



2021年11月29日

各 位

会 社 名	株 式 会 社 J ス ト リ ー ム
本 社 所 在 地	東 京 都 港 区 芝 二 丁 目 5 番 6 号
代 表 者 氏 名	代 表 取 締 役 社 長 石 松 俊 雄 (コード番号：4308 東証マザーズ)
問 い 合 せ 先	執 行 役 員 管 理 本 部 長 竹 見 嘉 洋 電 話 03-5765-7744

(訂正) 事業計画及び成長可能性に関する事項の図表一部訂正について

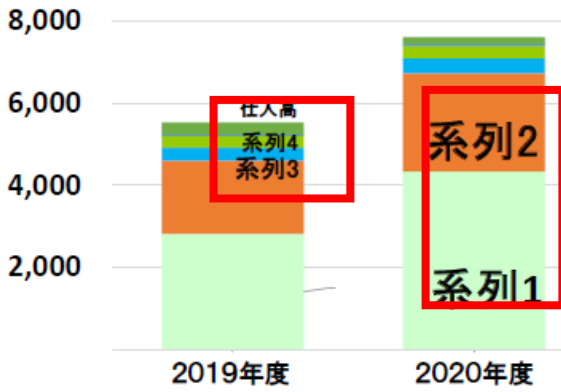
2021年11月26日に開示いたしました当社「事業計画及び成長可能性に関する事項」につきまして、図表についてデータ項目表記が一部不正な表示となっております為、下記の通り訂正箇所についてお知らせいたします。

1. 訂正の内容【該当の図表が含まれるページについて】
P. 18、P. 19、P. 24、P. 26、P. 33、P. 40、P. 46、P. 48
別紙をご参照ください。訂正箇所は赤い四角で囲んでいます。
2. 添付資料
訂正後の資料を添付しています。

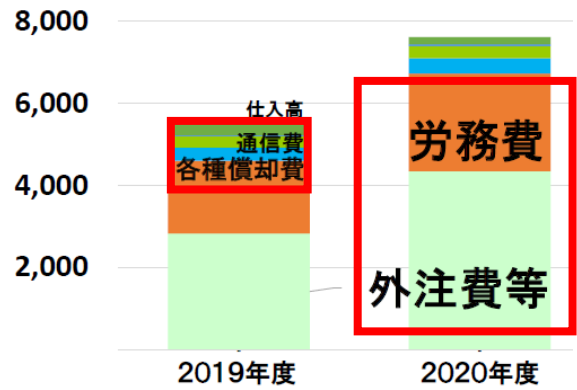
以上

(別紙)

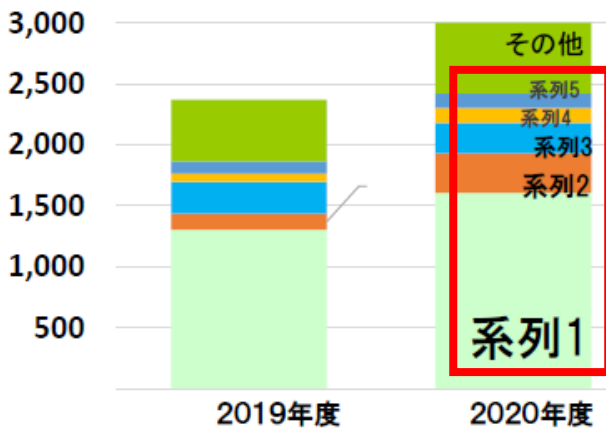
【訂正前】 P. 18



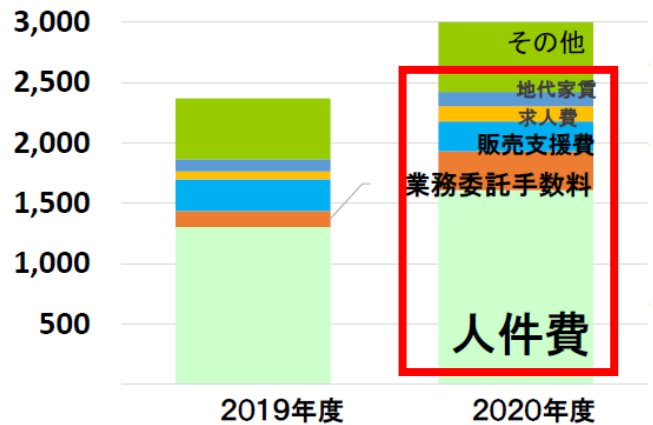
【訂正後】 P. 18



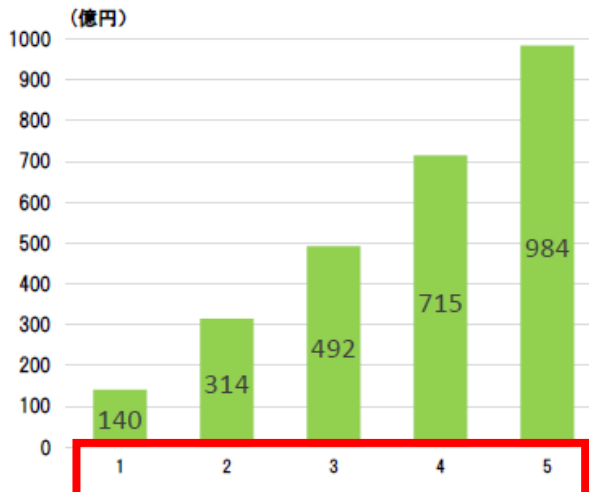
【訂正前】 P. 19



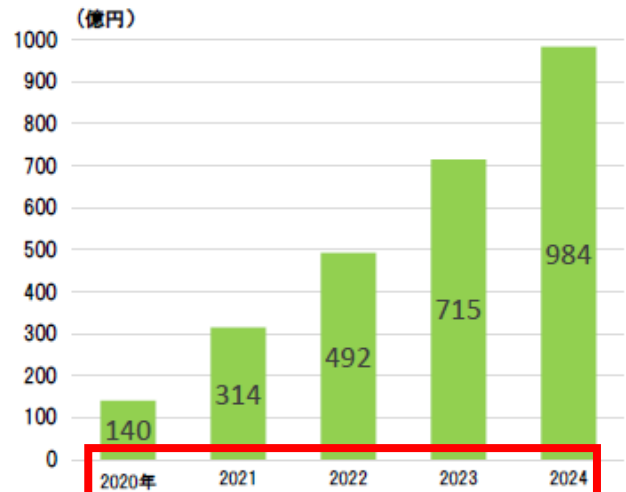
【訂正後】 p. 19



【訂正前】 P. 24



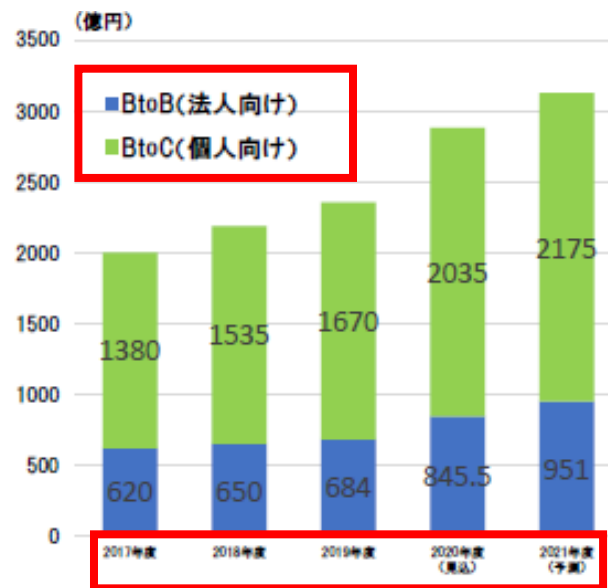
【訂正後】 P. 24



【訂正前】 P. 26

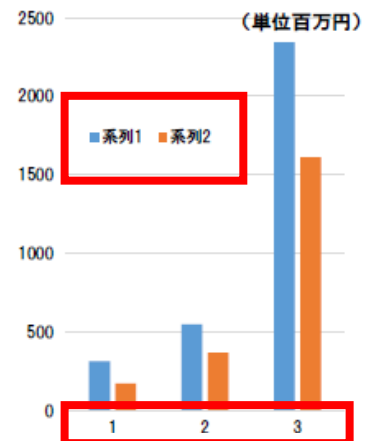
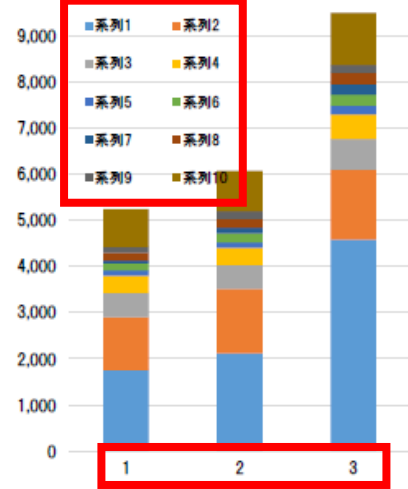


【訂正後】 P. 26



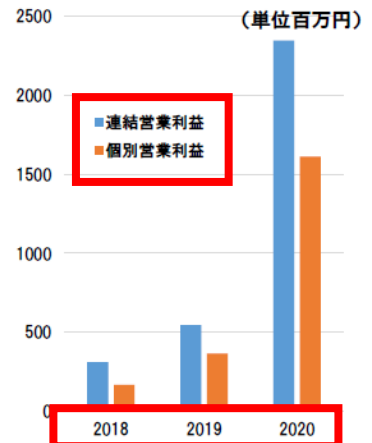
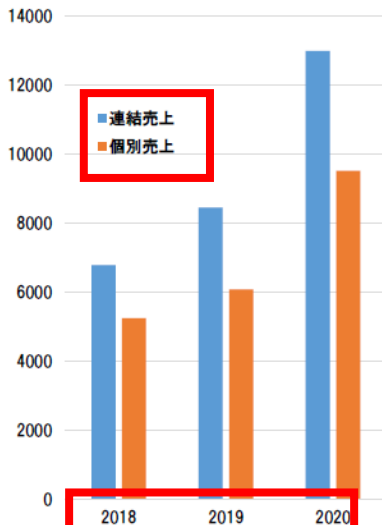
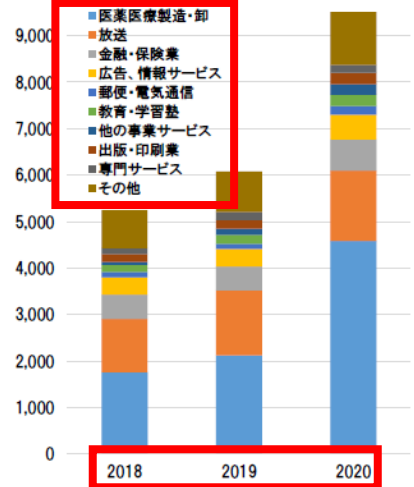
【訂正前】 P. 33

個別業種別売上推移

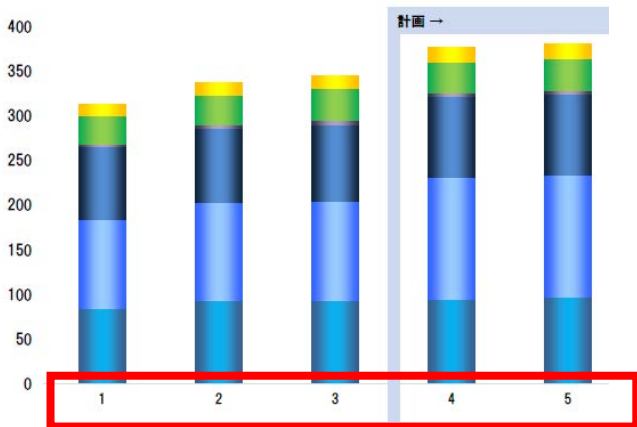


【訂正後】 P. 33

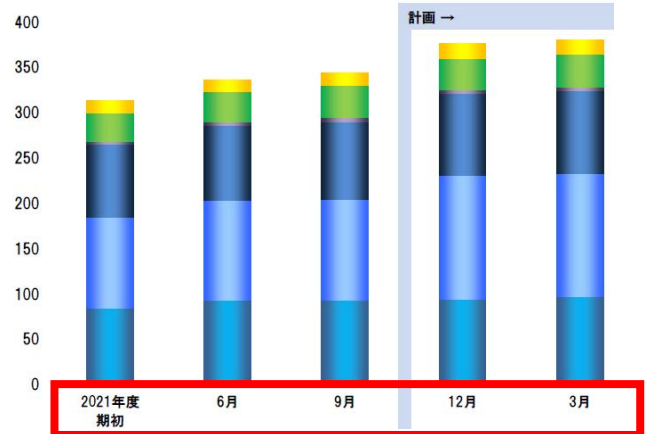
個別業種別売上推移



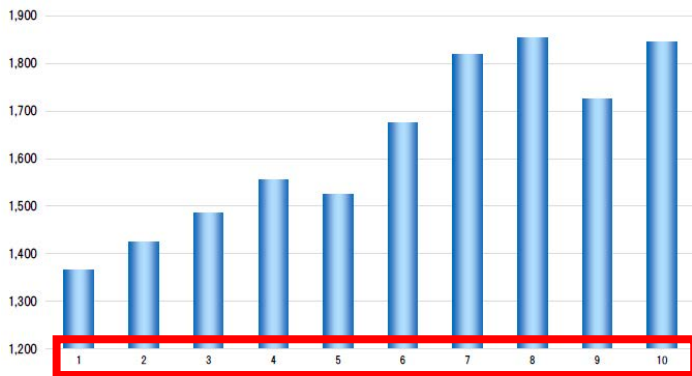
【訂正前】 P. 40



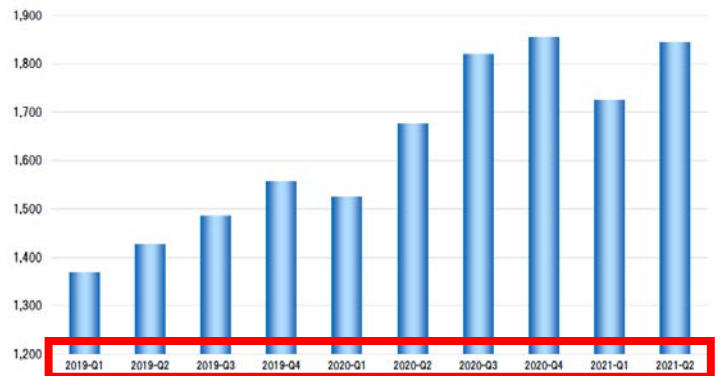
【訂正後】 P. 40



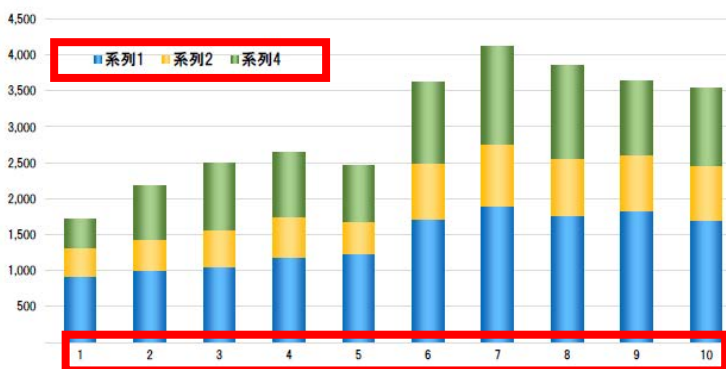
【訂正前】 P. 46



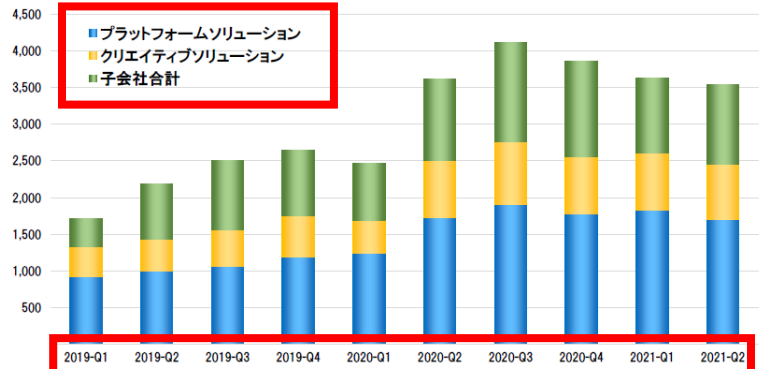
【訂正後】 P. 46



【訂正前】 P. 48



【訂正後】 P. 48



株式会社Jストリーム

事業計画及び成長可能性に関する事項

2021年11月26日

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. 市場環境
4. 競争優位性
5. 成長戦略
6. リスク情報
7. 経営参考指標、業績予想

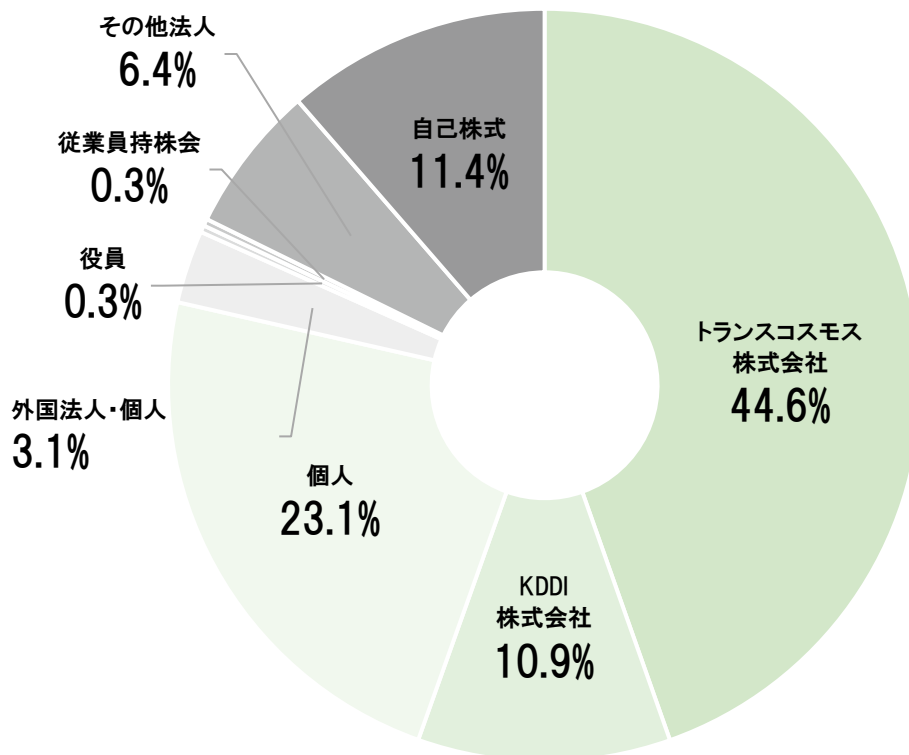
会社概要

社 名 : 株式会社Jストリーム 東証マザーズ(4308)
設 立 : 1997年5月29日
本 社 : 東京都港区芝二丁目5番6号
他 拠 点 : 西日本営業所(大阪市北区)、福岡ラボ(福岡市天神)
従 業 員 数 : 637名(連結 : 2021年9月末現在) 344名(単体)
資 本 金 : 2,182百万円 (2021年9月末現在)

1997年5月 インターネットを利用したストリーミングによる動画や音楽の配信を行うことを目的として、

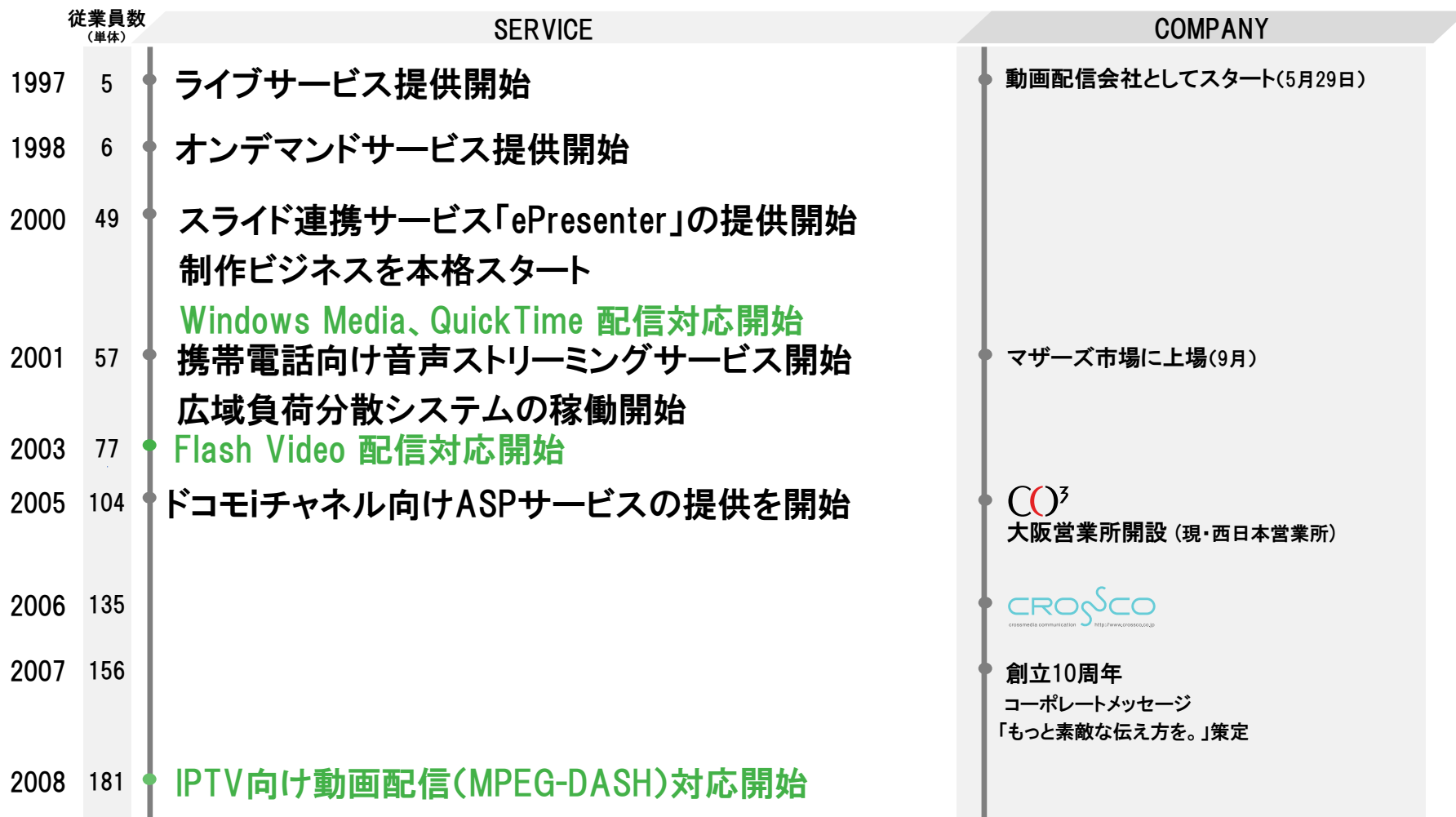
- トランス・コスモス株式会社
- 国際電信電話株式会社(現 KDDI株式会社)
- 株式会社NTTPCコミュニケーションズ
- プログレッシブネットワークス・インク(現 リアルネットワークス・インク)

の出資により設立。(資本金480,000千円)

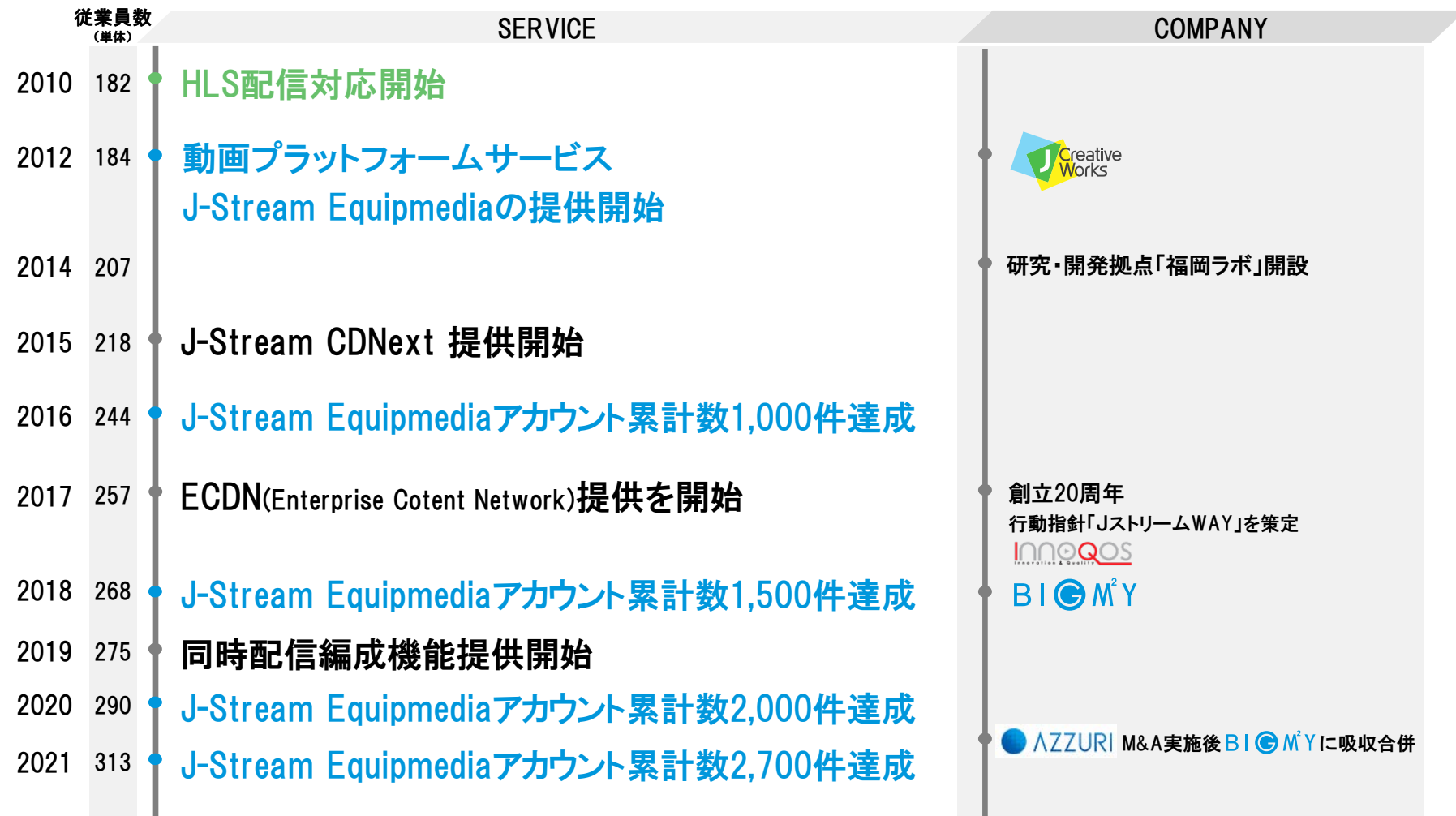


11月17日時点の株価	967
発行済株式数	28,057,400
時価総額	25,953 百万円
単元株数	100株
株主数	9,590

ネット動画黎明期にライブ配信サービスを行う会社として創業、早期にオンデマンド配信やWeb制作へと事業を多角化しました。技術の進歩とともに変遷してきた様々な動画配信フォーマットに素早く対応、幅広く動画配信を行いたい顧客ニーズに応えてきました。

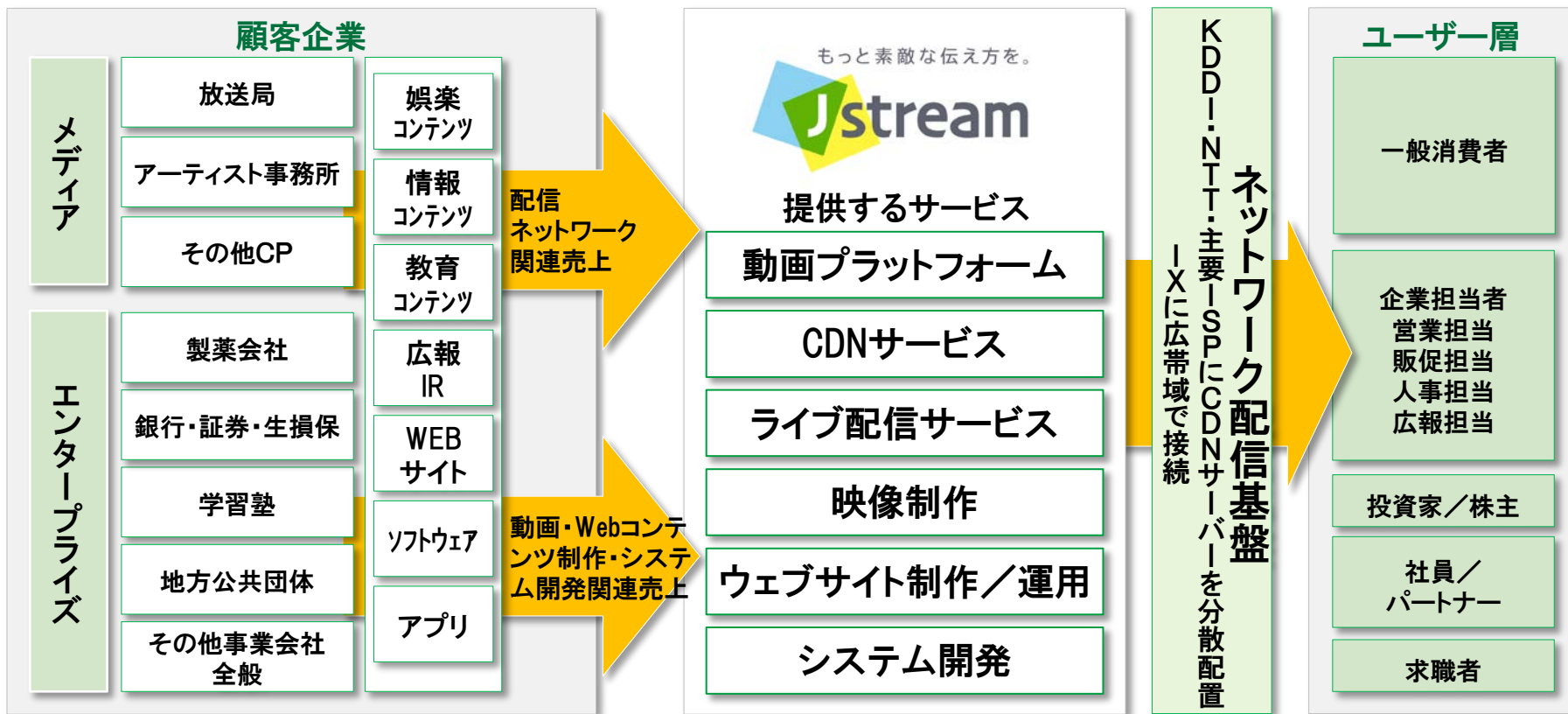


ネット動画の広がりを背景に、ユーザーが自身で動画をアップロード、管理できる仕組みであるOVP(Online Video Platform)サービス、「J-Stream Equipmedia」を提供開始。企業が様々な用途に利用する動画配信の基盤として実績をあげ続けています。



事業の内容

Jストリームは顧客企業がエンドユーザーにインターネット動画を届けるまでのあらゆる場面でサービスを展開しています



1997年の設立以来、大株主を含む各パートナー企業、
団体との協力関係の下で構築した
最短経路のネットワーク網で、
高品質・安定的なコンテンツ配信を実現。

・3大キャリア・大手ISPを中心に、
CDNサーバーを東京、大阪、福岡に分散配置
KDDI、NTTPCコミュニケーションズ、
ソフトバンク、ビッグローブ等

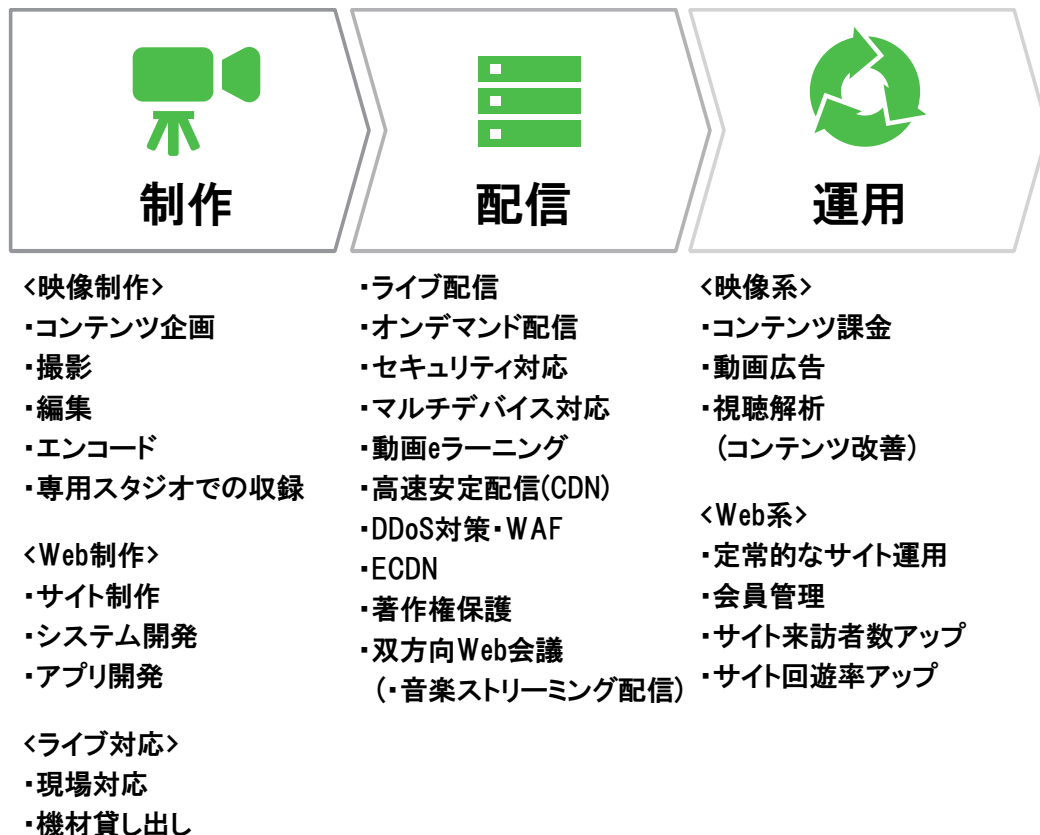
・複数のIX(インターネットプロバイダー(ISP)と
インターネットデータセンター(IDC)の
相互接続ポイント)にも広帯域で接続
JPIX、BBIX

・5G時代に向けたモバイルキャリアとの
協業にてインフラ強化を推進



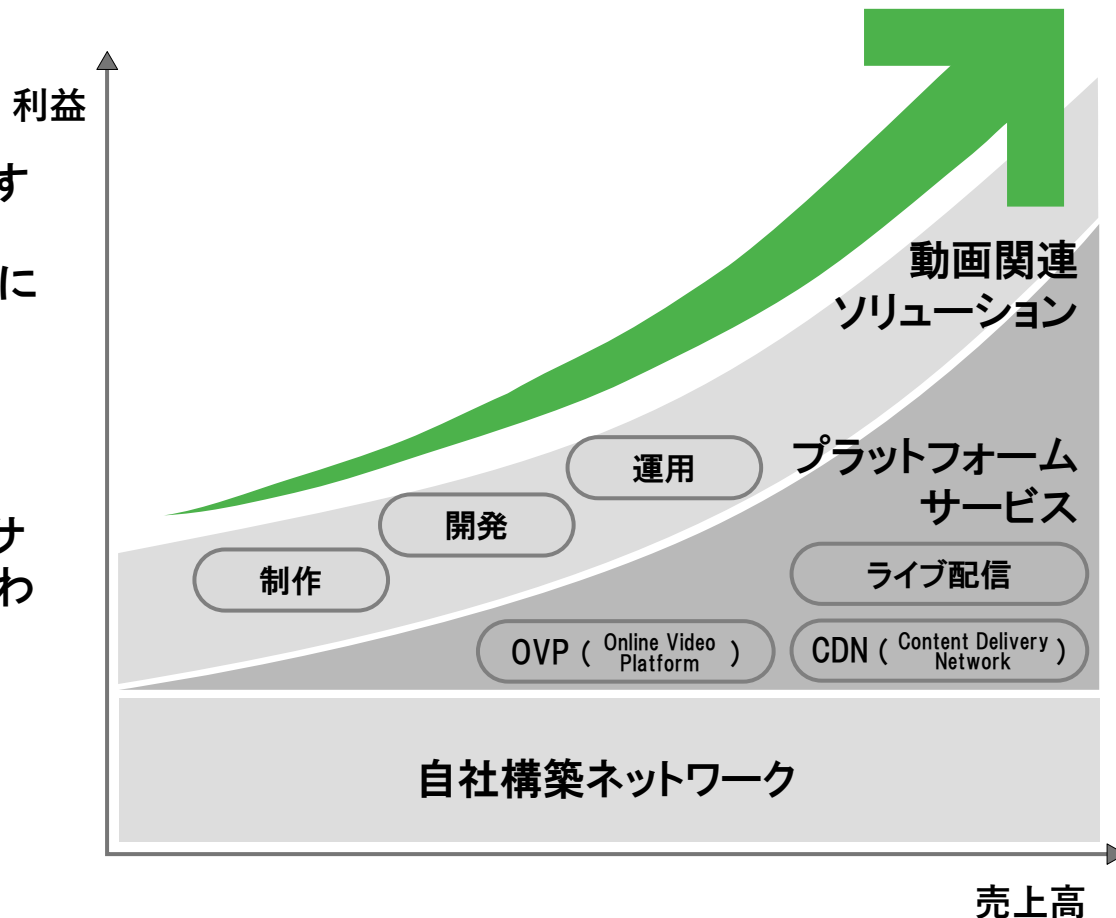
動画ソリューションを一貫体制で提供します

- ・複数企業に委託した場合と比べ責任の所在が明確となります
- ・1社完結により、進行に伴う関係者・システム間の調整等の負担を軽減できます
- ・提供サービスの幅の狭い個別の発注にも、各業務の専門スタッフが対応します



売上高増加に伴い、利益率が改善する 構造 があります

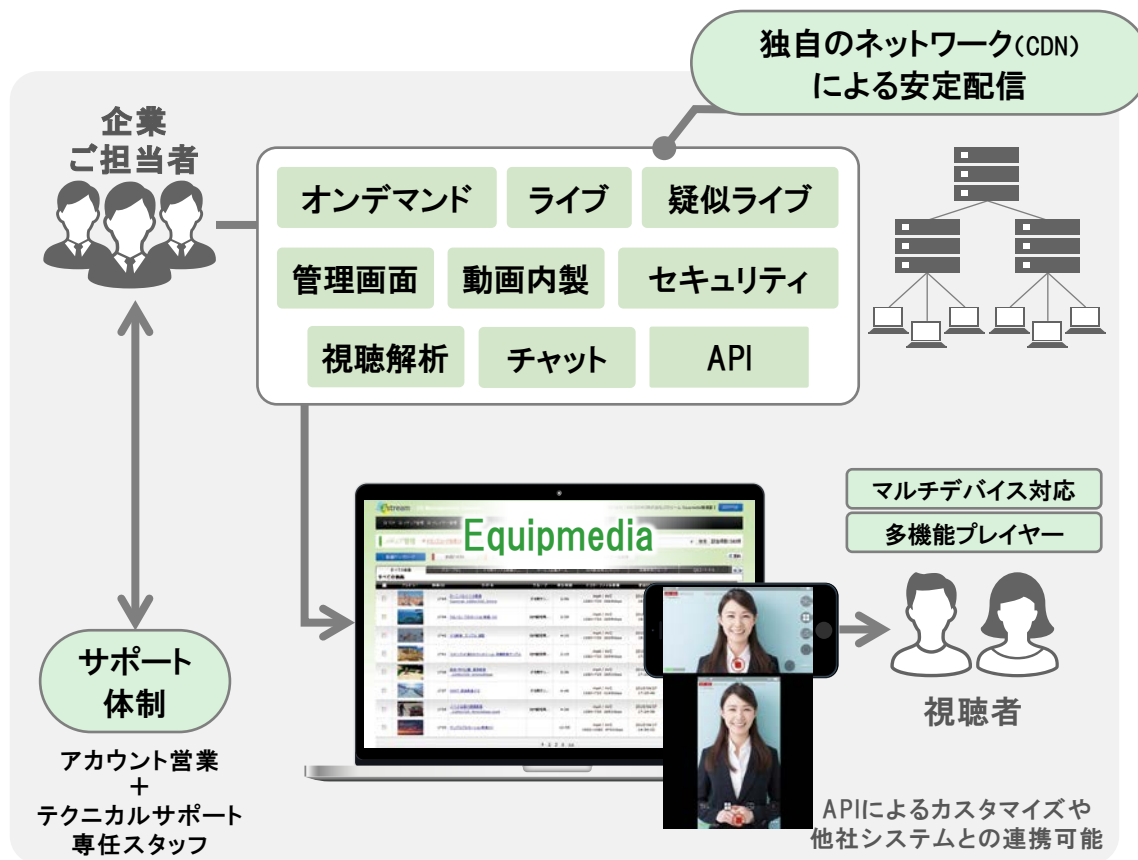
- 自社設置のサーバー群による外部環境に左右されない強固な配信ネットワークを基盤とします
- プラットフォーム系サービスの売上増に伴い、原価がほぼ固定であるネットワークの稼働率が上がり、利益率が向上する構造です
- ウェブ・動画の制作、システム開発、サイト運用等顧客の動画利用用途に合わせたソリューションを提供して顧客をグリップし、売上を獲得します
- 多くの場合、単独の顧客に複数のサービスを組み合わせ提供します



動画の「管理」「配信」「効果検証」に必要な機能とワークフローを

SaaS形式で一元的に提供します

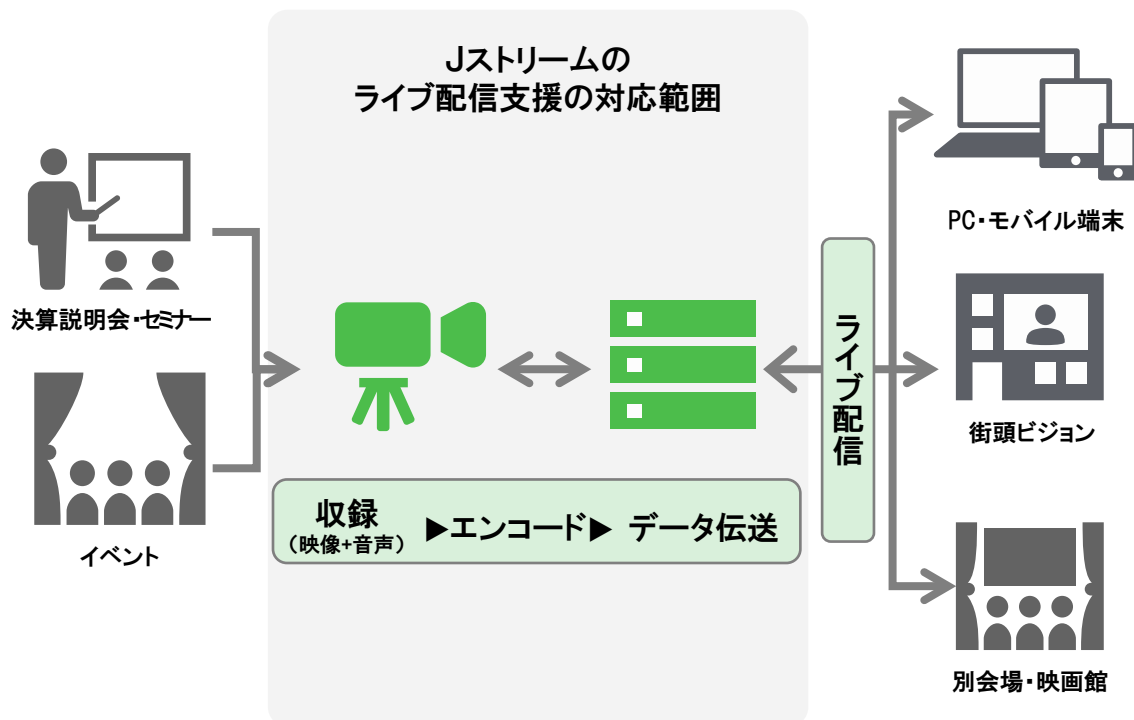
- ・利用者のスキルに依存しない
使いやすい管理画面
- ・他社システムと連携できる
柔軟性
- ・CDNによる安定配信
- ・サービス提供価格は
月額5万円から～
- ・国内最大規模の2,700アカウント
(累計) 以上の導入実績



会場での映像収録から視聴者に届ける配信までを一貫体制で支援し、

「失敗しないライブ配信」を実現します

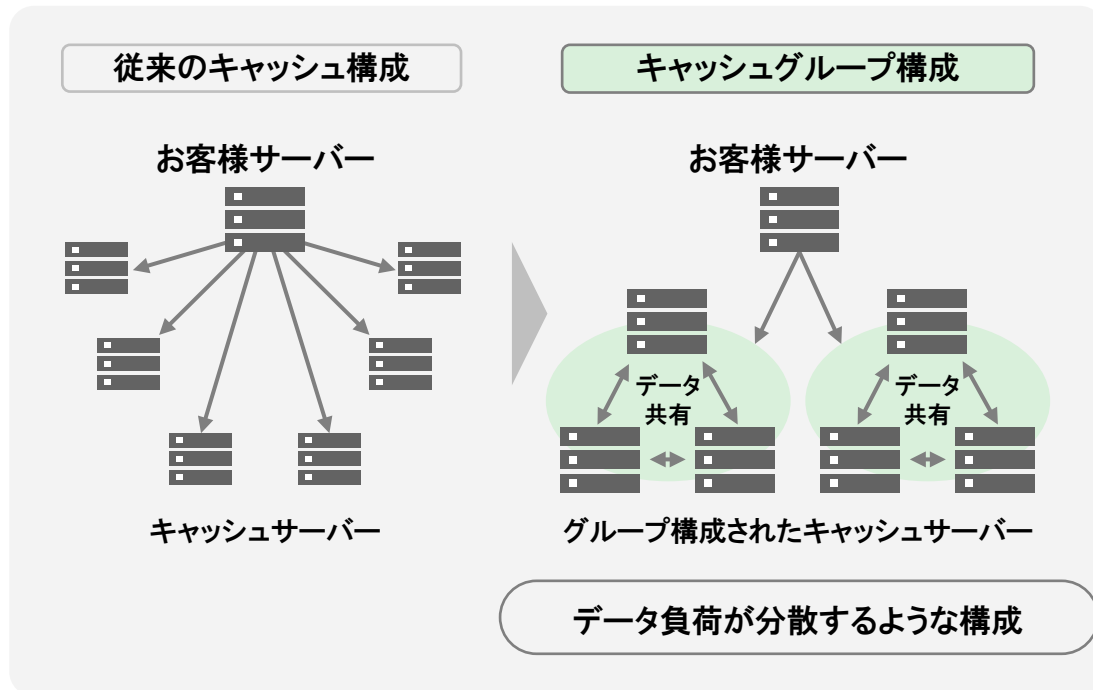
- ・年間2,600件以上の実績
- ・ライブ現場での
プロフェッショナルサポート
(回線・収録・機材準備・ディレクション・
オペレーション・エンコーディング等)
- ・配信機材とネットワークを
冗長化し安定配信
- ・PC、モバイル端末のほか、
街頭ビジョンや映画館、SNSなど
多様な配信が可能



独自のネットワークシステムで、**快適な閲覧環境**を実現します

・不測の事態にも安心な
キャッシュグループ構成

・重くなりがちな動画、ゲーム、
ネット通販、トラフィック集中による
レスポンスの悪化や通信速度の
低下を回避できる



管理画面+顧客サポートで簡単・安心のCDNサービス

J-Stream CDNext

- ◆ SSL対応・HTTP/2対応・動的コンテンツ対応の次世代CDNサービス
- ◆ 管理コンソールと顧客サポート一体型のサービス提供形態
- ◆ 管理画面上よりいつでもアクセスでき、柔軟かつ詳細な設定・変更ができます



	2019年度 (構成比%)		増減率%	2020年度 (構成比%)	
売上高	8,442	100.0	53.6	12,970	100.0
売上原価	5,526	65.5	37.6	7,606	58.6
売上総利益	2,916	34.5	83.9	5,364	41.4
販売費及び一般管理費	2,369	28.1	27.5	3,021	23.3
営業利益	547	6.5	328.2	2,342	18.1
経常利益	562	6.7	318.1	2,350	18.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	249	3.0	521.4	1,548	11.9

売上動向とコロナ禍の全般的影響

- ◆ コロナ禍に伴いオンラインでの動画配信が注目され、企業の動画活用の需要が旺盛になり、ライブ、オンデマンド、制作系全般に売上増となりました
- ◆ 医薬系:数年来Web講演会ライブ需要が成長していましたが、コロナ禍で更に需要が急増し、期中で売上は倍増しました。関連するWeb制作も需要旺盛となりました。
- ◆ 各事業会社:期初は教育用の配信が一時急増。多彩な業種で販売促進や情報共有用途の社内外向けウェビナー用途が増加しました。Web制作も株主総会関連など順調に推移。
- ◆ 連結ではSI商社系子会社のみコロナ影響から大型設備納品進まず不振となりましたが、他は製薬マーケティング関連の売上が多いビッグエムズワイを中心に医薬系関連業務増を受け、期を通じて好調となりました

損益動向

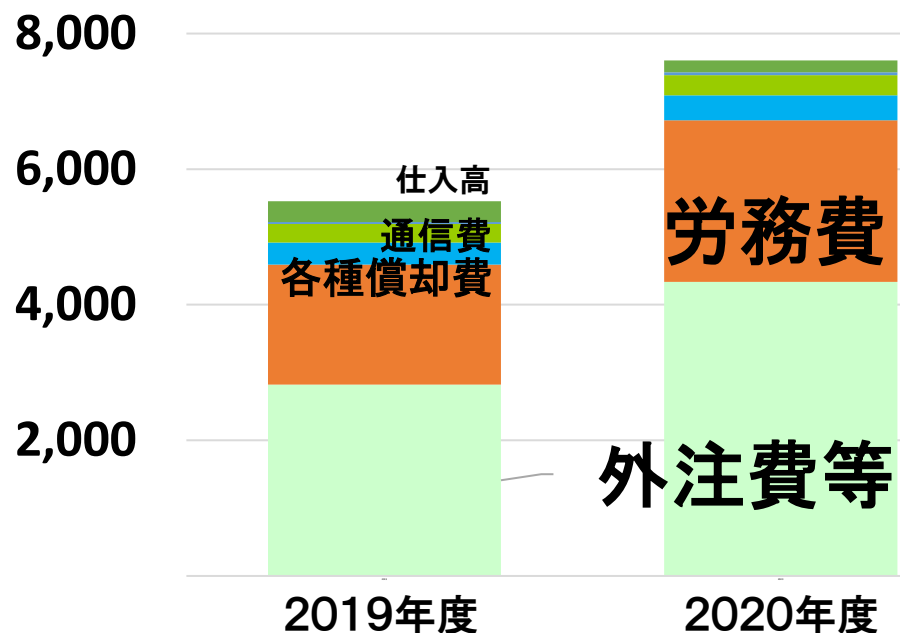
- ◆ 全般的な売上増、稼働向上に伴い売上総利益率改善
- ◆ 第4四半期に実施した特別賞与等経費増含めても過去最高の利益、利益率となりました

売上原価(連結)主要項目

(単位:百万円)

		2019年度末	主な変動要因	2020年度末
資産の部	流動資産	4,204	現預金 +4,501 売掛金 +933	9,754
	固定資産	1,682	連結調整勘定 +72 ソフトウェア +120	2,075
	有形固定資産	430		510
	無形固定資産	999		1,192
	投資その他の資産	251	敷金 +49	372
資産合計		5,886		11,830
負債の部	流動負債	1,380	未払法人税等 +559 未払消費税等 +198	2,390
	固定負債	315		280
純資産の部	資本金	2,182		2,182
	株主資本	626	利益剰余金+1,473	3,899
	利益剰余金	1,616		3,089
	自己株式	△459	資本剰余金+3,273 自己株式 △153	△306
	評価・換算差額等	0		0
	非支配株主持分	223		293
	純資産合計	4,189		9,159
負債・純資産合計		5,886		11,830

- ◆ 創業以来無借金経営を続けており、高い財務安定性があります
- ◆ 2020年度は利益水準の急成長に加え資金調達も実施し、更なる成長の為の原資を確保しました



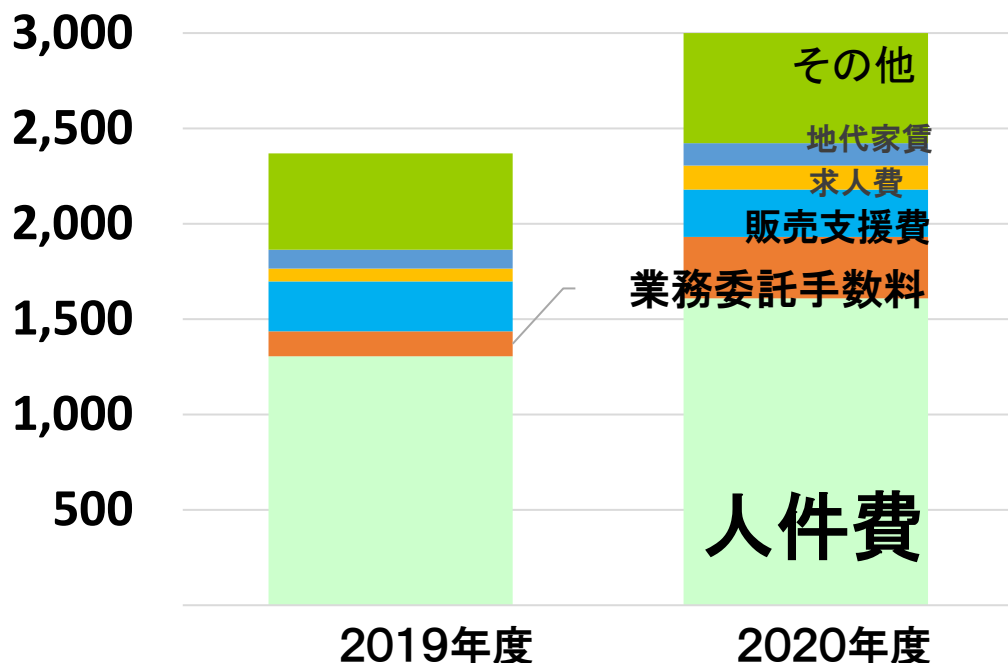
- ◆ 2019年9月に連結化したビッグエムズワイの外注費加算に伴い外注費等増加
- ◆ 単体もライブ配信案件急増に伴い関連の外注費が増加しました
- ◆ 但し付加価値の高いライブ配信案件や医薬系制作の利益率は堅調であり、利益率は上期比でも改善しています
- ◆ 本体原価部門人員増に伴い労務費増加

- ◆ 2020年11月末のアズーリ(制作外注先)のM&A(期中に吸収合併)は労務費増加要因となるが外注費削減効果あり

	2019年度	構成比%	増減率%	2020年度	構成比%
外注費等	2,821	51.1	53.8	4,339	57.0
労務費	1,769	32.0	34.6	2,381	31.3
各種償却費	328	5.9	12.5	369	4.8
通信費	272	4.9	10.1	299	3.9
その他振替等	29	0.5	51.0	43	0.6
仕入高	308	5.6	-43.0	176	2.3
売上原価合計	5,526		37.6	7,606	

販売費及び一般管理費(連結)主要項目

(単位:百万円)

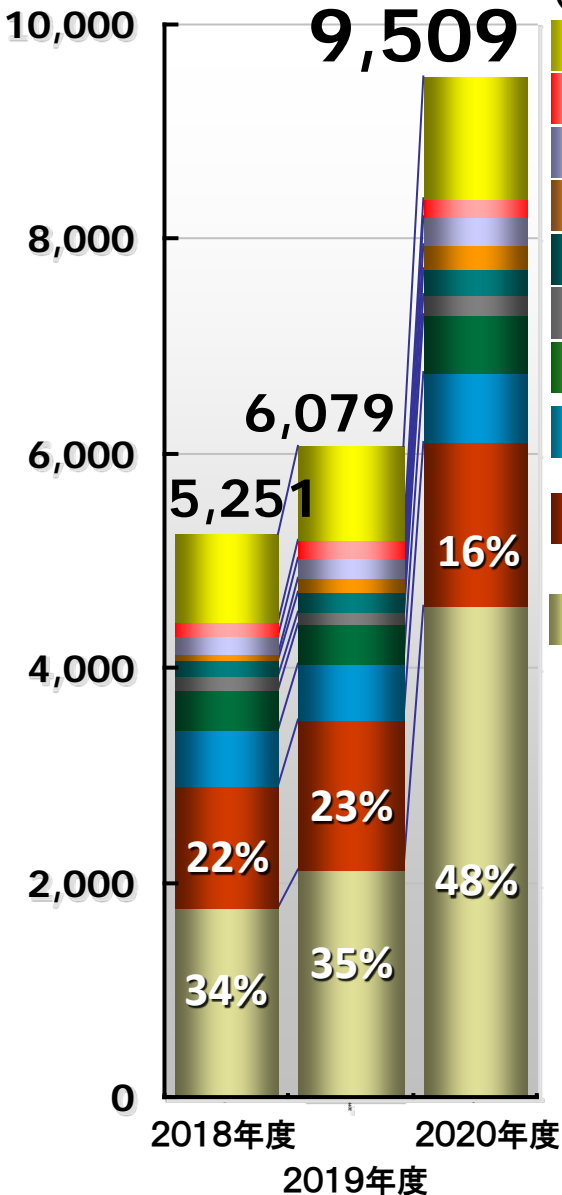


- ◆ 主に連結子会社増に伴い人件費が増加しました
- ◆ 業務プロセス効率化、社内情報システム、会計システム等開発のための業務委託手数料出費が増加しました
- ◆ 全体に経費の増加は抑制できていますが、採用促進に伴って求人費は増加しています

	2019年度	構成比%	増減率%	2020年度	構成比%
人件費	1,305	55.1	23.3	1,609	53.3
業務委託手数料	131	5.5	145.9	322	10.7
販売支援費	262	11.1	-5.6	247	8.2
求人費	66	2.8	91.5	126	4.2
地代家賃	100	4.2	17.0	116	3.9
その他	505	21.3	18.7	599	19.8
販管費合計	2,369		27.5	3,021	

業種別売上比率(個別年度別:収益認識基準未適用)

(単位:百万円、%)



- ◆ その他
- ◆ 専門サービス
- ◆ 出版・印刷業
- ◆ 他の事業サービス
- ◆ 教育・学習塾
- ◆ 郵便・電気通信
- ◆ 広告、情報サービス
- ◆ 金融・保険業
- ◆ 放送
- ◆ 医薬医療製造・卸

◆ **医薬系:** 数年来強まってきた”MR中心の人的営業から脱却し、デジタルマーケティングを推進する傾向”をコロナ禍がさらに加速。製薬企業が医師向けに行う販売促進の「WEB講演会」インターネットライブ配信を中心に、需要は旺盛です

◆ **放送系:** 見逃し配信、放送同時配信需要を取り込むキー局向けの配信、サイト制作・システム開発、サイト運用を含めた複合受注を中心に安定した推移となっています

◆ **その他の事業会社**

◆ **信託銀行経由で受注するケースが多いバーチャル株主総会ライブ配信の他、生損保によるオンラインセミナー中心の受注が安定して推移しています**

◆ **その他一般企業による動画の用途は多様であり、業界による明確な特徴は見られませんが、全体で販売促進系の引き合いが5割、3割が企業内情報共有、2割が社内トレーニング関連の需要に大別され、いずれも成長中です**

	2018	2019	2020	成長率
医薬医療製造・卸	1,760	2,125	4,587	115.8%
放送	1,145	1,395	1,514	8.5%
金融・保険業	525	518	668	28.9%
広告、情報サービス	369	372	538	44.6%
郵便・電気通信	122	116	181	56.8%
教育・学習塾	150	191	243	27.1%
他の事業サービス	61	130	228	76.1%
出版・印刷業	170	185	244	31.8%
専門サービス	128	169	169	-0.2%
その他	820	877	1,136	29.5%



業種別売上比率(個別:収益認識基準未適用)

	2019				2020				2021	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
医薬医療製造・卸	417	505	565	638	641	1,234	1,492	1,217	1,301	1,185
放送	305	316	388	386	312	433	404	364	357	431
その他の事業会社合計	603	618	610	729	729	836	863	979	949	843
個別売上合計	1,325	1,437	1,564	1,753	1,684	2,503	2,761	2,561	2,607	2,459
(以下その他の事業会社内訳)										
金融・保険業	110	124	132	153	187	170	155	155	263	161
広告、情報サービス	80	82	88	122	101	120	177	140	117	103
出版・印刷業	48	46	46	45	57	56	67	65	69	63
他の事業サービス	33	36	22	39	37	69	54	68	54	59
郵便・電気通信	24	33	12	47	25	25	21	110	49	59
教育・学習塾	79	36	35	42	64	60	50	68	46	52
その他の業種合計	229	261	274	281	257	335	339	372	351	344

市場環境

市場(売上)規模、顧客への提供価値・サービスの区分から、市場領域を3つに区分して事業戦略を策定しています。競合企業もこれら領域によって異なります。

市場領域	当社の提供価値	顧客の業種、組織等	主な提供サービス	売上の源泉
①OTT・ メディア領域 (放送・メディア業種)	コンテンツビジネス のマネタイズ 放送局のビジネス モデル変革 を支援	放送局 キー局 地方局 コンテンツプロバイダ アーティスト事務所等	大規模配信 ネットワーク ウェブサイト運用 システム開発	メディア企業原価 (エンドユーザーの コンテンツ視聴料)
②EVC領域 (メディア・医薬以外の 全ての業種)	企業のデジタル化を 支援	一般企業全般 (①、③以外の全て) 販売促進部門 人事部門 広報部門等	動画配信プラット フォーム 動画・Webサイト 制作	企業の販売促進費・ 広告宣伝費 社内教育・広報費用 (人事・総務予算)
③医薬領域 (製薬業)	製薬マーケティング のデジタル化を支援	製薬メーカー 販売促進部門	ライブ配信 イベント運営 動画制作 Webコンテンツ制作	製薬メーカーの 販売促進費

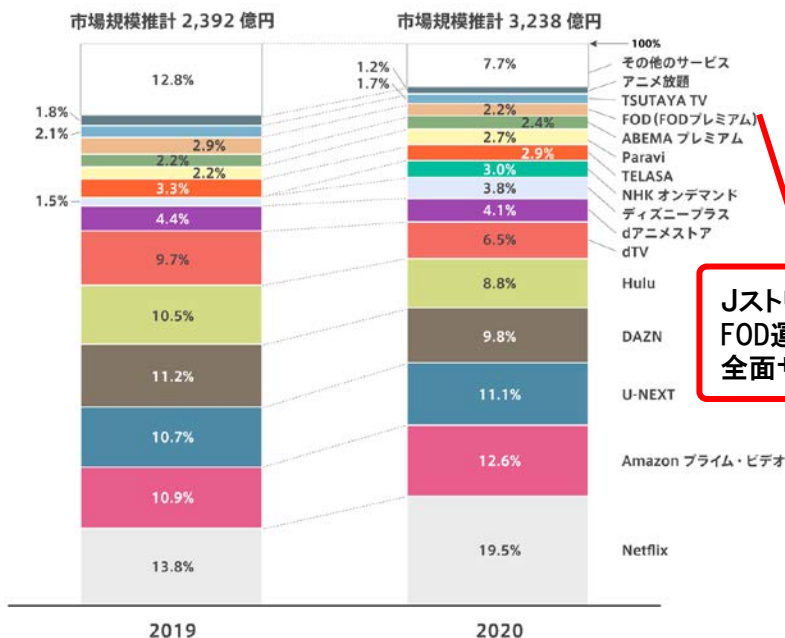
コロナ禍により市場環境が激変する中、オンラインへのニーズは大きく拡大しています

【2020年の動画配信市場全体の規模は推計3,894億円(前年比+33.1%)】

(「定額制動画配信(SVOD)」「レンタル型動画配信(TVOD)」「動画配信販売(EST)」を合わせた2020年の動画配信市場全体の規模)

コロナ禍におけるホームエンタテインメントへの関心の高まりが背景にあります

定額制動画配信(SVOD)サービス別市場シェア



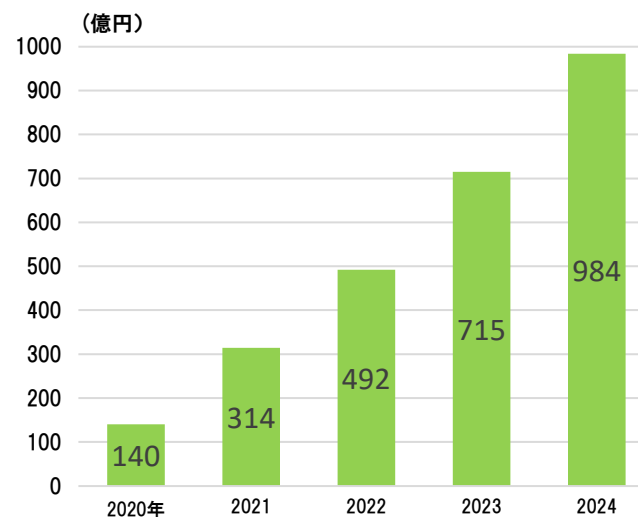
JストリームはFOD運営を全面サポート

【ライブエンターテインメント業界】

2021年には前年比約2.2倍 314億円に拡大、2024年には984億円と予測

ライブエンターテインメント業界は、新しい社会環境に対応し、リアルとデジタルの双方を活用した今までにない収益モデルの構築と、エコシステムを生み出すことで、再び持続的な成長を遂げることが予測される

デジタルにより新しいライブエンターテインメント需要を生み出すことにより、2024年には984億円規模に達すると予測されている

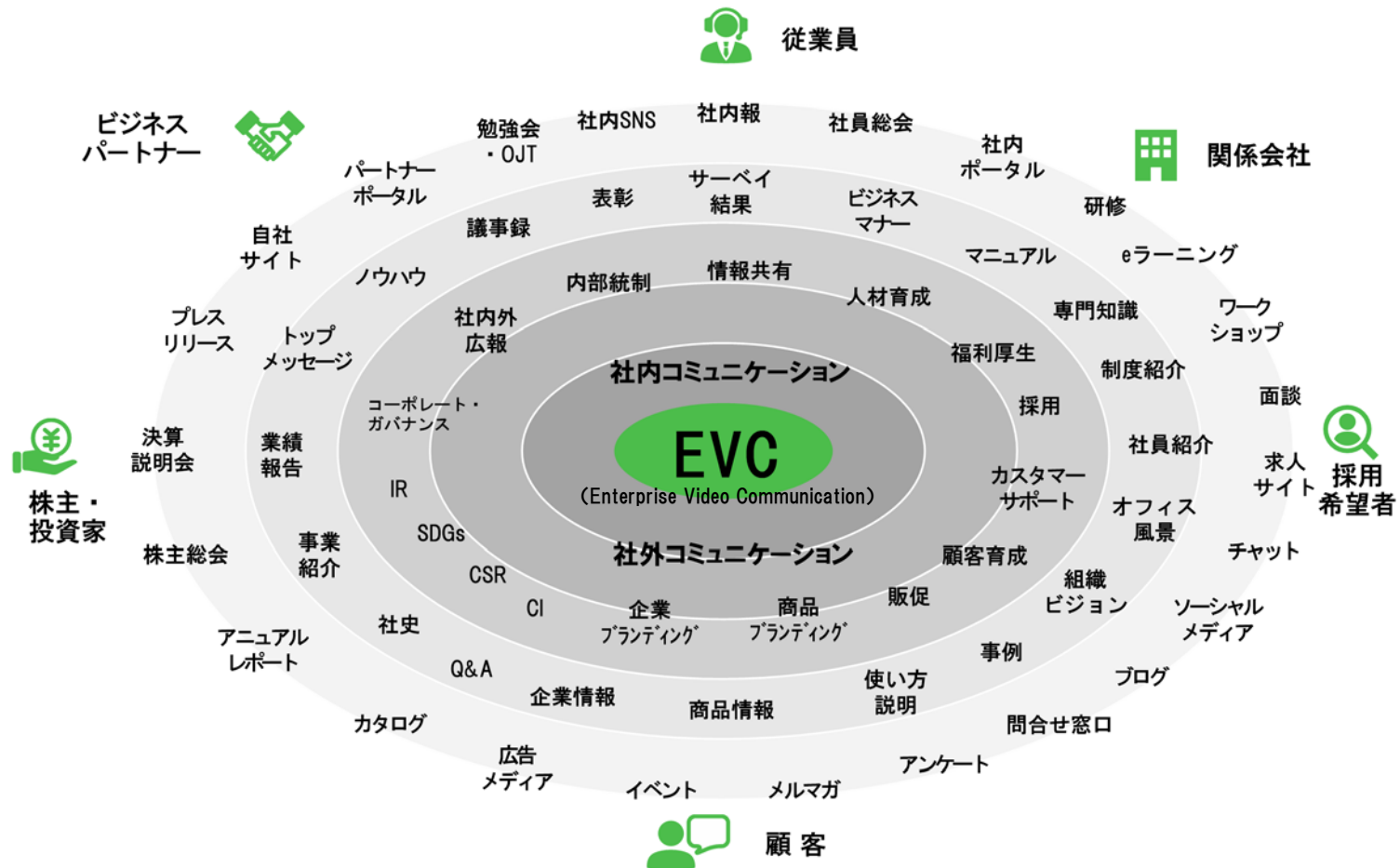


※NHK オンデマンドは2019年まで「その他のサービス」に含めていたが、2020年より切り出して集計を実施
 [資料] GEM Partners「動画配信/放送/ビデオソフト市場 ユーザー分析レポート」「SVOD 利用プラン調査」、総務省統計局「人口推計」、
 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」、総務省「通信利用動向調査」、米国 The DIGITAL Entertainment Group「Home Entertainment Report」
 および各社 IR、報道発表資料、Web サイトを用いて分析
 出典:GEM Partners「動画配信(VOD)市場5年間予測(2020-2024年)レポート」

出典:国内デジタルライブエンターテインメント市場に関する市場動向調査
 (Copyright © CyberAgent, Inc. All Rights Reserved.)

あらゆる企業活動が動画に置き換わる可能性があり、動画の利用法、対象業種とも今後のポテンシャルは非常に大きいと言えます
(医薬市場は、その中で先んじて販売促進ライブという形で成長したもの)

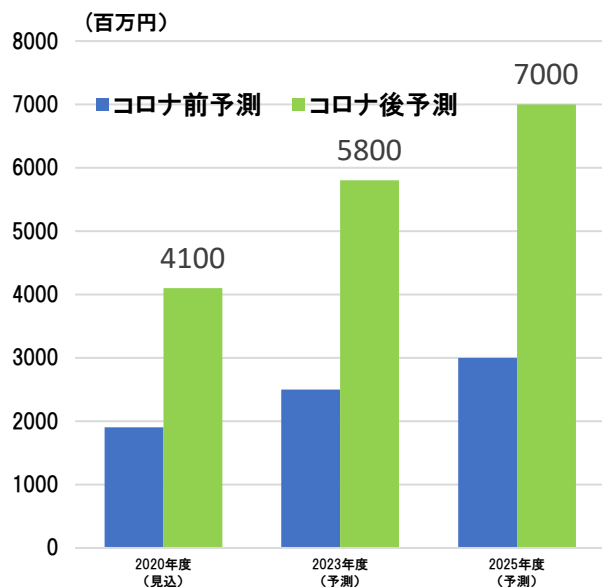
EVC(Enterprise Video Communication)イメージ



【サービス市場】

ウェビナーツール市場予測

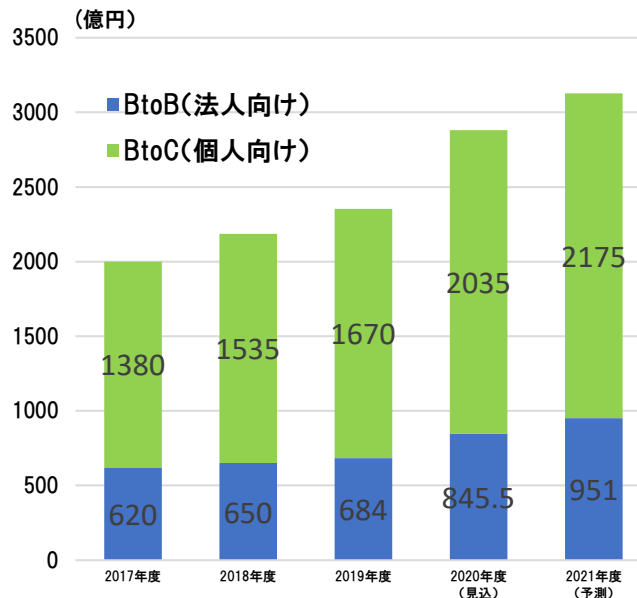
(J-Stream Equipmediaを含むライブ映像配信「ツール」のライセンス売上。当社が受注する医薬Web講演会ライブのような個別ライブ案件は含んでいない)



富士キメラ総研
After/Withコロナで加速するニューノーマル時代のICT変革ソリューション市場(2021年2月)
<https://www.fcr.co.jp/report/204q07.htm>

【エンドユーザー市場】

(市場の一例) eラーニング市場のポテンシャル



注1. 提供事業者売上高ベース
注2. 2020年度見込値、2021年度予測値

2020年度の国内eラーニング市場規模は、前年度比22.4%増の2,880億5,000万円(見込)

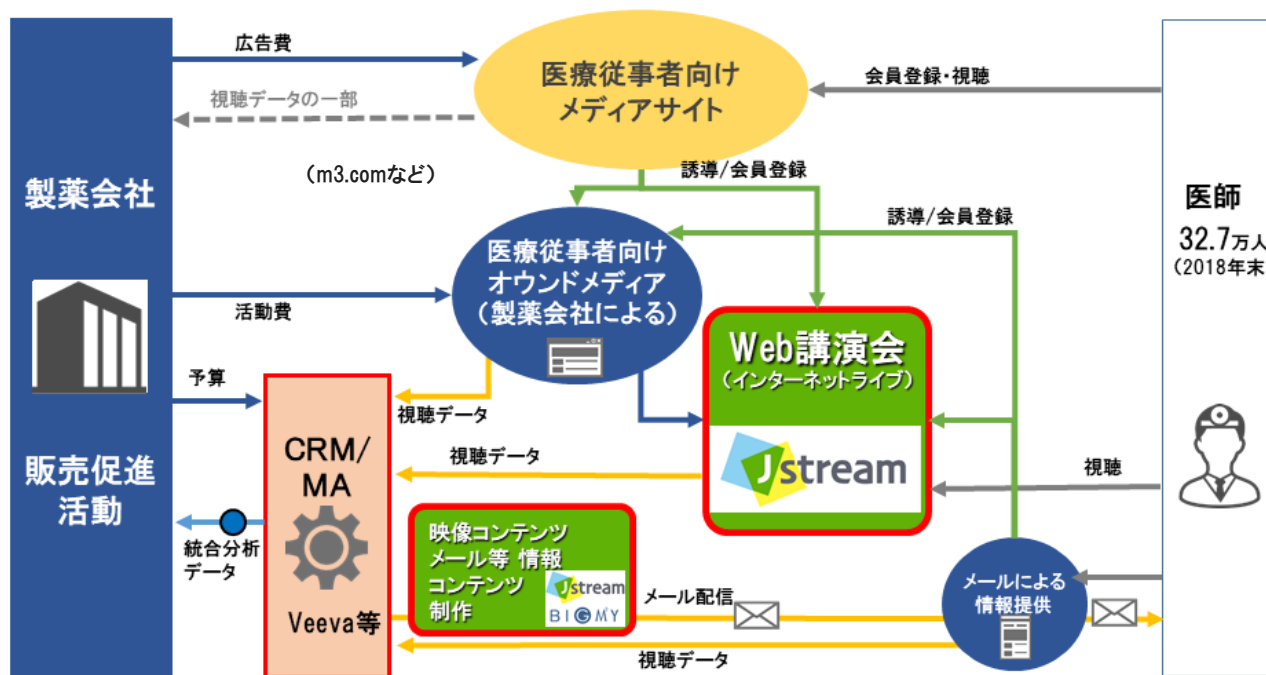
法人向け(企業・団体内個人を含む)のBtoB市場規模が845億5,000万円(前年度比23.6%増)、個人向けのBtoC市場規模が2,035億円(同21.9%増)

両市場ともにコロナ禍による需要の高まりを受けて大きく市場を拡大させる見込み

コロナ禍以降、ネットワーク・ラーニング(BtoB)市場では、企業での集合研修や対面教育などが制限され、その代替サービスとしてオンラインで完結するeラーニング関連サービス全般への需要が急激に高まった

出典:株式会社矢野経済研究所
eラーニング市場に関する調査(2021年4月26日発表)

Jストリームは製薬会社の販売促進活動／予算をターゲットとしています
(診断等医療行為そのものに関与するビジネスは現状行っていません)



- MRの訪問規制や接待規制が導入され、MRが医師と会って医薬品に関する情報を提供する機会が減少。医師がeディテールやWEB講演会、医療系SNS等のマルチチャネルでの情報収集を積極的に行うようになったのが2010年代後半の全体のトレンド
- この流れにコロナ禍が拍車をかけた(MRの病院訪問、面談実施は実質不可能に)
- Jストリームは「製薬会社がオウンドメディアを利用して実施する販売促進活動」をターゲットとしており、製薬会社の販売促進費は1兆円規模と言われ、全体は縮小傾向にあるものの
その中でDXの比率拡大は確実視されており、当社のターゲット市場の成長余地は大きい
- 季節性: 年間では秋口(9~11月)や国内メーカーの期末3月に売上が伸びる一方、1、2月は閑散期

競争優位性

【主な競合企業】

＜動画配信プラットフォーム、CMS＞
 ブライトコーブ社(US:BCOV)
 株式会社Play(日本テレビHD連結子会社)

キー局が中心顧客となるため、関係する企業数は多くない
 Jストリームはフジテレビオンデマンド(FOD)の運営を全面サポート

＜動画配信ネットワーク＞

Akamai (US:AKAM)
 JOCDN株式会社(IIJ、日本テレビを中心とした放送局各社の合併)

【当社の認識する顧客の購買決定要因(重要順)】

- ①実績(システム開発・運用)
- ②価格
- ③ソリューション提案(対応の柔軟性・UXやUI)

【競争優位】

- 配信だけでなくウェブサイトの運用まで含めた総合受託
 万一のトラブル発生時にも迅速な原因究明と対応が可能
- 創業以来の実績
- 国内系企業ゆえのサポート、サーバー配置

共同構築したワンストップイベント配信パッケージ「イベキャス」



各分野で実績を積んできた4社が集まった
 ワンストップオンライン配信パッケージ

「昨今、リアルイベントの開催形態が大きく変わってくる中、イベントに關わる、

企画・制作、チケットング、オンライン配信、映像制作、プロジェクト・マネジメントの

各分野で実績のある4社が集結し、ワンストップオンライン配信パッケージを開発いたしました。

各社の強みを生かしたソリューションで、セミナー、講演、トークショー、音楽ライブ、など

幅広いカテゴリーへの対応が可能です。



ワンストップパッケージによるマルチソリューション



【主な競合企業】

＜動画配信プラットフォーム、CMS＞

ブライトコーブ社(NASDAQ:BCOV)

Vimeo(NASDAQ:VME0)

他、動画配信をメニューとして提供している会社は、
10人規模の小規模な会社から無数に存在(但しそうした企業は
ネットワーク整備は行っていない)

＜WEB制作・映像制作等＞

WEB制作・映像制作会社各社

個人事業主レベル・小規模から多数存在
案件の座組により変わる

【当社の認識する顧客の購買決定要因(重要順)】

案件の構成に左右される

動画配信PF

①実績

②サポート体制

③機能

(疑似ライブ等の独自機能、
他社サービスとの連携)

WEB、映像制作等

① 提案内容(配信と
併せてトータルで)

② 実績

③ 価格

【競争優位】

- 配信だけでなくWEB制作・映像制作・運用まで
ワンストップ対応できるソリューション
(顧客負担の軽減/対応の安心感)
- 日本の企業ユーザーに最適化された動画配信
プラットフォーム管理画面
- アフター含むケア
Equipmedia: サポートチームの手厚い対応
- 自社CDNを利用したネットワークとプラットフォーム
の一元管理による高いサービス安定性
- 大規模配信への対応力
- 複数のパートナーCDNと連携したマルチCDN
ソリューションの提供
- 企業が実際に動画を利用する上で参考になる
成功事例の豊富な蓄積

【Web講演会市場における競合】

木村情報技術(佐賀県:代表取締役 木村 隆夫)

ブイキューブ(3681)

エムスリーデジタルコミュニケーションズ

(2413 エムスリーの100%子会社)

後者2社は「支店開催」と言われる、MRや事業所レベルが主催する比較的小規模のリアル開催の代替となる講演会(単価30-50万円、コロナ以前のリアル開催数は年間10万回とも言われた)を主な顧客としており、
当社が主力としている「本社開催」
(薬剤のブランドマネージャークラスが主催し、コロナ以前から全国規模で大会場+Webで行われてきた:単価150万円超)の講演会で直接競合する場面は多くありません

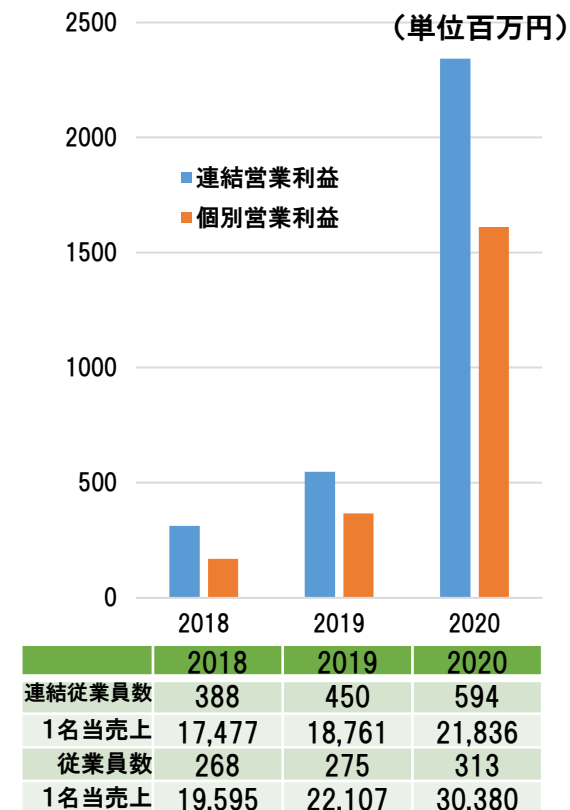
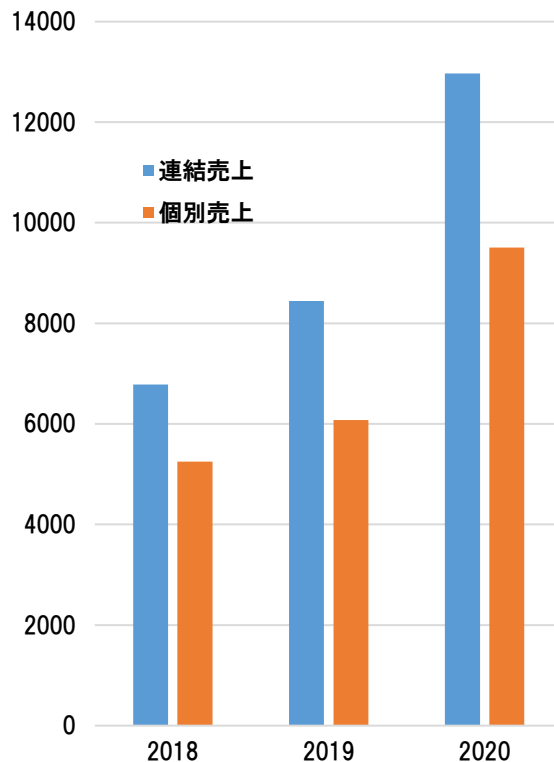
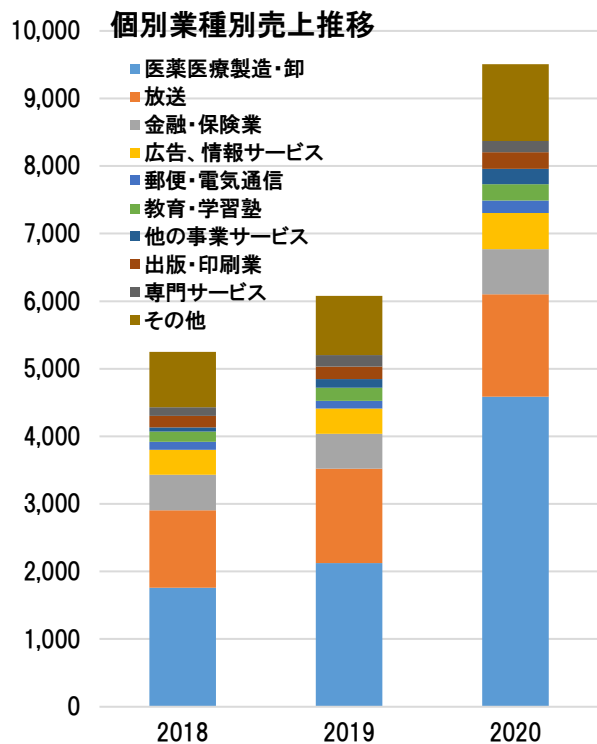
【競争優位】

- ライブ配信の安定性、映像品質
- 会場等各種手配、講演者接遇(非常に高名な医師である場合が多い)等を含めた、トータルでのイベント運用能力
(=アナログ的な高い参入障壁があります)

【当社の認識する顧客の購買決定要因(重要順)】

- ①実績(豊富な現場実績、事故のなさに対応)
- ②提案内容(対応範囲の柔軟性が評価されやすい:
「イベント丸投げ」的依頼にも対応)
- ③認証、チャット等を含めた機能提供

成長戦略

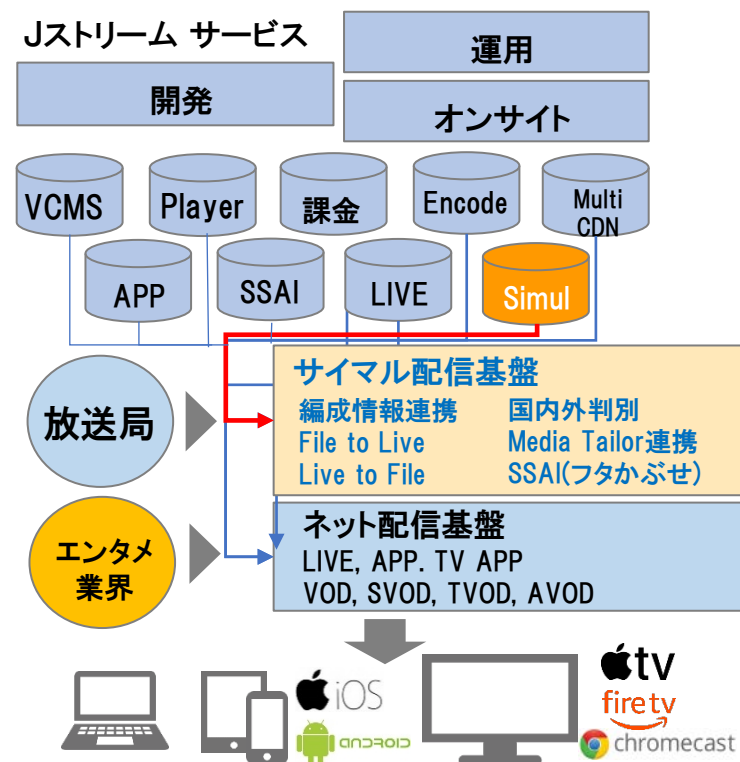


■背景

- OTT領域ではメディア・コンテンツプロバイダのニーズであるマネタイズに貢献できるサービスの提供、一般企業の動画利用に関わるEVC領域においては販促や社内情報共有、トレーニングなど、それぞれの用途に即した付加価値の高いサービスを提供することを第一として事業を拡大してきました。そうした中、新型コロナウイルス感染症の蔓延に伴い、動画を含むWebコミュニケーションの有用性に関する認知が広がりを見せることとなり、当社事業にとっては成長の加速要因となりました。
- 当社がスタッフを派遣して行うライブ配信やEquipmediaの動画配信(販促ウェブセミナー、教育コンテンツのオンデマンド配信やユーザーのセルフライブ等)、疑似ライブ収録等の需要が増加したのと同時に、当社も顧客もユーザー成功事例を蓄積することができました。
- 2020年度は売上、営業利益とも過去最高実績を更新することになった一方、拡大する市場に対応できる体制の充実がさらなる成長には必要と認識しています。動画の有用性に気付いた企業による様々なシーンでの動画利用は、コロナ影響が沈静化した後も続く新たなスタンダードになると認識しており、Jストリームとしては戦略の方向性については踏襲しつつ、よりスピードアップを意識して事業拡大を追求いたします。

- ◆ フジテレビ(FODサービス運営をトータル受託中)他、キー放送局を中心とした顧客に対し、最適な運営体制を維持しつつ、継続した改善提案
- ◆ メディア市場に必要な技術開発とSIにおける品質向上
2021年度Q4:新サービス投入予定
- ◆ 放送局以外のコンテンツプロバイダによる配信ビジネス市場(エンタメ市場)の開拓と、そのニーズに合わせたEquipmediaの機能強化
- ◆ サービス強化の方向性
OTTプレイヤー、SDK開発
次世代フォーマット対応
外部サービスとの連携強化(Grabbyo・マルチCDN等)
アプリ開発力の強化

動画ソリューションによるビジネスモデル変革支援



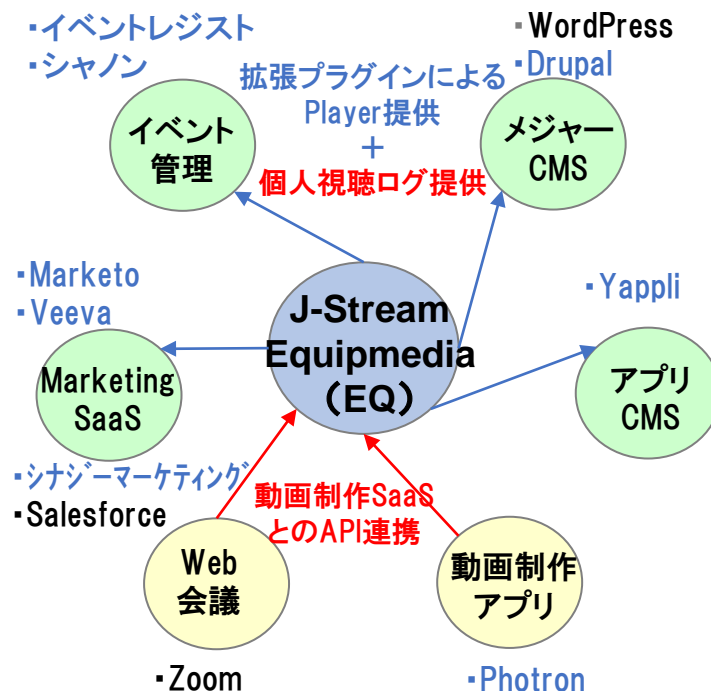
✓ 地上波放送品質に準拠した
サイマル放送ソリューションの提供

✓ エンタメ業界の収益化に向けた支援
 ・ライブイベントの配信支援
 ・マネタイズの仕組み提案

成長戦略: ②EVC領域

- ◆ バンドラー戦略によるEQ機能補完・拡充、パートナー経由のリード獲得・拡販(右図) 多様な利用用途(セミナー/イベント、社内情報共有、教育/研修)に開発・営業の負担を低減しつつ対応する
- ◆ コロナ環境下での企業ユーザーの利用拡大に対応、大量配信・視聴に伴う顧客の費用負担に配慮したEQ最上位となる 「Enterprise エディション」を投入(2021/8月)
- ◆ バーチャル株主総会の需要期に提供できる リソース体制整備・機能強化・パートナーアライアンス促進 (2021/3月時点でほぼ対応体制確立、2022年度内も需要見つつ強化)
- ◆ 金融企業の社内動画利用の促進

有力SaaSプラットフォームとの連携



※連携先は候補(青字は連携済み)

- ✓ 有力SaaSへ拡張機能プラグインでPlayer + 個人視聴ログ連携を行いEQとバンドルして販売を行える状態をつくる
- ✓ 当社とは別切り口で動画データを提供する有力SaaSに対しても、API、SDKを利用してEQ側で対応することで連携を実現していく

成長戦略: ③ 医薬領域

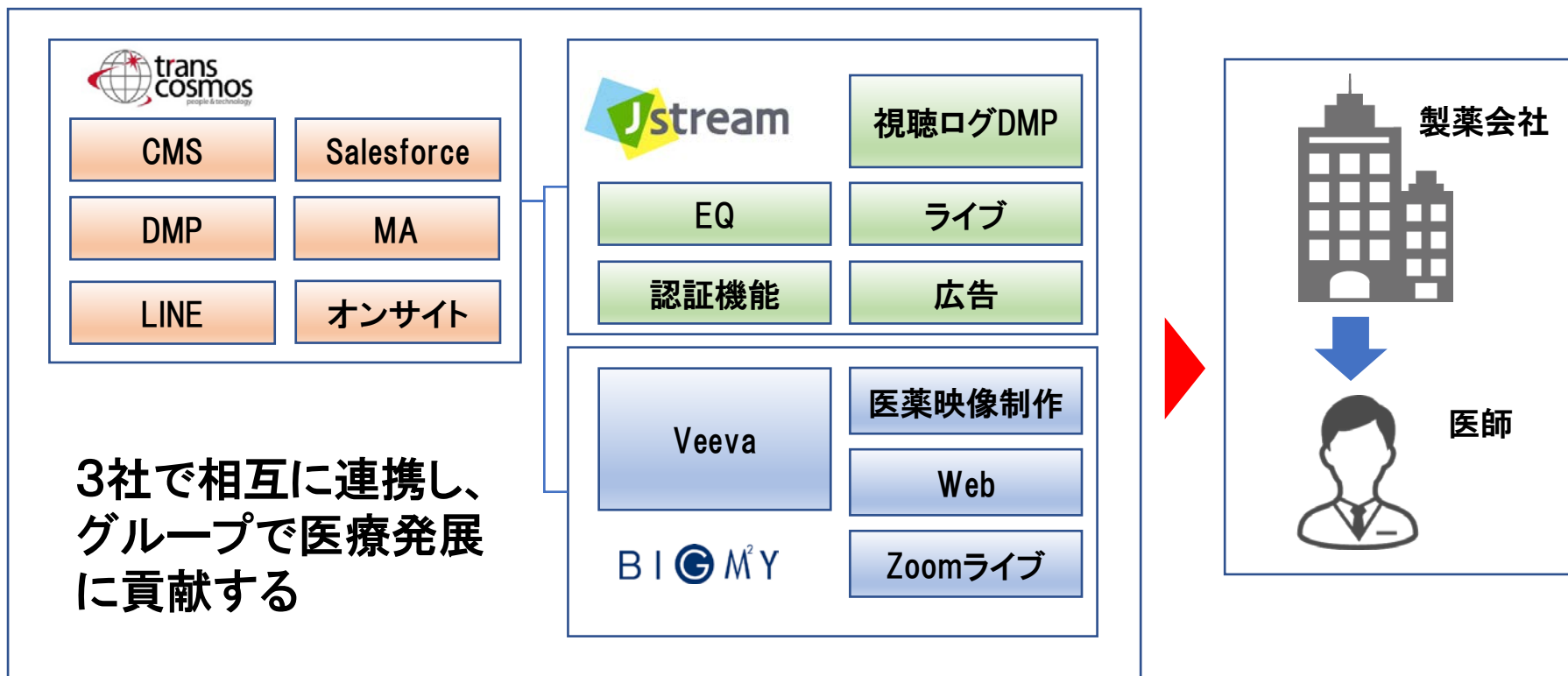
- ◆ Web講演会需要が加速した市場であり、ライブ配信現場の対応品質を保ちつつ、量的拡大へ対応。急増する売上に対応する体制維持する
- ◆ Web講演会に加え、Veeva対応コンテンツ制作を通じて安定した売上を確保する
- ◆ 医薬DMPを始めとしたデジタルマーケティング戦略の推進(WEB講演会データ+MAツール)
2021Q2から協力企業がβ利用開始
Q3内にサービス投入を予定
- ◆ デジタルマーケティング領域において、トランス・コスモス(国内系企業が主に使うSalesforce、LINEマーケティング、オンサイト派遣等実績)、ビッグエムズワイ(外資企業中心に普及する製薬メーカー向けマーケティングプラットフォーム"Veeva"向けコンテンツ制作において国内一の実績)と協同で差別化図る
(次頁:本格展開は2022年度以降)
- ◆ サービス強化の方向性
大規模イベントに対応したプロフェッショナルサービス
人的オペレーションのシステム化
SSMLや低遅延配信等の機能強化

医薬デジタルマーケティングへの転換を支援

提供していくサービス



- ✓ 製薬会社のデジタルマーケティングを支援
- ✓ DMPによるWeb講演会の視聴ログ活用
- ✓ 主要CMSのEQプラグイン提供で動画拡充
- ✓ デジタル資材のファクトリー機能の提供
- ✓ 主要取引先の支店開催を獲得



製薬企業周辺的环境変化に対し
医薬デジタルマーケティングへの転換を支援していく

投資総額705百万円 (2020年度実績比+4%、計画比+36%)

2020年度対比、投資計画額を大幅増とし、サービス開発、競争力向上、業務効率化を進めます
(損益には97百万円程度の影響を見込んでいます)

投資項目	2021年度 投資項目	予算	PL増減費用
サービス ソフトウェア投資	Equipmedia関連開発(ポータル機能、教育サービス対応、エンタメ向け機能増強 等)	162	
	EQ MediaSuite(大規模メディア向け機能開発)	30	
	各種サービス共通基盤開発 (認証、超低遅延、アプリ 新機能、他サービスとの連携)	61	
	CDNext機能増強	34	27
	既存ASP保守(セキュリティ配信P、マルチDRM保守)	2	
	既存ソリューション等サービス拡充	18	
サービス ハードウェア投資	ネットワーク汎用プラットフォーム (ストレージ増強、CDN増強、 コンテナ基盤サーバー等:定常的に増強実施中)	270	56
	ライブサービス(エンコード機材、映像転送機材)	30	9
	既存ソリューション等サービス拡充	3	
業務支援 ソフトウェア投資	ビジネスプロセス管理システム	94	4
	投資額総計	705	97

当事業戦略の分析軸となっている、OTT・メディア領域、EVC領域、医薬領域の3区分全てにおいて、市場規模が拡大するとともに、顧客に求められる機能が高度化することが想定されます。これらに対応するためには、当社グループでのサービス開発に留まらず、ビッグデータ解析や、様々な機能に特化したCMS、SaaSプラットフォーム提供事業者等、事業拡大のスピードアップが図れる企業等を対象として、M&Aや資本業務提携を検討・実施することが必要であると認識しています。重視する点は下記のとおりです。

- ①OTT・メディア領域: 放送同時配信収益化に貢献するサービスや広告メニューの構築、展開力
- ②EVC領域: 社内情報共有、社内コミュニケーション推進、教育・各種トレーニング及び販売促進等の多様な利用シーンに対応し、動画と組み合わせるソリューションを形成し、様々な機能を提供する能力
- ③医薬領域: 製薬会社のデジタルマーケティングを総合支援するメニューやCMS等インフラを提供する能力

なお当社が現在展開している動画ソリューション事業と関連性が薄い企業に対して売上獲得のために実施するようなM&Aについては、グループの統制や円滑なリソースの配分を損なう恐れがあるため、積極的な取り組みはいたしません。

M&A原資調達を目的に、自己株式を利用した新株予約権による資金調達を実施(2020年10月~11月)
34億円を調達
支出予定期間 2020年10月~2023年3月

2020年11月にアズーリを買収(買収後連結子会社ビッグエムズワイに吸収合併)、本件に約7億円を充当済み

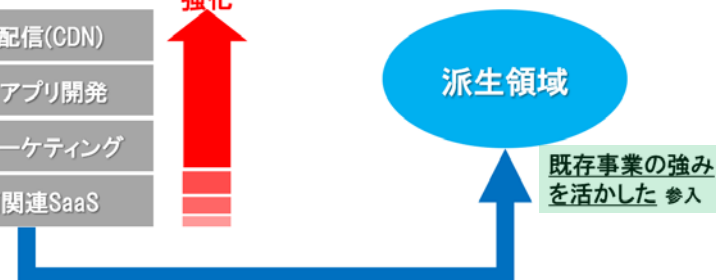
①既存事業拡大

現在の事業の強化し、顧客ニーズの対応領域を拡大させる

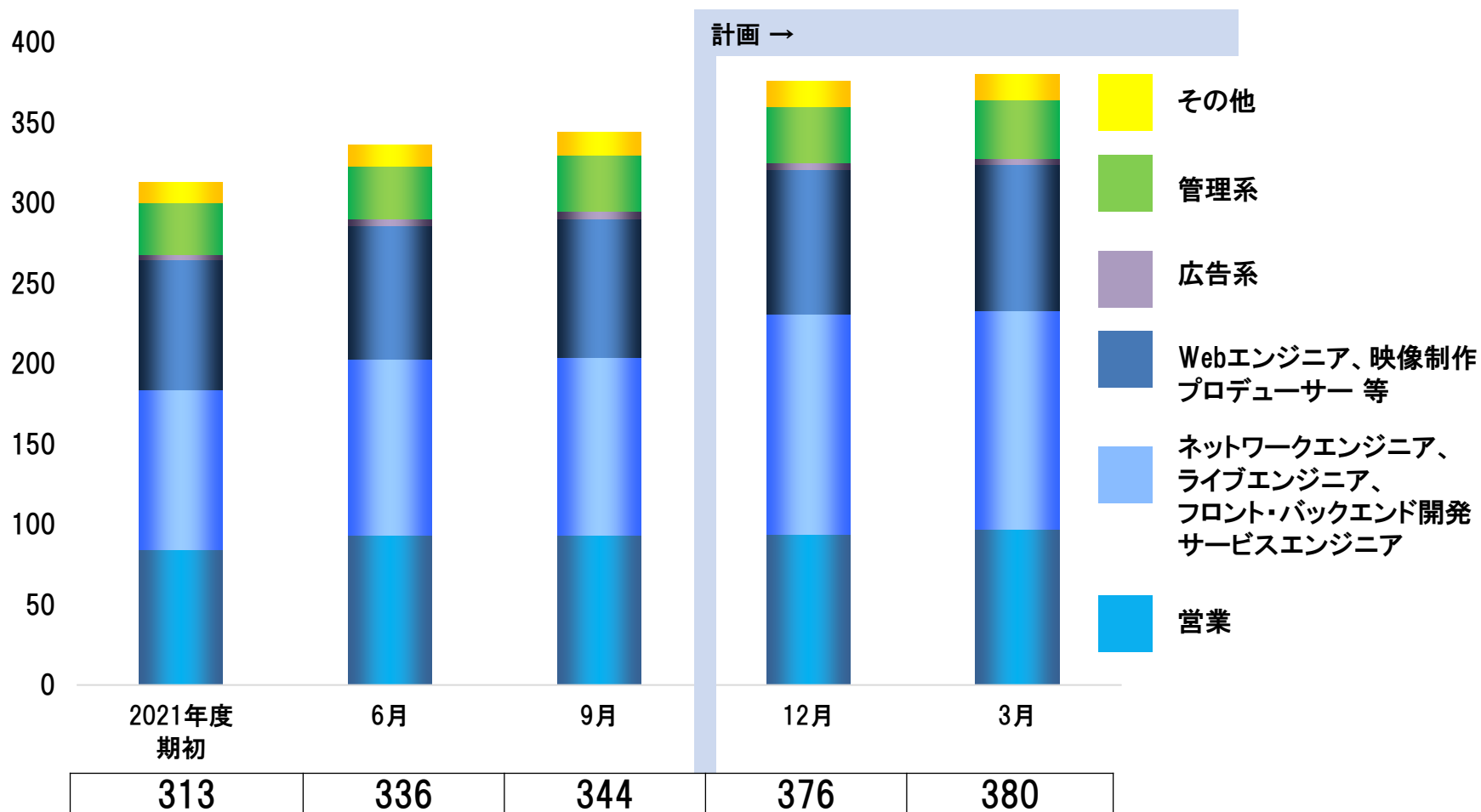


②派生領域への展開

ノウハウや人材を活かし、既存事業とは別の柱となる新規事業を創出する



Equipmedia等の提供中のサービスの機能強化や新サービス開発の為のサービスエンジニア、配信インフラやライブ現場を支えるネットワークエンジニア・ライブエンジニアを中心に採用を推進する。売上が下期において伸びる季節性があること、サービスの期中開発推進を推進する狙いから年度内において早めの採用、戦力化を図る計画としています。



リスク情報

当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクは以下の通りです。

①メディア市場関連

リスクの種類	発生可能性	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
	発生時期		
市場の成長に関するリスク	中	売上高成長時期の遅れ	放送同時配信利用者の伸び悩み
	2020(放送同時配信開始)から5年程度		当社がエンド市場(ユーザーの視聴動向そのもの)への働きかけを行うことは困難であるため、放送局の収益向上に寄与する提案、機能開発を継続し業界との関係を堅持する
競合に関するリスク	小	売上高の減少 販売単価下落 利益率の低下	JOC DN等、TV局出資を受ける企業による案件受注
	常時 (大口顧客の受注入札は3年に1回程度)		実績、信頼性が重視される顧客層であり、運用体制向上により、信頼度向上させ乗り換えリスクを低減する(ワンストップによる対応の速さ、柔軟性等を強化し顧客要望に応える)
当社に内在するリスク	小	売上高の減少	大規模配信、放送同時配信関連機能の開発リスク
	2022～ 常時 (将来的に求められる機能への対応が不十分となる可能性)		必要とされる機能が満たせない場合顧客の獲得不調、喪失につながる可能性があるため、政府系を含めた実験参加や海外情報の収集、業界動向研究、開発能力向上を継続し、新機能の提案や新たな機能ニーズへの迅速な対応を行う

投資者の判断に特に重要と当社グループが考える事項について、販売、市場競争等に関する観点を中心に記載しています。本項の記載内容は当社株式の投資に関するすべてのリスクを網羅しているものではありません。当社グループはこれらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項に記載されていないリスクについては、有価証券報告書、「第一部【企業情報】」「第2【事業の状況】」「2【事業等のリスク】」をご参照ください。

②EVC領域（メディア・医薬以外の全ての業種）関連

リスクの種類	発生可能性	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
	発生時期		
市場の成長に関するリスク	小	売上高減少	<p>コロナ流行を契機にWeb系にシフトした情報発信のリアル回帰</p> <p>一部の、コロナ対策の為やむなくWeb化を推進した顧客についてはは案件減少の可能性はあるが、Web・動画活用により地理・時間的障壁を超えた成果を挙げるケースも多く、完全なリアル回帰ではなくハイブリッド型展開が増え、影響は大きくないと認識している</p> <p>引き続き動画利用の成功事例を見込顧客に展開、新規顧客獲得を推進する。これは当社の元来の営業スタイルであり、コロナ環境下での事例蓄積や顧客の意識変化勘案、従来より営業活動の成算は改善すると考えられる</p>
	新型コロナウイルス感染症蔓延収束後		
競合に関するリスク	中	売上成長の鈍化	<p>大規模配信ネットワークを保有しないが低価格な動画配信PFを提供する競合による逸失</p> <p>低価格市場である為、当社の差別化要素である大規模ネットワーク・配信の安定性等へのニーズが強くない顧客については、ある程度の逸失は許容する</p> <p>主力サービスであるJ-Stream Equipmedia低料金プランの提供は継続し、幅広い顧客層を受け入れる柔軟性を確保する</p>
	常時		
当社に内在するリスク	小	売上成長の鈍化	<p>動画配信プラットフォーム機能の開発リスク</p> <p>市場において必要とする機能を提供が不十分な場合、大手競合対比の競争力が不足することによって顧客獲得が順調に進まない可能性がある。販売促進・トレーニング・情報共有など、各々の動画利用シーンに合わせて、それに適した機能を提供する他社（マーケティングデータベース、LMS等の提供会社）との連携を進め、当社の開発負担を動画部分に限定すると同時に顧客の課題解決に貢献する</p>
	常時		

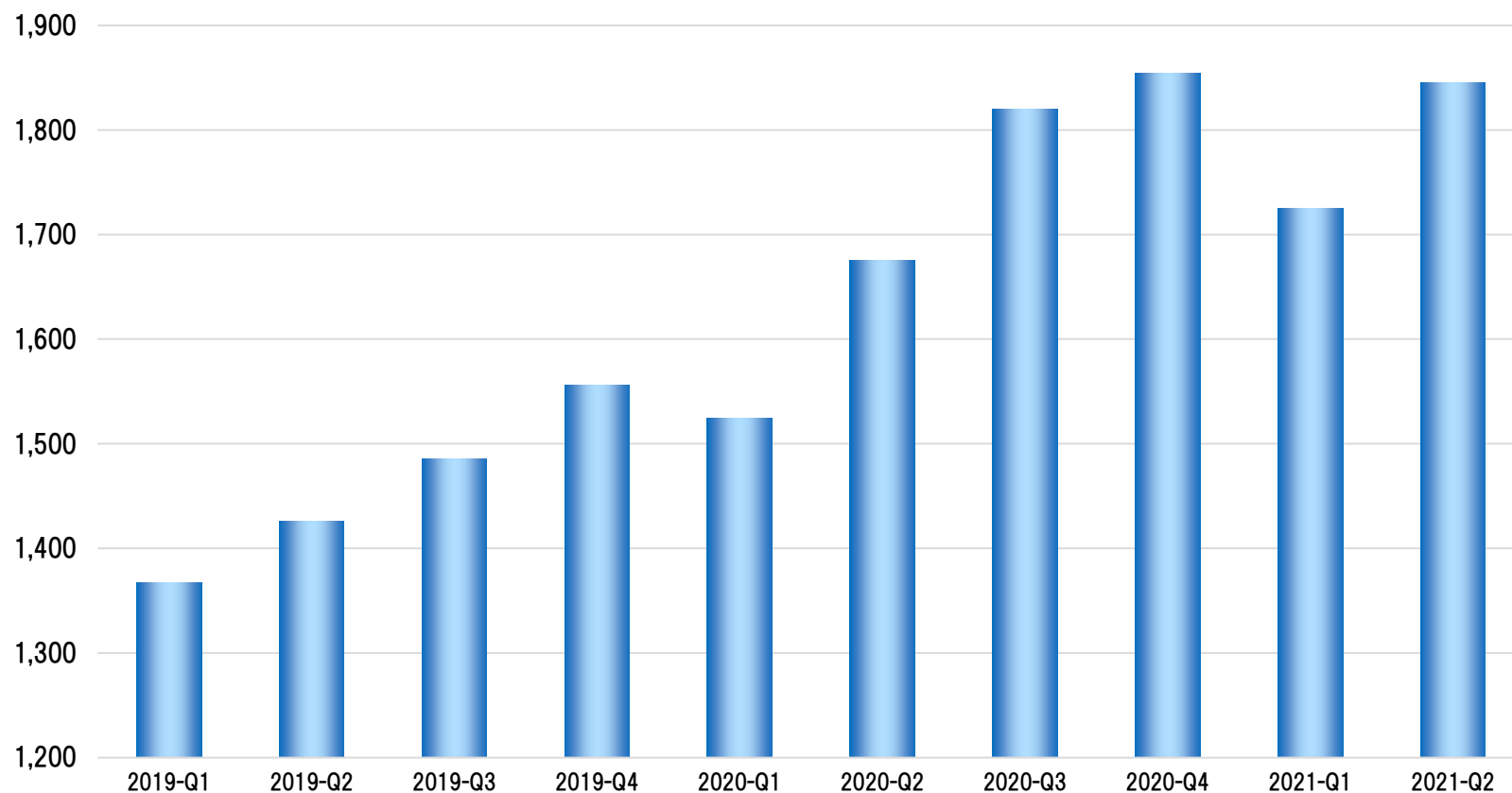
③ 医薬領域(製薬業)関連

リスクの種類	発生可能性	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
	発生時期		
市場の成長に関するリスク	中	売上成長時期の遅れ 売上成長の鈍化	Web講演会売上比率の上昇に伴う依存度の上昇 製薬メーカーの「本店開催Web講演会」企画キャパシティ不足に伴う市場成長の鈍化
	常時		現在主力であるWeb講演会ライブ配信の売上に留まらず、その視聴ログ分析や他データベースとの連携、当社親会社グループも含めたマーケティング手法の提案、展開を通じ製薬メーカーのオウンドメディアによるマーケティング上流に参入し売上源の多角化を推進する Web講演会についてはイベント手配運営を総合受託できる体制を堅持し顧客が内容企画に集中できる環境を整備、開催数の増加を支援する
競合に関するリスク	中	売上高の減少 販売単価下落(値下げ競争による利益率の低下)	木村情報技術、M3DC、ブイキューブ等競争企業によるシェア拡大
	常時		実績が重視される顧客層であり、イベント手配や出演者接遇を含めた運用体制向上により、信頼度向上させ乗り換えリスク低減する 上記の売上源の多角化を推進することで、当社提供サービス全体の競争力を向上させ、受注拡大を図る
当社に内在するリスク	小	売上成長の鈍化	ライブディレクター、エンジニア 人員育成/外注先確保の不足による受注キャパシティ不足
	繁忙期(月) (ライブ配信は季節性があり9月—11月に顕著になる可能性がある)		需要が急増した2020年度内においてはライブ配信現場人員の不足に伴いWeb講演会開催集中日において謝絶せざるを得ないケースがあったが、2020年度内及び現在も継続している増員(プロパー採用+外注先育成)により十分な受注体制を確保できている

経営参考指標、業績予想

少額でも取引開始し、成功事例を積み重ねて取引規模を拡大させていく方針であり、同一企業内でも多部門に利用いただくケースが多いことから、取引社数からさらに踏み込んだ取引先窓口数を重視しています。

多くの年間契約は3月末区切りとなっており、期末～期初にかけて一旦見直し等で取引先数は減少しますが、年度内においてはEquipmedia等の長期契約が積み重なることから基本的に右肩上がりとなります。



取引先窓口数

1,367

1,426

1,486

1,556

1,524

1,675

1,820

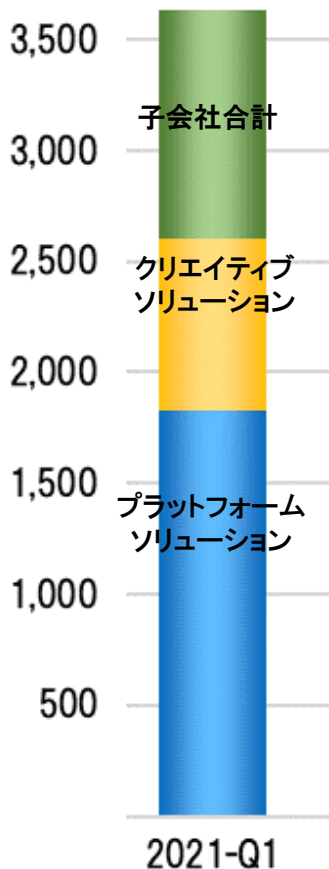
1,854

1,725

1,845

参考指標:各ソリューションに分類される売上について

(単位:百万円)



【プラットフォームソリューション】に含まれる売上形態 **ストック的性質が強い**

ライブ配信(イベント対応)

医薬Web講演会、株主総会等 ライブは配信インフラに加えて人員が重要なサービス・差別要因になっており利益率中程度(下記Equipmediaに比べれば変動費が多い)

J-Stream Equipmedia (年間契約が中心のOVP)

ユーザー自身によるオンデマンド及びライブ配信が可能な動画配信プラットフォーム。一般企業の販促セミナー等に利用。サービスとしての利益率は最も高い

J-Stream CDNext(アクセスが集中するイベント、メディア、公共サイトが利用)

メディア、スポーツ等の大量アクセスが発生するサイト、自治体、公共交通機関の災害時の情報発信、大手企業サイト等アクセスが集中する際とで利用。Equipmediaには劣るが中程度の利益率。

大規模オンデマンド配信(メディアによるコンテンツ配信サイト利用)

長期にわたり運用を受託、オンサイト業務などを行う。受託業務であるためプラットフォームと比較して収益率は低い、高度は技術とノウハウを必要とし、長期的な収益につながる。

【クリエイティブソリューション】に含まれる売上形態

フロー的性質が強い

コンテンツ企画(一般企業向け)

Web制作

撮影・編集・収録映像制作

システム開発・アプリ開発

ウェブサイト運用受託(メディア企業向け中心)

動画広告・視聴解析等

医薬Web講演会集客のための医薬系メディア広告出稿

機器納品(稀に顧客要望から発生)等

都度契約が中心であり納品検収で終了

多くはEquipmedia等配信サービスとセットで提供する

【子会社合計】に含まれる売上形態

多くはフロー的性質が強い

医薬メールマーケティングに用いられる

コンテンツ制作(Veeva向け)

製薬系情報を中心とした映像制作

医薬Web講演会対応

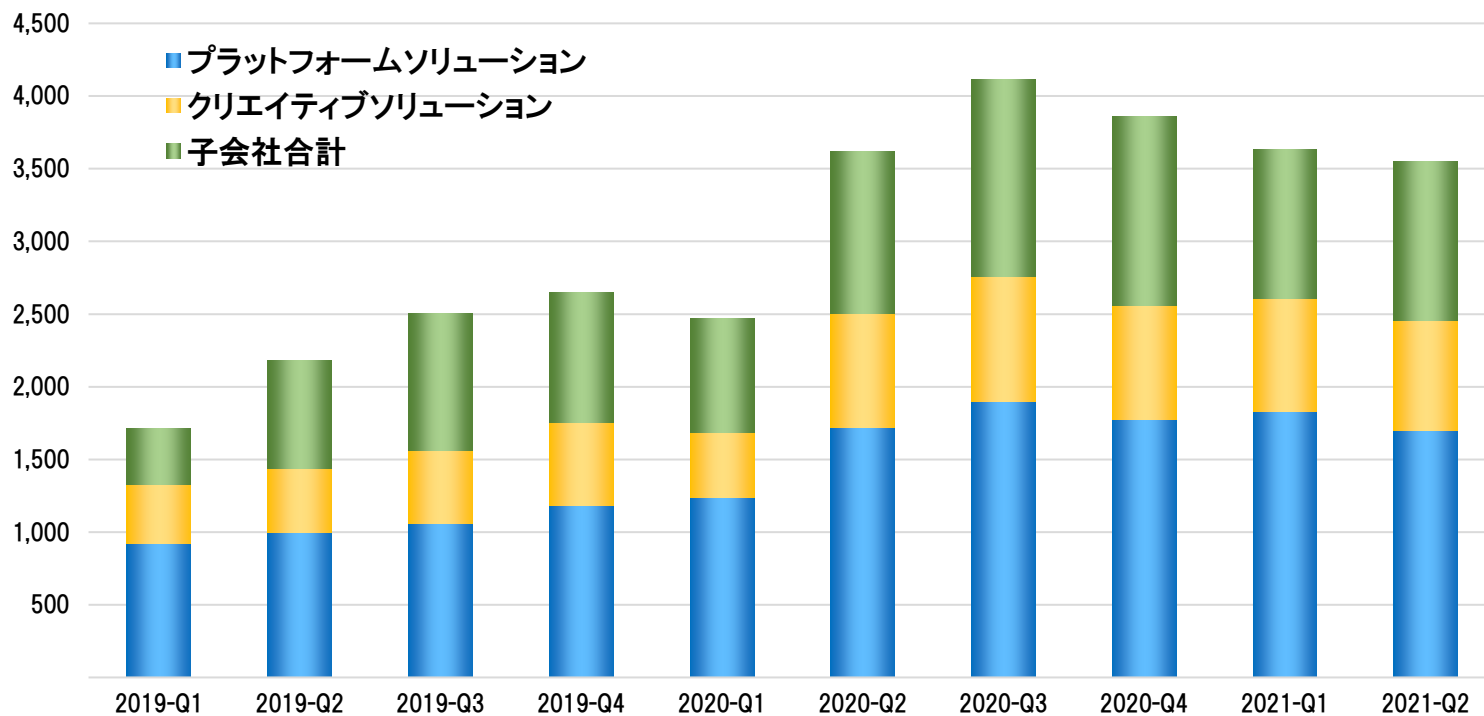
配信に伴うセキュリティ対応・著作権

保護・課金処理等

各種Web制作売上

放送系機器導入SI業務

利益の源泉である配信を中心とするプラットフォームサービスを軸としたJストリーム個別の動画配信系プラットフォームソリューションと、案件受注の入り口となることも多く、当社サービスの付加価値を高める制作系クリエイティブソリューションを掲載しています。



プラットフォームソリューション	918	998	1,058	1,184	1,239	1,720	1,901	1,773	1,827	1,703
クリエイティブソリューション	408	440	506	570	445	783	860	789	778	755
子会社合計	391	744	940	894	784	1,116	1,351	1,297	1,028	1,088

注)上記子会社合計は連結処理前の数値であり、Jストリーム個別数値と合計した場合、連結決算数値と同一にはなりません

(単位:百万円、%)

	収益認識に関する会計基準適用後			(参考)旧基準によるもの		
	2020年度実績 (参考数値:未監査)	2021年度予想	対前期増減	2020年度実績	2021年度予想	対前期増減
売上高	12,417	13,870	+11.7	12,970	14,430	+11.3
営業利益	2,336	2,400	+2.7	2,342	2,400	+2.5
経常利益	2,344	2,390	+2.0	2,350	2,390	+1.7
親会社株主に 帰属する当期純利益	1,542	1,580	+2.5	1,548	1,580	+2.0

2021年度より収益認識に関する会計基準を適用しています

【売上への影響】

主に医薬系の集客のために利用する広告サービスの代理販売が純額表示の対象となり、2020年度において550百万円程度売上減となっています
2021年度予想においても同様です

【利益への影響】

SaaS系サービスの初期費用
売上を、契約期間に応じた
按分形状にすることによる影響が
ありますが、影響は数百万円程度
とごく僅かです

		2020年度実績	2021年度予想	対前期
新基準	売上高	12,417	13,870	+11.7%
	営業利益	2,336	2,400	+2.7%
旧基準	売上高	12,970	14,430	+11.3%
	営業利益	2,342	2,400	+2.5%
影響額	売上高	553	560	
	営業利益	6	0	

本決算短信サマリー上の掲載項目

本資料で提供されている情報には、将来の見通しに関する情報が含まれていません。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものであり、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

当資料のアップデートは今後、本決算の発表時期を目途として開示を行う予定です。次回の発表は、2022年5月を予定しております。また、KPI等の進捗状況につきましては、四半期の決算発表毎に開示いたします。

本資料に関するお問い合わせ先

【メール】

https://page.stream.co.jp/pr_inquiry.html

（お問い合わせフォーム）

【電話】

電話 03-5765-7744（管理本部 法務・広報部）