

株式会社 J ストリーム

2024年 3 月期
(2023年度：第27期)
第 2 四半期決算 説明会

2023年10月27日

(単位：百万円)	2022年度 上期	2023年度 上期	増減率
売上高	5,903	5,581	△5.5%
営業利益	773	294	△61.9%
経常利益	763	309	△59.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	459	152	△66.9%

売上動向

- 第2四半期はコロナ5類移行によるリアルイベント回帰の傾向が想定よりも長く続いたことにより、医薬系企業からの受注だけでなく、一般企業におけるスポットでのセミナーや各種イベント等の受注が減少し、前年同期を下回った。メディア・コンテンツ系企業については引き続き運用や開発を中心とした売上が好調であった
- グループ子会社においては医薬系企業を主力顧客とする2社を中心に苦戦した

損益動向

- Jストリーム本体を中心に、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、労務費負担が増加したものの、売上が前年同期と比較し減少したため、営業利益も前年同期を大きく下回った
- グループ子会社においては、医薬系企業を主力顧客とする子会社が苦戦。うち1社の前年同期比の大幅な減少が減益に影響した

(単位：百万円)	2022年度 上期	構成比	2023年度 上期	構成比	増減率
売上高	5,903	100%	5,581	100%	△5.5%
売上原価	3,429	58.1%	3,602	64.5%	+5.0%
売上総利益	2,474	41.9%	1,979	35.5%	△20.0%
販売費及び 一般管理費	1,700	28.8%	1,684	30.2%	△0.9%
営業利益	773	13.1%	294	5.3%	△61.9%
経常利益	763	12.9%	309	5.5%	△59.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	459	7.8%	152	2.7%	△66.9%

上期における業績を踏まえ、2023年度の業績予想を修正しました。

(単位：百万円)	2022年度 実績	2023年度 期初予想	2023年度 修正予想	対前年実績 増減率	対期初予想 増減率
売上高	12,501	13,320	11,480	△8.2%	△13.8%
営業利益	1,663	1,665	516	△69.0%	△69.0%
経常利益	1,652	1,675	536	△67.6%	△68.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	873	1,040	219	△74.9%	△78.9%

期初予想発表時のシナリオ

医薬

- 円安や薬価法改定の影響等ありながらも各社販促のDX推進の意向は変わらず、市場は緩やかな成長を見込む
- 既存顧客のWeb講演会ハイブリッド化や新規顧客の開拓を進める

EVC (医薬以外)

- 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、動画の利便性の認知度拡大により、リアルとのハイブリッド開催の需要を中心に増加
- イベント開催形式の多様化に伴い、提供ソリューションの集客力や販売力強化、機能拡充を進める

OTT メディア・ コンテンツ

- コロナ禍を経て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他、番組供給事業者や公営競技等、顧客のすそ野が拡大しており大きな成長が見込める分野
- 更なる機能強化や新しい施策に向けた高度な技術・サービスの提供や顧客の拡大を進める

上期の着地・想定との差異

- 一部の上位顧客において新薬の販売延期や、薬価法改定に伴う価格下げの圧力、円安による日本市場の優先順位の低下等が影響し、販促費抑制の傾向が継続
- コロナの5類移行を受け、大型の全国講演会のリアル回帰や複数拠点開催の縮小等により、Web講演会受注数が減少
- 秋の講演会シーズンのピークが大きく伸長せず

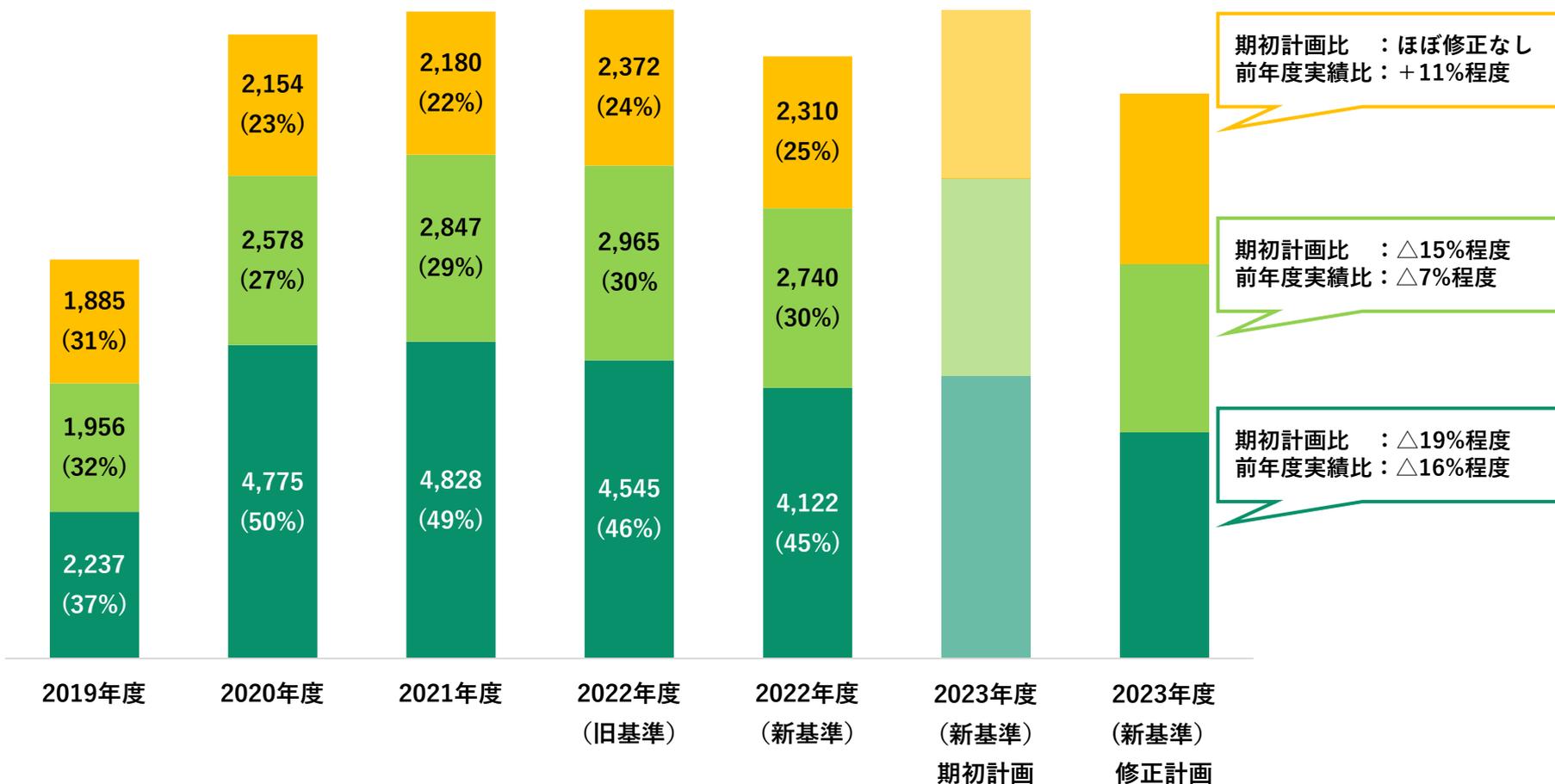
- コロナ感染症5類移行により、スポットでの販促目的のイベントやセミナー等をリアルでのみおこなう動きが想定よりも長く継続。これによりライブ配信を中心とした短期案件が減少

- 引き続き既存顧客からの開発・運用需要は堅調に推移。昨年的大型開発案件の運用売上が従来の既存案件に加わったことも貢献し、前年同期を大きく超える成長を達成

参考：Jストリーム単体の市場別修正計画

(単位：百万円)

- 医薬
- EVC (医薬以外)
- OTT (メディア・コンテンツ)



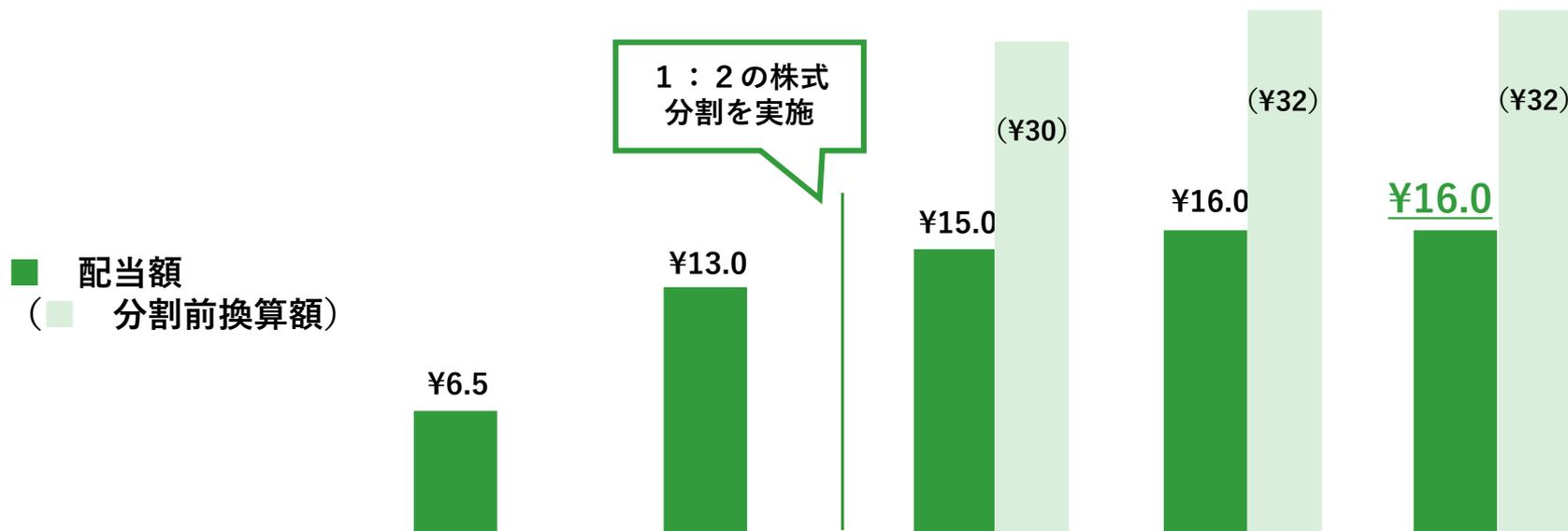
※市場別売上推移についてはJストリーム個別の実績を反映、2021年度までは会計基準の旧基準、2022年度より新基準で記載しております。

配当方針（期初計画から変更なし）

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。

通期業績予想につきましては、足元の状況鑑みて修正いたしました。が、期初の2023年度配当予想、1株当たり16円につきましては変更なしとしております。

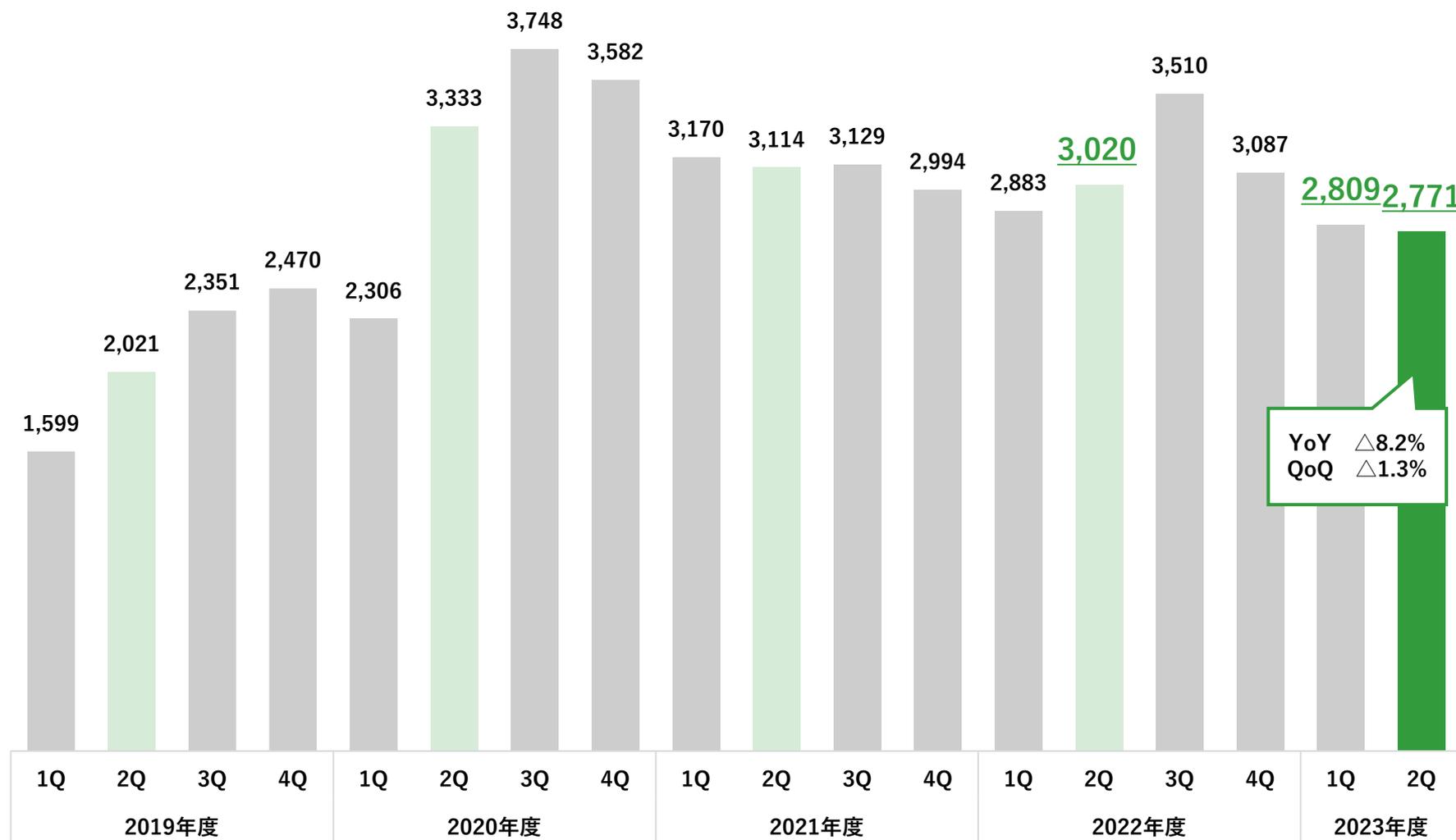
引き続き、事業拡大への投資の水準を踏まえつつも、過去の支払実績を前提に、安定性・継続性に配慮して利益還元を積極的に実施する、という基本方針で事業運営にあたります。



(単位：百万円)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度 (期初計画から 変更なし)
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	219 (予想修正実施)

第2四半期における売上高は、医薬系企業の受注や一般企業のスポット利用の減少等により、前年同期比8.2%減となりました。前四半期比では1.3%減となりました。

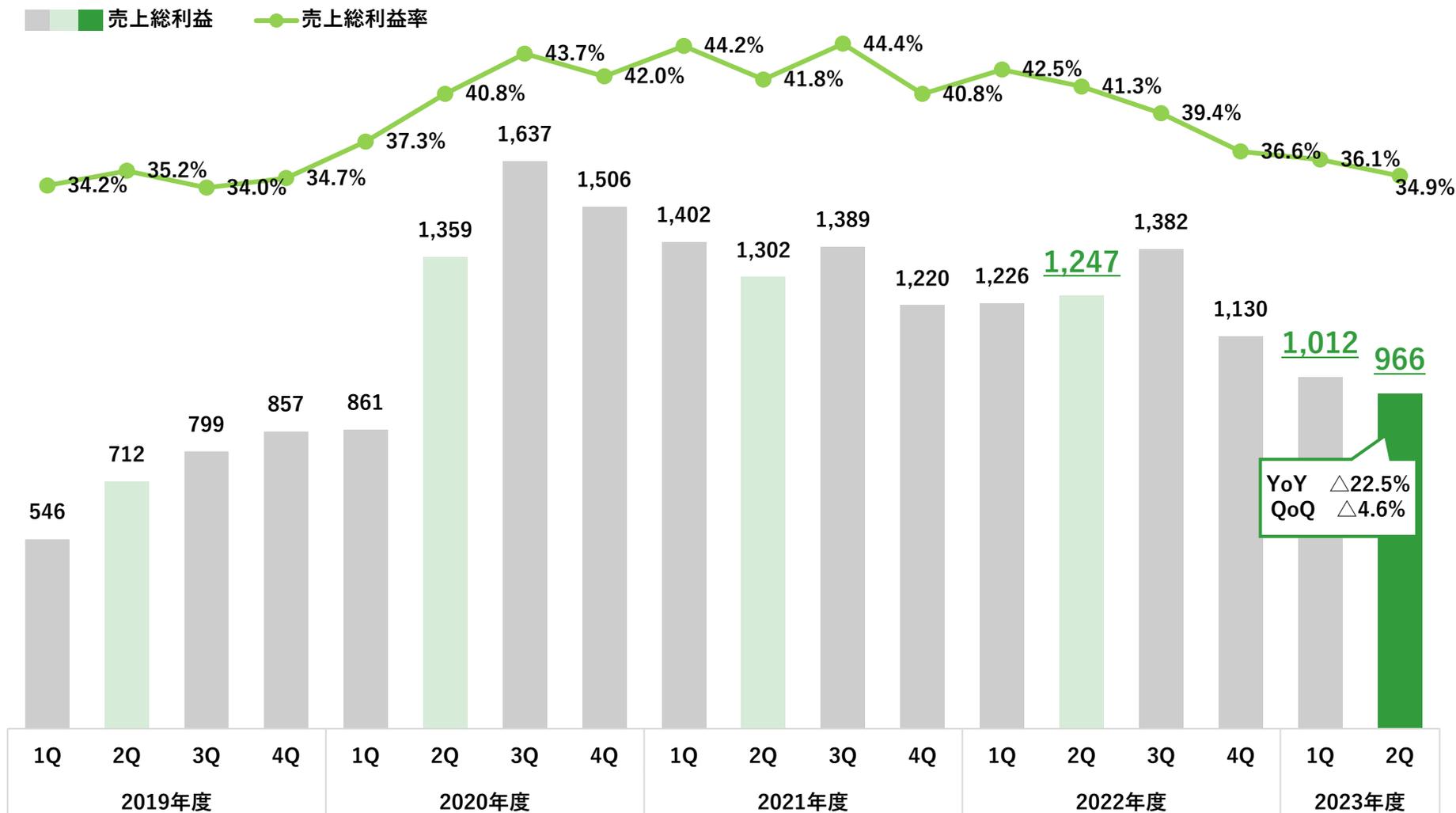
（単位：百万円）



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、サービス開発に伴う業務委託費用や労務費の増加等により、前年同期比22.5%減となりました。前四半期比では4.6%減となりました。

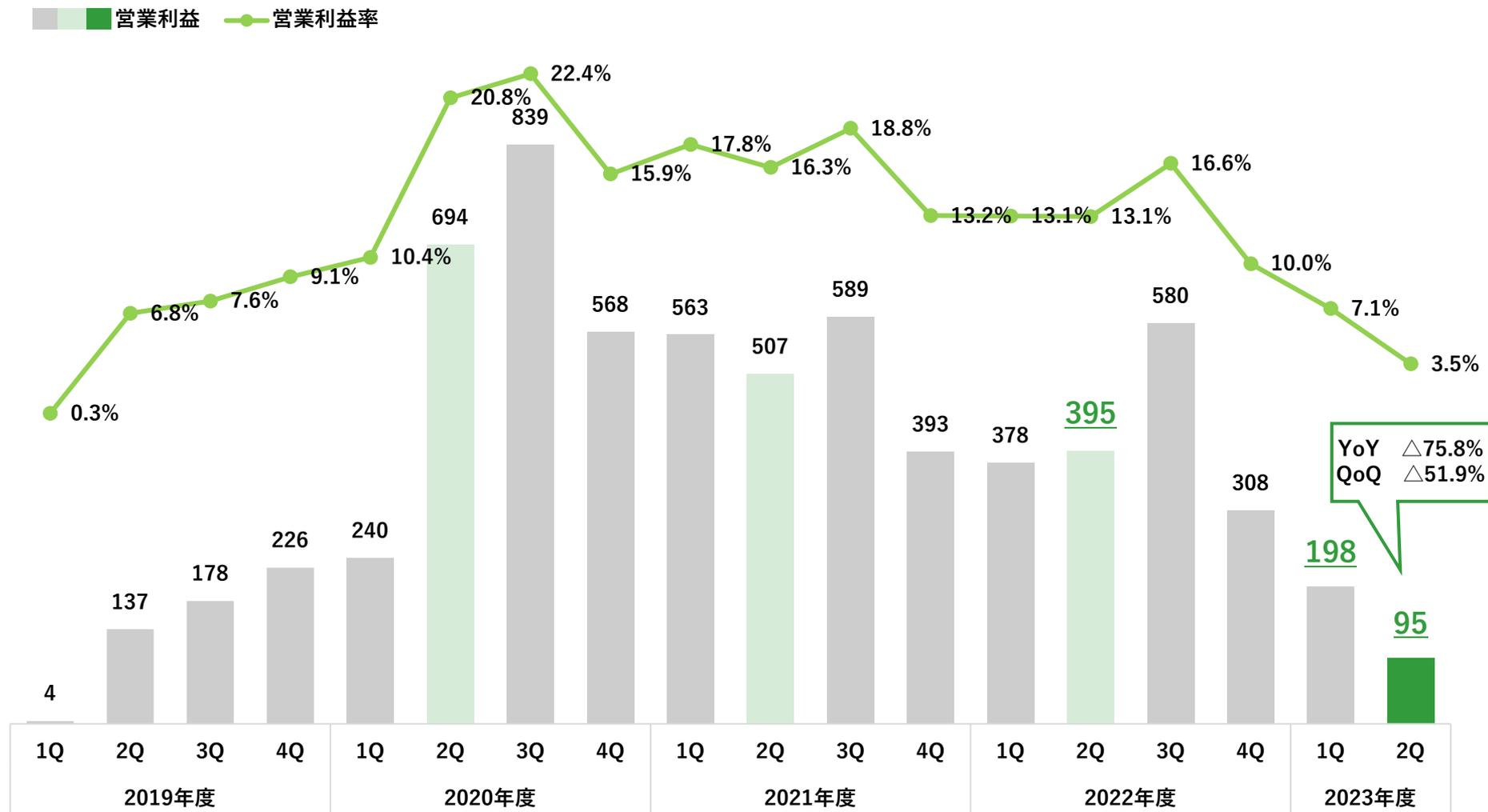
（単位：百万円）



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、売上の減少に伴い、前年同期比75.8%減となりました。前四半期比では51.9%減となりました。

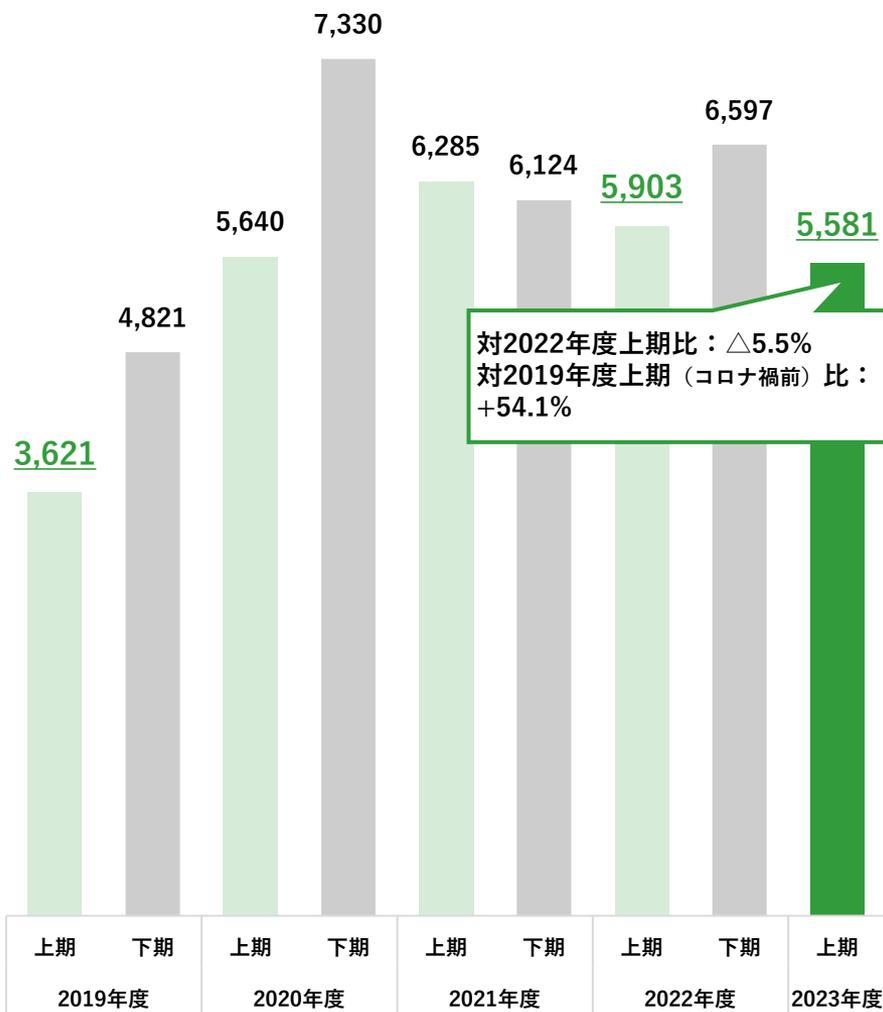
(単位：百万円)



売上高・売上高総利益・営業利益の半期毎の推移は以下の通りです。

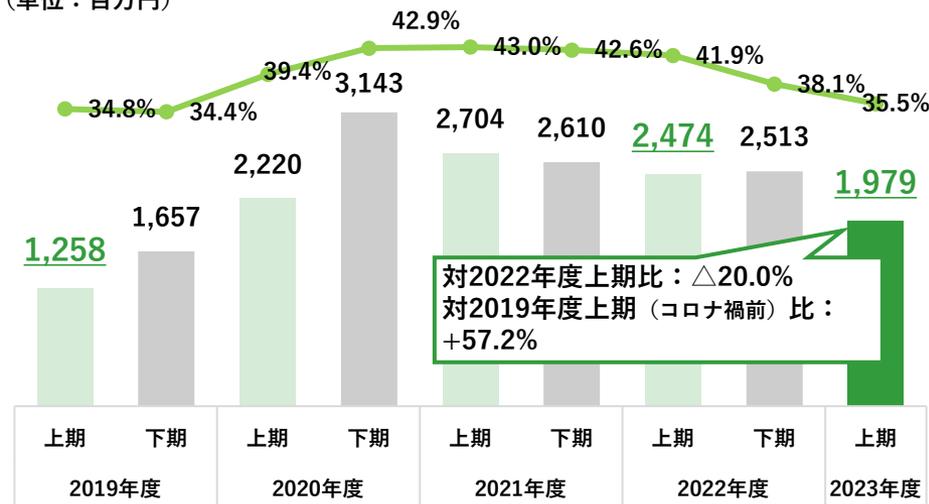
(単位：百万円)

売上高



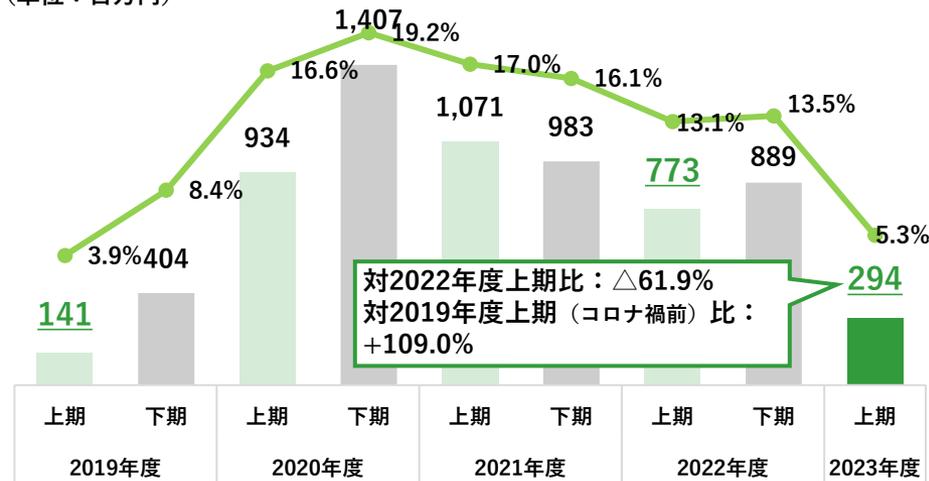
(単位：百万円)

売上総利益・売上総利益率



(単位：百万円)

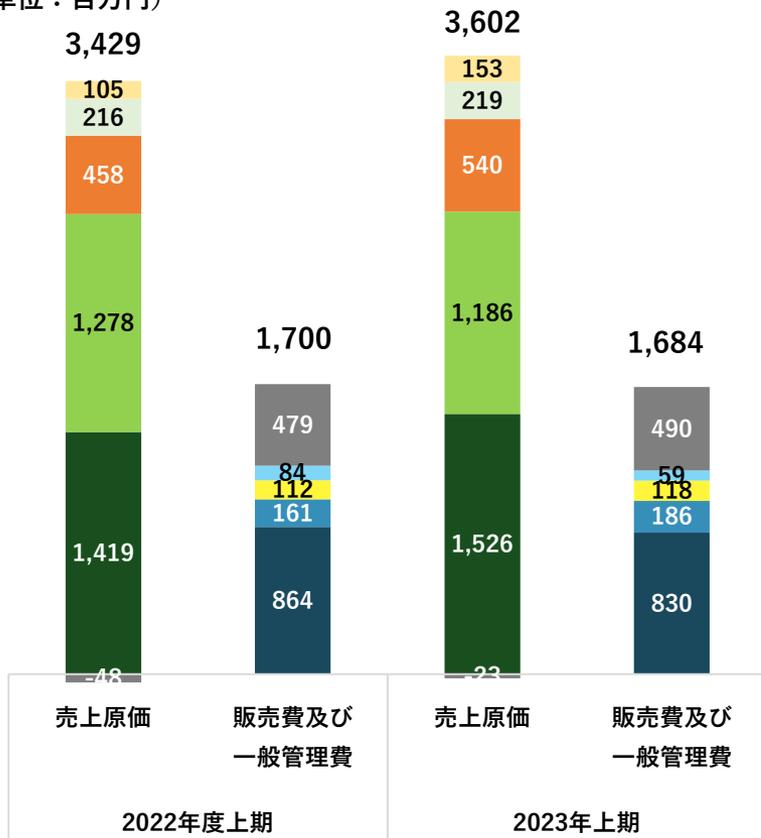
営業利益・営業利益率



売上原価と販売費及び一般管理費の状況（連結）

売上原価は将来の業容拡大を見据えた投資を実施した結果、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同期比7.6%増となりました。販管費は人件費の減少等により前年同期比0.9%減となりました。

(単位：百万円)



- 労務費
- 業務委託手数料（原）
- ロイヤリティ
- 人件費
- 業務委託手数料（販）
- 販管費その他
- 外注費
- 各種償却費
- 売上原価その他
- 販売支援費
- 求人費

主な変動状況

(単位：百万円)	2022年度 上期	2023年度 上期	増減率	変動要因
労務費	1,419	1,526	+7.6%	サービス開発体制拡充に伴う増加
外注費	1,278	1,186	△7.2%	ライブ配信等の内製化に伴う減少
業務委託手数料（原）	458	540	+17.8%	サービス開発に伴う増加
ロイヤリティ	105	153	+45.9%	各種クラウド利用費の上昇による増加
売上原価合計	3,429	3,602	+5.0%	—
人件費	864	830	△3.9%	子会社において制作支援系の部門の人員を原価部門に組み入れたため減少
販売支援費	161	186	+15.9%	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）	112	118	+4.9%	代理店施策強化のためのコンサルティング起用に伴う増加
求人費	84	59	△28.9%	採用効率化により減少
販管費合計	1,700	1,684	△0.9%	—

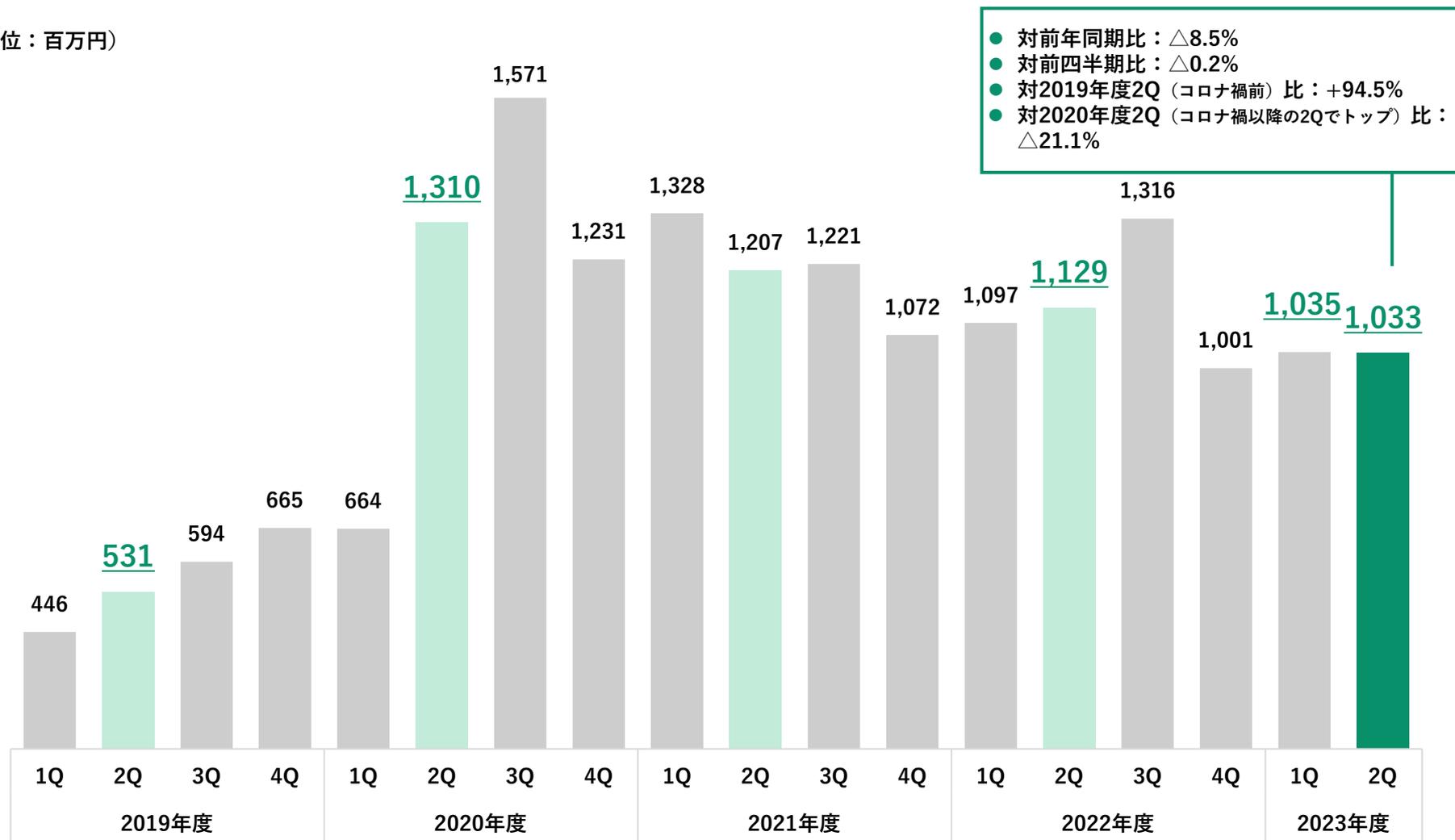
売上原価と販売費及び一般管理費の内訳（連結）

(単位：百万円)	2022年度 上期	構成比	2023年度 上期	構成比	増減率
労務費	1,419	41.4%	1,526	42.4%	+7.6%
外注費	1,278	37.3%	1,186	32.9%	△7.2%
業務委託手数料（原）	458	13.4%	540	15.0%	+17.8%
各種償却費	216	6.3%	219	6.1%	+1.2%
ロイヤリティ	105	3.1%	153	4.3%	+45.9%
通信費	131	3.8%	130	3.6%	△0.8%
仕入高	74	2.2%	102	2.8%	+37.3%
その他	△254	—	△255	—	+0.6%
売上原価 合計	3,429	100%	3,602	100%	+5.0%

(単位：百万円)	2022年度 上期	構成比	2023年度 上期	構成比	増減率
人件費	864	50.8%	830	49.3%	△3.9%
販売支援費	161	9.5%	186	11.1%	+15.9%
業務委託手数料（販）	112	6.6%	118	7.0%	+4.9%
支払手数料	42	2.5%	70	4.2%	+66.1%
求人費	84	4.9%	59	3.6%	△28.9%
地代家賃	58	3.4%	51	3.0%	△12.7%
その他	377	22.2%	367	21.8%	△2.6%
販管費 合計	1,700	100%	1,684	100%	△0.9%

一部の上位顧客における販促費の抑制、全国講演会のリアル回帰や複数拠点開催の縮小等によるWeb講演会受注数の減少により、前年同期を下回る結果となりました。

（単位：百万円）

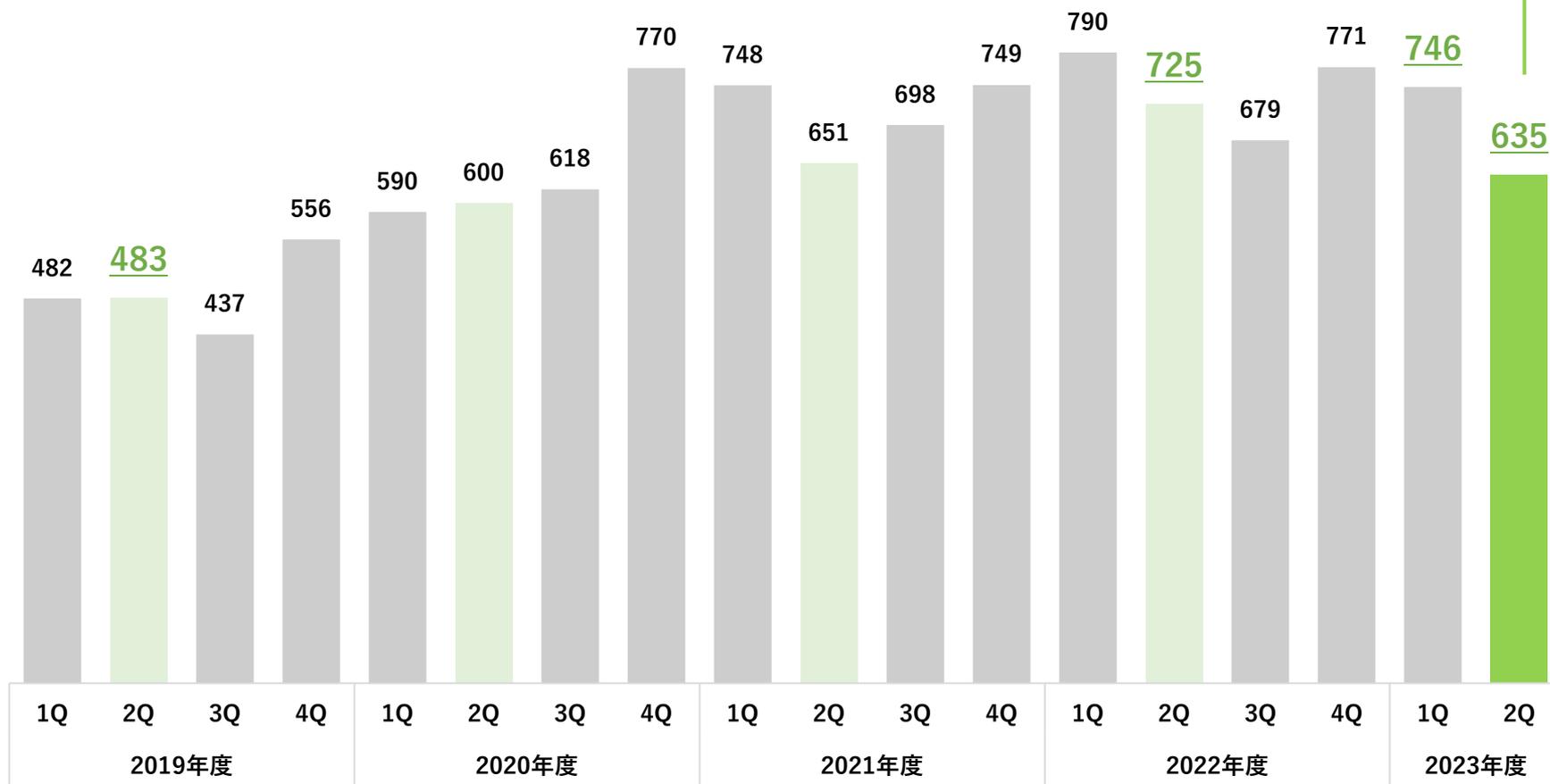


※ 1 市場区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因により、今後遡及して修正する場合があります

一般企業における販売促進のためのウェブセミナーやライブイベント等のスポット利用の需要に減退が見られたことにより、前年同期を下回る結果となりました。また、前四半期比も6月の株主総会集中期の反動減により減少しました。

（単位：百万円）

- 対前年同期（コロナ禍以降の2Qでトップ）比：△12.3%
- 対前四半期比：△14.8%
- 対2019年度2Q（コロナ禍前）比：+31.8%



※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



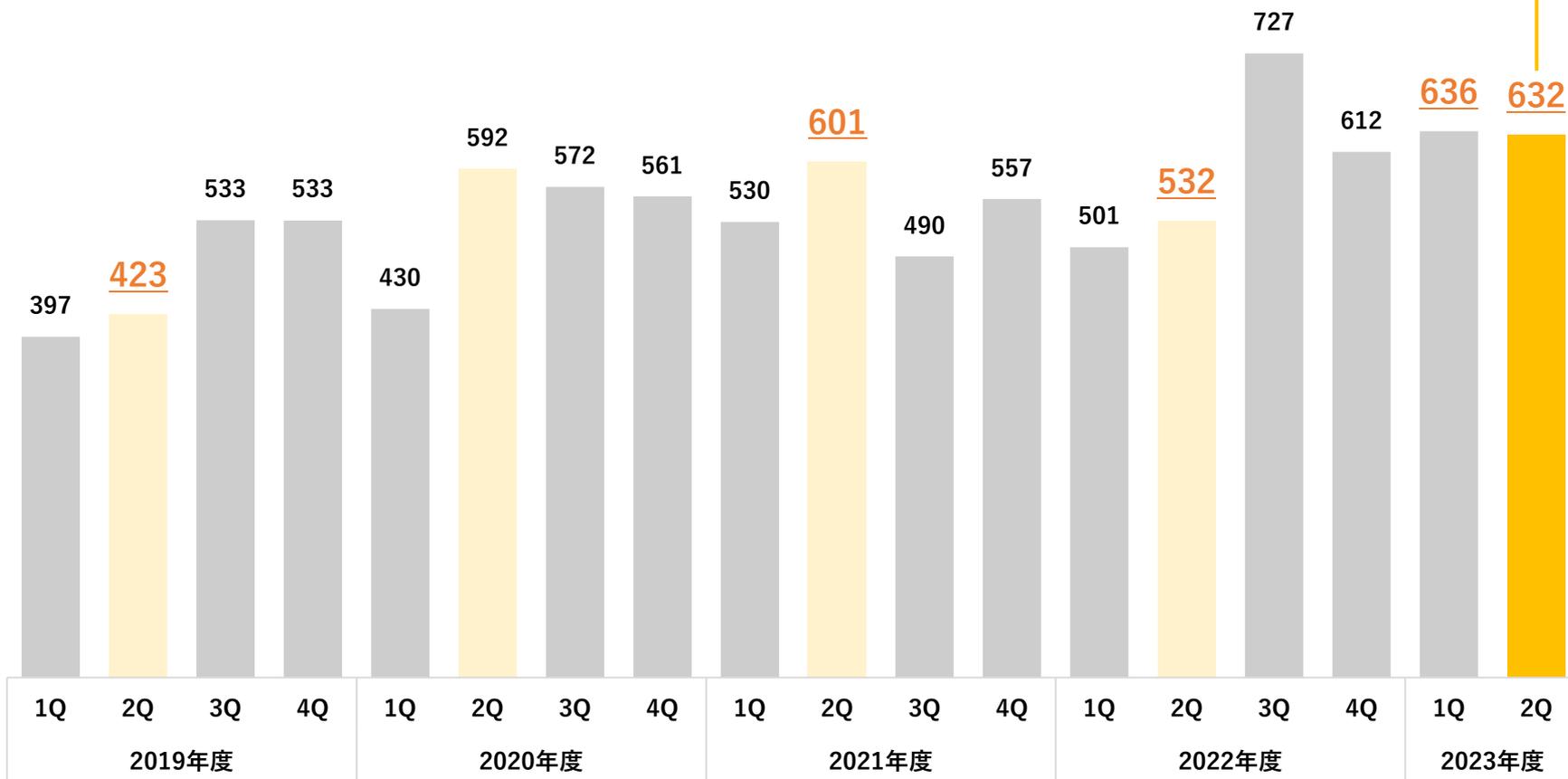
市場別売上四半期推移：メディア・コンテンツ (Jストリーム個別：旧基準)



放送局のネット配信サービス拡充に伴うシステム開発に加え、昨年大型開発のあった専門チャンネルの運用・保守の売上が加わり、前年同期を大きく上回る成長となりました。また前四半期比での微減は第1四半期における大口キャンペーンによるものです。

(単位：百万円)

- 対前年同期比：+18.9%
- 対前四半期比：△0.6%
- 対2019年度2Q（コロナ禍前）比：+49.5%
- 対2021年度2Q（コロナ禍以降の2Qでトップ）比：+5.2%



※ 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

(単位：百万円)	2019年度				2020年度				2021年度				2022年度				2023年度	
	Q1	Q2	Q3	Q4	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
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	1,025	1,022
放送	305	316	388	386	312	433	404	364	357	431	351	409	356	378	579	449	461	469
金融・保険業 (※1)	110	124	132	153	187	170	155	155	263	161	165	175	194	197	172	181	185	159
広告、情報サービス	80	82	88	122	101	120	177	140	117	103	99	105	91	103	110	110	102	105
出版・印刷業	33	36	22	39	57	56	67	65	69	63	65	55	89	65	53	63	94	65
教育・学習塾	48	46	46	45	64	60	50	68	46	52	61	63	56	57	54	53	52	53
他の事業サービス	79	36	35	42	37	69	54	68	54	59	62	66	50	61	55	61	52	48
政・経・文化団体	24	33	12	47	9	24	34	28	45	19	28	23	46	37	41	40	44	24
その他の業種合計	229	261	274	281	274	337	326	455	353	381	365	437	416	375	356	436	398	353
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	2,418	2,302

※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）

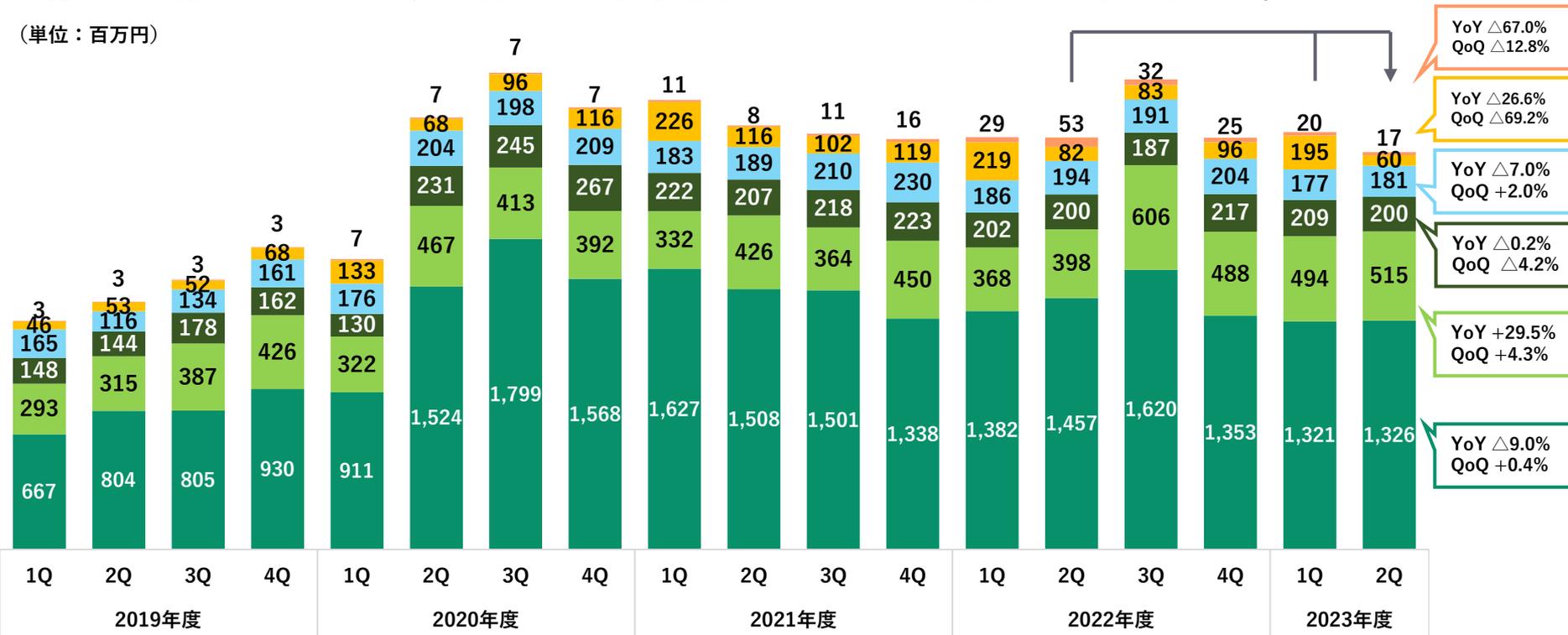
※2 2021年度においては、収益認識基準適用の影響から、初期設定費用等をサービス提供期間にわたって収益認識した要素が上表記載分以外に25百万円程度あり、表の合計額は短債記載の当期個別売上額9,879百万円と完全には一致しません。なお、25百万円のうち15百万円程度は放送業種、他はその他各業種に分散しております

※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)

前年同期比では引き続き放送局や専門チャンネルの運用・保守売上が好調な事業用インフラが大きく増加したものの、医薬Web講演会やスポットイベントの減少により販促・ブランディングが伸び悩んだ他、前年度に大口開発のあったCS／顧客サポートも運用フェーズに入り売上が減少しました。

(単位：百万円)



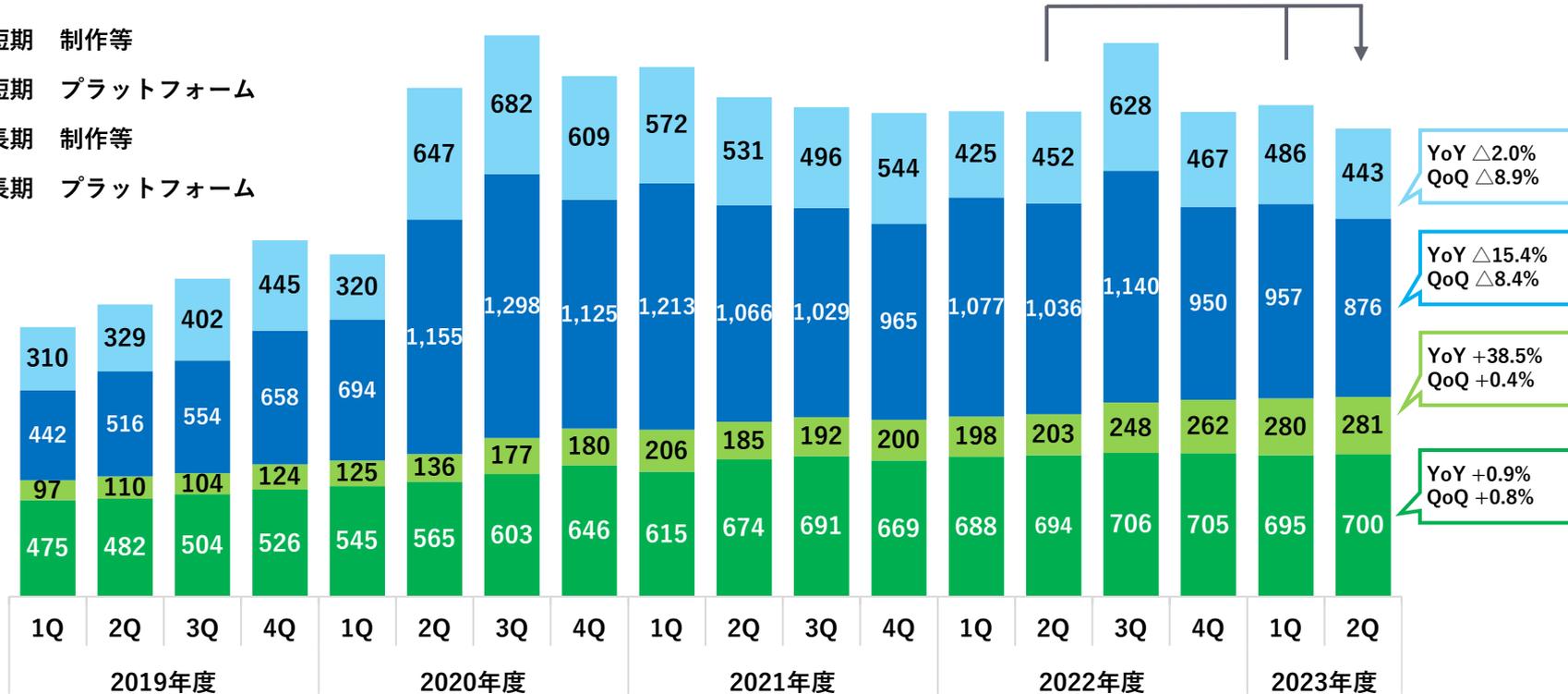
※ この度「情報共有」の定義を見直し、内容が「販促・ブランディング」や「事業用インフラ／サポート」に近いものは2022年度以前も含め分類を変更しました。このため2022年度までの開示資料における利用用途分類から変更が生じております。

- 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、BtoC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

引き続きストック性が強い長期プラットフォーム案件の売上が堅調に推移した他、制作系はシステム運用系が増加しました。

(単位：百万円)

- 短期 制作等
- 短期 プラットフォーム
- 長期 制作等
- 長期 プラットフォーム



	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q												
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%	40.3%	42.7%
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%	42.1%	44.4%
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%	36.6%	38.8%
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%	68.3%	68.5%

※ 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

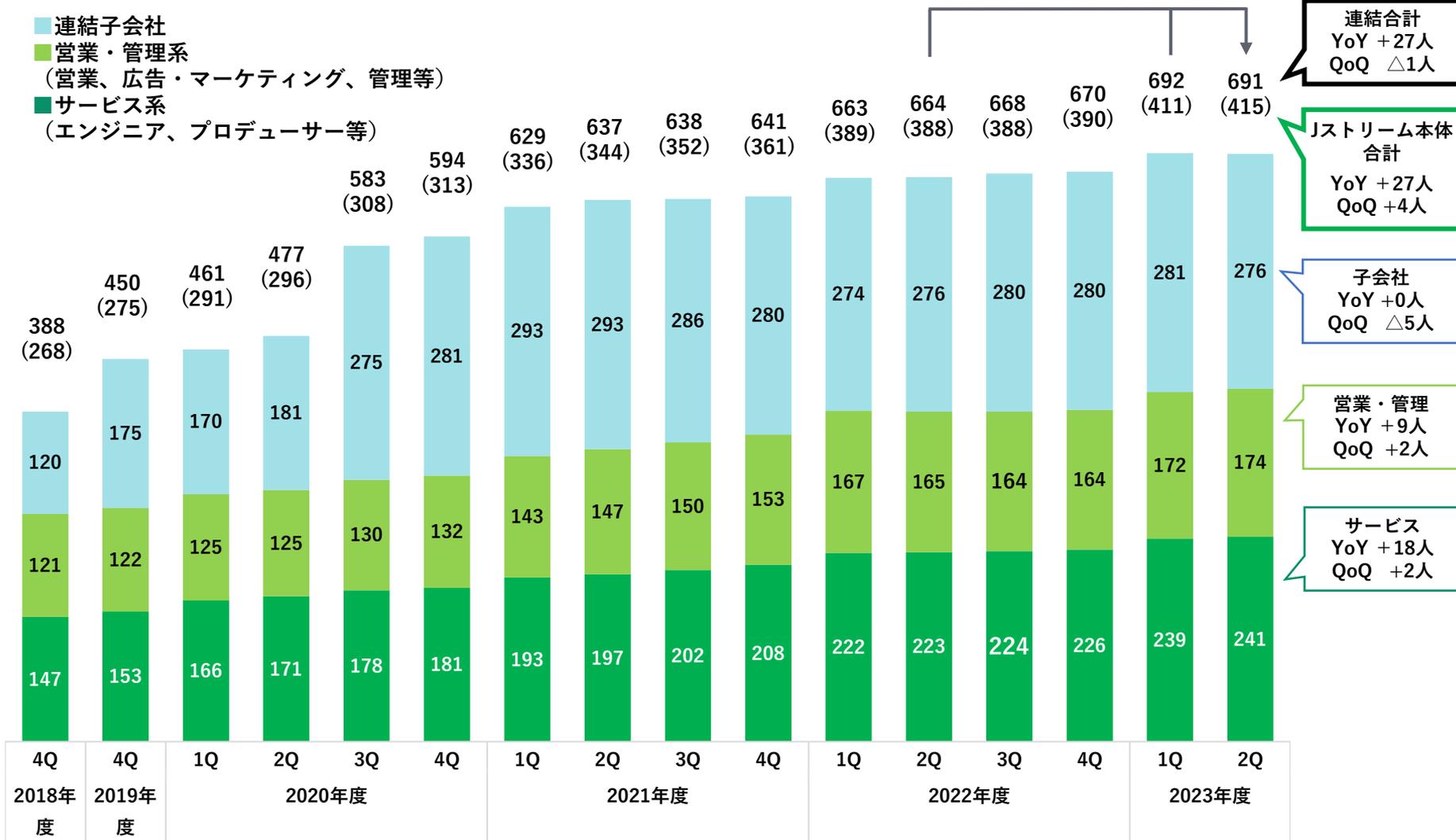
		主なサービス	主な利用業種・案件の特徴	利益率
長期*	プラットフォーム	動画配信プラットフォーム（J-Stream Equipmedia）の年間契約利用 オンデマンド配信 ユーザー自身によるライブ配信機能	一般企業の販促セミナーや社内情報共有、研修等に利用される。サービスとしての利益率は最も高く、ストック性が強い	高
		大量配信対応のCDN（J-Stream CDNNext）	メディア、スポーツ等の大量アクセスが発生するサイトや、自治体や公共交通機関の災害時の情報発信、大手企業サイト等アクセスが集中するサイトで利用。ストック性が強い	中
		大規模オンデマンド配信	メディアのコンテンツ配信サイトの長期運用。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

従業員 四半期推移

昨年度から引き続き、業容拡大に向けて人員の増強をした結果、前年同期比では増員しました。
下期以降は業績状況を鑑み、拡大のスピードをコントロールしてまいります。

(単位：人)



上期はサービスソフトウェア投資について、投資額としてはほぼ予定通り、ハードウェア投資は上期計画の6割程度の進展となりました。下期については業績状況を鑑み、EQ等提供価値を高めることを優先にソフトウェア投資を中心に推進し、ハードウェア投資は優先順位を厳密に絞り込みを行います。

(単位：百万円)

投資項目	2023 2Q 実績	2023 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 (仮勘定調整分：ソリューション開発の比率が高い)	288 96 42 13 6 79 (52)	684	42%
<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 	36 18 7 11	165	22%
<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 ✓ スタジオ設備等 	35 32 3	98	36%
投資額総計	359	967	37%

引き続き、健全な財務基盤を維持しております。

2023年3月末時点

(単位：百万円)

資産合計 12,963	負債合計 2,032
	流動負債 1,818
	固定負債 213
流動資産 10,561	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

2023年9月末時点

(単位：百万円)

資産合計 12,464	負債合計 1,772
	流動負債 1,626
	固定負債 145
流動資産 9,552	株主資本 10,262
	(資本金 2,182 資本剰余金 3,899 利益剰余金 4,487 自己株式 △306)
固定資産 2,912	
(有形固定資産 471 無形固定資産 1,952)	
	非支配株主持分 428
	純資産合計 10,692

トピックス

「動画を継続的に自社内で作りたい」という
内製化ニーズに応える
『動画内製化支援』を提供開始



動画内製化に取り組む顧客に合わせて必要な支援を実施する「動画内製化支援」をサービスメニューとして提供開始。自社内での動画制作への支援を通して、企業における動画活用を推進

内製化支援の一例

- ・ 動画制作ノウハウのレクチャー
- ・ 機材導入支援
- ・ 動画のクオリティチェック
- ・ 動画制作レクチャー
- ・ 継続的なコンテンツ制作の併走

製薬企業のWeb講演会に参加した医師同士が
ディスカッション等を実施できる
新サービス「Webinar Lounge」提供開始

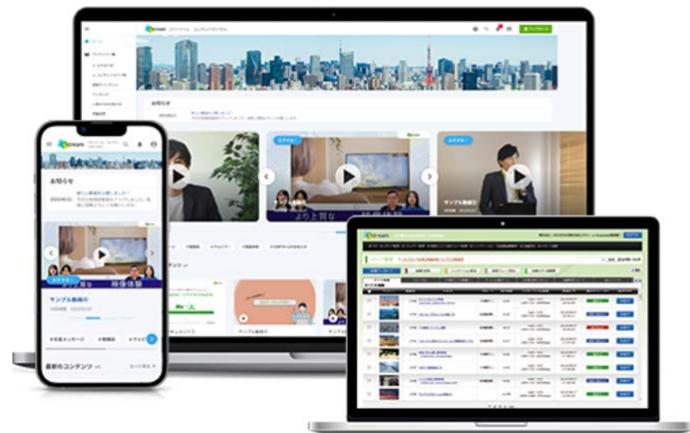


Web講演会において参加する医師たちの、「もっと薬剤や講演テーマについて知りたい」というニーズに応えるために、参加した医師同士やMR/MLSが、直接コミュニケーションを取ることが出来る双方向コミュニケーションサービスとして「Webinar Lounge」をリリース

オフライン同様、オープンな双方向コミュニケーションが可能。

Web講演会で生じた臨床疑問をその場で解決につなげることで、製薬企業の顧客である医師のWeb講演会の満足度向上に貢献

『J-Stream Equipmedia』 『J-Stream CDNext』 が 情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) 認証を取得



J-Stream Equipmedia



当社の主要サービスである動画プラットフォーム『J-Stream Equipmedia』とCDNサービス『J-Stream CDNext』が情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS : Information Security Management System) 認証基準の国際規格「ISO/IEC 27001 : 2022」及び、クラウドセキュリティに関する国際規格「ISO/IEC 27017:2015」を取得

当社がこれまで情報セキュリティ対策に取り組んできた中で、一層のセキュリティレベルの向上が社会的な責務であると認識。情報資産に対し適切なリスクアセスメントを実施し、総合的な情報セキュリティを確保する目的で当社の主要サービスにおけるクラウドサービスが適切に運用・管理されていることの認証として取得

クロスコ株式会社、メタバースイベントサービス「METAGOイベントパッケージ」の提供を開始



子会社のクロスコ株式会社にて、メタバース上でのイベントを短い準備期間・高品質・低価格で実施できる「METAGOイベントパッケージ」の提供を開始

メタバースイベントの開催と運営に必要な要素をシステム・サービス化し、バーチャルオフィスサービス「METAGO」をベースにした「METAGOイベントパッケージ」を開発
イベント参加者・主催者の「講演者や参加者と直接会って交流したい」というニーズを叶え、オンラインイベントの新たな価値提供に貢献

株式会社ビッグエムズワイ、医療系Web講演会の出張サービス「どこでもバーチャルプロダクション」の提供を開始



子会社の株式会社ビッグエムズワイにて、3D仮想空間のWeb講演会を出張先でも開催できる「どこでもバーチャルプロダクション」の提供を開始

専門スタジオ以外でのバーチャルプロダクションによる演出を可能にすることで、Web講演会に登壇する医師の居住地や滞在地を問わずに講演会の配信ができるように。ハイクオリティな演出を場所の制限なく、もっと気軽にできるようサポート

2023年度下期の施策

予算修正にあたっては以下の①②を実施いたします。また、売上拡大が重要ですので③に注力してまいります。

1

徹底的なコスト削減の実施

- 費用の見直し等によるコスト削減の徹底

2

採用スケジュールの見直し

- 将来に向けたサービス開発は継続するも、業績状況を鑑み採用人員を抑制

3

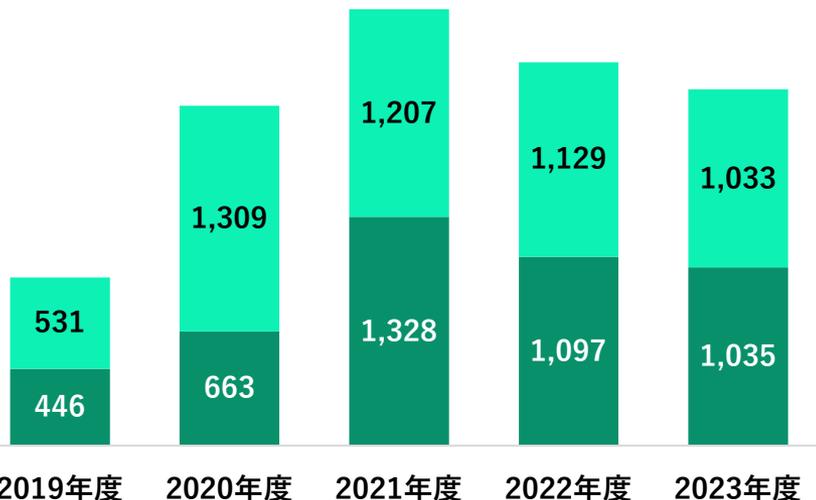
市場別成長戦略の見直し及び追加施策の実施

- 注力市場や利用用途におけるニーズの変化に伴う施策の見直しの他、来期以降の成長に繋げる追加施策の実施

上期売上推移

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q



※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

取り組み状況

Web講演会事業

- 上位顧客の中で販促費縮小等の動きがある中、その他の顧客層への提案強化の他、製薬系企業向けITイベントの出展等を通じ、新規顧客への提案を強化。中堅顧客を中心とした顧客のすそ野拡大を推進中

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利用の拡大を推進
- Web講演会における医師とMR同士が双方向でコミュニケーションができる新たな交流ツールとしてWebinar Loungeの提供開始

下期に向けた施策

Web講演会事業

- 顧客拡大については引き続き未受注の大手企業や中堅企業を中心に開拓を加速
- 以下の新サービスの提供による新たなWeb講演会ニーズの発掘を推進
 - ①ハイブリットイベントのコンパクト版
 - ②XR・Webinar Lounge・演出強化等による高付加価値サービス
 - ③医師の働き方改革に向けたソリューション提案

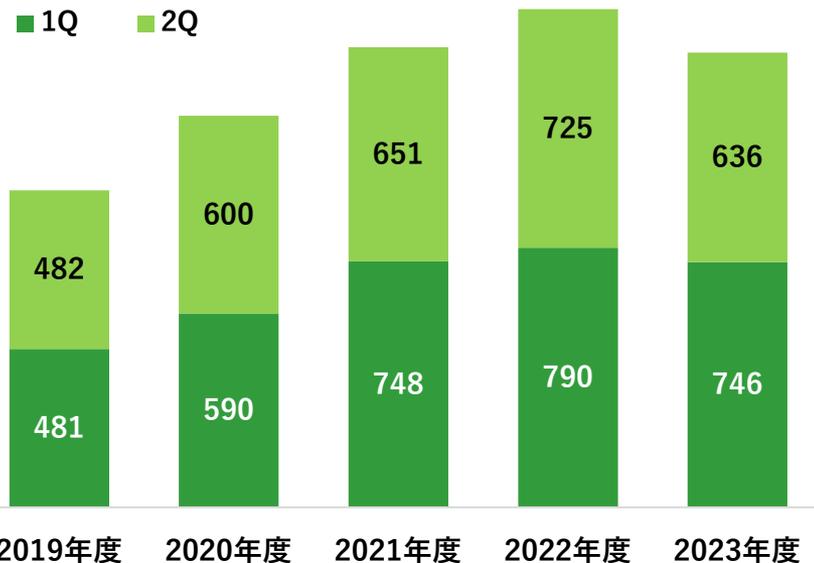
医薬のデジタルマーケティング支援

- WebinarAnalyticsは既存企業の利用活性化を推進する他、未受注企業に向けてはイベント出展やトライアル利用等を通じた提案による利用拡大を狙う
- 引き合いが増加しているエリア講演会については既に好感触を得ている各種パッケージサービスの顧客ニーズに合わせたアップデートにより案件獲得の増加を目指す

上期売上推移

(単位:百万円)

■ 1Q ■ 2Q



※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

取り組み状況

注力利用用途への動画プラットフォーム拡販

- 前年同期比では長期案件は堅調に伸長したものの、企業のスポットイベントにおける利用が減少したことにより短期案件が減少。

J-Stream Equipmedia (EQ) 売上動向

上期売上動向	前年同期比 +4.6%
(内訳) 長期案件売上	前年同期比 +8.7%
短期案件売上	前年同期比 △15.3%
9月末時点アクティブアカウント数	前年同期比 △0.6%

- パートナー販売拡大に向け、パートナーセールス専任部署の新設や外部コンサルの下での代理店販売戦略を構築

新サービス・新領域への進出

- 製造業等の現場における動画マニュアルサービスを展開する「VideoStep」の子会社化。足元では前年からARRは5倍に成長し、“動画をだれもがかんたんに活用できる社会基盤をつくる”というミッションをJストリームグループとして推進

下期に向けた施策

注力利用用途への動画プラットフォーム拡販

- 主要サービスEQの専任営業チームを新設、新規顧客獲得に向けたアプローチ推進
- 上期に構築した代理店販売戦略の実行フェーズに移行し、EQのパートナー販売拡大を図る
- バーチャル株主総会については2024年3月、および6月の利用に向けた施策を実施

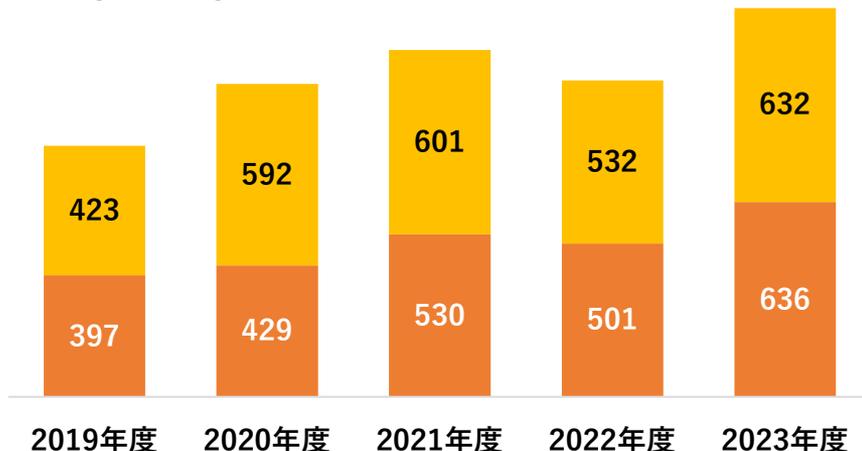
新サービス・新領域への進出

- VideoStepについては10月より本格的にJストリームでも代理販売を開始し、主要サービスとの連携も予定。既存顧客のあらな需要発掘や、新規顧客獲得に向けて推進
- 企業の動画制作の内製化を支援する「内製化支援サービス」の提供を開始。既に引き合いが出ている企業を皮切りに案件の獲得、並びに既存顧客からの新たな支援サービスの実現を検討

上期売上推移

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q



※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

取り組み状況

放送局等のDX化推進

- 既存の放送局のシステム開発や、前年下期に獲得した専門チャンネル向けシステムの運用が売上に貢献。今期もDX化ニーズのある新規顧客への提案を継続中

エンタメ市場向けソリューションの展開

- 昨年から引き続きBS/CS・ローカル局に加え、公営競技・スポーツコンテンツ、大手キャリア向けにもDX化を推進
- 放送局等の動画配信サービスにおけるラグビーワールドカップやJリーグの国内大会、世界水泳選手権等の各種スポーツ大会の配信を支援

下期に向けた施策

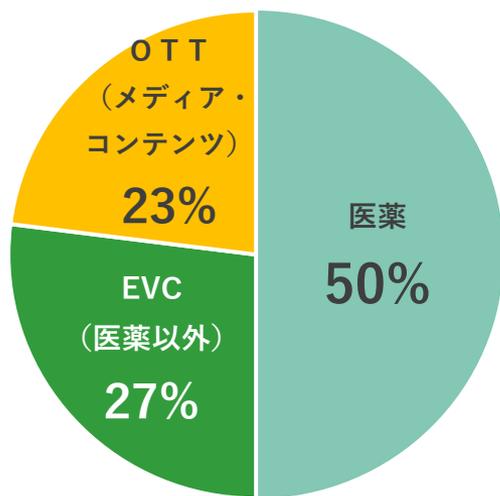
放送局等のDX化推進

- 既存の放送局に向けては引き続き旺盛な開発ニーズに対応すべく、運用案件の他、新たな技術・サービス支援の提案を通じ、継続的な長期売上の積み上げを図る
- 各種スポーツイベント等、時節もの・入札案件の獲得

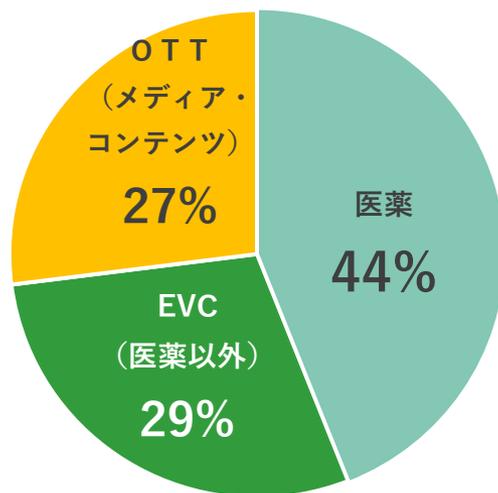
エンタメ市場向けソリューションの展開

- 既存顧客事例の横展開を通じた来期以降の成長につながる顧客層の拡大を引き続き推進
- マルチアングルやマストバイキャンペーン等のソリューションサービスの提案を継続

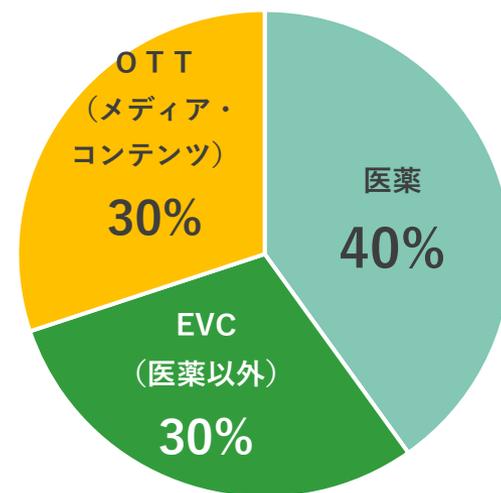
さらなる成長が見込まれるメディア・コンテンツ市場を中心に、医薬市場以外の領域を伸ばし、医薬市場だけに頼らない売上ポートフォリオの構成を目指していきます。



2020年度末時点



2023年度上期時点



2023年度末時点

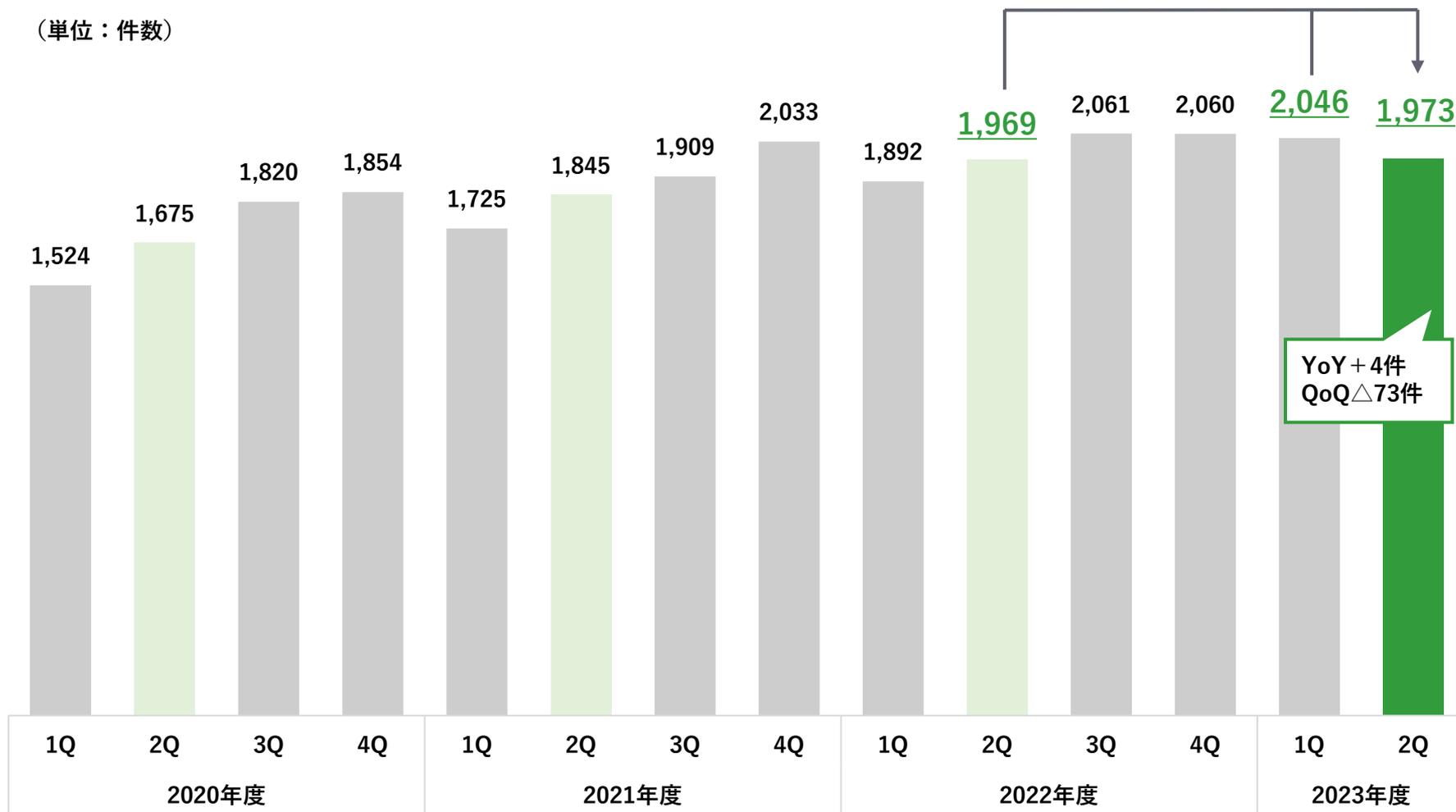
補足データ

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。

今期は前年同期比で売上が減少しているものの、取引先窓口数については前年同期と同水準で底堅く推移しています。

（単位：件数）





参考指標：ソリューション分類別売上推移

(個別収益認識基準未適用)

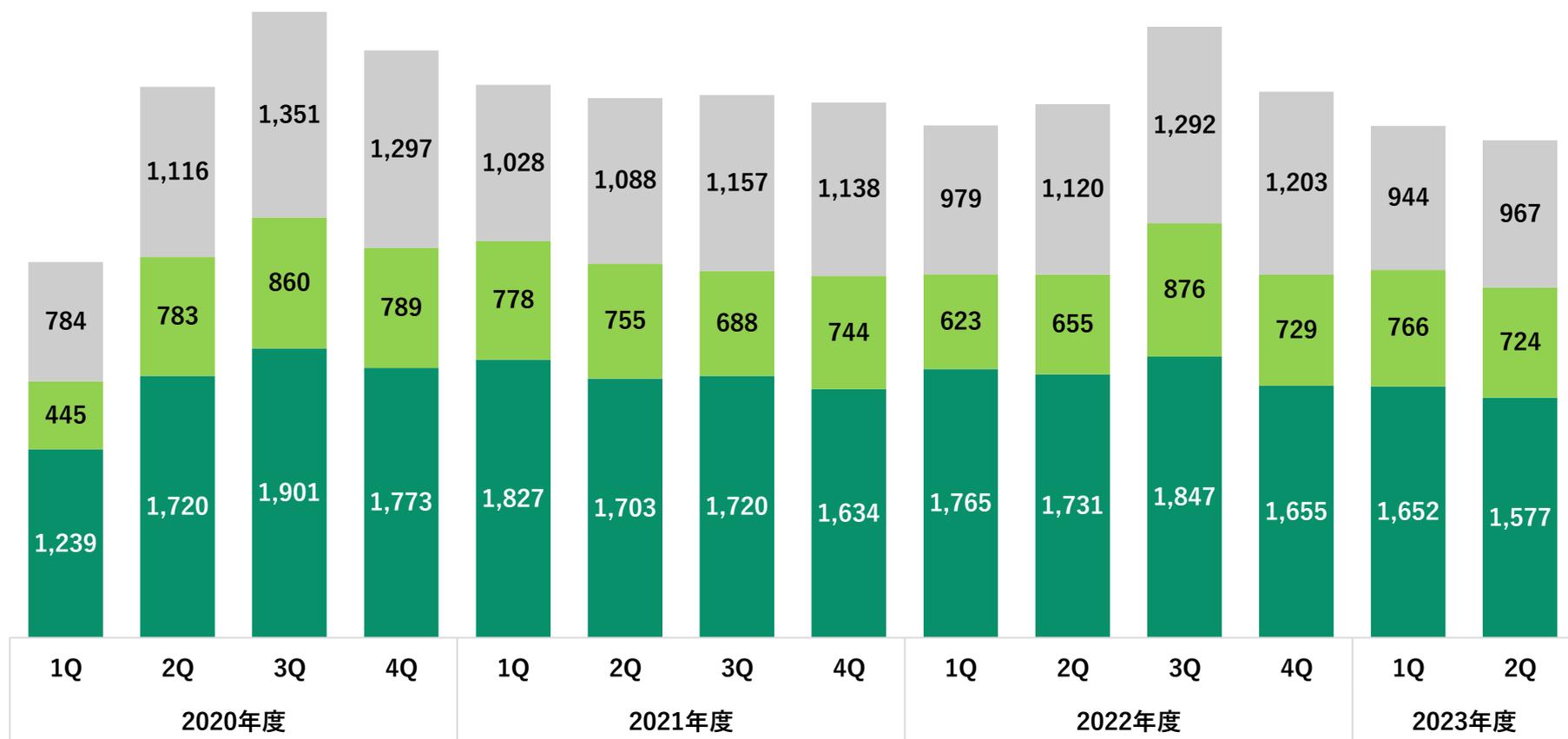


もっと素敵な伝え方を。

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。

(単位：百万円)

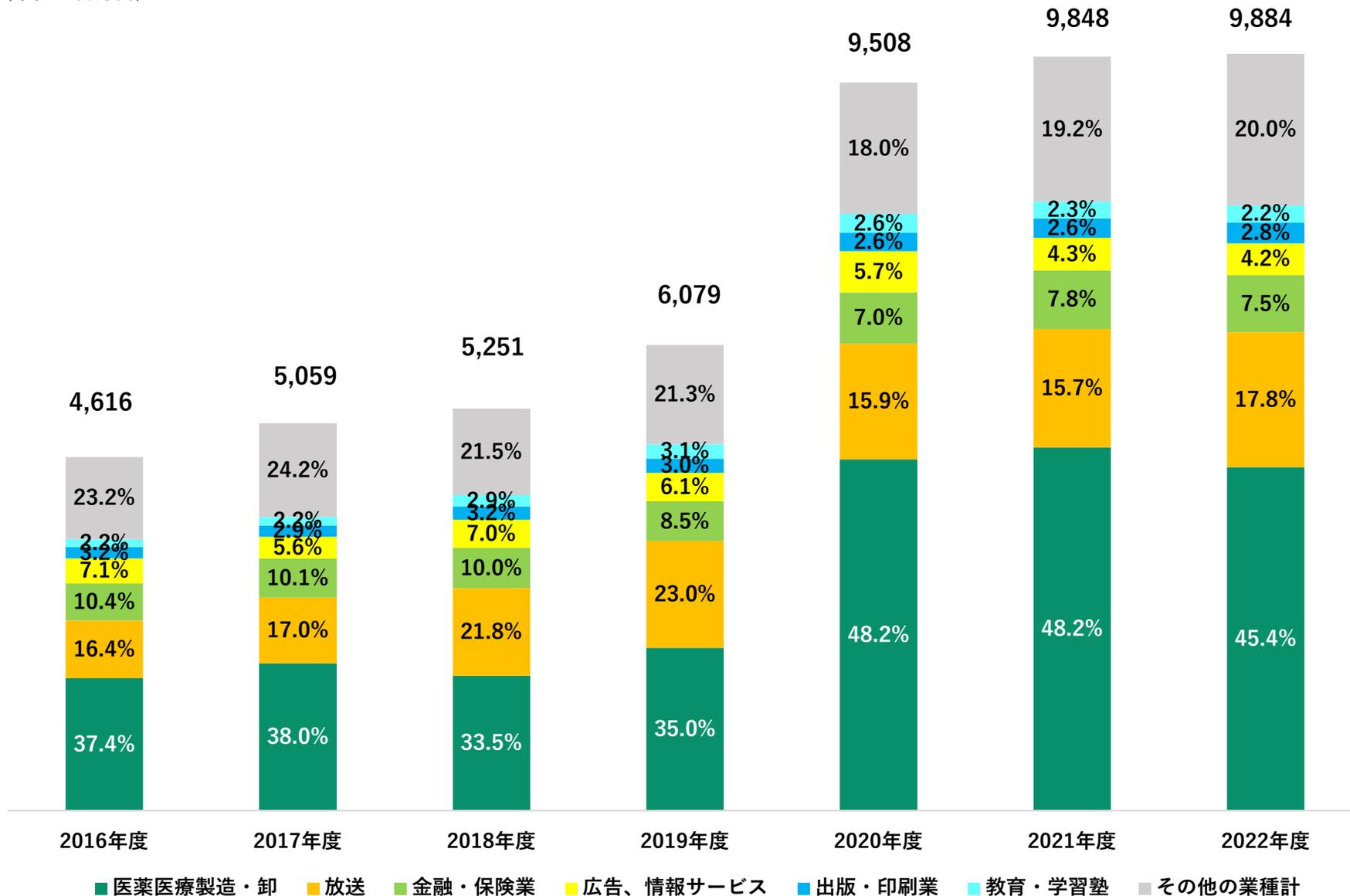
■ プラットフォームソリューション
■ クリエイティブソリューション
■ 子会社合計



※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：業種別売上比率推移（Jストリーム個別：旧基準）

(単位：百万円)



再掲：中期経営の方向性

(2023年3月期本決算説明会資料より再掲)

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**も進める。

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

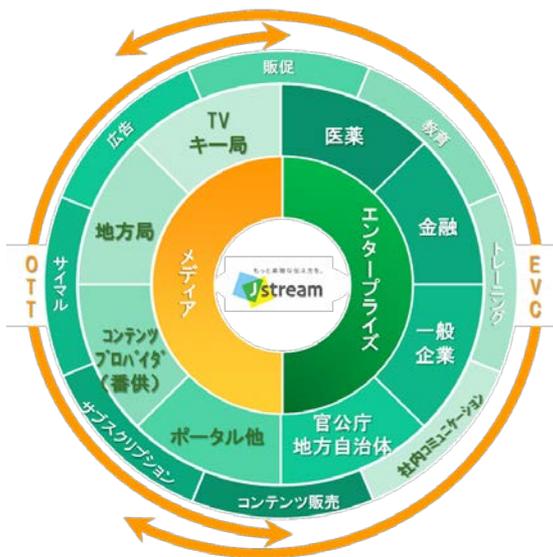
組織力・生産性
向上を見据えた
新人事制度の検討

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	医薬	医薬DX推進	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ Veeva 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
	(医薬以外) EVC	Webinar 双方向配信 バーチャル 株主総会	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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	

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、効果測定の提案

➤ 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	CROSSCO cross-media communication

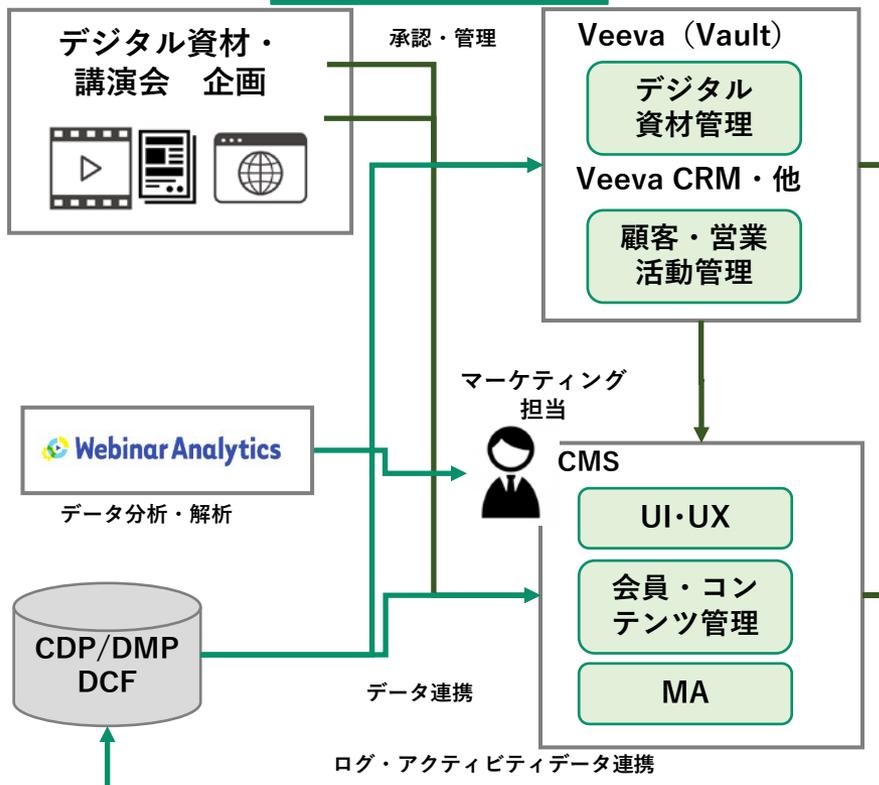
管理システムのデータ連携

Veeva Connect	BIOM ²
WebinarAnalytics	Jstream trans cosmos
ハイブリッドMICE	CO ³ COVERS COMMERCE & COMMUNICATIONS

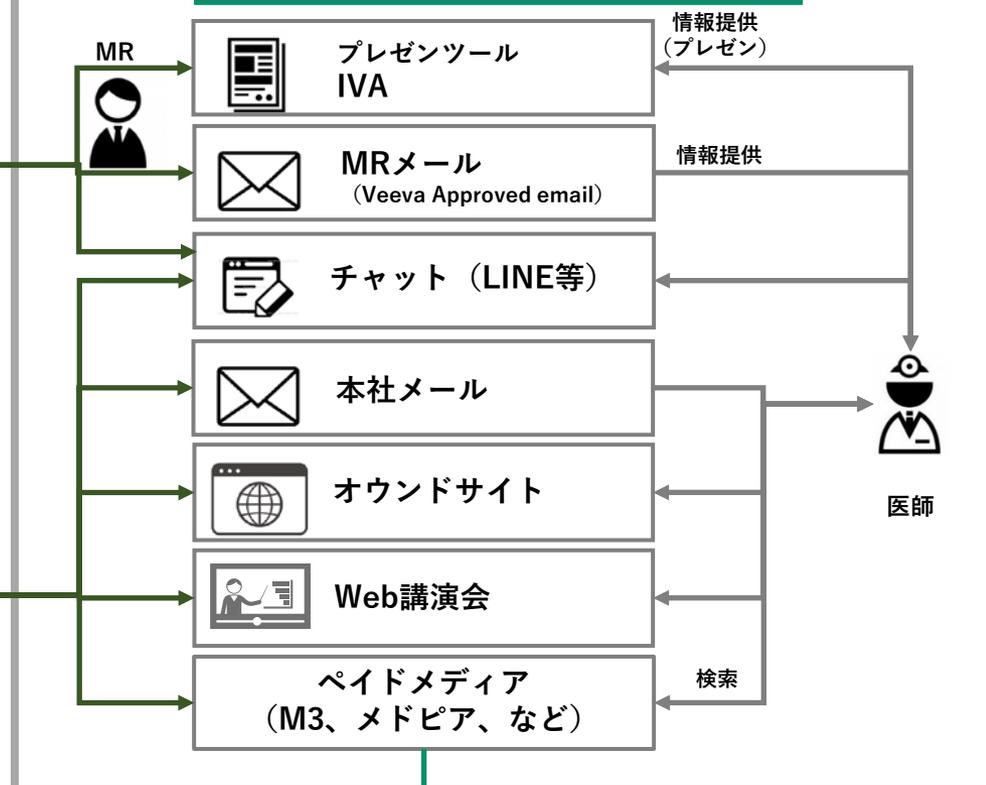
チャネルの運用

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

データの整備・連携



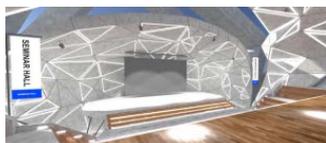
マルチチャネルからオムニチャネルへ



単なるリアル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

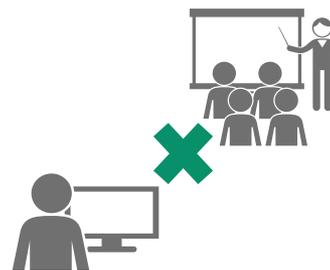


メタ버스空間での講演会



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



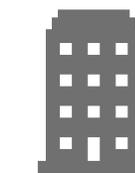
Web講演会
データ分析支援



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

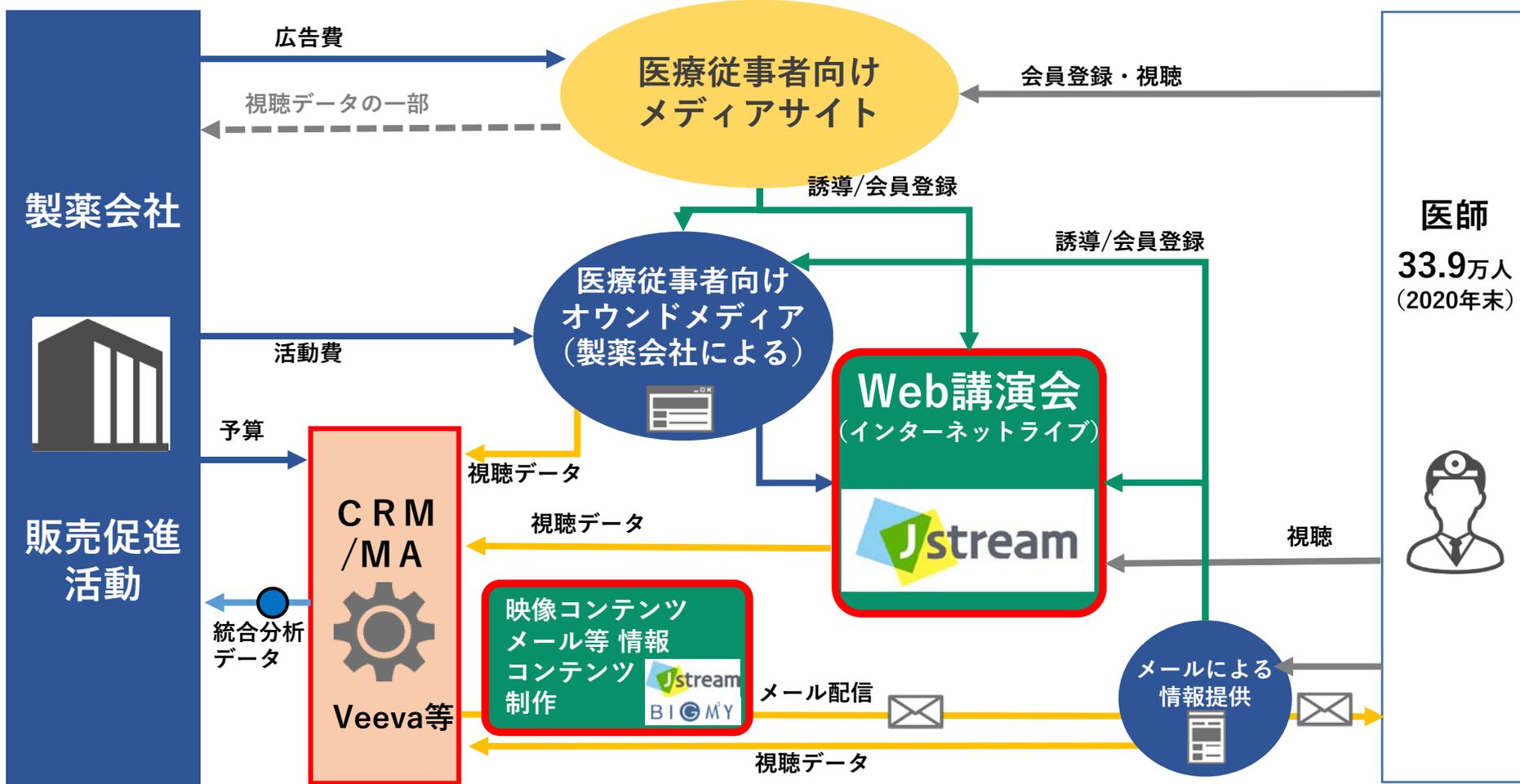
付加価値向上のためのオプション機能の事例～インサイトボタン～

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を利用した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	社外パートナー

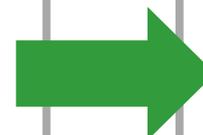


コンテンツ制作から配信までをカバーするソリューション

クリエイティブ

配信テクノロジー

×



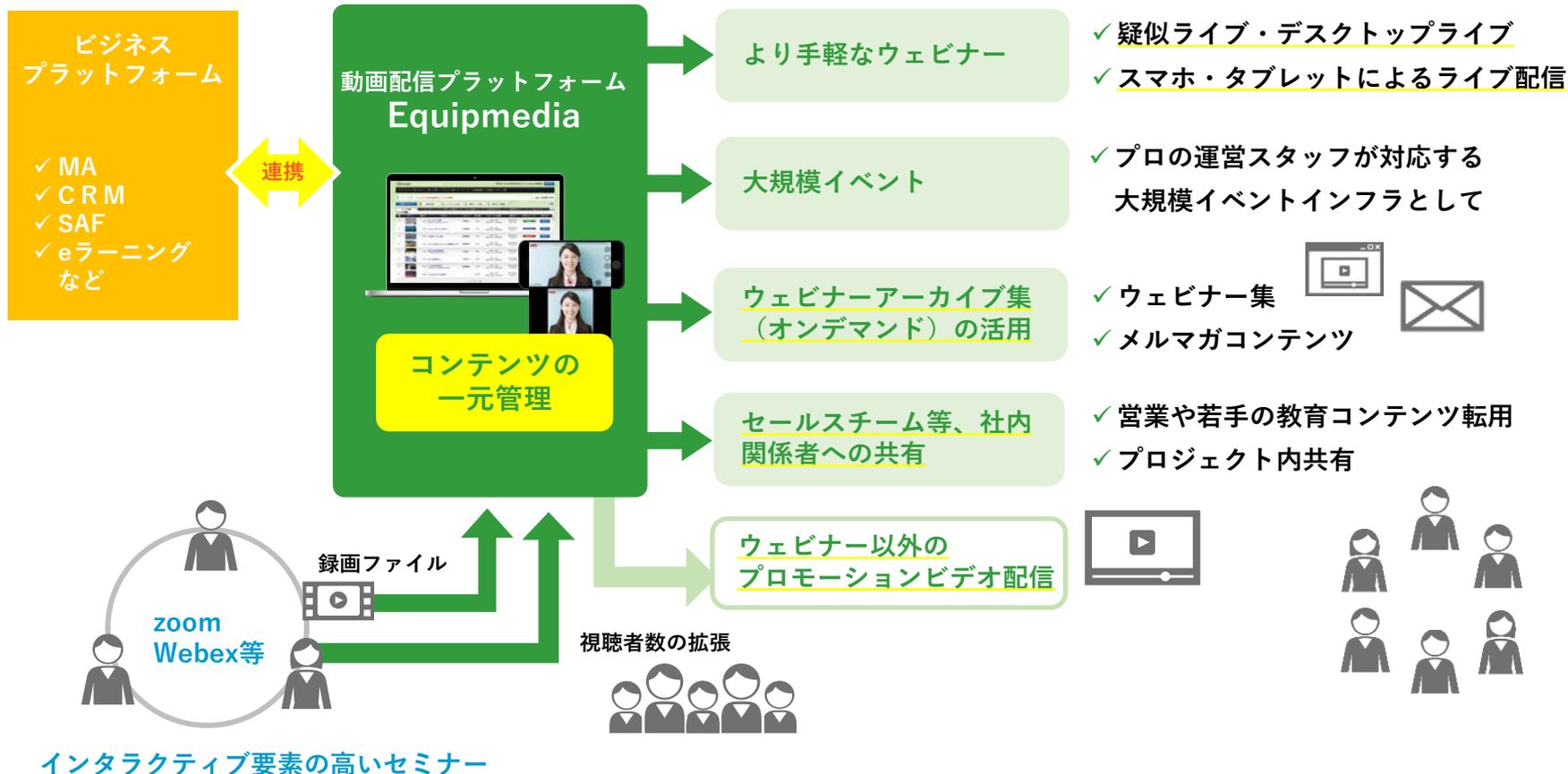
企画 コンサルティング
映像コンテンツ制作 内製化支援
Webコンテンツ 制作
システム開発 (クラウド活用含む)
データ分析

動画配信
認証会員管理
ログ解析
負荷分散
セキュリティ

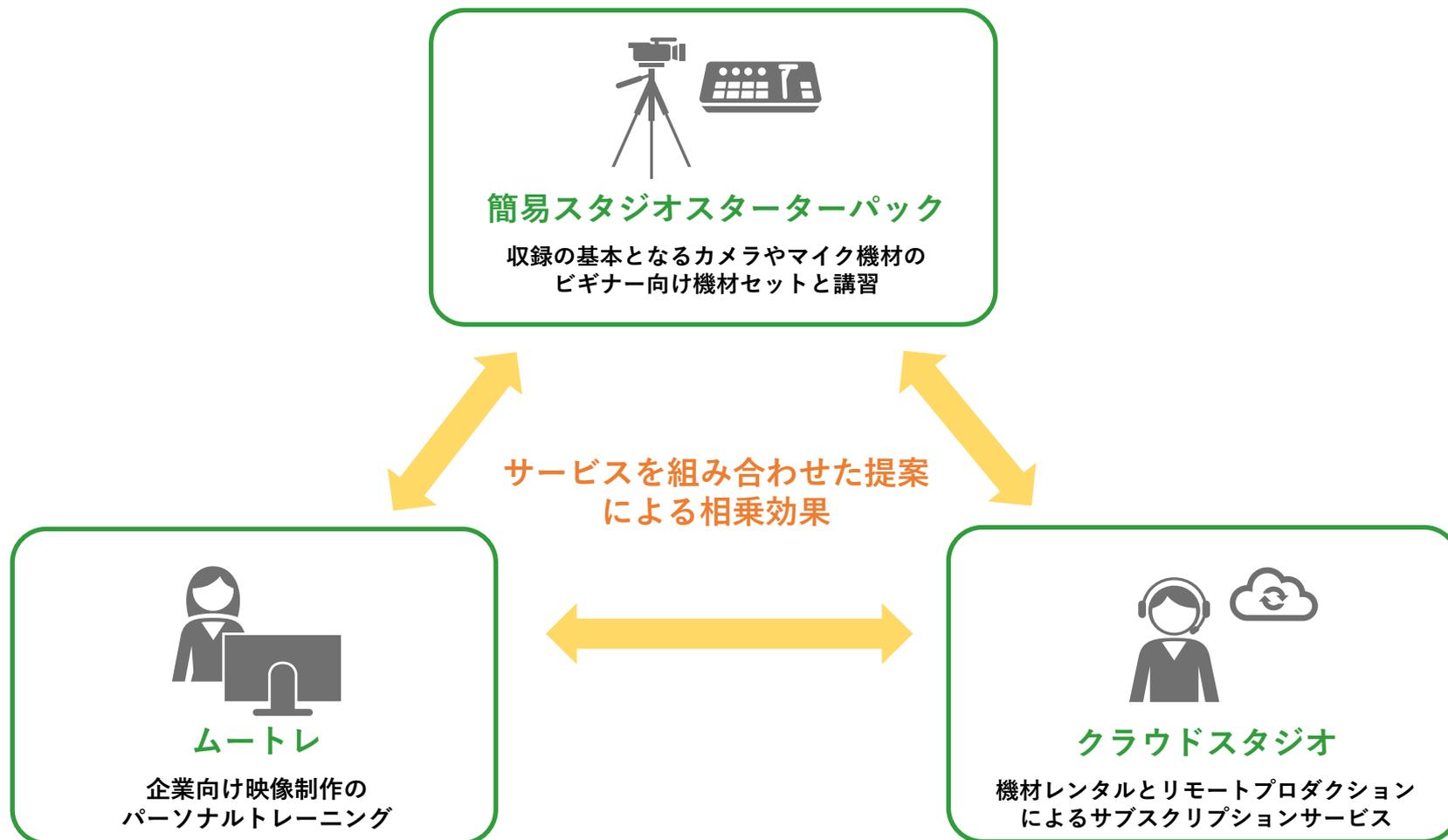
企業・官公庁の課題に動画で支援

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

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。

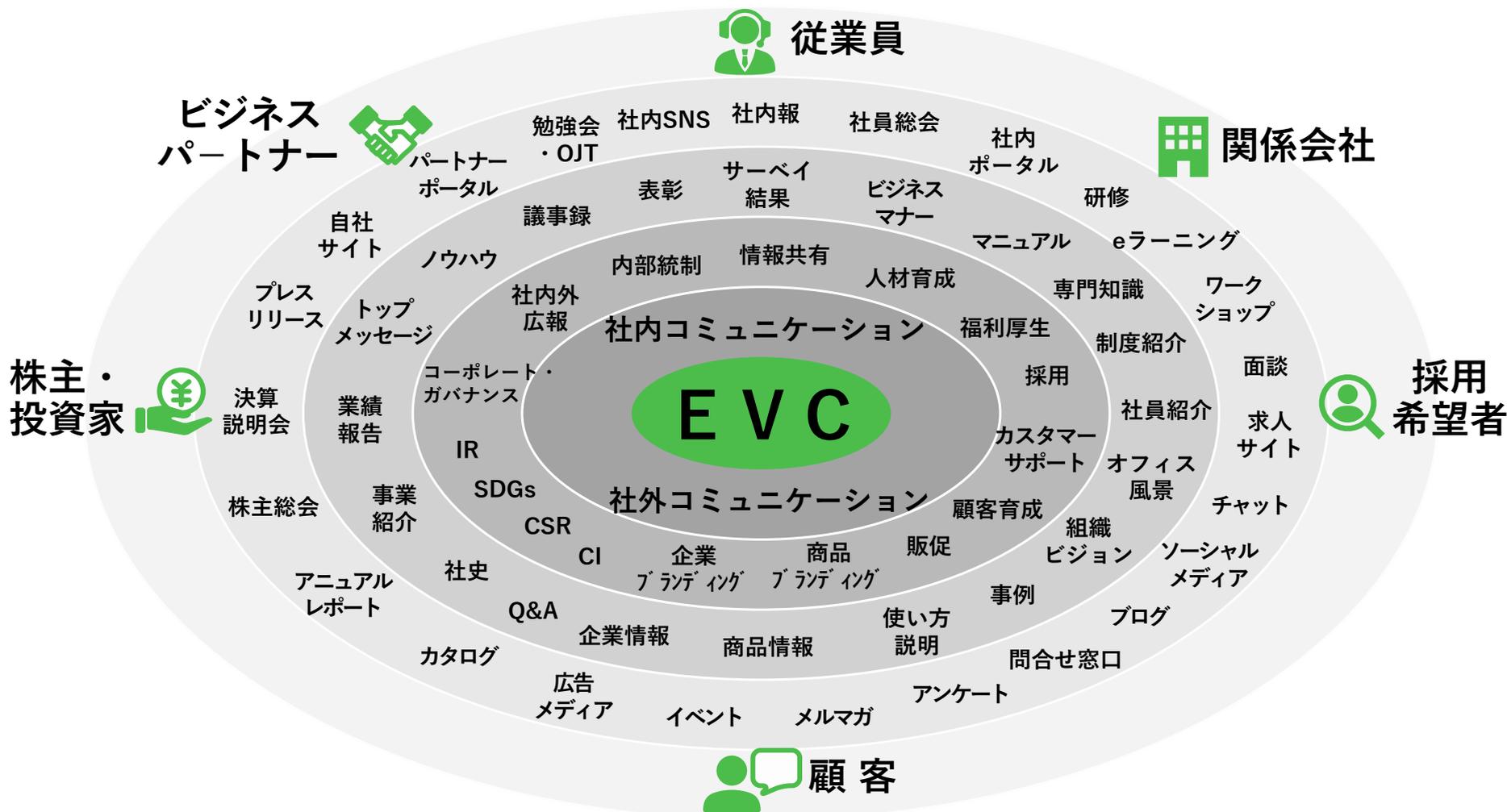


EQ利用に付帯される映像制作において、多様なニーズに応えられる内製支援のメニューを提供し、新しい案件創出を狙います。





(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タ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

+ 主要株主
KDDIとの協業

Equipmedia

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

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)

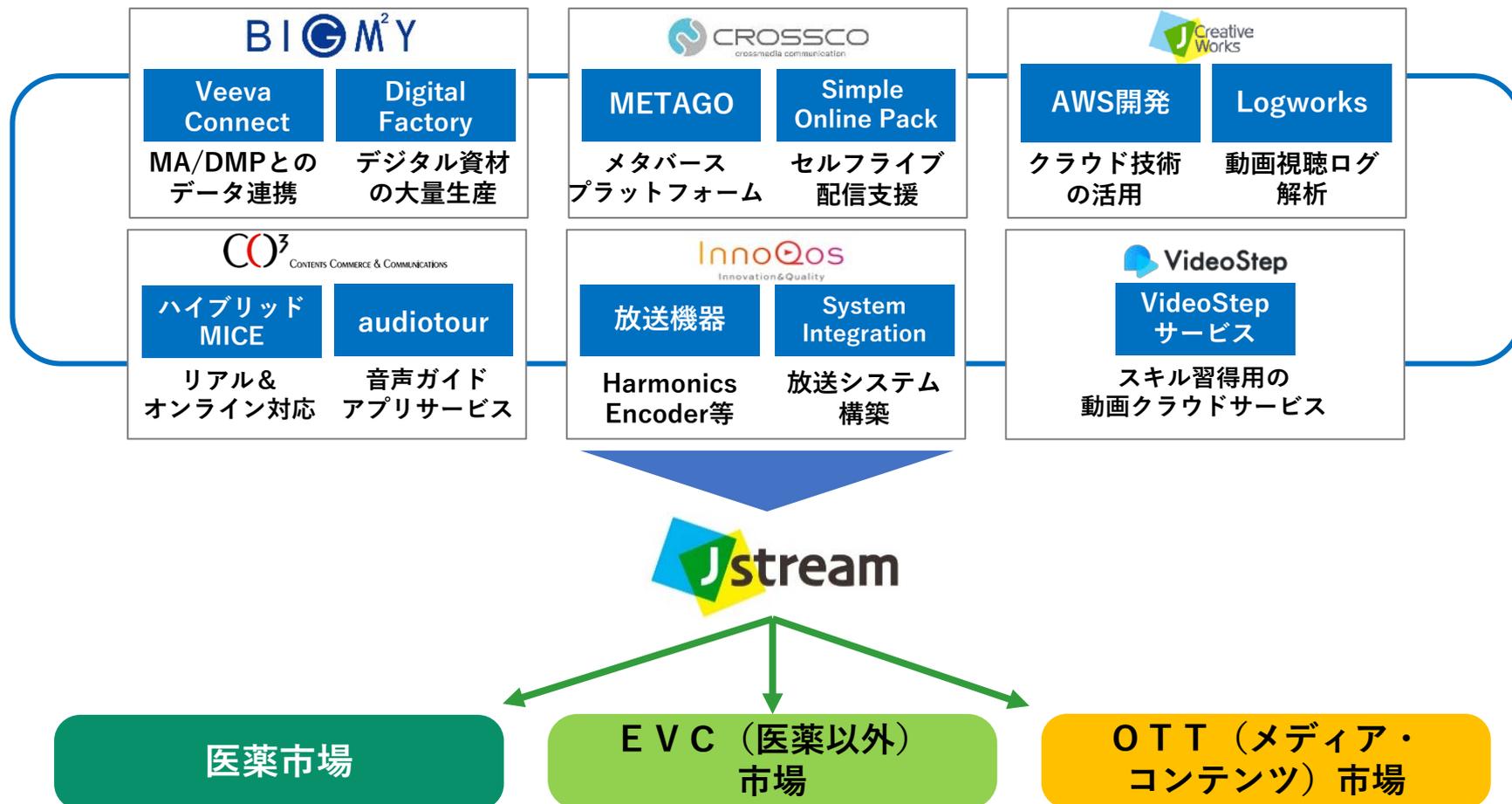


エンタメ市場
各種CP、アーティスト、
スポーツ、演劇 etc.

コロナ禍を経て、動画やコンテンツのネット配信の視聴者が増加したことによる各顧客の開発意欲の高まりを大きなビジネスチャンスととらえ、更なる成長を目指します。



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



- 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

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・実施することが必要であると認識しています。

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～2028年3月**

- 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 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）

※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。

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