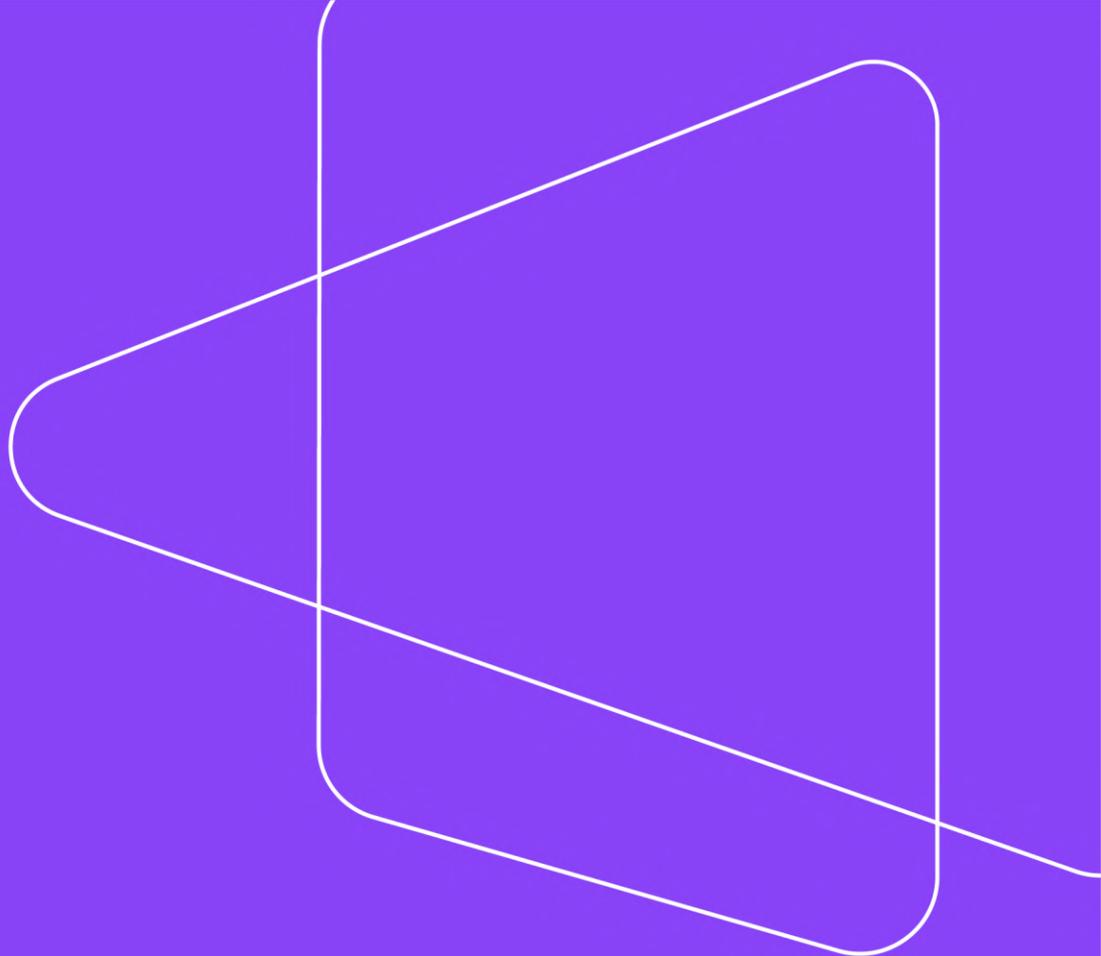
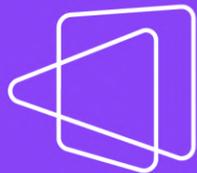


Stream
Media
Corporation

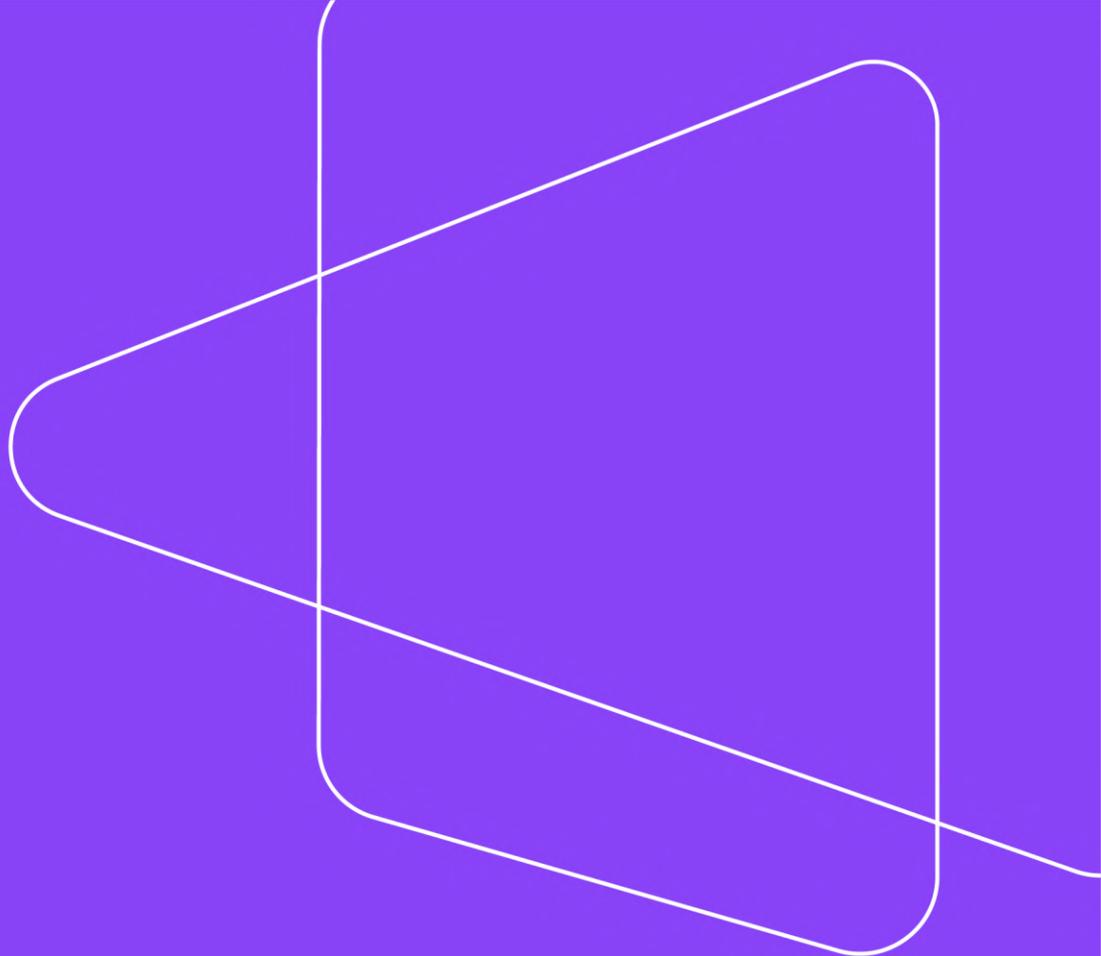


ストリームメディアコーポレーション (JASDAQ4772) 事業計画及び成長可能性に関する事項



Stream
Media
Corporation

会社概要



商号	株式会社ストリームメディアコーポレーション
本社所在地	〒106-6221 東京都港区六本木3-2-1 六本木グランドタワー21F
資本金	59億6,940万円（2020年12月現在）
主要事業内容	放送事業、著作権事業、コンサート事業、グッズ事業、音楽事業、ファンクラブ事業
事業開始	1998年4月（設立 1971年12月）
従業員数	100人（2020年12月現在、子会社含む）
上場	JASDAQ-東京証券取引所（上場 2000年7月27日） 証券コード 4772

1971年
会社設立

1998年
デジタルコンテンツ配信事業を開始

2000年
ナスダック・ジャパン（現JASDAQ）上場

2004年
韓流コンテンツ事業開始

2005年
ライセンス事業開始

2006年
ファンクラブ事業開始

2008年
現 **K1stshop** を開設。物販事業開始

2009年
KEYEAST子会社と合併
KEYEASTが親会社に
マネジメント事業開始
DATVを開局。放送事業開始

韓流ブーム

2014年
tvNへ資本参加⇒2016年：合併

2016年
エスエム・エンタテインメント・ジャパン
がSMCに資本参加

2018年
エスエム・エンタテインメントグループ
傘下に



2019年
株式会社ストリームメディアコーポレーションへ商号変更

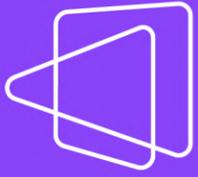


2020年
株式会社SMEJと合併

設立・配信事業開始

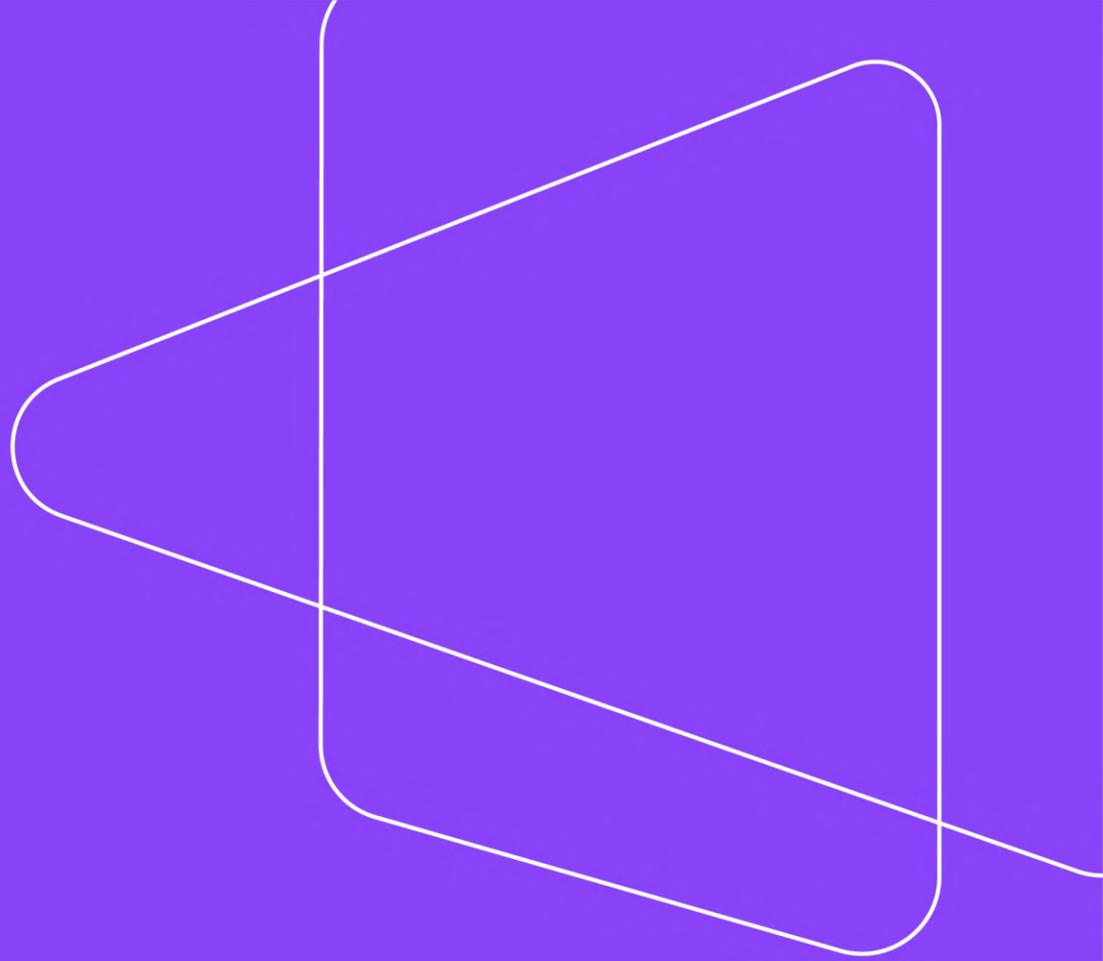
韓流コンテンツ強化によって
牽引された事業拡大

韓国最大手のSMEグループ
との関係強化を通じた成長



Stream
Media
Corporation

事業概要



放送事業を軸とした ライツ&メディア事業



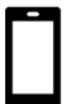
放送事業

有料プレミアムチャンネル「KNTV」の運営
2020年CS110に「KNTV801」チャンネルローンチ
2021年10月から「KNTV+」（インターネット配信）提供



著作権事業

ドラマやバラエティなどの人気番組の買い付け
日本の放送局等への販売、DVDの制作・販売
中華圏のコンテンツ等、取扱いジャンルを拡大予定



プラットフォーム 事業

2020年の合併により承継した
株式会社Beyond Live Corporationを通して
オンラインライブ「BeyondLIVE」を配信

アーティスト事業を軸とした エンターテインメント事業



コンサート 事業

SMIエンタテインメントアーティストの大規模なコンサートの企画・運営
俳優のファンクラブイベント等を企画・運営



グッズ事業

アーティストグッズの制作・販売
イベント会場での物販
自社Eコマースサイトでの販売実施



音楽事業

SMIエンタテインメントアーティストの
シングル/アルバムCD及び音源の企画・制作



ファンクラブ 事業

他社所属の俳優・アーティストのファンクラブ運営
ファンクラブミーティングの企画・運営
ファンクラブグッズの企画・制作

開局25周年を迎えた韓流No.1チャンネルKNTVの運営及び韓国コンテンツの再販売事業を通して収益創出
2021年からKNTVの動画配信サービス開始により収益源の多角化を推進し、運営の効率化を図ります

チャンネル運営・オンライン配信



開局25周年の韓流No.1チャンネル

2020年6月1日から専用アンテナ不要で視聴可能なCS110度で放送開始

今後は「KNTV+」を中心に動画配信へとサービス領域を拡張

オンラインコンサート「Beyond LIVE」を株式会社SMEJとの合併により編入・運営

コンテンツの版權事業



韓国ドラマやバラエティ等人気テレビ番組を韓国から買い付け

放映権・配信権・DVD化権をチャンネルや動画配信サービス、DVD店に販売

今後は中華圏のコンテンツ等、取扱いジャンルを拡大する予定

♥ ドラマ

💬 バラエティ

🎬 映画

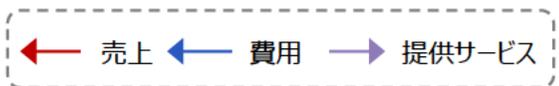
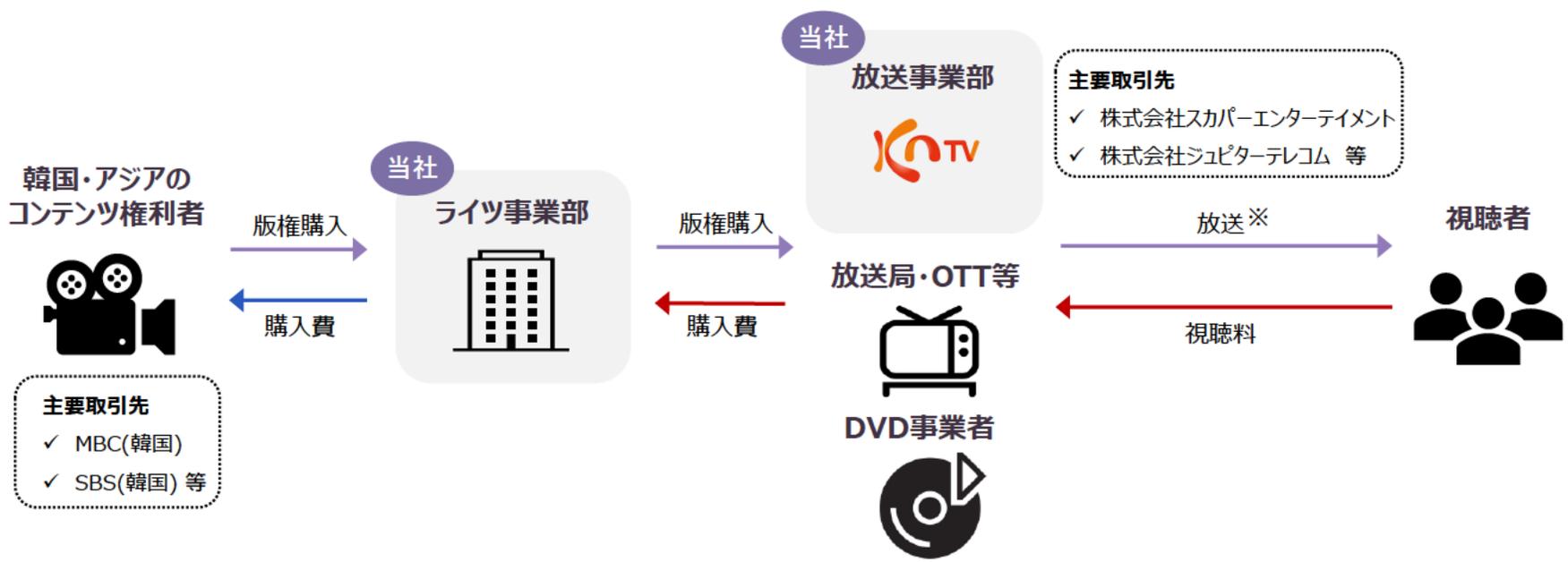


📡 地上波・BS・CS

📺 OTTサービス

🏠 全国のDVD店で
取り扱い中

ライツ&メディア事業はコンテンツ権利者から著作権を購入し、それを基にチャンネル運営、コンテンツの流通などの事業を展開し、サービスを提供しております



(注) ※KNTVは、CS・CA・IPTV事業者の放送サービスを通じて配信され、視聴料も各事業者が徴収し当社に精算する。

合併により世界的に人気を博しているSMエンタテインメント所属アーティストの日本独占マネジメント権を獲得し、今後はオフ・オンラインコンサートの同時開催により効率的で安定的な大規模収益モデルへと拡大して参ります

音楽事業

SMエンタテインメント所属アーティストの日本シングル・アルバムCD及び音源の企画・制作等

[直近の主要実績]

- ✓ NCT127日本ミニアルバム『LOVEHOLIC』（2021/02/17発売）
 - ー日本レコード協会「ゴールドディスク」認定
 - ーオリコン、ビルボードジャパン、LINE Music, Rakuten Music等各種チャートで1位を記録
- ✓ EXOベクヒョン日本1stミニアルバム『BAEKHYUN』（2021/01/20発売）
 - ービルボードジャパン、iTunes21カ国のチャートで1位

グッズ制作・販売

コンサート等イベント現場で販売するグッズ及びファンクラブ会員限定グッズ、各種記念グッズの企画・制作から自社ECサイトやイベント会場での販売までトータルで行う



コンサート企画・運営

国内でも指折りの動員数を誇る東方神起をはじめ、人気アーティストのアリーナ・ドーム規模のコンサートから各種イベントまで幅広く開催

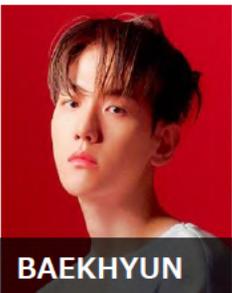
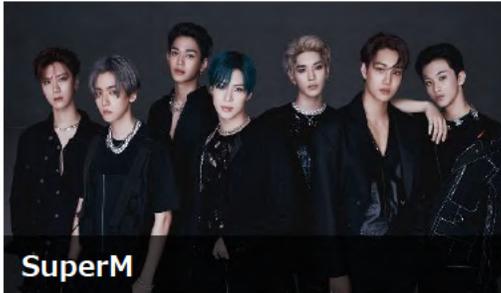
- ✓ 年間動員数：約150万人以上
- ✓ 年間実施コンサート・ライブ数：123回(2019年基準)

ファンクラブ運営

日本で人気の俳優やアーティストの日本公式ファンクラブの企画・運営、ファンミーティングの開催、関連グッズの企画などのサービスを提供(日本公式ファンクラブ13サイト / モバイルサイト8サイト)



SMエンタテインメント所属のアーティスト

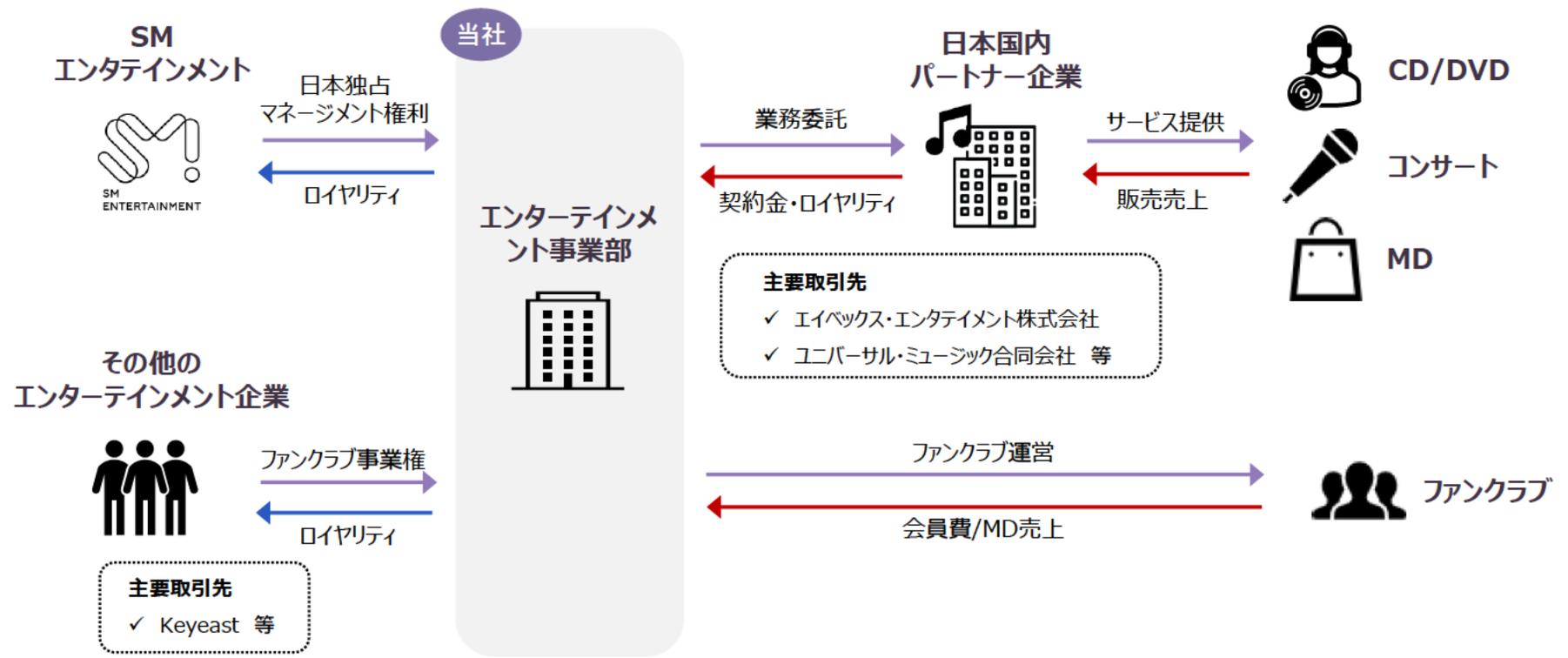


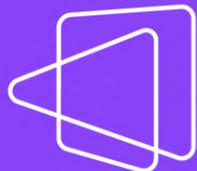
他社所属のアーティスト及び運営ファンクラブ

<p>パク・ソジュン</p> 	<p>イ・ミンホ</p> 	<p>キム・スヒョン</p> 	<p>キム・ヒョンジュン</p> 	<p>ソン・スンホン</p> 
 <p>JUNNER</p>	 <p>MINOZ</p>	 <p>always</p>	 <p>HENECIA JAPAN</p>	 <p>SONG SEUNG HEON Japan Official Fanclub</p>
<p>チュ・ジフン</p> 	<p>ヨ・ジング</p> 	<p>イ・ジャンウ</p> 	<p>ウ・ドファン</p> 	<p>ファン・イニョプ</p> 
 <p>JUJIHOON</p>	 <p>YEO-U JAPAN</p>	 <p>JANGZOONA</p>	 <p>DOHWANEY</p>	
<p>チ・チャンウク</p> 	<p>RAIN</p> 	<p>INFINITE</p> 	<p>MAMAMOO</p> 	<p>AND MORE</p>
 <p>JI CHANG WOOK</p>	 <p>RAIN</p>	 <p>INFINITE JAPAN OFFICIAL FANCLUB</p>	 <p>MAMAMOO</p>	

エンターテインメント事業の収益構造

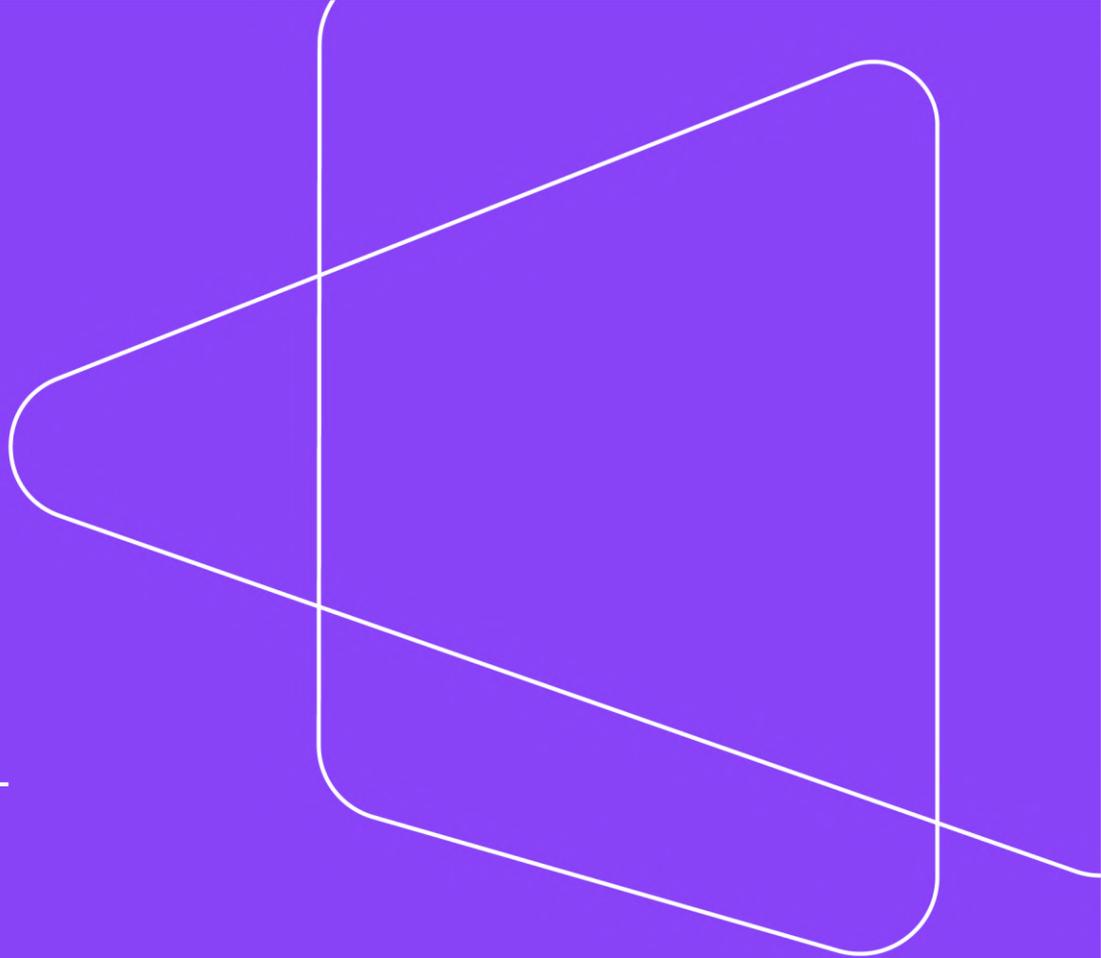
エンターテインメント事業は韓国のエンターテインメント会社から所属アーティストの日本での活動に関する権利を受託し、音楽・コンサート・MD事業、ファンクラブ運営まで360°ビジネスを提供しております





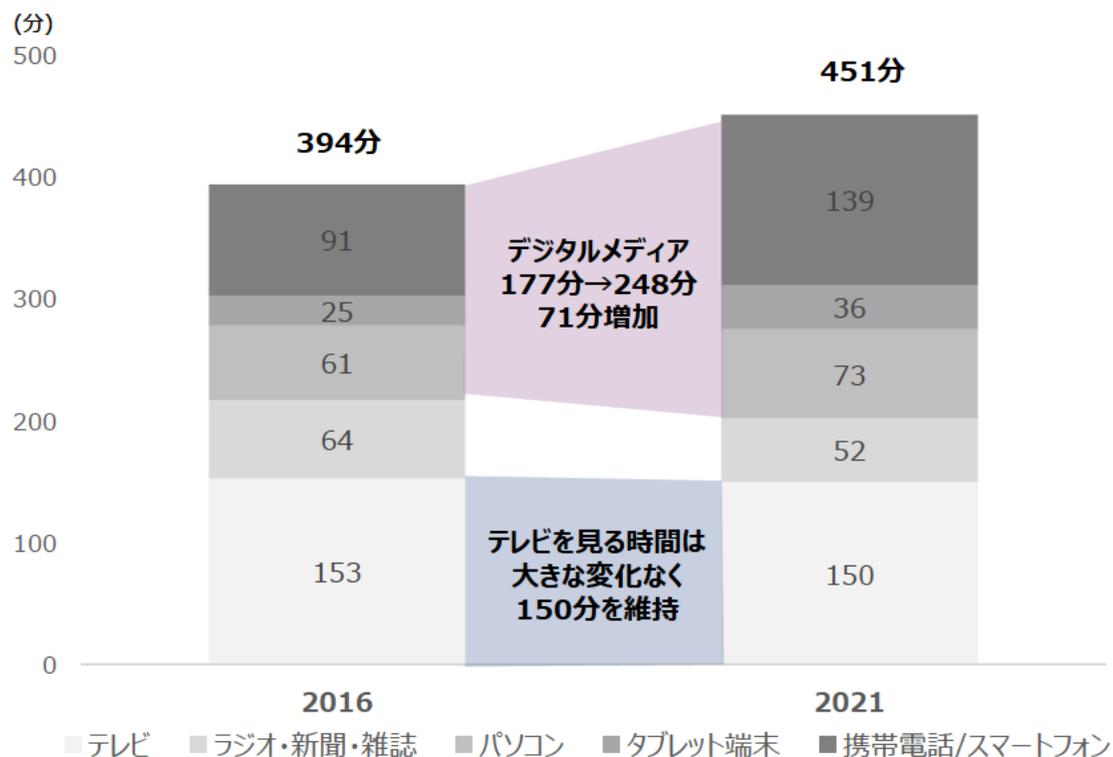
Stream
Media
Corporation

市場環境・当社の強み



データ通信の発達及び新型コロナウイルス感染症等の影響により、日本のメディア総接触時間は5年前に比べ14%増加しております

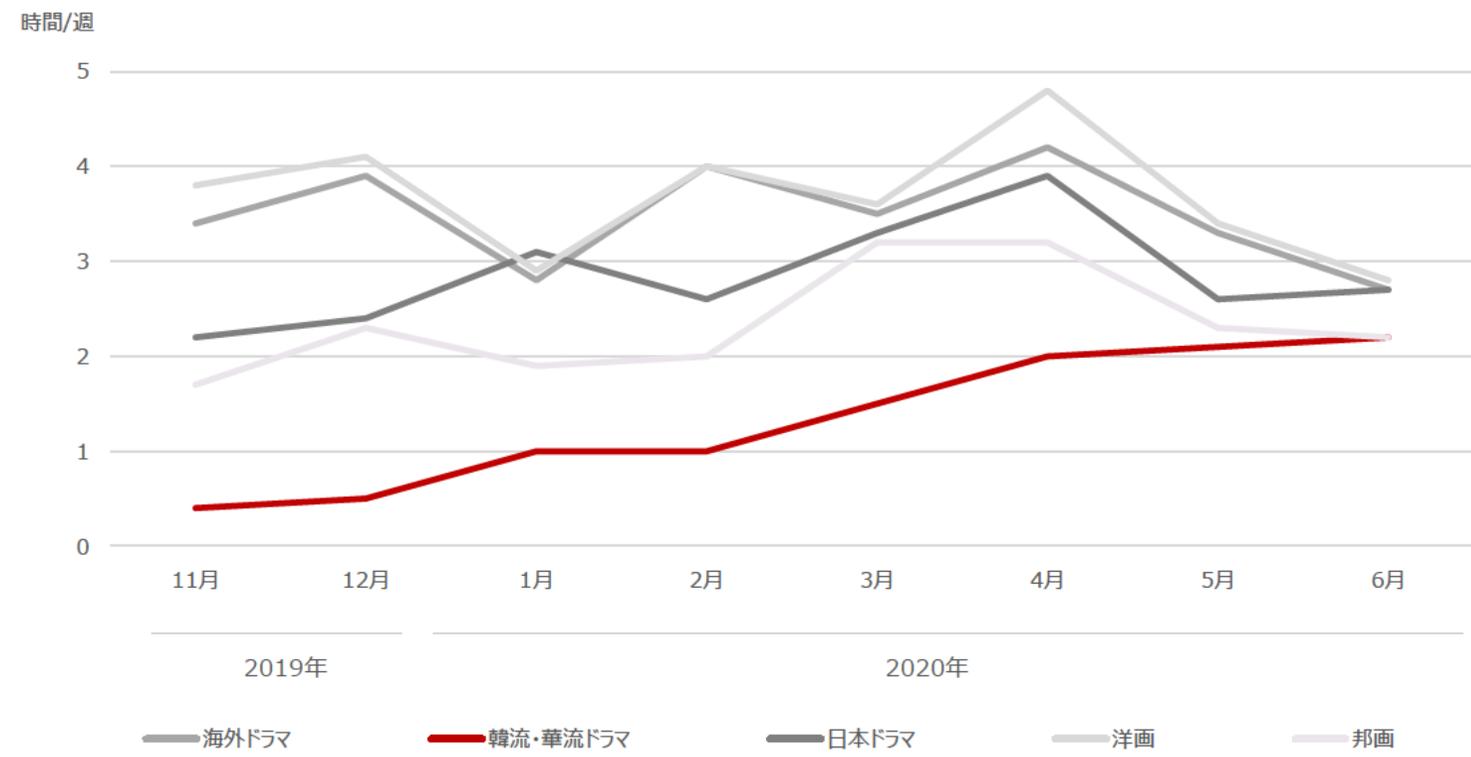
特にテレビ視聴時間には大きい変化は見られずデジタルメディアの接触時間は急増し、メディア接触時間が急増しております



(注) メディア総接触時間の推移(1日あたり・週平均)

出典：博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所「メディア定点調査2021」

2020年動画配信やSNSなどデジタル媒体を通じて拡散した第4次韓流ブームにより日本の動画配信市場では韓国ドラマをはじめとするKコンテンツへの需要が高まっており、ファン層も拡大する傾向です



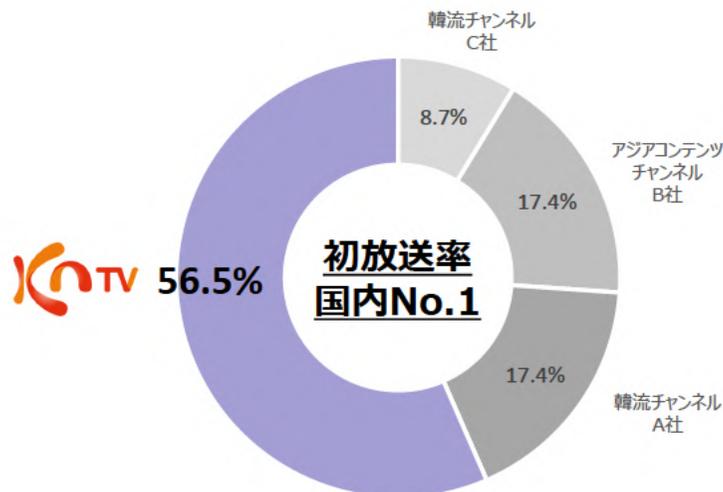
(注) 3か月以内にNetflixに加入した人の、ジャンル別コンテンツ平均視聴時間（時間/週）。
ただし、視聴メディアは問わない

出典：GEM Partners「定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査」

当社は日本でもトップクラスの韓国コンテンツの獲得力を保有しており、特に韓国ドラマにおいては他社を超える初放送率でマーケットでのポジションを確立しております
 またIPを活用したコンテンツ制作力を持っているグループ会社との連携により、今後はより一層上質のコンテンツを提供できるように努めております

- ✓ 日本では年間約100作品を初放送
(韓国ドラマを放送している主要チャンネル4社の2020年合計)
- ✓ 当社は約50%以上の日本初放送ドラマを編成

- ✓ Keyeastは2015年から20作品を企画・制作
今後も年間6作品を制作する予定
- ✓ SMC&Cは2017年から29作品のオリジナルIPを確保
今後はデジタルコンテンツの制作やIP確保に努める予定



(注) 2021年1月～5月、主要韓流チャンネルの月間編成表から初放送枠を調べ当社作成

KEYEAST

ドラマ

所属俳優チュ・ジフン主演の「ハイエナ」
 2020年NETFLIXオリジナル「保健教師アン・ウヨン」を制作し話題




SM CULTURE & CONTENTS

バラエティ

所属MCやSMグループアーティスト出演のバラエティ番組を多数制作



世界初オンライン専用コンサート

世界で話題のオンラインライブの様態を放送



自社オリジナル

SMグループアーティスト出演バラエティや話題の韓国ドラマなどを制作



2021年10月より従来の放送に加え、KNTV加入者向け動画配信サービス「KNTV+」を開始し、新規加入者獲得の拡大並びに解約者数の抑制を図ります

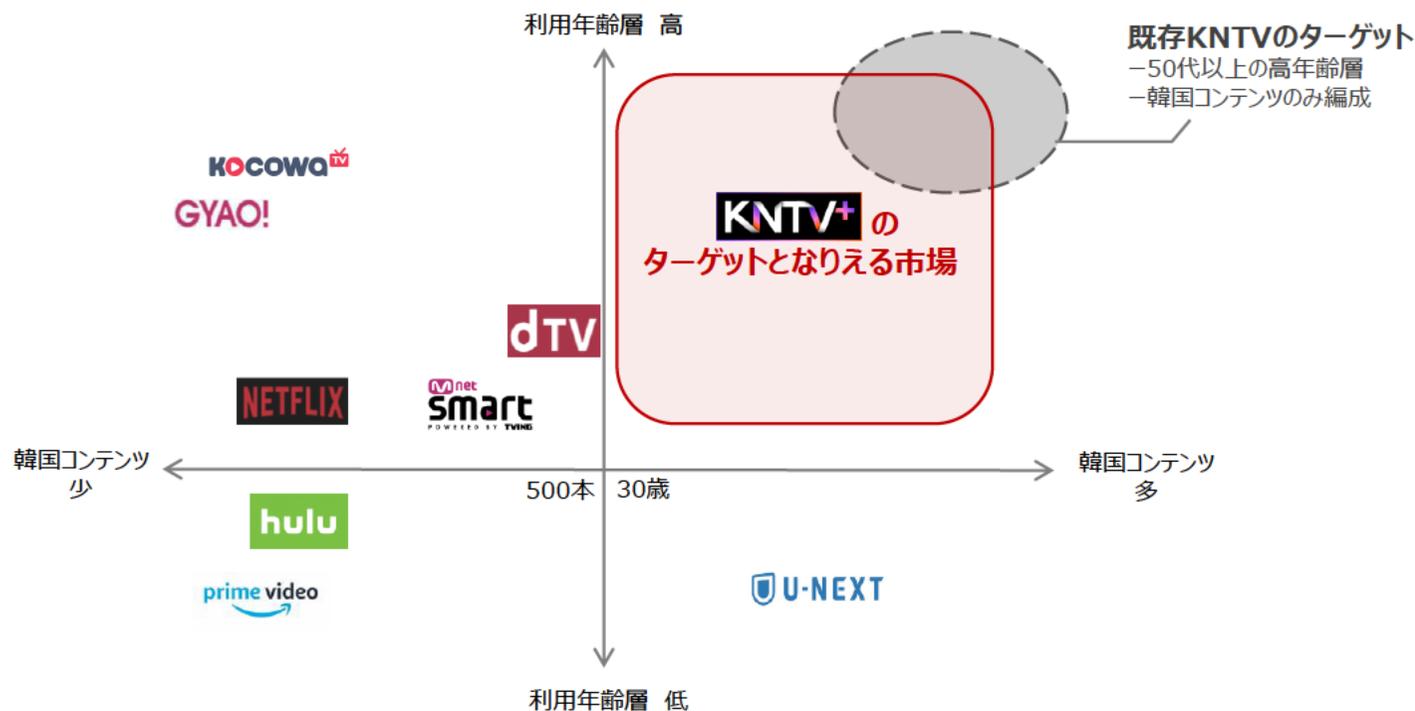


KNTVリニア配信開始スケジュール	
2021年10月	スカパー！ スカパー！プレミアムサービス スカパー！アプリ経由
2021年11月	J:COM / YCW ひかりTV / ひかりTV for docomo 自社アプリによる提供

- ✓ 視聴可能デバイスをモバイルへと拡張し、多様化する視聴形態にも対応
- ✓ リアルタイム視聴のみならず見逃し配信も追加料金無しで利用可能

- ➡ 新規加入者の獲得とロイヤリティ上昇による解約減少効果
- ➡ モバイルプラットフォーム事業の更なる拡張により、新たな成長を目指す

2020年KNTVはCS110サービスへの進出によりカバレッジを拡大してきましたが、2021年10月からは動画配信市場への進出により、既存のコンテンツ獲得力を生かしたサービス提供を目標とし、マーケットで唯一無二のポジション確立を目指します

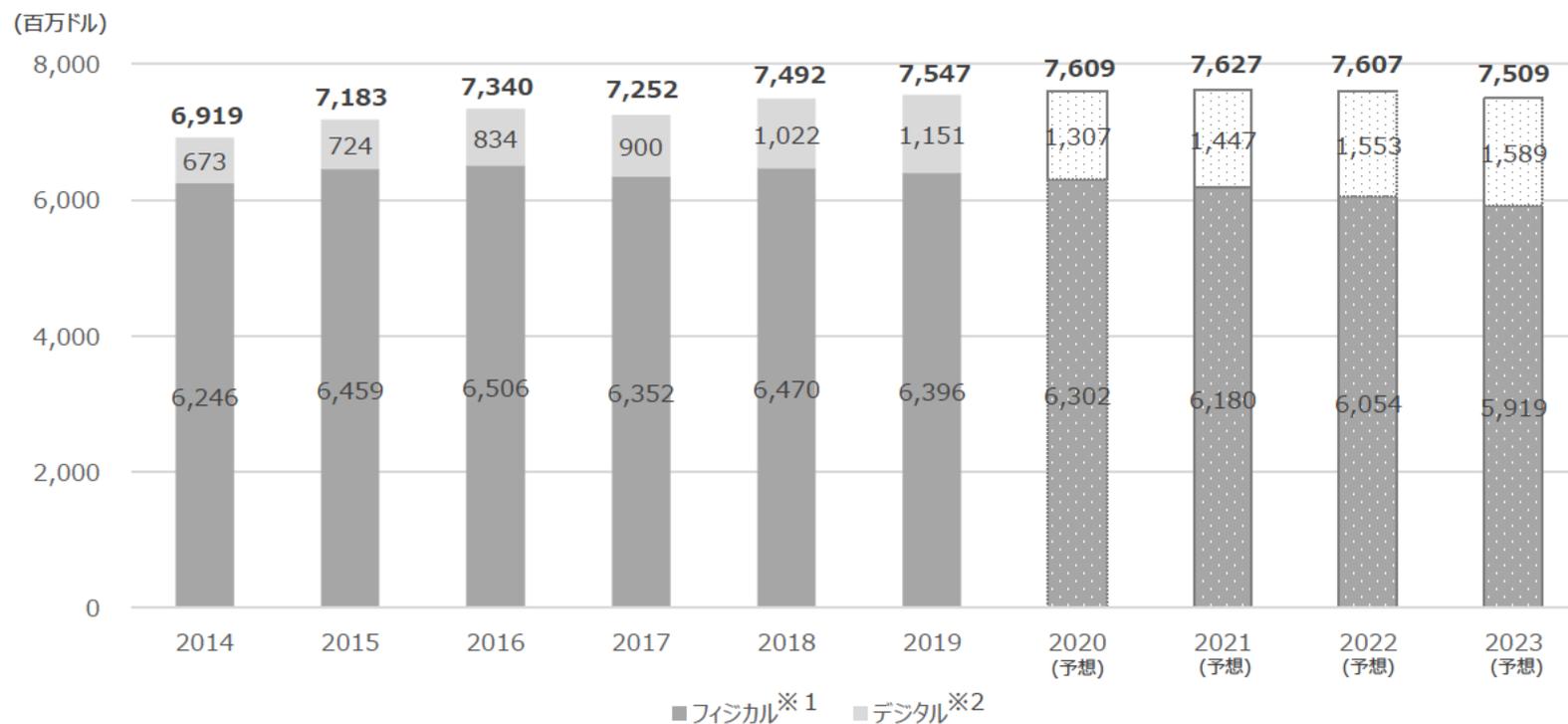


出典：アプリ分析プラットフォームAppApe
『アプリの対象期間におけるMAUに占める年代の割合』より当社作成

(注) ※利用年齢層については2019年基準AppApe社の調査によるデータを活用
※韓国コンテンツデータは2021年3月基準当社調べ

日本の音楽コンテンツ市場は2019年には7,547百万ドル(約8,000億円)規模で、近年横ばいが続いておりますが、今後約448億円規模*のオンラインコンサートという新しい音楽ビジネスが含まれることにより、市場の拡大が見込まれます

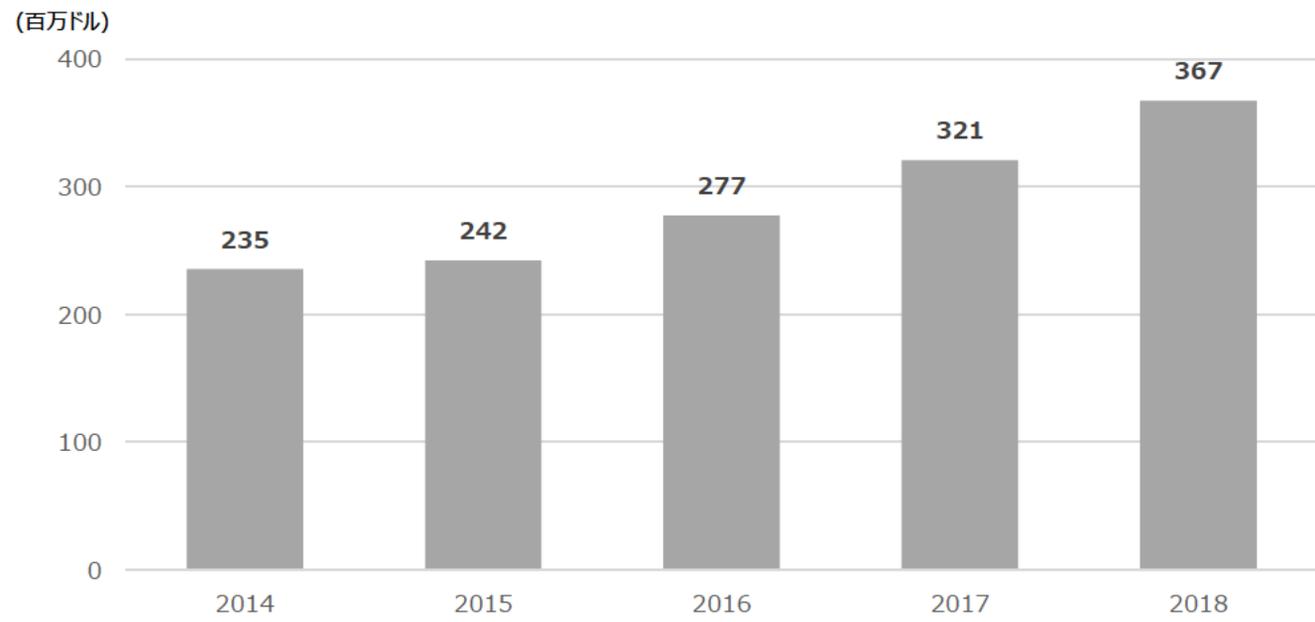
*「有料オンラインライブ視聴に関する実態調査」「ライブ・エンタテインメント市場調査」2021年2月ぴあ総研発表による



(注) ※1 コンサート(チケット料)、CD販売等、広告(ラジオ)
 ※2 音楽ダウンロード、音楽ストリーミング、広告
オンラインコンサートの売上は含まれておりません。

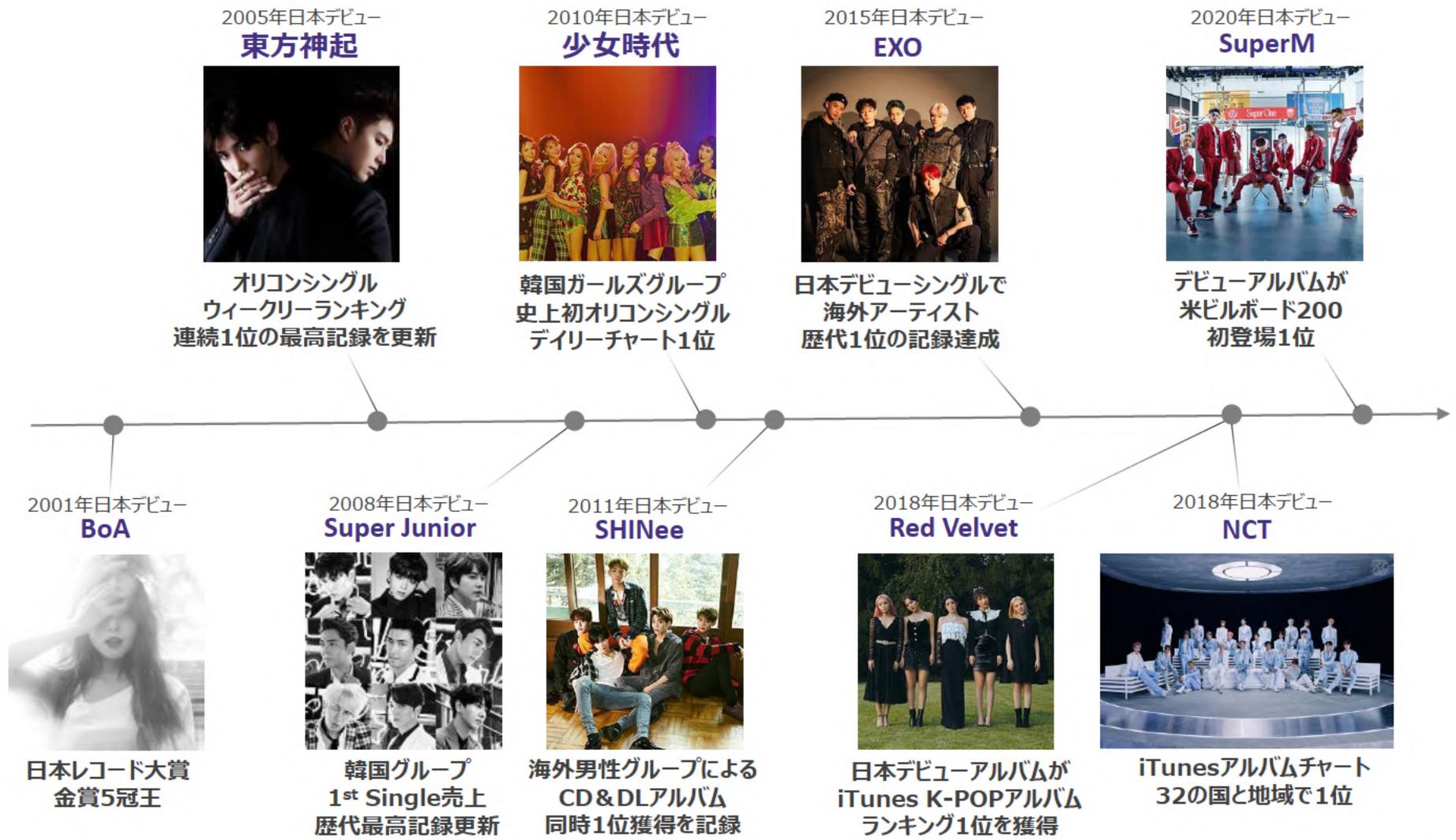
出典：経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課『コンテンツの世界市場・日本市場の概観』令和2年2月

近年のK-POPの人気の高まりにより、韓国から日本への音楽コンテンツの輸出額も年平均9.3%の成長率で増加しております。また世界的な人気の拡大により今後もいちジャンルとして市場に定着していくと予想されます



(注) 音楽制作・音楽出版・オンライン音楽・ライブ&コンサート・カラオケ
出典：韓国文化体育観光部 『コンテンツ産業統計調査』(2020年5月)

過去数年にわたり多くのアーティストが日本デビューと同時に数々の記録を達成してまいりました
その経験から日本の音楽業界で安定したポジションを確立しております



国内オフラインコンサートの動員力ではK-POPのみならず、日本国内ランキングにおいても1位を獲得した経験があり、オンラインライブに関しては全世界3,583万人がストリーミング*したブランド力を持っています

* 2021年1月1日、BeyondLIVE及びKNTV, YouTube, Twitter, Facebook等を通してグローバル配信された『SMTOWN LIVE』（無料）の実績

オフラインコンサート

✓ 日本の公演市場規模(2018)^{※1}

SMアーティスト国内動員数  約150万人強
(全体の約5% / K-POP歌手の約66%)

K-POP歌手動員数  約337万人

国内総動員数  約4,862万人

①コンサート動員ランキング^{※2}

順位	アーティスト	動員力(万人)
1位	東方神起	128.0
2位	B'z	108.5
3位	嵐	89.4
4位	安室奈美恵	85.4
5位	Kis-My-Ft2	81.9
6位	関ジャニ∞	74.7
7位	福山雅治	65.7
8位	Hey!Say!JUMP	61.9
9位	AAA	61.2
10位	EXILE	59.7

②K-POP歌手コンサート動員ランキング^{※2}

順位	アーティスト	動員力(万人)
1位	東方神起	128.0
2位	BTS(防弾少年団)	37.5
3位	SHINee	27.5
4位	EXO	25.9
5位	iKON	22.7
6位	SEVENTEEN	19.9
7位	TWICE	17.0
8位	BLACKPINK	13.4
9位	JUNHO(From 2PM)	12.8
10位	EXO-CBX	11.8

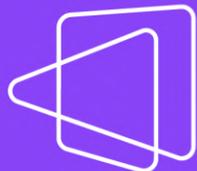
オンラインコンサート

- ✓ 2020年4月より、世界初のオンライン専用コンサート「Beyond LIVE」を配信
- ✓ 2021年5月まで21回のコンサートやイベントをライブ配信

年度	日付	アーティスト(イベント名)
2020年	4月	SuperM
	5月	WayV, NCT DREAM, NCT 127, 東方神起, Super Junior
	7月	韓国政府機関主催イベント
	8月	TWICE, Super Junior-K.R.Y., a-nation 2020
	11月	Super Junior, Stray Kids
	12月	東方神起, NCT 2020
2021年	1月	SMTOWN, BAEKHYUN
	3月	XIUMIN
	4月	SHINee, Super Junior
	5月	TAEMIN, SHINee

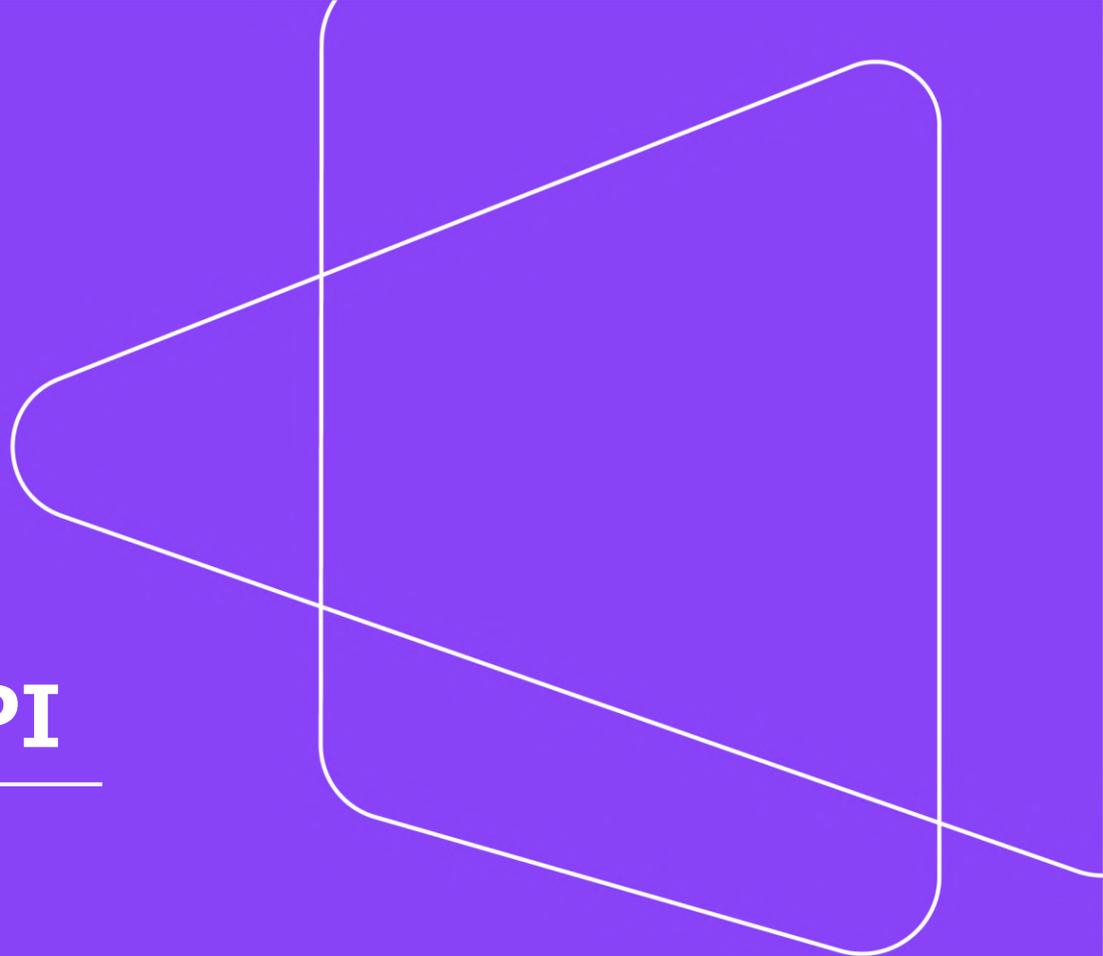
※1 出典：一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会「2018年基礎調査報告書」

※2 出典：日経エンタテインメント！「動員ランキング」(2018年)

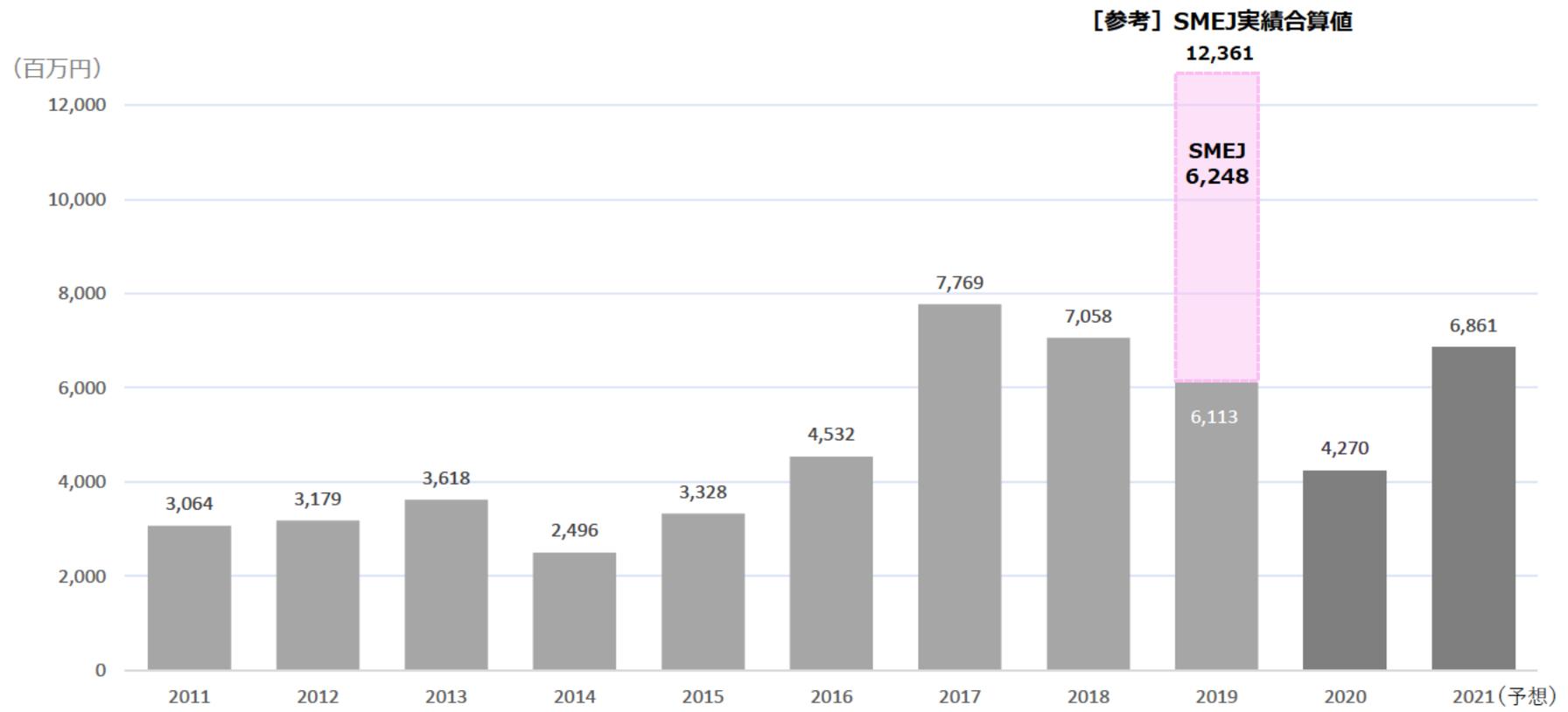


Stream
Media
Corporation

財務ハイライト及び主要KPI



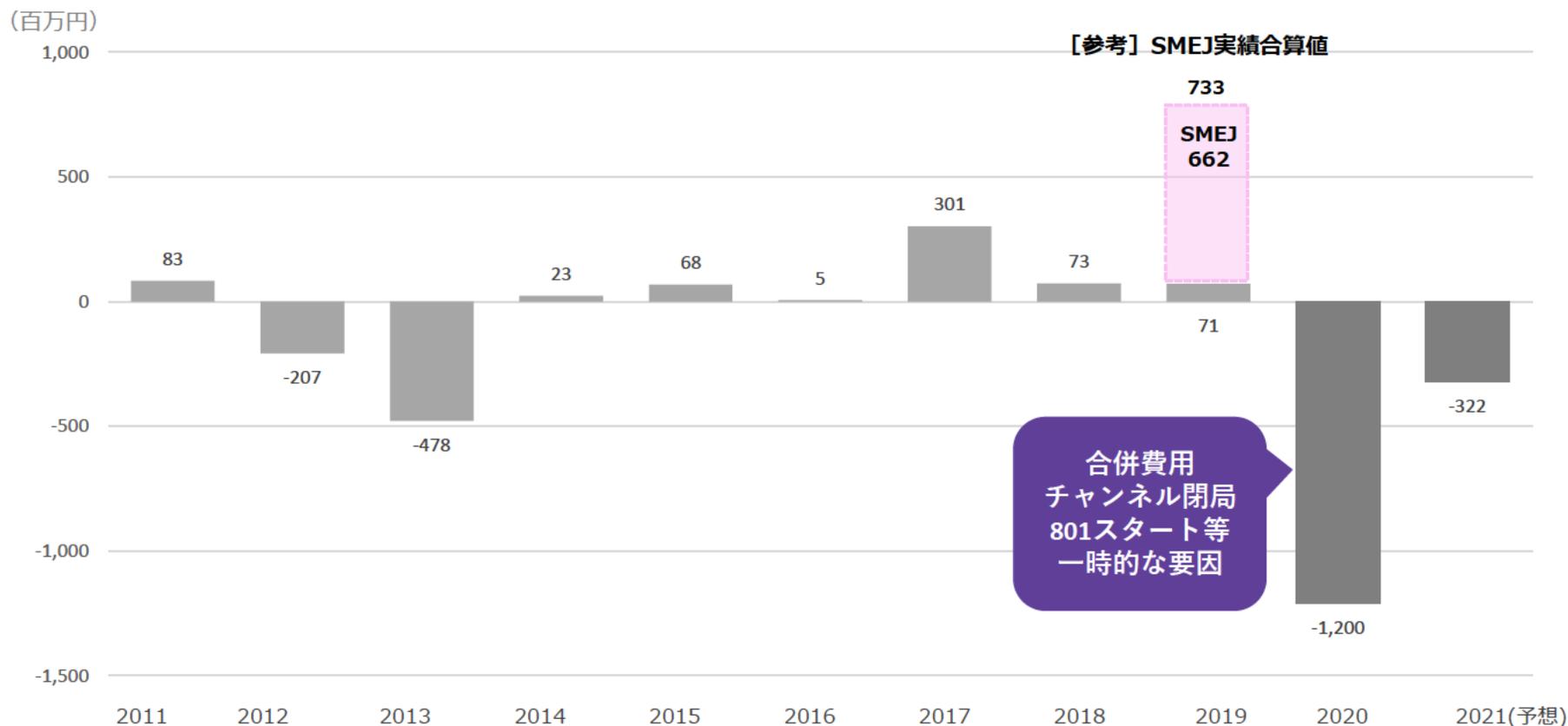
売上62億円(2019年)以上のある旧SMEJとの合併に伴い大幅な増収を見込んでいたが、①新型コロナウイルス感染症により旧SMEJの主要ビジネスの活動が縮小したこと、②8月1日付の合併で通年の実績反映ができなかったことにより2020年度は減収という結果となりました



(注) ※2019年まで単体、2020年以降連結で表示しています。
 ※2020年の実績は8月以降のSMEJ事業実績を含んでいます。

コンサート中止により
合併効果は限定的

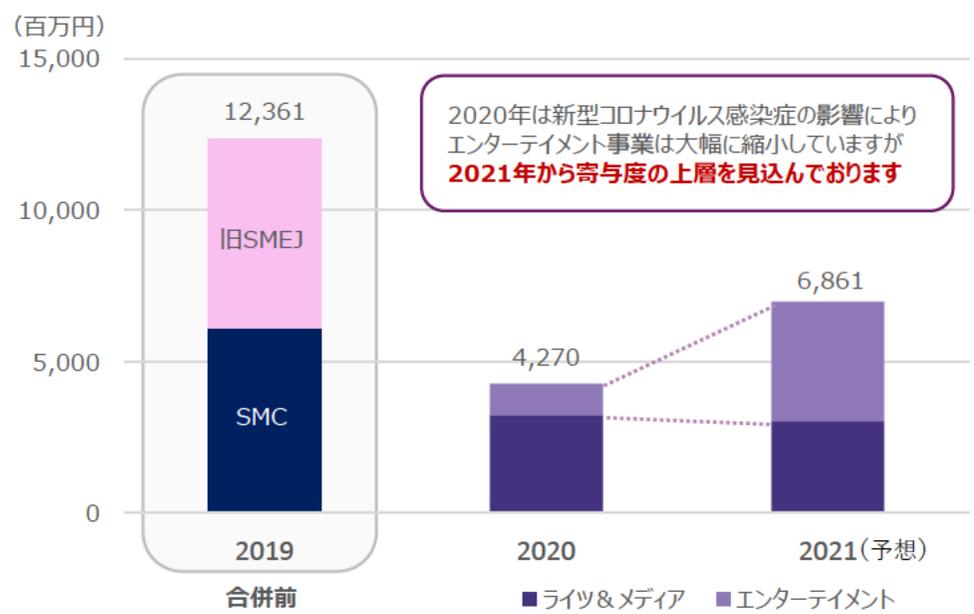
合併に伴う大幅増益を見込んでいましたが、新型コロナウイルス感染症により旧SMEJの主要ビジネスの活動が縮小した他、合併費用、合併に伴うオフィス移転費用、KNTV801参入費用、2チャンネル閉局費用等、一時的な費用発生により減益となりました



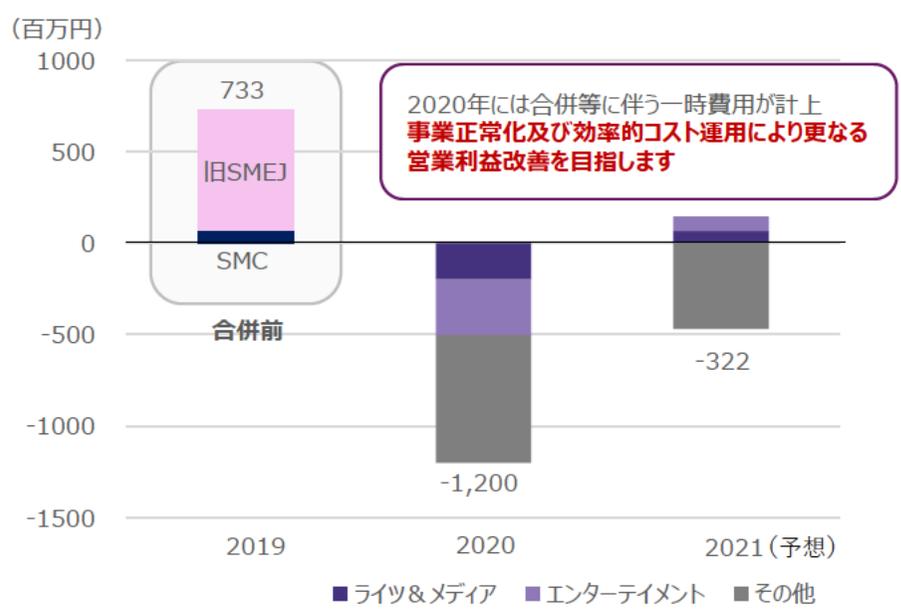
(注) ※2019年まで単体、2020年のみ連結で表示しています。
 ※2020年の実績は8月からSMEJ事業の実績を含んでいます。

合併後、エンターテインメント事業の大きな成長を見込んでおりましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により正常な事業運営が難しくなりました
 今後はエンターテインメント事業の段階的な正常化及び大胆なコスト効率化を行い更なる成長を見込んでおります

◆ 売上



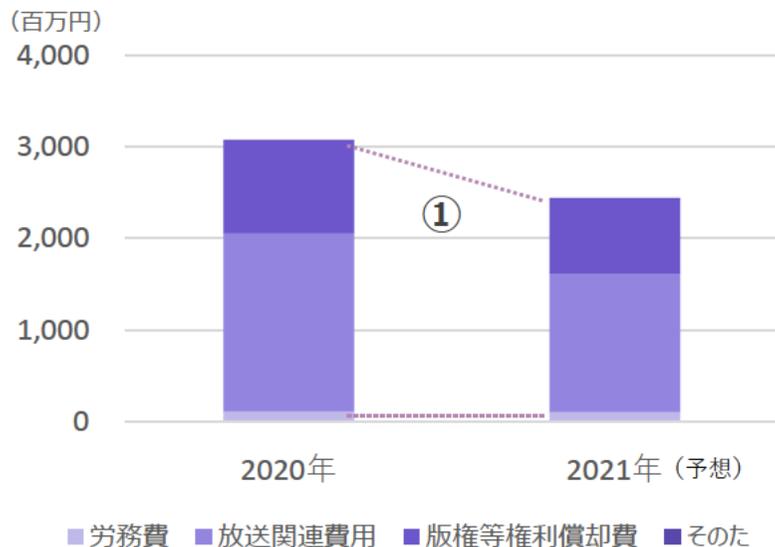
◆ 営業利益



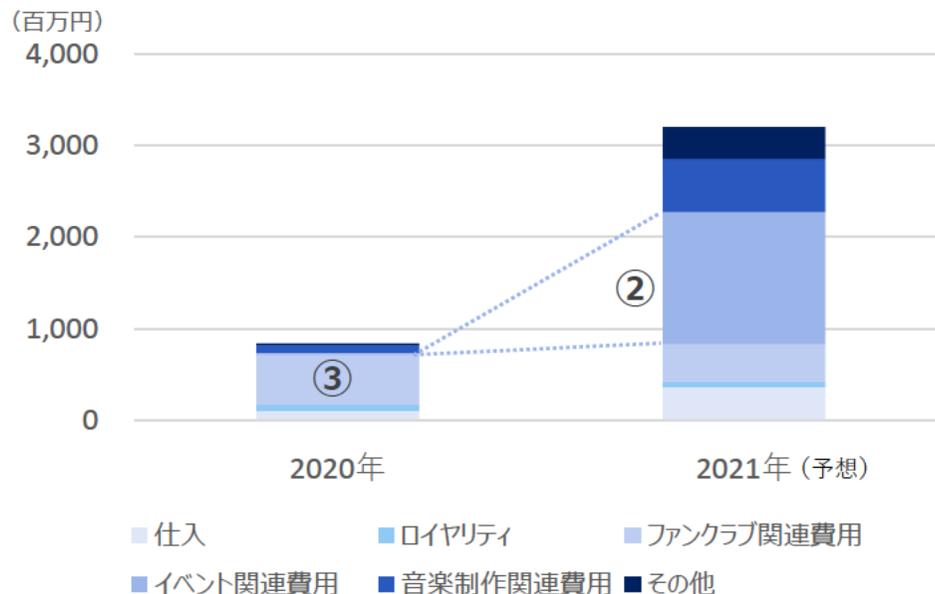
(注) ※2019年は合併前の各社の実績の合算ですが、2020年は吸収合併消滅会社であるSMEJについては合併前(1-7月)の実績については合算されておりません。

運営効率性、原価率の改善可能性の低いビジネスについては継続性を徹底的に検討し、更なる収益改善を目指します

◆ ライツ&メディア事業

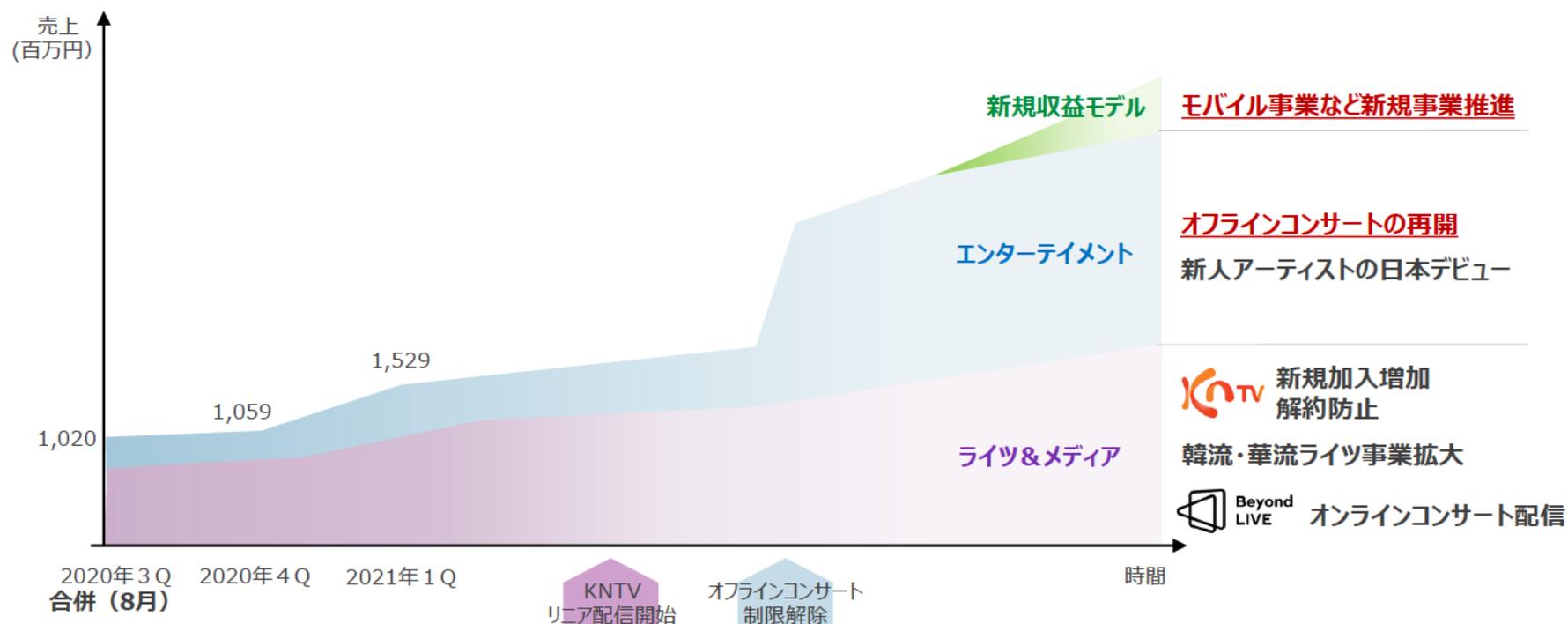


◆ エンターテインメント事業



- ① 2020年には赤字部門であった「DATV」、「Kchan!韓流TV」の閉局を決定し、ライツ&メディア事業部門の運営コストを大幅に改善
- ② 2021年4月からのオンラインファンミーティングの主催を始めとしたライブ・イベント事業の段階的再開による費用増加
- ③ 原価率が高いビジネスは採算を考慮して撤退を検討予定（一部のファンクラブシステム運営受託事業等）

新型コロナウイルス感染症の影響により低迷していた経営実績は、オリンピックの開催やワクチン接種の進捗状況に伴い回復させることを目標としております

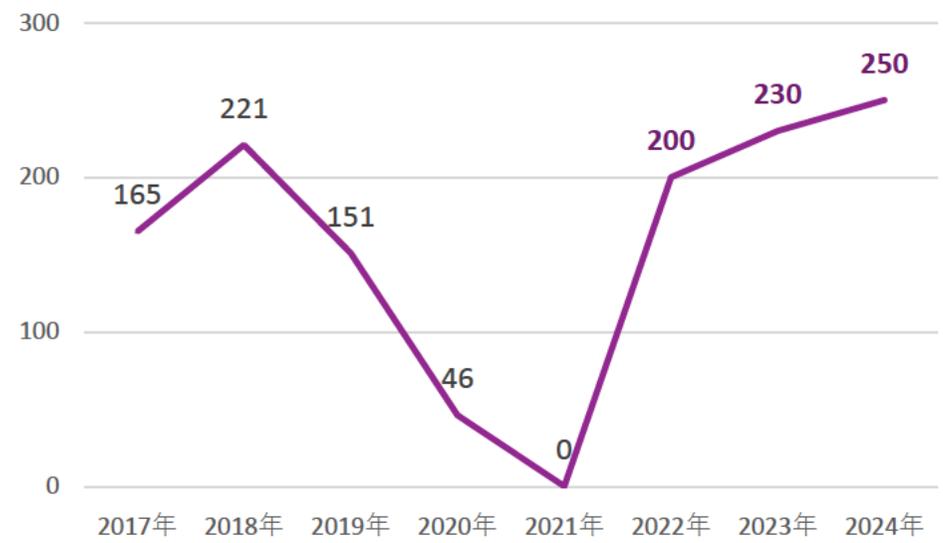


Cash cow事業であるオンラインコンサート及び今後の会社成長の主軸となる「BeyondLIVE」の実績を主要管理指標と決め、KPIを設定・達成を目指します

新型コロナウイルス感染症が収束し、2022年からオンラインイベントの開催が可能になることを前提

◆ オフラインコンサート動員数

(単位：百万人)



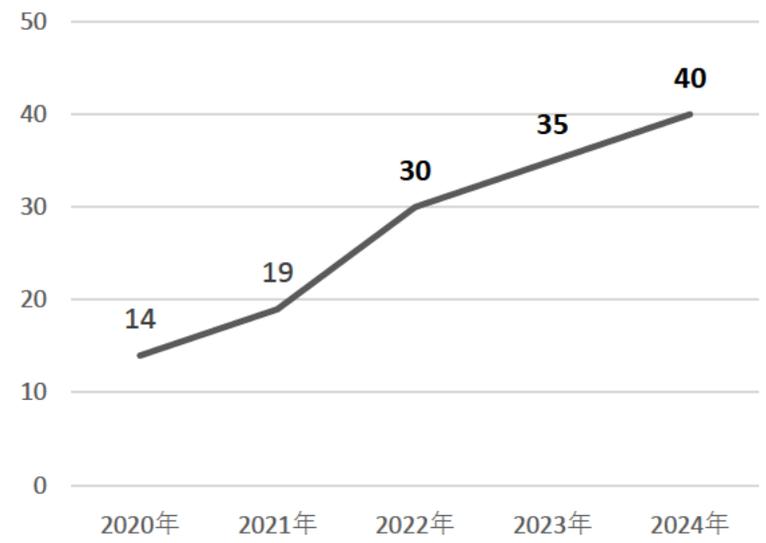
- 2020年3月からは新型コロナ感染症の影響で公演開催ができない状況
- 2022年初からコンサート再開を想定し2024年には250万人動員を目指す
→既存アーティストのコンサート再開及びNCTの人気上昇を反映 (2022年)
新人アーティスト (aespa等) の日本デビュー (2023年)
EXO、SHINeeメンバーの除隊によるグループ活動再開 (2024年) を想定

※2020年7月まではSM Entertainment JapanまたはSMEJの実績

※今後はコロナの状況が見えてきたところで、より具体的なKPIの目標や指標の詳細の開示を検討しております。

◆ 「BeyondLIVE」公演数

(単位：回)



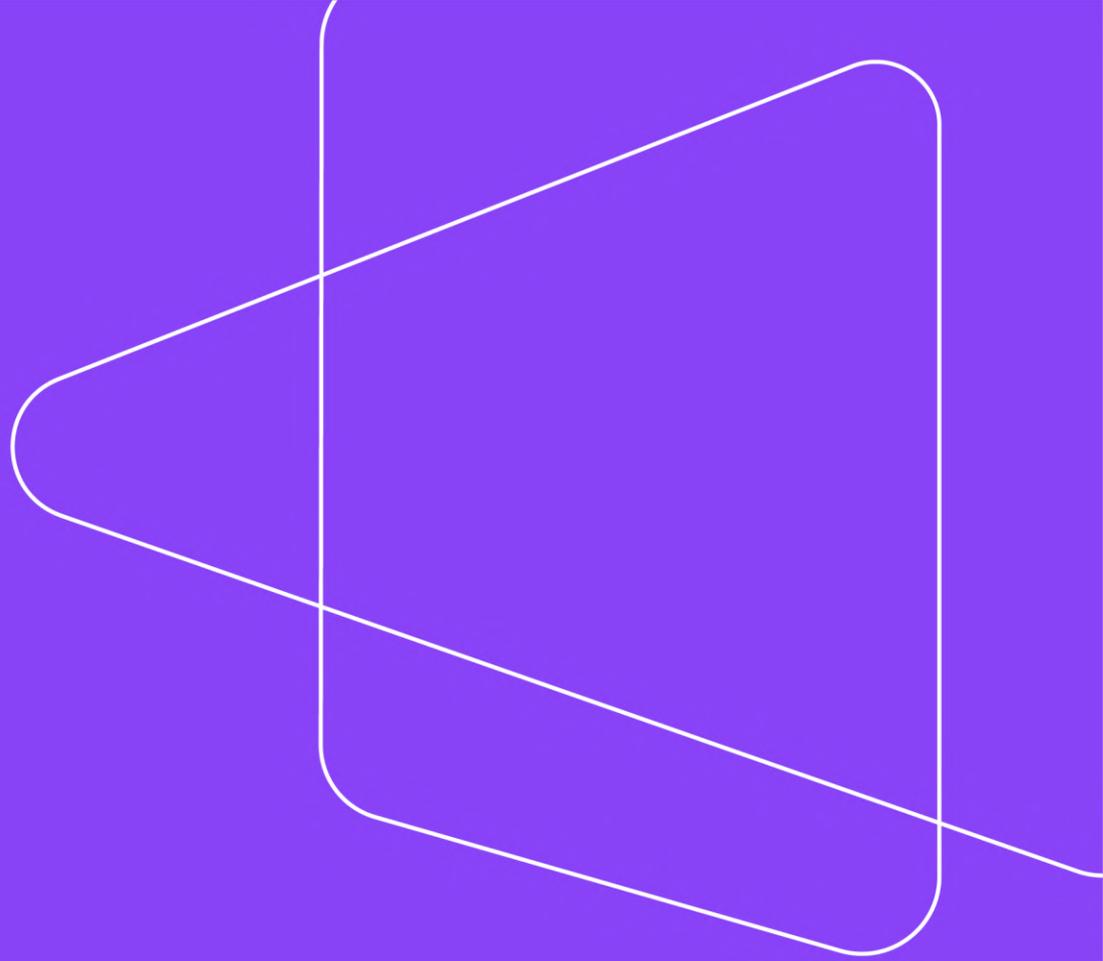
- 2022年既存のオンライン専用コンサートに加えて、オフラインコンサートの配信を行うことでより効率的に多数の公演配信が可能になる

※BeyondLIVEは2020年4月からサービス開始

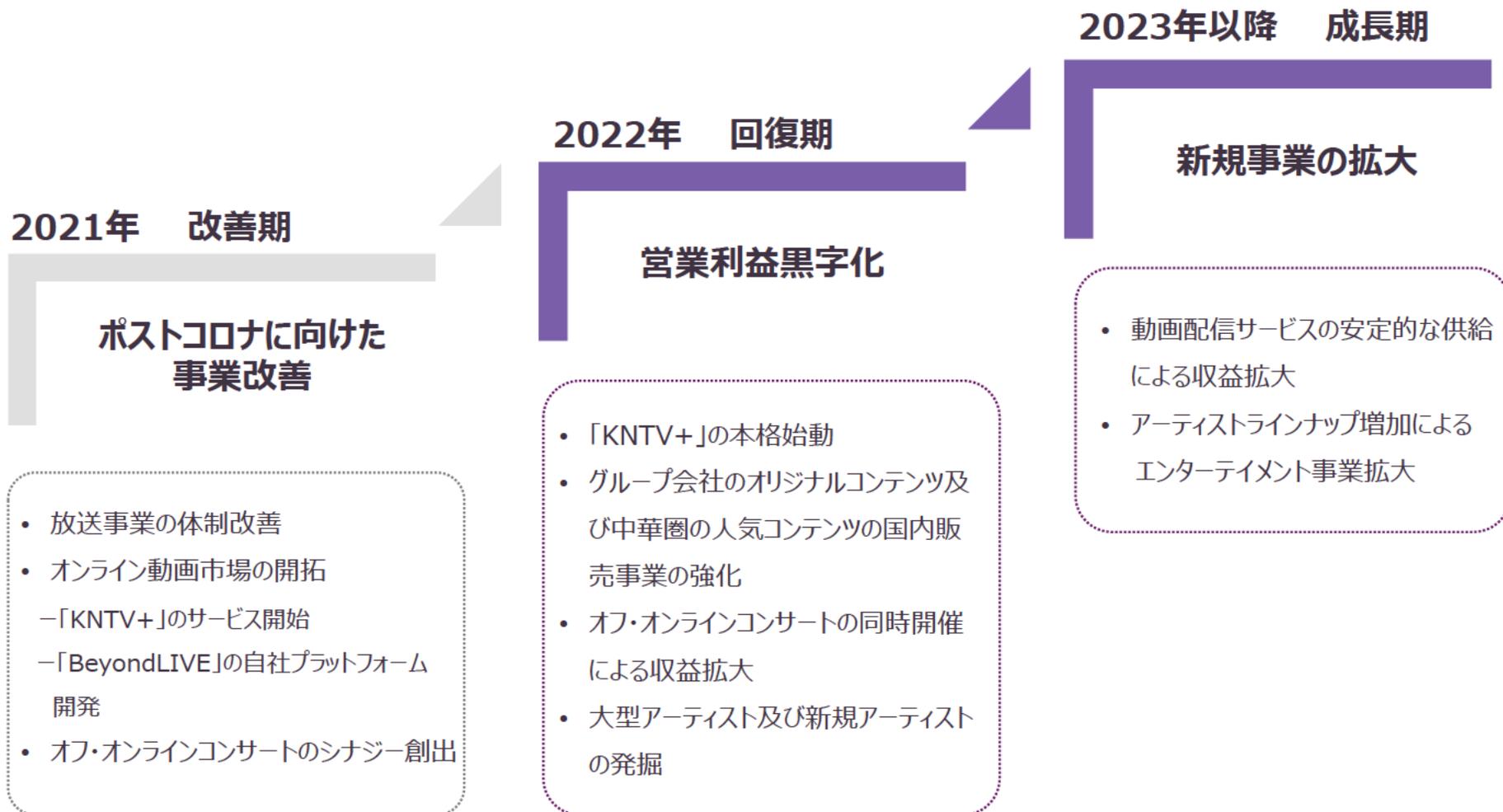


Stream
Media
Corporation

成長戦略



既存事業の事業体制改善、新規事業の開拓及びサービス開始により収益源の多角化に努め、中長期に渡る安定的な成長を目指します



KNTVは今後、配信市場への進出によりターゲット層を拡大し、収益源の多角化に努め、エンターテインメント事業はコンサートプラットフォームの拡大や大型アーティスト等のラインナップの拡充により収益拡大に努めます

◆ ライツ&メディア事業

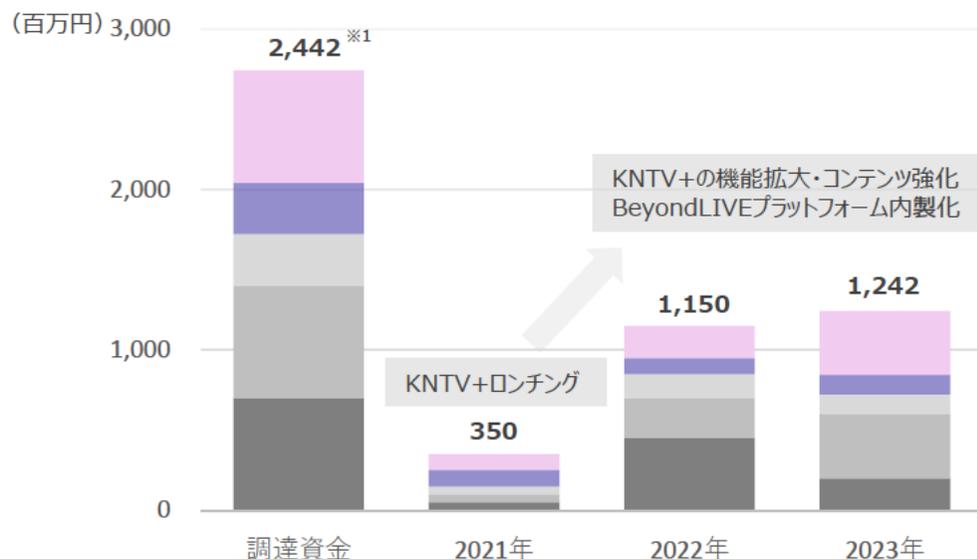
区分	2021				2022				2023	2024	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q			
イベント	Kchan!韓流TV 閉局	DATV閉局		KNTV+	Open (10月スカパー！アプリ経由、11月自社アプリ提供)						
開発	KNTV+	開発		安定化			追加機能アップデート (TVOD等)				
		開発		安定化			追加機能アップデート				

◆ エンターテインメント事業

区分	2021				2022				2023	2024
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q		
ライブ・イベント	オンラインイベント開催			ライブ正常化				グローバルヘライブの配信を拡大		
ファンクラブ	韓流スターFC運営契約獲得拡大									

モバイルプラットフォームへのシフトや「BeyondLIVE」含む新規ビジネスの成長資金として、韓国のNAVER社から約27.6億の第三者割当増資を受け(2020年10月)、KNTVのリニア配信サービス「KNTV+」を開始(2021年10月)及び「BeyondLIVE」プラットフォームの内製化(2022年)等を向けて投資を行っております

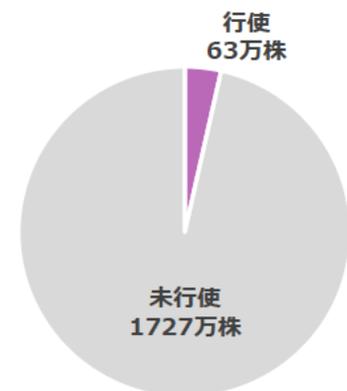
◆ NAVER社からの調達資金の投入計画



項目	調達資金	2021年	2022年	2023年
■ 技術開発・運用維持保守	700	50	450	200
■ 運営・管理費	700	50	250	400
■ マーケティング	322	50	150	122
■ 既存事業の強化	322	100	100	122
■ 人事確保・教育	398	100	200	398

※1 払込金額(27.6億円)から発行者費用(7百万円)を除いた金額

◆ 第14～16回新株予約権行使状況



※ 2021年6月末基準

- 2021年1月から第14～16回新株予約権(総1790万株)を発行し、2024年までに約70億円の資金を調達予定
- 正常な実績が出せない状況の中、株価の安静性を保ちながら行使を進めているため、進捗率はまだ低い
- 調達資金は今後オンライン配信サービスのマーケティングやコンテンツ強化・M&Aに投入する予定

予測できるリスクを最小限に抑えるための内部統制強化及び収益源の多角化によるリスクヘッジを図ります

※ 記載以外のリスクにつきましては有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

項目	リスク	影響するセグメント	顕在化の可能性	影響	リスク対応策
アーティスト	主要メディアによる出演等の抑制、契約満了による活動終了等によりアーティストの活動が休止となる事象が発生し、アーティスト関連の売上が減少	ENT	低	中	アーティストラインナップの拡大により、1組のアーティストのみに偏らない事業を運営
リーガル	著作権、肖像権などの侵害によりコンテンツの提供が停止	R&M ENT	低	小	著作権委員会などの参加により担当者の認識向上に努めております
先行投資	コンテンツの獲得やアーティストの育成は先行投資となり、投資から回収まで期間が長期化する可能性あり	R&M ENT	中	小	コンテンツやアーティストのラインナップ拡大により、収益源の多角化によりリスクの影響を最小限化
プラットフォームの多様化	DTH, CATV, IPTVなどの有料多チャンネル市場の縮小による加入者数が減少	R&M	高	中	動画配信サービスなど新規プラットフォームの開拓
コンテンツ	グローバルOTT事業者の台頭により、放送・配信コンテンツの競争激化に伴いコンテンツ価格が高騰しており、版權購入費が増加	R&M	高	中	企画・制作段階での先行投資による版權獲得を実施
新型コロナウイルス感染症	新型コロナウイルス感染症の長期化により、コンサートなどの開催不可能	ENT	高	中	オンラインコンサートなど新規サービスの開拓

(注) ※ R&M：ライツ&メディア事業 / ENT：エンターテインメント事業

- ✓ 本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。
- ✓ 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。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にすぎません。さらに、こうした記述は、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。
- ✓ 上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。
- ✓ また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

本資料は2022年3月にアップデートの開示を行う予定です。