

+8%

Extension of Healthy Life Expectancy
EXTENSION OF HEALTHY LIFE EXPECTANCY



+8%

2024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）

2024年11月14日





サマリー



2024年12月期 第3四半期決算報告



成長戦略

会社概要・APPENDIX

2024/3Q業績

売上高

976百万円

(前年同期増減率 ▲29.2%)

営業利益

127百万円

(前年同期増減率 ▲74.0%)

四半期純利益

87百万円

(前年同期増減率 ▲72.6%)

KPI

MRSO.jp掲載施設数

1,562施設

(前年同期増減 204施設増)

MRSO.jp会員数

48.4万人

(前年同期増減率 26.5%)

3Q予約取扱高

3,093百万円

(前年同期増減率 11.8%)

概況

- 大規模接種等サービスは2023年1Qで概ね終了、地方自治体向けのMRSOワクチンは、2024年は**秋接種における接種体制変更により利用無し**、これにより前年同期に対して減収減益が継続
- HCPF売上は堅調に推移**
- 次年度以降の成長に繋がる**MRSO.jp掲載施設数拡大のための施策が順調に進行**
- 予約取扱高の源泉となる**MRSO.jp会員数は順調に増加**、提携を通じたアプローチ範囲の拡大を進める
- KPI増加による売上への影響は2025年4月以降を見込む

(参考)ワクチン関連除くヘルスケア事業

H C P F 売上高

561百万円 (前年同期増減率 18.3%)

DX(ワクチン除外)売上高

252百万円 (前年同期増減率 0.5%)

2024年12月期 第3四半期決算報告

● ワクチン影響により全体として減収減益となるが、**HCPFは3Q+21%の成長、引き続き更なる成長を見込む**

(百万円)

| | 2023/ 3Q | 2024/ 3Q | 前年同期 増減比 | 2023/ 1Q~3Q | 2024/ 1Q~3Q | 前年同期 増減比 | 業績予想 公表値*1 | 到達率 |
|---------------|-------------|-------------|---------------|----------------|----------------|---------------|---------------|--------------|
| 売上高 | 415 | 293 | ▲29.4% | 1,379 | 976 | ▲29.2% | 2,040 | 47.8% |
| HCPF | 168 | 204 | 21.2% | 474 | 561 | 18.3% | | |
| DX (ワクチン除外) | 81 | 88 | 7.8% | 250 | 252 | 0.5% | | |
| DX (ワクチン) | 165 | 1 | ▲99.4% | 505 | 161 | ▲68.0% | | |
| 大規模接種等サービス | — | — | — | 148 | 1 | ▲99.6% | | |
| 売上原価 | 81 | 58 | ▲28.6% | 273 | 197 | ▲27.9% | | |
| 売上総利益 | 333 | 234 | ▲29.6% | 1,105 | 778 | ▲29.6% | | |
| 販売費および一般管理費 | 203 | 204 | 0.8% | 615 | 651 | 5.8% | | |
| 営業利益 | 130 | 30 | ▲77.0% | 490 | 127 | ▲74.0% | 630 | 20.2% |
| (営業利益率) | 31.4% | 10.2% | ▲21.2pt | 35.5% | 13.0% | ▲22.5pt | | |
| 経常利益 | 128 | 30 | ▲76.6% | 488 | 127 | ▲73.9% | 630 | 20.2% |
| 四半期純利益 | 84 | 20 | ▲75.6% | 320 | 87 | ▲72.6% | 437 | 20.1% |

*1 2024/2/14公表値

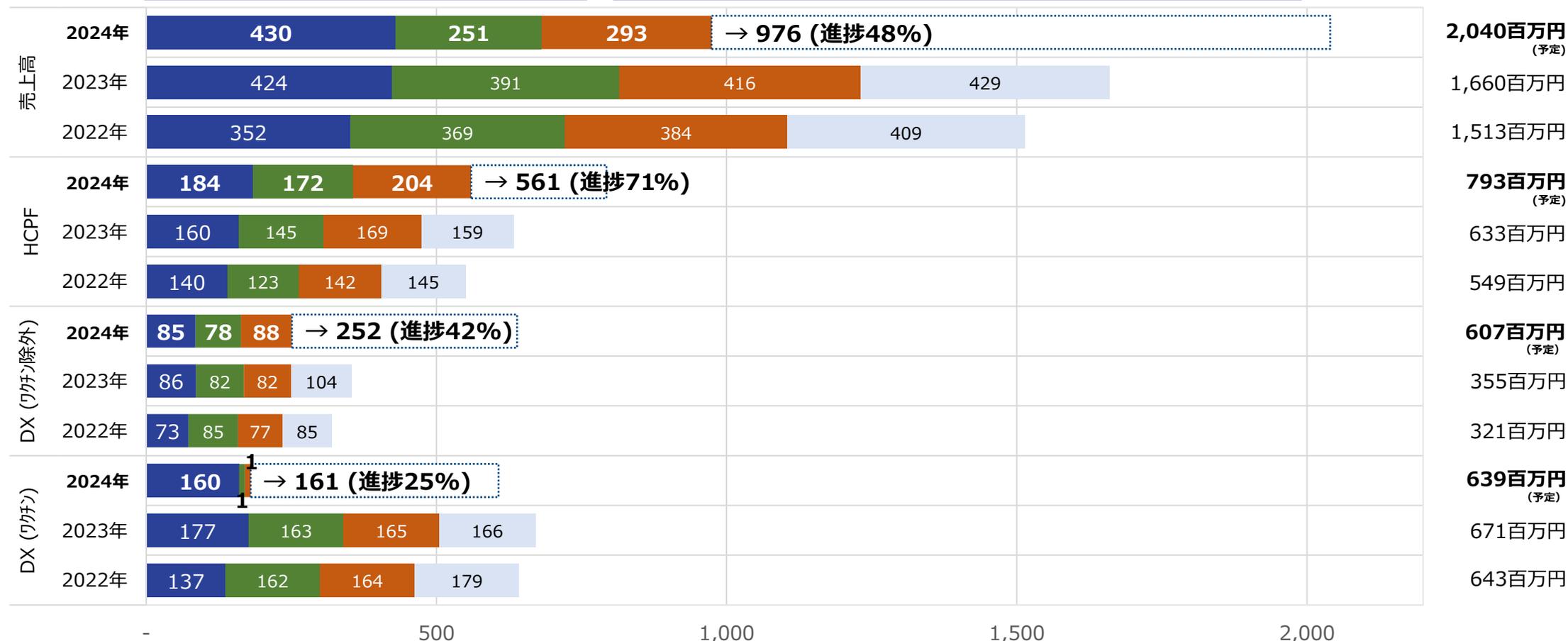
- 全体としては**ワクチンが大きく影響し、大幅未達**
- 主力事業である**HCPFは堅調に推移**

3Q進捗状況

上期：約40%

下期：約60%

年間売上高



| | 2022/12期 (実績) | 2023/12期 (実績) | 前回予想 | 今回予想 | 前期増減率 |
|-------------|------------------|------------------|--------------|--------------|---------------|
| 売上高 | 2,251 | 1,809 | 2,040 | 1,330 | ▲26.5% |
| HCPF | 550 | 633 | 793 | 742 | 17.3% |
| DX (ワクチン除外) | 321 | 356 | 607 | 423 | 19.2% |
| DX (ワクチン) | 643 | 671 | 639 | 162 | ▲75.7% |
| 大規模接種等サービス | 737 | 148 | - | 1 | - |
| 売上原価 | 465 | 358 | 413 | 304 | ▲15.0% |
| 売上総利益 | 1,786 | 1,450 | 1,627 | 1,025 | ▲29.3% |
| 販売管理費 | 790 | 831 | 996 | 878 | 5.5% |
| 営業利益 | 995 | 618 | 630 | 147 | ▲76.1% |
| (営業利益率) | 44.2% | 34.2% | 30.9% | 11.1% | ▲23.1P |
| 経常利益 | 996 | 601 | 630 | 147 | ▲75.4% |
| 当期純利益 | 653 | 387 | 437 | 102 | ▲73.6% |

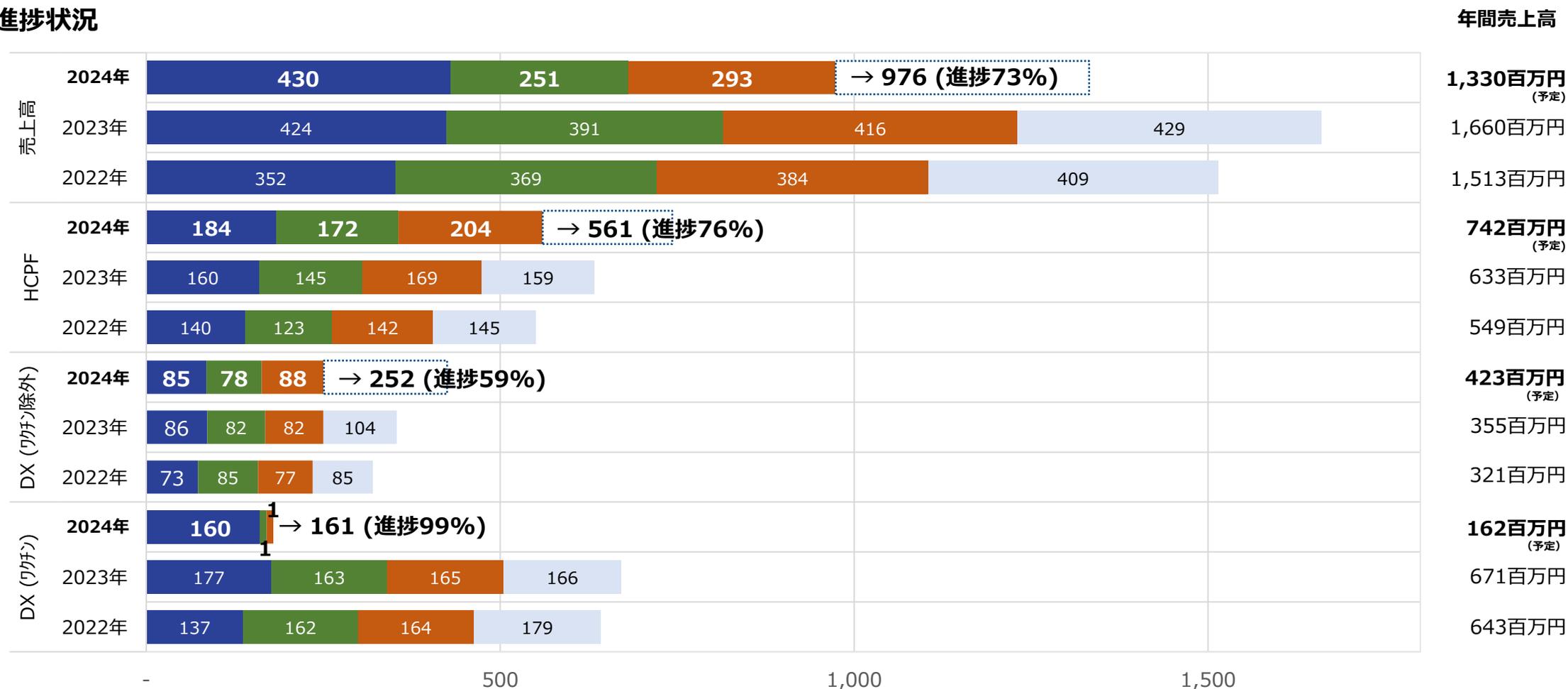
(百万円)

主な修正要因

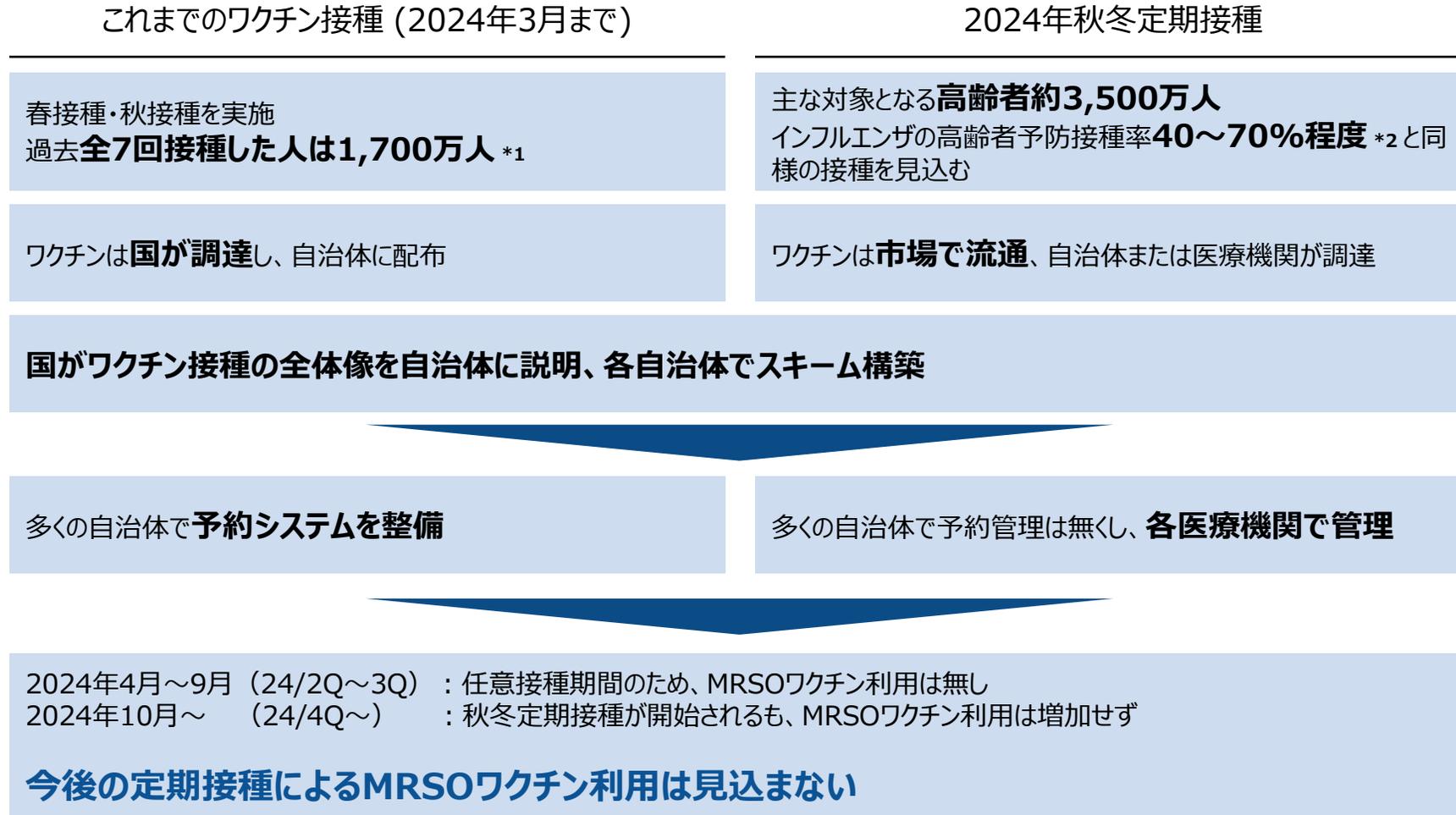
- **HCPF** 前回 793 → 今回 742
 - ・ 特定取引における計上変更 (グロス⇒ネット) による減収
※原価も減少となり、利益影響無し
- **DX (ワクチン除外)** 前回 607 → 今回 423
 - ・ 行政DXの新規受注減少 ⇒ 医療施設へ営業注力
 - ・ 自社サービス開発優先し、受託開発案件一部減少
- **DX (ワクチン)** 前回 639 → 今回 162
 - ・ MRSOワクチン利用自治体の大幅減少
- **コスト** 前回 1,410 → 今回 1,182
 - ・ 売上減少に伴う変動費(通信費や広告費、人件費など)の減少

- KPIであるMRSO.jp掲載施設数の増加による**HCPF売上への影響は2025年2Q以降の見込み**
- DX (ワクチン除外)は、4Qにスポットでの開発案件の受注残あり

3Q進捗状況



- 2024年4月～9月は任意接種期間（全額自己負担）のため、接種者が大幅減少
- 2024年**秋冬定期接種が開始し、新たな接種体制への移行**により、MRSOワクチンの需要が減少



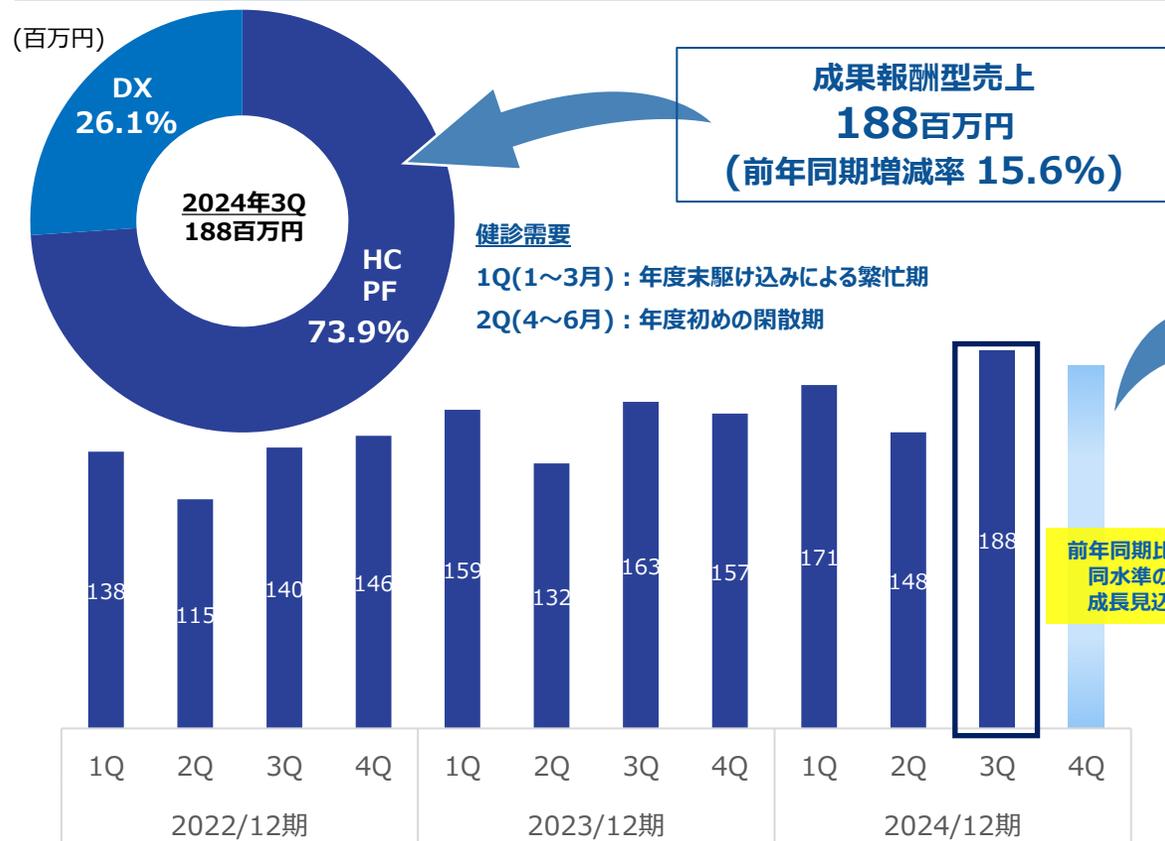
*1 厚生労働省：ワクチン接種状況のオープンデータ（2024年3月30日時点）による

*2 厚生労働省：今シーズン（2023/24）の季節性インフルエンザワクチンについての資料による

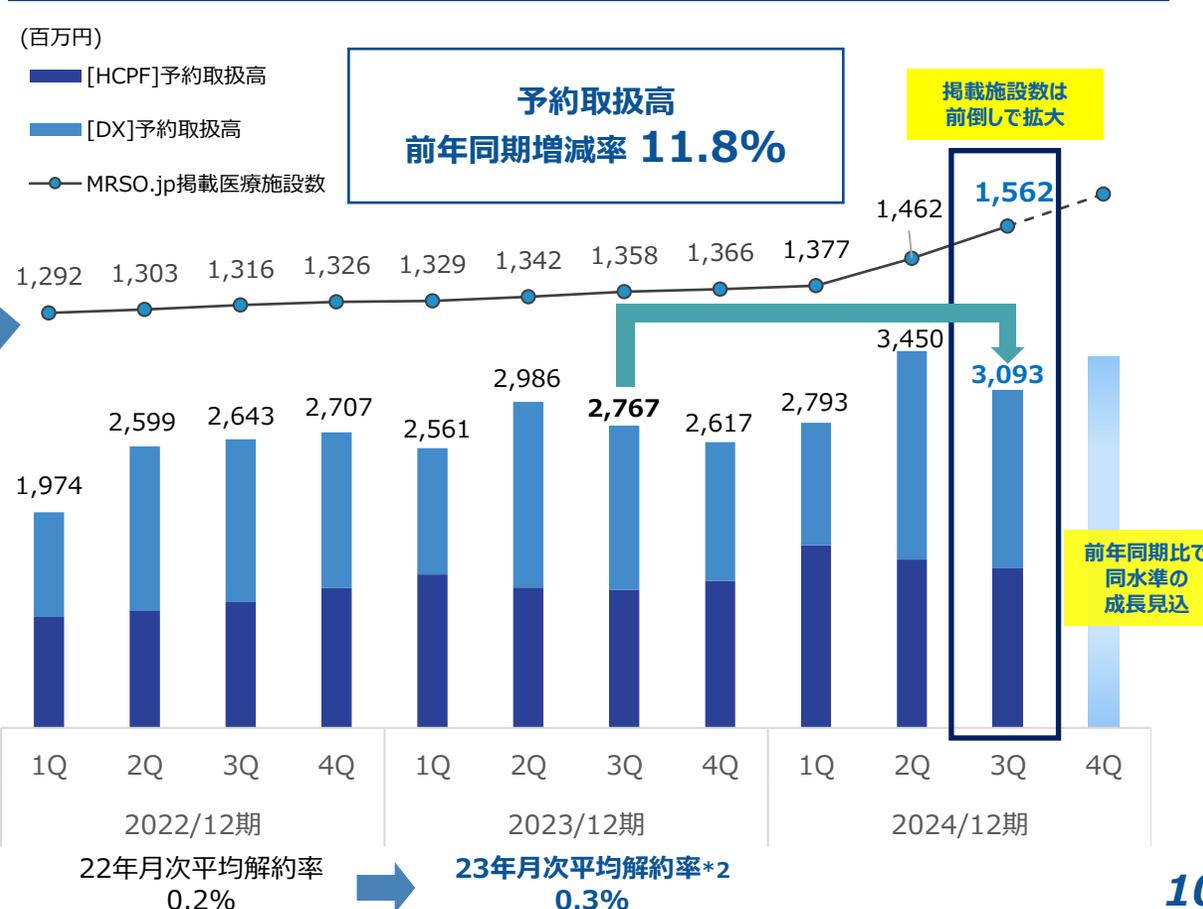
- 成果報酬型売上は、**HCPF及びDX**ともに対前年同期で増加
- 成果報酬型売上のKPIとなる**予約取扱高**^{*1}及びMRSO.jp**掲載医療施設数**はともに伸長

※予約取扱高は売上の1～2ヶ月先行指標となる

成果報酬型売上推移



予約取扱高とMRSO.jp掲載医療施設数推移

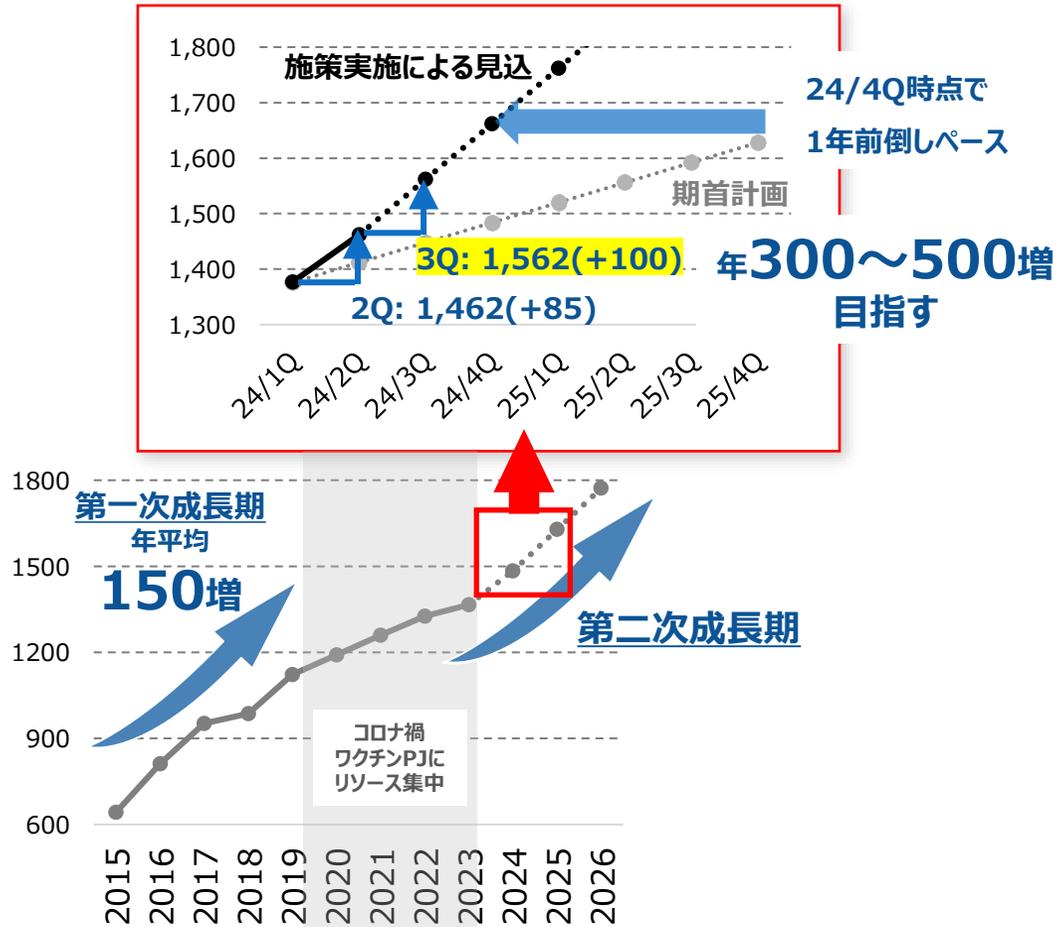


*1 予約取扱高は、予約後実際の受診当日迄にキャンセルされた分も含む

*2 月次平均解約率 = $\sum (\text{各月のMRSO.jp掲載解約数} / \text{各前月末のMRSO.jp掲載数}) \times 100 \div 12$

- 2023年下期より、掲載施設数拡大のための施策を順次実施
- 年度初めの**4月より大幅増加**、これによる**売上効果は翌年度2025年4月以降を見込む**

MRSO.jp掲載医療施設数推移



■ 営業・開発体制の強化

Before(2021~2023年)

MRSOワクチンプロジェクトに事業推進・開発ともにリソースを集中
(医療施設営業は基本的にインバウンドのみ)

After(2023年下期~)

集中させていたリソースをヘルスケアに戻す

事業推進：新規営業の強化、掲載後の施設フォロー体制の強化

開発：各種機能拡張、企業・健保向け新機能の拡充

■ アプローチ範囲の拡大

Before(~2023年)

医療施設を中心としたWeb予約推進

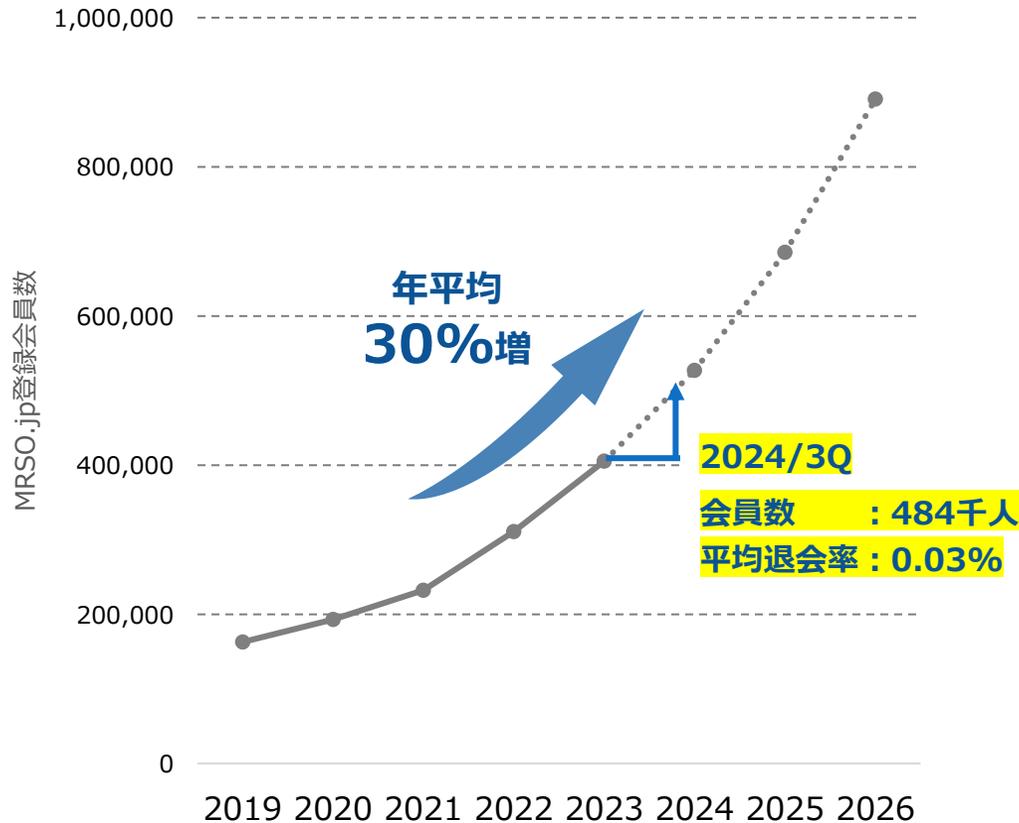
After(2024年~)

健康保険組合に対するWeb予約推進

提携先とともに医療施設に対するMRSO.jp掲載促進

- 予約プラットフォームとしての価値源泉であり、予約取扱高の基礎となるMRSO.jp登録会員数は順調に成長
- 継続的なマーケティング活動により、**年30%の新規会員獲得**

MRSO.jp登録会員数推移



■ 各種マーケティング施策

Action

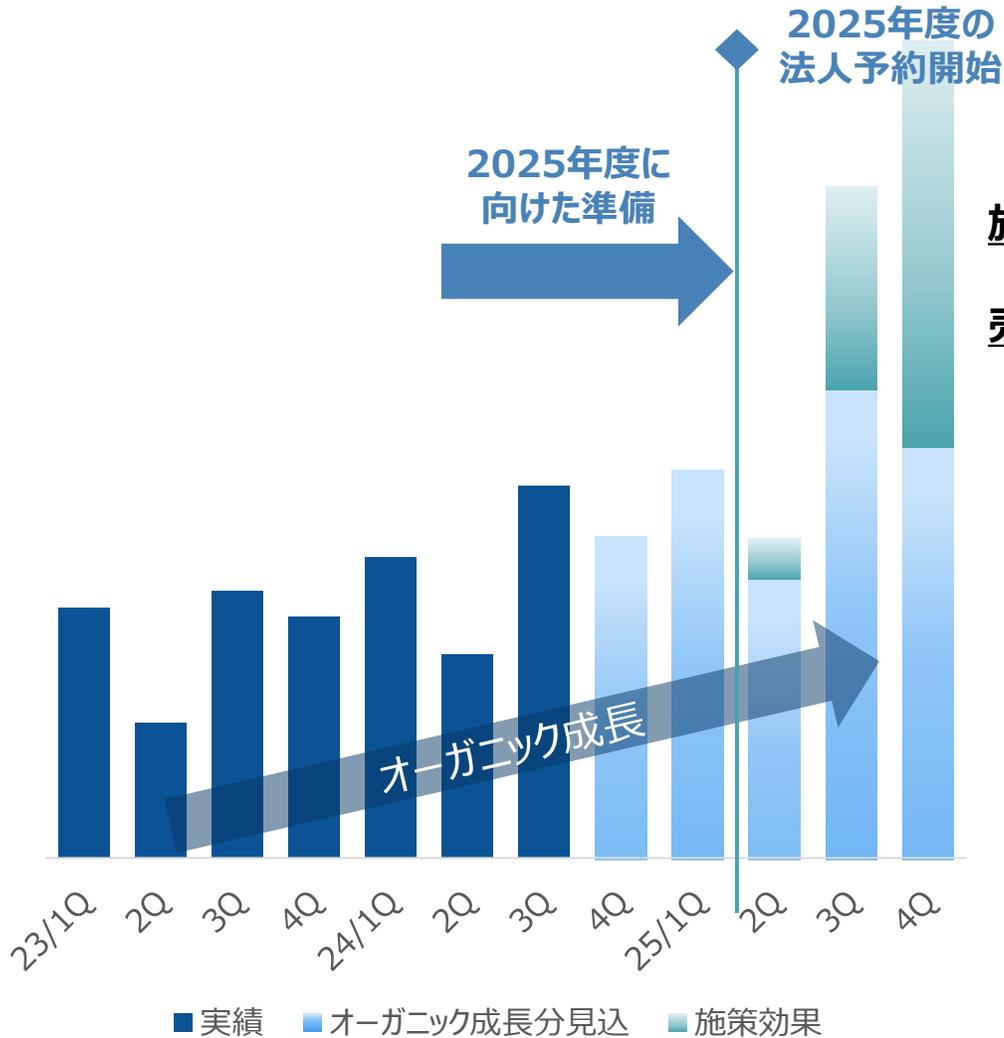
- 顕在層（人間ドックを受診したくて既に行動を起こしている人）向け各種マーケティング施策の実施
- 人間ドック等に関する記事コンテンツの拡大
- ポイント施策や提携先のリワード等による販売促進強化

■ アプローチ範囲の拡大

Action

- 会員保有企業との提携を通じた新規会員の獲得
- 健康保険組合との提携を通じた新規会員の獲得

成果報酬型売上



施策効果による売上拡大

掲載医療施設数の拡大

- 拡大は1年前倒しペース
- 既存の掲載医療施設に対して予約枠の拡張



法人予約受け入れ拡大の準備が進む

登録会員数の拡大

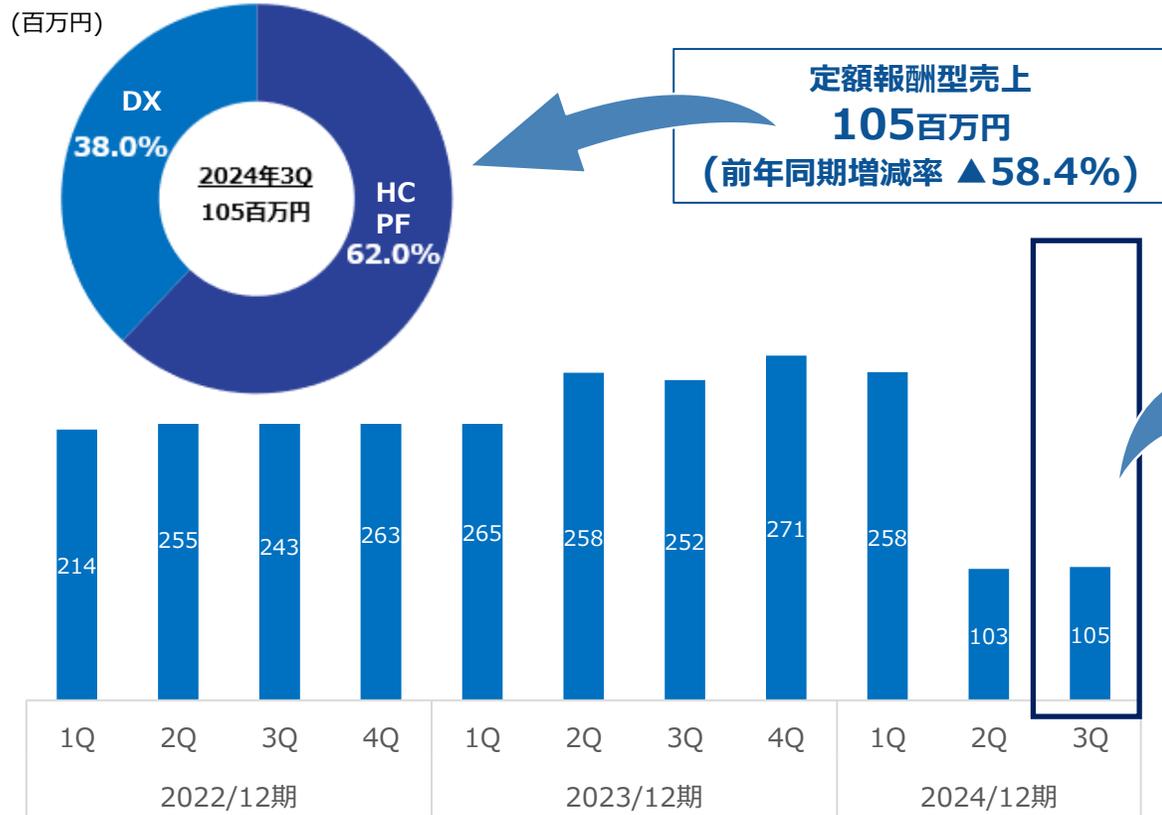
- 会員保有企業/健康保険組合との提携を通じた新規会員の獲得



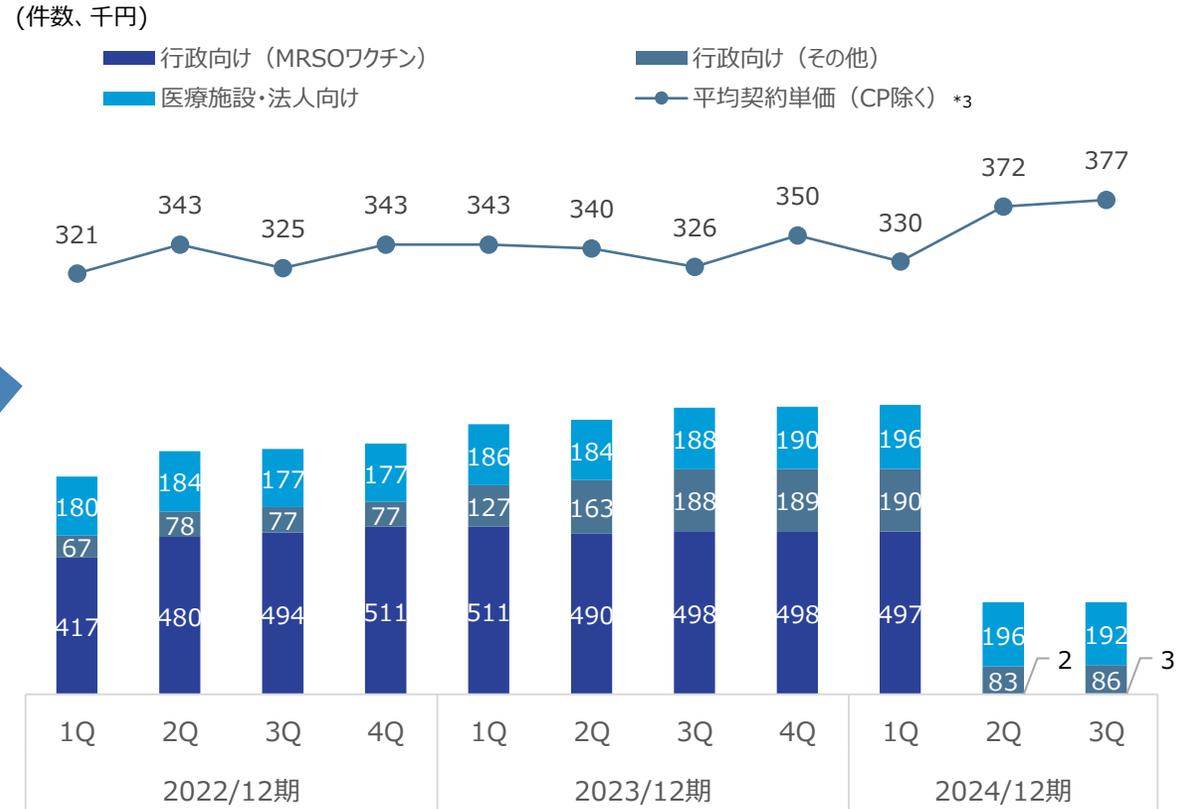
法人予約者の獲得準備が進む

- 定額報酬型売上*1は、HCPFサービスにおいてはMRSO.jpの取扱高増から医療施設の契約増加により増収
- DXサービスにおいてはワクチンによる減収、またそれに伴うMRSOフォームの利用減によるアカウント数減少

定額報酬型売上推移



KPI：契約アカウント数と平均契約単価推移



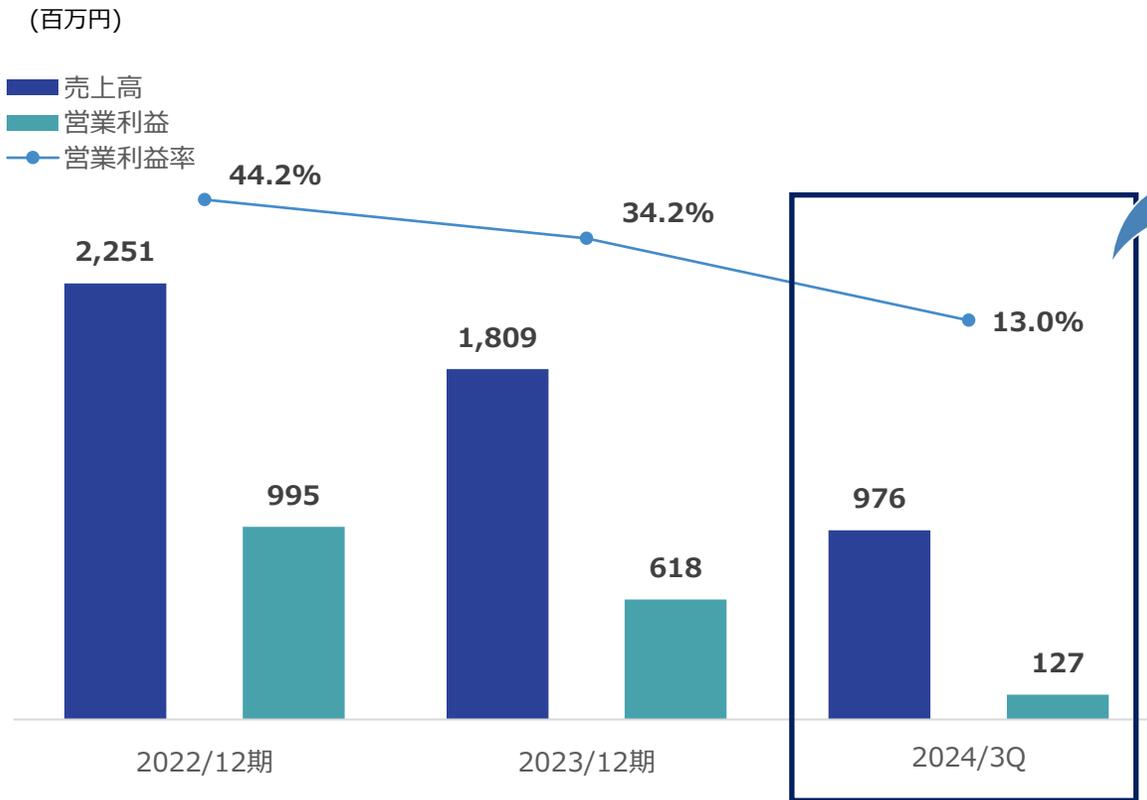
*1 定額報酬型売上は、行政向けMRSO住民健診、MRSOワクチン等に関するシステム利用料や医療施設・法人向けのシステム利用料等から構成
 *2 月次平均解約率 = $\sum (\text{期間中の各月の契約アカウント解約数} / \text{期間中の各前月末の契約アカウント数}) \times 100 \div 12$
 *3 平均契約単価については、2023/12期1Qより期間限定無料キャンペーンとして提供しているアカウント数を除いて算定

月次平均解約率 0.9% ➡ 月次平均解約率*2 6.1%

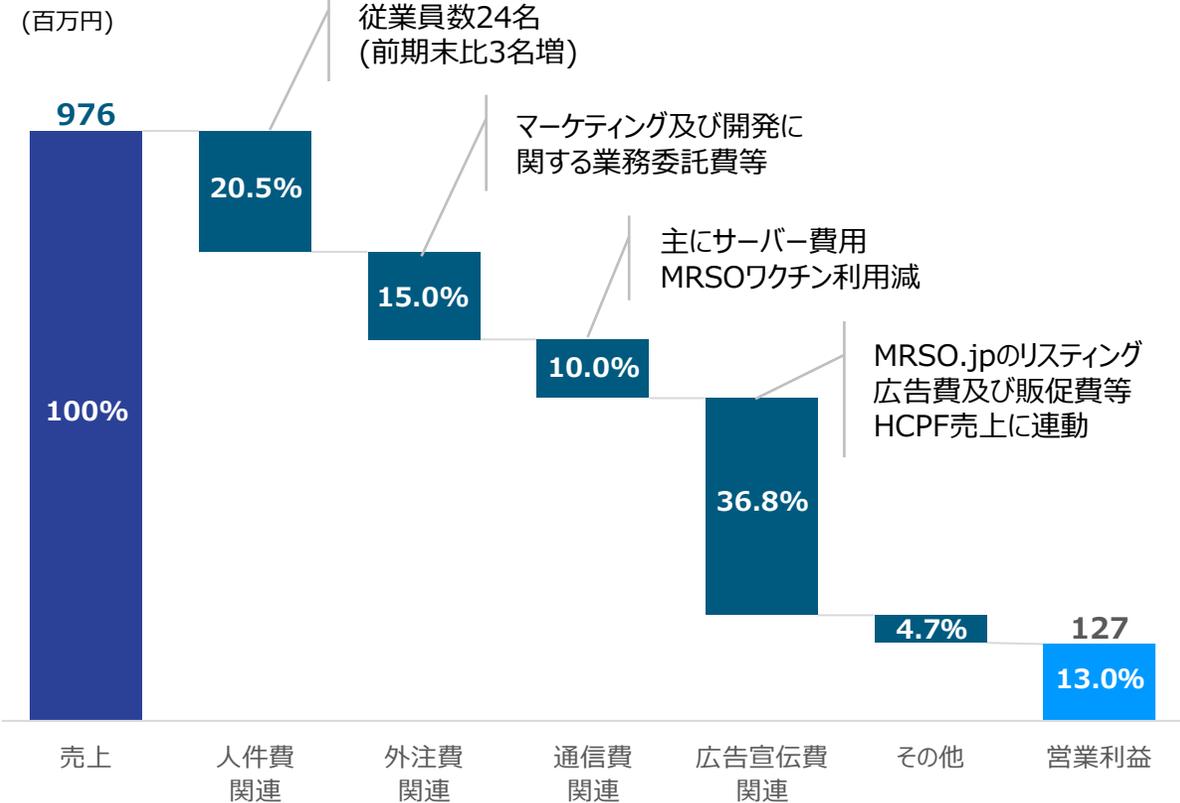
| | 前年同期 23/3Q | 24/3Q | 状況 | 24/4Q以降の拡大に向けた施策 |
|-------------------------------|-------------------------------|------------------------------|---|--|
| HCPF | 売上 53百万円 アカウント数 162 | 売上 65百万円 アカウント数 176 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 医療施設の広告等契約 MRSO.jpの予約取扱高の拡大に伴う増加 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 予約取扱高の拡大による新規契約獲得 |
| DX 医療施設・法人向け | 売上 20百万円 アカウント数 26 | 売上 23百万円 アカウント数 16 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 医療施設・法人向けDXサービス利用 ■ 医療施設向けMRSOワクチン ワクチン接種終了に伴う減少 ■ スポットでの開発案件 24/下期に開発案件受注あり | <ul style="list-style-type: none"> ・ 継続的なDX浸透のアプローチによる拡大 ・ 24/下期に開発案件受注残あり |
| DX 行政向け (その他) | 売上 16百万円 アカウント数 188 | 売上 15百万円 アカウント数 86 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 自治体向け健診予約システム ■ 自治体向け汎用予約・申請システム (期間限定無償提供分) MRSOワクチンの補助ツールとして利用、24/1Qまで期間限定で無償提供 | |
| DX 行政向け (ワクチン) | 売上 164百万円 アカウント数 498 | 売上 1百万円 アカウント数 3 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 自治体向けMRSOワクチン 24年3月ワクチン接種終了に伴う減少 24年秋冬接種における予約システムの非活用 | |

- 営業利益率は、ワクチン影響で**13%に低下**
- MRSOワクチン利用減に伴う通信費関連の減少以外にはコスト構造は変わらず、**法人予約の拡大による広告宣伝費率の低減により営業利益率上昇を狙う**

業績推移



利益構造

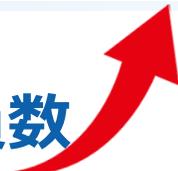


- 四半期純利益および第三者割当（オーバーアロットメントによる売出しに関連した第三者割当）増資による増加、法人税等の中間納付等により現金預金残高は**1,930百万円（前期末+3百万円）**となる
- 自己資本比率も**90.3%**と順調に拡充し、投資余力が強化

(百万円)

| 項目 | 前期末 2023/4Q | 2024/3Q | 増減額 |
|----------|----------------|--------------|-------|
| 流動資産 | 2,158 | 2,138 | ▲20 |
| うち現金及び預金 | 1,927 | 1,930 | 3 |
| 固定資産 | 94 | 89 | ▲4 |
| 資産合計 | 2,253 | 2,228 | ▲24 |
| 流動負債 | 365 | 214 | ▲150 |
| 固定負債 | 7 | 1 | ▲5 |
| 負債合計 | 373 | 216 | ▲156 |
| 自己資本 | 1,880 | 2,012 | 132 |
| うち資本金等 | 407 | 451 | 44 |
| うち利益剰余金 | 1,472 | 1,560 | 87 |
| 自己資本比率 | 83.4% | 90.3% | 6.9pt |

販売促進サービス強化

会員数 

MRSO.jp新規会員獲得、及び既存会員に対する予約促進のため、各種サービス強化

1. d ポイントクラブ会員に対するキャンペーン実施

- ・株式会社 NTT ドコモが提供するポイントプログラム「d ポイントクラブ」と新たに提携
- ・dポイントクラブサイトでのd ポイントクラブ会員に対するキャンペーン実施



2. V会員に対するキャンペーン実施

- ・VポイントサイトでのV会員に対するキャンペーン実施
- ・Vカードクーポンを活用したキャンペーン実施

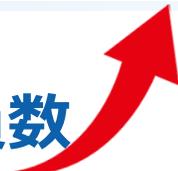


3. 住友生命「Vitality」キャンペーンを実施

- ・提携先である住友生命「Vitality」において、発売 5 周年記念キャンペーンを実施
- ・住友生命「Vitality」経由で予約・受診した際にVitalityコインやMRSOギフト券をプレゼント



株主優待スタート

会員数 

株主の皆さまの健康長寿を目指し、株主優待制度の新設を発表

1. 対象となる株主様および開始時期

- ・2024年12月31日時点の株主様が対象、以降年1回実施

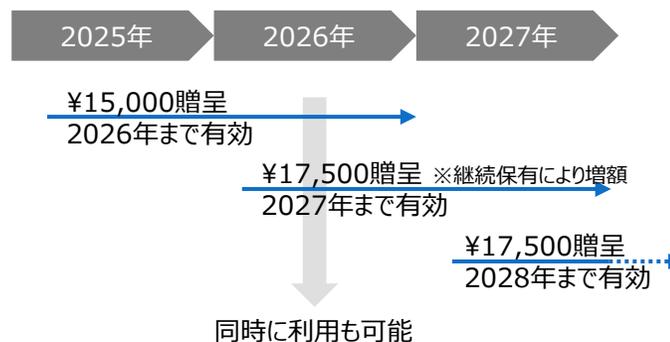
2. 優待の内容

- ・対象となる株主様に対し、マーソギフト券が取得できる引換券を贈呈
- ・マーソギフト券は優待基準日の翌々年12月31日まで有効（贈呈後約20か月間）

MRSO GIFT

3. 株主優待の付与・利用イメージ

（例）1,000株継続保有いただいた場合



掲載施設数が急拡大中

施設数

コロナ禍を経て人間ドック・健診業界のWEBに対する意識が変化、掲載施設数の増加ペースが拡大中
 ホテル業界は約58%^{*1}、飲食業界は約49%^{*2}がWEB予約、人間ドック・健診業界にも大きな変化のタイミングが到来

予約は電話／FAXが中心



これまで

- ✓ 経営層の収益性向上に対する意識不足、デジタル技術の理解不足
- ✓ 現場担当者の業務変更への抵抗感、業務負荷増加への懸念

WEBに対する意識が変化



コロナ禍

- ✓ 日本全国の高齢者がコロナワクチンのWEB予約を実施
- ✓ 高齢者もWEB予約が可能なことを全国の医療施設が実感

WEB予約活用が加速中



直近

- ✓ 医療施設からWEB予約利用に関する問い合わせが増加
- ✓ 健康保険組合からWEB予約活用に関する相談が増加

*1 一般社団法人日本旅館協会「令和5年度 営業状況等統計調査」より抜粋

*2 株式会社エビソル「飲食店予約レポート2023」より抜粋

MRSO ASIA設立

ベトナムのハノイに開発拠点として子会社を設立予定

1. 新卒入社後 4～5年当社で勤務した 5名のコアメンバーを中心に設立

- ・2018～2020年にハノイ工科大学卒業生を新卒採用
- ・日本でMRSO.jpや行政向けDXサービス等の開発を行う
- ・2024年に順次帰国し、MRSO ASIAを設立する

2. 高品質、高パフォーマンス、高セキュリティの開発拠点となる

- ・日本で5年勤務したエンジニアが、日本と同等の高品質なシステム開発を行う
- ・2020年よりリモートによる開発、運用保守環境を整備したことにより、海外拠点においても高パフォーマンス、高セキュリティを確保

3. 低コストでの開発リソース拡大を狙う

- ・ベトナムはアジアの中でも人口が多く、また若い世代が多い国であり、IT人材も急速に拡大している
- ・ベトナムのIT人材の平均給与は日本の半分以下



当社在籍中のベトナム人エンジニア

| | |
|-----------|----------------------------------|
| バック (29歳) | 1995年生、2018年9月ハノイ工科大卒、2018年12月入社 |
| トゥー (29歳) | 1995年生、2018年9月ハノイ工科大卒、2018年12月入社 |
| ズオン (27歳) | 1996年生、2019年9月ハノイ工科大卒、2020年1月入社 |
| ダイ (27歳) | 1996年生、2019年9月ハノイ工科大卒、2020年1月入社 |
| ミン (28歳) | 1995年生、2019年9月ハノイ工科大卒、2020年1月入社 |

成長戦略



HCPFサービス

- 医療施設の掲載数 NO.1*1 の人間ドック・健診予約サイト「MRSO.jp」を運営
- 予防医療の啓発とともに、医療施設が提供する人間ドック・各種検診プランの予約サービスを提供
- 医療施設の掲載数は1,562*2、会員数は48万人以上*2
- 住友生命保険相互会社等の生命保険会社などとも提携

わたしに合わせた人間ドック予約
MRSO



DXサービス

- 医療施設/行政/法人に対するDXサービスを提供
- 医療施設に対してMRSO.jpと連動する人間ドック・健診予約システムを提供
- 行政に対して住民健診や予防接種の予約システムを提供、導入実績は全国500以上*2の市町村
- 法人に対して健康管理業務のDXサービスを提供



MRSO 住民健診

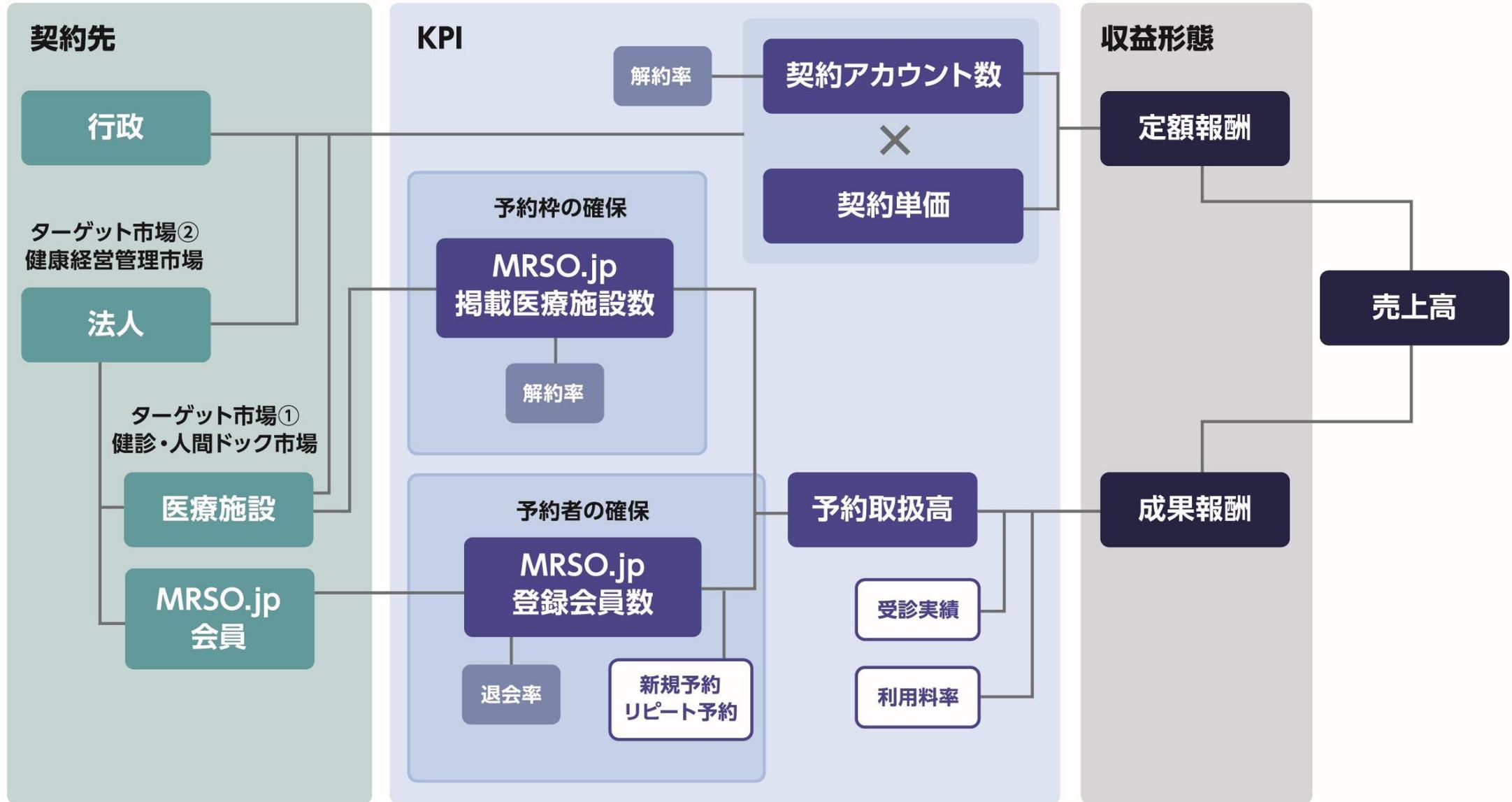
MRSO ワクチン

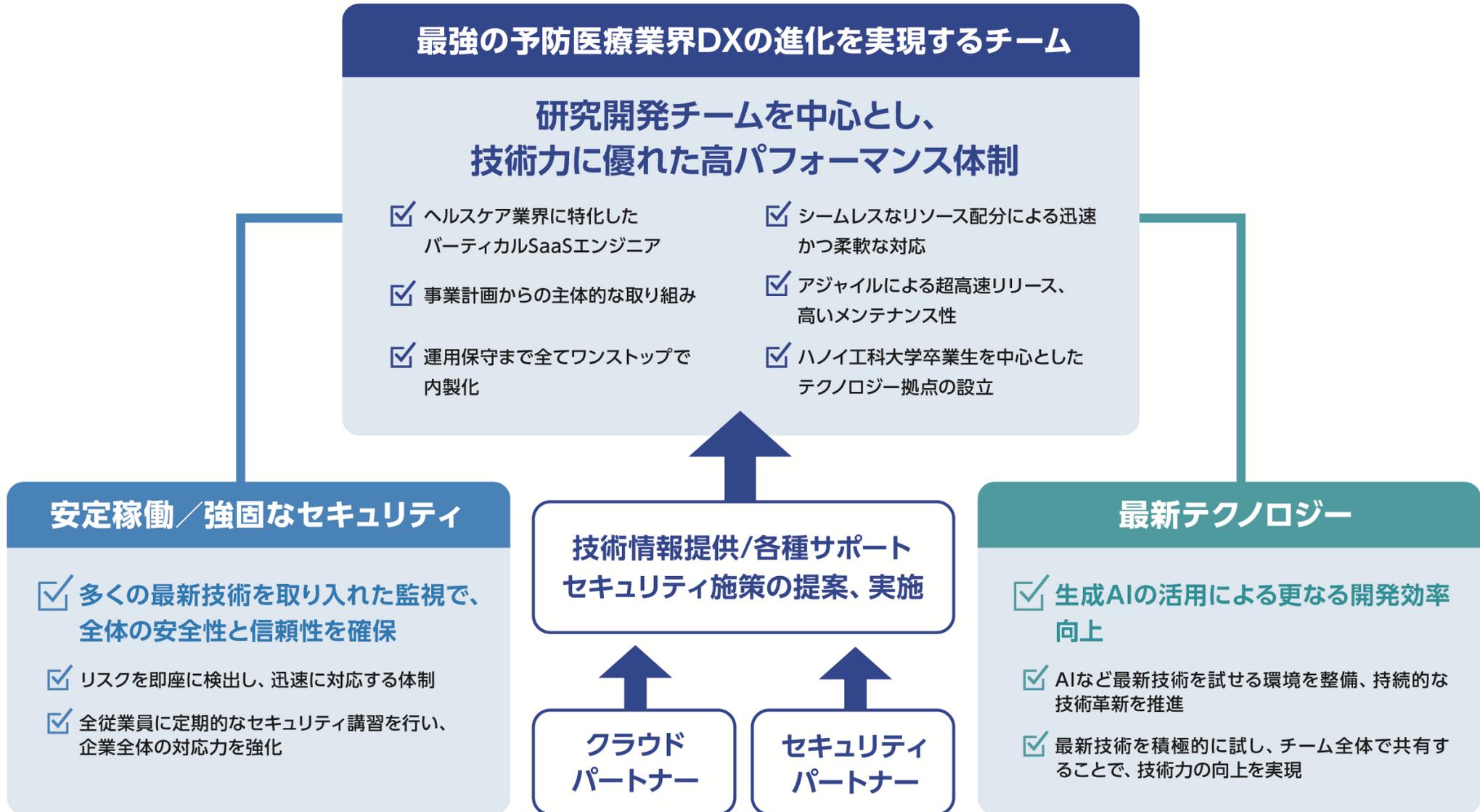
*1 人間ドック予約サイト掲載施設数NO.1 (デスクサーチ及びヒアリング調査/調査対象: 個人向け人間ドック予約サービス検索上位3サイト/調査期間: 2022年11月~12月/調査会社: (株)ドゥ・ハウス)

*2 2024年9月末現在

- 利用者は提供サービスを無料で利用することが可能
- 当社は医療施設/法人/行政より提供サービスの利用料を收受（B2B2Cモデル）

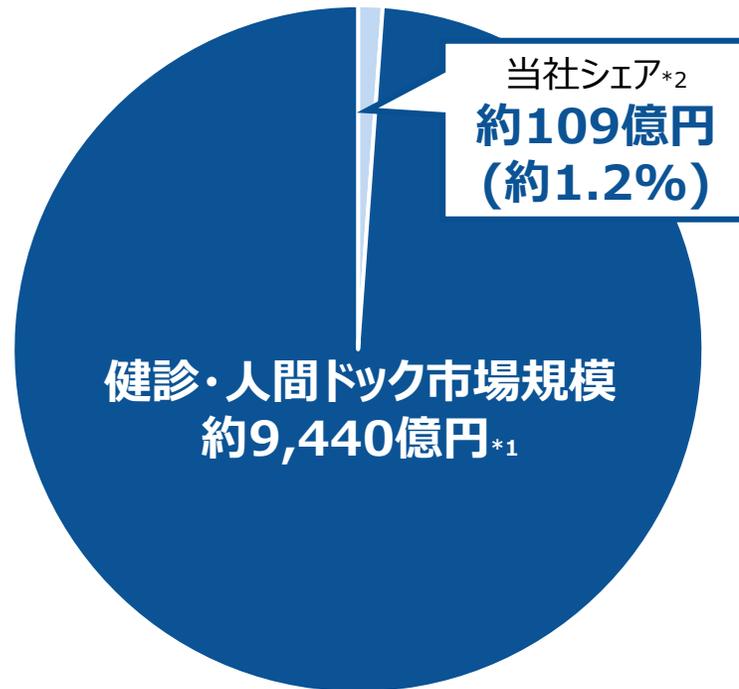






- 健診・人間ドック市場の当社シェアは約1.2%
- 現状の市場はアナログ業務が中心であり、当社サービスによる置き換え余地が大きく存在

健診予約市場規模

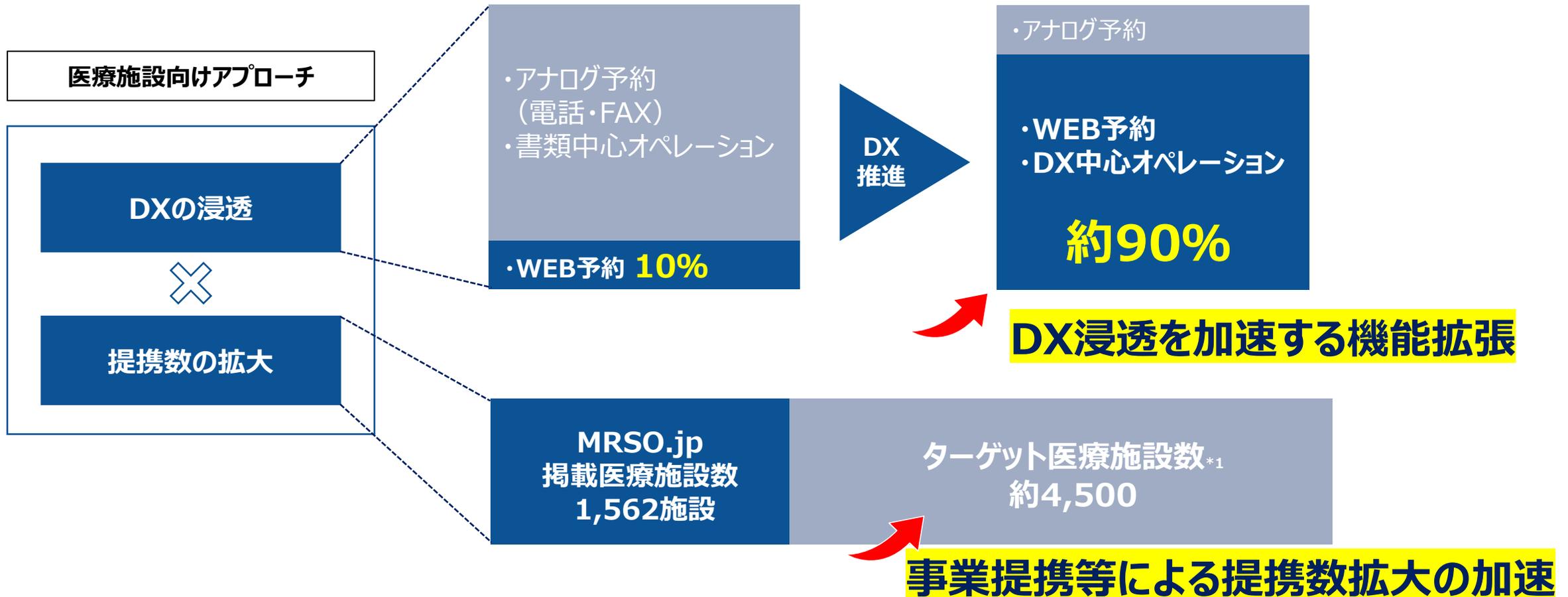


DXの浸透と
提携数の拡大による
広大な成長余地

*1 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」(健診の受診金額ベース、但し地方自治体や健康保険組合からの補助金も含む。特定保健指導に関する費用は含まない)

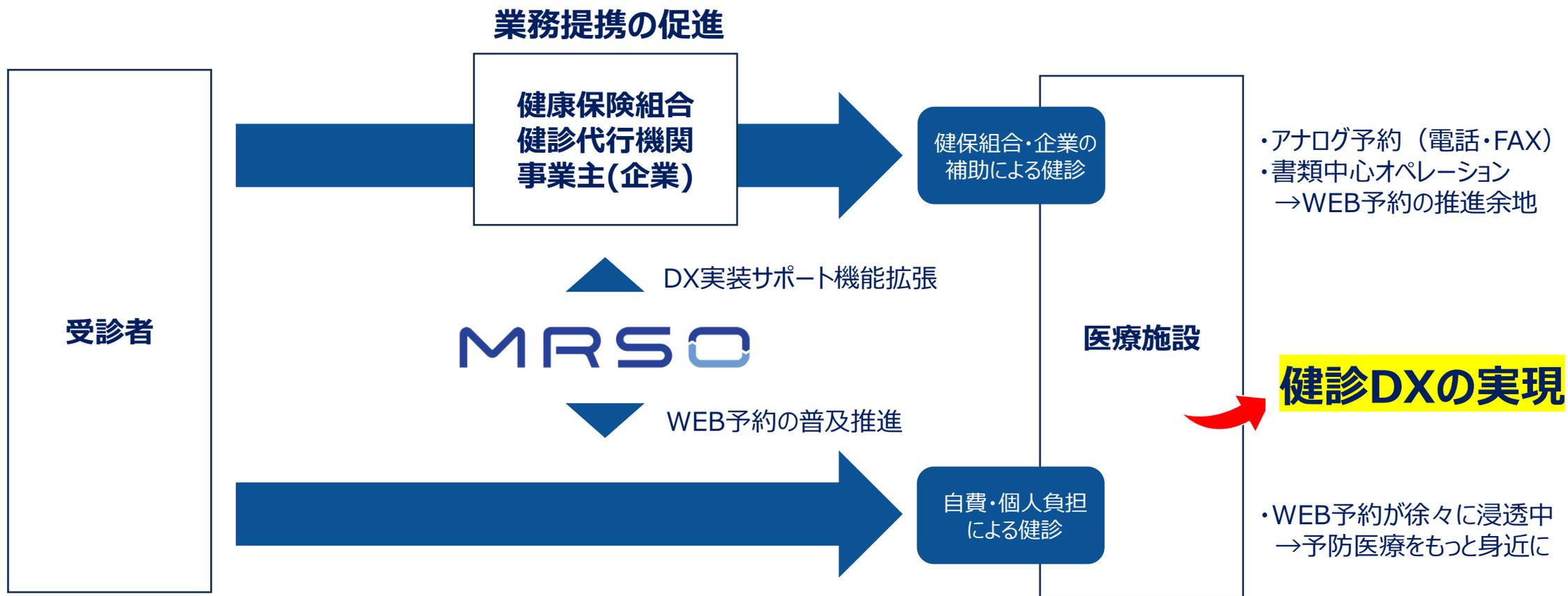
*2 当社シェアは、健診・人間ドック市場規模2023年度(予測)に対する2023年12月期の当社サービスであるMRSO.jp及びMRSを通じた健診・人間ドック予約取扱高(実際の当日受診迄にキャンセルされた分を含む)の合計額の比率

- 医療施設はアナログ業務が中心、DXの推進余地が非常に大きい
- 「DXの浸透」と「提携数の拡大」による成長を実現



*1 ターゲットとなる医療施設数は、人間ドック学会機能評価認定施設、日本脳ドック学会認定施設及び協会けんぽの提携施設等が対象

- MRSO.jpの活用により健康保険組合や事業主のWEB予約を促進
- 健診市場のWEB予約化を通じて医療施設の健診DXを実現



- 健康経営管理市場の当社シェアは約0.2%
- 現状の市場はアナログ業務が中心であり、当社サービスによる置き換え余地が大きく存在

健康経営管理市場規模



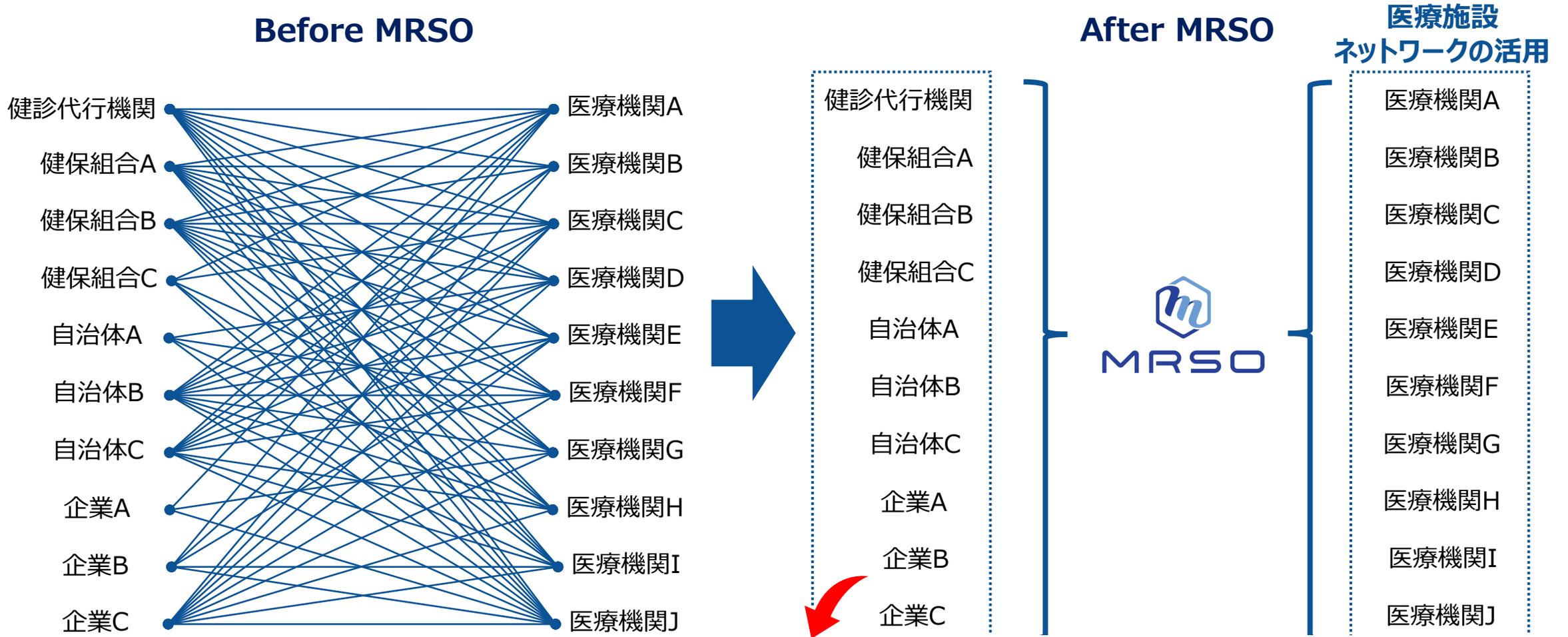
健康経営管理市場規模*1
約3,140億円

全就労者数は約6千万人
当社シェア*2は**約10万人**(約0.2%)

医療施設のDX促進により 健康経営管理市場の DXを実現

*1 健康経営管理市場規模は、2022年の全産業雇用者数（e-Stat 労働力調査基本集計全都道府県）× 健診代行業務単価により当社にて推計
なお、健診代行業務単価については、株式会社富士経済「データヘルス計画・健康経営・PHR関連市場と先進健保動向2021」健康診断予約精算代行サービスの国内市場規模2018年～2020年の実績値を用いて算定
*2 当社シェアは2023年末時点における法人向け健康経営管理サービスの利用人数より算出

- 健康保険組合/健診代行機関/自治体/企業と医療施設間では様々なアナログ業務が存在
- 健康経営共通プラットフォームにより業界全体の生産性向上が可能

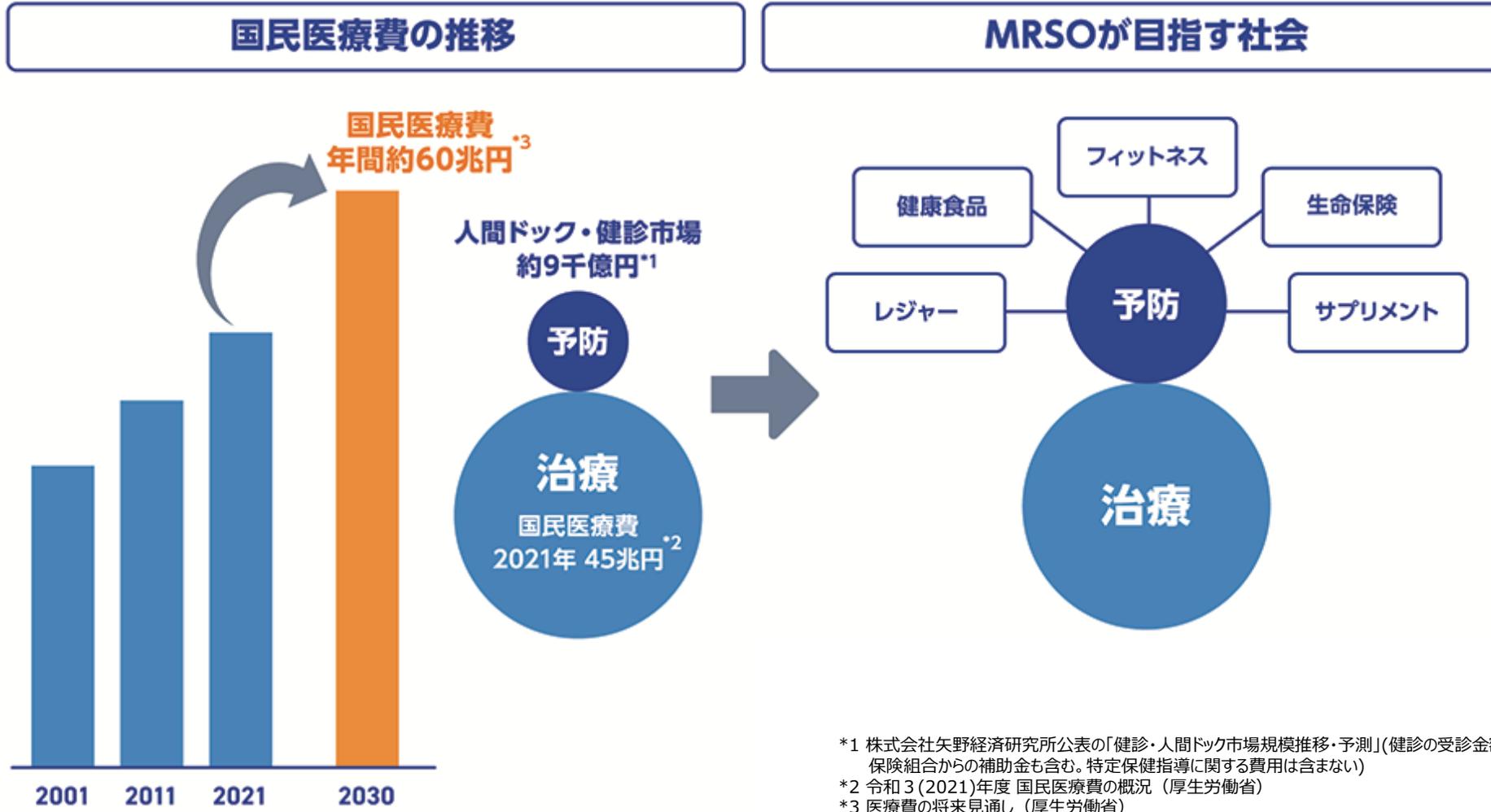


医療施設ネットワークを活用した提携先拡大

中長期における成長のための3つの取り組み



- 国民医療費は継続的に拡大、2030年に年間約60兆円が見込まれている
- 予防医療の拡大と周辺市場との連携により、医療費健全化と「健康寿命 8年延伸」を目指す



*1 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」(健診の受診金額ベース、但し地方自治体や健康保険組合からの補助金も含む。特定保健指導に関する費用は含まない)
 *2 令和3(2021)年度 国民医療費の概況 (厚生労働省)
 *3 医療費の将来見通し (厚生労働省)

会社概要・APPENDIX

| | |
|--------------|--|
| 社名 | マーソ株式会社 [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」及びバーティカルSaaS・各種DX支援サービスの開発・運営等 |
| 従業員数 | 27名（アルバイト3名含む）*1 |

*1 2024年9月末現在



+ 8Y 健康長寿社会の実現

日本人の平均寿命と健康寿命の乖離が約10年生じる中、
 当社は健康寿命の8年延伸（+8Y）を目指し、
 予防医療にアクセスしやすい環境を創ることで
 健康長寿イノベーションを実現してまいります。

現在

～人間ドックをもっと身近に～

予防医療施設向けヘルスケアDX実装カンパニー

受診者のインターネット予約の推進と医療施設のDX



将来

ヘルスケア・データ・プラットフォームを目指す

健診結果データや生活習慣データ等のクラウド管理を行い、予防医療データ活用に貢献する

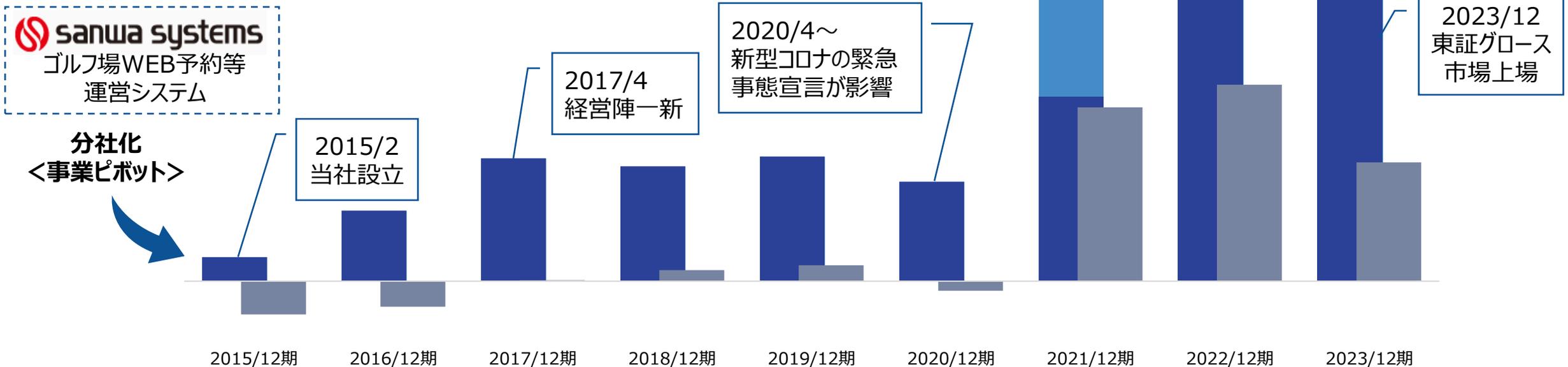
- ゴルフ場経営DXでの実績と経験をベースに、ヘルスケア領域のDXに参入
- 大規模接種等サービスを除き、売上は順調に拡大

MRSO ワクチン ワクチン接種WEB予約システム (2021/1~)

MRS 人間ドック・健診等WEB予約システム (2012/4~)

わたしに合わせた人間ドック予約
MRSO 人間ドック・健診の予約プラットフォーム (2013/1~)

■ HCPFサービス及びDXサービス売上高合計 ■ 大規模接種等サービス売上高
■ 経常利益



| 年 | 月 | 内容 |
|------|----|---|
| 2015 | 2 | 人間ドック・健診予約サイト「MRSO.jp」の開発・運営を目的として、東京都港区にマーソ株式会社を設立。代表取締役社長に山口博道が就任 |
| " | 3 | 三和システム株式会社よりヘルスケア事業を譲受 |
| " | 4 | ジャフコ グループ株式会社より出資受入 |
| " | " | 人間ドック共通ギフト券「マーソギフト券」を発売開始 |
| 2016 | 3 | ISMS (ISO27001) 及びQMS (ISO9001) の認証取得 |
| 2017 | 1 | プライバシーマーク (Pマーク) 認証取得 |
| " | 3 | 健康保険組合・企業向けWEB予約管理サービス「Health Plus」の提供を開始 |
| " | " | 代表取締役社長に西野恒五郎が就任 |
| " | 4 | Aflac Ventures LLCより出資受入 |
| " | 5 | クラウド型予約管理システム「MRSO-Plus」の納入を開始 |
| 2018 | 2 | 森トラスト株式会社と両社保有資産を活用したサービス提供に関する資本業務提携を実施 |
| 2020 | 3 | 住友生命保険相互会社と業務提携 |
| 2021 | 1 | 新型コロナウイルス等のワクチン接種に関するWEB予約サービス「MRSOワクチン」の提供を開始 |
| " | " | 株式会社日本旅行とMRSOワクチン等の行政DXサービスの提供に関する業務提携を実施 |
| " | 6 | 株式会社 J T B とMRSOワクチン等の行政DXサービスの提供に関する業務提携を実施 |
| 2022 | 7 | 行政WEB予約サービス「MRSOご予約」の提供開始 |
| 2023 | 10 | 株式会社イーウェルと両社保有資産を活用したサービス提供に関する業務提携を実施 |
| " | 11 | 株式会社SHIFTと健康経営に対するサービス提供に関する業務提携を実施 |
| " | 12 | 東京証券取引所グロース市場へ新規上場 |
| 2024 | 3 | 株主優待制度を新設 |
| " | 6 | ベトナムのハノイに開発拠点として子会社「MRSO ASIA」設立を決定 |
| " | 9 | 公的個人認証サービスのプラットフォーム事業者として認定 |

| 決算年月 | | 2020年12月 | 2021年12月 | 2022年12月 | 2023年12月 | 2024年3Q |
|------------------------|----|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------|
| 売上高 | 千円 | 508,597 | 1,739,413 | 2,251,424 | 1,809,413 | 976,295 |
| 経常利益 | 千円 | ▲48,214 | 881,751 | 996,898 | 601,641 | 127,318 |
| 当期（四半期）純利益 | 千円 | ▲49,175 | 650,881 | 653,826 | 387,550 | 87,790 |
| 資本金 | 千円 | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 122,351 |
| 発行済株式総数*1 | | | | | | |
| うち普通株式 | 株 | 3,156,250 | 3,156,250 | 3,156,250 | 3,531,250 | 3,552,750 |
| うちA種優先株式 | 株 | 750,000 | 750,000 | 375,000 | — | — |
| 純資産額 | 千円 | 391,982 | 1,042,864 | 1,336,691 | 1,880,181 | 2,012,559 |
| 総資産額 | 千円 | 495,264 | 1,698,184 | 2,080,696 | 2,253,188 | 2,228,702 |
| 1株当たり純資産額*2 | 円 | 23.55 | 190.17 | 343.35 | 532.44 | 566.49 |
| 1株当たり当期純利益又は1株当たり当期純損失 | 円 | ▲12.59 | 166.63 | 167.59 | 112.06 | 24.72 |
| 自己資本比率 | % | 79.1 | 61.4 | 64.2 | 83.4 | 90.3 |
| 自己資本利益率*3 | % | — | 90.7 | 55.0 | 24.1 | 6.0 |
| 営業キャッシュフロー | 千円 | — | 1,111,487 | 696,308 | 48,280 | — |
| 投資キャッシュフロー | 千円 | — | ▲12,950 | ▲1,434 | ▲8,306 | — |
| 財務キャッシュフロー | 千円 | — | ▲7,992 | ▲367,992 | 144,356 | — |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 千円 | — | 1,416,016 | 1,742,897 | 1,927,227 | — |
| 従業員数（アルバイト等の臨時雇用者除く） | 名 | 19 | 20 | 20 | 21 | 24 |

*1 当社は、2023年8月14日開催の取締役会決議により、2023年9月10日付で、定款の定めに基づき、A種優先株式375,000株を自己株式として取得し、対価として当該A種優先株主に普通株式375,000株を交付しております。また、同日付けにて取得したA種優先株式の全てを消却しております。

*2 1株当たり純資産額については、2022年12月期迄は優先株式を発行していたため払込金額等を控除して算定しております。

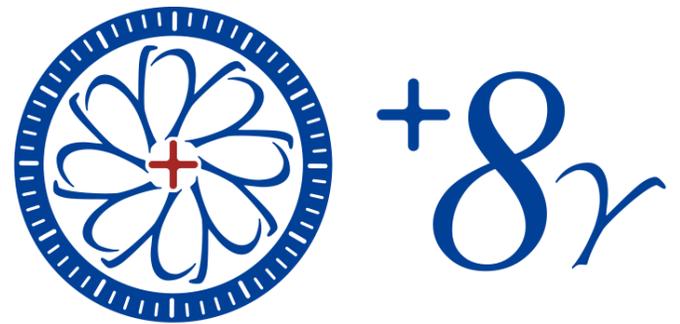
*3 2020年12月期の自己資本利益率については、当期純損失を計上しているため記載しておりません。

*4 2020/12期については、監査法人による監査は受けておりません。また2024年3Qについては監査法人のレビューを受けておりません。

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。



Extend the Healthy Life Years