

データベース・サービスカンパニー

株主通信 第21期 中間報告書

2020年4月1日～2020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

社長から株主の皆様へ

株主の皆様、半年ぶりのお手紙となります。

まだまだ皆様のご期待に応えていないなか、この手紙を送る機会を頂き、そして目を通して頂き、ありがとうございます。

この機会を通じて、当社の現状や私の考えていることを、少しでもお伝えすることができればと思っております。

当社は、今期ここまででは利益は想定通り、売上は計画に対してなかなか苦戦、という状況です。売上が計画に対して届いていない理由は、経済環境やコロナ禍などの社会的要因ではなく、わたし達の力不足だと考えております。

現在の主力のエンターテインメント分野におけるデータ関連サービスは、それぞれの社員の踏ん張り、データ提供先の関係者の皆様により良いサービスへのビジョンやコミットメントなどにより、御陰様で順調に進捗しております。一方で、前期より始まった資生堂様、セシル様など非エンターテインメント領域でのデータ関連サービスの拡大が、まだまだ展開に時間がかかっています。消費者の“感性”や“感情”に関するデータを自社のマーケティング、販売、開発に取り入れる、というニーズは、多くの業種や企業でより顕在化しつつあることはこの半年でもより感じています。一方でそれらの可能性を活かしきれていない、という状況です。これには、いくつか当社サービスに不足があると考えています。

具体的には、当社が生成するメタデータの「使いづらさ」「料金体系の柔軟性の不足」「効果の定量化の不足」などがあります。それぞれ、もう少しだけ詳しくご説明しますと、「使いづらさ」は、当社のデータの形式と相手企業のデータの形式を合わせることで時間や手間がかかるというようなどころがあります。

また「料金体系」についても、より多様性のある料金プランが足りていない面があります。そして「効果の定量化の不足」は、感性や感情に関連するデータが、どのように事業に具体的な効能があるか、というところで、販売への効果というところでは比較的分かりやすいものの、とはいえ、どこまでが、感性データの効果なのか、また販売以外のマーケティングや開発という面では、よりその効果測定においてまだまだ分かりやすい答えを出せていないという認識をしています。この半年での様々な企業の方々からの率直な声に感謝です。

人が持つ商品やサービスや体験に対する感性や感情を解釈し、大量データの分析などだけでは分からない顧客心理を感覚的な面からも理解し寄り添う、これがわたし達ソケットならでは感性や感情を科学する技術ですが、世の中で広く使われていくことに、まだまだ出ていないことも多く、茨の道は続いております。とはいえ、いつまでもこのようなことを言っている訳にもいかないのも事実で、ここまでのうまくいっていない現実を直視し、解決し、必ず人の感性や感情を理解するデータや技術をより社会に役に立つカタチで実現していきます。

とはいえ、今期の売上計画に遅れが出ている状況であり、そのバックアッププランも考えていなくてはなりません。

ここ数年間、当社の「感性や感情を科学する技術」のなかの研究開発において注力してきたところで、「文脈を解釈する技術」というものがあります。それは一般的には、一定の情報や文章の中からそこにどのような内容が表現されているかを解釈する技術となります。たとえば、あるメディアでコラムや記事などの情報があつたとしても、その情報に書かれている内容を解釈する、というものです。

しかしながらわたし達が出来ることは、既に世の中にあるそのような「文脈を解釈する技術」ではなく、「文脈に含まれている感性や感情を解釈する技術」となります。

たとえば、ファッション記事で、「冬のおしゃれ」「大人っぽい」「ワンピース」これらが紹介されている、というところまでは従来の技術でも解釈ができます。

一方でソケットの技術では、さらに「エシカル」で「シンプル」に「エレガント」でかつ「コストパフォーマンス」「自然体」というようなメタファー（隠喩）までを含めたその情報が表現している内容を解釈することができます。もしかしたらなかには魔法のように思われる方もいるかもしれませんが、魔法でも何でもなく、当社が得意の感性メタデータ生成、辞書づくり、オントロジー（感性や感情の体系化）など、ここまでエンターテインメントのデータサービス分野で培ってきた技術を最大限活用して細かなチューニングを行ない続けるなかで出来ることとなります。そして、こうした技術が大きければ、インターネット広告の世界で、有効活用できることが分かってきました。実際にあるメディアの協力を得て、実証したところ、既存のインターネット広告のエンジンよりも良い効果が見られました。もちろん限定的な検証で全ての可能性や課題が分かるものではありませんが、現在進めている実際に存在するメディアでの効果検証の数値結果は、わたし達の独自技術の大きな可能性を示してくれました。

一方で、先ほど申し上げた通り、今期の売上が計画通りに進んでいない面があります。これらの背景もあり、もともとインターネット広告エンジンに関しては来期以降での展開を検討していたのですが、このエンジンのリリースを前倒しで行なうべく準備をタイトなスケジュールではありますが、現在進めています。どこまで今期の売上に寄与できるかまだ分かりませんが、会社としてベストを尽くし皆様との約束ともいえる期初業績予想に残り4ヶ月向き合っておりま

す。インターネット広告サービスに関して具体的な内容やビジネスモデルなどはこのタイミングでお伝えできないこともあります。来るべきタイミングでご報告やご説明をさせていただきます。

そしてこの取り組みは前述の非エンターテインメント分野の感性メタデータ事業の課題のところで申し上げた効果の可視化にも重要な意味をもたらすことと考えています。インターネット広告エンジンで

の性能はその大半が数値化されます。つまりここでの性能数値情報
が、効果の可視化、つまり「感性や感情に関連するデータやその関
連技術の価値を定量的に数字で証明する」という従来の課題の解
決にも繋がります。タイトな開発が続きますが、引き続き、ご支援、
ご期待を頂ければ心強く思います。

一方で、従来の主力であるエンターテインメント分野のデータサー
ビスにおいても、まだまだ出来ることがあるどころか、新しい可能
性が大きく広がっています。

前提としては、当社の独自かつコアな得意技術である「感性や情
感を理解する技術」をここでも活用し、エンターテインメントに関
連する分野でも今後よりおこなうDX（デジタルトランスフォー
メーション）にしっかりと付加価値を出せるようにしてまいります。
この分野においては、「少しでも多くの音楽や映像作品が生まれ、
世の中に繋がり、聴取、視聴、体験されていくこと」をわたし
達ソケットのライフワークとして、従来のメタデータ開発、レコメ
ンドエンジン開発の磨き込み、そしてエンターテインメント分野に特化
した分析サービスやAIの技術およびサービス開発をより進化させて
エンターテインメント分野での活用範囲を広げていきます。この分野
での新しい取り組みにおいても、現時点でPoC（Proof of Concept
=実証実験）における良い結果も始めているので、プロダクト化、
サービス拡大を来期には実現していきます。

ここまでをいったん整理しますと、わたし達の事業は、「感性や情
感を科学する技術」を基本とし、メタデータ関連技術を開発してい
ます。そのうえで、事業としては、現在、「エンターテインメント分
野におけるデータ関連サービス」が大半で、この領域でのアップデ
イトを進めています。さらに立ち上がりしが当初の想定よりも時間がか
かっている「非エンターテインメント分野におけるデータ関連サー
ビス」を軌道に乗せるべく、あらゆる課題や問題に向き合っていると
ころであります。そして、当社の感性や感情を解釈する独自技術が
大きく活用できる「インターネット広告サービス」を予定より早く
立ち上げる、というなかで、3本柱ともいえる「エンターテイン
メントデータ関連サービス」「非エンターテインメントデータサー
ビス」「インターネット広告サービス」にて事業を構成し、会社全体を大きく
アップデートしてまいります。皆様のご期待やご理解のお陰様で、
チャレンジを続けている人間の感性や感情を科学する技術面につ
きましては、確かな手応えは増しております。とはいえ、ビジネスは結
果がすべてであり、その意味でも早く皆様に少しでも安心頂いたり、
より大きな期待を頂くところまで持っていければと考えております。

そしてこの「3本柱」の先に、目指している当社ならではのエン
ターテインメントとマーケティングの世界をつなぐ「共感マッチング
プラットフォーム」があります。この仕組みの実現に向けて前進しま
す。

ここまでは、技術や事業の話となりますが、それらと同じくらい

に、そして、ある意味では、それら以上に大事な会社の文化につ
いて触れておければと思います。

会社の文化の基本は、やはり人が創るものですが、ソケットはこ
こでもデコボコ道で、たくさんの失敗を経験しています。失敗の種
類は、状況やタイミングによって色々ありますが、大きくいえば、あ
りのまま、あるべき、を率直に伝えるべき時に伝えきれていない状
況が往々にしてあったという反省があります。会社として大事にして
いる目指すものや価値観に対して、より妥協なく進めていくことが、
結果的には社員や取引先や株主の皆様のためであることにより強い
責任を感じています。

ソケットには現在8人のグループリーダー、つまり部門責任者が
います。コロナ禍で、多くの仕事をリモートワークという状況のなか
で、一体感や求心力というものをどう育てていくか、というところに
それぞれ、またみんなで試行錯誤しています。また当社にプロパー
で入り籍10年近くになってきた5人ほどの社員で、社長室というもの
を構成しています。このグループリーダーと社長室のメンバーと、で
きる限り率直に現在の困難や課題、将来の可能性について語り合い
考えています。その意味では、私は恵まれていて、こうした人達の
力を借りながら、何とかより良い企業文化をつくりたいと考えていま
す。

より良い企業文化とはもちろん会社によって様々であると思いま
すが、基本的には、行動や結果の積み重ね、で出来るものだと思っ
ています。

ソケットは、あきらめない、逃げない、ごまかさない、という価
値観を大事にしています。

会社は不思議なもので、最近うまくいっているな、いい感じに
なってきたかな、と思っているどこかで、必ず良くない話が潜在的か
つ顕在的に生まれているものです。そんな日々を過ごし悩ましいこ
とは尽きませんが、困難にしっかりと向き合い、できることややるべき
ことに集中して乗り越えてまいります。そしてそのような日々が、新
入社員含め、これからのソケットの文化を育てていくものだと考えて
います。

重ねて、株主の皆様、いつもありがとうございます。期待になか
なか応えきれず、申し訳ありませんが、必ず何とかします。

2020年12月

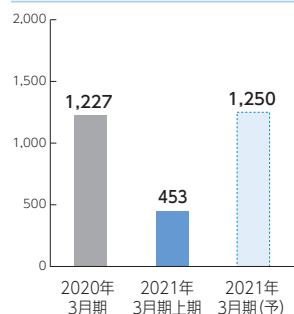
株式会社ソケット 代表取締役

浦部 浩司

■ 決算ハイライト

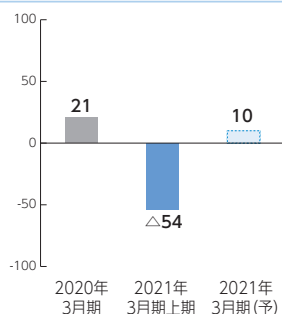
● 売上高

(単位：百万円)



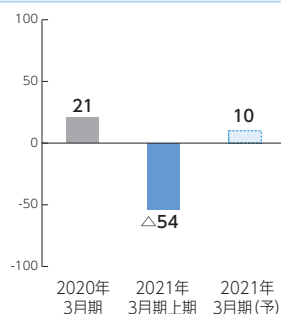
● 営業利益

(単位：百万円)



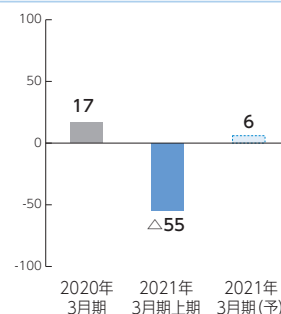
● 経常利益

(単位：百万円)



● 当期純利益

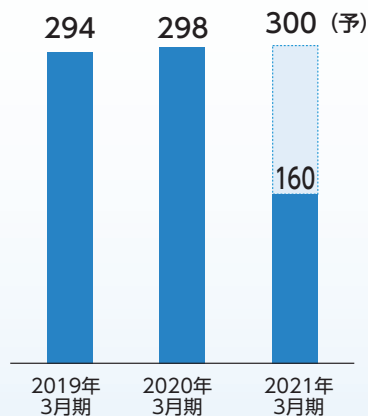
(単位：百万円)



■ メタデータ・感性技術開発への先行投資とKPI計画

研究開発・データ投資額

(単位：百万円)



3年間
9億円

基礎研究から
商用化の段階へ



ライセンス
提供サービス数
50件/月

ライセンス型
収入
1億円/月

エンターテインメント・テクノロジー分野の進展

映像サービスの拡大基調

国内映像サービスへのメタデータ提供が伸長中。

映画、テレビドラマ、バラエティ、オリジナル作品、エピソード(話)単位など、当社メタデータの充実もあわせて進化。サイバーエージェント(Abema.TV)向けなど用途・提供先も広がる。



©AbemaTV,Inc.

Music Analyticsの展開

音楽に特化した分析サービスを月額定額サービスで展開。

マーケティング/A&R支援、プロモーションの効果測定、新人アーティスト発掘への応用など、大手レーベル会社、プロダクションでの利用も進む。

順位	ジャンル	曲名	アーティスト	再生回数	ダウンロード	コメント数	再生回数/ダウンロード	再生回数/コメント
1	Pop	1. 2019/10/28	1. 2019/10/28	1,111,000	150	7,000	7,400	111
2	Pop	2. 2019/10/28	2. 2019/10/28	1,050,000	120	6,500	8,750	113
3	Pop	3. 2019/10/28	3. 2019/10/28	980,000	100	6,000	9,800	115
4	Pop	4. 2019/10/28	4. 2019/10/28	920,000	90	5,500	10,222	118
5	Pop	5. 2019/10/28	5. 2019/10/28	850,000	80	5,000	10,625	120
6	Pop	6. 2019/10/28	6. 2019/10/28	780,000	70	4,500	11,143	122
7	Pop	7. 2019/10/28	7. 2019/10/28	710,000	60	4,000	11,833	124
8	Pop	8. 2019/10/28	8. 2019/10/28	640,000	50	3,500	12,800	126
9	Pop	9. 2019/10/28	9. 2019/10/28	570,000	40	3,000	14,250	128
10	Pop	10. 2019/10/28	10. 2019/10/28	500,000	30	2,500	16,667	130
11	Pop	11. 2019/10/28	11. 2019/10/28	430,000	20	2,000	21,500	132
12	Pop	12. 2019/10/28	12. 2019/10/28	360,000	10	1,500	27,000	134
13	Pop	13. 2019/10/28	13. 2019/10/28	290,000	10	1,000	29,000	136

目的特化型AI

当社の音楽解釈に特化したMUSIC AIを活用し自動車メーカーと前期よりPoCを開始。次世代の自動車空間体験での検証を実行中。9月より市街地でのテスト走行開始。



エンターテインメント・テクノロジー進展の背景

インターネットにおけるコンテンツ配信の増加

世界的には既に音楽・映像流通は、パッケージからインターネット配信にシフト。日本においてもようやくインターネット配信が主流の時代へ



エンターテインメント業界のDX (デジタルトランスフォーメーション)

エンターテインメント分野においても、DX化は今後進展。その際にはデータ整備・統合・利用の進化が必要とされている



5G、生体情報のセンシング、MaaS(次世代移動サービス)など新技術の広がり

大容量の通信網やそのネットワークを活用する新しい技術やプラットフォームの隆興を見据えた実証実験の活発化。エンターテインメント関連分野での新技術の実用化に向けた技術・サービス開発進む



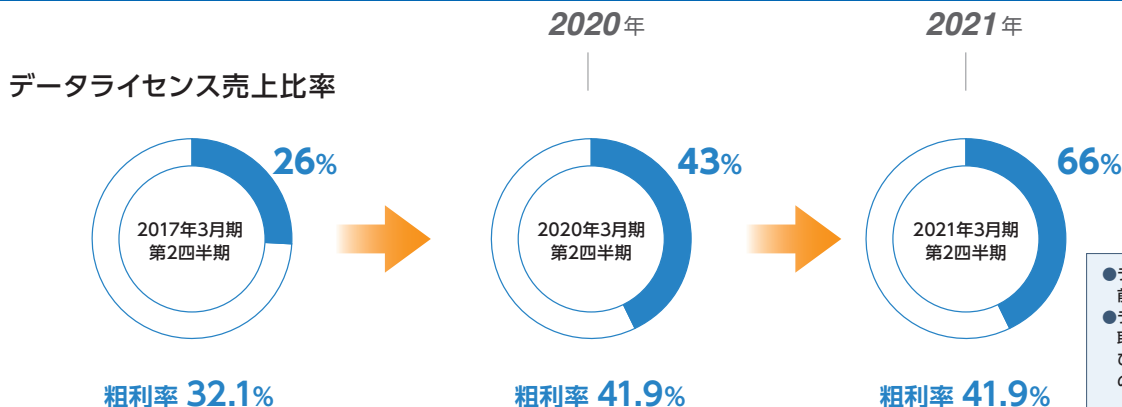
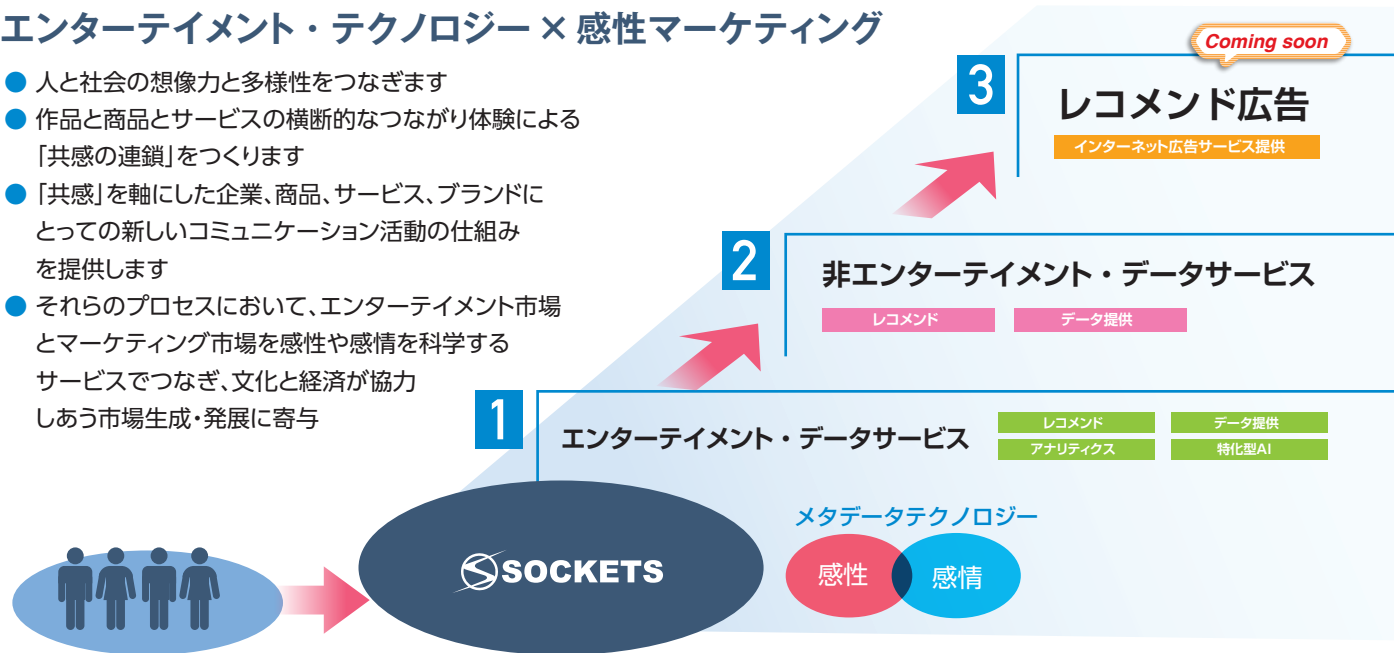
東京証券取引所 市場第二部への上場市場変更に関するお知らせ

当社は、東京証券取引所マザーズ上場後10年を経過した上場会社による上場市場の選択(有価証券上場規程第316条)に基づき、東京証券取引所市場第二部への市場変更を選択し、株式会社東京証券取引所より2020年8月1日付での市場変更の承認が公表されましたのでお知らせいたします。これもひとえに、株主の皆様をはじめ、取引先・関係者の皆様方のご厚情とご支援の賜物と心よりお礼申し上げます。

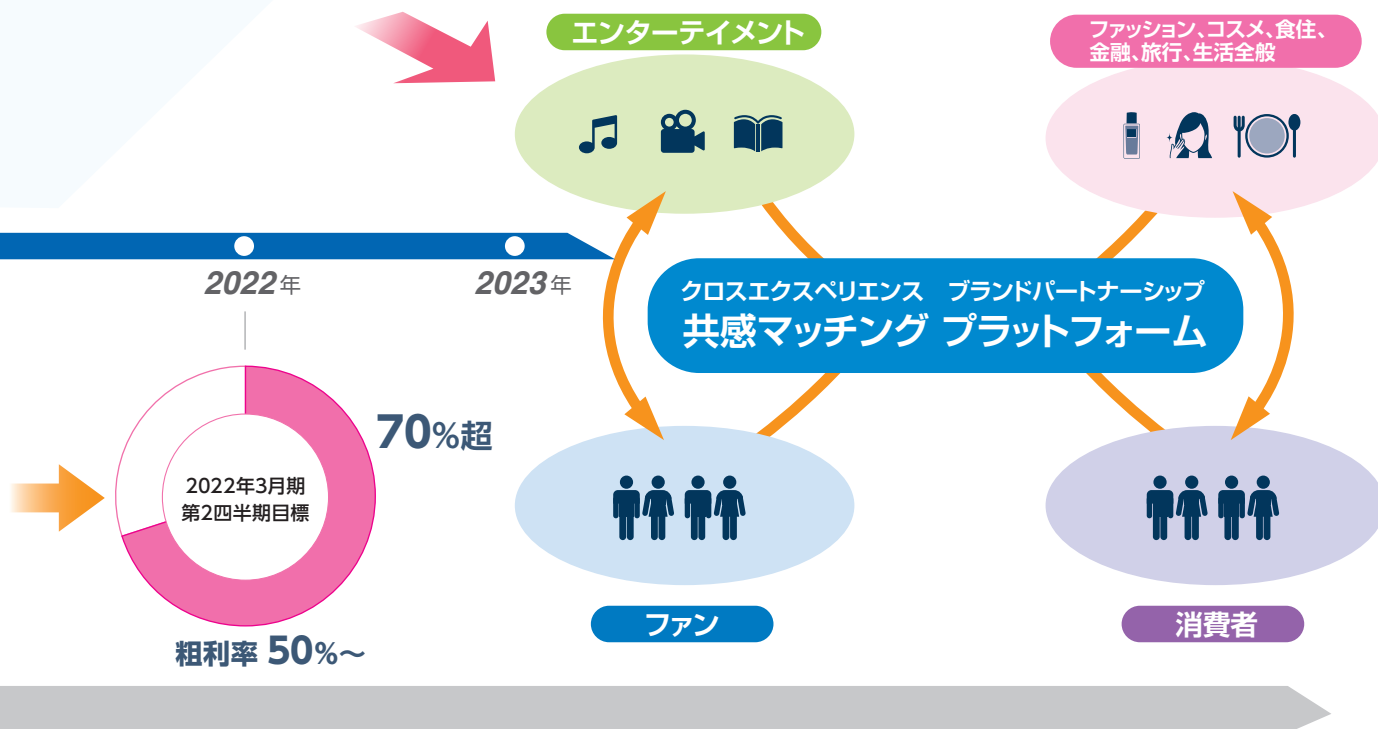
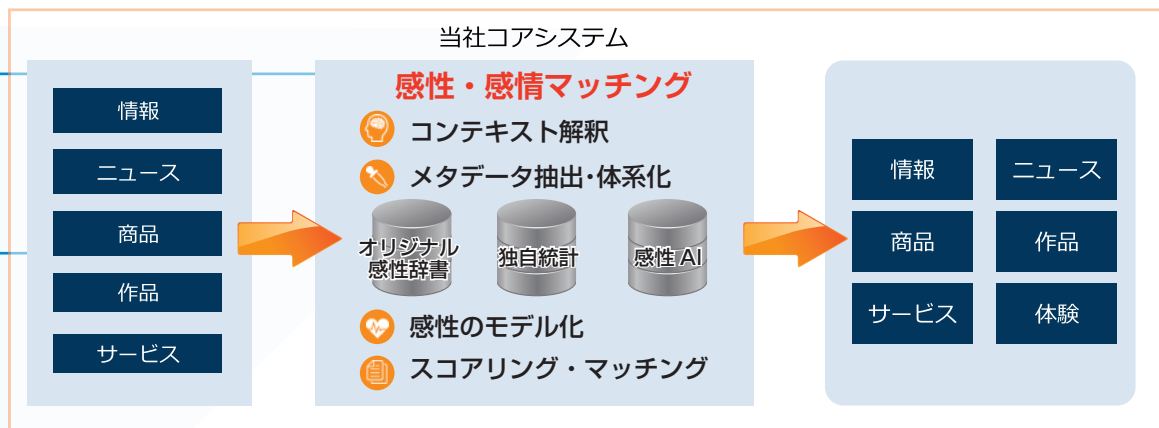
中期ビジョン

エンターテインメント・テクノロジー × 感性マーケティング

- 人と社会の想像力と多様性をつなぎます
- 作品と商品とサービスの横断的なつながり体験による「共感の連鎖」をつくります
- 「共感」を軸にした企業、商品、サービス、ブランドに
とっての新しいコミュニケーション活動の仕組み
を提供します
- それらのプロセスにおいて、エンターテインメント市場
とマーケティング市場を感性や感情を科学する
サービスでつなぎ、文化と経済が協力
しあう市場生成・発展に寄与



ライセンス収入主体の事業モデルへ、質的变化を加速



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	65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)	佐藤 明
常勤監査役	山本 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	711,700	29.01
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)	94,600	3.85

(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
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 東京都府中市日鋼町1-1 TEL 0120-232-711 (通話料無料) 郵送先 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
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 市場第二部

(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下さい。
- 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お取次ぎいたします。
- 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 (2020年3月31日現在)	当第2四半期末 (2020年9月30日現在)
(資産の部)		
流動資産	1,050	975
固定資産	208	209
有形固定資産	15	14
無形固定資産	61	63
投資その他の資産	131	131
資産合計	1,259	1,184
(負債の部)		
流動負債	131	111
固定負債	72	77
負債合計	203	188
(純資産の部)		
株主資本	1,025	962
新株予約権	29	32
純資産合計	1,055	995
負債純資産合計	1,259	1,184

第2四半期損益計算書

単位:百万円

	前第2四半期累計 (自2019年4月1日 至2019年9月30日)	当第2四半期累計 (自2020年4月1日 至2020年9月30日)
売上高	630	453
売上原価	366	263
売上総利益	264	189
販売費及び一般管理費	271	244
営業損失(△)	△6	△54
営業外収益	0	0
営業外費用	0	0
経常損失(△)	△6	△54
税引前四半期純損失(△)	△6	△54
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(△)	△7	△55

第2四半期キャッシュ・フロー計算書

単位:百万円

	前第2四半期累計 (自2019年4月1日 至2019年9月30日)	当第2四半期累計 (自2020年4月1日 至2020年9月30日)
営業活動による キャッシュ・フロー	139	43
投資活動による キャッシュ・フロー	△13	△13
財務活動による キャッシュ・フロー	△7	△7
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	117	23
現金及び現金同等物の 期首残高	639	765
現金及び現金同等物の 四半期末残高	757	788