

平成21年3月期(第12期) 第3四半期決算説明会

平成21年2月9日

株式会社Jストリーム

※当資料に記載されている業績予想につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき、当社で判断したものであります。予想には様々な不確定要素が内在しており、実際の業績はこれらの予想数値と異なる場合がありますので、この業績予想に全面的に依拠して投資などの判断を行うことは差し控えて下さい。



連結決算ハイライト P/L

	平成21年3月期 第3四半期連結会計期間 (20/4~12月)		増減比	平成20年3月期 第3四半期連結会計期間 (19/4~12月)	
売上高	3,377,570	(100%)	+16.0%	2,911,981	(100%)
売上原価	1,971,895	(58.4%)	+20.7%	1,633,105	(56.1%)
売上総利益	1,405,675	(41.6%)	+9.9%	1,278,876	(43.9%)
販売費及び 一般管理費	1,297,994	(38.4%)	+14.0%	1,138,607	(39.1%)
営業利益	107,680	(3.2%)	△23.2%	140,268	(4.8%)
経常利益	126,463	(3.7%)	△11.6%	152,964	(5.3%)
税金等調整前 四半期純利益	139,093	(4.1%)	△10.6%	155,648	(5.3%)
四半期純利益	59,450	(1.8%)	△31.4%	86,677	(3.0%)

営業外損益
 受取利息 13,263
 為替差益 4,796
 持分法投資損失 11,156

特別損益
 前期損益修正益 5,883
 解約金 8,741

法人税等 71,773
 法人税等調整額 11,929

▶ 前期対比売上高16%増となるが固定費の増加も大きく減益となる

第12期業績予想 ~ 2月3日に修正

(単位:百万円)

	通期					
	連結			個別		
	修正後予想	増減率	従前	修正後予想	増減率	従前
売上高	4,565	Δ8.7%	5,000	3,930	Δ13.6%	4,550
営業利益	150	Δ64.7%	425	160	Δ61.0%	410
経常利益	190	Δ56.8%	440	205	Δ53.9%	445
当期純利益	95	Δ57.8%	225	125	Δ47.9%	240

影響した外部要因

◆ 金融危機以降の広告・販促費の引締

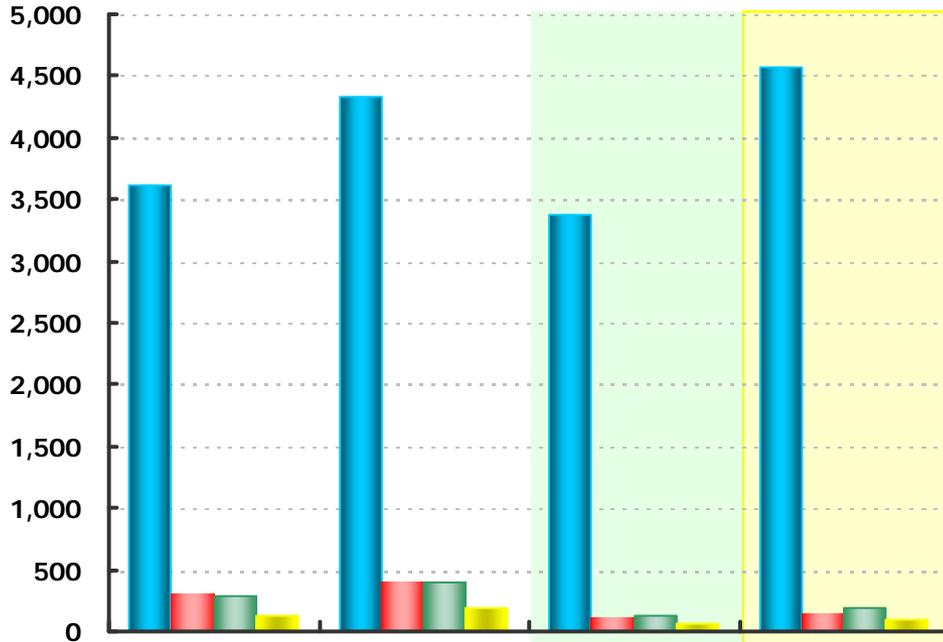
値下げ要請、長期の顧客のサービス更新停止
プロモーション関連案件の不振

◆ 金融危機以前からある要因

配信サービスの単価下げ要請

当社の受注特性として、年末のプロモーション関連受注、年度末の販売促進ニーズ、予算消化等の需要を見込んでいるところで影響が出た

通期予想について



【今後の方策】

◆ 基本方針は堅持

インターネット広告、配信市場など、
業界はまだ伸びる

1. コンテンツ配信ビジネス獲得
2. モバイル領域

◆ コストダウン、効率化は図るが縮小はしない方針

	19. 3期	20. 3期	第3四半期実績	修正後通期予想	予想達成率
売上高	3,612	4,333	3,377	4,565	74.0%
営業利益	300	397	107	150	71.3%
経常利益	280	401	126	190	66.3%
純利益	131	194	59	95	62.1%

連結バランスシート

		21. 3第3四半期	主な変動要因	20. 3期末	20. 3第3四半期
資産の部	流動資産	2,683,839	▶ 預け金△400百万円 (子会社買収支出等)	3,040,312	2,817,761
	固定資産	1,420,355		1,103,682	878,228
	有形固定資産	197,966	ソフトウェア+129百万円 モバイルサービス系の増加 が中心	216,890	176,902
	無形固定資産	529,953	▶	438,690	265,976
	投資その他の資産	692,435	▶ 投資有価証券 +215百万円	448,101	435,349
資産合計		4,104,195		4,143,995	3,695,990
負債の部	流動負債	526,540	▶ 未払法人税等 △121百万円	712,557	375,551
	固定負債	125,389	▶ 連結調整勘定 (負ののれん:子会社 買収により発生)	-	-
純資産の部	株主 資本	資本金	2,182,379	2,182,379	2,182,379
		資本剰余金	1,430,642	1,430,642	1,430,642
		利益剰余金	△189,606	△249,057	△357,234
	少数株主持分	28,850	67,473	64,651	
	純資産合計	3,452,265	3,431,437	3,320,438	
負債・純資産合計		4,104,195		4,143,995	3,695,990

▶ 会社買収以外の大きな支出要因はない

連結売上原価 構成比率

※21.3第3四半期構成比率順 単位:千円

	21.3第3四半期		前年同期比	備考	20.3第3四半期	
労務費	519,146	(26.3%)	+34.3%	人的費用の合計 21.3 第3四半期 1,215百万円 20.3 第2四半期 986百万円 (+23.2%)	386,536	(23.7%)
外注費	510,059	(25.9%)	+8.7%		469,431	(28.7%)
通信費	275,554	(14.0%)	+11.0%		248,183	(15.2%)
ロイヤリティ	228,110	(11.6%)	+3.9%		219,448	(13.4%)
業務委託手数料	186,283	(9.5%)	+42.3%		130,940	(8.0%)
保守料	65,187	(3.3%)	+20.2%		54,230	(3.3%)
減価償却費	62,145	(3.2%)	+47.7%		42,079	(2.6%)
ソフトウェア償却	57,111	(2.9%)	+13.5%		50,307	(3.1%)
賃借料	53,696	(2.7%)	Δ5.8%		57,031	(3.5%)
地代家賃	40,679	(2.1%)	+2.8%		39,557	(2.4%)
その他及び 他勘定振替	Δ26,075	(Δ1.3%)	-	Δ64,637	(Δ4.0%)	
売上原価合計	1,971,895		+20.7%		1,633,105	

▶ 業務委託の増加はモバイルの大型案件が主要因で短期的なもの。

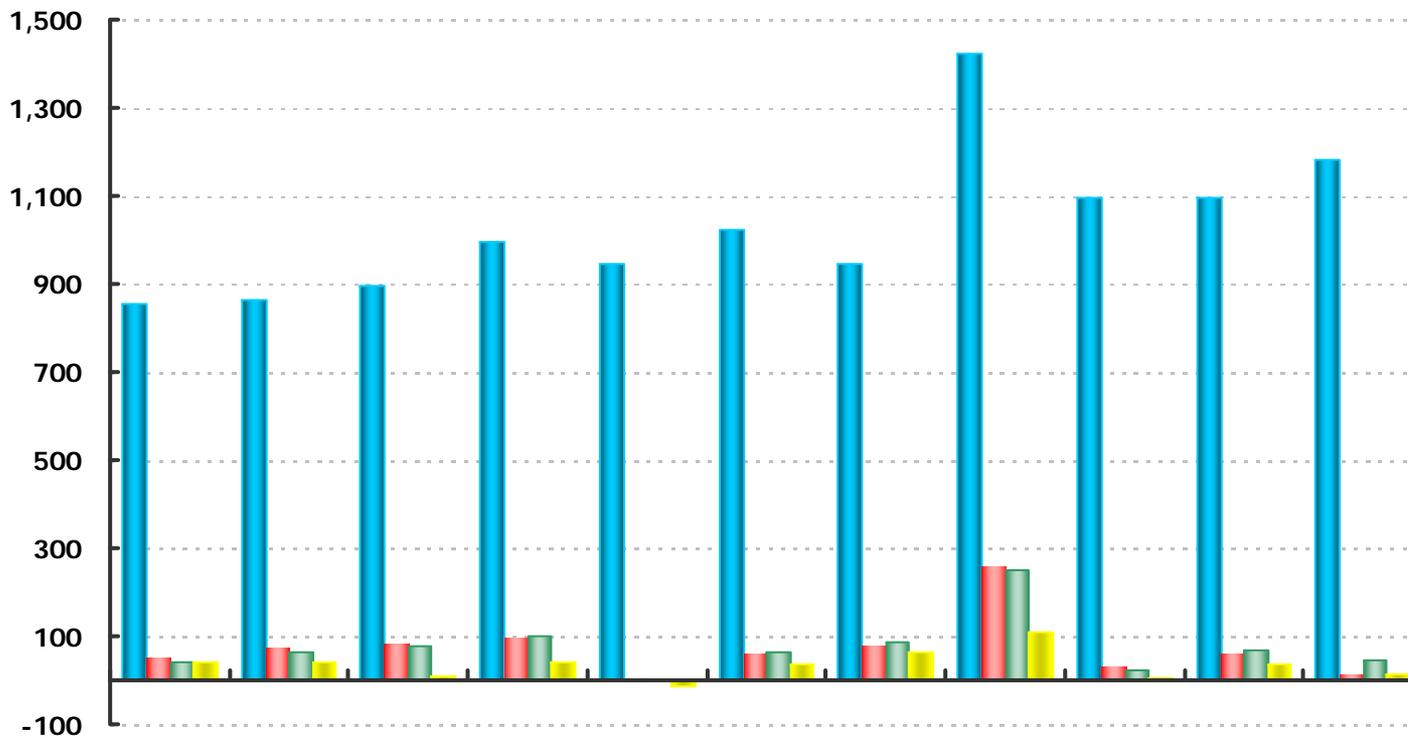
販売費及び一般管理費主要項目（連結）

※21. 3第3四半期構成比率順 単位:千円

	21. 3第3四半期		前年同期比	備考	20. 3第3四半期	
人件費	647,161	(49.9%)	+13.3%		571,225	(50.2%)
販売支援費	67,113	(5.2%)	+44.9%		46,312	(4.1%)
地代家賃	65,808	(5.1%)	+26.4%		52,068	(4.6%)
販売促進費・広告宣伝費	65,405	(5.0%)	△45.0%		118,902	(10.4%)
支払手数料	57,229	(4.4%)	+153.2%		22,600	(2.0%)
研究開発費	56,632	(4.4%)	+63.1%		34,714	(3.0%)
業務委託手数料	45,352	(3.5%)	△0.6%		45,641	(4.0%)
株式関係費	38,376	(3.0%)	+70.6%		22,494	(2.0%)
営業権償却	35,814	(2.8%)	+543.1		5,569	(0.5%)
求人費	25,526	(2.0%)	+3.4%		26,419	(2.3%)
その他 (雑費、旅費交通費、賃借料等)	193,578	(14.9%)	—		192,663	—
販売費及び一般管理費 合計	1,297,994		+14.0%		1,138,607	

- ◆ 支払手数料の増加は、子会社買収にかかる費用、監査費用の増加など
- ◆ 販促費／広告宣伝費は前年度がサイトリニューアル実施の影響で大きかった反動減

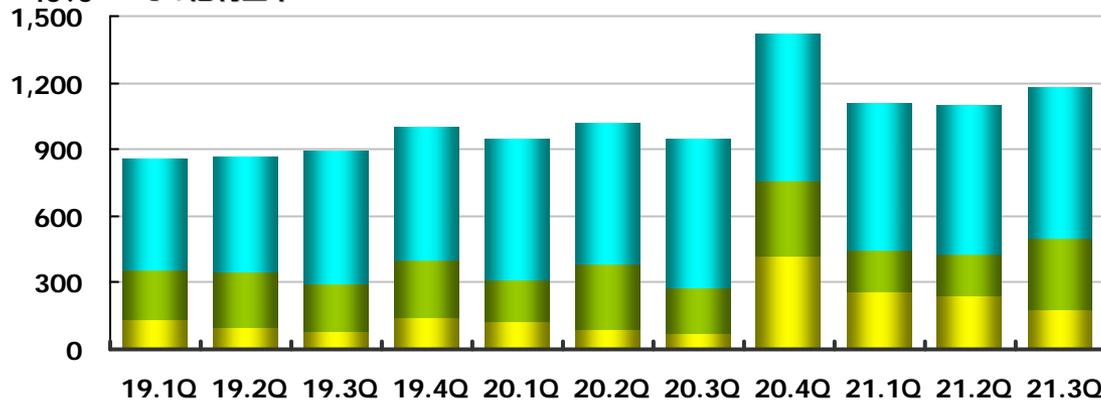
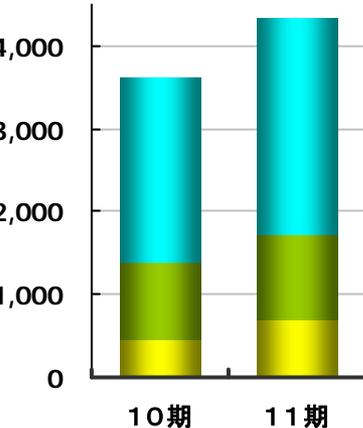
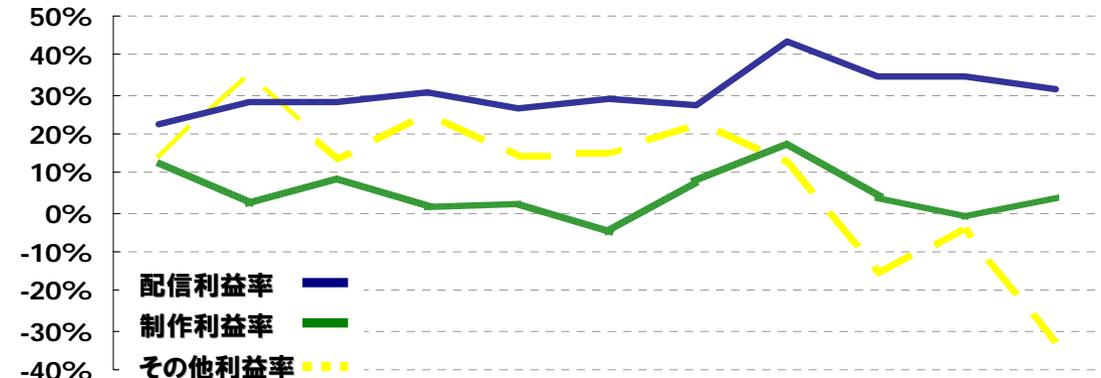
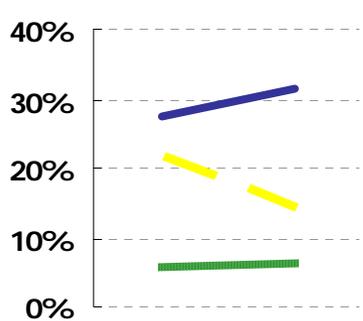
(単位:百万円)



- ◆ 大型の案件受注の不振、オンデマンド売上の伸び悩み等の要因から利益率が低下。
- ◆ 売上拡大こそが根本的な解決と認識し施策を展開中

	19.1Q	19.2Q	19.3Q	19.4Q	20.1Q	20.2Q	20.3Q	20.4Q	21.1Q	21.2Q	21.3Q
売上高	856	863	894	997	944	1,021	946	1,421	1,104	1,096	1,177
営業利益	51	71	81	98	5	57	78	258	34	60	12
経常利益	42	63	76	101	△0	65	89	249	24	66	35
経常利益率	4.9%	7.3%	8.5%	10.1%	△0.0%	6.3%	9.3%	17.5%	2.2%	6.0%	3.0%
純利益	43	39	8	42	△15	36	66	108	9	38	11

連結セグメント売上／利益状況



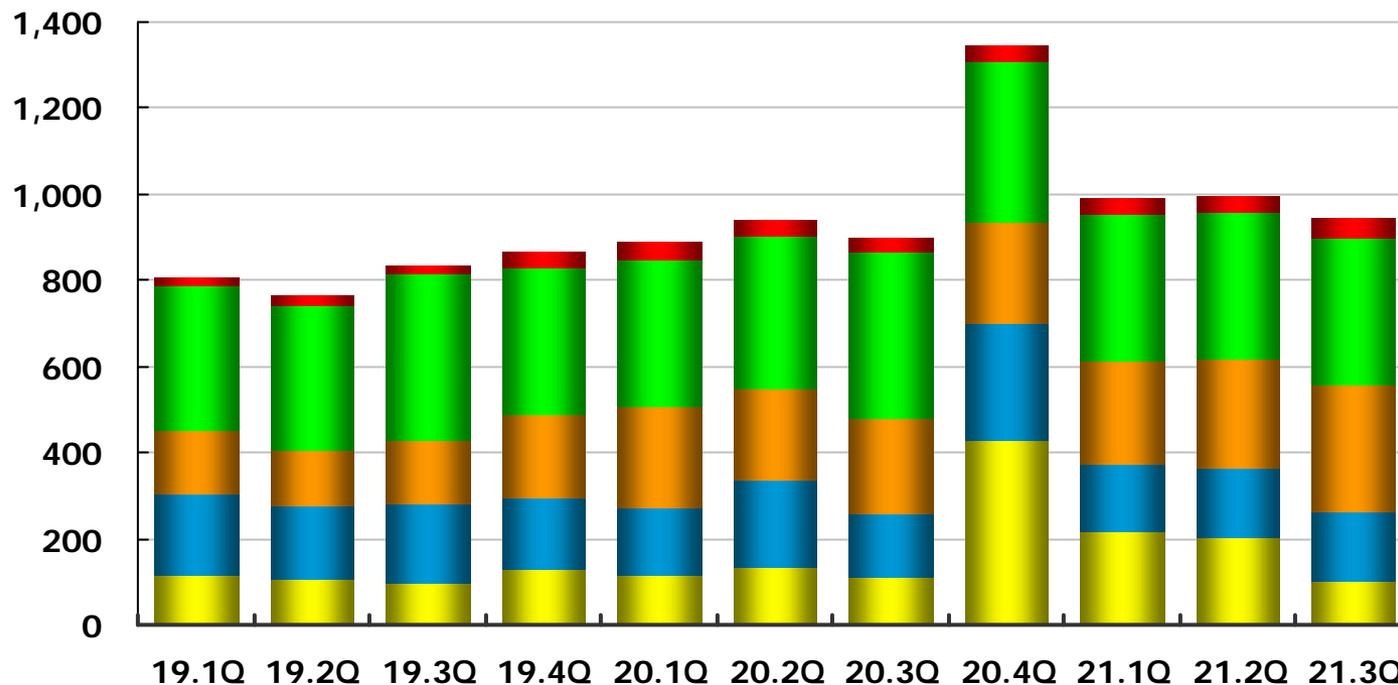
◆制作、開発領域での原価増加(モバイル案件大型関連)が全体に影響している。

	10期	11期		19.1Q	19.2Q	19.3Q	19.4Q	20.1Q	20.2Q	20.3Q	20.4Q	21.1Q	21.2Q	21.3Q
売上高	2,214	2,606	配信	503	518	596	596	636	640	670	659	659	669	673
利益率	27.3%	31.7%		22.3%	27.8%	27.9%	30.6%	26.6%	29.1%	27.6%	43.4%	34.9%	34.6%	31.2%
売上高	946	1,022	制作	217	250	219	260	182	293	202	344	183	186	323
利益率	5.9%	6.4%		12.5%	2.2%	8.7%	1.7%	2.0%	Δ5.2%	7.8%	17.9%	3.7%	Δ0.8%	3.7%
売上高	451	704	その他	135	97	78	140	125	87	73	417	261	239	179
利益率	21.7%	14.4%		13.5%	34.8%	13.2%	25.2%	14.7%	15.5%	22.0%	12.8%	Δ15.7%	Δ0.1%	Δ33.5%
売上高	3,612	4,333	合計	856	865	894	997	944	1,021	946	1,421	1,104	1,096	1,177

21. 3第3四半期 セグメント／費用／利益		
	売上高	営業利益
配信	2,002	671
	33.5%	
制作	694	17
	2.5%	
その他	680	Δ100
	Δ14.8%	
合計 (消去後)	3,377	107
	3.2%	

※詳細は決算短信 p.9をご参照ください。

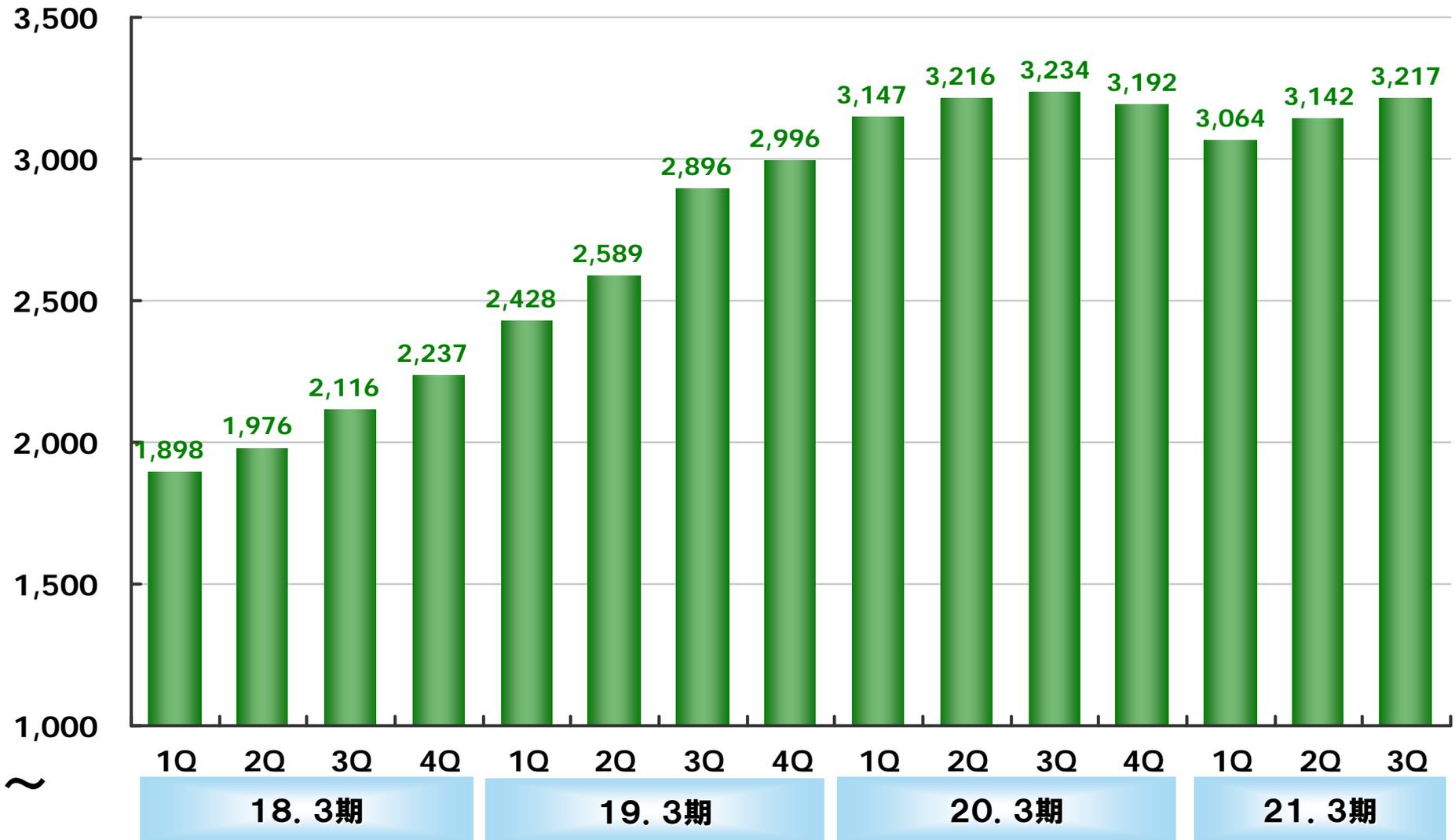
(参考情報)商品別売上推移(個別)



◆オンデマンドは安定しているものの積み増しが出来ていない状況。

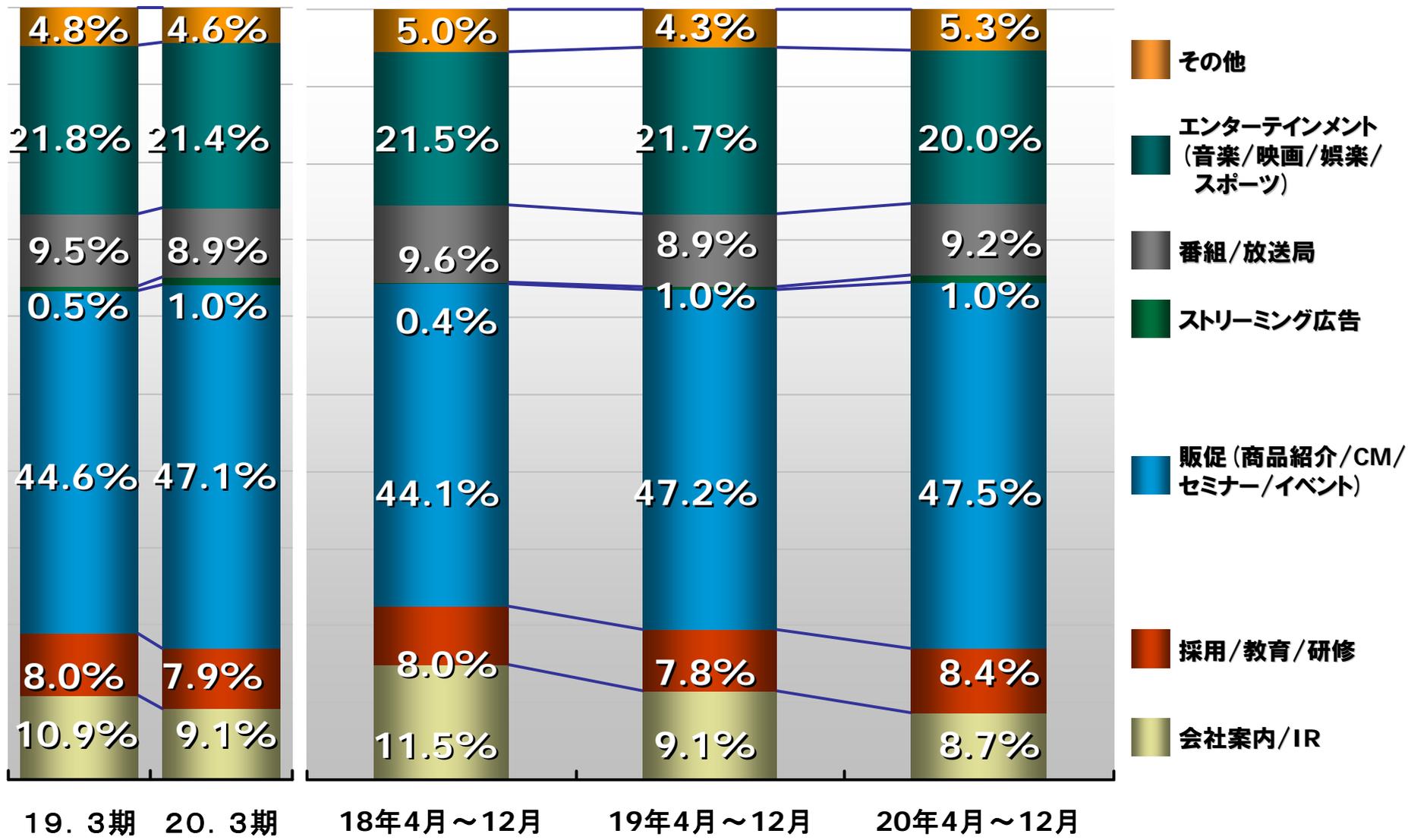
◆モバイル関連は、大型案件に営業、開発力を割いている一方で増加傾向を堅持しており引き続き好調。

(参考情報)取引案件数動向(個別)



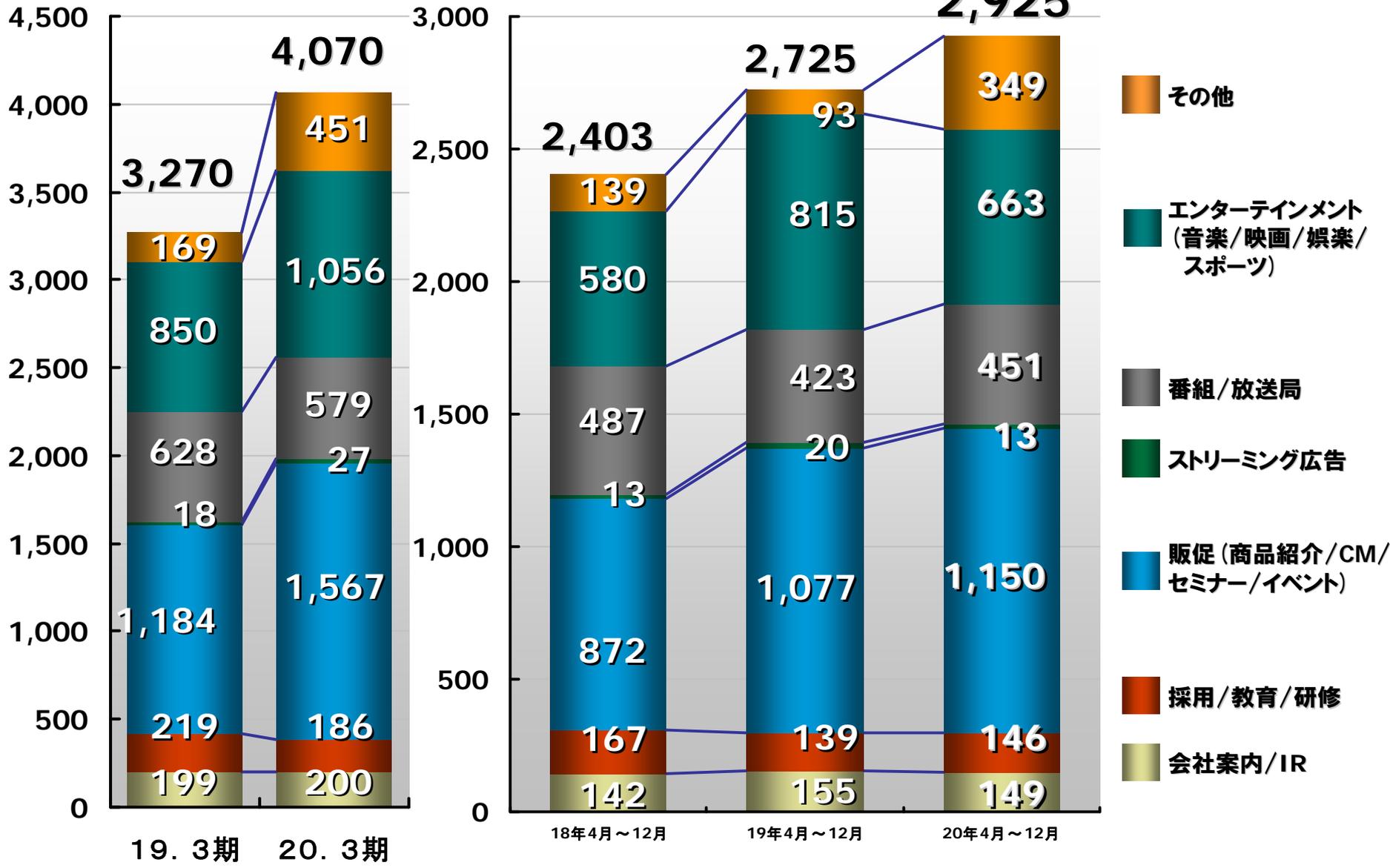
▶ 件数は回復しているが単価は下落傾向

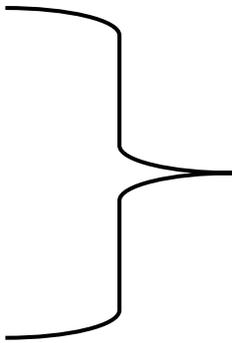
用途別件数比率(個別)



(単位:百万円)

用途別売上比率(個別)



投資戦略	投資項目	中間期末時点実績 (12期計画)
<p>サービス強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ ネットワーク機器／キャッシュサーバ／サーバ 増設、ログ管理強化など 11 ■ HDなど高品質化対応 1 ■ モバイル配信サービス強化 45 ■ その他新規事業系 80 	<p>155 (373)</p>
<p>社内システム</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 業務支援システム強化 ■ メールサーバー増強 ■ J-SOX対応体制 ■ その他設備・社内用アプリ等 ■ オフィス拡張に伴う投資 <div style="text-align: right; margin-right: 20px;">  <p>17</p> </div>	

▶ モバイル関連のシステム、ソフトウェアを中心に投資を進めている。
 今後の中心はモバイル系とネットワーク強化。

第3四半期のトピックス

アクティラ公式サイトからのコンテンツ 提供サポートを開始

各社がコンテンツを提供する「アクティラ公式サイト」のサイト枠を企業向けに代理販売

各種サイト制作や動画配信を含むウェブサイトの制作サービス全般を提供

TVや雑誌などのクロスメディア展開に加えて、ネット×ネットによる連動を含めた

“クロスデバイス” 展開をサポートする

動画視聴アプリ「Mojie (モジエ)」の PC版を提供開始

インデックスと日本放送協会の共同開発による、動画コンテンツの観たいシーンを「検索」し、「読む」「観る」ことができる動画視聴アプリケーション

PC版について、Jストリームが初の販売代理提携を結び、サービスラインナップのひとつとして提供

単に動画を「観る」だけでなく、字幕テキストとサムネイルの組み合わせにより動画を「読む」ことや、キーワードを検索して観たいシーンを「さがす」ことが可能

第4四半期の 注力ポイント

基本認識と方針

- ◆ 企業によるマーケティング用途のインターネット利用は短期的に景気の影響があっても増加傾向
- ◆ その他高い比率でのマーケットの拡大が見込める注力領域を設定
 1. コンテンツ配信(PC向け中心)
 - NHKオンデマンドの始まり、民放局や各コンテンツプロバイダーの活性化
 2. モバイル領域
 - 予想以上に情報検索と入手、コンテンツ視聴に用いられている。企業の引き合いも強い。



- ◆ マーケティング用途の市場
 - 広告、販促効果を目に見える形で測定できる仕組みを提供して、より費用対効果を重視する不況時の顧客ニーズに対応
- ◆ 注力領域について
 1. コンテンツ配信ビジネス
 - コンテンツビジネス向けプラットフォーム提供
 - 配信価格競争力強化（政策的値下げも必要）
 2. モバイル領域
 - 制作能力の向上／市場啓蒙、成功実績の積み上げ