

# 株式会社Jストリーム

---

2024年3月期  
(2023年度：第27期)  
本決算説明会

2024年5月1日

(単位：百万円)	2022年度	2023年度	増減率	2023年度 修正通期予想	達成率
売上高	12,501	11,266	△9.9%	11,480	98.1%
営業利益	1,663	566	△65.9%	516	109.8%
経常利益	1,652	585	△64.6%	536	109.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	873	298	△65.8%	219	136.2%

## 売上動向

- 2023年度の売上は、主力となる医薬領域における大口顧客の販促活動縮小の影響を受け、減収となった。EVC(医薬以外)一般企業に関しては販促関連がリアル回帰の影響を受けた一方、社内情報共有や教育等の定常利用は堅調な需要が獲得できた。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、サイト運用受託にかかる受注は堅調に推移した。
- グループ子会社は、医薬系企業を主力顧客とする2社が低調、メディア系向け開発や音声ガイド配信等を手掛ける企業は安定推移と、顧客業種により明暗ができた。期中グループ入りのVideoStepは利益はまだまだが営業引き合い旺盛であり順調に推移。

## 損益動向

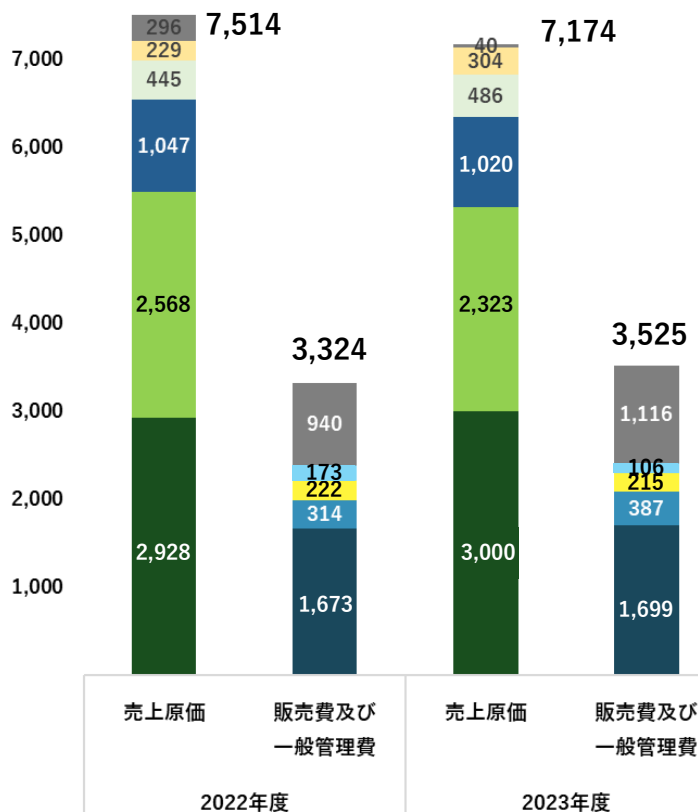
- 売上連動により利益が減少したが、将来のサービス強化のための投資や人員増強を図ってきたため、下期の原価削減策も及ばず利益面については前期を大きく下回った。外注費率の低減や下期の経費節減施策に伴い、修正業績予想を上回る水準は確保できた。
- グループ子会社は、医薬業種を主顧客とする2社が想定からの乖離額が大きくなった。

(単位：百万円)	2022年度	構成比	2023年度	構成比	増減率
売上高	12,501	100%	11,266	100%	△9.9%
売上原価	7,514	60.1%	7,174	63.7%	△4.5%
売上総利益	4,987	39.9%	4,092	36.3%	△17.9%
販売費及び 一般管理費	3,324	26.6%	3,525	31.3%	+6.1%
営業利益	1,663	13.3%	566	5.0%	△65.9%
経常利益	1,652	13.2%	585	5.2%	△64.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	873	7.0%	298	2.6%	△65.8%

# 売上原価と販売費及び一般管理費の状況（連結）

下期の人員計画見直し、外注費削減ほか各種削減施策実施により売上原価は前年同期比 4.5%減となった。第4四半期（1,758）は直前四半期対比△55百万円となり売上対比抑制できた。販管費は営業サポート売上獲得のための費用が増加したものの、下期採用抑制に伴い求人費等は削減できた。第4四半期において販売促進活動の積極展開や市場調査・研究等活動を推進した結果、関連費用は増加となった。

8,000（単位：百万円）



## 主な変動状況

（単位：百万円）	2022年度	2023年度	増減率	変動要因
労務費	2,928	2,999	+2.4%	下期新規抑制実施。通期ではサービス開発体制拡充に伴い増加
外注費	2,568	2,323	△9.5%	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）	1,047	1,020	△2.5%	サービス開発は前年並みに推進
ロイヤリティ	228	304	+33.0%	AWS等各種クラウド利用費の上昇による増加
売上原価合計	7,514	7,174	△4.5%	—
人件費	1,673	1,699	+1.5%	下期新規採用を抑制
販売支援費	314	387	+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）	222	215	△3.1%	社内システム開発一段落し出費落ち着く
求人費	173	106	△38.7%	新規採用抑制実施
販管費合計	3,324	3,525	+6.1%	—

# 売上原価・販売費及び一般管理費 内訳（連結）

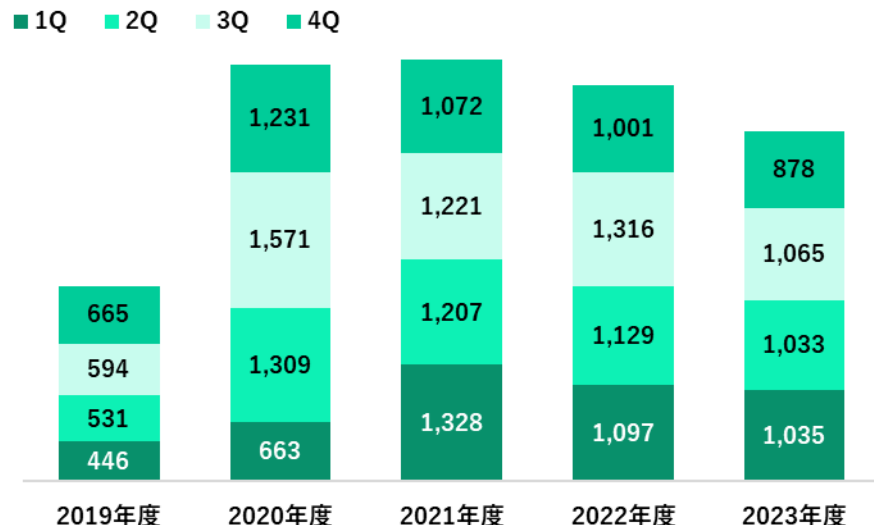
(単位：百万円)	2022年度	構成比	2023年度	構成比	増減率
労務費	2,928	39.0%	2,999	41.8%	+2.4%
外注費	2,568	34.2%	2,323	32.4%	△9.5%
業務委託手数料（原）	1,047	13.9%	1,020	14.2%	△2.5%
各種償却費	444	5.9%	485	6.8%	+9.2%
ロイヤリティ	228	3.0%	304	4.2%	+33.0%
通信費	259	3.5%	259	3.6%	△0.1%
仕入高	346	4.6%	218	3.1%	△36.9%
その他振替費	△310	△4.1%	△434	—	—
売上原価 合計	7,514	100%	7,174	100%	△4.5%

(単位：百万円)	2022年度	構成比	2023年度	構成比	増減率
人件費	1,673	50.4%	1,699	48.2%	+1.5%
販売支援費	314	9.5%	387	11.0%	+23.3%
業務委託手数料（販）	222	6.7%	215	6.1%	△3.1%
販売促進費	91	2.7%	146	4.2%	+61.2%
支払手数料	86	2.6%	119	3.4%	+38.7%
求人費	173	5.2%	106	3.0%	△38.7%
地代家賃	110	3.3%	103	2.9%	△6.6%
その他	655	19.7%	750	21.3%	+14.5%
販管費 合計	3,324	100%	3,525	100%	+6.1%



## 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

## 下期施策

### Web講演会事業

- 未受注の大手企業や中堅企業を中心に開拓を加速
- 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ハイブリッド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
- 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

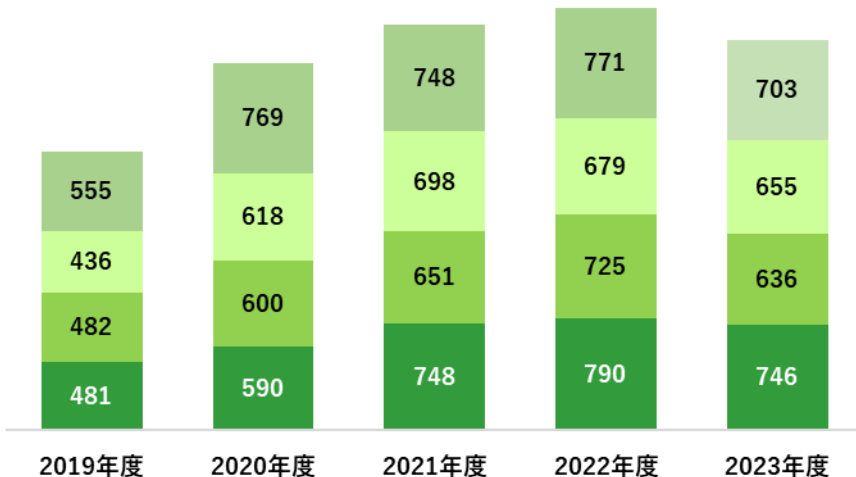
## 通期振り返り

- 大型のWeb講演会についてはリアル回帰が進行（イベント性と交流）  
ハイブリッドイベントについては人数等の制限が少ない形でシステム改善と提案を図っているが具現化はしなかった
- 他社取引先についてアプローチを強化 条件により一定の成果は出せてきており取引深耕追求する
- 高付加価値系については実績も出てきているが少数。関心はあるため実績事例の紹介から需要喚起を進める
- Web講演会や働き方改革後の医師の情報収集に関する調査を実施 Web講演会に対する評価は引き続き高いことが確認できた。新しい情報提供手法についてのヒントも得られたため対応を進める
- データマーケティングについての関心は引き続き高い。WebinarAnalyticsについても過去関心薄かった先からも好感触が得られるケースが出てきている
- 単純な広告集客以上のものが求められるようになっており検討余地あり。媒体へのデータ提供、関係強化も進める

## 売上推移

（単位：百万円）

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



※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

## 下期施策

### 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。既存顧客のあらなた需要発掘や、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

## 通期振り返り

- 利用用途内での傾向が強く表れ、特に販促・ブランディングの用途にコロナ特需的なセミナー、サイト構築等の案件からリアルイベント回帰の傾向が強い。予算消化的イベント展開のある4Qにおいても需要の伸びは緩慢
- 顧客のWeb展開への慣れもあり、低価格のOVP（EQ競争）の存在感が増しており機能性や実績・安定性、サービス連携で対応
- 社内外情報共有関連の利用動向は堅調。コロナ期に利用した仕組みや導入した手法を維持したり、より効果のある形で活性化策をとることも見られる。社内教育・トレーニング系の利用についても同様

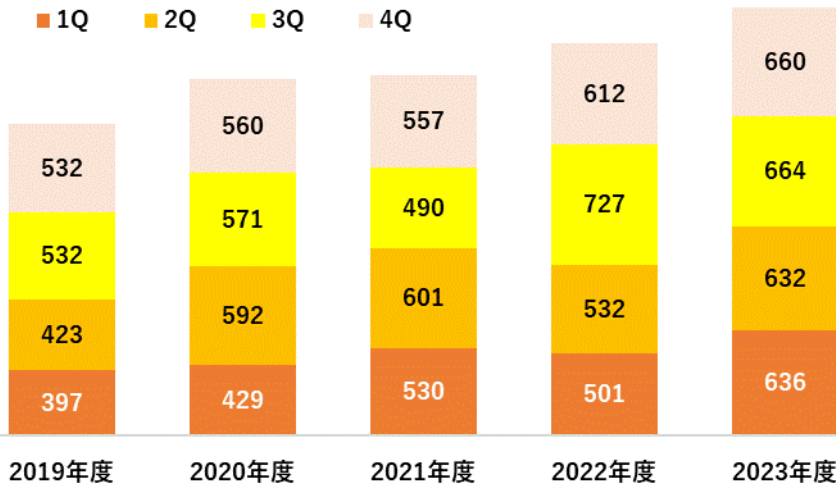
であり、EQ長期利用は安定して推移した。VideoStepも高評価を得ており、顧客対応体制の強化を進めている。

### J-Stream Equipmedia（EQ）売上動向

売上動向	前年比	+5.3%
（内訳） 長期案件売上	前年比	+7.6%
短期案件売上	前年比	△6.3%
期末時点アクティブアカウント数	前年比	+0.2%

## 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

## 下期施策

### 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

## 通期振り返り

- 配信キャパシティの強化を進めたほか、新たな運用ニーズに対応して人的要素を含めて品質・安定性について一定の評価が得られている。新規獲得先から展開した別CP案件の獲得も果たせた
- 既存の取引先についても追加開発案件を獲得システムリプレース等の場合も継続取引を確保できている
- 新規含め入札案件については全勝とはいかないものの、公営競技系含めて実績が出せており今後売上貢献期待できる
- 2024年度の大口スポーツ案件についても受託に向け活動展開しており好感触
- 配信ネットワークについては価格競争が厳しく、運用等で確実に顧客貢献しつつ利益を出せる構成での案件獲得を進めている



第4四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たほか、子会社の費用節減のためのオフィス移転に係る設備取得がありました。

(単位：百万円)

投資項目	2023 通期 実績	2023 計画	実施率
<ul style="list-style-type: none"> <li>● サービス ソフトウェア投資                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ J-Stream Equipmedia関連開発</li> <li>✓ 各種サービス共通基盤開発</li> <li>✓ CDNnext機能増強</li> <li>✓ ライブサービス</li> <li>✓ 市場別（医薬／EVC／OTT・メディア）等各種機能開発</li> </ul> </li> </ul> (仮勘定調整分：ソリューション開発の比率が高い)	556 303 82 38 34 108  (9)	684	81%
<ul style="list-style-type: none"> <li>● サービス ハードウェア投資                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 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</li> <li>✓ ライブサービス機材関連</li> <li>✓ PC等各種機器</li> </ul> </li> </ul>	118 84 15 19	165	72%
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全社関連、業務支援、ソフトウェア投資等                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ビジネスプロセス管理システム</li> <li>✓ オフィス・スタジオ設備等</li> </ul> </li> </ul>	144 47 97	98	147%
<b>投資額総計</b>	<b>818</b>	<b>967</b>	<b>85%</b>

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
	( 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

## 2024年3月末時点

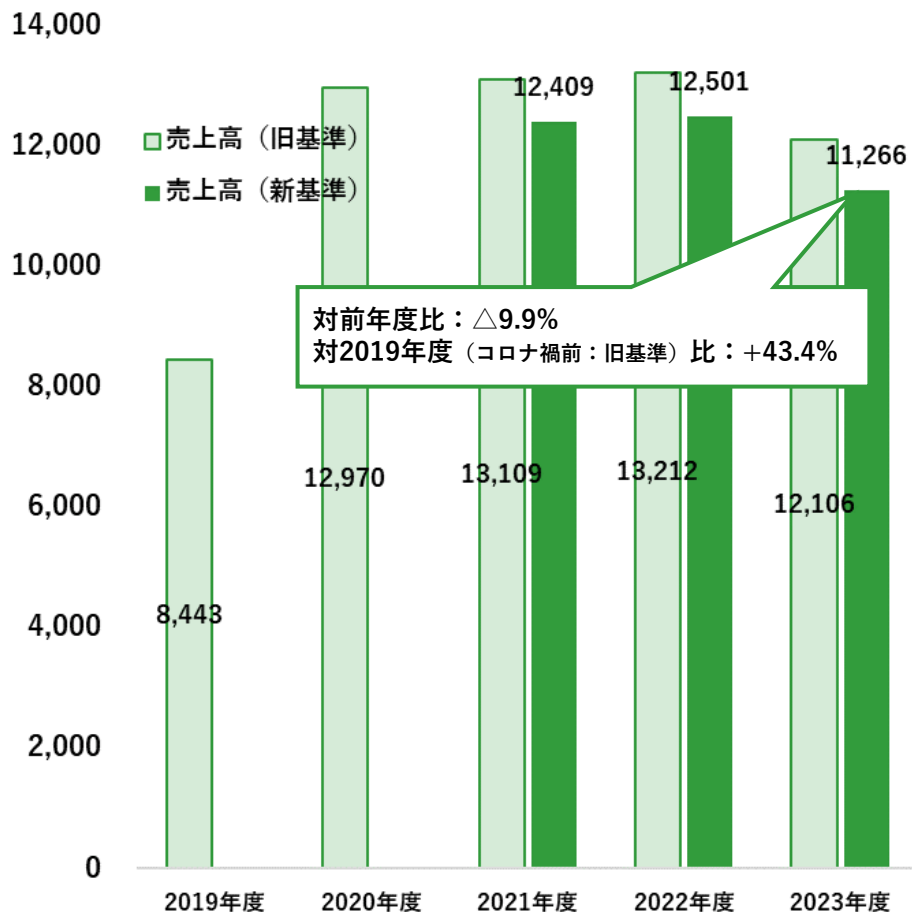
(単位：百万円)

資産合計 12,502	負債合計 1,631
流動資産 9,645	流動負債 1,485
	固定負債 146
固定資産 2,856 (有形固定資産 486 無形固定資産 1,935)	株主資本 10,409
	( 資本金 2,182 資本剰余金 3,899 利益剰余金 4,633 自己株式 △306 )
	非支配株主持分 461

純資産合計  
10,871

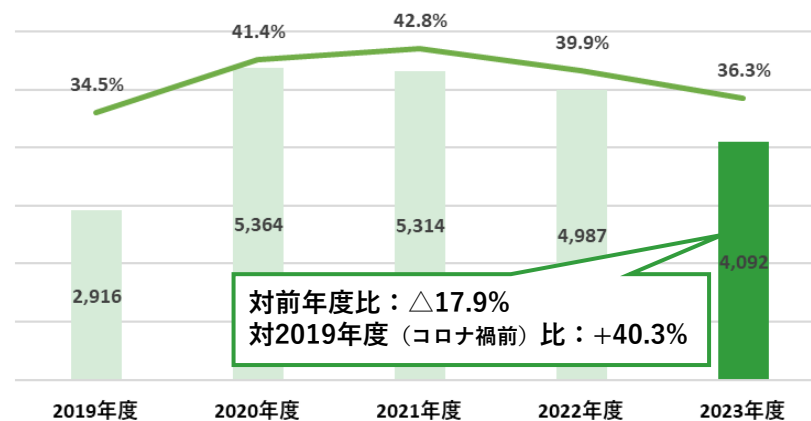
コロナ前の2019年と比較すると、売上高は+43.4%、営業利益は+3.6%。

(単位：百万円)



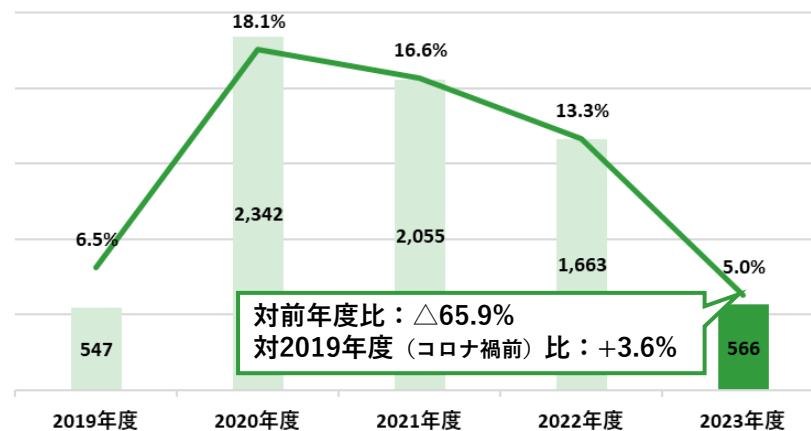
(単位：百万円)

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



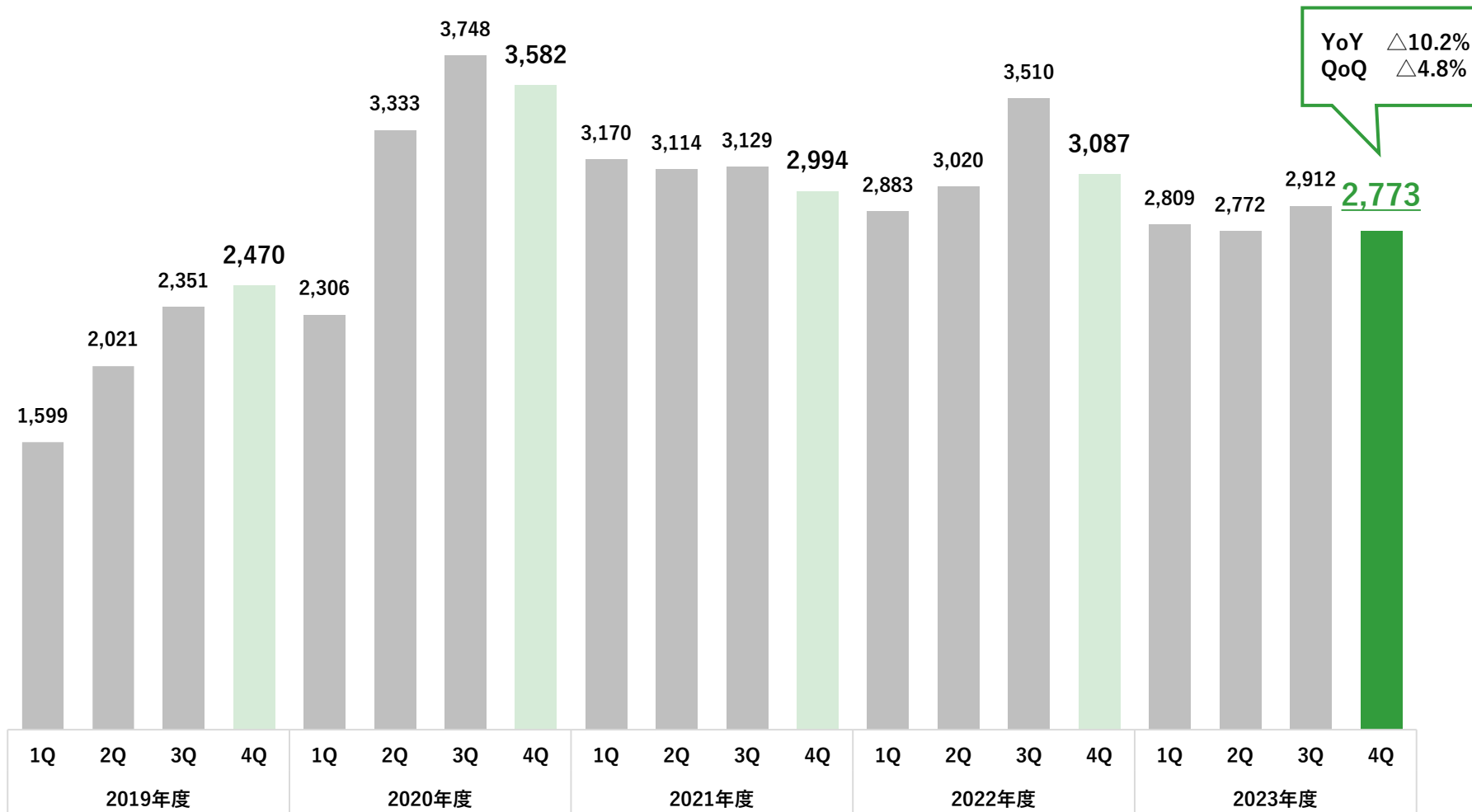
# 2024年3月期第4四半期業績

---

# 売上高 四半期推移（連結）

第4四半期における売上高は、医薬系企業のWeb講演会の回数減少の影響が大きく前年同期比10.2%減となりました。同要因から前四半期比でも4.8%減となりました。

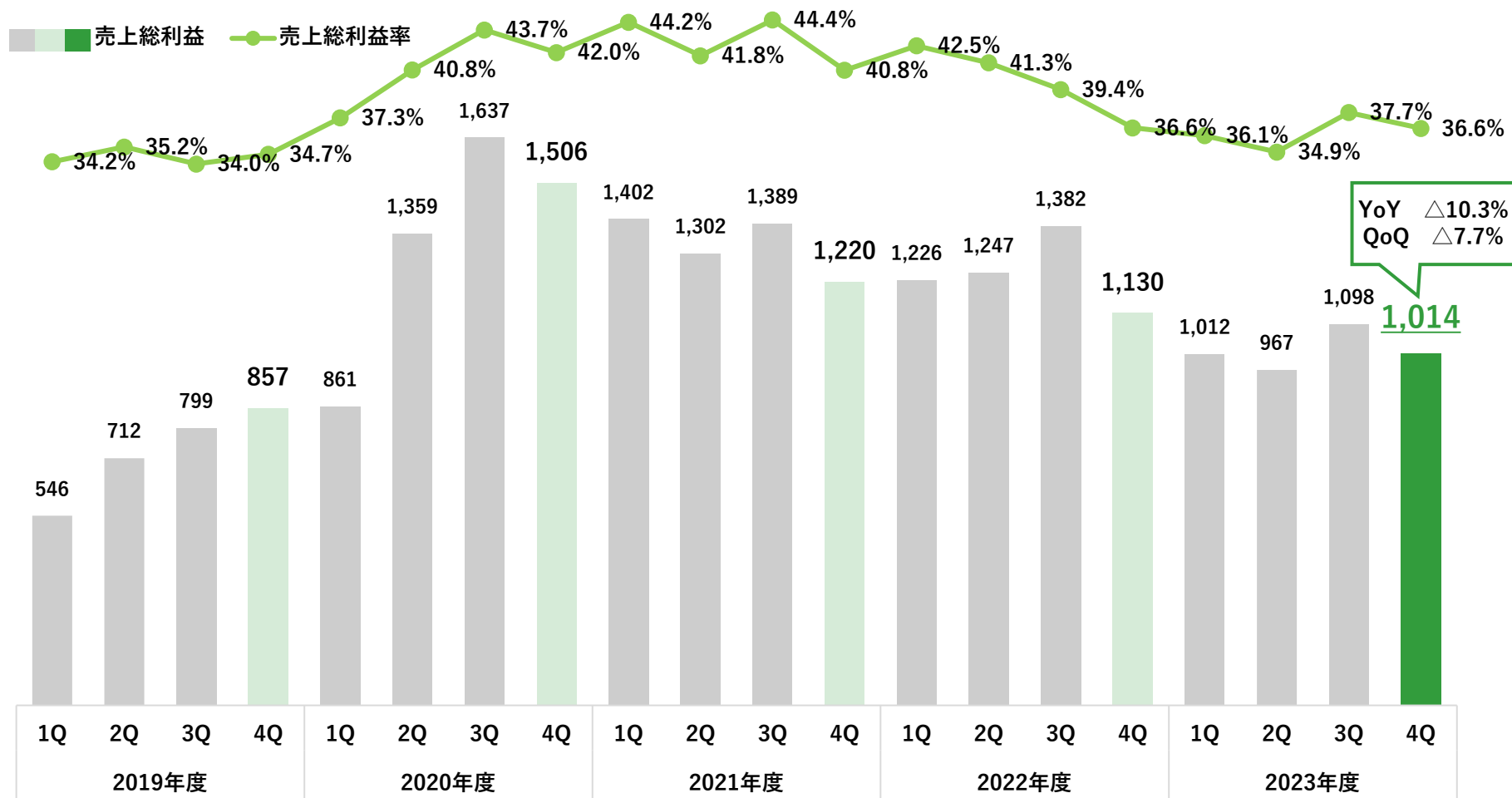
（単位：百万円）



# 売上総利益・売上総利益率 四半期推移（連結）

第4四半期における売上総利益は、労務費の削減、外注比率の改善効果はあったものの売上減少に伴い前年同期比10.3%減、前四半期対比7.7%減となりました。

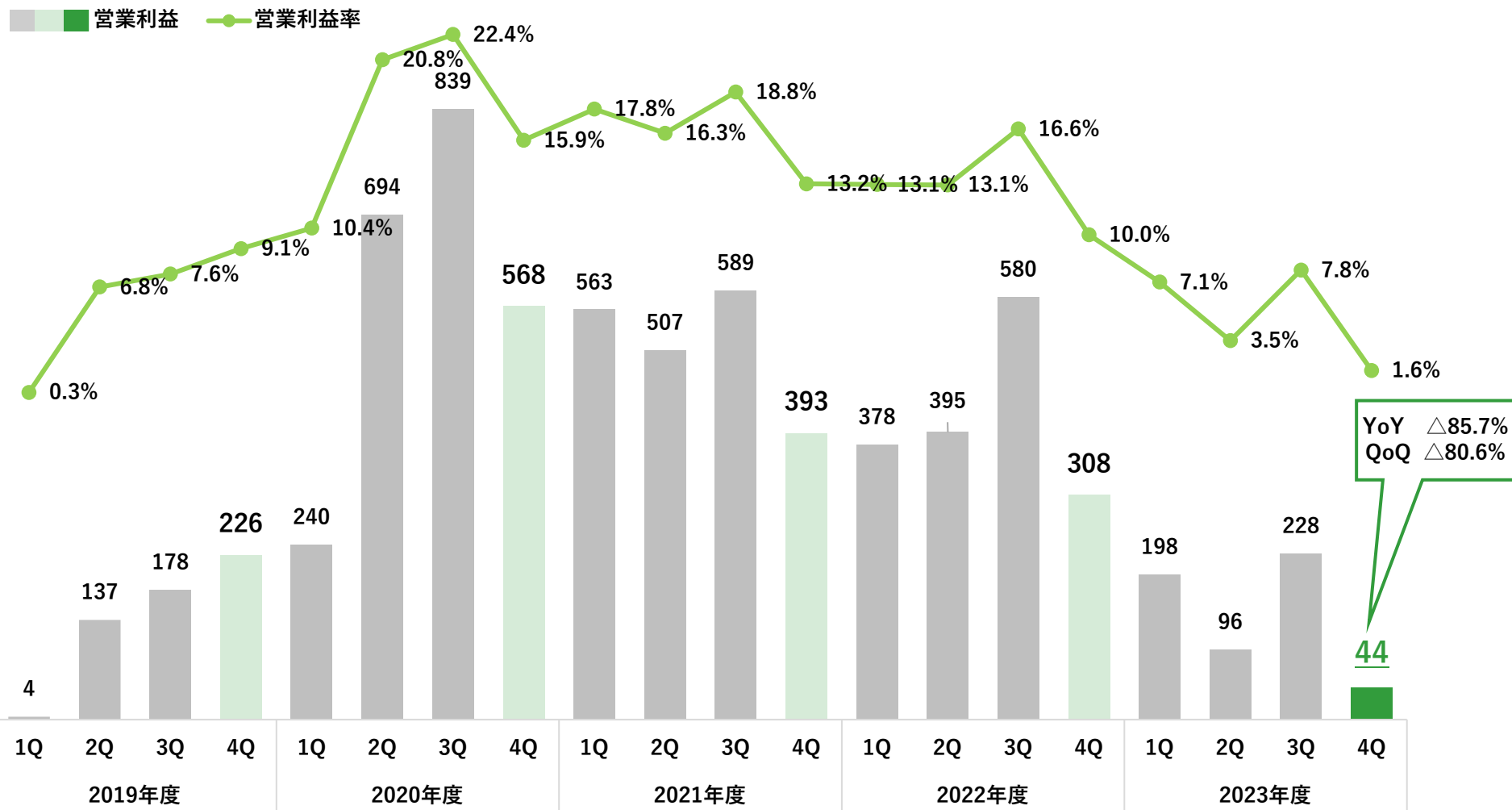
（単位：百万円）



# 営業利益・営業利益率 四半期推移（連結）

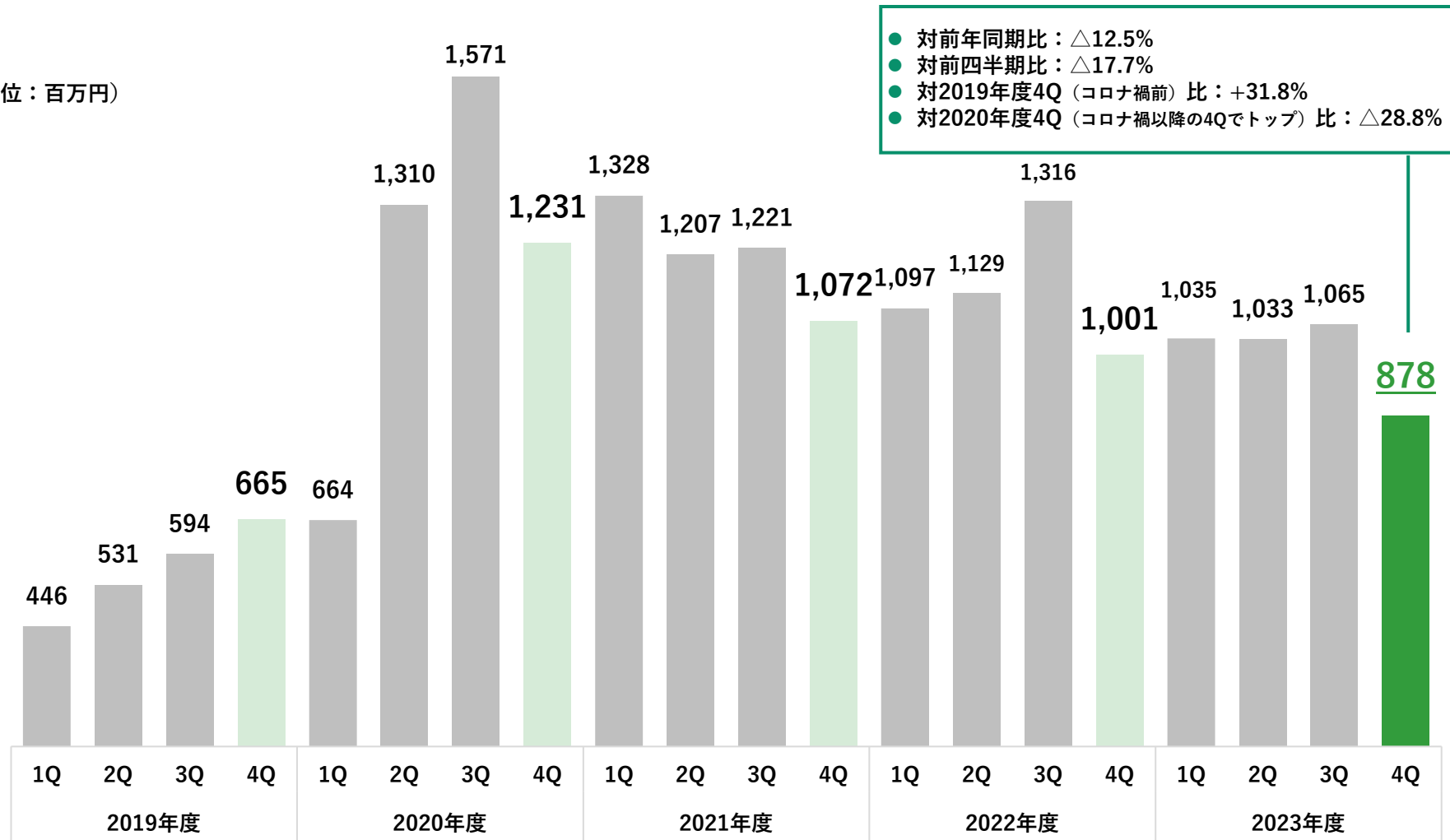
第4四半期における営業利益は、売上の減少による要因のほか、期中展開が不足していた販売促進活動やスキルアップのための支出、2024年度展開に向けた市場調査・研究等の実施に伴い経費増となった結果、前年同期比85.7%減となりました。

（単位：百万円）



ライブ配信について、Web講演会の季節性に伴う第3四半期対比での減少に加え、前年度に小規模講演会のまとまった受注があったことの影響等により対前年同期比でも減少となりました。

(単位：百万円)



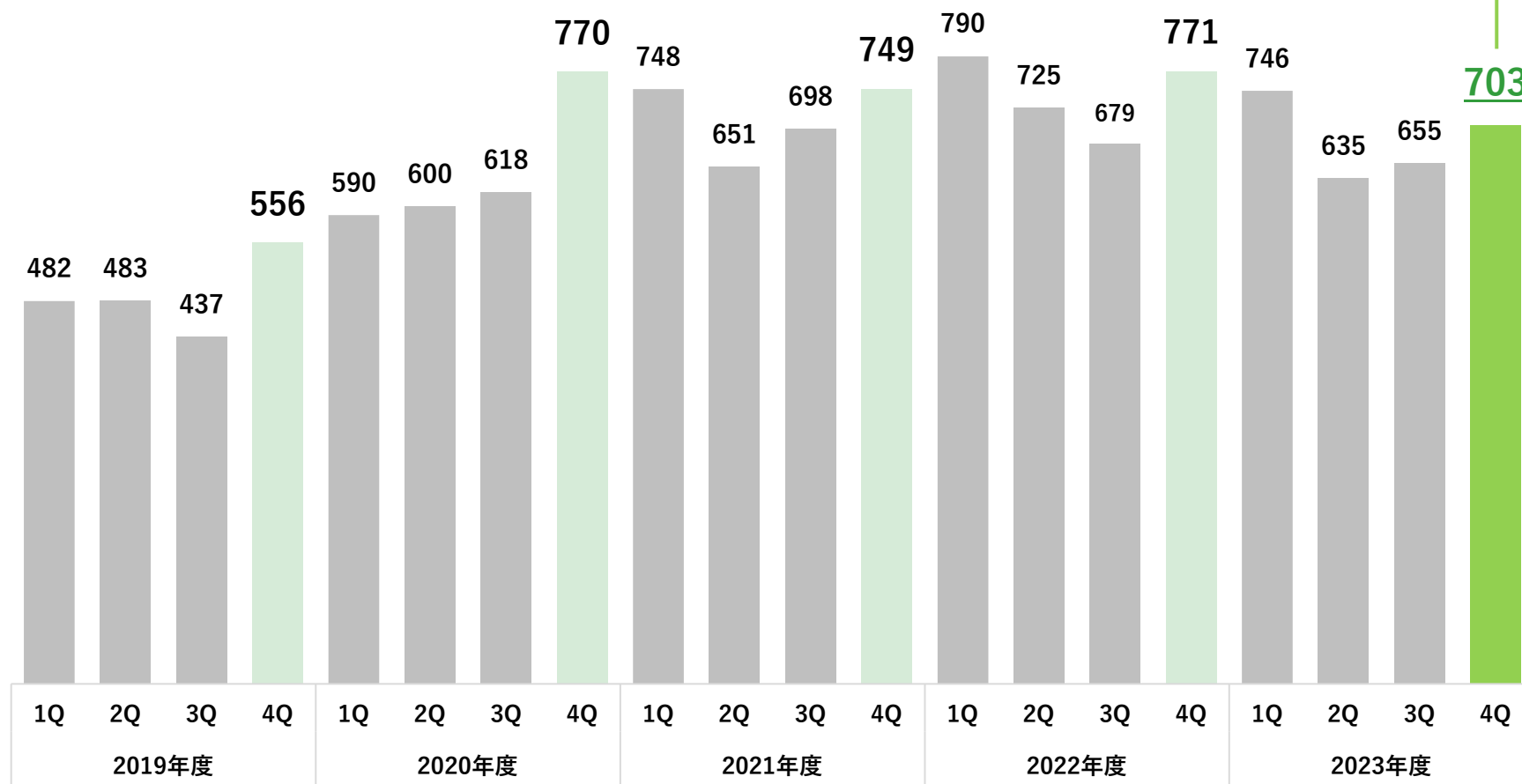
※ 1 市場区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因により、今後遡及して修正する場合があります



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の需要は前年に及ばない水準ではありますが、第4四半期は年度末特需感は弱いものの直前期を上回ることができました。

（単位：百万円）

- 対前年同期（コロナ禍以降の4Qでトップ）比：△8.6%
- 対前四半期比：+7.6%
- 対2019年度4Q（コロナ禍前）比：+26.5%



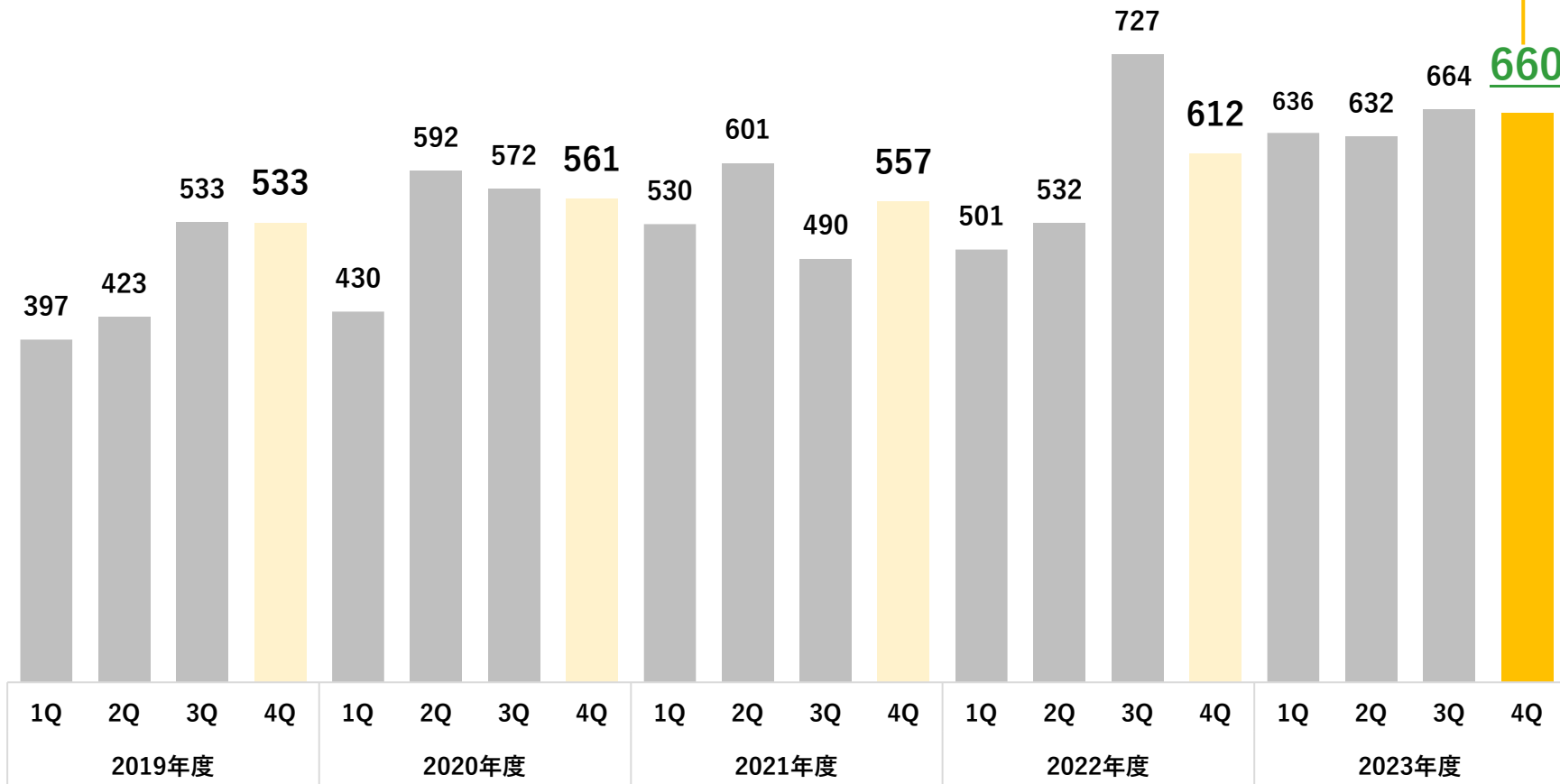
※ 1 市場区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因により、今後遡及して修正する場合があります



放送局のネット配信サービス拡充に伴うシステム開発に加え、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。この大型開発除きでは当期第3四半期と同等の、過去最高の水準となりました。

(単位：百万円)

- 対前年同期比 (コロナ禍以降の4Qでトップ) : +7.7%
- 対前四半期比 : △0.6%
- 対2019年度4Q (コロナ禍前) 比 : +23.6%



※ 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	4Q
(単位：百万円)																				
医薬医療製造・卸	417	505	565	638	641	1234	1492	1217	1301	1185	1212	1045	1087	1110	1299	987	1025	1022	1059	868
放送	305	316	388	386	312	433	404	364	357	431	351	409	356	378	579	449	461	469	478	488
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	169
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	134
出版・印刷業	33	36	22	39	57	56	67	65	69	63	65	55	89	65	53	63	94	65	71	65
教育・学習塾	48	46	46	45	64	60	50	68	46	52	61	63	56	57	54	53	52	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	48	49
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	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	355	391
<b>合計</b>	<b>1325</b>	<b>1437</b>	<b>1564</b>	<b>1753</b>	<b>1684</b>	<b>2503</b>	<b>2761</b>	<b>2561</b>	<b>2607</b>	<b>2459</b>	<b>2409</b>	<b>2378</b>	<b>2388</b>	<b>2386</b>	<b>2723</b>	<b>2385</b>	<b>2418</b>	<b>2302</b>	<b>2384</b>	<b>2241</b>

※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）

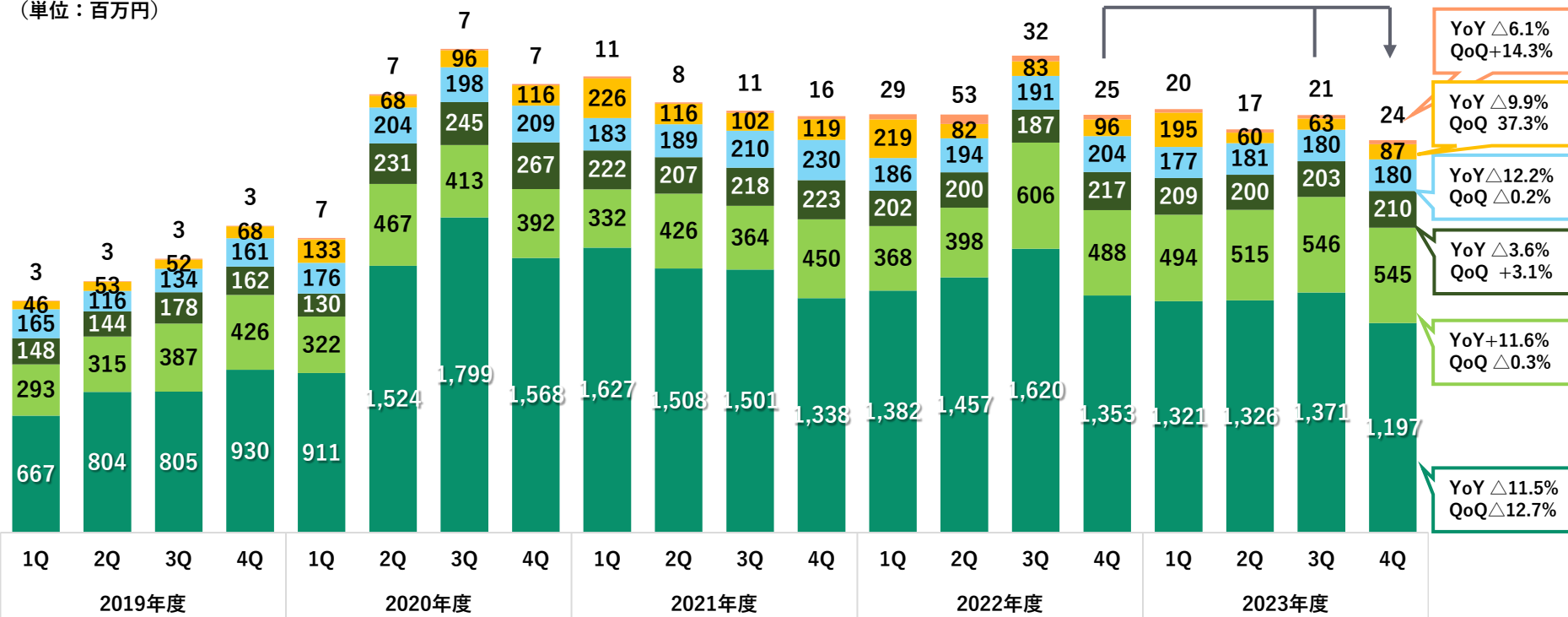
※2 2021年度においては、収益認識基準適用の影響から、初期設定費用等をサービス提供期間にわたって収益認識した要素が上記記載分以外に25百万円程度あり、表の合計額は短債記載の当期個別売上額9,879百万円と完全には一致しません。なお、25百万円のうち15百万円程度は放送業種、他はその他各業種に分散しております

※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・ブランディングは低迷。  
 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)



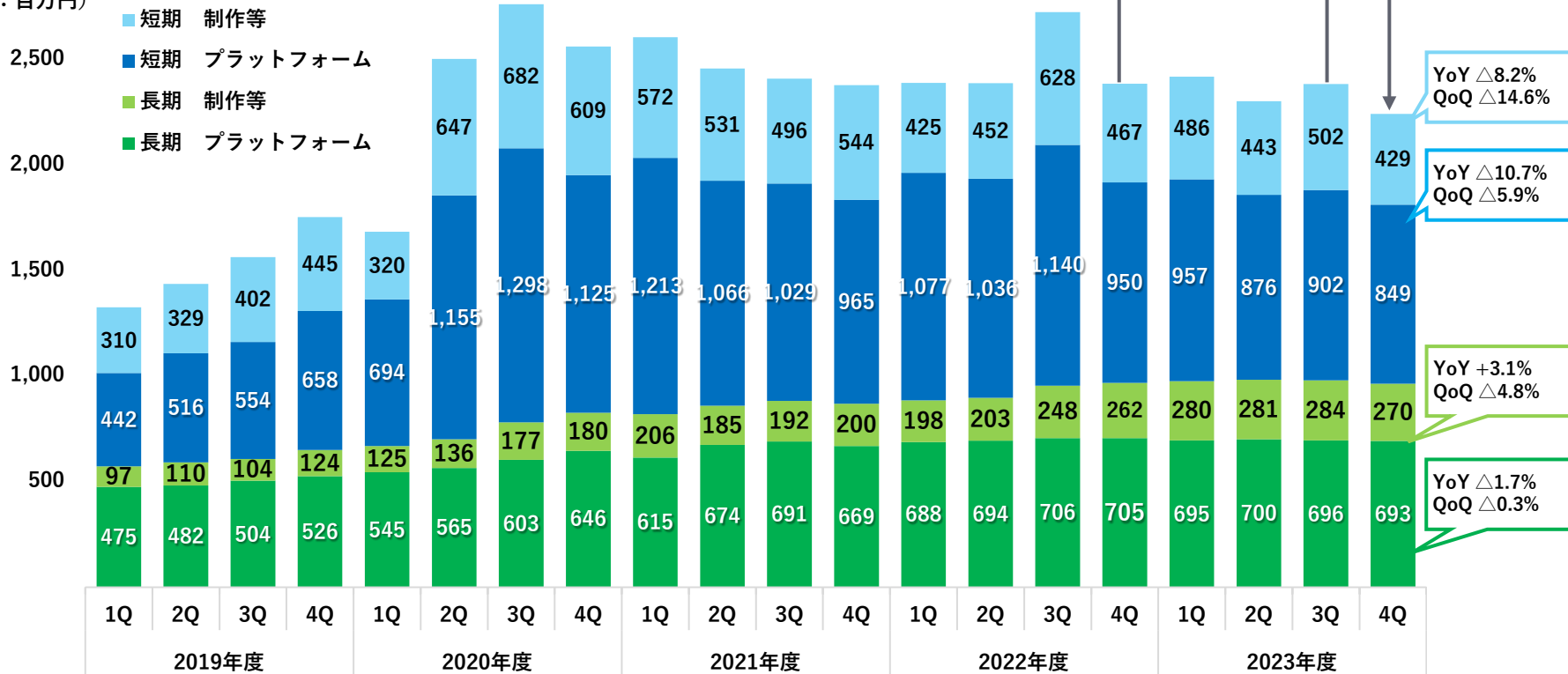
※ この度「情報共有」の定義を見直し、内容が「販促・ブランディング」や「事業用インフラ/サポート」に近いものは2022年度以前も含め分類を変更しました。  
 このため2022年度までの開示資料における利用用途分類から変更が生じております。

- 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。  
制作系は医薬系制作減に加え年度末の特需系の盛り上がりにつけ、短期が低水準の推移となりました。

(単位：百万円)



	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
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%	43.0%
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%	45.0%
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%	38.6%
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%	68.8%

※ 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

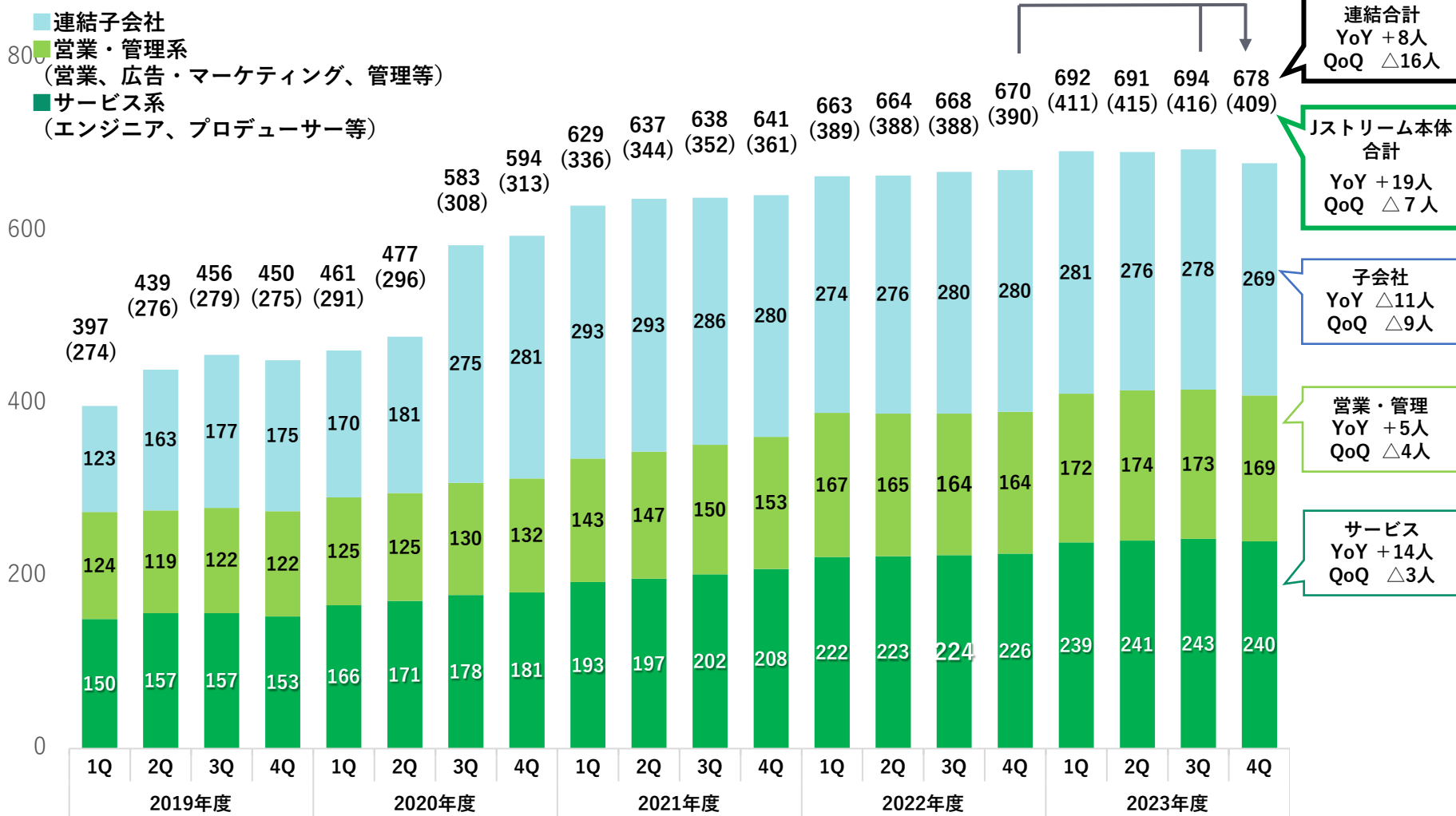
		主なサービス	主な利用業種・案件の特徴	利益率
長期*	プラットフォーム	動画配信プラットフォーム（J-Stream Equipmedia）の年間契約利用 オンデマンド配信 ユーザー自身によるライブ配信機能	一般企業の販促セミナーや社内情報共有、研修等に利用される。サービスとしての利益率は最も高く、ストック性が強い	高
		大量配信対応のCDN（J-Stream CDNext）	メディア、スポーツ等の大量アクセスが発生するサイトや、自治体や公共交通機関の災害時の情報発信、大手企業サイト等アクセスが集中するサイトで利用。ストック性が強い	中
		大規模オンデマンド配信	メディアのコンテンツ配信サ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

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)



# 2024年度事業計画

---



## 経営方針

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

### 【基本方針】

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

## 事業戦略

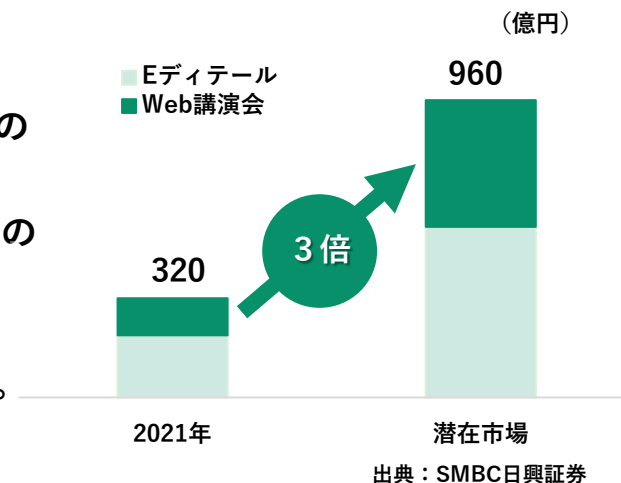
### 【基本施策】

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

## 市場・顧客

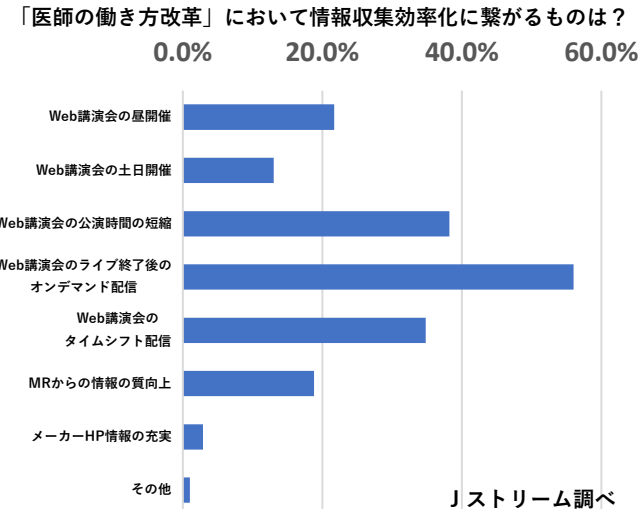
### 【製薬会社 動向】

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



### 【医療従事者 動向】

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



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

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

### Web講演会

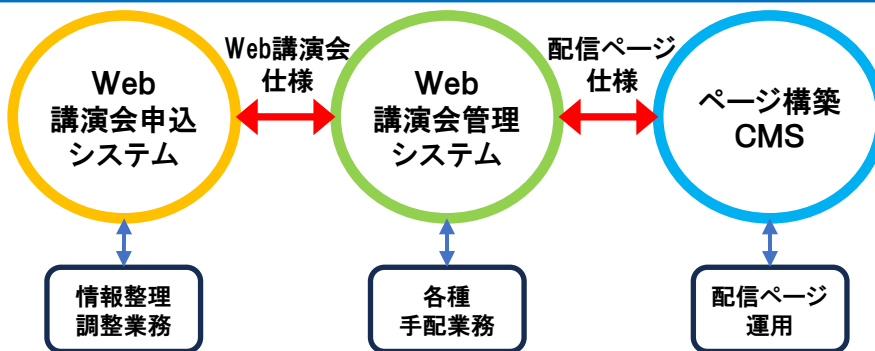
- 現在の取引先大手11社に加え未開拓大手への営業強化と中堅企業の開拓
- 提供価値の向上  
ハイブリッド講演会の対応範囲拡大やオプション機能（メタバース、XRなどの映像演出、インサイトボタン機能など）による獲得数拡大と単価向上
- 医師働き方改革に適したソリューションの研究・提供

### デジタルマーケティング

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

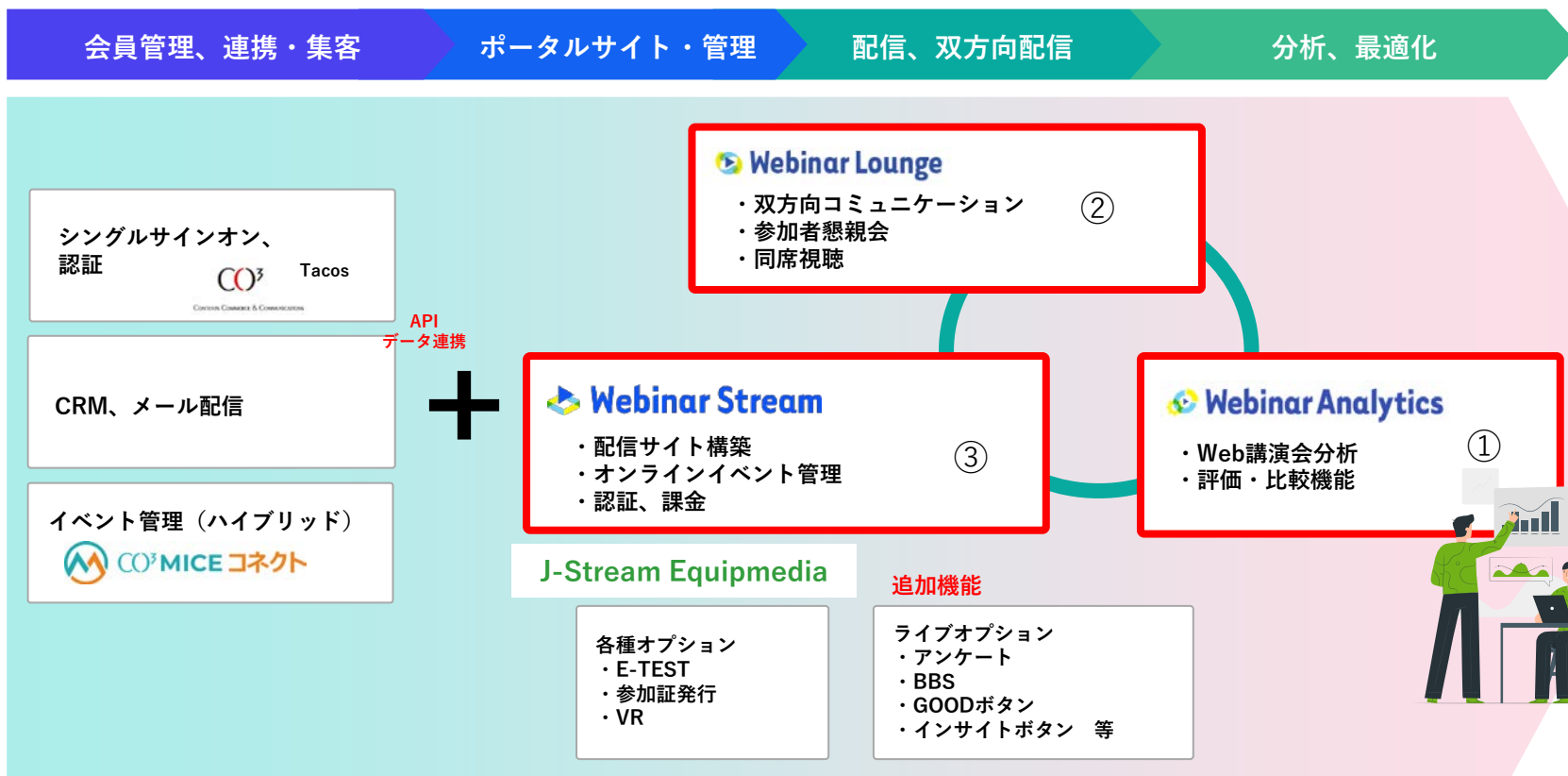
### サービス提供体制改善

- 申込から納品までの標準化・自動化を推進



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

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





## 領域別市場認識

### 教育・ トレーニング

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

### 社内 情報共有

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

### イベント ・ セミナー

#### 今後1年のイベントに希望する参加方法調査を実施（2024/3）

- 「リアル回帰」を受け、イベントの参加者である会社員の動向・希望を把握する調査を実施  
社内向けイベントでは会場/オンライン参加希望が拮抗する一方、社外向けイベントではオンライン参加希望が多い結果に（詳細P.46掲載） イベント開催側企業に向けた周知の余地がある

### バーチャル 株主総会

- バーチャル株主総会の実施見込み件数  
（3月決算：2024年6月開催予定）  
合計325社  
（18.3% 前年：18.0%から0.3ポイント増）

バーチャルオンリー型 9社  
出席型バーチャル総会 16社  
参加型バーチャル総会 300社

- 信託銀行によるプラットフォームの導入が進んでいる

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

## プロダクト専任チーム

### ●動画の利用用途別の施策を集中して実施

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

## EQパートナー開拓

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

## 大口顧客育成

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



## YKK AP株式会社 様

【業種】製造

EQポータルを用いた情報共有

「EQポータル」を用いてセキュアな情報共有の場を手軽に構築、  
部門の垣根を超えた技術系約800名の社内DXを実現

以前より自社Webサイトでの動画掲載や各種SNSでの投稿など、動画活用を行っており、社内向け用途ではコロナ禍を背景に動画活用が活発化。動画をより多くの社内対象者に適切に共有するために、「EQポータル」を用いてセキュアな情報共有の場を手軽に構築。

情報共有の場が整備されたことで様々なコンテンツが集まり、現在約200本の動画やドキュメントを生産部門や開発部門など技術系約800名に向けて共有、社内DXを実現されています。

### 部の垣根を超えた、 技術系部門約800名の社内DXを実現

「EQポータル」を使って「YKK AP 品質・技術系動画ポータルサイト（品質管理・技術管理）」と名付けた、動画共有ポータルを構築しました。共有するコンテンツには動画に加えドキュメントもあり、「動画のみ」「動画とドキュメント」「ドキュメントのみ」など様々です。

### 実施成果・導入効果

- ✓ セキュアな情報共有の場を、ノーコードで手軽に実現
- ✓ 技術系部門が保有している様々な動画やドキュメントが集まり、約200本を一元管理
- ✓ 視聴回数が十数倍に増加した動画も

施策の全体像

EQポータル活用前

各部署で管理

視聴者は関係者のみ

EQポータル活用後

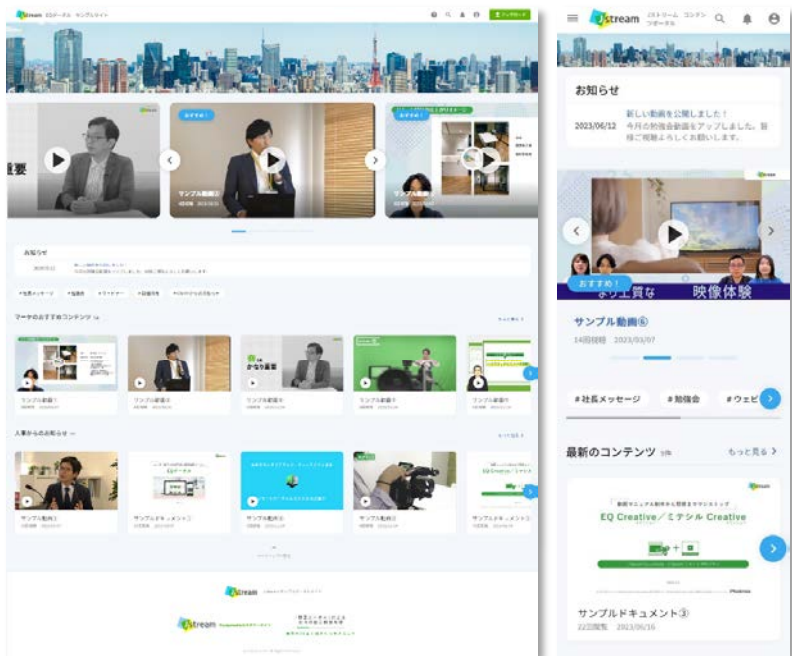
セキュアな環境で一元管理

約800名が視聴可能





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



マルチデバイスに対応するレスポンシブデザイン

### 様々なコンテンツを集約

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

### 組織・目的に応じたコンテンツ展開

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

### ポータル分析

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

## 放送局

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

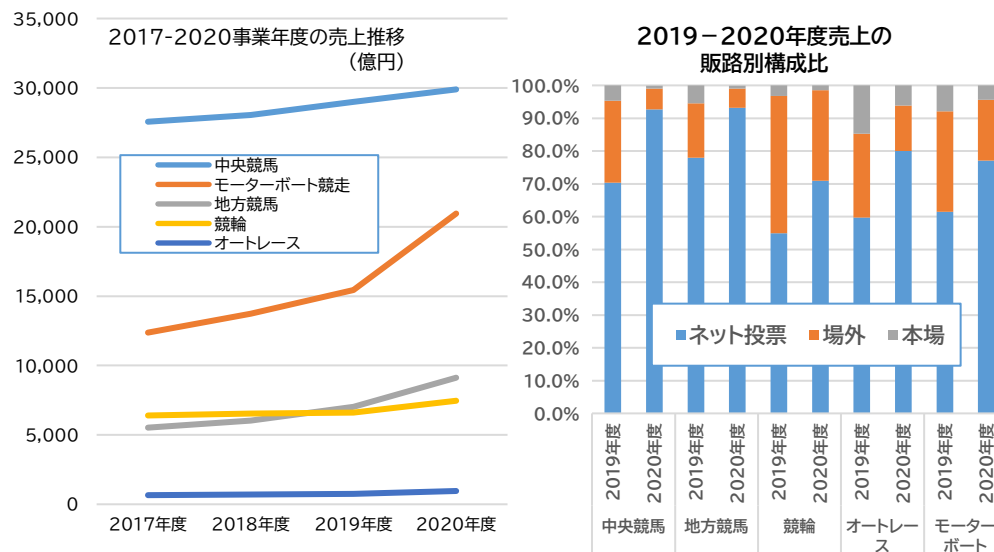


## CS BS

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

## 公営競技

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



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

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

## メディア・放送局

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

## 公営競技・その他コンテンツプロバイダ

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



## 「CDN」「マルチCDNサービス」導入で地方競馬関連サービスの トラフィック増加対応とCDN障害対策を実施、システムの安定性を向上

東京都競馬様の関連会社であるeパドック様は、地方競馬インターネット投票サービス「SPAT4」や「南関東4競馬場公式ウェブサイト」の開発・運営・管理などを担われ、インターネット経由の馬券購入やレース中継など地方競馬へのアクセスをより快適にすることに貢献されています。

これらシステムは、地方競馬の盛り上がりとともに順調に利用が伸びてきました。2020年からはコロナ禍の巣ごもり需要を受けさらに利用が拡大、トラフィック増加への対応や安定配信への対策が急務となっていました。

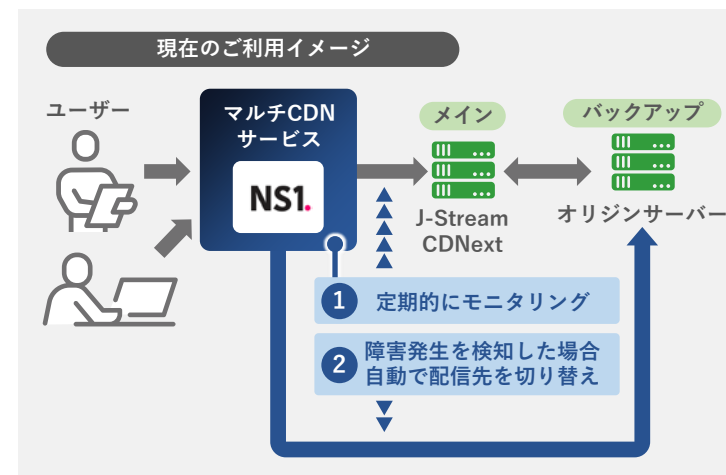
公営競技に関わるシステムの安定性は非常に重要です。サーバーのアクセス負荷分散のためにJ-StreamのCDNサービス「J-Stream CDNNext」を導入、加えてCDN障害発生対策として「マルチCDNサービス」を導入され、システムの安定性向上も実現されました。

### CDNの稼働をNS1がモニタリング、 障害発生時にはDNSを自動で切り替え

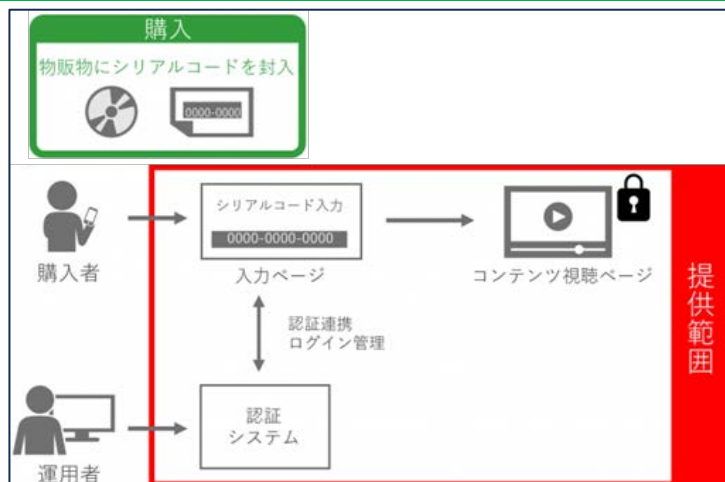
CDNNextの稼働はマルチCDNサービス(NS1)により、定期的にモニタリングされています。もちろんこれまでCDNNextで障害は起こっていませんが、万が一CDNNextに障害が発生した場合には、数分でオリジンサーバーからの配信に切り替わるようになっています。

### 実施成果・導入効果

- ✓ 安定性のあるCDNサービス「CDNNext」によりサーバー負荷分散を実現
- ✓ 「マルチCDNサービス」を導入、CDNの障害発生時にもDNSの自動切り替えで配信継続が可能に

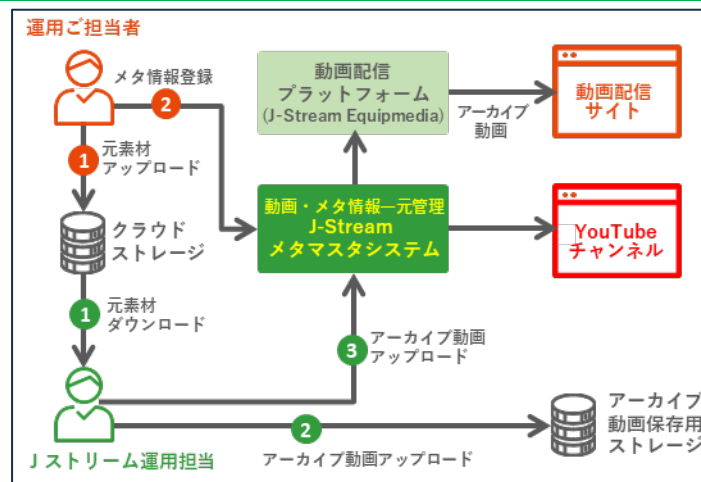


## マストバイソリューション



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

## メタスタ管理ソリューション



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

## サービス基盤整備

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

主力プロダクトのEquipmediaには十分な追加開発を行う。生成AIを使ったトランスクリプト、VideoStepプレイヤーの統合、分析機能向上、ライブ実施環境の安定化等を行う

業務DX(ページ生成CMS)についても資金投入する

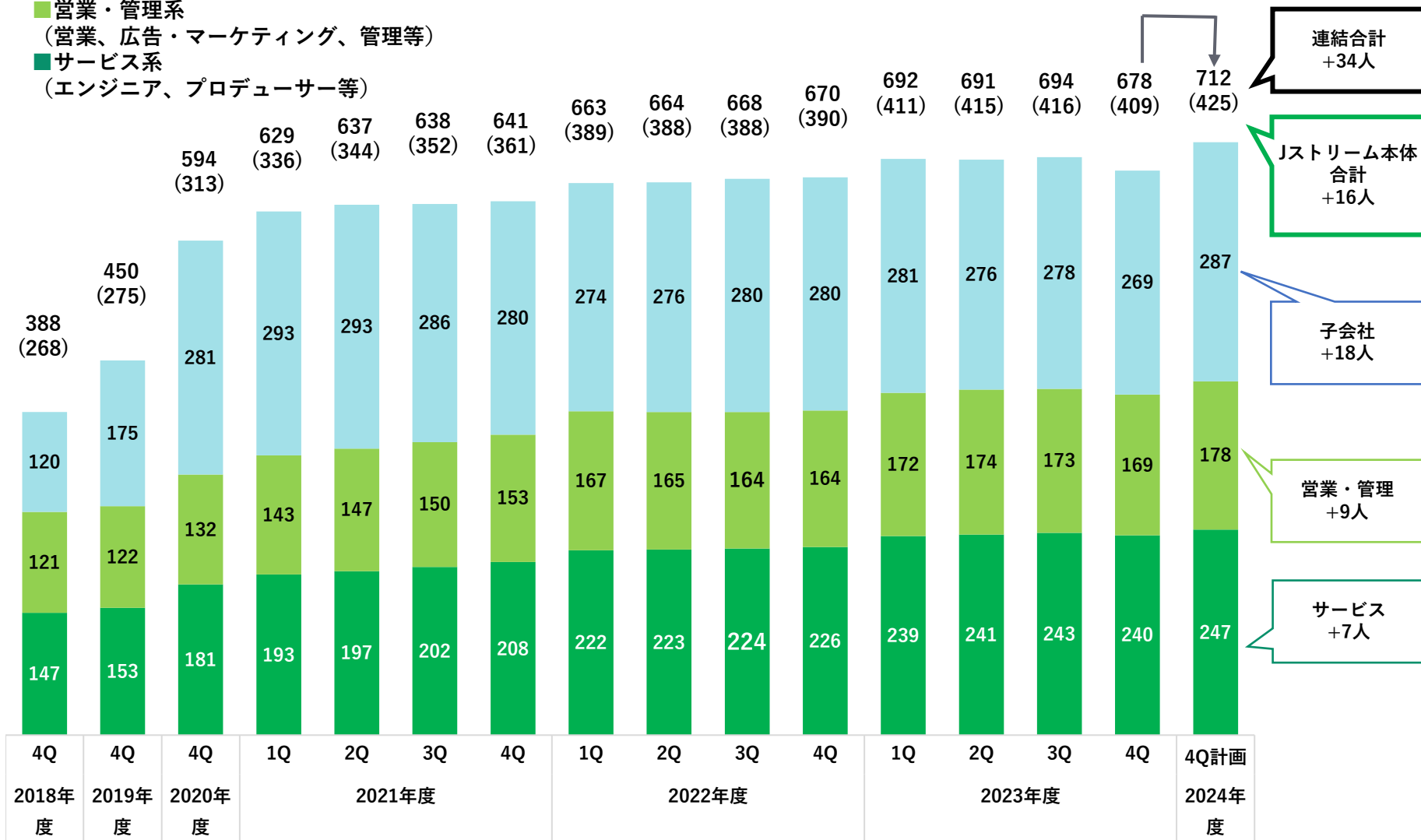
(単位：百万円)

投資項目	2023 通期 連結実績	2024 計画
<ul style="list-style-type: none"> <li>● サービス ソフトウェア投資                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ J-Stream Equipmedia関連開発</li> <li>✓ 各種サービス共通基盤開発</li> <li>✓ CDNnext機能増強</li> <li>✓ ライブサービス</li> <li>✓ 市場別（医薬／EVC／OTT・メディア）等 各種機能開発</li> </ul> </li> </ul>	556	546
<ul style="list-style-type: none"> <li>● サービス ハードウェア投資                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 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</li> <li>✓ ライブサービス機材関連</li> <li>✓ PC等各種機器</li> </ul> </li> </ul>	118	66
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全社関連、業務支援、ソフトウェア投資等                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ビジネスプロセス管理システム</li> <li>✓ オフィス・スタジオ設備等</li> </ul> </li> </ul>	144 47 97	59 57 2
<b>投資額総計</b>	<b>818</b>	<b>670</b>

# 従業員推移/2024年度計画

(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)



## 【サステナビリティ】

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

## <人的資本経営の推進>

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

Jストリーム ダイバーシティ推進宣言 を実施

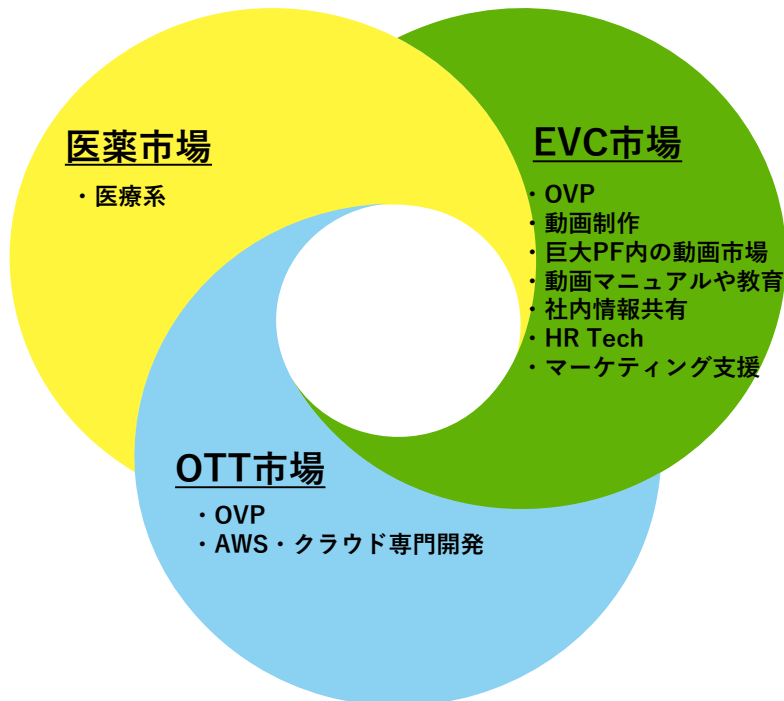
ダイバーシティ（多様性）とインクルージョン（包括・受容）に関する考え方と、それを推進していくプロセスを宣言にまとめ、企業活動の拠り所とする

## 【社内システムの統合・効率化】

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



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



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

## 近年の実績

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

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

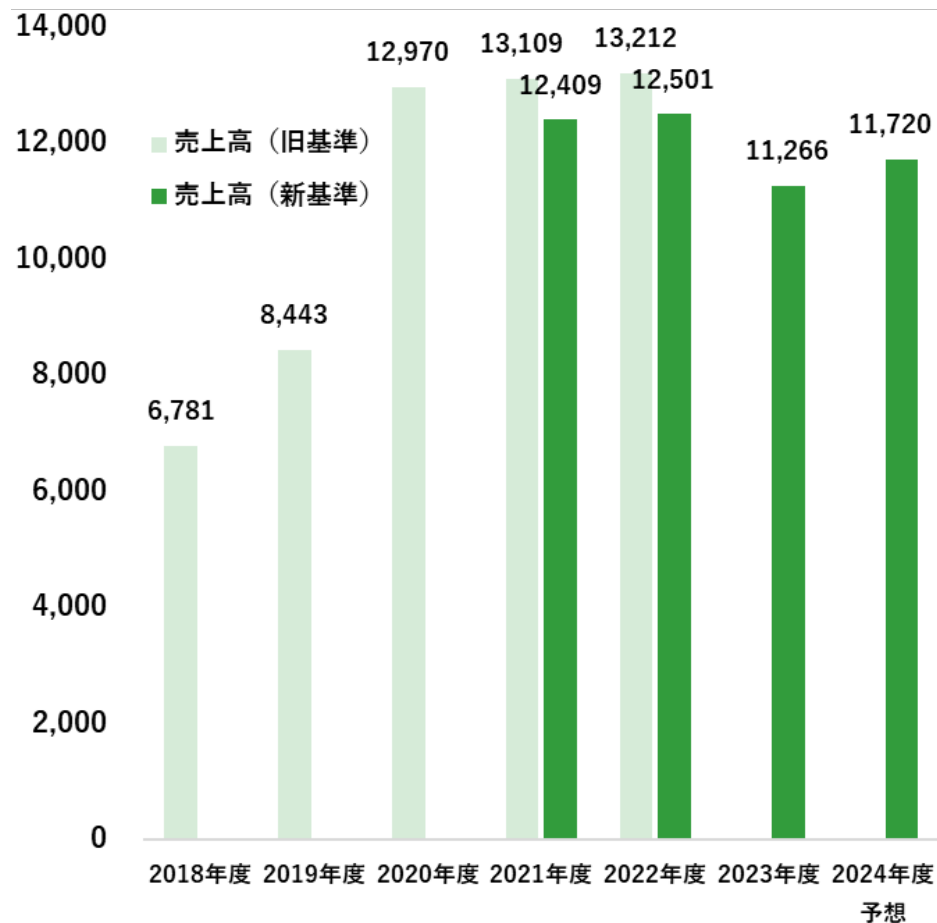
2023年度のM&Aによる増収効果  
ビッグエムズワイ イノコス VideoStep  
3社合計 2,213百万円  
（連結売上高の20%を占める）  
5年累計貢献額 12,176百万円

※当社が現在展開している動画ソリューション事業と関連性が薄い企業に対して売上獲得のために実施するようなM&Aについては、グループの統制や円滑なリソースの配分を損なう恐れがあるため、積極的な取り組みはいたしません。

(単位：百万円)	2023年度 実績	2024年度予想	増減率	増減額
売上高	11,266	11,720	+4.0%	+453
営業利益	566	698	+23.2%	+131
経常利益	585	709	+21.3%	+123
親会社株主に帰属 する 当期純利益	298	365	+22.5%	+67

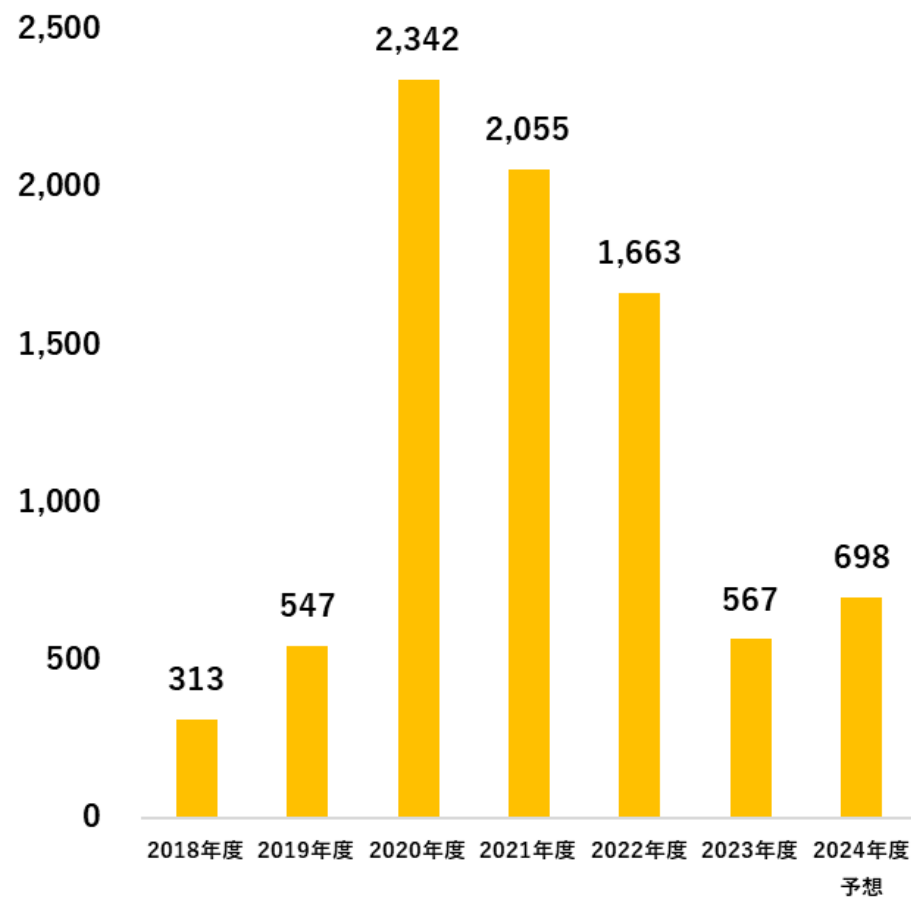
## 売上高

(百万円)



## 営業利益

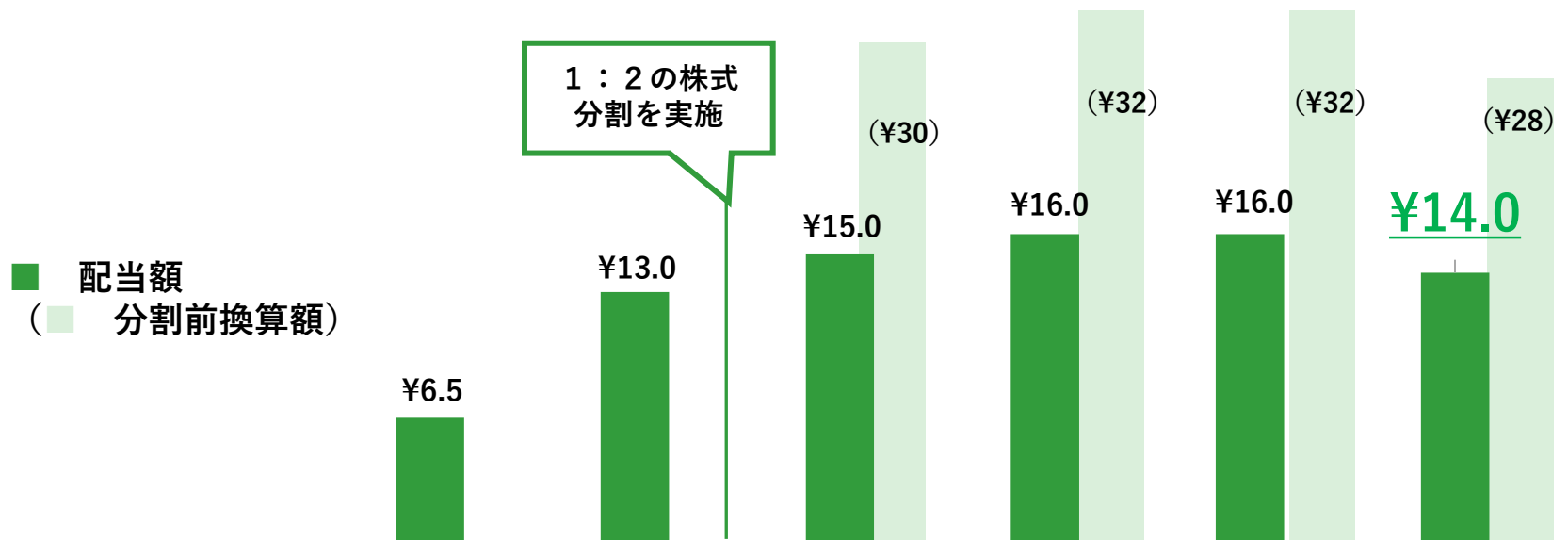
(百万円)



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。

配当につきましては、期初の2023年度配当予想 1株当たり16円で株主総会にお諮りします。

2024年度につきましては、事業拡大への投資の水準を踏まえつつも、過去の支払実績を前提に、安定性・継続性に配慮して利益還元を積極的に実施するという方針の下、1株当たり14円といたします。



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

# 補足データ

---

## 企業イベントでもリアル回帰を感じた2023年を受け、 今後はどのような開催形式が望まれるのかを調査

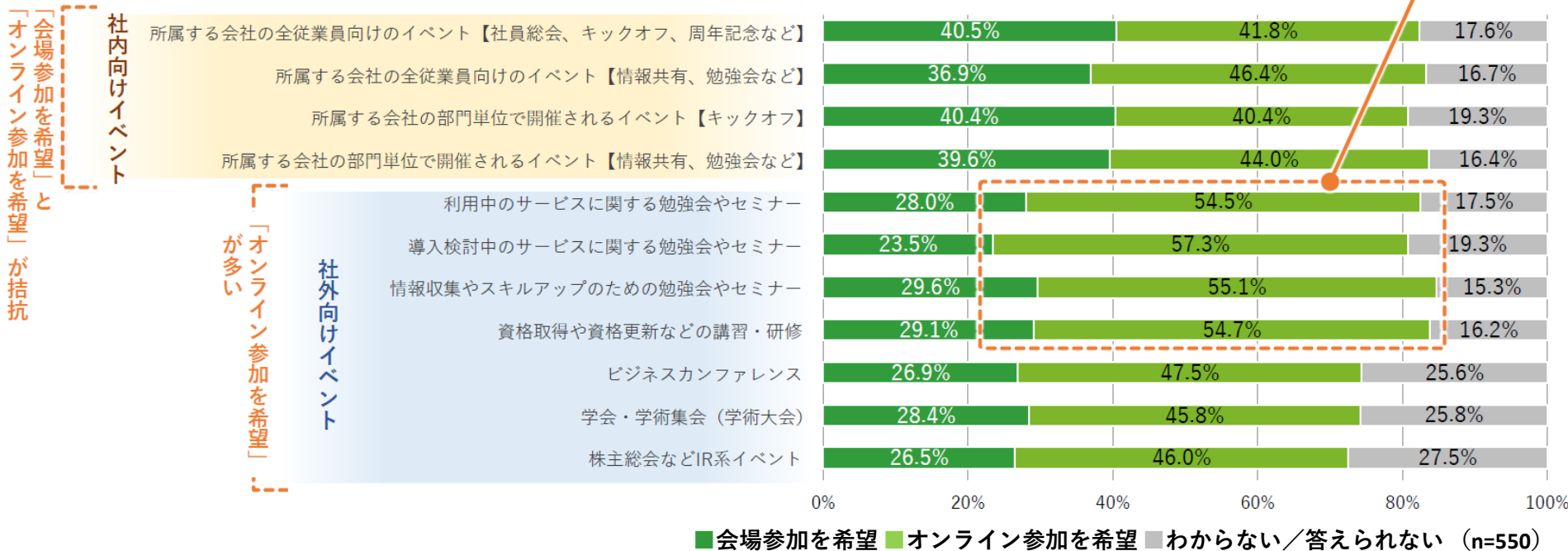
調査手法 インターネット調査  
 調査対象 20～59歳男女、会社員  
 (経営者・役員を除く)  
 2023年に業務や情報収集・スキルアップなどに関連してイベントに参加(オンライン参加含む)したと回答した方。  
 サンプル 550名  
 調査期間 2024年3月  
 調査地域 全国

### 今後一年で最も希望する参加方法

- 今後1年について、最も希望する参加方法を回答してもらったところ、社内向けのイベントでは「会場参加を希望」と「オンライン参加を希望」が拮抗
- 社外向けのイベントでは「オンライン参加を希望」が多い結果となった。

交流等が伴う社内イベントは会場参加、効率的なノウハウ取得を目指す  
 社外イベントはオンライン、と推測可能

Q.今後1年について、最も希望する参加方法をお答えください。



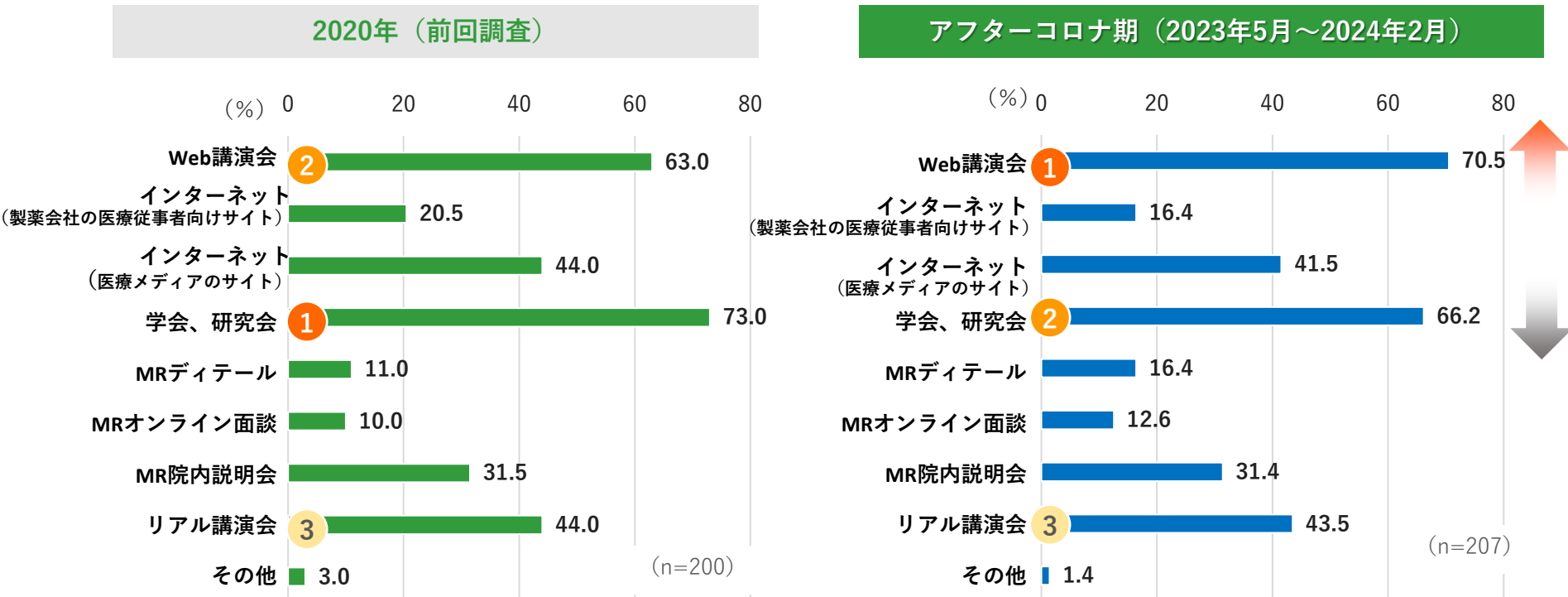
2021年3月調査の継続実施  
前回調査での

2019年のコロナ禍以前の時期／渦中の2020年 比較に加え

- まん延防止等重点措置の終了後のコロナ禍期（2022年5月～2023年2月）
  - 5類感染症指定後のアフターコロナ期（2023年5月～2024年2月）を比較
- 「医師の働き方改革」による医師の情報収集への影響についても確認

調査手法 : 医師向けインターネットアンケート  
 調査対象 : 400床以上の規模の病院の勤務医  
 有効回答数 : 207名  
 調査期間 : 2024年3月

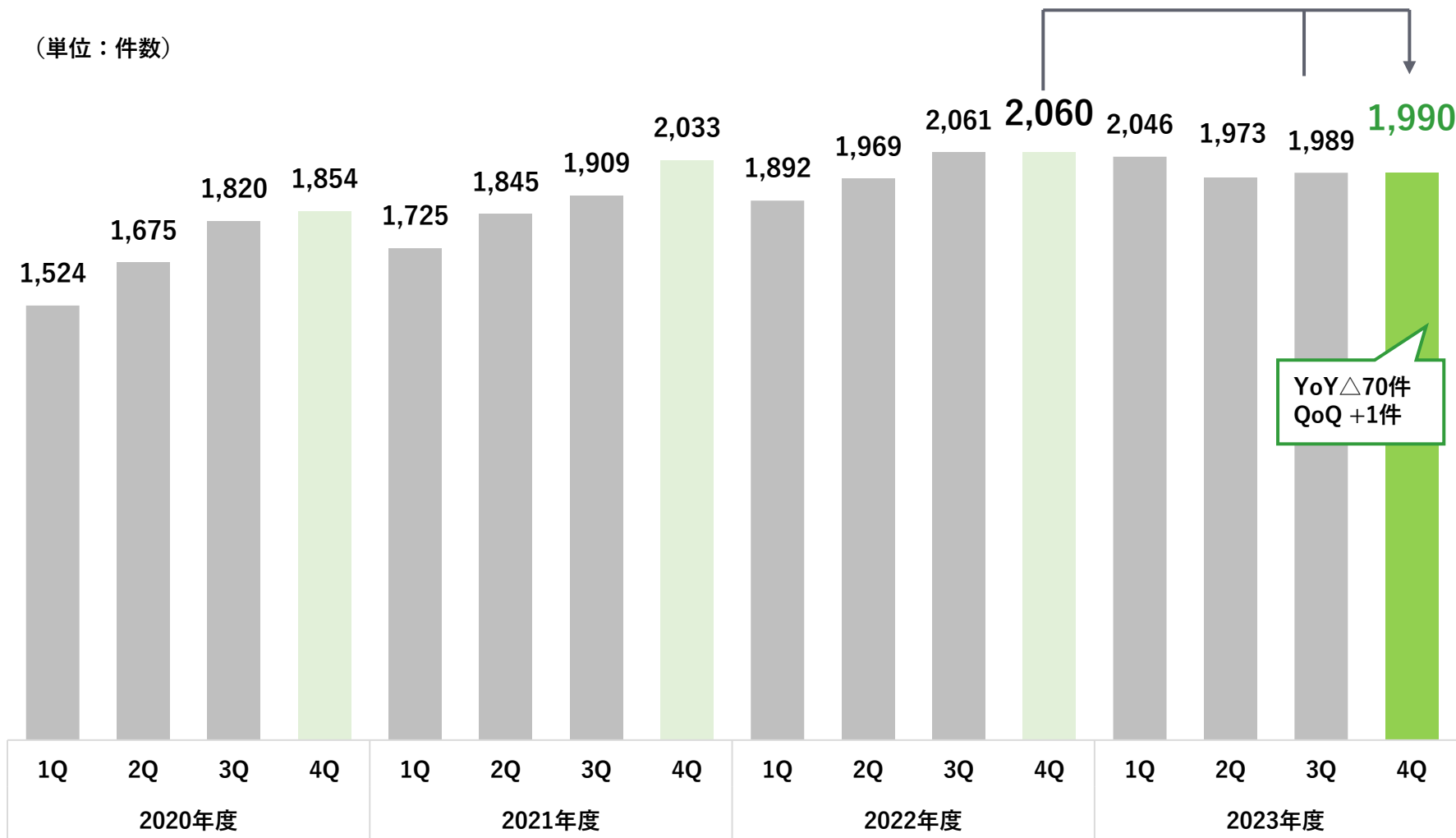
アフターコロナ期において、処方に有用な情報源は、「Web講演会」70.5%が最も多く、次いで「学会、研究会」  
 処方に有用な情報源上位3つをあげてください



# 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3四半期とほぼ同水準となり、売上減となっておりますが件数は期中積み増しできています。

(単位：件数)







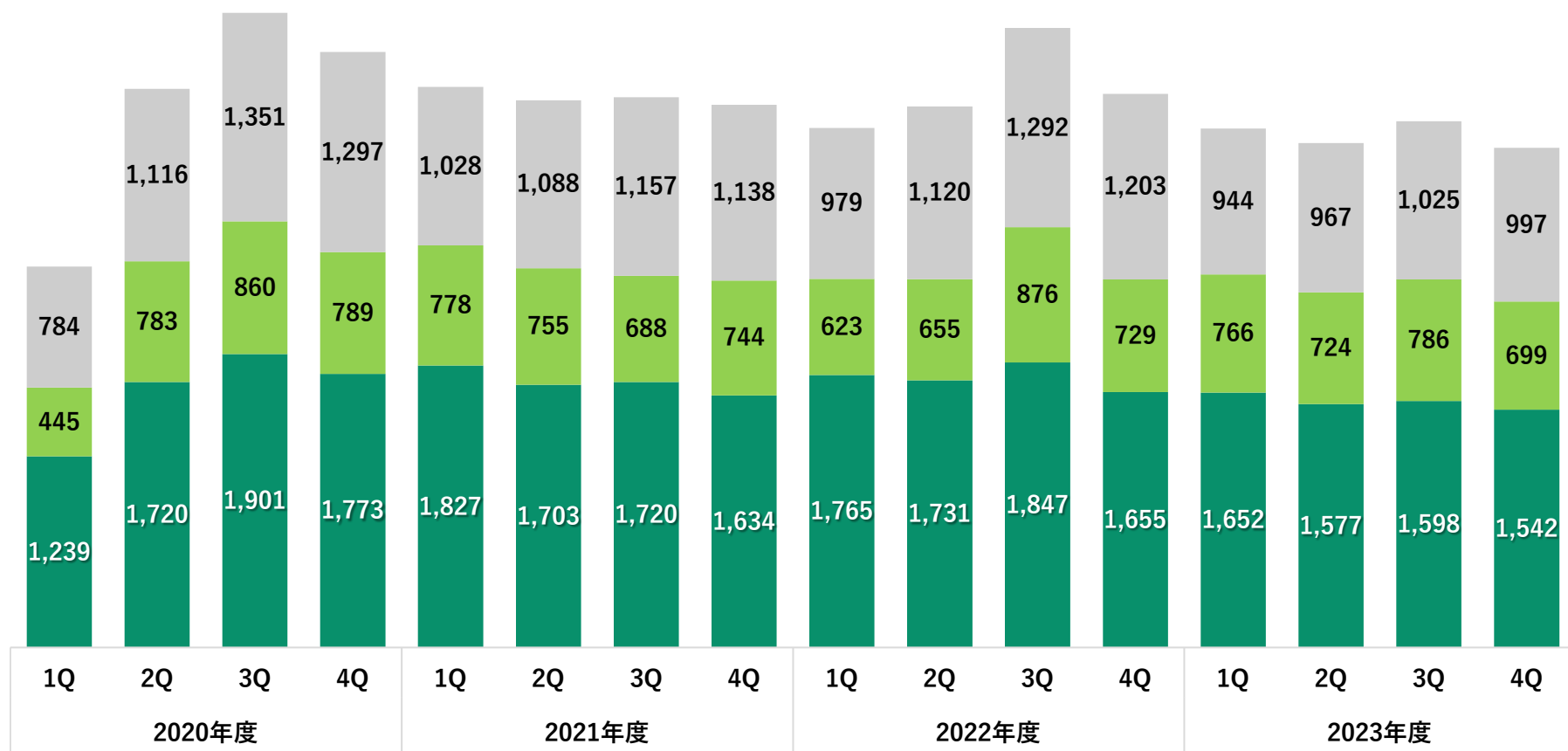
# 参考指標：ソリューション分類別売上推移

(Jストリーム個別：旧基準)

利益の源泉である配信を中心とするプラットフォームサービスを軸とした、Jストリーム個別の動画配信系プラットフォームソリューションと、案件受注の入り口となることも多く当社サービスの付加価値を高める、制作系クリエイティブソリューションを掲載しています。

(単位：百万円)

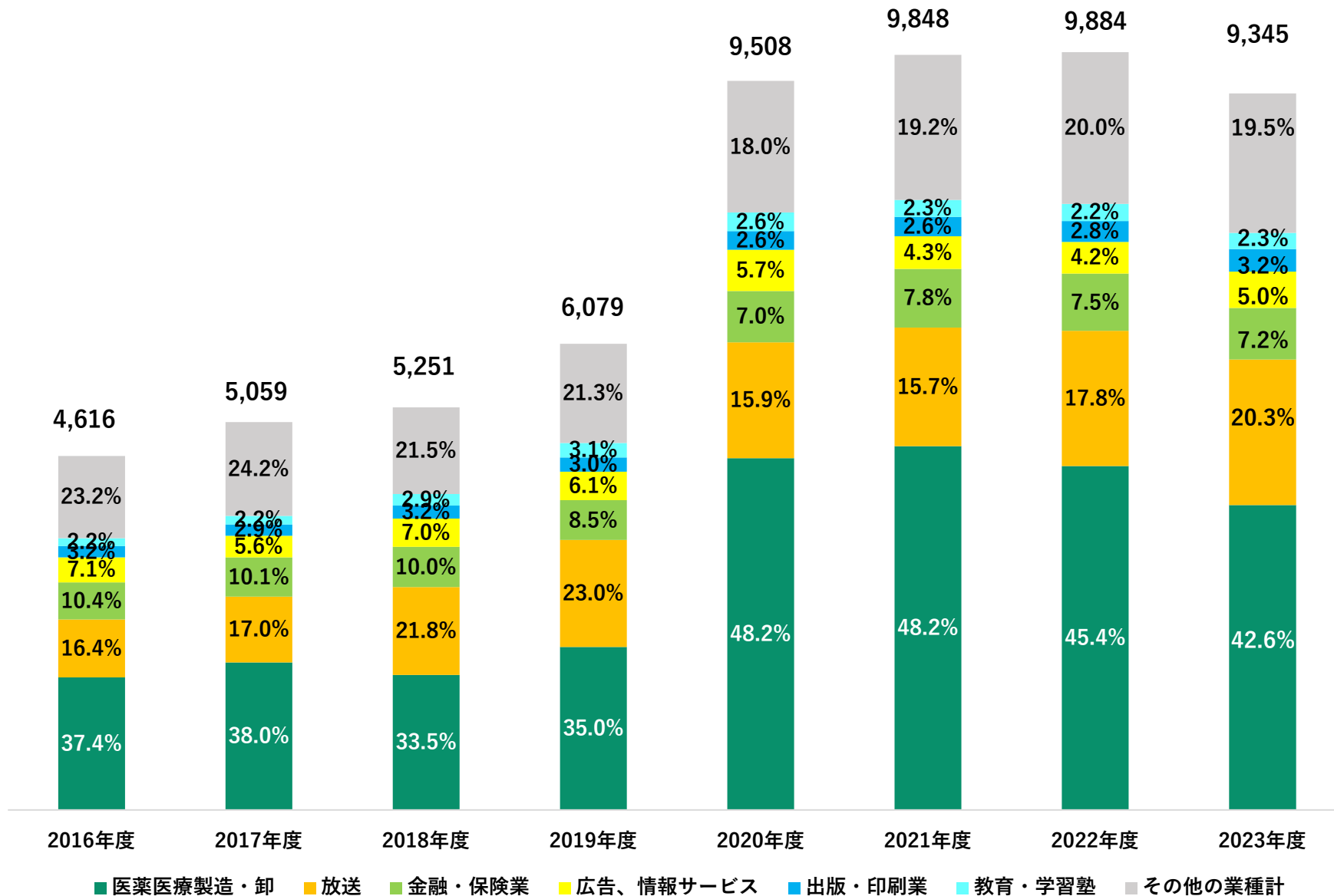
■ プラットフォームソリューション  
 ■ クリエイティブソリューション  
 ■ 子会社合計



※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](mailto:Jstream-IR@stream.co.jp)
- 電話：03-5765-7744