



株式会社ロゼッタ

2021年2月期 第3四半期
業績説明資料
(2020年3月～2020年11月)

株式会社ロゼッタ (東証マザーズ : 6182)



2021年1月14日

(2021年5月10日一部訂正)

前年比増収減益

(売上102.9%、営業利益64.6%、経常利益57.1%)

MT事業は、前年比で、

セグメント別売上	139.1%
セグメント別利益	140.0%
受注高（既存客継続含む）	118.2%
受注高（新規受注分のみ）	68.2%

MT事業は高収益(キャッシュカウ)化して
成長戦略はコロナ対応の新サービスに注力

2021年2月期第3四半期 連結損益計算書

(単位：百万円)

	2020年2月期 第3四半期	2021年2月期 第3四半期	前年比
売上高	2,933	3,019	102.9%
売上原価	1,016	991	97.5%
売上総利益	1,916	2,027	105.8%
販売費及び一般管理費	1,510	1,765	116.9%
営業利益	405	261	64.6%
経常利益	403	230	57.1%
当期純利益	236	136	57.7%

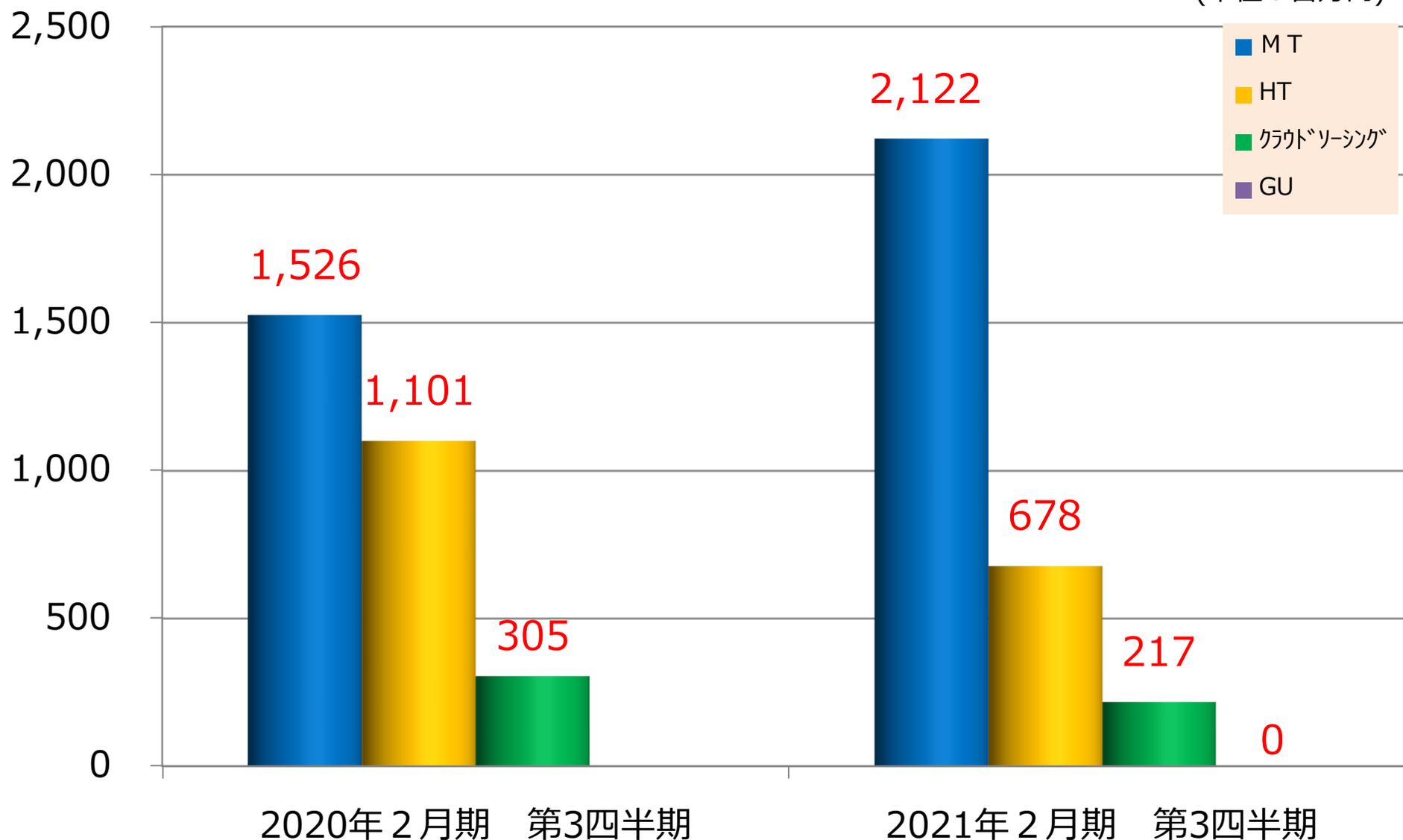
2021年2月期第3四半期 販管費 前年同期比較

(単位：百万円)

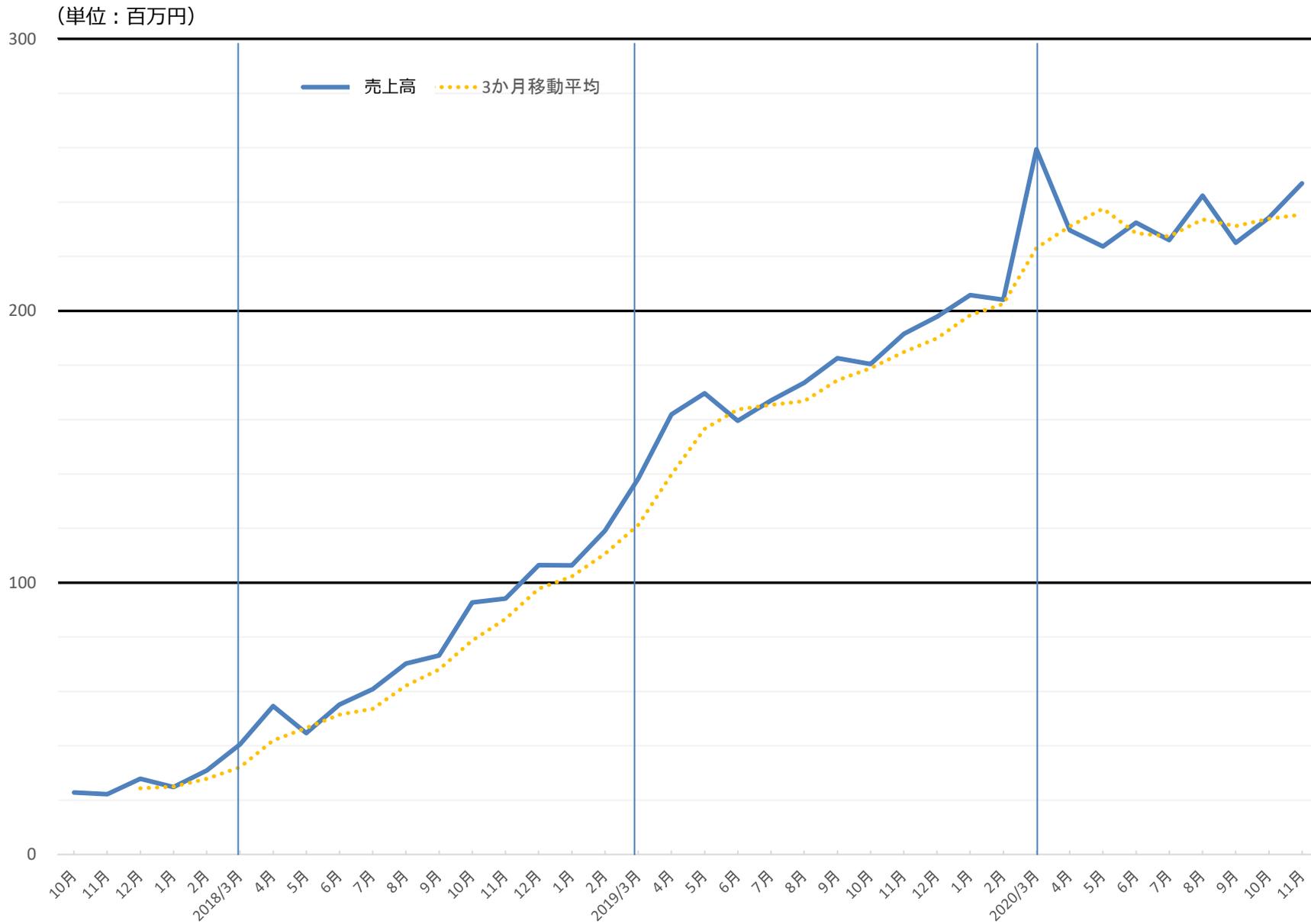
	2020年2月期 第3四半期	2021年2月期 第3四半期	前年差	前年比
販売費及び 一般管理費	1,510	<u>1,765</u>	<u>+254</u>	<u>116.9%</u>
人件費	831	990	+159	119.2%
広告費	154	177	+23	115.4%
支払手数料	70	89	+18	126.4%
販売手数料	132	127	▲4	96.5%
ネットワーク費	53	92	+38	172.0%
その他	268	<u>287</u>	<u>+19</u>	<u>107.1%</u>

セグメント別売上高 前年同期比較

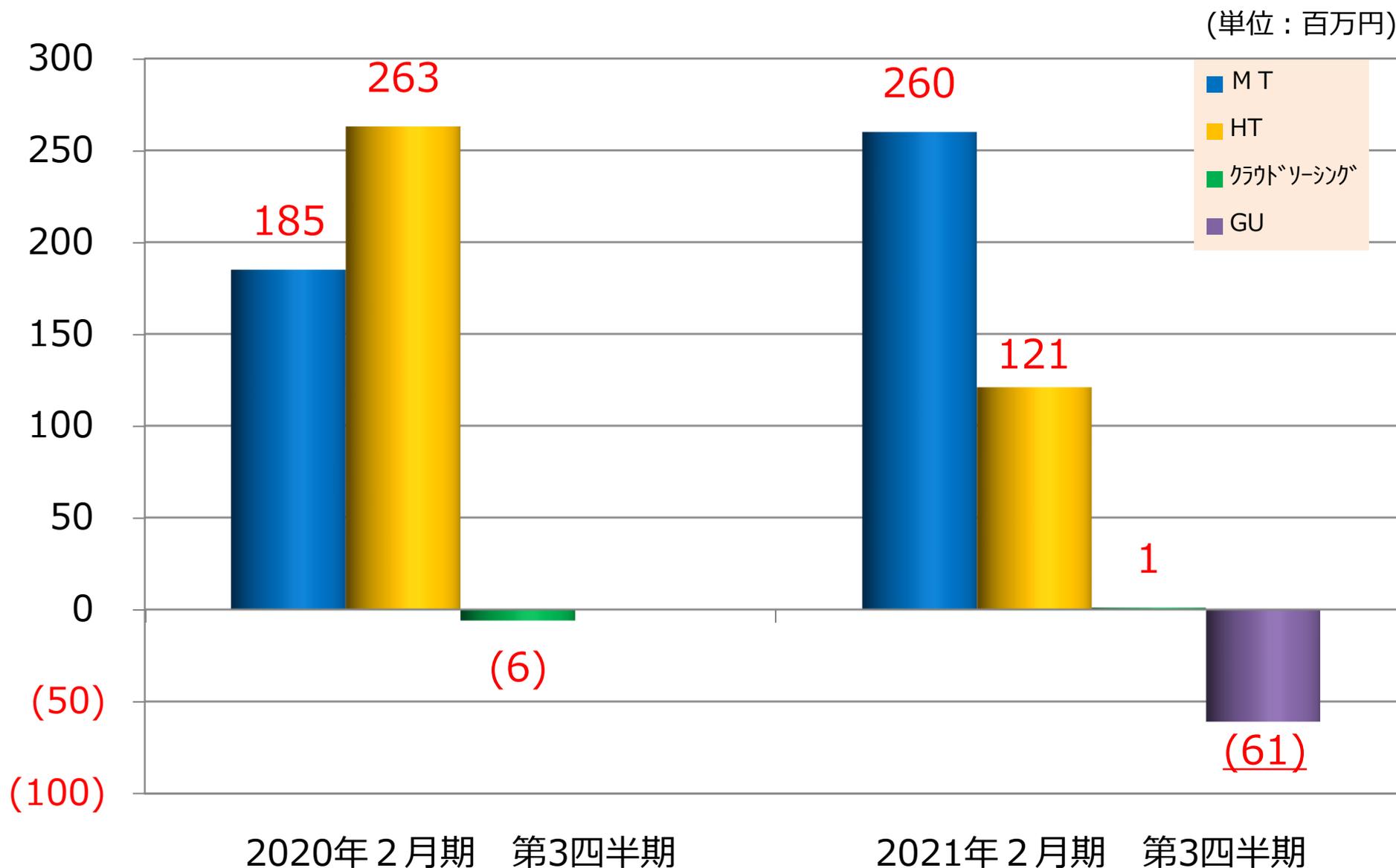
(単位：百万円)



MT事業 売上高推移

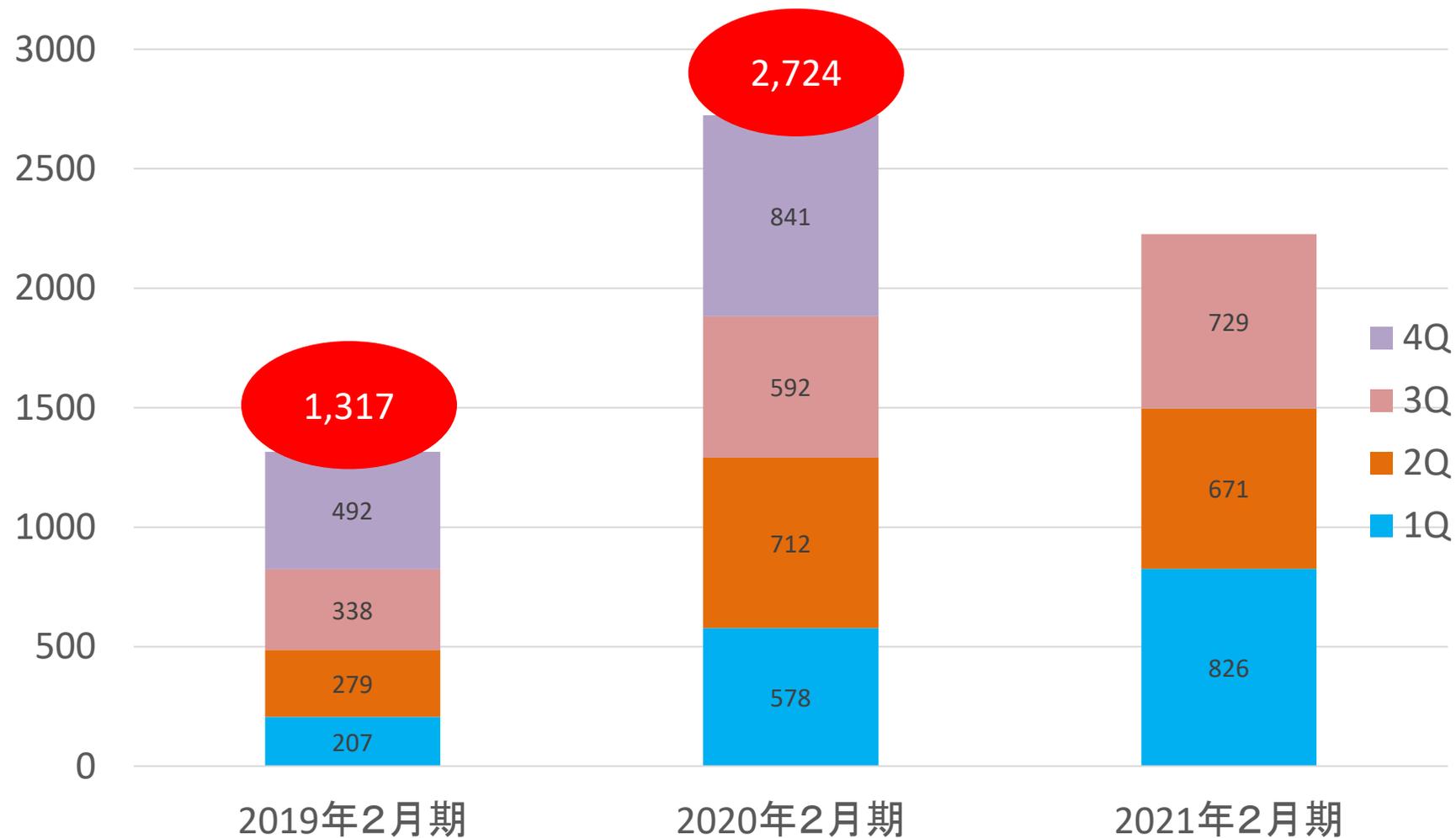


セグメント別営業利益 前年同期比較



MT事業 受注高推移

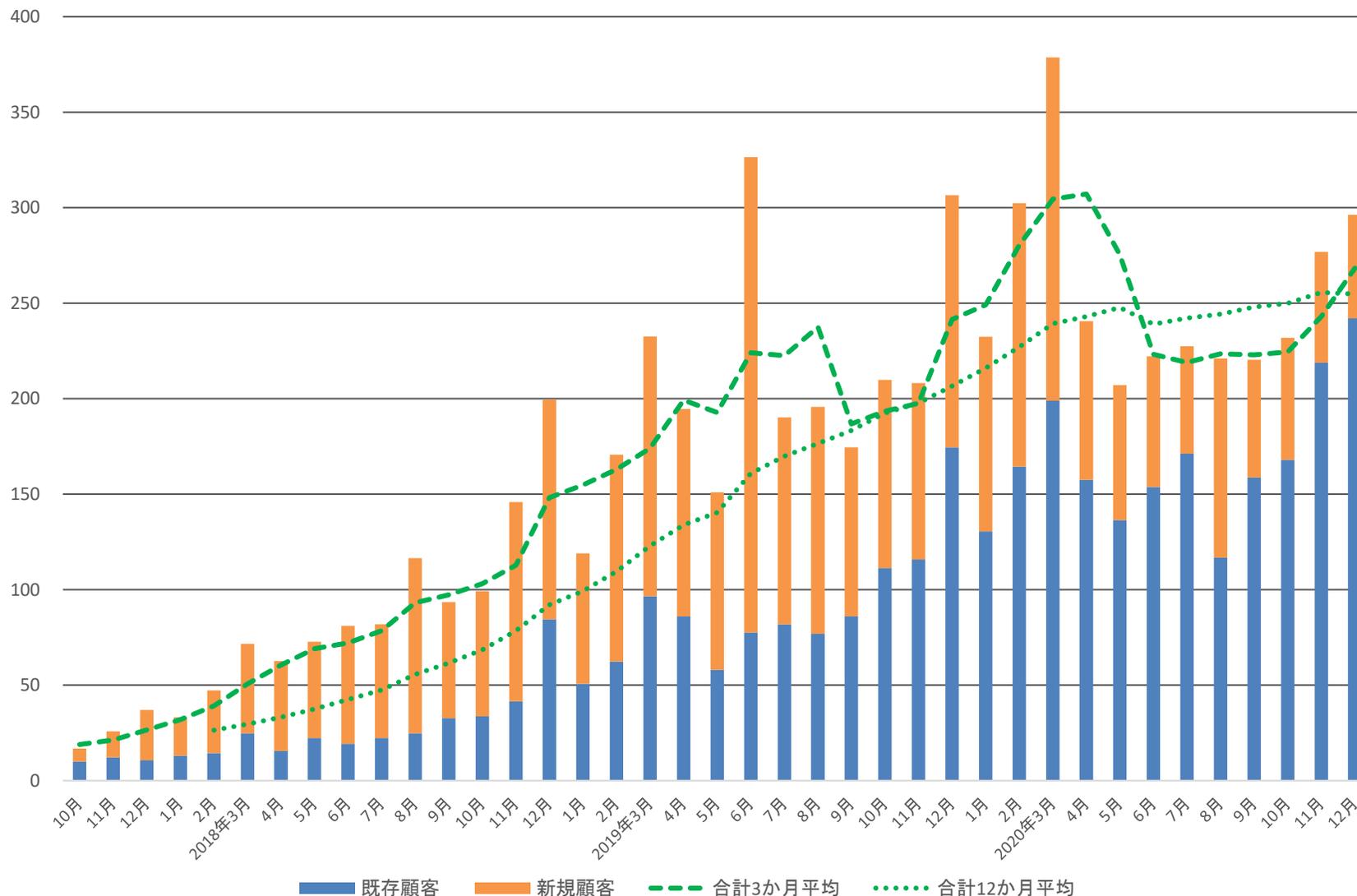
(単位：百万円)



- ・ 受注ベースでの売上推移（財務諸表上の売上ではない）。
- ・ SaaS受注売上は、初期費用と年間利用料のみに限定。
（リライト・DTP等のオプション売上、リソースデータ販売等の売上を除く）
- ・ 外部への販売数値のみ（グループ内部取引による売上を除く）。

MT事業 受注高推移 (詳細)

(単位：百万円)



受注は、既存顧客も新規顧客も原則年間契約であり、受注高とはその契約額のこと。
 受注高の大半を占める利用料は契約期間中に月次均等で売上に転嫁されるので、売上高は受注高の12か月移動平均に近い線となる。
 (が、初期費用は即時計上され、利用料も期間満了前に前倒しで継続になる場合があり、また一部、完全従量制や長期間契約もあるので、全く同一にはならない)

- ◆ 11月、12月で、ようやく受注高が3億近くまで回復。
11月：277、12月：296（百万）
- ◆ ただし、再度1月7日に発令された緊急事態宣言の影響は予測不能。



株式会社ロゼッタ

当社グループの取り組み

コロナで必要とされる
2つの新サービスへの注力

・ **テレワークAI通訳 (+議事録)**

・ **VR海外旅行 (+インバウンド)**

ZOOMをベースに「AI通訳/議事録」を追加したツール



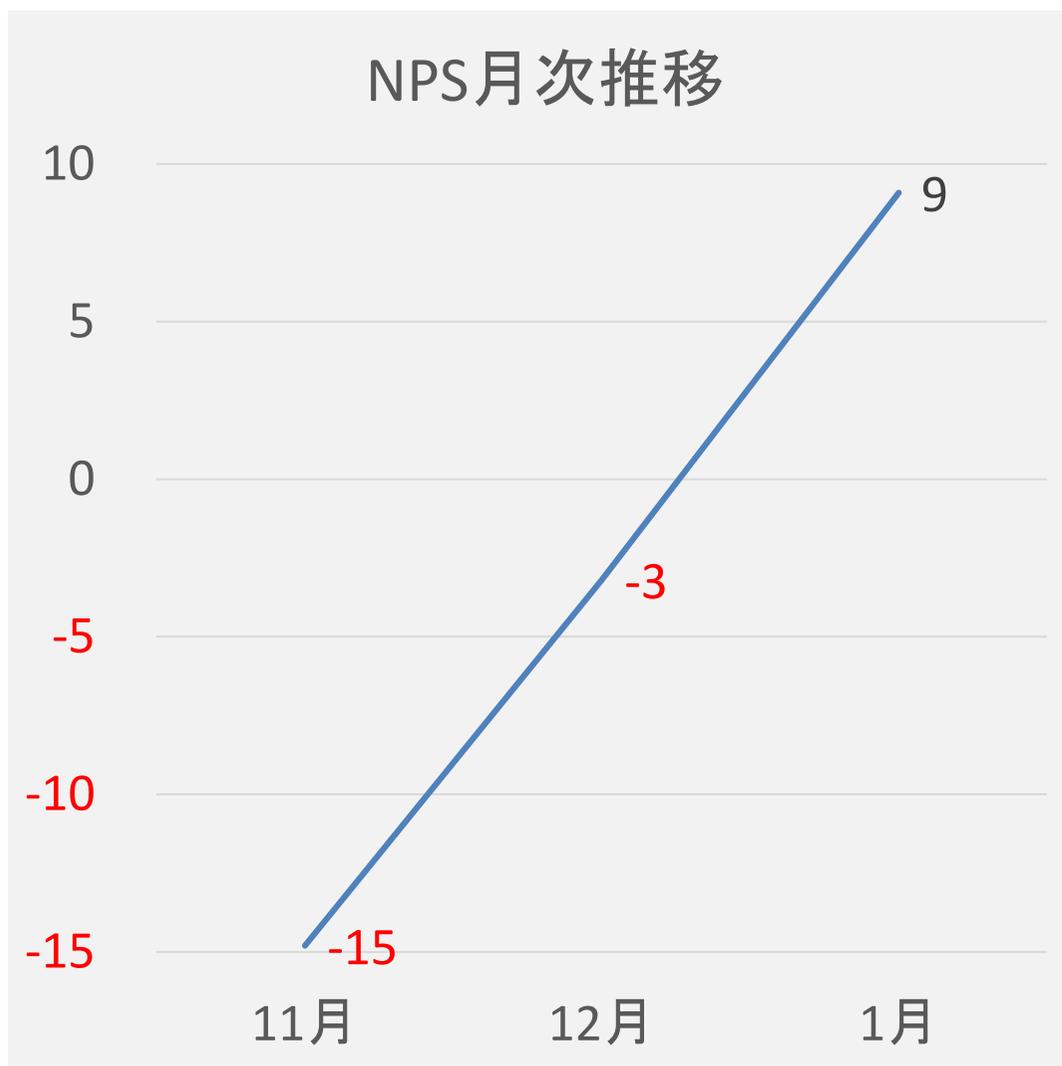
VR海外旅行（サンプル）



CM https://www.youtube.com/watch?v=9UsfCMYAILw&ab_channel=TravelDX

プロモーションビデオ <https://www.traveldx.jp/>

VR海外旅行（NPS推移）



NPS (Net Promoter Score)とは:

ユーザー体験(UX)や顧客ロイヤリティを表す世界標準の指標。

日本の各業界のトップランクでもマイナスになる厳しいスコア算出法。(例: 動画配信サービス部門のトップは「Netflix」で「-4.4」。同業界平均は「-24.6」)

(参考) NPS 業界別ランキング&アワード(NTTコムオンライン)

<https://www.nttcoms.com/service/nps/report/>

VR海外旅行については、PMF(プロダクトと市場の適合性)を測る指標としてNPSの「0」をサービス開始基準、「+10」を目標として設定している。

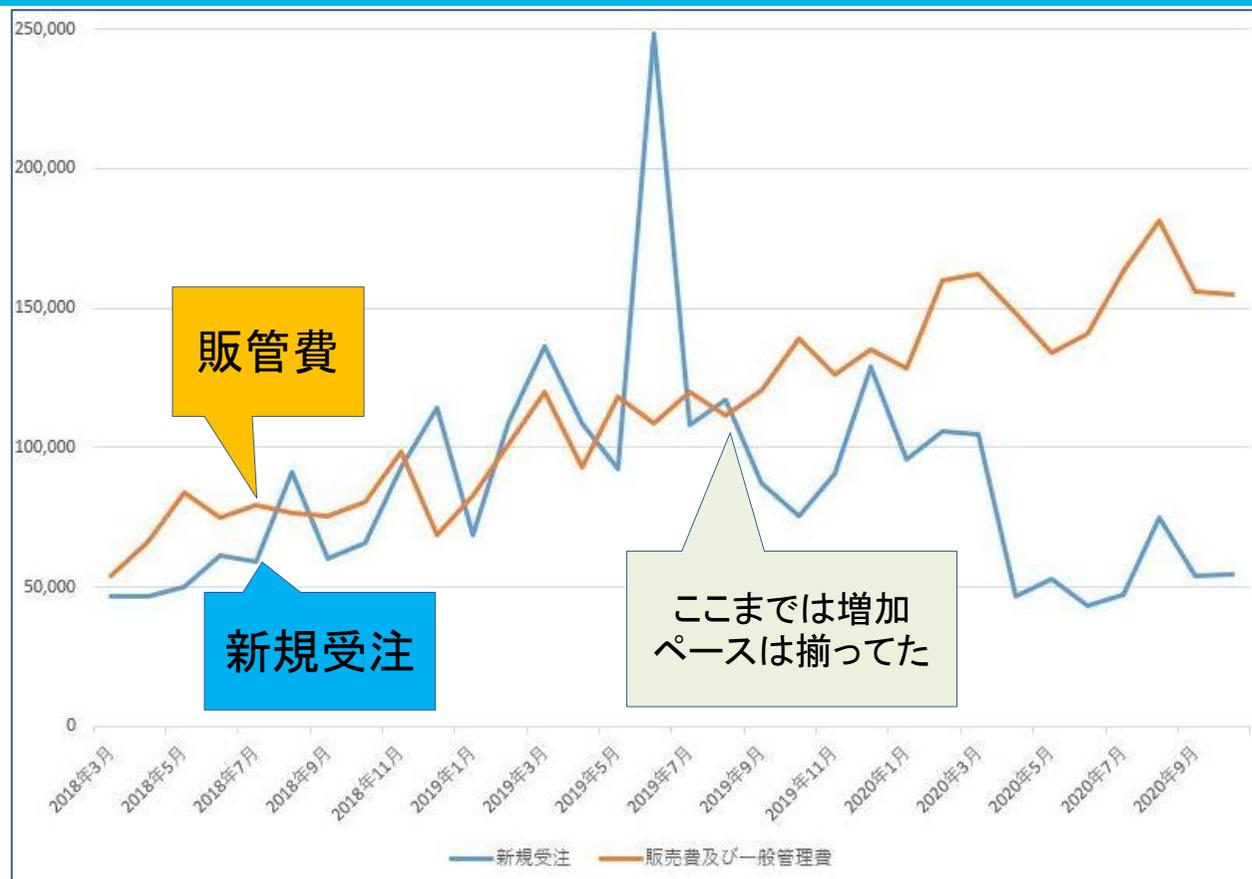
昨年11月下旬にテストを開始し、当初はNPSが低かったが、映像画質(4K→8K)、接続安定性、音声不良、UI、VR酔い等、数々の難題を解決しながら品質改善を繰り返し、現在ようやく目標まで向上。

今後、さらにモニターの母数を増やして高スコアが維持できれば、勝負の時とみて、思いきった販促費用をかけて本格的な販売を開始する。

T-4PO関連の状況

- ◆ **建設業（T-4PO Construction(e-Sense)）：**
 - ・ スーパーゼネコン含めた国内外現場に展開中
 - ・ メジャーアップデート版を公開済み、他業界へも展開加速
 - ・ 他システム連携/音声認識/会話分析で付加価値アップ
- ◆ **医療機関（T-4PO Medicare）：**
 - ・ 聖路加国際病院にて実証研究を実施中
 - ・ 国際病院を主に他の医療機関にも展開開始
 - ・ 医薬品メガ卸（アルフレッサ、メディセオ）を通じ展開開始
- ◆ **リモート（T-4PO Remote/オンヤク）：**
 - ・ スマートグラス「NrealLight」用アプリをKDDI直営店展示
 - ・ オンヤクモバイル（iOS版/Android版）を展開開始
 - ・ その他のxRデバイスにも展開予定

MT事業のキャッシュカウ化



MT事業は2017年冬以降、年率3~4倍で急成長した。費用もその急成長にあわせて急増させた。2019年後半からコロナ期にかけて成長率が鈍ったが、コロナ収束後の急成長復活を期待して費用は落とさずにいた。今後はMT事業を数倍ではなく二桁%成長を前提に月間1億まで膨らんだ過剰費用のうち4000万を縮小してキャッシュカウ化し、急成長戦略としては「コロナで必要とされる2つの新サービス」に注力する。



株式会社ロゼッタ

2021年2月期 業績予想

2021年2月期連結業績予想

■ 2021年2月期連結業績予想：売上高 3,910百万円、営業利益 450百万円

ただし、Travel DX事業の開始後、当事業がPMF（プロダクト・マーケット・フィット：提供するプロダクト/サービスがターゲットとなるユーザーの課題を解決する最適手段として市場に受け入れられている状態）に達し、勝負の時が来たと判断した場合は、先行投資を集中投下するので、増加費用の分だけは利益が減額になる可能性を留保します。その場合には、速やかに当事業のPMF達成を示唆する具体的な指標を提示のうえお知らせいたします。

ご留意事項

- 本資料は、株式会社ロゼッタの業界動向及び事業内容について、株式会社ロゼッタによる現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。
- これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。
- 株式会社ロゼッタの実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。
- 本資料における将来展望に関する表明は、2021年1月14日現在において利用可能な情報に基づいて株式会社ロゼッタによりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません。

本資料のお問合せ先
株式会社ロゼッタ
グループ管理本部

メールでのお問合せ：ir@rozetta.jp