

投資家の皆さまへ

人のキモチをつなぐ  **SOCKETS**
(証券コード：3634)

2026年3月期 第1四半期 決算説明資料

～上期業績の上方修正・今後の成長戦略について～



2025年8月7日
株式会社ソケット
代表取締役社長 浦部浩司

01	決算サマリー & 「IPデータテック・カンパニー」 への進化について	P. 3-10
02	業績について	
	上期業績の上方修正について	P.11-14
	第1四半期決算ハイライト	P.15-18
	各事業別業績と今後の取り組み	P.19-24
03	新たな成長ストーリー	
	独自の構造改革について（営業施策・生産性向上施策）	P.25-27
	IPデータテック・カンパニーへの進化	P.28-29

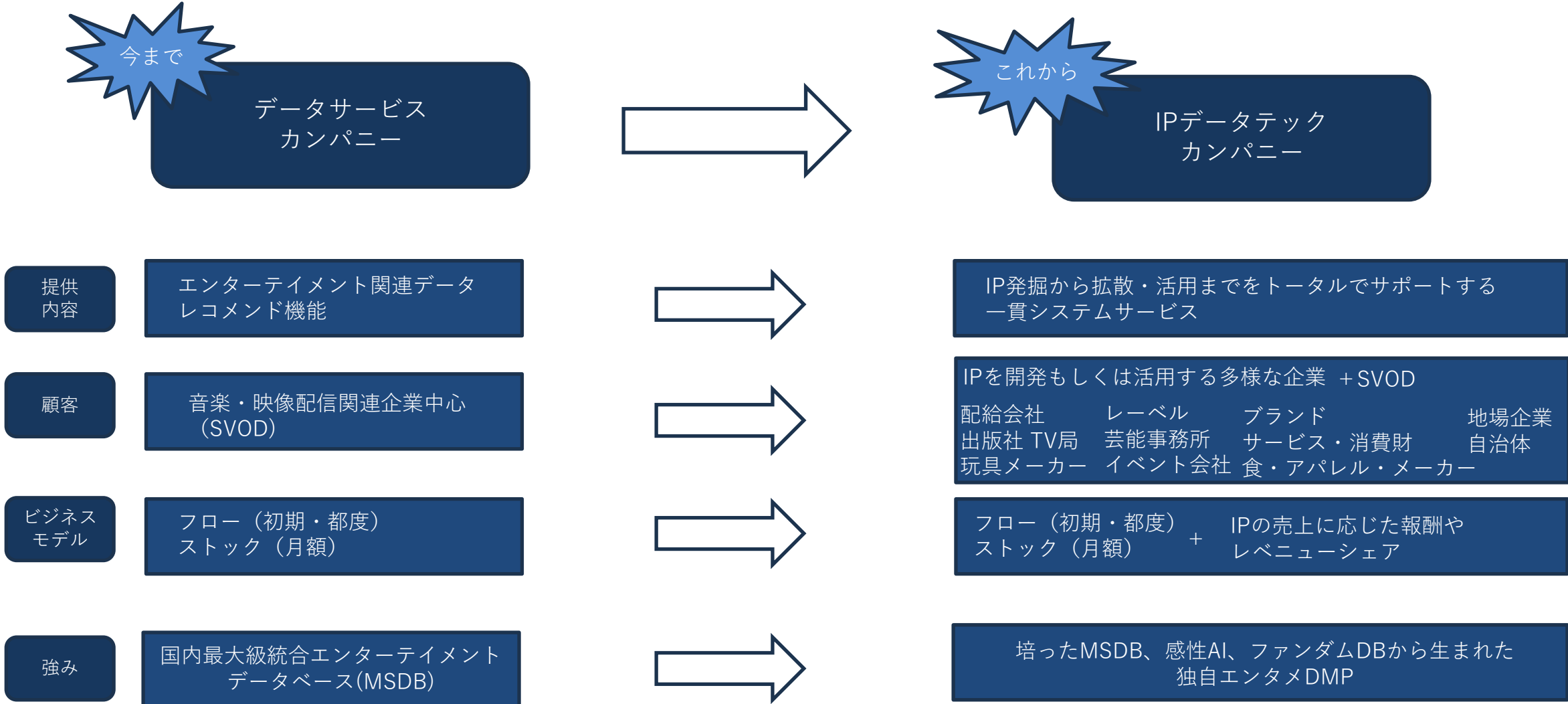
01 決算サマリー & 「IPデータテック・カンパニー」への進化について

私たちは、主にエンターテインメント領域において**独自のデータサービス（感性メタ・感性AI）**のご提供を行っております。お客様は主に音楽・映像・メディアをはじめとするクリエイティブ業界の皆様となります。同業界では、クリエイターの魂といった普遍的なところがありながら、凄まじいAIの進化を伴うテクノロジーの波も押し寄せてきています。その中で、IP・コンテンツビジネスの裾野は、個人個人の嗜好性の深まりと多様化により着実に拡大しております。

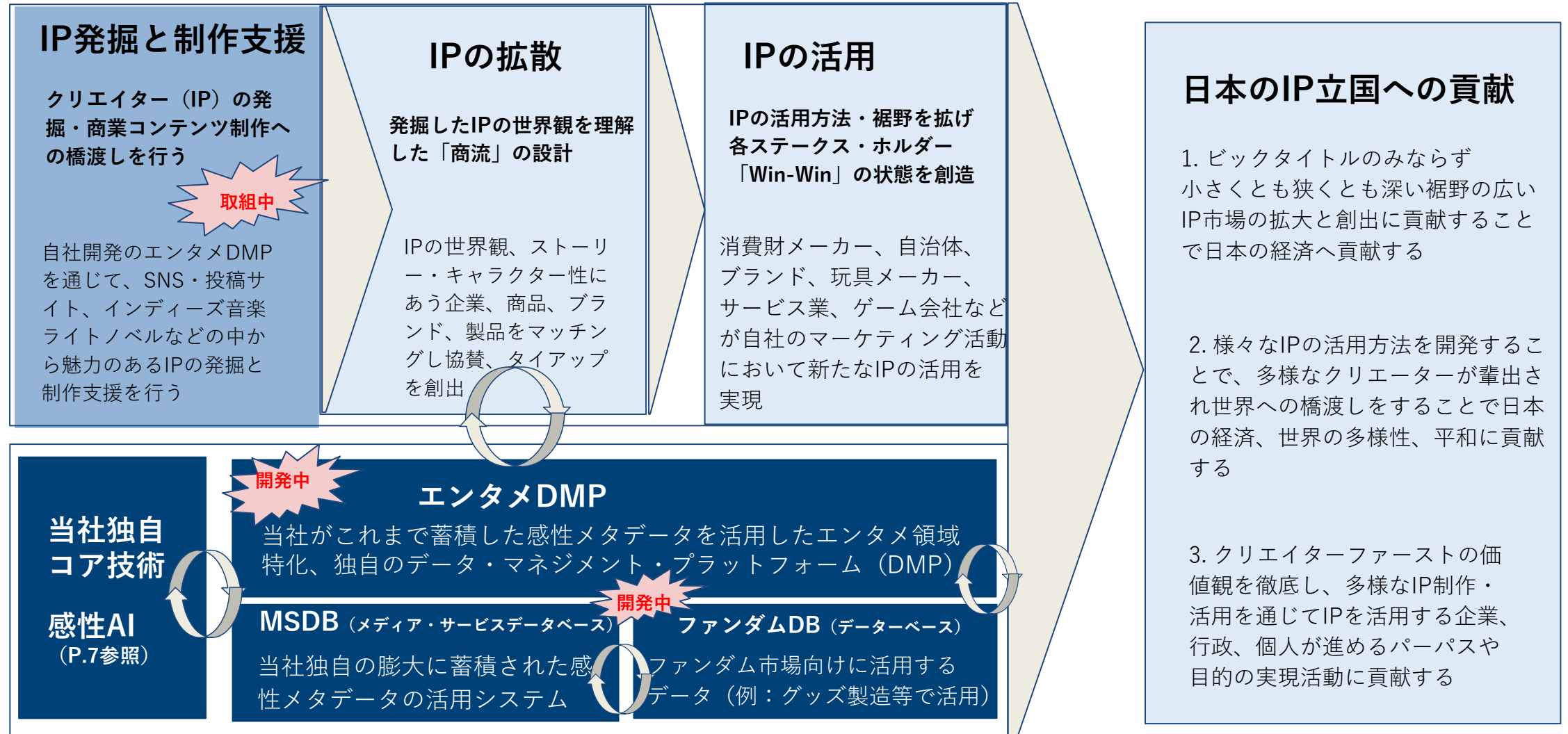
この環境において、当社の有する人間の感情の機微に関するデータ・テクノロジー（感性メタ・感性AI）の活用範囲の拡大が見込まれます。このような業界および時代の転換点において、当社は「データサービス・カンパニー」から、IP産業の成長やクリエイターの価値向上に貢献する**「IPデータテック・カンパニー」への進化**を目指した事業を推進しております。

当第1四半期は「進化への基盤創り」と位置づけており、**①当社独自の構造改革の実践②未来への投資**を実施いたしました。売上は2桁増収（YoY+12.5%）を実現、当社のデータの利活用可能な業種・業界の裾野が拡大してきたことから既存・新規顧客との「価値共創」の機会が増加しており、下期にかけても前年比でお客様より強い引き合いを見込んでおります。また、**社員一人ひとりの創造性と生産性の向上（当社独自の構造改革）**が奏功し粗利益率は45%(YoY+2.0%)・コスト効率化・削減も進んだことからまずは、**上期業績を期初会社計画に対して上方修正**いたしました。

未来への投資については、中長期的な視座に基づき独自の感性AIやエンターテインメントに特化したデータシステム開発と同時に外部パートナーシップ提携・出資、異業種の皆さまとの「価値共創」等、手段を多様化しております。私たちは、**日本の持つユニークなIPが当社データと有機的に結びつくことでクリエイター・ファン・生活者・ブランド（企業・行政）がより良い価値共創を実践できる社会創造**を目指し、日本のIP産業と想像力溢れるクリエイティブ活動の発展へ貢献して参ります。



世界中で愛されるIPの発掘から活用までを一気通貫で提供する企業へ進化する



当社独自の感性AI及びMSDBがエンタメDMPに優位性のあるフィードバックを実施



	生成AI	当社の感性AI
データ	一般化された情報の生成 主にインターネット上より収集される膨大なデータより情報・知識を生成	特定ニーズに合致するデータ生成 エンターテインメントなどのドメイン特化型の当社独自データベース（MSDB）の活用による特殊データ生成・抽出する
専門性	汎用性はあるも専門性が低い 汎用的な知識の生成に向いているものの最新の情報が反映されて居らず利用可能な業界が限定される	専門性・特殊性が高い 当社の有する感性メタ等の独自データベースを参照し最新の情報を反映、専門的な情報を補完ドメインの専門家による品質評価も実施
信頼性	情報への信頼性が不透明 事実ではない誤った回答が生じることがある他、回答の根拠に対して適切な説明が難しいことがあり透明性に課題	情報の根拠があり信頼性高い 根拠となるデータ自体が当社の独自データであるため説明可能、推論における透明性が高く加えて知識ベースの堅牢な推論手法も組み合わせ可能

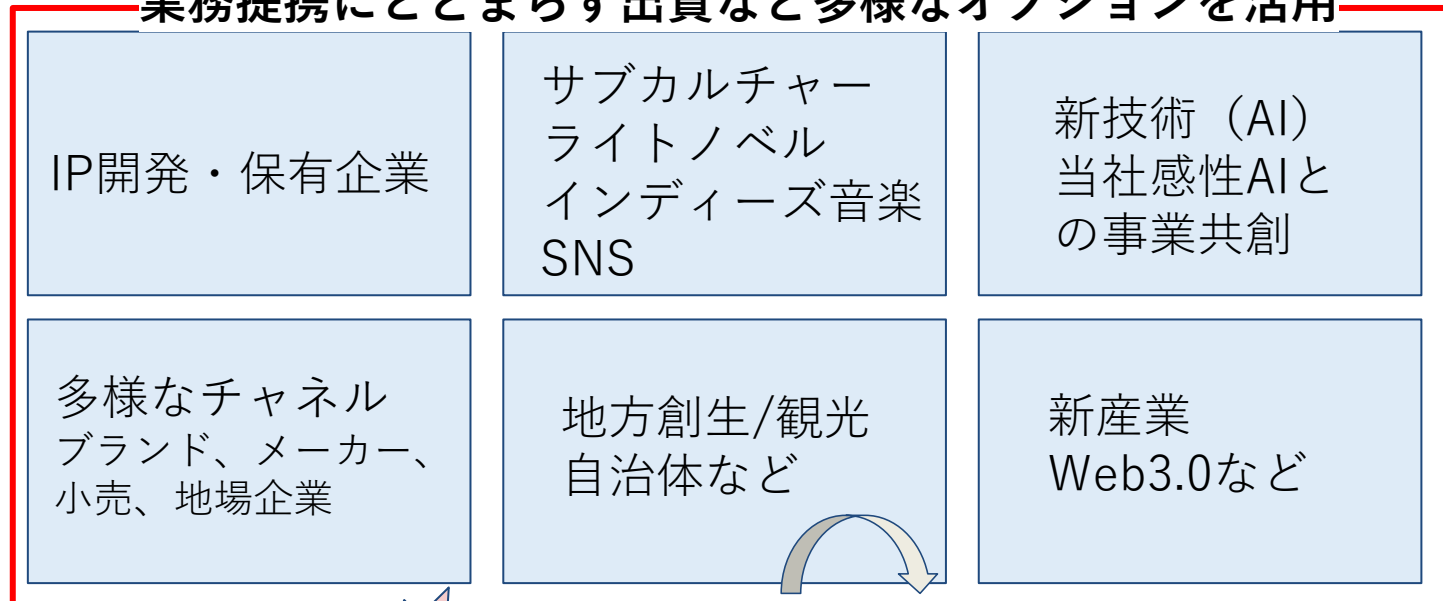
「IPデータテック・カンパニー」へ 異業種との「価値共創」を通じた強みの強化・開発推進を行う

人のキモチをつなぐ



異業種と独自の「価値共創」を目指す

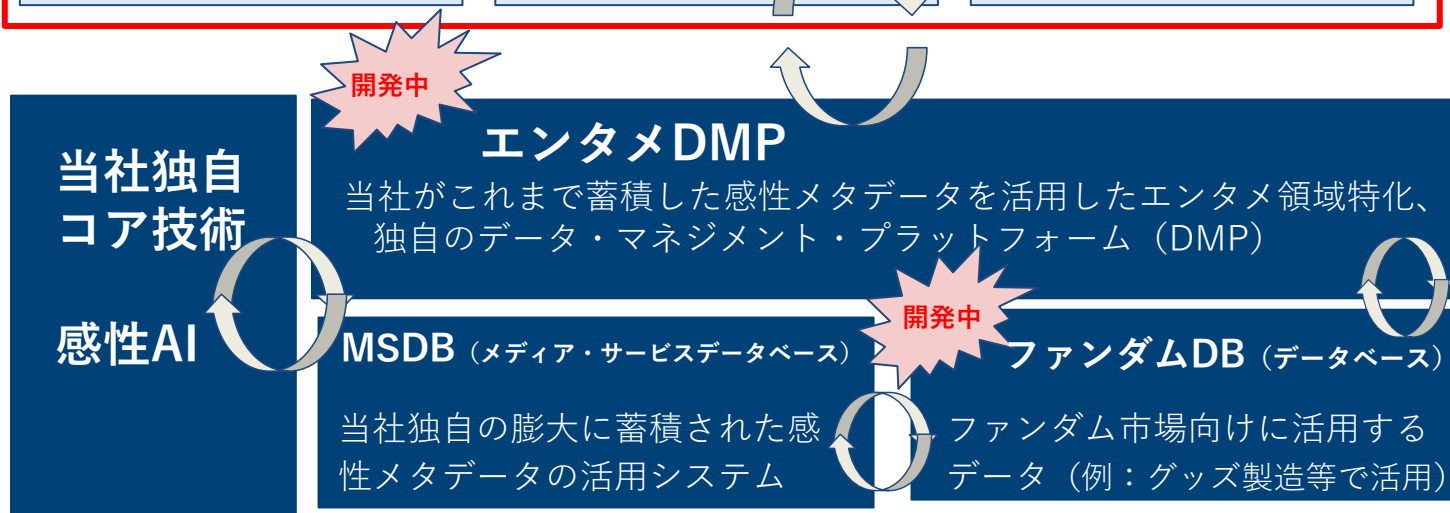
業務提携にとどまらず出資など多様なオプションを活用



「IPデータテック・カンパニー」
への進化を目指す

多様な業種・業界での
「価値共創」を通じ

当社の強みである感性AI、MSDB
をより強固なものとするに伴い、
エンタメDMPやファンダムDB
といった新規取り組みの開発
スピードの向上を目指す



	これまで データサービス・カンパニー	これから IPデータテック・カンパニー
提供価値 （対社会・お客様）	部分最適型 お客様のニーズに合わせた独自データ のご提供	全体最適型 クリエイター・IPの発掘・拡散・活用までを一 気通貫で提供。「商流」を創る会社へ
領域 （お客様・パートナーシップ）	エンターテインメント領域 （一部メーカー、ブランド）	多様な領域に拡大 エンターテインメント領域に加えて、 IPを活用するブランド、行政など多岐に
事業モデル （フローorストック）	ストック&フロー型 データの提供	フロー&ストック&成功報酬型 提供したデータを活用し商流を創造 IPの発掘・拡散・活用通じてスケール性の高い レベニューシェア型事業創造が可能に
企業姿勢 （人財の特徴）	ユニークな感性データ制作と活用を得 意とするエンジニア集団	当社独自感性AIを活用しIPの発掘・拡散・活用 を提案するエンジニア・クリエイター集団

各種取組みの考え方

2026年3月期 取組計画について

①当社独自の構造改革の実施

- ・単なるコスト削減ではなく、従業員のクリエイティビティに主眼を置いた取組みを実施。働き甲斐・生産性の向上を目指す。
- ・2025年3月期下期より本格始動（Ex.オフィス移転・働き方改革）

②異業種含めた「価値共創」の推進

- ・音楽、映像等の多様なメディアが相互作用し、コンテンツ体験の幅が急速に拡大する中で既存のお客様に加えて多様なエンターテインメント企業や異業種との連携を図ることで日本が有する多様なIPの発掘～利用を可能にする仕組みを創造する

③未来投資・開発

- ・市場ニーズに応える「仕組み」の開発を「価値共創」を通じて行うとともに、既存・育成事業への投資を通じた弊社の強み（感性AI・MSDB）の一段の強化を図る

**① 4期連続増収
営業黒字転換**
(2026年3月期会社計画)

**② ファンダム市場やIP関連
市場拡大を追い風に**

- ・既存顧客へのアップセル
- ・新規顧客
- ・異業種連携 強化・推進

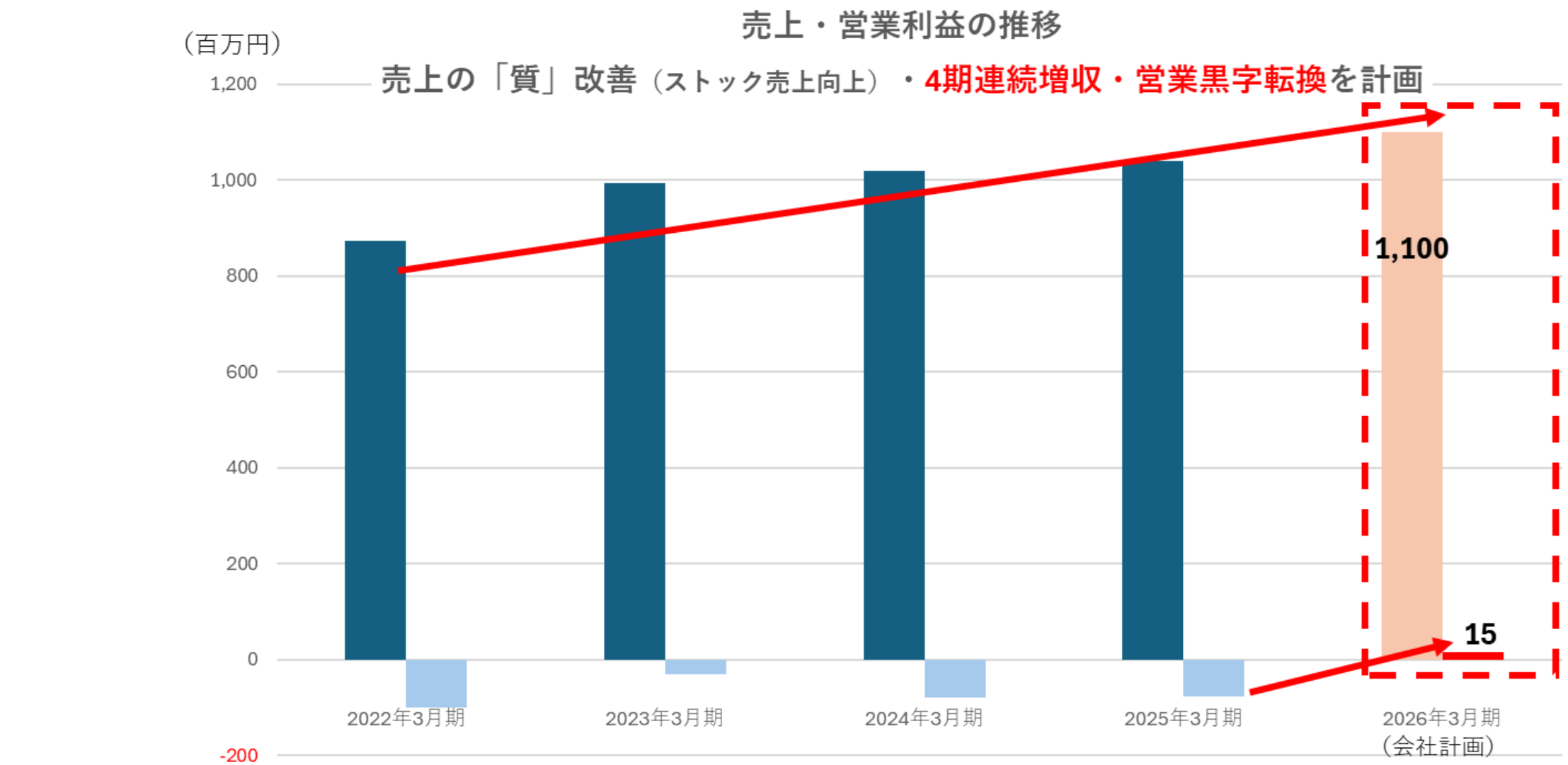
**③ エンタメDMPを通じた
IPデータテック企業に
向けた体制強化。
感性AI・MSDB強化**

02. 業績について (上期業績の上方修正及び1Q決算について)

1Q業績を鑑みて売上、利益ともに期初会社計画を上方修正

(単位：百万円)	2025年3月期 上期実績	2026年3月期 期初会社 上期計画値	2026年3月期 上期修正値	前年同期比
売上	483	505	530	110%
営業利益	△81	△15	1	+ 82百万円
経常利益	△81	△14	2	+ 83百万円
中間純利益	△71	△16	5	+ 76百万円

- ▶ 売上は、エンターテインメントデータサービス伸長が寄与。第2四半期以降も堅調な推移を見込む
- ▶ 当社の独自データ活用のすそ野がライフスタイルの変化により拡大、既存顧客だけでなく新規顧客へ裾野が拡がりを確認。環境を鑑みて営業体制の見直し・強化を実施
- ▶ 従業員の生産性向上・創造力の強化に主眼を置いた「独自の構造改革」を前期よりスタート、効果が顕在化し売上増に加えて、コストの最適化も進む



(単位：百万円)	2025年3月期 1Q実績	2026年3月期 1Q実績	前年同期比
売上	232	261	+29
営業利益	△46	△3	+43
経常利益	△45	△3	+42
純利益	△37	(※) 0.9	+37

※新株予約権戻入益

- ▶ 売上・利益ともに2Q業績計画（上方修正値）に対して好発進。通期での営業黒字を見込む。
主力のエンターテインメントデータサービスが伸長、売上は前年比12.5%増加
- ▶ 前期下期より開始したクリエイティビティ向上を前提とした「構造改革」を通じ効果が顕在化。
YonYにて生産性の向上（YonY原価率△2%）粗利額向上（YonY+18%）販管費（YonY△24百万円）削減に成功し、営業黒字目前。先行投資は従来通り継続も通期を通じて一段のコスト最適化を図る
- ▶ 新株予約権戻入益等により特別利益4百万円、純利益は黒字転換。

■ 上期計画の上方修正も発表、1Q業績は営業利益（YoY+43百万円）と大幅改善

売上は音楽データサービスの伸長が寄与し261百万円（YoY+12.5%）と2桁増収、
営業利益は当社独自の構造改革も奏功し**YoY+43百万円の増益となり△3百万円で着地。**

■ 売上の「質」の改善、ストック型売上拡大へ注力

エンターテインメントデータサービス分野におけるライセンス・運用サービスなどストック性の高い売上拡大を目指す。加えて、既存顧客に対してもアップセルを実施。

■ 当社独自の構造改革が継続。生産性改善によるコストの見直し進む

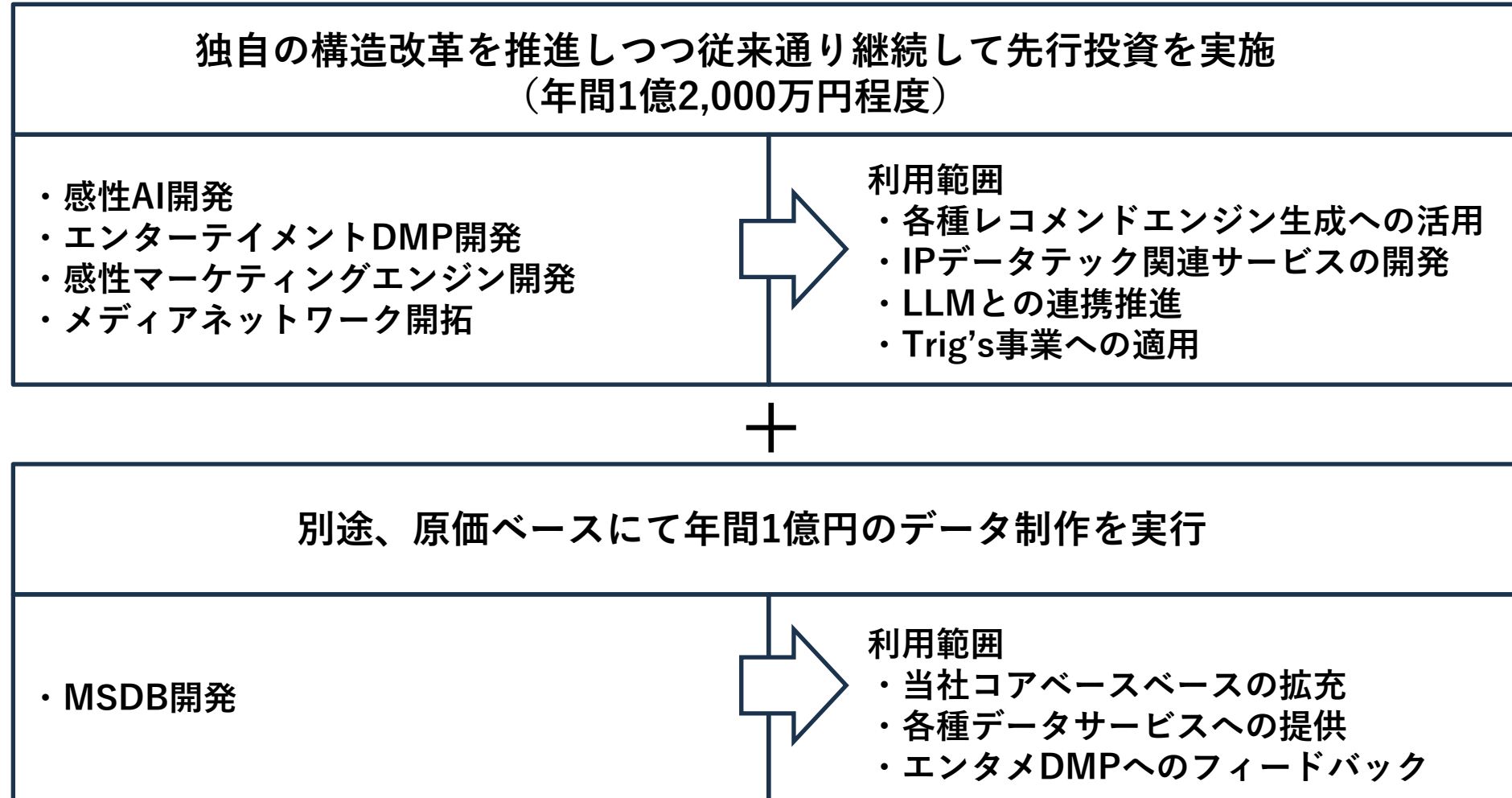
創造性を高める独自の構造改革のもと、先行投資は継続もインフラ費用等各種コスト効率化を実現。本社引っ越しによる特殊要因（約1,000万円）あるが、販管費は120百万円（YoY△24百万円）、**営業利益は△3百万円と黒字化目前。**

2025年3月期下期より独自の構造改革スタート

	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	上期計画
売上	232	251	239	317	1,039	261	505
原価率	57%	56%	53%	51%	54%	55%	—
売上総利益率	43%	44%	47%	49%	46%	45%	—
販管費	145	145	133	128	552	121	—
営業利益	△46	△35	△21	26	△76	△3	△15

- ▶ 1Q売上が2桁増収（YoY+12.5%）となるなど、単なるコスト削減ではなく創造性や生産性の向上を伴う独自の構造改革による売上拡大を証明。営業戦略の見直し・体制強化を引き続き行う。
- ▶ 原価率は、インフラ費用の適正化及びサービス運用の効率化施策の実施を通じ削減が継続、売上総利益率は45%（YoY+2%）と改善が続く。
- ▶ 販管費はオフィス移転による一時的なコストが発生するも、YoY23百万の削減成功、四半期での黒字化目前。上期で当期純利益5百万円、通期で黒字転換へ。

年間2.2億円規模の先行投資を実行中

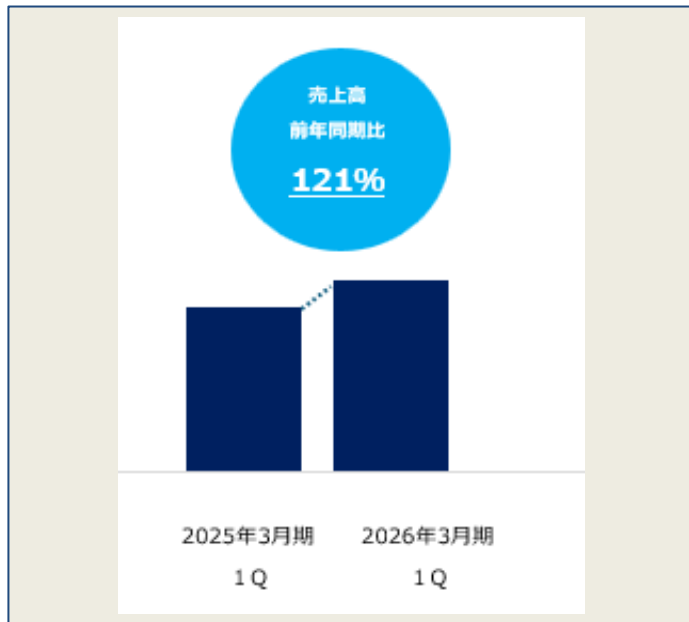


統合エンターテインメントデータベース MSDB 主要データ件数の推移

主な項目	データ件数	年間増加数 2024年7月末日～2025年8月1日	備考
音楽データベース	219,204,304	12,474,502	J-POP、K-POP 洋楽までの総合 音楽データベース
映像データベース	16,633,941	465,206	アニメ、ドラマ、 邦画、洋画までを 網羅する総合映像 データベース。 放送系拡充中
人物データベース	7,446,535	163,953	タレント、俳優から 文化人、政治家まで メディア出現中心の 総合人物データベース

各事業別の業績と今後の取り組み

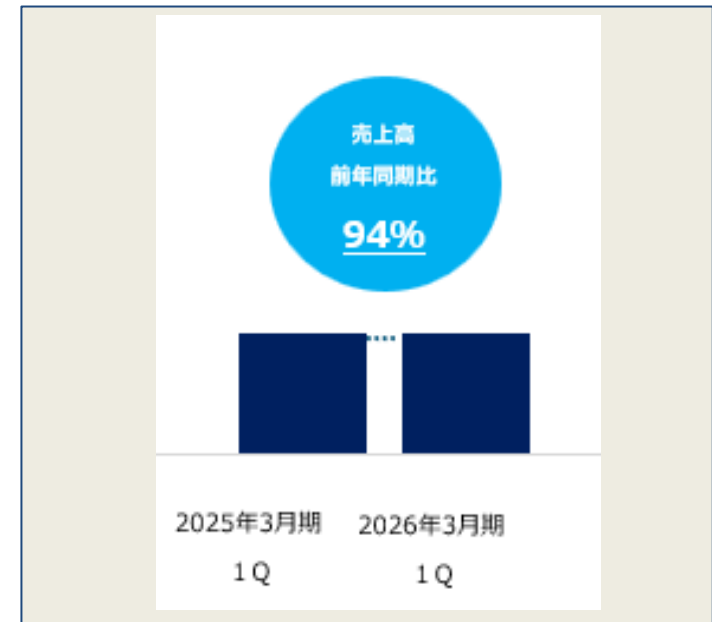
①音楽データサービス



②映像データサービス



③感性マーケティングサービス



- ▶ ①次世代カラオケへの当社独自データやインディーズ音楽など新分野開拓も進み、**YoY+21%**と強い伸びを示す。今後の展開に期待大。
- ▶ ②「ファンダム市場」が拡大する中、映像はコミックや音楽など他メディアとの高い連携性もあり顧客の裾野拡大へ期待もあり営業体制を強化。
- ▶ ③1Qでは売上微減となるものの収益性は改善、連携メディア・広告主は着実増。好実績・事例の蓄積もあり、今後は直販に加えて、代理店との連携も視野に。チャネルの多角化でスケールを目指す。

①音楽データサービスについて

人のキモチをつなぐ

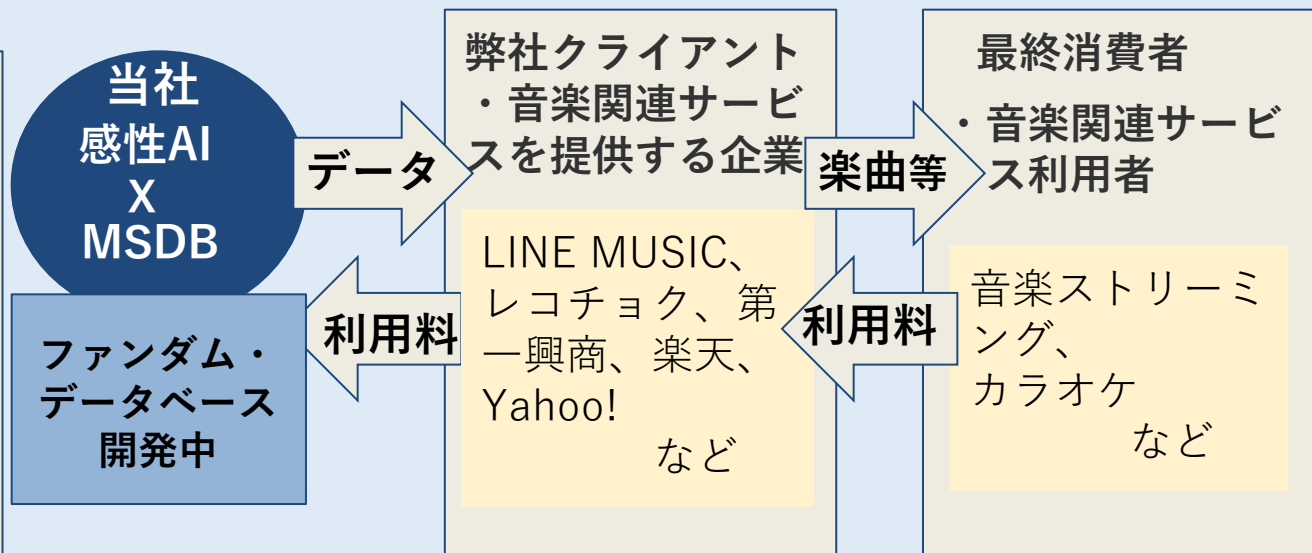


当社データサービスの特徴

～国内最大級の統合音楽データベース～
・独自のレコメンドエンジンを開発し、LINE MUSIC、楽天ミュージック、dヒッツへ提供

強み：

- ①ストック性の高い事業（月額利用料モデル）
- ②1曲を感性メタデータ含め2,000項目に分類
- ③日本人アーティスト・楽曲（JPOP）に強み
大手海外プラットフォームに対し優位性



1Q進捗について

- ・インディーズ音楽向けや次世代カラオケなど当社独自のデータ提供など時流・顧客ニーズに合わせた案件が進捗
- ・ファンダム市場の拡大は音楽・映像とすべてのメディアが地続きで統合し「共感」と「消費」で市場が産まれることや、エンターテインメント業界において標準データの効率運用の必要性から今後は**業界横断的な複数社でのデータ連携の試験運用**を実施計画。

今後の取組について

- ・日本のIPにおけるファンダム市場の拡大は海外でも顕著であることから**海外展開に向けた営業体制強化**及び提携先の検討を随時進める

②映像データサービスについて

人のキモチをつなぐ

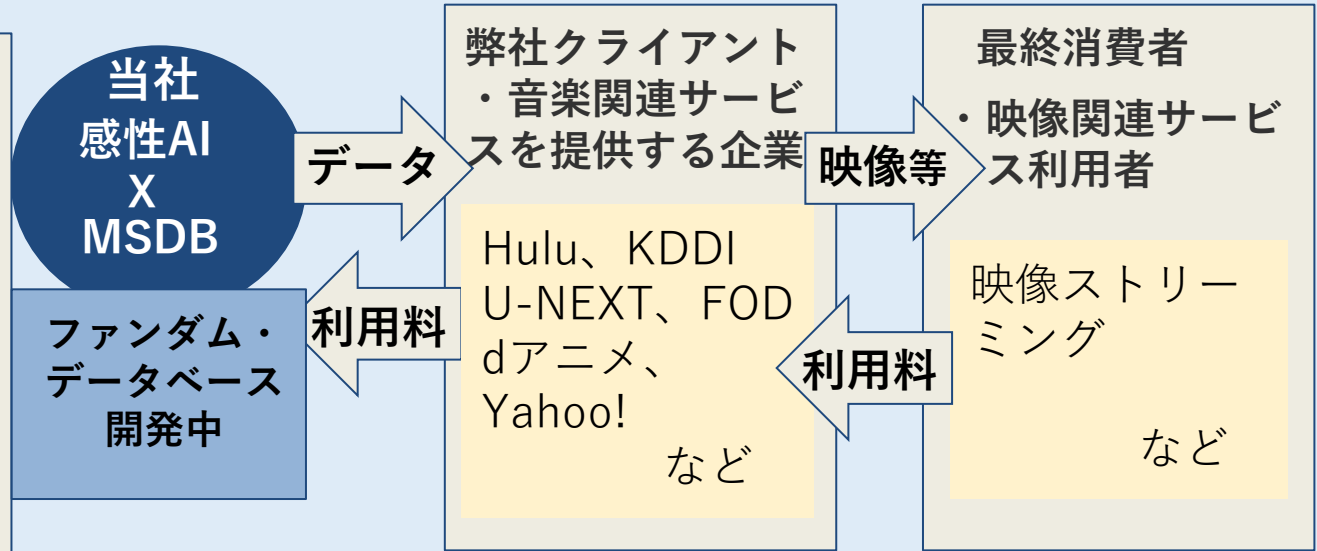


当社データサービスの特徴

～国内最大級の統合映像データベース～
独自のデータをHulu、FOD、dアニメ、U-NEXT、KDDI、Yahoo!等へ提供

強み：

- ①ストック性の高い事業（月額利用料モデル）
- ②広域エリアを網羅（アニメ、ドラマ、映画、バラエティ、放送まで）
- ③コミックや音楽など他メディアとの連携も可能、企業のメディアミックス戦略に貢献



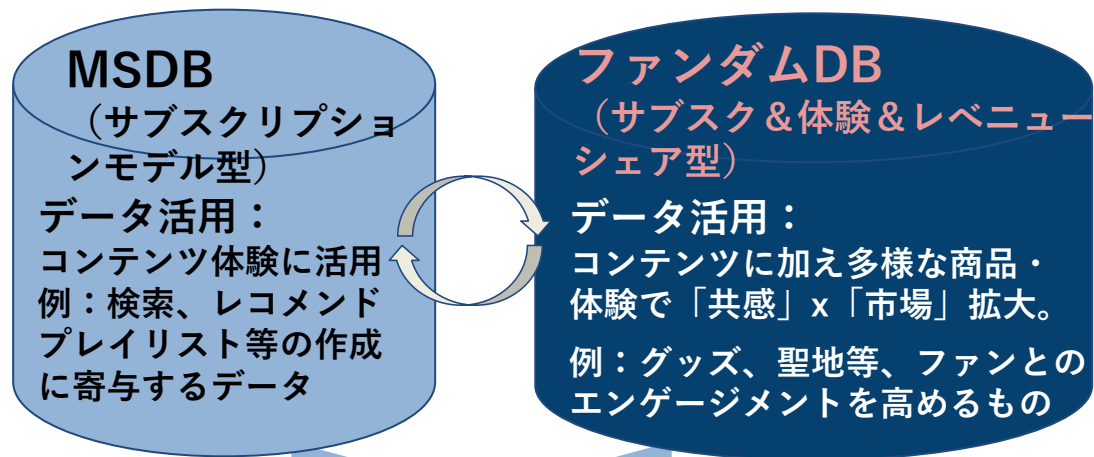
1Q進捗について

- ・ファンダム、推し活市場の拡大に伴うニーズを取り込むべく、当社の感性AI及びMSDBとシナジー効果を発揮可能なデータベースの開発に向けた体制強化進む。
- ・具体的にはキャラクター、聖地、グッズ等、ファンダム市場で重要視されているデータを収集。これまでの「サブスク型」から「サブスク&体験&レベニューシェア型」の事業モデルへの転換も目指す

今後の取組について

- ・「サブスク&体験&レベニューシェア型」の事業モデルへの転換目指した開発・営業体制の強化に向けた準備及び顧客ニーズの発掘進む。

当社のMSDBとファンダムDBを活用したサービス開発への取組強化

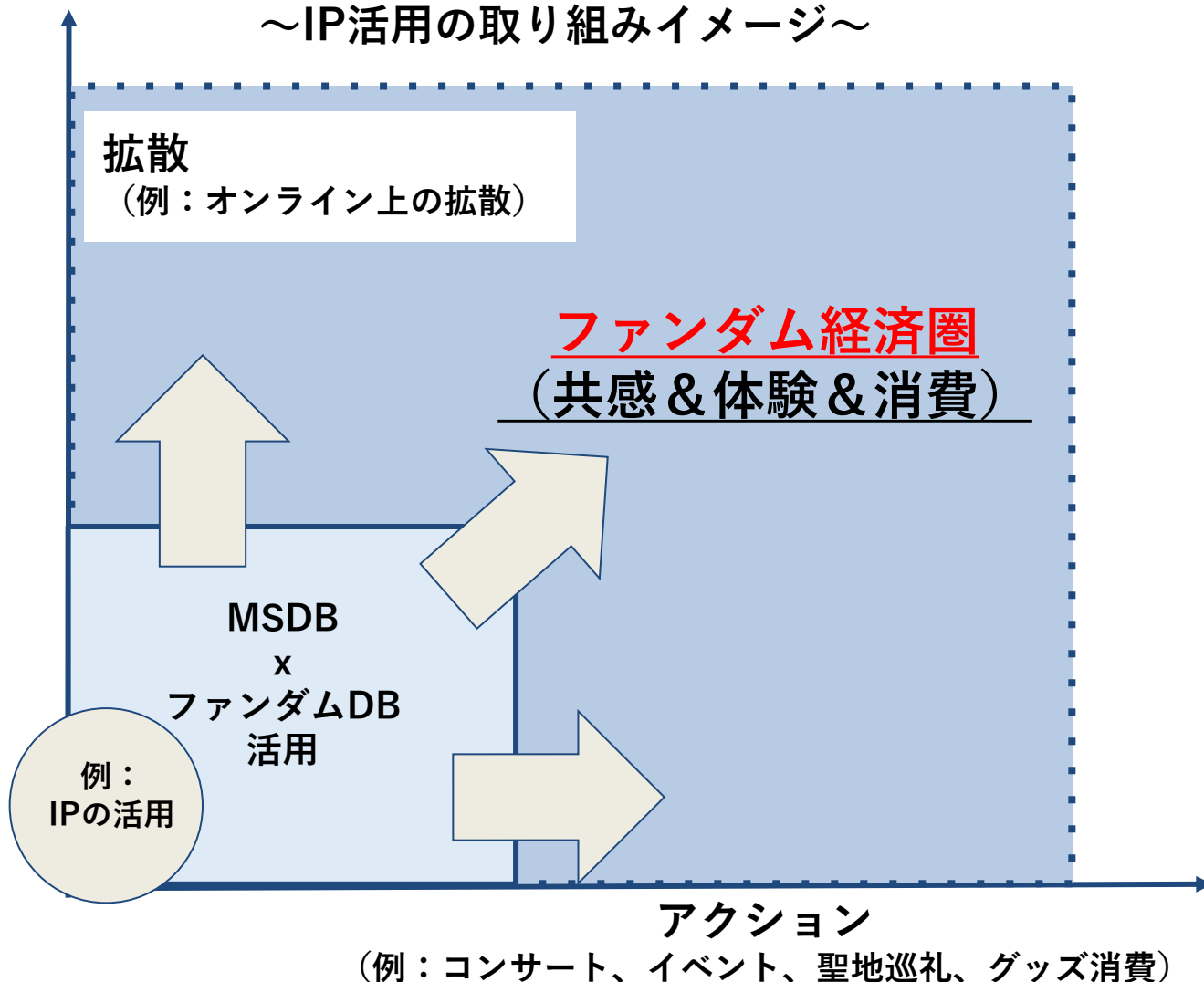


新たなデータサービスの提供

既存顧客：アップセル、クロスセル
新規顧客：IPホルダー、メーカー、小売など顧客の裾野の拡大を計画

開発に加えて、営業体制を強化計画

～IP活用の取り組みイメージ～



当社データサービスの特徴

～感性AIを活用した新インターネット広告～
エンタメ領域で培った独自の感性AIを活用し
”感情にターゲティング”する広告モデル

強み：

- ①直接販売モデル：WEBメディアより調達した広告枠をクライアント（広告主）に提供
- ②広告・メディアの質にこだわりPMP型
独自のアドネットワークを構築
- ③業界内で独自のポジショニング

連携メディア
・ 広告枠提供企業

集英社、講談社
光文社
ハースト
婦人画報社、
CEメディアハウス
など

広告枠

利用料

当社
感性AI
X
MSDB

代理店との
協業も検討

広告枠

利用料

弊社クライアント
広告主：
ストーリー性高い商
品・サービスが特徴

三越伊勢丹、スタ
ージュエリー、サ
ザビーリーグ、星
野リゾート、
ネスレ日本、BMW
など

1Q進捗について

- ・これまでの取り組みを通じて時間軸が短い獲得型の広告サービスと異なり**将来的な見込み客やファンの獲得を目的とした活用**に強みがあることがデータで実証される。
- ・本事業では赤字であるものの、当社の**ブランディング及び事業の裾野拡大**に大きく貢献するものであり、営業体制の見直しを実施しながら拡販を目指す。

今後の取組について

- ・これまでの実績・好事例の蓄積を活用し、直販にとどまらず**代理店を通じた事業の拡大**を目指すなど
投資効率を意識した体制改善・強化を推進する

03. 独自の構造改革と新たな成長ストーリーについて 「IPデータテック・カンパニー」への進化へ

当社の「**構造改革**」は**コスト削減ではなく、従業員の創造性を最大化することを目指す**
結果的に生産性が上がり、売上向上とコスト削減が同時に進む。急速に黒字化に目途。

～2025年3月期

2026年3月期

既存事業の改善
(ストック売上向上)

新規事業育成
(Trig's 収益化)

IPデータテック・
カンパニーへの
取組 (開発・投資)

構造改革開始 (2025年3月期下期～)

各課題の抽出と対応について

- 1) 既存事業の変革
(ストック売上向上)
- 2) 育成事業 (Trig's等) の収益化
(フロービジネス拡大)
- 3) コスト最適・効率化

開発・投資
成長市場向けに開発
・エンタメDMP
・ファンダムDB

黒字化へ

収益基盤の改善
ストック売上拡大

成長基盤の拡大
成長市場へ進出
(ファンダム市場など)

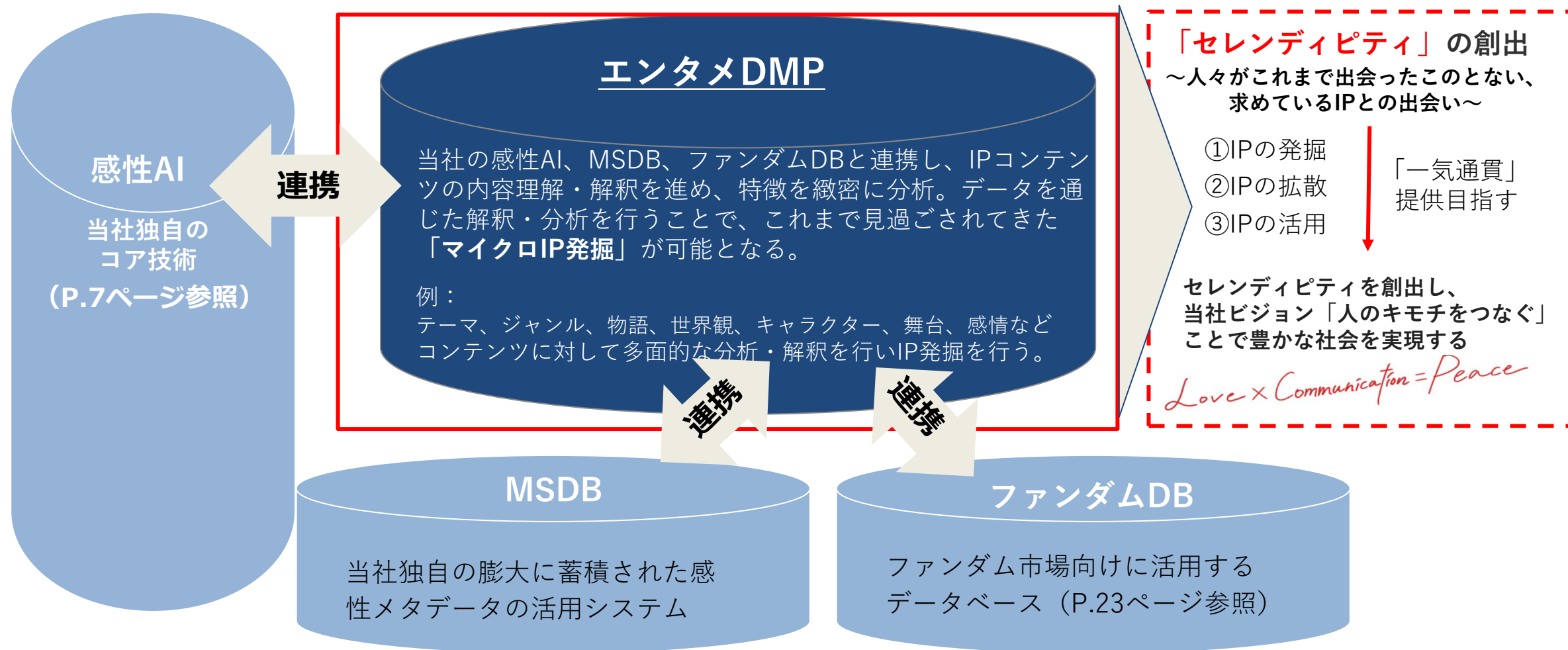
開発・投資
新たな収益拡大
(エンタメDMPなど)

IPデータ・テックカンパニーへの進化

	進捗	課題の抽出	課題解決への取組
既存事業の変革 (ストック売上向上)	目標：ストック売上 (継続ライセンス・運用費収入) 月額8,500万円以上 進捗率： 85%程度達成 (vs目標額)	①音楽データサービスでは 成果が出始めているものの 市場拡大のチャンスをまだ捉え きれていない ②音楽・映像ともに提案（新デ ータサービス・プロダクト）次 第で売上拡大は見込める。	① ニュー・リリース エンタメDMP、ファンダムDBなど 新たに開発。2025年12月を目処に 音楽・映像ともに新データサービ ス・プロダクト発表予定。 ② 営業体制強化 中途採用・既存社員の再配置
育成事業の収益化 (Trig'sの収益化)	目標： 2026年3月期で収益化 を行うべく事業推進 進捗率： 50% (vs目標)	①業界で一般的な短期獲得型 ネット広告との比較において優 位性がまだ十分に認知されてい ない ②中長期視座を持った顧客発 掘・連帯に時間がかかっている	① 販路拡大 実績・好事例を活用、直販に加えマ ーケティングサービス企業・広告代 理店通じ事業拡大。 ② 黒字化への事業推進 投下コストの最適化。
コスト最適・効率化 ※原価率は継続改善 ※インフラ費用は非開示	目標&進捗： ・原価率：55%(YoY-2%) ・インフラ費：67% (vs目標) ・販管費：目標達成 (2024年9月比 500万円/月 の削減に成功)	①原価率は品質と生産性向上の 両立を図るべく適宜最適化を実 施 ②インフラ費用については削減 新たなアーキテクチャー必要と 認識	①課題解決オペレーションの改善 課題リスト化・解決行動の徹底 ② 多部署横ぐし エンジニア・インフラチームが協 働、各種費用の全体最適化。

エンタメDMPの開発について

まだ世に出ていない・認知されていないIPの発掘やIPホルダー様、多様な業界の皆さまに当社独自のシステムと連携することで新たな価値を創出するエンタメに特化したデータマネジメントプラットフォーム（DMP）



2000年

2007年

2009年

2011年

2021年

2025年

エンターテインメントデータ/レコメンドエンジン 活用企業様（現在 51社様）

KDDI様、カルチュア・コンビニエンス・クラブ様、レコチョク様、LINE MUSIC様、Yahoo!様、ドコモ（dアニメ）様、HJホールディングス様（Hulu）、フジテレビジョン様（FOD）、集英社様、ハースト婦人画報社様 他、2025年6月現在、51社のメディア・エンターテインメント企業様にてご活用中。今後も本分野専門企業として開拓とアップセルを推進。

音楽DB
開発

映像DB
開発

クロスメディア
DB開発

人物DB
開発

感性マーケティング
エンジン開発

エンタメDMP
開発

今後展開予定

IPの発掘

IPの拡散

IPの活用

ソケットの強みである独自のメディアサービス
データベース（MSDB）

感性AI

【2000年創業 設立趣旨】

- ・気持ちをつなぐ
- ・技術とサービスをつなぐ
- ・音楽、映像クリエイターと市場をつなぐ
- ・あらゆるデバイスをつなぐ
- ・世界をつなぐ

■ 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 社会のPEACE&LOVEに寄与し100年後の社会でも必要な会社である

■ 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、サービサーの想い・
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、サービサー、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。

私達の想い（図）



（※上図参照）

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

63名（2025年3月末時点）

所在地

東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー
36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  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

東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー36階

窓口：コーポレート プランニング室

E-mail：ir@sockets.co.jp