

# 2024年3月期 第2四半期 決算説明資料

---

当社の感性AIが創出する事業機会の拡大

株式会社ソケット (スタンダード市場：3634)

2023.11.8

|          |  |        |
|----------|--|--------|
| 1.       | 2024年3月期第2四半期決算概況                                      | P. 3～  |
| 2.       | 事業環境と今後の展開<br>（1）エンターテインメントデータサービス<br>（2）感性マーケティングサービス | P. 11～ |
| 3.       | 当社感性AIが創出する新たな事業機会について                                 | P. 26～ |
| 4.       | 生成AIとの連携について   | P. 30～ |
| 5.       | 中期展望   | P. 33～ |
| appendix | 会社概要   | P. 40～ |

# 1. 2024年3月期第2四半期決算概況

1

業績は売上・利益共に計画を上回って推移  
営業CF 黒字転換

2

データ・ライセンスサービスの取引市場拡大に向けた整備、営業活動は新規開拓に向け進行中  
感性マーケティングサービス（Trig's）は前期からの連携メディア数の増加により、顧客数と広告出稿費が拡大

3

今期売上の25%の投資を目処に進めている研究開発は、感性AIの開発をはじめ計画通りに進捗

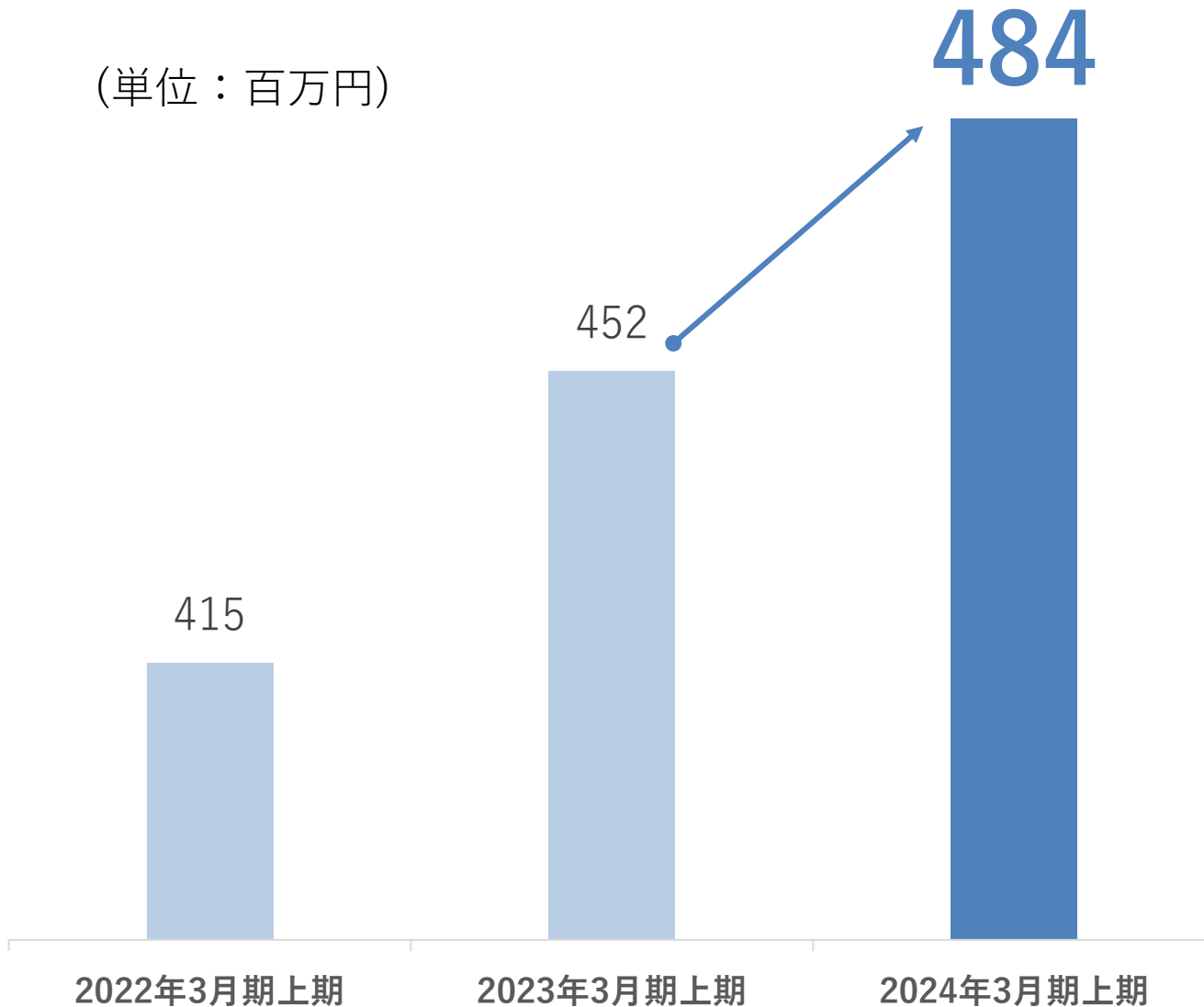
✓ 売上高は前年同期比+7%と**会社計画比 若干上振れ推移**

✓ 開発体制の変更などにより原価増ながら、**売上総利益率は約46%と40%後半台を維持し推移**

(単位：百万円)

|        | 2022年3月期<br>上期 | 2023年3月期<br>上期 | 2024年3月期<br>上期 | 概況                       |
|--------|----------------|----------------|----------------|--------------------------|
| 売上高    | 415            | 452            | <b>484</b>     | ライセンス事業により、売上高はYoY+ 7%増収 |
| 原価     | 231            | 230            | <b>261</b>     | 開発体制の変更などにより増加           |
| 売上総利益  | 183            | 222            | <b>222</b>     |                          |
| 売上総利益率 | 44%            | 49%            | <b>46%</b>     | 開発体制の変更、新規事業投資           |
| 販売管理費  | 246            | 278            | <b>273</b>     | 研究開発・データ開発の先行投資は前期並み     |
| 営業利益   | ▲62            | ▲55            | <b>▲51</b>     |                          |

(単位：百万円)

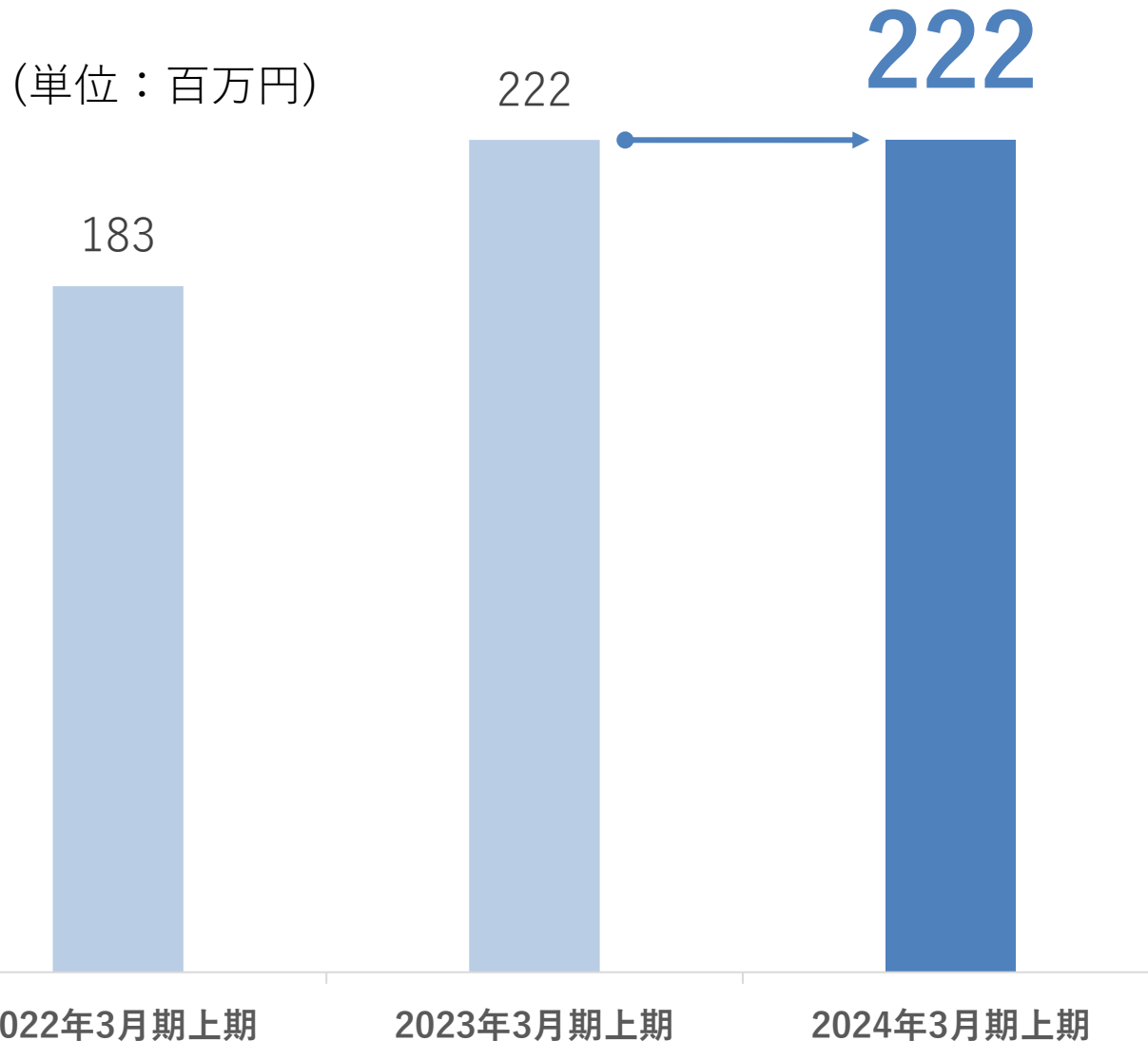


YoY  
+7%

## 要因分析

- データライセンス利用ユーザーの増加
- オリジナルデータの追加等によるアップセル獲得
- 新規事業の推進

上記営業施策により、着実に伸長



YoY  
+ 0%

## 要因分析

開発体制変更による原価増がある中、粗利額は前年同期比並み

下期以降改善に向けて着手している

✓ 営業キャッシュフロー 前期比プラス 黒字転換

✓ 引き続き、無借金経営

(単位：百万円)

|                  | 2023年3月期<br>第2四半期 | 2024年3月期<br>第2四半期 |
|------------------|-------------------|-------------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | ▲22               | 22                |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▲5                | 0                 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | ▲7                | ▲7                |



# 2024年3月期 第2四半期決算 概況 ～市場環境を追い風に当社事業機会の創出が進む

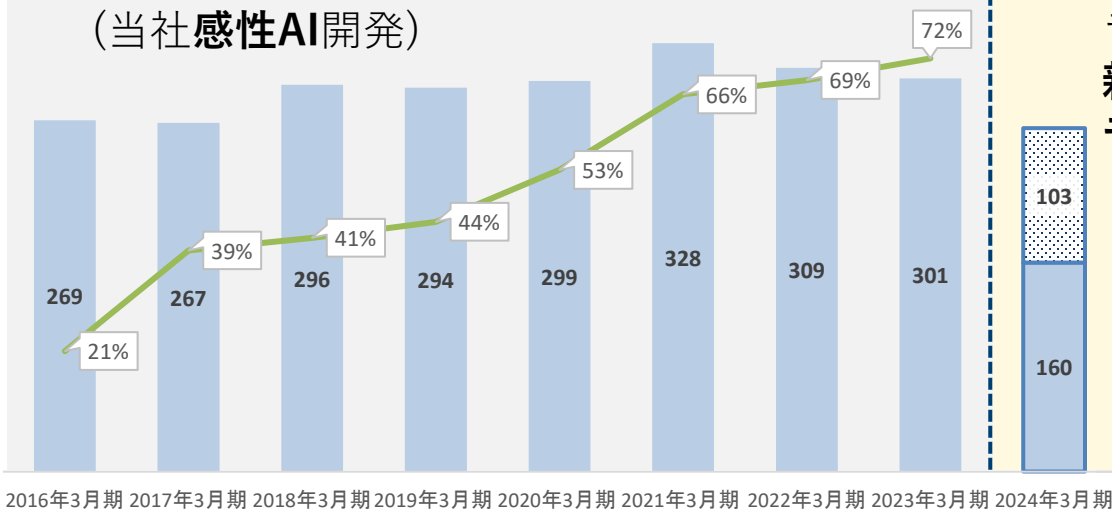
## 感性AIを活用して、当社データの種類、深さ・幅を拡大することでビジネス機会を創出

### データ開発

- レコメンド・パーソナライズ向上に向けたデータ開発
- 市場拡大に向けた独自データ開発

### R&D

- 新たな市場開拓に向けた商品メタデータ開発
- オリジナル感性データサービス開発  
(当社**感性AI**開発)

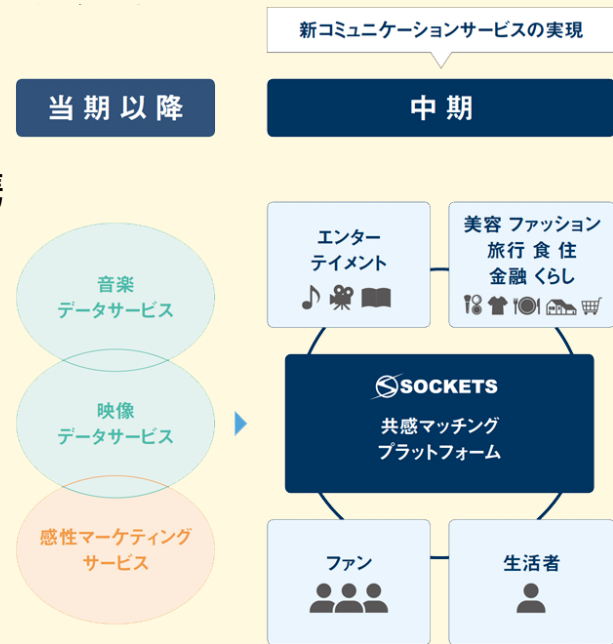
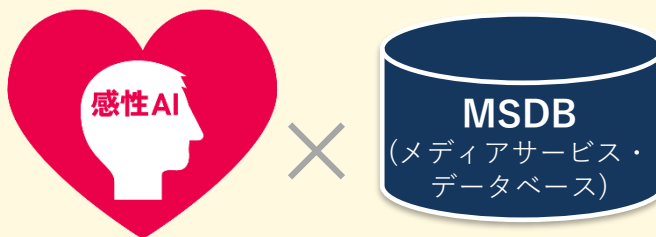


2016年3月期 2017年3月期 2018年3月期 2019年3月期 2020年3月期 2021年3月期 2022年3月期 2023年3月期 2024年3月期

- 24下期R&D、データ開発投資目安(単位:百万円)
- R&D、データ開発投資(単位:百万円)
- データライセンス売上比率

### 当期テーマ

- 生成AIがもたらす変化でおきる事業機会を想定した、当社IP領域における競争優位性の確保・価値向上  
**生成AI/LLM(※1)とMSDB(※2)との連携**
- 人と企業と生産者とクリエイターが共感でつながる、当社が目指す独自プラットフォーム構築に向けた、**新コミュニケーションサービスモックアップ開発**



※1 LLM (大規模言語モデル) は、自然言語処理 (NLP) の分野で使用される深層学習モデルの一種  
 ※2 MSDBとは、ソケットが開発した音楽、映像、書籍、放送、人物、施設、化粧品、ファッション、食品、飲料、外食、住など暮らし全般までを体系的かつ特徴情報を詳細に分類したデータベース

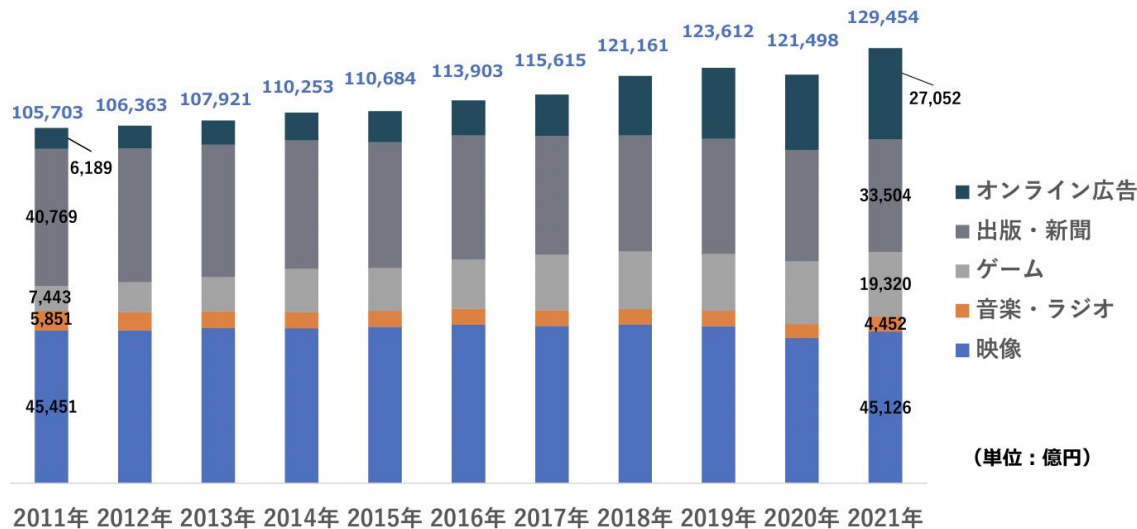
## 2. 事業環境と今後の展開

### (1) エンターテインメントデータサービス事業

### コロナ後の日本のコンテンツ市場環境は成長市場

- ✓ コロナ期を経て、音楽・映像データサービスのコンテンツ市場規模は復調の兆し
- ✓ **また当社感性マーケティングに関連するコンテンツ市場におけるオンライン広告市場の規模は拡大傾向**
- ✓ 当社感性AIを活用したさらなる事業展開によりアップセルが見込まれる

日本のコンテンツ市場規模



**音楽** 国内音楽サービスにおける各社差別化の促進  
邦楽リスナーに特化した独自レコメンド機能開発・提供

**映像** ビデオ・オン・デマンド(VOD)市場の更なる活性化  
独自データ開発・拡充による当社映像データの需要拡大

**+ 感性マーケティング**

コンテンツ市場におけるオンライン広告市場の規模拡大  
当社MSDB\*のエンターテインメントデータ×感性AIを活用した  
他社には実現できない感性マーケティング事業の開発・提案

**事業機会創出**

※出典：（一社）日本経済団体連合会「Entertainment Contents ∞ 2023」

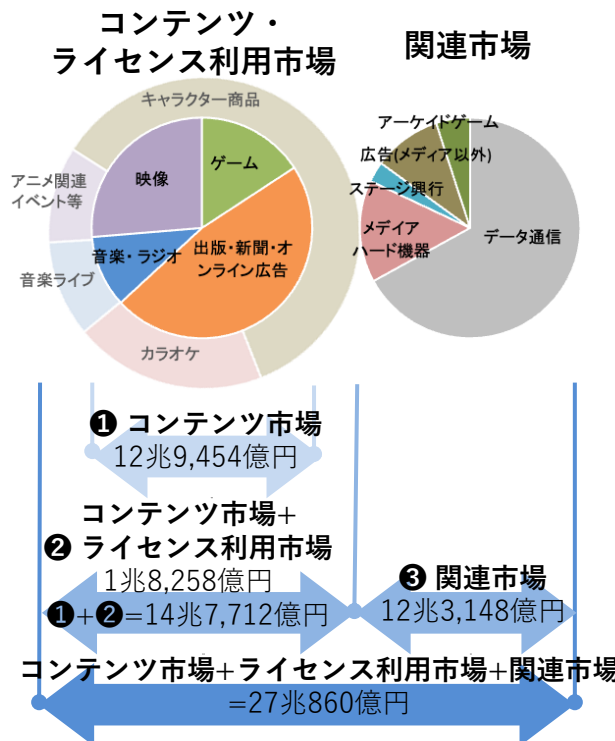
※出典：ヒューマンメディア「コンテンツ産業の現状」（2023年3月 経団連委託調査）

※ MSDBとは、ソケットが開発した音楽、映像、書籍、放送、人物、施設、化粧品、ファッション、食品、飲料、外食、住など暮らし全般までを体系的かつ特徴情報を詳細に分類したデータベース

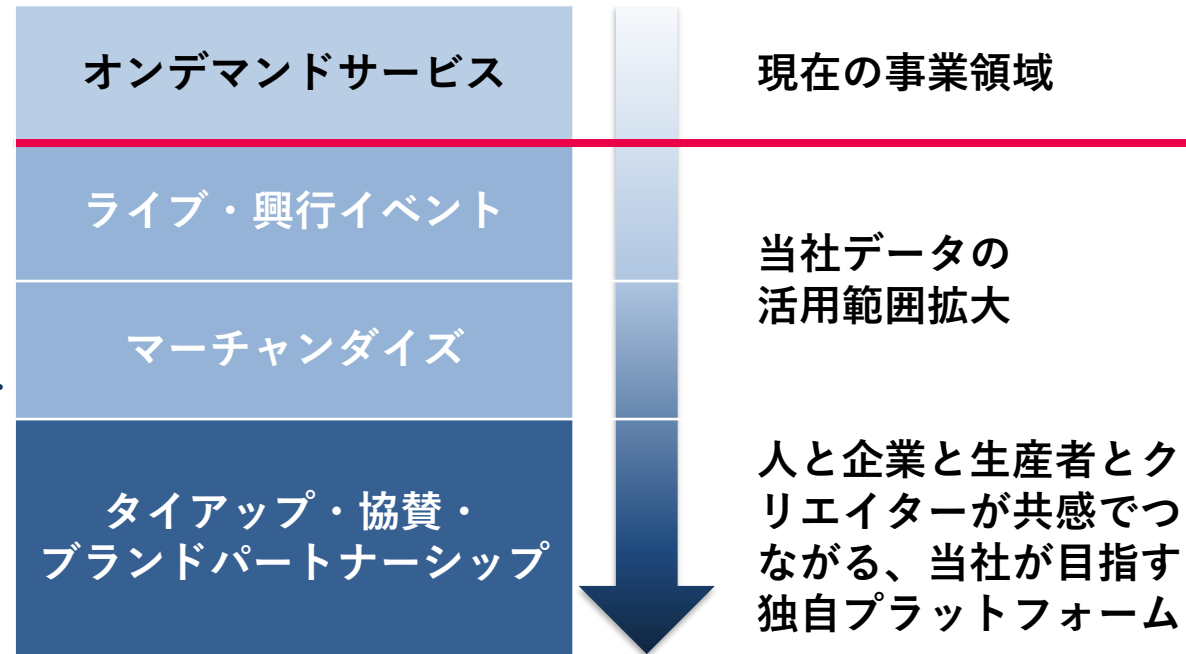
### 日本のコンテンツ関連(※)まで視野に入れた市場規模は大きい

✓ コンテンツ二次利用・関連市場の推計規模はデータ通信を除くと19兆円相当と当社ビジネス機会は広い

#### 日本のコンテンツ二次利用・関連市場規模



|                     |                   |
|---------------------|-------------------|
| ① コンテンツ市場           | 12兆9,454億円        |
| ② ライセンス利用市場         | 1兆8,258億円         |
| ③ コンテンツ利用関連市場       | 12兆3,148億円        |
| ④ うちデータ通信           | 7兆8,000億円         |
| <b>合計 (①+②+③-④)</b> | <b>19兆2,860億円</b> |



**事業機会創出**

※出典：(一社)日本経済団体連合会「Entertainment Contents ∞ 2023」  
 ※出典：ヒューマンメディア「コンテンツ産業の現状」(2023年3月 経団連委託調査)

## 未開拓だったコンテンツ二次利用・関連市場、またさらなる海外市場も視野に、データ・レコメンド提供を推進

### ● 海外サービスへのデータ提供 Pickup

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

**Update** 海外企業2社と交渉中、提携間近

### ● 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

新たな専用データの開発・提供も加えた新規契約

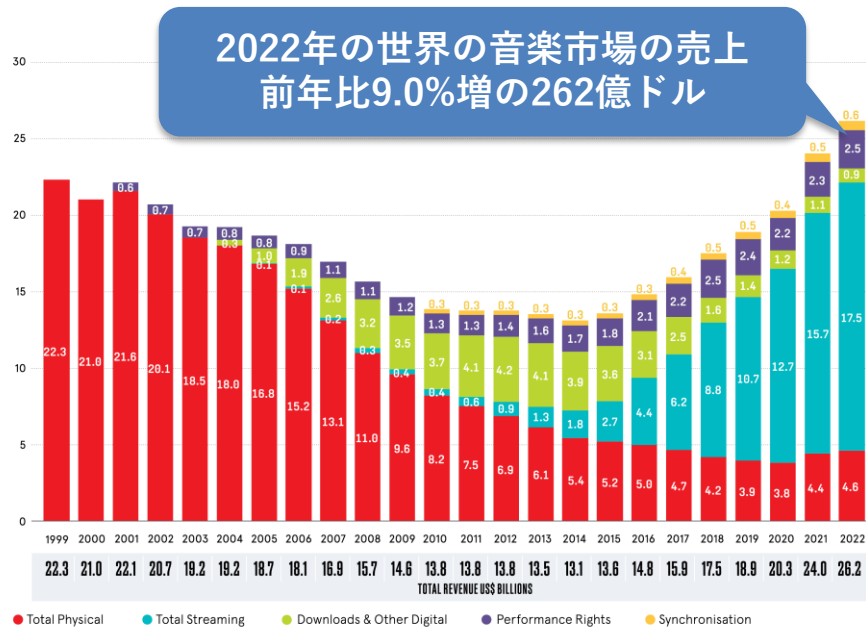
**Update** 契約・納品済み、年内リリース予定

### ● 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

様々な活用方法に対応したデータやAPI、新レコメンドの開発・提供

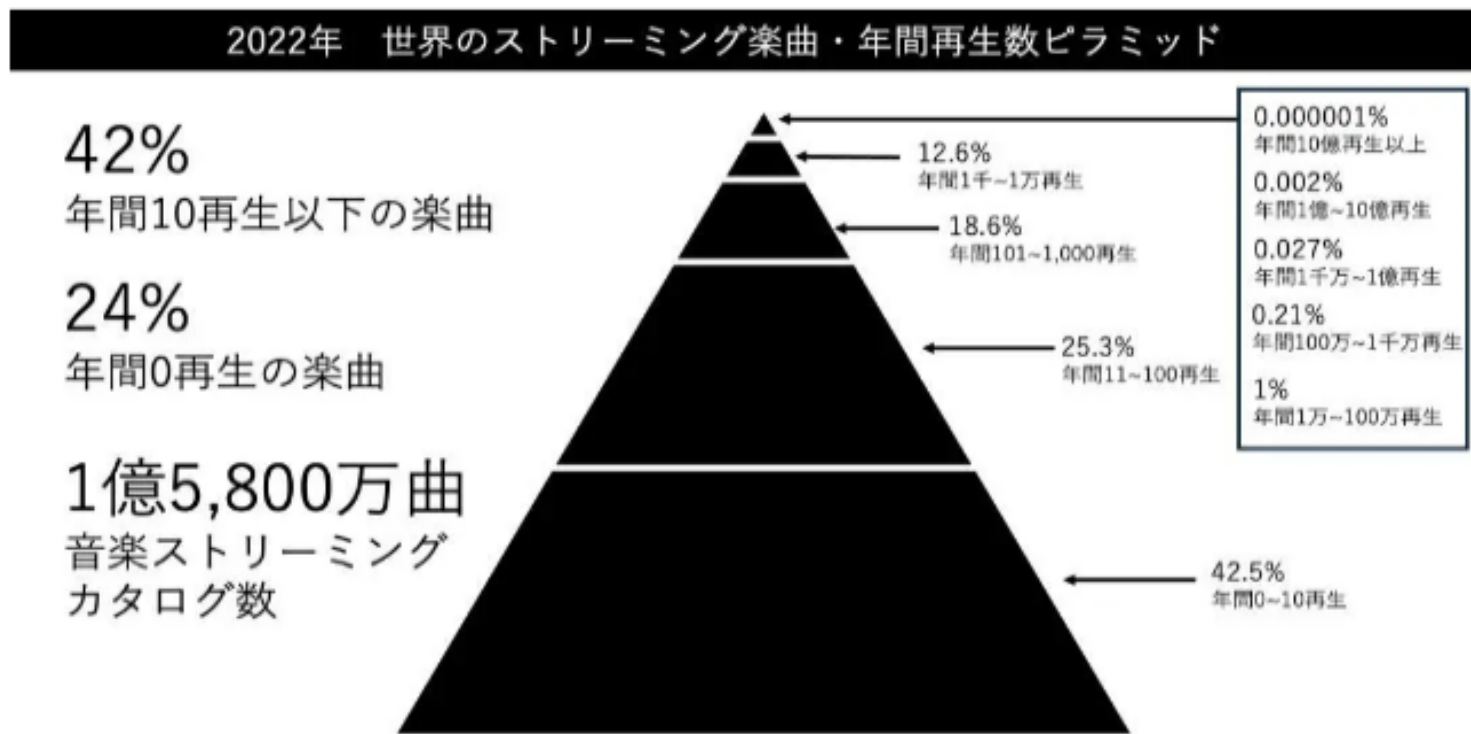
**Update** 新レコメンド導入に向けて進捗中

### 世界の音楽市場



※出典：IFPI（国際レコード産業連盟）「IFPI Global Music Report 2023」

音楽ストリーミングにおいてサブスクサービスの長所が活かされていない現状に対して、当社が生み出すセレンディピティにより、音楽市場を活性化させる新規レコメンドを開発、顧客ニーズに応える



取引先企業が抱える現状課題に対する当社への期待が今後さらに高まることが予想



当社が生み出す  
**セレンディピティ**  
でアップセルが見込まれる

※出典：LUMINATE DATA, 2023

※出典：[https://news.yahoo.co.jp/expert/articles/06966f8b5a6357efad4e6734bee20dedffbc6e72?fbclid=IwAR0U2OLjvk7IpezFtGQ0YkX\\_2IHPp7NaWV\\_bWPSjCi5n9XLyM-di-KdUNIA](https://news.yahoo.co.jp/expert/articles/06966f8b5a6357efad4e6734bee20dedffbc6e72?fbclid=IwAR0U2OLjvk7IpezFtGQ0YkX_2IHPp7NaWV_bWPSjCi5n9XLyM-di-KdUNIA)

## ビデオ・オン・デマンド（VOD）/多チャンネル放送に対して、新規提供先の開拓、契約済みサービスへの役割拡大を目指す

### ● 連携用データの開発・提供による新規契約 Pickup

他の追随を許さない圧倒的データ量と品質の維持

Update

アニメ・コミック・ライトノベルデータの充実と  
新規データ開発進捗中

### ● 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

顧客ニーズに合わせたソリューションの開発と提供

Update

AndroidTV、Amazon fireTV向けの動画プラットフォームとの  
フィードデータ連携開始

### 世界のコンテンツ市場成長率

2020-25の年平均成長率（%）



契約済みVODサービス

hulu

Lemino

TELASA

U-NEXT

d アニメストア

ひかりTV

みるプラス

ABEMA

FOD

J:COM STREAM

J:COM TV

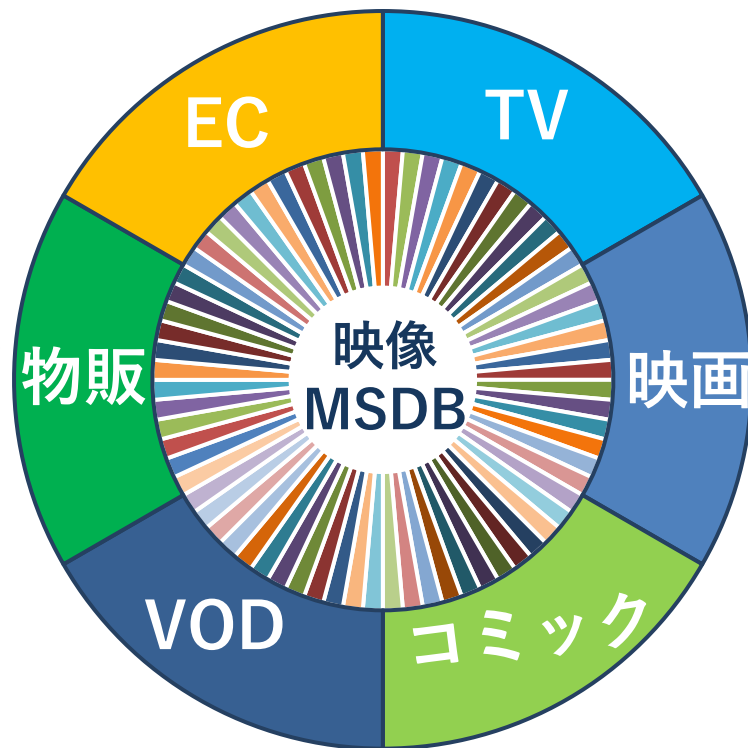
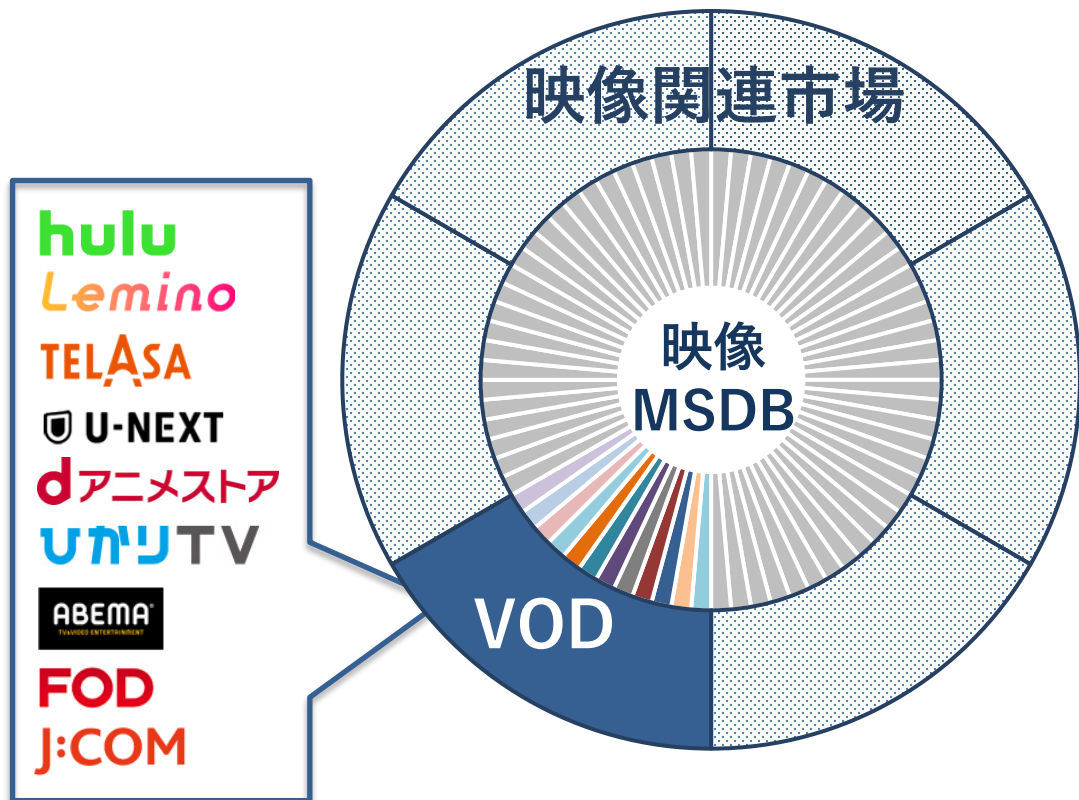
※出典：（一社）日本経済団体連合会「Entertainment Contents ∞ 2023」

※出典：JETRO「プラットフォーム時代の韓国コンテンツ産業振興策および事例調査」（2022年）

オリジナルデータの制作、各種データとの連携などを強化し、ビデオ・オン・デマンド(VOD)サービスへの提供の枠を超えて、**新たな業種へ提供を拡大**

現状の映像データ提供先としては、国内VODサービスが中心

今後は映像関連市場の新たな業態・サービスへのデータ提供へ拡大



国内VODサービスへのデータ提供取引実績をベースに、映像関連市場で取引企業数を拡大、ライセンス事業およびストック型売上による成長戦略を目指す

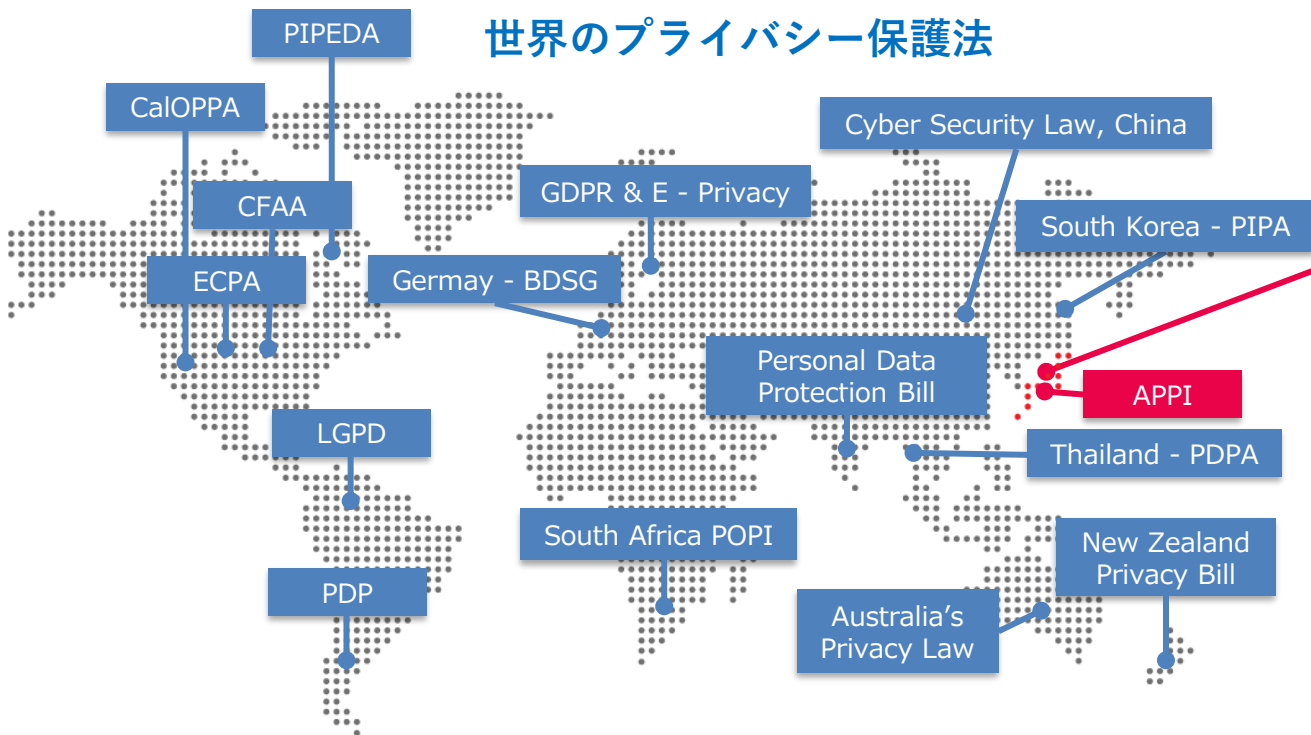


## 2. 事業環境と今後の展開

### (2) 感性マーケティング事業

# クッキーレスの動きはTrig'sの追い風に

クッキーレス時代に向け、デジタルマーケティングのアプローチの見直しが加速  
リターゲティング広告の終焉、**Trig's需要増による利用拡大の商機**



日本でも2022年4月の「改正個人情報保護法」に続き、「**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**

**広告主企業**

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、  
**顧客体験の最適化、顧客との信頼関係構築を重視する方向に**

Trig's需要の拡大が見込まれる

**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

国内PMP市場も拡大傾向を予想、当社の追い風に

# 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

- 米国ではメジャー市場に成長

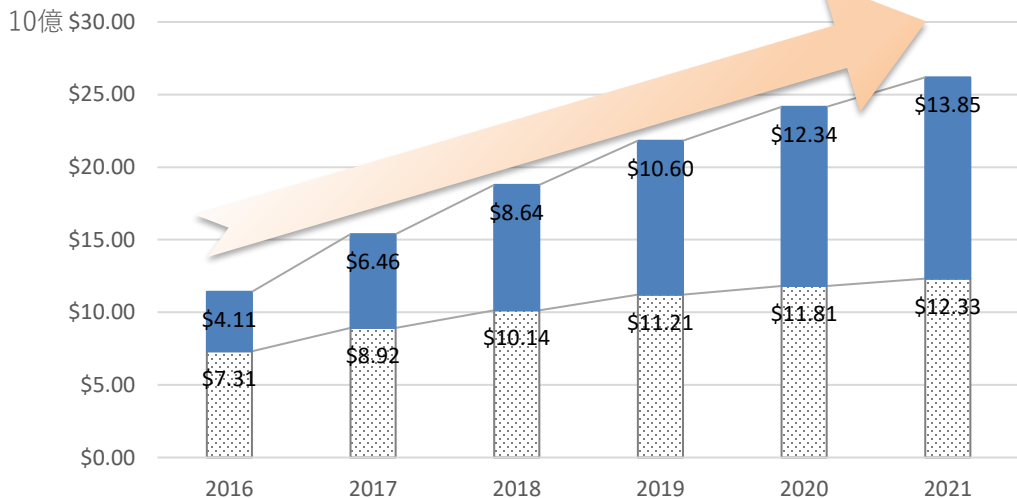
2021年時点でプログラマティックディスプレイ広告の53%がPMPの取引

- 日本での成長が見込まれる

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

Trig'sの強力な  
追い風に

トランザクション方法別 米国における  
プログラマティックデジタルディスプレイ広告支出

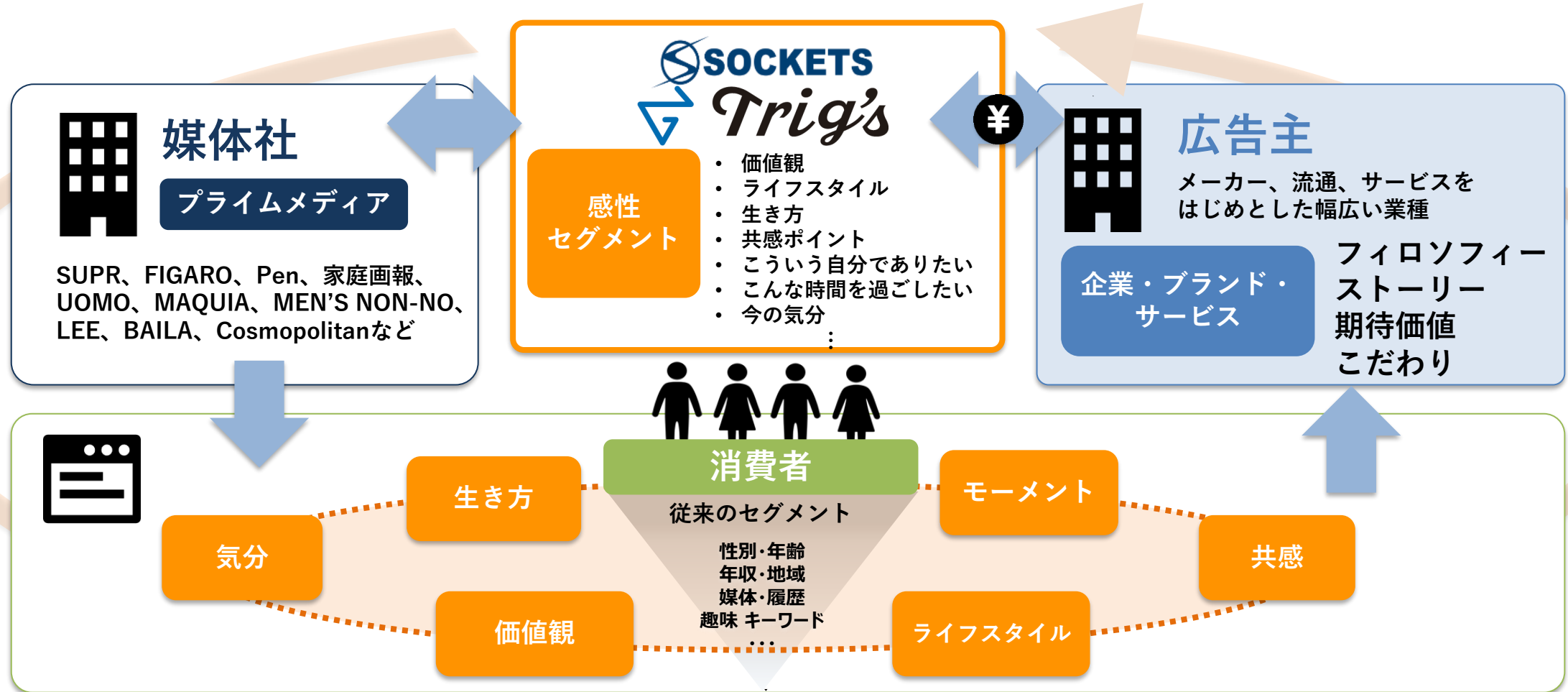


※出典：eMarketer

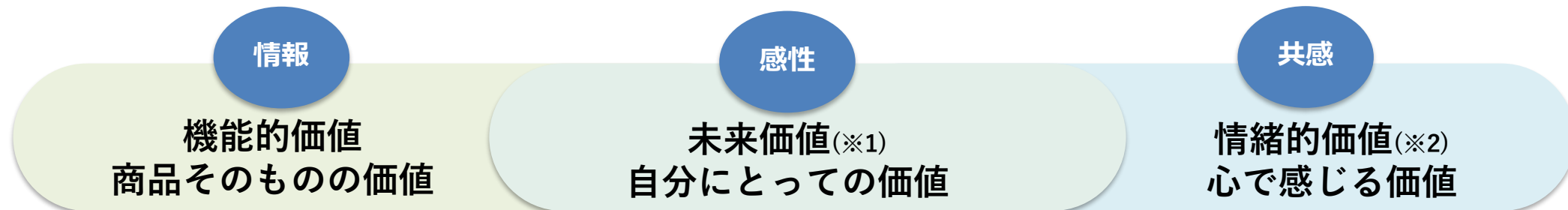
□ オープン取引 ■ PMP

|           | 純広告   | 運用型   | PMP   |
|-----------|-------|-------|-------|
| 媒体指定      | ○     | ×     | ○     |
| マーケデータ取得  | △     | ○     | ○     |
| 価格        | × (高) | ○ (低) | △ (中) |
| 広告予約      | ○     | ×     | ○     |
| データ活用の柔軟性 | ×     | ○     | ○     |
| ブランドセーフティ | ○     | ×     | ○     |

Trig'sは、感性AIが消費者の感性に訴求し、属性や閲覧履歴などの従来のセグメントではターゲティングされない潜在ユーザーをメディアを通じて広告主に繋がります



リターゲティング広告のような単発的な購買訴求ではなく、感性価値<sup>(※1)</sup>、情緒的価値<sup>(※2)</sup>に基づいた、広告主企業と消費者のコミュニケーションを創出























| 条件           | コンテキスト配信 | 購買データ活用配信 | リターゲティング配信 | Trig's | 特徴   |
|--------------|----------|-----------|------------|--------|--|
| 潜在顧客へのアプローチ  | ○        | ×         | △          | ◎      | 感性AIで潜在意識や深層心理まで解釈しセレンディピティを実現。従来のデモグラでは補足しきれない層の認知を高めたり興味喚起が可能                                    |
| 新たなセグメント設計   | ○        | △         | ○          | ◎      | 広告を見た瞬間のユーザーの印象や主観的な感情、細かなニーズを言語化するため、定性的な新たなセグメンテーション設計が可能  |
| 購入の即時性       | △        | ◎         | ○          | △      | 未来の顧客を感情に訴求することで発掘、醸成する反面、即時性のある購入には繋がりが薄い面がある。ただし高い誘導性（CTR）によるオウンドメディア誘導などには効率性がある。               |
| コンテンツと広告の親和性 | ○        | △         | △          | ◎      | Trig's感性AIは記事内容や文脈を解釈しユーザーの気持ちを予測して記事と広告をマッチングする為、カテゴリーやジャンル一致による一般的なコンテキストターゲティングよりも精度の高いマッチングが可能 |
| 大量のリーチ       | △        | △         | ◎          | △      | アドネットワークによるリターゲティング広告は、幅広いリーチが可能。一方で、特定の情緒的価値に訴求するPMP型配信のTrig'sは、特定範囲での深いリーチが特徴。                   |
| ブランドリフト      | ○        | △         | △          | ◎      | 感性AIがユーザーの気持ちを予測して広告を表示する為、広告とユーザーが共感で繋がりが深く長い関係構築に有用性   |

# クッキーレス感性ターゲティング広告「Trig's」 ～各広告サービスとの比較で好結果

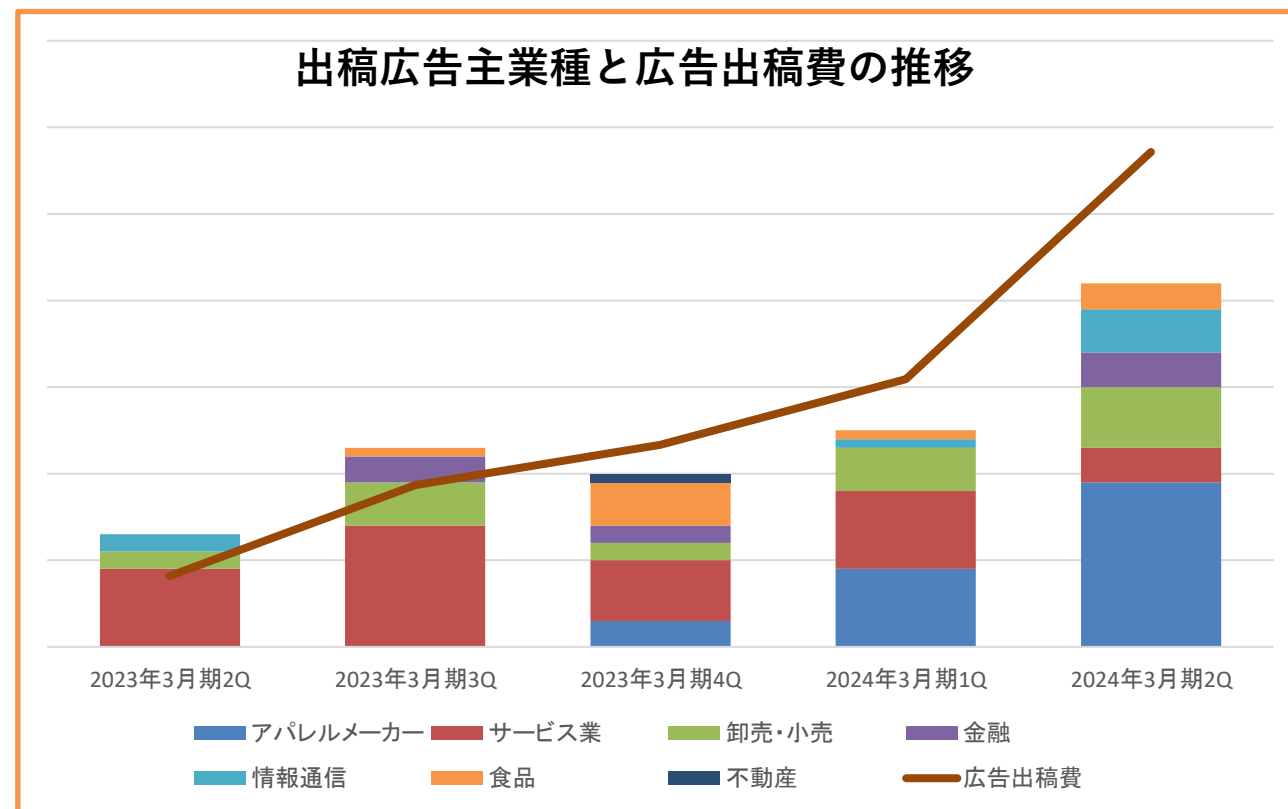
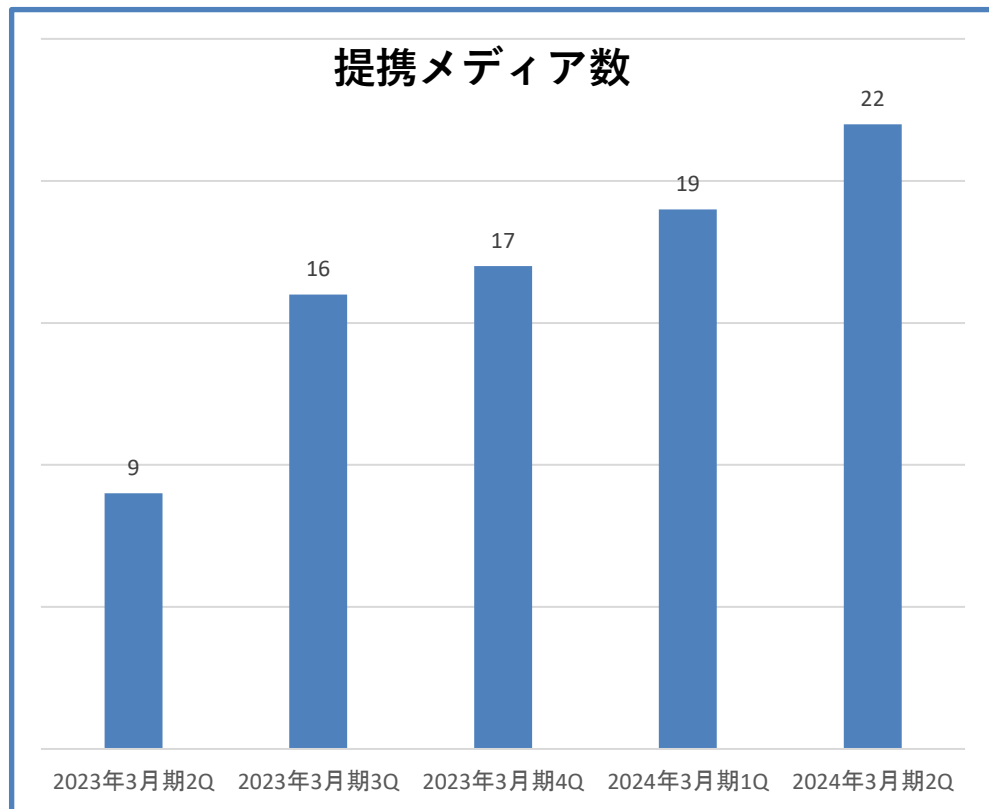
## マッチングエンジンの性能向上を、主要デジタル広告との比較検証で評価 コンテンツ商品ページへの誘導において総合2位の結果

※ 特定広告主の女性向け商品を対象とし、各種KPIをはじめとした前提条件を設け、約1ヶ月間で検証

※ Trig'sの各種結果値を基準とした比率で表記

| 広告媒体                           | CTR   | CPC  | CPA  | 滞在時間   | 評価   |
|--------------------------------|---|--|--|--|--|
| <b>Trig's</b><br>(履歴/属性活用無し)   |        |        |         |         | 商品ページへの誘導において効率的で、人気のSNS広告と遜色ない結果かつ履歴未活用のため潜在顧客開拓への効果の高さが期待されている |
| <b>レコメンドW広告</b><br>(履歴/属性活用有り) |  60%   |  89%    |  121%   |  99%    | CPCは抑えられるが重要KPIで物足りない結果  |
| <b>SNS広告 I</b><br>(履歴/属性活用有り)  |  179%  |  180%   |  42%    |  216%   | 今回対象商品では総合トップ  |
| <b>SNS広告 X</b><br>(履歴/属性活用有り)  |  37% |  270% |  266% |  105% | 認知訴求が弱く、商品ページにたどり着くまでの効果が今ひとつ                                    |
| <b>SNS広告 P</b><br>(履歴/属性活用有り)  |  67% |  251% |  431% |  66%  | 全体的に効果は良くない  |

## Trig's連携メディア数の増加により、顧客数と広告出稿費が拡大



※推移イメージ

## 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による 当社への追い風に向けた事業整備の推進

### ● 基盤強化 Pickup

取り扱いPVの拡大、マッチングエンジンの性能向上

Update

連携メディア追加  
他広告媒体との比較検証進行、結果良好

### ● サービスのスケールアップ

リッチフォーマットの開発、広告メニュー拡充

Update

計画に沿って各種並行進行中

### ● パートナーシップ

アライアンス拡大、販売連携

Update

今期中での契約締結目処に交渉・調整、順調に推進中

## プライムメディアと続々と連携拡大



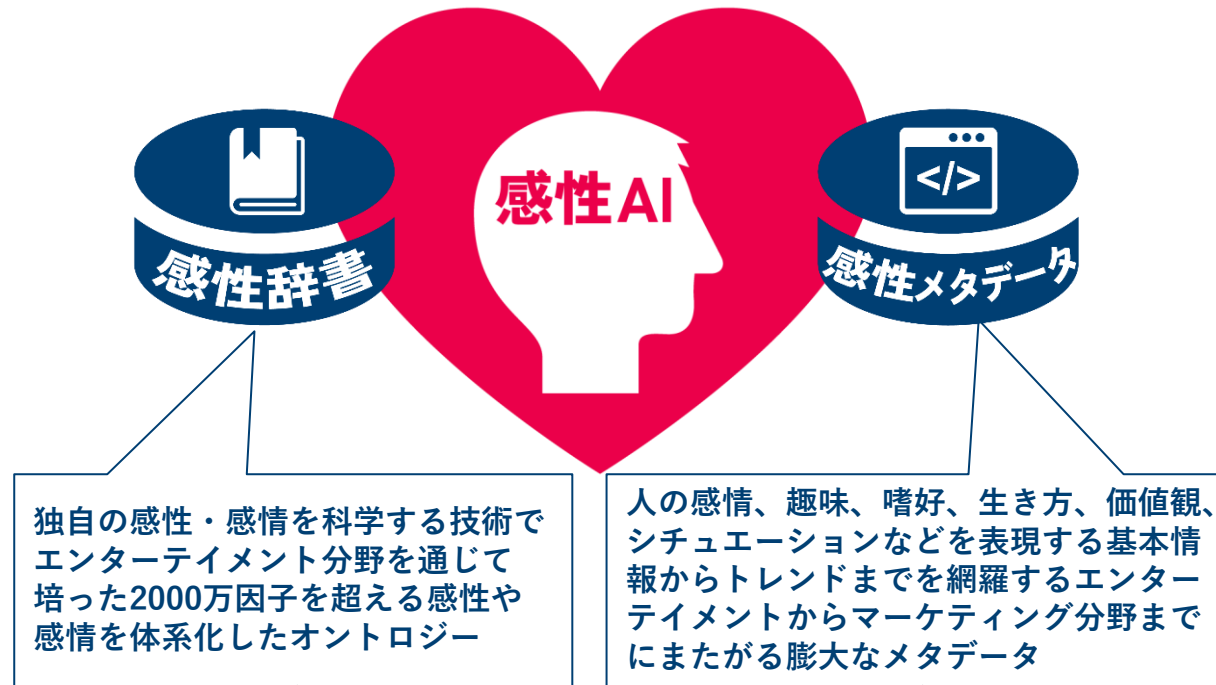
※2023年11月現在



### 3. 当社感性AIが創出する新たな事業機会について

## 感性データがセレンディピティの創出につなげ、生活者の新たな行動を促進する

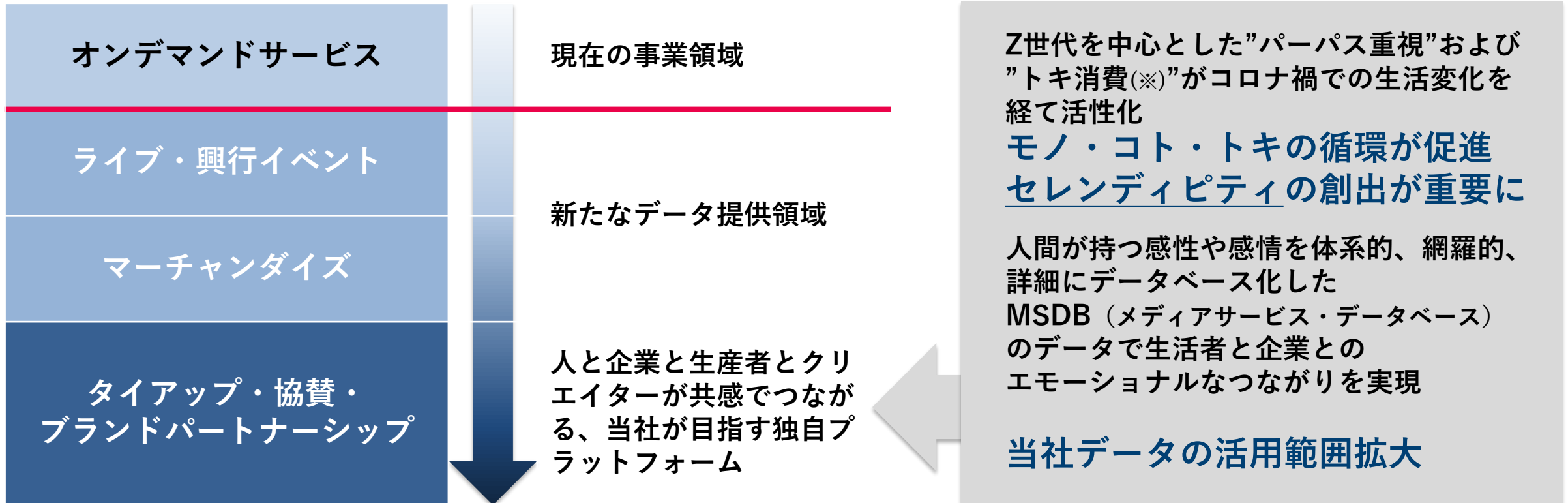
感性AIが曖昧な表現やイディオムを多面的に解釈



### セレンディピティ

- エンターテインメント
- ファッション
- 食品
- 飲料
- 美容
- 旅行
- 暮らし
- 金融
- 企業PR
- ブランド
- ⋮

## 次世代のエンターテインメント × マーケティングで新たな市場を創造する



※トキ消費：  
その時、その場でしか味わえない盛り上がりに参加して楽しむ消費

## 新たな事業機会に向けた取り組み（2024年3月期上期実績）

- ✓ コミック・メタデータの開発
- ✓ リテール・メディアとの連携、検証
- ✓ アニメ専門ユーザーデータベース活用
- ✓ 映像サービスにおける新たなコンテンツマーケティング

## 4. 生成AIとの連携について

2023年9月より、生成AIがもたらす変化でおきる事業機会を想定した、  
当社IP領域における競争優位性の確保・価値向上を目的とした研究開発推進中



**社内業務**  
効率・品質向上

事例

- ・ 独自データ開発効率向上
- ・ ナレッジグラフ開発
- ・ レコメンド精度向上

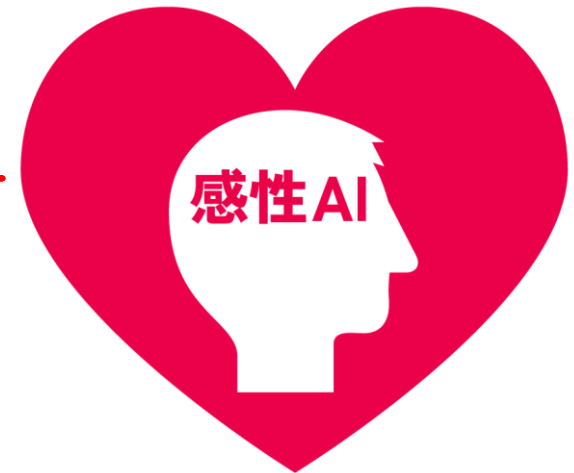


**事業**  
新たな事業機会  
サービス提供

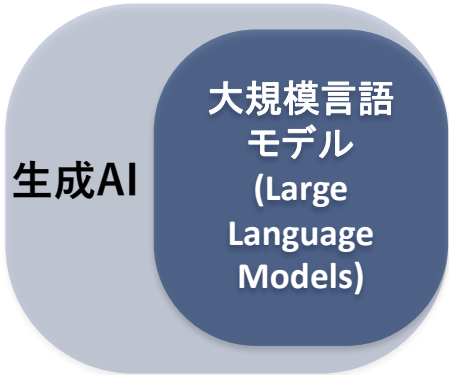
事例

- ・ クリエイティブサポート
- ・ 新コミュニケーションサービス開発

ほか



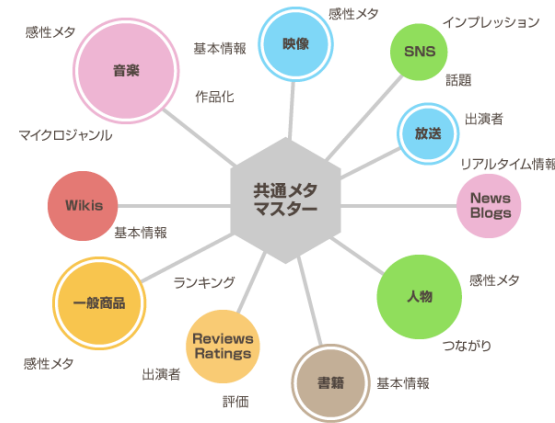
## 生成AI/大規模言語モデル(LLM)



- ✓ 汎用的な内容、一般的な質問に対する処理は得意
- ✓ 直接書かれていないものに対して推論して解釈、応答する能力が高い

※LLM（大規模言語モデル）は、自然言語処理（NLP）の分野で 사용되는深層学習モデルの一種

## MSDB/専門知識情報



- ✓ 構造化された専門知識
- ✓ 固有の領域において正確で詳細な情報をもつ
- ✓ 常に新しい情報を追加できる
- ✓ 人がデータ内容を解釈可能

※ MSDBとは、ソケットが開発した音楽、映像、書籍、放送、人物、施設、化粧品、ファッション、食品、飲料、外食、住など暮らし全般までを体系的かつ特徴情報を詳細に分類したデータベース

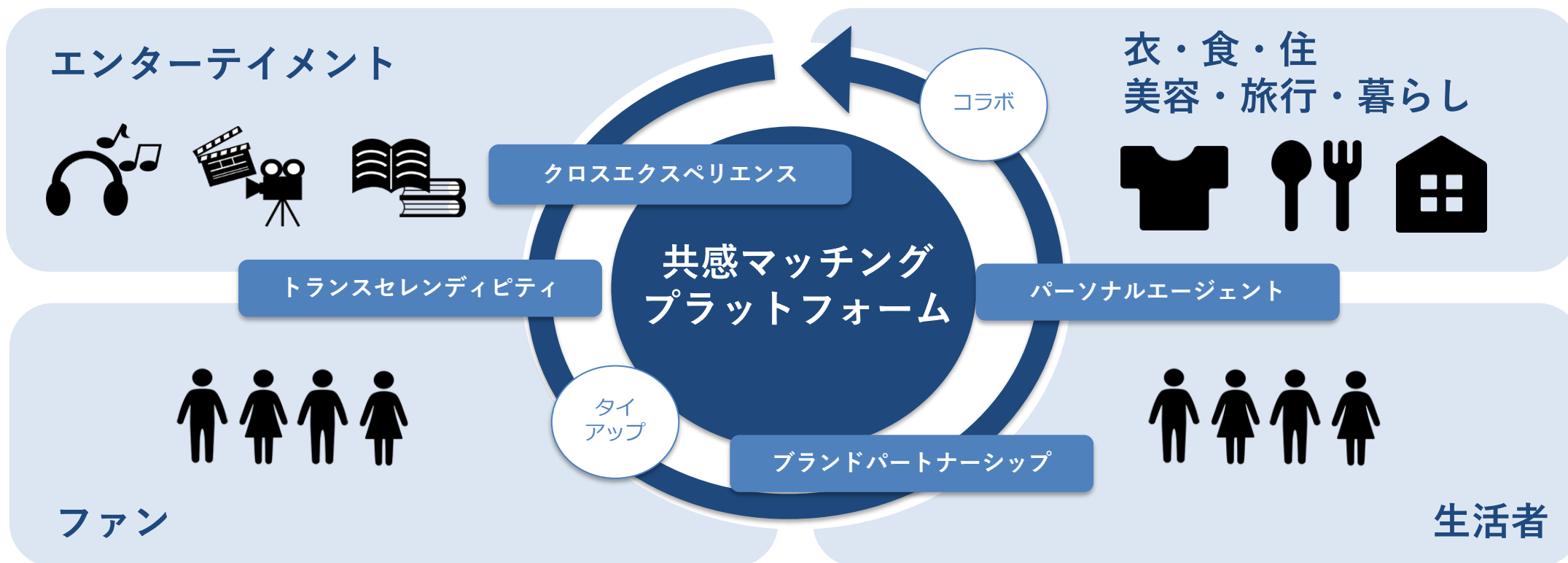
## 連携

- 生成AIに、社内の専門知識のデータを安全に連携させることで、**信頼性が高く、より詳細な応答**が得られる
- 大規模言語モデル(LLM)を利用し、MSDBに新たな情報を補充し、**付加価値**をつけることが可能

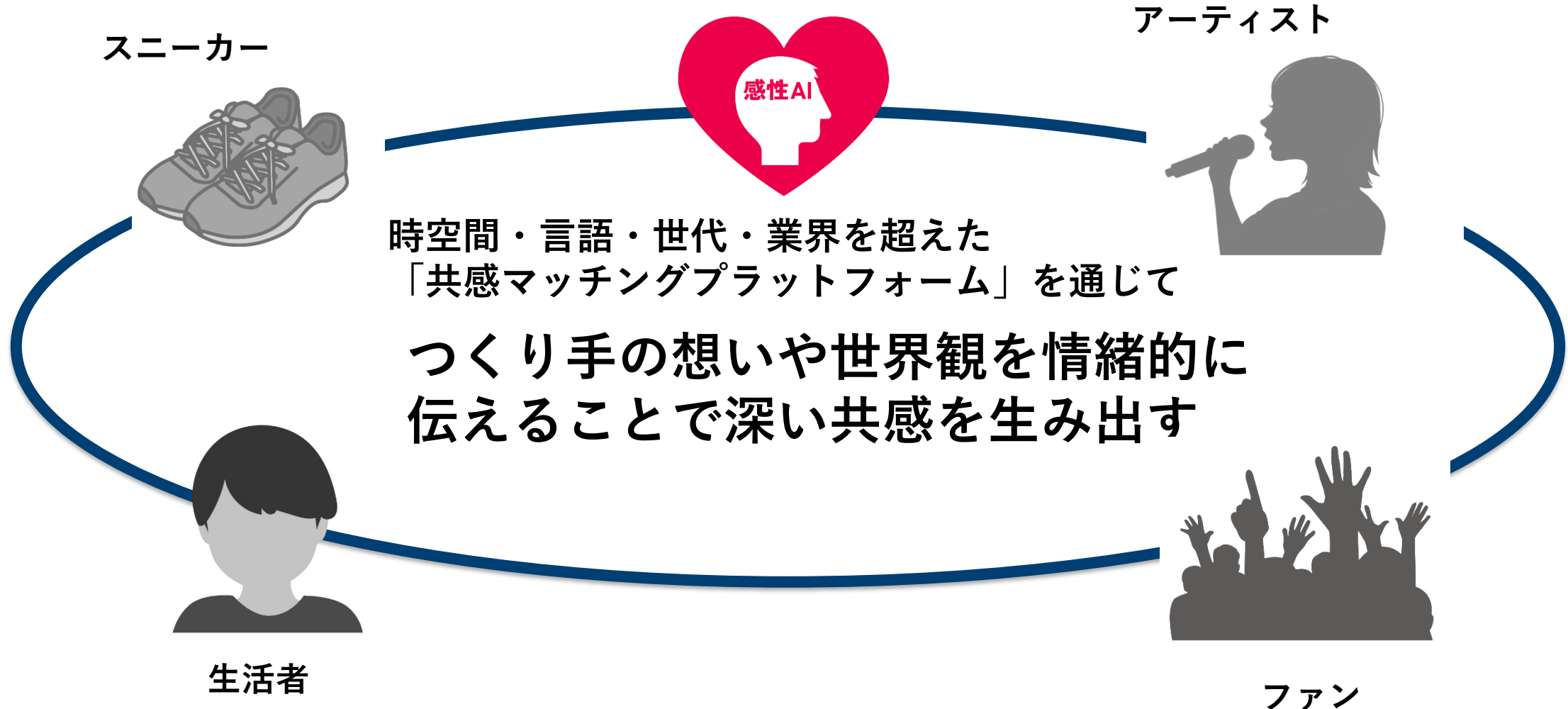
## 5. 中期展望



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

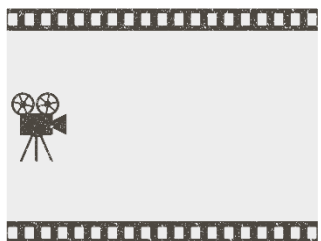


例えば… 想いをブランド化し、メーカーとアーティストと生活者とファンが共感で繋がる

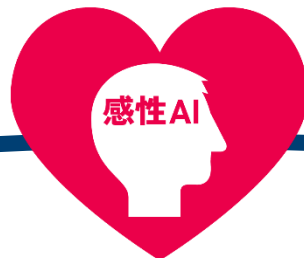


例えば… 地域の個性を顕在化し、生産者と生活者が映画や旅を通じて共感で繋がる

映画



生産者



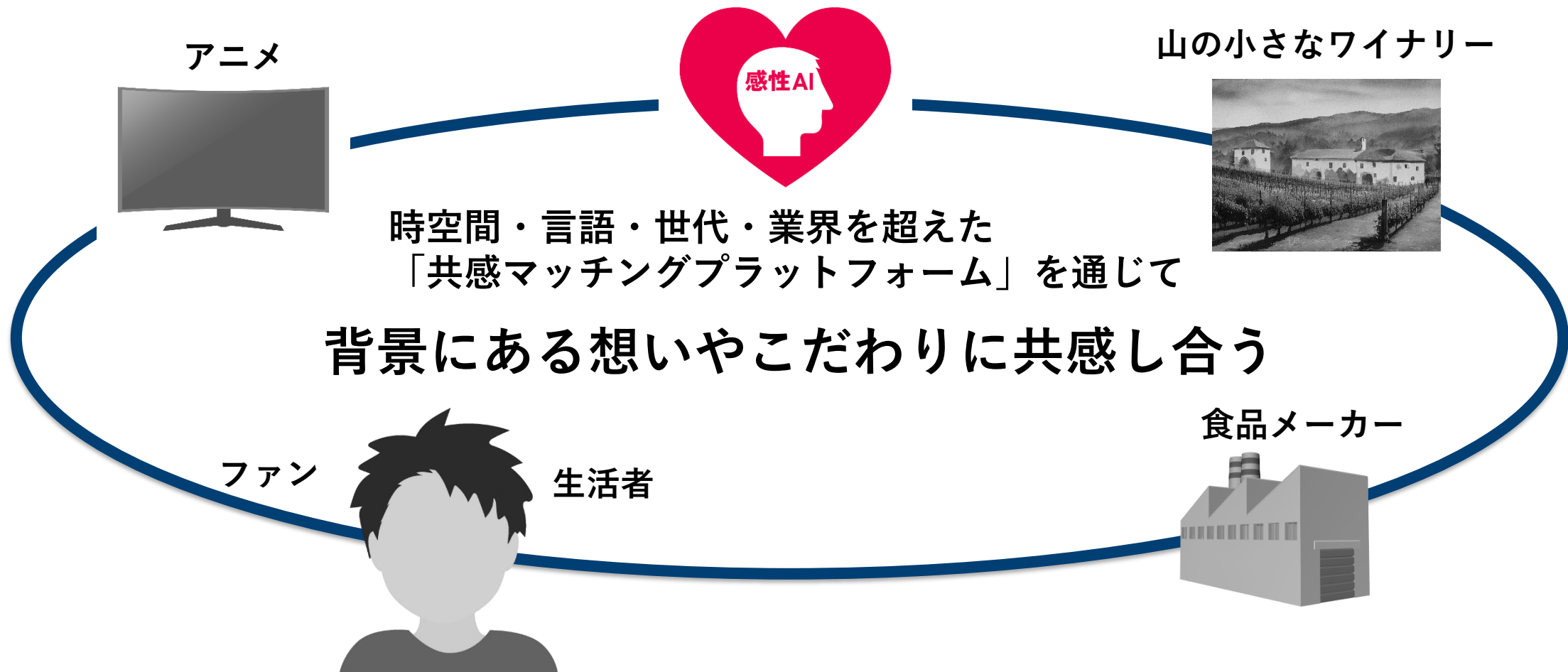
時空間・言語・世代・業界を超えた  
「共感マッチングプラットフォーム」を通じて  
地域と産業・伝統や文化を繋ぎ、  
驚きと感動に満ちた  
セレンディピティを創出

旅行



生活者

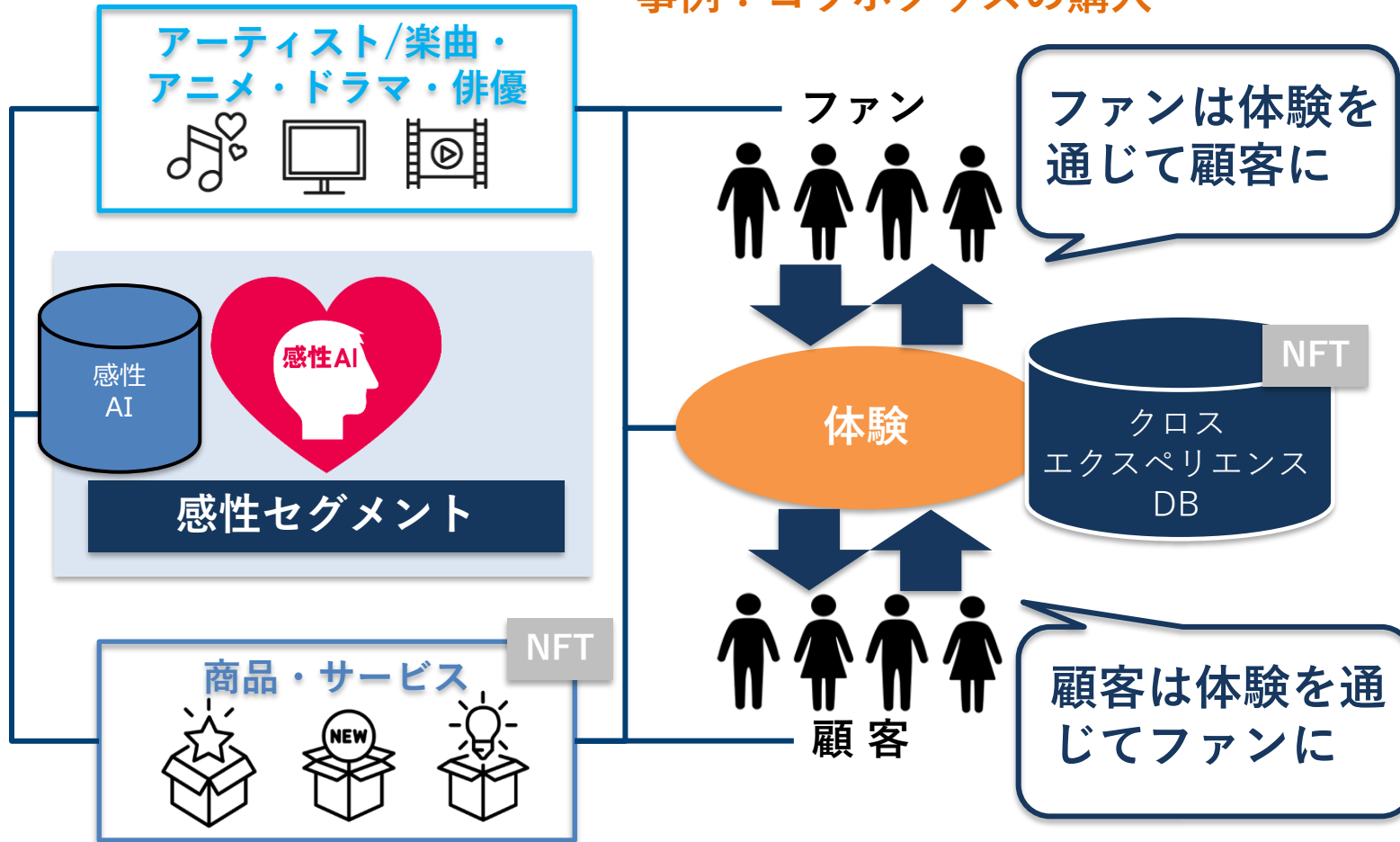
例えば… こだわりのワインがアニメとファンと生活者と食品メーカーを共感で繋ぐ



## サービス概念図

NFT NFT感情体験タグ

事例：コラボグッズの購入



- ✓ フィロソフィー・ストーリー・共感を元に商品とエンターテインメントをマッチング
- ✓ 体験で繋がった情報・履歴をTagに記憶
- ✓ Tagに記憶された情報は、誰が、どのような感情で、いつ、どの体験に繋がったか
- ✓ その記憶された感情情報を元にアーティストと商品は、それぞれもしくは共同でコミュニティを生成

事例：体験付き商品の購入

# 新コミュニケーションサービス 2023年秋 開発スタート

2023年10月～

2024年3月半ば

2024年3月末

サービスモックアップ開発

Small PoC

サービスモックアップ開発：一部機能や動作を体験できるサービスイメージの開発

Small PoC：サービス利用から生み出されるアイデアやコンセプトの実際の体験事例から、実現可能性、得られる効果を検証

Appendix

# 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）





### 🎵 音楽データサービス

国内大手音楽配信サービスをはじめとしたサービスプロバイダに、各種メタデータ等データサービスを提供。

- |        |  |
|--------|--|
| 提供サービス | <ul style="list-style-type: none"> <li>LINE MUSIC</li> <li>dヒッツ</li> <li>Rakuten Music</li> <li>TOWER RECORDS MUSIC</li> </ul> |
|--------|--|



<https://music.line.me/>



ユーザーの履歴を基に、パーソナライズされたプレイリストをレコメンド。曲調やジャンルが統一されたプレイリストや、おすすめの新曲だけで構成したプレイリストで、ユーザーにとって新たな音楽との出会いを提供中。



ラジオ型のコンテンツを提供中。プレイリストのように、決まった楽曲群の提供とは異なり、ユーザーのアクションである、“再生”と“スキップ”を考慮して、リアルタイムでパーソナライズの選曲結果をレコメンド。感性メタやジャンルデータの活用で、自動的に選曲候補が形成されており、ムードのコーナー、ジャンルのコーナー、それぞれに、多彩なラジオの提供を実現。

### 🌟 映像データサービス

国内大手映像配信サービスをはじめとしたサービスプロバイダに、各種メタデータ等データサービスを提供。

- |        |   |
|--------|---|
| 提供サービス | <ul style="list-style-type: none"> <li>Hulu</li> <li>Lemino</li> <li>TELASA</li> <li>U-NEXT</li> <li>dアニメストア</li> <li>ひかりTV</li> <li>みるプラス</li> <li>ABEMA</li> <li>FOD</li> <li>J:COM オンデマンド</li> <li>J:COM TV</li> </ul> |
|--------|---|



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



映像作品データベース内の“特徴”(オリジナルテーマ)を使用し、作品ごとの“特徴”をサービス内で表示しています。オリジナルテーマとは、映像作品のコンセプトやストーリー、シチュエーションが類似しているまとまりの情報。さらに、映像データベースから受賞データや人物情報も提供され、映像データベースを基に、権利元のコンテンツデータの整合性チェックも行われています。

### ♥ 感性マーケティングサービス

エンターテインメント領域で培った人間の感性をデータで解析する技術により、生活者に適した広告を配信できる、ソケットズ独自のインターネット広告サービスを提供。

|        |   |
|--------|---|
| 提供サービス | <ul style="list-style-type: none"><li>ESSEonline</li><li>COSMOPOLITAN</li><li>andGIRL</li><li>Ray</li><li>mamagirl</li><li>madameFIGARO.jp</li><li>Pen Online</li><li>MEN'S EX</li><li>LaLaBegin</li><li>Begin NEWS</li><li>家庭画報.com</li><li>MEN's NON-NO</li><li>UOMO</li><li>OurAge</li><li>HAPPY PLUS</li><li>Web eclat</li><li>Marisol</li><li>MORE</li><li>non-no Web</li><li>@BAILA</li><li>LEE</li><li>MAQUIA ONLINE</li><li>SPUR.JP</li></ul> |
|--------|---|

<https://www.pen-online.jp/article/014530.html>

Pen Membershipの新規会員登録！本日発売の最新号『腕時計のデザインを語る』を抽選で10名様にプレゼント

プレゼント  
2023.10.27  
文：Pen編集部

Share

読了後に読者が感じる印象や主観的な感情を表す感性セグメントを生成

レコメンドされた広告のバナー画像を表示

広告主様名及び広告タイトルを表示

日本初・Cookieレスによる独自の感性ターゲティング広告。メディアの記事文脈を感性AIで解析し、読了後の読者のモーメントに働きかけ、親和性が高い広告と記事をマッチングします。

*Love x Communication = Peace*

人のキモチをつなぐ



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



当社 X(旧Twitter) 公式アカウント

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](mailto:ir@sockets.co.jp)