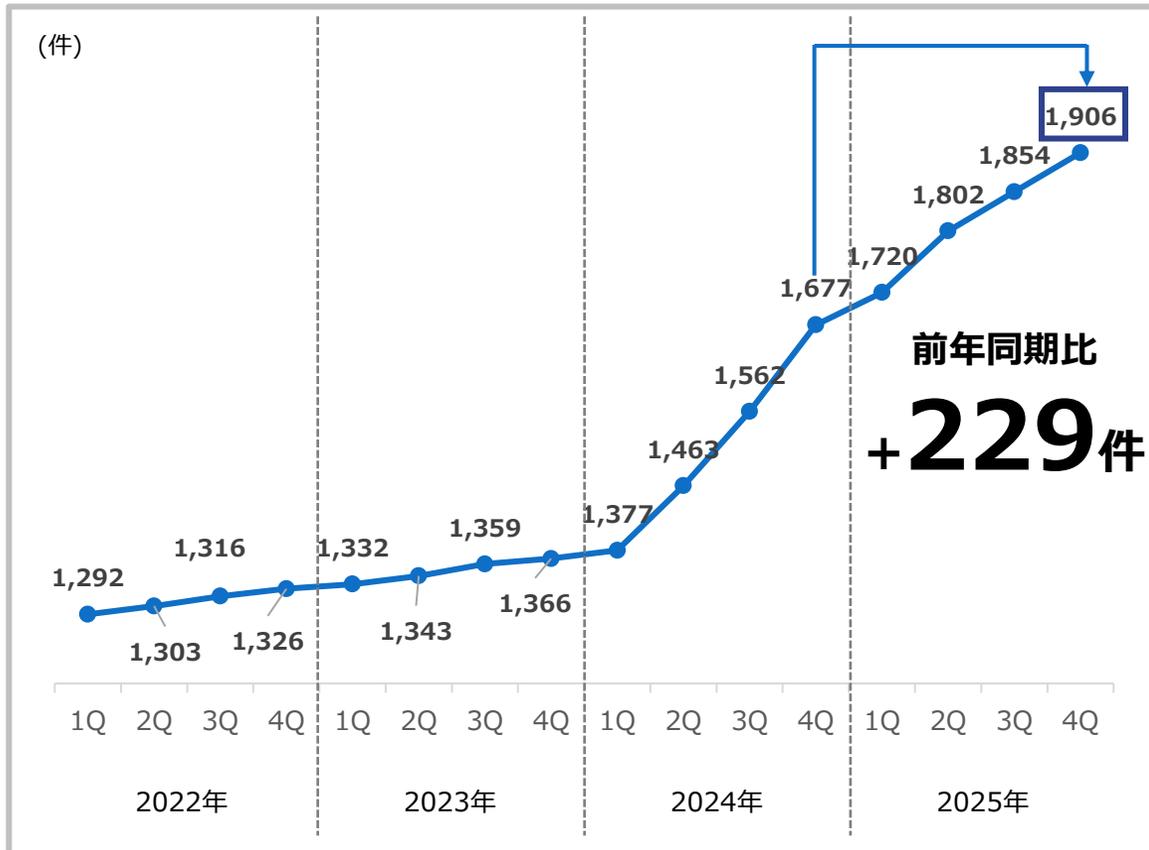
※予約取扱高と予約売上との時間差（リードタイム）
 予約取扱高は予約売上に1-2ヶ月先行
 今後、法人予約拡大でリードタイムが2-4ヶ月目安
 で延長する見込み

(百万円)

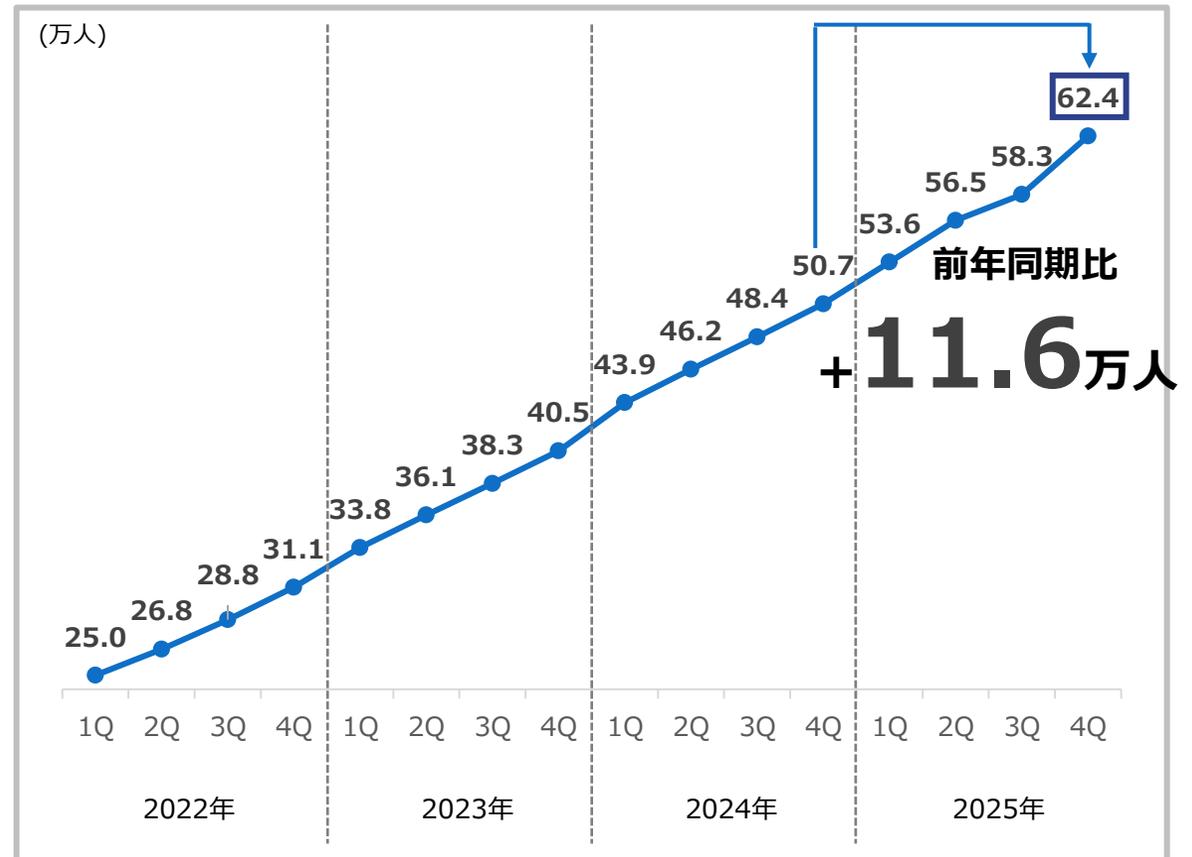


- 掲載施設数、会員数は前年同期比 **+約13.7%、+約22.9%**と、順調に拡大を続ける
- 2026年は法人予約の拡大基盤として必要十分な水準である **掲載施設数2,000件の達成を目指す**

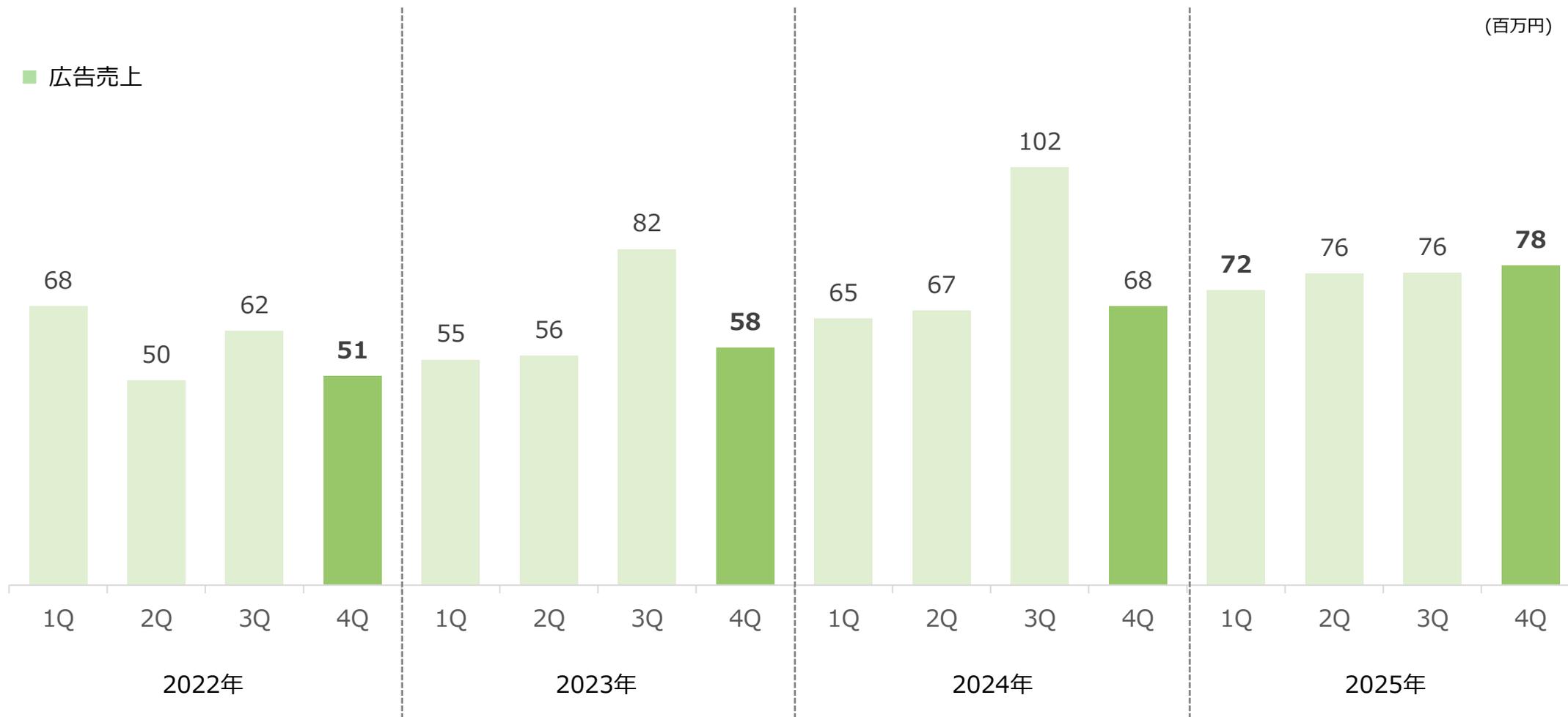
掲載施設数



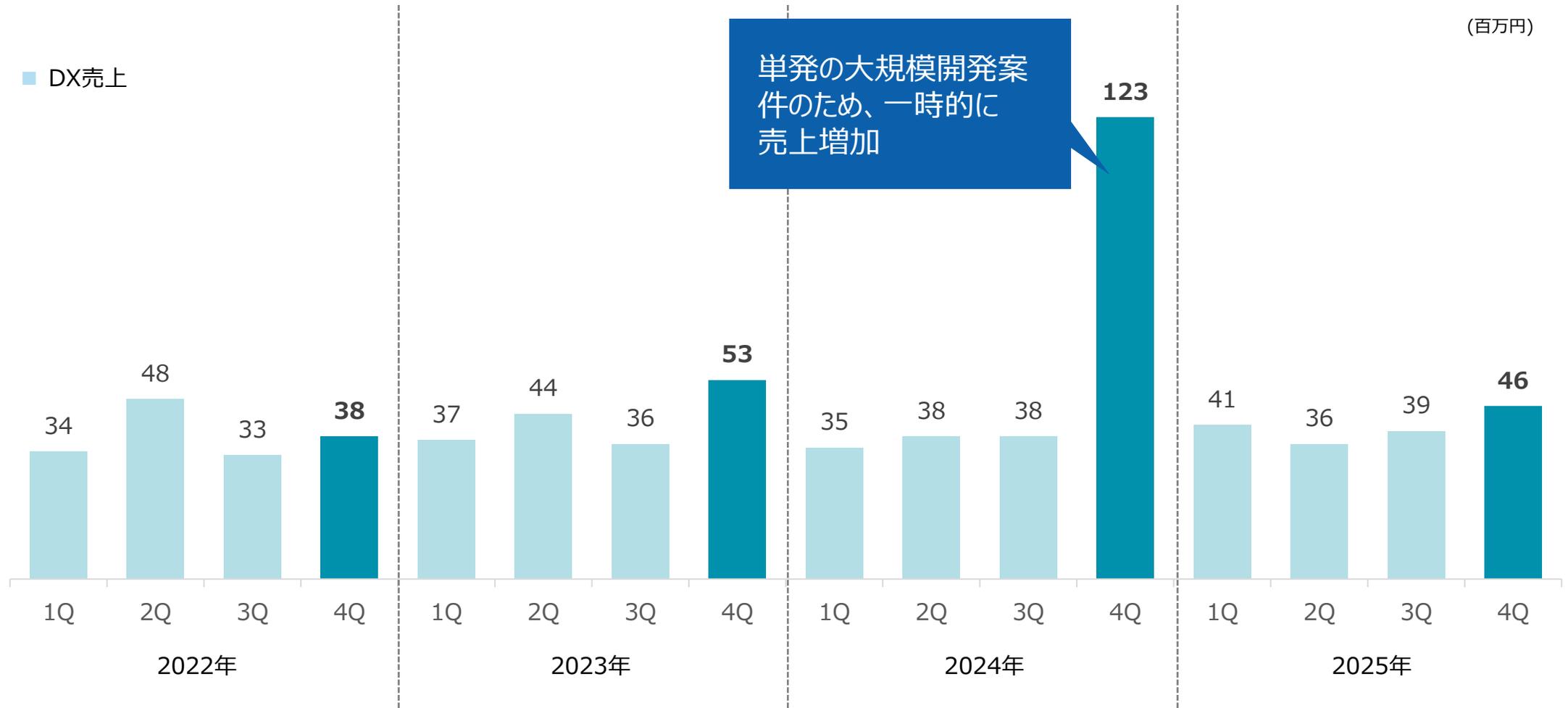
会員数

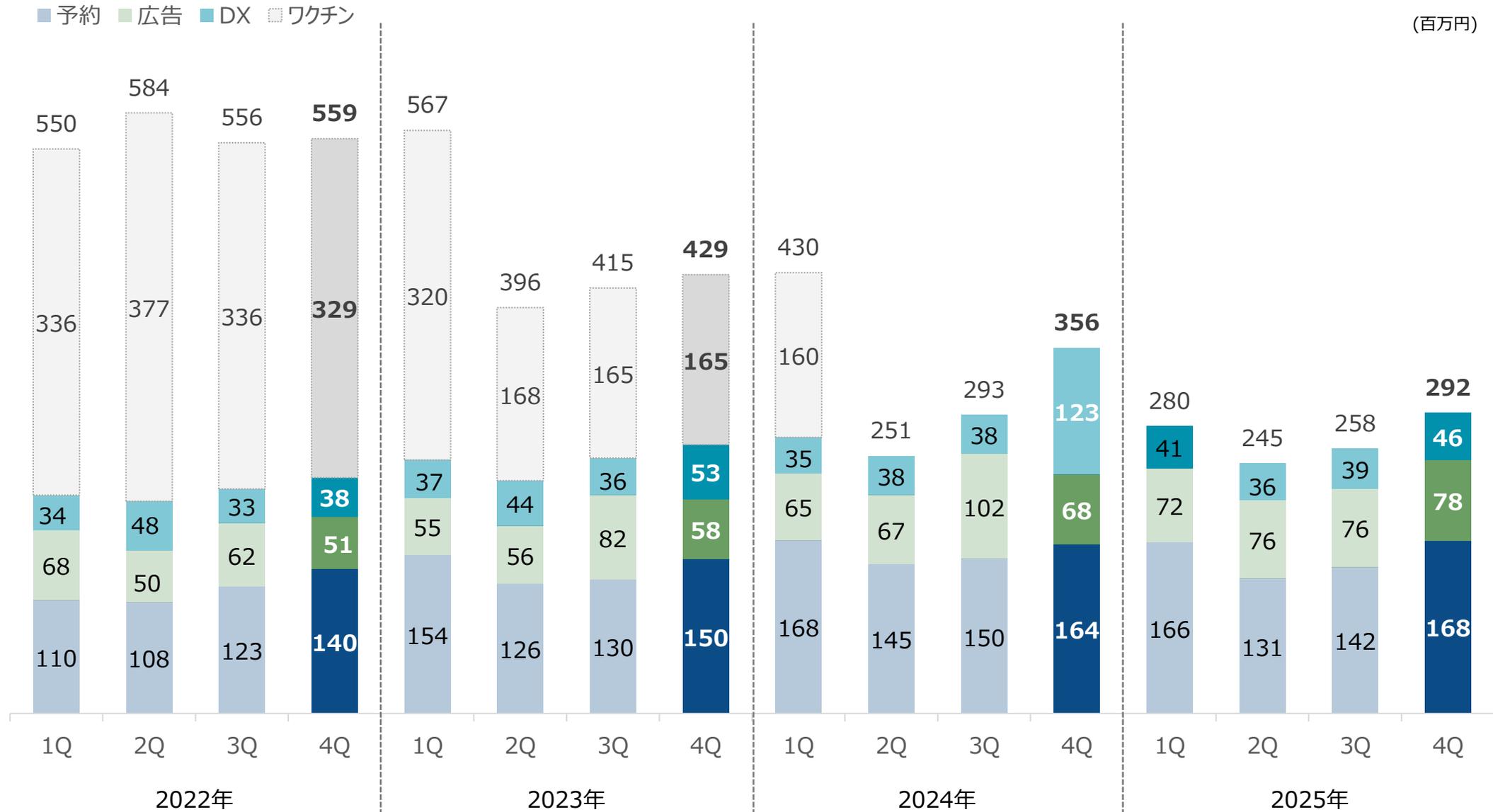


- 広告事業においては安定的な医療施設向け広告に加えて、MRSOギフト券関連売上のようなスポットの売上で構成
- 予約事業拡大で**広告価値が高まり、中長期的に広告事業も伸びていく**



- 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、**MRSOビジネスなども広がっていき、DX売上も伸びていく**





- 自己資本比率は92.5%と高水準を維持
- 今後も規律をもった投資を継続する (**自己資本比率85%前後を維持する方針**)

(百万円)

	前期末 2024/4Q	2025/4Q	増減額
流動資産	2,106	1,928	▲177
うち現金及び預金	1,809	1,675	▲133
固定資産	150	187	37
資産合計	2,256	2,116	▲140
流動負債	234	167	▲66
固定負債	-	-	-
負債合計	234	167	▲66
純資産合計	2,022	1,948	▲73
自己資本比率	89.6%	92.1%	2.5pt

**キャッシュ・フロー
全体** : ▲133百万円

営業CF : ▲25百万円

- ・ 税金等調整前当期純損失 ▲33百万円
- ・ 売上債権の減少 +77百万円
- ・ 仕入債務の減少 ▲17百万円
- ・ 法人税等の支払 ▲58百万円

投資CF : ▲50百万円

- ・ 投資有価証券の取得 ▲49百万円

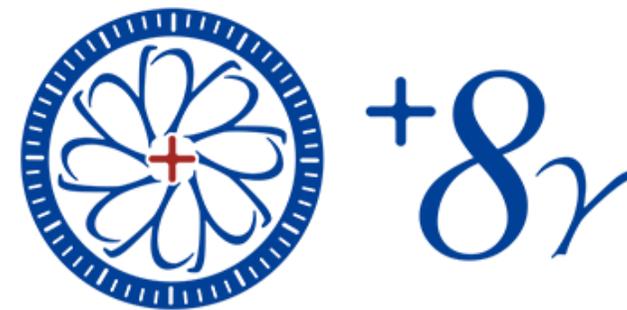
財務CF : ▲56百万円

- ・ 長期借入金の返済による支出 ▲7百万円
- ・ 自己株式の取得による支出 ▲49百万円

財務基準として、
自己資本比率85%程度を維持する方針

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*1

*1 2025年12月末現在（アルバイト含む）



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。

III. 事業概要

1. 健診・人間ドックのWEB予約 ➡ P29-35参照

- 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 ➡ P 36参照

- 大手R社などは撤退し、MRSOが圧倒的なポジションを構築

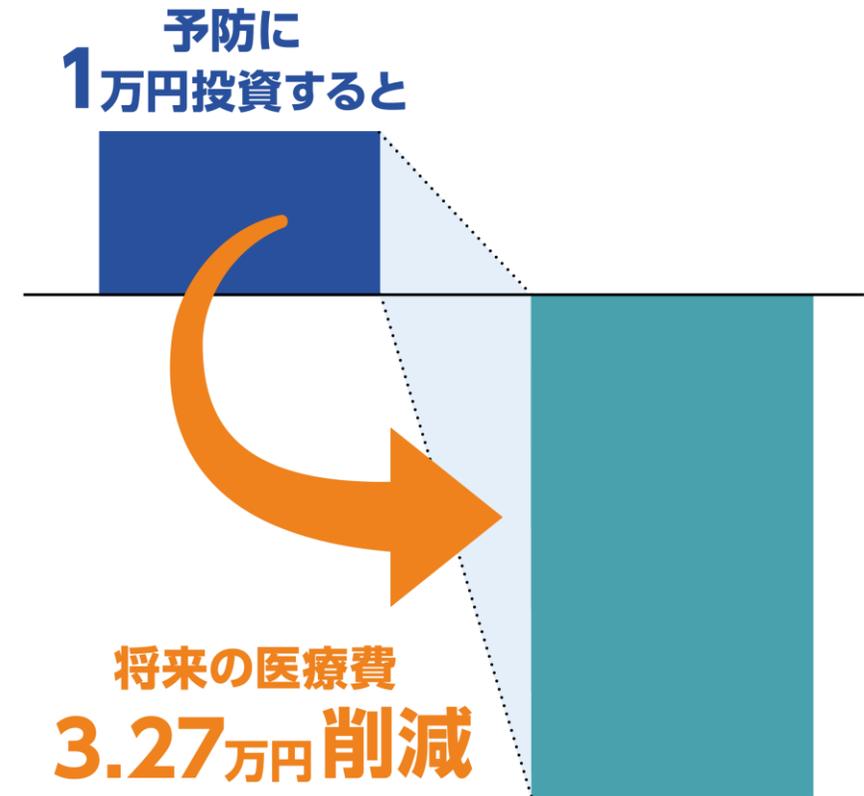
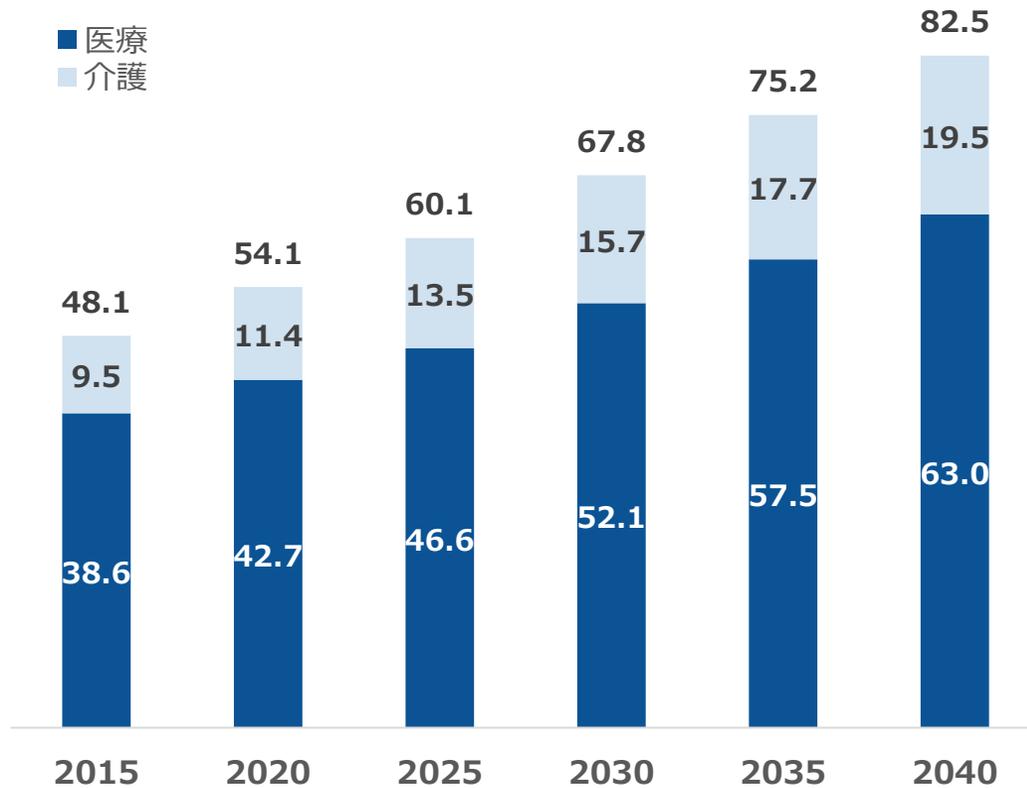
3. 健診データ等を集約するヘルスケアプラットフォームの構築 ➡ P37-38参照

- 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**

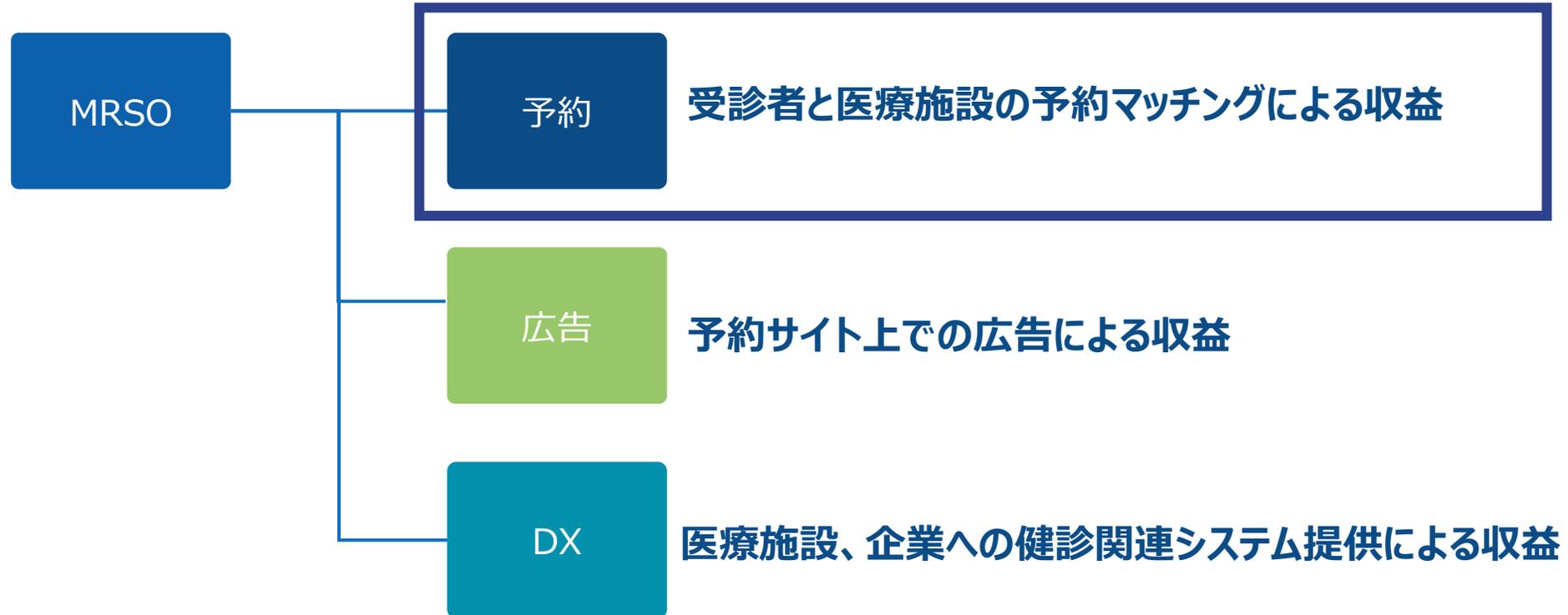


※1 <https://www.mri.co.jp/knowledge/insight/policy/20240614.html>

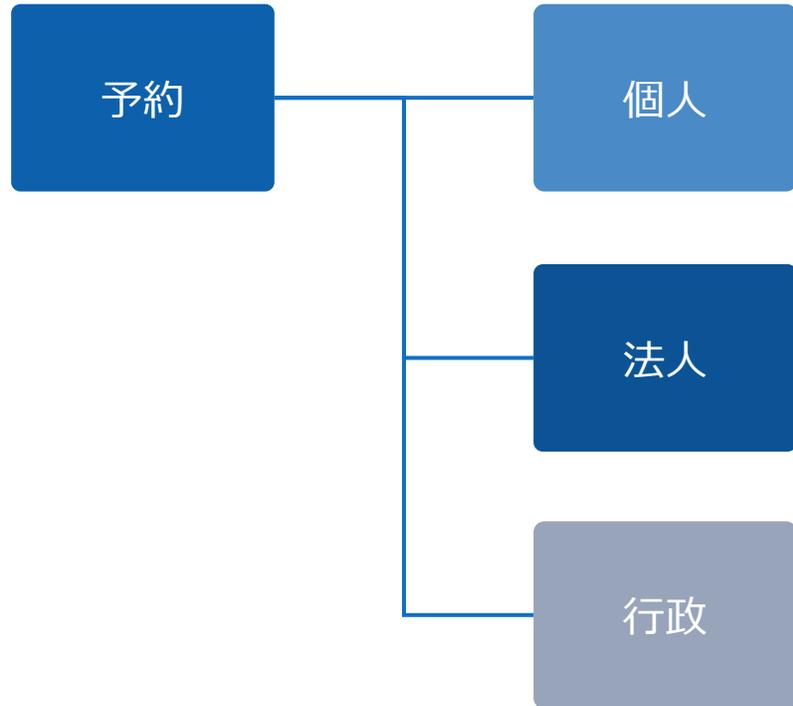
※2 Health Affairs誌 “Workplace wellness programs can generate savings” (Baickerら)

- 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

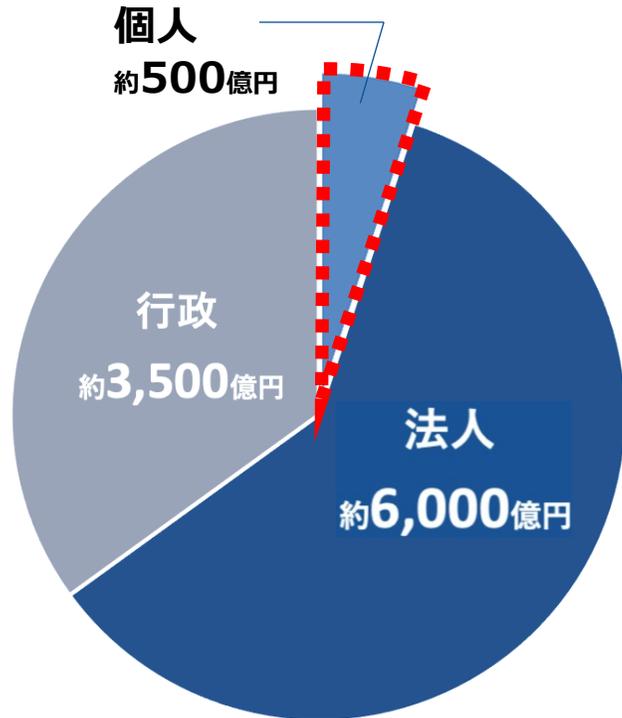
- 市場規模は約6,000億円（全体の約60%）で、今後の注力分野

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

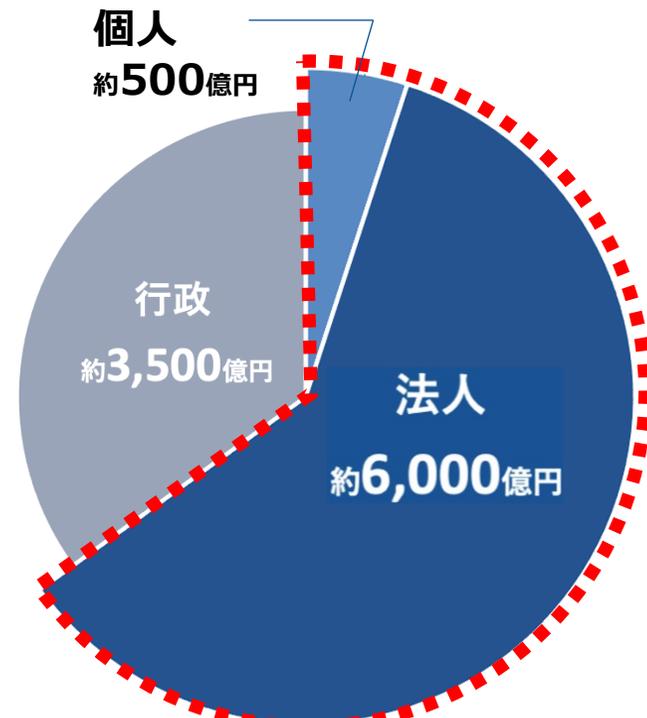
25年4月に開始した**法人予約の市場規模は約6,000億円と大きく、ここが今後の注力分野となる**

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



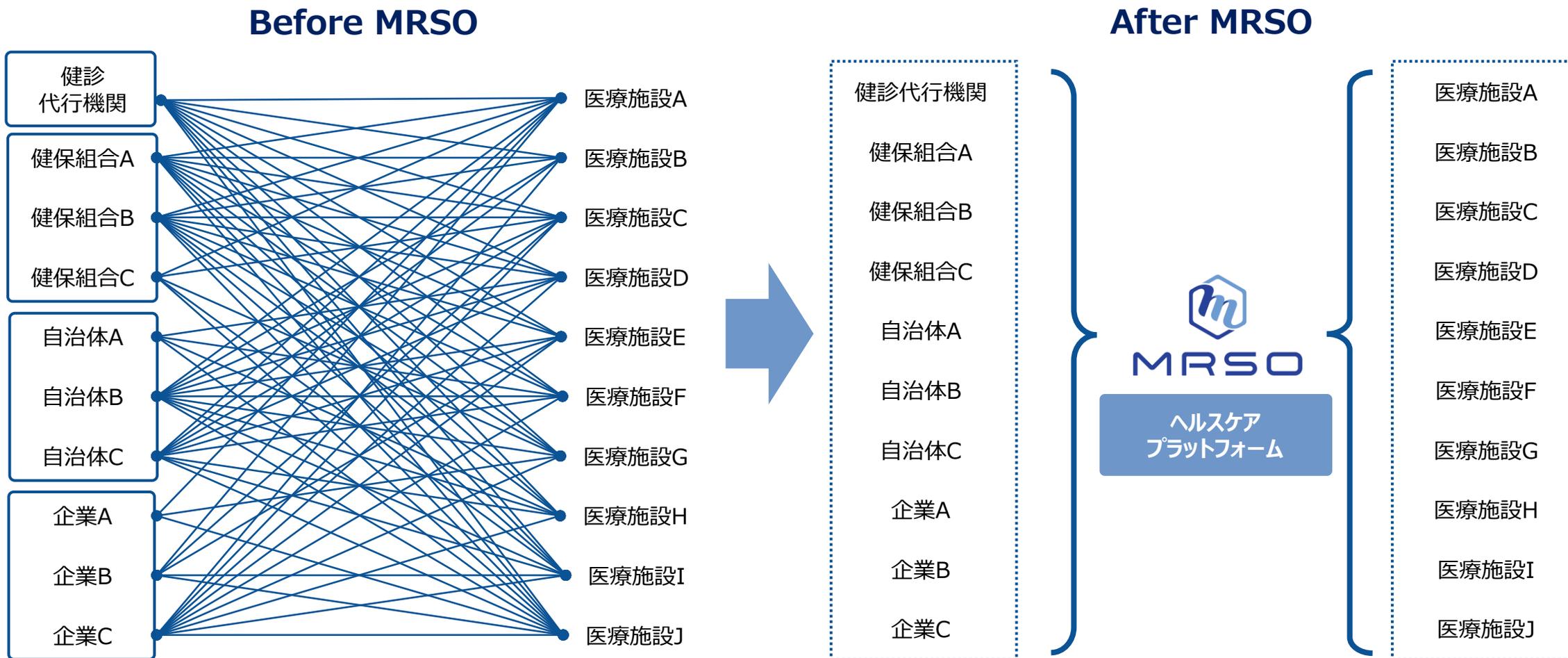
- MRSOは健診機関（掲載施設数）、受診者（会員数）の両サイドで**日本最大級**
- **ネットワーク効果により、今後更なる拡大の加速が見込まれる**



- 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



- 現在は様々な機関が健診データのやりとり等を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



- 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



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。