



2025年2月期 第3四半期

決算説明資料

株式会社メタリアル（証券コード：6182）

2025年1月14日

2025年2月期 第3四半期エグゼクティブ・サマリー

連結業績

- 3Q累計：売上31.1億円（前年同期比-2.1%）、営業利益3.0億円（前年同期比-47.9%）
- 今期見込：売上43.0億円（前年比+2.9%）、営業利益3.1億円（前年比-58.5%）
- 来期予想：売上67.0億円（前年比+55.8%）、営業利益5.0億円（前年比+61.3%）

AI事業業績
(FY2025)

- 3Q累計：売上24.1億円（前年同期比+3.8%）、営業利益5.6億円（前年同期比-22.6%）
- 生成AIは急成長。売上0.2億⇒4.7億円（今期見込 前年比23倍）も旧MT事業（翻訳AI）で予期せぬ減収
- 四季報AI Ver2リリース。東洋経済との合同カンファレンス開催。ラクヤクSaaS予約販売が好調

ロゼッタ（旧MT事業）
業績低迷の原因分析

- 権限委譲の失敗：ロゼッタにおけるグレイナー企業成長モデルの第3段階「委譲」に失敗
- 組織文化の消滅：高成長時代にあった明確な事業戦略と組織能力の強みが委譲後、消滅していた
- 経営体制の刷新と事業の一体化によりV字回復、旧MTと生成AIの一体化、業種分野特化のVertical（垂直）統合型AIエージェントにより更なる成長

経営体制の刷新
と事業の一体化

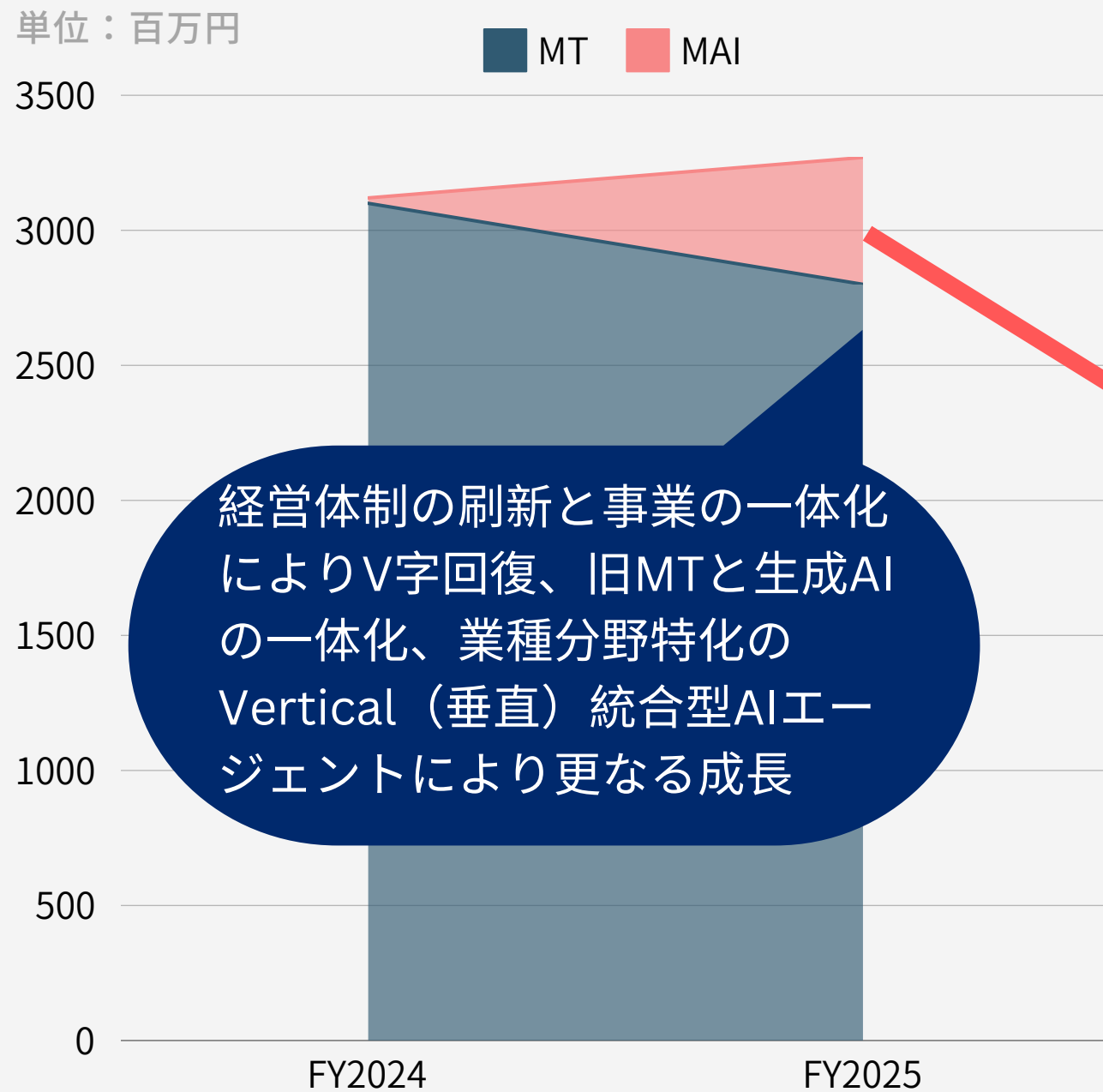
- 本社の直接経営によるロゼッタの立て直し：創業者（五石）の復帰と本社精鋭がロゼッタ経営陣として参画
- 本社機能の刷新：CFO（財務）、CSO（戦略）等の執行役員刷新を始め、マーケティング、M&A、IR、営業、事業執行、後方支援等、外部から優秀な経営陣・専門家を迎え、本社に精鋭チームを構築
- 事業の一体化：旧MT事業（T-400）と生成AI事業（Metareal AI）の一体化

成長戦略

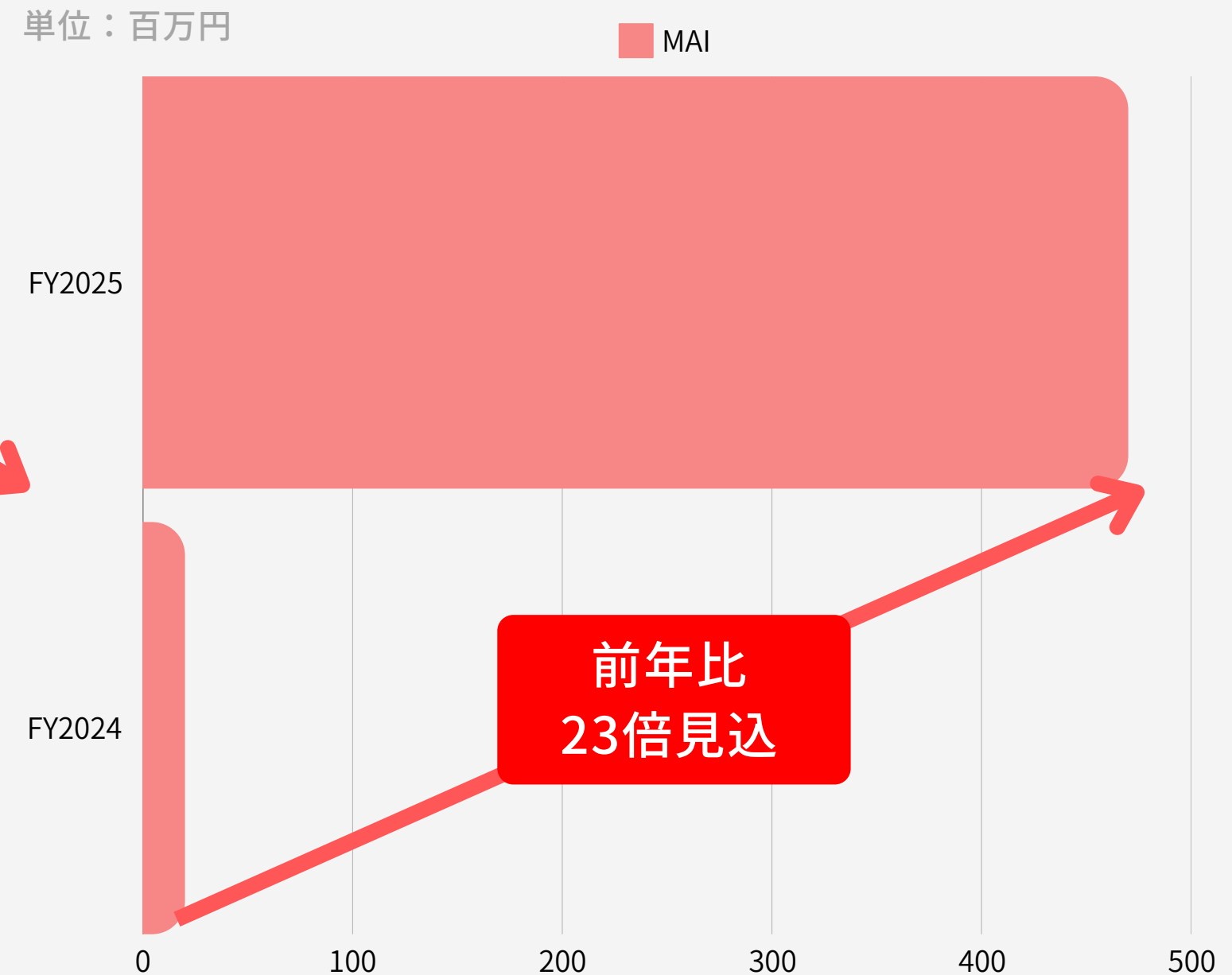
- 来々期売上目標は100億円
- 従来の専門分野別SaaSから業種分野特化のVertical（垂直）統合型AIエージェントへ
- M&A戦略：AIとMVを活用することで成長できる専門分野の技能と顧客基盤を持つ会社を子会社化。業種特化の垂直統合型AIエージェントを孵化させるまでの実験場にしてPMF達成後にプロダクトとしてリリース

生成AIの急成長と翻訳AIのV字復活

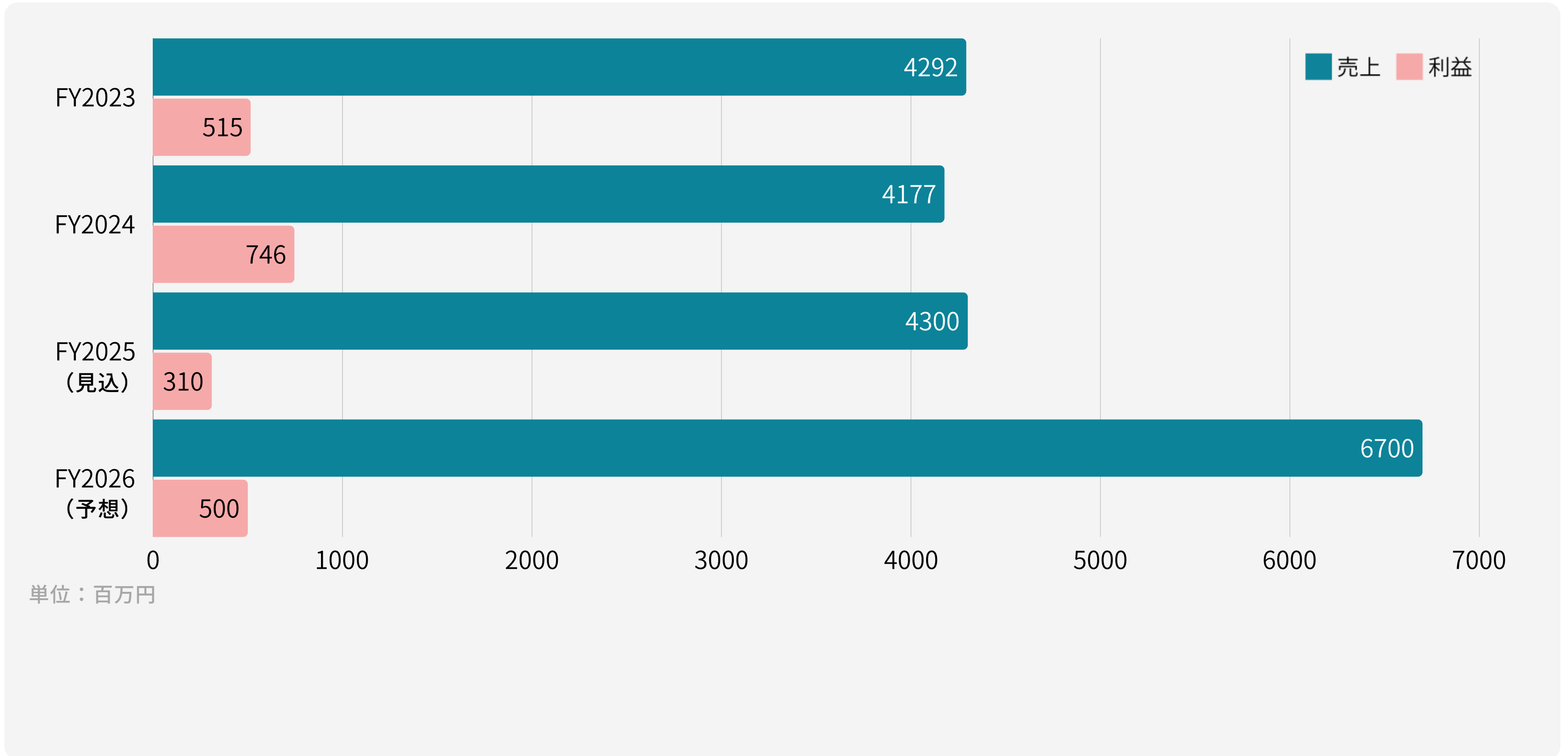
AI事業全体の売上推移 (FY2024-FY2025)



生成AI事業の売上推移 0.2億円→4.7億円（見込） (FY2024-FY2025)



来期業績予想



※FY: Fiscal Year (会計年度) *FY2025とは2025年2月期を指す

来期業績予想の根拠

Q 売上が67億円に増える根拠は？

A 今期見込が約43億、STUDIO55で10億増、M&Aで10億増、事業成長4億増で、合計67億。
目標は事業成長が7億増で合計70億。
詳細は37頁参照

Q 営業利益が500M（百万）に増える根拠は？

A 今期は特殊事情として、売上急増を目論んでマーケティング費用を急増させたが、結局売上はあまり増えず費用だけが大幅に増え、結果営業利益が大幅減となった。
今期増加したマーケティング費用のうち、効果のないものをすべて削減し前期水準に戻して前期の状態に戻すだけで746Mになる。これが目標。
業績予想は保守的に前期より246M減らして前々期水準の500M（前々期515M）で発表。
セグメント除外費用については66頁参照

目次

1. グループ経営体制の刷新

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

3. 2025年2月期 第3四半期業績

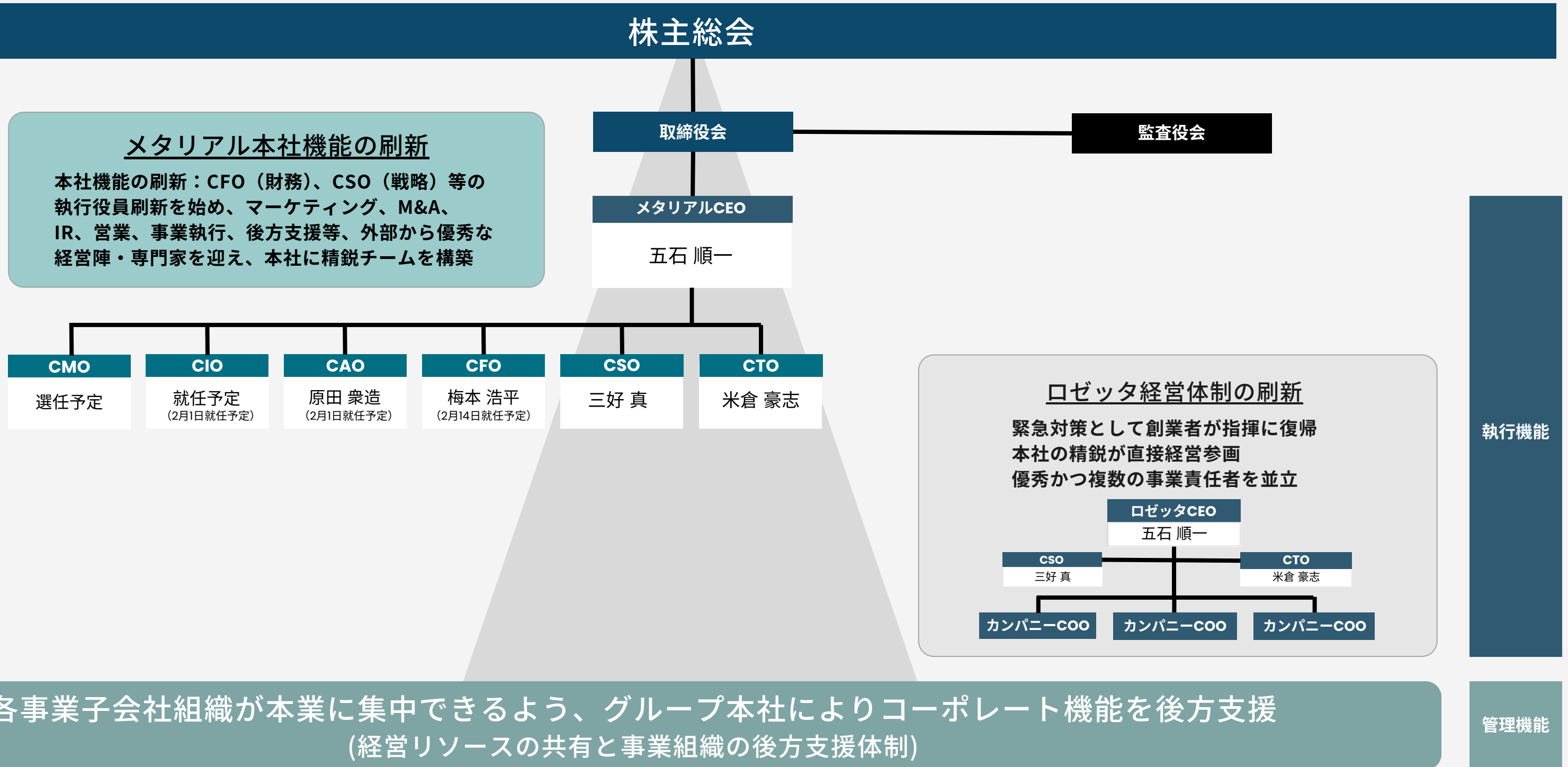
4. 成長戦略

5. 業績予想

1. グループ経営体制の刷新

経営体制の根本的な刷新（メタリアル本社機能/ロゼッタ経営体制）

メタリアルグループ組織図



※CMO：Chief Marketing Officer（最高マーケティング責任者）、CSO：Chief Strategy Officer（最高戦略責任者）CAO：Chief Accounting Officer（最高会計責任者）、CIO：Chief Investment & Investors Officer（最高M&A/IR責任者）

1. グループ経営体制の刷新

ロゼッタ経営体制の刷新

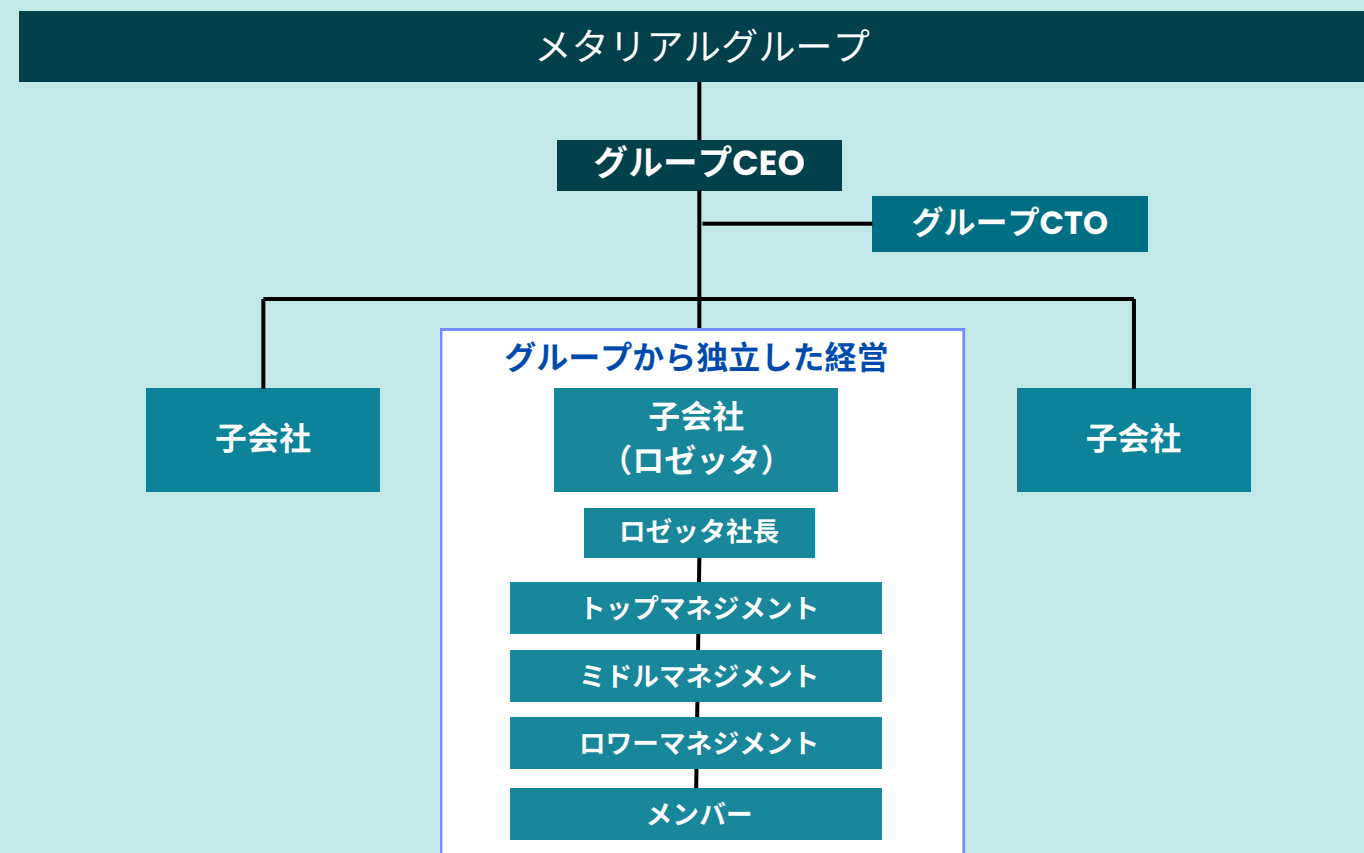
ロゼッタの強みの消滅と復元

ロゼッタにおけるグレイナー企業成長モデルの第3段階「委譲」に失敗したことを認識。高成長時代にあった明確な事業戦略と組織能力の強み（スピード、情熱、方向、人事制度等）が委譲後に消滅していたので、改めて明文化して徹底する

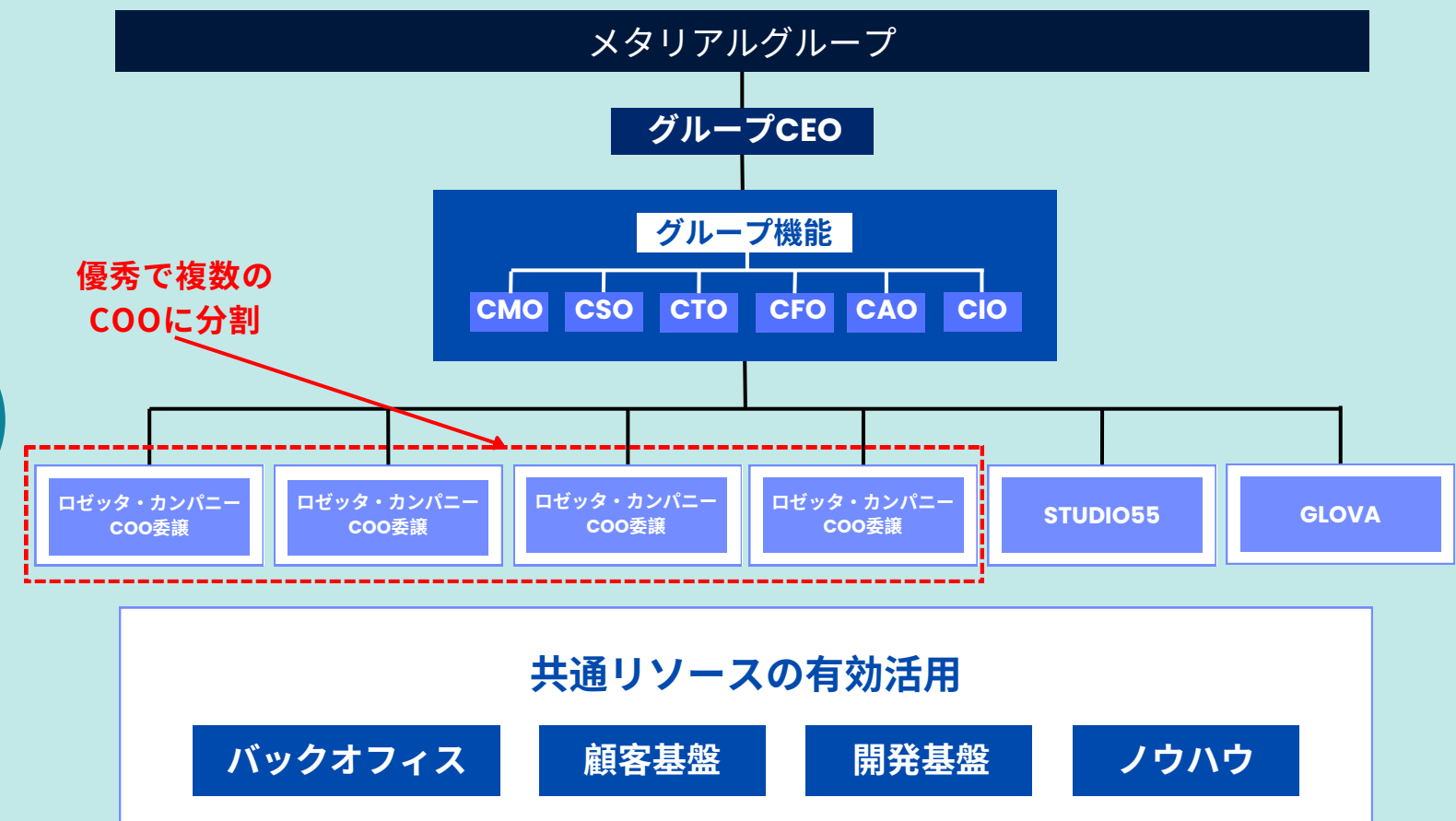
メタリアルとの経営一体化とロゼッタCOOの分割

本社機能の刷新：CFO（財務）、CSO（戦略）等の執行役員刷新を始め、マーケティング、M&A、IR、営業、事業執行、後方支援等、外部から優秀な経営陣を迎え、本社に精鋭チームを構築。グループ経営陣がロゼッタの経営に直接関与、同時に優秀で複数のCOOへ権限委譲を行う体制へ

Before



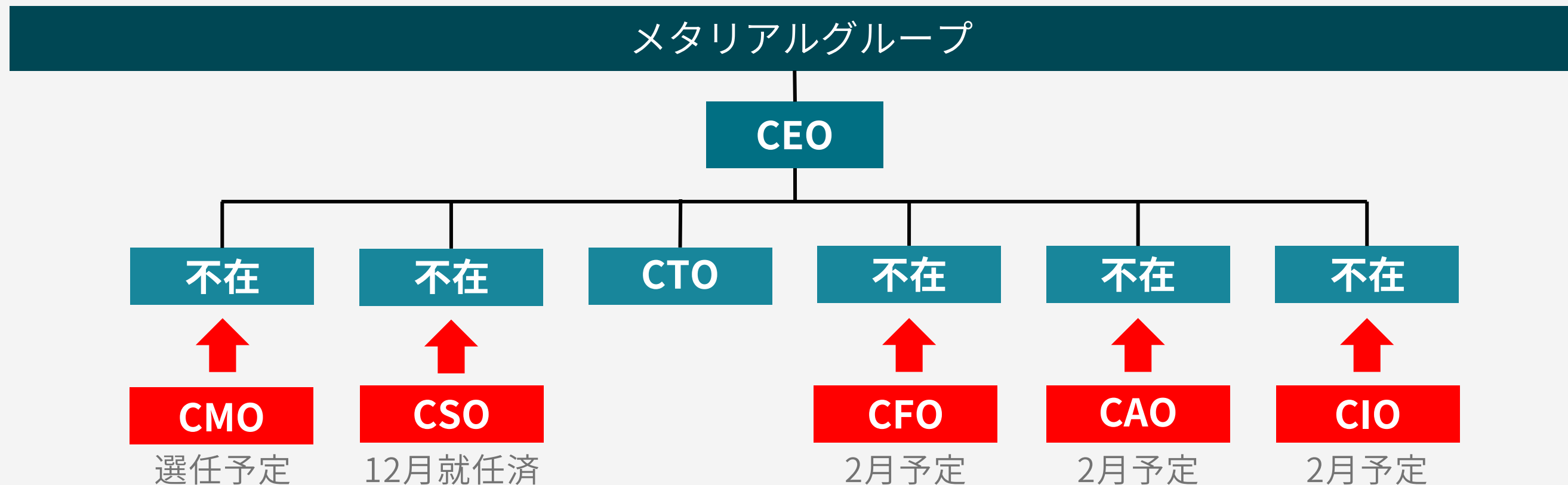
After



メタリアル本社機能の刷新

本社機能の刷新

本社機能の刷新：CFO（財務）、CSO（戦略）等の執行役員刷新を始め、マーケティング、M&A、IR、営業、事業執行、後方支援等、外部から優秀な経営陣・専門家を迎え、本社に精鋭チームを構築



本社機能の脆弱さによる子会社の管理・ハンドリング・後方支援不足の解消

※CMO：Chief Marketing Officer（最高マーケティング責任者）、CSO：Chief Strategy Officer（最高戦略責任者）CAO：Chief Accounting Officer（最高会計責任者）、CIO：Chief Investment & Investors Officer（最高M&A/IR責任者）

1. グループ経営体制の刷新

新執行役員を紹介



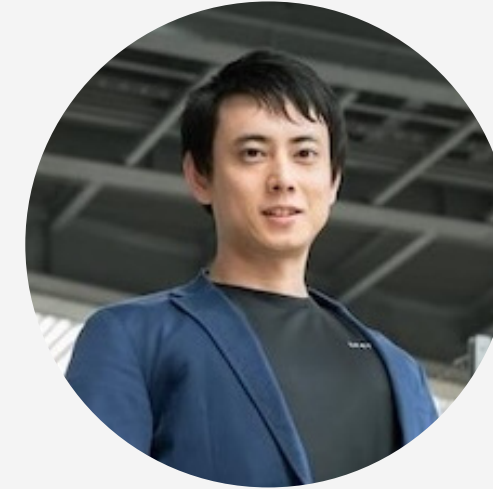
(2月14日就任予定)

執行役員CFO
最高財務責任者**梅本 浩平**

未来からの視点で逆算してロードマップを引いたかのようにビジョンとやるべきことを示される五石CEO、最先端技術の社会実装を美しい姿で示される米倉CTOに惹かれ貢献することをコミットし、参画の機会をいただきました

主な経歴

一橋大学院国際企業戦略研究科を卒業。プライム4社で経営企画本部長・管理本部長を歴任。出資先や子会社を含む14社でCFOを務め、IPO4社、シリーズB-Dの資金調達を10社で実施、8社で単年黒字化計画を達成。直近では朝日放送グループホールディングスにて、子会社取締役CFOや特定事業群のCFO・COO、CVCの運営や投資先の経営管理等を主導。2025年2月14日に株式会社メタリアル執行役員CFOとして参画を予定

執行役員CSO
最高戦略責任者**三好 真**

顧客起点による経営やマーケティング、営業活動を連動させる事が重要だと捉え、社内で推進しております。特定分野の「生成AI」と言えば当社が想起される世界観の創造に対して、情熱を持って取り組んでおります

主な経歴

慶應義塾大学在学中に起業、事業売却。2015年にデロイトトーマツコンサルティング合同会社へ入社。タイ拠点の大手自動車メーカーに駐在、SaaSの事業をリード。その後、代表取締役としてStartup企業を創業、海外拠点を利用したDX化事業等を運営。2022年にGoogle合同会社へ入社、グロース・事業戦略を含めて組織成長を支援。2024年10月より、経営企画のGMとして株式会社メタリアルへ参画、同年12月より現職に就任

成長戦略に積極的なM&Aを組み入れる

- ・ 当社のAI/MV(*)技術を活用することによって成長が期待できる専門技術領域の企業をM&Aする。
- ・ その顧客基盤や事業ノウハウを活かしながらAI/MV事業を拡大。
(業種特化の垂直統合型AIエージェントを孵化させるまでの実験場にしてPMF達成後にプロダクトとしてリリース)

課題：ロングリストの作成
(M&Aの譲受側(買手)候補先をリスト化したもの)

量 + 質

課題

- ✓ ソーシング経験豊富なCIO(*)の不在
- ✓ 単一のM&A仲介業者に頼る体制
- ✓ 無作為な買収候補のリスト化
- ✓ 売り手企業リストの候補数不足



解決策

- ✓ ソーシング経験豊富なCIO(*)の採用
- ✓ 複数のM&A仲介業者と協力関係構築
- ✓ M&A戦略・経営方針に沿った候補探し
- ✓ オンラインとオフライン施策の両立

目次

1. グループ経営体制の刷新

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

3. 2025年2月期 第3四半期業績

4. 成長戦略

5. 業績予想

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

ロゼッタ業績低迷の原因と対策

原因

1. 権限委譲の失敗

グレイナーの5段階企業成長モデルにおける「委譲」の失敗

2. ロゼッタ社長への過剰依存

ロゼッタ社長への過剰な依存体制

3. 組織能力の強み消滅

成長時代に存在していた組織能力の強みが消滅

4. 本社機能の脆弱さ

本社機能の脆弱さによる子会社の管理・ハンドリング・後方支援不足



対策

1. 本社＝ロゼッタの経営一体化

創業者の指揮復帰
本社とロゼッタの経営一体化

2. 複数の事業責任者の並立

本社の精鋭が直接経営参画
優秀かつ複数の事業責任者並立

3. 組織能力の強み復活

組織能力の強みとなる価値基準を
明文化して再度徹底

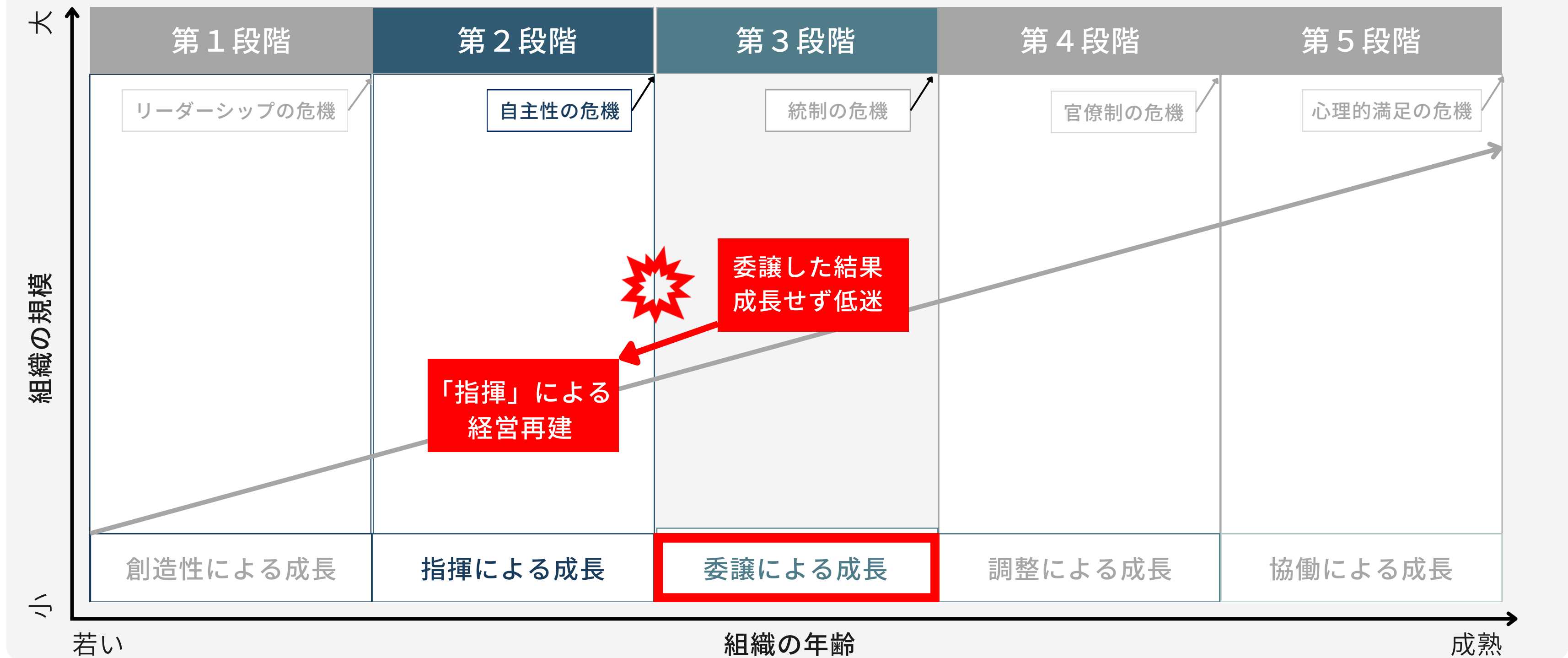
4. 本社機能の強化

優秀な本社機能精鋭経営陣の採用
(例：CFO/CSO/CAO等)

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

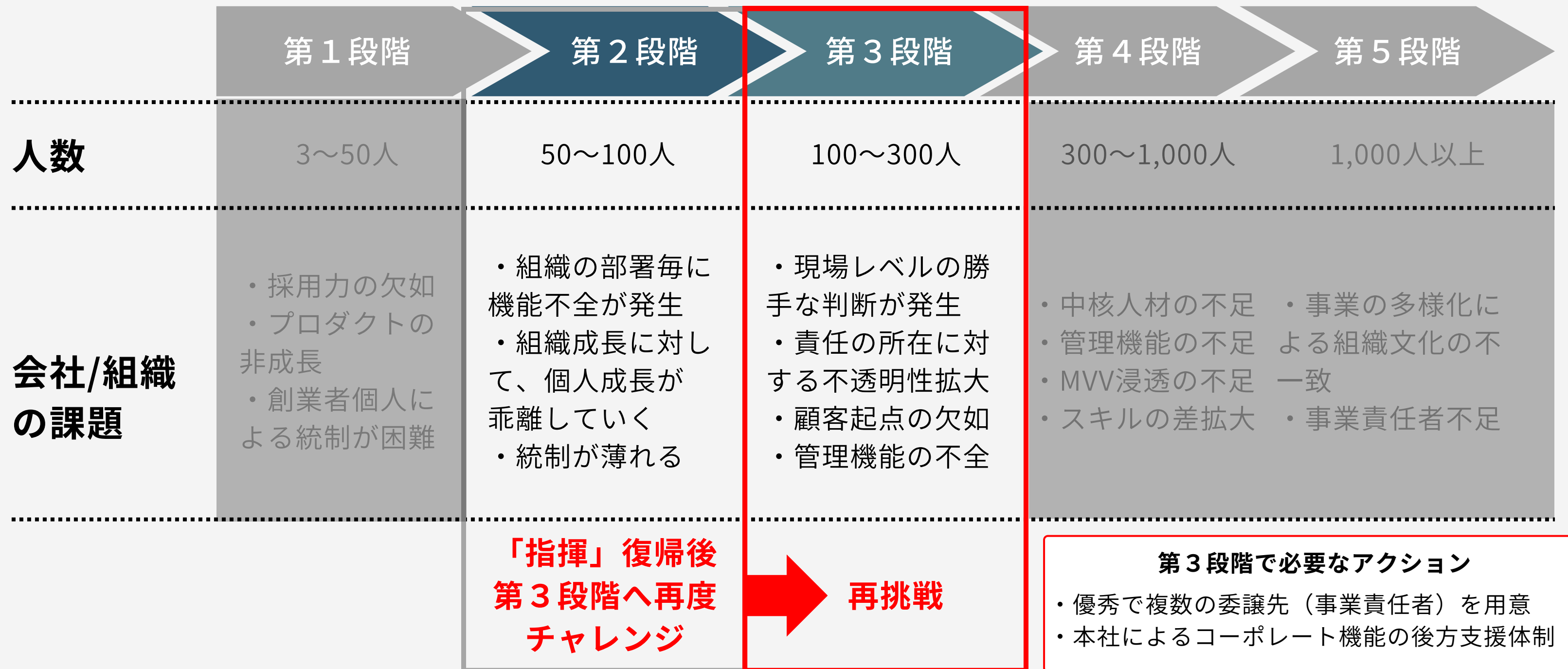
「委譲」の失敗を認め、緊急策として創業者がロゼッタの「指揮」に復帰

グレイナーの5段階企業成長モデル



第2段階の「指揮」復帰で終わらず、第3段階の「委譲」へと再挑戦

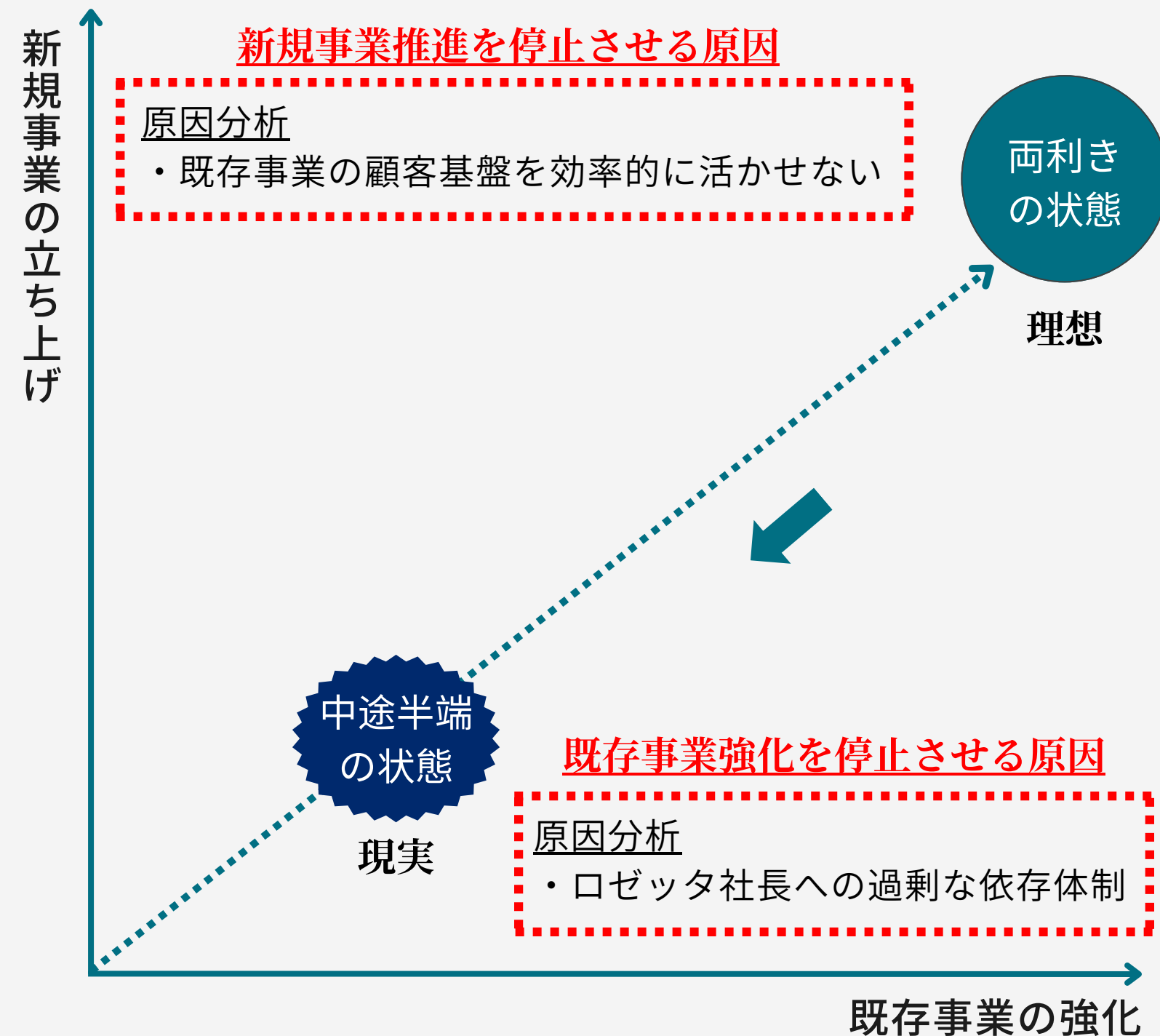
グレイナーの5段階企業成長モデル



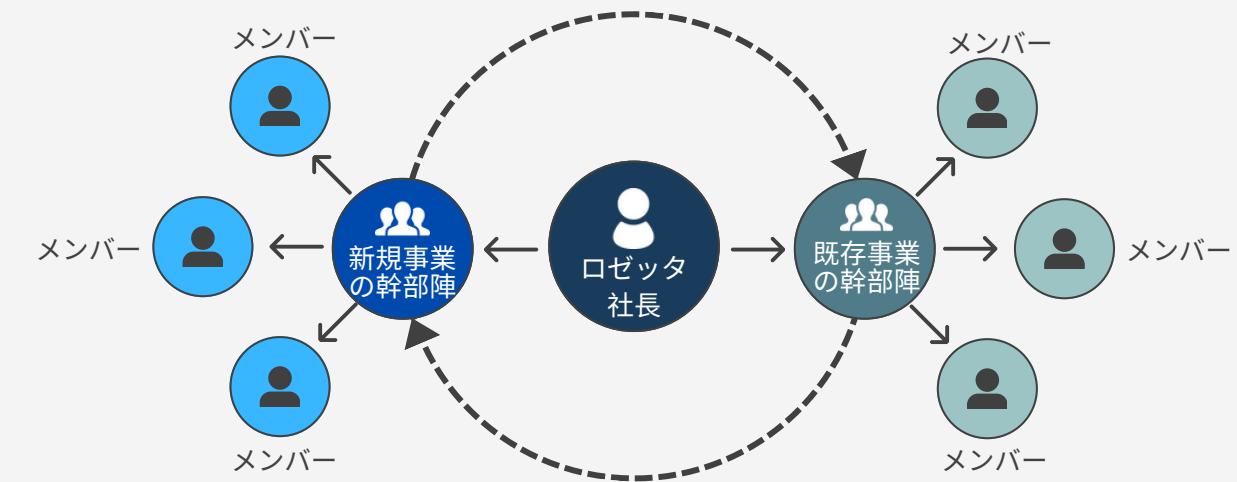
2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

「委譲」の失敗による新規・既存事業の停滞を組織構造改革で打破

新旧の課題分析



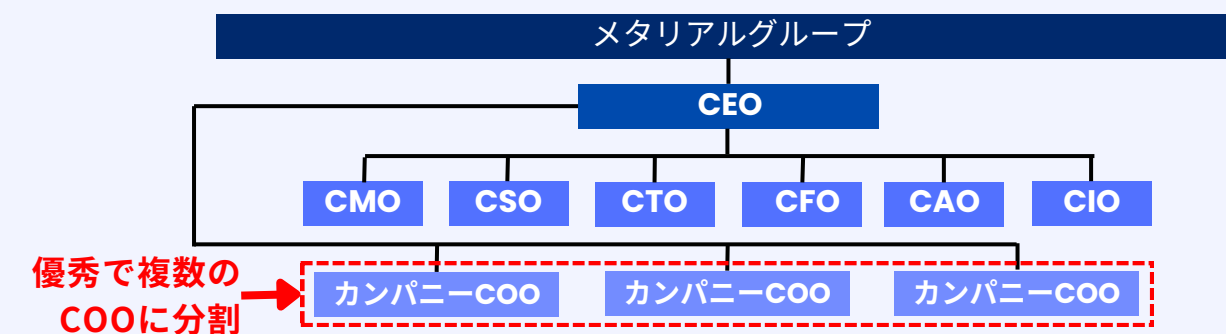
新旧の組織構造改革



「新規事業立ち上げ」と「既存事業強化」がロゼッタ社長に負荷

メタリアルとの経営一体化とロゼッタCOOの分割

本社機能の刷新：CFO（財務）、CSO（戦略）等の執行役員刷新を始め、マーケティング、M&A、IR、営業、事業執行、後方支援等、外部から優秀な経営陣・専門家を迎え、本社に精鋭チームを構築。グループ経営陣がロゼッタの経営に直接関与、同時に優秀で複数のCOOへ権限委譲を行う体制へ



2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

新規事業組織における課題と対策

新規事業における正のスパイラル

現状

能力的に非適性人材の
新規事業部への配置に
よる事業停滞



能力的に適性な人材配置

現状

プロダクトやサービスの企画・
開発・公開において、収益化の
視点が抜けた状態でスタート



プロダクトが完成する前から潜在顧
客を見つけ、リリース後には収益化
を迅速に進められる体制を作る

新商品事業は素早く仮説検証し、
素早く市場に投入し、素早くユー
ザーの意見を集め、素早く改善を
繰り返す体制を作る

現状

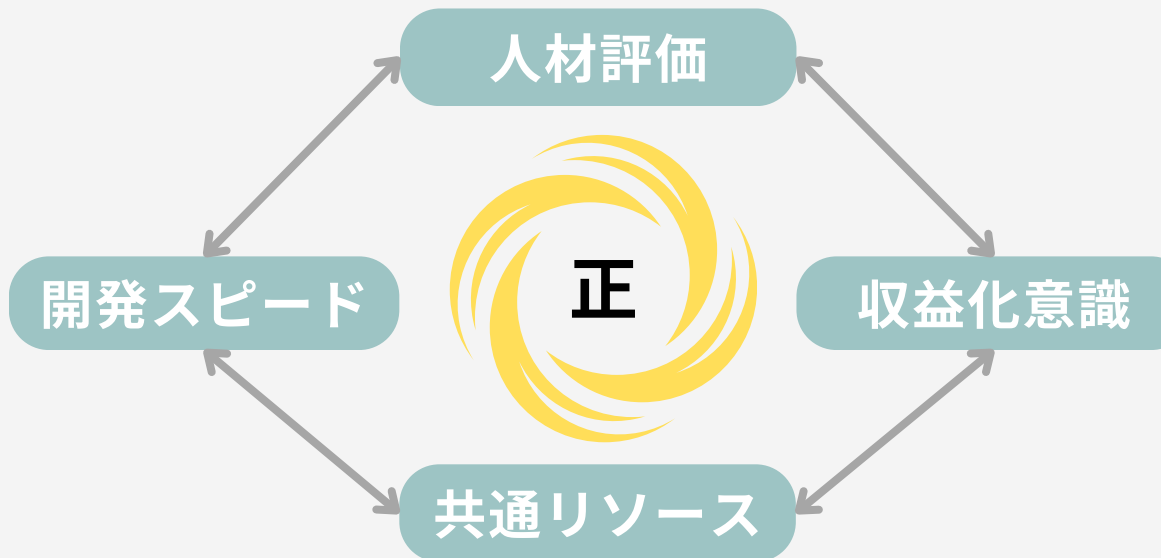
完成度の高い製品を求める
事でリリースが遅れる開発
組織構造



既存事業で創り上げた6,000社の
顧客基盤や事業ノウハウを
最大限活かして事業を立ち上げる

現状

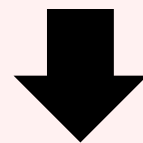
既存事業で蓄積した
顧客リストやノウハウ
の非有効的な活用



既存事業における業績低迷の3大根本原因

競争戦略の喪失

競争優位の源泉となる自社
プロダクトの差別化戦略
といった戦略の欠如

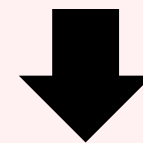


- レッドオーシャン市場に突入
- 選択と集中が形骸化
- 社員の自信喪失（士気低下）

競争戦略の実行

価値基準の喪失

内部リソースの差別化に必要な
価値基準（戦略、人事、行動
コミュニケーション）の欠如

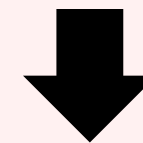


- 小規模組織の人的優位性の喪失
- 不公平要素が強い人事体系
- スピード、情熱、方向の喪失

価値基準の浸透

ロイヤル顧客起点の喪失

累計利益の8割を稼ぐロイヤル
顧客を組織全体で重要視する
姿勢や目的の欠如



- 顧客を合計数や平均値で捉える
- 顧客の売上や購買行動のみ把握
- 継続購買＆単価高い顧客の喪失

ロイヤル顧客の重要視



既存事業における組織の問題（構造的無能化）

構造的無能化

各社員は一生懸命に仕事を行っており、能力も高い一方で、組織全体の動きは非常に鈍い状態

<陥った機序>

- 1：組織内で役割が細かく断片化することで、思考の幅と質が制約される
- 2：それぞれの部署では、目先の問題解決を繰り返すことが合理的
- 3：組織全体でボトルネックや環境変化への対応について考えたり実行する能力が失われる

<具体的な症状>

①変革行動をしない・遅い・後回し

- ・将来のための変革は後回しにする
- ・現場は日々正しく仕事をしている
- ・目先の仕事に囚われている

②コンフリクトの不在（他人事・迎合・抑圧）

- ・目的・役割に情熱を持たず他人ごと
- ・片方が片方に迎合する、抑圧する
- ・経営判断<二者間の力の強さで決定

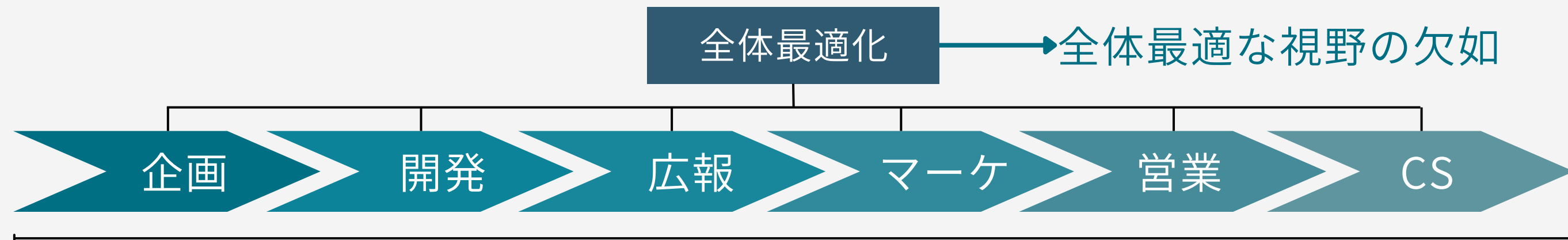
③方針と行動の不一致

- ・知識と実践との間には大きな隔たり
- ・適材適所な職能以外の仕事が蔓延
- ・コア業務以外も内製化しない方針

部門を超えた共通の価値追求により構造的無能化から脱却

全体最適視点

部分的最適の脱却には全体最適視点を持ち、各々が課題を自分事化する必要がある



①変革行動をしない・遅い・後回し

深化・探索すべき箇所を思考放棄
ボトルネックより目先の枝葉解決

②コンフリクトの不在 (他人事・迎合・抑圧)

守り・攻めの部署での対立不在
迎合または抑圧的な課題解決

③全体優先度の認識欠如

全体の重要性より部分の都合を優先
コアと非コア業務の自前対応

各部門が部門最適かつ全体最適視点を持ち、共通の価値追求の元に問題解決を行う

部署や部門の利益代表ではなく、会社全体として必要な課題の優先順位付け、アクションが必要となる

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

全ての組織活動の目的としてロイヤル顧客視点を位置付ける

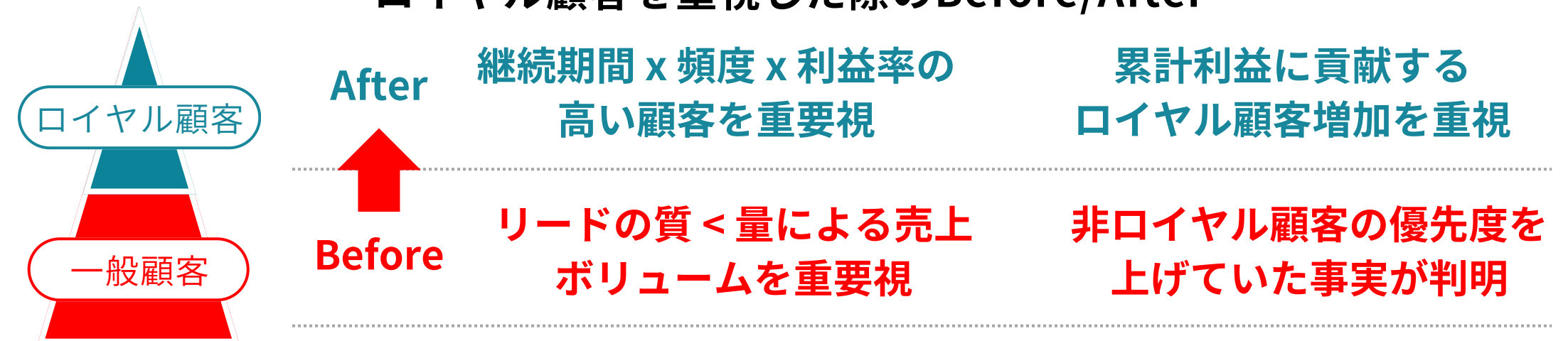
ロイヤル顧客視点の経営方針を展開

ロイヤル顧客の視点とは

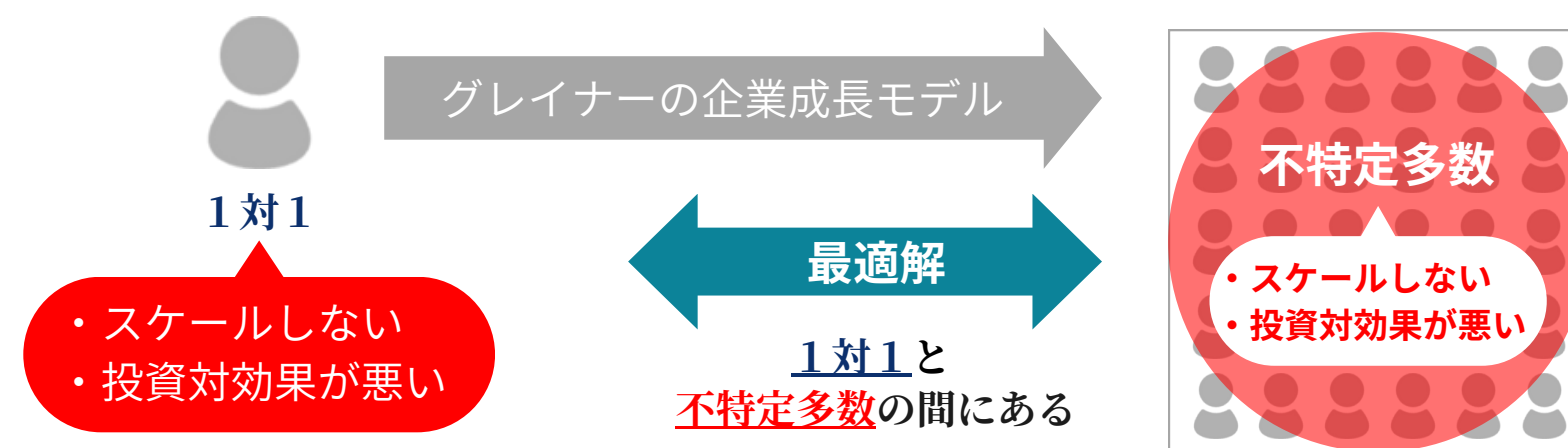
全社員は「ロイヤル顧客」を歓喜させるために仕事をする。経営の起点とすべき顧客の視点とは、一般顧客でもなければ見込顧客でもなく、ロイヤル顧客である

- ロイヤル顧客の視点に従った経営をする
- × 一般顧客の視点に従う
- × 見込客の視点に従う
- × 離反客の視点に従う
- × 一般人の視点に従う
- × 市場調査に従う
- × 顧客分析の統計数字に従う
- × 顧客アンケートの統計に従う
- × 想定したペルソナに従う
- × 顧客調査の合計や平均に従う

ロイヤル顧客を重視した際のBefore/After



既存・今後の重要顧客を見極めて経営資源を集中する



グレイナーの第三段階の委譲で起こりうる問題「ただタスク増」「無駄な仕事増」が起こる
 →投資対効果最大化の為、不特定多数のマーケットを構造理解、重要顧客に経営リソースと戦略を集中
 ※「構造的無能化」でいう「部分最適」とは「ロイヤル顧客を歓喜させる」目的に反している行動

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

価値基準の消滅から生じた問題

マネジメント・レイヤー毎の価値基準の消滅

組織レイヤー

トップマネジメント

ロゼッタ
(GM以上)

ミドルマネジメント

ロゼッタ
(EM)

ローアマナジメント

ロゼッタ
(MG以下)

不明確な差別化戦略提示	戦略が不明なまま、「信じて任せる。頑張れ」と丸投げする権限委譲の不全		
成果志向のない環境作り	主観的評価による不平等	文化・戦略の安易な模倣	事なかれ主義の浸透
硬直的な組織構造	目標や達成率の非公開	自前主義での解決方針	目標チェック機能の不全
不適格な人事異動	非情熱的な職務態度	前例・形式・減点主義	仮説検証の不明確化
偏った評価・FB	失敗を許さない体質	適材・適所の不一致	顧客起点の欠如
婉曲な表現が常態化	行動・人格の否定	意見の対立が存在しない職場環境の浸透	
リソースの分散	全員一律評価の体質	忖度、機嫌取り、社内政治、派閥、仲良しクラブ	
自己管理不全	組織・上司への不満	無駄なハードワーク	枝葉末節な仕事
無駄な兼務で疲弊	一貫性のない行動	顧客管理不足	戦略を無視した独自行動

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

本来のロゼッタの強みである「事業戦略の価値基準」を復活させる

価値基準	○ (是)	× (非)	
戦略	先にポジショニングを決める	・ 差別化できるポジショニングを先に決める	・ 明確な差別化がない状態で挑む
	「何を捨てるか」を決める	・ 「何を捨てるか」を決めてポジショニングを明確にする。捨てるものが何かを問うて多ければ多いほど明確	・ 何を捨てるかを決めずに、あれもこれもと総花的にやる捨てるものが何かを問うて答えられなければダメ
	リソースの集中	・ 選んだポジションに社内リソースを集中させる	・ ポジションを選択せず、あれやこれやにリソースを分散させる
	独自の価値	・ 顧客ニーズや市場の課題を深掘りして独自の価値を提供する	・ 安易に競合の模倣や、一般的なソリューションを取り入れる
	活動の横への一貫	・ ポジショニングを一貫させ、全活動をその方向に揃える	・ 一貫性がなく、マーケティングや開発がバラバラに動く
	活動の縦への一貫	・ ポジショニングを実現するためのチームやプロセスを整備する	・ 戦略を無視してスタッフをただ増員してただ実行を増やすだけ
非戦略	増員、新人教育、士気鼓舞は非戦略	・ 競争優位を築くための明確な戦略を持つ	・ 増員、新人教育、士気鼓舞といった手段を戦略と混同する
	権限委譲	・ 事業トップは戦略を明確にしたうえで業務遂行を下に委譲する	・ 戦略が不明なまま、「信じて任せる。頑張れ」と丸投げする

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

本来のロゼッタの強みである「行動の価値基準」を復活させる

価値基準	○ (是)	× (非)
スピード (最速)	<ul style="list-style-type: none"> 俊敏で柔軟なプロセスで意思決定を迅速化する 新商品/事業は素早く仮説検証、市場投入、A/Bテスト、改善を繰り返す 	<ul style="list-style-type: none"> 複雑な承認フローや硬直的な組織構造でスピードが遅れる 完璧=スピードを犠牲、時代に取り残され、始める前に終わる
情熱 (最熱)	<ul style="list-style-type: none"> 情熱にあふれ、愉快地、楽しく仕事する 	<ul style="list-style-type: none"> 情熱がなく、義務的に、淡々と仕事する
方向 (最短)	<ul style="list-style-type: none"> 最短で楽に目的に達する方向・方法についてハードシンキング 	<ul style="list-style-type: none"> どの方向・方法が最短かを考えるのを怠けて、無駄にハードワーク
ボトルネック	<ul style="list-style-type: none"> 課題を最も重要なボトルネック一つに絞る 	<ul style="list-style-type: none"> 事の軽重を決めず、枝葉末節に取り組む
仮説検証	<ul style="list-style-type: none"> 仮説と検証を高速に繰り返す 	<ul style="list-style-type: none"> 仮説検証を明確にせずに漫然と仕事する 長期間の計画と壮大な準備に時間を費やす
チャレンジ主義	<ul style="list-style-type: none"> 前例がなくても形式からはずれてもチャレンジすることを善とする 	<ul style="list-style-type: none"> 前例なし、形式から外れる事でチャレンジを否定する 減点主義、対案を示さずチャレンジのリスクのみを挙げる
失敗は学び	<ul style="list-style-type: none"> 失敗は「成功へのステップ」、「目標到達に向けての学習」であり「目的への階段」であり、それなくしてはあらゆる進歩は見込めない 	<ul style="list-style-type: none"> 失敗を責める、許さないという態度
外部活用	<ul style="list-style-type: none"> 内部リソースの不足を外部パートナーやネットワークで補完する 	<ul style="list-style-type: none"> すべてを自前主義で解決しようとする
組織文化	<ul style="list-style-type: none"> 組織文化を戦略実行力における差別化の源泉とする 	<ul style="list-style-type: none"> 他社の文化やプロセスをそのまま模倣する

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

本来のロゼッタの強みである「コミュニケーションの価値基準」を復活する

価値基準	○ (是)	× (非)
仕事目的 or 人間関係	<ul style="list-style-type: none"> ・ 仕事目的を第1に置く。目的を達成するための手段として心理的安全性を重視する ・ 人間関係やコミュニケーションは、目標達成を円滑に進めるための重要な手段であり、目的は、会社のビジョン、成長、仕事の成果 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人間関係を会社の目的よりも優先させる忖度、機嫌取り、社内政治、派閥、仲良しクラブ
行動の否定 or 人格の否定	<ul style="list-style-type: none"> ・ 行動の否定。問題解決や改善のために行動や施策の問題を指摘することは歓迎される。建設的で具体的な改善案が伴えばさらに歓迎される。例: 「このアプローチでは目標達成が難しい。こう改善すると良くなる」 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人格の否定は厳禁。個人の人格を否定することは、いかなる場合でも容認されない ・ 言葉狩りは禁止。特定の言葉の使用を問題視することで、発言者を萎縮させてしまい、自由闊達な議論風土を阻害するから
意見の対立のある職場 or 意見の対立の無い職場	<ul style="list-style-type: none"> ・ 異論が出ることは有難いこと。自分だけでは気づかなかった観点を補って、より完成に近づく。異論がどんどんでて、自由闊達な議論が起こる職場を多様性のある良い職場とする。会社の成長のために果敢に問題提議することを善とする 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「異論を出す=喧嘩を売る」、「意見の対立=仲が悪い」として避ける。問題があることを知りながら、忖度や機嫌取りで黙っている
ストレートな表現 or ソフトな表現	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社内では原則としてストレートな表現を是とする。明確で効率的な意思疎通を重視し、課題解決や成果向上を目的とした率直なコミュニケーションを奨励する。ストレートな表現は、チーム内での誤解を減らし、迅速な意思決定を可能にする 	<p>婉曲的な表現。 ※ソフトな表現の適用範囲：ソフトな表現は、以下の状況でのみ推奨</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 対外部とのコミュニケーション（顧客、パートナー、外部利害関係者など）。特別な感情的配慮が必要な業務（デリケートな内容を含む交渉や特定のメンバーの心理的フォローが求められる場面）

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

本来のロゼッタの強みである「人事制度の価値基準」を復活させる

価値基準	○ (是)	× (非)
目標設定の方法	<ul style="list-style-type: none"> 目標設定は客観的な基準で設定、または経営陣・人事部門が公平に決定することで不公平を防ぐ 	<ul style="list-style-type: none"> 各個人に任せた目標設定では、自分に有利な低い目標を設定する人が得をして、会社業績を重視する志を持つ人ほど損する
目標と実績達成率の公開	<ul style="list-style-type: none"> 目標設定と実績達成率をオープンにすることで透明性を高め、不正や不公平を抑制する 	<ul style="list-style-type: none"> 情報を一部だけで公開すると、評価プロセスが不明瞭となり、不正や不公平がまかり通る
目標の難易度チェック	<ul style="list-style-type: none"> 経営陣や人事部門が目標の難易度をチェックし、不公平な目標設定を是正する仕組みを導入する 	<ul style="list-style-type: none"> チェック機能がないと、簡単な目標を設定して成果を偽装する行為が放置される
客観 or 主観	<ul style="list-style-type: none"> 数値や具体的な指標に基づいた客観的な評価基準を設定し、評価の公平性と納得感を確保する 	<ul style="list-style-type: none"> 主観的な基準で評価を行うと、評価者の気分や好みに左右され、忖度や機嫌取りが横行する
個人差 or 一律	<ul style="list-style-type: none"> 能力や貢献度に応じた評価を行い、実力主義を徹底することで、優秀な人材が正当に評価される環境を作る 	<ul style="list-style-type: none"> 全員を一律に評価すると、有能で高貢献な人材が不当に軽視され、貢献度の低い人が得をする
適材適所	<ul style="list-style-type: none"> 各社員のスキルや経験、個性に基づいて、最も能力を発揮できるポジションに配置する 大谷翔平は野球で、ベートーヴェンは音楽で、アインシュタインは物理学で評価する 	<ul style="list-style-type: none"> 社員の適性を無視し、一律的または慣例的な配置を行うと、能力が発揮されない 大谷翔平を物理学で、ベートーヴェンを野球で、アインシュタインを音楽で評価する
管理が必要な人材 or 不要な人材 (Aクラス人材)	<ul style="list-style-type: none"> 自己管理が可能で成果志向の高いAクラス人材を重視し、歓迎する 管理や過度な配慮が必要な人材よりも、自立して高い成果を追求できる人材を求める 互いに互いを尊敬し、信頼し、愉快地楽しく協働できる人材が集う会社を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> 成果志向のない事なかれ主義の「ぬるま湯」職場 Bozo Explosion

目次

1. グループ経営体制の刷新

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

3. 2025年2月期 第3四半期業績

4. 成長戦略

5. 業績予想

決算のサマリ

FY2025 3Q 会計期間

売上高	986	百万円	YoY -7.5%
売上原価	313	百万円	YoY -13.4%
売上総利益	672	百万円	YoY -4.5%
販管費	656	百万円	YoY +30.2%
営業利益	16	百万円	YoY -91.9%
経常利益	8	百万円	YoY -96.0%
親会社株主に 帰属する四半期 純利益	225	百万円	YoY +67.1%

FY2025 3Q 累計期間

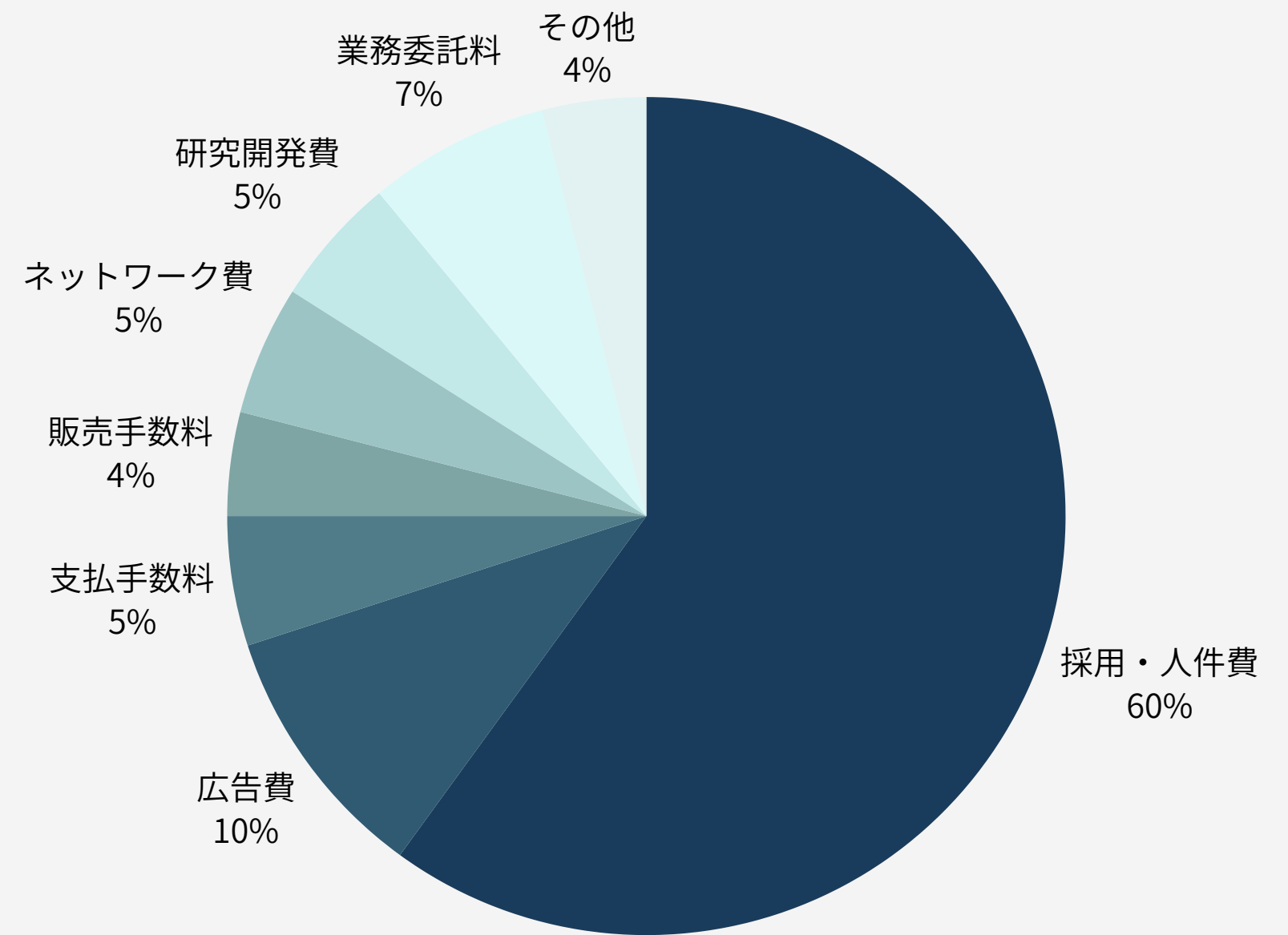
売上高	3,111	百万円	YoY -2.1%
売上原価	969	百万円	YoY -5.0%
売上総利益	2,141	百万円	YoY -0.7%
販管費	1,833	百万円	YoY +17.2%
営業利益	307	百万円	YoY -47.9%
経常利益	290	百万円	YoY -53.2%
親会社株主に 帰属する四半期 純利益	424	百万円	YoY +15.4%

前年同期比の販管費内訳

FY2025 3Q 累計期間

販管費累計	1,833	百万円	YoY +17.0%
採用・人件費	925	百万円	YoY +6.1%
広告費	174	百万円	YoY +58.0%
支払手数料	102	百万円	YoY +4.4%
販売手数料	74	百万円	YoY -7.8%
ネットワーク費	111	百万円	YoY +2.7%
研究開発費	173	百万円	YoY +68.1%
業務委託料	204	百万円	YoY +80.3%
その他	66	百万円	YoY -16.8%

内訳



前年同期比のAI事業進捗

FY2025 3Q 累計期間

売上高

2,411 百万円

YoY **+3.8%**

営業利益

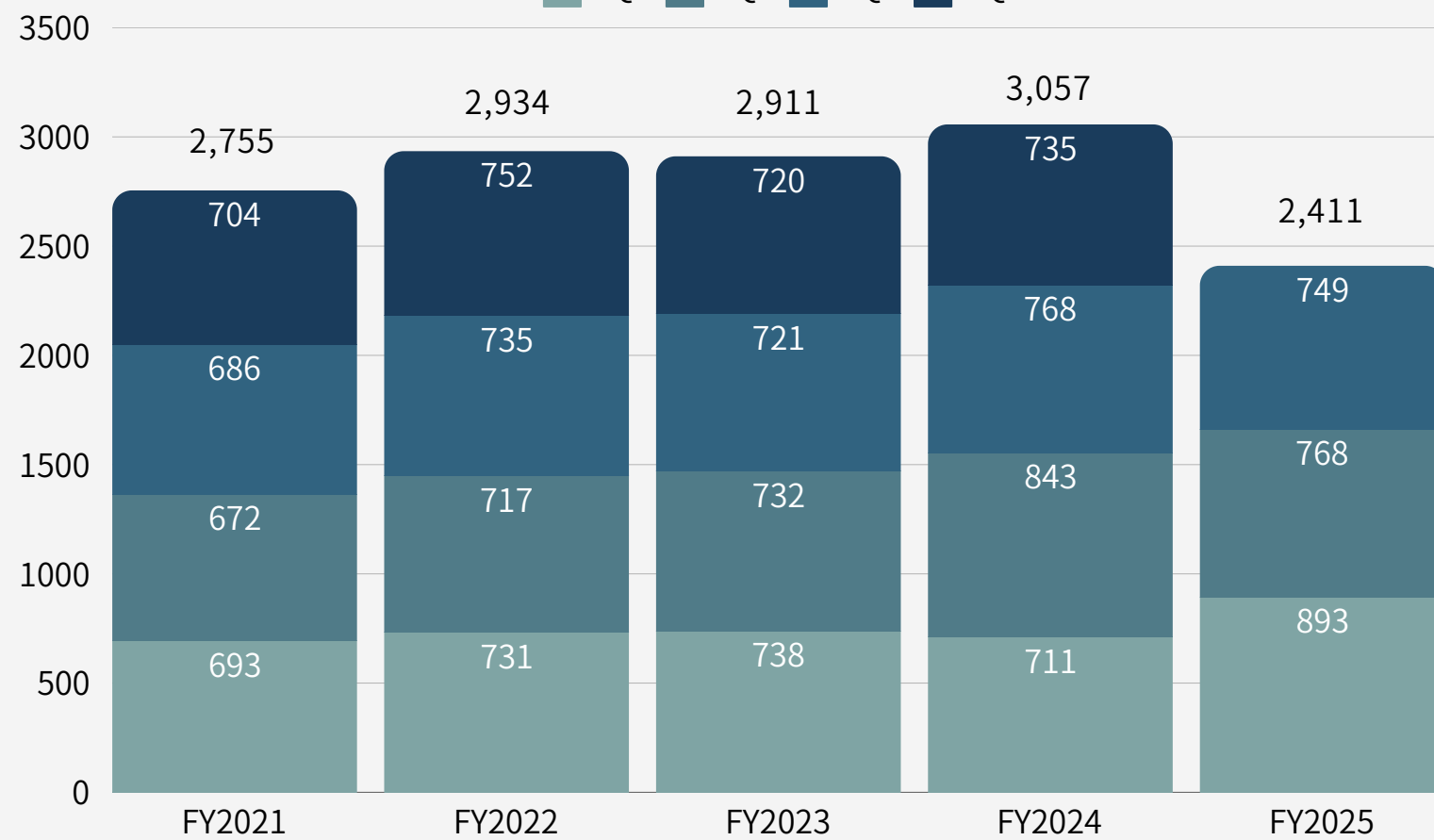
567 百万円

YoY **-22.6%**

AI事業売上高推移

単位：百万円

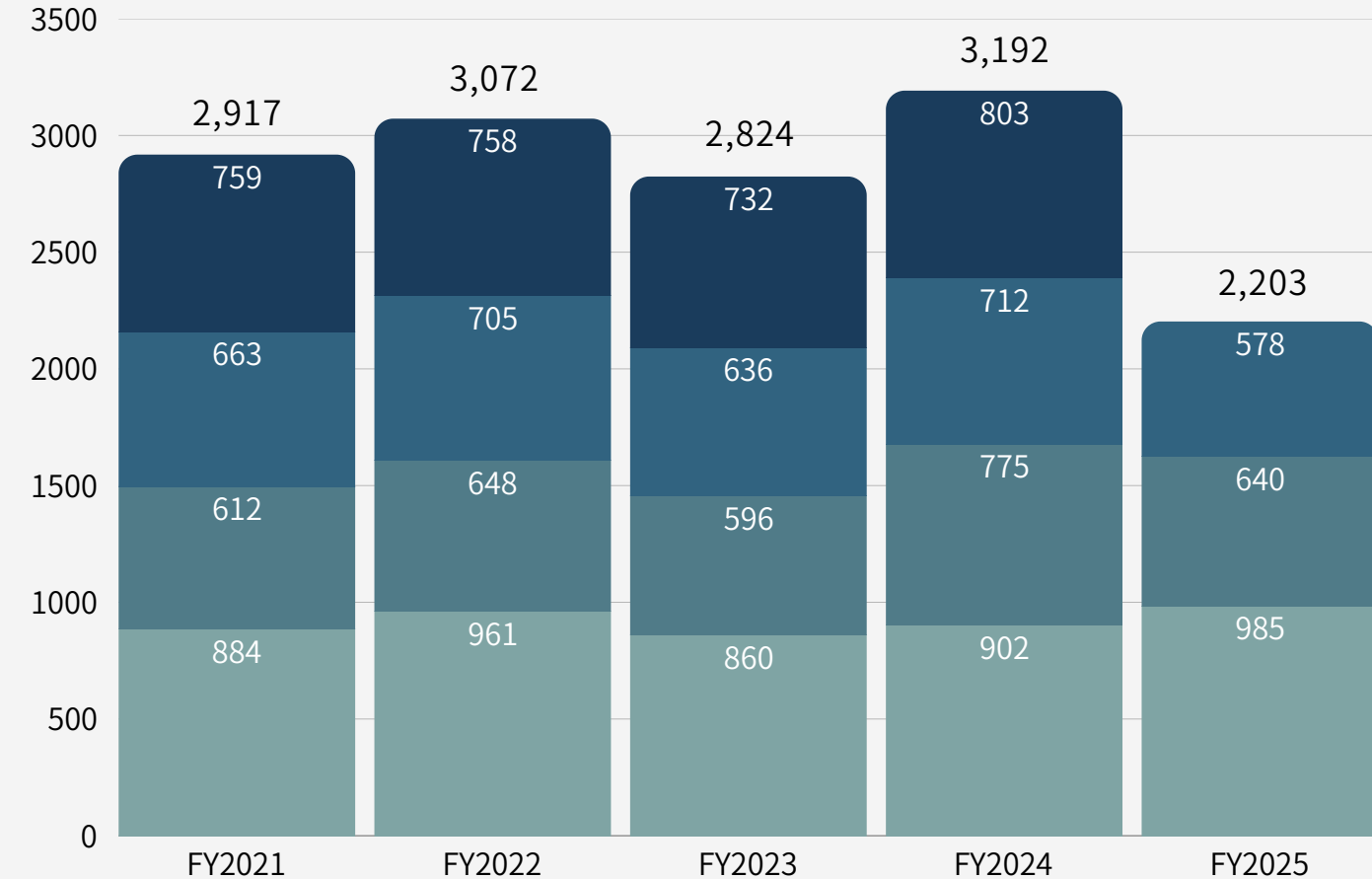
■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



AI事業受注高推移

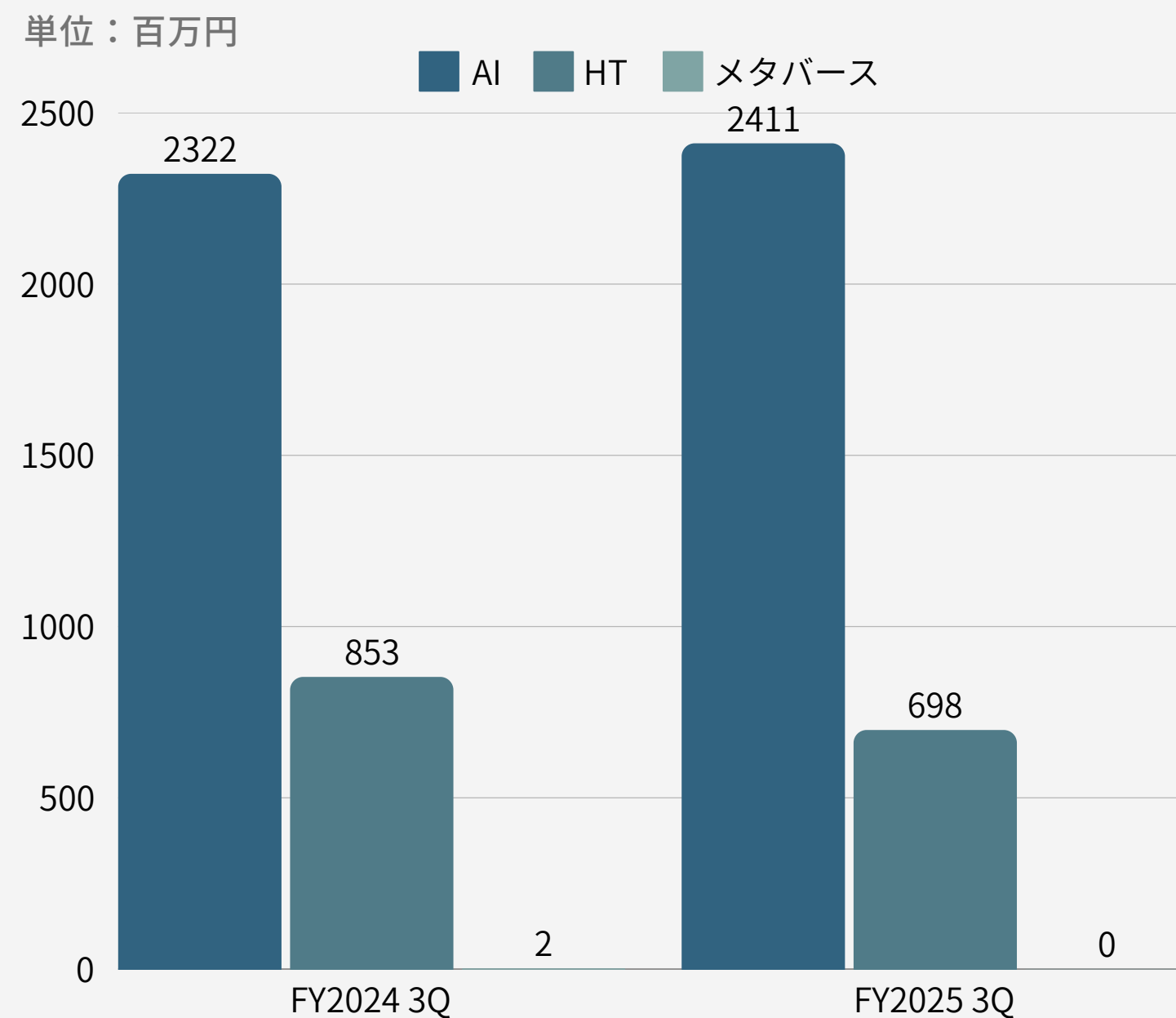
単位：百万円

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q

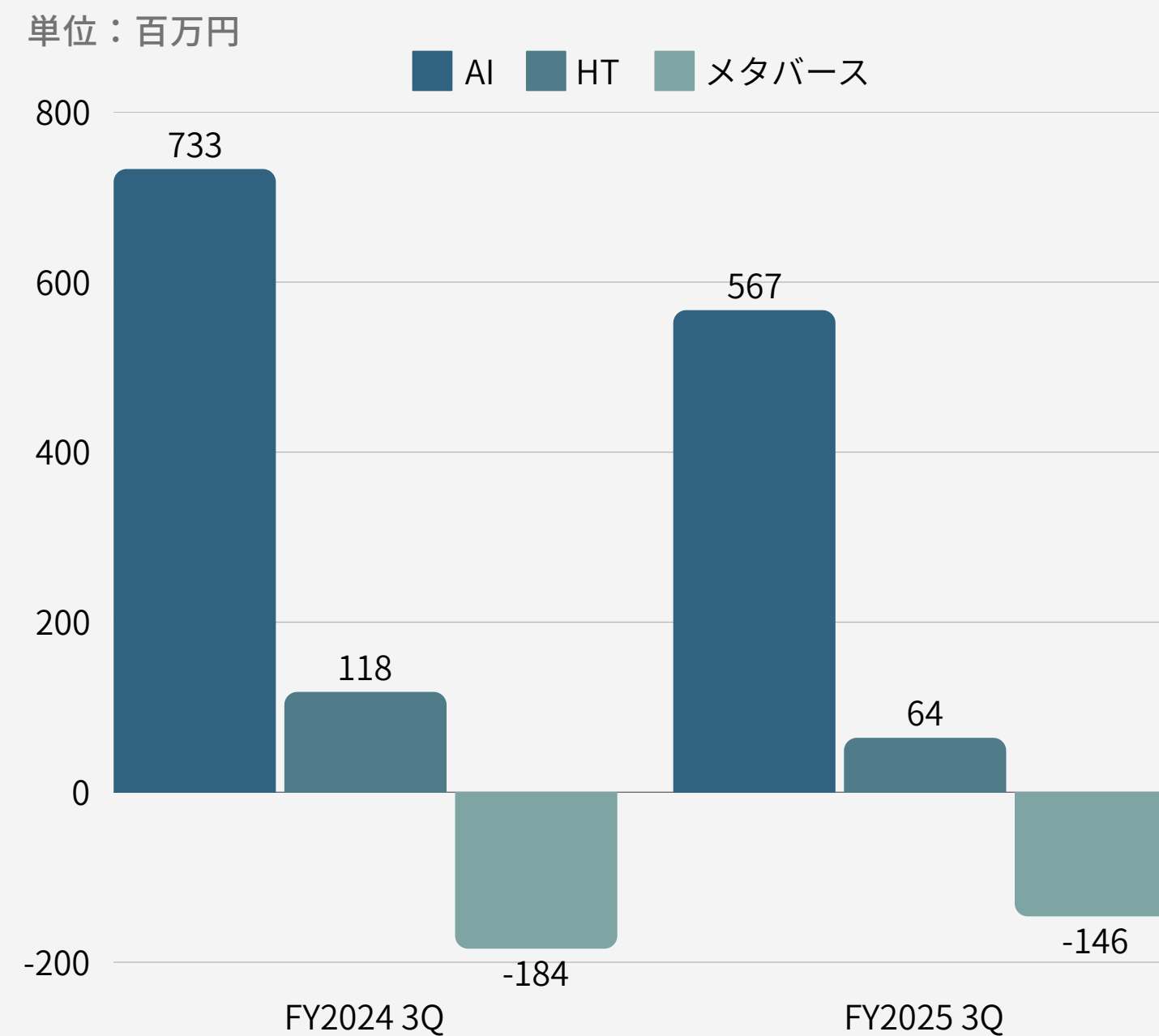


前年同期比の増減分析

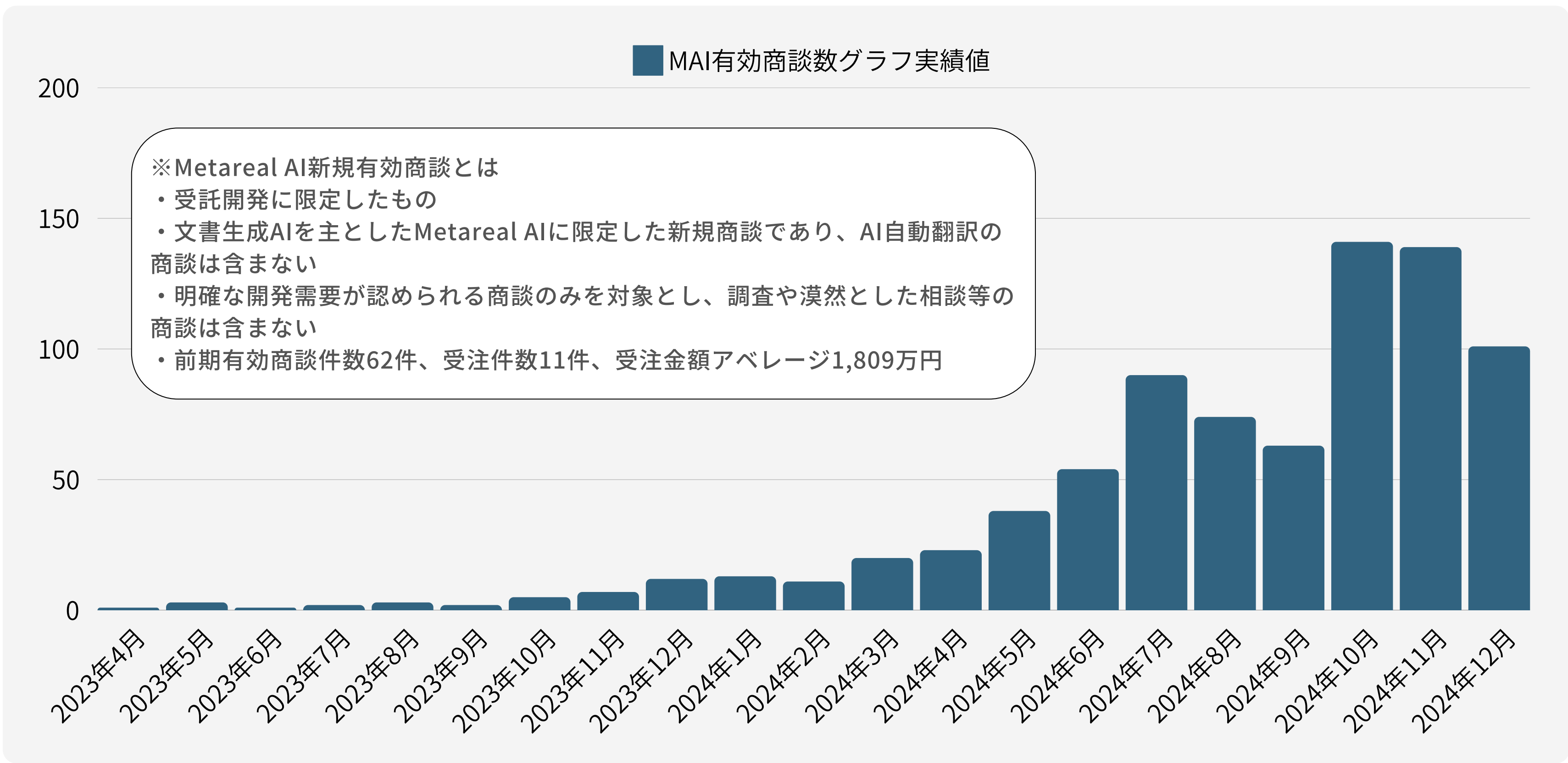
セグメント別売上高



セグメント別営業利益



AI事業におけるマーケティング投資の効果 (Metareal AI 新規有効商談数推移)



目次

1. グループ経営体制の刷新

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

3. 2025年2月期 第3四半期業績

4. 成長戦略

5. 業績予想

4. 成長戦略（来期業績予想）

来期業績予想

来期連結業績予想は、売上67億円、営業利益5億円

単位：百万円	売上高		FY2026 連結業績予想		営業利益	
	6,700	(+55.8%)			500	(+61.3%)

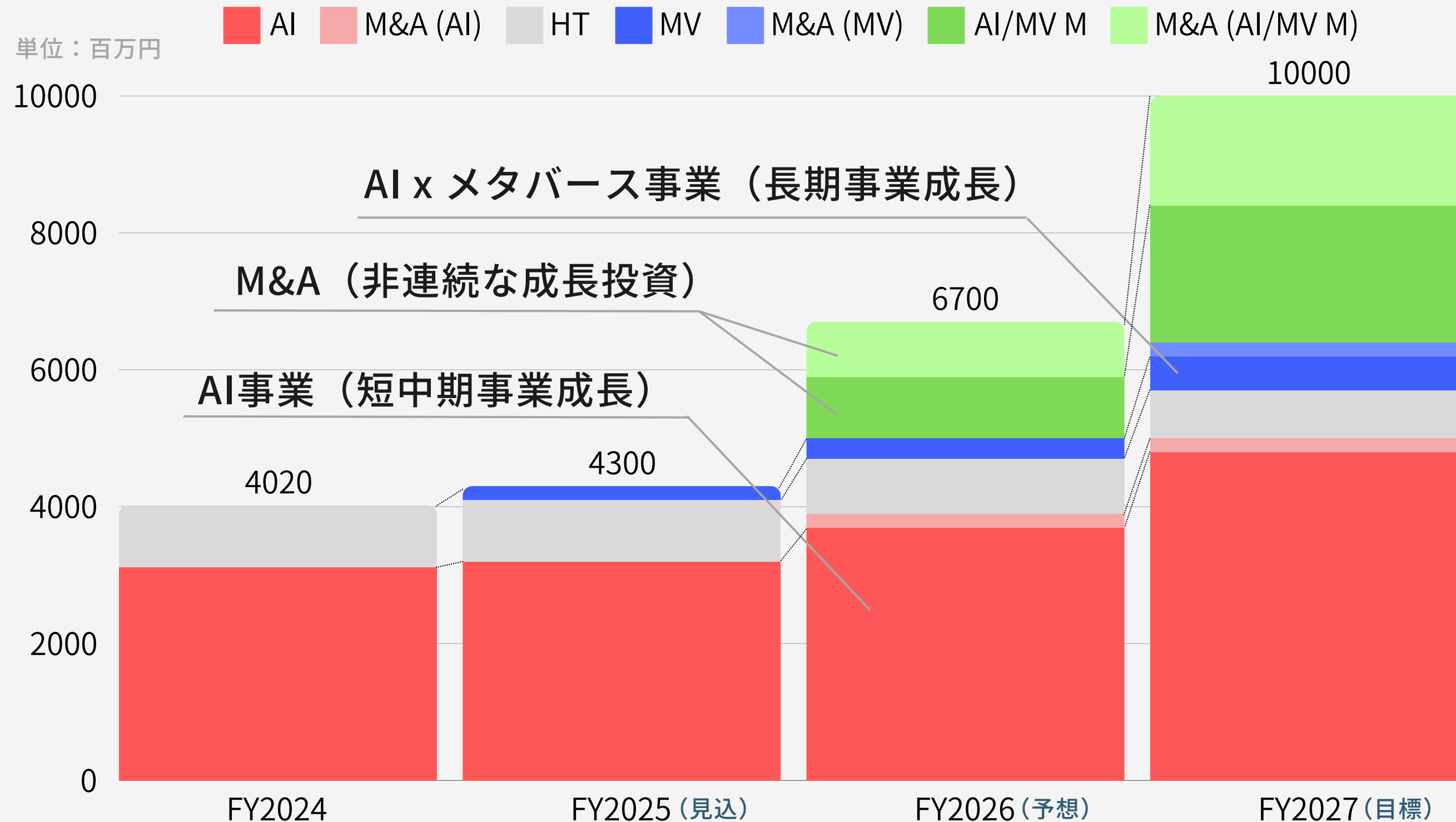
	売上高			営業利益	
AI	3,700	(+15.6%)	AI	710	(-)
HT	800	(-11.1%)	HT	100	(-)
MV	300	(+50.0%)	MV	△100	
AI/MV Marketing	900		AI/MV Marketing	△50	
M&A	1,000		セグメント除外	△160	
連結	6,700	(+55.8%)		500	(+61.3%)

※MV: メタバース, HT: 人間翻訳, AI/MV M: AI/MV Marketing：来期に新たに設定する予定の新規セグメント（仮称）。意味は36頁参照
 ※期中のM&Aによる売上増として見込む1000の内訳は、200がAI事業、800が新規セグメント（仮称：AI/MV Marketing）に含まれる想定

4. 成長戦略（中期目標）

中期売上目標

AI / MV事業の成長とM&Aにより、FY2027で連結売上100億円を目指す

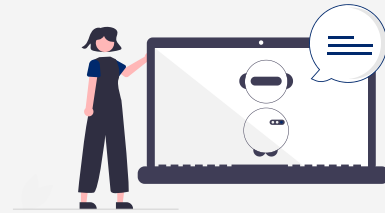


※MV: メタバース, HT: 人間翻訳, AI/MV M: AI/MV Marketing : 来期に新たに設定する予定の新規セグメント（仮称）。意味は36頁参照

中長期目標

短中期は「業種分野特化の垂直統合AI」、長期は「AI×メタバース」がキー。M&Aも積極活用

中期目標（FY2027に売上100億）



AI

専門の業種や分野に特化した翻訳AI（旧MT事業）を基盤として、業種分野垂直統合型ソリューションへ。従来のSaaS型から、対話型で高度な自律性と価値創出を実現するAIエージェント型ソリューションへ



MV

「AI x メタバース」領域の事業は長期視点での成長を見込む。まずはGaussian Splattingを中心とした建築分野へのAI活用を主な領域とした事業戦略



AI/MV Marketing

AI/MVを活用することによって成長が期待できる専門技術領域の企業をM&Aし、その顧客基盤や事業ノウハウを活かしながらAI/MV事業を拡大

長期目標（売上1000億）

10年以上の長期スパンでは「AI x メタバース」で売上1,000億円以上を目指し、ミッション第4章「人類を物質世界から解放する（MU事業: Mind Uploading）(*)」へと進む

* Mind Uploading: 意識のアップロード。人の意識・精神をコンピュータに転送する技術。不老不死

4. 成長戦略（中期目標の前提条件）

中期売上目標達成の前提となる仮定条件

FY2027目標達成には事業成長に加えて、M&Aによる成長が必須となる

単位：百万円

FY2027 売上目標：連結売上100億円

AI 4,800

HT 700

MV 500

AI/MV
Marketing 2,000

M&A 2,000

AI

日本国内におけるAI市場規模は2023年1,188億円から2030年1兆7,774億円と年平均47.2%の成長が見通されている（38頁参照）。この市場成長に対し、7年間で30億（年平均成長率41.17%）のプロダクトへと成長した翻訳AI事業（旧MT事業）と4.7億円に急成長した生成AI事業（Metareal AI）との相乗効果による短中期の成長（FY2025-2027：平均成長率18.66%）にM&A（FY2027におけるM&Aの内訳：2億円）を加えて、FY2027において50億円を目指す

MV

日本国内におけるメタバース市場規模は2024年2,750億円から2030年1兆8,700億円と年平均62.0%の成長が見通されている（38頁参照）。この市場成長に対し、STUDIO55社の短中期の成長（FY2025-2027：平均成長率58.33%）にM&A（FY2027におけるM&Aの内訳：2億円）を加えて、FY2027において7億円の成長を目指す

AI/MV Marketing

日本国内におけるAIやメタバース市場規模の見通し（38頁参照）に対し、短中期の成長（FY2026-2027：年間成長率33.33%）にM&A（FY2027におけるM&Aの内訳：16億円）を加えて、FY2027において36億円を目指す

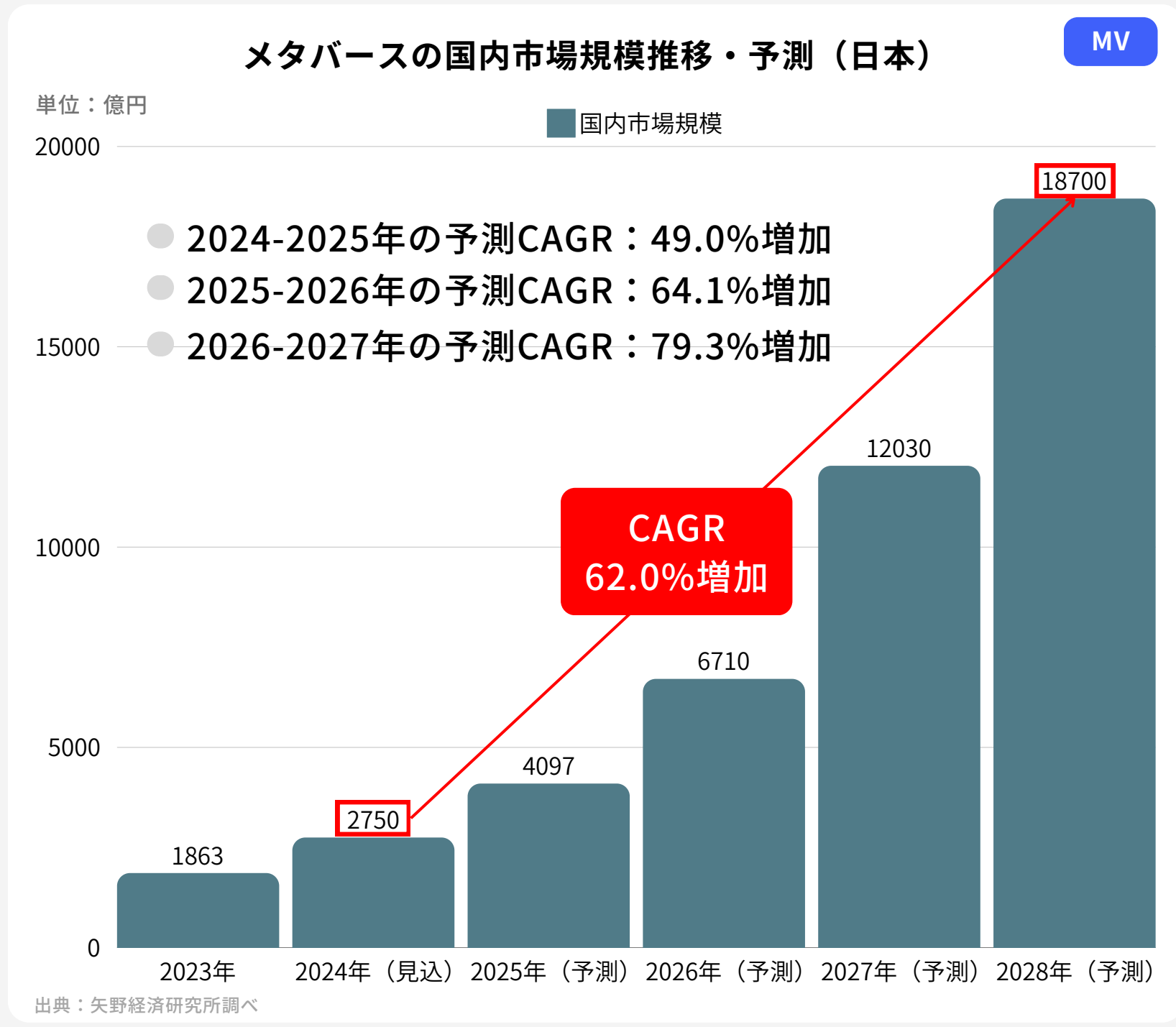
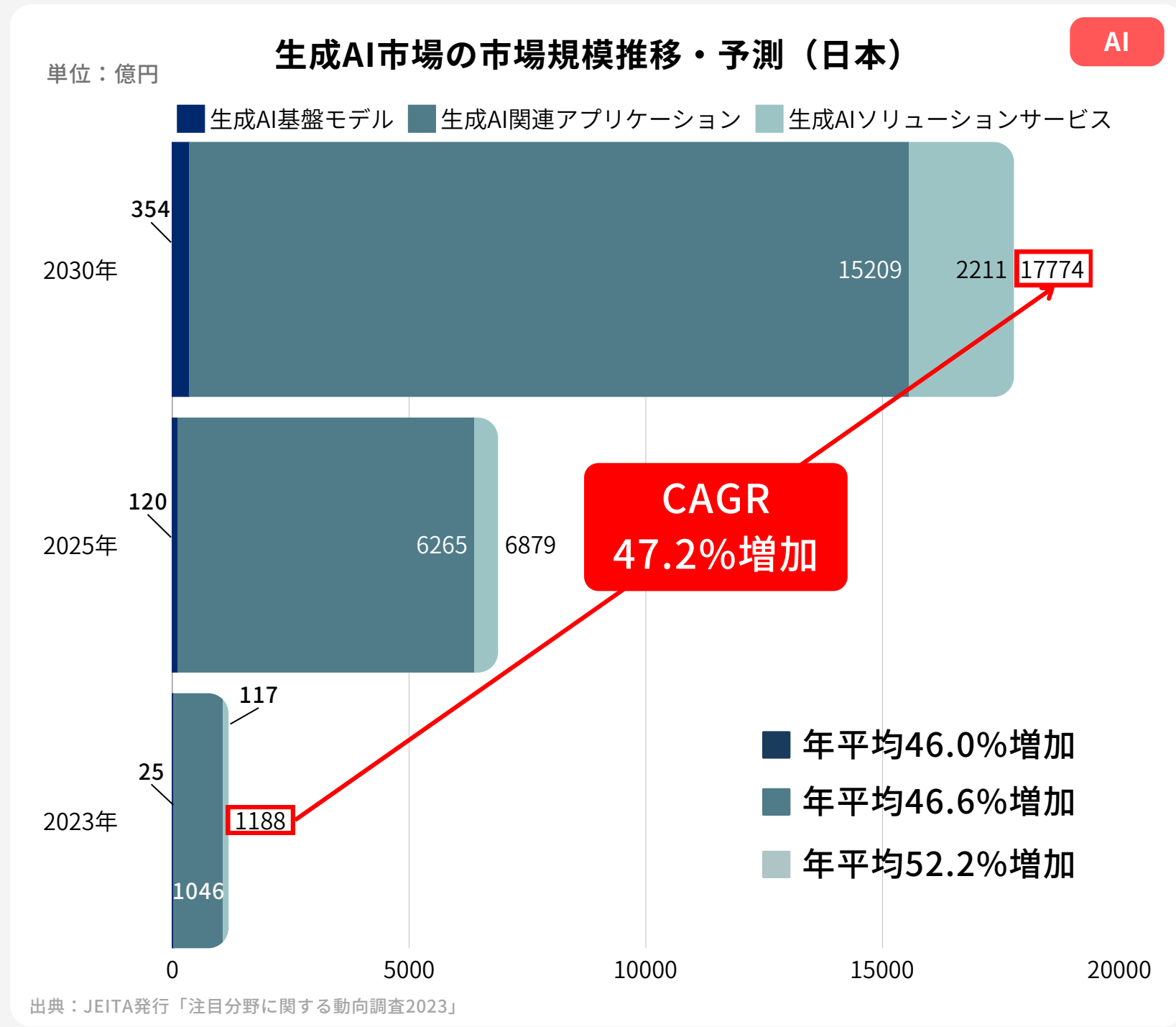
M&A

FY2026は10億円、FY2027は20億円のM&Aを目指す。20億円の内訳はAI（10%）、MV（10%）、AI/MV Marketing（80%）を想定

4. 成長戦略（市場規模）

主力事業(AI/MV)に関連した市場規模推移

主力事業の中期売上目標の前提となる成長性の高い市場規模推移



事業ポートフォリオ

既存事業（ロゼッタ/STUDIO55）と新規事業（生成AI/MV）の相乗効果

専門文書AI

*2023-2030年：CAGR 47.2%増加

専門分野別翻訳ツールから業種分野別の垂直統合型ソリューションへ（40-48頁）。従来のSaaSから、対話型で高度な自律性と価値創出を実現するAIエージェント型へ。分野別では製薬業AI「ラクヤク」に注力（49-53頁）

AI
x
専門文書

HT

事業創出AI

*2023-2030年：CAGR 47.2%増加

「四季報AI」（専門メディアAI）、「ELLA」（キャラクターAI）をロールモデルとした業種・分野特化の事業創出型AI（54-55頁）。

AI
x
事業創出

MV

人間翻訳事業はキャッシュカウの位置づけ。業績低下なら縮小路線

人間翻訳

*2024-2028年：CAGR 62.0%増加

長期でのメタバース市場成長に備えたGaussian Splattingを中心としたデジタルツインへのAI活用の推進。まずは、STUDIO55の専門技能・顧客基盤を元に建築デザイン界でのAI/MV活用に注力（59-63頁）

AI
x
メタバース

4. 成長戦略（競争戦略）

「専門文書AI - MT事業（翻訳AI）」の競争戦略

●競合の状況

汎用向けの翻訳AIは無料で利用できるツールが浸透しておりレッドオーシャン化している一方で、産業分野かつ専門文書に特化している競合は少なく、対話型のAIエージェントはまだ出現していない

●ポジショニング

「生成AI×専門文書翻訳」によって差別化を図りながら統合型Vertical SaaS/AIエージェントへ

- ・ターゲットは産業分野かつ専門文書翻訳を必要とするユーザー
- ・「翻訳精度」「参考文献との整合性」「過去翻訳との整合性」「文書の一貫性」というコア・バリューを基盤に、製薬、法律、製造、金融など特定分野でVertical（垂直）に圧倒的な信頼性を提供する
- ・従来のSaaSから、対話型で高度な自律性と価値創出を実現するAIエージェント型のソリューションへ

●ロイヤル顧客を起点とした経営

- ・コア・バリューに共感し、長期的な関係を築くロイヤル顧客を中心に据え、開発・マーケティング・営業を展開
- ・翻訳に加え、文書生成、整合性チェック、校正、承認フロー管理など、ロイヤル顧客のニーズに応じた統合機能を提供
- ・生成AIの適応により、専門文書の作成から管理までの一連のプロセスを自動化し、ロイヤル顧客が直面する業務課題（例: 時間短縮、品質確保、規制対応の効率化）解決＝Vertical（垂直）なAIエージェントを目指す
- ・ロイヤル顧客との定期的なヒアリングを通じて、カスタマイズ性や業界特化型ソリューションを進化させることで、持続的な満足度向上と関係性の深化を図る

●何を捨てるか

- ・汎用的なプロダクト設計：専門性を犠牲にする汎用設計を捨てる
- ・翻訳速度優先のアプローチ：高い精度や一貫性を求める産業翻訳では、速度よりも品質が優先される
- ・低価格市場：専門性と品質を武器に、高付加価値市場へ集中
- ・過度なシンプルさ：高度な専門性を求める顧客にとって、過度にシンプルなツールは必要な機能や柔軟性を欠く
- ・専門性を必要としない顧客：専門用語や規制対応が必要ない一般的な文書を対象とする顧客

4. 成長戦略（競争戦略）

「専門文書AI - 業種特化生成AI事業（ラクヤク等）」の競争戦略

● 競合の状況

汎用向けの生成AIは無料で利用できるツールが浸透しておりレッドオーシャン化している一方で、産業分野かつ専門文書に特化している競合は少なく、対話型のAIエージェントはまだ出現していない

● ポジショニング

「業界の特化型Vertical SaaS/AIエージェント+ カスタム開発」を提供することで差別化を図る

- ・ 特定業界に特化したVertical（垂直）なSaaS/AIエージェントを主軸とし、その後に受託開発案件へ繋げるハイブリット型モデルを基本戦略とする
- ・ 従来のSaaSから、対話型でより高度な自律性と価値創出を実現するAIエージェント型のソリューションへ
- ・ 汎用AIソリューションや他業界展開は捨て、特定産業に特化した最新で高度な機能を提供

● ロイヤル顧客を起点とした経営

・ 生成AI事業のコアバリューは、特定業界ならではの特殊な要件や規制に適合し、汎用的なAIでは実現しづらい高度な専門性/信頼性を確保したうえで、業務課題を的確に解決できる特化型ソリューションを提供すること。ロイヤル顧客とは、コアバリューに共感し、生成AI事業が提供する特定業界特化のAIソリューションを本質的な価値として認識し、継続的かつ積極的に利用してくれる顧客

● 何を捨てるか

「業界特化型Vertical SaaS/AIエージェント + カスタム開発」という明快なポジショニングを軸に、他業界・汎用機能を徹底的に捨てることで差別化を実現する

- ・ 汎用型サービスや低価格競争路線を捨てる。汎用的な言語モデル提供や単純なチャットGPT活用ソリューションなどは切り捨て、特定業界固有の法規制、ガイドライン、専門用語、ドキュメント体系への精通による高付加価値を提供する
- ・ 大規模カスタマイズ受託のみでの大口受注依存を捨て、まずは共通ニーズをSaaSで抑え徐々に受託へ拡張するモデルへシフト

6000社の顧客基盤に対し、生成AIをシームレスに提供する準備が整った

旧MT事業（AI翻訳）で培った

6000社

の顧客基盤

×

「Metareal AIプロジェクト」を通して

深化させてきた

専門文書におけるAI化技術

顧客基盤を活用して、
生成AIをシームレスに提供する
準備が整った

AI事業における当社の強みは「AI翻訳」で成功したポジショニングの差別化

AI翻訳で成功した差別化

Google翻訳等の一般的なAI翻訳との違い

ポジショニングが違う

一般

汎用（One fits all）

世間のほとんどのAIは
ChatGPTのような汎用のAI

当社

業種特化の専門文書の翻訳
（2000分野）に細かく対応

「業種特化の専門文書」への
絞り込みを生成AIでも行う



4. 成長戦略（専門文書AI）

AI翻訳導入6000社を生成AI事業成長の基盤とする

導入企業の割合

（日経225選定企業）

医薬・化学・食品分野



86%



電気・機械・精密機器分野



61%



鉄鋼/金属/非金属・繊維分野



57%



※主な導入企業（敬称略）

医薬	エーザイ、協和キリン、塩野義製薬、住友ファーマ、第一三共、中外製薬、武田薬品工業、沢井製薬、田辺三菱製薬、サノフィ、大塚製薬、日本新薬、科研製薬、ロート製薬、久光製薬、生化学工業、栄研化学、バイエル薬品、日本イーライリリー、アステラス製薬、グラクソ・スミスクライン、ロシュ・ダイアグノスティックス、アラガン・ジャパン、他
化学・食品	キリン、宝HD、日本ハム、日本たばこ産業、日東電工、日産化学工業、信越化学工業、信越ポリマー、住友化学、資生堂、旭化成、ニチレイ、三菱ケミカル、JSP、ADEKA、ポラテクノ、他
電気機器	ヒロセ電機、NEC、オムロン、京セラ、JVCケンウッド、シャープ、東芝、日本電産サンキョー、パイオニア、日立製作所、富士通ゼネラルエレクトロニクス、古河電気工業、三菱電機、村田製作所、富士フイルム、他
機械	IHI、川崎重工業、島津製作所、住友重機械工業、ダイキン工業、椿本チエイン、日機装、日立造船、三菱重工機械システム、他
精密機器	オリンパス、シチズン時計、コニカミノルタ、テルモ、ニコン、住友精密工業、HOYA、他
繊維	東洋紡、帝人、東レ、ナイガイ、他
輸送機器	日産自動車、日野自動車、本田技研工業、三菱自動車、マツダ、他

AI翻訳で成功した差別化と事業資産はそのままAI事業にも活用できる

業種特化の専門文書で求められること＝汎用翻訳ツールとの違い

- 1** 分野毎の専門用語の正しさが求められる
(例：製薬CMC分野: identification ×同定 ○確認試験: description ×記述 ○性状)
- 2** 参考文書（業界ガイドライン等）との用語・表現の整合性チェック
(例：新薬申請文書: ICHガイドライン)
- 3** 過去翻訳（類似文書）との用語・表現の整合性チェック
(例：類似薬品の過去申請文書)

専門分野対応

2000分野専門用語と
業界毎ガイドライン収録

例：新薬申請文書・ICHガイドライン

整合性チェック

参考文書

ガイドラインや過去文書等との整合性を
チェックするための編集ツール

専門文書AIにおける当社の優位性と専門文書例

専門文書の特徴は文書の量が大量にあること

- 1 各種分野での専門文書を扱う実ニーズと顧客基盤**
製薬、製造、金融、法務等、各種分野の専門文書を扱う実際のニーズを持つ顧客6000社の基盤
- 2 顧客企業が自社の専門文書を既に登録している**
生成AIビジネスにおける最大の難関＝顧客側での自社データの整理が既にできている状態



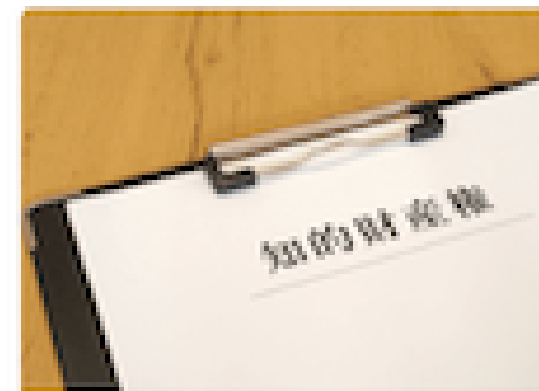
製薬

新薬承認申請資料
等



製造

製品取扱説明書
等



特許

特許明細書
等



金融

有価証券報告書
等



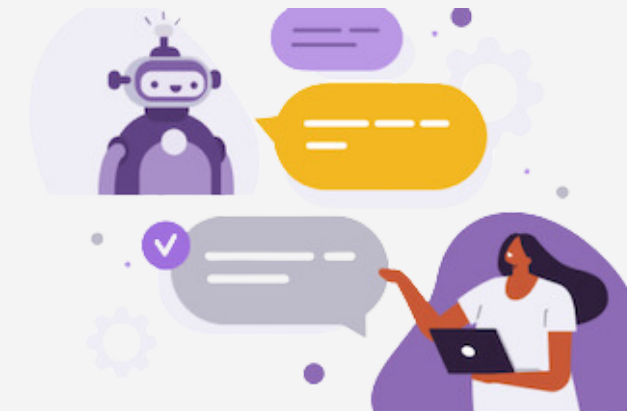
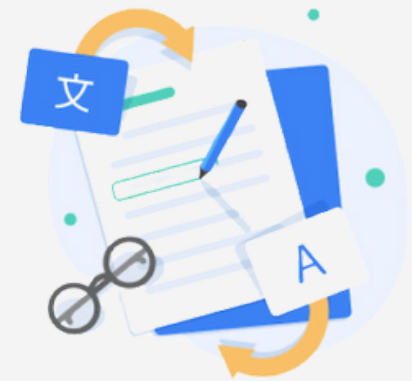
法務

契約書
等

4. 成長戦略（専門文書AI）

翻訳AI単体ツールから専門文書AI統合SaaS/対話型AIエージェントへ

「T-400」のルール・統計ベースのアルゴリズムをすべて生成AIに切り替える



「翻訳」と「文書作成」全般の共通点

整合性チェック（参考文書や過去文書との整合性）に
大変な手間と労力がかかるのが大きなペイン

情報表示から対話型へ

現状：整合性チェックはコックピット計器のように情報を表示
今後：対話型で自律性と価値創出を実現するAIエージェントへ

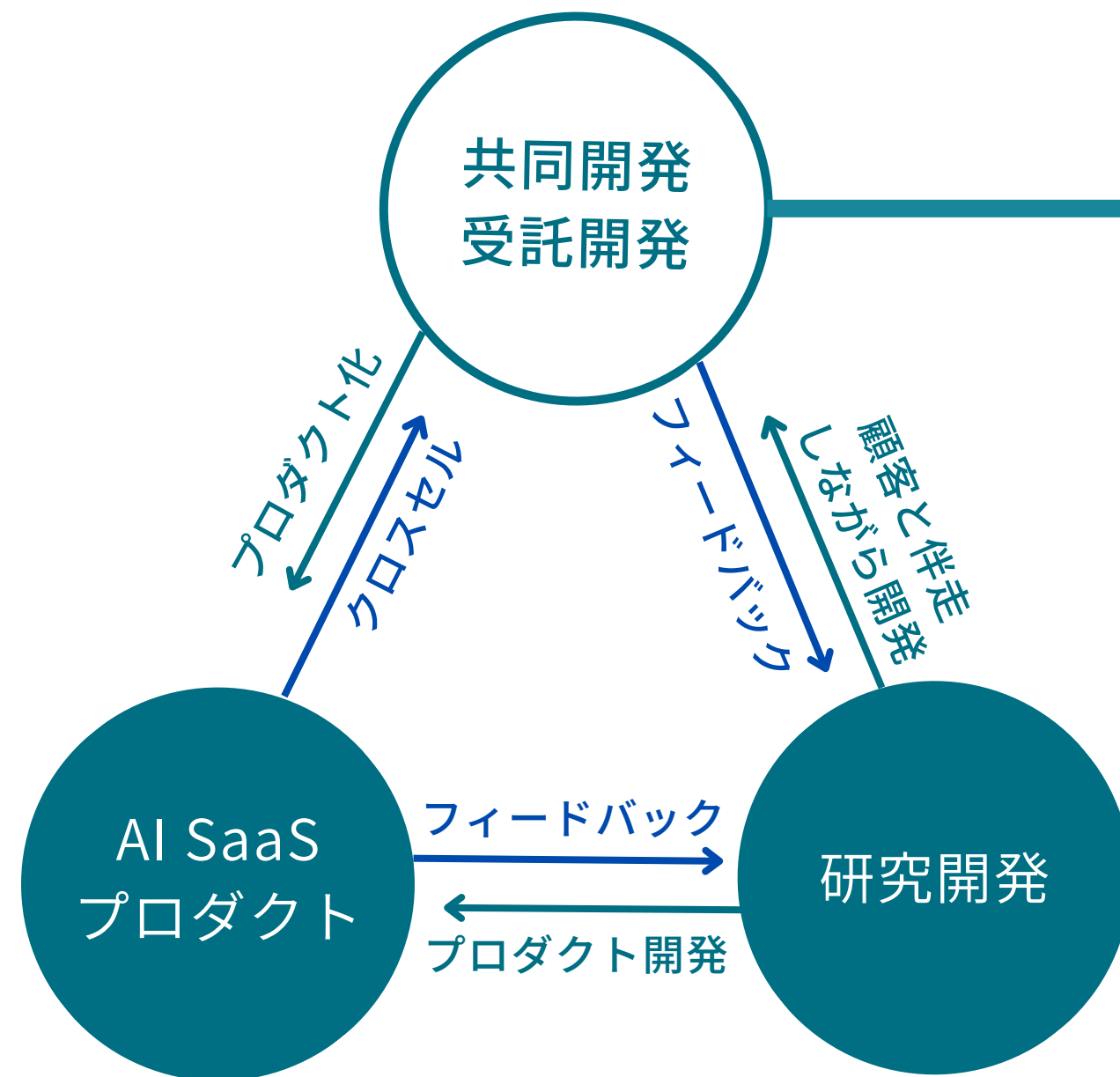


T-400において、生成AI翻訳による
業種・分野ごとの対応が可能になった

T-400の文書作成全般AI化
バージョンをリリース

ロゼッタの専門文書AIサービスの方向性

顧客の求める品質を追求する開発



専門文書AI

- 業種や顧客に特化した生成AIツール
- 文書作成や文書チェックにフォーカス
- 完全カスタマイズで業種や顧客特有の課題にアプローチ



**AI自動翻訳と同じように
生成AIサービスも顧客の求める品質を
追求して事業成長を実現**

4. 成長戦略（専門文書AI/ラクヤク）

専門文書AI - ラクヤクAI

製薬企業の審査文書や論文の整合性確認を強力にサポートする文書処理AIを開発。製薬業界特有の膨大な管理負荷を大幅に削減し、生産性向上を実現します

LLM×製薬 高精度整合性検証

製薬業界に特化

製薬業界に特化したサービスのため、創薬における文書作成など製薬業界特有の業務に対応。御社内のデータはもちろん、業界の専門用語やルールにも対応し、正確なアウトプットを実現します

御社専用のセキュアな生成AI環境

御社専用の生成AI環境をご提供。業界の基礎情報に加え社内の膨大な資料やデータを活用することで、御社内の知見を統合的に分析し集約されたアウトプットをセキュアな環境で実現します

正確かつスピーディなアウトプット

これまでにかかっていた大量の時間とリソースを大幅に削減しながら、膨大なデータを元にした正確なアウトプットを実現します

当社の整合性チェッカーの技術を応用し、LLMと製薬業界知見を融合。審査文書や論文に特化した高精度の整合性検証を実現し、大量の文書を高速処理します。従来手作業で行われてきた審査文書や論文の整合性確認を自動化することで、研究開発や薬事申請といったコア業務により多くのリソースを割くことが可能になります

「整合性チェッカー」事業活用例：
審査文書・論文等の膨大な整合性チェックを自動化



「ラクヤクAI」とは

社内のあらゆる文書やデータ、社外で公開されている論文やルールを活用して、文書や資料の自動生成、文書チェック、モニタリングなどを可能にし、圧倒的な業務スピードの改善を実現するシステムです。

<p>文書・資料の自動生成</p> <p>治験関連文書や薬剤プロモーション資料などを自動生成します。</p>	<p>整合性チェック</p> <p>作成した資料のクオリティチェックを実施。ヒューマンエラーを無くし作業時間を大幅に軽減します。</p>
<p>講演内容モニタリング</p> <p>講演資料や講演音声のモニタリングを行い、適用外表現を自動でチェックします。</p>	<p>薬剤情報やナレッジの検索</p> <p>薬剤の情報やナレッジを調べると検索結果として返します。</p>

4. 成長戦略（専門文書AI/ラクヤク）

専門文書AI - ラクヤクAI キーパーソンズ

メタリアル・グループ、国立がん研究センターと共同研究契約を締結。
生成AIを用いた治験関連文書の自動作成ツールの開発を始動

国立がん研究センター
株式会社ロゼッタ

治験関連文書作成 AI ツール開発で共同研究契約締結

ラクヤクAI
<https://www.rozetta.jp/rakuyakuai/>



中村 健一

国立がん研究センター中央病院
国際開発部門 部門長
同 臨床研究支援部門
臨床研究支援責任者



がん研究

早期段階の医師主導治験から大規模な多施設共同臨床試験まで様々な種類の臨床試験の実務経験を持ち、臨床試験の運営と薬事規制の専門家として多数の国際プロジェクトに携わっています

【国立がん研究センター中央病院 国際開発部門長 中村 健一先生】

国立がん研究センターは、株式会社ロゼッタと共同研究契約を締結し、生成AIを活用した治験関連文書作成の自動化プロジェクトを開始することとなりました。治験業務には膨大な量の文書作成が必要であり、その作業には多くの時間とリソースが割かれています。特にCSR（総括報告書）をはじめとする治験関連文書の作成とチェックには高い精度が求められ、非常に多くのコストとリソースを要しています。今回のプロジェクトでは、国立がん研究センター中央病院の豊富な治験ノウハウを活かし、安価で迅速かつ高品質な治験関連文書の自動作成モデルを構築することを目指します

現在、ドラッグ・ロスが深刻な社会問題となっており、新薬の開発には多大な時間とコストがかかっています。日本が新薬開発の主要な国であり続けるためには、治験プロセスの効率化とコストダウンが必要であり、その点でもこのプロジェクトは重要です。また、この取り組みを成功させるためには規制当局や製薬企業との連携が不可欠です。治験関連文書の正確性と信頼性を確保するために、必要に応じて規制当局や製薬企業と協議しながら進めていきます

「ラクヤクAI」ニュースリリース(2024.7.30抜粋)

4. 成長戦略（専門文書AI/ラクヤク）

専門文書AI - ラクヤクAI キーパーソンズ

「ラクヤクAI」事業グロースプロジェクトチーム

製薬業界専門家

石川 博



新薬開発・申請業務など製薬業界歴30年以上。
元サントリーの医薬事業部の一期生。
(株)ロゼッタ ファーマ・テック・トランスレーター

1979年にサントリー(株)の医薬事業の一期生として入社。製剤研究から上市申請まで幅広い業務に携わる。サンリズム、ビオプテン、ビオガンマ、ハンプ、ファロムなどの上市に貢献。その後、第一三共を経て、2021年ロゼッタに入社。第一三共時代にロゼッタのAI精度に惚れ込み、製薬業向け「ラクヤクAI」のサービス・CS向上を推進

営業責任者

古谷 祐一



元GMOグループ子会社CEO。6000社導入のAI自動翻訳「T-400」を始め、AIサービスの営業スペシャリスト (株)ロゼッタ 取締役
「ラクヤクAI」事業責任者、営業責任者

GMO子会社代表取締役社長（GMOスピード翻訳）、Xtraの代表取締役社長を経て、2019年ロゼッタに入社。アライアンス部長・執行役員を経て、取締役。日本翻訳連盟理事、アジア太平洋機械翻訳協会監事など業界団体要職も歴任。現在は製薬業向け「ラクヤクAI」の事業責任者。製薬企業に導入を推進。複数社の大手製薬企業に導入成功

開発責任者

米倉 豪志



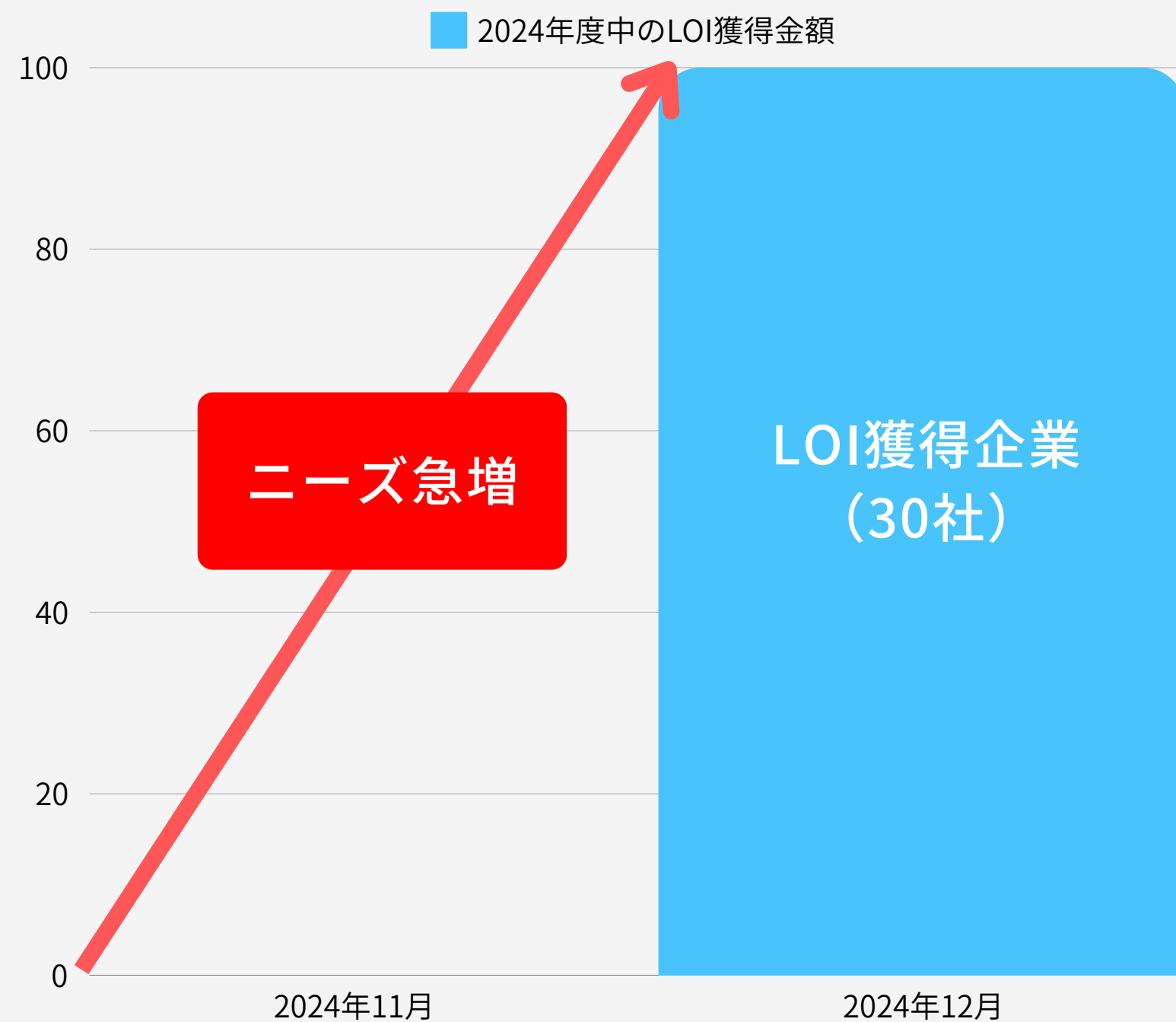
AI開発者。東洋経済新報社と共同開発「四季報AI」、ゲーム特化型AI翻訳エンジン「ELLA」など業種特化AIを数々開発。
(株)メタリアル 取締役CTO 開発部門責任者

2000年にデータ圧縮技術の発明・開発・特許取得。株式会社メディアドゥで国内最大級のモバイル検索サービスの設計。株式会社オルツでデジタルクローン開発に従事。2022年メタリアル取締役CTO就任。金融、製薬、アニメゲームなど、業種特化AIを数々開発。製薬業向け「ラクヤクAI」を含め、技術開発全体の責任者を務める

4. 成長戦略（専門文書AI/ラクヤク）

ラクヤクAI（SaaS）受注推定企業が30社、LOI獲得金額 1 億円を突破

成長ポテンシャル



リリース予定のスケジュール

01

「ラクヤク（医薬）サーチ」（2月）

ラクヤクサーチは、添付文章の同類・同効薬情報を一覧で即座に表示。さらに生成AIを活用して審査報告書や申請資料概要にも素早くアクセス。情報収集時間を短縮

02

「整合性チェック」（2月）

ロゼッタの整合性チェックは文章間の整合性をAIが自動判別。これにより文書の品質管理（QC）作業の効率化を実現

03

「治験関連文書エディタ」（3月）

CSR、PRT、CTDといった治験関連文書の作成プロセスをサポートするライティング支援ツール。メディカルライターが執筆する際に時間を要する作業をAIが支援

04

「製薬業界特化RAG」（4月）

企業内で保持している広範囲のデータセットと、製薬業界の法規制やGxPガイドラインなどの広大なデータベースを統合し、AIを活用したスムーズな検索と業務効率化を実現

生成AIと翻訳AIの相乗効果例

ラクヤクAIと翻訳AIの統合

開発

次世代T-400プロトタイプを
ラクヤクSaaSに統合

顧客

T-400等の製薬顧客を
担当者ごとラクヤクSaaSに統合

事業戦略

（ロールモデル例：Salesforce）

高機能・多機能・カスタマイズ・拡張性・統合性

- 単一プロダクトからの脱却
- 統合的なプラットフォーム
- カスタマイズと拡張性

ラクヤクAIは製薬会社のDX/IT部門が推進する全社の生産性向上に向けたAI全体最適と各部門で発生する個別の部分最適の両ニーズに対応した統合型SaaS

事業創出AI - 四季報AI Ver2/API

四季報AI・APIのアップデート

- 最大の技術的改善ポイント「メタリアルAI LLM2搭載」「約50体のAIエージェント」「自律AI」
- 新機能事例「多様な参照元」「グラフ化」「経営者の情報も分析」「データのコピペ」
- 四季報AI Ver2により、四季報AIとAPIに関して50倍の機能アップグレードを実現

四季報AI Ver2のリリース・関連イベント



四季報AI Ver2へのアップデート

50倍のAIエージェントにより、計算や分析能力も向上



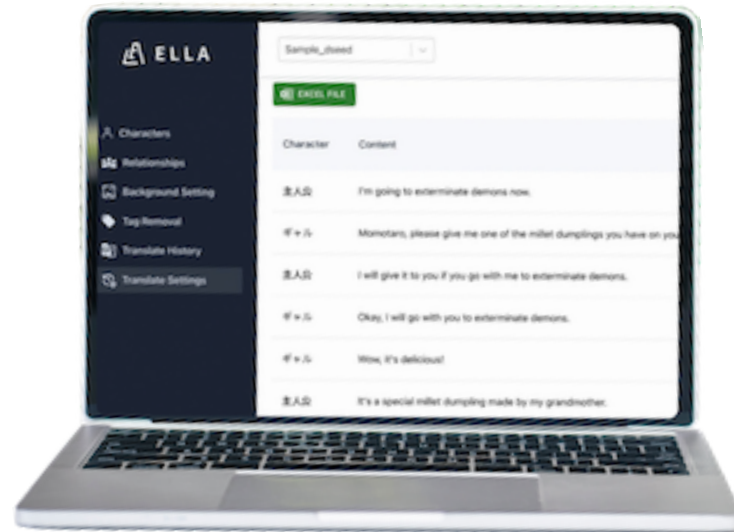
四季報AIカンファレンス 2025の開催

茂木健一郎氏や安野貴博氏などAI界隈の有名人が登壇

事業創出AI - ゲーム特化型AI翻訳エンジン「ELLA」

ゲーム特化型AI翻訳エンジン「ELLA」を(株)デジタルハーツ様と共同開発

(株)デジタルハーツ様とロゼッタで共同開発した新AI翻訳エンジンは、
長年のAI翻訳開発経験と生成AIを融合したクリエイティブ翻訳AI



- 人間の翻訳者とAIが協調して翻訳する「ケンタウロスモデル」を採用
- 「ELLA」はキャラクターの詳細を読み取り世界観を維持したセリフを抽出
- 短文だけでなく、戦闘中の長文によるセリフもバラエティ豊かな翻訳候補を提案

実際のキャラ翻訳事例

英語原文：ゾンビ
I look forward to working with you in the future.



日本語訳文
ウォレ、ウォマエと..ガッ..
これからも..モオン.仕事..ヴ
アッ..楽しみ..ンッ！

ELLAは、(株)デジタルハーツ様が長年のゲーム翻訳において培ってきた翻訳ノウハウと、ロゼッタ社のAI翻訳及びデジタルクローン生成技術を融合。文脈に応じた語彙選択や話し方の変化を再現します。従来の機械翻訳では不可能と思われていたクリエイティブ分野で、キャラクターの性格や感情を反映した翻訳を実現しました

日本語原文：魔王
これからもよろしくお願いします。



英語訳文
Bow to the future where you
shall grovel at my feet, for our
fates are yet to be entwined.

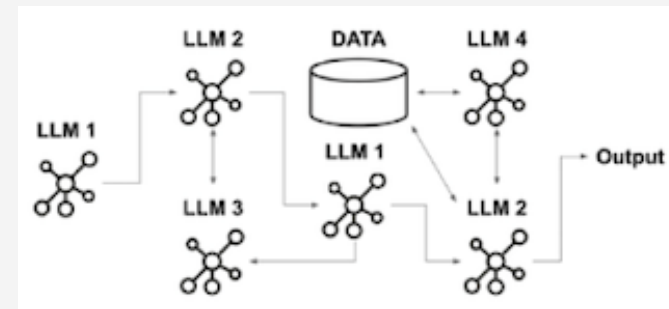
4. 成長戦略 (AI技術群)

AI技術群 - 基盤技術 Metareal AI LLM2

Metareal AI LLM 2 - 複数モデルの連携で実現する、 企業の課題解決に特化した次世代AIオーケストレーションシステム



Metareal AI LLM2



異なるアーキテクチャや学習データを持つ多様なLLMをAPIやプロトコルを介して動的に連携させることで各モデルの入出力や内部状態をリアルタイムで監視・制御、タスクに応じて最適なモデルの組み合わせとパラメータ調整を行います。単一モデルでは困難な複雑なタスクを、複数モデルの協調動作で高精度に処理し、転移学習や fine-tuningにより、企業の業務に特化したドメイン知識を各モデルに効率的に統合します

「Metareal AI LLM 2」は、複数LLMの連携と業界特化型チューニングにより、専門文書AIとの親和性を高めた次世代AIオーケストレーションシステムです

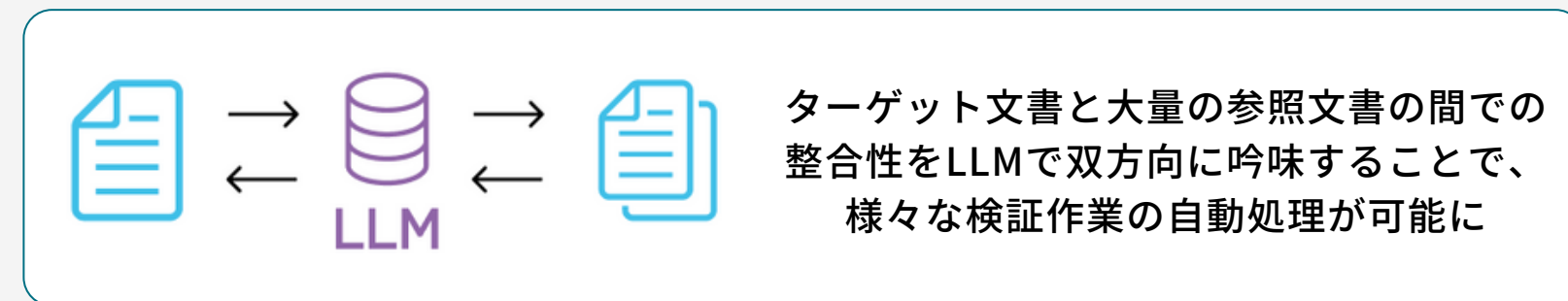
Metareal AI LLM 2は、AIの企業活用を大きく前進させるシステムです。複数LLMの連携により、単体モデルの限界を超えた高度な課題解決を実現。さらに、業界特化型チューニングにより、専門文書AIとの親和性を高めることで、企業の業務に直結したAI活用を可能にします。製薬や市場分析から始まり、順次他業界へ展開することで、あらゆる企業のDXを加速させるでしょう。当社の取り組みは、AIが企業の競争力の源泉となる未来を切り拓きます

AI技術群 - 関連技術 整合性チェッカー

当社の整合性チェッカーは、LLMと顧客課題解決力を融合。膨大な文書管理に苦慮する企業の作業効率を飛躍的に向上し、文書管理のDXを加速します

高速整合性検証 作業効率化

特定文書と参照文書群の整合性を高速検証する「整合性チェッカー」を開発。製薬、建築、土業など、膨大な文書管理に悩む企業の課題解決を目指しました。整合性チェッカーは、LLM活用と共に、当社の顧客課題解決力を発揮して実現。先進技術と現場知見の融合により、複数人で数日かかる作業を最短1分で完了。並列処理で更なる効率化を図ります



文書管理を変革しDX推進

文書管理のDXを加速する画期的な技術により、膨大な時間とコストを費やしてきた整合性検証を自動化します。作業効率の飛躍的向上、コスト削減と人的ミス防止、大規模検証の実現により、文書管理の質を格段に向上します。確認前処理の用途でも大きな成果が期待でき、企業のDXを強力に推進。文書管理のあり方を大きく変革する重要な技術となります

検証状況の出力

検証情報

損害額、補償範囲/期間/内容については、両テキストに具体的な記載がないため、これらの項目に関する拡張は示されていません。合意管轄に関しては、両テキストともに東京地方裁判所を専属的合意管轄裁判所としているため、拡張は示されていません。

参照データ一覧

- Reference path 1: 利用規約.pdf
- Reference path 2: general_agreement_sample.pdf
- Reference path 3: 利用規約.pdf
- Reference path 4: general_agreement_sample.pdf

Explanation: # ステップ1

矛盾なし

ステップ2

抵触なし

ステップ3

損害額、補償範囲/期間/内容については、両テキストに具体的な記載がないため、これらの項目に関する拡張は示されていません。合意管轄に関しては、両テキストともに東京地方裁判

調査対象PDF

自動翻訳 T-400 グループ企業利用に関する覚書

株式会社〇〇〇〇 (以下、「甲」という) と株式会社×××× (以下、「乙」という) は、甲が 2020 年 3 月 18 日に利用申込をした乙が運営する自動翻訳サービス「T-400」(以下、「本サービス」という) の利用について、以下の通り覚書 (以下、「本覚書」という) を締結する。

第1条 目的

本覚書は、本サービスの利用規約の規定にかかわらず、乙が、本サービスの契約主体である甲に対し、株式会社〇〇〇〇による本サービスの利用を認めることを目的とする。

第2条 利用規約

本サービスの利用規約は、株式会社〇〇〇〇による利用についても適用されるものとする。

第3条 効力発生日

1. 本覚書は 2024 年 3 月 31 日より効力を発するものとする。
2. 前項にかかわらず、甲および乙は、相手方に対し、3 か月前に書面による通知をすることにより、本覚書を解除することができる。

第4条 損害賠償

乙は、甲または株式会社〇〇〇〇が本覚書に違反した場合、甲に対し、当該違反により生じた損害について損害賠償請求することができるものとする。

第5条 管轄

本覚書に関して生じた一切の紛争については、東京地方裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所とする。

第6条 準拠法

本覚書は、日本法に準拠し、日本法に従って解釈されるものとする。

AI技術群 - JellyBeans.ai

AIが自律的に構築する、超ニッチニーズに応えるハイパーローカルシステム
 専門文書AIとは対極の、AIファースト事業のロールモデルの構築を目指します

専門文書AI

企業の具体的課題にカスタム



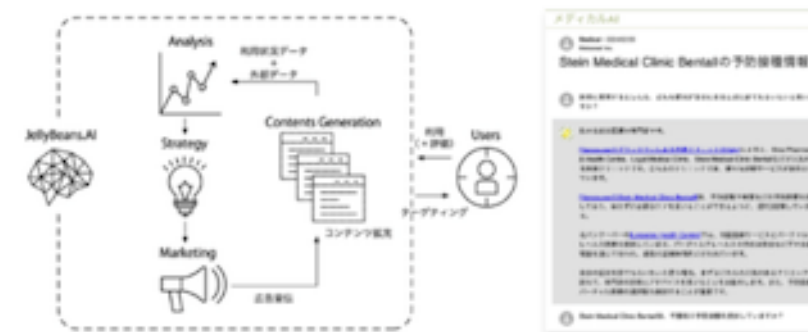
専門文書AIは、2B向けに特化した徹底的なカスタムメイドサービス。各企業の業務や扱う文書の特性を深く理解し、AIモデルを最適化。これにより、企業ごとに異なる複雑な課題に、柔軟かつ効果的に対応

2B特化 / 徹底したカスタムメイド

専門文書AIは、企業の現場の具体的課題に対し、当社専門チームによる徹底的なカスタマイズで対応。これにより、企業の業務に直結した高度なAI活用を実現し、大きな価値を提供します



バリューチェーンの自律構築



JellyBeans.aiは、Metareal AI LLM 2による複数の大規模言語モデルの組み合わせを活用。個人のニーズを動的に理解し、最適なサービスを自動生成。マルチエージェントにより、サービスの作成から提供までのバリューチェーン全体をAIが自律的に運用します。継続的な学習と適応により、常に進化し、新たなニーズにも柔軟に対応。この革新的なアプローチにより、人的労力を最小限に抑えつつ、超ニッチなニーズにも応える状態を目指します

2C特化の超ローカライズ / サービスほぼすべてをAIが運用&生成

JellyBeans.aiは、2C向けのハイパーローカルサービスをAIが自動的に運用・生成するシステム。世界中の個人のバラバラなニーズをAIが察知し、人的労力なしで超ニッチなニーズにも対応。AIによる自律的なサービス提供を実現します

AI/MV技術とSTUDIO55の専門技能・顧客基盤を組み合わせたシナジー効果

STUDIO55の強みを活かしたメタバース事業成長戦略

01

メタバースに親和性のある広範な顧客基盤

「デザインデータの見える化」をビジネスの根幹としており、建築設計データを軸にそこにかかわるすべての産業にコンテンツを提供している

02

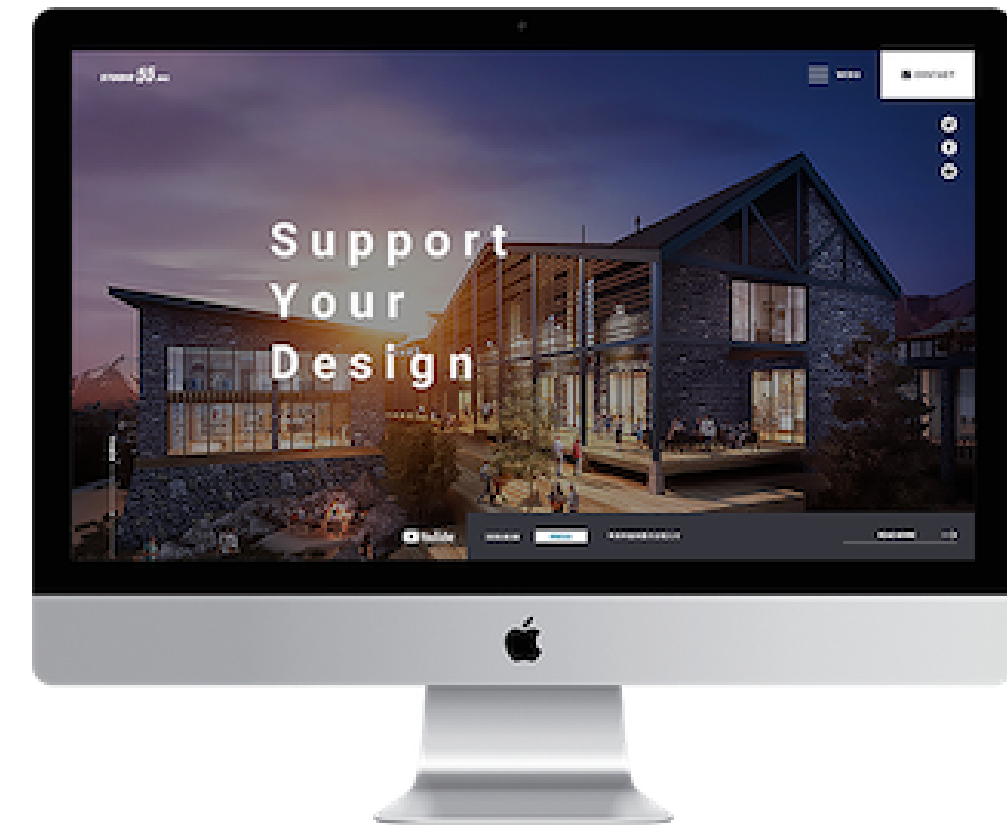
高度な専門技能

XYZ軸の構築物データをAUTO化（自動化）・RPA化（ロボット化）・AI化（人工知能化）の機能を使ってのプラグインソフトウェア開発、サービス提供ができる

03

ローコスト制作

主力コンテンツCG画像・CG映像・VR・BIMは全てアジアのネットワークで作り上げている。ミャンマー・ベトナム・中国・フィリピン・ボリビア・タイ・インドの7か国総勢500名以上の制作体制を築いてる



← 当社の最先端のAI/MV技術を組み合わせたシナジー効果で当分野において飛躍的な成長を目指す →



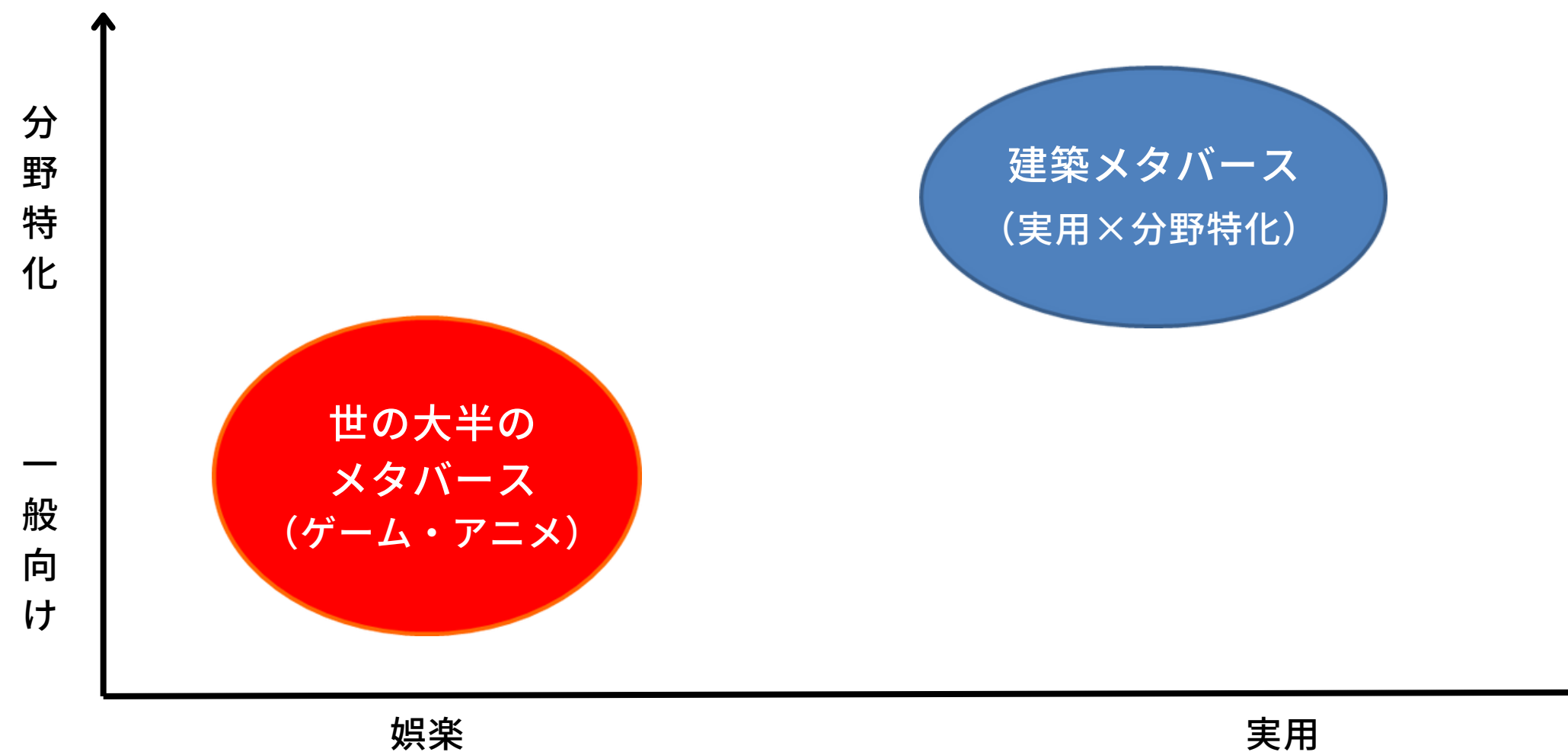
ガウシアン・スプラッティングや生成AI/MVに関する最先端の技術力が強みである反面、建築業界の知見が薄く顧客基盤がないことが弱みであった

「建築メタバース」の競争戦略

●競合の状況と当社のポジショニング

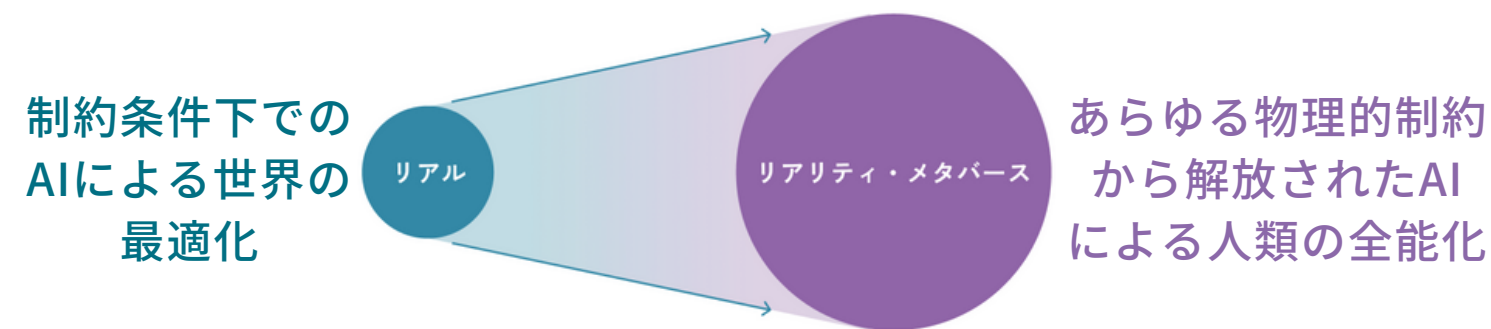
一般向けメタバースはゲーム・アニメを中心にレッドオーシャン化している一方で
実用かつ特定産業分野に特化している競合は少ない。

当社は建築分野に特化し、かつ、先端AI/MV技術を活用することで差別化する



メタバース事業の長期戦略

メタバースを長期戦略として残す理由

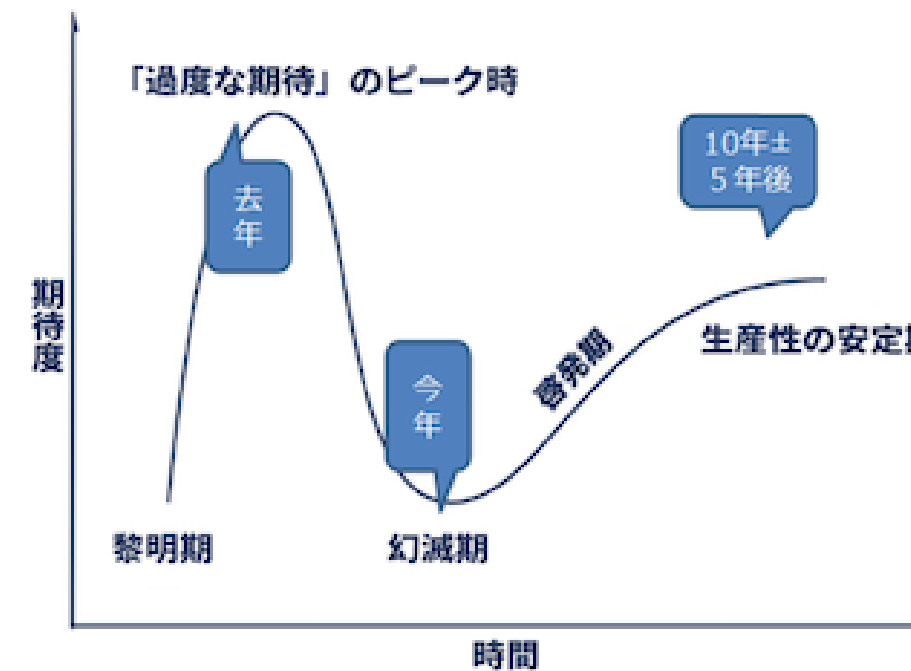


AI翻訳によって人々を言語的ハンディキャップから解放し、生成AIによって単純作業の苦役から解放したのち、当社がなすべきミッションは、身体機能と物理的制約からの解放

当社がこれまでに、そして今この時も、全力で取り組むAI技術は、人類にメタバースという新たな世界が解放された時、真の力を発揮する

様々な制約に縛られたリアル世界においてさえ、これほどまでに人類に力を与えるAI技術を、すべての制約から解放されたメタバース世界と融合させ、人類に真の創造の翼を与えることが当社の目標

当社が想定しているメタバース市場の進行



新しい技術が市場に導入されてから成熟に至るまでの進行過程を視覚化したフレームワークとしてハイプ・サイクルがある（図）。5つのフェーズから成り立つ

- 1 技術トリガー 新技術が市場に登場し、メディアの注目を集める初期段階。しかしこの時点では実用化はまだ遠い
- 2 過度な期待 初期の成功が報道され、一部の早期採用者が新技術を試す。しかし、多くの場合、この段階では技術は過大評価され、実際の有用性は限定的
- 3 幻滅の谷 技術が期待を満たさないと広く認識され、メディアの関心が減退。しかし、この段階で技術の開発と改善が続けられる
- 4 啓蒙の斜面 技術の実用性と商業的価値が徐々に理解され、2次、3次の世代の製品が開発される
- 5 生産性の高原 技術が主流になり、その価値が広く認識され、実際の市場適用が行われる

4. 成長戦略（メタバース）

当社のメタバース事業の特徴

第1の特徴

リアリティ・メタバース

世間一般のメタバースがアンリアル（ゲーム・CG・アニメ）が中心であるのに対して当社はリアル（実生活・実写）をコンセプトとしてポジショニングしている。「メタバース＝アンリアル」と「AR＝リアル」のブリッジ

第2の特徴

メタバーサー構想

ワールドを作成したりイベントを開いたりするユーザー（メタバーサー）による自律駆動のメタバース

第3の特徴

AI x メタバース

MATRIXでは2024年3月より
次世代の3D空間構成技術「Gaussian Splatting」を利用した
受託開発ソリューション提供を開始した

従来手法のデジタルツイン構築としては「3D レーザースキャン」「平面キャプチャ画像の組み合わせ」が存在したが、前者は手間とコスト、後者は視点・視野に制限があるなどの課題があった。そこでMATRIXは、最先端のGaussian Splatting技術を活用して、特別な機材や追加の作業が不要な、スマートフォンで撮影した動画からAIがリアルなデジタルツインを自動で生成するソリューションを開発した

当技術は、建設、不動産、製造業など産業向けに提供を開始

4. 成長戦略（メタバース）

メタバース領域における当社のコア技術

Genesis

AIを用いたメタバースワールドを自動生成する生成AI。
当社を象徴するコア技術に位置付けられる

https://www.youtube.com/watch?v=qgG5Owht_fk

Dimensions

2次元の360度映像を3次元化し、さらにその中を自由に動き回れるようにするためのAI技術

https://www.youtube.com/watch?v=IYA1kaM_yP8

GenesisとDimensionsの統合

「Genesis」で生成された2次元の世界空間を、「Dimensions」で3次元化し、ワールド内を移動可能とすることに成功。さらに、ワールドとワールドをシームレスに繋げる技術を開発することで、無限に移動可能な広大な「リアリティ・メタバース」を創出する

<https://www.youtube.com/watch?v=2uduNpZ-1kU>

自動生成ワールドを3Dモデルとしてエクスポート

「Genesis」と「Dimensions」によって生成された3次元ワールド空間を、3Dオブジェクトファイルとして外部にエクスポートする。AIと人間のクリエイターが共同で、より高度なワールドを構築することが可能となる

<https://www.youtube.com/watch?v=6J0ocusWDtY>

2D映像をメタバースに転生 『Diveverse』

『DiveVerse』発表。膨大な2D映像資産をメタバースに転生。
SF映画の傑作「Metropolis」を先端技術による没入型作品の第一弾として公開

<https://www.youtube.com/watch?v=0LKvzrKL0hM>

目次

1. グループ経営体制の刷新

2. ロゼッタ業績低迷の原因と対策

3. 2025年2月期 第3四半期業績

4. 成長戦略

5. 業績予想

5. 業績予想

2025年2月期連結業績予想

単位：百万円

売上高

連結業績予想

営業利益

4,300 前年比
(+2.9%)

310 前年比
(-58.7%)

売上高

セグメント別業績予想

営業利益

AI事業 3,200 前年比
(+4.6%)

710 前年比
(-24.1%)

HT事業 900 前年比
(-19.5%)

100 前年比
(-31.3%)

MV事業 200 (-)

△200 (-)

セグメント除外

△300 (-)

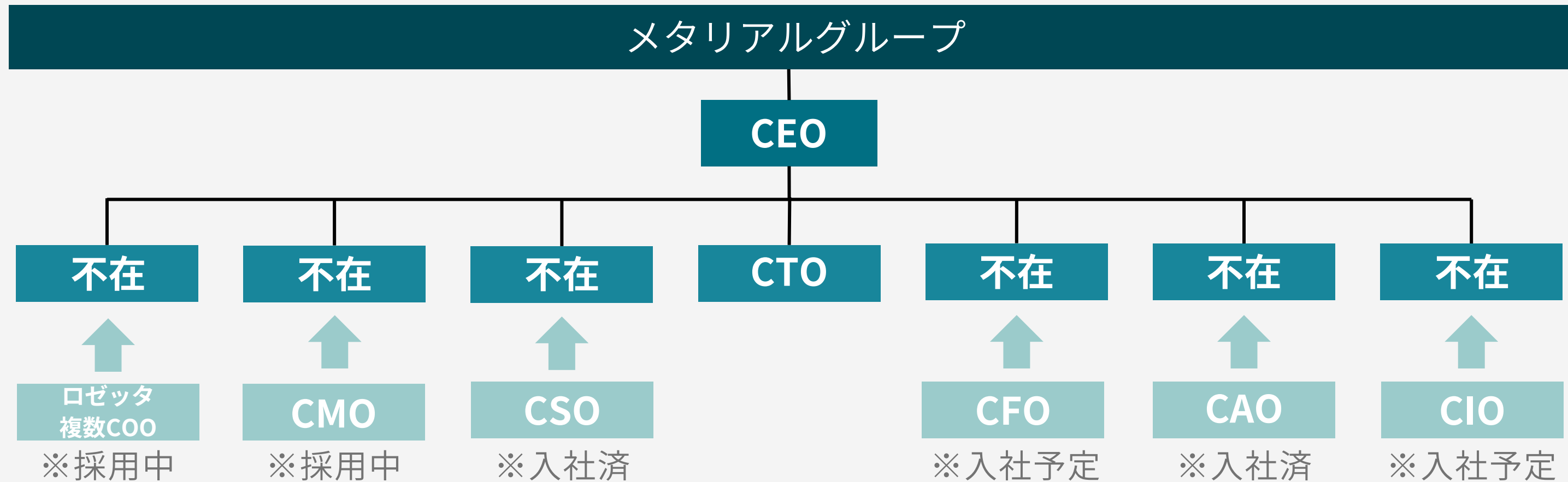
連結 4,300 前年比
(+2.9%)

310 前年比
(-58.7%)

*STUDIO55の数値は、今期はすべてMVセグメントに含み、来期はMVセグメントと新たに設定する予定の新規セグメント（仮称：AI/MV Marketing）に分けて計上する、

FY2025の4Qにおける利益減見込の理由

本社機能強化のための先行投資的な費用増が主な理由



マーケティング、M&A、IR、営業、事業執行、後方支援等、優秀な経営陣とスタッフを迎え、本社に精鋭チームを構築

グループ経営体制の刷新に伴う本社機能強化のために先行投資的に行った採用費・人件費・業務委託コストが主な費用増（セグメント除外）の理由

※CMO：Chief Marketing Officer（最高マーケティング責任者）、CSO：Chief Strategy Officer（最高戦略責任者）CAO：Chief Accounting Officer（最高会計責任者）、CIO：Chief Investment & Investors Officer（最高M&A/IR責任者）

5. 業績予想

2026年2月期連結業績予想

来期連結業績予想は、売上67億円、営業利益5億円

単位：百万円	売上高		FY2026 連結業績予想		営業利益	
	6,700	前年比 (+55.8%)			500	前年比 (+61.3%)
	売上高		セグメント別業績予想		営業利益	
AI	3,900	(+21.8%)	AI		710	(-)
HT	800	(-11.1%)	HT		100	(-)
MV	300	(+50.0%)	MV		△100	
AI/MV Marketing	1,700	(-)	AI/MV Marketing		△50	
			セグメント除外		△160	
連結	6,700	(+55.8%)			500	(+61.3%)

※期中のM&Aによる売上増として1000を見込み、200がAI事業、800が新規セグメント（仮称：AI/MV Marketing）に含まれる。
 ※MV: メタバース, HT: 人間翻訳, AI/MV M: AI/MV Marketing：来期に新たに設定する予定の新規セグメント（仮称）。意味は36頁参照

ご留意事項

- 本資料は、株式会社メタリアルルの業界動向及び事業内容について、株式会社メタリアルル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。
- 株式会社メタリアルル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、2025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メタリアルル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
株式会社メタリアルル グループ管理本部
メールでのお問合せ： ir@metareal.jp