

株式会社 J ストリーム

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

2024年1月31日

| (単位：百万円) | 2022年度 3Q | 2023年度 3Q | 増減率 |
|----------------------|-----------|-----------|--------|
| 売上高 | 9,413 | 8,493 | △9.8% |
| 営業利益 | 1,354 | 522 | △61.4% |
| 経常利益 | 1,341 | 542 | △59.6% |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 829 | 295 | △64.3% |

売上動向

- 3Qは2Q対比微増となりおおむね同様の需要動向。医薬系企業からの受注については、季節性に伴う大幅な案件増にはならなかったものの微増で推移。一般企業のセミナーや各種イベント、情報共有等の受注は、リアル回帰する中足元では微増となった。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社は単体と同様の需要動向。機器商社について前年の大口受注からの反動減となった。

損益動向

- グループ全体で経費節減に注力。2Qと3Qの比較では外注費が案件増に伴い若干増加したが、労務費・サービス開発推進に伴う業務委託費については削減。販管費については、人件費は増加したものの、業務委託、求人費等抑制の効果が出ており、全体ではほぼ同額。結果営業利益は累計では前年同期を大きく下回るものの、1Q、2Qを超える水準となった。
- 子会社固定費節減のためのオフィス移転に伴う償却等費用発生。

2024年3月期 第3四半期連結損益計算書

| (単位：百万円) | 2022年度 3Q | 構成比 | 2023年度 3Q | 構成比 | 増減率 |
|----------------------|--------------|--------|--------------|--------|--------|
| 売上高 | 9,413 | 100.0% | 8,493 | 100.0% | △9.8% |
| 売上原価 | 5,557 | 59.0% | 5,415 | 63.8% | △2.5% |
| 売上総利益 | 3,856 | 41.0% | 3,077 | 36.2% | △20.2% |
| 販売費及び 一般管理費 | 2,502 | 26.6% | 2,555 | 30.1% | 2.1% |
| 営業利益 | 1,354 | 14.4% | 522 | 6.2% | △61.4% |
| 経常利益 | 1,341 | 14.3% | 542 | 6.4% | △59.6% |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 829 | 8.8% | 295 | 3.5% | △64.3% |

第3四半期の売上の積み上げはほぼ修正計画どおりですが、経費圧縮を強力に推進した結果通期利益を達成する水準となりました

| (単位：百万円) | 2022年度 実績 | 2023年度 修正通期予想 | 3Q実績 | 通期予想 達成率 |
|-------------------------|--------------|------------------|-------|-------------|
| 売上高 | 12,501 | 11,480 | 8,493 | 74.0% |
| 営業利益 | 1,663 | 516 | 522 | 101.2% |
| 経常利益 | 1,652 | 536 | 542 | 101.2% |
| 親会社株主に 帰属する 当期純利益 | 873 | 219 | 295 | 135.1% |

期初予想発表時のシナリオ

修正時の差異認識

3Q状況

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

- 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

- 販促費抑制の傾向は継続。季節性による受注の伸びは全体では僅かに留まったが、上位顧客からの受注は順調であり、想定よりは僅かに上回った。
- 広告集客を重視するトレンドは不変

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

- 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

- 社内外情報共有関連の利用動向は堅調
- スポットイベント等、短期販売促進案件は低調な推移となった

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

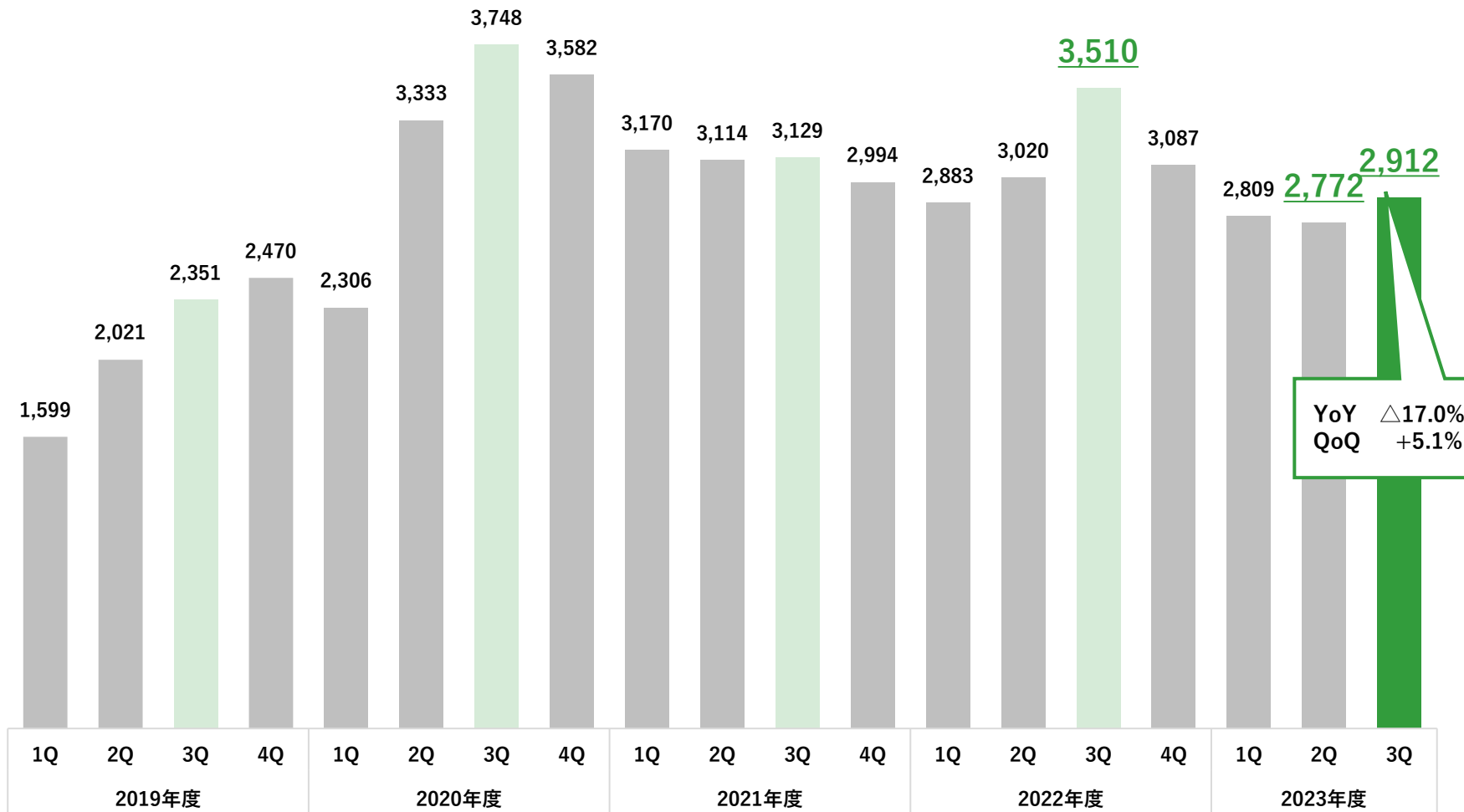
- 引き続き既存顧客からの開発・運用需要は堅調に推移。昨年の大型開発案件の運用売上が従来の既存案件に加わったことも貢献し、前年同期を大きく超える成長を達成

- 本市場については期初の計画のまま活動しており、想定を若干下回るも、開発・運用等継続受注は順調であった

売上高 四半期推移 (連結)

第3四半期における売上高は、前年度のメディア系大口開発や商社系子会社の大口案件の反動や、医薬系企業の大型全国案件の反動から前年同期比17.0%減となりました。前四半期比では5.1%増となりました。

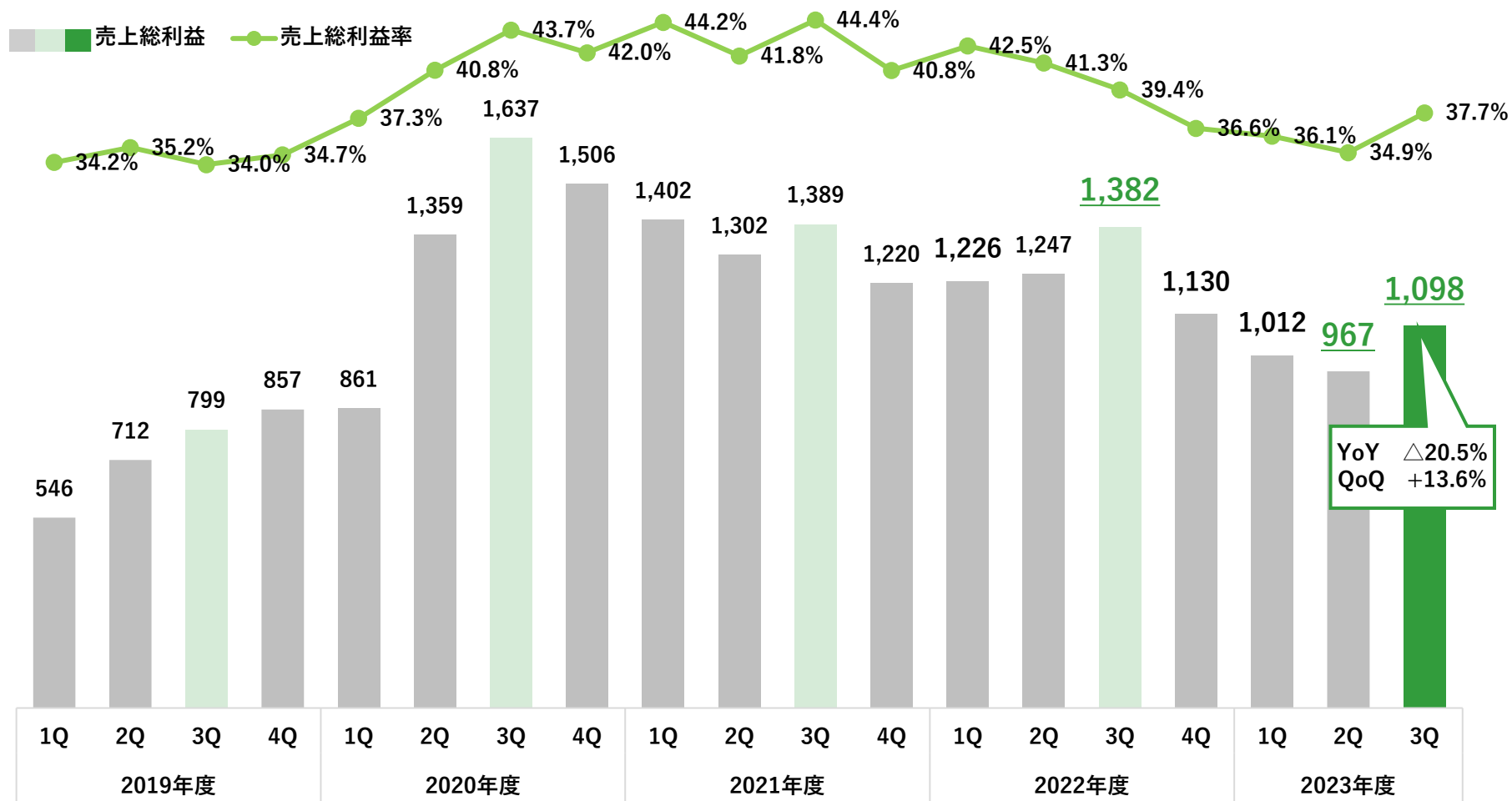
(単位：百万円)



売上総利益・売上総利益率 四半期推移（連結）

第3四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20.5%減となりました。前四半期比では、売上増、経費節減に伴い13.6%増となりました。

(単位：百万円)

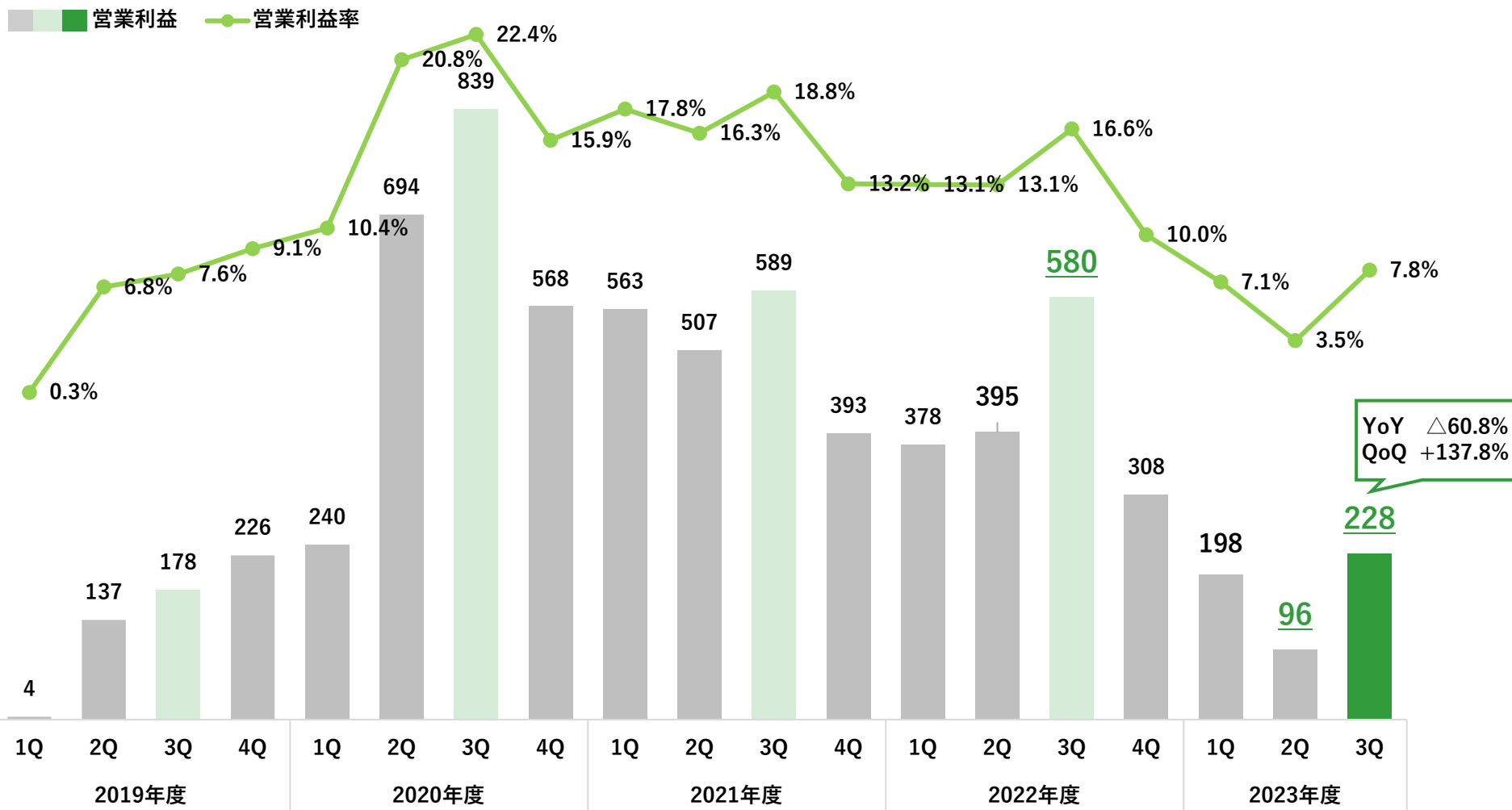


YoY Δ 20.5%
QoQ +13.6%

営業利益・営業利益率 四半期推移（連結）

第3四半期における営業利益は、売上の減少に伴い、前年同期比60.8%減となりました。各種費用の圧縮効果もあり、前四半期比では137.8%増となりました。

（単位：百万円）

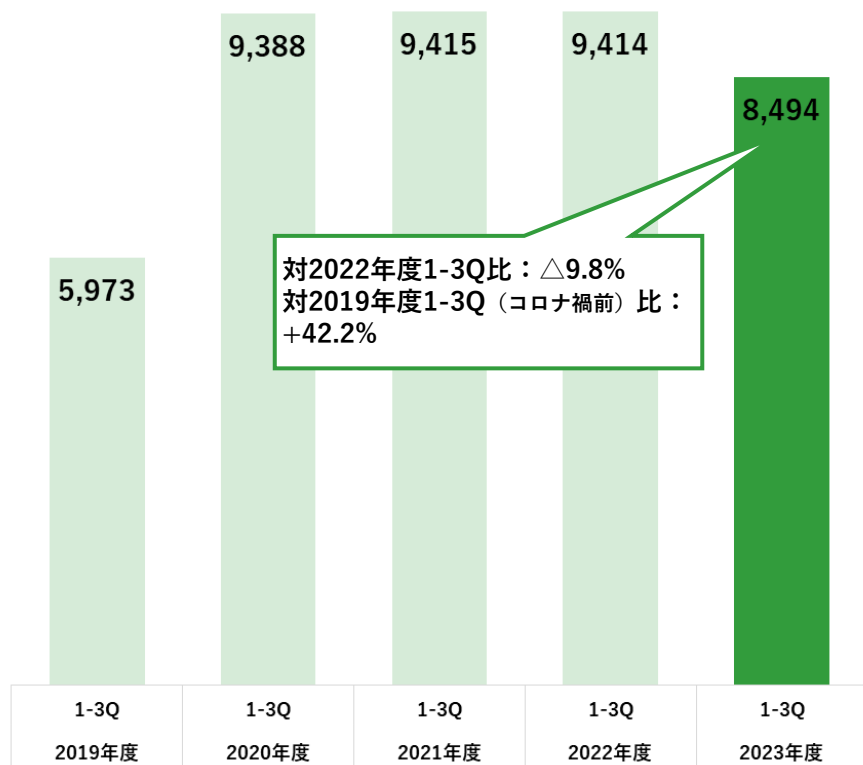


1-3Q累計業績推移（連結）

売上高・売上高総利益・営業利益の第1-3四半期累計の推移は以下の通りです。

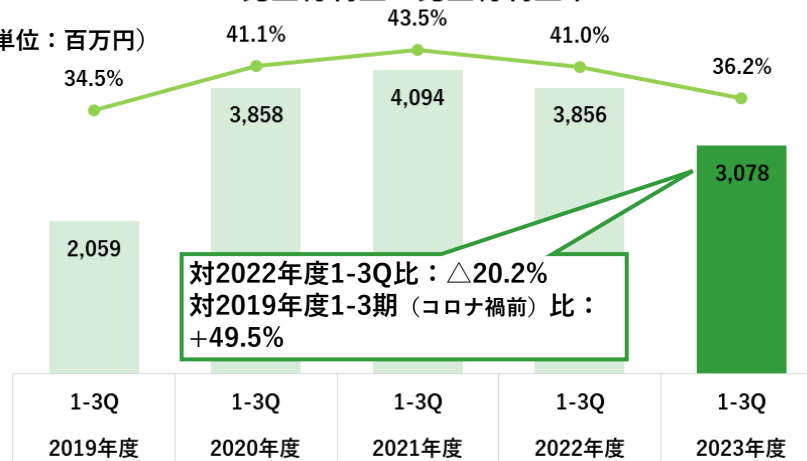
(単位：百万円)

売上高



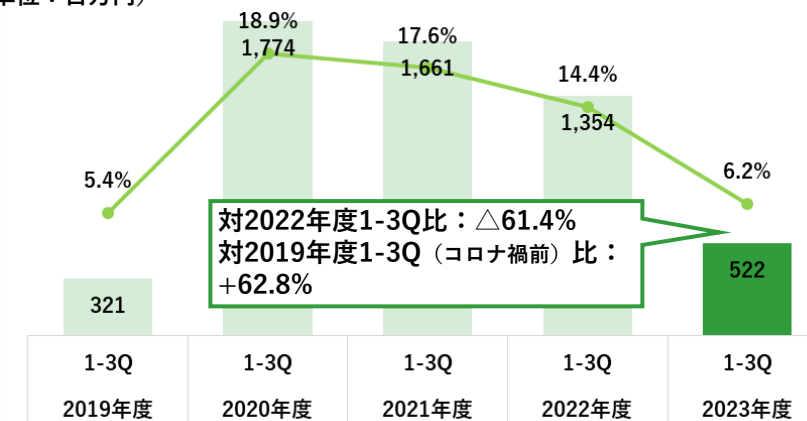
売上総利益・売上総利益率

(単位：百万円)



営業利益・営業利益率

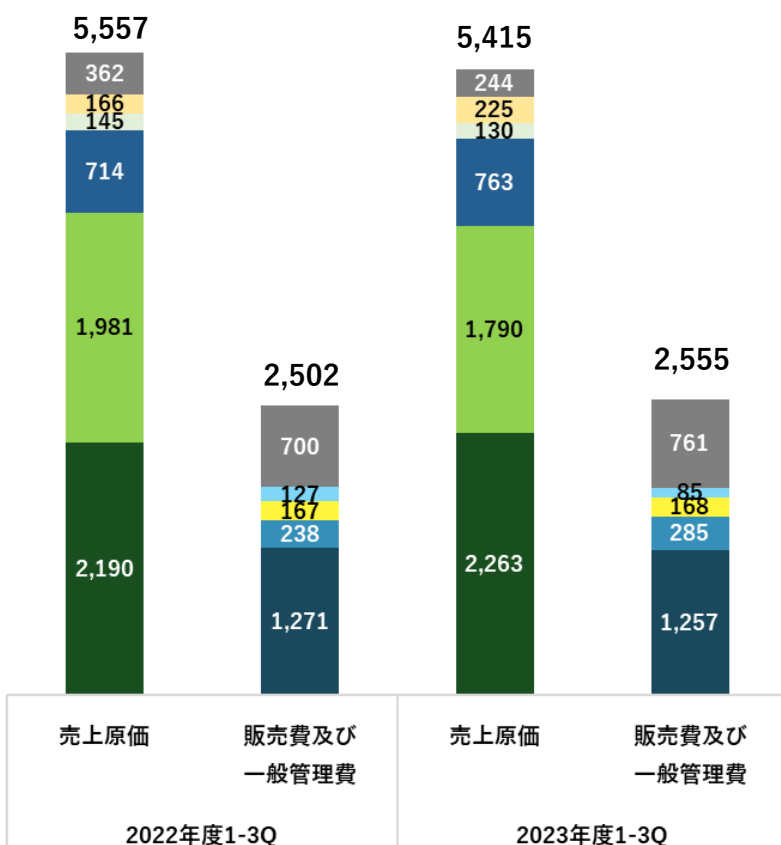
(単位：百万円)



売上原価と販売費及び一般管理費の状況（連結）

将来の業容拡大を見据えた投資に伴い、労務費・業務委託手数料は累計で増加しておりますが外注費減少や各種削減施策に伴い前年同期比 2.5%減となりました。3Qのみでも2Qとほぼ同額（+7百万円）にとどめており売上対比抑制できています。販管費は営業サポート売上獲得のための費用に加え子会社オフィス移転に伴う費用計上がありました。それ以外については圧縮が進みました。

(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3Q | 2023年度3Q | 増減率 | 変動要因 |
|------------|----------|----------|--------|-----------------------------------|
| 労務費 | 2,190 | 2,263 | +3.3% | 抑制実施。通期ではサービス開発体制拡充に伴い増加 |
| 外注費 | 1,980 | 1,790 | △9.6% | 売上減・ライブ配信等の内製化に伴い減少 |
| 業務委託手数料（原） | 714 | 763 | +6.9% | 抑制実施。通期ではサービス開発に伴う増加 |
| ロイヤリティ | 165 | 225 | +36.0% | 各種クラウド利用費の上昇による増加 |
| 売上原価合計 | 5,557 | 5,415 | △2.5% | — |
| 人件費 | 1,271 | 1,256 | △1.1% | 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 | 237 | 285 | +19.8% | 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） | 166 | 168 | +0.8% | 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 | 126 | 84 | △33.0% | 採用抑制実施 |
| 販管費合計 | 2,502 | 2,555 | +2.1% | — |

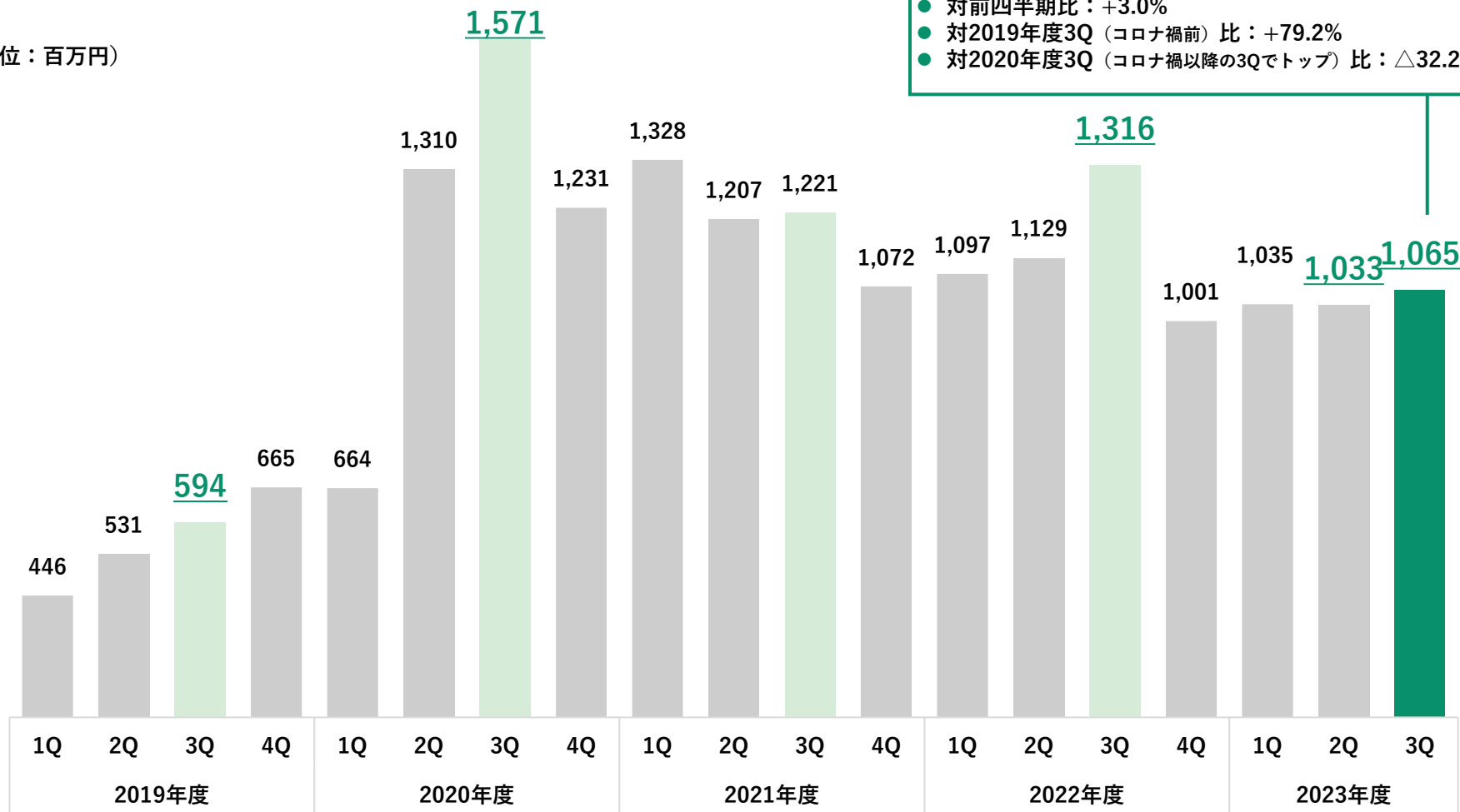
売上原価と販売費及び一般管理費の内訳 (連結)

| (単位：百万円) | 2022年度 3Q | 構成比 | 2023年度 3Q | 構成比 | 増減率 |
|-------------|-----------|--------|-----------|--------|--------|
| 労務費 | 2,190 | 39.4% | 2,263 | 41.8% | 3.3% |
| 外注費 | 1,980 | 35.6% | 1,790 | 33.1% | △9.6% |
| 業務委託手数料 (原) | 714 | 12.8% | 763 | 14.1% | 6.9% |
| 各種償却費 | 326 | 5.9% | 349 | 6.5% | 7.0% |
| ロイヤリティ | 165 | 3.0% | 225 | 4.2% | 36.0% |
| 通信費 | 194 | 3.5% | 196 | 3.6% | 0.7% |
| 仕入高 | 260 | 4.7% | 164 | 3.0% | △37.0% |
| その他 | △275 | △5.0% | △335 | △6.2% | 21.9% |
| 売上原価 合計 | 5,557 | 100.0% | 5,415 | 100.0% | △2.5% |

| (単位：百万円) | 2022年度 3Q | 構成比 | 2023年度 3Q | 構成比 | 増減率 |
|-------------|-----------|--------|-----------|--------|--------|
| 人件費 | 1,271 | 50.8% | 1,256 | 49.2% | △1.1% |
| 販売支援費 | 237 | 9.5% | 285 | 11.2% | 19.8% |
| 業務委託手数料 (販) | 166 | 6.7% | 168 | 6.6% | 0.8% |
| 支払手数料 | 64 | 2.6% | 91 | 3.6% | 41.0% |
| 求人費 | 126 | 5.1% | 84 | 3.3% | △33.0% |
| 地代家賃 | 84 | 3.4% | 77 | 3.0% | △8.4% |
| その他 | 550 | 22.0% | 591 | 23.2% | 7.5% |
| 販管費 合計 | 2,502 | 100.0% | 2,555 | 100.0% | 2.1% |

一部を除く製薬系企業による販促費の抑制、大型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。第3四半期のライブイベント数はほぼ第2四半期並となりました。単価は過去水準を維持しております。

(単位：百万円)



- 対前年同期比：△19.1%
- 対前四半期比：+3.0%
- 対2019年度3Q（コロナ禍前）比：+79.2%
- 対2020年度3Q（コロナ禍以降の3Qでトップ）比：△32.2%

※ 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



市場別売上四半期推移：EVC（医薬以外）

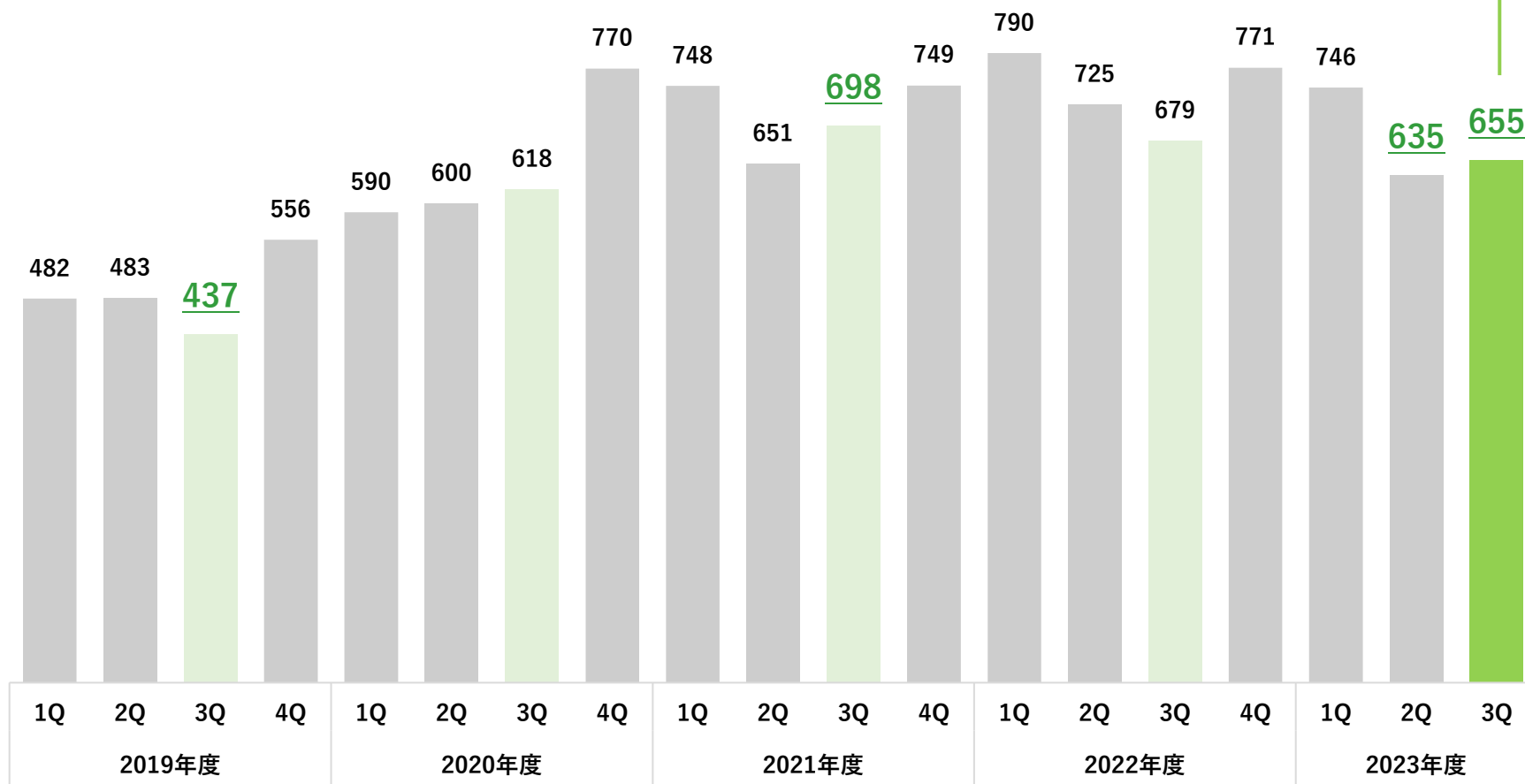
（Jストリーム個別：旧基準）



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の需要は、前年に及ばない水準ではありますが、第3四半期は直前期を上回ることができました。社内外情報共有用途の利用は堅調に推移しました。

（単位：百万円）

- 対2021年同期（コロナ禍以降の3Qでトップ）比：△6.1%
- 対前四半期比：+3.0%
- 対2019年度3Q（コロナ禍前）比：+50.1%



※ 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)

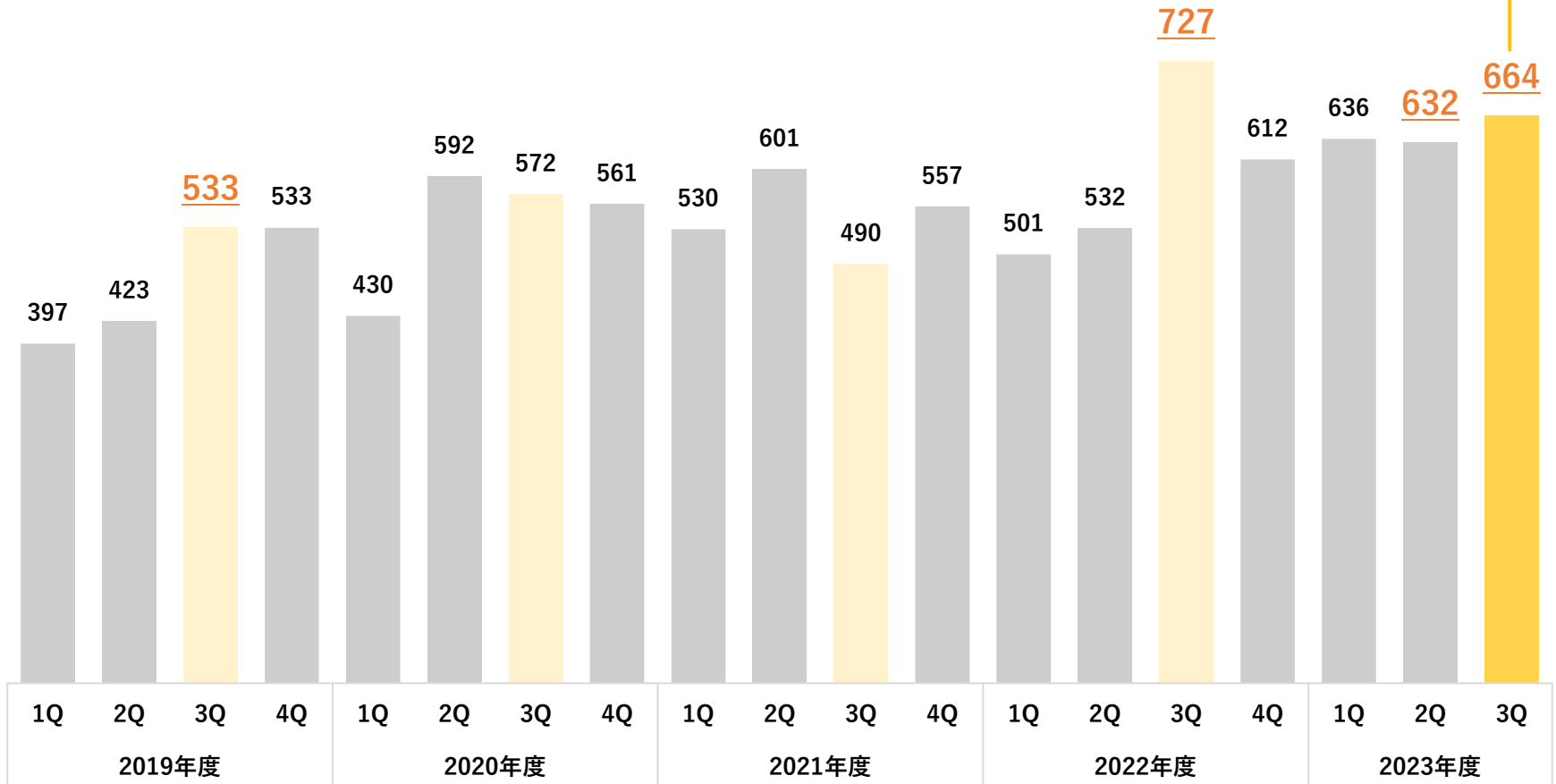
もっと素敵な伝え方を。



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、前年第3四半期に大型開発のあった専門チャンネルの運用・保守業務が順調に推移しました。前年同期の大型開発除きでは過去最高の水準となりました。

(単位：百万円)

- 対前年同期比：△8.7%
- 対前四半期比：+4.9%
- 対2019年度3Q(コロナ禍前)比：+24.6%



※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

| | 2019年度 | | | | 2020年度 | | | | 2021年度 | | | | 2022年度 | | | | 2023年度 | | | |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | |
| (単位：百万円) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 医薬医療製造・卸 | 417 | 505 | 565 | 638 | 641 | 1,234 | 1,492 | 1,217 | 1,301 | 1,185 | 1,212 | 1,045 | 1,087 | 1,110 | 1,299 | 987 | 1,025 | 1,022 | 1,059 | |
| 放送 | 305 | 316 | 388 | 386 | 312 | 433 | 404 | 364 | 357 | 431 | 351 | 409 | 356 | 378 | 579 | 449 | 461 | 469 | 478 | |
| 金融・保険業 (※1) | 110 | 124 | 132 | 153 | 187 | 170 | 155 | 155 | 263 | 161 | 165 | 175 | 194 | 197 | 172 | 181 | 185 | 159 | 161 | |
| 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 | 129 | |
| 出版・印刷業 | 33 | 36 | 22 | 39 | 57 | 56 | 67 | 65 | 69 | 63 | 65 | 55 | 89 | 65 | 53 | 63 | 94 | 65 | 71 | |
| 教育・学習塾 | 48 | 46 | 46 | 45 | 64 | 60 | 50 | 68 | 46 | 52 | 61 | 63 | 56 | 57 | 54 | 53 | 52 | 53 | 52 | |
| 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 | 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 | 26 | |
| 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 | 355 | |
| 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 | 2,384 | |

※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）

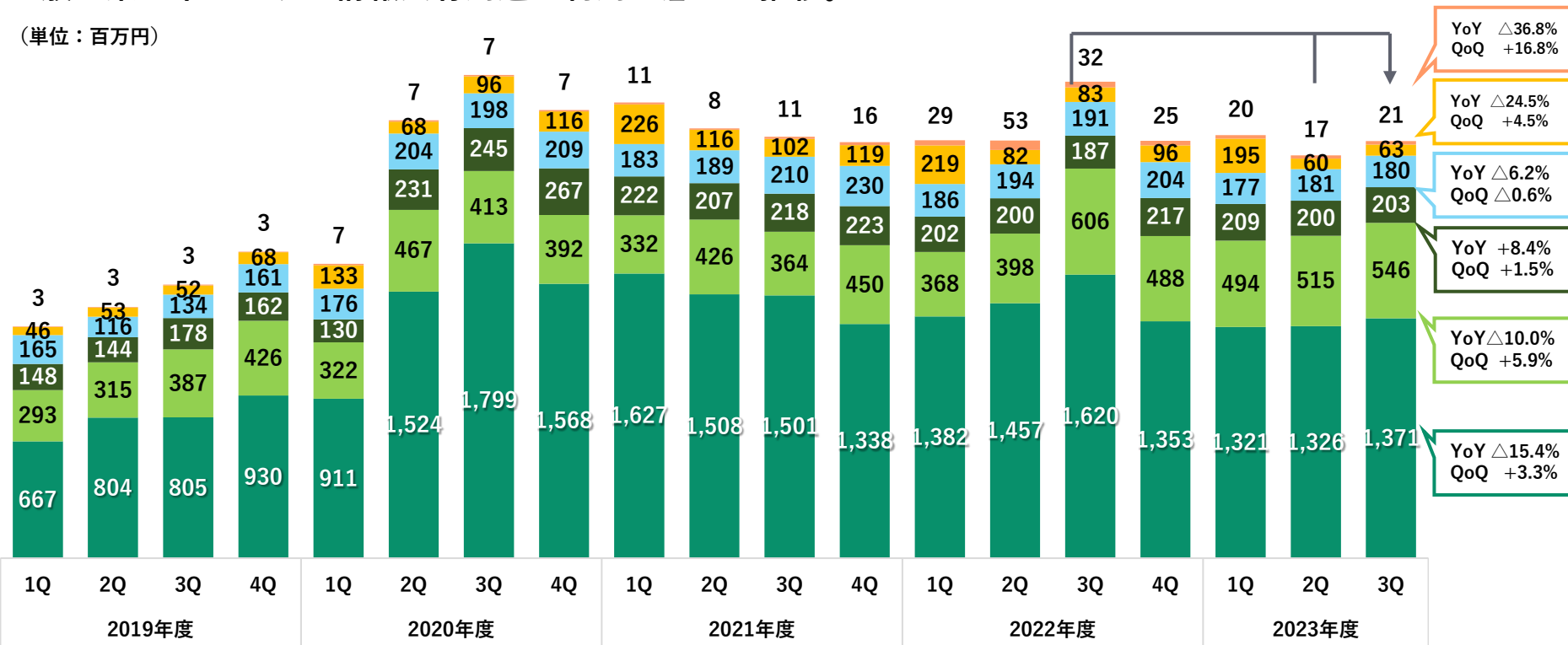
※2 2021年度においては、収益認識基準適用の影響から、初期設定費用等をサービス提供期間にわたって収益認識した要素が上表記載分以外に25百万円程度あり、表の合計額は短債記載の当期個別売上額9,879百万円と完全には一致しません。なお、25百万円のうち15百万円程度は放送業種、他はその他各業種に分散しております

※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。医薬Web講演会やスポットイベントの動向により販促・ブランディングは第2四半期対比伸び悩んだ。一般企業を中心とする情報共有用途の利用は底堅く推移。

(単位：百万円)



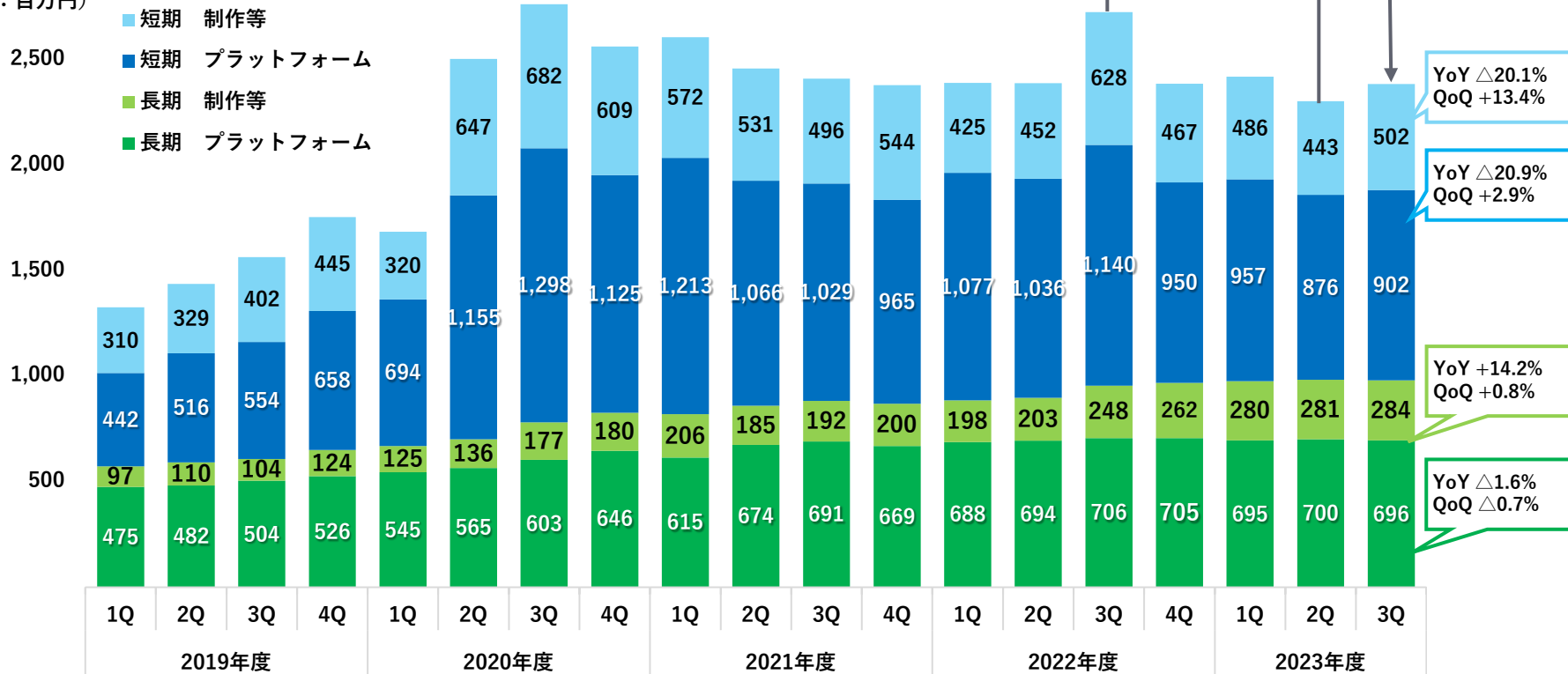
※ この度「情報共有」の定義を見直し、内容が「販促・ブランディング」や「事業用インフラ/サポート」に近いものは2022年度以前も含め分類を変更しました。このため2022年度までの開示資料における利用用途分類から変更が生じております。

- 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

売上種別区分長短期 四半期推移 (Jストリーム個別：旧基準)

ストック性が強い長期プラットフォーム案件の売上は前期並みの売上が継続しています。
制作系はシステム運用系が増加したほか、短期は大口の構築があり直前期対比伸長しました。

(単位：百万円)



| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 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% | 41.1% |
| 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% | 43.5% |
| 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% | 36.1% |
| 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% | 67.0% |

※ 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

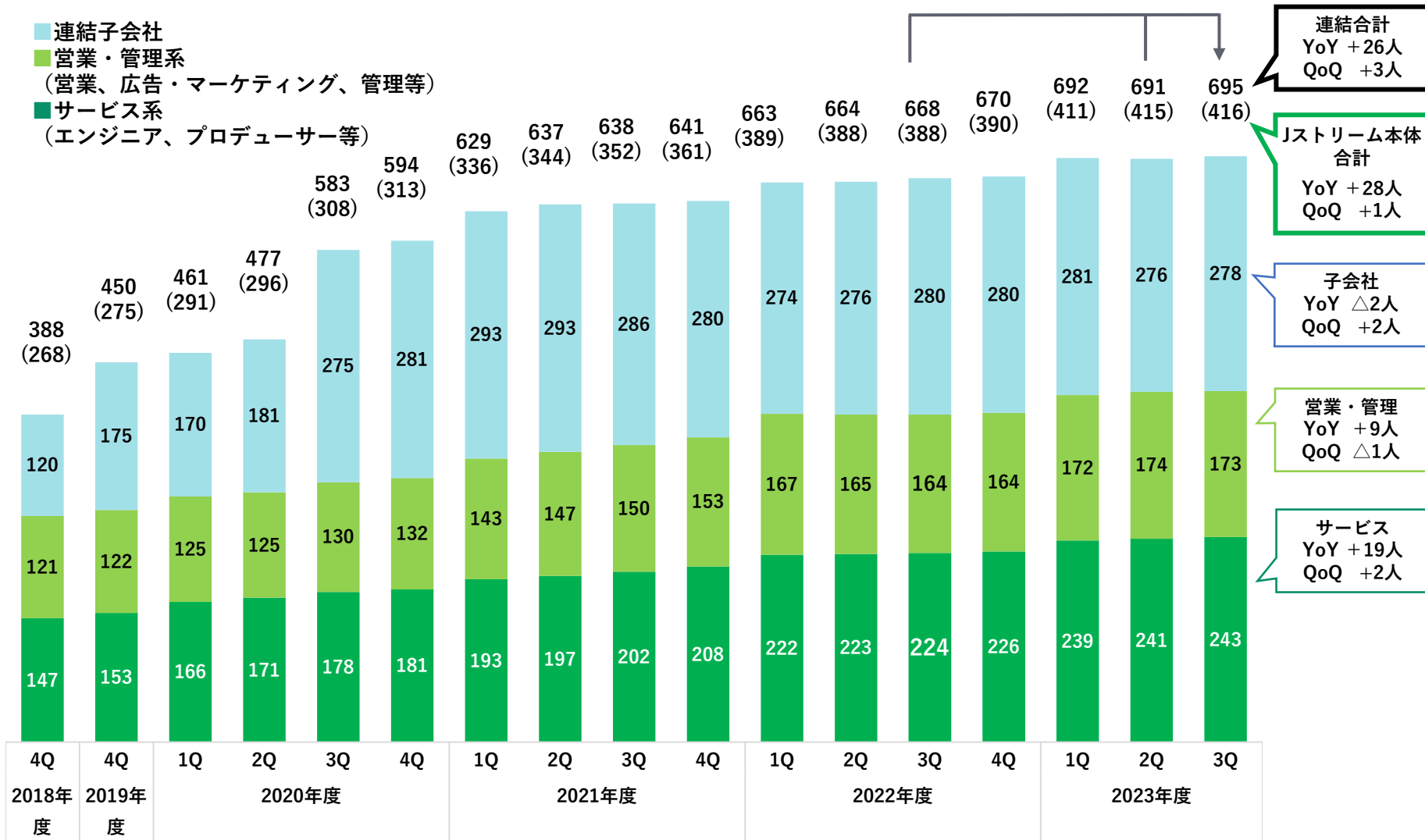
| | | 主なサービス | 主な利用業種・案件の特徴 | 利益率 |
|-----|----------|--|---|-----|
| 長期* | プラットフォーム | 動画配信プラットフォーム（J-Stream Equipmedia）の年間契約利用 オンデマンド配信 ユーザー自身によるライブ配信機能 | 一般企業の販促セミナーや社内情報共有、研修等に利用される。サービスとしての利益率は最も高く、ストック性が強い | 高 |
| | | 大量配信対応のCDN（J-Stream CDNNext） | メディア、スポーツ等の大量アクセスが発生するサイトや、自治体や公共交通機関の災害時の情報発信、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

2Q以降、業績状況を鑑み、新規中途採用は抑制しています

(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)



第3四半期は主力サービスEQのサービス機能強化や、配信能力増強／機器刷新のためのサーバ等ハードウェア投資を優先して投資を進めました。引き続き業績状況を鑑み、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ます。

(単位：百万円)

| 投資項目 | 2023 3Q 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 ✓ 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：ソリューション開発の比率が高い) | 413 208 55 27 7 86 (30) | 684 | 60% |
| <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 | 99 77 9 13 | 165 | 60% |
| <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 | 56 40 16 | 98 | 57% |
| 投資額総計 | 568 | 967 | 59% |

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 | | | | | | | |
|--|---|-----|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 流動資産 10,561 | 流動負債 1,818 | | | | | | | |
| | 固定負債 213 | | | | | | | |
| 固定資産 2,402 (有形固定資産 543 無形固定資産 1,373) | 株主資本 10,508 | | | | | | | |
| | (<table style="margin-left: 20px;"> <tr><td>資本金</td><td>2,182</td></tr> <tr><td>資本剰余金</td><td>3,899</td></tr> <tr><td>利益剰余金</td><td>4,732</td></tr> <tr><td>自己株式</td><td>△306</td></tr> </table>) | 資本金 | 2,182 | 資本剰余金 | 3,899 | 利益剰余金 | 4,732 | 自己株式 |
| 資本金 | 2,182 | | | | | | | |
| 資本剰余金 | 3,899 | | | | | | | |
| 利益剰余金 | 4,732 | | | | | | | |
| 自己株式 | △306 | | | | | | | |
| | 非支配株主持分 422 | | | | | | | |

純資産合計
10,931

2023年12月末時点

(単位：百万円)

| 資産合計 12,446 | 負債合計 1,593 | | | | | | | |
|--|---|-----|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 流動資産 9,557 | 流動負債 1,464 | | | | | | | |
| | 固定負債 129 | | | | | | | |
| 固定資産 2,888 (有形固定資産 475 無形固定資産 1,936) | 株主資本 10,406 | | | | | | | |
| | (<table style="margin-left: 20px;"> <tr><td>資本金</td><td>2,182</td></tr> <tr><td>資本剰余金</td><td>3,899</td></tr> <tr><td>利益剰余金</td><td>4,631</td></tr> <tr><td>自己株式</td><td>△306</td></tr> </table>) | 資本金 | 2,182 | 資本剰余金 | 3,899 | 利益剰余金 | 4,631 | 自己株式 |
| 資本金 | 2,182 | | | | | | | |
| 資本剰余金 | 3,899 | | | | | | | |
| 利益剰余金 | 4,631 | | | | | | | |
| 自己株式 | △306 | | | | | | | |
| | 非支配株主持分 444 | | | | | | | |

純資産合計
10,852

トピックス

工場や店舗など、現場での働きかたを変える
動画マニュアルDXシステム
「VideoStep」の販売を開始



視聴者が好きなアングルを選びスポーツイベント
や音楽ライブ等の動画配信を楽しむことができる
「マルチアングル配信サービス」を提供開始



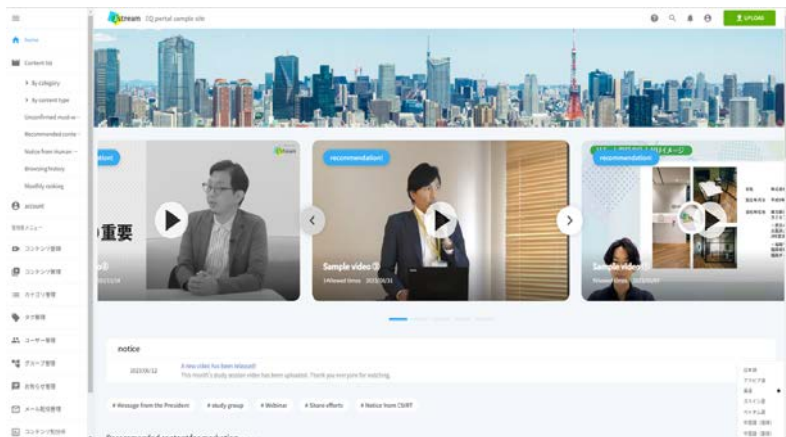
「VideoStep」は子会社である株式会社VideoStepが提供する、製造業における工場や、小売業や飲食業における店舗等、「現場」において、動画を活用したスキルトランスファーを支援するクラウドサービス
動画の作成経験がない方でも、パワーポイントのような感覚で、短時間で簡単に動画マニュアルを作成することができる

本サービスの提供により、これまでJストリームが得意としてきた一般企業のバックオフィス部門だけでなく、製造業等の「現場」いわゆる「デスクレスワーカー」をターゲットにした「デスクレスSaaS」市場での動画利用を推進

視聴者が好きなタイミングで、アングルを自由に切り替えてスポーツイベントや音楽ライブ等の動画を視聴できる、マルチアングル配信に必要な機能を一式提供する「マルチアングル配信サービス」の提供を開始

インターネットでの動画配信の視聴が普及し、視聴者のニーズも多様化している中、単にイベント映像を配信するだけでなく、配信ならではの新たな視聴体験へのニーズが増加
5G通信の普及やドローンを含む撮影機器の多様化、物体検知技術の発達といった環境要因や、違ったアングルで同じイベントを何度も追体験できるといった利点から、マルチアングル配信は魅力あるコンテンツ提供手法として、今後市場の成長が見込まれる

EQで作成可能なユーザー認証型ポータル サイト（EQポータル）での 多言語化とシングルサインオンに対応



画面録画アプリ 「EQスクリーンレコーダー」を提供開始

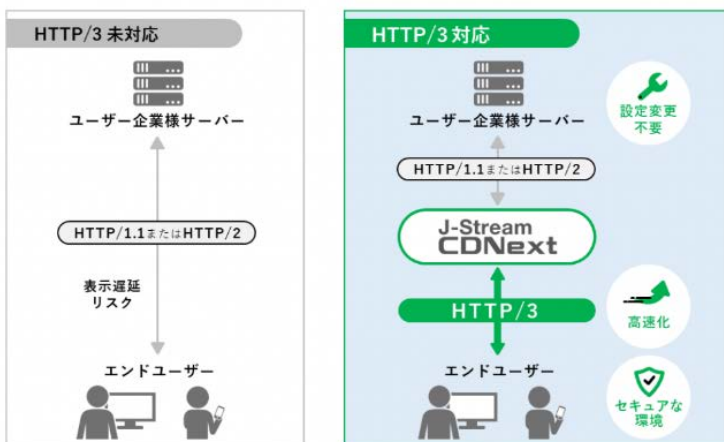


当社の主要サービスの1つである、法人向け動画共有・配信プラットフォーム「J-Stream Equipmedia (EQ)」が、一般企業のオンラインイベントやウェビナー、社内研修等、多くの用途で活用が進む中で、様々な機能強化を実施し、企業内のDXの定着・推進をサポート

- ①EQポータルにおける多言語化：多国籍化が進む多くの従業員やパートナー企業が利用しやすい継続的な情報提供をワンストップで実現
- ②シングルサインオンへの対応：従業員や、パートナー企業向け情報ポータル活用の際の、エンドユーザーの負担を軽減
- ③画面録画アプリ「EQスクリーンレコーダー」の提供開始：PCの操作や動作、パワーポイント等のプレゼンテーションを簡単に録画し動画コンテンツ化できるようになることで、企業内での手軽な動画活用と、業務上の非同期コミュニケーションの効率化を支援

自社構築ネットワーク 「J-Stream CDNext」のHTTP/3*対応を実施

【J-Stream CDNextを用いたHTTP/3化イメージ】



*Webブラウジングやオンライン通信などを行うプロトコルの最新バージョンのこと。通信の高速化・低遅延化に対する一層の向上と安全性を両立できる

産業やビジネスのDX化、通信インフラの高度化、IoTやモバイルデバイスの普及・多様化により、ネットワーク上でのデータ流通量が飛躍的に増大する中、アクセス負荷を起因とするサイト表示遅延により、企業活動における機会損失や、教育・情報共有の停滞、企業ブランドイメージ低下等が懸念されている

J-Stream CDNext のHTTP/3対応により、企業サイトの迅速なHTTP/3化をサポート

クロスコ株式会社、 「リアル講演会シンプルパック」の提供開始

主なパッケージ内容

- リアル講演会場費用・手配費用込み**
20席想定の貸し会議室をご用意します
会場費はパック料金に含まれます
※2名がけのスクリーン形式想定（レイアウト変更に対応）
※インターネット専用回線1本
※スクリーン価格別込み
※会場使用時間5h（講演会は1h想定）
- イベント・講演会の事前準備や講演当日の進行サポート**
当日のフタスライドや進行MCの音声（事前録音）を事前にご準備します
開催当日は1名のオペレーターが会場での進行をサポートします
- リアル講演会イベントでもWeb配信付き**
弊社シンプルオンラインパックの料金が含まれていますので、リアル講演会でもWeb配信でオンライン視聴者をご支援します。
※配信は弊社シンプルオンラインパック形成
※有線マイク2本、小型スピーカー、プロジェクター、音声PCI台用筐
※弊社シンプルオンラインパックにて配信します。
- パッケージ料金（離島を除き全国統一料金）
全国一律パッケージ価格55万円～**
※配信出演者はすべてZoomに入ってください（講師1名、実者1名まで）
※出演者多数の場合は別途見積もりを作成いたします。
※講演会場にも関係なくスタッフ派遣し、パック料金に費用が含まれています。
※2.1名様以上のパッケージもオプションでご用意しております。ご相談下さい。

子会社のクロスコ株式会社にて、リアル講演会とライブ配信の両方をワンストップで実現するサービス「リアル講演会シンプルパック」の提供を開始

イベント講演会場の現場担当者の負荷を大幅に軽減し、同時にオンラインでのライブ配信もワンパッケージで実現し、昨今のイベント・講演会の多様化した開催形式やニーズに対応
イベント主催者および参加者にとってより負担のない快適な環境を実現

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

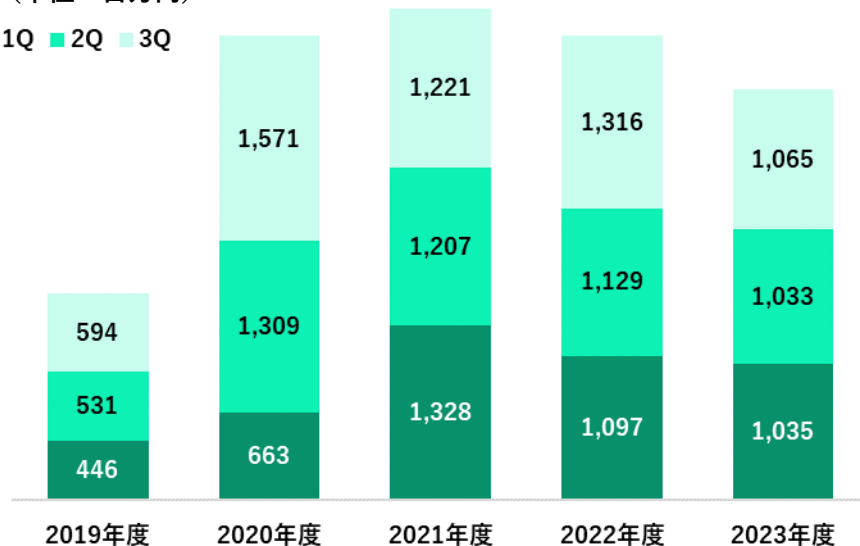
市場別成長戦略の見直し及び追加施策の実施

- 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

1-3Q売上推移

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q



※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

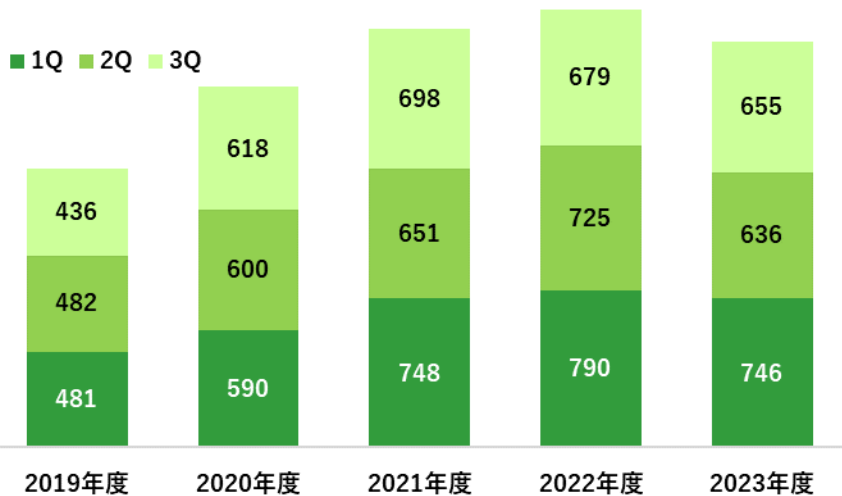
- 顧客拡大については引き続き未受注の大手企業や中堅企業を中心に開拓を加速
- 以下の新サービスの提供による新たなWeb講演会ニーズの発掘を推進
 - ①ハイブリットイベントのコンパクト版
 - ②XR・Webinar Lounge・演出強化等による高付加価値サービス
 - ③医師の働き方改革に向けたソリューション提案

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

1-3Q売上推移

(単位:百万円)



※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

| | |
|-------------------|--------------|
| 1-3Q売上動向 | 前年同期比 +4.9% |
| (内訳) 長期案件売上 | 前年同期比 +8.1% |
| 短期案件売上 | 前年同期比 △10.2% |
| 12月末時点アクティブアカウント数 | 前年同期比 +4.4% |

- 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-Stream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

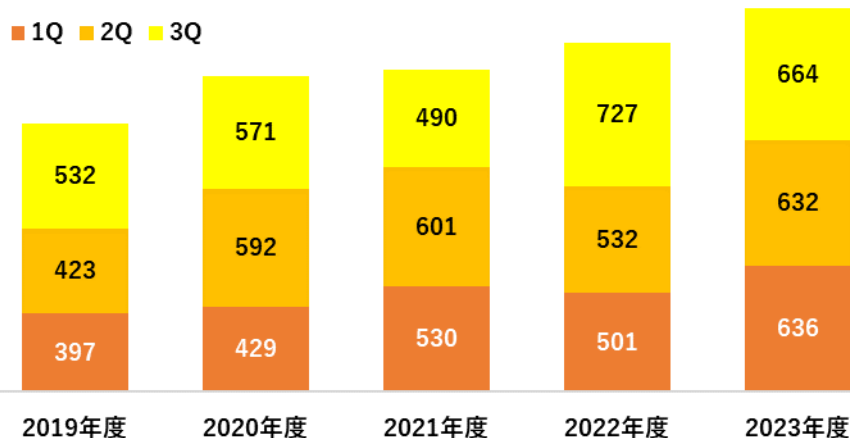
- 主要サービスEQの専任営業チームを新設、新規顧客獲得に向けたアプローチ推進
- 上期に構築した代理店販売戦略の実行フェーズに移行し、EQのパートナー販売拡大を図る
- バーチャル株主総会については2024年3月、および6月の利用に向けた施策を実施

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-Stream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

1-3Q売上推移

(単位：百万円)



※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

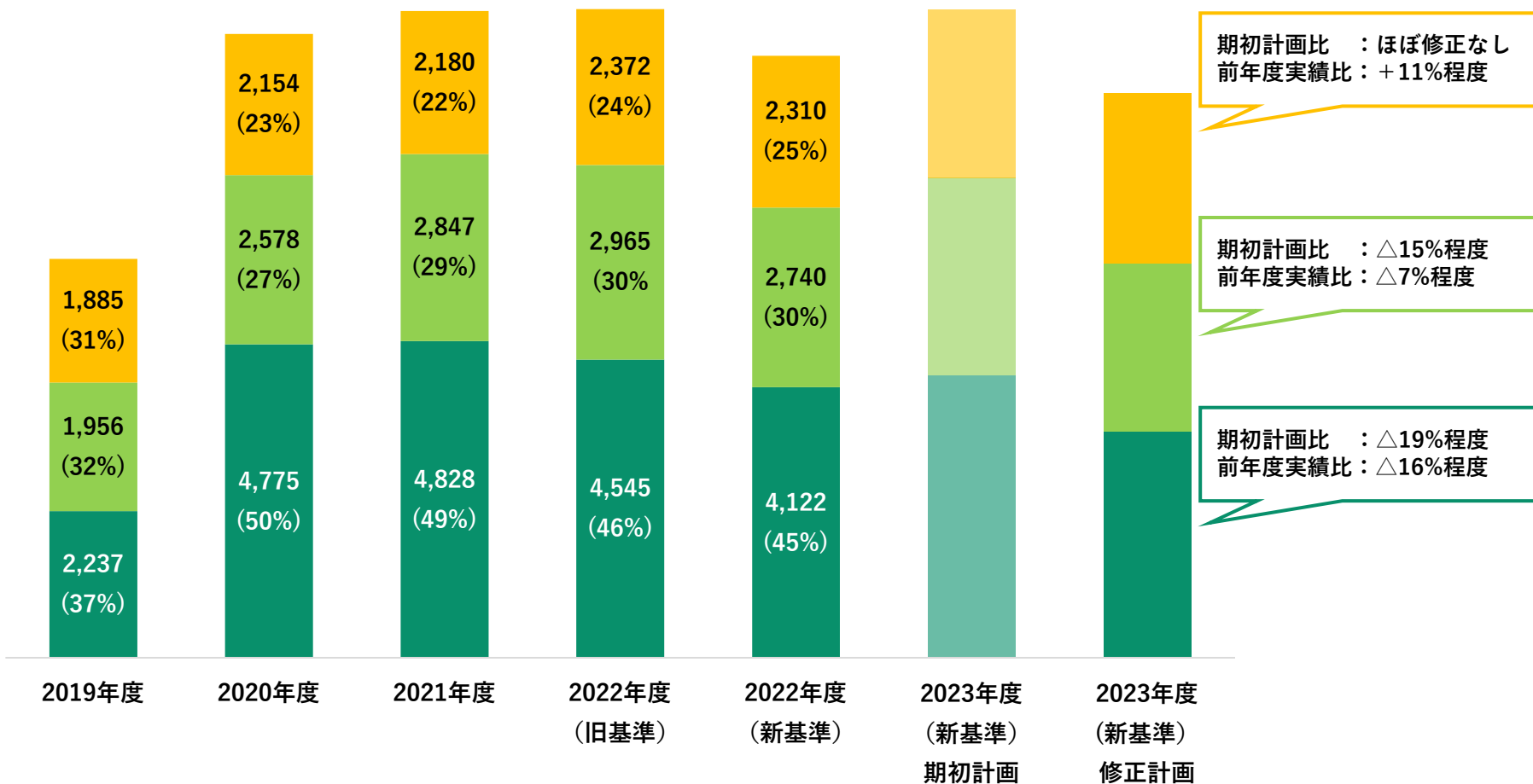
エンタメ市場向けソリューションの展開

- 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

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。

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

- 2018年8月～19年8月 : ビッグエムズワイ社出資 (金額非開示) 、その後追加取得 (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

※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。

第3四半期の実績により利益面については通期業績予想を達成した水準にありますが、第4四半期の売上動向見込み、支出見込み勘案、業績予想について再度の変更は行いません

【売上について】

1、2月は医薬業種の閑散期であること、一般企業の3月（期末）のWEB系出費がリオープン環境下で不透明であること

【利益（経費関連）について】

- ・経費抑制策に伴い販売促進活動の不足が生じており、マーケティング施策実施により来期以降の売上基盤拡大を図る
- ・サービス強化の為に研究開発及び市場調査等を進める等、各種施策を実施予定

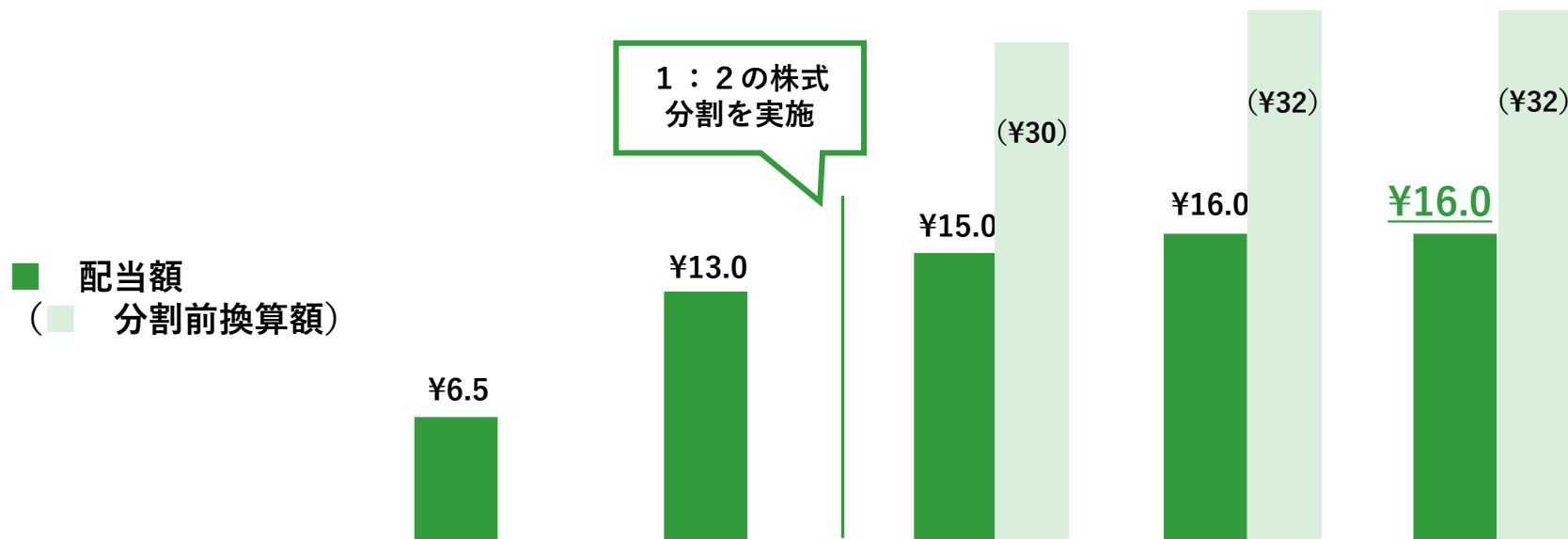
| (単位：百万円) | 2023年度 修正通期予想 | 3Q実績 | 通期予想 達成率 | 通期予想差分 |
|-------------------------|------------------|-------|-------------|--------|
| 売上高 | 11,480 | 8,493 | 74.0% | 2,986 |
| 営業利益 | 516 | 522 | 101.2% | 6+ |
| 経常利益 | 536 | 542 | 101.2% | 6+ |
| 親会社株主に帰属 する 当期純利益 | 219 | 295 | 135.1% | 76+ |

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） |

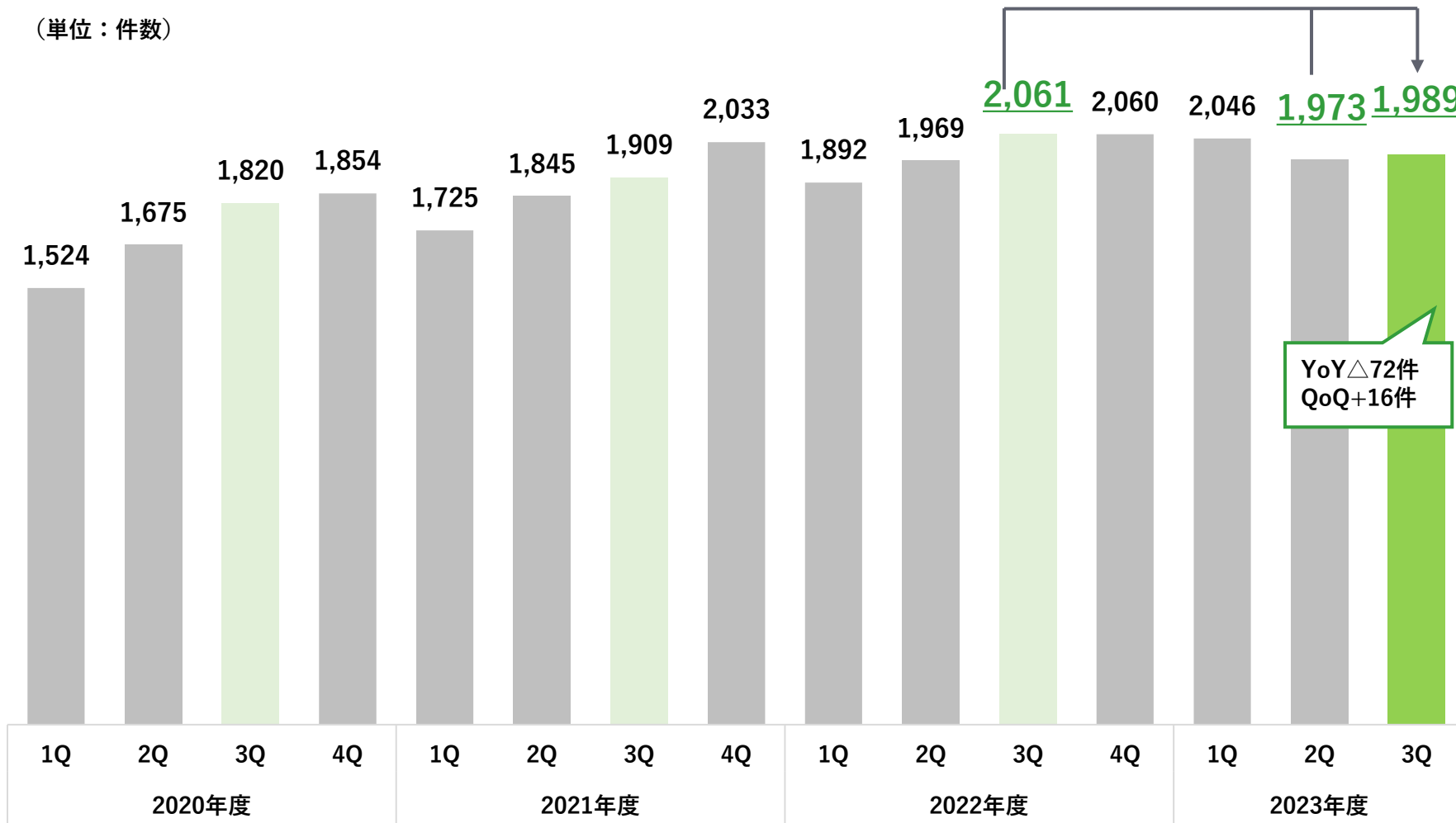
補足データ

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は売上が大幅減となり窓口数も減少しました。取引先窓口数については第2四半期からは微増となりました。

(単位：件数)





参考指標：ソリューション分類別売上推移

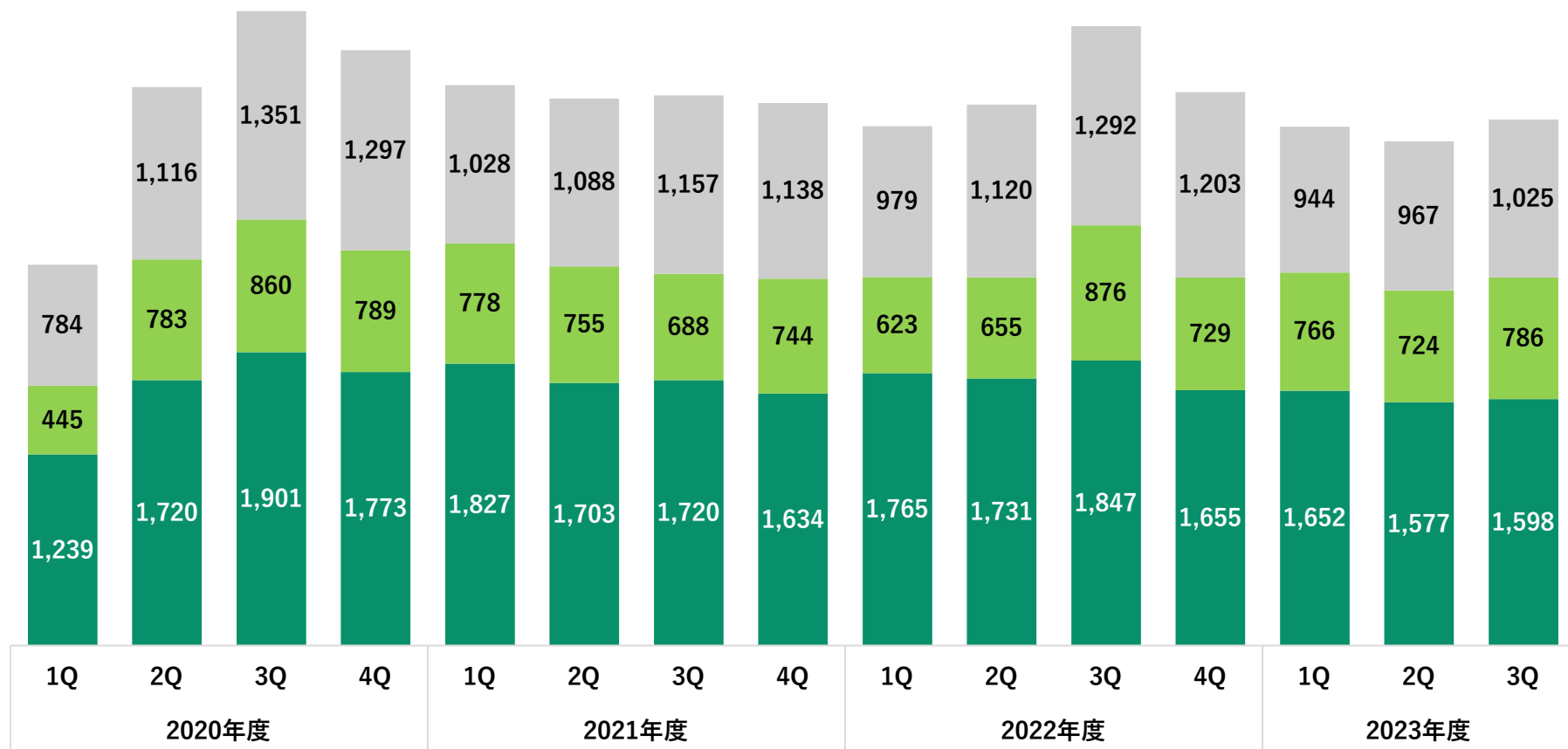
(個別収益認識基準未適用)



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)

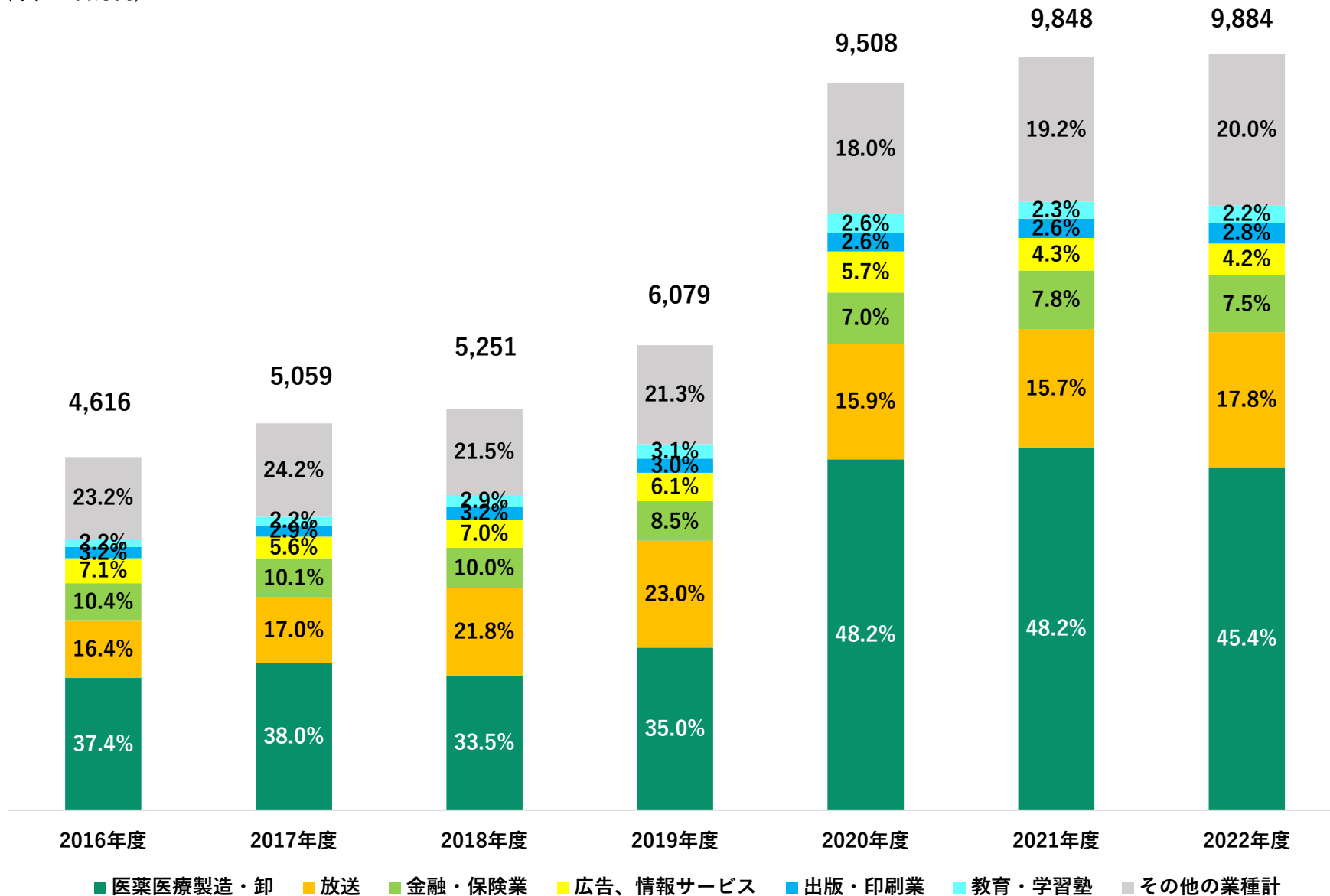
■ プラットフォームソリューション
■ クリエイティブソリューション
■ 子会社合計



※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 年度推移 (Jストリーム個別：旧基準)

(単位：百万円)



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