



# 事業説明会

2020年6月22日

# 20年

2000年6月23日

創業 MSDB開発  
シリコンバレー

出資(2000年)  
メガチップス  
フェイス

2006年

LISMO

出資 (2005年)  
KDDI

2009年

東証マザーズ

2014年

LIFE's

出資(2011年)  
CCC

2020年6月

ライセンスモデルへ  
大赤字



## 社訓

**LOVE , COMMUNICATION , PEACE**

## ミッション

**人の気持ちを繋げる**

## ステートメント

**人の想像力を掻き立てる**

**人類の五感を取り戻す**

## エンターテインメントメタデータ※開発20年

人力+機械学習 約2000項目に及ぶメタデータ

- **音楽**では、基本情報や演奏されている楽器の種類、奏法、声質、歌唱方法、ビート、歌詞の内容、テーマ、世界観、雰囲気、スタイルなどの感性情報から年代、マイクロジャンル、影響を受けた楽曲やアーティストなどの関連情報までを詳細に特徴づける体系的なデータ
- **映像**では、基本情報に加えた例えばその映画のテーマ、共感、時代背景、シチュエーション、場所、登場人物の職業、人間関係、ライフステージ、特徴的なハードウェア、乗り物、期待効果などの詳細な情報を体系化したデータ
- **エンターテインメントを学習**してきたことを活かし、美容、飲料、食品、旅行などにおいても基本情報のみならず、各商品のシチュエーション、期待効果、感覚的な特徴、イメージなどを網羅

※メタデータ  
基本情報ではない詳細な付加情報

## 進化し続ける感性メタデータ

音楽から始まり美容・ファッション  
旅行・食まで



## これからの3年



## コアコンピタンス

1

**感性・感情を科学する技術**

2

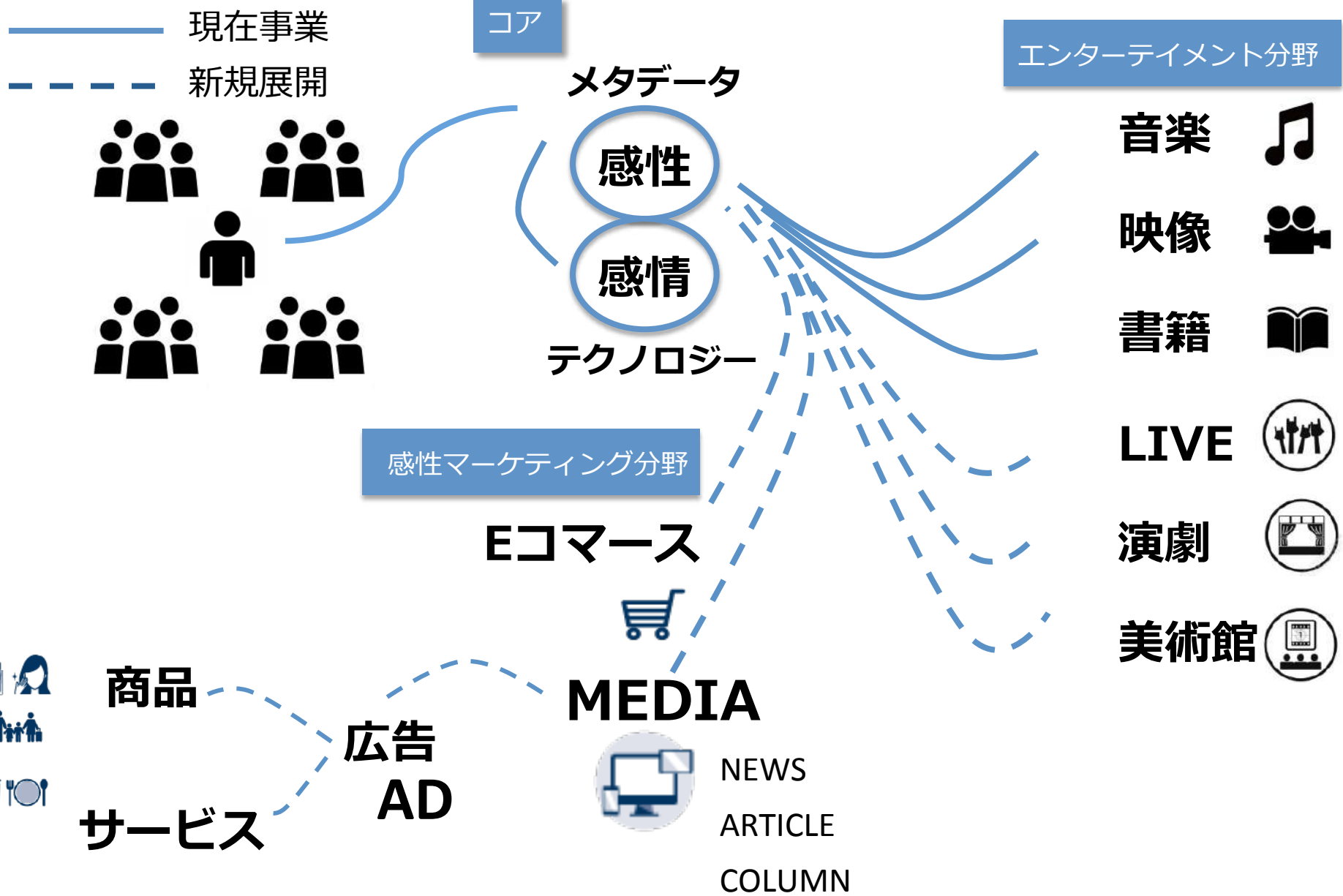
**エンターテイメントからの学習**

3

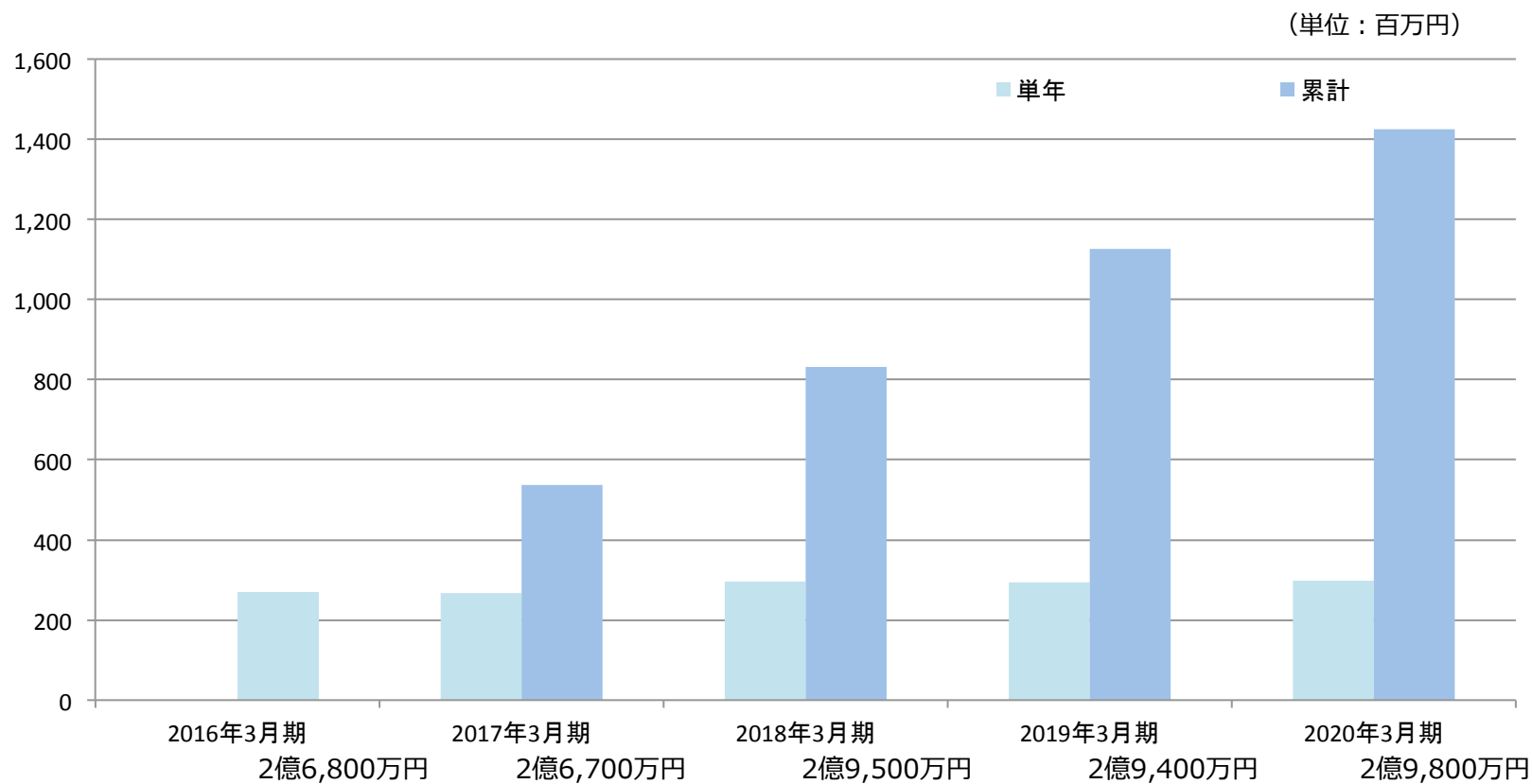
**オリジナルメタデータ**

**Expert team**

# 3カ年展開



## 約15億円をメタデータ・感性技術関連に集中投資





# 8 プロダクトラインナップのうち今期 6 プロダクト リリース

## プロダクトライン

エンターテインメント テクノロジー	データ提供	①
	レコメンド	②
	分析	③
感性マーケティング	データ提供	④
	レコメンド	⑤
	分析	⑥
広告エンジンサービス	広告	⑦
	分析	⑧

現在主力

①②

今期立ち上げ

③④⑤⑥⑦⑧



ブランドパートナーシップ

来期以降立ち上げ

エンターテイメント  
テクノロジー

エンターテイメント テクノロジー	データ提供
	レコメンドエンジン
	分析

プロダクト

音楽レコメンドエンジン

音楽メタデータ

音楽アナリティクス

音楽AI

映像レコメンドエンジン

映像メタデータ



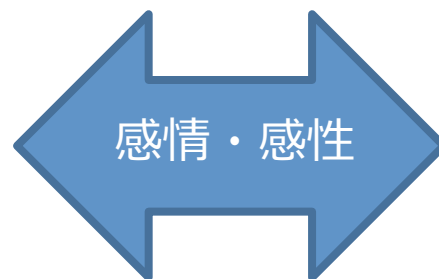
※弊社HP掲載転載



# Demo Time

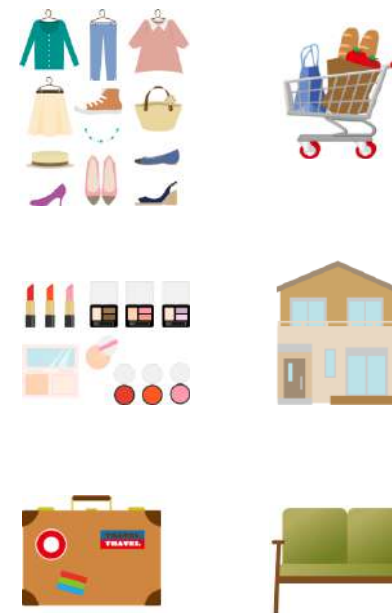
## 感性マーケティング

感性・感情を科学する技術で、あらゆる業種の顧客とのコミュニケーションに貢献



## 顧客の心理を理解

- ✓ 感情的なはたらきかけ
- ✓ 潜在需要の掘り起こし
- ✓ 購買理由の理解



# 感性マーケティング

## プロダクト

感性マーケティング	データ提供
	レコメンドエンジン
	分析

感性メタデータ提供

資生堂

レコメンドエンジン

ディノス・セシール

感情分析

# 感性マーケティング「メタデータサービス」

エンターテインメントデータの学習20年の実績を通じて磨き上げた「感性」や「感情」を科学する技術から生み出される消費者の購買心理と商品に関連付けるデータ情報



商品情報 (例)

【商品説明例】  
老舗ブランドの新作ニットが登場。  
大人の女性らしさを演出する柔らかなカラーとボディラインをすっぽりとカバーしてくれるゆったりシルエット。オフシーンで活躍する事間違いない新作ニット。  
ロング丈なっているので、気になるヒップ回りも綺麗にカバー。  
首元は定番のラウンドネックで、どんなコーデにもピッタリ。あらゆるシチュエーションにマッチする1枚です。

メタ生成



生成メタ			
感性ワード	上質	ふんわり	女性らしさ
	リラックス	大人の	都会的
	華やか	心地いい	こだわり
キーワード	柔らかなカラー	着心地	シルエット
	ラウンドネック	秋冬	老舗ブランド
	デザイン	フェミニン	肌触り
特徴	新色、オリジナルアイテム		
ファッション	ニット	ラウンドネック	トップス
	単色	ロング丈	ウール
機能	吸湿発熱加工		
季節	秋冬物		
シーン	オフ、女子会		

・・・等々多くのメタ生成が可能

## 感性マーケティング「メタデータサービス」

## 「顧客の気持ちを理解」するメタデータ

各種メタデータと実績との掛け合わせで「買う理由」「気になる理由」に到達することが可能に



## 消費者の購買理由/消費スタイルの傾向把握



マイクロジャンル

定性メタ

感性メタ

=

例)

「Vネック」「リラックス」

「都会的」「シンプル」

「エレガント」「エシカル」という軸や重み付で商品の購買理由や消費スタイルの把握が可能

# 感性マーケティング「レコメンドサービス」(一般商材・サービス向け)

## 感性メタデータとの併用でレコメンド効果を最大化

構造化されたジャンル情報、定性メタ、感性メタの活用でユーザーに今までにない商品発見の機会を提供



## 「感情に訴える」レコメンド

### 導入前

「この商品を見た人は  
こちらも見ています」

「この商品を買った人に  
おすすめの商品」



### 導入後 (一例)

「ナチュラルで自然体なあなたへ」「色っぽいのにどこか可愛い印象を」  
「魅力的な優美な女性に変身」「キュートな大人顔を演出」「カジュアル  
で親しみやすい印象にチェンジ」…など

**感性メタ**から生成されたマッチ率の高い商品群を  
**感情にはたらけかけるセンテンスの根拠付き**でおすすめ

感性メタ情報による商品分類やユーザーモデリングを活用したレコメンド、特集の自動生成により「潜在ニーズ=ウォンツ」へ着的確にアプローチ

### 付加価値体験型検索・レコメンドサービス「meta (メタルファ)」

従来の検索・レコメンドサービスの機能にオリジナルメタを活用しプラスアルファの機能を提供

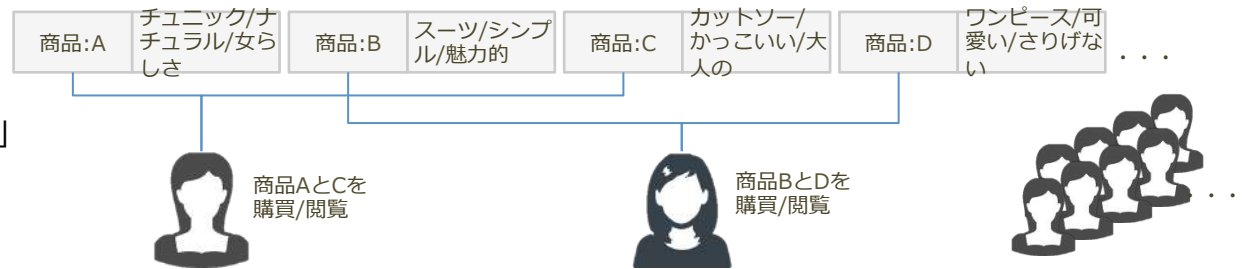


# 感性マーケティング「分析サービス」

## 「顧客の感性」をモデル化

### 感性と機械が融合

- 画一的な協調フィルタリングだけでは「この商品を買った人はこれも買っている」「売れている商品はこれ」になりがちでユーザーへの寄り添いは少ない
- 推薦理由の提示により、納得感のみならず「潜在ニーズ」や「深層心理」へのはたらきかけが可能に

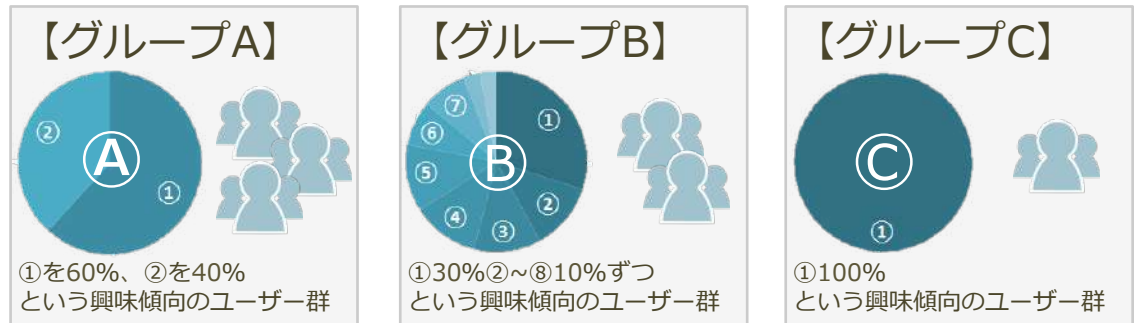


### 【Step1】感性メタ×顧客の消費傾向で感性メタをモデル化



独自開発の感性メタデータを最大限に生かしたコンテンツベース・パーソナライズされたアルゴリズムのハイブリッド型独自レコメンド/分析エンジン

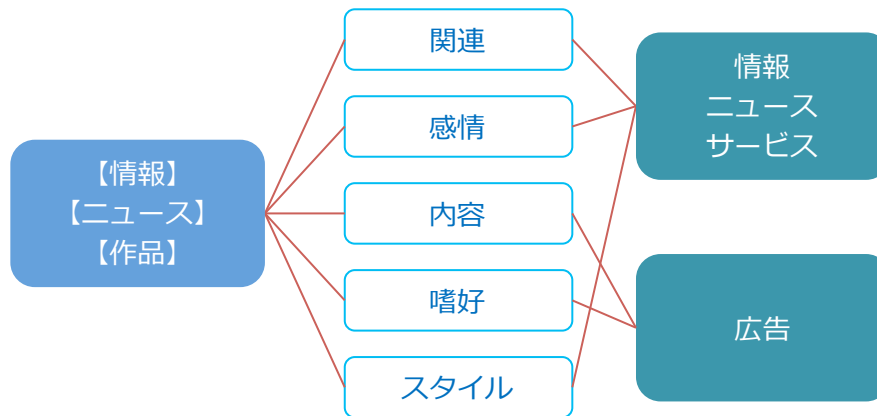
### 【Step2】感性モデル×ユーザーの興味傾向からユーザーをグループ化



# 広告エンジン・サービス

広告エンジンサービス	広告	⑦
	分析	⑧

コンテキストを解釈しコンテンツに内在する感情を情報や広告とマッチング



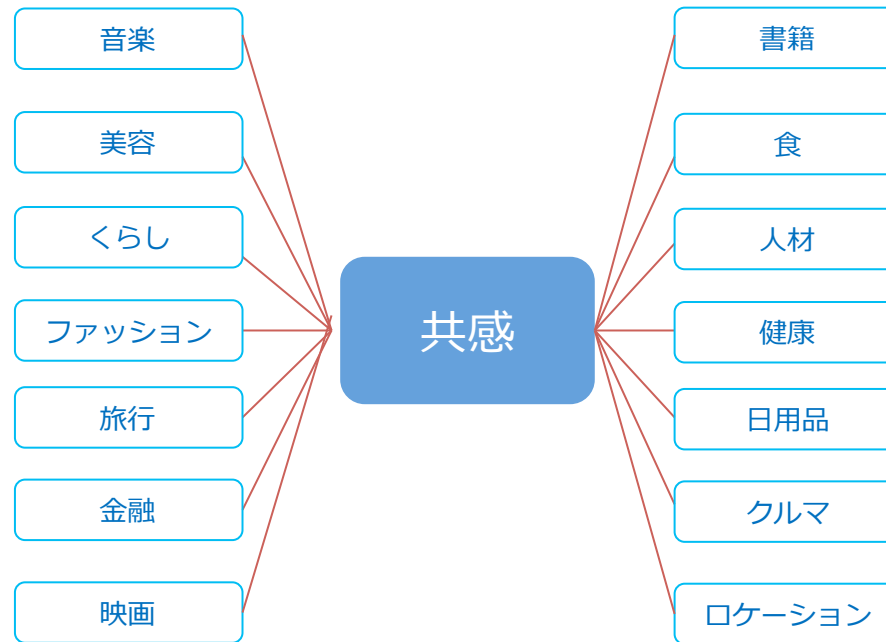
- ✓ 媒体価値
- ✓ 広告ROI
- ✓ ブランドリフト





# ブランドパートナーシップ

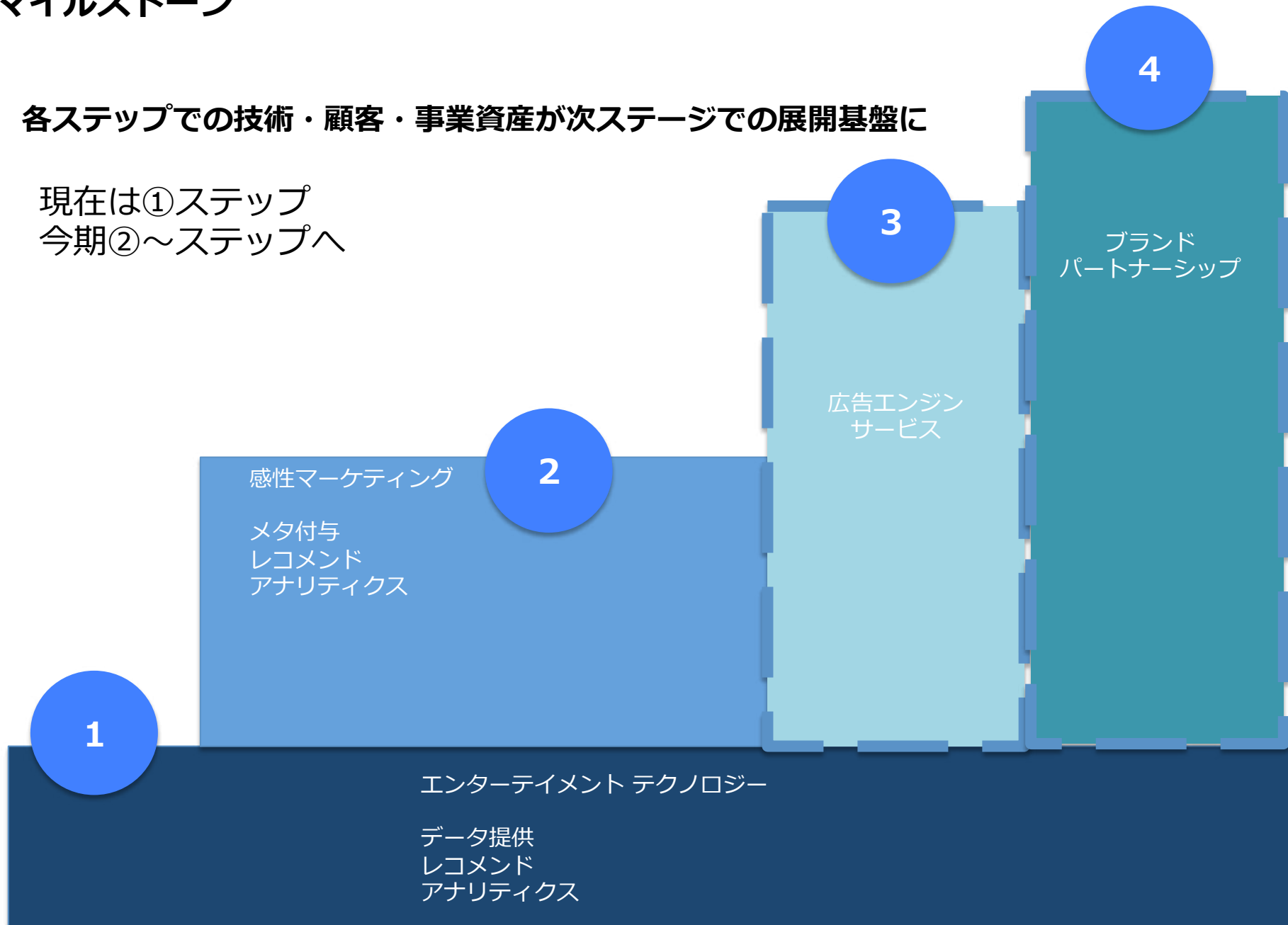
共感をつなぐ共創プラットフォーム



## マイルストーン

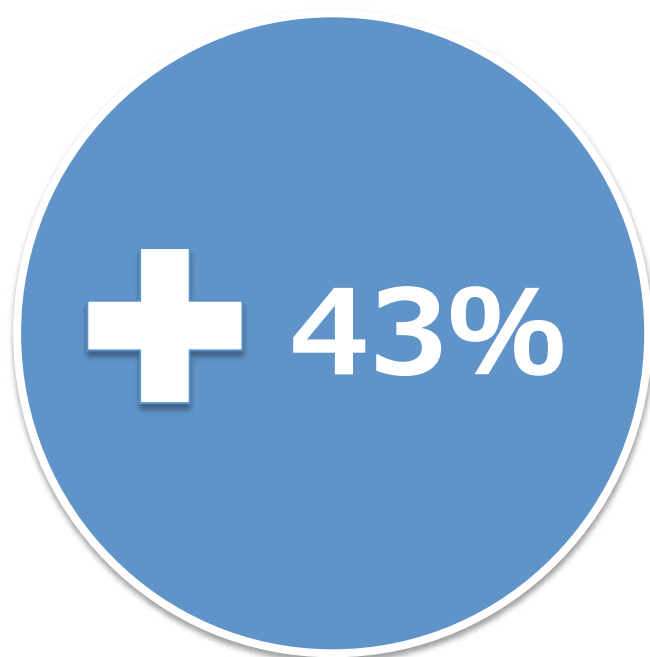
各ステップでの技術・顧客・事業資産が次ステージでの展開基盤に

現在は①ステップ  
今期②～ステップへ



## 事業基盤

前期提供ライセンス数



前期 1 Q→4Qライセンス金額

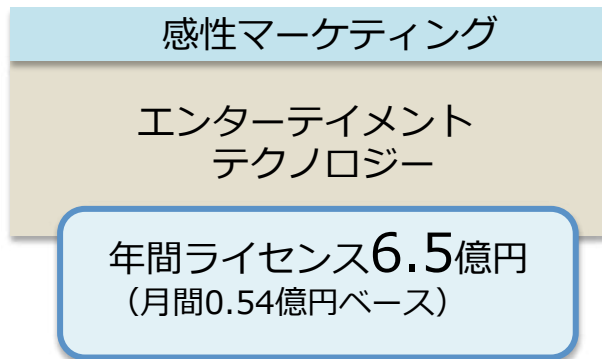


# ロードマップ

3カ年基本指針

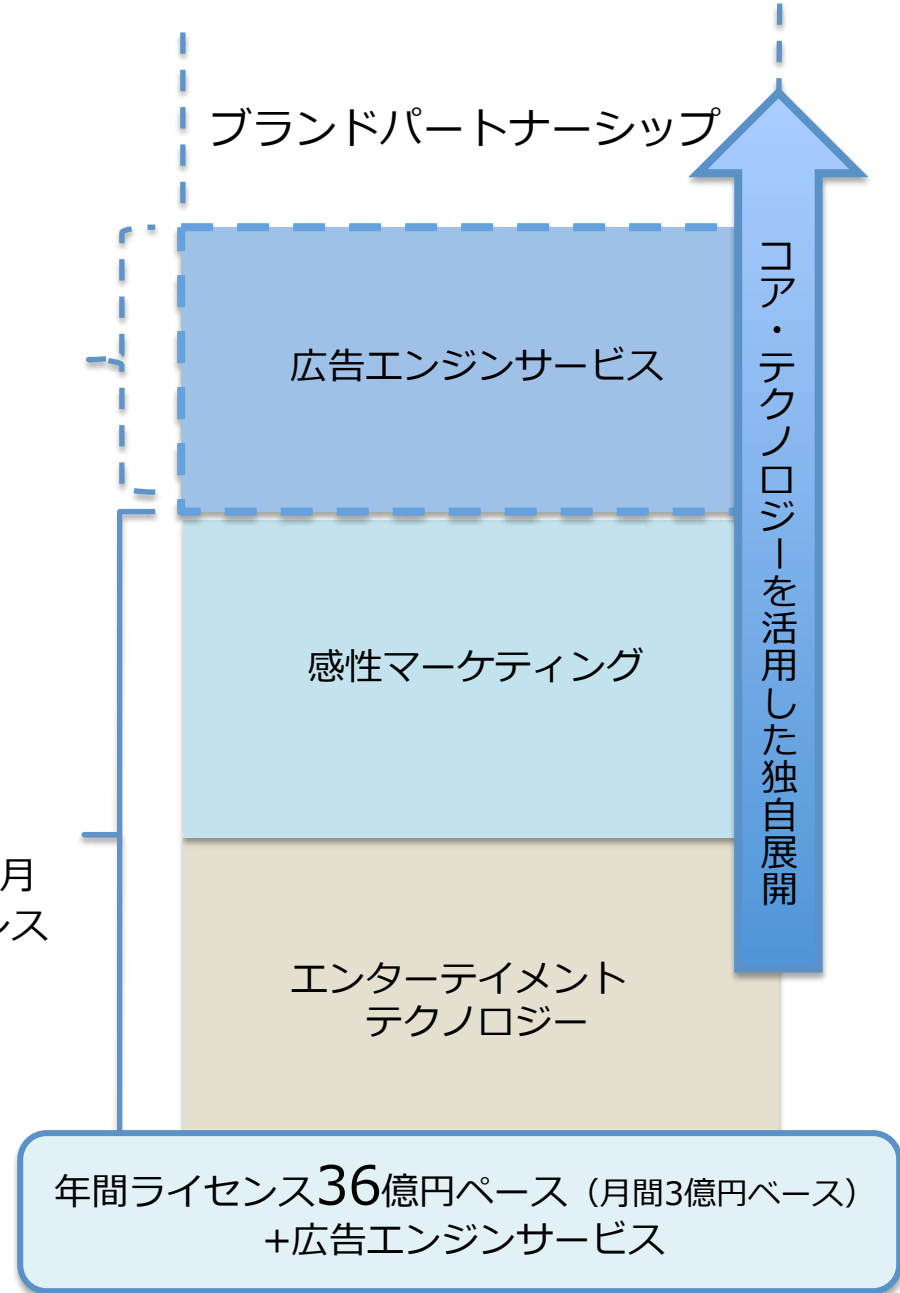


2020年現在



3億円/月  
ライセンス

ブランドパートナーシップ





ありがとうございます