

株式会社 Jストリーム

平成18年3月期（第9期）
本決算説明会

平成18年5月22日

(単位:千円)

| | 第9期 (連結) A | 第9期 (単体) | 第8期 B | 増減比 (A:B) |
|-----------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| 売上高 | 2,761,594 (100%) | 2,481,640 (100%) | 2,121,605 (100%) | (+30.2%) |
| 売上原価 | 1,671,523 (60.5%) | 1,500,772 (60.5%) | 1,350,155 (63.6%) | (+23.8%) |
| 売上 総利益 | 1,090,070 (39.5%) | 980,868 (39.5%) | 771,449 (36.4%) | (+41.3%) |
| 販売 管理費 | 975,181 (35.3%) | 887,068 (35.7%) | 724,977 (34.1%) | (+34.5%) |
| 営業利益 | 114,888 (4.2%) | 93,800 (3.8%) | 46,471 (2.3%) | (+147.2%) |
| 経常利益 | 135,213 (4.9%) | 129,017 (5.2%) | 53,611 (2.6%) | (+152.2%) |
| 当期 純利益 | 123,456 (4.5%) | 122,696 (4.9%) | 49,780 (2.4%) | (+148.0%) |

| | 9期初予想 | | 4/27 修正後予想 | |
|------|-------|-------|------------|-------|
| | 連結 | 単体 | 連結 | 単体 |
| 売上高 | 2,540 | 2,300 | 2,761 | 2,481 |
| 経常利益 | 104 | 100 | 135 | 129 |
| 当期利益 | 100 | 98 | 123 | 122 |

▶ 前期対比、売上高30%増、原価率改善

| | | 第9期 | 第8期（個別） | 主な変動要因 <small>（単位：千円）</small> |
|---------------------|----------|-----------|-----------|--|
| 資産 の部 | 流動資産 | 2,814,525 | 2,391,863 | ▶ 現預金255百万円増 受手・売掛金146百万円増 |
| | 固定資産 | 742,949 | 800,113 | |
| | 有形固定資産 | 158,588 | 144,234 | ソフトウェアが増加 着うたアプリケーション ウェビナー、iチャネル対応ソフト castella関連ソフト等 |
| | 無形固定資産 | 238,686 | 153,673 | ▶ |
| | 投資その他の資産 | 345,674 | 502,205 | ▶ 運用投資 △500百万円 子会社等株式／出資金 333百万円増 |
| 資産合計 | | 3,557,474 | 3,191,976 | |
| 負債 の部 | 流動負債 | 479,090 | 331,704 | ▶ 買掛・未払金137百万円増 |
| 少数 株主持分 | 少数株主持分 | 67,426 | | |
| 資本 の部 | 資本金 | 2,169,223 | 2,155,608 | |
| | 資本剰余金 | 1,417,485 | 1,403,870 | |
| | 利益剰余金 | △575,751 | △699,207 | |
| 負債・少数株主持分 及び資本合計 | | 3,557,474 | 3,191,976 | |

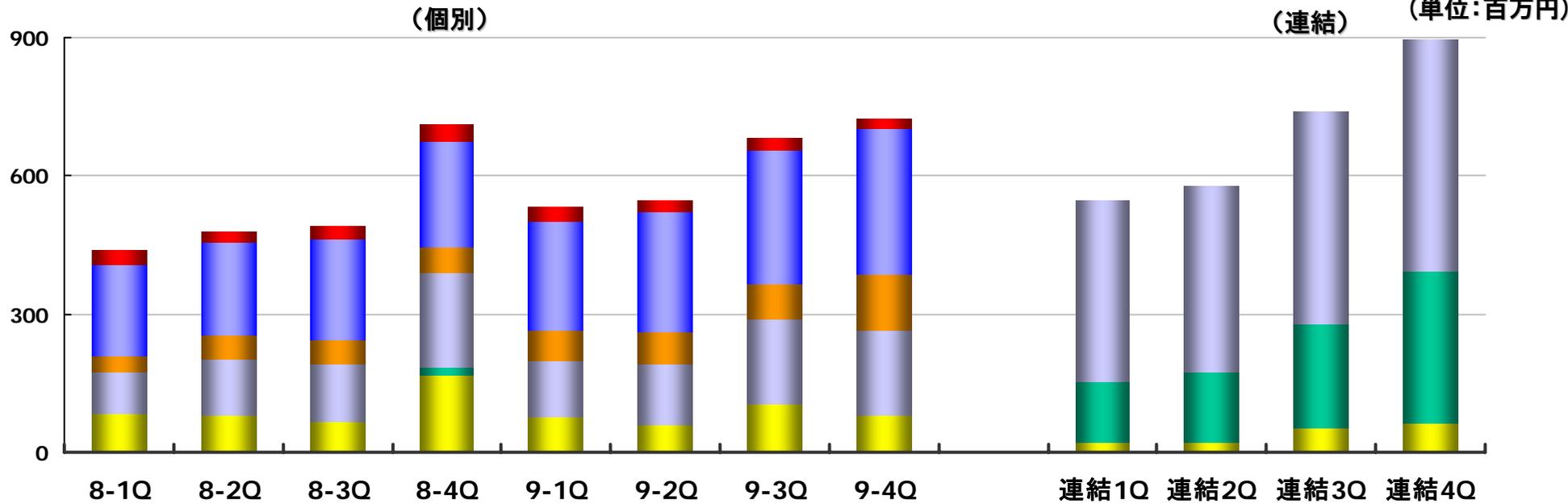
▶ 売上増に伴う債権債務が増加。他出資項目以外の大きな変動はない。

売上原価 構成比率（連結）

※第9期 構成比率順

| | 金額（単位：千円） | | 構成比率（単位：%） | |
|------------|-----------|-----------|------------|--------|
| | 第9期 | 第8期（個別） | 第9期 | 第8期 |
| 外注費 | 641,588 | 506,468 | 38.4% | 37.5% |
| 労務費 | 271,840 | 199,938 | 16.3% | 14.8% |
| 通信費 | 270,187 | 238,396 | 16.2% | 17.7% |
| 業務委託手数料 | 186,325 | 135,476 | 11.2% | 10.0% |
| 賃借料 | 78,781 | 74,096 | 4.7% | 5.5% |
| 保守料 | 64,360 | 59,692 | 3.9% | 4.4% |
| 減価償却費 | 52,208 | 44,943 | 3.1% | 3.3% |
| ソフトウェア償却 | 51,608 | 36,988 | 3.1% | 2.7% |
| 地代家賃 | 30,402 | 31,364 | 1.8% | 2.3% |
| その他及び他勘定振替 | 24,224 | 22,792 | 1.5% | 1.7% |
| 売上原価合計 | 1,671,523 | 1,350,155 | 100.0% | 100.0% |

▶ 制作案件の増加に伴い外注費が増加。制作力強化のための人員増に伴い労務費も増加。（期末人員数：114名／17年3月末：80名）



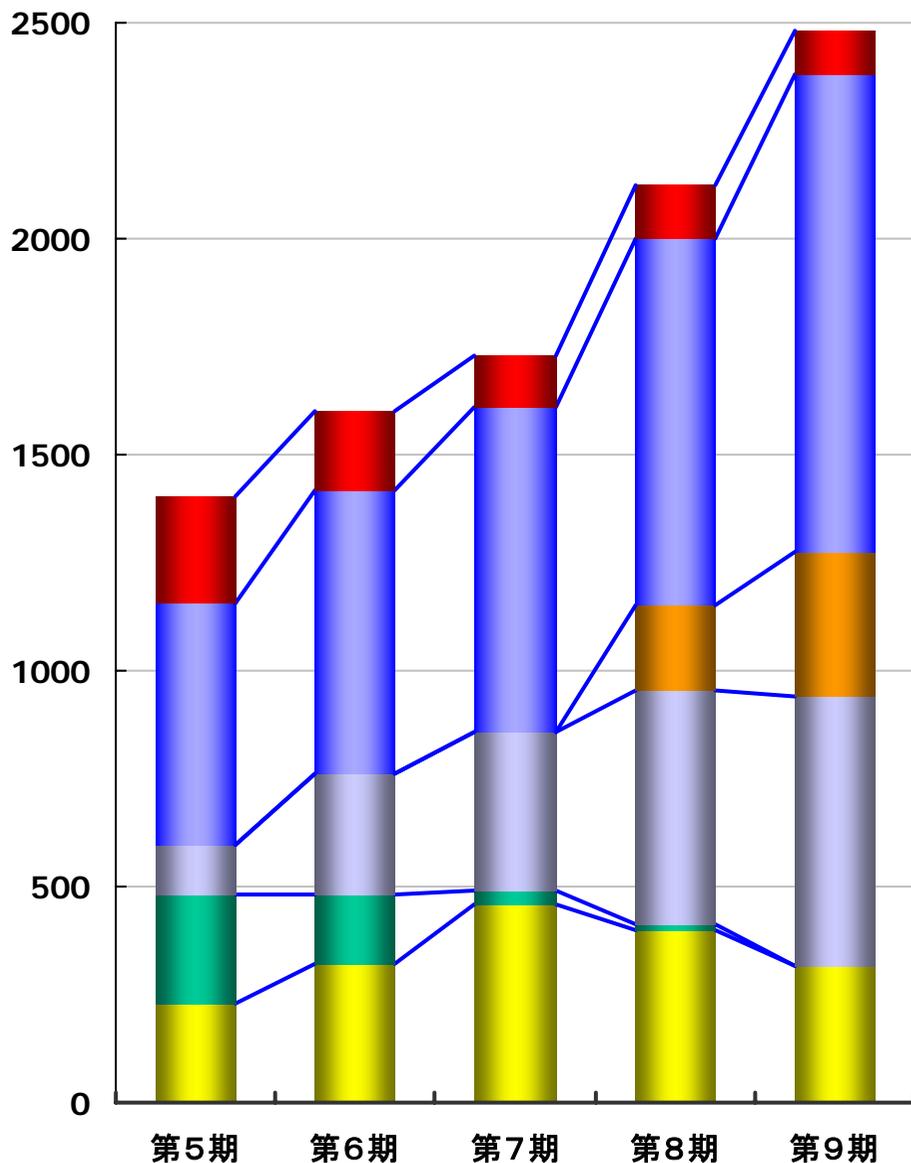
| | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| ライブ | 30 | 25 | 27 | 40 | 31 | 26 | 23 | 21 | 配信 | 393 | 405 | 461 | 505 |
| オン デマンド | 200 | 203 | 218 | 229 | 238 | 259 | 291 | 316 | | | | | |
| モバイル | 36 | 52 | 53 | 54 | 65 | 71 | 79 | 121 | | | | | |
| 制作 | 88 | 121 | 126 | 207 | 123 | 133 | 185 | 183 | | | | | |
| コンサル ディング | 0 | 2 | 0 | 15 | 0 | 0 | 0 | 0 | その他 | 23 | 20 | 52 | 60 |
| その他 | 84 | 79 | 66 | 168 | 77 | 58 | 103 | 81 | | | | | |
| 合計 | 438 | 481 | 490 | 713 | 533 | 547 | 680 | 721 | 合計 | 546 | 579 | 739 | 897 |

【個別セグメント】

【連結セグメント】

年度別セグメント売上推移（個別）

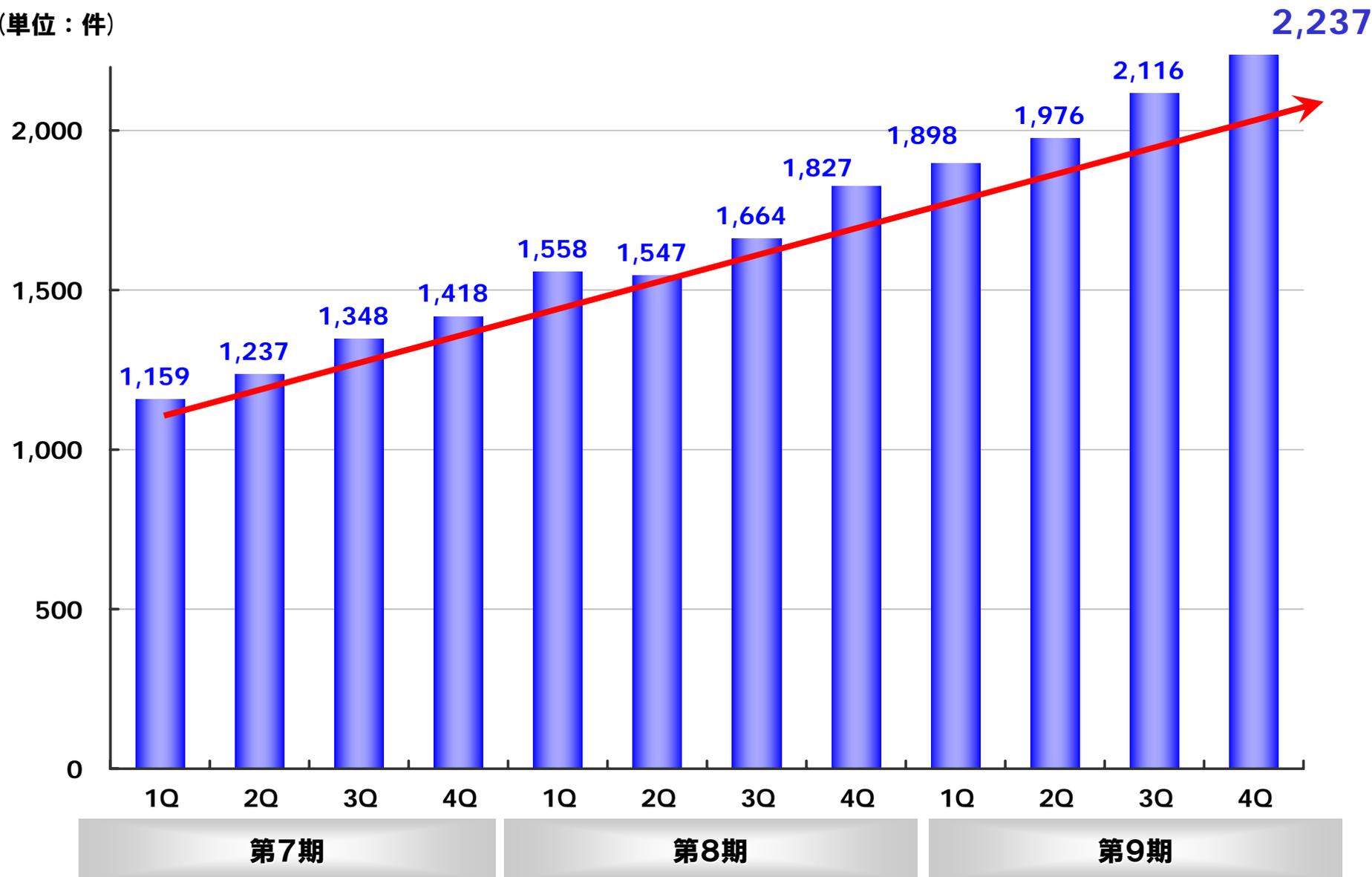
（単位：百万円）



| | 第5期 | 第6期 | 第7期 | 第8期 | 第9期 |
|----------|----------|-------|-------|-------|-------|
| ライブ | 249 | 184 | 117 | 122 | 100 |
| オンデマンド | 562 | 654 | 753 | 850 | 1,104 |
| モバイル | (その他に計上) | | | 194 | 336 |
| 制作 | 115 | 280 | 367 | 541 | 623 |
| コンサルティング | 249 | 161 | 34 | 17 | — |
| その他 | 230 | 323 | 457 | 397 | 319 |
| 合計 | 1,405 | 1,601 | 1,727 | 2,121 | 2,481 |

▶ ライブの案件は受注にかかるコスト、案件そのものの量の関係から減少傾向。会社方針として制作を強化したことにより預かりコンテンツによるオンデマンド配信が順調に増加している。また、モバイルが第3の柱となりつつある。

(単位：件)



案件数の伸びは順調

販売管理費主要項目（連結）

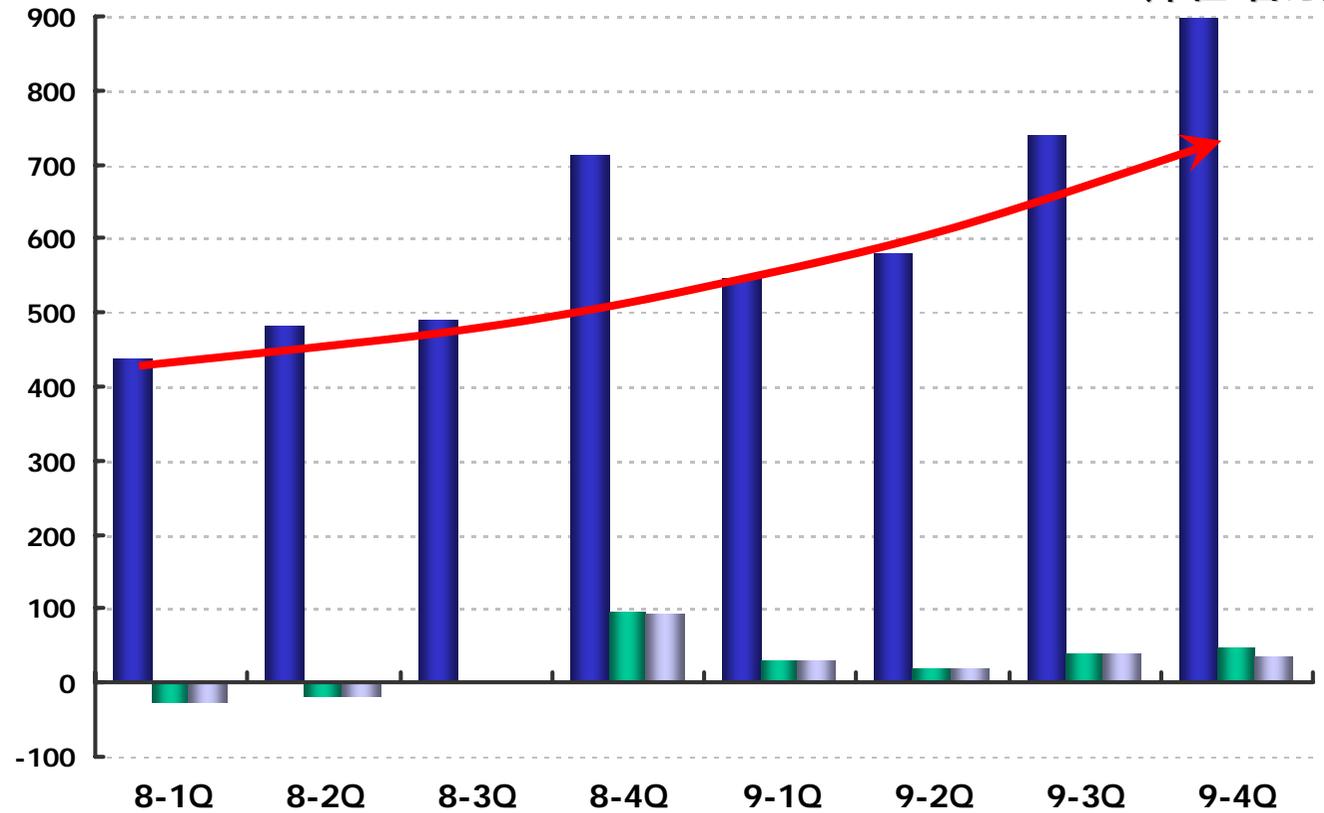
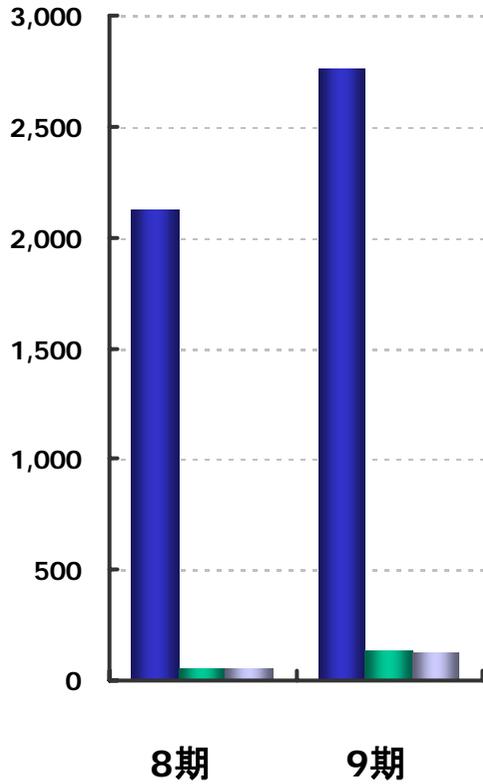
※第9期 構成比率順 単位：千円

| | 第9期 | | 第8期 | | 増減額 | |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------------------|
| | 金額 | 構成比率 | 金額 | 構成比率 | | |
| 人件費 | 515,169 | (52.8%) | 445,565 | (61.5%) | 69,605 | |
| 販売促進費・ 広告宣伝費 | 83,483 | (8.6%) | 28,571 | (3.9%) | 54,912 | ▶ ブランド構築 プロジェクト、 渋谷駅前広告 展開など |
| 研究開発費 | 53,250 | (5.5%) | 21,492 | (3.0%) | 31,758 | ▶ ポッドキャスト 関連開発費用 が中心 |
| 地代家賃 | 36,015 | (3.7%) | 31,274 | (4.3%) | 4,741 | |
| 株式関係費 | 35,278 | (3.6%) | 28,733 | (4.0%) | 6,545 | |
| 求人費 | 33,861 | (3.5%) | 6,868 | (1.0%) | 26,993 | |
| その他 | 218,125 | (22.4%) | 162,474 | (22.4%) | 55,651 | |
| 販売管理費 合計 | 975,181 | | 724,977 | | 250,204 | |

▶ 営業人員を中心に中途採用が増加したことに伴い人件費、求人費が増加。

四半期別利益推移 (連結)

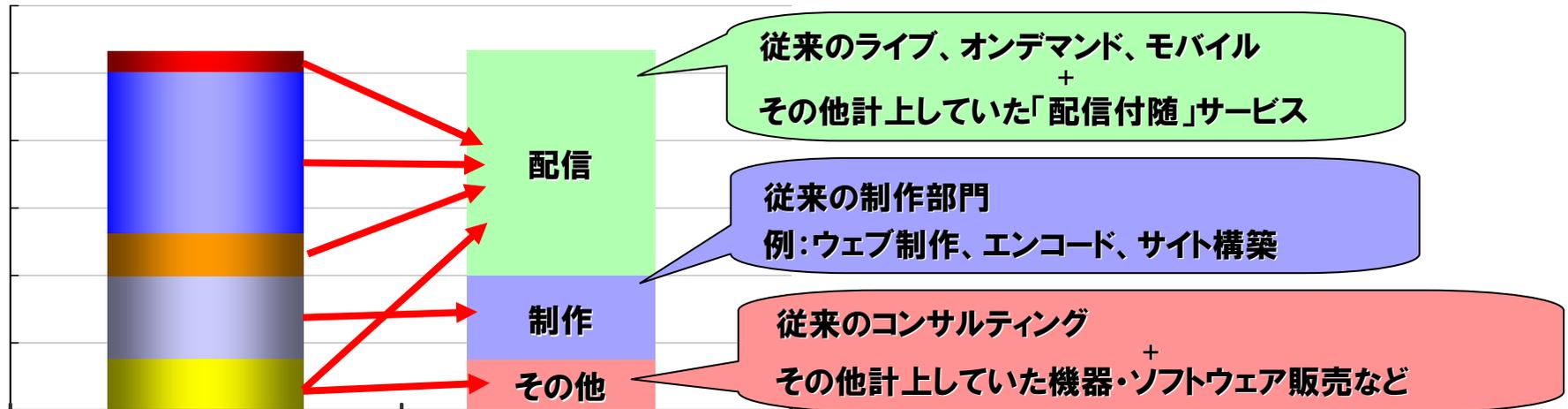
(単位:百万円)



| | | |
|------|-------|-------|
| 売上高 | 2,121 | 2,761 |
| 経常利益 | 53 | 135 |
| 純利益 | 49 | 123 |

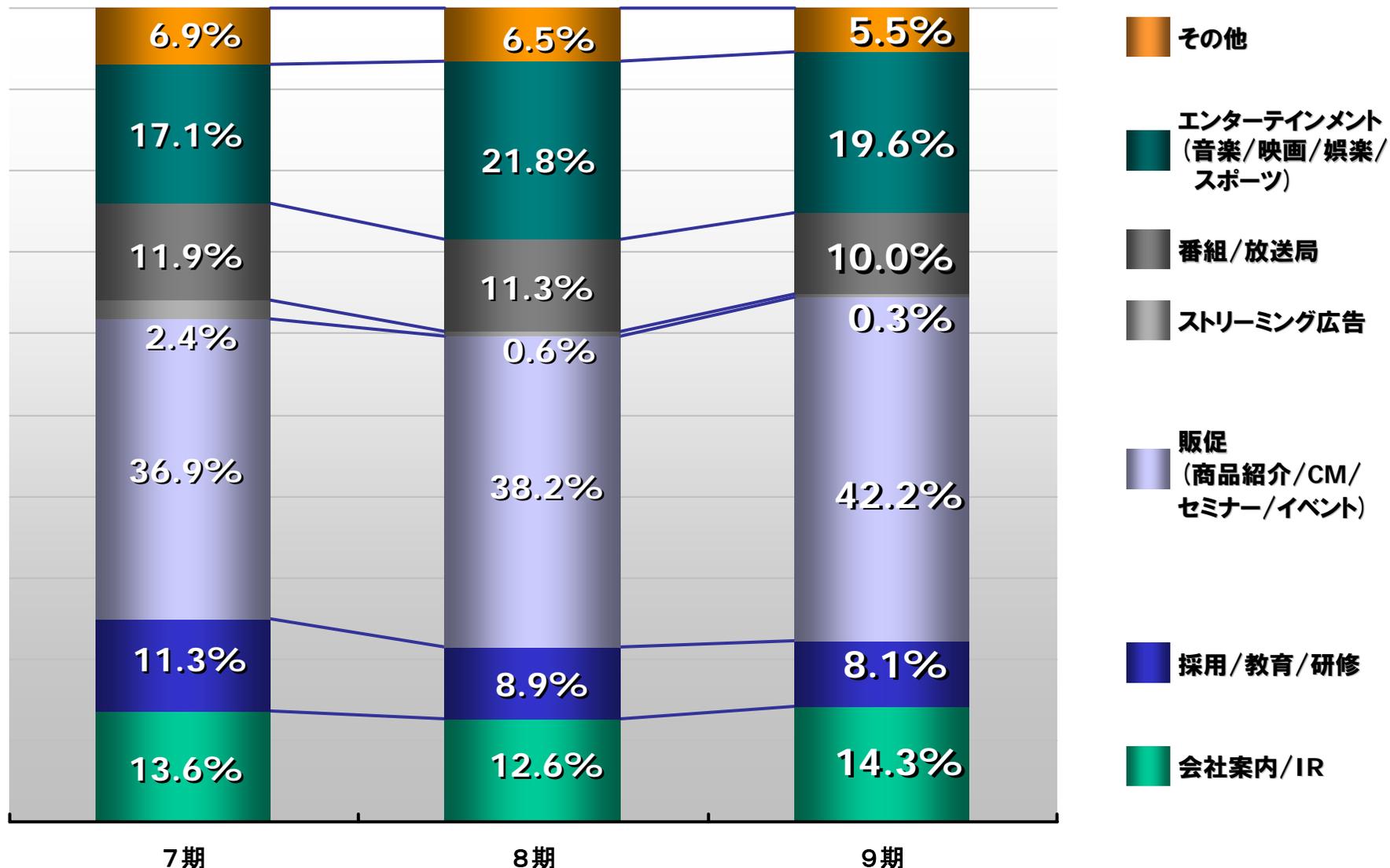
| | | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 437.6 | 481.2 | 490.2 | 712.6 | 546.0 | 578.5 | 739.0 | 898.0 |
| △26.0 | △17.7 | 1.4 | 95.9 | 30.9 | 19.3 | 37.4 | 47.5 |
| △26.5 | △18.2 | 1.3 | 93.3 | 30.5 | 19.0 | 39.1 | 34.8 |

セグメント別売上／利益状況



| 旧セグメント（単体） | | 新セグメント（連結） | | | 連結費用／利益 | | |
|------------|-----------|------------|-------------|-------------------|-----------|-----------|----------|
| | | | 外部顧客に対する売上高 | セグメント間の内部売上高又は振替高 | 計 | 営業費用 | 営業利益 |
| ライブ | 100,471 | 配信 | 1,764,572 | 109,200 | 1,873,773 | 1,365,489 | 508,283 |
| オンデマンド | 1,103,825 | | | | | | |
| モバイル | 335,572 | | | | | | |
| 制作 | 623,199 | 制作 | 841,731 | 78,467 | 920,198 | 914,975 | 5,222 |
| コンサルティング | | その他 | 155,290 | 7,298 | 162,589 | 105,497 | 57,091 |
| その他 | 318,572 | | | | | | |
| | | (消去又は全社) | | | △194,966 | 260,743 | △455,709 |
| 合計 | 2,481,640 | | | | 2,761,594 | 2,646,705 | 114,888 |

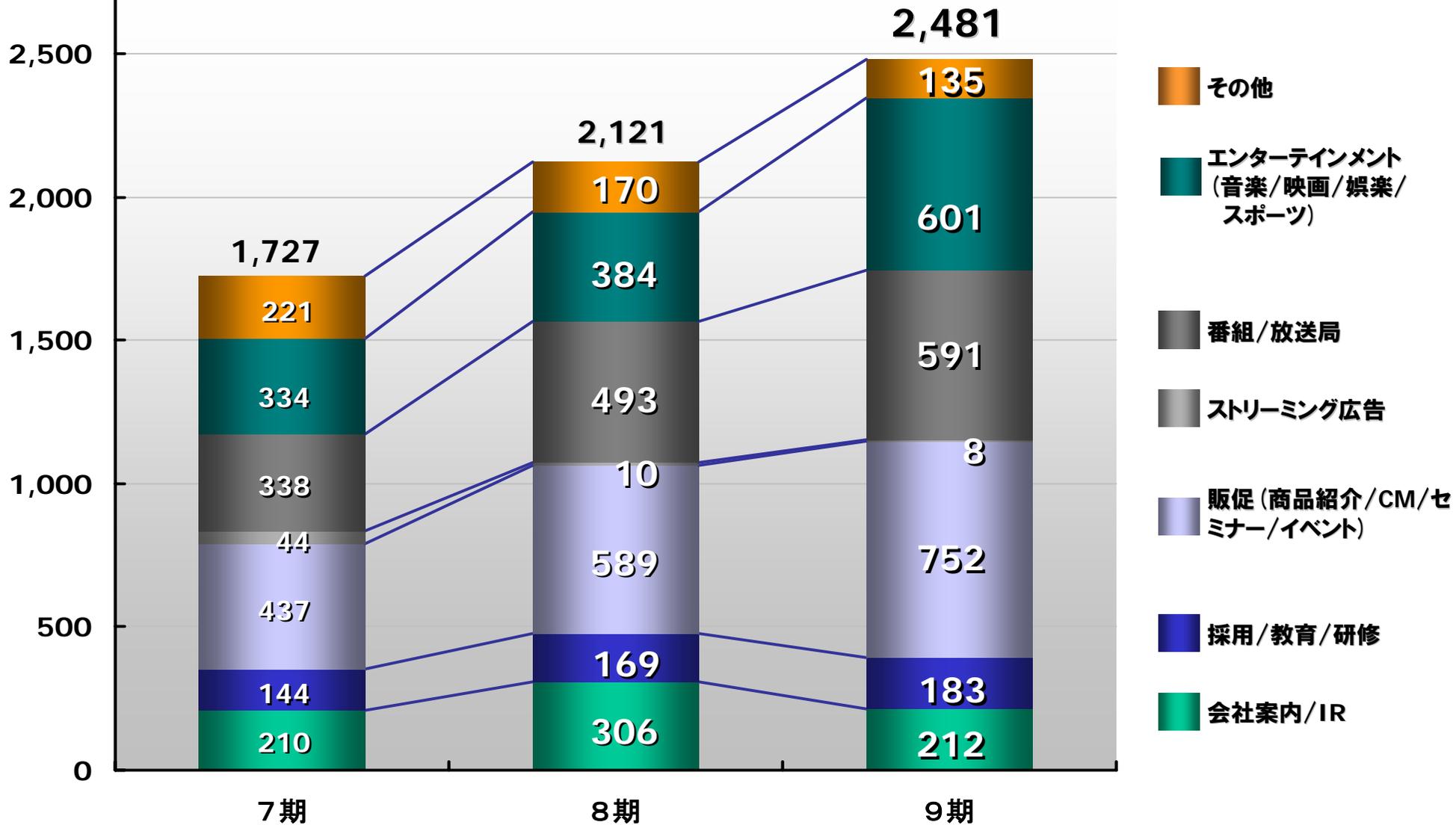
利用シーンの件数比率推移



▶ リッチコンテンツを利用したプロモーションの比率が高く、伸び率も高い。
エンタメシステムの比率は相対的に低下しているが件数は10%増。

利用シーン別売上推移

(単位:百万円)



▶ エンタメ、販促案件の伸びが顕著な傾向が続く。

| 投資戦略 | 投資項目 | 第9期実績 |
|-----------|--|------------|
| 既存サービス強化 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 負荷分散、セキュリティ関連、ネットワーク拡充 | 241 |
| サービス開発系投資 | <ul style="list-style-type: none"> ■ オンラインセミナーサービス/『ウェビナー』を提供開始 ■ ポッドキャスト用アプリケーション、認証システム、課金、Flash 関連等多くのソフトウェアを導入 ■ 携帯関連: 着うたアプリケーション、iチャンネルシステム等を導入 | |
| 社内システム | <ul style="list-style-type: none"> ■ 社内情報システム強化 | |

| 投資戦略 | 投資項目 | 第10期予定 |
|-----------|---|------------|
| 既存サービス強化 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 放送と通信の融合・連携に備え、配信容量の大幅増加をコストを抑えつつ実施 | 356 |
| サービス開発系投資 | <ul style="list-style-type: none"> ■ Flash関連サービスの充実 FMSライブ配信／小規模自動ホスティング 他 環境整備 ■ 収録の高品質化(HD) ■ ポッドキャスト関連サービス強化 Audioblog利用の企業向けサービス ■ モバイル:Vライブ関連、MNP関連 ■ 新キャリア対応投資 | |
| 社内システム | <ul style="list-style-type: none"> ■ 社内情報共有管理基盤の再構築／セキュリティ対応 ■ 経理・会計システム効率化 | |

| 投資戦略 | 投資方針 | 投資項目 |
|---------------------------------|---|---|
| <p>企業・事業 への投資、 協業展開</p> | <p>制作関連、コンテンツ、モバイル 関連 など、 Jストリームの事業強化に直結する会社を主なターゲットとする</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■エクスペリエンス リッチコンテンツ展開 (51%、20) ■バンドワゴン ウェブ制作能力強化 (49%、15) ■CO3 課金(ワンストップ配信プラットフォーム) (56%、50) ■フレックス・インターナショナル(今期より持分法適用会社) ■スカパーモバイル モバイル／新規ビジネス (10%、48) ■メディア・トラスト株式会社 (データマネジメント:マイノリティ出資) |

| 投資戦略 | 投資方針 | 進行状況 |
|---------------------------------|--|---|
| <p>企業・事業 への投資、 協業展開</p> | <p>引続き戦略投融資、協業推進 【ターゲット】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■メディア、CP事業者 ■WEB事業者 ■制作・システム関連 ■販売・マーケティング関連 | <ul style="list-style-type: none"> ■株式会社BASIS PLANET (96.7%出資連結子会社。4月設立) システムの企画、調査、開発、販売、保守 及びコンサルティング 需要が増加している「サイト管理丸抱え」 案件にスムーズな対応が可能に |

第10期事業計画

Jストリーム スタイル

- J-Stream Message 「もっと素敵な伝え方を。」
- J-Stream Mission 「ネットワーク上のあらゆるコミュニケーションをダイナミックに。」
- J-Stream Way 「もっと、楽しく、伝わる、つながる。」

中期事業ビジョンと事業拡大ロードマップ

Jストリーム: ミッション

「ネットワーク上のあらゆるコミュニケーションをダイナミックに」

<定量目標>

- ◆ JSTグループ売上早期100億円を達成
- ◆ ビジネス配信市場+コンテンツ配信市場で、相対的安定シェア維持

<定性目標>

- ◆ リッチコンテンツ市場でNo.1カンパニーでありつづける
- ◆ 新しいリッチコンテンツソリューションを提供しつづける企業でありつづける
- ◆ ワンストップでサービス提供する体性確立

【市場拡大ロードマップ】

現在

黎明期

市場啓蒙期

市場拡大期

次世代サービス期

1997~

2000~

2004~

2007~

認知度UP、試験利用

ストリーミング自体を認知、試験的に試用してみる時期

メディア系の企業を中心に営業展開
インターネット放送的利用

利用シーン開発

利用するシーン・用途を開拓する時期
開拓型の営業

ビジネス系利用にも市場を拡大。市場開拓のため営業効率は低い

利用効果追及

ビジネス展開を進める時期
ソリューション型営業

ビジネス系では費用対効果、コンテンツ系では事業化の達成を実現

情報家電、ユビキタス

新たな配信先を対象に事業の位置取り

家電メーカーや大手CP事業者との枠組みのなかで、事業展開

【経営方針】

リッチコンテンツ市場の急速な拡大期の仕上げの年と位置づけ

『市場拡大のスピードに負けない拡大施策』
『増大する業務に対応する体制づくり』

既存事業：選択と集中
新規事業 へのリソース配置

【事業計画を考えるキーワード】

- ◆本格化するコンテンツビジネス市場
- ◆TV、ラジオといった放送メディアとの協業モデル
- ◆企業にとってさらに重要性を増すWEBコミュニケーション
- ◆リッチ化が進むモバイル(ユビキタス)マーケット
- ◆配信支援ビジネスから拡大する、新規事業領域

メディア関連市場

- ◆ 大規模配信需要の喚起・取り込み
- ◆ 放送局、関連事業者への事業連携
- ◆ 広告収入ベースの配信モデル支援
- ◆ C向け有料配信ビジネスのサポート
- ◆ 新たな広告商材の共同開発

スポーツやエンタテインメントコンテンツの配信を行いつつ、配信ビジネス本格化にあたっての地位を確保。

ビジネス市場

- ◆ 商品プロモーション利用に向けたソリューションの拡充
- ◆ 入力フォームのサイト構築展開
- ◆ Web広告代理店との連携強化
- ◆ アウトソースの活用
- ◆ サイト運用業務の取組み
- ◆ 営業マンパワーに頼らない販売形態

一般事業会社のマーケティングに役立つソリューションを提供。小額商品は代理店やWebを通じた販売を進める。

モバイル市場

- ◆ FCaster／FProducerの拡販
- ◆ 大型プロモーション案件の取り込み
- ◆ CPとの協業ビジネスモデル確立
- ◆ モバイルキャリアからの運営受託
- ◆ LSJ運営体制会員数増加施策

Flash等の携帯リッチコンテンツのビジネス利用を広めつつ、コンテンツ配信のバックヤードビジネスを確保する。

CGM・新規事業

- ◆ CGM事業のビジネスモデル確立
- ◆ 「castella」のグランドオープン
- ◆ 「castella」利用会員囲い込み
- ◆ バイラルコンテンツ事業の検討開始
- ◆ 国外展開の検討

事業化が進むCGM領域で一定の地位を占めることを最優先。ビジネスモデルを確立する。

(単位:百万円)

| | 連結 | 単体 |
|-------|-------|-------|
| 売上高 | 3,330 | 3,000 |
| 経常利益 | 180 | 200 |
| 当期純利益 | 130 | 150 |

※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。

▶ “MITSUBISHI ELECTRIC everywhere”

日常の中にある三菱電機の製品や技術を、写真と音声によるドラマタッチの演出で紹介するサイト。指紋認証システム、ジェットタオル、ETCシステムなど多彩な内容。

<http://www.mitsubishielectric.co.jp/everywhere/>

日本産業広告協会主催
2006日本BtoB広告賞
(旧日本産業広告総合展)
ウェブサイトの部 銅賞受賞



▶ “TOYOTA HYBRID CITY”

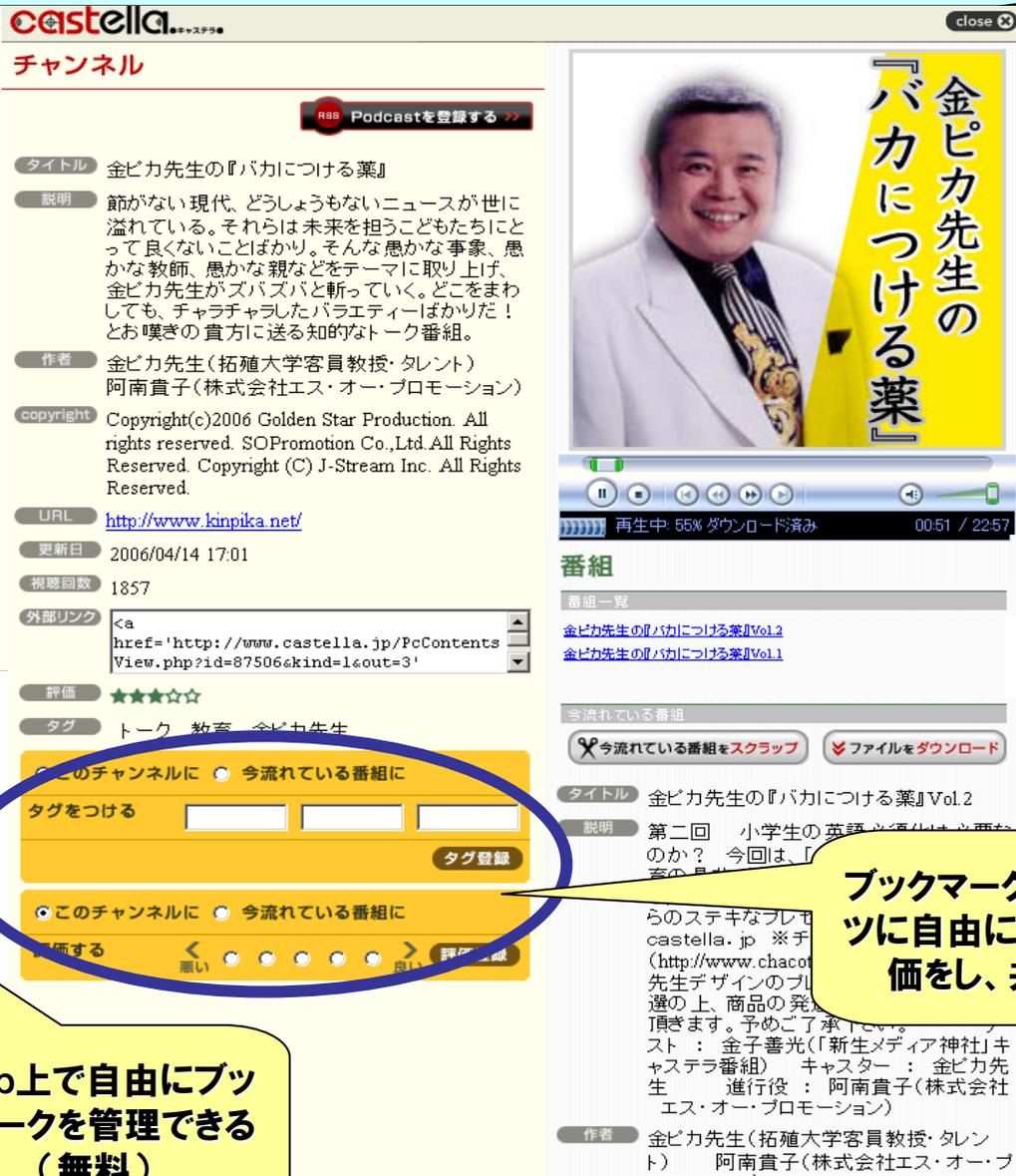
トヨタの先進のハイブリッドシステムを“ブログの女王”として知名度の高い真鍋かをりさんのナビゲートの元、わかりやすく紹介するPIP形式のブランディングサイト。

現時点で実用最高度の品質の映像配信。

<http://toyota.jp/hv/entrance.html>

インターネット広告推進協議会(JIAA)主催
第4回東京インタラクティブ・アド・アワード
プロダクトサイト部門入賞





Web上で自由にブックマークを管理できる (無料)

ブックマークしたコンテンツに自由にタグ付けや評価をし、共有できる

▶ “セシル ショッピングサイト” 「Flashカート」を利用しフルリニューアル
日本のECサイトでは初めて、「One Screen Experience」と呼ばれる手法を用いた
「FLASHカート」を導入。 <http://www.cecile.co.jp/>

注文入力画面が同じ画面内で連続的に変化し画面遷移がないため、
ネットを使い慣れていないユーザーにも簡単にご利用いただける仕組。

- ◆ 入力ミスがあった場合は即座にエラーをお知らせする機能も実装。
- ◆ 入力項目ごとの離脱率や所要時間を測定する機能を盛り込んでおり、これを分析しフィードバックすることで、離脱率の低減やユーザビリティの一層の向上を図る効果も見込める。



エクスペリエンスが
企画・プロデュース
を担当