

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

2022年5月31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**

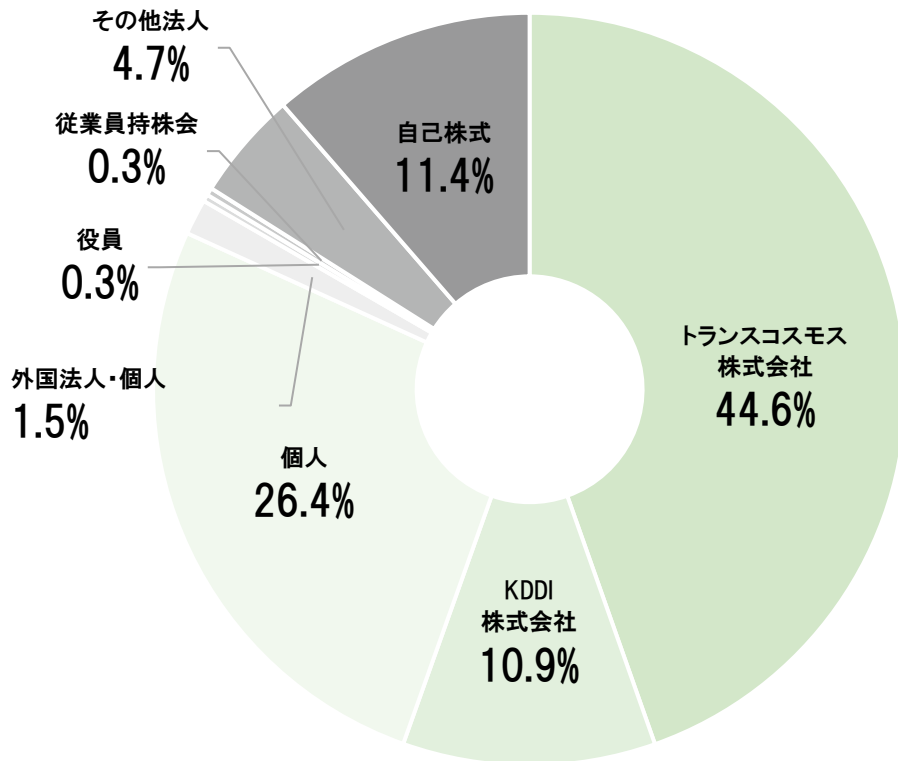
会社概要

社 名 : 株式会社Jストリーム 東証グロース(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 : 641名(連結:2022年3月末現在) 361名(単体)
資 本 金 : 2,182百万円 (2022年3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)



5月30日時点の株価	739
発行済株式数	28,057,400
時価総額	20,734百万円
単元株数	100株
株主数	11,235名

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。

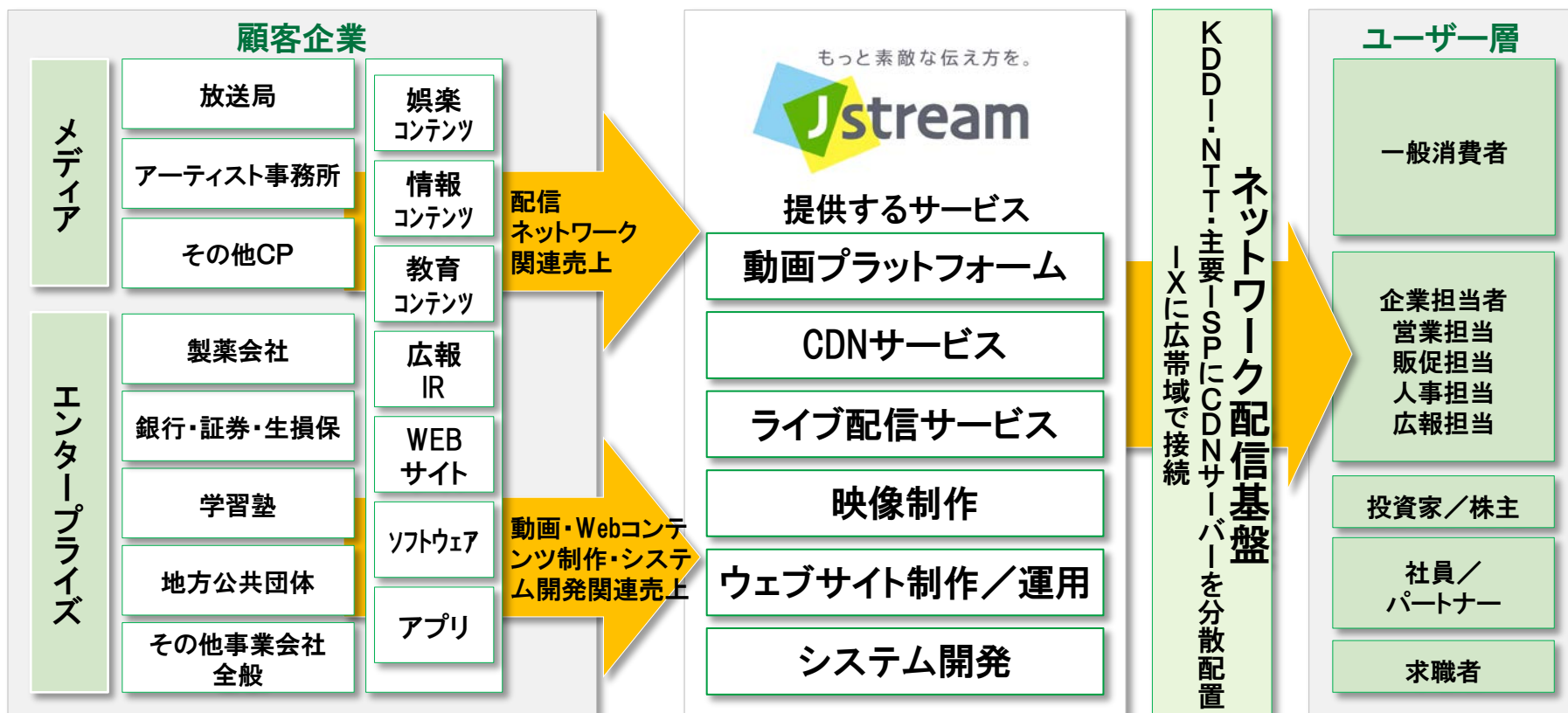
従業員数 (単体)	SERVICE	COMPANY
1997 5	● ライブサービス提供開始	● 動画配信会社としてスタート(5月29日)
1998 6	● オンデマンドサービス提供開始	
2000 49	● スライド連携サービス「ePresenter」の提供開始 制作ビジネスを本格スタート Windows Media、QuickTime 配信対応開始	
2001 57	● 携帯電話向け音声ストリーミングサービス開始 広域負荷分散システムの稼働開始	● マザーズ市場(現 グロース市場)に 上場(9月)
2003 77	● Flash Video 配信対応開始	
2005 104	● ドコモチャンネル向けASPサービスの提供を開始	● CO ³ 大阪営業所開設 (現・西日本営業所)
2006 135		● CROSCO crossmedia communication http://www.crossco.co.jp
2007 156		● 創立10周年 コーポレートメッセージ 「もっと素敵な伝え方を。」策定
2008 181	● IPTV向け動画配信(MPEG-DASH)対応開始	

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。



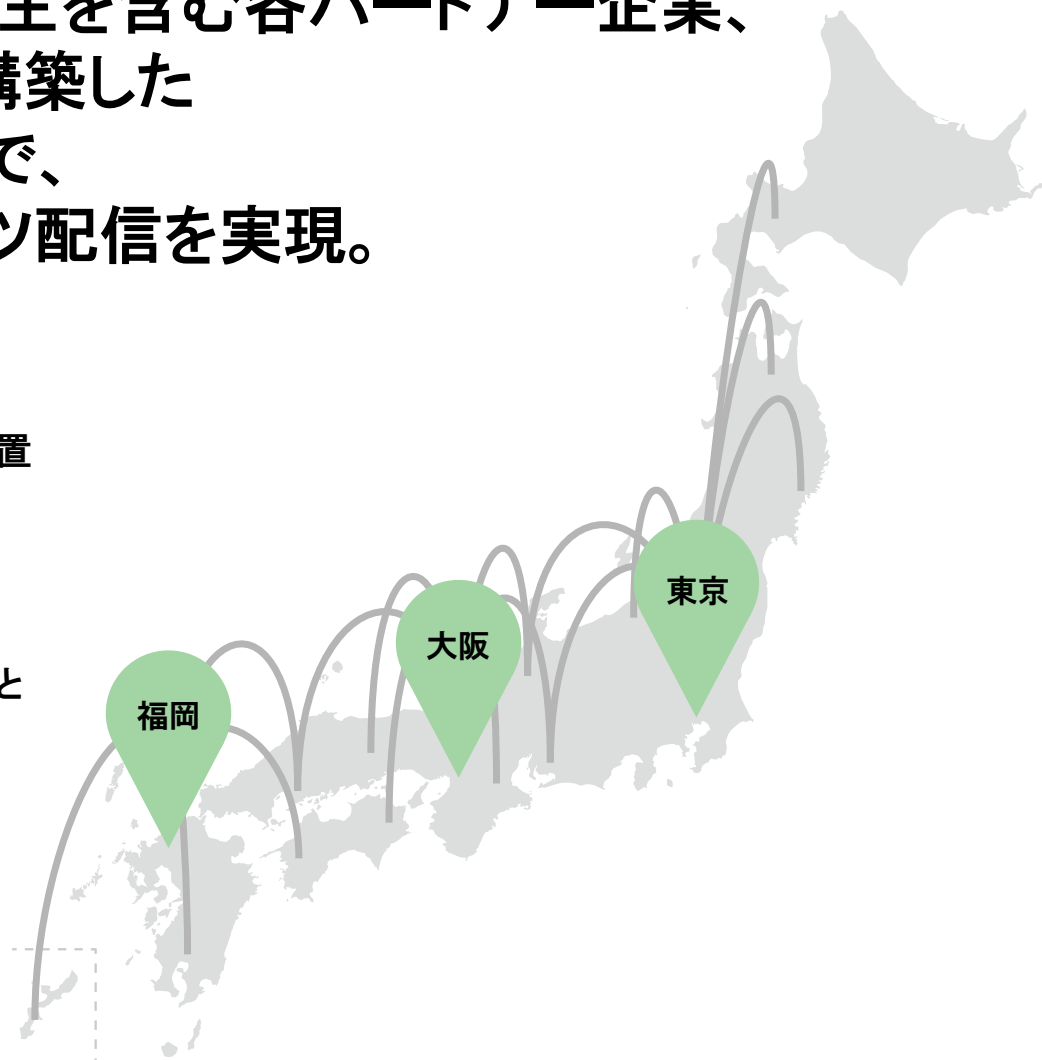
事業の内容

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



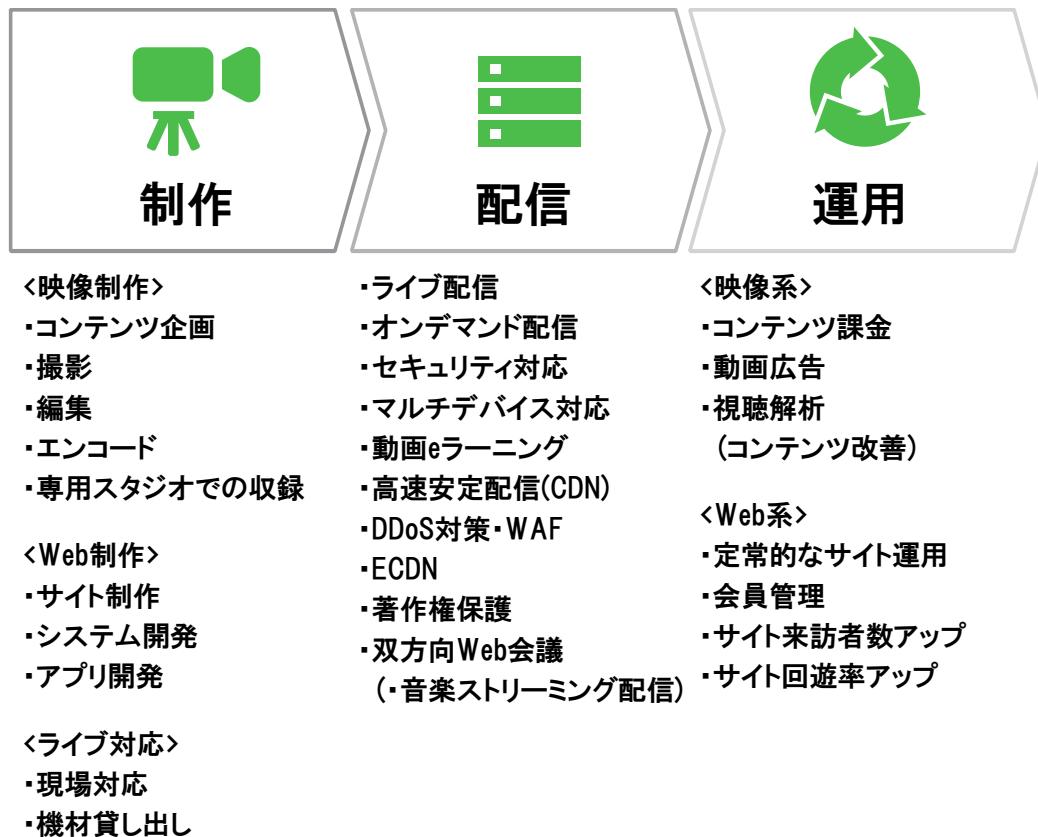
1997年の設立以来、大株主を含む各パートナー企業、
団体との協力関係の下で構築した
最短経路のネットワーク網で、
高品質・安定的なコンテンツ配信を実現。

- ・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



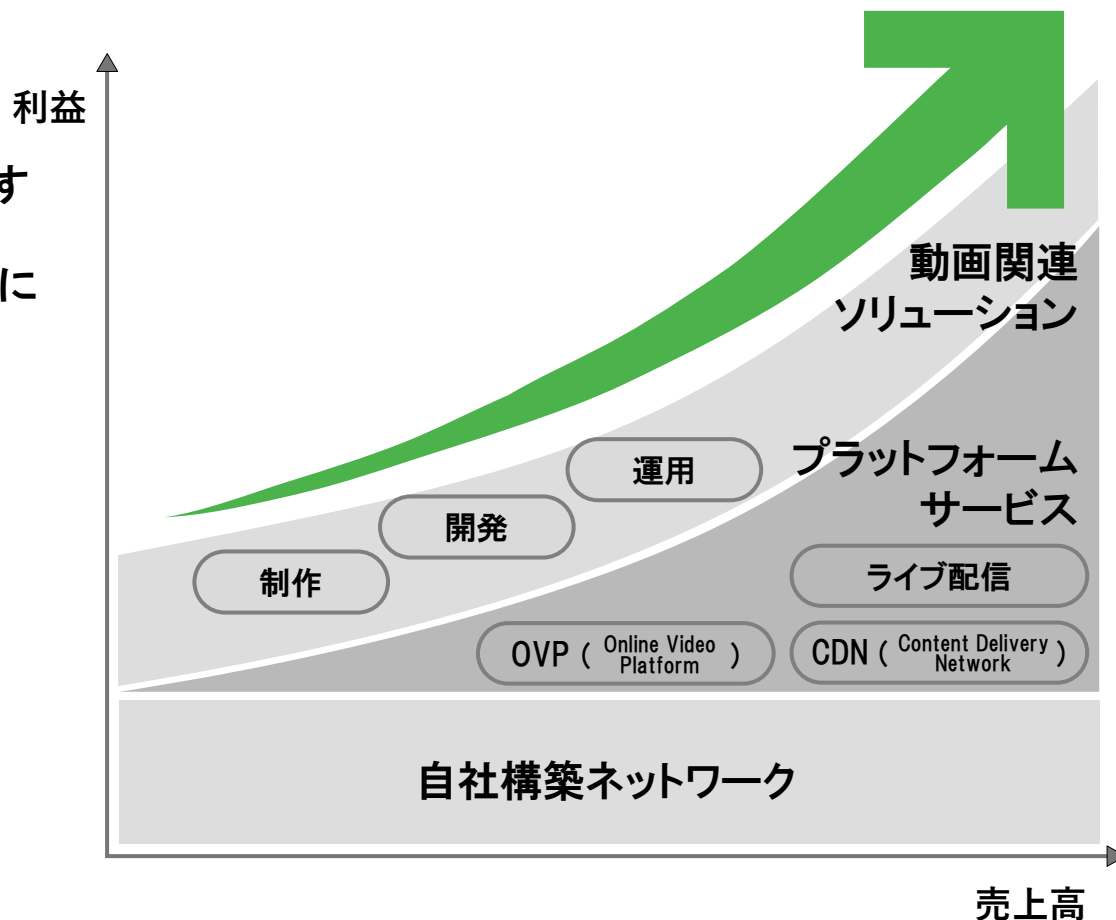
動画ソリューションを一貫体制で提供します

- ・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

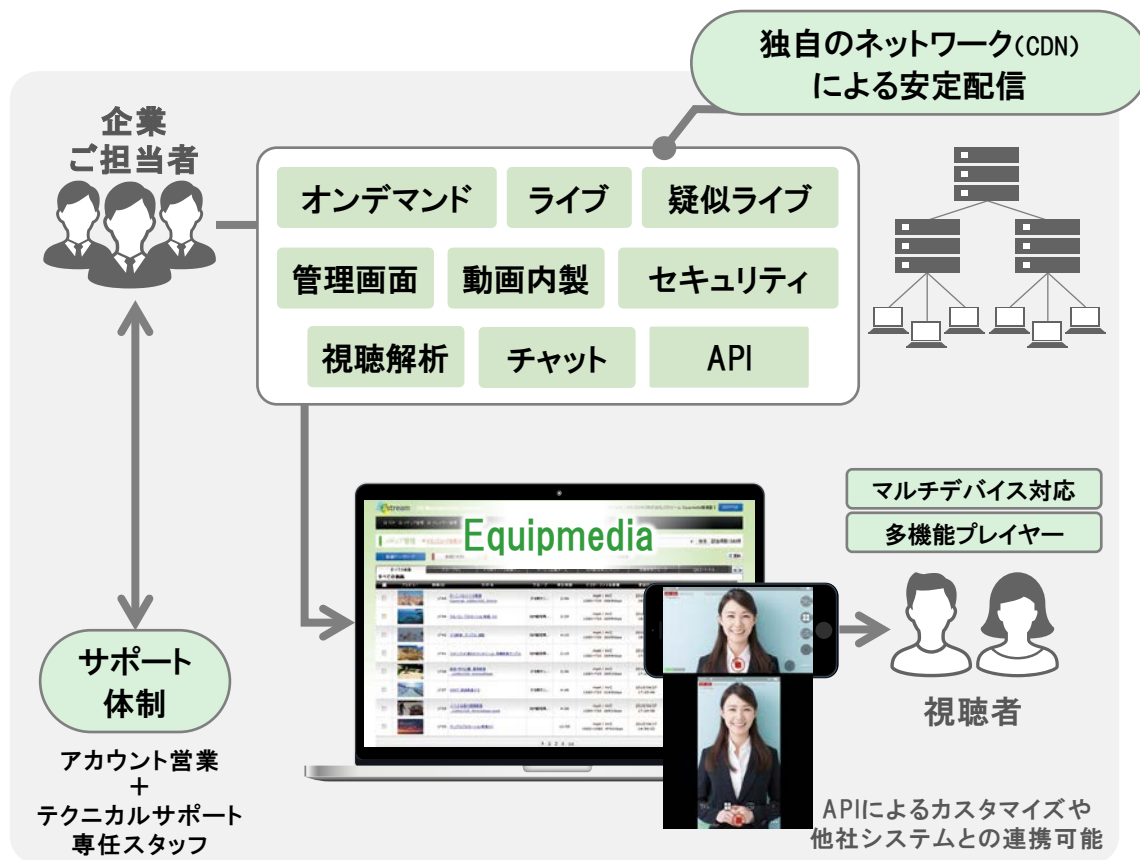
- 自社設置のサーバー群による外部環境に左右されない強固な配信ネットワークを基盤とします
- プラットフォーム系サービスの売上増に伴い、原価がほぼ固定であるネットワークの稼働率が上がり、利益率が向上する構造です
- ウェブ・動画の制作、システム開発、サイト運用等顧客の動画利用用途に合わせたソリューションを提供して顧客をグリップし、売上を獲得します
- 多くの場合、単独の顧客に複数のサービスを組み合わせ提供します



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

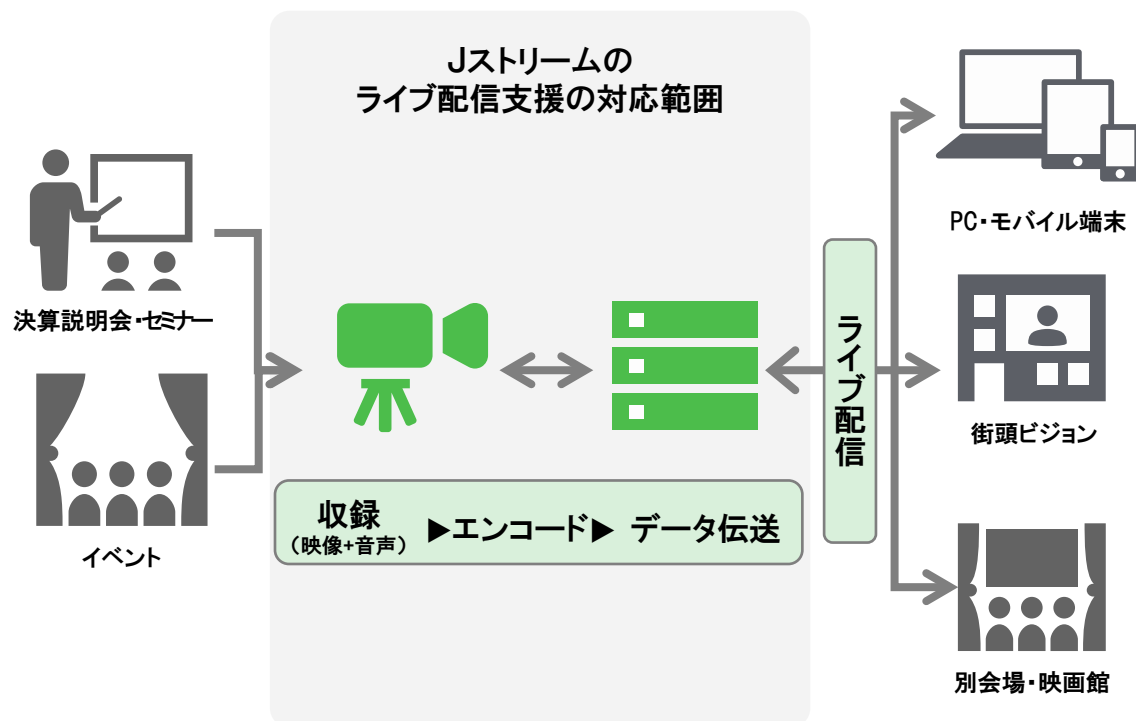
- ・利用者のスキルに依存しない
使いやすい管理画面
- ・他社システムと連携できる
柔軟性
- ・CDNによる安定配信
- ・サービス提供価格は
月額5万円から
- ・国内最大規模の3,000アカウント
(2022年1月末累計) 以上の導入実績



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

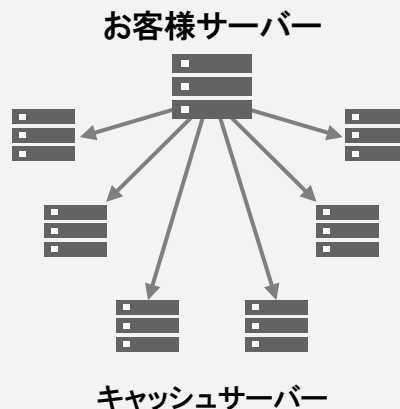


独自のネットワークシステムで、**快適な閲覧環境**を実現します

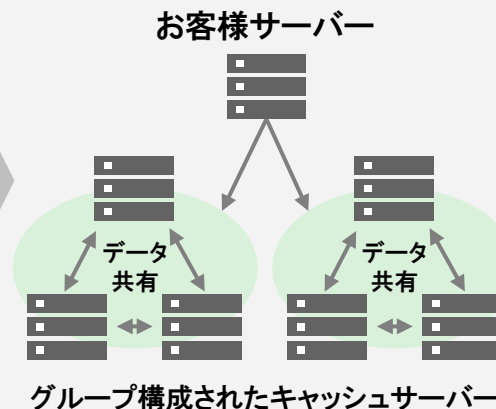
・不測の事態にも安心な
キャッシュグループ構成

・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

従来のキャッシュ構成



キャッシュグループ構成



グループ構成されたキャッシュサーバー

データ負荷が分散するような構成

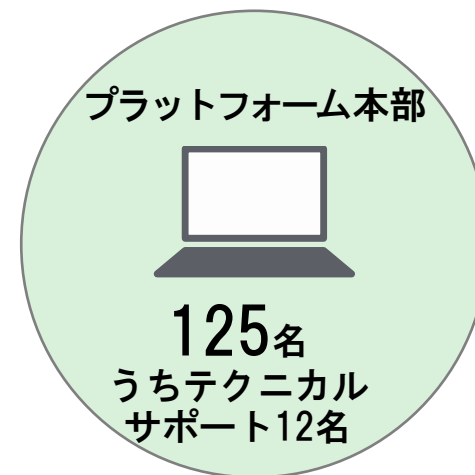
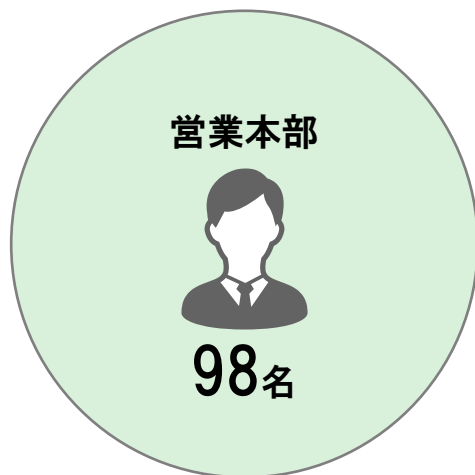
管理画面+顧客サポートで簡単・安心のCDNサービス

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



営業・制作・技術開発部門に多くの専門スタッフを配置し、
お客様の課題にスピーディーに対応します



※各本部の人数は2022年3月末時点で集計

	2020年度	構成比%	増減率%	2021年度	構成比%
売上高	12,970 (旧基準)	100.0	-4.3	12,409 ^(新基準)	100.0
				13,109 ^(旧基準)	
売上原価	7,606	58.6	-6.7	7,094	57.2
売上総利益	5,364	41.4	-0.9	5,314	42.8
販売費及び一般管理費	3,021	23.3	7.9	3,260	26.3
営業利益	2,342	18.1	-12.3	2,054	16.6
経常利益	2,350	18.1	-12.7	2,052	16.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,548	11.9	-15.5	1,309	10.6

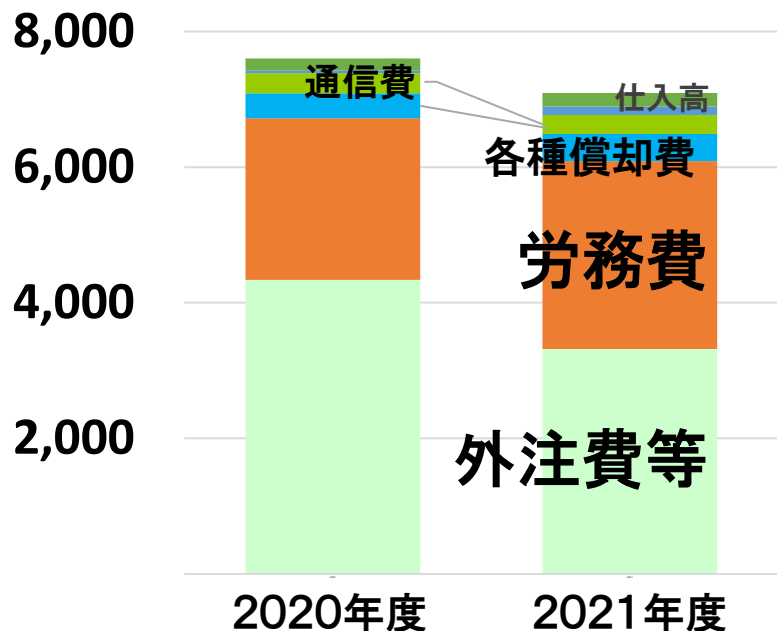
売上動向とコロナ禍の全般的影響

- ◆ コロナ禍に伴い2020年度急増したネット動画配信需要は引き続き高い水準が続きました。ライブセミナーやオンデマンド配信利用は、2020年度の利用水準をベースに成長が見られました。制作系については、Web制作実績は前年度を上回りましたが、映像制作については、コロナ禍発生直後に多くのコンテンツを作成した反動減が見られ、年度を通じて前年を下回る水準となりました。
- ◆ 医薬系: 売上規模の大きいWeb講演会ライブは大きな反動は無く底堅い需要が見られましたが、前年度と異なり、取引先企業によって通常の予算消化の期中における判断、販促方針の調整があり、会社によって前年度対比で増減が分かれました。各事業会社: 前年度急増した販促や情報共有への動画利用意向は引き続き旺盛であり、リアル回帰の動きを新規の動画利用が上回る結果となりました。バーチャル株主総会が注目され、関連制作・配信売上が成長しました。
- ◆ グループ企業では映像制作ビジネスの比率が高いビッグエムズワイ、クロスコが前年度をやや下回る実績となりました。

		2020年度末	主な変動要因	2021年度末
資産の部	流動資産	9,754		10,203
	固定資産	2,075	受取手形、売掛金 及び契約資産 (純額) $\Delta 385$	2,236
	有形固定資産	510		561
	無形固定資産	1,192	投資有価証券 BSよしもと社に 出資 $+101$	1,229
	投資その他の資産	372		445
資産合計		11,830		12,440
負債の部	流動負債	2,390	未払金 $\Delta 86$ 未払法人税等 $\Delta 339$ 未払消費税等 $\Delta 195$	1,826
	固定負債	280		242
純資産の部	資本金	2,182		2,182
	株主資本	3,899		3,899
	資本剰余金	3,899		3,899
	利益剰余金	3,089		4,232
	自己株式	-306		-306
	評価・換算差額等	0		0
	非支配株主持分	293	純資産が 100億円超え	362
	純資産合計	9,159		10,371
負債・純資産合計		11,830		12,440

◆ 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

◆ 第3四半期初に株式分割を実施 1→2

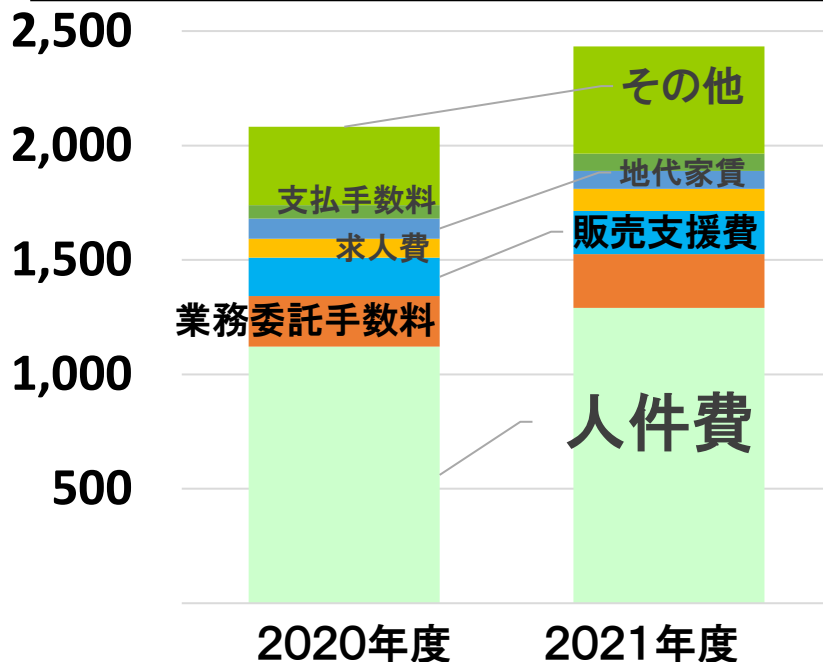


- ◆ 新会計基準による外注額の減少がJストリーム単体において6億程度あり、原価計上額は減少しましたが、外注する実額は増加しました
- ◆ アズーリ社M&Aはグループ内での制作開発力を向上しつつ外注費率の低減に貢献しました
- ◆ 上記M&Aと採用による人員増強により労務費は増加したが、前年対比トータルでは原価率を低減できました
(外注費等+労務費の構成比:88.3%→85.8%にダウン)

	2020年度	構成比%	増減率%	2021年度	構成比%
外注費等	4,338	57.0	-23.5	3,319	46.8
労務費	2,380	31.3	16.3	2,768	39.0
各種償却費	368	4.8	9.4	403	5.7
通信費	299	3.9	-7.3	277	3.9
その他振替等	43	0.6	190.1	126	1.8
仕入高	175	2.3	13.6	199	2.8
売上原価合計	7,606	100	-6.7	7,094	100

販売費及び一般管理費(連結)主要項目

(単位:百万円)

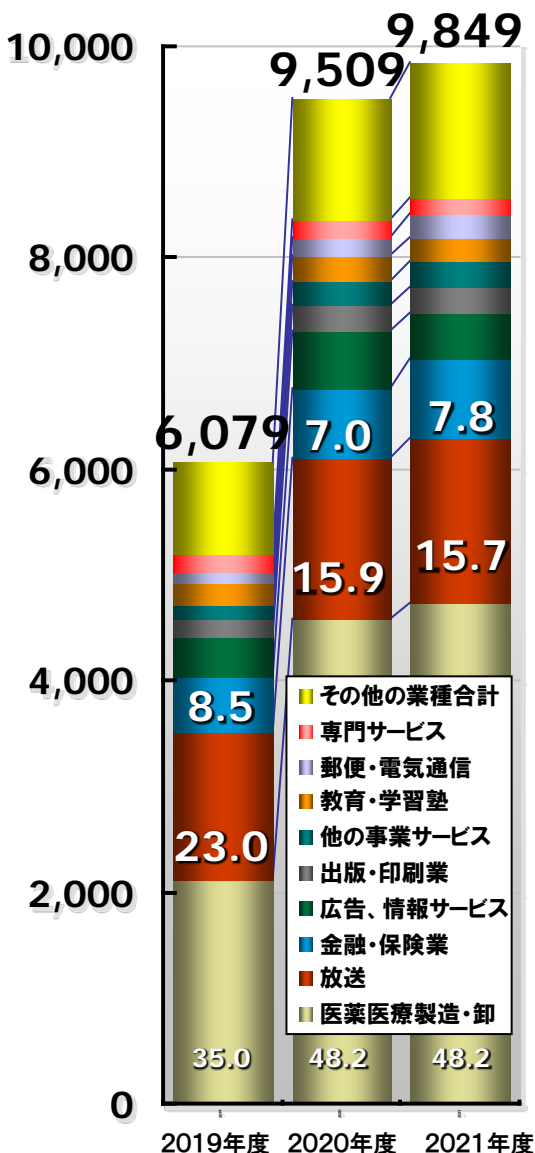


- ◆ 営業・管理系人員採用と連結子会社増に伴い人件費が増加しました
- ◆ 業務プロセス効率化及び新収益認識基準対応のために社内業務支援システムを開発、機能拡張を継続。それに伴いソフトウェア償却費が増加しました
- ◆ 業績拡大に伴う体制強化のための採用は今後も継続予定です

	2020年度	構成比%	増減率%	2021年度	構成比%
人件費	1,609	21.2	6.9	1,720	24.2
業務委託手数料	322	4.2	-8.0	296	4.2
販売支援費	247	3.3	3.0	254	3.6
求人費	126	1.7	9.6	139	2.0
地代家賃	116	1.5	-11.3	103	1.5
販売促進費・広告宣伝費	74	1.0	32.5	98	1.4
その他	524	6.9	23.5	648	9.1
販管費合計	3,021	100	7.9	3,260	100

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、構成比%) ◆ Jストリーム個別売上(旧基準)は前年比+3.9%の増収



- ◆ 医薬系の成長率は3.4%と、期初想定は下回ったものの、全面的な伸びを見せた2020年度を上回りました
- ◆ 放送系は、定例の運用に加えて行われる開発系案件を第4四半期に受注し、通期では前年を上回りました
メディア系案件の特需として、五輪の周辺案件(各種イベント中継)などが「他の事業サービス」「映像・ビデオ制作(その他の業種合計の内数)」などにも分散して含まれています(2021年度において1億弱)
- ◆ 広告情報サービスは、実験的VR(エンタメ)案件の終了と、製薬販促系代理店の前年度特需の反動などが影響し、前年を下回りました
- ◆ その他の業種は、前年にコロナ禍緊急対応から配信流量の急増があった教育系を除きほぼ前年を上回っており底堅い需要がありました

	2019	2020	2021	成長率
医薬医療製造・卸	2,125	4,587	4,744	3.4%
放送	1,395	1,514	1,548	2.3%
金融・保険業	518	668	765	14.5%
広告、情報サービス	372	538	424	-21.2%
出版・印刷業	185	244	253	3.6%
他の事業サービス	130	228	241	5.4%
教育・学習塾	191	243	222	-8.7%
郵便・電気通信	116	181	217	19.5%
専門サービス	169	169	153	-9.6%
その他の業種合計	877	1,136	1,282	12.8%



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	Q3	Q4
医薬医療製造・卸	417	505	565	638	641	1234	1492	1217	1301	1185	1212	1045
放送	305	316	388	386	312	433	404	364	357	431	351	409
その他の事業会社 合計	603	618	610	729	729	836	863	979	949	843	845	924
個別売上合計	1325	1437	1564	1753	1684	2503	2761	2561	2607	2459	2409	2378
<small>(以下その他の事業会社内訳)</small>												
金融・保険業	110	124	132	153	187	170	155	155	263	161	165	175
広告、情報サービス	80	82	88	122	101	120	177	140	117	103	99	105
出版・印刷業	48	46	46	45	57	56	67	65	69	63	65	55
他の事業サービス	33	36	22	39	37	69	54	68	54	59	62	66
郵便・電気通信	24	33	12	47	25	25	21	110	49	59	56	52
教育・学習塾	79	36	35	42	64	60	50	68	46	52	61	63
その他の業種合計	229	261	274	281	257	335	339	372	351	344	337	408

市場環境

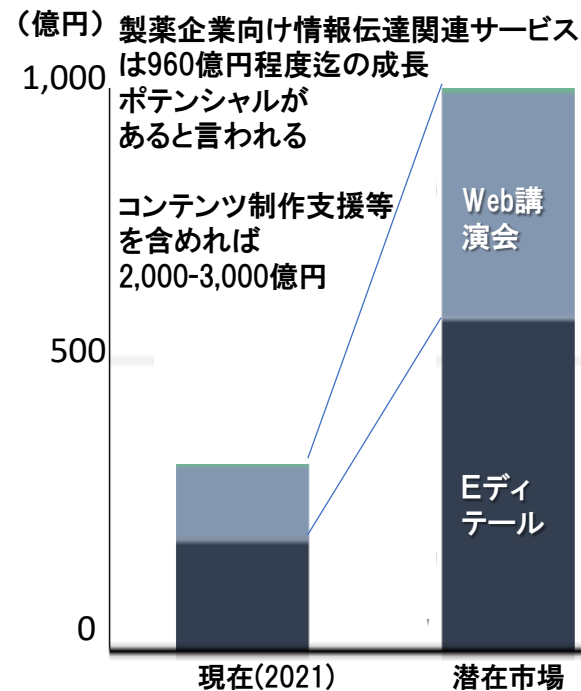
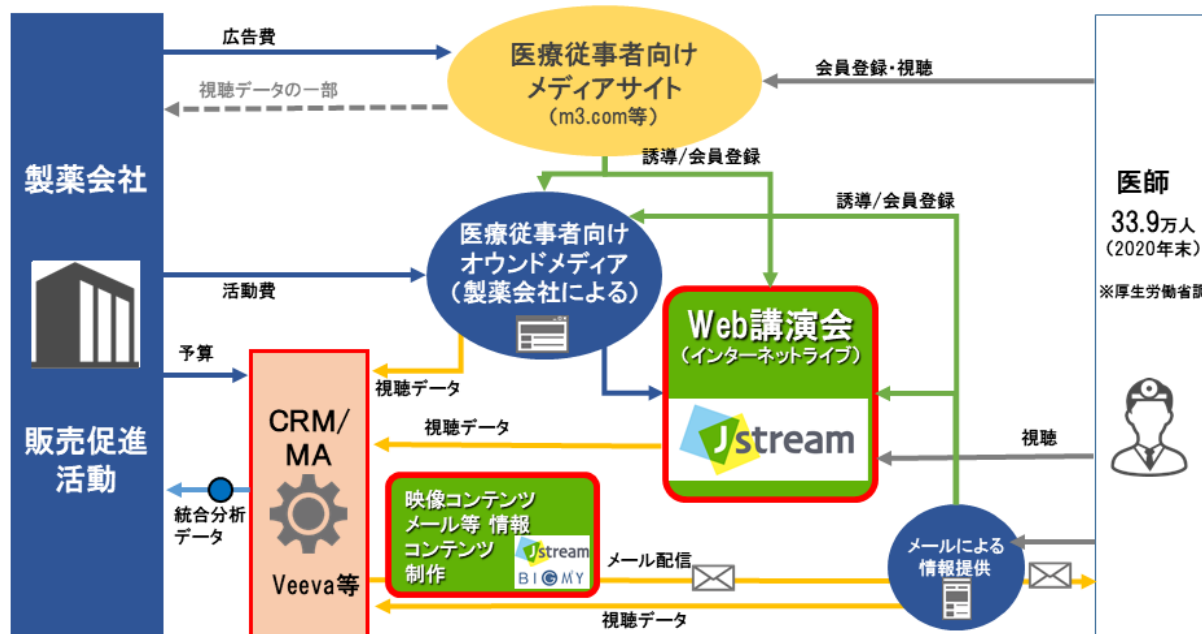
市場(売上)規模、顧客への提供価値・サービスの区分から、市場領域を3つに区分して事業戦略を策定しています。競合企業もこれら領域によって異なります。

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
①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
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)
③OTT・ 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)

市場環境: ① 医薬領域

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)

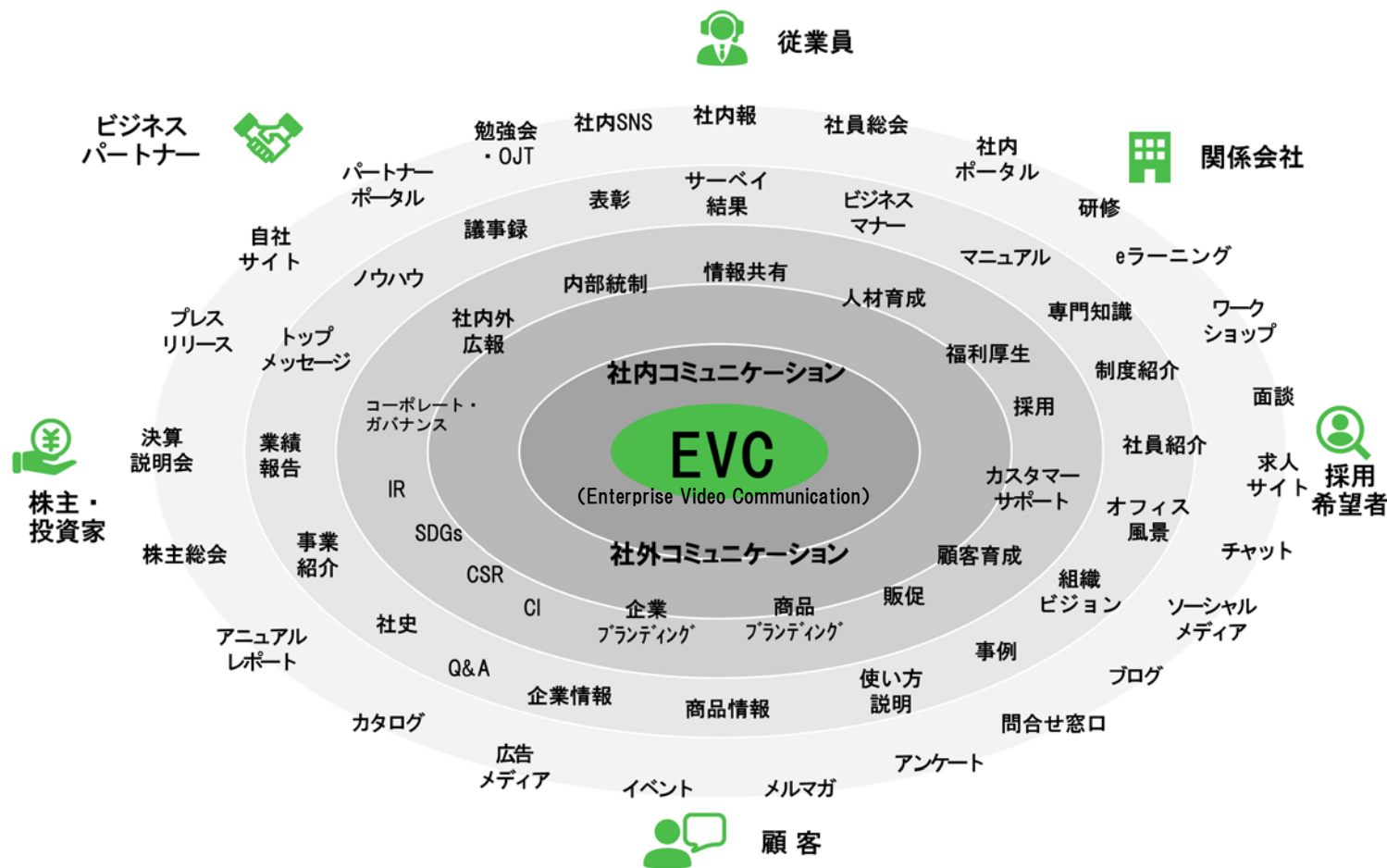
- MRの訪問規制や接待規制が導入され、MRが医師と会って医薬品に関する情報を提供する機会が減少。医師がeディテールやWEB講演会、医療系SNS等のマルチチャネルでの情報収集を積極的に行うようになったのが2010年代後半の全体のトレンド
- この流れにコロナ禍が拍車をかけました。2020年度はMRの病院訪問、面談実施は実質不可能に。2021年度は訪問は可能になりましたが、医師は従来に増してネットでの情報取得に慣れ親しんでいます。
- Jストリームは「製薬会社がオウンドメディアを利用して実施する販売促進活動」をターゲットとしています。製薬会社の販売促進費は1兆円規模と言われ、全体は縮小傾向にあるものの、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と考えられます。
- 季節性: 年間では秋口(9~11月)や国内メーカーの期末3月に講演会や学会は多く売上が伸びる一方、1、2月は閑散期



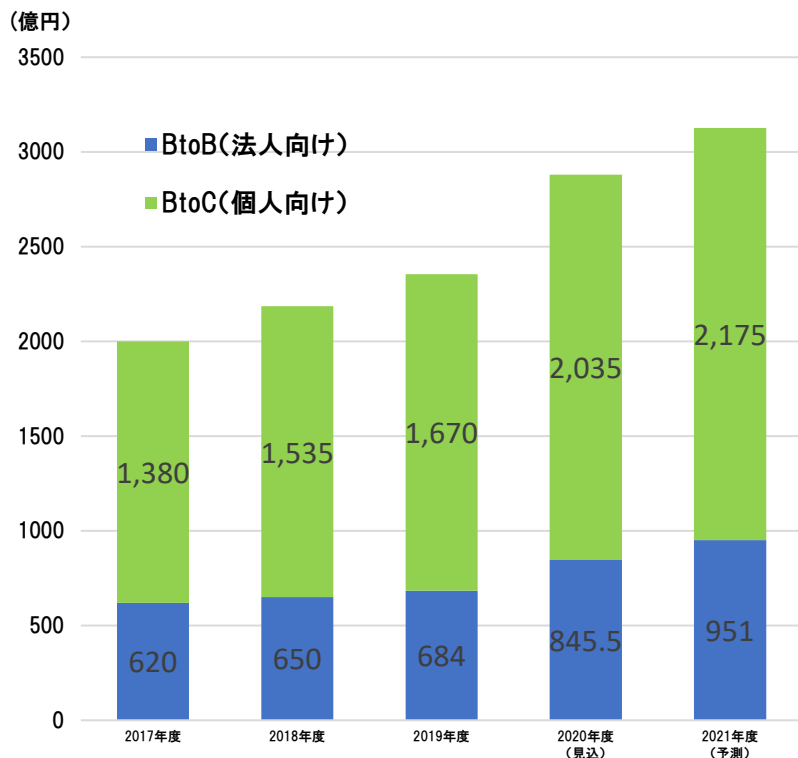
出典: SMBC日興証券

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



【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



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

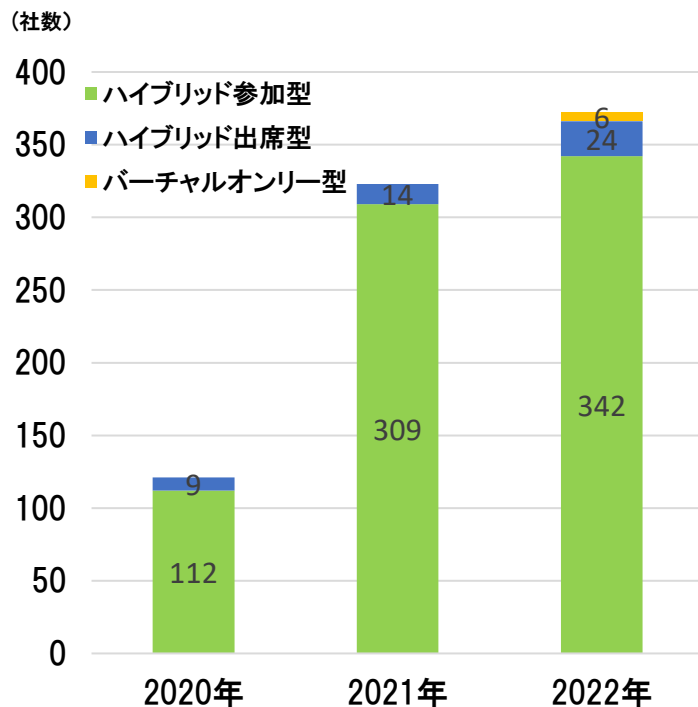
注1. 提供事業者売上高ベース

注2. 2020年度見込値、2021年度予測値

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)

【上場企業のバーチャル総会開催実施動向】

2022年3月期決算会社において、バーチャル総会実施予定の企業は昨年よりも増加傾向



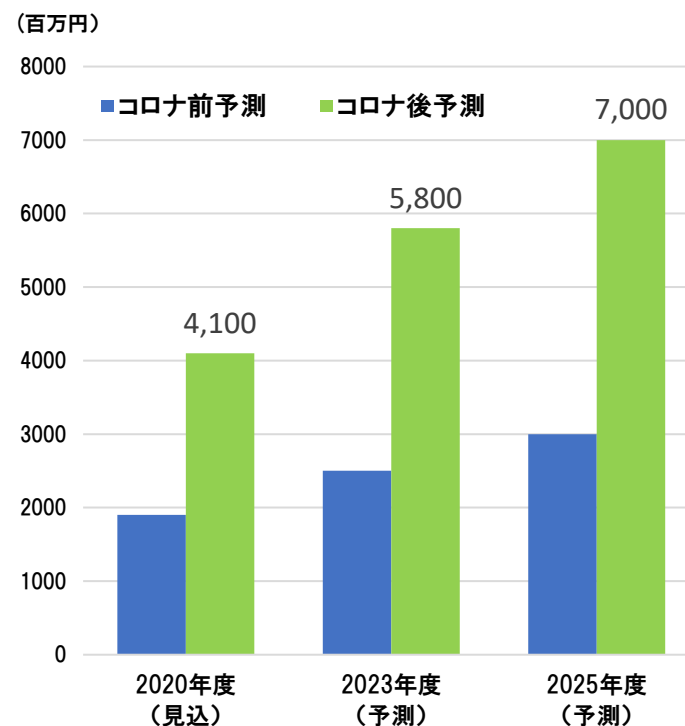
出典: 日本証券取引所グループ 東京証券取引所 3月期決算会社 定時株主総会調査結果

※2022年度の実施予定企業数は2022年5月15日時点での速報であり、実績値は更に増加する見込み

【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)



出典: 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>

市場環境の劇的变化

- ・歴史的なビジネス構造の転換点にあり、動画配信がビジネスの極めて重要な要素に
放送局 ⇒ 同時配信の開始、視聴率の低下と不可逆的なデジタル移行
エンタメ業界 ⇒ コロナによる本業売上激減、新しい配信ビジネスの創造
+ 海外OTT業者の利用増加 ⇒ 可処分時間の争奪戦

一般的な動画配信技術のコモディティ化

- ・AWS MediaServices等のクラウドの動画対応により単機能の動画システムはコモディティ化
- ・大手顧客: 動画技術人員を強化傾向、クラウド利用による内製化を進める
- ・内製化できない中小顧客: 動画以外の周辺機能(課金/CMS等)ニーズ増大

新技術とそこから生まれる新しいニーズへの対応

- ・通信環境の5G化、XR(VR/AR/MR)マルチアングルによる新しい動画表現
- ・双方向通信による動画を介したコミュニケーション、ライブコマース等

市場から求められる価値
& サービス像

市場ニーズの独自性が強く技術サイクルが早い
= スピードが重要

市場特化型

固有のビジネス&技術&運用課題に特化した
プロダクト&ソリューション

トータル ソリューション

動画配信機能を核としつつ
動画周辺機能も網羅

新技術対応

新技術にスピーディに対応し
市場投入

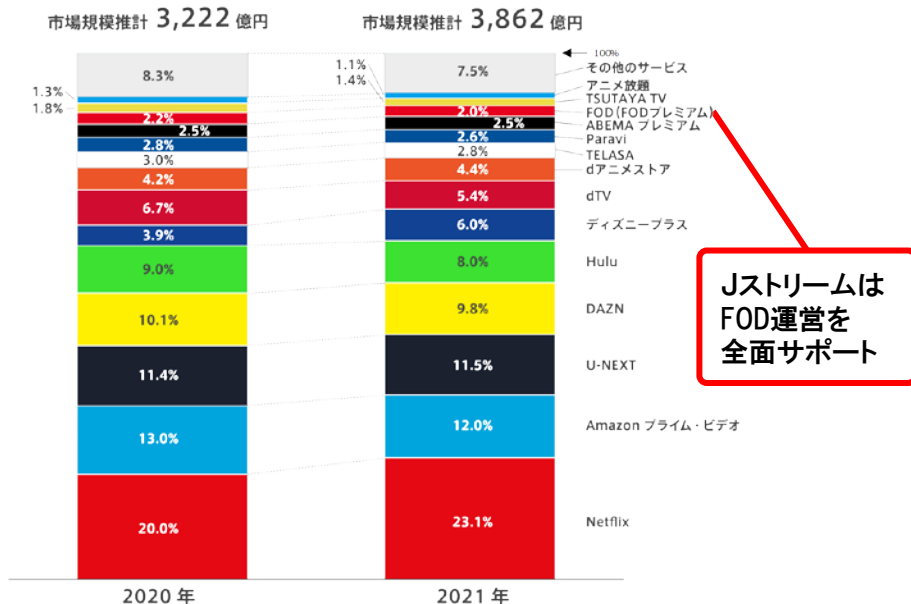
コロナ禍により市場環境が激変する中、オンラインへのニーズは大きく拡大しています

【2021年の動画配信市場全体の規模は推計4,614億円(前年比+19.0%)】

(「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2021年の動画配信市場全体の規模)

2026年には7,241億円に到達するとの試算あり
(ベース、楽観、悲観の3シナリオのうちベースシナリオ)

定額制動画配信(SVOD)サービス別市場シェア

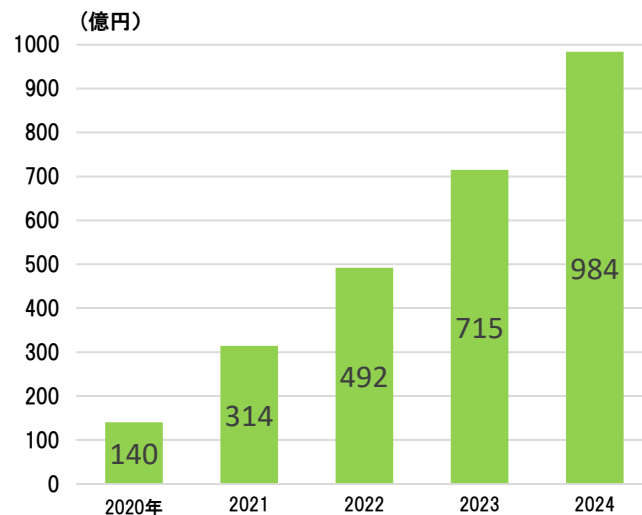


【ライブエンターテインメント業界】

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



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.)

※2020年の市場規模については、最新の統計データを用いて、2020年版「動画配信(VOD)市場5年間予測(2021-2025年)レポート」の推計結果を再集計した資料) 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」 「定額制動画配信サービスブランド・ロイヤリティ調査」 「SVOD利用ブランド調査」、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

競争優位性

【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

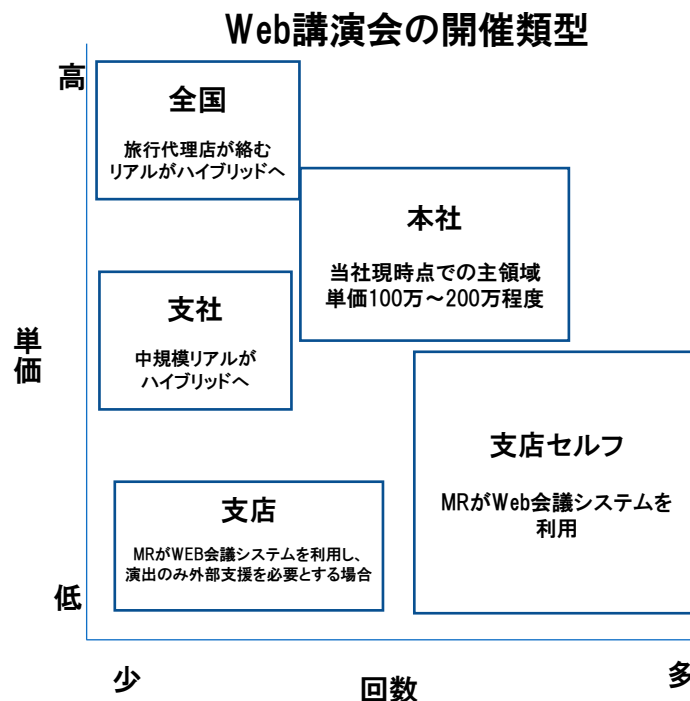
「支店開催」と言われる、MRや事業所レベルが主催する比較的小規模のリアル開催の代替となる講演会(単価30-50万円、コロナ禍以前のリアル開催数は年間10万回とも言われた。2020年にリアルからのシフトで急増したが、2021年には多くが「支店セルフ」に移行した)を主な顧客としており、当社が主力としている「本社開催」(薬剤のブランドマネージャークラスが主催し、コロナ以前から全国規模で大会場+Webで行われてきた:単価100-200万円)の講演会で直接競合する場面は2021年度末時点においても多くはありません

【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、事故のなさと対応)
- 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

【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)
- ウィズ・アフターコロナ環境や既存のWeb講演会に慣れた顧客・ユーザー医師のニーズを捉えたサービス・見せ方等の提案力



【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
- 動画共有サービスと異なりクローズドサービスで
あるためセキュリティや他動画に流出する懸念が
低い

【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)

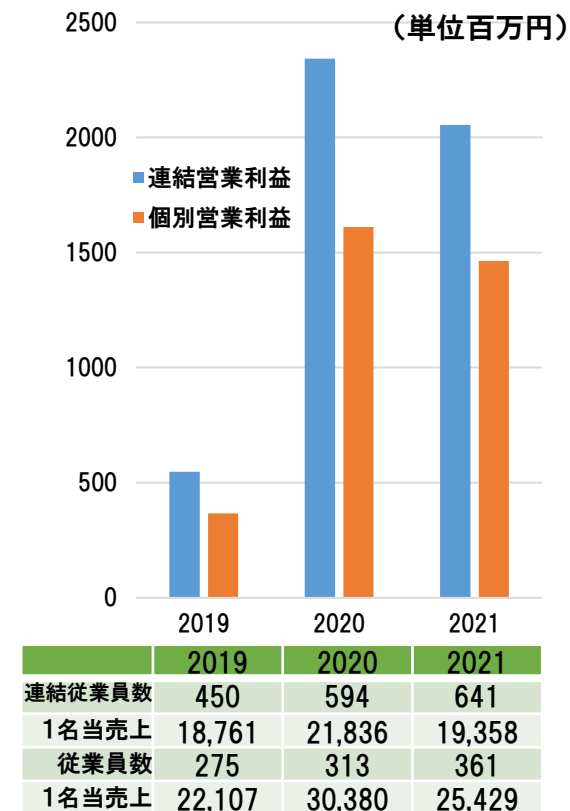
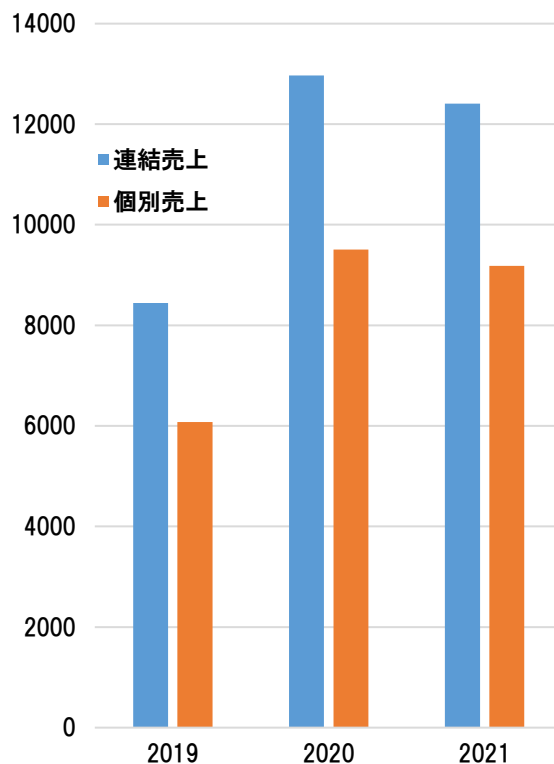
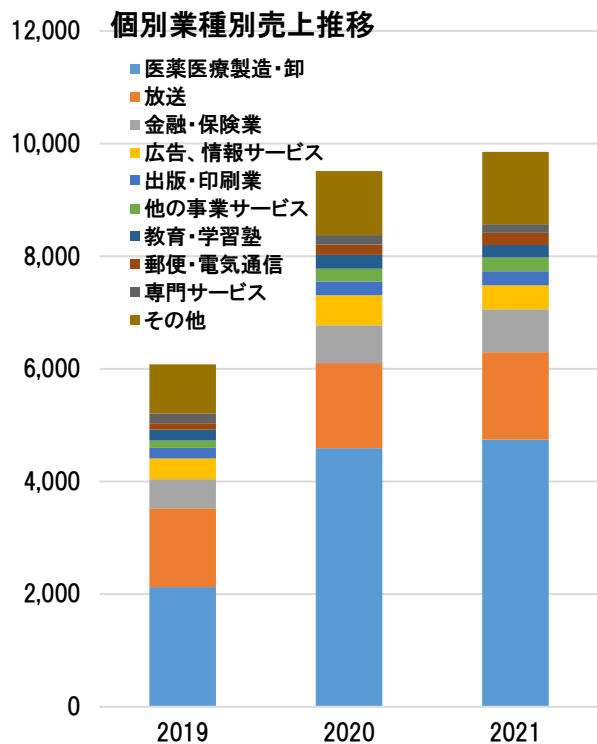
【当社の認識する顧客の購買決定要因(重要順)】

- 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

成長戦略



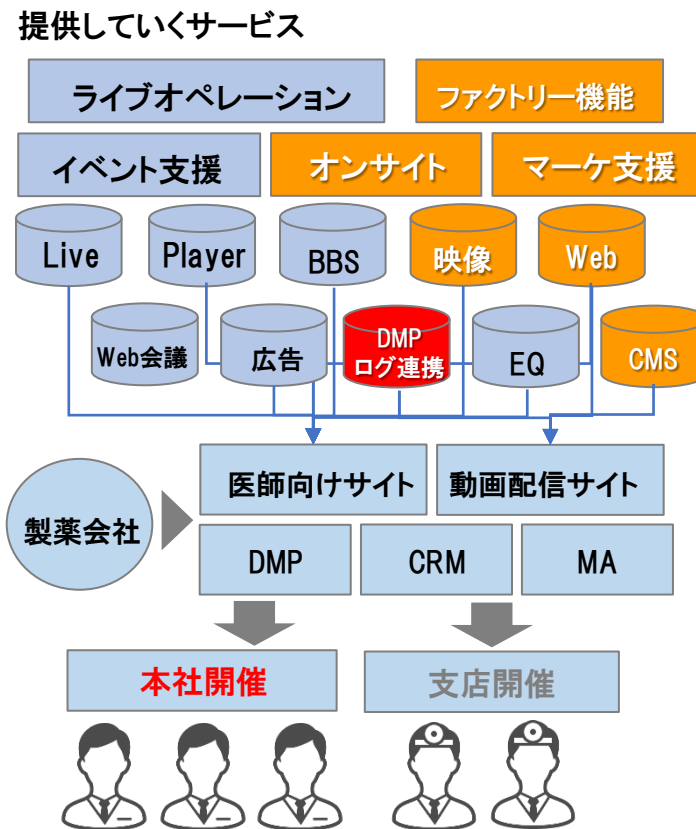
■背景

- 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、2019年度第4四半期(1-3月)以降、当社事業にとって成長の加速要因となりました。特に当社がスタッフを派遣して行うライブ配信(集客販促イベント)やEquipmediaを利用した動画配信(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ました。これにより、コロナ環境下で当社、ユーザー企業がともにネット動画利用の成功体験を蓄積することができました。
- 2021年度は、コロナ環境突入直後の余剰予算の受け皿としての多く行われた映像制作中心に反動減が現れましたが、動画配信そのものは堅調な推移となりました。
- コロナ環境下での動画利用の成功体験を経て、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。

成長戦略振り返り: ① 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)
→ Webinar Analytics を提供開始 (2021-Q3)
- ◆ 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)と協同で差別化を図る→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



- ✓ 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

ライブ講演会支援に 留まらず、次世代の医薬 デジタルマーケティング パートナーになり、リアルと デジタルの新しい顧客体験 価値を創造する

～ リアルからデジタルへ置き換えをするのではなく、リアルとデジタルの差をなくす顧客体験の価値を創造し、支援する企業 ～

基本戦略

- 講演会のオプションメニューや追加サービスを推進、**ハイブリッド化と新規顧客開拓を進める**
- **Webinar Analytics**を推進して、**データ分析やデータ連携を支援**できるポジショニングを獲得
- **Veeva**を基軸とした**オリジナルソリューション開発**
- オウンドサイトの構築や運営ノウハウを蓄積して、**動画コンテンツを推進**
- **新しいチャネル**や**メディア開拓**、**コンタクトポイントの強化・メディアプランニングの実施**
- **製薬会社のオムニチャネル推進を支援**

オムニチャネル向けの展開軸

Web講演会事業

ハイブリット/CX対応に注力

既存顧客維持しつつ 新規メーカー/支社の攻略を進める

デジタルマーケティング事業

アナリティクス・CX・上流工程に向けたケイパビリティを増やす

広告事業

WEB講演会の集客+オウンドメディアへの送客

想定されるソリューション (全て展開中:年月のあるものは直近投入)

- **ハイブリッド講演会**
- **Webinar Analytics 導入実績蓄積中**
- **バーチャルラウンジ**
- **データ分析、連携**
- **デジタルマーケティング**
- **広告・メディアプランニング**
- **Veeva Connect**(ビッグエムズワイ)
- **Digital Factory**(ビッグエムズワイ)
- **シンプルオンラインパック**(クロスコ) 2021/12
- **METAGO**(クロスコ) 2022/4

デジタル領域全般の業務をグループで提供し、製薬企業のオムニチャネル推進を支援

コンテンツの企画・制作

Web講演会	シンプルオンライン パック	
Webサイト	METAGO	
映像制作	BI G M ²	

管理システムのデータ連携

Veeva Connect	BI G M ²
Webinar Analytics	Jstream
ハイブリッドMICE	CO ³ <small>COVERS COMMERCE & COMMUNICATIONS</small>

チャネルの運用

医薬メディア広告	Jstream
Digital Factory	BI G M ²
データ分析	J Creative Works

データの整備・連携

デジタル資材・
講演会 企画



承認・管理

Veeva(Vault)

デジタル
資材管理

Veeva CRM・他

顧客・営業
活動管理

マーケティング
担当

CMS

UI・UX

会員・コンテ
ンツ管理

MA

Webinar Analytics

データ分析・解析

データ連携

ログ・アクティビティデータ連携



マルチチャネルからオムニチャネルへ

MR



プレゼンツール
IVA

情報提供
(プレゼン)

MRメール
(Veeva Approved email)

情報提供

チャット(LINE等)

本社メール

オウンドサイト

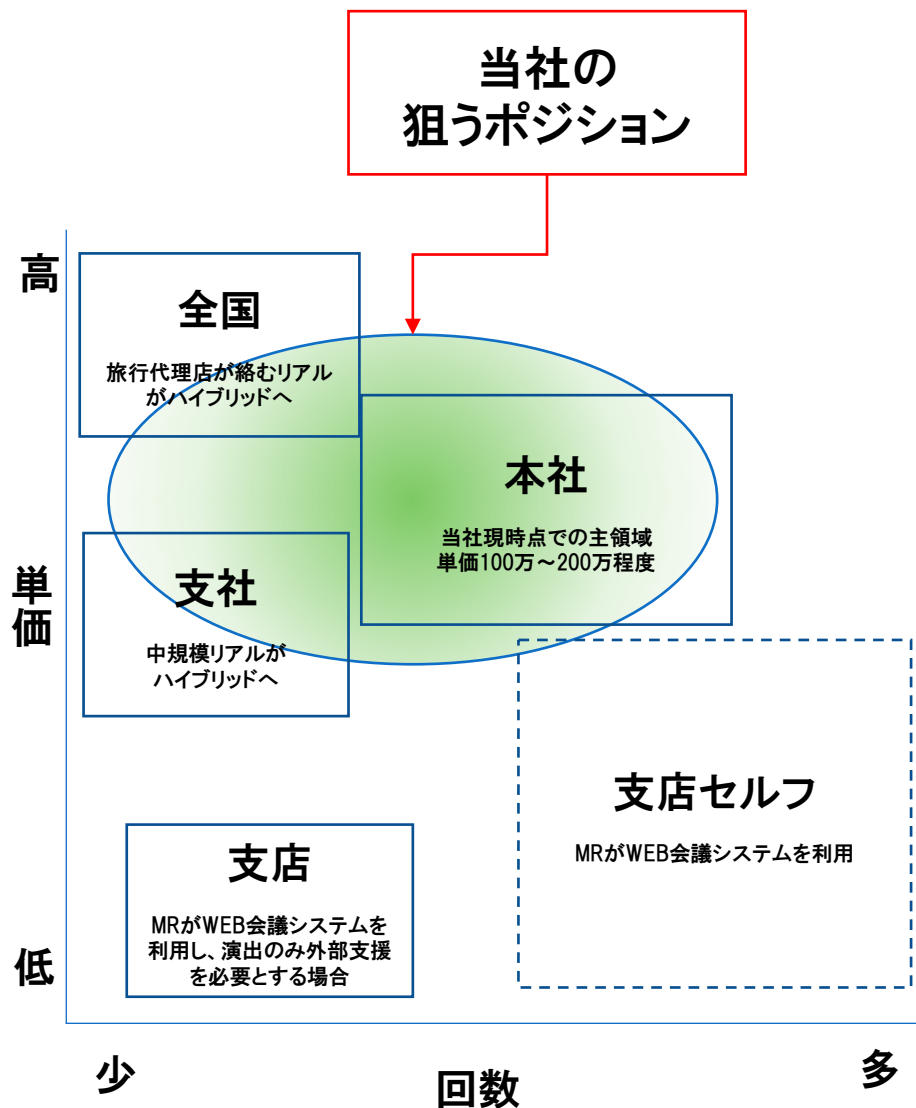
Web講演会

ペイドメディア
(M3、メドピア、など)

検索



医師



開催態様	今後予想される動き
全国	リアルで実施していた全国規模の講演 今後はハイブリッドで実施。 イベントとして旅行会社が受けるため当社提供範囲は配信のみが多いと予測 (売上は小さいが利益率高い)
本社	Jストリームが現在主に対応している領域 見せ方、中でのコミュニケーションは変化する
支社	新たな市場 エリア開催とも呼ばれる 全国と支店の間の規模の講演会 支社レベルで実施されている リアルがハイブリッド化されると予測
支店	WEB会議システムベースに、運営補助や 演出効果などを業務委託/オンサイトか 地場映像制作会社へ委託して行うニーズ がある程度存在すると予測される
支店セルフ	MRが対応する勉強会的性質が強い 回数は最多だが、WEB会議システム利用 に伴い、当社を含めた支援業者の参入 余地が現状なくなった部分

成長戦略振り返り: 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
CRMプラットフォーム「クライゼル」と連携(2021/8月)

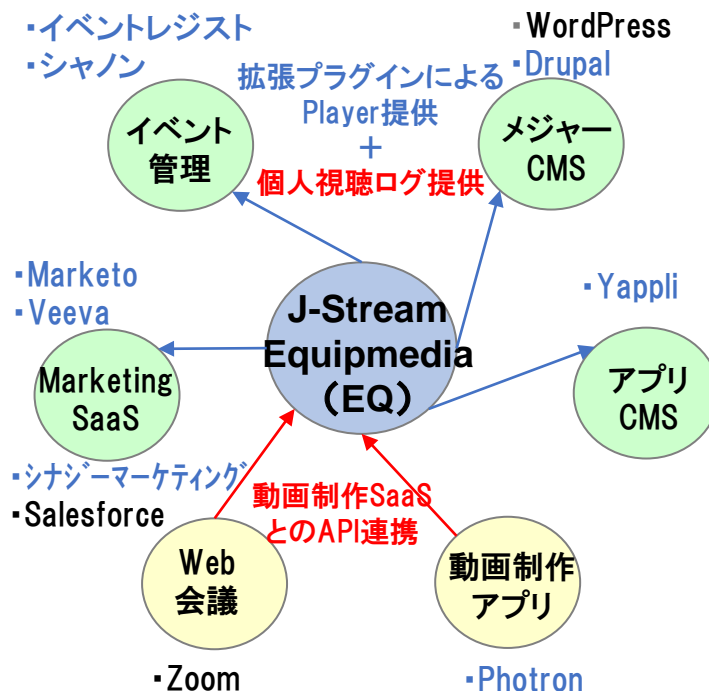
◆ Equipmediaの機能強化として以下を推進

- 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)
- ユーザー認証型ポータル機能:制作等伴わずEQのみで視聴者に視聴の場を提供、利用分析機能も付加(2022/4月)
- セミナー利用の利便性を高めるライブ配信機能を拡張(2021/1月)
具体機能:「DVR機能(巻き戻しや追いかけ再生)」
「ライブチャット機能改善」等

- ◆ 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年度内にも需要見つつ強化
コインチェック社「Sharely」とソリューション連携

◆ 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

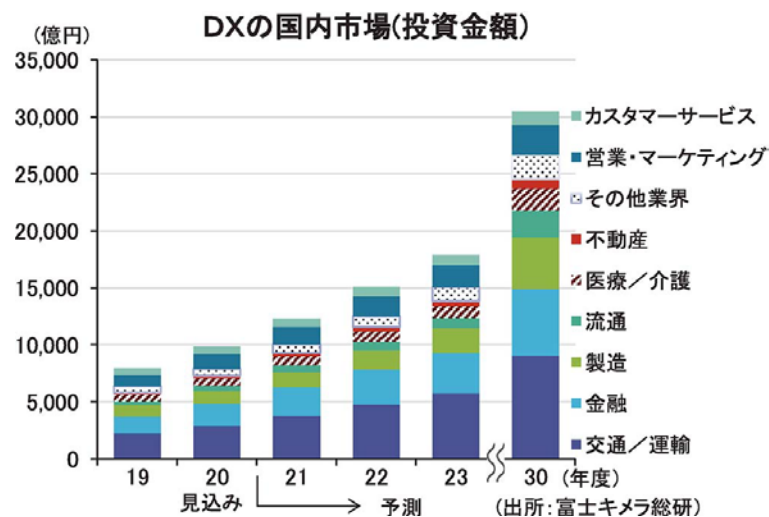
動画を活用する企業と 担当者にとっての ベストソリューション パートナーを目指す

基本戦略

- EQ(J-Stream Equipmedia)ポータル、ミテシルを教育・トレーニング、社内外情報共有用途へ拡販
- バーチャル株主総会をプラットフォーム化して拡販
- 展示会・学会等の大規模イベントに必要な申込、認証、視聴管理を網羅したイベントプラットフォームを提供する
- 小規模イベントにはEQ(疑似ライブ)、Zoom等との連携でセルフ開催環境を提供する
- イベント配信の企画プロデュースを提供し、顧客目標の達成を支援する
- 企業が進む動画活用の内製化の支援策(複数の内製化支援メニューの準備)を講じる

DXの拡大により、動画需要の増加が見込まれる

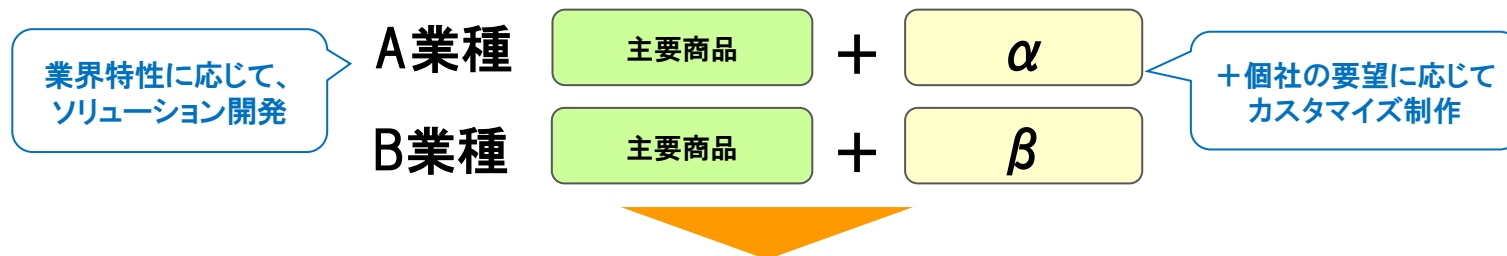
想定されるソリューション



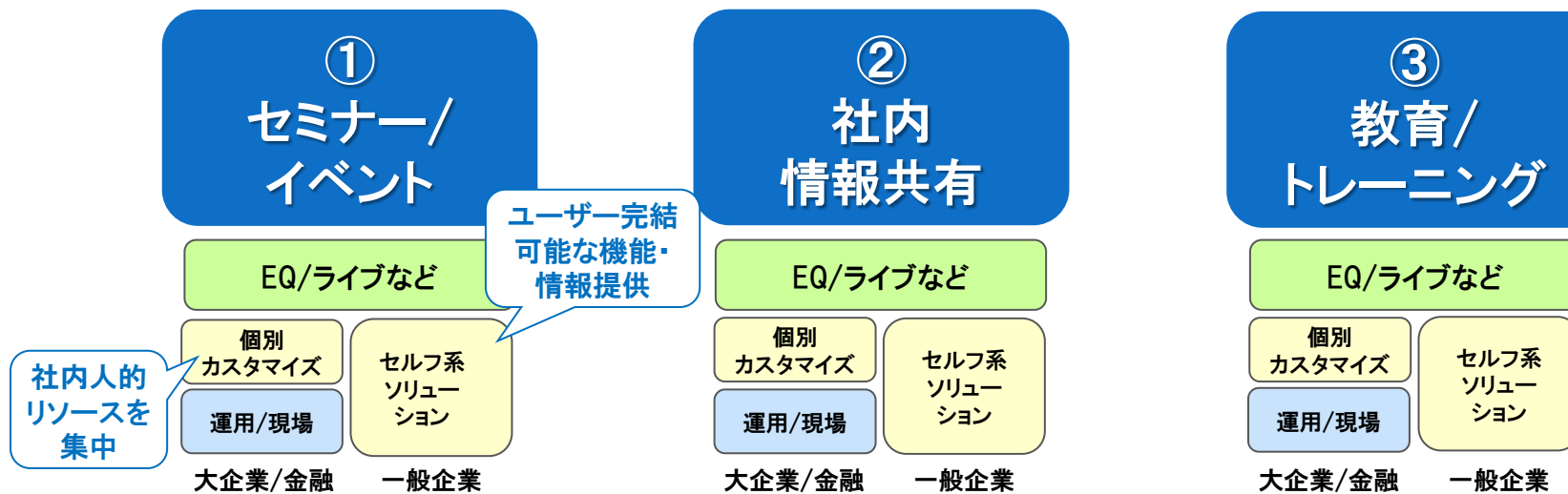
- Equipmedia(EQポータル)
- ミテシル
- CDNext
- Kollektive(大企業向けECDN)
- バーチャル株主総会プラットフォーム
- IR・SR配信パック
- 内製支援サービス
- イベントプラットフォーム
- シンプルオンラインパック(クロスコ)
- METAGO(クロスコ)

企業からの需要が高まっている3つの分野に絞り、より利便性の高いソリューションを提供することで当社の付加価値を高めるべく、2022年度から戦略を変更しました

2021年度までの事業戦略：業種特化型ソリューションを提供



新しい事業戦略：社内リソースも活用しながら、業種を超えて用途が顕在化した3つの分野に集中




- ・大企業向けを中心にライブや制作などの社内人的リソースを活用
- ・大企業向け以外の成長領域はセルフ型のソリューションを提供

高度化する企業課題に動画ソリューションで顧客ビジネスを成功に導く

コンテンツの企画・制作

ライブ配信	  
Webサイト	
映像制作	
内製支援サービス	

配信プラットフォーム

Equipmedia	
CDNext	
Kollective	

用途に特化したソリューション






ミテシル	有力な社外SaaS
METAGO・MICE	 
バーチャル株主総会PF	
IR・SR配信パック	 

コンテンツ制作から配信までをカバーするソリューション

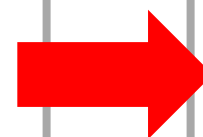
クリエイティブ







配信テクノロジー

×

 企画 コンサルティング
 映像コンテンツ制作 内製化支援
 Webコンテンツ 制作
 システム開発 (クラウド活用含む)
 データ分析

 動画配信
 認証会員管理
 ログ解析
 負荷分散
 セキュリティ



	企業・官公庁の課題に動画で支援
	セミナー・イベント ・販促セミナー、展示会 ・学会
	教育・トレーニング
	社内情報共有
	バーチャル株主総会
	今後拡大の見込める 新用途の開拓

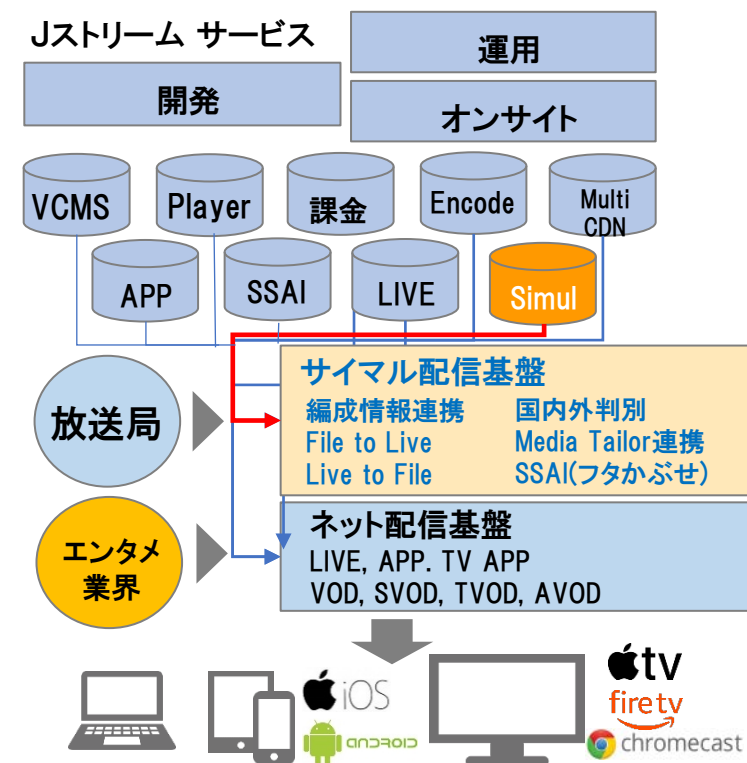
- ◆ フジテレビ(FODサービス運営をトータル受託中)他、キー放送局を中心とした顧客に対し、最適な運営体制を維持しつつ、継続した改善提案
→ Q4はFOD向け大口開発実施

- ◆ メディア市場に必要な技術開発とSIにおける品質向上
インターネット番組編成配信機能を持つEQ Media Suiteを展開
機能継続開発中

- ◆ 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
2022年度投入に向け開発継続中:エンタメライブ向け

- ◆ 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

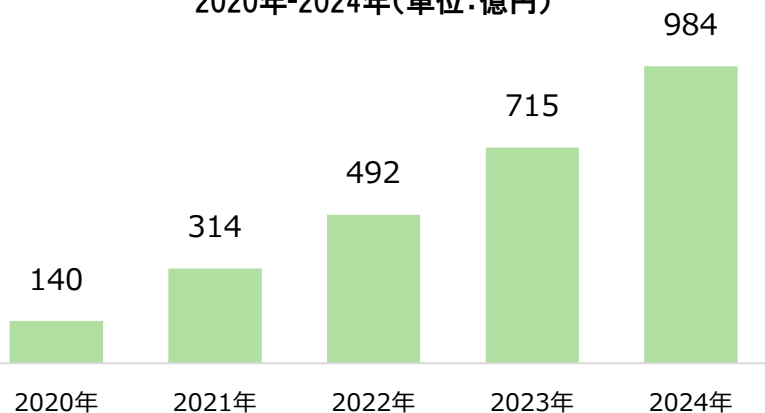
メディア・コンテンツ市場
の動画ビジネスにおける
”トータルテック
パートナー”を目指す

基本戦略

- 主要放送局へ配信機能、CDN、SI、運用を統合的に提供
マルチCDN、Grabyo、運用サービスを展開
- 地方局へEQブロードキャスタープランを拡販
- エンタメ市場に対し、既存の配信サービスに加えて、
エンタメ特化ソリューションを提供する
- ローカル、CS、BS局へ配信マスターシステムと
リモートプロダクションを提供する

エンタメ・イベントの配信需要増加

デジタルライブエンターテインメント市場規模予測
2020年-2024年(単位:億円)

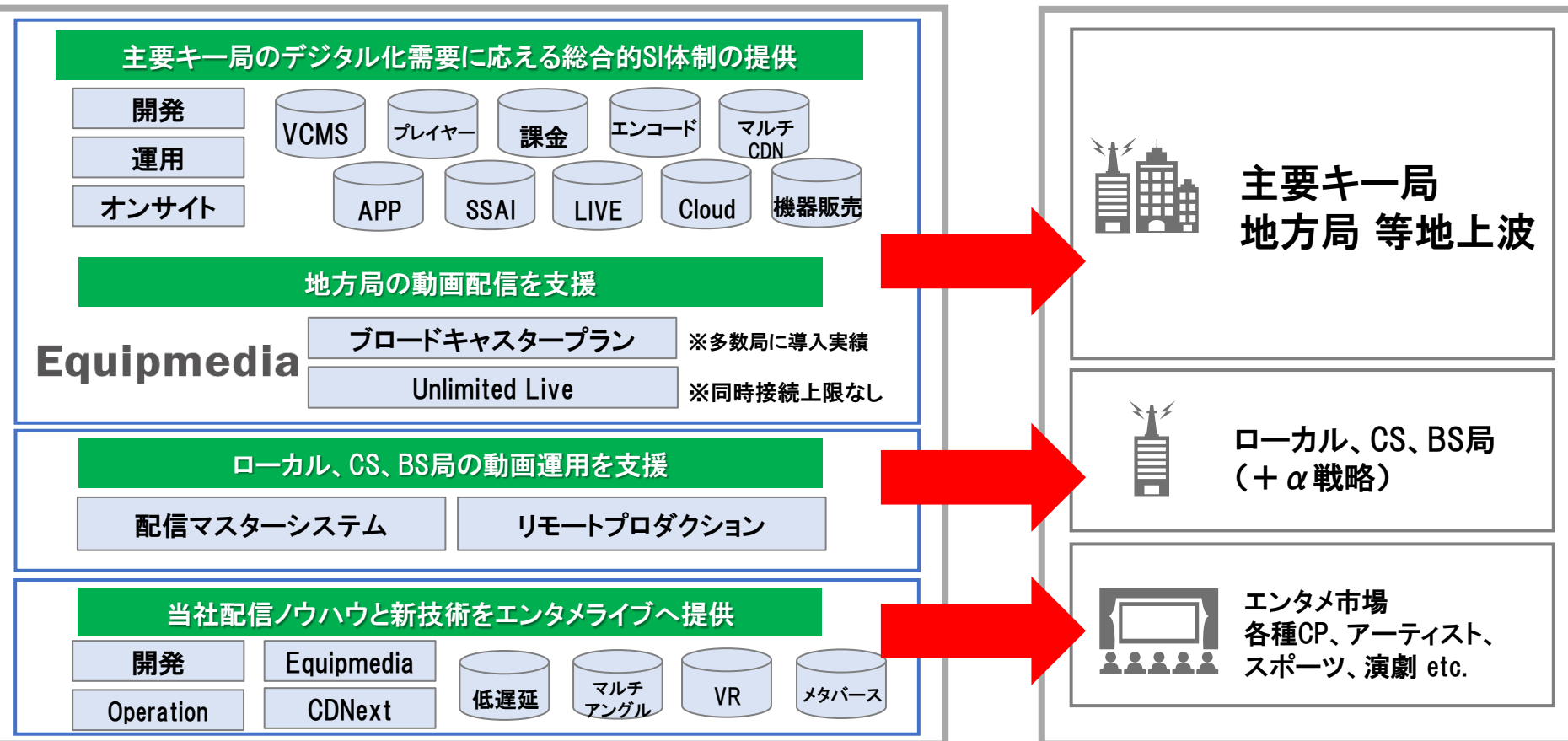


CyberZ/OEN/デジタルインファクト調べ

想定されるソリューション

- マルチCDN
- Grabyo(クラウドベースの動画編集サービス)
- Equipmedia
- システムインテグレーション
- J-Cloud
- 機器販売(イノコス社)
- エンタメライブ独自の映像表現
 - CG・VFX映像
 - マルチアングル/自由視点映像 2022年度中盤投入を計画
 - XR(VR/AR/MR)
- 配信マスターシステム
- リモートプロダクション
- 新技術(メタバース・ブロックチェーン/NFT等)

▶ 動画配信に関わるあらゆるサービスを提供し、顧客のビジネスを成功へ導く



投資総額1,029百万円 (2021年度実績(711)比+45%、計画(705)比+46%)

2021年度は、半導体不足に伴うストレージ納品遅れ(2022年度実施で調整済み)、子会社移転に伴う設備投資、ソフトウェア系ではメディア系サービスの一部の機能開発を遅らせた等の期中修正がありました。投資規模はほぼ計画通りとなりました。

売上、利益規模の拡大に伴い、更なる積極投資が可能になりました

2021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114百万円程度の影響を見込んでいます)

(単位:百万円)

投資項目	2022年度 投資項目	予算	費用影響 見込
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)	218	48
	各種サービス共通基盤開発 (認証、超低遅延、アプリ 新機能、プレイヤー、他サービスとの連携)	233	
	CDNext機能増強	40	
	ライブサービス	26	
	市場別(医薬/金融・EVC/OTT)機能開発	186	
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) ライブサービス(エンコード機材、映像転送機材)	226	57
全社関連 業務支援 ソフトウェア投資等	ビジネスプロセス管理システム	100	9
	投資額総計	1,029	114

顧客に求められる機能が高度化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、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や、ビッグデータ解析能力を持つ企業等、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や資本業務提携をを検討・実施することが必要であると認識しています。
(○ナンバー:優先順位)

①市場戦略の促進:各市場の戦略を促進するM&A

医薬市場	EVC市場	OTT市場
<ul style="list-style-type: none">・SalesForce、AWS等の技術力・メディカルライティング・メディアプランニング・データ解析	<ul style="list-style-type: none">・Webinar、イベントPF	<ul style="list-style-type: none">・OTT領域の技術力・配信ビジネス領域のサービス・XR等の先進的な表現技術・放送技術

②現業の拡大:現業の規模を拡大できるM&A 開発リソース/制作運用リソース/競合事業

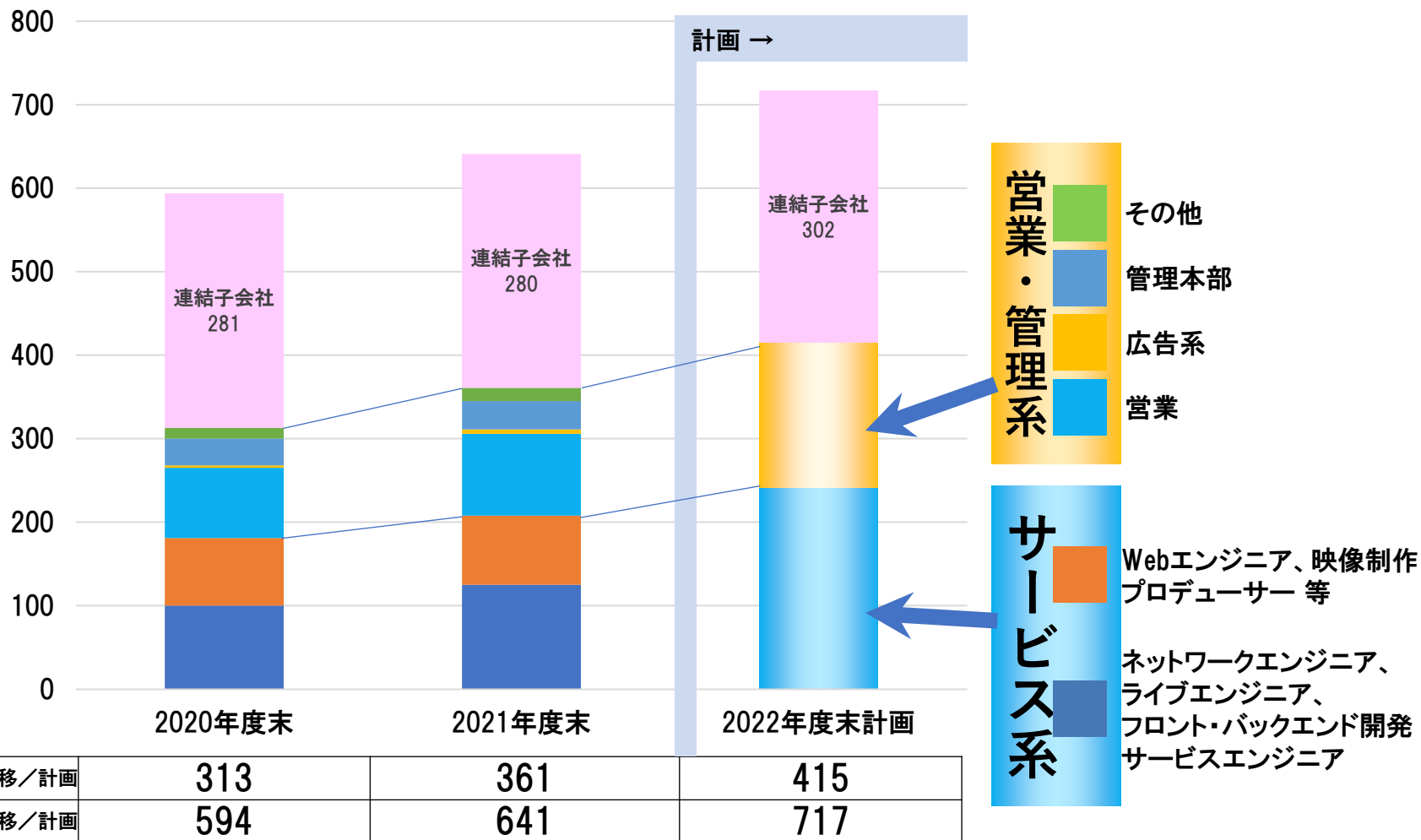
③隣接領域への派生:市場戦略外だが隣接しており、シナジーが見込める対象 隣接SaaS/マーケティング/メディア

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
2021年10月にBSよしもと社に出資(1億円)

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。

人員計画(個別)

- Jストリーム本体を中心に引き続き採用を推進します。Equipmedia等の提供中のサービスの機能強化や新サービス開発、各サービスに共通する基盤部分開発にあたる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、業容拡大に対応する管理系メンバーが中心となります





ESGに関する取り組みについて

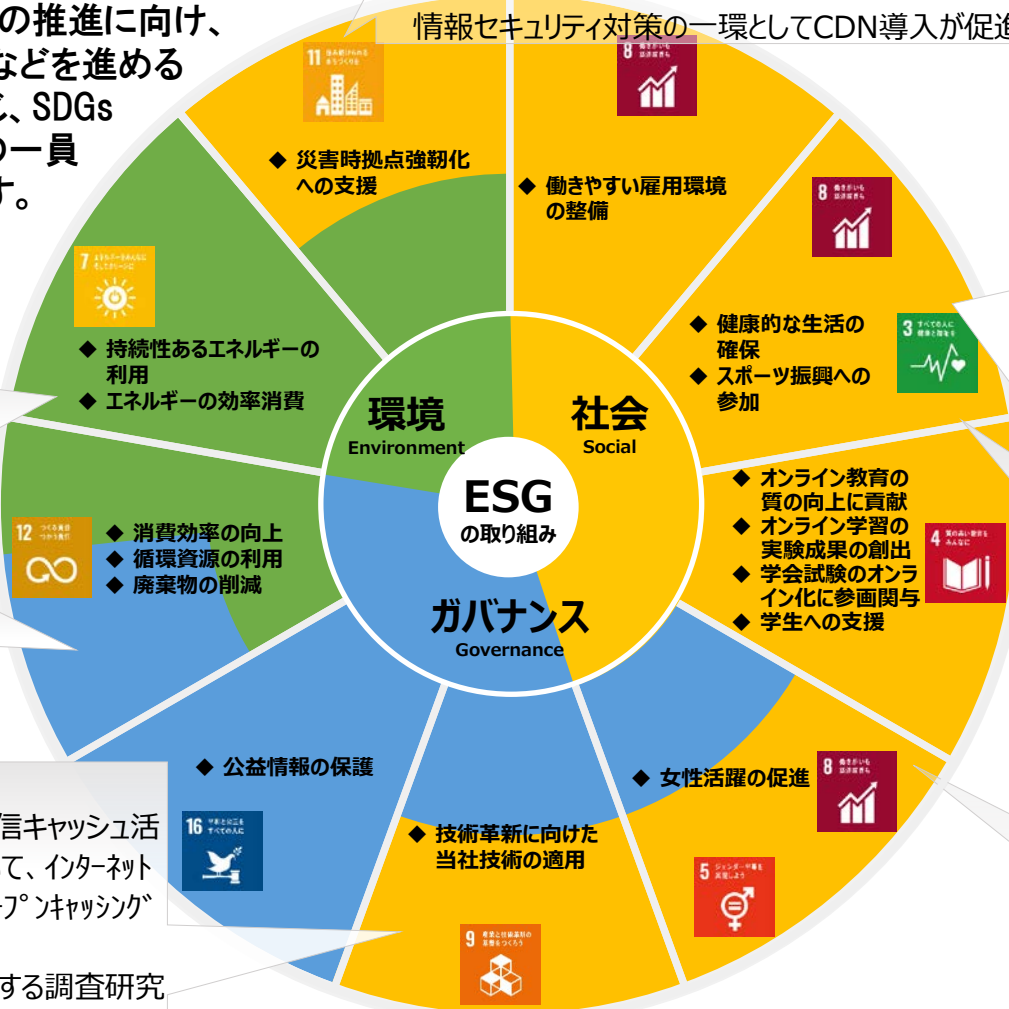
環境対策として気候変動リスクへの対応、社会貢献としての災害対策支援、健康的な働き方の実現などの各領域の活動を推進します。この推進に向け、目標数値の設定、成果の可視化などを進める方針です。そして、この推進を通じ、SDGsの関連項目を実現し、国際社会の一員としてその責務を果たして参ります。

▶ 災害時においても安定して情報を発信する為のインフラ支援として、「J-Stream CDNNext 地方公共団体向けプラン」を全国100近くの市区町村へ提供。
▶ 今後、国が定めた次期セキュリティクラウドでは、災害対策だけでなく、自治体の情報セキュリティ対策の一環としてCDN導入が促進されている。

▶ 2020年度よりテレワーク率70%以上を維持。
▶ テレワーク率地方に居ながらにして就業が可能なロケーションフリーワーク制度を導入すること、介護等様々な理由で地方在住を余儀なくされる方々への採用を促進。

▶ 2021年度から学校、特別支援学校、病院などに訪問し、ラグビーを通して夢に向かって挑戦し続ける姿を発信するプロラグビープレイヤー 藤田 慶和選手の活動をサポート。

▶ 2020年度の支援に続き、2021年度も女子中高生の進路を応援するWaffle Festivalに協賛、映像制作も実施



▶ 既に実施しているグリーンPCの活用から、さらに環境に配慮した製品・サービスの利用を心がけるために社内決裁に環境配慮項目を設けることを検討します。

▶ 動画配信の提供により、人々の移動に伴うエネルギー消費の効率化に貢献。
▶ 今後温暖化対策への貢献度の数値化に取り組みます。

総務省の以下研究に参画

▶ 「トック流通効率化に向けたHTTPS通信キャッシュ活用型集約ISPに関する調査研究」において、インターネットトック流通の効率化のために、日本のオープンキャッシングの実証実験を実施。
▶ トック流通効率化に向けた地域IXに関する調査研究
▶ 革新的AIネットワーク基盤技術の研究開発

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こと
認識する主要なリスクは以下の通りです。

① 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(2021/11)→小に変更	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		2022年度においても顧客ヒアリングベースでの需要は底堅く、2021年度実績を見ても、オーガニックに緩やかな成長が続く公算が高い 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

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。2021年度の実績もこれがある程度実証できている。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。エンジニア採用を積極的に行い、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、ニーズの明確なサービスは積極的に自社開発を行い、顧客の課題解決に貢献すると同時に他社との差別化を図る</p>
	常時		

③メディア市場関連

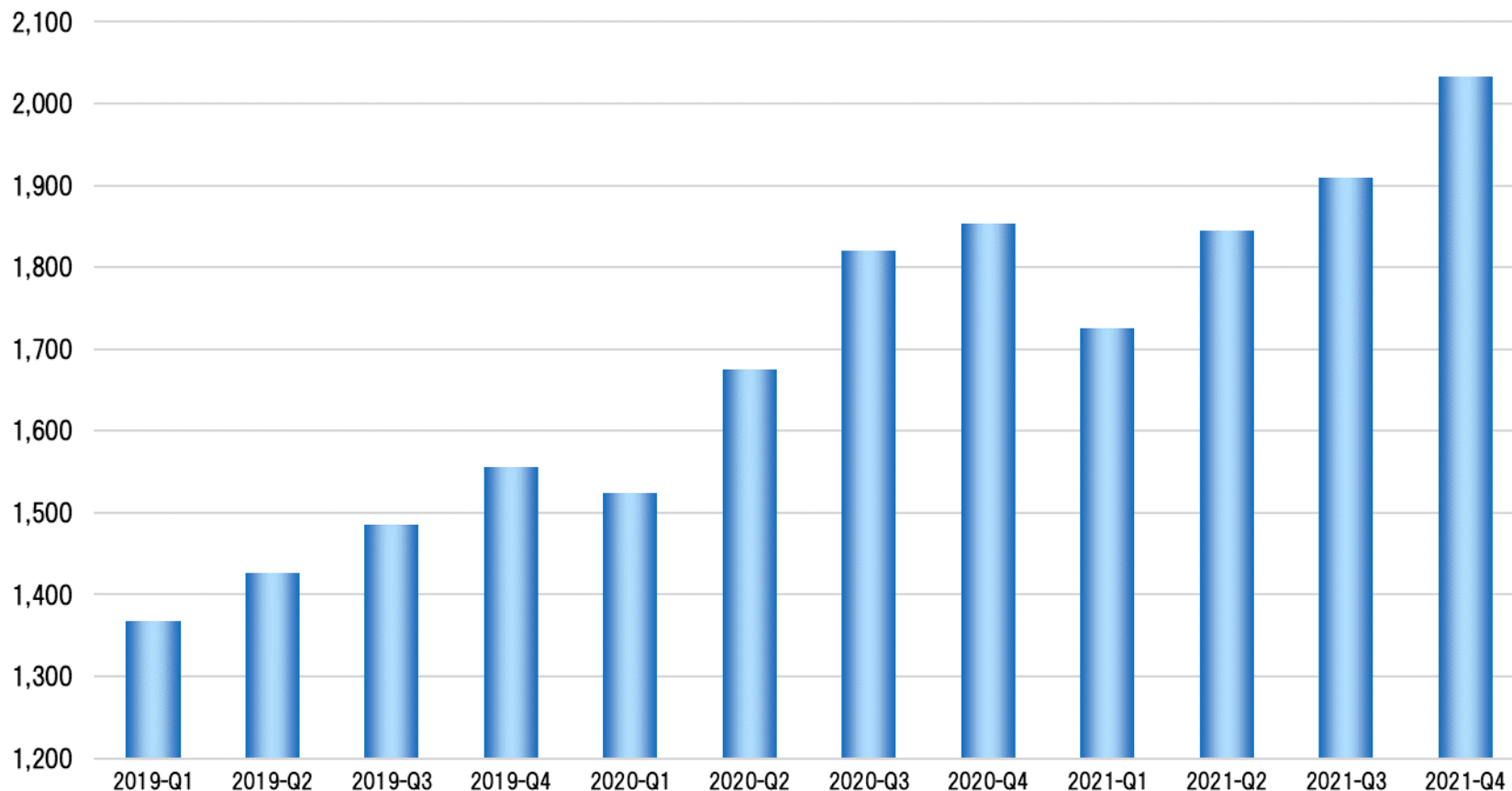
リスクの種類	発生可能性	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
	発生時期		
市場の成長に関するリスク	中	売上高成長時期の遅れ	放送同時配信利用者の伸び悩み
	2020(放送同時配信開始)から5年程度		当社がエンド市場(ユーザーの視聴動向そのもの)への働きかけを行うことは困難であるため、放送局の収益向上に寄与する提案、機能開発を継続し業界との関係を堅持する
競合に関するリスク	小	売上高の減少 販売単価下落 利益率の低下	JOCN等、TV局出資を受ける企業による案件受注
	常時 (大口顧客の受注入札は3年に1回程度)		実績、信頼性が重視される顧客層であり、運用体制向上により、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。

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。

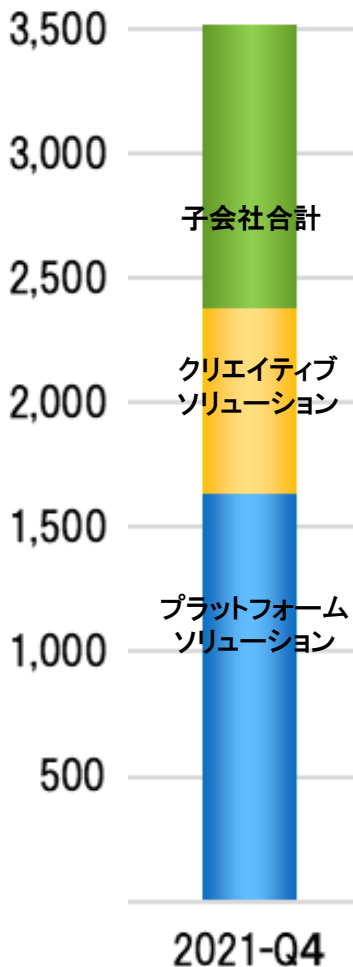
多くの年間契約は3月末区切りとなっており、期末～期初にかけて一旦見直し等で取引先数は減少しますが、年度内においてはEquipmedia等の長期契約が積み重なることから基本的に右肩上がりとなります。



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	1,909	2,033
--------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

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

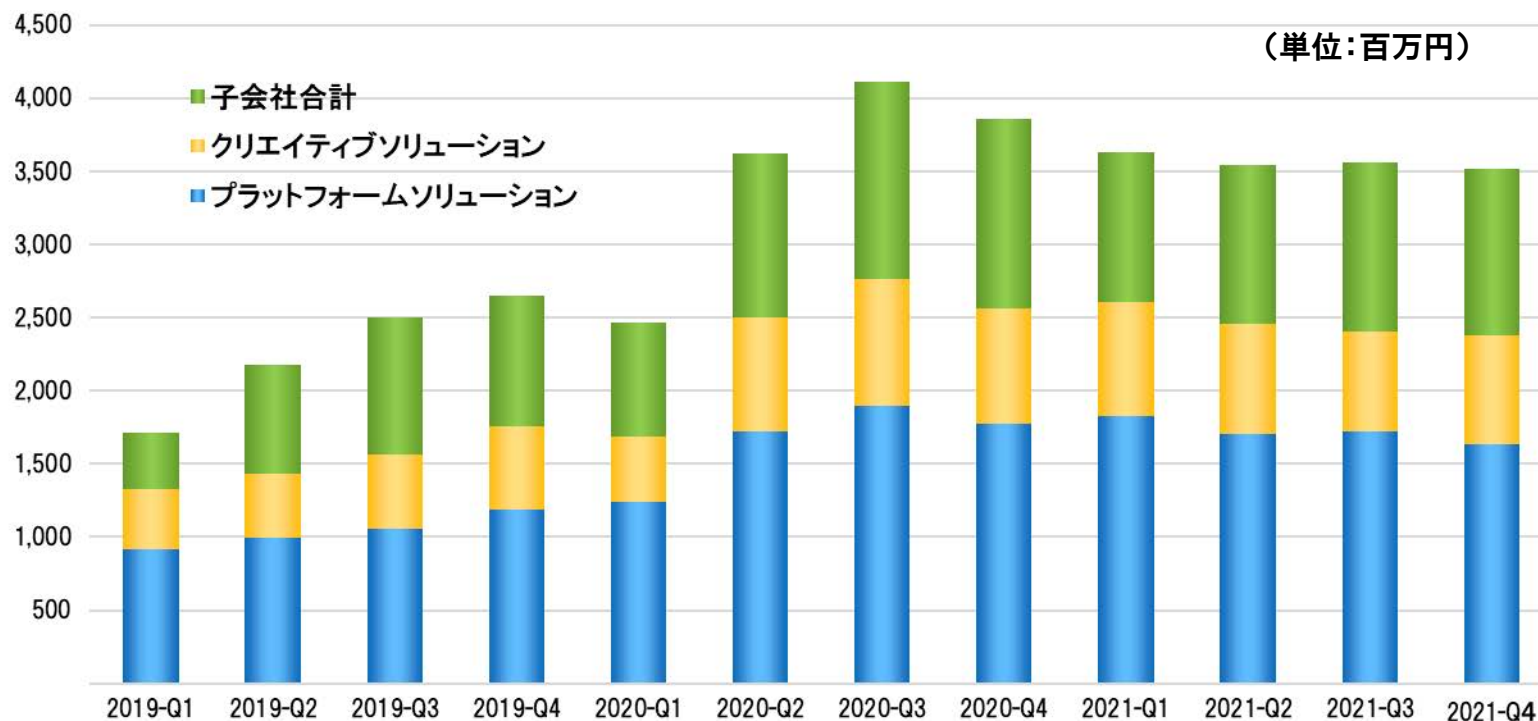
配信に伴うセキュリティ対応・著作権

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	1,720	1,634
クリエイティブソリューション	408	440	506	570	445	783	860	789	778	755	688	744
子会社合計	391	744	940	894	784	1,116	1,351	1,297	1,028	1,088	1,157	1,138

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)

	2021年度実績 (新基準)	2022年度予想 (新基準)	対前期増減
売上高	12,409	13,590	+9.5%
営業利益	2,054	2,080	+1.2%
経常利益	2,052	2,070	+0.9%
親会社株主に 帰属する当期純利益	1,309	1,320	+0.8%
1株当たり配当金	15.00円	16.00円	+6.6%

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、2023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）