
2022年3月期 第1四半期 決算説明資料

2021 / 8 / 5 (木)

売上・利益とも、期初計画通りに推移

音楽・映像分野を中心としたエンターテインメント向けデータサービスは
堅調に推移

感性メタデータ活用先の非エンターテインメント分野（美容・ファッション・
食・旅行等）の新規開拓に時間が掛かっているものの兆しが見える

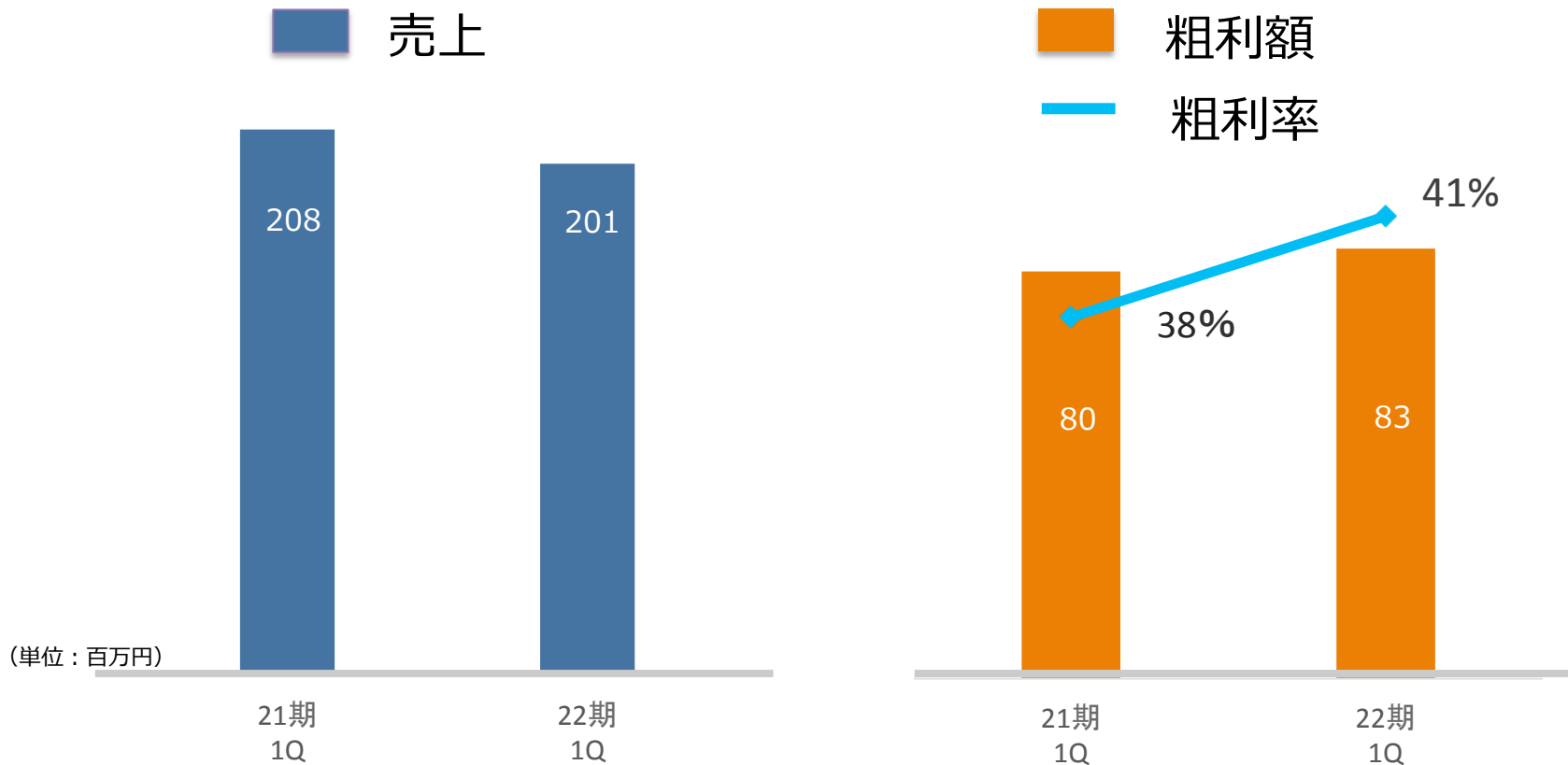
データライセンス事業の広がりおよび生産性改善による粗利率の上昇

✓ 売上、利益ともに期初計画通り

(単位：百万円)

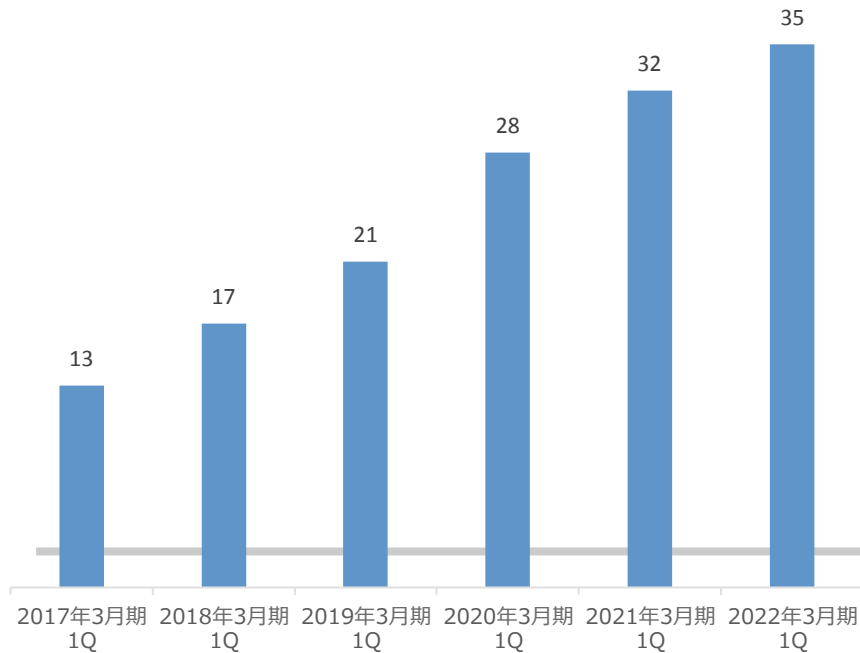
	前期 第1四半期	当期 第1四半期	
売上高	208	201	◇ 一部案件が月ズレしたが、 期初予算通り、運用事業は減少
原価	128	118	◇ 運用効率化による 原価率低減
粗利益	80	83	
粗利率	38%	41%	◇ ライセンス収益の増加および 効率化により粗利率の向上
販売管理費	122	120	◇ 先行投資（データ・技術開発など） 前期並 広告関連事業は第2四半期以降 費用計上予定
営業利益	△41	△ 37	◇ 営業利益は前四半期比でプラス

- ✓ 前四半期比で粗利率、粗利額は増加
- ✓ 2022年3月（単月）時点で、粗利率50%を目指す



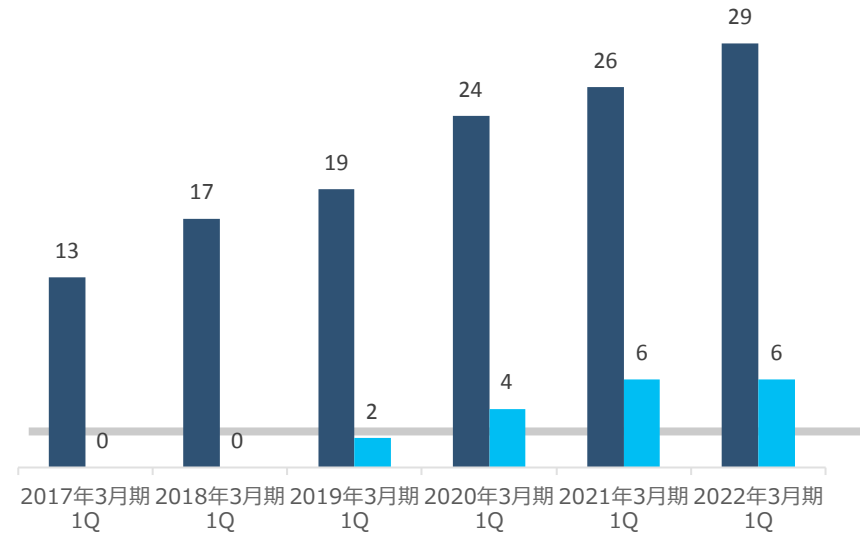
- ✓ ライセンス提供数、全体は増加傾向
- ✓ 感性メタデータ活用先の新規開拓に当初想定より時間が掛かり課題感あるものの兆しが見えはじめる

ライセンス提供数



〈内訳〉

- エンターテイメント
- 非エンターテイメント



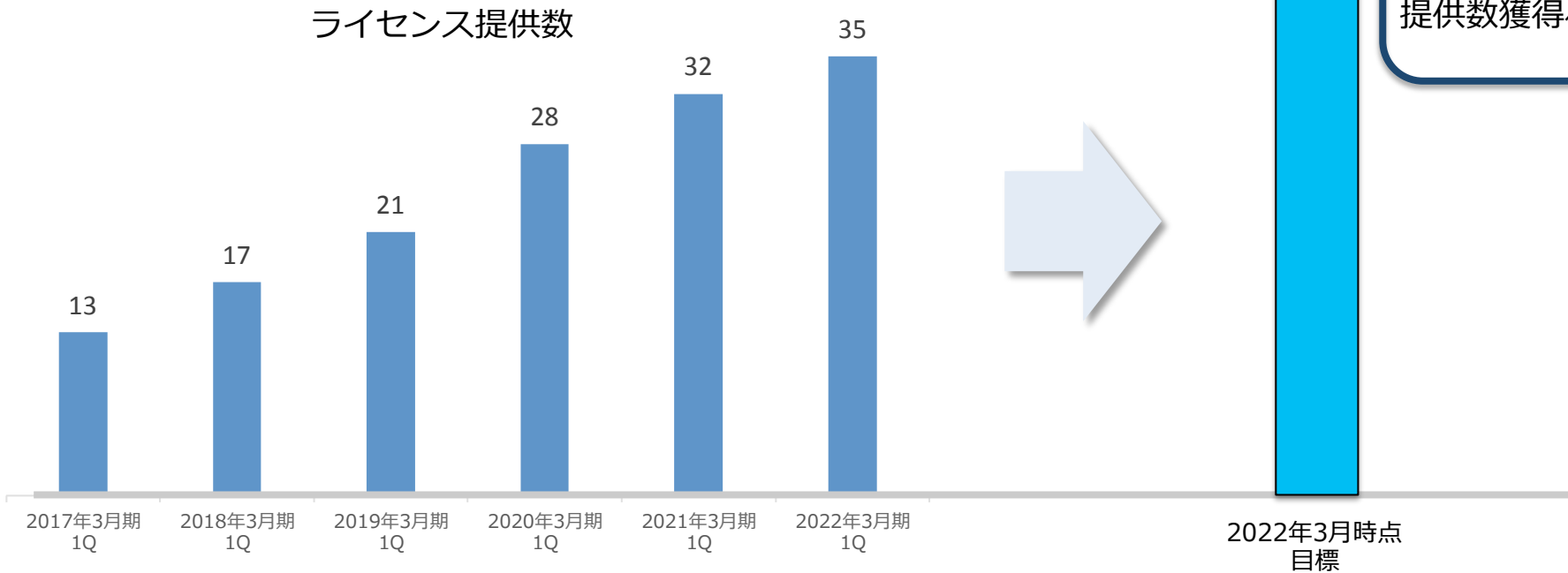
(単位：件数)

✓ ライセンス取引先数 65ライセンスに向けて

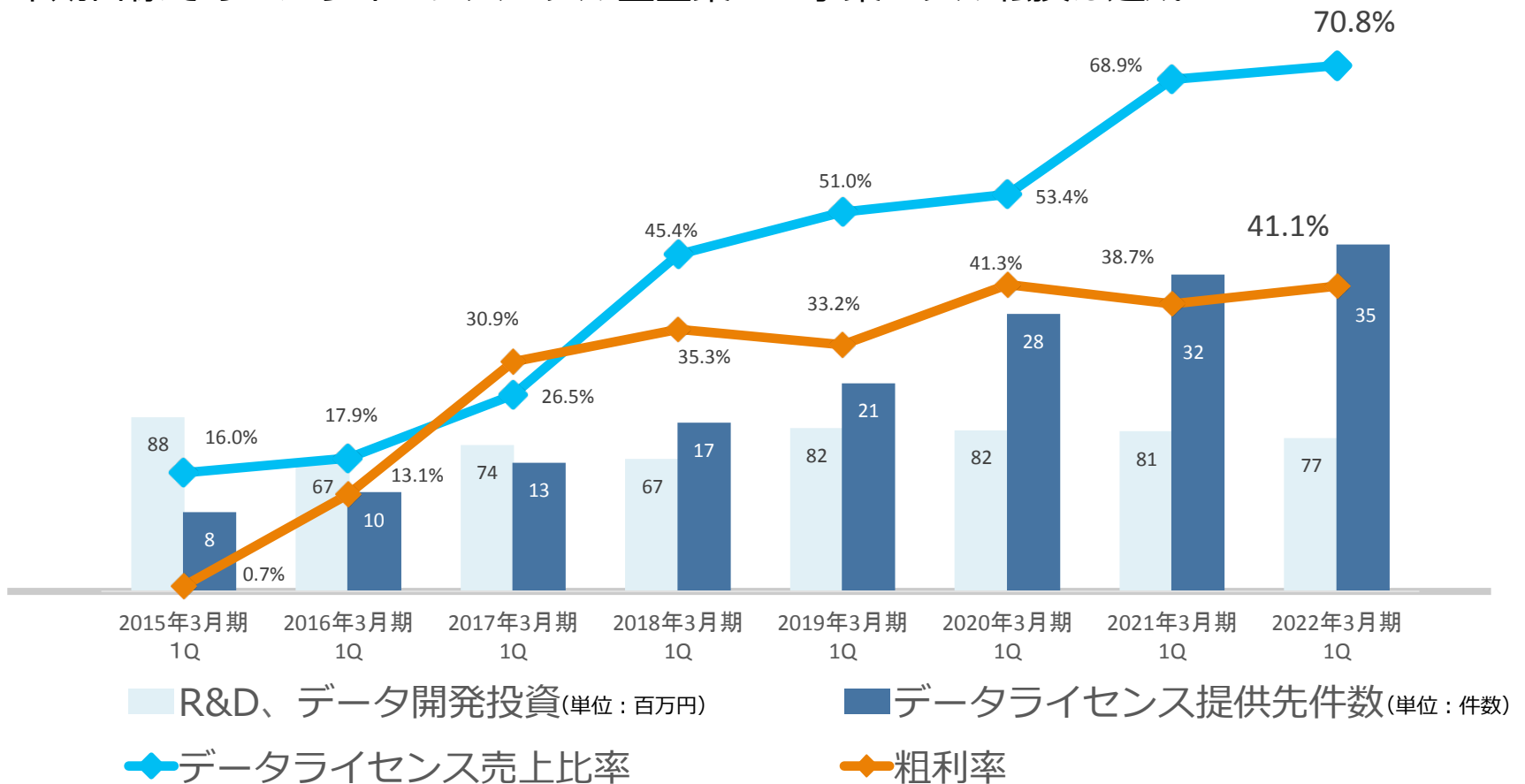
今期に入り具体的な進捗は出てきているものの
エンターテイメント・非エンターテイメント向けのいづれも提供方法・提供価格・提供業種業態・営業方法・
ビジネスモデルなどより多様化の必要性がある

65
ライセンス

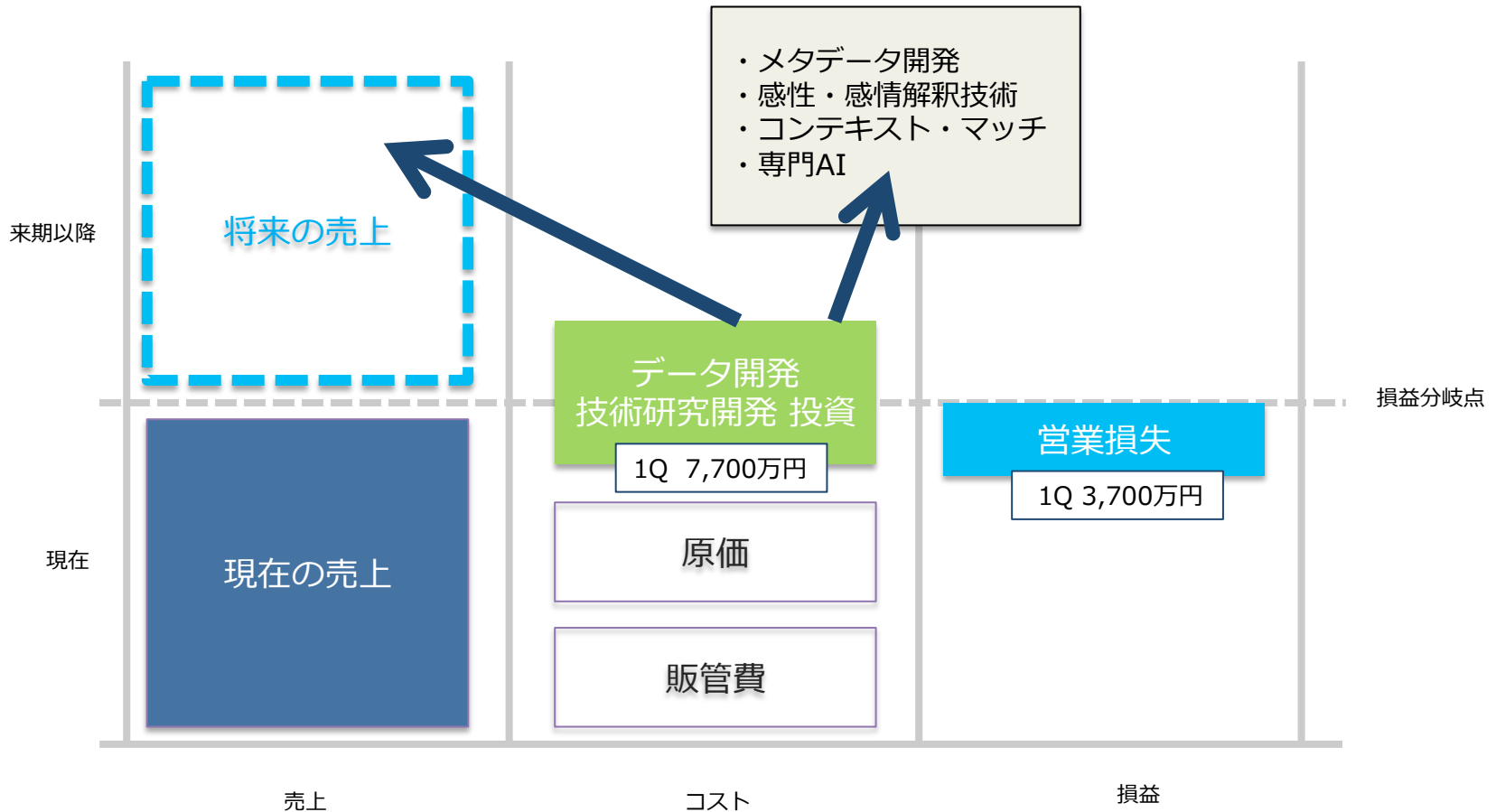
既存事業
+
新規事業の
立ち上がりで
提供数獲得へ



- ✓ データ・ライセンス事業拡大および生産性効率化による粗利率の向上
- ✓ 過去8ヶ年 継続した研究開発・データ開発の投資を実施
- ✓ 中期目標であったライセンスモデル型企业への事業モデル転換は達成

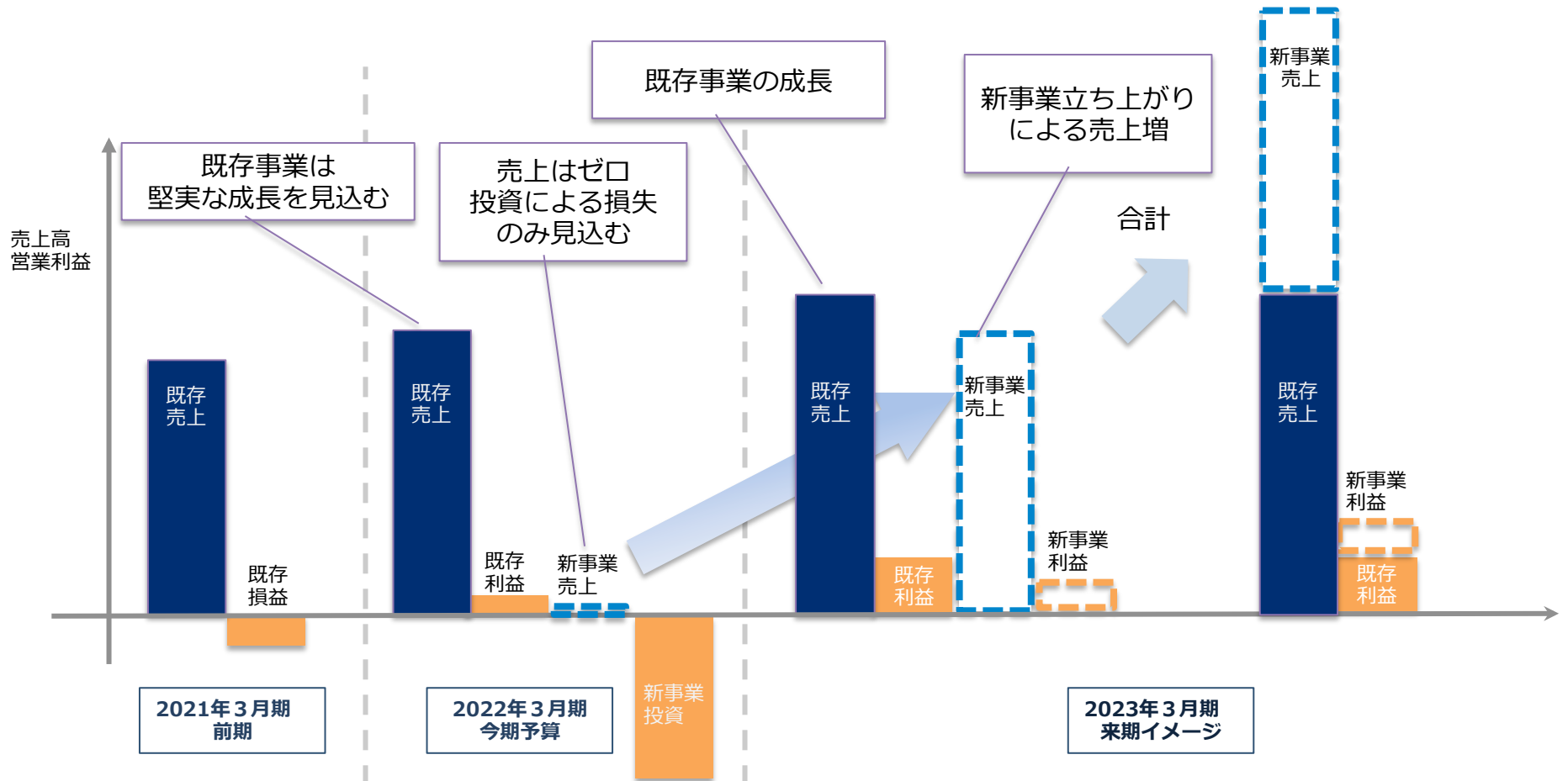


✓ 先行的な技術研究開発、データ投資を継続し、来期以降の売上・利益成果に



今期～2年計画における展開

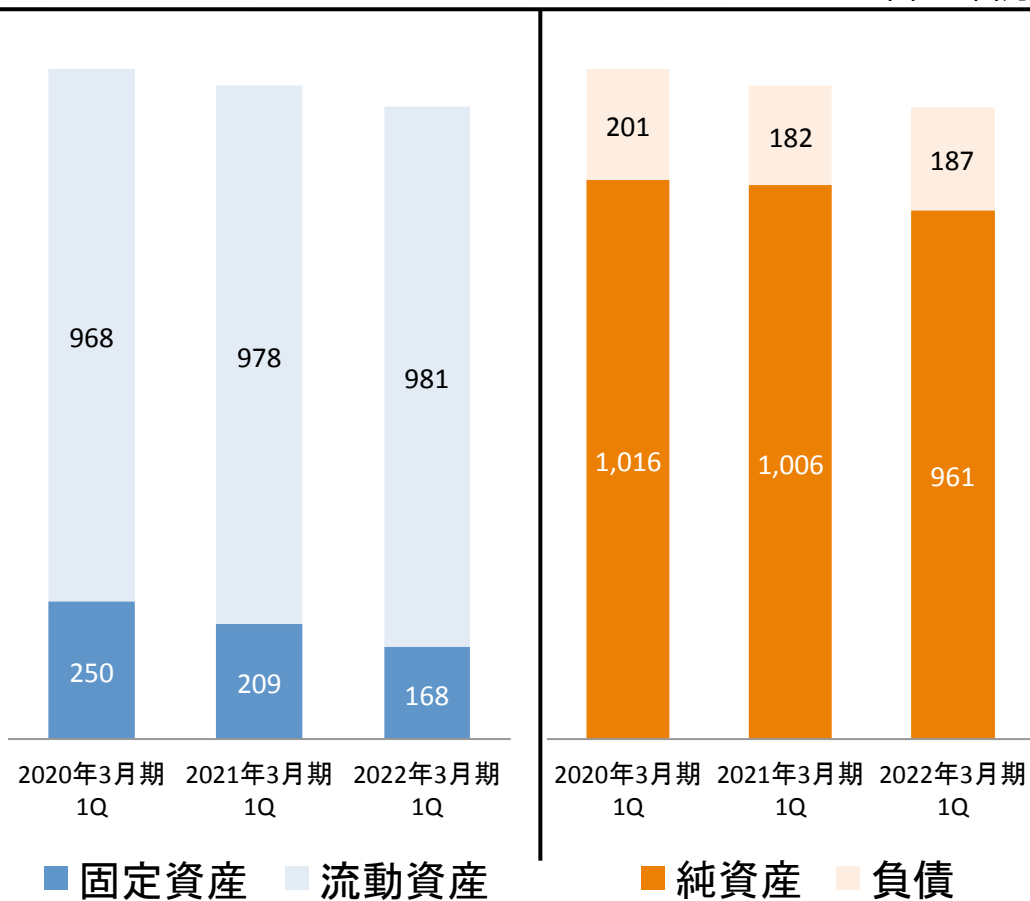
- ✓ 今期、既存事業はライセンス増加、開発・運用系減少にてトータル横ばい傾向
- ✓ 今期、新事業の売上は見込まず投資・立ち上げに集中
- ✓ 来期、新事業の本格展開、既存事業の成長と合わせ前期比1.8倍を目指す



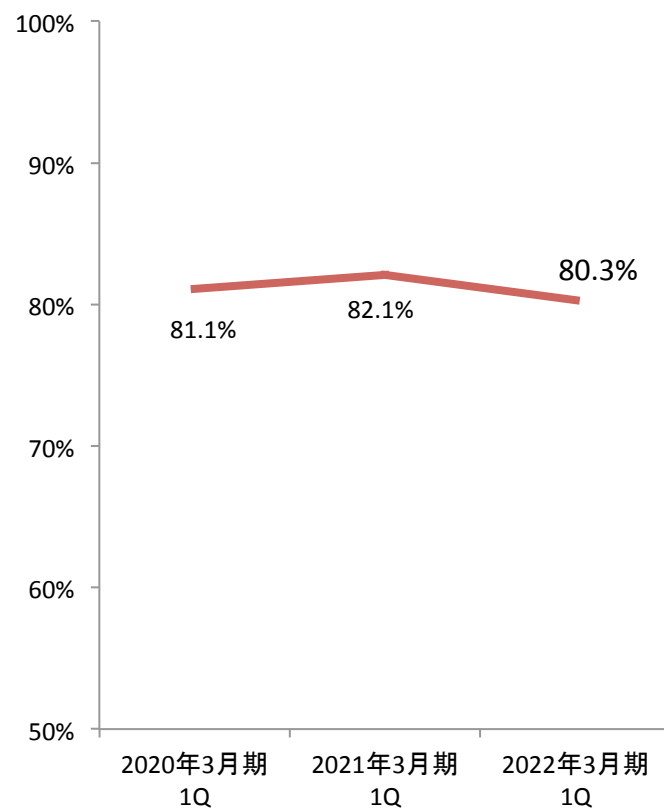
- ✓ 無借金、自己資本比率80.3%
- ✓ 財務バランスを活用した機動的な企業提携を検討

BS推移

単位：百万円



自己資本比率



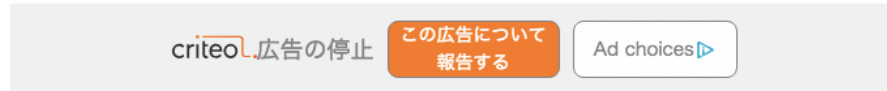
集英社に感性メタデータ提供開始

株式会社集英社が展開するインターネットメディア「HAPPY PLUS ONE(ハピプラワン)」に感性メタデータ付与サービスの提供を開始しました。

今後は、e コマースサイト「HAPPY PLUS STORE (ハッピープラスストア)」でも同様の取り組みを行い、マーケティング分析、商品提案などメタデータ活用の幅を広げていく予定です。



ソケットズ、集英社に感性メタデータ提供開始



[株式会社ソケットズ]

株式会社ソケットズ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：浦部 浩司、以下「ソケットズ」）は、株式会社集英社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：廣野 真一）が展開するインターネットメディア「HAPPY PLUS ONE(ハピプラワン)」

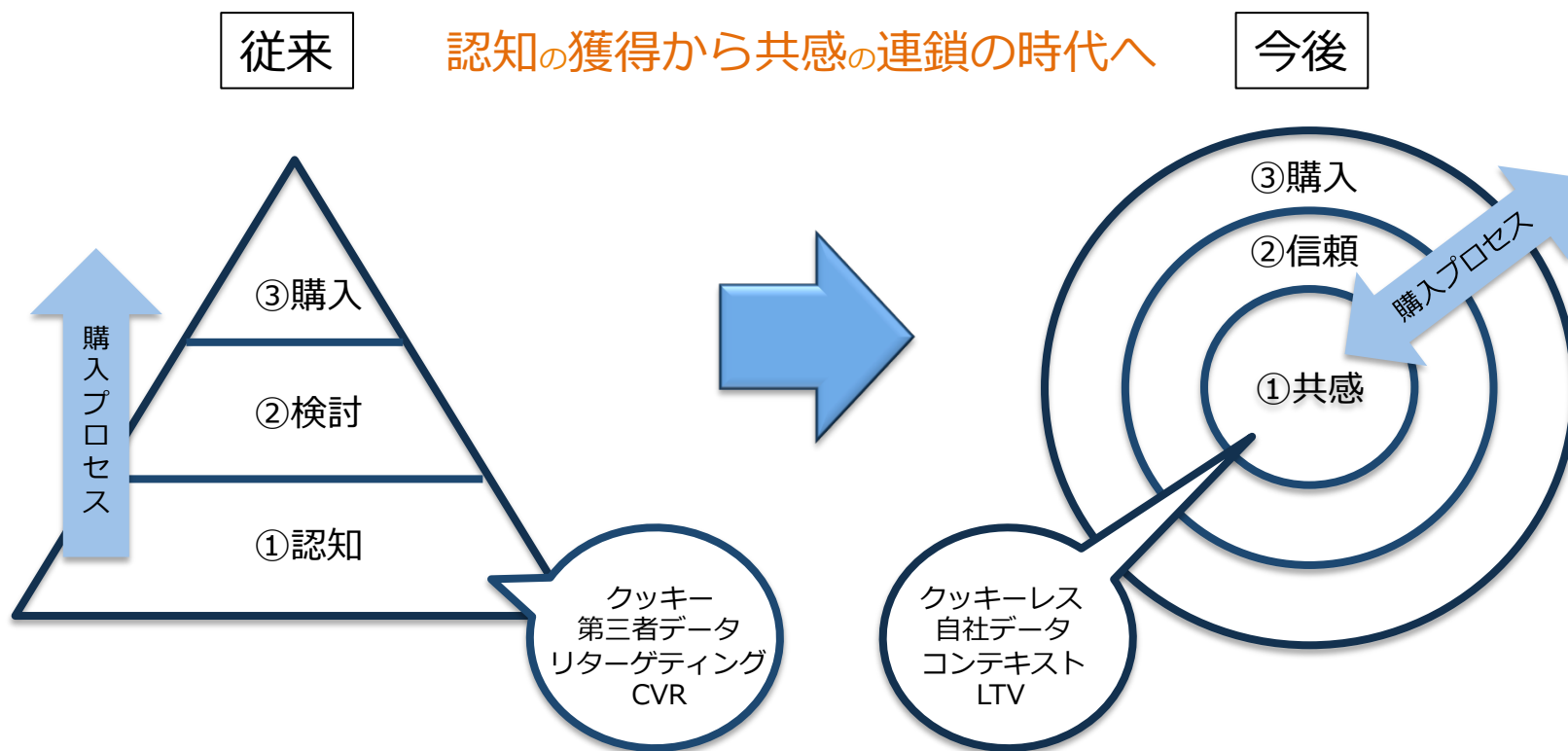
(<https://one.hpplus.jp/>) に感性メタデータ付与サービスの提供を開始しました。

本サービスは、ソケットズがこれまで音楽、映像等エンターテインメントで培った感性メタデータ開発・感性AI技術を用いて、美容、ファッション、食、飲料、旅、住などに関する特徴情報・感性情報をメタデータとしてメディア向けに付与するものです。



クッキーレス時代における 感性メタデータの活用について

大きく変化する企業と顧客とのデジタル・コミュニケーションのあり方



従来：広く認知を獲得し、そこから比較検討してもらい、購入へ（エンゲージメントは、一方通行・短期的傾向）
今後：狭くとも深い共感を生み、そこから信頼してもらい、購入へ（エンゲージメントは、双方向・長期的傾向）

当社独自の感性メタデータ活用し、共感をつなぎます

市場：

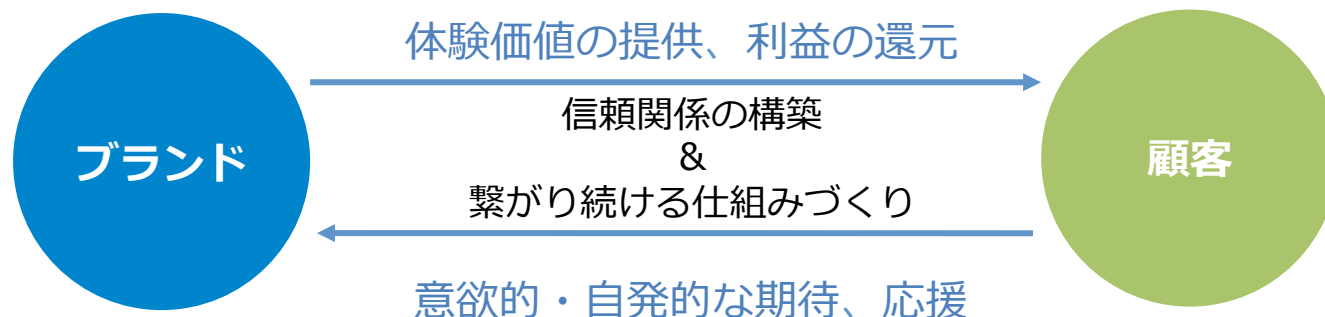
ポストCookie時代に向けた、マーケティング手法の変化と直近の潮流

1. 自社データ 1st party データ の拡充
2. ユーザーの同意を明示的に得る 0 (Zero) party データ の収集・活用
3. コンテキスト広告の活用
4. リターゲティング (追跡)からシンパシー (共感) へ

企業：

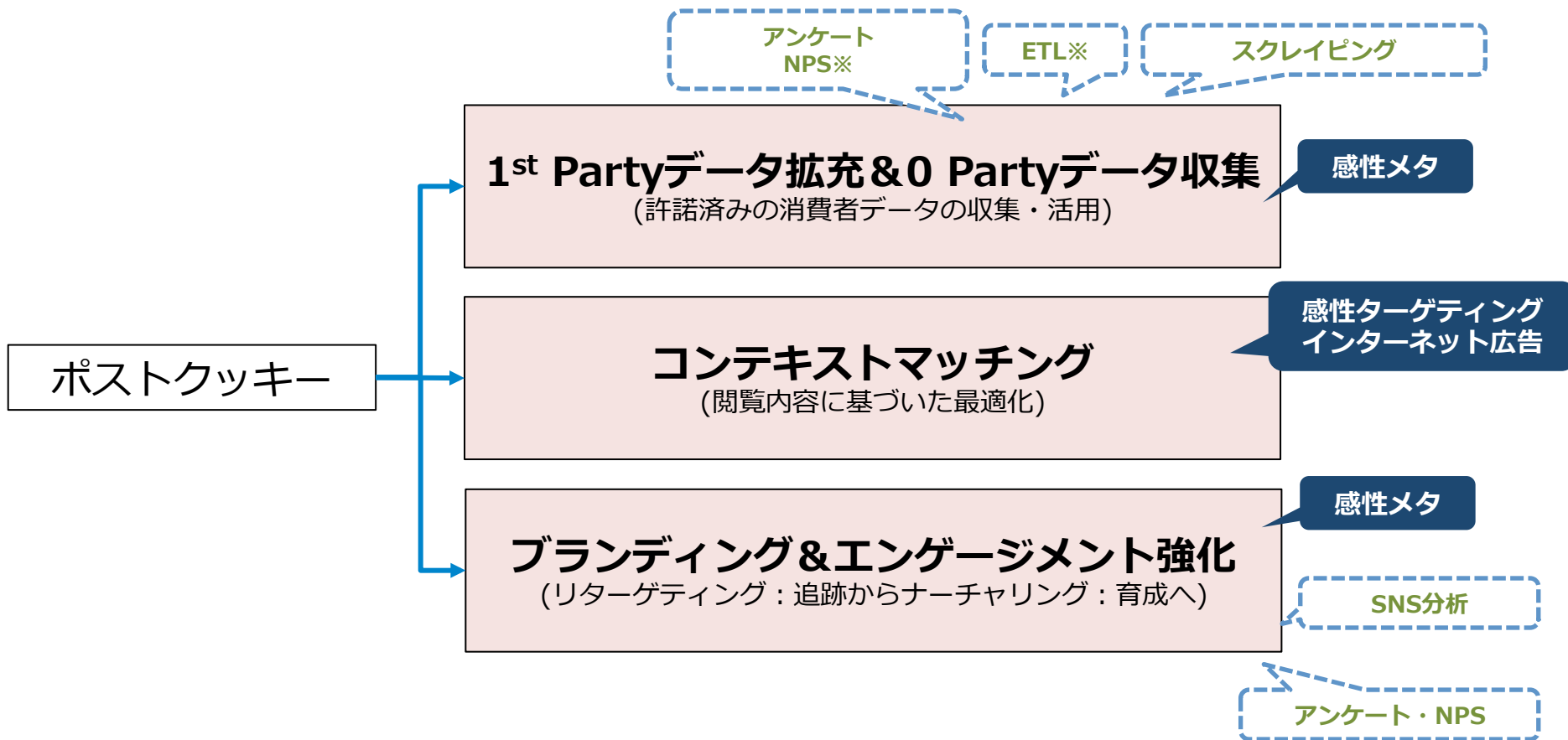
データ個人主権に向けて、顧客との向き合い方の転換

1. 自社コミュニティ・経済圏の構築・増強
2. 顧客とのエンゲージメント強化
3. 共感や信頼関係に基づくロイヤリティユーザーの創出・醸成



クッキーレス時代の当社の事業機会

当社ならではの感性メタデータで、エンゲージメントをアップデートします



NPS※ : ネットプロモータースコア

ETL※ : データ抽出~変換~書き出しプロセス

当社独自の感性メタデータ開発の強み

エンターテイメントで培った人間の感性をデータで解析する技術を活用

膨大なエンターテイ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2千万も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・体系化を実現します

エンターテイメント・データサービス提供先（敬称略・順不同）：

LINE MUSIC株式会社、株式会社レコチョク、HJホールディングス株式会社（サービス名「Hulu」）、
楽天グループ株式会社、JCOM株式会社、株式会社NTTドコモ（サービス名「dTV」）、株式会社サイバーエージェント
（サービス名「ABEMA」）、TELASA株式会社、ヤフー株式会社

感性因子

2,000万
以上



エンタメDB利用者数

1,000万
UU/月間



4つの消費者データタイプ

推測データ

観測データ

自己申告データ

3rd partyデータ

第三者機関が収集

ex. 推定職業、
推定世帯所得

ex. モバイルデバイスID
好みの傾向

ex. ソーシャルメディア
ページのライク

Cookie規制
により
今後の活用
が限定的に

2nd Partyデータ

他社が収集

ex. 製品/カテゴリ別
購入傾向

ex. Cookieデータ
パートナーデータ

ex. 自己申告の世帯収入、
居住地

1st Partyデータ

自社が収集

ex. クロスデバイスの
IDマッチング

ex. 購入履歴
Web行動履歴

ex. 誕生日
メールアドレス

自社データ
最大活用
自社経済圏・
コミュニティ
生成

0 Partyデータ

消費者の意図で提供

嗜好性
興味・関心

ライフスタイル
感情・心理情報

当社事業機会

当社事業機会

データ価値

氏名/住所
カード番号

診断

アンケート
インセンティブなし

接客質問
ヒアリング

投票・クイズ
インセンティブなし

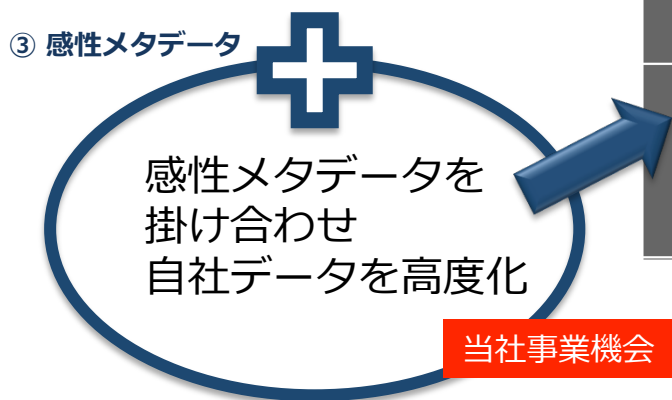
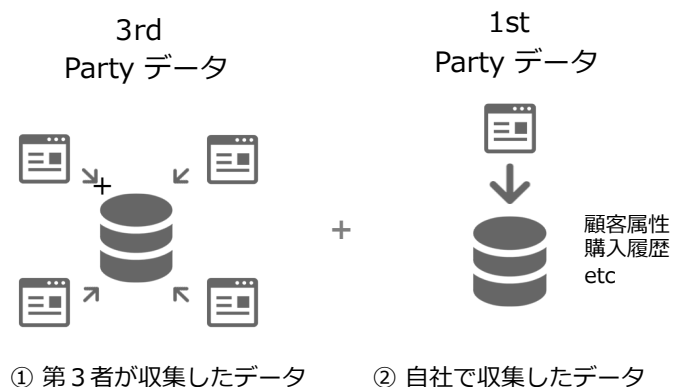
アンケート
インセンティブあり

投票・クイズ
インセンティブあり

提供ハードル

一部企業ではすでに、クイズやキャンペーンなどの提供ハードルを
下げた形態での 0 Partyデータ収集の取り組みが展開されている

1 ファーストパーティデータの価値向上



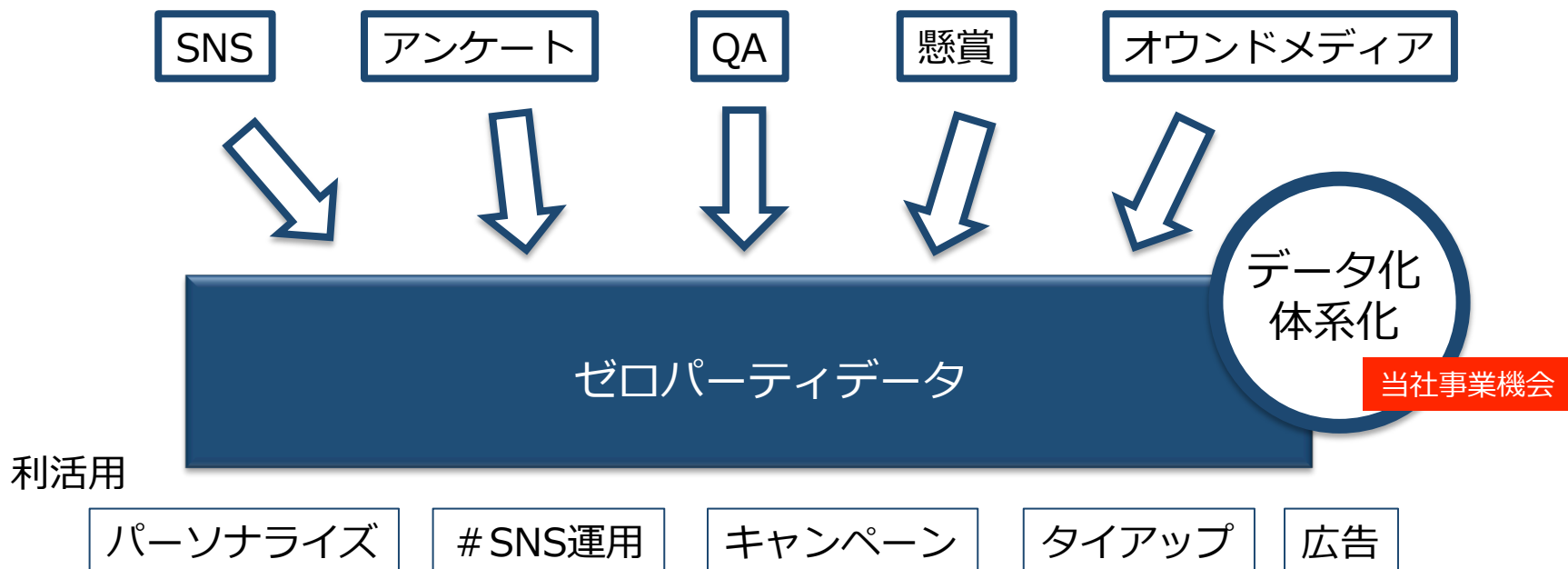
フェーズ	認知	リサーチ	比較検討	購入	購入後
行動	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗で知る ・テレビで知る ・雑誌で知る ・友人からの情報 	<ul style="list-style-type: none"> ・他ブランドを検索 ・口コミ ・レビュー ・コーディネート 	<ul style="list-style-type: none"> ・試着 ・他ブランドと比較 ・他店舗と比較 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗で購入 ・ネットで購入 	<ul style="list-style-type: none"> ・レビュー ・SNSで共有 ・クーポンGET
タッチポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗 ・テレビCM ・雑誌 ・SNS 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗 ・ECサイト ・メディア ・PCサイト ・スマホサイト 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗 ・比較サイト ・検索サイト 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗 ・専門店 ・量販店 	<ul style="list-style-type: none"> ・レビューサイト ・SNS
感性	<p>Upgrade !</p> <ul style="list-style-type: none"> ・なぜ… ・なにを… ・どんな気持ちで… ・なにを重視して… ・どんな風に… ・その後は… 				

2

ゼロパーティデータの収集・活用

ゼロパーティデータ

企業がユーザーと直接的なコミュニケーションで獲得するユーザーの嗜好性



2 ゼロパーティデータの最大活用

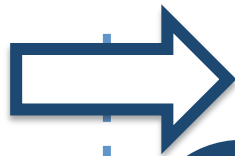
従来



サードパーティデータ

女性
OL
丸の内界限
料理好き

Webの行動履歴
クッキー
過去に買ったもの
過去に探したもの
過去に読んだ記事
...



今後

ゼロ
パーティ
データ

行ってみたい場所
好きな食べ物
最近のマイブーム
あこがれる芸能人
得意な料理
家族との関係
得意なスポーツ
週末のこだわり
...

ファースト
パーティ
データ



年齢
性別
職業
住所
購入履歴
購入頻度

DMP

当社事業機会

自社の顧客を独自にターゲティングし
きめ細かいコミュニケーション

パーソナライズ

#SNS運用

キャンペーン

タイアップ

広告

感性メタ
データ×
活用技術

気ままにカジュアル

洗いざらしなわたし

しなやかに遅しく

たまにはやんちゃに

好奇心溢れる日々

社会に役に立つ

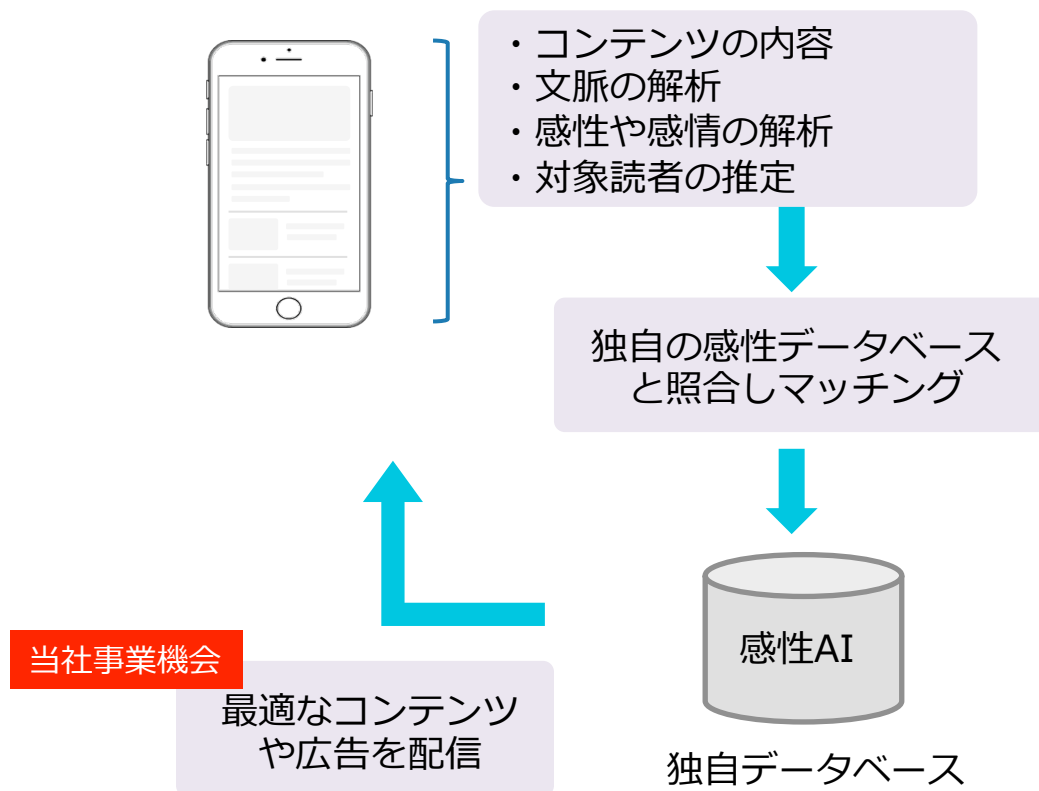
毎日一生懸命

優しく知的的に

....

3 クッキーレス / コンテキスト・ターゲティング広告

ユーザーが閲覧している情報の**文脈（コンテキスト）**のみならず**感性・感情を読み取り**
感性メタデータを活用し解析することで、その**情報に接している読者のモーメント（瞬間）**
の感覚にマッチする記事や広告をクッキーレスで提案 ※特許出願中



3 クッキーレス / コンテキスト・ターゲティング広告



2021年 秋
オープンβへ

事業展開

1 エンターテインメント・データサービス
～国内有数の専門データサービス

- ・音楽データサービス
- ・映像データサービス
- ・書籍データサービス
- ・人物データサービス

～
現在

2 非エンターテインメント・データサービス
～美容・ファッション・食・旅行・暮らし全般

感性メタ生成

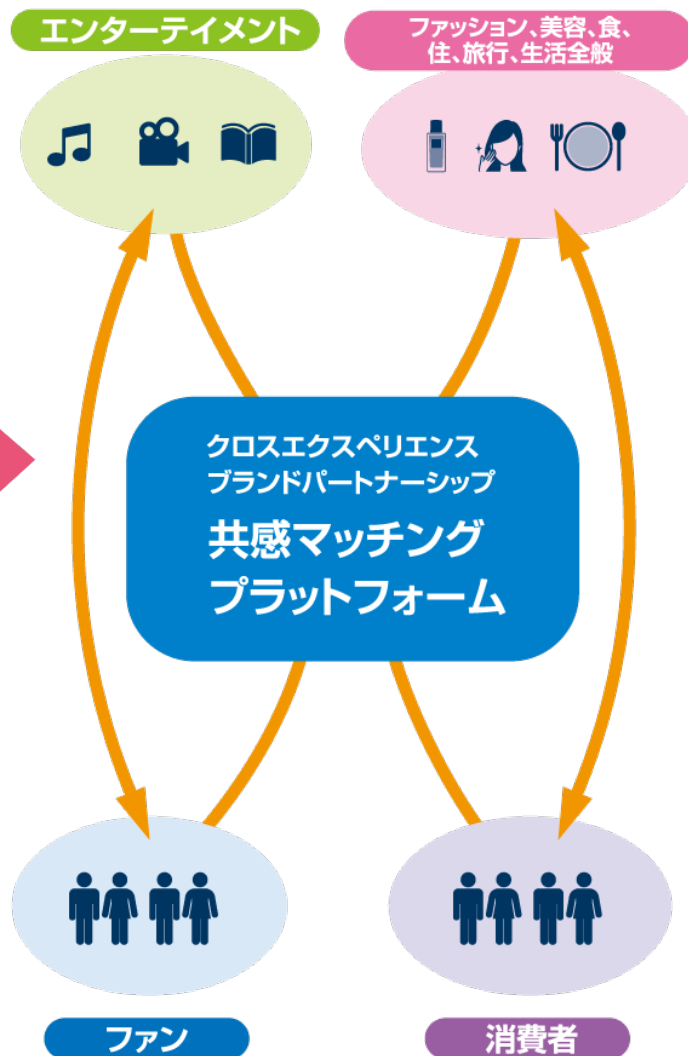
- ・ファーストパーティデータ付加価値化サービス
- ・ゼロパーティデータ活用サービス

前期
～

3 インターネット広告サービス
～文脈・感性・感情を解釈する新しい広告サービス
クッキーレスに対応

クッキーレス・感性ターゲティング広告

当期
～



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

Tel : 03-5785-5518 Fax : 03-5785-5517

E-mail : ir@sockets.co.jp