

2024年3月期 第1四半期 決算説明資料

当社 感性AIを通じた企業価値向上の可能性について

株式会社ソケット (スタンダード市場：3634)

2023.8.7

| | | |
|----|-------------------------------|-------|
| 1. | 当社の感性AIとは | P.3～ |
| 2. | 2024年3月期第1四半期決算概況 | P.5～ |
| 3. | エンターテインメント（音楽・映像）データサービス | P.12～ |
| 4. | クッキーレス感性ターゲティング広告サービス（Trig's） | P.18～ |
| 5. | 当社感性AIを通じた企業価値向上の可能性について | P.27～ |
| 6. | 会社概要 | P.34～ |

日本語独特の曖昧なニュアンスまでを解釈する人間の感性や感情を理解する 独自の自社開発AI

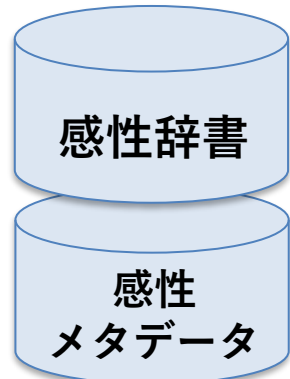


具体的には、下記のサービスの提供を行っております

- エンターテインメントデータサービス
- クッキーレス感性ターゲティング広告サービス

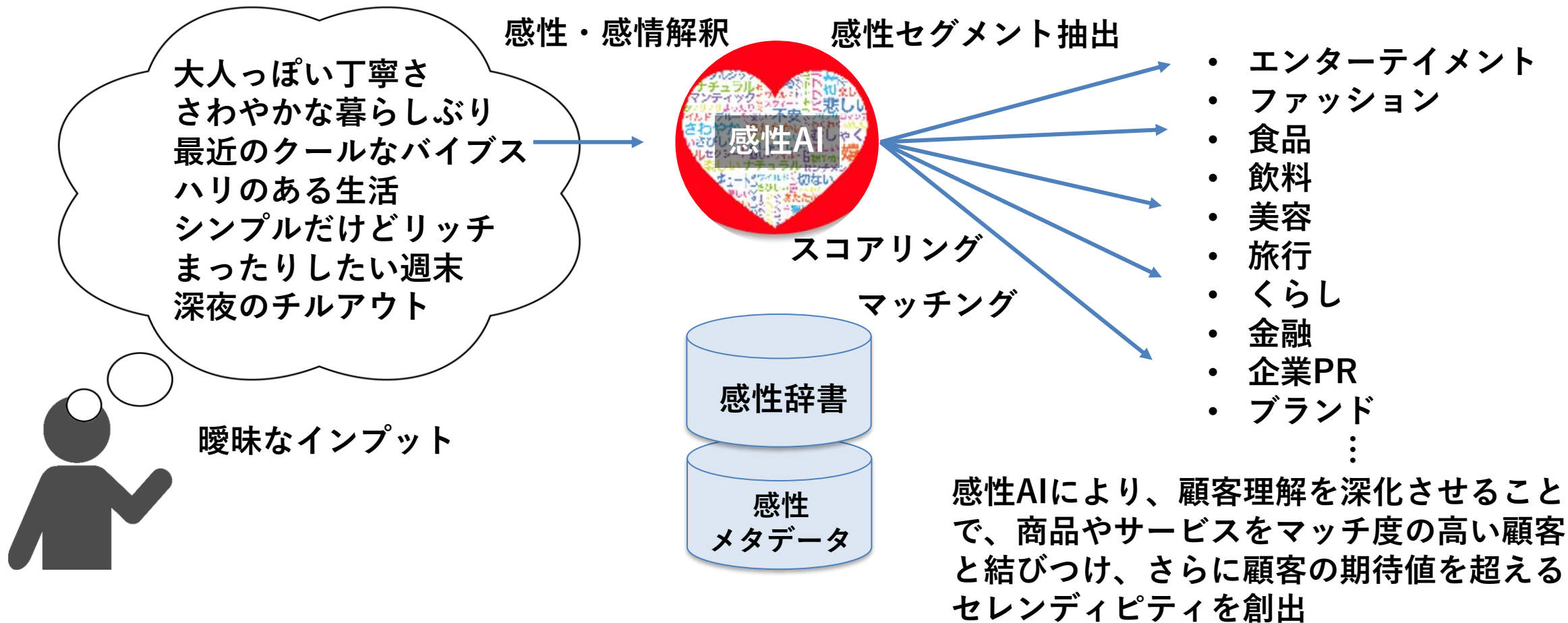
上記をはじめ、他に類を見ない感性・感情解析機能をもつ独自サービスを実現

創業以来開発・蓄積してきたコア技術とデータを活用



- 独自の感性・感情を科学する技術でエンターテインメント分野を通じて培った2000万因子を超える感性や感情を体系化したオントロジー
- 人の感情、趣味、嗜好、生き方、価値観、シチュエーションなどを表現する基本情報からトレンドまでを網羅するエンターテインメントからマーケティング分野までにまたがる膨大なメタデータ

感性AIが曖昧な表現やイディオムを多面的に解釈



2024年3月期第1四半期決算概況

1

業績は売上・利益共に計画を上回って推移

2

データ・ライセンスサービスの拡大が収益のドライバーに
感性マーケティングサービス（Trig's）は顧客の裾野広がる

3

今期は売上の25%を目処に感性AIの開発への投資を進め
新たな成長ストーリーの作成及び実装を進める

✓ 売上高は前年同期比+14.8%

✓ ストック性の高いライセンス事業が収益ドライバーとなり売上総利益率は約48%と高水準で推移

✓ 全社の売上に占めるライセンス売上比率は71%と前期並み

(単位：百万円)

| | 2023年3月期 第1四半期 | 2024年3月期 第1四半期 | 概況 |
|--------|-------------------|-------------------|---------------------------------------|
| 売上高 | 212 | 243 | ライセンス事業により、売上高はYoY+ 14.8%と2桁増収 |
| 原価 | 106 | 128 | |
| 売上総利益 | 105 | 115 | ライセンス収入がドライバーとなり増収 |
| 売上総利益率 | 50% | 48% | 引き続き高水準で推移 |
| 販売管理費 | 144 | 132 | 先行投資は前期並み。具体的には感性メタデータおよび感性・感情科学技術へ投資 |
| 営業利益 | ▲38 | ▲ 16 | |

(単位：百万円)

243

201

212

YoY
+14.8%

要因分析

データライセンス利用ユーザーの増加とオリジナルデータの追加等によるアップセル獲得の営業施策により、着実に伸長

2022年3月期 1Q

2023年3月期 1Q

2024年3月期 1Q

(単位：百万円)

115

105

83

2022年3月期 1Q

2023年3月期 1Q

2024年3月期 1Q

YoY
+9.5%

要因分析

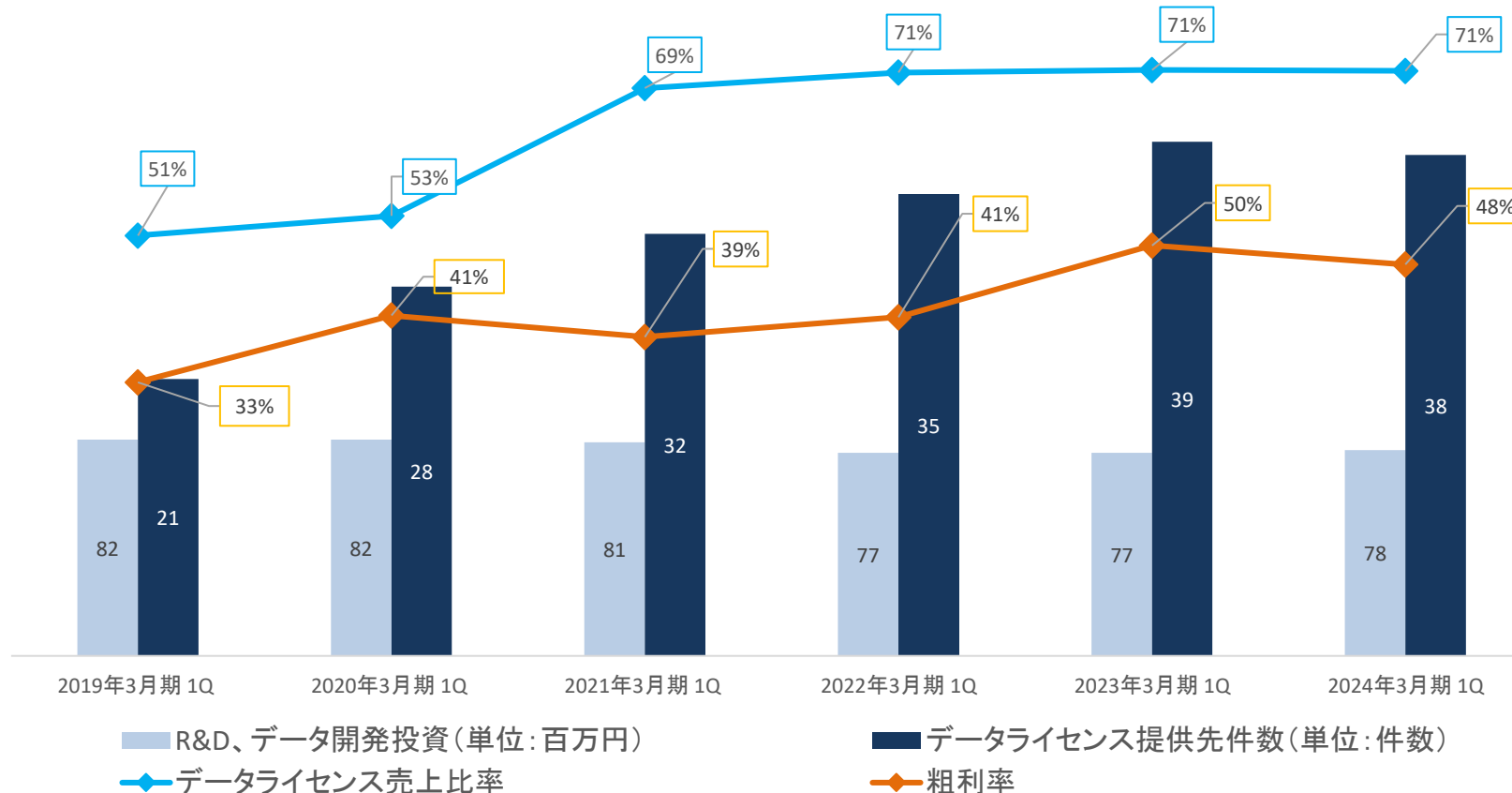
開発体制の変更による一時的な原価増があるものの、粗利額は増加基調

- ✓ 営業キャッシュフロー プラスへ
- ✓ 現預金の変動は前期末から+24百万円
- ✓ 引き続き、当期無借金経営

(単位：百万円)

| | 2023年3月期 | 2024年3月期 第1四半期 |
|------------------|----------|-------------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | ▲44 | 30 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▲13 | 0 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | ▲7 | ▲6 |

エンターテインメント領域「音楽」「映像」「人物」、「書籍」「アニメ」



要因分析

配信サービスを行う企業の統合により提供先件数は減少したものの、各サービスの規模が大きくなることで、当社データ活用の種類、深さ・幅が拡大。新たなデータの追加等既存データライセンスの単価向上とアップセルが続く

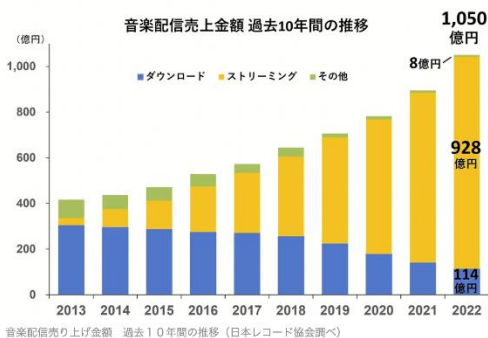
エンターテインメント（音楽・映像）データサービス

音楽・映像配信サービスともに市場環境は良好

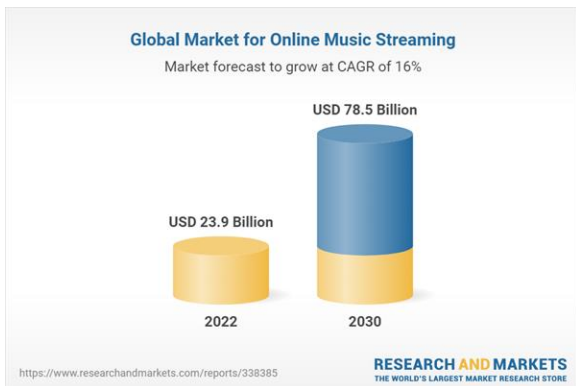
映像配信サービスでは一部企業間でサービス統合等再編が行われるものの、市場規模は拡大を継続、各社では当社データの活用においてデータの種類、深さ・幅が拡大し、ビジネス機会が広がる

音楽配信（サブスク）

日本の音楽配信市場、2022年初めて
1,000億円を超える

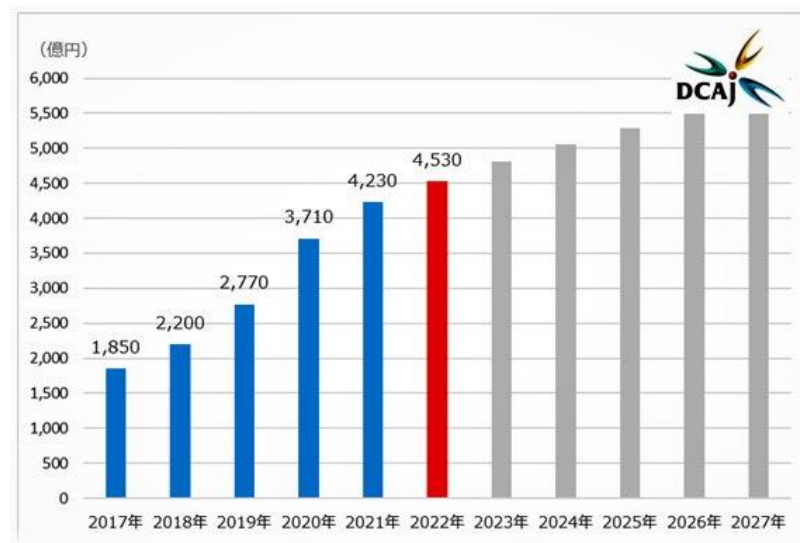


世界のオンライン音楽ストリーミング市場規模は、
2022年から2030年にかけて16%のCAGRで、
2030年には785億米ドルに達すると予想



映像配信（SVOD）

2022年の動画配信市場規模を、
4,530億円（前年比107%）と推計し、
2027年には5,670億円まで到達すると推計



※出典：一般社団法人日本レコード協会

※出典：Global Industry Analysts, Inc. 「Online Music Streaming - Global Strategic Business Report」

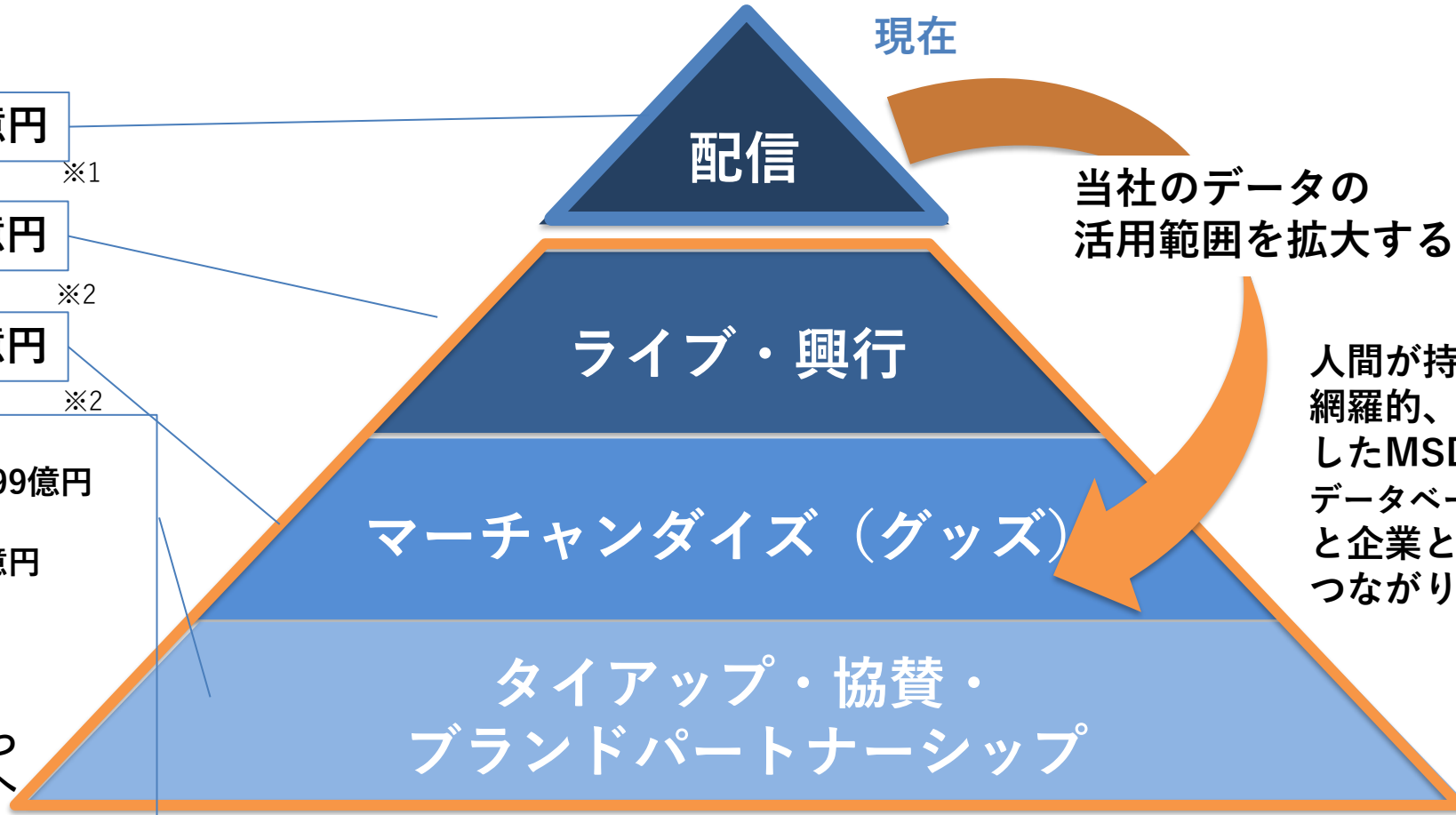
※出典：一般財団法人デジタルコンテンツ協会「動画配信市場調査レポート2023」

音楽・映像をはじめとしたエンターテインメント市場の裾野は広く当社感性AIの利活用もこれから一段と進む

国内市場規模

- 5,509億円 ※1
- 7,793億円 ※2
- 5,289億円 ※2

- ・ソーシャルメディアマーケティング：1兆899億円
- ・インフルエンサーマーケティング：741億円 ※3
- ファンマーケティング：6,000億円 ※4
- 上記市場が、連携しつつ新たな市場・価値創造へ

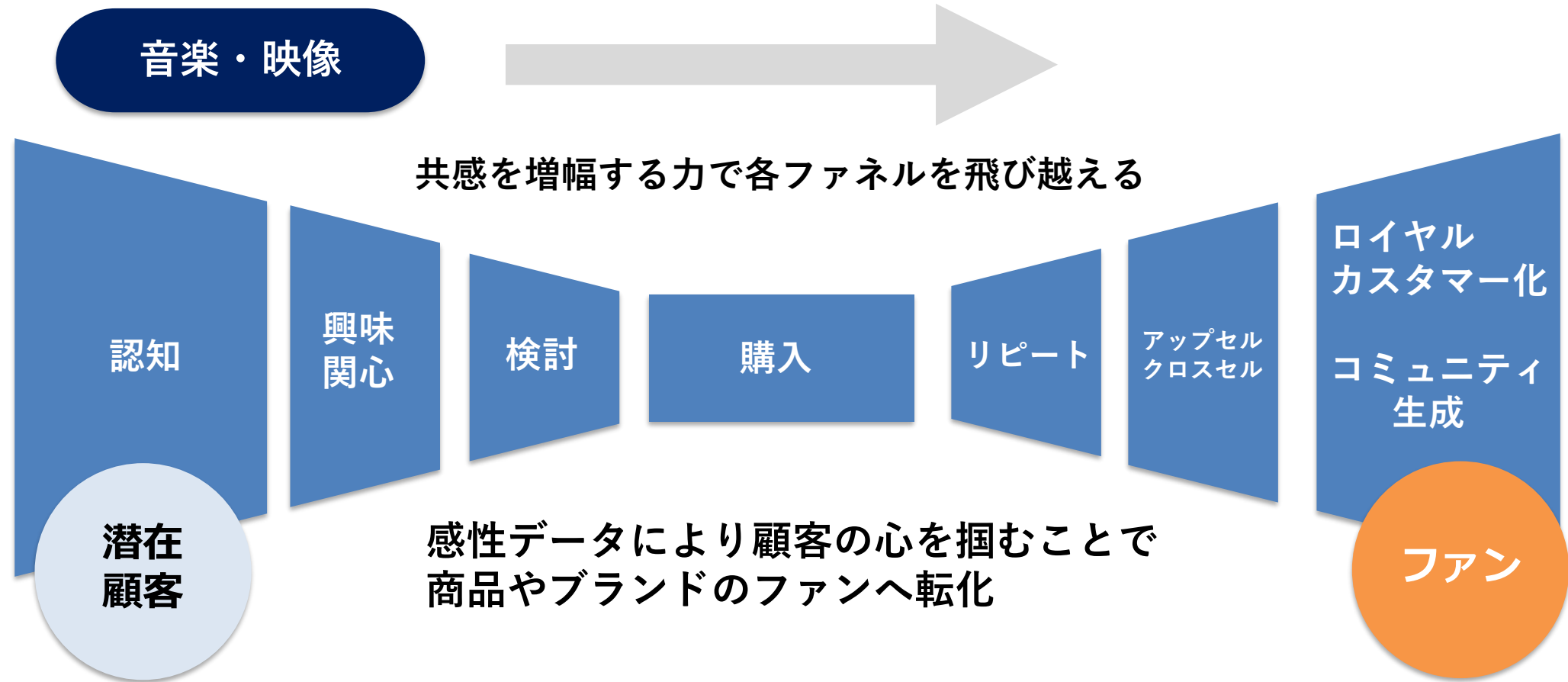


当社のデータの活用範囲を拡大する方針

人間が持つ感性や感情を体系的、網羅的、詳細にデータベース化したMSDB（メディア・サービスデータベース）のデータで生活者と企業とのエモーショナルなつながりを実現

出典※1GEM Partners、一般社団法人日本レコード協会、全国出版協会・出版科学研究所ほか ※2博報堂コンテンツファン消費行動調査「コンテンツファン消費行動調査2022」
 ※3サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ ※4矢野経済研究所

感性AIによる音楽や映像コンテンツの文脈や背景の理解が、想像を超える結びつきを引き起こす



市場規模が大きく未開拓の分野へのデータ・レコメンド提供を進める

世界的にみても独特なJ-POP・邦楽リスナー向けに特化した日本産ならではの独自レコメンドを開発。データ提供範囲を海外にも拡大。さらに未開拓分野への新たな音楽データの提携を計画

1) 海外サービスへのデータ提供

今期推進中

海外のデータカンパニーと提携し、データやレコメンド提供の範囲を海外に広げる

2) カラオケやライブ配信アプリ等、新たな領域へのデータ、レコメンド提供

今期推進中

新たな専用データの開発・提供も加えた新規契約

3) 音楽の感性メタデータを利用して、人と人、人と商品等の出会いを提供

今期推進中

様々な活用方法に対応したデータやAPIの開発・提供

音楽データ提供

レコメンド提供

専用データ提供

ビデオ・オン・デマンド（VOD）/多チャンネル放送に対して映像データの利用範囲を拡大

他の追随を許さない圧倒的データ量と品質を維持し、またレコメンドなど独自データ活用ソリューションの開発を行い、今後も新規提供先を増やすとともに契約済みサービスに対する役割の拡大を目指す

1) 新規ターゲットVODサービス 今期推進中 連携用データの開発・提供による新規契約

- 海外系映像配信サービス事業者
- 国内映像配信サービス事業者
- } 映像データ提供

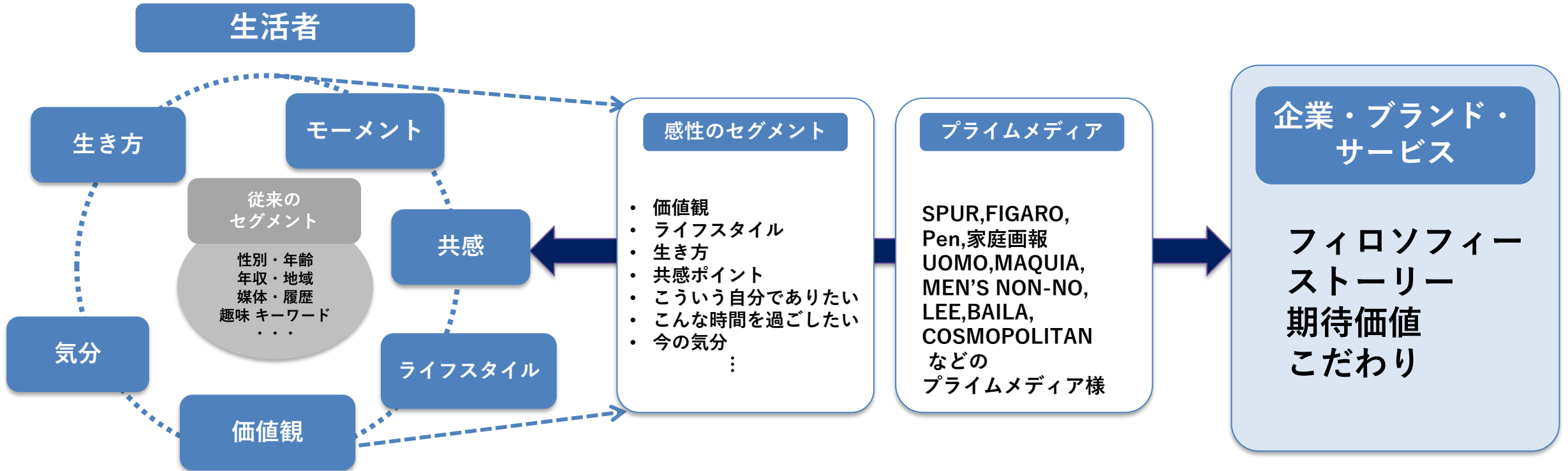
2) 契約済みVODサービス 今期推進中 VODサービス向け独自データの開発・提供によるアップセル

- | | | | |
|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Hulu ● Lemino ● TELASA | <ul style="list-style-type: none"> ● U-NEXT ● dアニメストア ● ひかりTV ● みるプラス | <ul style="list-style-type: none"> ● ABEMA ● FOD ● J:COMオンデマンド ● J:COM TV | } レコメンド提供 |
| | | | } 専用データ提供 |
| | | | } 運用受託 |

3) アニメ専門DBペルソナ開発 今期推進中 感性メタデータを活用しアニメファンを独自ペルソナ化

クッキーレス感性ターゲティング広告「Trig's」

Trig'sは、感性AIが消費者の感性に訴求し、従来のセグメントの外側にいる生活者をメディアを通じてクライアントに繋がります



感性価値、情緒的価値に基づく コミュニケーションの実現



感性データの獲得と活用で顧客とより深く長期的な関係構築へ

リターゲティング広告をはじめとしたサードパーティクッキーに依存した広告やマーケティング手法からの脱却が、今後より本格化することでTrig'sの利用拡大へ

個人情報保護法

<海外>

- EU（欧州連合）のGDPR（一般データ保護規則）
- 米国（カリフォルニア州）のCCPA

<国内>

- 改正個人情報保護法

インターネットブラウザ (Apple,Googleなど)

- Chrome(Google)：2024年後半にサードパーティクッキーをブロック予定
- Safari(Apple)：サードパーティクッキーを全面ブロック済み

改正電気通信事業法

「日本版Cookie規制」とも呼ばれる改正電気通信事業法が2023年6月に施行

マーケティングや広告など営利目的とするCookieの使用はすべて規制の対象

企業・広告主

リターゲティング広告でWeb訪問者を追うのではなく、顧客ロイヤルティをビジネスの中心に位置付けて、顧客との関係性構築を重視する方向に

Private Market Place(PMP)

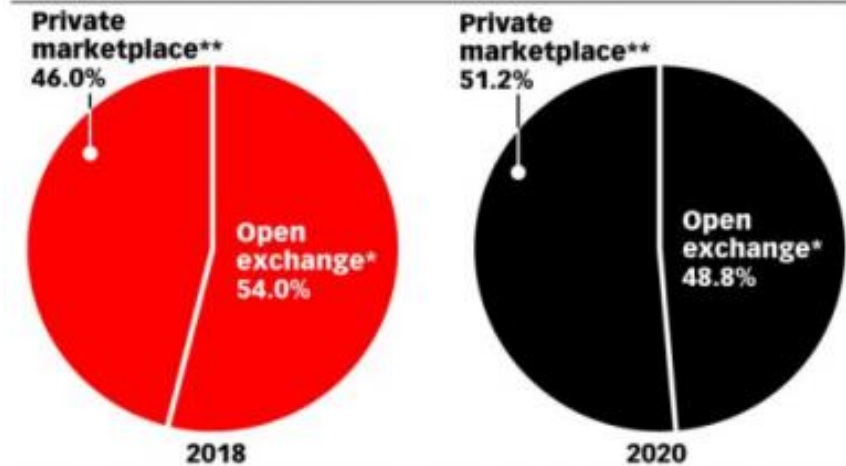
媒体社と広告主を限定したクローズな広告の取引市場

- 米国ではプログラマティックディスプレイ広告の半分超はPMPの取引
- 日本ではまだ理解が浸透しておらず、これからの成長が予測される広告取引市場

当社の強力な追い風に

US Real-Time Bidding Digital Display Ad Spending Share, by Segment, 2018 & 2020

% of total



| 種類 | メリット |
|-----|---|
| 純広告 | <ul style="list-style-type: none"> • 掲載面・量の担保 • ブランドセーフティ |
| 運用型 | <ul style="list-style-type: none"> • 運用の柔軟性 • 独自のターゲティング |
| PMP | <ul style="list-style-type: none"> • 掲載面/量の一定担保 • ブランドセーフティ • 運用の柔軟性 • 独自のターゲティング |

出典： eMarketer

1

基盤強化

- マッチングエンジン性能向上
- 取り扱いPVの拡大
- …

2

スケールアップ

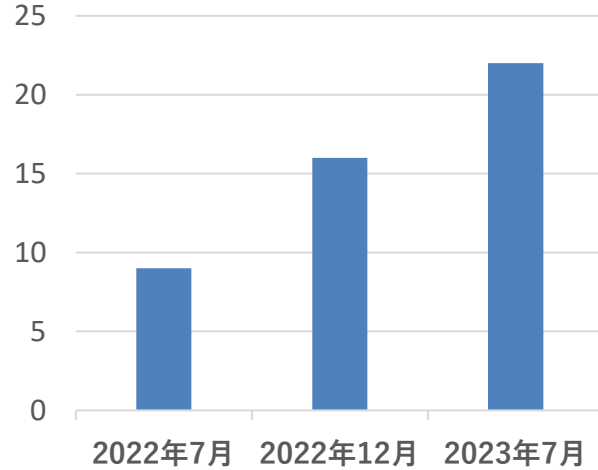
- リッチフォーマットの開発
- 広告メニュー拡充
- …

3

パートナーシップ

- アライアンス拡大
- 販売連携
- …

連携メディア数



合計取り扱い月間PV数

2023年3月



2023年7月



NEW

2023年7月

COSMOPOLITAN

<https://www.cosmopolitan.com/jp/>

多様な価値観や生き方の選択肢を提示するエンパワメントメディア。人生を主体的に楽しむことを肯定し、デジタルネイティブで社会問題への意識が高いミレニアル&Z世代の読者から高い支持を得ている。

andGIRL

<https://www.andgirl.jp/>

OLの今すぐ知りたい、見たい、体験したい様々な情報を発信するウェブメディア。“アラサーになっても、仕事ができても、結婚しても、「ガール」な大人たちへ!”をスローガンに掲げ、アラサーOLから絶大な支持を得ている。

Ray

<https://ray-web.jp/>

トレンドに敏感な女子大生及び社会人1,2年目のOLの読者を多く抱えるファッションメディア。等身大のファッション&ビューティーを可愛い世界観とビジュアルで確立している。

mamagirl

<https://mamagirl.jp/>

ママの“知りたい”と“楽しみ”が詰まったwebメディア。子供にはもちろん、自分自身もしっかり投資する購買欲の高いママ・プレママより絶大な支持を得ている。

2023年4月

madameFIGARO.jp

<https://madamefigaro.jp/>

自立した女性のための「楽しく、美しく、いまを生きる」フランスで生まれたウェブメディア。半数は首都圏在住で可処分所得の高い働く女性ユーザーが特徴。

Pen Online

<https://www.pen-online.jp/>

クリエイティブ層やクリエイティブなことに感度の高いラグジュアリー層に向けたウェブマガジン。ファッションや建築、食、クルマ、デザイン、アートなど幅広いトピックを世界中からピックアップし、発信方法も多彩。

大手の有力メディアとの連携が進む

基本観

独自の感性AIとしてエンターテインメント作品やライフスタイルメディアコンテンツのメタデータ化を通じ、人間の「エモーション」「シチュエーション」「オケーション」「リレーションシップ」「モーメント」を解釈し拡張

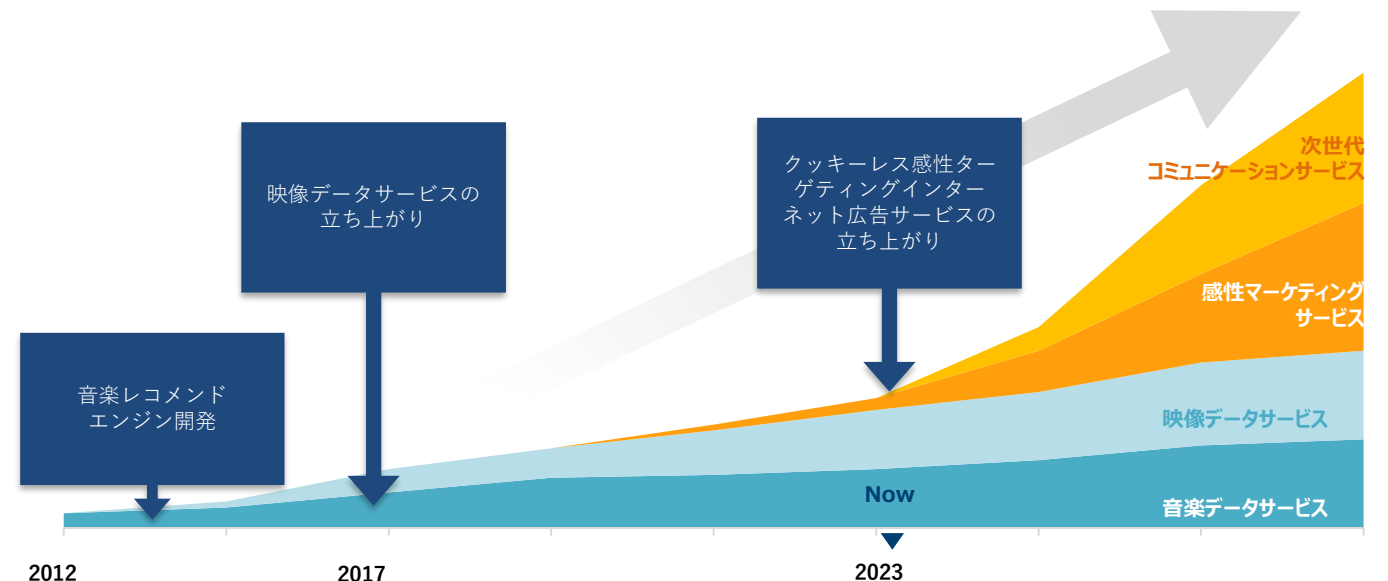
当期開発テーマ例

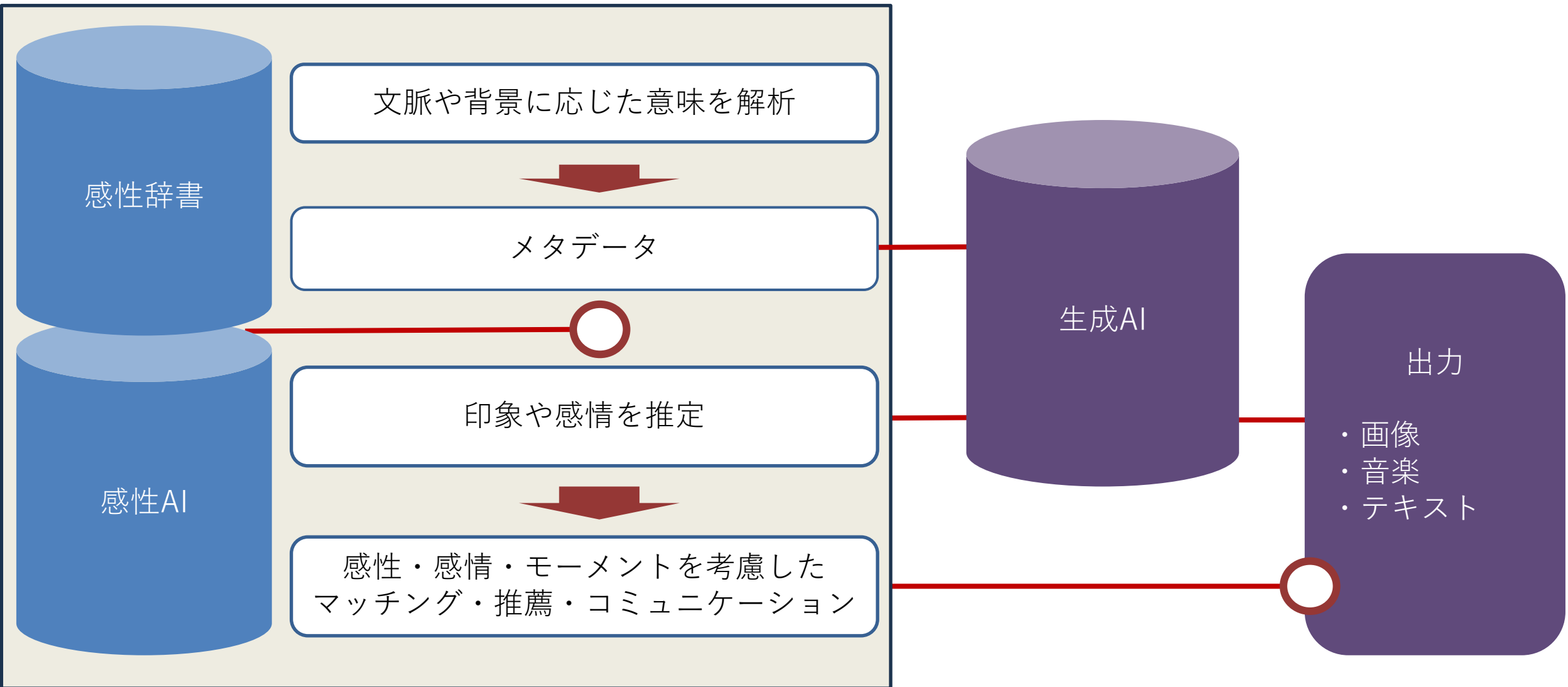
- ・ 生成AIとの連携
- ・ メタデータ整備
- ・ ナレッジグラフ開発

利活用

- ・ 独自データ開発効率向上
- ・ クリエイティブサポート
- ・ レコメンド精度向上
- ・ 新コミュニケーションサービス開発

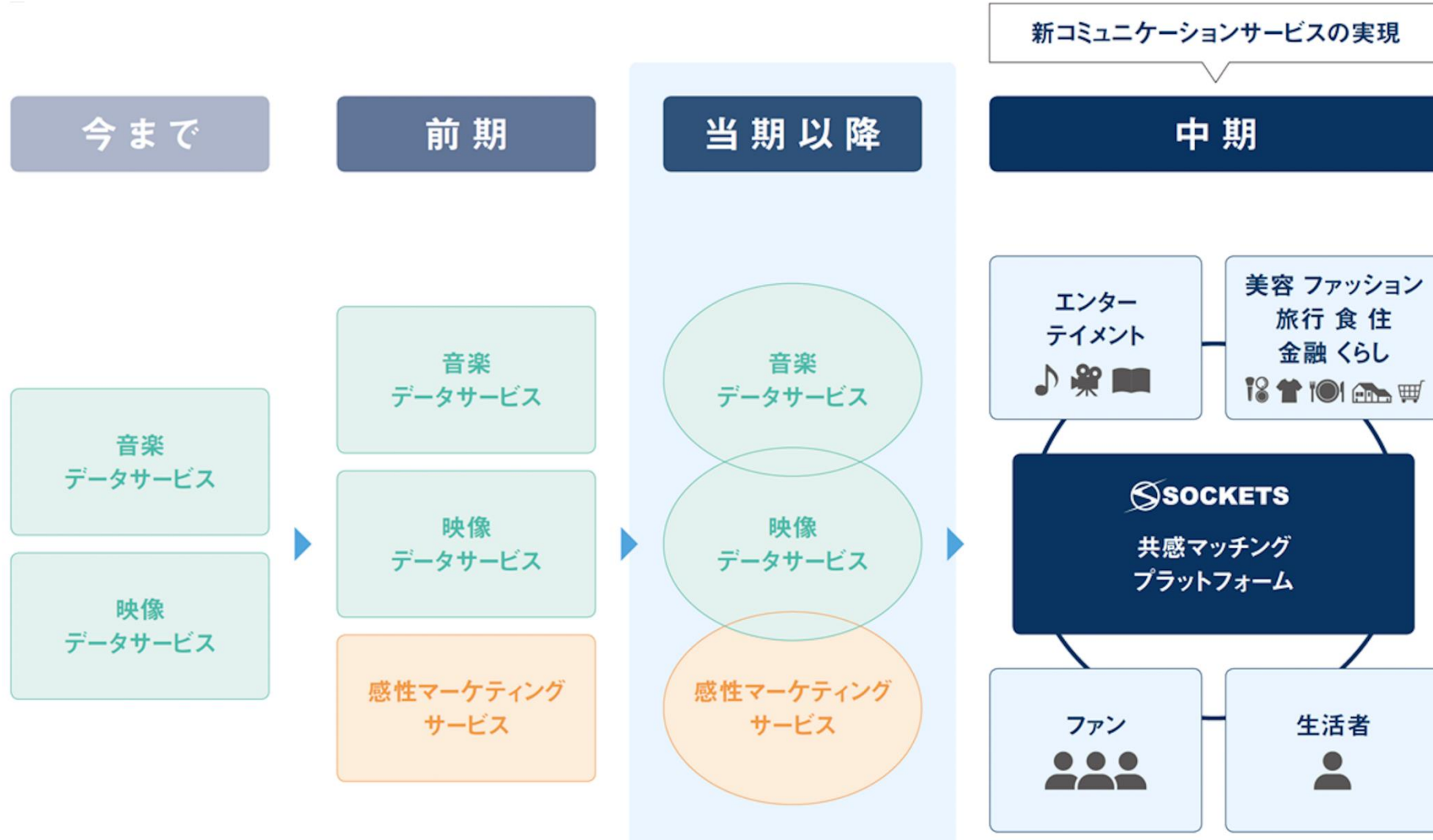
エンターテインメント領域で培った感性AIを活用し
収益モデルの多様化と拡大を伴い、大きな成長フェーズへ





中期シナリオ

当社感性AIを通じた企業価値向上の可能性について

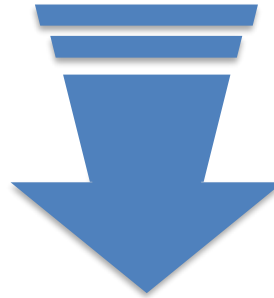


独自の感性AIを活用

エンターテインメント・
データサービス

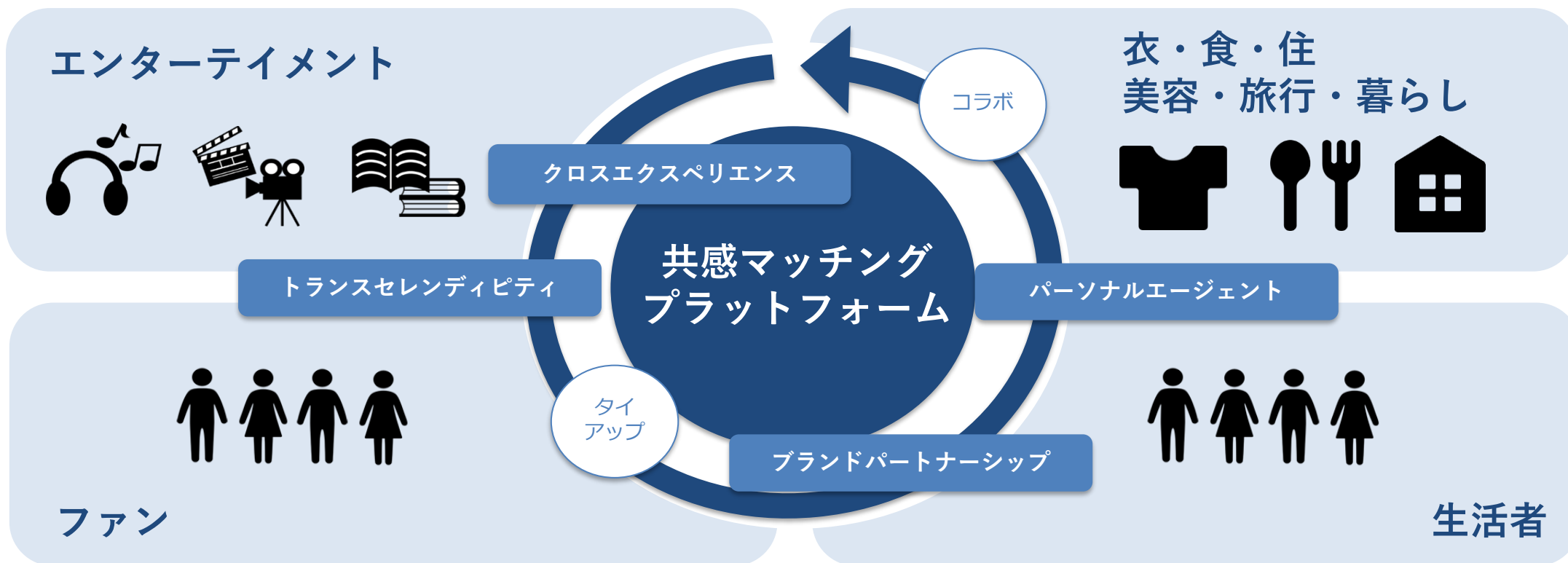


感性マーケティング
サービス

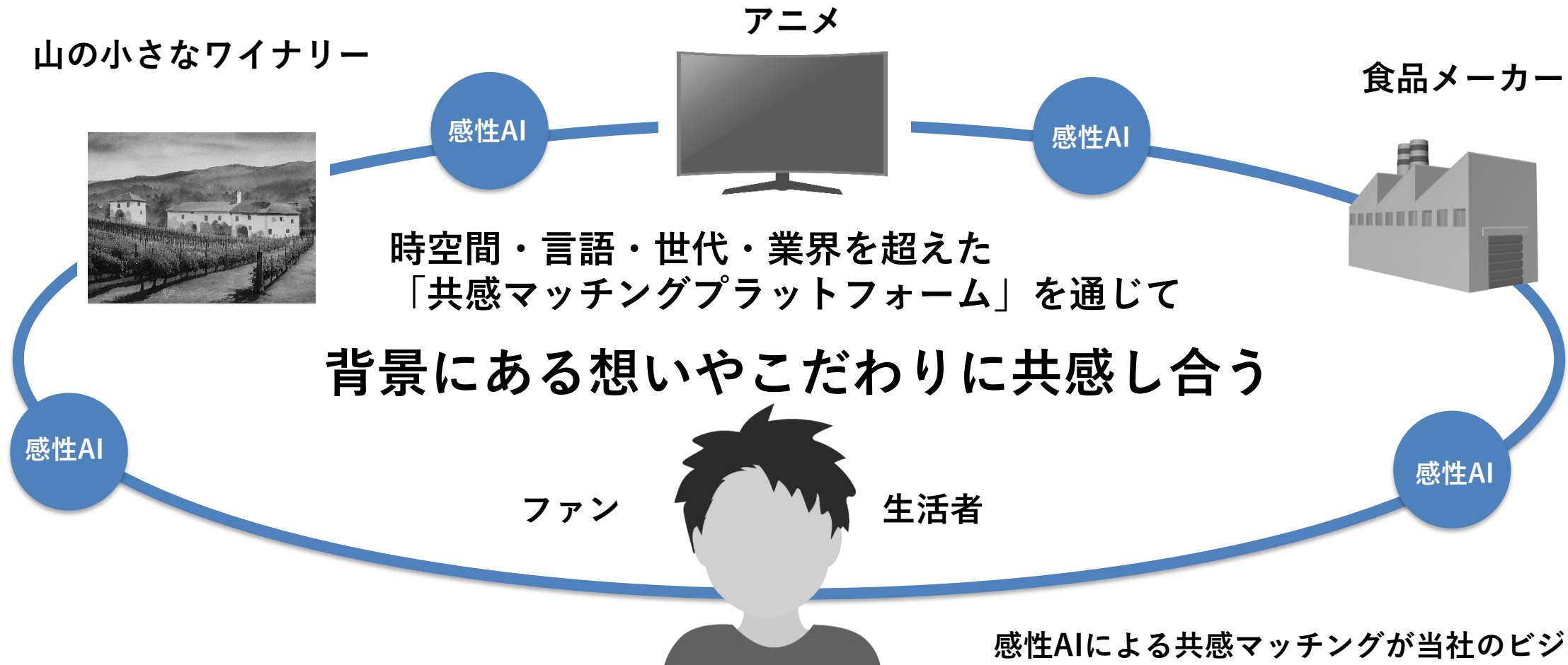


新たなコミュニケーションサービス誕生へ

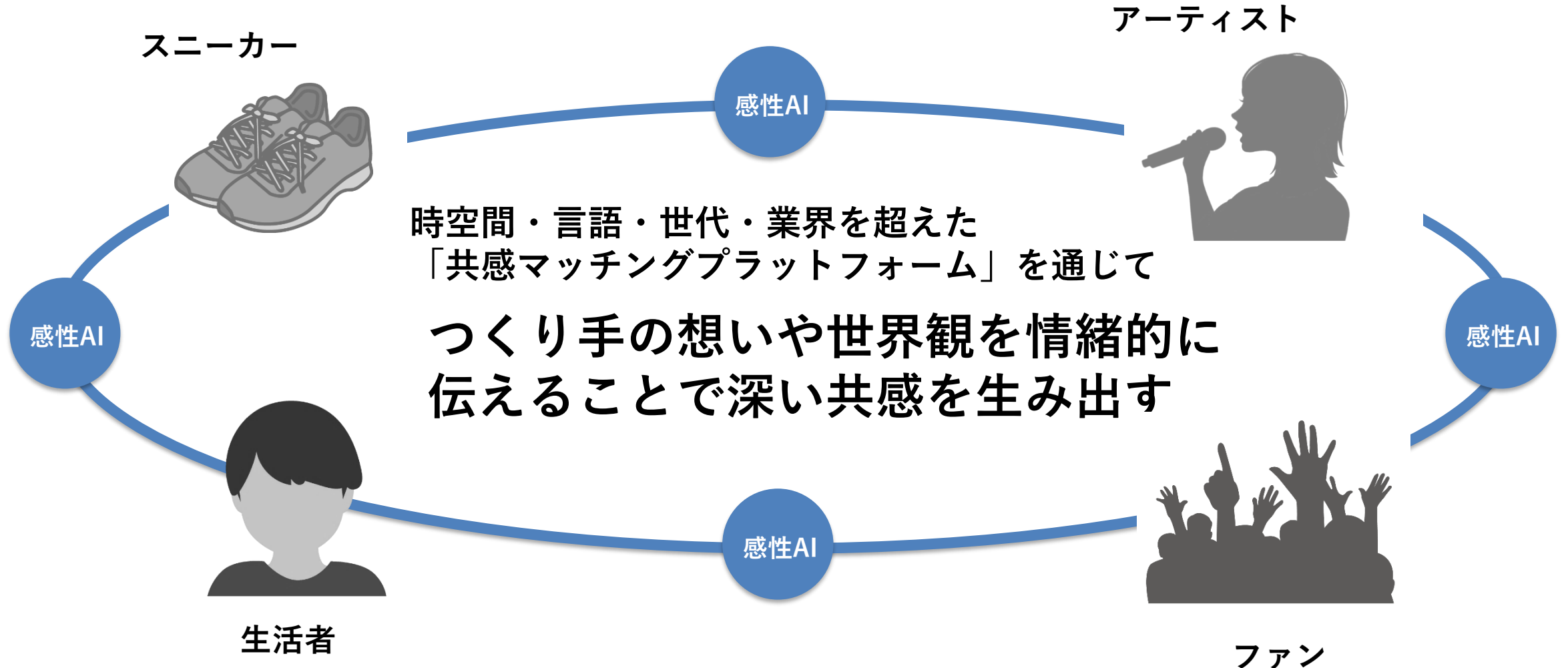
人と企業と生産者とクリエイターが共感でつながる独自プラットフォームを構築
感性AIによる共感マッチングがデータで科学された仕組みにおいて、
個人と企業の垣根を超えた様々なタイアップやコラボレーションを創出



例えば… こだわり抜いたワインを分かってくれる人に届けたい

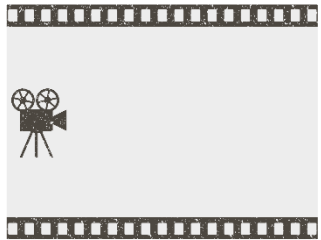


例えば… 想いをブランド化し、顧客以外の層と共感で繋がりたい



例えば… 生まれ育った地域の個性を活かして地元を元気にしたい

映画



旅行



感性AI



生産者

感性AI



生活者

感性AI

感性AI

時空間・言語・世代・業界を超えた
「共感マッチングプラットフォーム」を通じて
**地域と産業・伝統や文化を繋ぎ、
驚きと感動に満ちた
セレンディピティを創出**

会社概要

会社名

株式会社ソケット

代表取締役社長

浦部 浩司

従業員数

75名（2023年3月末時点）

所在地

東京都渋谷区千駄ヶ谷4-23-5 JPR千駄ヶ谷ビル3階

設立

2000年6月23日

上場証券取引所

東京証券取引所スタンダード市場（証券コード：3634）



Love x Communication = Peace

人のキモチをつなぐ



<https://www.sockets.co.jp/>

本資料における予想数値等は、発表日現在において当社が入手可能な情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づき作成したものであり、実際の業績等は、今後の様々な要因により予想数値と異なる場合があります。

【お問い合わせ先】

株式会社ソケット

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷四丁目23番5号

窓口 : コーポレートコミュニケーション室

E-mail : ir@sockets.co.jp