

株式会社Jストリーム

2025年3月期
(2024年度：第28期)
第2四半期（中間期）決算説明会

2024年10月31日

(単位：百万円)	2023年度 上期	2024年度 上期	増減率	2024年度 通期予想	進捗率
売上高	5,581	5,749	+3.0%	11,720	49.1%
営業利益	294	412	+40.1%	698	59.2%
経常利益	309	432	+39.9%	709	61.0%
親会社株主に帰属する 中間純利益	152	249	+64.3%	365	68.4%

売上動向

- 第1四半期に続いて第2四半期も想定通りの売上となり半期折り返しとなった。医薬系企業では、新規開拓や復調の兆しのある企業がある反面、前年度の大型案件の反動や広告出稿を手控える企業もあり、前年を下回る実績となった。一般企業のビジネス利用については、販売促進、社内情報共有や株主総会用途等、概ね順調に推移した。メディア・コンテンツ系企業では、運用や開発を中心とした売上は上期を通じて好調で、第2四半期においては大口の機器納品があり売り上げを押し上げた結果、全体でも前年を上回る結果となった。
- グループ子会社は大口納品のあった技術商社や医薬系の子会社が好調であった。

損益動向

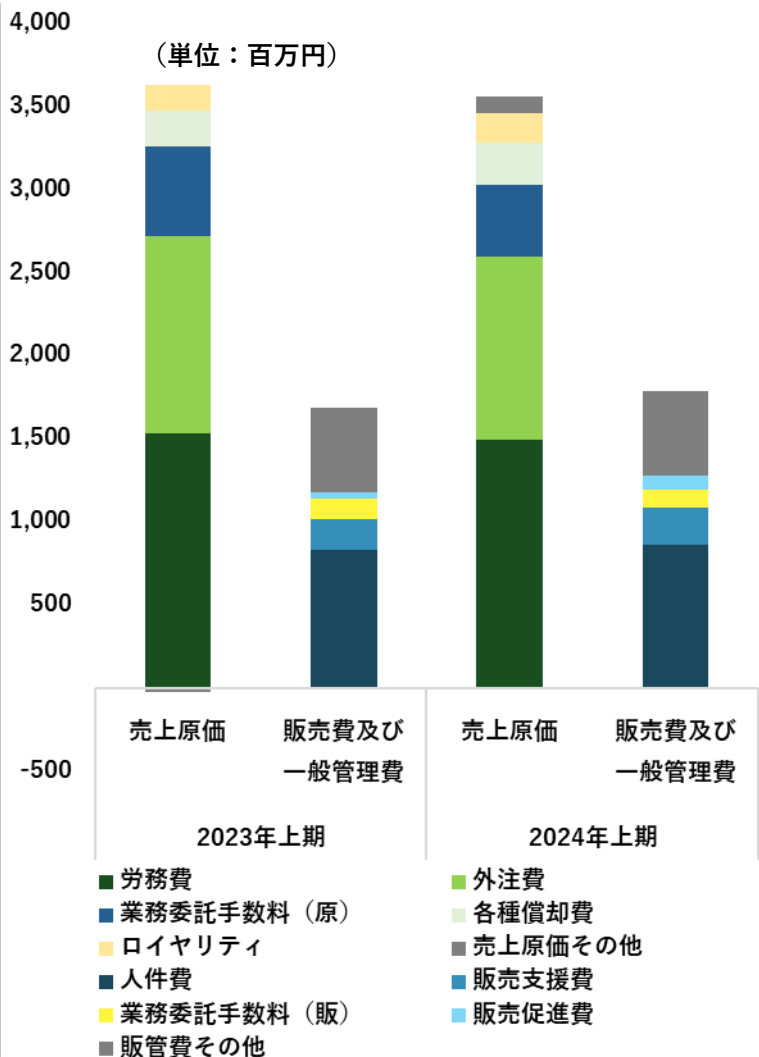
- 利益率の高いライブ系サービスの減少、子会社に外注する機器納品売上増に伴い、単体での利益率はやや低下。子会社が利益で貢献する構造となった。サービス開発推進に伴う業務委託費用の一巡や、新規採用抑制等による他経費の削減は継続している。販売促進のための人員稼働や販売促進費は増加。
- グループ子会社においては、機器納品案件が複数実施されたことと、医薬系企業からの内製中心のコンテンツ制作の受注が復活してきたことにより利益率が高く、また事業所移転による経費削減策も奏効し、前年比大幅に改善し連結利益に貢献した。

(単位：百万円)	2023年度上期	構成比	2024年度上期	構成比	増減率
売上高	5,581	100%	5,749	100%	+3.0%
売上原価	3,602	64.5%	3,550	61.8%	△1.4%
売上総利益	1,979	35.5%	2,198	38.2%	+11.1%
販売費及び 一般管理費	1,684	30.2%	1,785	31.1%	+6.0%
営業利益	294	5.3%	412	7.2%	+40.1%
経常利益	309	5.5%	432	7.5%	+39.9%
親会社株主に帰属する 中間純利益	152	2.7%	249	4.3%	+64.3%

売上原価と販売費及び一般管理費の状況（連結）

中間期売上原価（3,550）は前年同期比△51万円となり抑制できた。労務費削減については自然減と採用抑制策が奏効。原価率も2.7ポイント改善。

販管費は営業サポートや売上獲得のための活動に注力する一方、採用抑制に伴い求人費等は削減できた。



主な変動状況

(単位：百万円)	2023年度 上期	2024年度 上期	増減率%	変動要因
労務費	1,526	1,488	△2.5	中途新規採用抑制や子会社の人員削減に伴い労務費は削減できた
外注費	1,186	1,104	△6.9	内製している医薬情報提供コンテンツの売上増、外注の多いライブ配信の減少に伴い減少
業務委託 手数料（原）	540	433	△19.8	サービス開発の大型投資前期で一巡しており、当期は前年よりやや少ない水準の開発投資計画で推移中
ロイヤリティ	153	176	+15.3	CDN系等各種クラウド利用費の上昇による増加
売上原価 合計	3,602	3,550	△1.4	納品に伴い仕入高+123 製造経費△94 外注費△82
人件費	830	858	+3.4	昨年子会社化のVideoStep分等により増加。本体の間接人員は抑制。
販売支援費	186	226	+21.1	子会社の計上科目変更により増加。実態に大きな変動はない。
業務委託 手数料（販）	118	107	△8.6	社内システム開発一段落、委託人員減となり出費落ち着く
販売促進費	41	83	+103.3	本体、子会社VideoStep中心にイベント出展等加速
販管費合計	1,684	1,785	+6.0	人件費+29 物件費+72

売上原価・販売費及び一般管理費 内訳（連結）

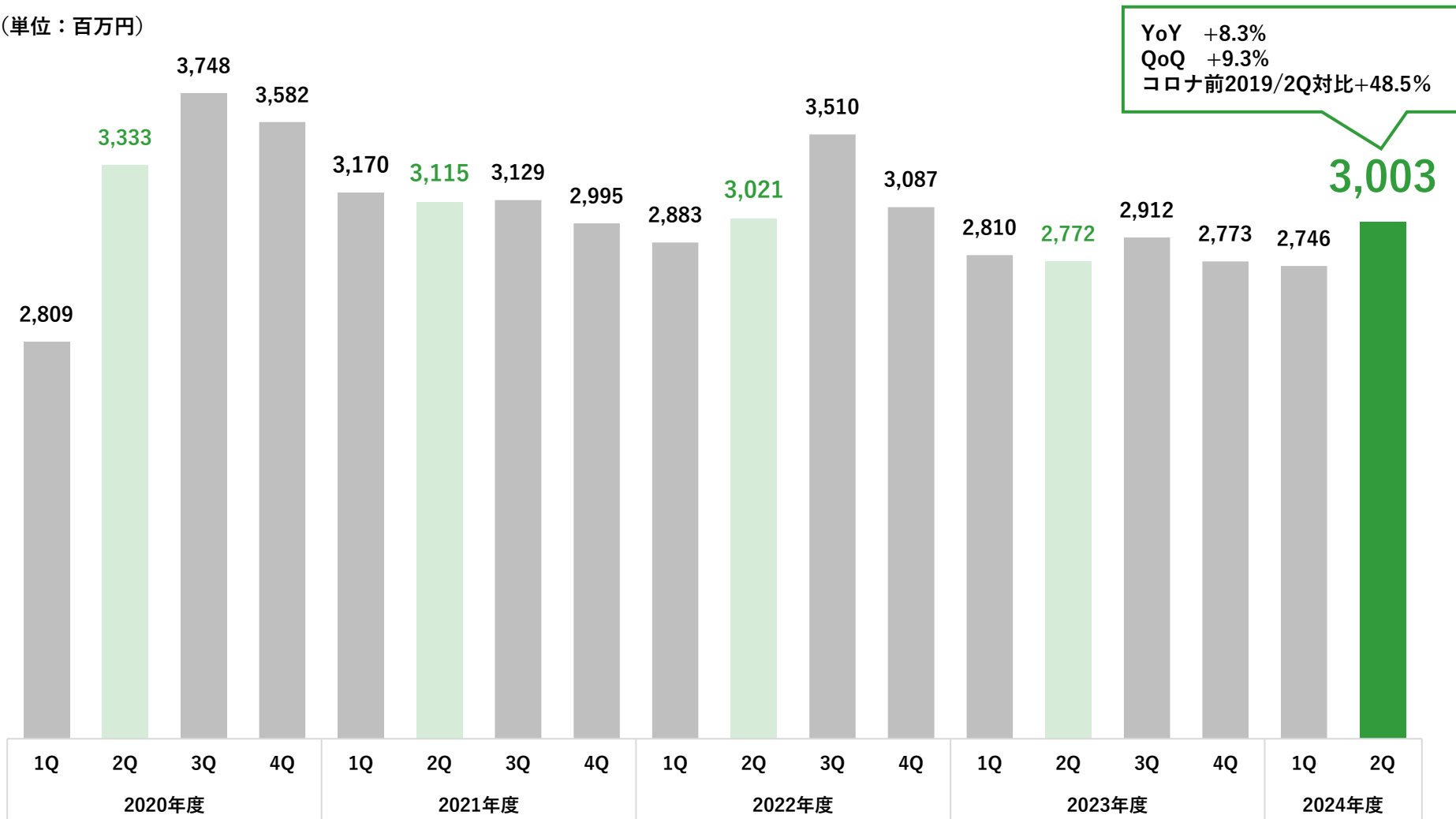
（単位：百万円）	2023年度 上期	構成比	2024年度 上期	構成比	増減率
労務費	1,526	42.4%	1,488	41.9%	△2.5%
外注費	1,186	32.9%	1,104	31.1%	△6.9%
業務委託手数料（原）	540	15.0%	433	12.2%	△19.8%
各種償却費	219	6.1%	251	7.1%	+15.0%
ロイヤリティ	153	4.3%	176	5.0%	+15.3%
通信費	130	3.6%	126	3.6%	△3.1%
仕入高	102	2.8%	225	6.4%	+120.6%
その他	△255	—	△255	—	—
売上原価 合計	3,602	100%	3,550	100%	△1.4%

（単位：百万円）	2023年度 上期	構成比	2024年度 上期	構成比	増減率
人件費	830	49.3%	858	48.1%	+3.4%
販売支援費	186	11.1%	226	12.7%	+21.1%
業務委託手数料（販）	118	7.0%	107	6.0%	△8.6%
販売促進費	41	2.5%	83	4.7%	+103.3%
ソフトウェア償却	51	3.1%	52	3.0%	+2.3%
地代家賃	51	3.0%	46	2.6%	△8.6%
支払手数料	70	4.2%	42	2.4%	△39.5%
求人費	59	3.6%	43	2.4%	△27.9%
その他	278	—	328	—	—
販管費 合計	1,684	100%	1,785	100%	+6.0%

売上高 四半期推移 (連結)

第2四半期における売上高は、メディア・コンテンツ領域での大口納品案件の影響から前年同期比、直前期比共に伸長しました。

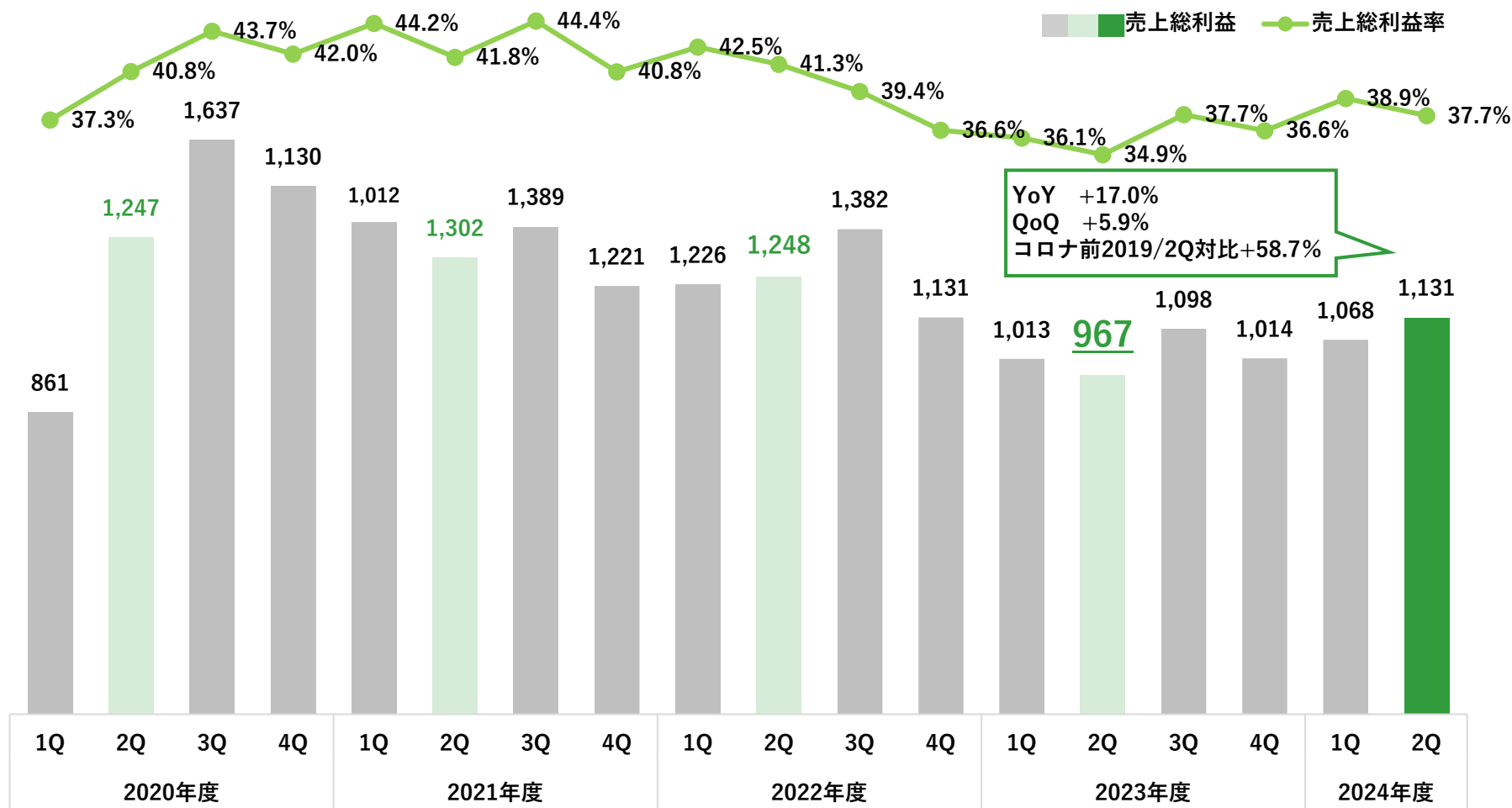
(単位：百万円)



売上総利益・売上総利益率 四半期推移（連結）

第2四半期における売上総利益は、ライブ配信減による外注費減少や開発・制作の内製推進、連結子会社のオフィス移転等経費削減効果や人員減・内製促進等により前年同期比+17%となりました。利益率も第1、2四半期共に前年同期比2.8ポイント改善しました。

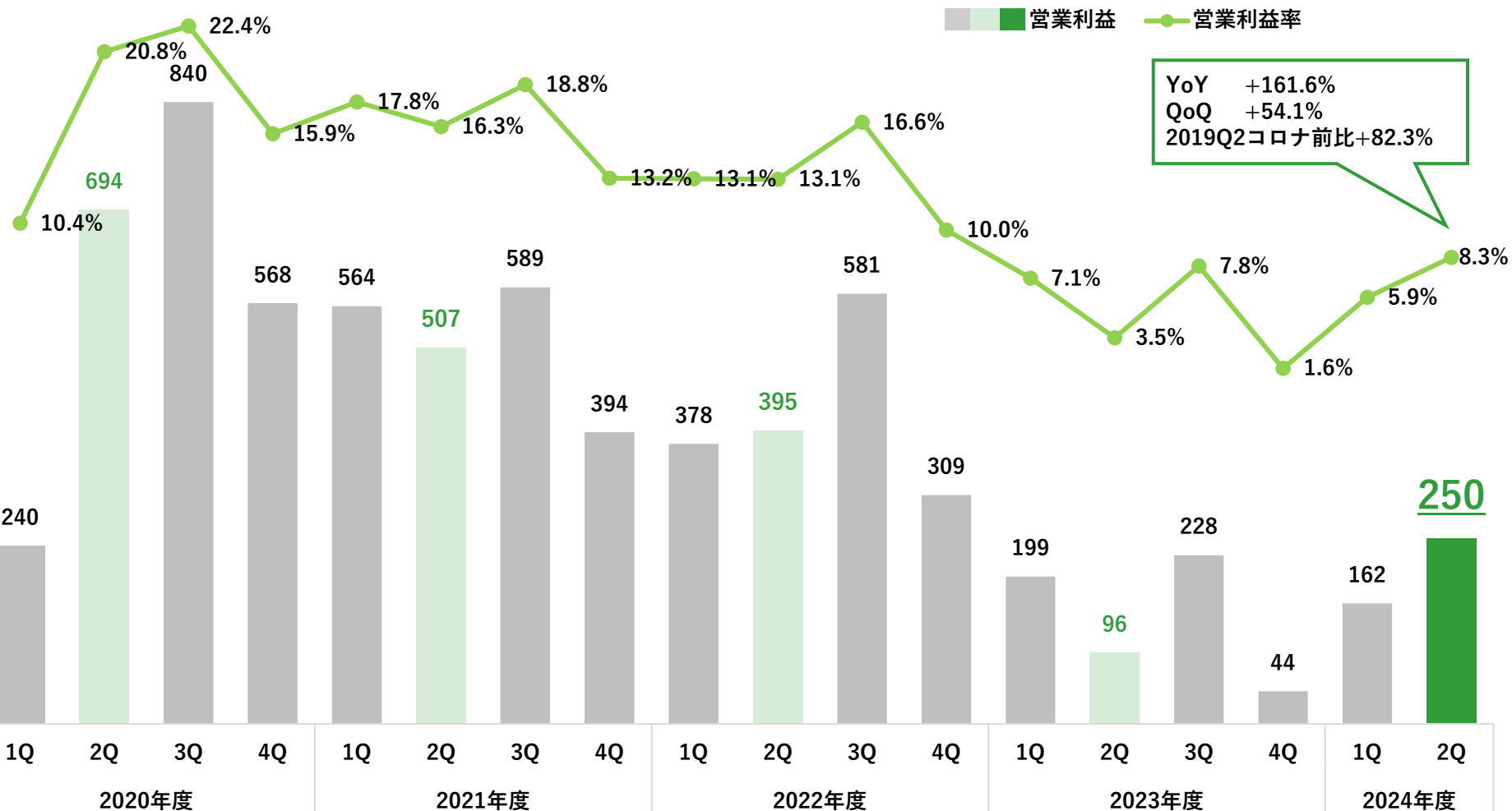
（単位：百万円）



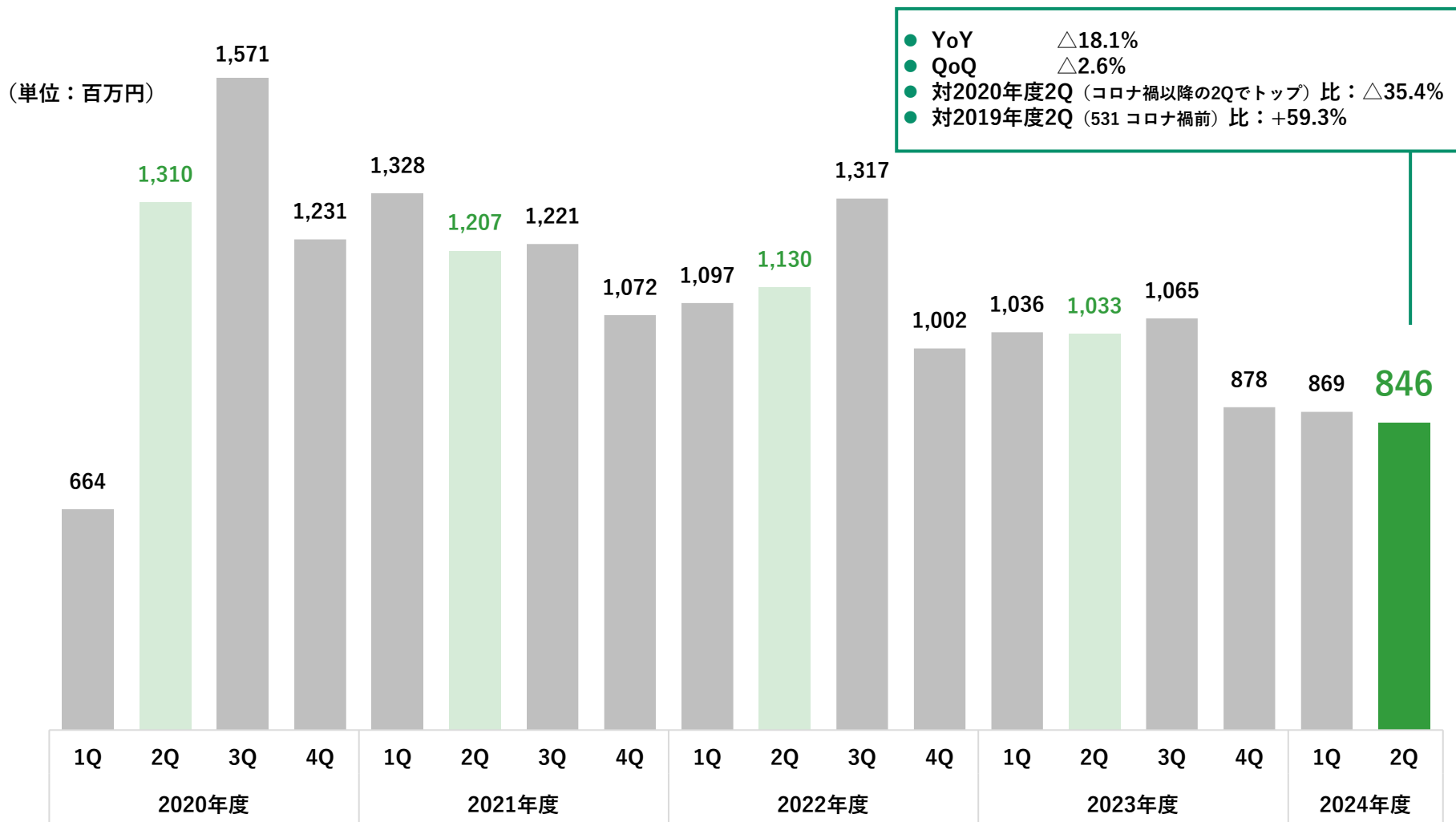
営業利益・営業利益率 四半期推移（連結）

第2四半期における営業利益は、営業活動・販売促進のための出費増、前年の子会社取得に伴うのれん負担はあったものの、採用抑制等の経費削減策は継続して奏功しました。前年同期比2.6倍の利益額となりました。

(単位：百万円)



引き続き大口顧客10社の販売促進活動需要は企業によるばらつきが大きい状況が続いています。

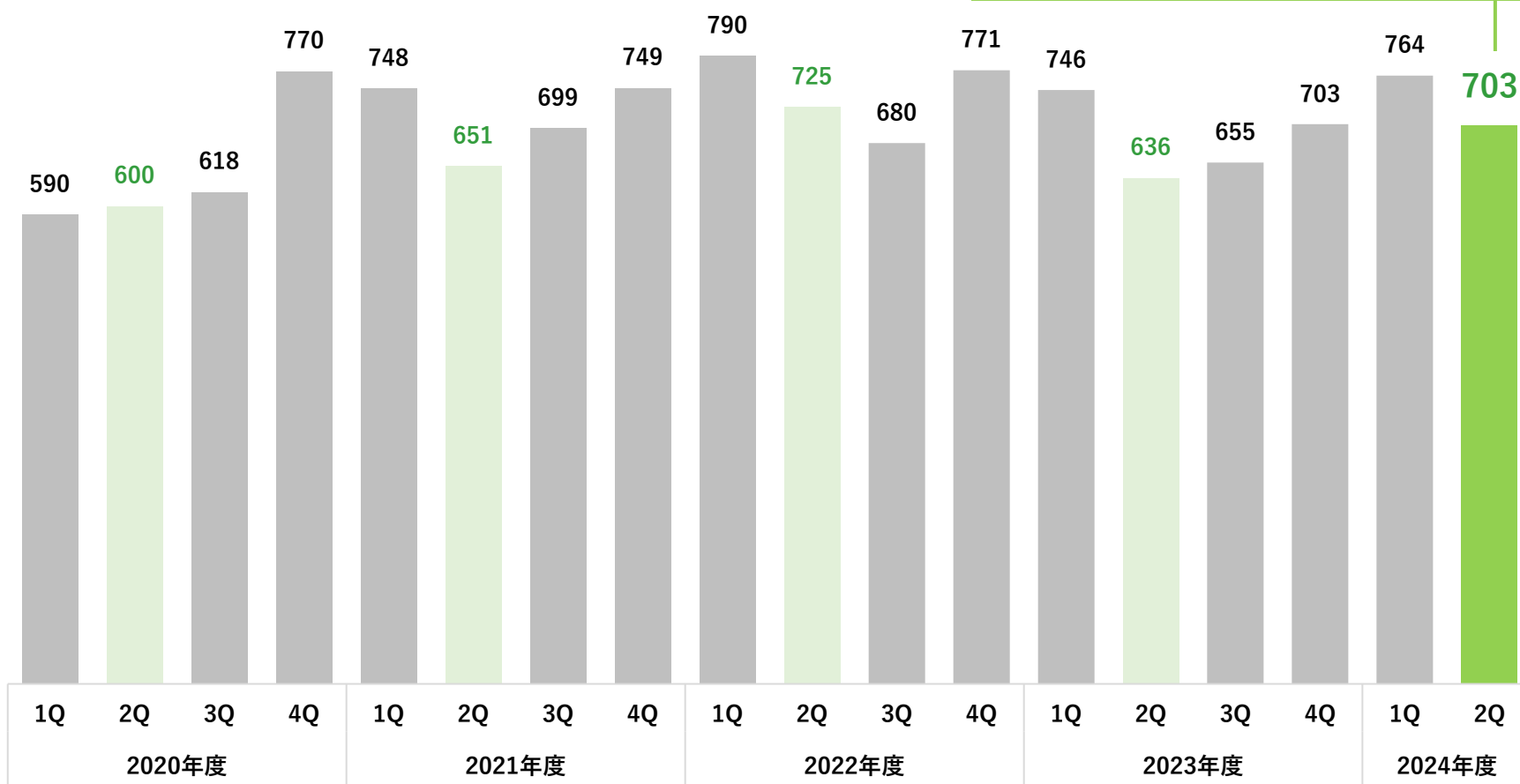


※ 1 市場区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因により、今後遡及して修正する場合があります

第2四半期においては、販促・情報共有用途のWEBサイト構築やイベント案件の需要の取込が順調であり、前年を上回る実績となりました。直前四半期対比では株主総会集中期の反動から減少となりますが、期末需要のある第4四半期とほぼ同水準であり、堅調に推移しています。

(単位：百万円)

- YoY +10.5%
- QoQ △8.1%
- 対2022年度2Q (コロナ禍以降の2Qでトップ) 比：△3.0%
- 対2019年度2Q (483 コロナ禍前) 比：+45.6%

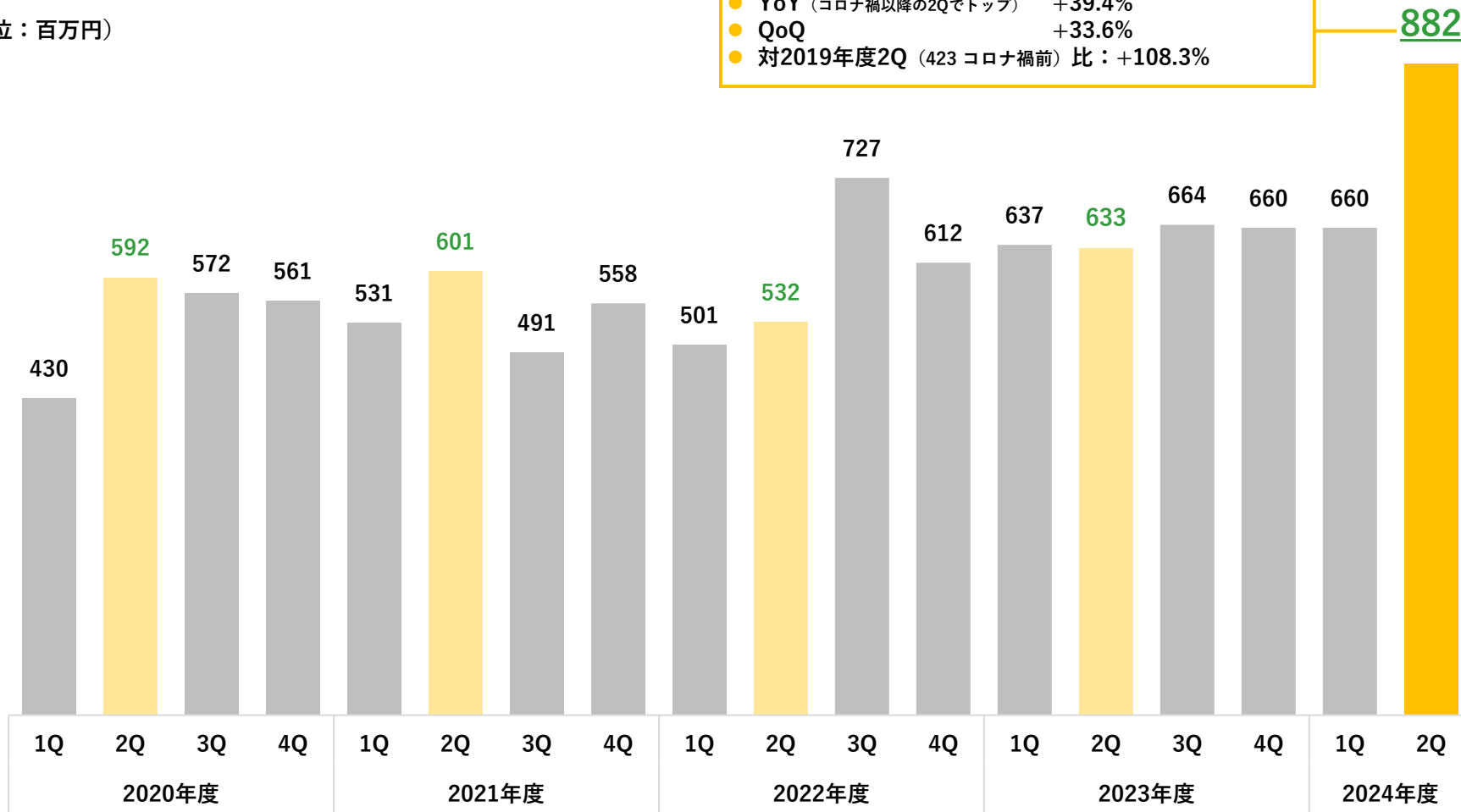


※ 1 市場区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因により、今後遡及して修正する場合があります

放送局のネット配信サービス拡充に伴うシステム開発やネットワーク利用が順調に推移しています。第2四半期はCP向けに大口の機器納入案件(180M弱:次頁では「広告・情報サービス」業種に分類)があったことに加え、放送局向け運用・システム開発が順調も順調であり、イベント案件配信実績もあったため、過去最高の売上となりました。

(単位:百万円)

- YoY (コロナ禍以降の2Qでトップ) +39.4%
- QoQ +33.6%
- 対2019年度2Q (423 コロナ禍前) 比: +108.3%



※ 1 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

	2020年度				2021年度				2022年度				2023年度				2024年度	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
(単位：百万円)																		
医薬医療製造・卸	641	1234	1492	1217	1301	1185	1212	1045	1087	1110	1299	987	1025	1022	1059	868	853	843
放送	312	433	404	364	357	431	351	409	356	378	579	449	461	469	478	488	482	503
金融・保険業 (※1)	187	170	155	155	263	161	165	175	194	197	172	181	185	159	161	169	185	154
広告・情報サービス	101	120	177	140	117	103	99	105	91	103	110	110	102	105	129	134	110	131
郵便・電気通信	25	25	20	109	49	59	56	52	16	22	15	45	16	17	14	22	16	197
出版・印刷業	57	56	67	65	69	63	65	55	89	65	53	63	94	65	71	65	66	67
他の事業サービス	37	69	54	68	54	59	62	66	50	61	55	61	52	48	48	49	60	65
教育・学習塾	64	60	50	68	46	52	61	63	56	57	54	53	52	53	52	53	57	57
その他の業種合計	257	335	339	372	349	340	336	407	446	390	382	432	427	360	367	392	459	409
合計	1684	2503	2761	2561	2607	2459	2409	2378	2388	2386	2723	2385	2418	2302	2384	2241	2293	2430

※1 金融・保険業について：

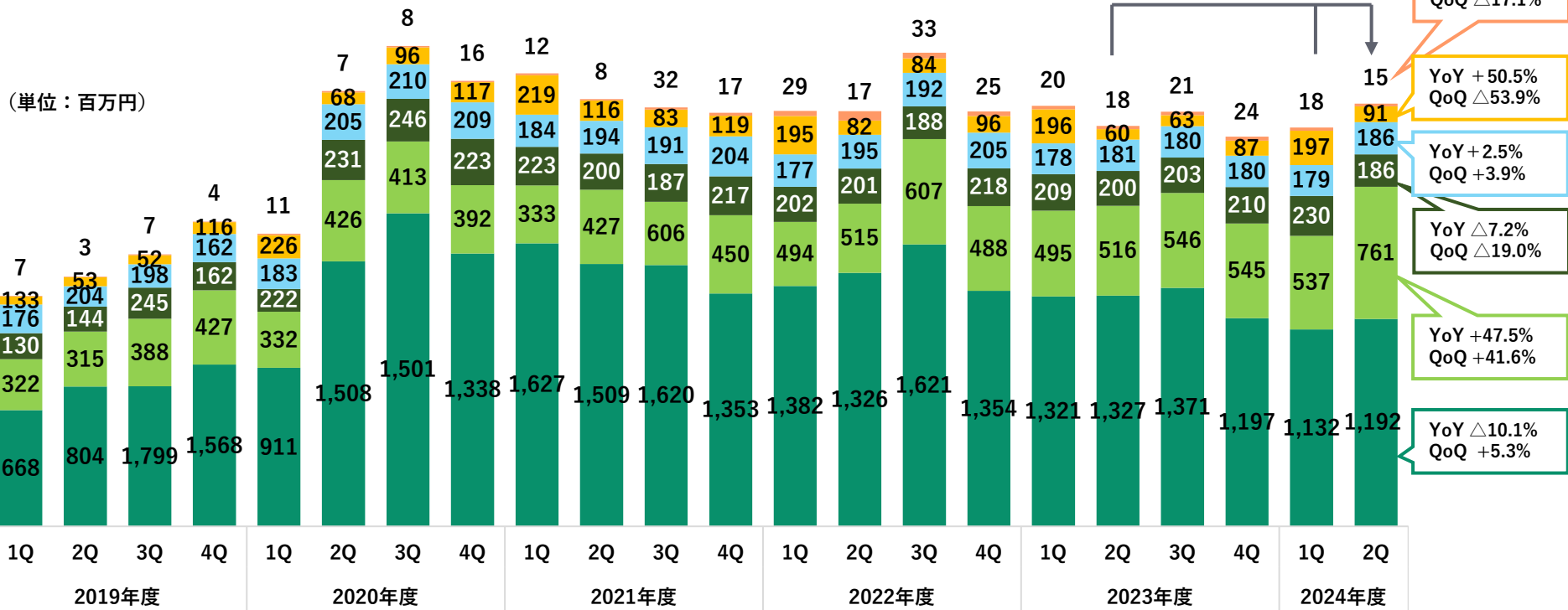
これまでパーチャル株主総会の窓口を信託銀行とする売上は、総会の実施企業の業種問わず信託銀行が属する金融・保険業にて一括して集計しておりましたが、2022年度より、信託銀行経由から総会の実施企業との直接取引に変更されたため各業種に分散しております（株主総会集中期である2022年度1Qにおける影響額：51百万円）

※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

利用用途別売上比率 四半期推移 (Jストリーム個別：旧基準)

前年同期比では放送局や専門チャンネル向けの納品・運用・保守売上が好調な事業用インフラが大きく増加。販促・ブランディングは医薬Web講演会や関連広告の動向により減少していますがメディア系企業の利用は増加しています。



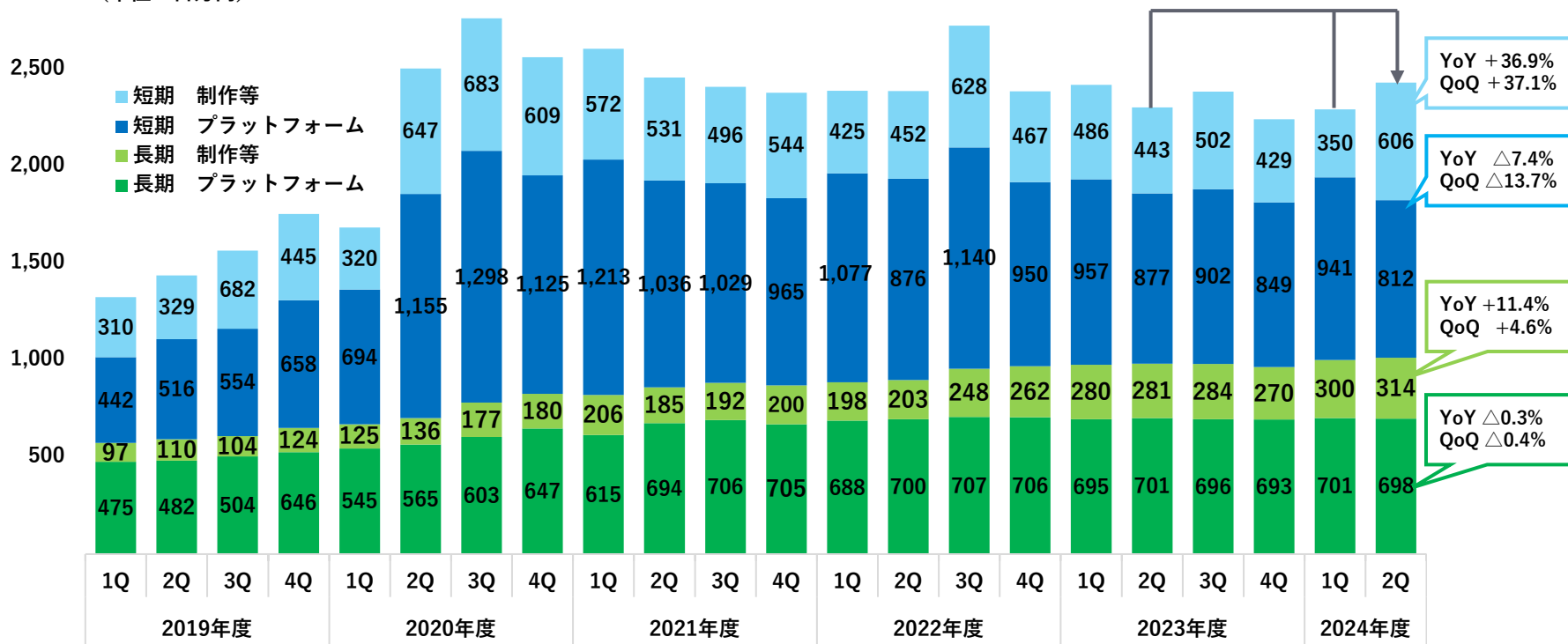
- 販促・ブランディング : 商品発表・販促ウェビナー、会員制サイト集客用動画等
- 事業用インフラ/サポート : 放送局関連システム構築・運用・配信、音楽/eスポーツ等関連システム構築・配信、Boc事業者顧客・代理店向けサイト構築(不動産、生保等)
- 情報共有 : 社内向けウェビナー(社員総会、社長講話、会議、イベント等)、官公庁協議会、学会、販促以外の社外向けウェビナー等
- 教育・トレーニング : 学習塾等の講義の配信、金融・医薬系企業の社内orパートナー向けトレーニング等
- IR・広報・採用 : バーチャル株主総会(1Qの利用が最多)、決算説明会、会社説明会等
- CS/顧客サポート : ウェブサイトの顧客サポート対応等



ストック性が強い長期運用系は積み上げが進んでいます。長期プラットフォームはセキュリティ・企業内大規模利用等の付帯サービスがやや減少していますが、主力のオンデマンド配信は増加しています。短期はWEB講演会ライブの減少はありますが、制作系は大口の機器納品があった結果大幅増となりました。

3,000

(単位：百万円)



対売上長期比率	39.8%	28.0%	28.3%	32.3%	31.5%	35.0%	36.7%	36.6%	37.1%	37.6%	35.1%	40.6%	40.3%	42.7%	41.1%	43.0%	43.7%	41.6%
プラットフォーム長期比率	44.0%	32.9%	31.7%	36.5%	33.6%	38.7%	40.2%	40.9%	39.0%	40.1%	38.3%	42.6%	42.1%	44.4%	43.5%	45.0%	42.7%	46.2%
制作等長期比率	28.0%	17.4%	20.6%	22.8%	26.5%	25.8%	27.9%	26.9%	31.7%	31.0%	28.3%	35.9%	36.6%	38.8%	36.1%	38.6%	46.1%	34.1%
対売上プラットフォーム比率	73.6%	68.7%	68.8%	69.2%	70.1%	70.9%	71.4%	68.7%	73.9%	72.6%	67.8%	69.4%	68.3%	68.5%	67.0%	68.8%	71.6%	62.2%

※ 契約期間が3ヶ月以上の案件を長期としています

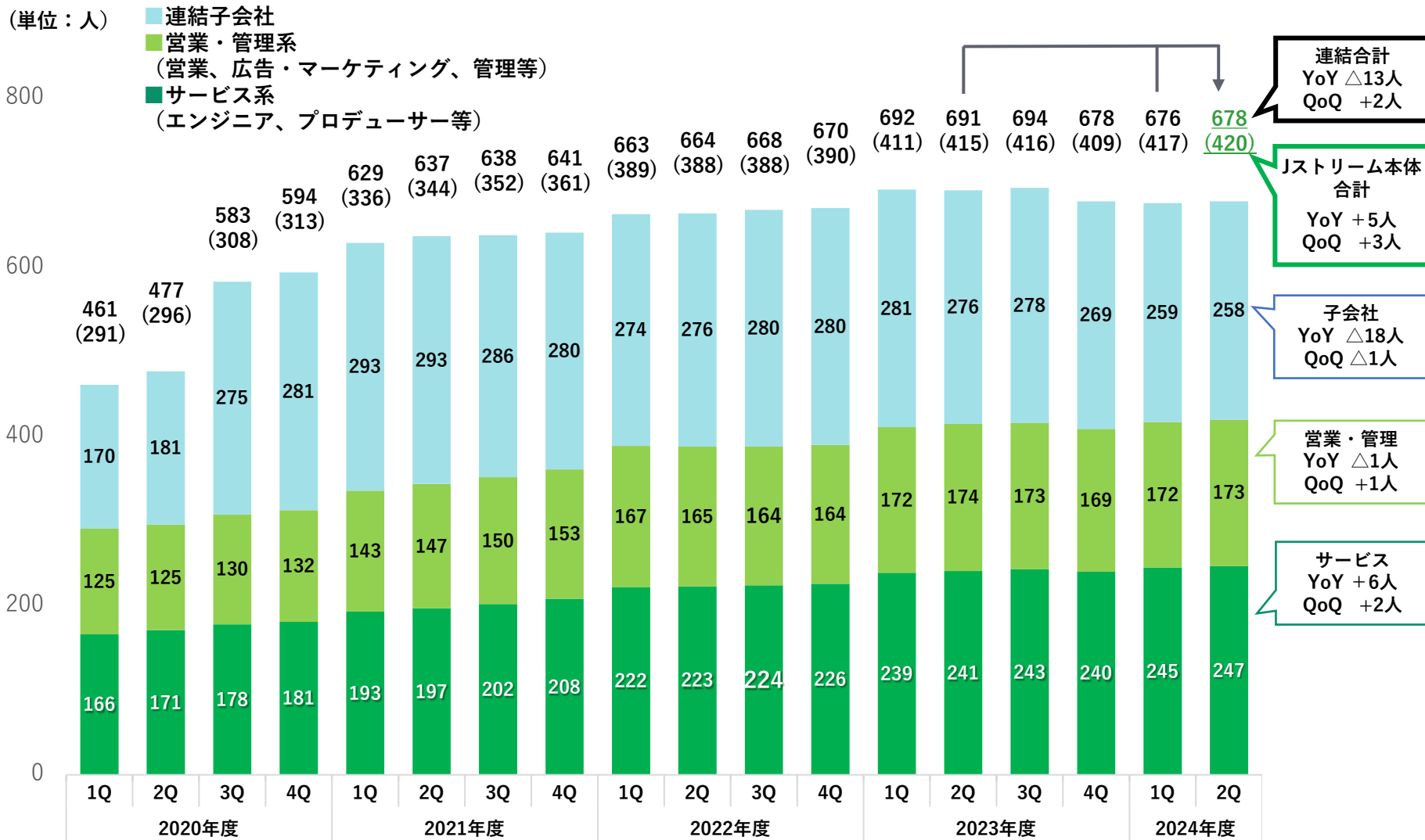


(基礎情報) 長短期別推移の内訳と傾向

		主なサービス	主な利用業種・案件の特徴	利益率
長期*	プラットフォーム	動画配信プラットフォーム（J-Stream Equipmedia）の年間契約利用 オンデマンド配信 ユーザー自身によるライブ配信機能	一般企業の販促セミナーや社内情報共有、研修等に利用される。サービスとしての利益率は最も高く、ストック性が強い	高
		大量配信対応のCDN（J-Stream CDNNext）	メディア、スポーツ等の大量アクセスが発生するサイトや、自治体や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サイトで利用。ストック性が強い	中
		大規模オンデマンド配信	メディアのコンテンツ配信サイトの長期運用。収益率は低いが高度な技術とノウハウを必要とし、長期的な収益につながるため、ストック性も強い	低
		配信関連サービス（配信に伴うセキュリティ対応、著作権保護、課金処理等）	多くはフロー的性質が強いものが多い	中
	制作等	ウェブサイト運用受託 動画広告・視聴解析	メディア企業向けが中心だがプラットフォームと比較するとフロー的性質が強い	低
短期	プラットフォーム	ライブ配信（イベント対応） 動画配信プラットフォーム（J-Stream Equipmedia）の短期利用	医薬Web講演会、株主総会等で利用される。ライブは配信インフラに加え、イベント対応力が重要なサービスかつ差別要因となっており、J-Stream Equipmediaと比較すると変動費が多い。イベント毎の利用ではあるため短期に分類されるが、医薬Web講演会はリピート性が高いため、ストック性が強い	中
	制作等	コンテンツ企画（一般企業向け） ウェブサイト制作 撮影・編集・収録映像制作 システム開発・アプリ開発	一般企業向けがメイン 動画配信プラットフォーム（J-Stream Equipmedia）等の配信サービスとセットで提供 短期であり、納品・検収で終了	低～中

※ 契約期間が3ヶ月以上の案件を長期としています

第1四半期に主に新卒入社に伴い増加していますが、Jストリーム本体のほか、子会社もスタートアップのVideoStep以外は採用抑制し運営の効率化を図っています。



大型投資は一巡しており、主力プロダクトのEquipmediaや映像再生プレイヤーの高度化等に向け追加開発を実施しています。第1四半期発表のStream BIZやEQ-VideoStep連携のような顧客の用途に合わせたソリューション、既存サービスの機能強化も継続実施中です。

(単位：百万円)

投資項目	2024 上期 実績	2024 計画	実施率
<ul style="list-style-type: none"> ● サービス ソフトウェア投資 <ul style="list-style-type: none"> ✓ J-Stream Equipmedia関連開発 ✓ 各種サービス共通基盤開発 ✓ CDNext機能増強 ✓ ライブサービス ✓ 市場別（医薬／EVC／OTT・メディア）等各種機能開発 <p>(仮勘定調整分：ソリューション開発の比率が高い)</p>	(195) 91 29 23 4 44 12	546	36%
<ul style="list-style-type: none"> ● サービス ハードウェア投資 <ul style="list-style-type: none"> ✓ ネットワーク汎用プラットフォームストレージ、IPS、スイッチ等 ✓ ライブサービス機材関連 ✓ PC等各種機器 	(43) 13 5 24	66	65%
<ul style="list-style-type: none"> ● 全社関連、業務支援、ソフトウェア投資等 <ul style="list-style-type: none"> ✓ ビジネスプロセス管理システム ✓ オフィス・スタジオ設備等 	(44) 36 8	59	74%
投資額総計	282	670	42%

引き続き、健全な財務基盤を維持しております。

(単位：百万円)

2024年3月末時点

資産合計 12,502	負債合計 1,631
流動資産 9,645	流動負債 1,485
	固定負債 146
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> 固定資産 2,856 有形固定資産 486 無形固定資産 1,935 </div>	株主資本 10,409
	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> 資本金 2,182 資本剰余金 3,899 利益剰余金 4,633 自己株式 △306 </div>
	非支配株主持分 461
	純資産合計 10,871

2024年9月末時点

資産合計 12,389	負債合計 1,664
流動資産 9,580	流動負債 1,534
	固定負債 129
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> 固定資産 2,809 有形固定資産 418 無形固定資産 1,889 </div>	株主資本 10,260
	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> 資本金 2,182 資本剰余金 3,899 利益剰余金 4,485 自己株式 △306 </div>
	非支配株主持分 463
	純資産合計 10,725

2024年度事業計画

経営方針

**最先端の動画ソリューションを提供し、
企業活動の支援を通じて社会の発展に貢献する**

【基本方針】

コロナ禍が明けた2023年は、自粛していたイベントも活発に行われるようになり、人々がリアルに回帰する一年であった。この流れが一巡する2024年5月以降は、これまで以上に企業のDX化が進むととらえ、注力するOTT・EVC・医薬市場の需要を開拓し、成長トレンドへの復帰を図る。同時に生産性向上に努め営業利益率の向上を目指す。

事業戦略

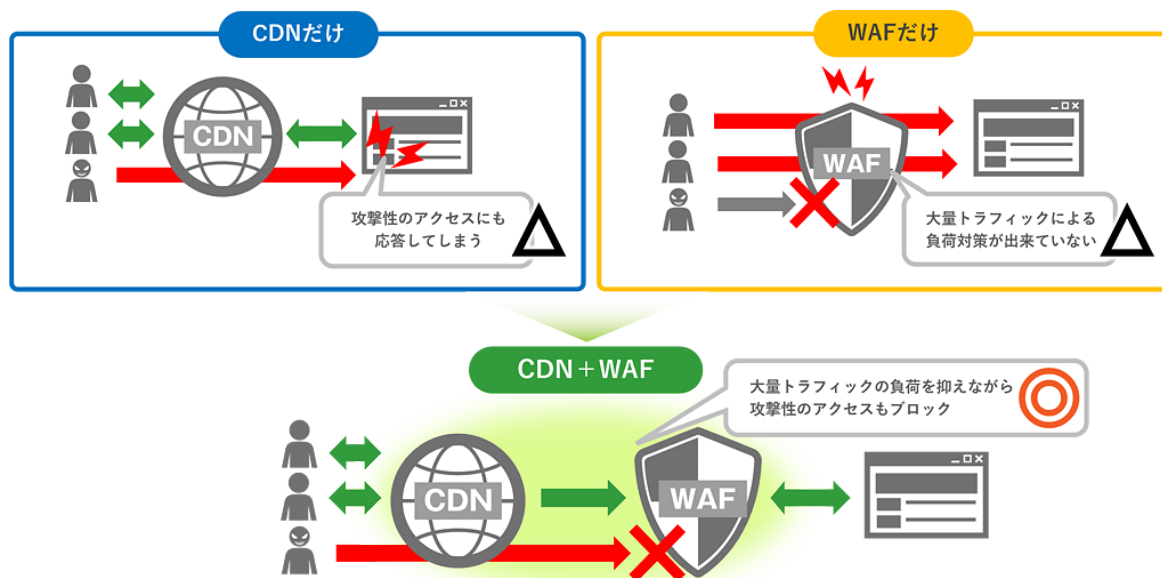
【基本施策】

1. 販促活動の強化及びプロダクト特化営業を強化
2. 各種投資・開発のKPI運用厳密化、効率化の促進
3. 2025年度以降を見据えた領域拡大策
 - ・ 医薬：DET（製薬メーカー向けデータ活用支援チーム）発足
 - ・ EVC：EQポータルをフックに社内教育/情報共有 需要獲得
 - ・ VideoStep等の事業資産を活かした未開拓領域への展開

市場		取組状況・今後の展開	
EVC	医薬	<ul style="list-style-type: none"> ■ Web講演会開拓 <ul style="list-style-type: none"> 未開拓大手への営業強化と中堅企業の開拓：外資系企業獲得や、コンペでの新規獲得等上向きで、大口先の減少カバーには至らないものの目標超える実績 大手動向把握、個別施策実施：業況勘案絞り込む顧客もあるが大口先に予算投入の動きあり AI動画要約等ニーズ有るジャンルのサービス投入進める ■ デジタルマーケティング支援 <ul style="list-style-type: none"> WebinarAnalytics：未取引先含め大手への提案機会創出、商談展開するも長期化している Webinar Lounge：協業パートナーとの販売展開ツール等整備 小口顧客から映像制作案件獲得できており領域拡大図る 	
	EVC (医薬以外)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Equipmedia (EQ) を軸にしたソリューション展開 <ul style="list-style-type: none"> 製造/情報通信業等 特定業種に向け内部利用拡販展開 EQポータルを中心に展開 EQ定常利用先から大口WEBシステムリニューアル獲得 動画配信プラットフォーム販促キャンペーンを実施予定 株主総会：上期前年比で+3社、売上+4% 下期に向けAI要約、障害者対応機能等で拡販 ■ 大口顧客育成 <ul style="list-style-type: none"> 広報IR・人事・総務等各領域のスケジュールに即した動画活用提案展開中 個人投資家調査を実施 	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; background-color: #e6f2e6;"> <p style="text-align: center;">E Q 売上動向</p> <p>2 Q 売上 : 前年同期比 +5.5%</p> <p>(内訳) 2 Q 長期案件売上 : 前年同期比 +5.3%</p> <p>★9月末時点アクティブアカウント : 前年同期比 △2.6%</p> <p>(減少は製薬系のアカウントの影響が中心)</p> </div>
OTT	メディア・コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> ■ メディア・放送局アプローチ <ul style="list-style-type: none"> 継続発生する時節ものの獲得：五輪関連案件獲得活動順調に推移、ネットワーク利用量増 大口キー局：運営・提案継続し体制維持 新規投資やシステム更新は定期的により継続提案進める ローカル局：A-PAB(一般社団法人放送サービス高度化推進協会)の実証システムの開発を受託。InterBEEでは連携を取りながら地方局へのアプローチを進める メタマスタシステム、Stream BIZ等CMS中心 ■ 公営競技・その他コンテンツプロバイダ <ul style="list-style-type: none"> OTT事業者向けCMS「Stream BIZ」を提供開始 (6月) メタマスタシステム展開販促加速 (OTTと大企業利用中心) マストバイソリューション 機能強化 (7月) メディア系大口納品案件対応 (上期) 9月に実施 子会社イノコス中心に展開 J-Stream CDNext WAFオプションを提供開始 CPに限らずコーポレートサイト、CMS利用者向け展開も意図 	

WAFによる外部脅威への対策と CDNによる大量アクセス対策を両立するメニュー提供

平時の負荷（大量アクセス）対策であるCDNと、有事のサイバー攻撃対策であるWAFとを一括して提供することで、選定から導入に係るコストを軽減しつつ、サポート窓口を一本化し運用負荷を軽減



- ・ ECサイト、オンラインショッピング、オンラインゲーム等の、情報を消費者とやり取りする事業者
 - ・ Webサイトの作成・運営にCMSを利用している事業者（CMSの脆弱性対策）
 - ・ コーポレートサイトの運営に携わる担当者、または運営を支援する事業者
- 等をターゲットに展開

製薬系企業を中心に、AI文字起こし、要約作成等のニーズあり、個別に対応を実施中

連結子会社クロスコは
動画内容の要点を抜き出し短い動画として生成する

「AIダイジェスト動画作成サービス」

ライブ配信において字幕を自動で挿入する「リアルタイムAI字幕機能」
を個別メニューとして提供開始



【AIダイジェスト動画作成サービス】
要約をAIが行い、顧客希望の尺で動画を納品
要約素材は動画に加え、箇条書きにまとめられたテキストでのダウンロードも可能

【リアルタイムAI字幕機能】
文字起こし／入力ともにAIが自動で実施。
人件費削減、遅延の少ない自然なタイミングでのテロップ挿入が可能
音声を聞くことができない環境でのライブ配信視聴ニーズも充足

AIはチューニングにより利用を重ねるごとに字幕の精度が向上する見込

コンテンツ配信/OTTサービスの展開に必要とされる基本機能を持ち、お客様のニーズに合わせて機能を自由にカスタマイズして組み合わせ利用いただけるコンテンツ事業者向けCMSサービス

必要な機能が事業者によって千差万別であるコンテンツ配信ビジネス事業者向けに

- 1 最低限のメニューで提供する基本的な統合管理機能
- 2 オプション連携する豊富な外部システム
- 3 個別事情に合わせたオーダーメイド開発

の三つを組み合わせ、配信ビジネスシステムを開発、提供

社内リソース / コンテンツワークフローなどお客様ごとの状況 / 予算感に応じて、運用 / 監視 / サポートの体制構築を提案し、安定したサービス運用を実現



ライブPPVイベントを
実施したい

- スポットイベントとしてTVOD型のライブ配信イベントに対応
- ライブ現場対応から配信、Webフロントまでトータルのご提案・サポートが可能



定額制動画配信サービスを
構築したい

- SVOD、TVODに対応
- ご要望に応じてポイント管理、クーポン管理、キャンペーン管理など柔軟な機能開発に対応



既存会員基盤と連携して
動画配信サービスを始めたい

- ファンクラブ内での動画配信を実現
- 既存の会員基盤と連携することでスピーディーな導入が可能

既存のシステムの
部分リニューアルにも対応

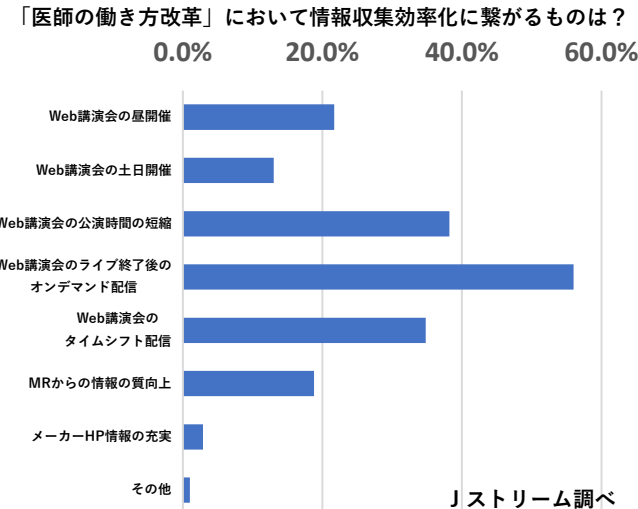
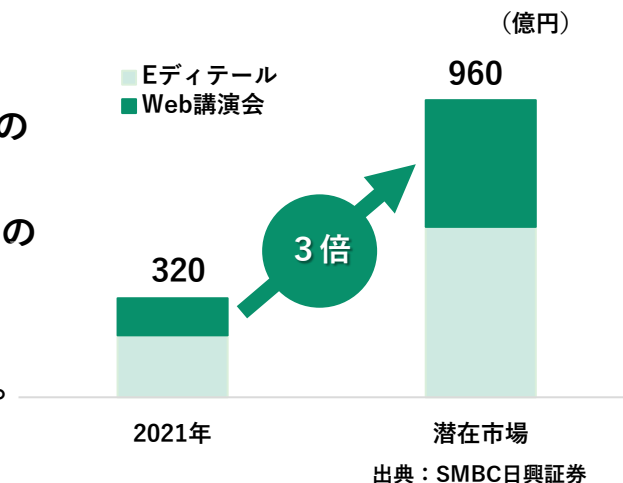
市場・顧客

【製薬会社 動向】

- 製薬企業向け情報伝達サービスの成長ポテンシャルは現在の3倍にあたる960億円程度
- 米IQVIAの世界医薬品支出予測レポートによると2024-28の5年間で世界市場の年平均成長率6~9%に対し日本は△2~+1%の横ばいと予測
- コロナ収束に伴い、デジタルチャネル利用が全体的に縮小。特にMR開催のWeb講演会は大きく減少

【医療従事者 動向】

- 情報収集手段としてのWeb講演会の位置づけは学会以上に高まり首位に
- コロナ後2023年は、リアル講演会への参加が急増したが、Web講演会への参加回数はリアルの倍以上且つ増加しており、チャネルとしての重要性は明白
- Web講演会に求める課題は「コミュニケーション」
- 今後は、医師働き方改革（新制度2024/4月）による変化への対応が急務。長時間労働/労務管理不十分/業務の医師集中 等への対応が求められる



長期的に市場拡大は期待できるが、目下停滞が予想される市場の中で
シェア獲得が必要

個社のニーズに合わせた提案を推進 医師の体験向上とメーカーへの提供データの最適化を図る

Web講演会

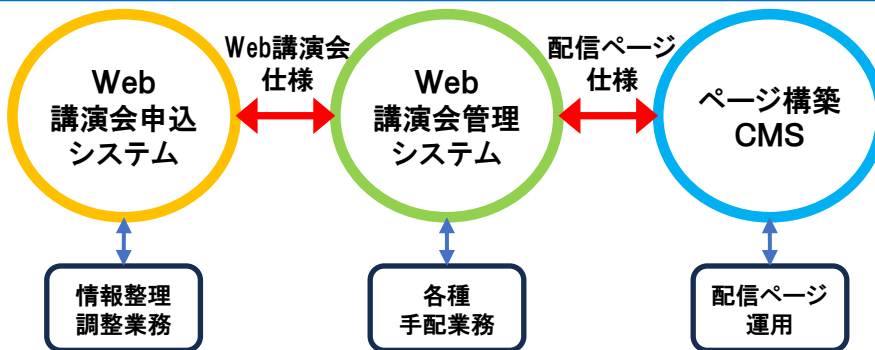
- 現在の取引先大手10社に加え未開拓大手への営業強化と中堅企業の開拓
- 提供価値の向上
ハイブリッド講演会の対応範囲拡大やオプション機能（メタバース、XRなどの映像演出、インサイトボタン機能など）による獲得数拡大と単価向上
- 医師働き方改革に適したソリューションの研究・提供

デジタルマーケティング

- WebinarAnalytics（講演会視聴者の行動データ定量分析ツール）
販売拡大：他配信ベンダーとのログ連携、生成AIと連携した要約機能等
- Webinar Lounge（双方向コミュニケーションサービス）
製品評価を蓄積して品質改善、MRとデジタルのハイブリッド利用を推進。
- DET（Digital Engagement Team）
データ活用を通じ医療従事者のエンゲージメント向上を支援する専門組織
- MRの活動支援、遠隔医療、疾患啓発など当社サービス適用領域の拡大追求

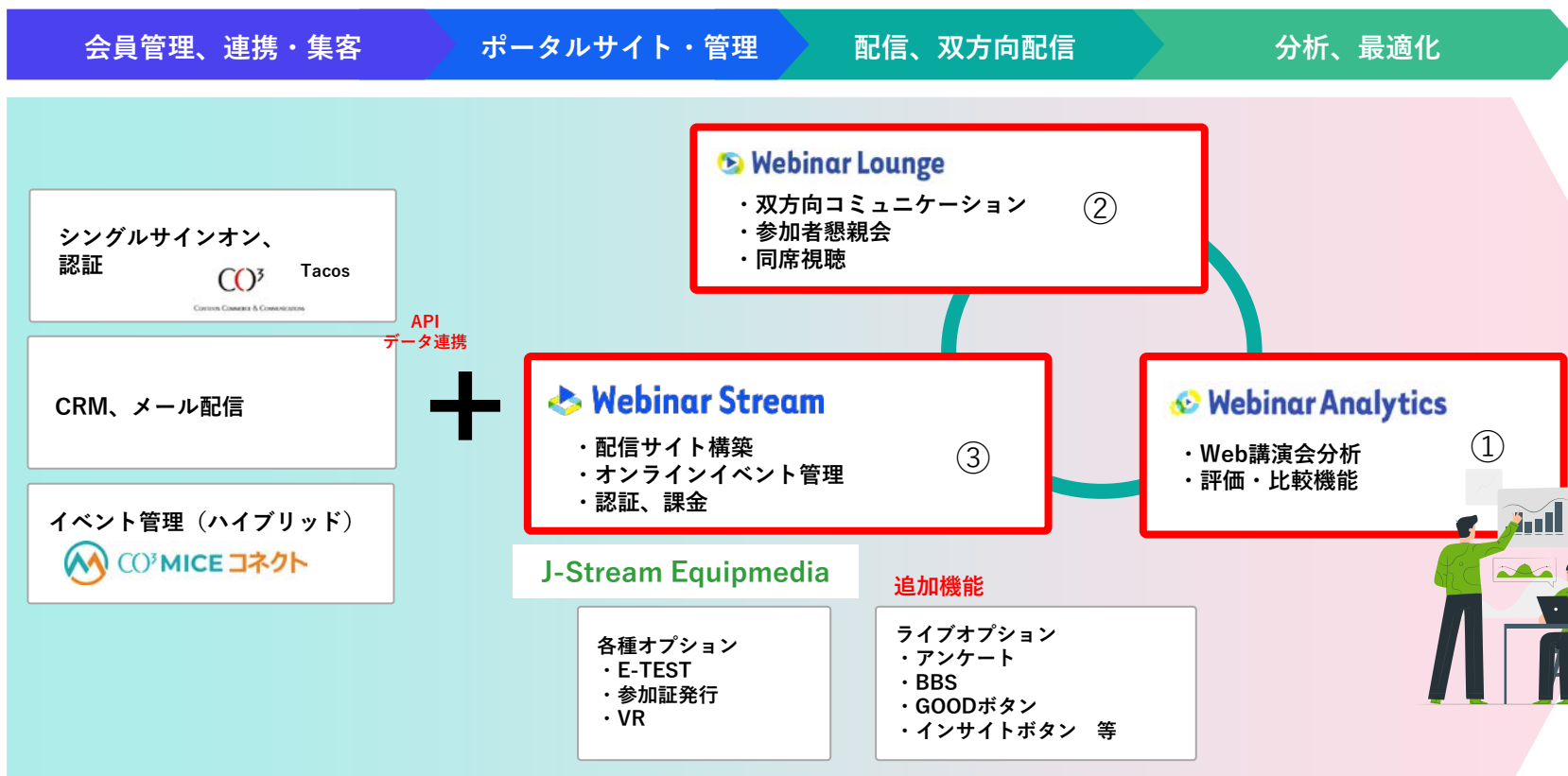
サービス提供体制改善

- 申込から納品までの標準化・自動化を推進



- ① WebinarAnalytics (データ分析)
- ② Webinar Lounge (医師との双方向コミュニケーション)
- ③ Webinar Stream (オンラインイベント管理)

コロナ期に開発した3サービスの機能と連携を強化、
メーカーへ医師の行動履歴等の有益な情報を提供する



領域別市場認識

教育・ トレーニング

- 2024年のE-ラーニング市場はオンライン研修が対面型の集合研修の代替策として功を奏し、コロナ期以降一貫して増加傾向
- 集合研修の代替・補足する教育手段として拡大基調で推移。コロナ禍以降は、多くの研修ベンダーがeラーニングサービスの提供・コンテンツの拡充を強化している

社内 情報共有

- コロナ禍を経て、社内の動画活用が定着。個人視聴ログ／外部ログを取得分析し、コミュニケーションや情報共有の活発化を図る企業が増加している
- このために、管理が容易で動画を含む各種コンテンツを連携展開できるポータルを構築する機能が注目され、当社をはじめ各社が展開を進めている（成功事例P.32掲載）

イベント ・ セミナー

今後1年のイベントに希望する参加方法調査を実施（2024/3）

- 「リアル回帰」を受け、イベントの参加者である会社員の動向・希望を把握する調査を実施
社内向けイベントでは会場/オンライン参加希望が拮抗する一方、社外向けイベントではオンライン参加希望が多い結果に **イベント開催側企業に向けた周知の余地がある**

バーチャル 株主総会

- バーチャル株主総会の実施見込み件数
（3月決算：2024年6月開催予定）
合計325社
（18.3% 前年：18.0%から0.3ポイント増）
 - 信託銀行によるプラットフォームの導入が進んでいる
- バーチャルオンリー型 9社
出席型バーチャル総会 16社
参加型バーチャル総会 300社

コロナ期に提供開始したEQポータルを主軸に、プロダクト専任チームと代理販売店チームを立ち上げて販売促進活動を強化し、市場のシェア拡大を図る

プロダクト専任チーム

●動画の利用用途別の施策を集中して実施

- 情報共有 : 社内向け、対取引先や代理店、販売店
拠点間、店舗間情報・ナレッジ共有手段
- 教育 : 動画マニュアル、ロープレ動画
勉強会アーカイブ、動画新人研修
- 販売促進 : 見込み客向けセミナー
既存顧客向けのオンボーディング等

EQパートナー開拓

- パートナーの種別/レベルに応じた支援施策による取引額向上や一般代理店からの引き上げを行い活動を促進
- 上掲用途別のパートナー新規開拓

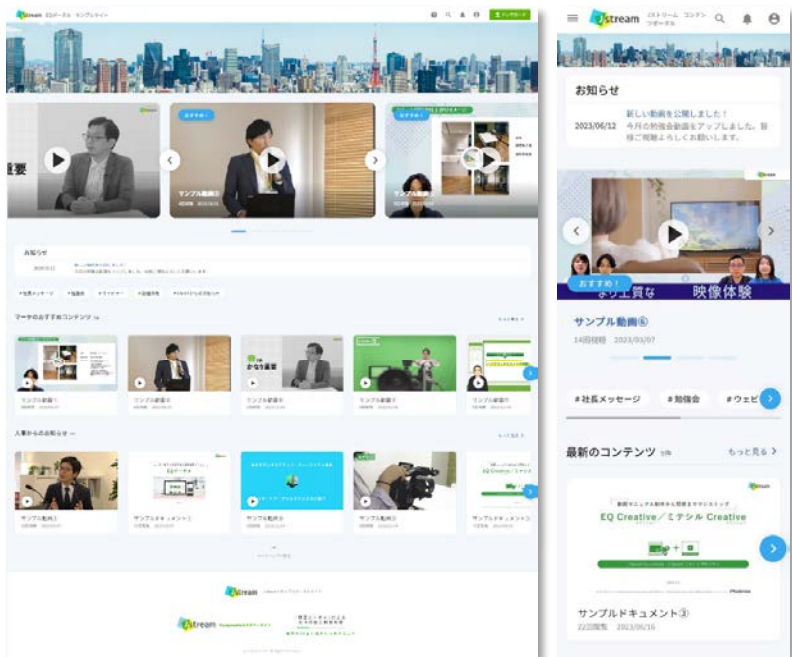
大口顧客育成

- 動画利用拡大の潜在性がある顧客約10社をターゲットにし注力先顧客に育成する
- 企業活動の年間スケジュールに即した動画活用シーンを複数部署を跨いで提案
- 個社事情把握を強化、内製化支援（顧客現場へ常駐/業務受託）を中心に定常・継続的な取引を拡大

動画もスライドも掲載可能なユーザー認証型ポータル ノーコード、かんたん操作で構築可能

様々なコンテンツを集約

- オンデマンド/ライブ/疑似ライブの動画をポータル化
- ドキュメント（PDF/PPT）や画像のみの掲載も可能
- 動画とドキュメントの同時表示も可能
- スライドショーや必須視聴設定、お知らせ掲載・メール配信でコンテンツを見つけやすく、見てもらいたい動画を見てもらえる



マルチデバイスに対応するレスポンスデザイン

組織・目的に応じたコンテンツ展開

- コンテンツのカテゴリ分けのほか、ユーザーグループ別のコンテンツ出し分けが可能
- パスワードポリシーの詳細設定/二要素認証が可能なセキュアな認証

ポータル分析

- いつ、だれが、どのコンテンツをどの程度視聴したのか、ユーザー個別の視聴状況から、ポータル全体の利用状況まで簡単に確認

放送局

- FOD事業：会員数100万人超え/アプリ3,000万DLを達成、有名番組の配信も開始し成長軌道
- TVerは、MUBが3,500万を突破
- FAST（アメリカでチャンネルが増加している広告付き無料ストリーミングサービス）の実証実験等も検討されており、配信事業は今後も拡大見込
- NHK：費用拡大批判を受け受信料値下げ、約1000億円のコスト削減ネット系ではネット業務必須化の範囲が議論に

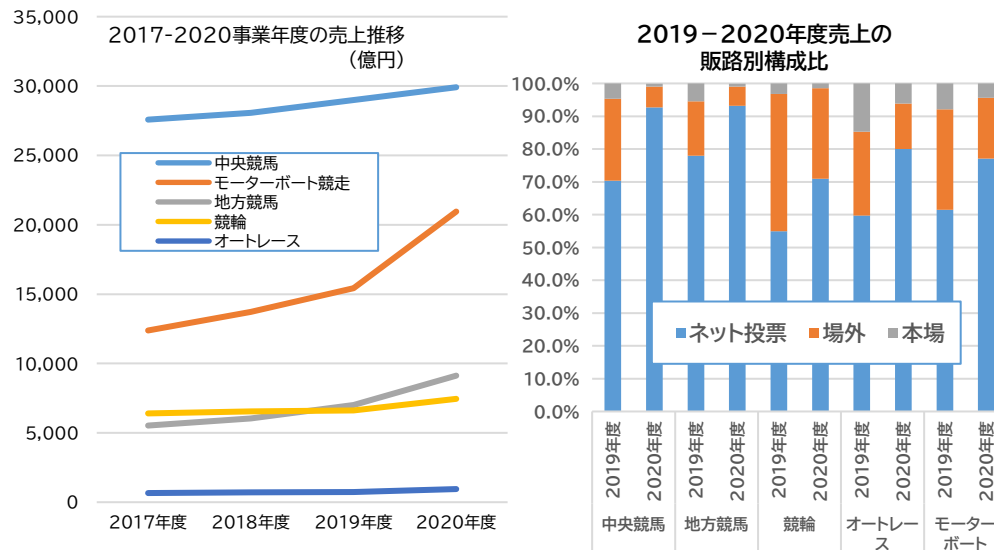


CS BS

- 4K8K衛星放送視聴可能機器の累計出荷台数1,748万台（2023/9比+69.5%）
- OTT事業者向コンテンツ提供が増加
OTT系動画配信売上がある事業者
2020年調査 26.2%
→2021年 30.7%
- 比較的体力のある放送局は、独自のネットチャンネルを立ち上げている

公営競技

- ネット投票が急拡大
- 全ての競技が売上増加傾向に加え、その中のネット投票比率が急増している



ネット視聴習慣がエンドユーザーに定着していることを受け、更なる会員獲得に向け施策を打つコンテンツプロバイダをターゲットとして、需要の把握と先取した提案を実施する

FODをはじめ、既取引放送局の開発・配信需要の確実な獲得
パリ五輪等の大型案件／急成長する公営競技の実績の蓄積

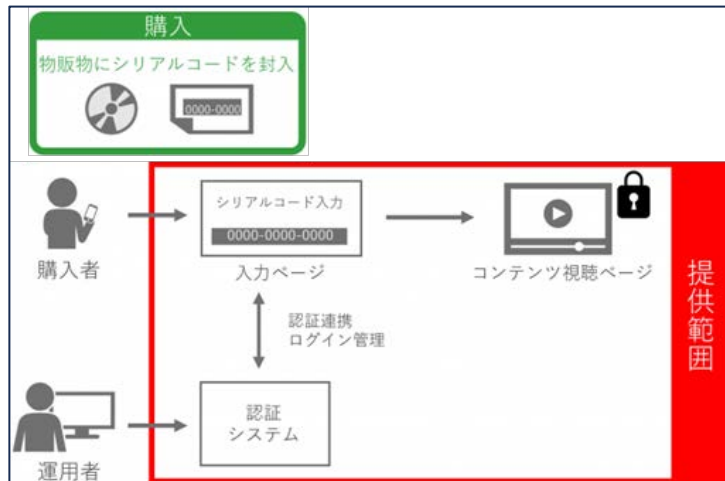
メディア・放送局

- OTTプラットフォーム開発・運用案件については、旺盛な開発需要を捉え確実な受注を行う。
体制・人員の変動に対応し最適な編成を行う
- その他大手向けに継続発生するクラウド化案件の受注獲得。パリ五輪等も含め、時節もの（入札含）案件に積極的に取り組む
- パリ五輪でのマルチCDNの提案を推進し、受注を目指す
- サイバー攻撃対策やセキュリティ対策への提案を積極的に進める

公営競技・その他コンテンツプロバイダ

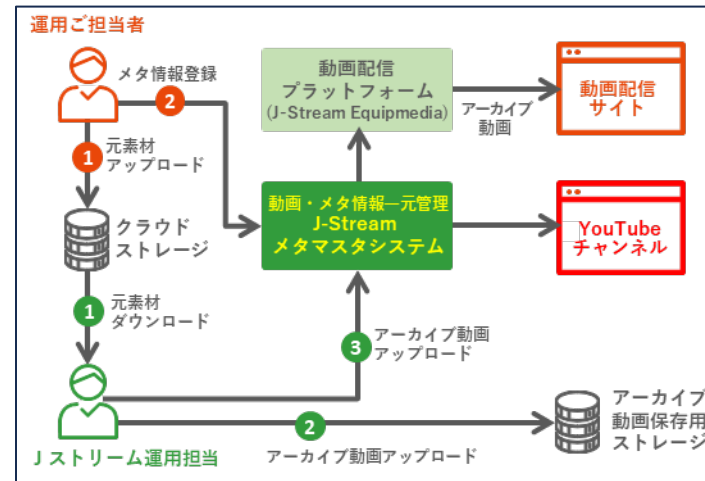
- 実績が重要な領域であり、既存顧客の開発需要の把握と対応能力の確保を最優先とする
- 番組供給事業者に向け、情報収集・既取引実績をベースにした展開を進める
- 配信ビジネスソリューション/メタマスタシステム/マストバイソリューション/マルチアングル配信等を顧客ニーズに合わせ展開

マストバイソリューション



- キャンペーンとして、CD等商品にシリアルコードを封入、購入したユーザのみが視聴できる限定動画配信を行う
- シリアルコード数には上限がなく大規模キャンペーンに対応
- ECサイトとのセット展開も展開予定

メタスタ管理ソリューション



- 動画ファイルのアップロードやメタ情報の登録が一度で済み、作業工数を抑制すると同時に作業ミスを防止する等安定した運用体制を構築
- 放送局他CPの多チャンネル展開を支える
- SNSとの連携を進める

サービス基盤整備

- KDDIとの協業関係を深化させての増設、各回線、データセンター接続容量拡大を行いネットワーク強化。機器リプレイスも合わせて推進。
- サーバ・ネットワークセキュリティ対策、脆弱性対応推進
- リアルタイム監視体制の強化

【サステナビリティ】

- GHG開示に向け排出量試算・モニタリング施策の推進
- 情報セキュリティガバナンス改善
(内部・外部報告体制、リスク情報の集約要件を含む)
- 災害対策施策の整備継続、マニュアルのアップデート

<人的資本経営の推進>

- ①人材開発戦略 ②人材確保戦略 ③人材活用戦略 ④基盤構築戦略 と
テーマ設定し各種施策を実施

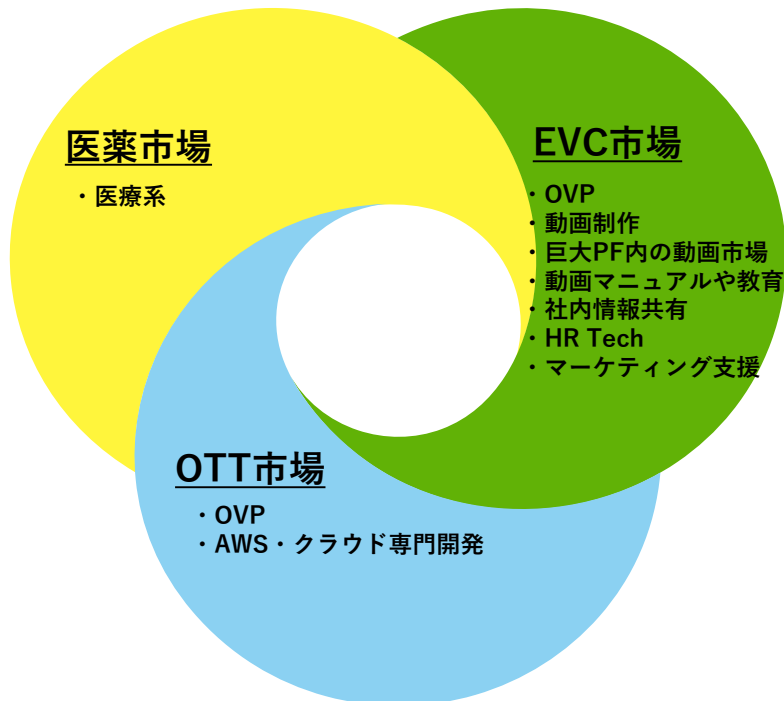
Jストリーム ダイバーシティ推進宣言 を実施

ダイバーシティ（多様性）とインクルージョン（包括・受容）に関する考え方と、それを推進していくプロセスを宣言にまとめ、企業活動の拠り所とする

【社内システムの統合・効率化】

- 社内システムは安定運用を重視 追加開発費用は抑えられる見込
- RPA活用による生産性の向上を推進
- 子会社管理体制の強化 運営支援の充実を図る

- 主要な対象である動画SaaSは、買収や資金調達によるバリュエーション高騰で検討対象が減少
- 動画によって業務DXを行うSaaSが増加し、細分化されつつ市場が形成されている
AI等の発達により、SaaSをベースとしたスタートアップの増大が想定でき、ターゲットとして重視する



対象領域	目的
OVP	既存事業の規模を拡大する
動画制作	簡単、便利に動画制作が可能、生成AIも対象 制作本数増による配信利用の活性化、解約率低下を企図
巨大PF内の動画市場	セールフォースアプリ内の動画市場を獲得する
動画マニュアルや教育	動画系SaaS、ベンチャーがメイン 動画で業務改善やDXを推進する市場の獲得
社内情報共有	社内情報の共有市場
HR Tech	採用市場におけるオンライン座談会や録画面接等の市場 新たな対象領域、市場調査も並行して実施
医療系	製薬企業への提案力強化
マーケティング支援	MAやCRM等のマーケティング支援(B2B限定)
AWS・クラウド専門開発	開発リソースを補完するAWSメディアサービスの開発会社

近年の実績

- 2018年8月～19年8月 : ビッグエムズワイ社出資（金額非開示）後追加取得（約3.5億円）、完全子会社化
- 2020年9月 : アズーリ社買収、ビッグエムズワイへの吸収合併を発表（約7億円充当）
- 2021年10月 : BSよしもと社への出資を発表（1億円）
- 2022年9月 : VR MODE社への出資を発表（1億円）
- 2023年7月 : VideoStep社を子会社化（5億円）

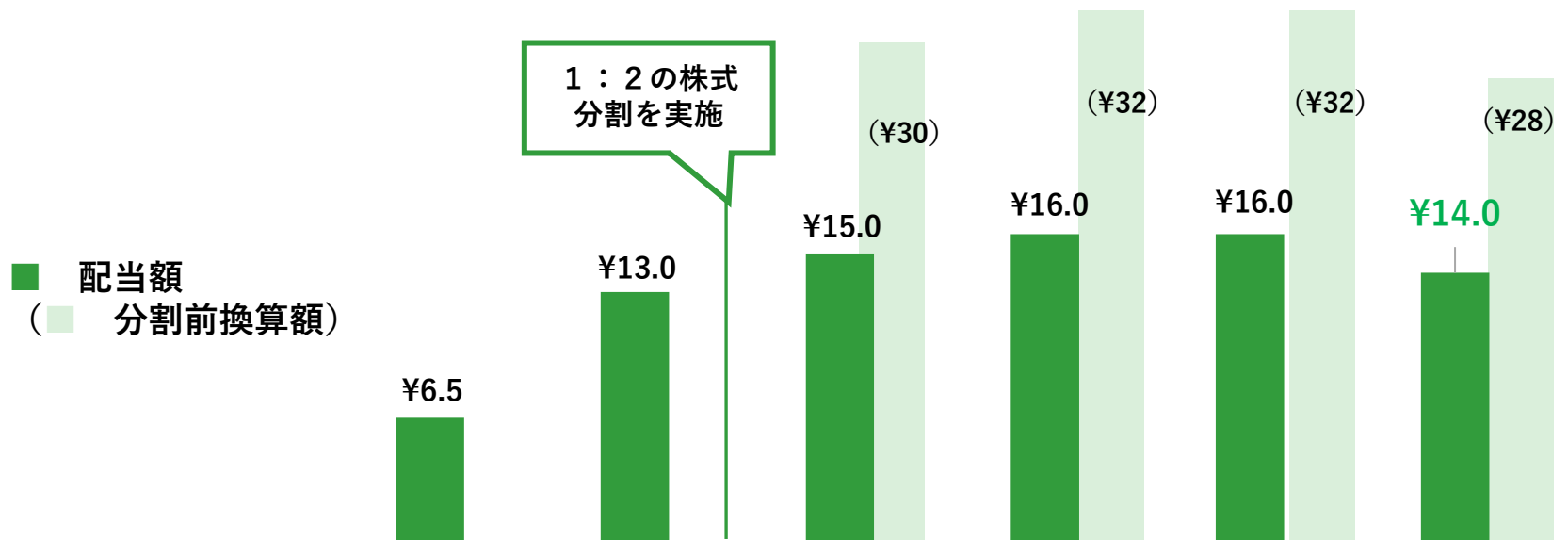
2020年10～11月：M&A原資調達のため自己株式を利用した新株予約権による資金調達（34億円）を実施 支出予定期間：2028年3月迄

2023年度のM&Aによる増収効果
ビッグエムズワイ イノコス VideoStep
3社合計 2,213百万円
（連結売上高の20%を占める）
5年累計貢献額 12,176百万円

※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。

(単位：百万円)	2024年度 上期実績	2024年度 予想	進捗率	2023年度 実績	増減率
売上高	5,749	11,720	+49.1%	11,266	+4.0%
営業利益	412	698	+59.2%	566	+23.2%
経常利益	432	709	+61.0%	585	+21.3%
親会社株主に帰属する 当期/中間純利益	249	365	+68.4%	298	+22.5%

当社では、株主に向けた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。2024年度につきましては、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方針の下、1株当たり14円といたします。



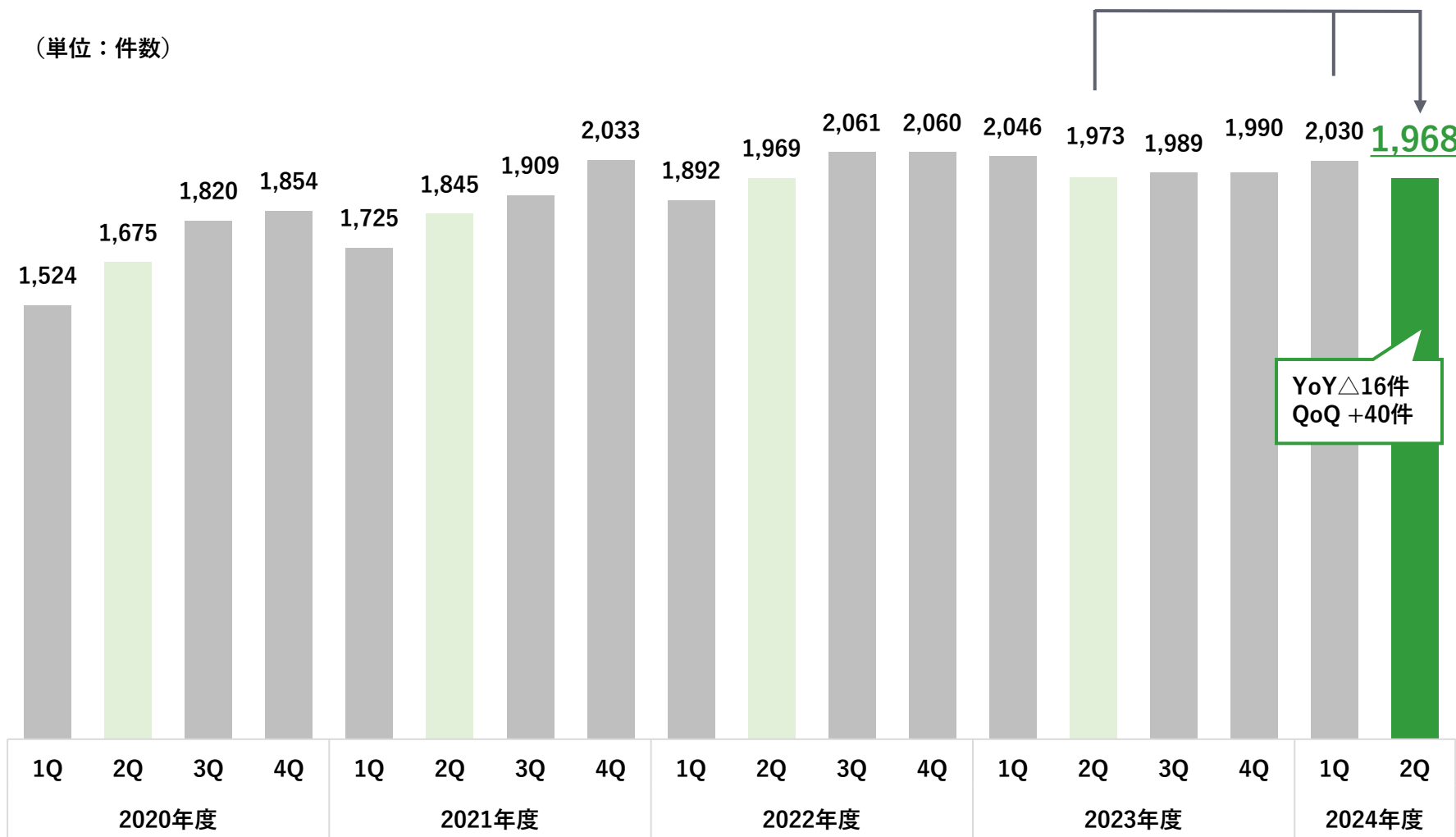
(単位：百万円)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度 (予想/計画)
配当 (予定) 額	75	161	372	397	397	348
親会社株主に帰属する 当期純利益 (予想)	249	1,548	1,309	873	298	365

補足データ

参考指標：取引先窓口数推移（四半期毎の期中合計）

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。ほぼ前年同期並みの水準となっています。

(単位：件数)





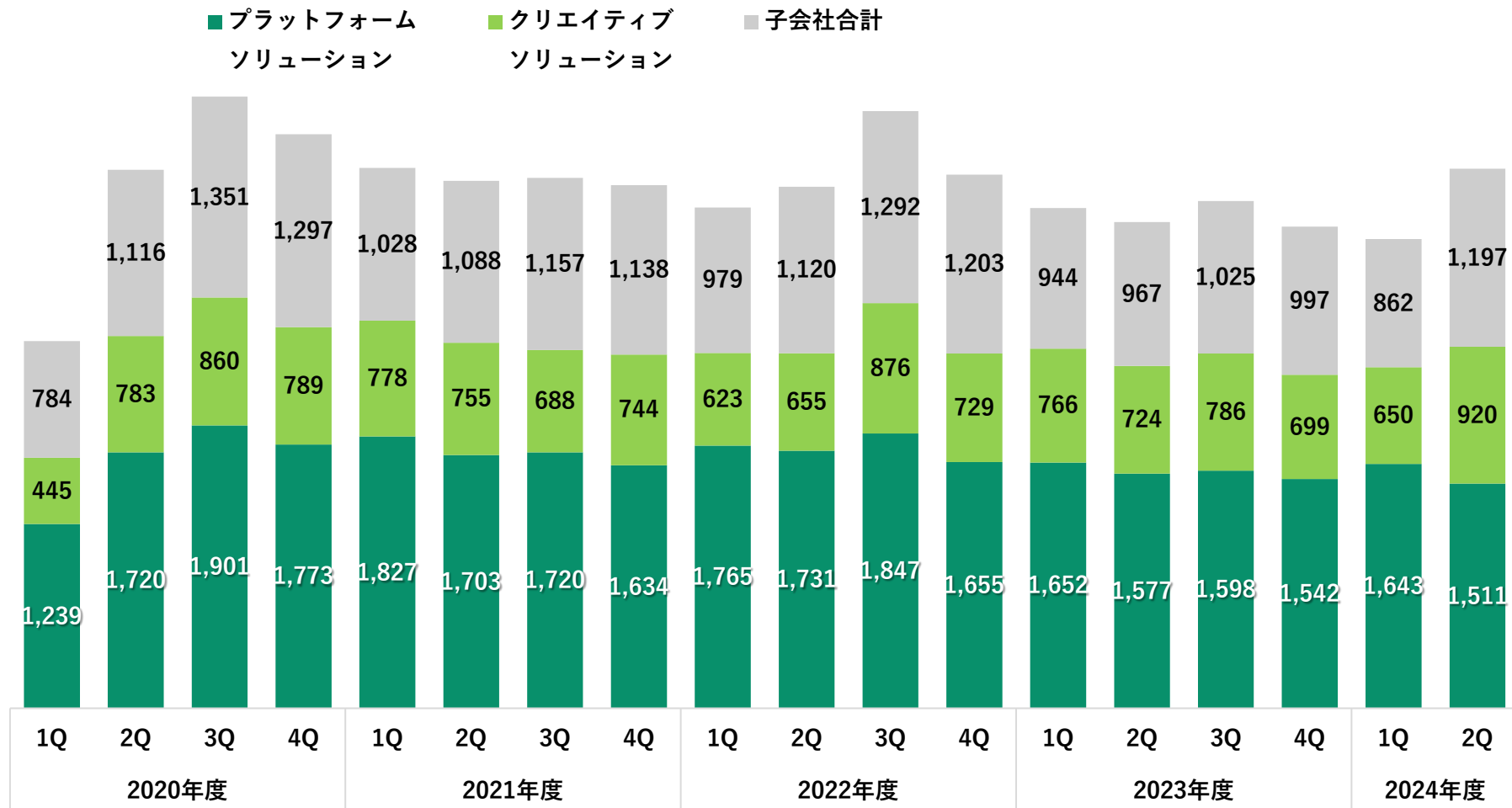
参考指標：ソリューション分類別売上推移

(Jストリーム個別：旧基準)



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。

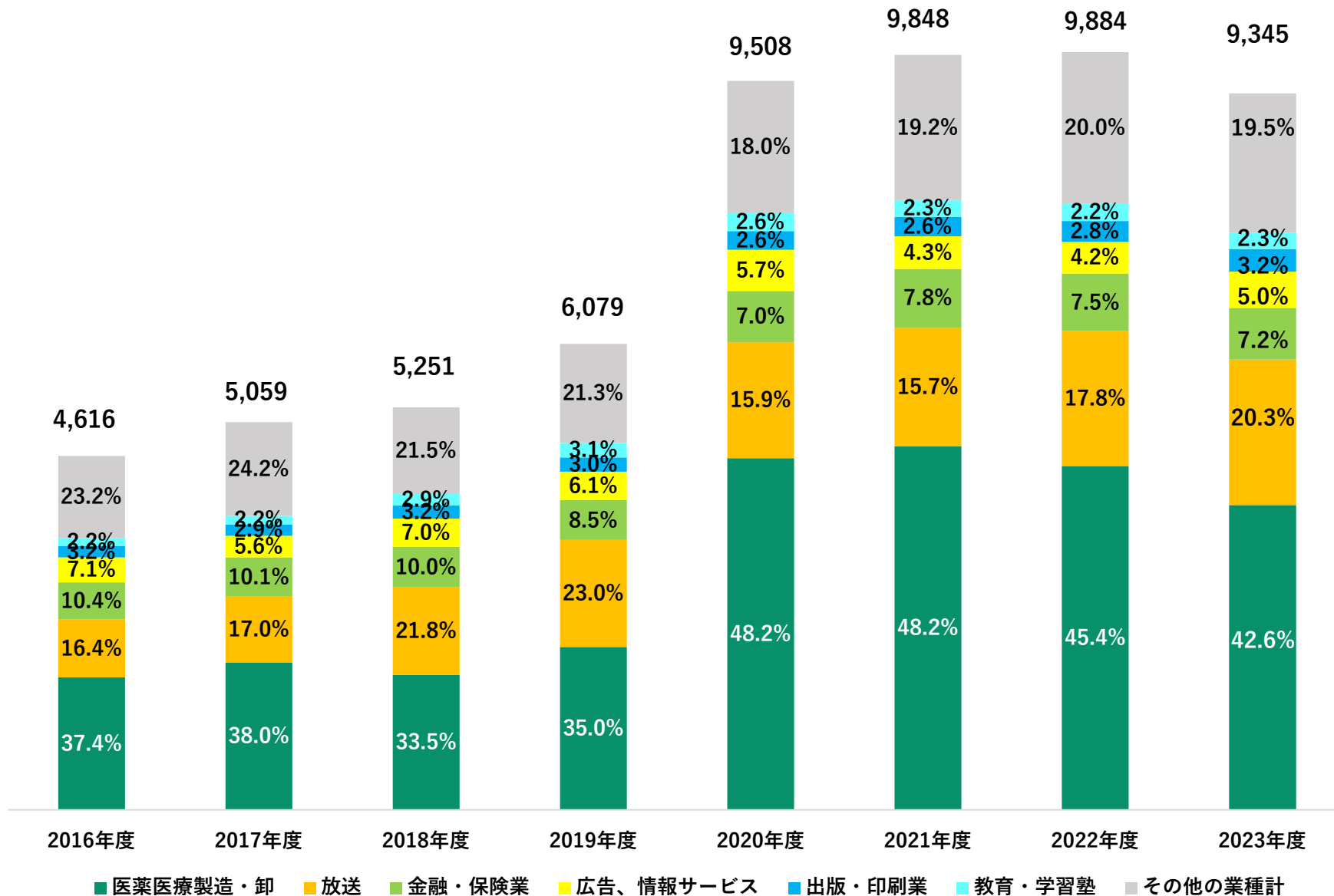
(単位：百万円)



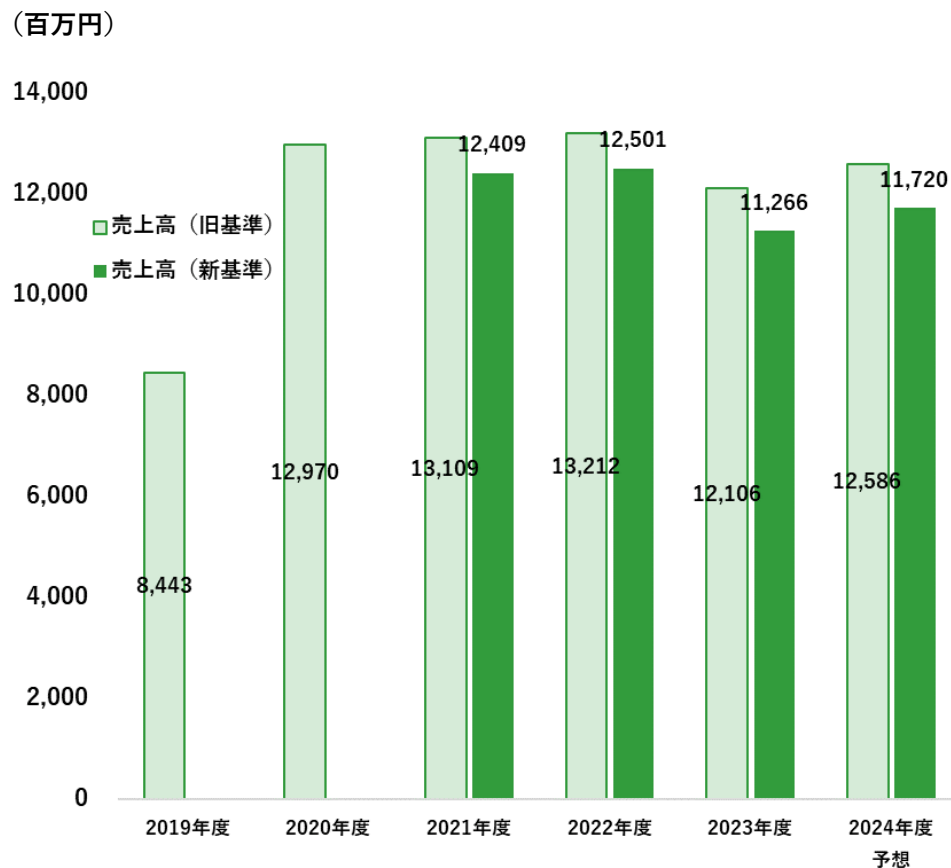
※上記子会社合計は連結処理前の数値であり、Jストリーム個別数値と合計した場合、連結決算数値と同一にはなりません

参考：業種別売上比率 年度推移 (Jストリーム個別：旧基準)

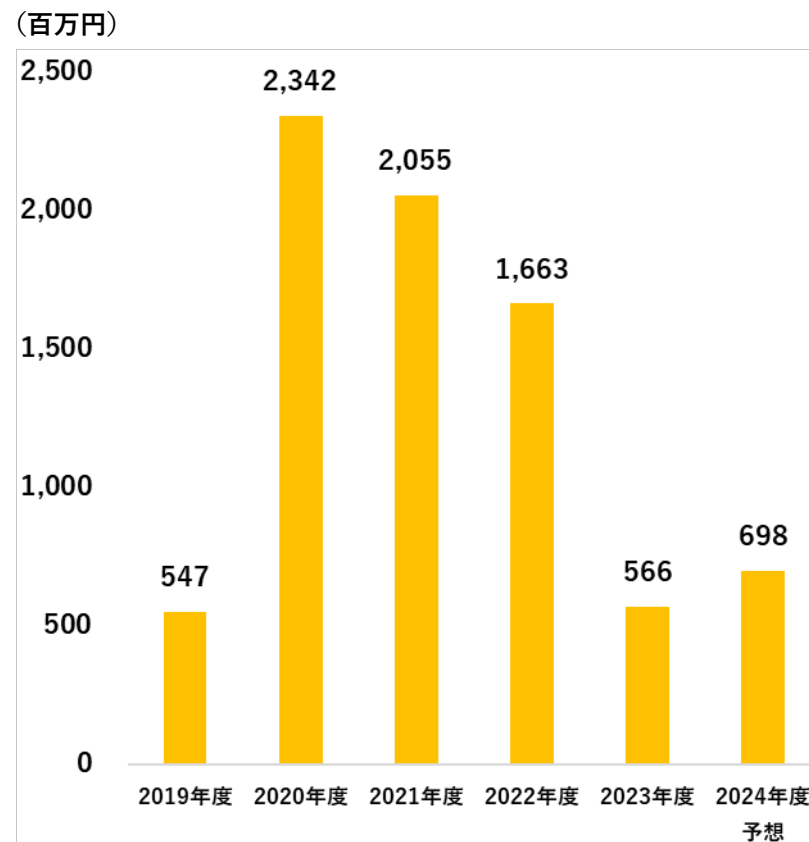
(単位：百万円)



売上高



営業利益



本資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

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。

決算説明内容についてのお問い合わせがございましたら以下までお寄せください。

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