

2027年3月期 第1四半期決算説明

IPデータテック・カンパニーとしての進化
～ 足元の成果と今後について ～

2026年8月6日

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)



The
Next Value
Experience

- 1** 第1四半期決算概況
- 2** 通期業績予想に対する進捗と各事業の取り組み
- 3** IPデータテック・カンパニーとしての進化
～ 足元の成果と今後について ～

- 1Q決算では、前年同期比で大幅な黒転となり、今後の成長基盤の強化が進んでいます。
- 通期予想への進捗は、売上・利益とも約25%程度であり、対通期において着実な進行を見せています。
- 当期のテーマである「既存コンテンツデータサービス事業の収益性を向上しつつ来期の大きな成長に向けIPデータテック事業への種蒔き」が同時に進んでおり、本日はその状況をお伝えさせていただきます。
- 現在の配当＋優待利回りは3.61%です。※8月4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8.78%となります。今後、株主様・資本市場との対話重視・企業価値及び株価向上と合わせ株主還元をより重視して参ります。
- 一方で、既存データサービス事業の次なる成長への道筋が見えてまいりました。
- まだまだ株価含めご心配をおかけしていると思いますが、次なる大きな成長への基盤強化が社員一丸にて進んでおりますので、少しでも足元の成果と今後についてご理解頂ければと思います。

1 第1四半期（1Q）増収増益の中、前年1Q同期の赤字から黒字化

- 音楽データサービスを中心とした既存データサービスが売上を牽引
- 売上・営業利益・経常利益は通期予想に対して約25%の進捗となり、着実なスタート

2 営業利益率は前年同期比+8pt、利益創出力の強化が進む

- 積極的な先行投資も吸収し売上成長に加えて、売上総利益が前年同期比13.7%増加、粗利率が当面のKPIであった50%を超え、収益性が一段と向上。赤字傾向が強かった1Qにおいても黒転し利益創出力の強化が進む

3 既存事業の収益性向上を起点に、IPデータテック・カンパニーへの発展の道のりを着実に進む

- 音楽・映像データサービスでは既存契約・開発案件を基盤に、新規提案・海外向け・IP活用領域への展開を推進
- 感性マーケティングでは収益性改善を進めながら、提案メニュー化・案件創出に向けた営業活動を強化
- 今期は、既存事業の収益力を高めつつ、独自のエンタメDMP※、新プロダクト、既存事業であるデータサービス再定義、生成AI連携など次の成長テーマを具体化し実装する1年

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

1. 第1四半期 決算概況

1Q決算概況：収益性が大きく向上し新たな成長基盤が強化される

新たな価値体験との出会い



成長基盤が強化され収益力の向上が続く

● 売上高

前年同期比 **1.2%増収**

マーケ系において、サービス再定義で売上減少傾向も主力の音楽データサービスが伸長し売上を牽引

● 粗利額

前年同期比 **13.7%増加**

売上伸長と合わせ生産性が向上

● 粗利率

前年同期比 **5.5%pt向上**

各事業で収益性が向上

● 営業利益率

前年同期比 **8%pt改善**

先行投資が収益化（感性マーケティングおよびエンタメDMPの一部PoC※案件）しつつあり、投資を吸収、更に黒字体質となり新たな成長段階へ

単位：百万円	25.3期1Q	26.3期1Q	27.3期1Q	前年同期比
売上高	232	261	264	+3 +1.2%
売上総利益	99	117	133	+16 +13.7%
粗利率	42.6%	44.8%	50.3%	+5.5%pt
販売管理費	145	120	115	▲5
営業利益	▲46	▲3	17	+20 黒転・大幅増
営業利益率	▲19.8%	▲1.5%	6.5%	+8.0%pt
経常利益	▲45	▲3	17	+20 黒転・大幅増

※PoC（Proof of Concept:概念実証）

当面の目標であった粗利率50%基準をクリア

新たな価値体験との出会い

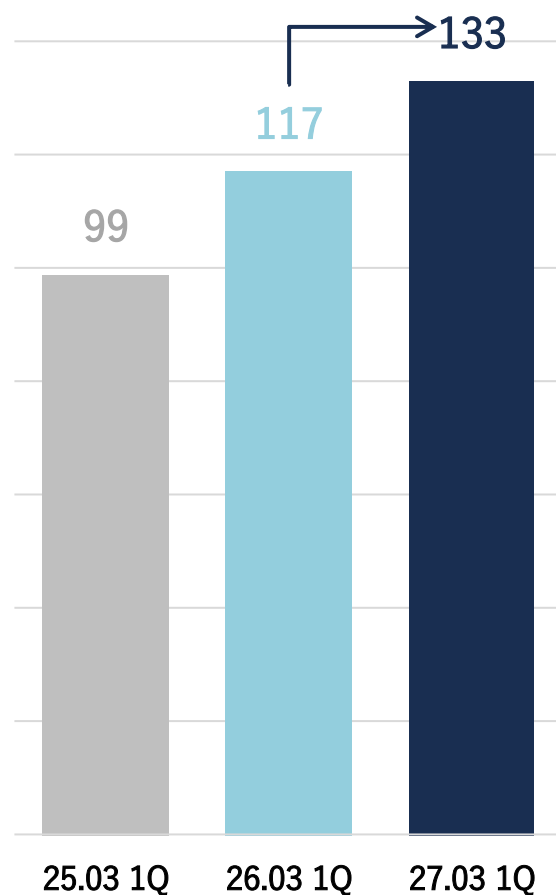
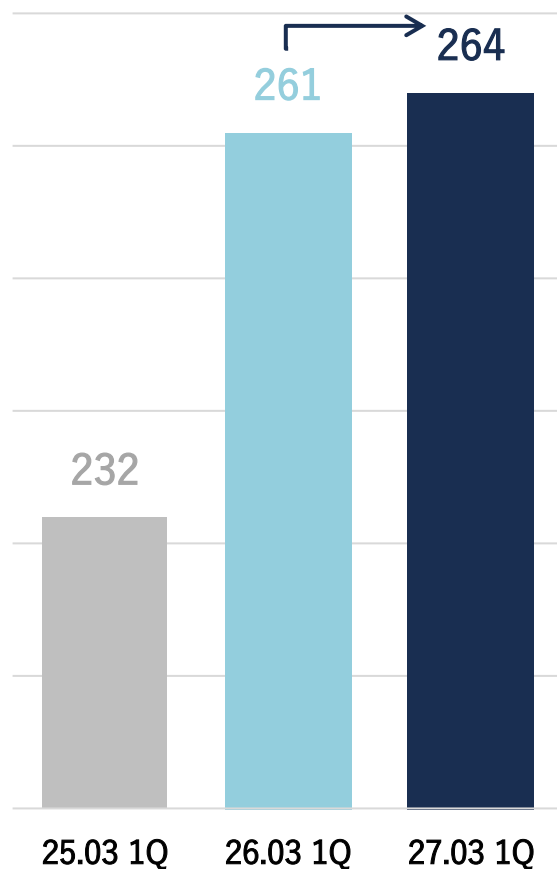


売上高

前年同期比 **1.2%** 増

売上総利益

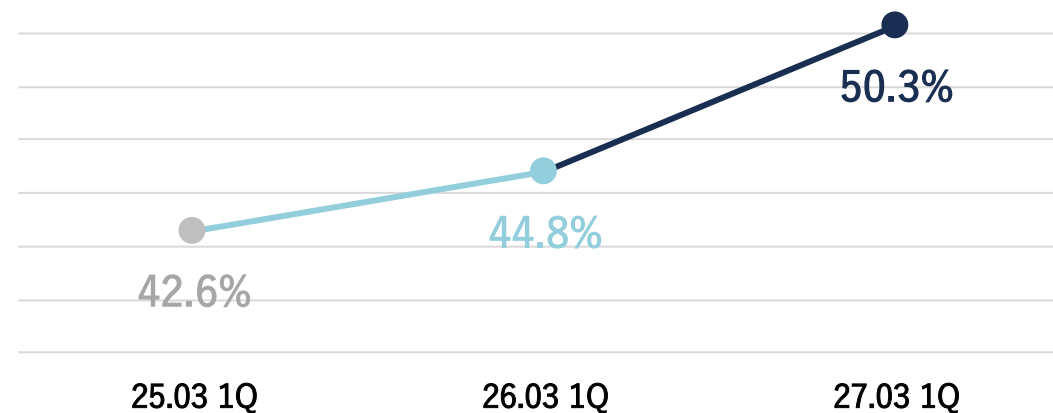
前年同期比 **13.7%** 増



粗利率 **50.3%**

前年同期比

+ 5.5%pt

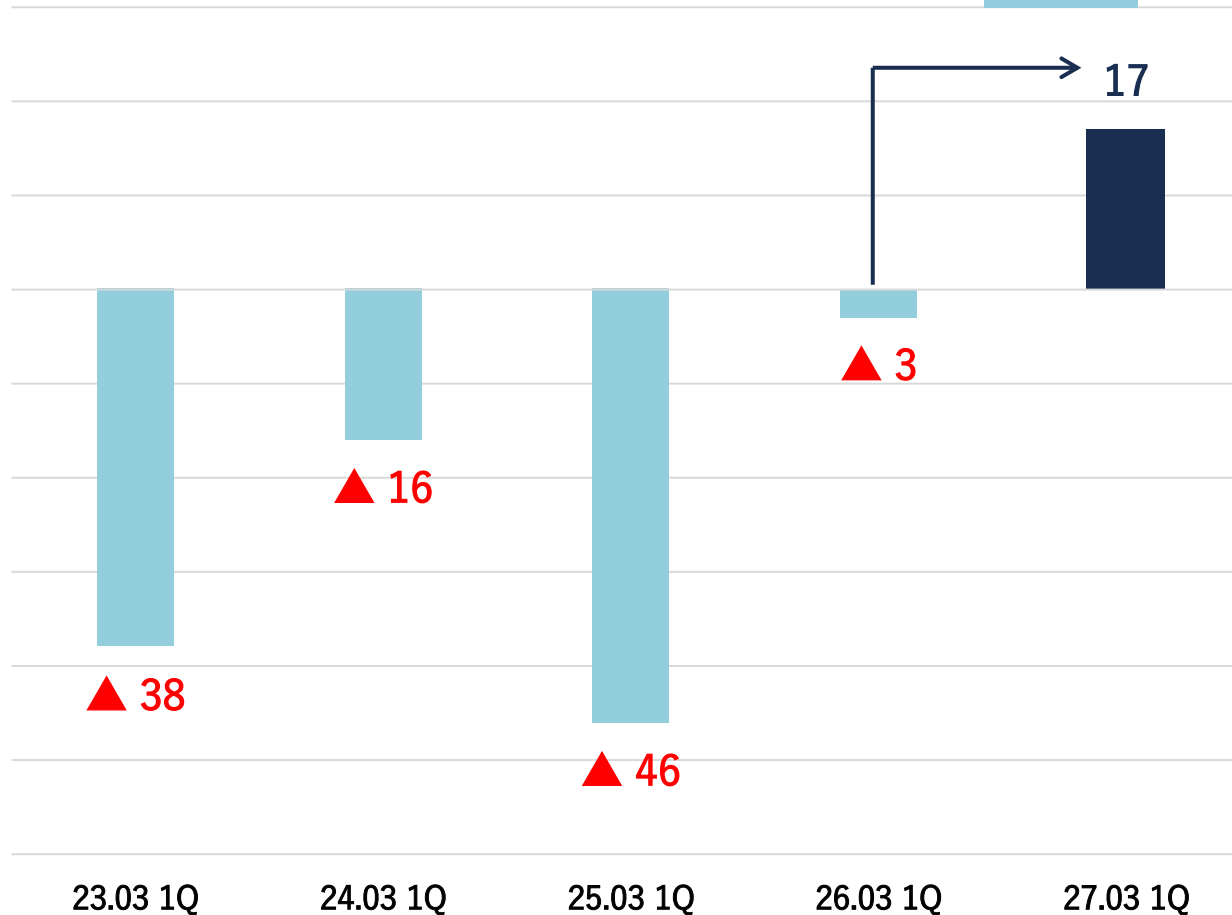


売上高は増収傾向、売上総利益は前年同期比
+13.7%と大きく伸長。粗利率は50.3%へ向上

- 通期に向け売上利益とも計画を若干上回るペース
- 収益力の向上が売上総利益の伸長を牽引
- 1Q時点で粗利率は50%台まで上昇
- 売上成長力がまだ十分でないが来期への種蒔き強化

営業利益

前年同期比 **+20** 百万円



前年同期の営業赤字から、当1Qは営業利益17百万円・経常利益17百万円と伸長・黒転

- 粗利額の増加

売上総利益が117百万円から133百万円へ増加

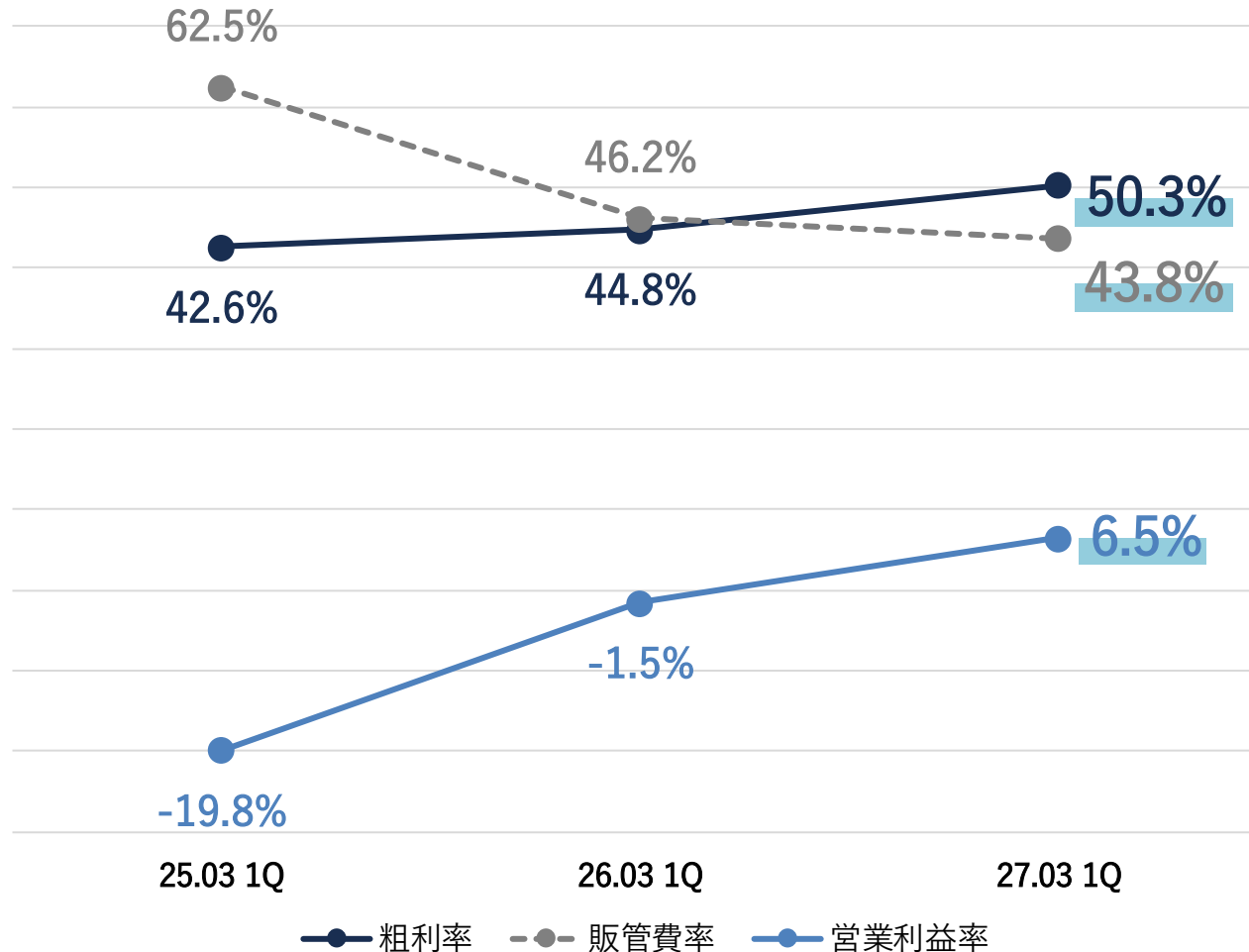
- 販管費微減

販管費は120百万円から115百万円へ若干の減少

- 生産性向上

先行投資を継続しつつ、生産性向上が進展

収益性指標の推移



来期の大きな成長に向けた積極的な先行投資※を実行しつつも粗利率の向上が一段と進み、営業利益率は6.5%へ向上

● 粗利率

50.3%

前年同期比 +5.5%pt

● 販管費率

43.8%

前年同期比 ▲2.5%pt

● 営業利益率

6.5%

前年同期比 +8.0%pt

※ 積極的な先行投資：具体的内容はP21・P22にて説明

単位：百万円	27.3期1Q	27.3期 通期計画予想
売上高	264	1,100
営業利益	17	65
営業利益率	6.5%	5.9%
経常利益	17	67
当期純利益	11	56

1Q時点で通期計画に対し売上は約24%、
営業利益・経常利益は約26%進捗。
来期の大きな成長に向け種を蒔きながら
収益を出す1年として着実な進捗を見せる

- 事業特性上、案件受注・納品は3Q～4Qにかけて積み上がる傾向の中、売上高に関しても1Q計画を若干上回って推移
- 音楽データサービスの売上が好調
- 各事業ともに運用改善、業務効率化により収益性が向上

自己資本比率67.6%、財務体質が継続的に強化される

新たな価値体験との出会い

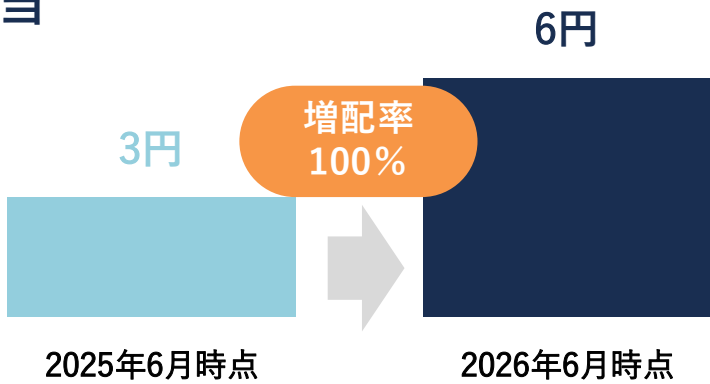


(単位：百万円)	26.03期1Q末 時点	27.03期1Q末 時点	増減額
現金及び預金	451	571	+120
流動資産合計	645	754	+109
有形固定資産合計	33	30	▲3
無形固定資産合計	2	2	0
投資その他の資産合計	118	85	▲33
資産合計	800	872	+72
流動負債合計	135	123	▲12
固定負債合計	123	130	+7
負債合計	258	254	▲4
資本金	505	505	0
利益剰余金合計	0	83	+83
純資産合計	541	617	+76

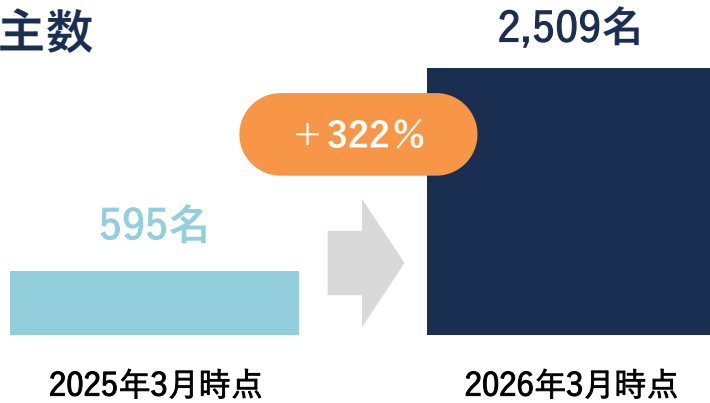
- 自己資本比率 67.6%（前年同期64.3%）
- 有利子負債ゼロ
- 利益剰余金が大幅増加
- 純資産、今後段階的に増加見込み

増配と株主優待制度を通じ、株主還元を強化
成長投資とのバランスを図りながら、継続的な増配、株主優待の体験・経済価値向上を目指す

配当



株主数



株主還元

2026年3月期
より導入

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.」

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
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 単位（100 株）以上の株式を保有されている株主様を対象

今後もコンテンツ・エンタメ体験を創出する株主優待を継続、発展

1Qは、増収・粗利率向上・営業黒字化により、既存事業の収益基盤強化を確認。
今期は、各事業の次なる成長アクションとIPデータテック・カンパニーへの進化に向けた取り組みを具体化

既存事業の収益性強化

音楽・映像データサービスを中心に既存事業の収益力が向上。
全社粗利率は50.3%へ上昇し、
収益基盤の強化が進展。

既存事業の成長アクションを推進

音楽・映像・感性マーケティングの各事業で、運用改善、プロダクト化、販売戦略具体化を推進。併せてデータ提供事業を再定義。2Q以降の案件化・事業拡張に向けた実行を進める。

IPデータテックへの進化を具体化

既存事業で培ったデータ運用力・感性データ活用技術を、エンタメDMP、独自データ開発、生成AI連携などの成長テーマへ展開。

次章では、各事業の現在地と今期中の重点アクションを整理します。

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

2.通期業績予想に対する進捗と各事業の取り組み

既存事業の収益性改善を起点に、各事業で次なる成長テーマを具体化。
下期に向けて、販売戦略・提案メニュー・導入支援を磨き込み、案件化に向けた実行を進める。

音楽データサービス

粗利額
前年同期比 **115%**

- 今までのノウハウを活かした開発案件の受注など全社売上を牽引
- 並行して課題であった原価率低減に向けた運用改善により粗利額が前年同期比115%と具体的な効果が現れ始める

映像データサービス

粗利額
前年同期比 **105%**

- 改善を継続し前年同期比105%を達成
- データ構造改善や海外含めた販売戦略を製販一体となり推進。既存データツールを活用した新規用途、顧客開拓を目指す

感性マーケティングサービス

粗利額
前年同期比 **1,354%**

- 運用改善効果で収益性向上。引き続き原価構造改革を推進
- 一方でプロダクト戦略の見直しで売上減少が課題。新商品開発・リリースに向け営業強化中。

既存取引先との継続的な関係を基盤に、音楽データ運用・開発ノウハウを活かした案件を推進。
今期は新プロダクト候補の提案メニュー化、海外展開に向けた提供スキームの具体化を進める。

1Qの現在地

- 既存ノウハウを活かした開発案件が進行し、主力事業として全社売上を牽引
- 既存取引先や横展開を踏まえたデータ運用・開発支援の提供価値の拡大
- 海外展開に向け、既存データの活用可能性を確認

今期の重点テーマ

- 既存ノウハウの棚卸しと、新たな提案メニューへの展開
- AI時代における次なる音楽体験の創出
- 新プロダクトの販売戦略・提案先の具体化とリリース
- 海外提供に向けた権利・運用条件・提供スキームの整理とリリース

2Q以降のアクション

- 既存ノウハウを横展開し音楽データ専門領域での提案力を強化
- 新プロダクトのリリース
- 提供可能なデータから段階的に海外展開を進め、並行して提供スキームを検討
- 新レコメンド機能の開発

IPデータテックへの道

音楽データで培った構造化・感性メタ・運用ノウハウを、新たな音楽体験、海外展開、IPデータ活用領域へ拡張

既存契約は計画通り推移し、高収益性を維持。

今後は、既存データツールの有効活用、既存契約先での役割拡大、リアル体験領域との接続、IPビジネス支援などを通じて、映像データサービスの提供価値を広げる。

1Qの現在地

- 既存契約は計画通り推移し、高収益性を維持
- IPビジネス支援プロダクトは概ね計画通りに進行
- 映像・アニメ・IP領域のデータ資産を活用し、周辺領域への展開を検討

今期の重点テーマ

- 既存契約の維持に加え、役割拡大による収益機会の創出
- AIソリューションの進化を踏まえた、当社ならではの運用価値の明確化
- リアル体験領域との接続に向けた提供メニュー・収益構造の具体化

2Q以降のアクション

- 導入障壁が明確な案件について、初期負担を抑えた提案・導入支援を強化
- 作品の感性的な分析を強みとしたIP予測・分析モデルのプロダクト化を推進
- 「場所」を収益起点とするマネタイズモデルの検証を進める

IPデータテックへの道

映像・アニメ・IPデータを、作品分析、IP予測、コラボ支援、ライセンス提案へ展開し、IPデータテックの中核基盤として強化

原価構造改革とメディア連携強化により収益性改善を進める一方、受注件数・リードタイムには課題。下期に向け、提案メニューの具体化、外部パートナー連携、案件創出を強化する。メディアからの高品質広告ネットワークやコンテキストマッチの引き合いは増加中。

1Qの現在地

- 新商品開発は最終調整段階に入り、営業リリースを開始
- 原価構造改革として主要メディアは計画通り推移し、その他メディアとの交渉も順次実施
- 新規提案件数は増加し、広告代理店との連携も強化

今期の重点テーマ

- 新プロダクトによる収益機会の創出
- 原価構造改革と在庫確保のバランスを踏まえた配信体制の改善
- ブランド・メーカー向けソリューションの提案メニュー化
- Webメディアの付加価値向上への貢献を通じ新たな事業開拓

2Q以降のアクション

- モーメント×行動データの提供価値を提案ストーリーとして具体化した営業強化
- PMP※として適切なメディアを拡充し、効率的な配信体制を構築
- 外部パートナーとの連携を含め、ブランド共創・ソリューション提案の案件化を促進

IPデータテックへの道

感性AIで培った“人の感情・嗜好を読み解く技術”を、マーケティング支援、ファン分析、体験価値創出へ展開

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

3. IPデータテック・カンパニーとしての進化 ～ 足元の成果と今後について ～

成長のプロセス（全体）

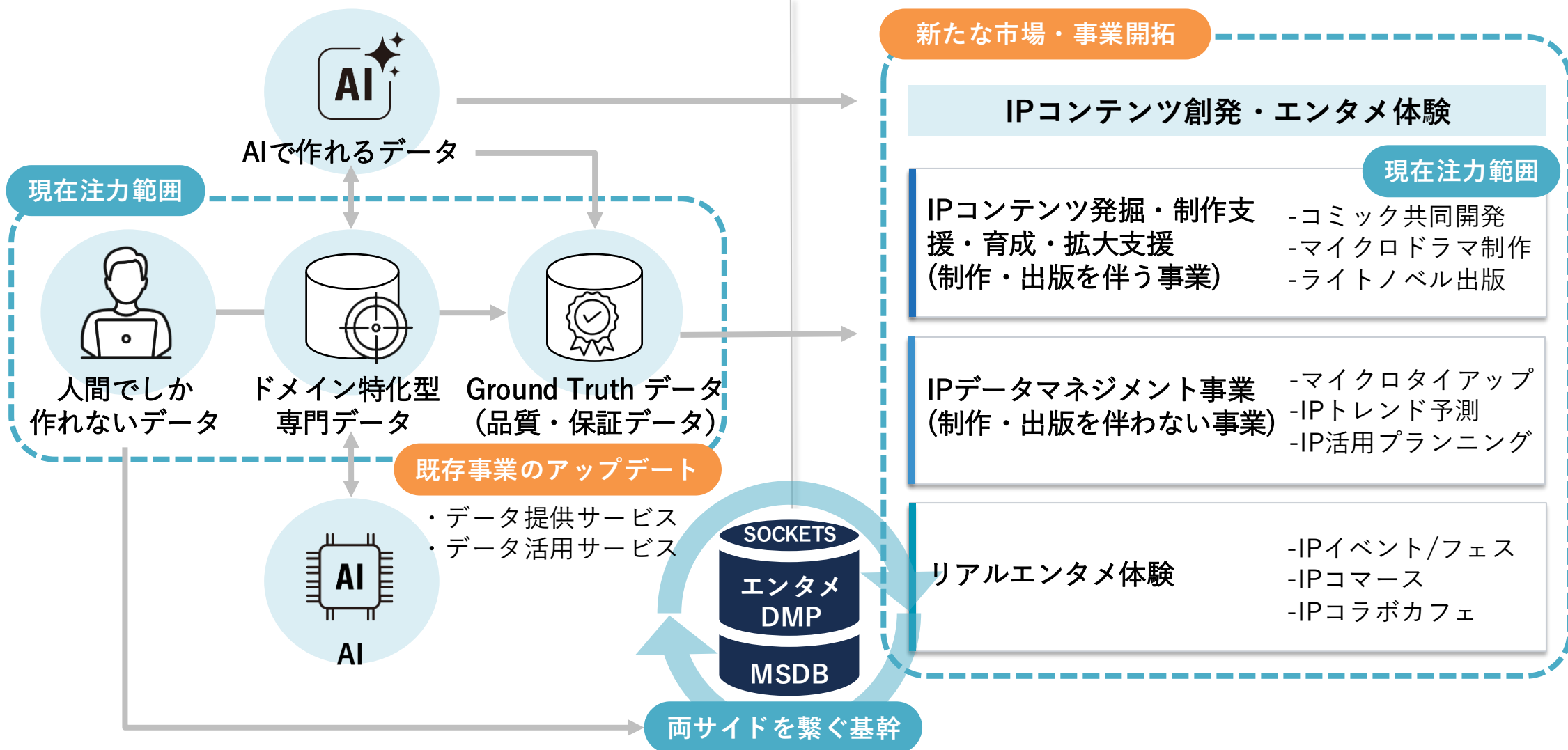
-既存事業（データサービス）と新規事業（IPデータテック）の両利き相乗成長

新たな価値体験との出会い



データ事業サイド

IPデータテック(体験)サイド



★ 1億総クリエイター時代を代表する1社に

～足元の成果と今後

既存事業のアップデートが新たな成長要因に

人間でしか作れないデータ
ドメイン特化型専門データ
Ground Truth データ（GT：品質・保証データ）

足元の成果

- 推し活（ファンダム）向けデータの開発
- 次世代レコメンド機能の開発
- コンテンツ品質保証データツールの開発

今後の展開

- 直近の成果から市場機会を捉えたプロダクト化
- GT体制の強化
- AI学習データ事業の推進

～足元の成果と今後

独自のIPデータテックによる新たな事業領域の開拓

IPコンテンツ創発・エンタメ体験事業

足元の成果

- キャラクター関連のデータ・技術開発
- マイクロタイアップ関連のデータ・技術開発

今後の展開

- 原作・原案の発掘から制作までの一貫フロー推進
- パブリッシング関連機能の開発
- 独自コンテンツ共同制作
- エンタメ体験事業の創造

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

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

1

進行状況

- ✓ 既存事業のアップデート
- ✓ IPコンテンツライツ（権利）保有型事業の推進
- ✓ エンタメ体験事業の開拓



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

2

進行状況

- ✓ 制作出資型事業の推進（成功報酬モデル）
- ✓ エンタメ体験事業の開拓（イベント収益モデル）
- ✓ 共同事業開発の推進（共同開発モデル）
- ✓ AI学習・品質データ（定額モデル）（受託モデル）



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

3

進行状況

- ✓ AI 学習・品質データ向け体制の強化
- ✓ RAG環境のアップデート
- ✓ 独自データ開発推進
- ✓ 次世代パーソナライズ機能開発



※RAG:生成AIが回答を出す際に接続する際の外部の関連専門データと接続する仕組み

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

4

進行状況

- ✓ グローバルマーケットへの提供データ整備
（90%進捗）
- ✓ 海外パートナーとの連携強化



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

5

進行状況

- ✓ 既存事業、新規事業両面での連携・提携の強化
- ✓ IP分野に特化したファイナンス・スキーム開発



ハンドラベル※データ生産アセット

- IPコンテンツに特化した統合コンテンツデータベースと開発運用体制
- 今後自律型AI向けデータ提供において強みに

IPデータマネジメント

- IPコンテンツ分野のドメインに特化したデータ制作・活用スキル技術
- メディア横断型パーソナライズやグローバルなIDマッチングやコンテンツデータ体系化にも強み

エンターテイメント×感性マーケティング

- 次代のクリエイターエコノミーを創出すべくストーリーテリング型に特化したマーケティングソリューションを自社開発
- ブティック型のインターネット広告サービスを通じてコラボレーションネットワークを拡大

強み： 生成AIとの連携で強化されるデータソリューション

新たな価値体験との出会い



生成AIの代替ではなく、生成AIが作ったデータの検証・補完等を通じてデータサービスを強化



生成AIの利用が広がるほど、実用に向けた検証・補完の需要は構造的に増加
→ データサービス提供によるストック型ビジネスへ

強み： 生成AIとの連携（RAG※×skills）の具体化と当社の独自性

新たな価値体験との出会い



独自データ×RAGで根拠データ付き、かつ作品や体験価値を読み解くエンタメ領域特化のスキルの活用

ユースケース例：問い合わせ・分析要求

「こんな世界観とマッチして、コラボ適性の高い作品は？」

MSDB / RAGサーバ

網羅的・構造化・検証済みデータを与える

skills

エンタメ分野特化のスキルを活用
（予測・探索・生成など）

生成AI

根拠データ付きで回答を生成

アウトプット例

予測 メディア化・コラボ適性

指標化、制作支援や企画判断の意思決定も活用

探索 作品内容を理解した意味的検索

「こんなテーマ」「こんなキャラクター」など
柔軟に探索

生成 レポート生成・仮説生成

作品を理解した上で、データに基づく分析レポート
や仮説を提示

「構造化データ×AI」の潮流は業界共通

→ エンタメ領域特化スキルと他業種と接続するデータでスケールへ

The Next Value Experience = 新たな価値体験との出会いの創出に向け、
統合コンテンツDB・感性AI・エンタメDMPで培った技術・ノウハウを活用した
3つの新プロダクト候補の開発・検証を推進

	既存事業アップグレード	横展開	新規市場開拓
	主力事業の延長線上で 新たな体験価値を検証	統合コンテンツDBとAIを活用した 権利者向け業務支援領域へ展開	IP活用・コラボレーション を支援する プロダクトを検証
対象	既存事業領域	既存取引先・隣接市場企業	IP活用を検討する企業
活用資産	感性AI・音楽データ・ コンテンツ理解技術	統合コンテンツDB・AI活用技術	IPデータ・分析/予測ノウハウ
現在地	モック開発済み	一部企業へ提案・レビュー実施	検証中
次アクション	提案資料整備・販売可能性検証	プロダクトリリース・提案拡大	需要検証・レビュー反映・磨き込み



今期下期以降の案件化・事業化を視野に、モック開発・外部レビュー・需要検証を段階的に推進

各テーマはモック開発・外部レビュー・診断結果検証の段階にあり、
今期下期以降の案件化・事業化を視野に磨き込みを進める

1

感性・コンテンツ理解技術を活用した新たな音楽体験

画像・シーンなどの情報を起点に、感性に合った音楽体験を提案

Mock

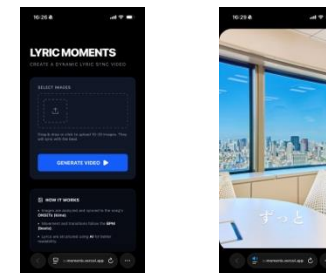
Review

Validation

Proposal

ブラッシュアップ中

マーケティング/
リリース



2

統合コンテンツDBとAIを活用した業務支援

既存取引先・隣接市場企業における業務効率化・データ活用を支援

Mock

Review

Validation

Proposal

ブラッシュアップ中

リリース / 提案



3

IP活用・コラボレーションを支援するプロダクト

アニメ等のIP活用を検討する企業に対し、営業・企画・ライセンス締結を支援

Mock

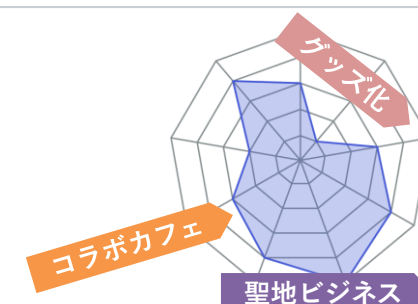
Review

Validation

Proposal

顧客ニーズ検証

セールスシート /
提案先リスト / リリース



効果検証に一定期間を要する特性を踏まえ、各PoCはレビュー・検証フェイズを継続
 今後は提供価値・運用条件・収益モデルを整理し、商用化・プロダクト化を進める

	ステージ	詳細	件数	状況
STEP 1	検証テーマの設定/設計	顧客の課題を特定し、解決に向けた技術的・ビジネス的検証テーマを定義	終了済	顧客課題・活用シーン・検証指標を整理
STEP 2	プロトタイプの開発	主要機能に特化した最小限の試作版(MVP※)を短期間で構築	終了済	データ連携・検証環境を構築
STEP 3	実証実験の推進	実際の利用環境や先行顧客とのタイアップにより、実用性と受容性を検証	5件	実利用を想定したレビューを継続。効果指標・運用条件・追加要件を確認中
STEP 4	次フェイズ、事業化判断	得られたデータの検証、また本格展開への移行に向けた判断	1件	効果検証・ROI精査を継続し、事業化判断に向けた検討を継続

PoC対象領域例：

IPコンテンツの発掘・制作支援

ミドルスポンサーマッチング

ファン分析

番組編成支援

EC支援・制作支援

来期以降の収益化を視野に、他に新たな検討が進行中



豊田将平

1995年3月生まれ。2019年筑波大学大学院修了後に入社。在学時よりコミケ出展等を通じアニメやコンテンツのメタデータ技術を追求。同社ではデータマネジメントグループ等を経て、現在はデータ資産や生成AIを活用したプロダクト開発を牽引する。国立美術館委託メディア芸術データベース調査研究事業の有識者タスクチーム員も務め、学術的な貢献や人脈を活かし日本のIPコンテンツ市場の発展に尽力

2026年6月23日開催の第26回定時株主総会における決議を経て、新たに豊田将平を取締役に加えた新体制となりました。

新体制のもと、独自のエンタメDMP（MSDB Bridge）を核とした次世代ビジネスモデルの構築を推し進め、持続的な企業価値の向上に邁進いたします。

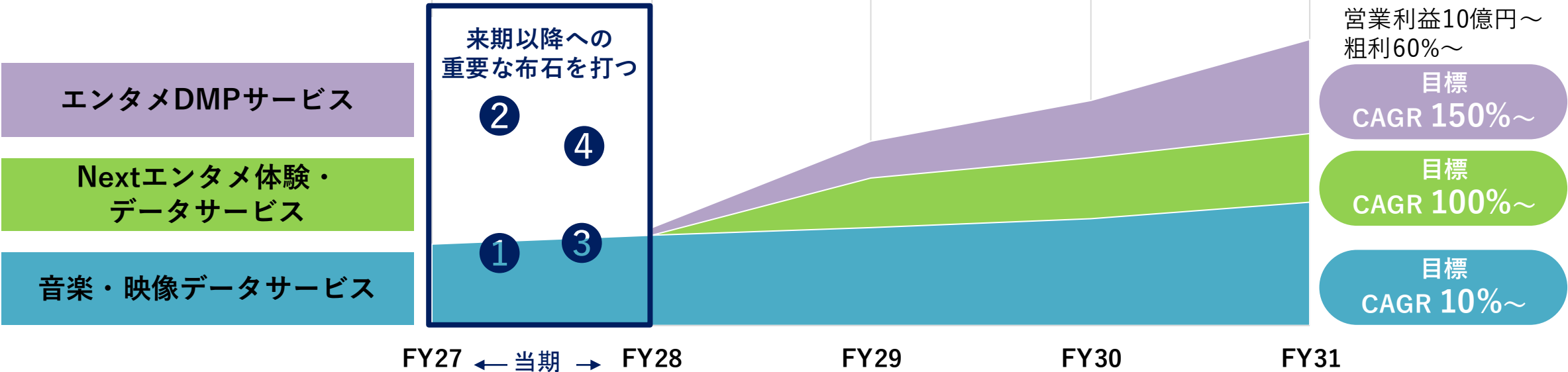
福岡証券取引所（本則）へ東証スタンダード市場との重複上場を申請しました（7月14日）

申請の目的

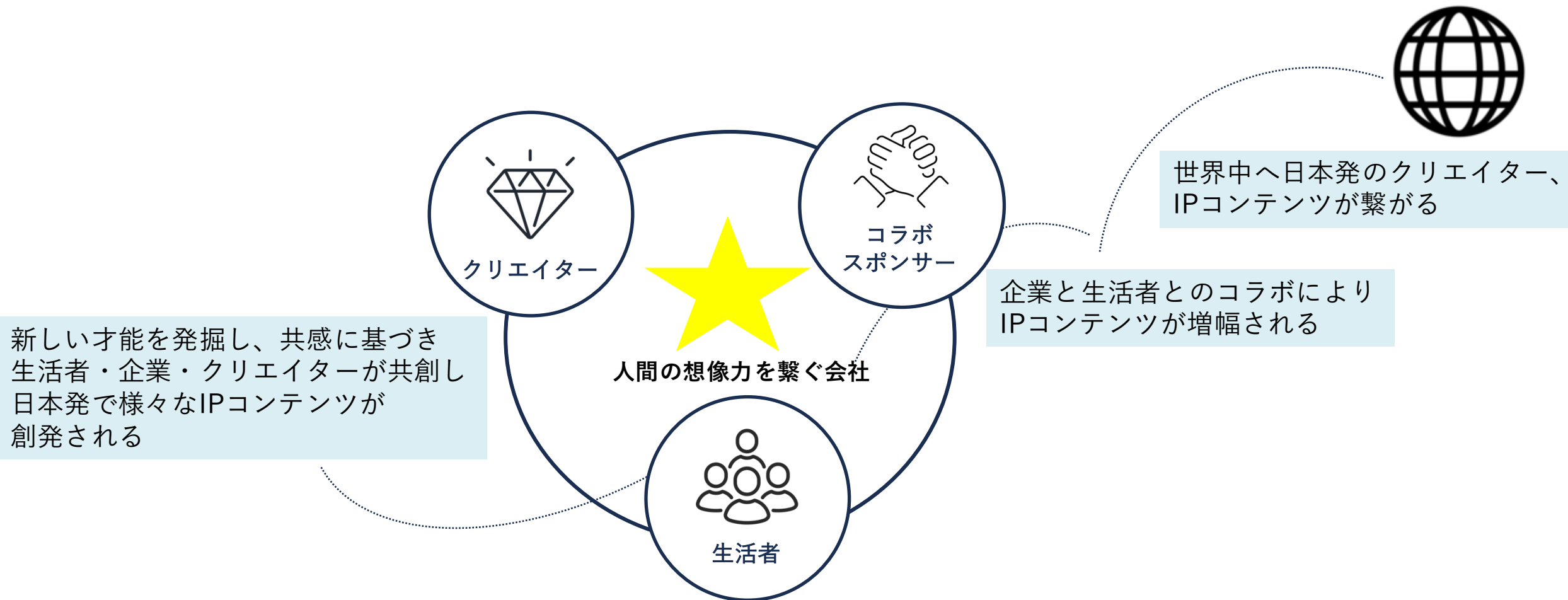
- 投資家、資本市場活用の裾野拡大
- 地域経済界、自治体、クリエイターとの連携によるIPデータテックによる新たな体験事業モデルの開発
- データ開発拠点リサーチ及び地域連携強化
- アジア市場開拓に向けた連携

当期の位置付けと現状
-収益力を向上させつつ次期の大きな成長への種蒔きが着実に同時進行中

FY27コミットメント	
テーマ	1 Q 現状
① 既存事業のアップデート Next Entertainment Experience具体化と事業化	データサービス事業の再整備 既存クライアントのニーズ収集と実装推進
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	出版社との協業推進 映画会社や飲料メーカーとの検討
③ グローバル市場への足がかりを掴む	グローバルデータマーケットへの提供準備進む 海外パートナーとの連携を強化中
④ 非連続的成長への準備	事業連携や企業提携の促進 IPコンテンツファイナンススキームの開発



1億総クリエイター時代へ向けて世界で通用するIPデータテックカンパニーへ

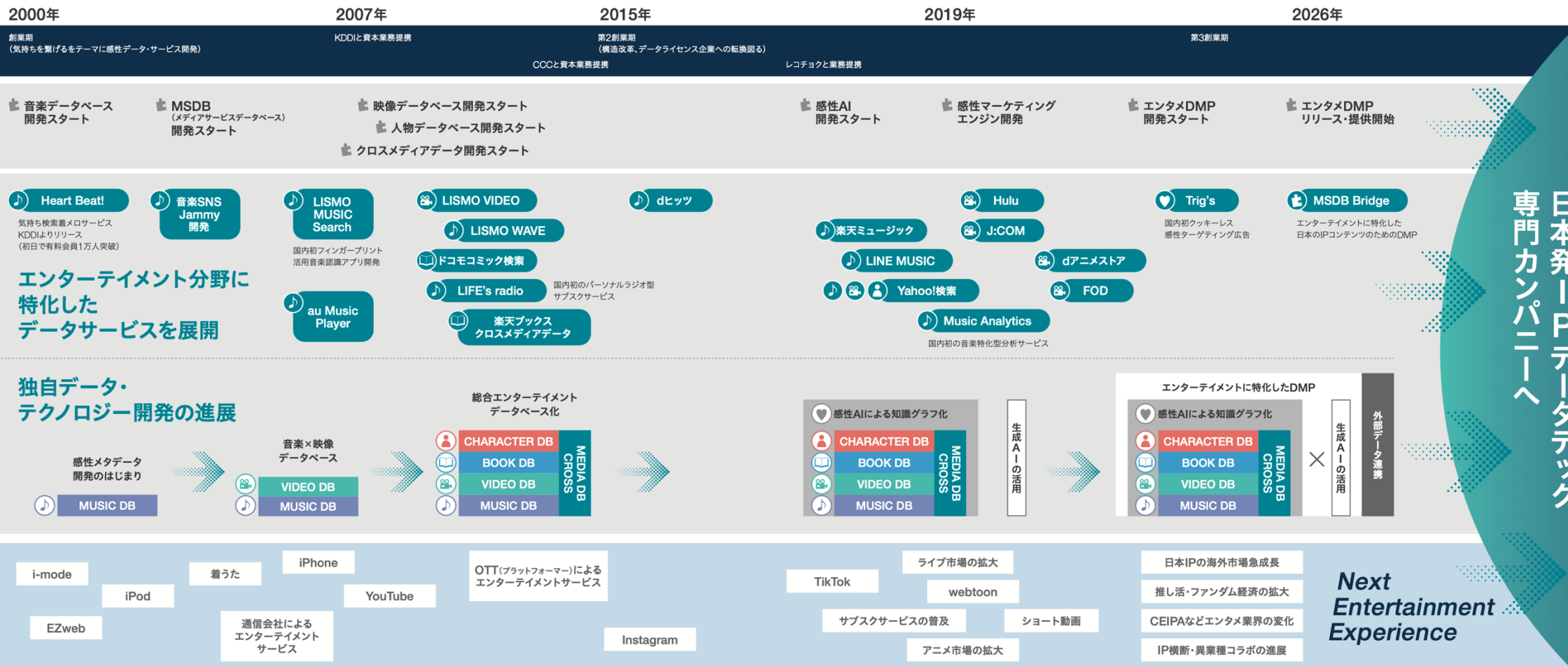


長年培ったコンテンツデータ・技術を基に新しい才能の発掘と
マッチングというフライホイールから大きな北極星へ向かいます

Appendix①

中期展望と概要

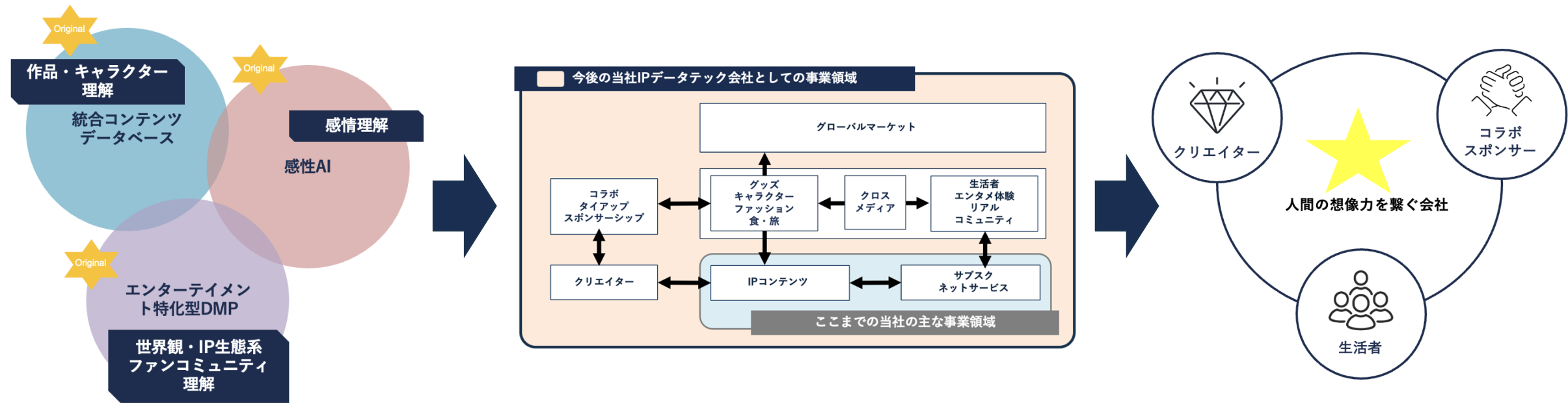
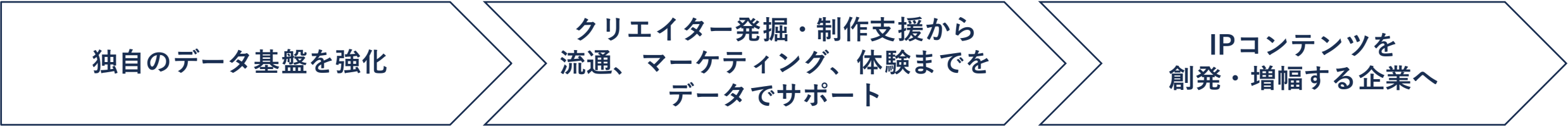
データサービス企業からIPコンテンツを創発・増幅する企業への脱皮



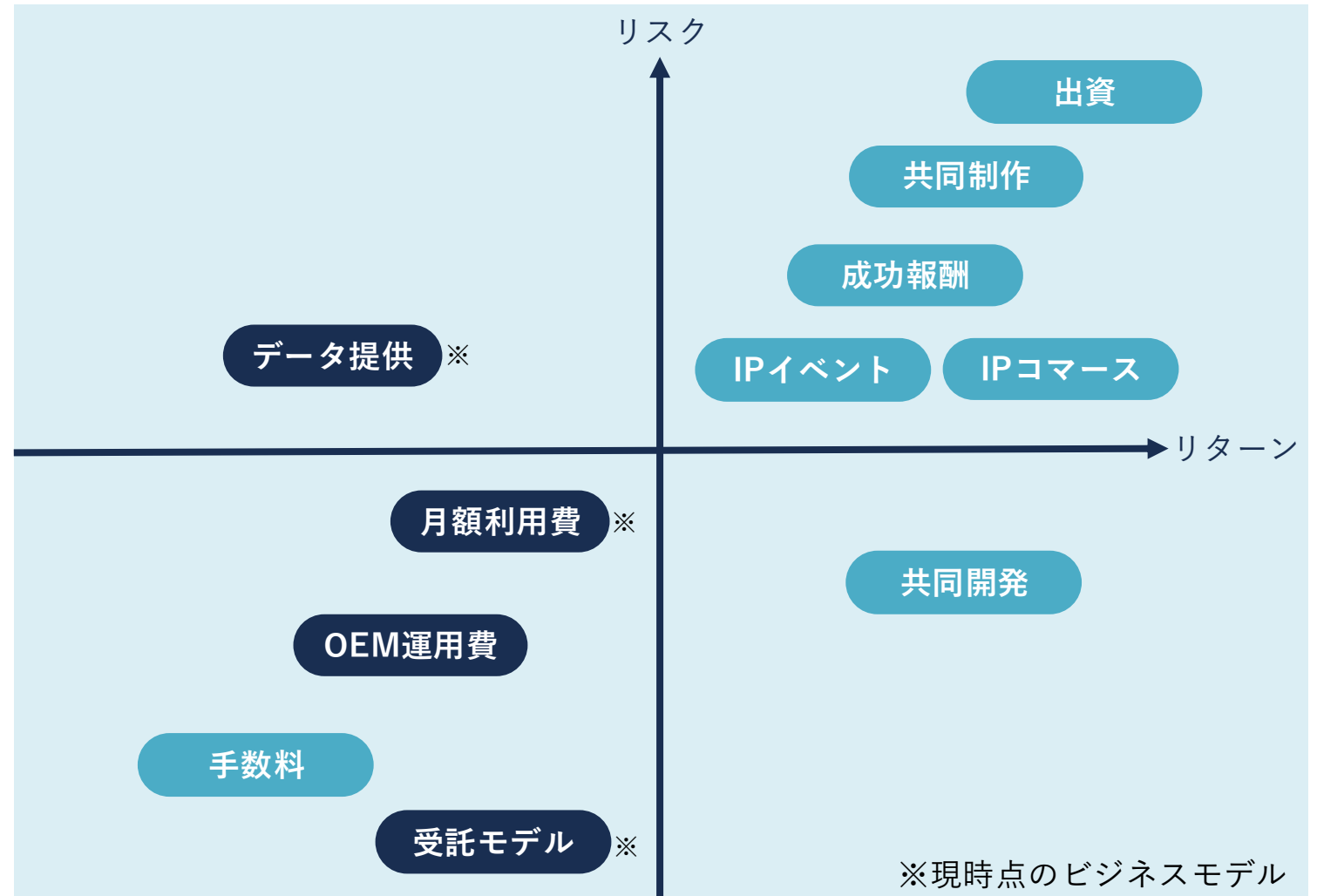
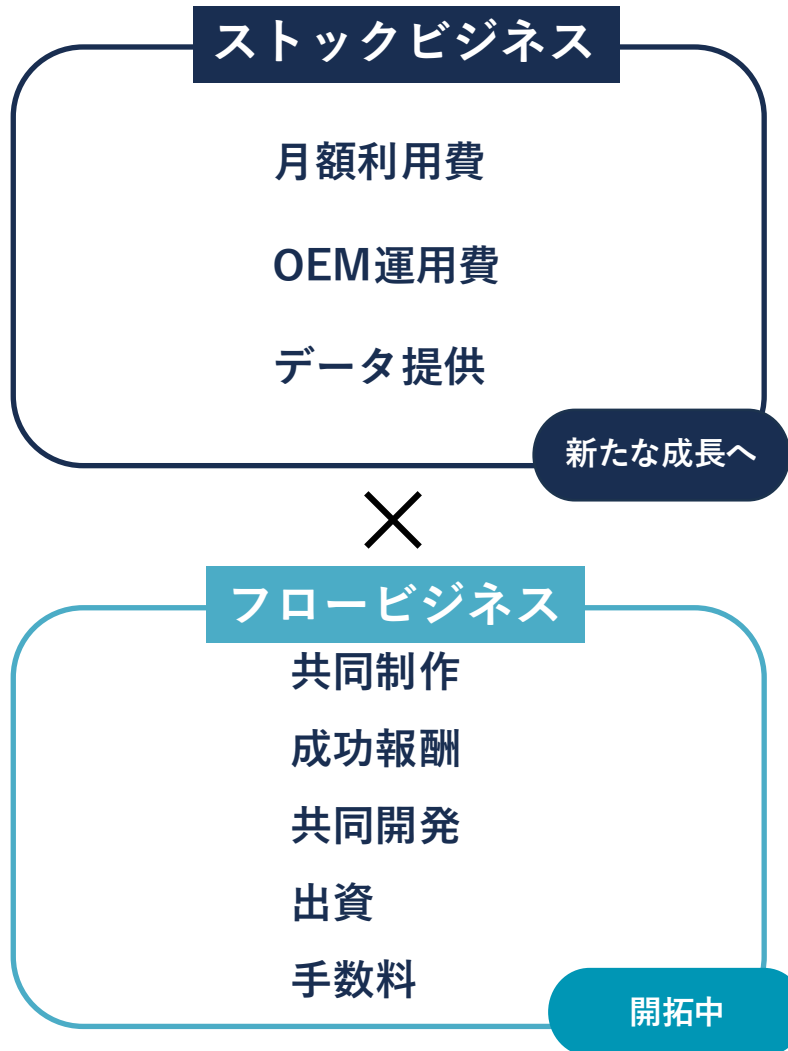
世界で通用する
日本発IPデータテック
専門カンパニーへ

生成AI勃興期		拡大（移行）期	新時代
時期	2022年～	現在～	2028～
テーマ	集約 回答	エージェント	自律AI
内容	チャット リサーチ	業務効率化 マルチモーダル AIインフラ整備	多くの業務がAIで代替可能に フィジカルAI
成長 関連 産業	SaaS企業 生成AI開発企業	データセンター 半導体 多様なAIツール、セグメント専門API コンテンツ産業DX化	ロボット 宇宙 マルチモーダルMaaS データ認証・保証 トランスメディア
当社の事業機会		IPコンテンツの発掘・制作支援 AI向け学習データ提供 IPコンテンツデータ生成・運用	エンタメ体験連鎖創出 データ資産管理 クリエイター支援 IPコンテンツファイナンス

1億総クリエイター時代を代表する1社に



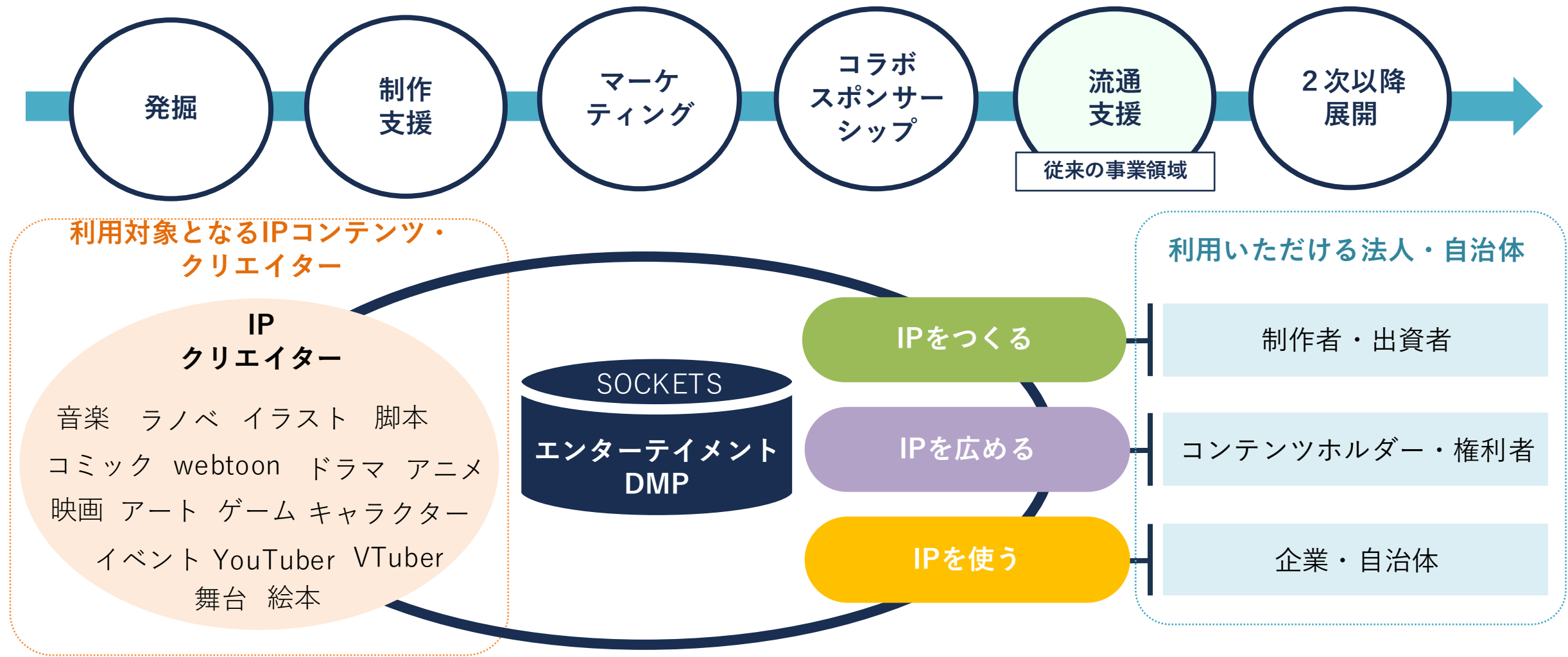
ストック（固定型）とフロー（都度・成果に応じて）を組み合わせ、それぞれ成長



※現時点のビジネスモデル



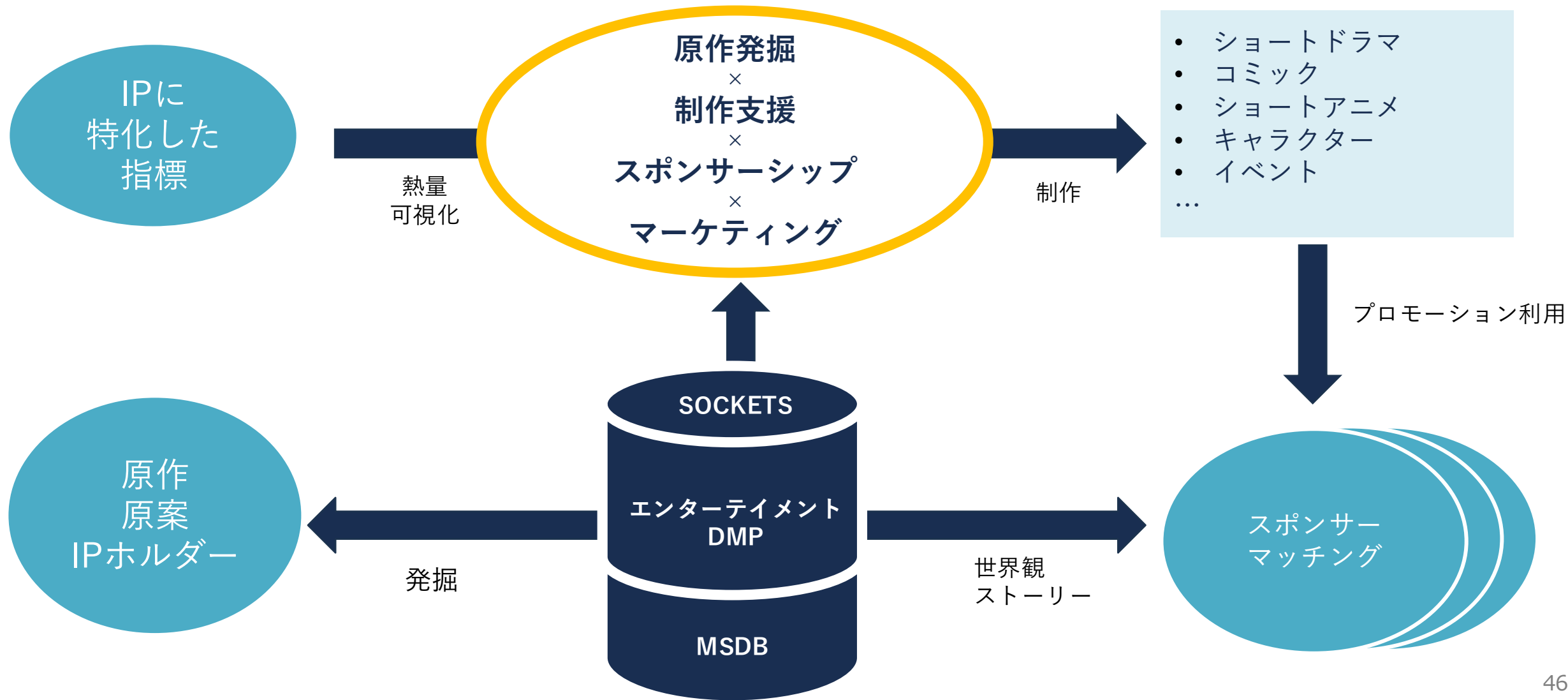
IPコンテンツの生態系を一気通貫でデータサポートが可能



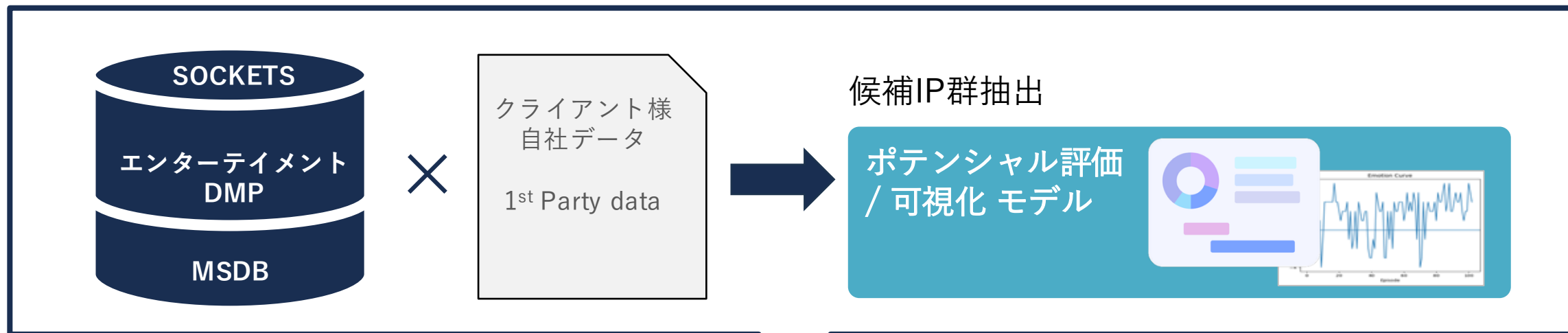
※ DMP（Data Management Platform）：
インターネット上に蓄積された多様なデータを一元的に管理・分析し、マーケティング活動の最適化に役立てるプラットフォーム



新たなIPコンテンツを発掘・制作支援



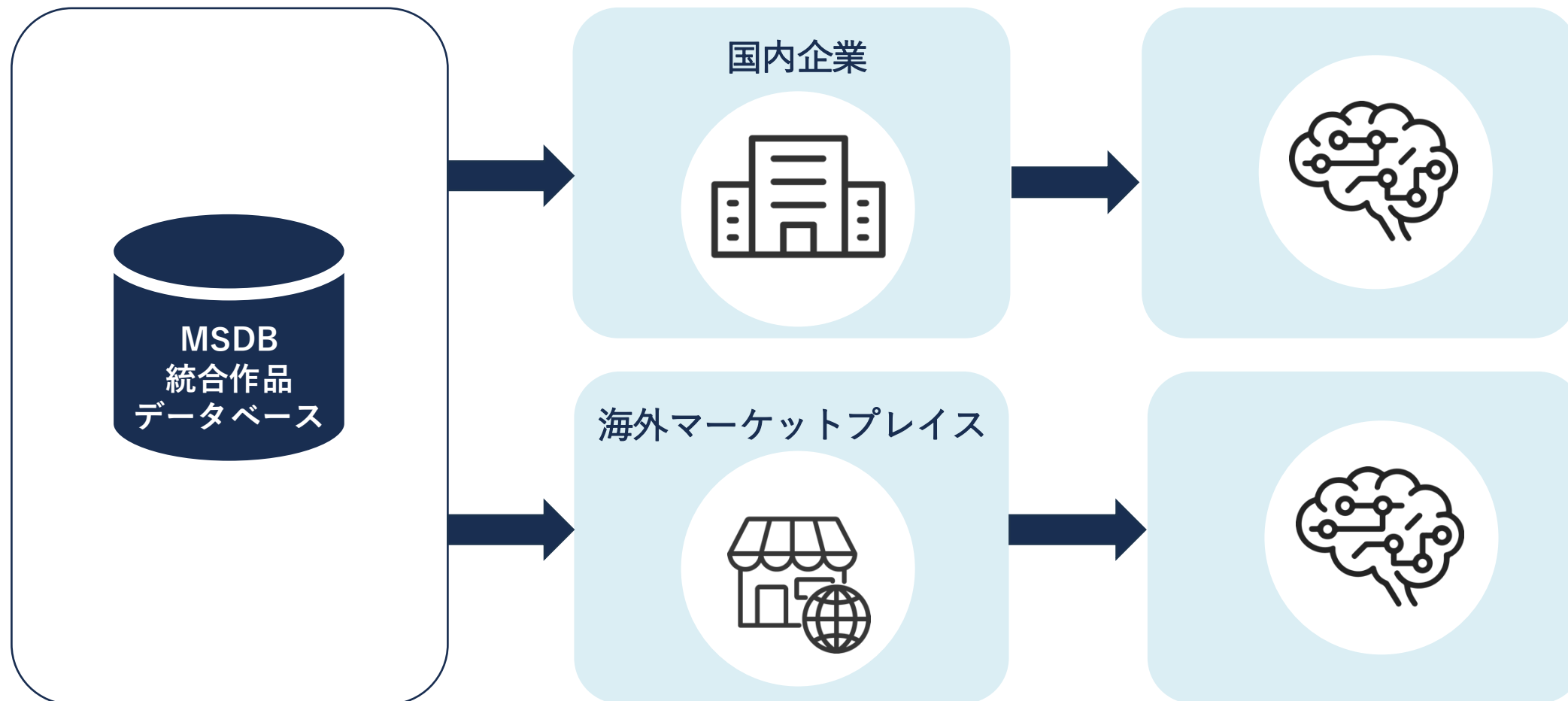
既にあるIPコンテンツを活用したクライアント支援



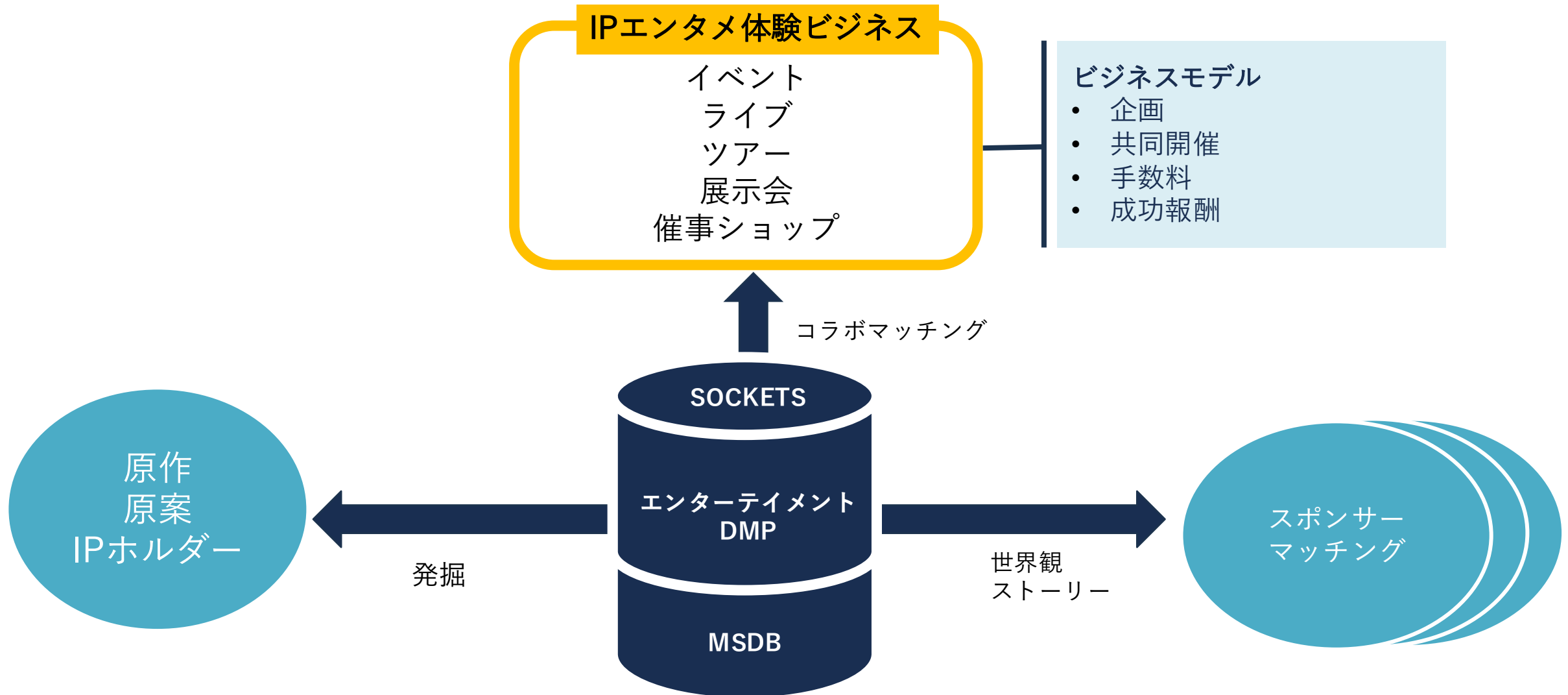
クライアント様活用事例

- ・これから伸びるIP早期発見
- ・保有IPの拡大プラン策定
- ・コラボで効果が出やすいIPの抽出
- ・ファンデータの解像度向上
- ・グッズ売上予測

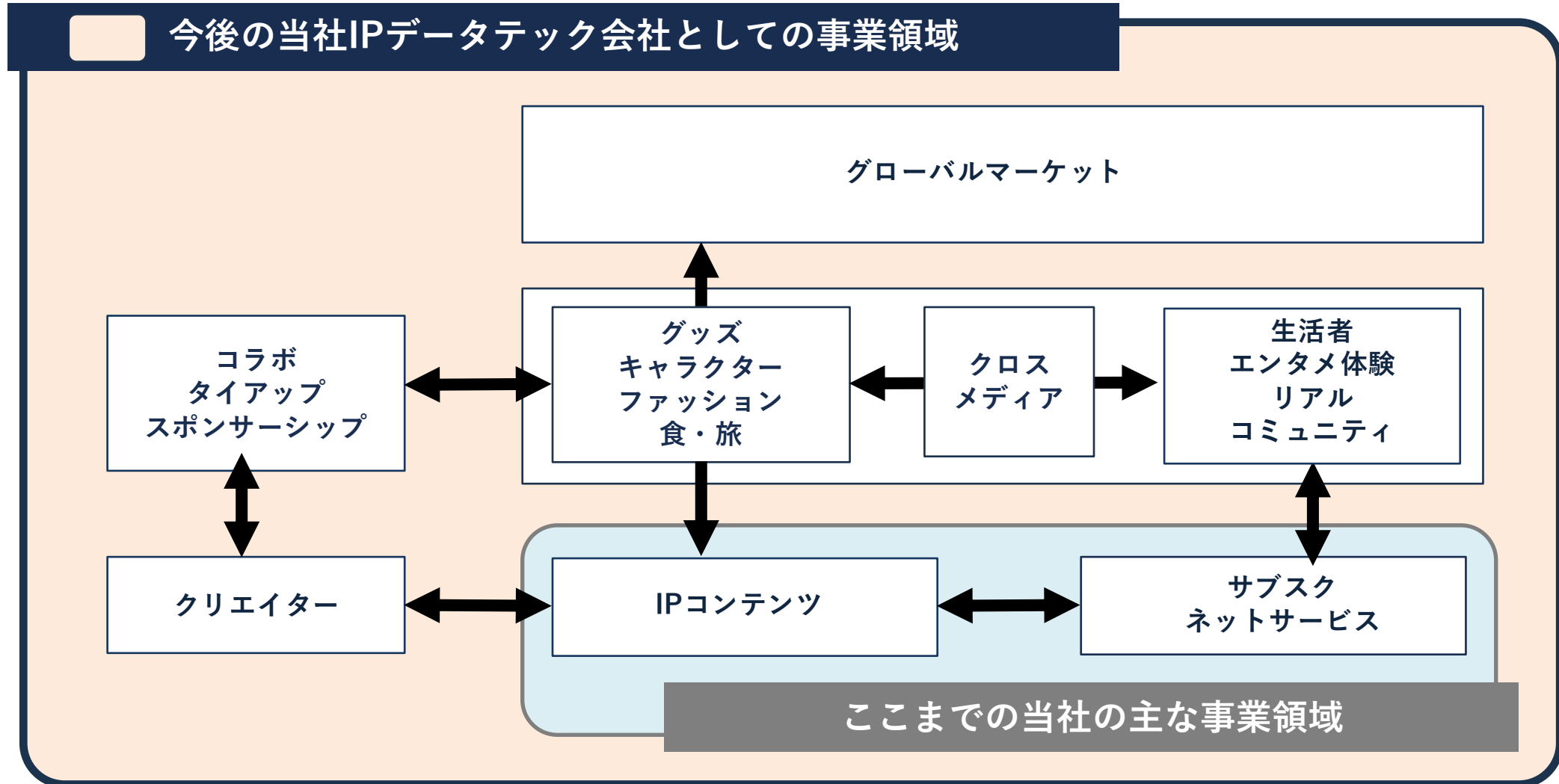
AIへの学習データを提供した国内外企業への開発支援



リアルなIPエンタメ体験も事業領域へ



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



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、コンテンツ体験の連鎖という観点で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と「AIだけでは完結しないデータ」の需要

「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
- ✓ 1億人→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

サブスクリプション型

月々
継続
収入

×

ライセンス型

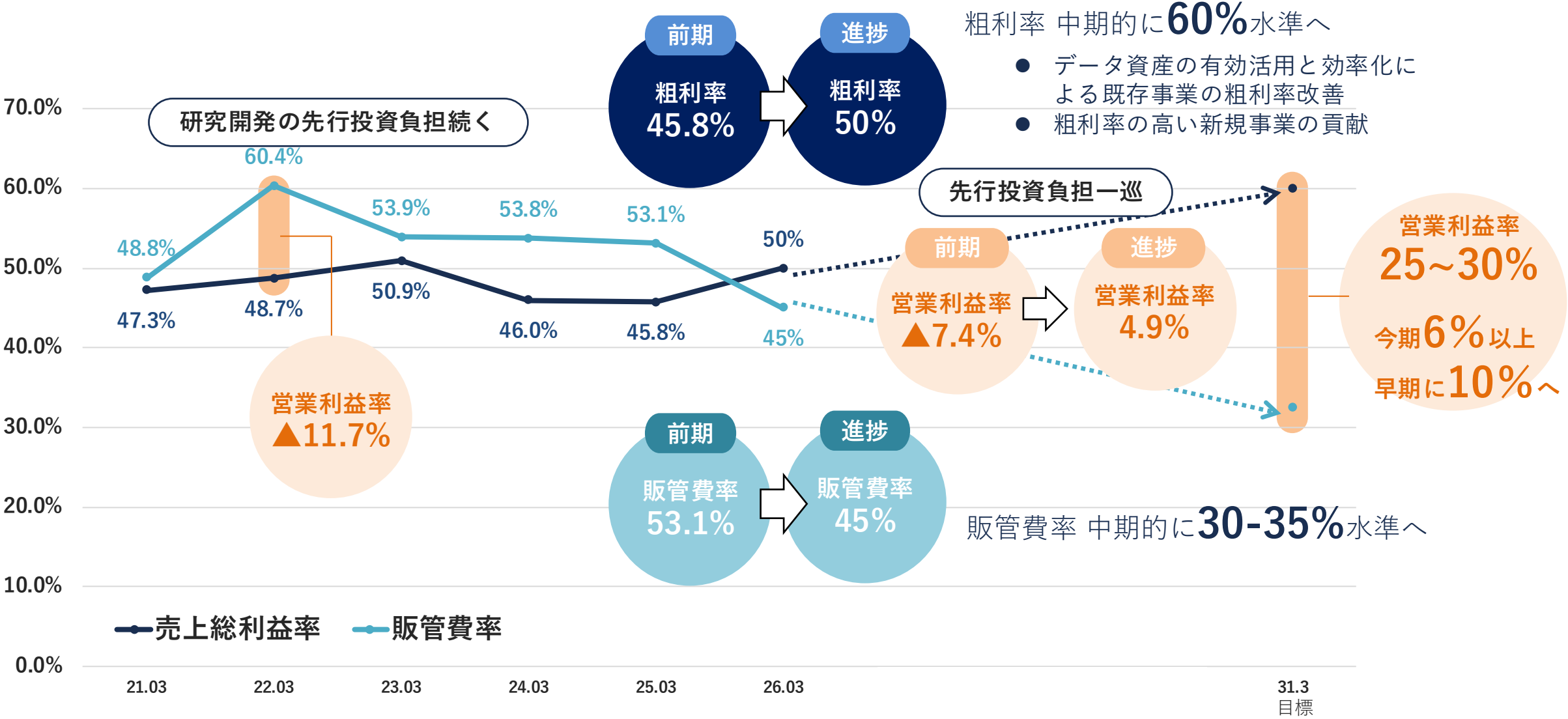
売上割合など

粗 利 率 **60%**以上

売上成長率 **20%**以上

管
理

- ・ 月間ライセンス提供数および額
- ・ 新規ライセンス提供数
- ・ 既存ライセンス継続率
- ・ ライセンス型ビジネスモデルの売上構成比
- ・ 売上高に占める研究開発費やデータ開発などの先行投資比率



人がデータを作る時代

人+AIがデータを作る時代

AIがAIのためにデータを作る時代

独自データ

- ① 生成AIでは生成しきれない情報
- ② 生成AIが生成した情報の正確性の担保が必要な情報
- ③ 権利的に生成AIでは扱いづらい情報

×

活用設計

- ④ 生成AIのカテゴリ専門的な活用スキル

新たな価値体験との出会い



(証券コード：3634)

Appendix ②

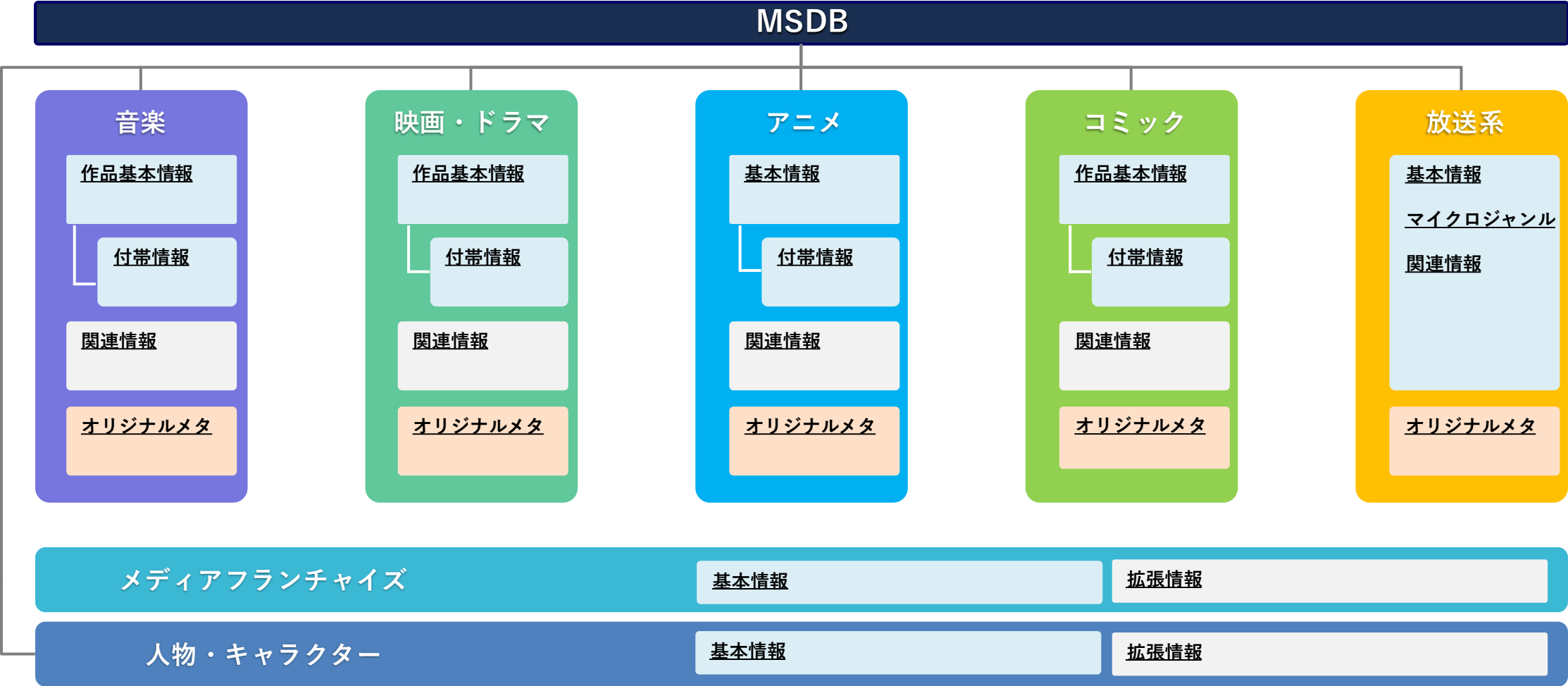
企業概要

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、クリエイターなどに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上昇や売上拡大をサポート	            
映像データサービス		
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	※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



20年にわたり、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っております



社内取締役

代表取締役社長 浦部浩司（事業統括）

1990年代インターネット黎明期よりDTMソフト会社、LSI開発会社、国内初の音楽配信会社、ADSL開発会社等へのコンテンツ関連分野への投資・事業開発を経験する中でコンテンツ・データサービスに着眼し2000年に当社創業。

取締役 豊田将平（開発統括）

メタデータ分野を専門領域として国立系メディアデータの有識者会議メンバー。自身はアニメオタクでもありエンターテインメント・コンテンツのデータ分野をライフワークとする。筑波大学大学院修了後2019年当社入社。

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。

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

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