

2026年3月期 決算説明会

データサービス・システム提供企業から、IPコンテンツを創発・増幅する企業へ

2026年5月12日

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)



The Next Value Experience

- 1** 2026年3月期決算概況
- 2** 2027年3月期決算見込み
- 3** 成長戦略
～コンテンツ専門データサービス企業からIPコンテンツ
を創発・増幅する企業へ
- 4** 企業価値向上に向けた取り組み・進捗

- まずはじめに前期において上場維持基準適合関連でご心配をおかけしたことをお詫びいたします。全ての項目で上場維持基準に達しました、向き合いの機会に感謝しこの経験を活かしお返しします。
- 6年ぶりの黒転は一時的なものではなく、長く続いた先行投資モデルからの脱却となり次期以降に向けた収益・成長基盤の強化が進んでおります。
- 2027年3月期は、データ・システム提供会社からIPコンテンツを創発・増幅する会社への脱皮を行うために種を蒔く重要な1年となり、様々な布石を高速に行ってまいります。
- 従来に掲げて達成できなかった数値等がある現実を直視し、その上でこれからの5年に向けた成長戦略を本日お伝えいたします。
- IPデータテックカンパニーとして世界で通用する会社になり、株主、資本市場、クリエイターに貢献する会社となる道筋を理解して頂ければ幸いです。

- 6期ぶり黒字化の中で、売上、粗利額、粗利率、営業キャッシュフローが増加、コスト効率化も進み成長基盤確立
- 期初業績予想からの数度の上方修正を経て、増配、株主優待導入などの実行
- 先行投資の収益化、4期連続増収ながらその成長ペースは十分でなく、その状況を変えるべく2026年3月期において重要な取り組みが進捗、それらへの投資を実行しつつも収益性が向上
- 株主数が半年で約5倍となる
- 現在無借金、自己資本比率65%、今後成長のための間接・直接金融のより積極的な活用を検討

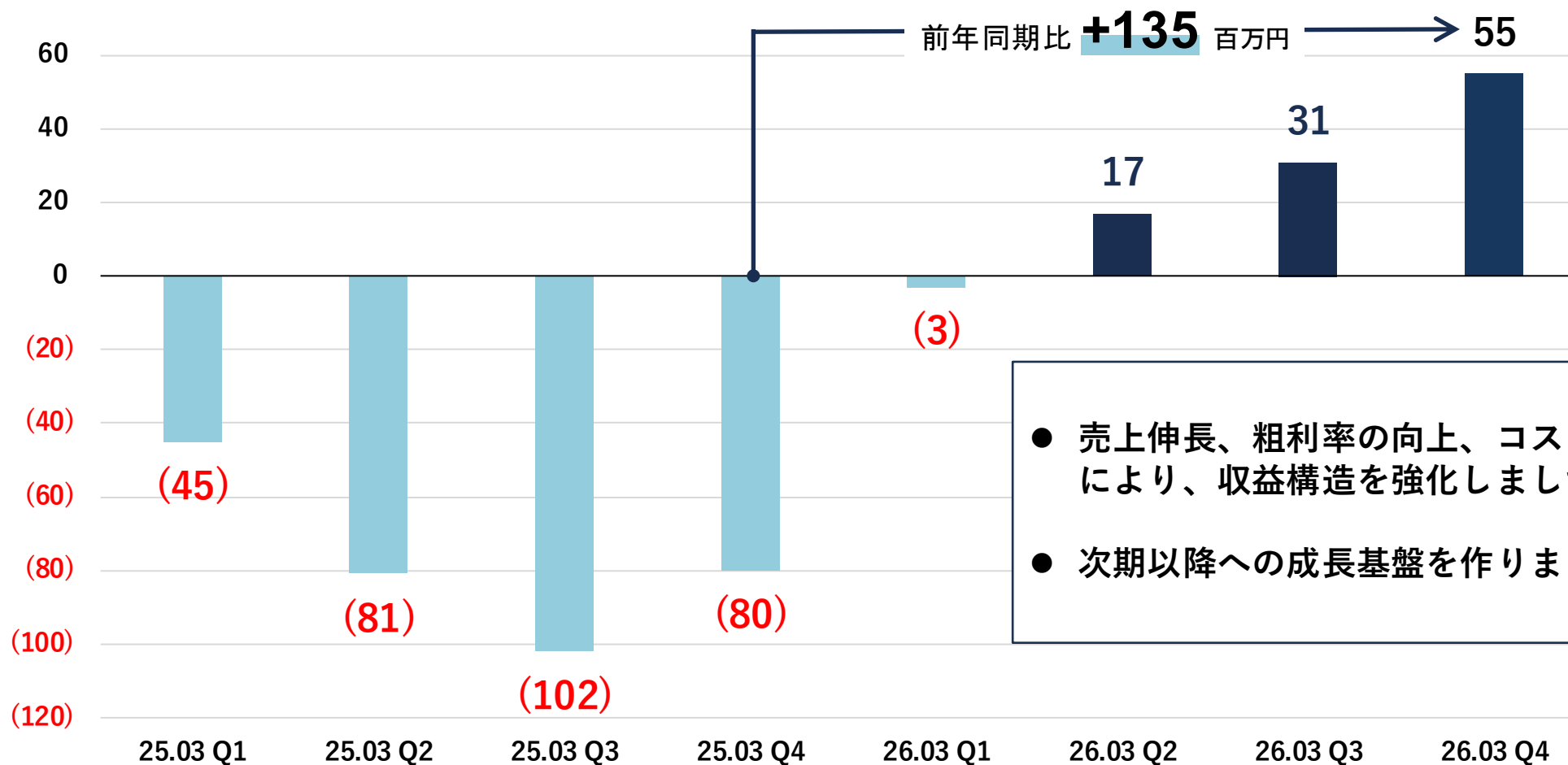
決算ポイント① 先行投資型からの脱却 Next Stageへ進みます

新たな価値体験との出会い



6年ぶりの黒字化、収益基盤の強化で新たな成長フェイズへ

経常利益の推移（百万円）

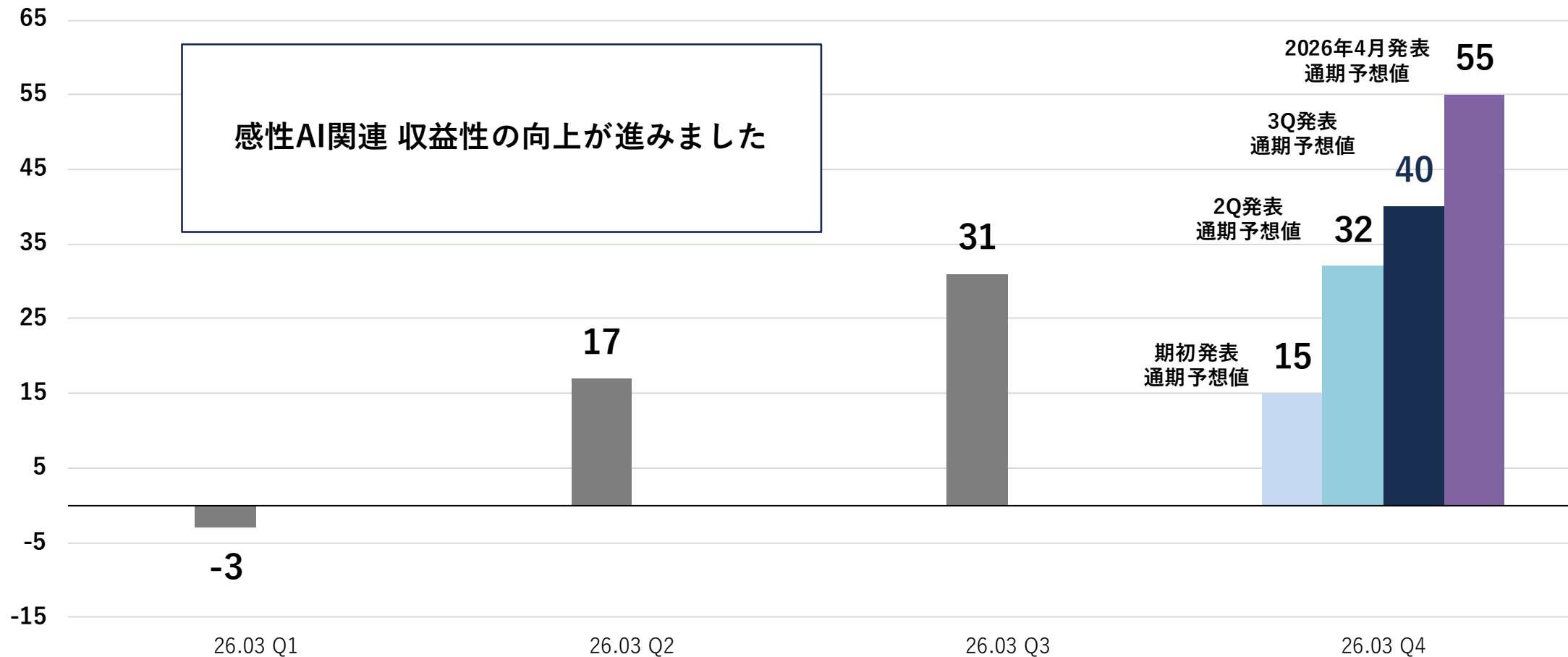


決算ポイント② 通期見通しからの上方修正を行いました



経常利益 通期見通しを期初1,500万円から5,500万円へ上方修正を重ねました

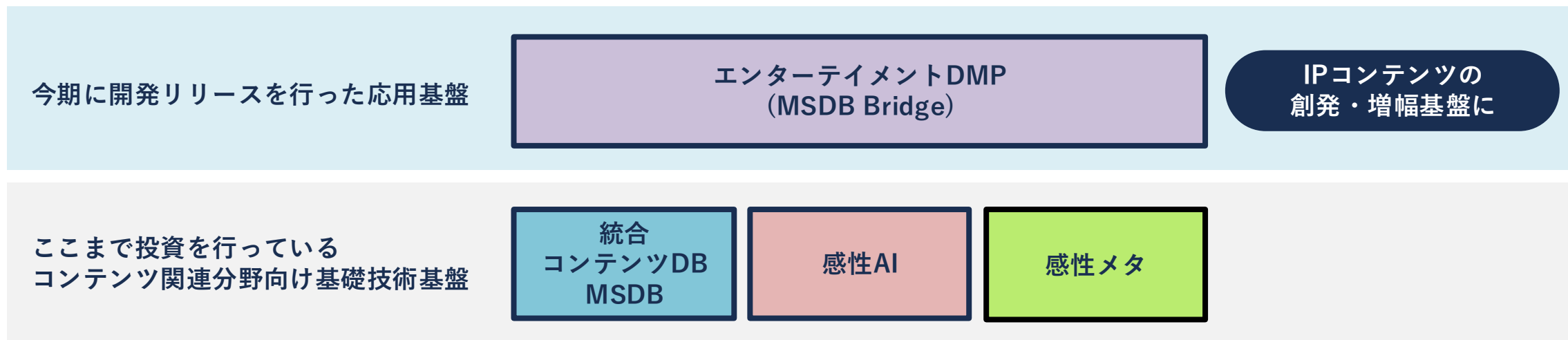
経常利益の推移（百万円）



次期以降に繋がる開発投資を積極的に行っています

- エンターテインメント分野に特化した独自DMP※（MSDB Bridge）を開発、リリース（2月6日発表）

※DMP:データマネジメントプラットフォーム

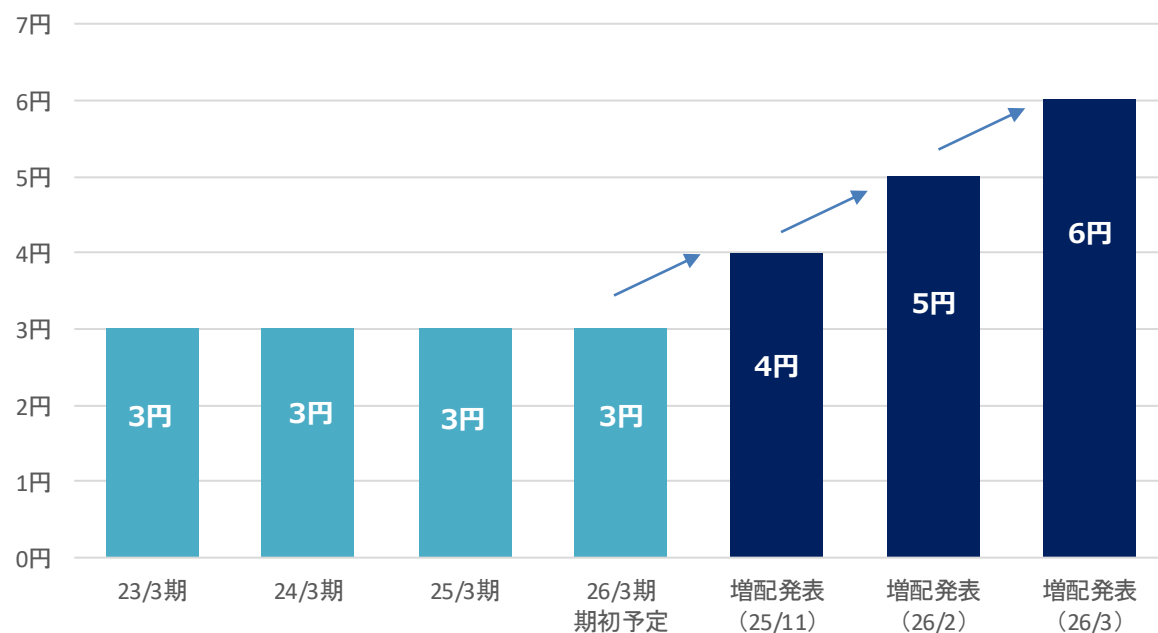


- 複数のIPコンテンツ関連企業とのコラボレーション、トライアルが始まりました（2月6日発表）
映画、出版、流通、興行、放送関連の企業との取り組みを進めております
- 集英社様とMOUを締結し、新しいコンテンツ発掘、マーケティング支援の取り組みを進めてまいります（3月16日発表）

決算ポイント④ 増配と株主優待導入を行いました



- 26.3期末配当を **6** 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、**4.9** %
(3年以上保有の株主様は6.9%となります)



株主優待基本方針

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

● 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1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

● 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
に加えて
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

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

1. 2026年3月期決算概況

決算概況：4期連続増収、6年ぶり黒転から新たな成長フェイズへ

新たな価値体験との出会い



売上高

前年同期比 **1.9%** 増収

要因

- 音楽データサービスの拡大（前年比110%）
- ターゲット再定義もありインターネット広告（感性マーケティング）は減収（前年比68%）

粗利額

前年同期比 **11.3%** 増益

増収要因

- 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 **45.8%→49.9%**
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 **53.1%→45.0%**
運用・生産効率化、コスト再定義

単位：百万円	25.3期	26.3期	前年同期比
売上高	1,039	1,060	+20 +1.9%
売上総利益	475	529	+53 +11.3%
粗利率	45.8%	49.9%	+4.2%pt
販売管理費	552	477	▲75
営業利益	▲76	52	+129 黒転・大幅増
営業利益率	▲7.4%	4.9%	+12.3%pt
経常利益	▲80	55	+135
親会社に帰属する当期純利益	▲139	86	+225
EPS（円）	▲56.73	35.36	+92.09 黒転・大幅増

既存事業の粗利が伸長しています

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

111%

粗利
前年比

109%

- 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

94%

粗利
前年比

110%

- 売上は微減ながらも粗利は、運用改善などにより前年比110%と増加
- 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

68%

粗利
前年比

82%

- プロダクト再定義により進捗ペース減少
- 運用改善効果で収益性は向上
- 次期に向けた事業開発を進めネットワークは拡大

※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

既存事業のFY26と課題

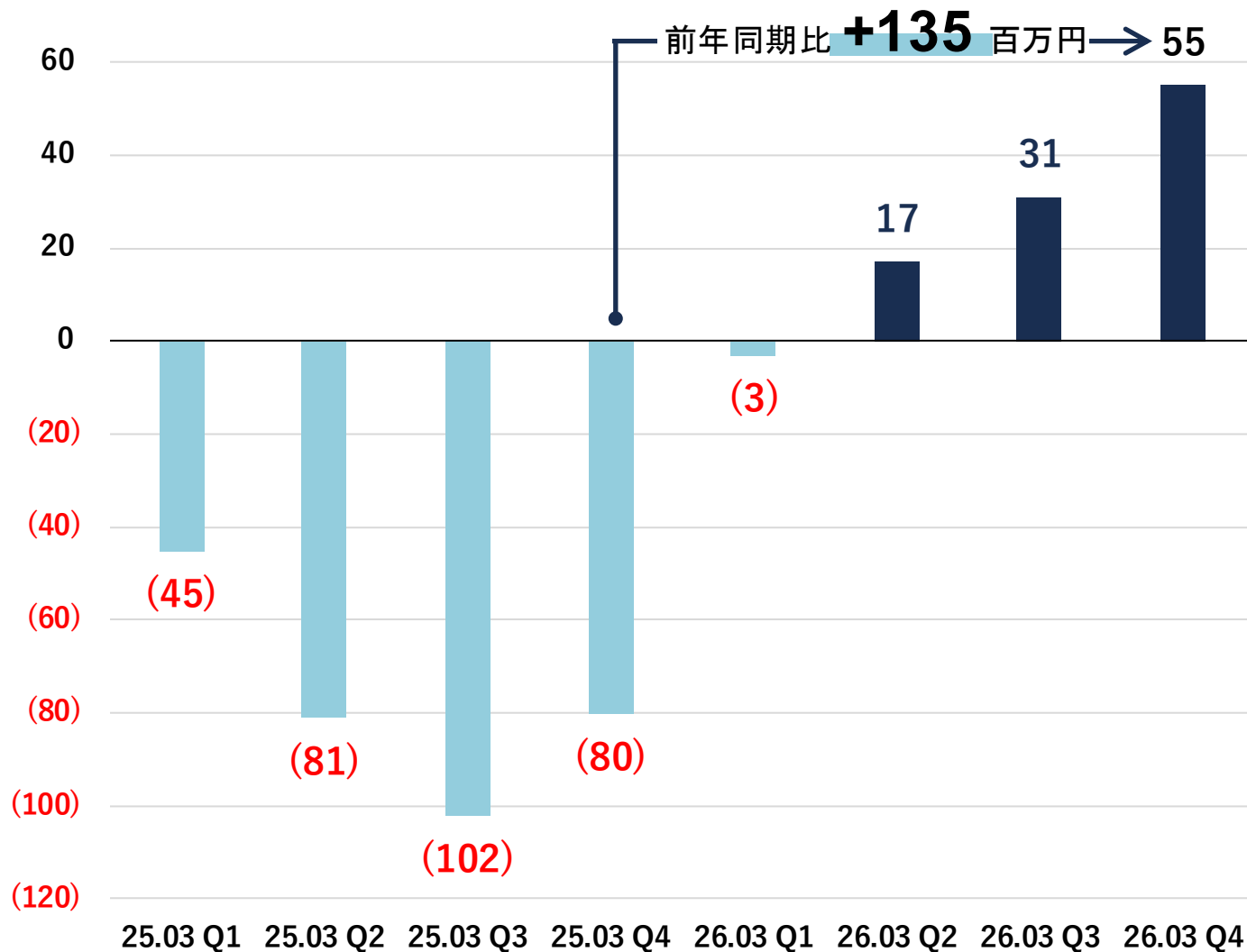
新たな価値体験との出会い



事業	FY26	課題
音楽・映像データサービス共通	売上、粗利額とも対前年110%ほどと着実な成長。次なるエンタメ体験への検討進む	売上の伸長と関連市場機会の増加が非対称であり、事業機会を捉えきれていない
音楽データサービス	インディーズ音楽向けシステムやカラオケなどの新規領域開拓進む	生成AIと感性AIのコラボレーションに関するプロダクト・サービスの進捗が十分でない、海外連携の進捗スピードに課題
映像データサービス	粗利額が対前年110%となり収益性が向上、一方で新規開拓が不足し売上微減	クライアントニーズの捕捉、市場ニーズの深掘り、新たなデータ用途開発に課題あり 製販一体で体制強化を進める
感性マーケティング	感性広告「Trig's」のターゲット市場の再定義を行い、売上減。一方で収益性は向上。	感性広告の市場浸透に時間がかかっており、従来型広告システムとの連携が求められる

売上伸長・先行投資収益化により、利益が顕在化

経常利益の推移（百万円）



これまでの赤字要因

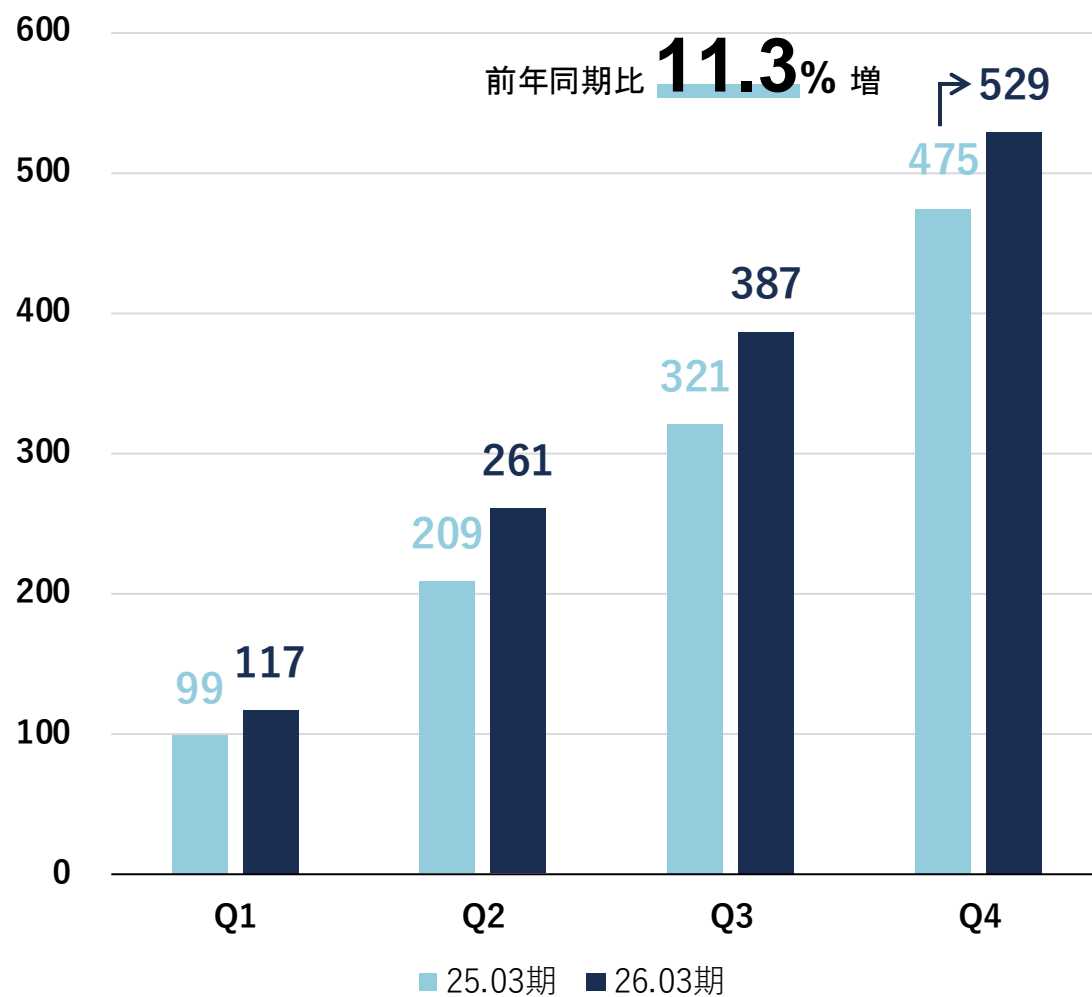
- 感性AI・マーケティング事業への積極的な先行投資実行で赤字が継続

増益の要因

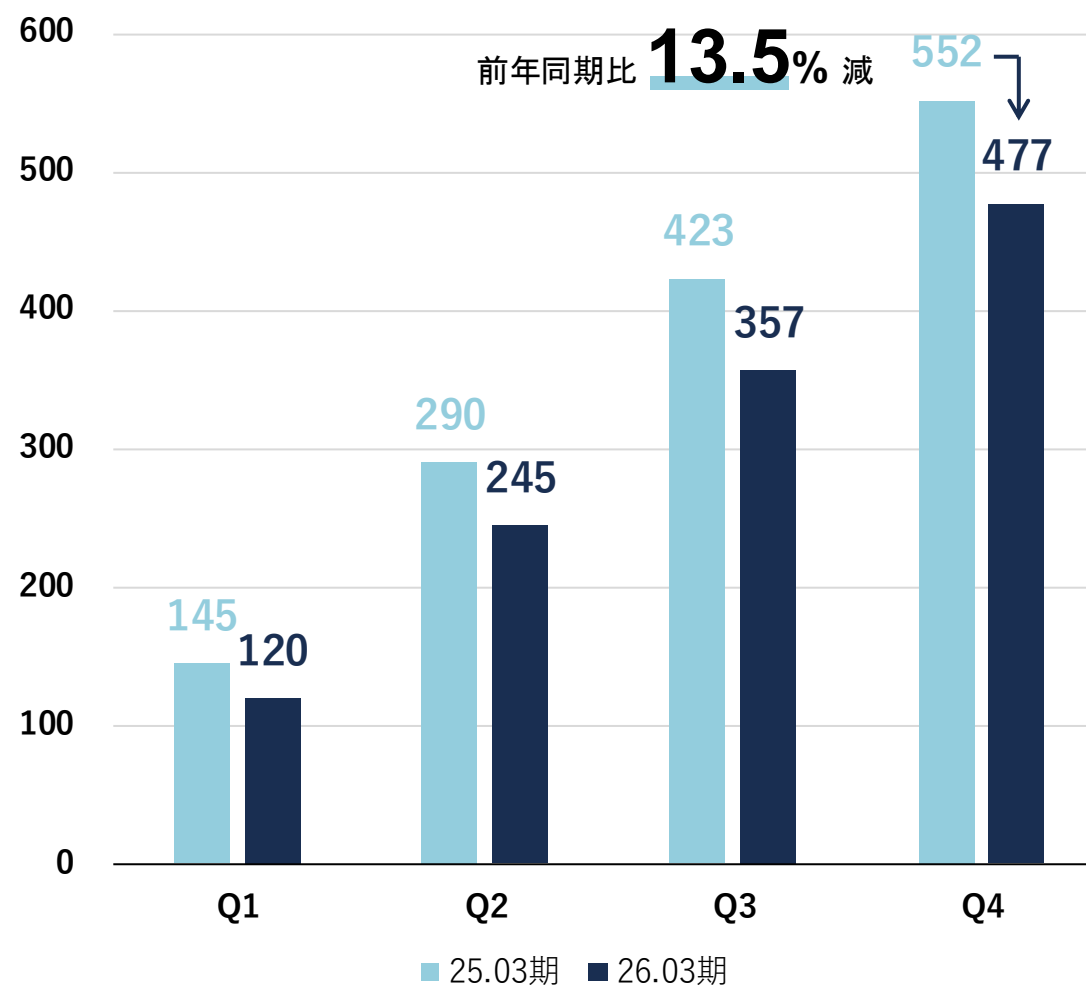
- 音楽・映像データサービスの成長において売上高の伸長による粗利額・粗利率の向上
- 先行投資の収益化が顕在化してきた
- 前年度より取り組んでいた構造改革により、生産性向上、販管費率の低減

粗利額の向上と収益構造改革が着実に進展

売上総利益（百万円）の推移



販管費（百万円）の推移



積極的な先行投資継続も無借金で健全な財務体質

(単位：百万円)	25.03期末 時点	26.03期末 時点	増減額 (百万円)
現金及び預金	465	600	+135
流動資産合計	697	786	+89
有形固定資産合計	0	31	+31
無形固定資産合計	0	3	+3
投資その他の資産合計	118	87	△31
資産合計	815	908	+93
流動負債合計	143	158	15
固定負債合計	120	130	10
負債合計	262	288	+26
資本金	506	506	0
利益剰余金合計	△139	87	+226
純資産合計	552	620	+68

■ 自己資本比率 65%

■ 有利子負債ゼロ

■ 現預金、利益剰余金は大幅増加

(単位：百万円)	25.03期	26.03期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	▲152	122	+ 273
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	▲14	▲7
現金及び現金同等物 の増減額	▲214	135	+ 349
現金及び現金同等物の 期末残高	465	600	+135

■ 営業CF

- 26.3期純利益増により、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、営業CF範囲内で行う。保証金戻し等もあり投資CFプラス

■ 現金及び現金同等物

- 黒転及び収益基盤の強化により期末時点において現金及び現金同等物の増減が前期末比で135百万円プラス

トピック：株主数の大幅な増加

株主数が半年で約5倍になりました

2025年9月末

2026年3月末

532名 → **2,509**名

今後の方針

- IPデータテック会社としての非連続的成長および世界を目指し企業価値向上を行い株主・資本市場への貢献
- 当社ならではのIPコンテンツ体験に紐づく株主優待の拡大
- 着実な利益創出による配当性の向上と再投資実行
- IR強化
 - 株主懇談など対話重視
 - オウンド動画メディア「日本のコンテンツビジネスの未来とテクノロジー」などの拡充
(IPコンテンツの未来を業界関係者と語る動画チャンネル)
 - 複数チャンネルによる発信数の増大
 - 更なる株主の裾野を広げる取り組みを実行

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

2. 2027年3月期決算見通しと株主還元

来期の大きな成長に向け種を蒔きながら収益を出す1年

単位：百万円	26.3期	27.3期予想	前期比
売上高	1,060	1,100	+3.8%
営業利益	52	65	+25%
営業利益率	4.9%	5.9%	+1.0%
経常利益	55	67	+21.8%

売上高

前年同期比 **3.8%** 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
- 感性マーケティングの立ち上がり
- 27年3月期以降への成長基盤を確立する1年に

営業利益

対前年で **25%** ほど増益

増益要因

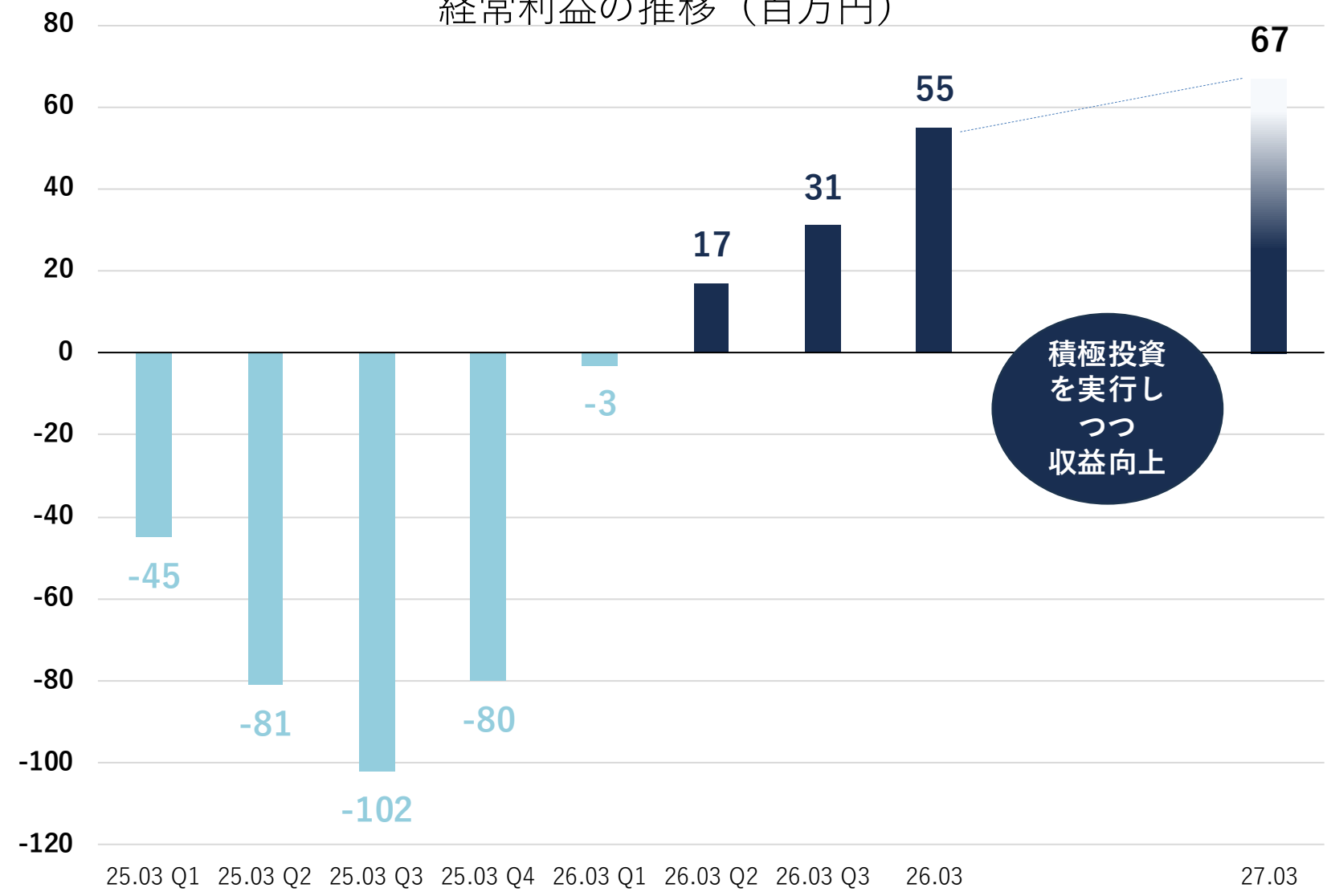
- 音楽・映像コンテンツデータサービスのライセンス・運用売上の増加
- 先行投資の収益化
- 開発・運用の生産性の向上
- 大きな成長に向け収益性強化しつつ積極投資

新たな成長フェイズへ、大きな成長を目指す来期に向けて種を蒔く

新たな価値体験との出会い



経常利益の推移（百万円）



積極投資
を実行し
つつ
収益向上

26.3期

- 音楽、映像データサービスの収益成長と生産性の向上により通期経常利益5,506万円

27.03期見通し

- 既存事業の着実な成長、感性マーケティングの収益化による粗利の伸長
- 来期の大きな成長目標に向けた布石を打つ重要な1年

当期の位置付けとコミットメント

～ IPコンテンツを創発・増幅する企業への脱皮に向けた重要な1年

新たな価値体験との出会い



- 従来掲げて未達成となった指標がある現実を直視します
- その上で、当期は5年計画の1年目として、大きなポイントとなる来期に向けて布石を打つ重要な1年という位置付けとなります

当期4つのコミットメント

(下記4項目はコストは予算計上しているものの当期売上予算には入れておらず、来期以降への種まきとなります)

①

既存事業のアップデート

Next Entertainment Experience
具体化と事業化

②

IPビジネスモデルの構築

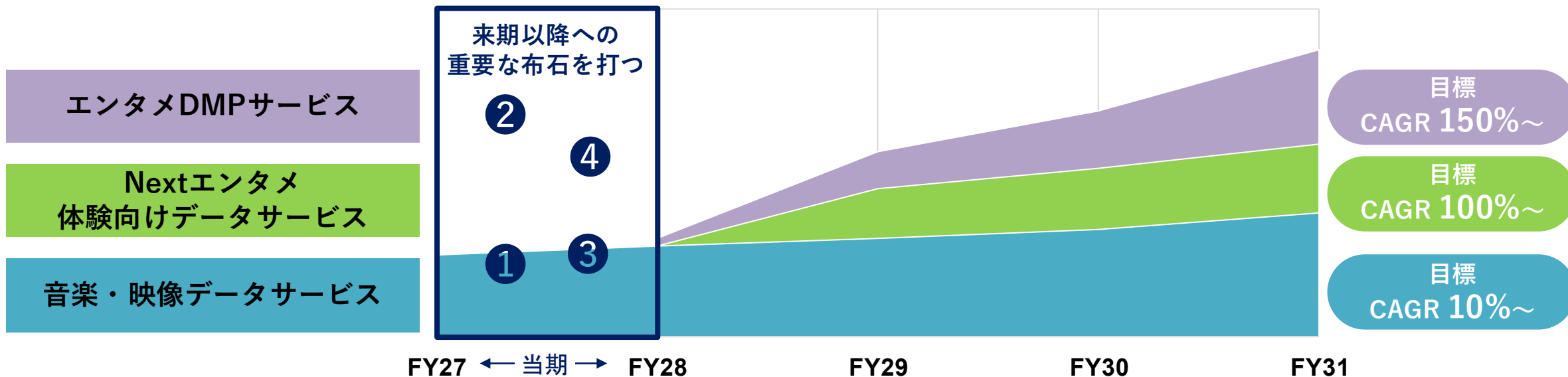
エンタメDMPの立ち上がりとレ
ベニューシェアモデル開始

③

グローバル市場への 足がかりを掴む

④

非連続的成長への準備



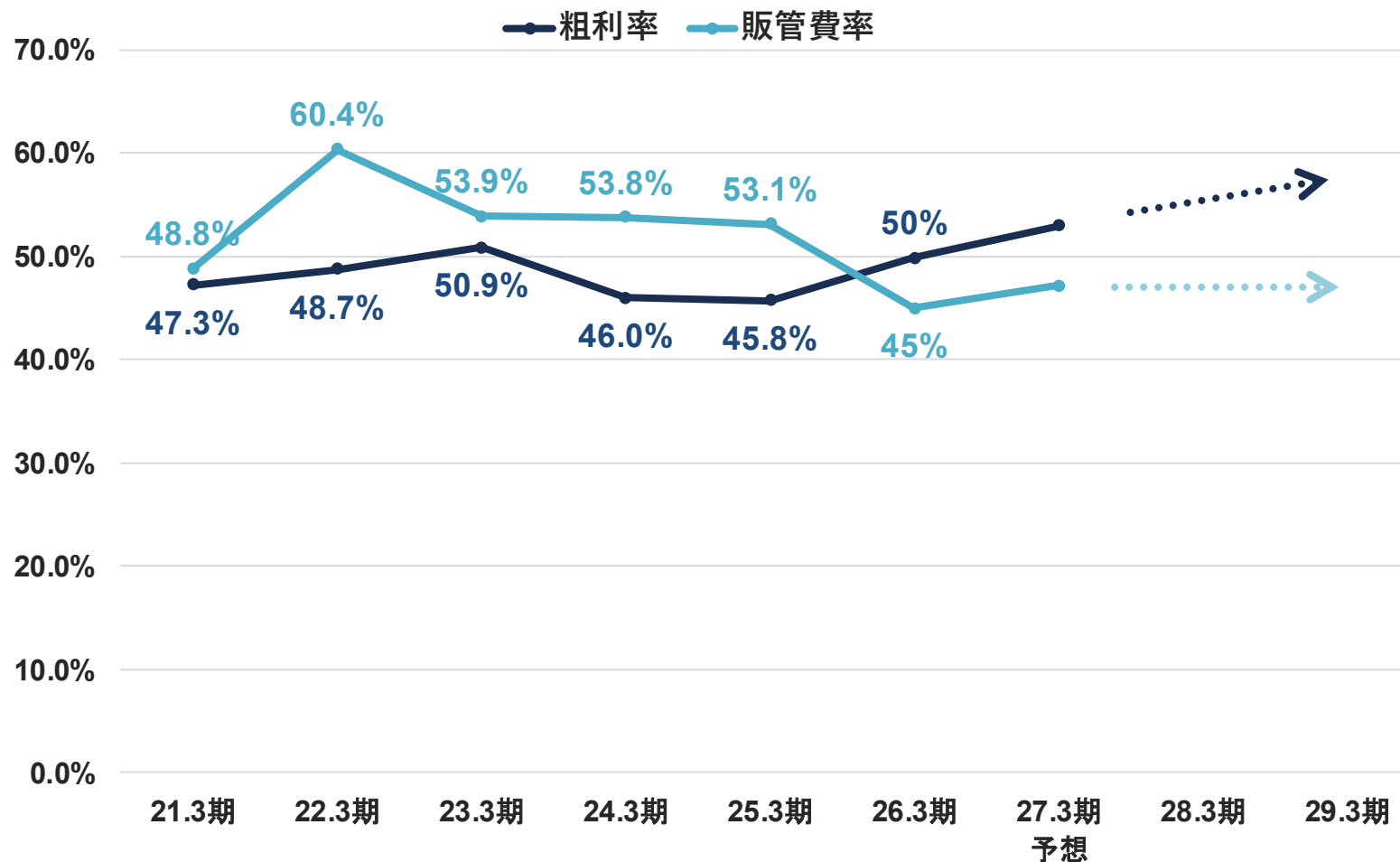
2月に公表したエンタメDMP取り組み事例の進捗状況

新たな価値体験との出会い



テーマ	内容	パートナー企業	進捗
① IPコンテンツの発掘・制作支援	人だけでは探しきれない世の中の膨大な作品やクリエイターの中から、特定の世界観や才能を発掘	映画系会社様 出版社様	集英社様とMOU締結後、実際のコンテンツ制作に向けて進行中 映画系会社様とは企画の大筋方向性固まる
② IPコンテンツの世界観にマッチしたスモール～ミド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情緒的価値を持つ多様なブランド企業と制作サイドをマッチング	映画系会社様	ブランド企業様とターゲットブランド・プロダクトを選定中 その上でコンテンツとのコラボ企画へ
③ IPに特化したSNS指標を活用し、SNS拡散時の指標とする	ファンコミュニティを定性的に可視化し「深さ、熱量、濃度」をデータ化	音楽系会社様	アイドルデータベースを開発中
④ これから伸びるIPの早期発掘	IPに特化した独自指標を開発し実データと連携、IPコンテンツ活用施策（イベントやカード発行など）に利用	流通金融企業様	6月の実証に向けて開発中
⑤ 番組編成支援	当社DBを活用した番組編成の意思決定	放送系企業様	3月で検証完了、次フェイズへ
⑥ コンテンツと衣装の相関解析によるEC支援及び制作支援	最新ファッションを文脈ベースのコーディネート分析を行い予測・レコメンドのみならずコンテンツ制作支援に活用	ファッション系企業様 映像系企業様	両社データ連携完了 上期トライアルへ

粗利率の向上が収益基盤の強化を牽引します



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。コスト効率化と売上高成長に伴い、販管費比率は低下傾向

当社の基本的な収益構造



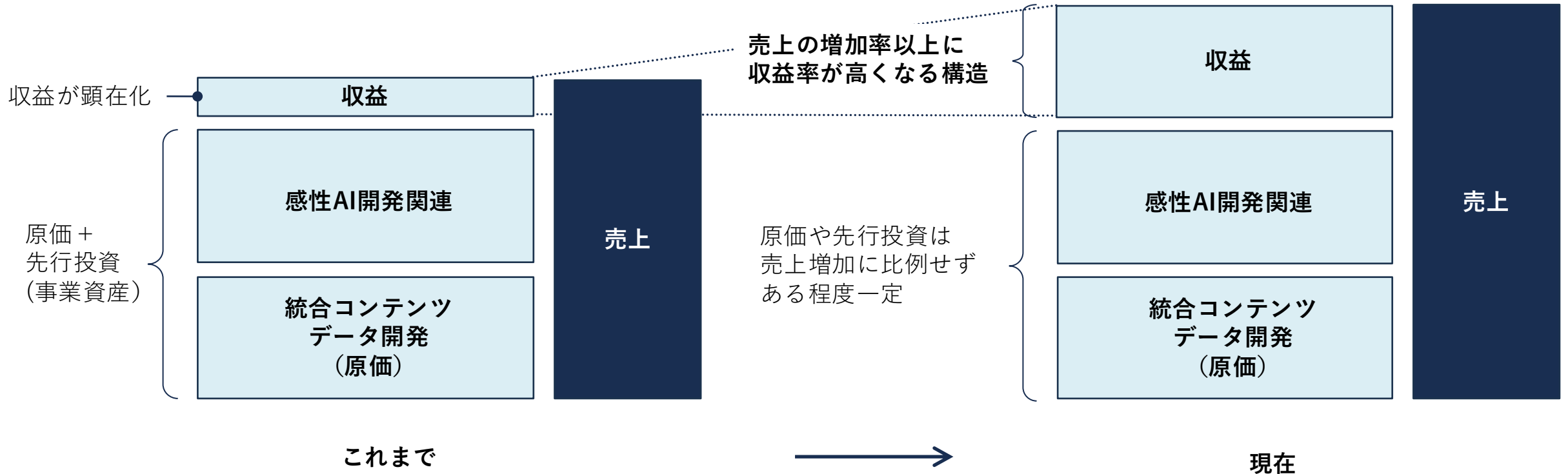
主なコストは、コンテンツデータと感性AIへの先行投資



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



配当 + 株主優待利回りは4.9%に。今後、着実な実践と向上を行なって参ります。

※ 5/11 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
<p>当期 6 円配当を予定</p>	<p>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>	<p>①1年未満保有の株主様 1,500円タワーレコードギフトカード</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</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</p> <p>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>エンターテインメント、コンテンツ市場のデータ専業会社として育てられてきた背景含め、クリエイター、演者、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>

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

3.成長戦略

～コンテンツ専門データサービス企業からIPコンテンツを
創発・増幅する企業へ

1 IPデータテックカンパニーへの脱皮

データサービス・システム提供企業から、IPコンテンツを創発・増幅する企業へ

2 ビジネスモデルの多様化

収益構造の再設計を行う

3 生成AIとの差別化と共存

「独自データ × 活用設計」

4 世界品質基準 × グローバルスケール

「世界で戦えるか？」を基準に

5 アグレッシブな協調による成長

協調をテコに、非連続に成長する

データサービス・システム提供企業から、IPコンテンツを創発・増幅する企業へ

IPビジネス拡張

- 1億総クリエイター時代に向けたクリエイター、アーティストの才能の発掘に有用なエンタメDMP (MSDB Bridge) の社会実装
- クリエイターファーストによる新たなクリエイターエコノミーの確立
- スモールスポンサーシップの実現やIPコンテンツ生態系の拡張に向けたファイナンススキーム

Next Entertainment Experience

- 協業先との次なるエンタメ体験の創出
- ネット上のエンタメ体験のみならずリアル体験まで事業領域を広げる（イベント、グッズ、旅関連分野など）

独自開発力の強化

- 感性AI、感性メタ拡張
コンテンツ分野で培ったデータ技術の進化
- エンタメDMP (MSDB Bridge) の展開
IPコンテンツの原作発掘から制作支援、マーケティング支援まで一貫したデータマネジメント
- コンテンツ統合データベースの基盤強化

収益構造の再設計を行う

収益インターフェースの広がり

- 既存クライアント様との新たなエンタメ体験価値の創出
- エンタメDMP(MSDB Bridge)の展開によるネットワーク拡大
- エンタメ×リアル体験の事業領域の広がり
- グローバルデータディストリビューションへの参画・構築

収益モデルの多様化

- 現在のデータ・システム提供モデルにおける月額ライセンス+運用費モデルに加え
収益インターフェースの広がりに応じた
 - レベニューシェア
 - 成功報酬
 - 共同開発
 - OEM
 - 手数料
 - リサーチ料など収益モデルを多様化

ボラタリティ高い ビジネスモデル参入

- 既存事業の基盤強化と共に、変動要素の大きいコンテンツ制作市場にも参入

Ex
独自のエンタメDMPを活用したクリエイター、アーティスト、原作の発掘
↓
共同制作
↓
IPコンテンツに特化したデータマネジメントによるマーケティング支援
↓
コンテンツの収益に応じたレベニューシェア

「独自データ × 活用設計」

生成AIの脅威と共生

- 生成AIは脅威でもあり可能性の拡張でもある
- 生成AI活用単体では差別化されない
- 生成AIが得意ではない領域は存在する

当社の基本方針

- 独自データ開発 × カテゴリ専門的な活用スキルによる生成AIだけでは再現できないモデル構築
- RAG※を有効活用した統合と連携
- ネット上に存在しないパーソナル性との連携

RAG: 大規模言語モデル (exChatGPT)が持つ知識に外部データベース・社外情報などの最新情報を組み合わせ、より正確かつ信頼性の高い回答を生成する技術。当社の感性AI注力領域の一つ

「世界で戦えるか？」を基準に

世界基準で比較 データ×IPでグローバル展開を行う

基本方針

- Spotify や Netflix などのグローバルプラットフォームデータ品質基準を前提
- 国産コンテンツに関する音楽、映像、コミックなどの独自データ・技術を活用したグローバル配信ネットワークの整備、確立

実行

- 海外データ配信ネットワークへの参画
- 海外展開実行と高速検証
- 海外配信パートナー連携
- ファイナンスアライアンス構築

協調をテコに、非連続に成長する

スピード×スケール×非連続成長

スピード & スケール

- 従来積極的に行なっていない資金調達、M&A、提携を進める

非連続成長

- 国内外での積極的なアライアンス展開
- 権利ビジネスにも参画
- 1億総クリエイター時代に向けたC=C（クリエイター=生活者）ビジネス開拓

Next Entertainment Experience

～ 日本コンテンツを核にしたグローバル・エンタメデータ基盤 ～

現状

エンタメ市場は拡大しているが、体験はさほど進化していない

- 作品数は爆発的に増加
- 主流となっているユーザー行動を学習したレコメンドの精度は一巡
- 多くの作品が埋もれてしまい、ユーザーは「出会えづらい」

物語やキャラクターの特徴含む世界観や情緒が「理解されづらい作品」が気づかれにくく、作品やユーザー体験がアップデートされにくい

市場機会

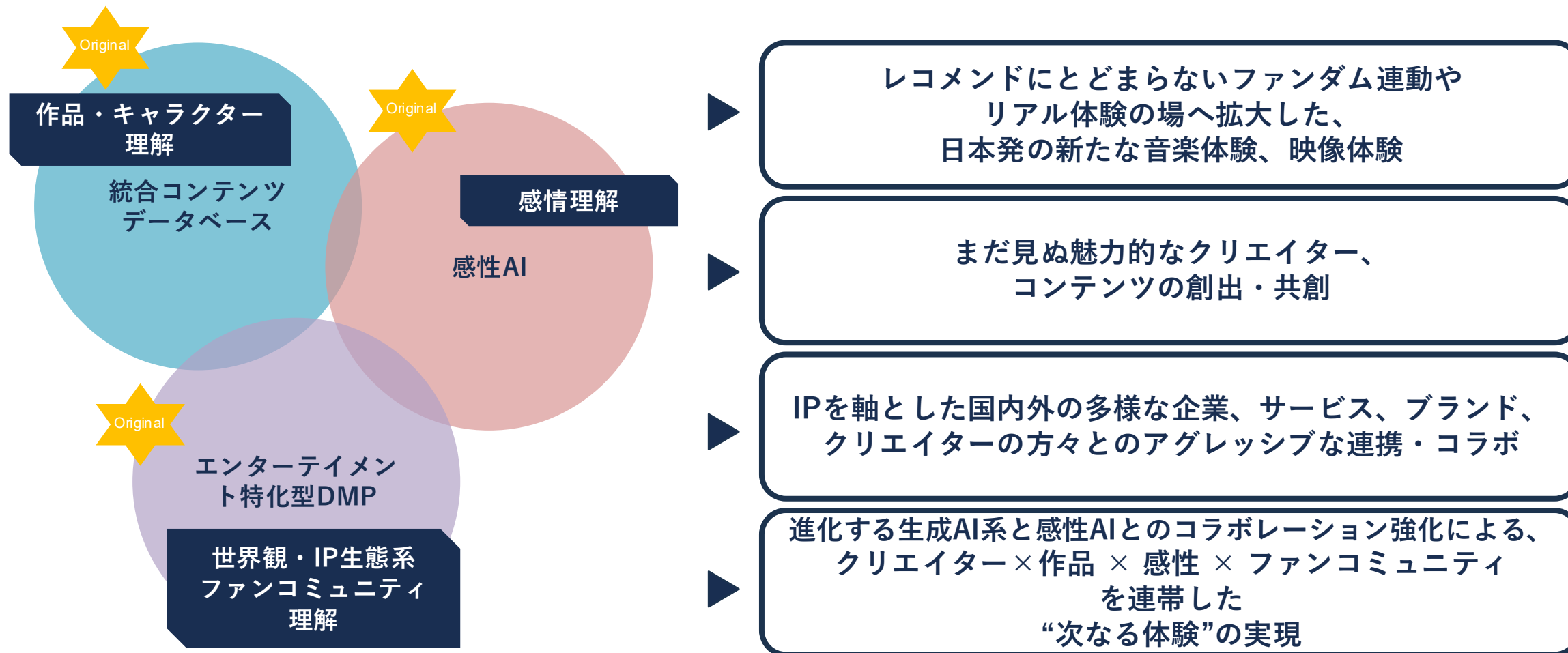
- 巨大かつまだ未成熟な市場
- 膨大なデータが点在するものの「横断的かつ有機的に繋がったコンテンツデータ」の不足
- 国内外でのエンタメ市場の裾野の広がり
- データ/AI技術の急成長による世界ボーダーレス化
- 日本IPのグローバル需要拡大

「クロスエンターテインメント × データ × 体験 × マーケティング」に開拓余地

- ✓ IPコンテンツ生態系の連鎖
- ✓ スモールスポンサーシップの可能性
- ✓ 80億人クリエイター時代の到来

当社の強みを活かしたデータ基盤・技術に商機

3つの独自データ・技術を組み合わせた新たなエンターテインメント体験市場

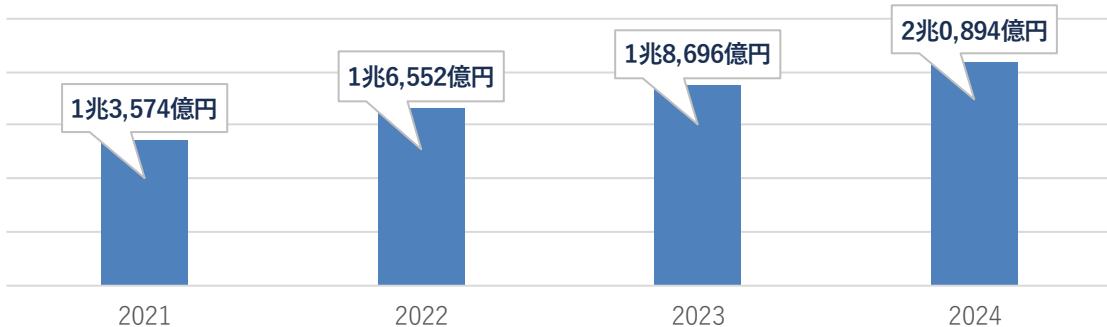


着実な事業拡大×非連続的な成長フェイズへ

事業	提供内容拡大戦略	収益モデル
音楽データサービス	<ul style="list-style-type: none"> ● 独自データ×音楽分野専門生成AI活用スキルにおける機能拡大 ● ファンダム連携含めたNext Music Experience実現によるパートナーシップ強化 ● イベント系などリアル体験領域への事業拡大 ● グローバル連携強化 	<p>イニシャル ライセンス 定額利用</p>
映像データサービス	<ul style="list-style-type: none"> ● ロケーションデータ拡充によるリアル体験領域への事業拡大 ● ショートドラマなど新分野での機会創出 ● グローバルマーケットへの接続 	<p>イニシャル ライセンス 定額利用</p>
感性マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> ● Trig's事業の単体収益化 ● エンターテインメント×感性マーケティングによるプロダクト、ターゲット市場の再定義と拡大 	<p>広告収入 成功報酬 共同開発</p>
エンターテインメントDMP	<ul style="list-style-type: none"> ● IPコンテンツの発掘、マーケティング支援等による制作分野参入 ● マイクロ～スモールスポンサーシップネットワーク構築 ● グローバル市場へのアクセス ● IPコンテンツ、キャラクター関連のデータ提供サービス開始 ● データ及びIP関連企業との連携強化 	<p>成功報酬 従量課金 定額・イニシャル 都度課金 コミッション 共同開発</p>

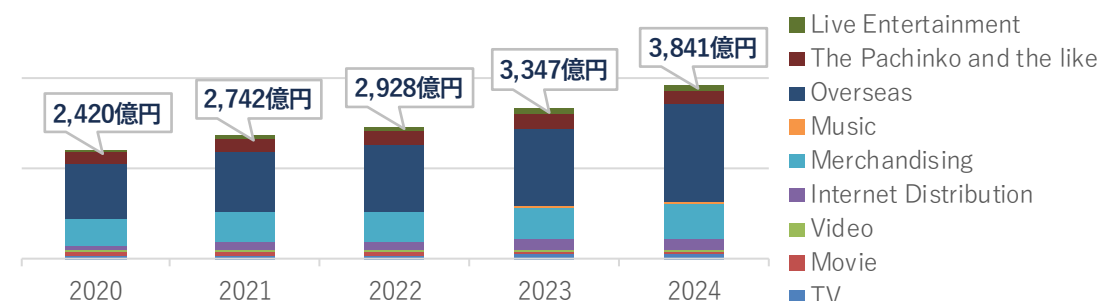
国内エンタメ市場は「視聴」から「参加・応援・共創・購買」へ拡張

国内クリエイターエコノミー市場規模推移 (※1)



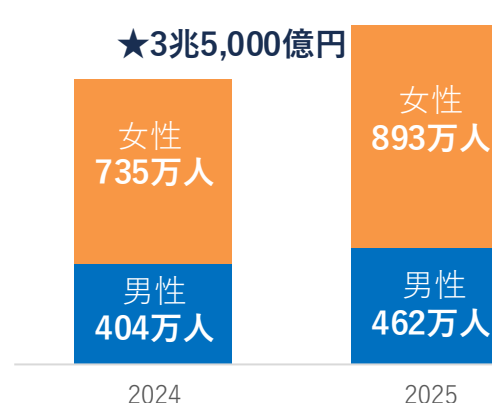
クリエイターの収益化市場が2兆円規模へ成長

アニメIPエコノミー市場全体内訳 (※3)



日本市場はIP展開構造となっている

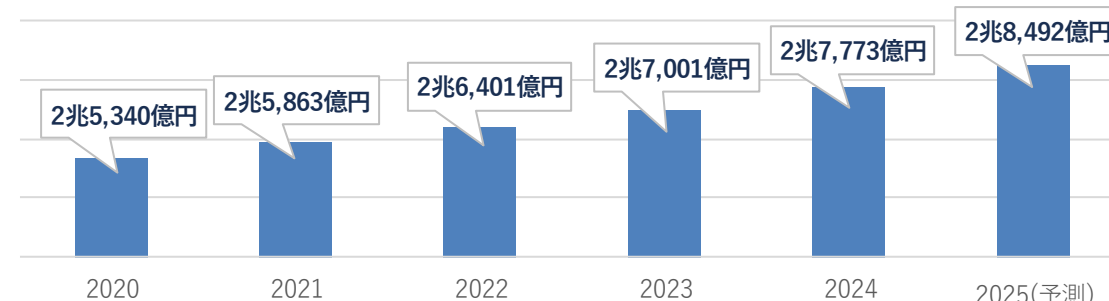
推し活人口・市場規模 (※2)



- 2024年から1年間で250万人増加
- 2025年は約17%が推し活
- 推し活市場は、推定3兆超

「推し」への支出が、エンタメ消費の中心行動になっている

キャラクタービジネス市場推移 (※4)



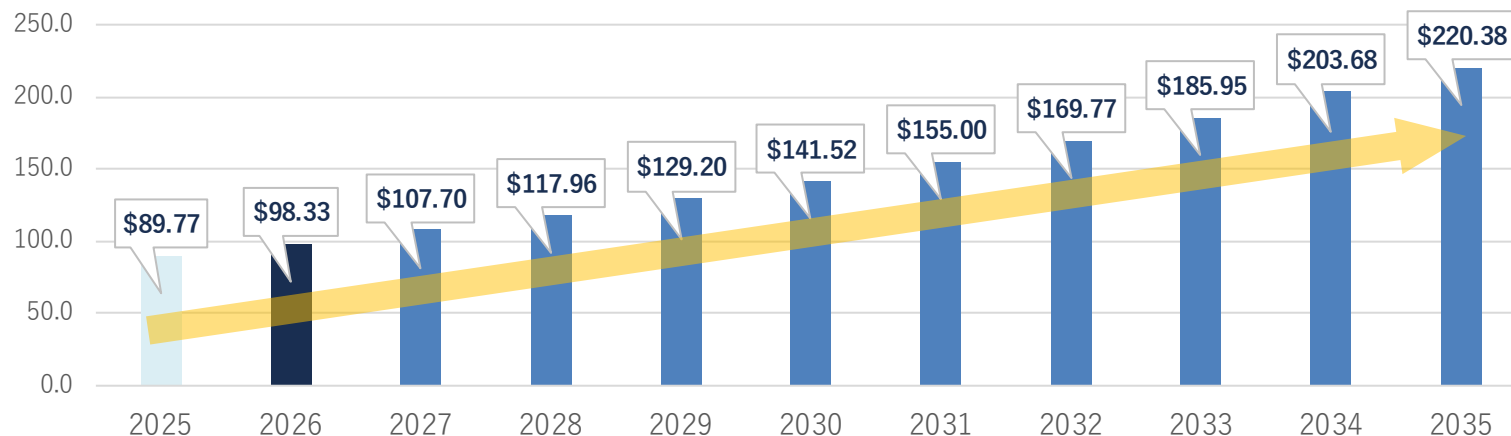
商品化・販促・協賛への展開

参照元：
 (※1)クリエイターエコノミー協会 × MURC : <https://creator-economy.jp/n/nea7d6ccc982b>
 (※3) AJA Anime Industry Report : <https://aja.gr.jp/english/japan-anime-data>

(※2)推し活総研 : <https://note.com/oshikatsusoken/n/n3c4895c4e4bc>
 (※4)矢野経済研究所 : https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3849

グローバル市場でのニーズ拡大、日本のIP資産はより加速

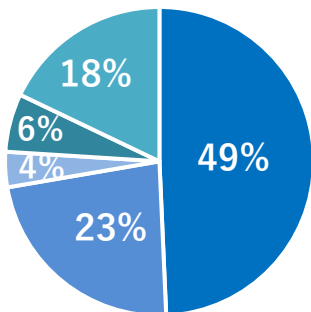
Global Anime Market Growth (※1)



- アニメ市場は右肩上がりで成長
- CAGR 約8~10%前後
- 数10億 → 数100億ドル規模へ拡大予想

すでに巨大市場、かつまだ伸びる

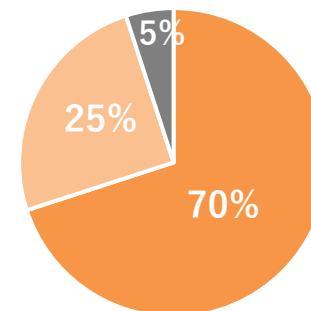
Global Anime Market Share, by Region (2025) (※2)



- アジア 49%
- 北米 23%
- 欧州 18%
- 中東・アフリカ 6%
- 南米 4%

日本IPはすでに海外市場が主戦場

IP-driven Revenue Structure (Around 2023) (※3)



総市場：約198億ドル(約3兆円)

- マーチャндаイズ 約70%
- ストーリーミング/配信 約25%
- その他 約5%

エンタメは、IP拡張ビジネス

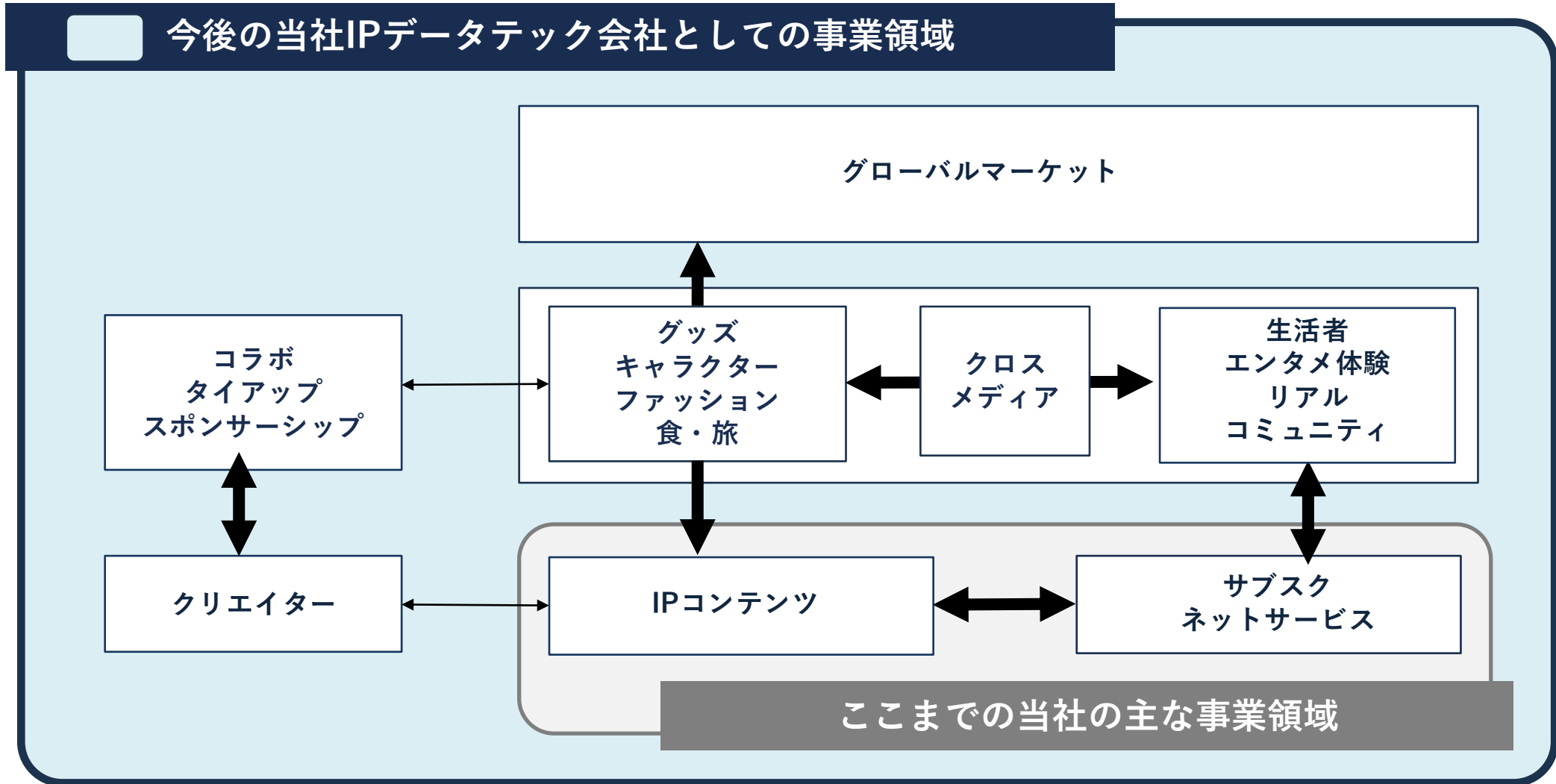
参照元：

(※1) Precedence Research : https://www.precedenceresearch.com/anime-market?utm_source=chatgpt.com

(※2) MMR Statistics : https://www.mmrstatistics.com/statistics/808606/global-anime-market-share-region-2025?utm_source=chatgpt.com

(※3) Wikipedia (industry summary) : https://en.wikipedia.org/wiki/Anime?utm_source=chatgpt.com

データサービス・システム提供企業から、IPコンテンツを創発・増幅する企業へ



IPコンテンツに特化した感性・感情を理解する独自データ・技術

1 統合コンテンツデータベース

音楽・アニメ・映画・ドラマ・コミックなどコンテンツデータベースを開発。感性メタデータという独自データを制作。

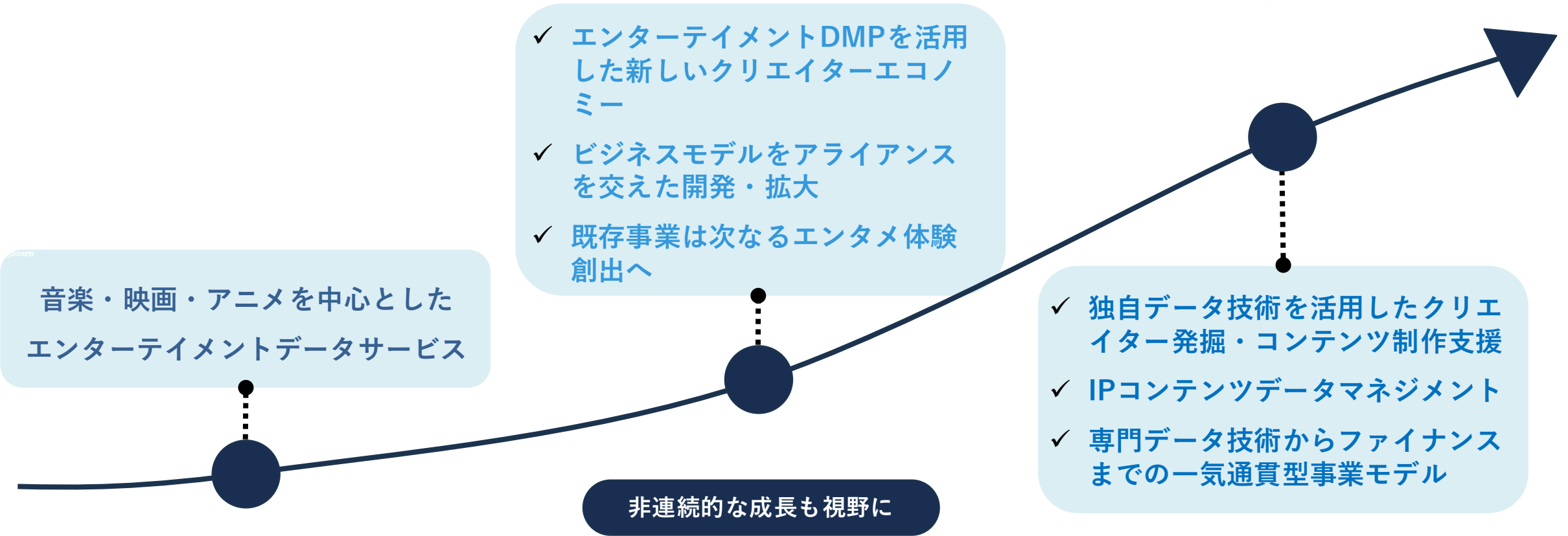
統合されたコンテンツ専門データのサービス企業としては、類似企業が見つげづらく独特の事業ポジションとなっております。

2 エンターテインメントに特化したDMP

世界的にもまだ珍しい日本のIPコンテンツの生態系を可視化、創発することを可能とするデータマネジメントプラットフォームを自社開発。メディア、ジャンルを横断したメディアフランチャイズデータと共に今後の日本のIPコンテンツビジネス拡大の中で有用性が増してまいります。

3 感性AI

人間の感性や感情を解釈することに特化したAI。エンターテインメントコンテンツに内在する様々な物語、エモーション、価値観、テーマ、キャラクター、人間関係などに関する長年の膨大な自社メタデータの蓄積を活用しています。



ここまで	これから	近い未来
開発投資先行型からの脱却、6年ぶりの黒転でNext Stageへ	まずは営業利益3億円を実現し、その後の10億円までの道筋をつける	世界で通用する日本発IPデータテック専門会社となる

新たな価値体験との出会い



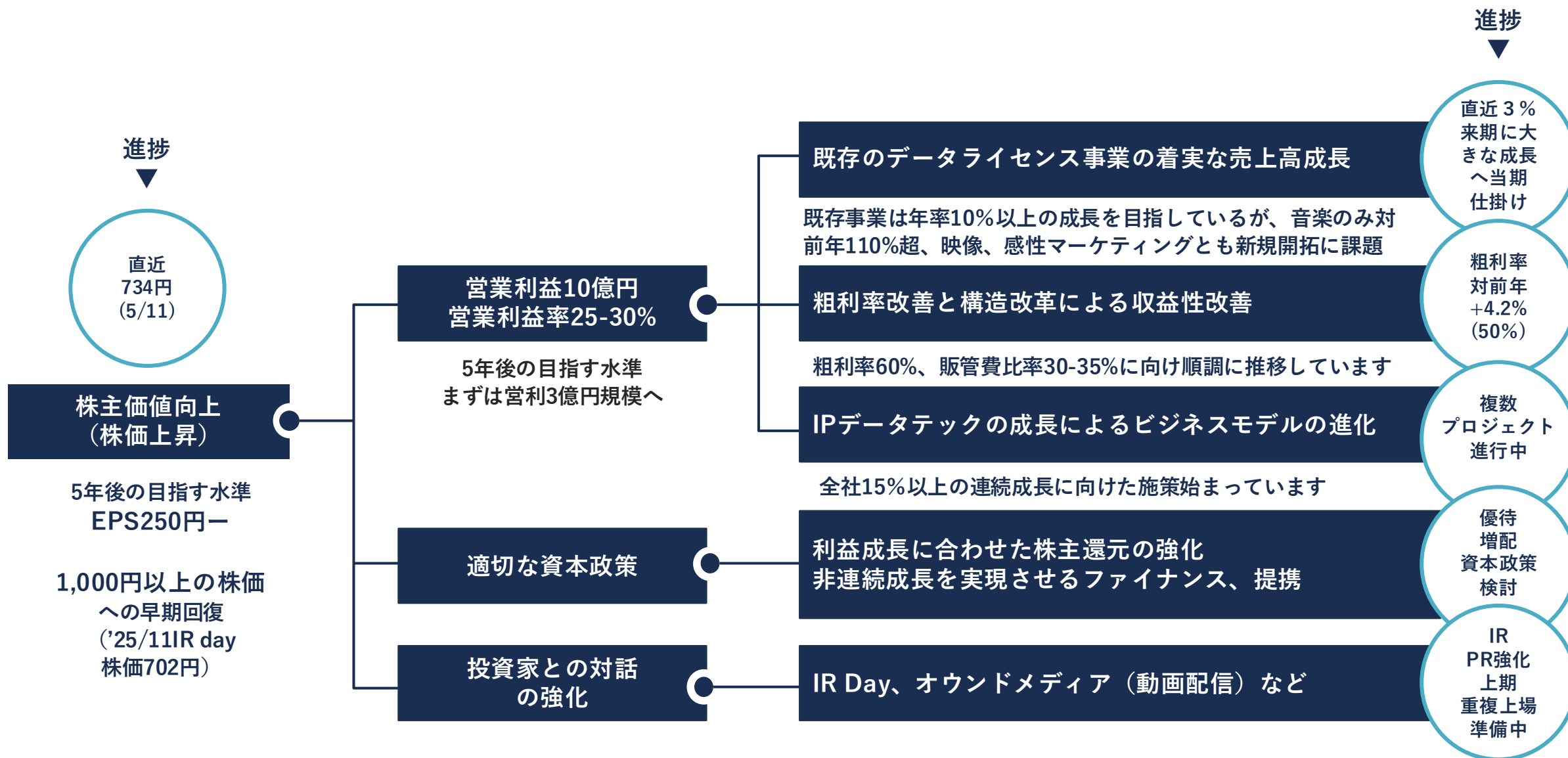
(証券コード：3634)

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)

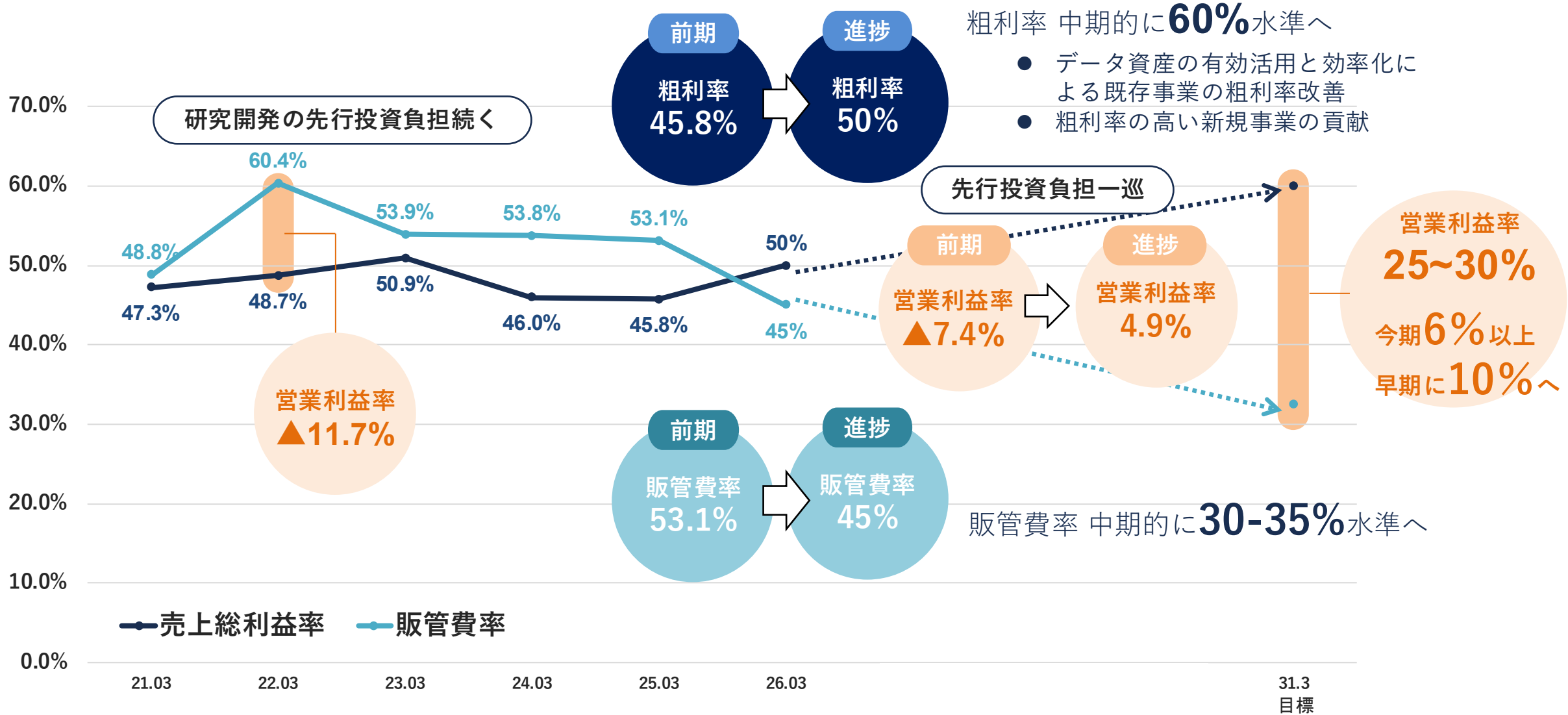
新たな価値体験との出会い



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



過去掲げながら出来なかったこと

2019年に当時5億円ほどであったエンタメ関連分野のデータライセンス・運用収入を中期的に35億円まで引き上げる、と掲げました。実際は未達であり、現時点においても10億円にてその間の年間平均成長率（CAGR）は約10%に留まっています。

未達の理由

独自の感性AI活用のプロダクト化、市場開拓、顧客開拓が十分に仕切れていないという根本的な理由があります。その上で、サブスク関連市場向けのデータ提供のビジネスモデルが、当初想定していた料率型から月額型となる等、市場の拡大と共に成長するビジネスモデルが組み切れなかったこと、合わせて2019年当時進めていた自動車会社との共同プロジェクトの中断などの影響がありましたが、これもターゲットが特定分野への偏りがあったことも要因でいずれにしても「ビジネスモデル構築」に課題がありました。

失敗の活用

プロダクト強化はもちろんのこと、リスクバランスを見つつも、IPコンテンツ市場の拡大と共に成長するビジネスモデルの構築の実現に向けより積極的なビジネスモデル・収益シェアモデルの確立を進めてまいります。

過去掲げて出来たこと

開発型からライセンス型の会社への転換

- 開発売上メインの会社（2016年当時売上の80%前後が開発売上）からデータライセンス・運用売上の会社へ（現在開発売上は10%以下）

粗利率の向上

- 2016年当時24%の粗利率を2026年3月期は50%水準に

提携について

当期より本格的に進めているNext Entertainment Experience（次なるエンタメ体験）や世界で通用するIPデータテック会社へ向けて業務提携・資本提携をより積極的に推進いたします。

グローバル展開について

音楽、映像、コミックなど各分野において分野毎のグローバルアライアンスネットワーク構築を進め、当社データおよび日本のクリエイター、アーティスト、コンテンツの世界進出を具体化して参ります。
その過程で必要な資本政策を実行します。

直接・間接金融活用について

現在当社は無借金であります。今後はより積極的な事業展開を進める過程において、金融機関と相談の上、間接金融活用を検討します。合わせて利用用途により、従来行ってこなかった直接金融の活用も進めて参ります。

資本効率について

現在の当社事業規模でそこまでROEを語るのは時期尚早とも言えますが、一方で今後の資金調達機会が増加する過程、有効活用において利益成長を重要指標といたします。

懇談会などの実施

株主との懇談会など、株主とのコミュニケーションを重視します。そこでは、良いニュースやポジティブな可能性の話だけでなく、課題感や懸念点なども可能な範囲で共有させていただきます。

重複上場について

当社は現在の東証スタンダード市場に加えて、国内他取引所への重複上場の準備を進めています。具体的には当期上期中の上場を目指し準備が進んでおります。これは、より多様な視点での投資家、資本市場との関わりを増やすだけでなく、今後の事業展開の中で、エンターテインメント体験×地方創生を重要な可能性の一つと捉え、その実践を進める機会とすることを目指しています

裾野を広げます

引き続き多様な株主の裾野広げる施策を行ってまいります。また現在の当社の外国人株主比率は約3%と低水準です。当社時価総額において、海外投資を呼び込むのは簡単ではないと存じますが、国内はもとより今後は多言語による発信も強化し日本のIPコンテンツやエンターテインメントの未来に関心のある海外投資との連携も検討してまいります。

- 当社はエンターテイン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。
- 今後もエンターテインメント体験に関わる当社ならではの株主優待を検討、実行して参ります。

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）




[TM & © TOHO Cinemas Ltd. All Rights Reserved.]

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

Appendix

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	<p>レコメンドや検索に活用するデータやシステムの提供</p>	            
映像データサービス	<p>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お会いする機会の増加や音楽、視聴経験の向上への貢献を通じた利用者満足度の向上や売上拡大をサポート</p>	
感性マーケティング	<p>共感で繋がるインターネット広告の提供</p> <p>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、パー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</p>	<p>※当社HPより一部抜粋</p>

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



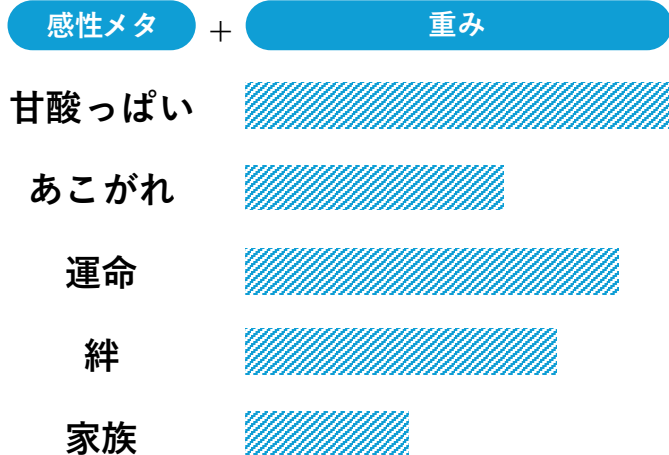
エンターテインメントコンテンツがもつ人間の感情を解釈し分析したデータベース。日本語特有の感覚を重視している。検索やレコメンドとも異なる「偶然の出会い（セレンディピティ）」を創出する。

偶然の出会い（セレンディピティ）

= 嗜好性を広げる

ソケットの感性AI

例：ロマンチック



複数のメタを重みで組み合わせ情緒を解釈

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



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

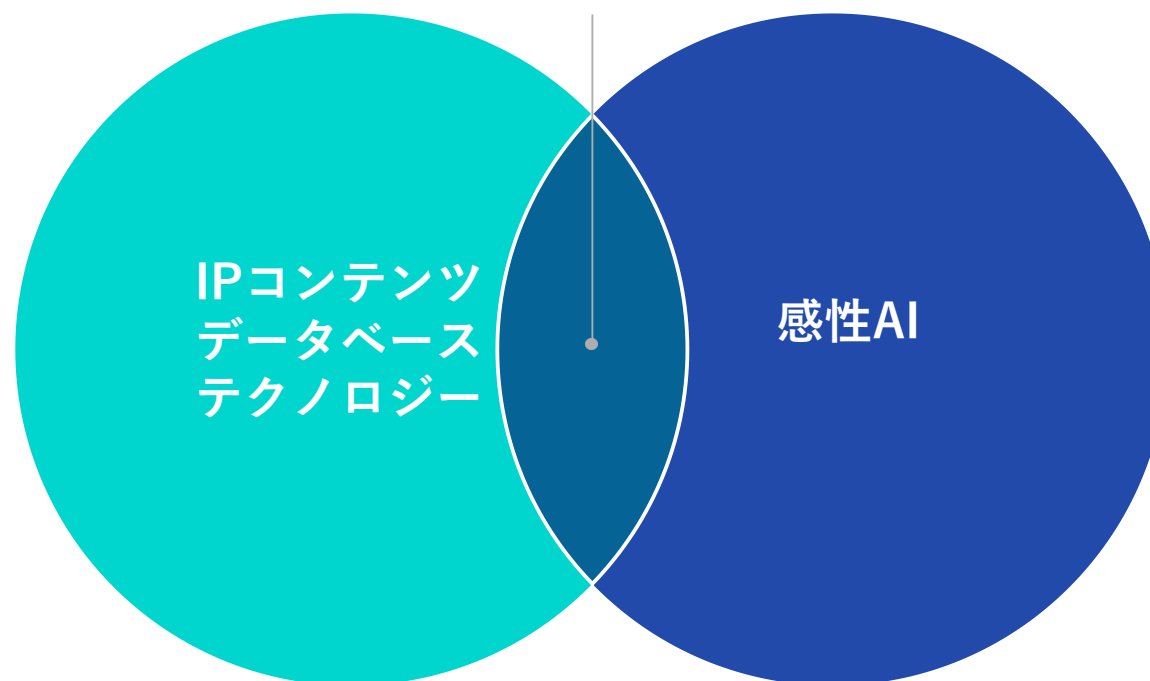


- 他含む主要 **全ての項目** において当社 **感性AIベースのエンジンの性能数値が高い** ことを実証
- ユーザーとの **リテンション（関係性）向上効果** を数値で証明
- また **新たなコンテンツとの出会いの創出** に大きな競争優位性

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

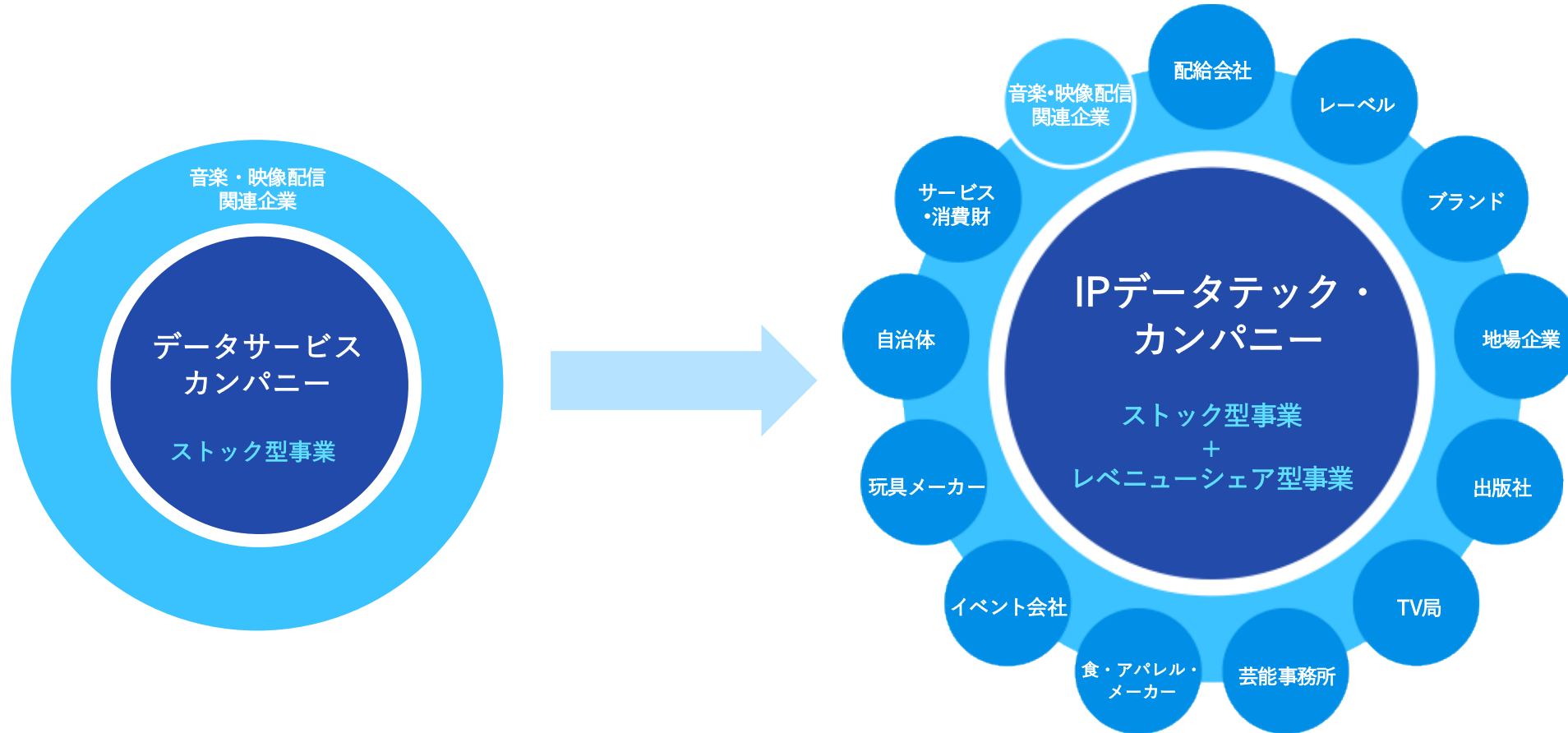


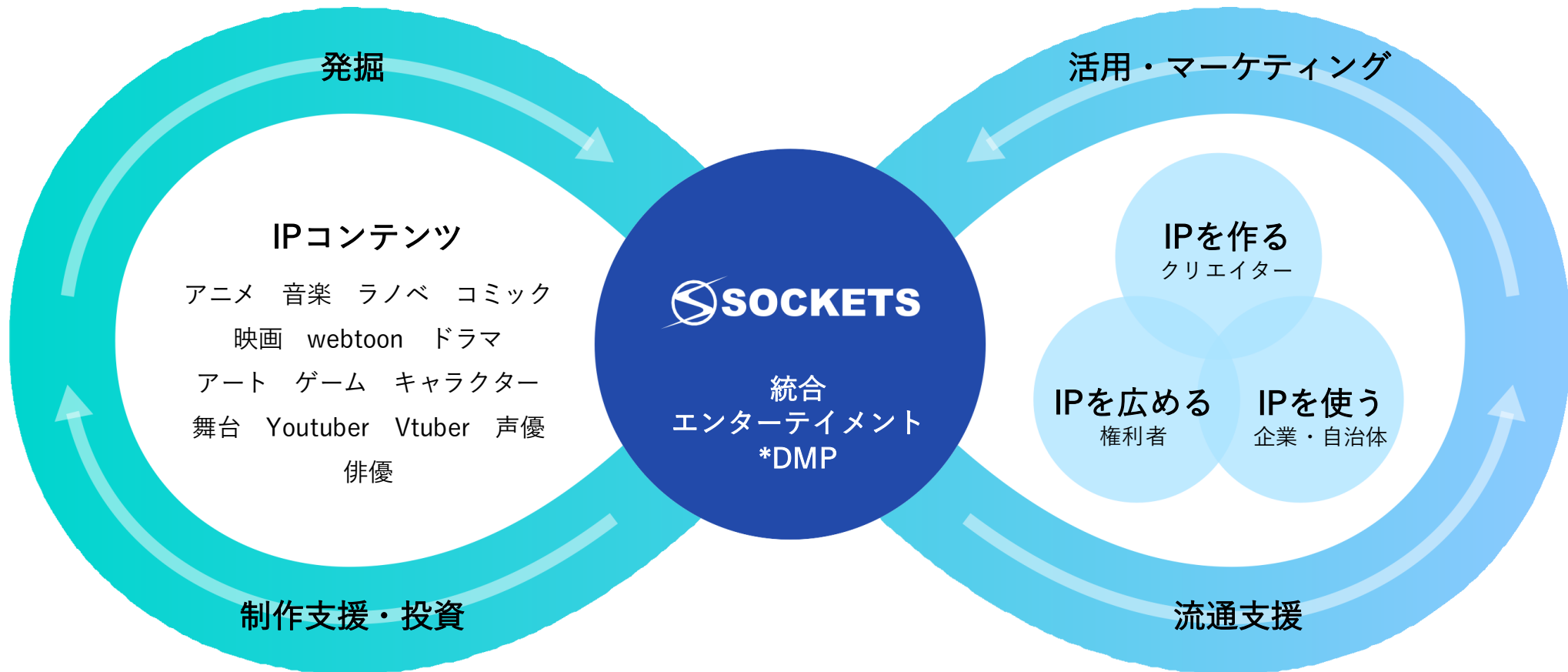
日本のIPコンテンツのポテンシャルをさらに大きく広げる
唯一無二のIPデータテック・カンパニー



IPデータテック・カンパニーとして多様な企業様と共創します

新たな価値体験との出会い

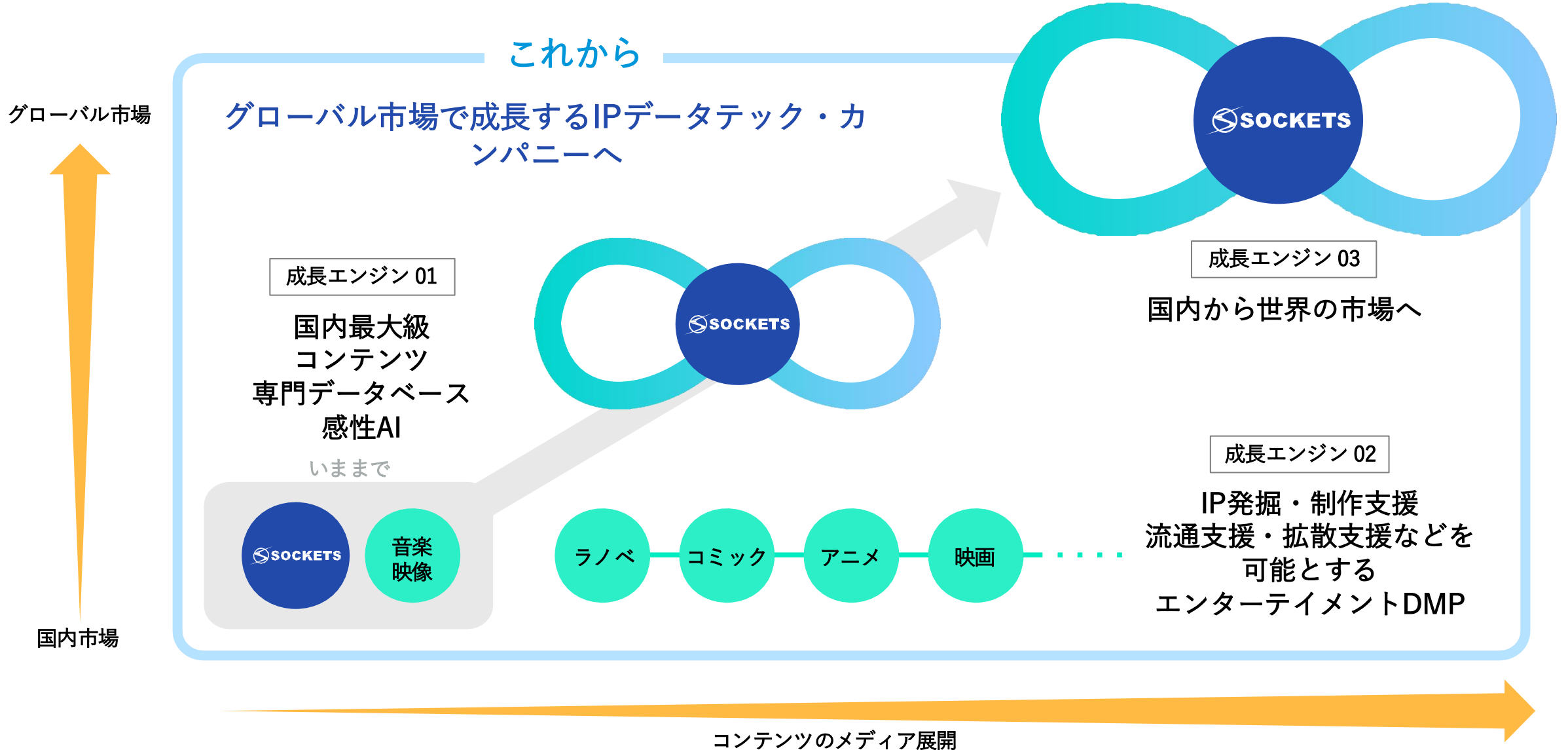




*DMP：データマネジメント・プラットフォーム

IPデータテック・カンパニーは3つのエンジンで成長します

新たな価値体験との出会い



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を行う。



町田修一

電通元エンタテインメント室長。
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

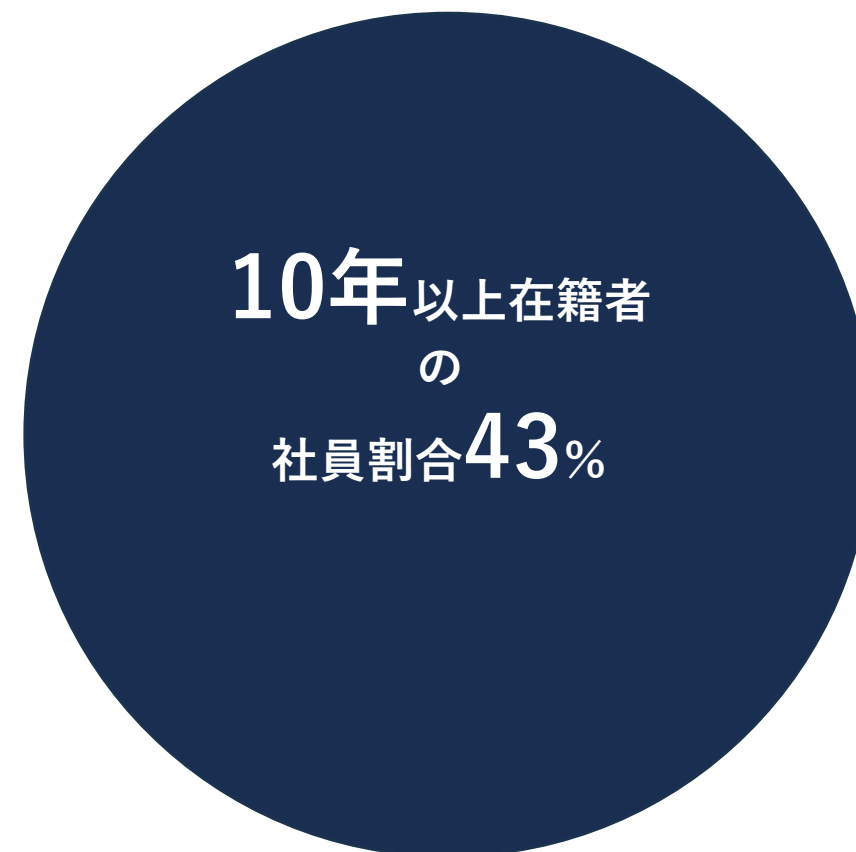
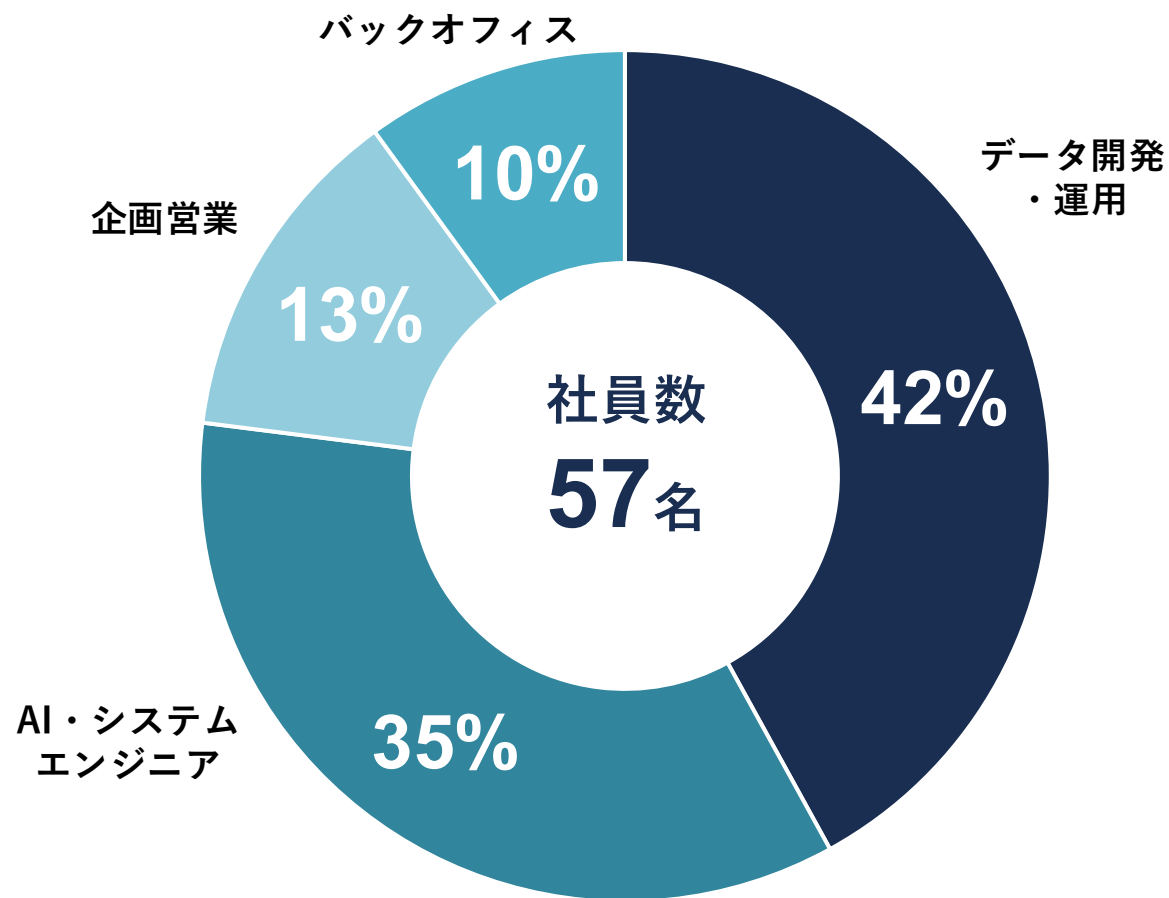
ニューヨーク州登録弁護士。
メリルリンチ日本証券監査役、ラグジュ
アリーブランド企業の日本法人リシュモ
ンジャパン監査役等を経て現在上場SaaS
企業監査役兼任。

今西浩之

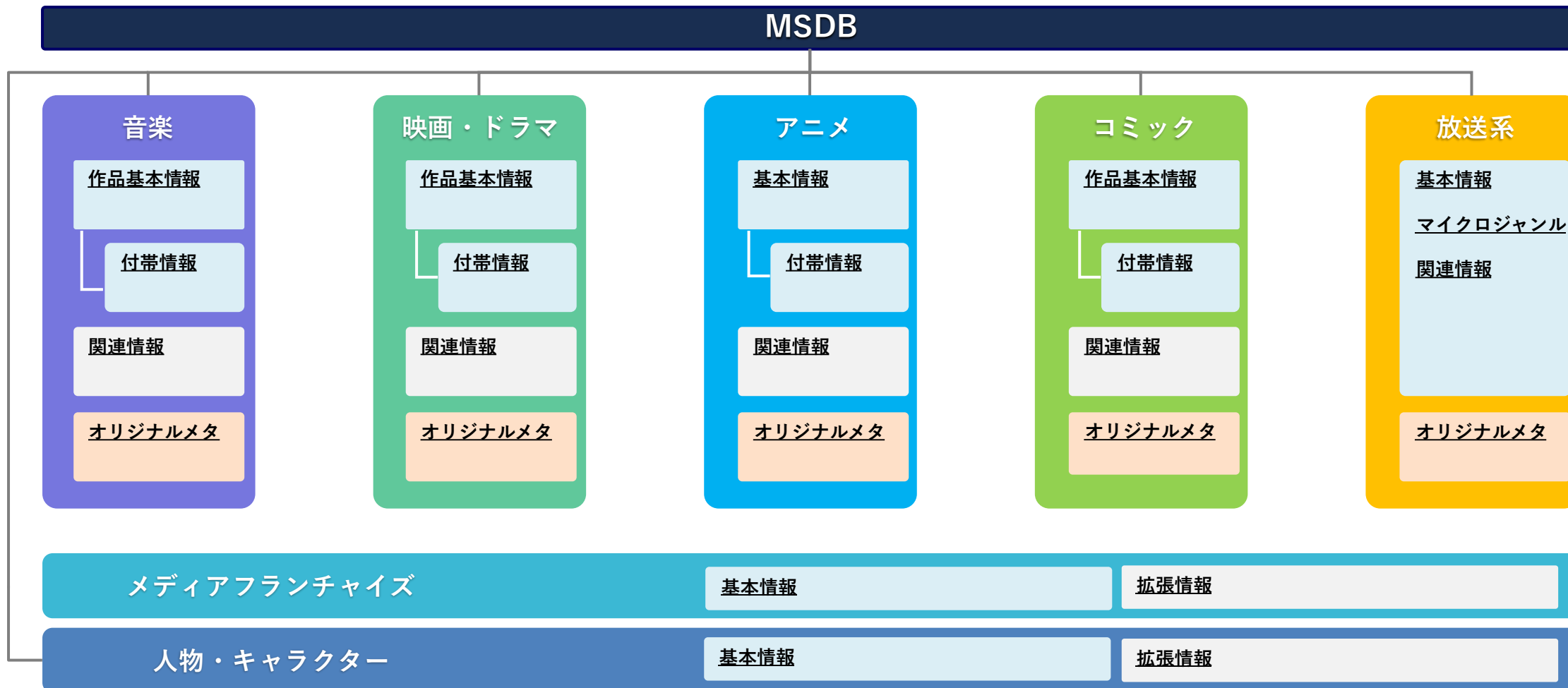
公認会計士。大手監査法人を経て独
立。会計、税務関連の豊富な見識に
より、当社コーポレートガバナンス
に関与。

AI・SI、データ開発・運用で77%とテクノロジーの人材中心

10年以上在籍の社員が全社員に占める割合が43%、コンテンツ関連データ分野の専門家集団です



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

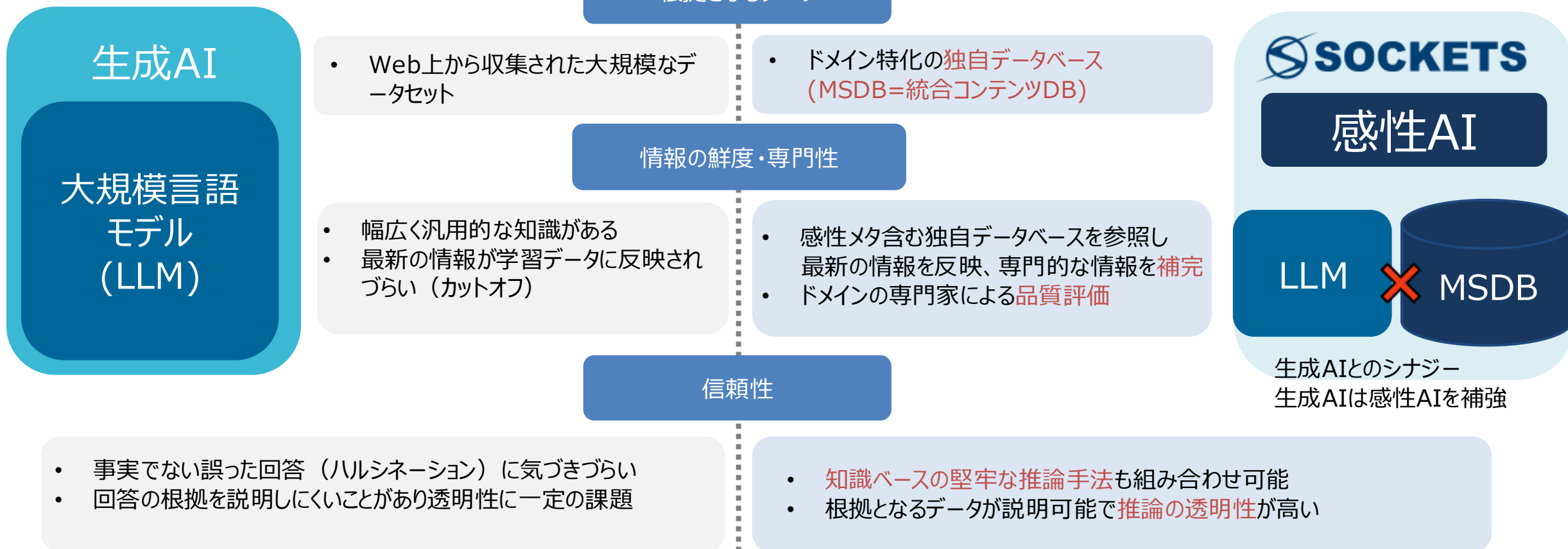


当社独自の感性AIと生成AIとの共創性と比較優位性

新たな価値体験との出会い



- 狭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
- 主観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



会社概要

新たな価値体験との出会い



会社名

株式会社ソケット

代表取締役社長

浦部 浩司

所在地

東京都渋谷区恵比寿4丁目20番3号
恵比寿ガーデンプレイスタワー36階

設立

2000年6月23日

事業内容

インターネットを活用したサービス、アプリケーション、
データベースの開発・提供

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）

主なお取引先

KDDI、レコチョク、NTTドコモ、CCCグループ、
楽天グループ、LINE MUSIC、HJホールディング（hulu）など




Love x Communication = Peace



当社  YouTube 公式アカウント

<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：コーポレートグループ
E-mail：ir@sockets.co.jp