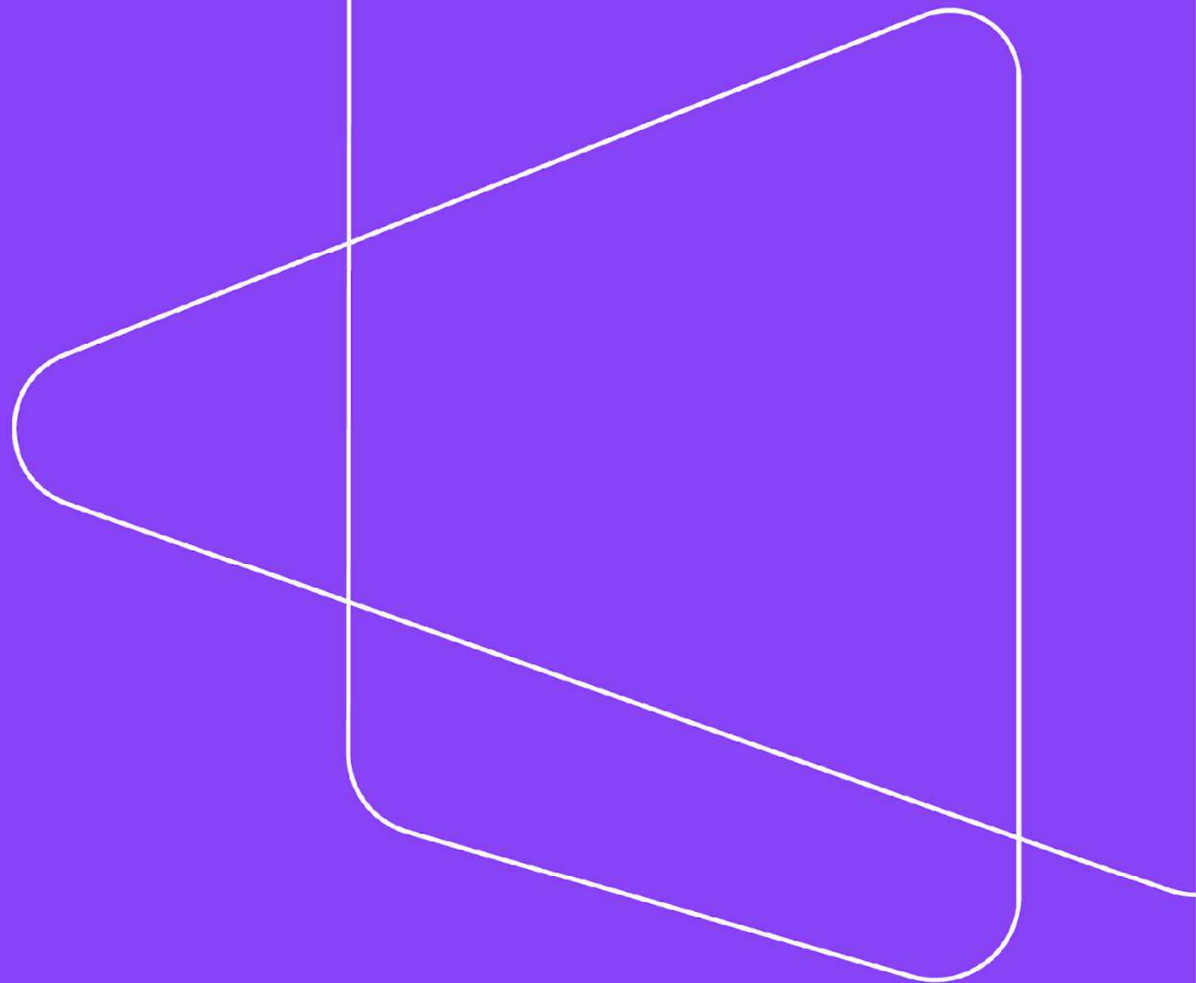


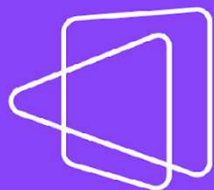
Stream
Media
Corporation



ストリームメディアコーポレーション (4772) 事業計画及び成長可能性に関する事項

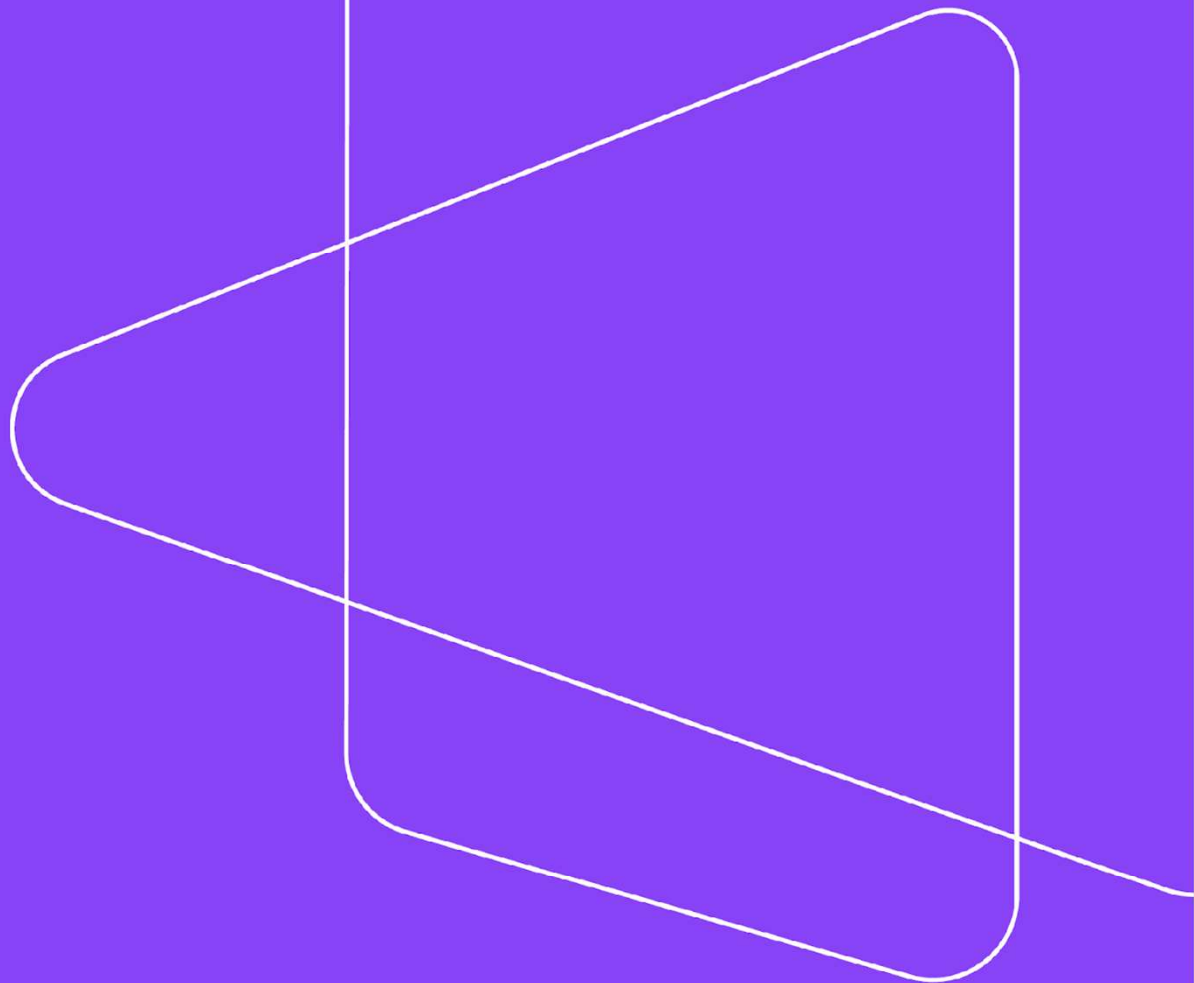
ストリームメディアコーポレーション(SMC) 事業計画及び成長可能性に関する事項

1. 会社概要	P.3
2. 事業概要	P.6
3. 市場環境の変化及び対策	P.12
4. 事業計画及びKPI	P.20
5. 報告事項	P.25
Appendix	P.30

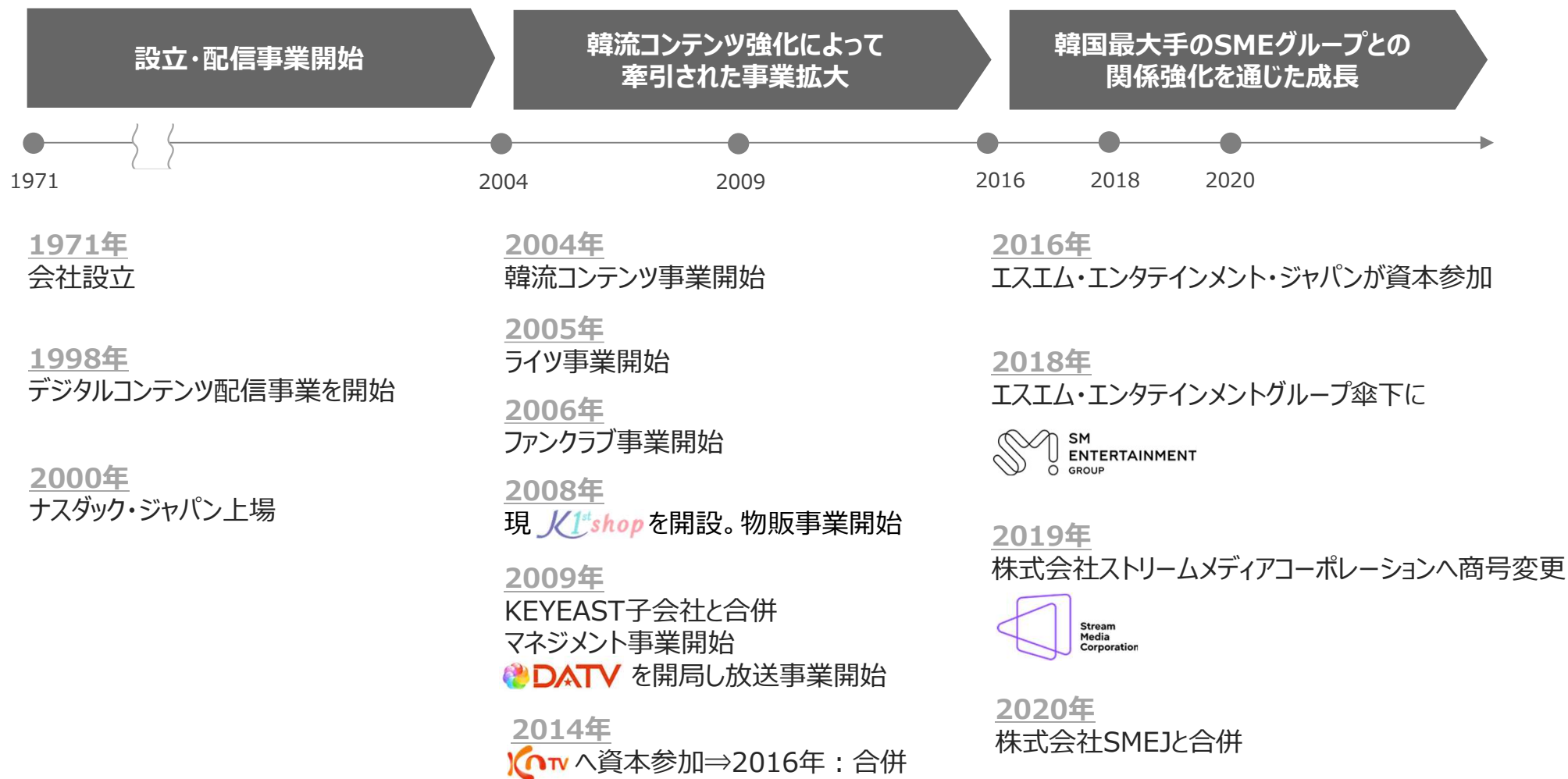


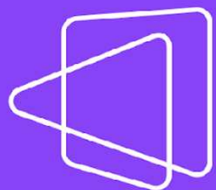
Stream
Media
Corporation

会社概要



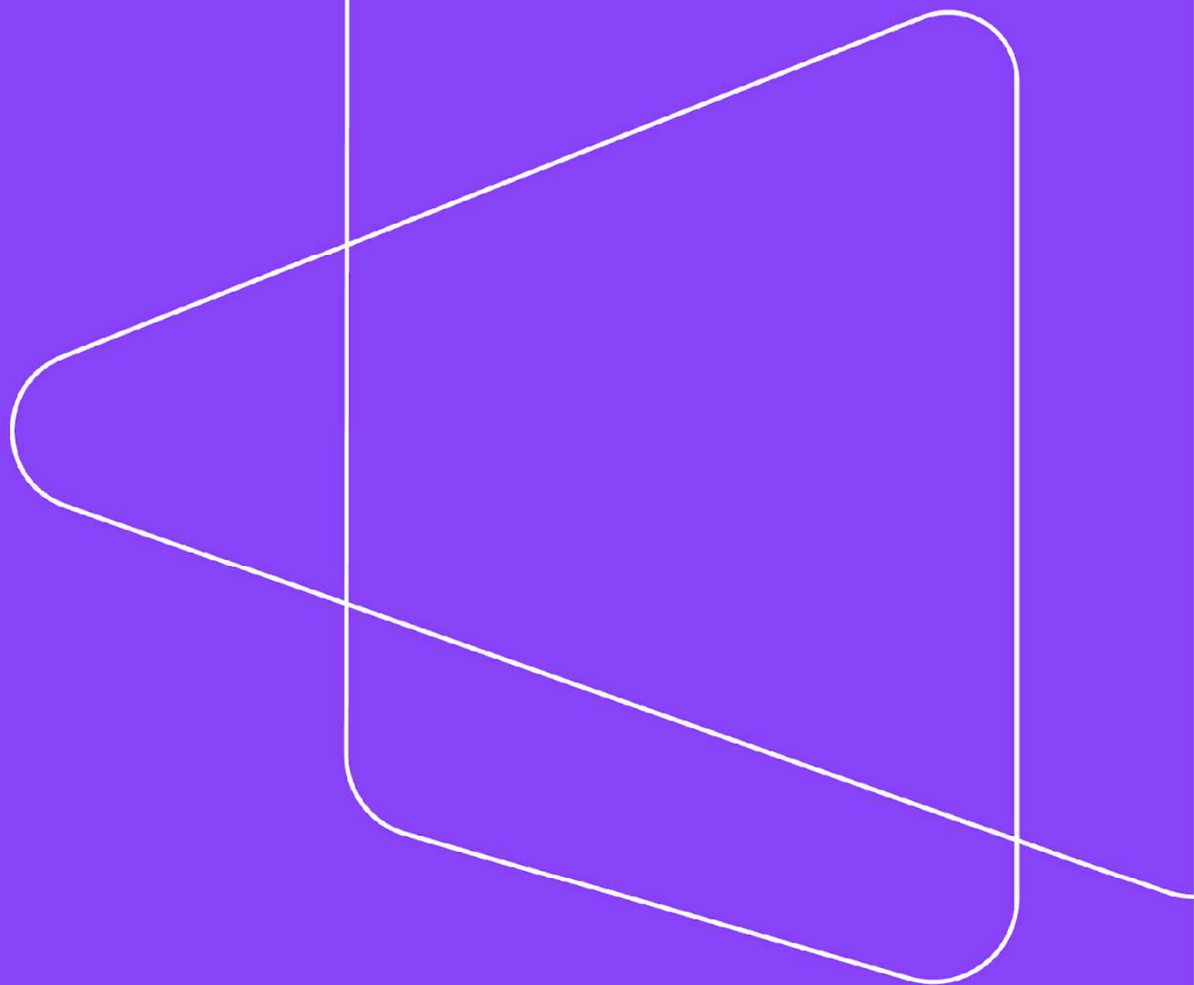
商号	株式会社ストリームメディアコーポレーション
本社所在地	〒106-6221 東京都港区六本木3-2-1 六本木グランドタワー21F
資本金	5,000万円（2024年12月現在）
主要事業内容	コンサート事業、MD事業、音楽事業、メディア事業、ライツ事業
事業開始	1998年4月（設立 1971年12月）
従業員数	91人（2024年12月現在）
上場	東京証券取引所グロース市場（上場 2000年7月27日） 証券コード 4772



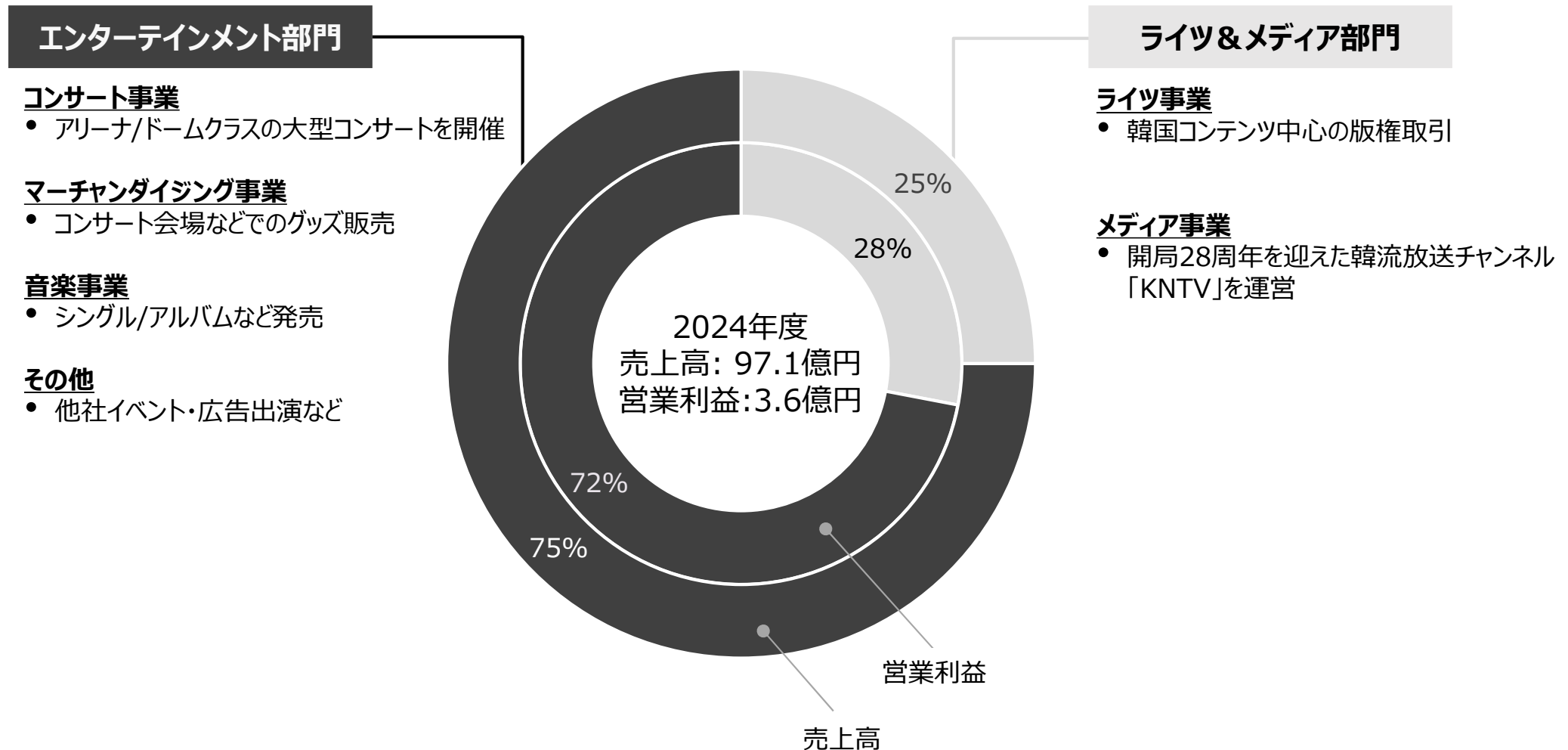


Stream
Media
Corporation

事業概要



SMエンターテインメント所属アーティストの国内マネジメント独占権利を持ちアーティストIPを活用したビジネスを行う「エンターテインメント事業」と、韓国コンテンツの著作権取引と韓流放送チャンネルを運営する「ライセンス&メディア事業」を展開しています

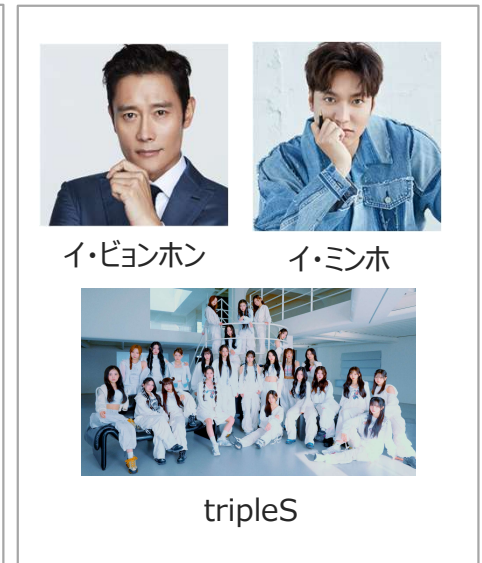


世界で人気を誇るSMエンターテインメント所属アーティスト及び他社所属俳優等の国内マネージメント権利を独占しており、アーティストIPを活用したビジネスを多角的に展開しております

【SM所属アーティスト】



【他社所属俳優・アーティスト】



強力なIPを活用したエンターテインメント事業

コンサート事業

- アリーナ/ドームクラスの大型コンサート開催
- 年間150万人以上の動員力
- 全世界へオンライン配信
- **新規IPの発掘及び育成**

MD事業

- コン서트会場でのグッズ販売
- ECサイトでの拡販
- コラボ商品企画
- 期間限定ストア・カフェ運営

音楽事業

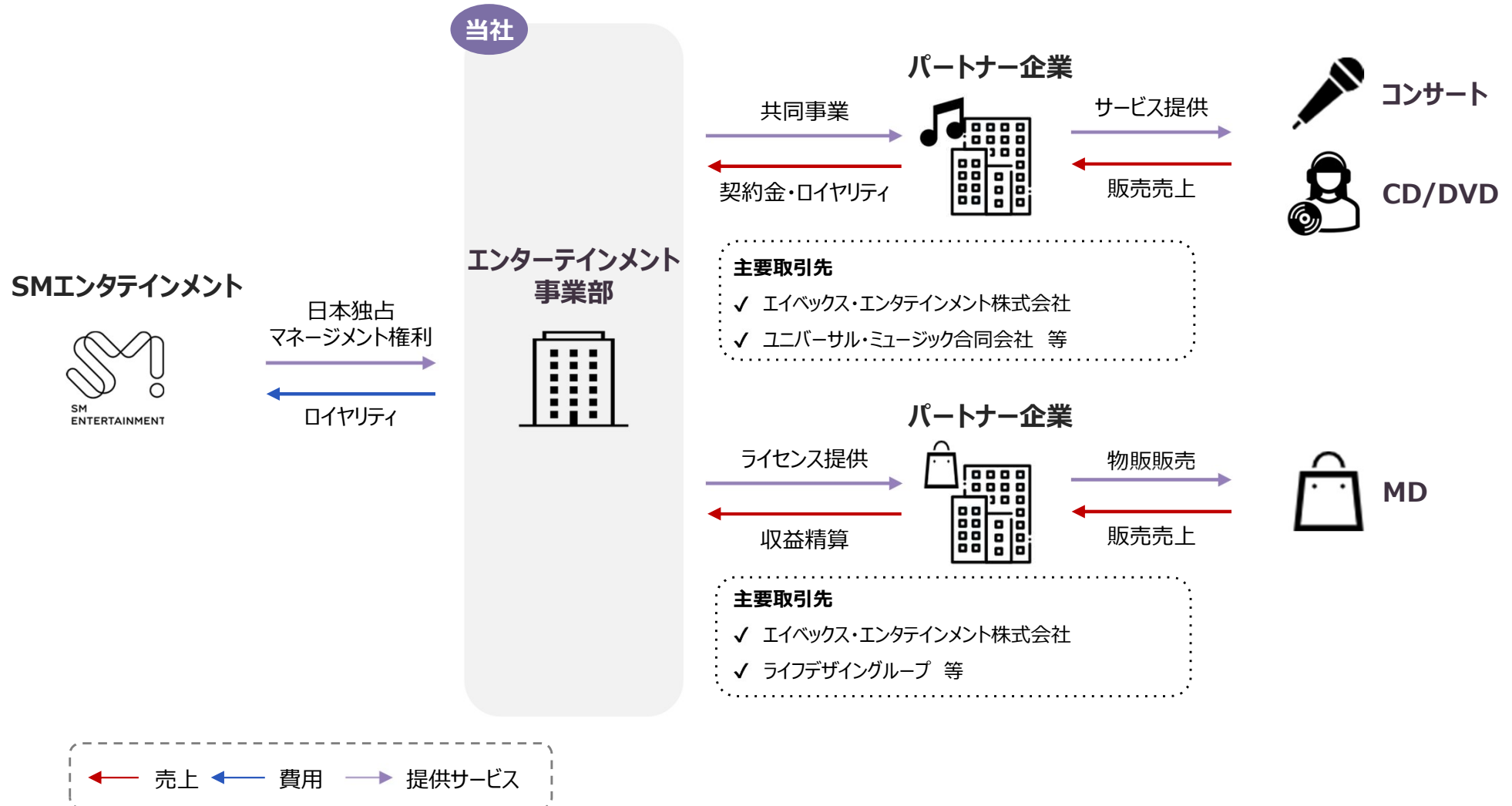
- シングル/アルバム発売
- ライブコンサートのDVD制作
- 各種チャートの上にランク

その他

- 広告契約
- 映画/ドラマ出演
- ファンクラブ運営事業*
- オリジナルコンテンツ企画

*ファンクラブ事業につきましては、韓国俳優・他社所属アーティストを中心に展開しています。

エンターテインメント部門では韓国のエンターテインメント会社から所属アーティストの日本での活動に関する権利を受託し、アーティストIPを活用した多様なサービス・商品を国内パートナー企業と協力しながら提供しています



韓国の人気ドラマ・音楽コンテンツ等を仕入れ国内で販売する他、開局28周年を迎えた自社運営チャンネルKNTVを通して放送しています

ライツ事業

韓国ドラマやバラエティ等人気コンテンツを買い付け、自社チャンネルKNTVを含む放送局、BS・CSチャンネル、OTT事業者等に販売しております

- 韓国及び中国・台湾
- ・ コンテンツ制作会社
 - ・ 韓国地上波・CATV
 - ・ SMグループ会社

当社

- 日本
- ・ 地上波・BS・CS
 - ・ OTTサービス
 - ・ DVD取扱店

■ ドラマ



(左) 高麗契丹戦争(原題)
(右) 世子(セジャ)が消えた (原題)

■ バラエティ



(左) 「ヨンの外出」
(右) 「東方神起の72時間」

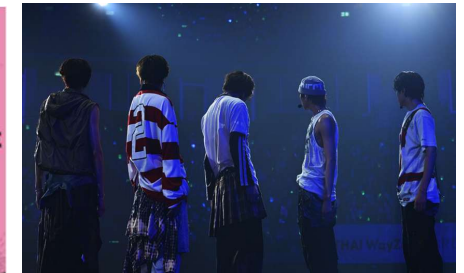
メディア事業

K-POPプレミアムコンテンツや韓国人気ドラマを放送するKNTVは、日本全国3千万世帯にリーチ可能なCS放送サービスで提供されております

■ K-POPプレミアムコンテンツ



【生放送】
SMTOWN LIVE 2024 : SMCU
PALACE@TOKYO



【生放送】
2025 WayV CONCERT
[ON THE Way] FINAL IN SEOUL

■ ドラマ及びバラエティ

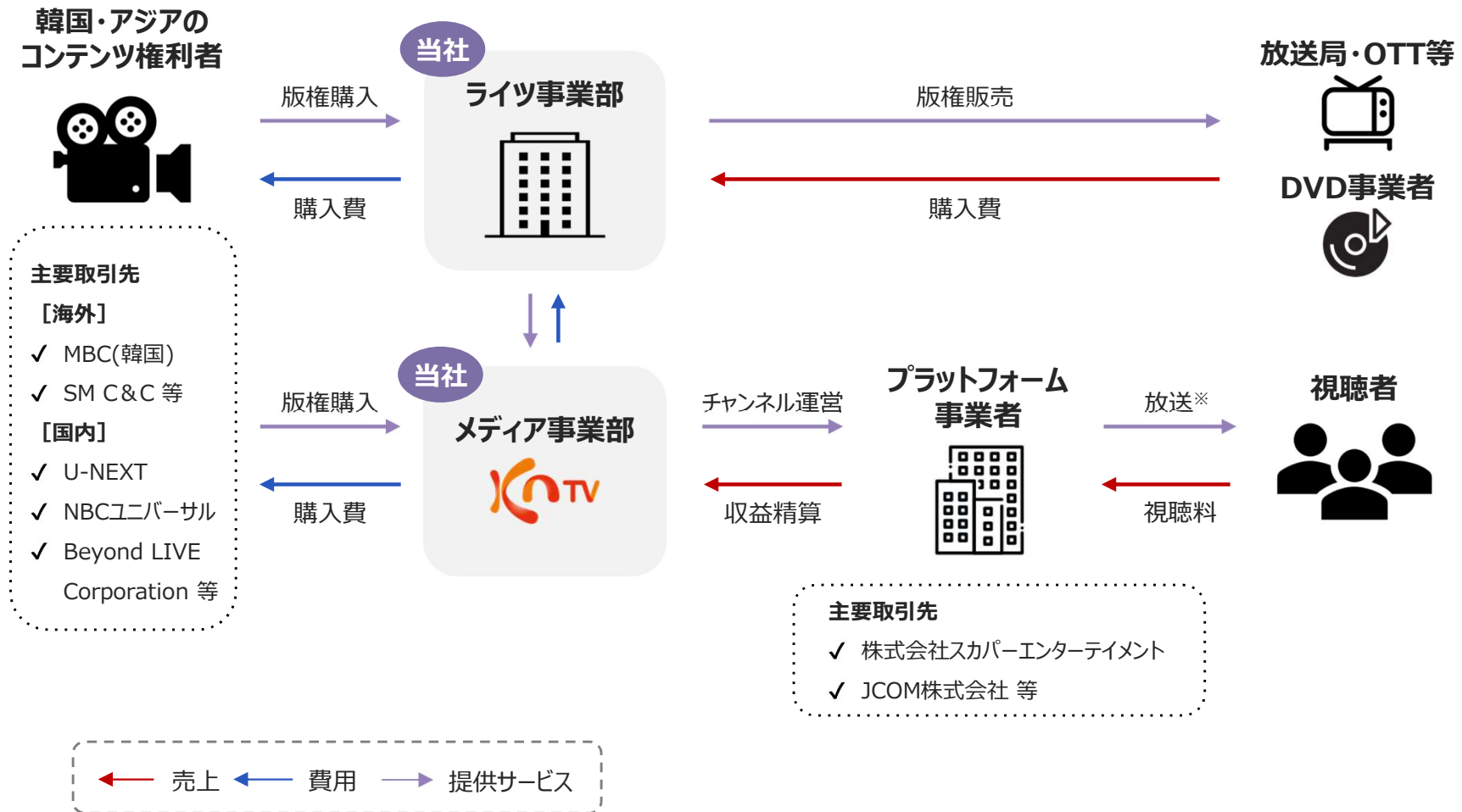


KBS大河ドラマ
「高麗契丹戦争(原題)」

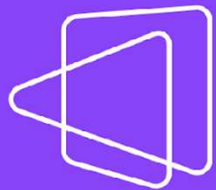


こんなに親密な裏切り者 (原題)

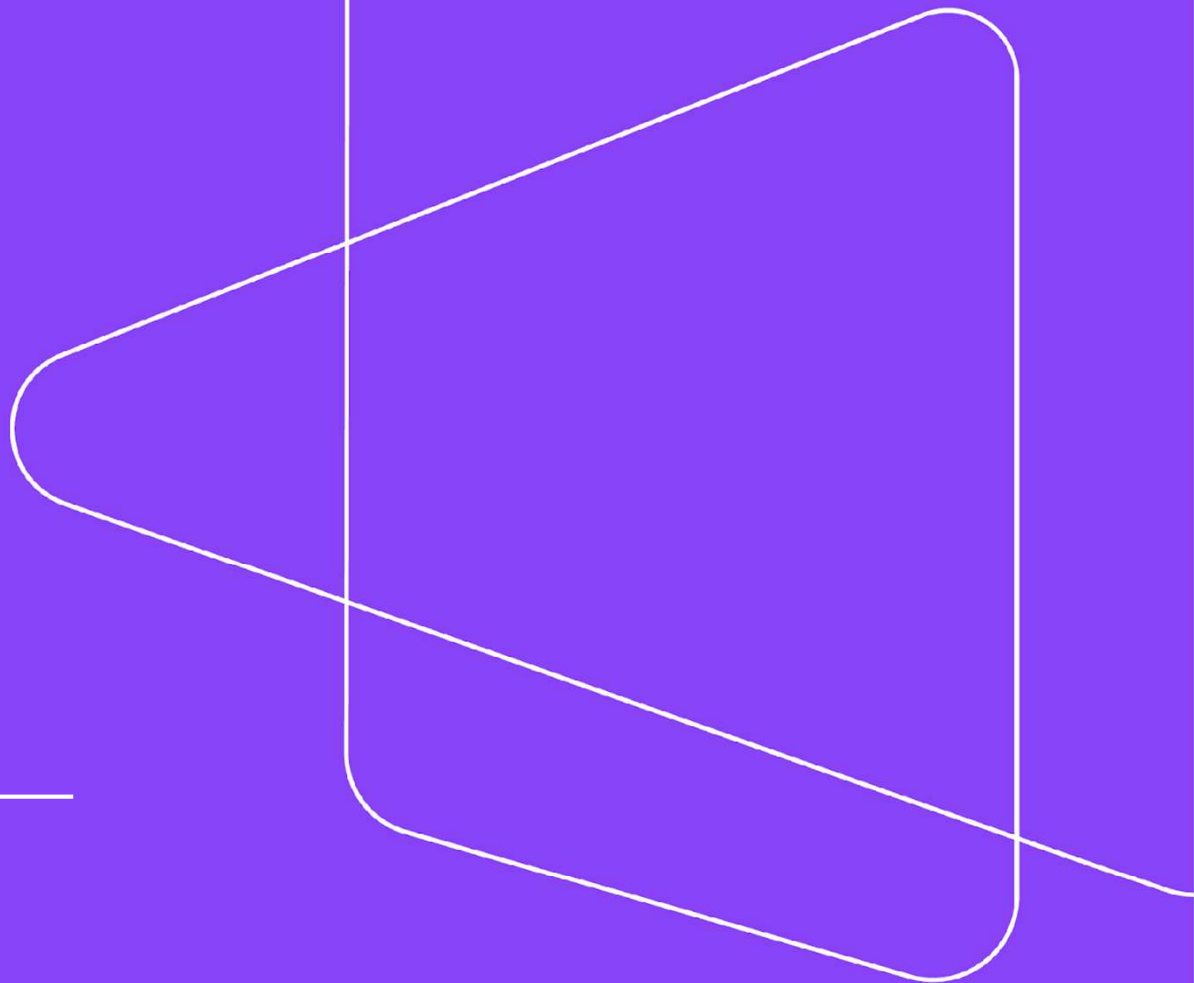
ライツ&メディア事業はコンテンツ権利者から著作権を購入し、それを基にチャンネル運営、コンテンツの流通等の事業を展開し、サービスを提供しています



※ KNTVは、CS・CA・IPTV事業者の放送サービスを通じて配信され、視聴料も各事業者が徴収し当社に精算しております



Stream
Media
Corporation



市場環境の変化及び対策

コンサート事業の収益構造を強化し、安定的な収益を確保するとともに、コンサート以外のビジネスも戦略的に展開することで持続的な成長を実現します

1 既存事業の強化

コンサートの継続開催により売上高を安定的に確保

2 事業拡大

アーティストIP拡大およびコンサート以外のビジネス強化

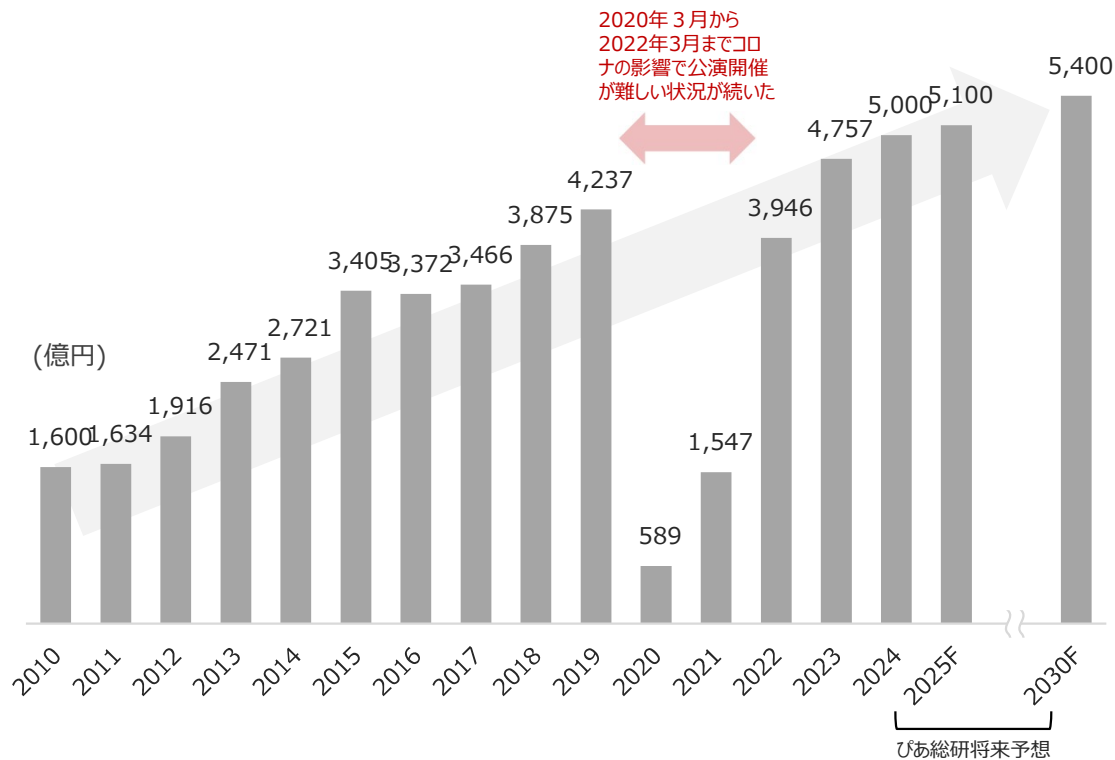
3 シナジー拡大

K-POPコンテンツ放送によるKNTVの競争力強化

1. 既存事業の強化：コンサート市場予想

コロナ禍で打撃を受けた音楽ライブ市場は、2023年にはコロナ前の規模を超過しています
今後も大規模イベントの増加と共に、会場数の増加とチケット価格の上昇により、市場は安定的な成長が見込まれます

■ コンサート市場規模予想



(注) ※ 集計ジャンル：ポップス、クラシック、演歌、歌謡曲、ジャズ、民族音楽ほか
 ※ オンラインライブは含まない
 出典：びあ総研推計「ライブ・エンタテインメント白書2024」
 ※1 スポーツ庁「スタジアム・アリーナの新設・建替構想と先進事例形成の現状」より、当社作成

■ コンサート会場の増加※1

2025年以降日本全国でアリーナクラスの会場が6か所以上建設予定



GLION ARENA KOBE
('25春予,1万人)



愛知国際アリーナ
('25夏予,1.8万人)



TOKYO A-ARENA
('25秋予,1万人)



シーホース三河新アリーナ
('26予,0.5万人)



大阪万博記念公園駅前アリーナ
('27予,1.8万人)

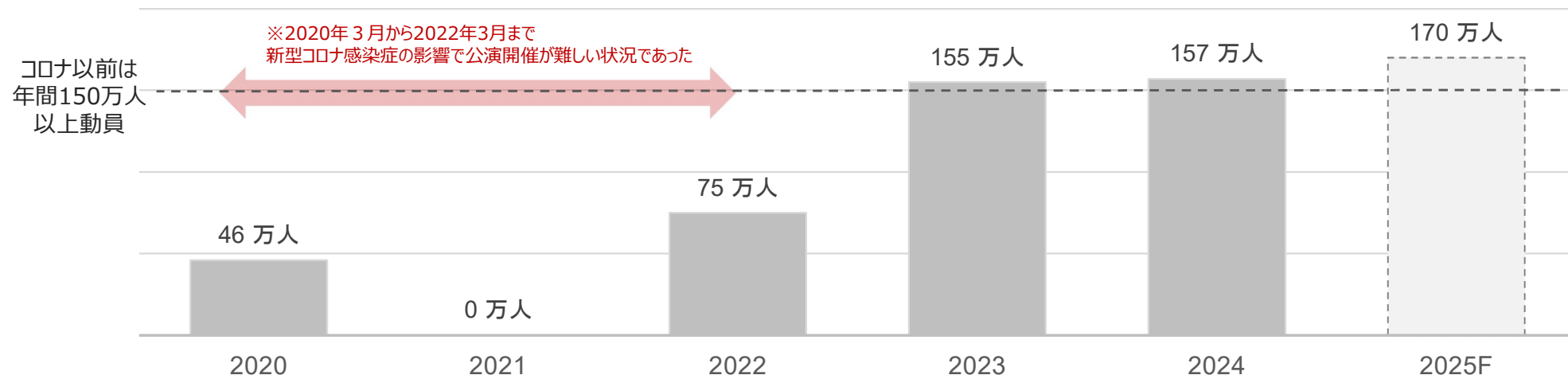


新秩父宮ラグビー場
('27冬予,2万人)

1. 既存事業の強化：コンサート動員数の推移

当社は、常に年間150万人以上をコンサートで動員できるほど強力なアーティストラインナップを保有しており、このような熱狂的なファンダム(Fandom)を活用しビジネスポートフォリオの拡張を図っています

■ コンサート事業の年間動員数



2022年

- 【5～6月】東方神起ファンクラブイベントツアー
来場者数:約14万人(21公演)
- 【5～6月】NCT 127 2ndワールドツアー
来場者数:約22万人(5公演)
- 【8月】SMTOWN LIVE
来場者数:約15万人(3公演)

2023年

- 【2～6月】東方神起コンサートツアー
来場者数:約30万人(20公演)
- 【2月】NCT DREAM初ドームコンサート
来場者数:約12万人(3公演)
- 【3～8月】aespa日本初コンサートツアー
来場者数:約20万人(12公演)
- 【9月】NCT スタジアムコンサート
来場者数:約22万人(4公演)

2024年

- 【1～3月】NCT 127東名阪コンサートツアー
来場者数:約26万人(6公演)
- 【2月】SMTOWN LIVE
来場者数:約10万人(6公演)
- 【2月】SHINee東京ドームコンサート
来場者数:約10万人(2公演)
- 【5～6月】NCT DREAMドームコンサート
来場者数:約23万人(5公演)
- 【7～8月】aespa ライブツアー
来場者数:約20万人(11公演)

2025年

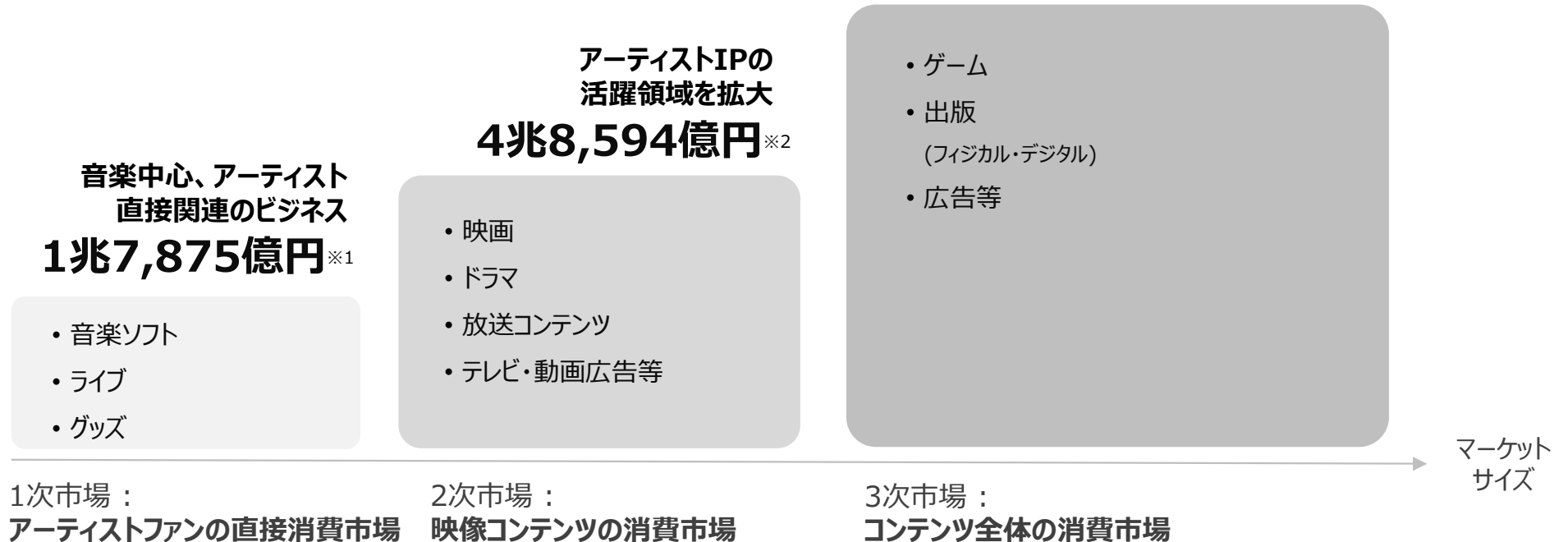
- 【'24.11月～4月】TVXQ!20周年ツアー
来場者数:約35万人(22公演)
- 【1月】RIIZE : The Secret LIEZ
来場者数:約3万人(3公演)
- 【3～4月】NCT 127ツアー
来場者数:約10万人(6公演)
- 【8月】SMTOWN LIVE
来場者数:約10万人(2公演)

2. 事業拡大：IP活用ビジネスの市場規模

アーティストIPの多角的な活用でビジネスポートフォリオを拡張し、合計13兆円超の国内市場でマーケットシェアを上げてまいります

総計 **13兆8,614億円** の市場

アーティスト派生IPを活用した
ビジネスポートフォリオ拡張
7兆2,145億円※3



出典 ※1 経済産業省商務情報制作局コンテンツ産業課「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」の2023年予想キャラクター市場と一般社団法人日本レコード協会「Statistics Trends 日本のレコード産業2022」の2021年日本音盤(フィジカル・デジタル)市場規模、ぴあ総研推計「ライブ・エンタテインメント白書2022」の音楽ライブ市場規模を合算

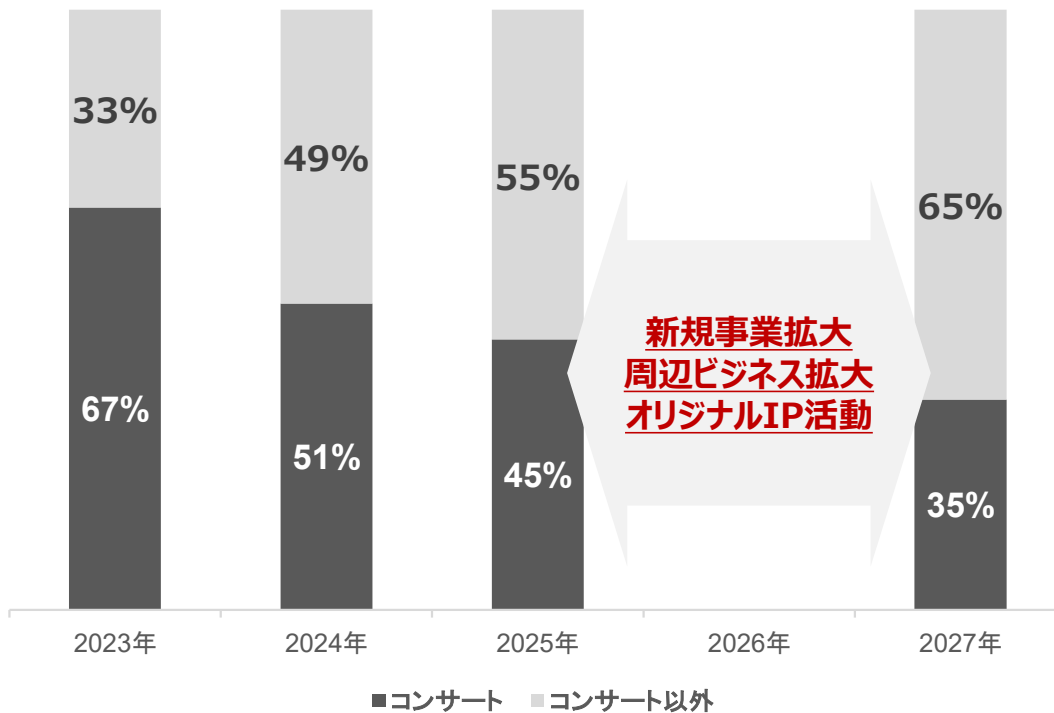
※2,3 経済産業省商務情報制作局コンテンツ産業課「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」の2023年予想データを基に当社作成
尚1USD=137.59円で試算

2. 事業拡大：コンサート以外のビジネス強化

アーティストラインナップを強化すると共に、日本オリジナルIPの発掘・育成に注力してまいります
アーティストIPを活用したビジネスポートフォリオの拡張を行い、収益源の拡大を図ります

■ 新事業戦略

- ・内容：**コンサート以外が占める売上の割合を65%以上にする**
 ※エンターテインメント事業全体の売上に占める割合



■ コン서트以外のビジネスとは

エンターテインメント事業は次の各事業で構成されている

- ・コンサート事業
- ・MD事業
- ・音楽事業（CD、DVDなど）
- ・出演料（他社イベント、CMなどの広告など）
- ・当社オリジナルIP
- ・新規事業（Music business、旅行）

コンサート以外の
ビジネス

■ コン서트以外のビジネスを強化する理由

コンサート事業には次の制限がある

- ・アーティストのスケジュール
- ・公演会場の制限
- ・高騰している制作費

更なる売上向上のために注意すべき点

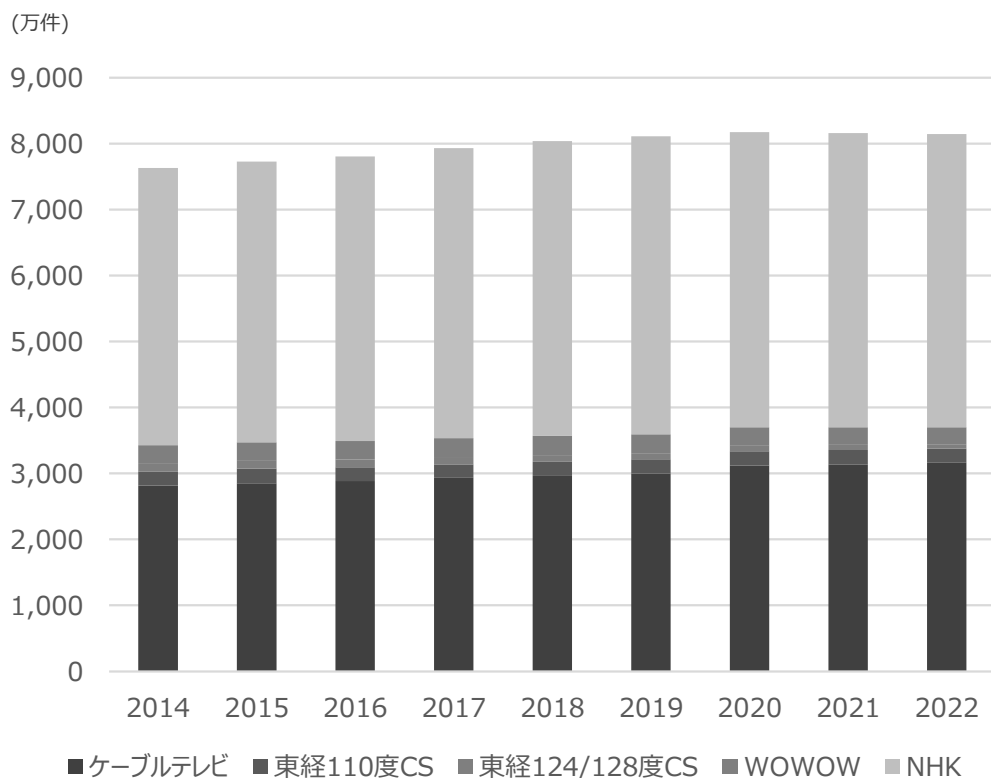
- ・SMアーティストに依存する事業のリスク
- ・アーティストIPを活用することによる更なる売上の獲得
- ・既存のロイヤリティが発生するビジネスと連動した新規ビジネスの創出
 (新規ビジネスはロイヤリティが発生しないものを優先的に検討)

3. シナジー拡大：KNTVにおける市場動向

**コンテンツ視聴デバイスの多様化にもかかわらず放送サービス加入者数は規模を維持しています
また韓国コンテンツのニーズは高く、輸出額も増加傾向が続いています**

■ 放送サービスの加入者数

微増傾向が見られ、8,000万件を維持

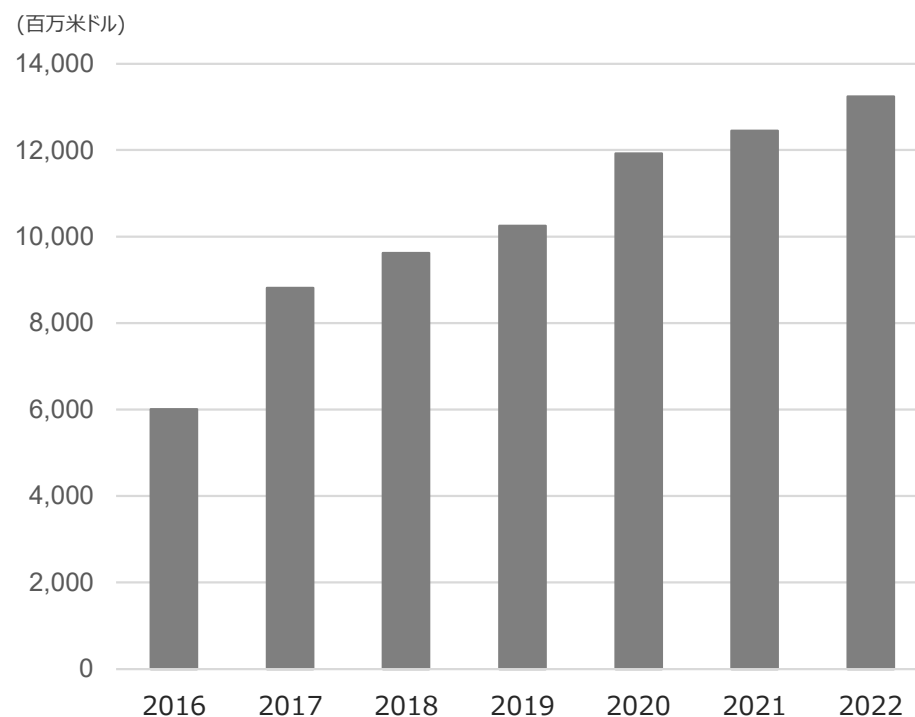


出典：総務省「令和6年版情報通信白書」より作成

■ 韓国コンテンツ海外輸出額

韓国コンテンツ輸出額は急速な増加を続けており、中でも日本は15%を占める

※ 出版、漫画、音楽、映画、ゲーム、アニメ、放送、広告、キャラクター、知識情報、コンテンツソリューションを含む



出典：韓国文化体育観光部「コンテンツ産業調査」(2023年)

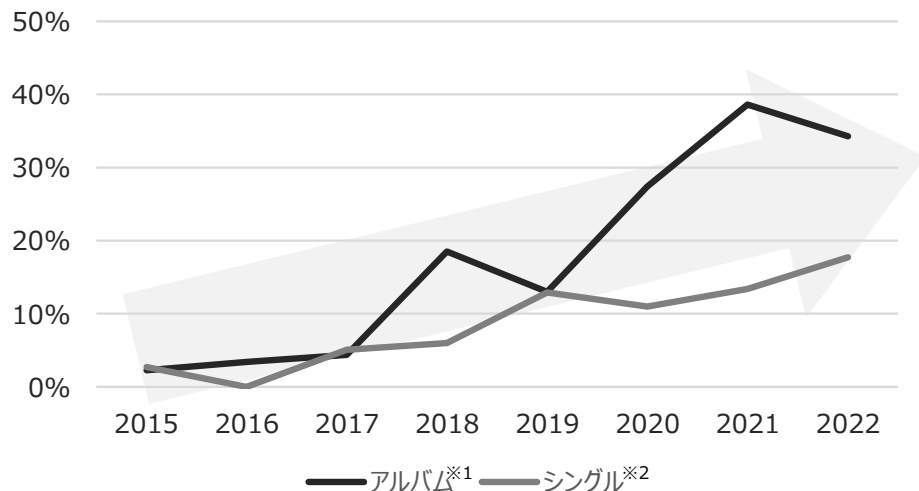
3. シナジー拡大：K-POPコンテンツ放映によるKNTVの競争力強化

KNTVは、日本初放送ドラマに加え、グループシナジーを活用したK-POPプレミアムコンテンツの放送が可能でありさらなるプレミアム化及び当社アーティストのマーケティング媒体として活用してまいります

■ K-POPコンテンツに対する市場のニーズ

「ドラマ・映画」の著作権獲得競争が激化する中、**当社の強みである「K-POP」のプレミアムコンテンツを編成し、市場のニーズに応えていく**

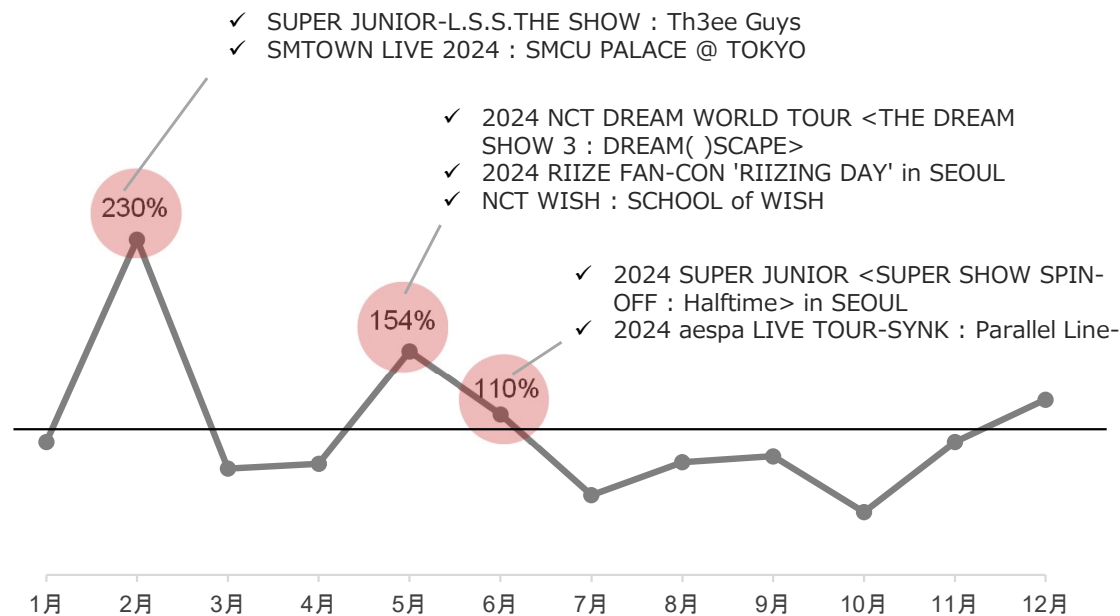
・ 国内音楽市場におけるK-POPの影響力



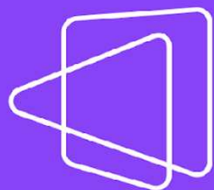
※1 オリコン年間ランキングにて10万枚以上販売されたアルバム中のK-POP音盤比率
 ※2 オリコン年間ランキングにて15万枚以上販売されたシングル中のK-POP音盤比率
 出典：HI INVESTMENT&SECURITIES「韓国人は知らない韓国外のK-POP」
 出典：総務省「令和6年版情報通信白書」より作成

■ K-POPコンテンツの編成強化による事業シナジー強化

- 2024年には計15作品のプレミアムコンテンツを放送
 ※ 2024年12月に発生した飛行機事故でプレミアムコンテンツの生中継が取り消しになったことが原因
- 特に2月には、SM TOWN LIVEを生中継したことで年間平均加入者数を大きく上回る結果
- 2024年のKNTV月別新規加入者推移
 ※ パーセンテージは2024年平均月別新規加入者数を基準に算出

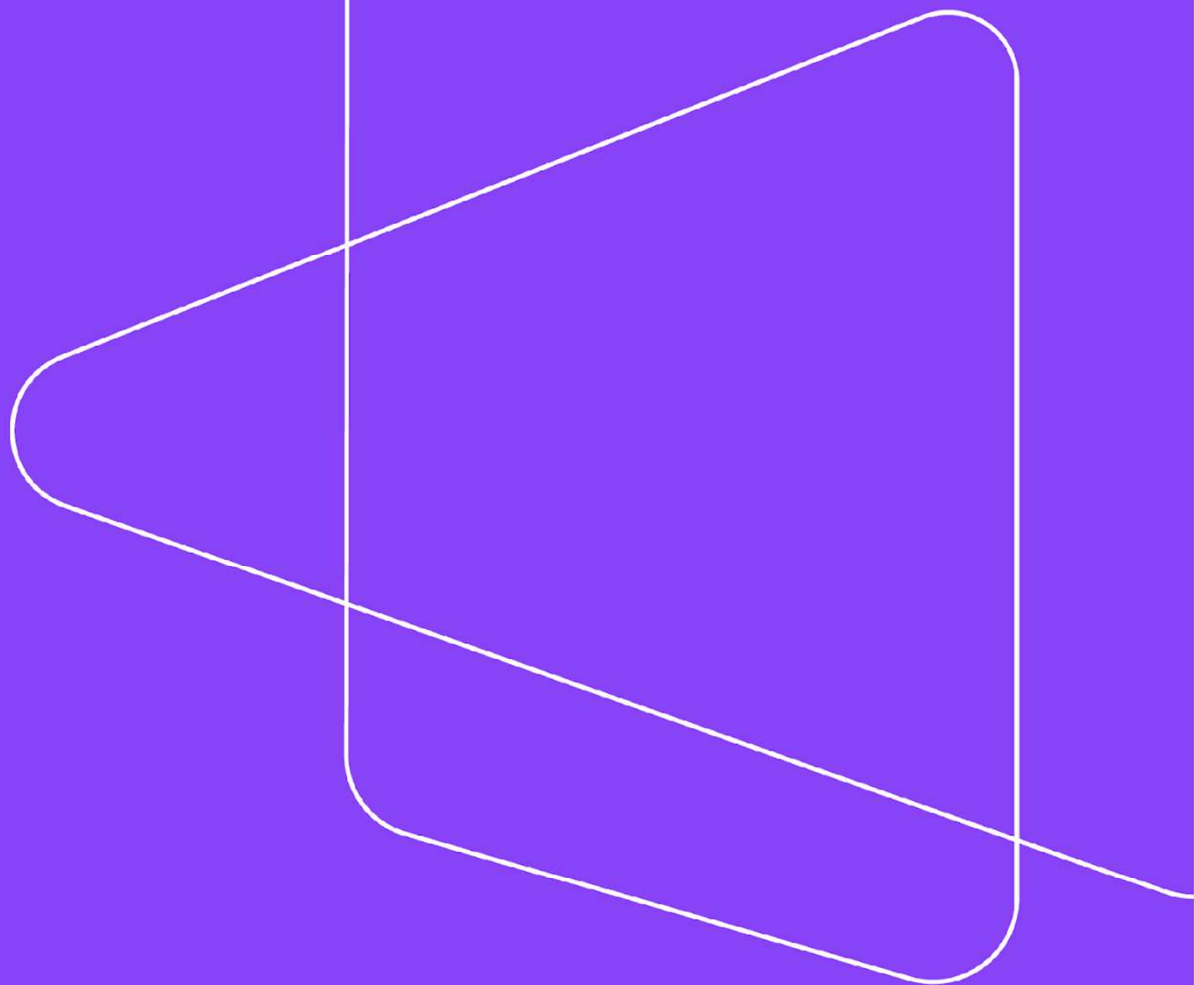


- ✓ SUPER JUNIOR-L.S.S.THE SHOW : Th3ee Guys
- ✓ SMTOWN LIVE 2024 : SMCU PALACE @ TOKYO
- ✓ 2024 NCT DREAM WORLD TOUR <THE DREAM SHOW 3 : DREAM()SCAPE>
- ✓ 2024 RIIZE FAN-CON 'RIIZING DAY' in SEOUL
- ✓ NCT WISH : SCHOOL of WISH
- ✓ 2024 SUPER JUNIOR <SUPER SHOW SPIN-OFF : Halftime> in SEOUL
- ✓ 2024 aespa LIVE TOUR-SYNK : Parallel Line-

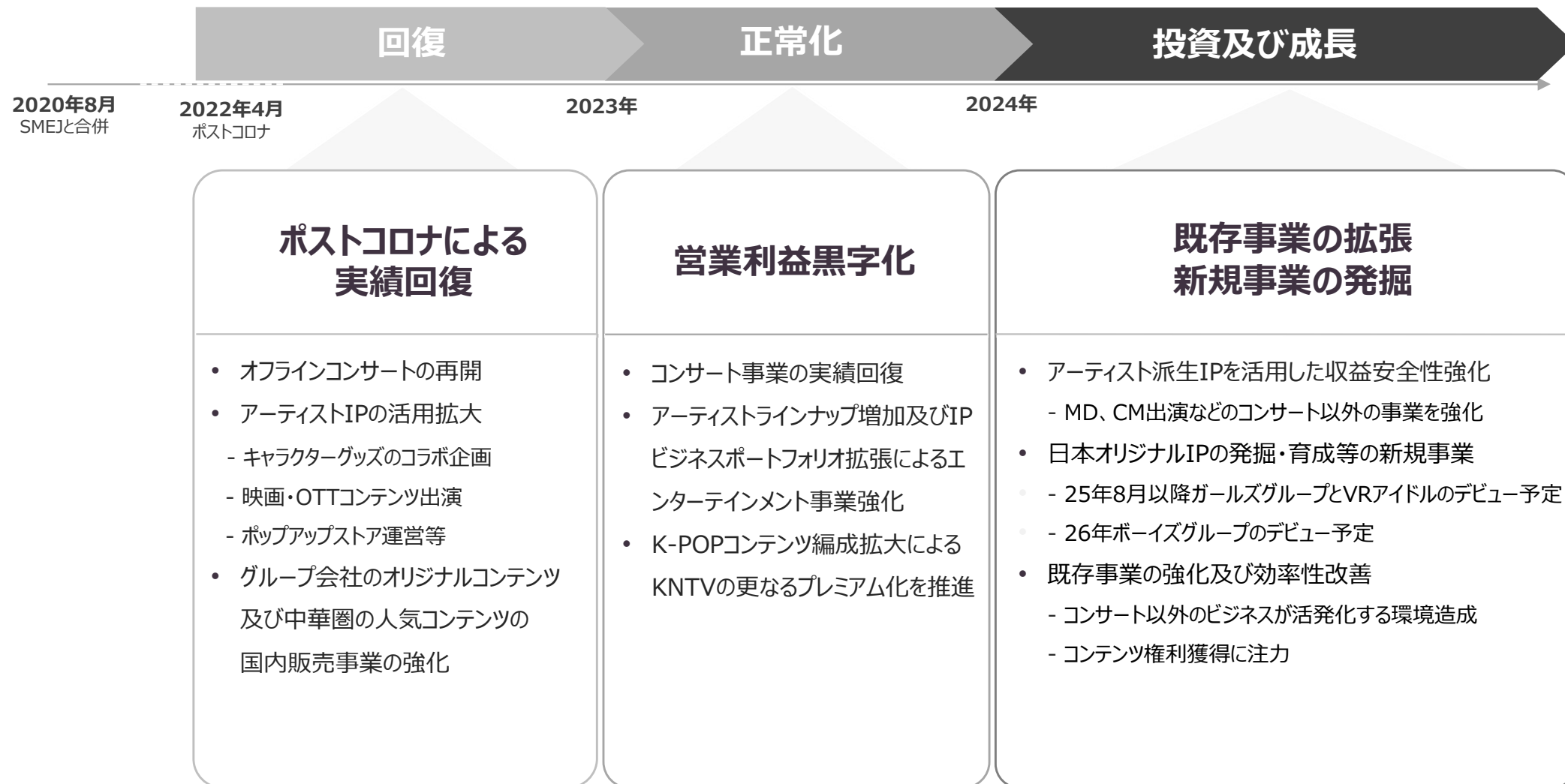


Stream
Media
Corporation

事業計画及びKPI

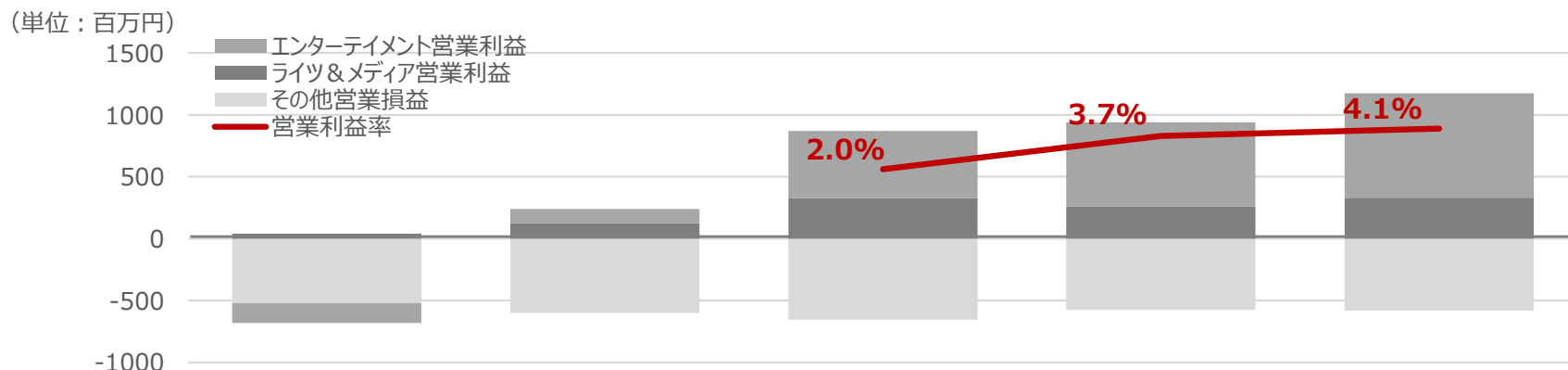


2023年にはコロナの影響を受けていたコンサート開催を正常化させ、2024年からは既存事業の強化及び拡張、2025年は新規事業の開拓を行い、中長期に渡る安定的な成長を目指します



エンターテインメント事業の回復により、2023年に黒字転換、2024年は売上・営業利益ともに合併後最高の業績を達成
2025年もさらなる成長を見込み、増収増益を計画しております

■ 営業利益及び営業利益率

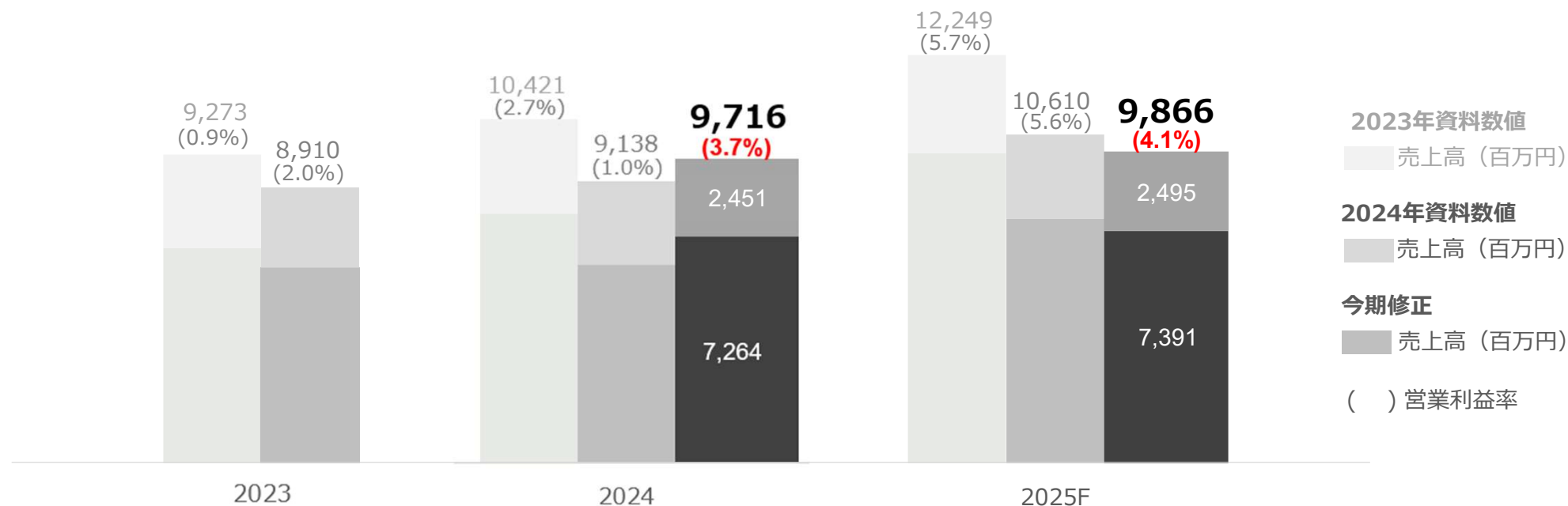


年度	2021	2022	2023	2024	2025F
売上	5,631	7,078	8,910	9,716	9,866
エンターテインメント	2,124	3,714	6,330	7,264	7,391
ライツ&メディア	3,498	3,205	2,682	2,451	2,495
営業損益	-641	-381	181	364	405
営業利益率	-	-	2.0%	3.7%	4.1%

- ・ コンサート事業を継続して行う他、コンサート以外のビジネス拡大による売上高増加を推進
- ・ 日本オリジナルIPが2025年から国内を中心に本格的に活動を行うため、利益率が改善する見込み

※ 売上総額と各部門の合計との差額は、「その他」部門の実績です

エンターテインメント事業において、コンサート制作費が想定以上に高騰しているため予想を修正しました
2025年には新規IPが稼働し利益率も向上する見込みです



【2024年】

- エンターテインメント：コンサート以外の事業が業績を牽引、特にMD事業において、主要グッズのリニューアル等により平均客単価が向上
- ライセンス&メディア：ライセンス事業のアーカイブ作品が引き続き好調なことに加え、メディア事業はオフィスの見直し等による固定費の削減を実施

【2025年】

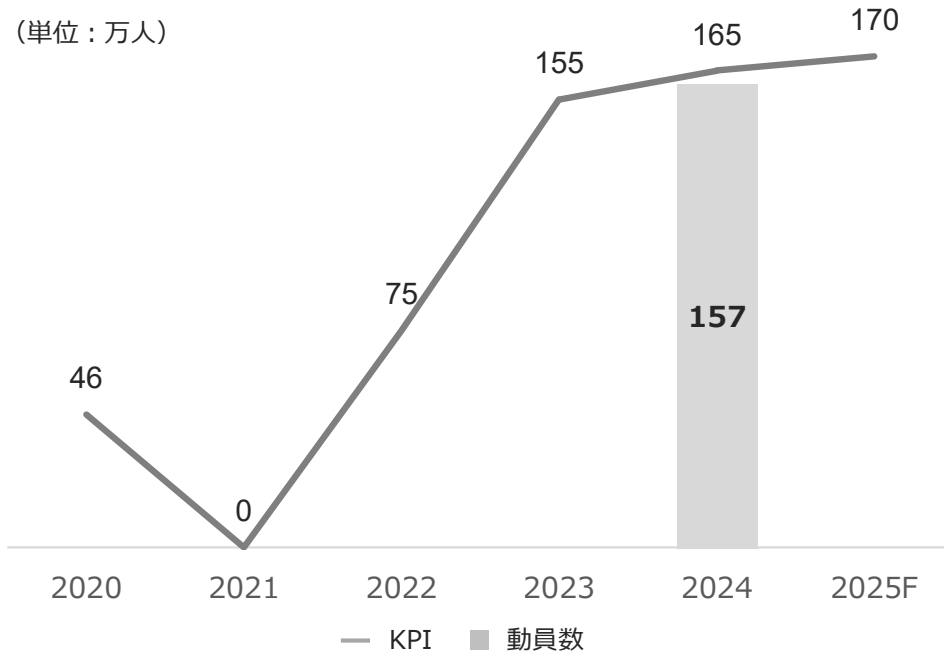
- エンターテインメント：当初想定していたよりも音楽ライブ市場の成長がゆるやかだったことに加え、コンサート制作費が想定していたより下がらないなどにより、計画を修正
- ライセンス&メディア：引き続き厳しい市場環境の中で売り上げと利益率を維持

※ 売上総額と各部門の合計との差額は、「その他」部門の実績です

コンサート動員数をKPIとして設定することでIPビジネスの基盤となるファンダムの規模やロイヤリティを管理し、またKNTVではプレミアムコンテンツの編成を積極的に実施し、加入者を獲得してまいります

■ エンターテインメント部門 ： オフラインコンサート動員数

(単位：万人)

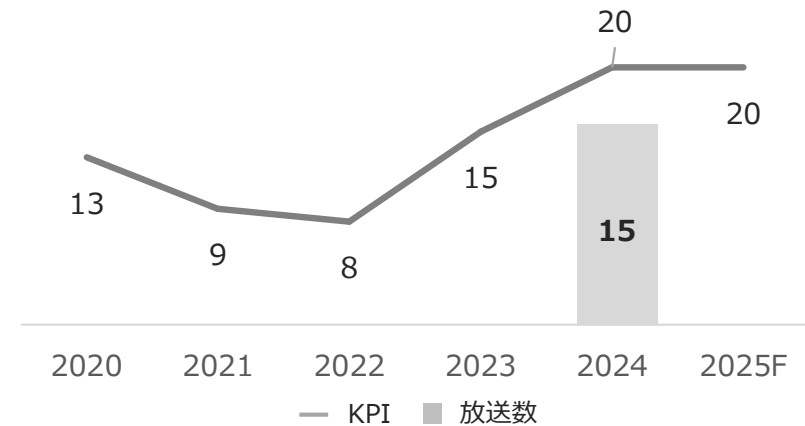


※ 2020年7月まではSM Entertainment JapanまたはSMEJの実績

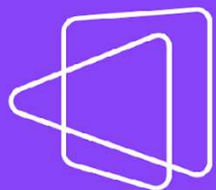
- 2024年も計画通りにコンサートを開催し、概ねKPIを達成
- 2025年は当初想定していたよりも音楽ライブ市場の成長がゆるやかであることに加え、コンサート制作費が想定より下がらないなどの理由により、計画を修正

■ ライツ&メディア部門 ： KNTVのK-POPプレミアムコンテンツ放送タイトル数

(単位：作品)

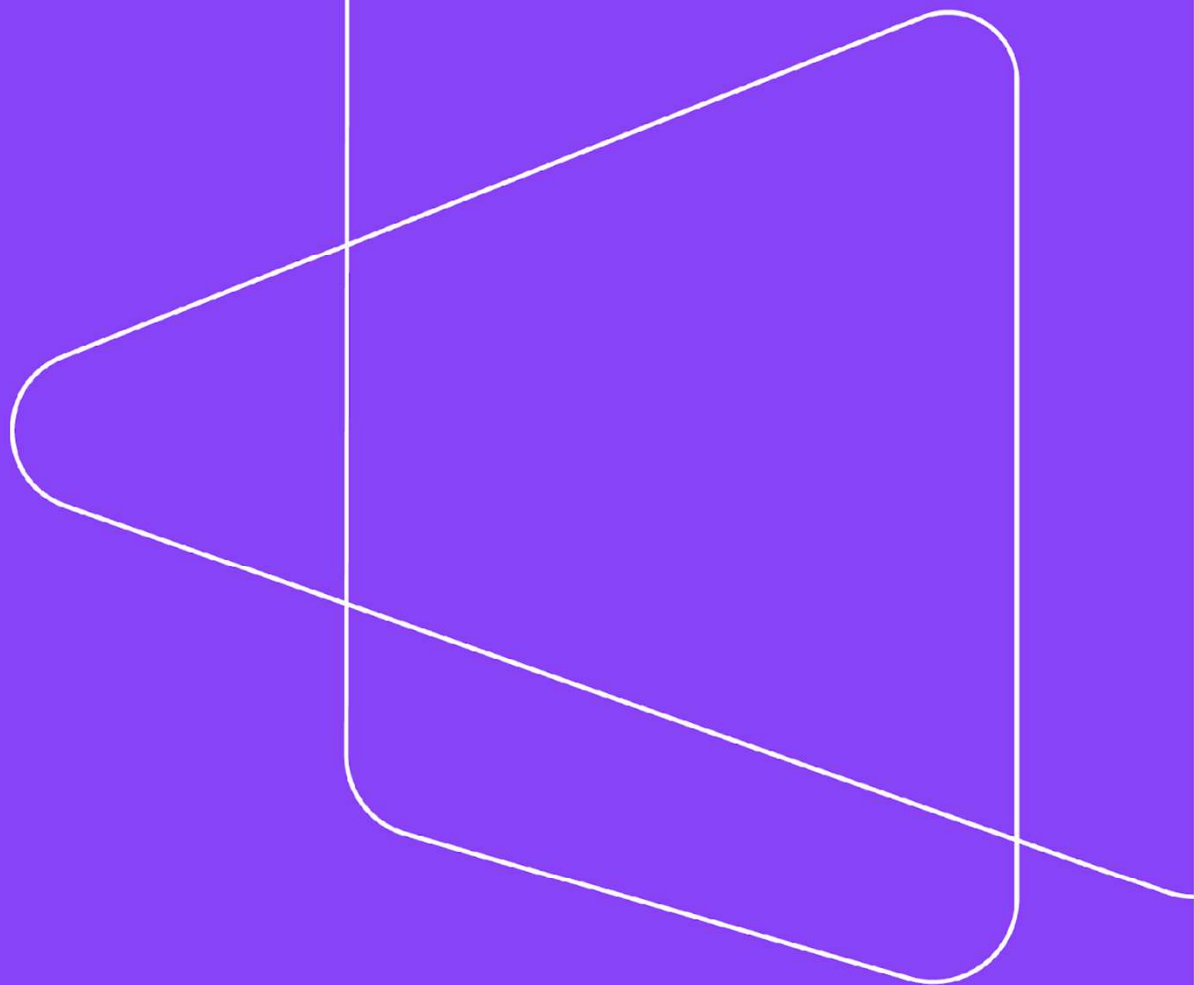


- 2024年はプレミアムコンテンツの定期的・戦略的編成により、新規加入者を獲得のみならず、単月加入後離脱する事も防止
- 2024年は12月に発生した韓国飛行機事故に伴い、生放送の中止が続いたことにより、プレミアムコンテンツ数は未達
- 上記の状況を鑑み、2025年の計画を修正



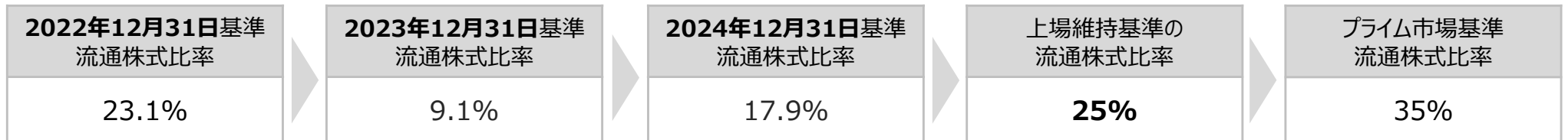
Stream
Media
Corporation

報告事項



■ 流通株式比率25%確保に向けた対策

- 2022年4月から再編された株式市場において、当社はグロース市場を選択しており、グロース市場の上場維持基準への適合状況は、流通株式比率において基準を充たしておりません



■ 現状

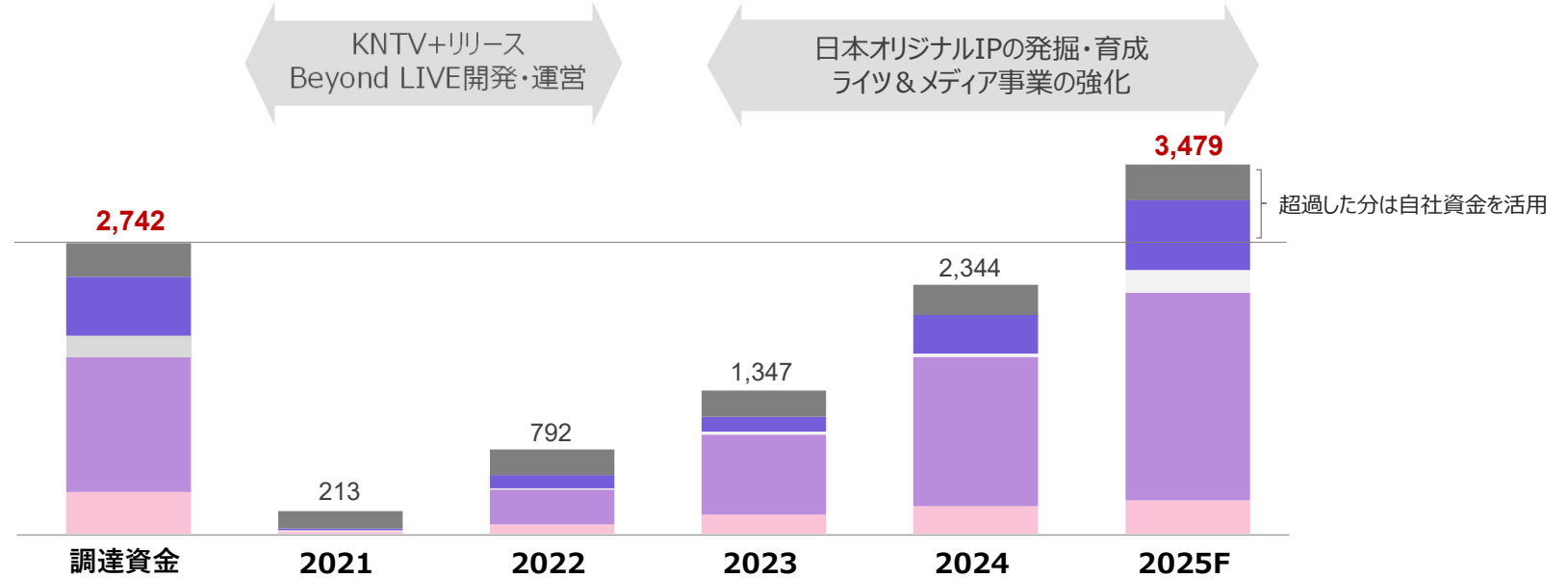
- 2023年末において10%以上を保有する大株主が出現したため、流通株式比率が低下しました
- 2024年、流通株式比率向上を目的とした親会社による当社株式の一部売却を二度実施、流通株式比率は17.9%となりました

■ 上場維持基準の適合に向けた今後の取組内容

- 大株主に対して、保有株式の一部売却と株式保有状況に関する協力を要請し、流通株式比率の改善を図ります
- そのほか、流通株式比率を確保するため最善を尽くします
 - IR強化により投資家へのアプローチを積極的に拡大
 - 非支配株主の保護を優先にしたファイナンス方法を検討等

2025年には韓国のNAVER社から調達した資金のすべてを、新規事業及び既存事業の強化と人材確保に投資してまいります

■ NAVER社からの調達資金の投資状況及び計画




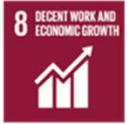





■ 技術開発・運用維持保守	315	165	240	245	283	337
■ 運営・管理費	556	16	126	141	365	657
■ マーケティング	200	10	10	30	30	215
■ 既存事業の強化	1275	0	330	750	1,408	1,957
■ 人材確保・教育	391	22	86	181	258	313
合計 ※年度累計	2,742	213	792	1,347	2,344	3,479

- 当初Beyond LIVE等プラットフォーム開発・運営に約17億の資金投入を計画しておりましたが、プラットフォーム事業の継続を見直したことにより資金用途の詳細や投入日程を調整して運用いたします
- 残資金は今後既存事業であるKNTVのプレミアムコンテンツの獲得費用や新作獲得費用の他、新規事業である日本オリジナルIPの発掘と育成、また人材確保へ集中的に投資してまいります

※1 払込金額（27.6億円）から発行諸費用（7百万円）を除いた金額

※2 別途資金で既存事業の強化は継続

当社は、社員の多様性を尊重し働きやすい組織づくりを手掛けるほか、SDGsの実現のため多角的に努力を尽くしてまいります

SDGsへの貢献分野	実践内容及び今後の予定
<p>社内多様性及び労働環境の改善</p>	<ul style="list-style-type: none"> 社内従業員のDEI 女性社員比率 <ul style="list-style-type: none"> 女性 66% 男性 34% 女性管理職比率 <ul style="list-style-type: none"> 女性 39% 男性 61% 多国籍人材採用 <ul style="list-style-type: none"> 海外 36% 日本 64% 年齢多様性 <ul style="list-style-type: none"> 20代 14% 30代 26% 40代 28% 50代以上 32% <ul style="list-style-type: none"> 定期的健康診断とストレスチェック(2024年受検率78.3%、2025年目標80%) 常時産業医面談 永年勤続リフレッシュ休暇 フリーeラーニングの受講 社員の能力強化、福利厚生強化 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>
<p>環境保護・気候変動対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> スマートワーク業務環境の造成 KNTV冊子の電子化 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>
<p>パートナー企業共同成長・社会正義の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報セキュリティ及び情報保護システムの運営 持続可能な経営戦略体系の樹立 倫理・人権教育の強化 パートナーシップの維持、強化 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>

※ 人事関連数値は2022年12月基準です

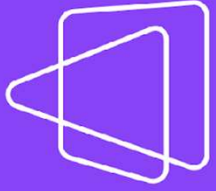
予測できるリスクを最小限に抑えるための内部統制強化及び収益源の多角化によるリスクヘッジを図ります

※ 記載以外のリスクにつきましては有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

項目	リスク	影響するセグメント	顕在化の可能性	影響	リスク対応策
コンサート	制作費の高騰により、コンサート売上・利益が減少	ENT	中	中	制作費が高騰する現象は止まっており、コンサート以外のビジネスの比率を高めるほか、委託事業を少しずつ内製化する
アーティスト	活動終了等によりアーティストの活動が休止となる事象が発生し、アーティスト関連の売上が減少	ENT	低	小	日本オリジナルIPを含めアーティストラインナップの拡大により、1組のアーティストのみに偏らない事業を運営
コンテンツ	OTT事業者の台頭により、コンテンツの獲得競争が激化し著作権価格が高騰	R&M	中	中	韓国ドラマに限らずバラエティー、中華圏ドラマ等に獲得作品を拡張グループ会社制作作品の活用拡大
人材確保	人材の流出が生じた場合、事業活動に支障又は制約が生じる可能性	ENT R&M	低	中	労働環境や福利厚生を整備等、待遇面に配慮
リーガル	著作権、肖像権等の侵害によりコンテンツの提供が停止	ENT R&M	低	小	著作権委員会等の参加により担当者の認識向上に努める
為替レート	円安（又はドル高、ウォン高）により著作権購入及びコンサート制作・演出費用の上昇	ENT R&M	中	中	共同事業で原価負担を縮小 振込時期を調整し影響を最小化

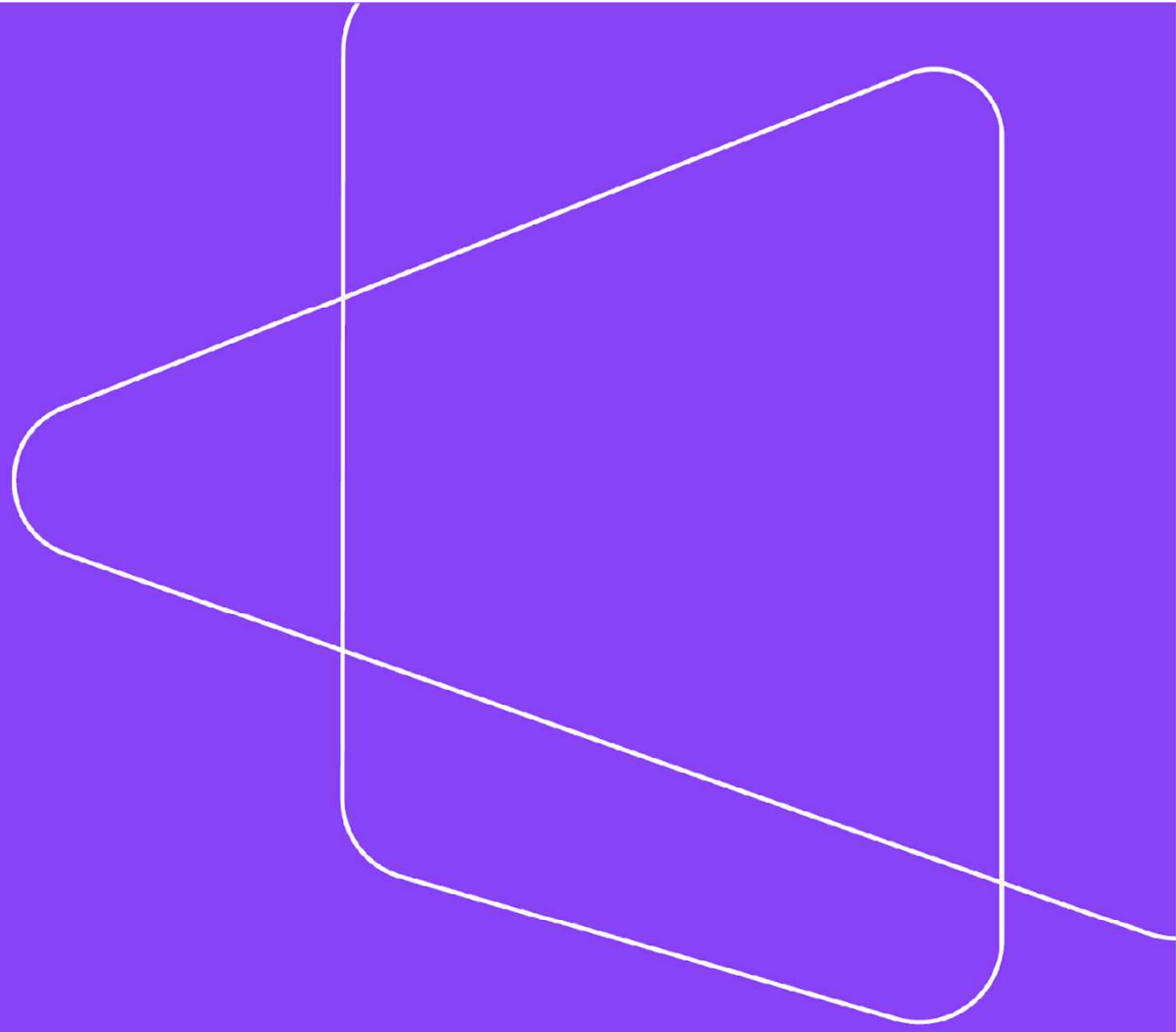
※1 ENT：エンターテインメント事業 / R&M：ライツ&メディア事業

※2 新型コロナウイルス感染症は2023年5月に5類に移行したため、リスク情報から除外



Stream
Media
Corporation

Appendix

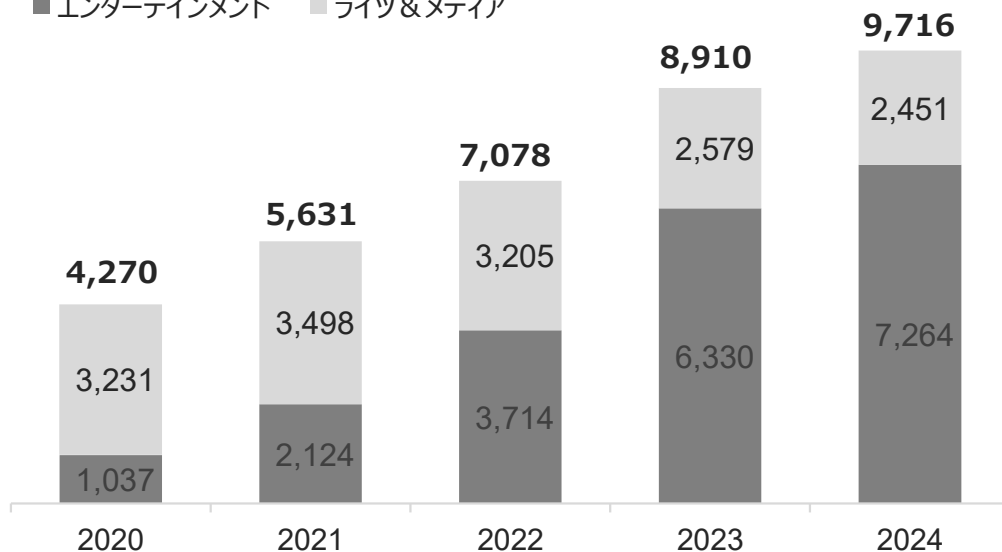


計画通りにコンサートの開催ができましたが、制作費が想定より下がらないことから、当初の売上予想と差異が発生しました
 新作コンテンツ獲得に注力しながら、アーカイブ作品の販売も引き続き行っています

■ 売上高

(百万円)

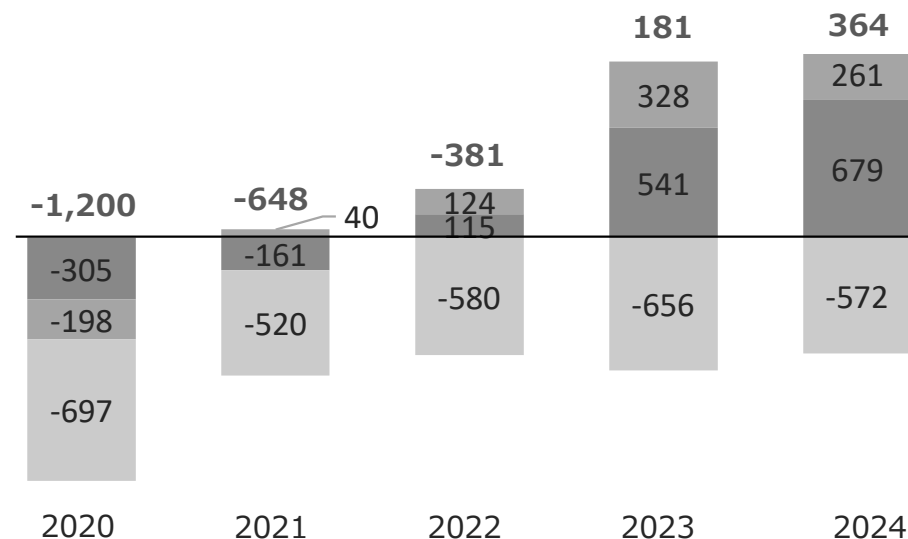
■ エンターテインメント ■ ライツ&メディア



■ 営業利益

(百万円)

■ エンターテインメント ■ ライツ&メディア ■ その他



- エンターテインメント部門は、大規模コンサート、イベントを計画通りに行った他、コンサート以外のビジネスが好調だったため、前年対比売上増*
- ライツ&メディア部門は、厳しい市場環境の中で、アーカイブ作品販売を中心に売上の維持に努力*

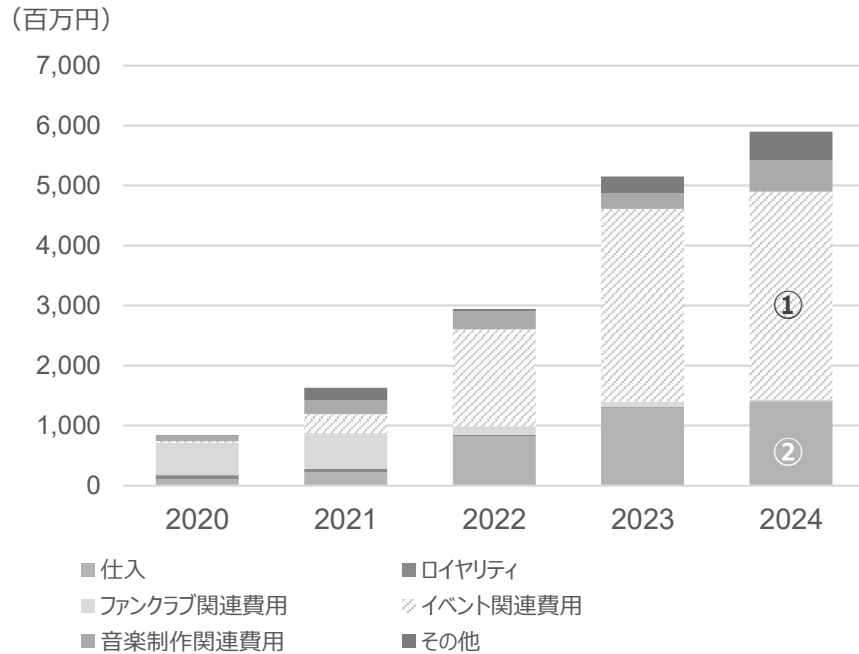
- メディア事業は、視聴者数減少傾向にもかかわらず、著作権事業や字幕販売などの事業拡大にも努力し、黒字をキープ
- 販管費の徹底的なコントロールにより、前年対比増益に貢献

*コンサート売上の認識方法：コンサート売上=(チケット売上)-(制作費等諸費用)

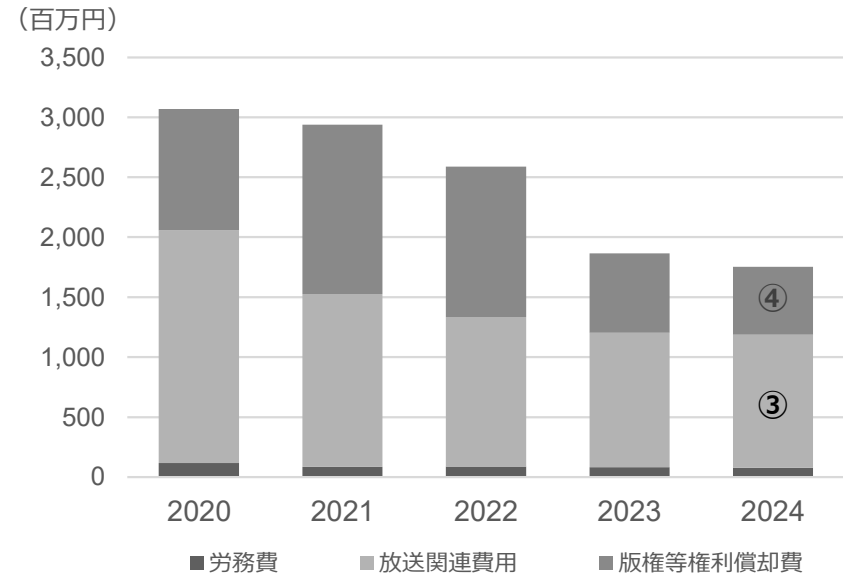
*アーカイブ作品：当社が既に権利を保有している作品

2024年にはエンターテインメント部門のコンサート開催が増加したため、関連費用が上昇しました
 ライツ&メディア部門においてはアーカイブ作品の販売強化やグループシナジーを活かした編成を行い費用が減少しました

■ エンターテインメント部門



■ ライツ&メディア部門



- ① 他社主催のイベント出演が大幅に増えたことにより、渡航費やスタッフ費用などの原価が増加
- ② ランダムくじやPOPUPストアなどの開催が大幅に増えたことにより、MDの仕入れ費用も増加
- ③ KNTVにおいてグループシナジーを活かしたK-POPプレミアムコンテンツ等を積極的に投入したのにも関わらず、効率的な編成を行ったため費用が減少
- ④ 減価償却がすでに終わっているか残り少ないアーカイブ作品の活用を推進し、ライツ事業の著作権獲得予算をより効率的に管理運営を実施

※ 2020年8月より、株式会社SMEJと合併

※ ライツ&メディア部門の原価は、株式会社Beyond LIVE Corporationを除く

- ✓ 本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。
- ✓ 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。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にすぎません。さらに、こうした記述は、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等により、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。
- ✓ 上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。
- ✓ また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

本資料は2026年3月にアップデートの開示を行う予定です。