

株式会社Jストリーム

2027年3月期
(2026年度:第30期)
第2四半期決算説明会

2026年10月30日

2027年3月期(2026年度)第2四半期ハイライト

連結売上高

6,081百万円

前年同期比 **+6.5%**
対計画達成率 **47.9%**

連結営業利益

414百万円

前年同期比 **+14.5%**
対計画達成率 **45.0%**

子会社

売上高(子会社合計)
前年同期比 **+17.5%**

営業利益(子会社合計)
前年同期比 **+48.0%**

- 上期累計は前年同期比増収増益となった。連結売上は前年同期比+6.5%の60億8千万円。Jストリーム単体売上は前年同期と同水準。連結子会社がM&A効果を含め前年比+17.5%と好調に推移した。連結営業利益は前年同期比+14.5%と順調な推移。Jストリーム単体は利益減となったが、連結子会社が前年比+48.0%と貢献した。
- 経費面では、外注削減、採用抑制等図るも、制作系が好調であった売上ミックスにより外注費が増加し、粗利率は若干低下。販管費については、Jストリームの社内システム系開発支出が増えているが、当期で主要な課題への対応を終えており、全体にコントロールできた。

2027年3月期(2026年度)連結損益計算書

(単位:百万円)	2025年度	上期	2026年度	上期	増減率	2026年度	達成率
	金額	構成比	金額	構成比		通期予想	
売上高	5,711	100%	6,081	100%	+6.5%	12,702	47.9%
売上原価	3,489	61.1%	3,705	60.9%	+6.2%	—	—
売上総利益	2,221	38.9%	2,376	39.1%	+7.0%	—	—
販売費及び一般管理費	1,859	32.6%	1,961	32.3%	+5.5%	—	—
営業利益	361	6.3%	414	6.8%	+14.5%	920	45.0%
経常利益	384	6.7%	438	7.2%	+14.2%	950	46.2%
親会社株主に帰属する 中間純利益	202	3.6%	237	3.9%	+17.1%	536	44.3%

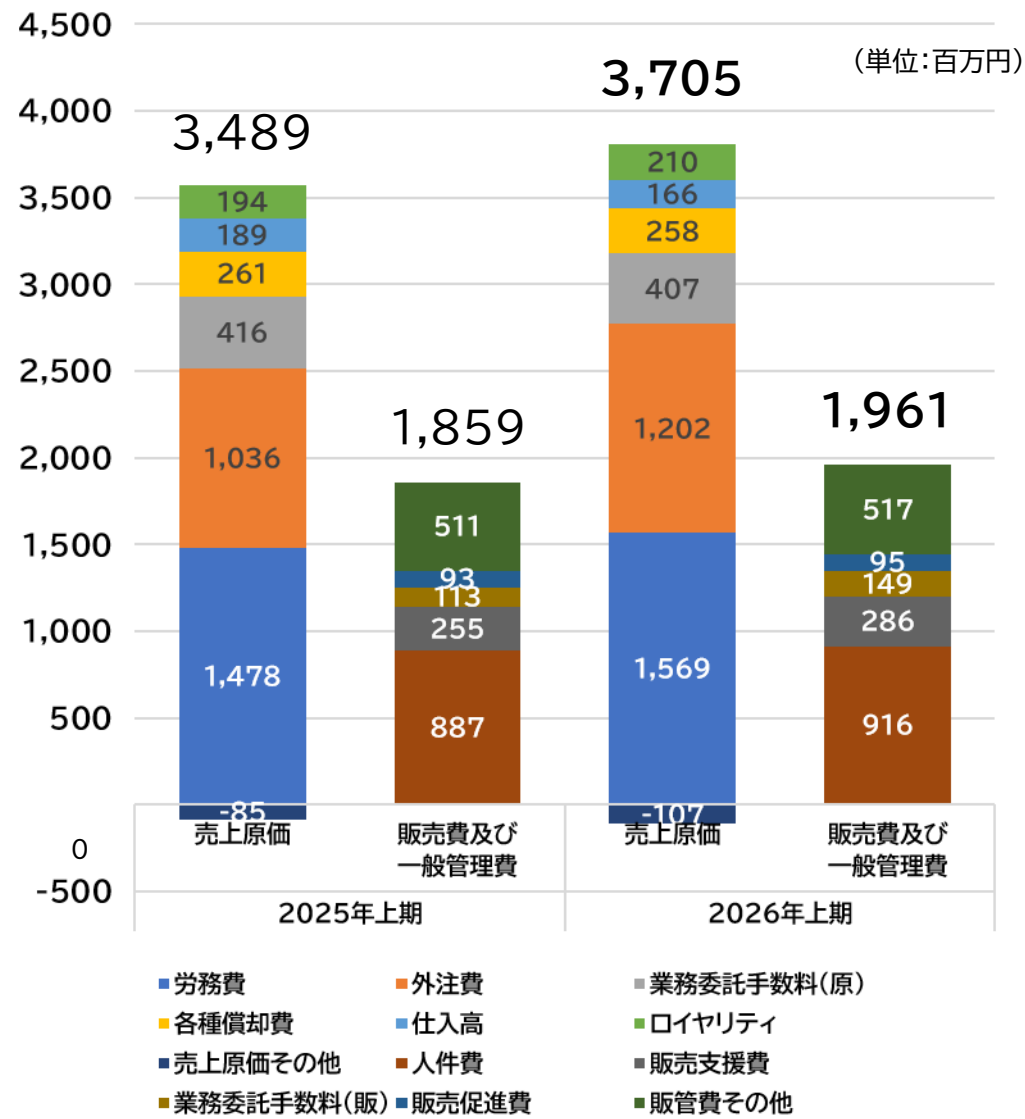
2027年3月期(2026年度)上期連結実績ハイライト マネジメントビュー

(市場別)

- 医薬:Web講演会については、前年同期比予算投入を抑制する企業が多かった。単価、実施件数ともに若干減少となり売上減となった。関連制作や集客関連受注についても減少。新規・中堅顧客は売上伸長、大幅に増額した企業もあったが、大口先の減少をカバーする額には届かず。製薬メーカーを主要顧客とするグループ子会社ビッグエムズワイは、コンテンツ制作系、VR等高度な表現含むライブ等が順調に推移し売上増。グループ利益にも貢献大。
 - EVC(医薬以外): 6月総会が中心となるバーチャル株主総会関連受注については、市場全体で実施企業が減少する中で取引社数は伸ばせたが、単価下落もありほぼ横ばい。前年度第1四半期に大口の受注があった販促系Web構築案件の反動があったものの、販促セミナーや社内情報共有、教育・トレーニング用途の受注が堅調に推移。特に第2四半期において情報発信用途のWebサイトリニューアルや映像制作受注が順調に推移し、トータルでは前年度を上回る売上となった。教育系SaaSを手掛けるVideoStepの売上成長は継続。前年グループ入りしたアイ・ピー・エルの売上も計画を上回り、連結売上増に貢献した。
 - OTT(メディア・コンテンツ):第1四半期においてライブ配信イベントの配信システムについて、オンラインビデオプラットフォーム「Stream CORE」を利用した大口実績構築。上期を通じて放送局を中心としたサイト運用・追加開発売上が堅調に推移し、前年度を若干上回る売上となった。技術商社子会社イノコスは、上期では売上・利益ともに前年並み実績となった。
-
- 採用抑制や外注削減等 経費節減と組織運営効率化に注力し生産性向上につながられた。第2四半期において制作系の売上が伸長したことから外注が増加したことと、アイ・ピー・エルの連結影響が原価の増加要因となったが、上期累計では売上総利益率は0.2ポイント改善できた。
販売費及び一般管理費についても、本社の管理システム系投資(この上期で一巡した)に伴う業務委託費用の増加と営業支援のための活動経費のほかは、ほぼ前年同期並みの推移となった。

売上原価、販売費及び一般管理費の状況(連結)

売上原価、販管費共にグループ子会社増の影響が出ている。売上見合いの外注費を除けば個別の大きな費用要因はなく、安定推移した。



主な変動状況

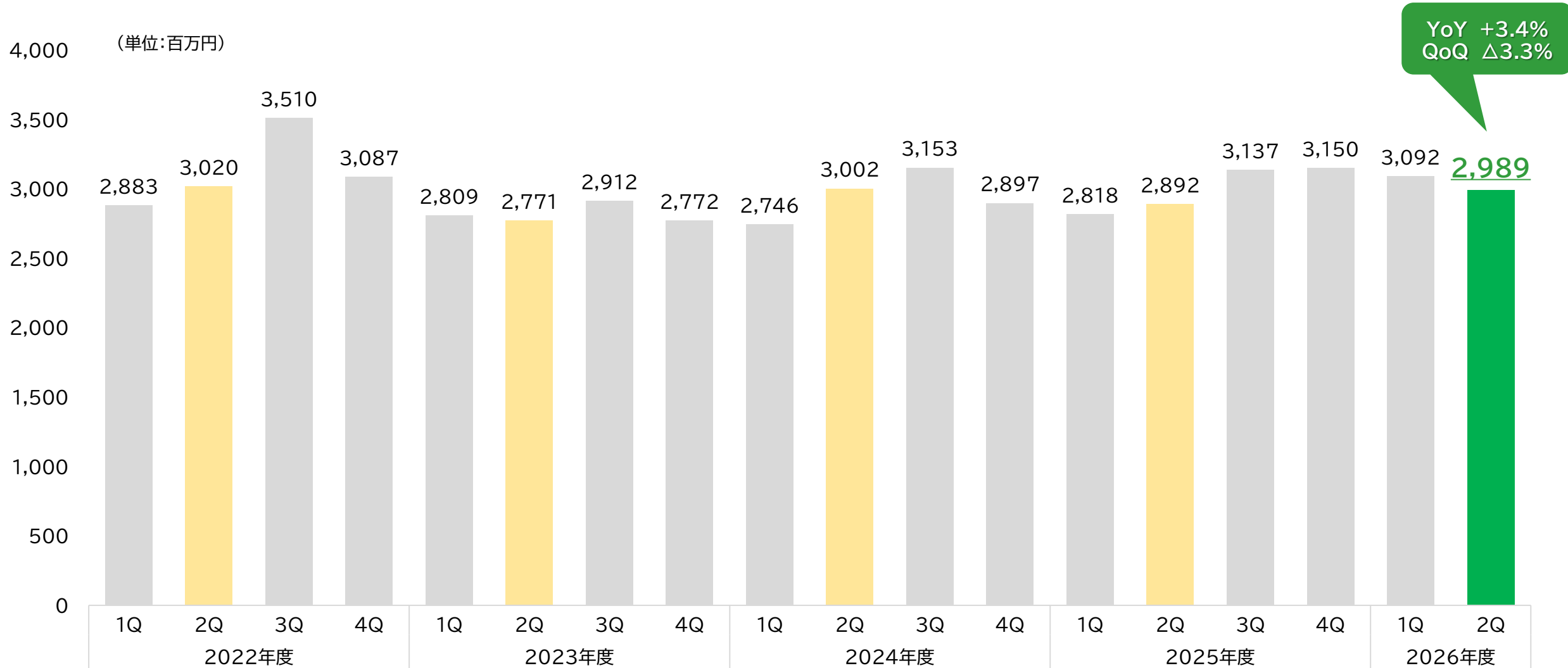
(単位:百万円)	2025年度 上期	2026年度 上期	増減率	変動要因
労務費	1,478	1,569	+6.1%	M&Aに伴いグループ人員増となるも、本社増員採用の抑制が奏功した
外注費	1,036	1,202	+13.6%	AWS利用増、本社制作売上増に伴い増加した 子会社群は前年並みとなった
業務委託手数料(原)	415	407	△2.0%	配信系サービスの外部委託開発や案件サポート系の委託、本社の開発系は減少。子会社のサービス開発系で増加したがグループではほぼ前年並みとなった
各種償却費	260	258	△1.2%	大きな調達等の変動要因はなく安定した推移となった
ロイヤリティ	194	210	+8.1%	AWSサポート契約費用等が増加
仕入高	189	166	△12.4%	イノコスの外部保守業務終了に伴い減少
売上原価 合計	3,489	3,705	+6.2%	
人件費	886	916	+3.2%	本社は減員傾向。子会社増に伴い増加
販売支援費	254	286	+12.2%	新規営業提案活動のサポートによる増加。ビッグエムズワイが中心。
業務委託手数料(販)	113	149	+31.4%	社内システム関連投資増に伴い増加 本上期で大きなものは終了
販売促進費	93	95	+1.6%	ビジネスイベント出展等の費用投入は前年並みとなった
販管費 合計	1,859	1,961	+5.5%	

売上原価、販売費及び一般管理費の内訳(連結)

(単位:百万円)	2025年度 上期		2026年度 上期		増減率%
	金額	構成比	金額	構成比	
労務費	1,478	42.4%	1,569	42.3%	6.1%
外注費	1,036	29.7%	1,202	32.4%	16.0%
業務委託手数料(原)	415	11.9%	407	11.0%	△2.0%
各種償却費	260	7.5%	257	7.0%	△1.2%
ロイヤリティ	194	5.6%	210	5.7%	8.1%
通信費	126	3.6%	144	3.9%	13.6%
仕入高	189	5.4%	165	4.5%	-12.5%
その他	△209	—	△249	—	—
売上原価 合計	3,489	100%	3,705	100.0%	6.2%
人件費	886	47.7%	915	46.7%	3.2%
販売支援費	254	13.7%	285	14.6%	12.2%
業務委託手数料(販)	113	6.1%	148	7.6%	31.4%
販売促進費	93	5.0%	94	4.8%	1.6%
地代家賃	58	3.1%	63	3.3%	9.2%
ロイヤリティ	39	2.1%	46	2.4%	16.5%
支払手数料	45	2.4%	41	2.1%	△9.0%
ソフトウェア償却	51	2.8%	35	1.8%	△30.7%
その他	320	—	334	—	—
販管費 合計	1,859	100%	1961	100.0%	4.5%

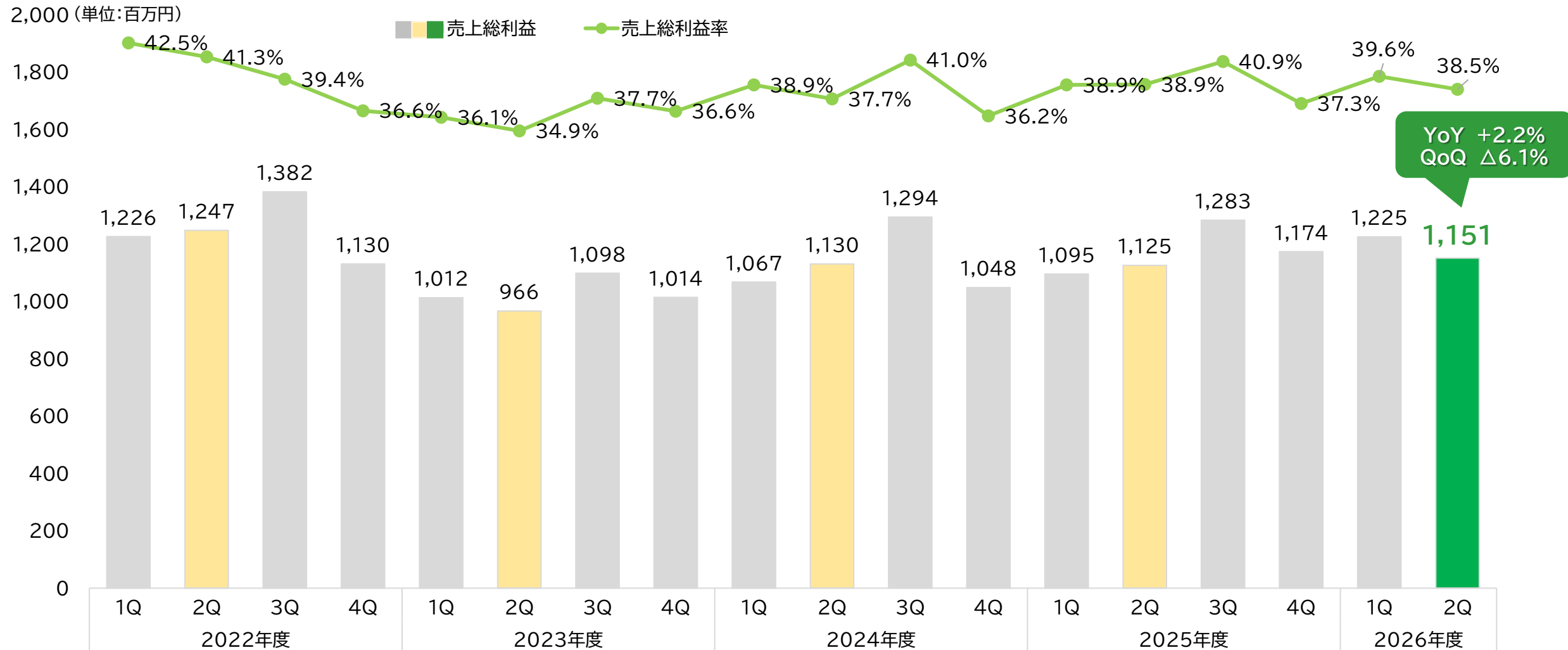
売上高 四半期推移(連結)

第2四半期はJストリーム単体がわずかに前年比減となったが、M&Aの実施効果に加え、製薬メーカーを主要顧客とするビッグエムズワイ、クロスコが増収となり前年同期比3.4%の増収となった。



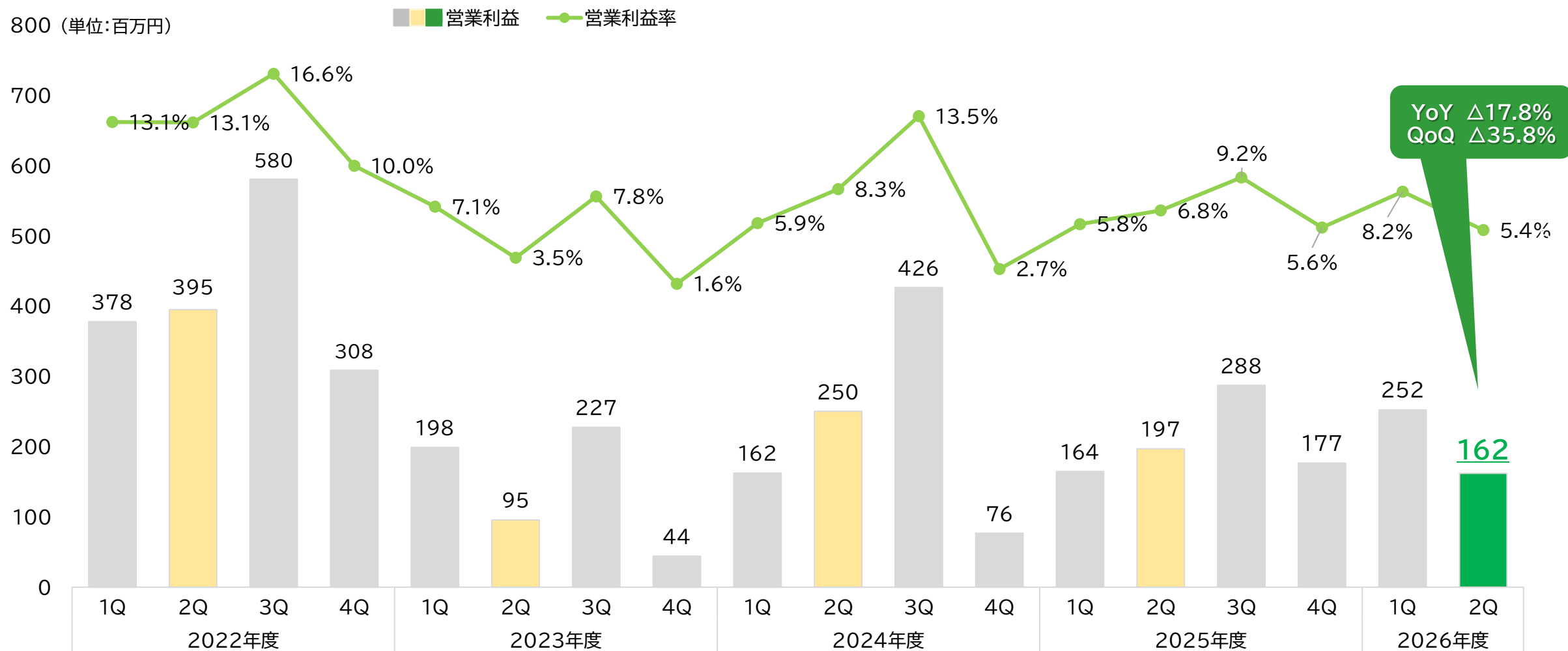
売上総利益・売上総利益率 四半期推移(連結)

グループ売上の増収効果、生産性向上策や採用抑制が影響し利益額は前年同期比+2.2%。



営業利益・営業利益率 四半期推移(連結)

Jストリーム単体、イノコスの利益減に伴い、2Q実績は利益額、率ともに前年同期を下回った。



上期の状況（Jストリーム個別：旧基準）

医薬市場

売上比率

（Jストリーム個別 旧基準）

2026 上期
34% 2025 上期
36%

Web講演会開拓、デジタルマーケティング支援

- ・大手上位顧客は引き続き各社の販促費の方針等による強弱があるものの、全体ではWeb講演会件数/単価が下落。中堅クラスの顧客からの受注や新規先向けは好調であったが大口先に減少をカバーするには及ばず、前年同期比売上減。
- ・WebinarAnalytics、字幕翻訳等AI関連サービスや制作等により売上の底上げを図る
- ・集客メディアの提携先拡大、AI関連サービスの協業パートナー拡大等を通じて提案メニューの多様化/高度化を図る
- ・病院等 製薬メーカー以外の市場の開拓継続：EQPC展開も進める

【今後の方針】

- ・基本方針は変わらず、大口先の売上確保に加え中堅先での開拓を進める
- ・デジタルマーケティング・広告展開と講演会の組合せ、年度末予算獲得を重視

EVC（医薬以外）市場

売上比率

（Jストリーム個別 旧基準）

2026 上期
34% 2025 上期
33%

SaaS×役務提供を通じた大手顧客向けソリューション展開

- ・セミナーライブ配信、バーチャル株主総会等のライブ配信案件や映像制作受注が順調。前年度第1四半期の制作大型納品からの反動があったが、第2四半期において大口のWebサイト制作や映像制作案件が実施でき、上期では前年を上回る結果となった。
- ・情報共有Webサイトのリニューアルやグローバルサイトリニューアルの初期段階実施、社外向け情報発信映像制作 等
- ・主力配信サービスのEQ、CDNextは前年比微増
- ・EQPCは正式リリース後、提案先顧客のニーズ、要望に合わせ機能拡張や他サービスとの連携を進めている

【今後の方針】

- ・役務/開発案件実績構築による実績確保 と 長期売上のベース構築を進める
- ・教育市場開拓、EQPC・ミテシル拡販を進める 既存サービスのリプレイス機会を重視

OTT（メディア・コンテンツ）市場

売上比率

（Jストリーム個別 旧基準）

2026 上期
32% 2025 上期
31%

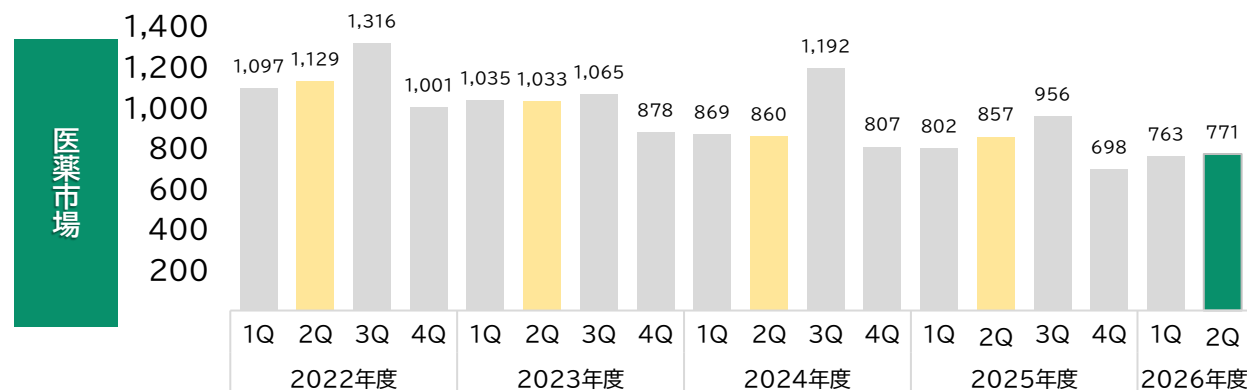
メディア・放送局、公営競技・その他コンテンツプロバイダ向けアプローチ

- ・大型イベント案件実施、定常取引先のネットワーク利用増やスポット開発の受注好調であり、大口定例案件終了による減少分をカバーし前年同期やや上回る実績となった
- ・大口CP向けCDN提供もスタート。引き続き商談中の大型配信案件受注に向け、技術開発や最適化、運営体制整備して提案を進める

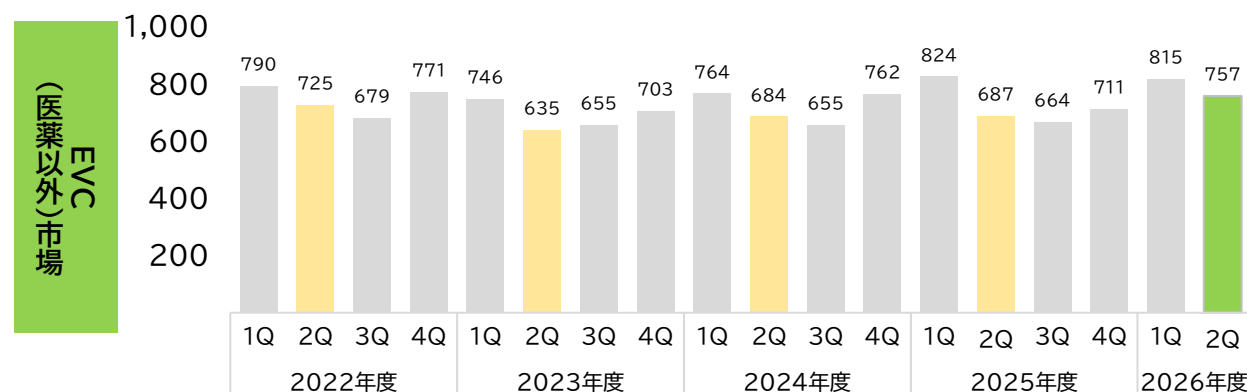
【今後の方針】

- ・商談中の案件の確実な成約、既存案件開発の的確な実施によるベース売上の向上を図る
- ・新市場・大手顧客向け拡販をCDNリプレイス需要を中心に実施

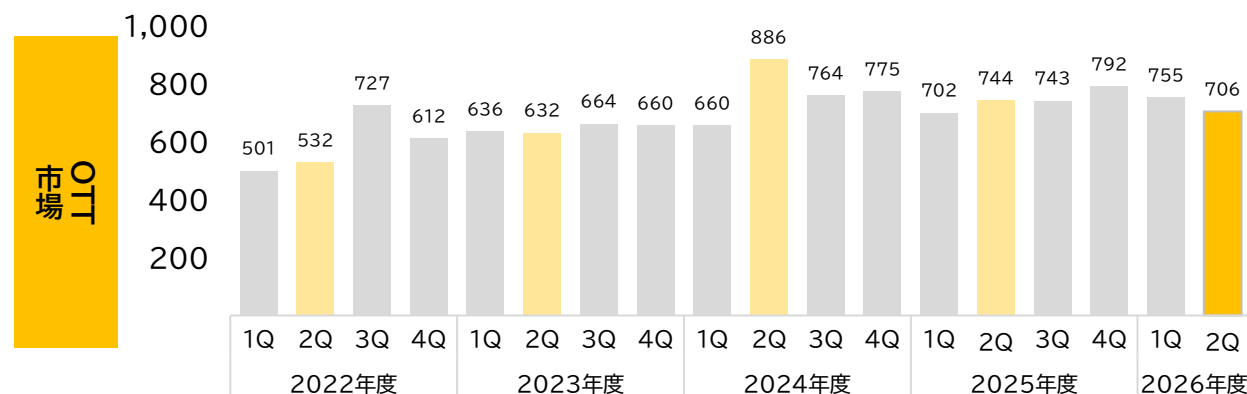
市場別 売上四半期推移（Jストリーム個別：旧基準）



2Qは1Qを上回ったが、大口顧客の販促手控えが続き前年比乖離幅が拡大している。

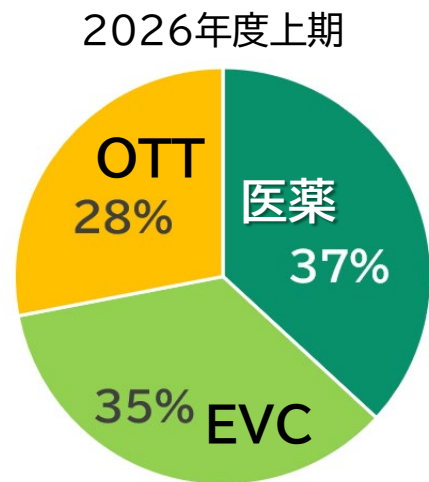
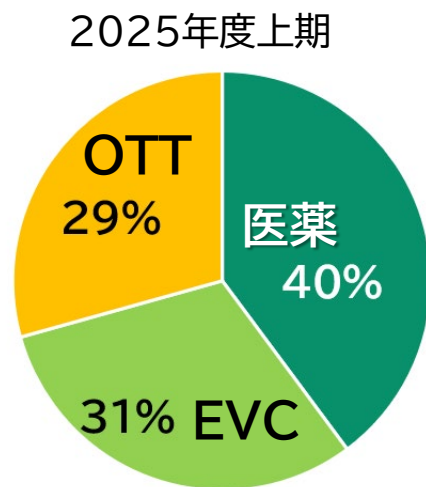
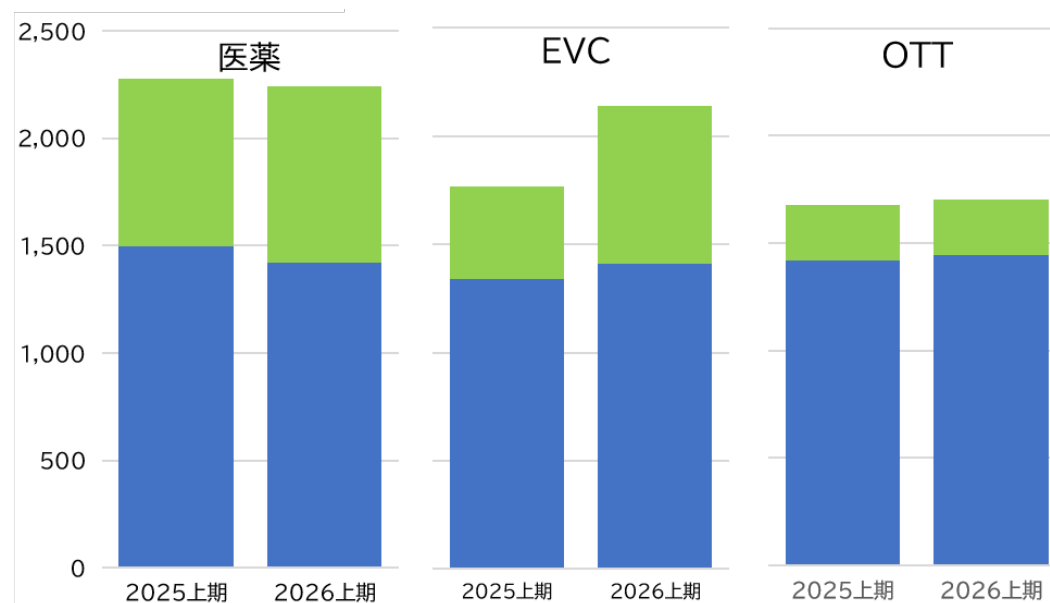
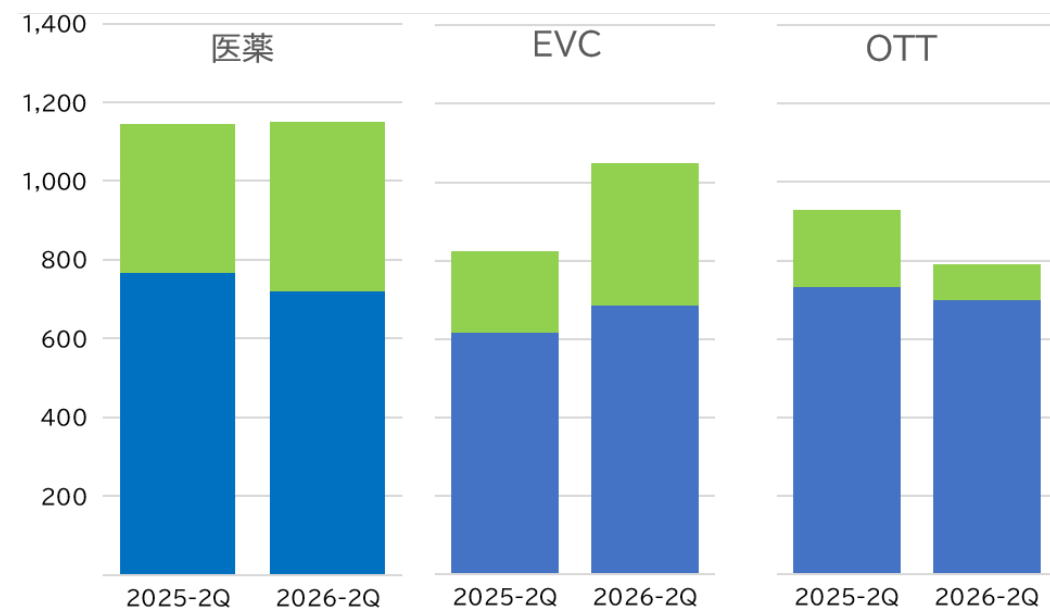


2Qはビジネスセミナーの受注が好調であったこと、不動産系の販促・情報発信サイトや、広報を意図したWebサイトリニューアル、映像制作を多く実施でき前年同期比大きく伸長した。9月末に納品が集中したが遅延等なく円滑に対応。

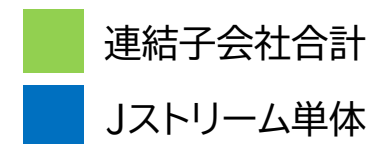


2Qは前年同期を下回ったものの、既取引先からの開発需要は旺盛であり、定常案件の減少に伴った減少幅は抑えられた。CDN提供や開発・運用利用の見込み案件の成約による積み増しを図る。

(参考資料) 連結 市場別売上状況



- 医薬系はビッグエムズワイが売上伸長
- EVCは近年のM&Aによるアイ・ピー・エルの外部売上が大きく寄与 VideoStepも成長続く
- OTT系子会社売上はイノコスの1Q大型納品からの反動で減少。1ロットが大きい特性であり通常の動き



業種別売上比率 四半期推移 (Jストリーム個別:旧基準)

	2022年度				2023年度				2024年度				2025年度				2026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	1,093	1,126	1,308	998	1,030	1,027	1,061	870	853	844	1,170	766	773	839	931	679	740	753
放送	356	379	583	453	465	473	481	488	482	503	518	462	422	452	444	503	436	474
広告、情報サービス	93	105	106	114	102	103	130	134	113	134	116	152	136	152	122	125	131	148
金融・保険業	164	175	150	151	150	136	142	141	153	130	141	166	141	121	123	128	131	133
他の事業サービス	50	61	57	59	54	50	51	51	63	67	55	69	112	80	78	76	108	83
教育・学習塾	57	58	54	54	52	53	53	53	58	57	55	67	57	60	58	64	60	70
映画・ビデオ制作	16	16	16	16	16	15	16	16	13	17	33	68	67	67	69	69	61	62
専門サービス	27	35	30	34	36	38	38	38	38	38	29	41	40	44	42	70	129	57
出版・印刷業	89	65	54	64	95	66	71	65	66	67	75	73	83	80	94	70	54	55
郵便・電気通信	22	25	19	48	22	20	18	26	22	204	41	96	48	51	52	47	48	44
その他	420	341	347	394	396	321	323	360	432	368	377	386	449	343	344	366	431	353
合計	2,388	2,386	2,723	2,385	2,418	2,302	2,384	2,241	2,293	2,430	2,610	2,344	2,327	2,288	2,363	2,201	2,332	2,233

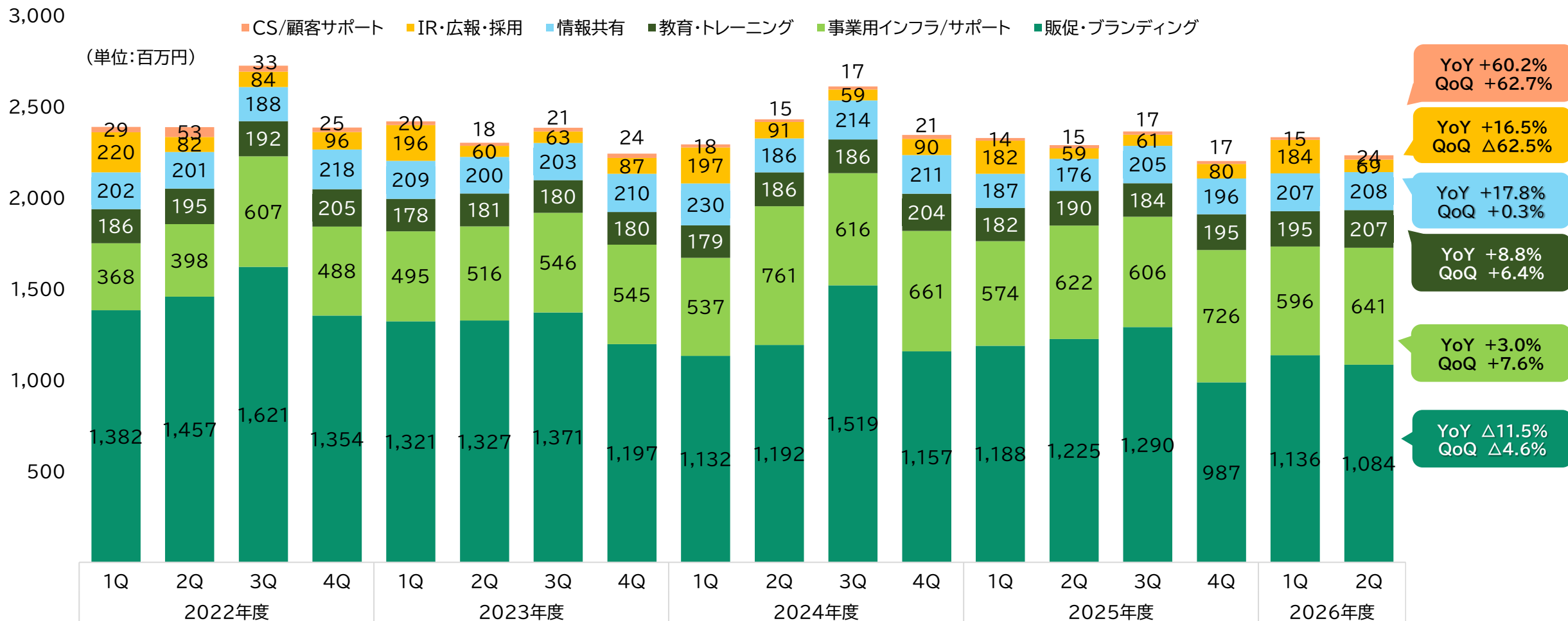
※1 2025年4月に業種区分を見直ししました。今後も案件動向精査、業種データDB変更等の要因で遡及して修正する場合があります、計上数値が以前の資料と一致しない場合があります

※2 他の事業サービスとは、警備、清掃、建設、住宅、人材等のサービス業をまとめています

※3 専門サービスとは、コンサルティング業、弁護士事務所、研究機関等が入ります

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）

2Qの販促系は、Web講演会及びその集客広告の減少分が影響し前年同期比マイナス。事業用インフラ／サポートは、放送局系の既取引先からの受注が堅調に推移したことに加え、一般企業向けCDN案件を獲得でき増加した。情報共有についても一般企業の採用や広報を意図したサイトリニューアル受注に伴い増加。



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

(基礎情報①)利用用途 詳細解説

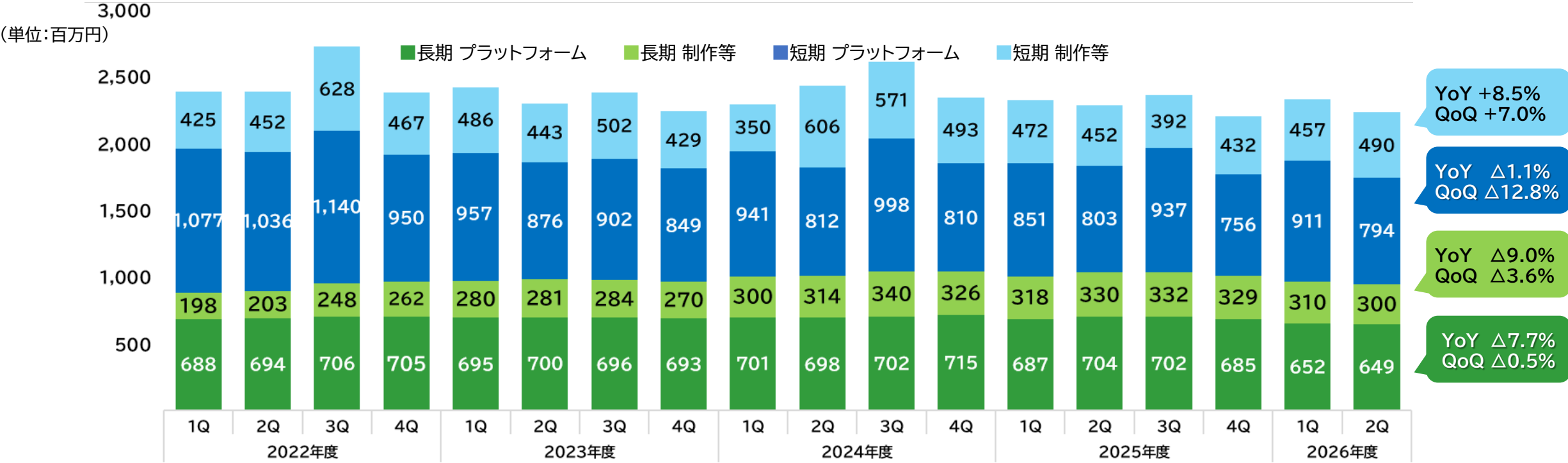
	主な利用シーン	利用用途が多い市場		
販促・ブランディング	商品発表・販促ウェビナー、会員制サイト集客用動画等、医薬Web講演会	医薬市場	EVC (医薬以外)市場	OTT (メディア・コンテンツ)市場
事業用インフラ／サポート	放送局関連システム構築・運用・配信、音楽／eスポーツ等関連システム構築・配信 BtoC事業者における顧客・代理店向けサイト構築(不動産、生保等)	OTT (メディア・コンテンツ)市場	EVC (医薬以外)市場	
情報共有	社内向けウェビナー(社員総会、社長講話、会議、社内イベント等)、官公庁協議会、学会、販促以外の社外向けウェビナー等	EVC (医薬以外)市場		
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・研修等	EVC (医薬以外)市場		
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、記者会見等	EVC (医薬以外)市場		
CS／顧客サポート	Webサイトの顧客サポート対応等	EVC (医薬以外)市場		

売上種別区分・長短期 売上四半期推移（Jストリーム個別：旧基準）

長期売上：プラットフォーム系が、オンデマンド配信を中心に放送局やコンテンツプロバイダによる利用が安定して推移してきたが、いくつかの定常利用の終了に伴い1Q、2Qは減少。

短期売上：制作系2Qは企業の情報発信サイト制作や映像制作受注が順調であり増加。

短期プラットフォーム系はWeb講演会の前年比減少の影響。



対売上長期比率	37.1%	37.6%	35.1%	40.6%	40.3%	42.7%	41.1%	43.0%	43.7%	41.6%	39.9%	44.4%	43.2%	45.1%	43.7%	46.0%	41.3%	42.5%
プラットフォーム長期比率	39.0%	40.1%	38.3%	42.6%	42.1%	44.4%	43.5%	45.0%	42.7%	46.2%	41.3%	46.9%	44.7%	46.7%	42.8%	47.5%	41.7%	45.0%
制作等長期比率	31.7%	31.0%	28.3%	35.9%	36.6%	38.8%	36.1%	38.6%	46.1%	34.1%	37.3%	39.8%	40.3%	42.2%	45.8%	43.2%	40.5%	38.0%
対売上プラットフォーム比率	73.9%	72.6%	67.8%	69.4%	68.3%	68.5%	67.0%	68.8%	71.6%	62.2%	65.1%	65.0%	66.1%	65.9%	69.3%	65.5%	67.0%	64.6%

※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②)長短期推移の売上と傾向

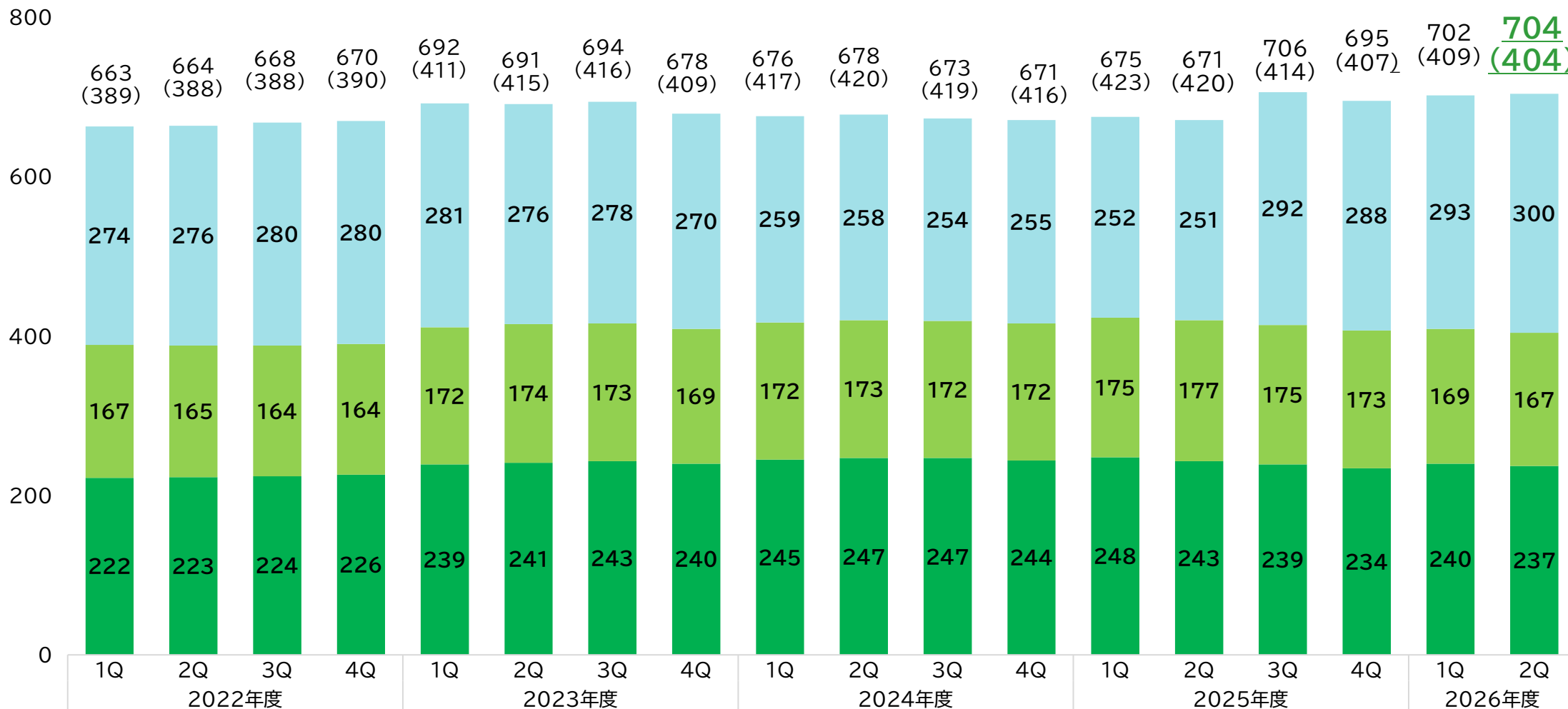
		契約期間	主なサービス	主な利用業種・案件の特徴	利益率
長期	プラットフォーム	3ヶ月以上	動画配信プラットフォーム(J-Stream Equipmedia)の年間契約利用 オンデマンド配信 ユーザー自身によるライブ配信機能	一般企業の販促セミナーや社内情報共有、研修等に利用される。サービスとしての利益率は最も高く、ストック性が強い	高
			大量配信対応のCDN(J-Stream CDNext)	メディア、スポーツ等の大量アクセスが発生するサイトや、自治体や公共交通機関の災害時の情報発信、大手企業サイト等アクセスが集中するサイトで利用。ストック性が強い	中
			大規模オンデマンド配信	メ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		Web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	3ヶ月未満	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) Web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

従業員 四半期推移

引き続きスタートアップであるVideoStep以外は採用を抑制し、運営の効率化を図っている。
前年同期対比ではアイ・ピー・エルのグループ入りにより増加。

(単位:人)

■ 連結子会社 ■ 営業・管理系(営業、広告・マーケティング、管理等) ■ サービス系(エンジニア、プロデューサー等)



連結合計

YoY +33人
QoQ +2人

Jストリーム本体
合計

YoY △16人
QoQ △5人

子会社

YoY +49人
QoQ +7人

営業・管理系

YoY △10人
QoQ △2人

サービス系

YoY △6人
QoQ △3人

投資実績

Stream BIZ、CORE等OTT中心とした顧客の用途に合わせたソリューションの機能強化を進めたほか、主力プロダクトのEquipmediaのライブ、iOS版機能エンハンスや他サービスとの連携機能開発、CDNextのSSL証明書関連等を実施、ほぼ計画通りの進行。ネットワークルータ等は定常の更新で下期中心に実施予定。販売・計数等ビジネスプロセス管理システムの追加開発も進め、現システムへの大規模投資は一通り完了。

(単位:百万円)	投資項目	上期実績	2026計画	実施率
● サービス ソフトウェア投資	<div>✓ J-Stream Equipmedia関連開発</div> <div>✓ 各種サービス共通基盤開発</div> <div>✓ CDNext機能増強</div> <div>✓ ライブサービス</div> <div>✓ 市場別(医薬／EVC／OTT・メディア)等各種機能開発</div> <div>(仮勘定調整分:ソリューション開発の比率が高い)</div>	153 62 30 14 11 51 △15	357	43%
● サービス ハードウェア投資	<div>✓ 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</div> <div>✓ ライブサービス機材関連</div> <div>✓ PC等各種機器</div>	48 30 2 16	169	28%
● 全社関連、業務支援、ソフトウェア投資等	<div>✓ ビジネスプロセス管理システム</div> <div>✓ オフィス・スタジオ設備等</div>	66 65 1	71	93%
	投資額総計	267	597	45%

連結バランスシート

2026年3月末時点

(単位:百万円)

資産合計 13,135	負債合計 1,939
	流動負債 1,723
	固定負債 215
流動資産 10,347	株主資本 10,699
	（ 資本金 2,182 資本剰余金 3,899 利益剰余金 4,923 自己株式 △306 ）
（ 固定資産 2,787 有形固定資産 398 無形固定資産 1,828 ）	非支配株主持分 492
	純資産合計 11,196

2026年9月末時点

(単位:百万円)

前受金
529→705
技術商社の保守契
約や、
VideoStep売上
増に伴い増加

資産合計 13,161	負債合計 2,080
	流動負債 1,851
	固定負債 228
流動資産 10,442	株主資本 10,588
	（ 資本金 2,182 資本剰余金 3,899 利益剰余金 4,813 自己株式 △306 ）
（ 固定資産 2,718 有形固定資産 379 無形固定資産 1,745 ）	非支配株主持分 488
	純資産合計 11,080

トピックス

J-Stream CDNext、認証局との連携機能により証明書管理を自動化

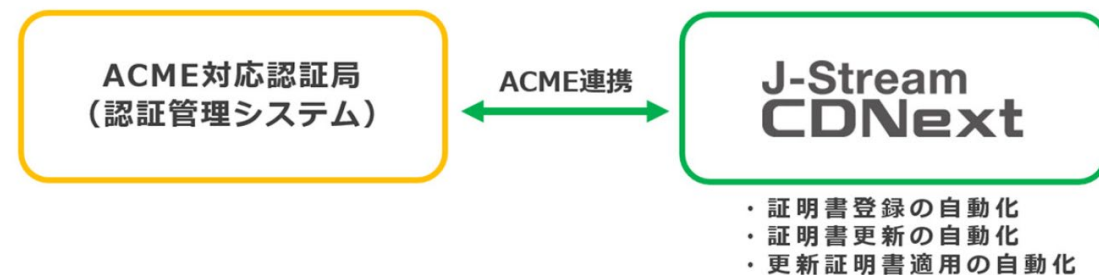
認証局とのACME(Automated Certificate Management Environment)連携によるSSL/TLSサーバー証明書運用の自動化機能の提供を開始

Webサイトの停止やセキュリティリスクを招く証明書の更新漏れを防止し、運用品質の確保と負荷軽減を両立

- ◆Webサイトやインターネットサービスの安全性を支えるSSL/TLSサーバー証明書に関する運用基準の見直しが進行中。認証局やブラウザベンダーが参加するCA/Browser Forumでは、SSL/TLS証明書の最大有効期間を段階的に短縮する方針が決議されており、
2026年3月15日以降は最大200日
2029年3月15日以降は**最大47日** となる予定。

- ◆CDNext上で、「証明書登録」「証明書更新」「更新証明書の適用」を一元的に管理でき、人的作業の削減を通じた運用負荷の軽減と、更新漏れ防止を通じて証明書期限切れによるサービス停止リスクの低減が可能。

J-Stream CDNextによる証明書運用の自動化（イメージ）



運用負荷軽減と更新漏れ防止を実現

トピックス: 連結子会社の動き

ビッグエムズワイと海外文献サービス、医師ペルソナをモデル化した対話型AIエージェントの構築・活用支援サービスを共同提供

製薬企業のプロダクトマーケティング部門を対象とした新ソリューション

MR面談記録をAIで分析、製品戦略立案・資材制作を支援する

VideoStep、STATION Aiに名古屋拠点を開設

自動車部品をはじめ、多くの製造業が集積されている東海エリアでの現場教育や技術伝承、業務標準化支援

約1,100社が参画する日本最大級のオープンイノベーション拠点であるSTATION Aiで、他のスタートアップとの連携も図る

「VideoStep」、知多半島総合医療機構様に導入

患者様向けのタブレット動画による説明に加え、職員向けの教育・研修や院内業務の手順共有も視野に

職員が繰り返し行う説明に動画を取り入れ、必要な情報を確認できる環境を整える

通期予想と配当方針

2026年度 通期予想(変更なし)

連結売上高

12,702百万円

前年同期比 **+5.9%**

連結営業利益

920百万円

前年同期比 **+11.4%**

子会社

売上高(子会社合計)
前年同期比 **+12.3%**

営業利益(子会社合計)
前年同期比 **+14.6%**

2026年度グループ売上は、EVC市場での増加を中心に、前年比+5.9%を計画

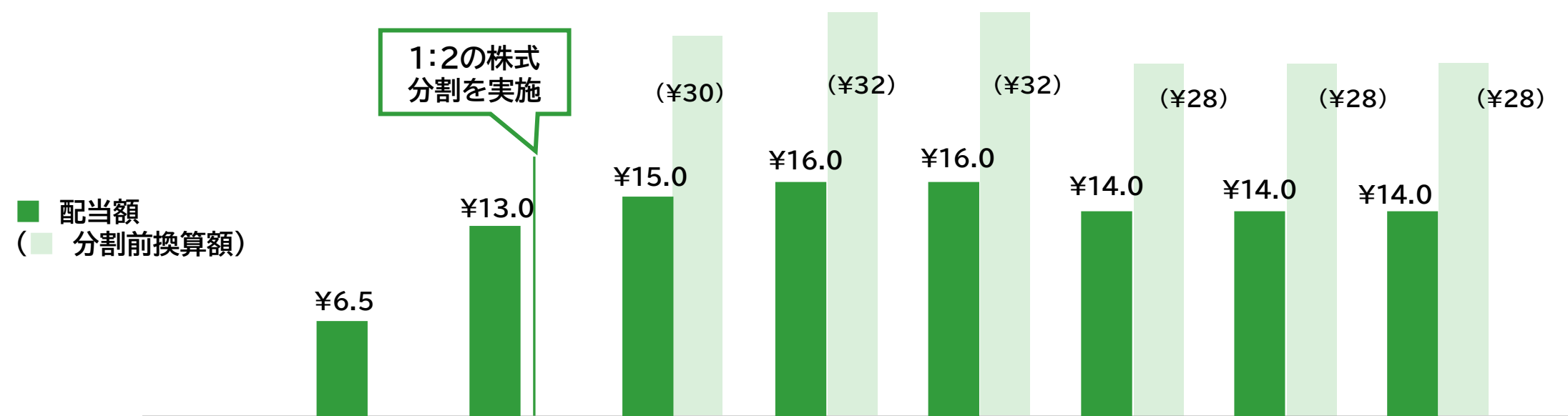
売上はコロナ期を超え過去最高を予想

利益はコロナ後の最高益を更新する水準を予想

Jストリーム本体の展開する新ソリューションに加え、成長ステージにある子会社サービスのグループ展開強化やM&Aを通じて、V字成長を定着させる

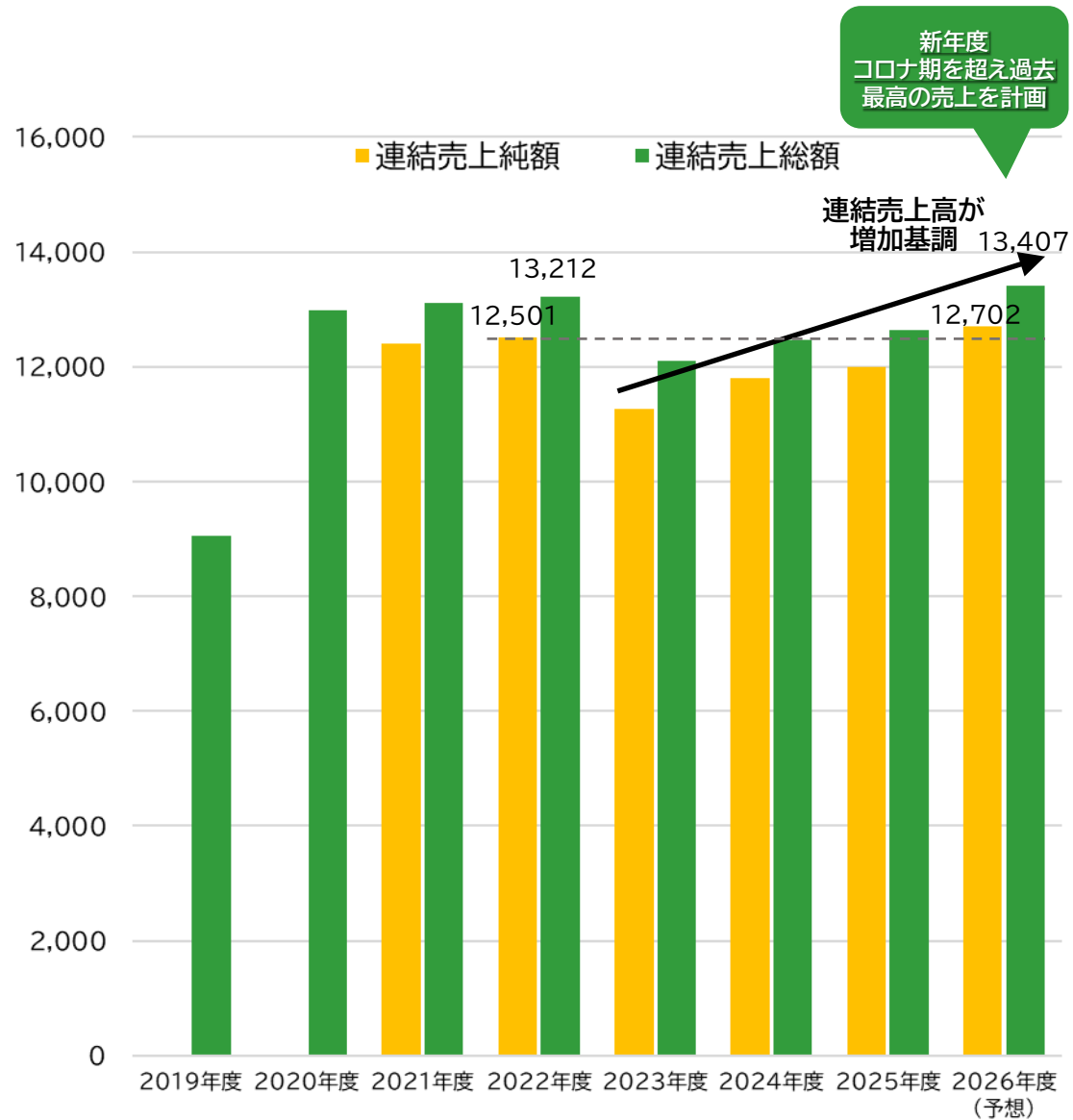
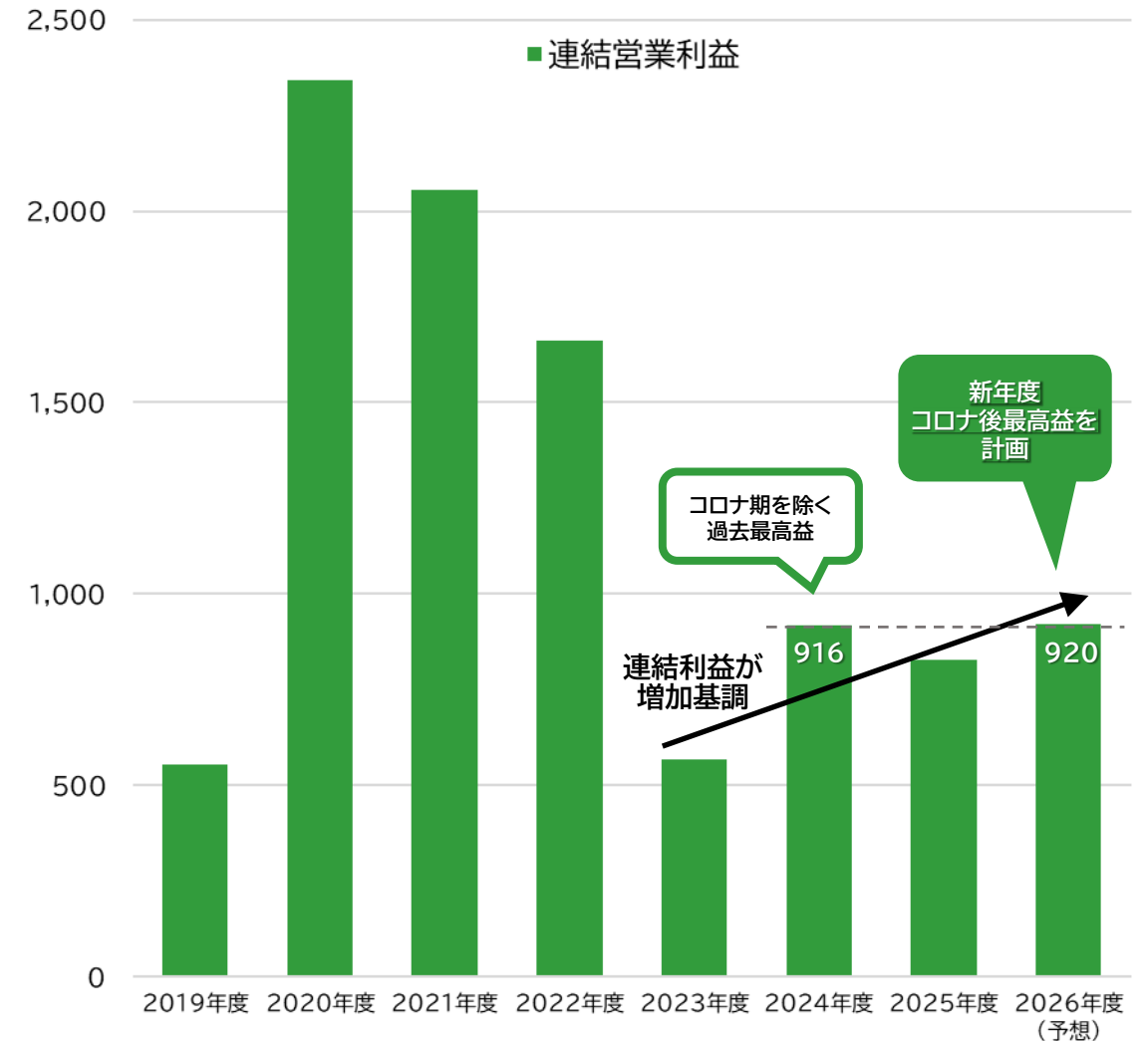
配当方針

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。
2026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円といたしております。



(単位:百万円)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度 (予想)
配当(予定)額	75	161	372	397	397	348	348	(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	550	485	(536)

2026年度 通期予想と過年度実績



2026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

事業戦略

顧客の課題解決に向けてグループソリューションを結集し、
動画活用を牽引する「The Streaming AX Company」を
目指す

- グループシナジーを最大化し、売上伸長と利益創出を図る
- 『動画×AIエージェント』でコミュニケーションを革新し、顧客と共に企業のあらゆる課題解決を加速させる
- 卓越した動画インフラの知見で、収益の最適化を図り、かつ最高品質のサービスを提供する
- インキュベーションとM&A、サービスの海外展開(VideoStep)による事業拡大に取り組む

2026年度事業計画骨子

「グループシナジーの最大化」と「AI技術の全社的実装」の両輪で利益体質を抜本的に強化

- 単体業績の医薬市場依存から脱却し、EVC/OTT領域とグループ会社の成長により連結としてV字回復を達成する
- AI技術の実装を全社的に推進し、サービス単価の維持・向上(付加価値)と社内業務の自動化(生産性向上)の両輪で利益体質を強化する

連結経営の強化(グループシナジー)

Jストリーム

グループシナジー

子会社独自の
成長

外注先の
グループ内
集中

シェアード
サービスの
強化

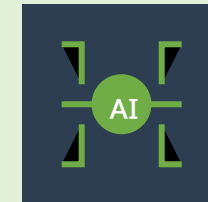
M&Aの
強化

M&Aの効果で連結利益におけるグループの比率が拡大
Jストリームは販路開拓・管理面で強力に支援

AI×動画による高付加価値化

The Streaming AX Company

「配信」から「データとAIを活用した課題解決」へ



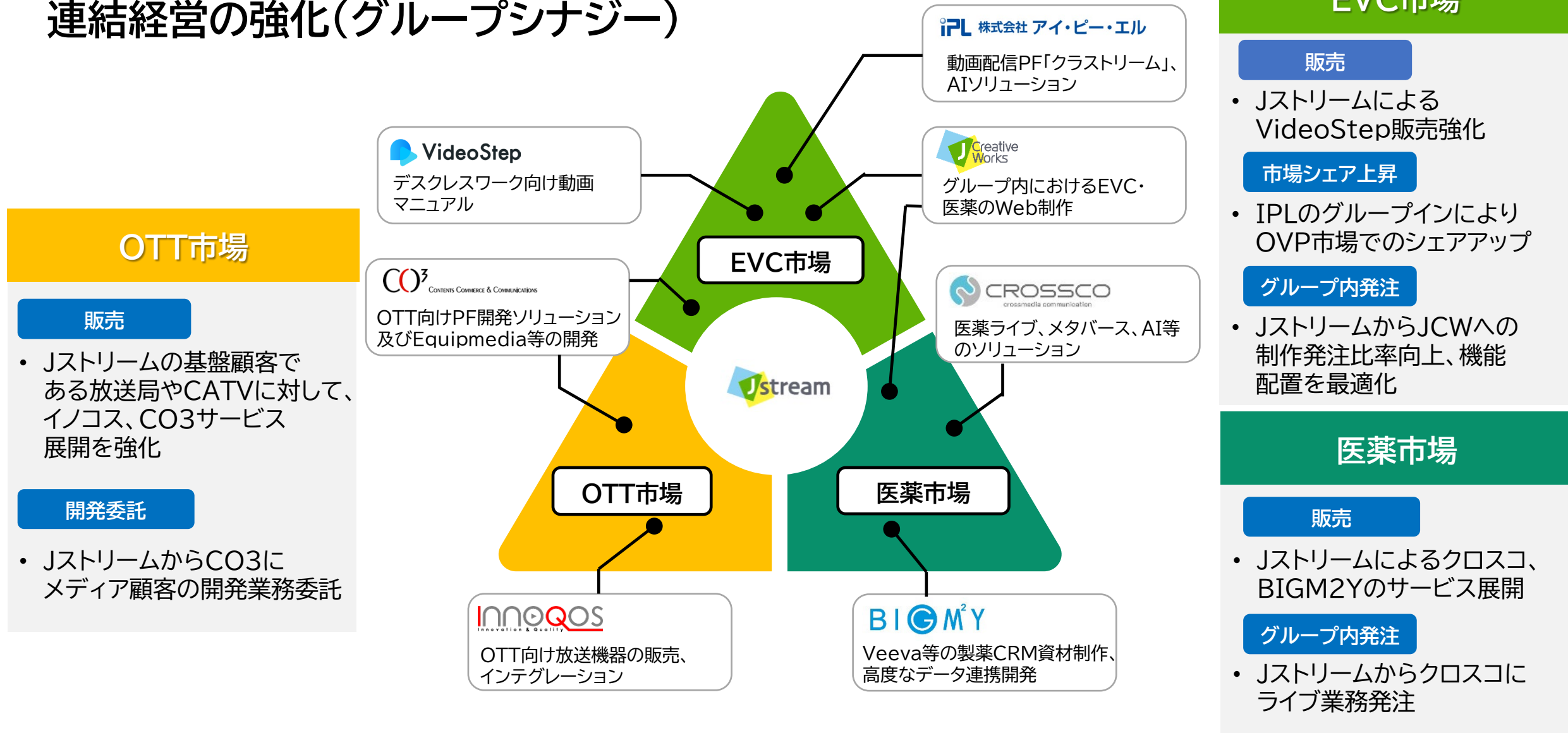
両輪で利益体質を強化

サービス・ソリューション
進化・向上
(付加価値)

社内業務
自動化
(生産性向上)

2026年度事業計画骨子

連結経営の強化(グループシナジー)

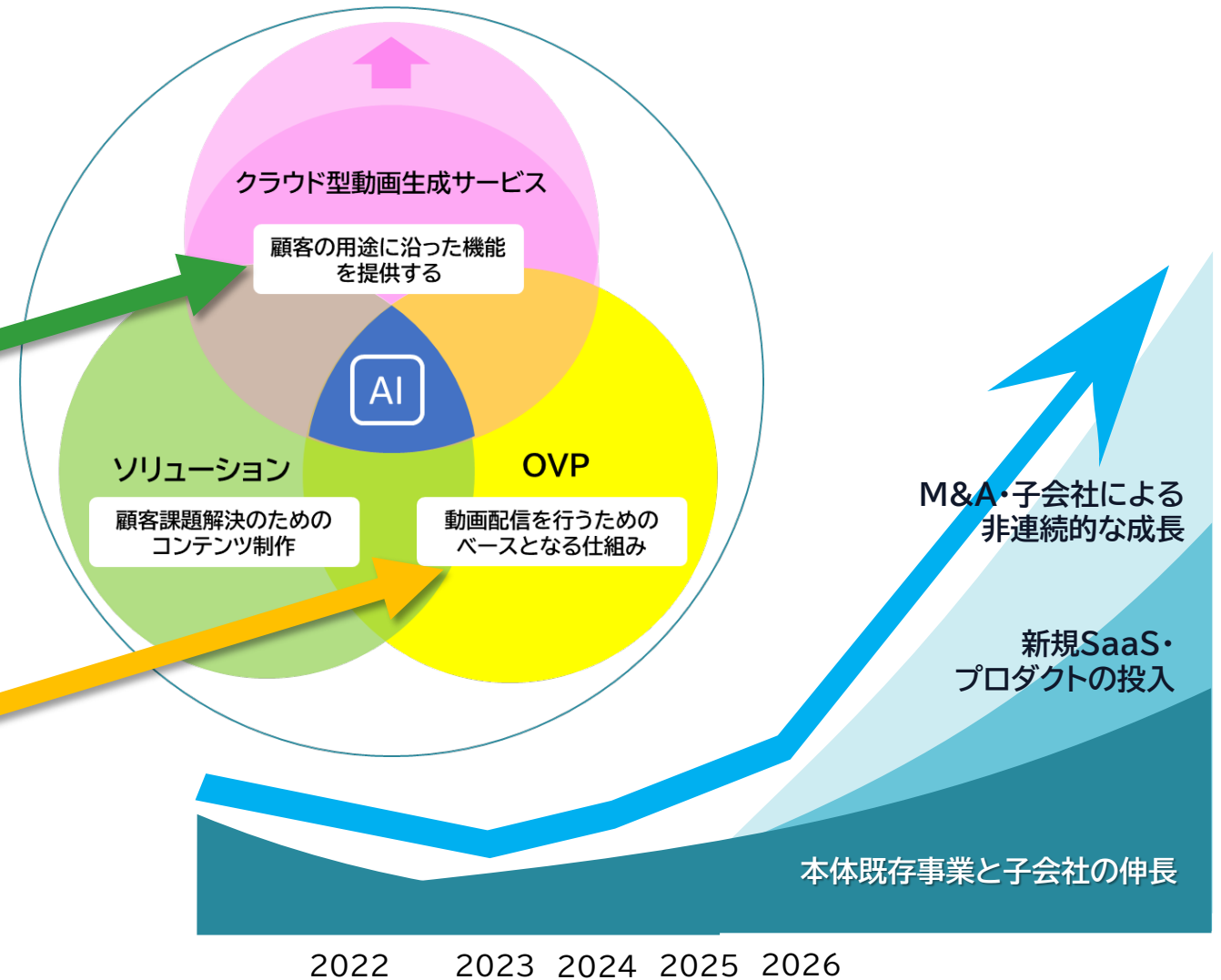


単体の医薬市場依存から脱却と連結V字回復継続

グループ総合力×動画AXによる成長



連結成長トレンドによるV字回復を継続



単体でのソリューション展開イメージ

2020

2021

2022

2023

2024

2025

2026

2027

2028～

コロナ期における将来への投資 ライブ急拡大の中でEVC、OTT向け
各種機能開発～アフターコロナ環境へ

DX + AI → AX
でのソリューション展開

The Streaming AX
Companyとしての展開

EQ
疑似ライブ

EQポータル

EQライブ配
信機能拡張

XRバーチャル
プロダクション

EQ for
Salesforce刷新

EQデスク
トップ配信

EQポータル
分析機能

メタマスタ
システム

Stream Biz

Webinar
Analytics

マルチCDN

ミテシル
UI刷新

マストバイ
応募フォーム

EQリアルタイ
ム字幕

マストバイ

EQ・CDNext
ISMS認証

AIライブ字幕
AI動画要約

Webinar
Stream

Webinar
Lounge

EQ動画マニュアル
生成機能

マルチアングル
ライブ

EQ動画マーケ for
Salesforce

EQスクリーンレ
コーダー

EQ Presentation
Cloud

Stream
BIZ/CORE

動画DX領域の開拓

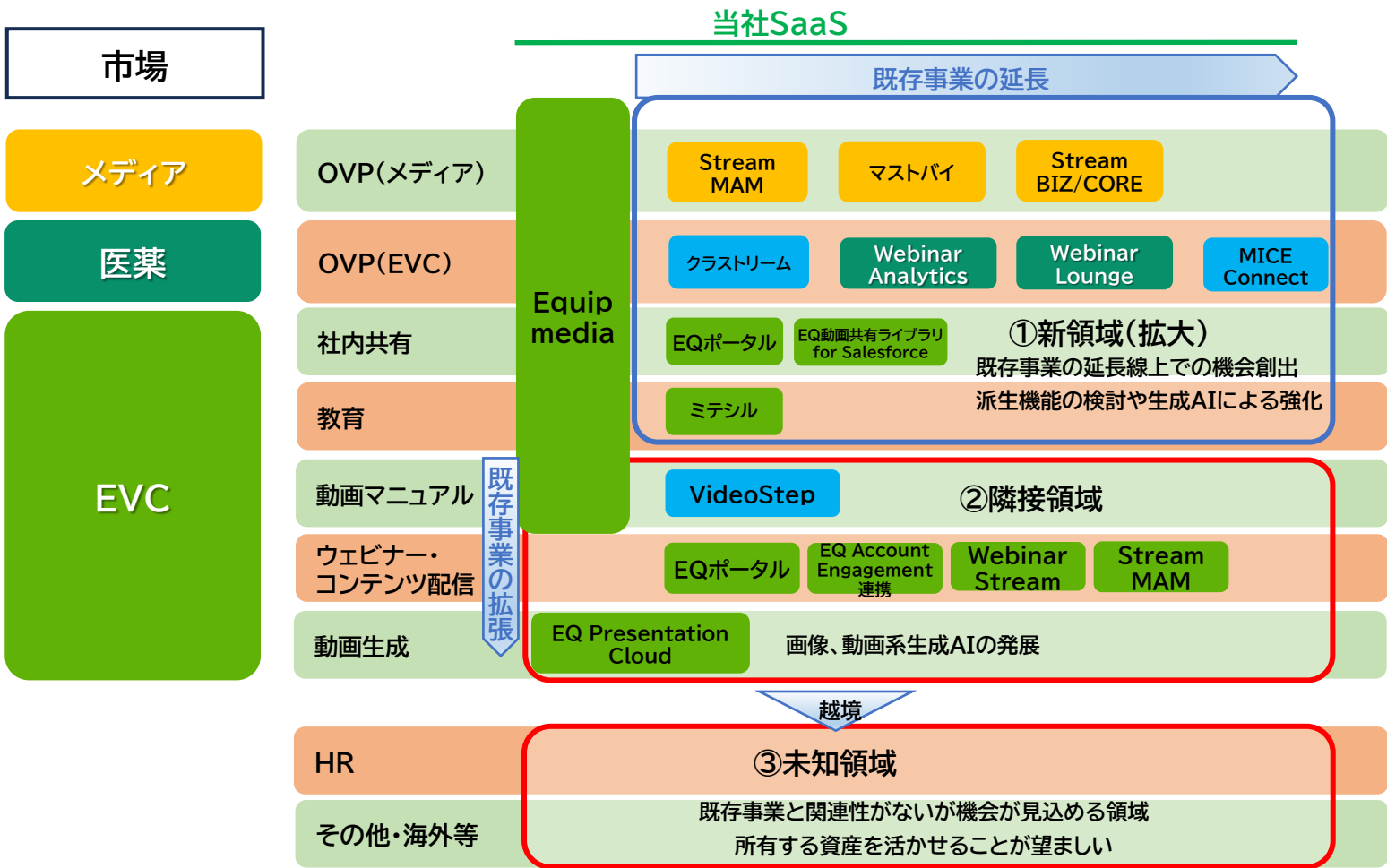
- Presentation Cloudの販売開始とクラウド型動画サービス領域の開拓
- Stream BIZ/CORE投入によるOTT領域の顧客獲得
- EQを中心とした他SaaSとの連携と動画DX業務の開拓

動画SaaSの成長と役務拡大

- EQ、クラウド型動画生成サービスの成長
- SaaS周辺の役務受託を拡張
- 動画データ分析による提案の推進

- SaaSによる安定的な顧客基盤を基軸とした動画DXソリューションの提供
- 蓄積した動画データ分析ノウハウによるコンテンツの付加価値を提供
- インキュベーションによる事業創出
- 中期計画中にM&Aで取得した子会社の成長

M&A方針 動画AX SaaS + 既存事業の延長 の方針を継続



- 動画マニュアル、コンテンツ配信、動画生成など、当社の中核・隣接領域における主要なSaaS競合はほとんどがスタートアップ企業
- 成長戦略と同時に、中核事業の競争力を維持するための防衛戦略としてスタートアップのM&Aに注力する

近年のM&Aによる業績浮揚効果

2025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
当年度実施: アイ・ピー・エル
4社合計 約30億円
(連結売上高の25%を占める貢献度)

- 2018年8月～2019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)
 - 2025年11月 : アイ・ピー・エル社を子会社化
- 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

各市場の基本方針(顧客層と展開するサービス視点)

EVC

医薬市場

- 主要取引先10社(外資系6、内資系4)の堅守
Web講演会の仕様の変更、機能追加等(WebinarAnalytics+文字起こし、要約、データ分析等)を通じた売上拡大
- 中堅企業の新規開拓の継続
- 自動ページ生成等の効果を通じ作業費削減、利益率向上

EVC
(医薬以外)市場

- 新サービス「EQ Presentation Cloud」をリリース
- ソリューションセールスの新規開拓専任チーム立ち上げ
- SI事業の拡大を図る
- 前年のカスタマーサクセスへのコミットを継続、顧客との接点継続と成功体験創出

OTT

OTT
(メディア・コンテンツ)市場

- 大型案件複数商談中でありクロージングに注力
- 既存大口取引先(放送局系売上が85%)の堅守:各種早期対応を通じて関係強化
- 役務商売からプロダクト主導型ヘシフト(Stream CORE等)、都度開発のコスト低減と受注獲得を追求

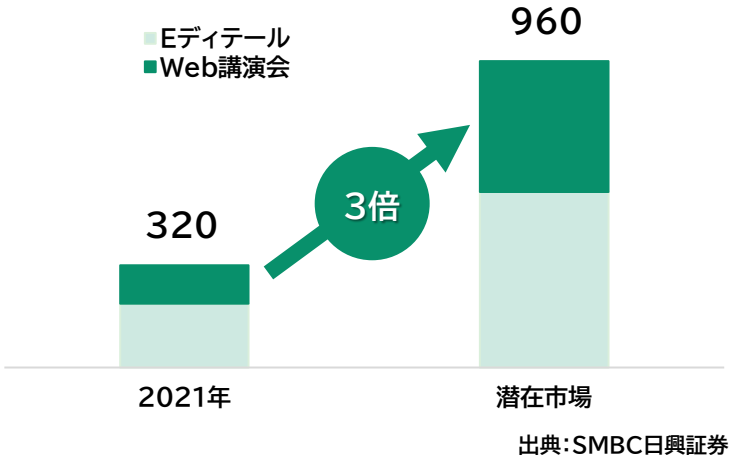
市場・顧客と医師を取り巻く環境

【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0.5%～1.5%**と予測
一国では米中に次ぐ世界3位の市場(11兆円)ではある
- **薬価改定**の販促予算への影響要注視
- Zoom、Teams等ツールでの自社運用講演会が増加
- 米国関税措置等の影響程度は不明だがマイナス要因

【医療従事者 動向】

- 医師の働き方改革(2024年4月～)を受けた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
- 当社調べ(2026年2月)では医師のWeb講演会への参加回数は
顕著に増加しており、重要性の高さが感じられる
- 医師の講演会への関心度別に4分類して分析した結果、1日の中で情報収集に
かけられる時間はいずれの層も「1日あたり30分」が最も多い結果となった。
但し視聴機器や視聴の経緯には顕著な違いがあり、医師への有効な働きかけには
それぞれに適した手法が必要となる



Web講演会参加回数			
2025年2月調査		2026年2月調査	
n	平均	n	平均
3,193	14.6	4,669	21.9

	セグメントA	セグメントB	セグメントC	セグメントD
	臨床展開	情報取得	ながら視聴	関心低・ながら視聴
主な視聴環境	ノートPC・集中視聴	ノートPC・部分視聴	デスクトップPC・並行業務	スマホ・ながら視聴
視聴の決め手	最新エビデンス・MR紹介	開催時間帯・効率性	講演タイトル	視聴特典・隙間時間
事後アクション	MR連携・院内共有	ガイドライン自己検索	特になし	特になし
処方影響度	3.7(最大)	3.6(高い)	Neutral	3.0(最小)

Jストリーム調べ

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
顧客の課題ごとに取り堅守／拡大への取組が必要

医薬向け事業戦略

グループ連携を強化し、デジタルソリューションを軸に医療DXパートナーとして顧客提供価値を追求し、中期的にWeb講演会依存を脱することを目指します。

Web講演会

大手顧客は維持、マルチベンダー化の流れに乗って中堅/新規企業の開拓を図り、顧客層拡大を推進

取引先拡大

大口取引先
10社

- Web講演会向けオプション強化による単価向上
- WebinarAnalytics 等デジタルマーケティング/広告を絡めた総合提案
- 既取引先未取引メディカル領域の新規獲得

Web講演会
年間10~30回程度
実施の中堅企業

- サポートを軸にした総合提案(運用巻取り+Web講演会+集客+分析)
- 低価格パッケージ、セルフ開催(Zoom等)技術支援や運用代行

未取引大手

- 顧客リソース課題に対するサポートを軸にした総合提案
- WebinarAnalytics、「分析支援」からWeb講演会事業拡大
- Web講演会以外のグループサービス群の総合提案による窓口開拓

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
- ・ 社内業務DX、効率化を進め、メディカルオートメーションにつなげる(利益率改善)



デジタルマーケティング

Web講演会＋制作、データ分析、Veeva連携
の総合提案を通じて、
医師の行動履歴等の有益な情報を提供する

Webinar Analytics

契約社数増加に向けた営業推進取組＋データドリブン業務への深耕

- MR支援サービスの提供
→ WebinarAnalytics for MR の展開
生成AIによるコンテンツ分析や総評、CRM連携機能を提供
- 講演会に付随する新オプション
→ AI字幕・ダイジェスト制作
- 製薬会社のDXにおけるAI活用の需要・顧客の内製化拡大への対応

広告事業

集客メディア販売:既存の維持＋中堅新規拡大

- メディアとの連携を強化
双方ターゲットへの深耕やオリジナルプランなどの作成を通じて関係促進
- 新興メディアの発掘、代理販売商品を拡大しプランニング力を強化
- WAを軸に分析、最適なメディアを選定

その他

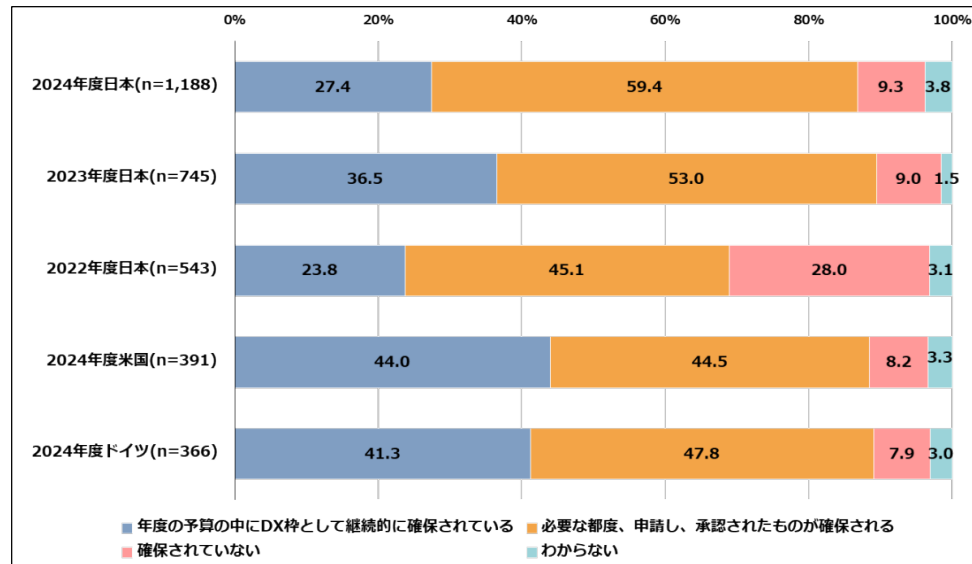
新規隣接領域への展開

- 医師の働き方改革支援:
医療機関での動画活用(患者向け疾患説明の動画化等)
事例増やし導入促進
- 製薬会社の製薬説明資材審査を支援する
AIソリューションを検討

EVC(医薬以外)市場向け市場認識

DX推進のための継続的な予算確保状況

- 「年度の予算の中にDX枠として継続的に確保されている」「必要な都度、申請し、承認されたものが確保される」といった何らかの形で予算が確保される割合が9割近い。
- 日本は「必要な都度、申請し、承認されたものが確保される」割合が高い。

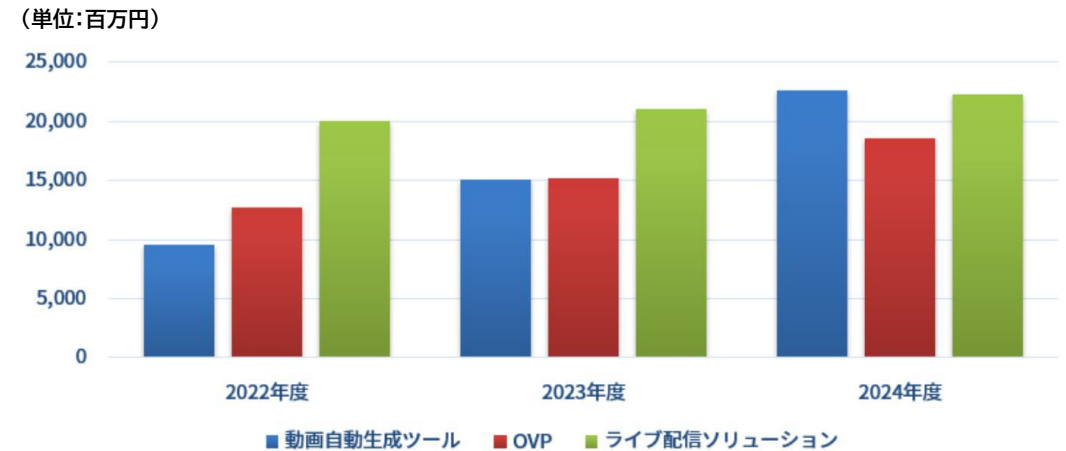


出典:独立行政法人 情報処理推進機構
「DX動向2025」(2025年6月)
<https://www.ipa.go.jp/digital/chousa/dx-trend/tbl5kb0000001mn2-att/dx-trend-data-collection-2025.pdf>

法人向け動画・配信ソリューション市場

- 2024年度～2028年度の法人向け動画・配信ソリューション市場は年平均24.4%成長
2028年度には1,529億円となる見込み。

2022～2024年度
法人向け動画・配信ソリューション市場規模



出典:デロイトトーマツミッド経済研究所
「法人向け動画・配信ソリューション市場の現状と展望 2024年度版」(2024年6月)
<https://mic-r.co.jp/mr/03150/>

EVC(医薬以外)市場向け事業戦略

EQ Presentation Cloud(EQPC)による動画生成機能を活かして営業を推進、既存顧客の需要喚起とともに新たな需要を創出する

ソリューションセールスの新規開拓専任チームを新設、前期のカスタマーサクセス支援をベースに顧客の成功にコミットする提案を実施する

教育・トレーニング

ソリューション

- 営業教育/トレーニング、技術伝承/安全教育等など利用拡大する用途向けのWebinar Stream提案

プロダクト

- 社内教育/トレーニング作成でのEQPC活用
- EQミテシルオプションモデル開始に伴う、EQ顧客への展開

情報共有

ソリューション

- 社内エンゲージメント型イベント用途
- 社内報や社内コミュニケーション、ツールベンダーとの提携提案

プロダクト

- EQポータル低価格プランによる中堅・中小企業開拓とその後の拡大
- EQPCによる社内説明映像の制作

販促・プロモーション

ソリューション

- Webinar Stream
拡張性を活用しイベント用途開拓
B2Bマーケティング用途開拓

プロダクト

- EQポータル活用やEQ動画マーケティング for Salesforceによるマーケティング用途開拓
- EQPCでの販促コンテンツ内製化

OTT(メディア・コンテンツ)市場向け市場認識

放送局

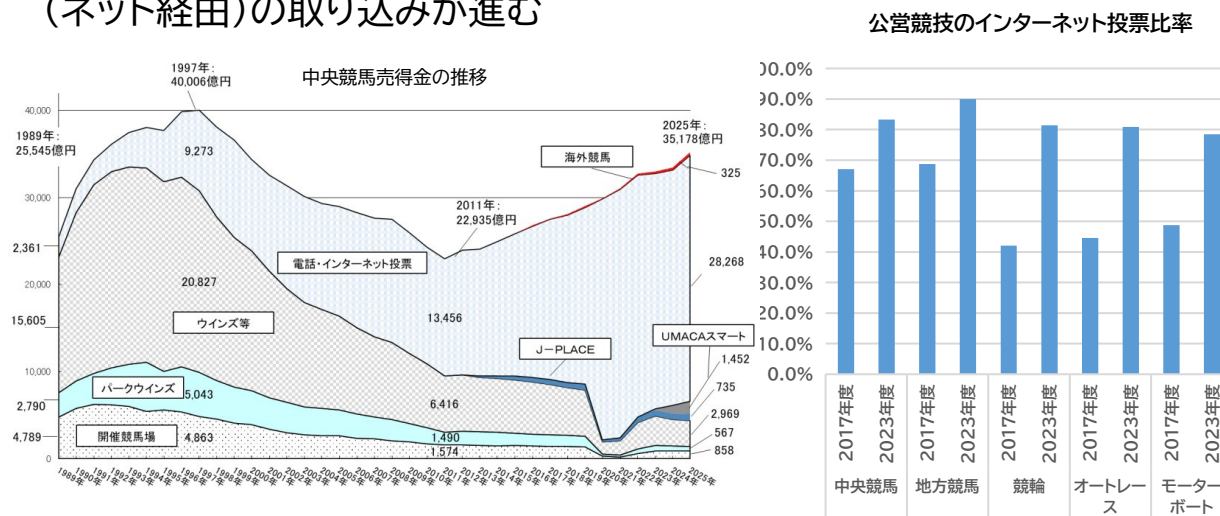
- FOD事業:有料会員数150万人超え(2024/9)1年9か月で50万人増
- TVerは、2025年12月にMUBが4,460万を突破 前年同月比+14%
同時配信/ライブ数増加/視聴データ分析/TVer会員化/FAST(広告付き無料ストリーミングサービス)実証実験等が進み民放各局の広告配信の中心となっている
- NHK:2025/10からインターネットを通じた番組配信が必須業務化 支出削減/受信料は値下げ
- 地方局ではA-PAB(マル研)主導でFASTやLCB(Local Contents Bank)の取組みに関する検討が進行 JストリームはA-PAB主導のLCB実験に協力しており、2026/3に合同会社LCBと業務提携を発表

CS BS

- 放送事業に加えて、配信事業関連や地域イベント開催や運用といった新たな事業展開が進んでいる
- 若年層をターゲットにOTT事業への投資の動きあり
- 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

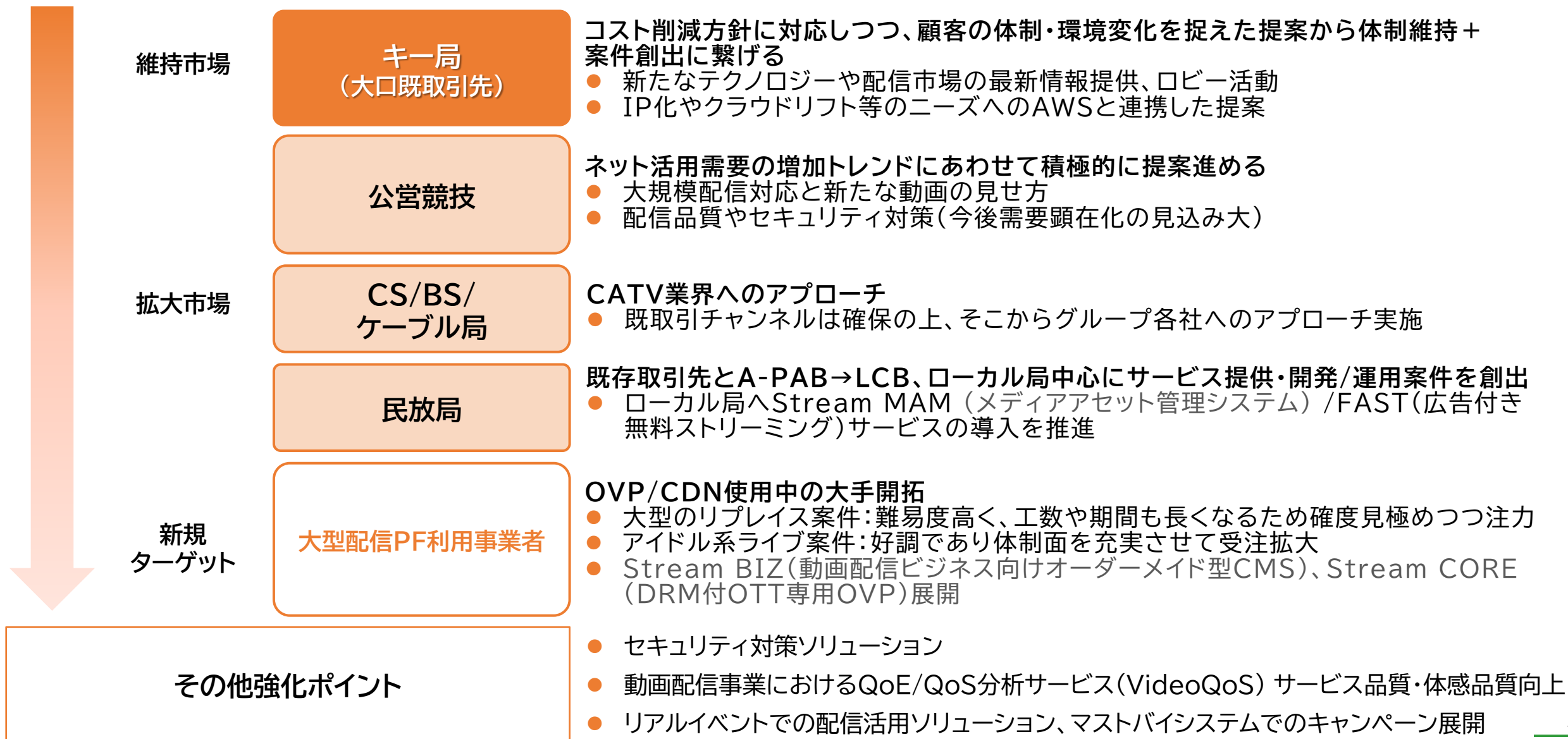
公営競技

- コロナ禍後も成長率は鈍化しているものの各競技共拡大、若年層(ネット経由)の取り込みが進む



OTT(メディア・コンテンツ)市場向け事業戦略

各顧客層別戦略と基盤整備

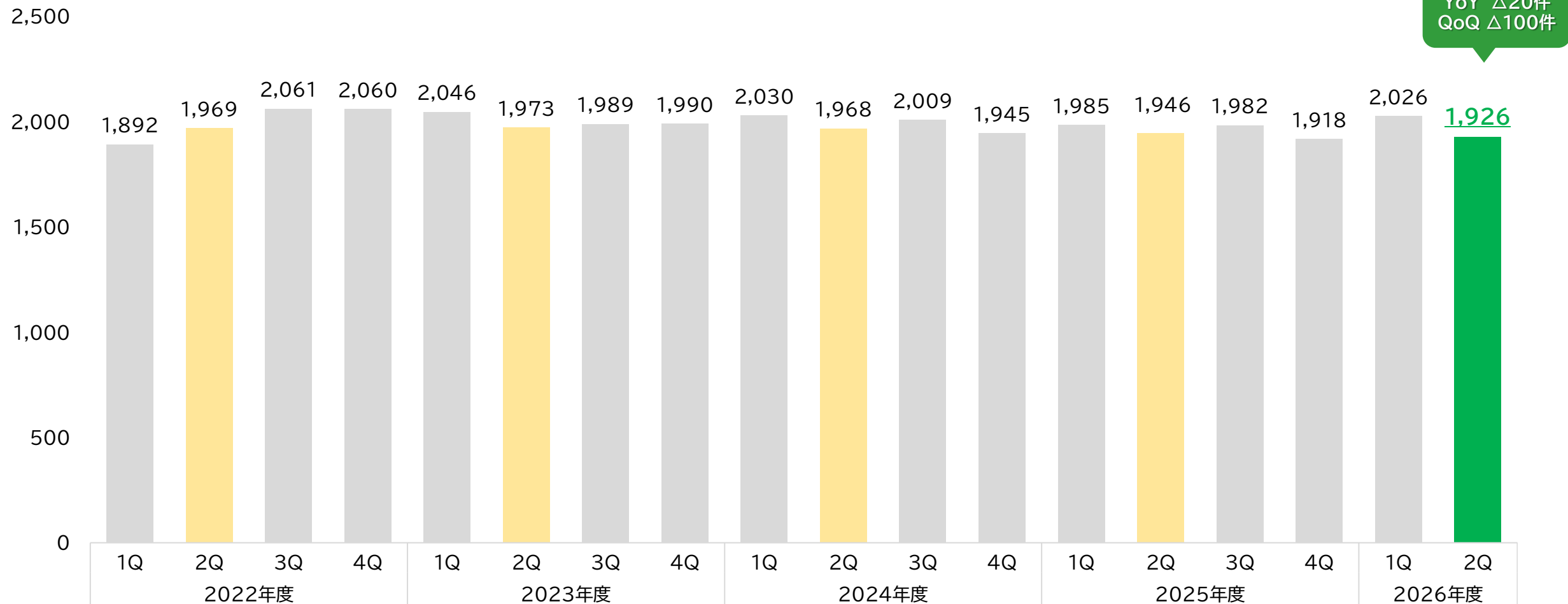


補足データ

参考指標:取引先窓口数推移(四半期毎の期中合計)

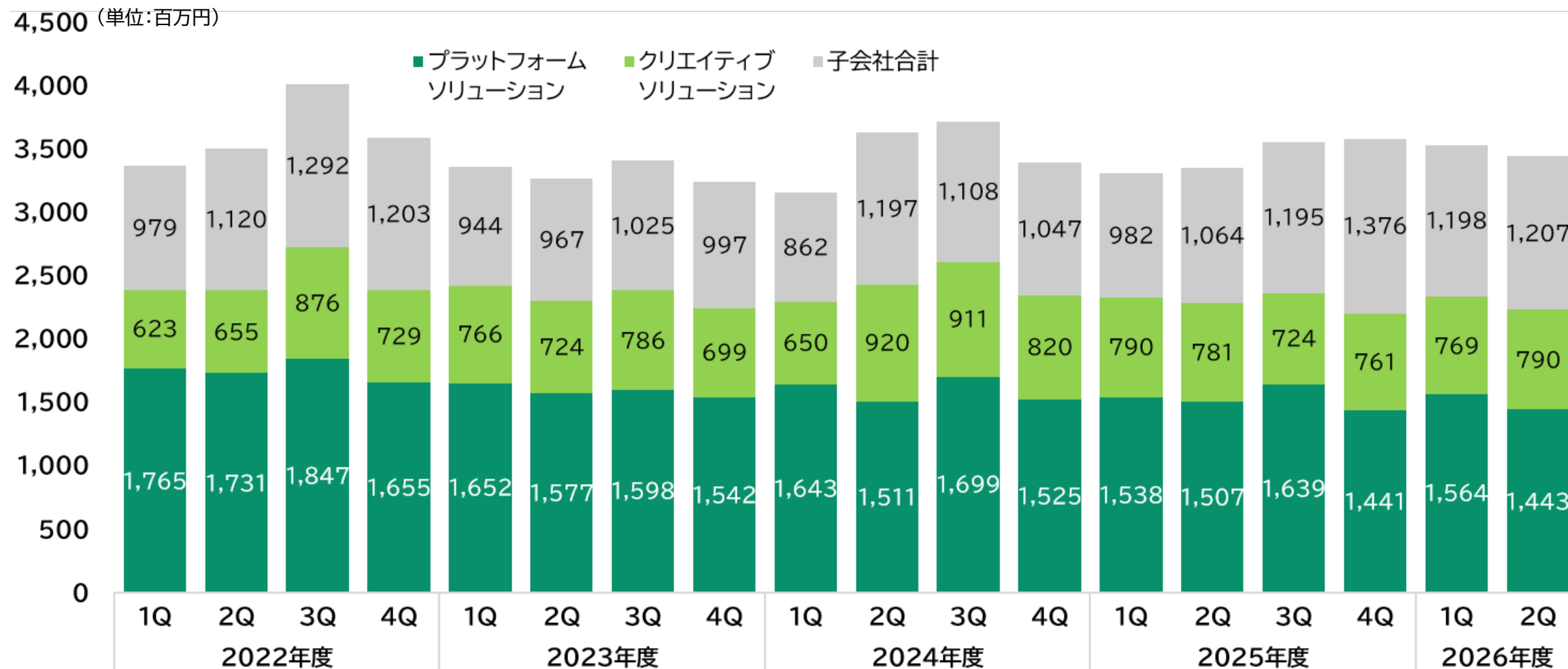
同一企業内でも多部門に利用いただくケースが多いことから、取引社数からさらに踏み込んだ取引先窓口数を重視しています。
2Qは株主総会関連の受注の反動から直前期対比減少しておりますが、前年同期比ではほぼ同水準です。
実施案件数は増加しています。

(単位:件数)



参考指標：ソリューション分類別売上推移（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。2Qは制作系案件が好調であり売上バランスが前年同期から変動が見られます。子会社はYoYではVideoStepのの売上増と前年度のアイ・ピー・エルM&A効果、QoQでは医薬系を主顧客とするビッグエムズワイ、クロスコ中心に堅調に推移しており売上増となっています。



※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等により、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先

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