



+8x

Extension of Healthy Life Expectancy
EXTENSION OF HEALTHY LIFE EXPECTANCY

2026年12月期 1Q決算説明資料

マース株式会社
(東証グロース市場：5619)



- I. 2026年12月期第1Q決算ハイライト**
- II. 成長戦略**
- III. Appendix**
- IV. 事業概要**

I. 2026年12月期第1Q決算ハイライト

1. 1Qの通期売上高予想に対する進捗率は23%とほぼ計画通りの水準

- 予約、広告、DXいずれの売上も伸び、売上は前年同期比3.6%増加の291百万円

2. 予約取扱高は前年同期比13.7%増加と第1Qにおける過去最高を更新

- 3月から26年度の健診予約が順次開始しており、先行指標である予約取扱高が本年度予算に対して順調
- 特に法人予約の取扱高は前年比で大幅増加
- 予約取扱高は売上の先行指標であり、2Q以降の売上に反映されていく

26年12月期1Q売上は、予約、広告、DXいずれも、前年同期比で伸び、全体で+3.6%増加

(百万円)

	2025/1Q (実績)	2026/1Q (実績)	前年同期 増減比	2026通期 (予想)
売上高	281	291	+3.6%	1,262
予約	166	171	+2.9%	725
広告	72	77	+6.1%	347
DX [※]	42	43	+2.0%	189
売上総利益	218	225	+3.2%	-
販管費	231	235	+2.0%	-
営業利益	▲12	▲10	-	▲76
経常利益	▲12	▲8	-	▲75
純利益	▲10	▲5	-	▲76

予約売上

- ・個人予約はSEO対策や提携先からの流入により回復傾向
- ・法人予約は26年度の健診がスタートする2Qから、本格的な売上貢献見込み

広告売上

- ・広告プランの販売が好調で、第1Qにおける過去最高を更新

DX売上

- ・開発案件が計画通り進捗し、前年同期比で増加

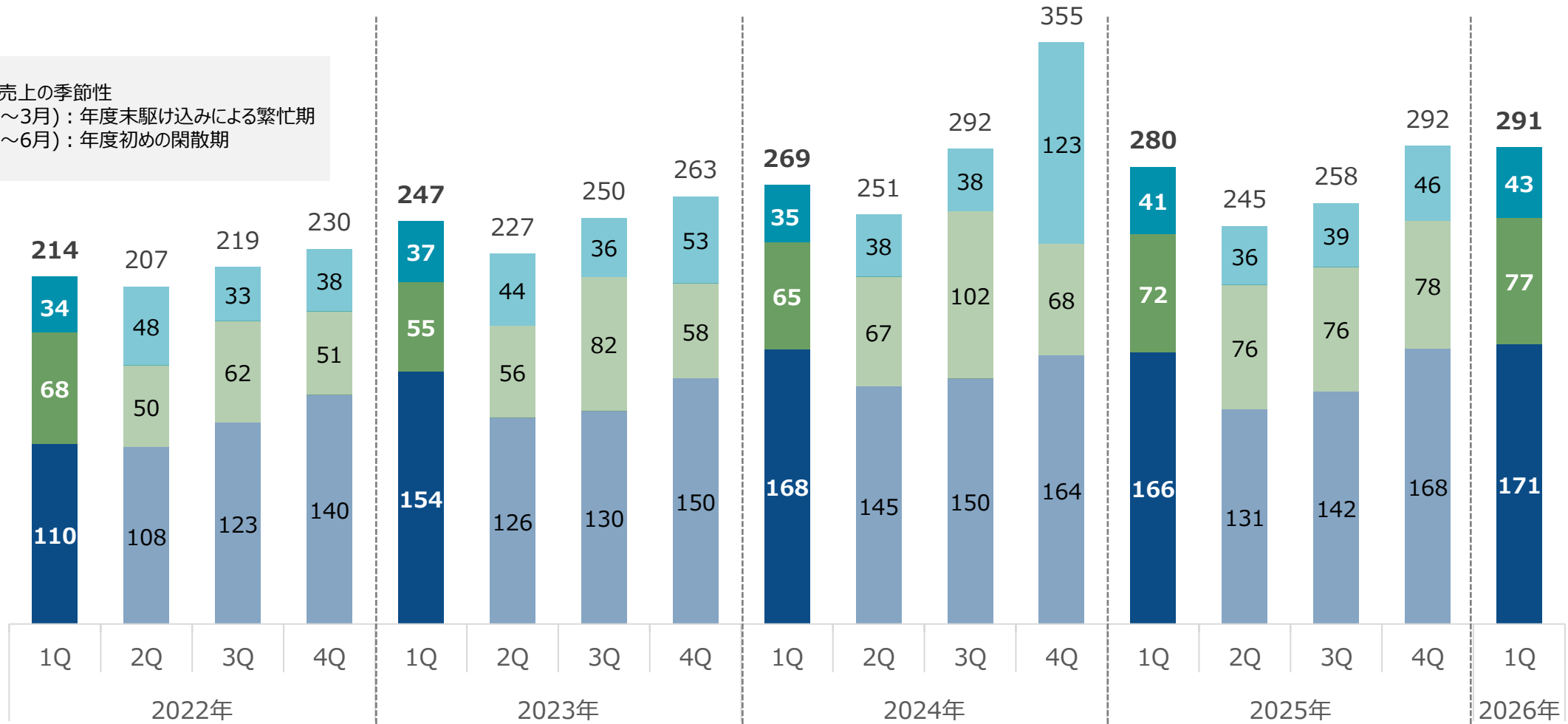
※2025年1Qのワクチン売上は約1百万円と僅少のため、DX売上に含めています。

予約はSEO対策、法人予約開始の効果により、前年同期比2.9%増加と**四半期における過去最高を更新**

■ 予約 ■ 広告 ■ DX

(百万円)

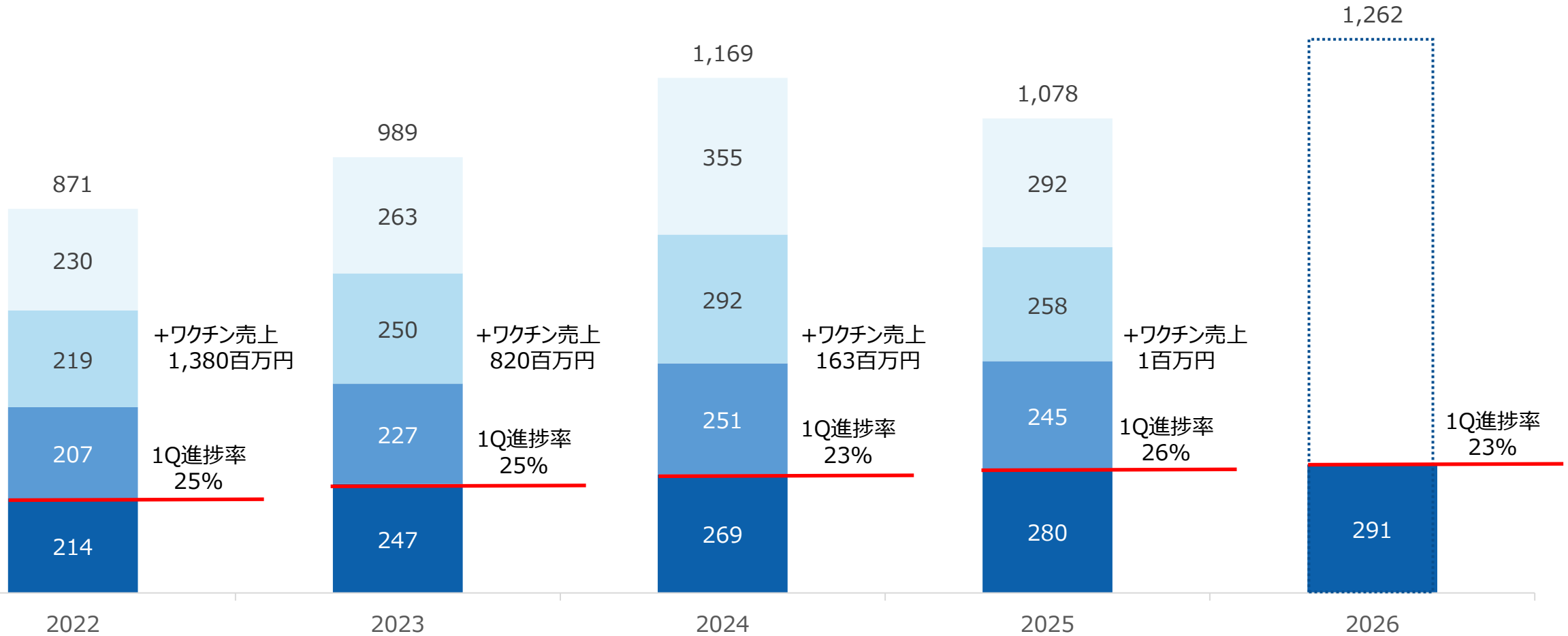
※予約売上の季節性
 1Q(1~3月)：年度末駆け込みによる繁忙期
 2Q(4~6月)：年度初めの閑散期



通期売上高予想に対する進捗率は23%とほぼ計画通りの水準

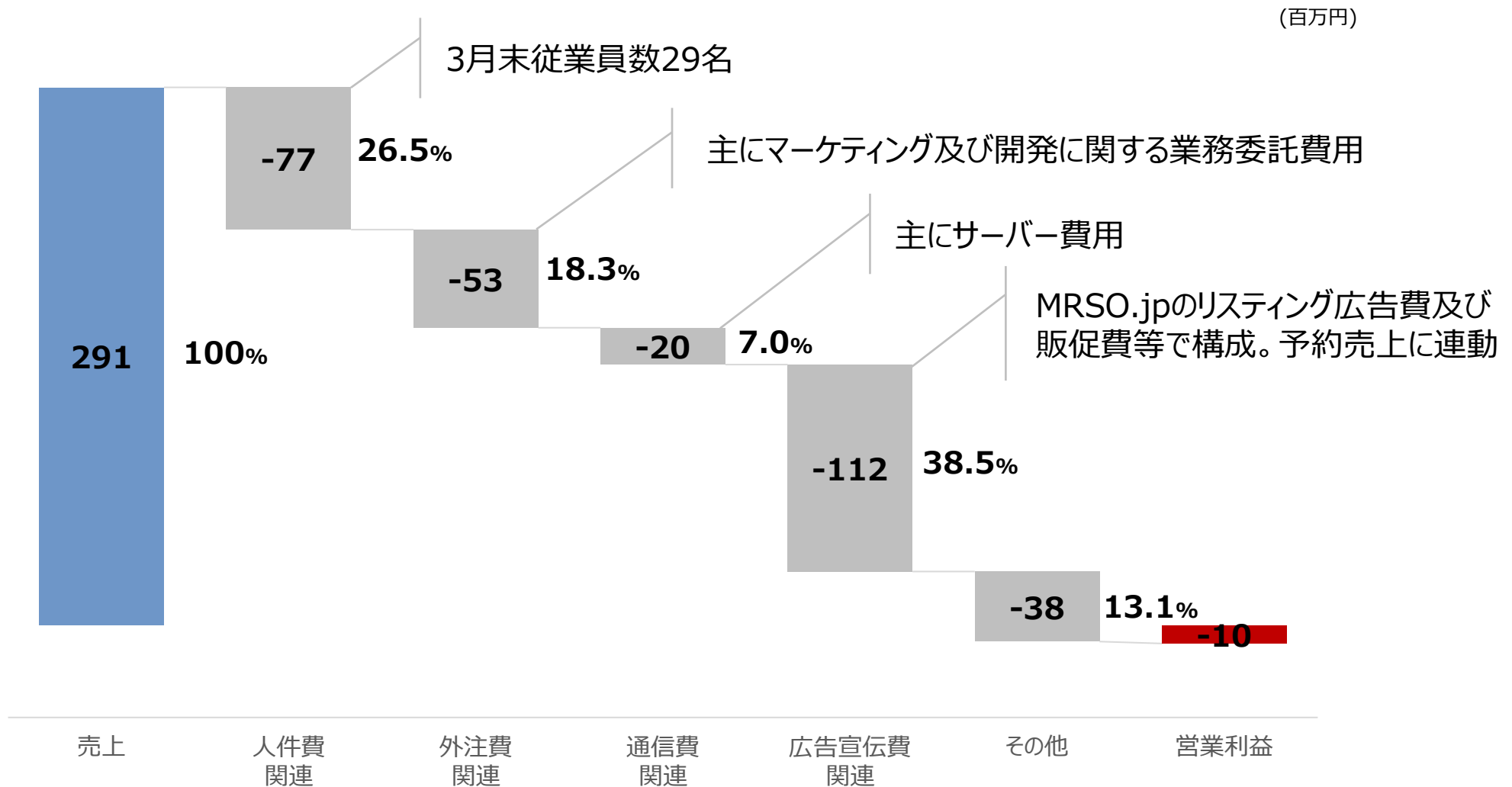
(百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q 合計

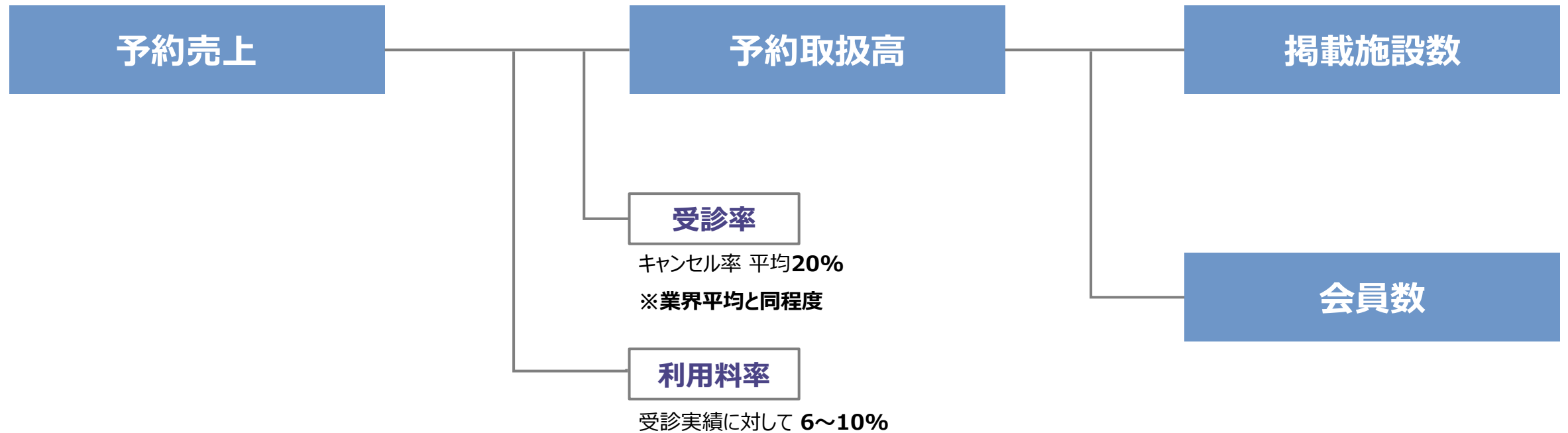


※進捗率はワクチン売上を除いて計算

営業利益は、採算性を考慮した広告運用により広告宣伝費関連を抑制し、▲10百万円の赤字



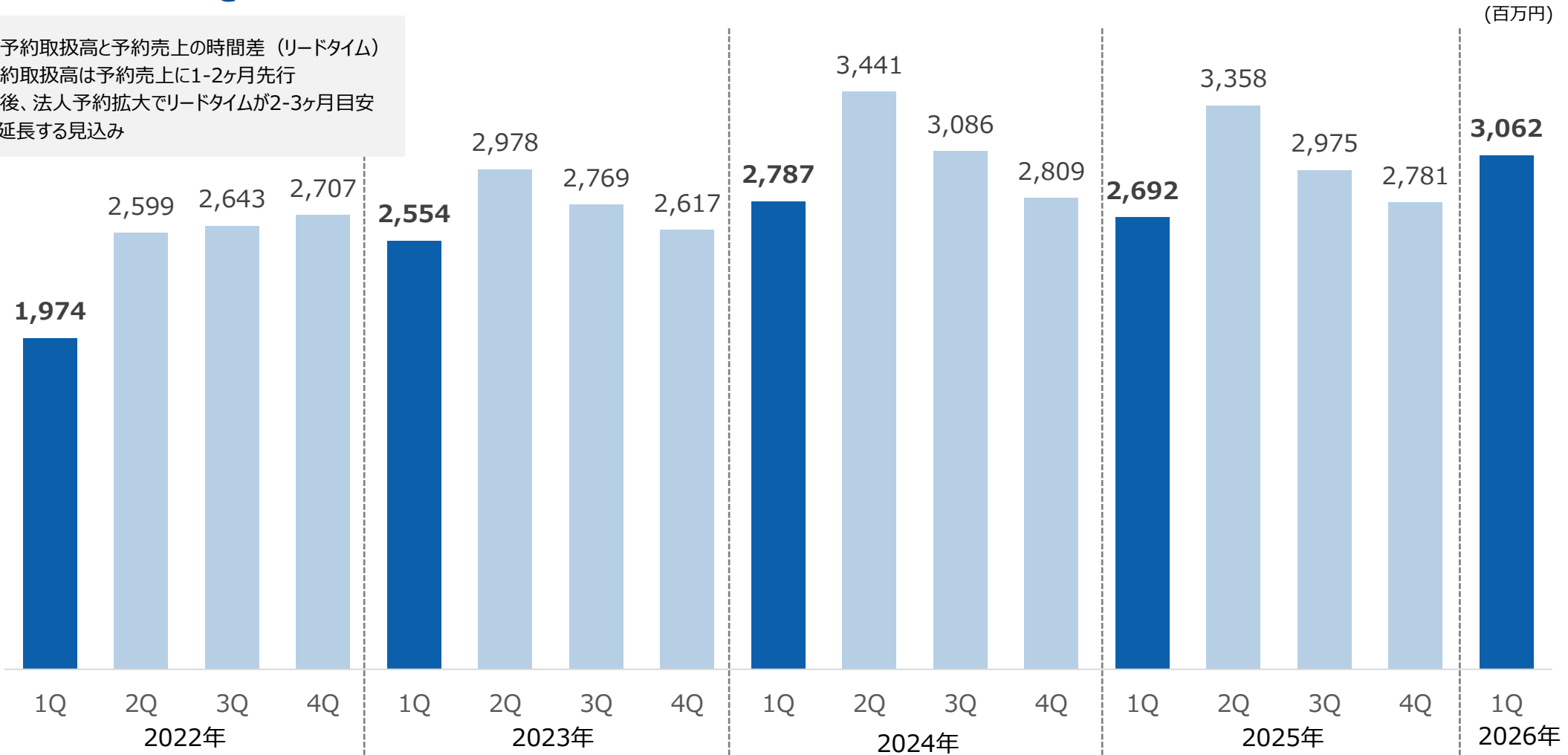
予約売上の基盤は人間ドックサービスの掲載施設数（供給側）及び会員数（需要側）



SEO対策や提携先からの流入増加、2026年度分の法人予約の開始により、前年同期比**13.7%増加**

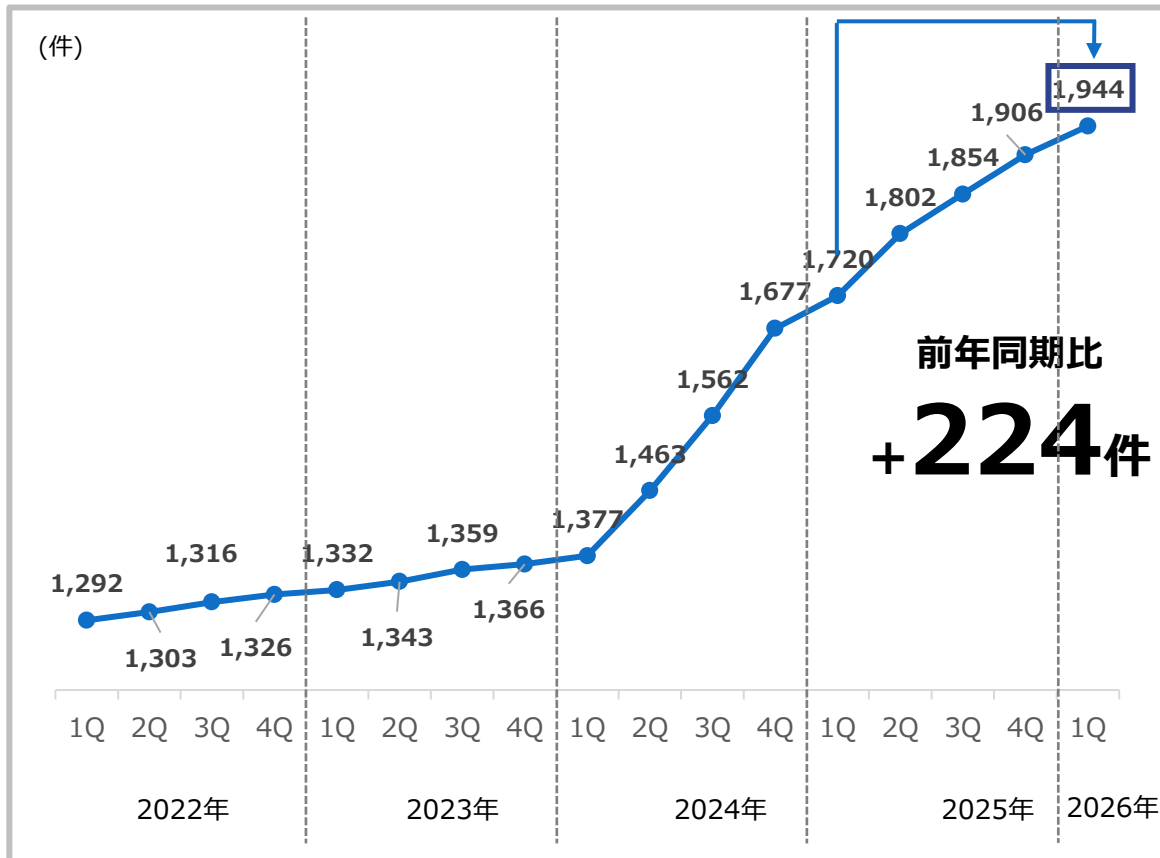
その結果、**第1Qにおける過去最高を更新。**これらは2Q以降の売上に反映されていく

※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2-3ヶ月目安
 で延長する見込み

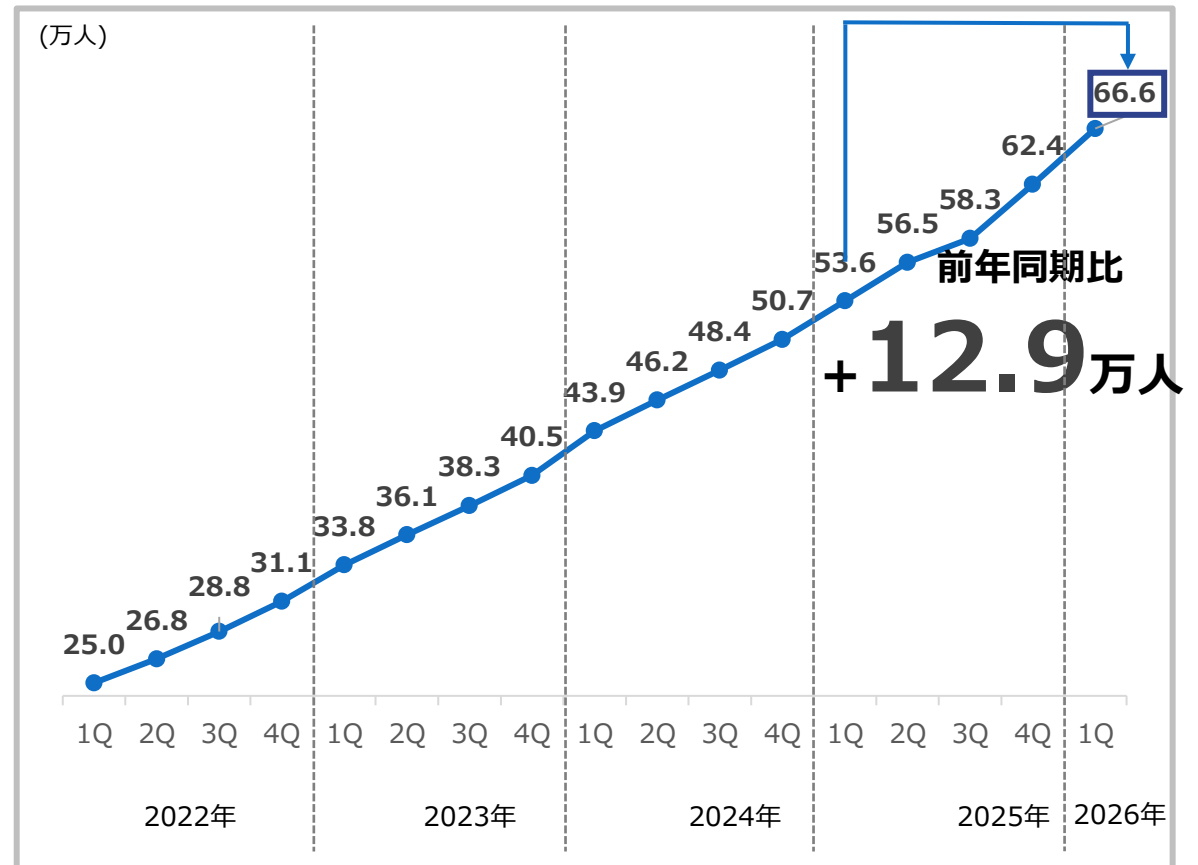


掲載施設数は前年同期比 **+約13.0%**、会員数は前年同期比 **+約24.0%**と、順調に拡大を続ける

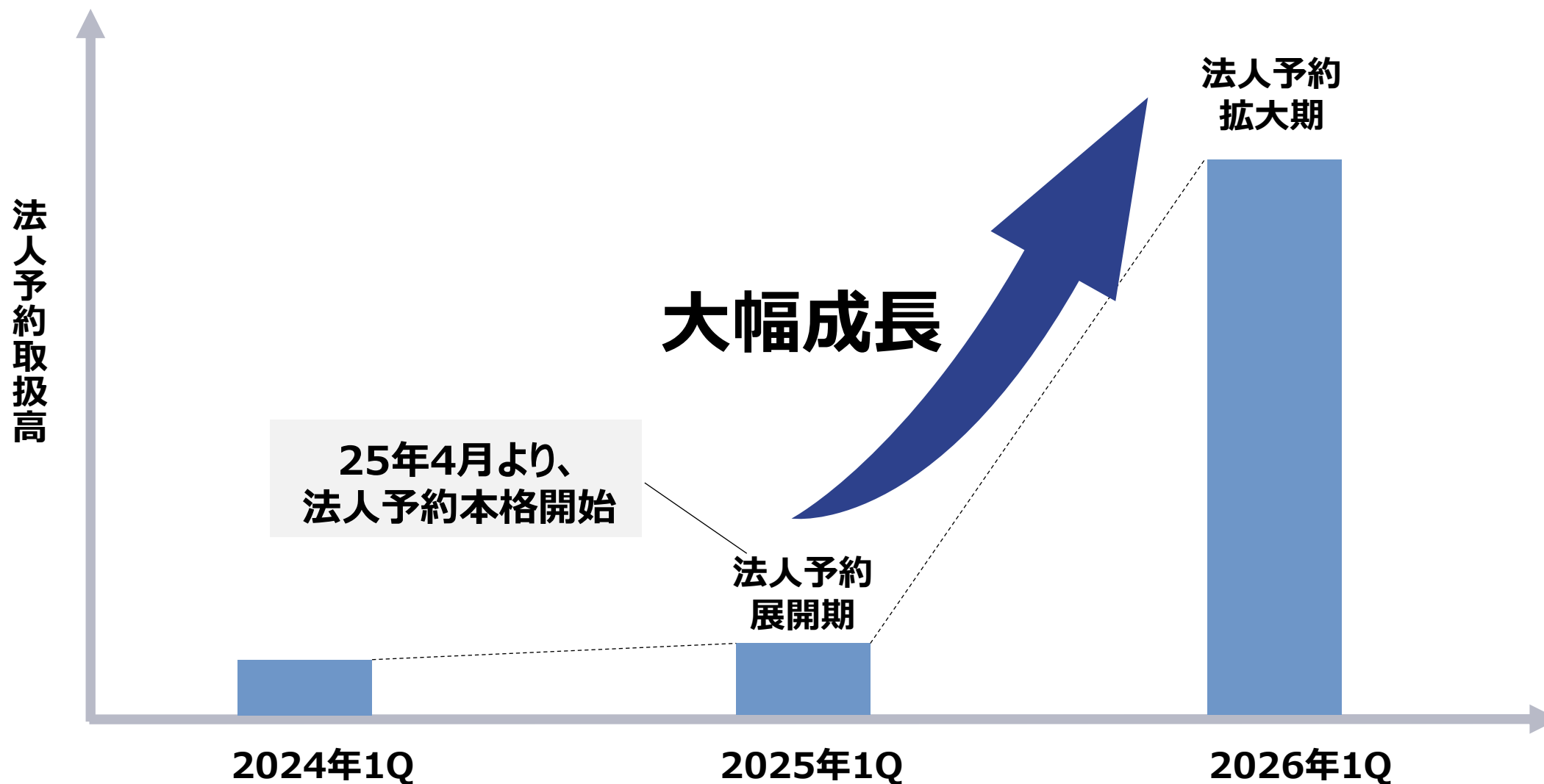
掲載施設数



会員数



2026年は法人予約の拡大期であり、1Qの法人予約取扱高は**前年同期比で大幅成長を達成**



- 今後も持続的な成長を実現するとともに、予防医療業界におけるDXをさらに推進し、業界発展への貢献を一層拡大
- 六本木ヒルズへの拡張移転が完了し、中核人材 2 名が参画

2026年4月、六本木ヒルズへの
拡張移転完了



法人予約の成長

2026年は法人予約の拡大期

中核人材の強化

部長、本部長クラスが2名参画

予防医療業界の
DXを
次のステージへ

AI革命を、予防医療DXの成長機会へ

マースはヘルスケア特化企業として、医療施設・企業（職域）・個人受診者を対象としたAIエージェント群の開発・実装を本格始動しています。



3つの領域でのAIエージェント



医療施設

予約、運用の効率化と
質の向上を支援



企業（職域）

従業員の健康管理や
生産性向上をサポート



個人受診者

一人ひとりに最適な
健康体験を提供

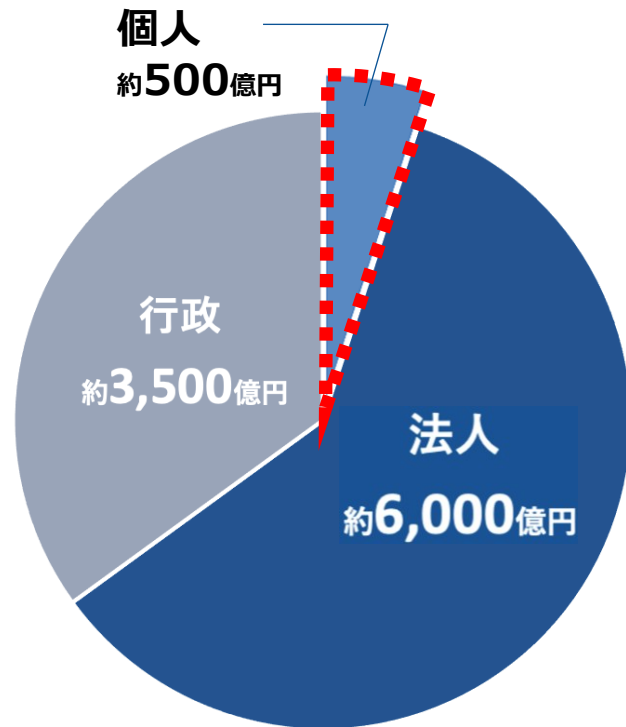
第一弾

医療施設特化型「MRSO AIエージェント」本年夏にリリース予定

II. 成長戦略

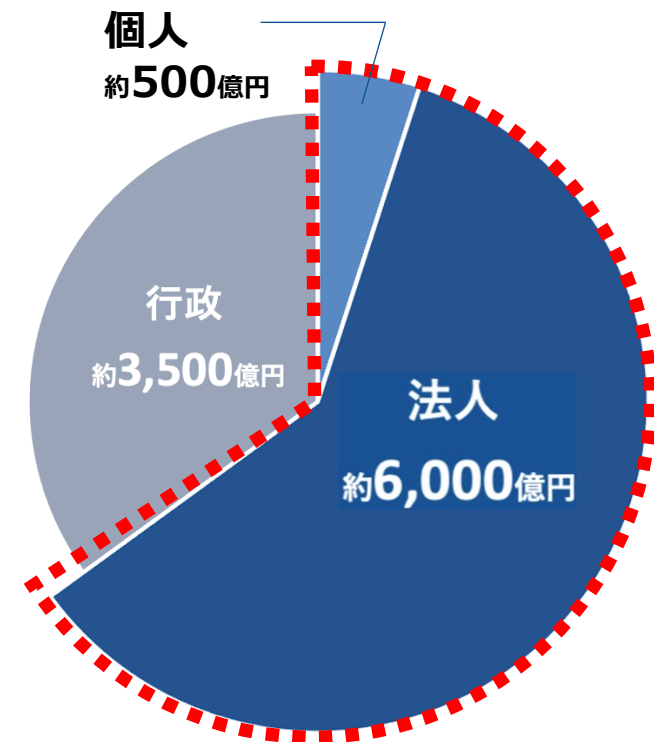
法人予約の市場規模は**約6,000億円と巨大**、ここを注力分野として拡大していく

今までの注力分野



健診・人間ドック市場

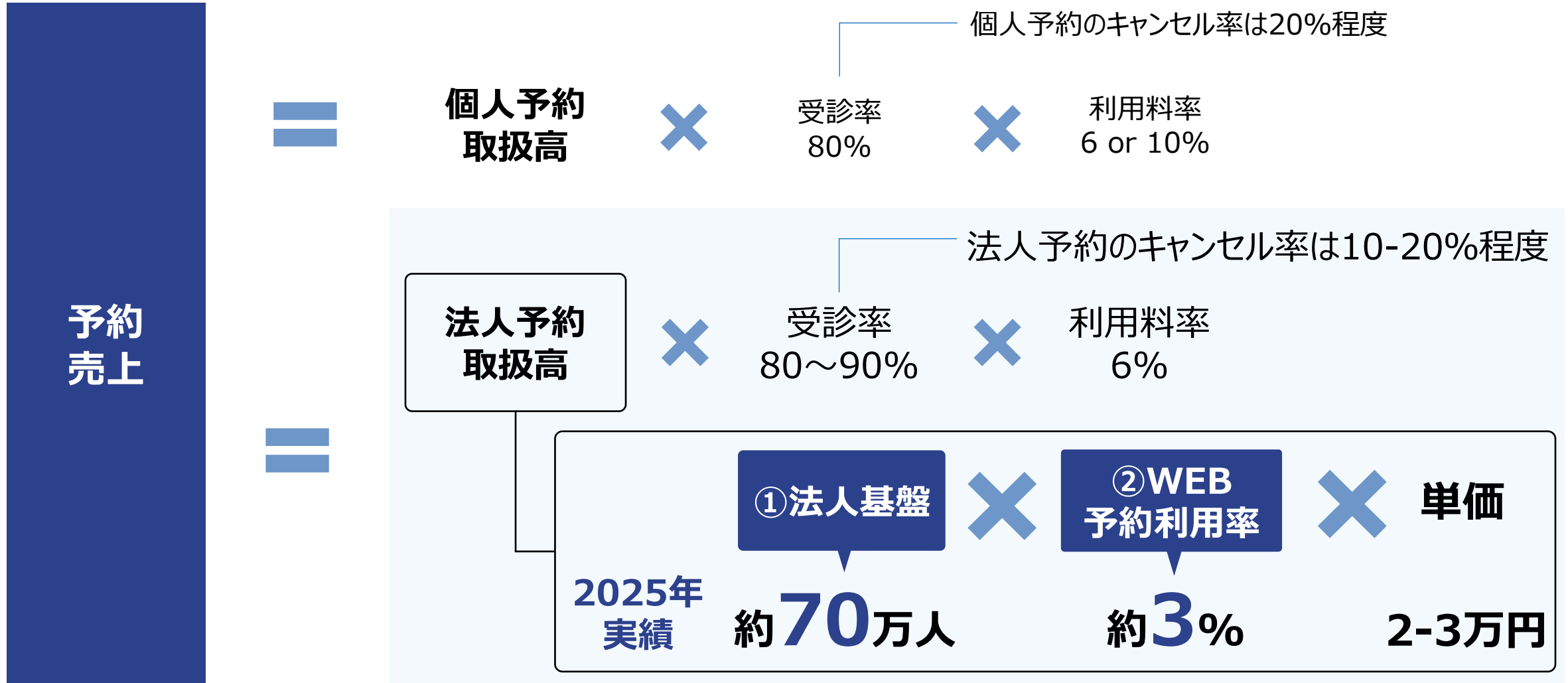
これからの注力分野



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

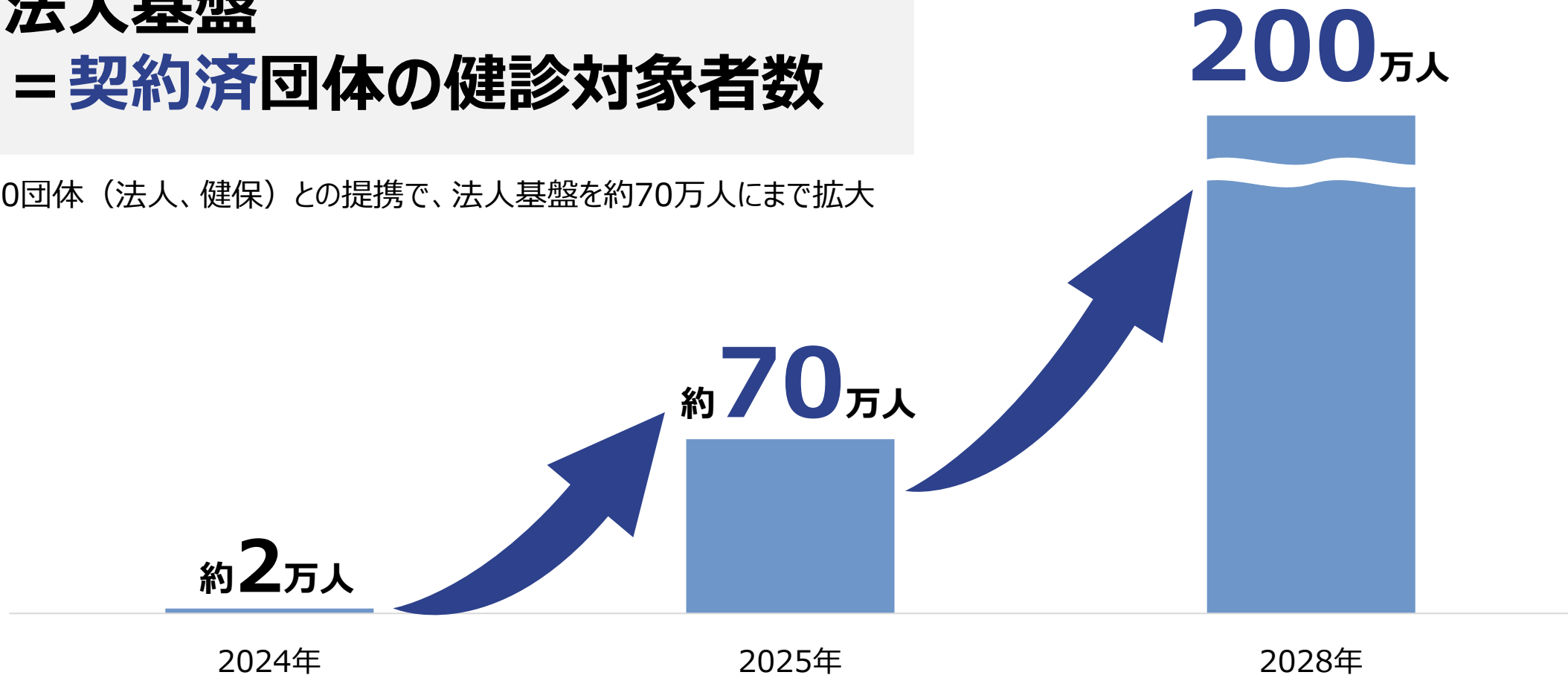
法人予約において、重要なのは①法人基盤と②WEB予約利用率



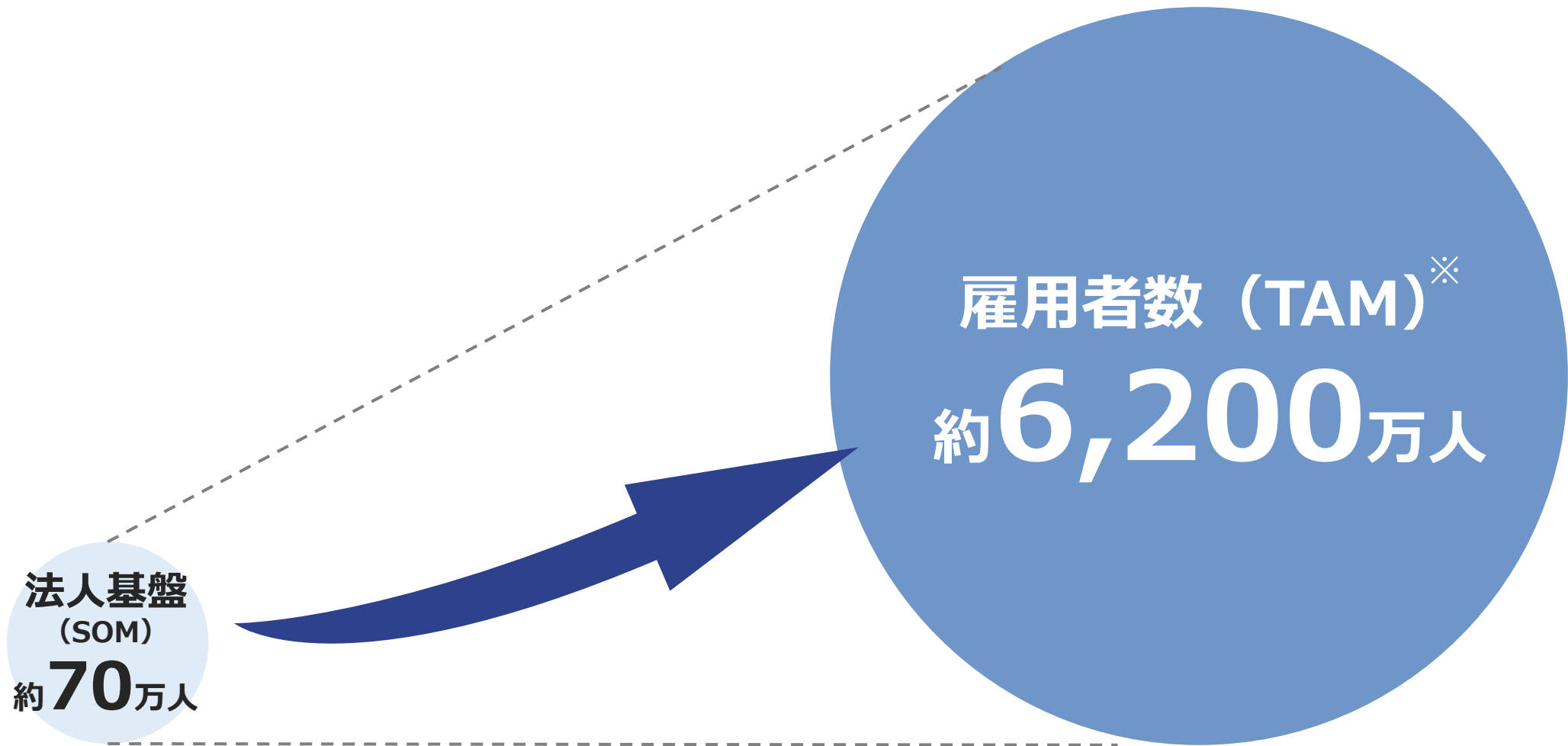
法人基盤が約**70万人**に拡大 ➡ 2028年までに**200万人**を目指す

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**

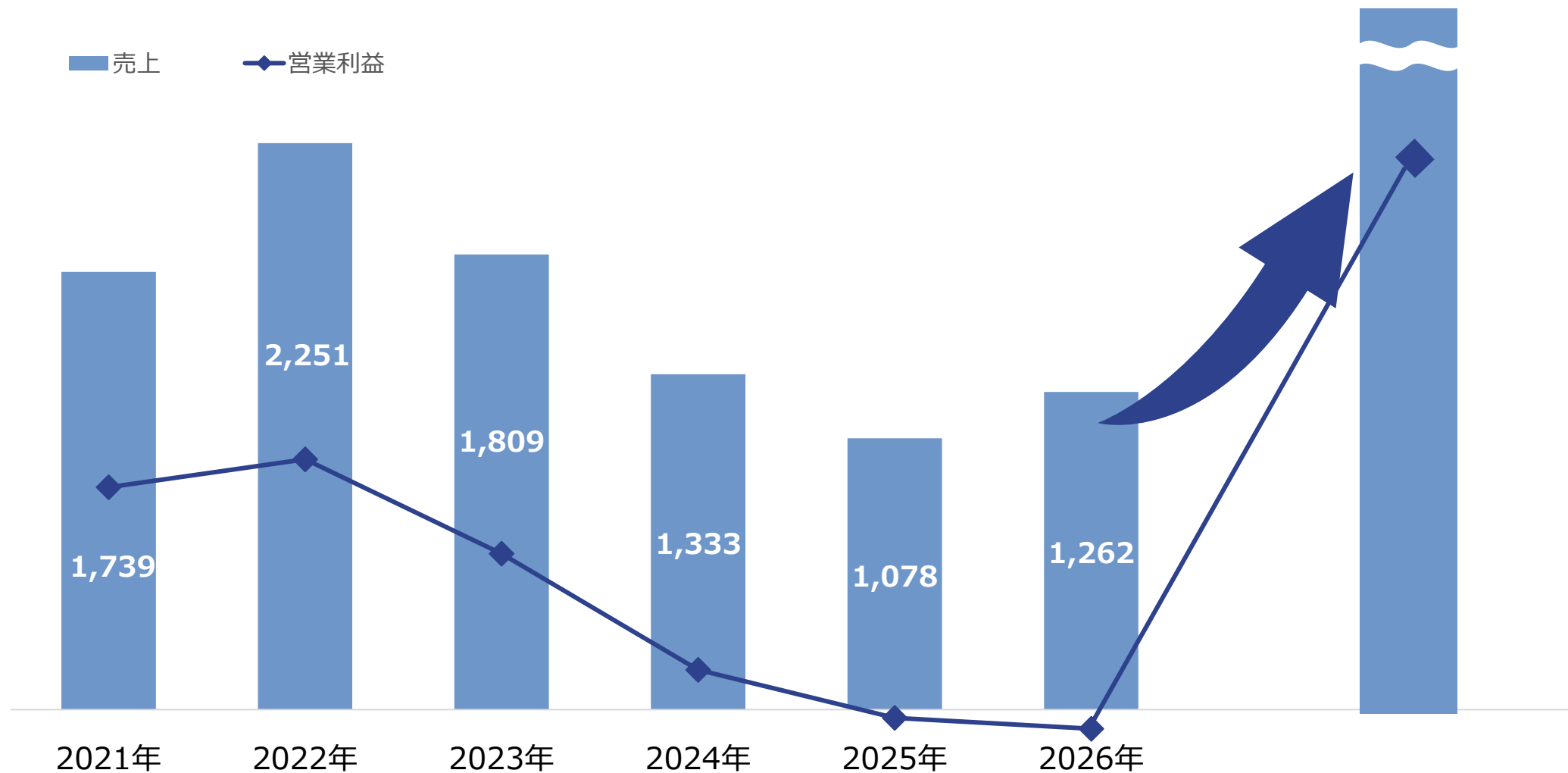
旅行業界など、他業界ではWEB予約の方が主流であり、
健診業界にもWEB予約が広がっていく

法人予約
WEB予約利用率
(2025年実績)
約**3%**

大きな
拡大余地

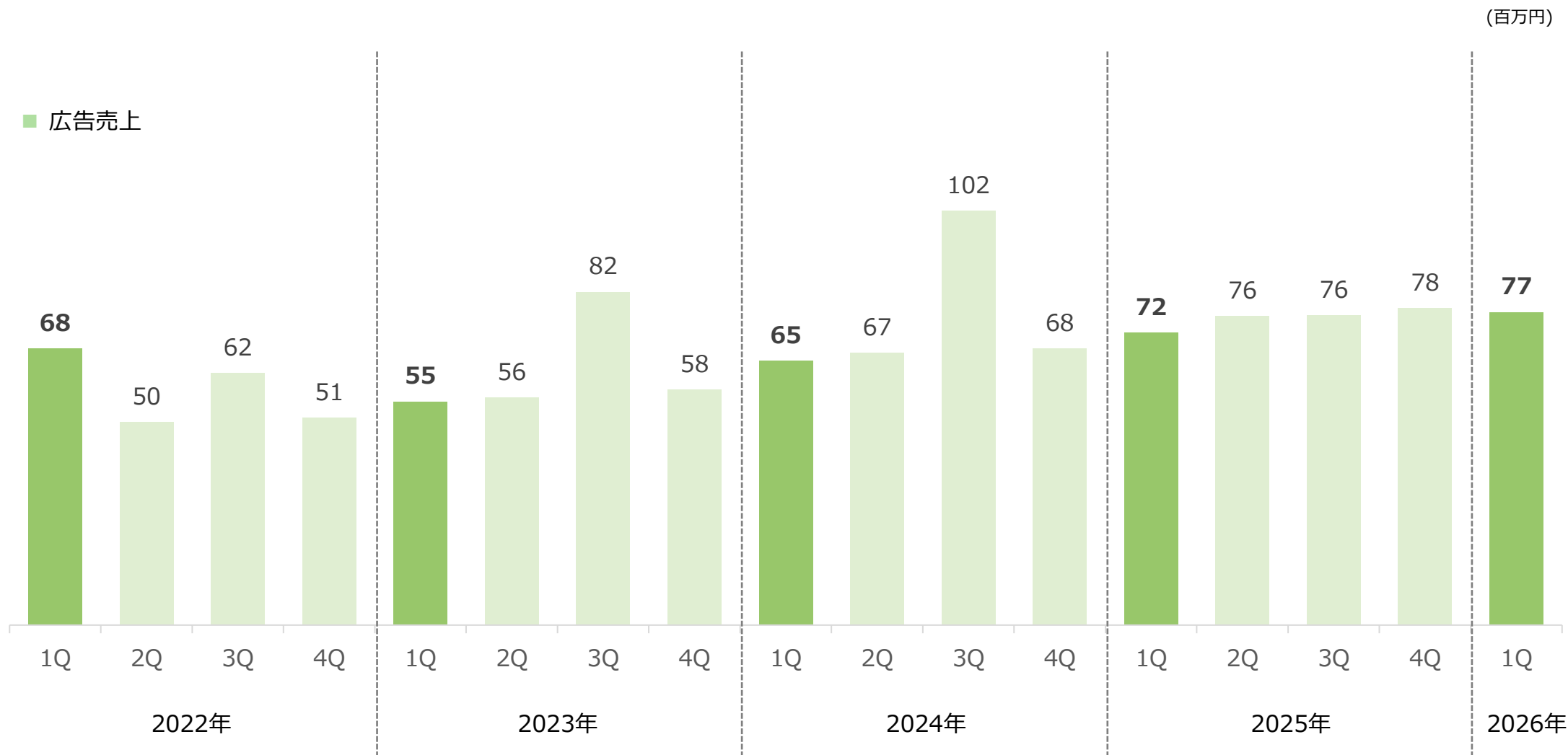
他業界同水準の
30-80%

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**

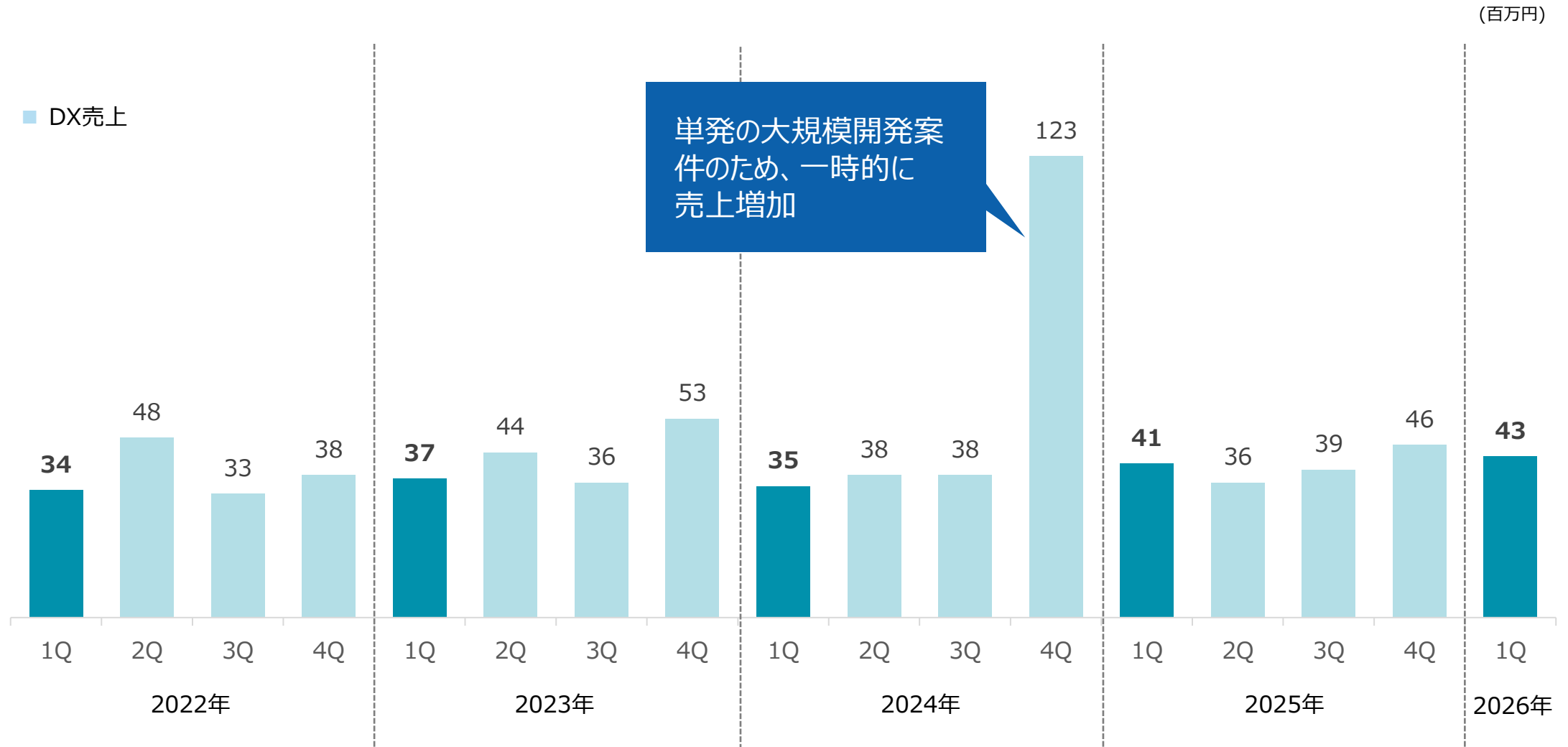


III. Appendix

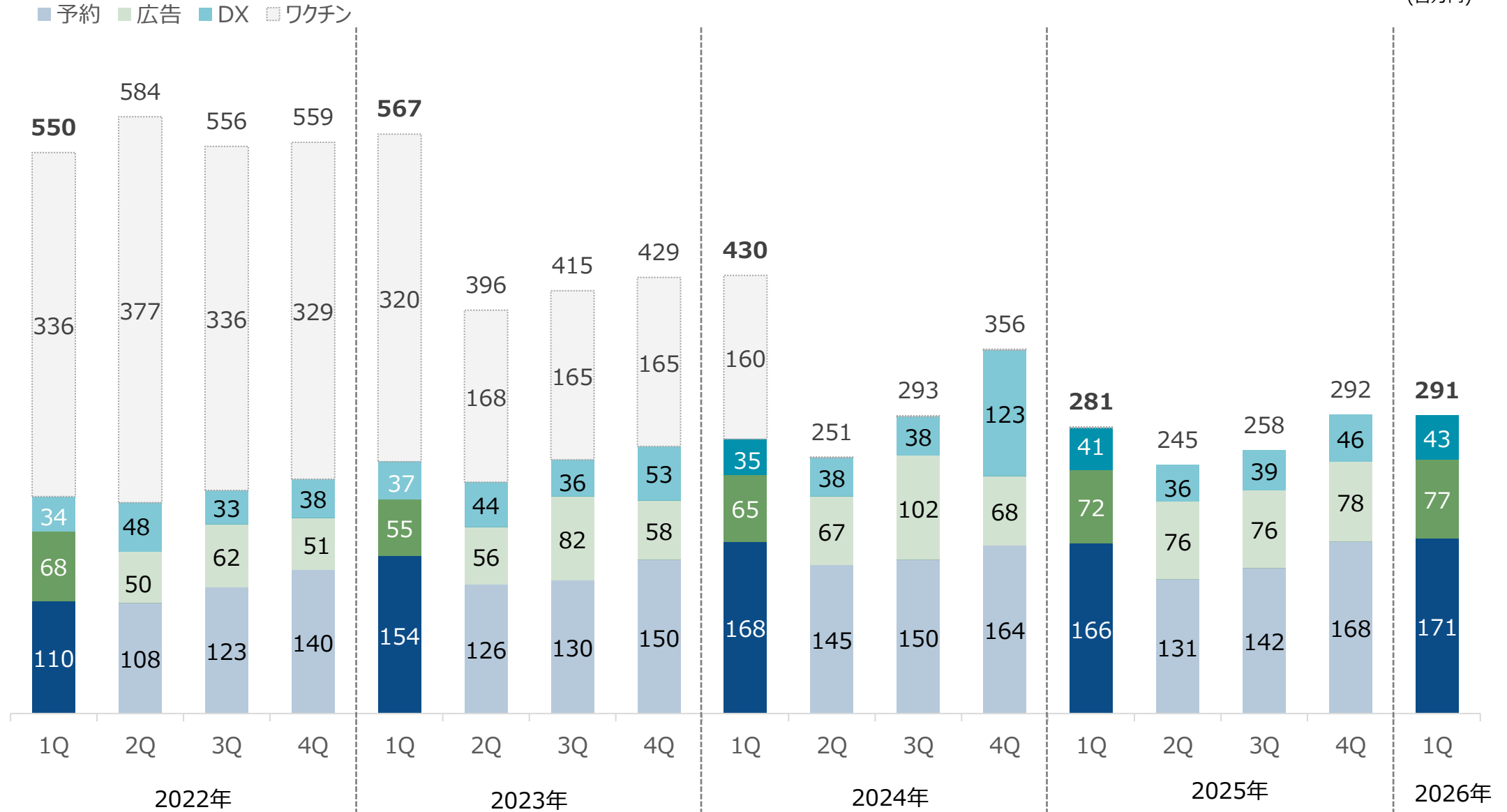
- 広告事業においては安定的な医療施設向け広告に加えて、MRSOギフト券関連売上のようなスポットの売上で構成
- 予約事業拡大で広告価値が高まり、中長期的に広告事業も伸びていく



- 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



(百万円)



自己資本比率は90.1%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 2025/4Q	2026/1Q	増減額
流動資産	1,928	1,885	-43
うち現金及び預金	1,675	1,636	-39
固定資産	187	271	84
資産合計	2,116	2,157	40
流動負債	167	212	45
固定負債	-	-	-
負債合計	167	212	46
純資産合計	1,948	1,944	-4
自己資本比率	92.1%	90.1%	-2.0pt

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	東京都港区六本木6丁目10-1 六本木ヒルズ森タワー33F
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	29名*1

*1 2026年3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。

IV. 事業概要

1. 健診・人間ドックのWEB予約

- 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

- 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

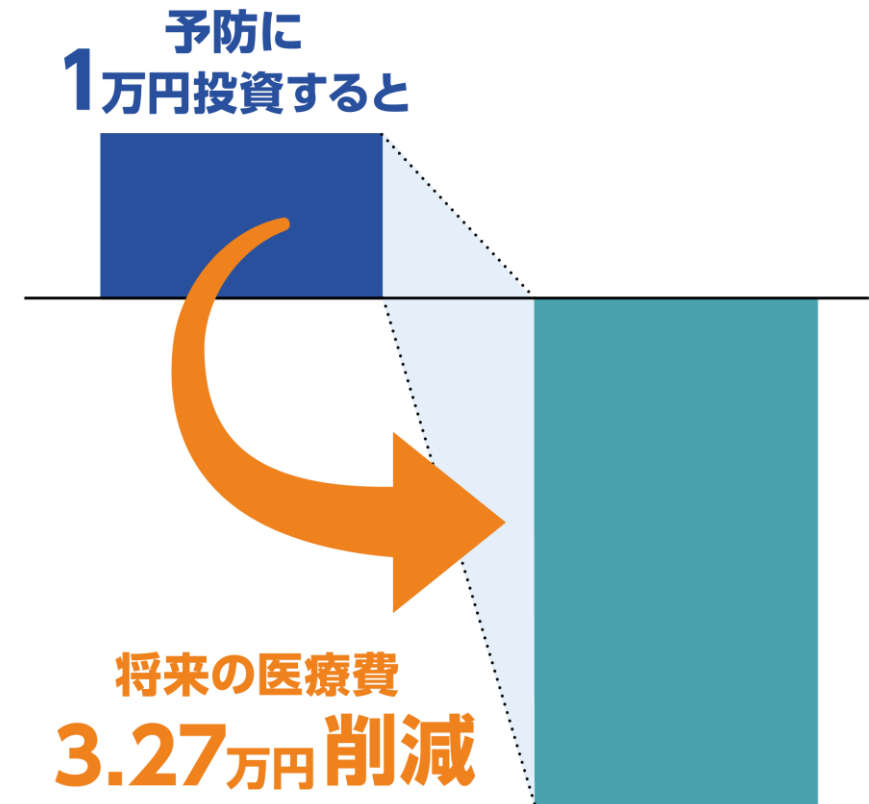
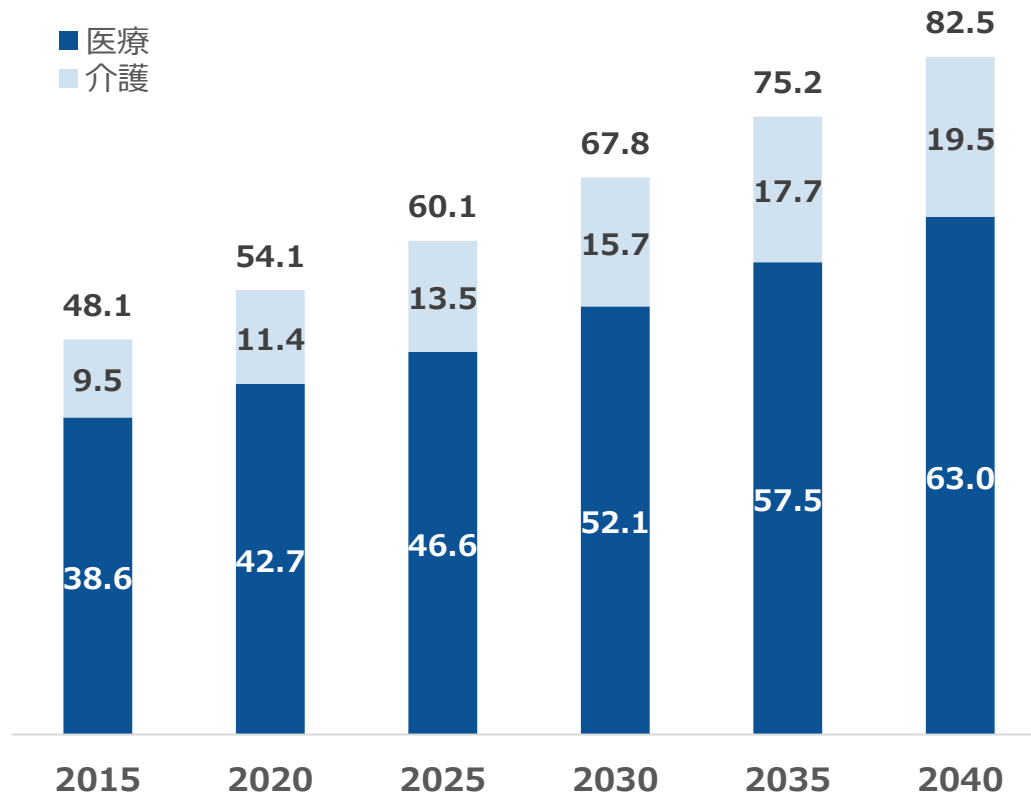
- WEB予約と一体で医療施設へのDXツールを提供し、健診業界のDXを進める
- その中で健診データ等を集約するプラットフォームを構築し、パーソナル人間ドックの提案等に繋げていく

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**



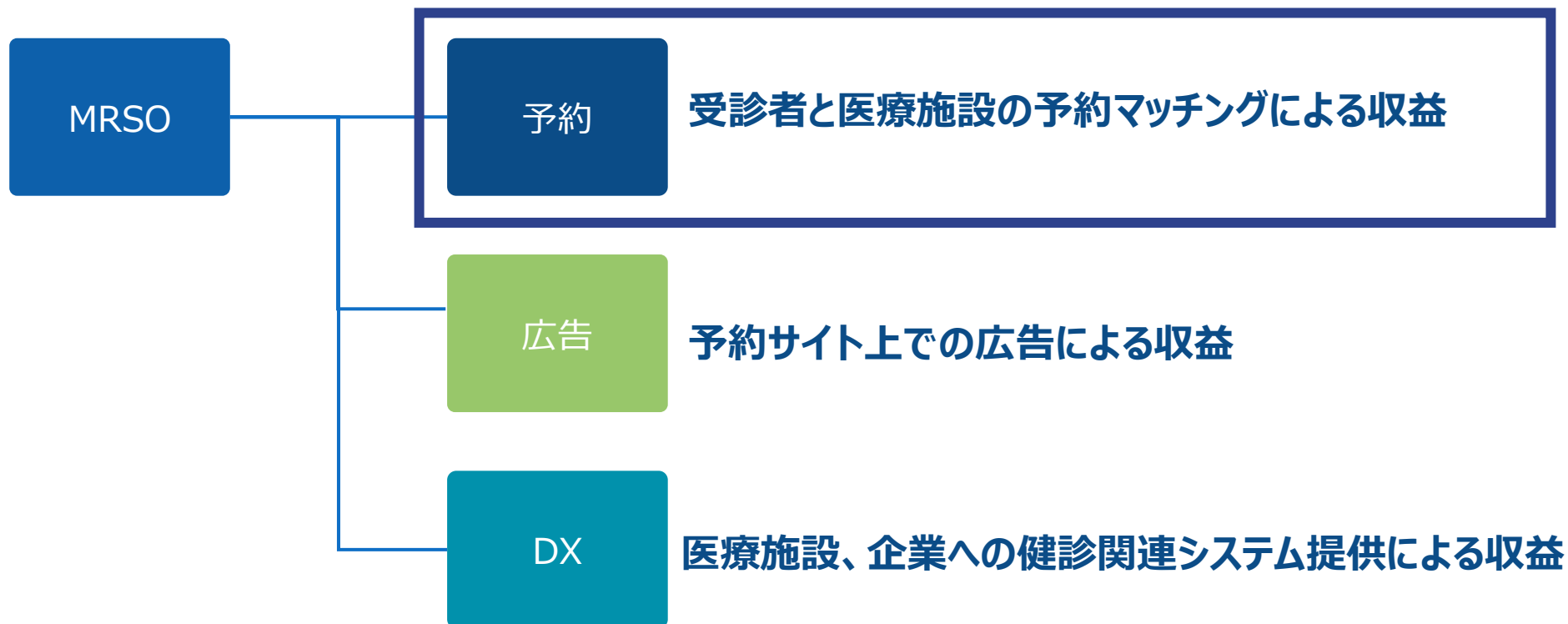
※1 <https://www.mri.co.jp/knowledge/insight/policy/20240614.html>

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

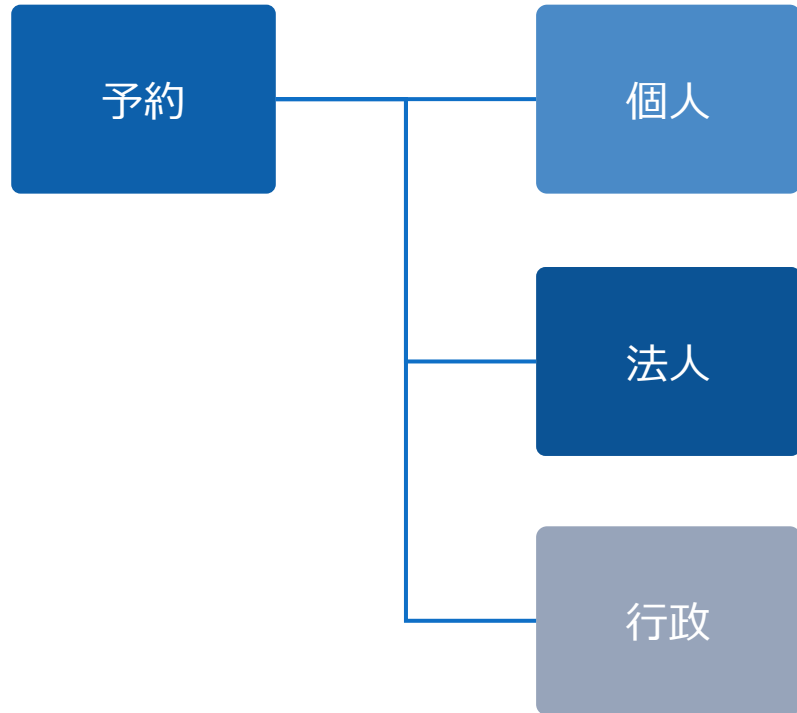
■ MRSOの事業には以下の3つの分野が存在。その中でも、**現在の注力分野は予約**

■ 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

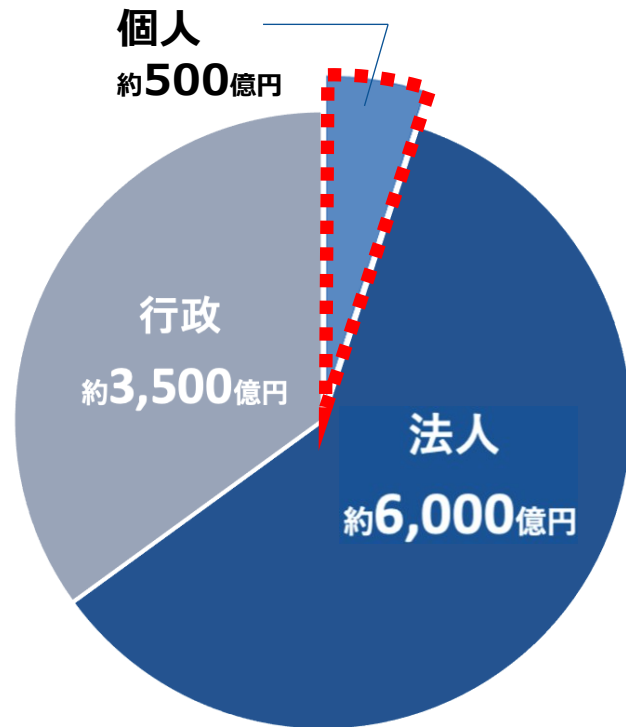
- 市場規模は約6,000億円（全体の約60%）で、今後の注力分野

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

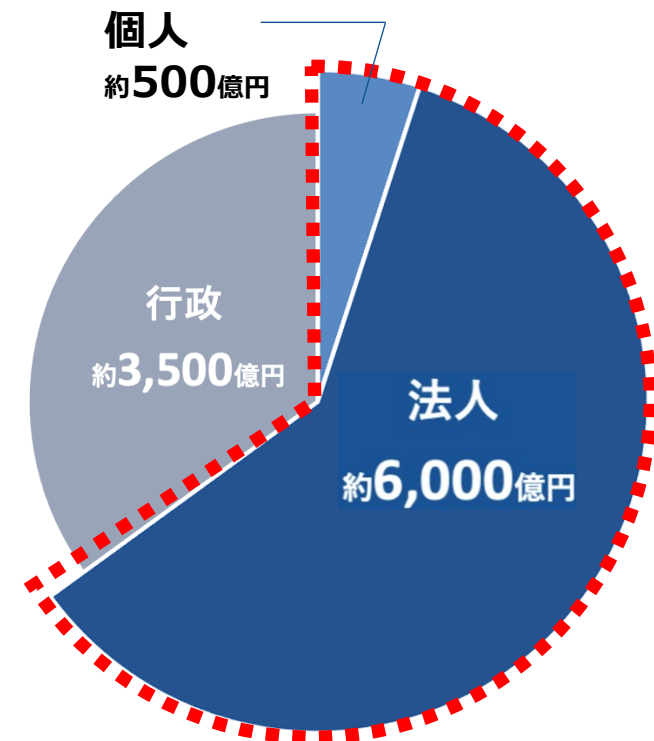
法人予約の市場規模は**約6,000億円と巨大**、ここを注力分野として拡大していく

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

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

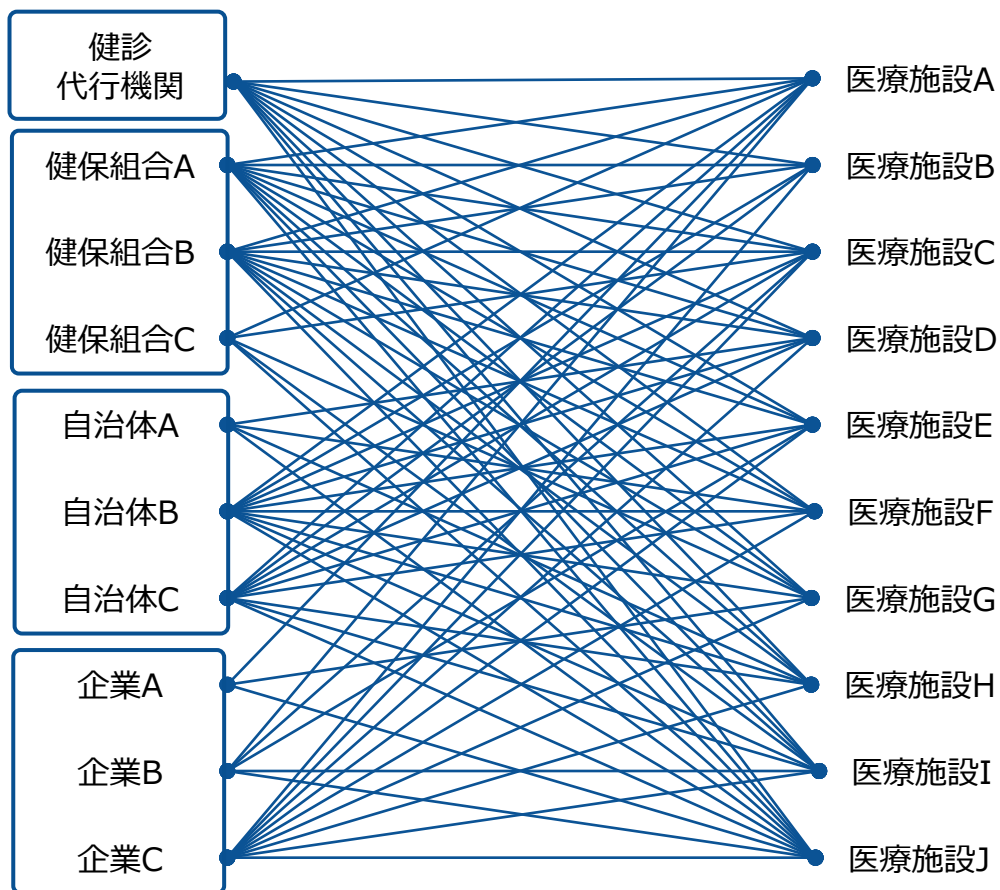
この**圧倒的なポジションの更なる拡大、加速**を目指す



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

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



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。