

2024年3月期 決算説明資料

当社の業績概況 及び 成長機会について

株式会社ソケット (スタンダード市場：3634)

2024.5.10

1.	2024年3月期決算概況	P. 3～
2.	2025年3月期通期 業績予想	P.17 ～
3.	成長機会について	
	・メタデータ新時代とコンテンツのグローバル流通	P.31 ～
	・感性AIと生成AIのコラボレーション	P.44～
4.	中期的なビジネス展開	P.48～
Appendix	会社概要	P.54～

1. 2024年3月期決算概況

～課題と対策とその効果

- ・売上、前年比2.4%増収、業績予想比進捗率93%
- ・海外データサービスの立ち上げ、新規事業クッキーレス感性ターゲティング広告は前年比倍増
- ・音楽、映像データライセンスで一部で期ズレが起き新規ライセンス提供不足
- ・2期連続増収

- ・営業利益、前年比マイナス49百万円、通期79百万円の赤字
- ・一部売上の期ズレの影響加え、円安によるインフラ費が計画比39百万円増
- ・海外データサービスの事業モデル構築、生成AI活用、新規事業クッキーレス感性ターゲティング広告のメディア開拓に費用先行
- ・これらの費用は次期以降の収益基盤の一つに

- ・次期（25年3月期）は年間15%の売上成長を見込み黒字予想、中期的な成長スピードが上がる始まりの年に
- ・音楽・映像のエンターテインメント分野の海外データサービスの寄与、インターネット配信サービス向け以外の新規用途の開拓を進める。クッキーレス感性ターゲティング広告は更に成長ペースが上がる見込み

- ・生成AIの発展に伴いメタデータの構造化、体系化、注釈化（アノテーション）において需要が急増する可能性に対し、感性AI活用メタデータソリューションに対して積極的な研究開発を推進中
- ・グローバルな日本コンテンツのメタデータに対するニーズは多く、将来のIP事業モデルの基盤作りに開発ペースを上げる

- 売上高は、音楽データサービスで既存取引先のアップセルが順調に推移し前期に引き続き増収も音楽・映像データサービスの新規ライセンス提供に一部期ズレが発生し未達。
新規事業の感性ターゲティング広告は、前年比倍増。
- 営業利益は、売上未達に加え、海外向けデータサービスの事業モデル確立、感性ターゲティング広告のメディア開拓などに費用先行。円安によるインフラコスト計画費プラス39百万円も響く。

(単位：百万円)

	2024年3月期 業績予想	2024年3月期 実績	概要
売上高	1,100	1,018	進捗率93%、期ズレ、新たなライセンス提供不足により計画未達
営業利益	0-15	▲79	売上計画の未達、インフラコスト増加、先行投資により赤字増加

2024年3月期 期初業績予想との差異 ～未達の要因と対策、その効果について

大きなポイントは4点

- ・ 音楽、映像データサービスの一部期ズレ
- ・ 海外向けデータサービスの事業モデル確立へのコスト先行
- ・ クッキーレス感性ターゲティング広告のメディア開拓など費用先行
- ・ 円安によるインフラ費用の増加

項目	要因	対策	対策による効果
エンターテインメントデータサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規ライセンス案件の3月提供開始予定の期ズレ ・ 粗利益にて計画比5,000万円の大規模な未達 ・ 海外でのデータ流通事業モデル構築への対応 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期の遅延案件の早期開始 ・ バックアッププランの積み増し ・ グローバルなデータ流通事業モデルの構築推進ペース加速 ・ 音楽、映像とも独自メタデータの新用途の開拓 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 独自データによる新規開拓、収益性向上 ・ 25年3月期における海外データ流通事業の収益拡大と粗利率の向上 ・ 既存提供先へのアップセル
感性マーケティングサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上は前年比倍増も投資先行 ・ 新規メディア開拓などへの費用増加 ・ 広告在庫管理の不足 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 明確に見えてきた事業機会に対する営業活動のさらなる活発化 ・ 新規メディア開拓費用は一巡、今後は広告在庫を収益化 ・ 広告配信データを活用した多様な感性AIマーケティングサービス展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外部リソースとの連携含め前期の倍増を超える売上の成長ペースをさらに加速 ・ 広告在庫管理による収益力の向上 ・ 新規出稿増や関連サービス売上獲得
サーバーインフラ費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 円安の影響で計画比3,900万円の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・ インフラの予約購入やアーキテクト見直しをさらに弾力的に進める 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 年間1,000万円以上コスト削減

(単位：百万円)

	2023年3月期 累計実績	2024年3月期 累計実績	概況
売上高	994	1,018	売上高はYoY+2.4%の増収 感性マーケティング事業で対前年比倍増と伸長
原価	488	550	インフラコストの増大、新規事業のメディア獲得費用先行、海外におけるデータ流通準備などにより YoY+12.7%の増加
売上総利益	506	468	サーバー関連費用の増加により売上総利益率は低下
売上総利益率	51%	46%	インフラコストの増加やグローバルなデータ流通への先行投資、新規事業開拓費用により売上総利益率が低下
販売管理費	536	548	エンターテインメント×感性マーケティング分野への感性AI活用に関する研究開発を積極的に継続
営業利益	▲30	▲79	売上計画の未達、先行投資の拡大、インフラコスト増加により赤字増加
当期純利益	▲26	▲100	投資有価証券の評価を行い次期以降に備える

- 4Qに売上伸長、営業黒字
- インフラコスト増加や品質向上対策で2Qから3Qにかけて粗利率低減していたものの対策効果、新規データサービスにより4QにQonQ 粗利率5%の向上へ

(単位：百万円)

	2024年3月期 第1四半期	2024年3月期 第2四半期	2024年3月期 第3四半期	2024年3月期 第4四半期
売上高	243	241	239	295
原価	128	134	134	154
売上総利益	115	107	105	141
売上総利益率	48%	44%	43%	48%
販売管理費	132	141	136	139
営業利益	▲16	▲35	▲31	3

 Good

- 新たな分野への提供開始と新データの開発、外国語データの強化等による提供データの商品力強化、グローバルなデータサービスへの足掛かりをつくる

 Bad

- 海外でのデータ流通事業モデル構築への先行費用、収益性が低下
- 海外データ流通事業モデルの着実な確立、音楽配信以外の分野へのアプローチを更に推し進め新規取引先開拓に注力

 Good

- 動画のシーンごとのメタデータ付与に関するPoCを実施する等、配信サービスのみならず制作サイド向けデータサービスという新しい取り組みを実現するなど、データ利活用範囲の拡大へ大きく踏み出す

 Bad

- 利益率の高い新規データライセンスの契約の遅れと未達
 - 新サービスの提供件数を増やすことによる売上増加と動画配信サービス向けに限定しない映像データの活用提案を行い、新規売上の構成比を増加させ、配信系サービスに偏らない事業ポートフォリオを確立する

 Good

- 提携メディアの増加とPVの拡大（2023年4月時点17メディア・月間 1.9億PV→ 2024年3月時点35メディア・月間 6億PV）
→より幅広い感性や感情にリーチできることによるサービス価値の向上を実現

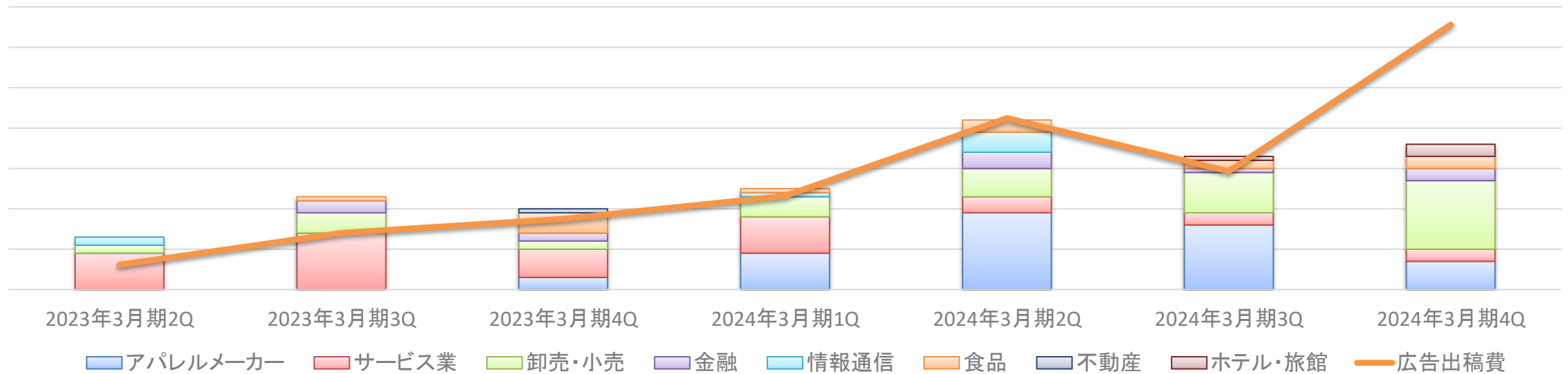
 Bad

- 増加した提携メディアの在庫余剰が発生
→新規クライアントの拡大とともに、広告在庫コントロールを徹底する

4Qでは出稿広告主数では2Qを僅かに下回るも新規受注の拡大と出稿単価の向上も寄与し、最高売上を更新

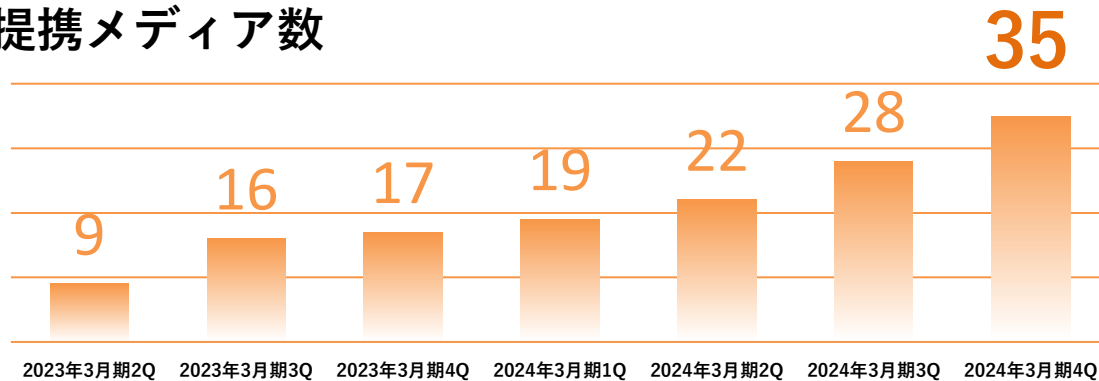
出稿広告主業種と広告出稿費の推移

2024年3月期4Q
四半期過去最高売上



Trig's連携メディア数とPV数は引き続き着実に増加中

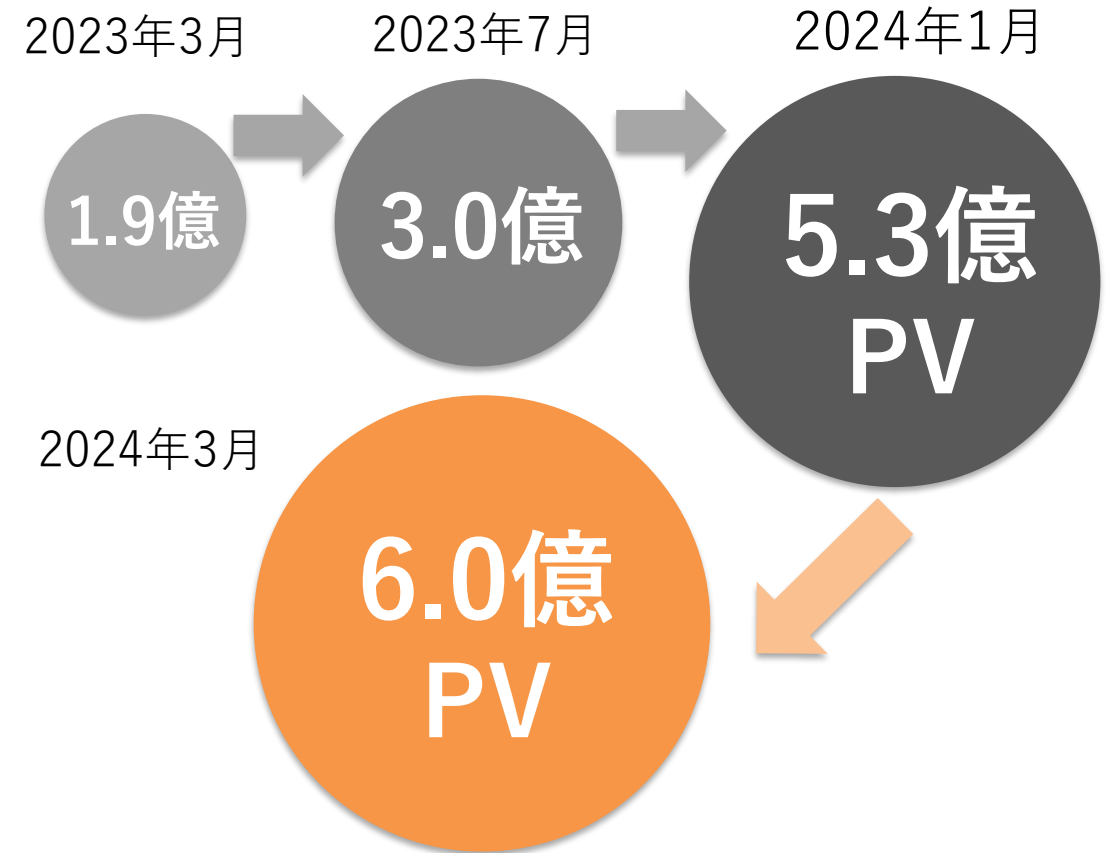
提携メディア数



現在連携しているプレミアム媒体様（直近37媒体様）

- SPUR.JP • MAQUIA ONLINE • LEE • @BAILA • non-no
- MORE • Marisol • Web eclat • HAPPY PLUS • OurAge
- T JAPAN • 家庭画報.com • Begin NEWS • BOYNA
- MEN'S Ex • UOMO • MEN'S NON-NO • madameFIGARO.jp
- Pen Online • COSMOPOLITAN • andGIRL • Ray • mamagirl
- ESSEonline • 25ans • 時計Begin • Harper's BAZAAR
- Women's Health • Esquire • 婦人画報 • 25ansWedding
- T JAPAN web • yoi • FRaU WEB • mi-mollet
- MODERN LIVING • ELLEgirl

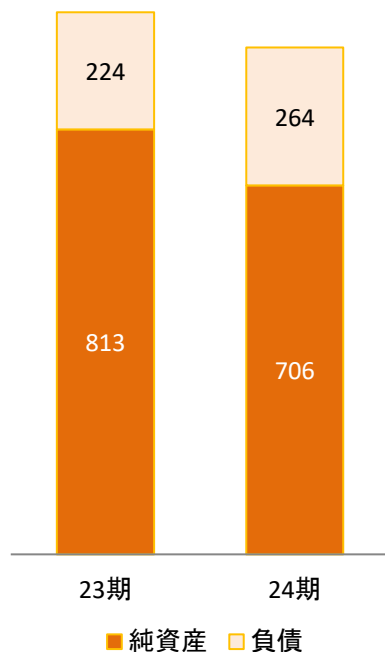
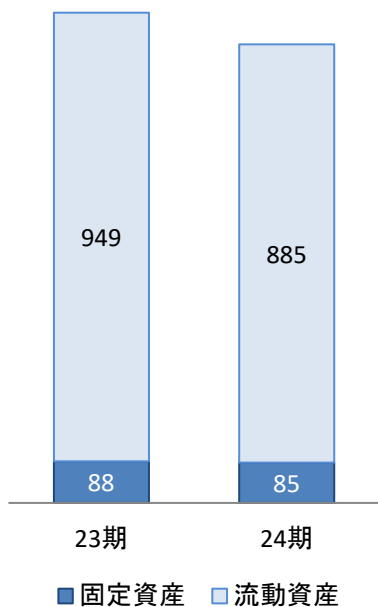
合計月間PV数



- 無借金、自己資本比率68.7% 安定した財務基盤を維持

B/S推移

単位：百万円



- ・ 安定した財務基盤を活用し今後、機動的な変化への対応が可能に
- ・ 柔軟な資本政策、提携も検討

- 前期比、営業CFが大きく改善
- 4Qでは営業CF黒字に
- 収益力の向上が期を通じて進む

(単位：百万円)

	2023年3月期	2024年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲44	▲14
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲13	▲21
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲7	▲7
現金及び現金同等物の増減額	▲65	▲43
現金及び現金同等物の期末残高	722	678

● 配当について

当社は、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要政策の一つとして認識しており、今後の事業展開等を総合的に勘案した上で、2024年3月期決算において1株あたり3円の期末配当を2024年6月21日開催予定の第24回定時株主総会に付議いたします。

当社の長期的発展をご支援いただいております株主の皆様のご理解に感謝するとともに成長に見合った継続的な配当を検討してまいります。

1株あたり配当金			
基準日	第2四半期	期末	年間
配当額	—	3円00銭	3円00銭
配当原資	—	その他資本剰余金	その他資本剰余金

※上記の内容につきましては、会社法に基づく債権者保護手続が完了し、本株主総会において「資本準備金の額の減少の件」が承認されることを条件といたします。

2. 2025年3月期業績予想

～3期連続の増収、黒字化

- 3期連続の増収、前期比15%増収と成長ペース上がる
- 音楽・映像データサービスのメタデータの国内外での利活用ニーズの高まりに事業機会
- クッキーレス感性ターゲティング広告サービス、感性マーケティングサービス事業の拡大
- 生成AIの進展を背景にしたメタデータの構造化ニーズへの対応、それらを活用した将来のIP事業の推進を目的とした研究開発を引き続き売上の25%を目処に積極的に投資実行

(単位：百万円)

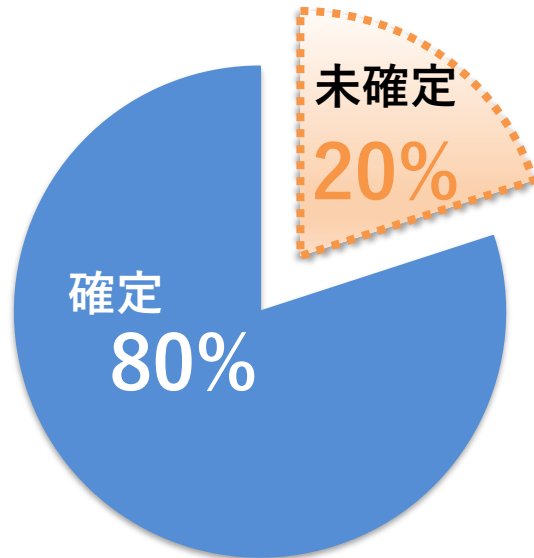
	2024年3月期	2025年3月期(予)	YoY
売上高	1,018	1,170	+ 15%
営業利益	▲79	15	黒字転換

- ライセンス型ビジネスモデルへの転換による22年3月期を底に売上の増収基調の継続
- YonY 115%、増収ペースが加速、収益性も向上

(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期(予)
売上高	873	994	1,018	1,170
原価	447	488	550	591
売上総利益	425	506	468	579
売上総利益率	49%	51%	46%	49%
販売管理費	527	536	548	564
営業利益	▲101	▲30	▲79	15

売上予想の内訳



既に契約済が80%

未確定の20%の内訳

- 新規取引先：
確度の高い（予算・必要性・導入時期などがほぼ確定している）前期からの持ち越し案件
- 新規取引先・既存取引先：
各クライアントの今期の方針に沿って、提案を既にスタートし交渉中

+

前期よりも案件数が大きく増加している状況

音楽データサービス 必ず成し遂げる事項とそのための基本戦略

必ず成し遂げる
事項

- 既に協議中の海外プラットフォームとの協業
- 音楽プラットフォーム業界以外との事業シナジー強化
 1. 音楽配信以外の音源利用エンターテインメント
ex.カラオケ、店舗BGMなど
 2. EC、ライブチケット関連、MaaSエンタメなどの市場開拓

基本戦略

音楽・映像共通

- 半年 / 1年後を見据えた特に海外プラットフォームの早い動きに対応する行動の強化
→ 行動量の可視化
- 進化するライフスタイルの中で聴取・視聴体験を新たな次元へとシフトする為の技術・データ活用の促進
→ メタデータソリューションとして貢献できる分野/視野の拡大
- 音楽・映像プラットフォーム業界以外との接点創出
→ Trig'sをフックとしたCRMソリューションの中にエンタメ活用アプローチを組み込む

2023年 音楽市場地域別成長率

地域を成長率で比較すると、伝統的な音楽市場よりも、新興市場（エマージング・マーケット）が、グローバル成長率を上回る**二桁成長**で拡大している

10.2% グローバル	7.4% 北米	8.9% ヨーロッパ	10.8% オーストラレーシア
19.4% ラテンアメリカ	14.9% アジア	24.7% サブサハラ・アフリカ	14.4% MENA(中東北アフリカ)

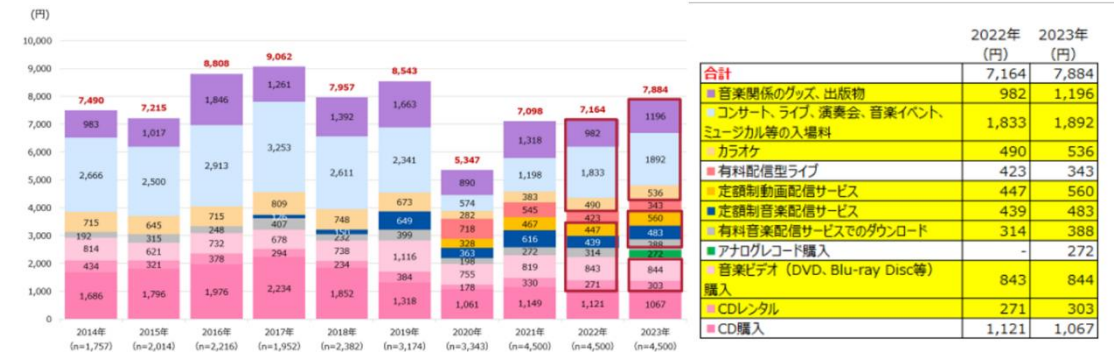
[出典]music:)ally

- 海外への邦楽データ提供の促進
- 海外向けデータ、多様な外国語（英語/中国語/韓国語/スペイン語等複数言語）対応

海外、音楽配信以外の分野へのアプローチを更に推し進め**新規取引先売上の構成比を前期実績の3.4%から13.0%へ増加させる**

音楽への出資額（国内・過去10年推移）

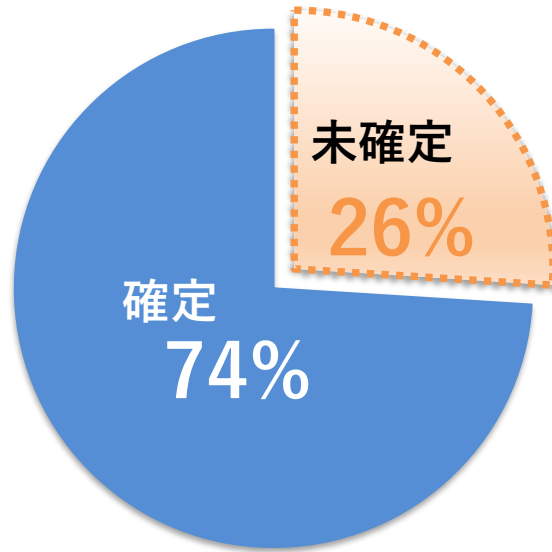
依然として、日本の音楽市場は世界第2位



[出典]一般社団法人日本レコード協会
<https://www.riaj.or.jp/f/pdf/report/mediauser/softuser2023.pdf>

- 拡大する日本の音楽関連市場の中で、ストリーミングはもちろん、カラオケやフィジカルパッケージ、ライブ、グッズ等へ提案分野を拡大

売上予想の内訳



既に契約済が74%

未確定の26%の内訳

- 新規取引先：
確度の高い（予算・必要性・導入時期などがほぼ確定している）前期からの持ち越し案件

- 新規取引先・既存取引先：
前期の期ズレ案件に加えて、前期に実績を作った新規ソリューションの横展開案件も含め商談中

+

前期よりも案件数が大きく増加している状況

映像データサービス 必ず成し遂げる事項とそのための基本戦略

必ず成し遂げる
事項

- 国内/海外プラットフォームとの競業（特にアニメに注力）
- キャラクターデータの提携先拡大
- アニメグッズ販売へのデータ提供
- 放送局へ向けたデータ提供
- 映像作品データの多言語化対応

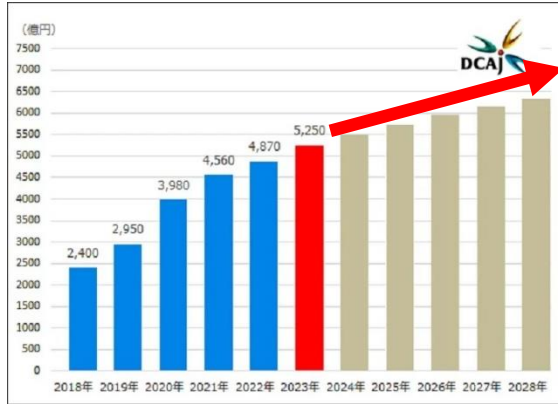
基本戦略

音楽・映像共通

- 半年 / 1年後を見据えた特に海外プラットフォームの早い動きに対応する行動の強化
→ 行動量の可視化
- 進化するライフスタイルの中で聴取・視聴体験を新たな次元へとシフトする為の技術・データ活用の促進
→ メタデータソリューションとして貢献できる分野/視野の拡大
- 音楽・映像プラットフォーム業界以外との接点創出
→ Trig'sをフックとしたCRMソリューションの中にエンタメ活用アプローチを組み込む

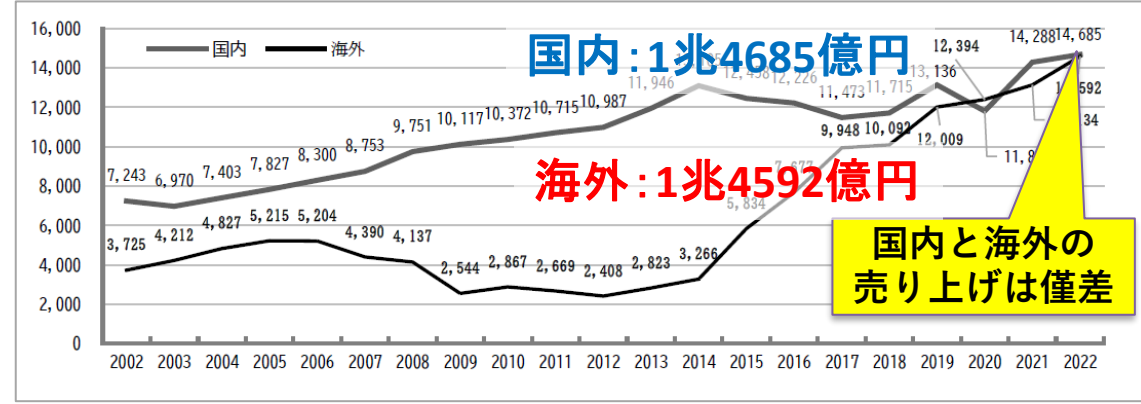
伸び続ける国内動画配信市場と、その牽引役となっているアニメの海外を含めた関連市場拡大の好機に対して専門性の高いメタデータをもとにしたサービス提案を行う

2023年の動画配信市場規模と今後の予測



[出典]一般財団法人デジタルコンテンツ協会
<https://www.dcaj.or.jp/news/2024/04/report2024.html>

アニメ市場の国内海外対比(単位：億円)

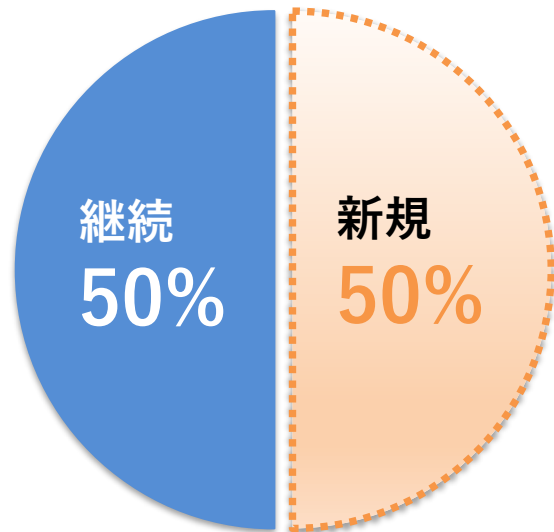


[出典]アニメ産業レポート2023
https://aja.gr.jp/download/anime-industry-report-2023_summary_jp

前期は動画配信サービス向けに複数の新サービス追加とテストケースを作ることができた。一方で、データ活用の新規価値創造が不足していたため、今期は新サービスの実施件数を増やすことによる売上増加と以下を例とした動画配信サービス向けに限定しない映像データの活用提案を行い、**新規売上の構成比を前期実績の13.6%から26.8%へ増加させる。**

- キャラクターデータの提携先拡大
- アニメグッズ販売へのデータ提供
- 放送局へ向けたデータ提供
- 映像作品データの多言語化対応

■ 売上予想の内訳



継続出稿50%を計画

前月からの継続出稿率50%を計画
残り50%の新規出稿を獲得していく

● ターゲット

当社「Trig's」ならではの価値であるブランド理解とこだわりやストーリー、共感をつなぐことに重きを置くクライアントを重点的に狙う
ex. 「ジュエリー」「自動車」「旅行」など

● アクション

売上計画、提案数、アクションの行動計画を見える化し管理を徹底
数値面・行動面の計画とのズレをタイムリーに把握し、軌道修正する仕組みを確立

感性マーケティングサービス 必ず成し遂げる事項とそのための基本戦略

必ず成し遂げる
事項

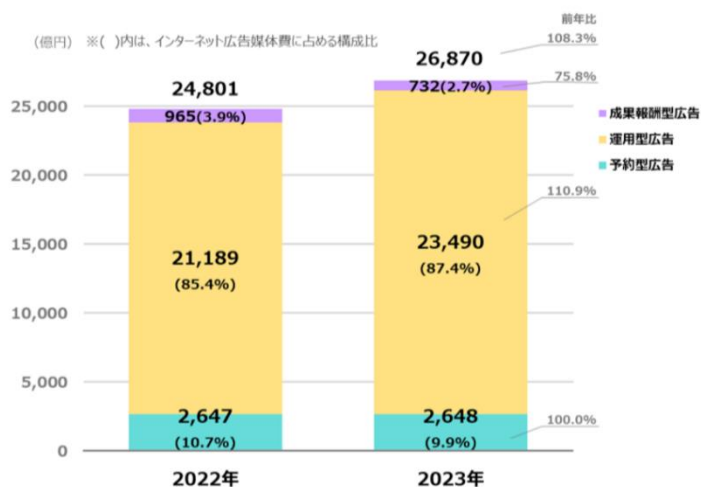
- 新規クライアントの拡大
- 相性のいい感性を活用したMovie制作、ターゲットに刺さる感性を反映した製品開発、コミュニティ内のユーザー感性分析など、感性との相性を見つけた後のソリューション提供
- 売上を見越した連携メディアの戦略的拡大
- 出面のみでは終わらない、メディアとのソリューション連携
→紙面連動タイアップ、合同イベントの開催など

基本戦略

- 営業/プランニング、運用/業務推進、メディア開拓の役割をチーム内で分け、それぞれの責任の所在を明確にし、効率的に達成可能にするチーム作り
- 計画数字達成のための事前KPIである提案件数/アポイント件数なども計画を明確化
- 感度の高い企業のマーケティング責任者との接点を多数持つために、イベントなどへの積極的な参加
- 統合的ソリューションをチームとして提供できるようプランニングスキルの向上
- 広告代理店などとタッグを組み、業界としての感性マーケティング及びPMP(private market place)の重要性を周知・普及

市場環境

2023年にかけてインターネット運用型広告は市場は伸長
また近年問題視されているアドベリフィケーション問題については、
2018年から改善に向かっているがビューアビリティなど課題は残る



[出典]: 株式会社電通
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0312-010700.html>

アドネットワーク						
デバイス	ブランド業損リスク		IVT率		ビューアビリティ	
	デスクトップ	モバイル	デスクトップ	モバイル	デスクトップ	モバイル
2018	1.66%	4.47%	2.81%	0.28%	54.69%	26.67%
2023	1.17%	0.24%	2.00%	0.79%	53.79%	36.49%

DSP						
デバイス	ブランド業損リスク		IVT率		ビューアビリティ	
	デスクトップ	モバイル	デスクトップ	モバイル	デスクトップ	モバイル
2018	2.55%	1.96%	16.55%	4.97%	26.51%	30.29%
2023	0.03%	0.01%	0.20%	0.11%	77.37%	16.30%

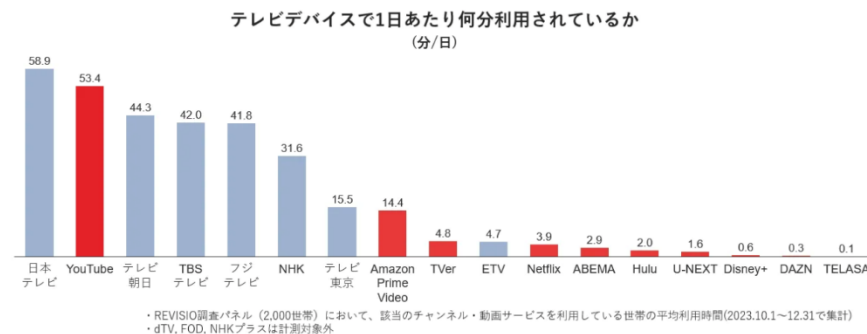
[出典]: アドベリフィケーション推進協議会
<https://ad-veri.jp/whitepaper-2023.html>

事業機会

左記のようにインターネット広告需要が増えている中で、
・直近のMeta社をはじめとするアドベリフィケーション問題
・Cookieレス時代到来
・ペルソナターゲティングからの脱却
などクライアントが抱える課題に対して、
当社サービス「Trig's」は一石を投じる存在となり追い風が吹いている

感性マーケティングサービス「Trig's」を活用した後、
高反応感性を活用したのソリューション提供需要も増えていることもあり、
売上は前年比約4倍を計画

また、下記のようにCTV（コネクテッドテレビ）の需要が急増している
こともあり、「Trig's」の配信先としてCTVとの連携を本年度中に実装
し事業拡大を想定

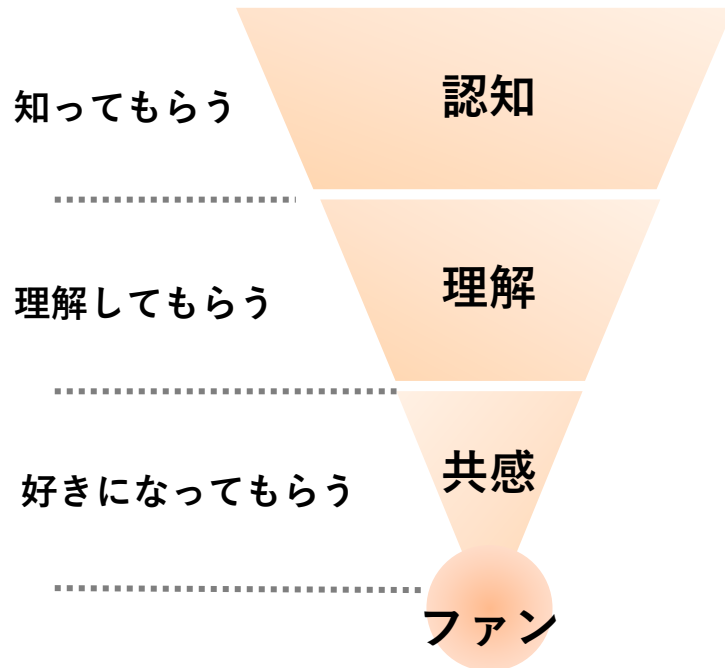


[出典]: REVISIO株式会社
<https://revisio.co.jp/news/wNAalagr>

クッキーレスの環境も背景にレスポンスを目的とする広告から、ブランディングを目的とする広告にシフトする動きの中、これまでテレビCMが担ってきた「認知をしてもらう」「ブランド名を覚えてもらう」を超えた、生活者と企業とのエモーショナルな繋がりを創ることにおいて、当社独自の感性AIを用いた感性マーケティングサービス「Trig's」が有効であり、活用が進む

テレビCM

- ・ 不特定多数へ広く知ってもらえる
- ・ ターゲティングの精度が低い



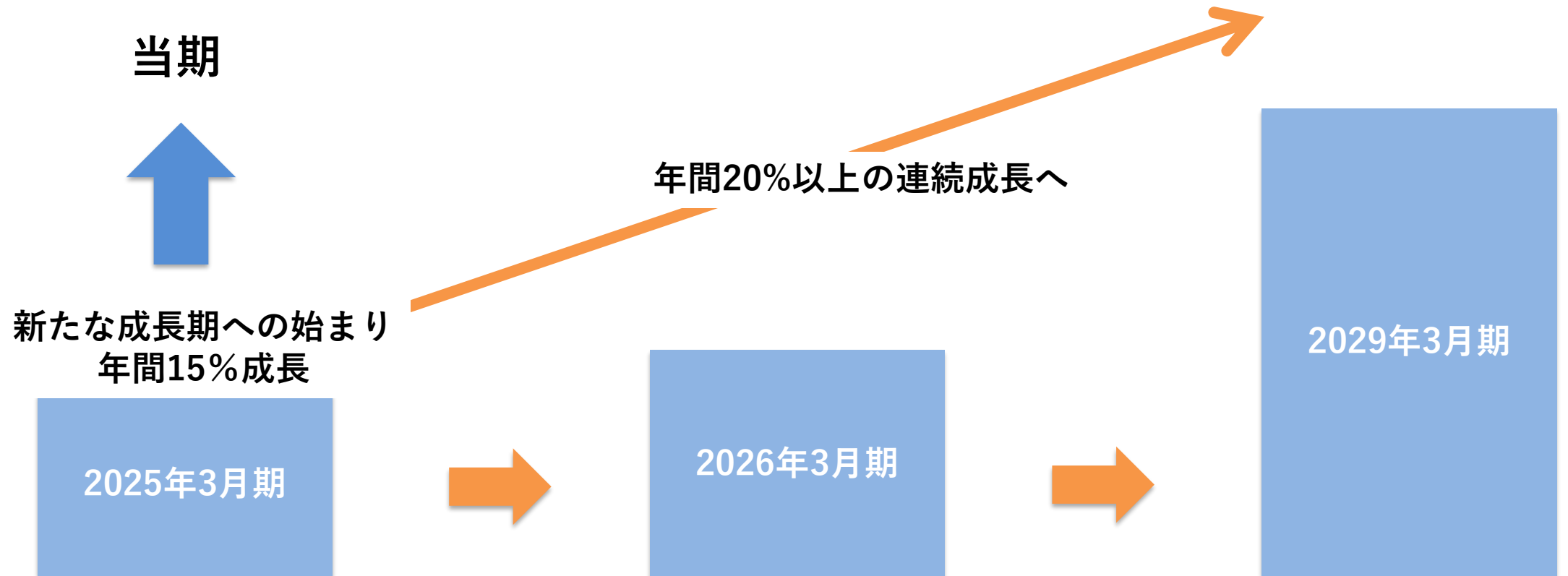
感性マーケティングサービス「Trig's」

- ・ 瞬間の感情を捉えて感性ヘリーチ
- ・ 感性ターゲティングにより共感をつなぐ



2025年3月期は当社にとって、売上高20%以上連続成長への土台となる年

独自の感性AIを活用し「メタデータ」「感性マーケティング」「グローバル」が成長ドライバー



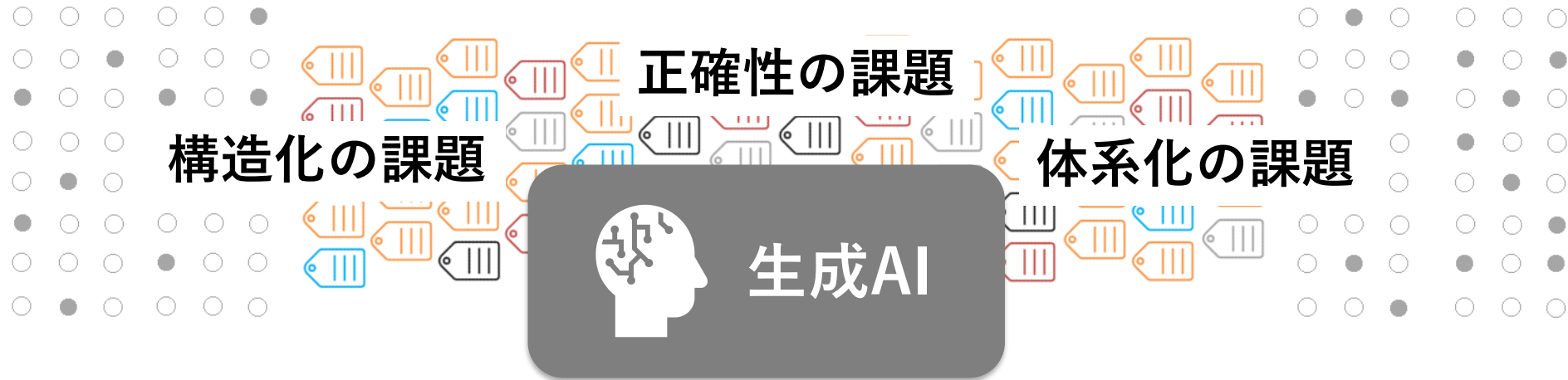
3.成長機会について

メタデータ新時代とコンテンツのグローバル流通

～メタデータの活用が国内外で急拡大していく

生成AIの登場によりデータの可視化や分析のみならず、データマネジメントも行える時代を迎え、メタデータも生成AIにより大量に生成されていくが、そのメタデータの利活用の際に課題が顕在化

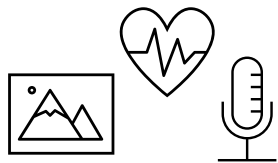
生成AIが生成する大量のメタデータ



生成AIによってメタデータの大量生成は可能だが、課題は多くかつ増えていく

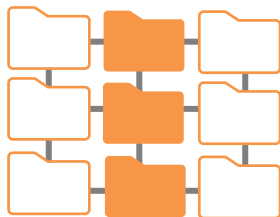
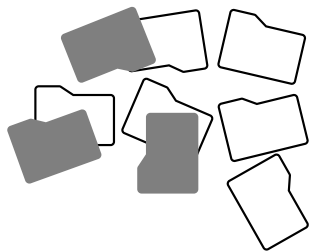
生成AIでメタデータは大量生成されるがそれだけでは十分ではない

構造化



「列」と「行」の概念をもつデータで「構造化」されていることで検索、集計や比較などが行いやすく、データの解析や分析に最も適しているデータ構造
 当社のMSDBは「構造化」によって高度に整理されているため、機械学習アルゴリズムや人間によって容易に処理することが可能

体系化



メタデータを一貫した方法で整理すること
 当社のMSDBは分類体系やオントロジーを使用して、データ間の関係も定義されており、メディアやオンライン・オフラインの枠を超えて異なるデータソース間でメタデータを相互活用することが可能

正規化

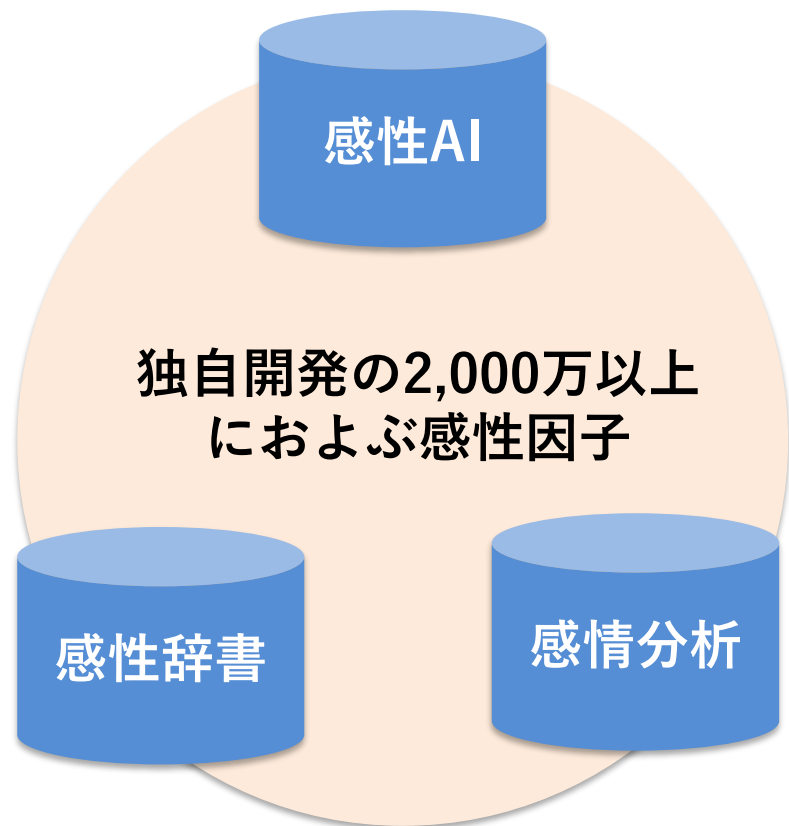
ソケット	1.00
Sockets.Inc	1
㈱ソケット	1/1
株式会社ソケット	100%
sockets	01



株式会社ソケット	5
----------	---

データ内の重複や誤記、表記の揺れなどを探し出し、修正や削除などデータに対して適切なクレンジング処理を行うこと
 当社のMSDBはデータの多様性、一貫性、適切なルールの設定とその適用、さらには持続的なメンテナンスなど、データの管理と活用に適した複雑な正規化処理を行い高い品質を維持

膨大なエンターテインメント作品をデータベース化する中で築き上げた独自の自然言語処理技術や日本人ならではの繊細な感情・感性分析技術により導き出された2千万超の感性因子とそれらの体系化ノウハウで、通常のデータ関連技術だけでは解析できない「潜在意識」「深層心理」「想い」などを分析して言語化することが可能



音楽配信サービス、動画配信サービスの地域を問わない国際的な普及によって日本の音楽やアニメをほぼリアルタイムで聴取・視聴できる環境が世界中に広がり、日本のエンターテインメント、音楽、アニメや漫画のファン層が拡大。日本アニメの主題歌や関連楽曲も海外に広まっている中で、検索しづらい、レコメンドされづらいなどの課題が顕在化

検索・レコメンドなど日本のコンテンツのとの出会いにおける主な課題

言語・文化の違い

コンテンツの理解

ジャンル分類

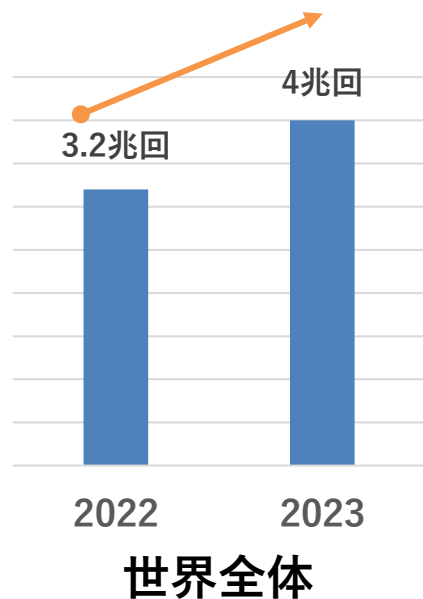
作品の関連付け

ユーザーの好みの理解

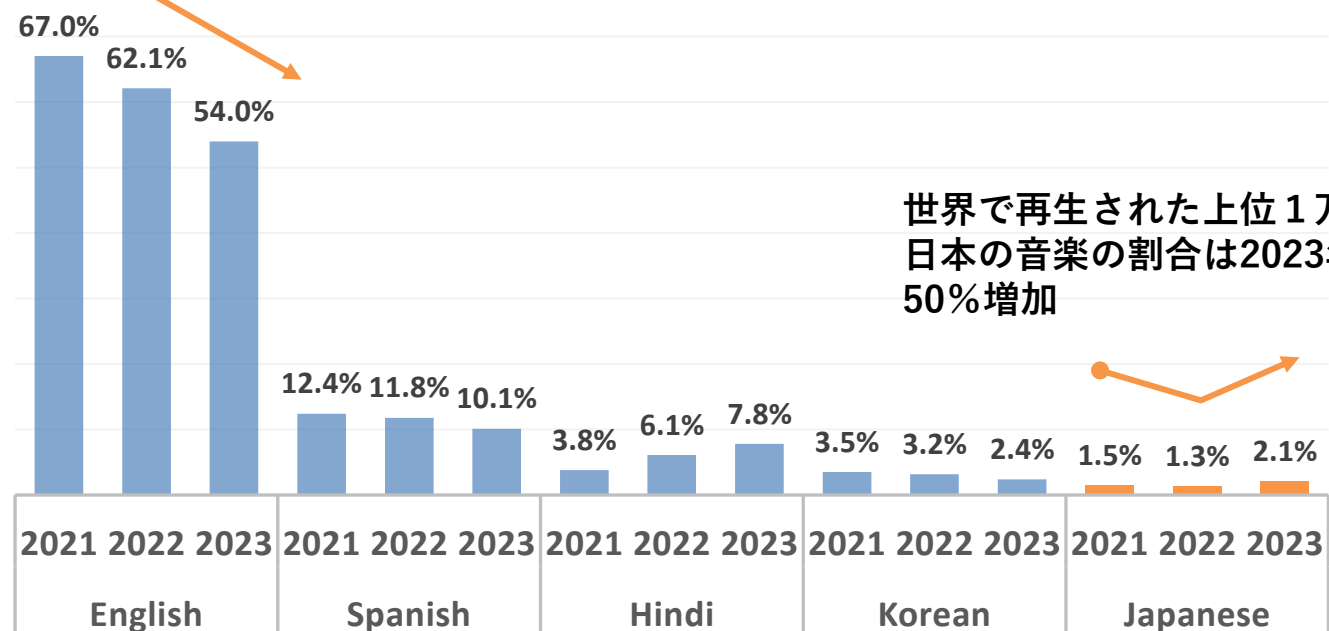
これらの課題解決には当社の構造化・体系化・正規化された当社のメタデータが最も有効であり海外においてニーズが高まっている

世界の音楽ストリーミング市場において、全体のストリーミング回数は伸びているものの英語楽曲はシェアを落とし、日本語楽曲はシェアを拡大

音楽ストリーミング回数



楽曲の言語別ストリーミング数シェア



世界で再生された上位1万曲に占める日本の音楽の割合は2023年に前年比50%増加

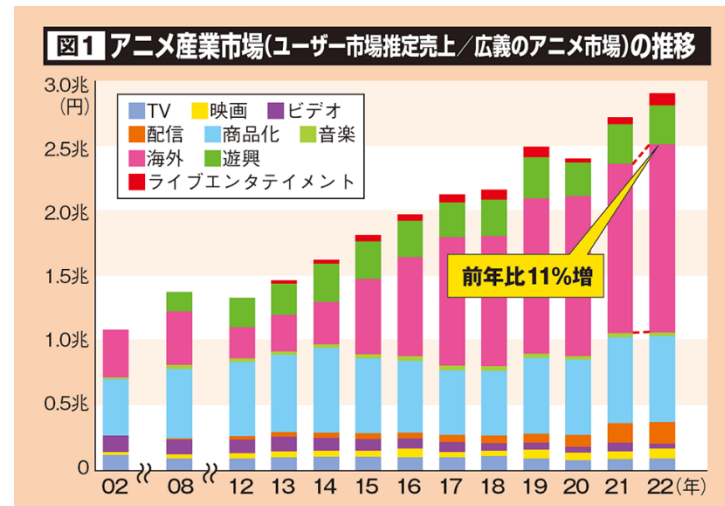
[出典] Luminate Year-End Music Report
<https://luminatedata.com/reports/yearend-music-industry-report/>

2023年にSpotifyで海外で最も再生された国内アーティストの楽曲では上位20曲のうち、11曲がアニメ関連楽曲となりグローバルにおいて音楽と映像作品の関係は一段と深いものになっている

順位	曲名 (日本)	アーティスト名 (日本)	関連映像作品 (日本)
1	死ぬのがいいわ	藤井 風	
2	アイドル	YOASOBI	TVアニメ『【推しの子】』
3	KICK BACK	米津玄師	TVアニメ『チェンソーマン』
4	NIGHT DANCER	imase	
5	夜に駆ける	YOASOBI	
6	SHOOTING STAR	XG	
7	LEFT RIGHT	XG	
8	すずめ	RADWIMPS feat. 十明	アニメ映画「すずめの戸締まり」
9	Tokyo Drift(FAST & FURIOUS)	Teriyaki Boyz	
10	まつり	藤井 風	
11	廻廻奇譚	Eve	TVアニメ『呪術廻戦』
12	紅蓮華	LiSA	TVアニメ『鬼滅の刃』
13	Overdose	なとり	
14	怪物	YOASOBI	TVアニメ『BEASTARS』
15	The Rumbling	SiM	TVアニメ『進撃の巨人 The Final Season Part 2』
16	青のすみか	キタニタツヤ	TVアニメ『呪術廻戦』
17	残響散歌	Aimer	TVアニメ『「鬼滅の刃」遊郭編』
18	たぶん	YOASOBI	映画『たぶん』
19	シルエット	KANA-BOON	TVアニメ『NARUTO -ナルト- 疾風伝』
20	unravel	TK from 凛として時雨	TVアニメ『東京喰種トーキョーグール』

[出典] Spotifyプレイリスト「Global Hits From Japan 2023 -国境を超える日本の音楽」: <https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZF1DX9hThfji1Q6J>

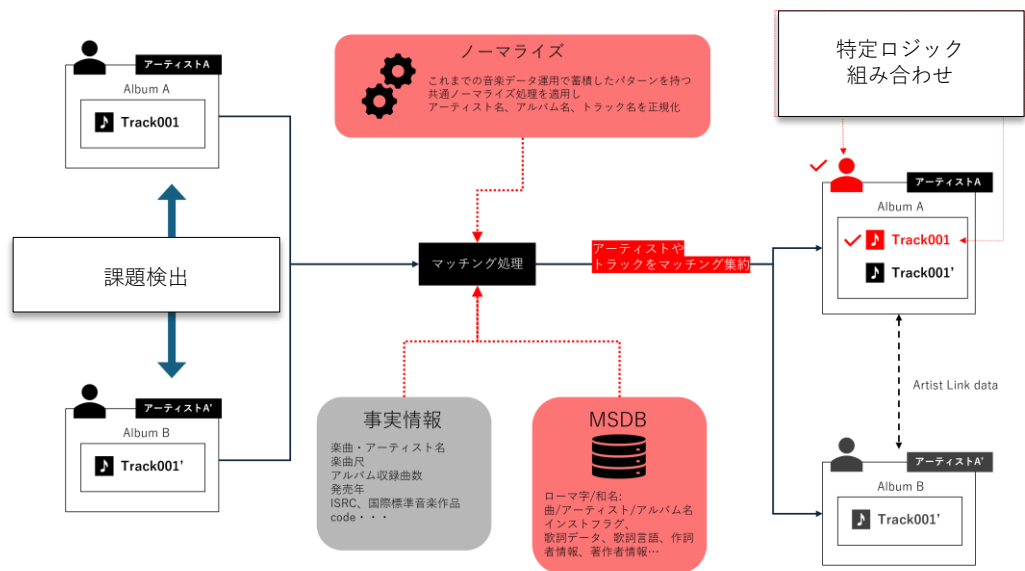
日本アニメの市場は、2兆9227億円となり、2021年比で6.8%増
海外市場の売上は2022年は1兆4592億円で、2012年の2408億円から6倍に拡大



[出典]日経クロストrend
<https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/00930/00004/>

Netflix、Amazon Prime、YouTubeなど、さまざまなOTT（オーバー・ザ・トップ）ストリーミング・サービスの台頭により、音楽と映像の結びつきがより強固となり、ライブやグッズなども含め市場全体が拡張している状況

海外で日本のコンテンツが流通する際、タイトル表記をはじめとする各種表記が様々であり、それぞれを正しくマッチングする為には緻密なデータ処理が必要



例) アニメ作品タイトル
「鬼滅の刃」

英語表記：



Kimetunoyaiba

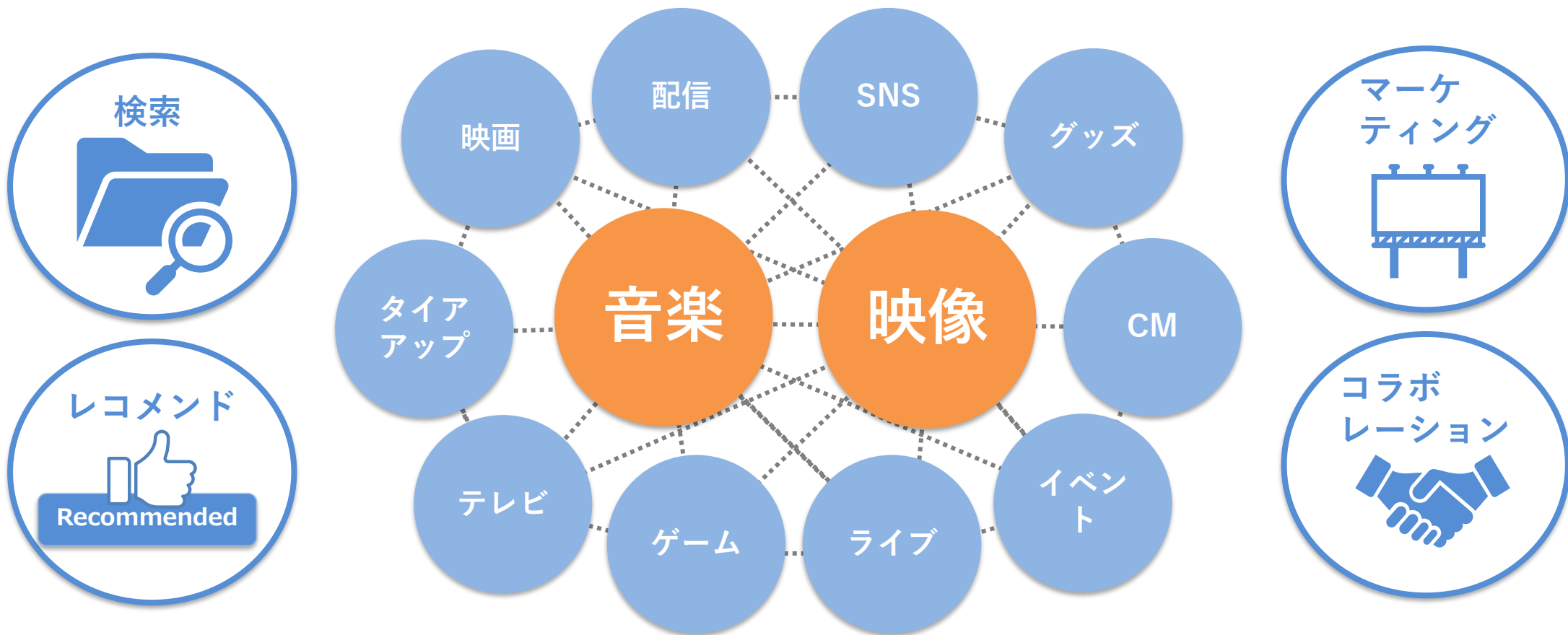


Kimetsu no Yaiba

関連作品

anime	Season1	Tanjiro Kamado, Unwavering Resolve Arc	
	Music	opening theme	Gurenge
	Music	ending theme	from the edge
⋮	⋮	⋮	⋮

膨大な作品の中から好みの作品に出会うためには「メタデータ」が必須であり、さらにクロスメディアでの展開やタイアップ・コラボレーションには作品の持つ様々な背景や世界観を理解し、関係性により紐づけるメタデータの体系化が重要

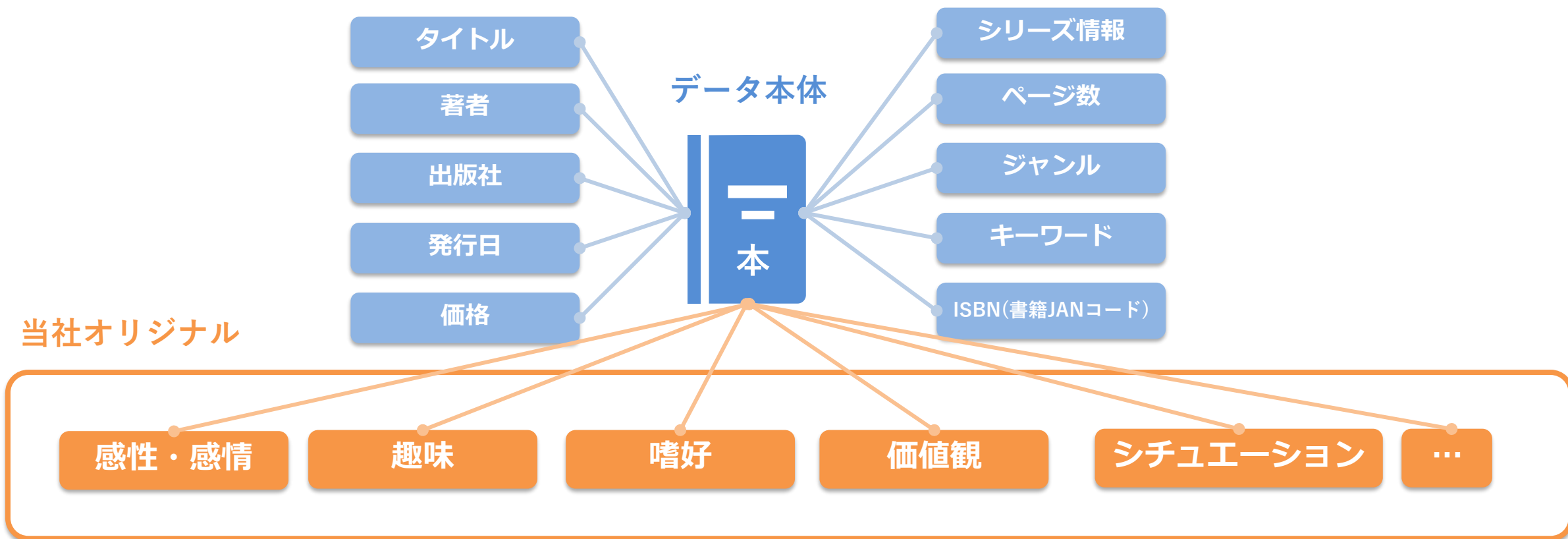


メタデータ（metadata）とは、「本体であるデータに関する付帯情報が記載されたデータ」で、データの本質や特性を説明するデータであり、データを管理・活用するために用いられる



メタデータはデータに文脈を与え、データの発見、整理、解釈を可能にするなど、データ活用する上で非常に重要な要素

当社では基本情報や関連情報・付帯情報等に加え、感性情報も体系的に整備した唯一無二のオリジナルメタデータを付与
日本作品独特の繊細な感性表現を理解するメタデータの重要性がより高まる



楽曲：KICK BACK アーティスト：米津玄師 のメタデータ (一部)

Sockets original

Song ID	xxxxxxxxxxxxxx
Song title	KICK BACK
Kana	キックバック
English name	KICK BACK
Artist name	米津玄師
Release date	2022-11-23
Song genre	Japanese music—Pops
Tie-up	TX「チェンソーマン」opening theme song

Person ID	xxxxxxxxxxxxxx
Kana	ヨネヅ・ケンシ
Person name (english)	Yonezu Kenshi
Profile	Was born in March 10 th , from Tokushima-city, Tokushima prefecture..

Artist type	Singer song writer
Artist style	Japanese music_Pops/Rock_Ex-Vocaloid producer/Utaite
Related artist	Resemble artist in same generation :
Related artist	Influenced from :
:	:

Song impression	Tense	Tense
Song image	Sound impression	Distorted/Rough ...
Song image	Sound impression	Refreshing ...
Song image	Main beat/rhythm	8beat
Song image	Featured structure	Song starts with synthesizer ...
Song image	Featured structure	Song starts with bass ...
Vocal type	Voice/singing type	Powerful/Energetic...
Vocal type	Voice/singing type	Refreshing ...
Vocal type	Featured singing style	Chorus/Unison ...
Featured instruments	Guitar	Electric guitar ...
Featured instruments	Bass	Electric bass...
Featured instrument technics	Guitar	Cutting...
Featured instrument technics	Bass	Slap bass
Sound effect(pedals)	Electric guitar	Overdrive
Song impression(lyric)	Tense	Tense ...
Song main theme	Emotional	Self-assertion ...
Song main theme	Life	Future ...
:	:	:

3.成長機会について 感性AIと生成AIのコラボレーション

～生成AIの発展により感性AIが磨かれていく

「Generative AI」とも呼ばれるAI（人工知能）の一種でAIを用いて楽曲や画像、動画、プログラムのコード、文章など多岐にわたりクリエイティブな成果物を生み出すことが可能

生成AIの種類

テキスト生成



質問を入力するとAIが内容を解析して回答を生成

画像生成



テキストの内容に応じてAIがオリジナルの画像を生成

音声生成



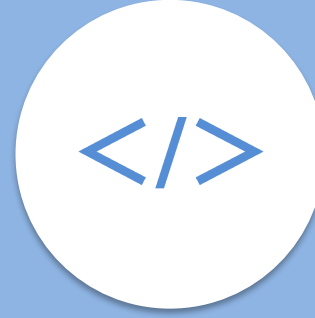
音声を入力するとAIが特徴を学習し音声データを生成

動画生成



テキストで入力されたイメージに沿った動画を生成

コード生成



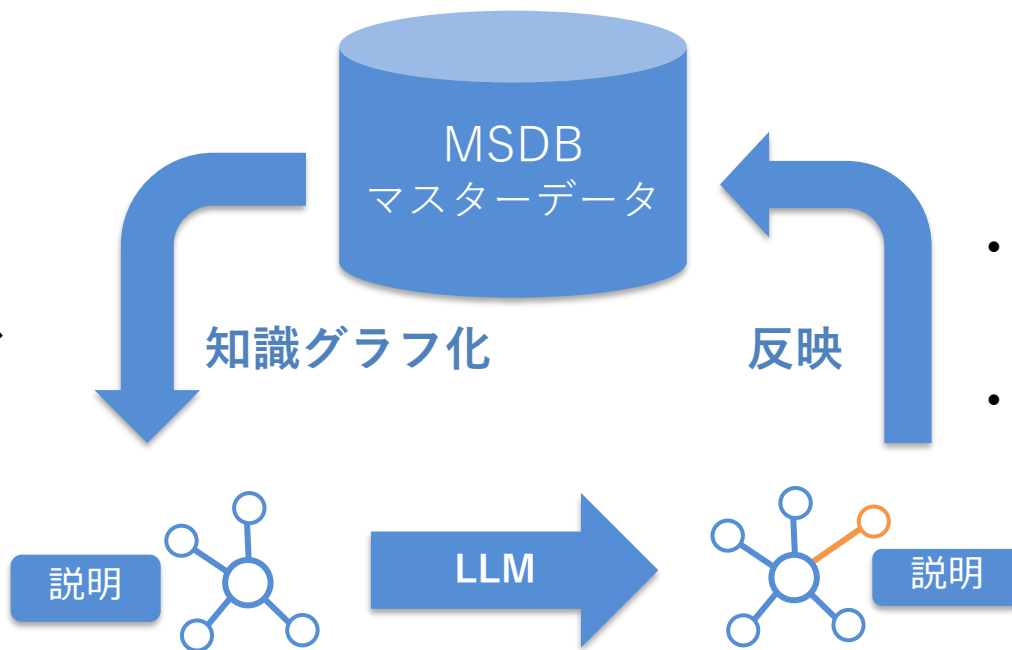
指示や要件をもとにAIがプログラミングコードを生成

LLM（大規模言語モデル）を用いたMSDBのアップデート

LLM：

膨大なテキストデータから言語のパターンを学習し、テキスト生成や要約などのテキストに関わるタスクを高い精度で行うことができる深層学習モデル。LLMは生成AIの中でも特に自然言語処理を担うモデルと位置づけられる

メタデータの網羅性・品質向上



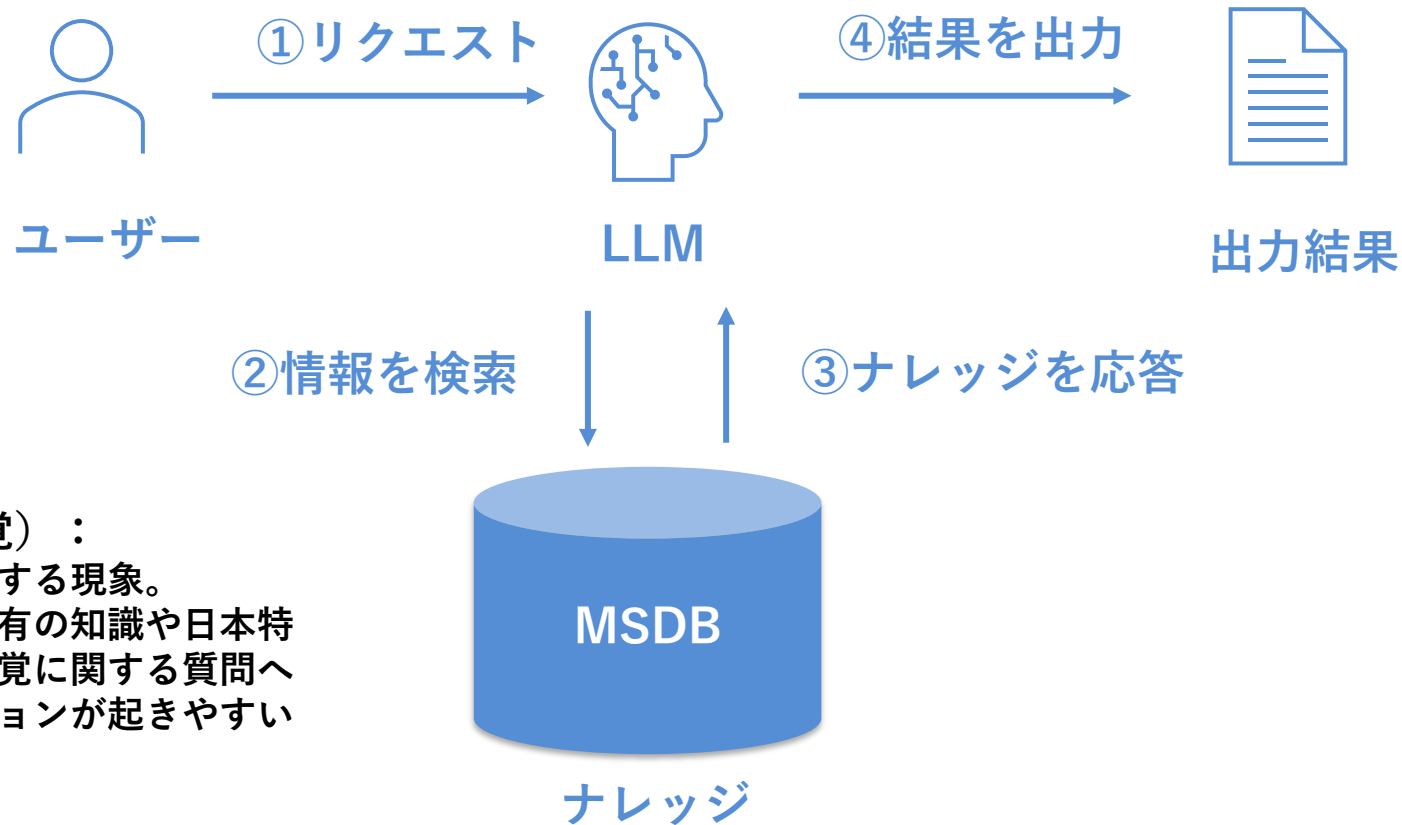
知識グラフ：

さまざまな知識を体系的に連結し、
グラフ構造で表した知識のネット
ワーク

- 知識グラフとLLMを連携することでこれまで付与できていなかったメタデータ等を推定
- MSDBの網羅性・品質向上に寄与

生成AIを活用する上で課題となる「ハルシネーション」に対するナレッジとしてMSDBと深く連携

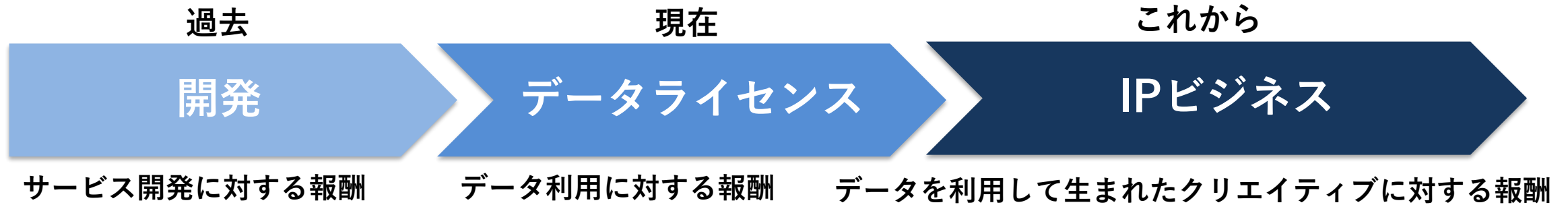
RAG（Retrieval-Augmented Generation：検索拡張生成・LLMと外部のナレッジベースを組み合わせ得る情報を、ユーザーのコンテキストや入力するプロンプトと併用する手法）



ハルシネーション（幻覚）：
生成AIがでたらめな回答をする現象。
専門性の高い内容、日本固有の知識や日本特有の曖昧な表現、感情や感覚に関する質問への回答などでハルシネーションが起きやすい

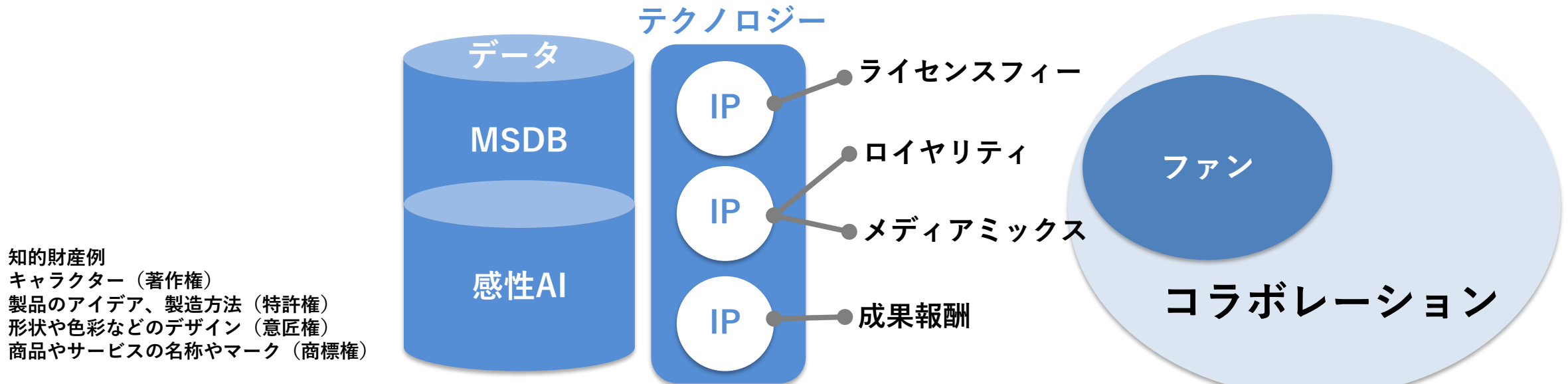
4.中期的なビジネス展開

～新しいコミュニケーションサービスがIP事業に

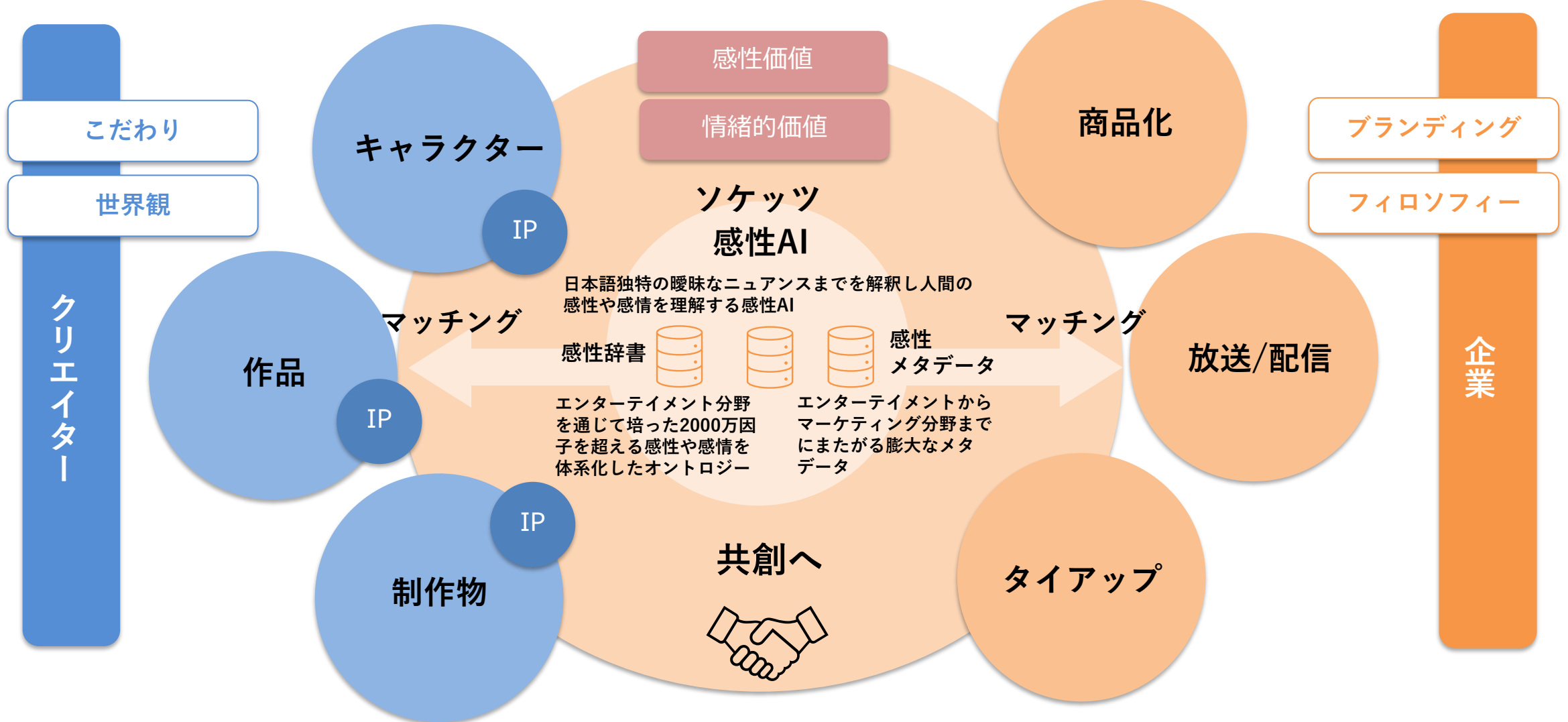


IPビジネス：
知的財産（IP）を利用してライセンス使用料などの収益を得るビジネスモデル

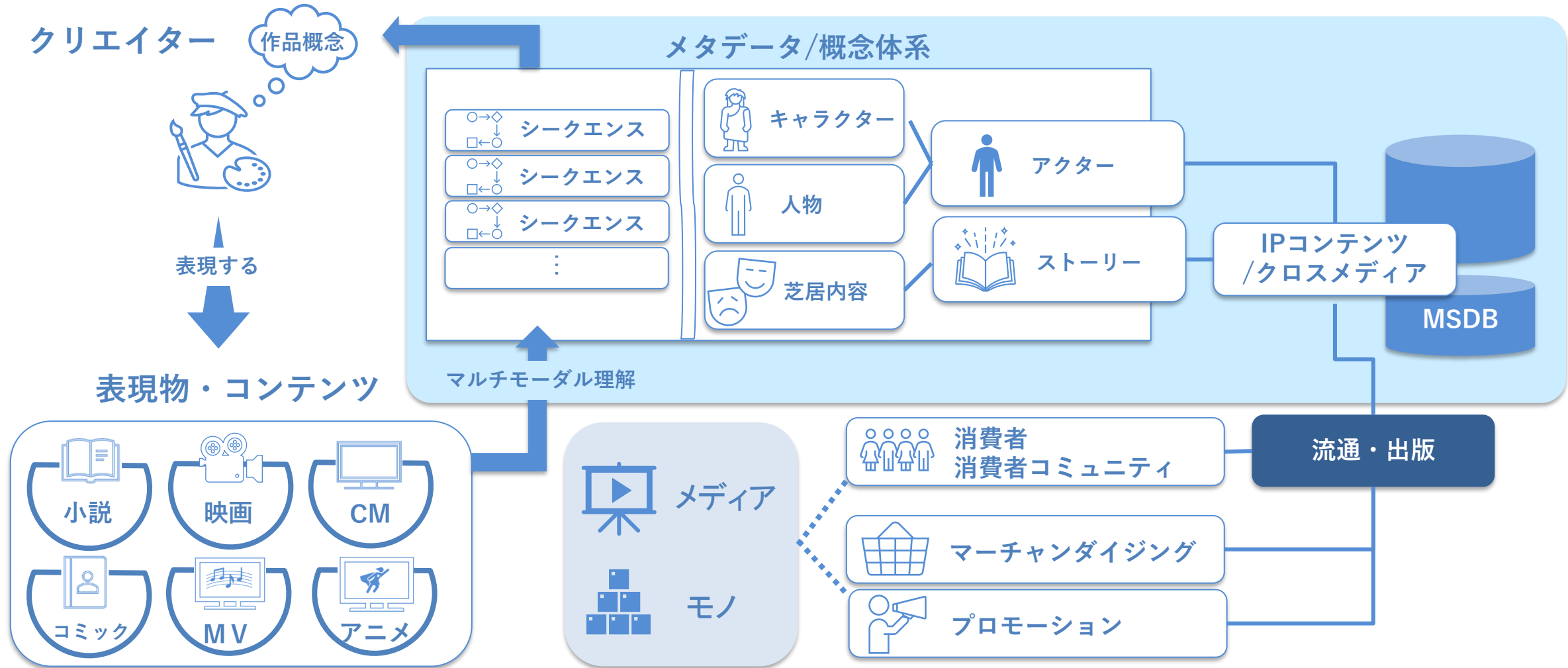
当社のデータとテクノロジーを利用して生まれたクリエイティブに対して使用料を得るIPビジネスへ



当社感性AIによるマッチングからIPの共創へ



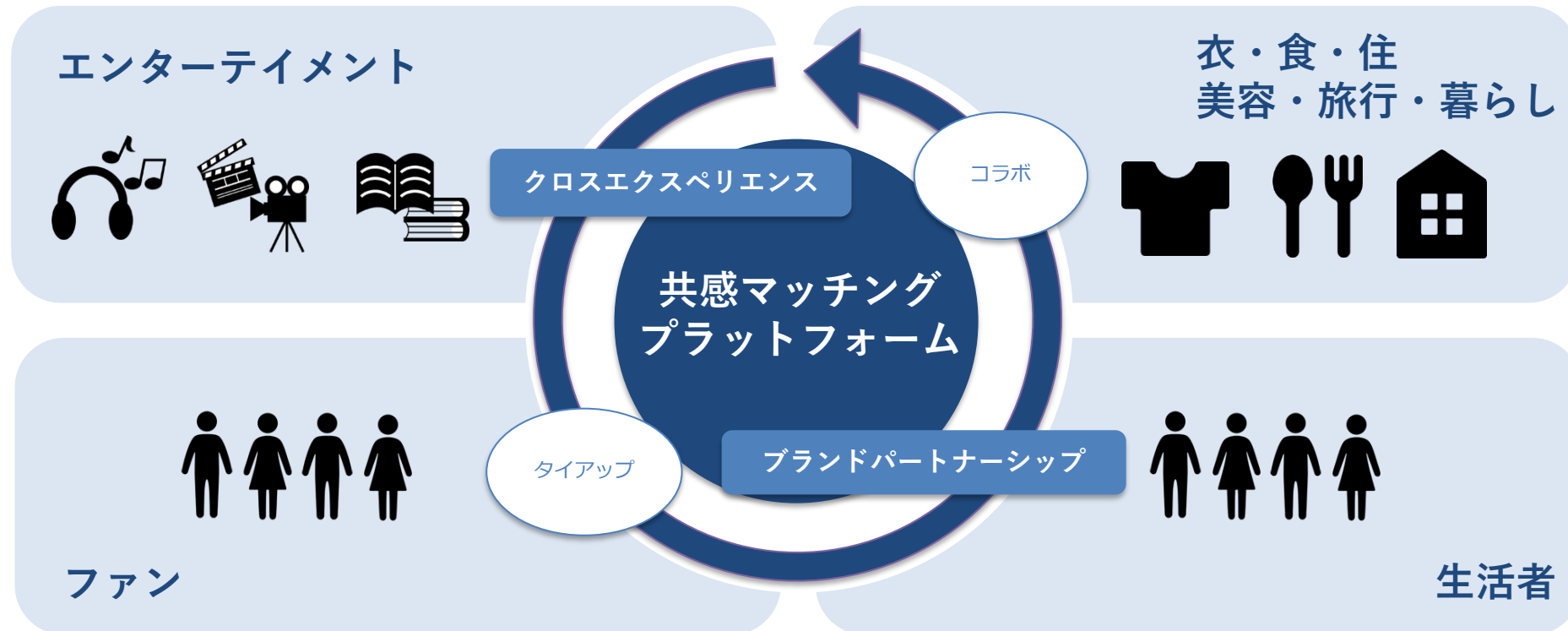
中期的なビジネス展開 ～MSDBのアップデートとIPビジネスへの展開

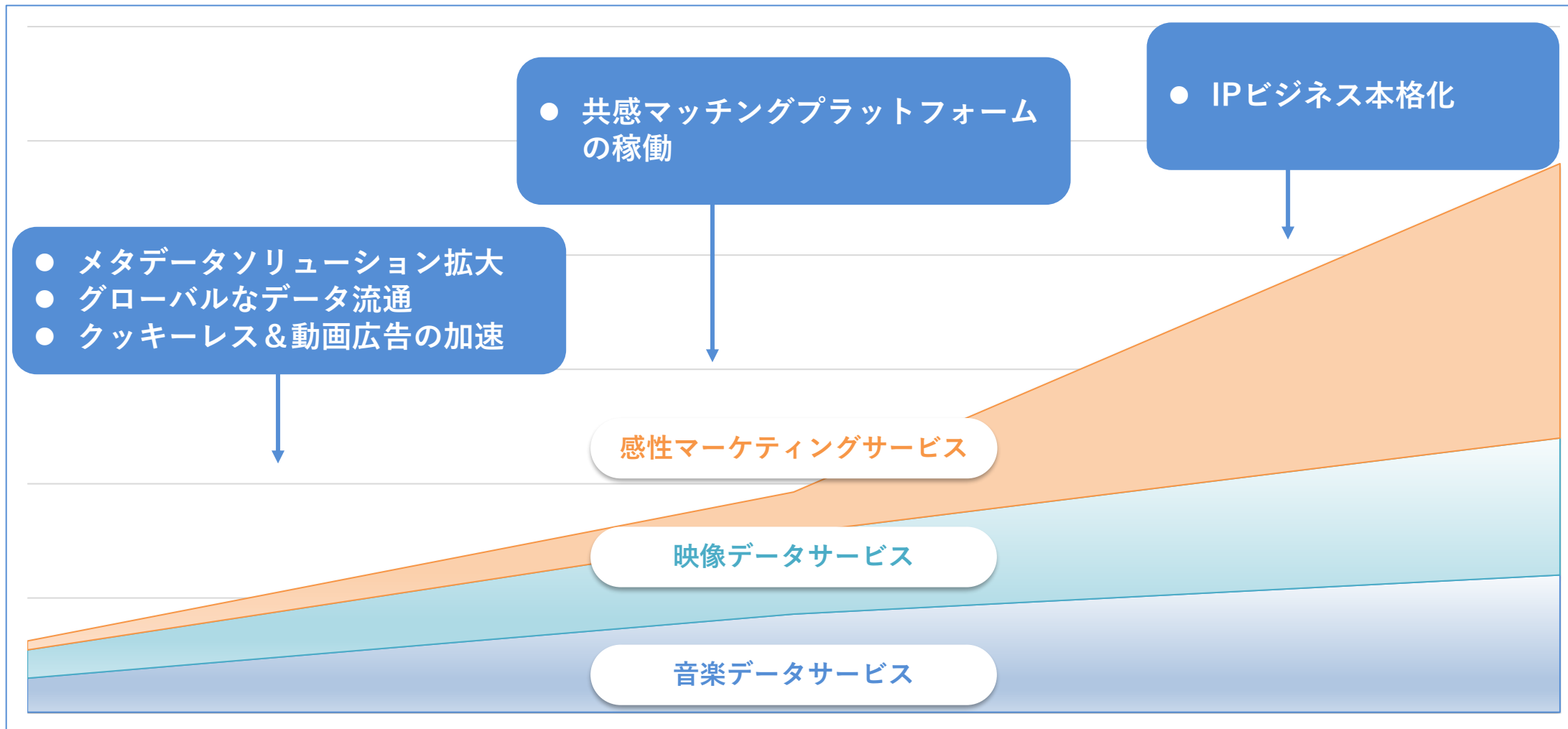


感性AIで、人の想像力をつなぎます

人と企業と生産者とクリエイターが共感でつながる新しいコミュニケーションの実現

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





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

72名（2024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/>



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 : Corporate Division

E-mail : ir@sockets.co.jp