
2023年3月期 第1四半期 決算説明資料

2022 / 8 / 5 (金)

開発・運用型中心からライセンス型売上の事業モデルに変換する中で、
6期ぶりの対前年同期比売上プラス

既存主力事業のエンターテイメント分野におけるデータ・ライセンスサービスの
拡大により、対前年2期連続粗利額増収、粗利率41%→50%へ

新規事業関連で積極投資続く、売上の36%をデータ関連の先行投資に

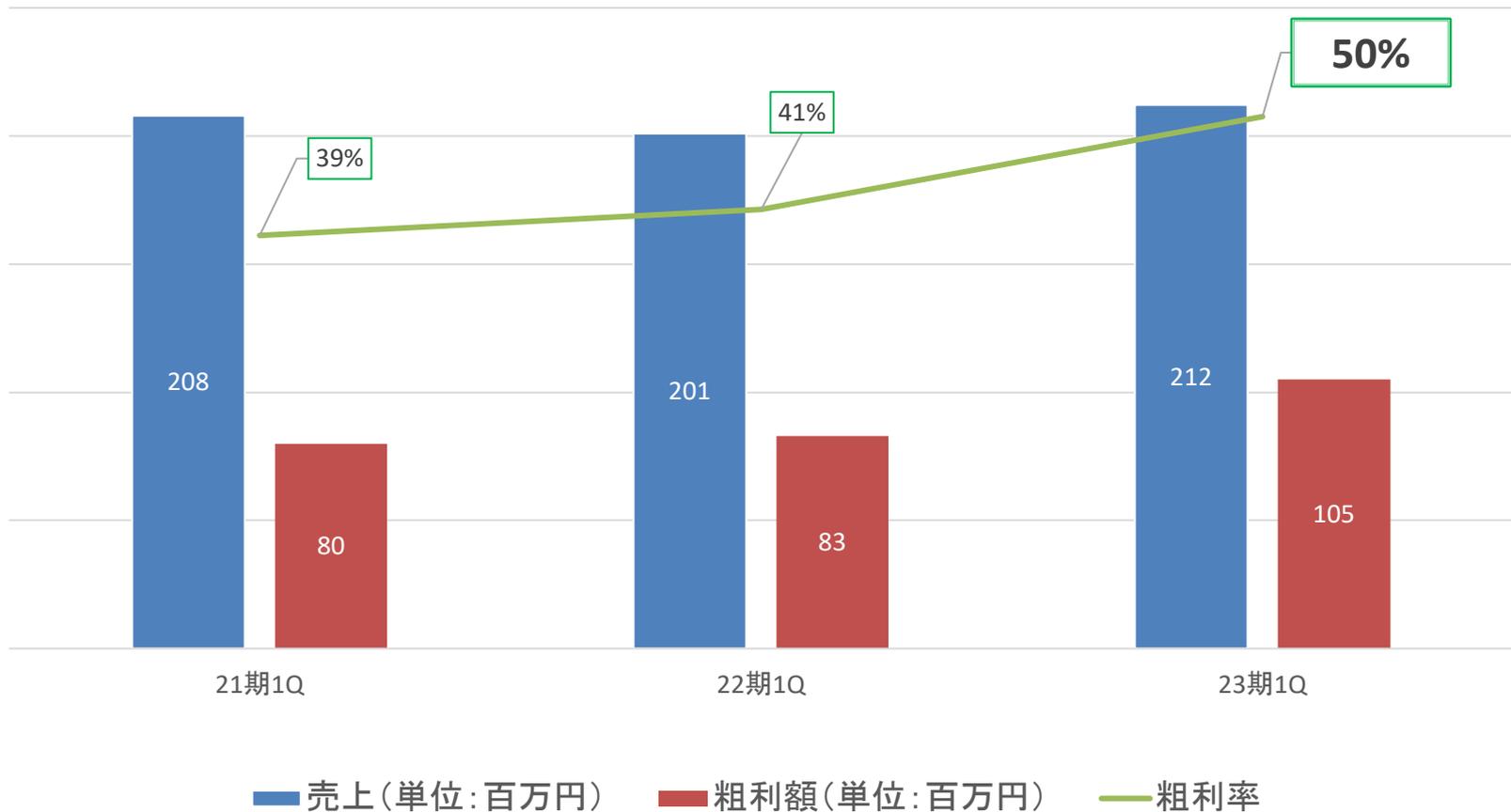
日本初、クッキーレスで感性にターゲティングするインターネット広告
サービス「Trig's」6月27日に商用リリース

- ✓ 事業モデル展開の中で、6期ぶり対前年同期比売上増
- ✓ ライセンス事業が主力となる中で、粗利率は50%と向上

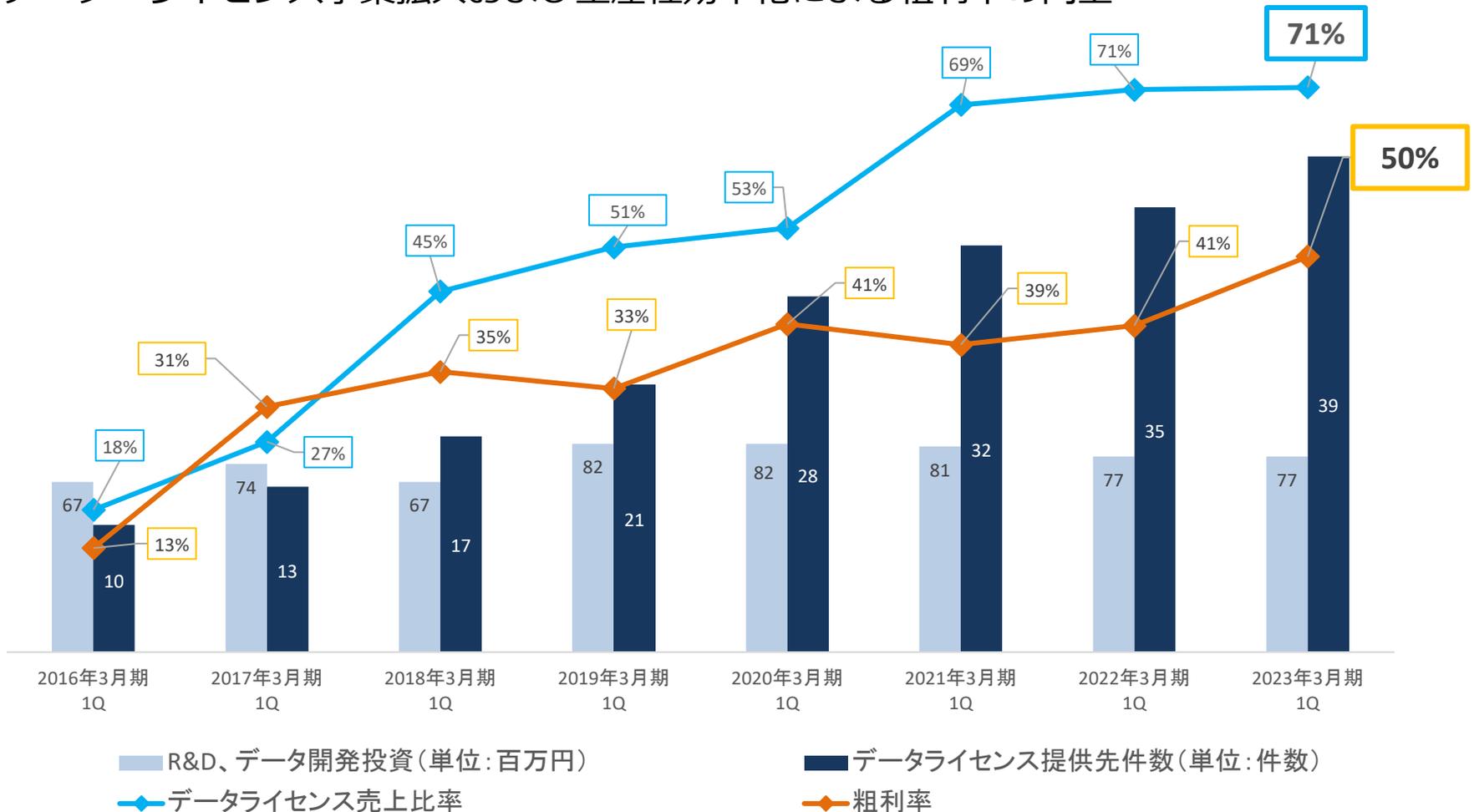
(単位：百万円)

	前期 第1四半期	当期 第1四半期	
売上高	201	212	◇ライセンス事業により前期対比5%増加
原価	118	106	◇開発運用効率化による原価率低減
粗利益	83	105	◇ライセンス収益の増加より粗利額増加
粗利率	41%	50%	◇ライセンス事業拡大により粗利率向上
販売管理費	120	144	◇研究開発・データ開発の 先行投資は前期比並
営業利益	▲37	▲38	

✓ 前期目標の粗利率50%へ、粗利額2期連続増益



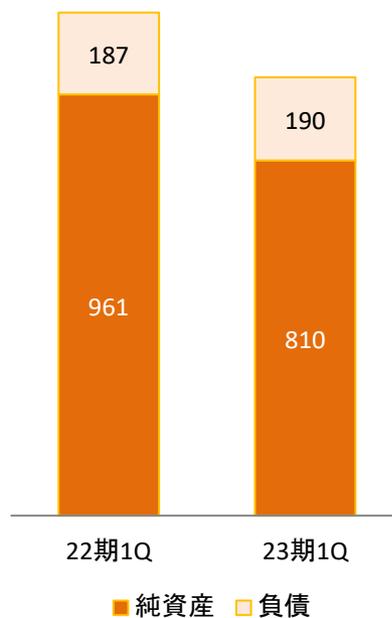
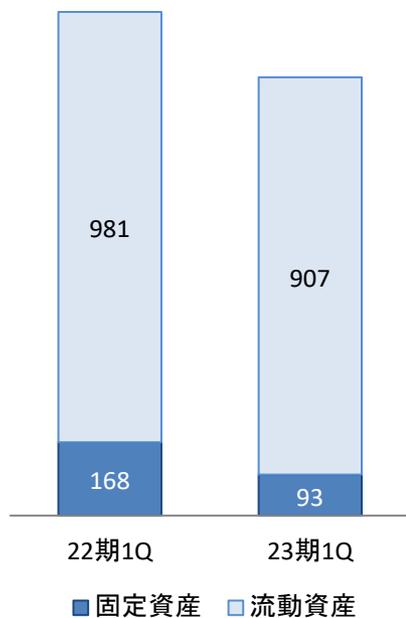
- ✓ 継続した研究開発・データ開発の投資を実施
- ✓ データ・ライセンス事業拡大および生産性効率化による粗利率の向上



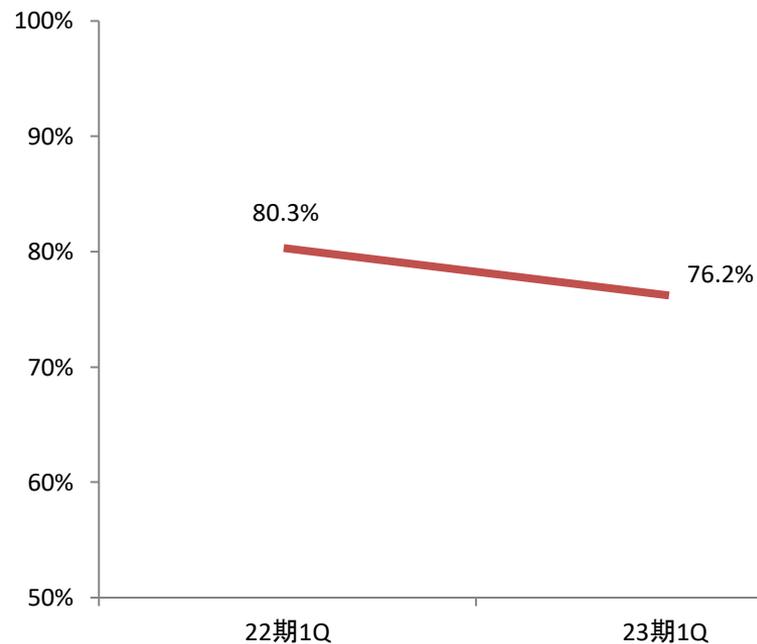
✓ 無借金、自己資本比率76.2%と強固な財務基盤を維持

BS推移

単位：百万円



自己資本比率



- エンターテインメントデータサービスの状況
- クッキーレス感性ターゲティングサービス「Trig's」の状況

音楽

データライセンス

サービス様

LINE MUSIC
TOWER RECORDS MUSIC
Rakuten Music
...

12件

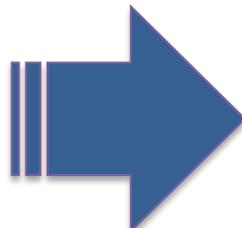
映像

データライセンス

サービス様

Hulu
dTV
U-NEXT
ABEMA
TELASA
J:COM
...

15件



日本発ならではの
新しいレコメンドの開発へ

国内独自データの強化
連携サービス増加へ

既存主力事業

新規事業

中期展開

共感をつなぐ
オリジナル・プラットフォームサービス

音楽
データサービス

映像
データサービス

感性
ターゲティング
広告サービス

エンターテインメント

くらし ファッション
旅行 食 住
金融 美容



SOCKETS



ファン

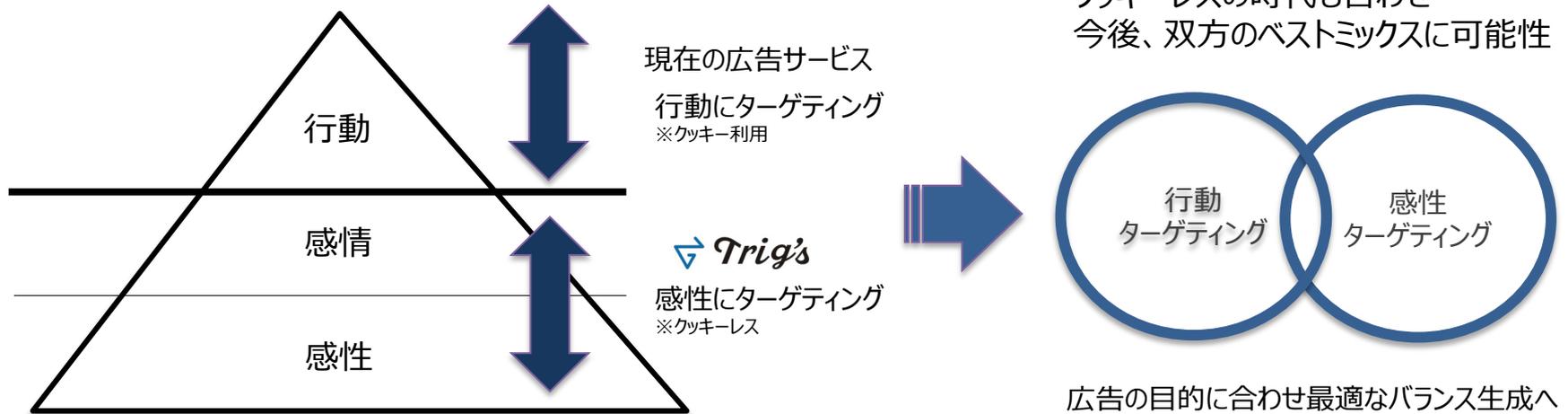


生活者

感性AIで人の気持ちに寄り添う技術が今後のインターネット広告のベストミックスをつくる可能性

基本観

人の行動の背景には、その人が持つ感情や感性の存在がある



人の感情や感性と情報や広告を感性AIでマッチング

システム概要

起点情報

【タイムレスな美しさを叶えるセラムコレクション】
Lamp online 2022年6月27日

01
肌も体も心も、うるおう美容液

最も肌バランスがいいとされる健康的な22歳の肌の皮脂構成成分を再現した植物由来の保湿成分L22を配合し、肌のバリア機能と水分保持力のバランスを整えます。うるおいで満ちた素肌でより毎日が充実するであろうオススメ美容液！無着色、無香料、無鉱物油、アルコール無配合で低刺激処方なのも嬉しいポイント。

レコメンド結果

こんな気分？
まっすぐ、本質的な日々を

自分らしく、自分のために

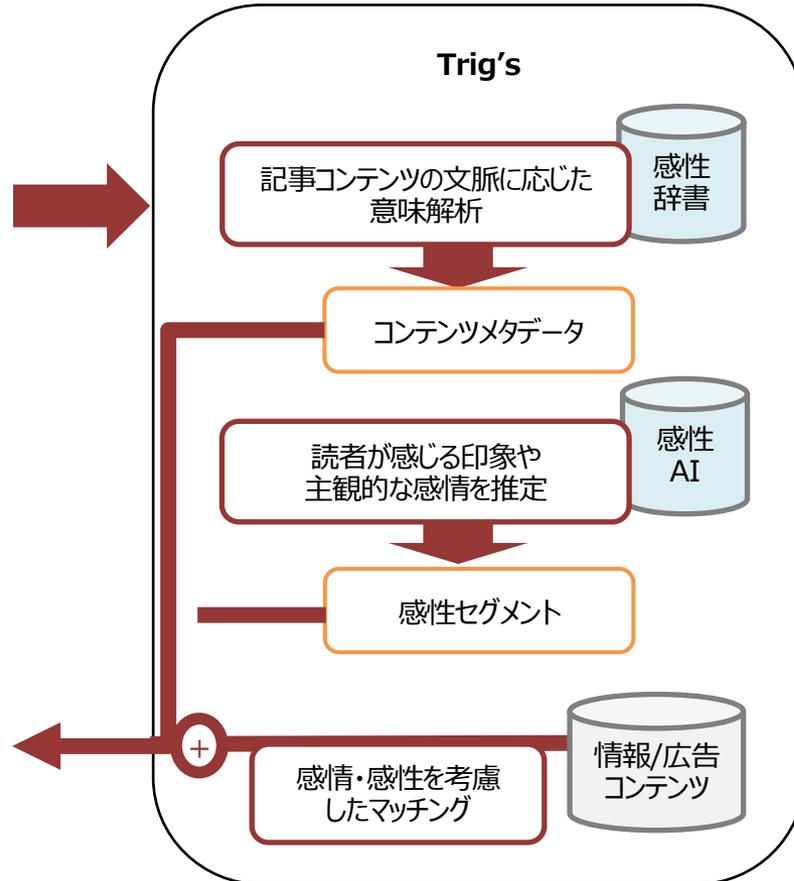
PR

特別なオーガニック野菜で作るワイパーサラダ

ホテルで体験した「こもろスタイル」美容エッセンスを再現してみました

お取りまぎワインでムードメーカーなときを。

大自然の美しさと繋がるハイキングコースをご紹介します



感性にターゲティングする広告「Trig's」ならではの、見えてきた特徴 ～メディア、読者、広告主を繋ぐセレンディピティの実現に効果

高い誘導性

オープントライアル通じ、記事vCTRや広告vCTRとも媒体様従来値に比べ、1.5～2.0倍の実績値を計測

顧客の発掘

商品が属しているジャンルとは異なるジャンルから高CTRで広告ページに遷移する事例が多く、これらは、結果的に感性ターゲティングを介してミッドファネル（潜在顧客）を発掘していると思われている

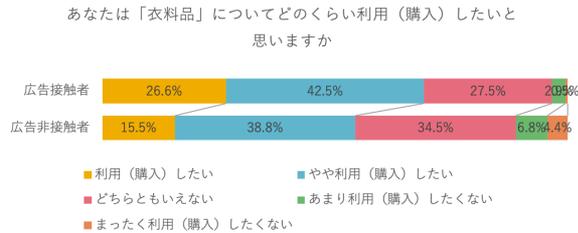
意外な気づき

媒体様サイドとしては、本来の読者セグメントのみならず、どのような感性の読者との相性が良いかデータで可視化

広告主様サイドとしては、ターゲットしている顧客候補が、本来想定していない層にも存在しえることが、感性セグメントを通じて気づきがある

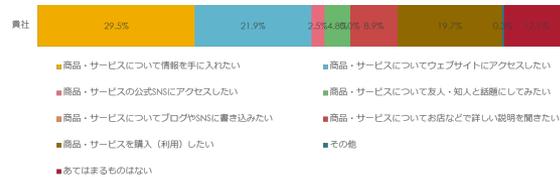
インテージ社による定量調査で見た特徴 ～感情や感性へのはたらきかけにより、具体的な行動に繋がりやすい効果

① 利用意向の 確実な上昇



調査全対象において、Trig's広告接触前と接触後では、商品の利用意向が上昇
※左記事例では、Trig's広告接触後に商品の利用（購入）意向が1.7倍に

② 行動喚起の高さ



Trig's広告接触後に、情報入手や購入意向などに高い行動喚起の傾向が見える調査結果

③ その次の具体的な 行動につながる



Trig's広告接触後に実際にHP閲覧、SNSへの投稿、実店舗での商品確認や購入など、より具体的な行動に繋がりやすい調査結果

今後の展開予定

2022.7

2023.3

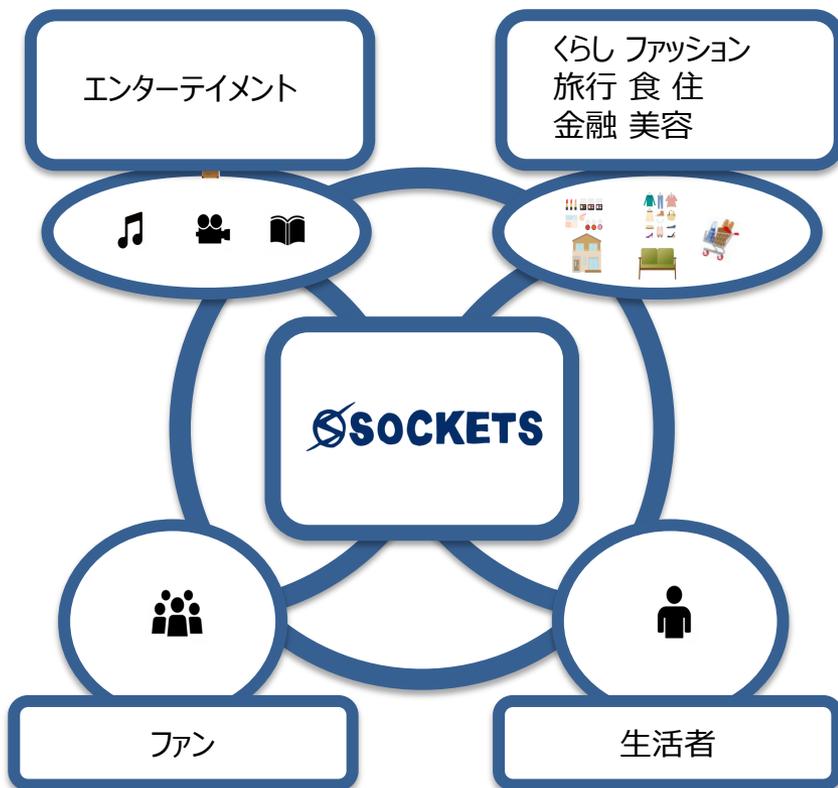
6.27商用版開始
主に女性向け、トレンド系メディア様との連携、今後随時追加へ

男性向けメディア様との連携

クライアント様含めた独自ネットワークの構築

メディアサイド、クライアントサイド
外部連携パートナーシップ生成

共感をつなぐ
オリジナル・プラットフォームサービス



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

共同制作・開発

(ご参考) 集英社様プレスリリース

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000348.000011454.html>

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

E-mail : ir@sockets.co.jp