

# 2025年3月期 第3四半期 決算説明資料

---

株式会社ソケット (スタンダード市場：3634)

2025.2.7

## ■ パーパス

人間の想像力の発展に貢献し、人の気持ちをつなぐ

## ■ ビジョン

メタデータで社会のPEACE&LOVEに寄与し100年続く会社をつくる

## ■ 私達の想い For Quality of LIFE

人間の想像力は無限です。人の感性や感情は想像力を生み出します。  
感性や感情（喜怒哀楽など）のデータ化は人とAIの共創の可能性を広げます。

感性データを活用し、世界中のクリエイター、開発者、マーケター、サービスの想い・こだわり・ストーリーを  
人々（ファン）と共に紡ぎだし、  
クリエイティブなエンターテインメント、ライフスタイルの誕生と広がり貢献します。

世界中のクリエイターと開発者、生産者、マーケター、サービス、それぞれの志や想いの連帯に貢献することで、人  
の心と日々の時間がもっと豊かに深まることに役に立ちます。  
そのような豊かで深い心を持った人と人との気持ちが繋がることはきっと社会の平和につながります。

私達の企業活動を通じて、多くのセレンディピティ（幸せな偶然の出会い）を実現し  
人それぞれの人生にとって出会いというかけがえのない瞬間を生むことを可能とします。

<b>1</b>	<b>2025年3月期第3四半期決算概況</b>	<b>P.4</b>
<b>2</b>	<b>各事業進捗状況、直近の取り組みについて</b>	<b>P.15</b>
<b>3</b>	<b>当社の課題及び解決策について</b>	<b>P. 20</b>
<b>4</b>	<b>Appendix 会社概要</b>	<b>P. 32</b>

# 1 2025年3月期第3四半期決算概況

1

売上高は前年同期比99.9%  
開発運用体制の効率化や新規事業の収益性改善により  
粗利率が2Qから2.8%増加、増加傾向続く

2

感性マーケティングサービス (Trig's)向けの投資が先行し赤字幅が拡大も当  
該事業が前年比+55.9%の売上伸長・粗利率も向上、新規事業収益化への歩み  
は着実に進む

3

3Qに収益体質の抜本的な改善に着手、25年9月時点で月間950万円以上、  
年換算にて1億1,400万円以上の収支改善へ向け取り組み進行中※P25 -26ご参照

売上高	722百万円 前年同期比 △0.1%	営業利益	△102百万円 前年同期比 △20百万円
売上総利益	321百万円 前年同期比 △1.8%	売上総利益率	44.5% 前年同期比 △0.7%

## ポジティブ

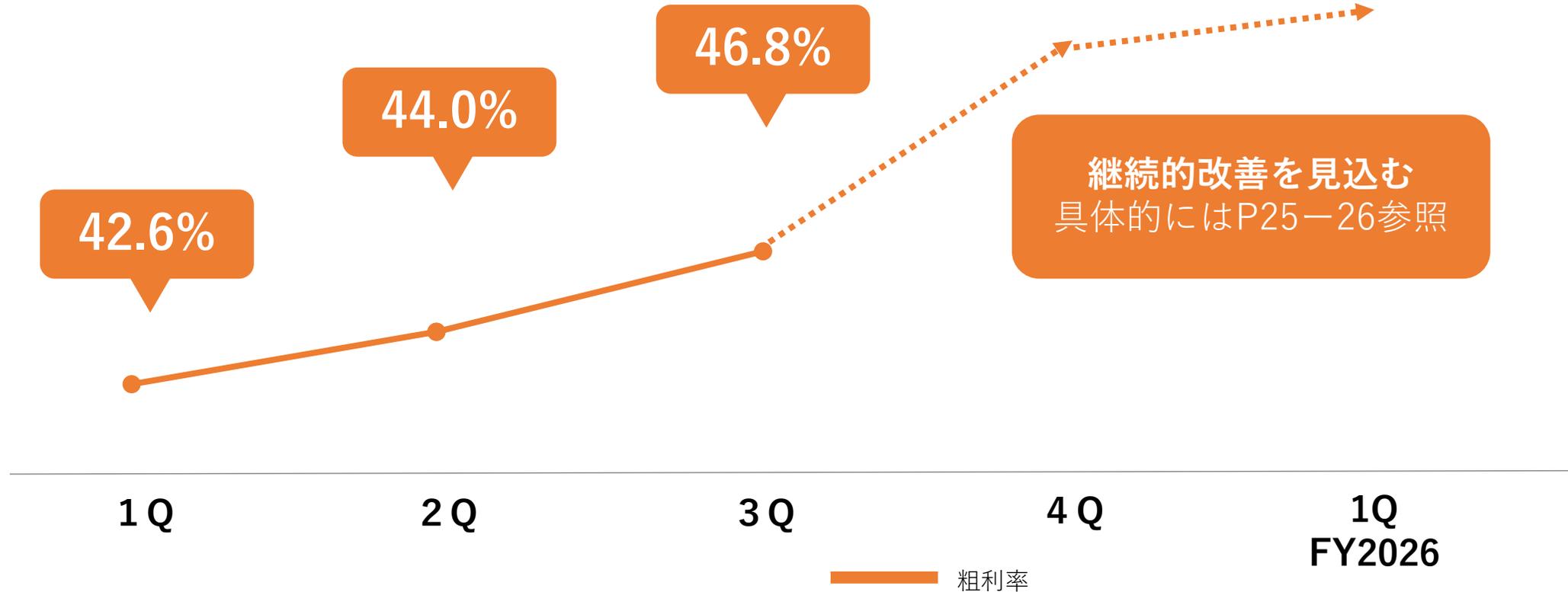
- 開発運用体制の効率化、新規事業の収益性改善による粗利率の上昇傾向
- 粗利率の上昇は一時的なものではなく、継続的な上昇が見込める段階に

## ネガティブ

- 感性マーケティングサービス(Trig's)向けの投資が先行し赤字幅が拡大

- 粗利率は運用効率化や新規事業の収益性向上により大きく改善が進んでいる
- 4 Qには粗利率のさらなる向上が見込まれ、来期以降も上昇が継続する抜本的体質改善に取り組み中

## 粗利率の推移

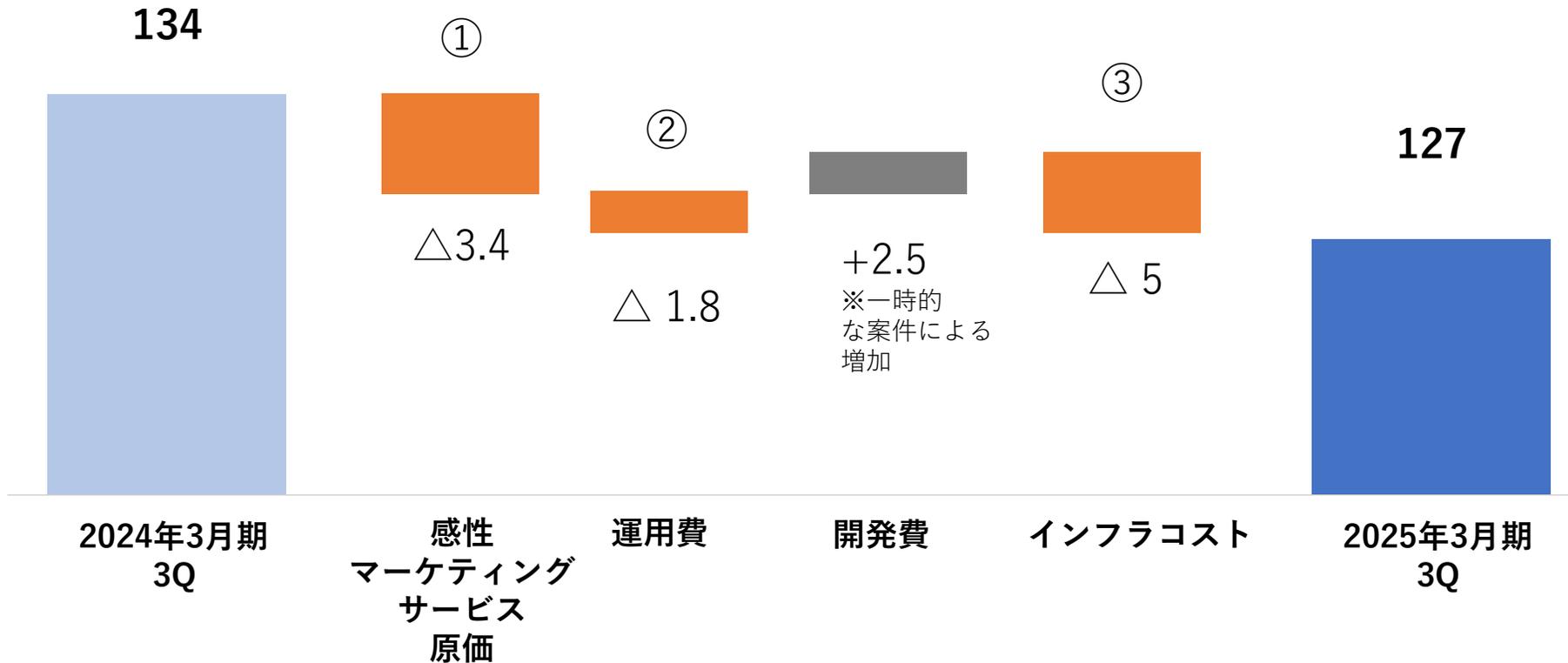


- 生産性向上、インフラコスト（主にサーバー関連）、新規事業の収益性改善などを通じた構造的な改善が進む

原価

(単位：百万円)

原価の推移及び要因分析について

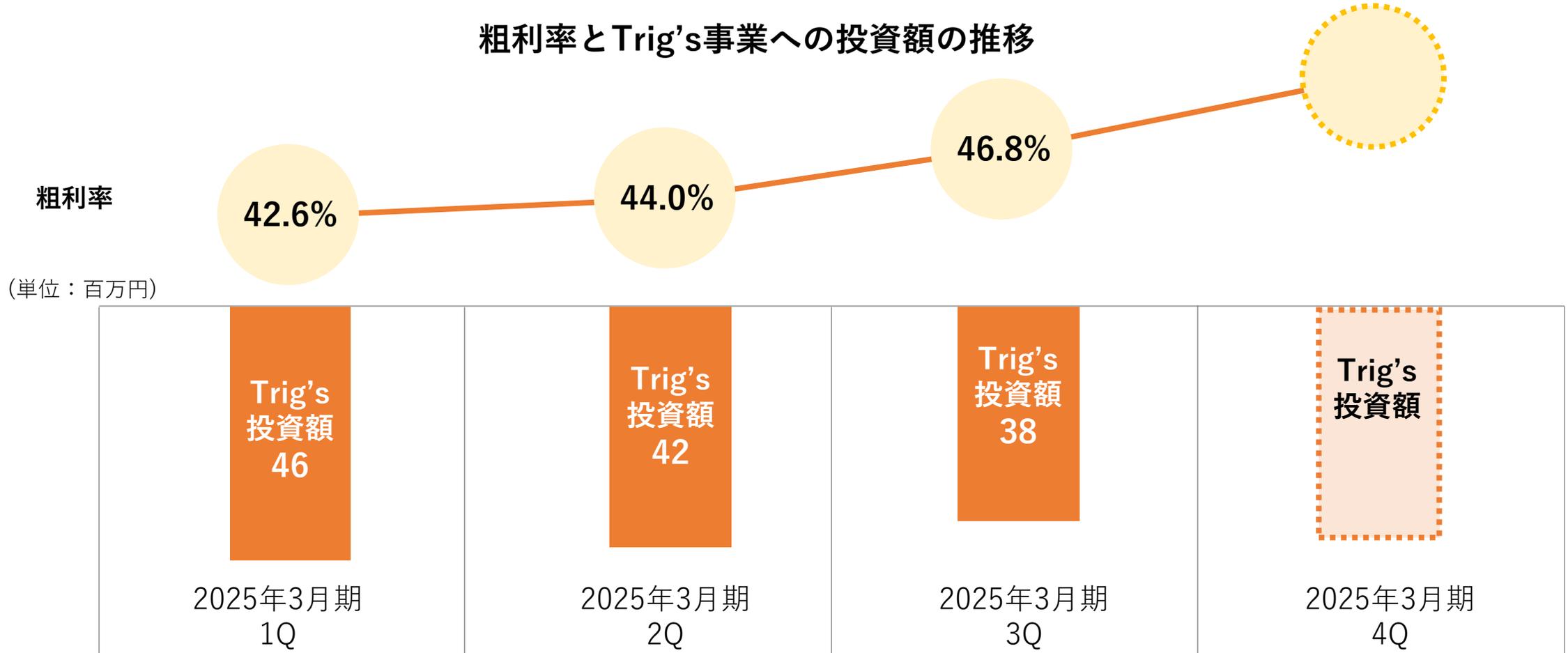


ポイント

- ①感性マーケティングサービス原価減  
-戦略的な広告枠の拡張や内製化に伴う削減
- ②運用費が低減  
-プロセスの細部まで可視化し業務に潜む課題や問題点の洗い出し～改善により、生産性が向上
- ③サーバー関連費用が大幅に削減  
-新技術を活用したアーキテクチャの見直しとインフラコスト適正化施策による削減

投資育成事業である感性マーケティングサービス(Trig's)への投資額は各Qで40百万円前後にて継続しているが、前年比2倍以上の売上成長に伴って全社の粗利率も改善の傾向

粗利率とTrig's事業への投資額の推移



当期営業利益△102百万円に対して、投資育成事業である感性マーケティングサービス(Trig's)への投資額は127百万円となっており、赤字の主要因となっている

ただし売上は前年比2倍と増加ペースにあり投資に見合う収益化のペースは上がっている



## Trig'sへの投資の内訳

### ①人件費

- ・ 売上拡大へ向けた業界経験者人材の採用
- ・ 売上拡大へ向けた新メニュー・新システムの開発

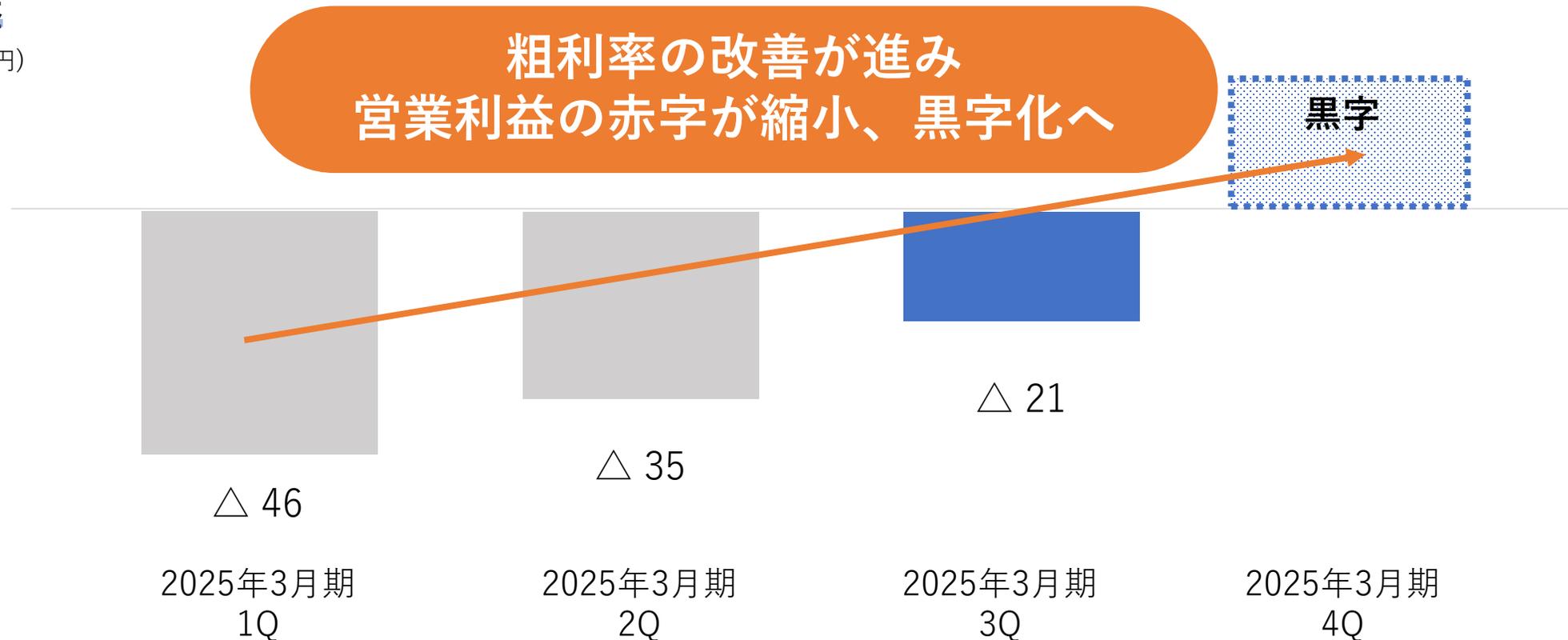
### ②仕入コスト

- ・ アドネットワークを独自構築
- ・ 売上の拡大に対応するための広告枠の調達

- 営業利益はQoQにて営業赤字縮小のトレンドが続く
- 引き続き戦略的な投資は行いつつ、営業黒字の定着に向けた利益体質への改善施策（トップライン引き上げと原価の削減、販管費の適正化）を実行

## 営業利益

(単位：百万円)



# 2025年3月期 3Q P/L概要 (前期比)

## 前期比においても粗利や営業利益は改善傾向

人のキモチをつなぐ



(単位：百万円)	会計期間			
	2024年3月期 3Q	2025年3月期 3Q	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	239	<b>239</b>	±0	±0%
原価	134	<b>127</b>	△7	△5.6%
粗利額	105	<b>112</b>	+7	+6.4%
粗利率	43%	<b>47%</b>	—	—
販売管理費	136	<b>133</b>	△3	△2.1%
営業利益	△31	<b>△21</b>	+10	—

### ポジティブ

- 売上は前期と同水準も収益体質への抜本的な改善の取り組みから粗利率が前四半期比で上昇し営業利益も改善の傾向

### ネガティブ

- 感性マーケティングサービスに向けた投資が先行しており営業利益はマイナス

## 売上高

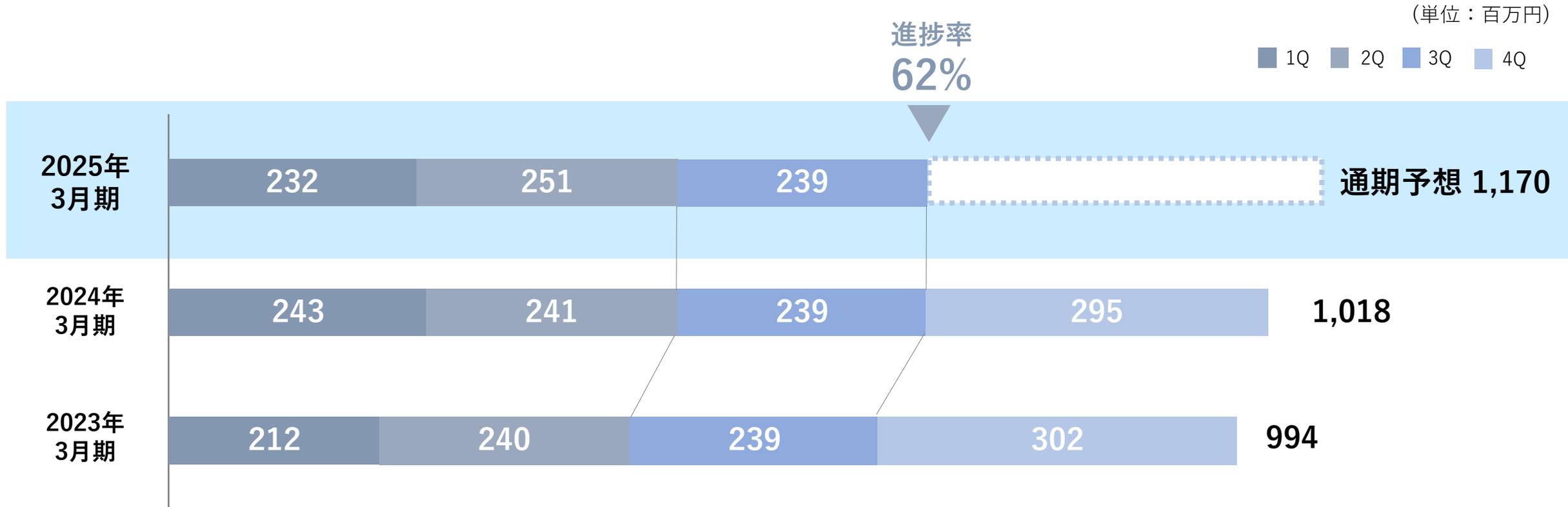
(単位：百万円)



## ポイント

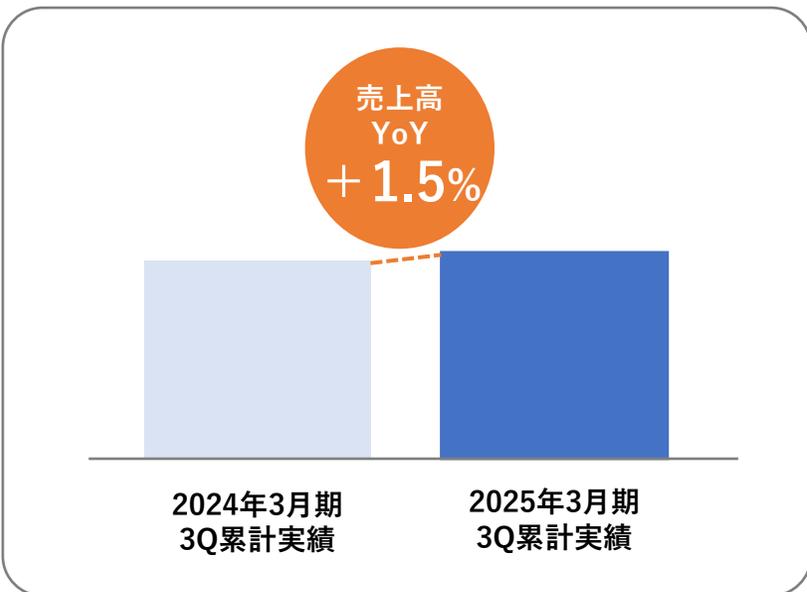
- ①音楽データサービス  
既存取引先のアップセルが順調に推移し拡大
- ②感性マーケティングサービス  
アップセルも加わり前年比+55.9%と大幅拡大
- ③映像データサービス  
営業リードタイムの長期化により遅れが生じるも獲得済み大型案件の追加や前期からの継続営業案件の受注が決まりだし期末に向けて挽回中

- 売上高は通期予想の62%の進捗率も4Q以降は継続した売上拡大局面に入ると当社では予想
- 今期も初期データ提供やデータ開発系案件により従来以上に4Q偏重の傾向が強く、主に3月に売上を予定している案件が多いため、通期会社計画達成に向けた施策を実行中



## 2 各事業進捗状況、直近の取り組みについて

## 既存顧客のアップセルと新規サービスへのレコメンド提供の開発により売上が拡大

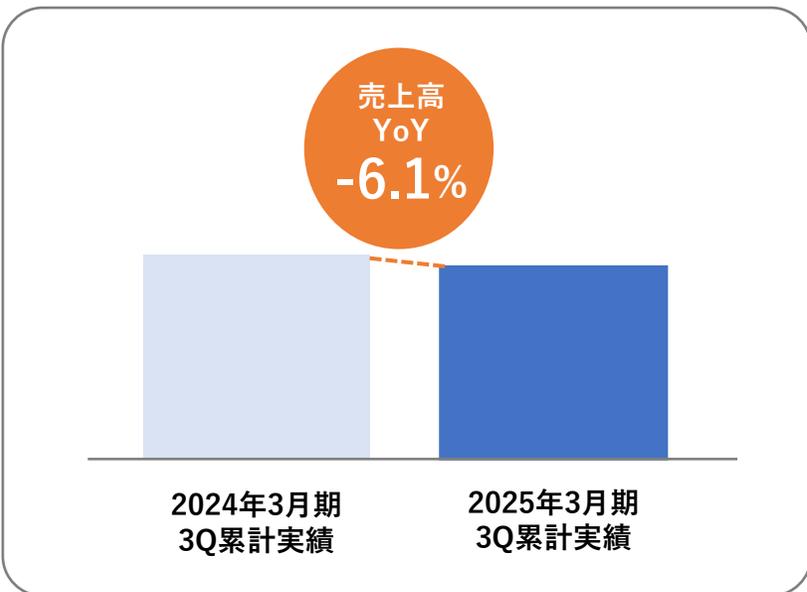


Good	<p>各提案が着実に進捗</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 既存取引先への新機能の提案</li><li>● 新たな領域(著作権管理・カラオケ事業者)への提案/案件獲得</li></ul>
Bad	<ul style="list-style-type: none"><li>● 4Q案件の前倒しでの獲得を目論むも若干上回る程度に留まる</li><li>● 新しい取引先からの受注数に課題</li></ul>

### Action

- 今期予算計画達成に向け、既存取引先の音楽DSP(デジタルサービスプロバイダ)への提案中案件を確実にクロージングする
- 来期に向け新たな領域に向けた提案を具体的に進捗させる

### 営業リードタイム長期化によりライセンス契約の獲得に遅延が生じているものの、通期に向けて挽回中

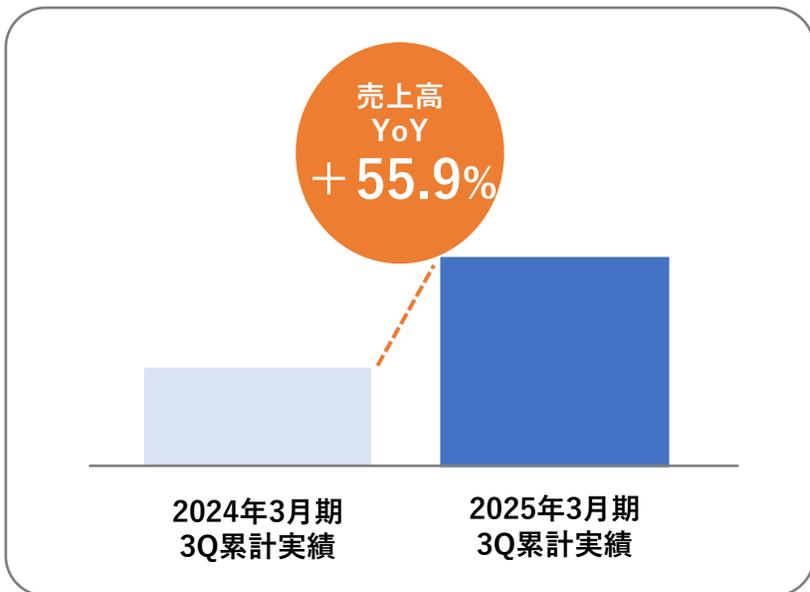


Good	<ul style="list-style-type: none"><li>● フィードデータサービス※の提供先が順調に拡大中</li><li>● 期末に向けた大型案件の複数獲得が決定</li></ul> <p>※フィードデータサービス：動画配信サービスの売上拡大を支援するカタログ統合用ファイル作成・運用サービス</p>
Bad	<ul style="list-style-type: none"><li>● 月額ライセンス契約獲得に遅れが生じている</li><li>● リードタイムを考慮した提案数の拡大実施によるリカバーを行う</li></ul>

### Action

- クロスメディアデータの提供先拡大へ向けた推進
- 期末に向けて短納期で金額規模が大きい商品の営業推進を行うとともに、獲得済み大型受託案件の追加データ提供や運用範囲拡大による売上向上へ向けた取り組みを実施

### 既存顧客へのアップセルを中心に売上が拡大



Good	<ul style="list-style-type: none"><li>● 営業活動強化により見込み獲得は引き続き増加</li><li>● Trig'sの連携媒体拡大に向けてDOOH※はテスト放映を開始</li></ul> <p>※DOOH(街のビルなどにある屋外デジタル広告)</p>
Bad	<ul style="list-style-type: none"><li>● PMP※市場に対する啓蒙活動に遅れ</li><li>● 営業活動量と質の不足</li></ul> <p>※PMP(広告の質と掲載媒体の質を最優先し、参加する広告主とメディアを限定した招待制のプレミアムな広告取引市場)</p>

### Action

- 感性マーケティングの有用性をクライアントを巻き込んだプロジェクトにて可視化し、その事例をもとに新規クライアントの獲得を加速させる

良質な潜在顧客の獲得への高い効果をデータで実証  
この好事例をもとに課題であったTrig's独自の定量的な有用性を証明し営業活動強化

### 新たな見込み顧客の誘導性

#### 事例1 大手ジュエリーブランド

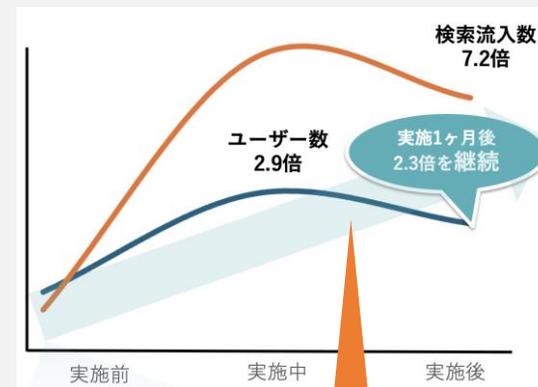
参照元	新規率	新規 & 20秒以上滞在
Trig's	95%	60%
G社	67%	41%
Y社	69%	43%
M社	59%	43%

上質な新規顧客の獲得に貢献

他広告と比較しても顧客の間口を広げることに強み

### 継続的なユーザー数の増加

#### 事例2 インテリア暖炉ブランド



継続的な認識浸透に貢献

広告出稿中のみならず出稿後もユーザー数が増加

3

## 当社の課題及び解決策について

上期の環境を鑑みて3Qに筋肉質な収益体質への変革に向け大きな意思決定を行い、全社一丸となり迅速に実行中

## 立ち向かう3つの課題

1

### 既存事業の変革

トップライン（売上）の引き上げと利益率の向上により新たな成長軌道へ

2

### 新規事業(Trig's)の収益化

先行投資を回収し、高収益化を実現

3

### コストコントロール

筋肉質な収益体質への変革

## 1 既存事業の変革

トップラインの引き上げと利益率の向上により新たな成長軌道へ

テーマ

アクション

2025年9月末時点  
計画数値

● 顧客・ユーザー満足度の向上

▶ カスタマーサクセスの実施強化

● 営業リードタイムの長期化への対策

▶ 顧客ニーズにマッチした商品開発

● 新たな領域へのデータ/レコメンド提供

▶ 新たな領域への提供や新たなデータ開発で新しい価値を創造

● サービス提供価格の見直し

▶ サービス品質向上、付加価値の追加

2024年12月比で運用・ライセンス売上 **13%以上アップ**  
進捗→年度内の最大化と提供先の来期予算獲得に向けて順調に進捗中

2024年12月比で粗利率 **2%以上アップ**  
進捗率30% (2025年1月時点)

## 2 Trig'sの収益化 先行投資を回収し、高収益化を実現



テーマ	アクション	2025年9月末時点 計画数値
● 新規顧客開拓の加速（量）	▶ 徹底的な営業行動量増加	2024年12月比で 売上 <b>120%アップ</b>
● 広告的価値の定量化（質）	▶ 普遍的で簡潔な広告効果事例化	利益 <b>200万円以上/月改善</b> 進捗→まだ具体化していないが 第4四半期で増加ペースを上げる
● 戦略的なWEBメディア拡大	▶ クライアント需要に応えるためのPMP連携拡大	2024年12月比で取り扱いimp数を <b>150～200%まで増加</b> 進捗→複数メディア交渉中および 既存連携メディアで取り扱い増加
● Trig'sネットワーク拡大	▶ WEBメディアに捉われない感性表現PMPの連携拡大	次年度前半には音声メディアやオ フラインでもTrig'sを商用化

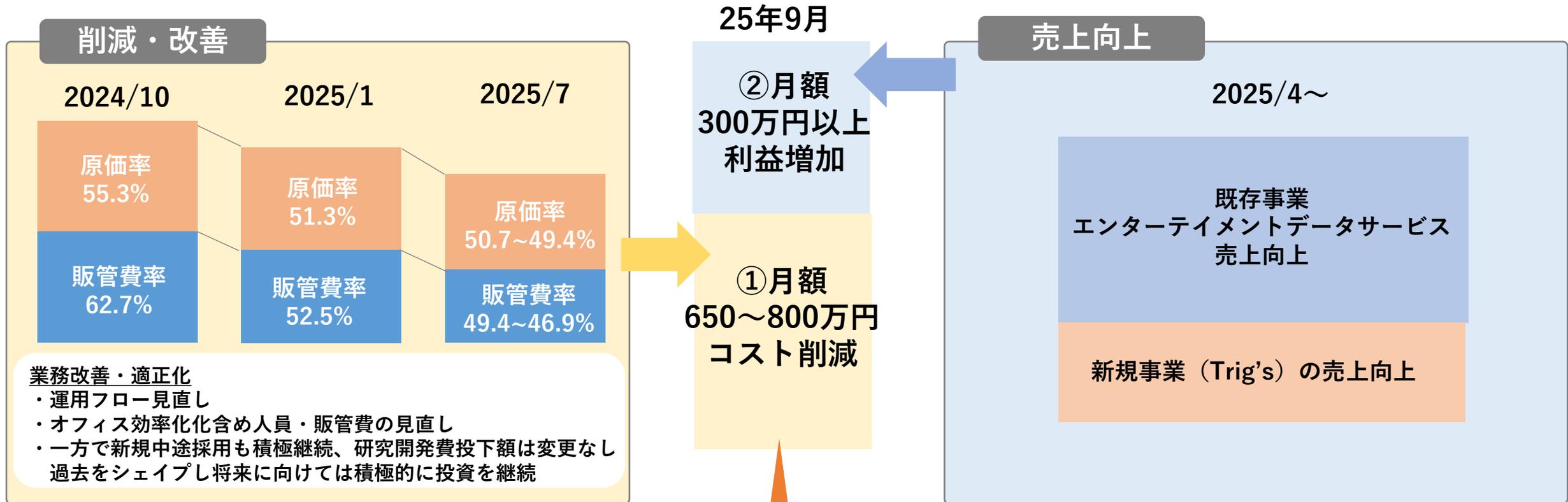
## 3 コストコントロール 筋肉質な収益体質への変革



テーマ	アクション	2025年9月末時点 計画数値
● インフラコスト削減	▶ アーキテクチャ再構築	2024年12月比でインフラコスト <b>100万円/月削減</b> 進捗率40% (2025年1月時点)
● 原価の削減	▶ 自動化・効率化の計画	2024年12月比で運用費 <b>150万円/月削減</b> 進捗率24% (2025年1月時点)
● 販管費の効率化・削減	▶ 働き方の変化・多様化にあわせた適正化	2024年12月比で販管費 <b>500万円/月削減</b> 進捗率100%達成の見込み (2025年1月現在)

合計で650～750万円以上/月削減へ

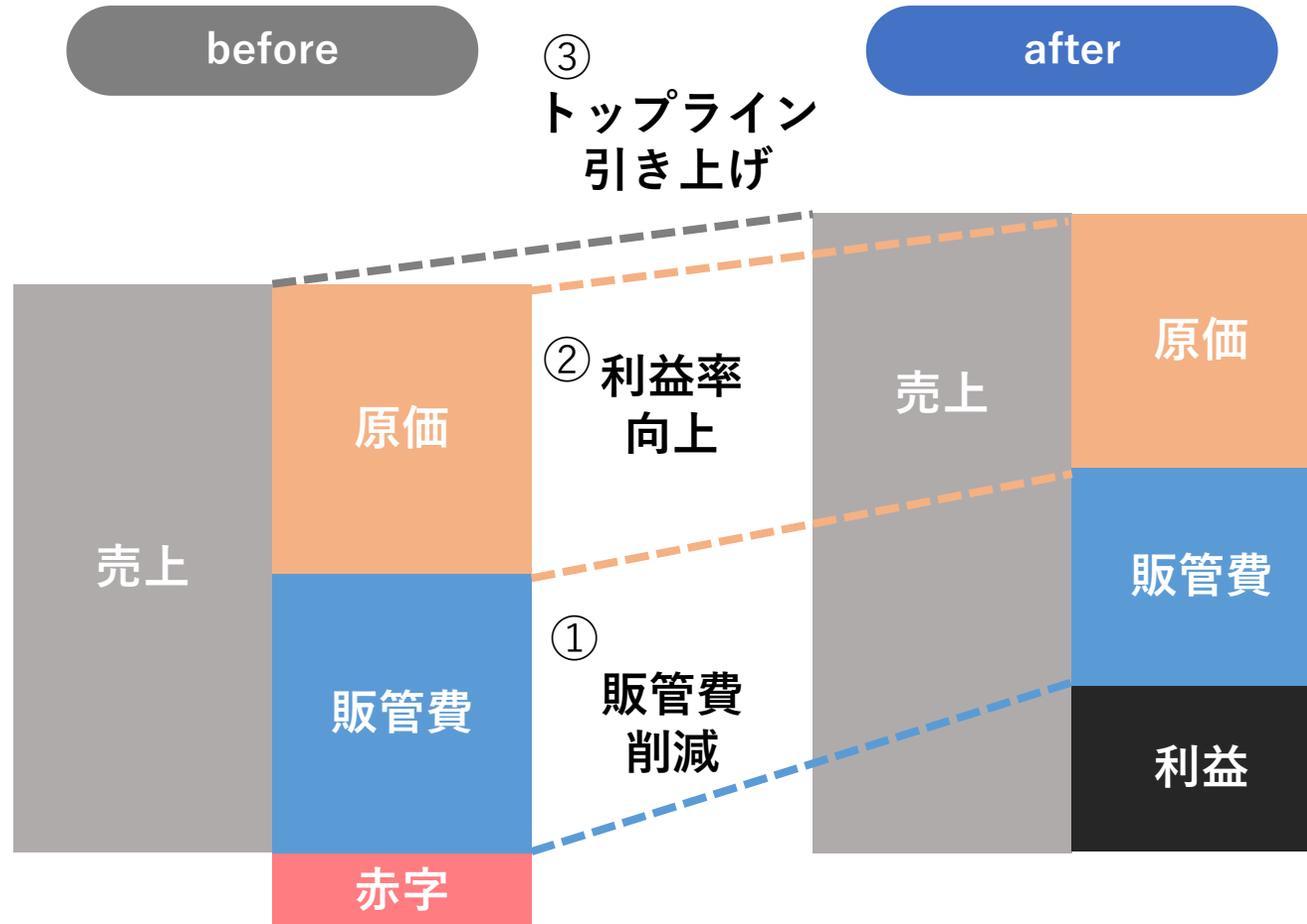
## 先行投資を継続も収益構造を大きく変える



**収益改善規模**

- ① + ② 月間 950~1,100万円
- 年間換算 1億1,400~1億3,200万円

- ・まず仮に売り上げ成長なくとも赤字にならない筋肉質な収益体質へ転換
- ・その上で、売り上げの伸長を行い収益拡大へ



## PMP(Private Market Place)とは

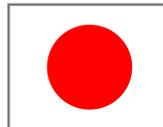
広告の質と掲載媒体の質を最優先し、参加する広告主とメディアを限定した招待制のプレミアムな広告取引市場

	純広告	オープンオークション	PMP
媒体の指定	○	×	○
価格	高い	安い	高い
運用の柔軟性	×	○	○
ブランドセーフティー	△	×	○



アメリカでは既にメジャー市場として定着  
(インターネット広告市場の50%超と言われている)  
2023年は世界で年間180億ドル(約2兆8千億円)の規模

主なプレイヤー: Adform、Rubicon Project、MediaMath、CONNEXITY  
The Trade Desk、Adobeなどビッグプレイヤー出現



日本では本格的な普及はこれから

国内市場は500億円程度  
(国内インターネット広告市場の2%弱)の規模と推定

主なプレイヤー: Teads、デジタルガレージグループ、TVer、Trig's(当社)  
など依然少数

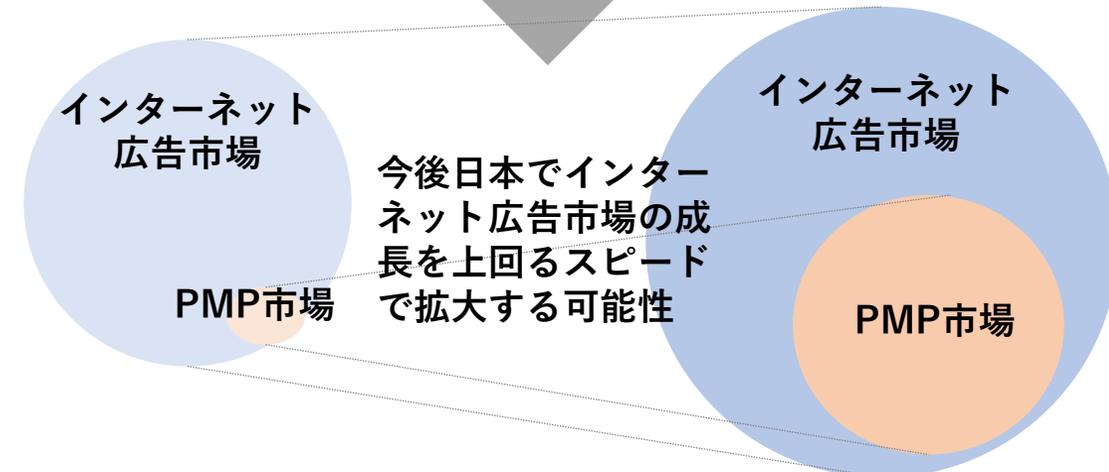
### 現在の広告の課題

- アドフラウド(広告詐欺)
- ブランドセーフティ(ブランドの毀損リスク)
- ビューアビリティ(実際に見られたか)

### 課題を解決

- 高い透明性
- 厳選されたプレミアムなメディア
- 高品質な広告枠

広告の課題を解決するPMP市場が国内でも拡大



目指すその先

エンターテインメント×感性マーケティング

# 共感とコラボレーションをつなぐデータサービス

※来期より具体化

ex

- IPビジネス支援
- ブランドパートナーシップ

現在の主力事業



IP/コンテンツを  
広げるデータサービス

育成中の新規事業



ブランド・企業メッセージ  
を広げるデータサービス

## エンターテインメント × 感性マーケティングに向け実績を着実に積み上げ中

### エンターテインメント

#### データ提供/レコメンドサービス

LINE MUSIC	TOWER RECORD MUSIC	Rakuten music
hulu	Ameba News	dアニメストア
FOD	milplus	J:COMオンデマンド
J:COM TV	ひかりTV	TELASA
Lemino	Yahoo! Japan	dヒッツ
U-NEXT	DAM	...

### 感性マーケティング

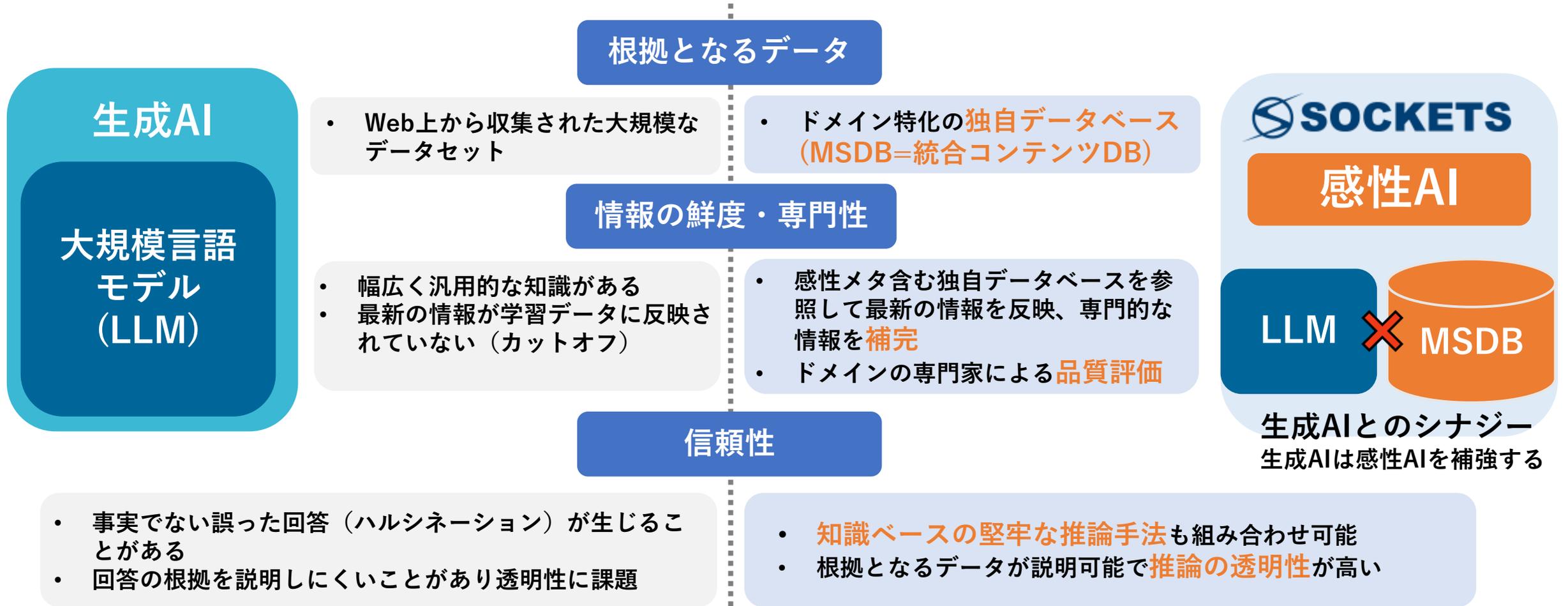
#### PMP型インターネット広告サービス

SPUR.JP	MAQUIA ONLINE	@BAILA	LEE
Marisol	Web eclat	non-no Web	MORE
OurAge	HAPPY PLUS	WEB UOMO	MEN'S NON-NO WEB
T JAPAN	家庭画報.com	MEN'S EX ONLINE	Begin公式サイト
BOYNA by LaLa begin	madameFIGARO.jp	Pen ONLINE	andGIRL
Ray	mamagirl	Women's Health	Esquire
Harper's BAZAAR	25ans	婦人画報デジタル	25ansWedding
yoi	FRaU	mi-mollet	時計Begin
ELLEgirl	MODERN LIVING	Seventeen	michill
三越伊勢丹	森永製菓	ワコール	
UHA味覚糖	サザビーリーグ	三井住友カード	
STAR JEWELRY	星野リゾート	ネスレ	
トヨタ	...		

※ 2024年12月現在提供中

※ 2024年12月時点連携及び出稿実績

# 一般的な生成AIと当社の感性AIとの違い



2025年3月期3Q 主なIR

エンターテインメント×感性マーケティング

2024年11月（エンターテインメント）  
当社所属アーティスト ホリプロとの業務提携契約  
に関するお知らせ

2024年11月（感性マーケティング）  
クッキーレス感性ターゲティング広告サービス  
「Trig's」 連携メディア様追加のお知らせ

2024年11月（感性マーケティング）  
感性ターゲティング広告サービス「Trig's」 年末  
商戦で消費意欲が高まるカテゴリーと連動したエ  
モーショナルキャンペーンを開催

2024年10月（エンターテインメント）  
アニメ作品のエピソードと原作コミックの該当巻  
を紐づけるデータ提供サービスの対象作品が2,000  
作品を突破

2024年12月（エンターテインメント）  
アニメ・ドラマなどエピソード 話 単位での外国語  
タイトルが100万件を突破 海外流通と利用拡大を  
支援

2024年12月  
ソケットが支援するLODチャレンジ2024 ソケット  
賞表彰のお知らせ

2024年11月（感性マーケティング）  
深層心理で潜在意識に届ける一歩先のマーケティ  
ング～感性マーケティングを実例紹介～一般社団  
体法人日本メンズファッション協会主催のセミナー  
にて登壇のお知らせ

2024年10月  
「JUASプライバシーマーク・カンファレンス2024  
オンライン」登壇に関するお知らせ 当社独自の  
PMS運用の取り組みや手法等をご紹介

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

66名（2024年12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



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