

データベース・サービスカンパニー

株主通信 第23期 中間報告書

2022年4月1日～2022年9月30日

Love × Communication = Peace



データベースで人と文化をつなぐ

株式会社ソケット

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

証券コード：3634

いつもご期待や気にかけてくださりありがとうございます。
半年に1度のお手紙となります。
依然として株価が低水準であること、まずお詫びいたします。申し訳ありません。

今期が始まり7ヶ月半が過ぎました。現在の当社は第三の創業期であると感じております。

2000年に創業した時、2014年の大変厳しい時期に事業モデルを転換することを決めた時、そして今回、となります。世の中から見ればとても小さな話で、かつ経営者としては、格好の悪い情けない話ではあるのですが、今期の上期におきまして売上が6年ぶりに前年を超えるという状況となりました。これは年間20億円以上あった開発売上中心からライセンス売上に事業モデルを転換する中で、ようやく6年がかりで、ということとなります。

感性や感情を解するデータと技術やサービスを創業来20年ほど追いつける中で、「使ってもらってなんぼ」ともいえるライセンス売上型の事業モデルにすることは、未来のこの会社にとってはどうしても必要なことではあります。一方で、その過程で売上だけ見れば上場会社として結果的に裏切りとも言えるような経営成績を上げてきたのも事実です。その中で6年ぶりの前年を超える売上というのは、事業モデルの転換が完全に完了したことを意味します。

ライセンス型は、基本的には1年以上の単位での月額契約であることから売上が徐々に積み上がっていく成長モデルを描きやすくなるという目的もありますが、それ以上に、会社のカルチャー、マインド、という面があります。事業モデルで「使ってもらってなんぼ」というのは当たり前なことでもあらうと思いますが、これは仮に月額定額モデルの契約で売上が月々変わることも、常に提供価値をアップデートし続ける、という価値観が前提となります。これが受託型の開発売上でどうしても開発したらおわり、あとは受託的に開発したものが使われても使われなくとも関与や責任の余地が限定的、ということとなります。

もちろんこのような開発売上モデルも社会的に意味も価値もニーズもある立派なモデルですが、当社としては、そうではなく技術開発をするにしても、最終的にはサービスとしての提供責任を開発者として果たし続けるモデル、つまりライセンスモデルにすることが、企業文化としてありたい、そこにこの会社のそして社員の成長や未来があると考えてきました。

たとえ小さなイノベーションだとしても、日々それを意識する環境が、将来の大きなイノベーションを起こす、と信じております。

今回の上期の決算発表ではあえてソケットの世界観とは、という点を訴求させて頂きました。これはある信頼できる方から「現在の業績では買えないこの会社の株式を、つまり未来を買ってもらうには、あらためて伝えた方が良いのでは」というアドバイスを頂き、私なりにその声に納得し表現をしてみました。決算説明資料でも記しましたが、その世界観とは、共感を繋ぎセレンディピティを創る、ということとなります。セレンディピティ、つまり幸せな偶然の出会い、このことは本質的に人間にとって重要なことだと思っています。

人生は出会い(別れも・)の連続ですが、人は出会いによって感性や想像力が磨かれていくと思います。音楽との出会い、映画やアニメとの出会い、食や旅との出会い、暮らしの中にある様々なお気に入

りとの出会い、もちろん人との出会い、そんな出会いがあるからこそ感性や想像力が豊かになるのだと思います。感性や想像力を磨いていくなかで、目に見えない何気ない日常のありがたさに気づいたり、地球の反対側で起きている様々な出来事に思いを馳せたりすることが出来るようになると思います。それぞれの内面が成熟し、思いやりで支え合えるような社会のためにも人間の想像力の進化や深化はとても大事なことで、それがこの会社の存在意義であり、世界観であります。

ではその世界観を社会にどのように事業として実装していくのか、そして事業として成長させていくのか、ここまでの第一の創業、第二の創業を通じてお陰様で積み重ねてきたことをこのタイミングで表現し、より良い結果を出すことができると思っております。

セレンディピティを社会へ実装する事業、これは独自の感性メタデータを活用したレコメンドサービス、データ提供サービスとなります。提供範囲は、ここまでの既存分野である音楽と映像分野、そして新規分野であるインターネット広告分野となります。これらの分野で“より良い出会い”を創るのが当社の仕事です。とはいえ、これは自分達だけでは出来なく、当社のデータサービスを活用頂いている企業の方々と共に実現してまいります。この場を借りて、そのような事業機会に感謝いたします。

既存事業は、お陰様で成長軌道にあります。特に映像データサービスの伸びがその成長に寄与しております。この上期においても、Paravi様、FOD様とテレビ局系の配信サービスへのデータ提供が始まりました。現在、当社の役割として基本的かつ重要なところとして、映画関連のデータの拡充はもちろんのこと、アニメ関連データ、ドラマ関連データの充実というものが、日々積み上げてまいります。

そのような中、現在、サービスとしては、Hulu様、U-NEXT様、J:COM様、TELASA様、ABEMA様などに当社映像メタデータをご活用頂いておりますが、おそらく今後、インターネットを活用した映像サービスは、現在の成長期から成熟期を経て、さらに次の段階に入り、従来地上波などのテレビ番組を中心に視聴されていたような層の方々も、結果的にはインターネット経由で視聴する割合がさらに増えてくると思います。

「家にあるテレビは誰のものか?」というところの答えがより鮮明になる中で、様々なメタデータの活用方法の多様化が進むと思われる。そこにはもちろん、レコメンド、パーソナライズなどのサービス品質の進化があります。一方で、それ以上のメタデータの活用範囲があると考えております。それは、今後、体験の連鎖という一連のオンラインとオフラインの結合が進む中で、家の大画面テレビは、重要なハブの一つとなり、テレビ局やインターネットサービスを問わず、映像コンテンツを通じた素晴らしい品質のコンテンツ、作品が体験の連鎖を生む未来となり得ます。その未来を想像しながら、独自の映像メタデータの開発に磨きをかけ、一つでも多くの映像サービス事業者の方々と共に、価値ある新しい視聴体験の実現に貢献できればと考えております。

音楽データサービスにおきましては、こちらもメタデータの活用方法の多様化を一段と進めます。ユーザー参加型の新しいレコメンドエンジン、異業種のマーケティングサービスと連動する音楽版コンテンツマーケティングなど、独自のデータサービスに磨きをかけ、レコチョク様、LINE MUSIC様、楽天ミュージック様などのサービス事業

者の方々と共に、音楽が持つ可能性を広げ、繋げてまいります。お陰様で音楽データサービスの売上也あらためて増加傾向にあります。人生にとって音楽が持つ無限の可能性をデータや技術開発面で広げて行くことは当社のライフワークとなります。ここにも従来にないような体験の連鎖は生まれ得ます。

このように、お陰様で、音楽・映像系のデータサービスがあらためての売上の伸長、利益の増加という軌道に乗ったことは当社にとっては意味のあることでありますが、ここまでのご支援にはあらためて感謝しております。ありがとうございます。

いったん目標であった既存事業のデータライセンスモデルによる黒字化、かつ成長軌道、ということには、ここへきてようやくになりましたが、この既存事業で得た利益を新規事業に集中的に投資をしております。さらに言えば、得た利益以上の投資をしております。その分野が、感性ターゲティング広告分野となります。

当社独自の感性と感情を解釈する技術、それを支える感性メタデータと感性AIとなりますが、このコア技術は、既存事業の音楽・映像などのエンターテインメント分野だけでなく、広告の分野で活用する取り組みとなります。私がいうまでもなく、インターネット広告は大きな変わり目にあります。もちろんクッキー問題など個人情報保護の流れやGPT-3などAI技術の進化なども背景にあると思いますが、根本的には、生活者にとって理想的なインターネット広告の世界にまだまだ遠い、という面があるのではないのでしょうか。

清濁、功罪を飲み込み、乗り越え、インターネット広告市場を切り開いた先達の方々がいたらこそ、今のインターネット広告市場の発展があるのは間違いありません。まずその先達の方々へのリスペクトは肝要かと思えます。その上で、これからのインターネット広告において市場の中ではごく一部かもしれませんが、従来の行動履歴に訴求するだけではなく、行動の元となる人間の思い、感性、感情、価値観に訴求する広告の重要性も増すのではないかと考えています。これを当社は、感性ターゲティング広告「Trig's」として開発し今年の6月末に商用化を開始しました。もちろん行動履歴にターゲティングする手段は精度や効果も高く、特にコンバージョンと言われている目的には理にかかっていると思います。一方で、クッキーレスの時代の中で、生活者にとって違和感がない、嫌な思いもしない、見るだけで気持ちの良くなる、コンテンツの世界観に溶け込んでいるようなインターネット広告、ここにもう一つの可能性があると思います。

広告主の方々にとっては、目的に応じて従来の行動履歴にターゲティングする方法と感性や感情にターゲティングする方法を選択する中の有用な手段として広まっていくベストミックスがこれからより重要になるのではと考えております。

クッキーレス感性にターゲティングする広告「Trig's」の状況は、徐々に広告の表示の連携をする媒体（インターネットメディア）様、広告主様とも増えてまいりました。営業活動を進める中で、媒体様、広告主様それぞれの課題や期待をお聞きする中で、徐々にですが、「Trig's」の特徴や効果的な活用方法、有用性などもより解像度が上がってまいりました。

トライアル版から商用版に移行してからも、引き続き、CTR(クリック率)という性能評価値においては高い水準で推移しております。その高い誘導性を何に活用するのかが、大きいといえば、エモーショナルなコミュニケーション、情緒的な関係づくり、となります。企業、商品、サービス、ブランド、それぞれの業種業態において、知っても

らう、買ってもらう、ファンになってもらう、など様々なコミュニケーションの目的があると思います。その目的を達成する一つの手段としてTrig's独自の感性や感情に訴求するインターネット広告の有用性が見えてきました。

そして広告主様だけでなく、媒体様にとっても、こだわりを持って制作した編集コンテンツをどのようにマネタイズするか、というテーマがあると思います。クッキーレスの時代に新たな収益手段を構築することも必要となっています。この「感性や感情に訴求したい広告主様」と「こだわりの編集コンテンツを収益化した媒体様」を繋ぐのが、Trig'sの役割となります。ここに当社独自の感性メタデータと感性AIが役に立ちます。もちろんこれは、生活者の方々に対して、セレンディピティ(偶然の幸せな出会い)を通じたQuality of LIFEへの貢献を行うこととなります。

まだまだエンジン開発、運用ツール、営業の進め方、それぞれ課題もありますが、着実に前進しています。この前進のペースをより上げて今期中に事業基盤を固めていくことは当社にとっての大きなテーマとなります。

冒頭申し上げた当社の目指す世界観、存在意義である「共感を繋ぎセレンディピティを創る」ことを「音楽データサービス」「映像データサービス」「感性ターゲティング広告サービス」この3つで推進し、その上で、この3つの事業が連帯するからこそ実現する「共感プラットフォームサービス」を開発していきます。まだまだ解像度は高くないですが、少しずつ見えてきました。あらためて皆様にとっかかりお伝えできるようにいたします。一言で言えば、会社の大小や個人関係なく、表現者と生活者が共感で繋がる仕組み、となります。

私から見れば、個人事業主の方も農家の方も大企業の製品開発者もデザイナーもマーケティングの方も、ソムリエも料理人も、記者も編集者もファンドマネージャーもアーティストもクリエイターもみんな表現者です。その表現者の方々への思い、こだわり、フィロソフィー、カルチャー、ストーリーに内在する感性とその感性と繋がって然るべき生活者を繋ぐことで、必ず社会はより良い方向に行くと思っております。とはいえ、赤字企業の社長が、20年かかってもまだ売上10億くらいの社長が、何を言っても妄想のようなものだとと言われるのも分かります。

より良い結果で勝負いたします。そのような機会を頂いていること、心から御礼申し上げます。

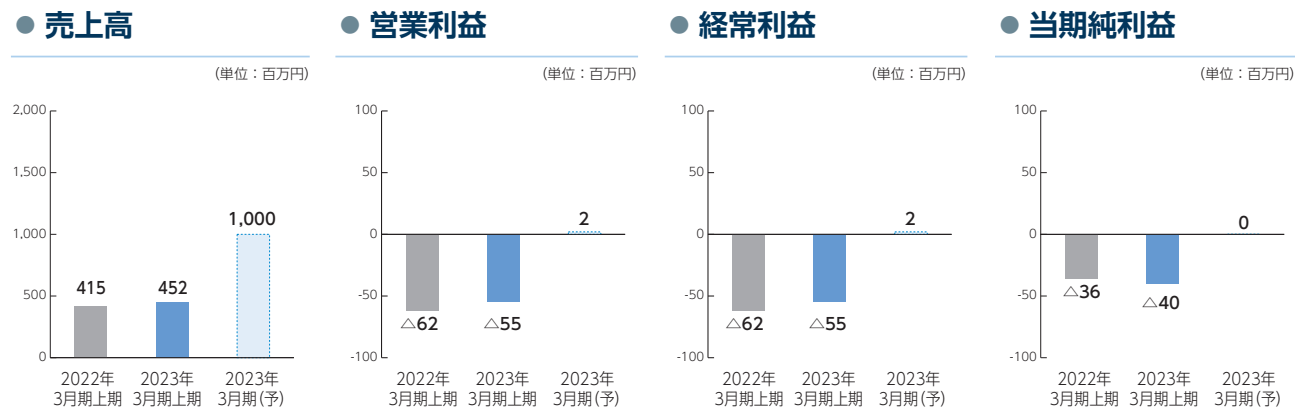
いつまでも、は無いと思っております。本当にありがとうございます。



2022年12月

株式会社ソケット 代表取締役

高橋 浩司



業績サマリー

01 売上、前期比9%増加
映像データライセンス事業が拡大
ライセンス提供数も増加

02 営業利益は、QonQで増加するも赤字(前期比はプラス)
一部案件に期ずれ有り、通期計画に変更はなし
研究開発費は一巡し減少傾向もコア分野へは集中投資

03 新規事業 感性ターゲティング広告「Trig's」
順調にメディア様、クライアント様拡大中
下期に事業基盤を確立、来期収益本格寄与へ道筋

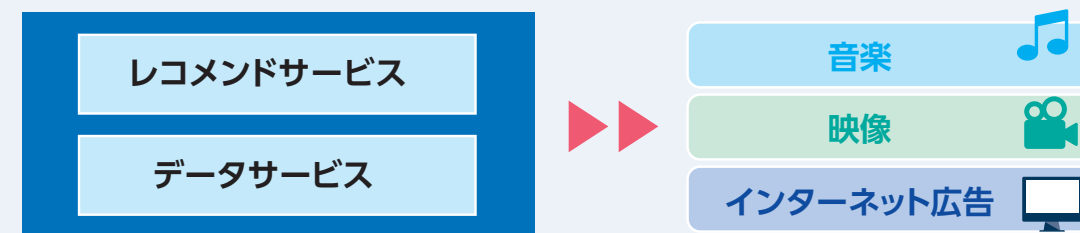
共感をつなぎセレンディピティをつくる

なぜセレンディピティが必要か？

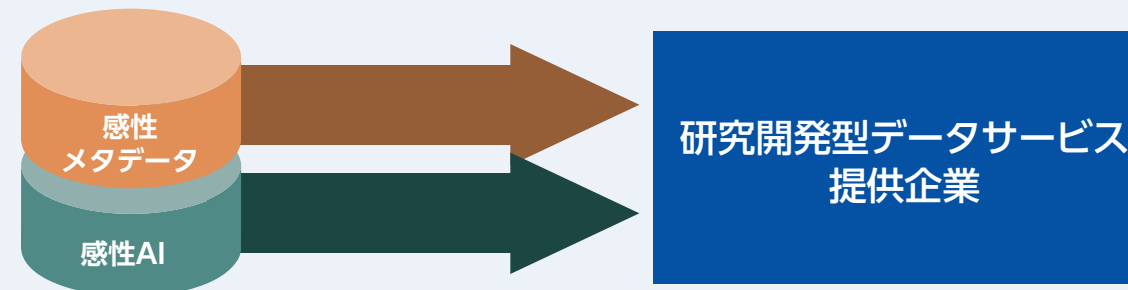
出会いによって、人の想像力は高まり、磨かれる。
想像力があれば、見えない大切なものに気付いたり、
目の前の人や会ったことがない人への思いやりも持てる。
想像力があれば、人類は理想や夢へ近づけるのでは
ないかと考えています。

セレンディピティ
=偶然の幸せな出会い

■セレンディピティを社会に実装するビジネスモデルとは



■コア技術



既存事業 エンターテインメント分野向けデータサービス

上期のトピックス

Paravi 2022年9月12日
Premium Platform Japan様

FOD 2022年9月14日
株式会社フジテレビジョン様

データ提供が開始されました
※当社HPより抜粋

下期の展開

現在提供中のサービス様

映像 Hulu, ABEMA, U-NEXT, TELASA, Yahoo!, J:COM 各サービス様ほか

音楽 TOWER RECORDS MUSIC, LINE MUSIC, 楽天ミュージック 各サービス様ほか



提供サービス数の拡大、新機能の開発を行い
国内エンターテインメント・ストリーミングサービスを通じて
人と音楽や映像作品との出会いなど聴取、視聴体験の向上に貢献してまいります

新規事業 クッキーレス感性ターゲティング広告「Trig's」

記事・コンテンツ



開発投資は継続するものの、一巡
メディア様、クライアント様にてクッキーレス時代の新たな広告手法として認知拡大中
来期に本格的に収益寄与へ

事業成長イメージ

企業規模や個人の経歴は関係なく、こだわり、ストーリー、想いの表現者と生活者をつなぐ
QOL(Quality of Life) 共創プラットフォームを開発していきます



エンターテインメント
×
感性マーケティング

収益モデルの多様化と拡大を伴い
大きな成長フェイズへ

クッキーレス
感性ターゲティング広告
事業基盤を確立し拡大へ

新規事業

現在

既存事業

エンターテインメント分野データサービス
実績を重ね安定的な成長へ

会社概要

商号	株式会社ソケット
英文社名	Sockets Inc.
設立年月	2000年6月
本社所在地	〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷4-23-5 JPR千駄ヶ谷ビル3F
電話番号	03(5785)5518
従業員数	64名
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

役員

代表取締役	浦部 浩 司
取締役(社外取締役)	鶴飼 幸 弘
取締役(社外取締役)	栗岡 大 介
常勤監査役	山本 実 実
監査役(社外監査役)	大塚 一 郎
監査役(社外監査役)	今西 浩 之

株式の状況

■発行可能株式総数	7,420,000株
■発行済株式総数	2,477,400株
■資本金	5億5千万円

大株主(上位5名)

株主名	所有株式数(株)	持株比率(%)
浦部 浩 司	693,400	28.27
カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社	240,000	9.78
K D D I 株 式 会 社	240,000	9.78
株 式 会 社 フ ェ イ ス	145,000	5.91
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	102,200	4.16

(注) 持株比率は自己株式(24,583株)を控除して計算しております。

株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎事業年度終了後3ヶ月以内
基準日	期末配当金 毎年3月31日 中間配当金 毎年9月30日
株主名簿管理人及び特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 TEL 0120-232-711(通話無料)
同連絡先	同上
公告方法	当社のホームページに掲載する。 https://www.sockets.co.jp/ir ただし掲載できないときは日本経済新聞に掲載する。
上場証券取引所	東京証券取引所 スタンダード市場

(ご注意)

- 株主様の住所変更、配当金の振込のご指定、単元未満株式の買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せ下さい。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に登録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せ下さい。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取扱いいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

財務諸表

第2四半期貸借対照表

単位:百万円

	前事業年度末 (2021年9月30日現在)	当第2四半期末 (2022年9月30日現在)
(資産の部)		
流動資産	964	920
固定資産	90	94
有形固定資産	0	0
無形固定資産	0	4
投資その他の資産	90	89
資産合計	1,054	1,014
(負債の部)		
流動負債	111	129
固定負債	88	89
負債合計	200	219
(純資産の部)		
株主資本	809	761
新株予約権	45	33
純資産合計	854	795
負債純資産合計	1,054	1,014

第2四半期損益計算書

単位:百万円

	前第2四半期累計 (自2021年4月1日 至2021年9月30日)	当第2四半期累計 (自2022年4月1日 至2022年9月30日)
売上高	415	452
売上原価	231	230
売上総利益	183	222
販売費及び一般管理費	246	278
営業損失(△)	△62	△55
営業外収益	0	0
営業外費用	0	0
経常損失(△)	△62	△55
特別利益	26	16
税引前四半期純損失(△)	△35	△39
法人税、住民税及び事業税	1	1
法人税等合計	1	1
四半期純損失(△)	△36	△40

日常的なソケット社内の様子、出来事など
採用向け情報を中心に発信しております。

公式Twitter

https://twitter.com/SOCKETS_JP



IR情報メール配信をご希望の方はこちらよりご登録下さい

