

# 株式会社 J ストリーム

---

## 2024年 3 月期 (2023年度：第27期) 第 1 四半期決算 説明会

2023年 7 月 28日

(単位：百万円)	2022年度 1Q	2023年度 1Q	増減率	2023年度 通期予想	進捗率
売上高	2,883	2,809	△2.5%	13,320	21.1%
営業利益	378	198	△47.4%	1,665	12.0%
経常利益	375	205	△45.3%	1,675	12.3%
親会社株主に帰属する 四半期／当期純利益	228	103	△55.0%	1,040	9.9%

## 売上動向

- 第1四半期は新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行があり、一旦はリアルイベント重視の傾向が強くなり、売上が伸び悩んだ四半期となった。メディア・コンテンツ系企業の運用や開発を中心とした売上が好調だったものの、医薬系企業からの受注が前年同期を下回ったことにより、進捗もやや弱めのスタートとなった。
- 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社を中心に苦戦した。

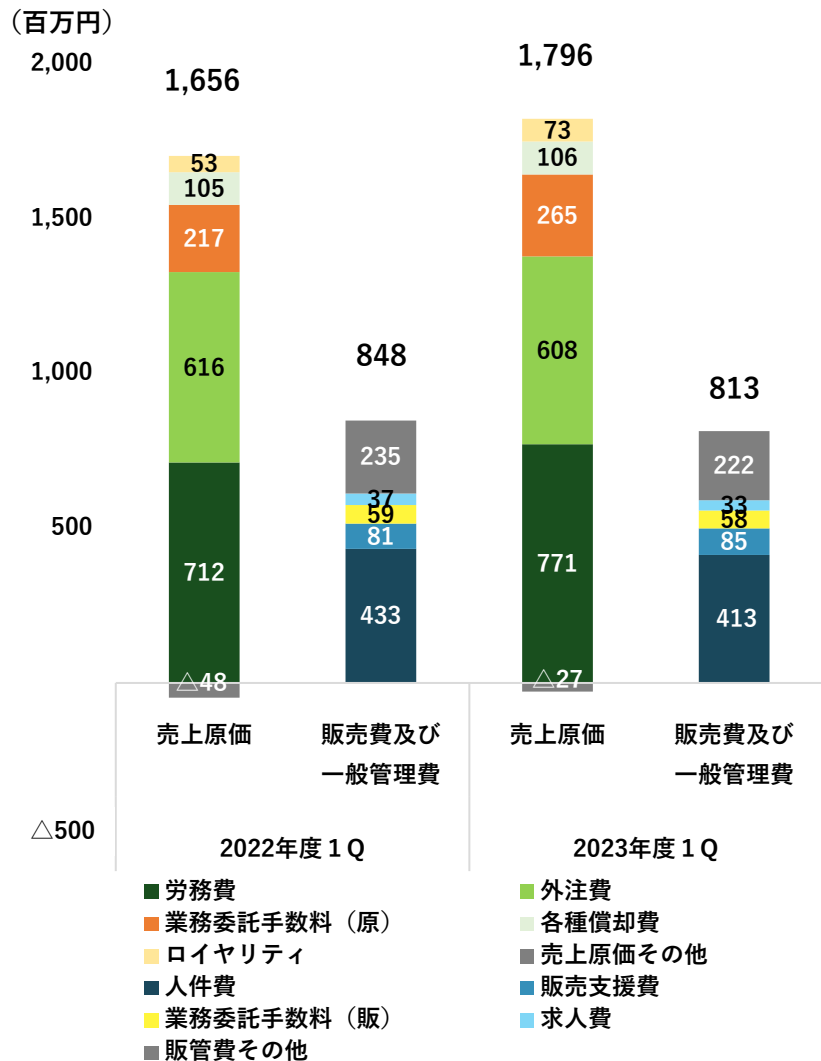
## 損益動向

- Jストリーム本体を中心に、サービス開発推進に伴う業務委託費用の支出や、将来の業容拡大に向けた開発体制の充実のため、労務費負担が増加。売上が前年同期と比較すると伸び悩んだことから、営業利益も前年同期を下回った。
- グループ子会社においては、売上と同様、医薬系企業を主力顧客とする子会社が苦戦、うち1社が前年同期を大幅に下回った。

(単位：百万円)	2022年度 1 Q	構成比	2023年度 1 Q	構成比	増減率
売上高	2,883	100%	2,809	100%	△2.5%
売上原価	1,656	57.5%	1,796	63.9%	+8.4%
売上総利益	1,226	42.5%	1,012	36.1%	△17.4%
販売費及び 一般管理費	848	29.4%	813	29.0%	△4.0%
営業利益	378	13.1%	198	7.1%	△47.4%
経常利益	375	13.0%	205	7.3%	△45.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	228	7.9%	103	3.7%	△55.0%

# 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を継続しております。売上原価はサービス開発推進に伴う労務費・業務委託手数料の増加により前年同期比8.4%増となりました。販管費は人件費の減少等により前年同期比4.0%減となりました。



## 主な変動状況

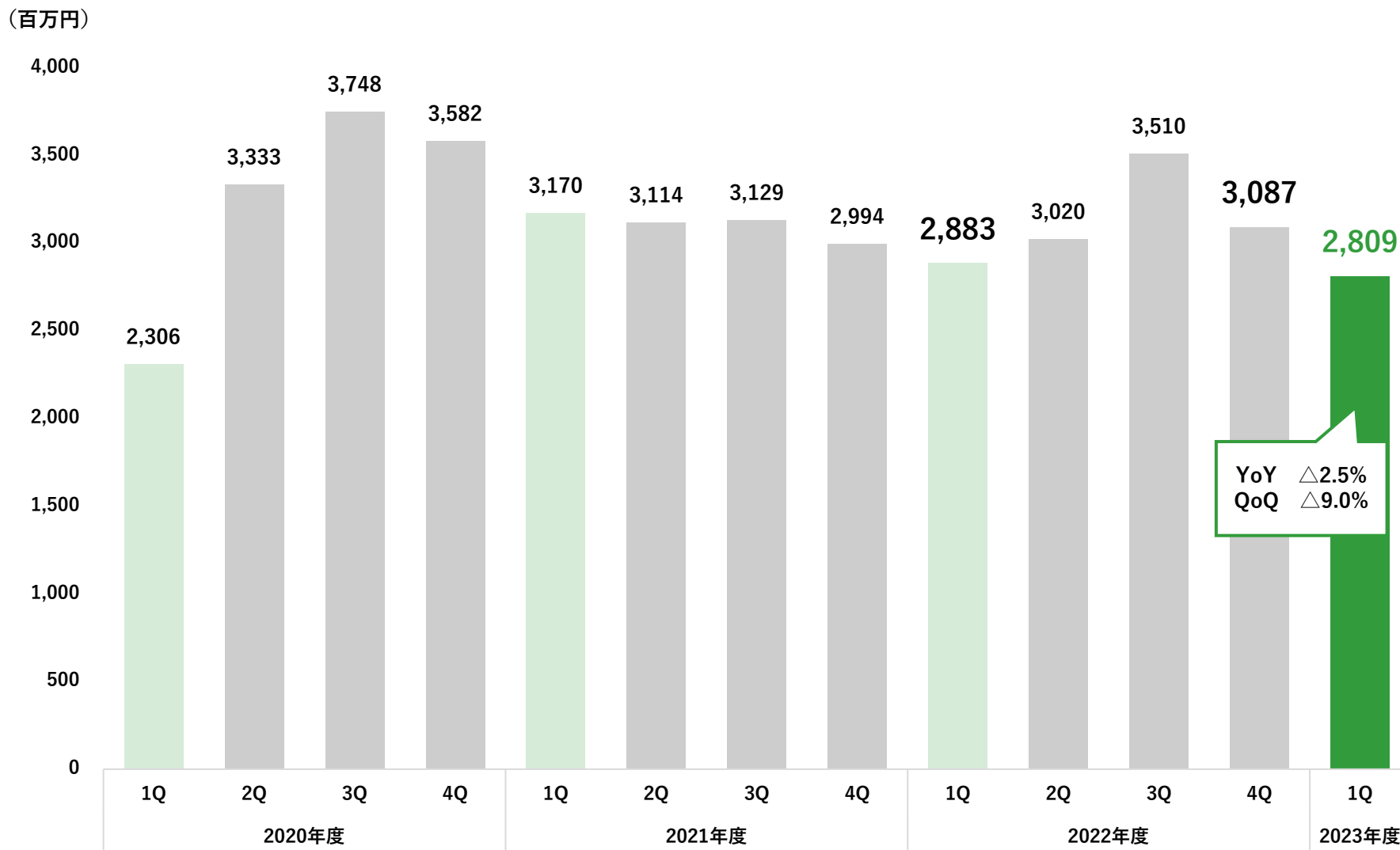
(単位：百万円)	2022年度 1Q	2023年度 1Q	増減率	変動要因
労務費	712	771	+8.2%	サービス開発体制拡充に伴う増加
外注費	616	608	△1.3%	ライブ配信等の内製化に伴う減少
業務委託手数料（原）	217	265	+22.0%	サービス開発に伴う増加
ロイヤリティ	53	73	+38.1%	各種クラウド利用費の上昇による増加
売上原価合計	1,656	1,796	+8.4%	—
人件費	433	413	△4.5%	子会社において制作支援系の部門の人員を原価部門に組み入れたため減少
販売支援費	81	85	+5.0%	新規営業提案活動のサポートによる増加
業務委託手数料（販）	59	58	△2.4%	社内業務効率化システムの開発進展により出費減少
求人費	37	33	△11.8%	採用効率化により減少
販管費合計	848	813	△4.0%	—

# 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 1 Q	構成比	2023年度 1 Q	構成比	増減率
労務費	712	43.0%	771	42.9%	+8.2%
外注費	616	37.2%	608	33.8%	△1.3%
業務委託手数料（原）	217	13.1%	265	14.8%	+22.0%
各種償却費	105	6.4%	106	5.9%	+0.9%
通信費	65	4.0%	65	3.6%	△0.5%
ロイヤリティ	53	3.2%	73	4.1%	+38.1%
仕入高	22	1.4%	46	2.6%	+101.6%
その他	△136	—	△139	—	+1.7%
<b>売上原価 合計</b>	<b>1,656</b>	<b>100%</b>	<b>1,796</b>	<b>100%</b>	<b>+8.4%</b>

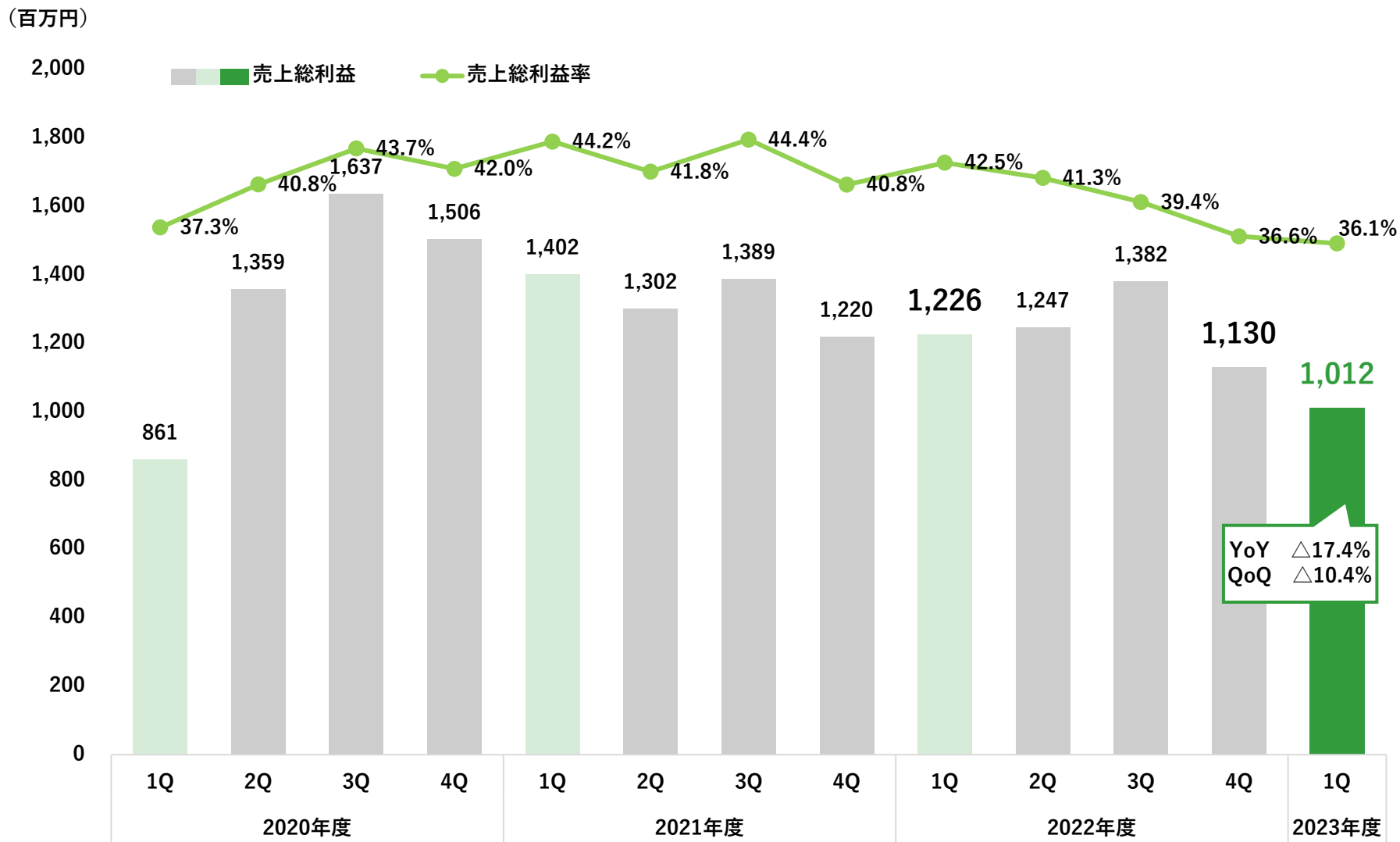
(単位：百万円)	2022年度 1 Q	構成比	2023年度 1 Q	構成比	増減率
人件費	433	51.1%	413	50.9%	△4.5%
販売支援費	81	9.6%	85	10.5%	+5.0%
業務委託手数料（販）	59	7.1%	58	7.2%	△2.4%
求人費	37	4.5%	33	4.1%	△11.8%
地代家賃	32	3.8%	25	3.1%	△21.1%
支払手数料	22	2.6%	22	2.7%	+1.1%
その他	110	13.0%	174	21.5%	△3.4%
<b>販管費 合計</b>	<b>848</b>	<b>100%</b>	<b>813</b>	<b>100%</b>	<b>△4.0%</b>

第1四半期における売上高は、医薬系企業からの受注の減少等により、前年同期比2.5%減となりました。前四半期比では9.0%減となりました。



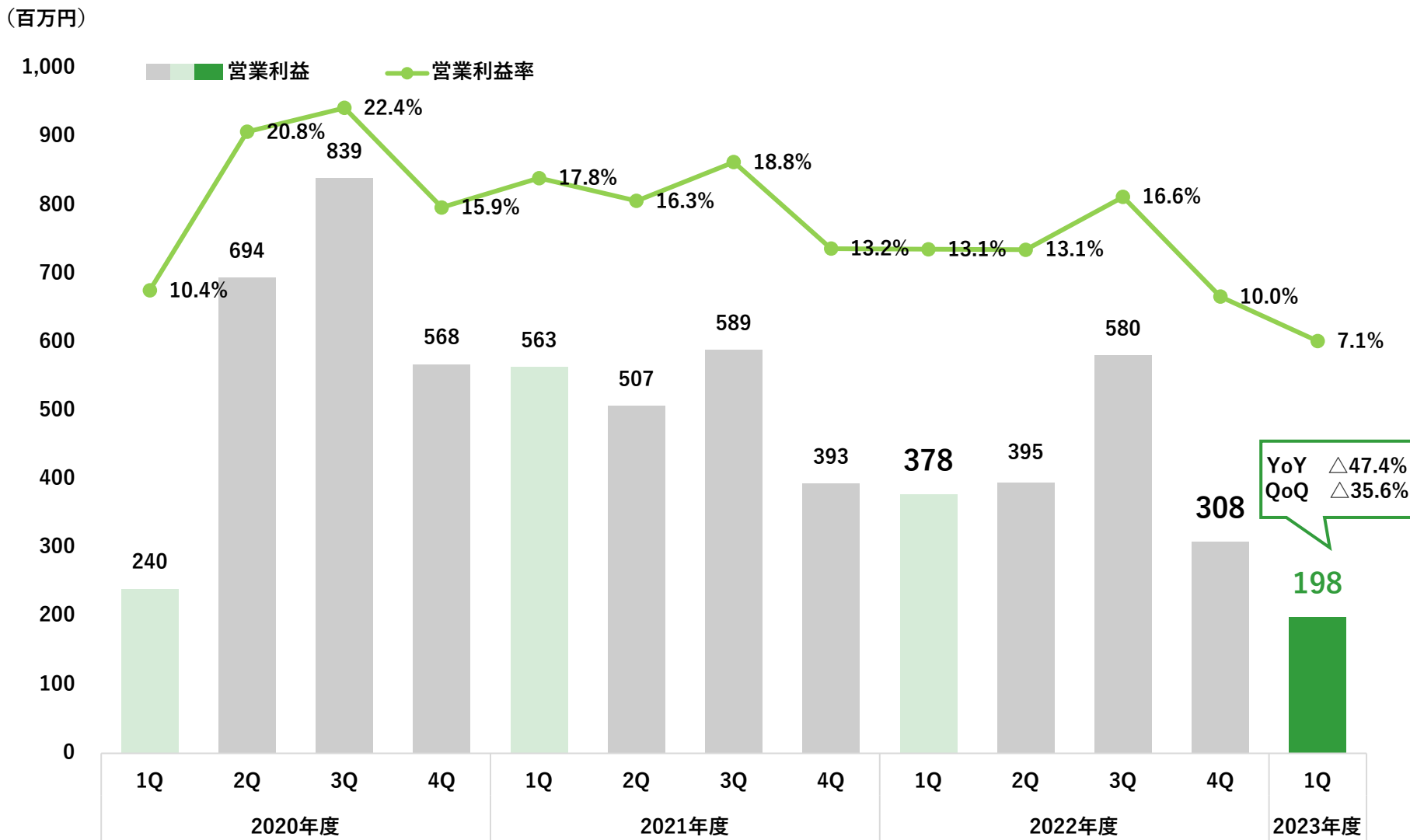
# 売上総利益・売上総利益率 四半期推移（連結）

第1四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17.4%減となりました。前四半期比では10.4%減となりました。



# 営業利益・営業利益率 四半期推移（連結）

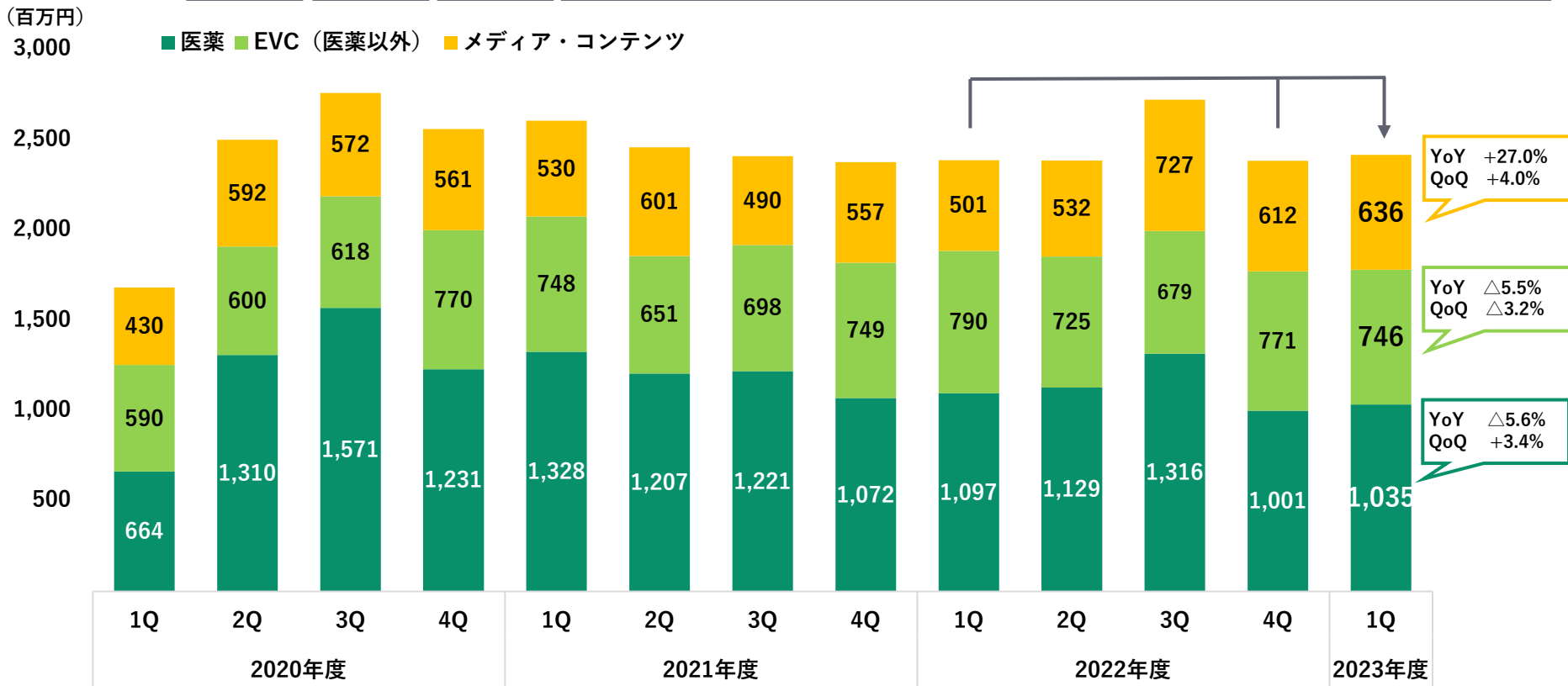
第1四半期における営業利益は、売上の減少に伴い、前年同期比47.4%減となりました。前四半期比では35.6%減となりました。







(単位：百万円)	2022 1Q	2023 1Q	増減率	変動要因
医薬	1,097	1,035	△5.6%	中堅顧客においては、新規開拓も進み売上が増加したものの、上位顧客における新薬の販売延期や販促費抑制により前年同期を下回った
EVC (医薬以外)	790	746	△5.5%	前年同期に実施した大型の顧客サポートシステム納品等の反動減や、株主総会案件の単価下落により前年同期を下回った
メディア・ コンテンツ	501	636	+27.0%	放送局のシステム開発に加え、昨年大型開発のあった専門チャンネルの運用・保守の売上が加わり、前年同期を大きく上回った



※ 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

(単位：百万円)	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
医薬医療製造・卸	641	1,234	1,492	1,217	1,301	1,185	1,212	1,045	1,087	1,110	1,299	987	1,025
放送	312	433	404	364	357	431	351	409	356	378	579	449	461
金融・保険業 (※1)	187	170	155	155	263	161	165	175	194	197	172	181	185
広告、情報サービス	101	120	177	140	117	103	99	105	91	103	110	110	102
出版・印刷業	57	56	67	65	69	63	65	55	89	65	53	63	94
他の事業サービス	37	69	54	68	54	59	62	66	50	61	55	61	52
教育・学習塾	64	60	50	68	46	52	61	63	56	57	54	53	52
政・経・文化団体	9	24	34	28	45	19	28	23	46	37	41	40	44
その他の業種合計	274	337	326	455	353	381	365	437	416	375	356	436	398
<b>合計</b>	<b>1,684</b>	<b>2,503</b>	<b>2,761</b>	<b>2,561</b>	<b>2,607</b>	<b>2,459</b>	<b>2,409</b>	<b>2,378</b>	<b>2,388</b>	<b>2,386</b>	<b>2,723</b>	<b>2,385</b>	<b>2,418</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)

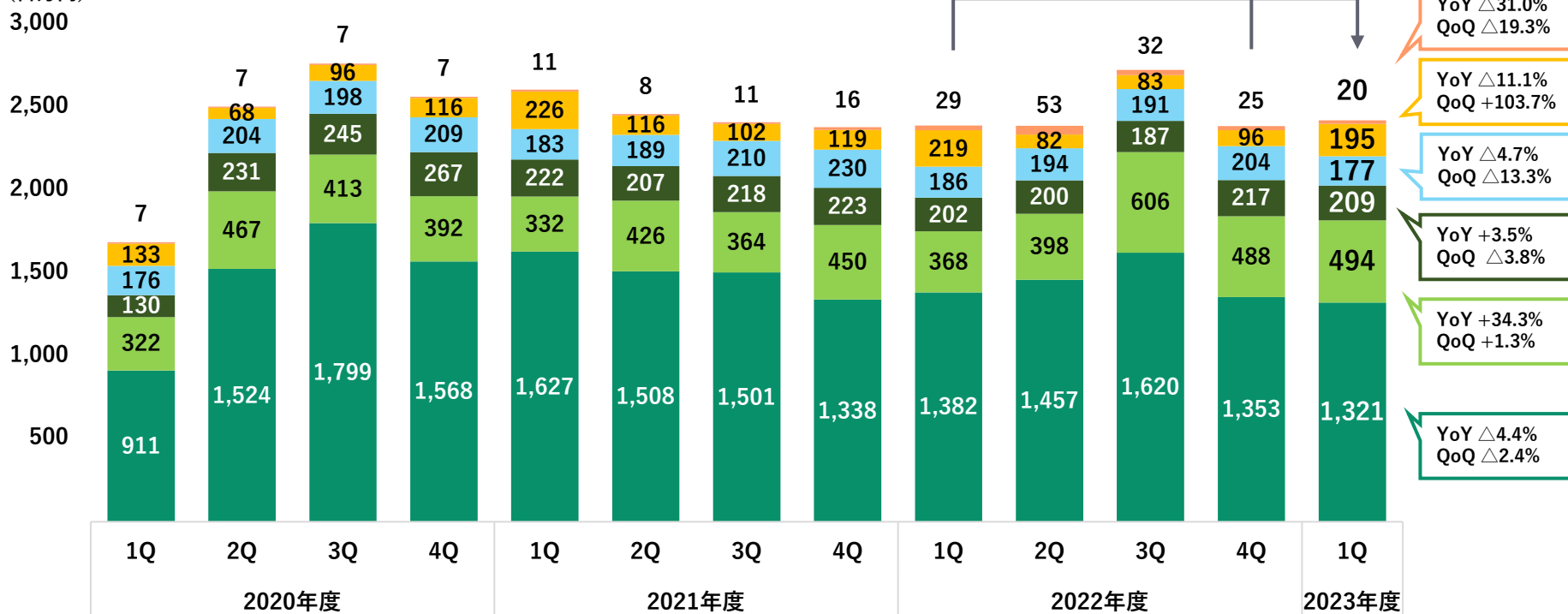
※2 2021年度においては、収益認識基準適用の影響から、初期設定費用等をサービス提供期間にわたって収益認識した要素が上表記載分以外に25百万円程度あり、表の合計額は短債記載の当期個別売上額9,879百万円と完全には一致しません。なお、25百万円のうち15百万円程度は放送業種、他はその他各業種に分散しております

※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)

前年同期比では放送局や専門チャンネルの運用・保守売上が好調であった事業用インフラが大きく増加した他、情報共有においては年度初めの社内イベント等の利用により、売上が増加しました。また前四半期比では6月の株主総会シーズンによりIR・広報・採用が増加しました。

(百万円)

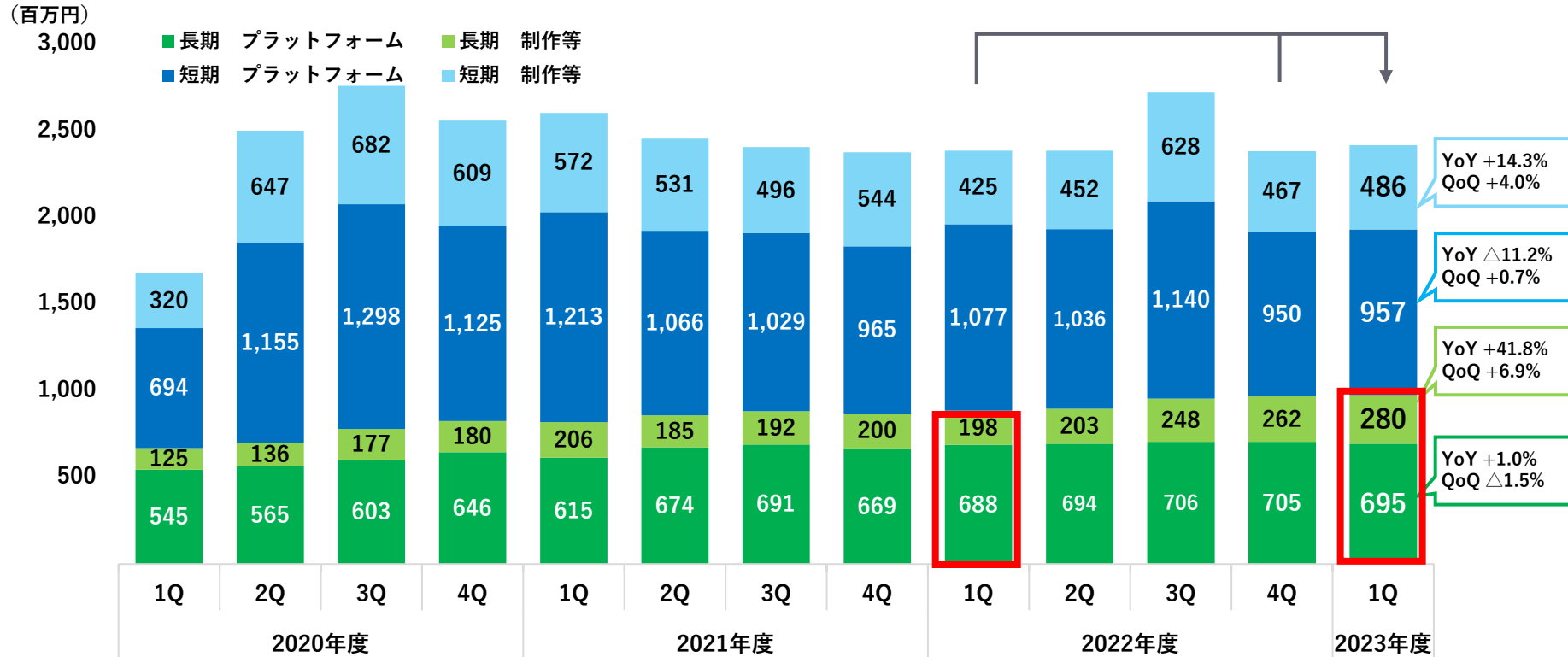


※ この度「情報共有」の定義を見直し、内容が「販促・ブランディング」や「事業用インフラ/サポート」に近いものは2022年度以前も含め分類を変更しました。このため2022年度までの開示資料における利用用途分類から変更が生じております。

- 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、社長講和、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)

引き続きストック性が強い長期（契約期間が3ヶ月以上）プラットフォーム案件の売上が伸長した他、制作等は長期のシステム運用系が増加した他、短期の医薬系広告受注が増加しました。また、長期のプラットフォーム・制作等の売上合計は前年同期比10.1%伸長しました。



	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
対売上長期比率	39.8%	31.5%	37.1%	40.3%
プラットフォーム長期比率	44.0%	33.6%	39.0%	42.1%
制作等長期比率	28.0%	26.5%	31.7%	36.6%
対売上プラットフォーム比率	73.6%	70.1%	73.9%	68.3%



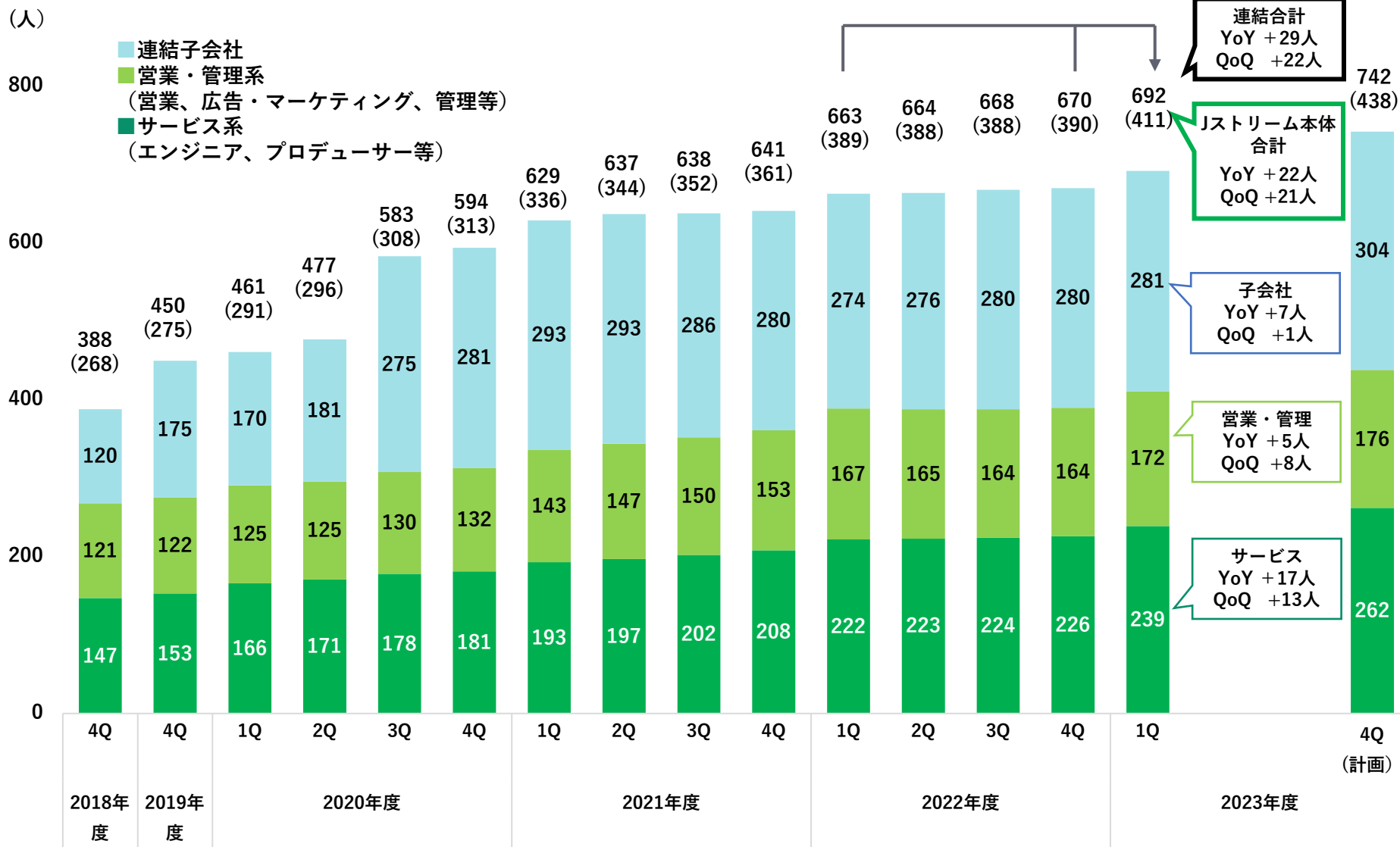
# (基礎情報) 長短期別推移の内訳と傾向

		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

昨年度から引き続き、業容拡大に向けて人員の増強をしております。



ソフトウェア開発は、Equipmediaの付帯機能の一部に遅れが出ておりますが、引き続き優先順位の高いものから開発投資を実行してまいります。

単位：百万円

投資項目	2023 1Q 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）	144 61 11 10 3 5  (55)	684	21%
<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>	21 11  1 9	165	13%
<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>✓ スタジオ設備等</li> </ul> </li> </ul>	12 11 1	98	12%
<b>投資額総計</b>	<b>177</b>	<b>967</b>	<b>18%</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
	流動負債 1,818
	固定負債 213
流動資産 10,561	株主資本 10,508
	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px;">                     資本金 2,182                      資本剰余金 3,899                      利益剰余金 4,732                      自己株式 △306                 </div>
固定資産 2,402	
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px;">                     有形固定資産 543                      無形固定資産 1,373                 </div>	非支配株主持分 422
	<b>純資産合計 10,931</b>

## 2023年6月末時点

(単位：百万円)

資産合計 12,692	負債合計 2,062
	流動負債 1,871
	固定負債 190
流動資産 10,297	株主資本 10,213
	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px;">                     資本金 2,182                      資本剰余金 3,899                      利益剰余金 4,438                      自己株式 △306                 </div>
固定資産 2,395	
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px;">                     有形固定資産 515                      無形固定資産 1,418                 </div>	非支配株主持分 416
	<b>純資産合計 10,630</b>



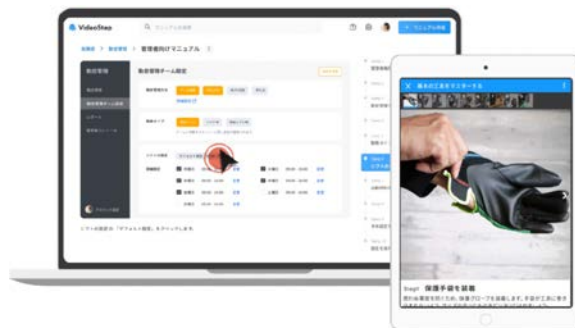
# トピックス

---

2023年7月に株式会社VideoStepの株式取得を実施いたしました。

- **名称** : 株式会社VideoStep (旧社名LAMILA)
- **所在地** : 東京都文京区本郷四丁目1番3号 明和本郷ビル7階
- **代表者** : 代表取締役社長 迎 健太
- **事業内容** : 動画マニュアルSaaS『VideoStep』の開発・提供
- **資本金** : 25,516千円 (2023年6月末現在)
- **設立年月日** : 2019年5月27日

製造業などの「現場」において、動画を活用してスキルトランスファーを支援するクラウドサービスです。



## 製造業など「現場」における課題

技術伝承をおこなうことができる  
マニュアルがない



外国人労働者や海外拠点への  
教育に時間がかかる



現場の働き手にどんなスキルが  
あるのかわからない



## VideoStep導入による変化

動画マニュアルがパワーポイントを  
作るように簡単に作成できる

機械翻訳機能・AI読み上げ機能により  
多言語による教育ができる

動画を活用してスキルや習熟度を  
可視化し、業務の標準化ができる



# 「デスクレスSaaS市場」のポテンシャル

今までデジタル化の対象とならなかった製造業や物流業などの「現場」をターゲットとした「デスクレスSaaS」市場の市場規模は非常に広大な市場となっています。

これまでのターゲット  
デスクワーカー

新たなターゲット  
デスクレスワーカー

54%

46%



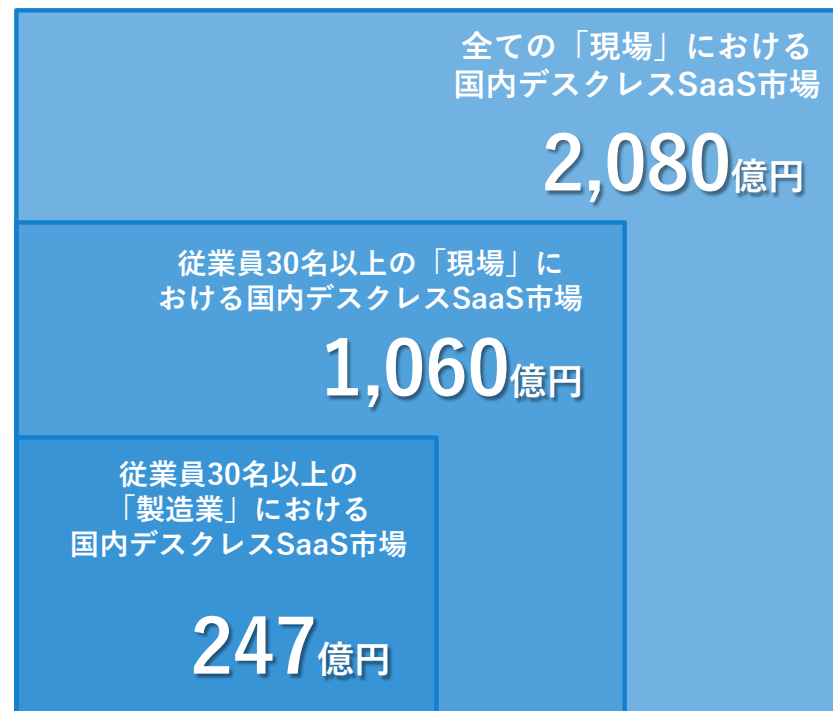
100%

## デスクレスSaaS市場のポテンシャル

日本の産業別人口\*

×

VideoStepの将来目指す平均年間単価 (4,000円/人)  
で試算



\*日本の統計2023 (総務省統計局) より引用

当社がこれまで得意としてきたデスクワーカーの領域に加え、VideoStepが得意とする製造業等の現場のデスクレスワーカーにも領域を広げることで、全ての働き手への動画活用を促進していきます。



- 利用業種：製薬、金融・保険、広告、教育業界を中心に幅広い業種
- 利用用途：販促プロモーション・広報動画・株主総会・決算説明会・研修等

デスクワーカーの動画利用に強い



- 利用業種：製造業および物流業
- 利用用途：現場における技術継承動画  
外国人や海外拠点向け動画  
人材育成や研修動画等

デスクレスワーカー（現場）の動画利用に強い

## 見込めるシナジー

1

既存顧客の動画利用の全社的な展開や、新たな業種の取り込みによる取引先窓口数の拡大

2

当社からの配信技術ノウハウの提供によるサービス全体の安定した配信基盤の構築

3

翻訳・音声AI技術の共同開発・連携による海外市場への進出

配信業界のキープレイヤーとしてのこれまでの知見を活かし、IPv6アドレスの地理情報を用いた動画配信の実証実験に参画しました。こうした実証実験に定期的に参画することで、通信業界の発展に貢献しています。

## IPv6の課題

従来のIPv4ではインターネットユーザーの位置情報が特定できたが、IPv6ではこの特定が困難



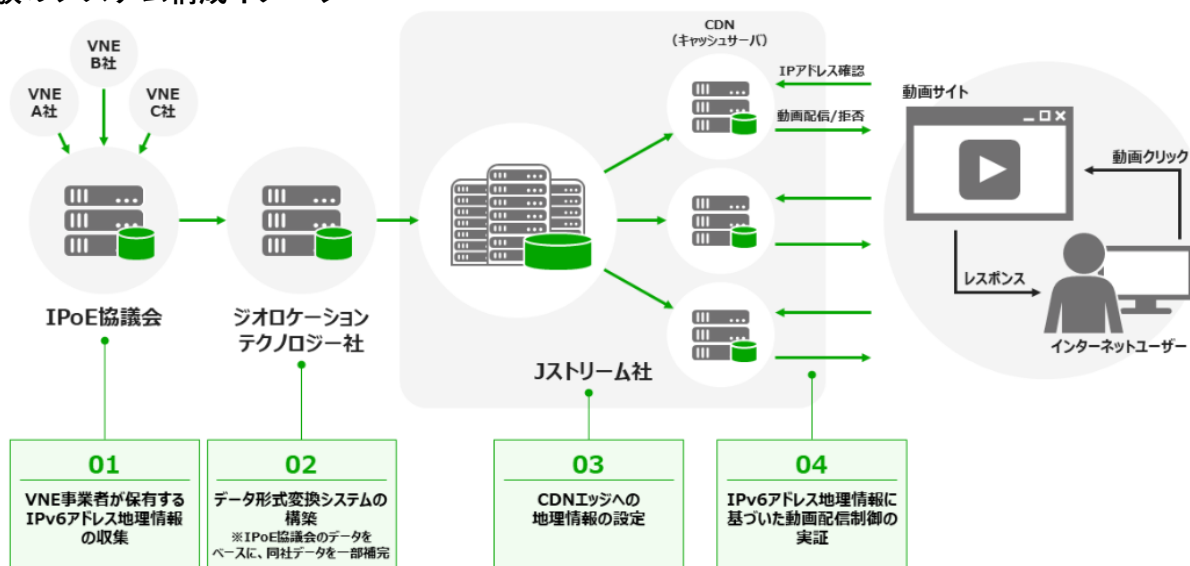
動画の著作権・放送権保護ができない



企業のマーケティングができない

利活用しやすい新しいデータを用いた実証実験への参画を通じて  
日本におけるIPv6の利用促進とビジネス等に利活用しやすい環境の整備に貢献

※実証実験のシステム構成イメージ



# 中期経営の方向性と 2023年度計画の進捗

---

## 経営方針（ビジョン・ミッション・構想等）

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

### 【基本方針】

動画は活用の時代へ

「顧客のニーズを創造し、サービスの提供価値を高める」

### 【時代背景（新しい価値観の世界へ）】

Withコロナで、動画配信はリアル開催の補助・代替手段として急成長を遂げている。リアル開催よりも高い利便性を経験した企業は、Afterコロナにおいても重要なコミュニケーション手段として積極活用し、今後も市場は安定して成長する。

### 【Next Stageに向けて】

コロナ禍による価値観の変化、DXによる産業構造の変化、5Gによる社会構造の変化をビックビジネスのチャンスととらえ、マーケット別に攻めの姿勢で業績拡大を目指す。引き続き、採用強化、体制強化、経営人材育成等を行う。



## ビジネスと働き方を「進化」させ、新しい時代にふさわしい、新しいグループへと自らを「変革」する

### ビジネスの進化（事業の推進）

- 様々な動画活用シーンが活性化。これまで当社が提案していた使い方は**当たり前**の活用法になっており「その先」を求められている。
- 「その先」の答えを十分に提供できるスキルとノウハウは蓄積できており、これを生かして**ビジネスを進化させる**。顧客の期待を超えるサービスの提供を進める。

### 働き方の進化（経営基盤）

- フレックスやリモートワーク制度を取り入れた「**就業規則の改定**」、会社業績と個人業績を適切に評価しフィードバックする「**人事制度の改定**」、社内プロセスのデジタル化「**社内DXの促進**」を進める。3つの改革による働き方の進化を定着させ、環境変化に対応した事業の推進力とする。
- 企業の成長のカギは人材であるという認識の下、制度の進化を通じてより一層の厚みとバラエティーに富んだ人材の育成に注力する。

### グループの変革

- 個社の長所を活かしてきたこれまでに加え、より一層シナジーを強化、**子会社のサービスのJストリームや他子会社での展開**も進める。

## ビジネスの進化（事業の推進）

- 付加価値の高いサービスの開発・リリースを継続し、企業の多様な動画活用を促進

メタマスタシステム

マストバイキャンペーン

Webinar Stream

WebinarAnalytics

EQ連携プラグイン

有償監視

マルチアングル

廉価WAF

## 働き方の進化（経営基盤）

- 3つの改革の促進、様々なバックボーンを持った優秀な人材が活躍できる体制へ

### 就業規則の改定

- ロケーションフリー制度の運用開始
- 各種権限委譲・規程改定の推進

### 人事制度の改定

- 新しい社員の学びの場、JSTプレイス・JSTカレッジを実施
- Tech制度（エンジニア向け人事制度）の改定
- マネジメントミラーの実施

### 社内DXの促進

- 請求書等の電子化やコーポレートカード運用促進による社内プロセスの効率化

## グループの変革

- グループシナジー強化により各子会社での売上が拡大し、連結営業利益の向上に貢献

### 開発



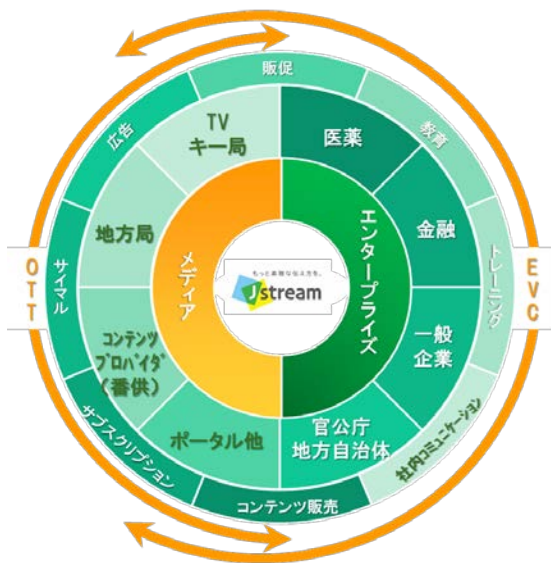
### 商材



### ライブ



## ■ ターゲット市場



※EVC(Enterprise Video Communication)  
大企業の業務で使用される動画を使用したコミュニケーション  
教育、セミナー、イベント、社内情報共有等多岐にわたる

※OTT(Over The Top)  
インターネットを通じて行われる異なるデバイス間を  
またいだコンテンツ配信 配信技術、著作権保護、課金  
決済を各デバイスで共通に行う

		開発項目	活動の方向性
EVC	医薬	医薬DX推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ WEB講演会はハイブリッド化対応</li> <li>■ デジタルマーケティング対応、WebinarAnalytics推進でデータ分析支援+データ連携推進</li> <li>■ Veeva Connect構想</li> <li>■ 広告はオウンドメディアサイトへの送客メディア販売等推進</li> </ul>
	(医薬以外) EVC	Webinar 双方向配信  バーチャル 株主総会	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ バーチャル総会プラットフォーム強化</li> <li>■ イベントPFを拡充し中小規模・大規模向け振り分ける</li> <li>■ 内製支援サービスのラインアップの拡充</li> </ul>
OTT	メディア・コンテンツ	有料動画配信統合	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ TV局の売上維持・拡大のためのトータルテックパートナーとしての立ち位置の確立</li> <li>■ 配信ビジネス市場に対して、XR、双方向コミュニケーション機能のサービス提供</li> <li>■ BS/CS、ローカル局のDX化に向けたソリューションのサービス化</li> </ul>
		リモートプロダクション	
		配信業務効率化	

市場		取り組み状況											
EVC	医薬	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>講演会のオプションメニューや追加サービスの推進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・全国や支社・エリア開催のリアルとWebを組み合わせたハイブリット講演会支援サービスについては、受注が堅調に推移</li> </ul> </li> <li>■ <b>医薬のデジタルマーケティング支援</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・WebinarAnalyticsは内資・外資製薬メーカーにおける利用の拡大を推進</li> <li>・Web講演会における医師とMR同士の新たな交流ツールを開発中</li> </ul> </li> </ul>											
	EVC (医薬以外)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>動画プラットフォームの拡販（J-Stream Equipmedia（EQ））</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・前年同期比では短期案件の売上は減少したものの、長期案件は堅調に伸長。引き続き注力分野であるイベント/セミナー、情報共有、教育・トレーニングへの提案を強化</li> </ul> </li> </ul> <div style="background-color: #e0f2f1; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p style="text-align: center;"><b>EQ売上動向</b></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">1Q売上</td> <td style="width: 33%;">：前年同期比 +3.0%</td> <td style="width: 33%;">★6月末時点アクティブアカウント数</td> <td style="width: 33%;">：前年同期比 △0.5%</td> </tr> <tr> <td>（内訳）1Q長期案件売上</td> <td>：前年同期比 +8.7%</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>1Q短期案件売上</td> <td>：前年同期比 △18.8%</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>・バーチャル株主総会の6月度実績：前年比で件数は微減、担当範囲の狭まりから案件単価下落</li> <li>■ <b>VideoStep社の子会社化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・製造業等の現場における動画を活用した「デスクレスSaaS市場」への進出</li> </ul> </li> </ul>	1Q売上	：前年同期比 +3.0%	★6月末時点アクティブアカウント数	：前年同期比 △0.5%	（内訳）1Q長期案件売上	：前年同期比 +8.7%			1Q短期案件売上	：前年同期比 △18.8%	
1Q売上	：前年同期比 +3.0%	★6月末時点アクティブアカウント数	：前年同期比 △0.5%										
（内訳）1Q長期案件売上	：前年同期比 +8.7%												
1Q短期案件売上	：前年同期比 △18.8%												
OTT	メディア・コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>放送局等のDX化推進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul> </li> <li>■ <b>エンタメ市場向けソリューションの展開</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年から引き続き、BS/CS・ローカル局に加え、公営ギャンブル・スポーツコンテンツ、大手キャリア向けにもDX化を推進</li> </ul> </li> </ul>											

## 製薬市場の動向

- コロナ治療薬による市場急拡大は収束へ
- 薬価法改定の影響を受けるも、高額製剤（抗がん剤、免疫疾患治療剤、認知症治療剤等）を中心とした緩やかな成長が見込まれる

## 製薬企業の動向

### 販促予算の傾向

- 日本の医薬品市場の成長が他国と比較し下回る状況が続く中、特に外資系企業でコストコントロールを重視する動きが先行
- MRによる販促予算は縮小傾向にあるものの、外資・内資関わらずデジタルマーケティングに傾倒

### 戦略の変化

- 全社規模のデジタルプラットフォームの整備やオムニチャネルの設計・実装、より効果測定を重視したデジタルマーケティングの実施
- メタバースの活用や全社横断DX、デジタルマーケティング専門部署の設置・推進等、各社前衛的な施策を促進

## 競合の増加

- 製薬企業のデジタル施策の支援におけるプレイヤーの増加

デジタルマーケティング  
事業者

講演会ベンダー

医療代理店×  
デジタルプラットフォーム

## 事業環境と 対処すべき課題

- 顧客企業毎の販売戦略に濃淡あるも、一部ではコスト削減によるWeb講演会の単価下げ要求
- 製薬企業各社におけるDX推進の強化
- Web講演会事業の成長は微増なるも競争は激化

▶ 効率化によるWeb講演会の利益率維持

▶ 特に需要の高いデータ活用サービスの促進

▶ 新たな活用方法の提案が不可欠

## 2023年度の 注力ポイント

### Web講演会事業

- Web講演会の相互コミュニケーション促進に向けたサービスの提供
- 市販直後調査支援Web講演会や、オウンドメディアに縛られないMR主導で行うWeb講演会領域等、新領域の開拓
- 本社開催とエリア開催との複合提案
- 社内業務DXによる効率化推進

### デジタル マーケティング 事業

- WebinarAnalyticsの導入促進、データ収集、分析業務の強化
- 医師とMRの双方向交流サービスの販売開始
- 既存顧客へのデジタル関連ソリューションの開発と提案
- トランス・コスモス・ビッグエムズワイ等とのグループ力を生かした施策の推進

### 広告事業

- メディア開発、メディアプランニング機能の強化
- WebinarAnalyticsを利用した分析業務、効果測定の提案



➤ デジタル領域全般の業務をグループで提供し、製薬企業のオムニチャネル推進を支援

## コンテンツの企画・制作

Web講演会	シンプル オンラインパック	Jstream
Webサイト	METAGO	
映像制作	BIOM <sup>2</sup> Y	CROSSCO cross-media communication

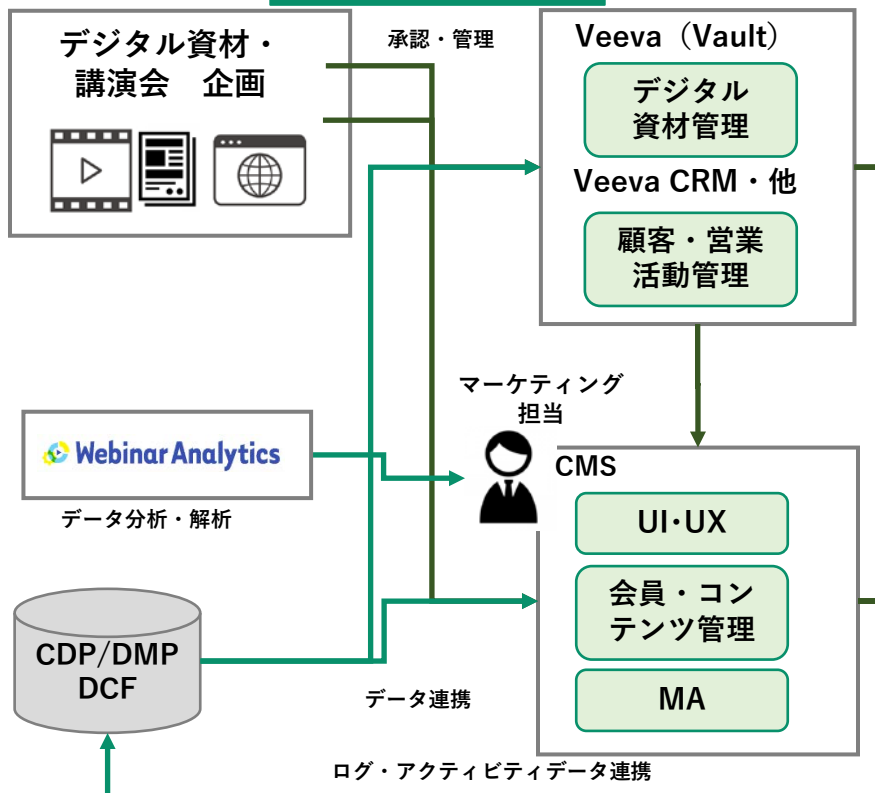
## 管理システムのデータ連携

Veeva Connect	BIOM <sup>2</sup> Y
WebinarAnalytics	Jstream trans cosmos
ハイブリッドMICE	CO <sup>3</sup> COVERS COMMERCE & COMMUNICATIONS

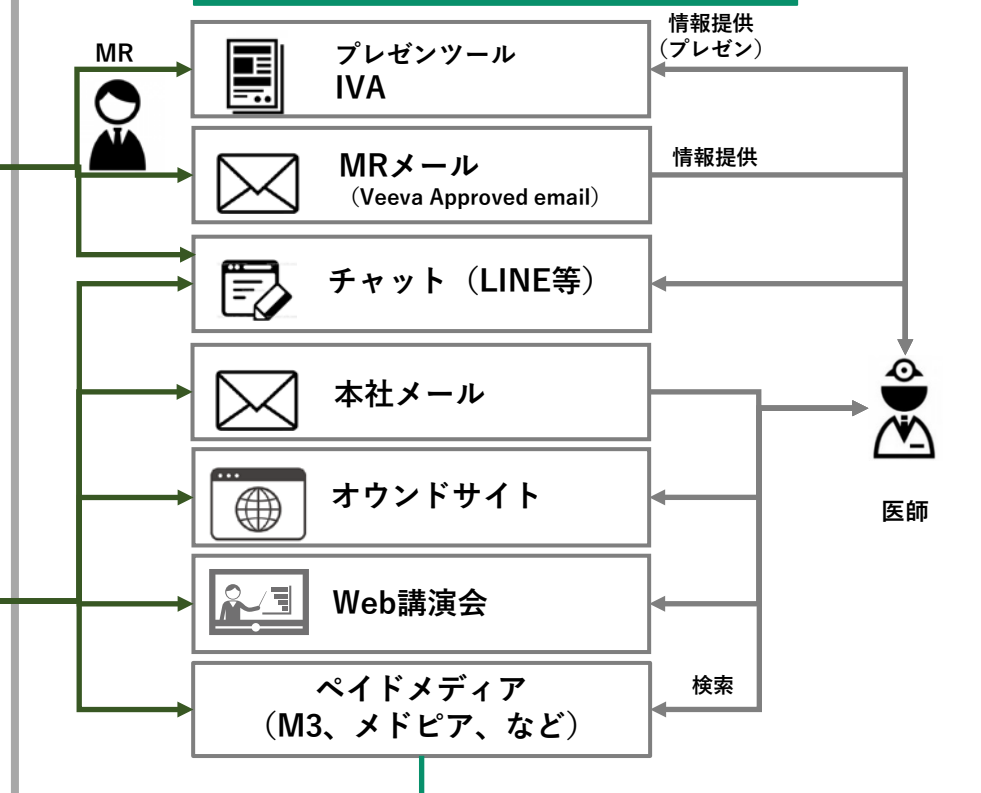
## チャネルの運用

医薬メディア広告	Jstream
Digital Factory	BIOM <sup>2</sup> Y trans cosmos
データ分析	Jstream Creative Works

## データの整備・連携



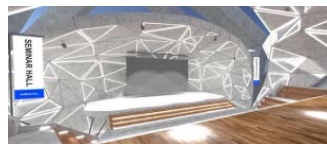
## マルチチャネルからオムニチャネルへ



単なるリアルの置き換えではなく、デジタルだからこそできる新しいCX（顧客体験）の向上と活用シーンや顧客の拡大を狙ったアップセル・クロスセルの戦略で安定収益の拡大を目指します。

付加価値の向上

## CX向上支援



メタバース空間での講演会



双方向コミュニケーション

## デジタルマーケティング支援



市販直後調査支援  
Web講演会



Web講演会  
データ分析支援



MR主導型Web講演会

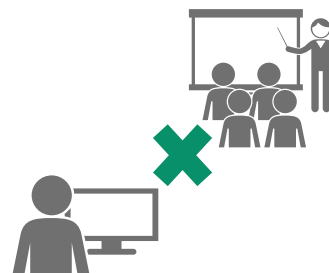


ハイブリッドイベント  
管理システム

既存  
事業

本社開催Web講演会の支援

## 開催形式の複合提案



全国・支社ハイブリッド



本社×エリア

## 新規顧客の開拓



新たな大手企業



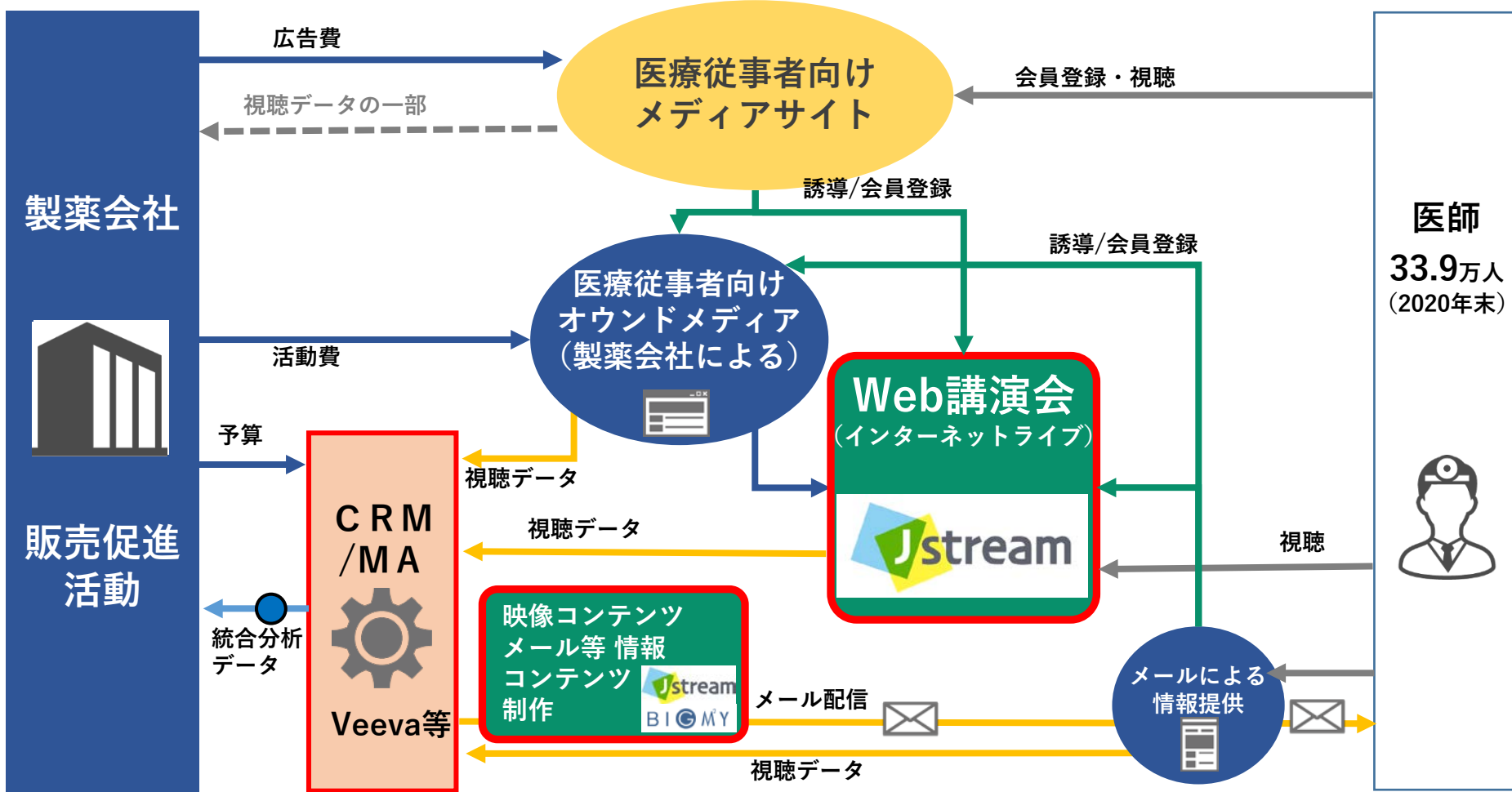
国内中堅企業

開催形式や顧客の拡大





# (参考) 医薬デジタルマーケティングの構造



ライブ講演会支援に留まらず、次世代の医薬デジタルマーケティングパートナーになり、リアルとデジタルの新しい顧客体験価値を創造する

## 企業の実施動向

- 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、利用者の利便性に応じ、ハイブリッド開催の需要は増加

株主総会

学会

展示会

セミナー

- 一部の展示会や企業説明会、研修、セミナーにおいては、Zoom、Webex、Teamsを利用した主催者セルフ開催も増加傾向にあり
- eラーニング市場においては、コロナ禍を背景に急拡大した2020年～2021年と比較すると成長は鈍化するものの、企業のDXやリスクリングを求める需要が牽引

## 求められるサービス

- 主催者によるセルフ開催が増加する一方で、セキュリティへの懸念・品質の高い運営を求める需要が増加
- イベントの企画、運営、集客等を含めたサービスの必要性の高まり
- オンラインイベントの体験向上のため、AI、VR等の技術を活用したプラットフォームの需要の増加

## 事業環境と 対処すべき課題

- リアルとのハイブリッド開催需要増に伴うイベント開催形式の多様化 ▶ 提供ソリューションの集客力、販売力の強化
- オンラインイベントにおける体験向上やセキュリティ強化のニーズの高まり ▶ 広がる需要に対応できる機能拡充

## 2023年度の 注力ポイント

### 用途別戦略

- 業種関わらず利用用途として多くのニーズがある3つの分野へのアプローチを推進

#### セミナー/イベント

運営事務局を新設し  
案件獲得の強化

#### 社内情報共有

EQポータルをフック  
にしたアプローチ

#### 教育/トレーニング

ミテシルをフック  
にしたアプローチ

← 利用実績のある企業への横展開 →

- WEBINAR STREAMの拡販による大中規模のWeb開催を網羅（学会や株主総会、セミナー等）
- セルフ開催用のプラットフォームの拡販（株主総会等）

### EQ新規獲得 活動の強化

- EQ新規獲得の営業リソースを拡充
- 付帯する制作・システムやライブ需要等の波及効果を狙った領域/用途別施策の展開

### 代理販売強化

- EQ・CDNの代理店専任部署を新設。支援ツール等で拡販

## 高度化する企業課題に動画ソリューションで顧客ビジネスを成功に導く

### コンテンツの企画・制作

ライブ配信	Jstream
Webサイト	Creative Works
映像制作	CROSSCO cross-media communication
内製支援サービス	VideoStep

### 配信プラットフォーム

Equipmedia	Jstream
CDNext	
Kollective	

### 用途に特化したソリューション

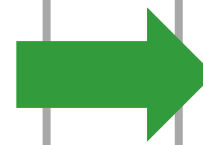
ミテシル	有力な社外SaaS
METAGO・MICE	CC <sup>3</sup> Creative Contents & Communications
バーチャル株主総会PF	Jstream VideoStep
IR・SR配信パック	CROSSCO cross-media communication 社外パートナー

### コンテンツ制作から配信までをカバーするソリューション

#### クリエイティブ

#### 配信テクノロジー

×



企画 コンサルティング
映像コンテンツ制作 内製化支援
Webコンテンツ 制作
システム開発 (クラウド活用含む)
データ分析

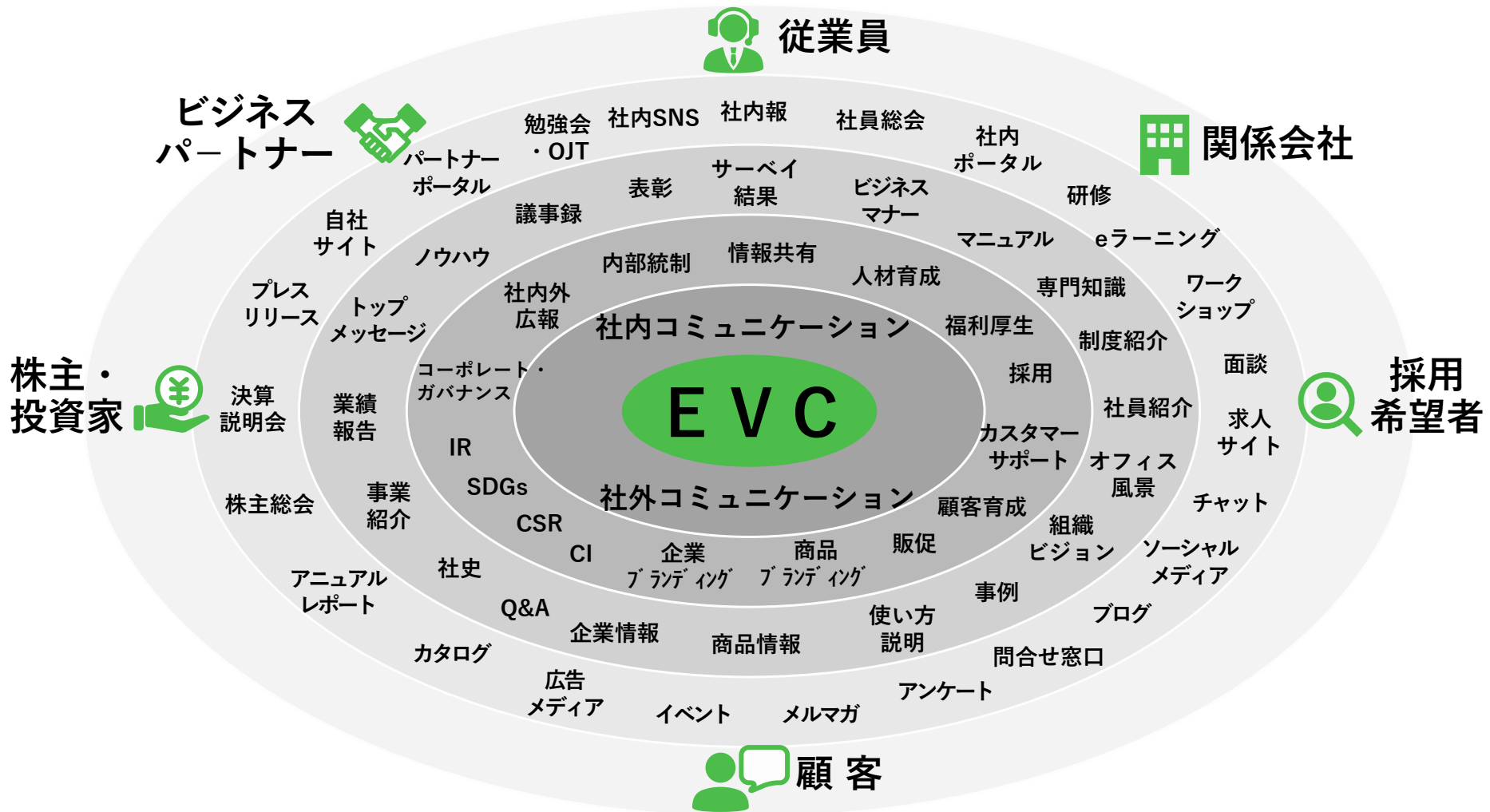
動画配信
認証会員管理
ログ解析
負荷分散
セキュリティ

### 企業・官公庁の課題に動画で支援

セミナー・イベント ・販促セミナー、展示会 ・学会
教育・トレーニング
社内情報共有
バーチャル株主総会
今後拡大の見込める 新用途の開拓



# (参考) EVC (医薬以外) 市場での利用イメージ



企業活動のあらゆる場面で動画の活用機会がある

動画配信プラットフォームJ-Stream Equipmediaと連携し、ウェビナーを行うシステムを「WEBINAR STREAM」と呼称し、様々な形態で提供していきます。

## 動画配信プラットフォーム J-Stream Equipmedia



連携

## ウェビナーシステム



## WEBINAR STREAM

シリーズ



ライブ配信、オンデマンド配信の  
管理、配信

ウェビナーに必要な  
ページの管理、構築、認証、課金

### 利用シーン

for  
学会

for  
イベント/  
セミナー

for  
株主総会

for  
オンライン  
展示会

for  
ハイブリッド

for  
メタバース

## メディア・放送局

- コロナ禍により動画コンテンツの視聴機会が増加したことで、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
- 定額配信サービスにおいては、外資系を含めた競争が激しくなっており、遜色のない機能を提供する高い技術力が求められている

## エンタメ配信・公営競技

### オンラインライブ

- コロナの収束に伴い、リアルイベントの開催が復活しつつあるも、コロナ禍で定着したハイブリッド型のイベント開催ニーズも底堅く伸長する見込み
- オンライン配信はリアルの代替ではなく、新たな収益機会へ（チケット収入+ECによるグッズ販売、会員化による集客活用等）
- 新しい技術的要望の高まり（VR、マルチアングル、低遅延等）

### 公営競技

- インターネット投票券やレース中継の配信などが急成長
- 来場者数の大幅減少に反して、ネット経由の投票券収入が増大
- 公営競技は各競技団体がデジタル化を促進していたことによりコロナ禍で来場者が減少しても売上を維持できた。今後も売上を拡大すべくDX化を推進の見込み



## 事業環境と 対処すべき課題

- 動画配信サービスの視聴者増による開発意欲の高まり
- 公営競技のインターネット投票・中継配信の急成長

▶ さらなる機能強化や新しい施策に向け、高度な技術やサービスの提供

▶ 大規模な配信システムの提供

## 注力ポイント

### メディア・放送局

- メディア・放送局における旺盛な開発需要の把握および安定した体制構築実施による確実な受注を行う
- 各種スポーツイベント等、時節もの・入札案件の獲得
- BS/CS、ローカル局向けDX支援は引き続き強化

### 委託放送事業者

- 委託放送事業者向けOTTシステムの拡販
- 既存顧客事例の横展開やメタマスタソリューション等を活用

### 配信ビジネス

- 既に定着したハイブリッド型イベントにおける付加価値向上に向けた新技術導入によるサービス開発・拡充

### 公営競技

- 既存顧客の開発需要の把握と対応能力の確保
- 新規競技団体とのリレーションの強化と各種開発需要の把握



➤ 動画配信に関わるあらゆるサービスを提供し、顧客のビジネスを成功へ導く

## システムインテグレーション

J-Cloud



SI・開発



機器販売



## 大規模配信ネットワーク

CDNext



マルチCDN

+ 主要株主  
KDDIとの協業

Equipmedia

## 配信管理・運用ソリューション

ライブ業務

動画人材オンサイト



管理システム

### 主要キー局のデジタル化需要に応える総合的SI体制の提供

開発

運用

オンサイト



### 地方局の動画配信を支援

Equipmedia

ブロードキャスタープラン ※多数局に導入実績

Unlimited Live ※同時接続上限なし

### ローカル、CS、BS局の動画運用を支援

配信マスターシステム

リモートプロダクション

### 当社配信ノウハウと新技术をエンタメライブへ提供

開発

Equipmedia

Operation

CDNext



主要キー局  
地方局 等地上波



ローカル、CS、BS局  
(+ α戦略)



エンタメ市場  
各種CP、アーティスト、  
スポーツ、演劇 etc.

コロナ禍を経て、動画やコンテンツのネット配信の視聴者が増加したことによる各顧客の開発意欲の高まりを大きなビジネスチャンスととらえ、更なる成長を目指します。

## 視聴体験の向上



高品質な  
イベント大規模配信



マルチアングル



VRの視聴体験

## 新規顧客の開拓



公営競技団体



番組供給事業者

## DX支援による効率化



リモートプロダクション

## 新たな収益機会の創出



マストバイキャンペーン

## 配信デバイスの多様化



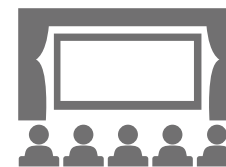
テレビデバイス向け開発



課金配信サービス



BS/CS、地方局



イベント事業者

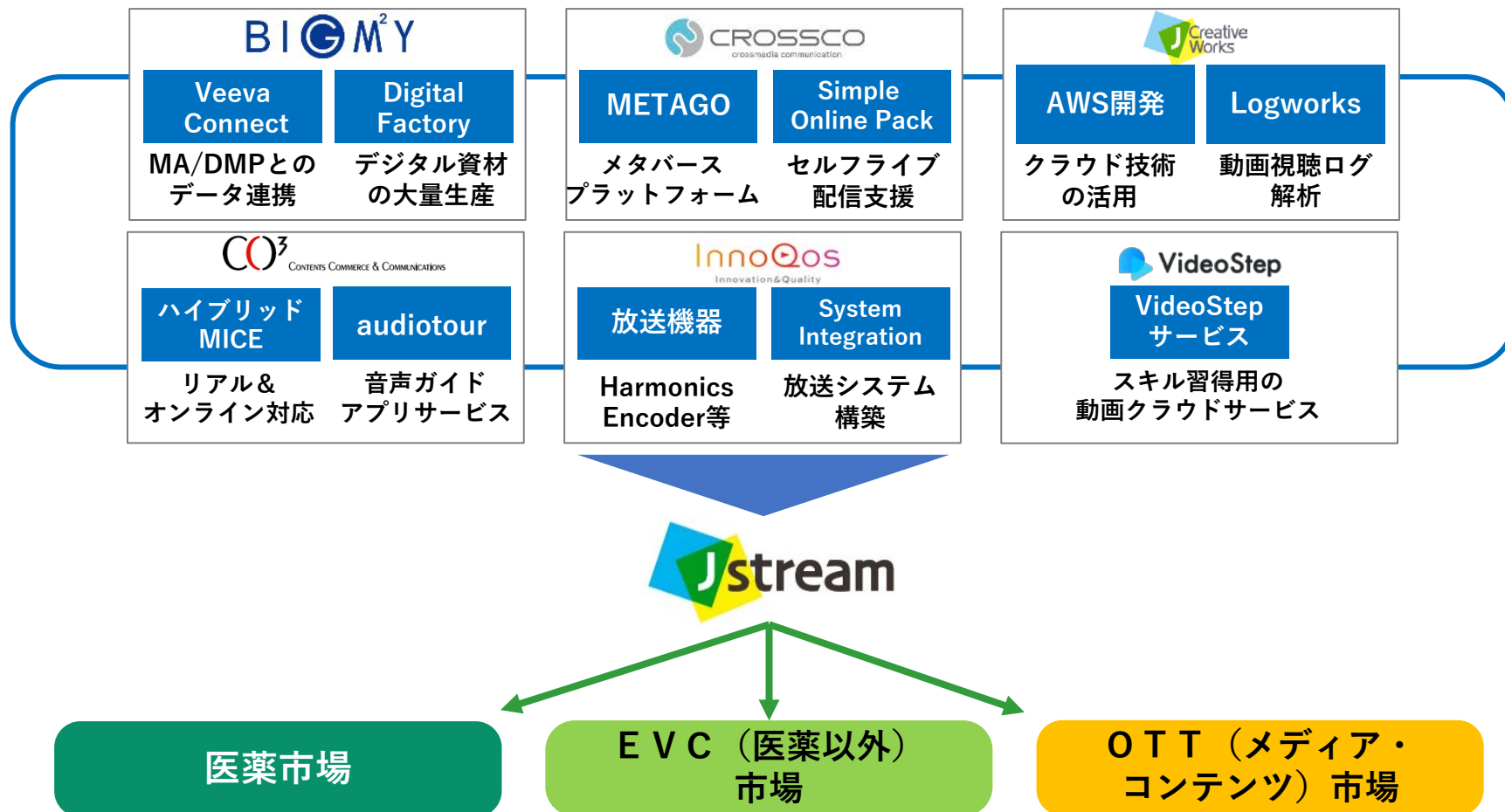
既存  
事業

放送局向け配信システムの提供・サイト運用

顧客の広がり

付加価値の向上

子会社のソリューションをJストリームが積極販売し、グループシナジーを高めることで課題解決力を強化していきます。



- 子会社の専門的な商材をJストリームの動画配信ソリューションと組み合わせて提供
- 1,000社超の顧客基盤へ複合的な提案を行うことで顧客課題を解決

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"> <li>・SalesForce、AWS等の技術力</li> <li>・メディカルライティング</li> <li>・メディアプランニング</li> <li>・データ解析</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Webinar、イベントPF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・OTT領域の技術力</li> <li>・配信ビジネス領域のサービス</li> <li>・XR等の先進的な表現技術</li> <li>・放送技術</li> </ul>

## 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

**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：2020年10月～2028年3月**

- 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7億円を充当）
- 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）

※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)	2022年度 実績	2023年度 予想	増減率
売上高	12,501	13,320	+6.5%
営業利益	1,663	1,665	+0.1%
経常利益	1,652	1,675	+1.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	873	1,040	+19.1%

# 配当方針

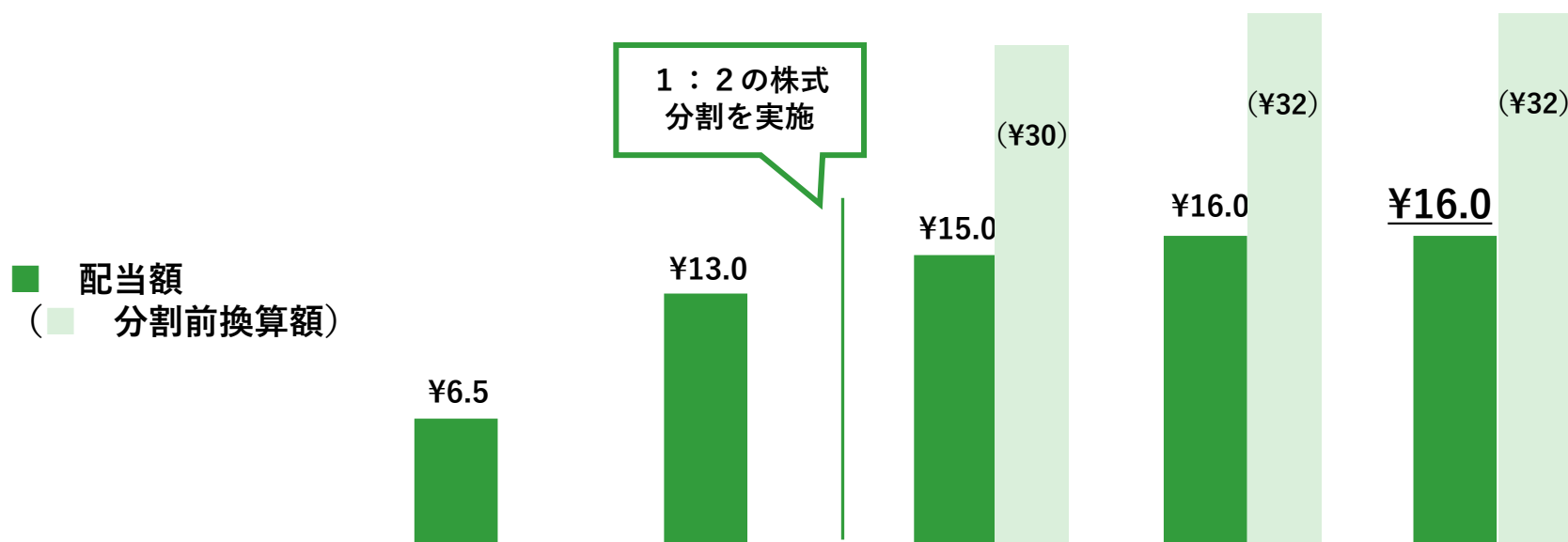
---

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。

2022年度配当に関しましては、業績予想を下回る実績となりましたが、過去の支払実績を踏まえ、安定性と継続性に配慮して、期初の予想通り実施することといたしました。

利益は堅調に計上出来ており、手元資金も確保できていることを鑑み、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、という基本方針を新たに設定し、強化実施してまいります。

2023年度については、2022年度と同様1株当たり16円を計画しております。



(単位：百万円)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度 (計画)
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	1,040

# 補足データ

---



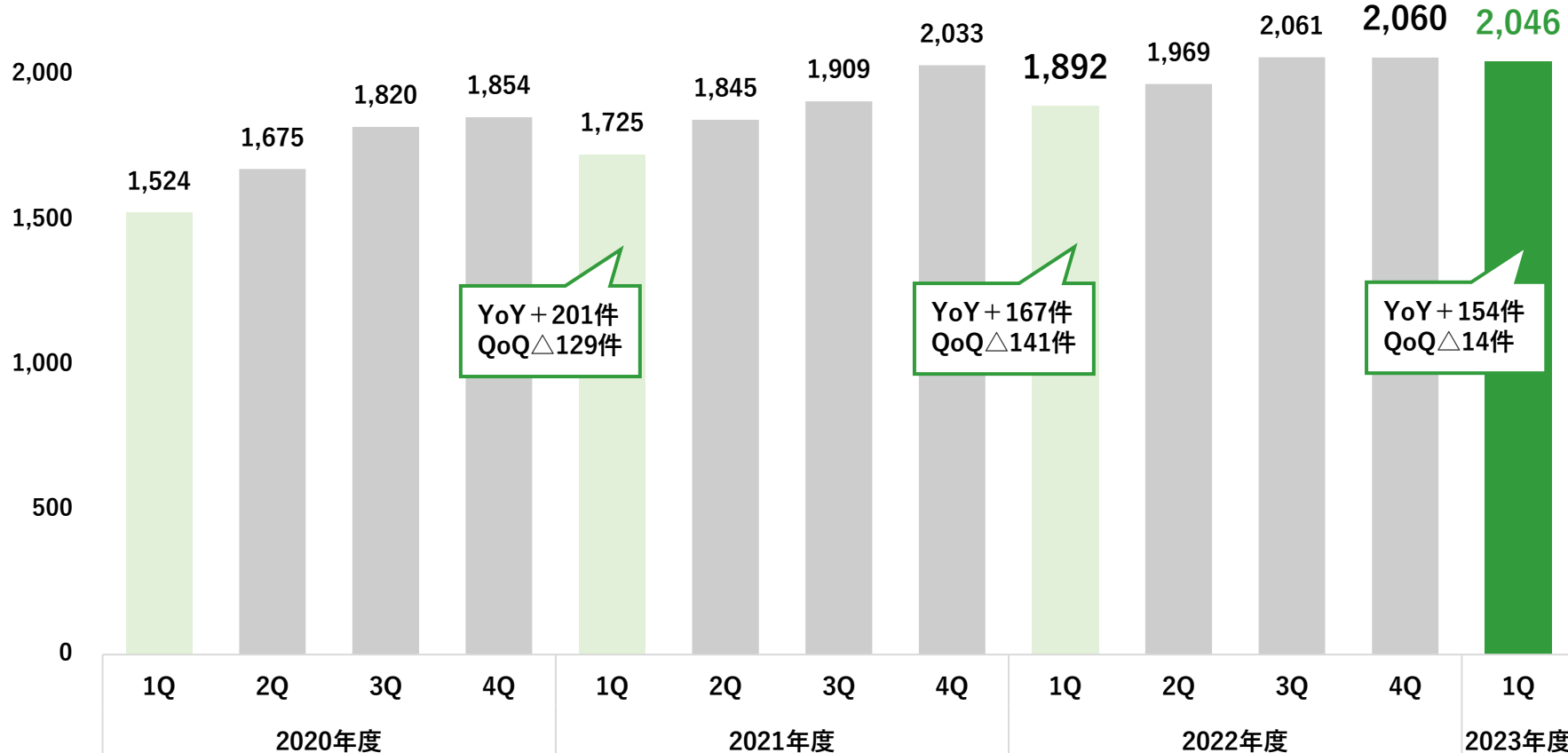
# 参考指標：取引先窓口数推移（四半期毎の期中合計）

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。

多くの年間契約は3月末区切りとなっており、期末における契約の見直しが入ることによる取引先の減少、並びに第4四半期のスポットの制作受注の増加の反動減等により、第4四半期～第1四半期にかけて取引先数は減少しますが、今期の減少幅は例年と比較すると小さくなりました。また、前年同期比では引き続き堅調に伸長しました。

(件数)

2,500



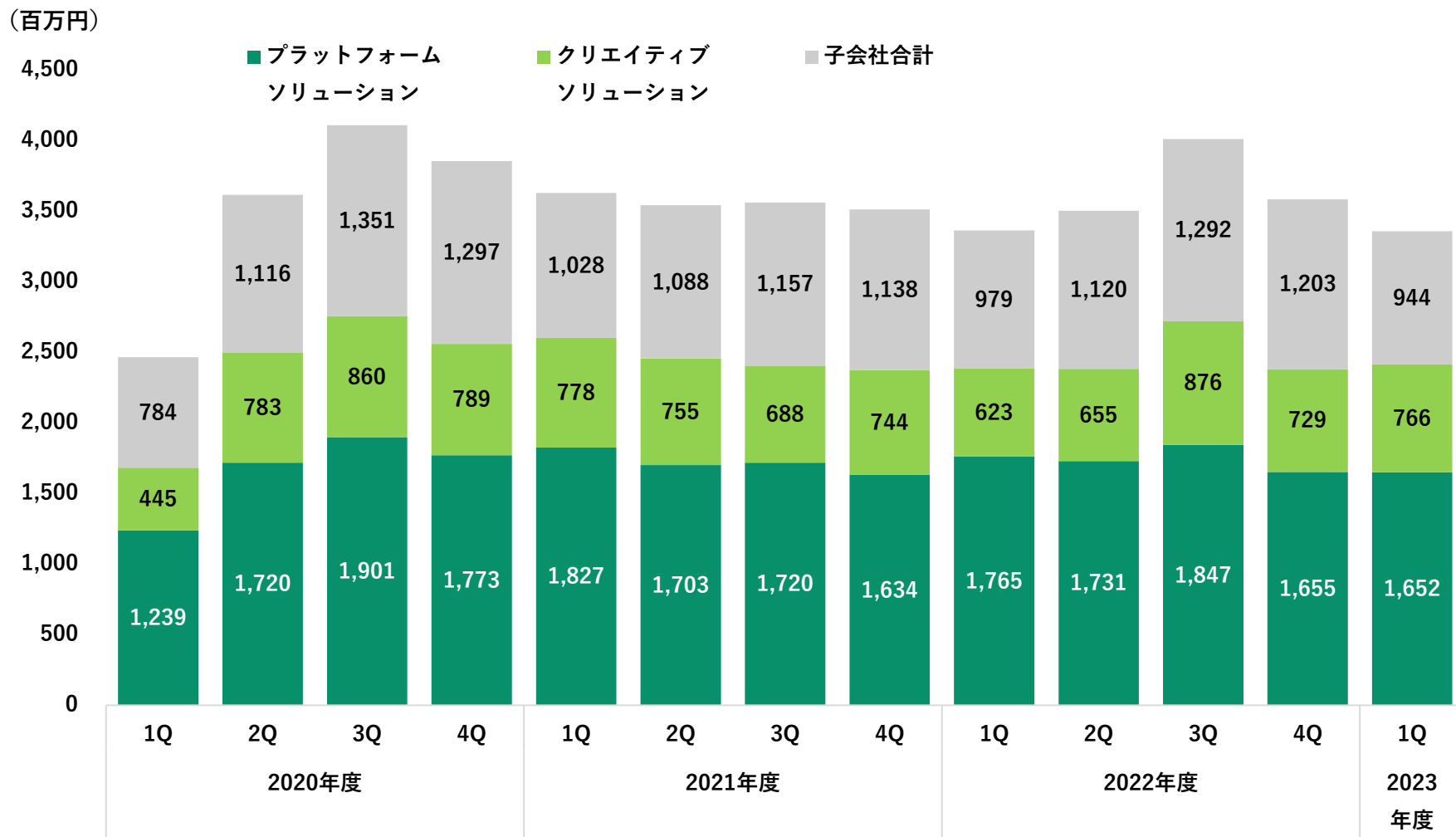


# 参考指標：ソリューション分類別売上推移

(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。



※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