

2025年3月期 第1四半期 決算説明資料

- ・ 第1四半期決算
- ・ エンターテインメント特化型データマネジメントの未来
- ・ 感性マーケティング最新状況

株式会社ソケットツ (スタンダード市場：3634)

2024.8.8

1.	2025年3月期第1四半期決算概況	P. 3～
2.	エンターテインメント特化型データマネジメントの未来	P.28～
3.	感性マーケティング最新状況	P.33～
Appendix	会社概要	P.40～

1. 2025年3月期第1四半期決算概況

- 1Qは若干出遅れたものの2Qにて計画通りにリカバリー
- 一方で、依然として4Q偏重であるリスクは変わっていない
- 感性ターゲティングサービス「Trig's」への投資額を増加、利益面での影響は大きい
- エンターテインメントデータサービスの着実な伸長とともに、今後の広告市場の成長分野であるPMP※市場を「Trig's」で開拓し、成長を加速させ通期予算の到達へ
- エンターテインメントデータサービスの新たな事業展開を今後発表へ

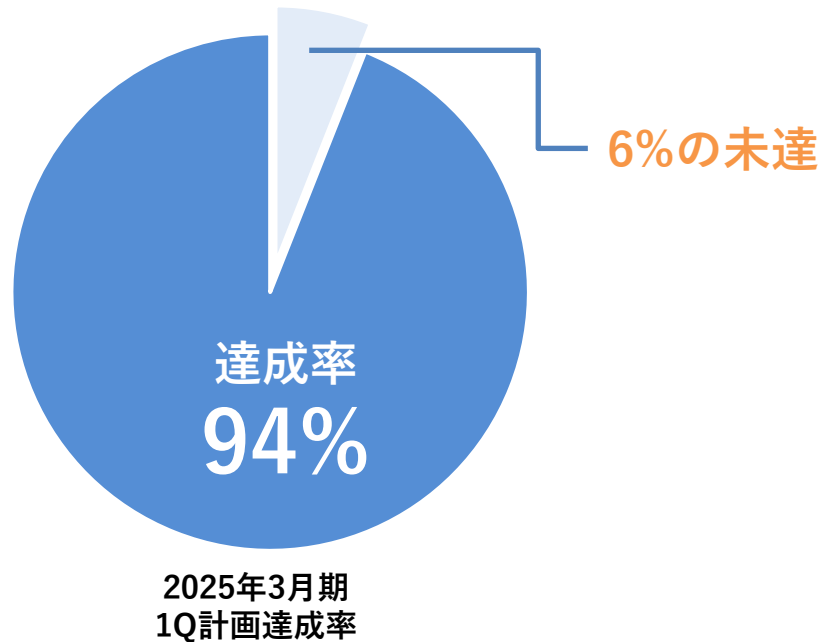
※PMP = Private Market Placeの略

インターネット広告の質が問われる時代になる中で、世界的には選別された質の高い広告媒体（PMP）に出稿する広告主が増えている。日本では一部のCTVを除きまだ小さな市場だが今後大きな成長の可能性がある

- 売上高はYoYでマイナスも第2四半期でリカバリーの見込み
- 売上総利益は売上計画の6%未達に加えてサーバー関連費用が増加
- 原価、販管費増加及び粗利率の低下は、感性ターゲティング広告Trig'sへの投資先行の影響が大きい

(単位：百万円)

	2023年3月期 第1四半期	2024年3月期 第1四半期	2025年3月期 第1四半期
売上高	212	243	232
原価	106	128	133
売上総利益	105	115	99
売上総利益率	50%	48%	43%
販売管理費	144	132	145
営業利益	▲38	▲16	▲46



差異要因と対策

■エンターテインメントデータサービス（音楽・映像）

（差異要因）

- ・第1四半期の計上を予定していた案件が7月計上となる

（対策）

- ・案件の確実な完了と上期計画を上回る案件の獲得
- ・バックアッププランの計画と早めの対策実行

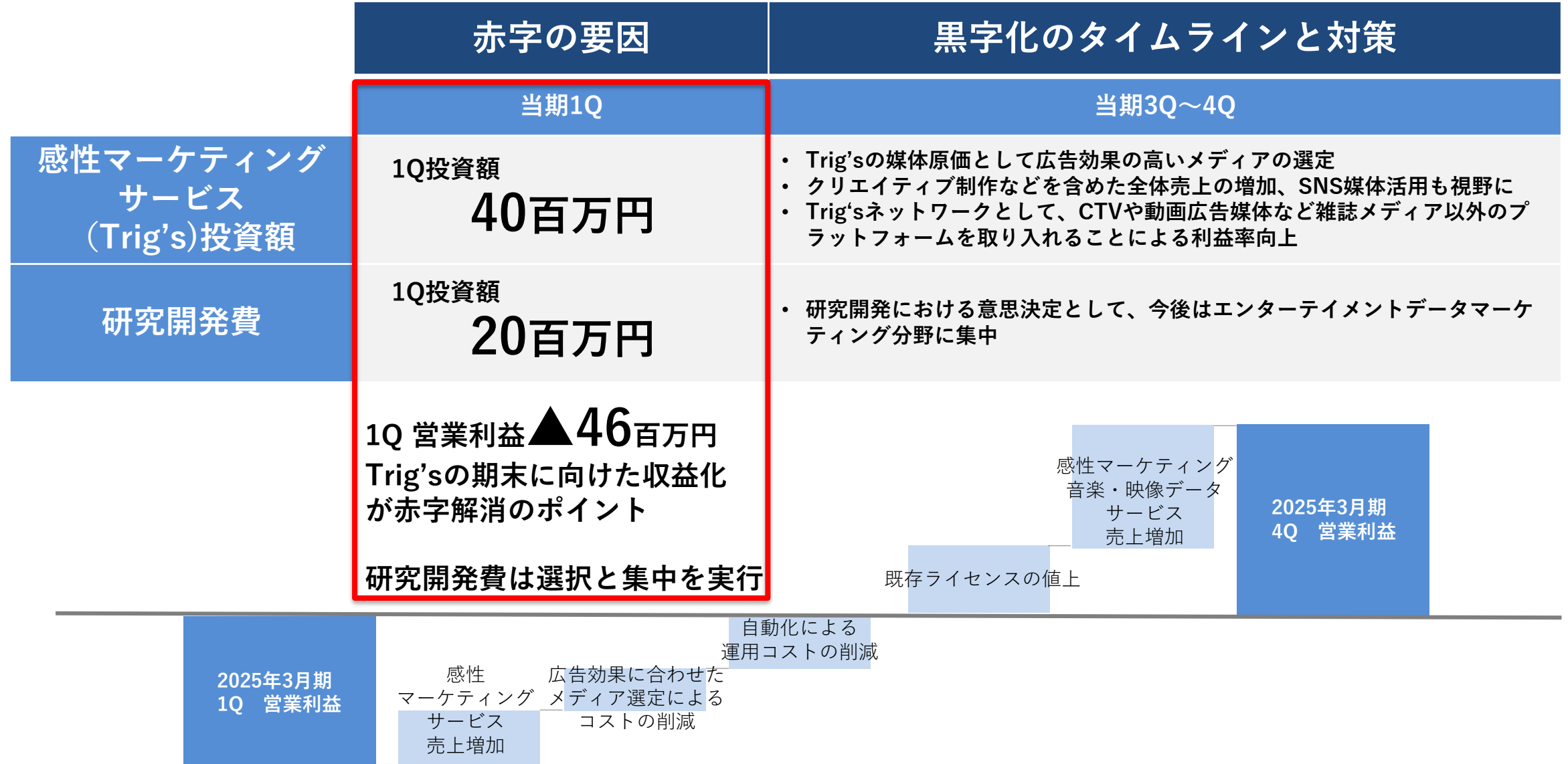
■感性マーケティングサービス

（差異要因）

- ・クライアントへの提案数は計画に届かず
- ・上記の要因として、即時的なプロモーション施策に組み込むことへのハードルが高く、第1四半期の予算確保に至らず

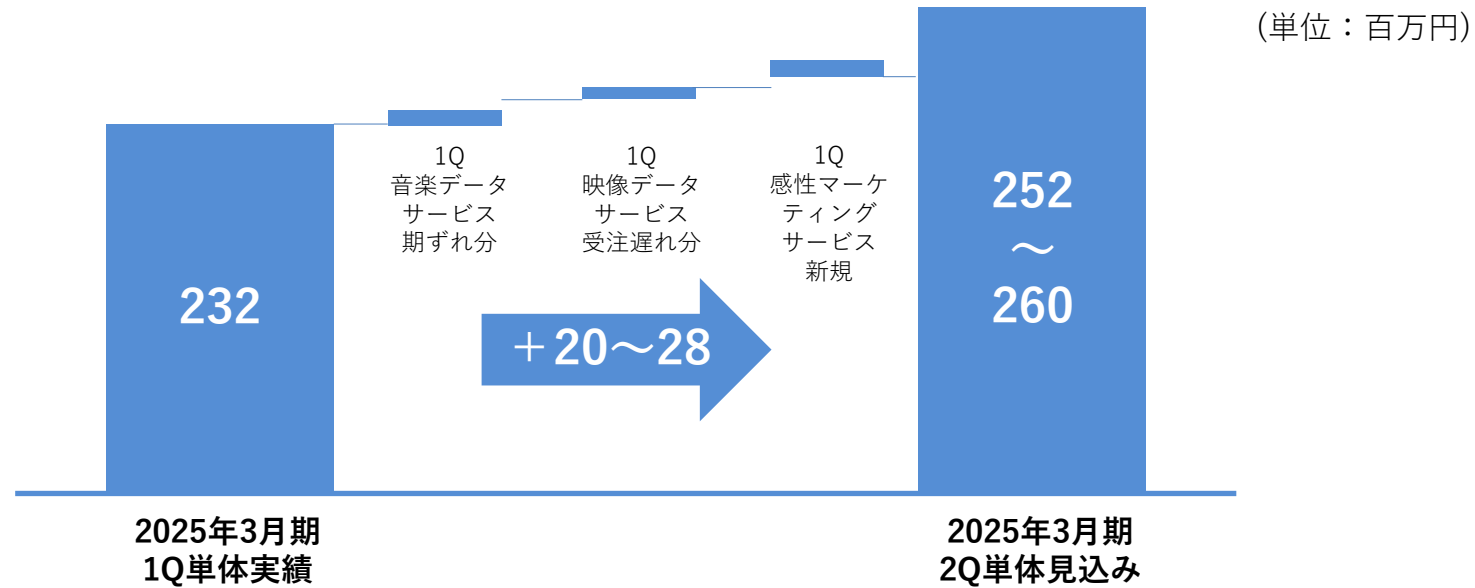
（対策）

- ・提案数の大幅な拡大実施 感性メタを付与した上で、さらにブランドマーケティングを加速させる方法など提案自体の幅も広げる



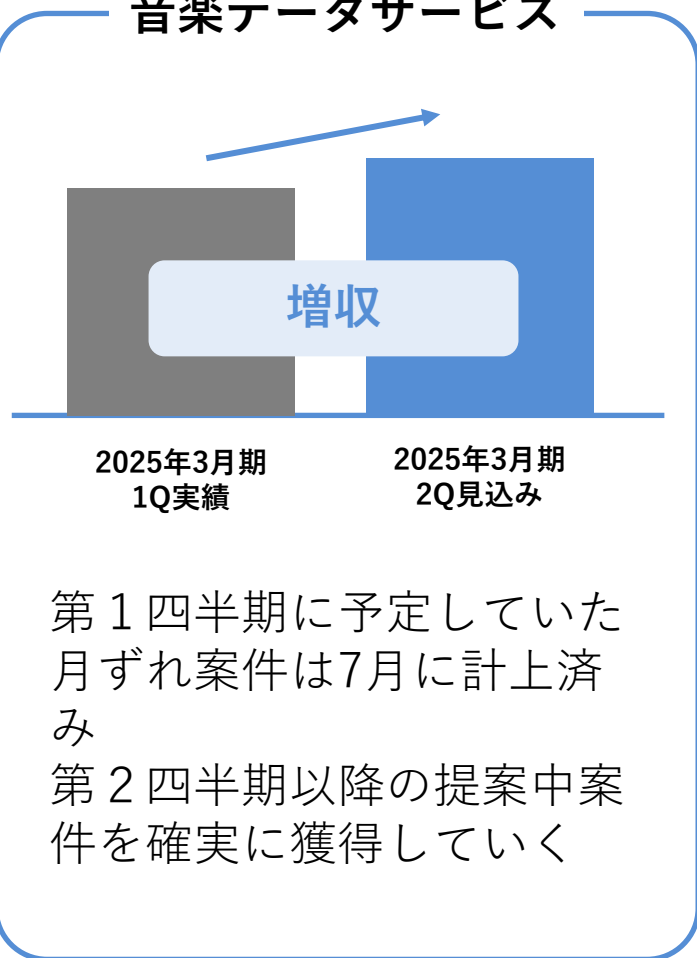
	Good	Bad	Action
音楽データサービス	既存取引先への新機能の提案に加えて、新たな領域(著作権管理・カラオケ事業者・レコード会社)に向けた提案が着実に進捗	案件の月ずれの発生 月ずれをカバーする案件獲得と実施が第1四半期中に行えず	案件の確実な完了と計画を上回る案件の獲得、提案数の拡大実施
映像データサービス	フィードデータサービスの提供拡大 放送サービスへ向けたデータ提供に関するPoCの実施	提案数の不足 受注確定までに時間を要す	提案数の増加 実施時期が流動的な場合を考慮したバックアッププランの計画と実施、前倒しでの対策実行
感性マーケティングサービス	イベントへの参加などで感性マーケティングの普及を促進 広告主リードの創出と提案数の増加 前期比売上倍増ペース	提案実施数が計画に届かず クライアントの予算確保までに至らず売上獲得に遅れが生じた	感性メタを付与した上で、さらにブランドマーケティングを加速させる方法などの提案の幅を拡大 提案内容と数の拡大

- 第1四半期では若干の出遅れたものの、第2四半期で売上利益伸長し期初計画線へリカバリーの見込み

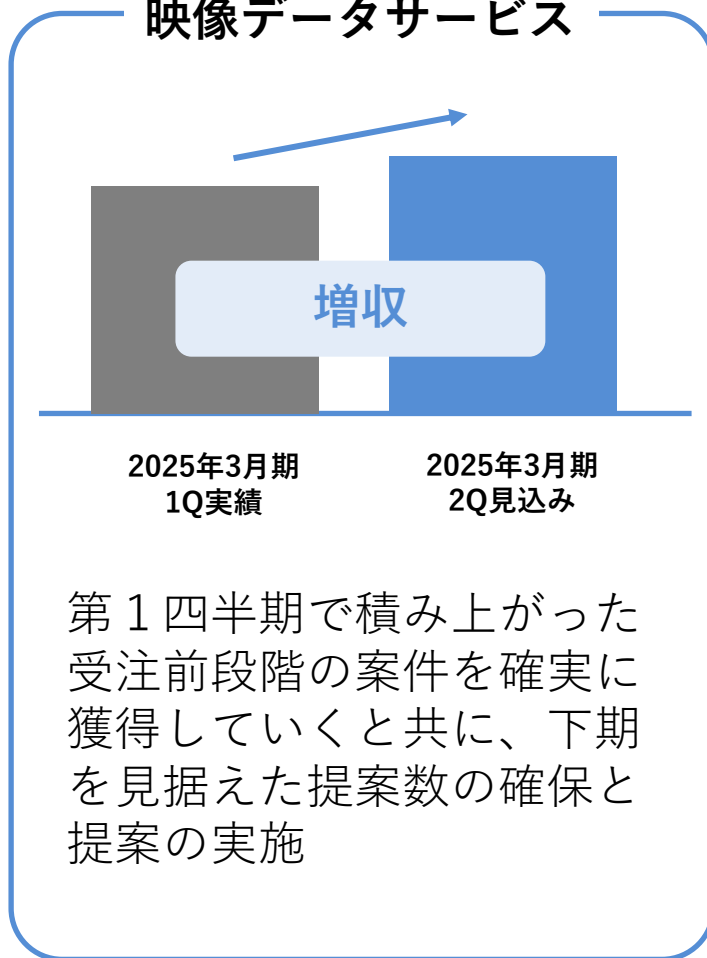


	2025年3月期 第1四半期単体実績	2025年3月期 第2四半期単体見込み
売上高	232	252~260
営業利益	△46	△30~△35
粗利率	43%	44—45%

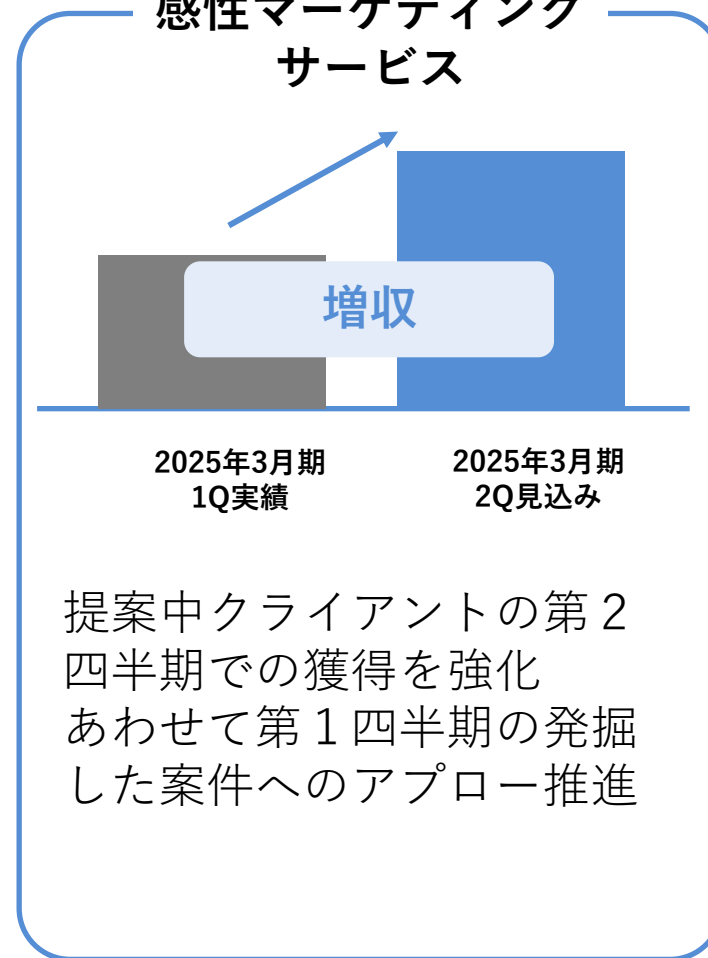
音楽データサービス



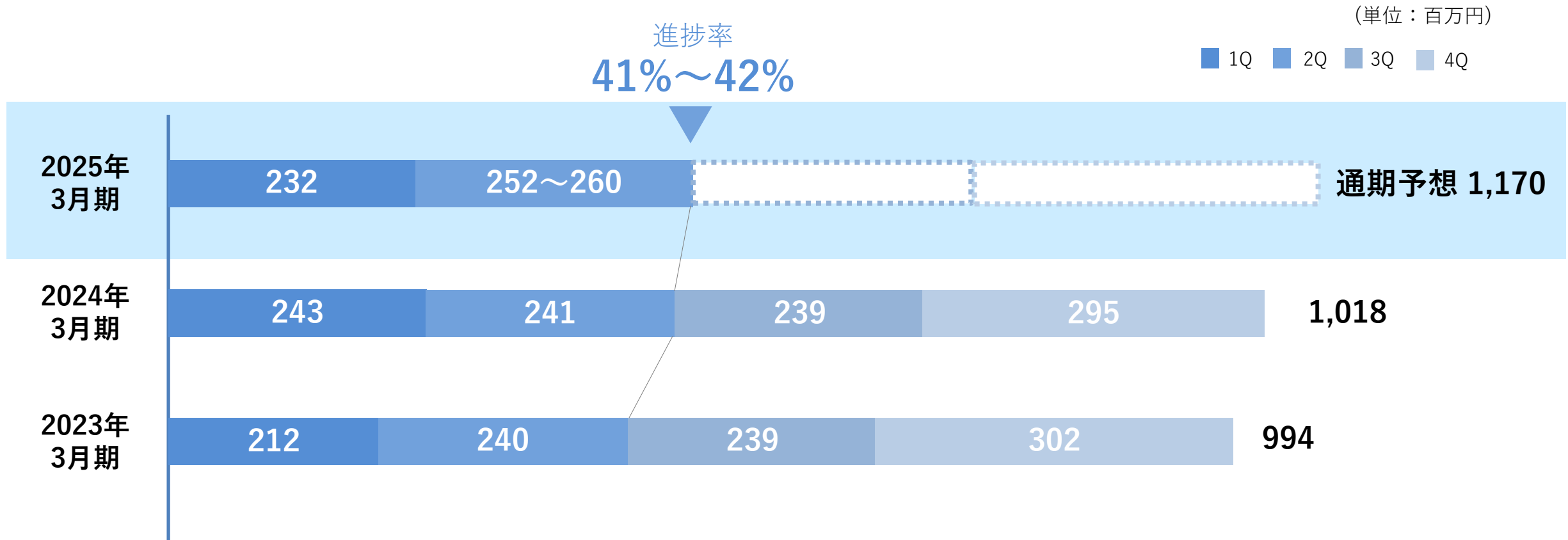
映像データサービス

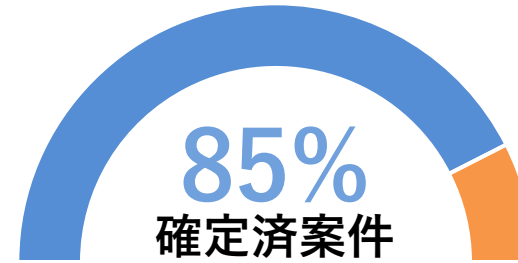


感性マーケティングサービス

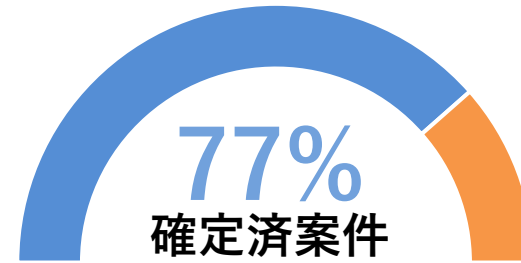


- 第2四半期終了時点では、YoY・QoQ共に上回る見込みで通期予想に対する進捗率は41~42%になると予想
- 当期も例年通り第4四半期偏重の傾向
 ※4Qは、現在展開中の感性マーケティング案件多く、またエンターテインメントデータも初期ライセンス集中傾向が例年有



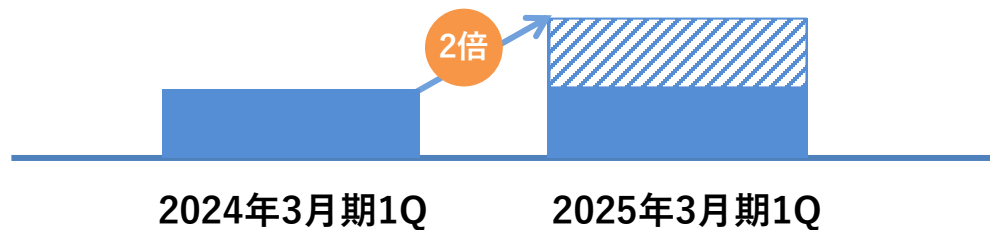


必ず成し遂げる事項	1Q進捗状況
既に協議中の海外プラットフォームとの協業	契約・実施へ向けて推進中
<p>音楽プラットフォーム業界以外との事業シナジー強化</p> <p>1. 音楽配信以外の音源利用エンターテインメント ex.カラオケ、店舗BGMなど</p> <p>2. EC、ライブチケット関連、MaaSエンタメなどの市場開拓</p>	<p>1. カラオケ向けの新たなプロダクト、店舗やイベント向けBGM配信事業者等への具体的な提案と検討が進行中</p> <p>また、権利処理に活用する放送ジャンルデータの提供へ向けた取り組みを開始</p> <p>2. EC、チケット関連、レコード会社等への提案が進行中</p>

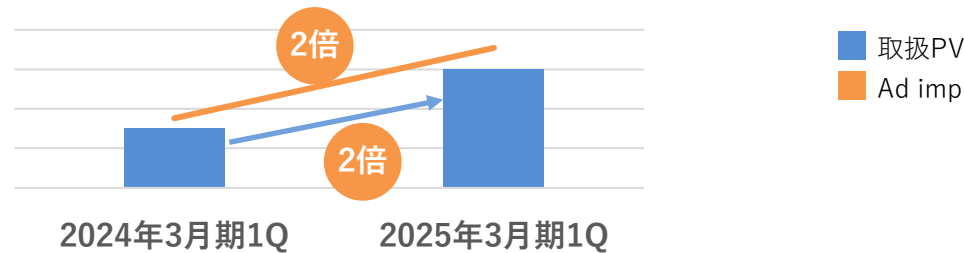


必ず成し遂げる事項	1Q進捗状況
国内/海外プラットフォームとの協業（特にアニメに注力） キャラクターデータの提携先拡大 アニメグッズ販売へのデータ提供	映像メディア、EC、コミックなど、クロスジャンルでの協業に向けて推進中
放送局へ向けたデータ提供	番組へのメタデータを付与を開始するなど、PoCに向けた取り組みが進捗中
映像作品データの多言語化対応	対応へ向けた準備段階

売上は **前年同期比で2倍** に伸長



取扱PV数とAd impも **前年同期比で2倍** に伸長



必ず成し遂げる事項	1Q進捗状況
新規クライアントの拡大	既存のライフスタイル/ファッションと併せて、ラグジュアリークライアントを中心に拡大中
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	ジュエリー系ブランドにて動画制作を実施 Trig's配信での結果を元にしたアップセルを推進中
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	潜在的なユーザーインサイト発掘のためのTrig's活用を推進中
売上を見越した連携メディアの戦略的拡大	利益確保を見越し、戦略的なメディア連携を推進中
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	オンラインとオフラインの融合を推進中

既存取引先の音楽DSP(データサービスプロバイダ)への新機能提案を推進
加えて、新たな領域に向けた提案が具体的に進捗中

DSP向け提案

- ミュージックビデオプレイリスト自動選曲
- 外国語翻訳歌詞の提供
- タイアップ詳細情報の活用

新しい領域に向けた提案

- 著作権管理団体向け番組データのジャンル情報付与
- カラオケ事業者へ新たなプロダクト提供
- プレイリスト掲載率向上のための、レコード会社へ向けた各種データ提供
- 新人アーティストに特化したレコメンド開発

VODサービス向け、放送サービス向けへの提供に加えて、アニメ・アニメ関連データの提供先拡大へ向けて推進中

VODサービス向けの提供拡大

- カタログ統合用ファイル（データフィード）提供のサービス化とサービス提供先の拡大
- 大型の受託業務に対する複数社からのニーズの把握

放送サービス向けデータ提供

- データの自動生成および利活用に向けたPoCの実施

アニメ・アニメ関連データの提供先拡大

- 大規模サービスに対するクロスメディアデータ導入に向けた準備
- キャラクターグッズ販売サービスへのデータ提供に向けた準備

各種マーケティングイベントにて感性マーケティングの重要性の提案活動を拡大
 大手メーカー企業も続々と感性的アプローチを中長期施策に取り入れ始めており、当社としても「Trig's」への広告出稿と合わせて広告出稿以外での感性データ活用も積極的に提案中

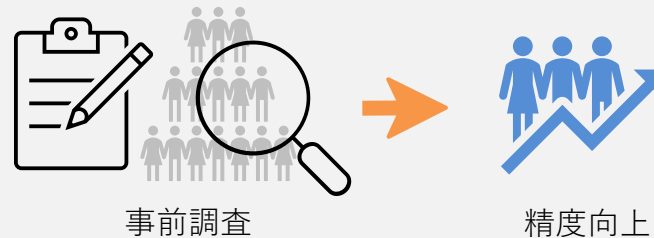
クリエイティブへの活用

Trig'sの広告配信で得られた製品が与える感性価値を動画制作のストーリーに活用



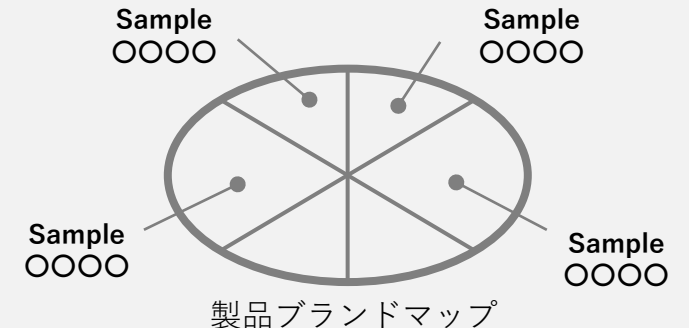
事前調査連動

Trig'sの配信精度を高めるために、ターゲットのライフスタイルなどを明示化する調査を実施



感性価値分析システム

クライアント内での製品ブランドマップに関して、感性的アプローチに従った分析システムを構築中



米Googleのクッキーに関する公表への影響について

米Googleは、直近では2025年初頭に推進するとしていたWebブラウザ「Chrome」のサードパーティークッキー遮断を断念すると2024年7月22日に同社のブログで公表

まだ不透明な部分も多く今後の動向を注視していく必要があるものの、当社感性マーケティングサービスへの影響は直接的には無く、間接的に見ても下記理由から影響はないと想定

- 広告サービス「Trig's」の基本的な特徴は“海外技術では解釈しづらい情報解釈技術で、生活者の感性や感情に訴求すること”であり、日本国内で今後大きくなるであろうPMP市場を開拓するもの、クッキーレスを主題としたものではない
- 「Trig's」が今後連携を計画しているOTT(インターネット回線を通じてコンテンツを配信するストリーミングサービス)やCTV(インターネットに接続可能なテレビ)などの急成長している分野では既にクッキーに依存していない
- 選別されたクッキーとの連携により提案の幅が今後広がることを想定
- クッキー規制のきっかけとなった世界的なプライバシー保護強化のトレンドは止まるものではない

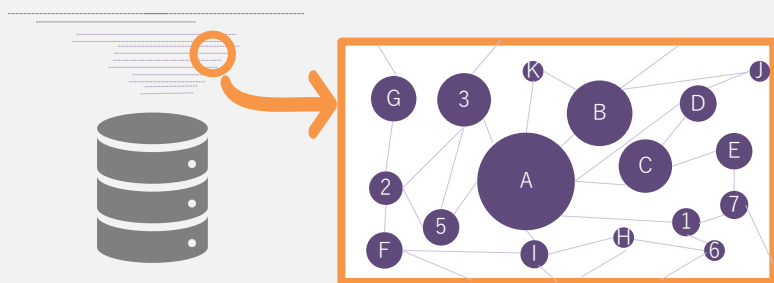
生成AIに関する部門をデータマネジメント部門と統廃合を実行、今期の生産性向上と品質向上へ注力

研究開発は、今後はエンターテインメントデータマーケティング分野に集中

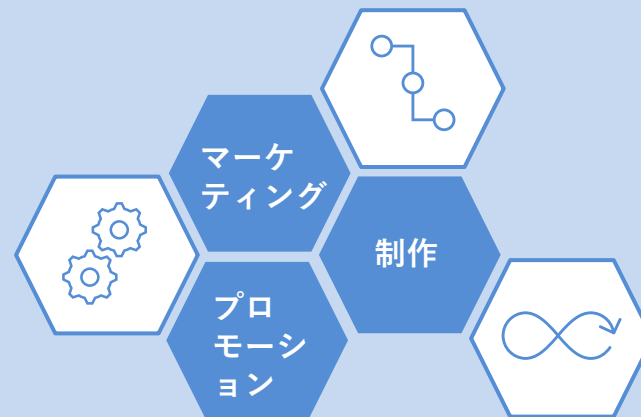
上記の選択と集中を行う

昨年度取り組みは実用フェーズへ

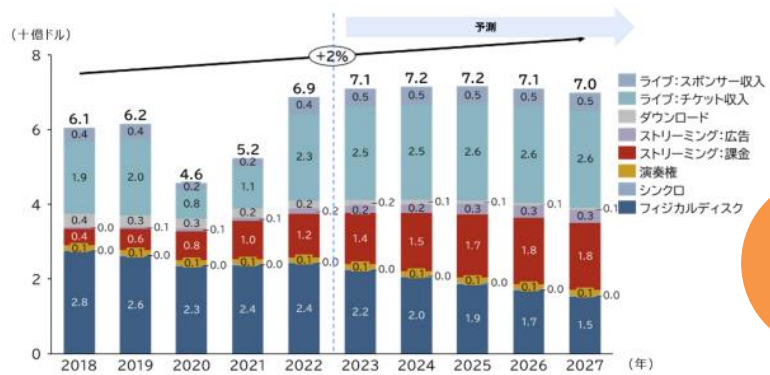
- MSDBの知識グラフ※への変換
- 知識グラフ補填によるMSDBのアップデート
- コンテンツ情報の知識グラフ化



今期はエンターテインメントデータマーケティング分野にリソースを集約して注力



※知識グラフ: 情報と情報関連性を点と線で見える化したもの



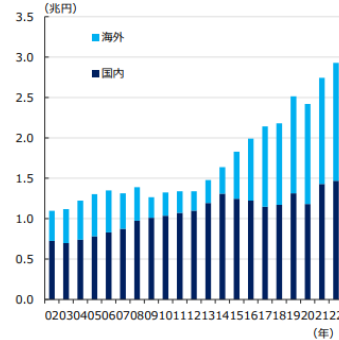
1.0 兆円



出典：経済産業省 音楽産業の新たな時代に即したビジネスモデルの在り方に関する報告書
https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/musicindustry_houkokusyo_2407meti.pdf

国内、海外ともに、ストリーミング、ライブ市場が伸びている。また、日本では少子高齢化が進み、人口ピラミッドは「つぼ型」であるのに対し、世界の人口ピラミッドは「つりがね型」であり、特に海外の若い世代に対して国内楽曲の利用拡大にチャンスがある。
 国内のDSPへの提供拡大を引き続き進めつつ、海外への展開により注力していく

- 国内DSP(データサービスプロバイダ)に対しての新機能提案の継続
- インバウンド向けデータ/レコメンド提供（カラオケ、EC等）
- 海外DSPへのデータ/レコメンド提供。国内アーティストの海外展開サポート

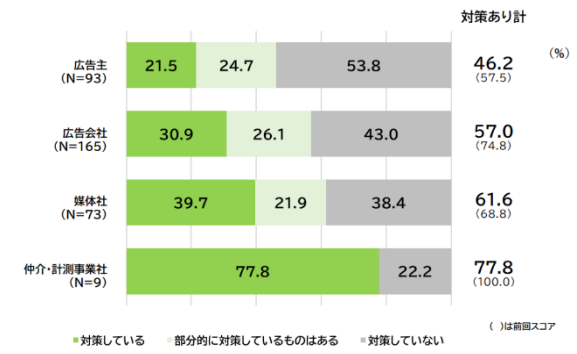
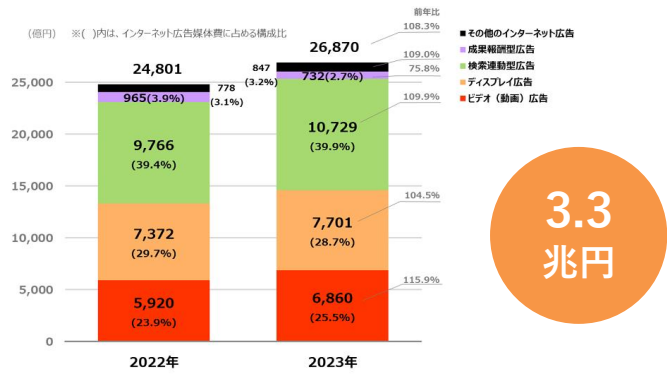


2.9
兆円

出典：日本総研わが国アニメ産業の現状と課題
<https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/report/researchfocus/pdf/14718.pdf>

映像関連市場の中でも日本で生産されたアニメーションの市場規模は海外売上を牽引役に2012年の1.3兆円から2022年に2.9兆円まで拡大
世界的なアニメ市場の拡大の好機に対して、作品・キャラクター・声優に関するデータを拡充し、映像サービス以外へデータ提供分野を拡大

- キャラクターグッズ販売業者に対して越境EC対策を含めたデータ提供
- アニメとコミックを中心としたクロスメディアデータの提供範囲の拡大
- アニメの市場動向を把握できるポピュラリティデータ（需要データ）によりアニメデータ提供範囲を拡大



出典：2023年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0312-010700.html>

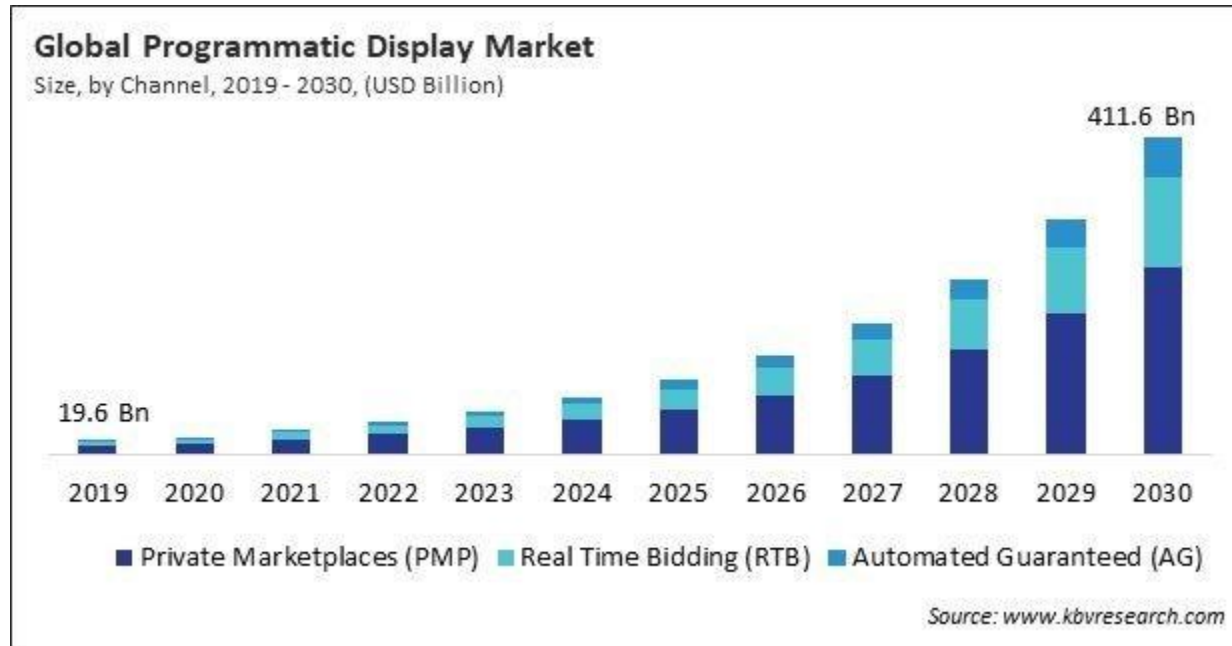
出典：一般社団法人 デジタル広告品質認証機構 デジタル広告課題意識調査 2023
<https://www.jicdaq.or.jp/release/press-release20231206/>

インターネット広告費は過去最大の3.3兆円規模まで伸長
 一方で、調査によると無効トラフィックに関して、いまだに部分的対応以下の広告主は78.5%、広告会社も69.1%という結果が出ている。また対応している広告主の策としても「信頼できる / 安全なプラットフォームを選んで出稿する」が90%を超えており、PMP市場の需要はさらに高まっていくことが予想される

- 需要の高まるPMP市場の中でも、“感性”でターゲットングできる唯一無二のサービスとして確立
- 市場としても前年比115.9%と伸び率の高い動画メディアにも3Q中を目安に対処予定
- PMPの中でもクライアントのKPIに寄り添うサービスとしてのハイブリットCookieを検討中

今後成長が見込まれるPMP(Private Market Place)市場を当社感性マーケティングサービス「Trig's」が開拓し、フロントランナーの1社に

世界のプログラマティックディスプレイ広告市場は2024年以降も引き続き伸長する見込みであり、その中でもインターネット広告の課題解決を背景に、PMPの割合が拡大していくことが予測される



出典：kbvresearch.com
<https://www.kbvresearch.com/programmatic-display-market/>

広告配信クオリティが求められる中で、PMP (Private Market Place)市場はさらに注目を集めている流れを捉え、期中に先行投資を収益化へ

アドフラウド排除



ビューアビリティ担保



コンテンツ体験流入



Trig'sは“唯一”情報を取り巻く感性や感情を捉えるターゲティングが可能
ユーザーの体験価値を阻害しないサービスの需要は拡大



他社様
セグメントマッチ・コンテキストマッチのみ

音楽データサービス

- 専門性が高く尚且つ活用範囲が幅広いオリジナルのメタデータ
- メタデータを活用した独自技術によるレコメンド

新用途開発・海外展開

映像データサービス

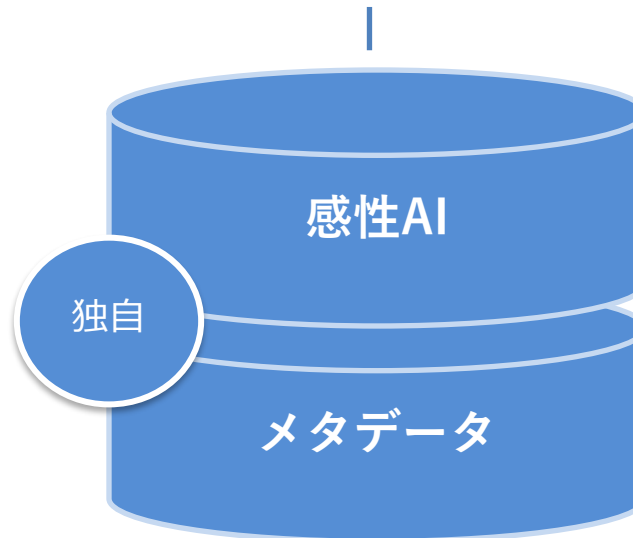
- キャラクター、作品の連携データ、クロスメディア等オリジナルデータ
- 体系化されたアニメのポピュラリティデータなど唯一無二の存在

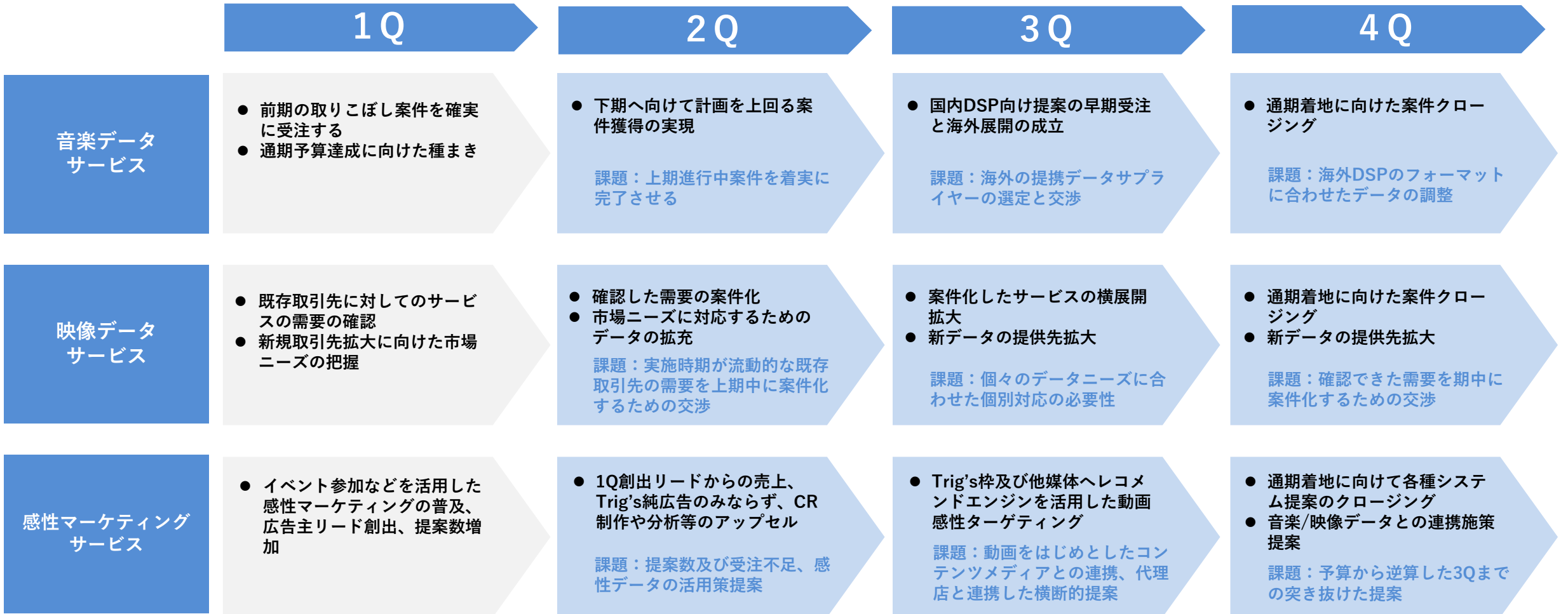
アニメデータの提供拡大

感性マーケティングサービス

- オリジナルの感性メタデータと感性AIを活用した感性ターゲティング
- インターネット広告の様々な課題を解決しセレンディピティを創出

PMP市場拡大への貢献

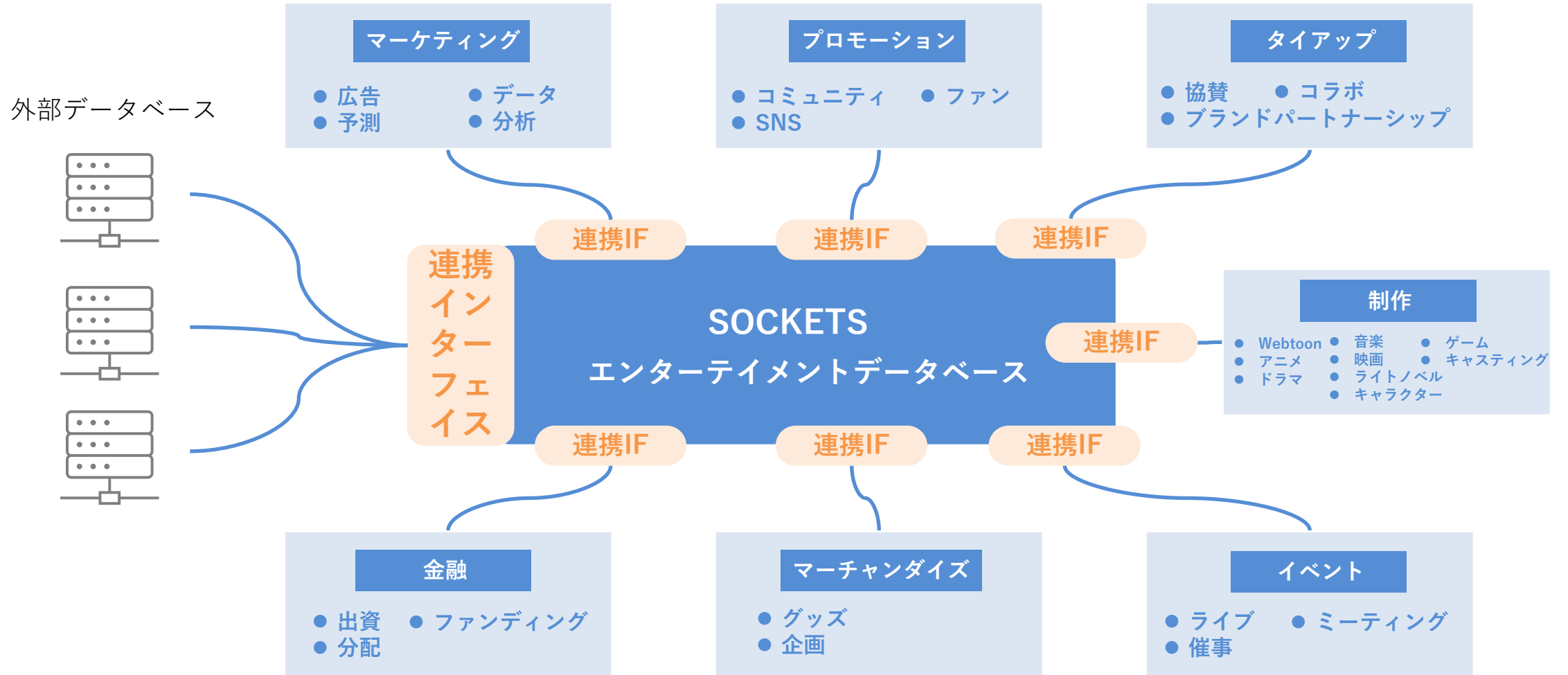




	課題	Action
音楽データ サービス	<ul style="list-style-type: none"> 第3四半期以降の実施案件の早期受注 海外データサプライヤーの選定と決定 	<ul style="list-style-type: none"> 前倒しでの案件獲得と獲得を実現するための提案数の拡大 海外サプライヤーの開拓・選定・交渉など複数社との調整と早期の実現
映像データ サービス	<ul style="list-style-type: none"> 提案中案件のリードタイムの短縮 提供先拡大を実現する提案数・行動量 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客ニーズにマッチした新データの早期投入によるリードタイムの短縮 実施時期が流動的な場合を考慮したバックアッププランの計画と実施、前倒しでの対策実行
感性 マーケティング サービス	<ul style="list-style-type: none"> 感性データの活用策も含めた提案数の拡大 動画をはじめとした様々な連携とそれらを活用した横断的提案 	<ul style="list-style-type: none"> 提案数の大幅な拡大実施 感性メタを付与した上で、さらにブランドマーケティングを加速させるメソッドなど提案自体の幅も拡大

2. エンターテインメント特化型データマネジメントの未来

IPプロデュース・プロモーションをサポートする連携プラットフォームを構築中



エンターテインメントデータベースビジネス 市場規模

2 1 兆 6, 2 9 1 億円 以上

デジタルマーケティング
市場

3,167億円

オンラインコミュニティ
市場

580億円

ソーシャルマーケティング
市場

1兆899億円

アニメ制作
市場

2,703億円

ゲーム
市場

2兆316億円

コンテンツ産業
市場

13兆2,698億円

ライブエンタメ
市場

6,857億円

玩具
市場

1兆193億円

キャラクタービジネス
市場

2兆6,969億円

クラウドファンディング
市場

1,909億円

出典

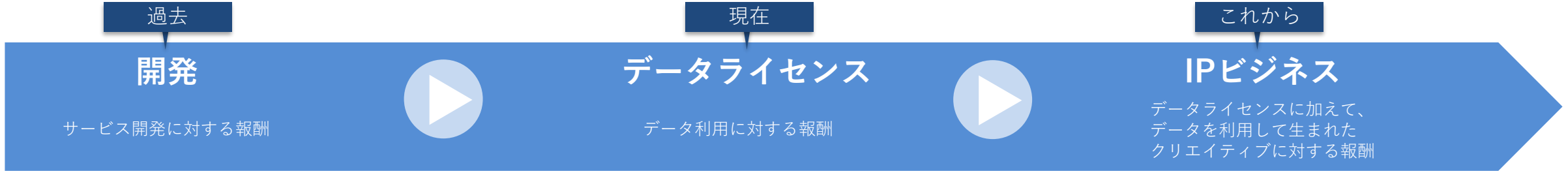
・ デジタルマーケティング市場(矢野経済研究所)
https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3315
・ コンテンツ産業の市場規模(デジタルコンテンツ協会)
<https://www.dcaj.or.jp/project/dcwp/>

・ オンラインコミュニティプラットフォームサービス市場(矢野経済研究所)
https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2982
・ ライブ エンタテインメント市場(びあ総研)
https://corporate.pia.jp/news/detail_live_enta_market_20240618.html

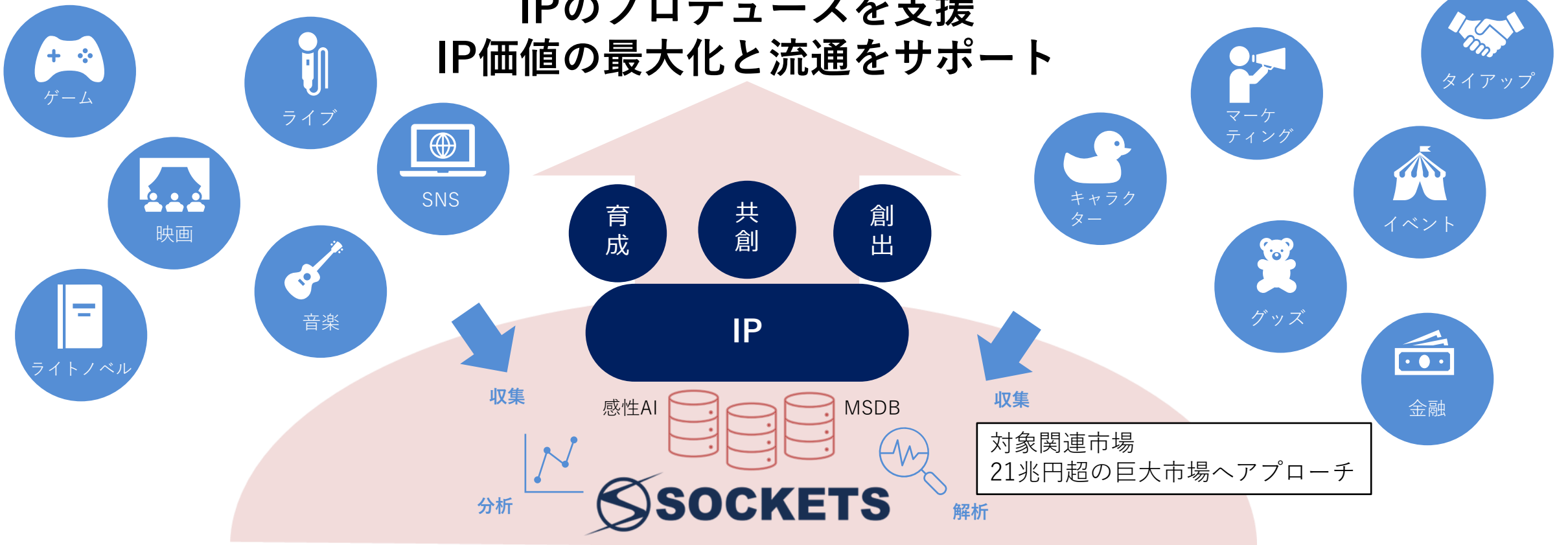
・ ソーシャル・マーケティング市場(サイバー・バズ)
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000053.000013256.html>
・ 玩具市場(日本玩具協会)
https://www.toys.or.jp/toukei_siryou_data.html

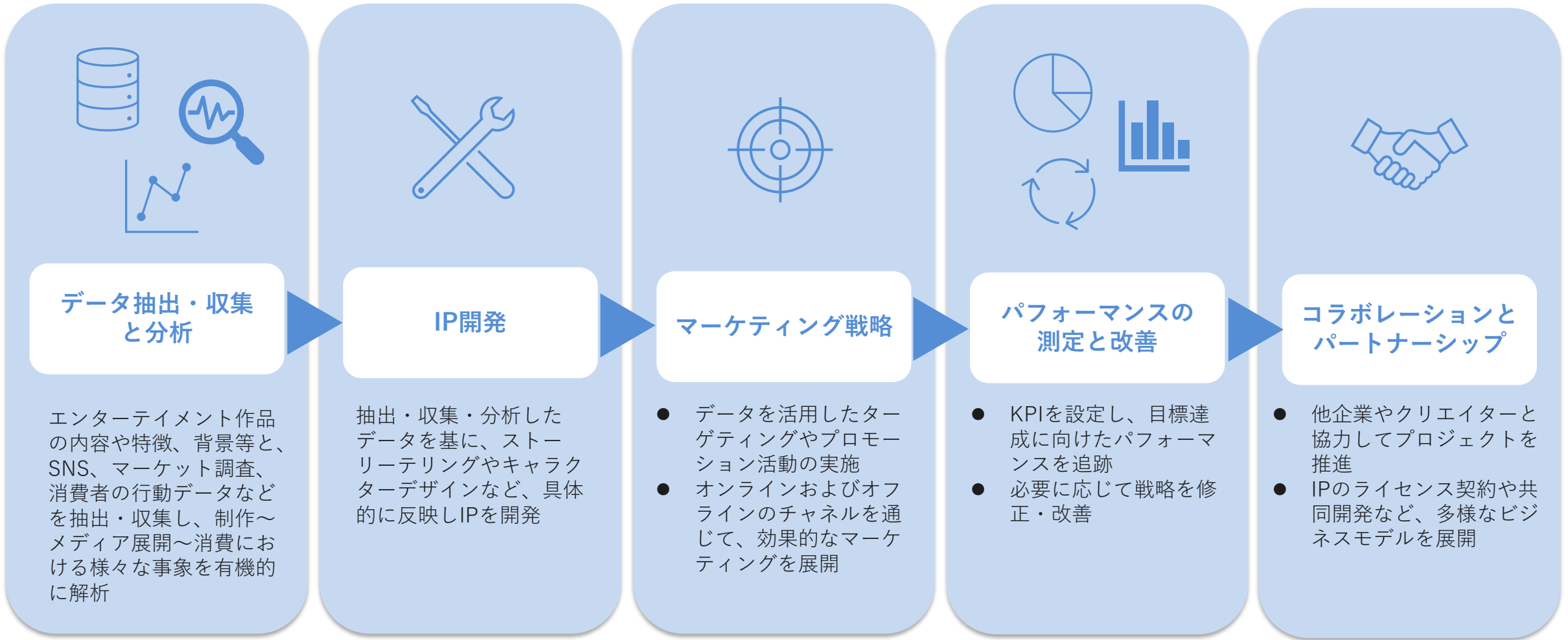
・ アニメ制作市場(帝国データバンク)
<https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/p230806.pdf>
・ キャラクタービジネス市場(矢野経済研究所)
https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3569

・ ゲーム市場(経済産業省)
https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/mi_nikaisetsu/hitokoto_kako/20231006hitokoto.html
・ クラウドファンディング市場(矢野経済研究所)
https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3042



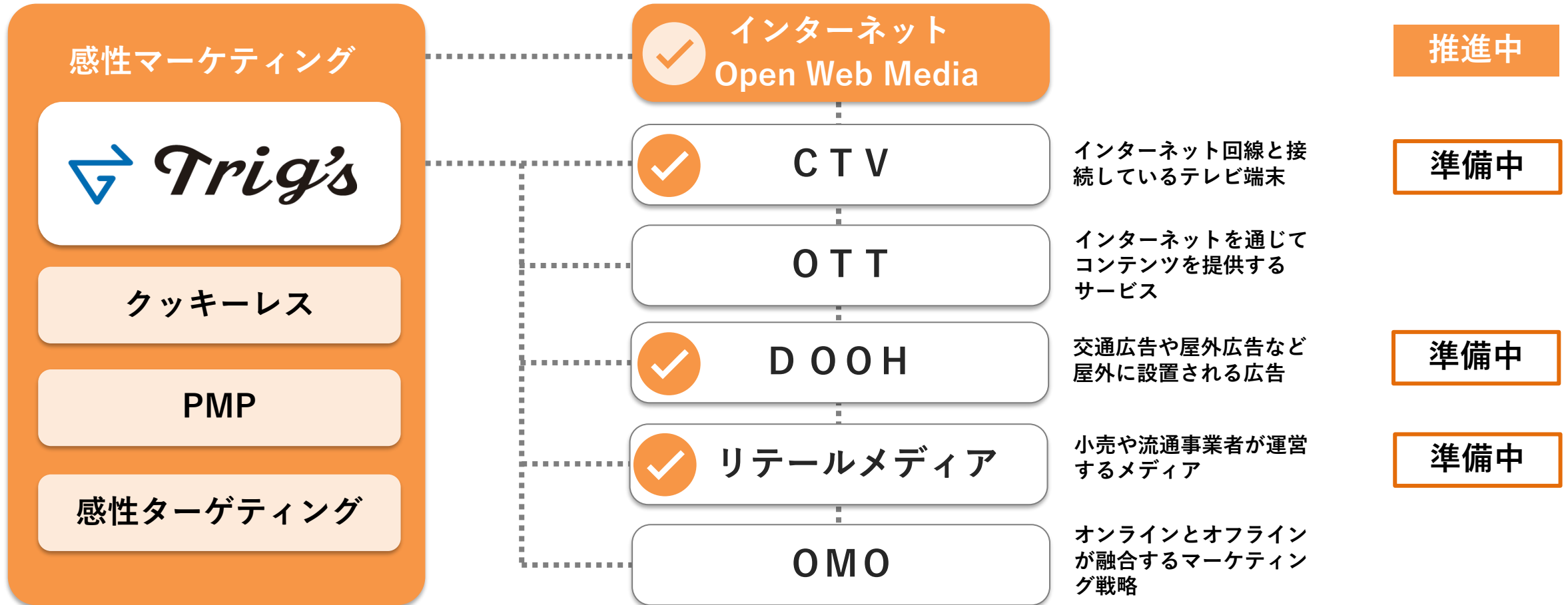
IPのプロデュースを支援 IP価値の最大化と流通をサポート





3. 感性マーケティング最新状況

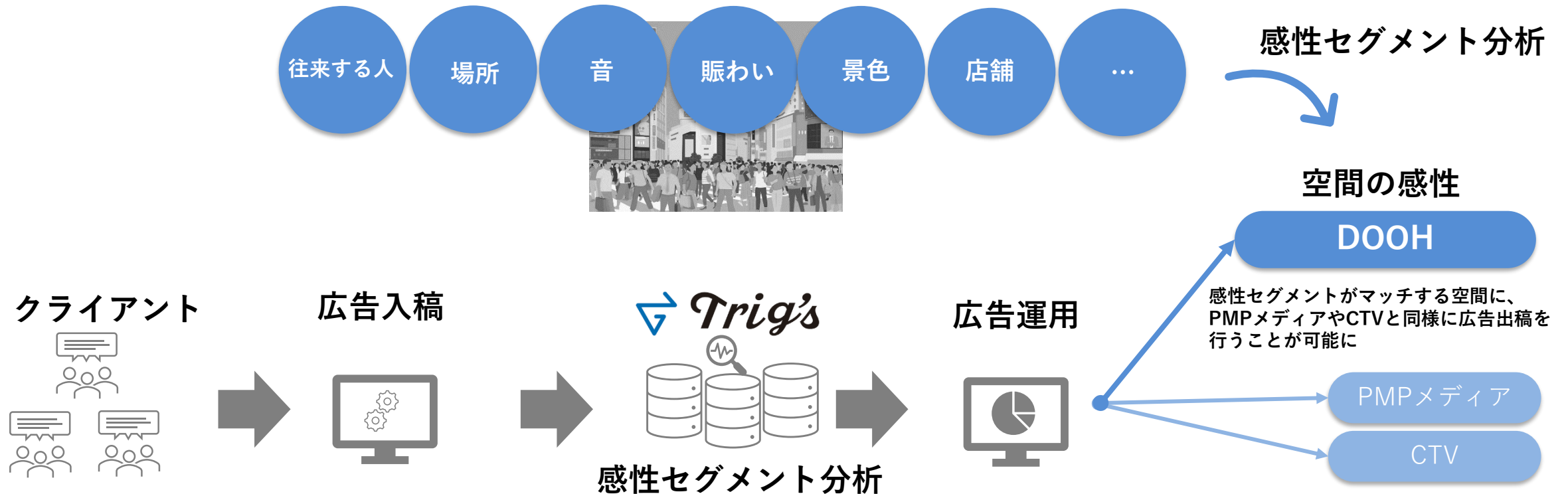
これまでのOpen Web Mediaの取り組みに加えて、OOHやリテールメディアの取り組みが進行中



Trig's for DOOH (Digital Out Of Home Media) の進捗状況

DOOH: 交通広告や屋外広告など屋外に設置されるデジタル広告

空間にメタデータを付与し、導き出された感性セグメントにマッチする広告を掲出する具体的な取り組みが進行中



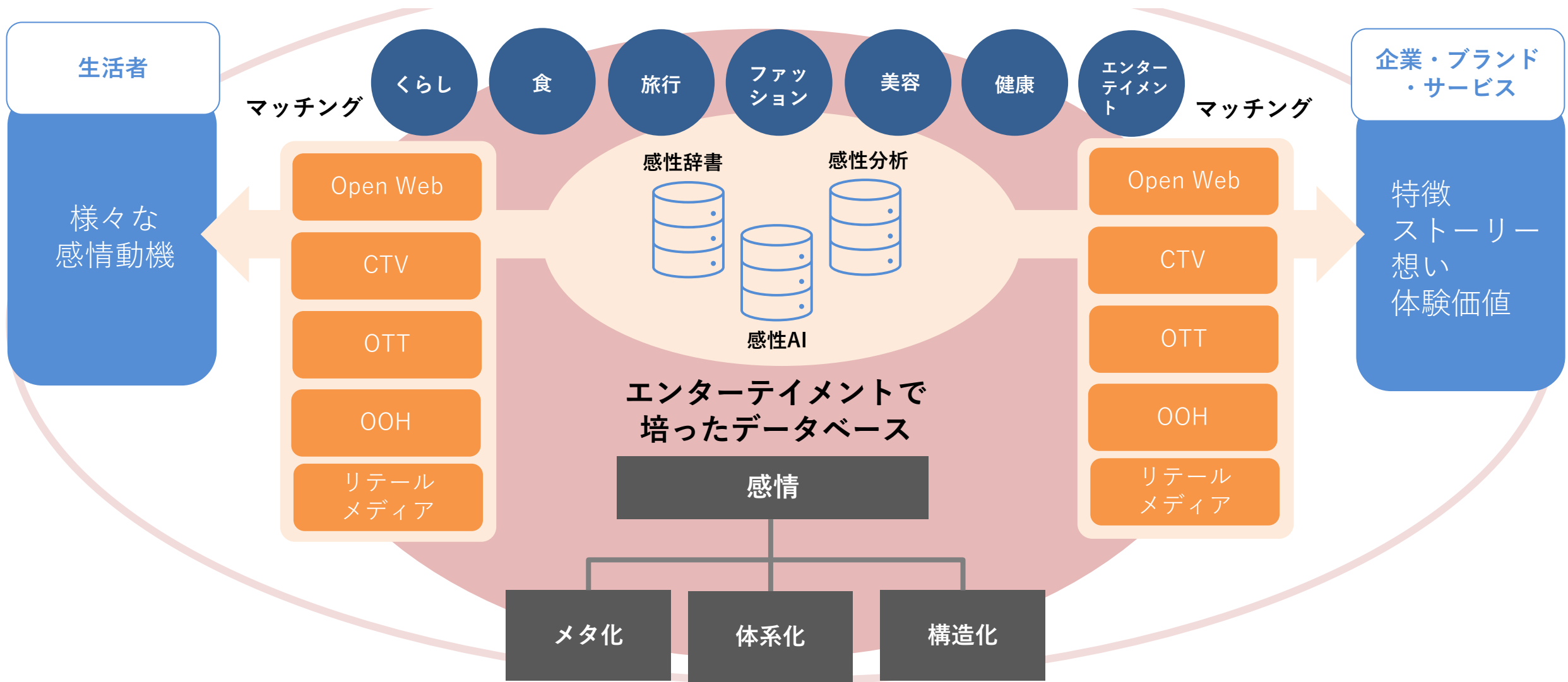
Trig's for リテールメディアの進捗状況

リテールメディア：小売や流通事業者が運営するメディア

店舗に来店するお客様の感性を商品棚等の前で検知し、検知した感性にマッチした商品をレコメンドする具体的な取り組みが進行中



生活者と企業の信頼関係やファンをつくる仕組み

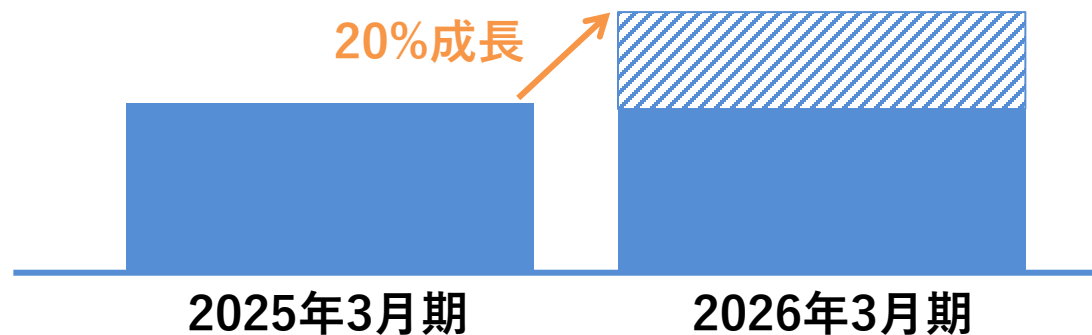


- 第1四半期では出遅れが発生したものの、第2四半期でリカバーし、上期は計画を上回って着地の見込み
- 上期の売上高は計画比102%~104%の見込みで、通期業績予想に対して着実に進捗している

(単位：百万円)

	2025年3月期 第1四半期実績	第1四半期 計画比	2025年3月期 上期見込み	上期 計画比見込み	対通期計画 進捗率	2025年3月期 通期業績予想
売上高	232	94.3%	484~492	102~104%	41~42%	1,170

- 来期2026年3月期の20%成長に向けて、独自の感性AIを活用した「メタデータ」「感性マーケティング」「グローバル」を成長ドライバーとし、土台をしっかりと固める



<2024年7月31日発表> 映像コンテンツ特化型のデータフィードサービスの提供を開始

ソケット、動画配信サービスの売上拡大支援データを開発 映像コンテンツ特化型データフィードサービス提供開始のお知らせ

株式会社ソケット（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」）は、動画配信サービス事業者向けに映像コンテンツに特化したデータフィードサービスの提供を開始いたしました。

【データフィードとは】

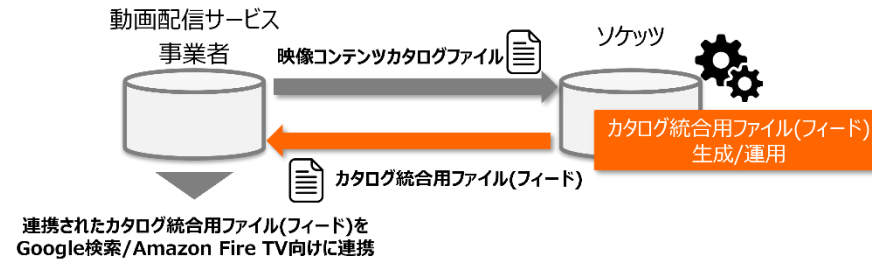
データフィードとはインターネット広告や検索エンジン、マーケティング支援ツールの活用等に必要なもの、主にECや不動産、人材、旅行サイトなどに掲載されている商品データを活用先ごとに定められた仕様に変換し、アップロードする仕組みです。今回提供を開始した本サービスは、映像コンテンツに特化したもので、複数の事業者への提供が開始されました。

【サービスの概要】

本サービスは、動画配信サービスの映像コンテンツのカタログに基づき、Google検索 Watch ActionおよびAmazon Fire TV ユニバーサル検索用カタログ統合の仕様にあわせて最適化したファイルを生成/運用するサービスです。

本サービスをご利用いただくことで、動画配信サービス事業者のカタログ統合用ファイル(フィード)の生成/運用に掛かるコストを低減し、また動画配信サービス側で保有しているカタログにおいてプロパティ(属性や情報)が不足している場合に、当社MSDBのプロパティを用いて充足いたします。

これにより、Google検索 Watch ActionおよびAmazon Fire TV ユニバーサル検索でより多くの映像コンテンツを表示させることが可能となり、動画配信サービスの映像コンテンツ視聴の促進、売上の拡大に貢献いたします。



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

68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