

株式会社Jストリーム

2023年 3 月期
(2022年度：第26期)
本決算 説明会

2023年 4 月28日



(単位：百万円)	2021年度	2022年度	増減率	2022年度 通期予想	達成率
売上高	12,409	12,501	+0.7%	13,590	92.0%
営業利益	2,054	1,663	△19.1%	2,080	80.0%
経常利益	2,052	1,652	△19.5%	2,070	79.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,309	873	△33.3%	1,320	66.1%

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った。
- 子会社は大型納品の在ったイノコスの他、CO3やJクリエイティブワークスは順調な推移であったが、医薬関連の子会社は制作系を中心に不調であった。

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った。
- 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た。ただし、医薬関連の子会社は前期比減となった。
- 当期純利益について、期末において投資有価証券の減損処理を行った。

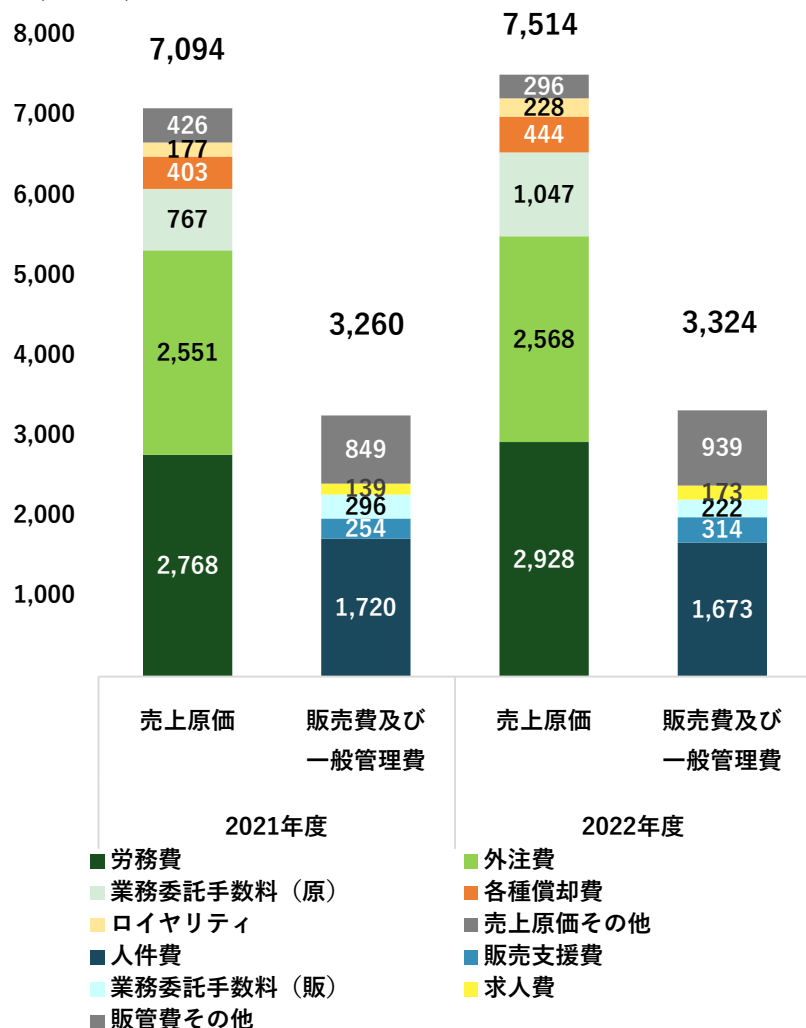


2023年 3 月期 連結損益計算書

(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%

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。

（百万円）



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



売上原価と販管費の内訳（連結）

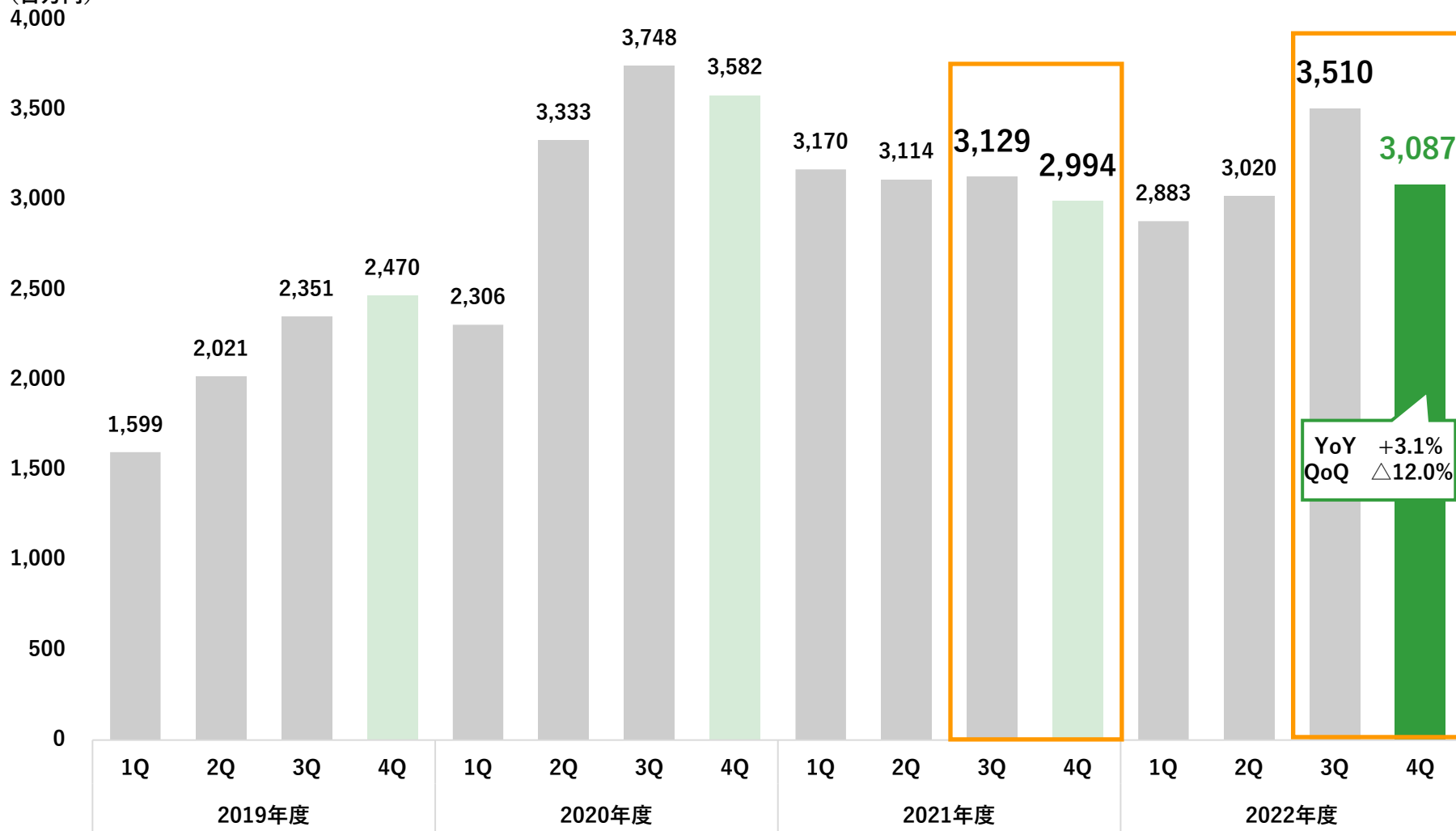
（単位：百万円）	2021年度	構成比	2022年度	構成比	増減率
労務費	2,768	39.0%	2,928	39.0%	+5.8%
外注費	2,551	36.0%	2,568	34.2%	+0.7%
業務委託手数料（原）	767	10.8%	1,047	13.9%	+36.3%
各種償却費	403	5.7%	444	5.9%	+10.2%
通信費	277	3.9%	259	3.5%	△6.3%
ロイヤリティ	177	2.5%	228	3.0%	+29.0%
仕入高	199	2.8%	346	4.6%	+73.8%
その他振替費	△50	△0.7%	△310	△4.1%	+509.1%
売上原価 合計	7,094	100%	7,514	100%	+5.9%

（単位：百万円）	2021年度	構成比	2022年度	構成比	増減率
人件費	1,720	52.8%	1,673	50.4%	△2.7%
販売支援費	254	7.8%	314	9.5%	+23.3%
業務委託手数料（販）	296	9.1%	222	6.7%	△24.8%
求人費	139	4.3%	173	5.2%	+24.7%
地代家賃	103	3.2%	110	3.3%	+6.9%
支払手数料	97	3.0%	86	2.6%	△11.4%
その他	649	19.9%	742	22.4%	+14.5%
販管費 合計	3,260	100%	3,324	100%	+1.9%

2023年 3 月期第 4 四半期業績

第4四半期における売上高は、メディア・コンテンツ領域やEVC（医薬以外）領域の堅調な売上により前年同期比3.1%増となり、下期の売上についても前年を上回る結果となりました。前四半期比では12.0%減となりました。

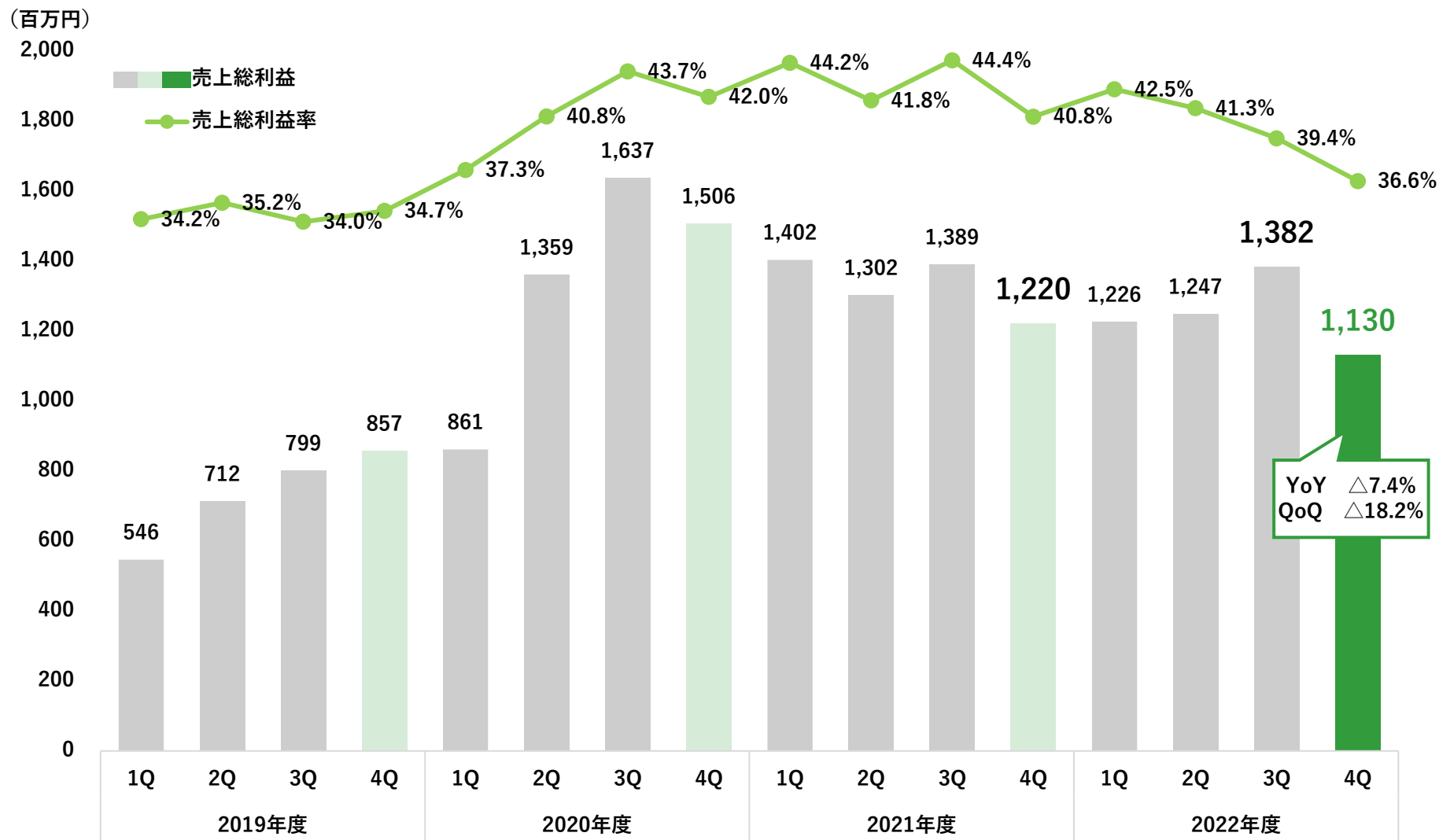
(百万円)





売上総利益・売上総利益率 四半期推移

第4四半期における売上総利益は、サービス開発に伴う業務委託費用の増加等により、前年同期比7.4%減となりました。前四半期比では18.2%減となりました。

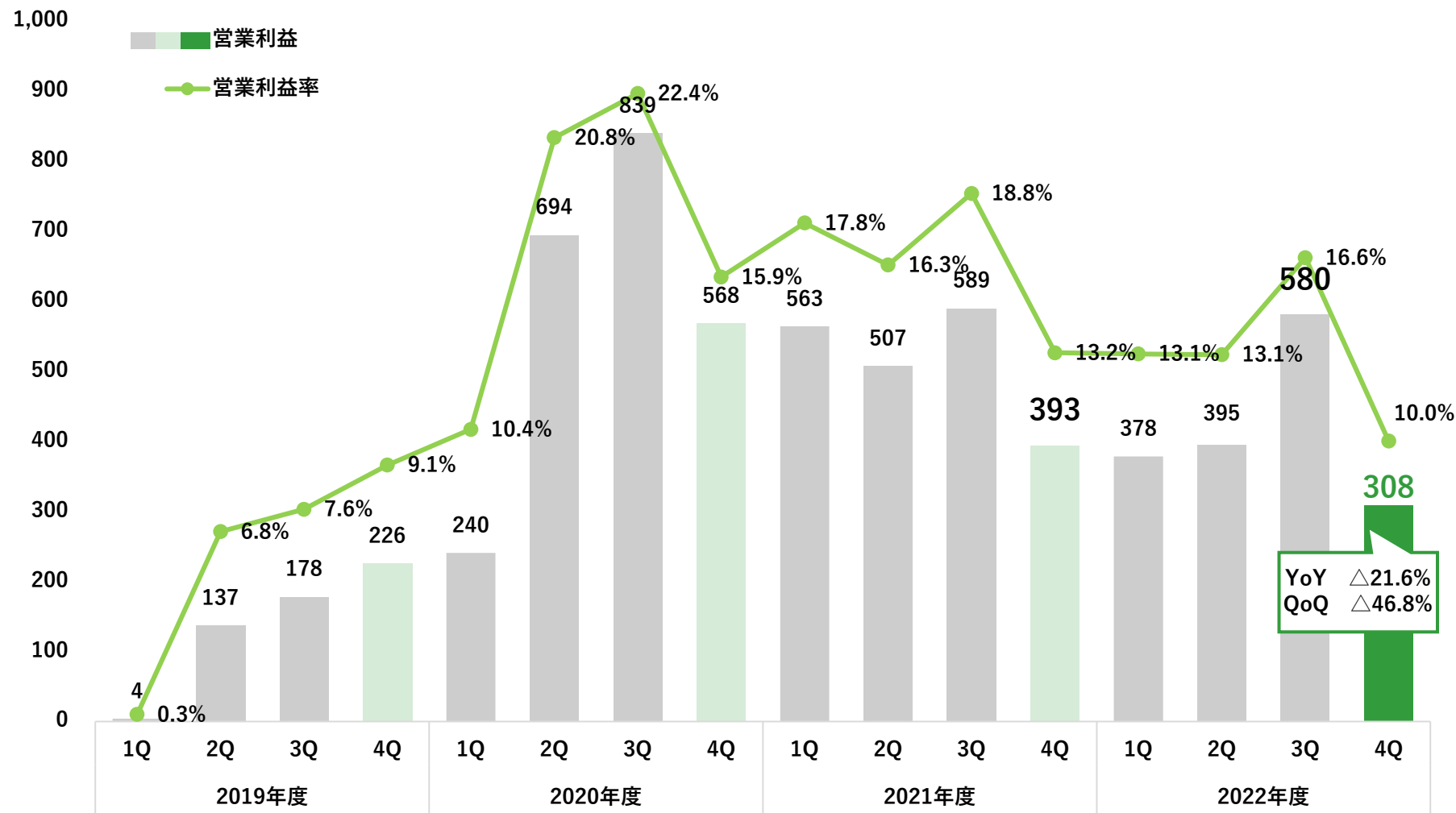




営業利益・営業利益率 四半期推移

第4四半期における営業利益は、売上の増加があったものの、業容拡大に向けた人員増強・採用拡大による販管費の増加により、前年同期比21.6%減となりました。前四半期比では46.8%減となりました。

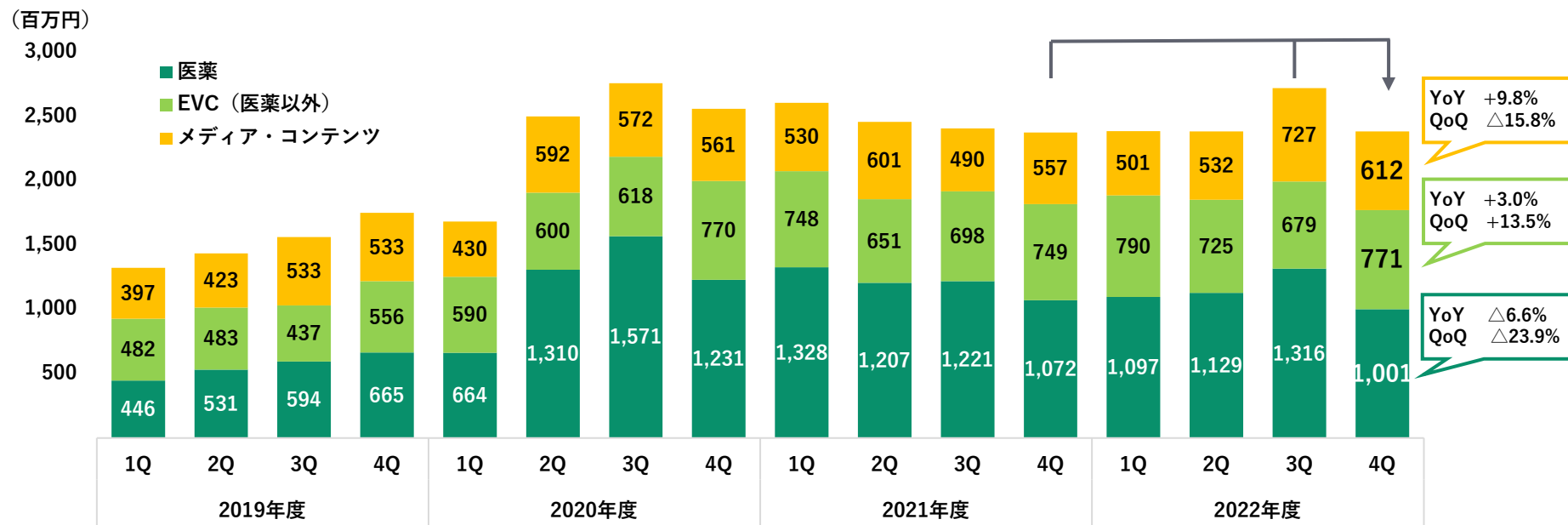
(百万円)





医薬領域は一部顧客の販促活動の縮小により前年第4四半期に及ばない結果となりましたが、メディア・コンテンツ領域及びEVC（医薬以外）が堅調に伸長しました。

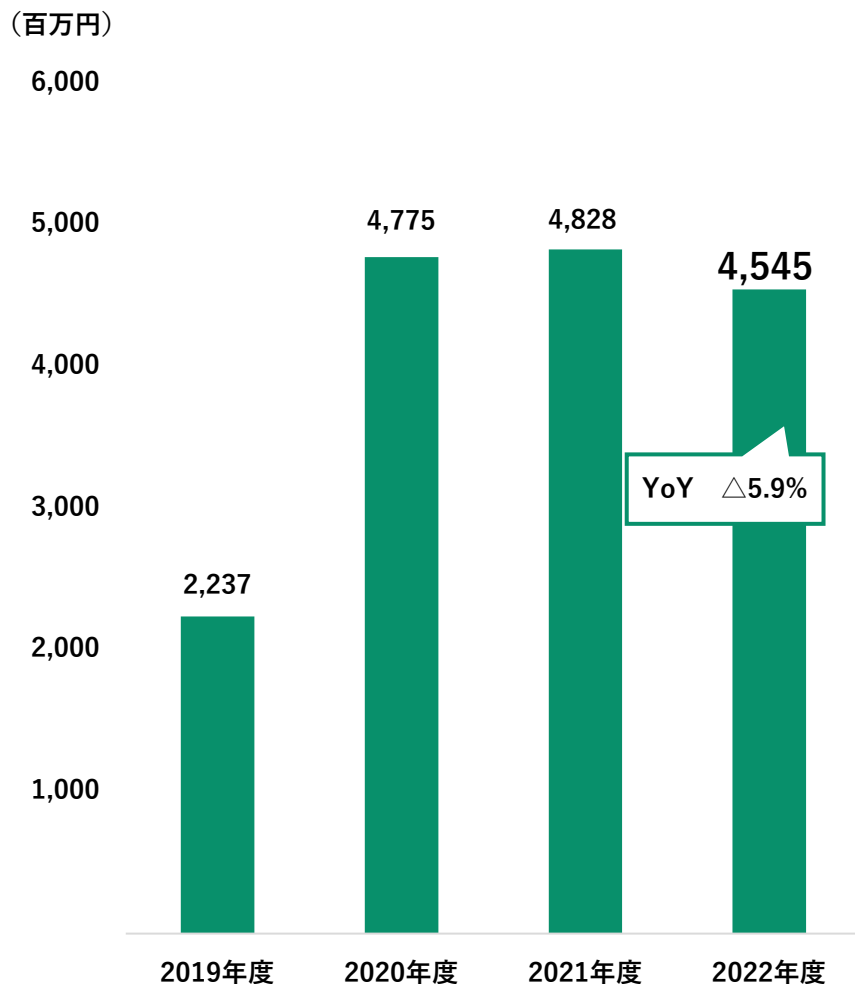
(単位：百万円)	2021 4 Q	2022 4 Q	増減率	変動要因	
				YoY	QoQ
医薬	1,072	1,001	△6.6%	一部大口顧客の販促活動の縮小により、前年4Qを下回った	Web講演会の閑散期により減少
EVC (医薬以外)	749	771	+3.0%	一般企業や団体のセミナー、教育、情報共有等が堅調に推移	12月度決算企業の株主総会利用や、新年挨拶の動画配信等により増加
メディア・コンテンツ	557	612	+9.8%	3Qの大型開発に伴う運用・保守の売上獲得による増加	3Qの大型開発の反動減による減少 運用系の売上は増加



※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



通期売上推移



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

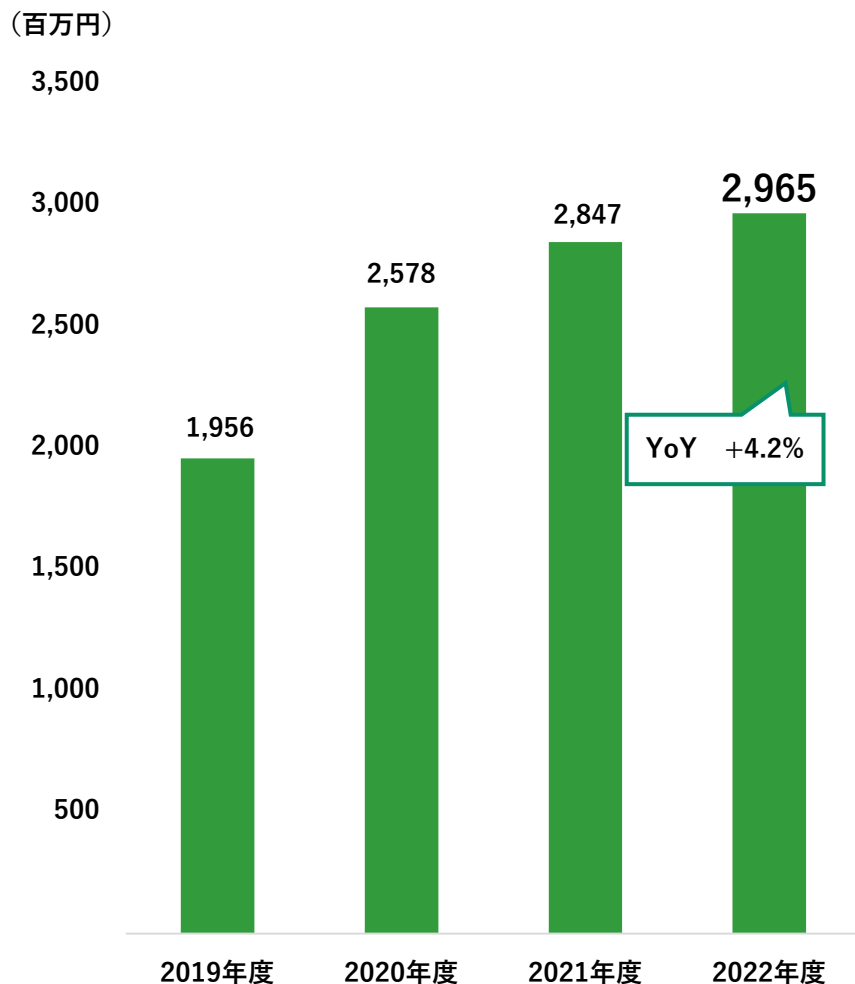
- 一部大口顧客の販促費縮小等の動きはあるものの、他の上位顧客においては各社の販促計画により動向にばらつきがあった
- 全国や支社・エリア開催でのリアルとWebを組み合わせたハイブリット講演会支援サービスについて、新規顧客ニーズもあり開拓中

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



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%

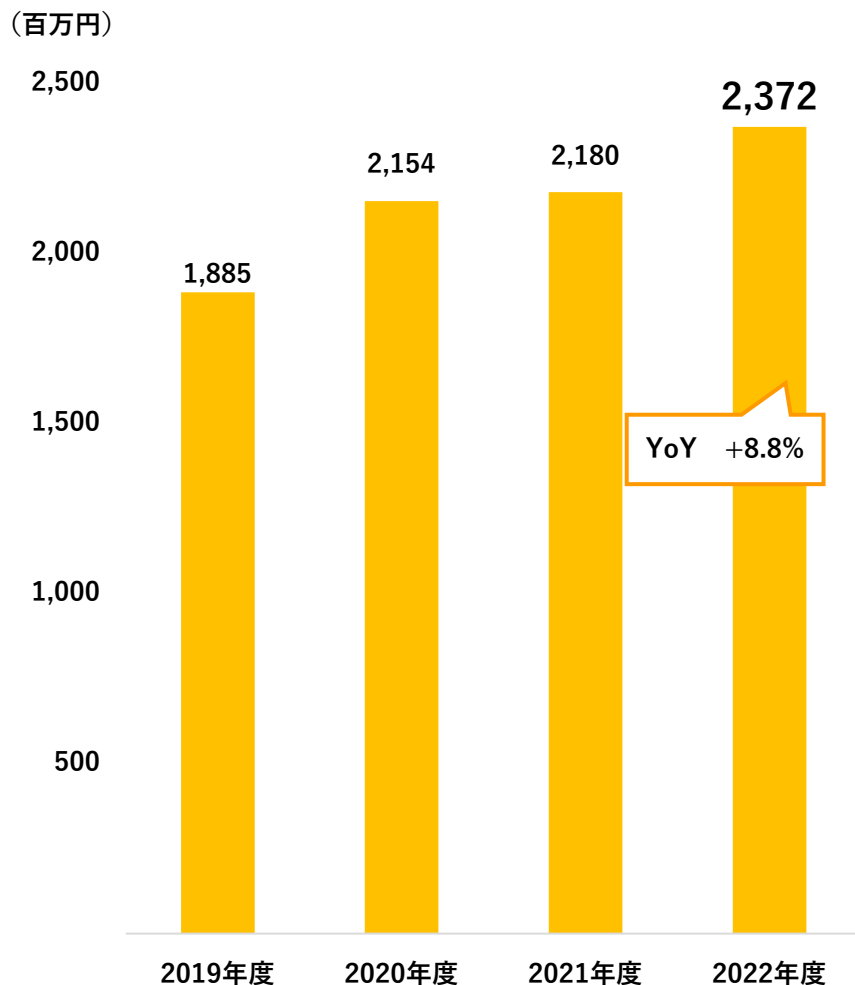
ミテシル

- 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 △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

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

- 公営ギャンブル・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

(単位：百万円)	2019年度				2020年度				2021年度				2022年度			
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
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：

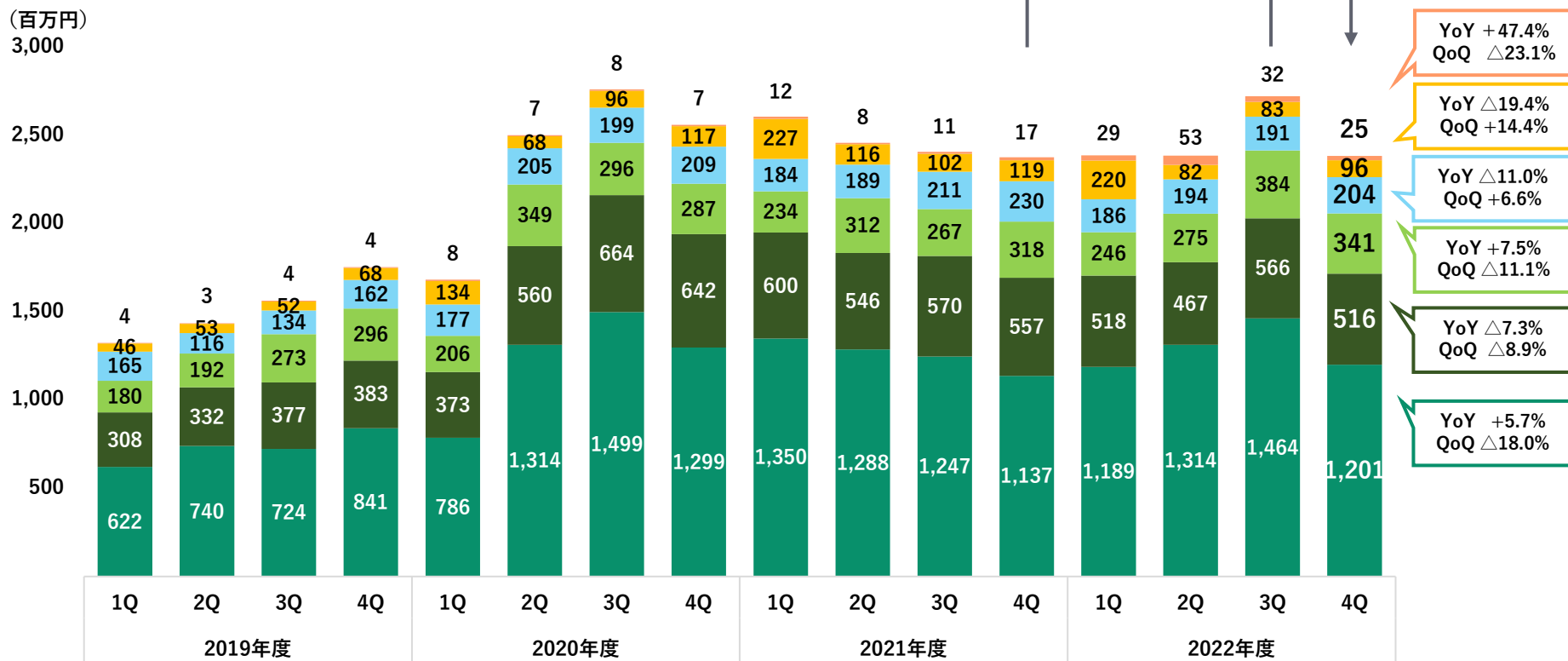
これまでバーチャル株主総会の窓口を信託銀行とする売上は、総会の実施企業の業種問わず信託銀行が属する金融・保険業にて一括して集計しておりましたが、2022年度より、信託銀行経由から総会の実施企業との直接取引に変更されたため各業種に分散しております（株主総会集中期である1Qにおける影響額：51百万円）

※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



販促・ブランディングの3Q→4Qの落ち込みはWeb講演会の閑散期による減少、事業用インフラも3Qに大型の開発があったメディア・コンテンツ領域の売上減少により4Qで減少しています。



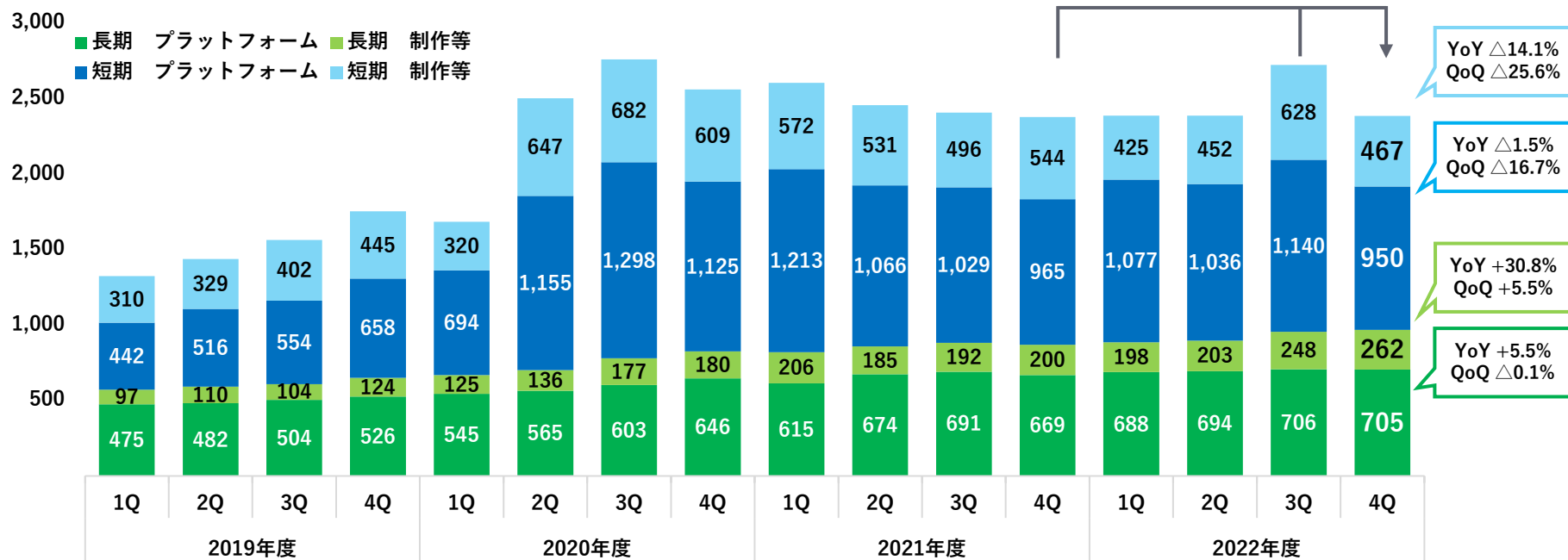
- 販促・ブランディング：商品発表・販促ウェビナー、会員制サイト集客用動画等
- 情報共有：社内向けウェビナー（社員総会、社長講和、会議、イベント等）、官公庁協議会、学会等
- 事業用インフラ／サポート：放送局関連システム構築・運用・配信、音楽／eスポーツ等関連システム構築・配信
BtoC事業者顧客・代理店向けサイト構築（不動産、生保等）
- 教育・トレーニング：学習塾等の講義の配信、金融・医薬系企業の社内orパートナー向けトレーニング等
- IR・広報・採用：バーチャル株主総会（1Qの利用が最多）、決算説明会、会社説明会等
- CS／顧客サポート：ウェブサイトの顧客サポート対応等

※ 利用用途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



主力のJ-Stream Equipmediaが2月に累計アカウント3,500件を突破し、引き続きストック性が強い長期（契約期間が3ヶ月以上）プラットフォーム案件の売上が伸長しましたが、前年の大型制作案件の反動減並びにスポットでの制作需要が伸び悩み、短期の制作は減少しました。

(百万円)



対売上長期比率	43.2%	41.2%	38.9%	37.1%	39.8%	28.0%	28.3%	32.3%	31.5%	35.0%	36.7%	36.6%	37.1%	37.6%	35.1%	40.6%
プラットフォーム長期比率	51.8%	48.3%	47.6%	44.4%	44.0%	32.9%	31.7%	36.5%	33.6%	38.7%	40.2%	40.9%	39.0%	40.1%	38.3%	42.6%
制作等長期比率	23.9%	25.1%	20.6%	21.8%	28.0%	17.4%	20.6%	22.8%	26.5%	25.8%	27.9%	26.9%	31.7%	31.0%	28.3%	35.9%
対売上プラットフォーム比率	69.2%	69.4%	67.7%	67.5%	73.6%	68.7%	68.8%	69.2%	70.1%	70.9%	71.4%	68.7%	73.9%	72.6%	67.8%	69.4%

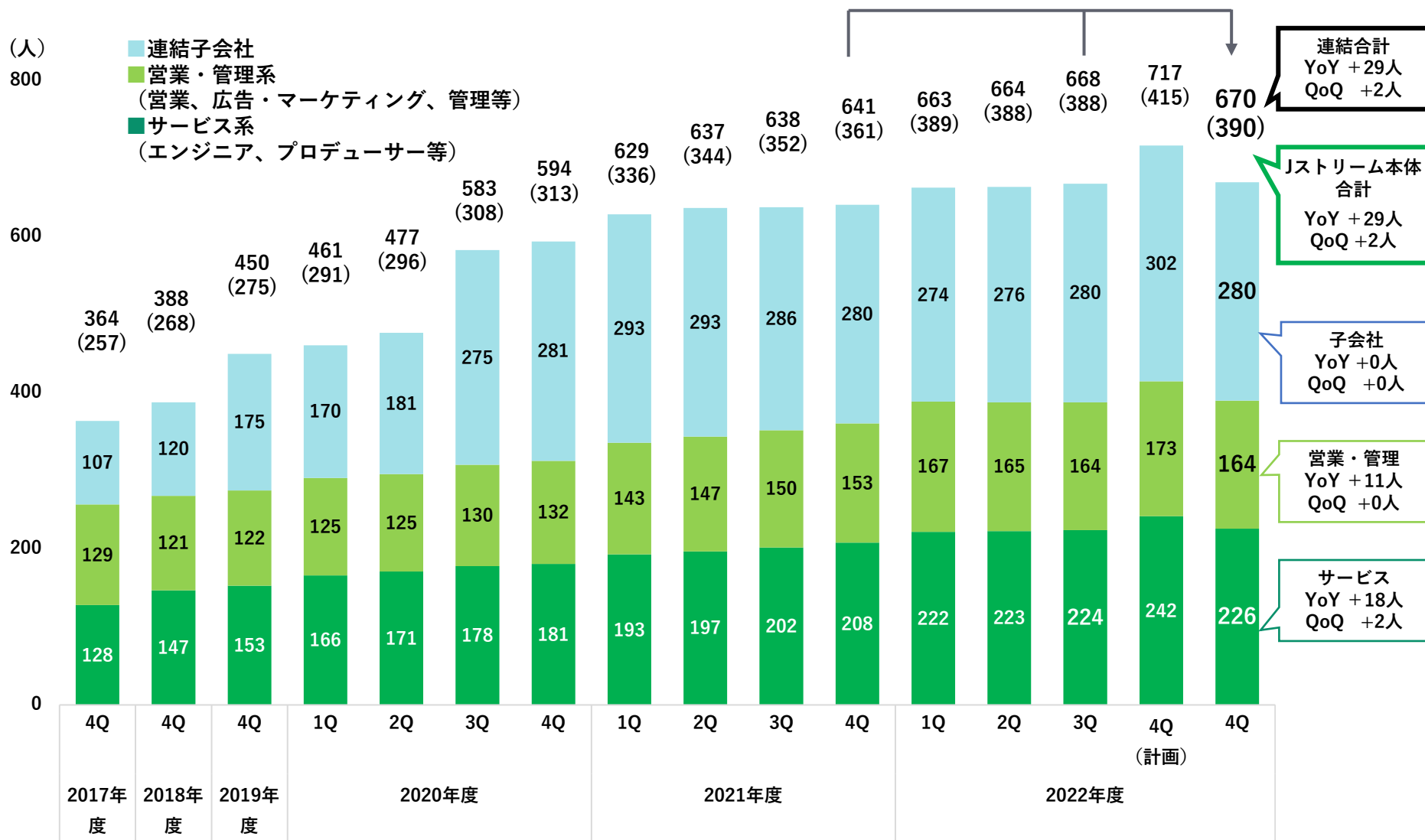


(基礎情報) 長短期別推移の内訳と傾向

		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

期初採用数の計画には至りませんでした、業容拡大に向けてJストリーム本体の人員を中心に人員の増強をしました。



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出ておりますが、引き続き優先順位の高いものから開発投資を実行してまいります。

単位：百万円

投資項目	2022 実績	2022 計画 (費用影響見込)	実施率
● サービス ソフトウェア投資 ✓ J-Stream Equipmedia関連開発 ✓ 各種サービス共通基盤開発 ✓ CDNNext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（仮勘定調整分）	507 216 59 25 21 154 (32)	703	72.1%
● 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、IPS、スイッチ等 ✓ ライブサービス機材関連 ✓ PC等各種機器	176 142 11 23	226	77.9%
● 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 ✓ スタジオ設備等	102 69 33	100	102.0%
投資額総計	785	1,029	76.3%

引き続き、健全な財務基盤を維持しております。

2022年3月末時点

(単位：百万円)

資産合計 12,440	負債合計 2,068
流動資産 10,203	流動負債 1,826
	固定負債 242
	株主資本 10,008
	資本金 2,182 資本剰余金 3,899 利益剰余金 4,232 自己株式 △306
固定資産 2,236 (有形固定資産 561 無形固定資産 1,229)	非支配株主持分 362
	純資産合計 10,371

2023年3月末時点

(単位：百万円)

資産合計 12,963	負債合計 2,032
流動資産 10,561	流動負債 1,818
	固定負債 213
	株主資本 10,508
	資本金 2,182 資本剰余金 3,899 利益剰余金 4,732 自己株式 △306
固定資産 2,402 (有形固定資産 543 無形固定資産 1,373)	非支配株主持分 422
	純資産合計 10,931

トピックス

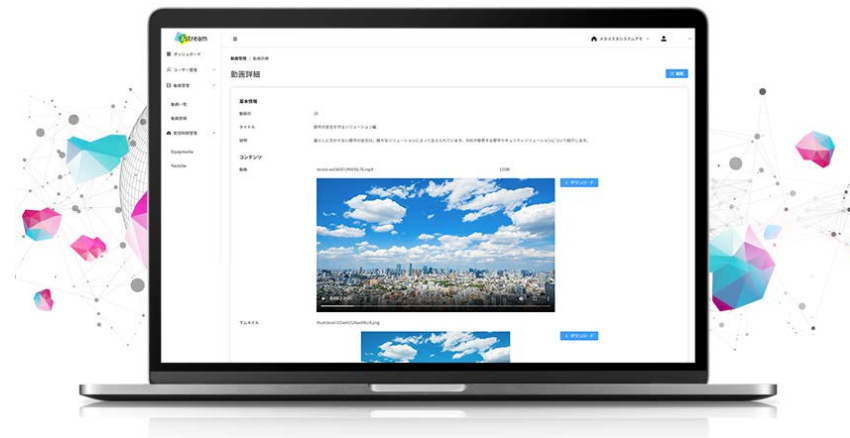
「XRバーチャルプロダクション」 提供開始



3DCG／XR技術を駆使し、高クオリティな動画撮影・動画制作ができる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

XRバーチャルプロダクションを利用することにより、現実世界には存在しない空間と実写を組み合わせるなど、幅広い表現や演出が可能
企業や商品ブランドの世界観が思いのまま表現できるため、バーチャルイベント（ライブ配信）はもちろん、動画制作においても、競合との差別化やブランド訴求の強化等の有効な手段として期待される

「J-Stream メタマスタシステム」 提供開始



動画コンテンツの運用を一本化し、動画配信業務の効率化が図れる「J-Stream メタマスタシステム」の提供を開始

本サービスの導入により、動画ファイルや動画メタデータ、画像ファイルを一元管理し、自社メディア・YouTubeといった複数のプラットフォームへの配信設定・登録・管理を行うことができる
様々な用途での動画の活用が進んだことにより煩雑化していた動画のデータや配信管理の業務効率の向上が期待される

クロスコ株式会社、企業のメタバース導入を 支援する総合サービスを開始

メタバース総合支援サービス

メタバースへの取り組みを、評価・検討段階から導入まで総合的に支援いたします。



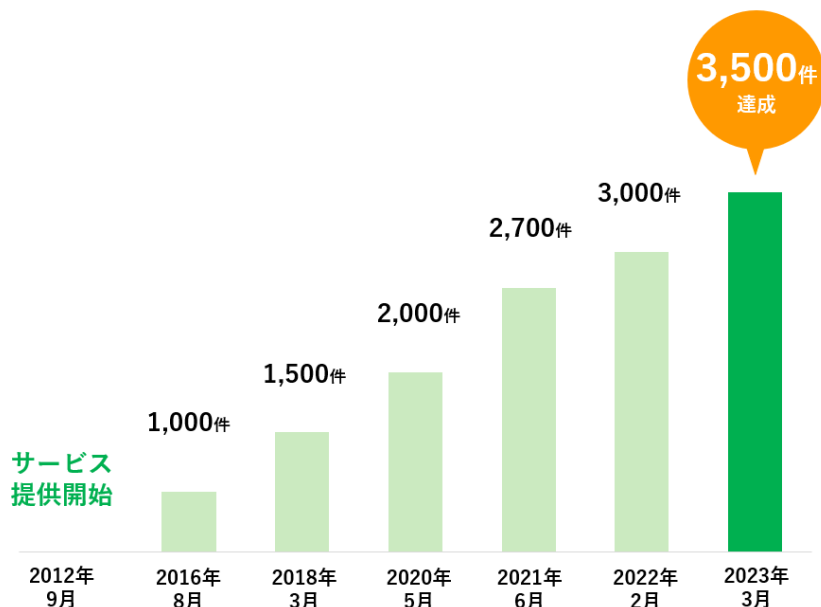
メタバースの業務・事業活用を検討するためには、「体験・評価すること」が最も重要です。即時検証可能な環境をご用意していますので、すぐに評価を行うことができます。PoCを含めた試験導入～イベントの実施、オウンドメタバースの構築などをパッケージサービスを活用することで、短期間・低価格でご提供可能です。



新たにメタバース専門の部署を発足し、これまで提供してきたVRを用いた会議やイベントの実施・運用・コンテンツ開発（2020年開始）、メタバースポータルサービスである「METAGO」（2022年開始）等の実績・ノウハウを活かし、企業のメタバース導入を総合的に支援するサービスを開始

導入検討段階の体験利用から、イベントの実施、オウンドメタバースの構築まで支援し、企業の新しい顧客/社内コミュニケーションを実現

動画配信プラットフォーム 「J-Stream Equipmedia」の 累計導入アカウント数3,500件を達成



2012年にサービス提供を開始以降、国内最大級の企業向け動画配信プラットフォームとして当社の主力サービスの一つに成長し、コロナ禍を経ても引き続き多くの企業から利用されている

増加の背景として、2022年4月の機能拡張を実施
ユーザー認証型ポータルサイトが簡単に作成・公開できる『ポータル機能』が新たに提供され、社員や会員等に視聴者を限定した動画による情報提供の活用が進んだ

CDNサービス「J-Stream CDNNext」 自治体への導入実績200件を達成



前回の2021年12月調査時から約1年で倍以上へ導入が広がっており、人口規模の大きな自治体だけでなく規模の小さな自治体でも導入が進む

自然災害や事故発生によって、突然Webサイトにアクセスが集中してもWebサイトがダウンすることなく住民への安定した情報提供が可能に

J-Stream Equipmedia、「BOXIL SaaS AWARD Spring 2023」 動画配信システム部門で「Good Service」ほか2つのNo.1に選出



スマートキャンプ株式会社主催の今最も評価されているSaaSを表彰する「BOXIL SaaS AWARD Spring 2023」において、「J-Stream Equipmedia」が、動画配信システム部門における、「Good Service」のほか「サービスの安定性No.1」「機能満足度No.1」に選出

初心者でも使いやすく動画配信や管理に必要な様々な機能があること、途切れないネットワークや画質の良さ等、サービスの安定性についても高い評価を獲得

※「BOXIL SaaS」におけるEQの評価コメント一部抜粋

機能満足度に関する評価

以前は動画をあげただけで満足していましたが、J-Stream Equipmedia導入後は動画視聴解析ツールを使って細かく分析する習慣が身につきました。導入後は徐々に再生回数を伸ばすことができたので一定の効果があったと思います。



Synergy!と連携して利用させていただきましたが、ライブ開始15分後に未視聴の方へのリマインドや終了直後の御礼メールなどスムーズな運営が実現できました。



「疑似ライブ配信」という選択肢をセミナー運営にもたしてくれました。LIVE配信だとセミナーの進行と配信の両方を同時に気にしないといけないが、疑似ライブ配信は同時に行わなくて良いのでとても精神的にも楽ちん。



サービスの安定性に関する評価

配信側でこうしたい、という機能が網羅されていて良かったです。画質もきれいでさくさく動き、使いやすかったです。



第60回 愛媛マラソンで 「マルチアングル配信」を実施



視聴者の好きなアングルを自由に切り替えて視聴可能



※昨年の愛媛マラソン画像を使用したマルチアングル配信イメージ

2023年2月12日に実施された「第60回 愛媛マラソン」において、視聴者が自由に好きなアングルを選びライブを楽しめるサービスである「マルチアングル配信」を実施

視聴者への映像配信における、ストリーミングサーバーやマルチアングル用のプレイヤーの配信部分を担当
今後さらなる需要の拡大を期待

ソフマップのeスポーツスタジオ 「eSports Studio AKIBA」移転にあたり 映像送出システムに関する技術協力を実施

ビックカメラグループの株式会社ソフマップが運営する、eスポーツスタジオ「eSports Studio AKIBA」がソフマップAKIBAパソコン・デジタル館8階へのリニューアルオープンするにあたり、映像送出システムに関する技術協力を実施

オンライン・オフライン問わず、Eスポーツの魅力を最大限に引き出すスタジオで行われる臨場感あるゲームイベントの配信をサポート

【Jストリームの主な支援内容】

- ・映像送出システムに関する技術協力
(映像スイッチャーおよびインターネット向けライブ配信用エンコーダー、配線等を含む)
- ・豊富なライブイベント実施ノウハウを活かした各種支援
 - スタジオ運用マニュアルの作成
 - 機材操作のレクチャー実施
 - イベントを想定した運用や演出面のアドバイス等

中期経営の方向性と 2023年度計画

経営方針（ビジョン・ミッション・構想等）

**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**

事業戦略

【基本方針】

動画は活用の時代へ

「顧客のニーズを創造し、サービスの提供価値を高める」

【時代背景（新しい価値観の世界へ）】

現在、Withコロナで、動画配信はリアル開催の補助・代替手段として急成長を遂げている。リアル開催よりも高い利便性を経験した企業は、Afterコロナにおいても重要なコミュニケーション手段として積極活用し、今後も市場は安定して成長する。

【Next Stageに向けて】

コロナ禍による価値観の変化、DXによる産業構造の変化、5Gによる社会構造の変化をビックビジネスのチャンスととらえ、マーケット別に攻めの姿勢で業績拡大を目指す。引き続き、採用強化、体制強化、経営人材育成等を行う。

ビジネスと働き方を「進化」させ、新しい時代にふさわしい、新しいグループへと自らを「変革」する

ビジネスの進化（事業の推進）

- 様々な動画活用シーンが活性化。これまで当社が提案していた使い方は**当たり前**の活用法になっており「その先」を求められている。
- 「その先」の答えを十分に提供できるスキルとノウハウは蓄積できており、これを生かして**ビジネスを進化させる**。顧客の期待を超えるサービスの提供を進める。

働き方の進化（経営基盤）

- フレックスやリモートワーク制度を取り入れた「**就業規則の改定**」、会社業績と個人業績を適切に評価しフィードバックする「**人事制度の改定**」、社内プロセスのデジタル化「**社内DXの促進**」を進める。3つの改革による働き方の進化を定着させ、環境変化に対応した事業の推進力とする。
- 企業の成長のカギは人材であるという認識の下、制度の進化を通じてより一層の厚みとバラエティーに富んだ人材の育成に注力する。

グループの変革

- 個社の長所を活かしてきたこれまでに加え、より一層シナジーを強化、**子会社のサービスのJストリームや他子会社での展開**を進める。

営業戦略

メディア、医薬の
重点推進

用途別
ソリューションの
推進

マーケティングの
強化、最適化

代理販売
パートナー戦略の
推進

ソリューション 戦略

クラウド技術を
活用したSI

市場・用途に特化
した定形サービス
の開発

モノづくり
クリエイティブ
へのこだわり

グループ間連携
の推進

プロダクト 戦略

共通開発基盤
の拡充

自社SaaS
(EQ、ミテシル)
の再開発

配信ネットワーク
及びマルチCDN
の強化

新技術の研究開発
(XR、AI、NFT)

投資・財務 戦略

資本効率の強化

M&Aへの
積極投資

海外進出の検討

ESGへの取り組み

組織・人材 戦略

組織力・生産性
向上を見据えた
新人事制度の検討

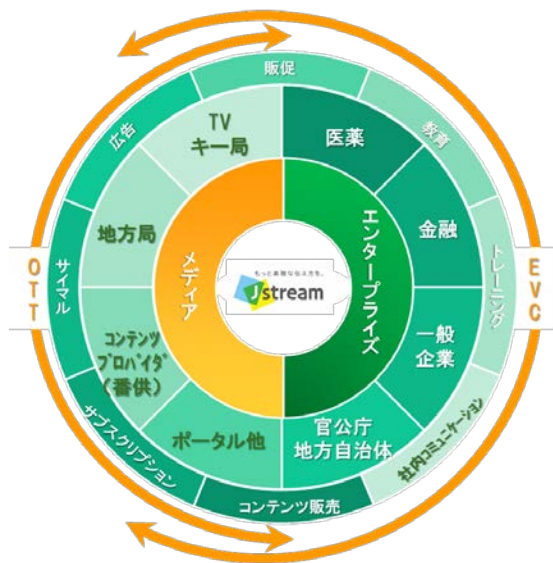
専門スキル、
経営スキルを
持つ高度人材の
育成・採用

多様な働き方に
対応した制度整備

採用力の強化



■ ターゲット市場



※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る

※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う

		開発項目	活動の方向性
EVC	医療	医療DX推進	- WEB講演会はハイブリッド化対応 - デジタルマーケティング対応、WebinarAnalytics推進でデータ分析支援+データ連携推進 - Vevea Connect構想 - 広告はオウンドメディアサイトへの送客メディア販売等推進
	(医療以外) EVC	Webinar 双方向配信 バーチャル 株主総会	- バーチャル総会プラットフォーム強化 - イベントPFを拡充し中小規模・大規模向け振り分ける - 内製支援サービスのラインアップの拡充
OTT	メディア・コンテンツ	有料動画配信統合	- TV局の売上維持・拡大のためのトータルテックパートナーとしての立ち位置の確立 - 配信ビジネス市場に対して、XR、双方向コミュニケーション機能のサービス提供 - BS/CS、ローカル局のDX化に向けたソリューションのサービス化
		リモートプロダクション	
		配信業務効率化	

(単位：百万円)	2022年度 実績	2023年度 予想	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%



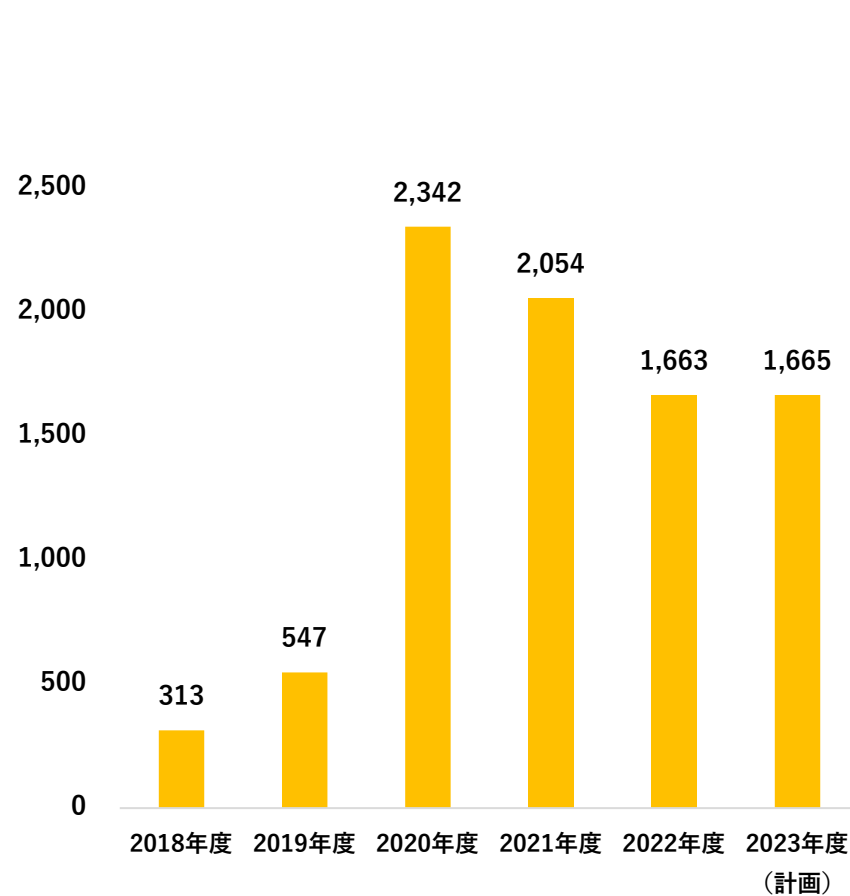
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)

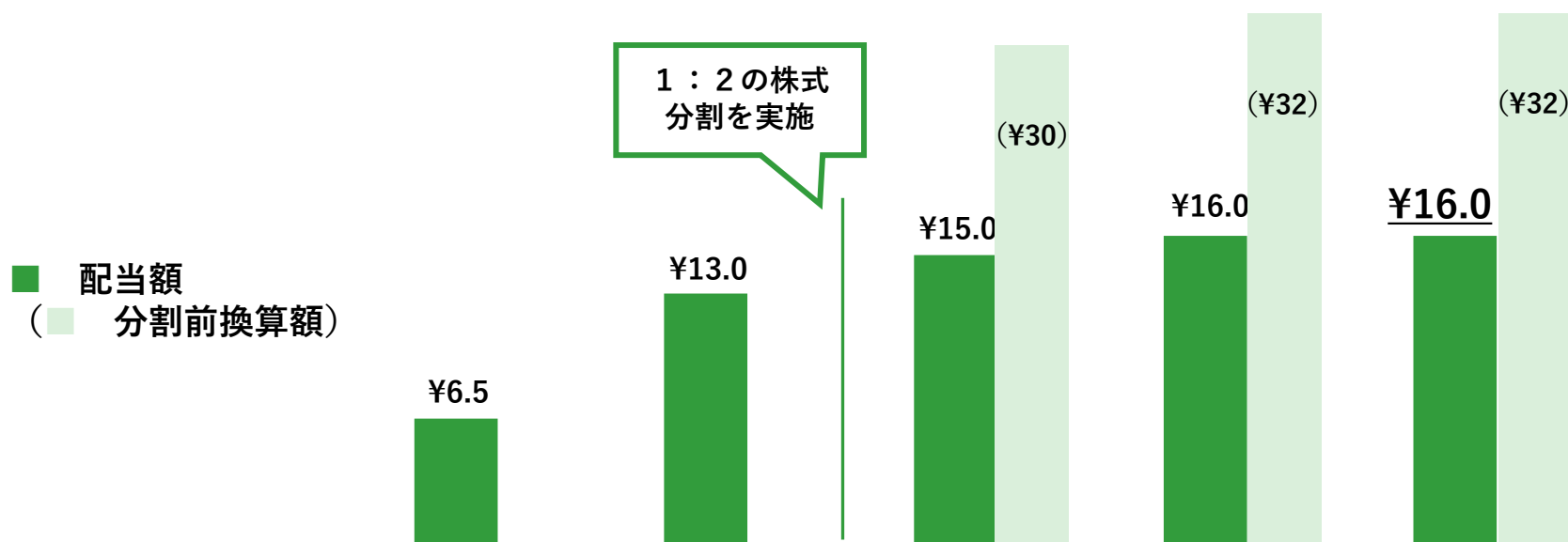


利益還元を経営の最重要課題のひとつとして位置づけています。

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

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



事業環境と 対処すべき課題

- 顧客企業毎の販売戦略に濃淡あるも、一部ではコスト削減によるWeb講演会の単価下げ要求
- 製薬企業各社におけるDX推進の強化
- Web講演会事業の成長は微増なるも競争は激化

▶ 効率化によるWeb講演会の利益率維持

▶ 特に需要の高いデータ活用サービスの促進

▶ 新たな活用方法の提案が不可欠

2023年度の 注力ポイント

Web講演会事業

- Web講演会の相互コミュニケーション促進に向けたサービスの提供
- 市販直後調査支援Web講演会や、オウンドメディアに縛られないMR主導で行うWeb講演会領域等、新領域の開拓
- 本社開催とエリア開催との複合提案
- 社内業務DXによる効率化推進

デジタル マーケティング 事業

- WebinarAnalyticsの導入促進、データ収集、分析業務の強化
- 医師とMRの双方向交流サービスの販売開始
- 既存顧客へのデジタル関連ソリューションの開発と提案
- トランス・コスモス・ビッグエムズワイ等とのグループ力を生かした施策の推進

広告事業

- メディア開発、メディアプランニング機能の強化
- WebinarAnalyticsを利用した分析業務、効果測定のプロモーション

➤ 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



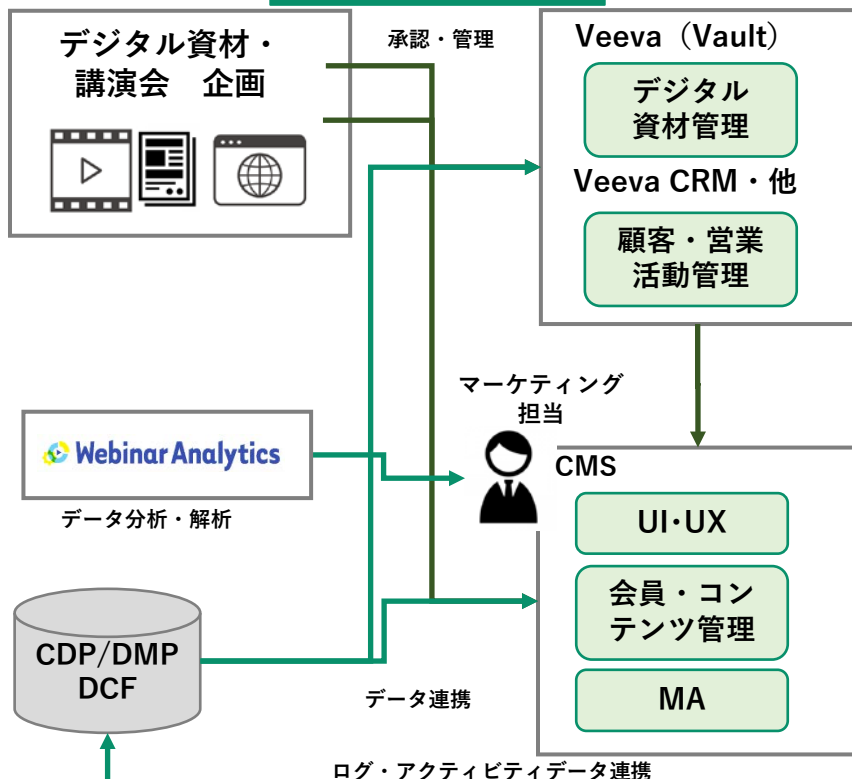
管理システムのデータ連携



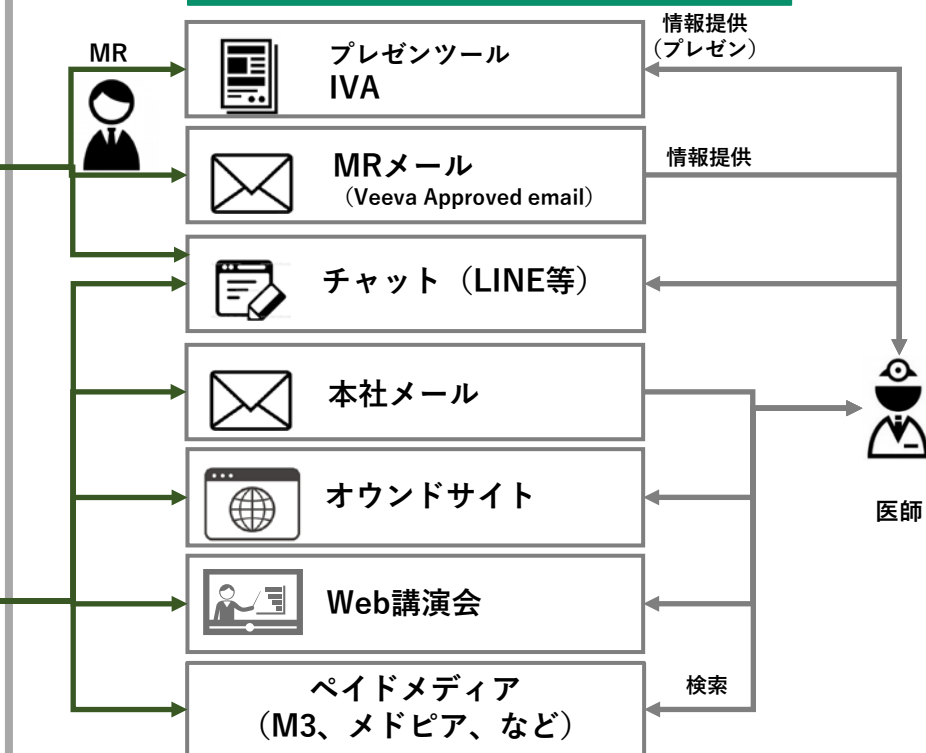
チャネルの運用



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



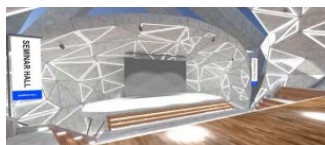


Web講演会事業における安定収益の拡大

単なるリアルとの置き換えではなく、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



メタバース空間での講演会



双方向コミュニケーション

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



Web講演会
データ分析支援



MR主導型Web講演会

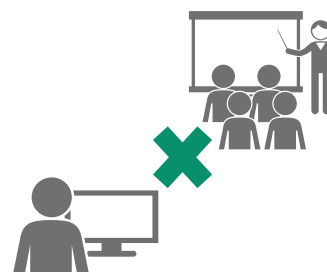


ハイブリッドイベント
管理システム

既存
事業

本社開催Web講演会の支援

開催形式の複合提案



全国・支社ハイブリッド



本社×エリア

新規顧客の開拓



新たな大手企業



国内中堅企業

開催形式や顧客の拡大

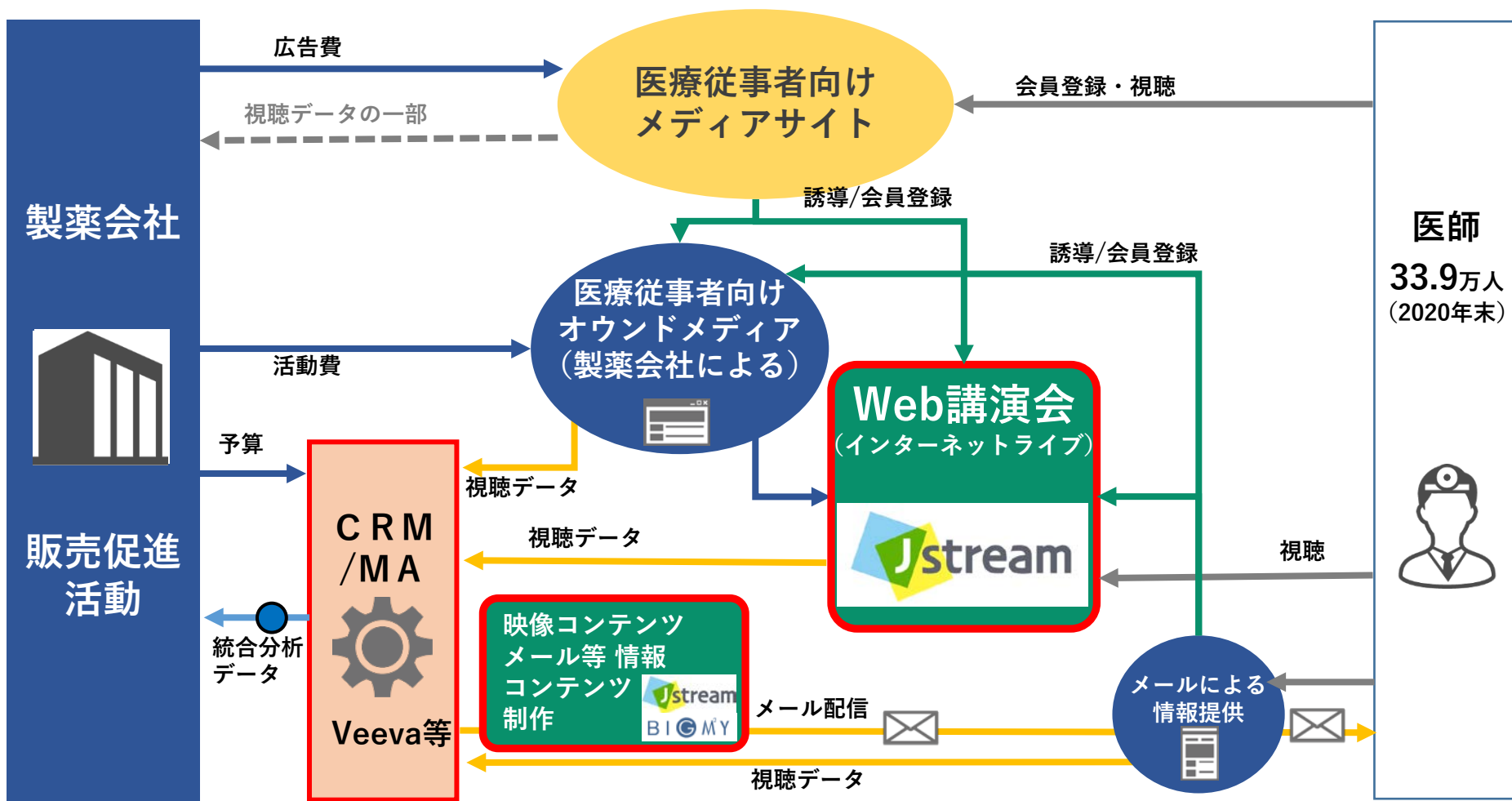


Web講演会を販促のための情報発信の場だけではなく、より製薬企業と医師の双方向コミュニケーションができる場にしていくと共に、製薬企業の分析情報精度向上を目指すための仕掛けとしてのオプション機能を充実させていきます。





(参考) 医薬デジタルマーケティングの構造



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

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



事業環境と 対処すべき課題

- リアルとのハイブリッド開催需要増に伴うイベント開催形式の多様化

提供ソリューションの集客力、販売力の強化

- オンラインイベントにおける体験向上やセキュリティ強化のニーズの高まり

広がる需要に対応できる機能拡充

2023年度の 注力ポイント

用途別戦略

- 業種関わらず利用用途として多くのニーズがある3つの分野へのアプローチを推進

セミナー/イベント

運営事務局を新設し
案件獲得の強化

社内情報共有

EQポータルをフック
にしたアプローチ

教育/トレーニング

ミテシルをフック
にしたアプローチ

← 利用実績のある企業への横展開 →

- WEBINAR STREAMの拡販による大中規模のWeb開催を網羅（学会や株主総会、セミナー等）
- セルフ開催用のプラットフォームの拡販（株主総会等）

EQ新規獲得 活動の強化

- EQ新規獲得の営業リソースを拡充
- 付帯する制作・システムやライブ需要等の波及効果を狙った領域/用途別施策の展開

代理販売強化

- EQ・CDNの代理店専任部署を新設。支援ツール等で拡販

➤ 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



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

×

配信テクノロジー



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

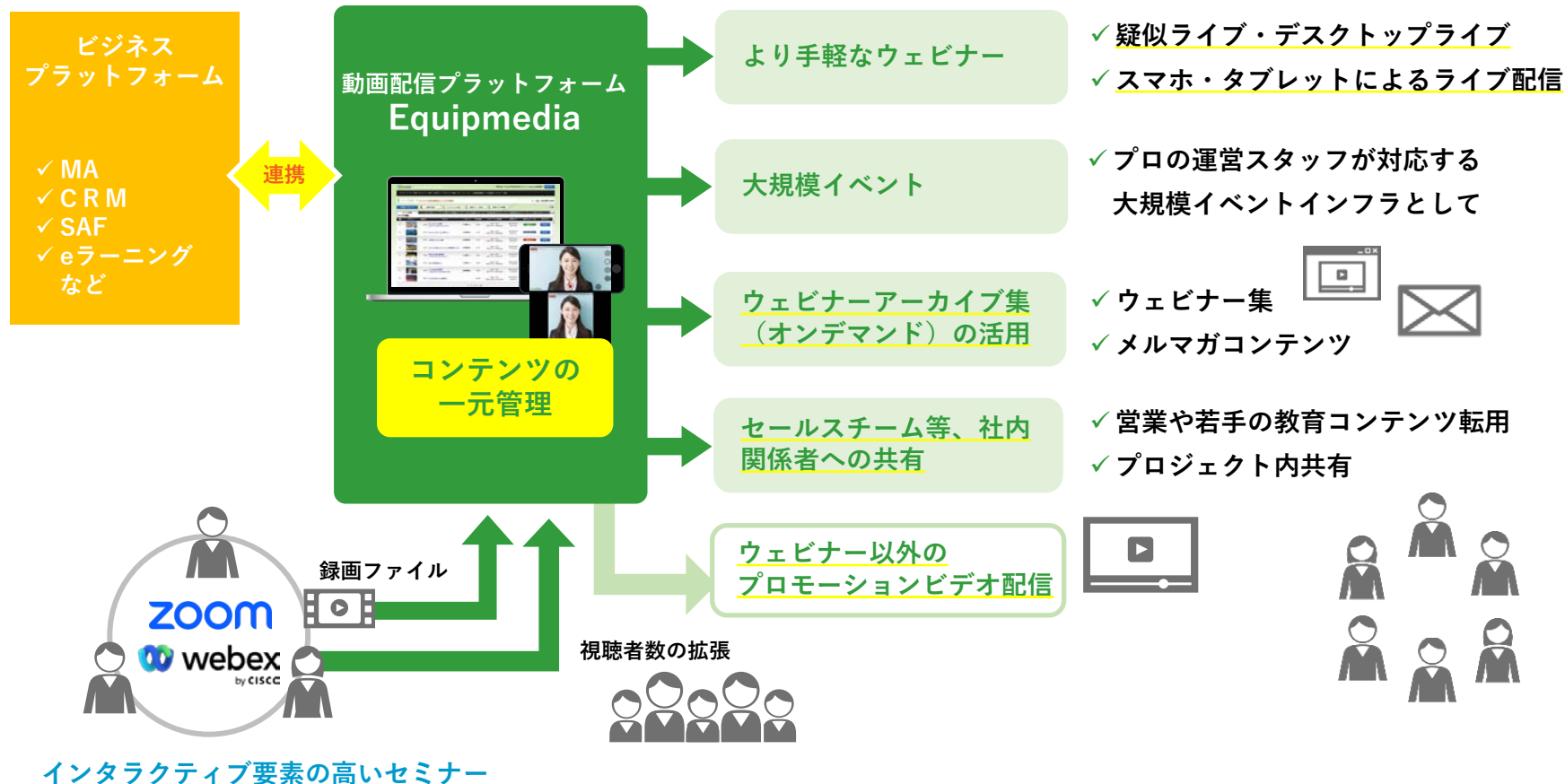


バーチャル株主総会

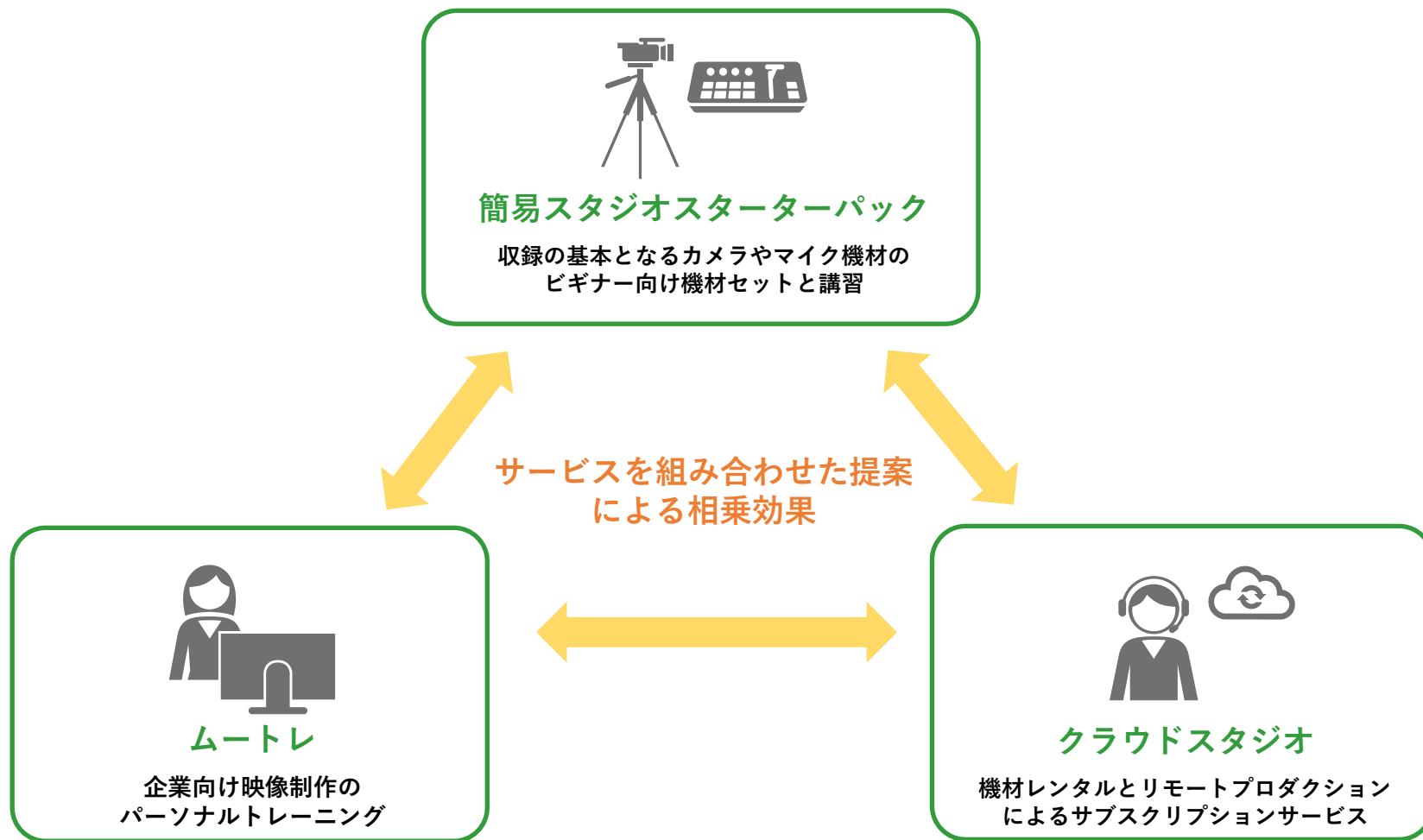


今後拡大の見込める
新用途の開拓

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。

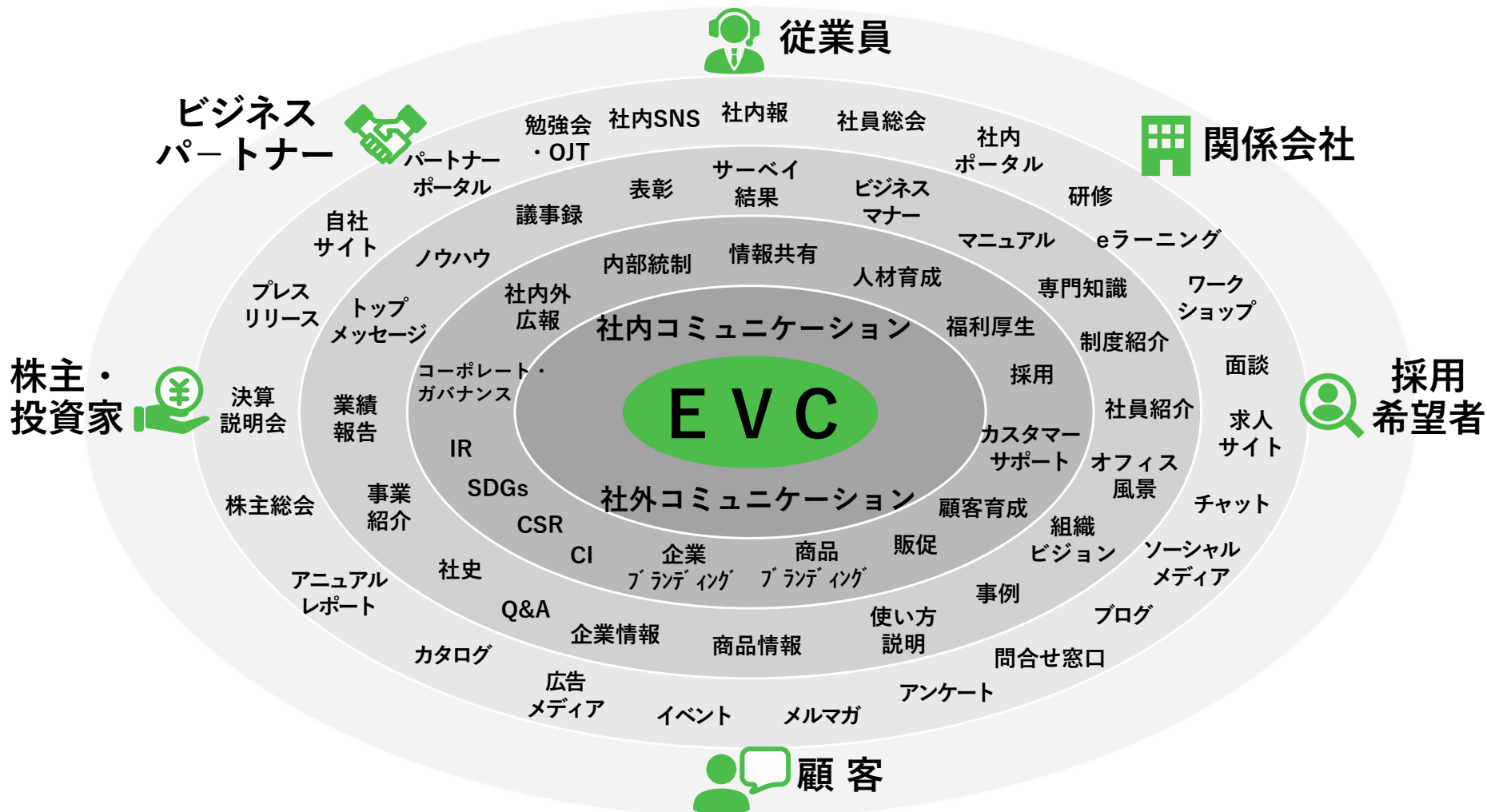


EQ利用に付帯される映像制作において、多様なニーズに応えられる内製支援のメニューを提供し、新しい案件創出を狙います。





(参考) EVC (医薬以外) 市場での利用イメージ



企業活動のあらゆる場面で動画の活用機会がある



(参考) WEBINAR STREAMについて

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



ウェビナーに必要な
ページの管理、構築、認証、課金

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



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

事業環境と 対処すべき課題

- 動画配信サービスの視聴者増による開発意欲の高まり
- 公営競技のインターネット投票・中継配信の急成長

▶ さらなる機能強化や新しい施策に向け、高度な技術やサービスの提供

▶ 大規模な配信システムの提供

注力ポイント

メディア・放送局

- メディア・放送局における旺盛な開発需要の把握および安定した体制構築実施による確実な受注を行う
- 各種スポーツイベント等、時節もの・入札案件の獲得
- BS/CS、ローカル局向けDX支援は引き続き強化

委託放送事業者

- 委託放送事業者向けOTTシステムの拡販
- 既存顧客事例の横展開やメタマスソリューション等を活用

配信ビジネス

- 既に定着したハイブリッド型イベントにおける付加価値向上に向けた新技術導入によるサービス開発・拡充

公営競技

- 既存顧客の開発需要の把握と対応能力の確保
- 新規競技団体とのリレーションの強化と各種開発需要の把握

➤ 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

Jstream
+ 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術をエンタメライブへ提供

開発

Equipmedia

Operation

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

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
・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	・Webinar、イベントPF	・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

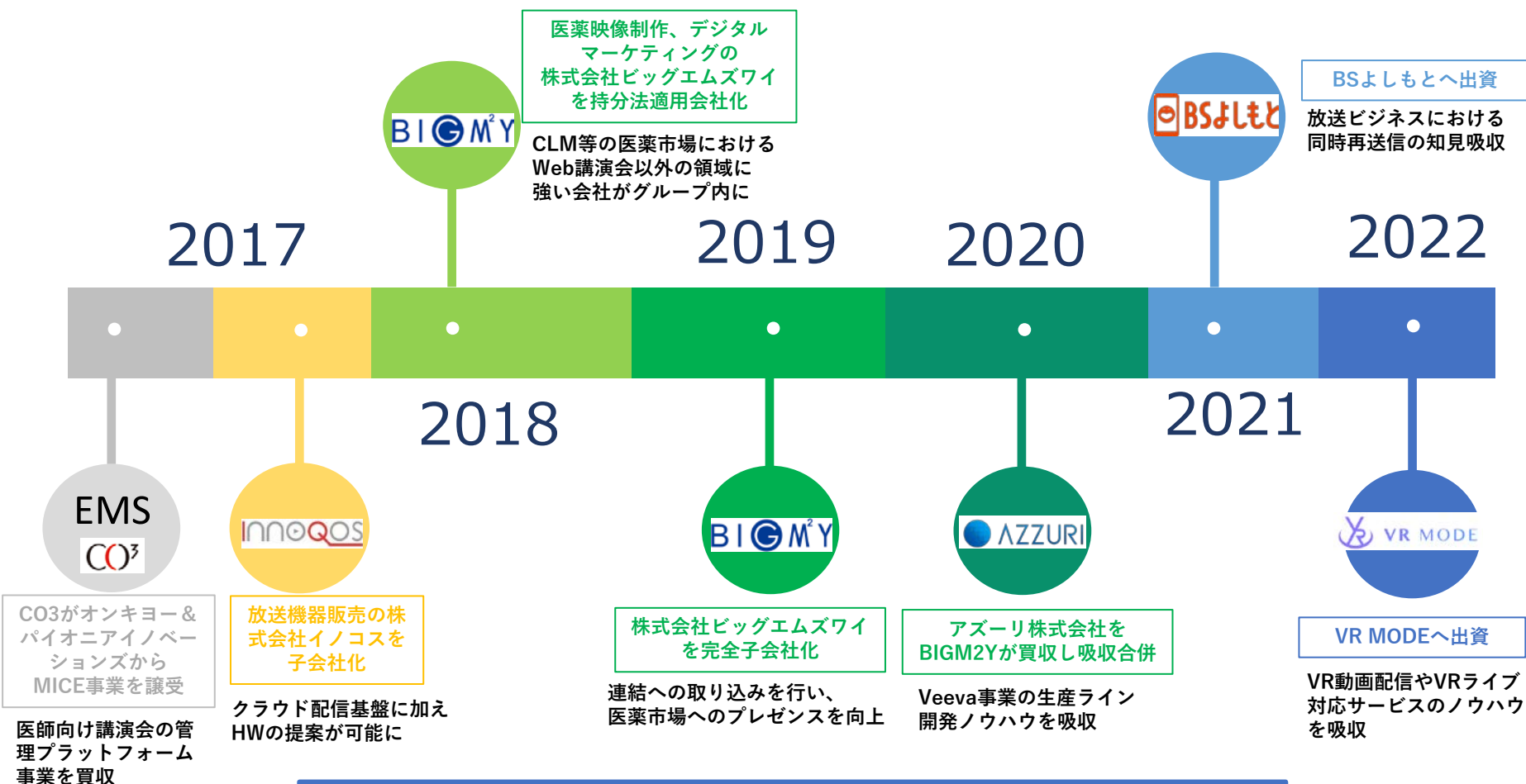
隣接SaaS

マーケティング

メディア

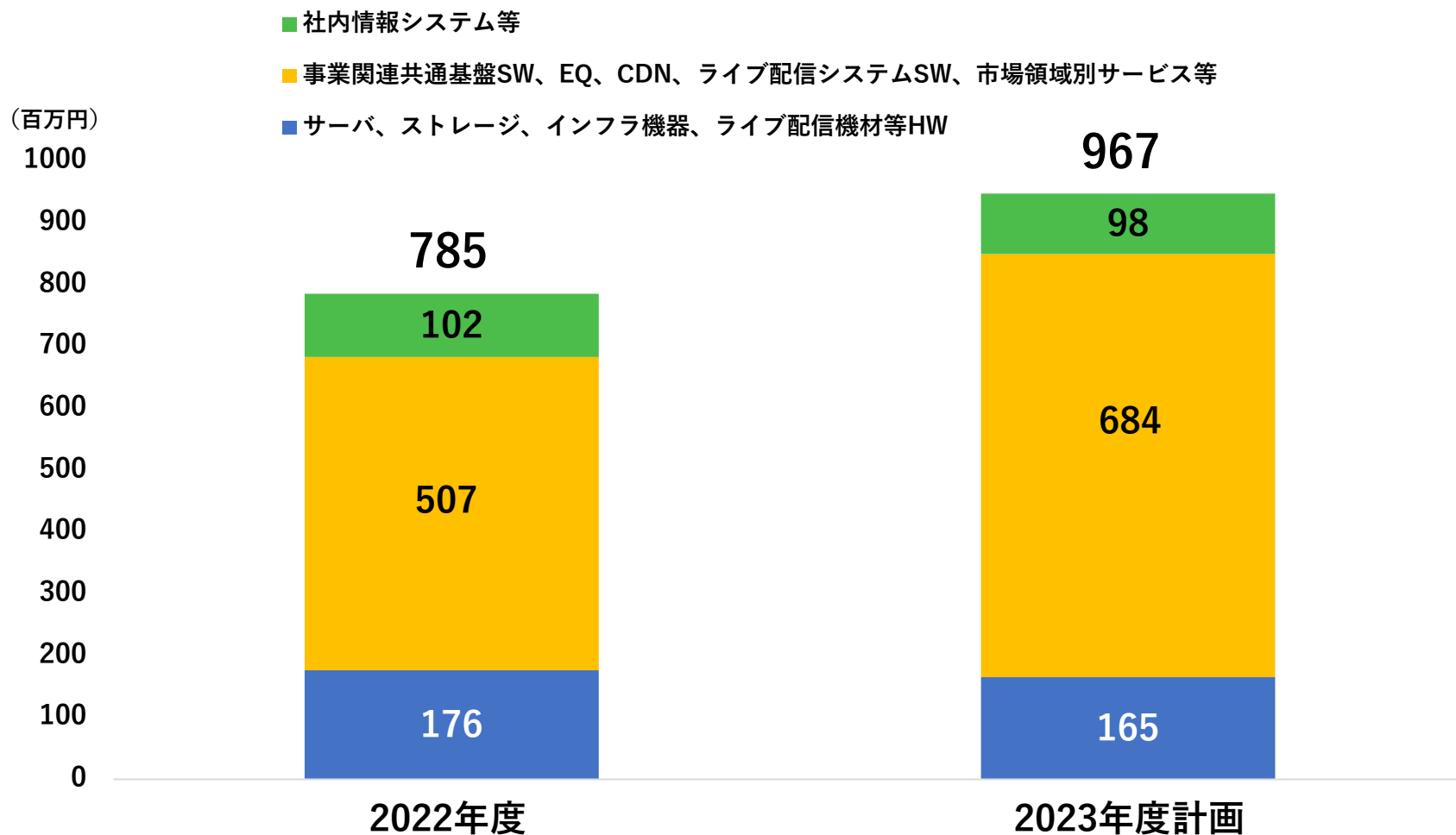
2020年10～11月：M&A原資調達のため自己株式を利用した新株予約権による資金調達（34億円）を実施
支出予定期間：2020年10月～2028年3月

※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。

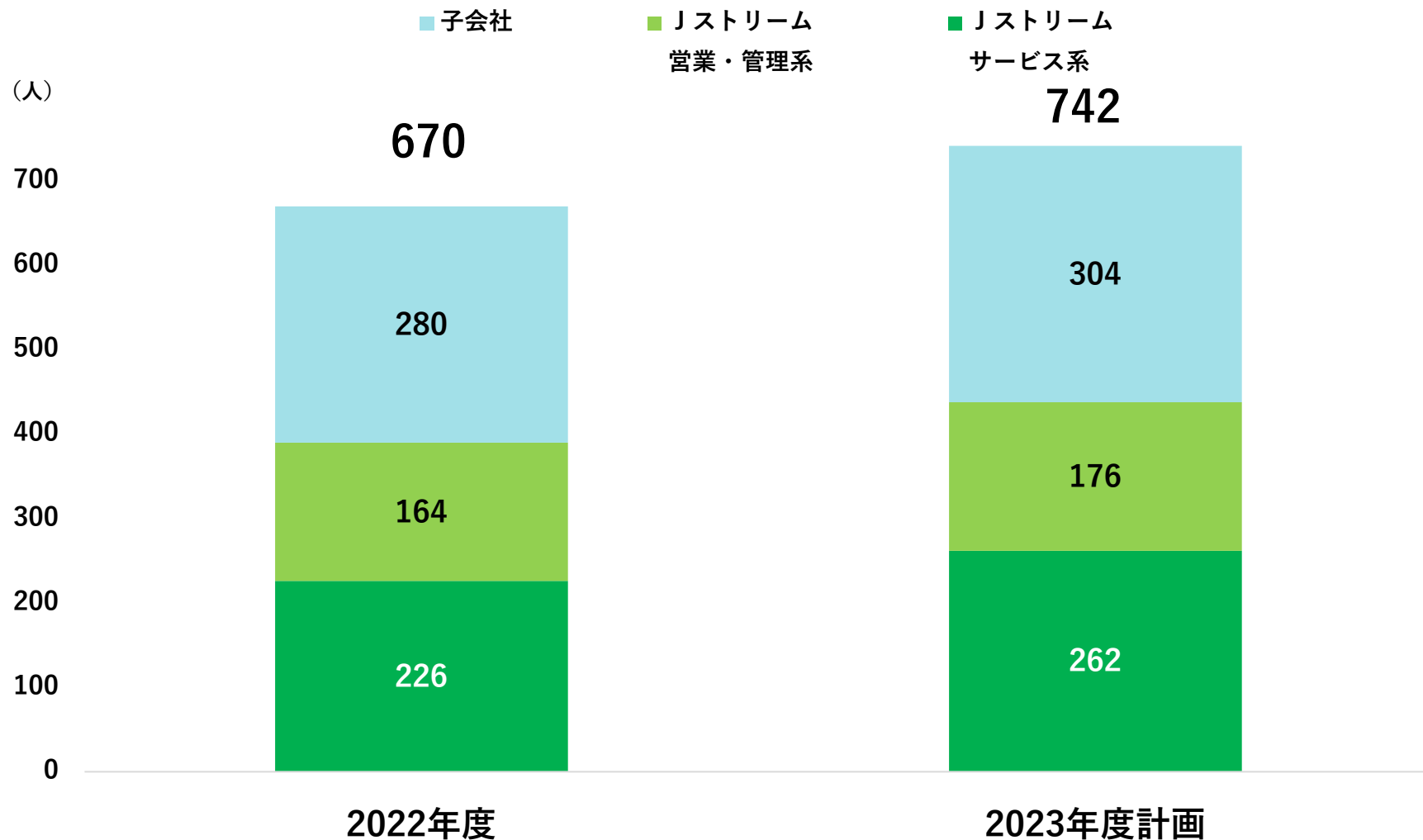


- 2017年以降、M&A 3件、事業譲受 1件、出資2件を実施
- 買収金額累計 16.7億円
- 2022年度における関連売上 28億円

- 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



- Jストリーム本体を中心に引き続き採用を推進
- 各種サービスに共通する基盤開発や、投入予定のサービス開発人員の比率が高い





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

- 「トラフィ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、インターネットトラフィ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
- トラフィ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



人々が実際に移動して会議に出席したり面談したりすることを、動画配信サービスで効率化することによって、移動に伴うエネルギー消費の効率化に貢献できます。

Jストリームでは、当社の事業成長＝CO2排出削減という認識のもと、動画配信のCO2排出量削減効果を広く理解いただけるよう情報発信も展開していきます。

移動により排出されるCO2量

【算出手順】

- ① Jストリームが実施に携わったオンラインセミナー参加者のアクセス地域を確認
- ② そこからセミナーが行われた場所へ移動したと仮定した場合のCO2排出量を算出

<代表的な開催地である東京と大阪において行われた、参加者1,000人～5,000人程度の複数のセミナーで確認した結果>

各々の開催地に移動（往復）して参加した場合のCO2排出量

東京開催・・・50～63kg／1名平均

大阪開催・・・38～44kg／1名平均

1,000人規模のセミナーを実開催した場合のCO2排出量
＝約40～60トン

ウェビナーに伴うCO2排出

① ネットワーク通信によるCO2排出

左のケースで実際に流れたデータ通信量

1人あたり最大240MB

$240\text{MB} \times 2.5\text{g/MB} = 600\text{g}$ （排出量）

（社団法人産業環境管理協会：1MBのネットワークデータ通信が排出するCO2は2.5g）

② 視聴用PCの電力消費に伴うCO2排出

1人あたり40W/h（ノートPCの消費電力）

× セミナー2時間

× $0.452\text{kg-CO2/kWh} = 36.16\text{g}$ （排出量）

（電力消費に伴うCO2排出量 東京電力 0.452kg-CO2/kWh ）

1,000人がオンラインセミナーを利用した場合
のCO2排出量はおよそ0.636トン
（ $(600 + 36.16)\text{g} \times 1,000\text{人}$ ）

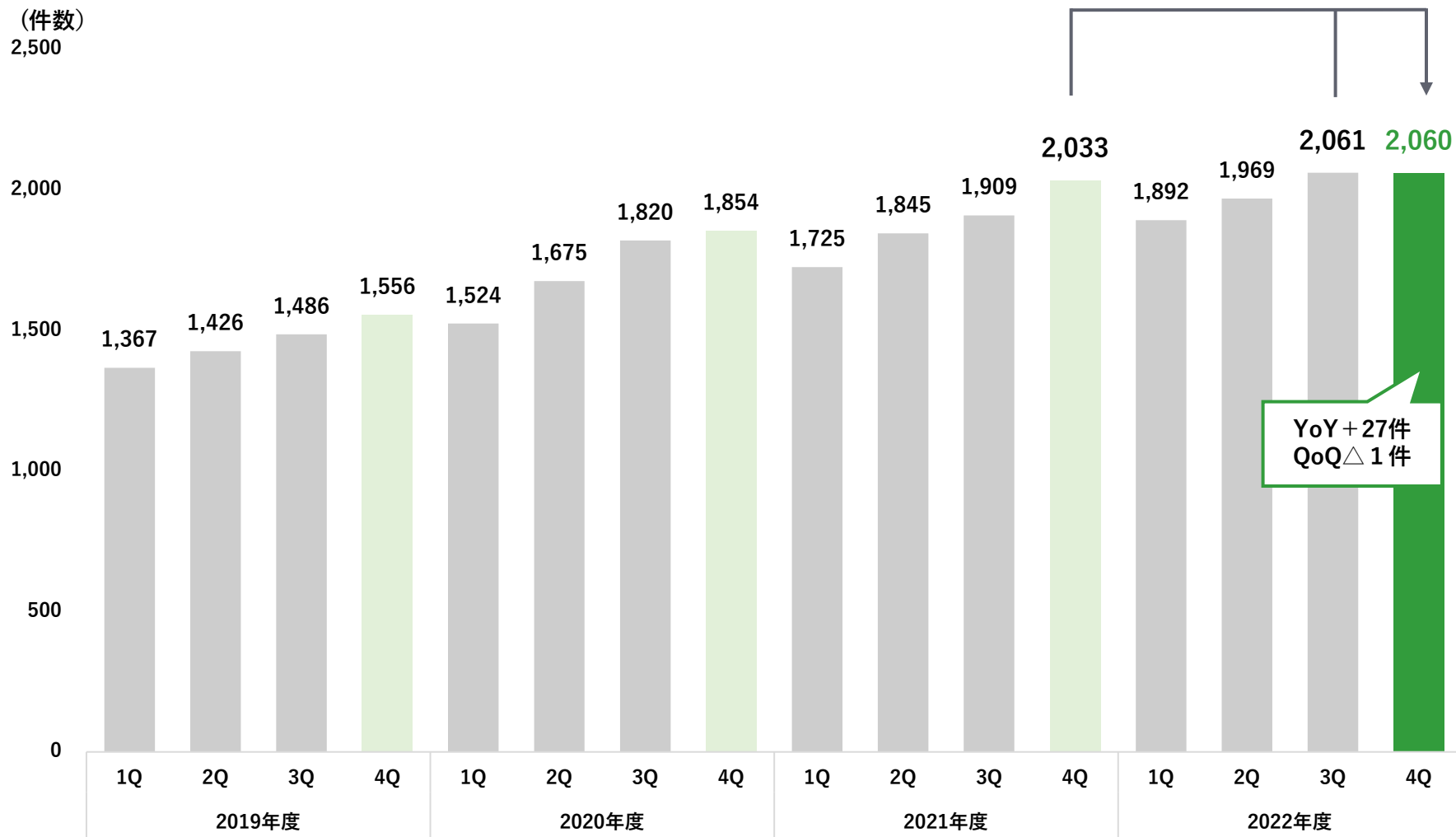
1,000人規模のセミナーのオンライン化により、
40～60トンのCO2排出量を640Kgに削減可能

補足資料



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。第4四半期においては、医薬市場が好調であった第3四半期からはわずかに減少しましたが、前年同期比と比較すると堅調に推移しています。





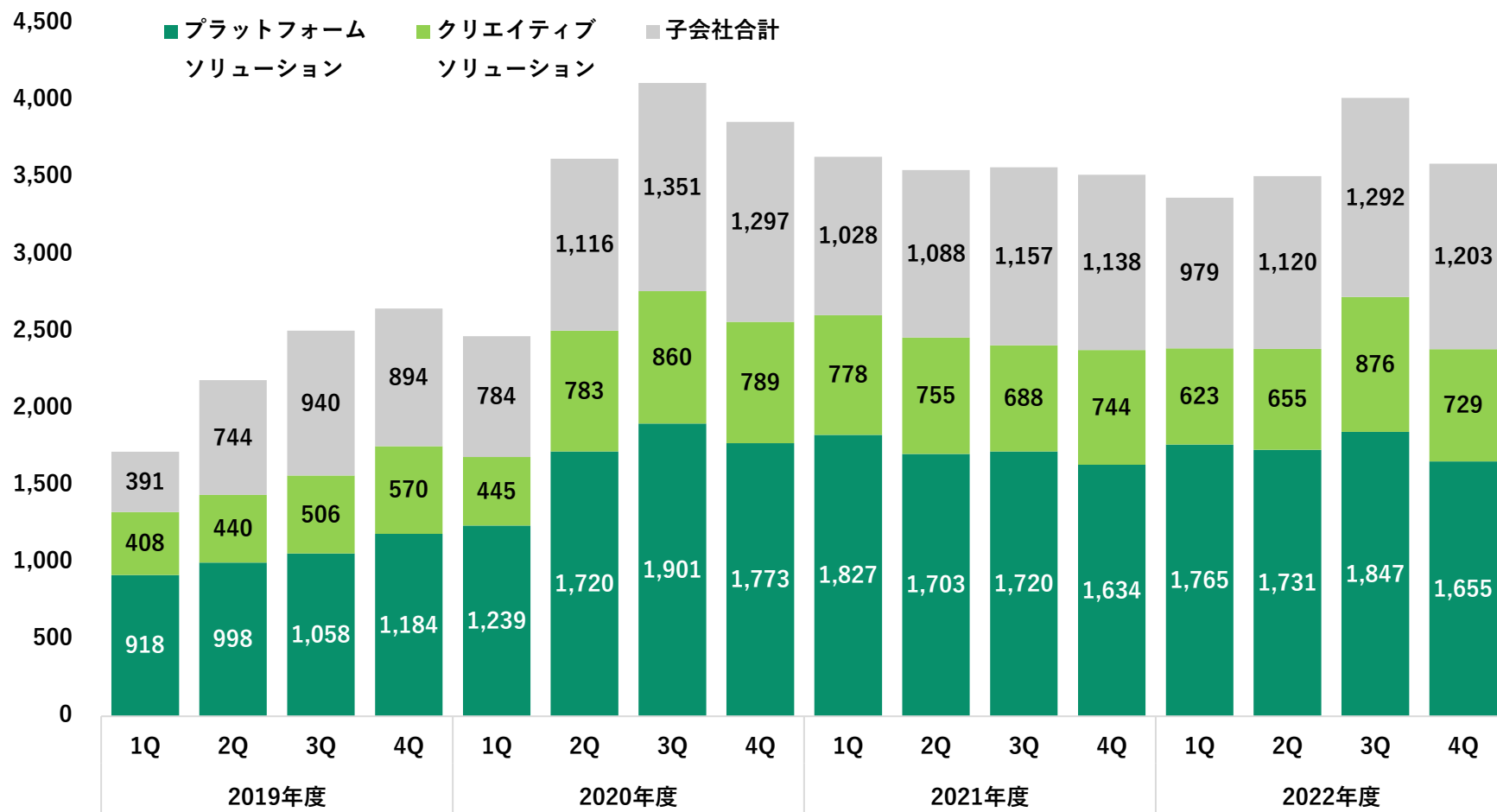
参考指標：ソリューション分類別売上推移（個別収益認識基準未適用）

もっと素敵な伝え方を。



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

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