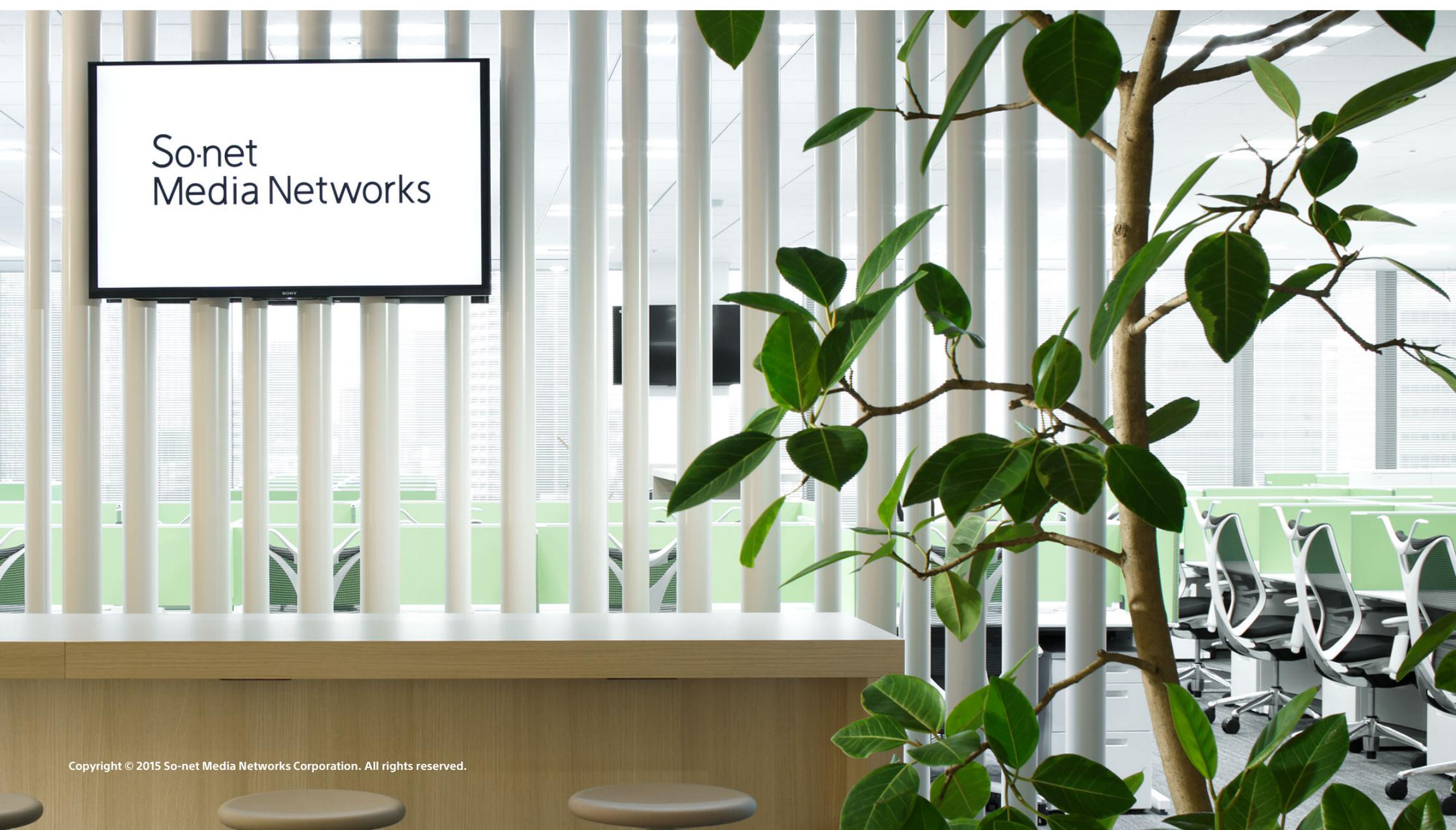


成長可能性に関する説明資料



So-net
Media Networks

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（**forward-looking statements**）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

会社概要 04

Mission & Vision 05

会社概要 06

沿革 07

経営陣 08

業績推移 09

事業内容 10

サマリー 11

DSP 12

アフィリエイト 15

メディアプランニング 16

事業系統図 17

インベストメントハイライト 18

サマリー 19

巨大な市場ポテンシャル 20

技術力を背景とした、積み上げ型の安定収益基盤 24

DSP「Logicad」を中心とした成長戦略 28

APPENDIX 32

用語集 33



MISSION

情報通信技術の進歩を
人に優しいかたちにして
愉快なる未来を創る

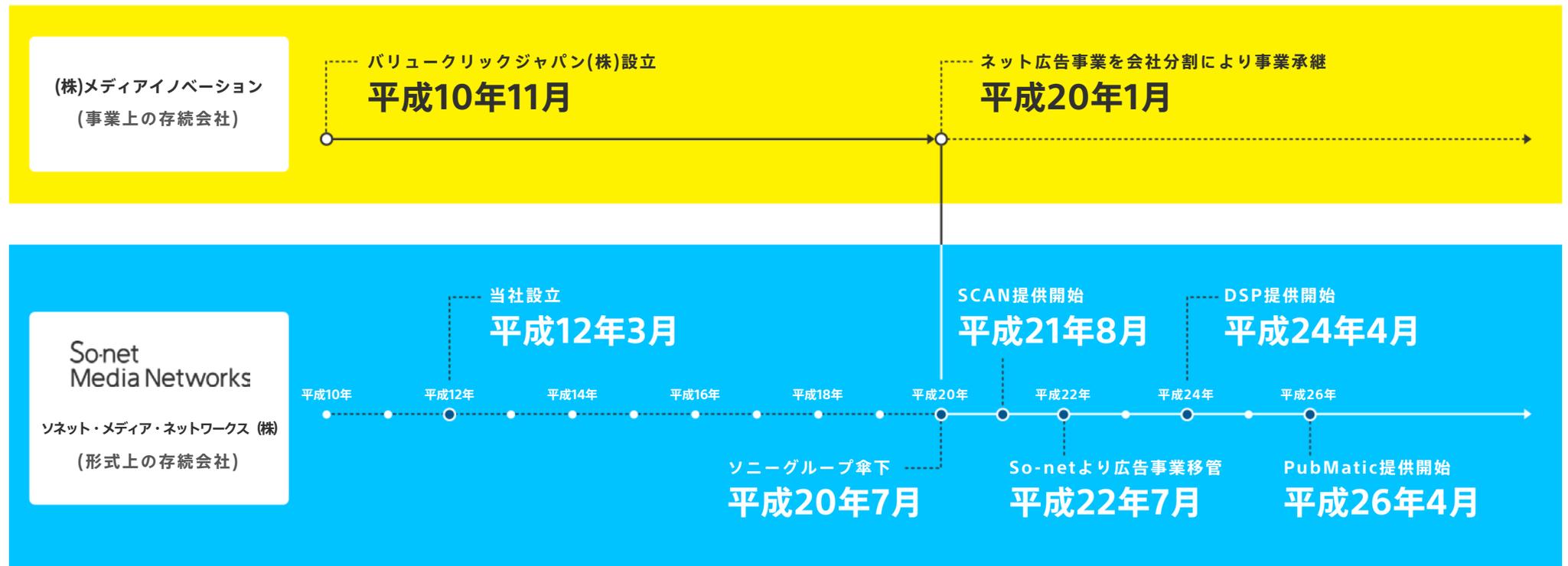
VISION

発想力と技術力で
社会にダイナミズムをもたらす
ユニークな事業開発会社になる

会社概要：

 会社名	ソネット・メディア・ネットワークス株式会社 (So-net Media Networks Corporation)
 所在地	本社：東京都品川区 営業所：大阪市西区、福岡市中央区
 設立	平成12年3月
 資本金	1億4,980万円（平成27年10月末現在）
 事業内容	マーケティングテクノロジー事業
 従業員数	85名（平成27年10月末現在）
 主要株主	ソネット株式会社
 上場証券取引所	東京証券取引所マザーズ
 証券コード	6185

会社概要：沿革



会社概要：経営陣

代表取締役社長

地引 剛史 (昭和47年10月生)	平成9年4月	日本電気株式会社入社
	平成13年10月	ソニー株式会社入社
	平成19年10月	ソネット株式会社入社
	平成23年9月	当社取締役
	平成25年10月	当社代表取締役社長

取締役副社長

宮口 文秀 (昭和44年4月生)	平成14年2月	ソネット株式会社入社
	平成19年6月	株式会社ソネット・カドカワ・リンク代表取締役社長
	平成22年4月	当社取締役
	平成22年6月	当社取締役副社長

取締役執行役員

中尾 嘉孝 (昭和43年7月生)	平成14年10月	株式会社アスクジープスジャパン入社
	平成18年12月	当社技術開発部長
	平成23年6月	当社取締役執行役員

会社概要：業績推移

Ⓜ (単位：百万円)

	平成25年3月期	平成26年3月期	平成27年3月期	平成28年3月期 (予想)
売上高	1,845	2,314	3,712	5,390
営業利益	▲ 349	63	170	260
経常利益	▲ 349	65	169	244
税引後当期純利益	▲ 710	61	207	234

Service

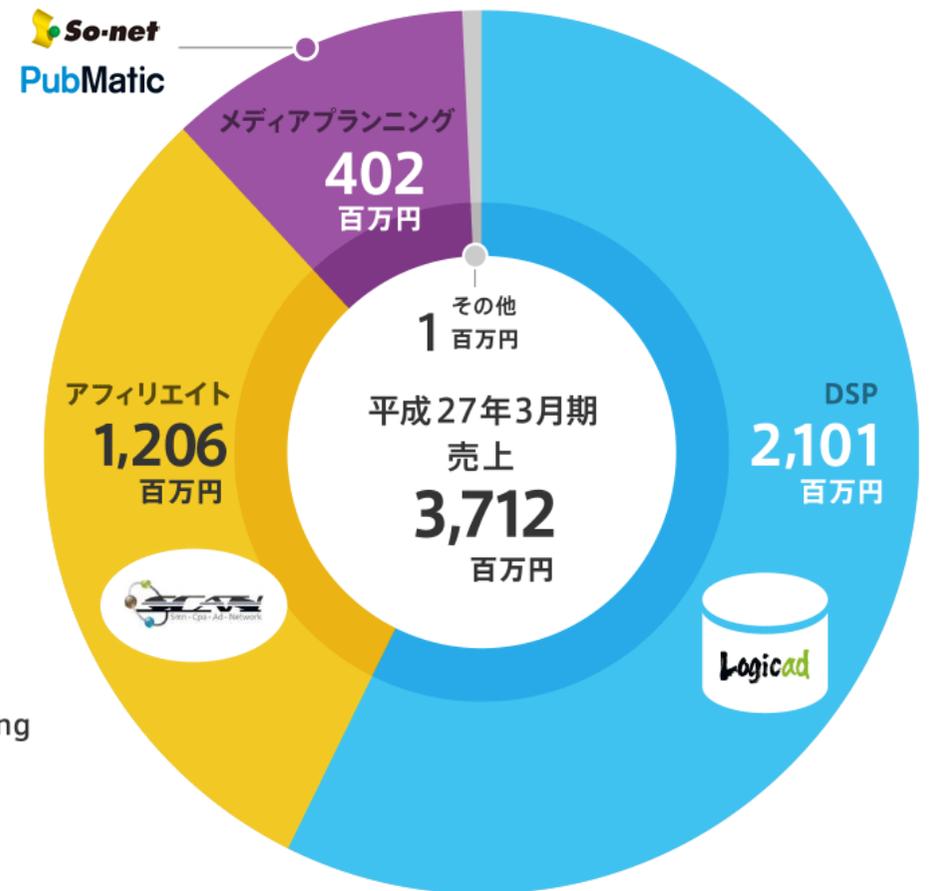
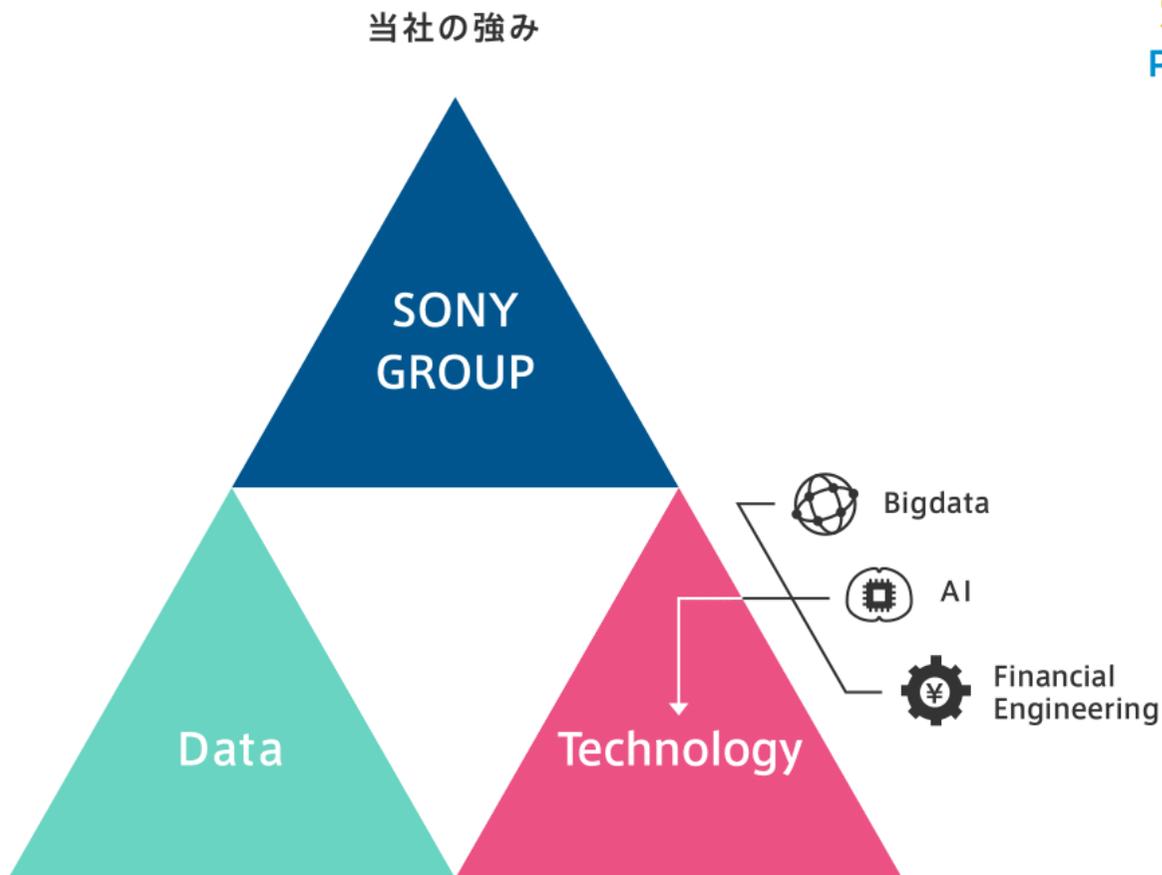
事業内容

So-net
Media Networks



事業内容：サマリー

データ、テクノロジー、SONYグループの強みを活かして、
DSPを中心としたマーケティングテクノロジー事業を展開



事業内容：DSP-「枠+人」へのゲームチェンジ

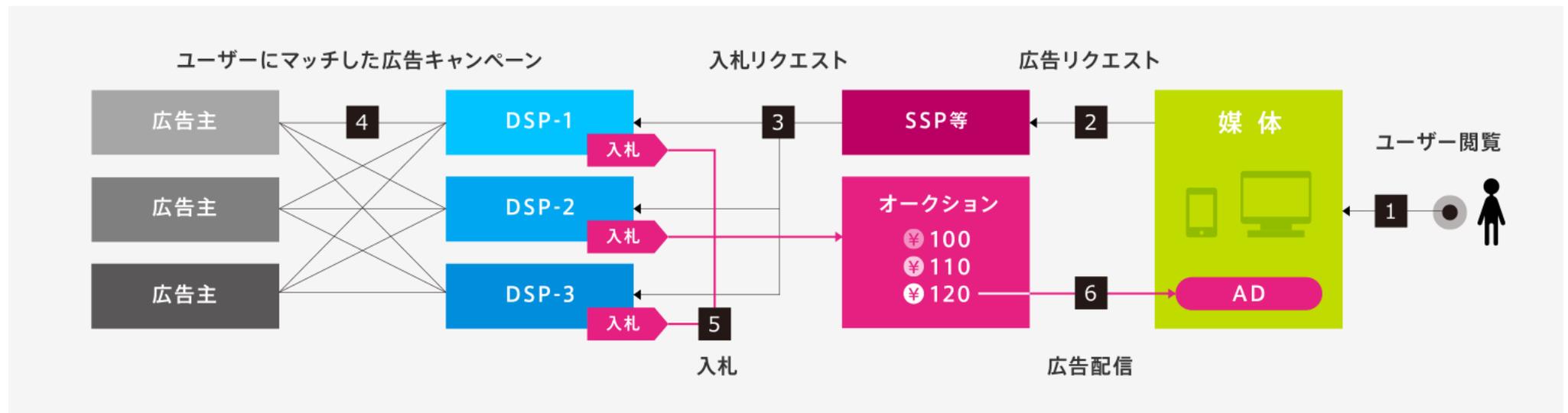
DSPの登場により、媒体を見ているユーザー単位で柔軟に広告枠を買付けることが可能に



事業内容：DSP-RTBを活用した広告買付のしくみ

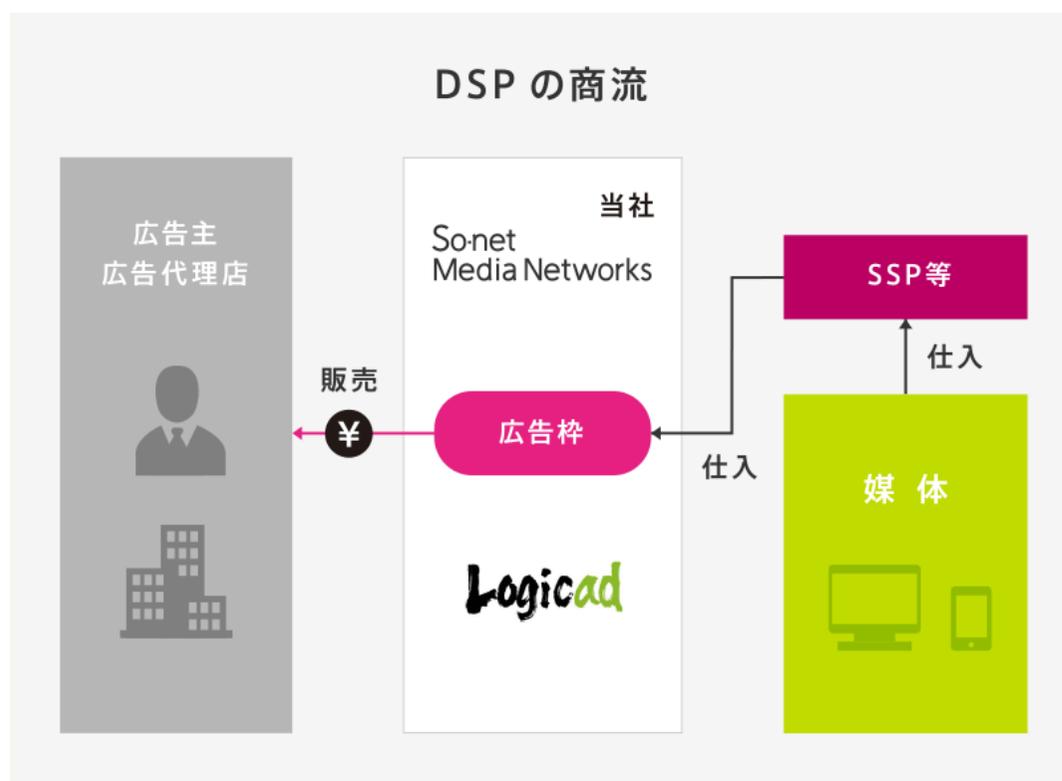
DSPを支えるオークションの仕組み、RTB（Real Time Bidding）

- 1 ユーザーがWEBサイト（媒体）を訪問
- 2 WEBサイトからSSP等に広告リクエスト
- 3 SSP等からDSPに入札リクエストが送信
- 4 DSPによる広告キャンペーンの選択
- 5 DSPによるオークションへの入札
- 6 オークションに勝ったDSPによる広告の配信



事業内容：DSP-Logicad（ロジカド）の特徴

広告効果の「改善」と「見える化」の追求により、
ダイレクト・レスポンス広告を中心に、積み上げ型のビジネスを展開



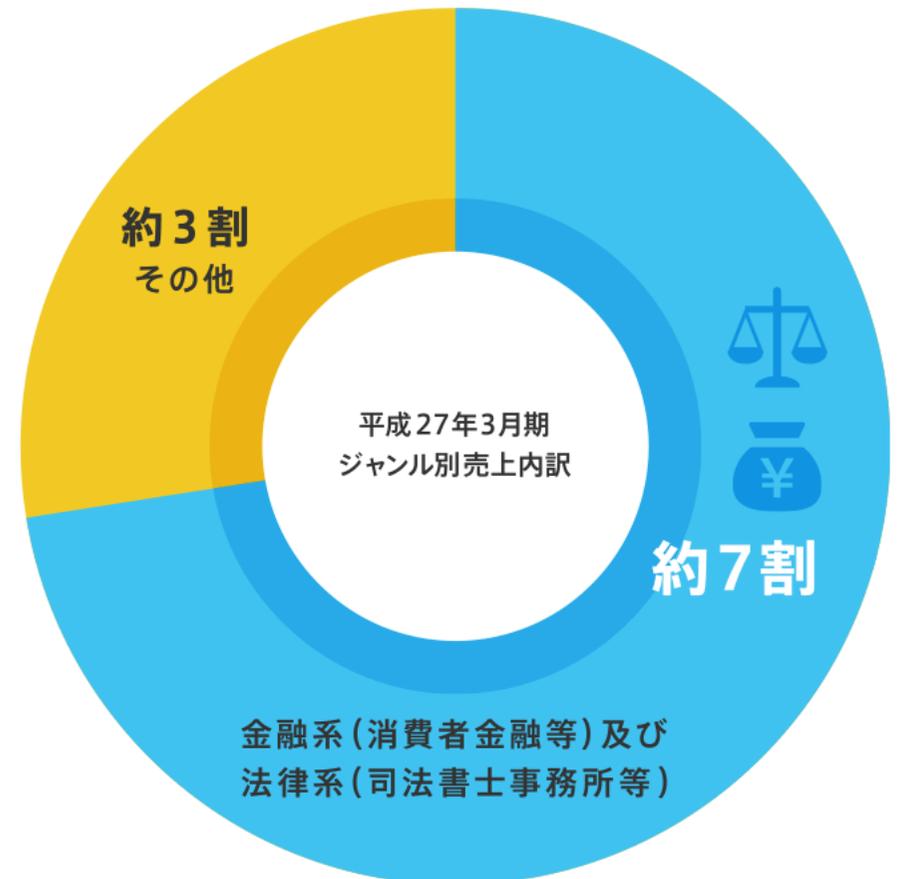
ドメイン単位での広告配信設定とレポーティングにより、広告効果の「改善」と「見える化」を実現。電子書籍や通信販売等、幅広い業種の広告主向けに、季節変動等の影響を受けにくいダイレクト・レスポンス系の広告を中心に、積み上げ型のビジネスを展開。平成27年10月末現在、2,000件を超える広告キャンペーンを運用。

Logicadの広告主



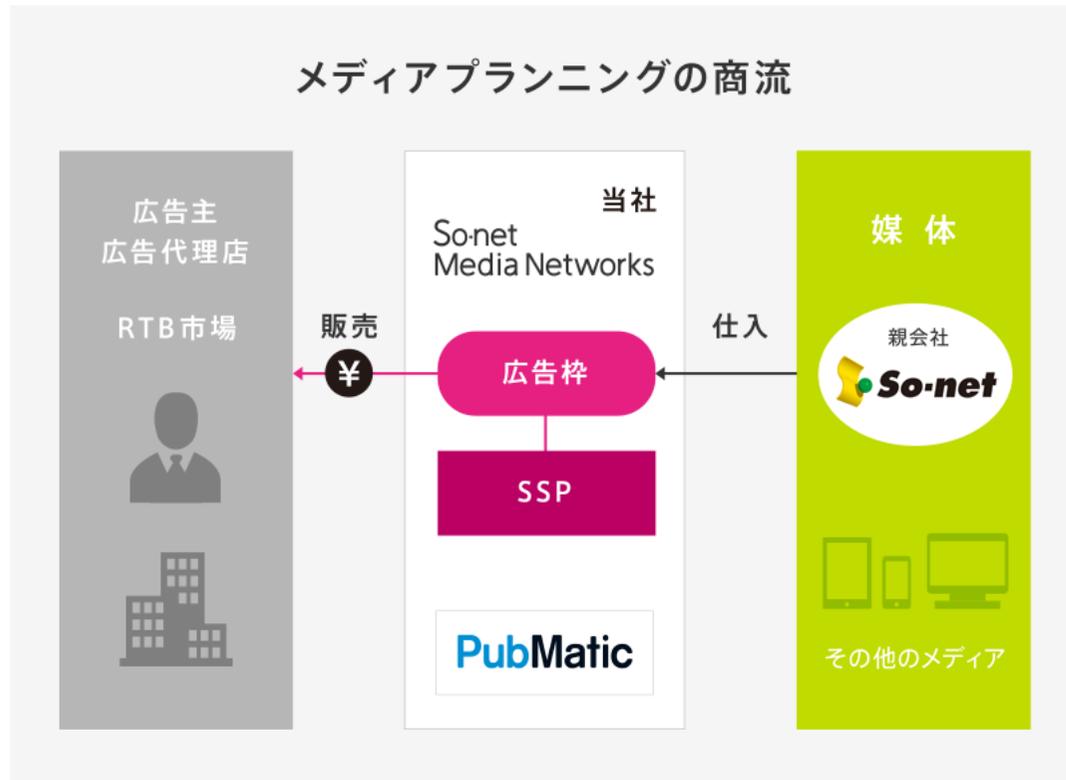
事業内容：アフィリエイト

広告主、媒体を厳選したクローズド型アフィリエイト「SCAN(スキャン)」を展開
金融系、法律系の商材に強みを持つ



事業内容：メディアプランニング

ポータルサイト「So-net(ソネット)」を中心に、媒体の広告収益最大化を支援
世界有数のSSP「PubMatic(パブマティック)」を国内で共同展開

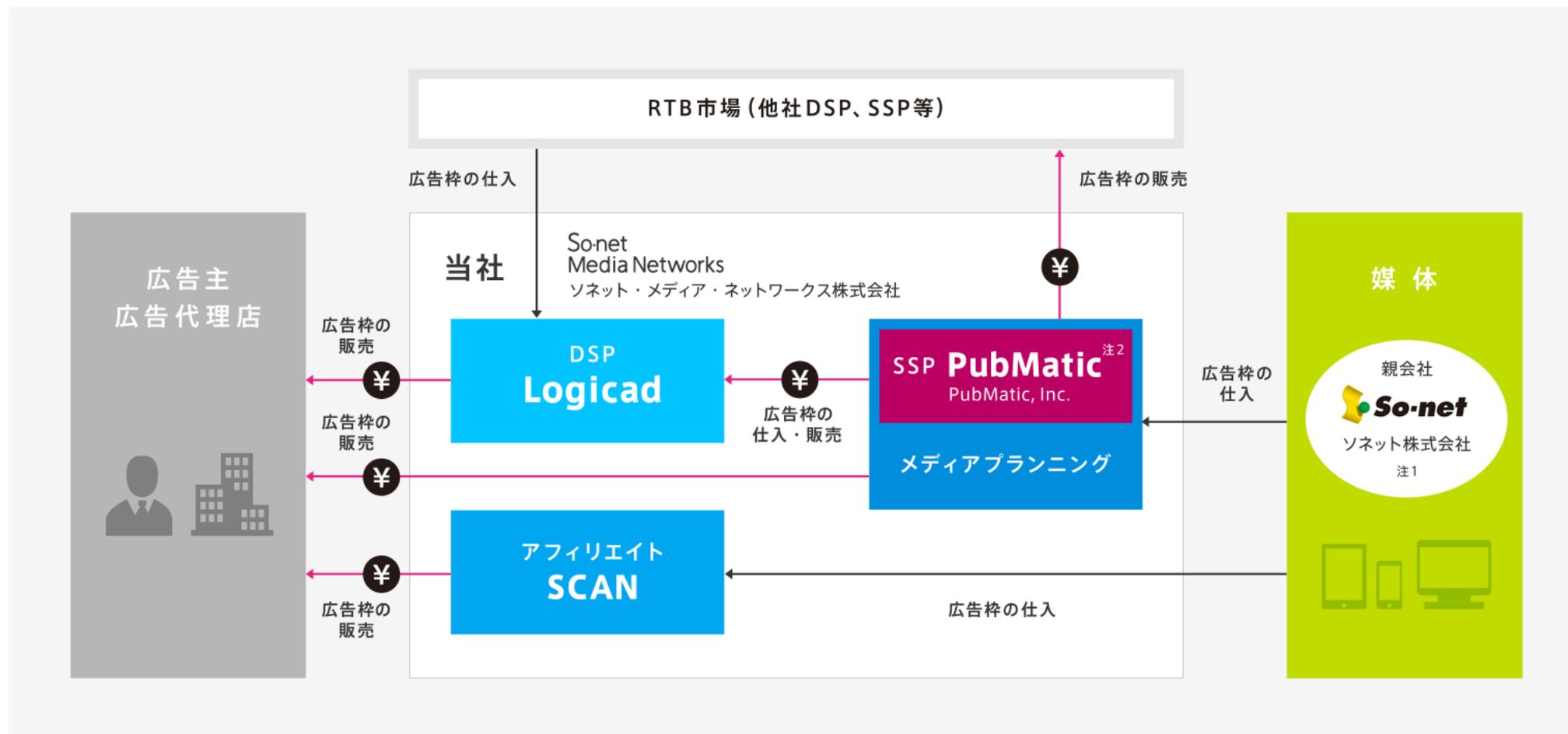


ソネット株式会社が保有するポータルサイトで、天気、ニュース、テレビ番組、健康・医療等の生活関連情報、アジアドラマ、占い、カラオケ、動画等のエンタテインメント情報等、様々なカテゴリのコンテンツサービスを提供。当社は「So-net」のコンテンツに沿って、掲載される広告を最適化することにより、広告収益の最大化を支援。

PubMatic

「PubMatic」は、平成27年10月末現在、1日当たり200億インプレッション以上の広告枠を管理・運用している世界有数のSSP。当社は日本国内での「PubMatic」の販売、導入を担当。

事業内容：事業系統図



※1. 親会社であるソネット株式会社とは、当社サービスのメディアプランニングにおいて取引を行っており、ソネット株式会社が保有するポータルサイト「So-net」の広告枠の企画及び仕入販売を行っております。

※2. 米国のPubMatic, Inc.とは、当社サービスのメディアプランニングにおいて取引を行っており、日本国内での、SSP「PubMatic (パブマティック)」の販売、導入を担っております。



HIGH LIGHT

1.

巨大な 市場ポテンシャル

国内のインターネット広告市場は1兆円を突破。RTB経由のディスプレイ広告は引き続き成長ステージ

HIGH LIGHT

2.

データと技術力による 積み上げ型の 安定収益基盤

ソニーグループの技術力に裏打ちされたビッグデータ処理技術と人工知能により、効果的なダイレクト・レスポンス広告を提供

HIGH LIGHT

3.

Logicad を 中心とした成長戦略

ダイレクト・レスポンス広告の強化を継続しつつ、ブランディング広告のプロダクトを拡充、Digital Marketing Hub構想の実現へ

インベストメントハイライト：①Market Potential

HIGH LIGHT

1.

巨大な 市場ポテンシャル

国内のインターネット広告市場は1兆円を突破。RTB経由のディスプレイ広告は引き続き成長ステージ

HIGH LIGHT

2.

データと技術力による 積み上げ型の 安定収益基盤

ソニーグループの技術力に裏打ちされたビッグデータ処理技術と人工知能により、効果的なダイレクト・レスポンス広告を提供

HIGH LIGHT

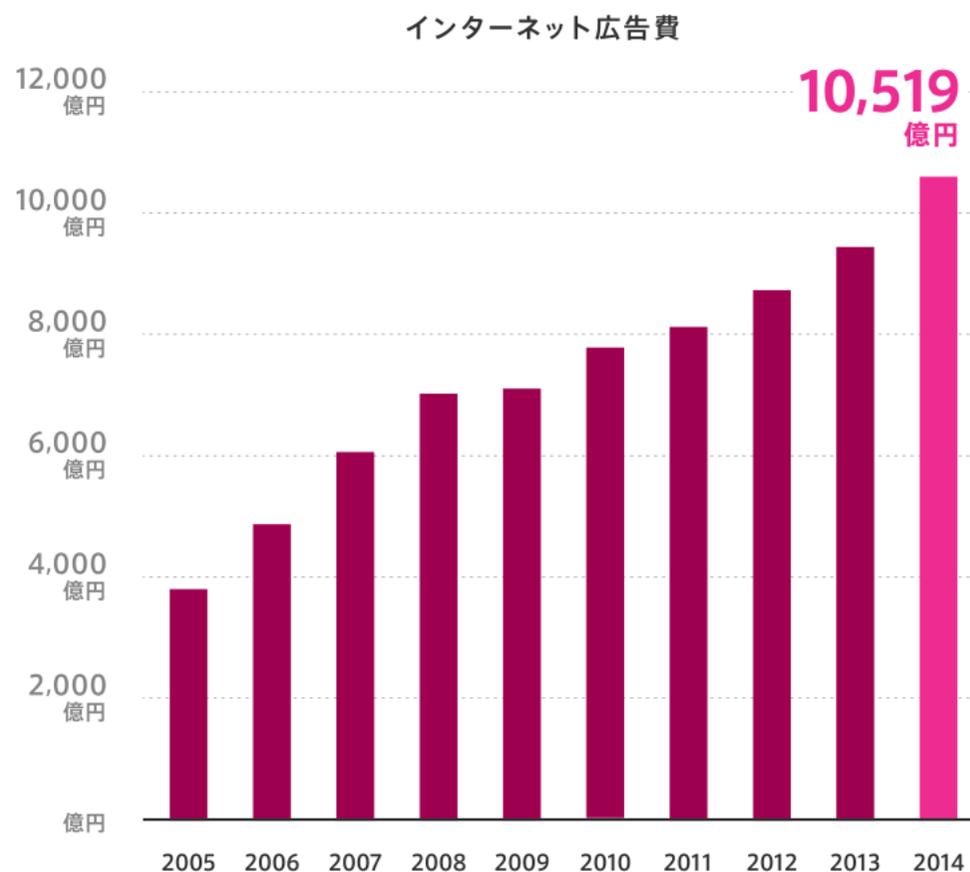
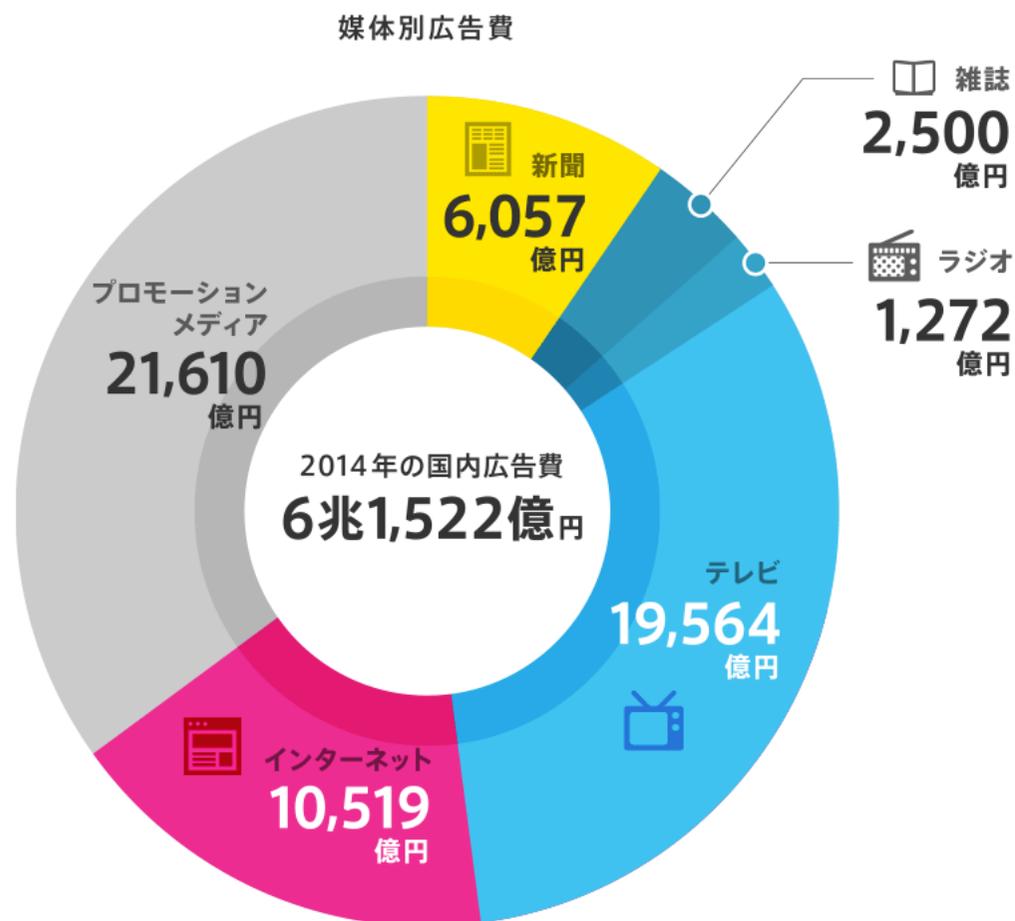
3.

Logicad を 中心とした成長戦略

ダイレクト・レスポンス広告の強化を継続しつつ、ブランディング広告のプロダクトを拡充、Digital Marketing Hub構想の実現へ

①Market Potential : 国内のインターネット広告市場

国内のインターネット広告市場は2014年に1兆円を超過

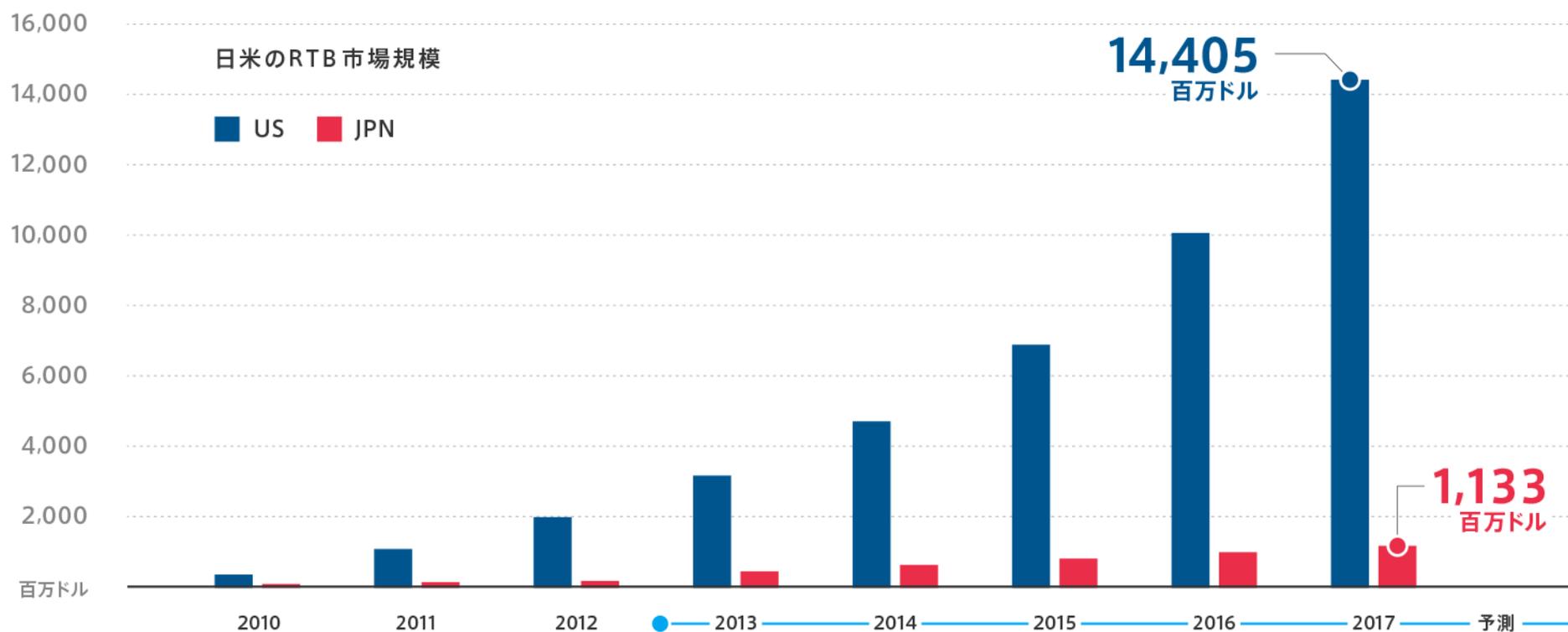


出典：電通「2014年日本の広告費」

①Market Potential：日米のRTB市場

国内RTB市場のCAGR (*) は39%と予想
米国と比較して、成長余地が大きい

* 2012年から2017までの年平均成長率を記載

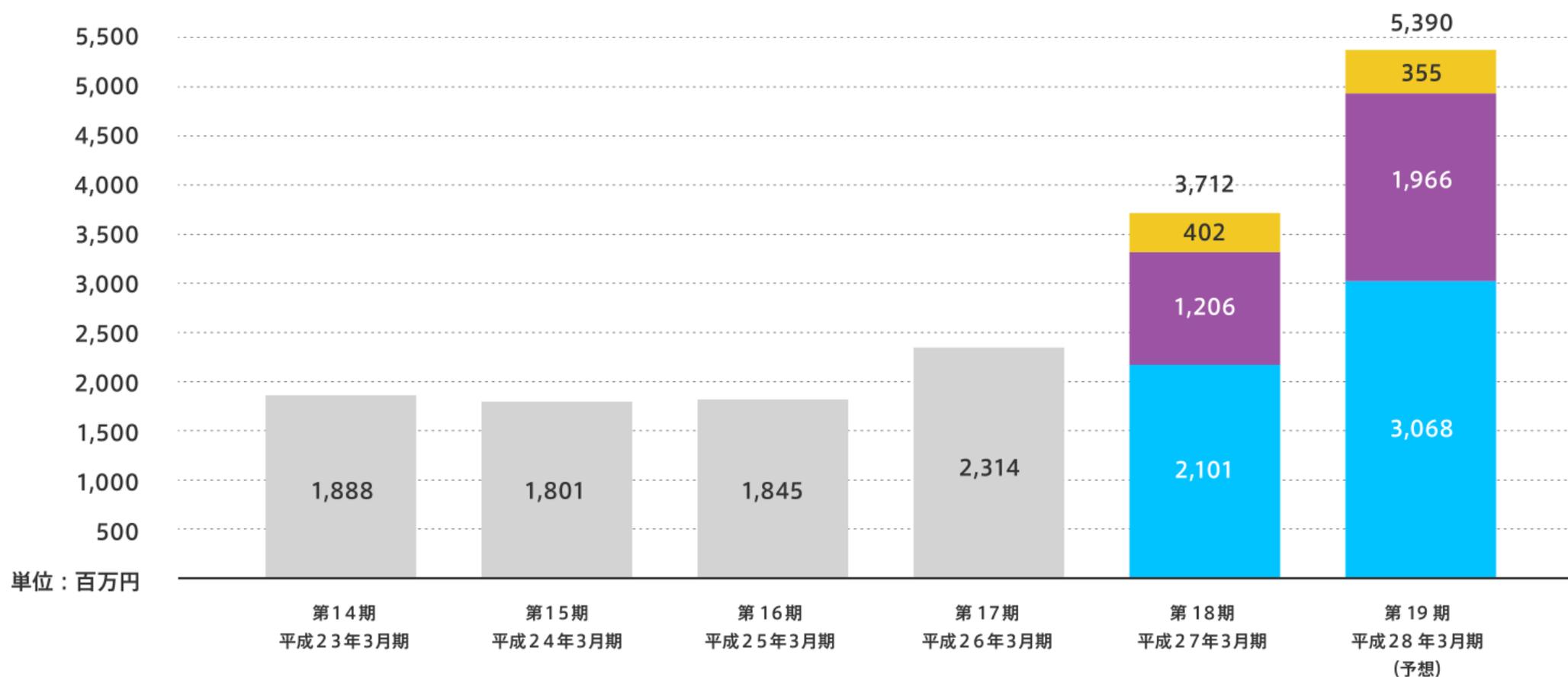
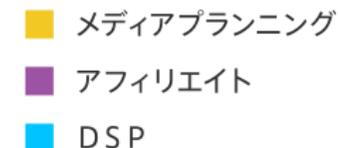


出典：Real-Time Bidding in the United States and Worldwide, 2010-2017 (2013/10)

①Market Potential：当社の成長トレンド

DSPは、前期比46%増の30億円（平成28年3月期）まで拡大見込み

* 「その他」の売上については、少額の為、グラフの内訳から除外



HIGH LIGHT

1.

巨大な 市場ポテンシャル

国内のインターネット広告市場は1兆円を突破。RTB経由のディスプレイ広告は引き続き成長ステージ

HIGH LIGHT

2.

データと技術力による 積み上げ型の 安定収益基盤

ソニーグループの技術力に裏打ちされたビッグデータ処理技術と人工知能により、効果的なダイレクト・レスポンス広告を提供

HIGH LIGHT

3.

Logicad を 中心とした成長戦略

ダイレクト・レスポンス広告の強化を継続しつつ、ブランディング広告のプロダクトを拡充、Digital Marketing Hub構想の実現へ

②Data & Technology : 広告効果を改善する大規模データ群

約1,300億インプレッションのオーディエンスデータと
外部提携企業のデータ等を活用してDSPの広告効果を改善

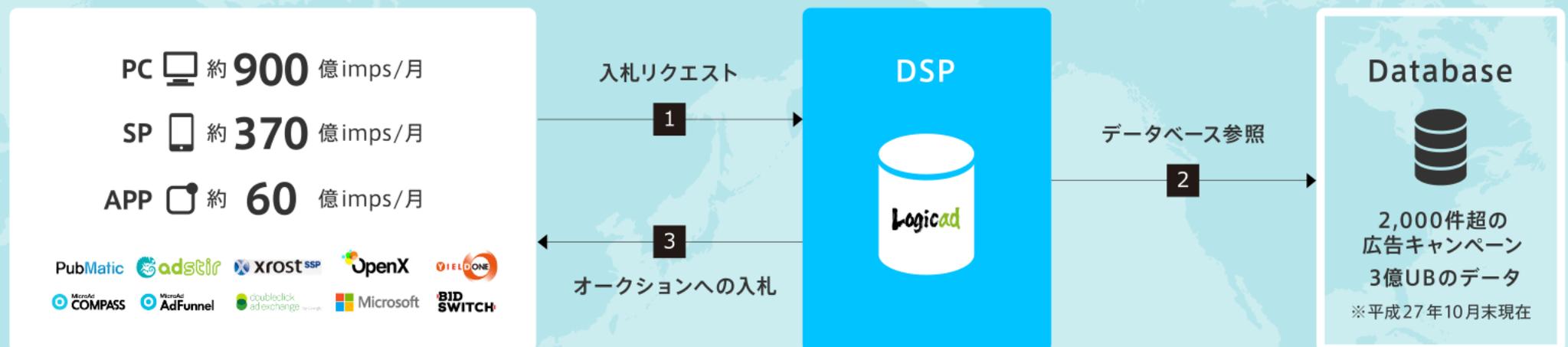


②Data & Technology : リアルタイム・ビッグデータ処理技術

ミリ秒単位でのビッグデータ処理により、
タイムアウトによる広告出稿の機会損失を回避

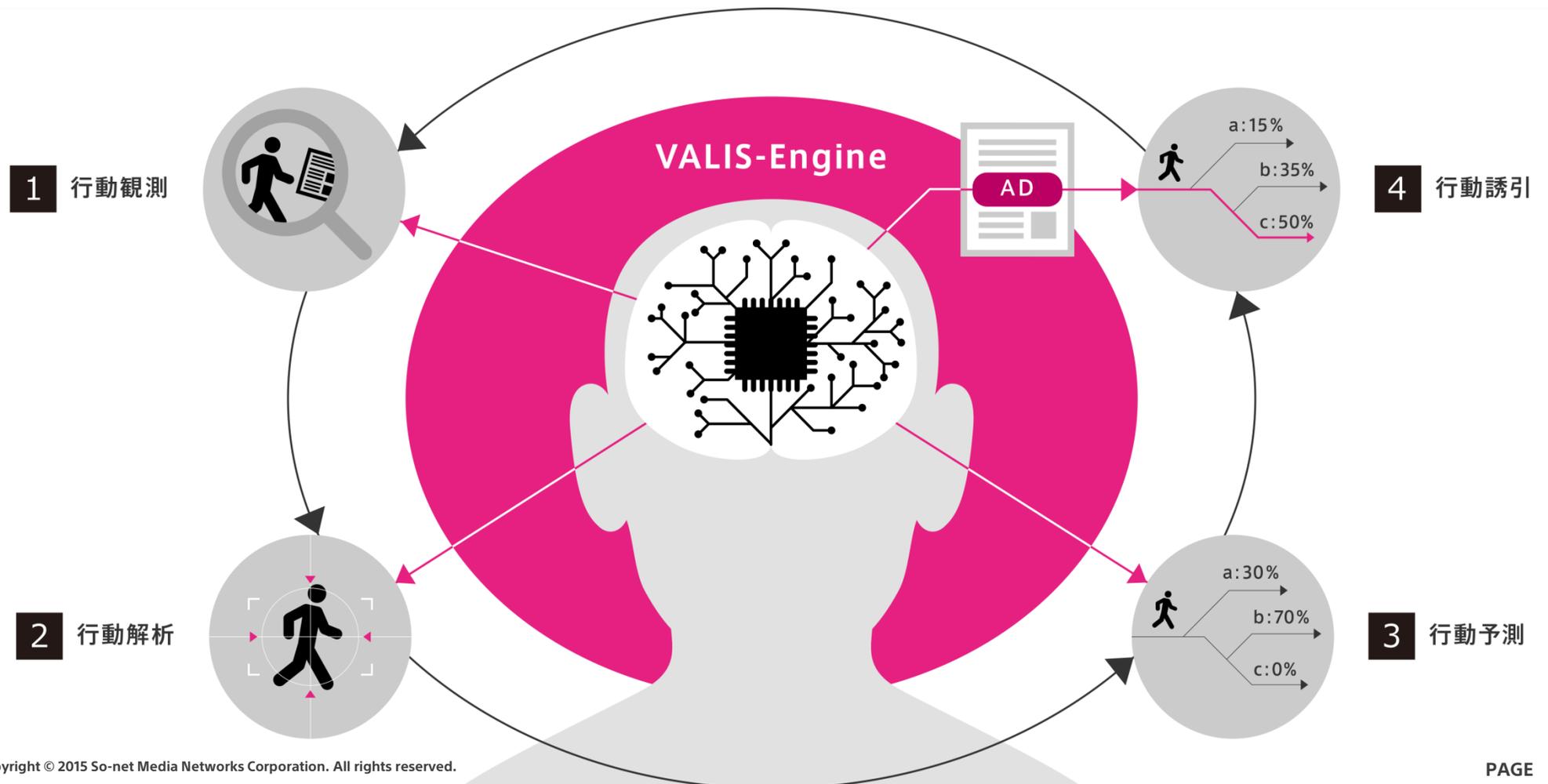
- 1 秒間最大6万回の膨大な入札リクエスト処理
- 2 約3億ブラウザのデータを高速解析、最適な広告キャンペーンを選択
- 3 最適な入札価格を瞬時に決定し、オークションに入札

Logicadの配信先 ※平成27年10月末現在



②Data & Technology : 人工知能「VALIS-Engine」

人工知能「VALIS-Engine（ヴァリス・エンジン）」がビッグデータを分析
ユーザーのセレンディピティを刺激する、最適な広告出稿をプランニング



HIGH LIGHT

1.

巨大な 市場ポテンシャル

国内のインターネット広告市場は1兆円を突破。RTB経由のディスプレイ広告は引き続き成長ステージ

HIGH LIGHT

2.

データと技術力による 積み上げ型の 安定収益基盤

ソニーグループの技術力に裏打ちされたビッグデータ処理技術と人工知能により、効果的なダイレクト・レスポンス広告を提供

HIGH LIGHT

3.

Logicad を 中心とした成長戦略

ダイレクト・レスポンス広告の強化を継続しつつ、ブランディング広告のプロダクトを拡充、Digital Marketing Hub構想の実現へ

③Growth Strategy : 資金使途

今回の公募調達資金は、DSP「Logicad（ロジカド）」の開発に充当予定

中核サービス



DSP

コア事業として、テクノロジーとデータに積極投資

短期：ブランディング広告向けのプロダクト開発

長期：Digital Marketing Hub 構想の実現

安定サービス



アフィリエイト

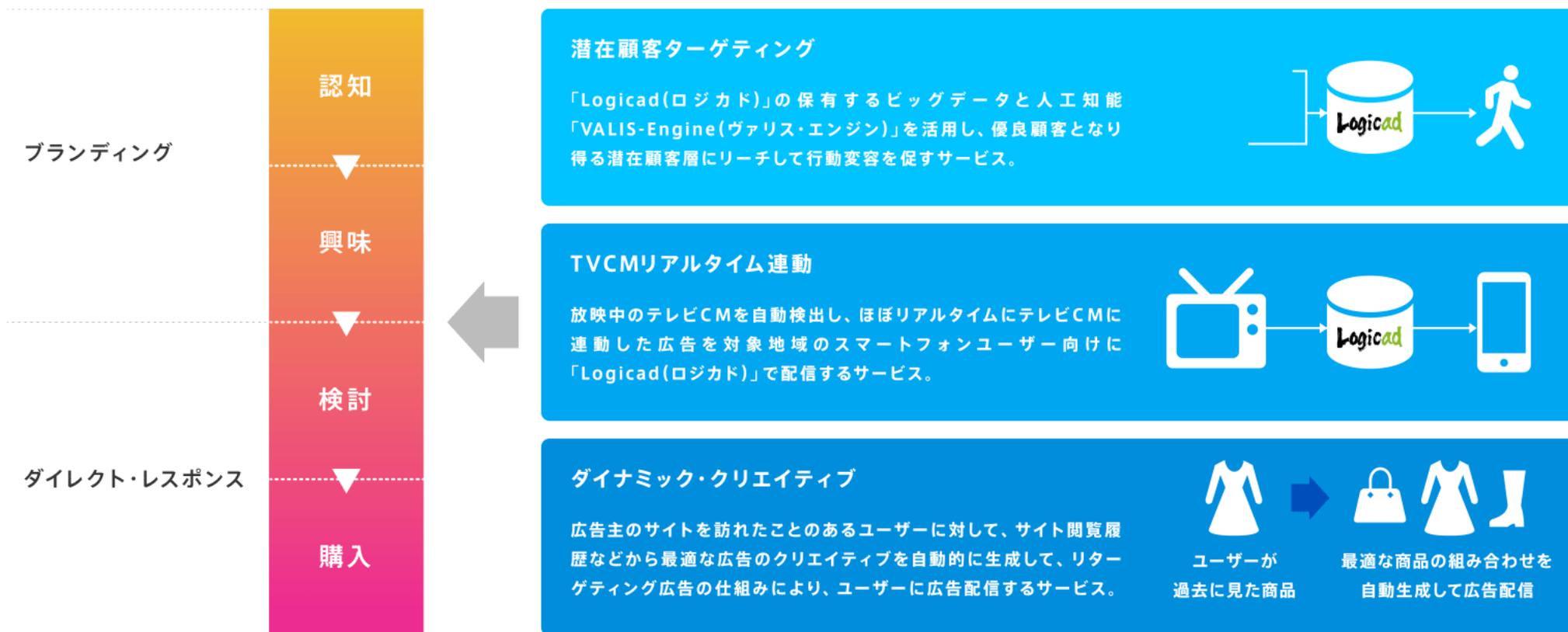


メディアプランニング

成熟サービス

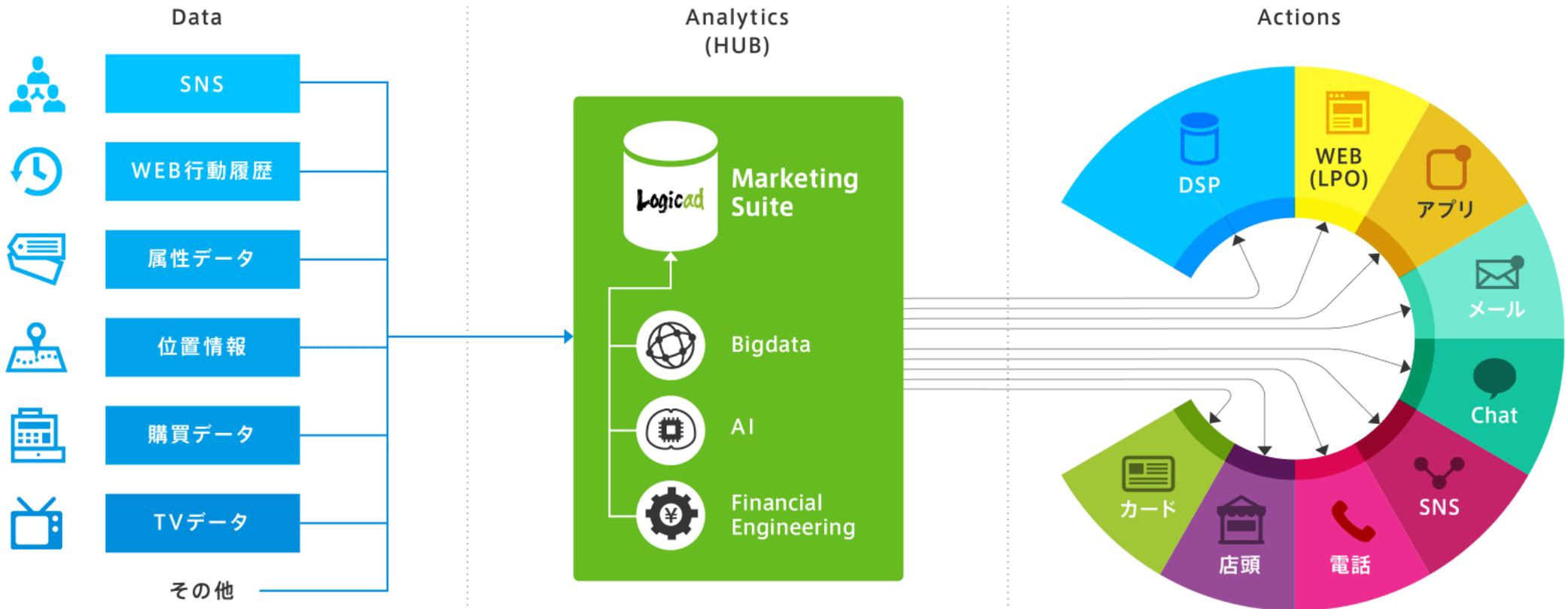
③Growth Strategy : 短期的なプロダクト開発戦略

ダイレクト・レスポンス広告への対応を継続強化する一方、ブランディング広告需要を取り込む新サービスを積極開発



③Growth Strategy : Digital Marketing Hub構想の実現

「最適なマーケティング施策」を「最適なタイミングと最適なチャネル」で
提供可能な世界の実現



APPENDIX



APPENDIX : 用語集1

<p>DSP (Demand Side Platform)</p>	<p>広告主の広告配信効果を最適化するための広告買付プラットフォーム。媒体側の広告収益の最大化を支援するプラットフォームである SSP (Supply Side Platform) と対になる仕組みであり、両者は RTB (RealTime Bidding) を通して、広告枠の売買をリアルタイムに行っている。「Logicad (ロジカド)」の場合、平成 27 年 10 月末現在、複数の SSP と接続しており、月間1,300 億を超えるインプレッションを処理している。</p>
<p>IoT (Internet of Things)</p>	<p>コンピュータなどの情報・通信機器だけでなく、世の中に存在する様々な物体に通信機能を持たせ、インターネットに接続したり相互に通信することにより、自動認識や自動制御、遠隔計測などを行うこと。</p>
<p>RTB (Real Time Bidding)</p>	<p>媒体を視聴したユーザーの 1 インプレッション毎にインターネット広告枠の売買がリアルタイムにオークション形式で行われる仕組み。</p>
<p>SSP (Supply Side Platform)</p>	<p>媒体社側から見た広告収益の最大化を支援するプラットフォーム。RTB の技術を活用して、DSP に対してユーザーの 1 インプレッション毎に広告枠のオークションを行うことで媒体の広告収益最大化を支援する。</p>
<p>アドエクスチェンジ</p>	<p>複数のアドネットワークを更にまとめてネットワーク化したもの。広告枠のオープンなマーケットプレイスとして機能しており、RTB にも対応している場合、広告主はこのマーケットプレイスを通して、DSP を利用した広告配信を行うことができる。</p>
<p>アドネットワーク</p>	<p>複数の媒体の広告枠を束ねて広告配信ネットワークを形成し、これらの媒体に広告をまとめて配信することにより、広告配信を効率化させる仕組み。</p>
<p>インプレッション</p>	<p>媒体に掲載される広告の効果を計る指標の一つで、広告の掲載回数のこと。媒体にユーザーが訪れ、広告が 1 回表示されることを1インプレッションという。</p>

APPENDIX：用語集2

<p>広告キャンペーン</p>	<p>広告主から受託した広告を管理するための単位で、商品やサービス毎に広告キャンペーンを作成しており、広告キャンペーン毎に予算やターゲットユーザー、地域などを設定。「Logicad (ロジカド)」の場合、同一商材であっても、PC向けとスマートフォン向けの広告で別の広告キャンペーンとしてカウントしている。</p>
<p>セレンディピティ (Serendipity)</p>	<p>イギリスの小説家ホラス・ウォルポール(1717年～1797年)による造語で「思わぬものを偶然に発見する能力」のこと。人工知能「VALISEngine (ヴァリス・エンジン)」の場合、「Logicad (ロジカド)」の保有するビッグデータから、ユーザーの趣味・嗜好を解析することで、潜在的なニーズに応じた広告出稿等を行うことで、ユーザーのセレンディピティを刺激している。</p>
<p>タイムアウト</p>	<p>SSP が受け付ける各 DSP によるオークションの入札期限のこと。「Logicad (ロジカド)」の場合、平成 27 年 10 月末現在、平均数ミリ秒での入札を実現することで、タイムアウトによる広告出稿機会のロスを防いでいる。</p>
<p>ダイレクト・レスポンス広告</p>	<p>広告閲覧ユーザーからの直接的な反応を得ることを目的としており、主に顕在顧客を獲得する手段としての広告。「Logicad (ロジカド)」の場合、リターゲティング広告等の提供により、広告主の広告効果改善に貢献している。</p>
<p>データプロバイダー</p>	<p>WEB サイトのアクセス数を計測する指標のひとつ。1 ユニークブラウザ (UB) とは、ある一定期間内に WEB サイトにアクセスした、重複のないブラウザ数のこと。「Logicad (ロジカド)」の場合、平成 27 年 10 月末現在、自社において約 3 億 UB のユーザー情報 (属性情報、WEB 閲覧履歴等) を保有している。</p>
<p>ビッグデータ</p>	<p>従来のデータベース管理システムなどでは処理することが困難なほど巨大で複雑なデータ集合の集積物。</p>

APPENDIX : 用語集3

<p>ブランディング広告</p>	<p>企業や商品・サービスのブランド向上を目的とした広告で、レスポンス広告と対になる用語。従来はテレビCM、新聞、雑誌などのマスメディアが中心に使われており、ブランドに関する情報をユーザーに伝え、認知や好意的なイメージを獲得することを目的としている。</p>
<p>ミリセカンド</p>	<p>時間の単位のひとつで、1,000分の1秒のこと。</p>
<p>リターゲティング広告</p>	<p>広告主の媒体を訪れたことのあるユーザーに限定して、再訪を促すような広告を配信すること。広告主の媒体に一度でも訪れしたことのあるユーザーは商品やサービスに対して比較的関心が高く、未訪問のユーザーと比較して広告効果の向上が期待される傾向にある。</p>
<p>ユニークブラウザ</p>	<p>WEB サイトのアクセス数を計測する指標のひとつ。1ユニークブラウザ（UB）とは、ある一定期間内に WEB サイトにアクセスした、重複のないブラウザ数のこと。「Logicad（ロジカド）」の場合、平成 27 年 10 月末現在、自社において約 3 億 UB のユーザー情報（属性情報、WEB 閲覧履歴等）を保有している。</p>