

2023年3月期 第3四半期 決算説明資料

～新規事業は顧客の裾野が拡大、既存事業は順調に推移～
(感性マーケティング) (エンターテインメント)

株式会社ソケット (スタンダード市場：3634)

2023.2.6

01	ソケットについて	
	私達について	P.3-4
	私達の強み	P.5-7
	私達を取り巻く環境	P.8
	セグメント説明	P.9-11
02	2023年3月期第3四半期業績	
	業績ハイライト	P.13-14
	既存事業の進捗及び取り組み	P.15
	新規事業の進捗及び取り組み	P.16
	新規事業「Trig's」アップデート情報	P.17
03	これからのソケット	
	独自のウェルビーイングテックを創造	P.19
	既存事業及び新規事業の成長可能性について	P.20
	成長イメージ	P.21

私達のビジョン

人のキモチをつなぐ

私達の想い

人々の感性や感情（喜怒哀楽など）のデータ化を人とAIが共創することで可能とする。そこで生成されたデータ（感性メタデータ）を世界中のクリエイターと共に活用することが生活者と音楽、映像、ライフスタイルを繋ぐ良いメディアサービスの誕生につながる、そんな社会の創造に貢献する。

また、収集・分析したデータを活用するなどクリエイターと社会が相互に刺激を与え合うことで私達一人一人が幸せを実感できるセレンディピティ創出の実現を目指す。
それが個人の幸福度の最大化につながり、社会全体のウェルビーイングの向上にも貢献できると信じて企業活動を行う。（※右図参照）

私達の想い（図）



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

72名（2022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）



～感性データ開発・分析・活用を一気通貫で実現～

① データ開発

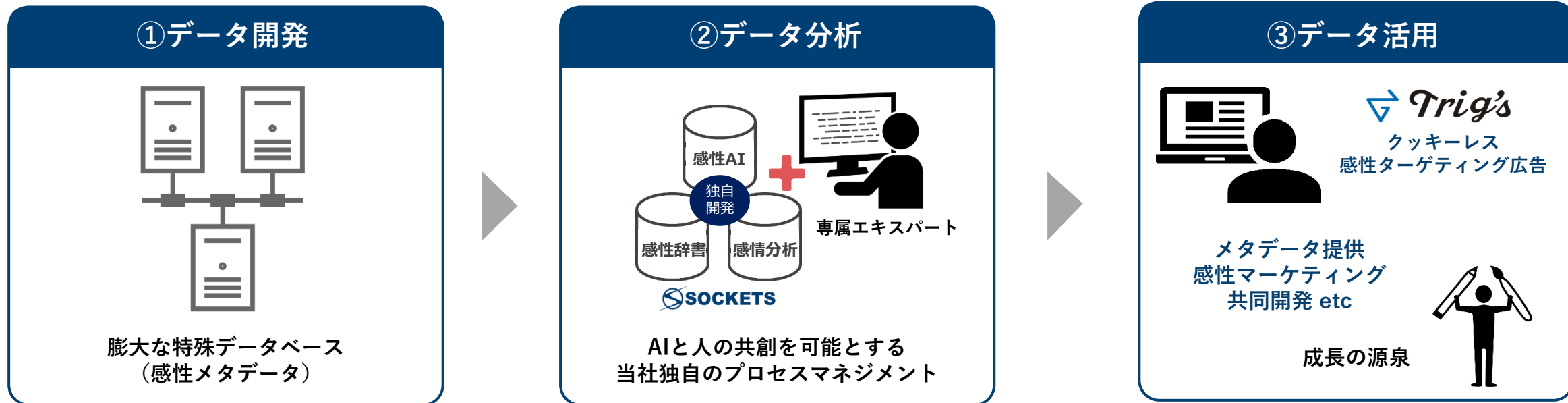
国内最大級のエンターテイメント系のメディアデータベースを保有し、各コンテンツに対して独自の「感性メタデータ」を付与

② データ分析

機械学習とスペシャリストによる手作り「感性メタデータ」の融合により、付加価値の高いメタデータを生成

③ データ活用

20年以上の運用実績による成熟した「感性メタデータ」を使った、エモーショナルかつロジカルな仕組みやサービスを提供



感性AIと人の共創によるデータの生成と活用（人のキモチの言語化とデータ化）

既存事業

コンテンツを当社が分析し感性メタデータやレコメンド機能を顧客に提供、顧客はそのデータを自社メディアなどでサービス性向上のために活用。

新規事業

商品・サービスなどを感性メタデータ化しインターネット広告などマーケティング・ソリューションの提供を行うほか、データを活用したコンサルティング・サポートも実施予定。

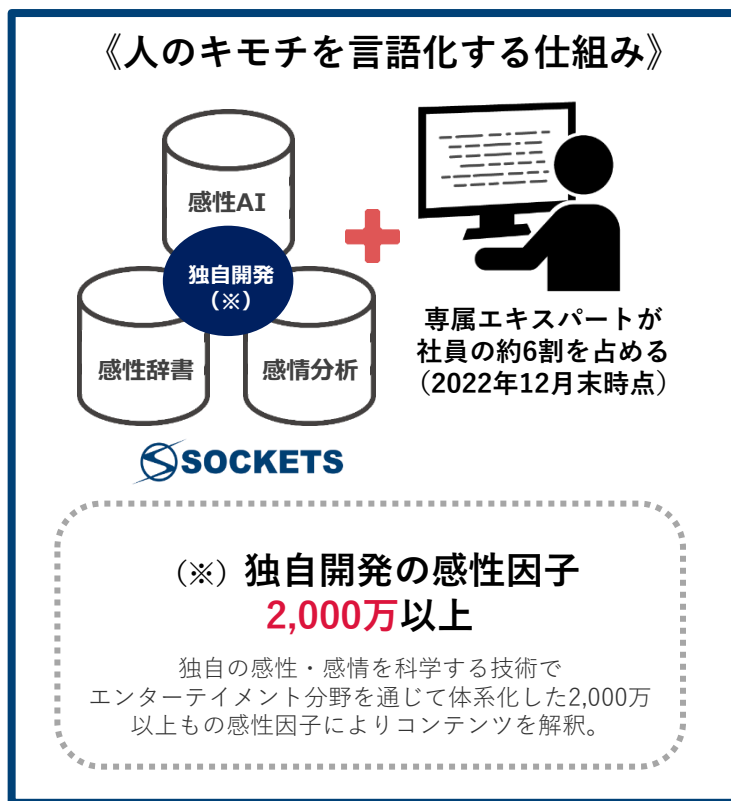
《コンテンツ・商品・サービス等》

既存事業

映像・音楽作品

新規事業

ライフスタイル
(ファッション、食、旅行、美容、暮らしetc)



《感性メタデータ》

- | | | |
|--------|-------|--------|
| ロマンチック | 泣ける | 感動的な |
| しみじみ | 感動的な | エレガント |
| 可愛い | 哀愁 | 悲しい |
| 美しい | 愛情 | 人生 |
| 魔法のような | 惹かれ合う | 泣ける |
| 感動的な | いのち | 優しい |
| 楽しい | 一途 | 包み込む |
| 爽やか | ゆっくり | ノスタルジー |
| サプライズ | 弾むような | 深い |
| 将来 | 開放的 | 静寂 |
| 感動的な | 若い | 未来 |
| 斬新な | 透き通る | 感動的な |
| 強い | 感動的な | 友情 |
| 家族 | 輝き | しっとり |
| 絆 | 恋 | 緩やか |
| 健康 | せせらぎ | 風 |

「人のキモチを言語化する仕組み」について

1. 専属エキスパートの採用・育成

- 音楽や映像に精通する専属エキスパートからのリファラル採用
- 独自の働き方制度の導入（個性を尊重した働き方の推奨）

2. データ(量)×人(量と質)が顧客ニーズに合わせたソリューション(質)をつくる

- 独自開発の感性因子（2,000万以上）が増え続けている
- 上記のデータを活用し顧客ニーズに合わせてエキスパートがデータの加工を行う

3. 顧客ポートフォリオの裾野が広くすでに多種多様な業界のクライアントがいることから、さまざまな業界の時流に合わせたソリューション提案が可能になる

- 新規事業Trig'sを通じて、ファッション・食・旅行・美容・暮らし・金融・不動産といった比較的外部環境に左右されづらい顧客ポートフォリオを有しており、顧客との対話を通じた先見性の高いデータの生成及びソリューション提案を実現

外部環境も当社事業の追い風に

→共感を通じたコミュニティ及びマーケティングの重要度が向上すると予想

新型コロナを経て消費者はより体験・体感を求める傾向が強まっており“トキ消費”が増加することを予想。
(Z・α世代では一段とこの傾向が強まっている。)

アフターコロナの新潮流

その時・その場でしか味わえない
盛り上がりを楽しむ消費

トキ消費

トキ消費の3要件

非再現性	時間や場所が限定されていて 同じ体験が二度とできない
参加性	不特定多数の人と 体験や感動を分かちあう
貢献性	盛り上がりには貢献していると 実感できる



ライブ



旅行



ブライダル



当社にとって追い風に

共感を軸とした消費が大きく増加すると予想しており、
当社の得意とする

- ・感性メタデータの生成ニーズ (開発・分析)
- ・エモーショナル/コンテキストマーケティングの
ニーズ (活用)

の需要が高まることを予想している。



**感性メタデータの開発・分析・活用を
できるのは当社のみ**

領域	事業	サービス	概要
エンターテインメント	音楽データサービス	データ提供 レコメンド/パーソナライズ データ分析	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ストック性が高い 基本情報・商品情報・付帯情報に加え、ソケットズ独自の感性メタデータを活用
	映像データサービス	データ提供 レコメンド データ分析	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ストック性が高い（一部フロー性の売上有り） 基本情報に加え、詳細な情報を体系化したデータを活用
感性マーケティング	インターネット 広告サービス	クッキーレス 感性ターゲティング広告	<ul style="list-style-type: none"> ✓ フロー性が高い（長期契約を結ぶことでストック性を高める） 広告を取り巻くストーリーを解釈してコンテンツに内在する感情とマッチング

※アライアンス/マーケティング・ソリューション等 各種開発中

事例

「音楽データサービス」「映像データサービス」

独自の「感性メタデータ」を活用したレコメンド例（映像作品Aの場合）

映像作品

当社にて「感性メタデータ」生成・付与

感性メタデータ



定量メタ
展開/エンディング/作品
舞台/ラントマーク/ブランド
会社/ムーブメント...

定性メタ
映像印象/ストーリー印象
ストーリー要素/イメージカラー
恋愛ワード/主人公職業/
ライフステージ/人間関係
...

既存データ

作品基本情報

作品名/スタッフ/キャスト
制作年/製作国/ジャンル
映画賞/興行収入
あらすじ/シリーズ

商品情報

商品名/発売日/価格/JAN/品番...

クライアント

- 感性メタデータを活用し、従来では実現できなかったユーザーの視聴コンテンツの多様化・継続を創出、顧客のARPU※やロイヤリティ向上の実現可能性が拡大。
- 従来の「視聴履歴」や「ジャンル繋がり」だけでは創出できない差別化が可能に。

※ ARPU：「Average Revenue Per User」の頭文字、1ユーザーあたりの平均売上

クライアントへ
メタデータ納品

メタ化
作品A



強固な友情と絆

B作品

C作品

D作品

E作品



人生の冒険に
チャレンジ

F作品

G作品

H作品

I作品



スカッと笑える

J作品

K作品

L作品

M作品

事例

「インターネット広告サービス」

独自の「感性メタデータ」を活用したクッキーレス広告訴求例



訴求商材例「調理家電」

「心を揺さぶりつづけたい」

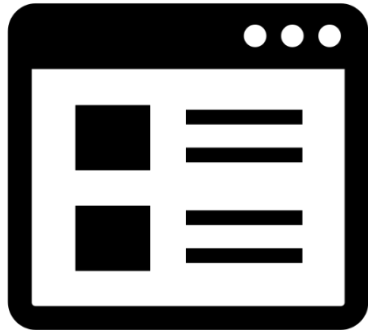
感情動機

日々の暮らしの中で感動や幸せを感じたい

記事内容と広告の感性因子スコアのマッチした「感性セグメント」例

Trig'sと連携している
プレミアムメディア内の記事

「SPUR.JP」「UOMO」「@BAILA」
「LEE web」「家庭画報.com」など16メディア様
(2023年1月31日時点)



Trig'sの感性感情解釈

- ① 訴求商材の「感性メタデータ」抽出
- ② 連携メディアの記事を感性メタデータ化
- ③ ①・②で抽出したデータを感性AIでマッチング

広告出稿+フィードバック・レポート

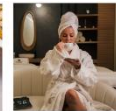


こんな気分?

心を揺さぶり続けたい



朝のオーガニック野菜で作るヴィーガンレシピ



ホテルで豪華なお部屋に滞在し、最高の時間を過ごしました。



お取り寄せワインのムードを味わう。



大自然の雄大な景色に魅了されたハイキングコースを散策。



- ・記事との関連性が高いことから高CTRを実現
- ・記事のストーリーやコンテキスト、感情動機に沿った出稿でブランド価値を向上
- ・レポートを通じた対話で価値共創パートナーへ

01	ソケットについて	
	私達について	P.3-4
	私達の強み	P.5-7
	私達を取り巻く環境	P.8
	セグメント説明	P.9-11
02	2023年3月期第3四半期業績	
	業績ハイライト	P.13-14
	既存事業の進捗及び取り組み	P.15
	新規事業の進捗及び取り組み	P.16
	新規事業「Trig's」アップデート情報	P.17
03	これからのソケット	
	独自のウェルビーイングテックを創造	P.19
	既存事業及び新規事業の成長可能性について	P.20
	成長イメージ	P.21

- 事業モデル展開の中で新規ライセンスの追加などにより、売上高はYonYで+10.4% (+65M)
- ライセンス事業の拡大により、粗利率は約50% (YonYで+4%)

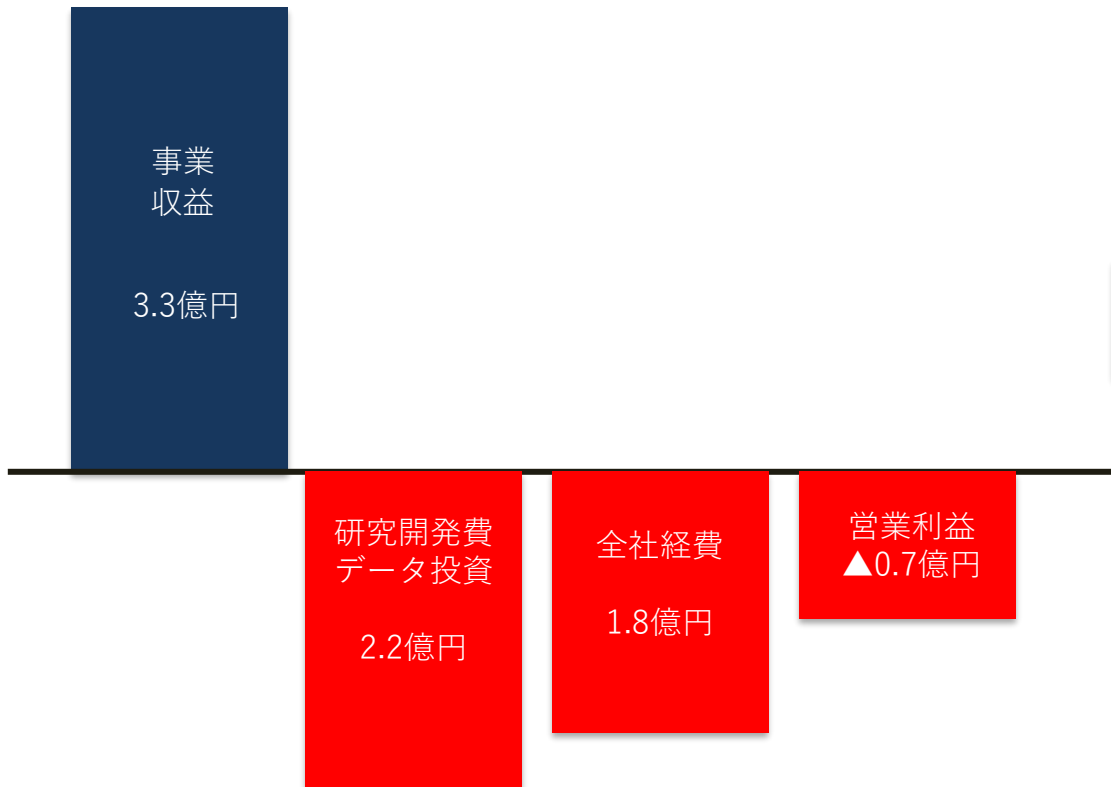
└ 全社の売上に占めるライセンス売上比率は約68%

単位：百万円

	2022年3Q 累計実績	2023年3Q 累計実績	前年同期比	通期業績予想
売上高	627	692	+10.4%	1,000
原価	340	356	+4.8%	-
粗利益	287	335	+17.0%	-
粗利率	45%	49%	+4.0%	-
販売管理費	377	406	+7.6%	-
営業利益	▲90	▲70	-	2
経常利益	▲90	▲70	-	2
純利益	▲106	▲55	-	0

研究開発費、新規事業への投資続くも、4Qは収益拡大

3Qまでの収益構造概要



第4四半期

音楽データライセンス

- ・新規ライセンス (ストック型)
- ・アップセル (フロー型)

映像データライセンス

- ・新規ライセンス (フロー型+ストック型)

感性マーケティング

- ・新規 (フロー型)

新たに追加予定

→ QonQ 25%以上の売上成長見込

既存事業 エンターテインメント領域 「音楽データサービス」 「映像データサービス」

音楽・映像データサービス、新規データライセンスの増加・アップセル続く

音楽

新規データライセンス追加
海外データアライアンス拡大

映像

アニメ関連新データ開発中、4Q以降に提供開始へ

<お取引先企業（導入サービス）当社HPより抜粋>

取引先企業名	サービス名称
株式会社AbemaTV	
HJホールディングス株式会社	
コマース&ライフ	

取引先企業名	サービス名称
NTTレゾナント株式会社	
	映像まとめて検索
株式会社サイバーエージェント	
株式会社セシール	
	作品情報API
株式会社フジテレビジョン	

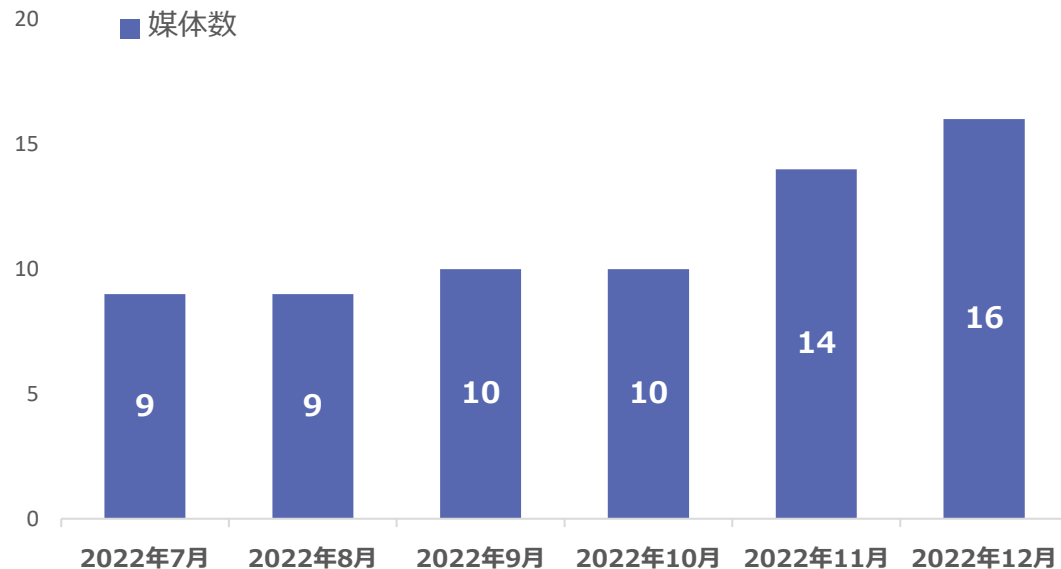
取引先企業名	サービス名称

感性マーケティング事業 広告領域「インターネット広告サービス」

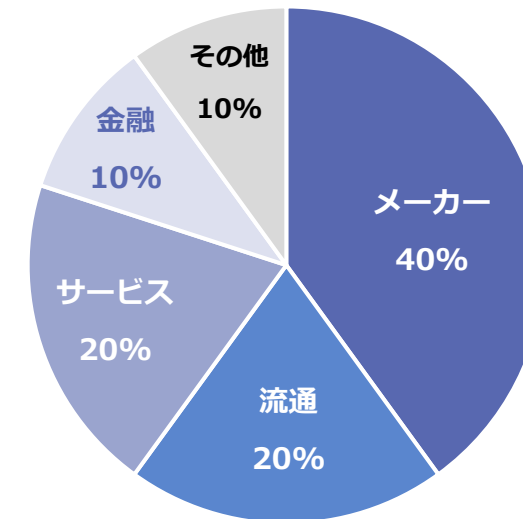
クッキーレス感性ターゲティング広告、エモーショナルな広告手法として市場開拓中

- ・ ライフスタイル系メディアとの連携強化、男性系メディアとの連携も始まる
- ・ 美容、ファッション、金融、食品、流通などナショナルクライアント様中心に出稿増加
- ・ 外部環境に左右されない顧客ポートフォリオ

2022年6月リリース後、順調に推移



内需企業で構成される顧客ポートフォリオ



※取引先企業様 業種一覧 (2022年12月時点)

感性ターゲティング広告

「気づく、出会う、つながる」キモチをつなぐ広告サービス
感性・感情・共感から潜在顧客をつなげ、感性にターゲティング

TOPIX

連携メディア様の拡充

新たに、下記6媒体への広告出稿が可能になりました。

- 株式会社集英社様「UOMO」「MEN'S NON-NO WEB」
- 株式会社世界文化社ホールディングス様「家庭画報.com」「LaLa Begin」「Begin」「MEN'S EX」

お取引先企業様の拡大

金融業界、美容業界の企業様とのお取引を開始いたしました。

**→顧客の課題に寄り添ったマーケティングを実現するため、
今後はソリューションプログラム開発に向けた体制整備を推進**

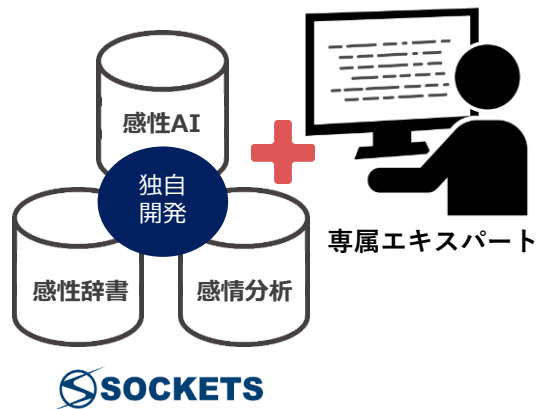
01	ソケットについて	
	私達について	P.3-4
	私達の強み	P.5-7
	私達を取り巻く環境	P.8
	セグメント説明	P.9-11
02	2023年3月期第3四半期業績	
	業績ハイライト	P.13-14
	既存事業の進捗及び取り組み	P.15
	新規事業の進捗及び取り組み	P.16
	新規事業「Trig's」アップデート情報	P.17
03	これからのソケット	
	独自のウェルビーイングテックを創造	P.19
	既存事業及び新規事業の成長可能性について	P.20
	成長イメージ	P.21

独自のテクノロジーを使ってセレンディピティを創出し、 世界の幸福度を最大化する

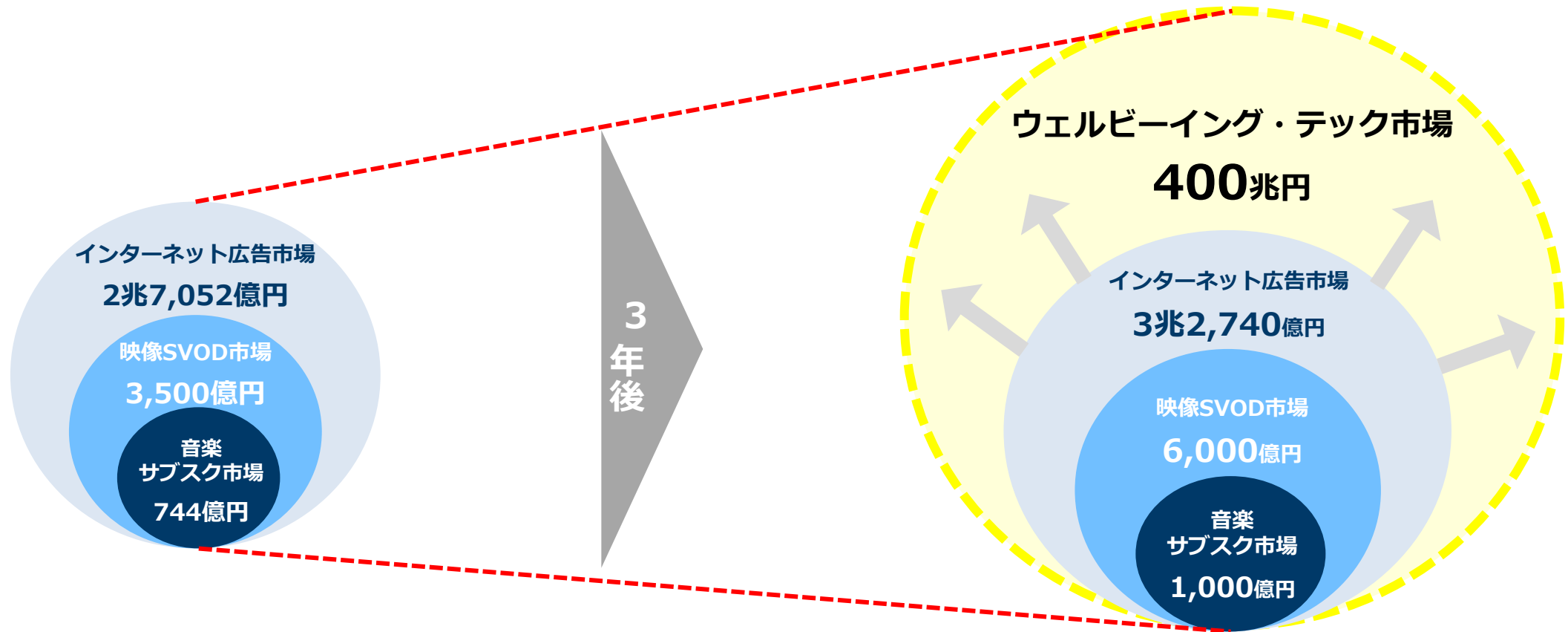
私たちは「人のキモチをつなぐ」というビジョンのもと
世界中の人々の感性・感情をあらゆるコンテンツにつなぎ、
個人や社会の幸福度、ひいては世界の幸福度を最大化させる事業を推進いたします。

* ウェルビーイング=身体的、精神的、社会的に満たされた状態であること ※世界保健機関（WHO）憲章より抜粋。

AIと人の共創「感性メタデータ」を活用



独自のデータベース「感性メタデータ」を活用して、 事業領域の拡張・市場の拡大を狙う



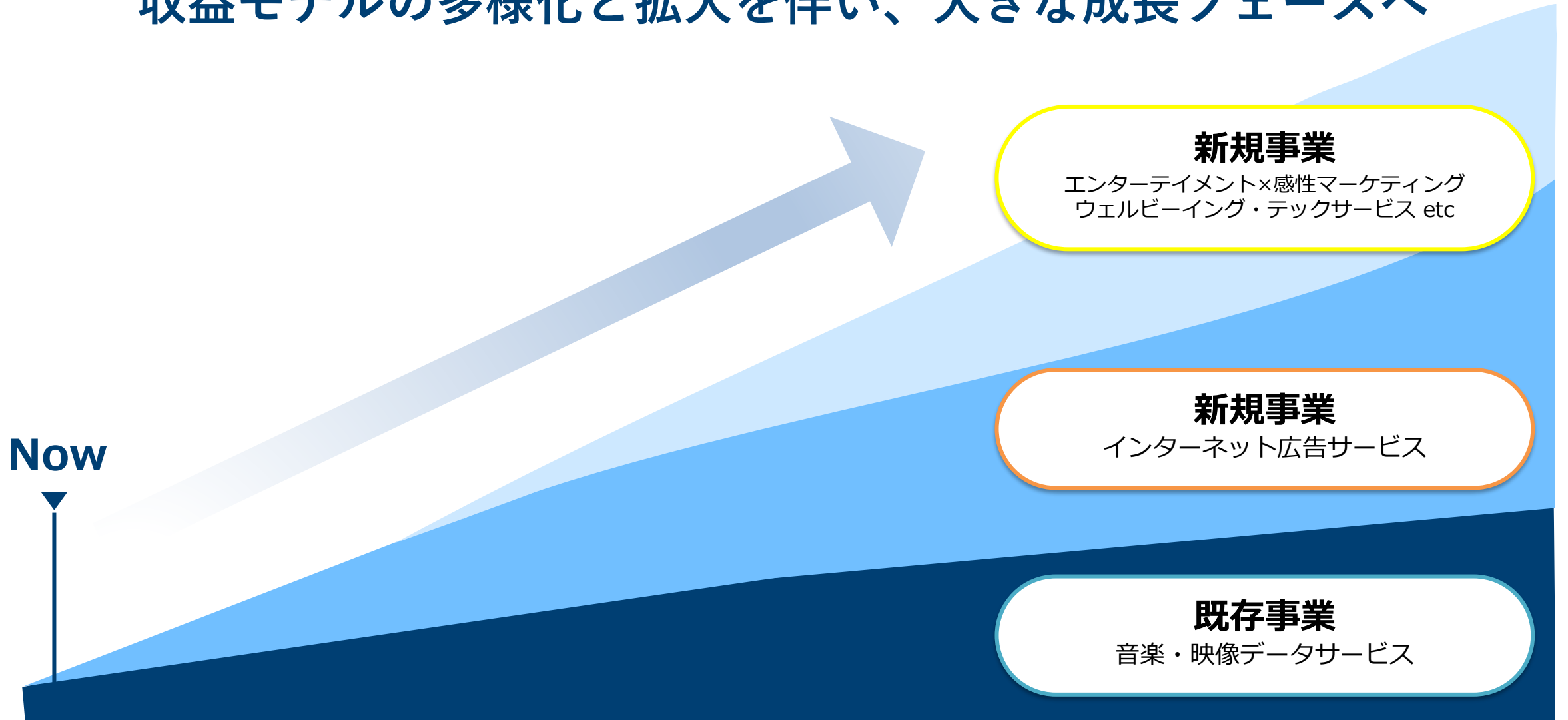
※出典：ICT総研「2022年 定額制音楽配信サービス利用動向に関する調査」

※出典：GEM Partners「動画配信（VOD）市場5年間予測（2022-2026年）レポート」

※出典：株式会社電通「2021年 日本の広告費」

※出典：The Global Wellbeing Initiative

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



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

Love x Communication = Peace

人のキモチをつなぐ



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