

2022年3月期 第2四半期 決算説明資料

2021 / 11 / 4 (木)

- ✓ ここまでは、ほぼ期初計画とおりに進捗
- ✓ ライセンス事業が主力となる中で、粗利率の向上
- ✓ ライセンス売上比率は71%に

(単位：百万円)

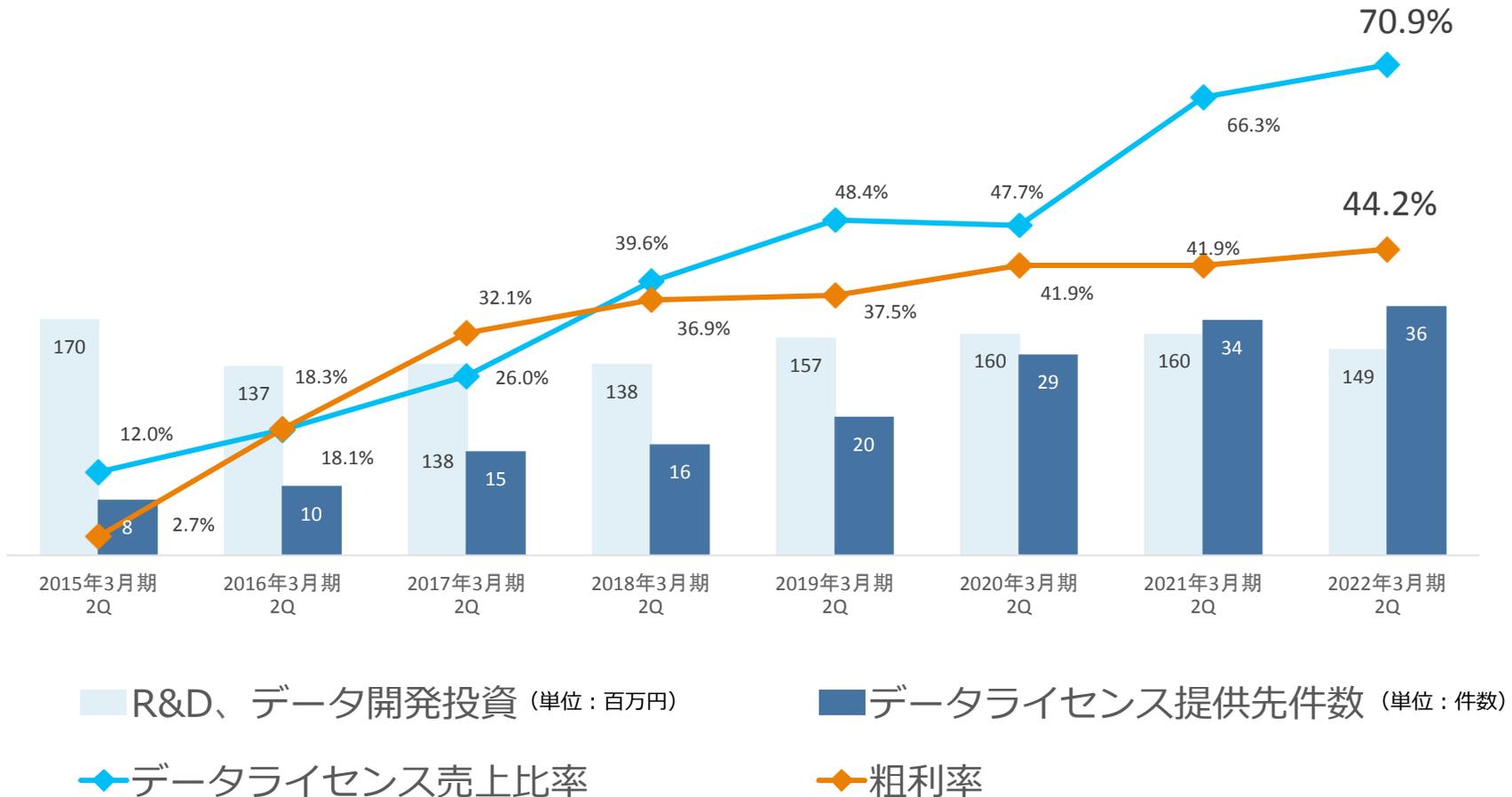
	前期 4-9月	当期 4-9月	
売上高	453	415	◇ 運用売上減
原価	263	231	◇ 開発運用効率化による原価率低減
粗利益	189	183	
粗利率	41%	44%	◇ 4-6月（第1四半期）粗利率41% 7-9月（第2四半期）粗利率47% 上期累計粗利率44%
販売管理費	244	246	◇ 研究開発・データ開発は前期並み
営業利益	▲54	▲62	

✓ 売上は、新規営業進捗の期初計画比遅れあるもののQonQで伸長中

(単位：百万円)

	当期 第1四半期	当期 第2四半期	
売上高	201	213	◇ ライセンス収入の増加
原価	118	112	◇ 開発効率化による原価率低減
粗利益	83	100	
粗利率	41%	47%	◇ ライセンスビジネス展開による粗利率向上
販売管理費	120	125	◇ 研究開発・データ投資はQonQ ほぼ同規模
営業利益	▲37	▲25	

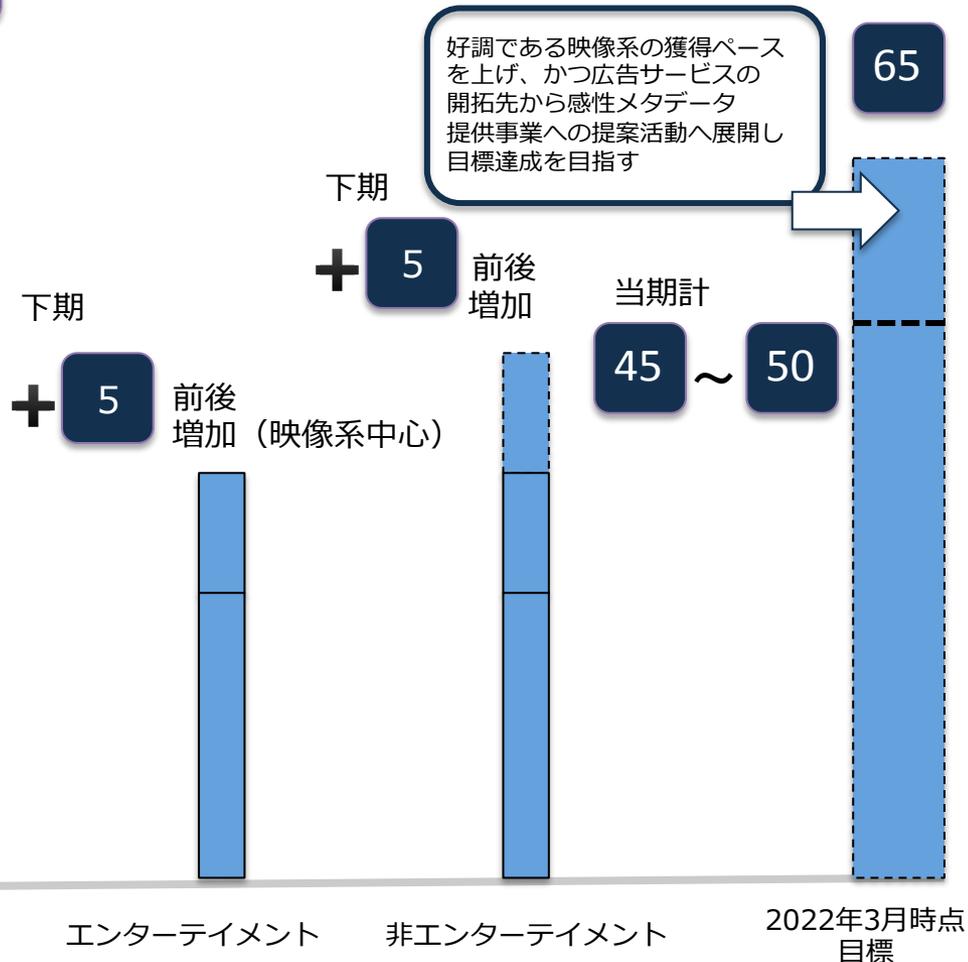
- ✓ 継続した研究開発・データ開発の投資を実施
- ✓ 中期目標であったライセンスモデル型企业への事業モデル転換には到達



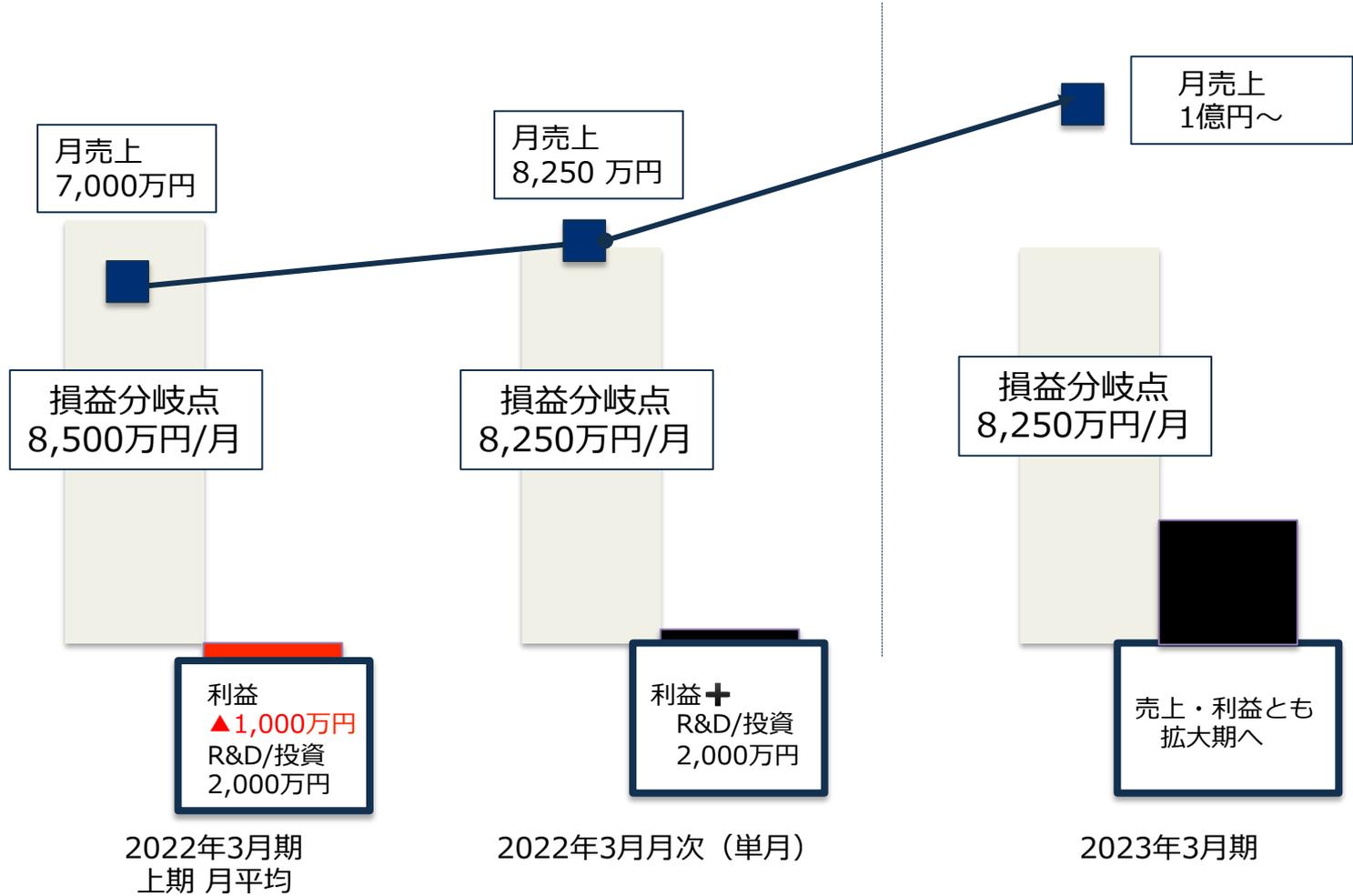
✓ 今期目標であるライセンス取引先数 **65** ライセンスに向けた状況

ライセンス数、ようやく下期に増加ペースが上がる見込み
 ただしまだ目標の65まで届くまでは見えていない

好調である映像系の獲得ペースを上げ、かつ広告サービスの開拓先から感性メタデータ提供事業への提案活動へ展開し目標達成を目指す



先行投資含めても、2022年3月次に単月黒字化し、2023年3月期を事業拡大期へ



✓ 営業活動によるキャッシュ・フローはプラス

※非資金損益項目の影響あり

(単位：百万円)

	当期 4月-9月	
営業活動によるキャッシュ・フロー	44	◇ 売掛金の回収
投資活動によるキャッシュ・フロー	19	◇ 投資有価証券売却
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲7	◇ 配当金支払
現金及び現金同等物の増減額	57	
現金及び現金同等物の期末残高	851	

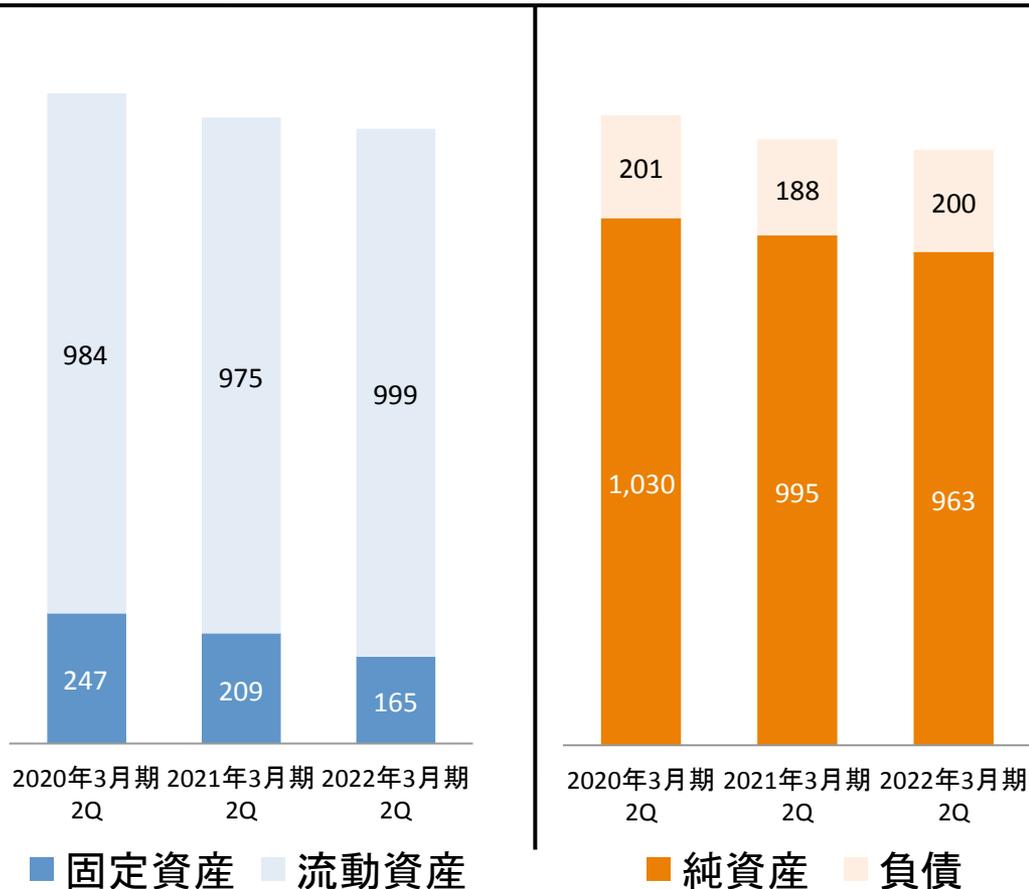
【参考】非資金損益項目

減価償却費（1,023万円）退職給付引当金（472万円）株式報酬費用（445万円）

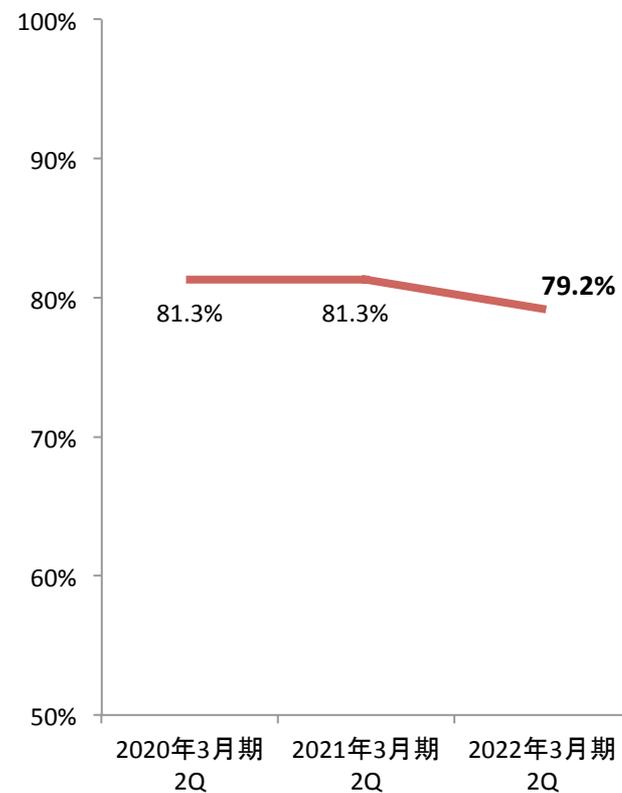
- ✓ 無借金、自己資本比率79.2%
- ✓ 財務バランスを活用した機動的な企業提携を検討

BS推移

単位：百万円



自己資本比率



- ポストクッキー時代の広告サービス
- エンターテインメント × 感性マーケティング

ポストクッキー時代の広告サービス

- ☑ 2022年以降、クッキーレス時代突入へ
- ☑ クッキーレスが進展すると、従来取得できていたユーザー情報が取れない
- ☑ 今見ているサイトの内容から、読者の興味関心を把握する事が重要に

Cookieを使った現状…

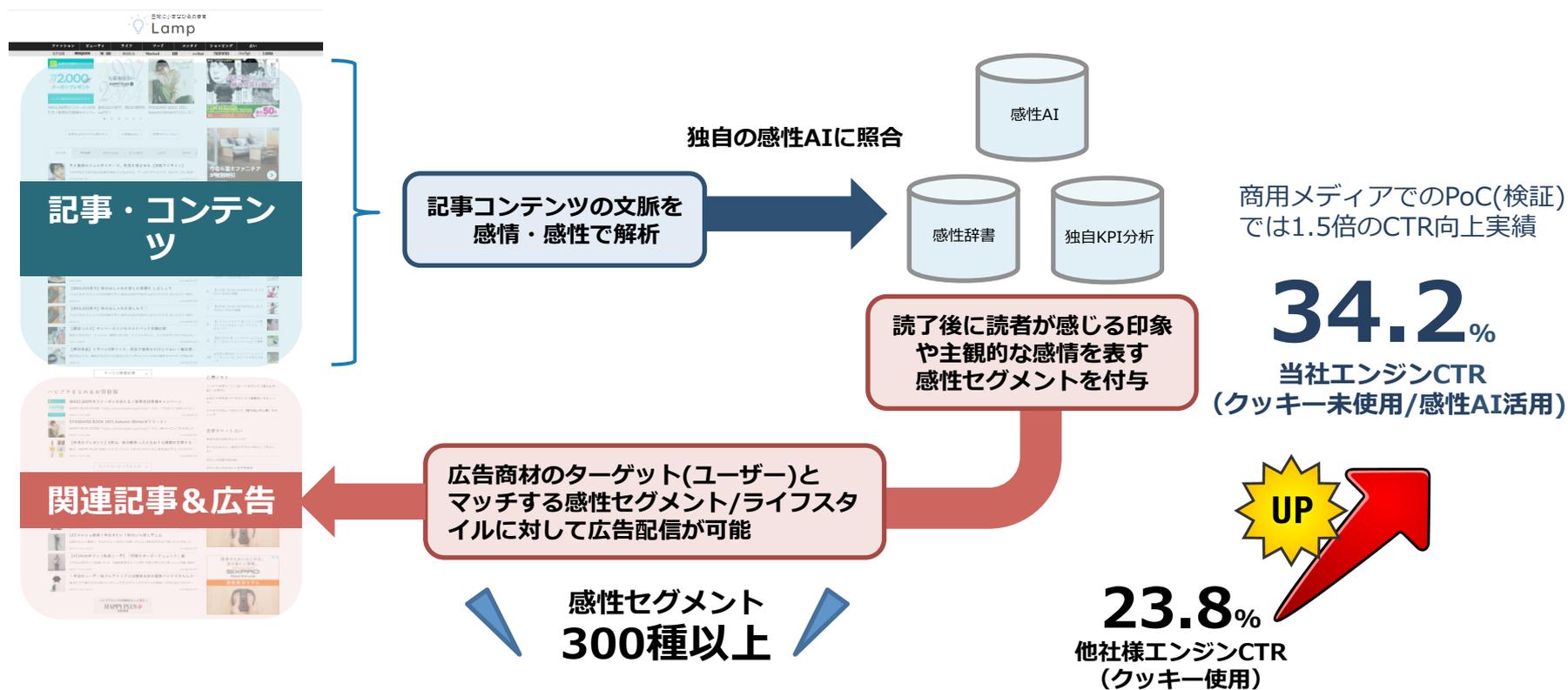
- Cookieを活用したWEB上の行動履歴 (登録情報、閲覧履歴)
- インターネット上に蓄積された様々な情報データ(DMP)から分析
- クッキーに依存したターゲティング

SOCKETS

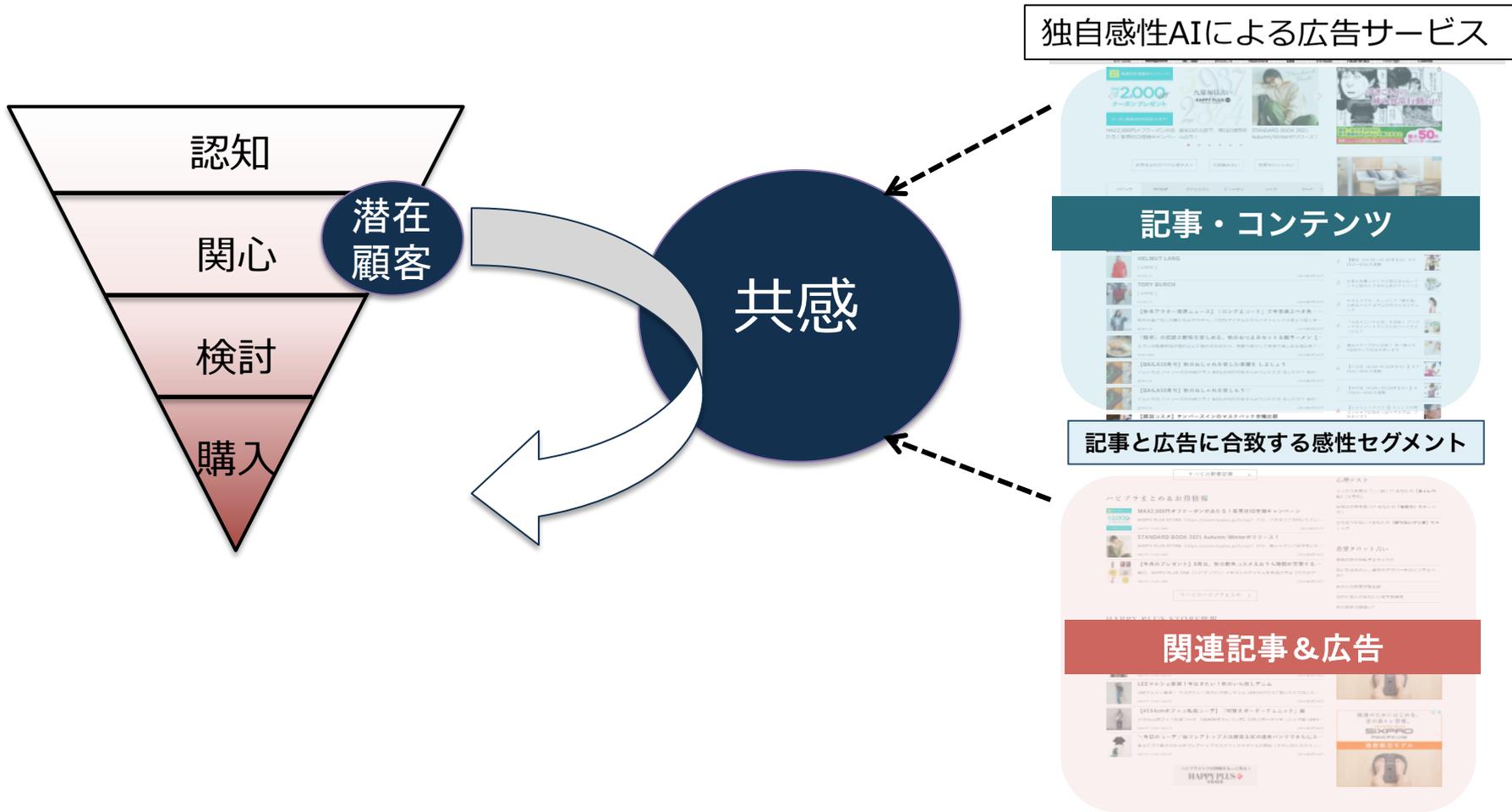
- 履歴ではなく、今見ている記事コンテンツの文脈から感情・感性を解析
- 読者が感じる「印象」や「主観的な感情」を300種以上の感性セグメントで表現
- 記事コンテンツと広告は感性セグメントで紐づき、読者の興味を大きく外す事がない
- 感情・感性によるコンテキストマッチングで読者ごとに細かな趣向・感性を解釈

情報・記事の文脈を感情・感性で解析し、情報・記事と親和性の高い広告を掲出

エンターテイメント領域で培った感情・感性解釈を、WEBメディア記事コンテンツの文脈解析に応用



潜在顧客を共感から育成し、長期的な関係構築と購入機会増加につながります



WEB広告において感性や感情にターゲティングする広告のトライアルを行ないます

複数の
トレンド系
WEBメディア様で
実施



クッキーレス
感性ターゲティング広告

2021年秋～クローズPoC
2022年～春 オープンβ

各業界・業種ごと
リーディングカンパニー
1社様限定



現在10社様程度
参加内定

エンターテインメント × 感性マーケティング

エンターテインメント

今までもこれからも

ファンと作品・コンテンツ
が共感でつながる



- ・エンターテインメント分野のテクノロジーの進展（エンターテック）
- ・デジタルプラットフォームでのコンテンツ流通
- ・データ利活用による業界のさらなる活性化

マーケティング

これからは

顧客と企業が
共感でつながる

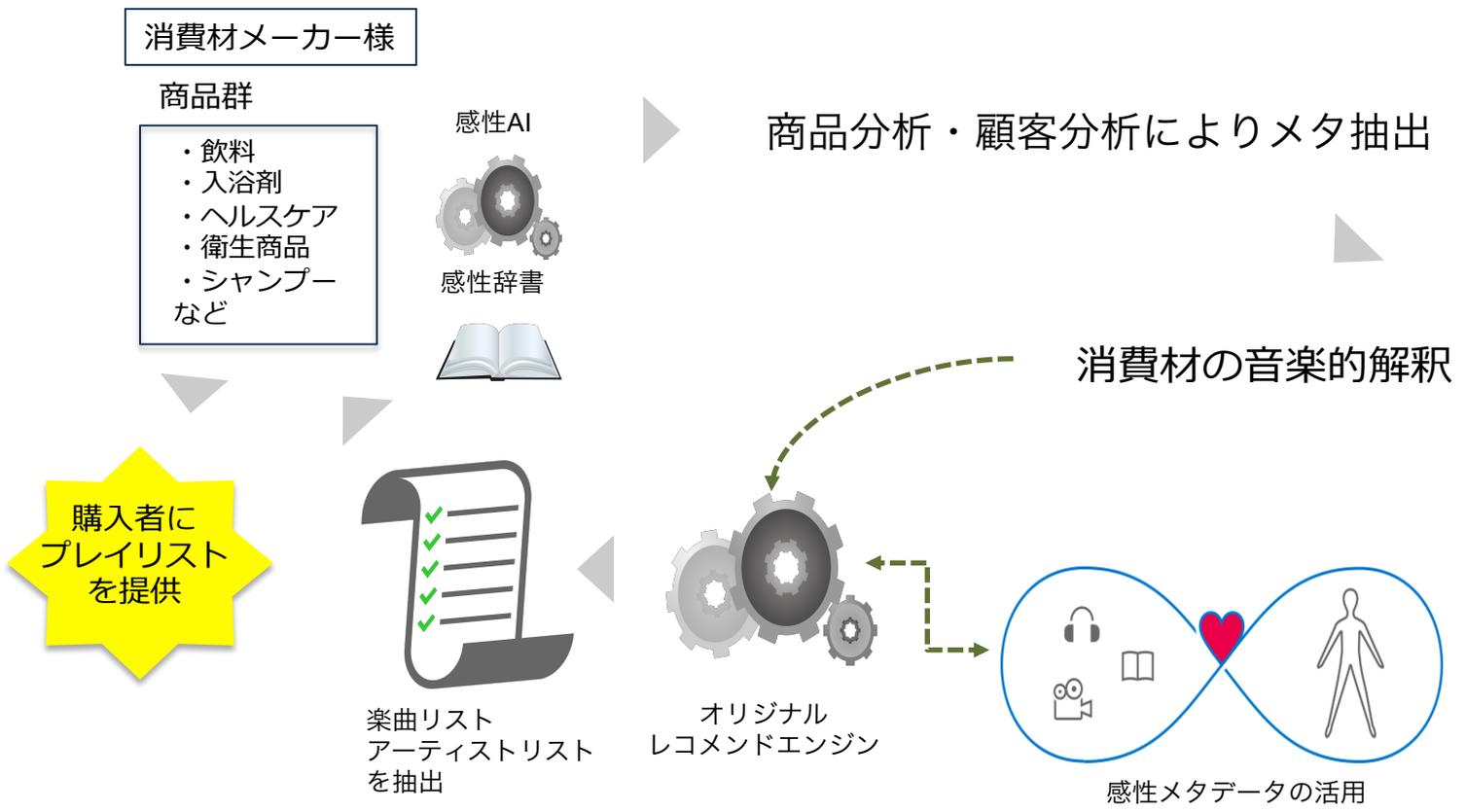


- ・ポストクッキー時代のマーケティングの変化
- ・ファンマーケティング含め顧客とのエモーショナルな関係の重要性向上
- ・個人個人の多様性の深化、Well-beingの進展



目的

商品特性にあった音楽で、購入者の満足度を上げたい



エンターテイメント

感性マーケティング

ファン・ユーザー

エンターテイメント
レコメンドサービス
分析サービス

エンターテイメント
データサービス

感性
メタ

ソケット
オリジナル
サービス

感性
メタ

2022年春
リリース予定

感性
ターゲティング
インターネット
広告
(クッキーレス)

2021年秋
リリース

データ生成
サービス
emo AI

商品・サービス・体験・生活者

感性AI

エンターテインメント×感性マーケティングで、日本中の共感をつなぎます

当社が実現する共感がつながるプラットフォーム



独自プラットフォームによるサービス・事業

ブランドパートナーシップ

クロスエクスペリエンス

クロスマーケティング

タイアップ

共同開発・クリエイティブ

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：コーポレートマネジメント室

Tel : 03-5785-5518 Fax : 03-5785-5517

E-mail : ir@sockets.co.jp