

2026年3月期 第3四半期決算説明

新プロダクト・サービス開発発表

企業価値向上に向けた取り組み・進捗

2026年2月6日

新たな価値体験との出会い

 **SOCKETS**

(証券コード：3634)



**The
Next Value
Experience**

- 1 第3四半期決算概況
- 2 通期見通しと株主還元
- 3 新プロダクト・サービス開発発表
- 4 企業価値向上に向けた取り組み・進捗

本日、お伝えしたいこと

新たな価値体験との出会い



- 3Q決算では、前年同期比で大幅な黒転となり、今後の成長基盤が出来てきました。音楽・映像コンテンツデータ事業の着実な成長と構造改革の成果が増益に貢献しました。
- 2Q決算に続けて、通期の業績予想を2Qに引き続き上方修正しました。独自の感性AIへの先行投資の収益化もあり、事業環境や成長への手応えを得ており、既存事業の着実な成長は、26.3期4Q、27.3期も継続していくと捉えています。
- 26.3期末配当金を4円/株から5円/株へさらに増配し、合わせて当社はIPコンテンツ業界で育てて頂き、またコンテンツへの愛情をお持ちの株主様も多く、エンターテイメント企業様のご協力を頂き、株主優待の導入を決定しました。

配当 + 優待利回りは5.2%です。※2月5日終値、100株を1年未満保有の方の場合で試算 3年以上保有の株主様は7.4%となります。

- 2Q決算説明会・IRでお伝えした「IPデータテック・カンパニー」への進化の進捗として、当社の未来を切り開く新プロダクト・サービスを本日発表いたします。進捗している多様なIPコンテンツ関連企業様との取り組み事例も合わせてご紹介させて頂きます。
- 引き続き、株主・投資家・ステークホルダーの皆様への発信・対話を強化します。課題である株式流動性向上への取り組みと合わせ、重複上場の準備も進んでおります。
- 「IPデータテック・カンパニー」への進化の道すじを動画で発信しています。ぜひご覧ください。

株式会社ソケツ
代表取締役

浦部 浩司

- 対前年売上10%成長、粗利額は20%成長 再上方修正、増配、株主優待導入
- 感性AIなどの先行投資の収益化と構造改革の成果もあり、黒転から成長フェイズへのネクストステージへ
- 日本のIP^{※1}コンテンツと共に未来を切り開く当社独自のエンターテイメントDMP^{※2}をリリース
- 株式流動性の拡大と重複上場へ向けた取り組み紹介

※1 IP (Intellectual Property) : 創作活動によって生まれる知的財産

※2 DMP (Data Management Platform) : インターネット上に蓄積された多様なデータを一元的に管理・分析し、マーケティング活動の最適化に役立てるプラットフォーム

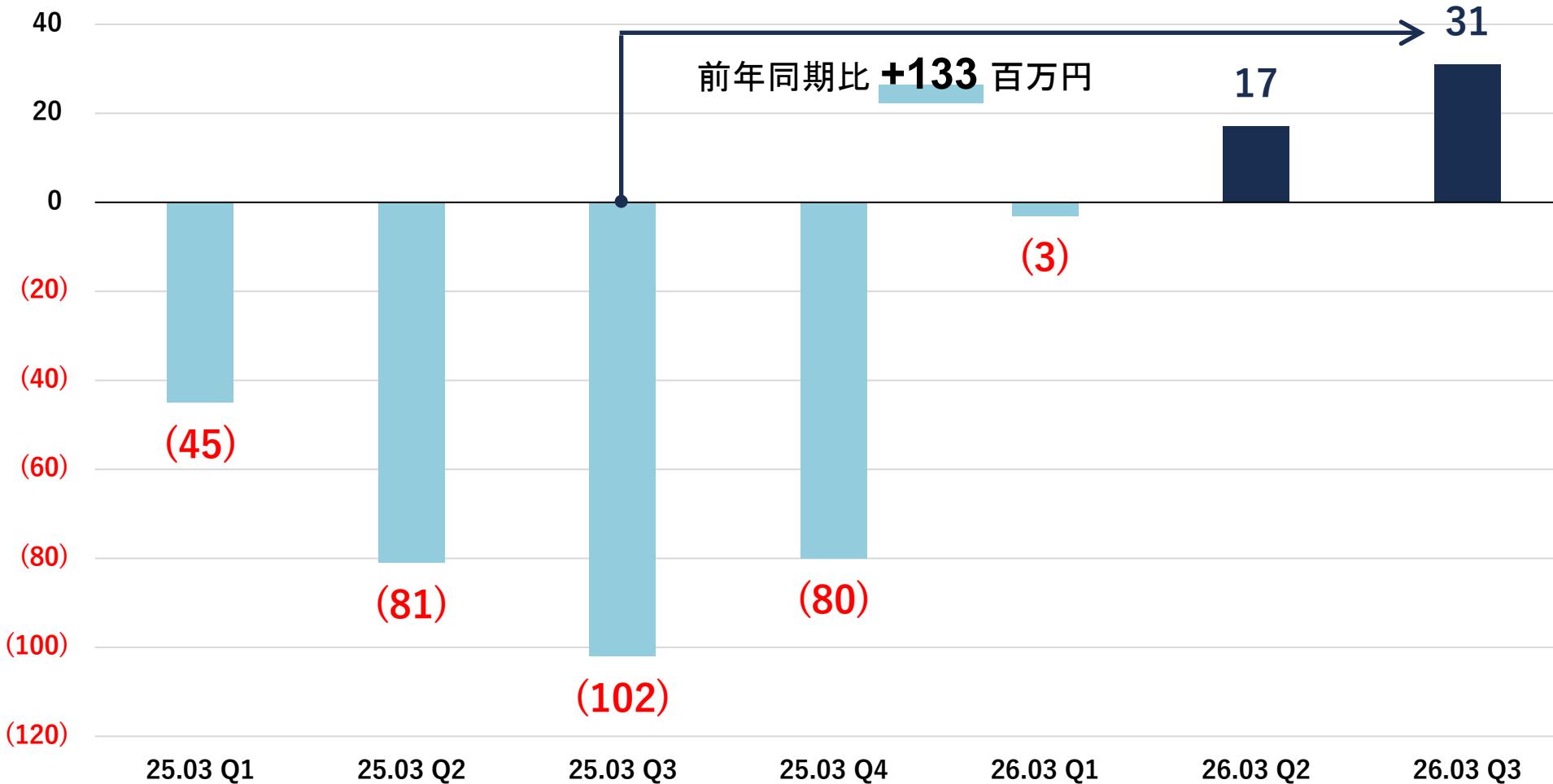
3Q決算ポイント① 利益は大幅伸長、成長軌道へ

新たな価値体験との出会い



①売上高の成長 ②先行投資の収益化 ③構造改革 により黒字化→着実な成長軌道へ

経常利益の推移 (百万円)

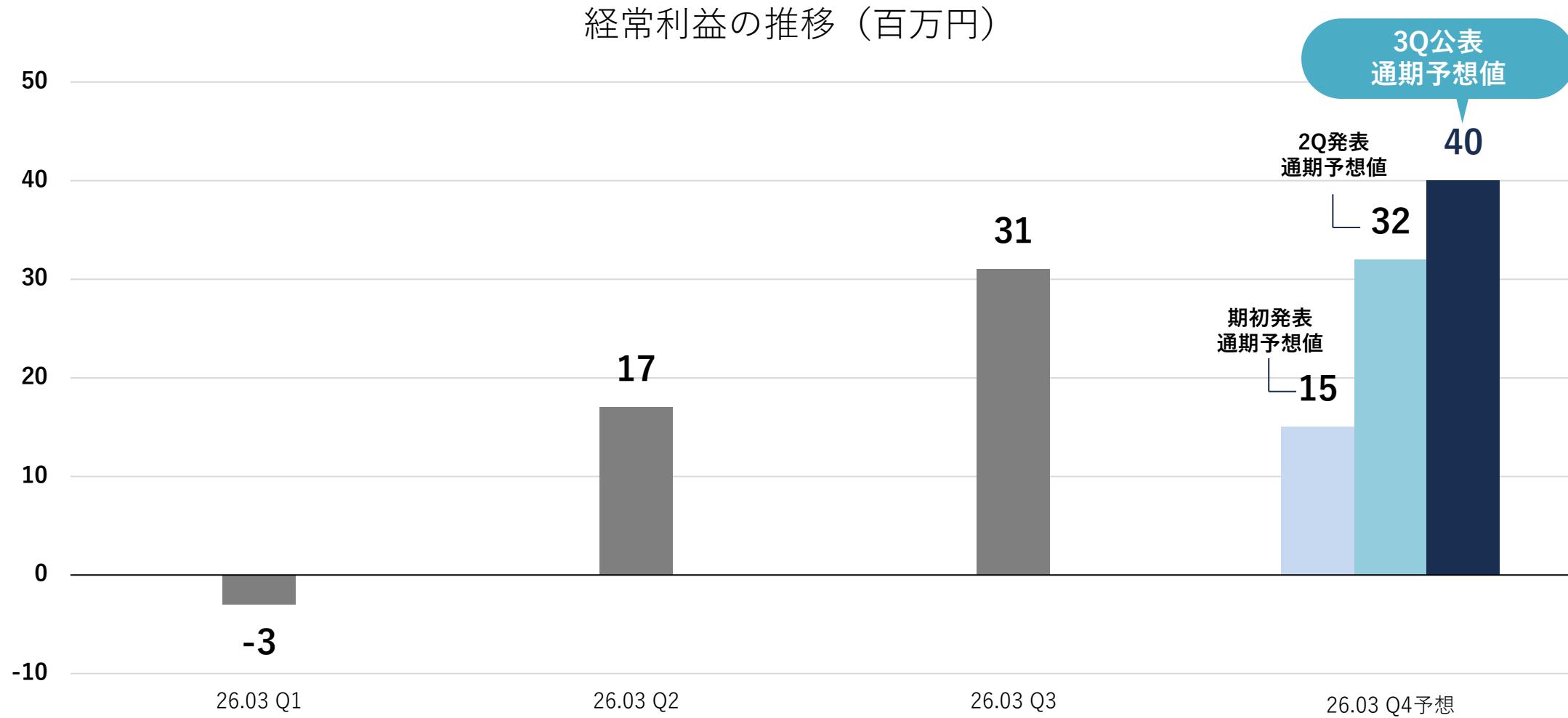


3Q決算ポイント② 通期見通しをさらに上方修正

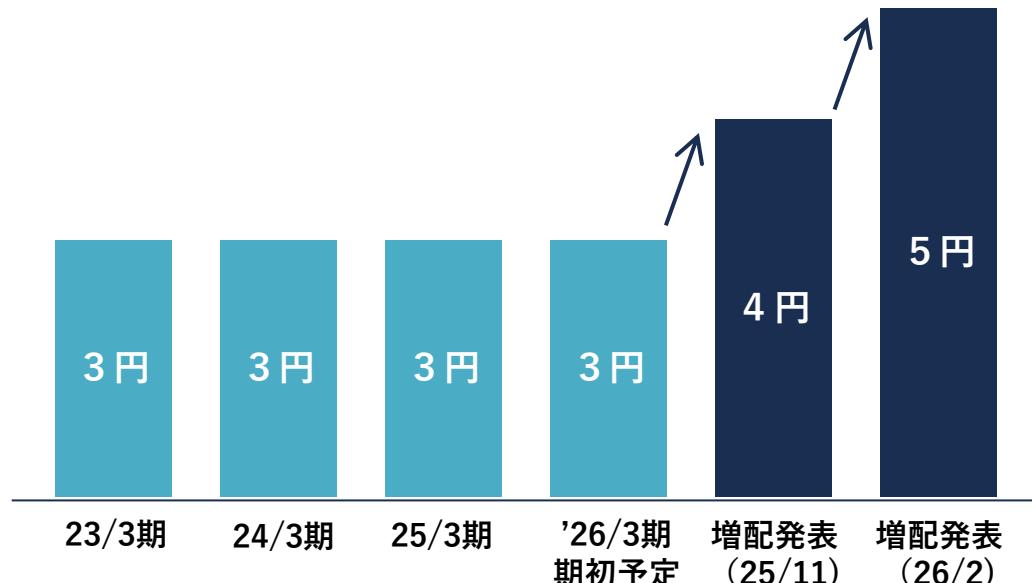
新たな価値体験との出会い



経常利益 通期見通し（業績予想）を3,200万円から4,000万円に再度上方修正しました



- 26.3期末配当を **5** 円/株に再増配を決定
- 株主優待を初めて導入
- 配当 + 株主優待利回りは、**5.2%**
(3年以上保有の株主様は 7.4%となります)



■ 株主優待基本方針

- 株式保有1年未満の株主様

タワーレコードギフトカード1,500円

2026年3月31日時点に限り導入記念として株式保有1年未満の株主様に対してもタワーレコードギフトカード3,000円に

- 株式保有3年未満の株主様

TOHOシネマズ® ギフトカード3,000円

- 株式保有3年以上の株主様

タワーレコードギフトカード1,500円

+

TOHOシネマズ® ギフトカード3,000円

※ 3月末日現在の株主名簿に記載または記録された1単元（100株）以上の株式を保有されている株主様を対象

- 当社はエンターテイメント分野のコンテンツデータの専門会社として26年間IPコンテンツ市場にて育てて頂きました。
- 当社の株主様の中には、日本の伝統芸能から最新のアニメ、映画、ドラマ、音楽、アイドルまでの多岐に渡るファンもいらっしゃるかと存じます。
- 株主様への感謝の気持ちと合わせコンテンツやクリエイターへの愛情をファンの方と共に微力ながらも、思いを添えてお伝えし続けることを当社の株主優待の基本方針としました。
- このたびは、タワーレコード様、TOHOシネマズ様のお力をお借りし、株主様への優待制度を設けさせて頂く運びとなりました。

タワーレコードギフトカード（見本）



TOHOシネマズ® ギフトカード（見本）



新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

1. 第3四半期 決算概況

3Q決算概況：增收増益、黒転から成長フェイズへ

新たな価値体験との出会い



売上高

前年同期比 **10.2%** 増収

增收要因

- 音楽データサービスの拡大

粗利額

前年同期比 **20.6%** 増収

增收要因

- 音楽・映像データサービス収益力向上
- 先行投資収益化（感性マーケティング）

予想を上回るペースで伸長

増益要因

- 粗利率の伸長 **44.5%→48.7%**

事業成長と運用最適化等の施策で粗利率向上

- 販管費比率の低減 **58.7%→44.9%**

効率化、研究開発費以外のコスト見直し

単位：百万円	25.3期3Q	26.3期3Q	前年同期比
売上高	722	796	+74 + 10.2%
売上総利益	321	387	+66 + 20.6%
粗利率	44.5%	48.7%	+4.2%pt
販売管理費	423	357	▲66
営業利益	▲102	29	+131 黒転・大幅増
営業利益率	▲14.2%	3.8%	+18.0%pt
経常利益	▲102	31	+133
親会社に帰属する当期 純利益	▲92	38	+120
EPS (円)	▲37.71	15.86	+53.57 黒転・大幅増

既存事業の粗利がさらに伸長しています

新たな価値体験との出会い



音楽データサービス

売上高
前年比
120%

粗利
前年比
120%

- 既存データライセンス事業の成長
- 新たな領域となる次世代カラオケやインディーズ音楽※向けシステム開発などが進む

映像データサービス

売上高
前年比
101%

粗利
前年比
118%

- 売上は微増ながらも粗利は、運用改善などにより前年比118%と大幅増加
- 新たにファンダム関連のデータシステムの開発を進める

感性マーケティングサービス

売上高
前年比
77%

粗利
前年比
117%

- 大手消費財メーカーとの感性分析に目処。一定の評価を受けNext Stepへ
- 運用改善効果で収益性向上中
- 独自の感性広告が浸透させきれず、売上減少が課題

※インディーズ音楽

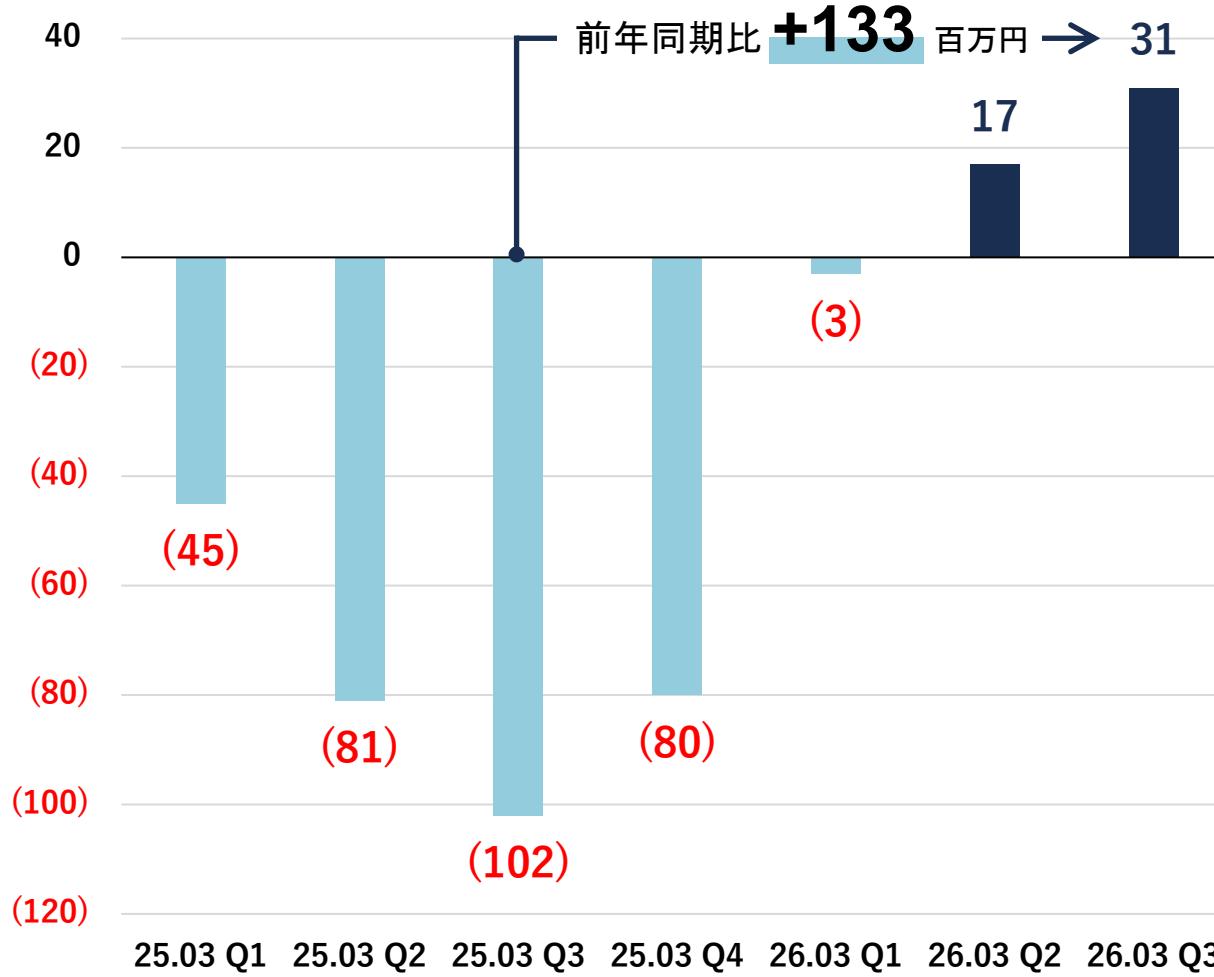
大手メジャーレーベルに所属せずに独自のレーベルや個人で活動を行うアーティストの音楽。

世界的にはこの分野が大きく伸びている。一方でインディーズ活動を経てメジャーデビューするという傾向も依然と多い

引き続き、ライセンス・運用売上の伸長を計画

事業	現在(3Q トピックス)	これから（来期に向けて）
音楽・映像データサービス共通	粗利額が対前年20%程度の伸長	海外へのメタデータ展開システムを構築中 ようやく来期での提供計画が固まる
音楽データサービス	他社と連携した業界横断的な メタデータ基盤整備	音楽系生成AIなどとも連携可能な スーパーファン向けサービス機能開発
映像データサービス	次世代レコメンド機能開発に向けた ロジック設計 ファンダム向けUGC※実装 ※UGC (User Generated Content) 一般のユーザーが自発的に作成・発信するコンテンツ全般	ショートフォーム型動画コンテンツ 対応ソリューションの開発 次世代レコメンドのシステム開発
感性マーケティング	12月に実施した大手消費財（ヘアケア 関連）メーカー様との感性マーケティン グのデータ利活用深掘り 効率化で粗利は対前年17%成長	他社ID連携による感性×属性による 需要拡大、ターゲティング精度向上による 利用の広がり

経常利益の推移（百万円）



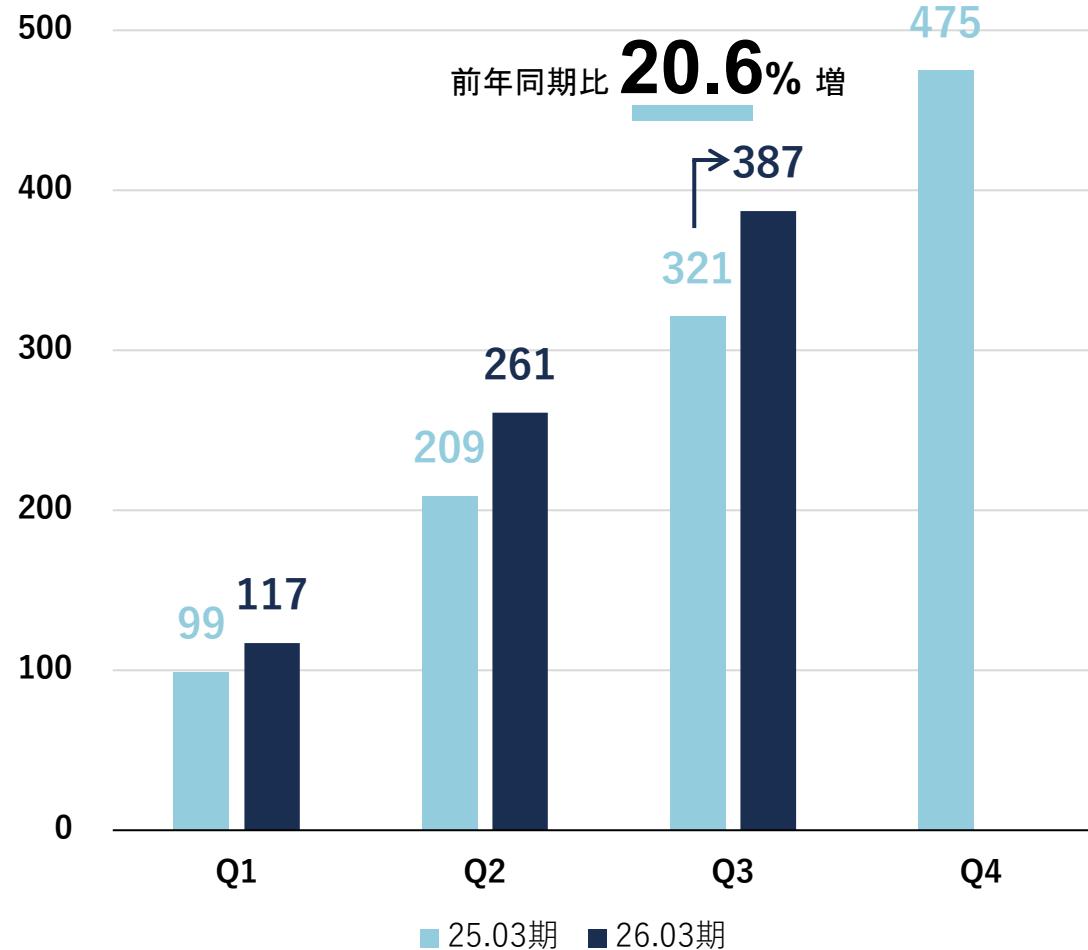
これまでの赤字要因

- 感性AI・マーケティング事業への積極的な先行投資実行で赤字が継続

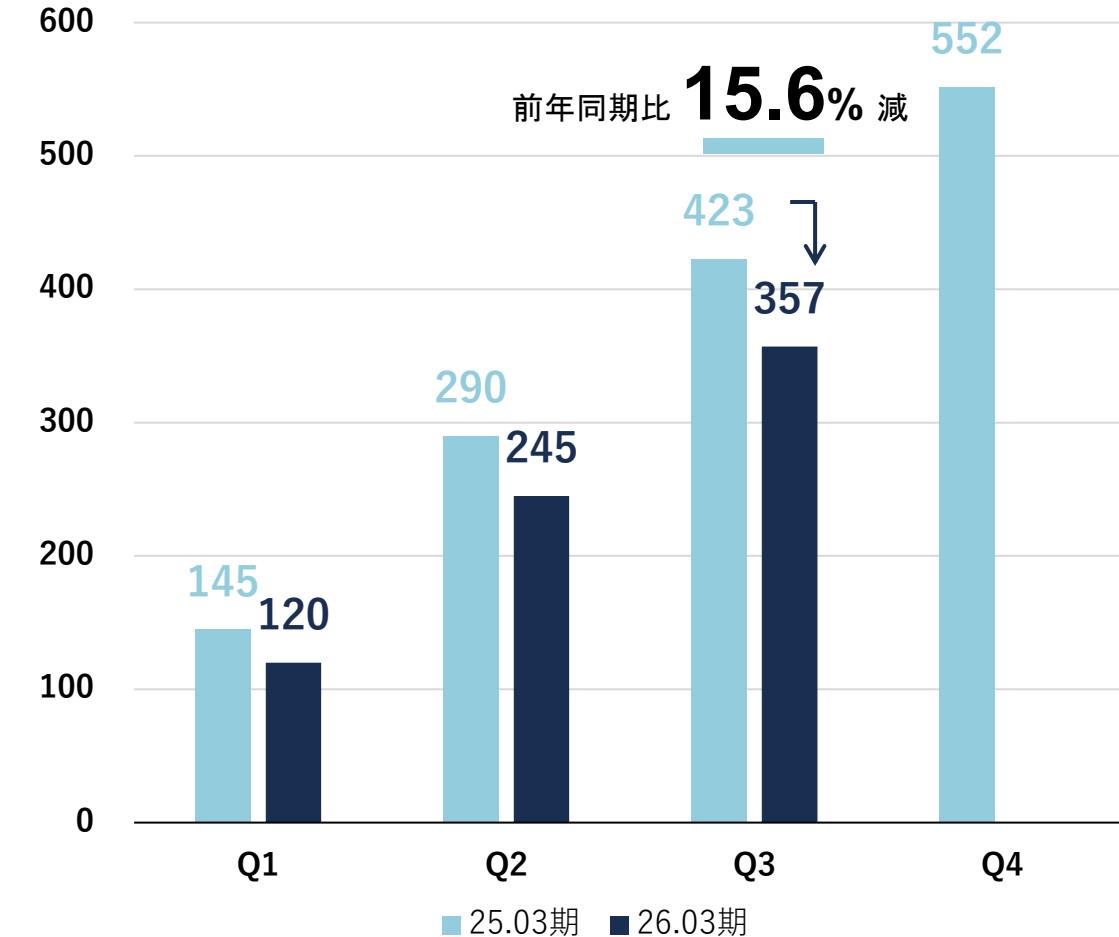
増益の要因

- 音楽・映像データサービスの成長において売上高の伸長による粗利額・粗利率の向上
- 先行投資の収益化が顕在化してきた
- 前年度より取り組んでいた構造改革により、生産性向上、販管費率の低減

売上総利益（百万円）の推移



販管費（百万円）の推移



(単位：百万円)	25.03期末 時点	26.03期 3Q末時点	増減額
現金及び預金	465	585	+120
流動資産合計	697	765	+68
有形固定資産合計	0	32	+32
無形固定資産合計	0	3	+3
投資その他の資産合計	118	53	△65
資産合計	815	854	+39
流動負債合計	143	153	10
固定負債合計	120	130	10
負債合計	262	283	+21
資本金	506	506	0
利益剰余金合計	△139	39	+178
純資産合計	552	571	+19

■自己資本比率 64%

■有利子負債ゼロ

■利益剰余金が大幅増加

■純資産、今後段階的に増加見込み

営業キャッシュ・フローが大幅に改善しています

新たな価値体験との出会い



(単位：百万円)	25.03期	26.03期 3Q累計	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	▲152	89	+241
投資活動による キャッシュ・フロー	▲55	28	+83
財務活動による キャッシュ・フロー	▲7	4	+11
現金及び現金同等物 の増減額	▲214	120	+334
現金及び現金同等物の 期末残高	465	585	+120

■ 営業CF

- 26.3期 3Qは純利益増により、営業CFが大幅プラス

■ 投資CF

- 当社の成長投資は主に、事業開発や研究開発・人的資産などであり、PL範囲内で行う。一部、BS投資を行うが、営業CF内に留まる。保証金戻し等もありつつ、投資CFプラス

■ 現金及び現金同等物

- 昨年度は下期の構造改革過程に伴う営業CFマイナスのインパクトが大きく、現金及び現金同等物の期末残高が減少したが、今年度は3Q時点において現金及び現金同等物の増減が前期末比で120百万円プラス

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

2. 通期見通しと株主還元

26年3月期 通期業績予想をさらに上方修正しました

新たな価値体験との出会い



成長基盤の確立と合わせ、売上、利益ともに通期見通しを上方修正

(百万円)	2025年3月期 通期実績	2026年3月期 期初会社計画値	2026年3月期 2Q修正値	2026年3月期 3Q修正値	2Q修正値対比
売上	1,039	1,100	1,100	1,100	+0
営業利益	-76	15	31	38	+7 + 22.6%
経常利益	-80	15	32	40	+8 + 25.6%
当期純利益	-139	11	24	40	+16 + 64.5%

- 音楽・映像コンテンツデータサービス、第4四半期以降も成長を見込む
- データサービス事業の拡大と生産性向上の双方の効果で利益率が伸長
- 次期以降に向けた新プロダクト・サービスの開発とトライアルが進展

通期見通し：増収・増益・黒転を見込みます

新たな価値体験との出会い



単位：百万円	25.3期	26.3期予想 2Q発表時点	26.3期予想 3Q発表最新	前期比
売上高	1,039	1,100	1,100	+61 + 5.8%
営業利益	▲76	31	38	+114 黒字化大幅増
営業利益率	-7.3%	2.8%	3.5%	+10.8%
経常利益	▲80	32	40	+120 黒字化大幅増
親会社に帰属する 当期純利益	▲139	24	40	+179 黒字化大幅増
EPS (円)	▲56.73	9.95	16.37	+73.1 黒字化大幅増

■ 売上高

前年同期比 **5.8%** 増収

増収要因

- 音楽・映像コンテンツデータサービスの伸長
- 27年3月期以降への成長基盤を確立

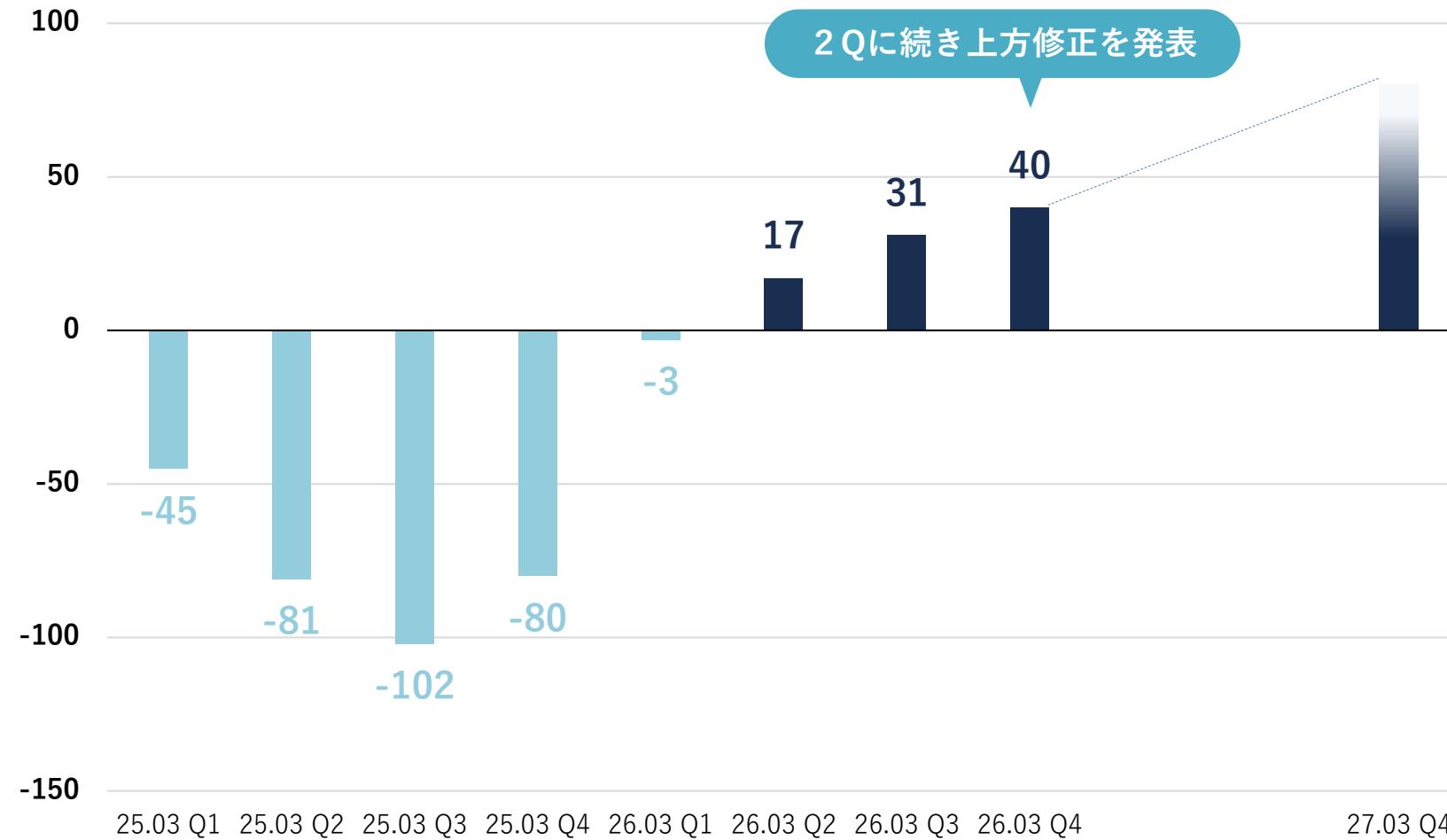
■ 営業・経常利益

黒字化及び大幅増

増益要因

- 音楽・映像コンテンツデータサービスのライセンス・運用売上の増加
- 先行投資の収益化
- 開発・運用の生産性の向上、研究開発系以外の販管費の見直し、最適化

経常利益の推移（百万円）



26.3期Q4見通し

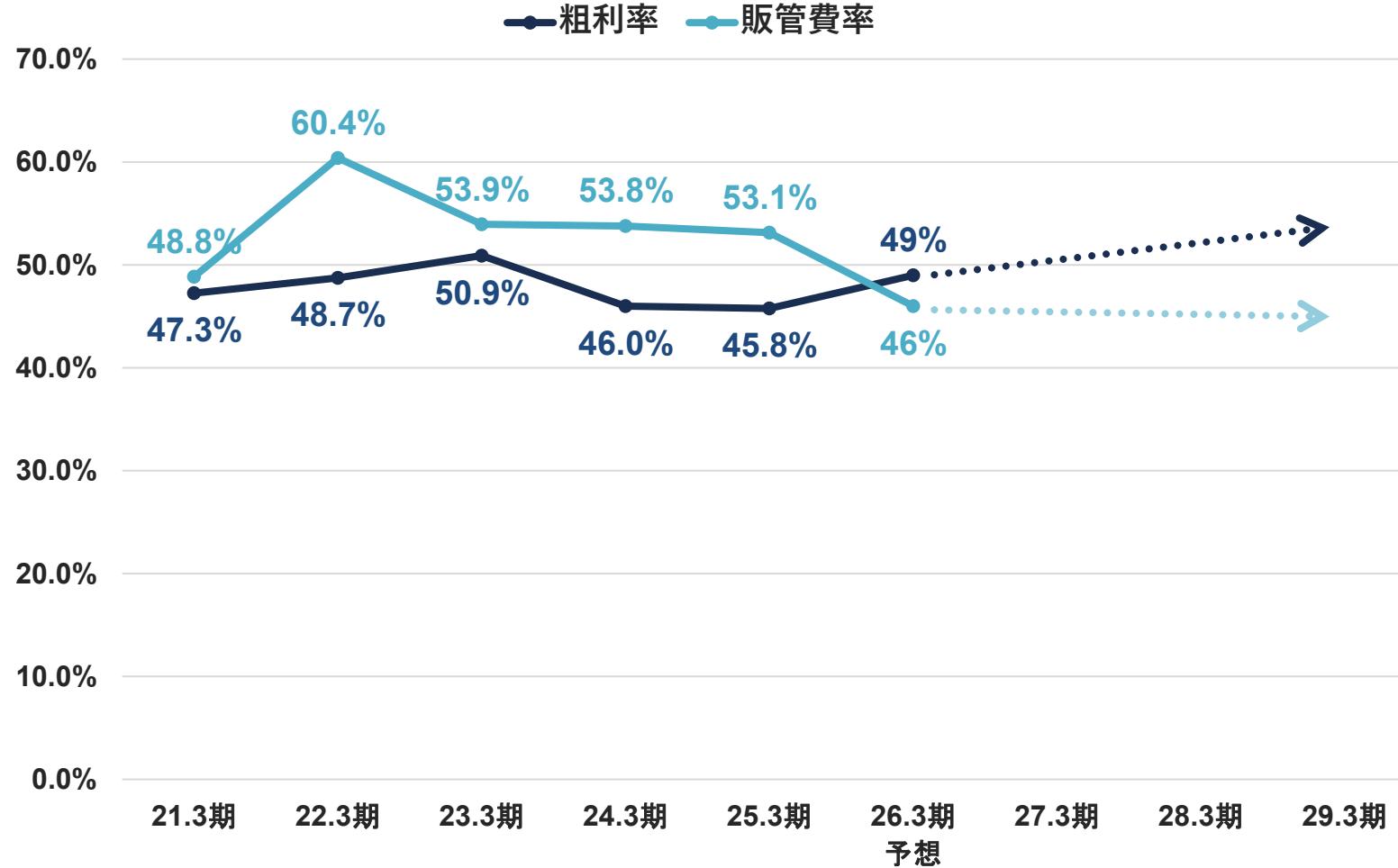
- 音楽、映像データサービスの成長、先行投資の収益化、生産性の向上により通期経常利益は4,000万円を見込む

27.03期見通し

- 既存事業の着実な成長による粗利の伸長により、経常利益はさらなる成長を見込む
- 27.3期の業績予想は、4Q決算で発表を予定しています。

粗利率の向上が、営業利益率の上昇をけん引へ

新たな価値体験との出会い



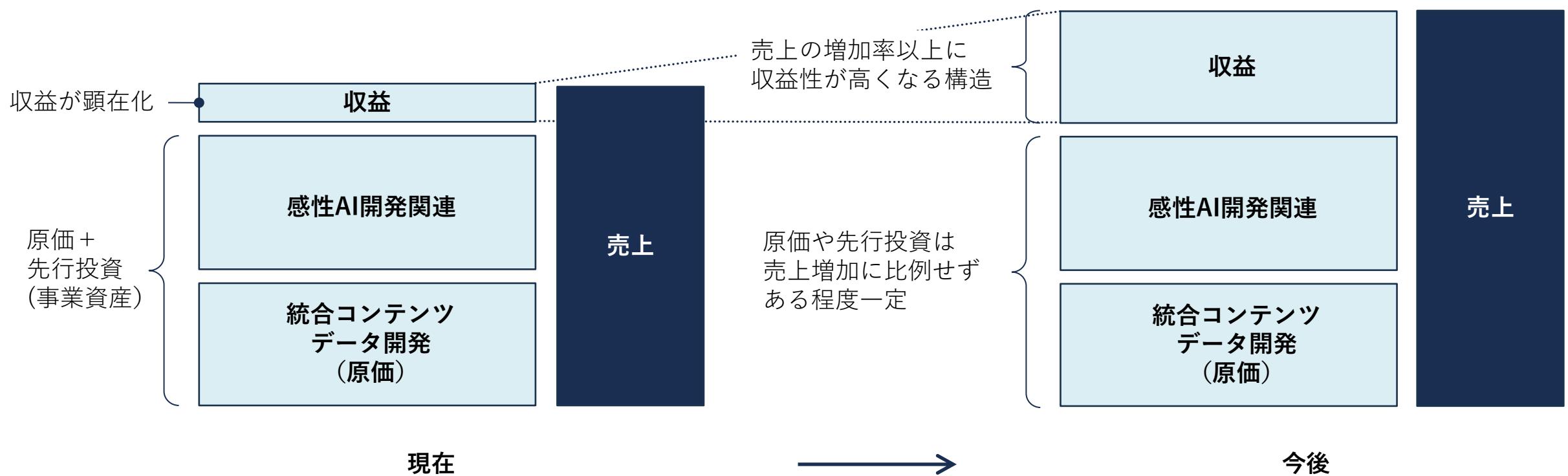
営業利益上昇の要因

- 既存事業の成長に伴いデータ資産が有効活用されることで、売上高は引き続き成長を見込む
- 売上高成長率 > 売上原価増加率のため、粗利率は上昇傾向
- 研究開発などの投資は継続。構造改革による販管費削減は一巡も、売上高成長に伴い、販管費比率は低下傾向

主なコストは、コンテンツデータと感性AIへの先行投資

↓
原価・先行投資額はある程度一定（売上には比例しない）

↓
このため売上が一定規模を超えると収益性が高まる構造



- 上場來、大きな増資やM&Aをせずに、無借金経営にて感性AIとコンテンツデータ開発を行ってきました。
- ある意味堅実なのかもしれません、現在の企業価値を鑑みても、これらは株主様や資本市場が求めるものではなく、かつ当社が目指しているIPコンテンツデータ企業としてグローバルで飛躍し役に立つ、という意志とはかけ離れたものと認識しています。
- 四半期ごとの投資家説明会は行ってきましたが、十分なコミュニケーションとはいえませんでした。
- IR強化なども行っておりますが、まだまだ道半ばであり、株主様や資本市場との向き合いに不足があったと理解しております。
- Never too late の精神で、株主還元はもちろんのこと、より丁寧な株主様との向き合い、より積極的な資本市場活用にあらためて取り組んで参ります。
- グローバルな視点で、日本のコンテンツが世界中を席巻する一助になる会社へ成長することに一点集中しつつ、株主様との向き合い方もより改めてまいります。

配当 + 株主優待利回りは、5%超に※。今後、着実な実践と向上を行なって参ります。

※ 2/5 株価 1単元100株所有において

配当	基本方針・内容	株主優待（内容）	基本方針・内容
当期5円配当を予定 (期初3円配当予想)	現在の当社先行投資は基本的にPLに反映済みであることも合わせ、今後も着実な配当及び増配を推進予定	<p>①1年未満保有の株主様 本年度(導入記念) 3,000円タワーレコードギフトカード (次年度は1,500円を予定)</p> <p>②1年以上3年未満の株主様 TOHOシネマズ® ギフトカード 3,000円（次年度も同様予定）</p> <p>③3年以上の株主様 タワーレコードギフトカード1,500円 に加えて TOHOシネマズ® ギフトカード 3,000円 (次年度も同様予定) 今後さらにコンテンツ関連にて 当社が出来得ることを検討して 参ります</p>	<p>エンターテイメント、コンテンツ市場のデータ専業会社として 育てられたきた背景含め、コンテンツへの愛情をお持ちの株主様への還元方法を継続、発展</p> <p>3月末保有株主様対象 発送は6月を予定</p>

既存事業で年間平均成長率を10～15%を基盤とし、新たなプロダクト・サービスとの掛け合いで、世界で通用するIPコンテンツ・データサービス専門会社として年間営業利益を短期的には3億円、中期的には10億円を目指します（方針と進捗はP40-P42にて）

- 大株主様交えた株式流動化に向けた協議を進めております
- あわせて他取引所への重複上場を準備中

適合状況	東証スタンダード市場 上場維持基準	判定	
流通株式時価総額	1,000百万円	×	流通時価総額基準に抵触しております
株主数	400人	○	
流通株式数	2,000単位	○	
流通株式比率	25%	○	

当社の株主構成

浦部 浩司 (弊社代表取締役)	661,600株 (26.7%)
カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社	240,000株 (9.6%)
KDDI株式会社	240,000株 (9.6%)
株式会社フェイス	145,000株 (5.8%)
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	92,300株 (3.7%)

<ご参考> 大株主様保有分が流動化した場合の基準株価
24万株(743円)、35万株 (687円) 、45万株 (643円) となります

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

3. 新プロダクト・サービス開発発表

当社独自のコンテンツ専門データベースを応用し、IPコンテンツの発展にデータ技術で貢献するエンターテイメント分野に特化したDMP^{*} 「MSDB Bridge」を開発しました。

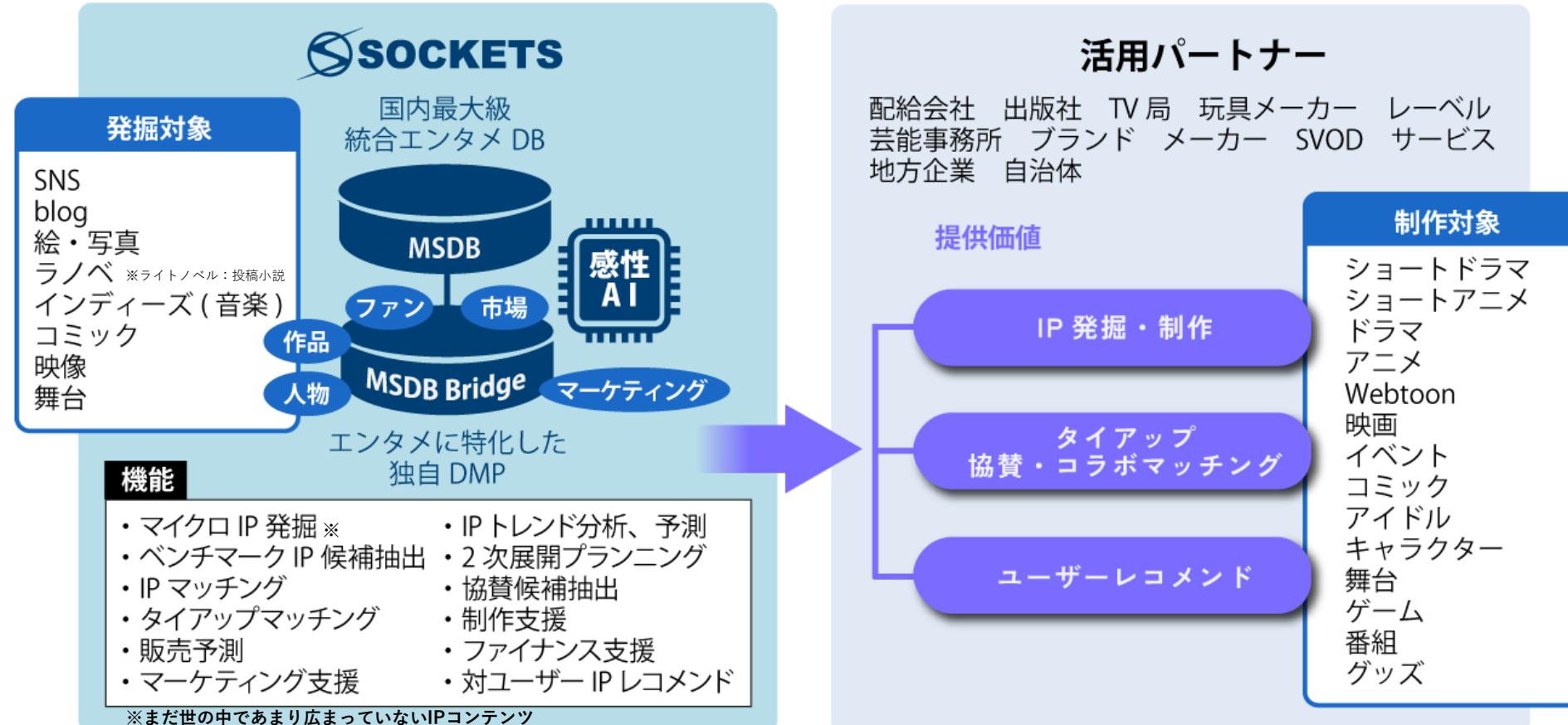
現在 6 社様とトライアルやPoCを協議中（MOU1件、実施契約 3 件など）です。

日本のコンテンツやクリエイターにとって、可能性を広げる、また課題を解決する、そのうえで多くのIPコンテンツを活用する企業および自治体の方々にご活用頂くことでIP立国日本の実現に寄与いたします。

※DMP (Data Management Platform)

インターネット上に蓄積された多様なデータを一元的に管理・分析し、顧客理解やマーケティング、商品開発などに関するデータ活用を実現する仕組み（プラットフォーム）

IPコンテンツの素材を探し、創り、広げることに専門データ技術で貢献するデータシステム



IP発掘支援

コンテンツ特徴データベースから、様々な要件に応じたIP発掘を支援

IPを広める

IPの中(作品内容)と外(ビジネス展開)から既存のIPコンテンツの探索・情報提供

IPを使う

- タイアップ、コラボレーション先を発掘
- 出資先の発掘、調査
- 投資金額の決定

従来存在する数多のDMPとは異なる独自性や強みについて

独自の感性AIを活用 コンテンツ特徴の解析技術

独自の感性AIを活用しコンテンツの内容（物語・世界観・テーマ・感情・キャラクター・背景など）を解析してデータベース化

横断的なIP分析基盤

過去から現在に至る膨大な多様な分野のIPに
関連する情報を集約・体系化し、エンタメ領
域を横断したデータ分析が可能

コンテンツ中心の設計思想

Webマーケ、広告、コマース系のDMPと連
携可能でありつつも、設計思想が大きく異な
り、コンテンツやファンコミュニティの内容
理解がベース

感性AI

感性
メタデータ

MSDB

IP
(media franchise)
DB

エンタメ
特化

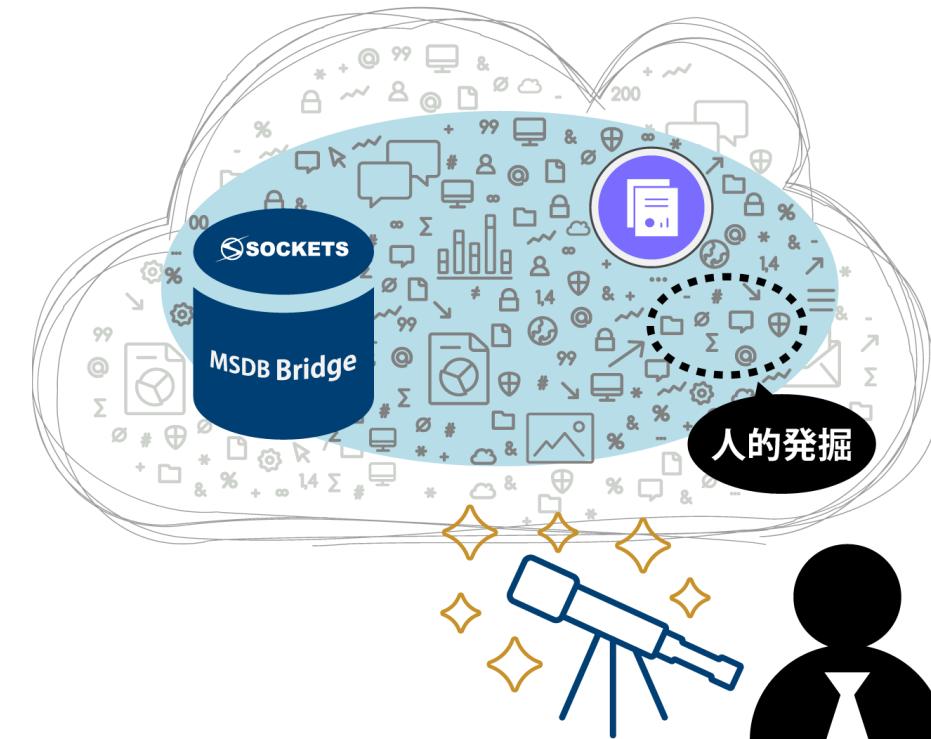
現在 6 社様ほどと、トライアル実施および協議中

順次ご紹介させて頂きます。

- 映画系会社様
- 出版会社様
- 音楽系企業様
- 流通金融企業様
- 放送系企業様
- ファッション系企業様

エンタメDMP型IPの発掘

人だけでは探しきれない世の中の無数の作品やクリエイターの中から、特定のテーマや才能を発掘する



Before

- 世の中に無数に存在する作品・クリエイターを、人の目と勘だけでは探しきれない
- まだ“見つかっていない”未発見層を体系的に探せない
- 探索フェーズの選択肢が限られ、判断が属人化しやすい

What

- 人力では見逃されがちな薄い・意外性・狭い領域のIP候補を早期に発掘
- 探索フェーズにおける「見るべき候補数」をデータで増幅
- 直感に頼らない、次の検討に進むための土台づくり

How

- テーマ・ジャンル・才能軸での横断的データ探索
- SNS・コミュニティ・反応傾向などの外部データ活用
- 定量情報と定性的示唆を組み合わせたスクリーニング
※人がすべてを見る前段階の「探索レイヤー」をサポート、DMPが担う

Expected Value

- これまで候補に上がりづらかったIP・才能の発見
- 初期検討フェーズのスピードと網羅性が向上
- 「成功事例をなぞる」に加えて「可能性を広げて選ぶ」意思決定へ

IPコンテンツの世界観にマッチした スマールスポンサーのマッチング

顕在及び潜在的な共感ポイントを定義しブランドストーリーやパーパスを持つ多様なブランド企業と制作サイドをマッチング



様々な企業・ブランド・サービスと連携

Before

- IPの世界観と合うスポンサーを探すのが属人的
- 大手以外の「相性の良いスマールスポンサー」が見つけにくい
- 共感ポイントの言語化・数値化が難しく、提案が感覚論になりがち

What

- IPコンテンツの共感軸・情緒的価値をデータとして定義
- ブランドストーリーやパーパスとの親和性を可視化
- スポンサー候補の選択肢を拡張

How

- 機能価値／情緒価値／体験価値の多面的分析
- 指標のモデル化・スコア化・言語化
- IP×ブランドのマッチングロジック

Expected Value

- 世界観にマッチするあらゆる業種とのスポンサー連携を実現
- 新たな収益機会の創出
- 制作サイド・ブランド双方にとって納得感のある協業

IPに特化したSNS指標を活用し、 SNS拡散時の参照指標とする

どの要素が、どんな層に反応・刺さっているか」を定量×定性情報から解析



ファンダムDB化
エコシステムの可視化

Before

- ・ ファンの反応が数字として断片的にしか見えない
- ・ どの要素が、どの層に刺さっているのか把握できない
- ・ ファン情報が施策ごとに分断され、蓄積されない

What

- ・ ファンダムをDB化し、継続的に蓄積
- ・ 拡散構造・コミュニティの広がりを可視化
- ・ ファンエコシステム全体を一望

How

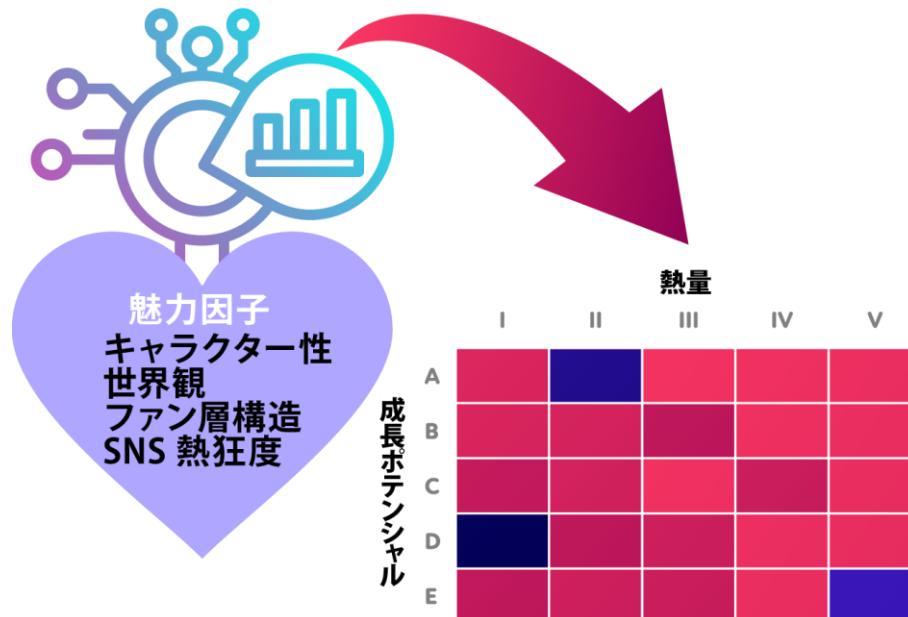
- ・ SNS Analytics / Insights
- ・ フォロワー構造・二次拡散分析
- ・ 定量 × 定性情報の統合解析

Expected Value

- ・ ファン理解の解像度向上
- ・ 施策設計の再現性アップ
- ・ ファンダムを「一過性」から「資産」へ

潜在IPの早期発掘

IPに特化したSNS指標を活用し、IPコンテンツ活用施策時（イベントやカード発行など）の参考とする



IP特徴DB からニッチさ、熱さ（トレンド）を分析
IPヒートマップ提示

Before

- 成長前のIPは情報が少なく判断しづらい
- トレンドは気づいた時には手遅れになりがち
- 人の目利きだけでは限界がある

What

- 潜在IP群を熱量 × 成長ポテンシャルで可視化
- ニッチだが伸びる可能性のあるIPを抽出
- 人の直感を補強するデータを提供

How

- IP特徴DB（世界観・キャラ・ファン層）
- SNS盛り上がり・成長傾向の解析
- IPヒートマップ表示

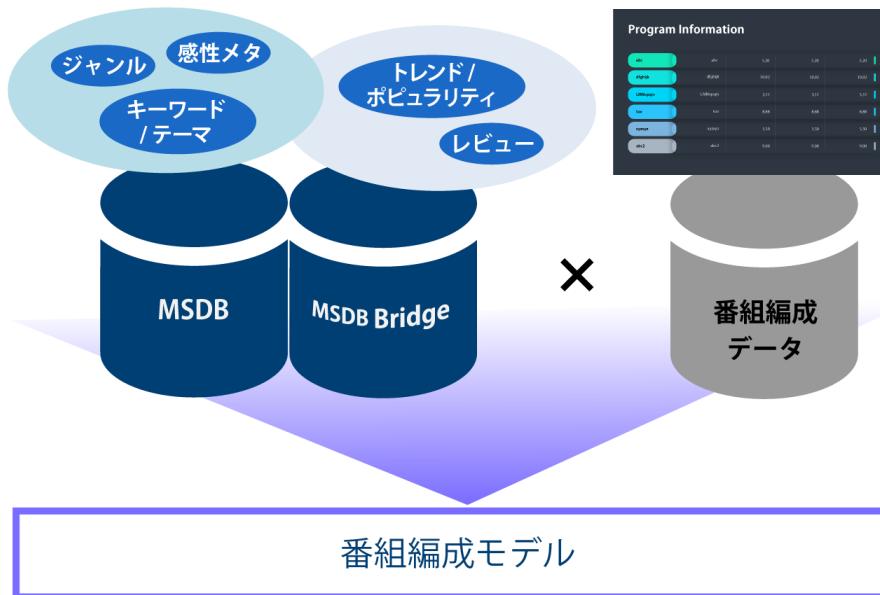
Expected Value

- 成長前IPへの早期アプローチ
- 投資・開発判断の精度向上
- 目利きの再現性とスピードアップ

番組編成支援

感覚に頼らない、番組編成の意思決定

コンテンツ特徴×評価情報による
編成モデル＆ツール



Before

- ・編成判断が経験と勘に依存しやすい
- ・視聴者ニーズの変化を事前に捉えにくい
- ・過去データを十分に活かしきれていない

What

- ・IP・コンテンツ特性を横断的に分析
- ・編成判断を支援する番組編成ツールを構築
- ・企画段階からデータを活用

How

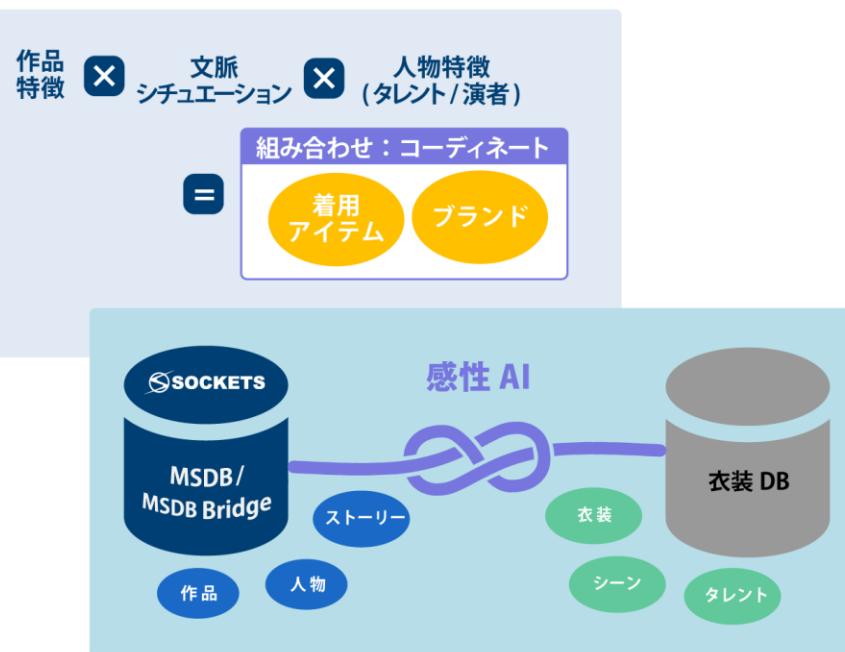
- ・IP特性・視聴反応・ファン構造
- ・過去編成データとの相関分析
- ・シミュレーション・比較

Expected Value

- ・編成判断の根拠が明確に
- ・ヒット確率の向上
- ・属人性の低減とナレッジ共有

コンテンツと衣装の相関解析による EC支援

文脈ベースのコーディネート分析



衣装DBとMSDB / エンターテイメントDMPを
感性AIで連携

Before

- 文脈を活かしたEC展開が難しい
- 外部要因での変化の言語化、数値化が難しい
- 独自性を探求して、サービス・事業をスケールアップしたい

What

- 文脈ベースのコーディネート分析
- 作品・シーン・人物 × シーン・タレント・衣装を感性AIで接続
- 文脈ベース衣装推薦

How

- 衣装DBとMSDB／エンタメDMPのデータ接続
- 感性AIによる文脈解析
- アイテム×ブランド属性の紐付け

Expected Value

- 購買転換率の向上
- ブランド露出の測定・ブランド価値の説明
- ファン体験の深化

共創モデルを基本思想に事業フェーズ・活用範囲に応じて多様な収益モデルを柔軟に設計

形態	提供内容事例	収益モデル	収益タイプ
利用に応じて	DMP基本機能提供・データ提供	定額利用	ストック
	コラボレーション、共同制作	成功報酬 都度課金	成果運動 フロー
	マッチング(タイアップ・協賛・スポンサーシップ等) コンサルティング	コミッション	フロー
	データ連携、個別ツールカスタマイズ	従量課金	ストック フロー
	OEM活用 (他社様が自社データを活用しながらIP事業の拡大を図る)	共同開発	戦略案件 成果運動

安定収益と成長収益を組み合わせ、利用拡大・成果創出に伴い、
収益機会が段階的に拡張するビジネスモデル

発掘対象・利用用途・パートナー・制作対象が複合的に広がり、事業領域も段階的に拡大

グローバル含めた巨大IPコンテンツ市場での大きな成長、売上拡大を目指します

目的に応じた制作

キャラクターの設定からショートドラマ、コミック、Webtoon制作、プロモーション用のショートアニメ等、目的に応じて制作対象も拡大

ショートドラマ	イベント
ショートアニメ	コミック
ドラマ	アイドル
アニメ	キャラクター
Webtoon	舞台
映画	ゲーム



“1”から他ジャンルへ

例えば、ラノベ※にはじまり、イラスト、映像、音楽、役者…発掘対象を広げることで取り組み自体も拡大※ライトノベル：投稿小説

ラノベ	音楽
写真	役者
イラスト	

段階的用途の拡大

IP発掘、スポンサーマッチングなどから、協賛候補抽出、マーケティング支援など、用途に応じて拡大

IP発掘	IPマッチング
タイアップマッチング	マーケティング支援
制作支援	

展開によるパートナーシップ

メーカーとのタイアップ、地方企業や自治体とのイベント展開におけるなど、世界観やストーリー性で繋がる各種パートナーシップの構築

配給会社	ブランド
出版社	メーカー
TV局	サービス
SOVD	地方企業
玩兎メーカー	自治体
レーベル	...
芸能事務所	

新たな価値体験との出会い



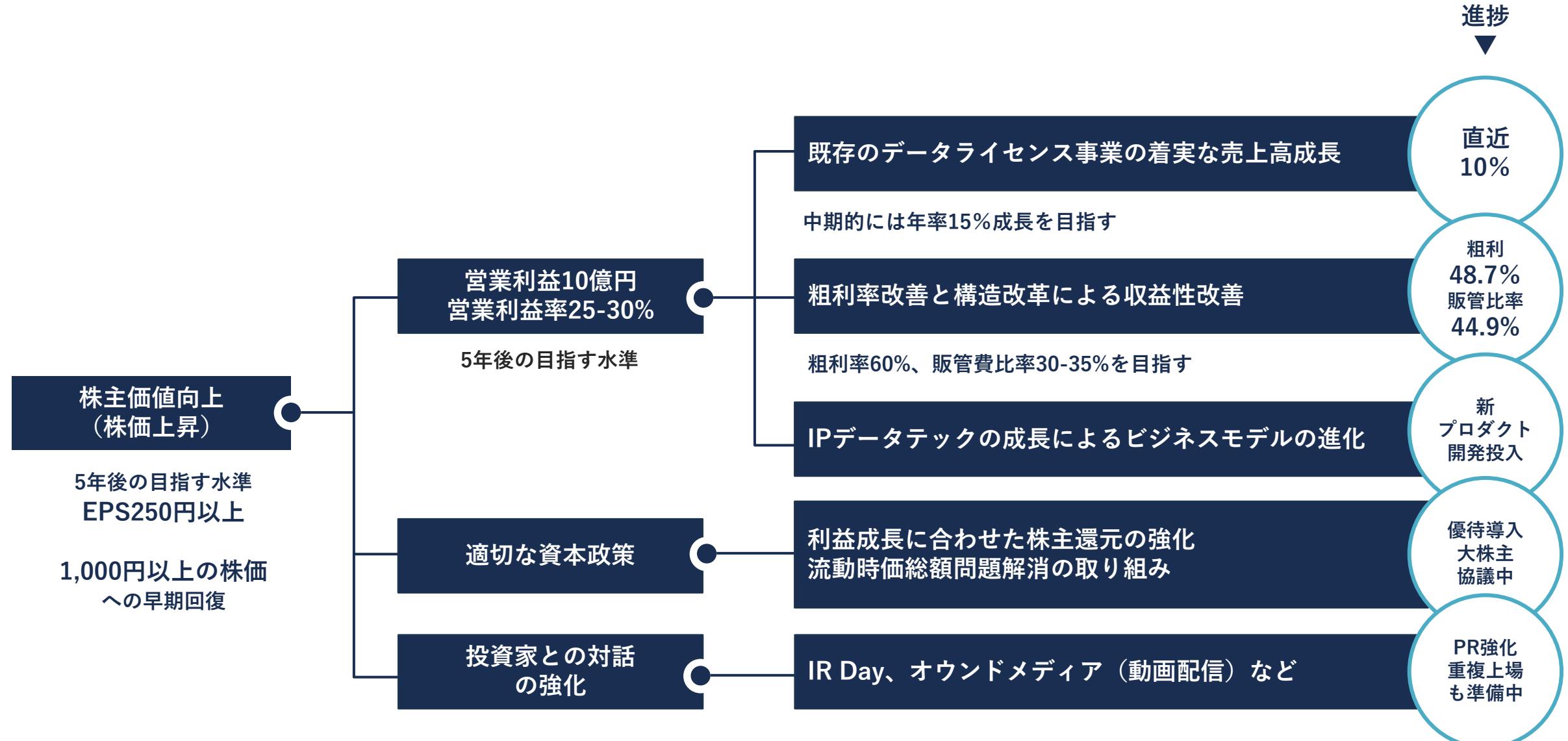
(証券コード：3634)

4. 企業価値向上に向けた取り組み・進捗

3つの道すじで株主価値を高めていきます

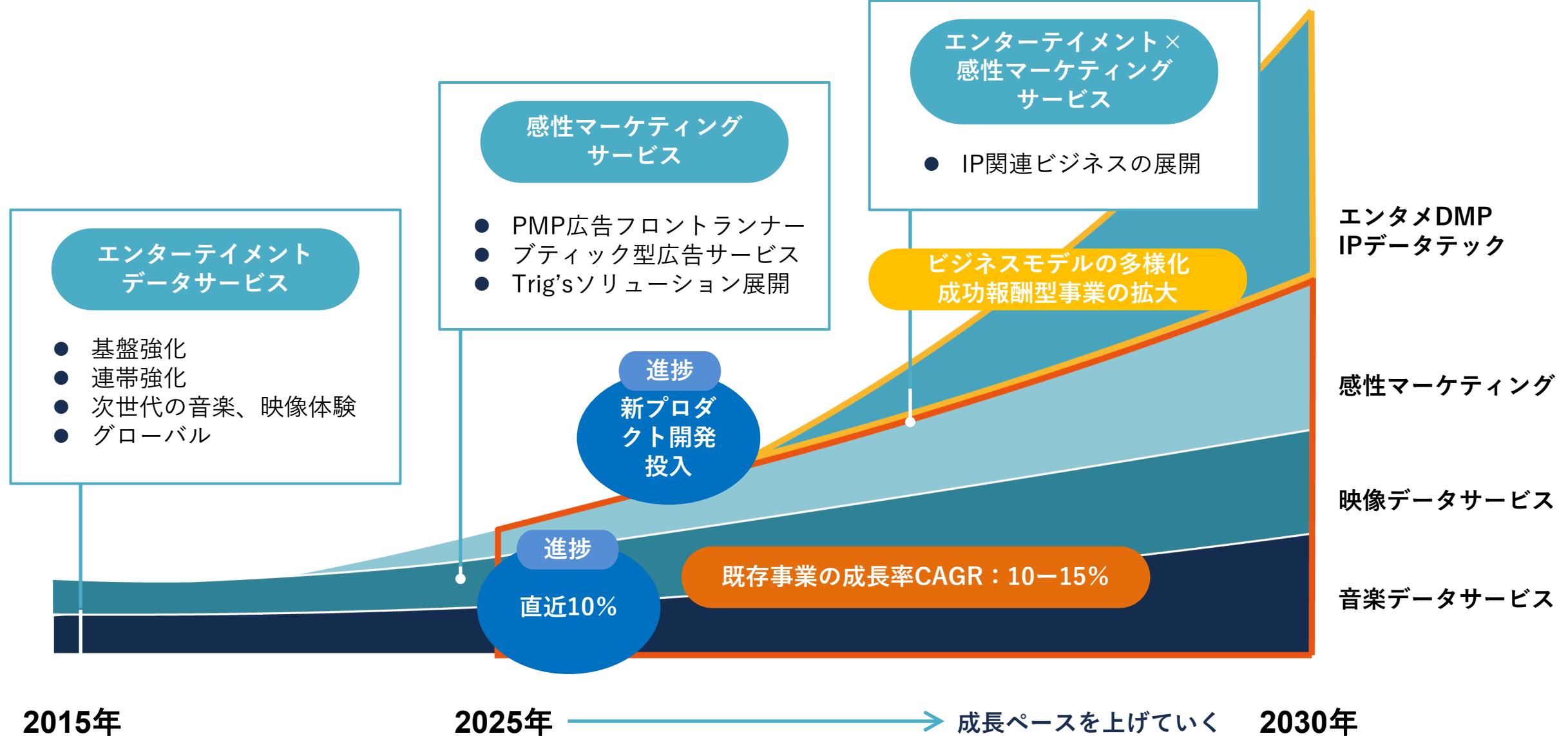
(25/11 IR DAY資料と進捗)

新たな価値体験との出会い



中期的に年率15%以上の成長を目指します (25/11IR DAY資料と進捗)

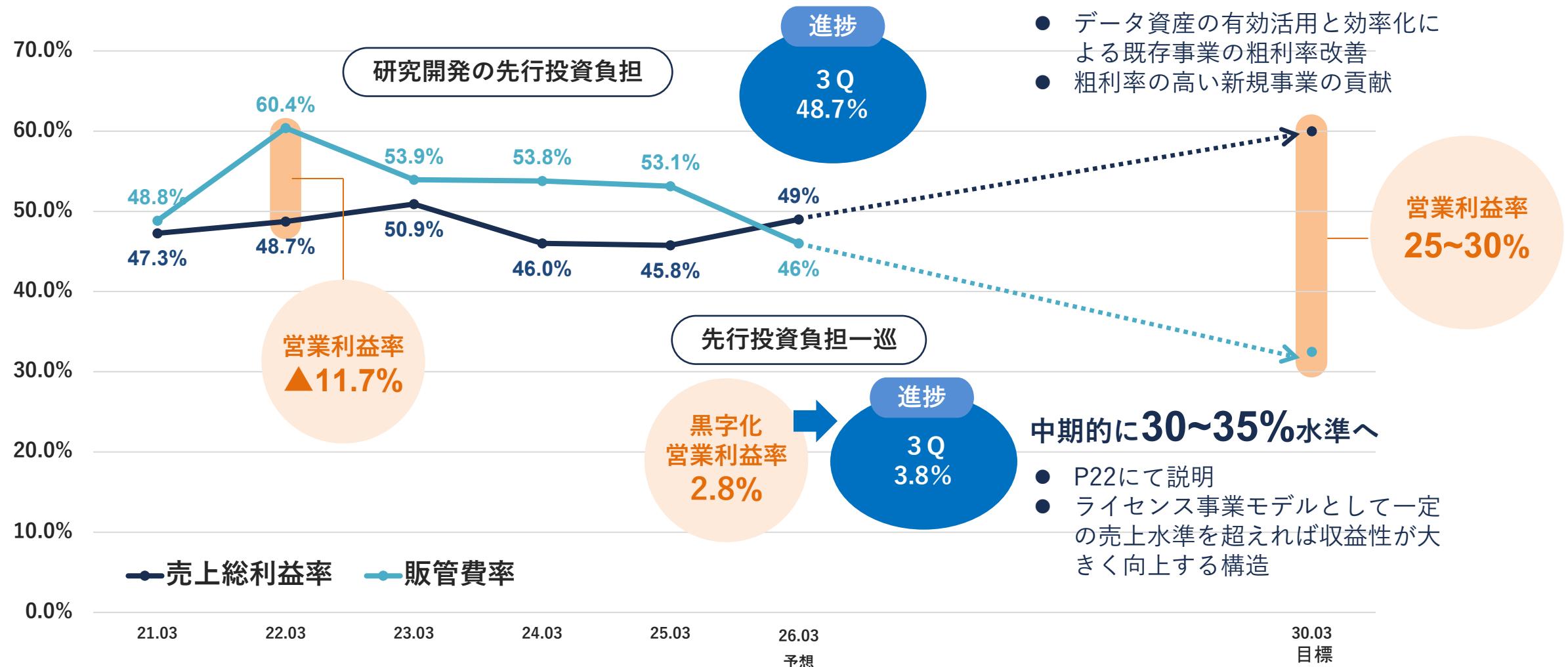
新たな価値体験との出会い



中期的に営業利益率25-30%を目指します

(25/11IR DAY資料と進捗)

新たな価値体験との出会い

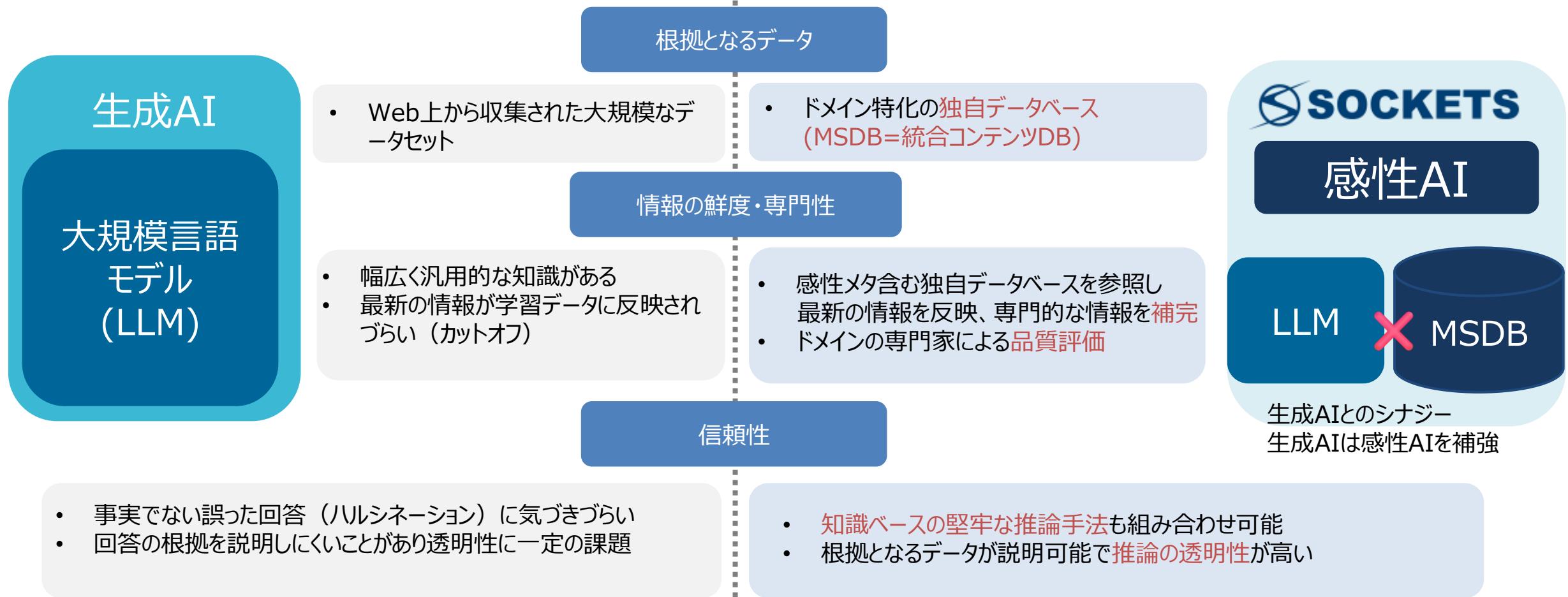


当社独自の感性AIと生成AIとの共創性と比較優位性

新たな価値体験との出会い



- 狹くて深くインターネット上で十分な情報が不足している分野に有用性
- 主觀や情緒性を排除せずに人智による補完性を担保
- 汎用部分を中心に生成AIと共創し性能を随時向上



動画紹介：ソケツの未来に向けた開発リーダーの想い

新たな価値体験との出会い



<https://www.youtube.com/watch?v=UN5HgfN8nXg>

IPデータテックカンパニーへの
進化に向けた想いを
開発・運用リーダーが語る

今後も発信していきますので、
チャンネル登録
よろしくお願いします！



ソケツ公式アカウント

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

Appendix

当社事業説明とデータサービス提供先

新たな価値体験との出会い



事業	内容	ご活用サービス様（一部抜粋）
音楽データサービス	レコメンドや検索に活用するデータやシステムの提供 データ・技術活用により、お気に入りの楽曲、アーティスト、アニメ、ドラマ、映画、俳優、クリエイターなどと出会う機会の増加や音楽、視聴経験の向上への貢献を通じた利用者満足の向上や売上拡大をサポート	FOD LINE MUSIC <u>Rakuten</u> ブックス <u>Rakuten</u> music レコチョク YAHOO! JAPAN U-NEXT
映像データサービス		hulu dヒッツ Lemino J:COM TV TELASA
感性マーケティング	共感で繋がるインターネット広告の提供 中期的な視点による企業が持つそれぞれのフィロソフィー、カルチャー、ストーリー、こだわり、パスなどを訴求することで、自社商品やサービスが持つ本質的な感性価値、情緒的価値をもとに企業と生活者のコミュニケーション活動をサポート	※当社HPより一部抜粋

コンテンツ専門データは、当社データサービスご活用企業様とサービス利用者様に日々鍛えられています

唯一無二の感性AIとは？ —目に見えづらい感性や情緒を解釈し応用する技術

新たな価値体験との出会い



エンターテイメントコンテンツがもつ人間の感情を解釈し分析したデータベース。日本語特有の感覚を重視している。検索やレコメンドとも異なる「偶然の出会い（セレンディピティ）」を創出する。

偶然の出会い（セレンディピティ）

=嗜好性を広げる

ソケツの感性AI

例：ロマンチック

感性メタ

+

重み

甘酸っぱい



あこがれ



運命



絆



家族



複数のメタを重みで組み合わ情绪を解釈

コンテンツ

レコメンド・検索による出会い

=嗜好性を狭める

海外大手SOVDサービスの例

例：Romantic

ロマンチック度



コンテンツに対し、
欧米の感覚表現・情緒表現は定量的

感性AIの効果事例

某サービスにて100万人単位でユーザーをA/Bで分けて、海外企業開発AIと性能評価（期間：2週間）

当社感性AI

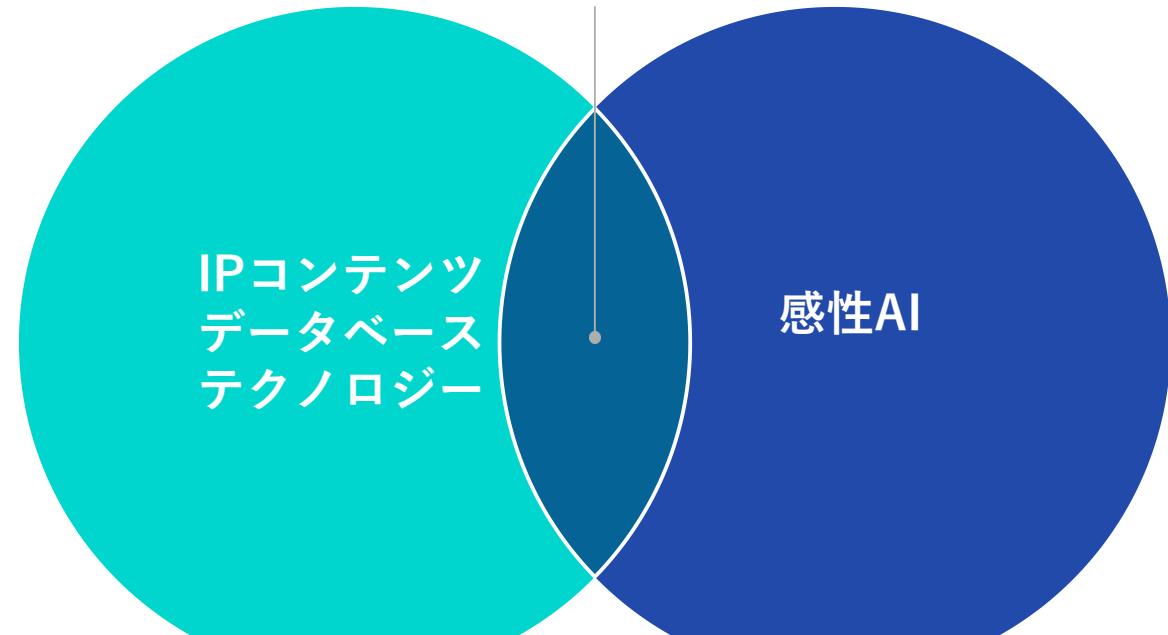


- 他含む主要 **全ての項目**において当社 **感性AIベースのエンジンの性能数値が高い** ことを実証
- ユーザーとの **リテンション（関係性）向上効果** を数値で証明
- また **新たなコンテンツとの出会いの創出** に大きな競争優位性

コンテンツへの深い理解に基づく感性AIならではのコンテンツ体験価値向上を実証

The Next Value Experience

新たな価値体験との出会い

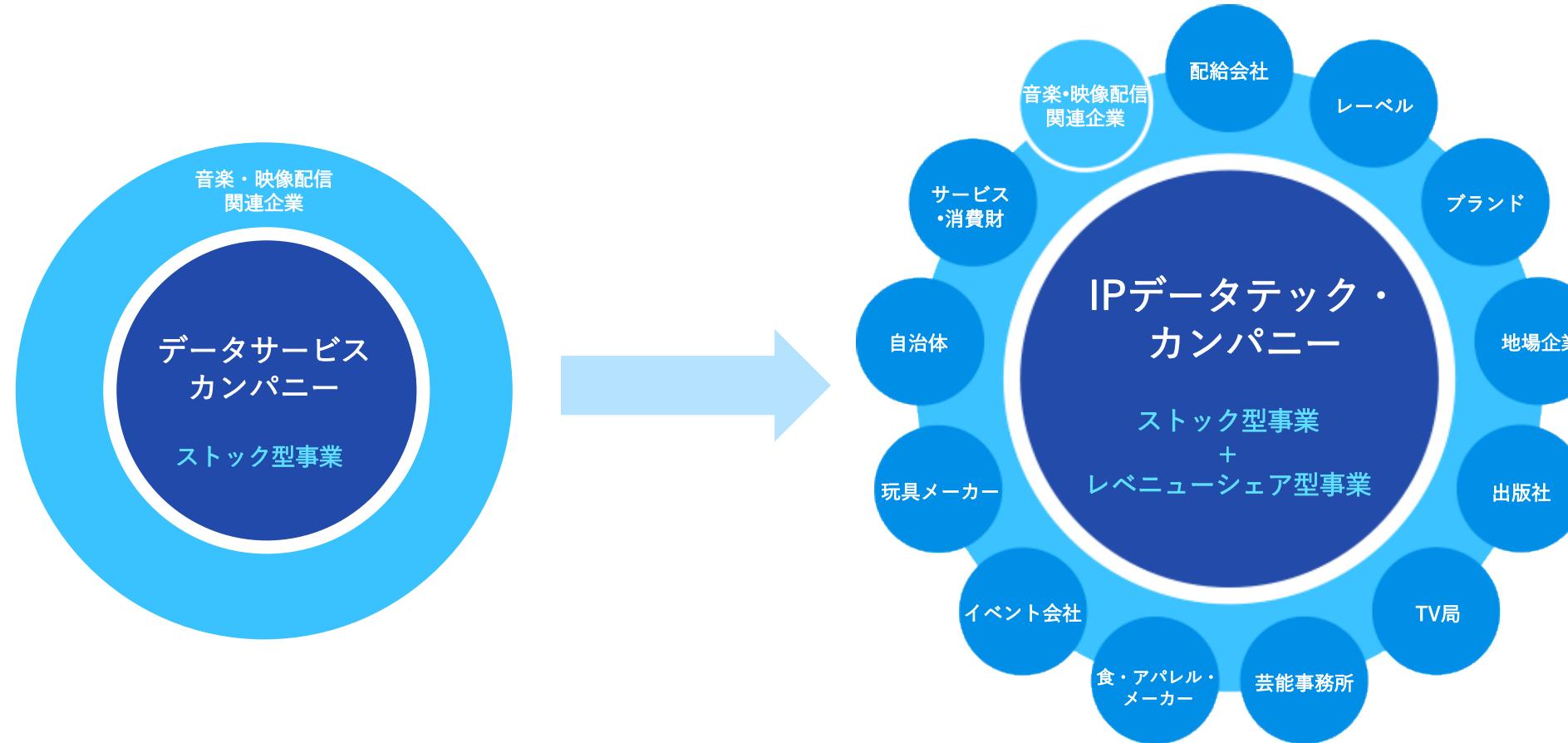


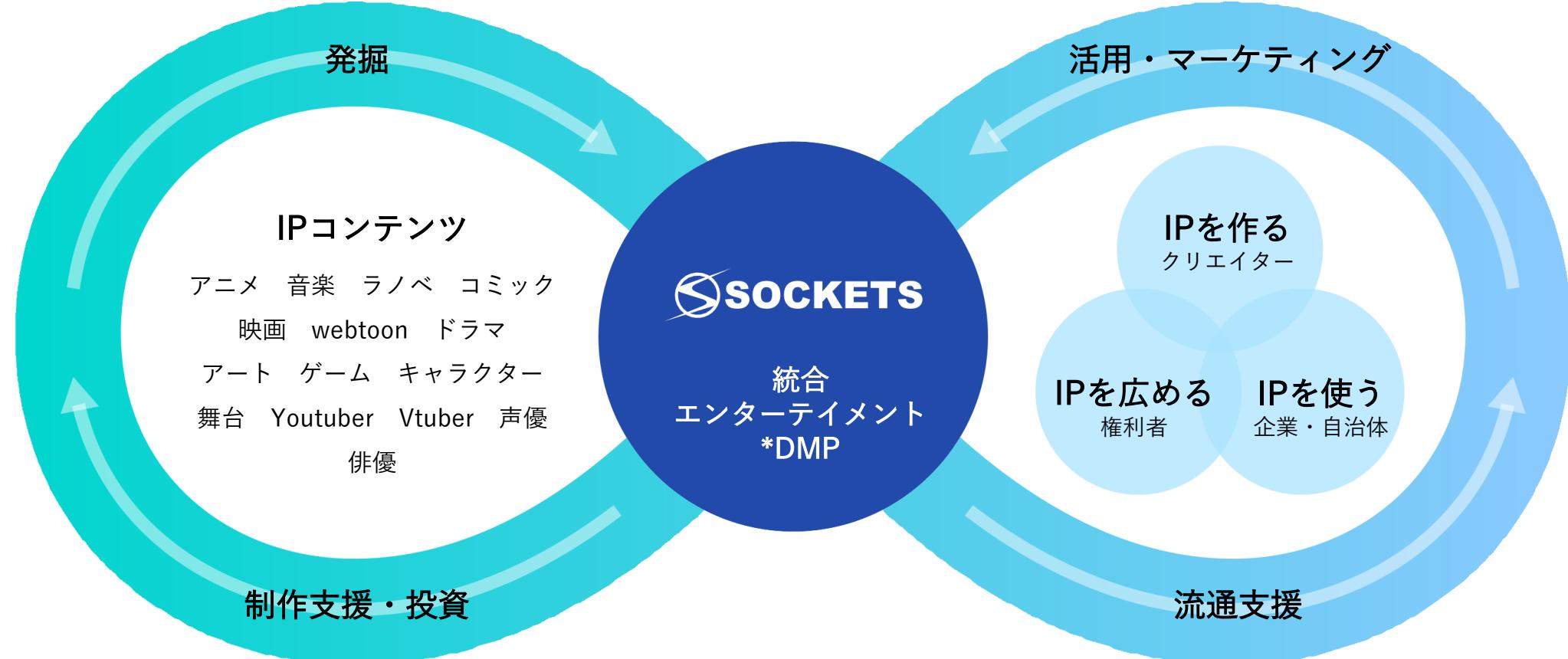
日本のIPコンテンツのポテンシャルをさらに大きく広げる
唯一無二のIPデータテック・カンパニー



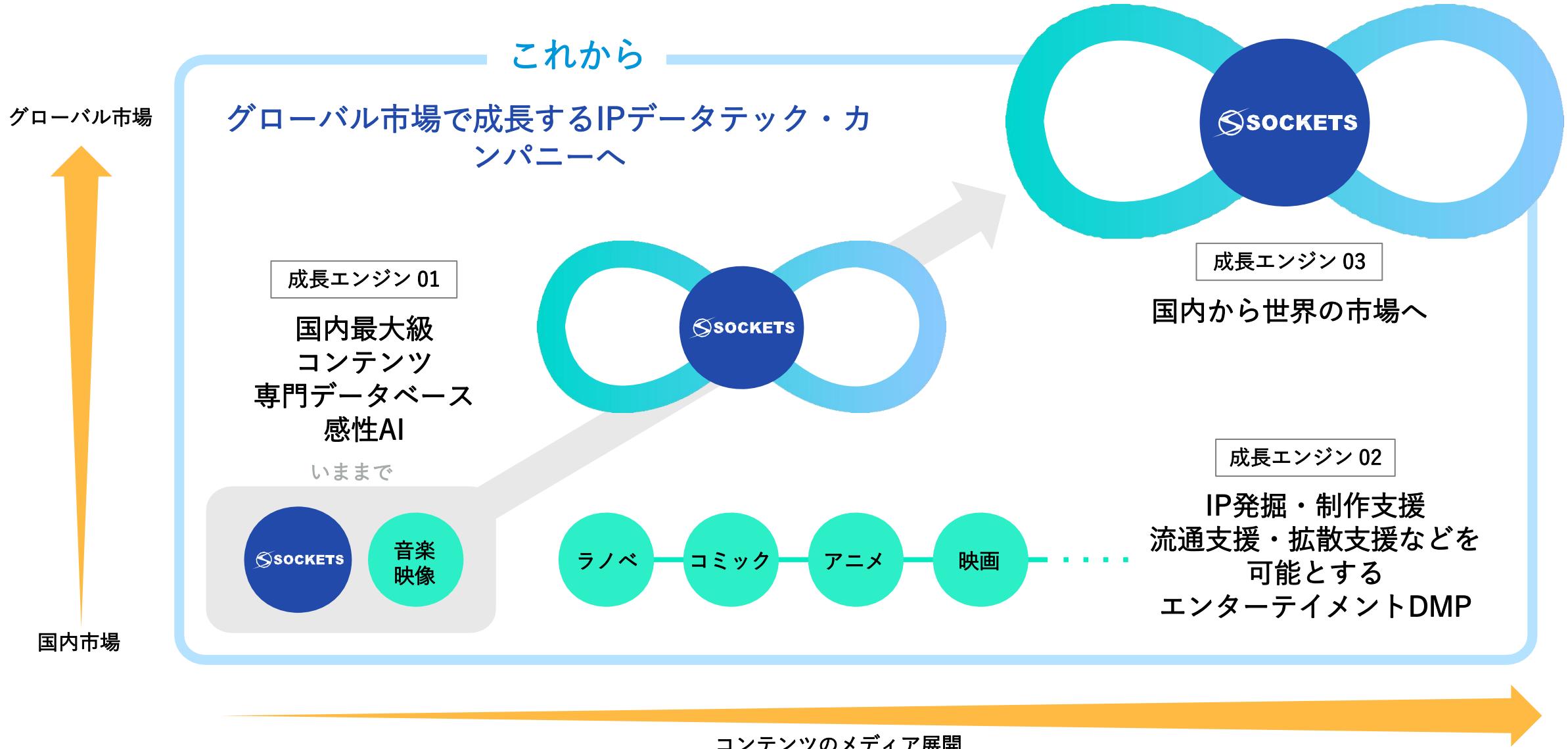
IPデータテック・カンパニーとして多様な企業様と共に創ります

新たな価値体験との出会い
SOCKETS





*DMP : データマネジメント・プラットフォーム

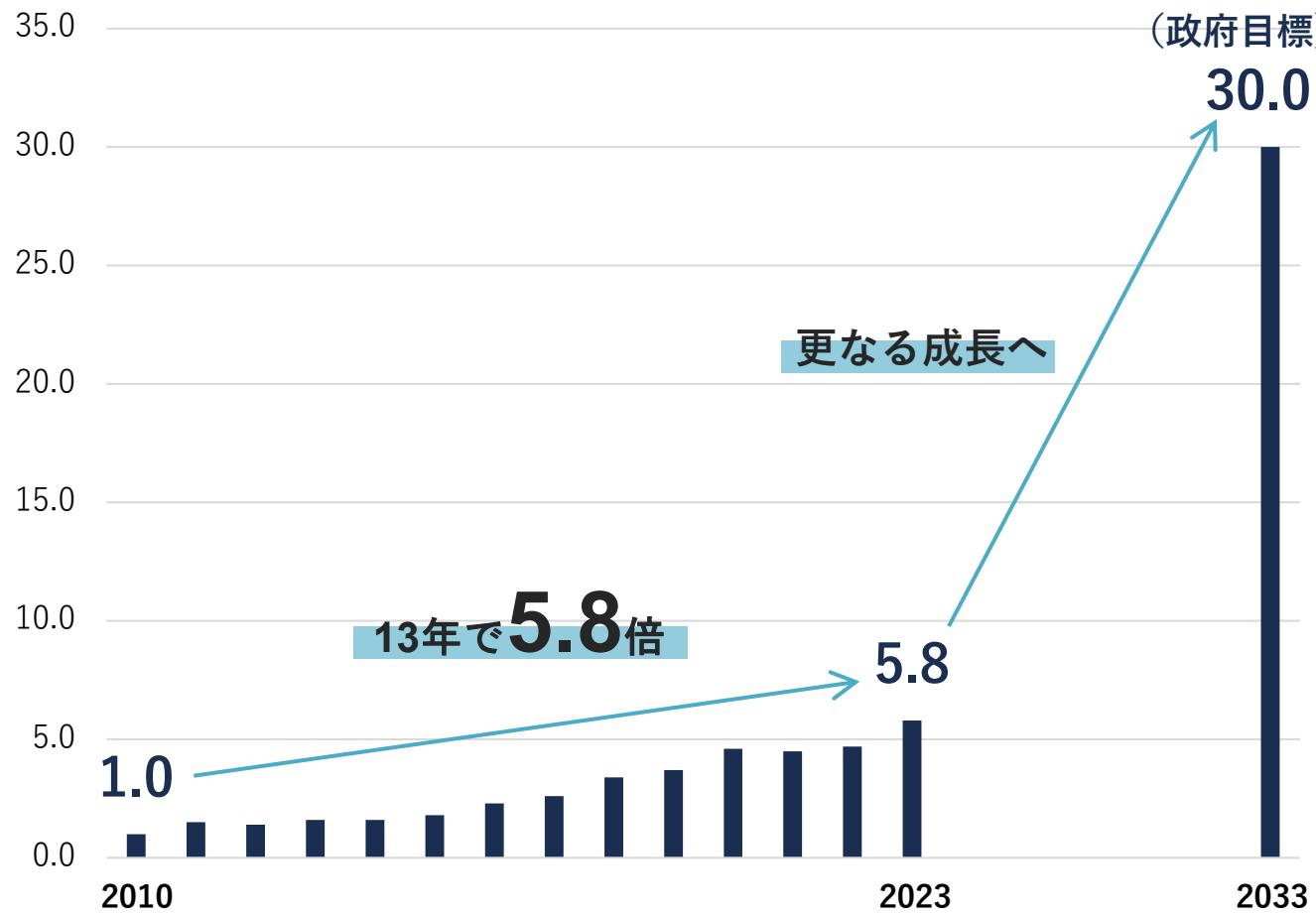


(ご参考) コンテンツビジネスは日本の主要産業に

新たな価値体験との出会い

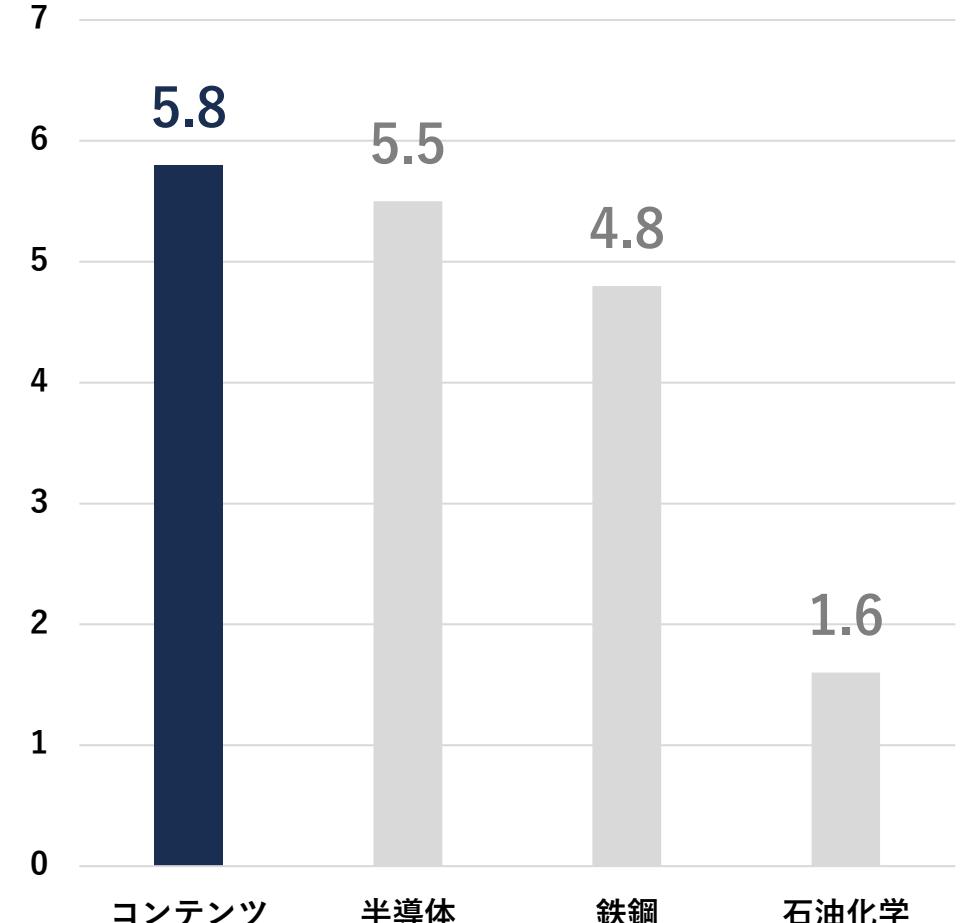


日本のコンテンツ産業の海外売上高（兆円）



出所：経済産業省、2025年6月「エンタメ・クリエイティブ産業戦略」
内閣府、2024年6月「新たなクールジャパン戦略」

2023年 日本の産業別輸出額規模（兆円）



取締役は、執行責任者の浦部以外は全て社外。監査役も2/3が社外。
知見あるプロフェッショナルが価値創造の可能性を議論しています。

社外取締役



鵜飼幸弘

日本有数の半導体ファブレス企業である
メガチップス（東証プライム上場）代表
取締役を経て、テクノロジーハブを創業。
米国量子センサー企業SeeDevice社取締
役兼務。
当社のAI戦略にアドバイスを行う。



町田修一

電通元エンタテイメント室長。
テレビ、アニメ、キャラクター、映画、
音楽まで幅広いコンテンツにおける出資
や事業経験を活かし当社のIPデータテック
事業に関して助言・サポートを行う。

監査役

相田俊充

広告会社、PR会社、SP会社等の取締役
を歴任。コンテンツ・マーケティング業
界における事業・管理経験や知見を元に
当社事業の監査を行う。

社外監査役

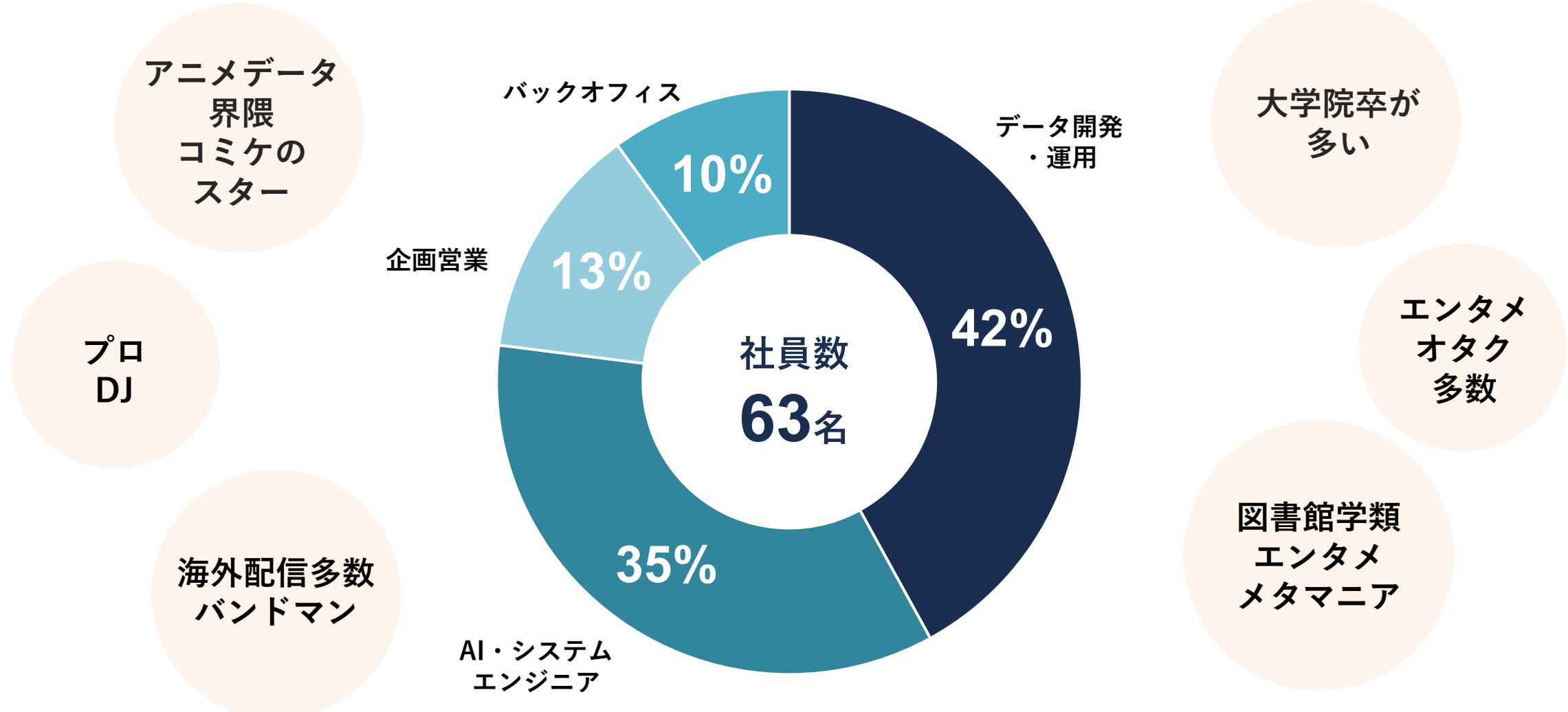
大塚一郎

ニューヨーク州登録弁護士。
メリルリンチ日本証券監査役、ラグジュ
アリーブランド企業の日本法人リシュモ
ンジャパン監査役等を経て現在上場SaaS
企業監査役兼任。

今西浩之

公認会計士。大手監査法人を経て独立。
会計、税務関連の豊富な見識により、当社コーポレートガバナンス
に関与。

AI・SI、データ開発・運用で77%とテクノロジーの人材中心

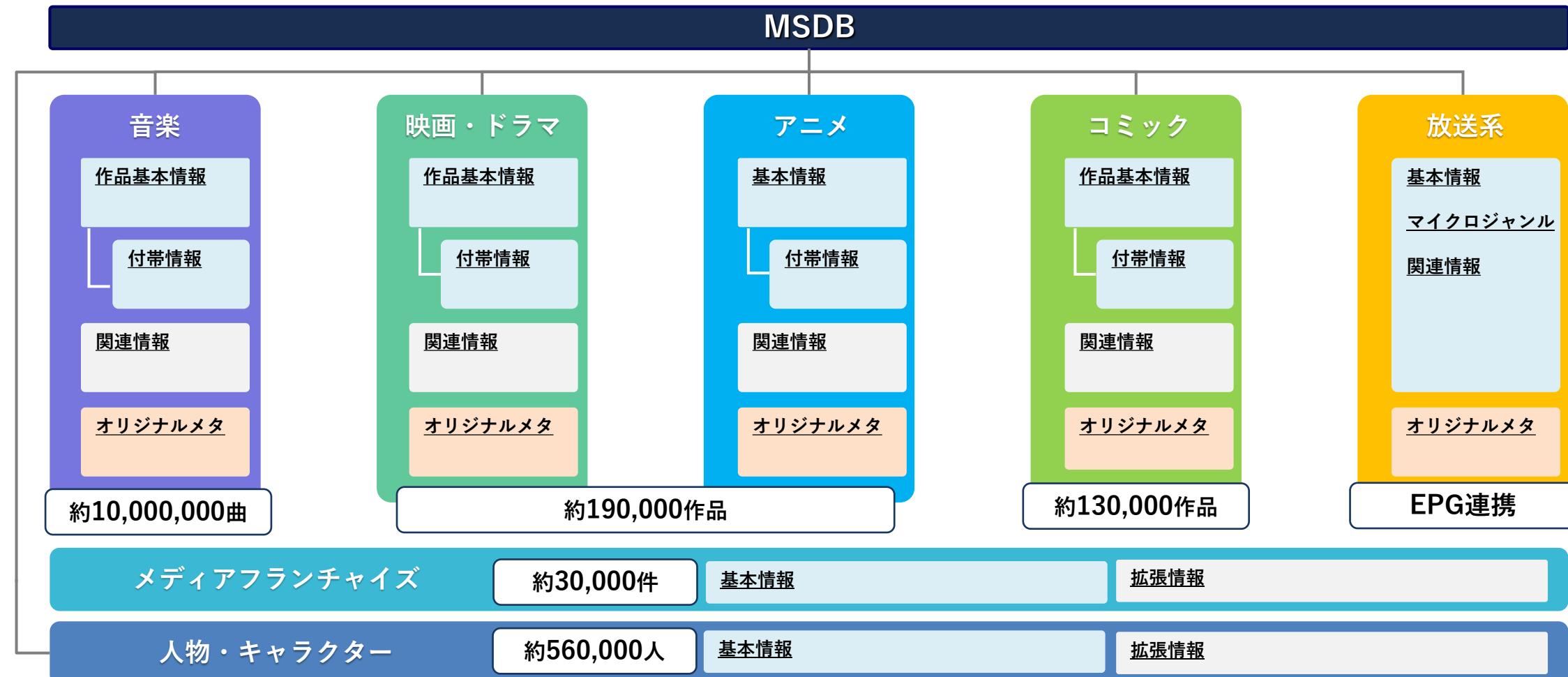


当社独自の国内最大級の統合コンテンツ専門データベース(MSDB)

新たな価値体験との出会い



20年に渡り、コンテンツデータ専門企業として日々データ開発と運用を行なっております



人間の想像力をつなぎます

新たな価値体験との出会い



Love × Communication = Peace



<https://www.Sockets.co.jp/>



当社 YouTube 公式アカウント

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

株式会社ソケツ
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