

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

2023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. 成長戦略と進捗
6. リスク情報
7. 経営参考指標

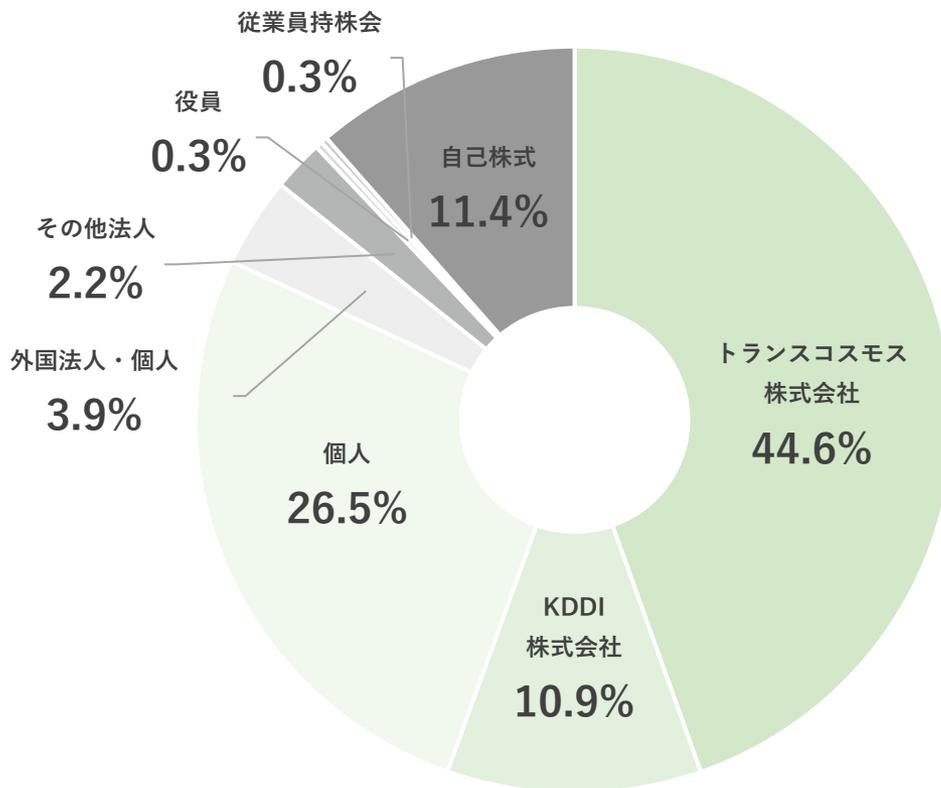
会社概要

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 : 西日本オフィス(大阪市北区)、福岡ラボ(福岡市天神)
従 業 員 数 : 670名(連結 : 2023年3月末現在) 390名(単体)
資 本 金 : 2,182百万円 (2023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、

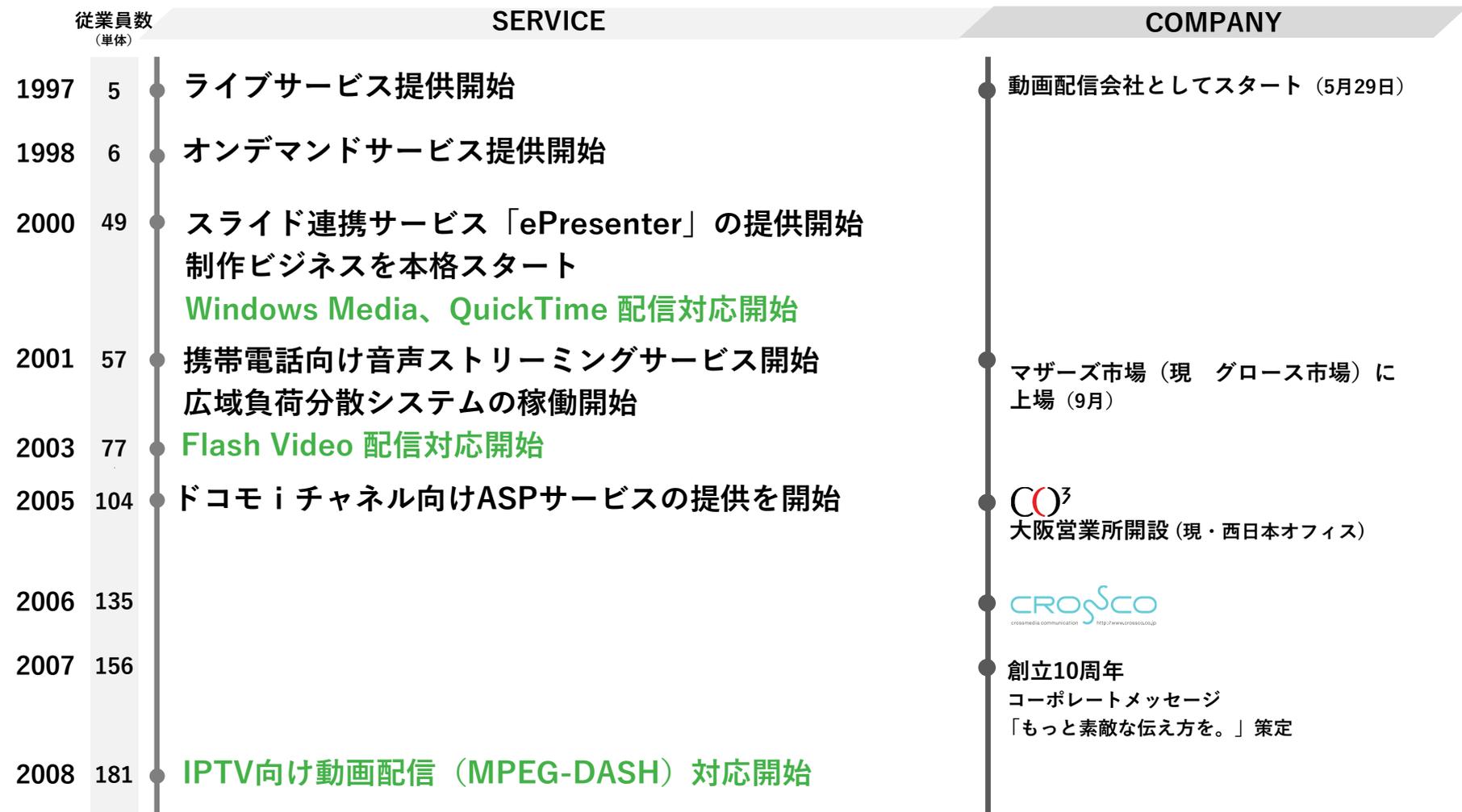
- ・トランス・コスモス株式会社
- ・国際電信電話株式会社(現 KDDI 株式会社)
- ・株式会社NTTPCコミュニケーションズ
- ・プログレッシブネットワークス・インク(現 リアルネットワークス・インク)

の出資により設立。(資本金480,000千円)



5月30日時点の株価	515
発行済株式数	28,057,400
時価総額	14,450百万円
単元株数	100株
株主数	10,723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。

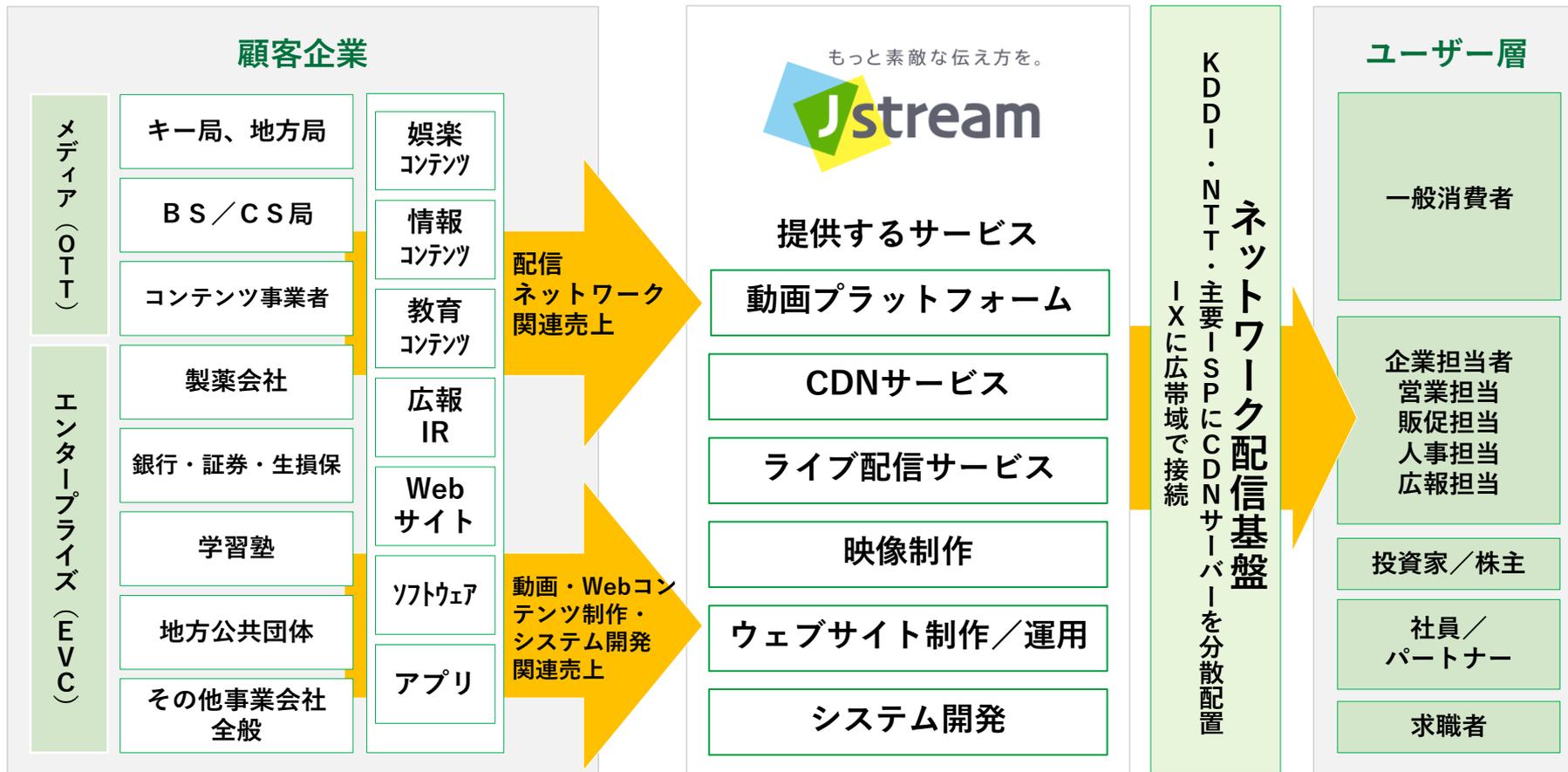


ネット動画の広がりを背景に、ユーザーが自身で動画をアップロード、管理できる仕組みであるOVP (Online Video Platform) サービス、「J-Stream Equipmedia」を提供開始。企業が様々な用途に利用する動画配信の基盤として実績をあげ続けています。



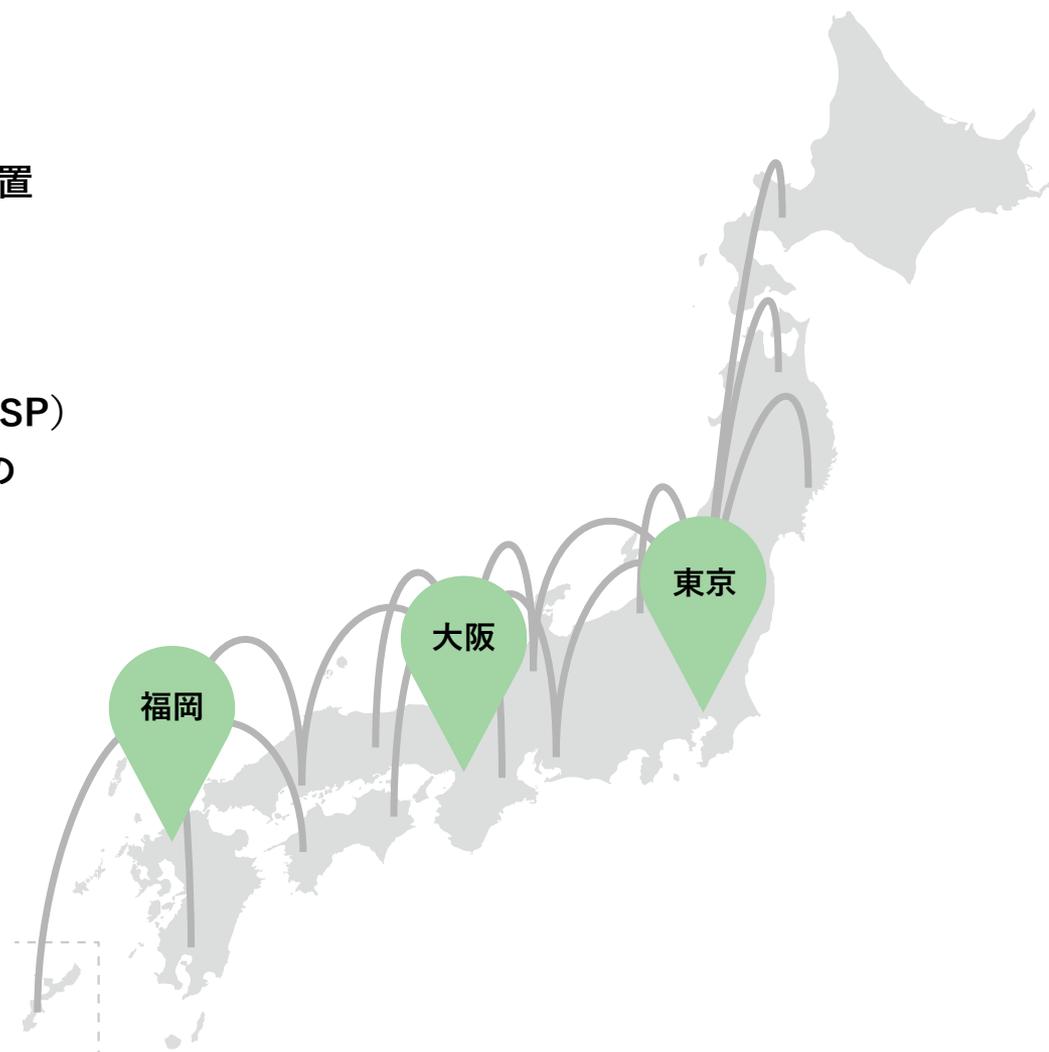
事業の内容

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。



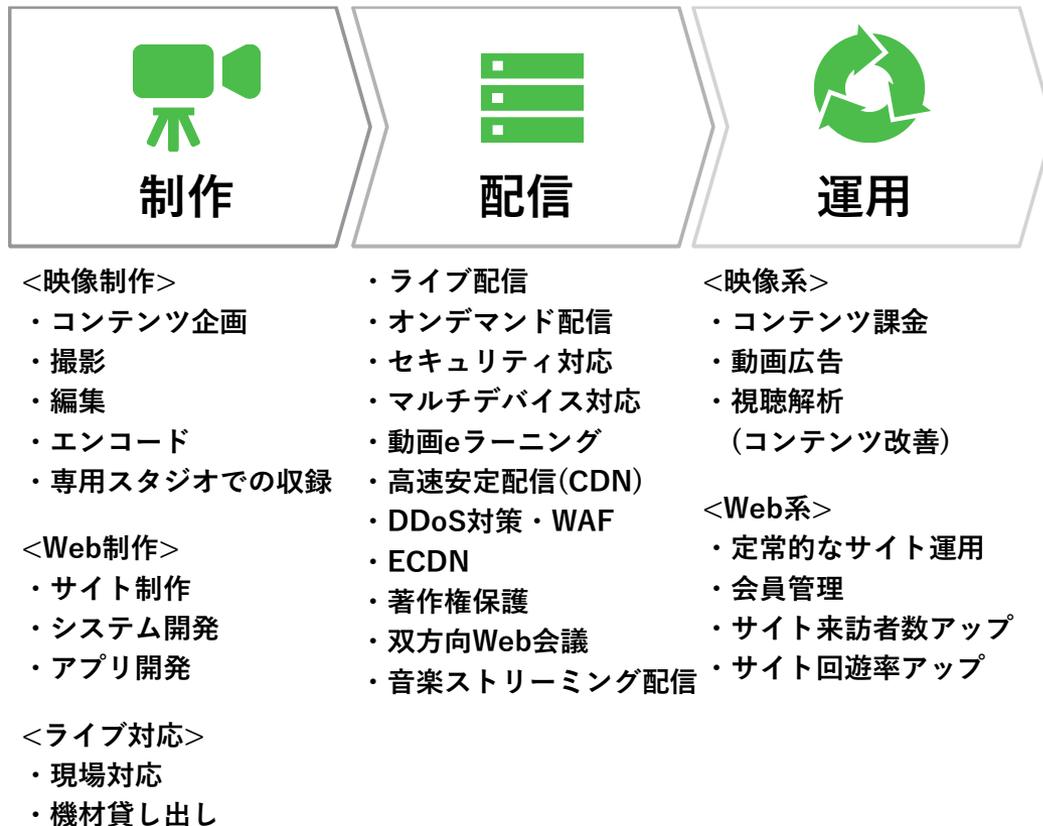
1997年の設立以来、大株主を含む各パートナー企業、団体との協力関係の下で構築した最短経路のネットワーク網で、高品質・安定的なコンテンツ配信を実現しています。

- 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、NTTコミュニケーションズ、
ソフトバンク、ビッグロブ等
- 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



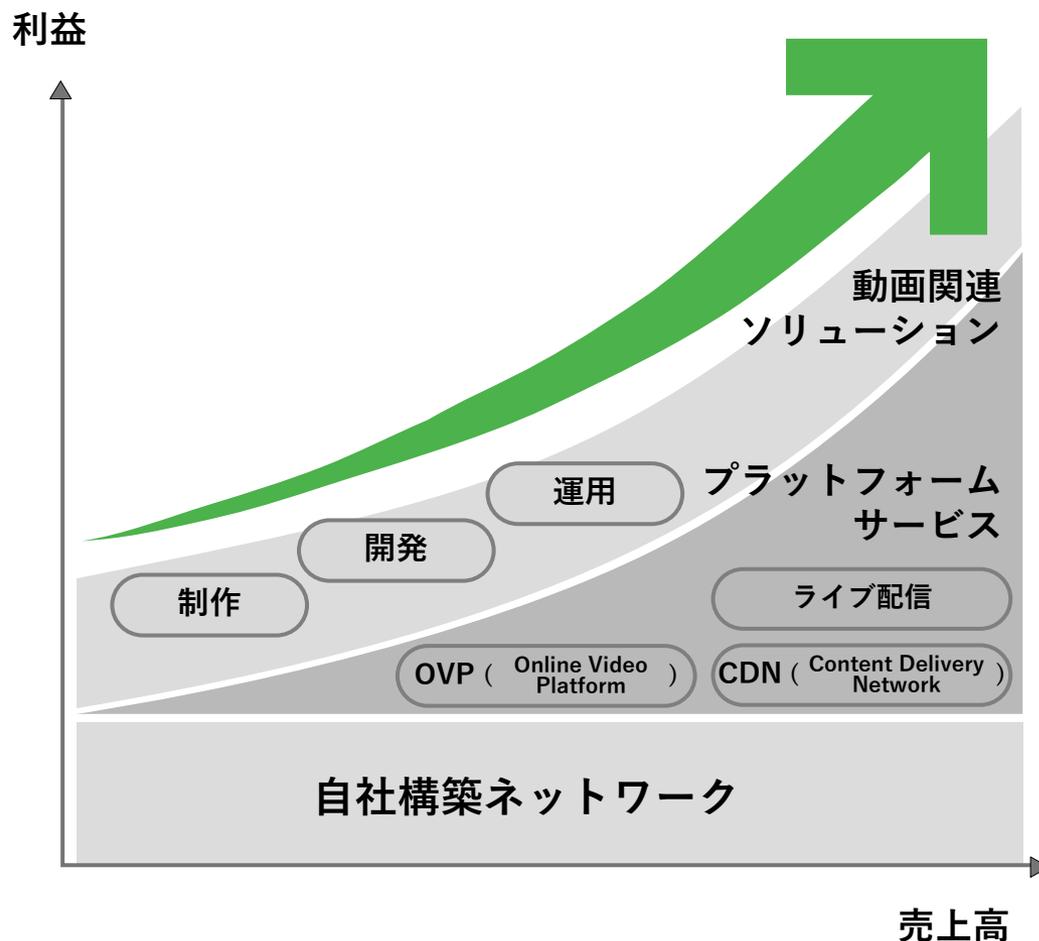
動画ソリューションを一貫体制で提供します。

- 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



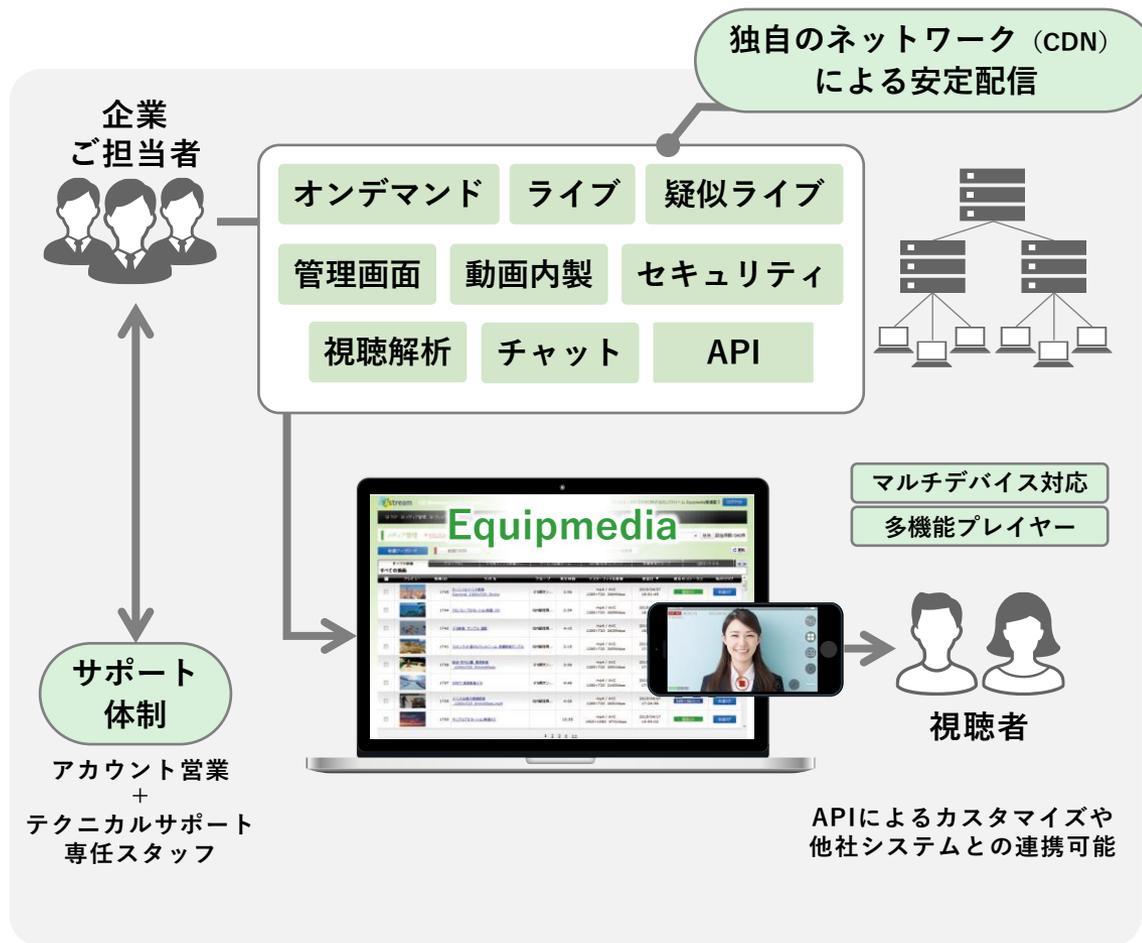
売上高増加に伴い、利益率が改善する構造があります。

- 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



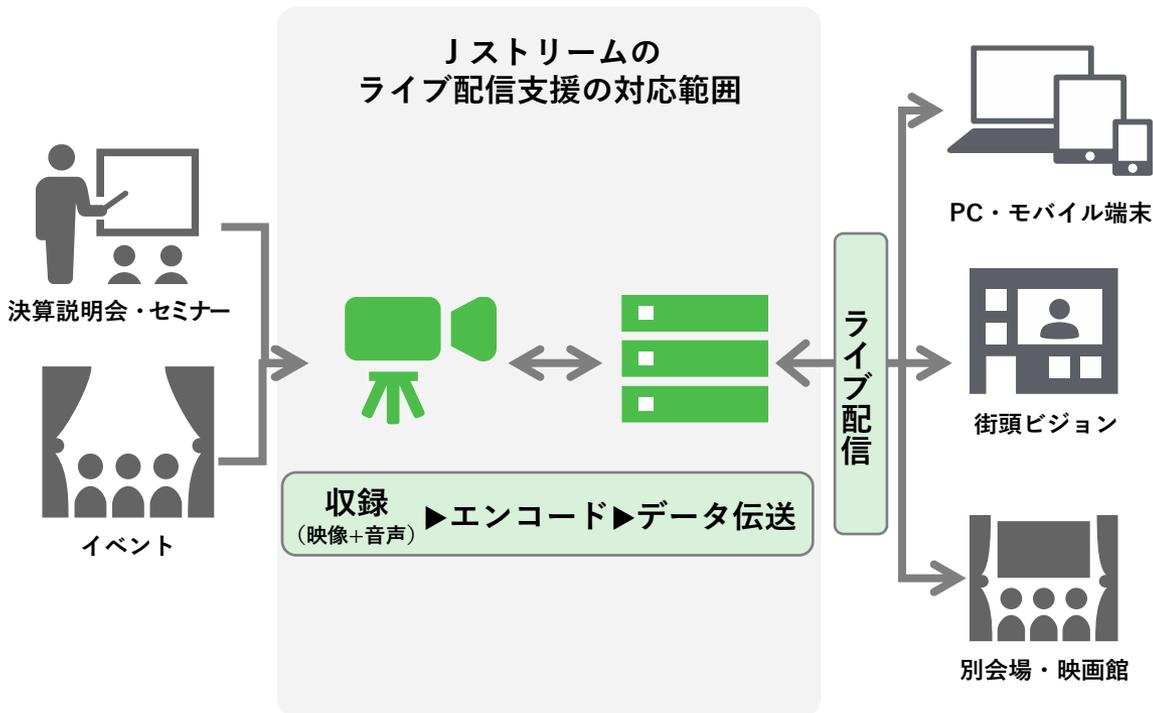
動画の「管理」「配信」「効果検証」に必要な機能とワークフローをSaaS形式で一元的に提供します。

- 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3,500アカウント(2023年2月末累計)以上の導入実績



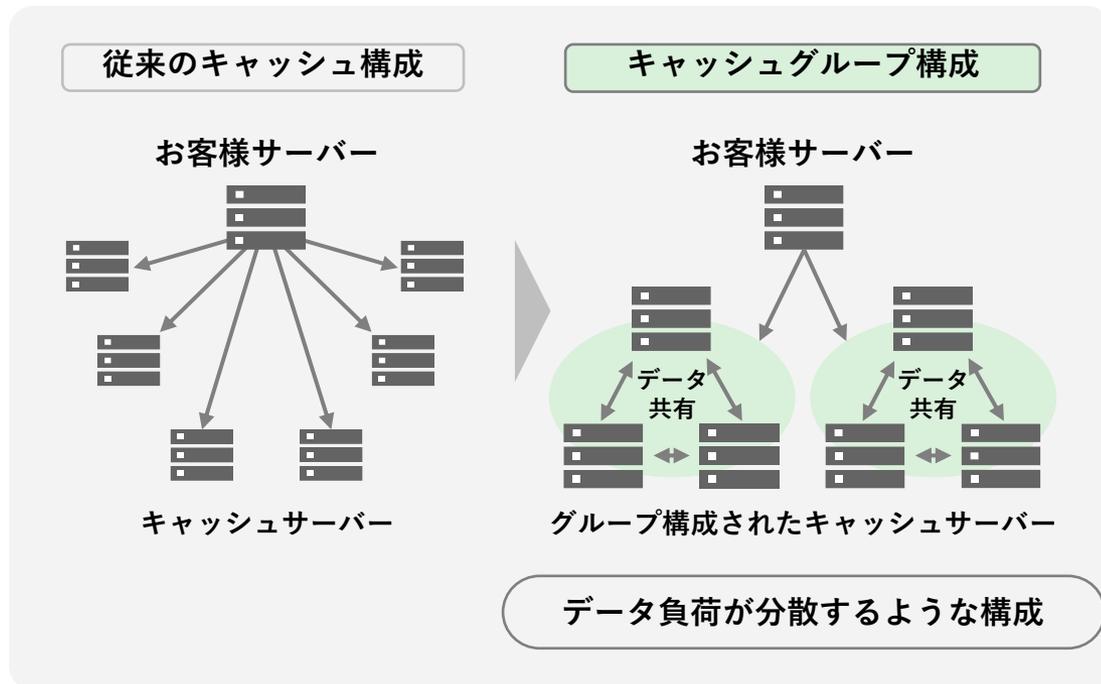
会場での映像収録から視聴者に届ける配信までを一貫体制で支援し、「失敗しないライブ配信」を実現します。

- 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



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。

営業本部



103名

ソリューション本部



90名

プラットフォーム本部



136名

うちテクニカル
サポート12名

※2023年3月末時点

EVCおよびOTTを中心とした3つの事業領域に注力しています。

EVC (Enterprise Video Communication)

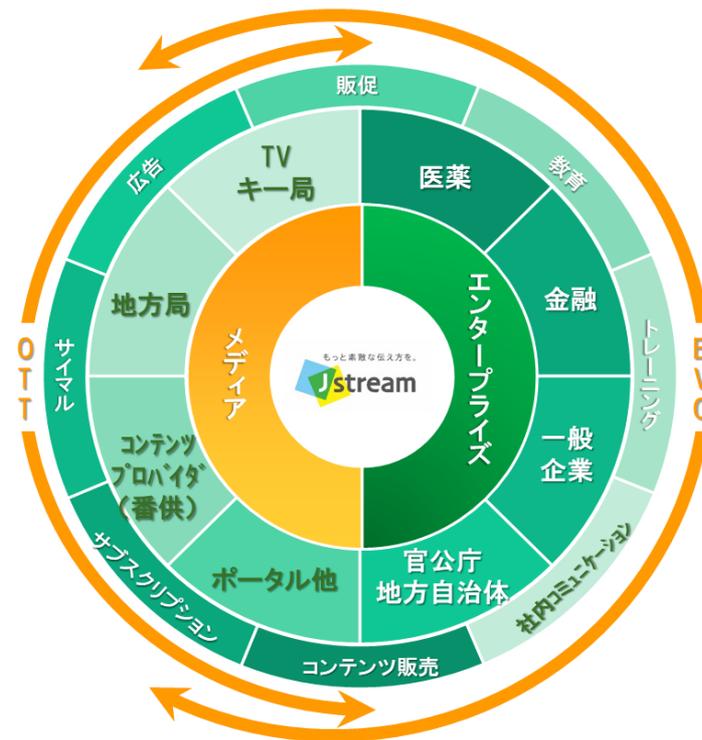
大企業の業務で使用される動画を使用したコミュニケーション。教育、セミナー、イベント、社内情報共有等多岐にわたります

医薬	製薬マーケティングのデジタル化を支援
EVC	企業のデジタル化を支援

OTT (Over The Top)

インターネットを通じて行われる異なるデバイス間をまたいだコンテンツ配信、配信技術、著作権保護、課金決済を各デバイスで共通に行っています

メディア ・OTT	放送局のビジネスモデル変革を支援
--------------	------------------



(単位：百万円)	2021年度	構成比	2022年度	構成比	増減率
売上高	12,409	100%	12,501	100%	+0.7%
売上原価	7,094	57.2%	7,514	60.1%	+5.9%
売上総利益	5,314	42.8%	4,987	39.9%	△6.2%
販売費及び一般管理費	3,260	26.3%	3,324	26.6%	+1.9%
営業利益	2,054	16.6%	1,663	13.1%	△19.1%
経常利益	2,052	16.5%	1,652	13.2%	△19.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,309	10.6%	873	7.0%	△33.3%

売上動向

- 2022年度の売上は、主力となる医薬領域における一部大口顧客の販促活動縮小の影響を受けたものの、メディア・コンテンツ領域における専門チャンネル・放送局向けの開発や、EVC（医薬以外）領域における一般の事業会社や団体のセミナー・教育・情報共有を目的とした動画利用が堅調に推移し、前期比では増収となりました。
- 子会社は大型納品のあったイノコスその他、CO3やJクリエイティブワークスは順調な推移でしたが、医薬関連売上の多い子会社は制作系を中心に不調が続きました。

損益動向

- 売上総利益・営業利益については、サービス開発推進に伴う業務委託費用の支出や、将来の業容拡大に向けた開発体制の充実のための労務費負担の増加等から、前期と比較し、いずれも減益となりました。
- 子会社はJストリーム本体からの制作や開発の発注を積極的に進めてグループシナジーを高め、堅調に推移しました。医薬関連売上の多い子会社は前期比減となりました。
- 期末において投資有価証券の減損処理を行ったことが当期純利益に影響しました。

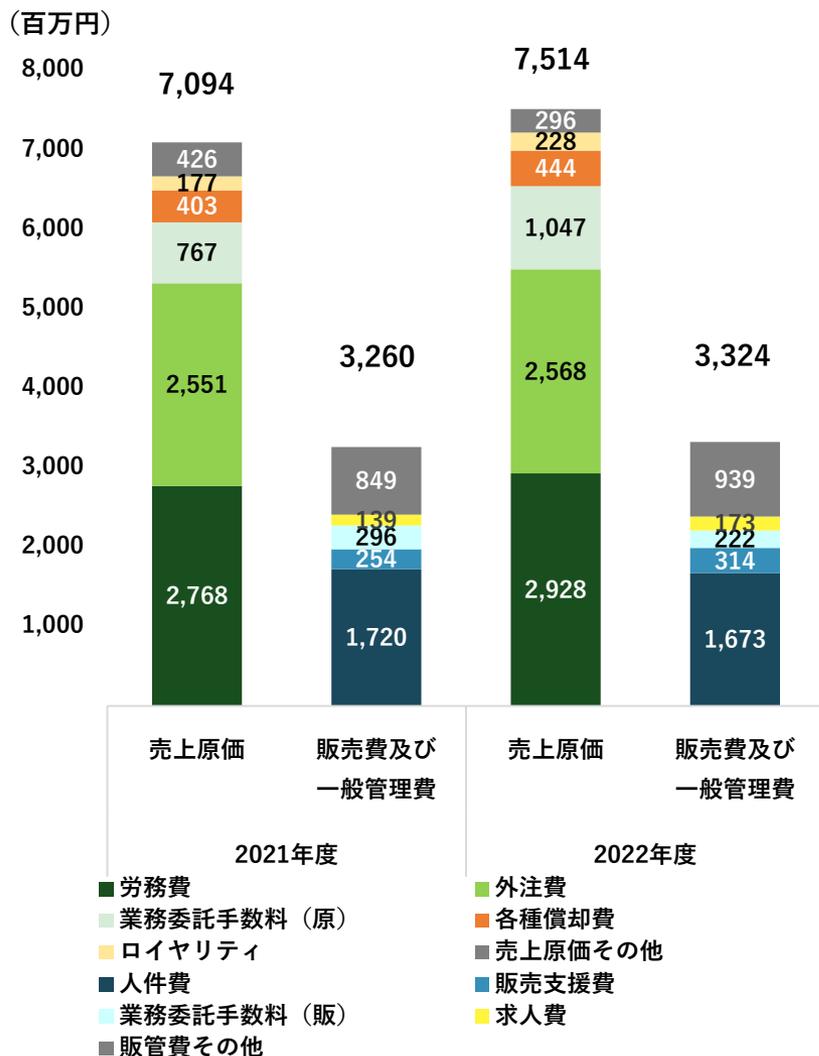
創業以来無借金経営を続けており、高い財務安定性があります。

(単位：百万円)

		2021年度末	主な変動要因	2022年度末
資産の部	流動資産	10,203	受取手形、売掛金及び契約資産(純額) $\Delta 217$	10,561
	固定資産	2,236		2,402
	有形固定資産	561		543
	無形固定資産	1,229		1,373
	投資その他の資産	445		485
資産合計		12,440		12,963
負債の部	流動負債	1,826	未払金 +59 未払法人税等 $\Delta 65$ 未払消費税等 $\Delta 33$	1,818
	固定負債	242		213
純資産の部	株主資本	資本金	2,182	2,182
		資本剰余金	3,899	3,899
		利益剰余金	4,232	4,732
		自己株式	$\Delta 306$	$\Delta 306$
	非支配株主持分	362	422	
純資産合計		10,371		10,931
負債・純資産合計		12,440		12,963

売上原価と販売費及び一般管理費の状況（連結）

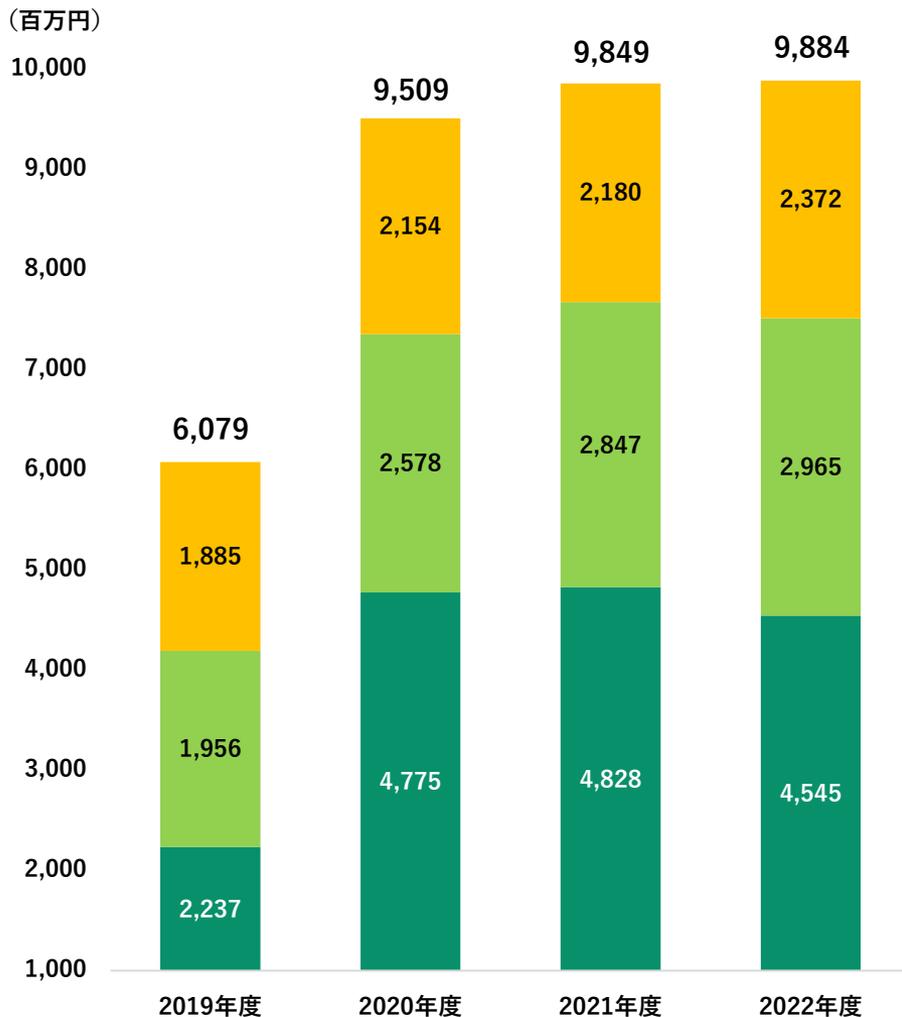
将来の業容拡大を見据えた投資を継続しております。売上原価はサービス開発推進に伴う労務費・業務委託手数料の増加により前年比5.9%増となりました。販管費は採用強化に向けた求人費の増加等により前年比1.9%増となりました。



主な変動状況

(単位：百万円)	2021年度	2022年度	増減率	変動要因
売上原価合計	7,094	7,514	+5.9%	
労務費	2,768	2,928	+5.8%	サービス開発体制拡充に伴う増加
外注費	2,551	2,568	+0.7%	ライブ配信等の内製化が進みほぼ変わらず
業務委託手数料（原）	767	1,047	+36.3%	サービス開発に伴う増加
ロイヤリティ	177	228	+29.0%	自社サービスのクラウド上の展開に伴い増加
販管費合計	3,260	3,324	+1.9%	
人件費	1,720	1,673	△2.7%	子会社における人員減により減少
販売支援費	254	314	+23.3%	新規営業提案活動のサポートによる増加
業務委託手数料（販）	296	222	△24.8%	社内システム投資が一巡したことによる減少
求人費	139	173	+24.7%	採用強化による増加

市場別売上比率 年度推移 (Jストリーム個別：旧基準)

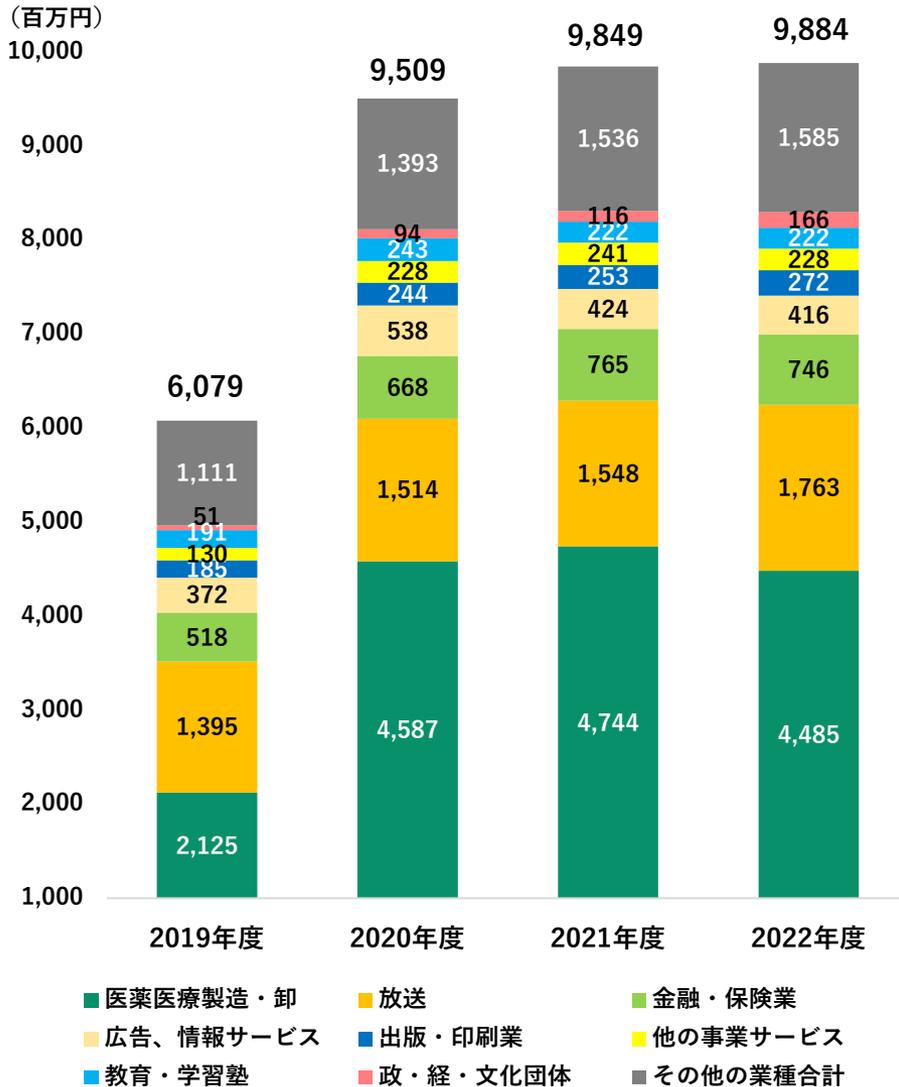


	2021年度	2022年度	増減率	変動要因
Jストリーム個別計	9,849	9,884	+0.4%	
医薬	4,828	4,545	△5.9%	第2四半期以降、一部大口顧客の販促活動の縮小が継続したことの影響が大きく、前年比減収となった ただし、大口顧客を除いた上位顧客の売上は前年比増収となった
EVC (医薬以外)	2,847	2,965	+4.2%	一般企業の販促セミナー、社内情報共有、教育等の需要が堅調に推移し、前年比増収となった
OTT (メディア・コンテンツ)	2,180	2,372	+8.8%	既存顧客の運用実績だけでなく、第3四半期の新規大型開発が貢献し、前年比増収となった

■ 医薬 ■ EVC (医薬以外) ■ OTT (メディア・コンテンツ)

※1 2022年度より、単純な業種別ではなくより実態に合った市場別売上区分を開示しております
 ※2 市場区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因により、今後遡及して修正する場合があります

業種別売上比率 年度推移 (Jストリーム個別：旧基準)



	2021年度	2022年度	増減率	変動要因
Jストリーム個別計	9,849	9,884	+0.4%	
医薬医療製造・卸	4,744	4,485	△5.5%	第2四半期以降、一部大口顧客の販促活動の縮小が継続したことの影響が大きく、前年比減収となった ただし、大口顧客を除いた上位顧客の売上は前年比増収となった
放送	1,548	1,763	+13.9%	前年上期における夏季五輪周辺案件の反動減があったものの、既存放送局からの堅調な開発案件の受注や、第3四半期における、専門チャンネル向けの大型開発の受注とそれに伴う運用売上により前年比増収となった
金融	765	746	△2.4%	今期より、バーチャル株主総会の窓口が信託銀行経由から総会の実施企業との直接取引に変更されたことにより、各業種に分散され、前年比減収となった
その他の動向	その他はほぼ前年を上回って底堅い需要が継続した 特に、今期は学会におけるウェビナー需要が増加したことにより政・経・文化団体の売上が伸長した			

※1 2021年度においては、収益認識基準適用の影響から、初期設定費用等をサービス提供期間にわたって収益認識した要素が上表記載分以外に25百万円程度あり、表の合計額は短信記載の当期個別売上額9,879百万円と完全には一致しません。なお、25百万円のうち15百万円程度は放送業種、他はその他各業種に分散しております

※2 業種区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因で遡及して修正する場合があります、計上数値が以前の資料と一致しない場合があります

	2019年度				2020年度				2021年度				2022年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q												
(単位：百万円)																
医薬医療製造・卸	417	505	565	638	641	1,234	1,492	1,217	1,301	1,185	1,212	1,045	1,087	1,110	1,299	987
放送	305	316	388	386	312	433	404	364	357	431	351	409	356	378	579	449
金融・保険業(※1)	110	124	132	153	187	170	155	155	263	161	165	175	194	197	172	181
広告、情報サービス	80	82	88	122	101	120	177	140	117	103	99	105	91	103	110	110
出版・印刷業	48	46	46	45	57	56	67	65	69	63	65	55	89	65	53	63
他の事業サービス	33	36	22	39	37	69	54	68	54	59	62	66	50	61	55	61
教育・学習塾	79	36	35	42	64	60	50	68	46	52	61	63	56	57	54	53
政・経・文化団体	13	12	13	12	9	24	34	28	45	19	28	23	46	37	41	40
その他の業種合計	240	282	273	317	274	337	326	455	353	381	365	437	416	375	356	436
合計	1,325	1,437	1,564	1,753	1,684	2,503	2,761	2,561	2,607	2,459	2,409	2,378	2,388	2,386	2,723	2,385

※1 金融・保険業について：

これまでバーチャル株主総会の窓口を信託銀行とする売上は、総会の実施企業の業種問わず信託銀行が属する金融・保険業にて一括して集計しておりましたが、2022年度より、信託銀行経由から総会の実施企業との直接取引に変更されたため各業種に分散しております(株主総会集中期である1Qにおける影響額：51百万円)

※2 2021年度においては、収益認識基準適用の影響から、初期設定費用等をサービス提供期間にわたって収益認識した要素が上表記載分以外に25百万円程度あり、表の合計額は短信記載の当期個別売上額9,879百万円と完全には一致しません。なお、25百万円のうち15百万円程度は放送業種、他はその他各業種に分散しております

※3 業種区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因で遡及して修正する場合があります、計上数値が以前の資料と一致しない場合があります

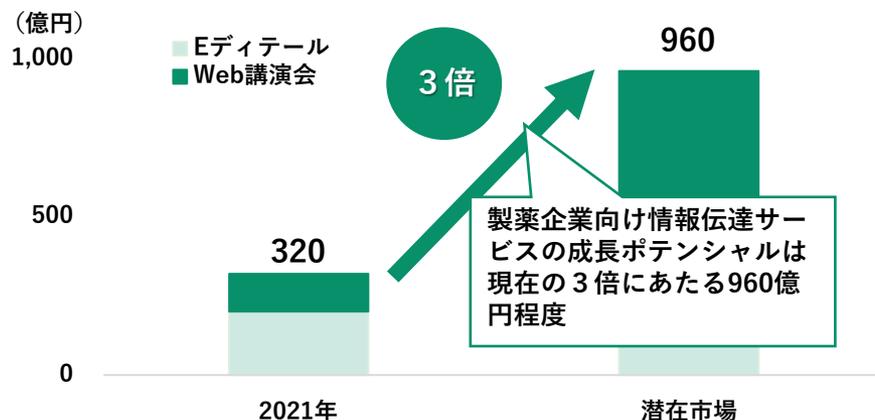
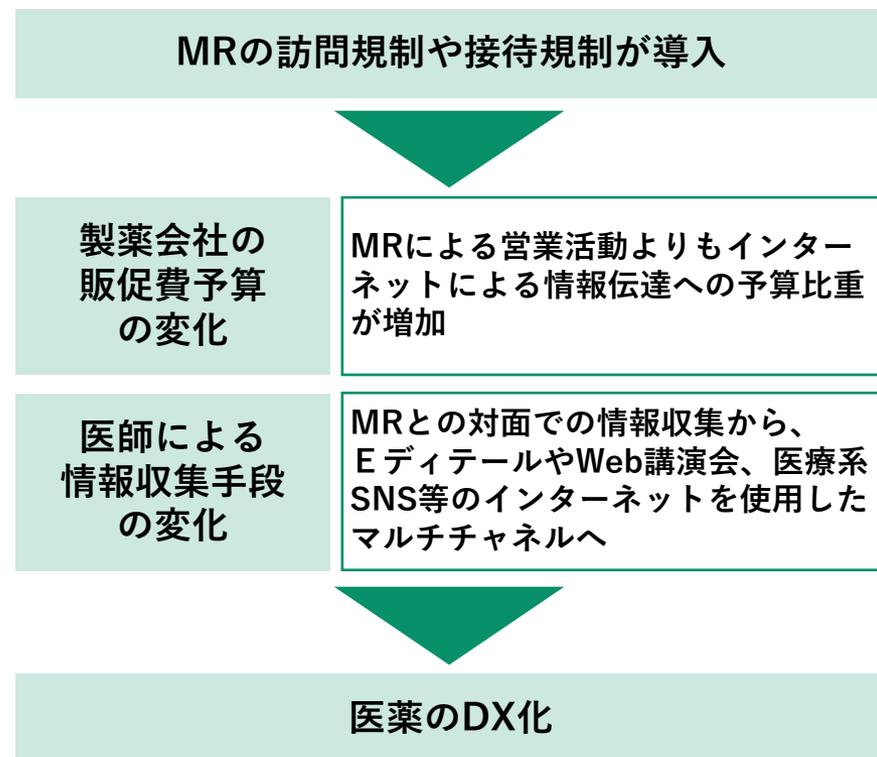
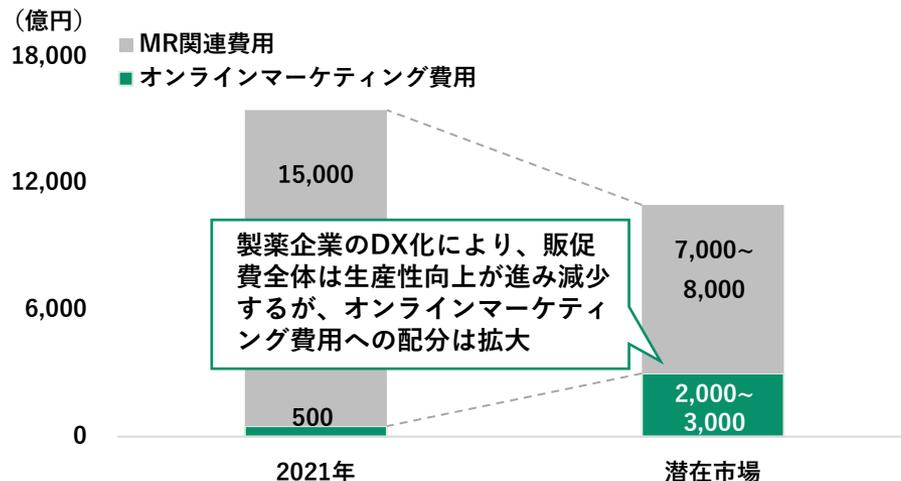
市場環境

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
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
EVC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 （メディア・医薬以外） 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）
OTT（メディア・ コンテンツ）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や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）

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。
製薬企業向けの情報伝達関連サービスは、医師による情報収集のマルチチャネル化がますます進み、
今後も大きな成長余地があると認識しています。

【製薬企業のオンラインマーケティング市場のポテンシャル】



製薬市場の動向

- コロナ治療薬による市場急拡大は収束へ
- 薬価法改定の影響を受けるも、高額製剤（抗がん剤、免疫疾患治療剤、認知症治療剤等）を中心とした緩やかな成長が見込まれる

製薬企業の動向

販促予算の傾向

- 日本の医薬品市場の成長が他国と比較し下回る状況が続く中、特に外資系企業でコストコントロールを重視する動きが先行
- MRによる販促予算は縮小傾向にあるものの、外資・内資関わらずデジタルマーケティングに傾倒

戦略の変化

- 全社規模のデジタルプラットフォームの整備やオムニチャネルの設計・実装、より効果測定を重視したデジタルマーケティングの実施
- メタバースの活用や全社横断DX、デジタルマーケティング専門部署の設置・推進等、各社前衛的な施策を促進

競合の増加

- 製薬企業のデジタル施策の支援におけるプレイヤーの増加

デジタルマーケティング
事業者

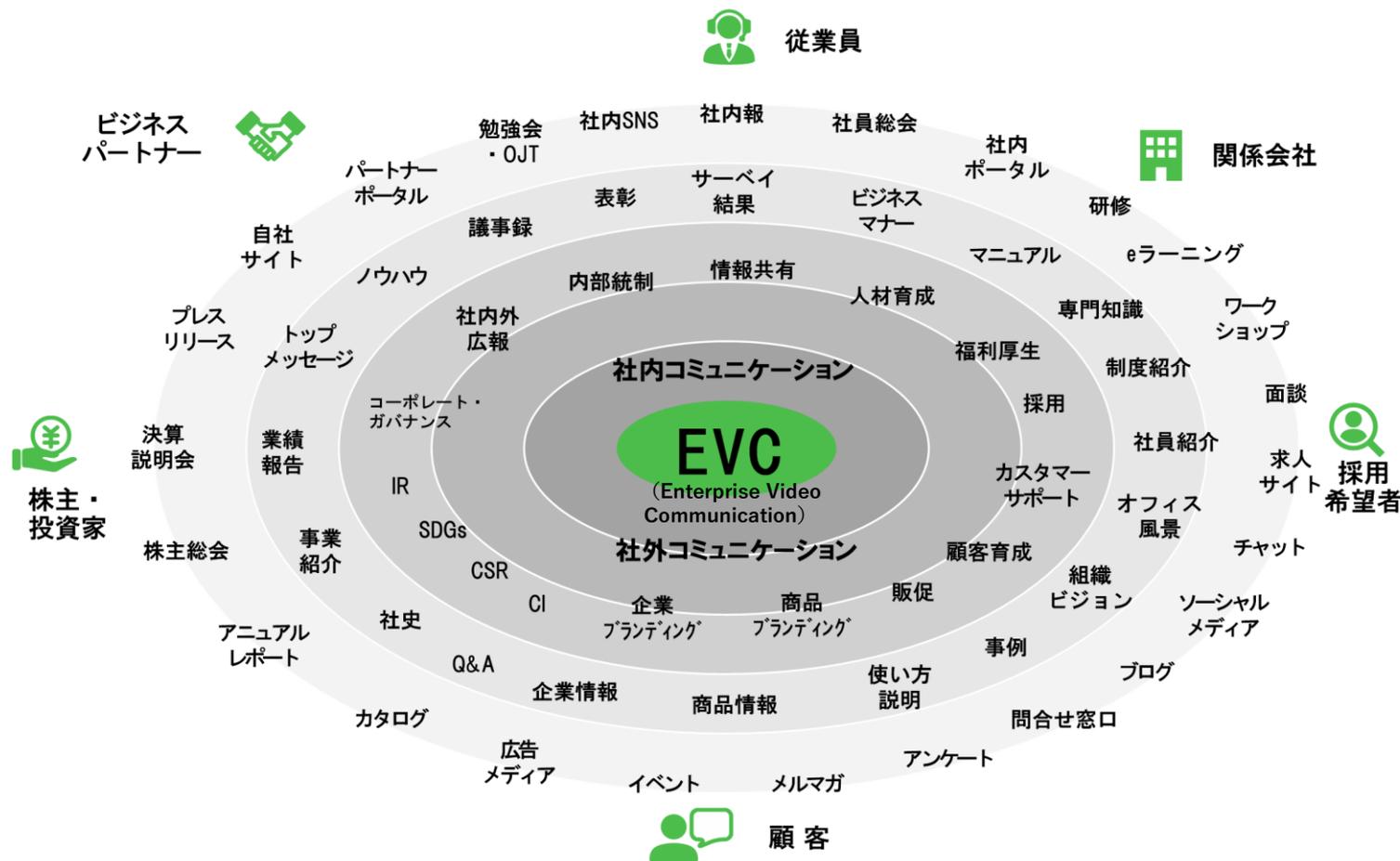
講演会ベンダー

医療代理店×
デジタルプラットフォーム

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の)

EVC (Enterprise Video Communication) イメージ



企業の実施動向

- コロナの収束に伴いリアルイベントへの回帰は見られるものの、利用者の利便性に応じ、ハイブリッド開催の需要は増加

株主総会

学会

展示会

セミナー

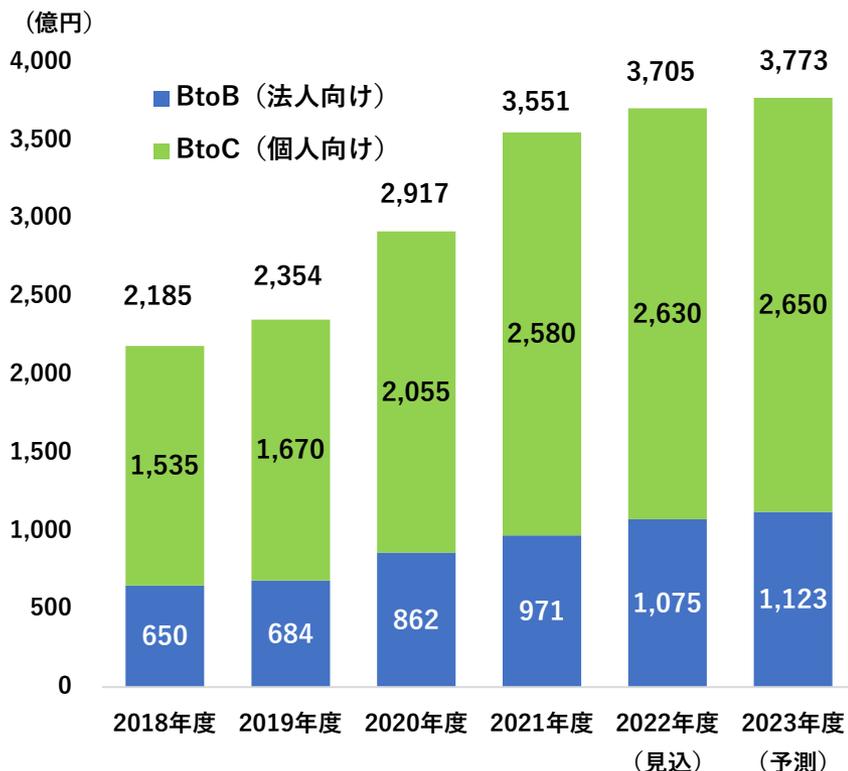
- 一部の展示会や企業説明会、研修、セミナーにおいては、Zoom、Webex、Teamsを利用しての主催者セルフ開催も増加傾向にあり
- eラーニング市場においては、コロナ禍を背景に急拡大した2020年～2021年と比較すると成長は鈍化するものの、企業のDXやリスクリングを求める需要が牽引

求められるサービス

- 主催者によるセルフ開催が増加する一方で、セキュリティへの懸念・品質の高い運営を求める需要が増加
- イベントの企画、運営、集客等を含めたサービスの必要性の高まり
- オンラインイベントの体験向上のため、AI、VR等の技術を活用したプラットフォームの需要の増加

【エンドユーザー市場】

(市場の一例) 国内 e ラーニング市場



注1. 提供事業者売上高ベース

注2. 2022年度見込値、2023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（2022年、2023年）

2022年度の国内 e ラーニング市場規模は、前年度比4.3%増の3,705億円(見込)

法人向け（企業・団体内個人を含む）のBtoB市場規模が1,075億円（前年度比10.7%増）で1,000億円を突破、個人向けのBtoC市場規模が2,630億円（同1.9%増）を見込む

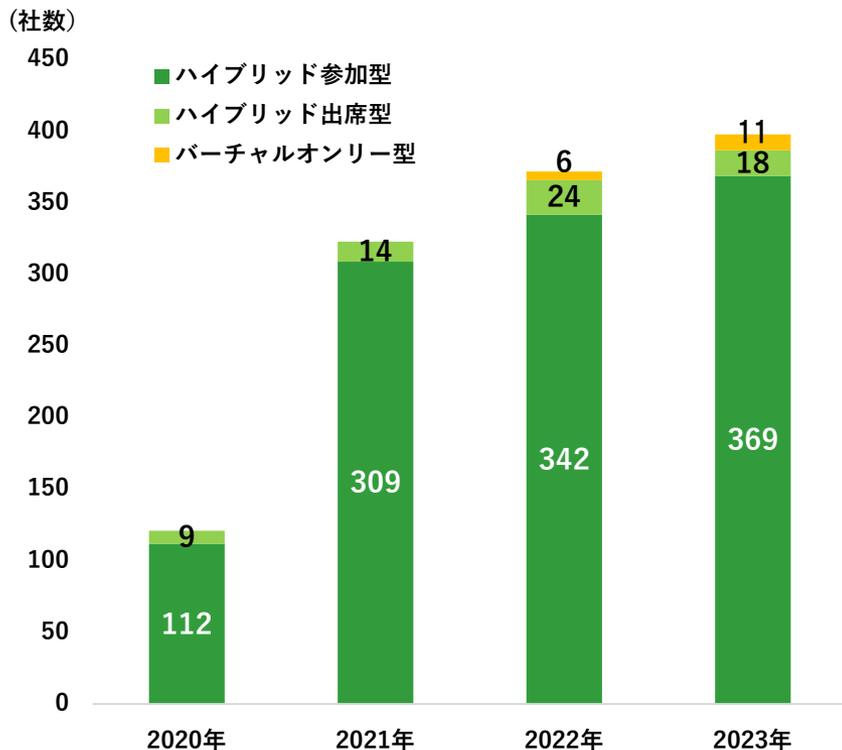
両市場ともに引き続き市場拡大が見込まれるものの、コロナ禍を背景に大きく拡大させた2020~2021年度と比較すると成長率は鈍化しており、特にBtoC市場の伸びには落ち着きが見られる※

DXが推進される社会環境もあって、これに対応した人材育成の必要性の高まりからリスクリングが注目を集めている

eラーニングとの親和性の高さから、リスクリングをキーワードとした需要の高まりを予想する

【上場企業のバーチャル総会開催実施動向】

コロナ禍を背景に大きく拡大した2020~2021年度と比較すると成長率は鈍化する一方、ハイブリッド開催によるリアルとウェブどちらからも参加できるという利便性や、株主の参加のすそ野が広がったことにより、一度バーチャル総会を実施した企業は今後も継続する傾向あり

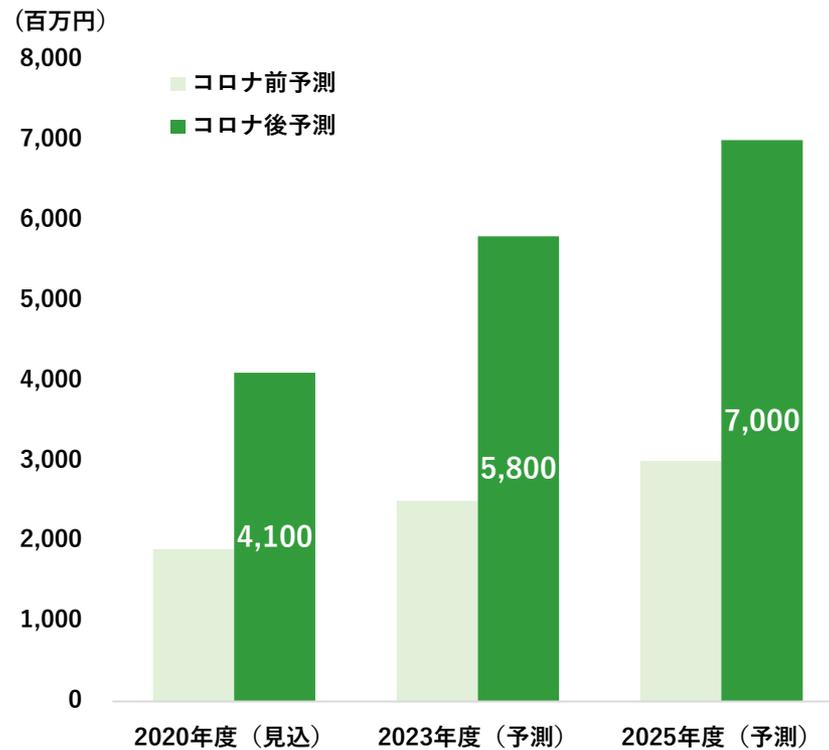


出典：日本証券取引所グループ 東京証券取引所 3月期決算会社 定時株主総会調査結果
※2023年度の実施予定企業数は2022年5月19日時点での速報であり、実績値は更に増加する見込み

【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おりません

コロナ前と比較するとコロナ後の予測は大きく拡大
2025年度には7,000百万円に到達すると予測



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

メディア・放送局

- コロナ禍により動画コンテンツの視聴機会が増加したことで、ネット動画配信サービスの視聴者数が増加。放送局における開発意欲が高まっている
- 定額配信サービスにおいては、外資系を含めた競争が激しくなっており、遜色のない機能を提供する高い技術力が求められている

エンタメ配信・公営競技

オンラインライブ

- コロナの収束に伴い、リアルイベントの開催が復活しつつあるも、コロナ禍で定着したハイブリッド型のイベント開催ニーズも底堅く伸長する見込み
- オンライン配信はリアルの代替ではなく、新たな収益機会へ（チケット収入+ECによるグッズ販売、会員化による集客活用等）
- 新しい技術的要望の高まり（VR、マルチアングル、低遅延等）

公営競技

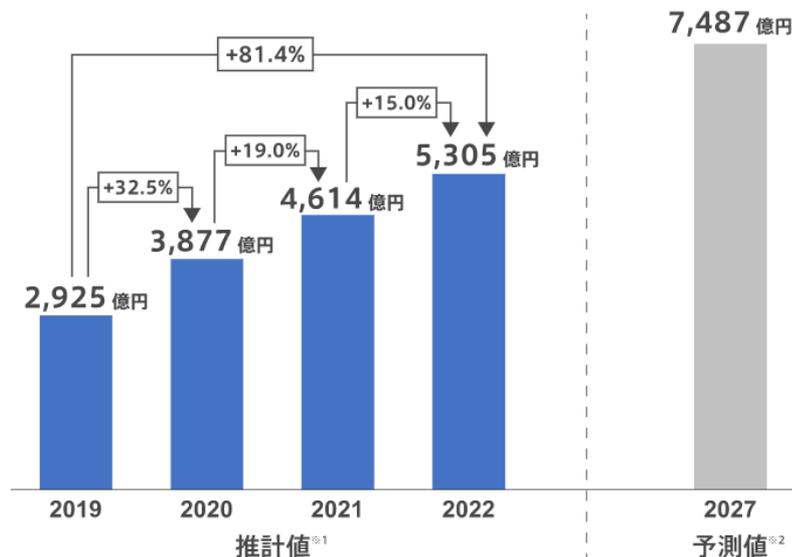
- インターネット投票券やレース中継の配信などが急成長
- 来場者数の大幅減少に反して、ネット経由の投票券収入が増大
- 公営競技は各競技団体がデジタル化を促進していたことによりコロナ禍で来場者が減少しても売上を維持できた。今後も売上を拡大すべくDX化を推進の見込み

コロナ禍により市場環境が激変した後も、オンラインへのニーズは継続しています。

【動画配信(VOD)サービスの国内の市場規模推計の推移と予測】

2022年の動画配信市場(※1)は5,305億円（前年比+15.0%）
 コロナ前の2019年から81.4%の伸長
 2027年には**7,487億円**に到達する見込み

動画配信市場規模：「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）」の合計



※1：契約形態に関わらず、消費者が動画配信サービス事業者に支払った金額の総額

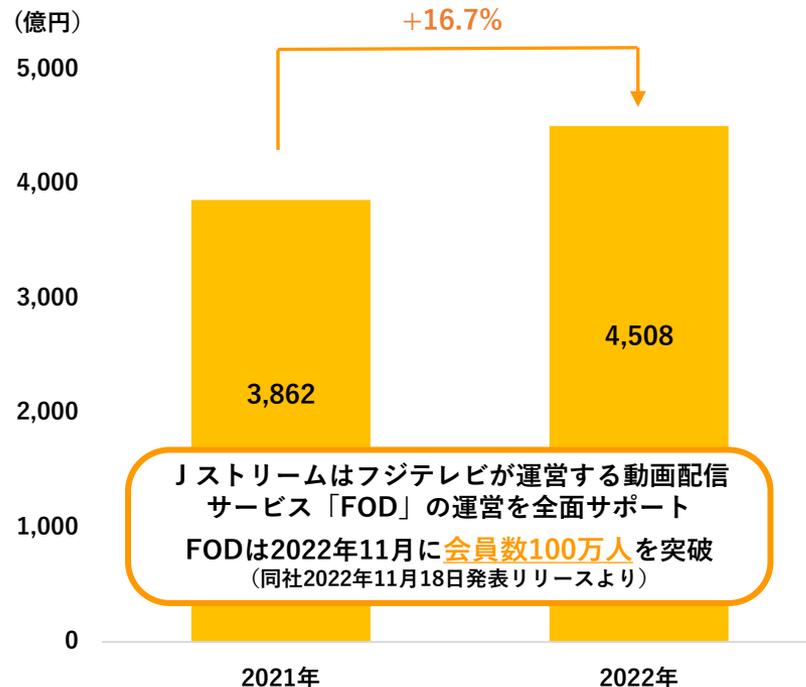
※2：消費者調査の結果、日本と米国の動画配信のこれまでの普及実績と映像ホームエンタテインメント全体におけるDVD・BD市場と動画配信の比率、また新型コロナウイルスの流行の影響を踏まえ、「ベース」「楽観」「悲観」の3つのシナリオで試算。本値は「ベース」シナリオによる

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（2023-2027年）レポート」

【定額制動画配信(SVOD)市場規模】

2022年の定額動画配信市場全体の規模は
 推計**4,508億円**（前年比+16.7%）

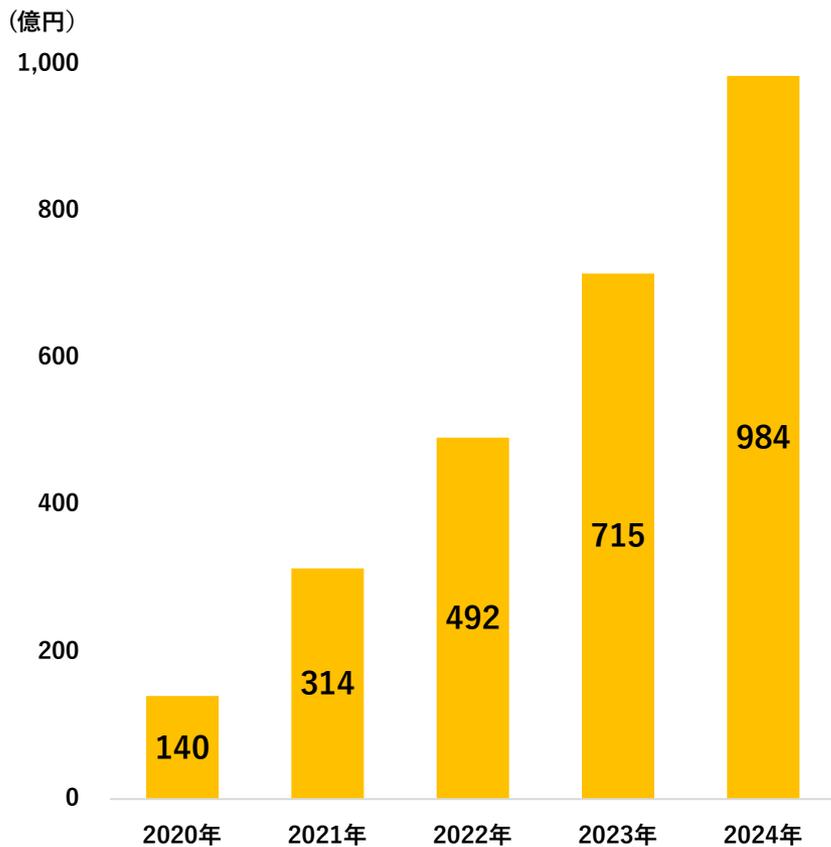


※1 契約形態に関わらず、消費者が動画配信サービス事業者に支払った金額の総額

出典：GEM Partners「動画配信（VOD）市場5年間予測（2023-2027年）レポート」より数字を引用の上作成

コロナ禍により市場環境が激変した後も、オンラインへのニーズは継続しています。

【ライブエンターテインメント業界】



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.)

デジタルライブエンターテインメント市場は
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。

デジタルライブ配信によって期待できる
新しいビジネス機会



収容人数に制限なく幅広いファンに向けて届けることができる
新たなユーザー体験



Eコマースを有効活用した
限定グッズ販売等



ライブ終了後のビデオチャット
ツールを活用したファンとの
新しいコミュニケーション

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を主なターゲットとしているため、当社が主力としている「本社開催」の講演会で直接競合する場面は、2022年度末時点においても多くはない

支店開催：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、2020年にリアルからのシフトで急増したが、2021年以降多くが「支店セルフ」に移行

本社開催：単価100-200万円、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で実施されていた講演会

【当社の認識する顧客の購買決定要因】

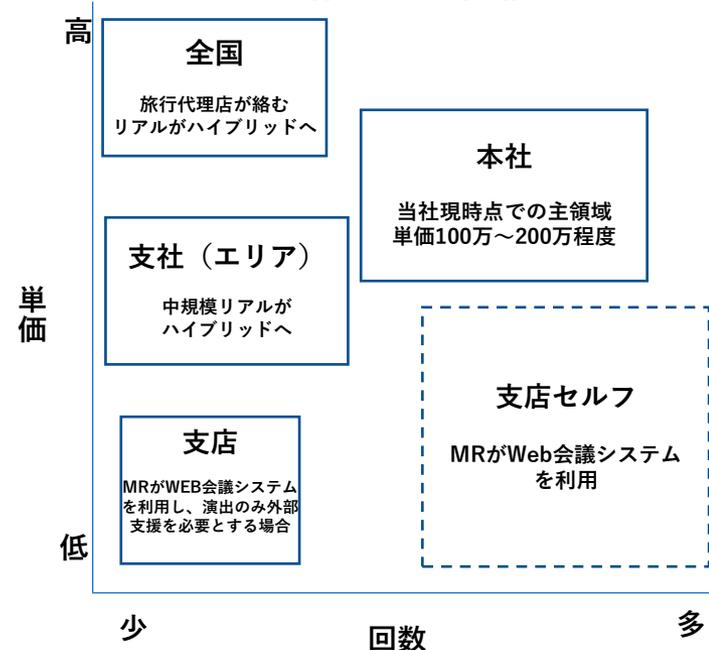
※重要順に記載

- 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

【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あり）
- 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

Web講演会の開催類型



【主な競合企業】

< 動画配信プラットフォーム、CMS >

- ブライトコープ社 (NASDAQ:BCOV)
- Vimeo (NASDAQ:VMEQ)

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】

※重要順に記載

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
(配信と併せたトータルでの提案)
- ① 実績
- ② 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 >

- ブライトコープ社（US：BCOV）
- 株式会社Play（日本テレビHD連結子会社）

< 動画配信ネットワーク >

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

※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

【当社の認識する顧客の購買決定要因】

※重要順に記載

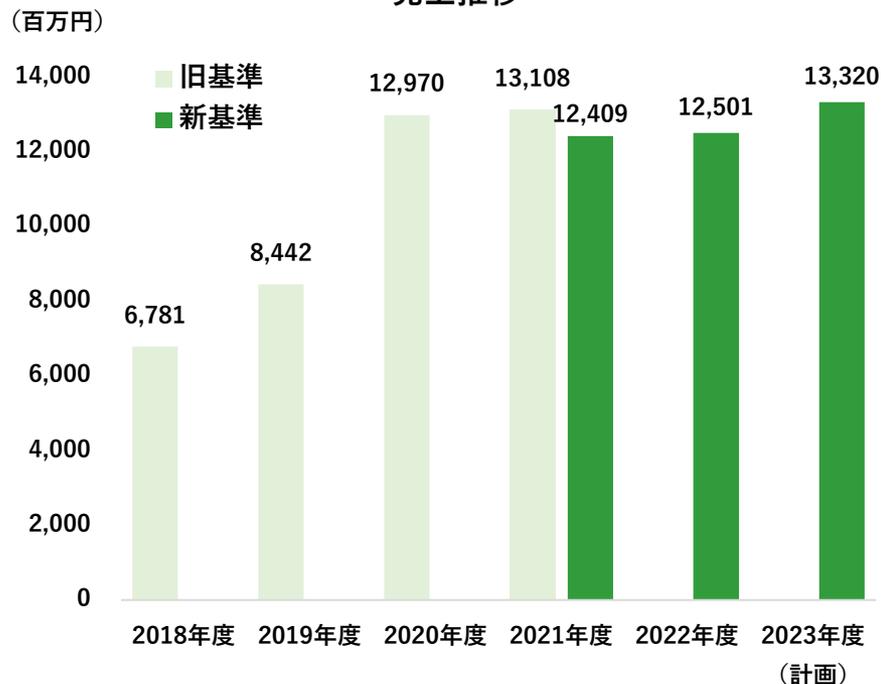
- ① 実績（システム開発・運用）
- ② 価格
- ③ ソリューション提案（対応の柔軟性・UXやUI）

【競争優位】

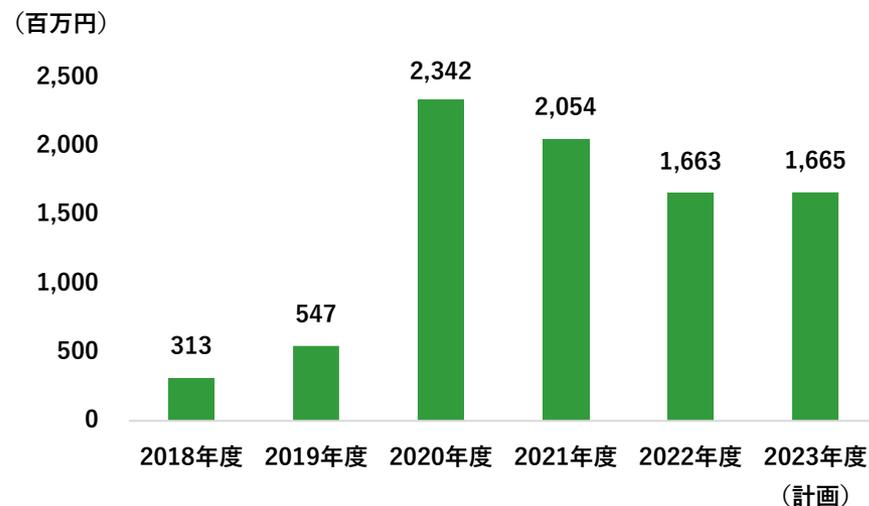
- 配信だけでなくウェブサイトの運用まで含めた総合受託により、万一のトラブル発生時にも迅速な原因究明と対応が可能
- 創業以来の実績
- 国内系企業ゆえのサポート、サーバー配置

成長戦略と進捗

売上推移



営業利益推移



単位：百万円	2018	2019	2020	2021	2022
連結従業員数	388	450	594	641	670
1名当売上	21.6	18.7	21.8	19.3	18.6

■2022年度までの総括

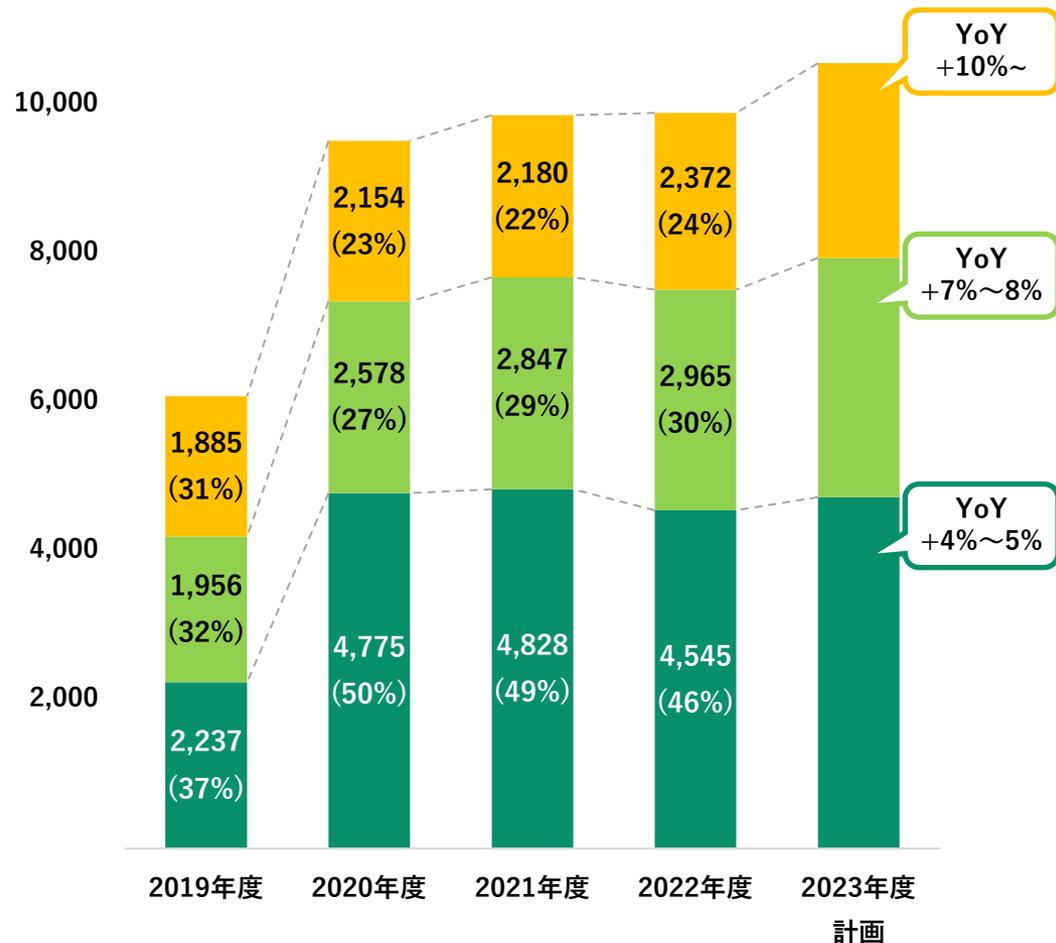
- 新型コロナウイルス感染症の蔓延に伴い、動画を含むWebコミュニケーションの有用性に関する認知が広がりを見せることとなり、2019年度第4四半期（1-3月）以降、当社事業にとって成長の加速要因となりました。
- 2022年度は、特にOTT（メディア・コンテンツ領域）において既存の放送局だけでなく新しい専門チャンネル向けの大型開発を受注した他、EVC（医薬以外）の堅調な売上がありましたが、医薬市場における一部大口顧客の販促費縮小の影響を受けたことにより、計画には届かない結果となりました。

■2023年度以降について

- 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。

(単位：百万円)	2022年度 実績	2023年度 計画	増減率
売上高	12,501	13,320	+6.5%
営業利益	1,663	1,665	+0.1%
経常利益	1,652	1,675	+1.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	873	1,040	+19.1%

(百万円)
12,000



医薬
従来からDX化を推進していた中で2020年度以降急伸、売上はコロナ禍以前の2019年度と比較すると2倍に成長
この急成長による反動を受け、2022年度は成長が鈍化した。今後は製薬メーカーの販促活動のさらなる生産性向上に向けたDX化ニーズが拡大する見込み

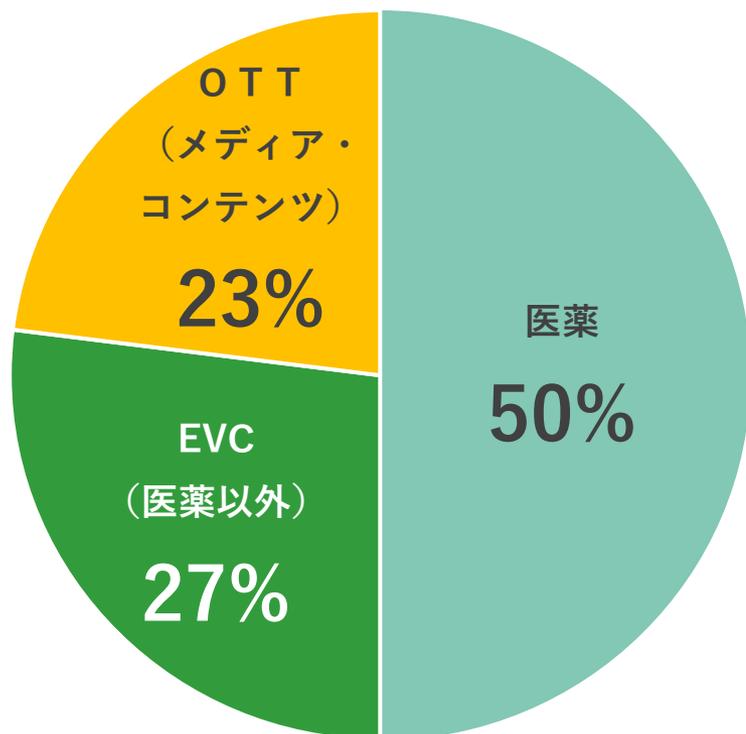
EVC (医薬以外)
コロナ禍によって、業界問わず企業の販促活動、社内情報共有、教育等様々なシーンで動画の活用が急速に拡大・定着
利便性が広く認識されたことにより、売上は堅調に成長

OTT (メディア・コンテンツ)
2020年度以降、コロナ禍によるネットでの動画コンテンツの視聴機会が増加
各動画配信サービスの会員数が急増し、放送局等からの新たな機能の開発需要が高まっている
放送局だけでなく、番組供給事業者や公営競技等、顧客のすそ野が拡大

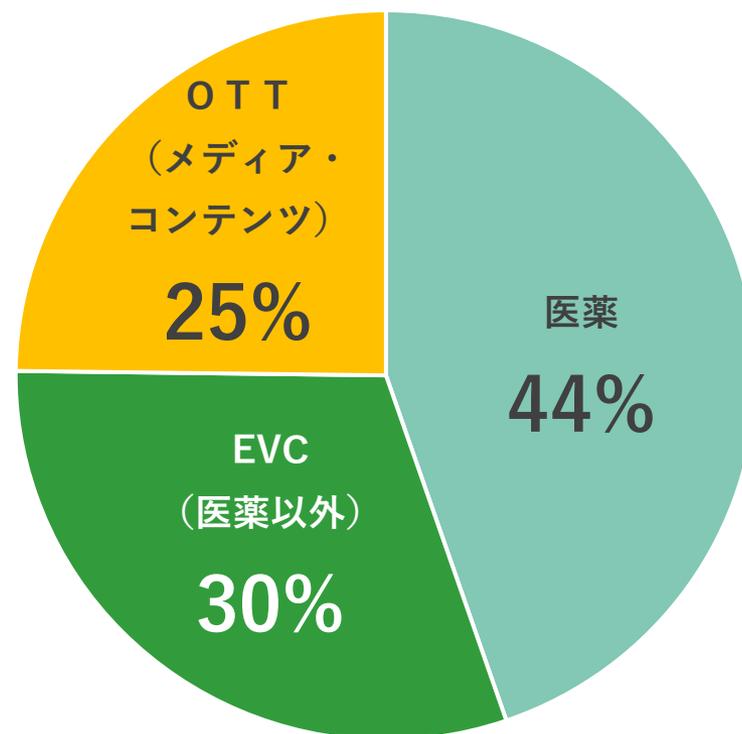
■ 医薬 ■ EVC (医薬以外) ■ OTT (メディア・コンテンツ)

※市場別売上推移は全て旧基準での総額表示の数値となっております

さらなる成長が見込まれるメディア・コンテンツ市場を中心に、医薬市場以外の領域を伸ばし、医薬市場だけに頼らない売上ポートフォリオの構成を目指していきます。

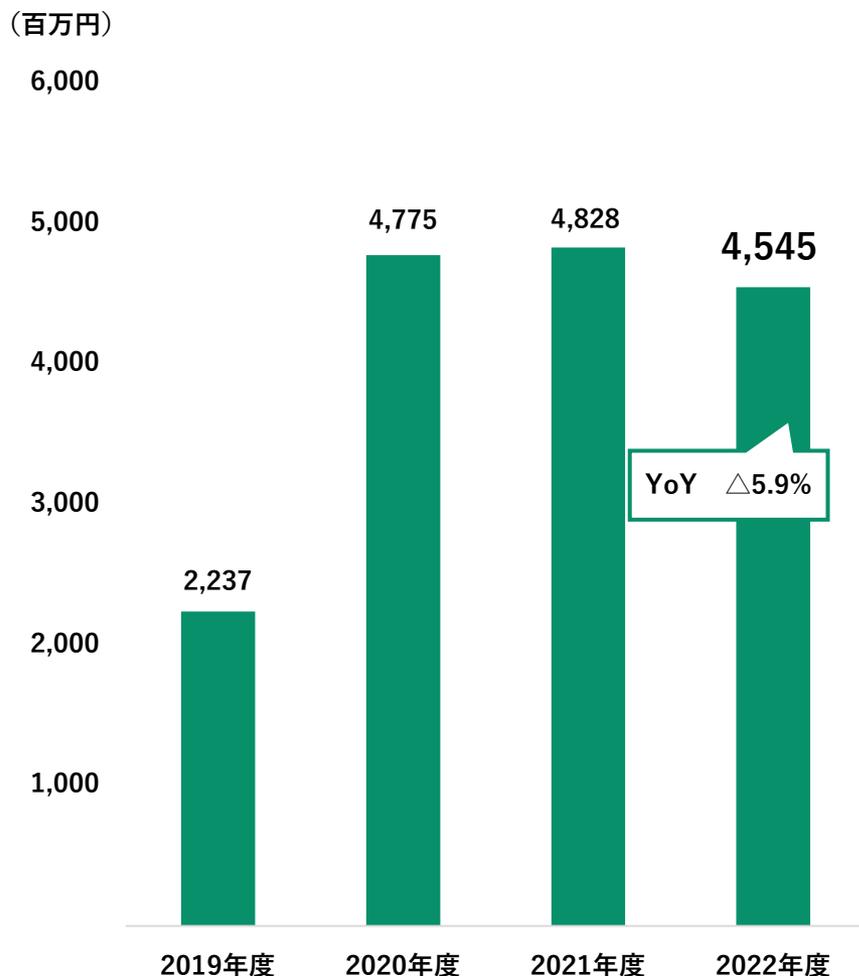


2020年度



2023年度

通期売上推移（Jストリーム個別：旧基準）



主な取り組み

Web講演会のオプションメニューや追加サービスの推進

- 一部大口顧客の販促費縮小等の動きはあるものの、他の上位顧客においては各社の販促計画により動向にばらつきがあった
- 全国や支社・エリア開催でのリアルとWebを組み合わせたハイブリット講演会支援サービスについて、新規顧客ニーズもあり開拓中

医薬のデジタルマーケティング支援

- WebinarAnalyticsは内資・外資製薬メーカーにおける正式採用やテスト利用が増加
- Web講演会における医師とMR同士の新たな交流ツールを開発中

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
- WebinarAnalytics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

- WebinarAnalytics
- データ分析、連携
- ハイブリッド講演会
- バーチャルラウンジ
- 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)
- METAGO (クロスコ)

➤ 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	Jstream
Webサイト	METAGO	
映像制作	BIOM ² Y	CROSSCO cross-media communication

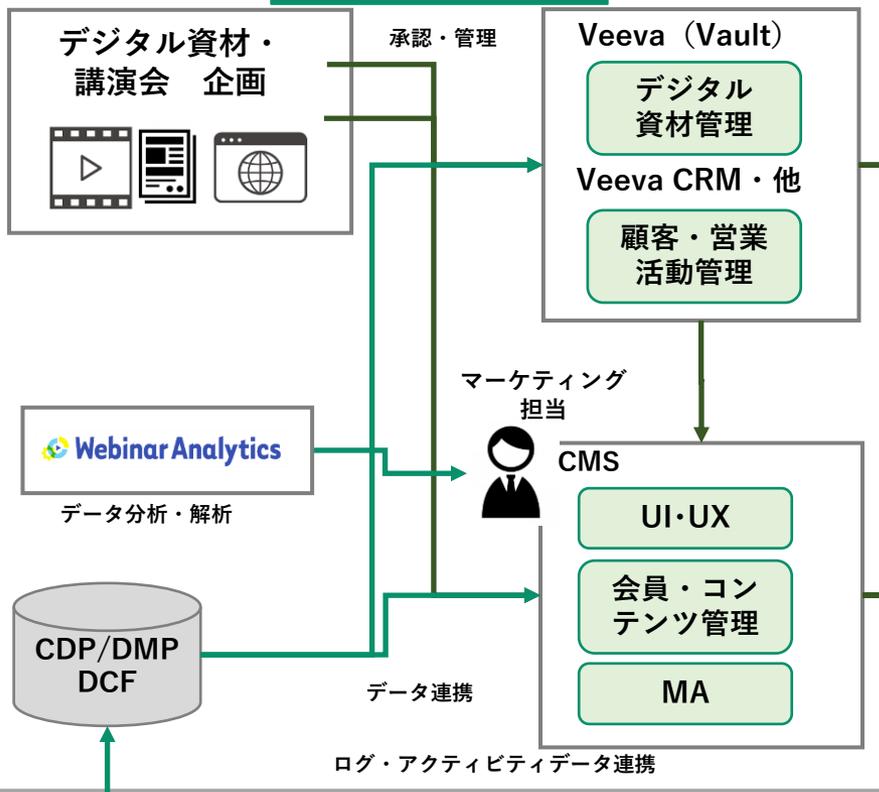
管理システムのデータ連携

Veeva Connect	BIOM ² Y
WebinarAnalytics	Jstream transcosmos
ハイブリッドMICE	CO ³ CONTENTS COMMERCIAL & COMMUNICATIONS

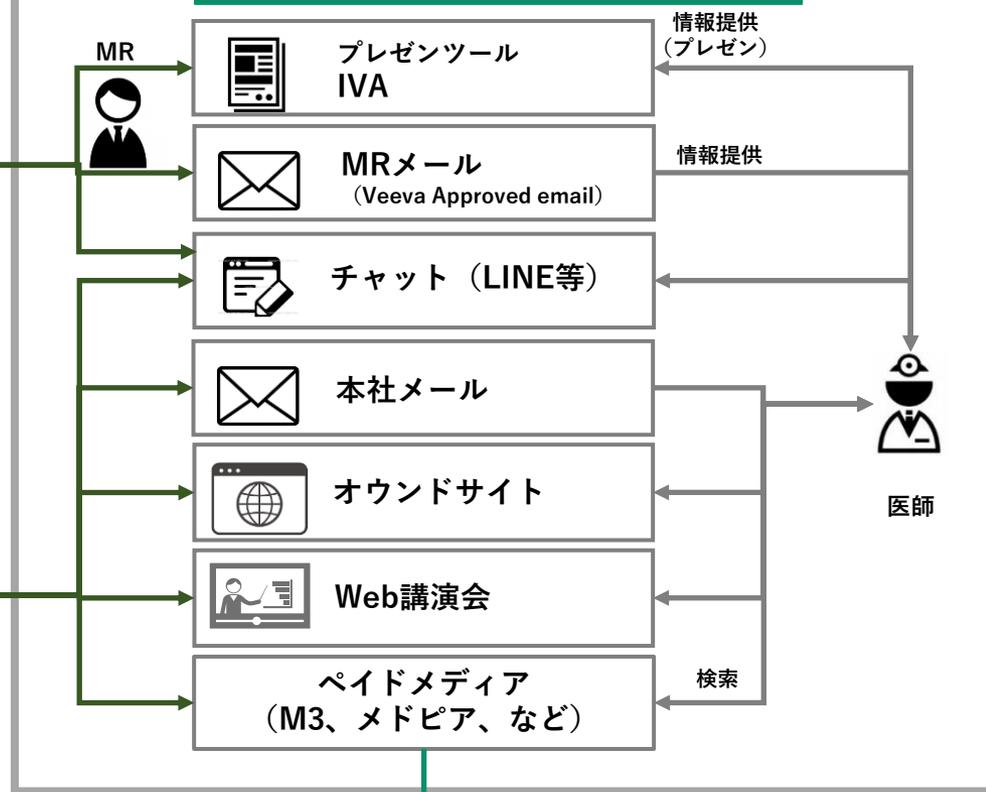
チャネルの運用

医薬メディア広告	Jstream
Digital Factory	BIOM ² Y transcosmos
データ分析	J Creative Works

データの整備・連携



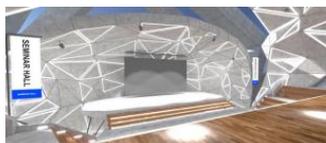
マルチチャネルからオムニチャネルへ



デジタルだからこそできる新しいCX（顧客体験）の向上と活用シーンや顧客の拡大を狙ったアップセル・クロスセルの戦略で安定収益の拡大を目指します。

付加価値の向上

CX向上支援

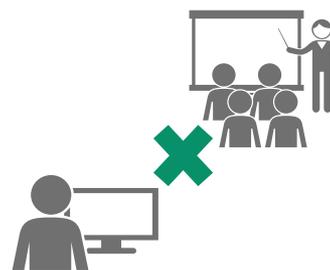


メタ버스空間での講演会



双方向コミュニケーション

開催形式の複合提案



全国・支社ハイブリッド

新規顧客の開拓



新たな大手企業

デジタルマーケティング支援



市販直後調査支援
Web講演会



MR主導型Web講演会



Web講演会
データ分析支援



ハイブリッドイベント
管理システム



本社×エリア



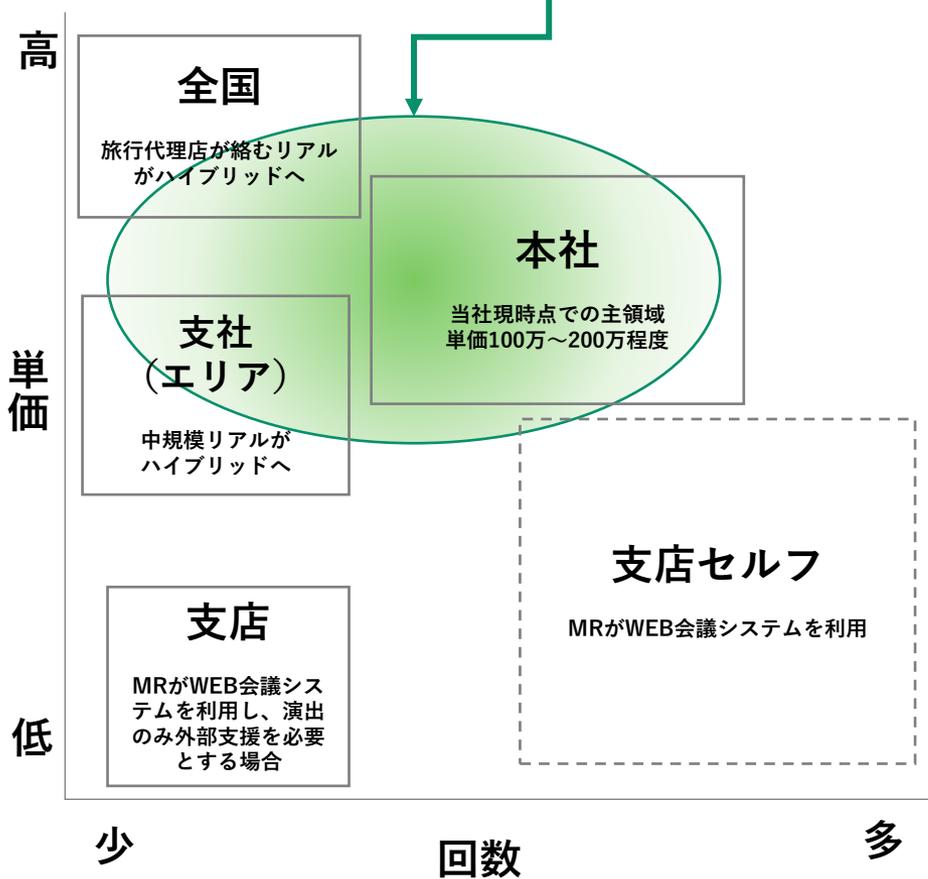
国内中堅企業

既存
事業

本社開催Web講演会の支援

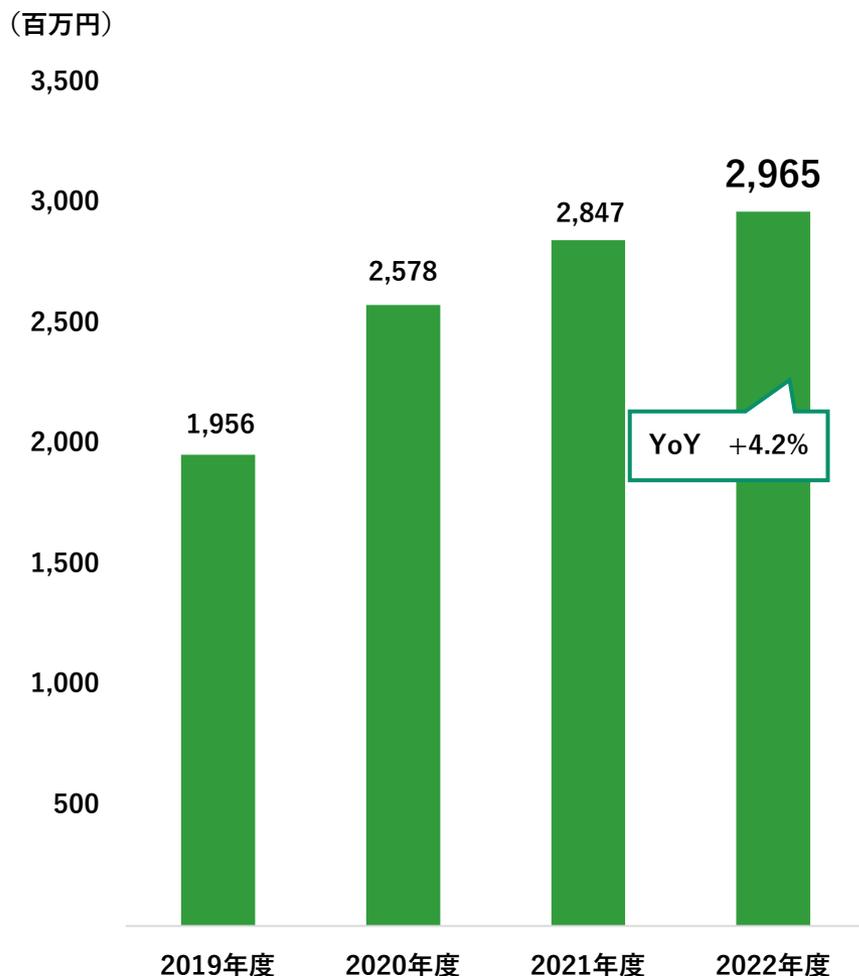
開催形式や顧客の拡大

当社の狙うポジション



開催態様	特徴・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会 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が、小規模の運営においては徐々に対応幅を拡大
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 (エリア)	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 リアル開催のみからリアルとのハイブリッド化が進んでいる領域
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

通期売上推移



主な取り組み

動画プラットフォームの拡販

- J-Stream Equipmedia (EQ) は2月に累計アカウント数3,500件を突破
- EQ・ミテシルについては、売上累計は前年を超えることができたが、直近3月末のアクティブアカウント数はほぼ横ばいとなった

EQ

- 2022年度売上：
前年同期比 +5.8%
- 3月末時点アクティブアカウント数：
前年同期比 +1.1%

ミテシル

- 2022年度売上：
前年同期比 +27.6%
- 3月末時点アクティブアカウント数：
前年同期比 Δ 1.4%

イベント・セミナーのビジネス拡大

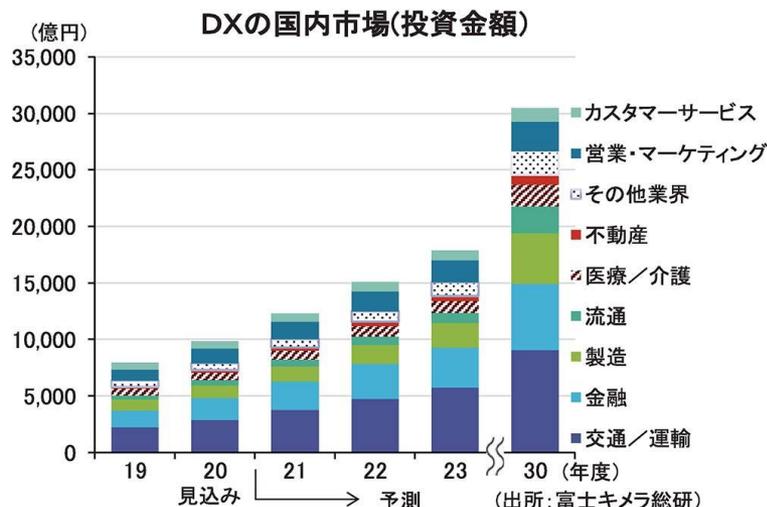
- 学会向けウェブセミナーのパッケージプラン「Webinar Stream for学会 Lite」をリリース
- 最新鋭の撮影手法を用いた「XRバーチャルプロダクション」の提供を開始
- バーチャル株主総会の件数は前年比+1.3倍で増加

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
- CDNNext
- Collective
- 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)

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
- METAGO・MICE
- バーチャル株主総会PF
- IR・SR配信パック

有力な社外SaaS



社外パートナー

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
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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



動画配信プラットフォームJ-Stream Equipmediaと連携し、ウェビナーを行うシステムを「WEBINAR STREAM」と呼称し、様々な形態で提供していきます。

動画配信プラットフォーム

J-Stream Equipmedia

ライブ配信、オンデマンド配信の管理、配信

ウェビナーシステム

WEBINAR STREAM

シリーズ

ウェビナーに必要な
ページの管理、構築、認証、課金

プレビュー	動画ID	番組ID	タイトル	グループ	動画尺	収録日	配信のステータス	配信リンク
	569		2022 Jstream EQ Meet		0:54	2022/12/20 15:28:25	配信済	再配信
	568		2022 Jstream EQ Meet		0:55	2022/11/10 13:37:46	配信済	再配信
	147		2022110718-53-20		0:55	2022/11/23 13:39:21	配信済	再配信
	564		2022112518-48-19		0:55	2022/11/25 14:13:05	配信済	再配信
	200		2022 Jstream EQ Meet		0:55	2022/10/20 15:18:41	配信済	再配信
	585		2022 Jstream EQ Meet		0:54	2022/10/24 14:13:20	配信済	再配信
	581		2022 Jstream EQ Meet		5:37	2022/10/11 08:14:28	配信済	再配信
	200		2022 Jstream EQ Meet		0:12	2022/10/14 15:20:17	配信済	再配信

連携



for 学会

Webinar Stream for学会 Liteをリリース

主に学会の全国集会、地方会、学術集会などのオンライン視聴向けプラットフォーム

for イベント/セミナー

一般企業の向けのオンラインイベント、課金ウェビナー等のプラットフォーム

for 株主総会

主流の参加型（提供中）に加え、出席型も含むバーチャル株主総会用のプラットフォーム



WEBINAR STREAM

for オンライン展示会

企業のオンライン展示を推進する動画パッケージにWeb制作もプリセットし提供

for ハイブリッド

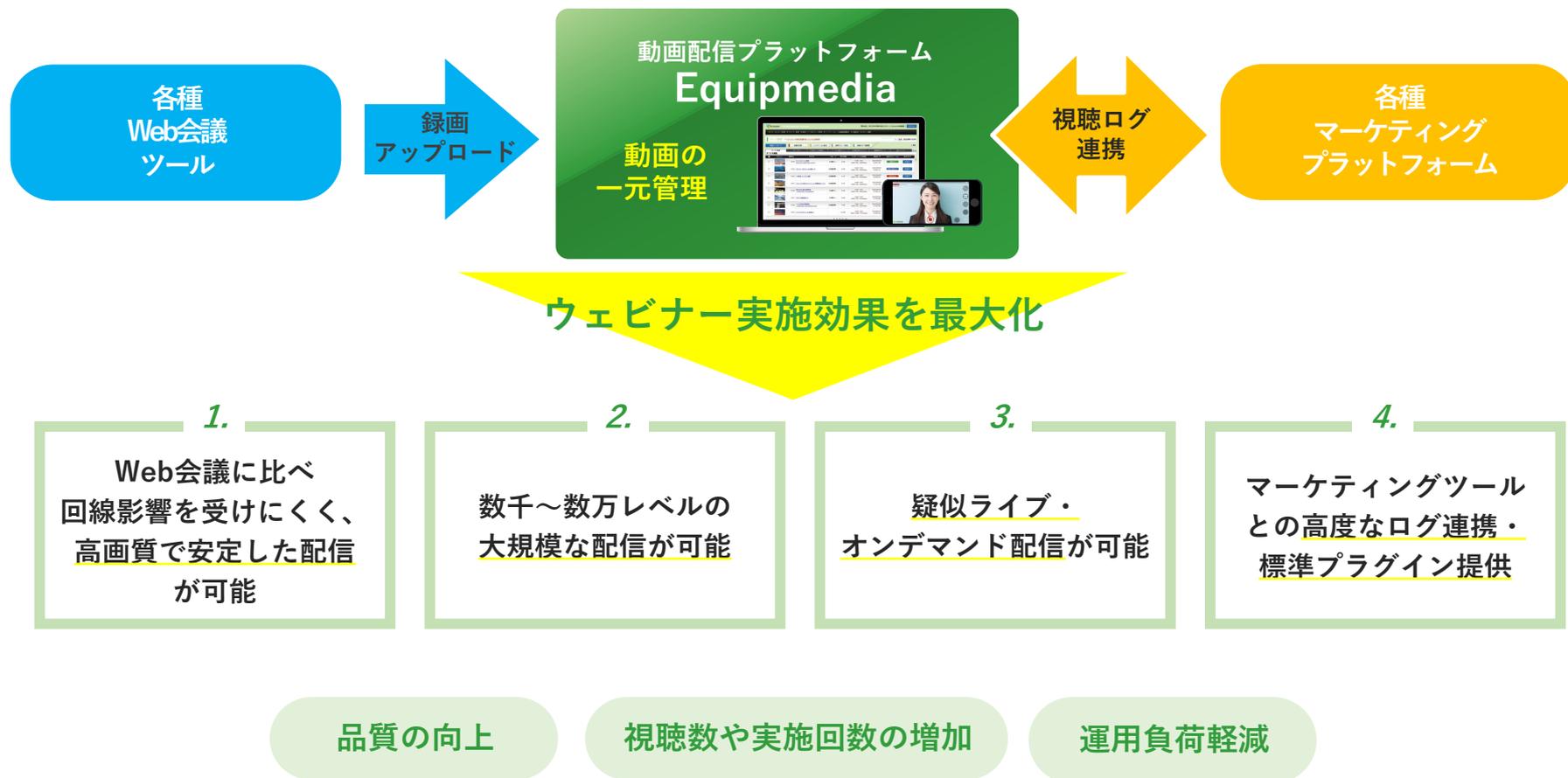
外部イベントプラットフォームの代理販売を検討

for メタバース

METAGOをリリース

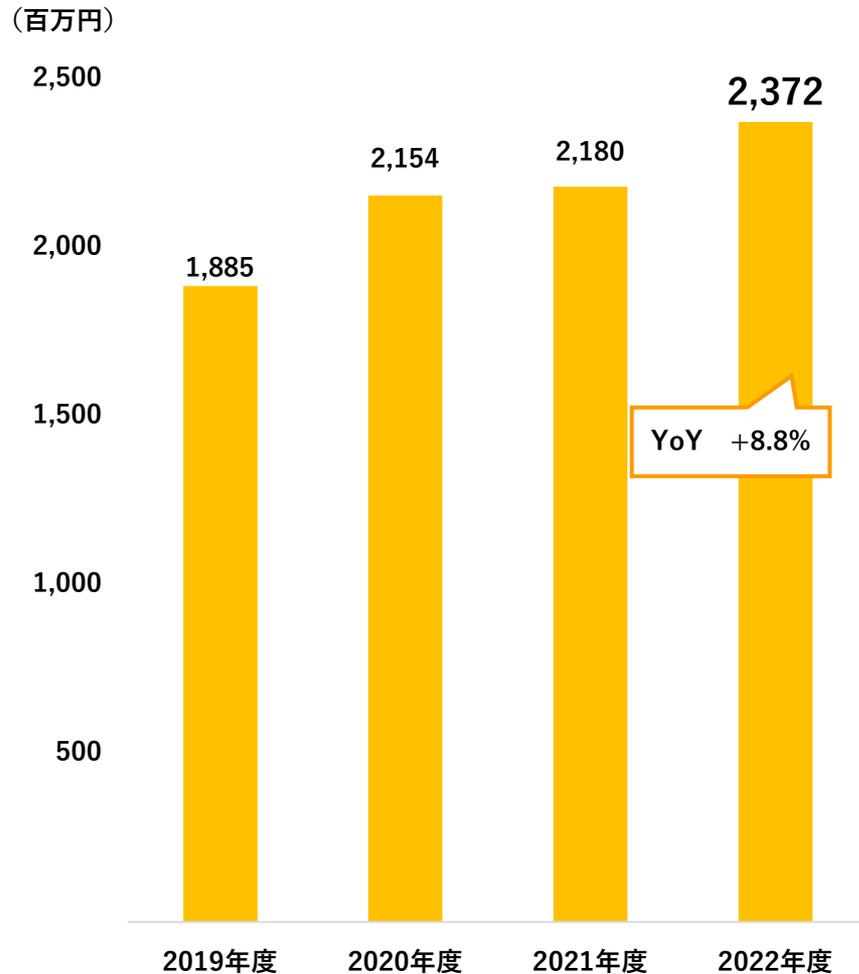
受講者同士のコミュニケーション空間を提供

ビジネスプラットフォームとの連携に加え、Zoom等を使用したインタラクティブ要素の高いセミナー映像をEQで一元管理することで、ウェビナー活用の最大化を実現していきます。





通期売上推移



主な取り組み

放送局等のDX化推進

- 3Qの専門チャンネル向け大型開発獲得や既存顧客の開発受注により売上が伸長
- メタマスタシステムリリースにより動画配信の効率化を支援

エンタメ市場向けソリューションの展開

- 公営競技・スポーツコンテンツ、大手キャリア向けにDX化を推進
- VR MODEへの出資により、VR市場認知を拡大
- マストバイキャンペーンサービスやマルチアングル配信等の新サービスの推進

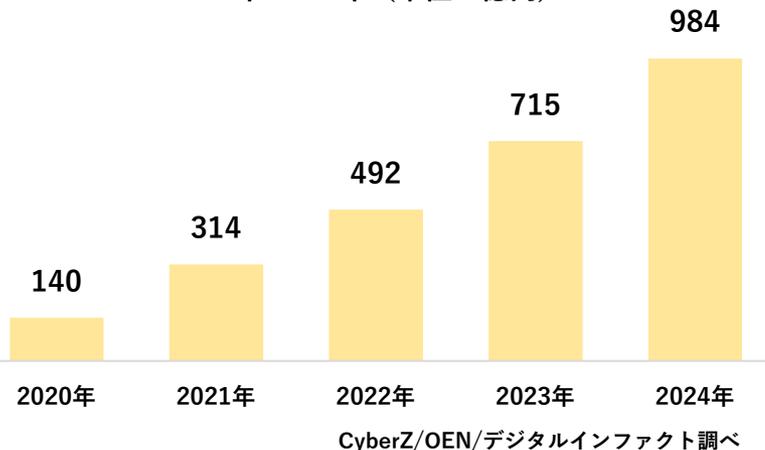
メディア・コンテンツ市場の動画ビジネスにおける ”トータルテック パートナー”を目指す

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局や番組供給事業者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
- ネット投票の普及から配信に積極的な公営競技への拡販

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）



想定されるソリューション

- マルチCDN
- Equipmedia
- システムインテグレーション
- J-Cloud
- 機器販売（イノコス）
- 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
 - 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

システムインテグレーション

J-Cloud

SI・開発

機器販売



大規模配信ネットワーク

CDNext

マルチCDN

Equipmedia



+ 主要株主
KDDIとの協業

配信管理・運用ソリューション

ライブ業務

動画人材オンサイト

管理システム



主要キー局のデジタル化需要に応える総合的SI体制の提供

開発

運用

オンサイト



地方局の動画配信を支援

Equipmedia

ブロードキャスタープラン ※多数局に導入実績

Unlimited Live ※同時接続上限なし

ローカル、CS、BS局の動画運用を支援

配信マスターシステム

リモートプロダクション

当社配信ノウハウと新技术をエンタメライブへ提供

開発

Operation

Equipmedia

CDNext



主要キー局
地方局 等地上波



ローカル、CS、BS局
(+ α 戦略)



エンタメ市場
各種CP、アーティスト、
スポーツ、演劇 etc.

新しい技術による視聴体験の向上や、放送局・メディア・エンタメ業界の新たな収益機会の創出と効率化につながるサービスを展開し、OTT領域におけるサービスの拡大を目指します。

新たな収益機会の創出



マストバイキャンペーン



課金配信サービス

視聴体験の向上



VRの視聴体験



マルチアングル



各種イベントの高品質な
大規模配信

DX支援による効率化



リモートプロダクション



クラウドベースでの
動画編集支援サービス

OTT領域におけるトータルテックパートナーへ

- 子会社のソリューションをJストリームが積極販売
- グループシナジーを高めることで課題解決力を強化



子会社の専門的な商材をJストリームの動画配信ソリューションと組み合わせて提供

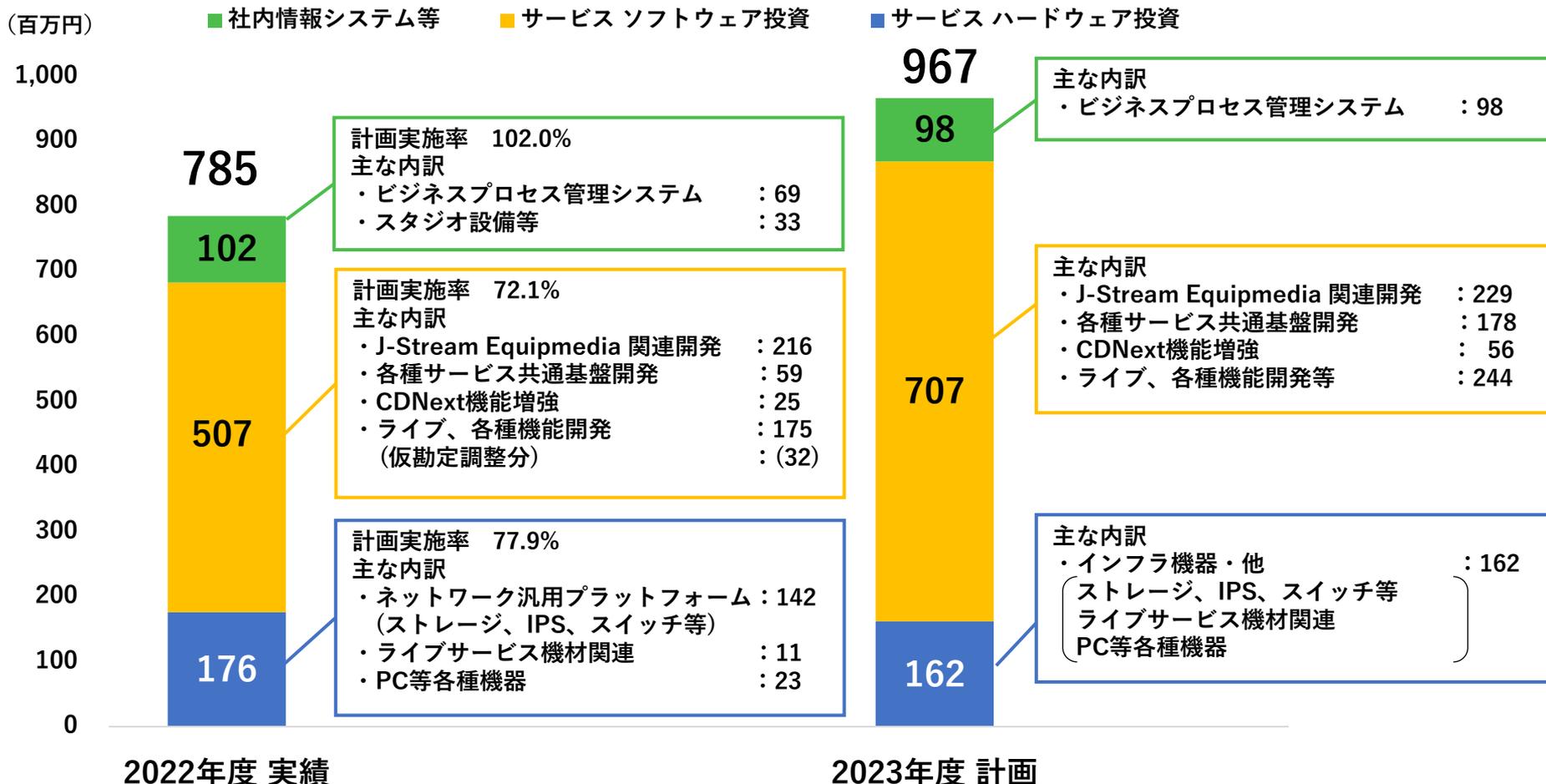
1,000社超の顧客基盤へ複合的な提案を行うことで顧客課題を解決していく

医薬市場

EVC (医薬以外) 市場

OTT (メディア・コンテンツ) 市場

- 2022年度実績 : コンテンツビジネス向けサービスメニュー等一部に若干の遅れが発生
- 2023年度計画前提 : EQや共通開発基盤、市場領域別サービス開発を進め、プロダクトの強化を推進
情報システム開発による業務効率化も継続
PL影響額は1億円強を予定



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や資本業務提携を検討・実施する方針です。

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

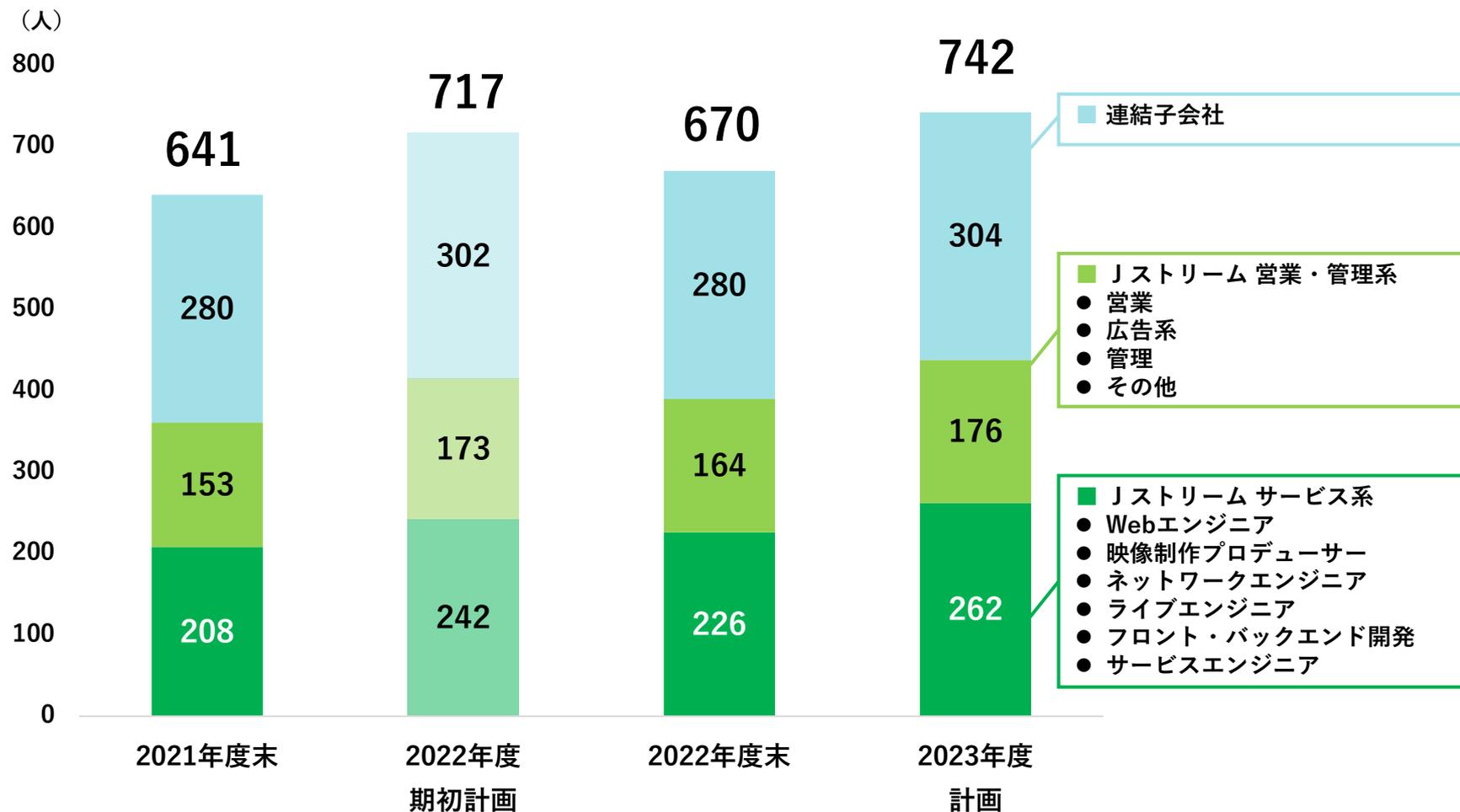
2020年10～11月：M&A原資調達のため自己株式を利用した新株予約権による資金調達（34億円）を実施
支出予定期間：2020年10月～2023年3月→2028年3月まで延長

- 2020年 9月 :アズーリ社の買収、その後の連結子会社ビッグエムズワイへの吸収合併を発表（約7億円を充当）
- 2021年 10月 :BSよしもと社への出資を発表（1億円）
- 2022年 7月 :VR MODE社への出資を発表（1億円）

※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。

2022年度においてはエンジニアを中心に採用が難航したため期初計画には至りませんでした。業容拡大に向け、2023年度も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。

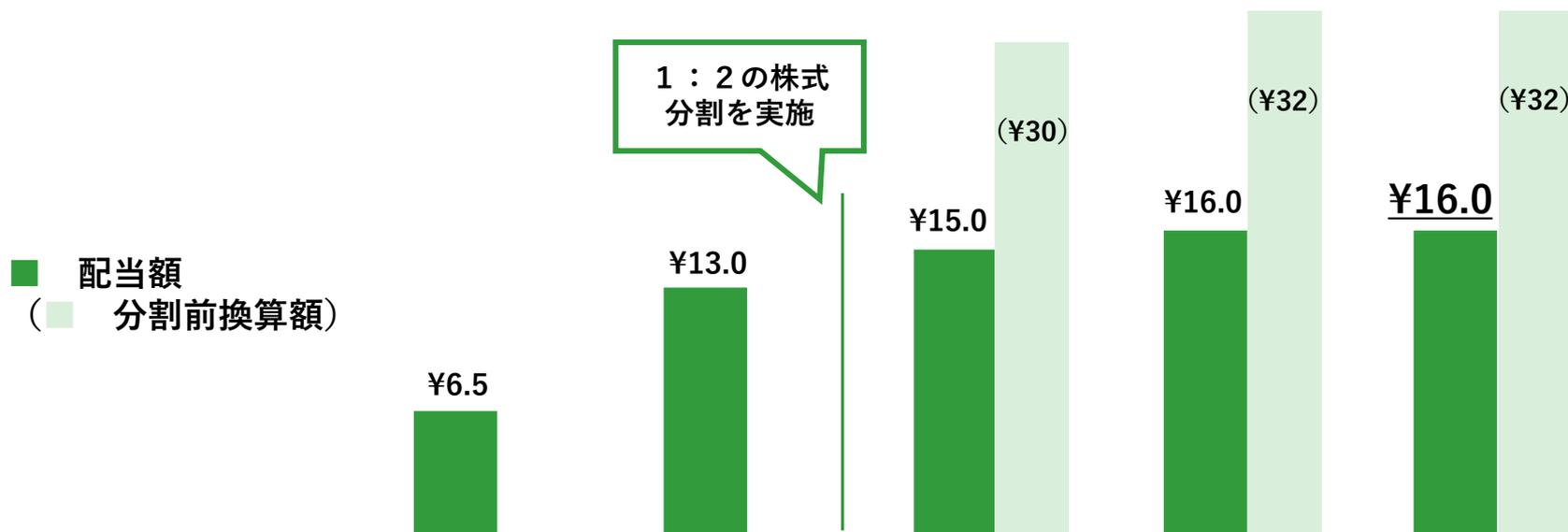


利益還元を経営の最重要課題のひとつとして位置づけています。

2022年度配当に関しましては、業績予想を下回る実績となりましたが、過去の支払実績を踏まえ、安定性と継続性に配慮して、期初の予想通り実施することといたしました。

利益は堅調に計上出来ており、手元資金も確保できていることを鑑み、事業拡大への投資の水準を踏まえつつも、過去の支払実績を前提に、安定性・継続性に配慮して利益還元を積極的に実施する、という基本方針を新たに設定し、強化実施してまいります。

2023年度については、2022年度と同様1株当たり16円を計画しております。



(単位：百万円)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度 (予定)	2023年度 (計画)
配当 (予定) 額	75	161	372	397	397
親会社株主に帰属する当期純利益	249	1,548	1,309	873	1,040

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。これらを通じ、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 CDNext 地方公共団体向けプラン」を全国200超の市区町村へ提供
- 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

- 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・サービスの利用を推進

- 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
- 温暖化対策への貢献度の数値化

各種研究に参画

- 「トピ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、インターネットトピ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
- トピ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
- IPv6アドレスの地理情報を用いた動画配信制御の実証実験を実施予定



- 24期よりテレワーク率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、ライフスタイル、介護等様々な理由で地方在住される方々の採用を促進

- 25期から学校、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



- 少年ラグビー教室である藤田塾への支援を通じて、青少年のスポーツ育成をサポート

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。

リスクの種類	発生可能性・発生時期	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
市場の成長に関するリスク	小	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 製薬メーカーをめぐる事業環境の変化に伴う製薬マーケティング予算の縮小
	常時		2023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、2022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）	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	サービス開発の遅延
	常時		販促活動のさらなる生産性向上を求めている製薬企業各社のニーズをくみ取り、Web講演会やその周辺領域におけるサービスを開発を推進しており、2021年にはWeb講演会の視聴データの収集、分析ができるWebinarAnalyticsをリリース、顧客企業への導入を推進中 今後さらなるサービス開発に向け、採用の強化や外注の活用等を通じて必要な開発をタイムリーに実施していく

※当社の採用強化の対象がライブディレクター、エンジニアから開発エンジニアに変化していることから今回見直しを実施

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。

リスクの種類	発生可能性・発生時期	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
市場の成長に関するリスク	小	売上高の減少	<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>2022年度の実績もこれがある程度実証できている</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</p> <p>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</p> <p>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		

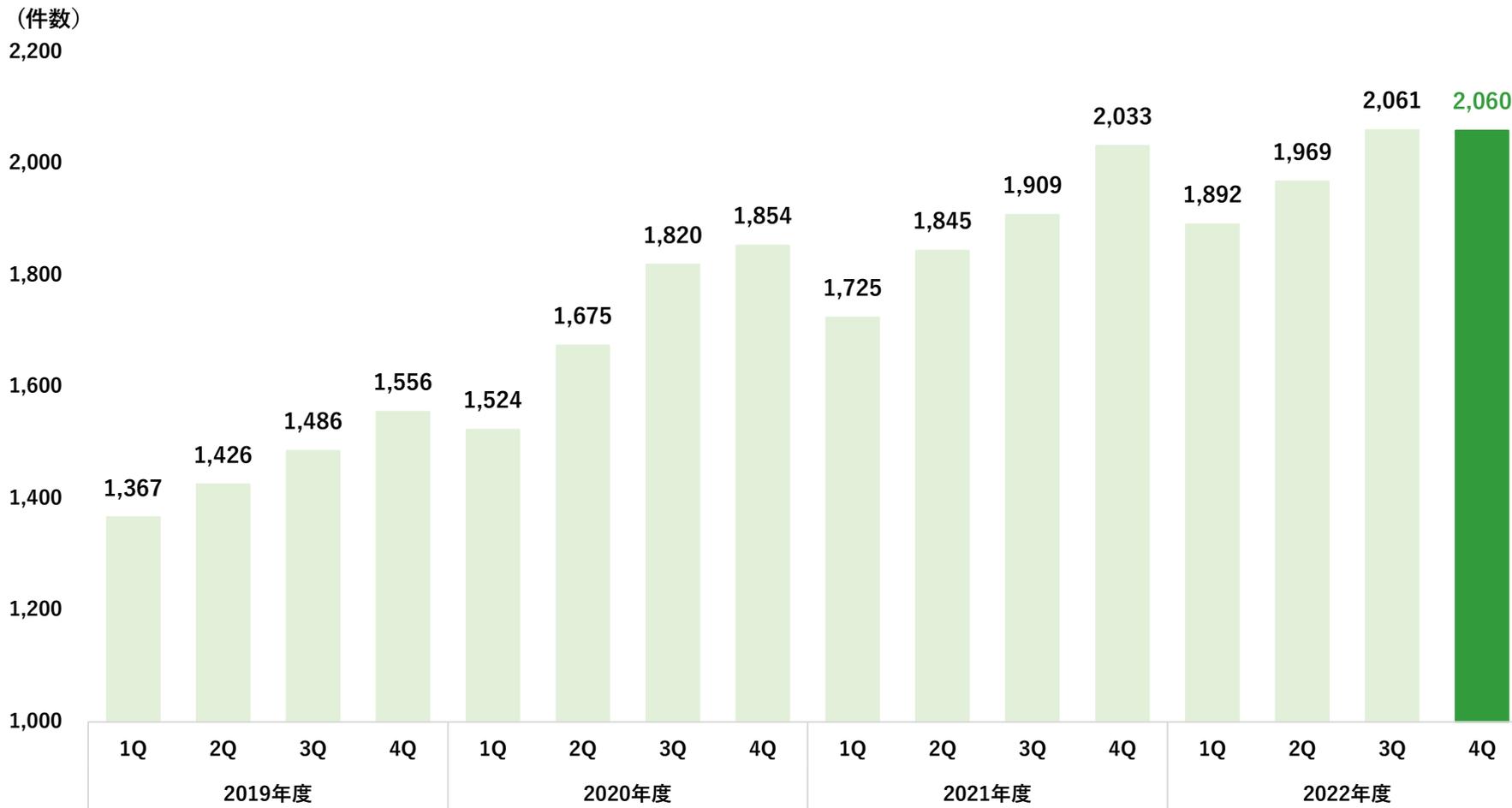
当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクは以下の通りです。

リスクの種類	発生可能性・発生時期	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
市場の成長に関するリスク <small>※市況が好転したため今回見直しを実施</small>	小 常時	売上高の減少	ネットコンテンツ配信利用の伸び悩み 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、放送局やコンテンツ事業者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 常時 <small>（大口顧客の受注入札は3年に1回程度）</small>	売上高の減少 販売単価下落 利益率の低下	TV局出資を受ける企業による案件受注 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 2022年～常時 <small>（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）</small>	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 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、発生の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

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。

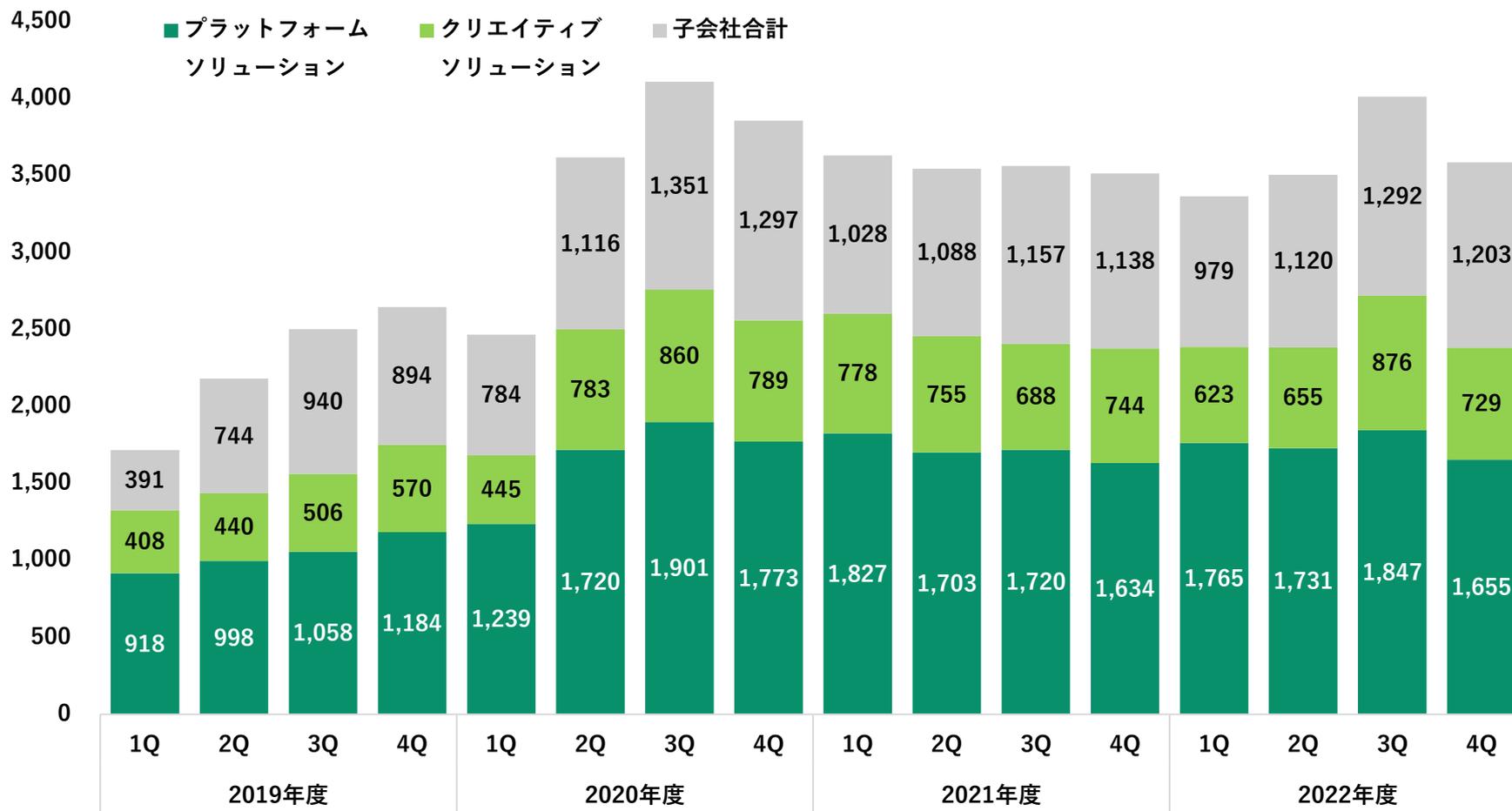




参考指標：ソリューション分類別売上推移 (個別収益認識基準未適用)

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。

(百万円)



※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

参考情報：各ソリューションに分類される売上について

(百万円)



2022年度
4Q

【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 CDNNext(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

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、2024年6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

株式会社Jストリーム
管理本部 法務・広報部

- メール：Jstream-IR@stream.co.jp
- 電話：03-5765-7744