

# 株式会社Jストリーム

## 事業計画及び成長可能性に関する事項

2024年6月

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. 市場環境
4. 競争優位性
5. 成長戦略と進捗
6. リスク情報
7. 経営参考指標

# 会社概要

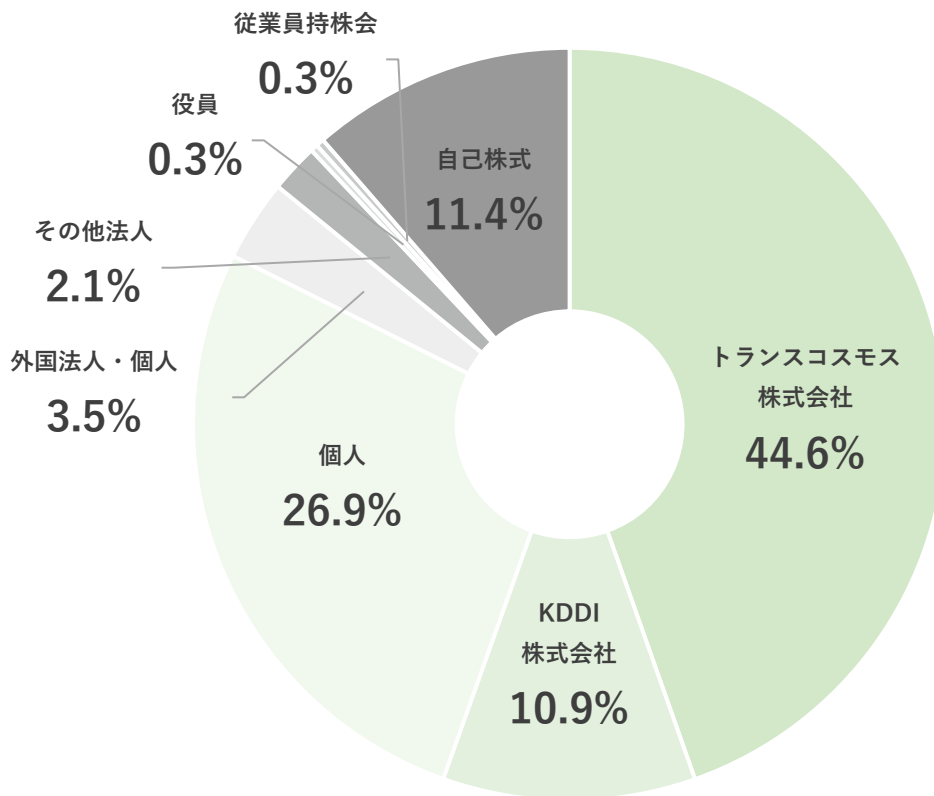
---

**社 名** : 株式会社 Jストリーム      東証グロース(4308)  
**設 立** : 1997年5月29日  
**本 社** : 東京都港区芝二丁目 5 番 6 号  
**他 拠 点** : 西日本オフィス(大阪市北区)  
**従 業 員 数** : 678名(連結 : 2024年3月末現在)    409名(単体)  
**資 本 金** : 2,182百万円 (2024年3月末現在)

1997年5月 インターネットを利用したストリーミングによる動画や音楽の配信を行うことを目的として、

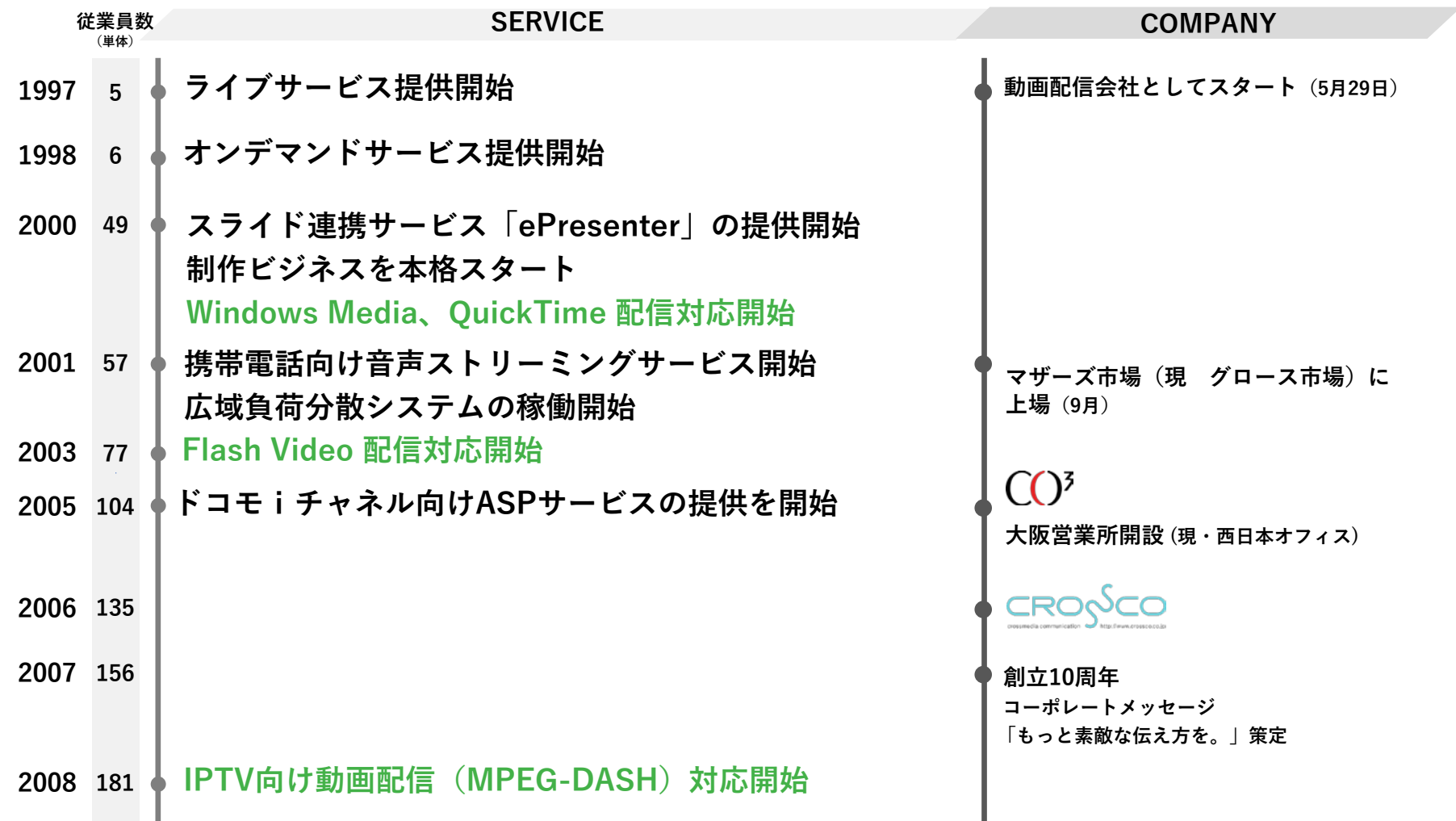
- トランス・コスモス株式会社
- 国際電信電話株式会社(現 KDD I 株式会社)
- 株式会社NTTPCコミュニケーションズ
- プログレッシブネットワークス・インク(現 リアルネットワークス・インク)

の出資により設立。(資本金480,000千円)



6月11日時点の株価	387
発行済株式数	28,057,400
時価総額	10,858 百万円
単元株数	100株
株主数	9,952名

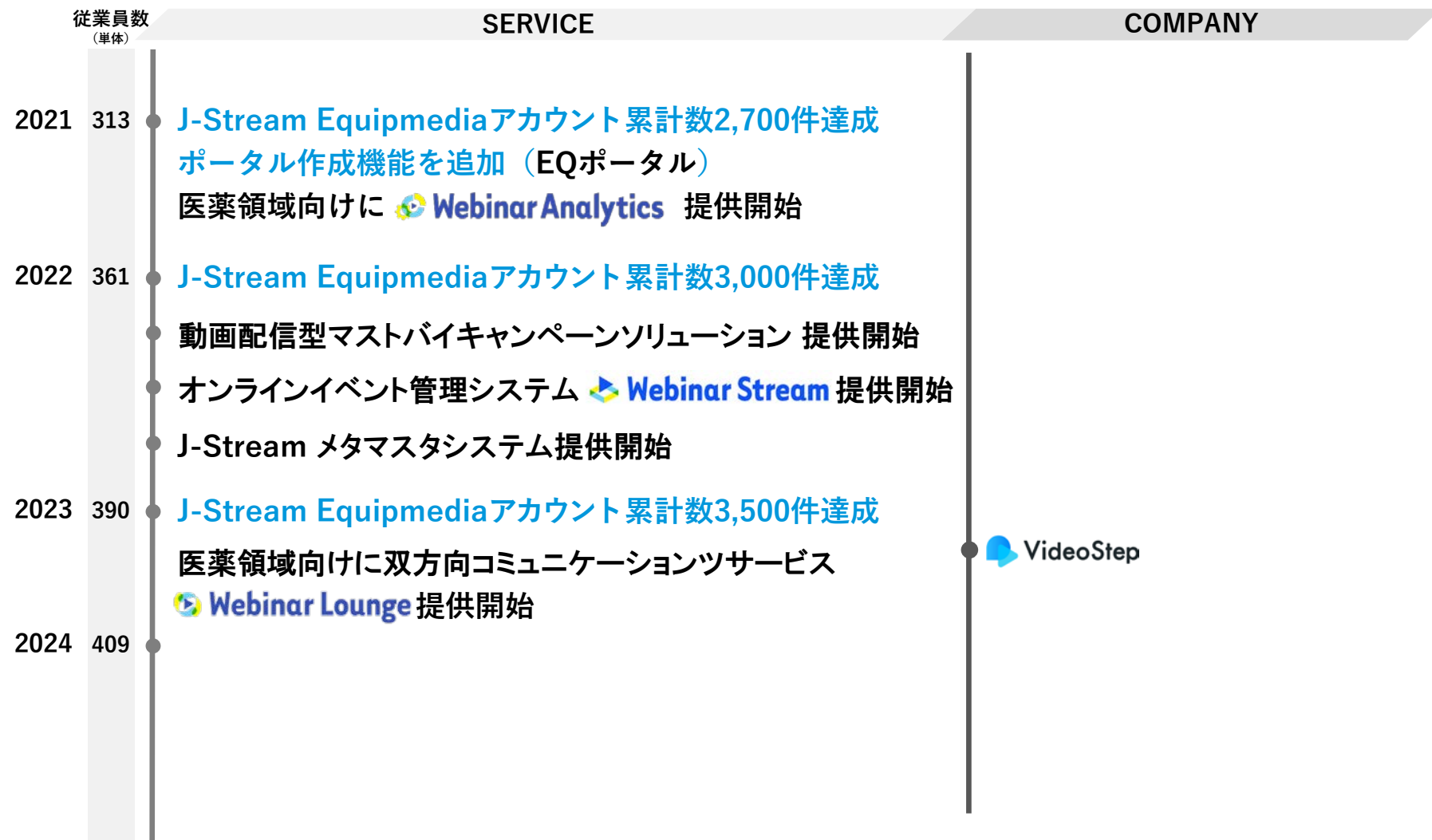
ネット動画黎明期にライブ配信サービスを行う会社として創業、早期にオンデマンド配信やWeb制作へと事業を多角化しました。技術の進歩とともに変遷してきた様々な動画配信フォーマットに素早く対応、幅広く動画配信を行いたい顧客ニーズに応えてきました。



ネット動画の広がりを背景に、ユーザーが自身で動画をアップロード、管理できる仕組みであるOVP (Online Video Platform) サービス、「J-Stream Equipmedia」を提供開始。企業が様々な用途に利用する動画配信の基盤として実績をあげ続けています。



新型コロナウイルス感染症の蔓延を切欠に広がった動画配信市場の次のニーズに応えるために、新たなサービスを継続的に投入しています。

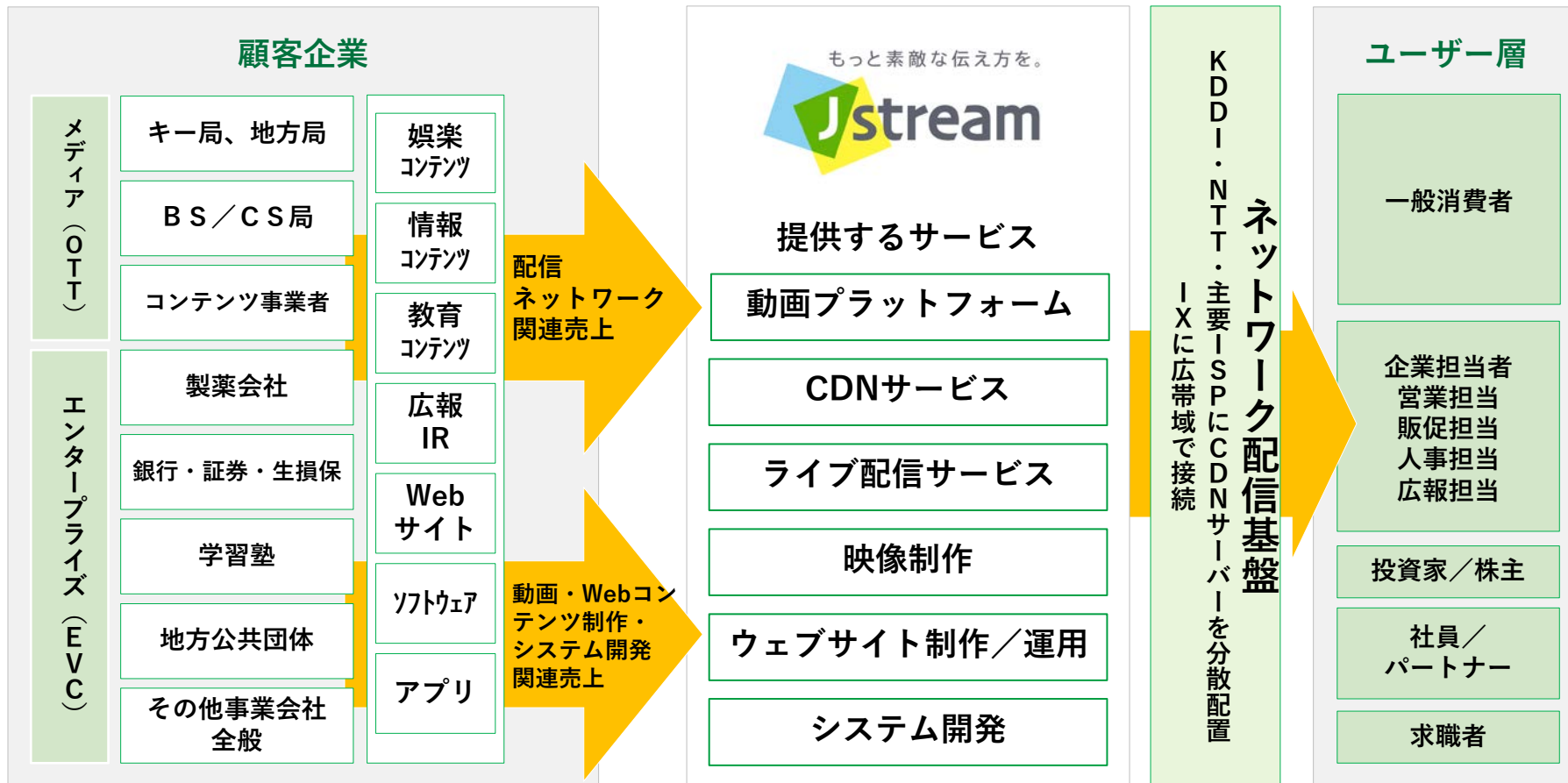




# 事業の内容

---

Jストリームは顧客企業がエンドユーザーにインターネット動画を届けるまでのあらゆる場面でサービスを展開しています。



1997年の設立以来、大株主を含む各パートナー企業、団体との協力関係の下で構築した最短経路のネットワーク網で、高品質・安定的なコンテンツ配信を実現しています。

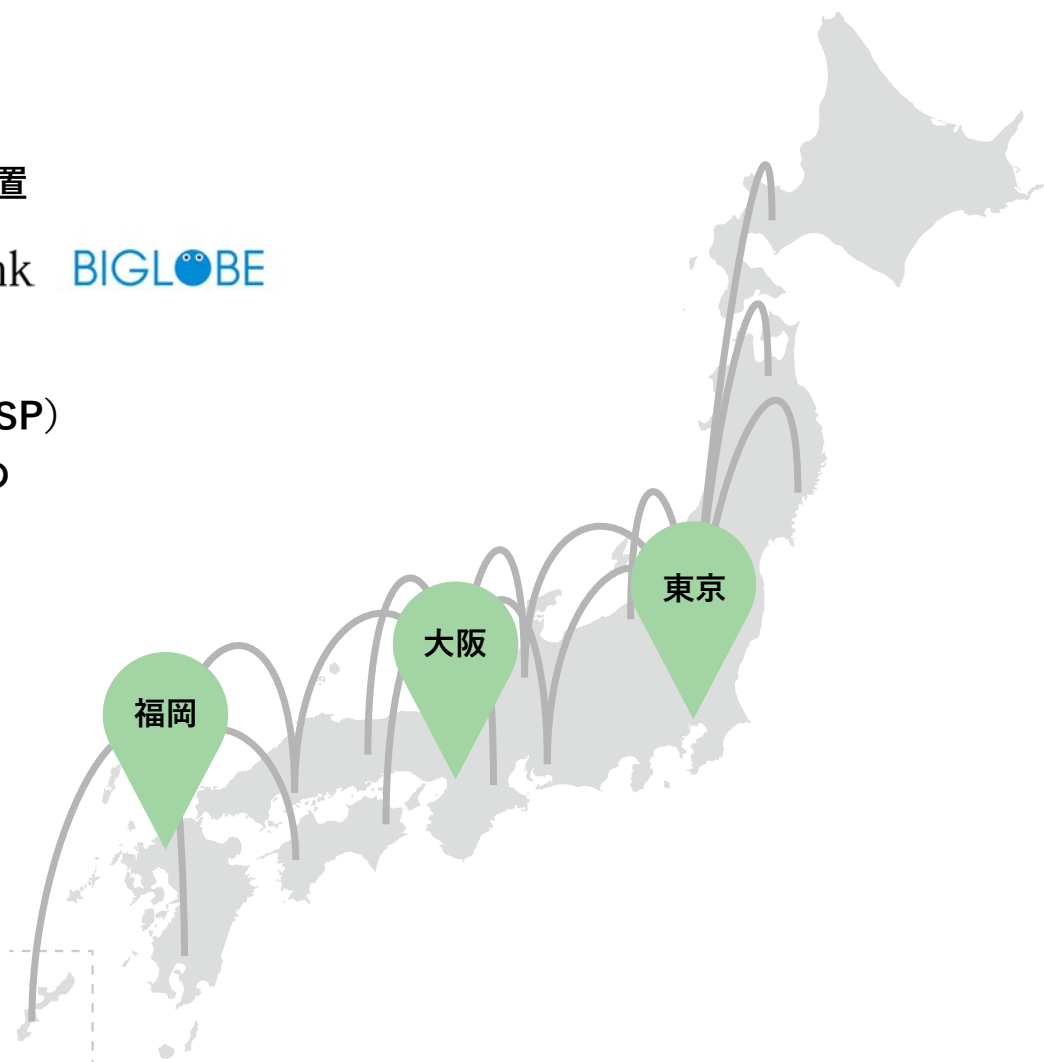
- 3大キャリア・大手ISPを中心に、  
CDNサーバーを東京、大阪、福岡に分散配置



- 複数のIX（インターネットプロバイダー（ISP）  
とインターネットデータセンター（IDC）の  
相互接続ポイント）にも広帯域で接続

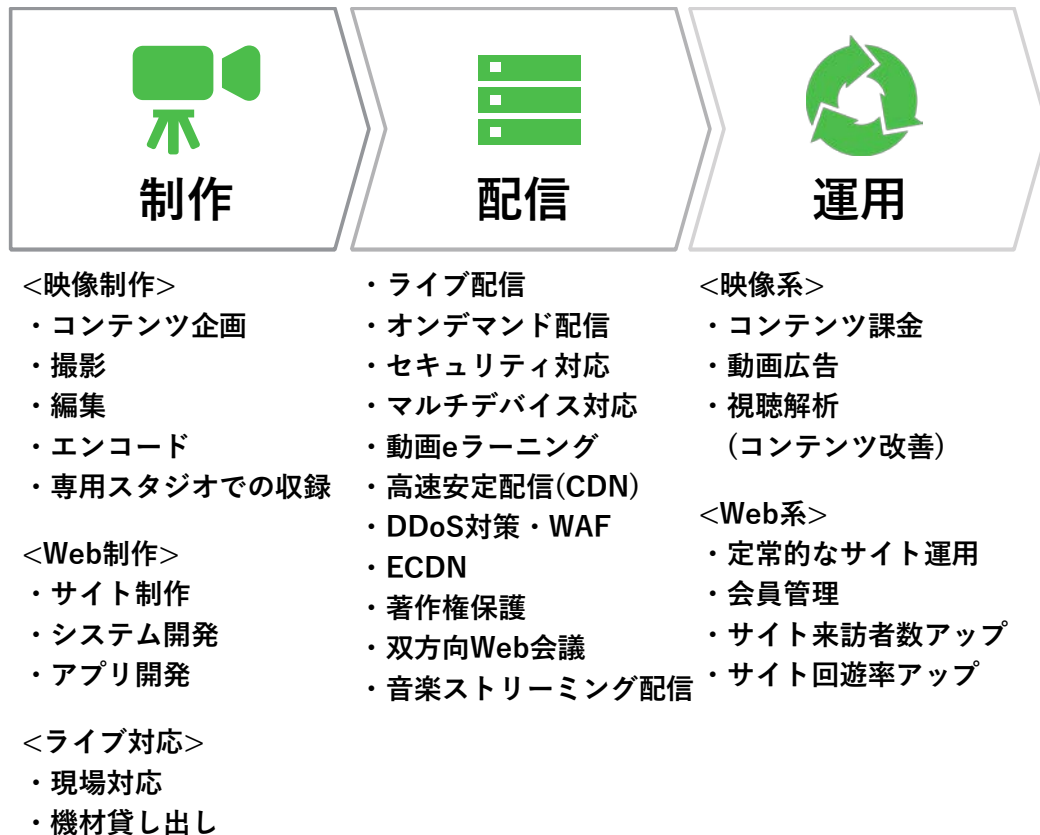


- 5G時代に向けたモバイルキャリアとの協業  
にてインフラ強化を推進



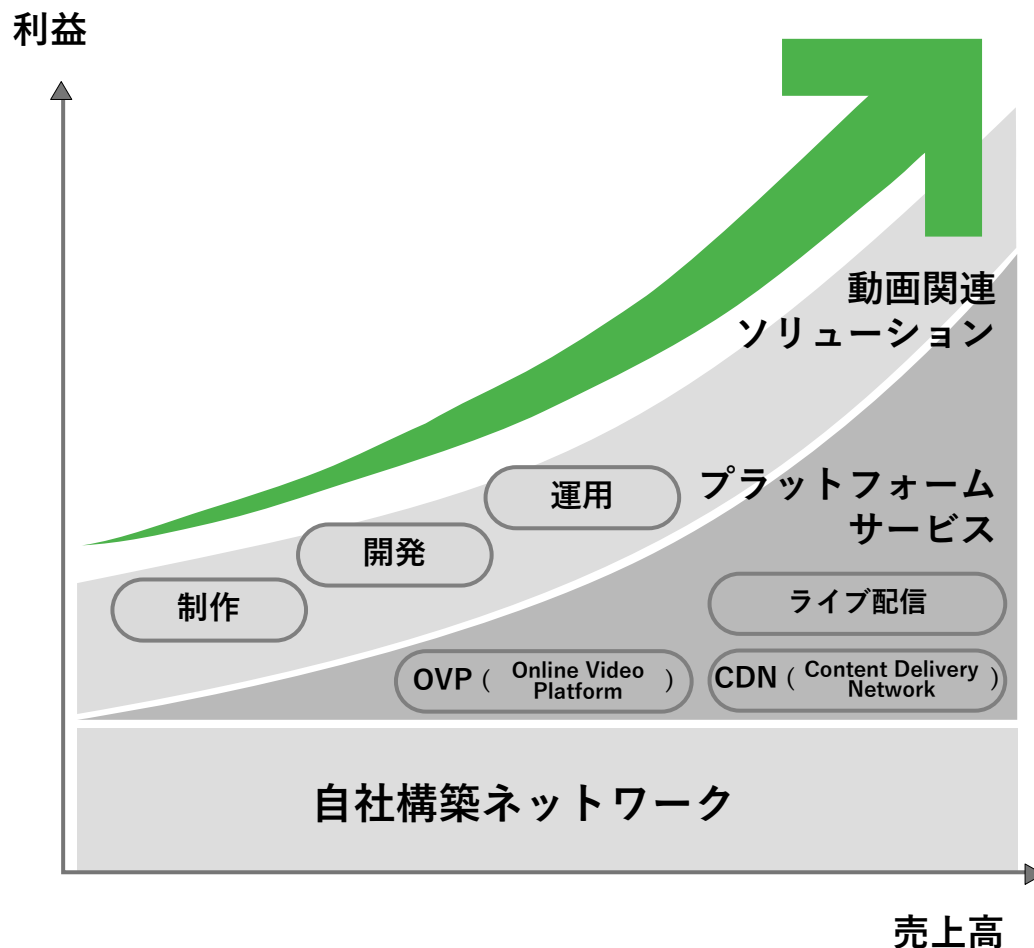
動画ソリューションを一貫体制で提供します。

- 複数企業に委託した場合と比べ責任の所在が明確となります
- 1社完結により、進行に伴う関係者・システム間の調整等の負担を軽減できます
- 提供サービスの幅の狭い個別の発注にも、各業務の専門スタッフが対応します



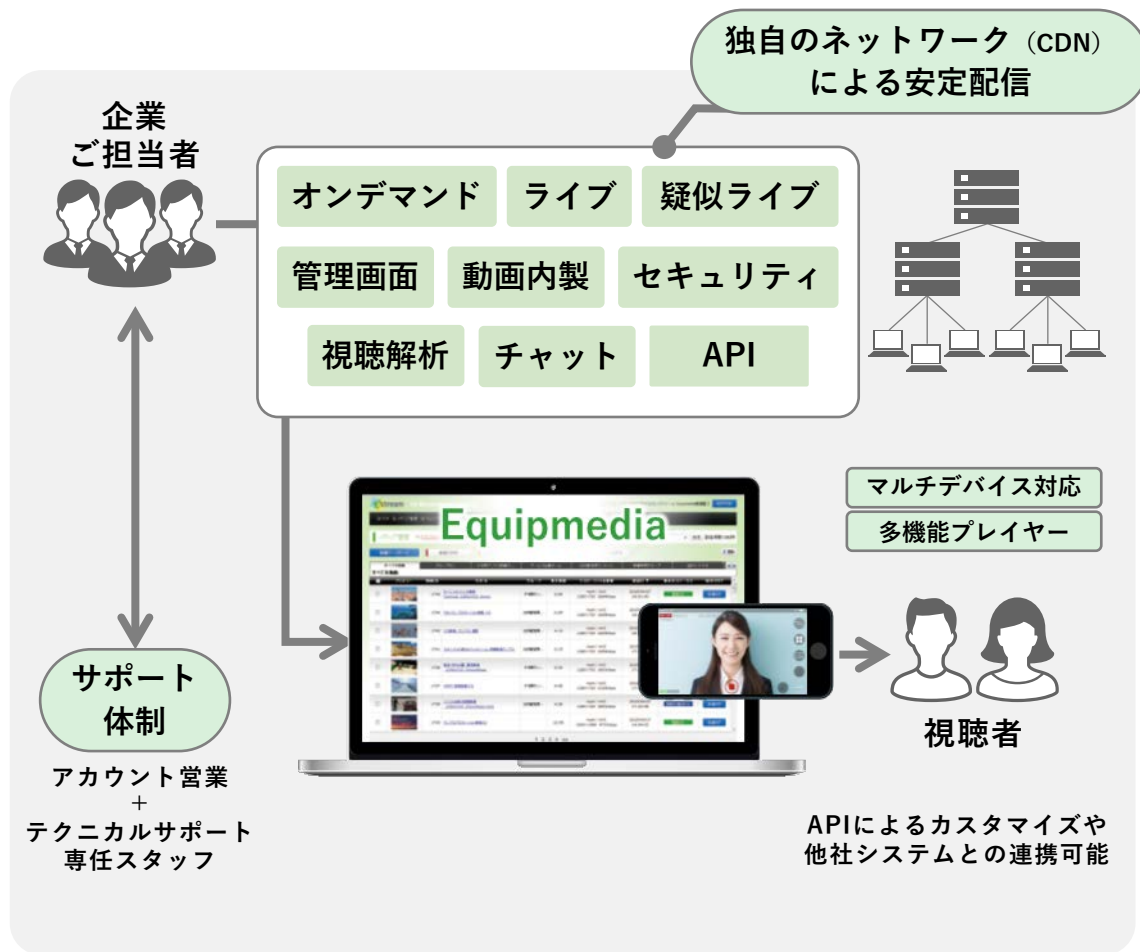
売上高増加に伴い、利益率が改善する構造があります。

- 自社設置のサーバー群による外部環境に左右されない強固な配信ネットワークを基盤とします
- プラットフォーム系サービスの売上増に伴い、原価がほぼ固定であるネットワークの稼働率が上がり、利益率が向上する構造です
- ウェブ・動画の制作、システム開発、サイト運用等顧客の動画利用用途に合わせたソリューションを提供して顧客をグリップし、売上を獲得します
- 多くの場合、単独の顧客に複数のサービスを組み合わせ提供します



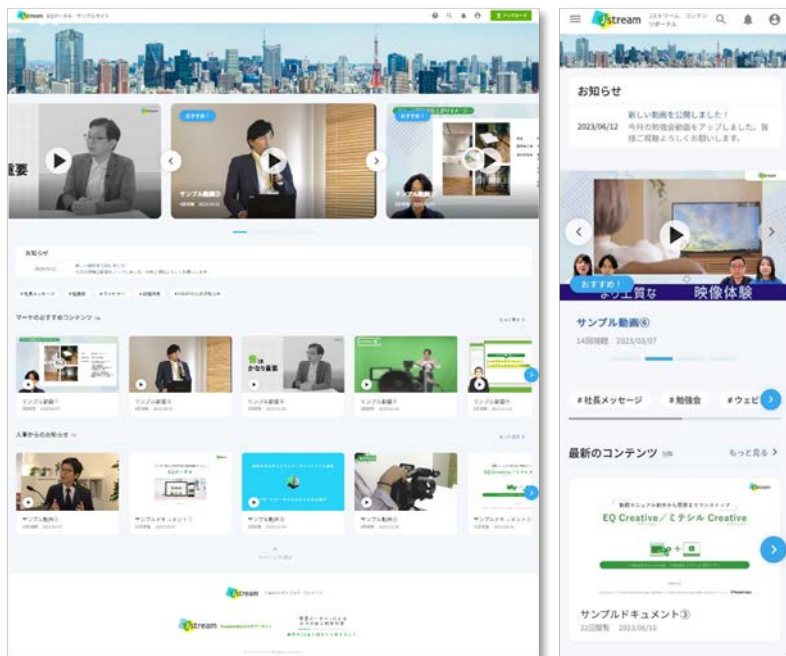
動画の「管理」「配信」「効果検証」に必要な機能とワークフローをSaaS形式で一元的に提供します。

- 利用者のスキルに依存しない使いやすい管理画面
- 他社システムと連携できる柔軟性
- CDNによる安定配信
- サービス提供価格は月額5万円から
- 国内最大規模の3,500アカウント以上の導入実績



## 動画もスライドも掲載可能なユーザー認証型ポータル ノーコードで容易に構築可能

Equipmediaの下から2番目のプラン（月額10万円）から標準利用可能



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

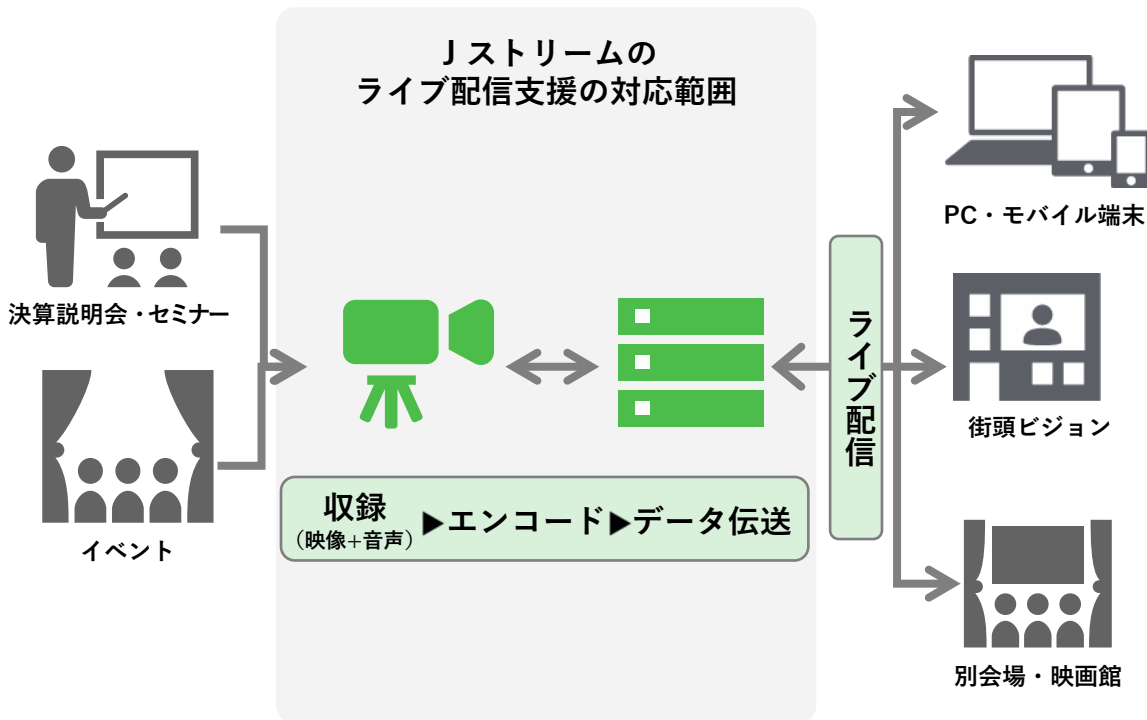
- コンテンツのカテゴリ分けのほか、ユーザーグループ別のコンテンツ出し分けが可能
- パスワードポリシーの詳細設定/二要素認証が可能なセキュアな認証

### 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

会場での映像収録から視聴者に届ける配信までを一貫体制で支援し、「失敗しないライブ配信」を実現します。

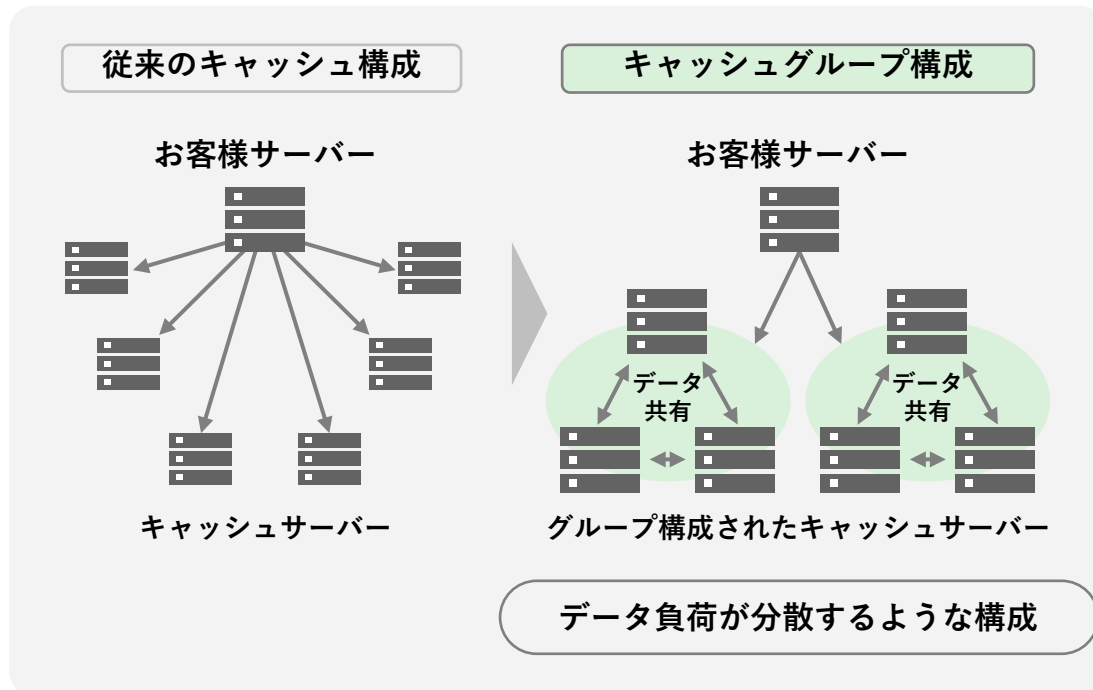
- 年間2,600件以上の実績
- ライブ現場でのプロフェッショナルサポート  
(回線・収録・機材準備・ディレクション・オペレーション・エンコーディング等)
- 配信機材とネットワークを冗長化し安定配信
- PC、モバイル端末のほか、街頭ビジョンや映画館、SNSなど多様な配信が可能





独自のネットワークシステムで、**快適な閲覧環境**を実現します。

- 不測の事態にも安心な  
キャッシュグループ構成
- 重くなりがちな動画、ゲーム、  
ネット通販、トラフィック集中によるレスポンスの悪化や通信速度の低下を回避できる



管理画面+顧客サポートで簡単・安心のCDNサービス

## J-Stream CDNext

- ◆ SSL対応・HTTP/2対応・動的コンテンツ対応の次世代CDNサービス
- ◆ 管理コンソールと顧客サポート一体型のサービス提供形態
- ◆ 管理画面上よりいつでもアクセスでき、柔軟かつ詳細な設定・変更ができます



営業・制作・技術開発部門に多くの専門スタッフを配置し、お客様の課題にスピーディーに対応します。

営業本部



110名

ソリューション本部



97名

プラットフォーム本部



143名

うちテクニカル  
サポート12名

※2024年3月末時点

EVCおよびOTTを中心とした3つの事業領域に注力しています。

## EVC (Enterprise Video Communication)

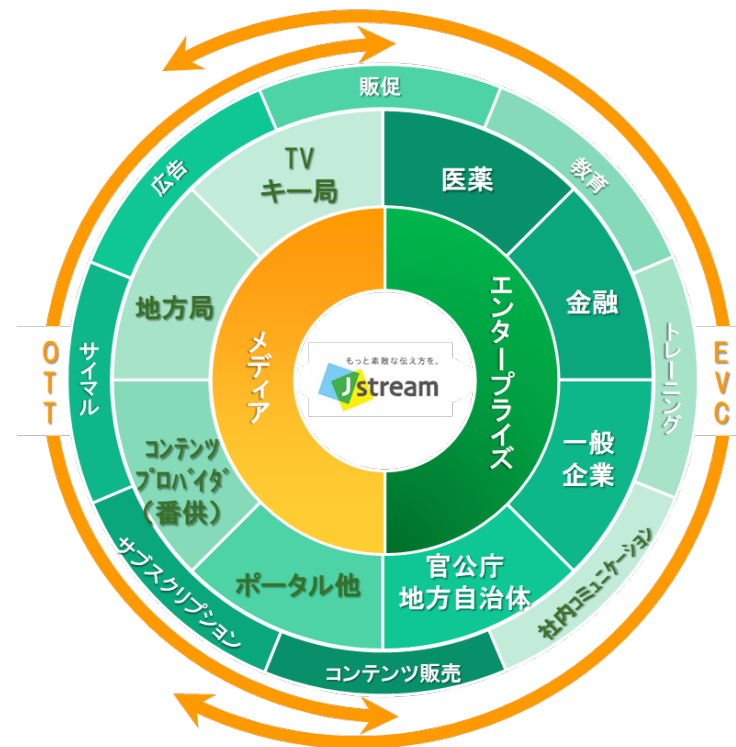
大企業の業務で使用される動画を使用したコミュニケーション。教育、セミナー、イベント、社内情報共有等多岐にわたります

医薬	製薬マーケティングのデジタル化を支援
EVC	企業のデジタル化を支援

## 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っています

メディア ・OTT	放送局のビジネスモデル変革を支援
--------------	------------------



(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、減収となりました。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ました。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ました。
- 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ありました。期中グループ入りのVideoStepは利益はまだですが営業引き合い旺盛であり順調に推移しました。

## 損益動向

- 売上連動により利益減に加え、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、下期原価削減策とるも及ばず、利益面については前期を大きく下回りました。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ました。
- グループ子会社は、売上同様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りました。

創業以来無借金経営を続けており、高い財務安定性があります。

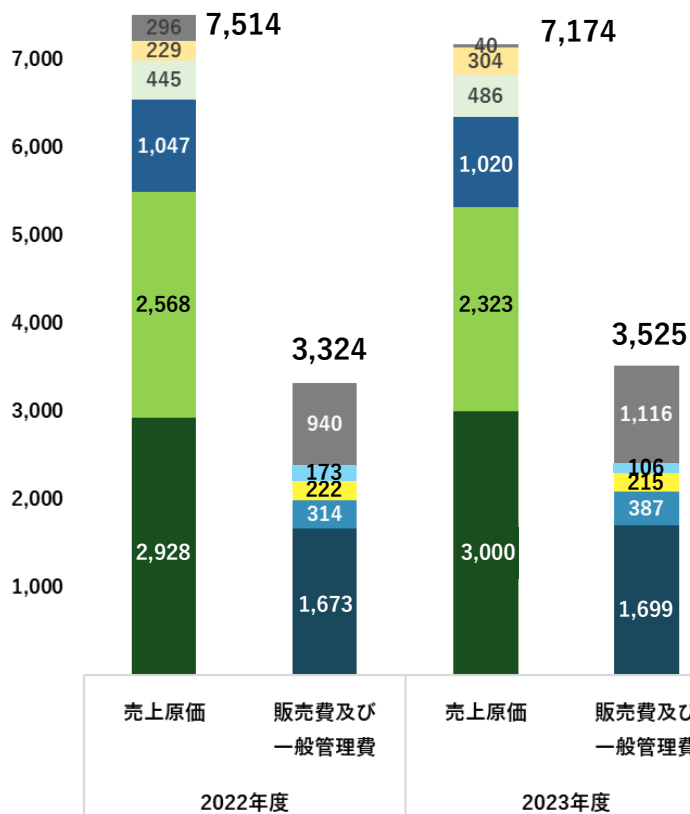
(単位：百万円)

		2022年度末	主な変動要因	2023年度末
資産の部	流動資産	10,561	現金・預金 $\Delta 990$	9,645
	固定資産	2,402		2,856
	有形固定資産	543		486
	無形固定資産	1,373	連調勘定 +377 ソフトウェア +212	1,935
	投資その他の資産	485		435
資産合計		12,963		12,502
負債の部	流動負債	1,818	未払法人税等 $\Delta 219$ 未払消費税等 $\Delta 57$	1,485
	固定負債	213		146
純資産の部	株主資本	資本金		2,182
		資本剰余金		3,899
		利益剰余金		4,633
		自己株式	$\Delta 306$	$\Delta 306$
	非支配株主持分	422		461
	純資産合計		10,931	
負債・純資産合計		12,963		12,502

# 売上原価と販売費及び一般管理費の状況（連結）

売上原価は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前年同期比 4.5%減となりました。販管費は営業サポート売上獲得のための費用が増加。下期採用抑制に伴い求人費等は削減できましたが、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りました。

8,000 (単位：百万円)

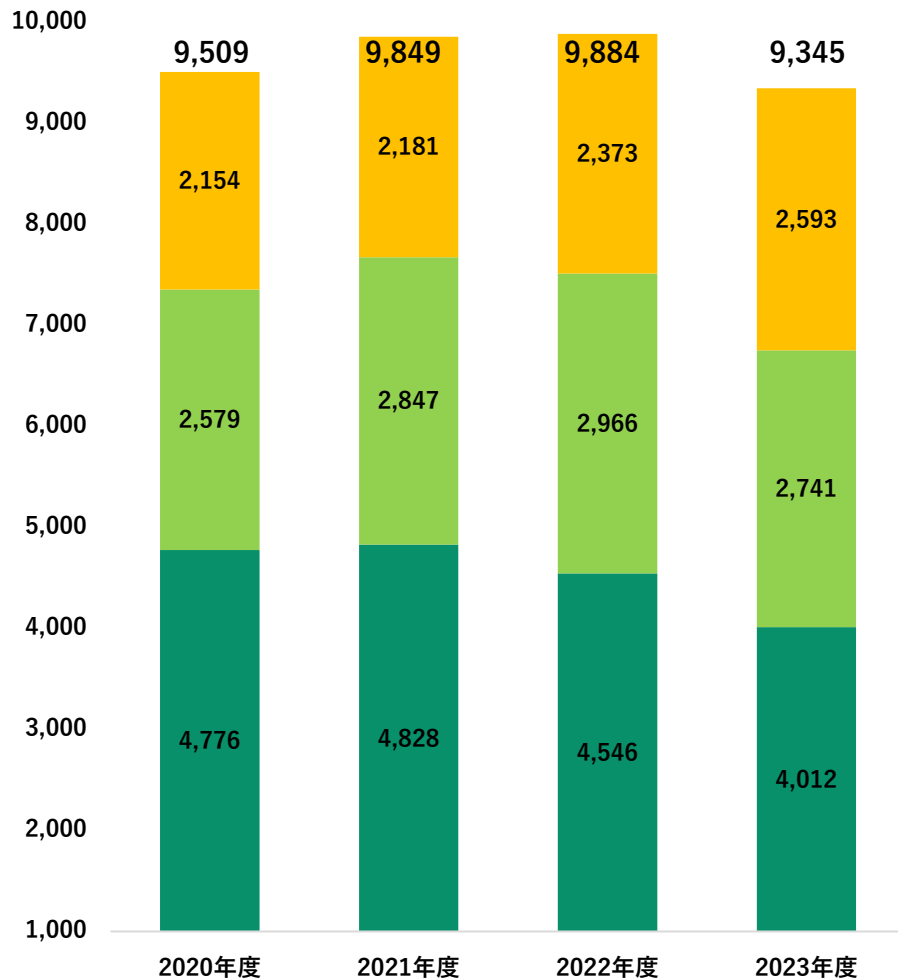


## 主な変動状況

(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%	—

# 市場別売上比率 年度推移 (Jストリーム個別：旧基準)

(百万円)

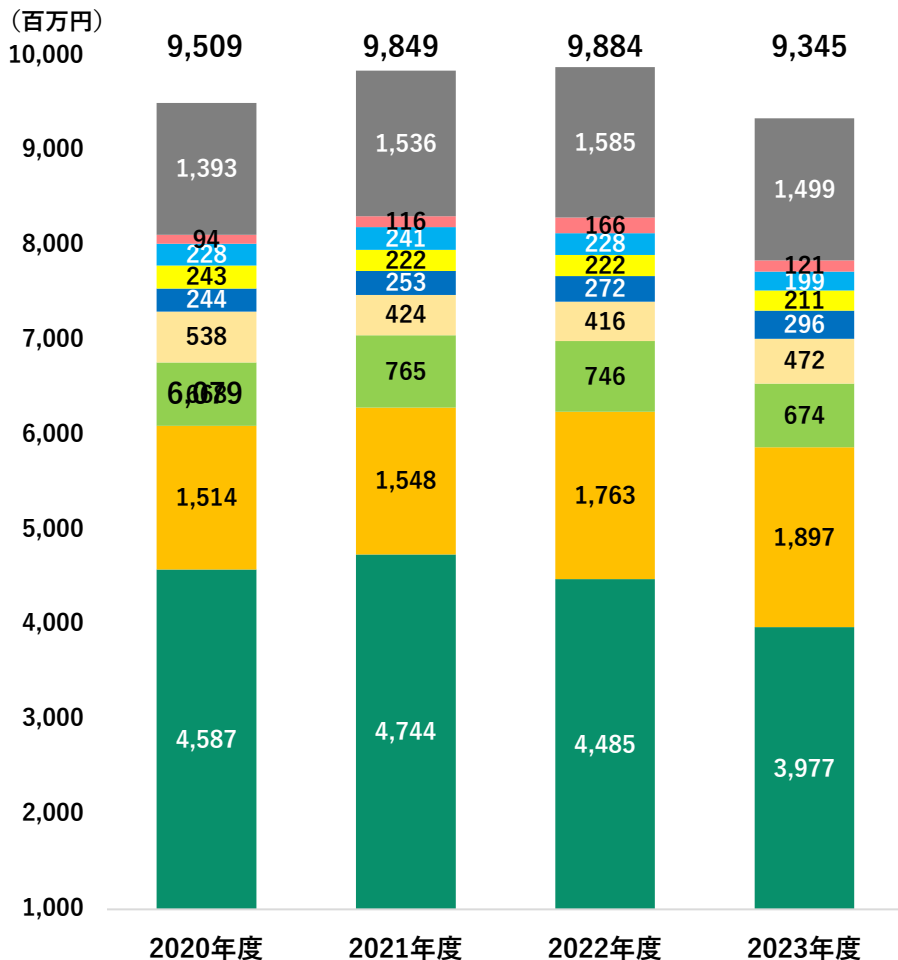


■ 医薬 ■ EVC (医薬以外) ■ OTT (メディア・コンテンツ)

	2022年度	2023年度	増減率	変動要因
Jストリーム個別計	9,884	9,345	△5.4%	
医薬	4,545	4,012	△11.7%	多くの大口顧客の販促活動 (Web講演会) の回数縮小が継続したことの影響が大きく、前年比減収となりました
EVC (医薬以外)	2,966	2,741	△7.6%	一般企業の販売促進セミナー (単発) を中心にリアル回帰が進み、ライブ・各種制作系が減少しました。定常利用の社内情報共有、教育等の売上は安定して推移しました。
OTT (メディア・コンテンツ)	2,373	2,593	+9.3%	放送局・コンテンツプロバイダ等既存顧客の運用実績・追加開発が順調であり、新規案件も得られたことから増収となりました

※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

# 業種別売上比率 年度推移 (Jストリーム個別：旧基準)



	2022年度	2023年度	増減率	変動要因
<b>Jストリーム個別計</b>	<b>9,884</b>	<b>9,345</b>	<b>△5.4%</b>	
医薬医療製造・卸	4,485	3,976	△11.3%	大口顧客11社のうち多くの企業について販促活動の縮小が継続したことの影響が大きく、前年比減収となりました
放送	1,763	1,896	+7.5%	既存放送局からの堅調な開発案件の受注、運用案件の安定した実施ができ、前年比増収となりました
金融	746	674	△9.6%	前年度の大型システム構築案件の反動減が主な減少理由となりました。オンデマンド配信を中心とした定常利用は堅調に推移しました。
その他の動向	その他は広告・情報サービス等コンテンツ事業を手掛ける企業を含む業種が増加傾向、放送業種と同様の傾向が見られました。各種団体によるコロナ対応でのネットイベントはリアル回帰が見られ低調となりました。			

※1 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、表の合計額は短信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

※2 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



	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
(単位：百万円)																
医薬医療製造・卸	641	1234	1492	1217	1301	1185	1212	1045	1087	1110	1299	987	1025	1022	1059	868
放送	312	433	404	364	357	431	351	409	356	378	579	449	461	469	478	488
金融・保険業 (※1)	187	170	155	155	263	161	165	175	194	197	172	181	185	159	161	169
広告、情報サービス	101	120	177	140	117	103	99	105	91	103	110	110	102	105	129	134
出版・印刷業	57	56	67	65	69	63	65	55	89	65	53	63	94	65	71	65
教育・学習塾	64	60	50	68	46	52	61	63	56	57	54	53	52	53	52	53
他の事業サービス	37	69	54	68	54	59	62	66	50	61	55	61	52	48	48	49
政・経・文化団体	9	24	34	28	45	19	28	23	46	37	41	40	44	24	26	24
その他の業種合計	274	337	326	455	353	381	365	437	416	375	356	436	398	353	355	391
<b>合計</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、表の合計額は短信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

# 市場環境

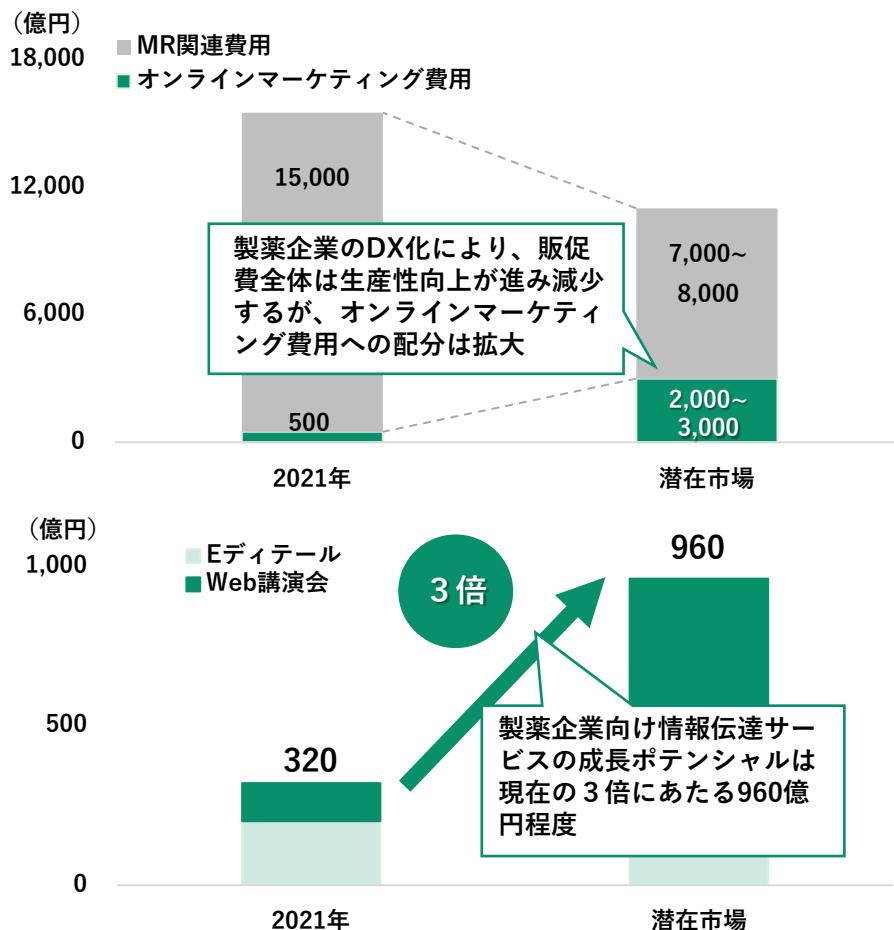
---

市場（売上）規模、顧客への提供価値・サービスの区分から、市場領域を3つに区分して事業戦略を策定しています。競合企業もこれら領域によって異なります。

市場領域	当社の提供価値	顧客の業種、組織等	主な提供サービス	売上の源泉
<b>医薬領域</b> （製薬業）	製薬マーケティングのデジタル化を支援	製薬メーカー 販売促進部門	ライブ配信 イベント運営 動画制作 Webコンテンツ制作	製薬メーカーの 販売促進費
<b>EVC領域</b> （メディア・医薬以外の 全ての業種）	企業のデジタル化を支援	一般企業全般 （メディア・医薬以外） 販売促進部門 人事部門 広報部門 等	動画配信プラットフォーム 動画・Webサイト制作	企業の販売促進費・ 広告宣伝費 社内教育・広報費用 （人事・総務予算）
<b>OTT（メディア・                      コンテンツ）領域</b> （放送・メディア業種）	コンテンツビジネスのマネタイズや放送局のビジネスモデル変革を支援	放送局 キー局 地方局 コンテンツプロバイダ アーティスト事務所 等	大規模配信ネットワーク ウェブサイト運用 システム開発	メディア企業原価 （エンドユーザーの コンテンツ視聴料）

Jストリームは製薬会社の販売促進活動／予算をターゲットとしています。  
製薬会社から医師向けの情報伝達関連サービスは、医師による情報収集のマルチチャネル化がますます進み、今後も大きな成長余地があると認識しています。

## 【製薬企業のオンラインマーケティング市場のポテンシャル】



MRの訪問規制や接待規制が導入

製薬会社の  
販促費予算  
の変化

MRによる営業活動よりもインターネットによる情報伝達への予算比重が増加

医師による  
情報収集手段  
の変化

MRとの対面での情報収集から、EディテールやWeb講演会、医療系SNS等のインターネットを使用したマルチチャネルへ

医薬のDX化

## 製薬市場の動向

- 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
- 世界市場の1桁上位%に対しては、ここ数年の日本市場の伸びは、ほぼ横ばい見込と低位な予測

## 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、コストコントロールを重視する動きが続く
- 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

## 脱コロナ時代の変化

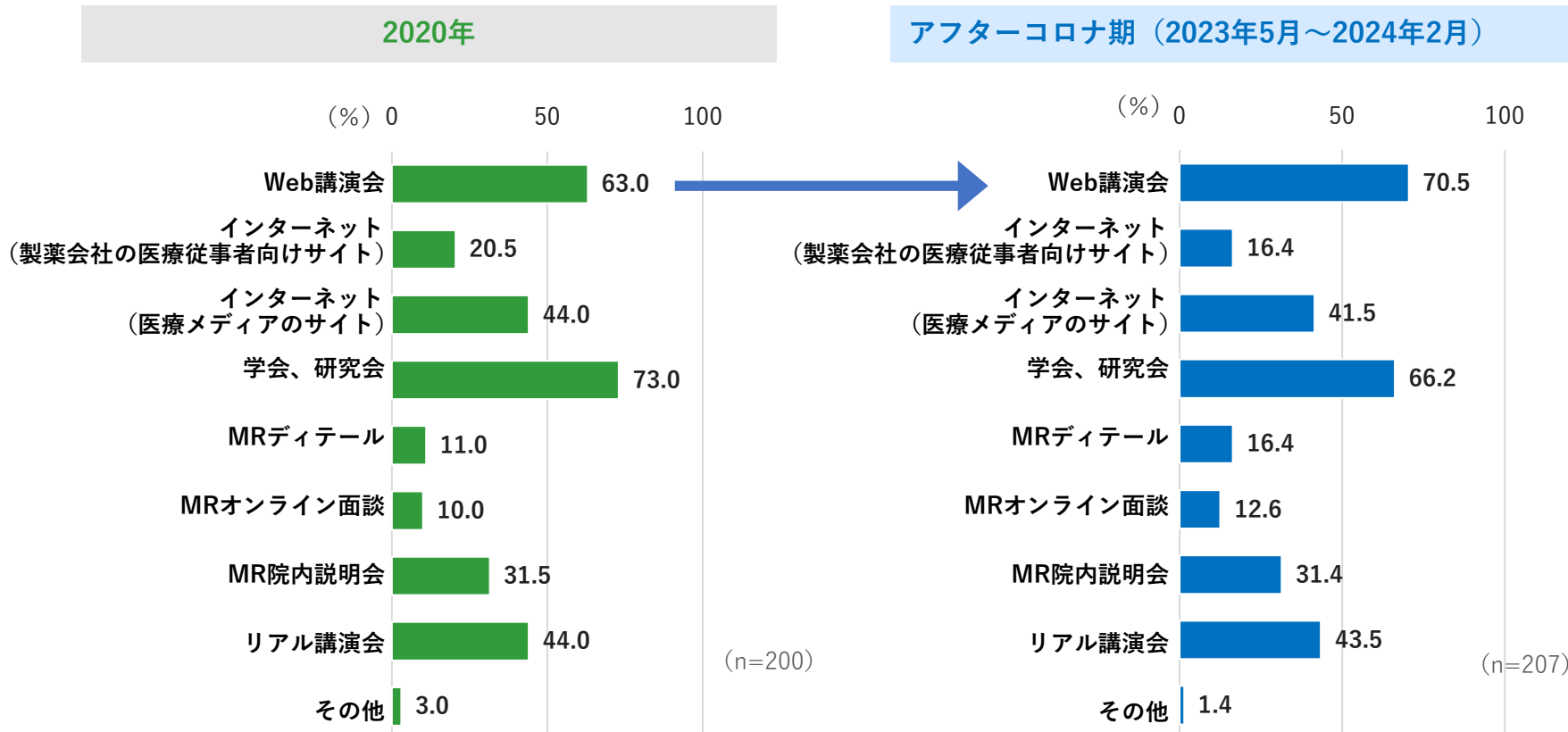
- 対面面会・院内説明会の制限解除・実施等、徐々にリアル回帰
- MRの役割：「デジタルチャネル」＋「MR」型のDTL
- 「働き方改革」2024/4にスタート 長時間労働の改善が大きな課題 → 研鑽・研究が課題に

## 医師を対象とした調査を実施（2024年2月）

製薬会社からの情報の受け手である医師の情報収集に関する調査

### 処方に必要な情報源

医師にとって処方にあたり最も有用な情報源は、  
「Web講演会」が70.5%の支持を得て首位に（上位3つの選択）





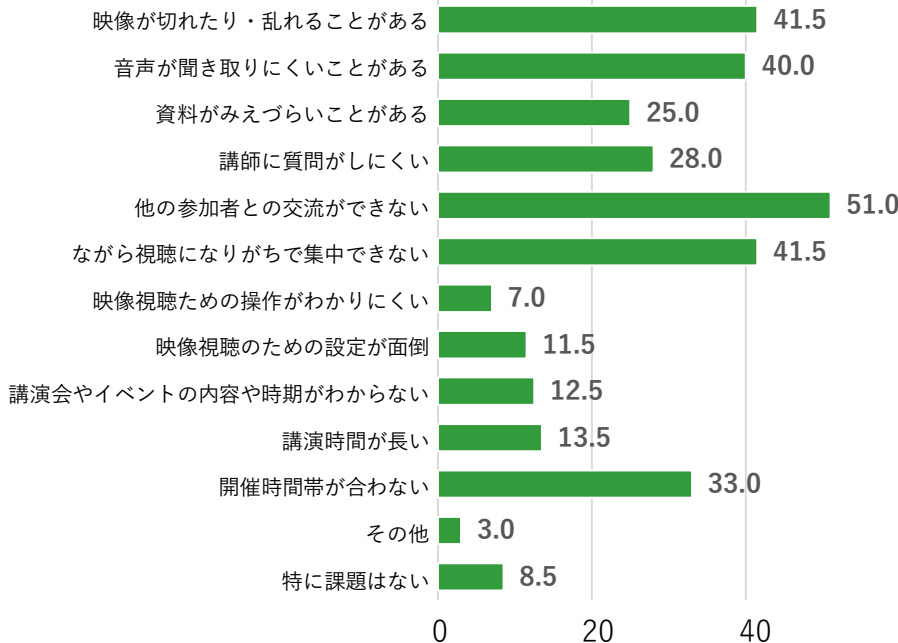
## Web講演会へ参加する際に医師が感じる課題

現在もコロナ期も最大の課題は「他の参加者との交流」となっている  
映像・音声の乱れなどの機能的な課題がそれに次ぐ

2020年

(n=200)

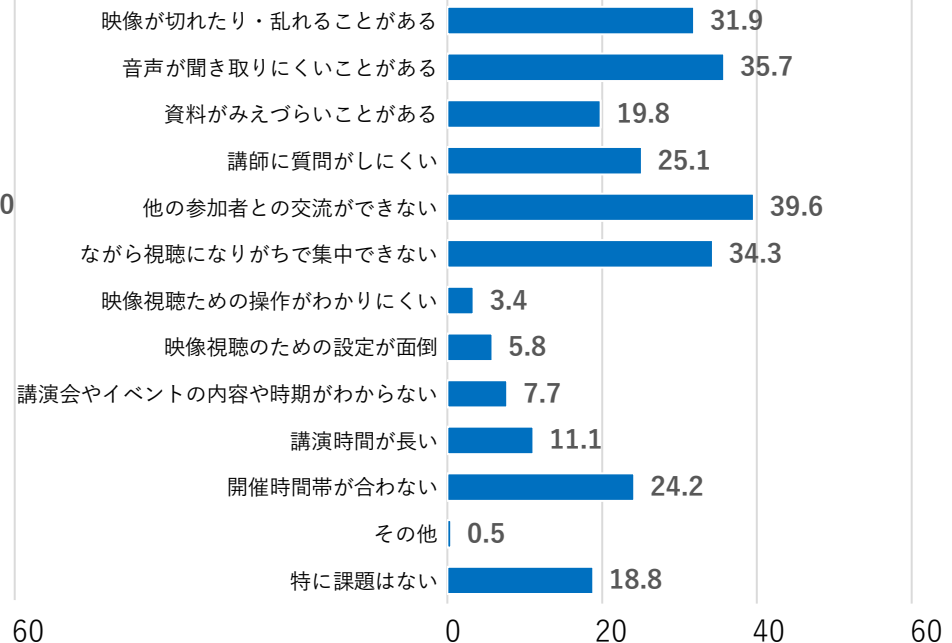
(%)



アフターコロナ期 (2023年5月～2024年2月)

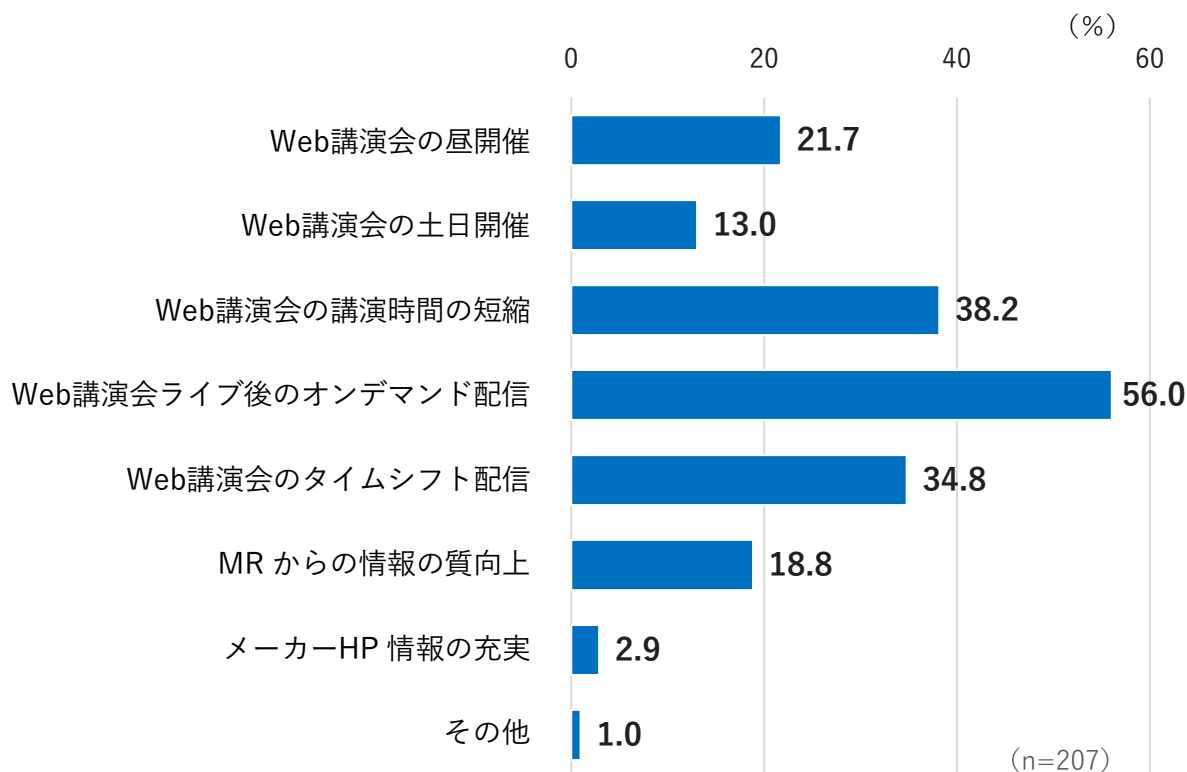
(n=207)

(%)



「医師の働き方改革」、情報収集効率化に繋がるもの

働き方改革のための情報収集効率化に向けては、ライブ配信の拘束を無くす「オンデマンド」「時短」「タイムシフト」が望まれています

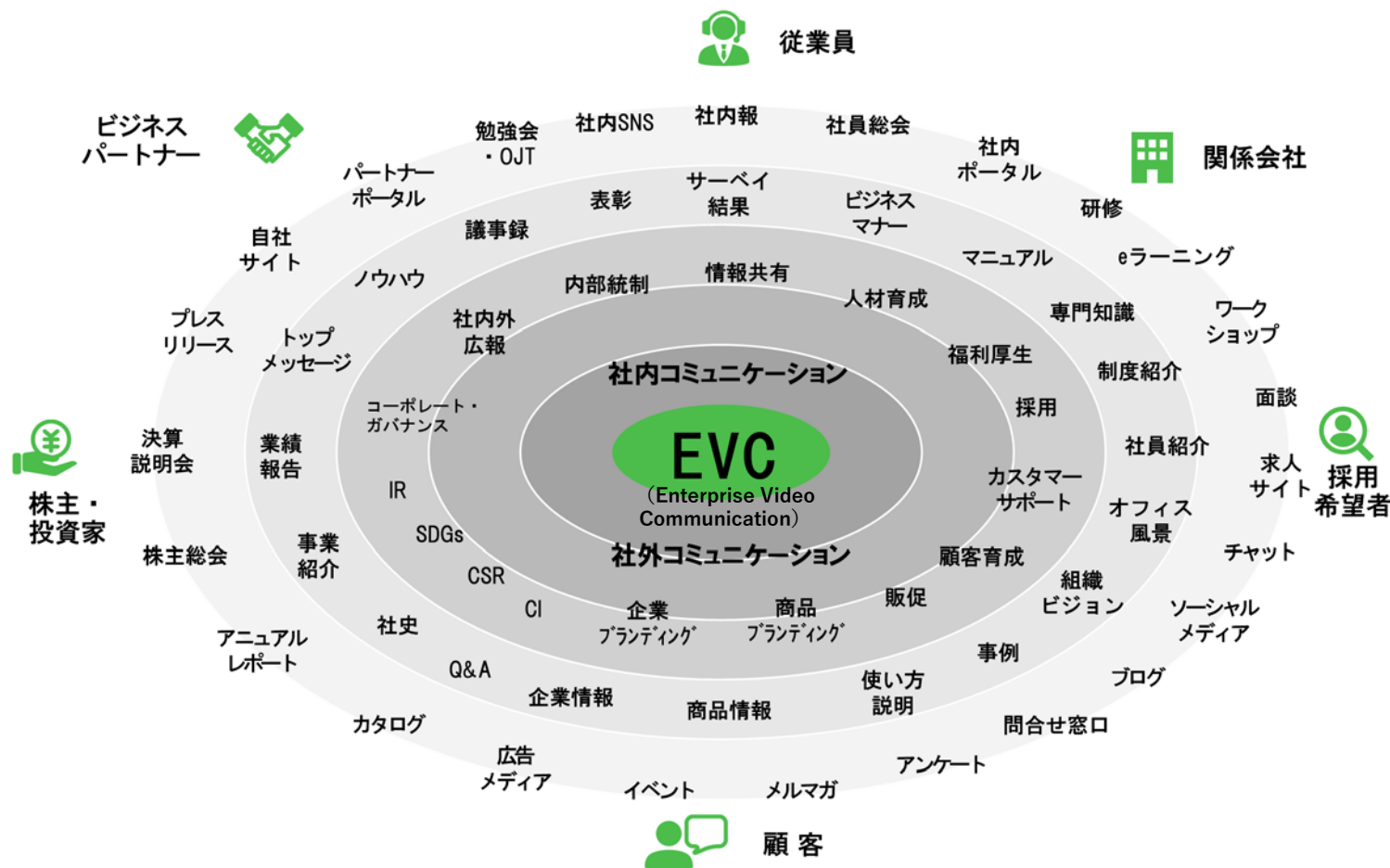




あらゆる企業活動が動画に置き換わる可能性があり、動画の利用法、対象業種とも今後のポテンシャルは非常に大きいと言えます。

(医薬市場は、その中で先んじて販売促進ライブという形で成長したもの)

## EVC (Enterprise Video Communication) イメージ



## 企業の実施動向

- 2023年はコロナの収束（5類分類）に伴い特に販売促進イベントのリアル回帰が見られた
- 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

情報共有

eラーニング

展示会・セミナー

株主総会

- 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、着実に定着しており企業のDXやリスクリングを求める需要がある

## 求められるサービス

- 社内での動画の本格的な活用のため、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ている（当社をはじめ各社が展開）
- 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
- 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

企業イベントで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 (2024年3月 会社員を対象)

今後一年で最も希望する参加方法

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」が多い結果となりました

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、と推測可能であり、実施企業に周知啓蒙

社内向けイベント

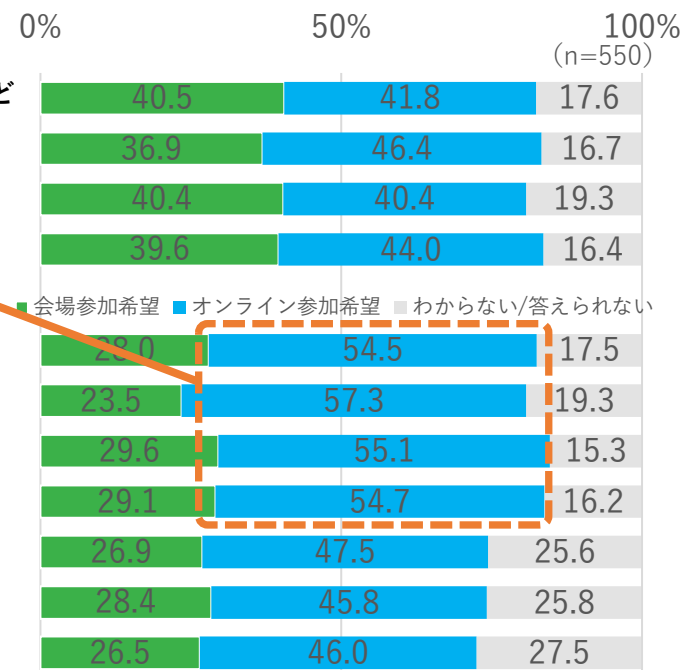
「会場参加」と「オンライン参加」希望が拮抗

- 全従業員向け 社員総会、キックオフ、周年記念など
- 全従業員向け 情報共有、勉強会など
- 全従業員向け キックオフ
- 部門単位実施 情報共有、勉強会など

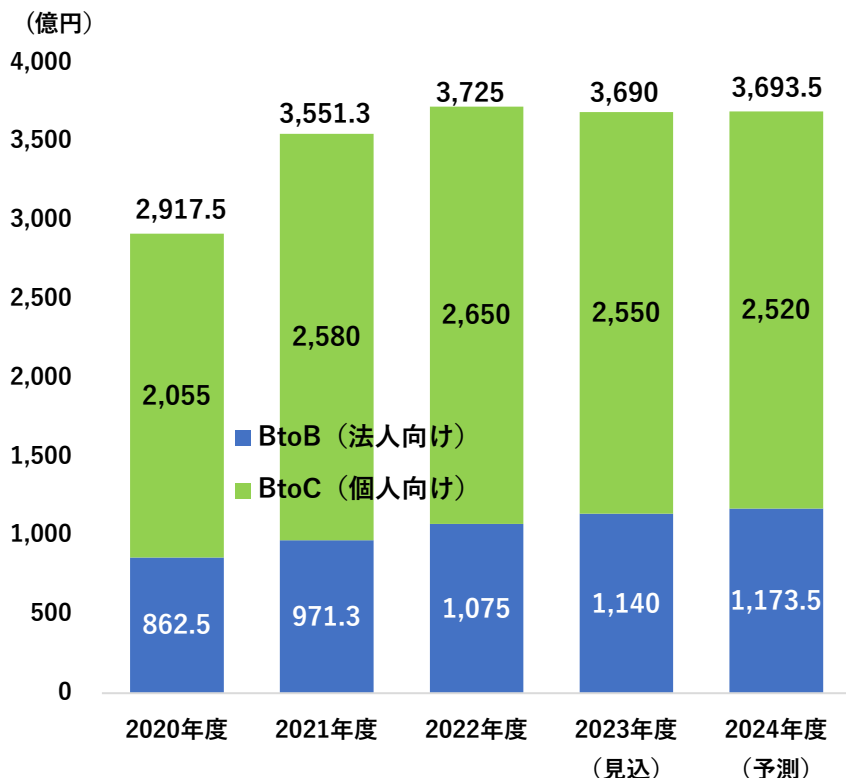
社外向けイベント

「オンライン参加」希望が多い

- 利用中のサービスに関する勉強会やセミナー
- 導入検討中のサービスに関する勉強会やセミナー
- 情報収集・スキルアップのための勉強会やセミナー
- 資格取得や更新などの講習・研修
- ビジネスカンファレンス
- 学会・学術集会
- 株主総会等IR系イベント



## (市場の一例) 国内 e ラーニングサービス市場



2023年度の法人向け国内 e ラーニング市場規模は、前年度比6.0%増の1,140億円(見込)

国内 e ラーニングの市場は法人向け（企業・団体内個人を含む）のBtoB市場規模が1,140億円（前年度比6.0%増）、個人向けのBtoC市場規模が2,550億円（同3.8%減）を見込む

コロナ禍を背景に大きく拡大させた2020~2021年度と比較するとBtoC市場は反動が見られますが、DXが推進される社会環境もあって、これに対応した人材育成の必要性の高まりからリスキリングが注目を集めていることもあり、BtoB市場は引き続き拡大が見込まれます

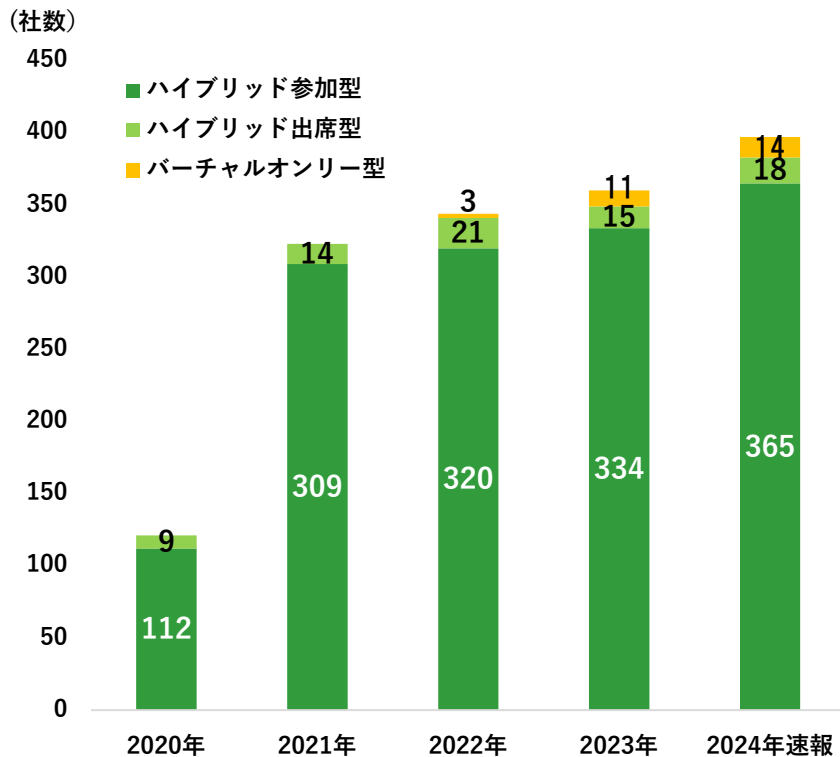
注1. 提供事業者売上高ベース

注2. 2023年度見込値、2024年度予測値

※出典：株式会社矢野経済研究所 「eラーニング市場に関する調査」（2024年4月11日発表）

## 【上場企業のバーチャル総会開催実施動向】

コロナ禍を背景に大きく拡大した2020~2021年度と比較すると成長率は鈍化しているが実施企業は増加  
一度バーチャル総会を実施した企業は今後も継続する傾向あり

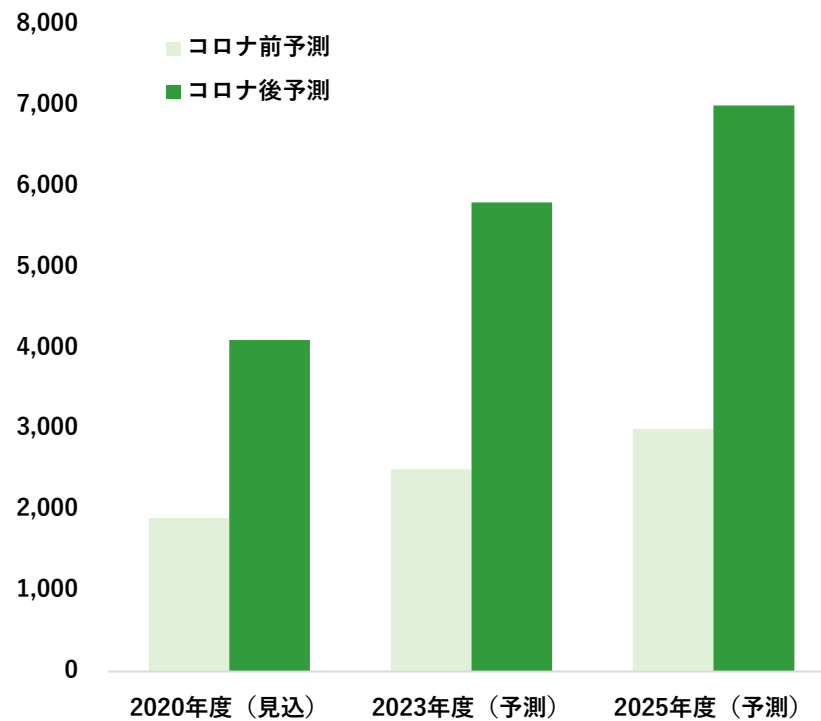


出典：日本証券取引所グループ 東京証券取引所 3月期決算会社 定時株主総会調査結果 4月時点での速報値の集計 (2024年は5月27日時点)

## 【ウェビナーツール市場予測】

※J-Stream Equipmediaを含むライブ映像配信「ツール」のライセンス売上。当社が受注する医薬Web講演会ライブのような個別ライブ案件は含んでおりません

コロナ前と比較するとコロナ後の予測は大きく拡大  
2025年度には7,000百万円に到達すると予測



出典：富士キメラ総研  
After/Withコロナで加速するニューノーマル時代のICT変革ソリューション市場 (2021年2月)  
<https://www.fcr.co.jp/report/204q07.htm>

## 市場環境の変化

- ・ 動画配信はビジネスの極めて重要な要素に  
放送局：同時配信の開始、視聴率の低下と不可逆的なデジタル移行  
+ 海外OTT業者の利用増加 ⇒ 可処分時間の争奪戦  
NHKのネット業務必須化

## 一般的な動画配信技術のコモディティ化

- ・ AWS Media Services等のクラウドの動画対応により単機能の動画システムはコモディティ化
- ・ 大手顧客：動画技術人員を強化傾向、クラウド利用による内製化を進める
- ・ 内製化できない中小顧客：動画以外の周辺機能(課金/CMS等)ニーズ増大

## 新技術とそこから生まれる新しいニーズへの対応

- ・ 通信環境の5G化、XR(VR/AR/MR)マルチアングルによる新しい動画表現
- ・ 双方向通信による動画を介したコミュニケーション、ライブコマース等

### 市場から求められる 価値&サービス像

市場ニーズの独自性が強く  
技術サイクルが早い  
= スピードが重要

### 市場特化型

固有のビジネス&技術&  
運用課題に特化した  
プロダクト&ソリューション

トータル  
ソリューション  
動画配信機能を核としつつ  
動画周辺機能も網羅

### 新技術対応

新技術にスピーディに対応し  
市場投入

## メディア・放送局

- 動画コンテンツの視聴機会が増加をコロナ禍も後押しし、ネット動画配信サービスの視聴習慣は定着して各種サービス登録者数が増加。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
- 2024年：五輪イヤー 収益機会であると同時に技術力・運営力が試される（＝アピールの）場でもあり他案件への波及効果も含め積極的な対応が求められる

## エンタメ配信・公営競技

### オンラインライブ

- 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）
- リアル回帰が進んだ領域であるが、ハイブリッド型のイベント開催や収益機会を増加させるサービス提案は評価される

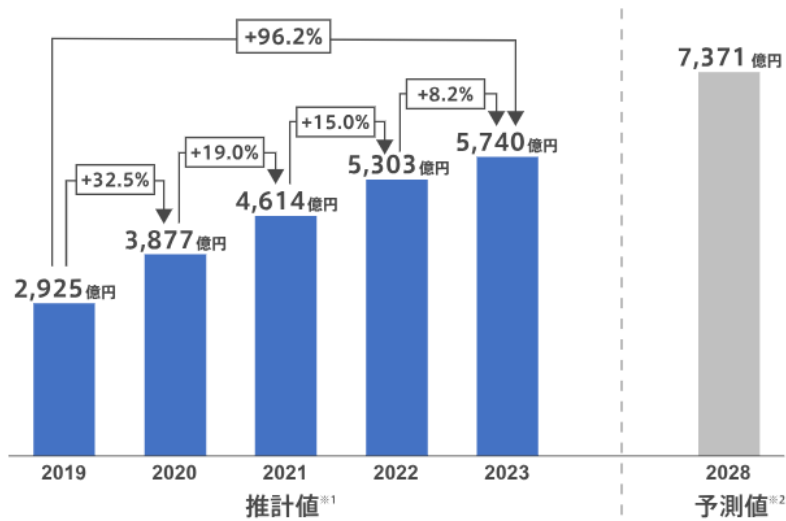
### 公営競技

- 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

コロナ禍により市場環境が激変した後も、オンラインへのニーズは継続しています。

## 【動画配信(VOD)サービスの国内の市場規模推計の推移と予測】

2023年の動画配信市場(※1)は5,740億円（前年比+8.2%）  
 コロナ前の2019年から96.2%の伸長とほぼ2倍に  
 2028年には**7,371億円**に到達する見込み



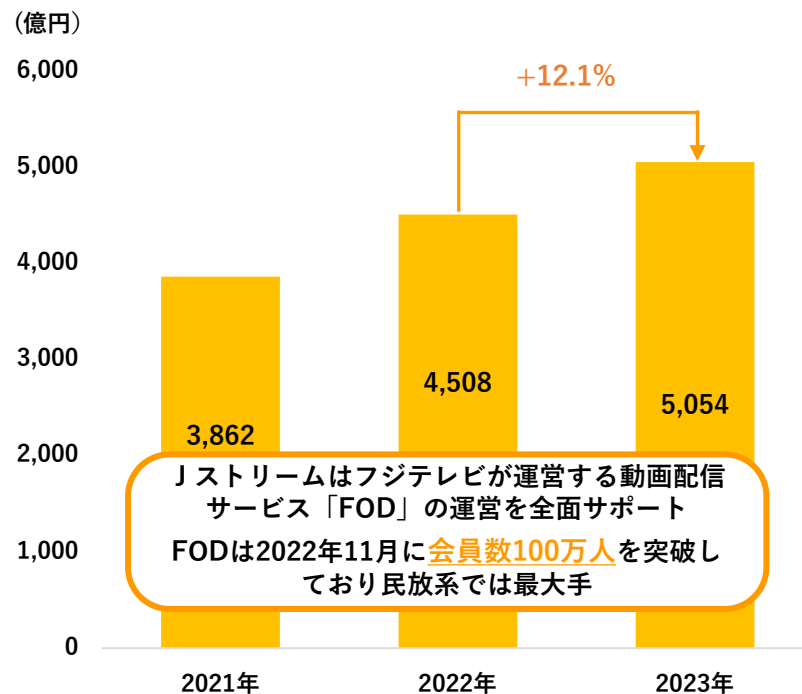
※1：契約形態に関わらず、消費者が動画配信サービス事業者に支払った金額の総額

※2：消費者調査の結果、日本と米国の動画配信のこれまでの普及実績と映像ホームエンタテインメント全体におけるDVD・BD市場と動画配信の比率、また新型コロナウイルスの影響を踏まえ、「ベース」「楽観」「悲観」の3つのシナリオで試算。本値は「ベース」シナリオによる

資料) GEM Partners「動画配信/放送/ビデオソフト市場 ユーザー分析レポート」「定額制動画配信サービスブランド・ロイヤリティ調査」「SVOD利用プラン調査」、総務省統計局「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」、総務省「通信利用動向調査」、米国The DIGITAL Entertainment Group「Home Entertainment Report」および各社IR、報道発表資料を用いて分析

## 【定額制動画配信(SVOD)市場規模】

2023年の定額動画配信市場全体の規模は  
 推計**5,054億円**（前年比+12.1%）



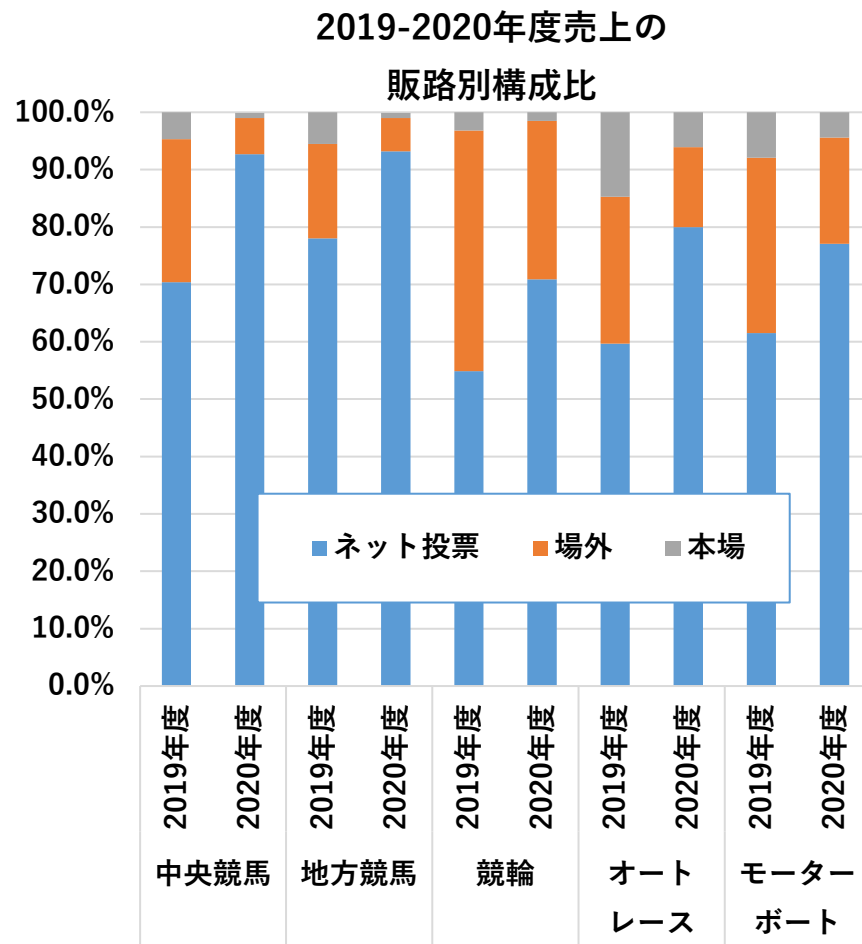
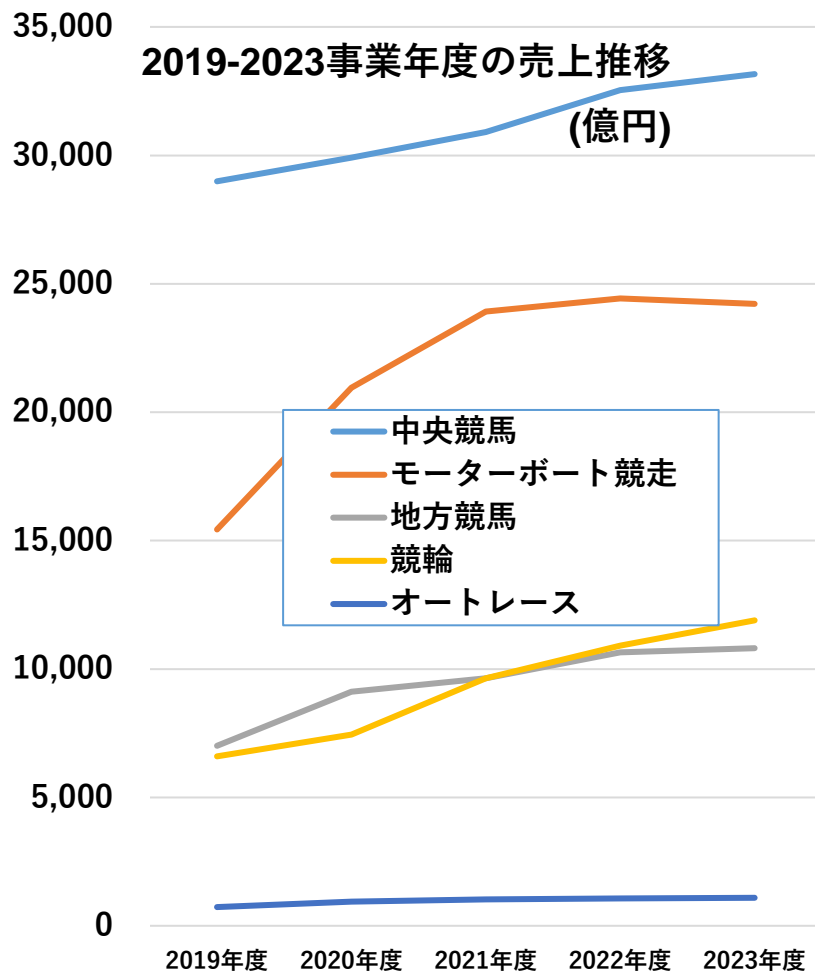
※1 契約形態に関わらず、消費者が動画配信サービス事業者に支払った金額の総額

出典：GEM Partners「動画配信（VOD）市場5年間予測（2024-2028年）レポート」

出典：GEM Partners「動画配信（VOD）市場5年間予測（2024-2028年）レポート」より数字を引用の上作成



公営競技の市場は拡大しており、その中でのネット投票の比重も高くなっています



(出所：内閣官房ギャンブル等依存症対策推進本部事務局 2023年6月  
[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/gambletou\\_izonsho/setsumeikai/dai3/index.html](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/gambletou_izonsho/setsumeikai/dai3/index.html))

# 競争優位性

---

## 【Web講演会市場における競合】

- 木村情報技術（佐賀県：代表取締役 木村 隆夫）
- ブイキューブ（3681）
- エムスリーデジタルコミュニケーションズ（2413 エムスリーの100%子会社）

全般にコロナ期ピーク反動のWeb講演会減少で苦戦メーカーあたり、メインベンダーに加え1、2社選ばれるサブへの入り込みはあるものの、大きな勢力図の変化は見られない。

## 【当社の認識する顧客の購買決定要因】

※重要順に記載

- ① 実績（豊富な現場実績、事故のなさと対応）
- ② 提案内容（対応範囲の柔軟性が評価されやすい：「イベント丸投げ」的依頼にも対応）
- ③ 認証、チャット等を含めた機能提供

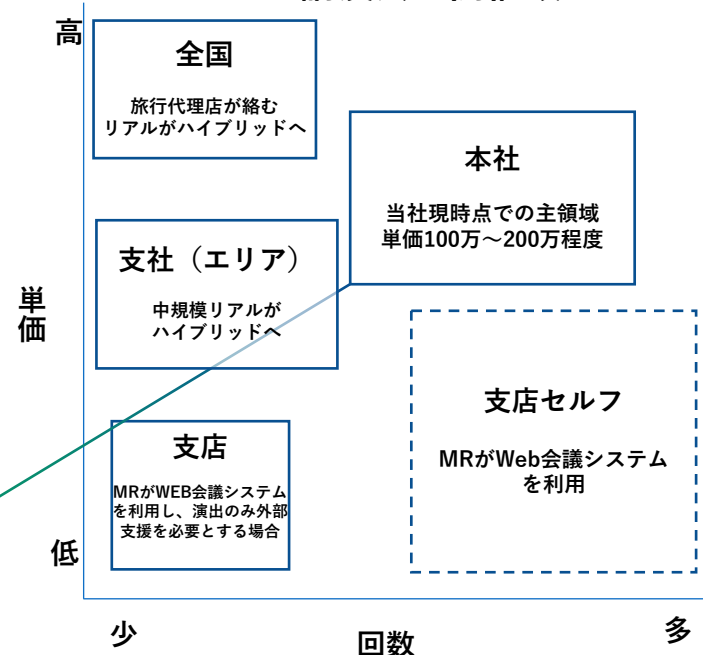
支店開催：単価30-50万円、コロナ禍以前のリアル開催数は年間10万回とも言われ、2020年にリアルからのシフトで急増したが、2021年以降多くが「支店セルフ」に移行

本社開催：単価100-200万円、薬剤のブランドマネージャークラスが主催し、コロナ以前から全国規模で大会場+Webで実施されていた講演会

## 【競争優位】

- ライブ配信の安定性、映像品質
- 会場等各種手配、講演者接遇（非常に高名な医師である場合が多い）等を含めた、トータルでのイベント運用能力（＝アナログ的な高い参入障壁あり）
- Web講演会に慣れた顧客・ユーザー医師のニーズを捉えたサービス・見せ方等の提案力

## Web講演会の開催類型



## 【主な競合企業】

<動画配信プラットフォーム、CMS>

- ブライトコープ社 (NASDAQ:BCOV)
- Vimeo (NASDAQ:VMEQ)

他、動画配信をメニューとして提供している会社は、10人規模の小規模な会社から無数に存在 (但しそうした企業はネットワーク整備は行っていない)

<WEB制作・映像制作等>

- WEB制作・映像制作会社各社  
個人事業主レベル・小規模から多数存在  
案件の座組により変わる

## 【当社の認識する顧客の購買決定要因】

※重要順に記載  
案件の構成に左右される

### 【動画配信PF】

- ①実績
- ②サポート体制
- ③機能  
(疑似ライブ等の独自機能、他社サービスとの連携)

### 【WEB、映像制作等】

- ① 提案内容  
(配信と併せたトータルでの提案)
- ① 実績
- ② 価格

## 【競争優位】

- 配信だけでなくWEB制作・映像制作・運用までワンストップ対応できるソリューション  
(顧客負担の軽減/対応の安心感)
- 日本の企業ユーザーに最適化された動画配信プラットフォーム管理画面
- 「EQポータル」のような拡張機能のアドオン料金なしでのバンドル
- アフター含むケア  
Equipmedia: サポートチームの手厚い対応
- 自社CDNを利用したネットワークとプラットフォームの一元管理による高いサービス安定性
- 大規模配信への対応力
- 複数のパートナーCDNと連携したマルチCDNソリューションの提供
- 企業が実際に動画を利用する上で参考になる成功事例の豊富な蓄積
- 動画共有サービスと異なりクローズドサービスであるためセキュリティや他動画に流出する懸念が低い

## 【主な競合企業】

### < 動画配信プラットフォーム、CMS >

- ブライトコープ社（US：BCOV）
- 株式会社Play（日本テレビHD連結子会社）

### < 動画配信ネットワーク >

- Akamai（US:AKAM）
- JOCDN株式会社  
（III、日本テレビを中心とした放送局各社の合併）

※キー局が中心顧客となるため、関係する企業数は多くない

※Jストリームはフジテレビオンデマンド（FOD）の運営を全面サポート

## 【当社の認識する顧客の購買決定要因】

※重要順に記載

- ① 実績（システム開発・運用）
- ② 価格
- ③ ソリューション提案（対応の柔軟性・UXやUI）

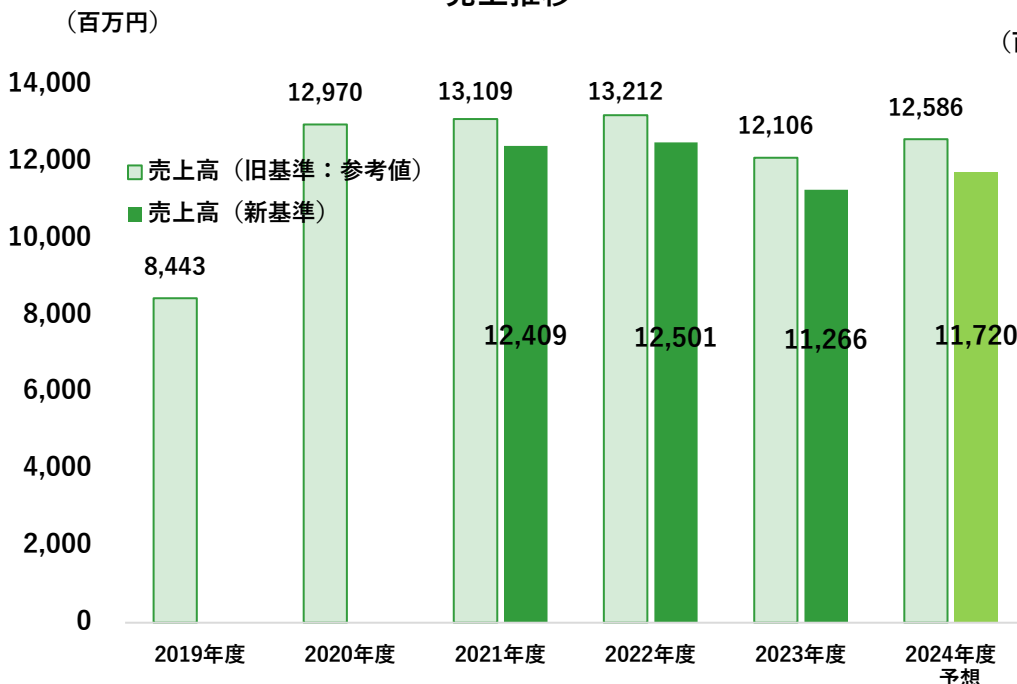
## 【競争優位】

- 配信だけでなくウェブサイトの運用まで含めた総合受託により、万一のトラブル発生時にも迅速な原因究明と対応が可能
- 配信安定に貢献するマルチCDNについてのノウハウが豊富
- 創業以来の実績
- 国内系企業ゆえのサポート、サーバー配置

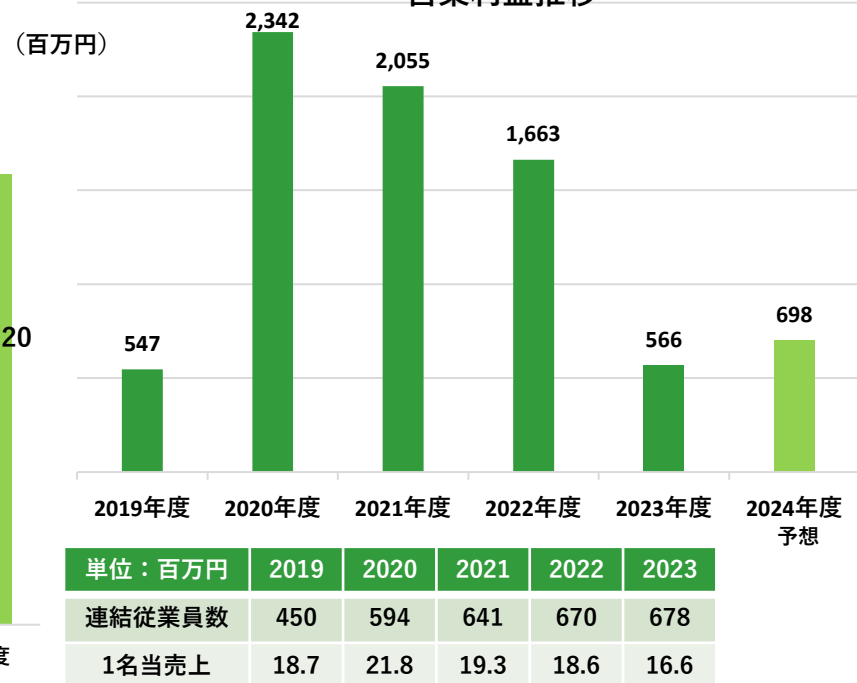
# 成長戦略と進捗

---

## 売上推移



## 営業利益推移



### ■2023年度までの総括

- 新型コロナウイルス感染症の蔓延に伴い、動画を含むWebコミュニケーションの有用性に関する認知が広がりを見せることとなり、2019年度第4四半期以降、当社事業にとって成長の加速要因となりました。
- 2021年度以降は、製薬メーカーがコロナピーク期対比で販促費用の投入を控えていることの影響が大きく、医薬市場はトレンド反転の時期をうかがう状況が続いています。23年度のコロナ5類分類以降はリアル回帰となり、EVC（医薬以外）の販促受注にも影響が現れましたが、コロナ期に活発化した企業内の動画の利用は情報共有や教育目的で継続しており、安定した受注につながっています。OTT（メディア・コンテンツ領域）においてはコロナ期に定着したネット動画視聴習慣を背景に活発な開発投資・サービス運用ニーズがあり、受注実績も蓄積できています。

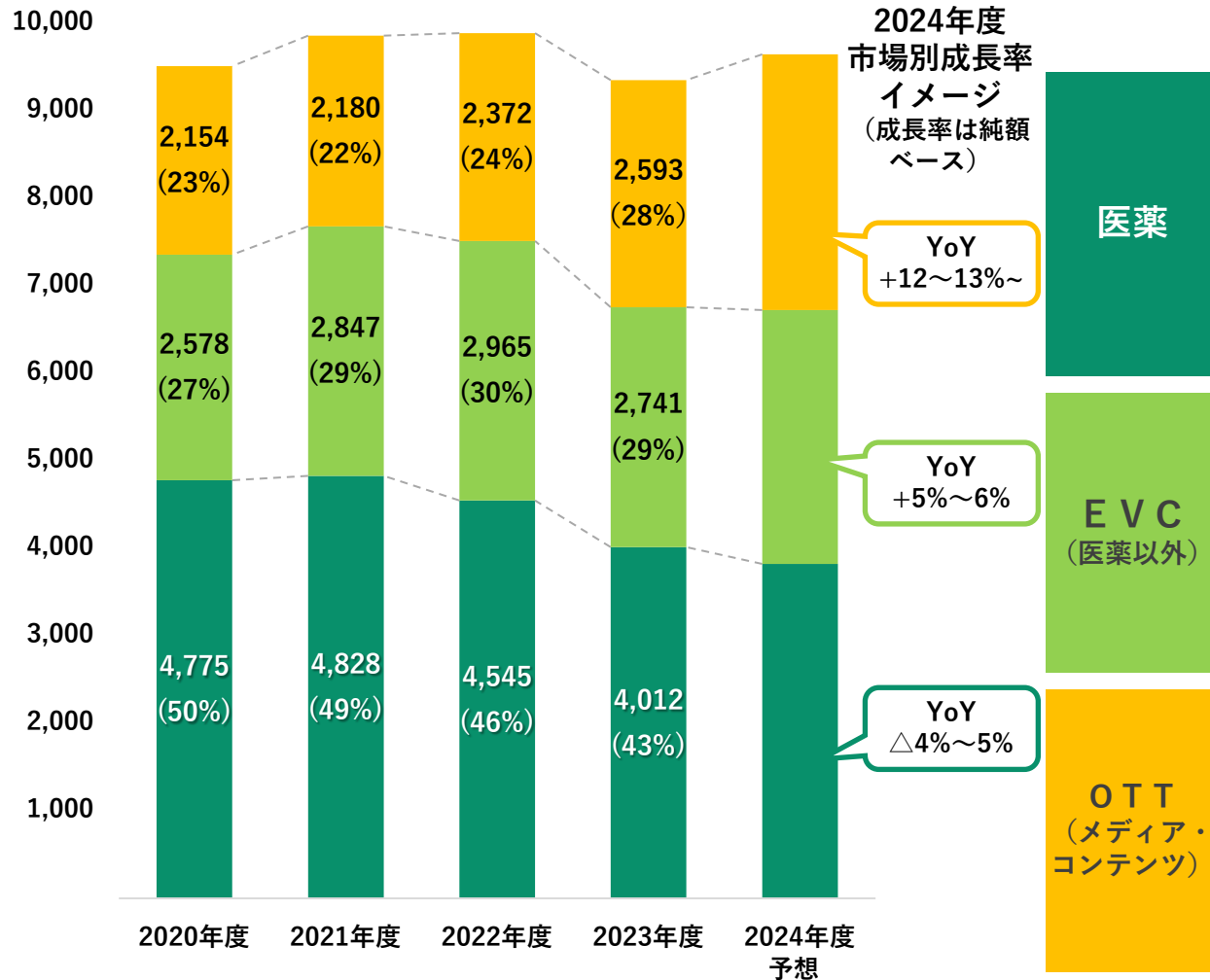
### ■2024年度以降について

- アフターコロナ期の市況に対応し、個別企業のニーズを捉え、先進技術と安定した運用で対応できるサービス群、組織体制の充実がさらなる成長には必要と認識しています。動画の有用性に気付いた企業による様々なシーンでの動画利用は引き続き拡大余地は大きいと認識しており、Jストリームとしては、より提供価値の向上とスピードを意識して事業拡大を追求いたします。

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



(百万円)



2024年度  
市場別成長率  
イメージ  
(成長率は純額  
ベース)

YoY  
+12~13%~

YoY  
+5%~6%

YoY  
△4%~5%

**医薬**

**EVC**  
(医薬以外)

**OTT**  
(メディア・コンテンツ)

従来からDX化を推進していた中でコロナ禍に伴い急伸、売上2倍に成長  
現在は高水準は保ちつつ、業界としての傾向ではなく、各顧客企業の事情が反映されるコロナ以前の状況に回帰  
製薬企業の販促活動の生産性向上に向けたDX化ニーズの取り込みが市場拡大につながる

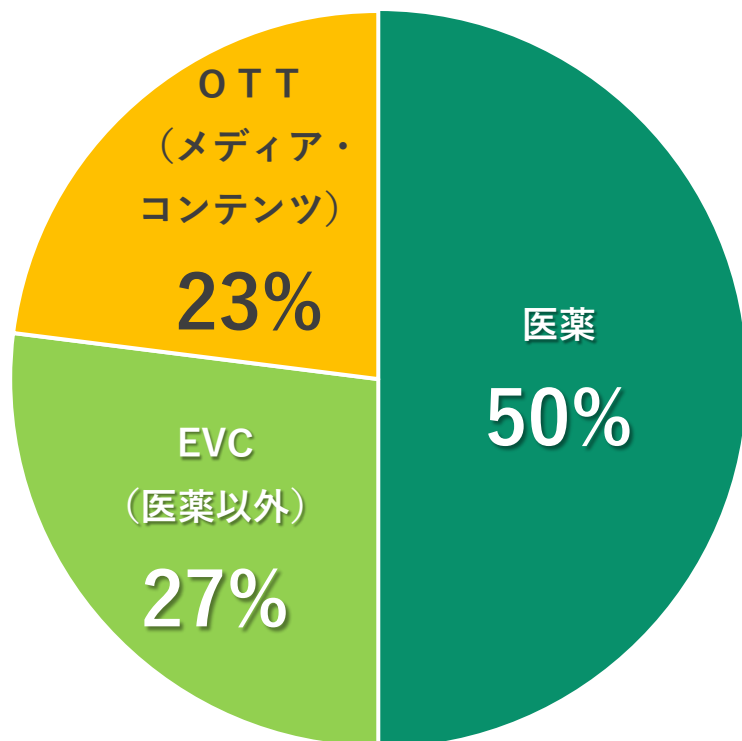
販促領域でコロナ後のリアル回帰が見られたが、このDXを活かした市場に再開拓の余地がある  
社内情報共有、教育等様々なシーンで動画の活用は定着しており、活用成果の向上や可視化で更に市場拡大が見込める

コロナ禍による視聴習慣の不可逆的変化により各動画配信サービスの会員数が急増。放送局等からの新たな機能の開発需要が高まっている  
放送局だけでなく、番組供給事業者や公営競技等、顧客のすそ野も拡大している

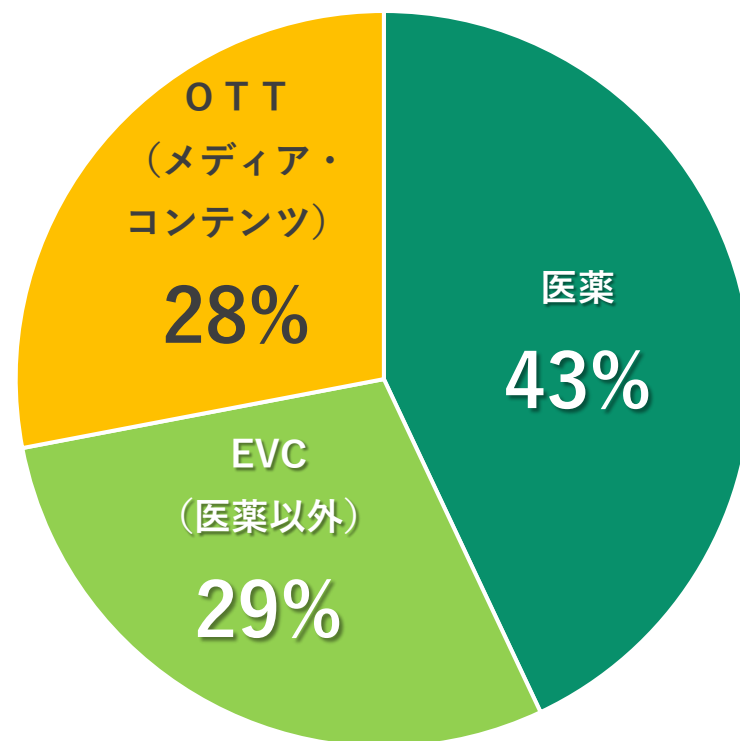
■ 医薬 ■ EVC (医薬以外) ■ OTT (メディア・コンテンツ)

※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。2024年度の売上成長率ターゲットは純額での事業計画に基づきます。

さらなる成長が見込まれるメディア・コンテンツ市場を中心に、医薬市場以外の領域を伸ばし、医薬市場だけに頼らない売上ポートフォリオの構成を目指していきます。

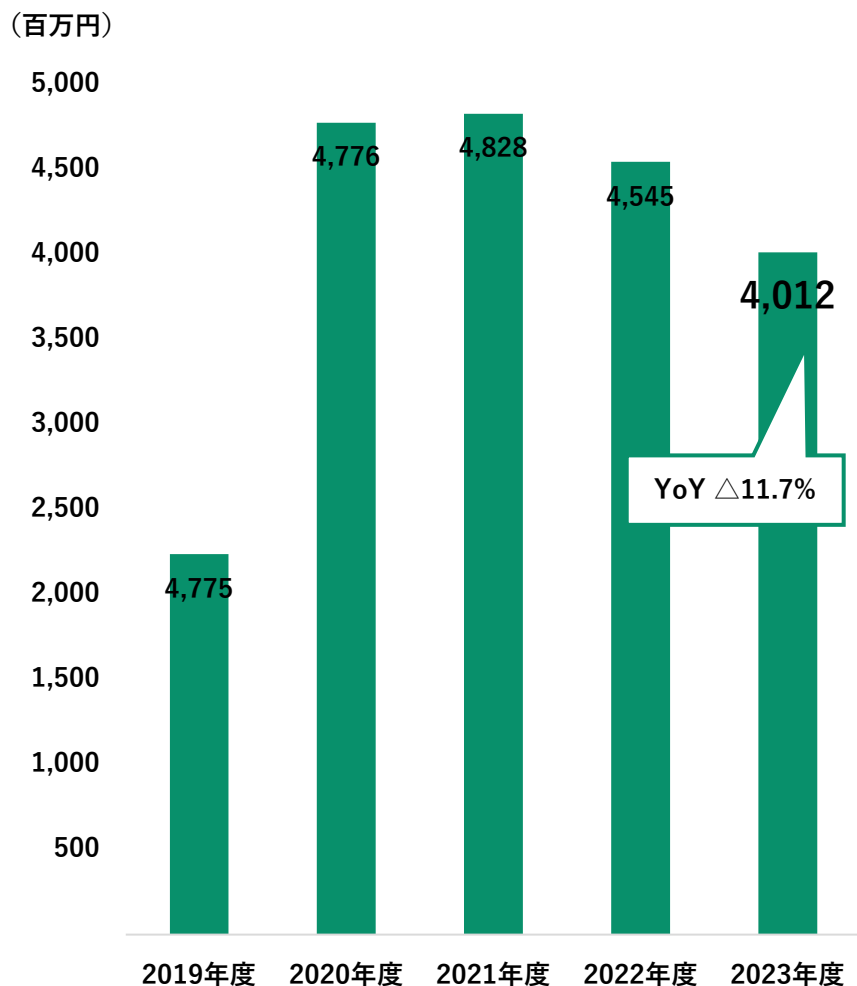


2020年度



2023年度

## 通期売上推移（Jストリーム個別：旧基準）



## 主な取り組み

### Web講演会の拡充、追加サービスの推進

- ハイブリッドイベントの推進を図りシステム改善と提案を行ったが5類指定後の特に大型い便についてのイベント性・交流重視もあり大きな流れにはまだできていない
- 他社取引先についてアプローチを強化 サブベンダーとしての入り込みなど条件により一定の成果あった
- 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ており対応を進める

### 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正式採用やテスト利用が増加
- 広告集客プラス $\alpha$ が求められるようになっており検討余地あり。分析内容についての媒体へのデータ提供、関係強化とメーカーへの周知啓蒙策への流れにつなげる

## 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

～リアルからデジタルへ置き換えをするのではなく、リアルとデジタルの差をなくす顧客体験の価値を創造し、支援する企業～

## 基本戦略

- 講演会のオプションメニューや追加サービスを推進、中堅企業や既存11社以外の大手新規顧客開拓を進める
- WebinarAnalyticsを活用し、データ分析やデータ連携を支援できるポジショニングを獲得する そのために  
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新組織)によりデータ収集、分析業務の強化と改善提案による価値創出を行う
- MR支援施策の追加・新技術 (AI等) のデジタル関連ソリューションの導入支援
- 医師の体験向上に向け、最新のテクノロジーの提供でエンゲージメントを向上

## オムニチャネル向けの展開軸

- **Web講演会事業**  
ハイブリッド開催への対応、映像演出やメタバース等コミュニケーションを軸とした価値向上と利用の促進  
働き方改革に対応する策へのソリューション提供
- **デジタルマーケティング事業**  
アナリティクス・CX・上流工程に向けたケイパビリティを増やす
- **広告事業**  
メディア開発推進 講演会の集客+オウンドメディアへの送客

## 想定されるソリューション

- WebinarAnalytics データ分析、連携
- ハイブリッド講演会
- Webinar Lounge
- デジタルマーケティング
- 広告・メディアプランニング
- Veeva Connect (ビッグエムズワイ)
- Digital Factory (ビッグエムズワイ)
- シンプルオンラインパック (クロスコ)
- METAGO (クロスコ)

➤ 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>	CROSSCO cross-media communication

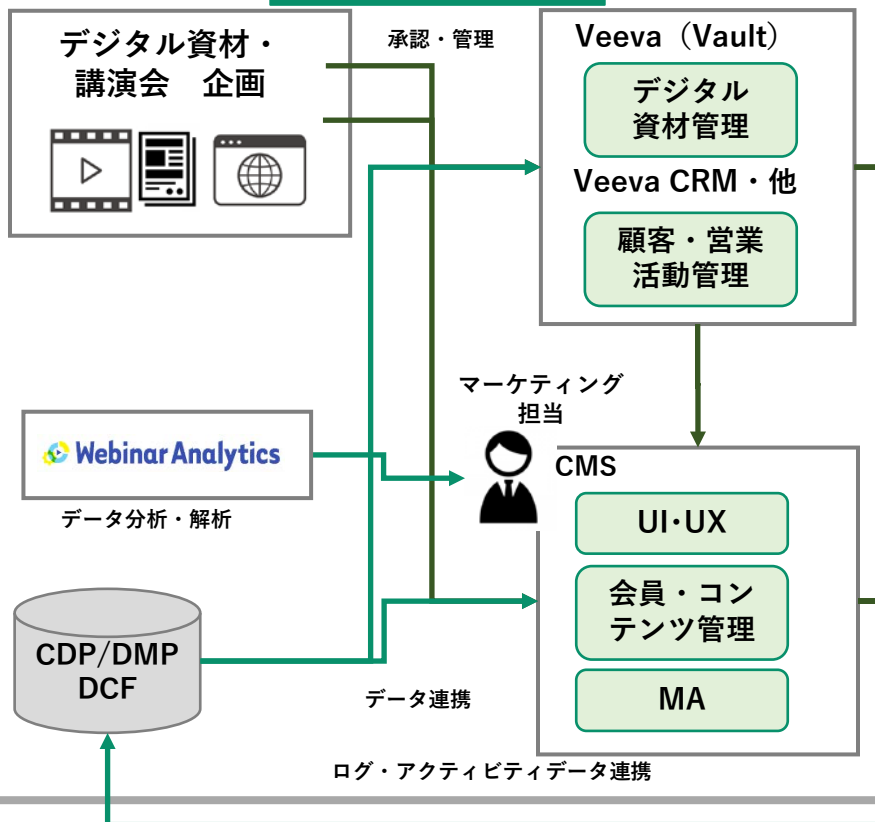
## 管理システムのデータ連携

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

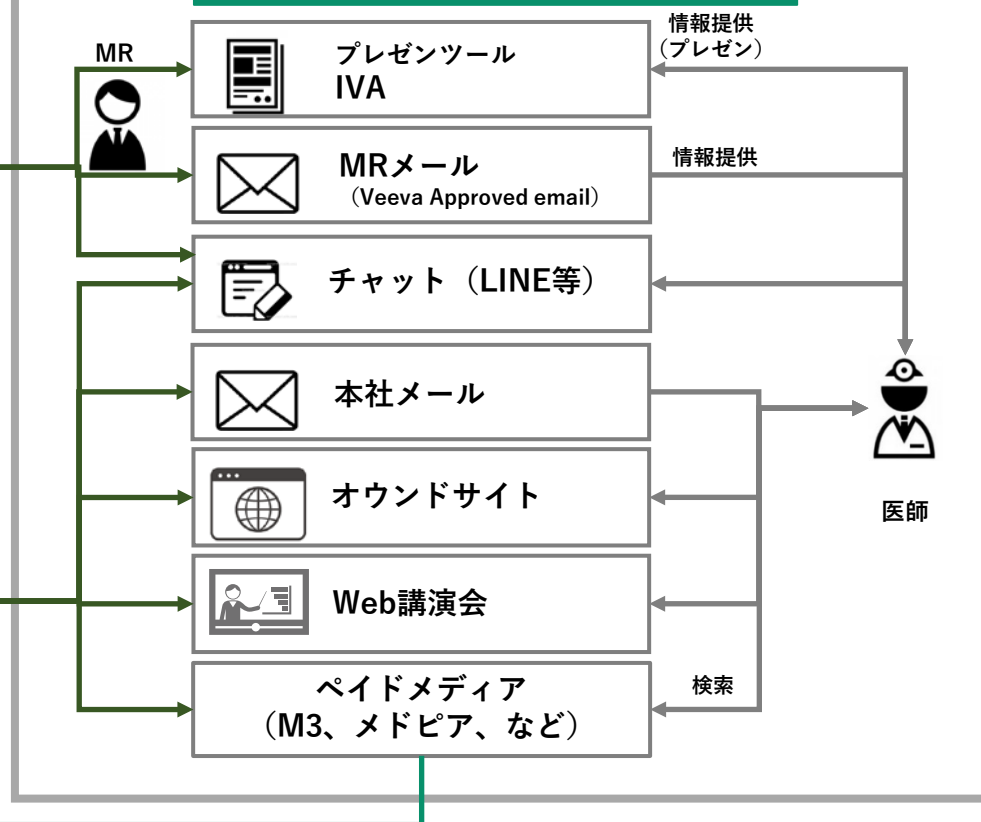
## チャネルの運用

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

## データの整備・連携



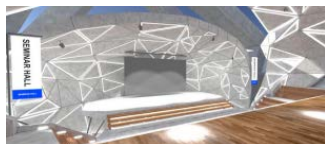
## マルチチャネルからオムニチャネルへ



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

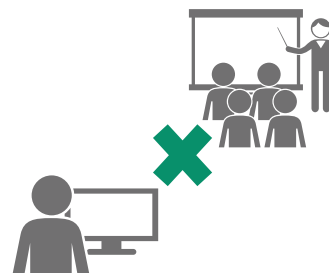


メタ버스空間での講演会



双方向コミュニケーション

## 開催形式の複合提案



全国・支社ハイブリッド

## 新規顧客の開拓



既存11社に加えた新たな大手企業

## DETによる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



MR主導型Web講演会



Web講演会  
データ分析支援



ハイブリッドイベント  
管理システム



本社×エリア

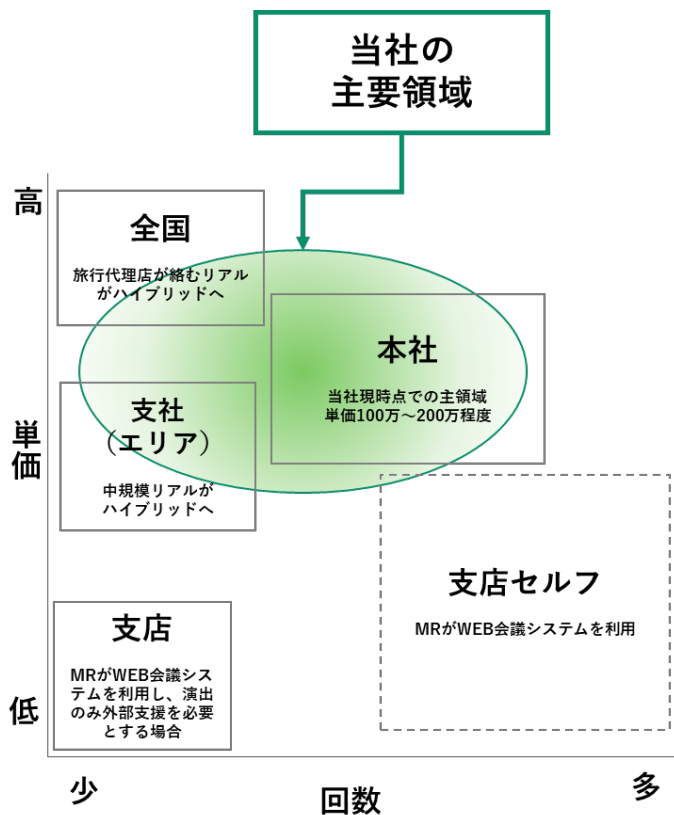


国内中堅企業

既存  
事業

本社開催Web講演会の支援

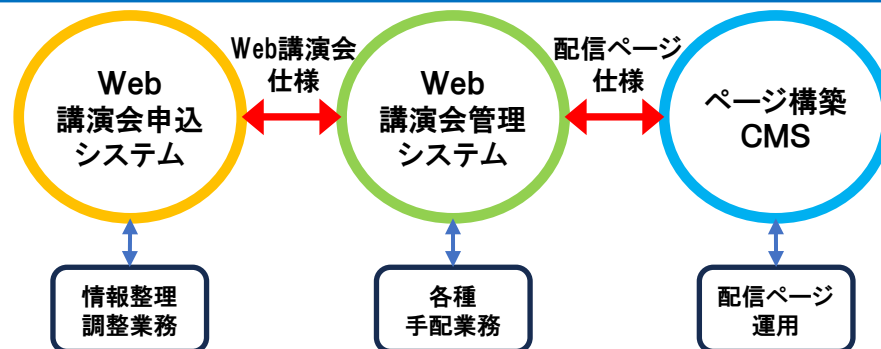
開催形式や顧客の拡大



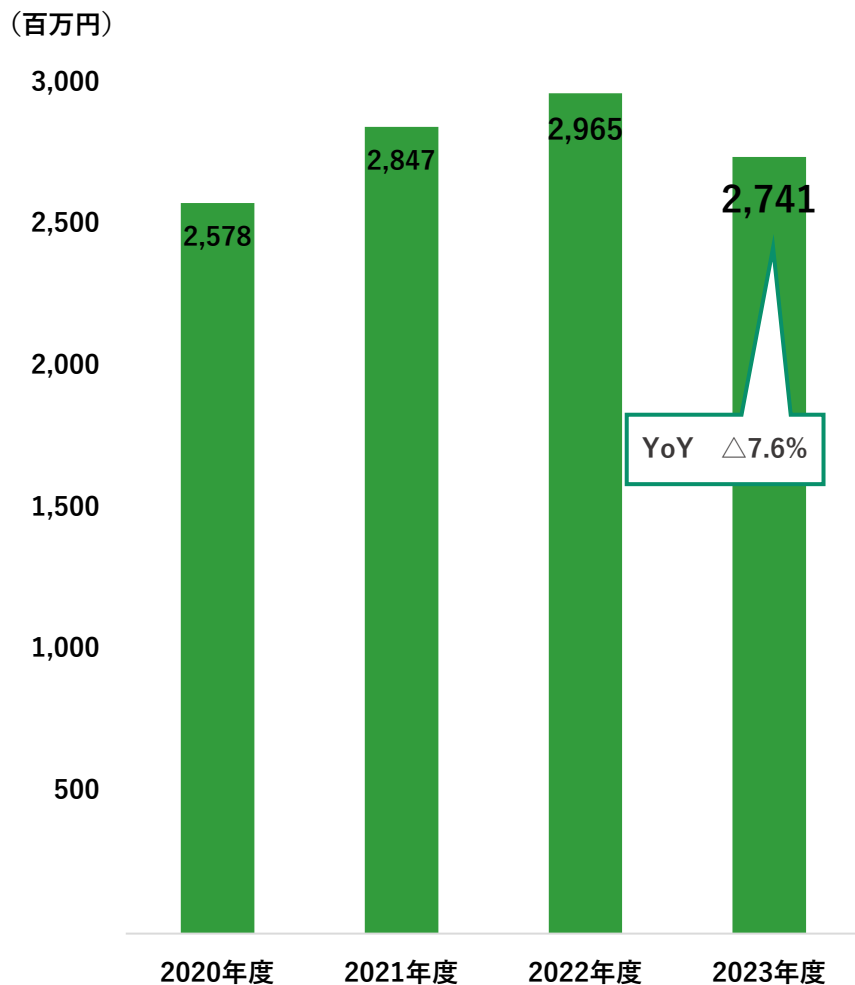
開催態様	特徴・今後予想される動き
全国	リアルで実施していた全国規模の講演会今後はハイブリッドで実施。 イベントとして旅行会社が受けるため、当社提供範囲は配信のみが多いが、小規模の運営においては徐々に対応幅を拡大
本社	Jストリームが現在主に対応している領域見せ方、中でのコミュニケーションは変化する
支社(エリア)	エリア開催とも呼ばれる全国と支店の間の規模の講演会支社レベルで実施されている
支店	Web会議システムベースに、運営補助や演出効果などを業務委託/オンサイトか地場映像制作会社へ委託して行うニーズがある程度存在すると予測される
支店セルフ	MRが対応する勉強会的性質が強い 回数は最多だが、WEB会議システム利用に伴い、当社を含めた支援業者の参入余地は乏しい

## 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



## 通期売上推移



## 主な取り組み

### 動画プラットフォームの拡販

- J-Stream Equipmedia (EQ) はスポット利用の減少があったが定常利用は安定推移。売上は前年を上回った。
- ミテシルについてはアカウント増となるも売上は減少

#### EQ

- 2023年度売上：前年同期比 +5.3%
- 3月末時点アクティブアカウント数：前年同期比 +0.2%

#### ミテシル

- 2023年度売上：前年同期比  $\Delta$ 14.4%
- 3月末時点アクティブアカウント数：前年同期比 +2.9%

- 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

### イベント・セミナーのビジネス拡大

- 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く苦戦した予算消的イベント展開のある4Qにおいても需要の伸びは緩慢であった
- バーチャル株主総会は受注経路が証券代行中心に硬直化し独自展開に苦戦。件数は前年比2割程度減少。



## 動画を活用する企業と担当者にとってのベストソリューションパートナーを目指す

### 基本戦略

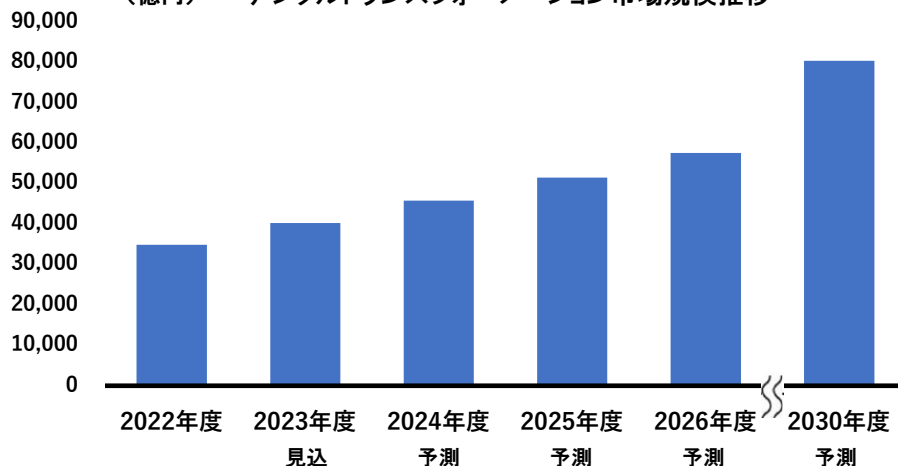
- J-Stream Equipmedia、EQポータル、を中心に社内外情報共有、教育・トレーニング用途へ拡販
- プロダクト専任チームを設置 各ソリューションサービスごとに収益向上EQを中心に、プロダクト軸での製販一体的マーケティング～営業/チャンネル戦略を実施  
特にEQポータルを主軸に新規での長期契約獲得に向けた活動を行う
- EQパートナー開拓施策強化 パートナーの種別/レベルに応じた支援施策により代理店の活動を促進/動画利用用途別パートナー新規開拓
- 大口顧客育成体制（エンタープライズ：大手企業向け）アカウントごとの営業ディレクションチームによる、個社専任的な体制  
上場企業・大手企業に向けた、個社提案（プロダクト/サービス×役務）を通じ、安定的・長期的な売上ベース構築を目指す

≈

### DXの拡大により、動画需要の増加が見込まれる

### 想定されるソリューション

（億円） デジタルトランスフォーメーション市場規模推移



（出所）富士キメラ総研 2024 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望（2024年3月）  
<https://www.fcr.co.jp/report/234q07a.htm>


- Equipmedia（EQポータル、スクリーンレコーダー他機能拡充）
- VideoStep
- ミテシル
- 内製支援サービス
- CDNNext
- Collective
- バーチャル株主総会プラットフォーム
- IR・SR配信パック
- イベントプラットフォーム
- シンプルオンラインパック（クロスコ）
- METAGO（クロスコ）

## 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	  
Webサイト	
映像制作	
内製支援サービス	

### 配信プラットフォーム

Equipmedia	
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	 
バーチャル株主総会PF	
IR・SR配信パック	
 <span>社外パートナー</span>	

### 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

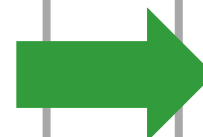
#### クリエイティブ

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






×

#### 配信テクノロジー

 <b>動画配信</b>
 <b>認証会員管理</b>
 <b>ログ解析</b>
 <b>負荷分散</b>
 <b>セキュリティ</b>



### 企業・官公庁の課題に動画で支援

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



社内DX

## 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

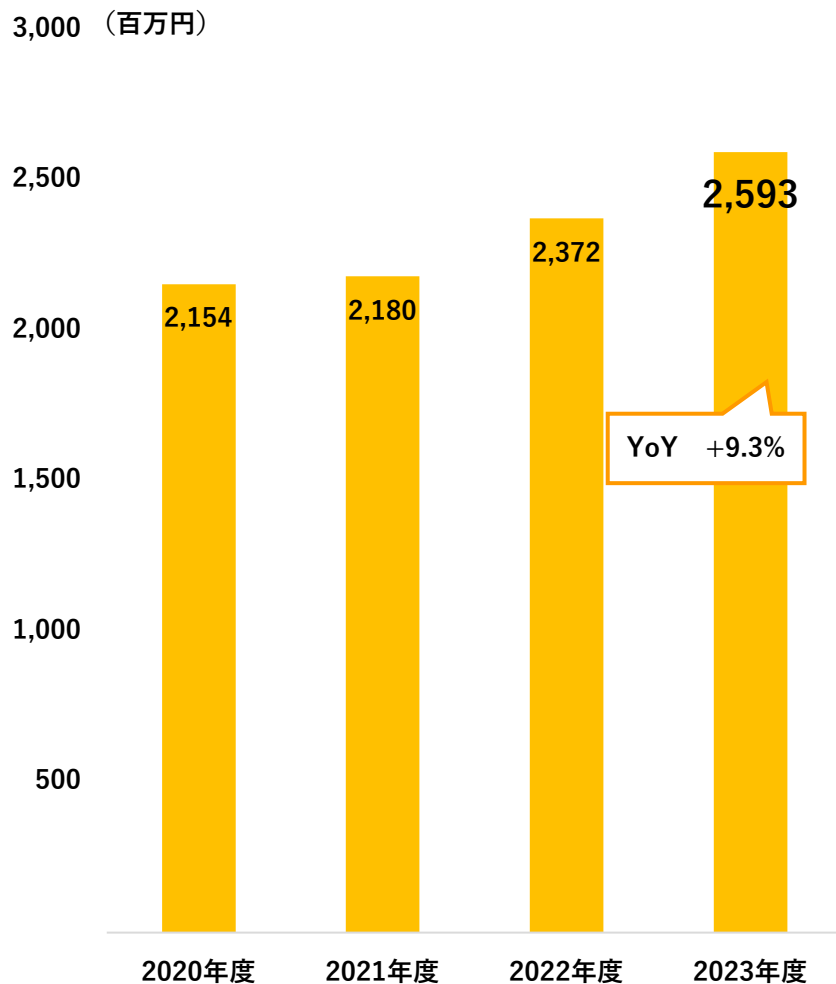
EQポータル活用後

セキュアな環境で一元管理

約800名が視聴可能



## 通期売上推移



## 主な取り組み

### 放送局等のDX化推進

- 新たな運用ニーズに対応し、人的要素を含めて品質・安定性について一定の評価得た
- 既存取引先：追加開発案件を継続獲得  
システムリプレイス等の場合も継続取引を確保
- 新規含め入札案件について実績が出せており（CP公営競技系含む）今後売上貢献期待
- 配信キャパシティ強化実施

### エンタメ市場向けソリューションの展開

- 公営競技・スポーツコンテンツ、大手キャリア向けにDX化を推進、放送系新規獲得先から展開し、別CP案件の受注も果たした
- 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

## メディア・コンテンツ 市場の動画ビジネスに おける ”トータルテック パートナー”を目指す

### 基本戦略

- 主要放送局へ配信機能、CDN、SI、運用を統合的に提供  
マルチCDN、Grabyo、運用サービスを展開  
体制・人員の変動に対応し最適な編成を行う
- 地方局、ローカル、CS、BS局や番組供給事業者へ配信マスターシステム、メタマスターシステム等を提供する
- ネット投票の普及から配信に積極的な公営競技への展開継続
- エンタメ市場に対し、メタマスターシステム/マストバイソリューション/マルチアングル配信等を、マネタイズ等個々の顧客ニーズに合わせ展開

### その他捉えるべき需要動向

- 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  
改正放送法成立しネット業務必須化（2024/5/17可決）の影響注視
- 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）の実証実験が実施検討中。配信経由の視聴が、放送にこれまでになく近接する。  
局・CPのスタンス把握、技術面対応進める

### 想定されるソリューション

- マルチCDN
- Equipmedia
- システムインテグレーション
- J-Stream メタマスターシステム
- 動画配信型マストバイキャンペーン ソリューション
- Grabyo（クラウド動画編集）
- 機器販売（イノコス）
- エンタメライブ独自の映像表現  
－ XR（VR/AR/MR） マルチアングル/自由視点
- リモートプロダクション

➤ 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.

新しい技術による視聴体験の向上や、放送局・メディア・エンタメ業界の新たな収益機会の創出と効率化につながるサービスを展開し、OTT領域におけるサービスの拡大を目指します。

## 新たな収益機会の創出



マストバイキャンペーン



課金配信サービス

## 視聴体験の向上



VRの視聴体験



マルチアングル



各種イベントの高品質な  
大規模配信

## DX支援による効率化



リモートプロダクション



クラウドベースでの  
動画編集支援サービス

OTT領域におけるトータルテックパートナーへ

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



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していく

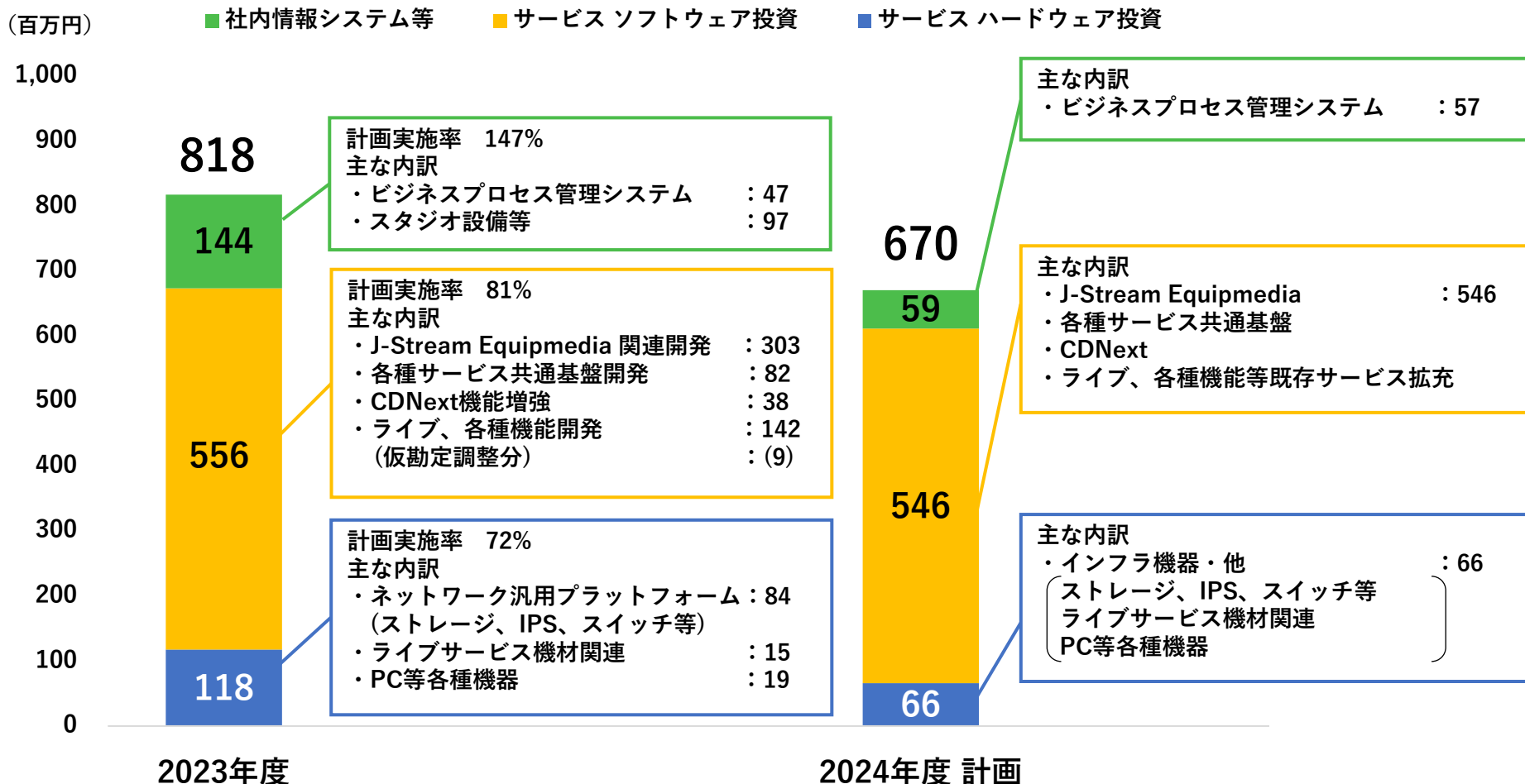
医薬市場

EVC (医薬以外) 市場

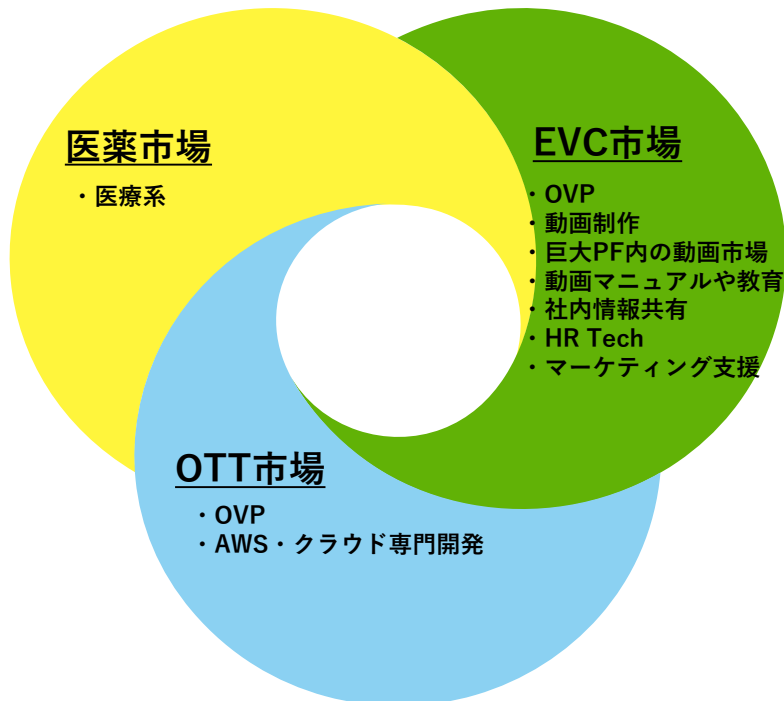
OTT (メディア・コンテンツ) 市場



- 2023年度実績 : 子会社移転（経費節減）に伴う一時費用発生
- 2024年度計画前提 : EQや共通開発基盤、市場領域別サービス開発を進め、プロダクトの強化を推進  
情報システム開発による業務効率化も継続  
PL影響額は60百万円強を予定



- 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

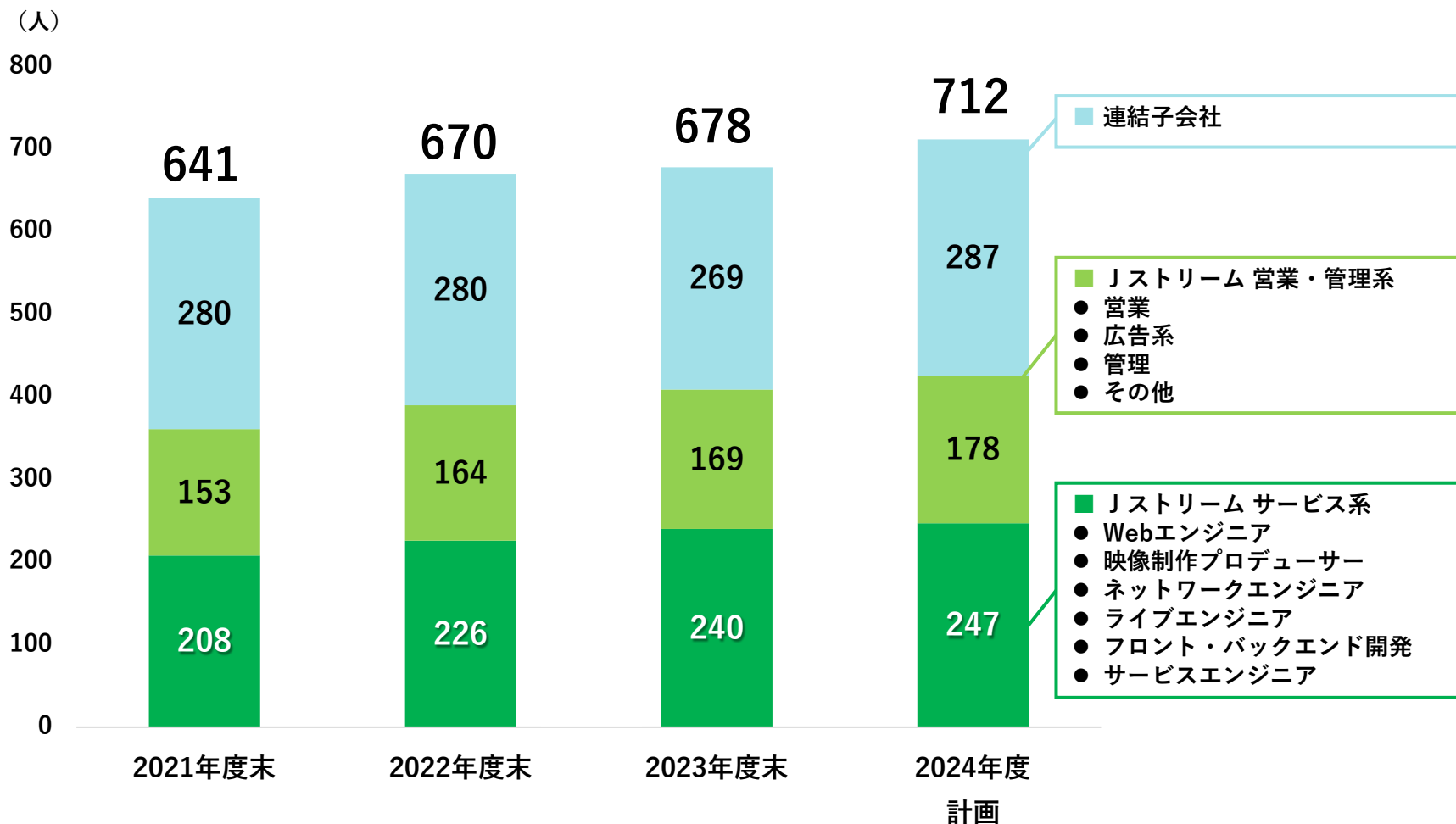
- 2018年8月～19年8月 : ビッグエムズワイ社出資（金額非開示）後追加取得（約3.5億円）、完全子会社化
- 2020年9月 : アズーリ社買収、ビッグエムズワイへの吸収合併を発表（約7億円充当）
- 2021年10月 : BSよしもと社への出資を発表（1億円）
- 2022年9月 : VR MODE 社への出資を発表（1億円）
- 2023年7月 : VideoStep社を子会社化（5億円）

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

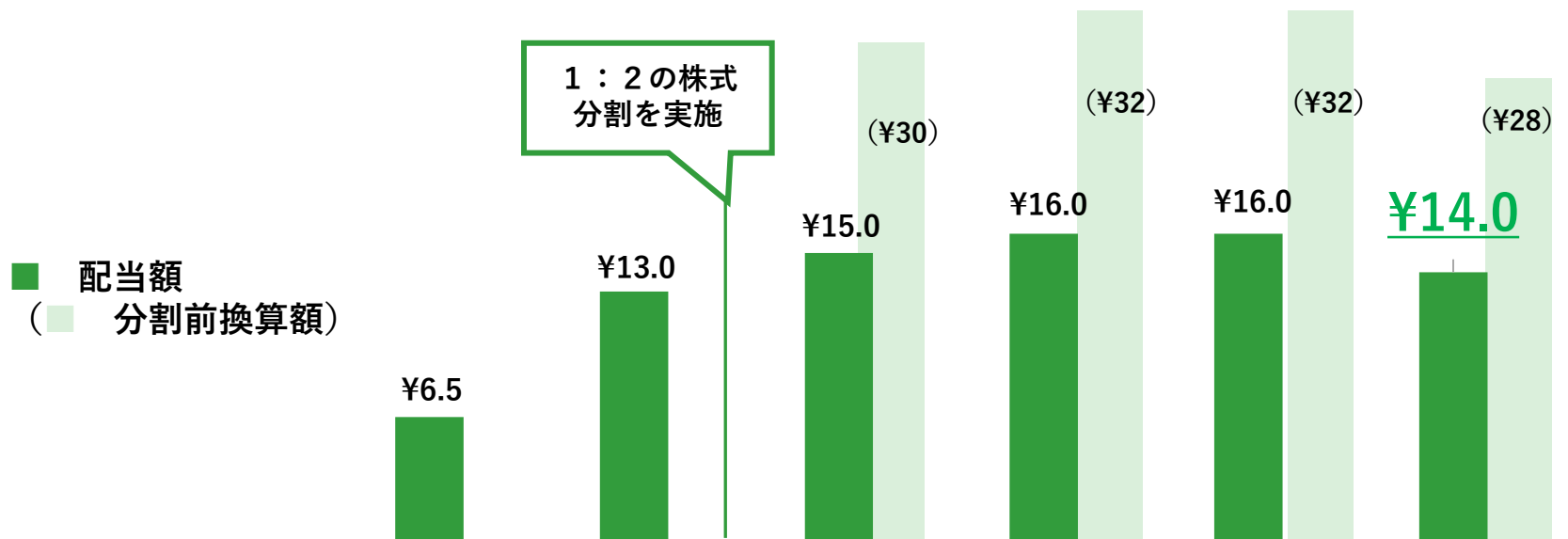
※当社が現在展開している動画ソリューション事業と関連性が薄い企業に対して売上獲得のために実施するようなM&Aについては、グループの統制や円滑なリソースの配分を損なう恐れがあるため、積極的な取り組みはいたしません。

2023年度は生産性向上のため期中から採用抑制を行いました。  
 2024年度はJストリーム本体は新卒採用を主力とし各部門にバランスをとって配属します。専門職の中途採用は連結子会社が中心となります。  
 スタートアップであるVideoStepは業容拡大のため人員増強を予定しています。



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。2023年度につきましては、当初の予想を下回る業績となりましたが、期初配当予想額のとおり1株当たり16円で株主総会に付議します。

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

環境対策として気候変動リスクへの対応、社会貢献としての災害対策支援、健康的な働き方の実現などの各領域の活動を推進します。これらを通じ、SDGsの関連項目を実現し、国際社会の一員としてその責務を果たして参ります。

- 災害時においても安定して情報を発信する為のインフラ支援として、「J-Stream CDNext 地方公共団体向けプラン」を全国200超の市区町村へ提供
- 今後、国が定めた次期セキュリティクラウドでは、災害対策だけでなく、自治体の情報セキュリティ対策の一環としてCDN導入が促進

- 既に実施しているグリーンPCの活用から、さらに環境に配慮した製品・サービスの利用を推進

- 動画配信の提供により人々の移動に伴うエネルギー消費の効率化に貢献
- 温暖化対策への貢献度の数値化

## 各種研究に参画

- 「トピック流通効率化に向けたHTTPS通信キャッシュ活用型集約ISPに関する調査研究」において、インターネットトピック流通の効率化のために、日本のオープンキャッシングの実証実験を実施
- トピック流通効率化に向けた地域IXに関する調査研究
- 革新的AIネットワーク基盤技術の研究開発
- IPv6アドレスの地理情報を用いた動画配信制御の実証実験を実施予定



- テレワーク率70%以上を維持
- テレワーク率地方に居ながらにして就業が可能なロケーションフリーワーク制度を導入すること、ライフスタイル、介護等様々な理由で地方在住される方々の採用を促進

- ラグビーを通して夢に向かって挑戦し続ける姿を発信するプロラグビープレイヤー 藤田慶和 選手の活動をサポート



- 少年ラグビー教室である藤田塾への支援を通じて、青少年のスポーツ育成をサポート

- IT・STEM分野のジェンダーギャップを無くすことを目指す特定非営利活動法人Waffleを支援。2023年度は活動ご紹介動画を制作



# リスク情報

---

当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクは以下の通りです。

リスクの種類	発生可能性・発生時期	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
市場の成長に関するリスク	小→中	売上成長時期の遅れ 売上成長の鈍化	Web講演会売上比率の上昇に伴う依存度の上昇 製薬メーカーをめぐる事業環境の変化に伴う製薬マーケティング予算の縮小
	常時		2023年度を経て薬価市況、円安等勘案、潜在規模はともかく当面販促費投入については控えめとなる公算が高い 現在主力であるWeb講演会ライブ配信の売上に留まらず、その視聴ログ分析や他データベースとの連携、当社親会社グループも含めたマーケティング手法の提案、展開を通じ製薬メーカーのオウンドメディアによるマーケティング上流に参入し売上源の多角化を推進する 取引の薄い大手企業への2ndベンダー参加からの取引拡大を図る Web講演会についてはイベント手配運営を総合受託できる体制を堅持し、顧客が内容企画に集中できる環境を整備、開催数の増加を支援する
競争に関するリスク	中	売上高の減少 販売単価下落（値下げ競争による利益率の低下）	競争企業によるシェア拡大
	常時		実績が重視される顧客層であり、イベント手配や出演者接遇を含めた運用体制向上により、信頼度向上させ乗り換えリスク低減する 上記の売上源の多角化を推進することで、当社提供サービス全体の競争力を向上させ、受注拡大を図る
当社に内在するリスク	小	売上成長の鈍化	サービス開発の遅延
	常時		販促活動のさらなる生産性向上を求めている製薬企業各社のニーズをくみ取り、Web講演会やその周辺領域におけるサービスを開発を推進しており、2021年にはWeb講演会の視聴データの収集、分析ができるWebinarAnalyticsをリリース、継続改善を行いつつ顧客企業への導入を推進中 2023年度末時点ではプロパー＋業務委託での体制は安定

当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクは以下の通りです。

リスクの種類	発生可能性・発生時期	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
市場の成長に関するリスク	小	売上高の減少	<p>コロナ流行を契機にWeb系にシフトした情報発信のリアル回帰</p> <p>2023年度は主に販促系についてスポットの需要にリアル回帰が見られ他一方、社内情報共有や教育等の定常利用は安定して推移した。引き続き動画利用の成功事例を見込顧客に展開、新規顧客獲得を推進するEQポータル等の動画利用を始めた企業の利便性を改善するサービスを展開して利用を促進、取引額の増大を図る</p> <p>これは当社の元来の営業スタイルであり、コロナ環境下での事例蓄積や顧客の意識変化勘案、従来より営業活動の成算は改善すると考えられる</p>
	常時		
競合に関するリスク	中	売上成長の鈍化	<p>大規模配信ネットワークを保有しないが低価格な動画配信PFを提供する競合による逸失</p>
	常時		<p>低価格市場である為、当社の差別化要素である大規模ネットワーク・配信の安定性等へのニーズが強くない顧客については、ある程度の逸失は許容する主力サービスであるJ-Stream Equipmedia低料金プランの提供は継続し、幅広い顧客層を受け入れる柔軟性を確保する</p>
当社に内在するリスク	小	売上成長の鈍化	<p>動画配信プラットフォーム機能の開発リスク</p>
	常時		<p>市場において必要とする機能を提供が不十分な場合、大手競合対比の競争力が不足することによって顧客獲得が順調に進まない可能性がある</p> <p>エンジニア育成×採用を積極的に行い、販売促進・トレーニング・情報共有など、各々の動画利用シーンに合わせて、ニーズの明確なサービスは積極的に自社開発を行い、顧客の課題解決に貢献すると同時に他社との差別化を図る</p>





当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクは以下の通りです。

リスクの種類	発生可能性・発生時期	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
<b>市場の成長に関するリスク</b>  <small>※市況が好転したため今回見直しを実施</small>	小	売上高の減少	ネットコンテンツ配信利用の伸び悩み
	常時		当社がエンド市場（ユーザーの視聴動向そのもの）への働きかけを行うことは困難であるため、放送局やコンテンツ事業者の収益向上に寄与する提案、機能開発を継続し業界との関係を堅持する
<b>競争に関するリスク</b>	小	売上高の減少 販売単価下落 利益率の低下	TV局出資を受ける企業による案件受注
	常時 <small>（大口顧客の受注入札は3年に1回程度）</small>		実績、信頼性が重視される顧客層であり、運用体制向上により、信頼度向上させ乗り換えリスクを低減する（ワンストップによる対応の速さ、柔軟性等を強化し顧客要望に応える）
<b>当社に内在するリスク</b>	小	売上高の減少	大規模配信、超低遅延や広告連動×放送同時配信関連機能の開発リスク
	常時		必要とされる機能が満たせない場合顧客の獲得不調、喪失につながる可能性があるため、政府系含めた実験参加や海外情報の収集、業界動向研究、開発能力向上を継続し、新機能の提案や新たな機能ニーズへの迅速な対応を行う

投資者の判断に特に重要と当社グループが考える事項について、販売、市場競争等に関する観点を中心に記載しています。本項の記載内容は当社株式の投資に関するすべてのリスクを網羅しているものではありません。当社グループはこれらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項に記載されていないリスクについては、有価証券報告書、「第一部【企業情報】」「第2【事業の状況】」「2【事業等のリスク】」をご参照ください。

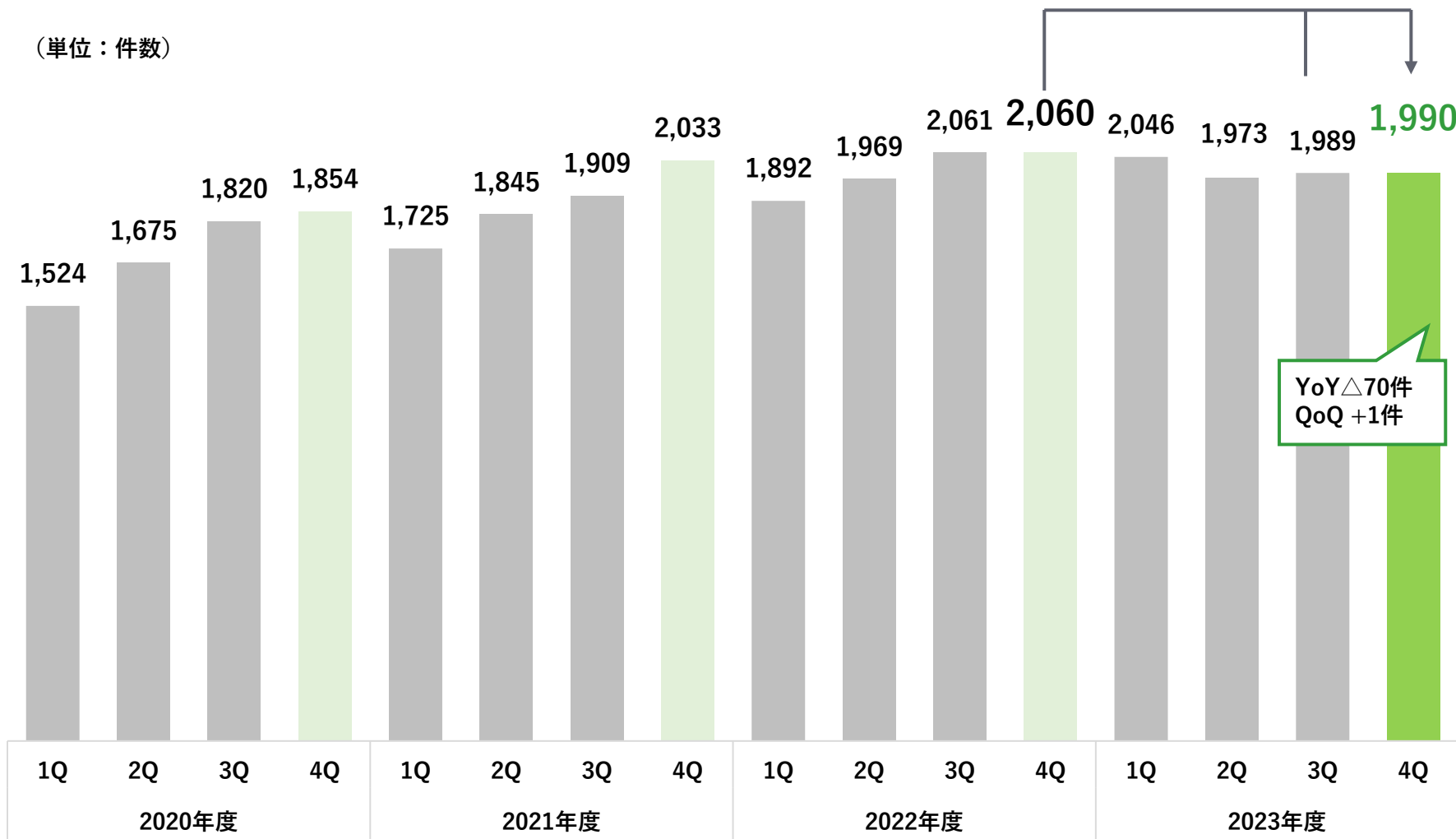
# 経営参考指標

---

# 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。直近第4四半期は直前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)



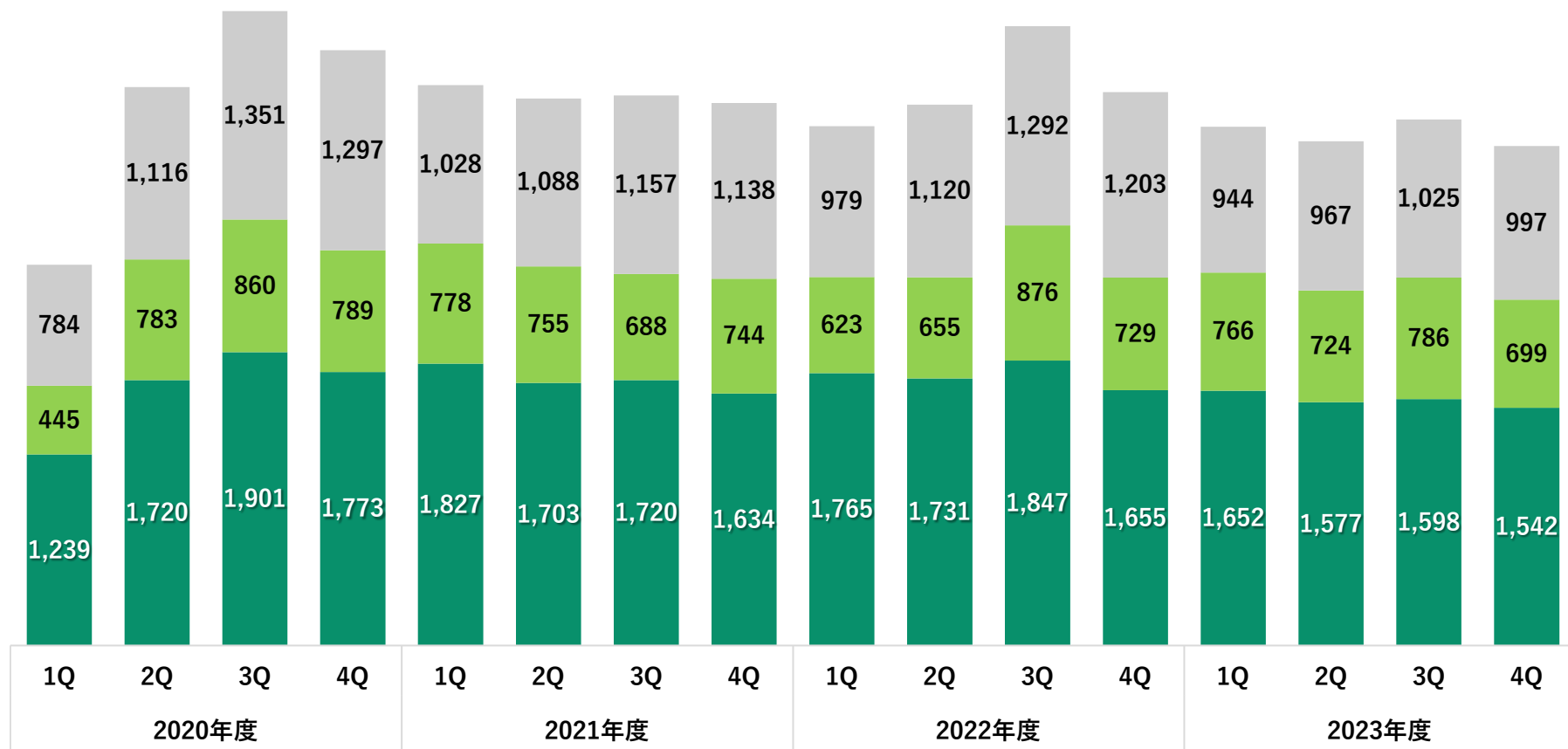


# 参考指標：ソリューション分類別売上推移 (個別収益認識基準未適用)

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

# 参考情報：各ソリューションに分類される売上について

(百万円)



2023年度  
4Q

## 【プラットフォームソリューション】に含まれる売上形態 ストック的性質が強い

- **ライブ配信 (イベント対応)**  
医薬Web講演会、株主総会等 ライブは配信インフラに加えて人員が重要なサービス・差別要因になっており利益率中程度 (下記Equipmediaに比べれば変動費が多い)
- **J-Stream Equipmedia (年間契約が中心のOVP)**  
ユーザー自身によるオンデマンド及びライブ配信が可能な動画配信プラットフォーム。一般企業の販促セミナー等に利用。サービスとしての利益率は最も高い
- **J-Stream CDNNext(アクセスが集中するイベント、メディア、公共サイトが利用)**  
メディア、スポーツ等の大量アクセスが発生するサイト、自治体、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際とで利用。Equipmediaには劣るが中程度の利益率。
- **大規模オンデマンド配信(メディアによるコンテンツ配信サイト利用)**  
長期にわたり運用を受託、オンサイト業務などを行う。受託業務であるためプラットフォームと比較して収益率は低い、高度は技術とノウハウを必要とし、長期的な収益につながる。

## 【クリエイティブソリューション】に含まれる売上形態 フロー的性質が強い

- コンテンツ企画 (一般企業向け)
- Web制作
- 撮影・編集・収録映像制作
- システム開発・アプリ開発
- ウェブサイト運用受託 (メディア企業向け中心)
- 動画広告・視聴解析等
- 医薬Web講演会集客のための医薬系メディア広告出稿
- 機器納品 (稀に顧客要望から発生) 等

都度契約が中心であり納品検収で終了  
多くはEquipmedia等配信サービスとセットで提供する

## 【子会社合計】に含まれる売上形態 多くはフロー的性質が強い

- 医薬メールマーケティングに用いられるコンテンツ制作 (Veeva向け)
- 製薬系情報を中心とした映像制作
- 医薬Web講演会対応
- 配信に伴うセキュリティ対応・著作権保護・課金処理等
- 各種Web制作売上
- 放送系機器導入SI業務

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。

当資料のアップデートは今後、本決算の発表時期を目途として開示を行う予定です。次回の発表は、2025年6月を予定しております。  
また、KPI等の進捗状況につきましては、四半期の決算発表毎に開示いたします。

本資料に関するお問い合わせ先

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