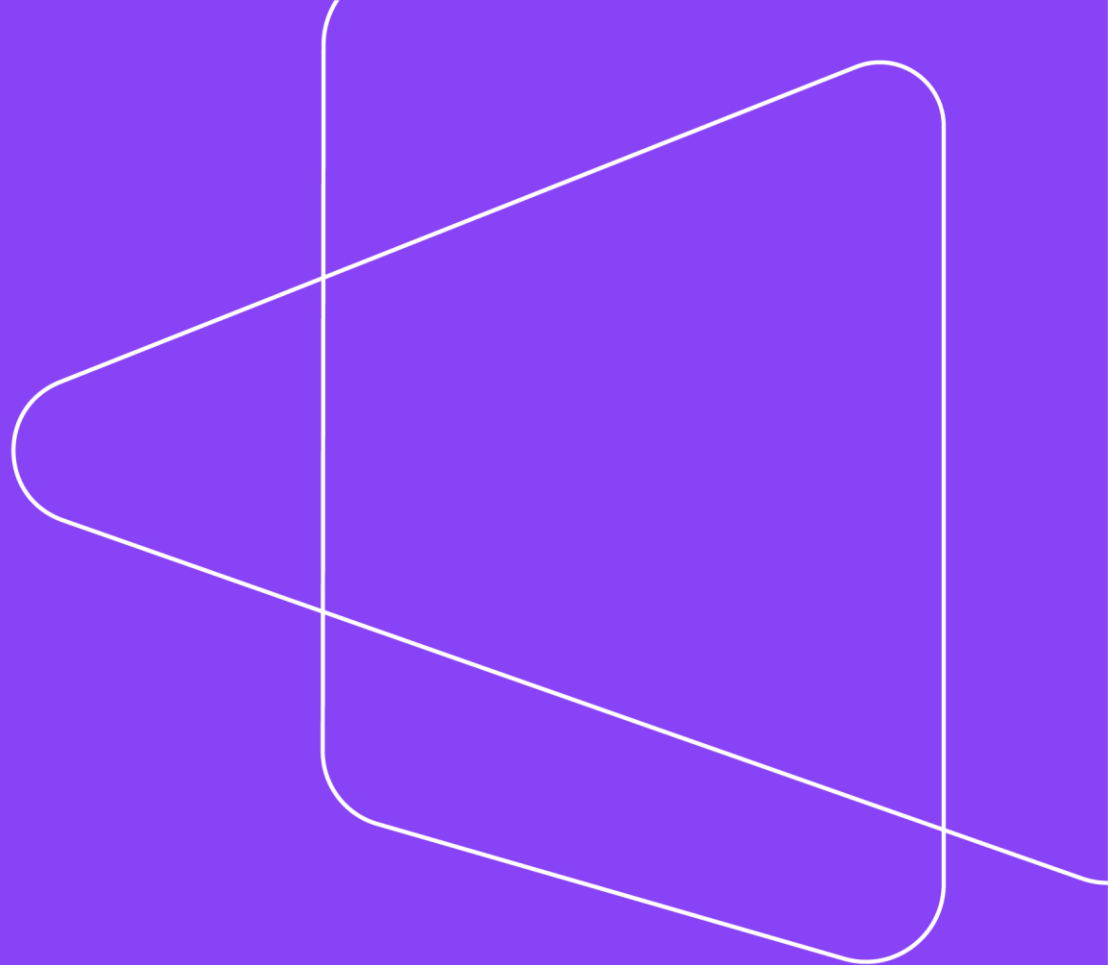




Stream
Media
Corporation

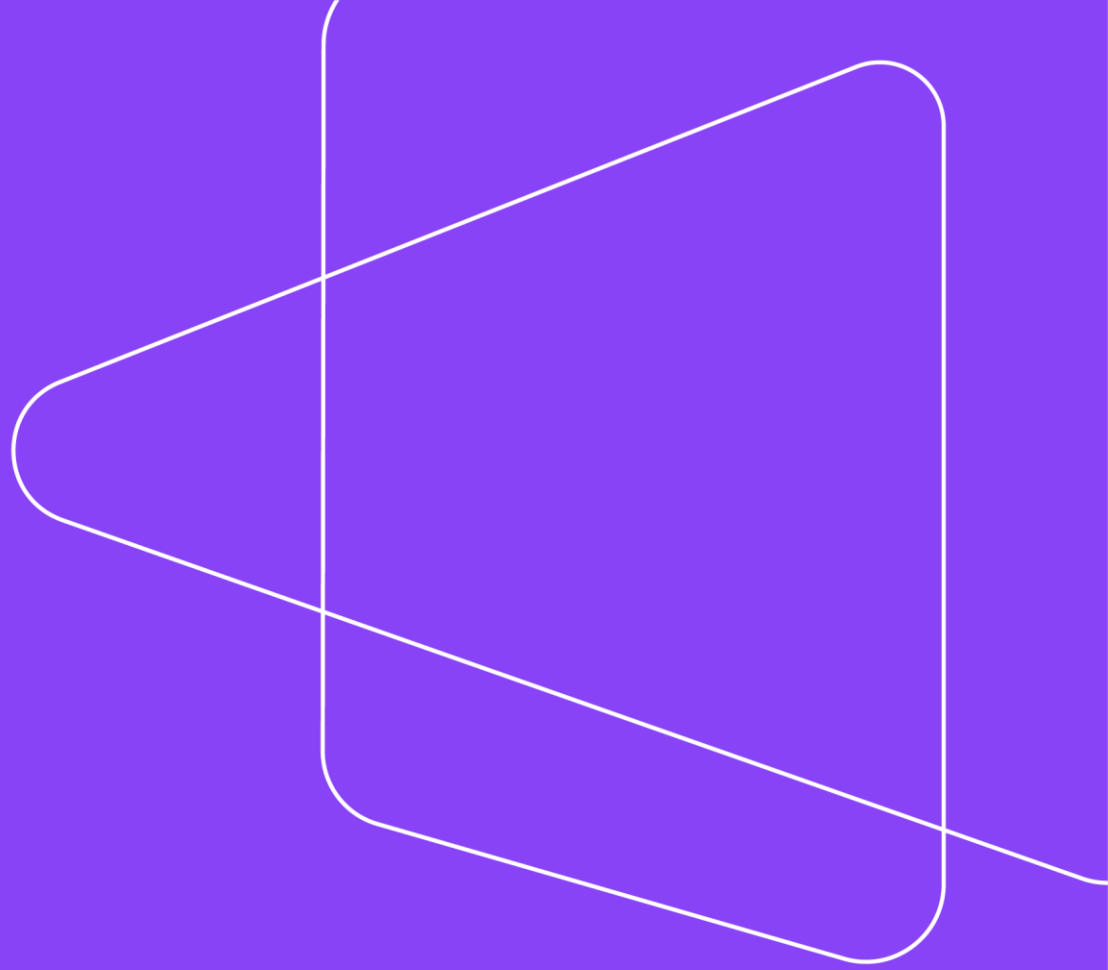


ストリームメディアコーポレーション (4772) 事業計画及び成長可能性に関する事項



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	60億4,197万円（2021年12月現在）
主要事業内容	放送事業、ライツ事業、コンサート事業、グッズ事業、音楽事業、ファンクラブ事業
事業開始	1998年4月（設立 1971年12月）
従業員数	98人（2021年12月現在、子会社含む）
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

1971年
会社設立

1998年
デジタルコンテンツ配信事業を開始


2000年
ナスダック・ジャパン (JASDAQ) 上場

2004年
韓流コンテンツ事業開始


2005年
ライセンス事業開始

2006年
ファンクラブ事業開始

2008年
現 *K1stshop* を開設。物販事業開始

2009年
KEYEAST子会社と合併
KEYEASTが親会社に
マネジメント事業開始
 **DATV** を開局。放送事業開始

韓流ブーム

2014年
 へ資本参加⇒2016年：合併

2016年
エスエム・エンタテインメント・ジャパン
がSMCに資本参加

2018年
エスエム・エンタテインメントグループ
傘下に



2019年
株式会社ストリームメディアコーポレーションへ商号変更



2020年
株式会社SMEJと合併

設立・配信事業開始

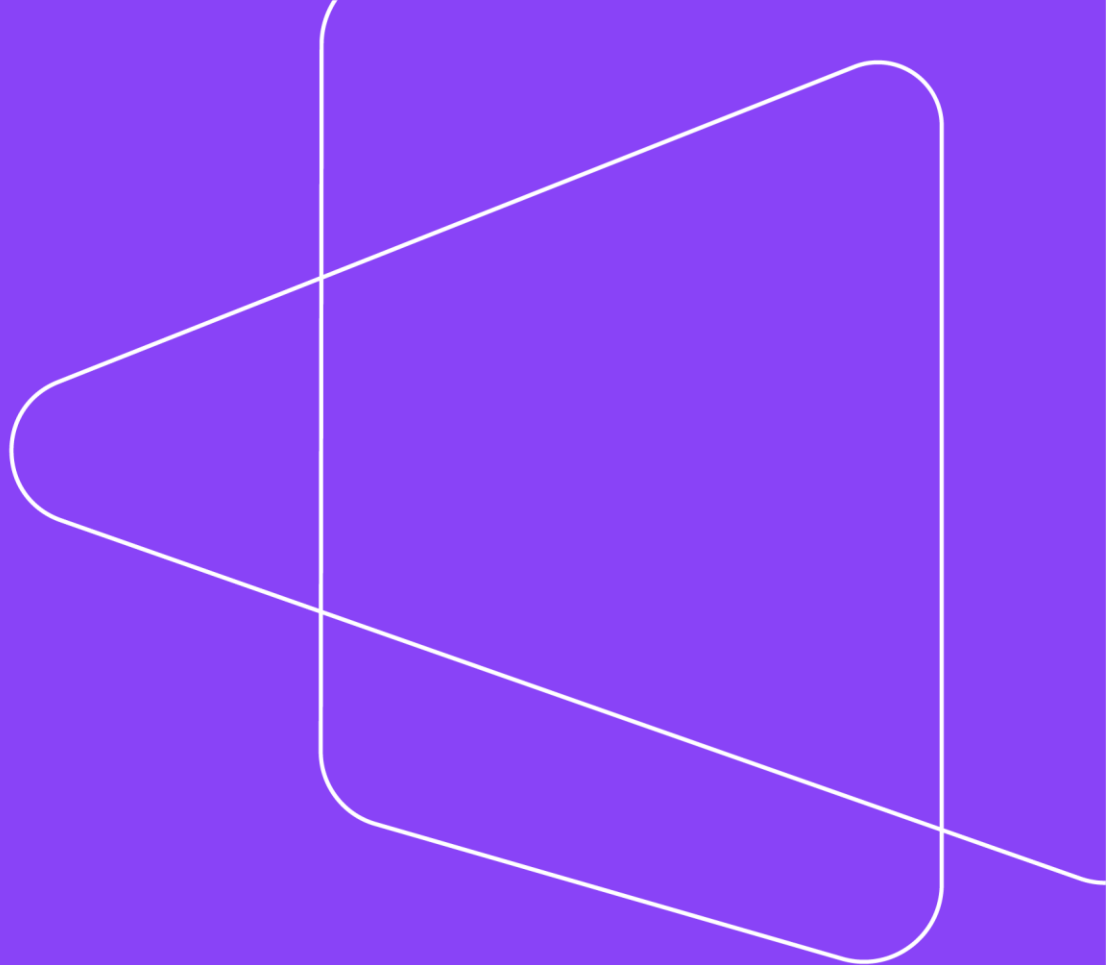
韓流コンテンツ強化によって
牽引された事業拡大

韓国最大手のSMEグループ
との関係強化を通じた成長



Stream
Media
Corporation

事業概要



放送事業を軸とした ライツ&メディア



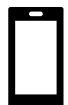
放送事業

有料プレミアムチャンネル「KNTV」の運営
2020年CS110に「KNTV801」チャンネルローンチ
2021年10月から「KNTV+」（インターネット配信）提供



ライツ事業

ドラマやバラエティなどの人気番組の買い付け
日本の放送局等への販売、DVDの制作・販売
中華圏のコンテンツ等、取扱いジャンルを拡大



プラットフォーム 事業

2020年の合併により継承した
株式会社Beyond Live Corporationを通して
「Beyond LIVE」を配信

アーティスト事業を軸とした エンターテインメント



コンサート 事業

SMエンタテインメントアーティストの大規模なコンサートの企画・運営
オン/オフラインイベント等を企画・運営



グッズ事業

アーティストグッズの制作・販売
イベント会場での物販
自社Eコマースサイトでの販売実施



音楽事業

SMエンタテインメントアーティストの
シングル/アルバムCD及びDVD、音源の企画・制作



ファンクラブ 事業

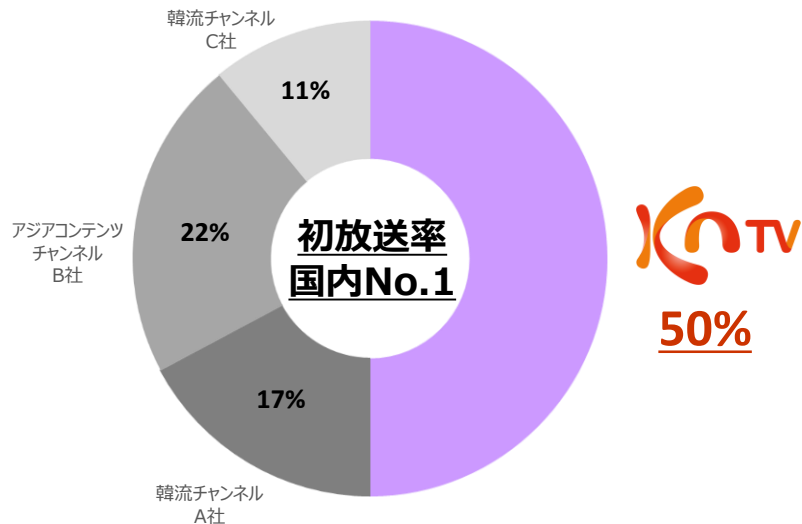
他社所属の俳優・アーティストのファンクラブ運営
ファンクラブミーティングの企画・運営
ファンクラブグッズの企画・制作

開局26周年を迎えた“韓流No.1チャンネル”KNTVを運営しており、日本初放送の韓国ドラマのうち5割以上をKNTVが放送しております



- ✓ 開局26周年の韓流No.1チャンネル。CS放送(スカパー、J:COM等のケーブルテレビ他)で放送中
- ✓ 2020年6月1日から専用アンテナ不要で視聴可能なCS110度で放送開始
- ✓ 2021年10月からKNTV加入者向けオンライン動画配信サービス「KNTV+」を開始

日本初放送の韓国ドラマのうち
50%をKNTVで放送



(注) ※2021年主要韓流チャンネルの月間編成表から初放送枠を調査(当社作成)

2021年10月から
追加料金無しでモバイルでも視聴可能に

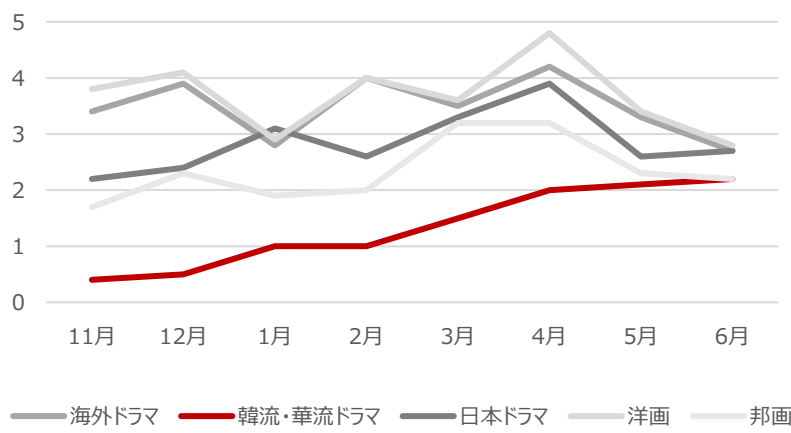


- ✓ 新規加入者の獲得とロイヤリティ上昇による解約減少効果
- ✓ KNTV利用者層を10代~40代の若い層までターゲットを拡大

韓国ドラマやバラエティ等人気テレビ番組を買い付け、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



韓国コンテンツの人気の上昇



韓国の人気バラエティー、ドラマ版權獲得

グループ会社制作のバラエティー



『NCT LIFE in カビヨン』
©2021 SM Culture & Contents, kt seezn Co., Ltd. All Rights Reserved.



『東方神起の72時間』
©SM Culture & Contents Co.,Ltd. all rights reserved

時代劇、人気俳優出演等ドラマ



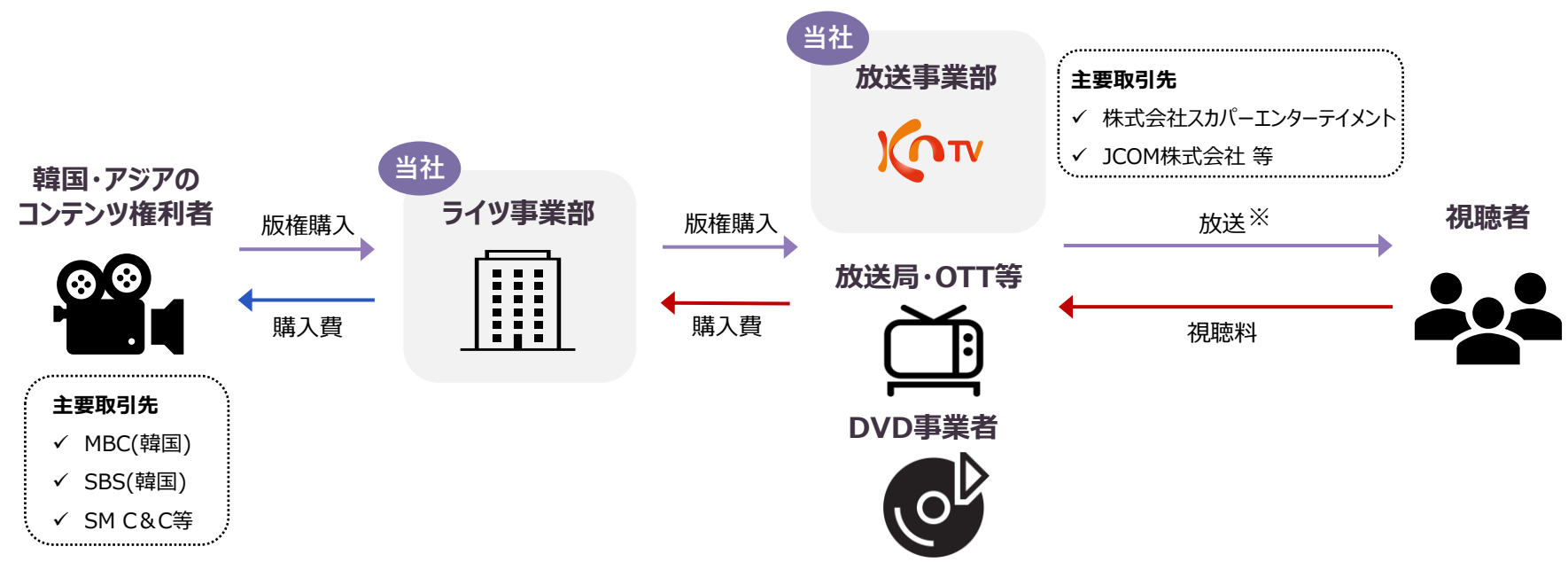
『哲仁王后』(原題)
© STUDIO DRAGON CORPORATION



「イカゲーム」出演の
パク・ヘソ主演！
『キマイラ』(原題)
© CJ ENM Co., Ltd,
All Rights Reserved

(注) ※3カ月以内にNetflixに加入した人の、ジャンル別コンテンツ平均視聴時間(時間/週)
ただし、視聴メディアは問わない
出典：GEM Partners「定額制動画配信サービスブランド・ロイヤリティ調査」

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、コンテンツの流通などの事業を展開し、サービスを提供しております



(注) ※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する。

日本国内コンサート動員ランキングにおいて東方神起が1位を獲得した実績を持ち、コロナ影響前の2019年までは弊社所属アーティスト合計で年間150万人以上の観客を常に動員しております

日本の公演市場規模 ※1

SMアーティスト国内動員数
(全体の約5% / K-POP歌手の約66%)

約150万人強

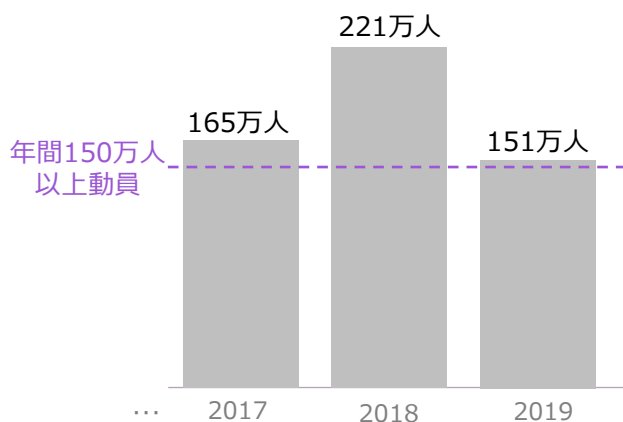
K-POP歌手動員数

約337万人

国内総動員数

約4,862万人

過去の年間動員数 ※2



①コンサート動員ランキング

順位	アーティスト	動員力(万人)
1位	東方神起	128.0
2位	B'z	108.5
3位	嵐	89.4
4位	安室奈美恵	85.4
5位	Kis-My-Ft2	81.9
6位	関ジャニ∞	74.7
7位	福山雅治	65.7
8位	Hey!Say!JUMP	61.9
9位	AAA	61.2
10位	EXILE	59.7

②K-POP歌手コンサート動員ランキング

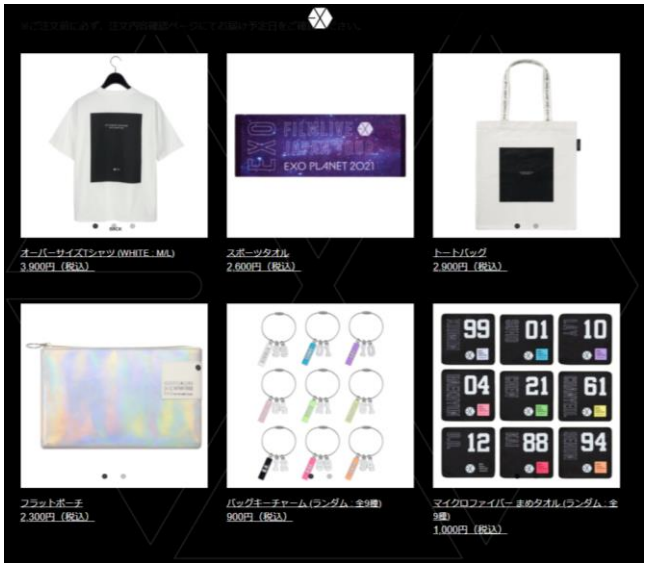
順位	アーティスト	動員力(万人)
1位	東方神起	128.0
2位	BTS(防弾少年団)	37.5
3位	SHINee	27.5
4位	EXO	25.9
5位	iKON	22.7
6位	SEVENTEEN	19.9
7位	TWICE	17.0
8位	BLACKPINK	13.4
9位	JUNHO(From 2PM)	12.8
10位	EXO-CBX	11.8

※1 出展：一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会「2018年基礎調査報告書」

※2 出展：日経エンタテインメント!「動員ランキング」(2018年)、合併前の株式会社SMEJの実績を活用

コンサート、ファンミーティング等で販売するイベントグッズの企画・制作を行うだけでなく、自社ECサイトやイベント会場での販売までトータルで行っております

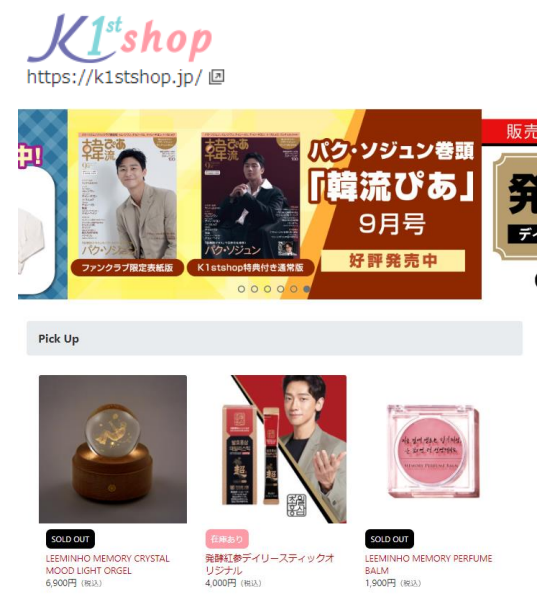
アーティストオフィシャルサイト



Avex社運営サイト『MU-MO』



自社ECサイト『K1stshop』



過去数年にわたり多くのアーティストが日本デビューと同時に数々の記録を達成してまいりました
その経験から日本の音楽業界で安定したポジションを確立しております

2005年日本デビュー

東方神起



オリコンシングル
ウィークリーランキング
連続1位の最高記録を更新

2010年日本デビュー

少女時代



韓国ガールズグループ
史上初オリコンシングル
デイリーチャート1位

2015年日本デビュー

EXO



日本デビューシングルで
海外アーティスト
歴代1位の記録達成

2020年日本デビュー

SuperM



デビューアルバムが
米ビルボード200
初登場1位

2001年日本デビュー

BoA



日本レコード大賞
金賞5冠王

2008年日本デビュー

Super Junior



韓国グループ
1st Single売上
歴代最高記録更新

2011年日本デビュー

SHINee



海外男性グループによる
CD&DLアルバム
同時1位獲得を記録

2018年日本デビュー

Red Velvet



日本デビューアルバムが
iTunes K-POPアルバム
ランキング1位を獲得








2018年日本デビュー

NCT 127



iTunesアルバムチャート
32の国と地域で1位

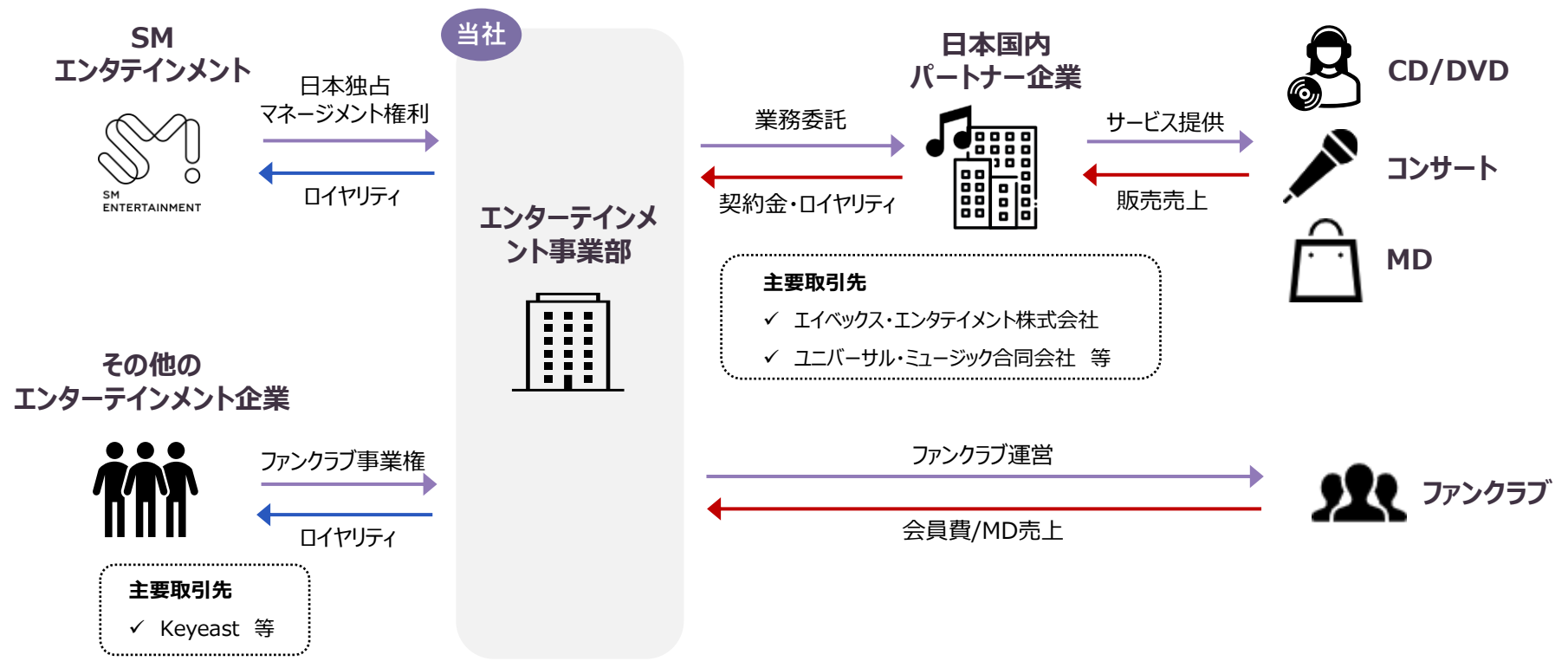
過去数年にわたり多くの韓国俳優・アーティストの日本活動をサポートしてまいりました
ファンクラブ運営、イベントの主催等、国内ファンとアーティストを繋ぐ役割が中心になります

<p>イ・ミンホ</p> 	<p>イ・ビョンホン</p> 	<p>キム・ヒョンジュン</p> 	<p>ソン・スンホン</p> 
<p>MINOZ JAPAN OFFICIAL FANCLUB</p>	<p>LEE BYUNG HUN JAPAN OFFICIAL FANCLUB</p>	<p>HENECIA JAPAN Kim Hyun Joong Japan Official Fanclub</p>	<p>SH & Aoto JAPAN SONG SEUNG HEON Japan Official Fanclub</p>
<p>チュ・ジフン</p> 	<p>ヨ・ジング</p> 	<p>ウ・ドファン</p> 	<p>ファン・イニョプ</p> 
<p>JUJIHOON</p>	<p>YEO-U JAPAN</p>	<p>DOHWANEY WOO DO HWAN JAPAN OFFICIAL FAN CLUB</p>	<p>HIYILY JAPAN</p>
<p>チ・チャンウク</p> 	<p>ジニョン(GOT7)</p> 	<p>RAIN</p> 	<p>INFINITE</p> 
<p>Ji CHANG WOOK Ji Chang Wook Official Fanclub</p>	<p>JinYoung Japan Official Fanclub</p>	<p>RAIN JAPAN OFFICIAL FANCLUB</p>	<p>INFINITE JAPAN OFFICIAL FANCLUB INSPIRIT Japan</p>

※SMアーティストのファンクラブシステム運営事業は、2021年12月解約により受託が終了されました。

エンターテインメント：収益構造

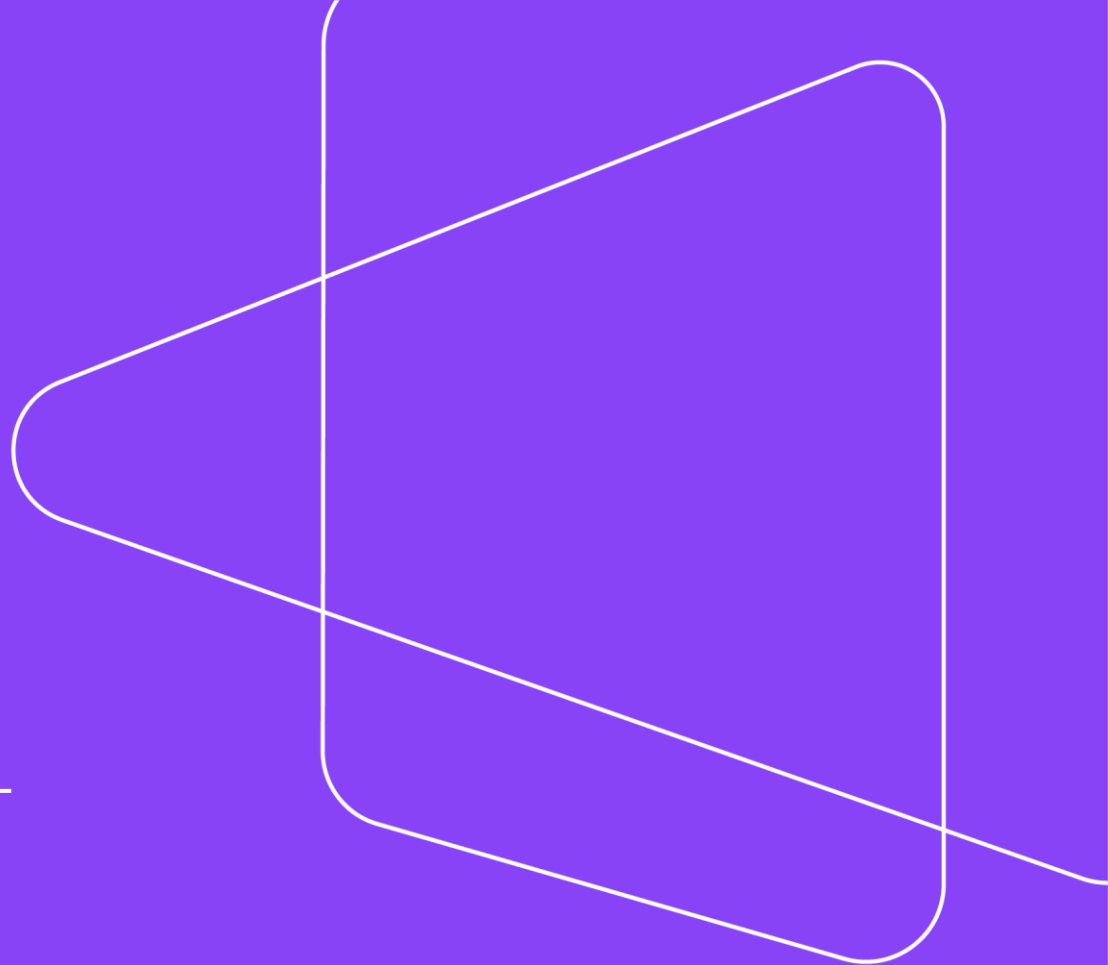
エンターテインメント事業は韓国のエンターテインメント会社から所属アーティストの日本での活動に関する権利を受託し、音楽・コンサート・MD事業、ファンクラブ運営まで360°ビジネスを提供しております





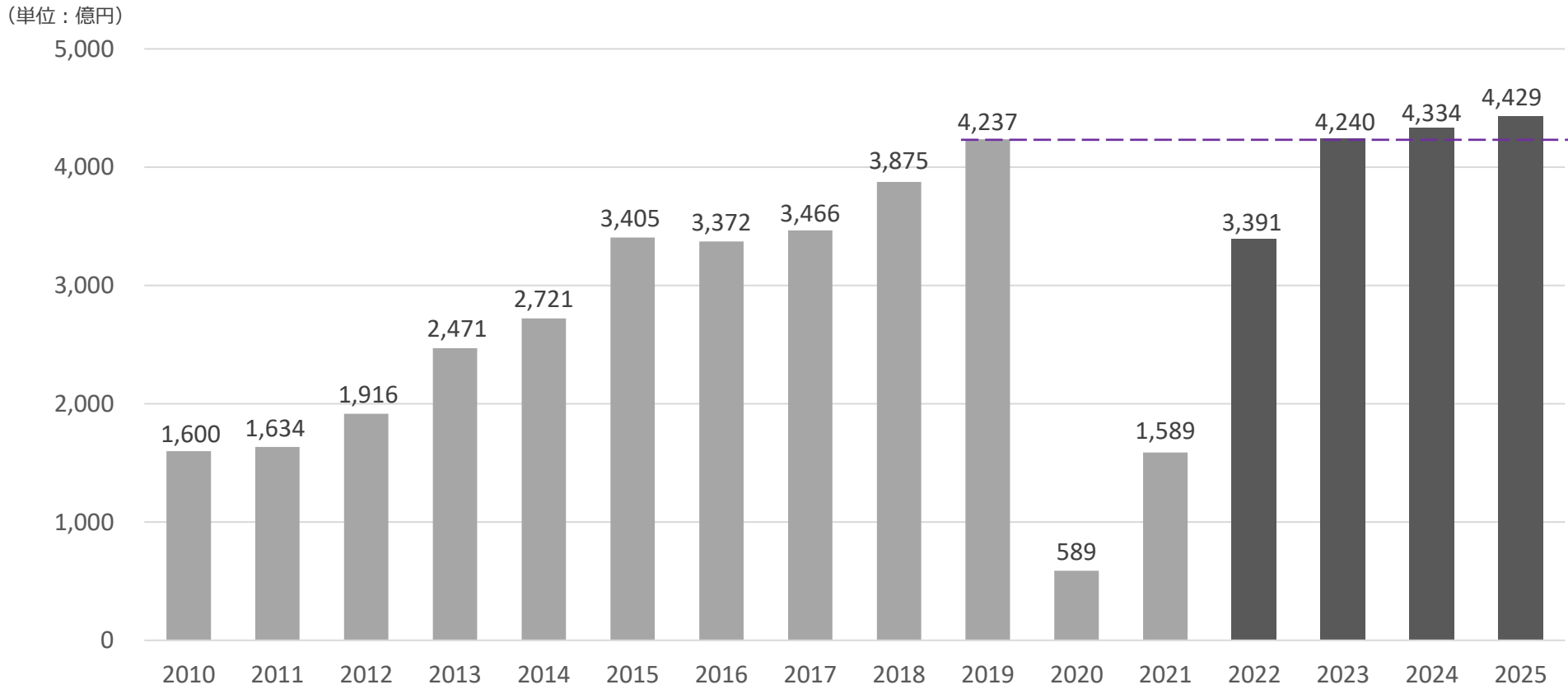
Stream
Media
Corporation

市場環境の変化への対策



1.オフラインコンサート再開によるコンサート事業の復活

コロナ禍により音楽ライブ市場は大きく影響を受けましたが、イベント開催規制の解除に伴いライブ市場規模は2022年から急速に回復し、2023年にはコロナ前を上回る水準に達すると予想されます



(注) ※2022年3月までイベント開催規制が完全解除される仮定での推計
 ※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

(予想)

出典：びあ総研推計 『ライブ・エンタテインメント市場規模：将来推計』 2021年9月

1.オフラインコンサート再開によるコンサート事業の復活

「東方神起」、「NCT 127」等のビックアーティストの公演再開を発表しており、それに伴う音楽・MD事業の実績回復も見込まれます



YUNHO from 東方神起
ソロ ミニアルバム(2/9)

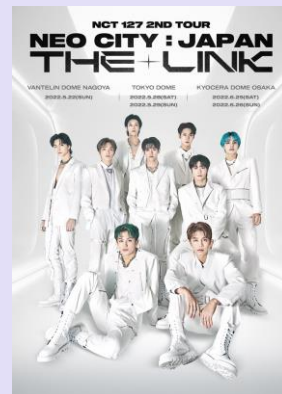
オリコン週間
アルバムチャート1位



Red Velvet
日本初フルアルバム(4/6)



MINHO(SHINee)
単独オフラインイベント
横浜(5/21,22 計4回)
@パシフィック横浜



NCT 127
2ndワールドツアーの日本公演が決定

埼玉(1/15,16)
ディレイビューイングに変更
@さいたまスーパーアリーナ

名古屋(5/22)
@バンテリンドーム ナゴヤ

東京(5/28,29)
@東京ドーム

大阪(6/25,26)
@京セラドーム大阪

日本デビューを予定しているアーティスト

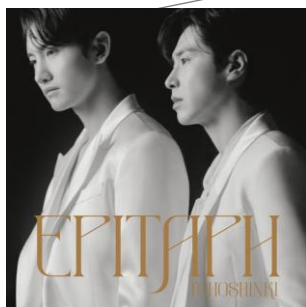


NCT Dream



aespa

時期未定



東方神起
ミニアルバム(3/16)



Super Junior
2年ぶりの日本公演
@さいたまスーパーアリーナ
(4/2,3,4)



BoA
日本デビュー20周年記念ライブ
@代々木競技場(5/29)



東方神起
全国アリーナクラスの会場で計23公演

東京(5/7,8) @幕張メッセ

札幌(5/17,18)
@真駒内セキスイハイムアイスアリーナ

横浜(5/21,22) @びあアリーナ

大阪(6/7,8) @大阪城ホール

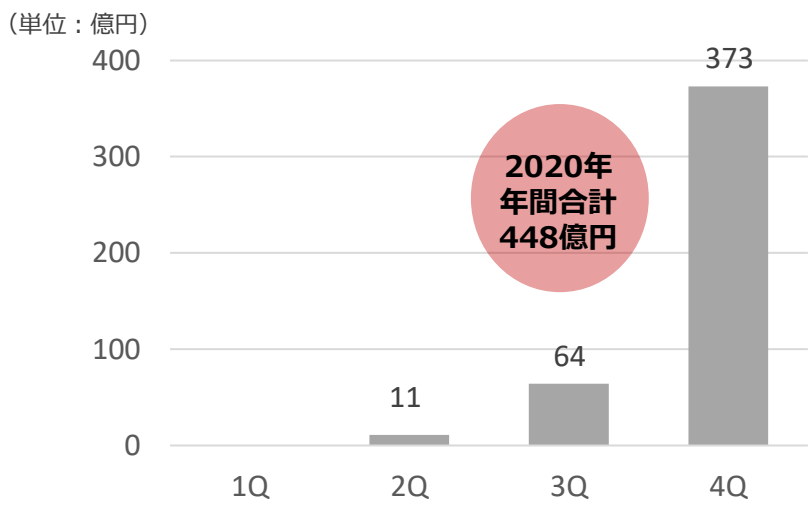
福岡(6/18,19) @マリンメッセ福岡

名古屋(6/25,26) @Aichi Sky Expo

2. オンラインライブ市場の成長によるビジネスモデルの拡張

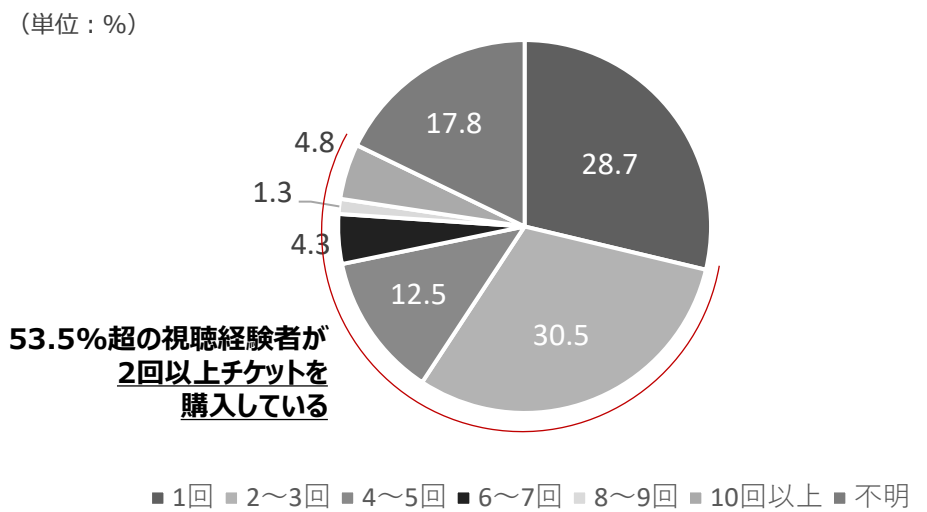
有料型オンラインライブは2020年度基準で既に448億円規模へと急成長し、ポストコロナ時代はライブ・エンターテインメントへの観覧方法も多様化が進んでおります

有料型オンラインライブ市場規模：2020年



(注) ※音楽コンサートやステージのパフォーマンスをインターネットによる配信で提供するものを対象とする

視聴経験者1人あたりの平均視聴回数



(注) ※全国3万人を対象に実施した調査で、2020年オンラインライブを視聴したと答えた18.8%を母数とする

出典：ぴあ総研 『日本国内の電子チケット制の有料型オンラインライブ市場規模』 2021年2月

出典：ぴあ総研 『有料型オンラインライブ視聴に関する実施調査』 2021年2月

2021年にはオンラインイベントの主催を開始しており、2022年からは既存ビジネスであるオフラインコンサートの再開に加えて、コンサート事業においてビジネスボリュームの大幅な増大が見込まれます

コロナの影響を受けた2021年には5回のオンラインイベントを主催



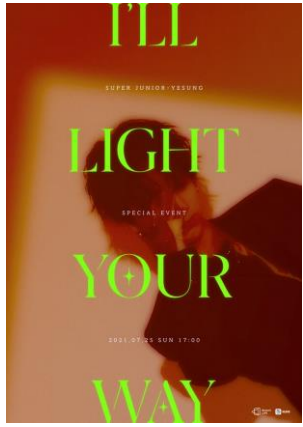
SUPER JUNIOR(2021年4月)
日本ファンクラブ10周年記念
オンラインファンミーティング



XIUMIN(EXO, 2021年3月)
オンラインファンミーティング



SHINee (2021年5月)
日本デビュー10周年記念
オンライン
ファンミーティング



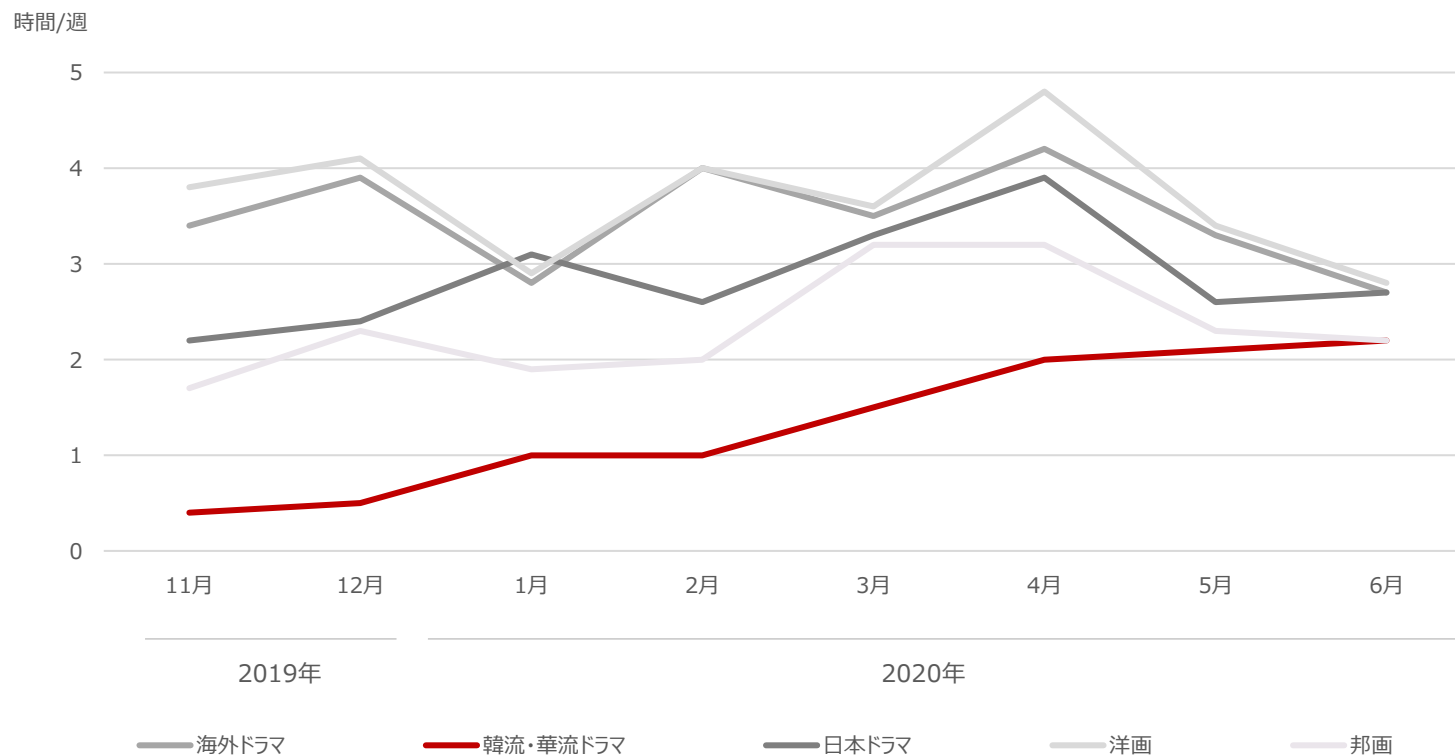
SUPER JUNIOR - YESUNG
(2021年7月)
ソロオンラインイベント



東方神起(2021年11月)
オンラインファンミーティング

3.コンテンツ需要の増加によるライツ&メディア部門の収益拡大

動画配信やSNSなどデジタル媒体を通じて拡散した韓国ドラマブームにより日本の動画配信市場では韓国ドラマをはじめとするKコンテンツへの需要が高まっており、ファン層も拡大する傾向です



(注) ※3か月以内にNetflixに加入した人の、ジャンル別コンテンツ平均視聴時間（時間/週）。

ただし、視聴メディアは問わない

出典：GEM Partners「定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査」

人気なコンテンツ著作権の確保(ライセンス事業)及び「KNTV」の編成強化(放送事業)により、ライセンス＆メディア部門の収益拡大を図ります

継続して韓国人気ドラマの著作権を獲得



- ✓ 韓国コンテンツの視聴ニーズが上昇するに伴い、各種プラットフォームでの配信増加による競争が過熱している
- ✓ 国内で人気の高い時代劇、トップ俳優主演ドラマを中心に著作権の獲得を推進
- ✓ 著作権営業を内製化し、収益構造の改善を図る

『イ・サン』主演 イ・ソジン出演『TIMES』(原題)
© STUDIO DRAGON CORPORATION

中華圏の人気コンテンツの国内販売事業の強化



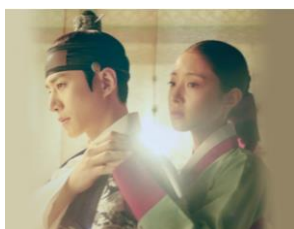
韓国コンテンツの価格高騰や市場供給量の減少により、小規模ではあるが需要が増加している中華圏の良質なコンテンツの確保・販売を強化

中国ドラマ『贺先生的恋恋不忘』(Unforgettable Love)
©Hunan Mgtv.com Interactive Entertainment Media Co., Ltd.

プレミアムコンテンツ編成により「KNTV」の加入者拡大



日本独占生中継(2021年5月) 『赤い袖先』(原題)
『パク・ソジュン, Comma』 ©2021MBC (3/11)
©awesome.ent



『SMTOWN LIVE 2022』
日本生中継(1/1)

グループ会社が製作する人気バラエティー、ドラマ著作権獲得を強化



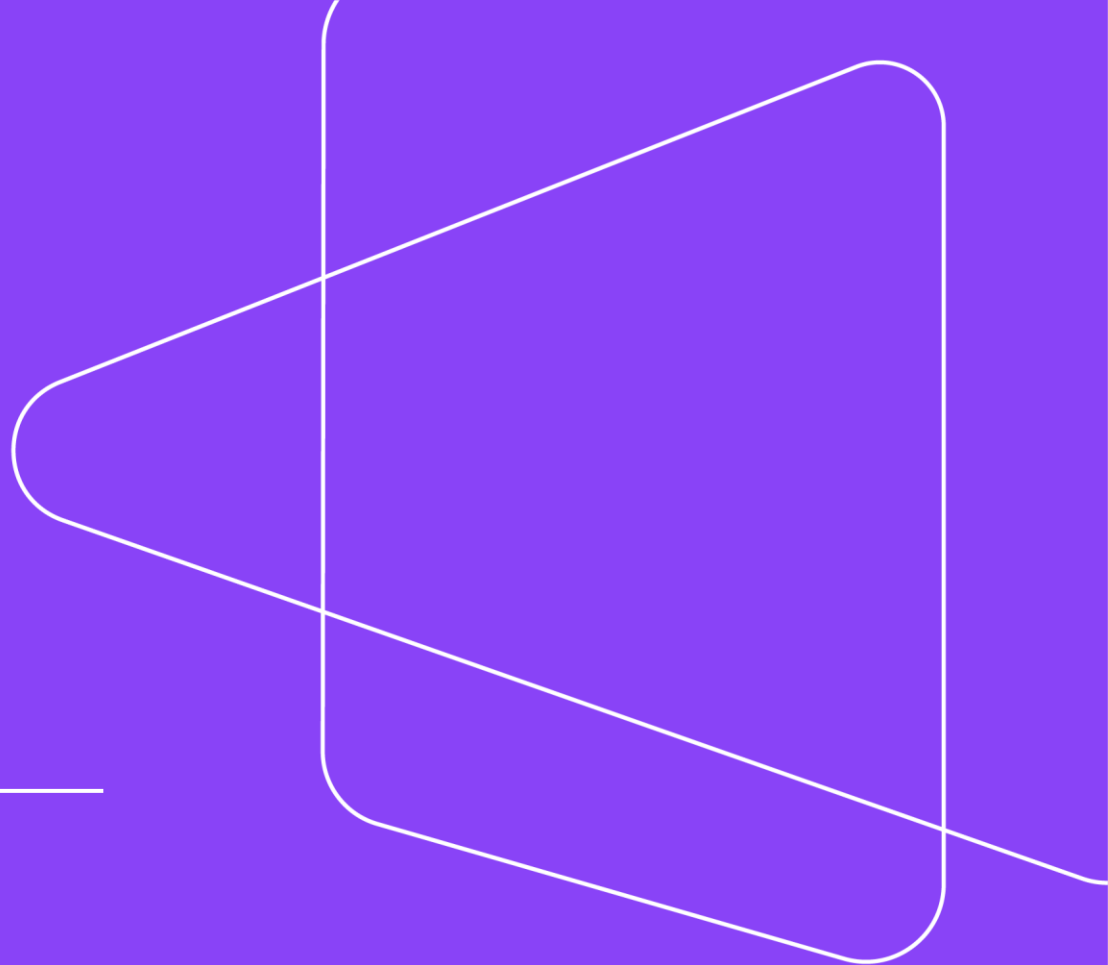
SM Culture & Contents(バラエティー)、KeyEast(ドラマ、映画)、DREAM MAKER Entertainment(オンラインライブ)等グループ会社制作コンテンツの著作権獲得を強化

『東方神起の72時間』
©SM Culture & Contents Co.,Ltd. all rights reserved



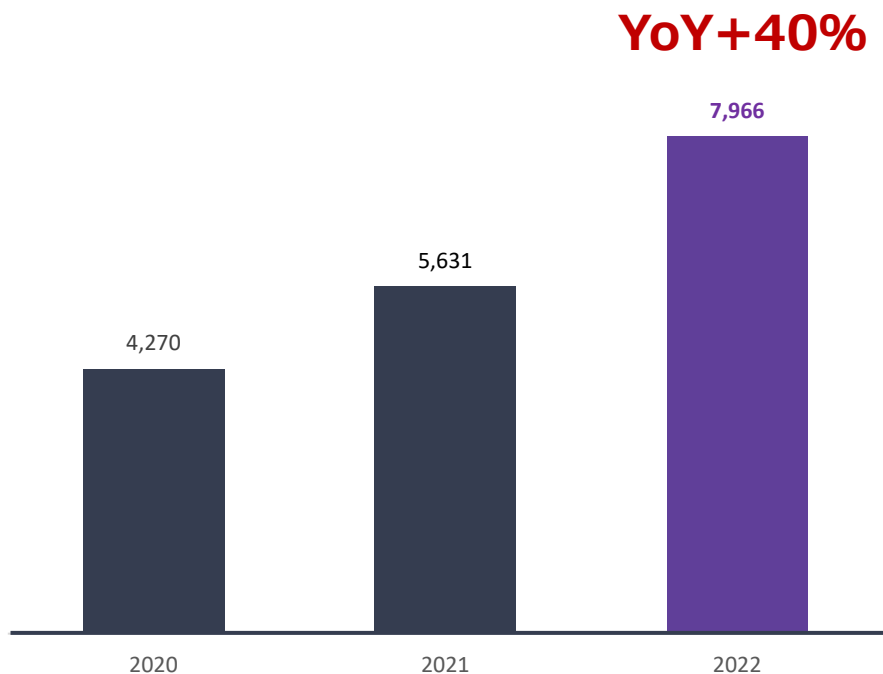
Stream
Media
Corporation

財務ハイライト及びKPI

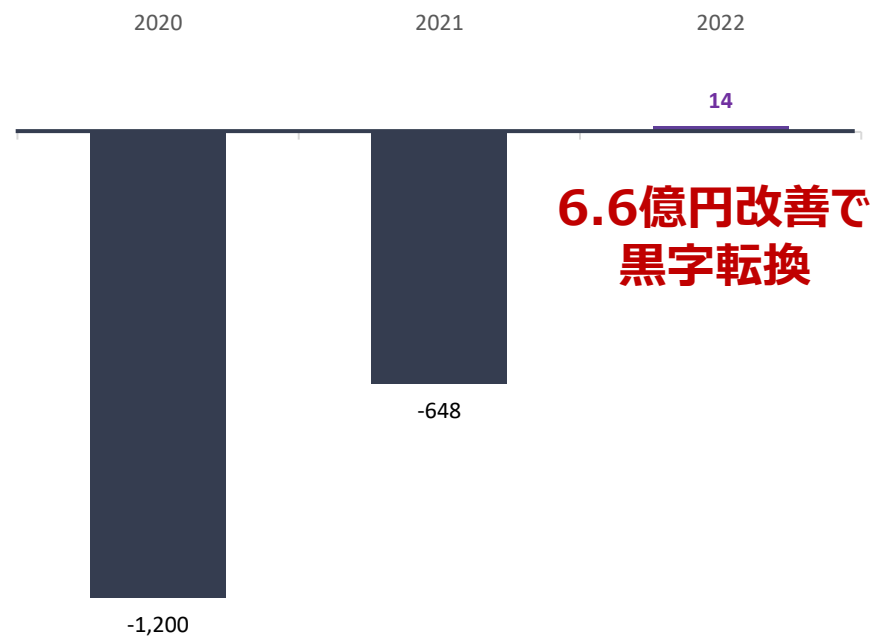


2022年2Qからオフラインコンサートの再開を決定しており、また放送事業の更なる効率化を推進する等、2022年の売上は7,966百万円と一部回復、営業利益は14百万円と黒字転換を予想しております

売上 (百万円)

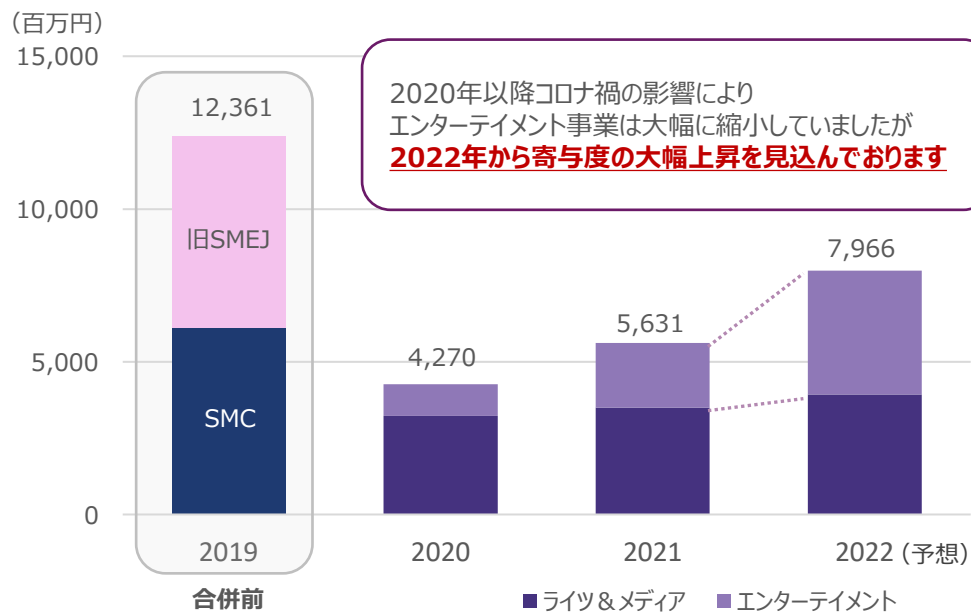


営業利益 (百万円)

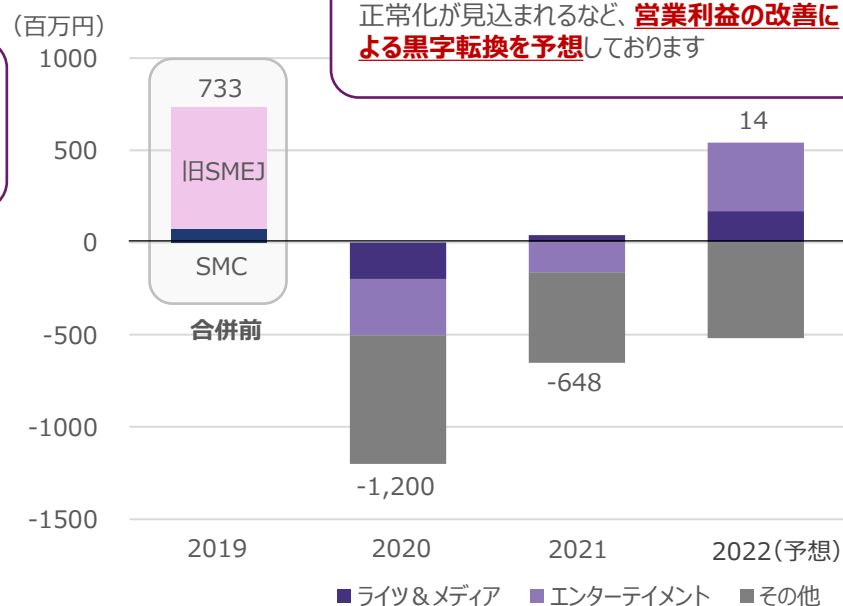


新型コロナウイルス感染症の影響により厳しい状況が続きましたが、2022年上半期後半から段階的にビジネスの正常化を予定しており、特にエンターテインメント事業の実績回復が見込まれます

◆ 売上

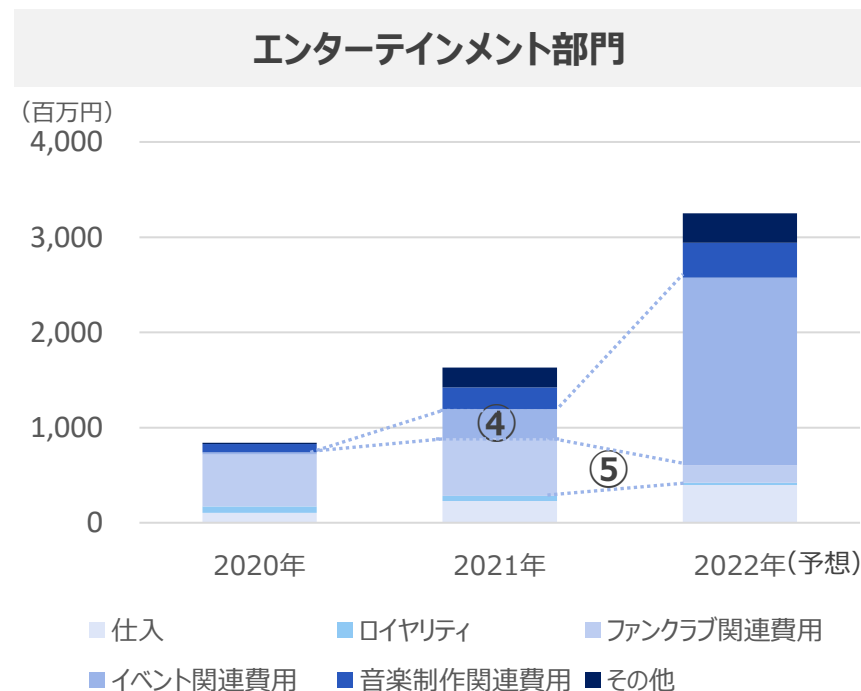
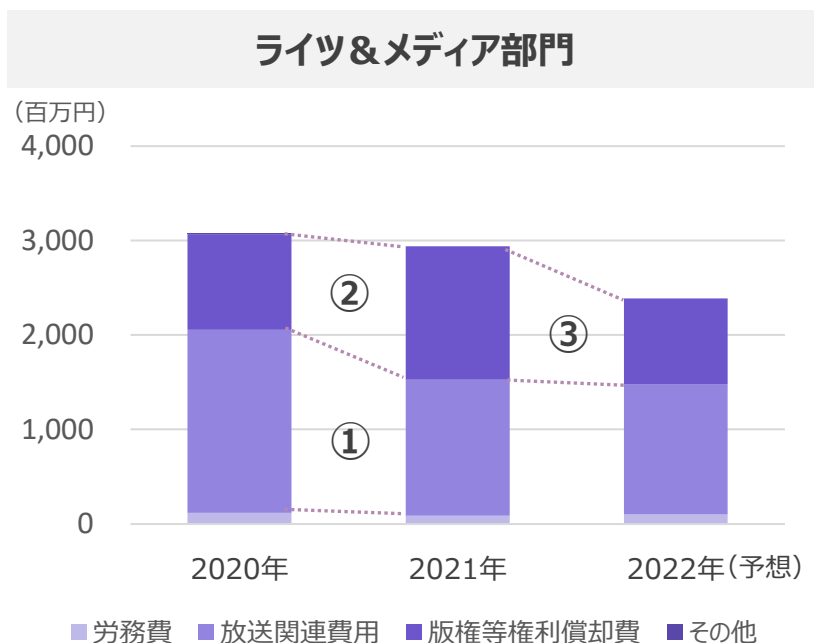


◆ 営業利益



(注) ※ 2019年は参考のため合併前における各社実績を合算しておりますが、2020年においては合併前につき1月から7月のSMEJ(吸収合併消滅会社)実績は合算はされておられません。
 ※ 「その他」の費用には人件費(2022年費用の約34%)、外注費(約12%)、賃貸料(約11%)等が含まれます。
 2020年及び2021年には、合併に伴う費用、オフィス統合費用等、一時的な費用が「その他」に含まれております。

2021年には放送事業の運営効率を強化、原価率の改善可能性が低いビジネスからの撤退等によりコスト削減を実施した一方、2022年にはエンターテインメント部門の事業再開による原価の上昇が見込まれます

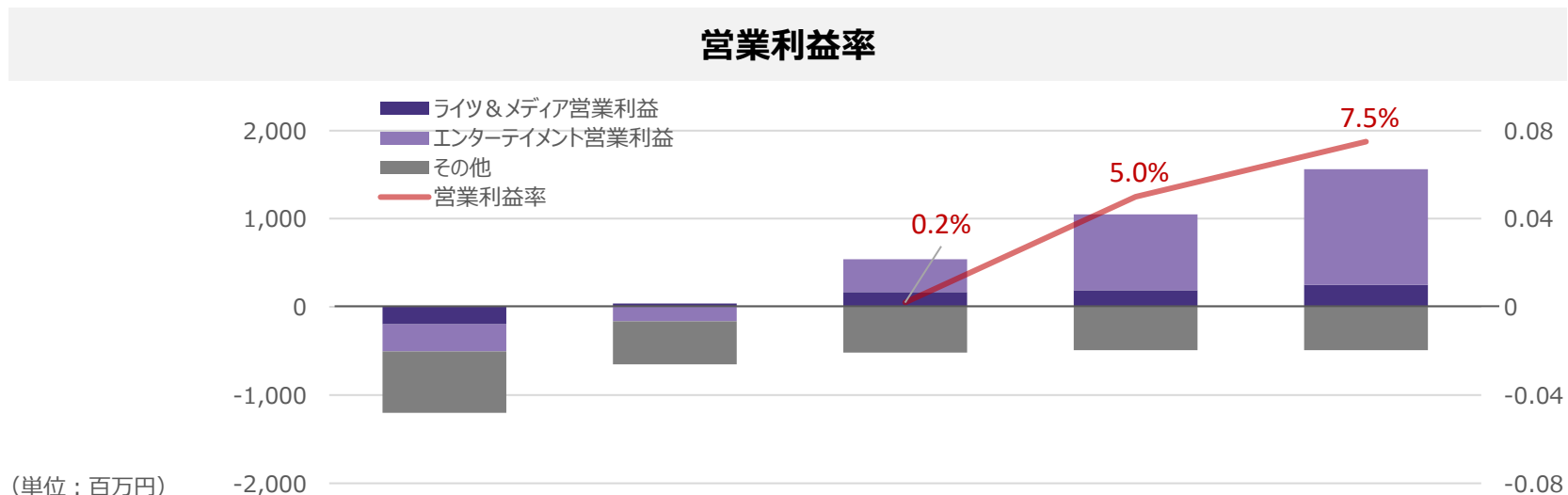


- ① 2021年上半期に収益性の低い2つのチャンネルを閉局したことで、放送事業の運営費を大幅縮小
- ② ①の閉局作業に伴い、閉局チャンネルに付随した著作権等権利償却費用を一度に計上
- ③ 中華圏コンテンツの獲得、グループ会社との協業等により、ライツ事業の著作権獲得予算をより効率的に管理運営
- ④ 2021年4月からのオンラインイベントの主催、2022年4月からのオフラインコンサートの再開によるライブ・イベント事業の費用が増加
- ⑤ 原価率が高い一部のファンクラブシステム運営受託事業を撤退し収益性を向上

※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

黒字転換を予定している2022年からは営業利益率を新たなKPIとして追加設定し、2023年には営業利益率5%達成を目指し、経営成果の数値化を徹底、収益性を強化して参ります



年度	2020	2021	2022	2023	2024
売上	4,270	5,631	7,966	11,300	14,300
ライツ&メディア	3,231	3,498	3,899	4,100	4,300
エンターテインメント	1,037	2,124	4,061	7,200	10,000
営業利益	-1,200	-648	14	560	1,070
営業利益率	-	-	0.2%	5.0%	7.5%

- 2024年コンサート観客210万人動員^{※1}等エンターテインメント部門の成長により、旧株式会社SMEJの営業利益率10.2%^{※2}へと段階的に回復
- ライツ&メディア部門では放送事業効率性の改善作業で営業利益率を維持しつつ、新規収益モデルの開拓による成長性向上を目指す

※2020年8月より、株式会社SMEJと合併

※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

※1 本資料30ページ、事業戦略目標の達成を前提とする

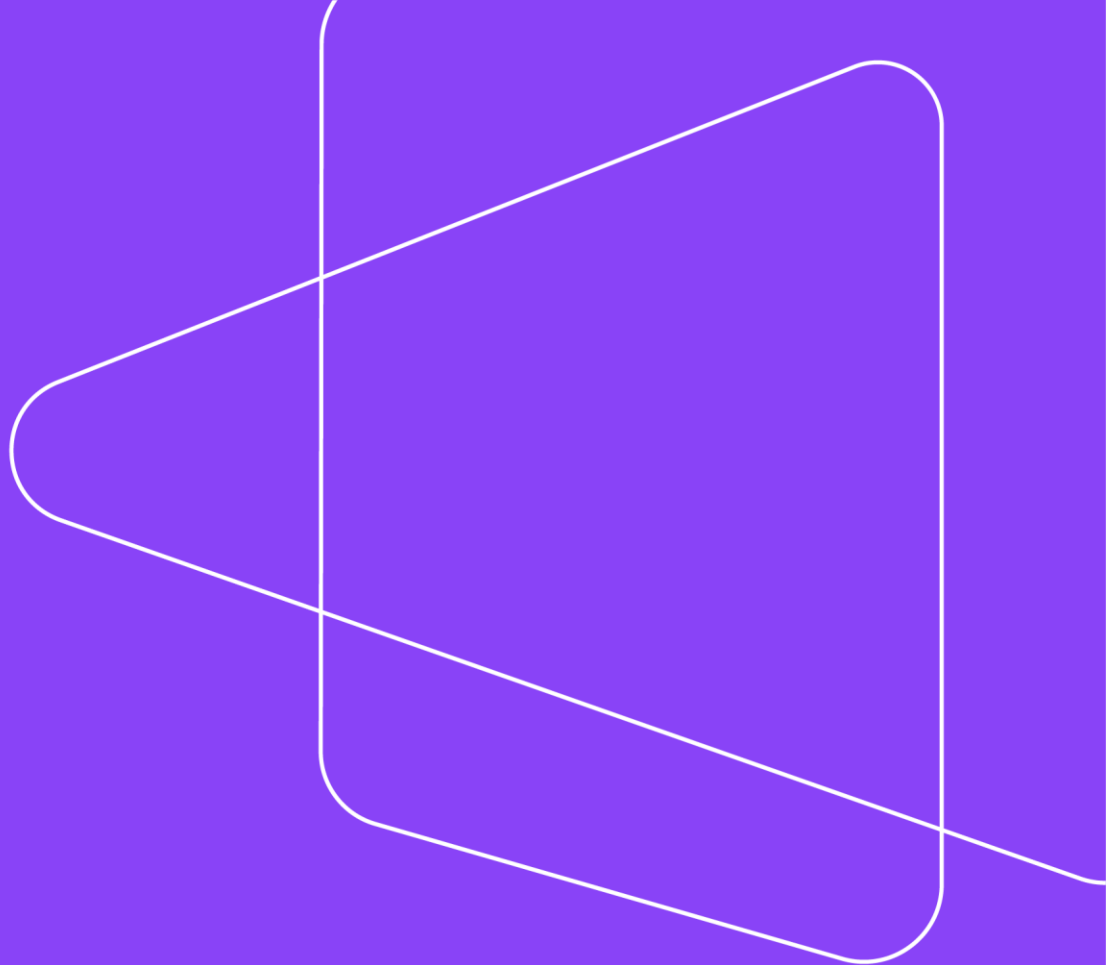
※2 株式会社SMEJの2019年度営業利益率を活用

(株式会社SMEJは株式会社SMエンタテインメントジャパンから2020年4月分割新設された会社で、2019年度の実績は分割前の実績値であります)



Stream
Media
Corporation

成長戦略



既存事業の強化及び事業体制改善、新規事業の開拓による収益源の多角化に努め、中長期に渡る安定的な成長を目指します

2021年 改善期

ポストコロナに向けた 事業改善

- 放送事業の体制改善
- オンライン動画市場の開拓
 - 「KNTV+」のサービス開始
 - 「Beyond LIVE」のプラットフォーム開発
- オンラインイベント主催によるビジネスポートフォリオ拡大

2022年 回復期

営業利益黒字化

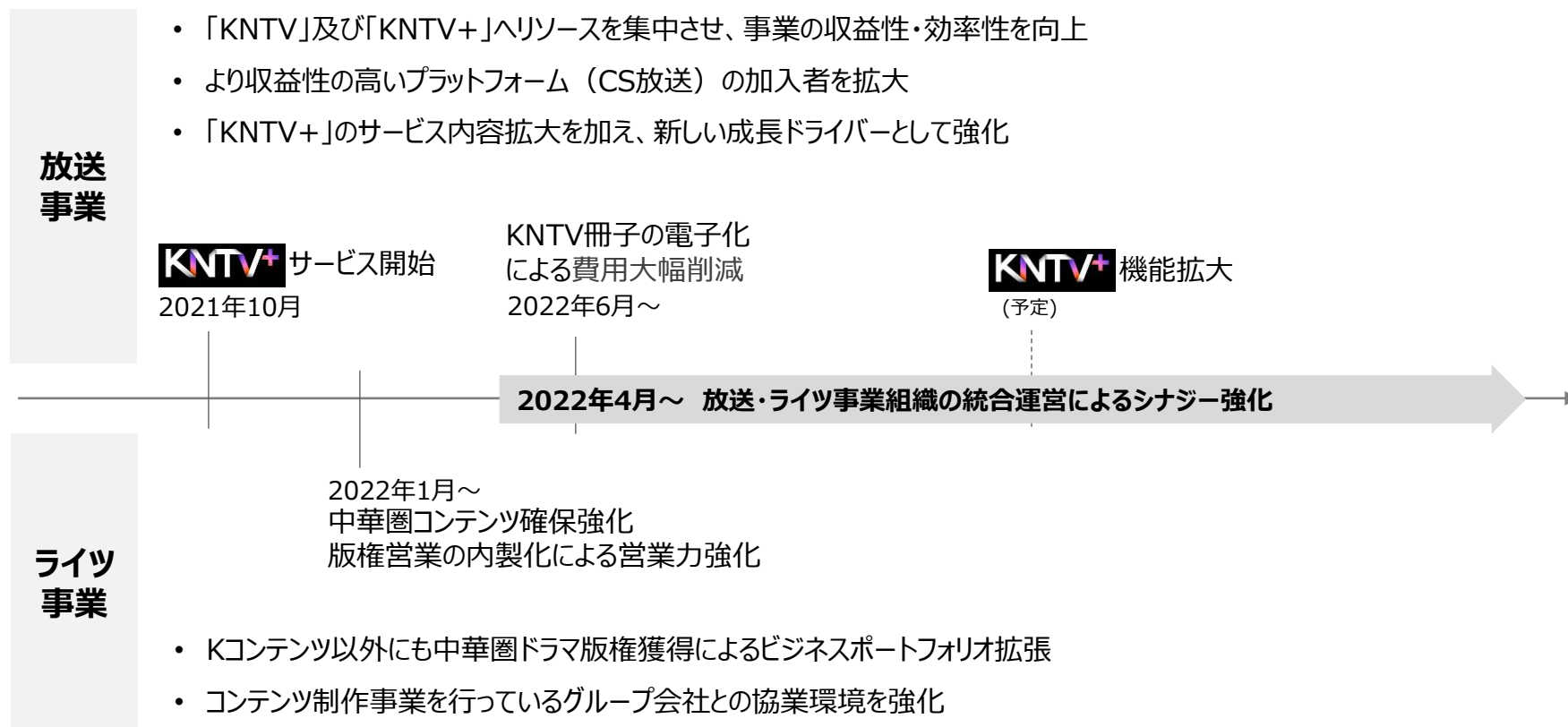
- オフ・オンラインコンサートの同時開催による収益拡大
- 「KNTV+」の本格始動
- グループ会社のオリジナルコンテンツ及び中華圏の人気コンテンツの国内販売事業の強化

2023年以降 成長期

既存事業の成長 新規事業の発掘

- 既存事業の強化及び効率性改善
- アーティストラインナップ増加によるエンターテインメント事業拡大
- 新規事業の発掘及び投資

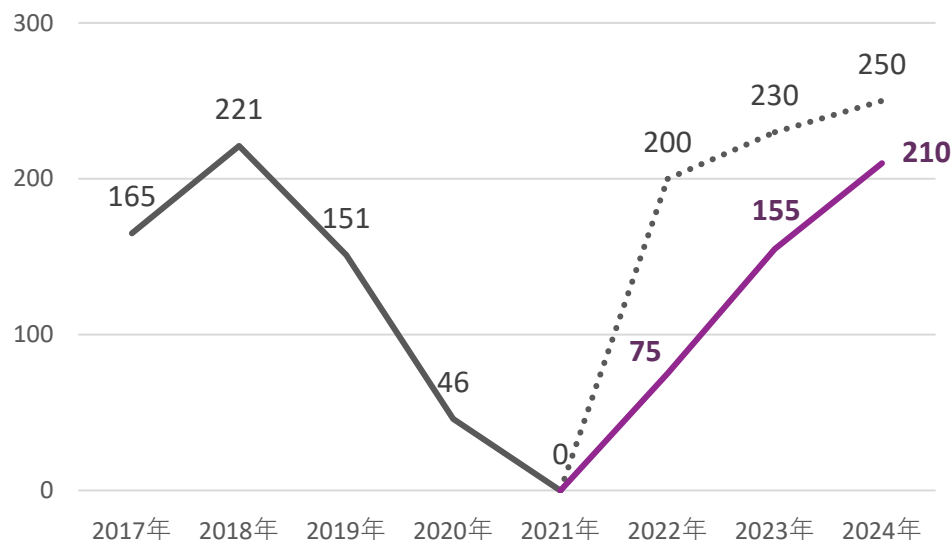
2022年4月から放送とライツ事業の組織を統合し、協業の強化によるシナジー拡大を推進します
2023年には「KNTV+」の収益モデルを新規開拓し、放送事業の強い中長期成長基盤を築きます



2022年2Qからオフラインコンサートを再開し、オンライン配信も継続的に行うことで実績回復を実現します
2022年4月からオフラインイベントの開催が可能になることを前提

オフラインコンサート動員数

(単位：百万人)

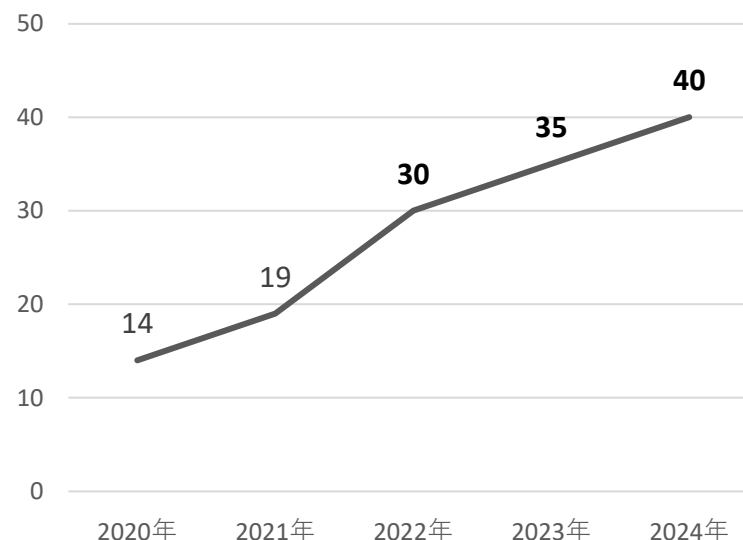


- 2020年3月から2022年3月まで新型コロナウイルスの影響で公演開催が難しい状況が続いた
- 2022年4月からコンサート再開を想定し2024年には210万人超の動員を目指す
 - 当初予想(2021年末からの公演再開)よりコロナ感染症の感染拡大防止策による制限の解除が延長されたため、KPIを修正
 - 2022年4月からコンサートやイベント再開を予定
 - NCT Dream, aespaの日本デビュー(予定)

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

「BeyondLIVE」公演数

(単位：回)



- 2022年既存のオンライン専用コンサートに加えて、オフラインコンサートの配信を行うことでより効率的に多数の公演配信が可能になる

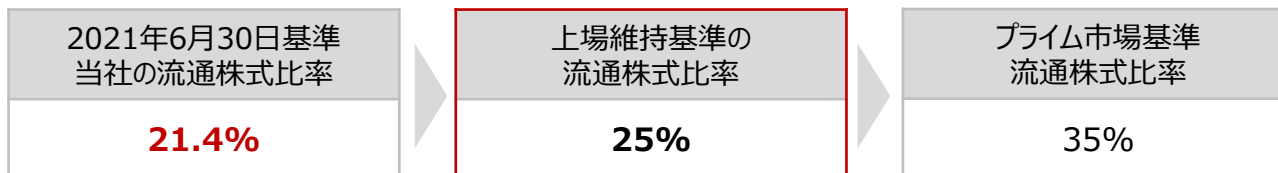
※BeyondLIVEは2020年4月からサービス開始

上場廃止猶予期間の解除に向けた対策

- 当社は、2020年4月に行った株式会社SMEJとの合併により、現在上場廃止猶予期間中ではありますが、2021年には内部統制・ガバナンス強化等、上場企業として盤石な経営体制の確立を実施しました
- 上場廃止猶予期間の解除をできるだけ早く果たすために準備を進めております

流通株式比率25%確保に向けた対策

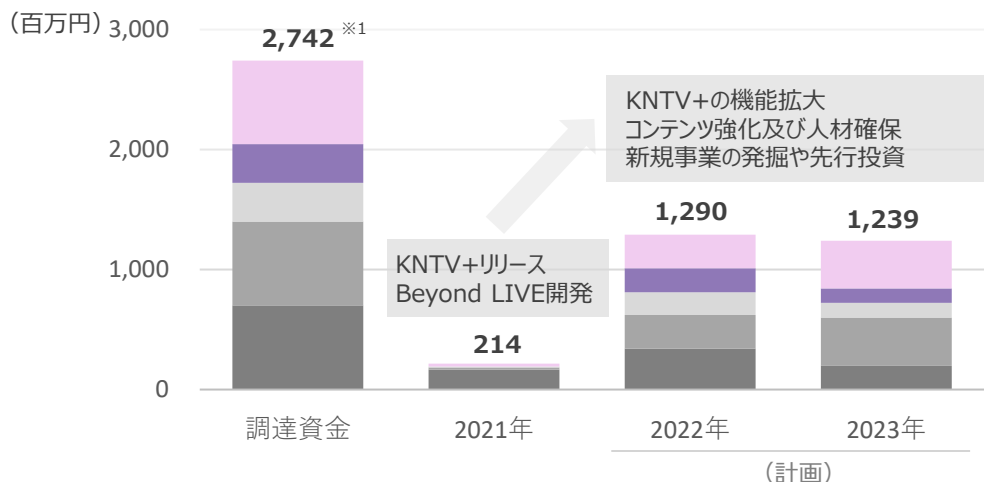
- 2022年4月から再編された株式市場において、当社はグロース市場を選択しており、グロース市場の上場維持基準への適合状況は、流通株式比率において基準を充たしておりません。



- 2024年末までの上場維持基準充足を開示しておりますが、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
 - 親会社グループ持分の一部売却を協議中
 - 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

韓国のNAVER社から約27.6億の第三者割当増資を受け(2020年10月)、「KNTV+」等のアプリ開発・運営に投資を行っており、今後は既存事業の強化及び新規事業の発掘への資金投入を予定しております

NAVER社からの調達資金の投入計画



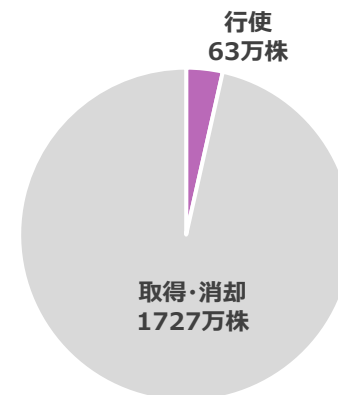
	調達資金	2021年	2022年	2023年
■ 技術開発・運用維持保守	700	165	340	195
■ 運営・管理費	700	16	280	404
■ マーケティング	322	10	190	122
■ 既存事業の強化	322	-	200	122
■ 人事確保・教育	698	22	280	396

- 当初の計画より早期にハイスpekな機能※2を入れアプリをリリースしたことにより、2022年以降投入予定だった開発予算の一部を2021年に先行投資
- アプリのリリースが2021年4Q、2022年1Qとなったため、その運営・マーケティングの費用は2022年から増加予定

※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 ライブチャット機能、多国語字幕選択機能等

第14～16回新株予約権の取得・消却



- 第14～16回新株予約権(総1790万株)の厳しい行使状況が続いたため残存新株予約権の全量を取得・消却
- 今後**株価及び出来高を優先的に回復させ、流通株式確保の方法を検討する**

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
アーティスト	主要メディアによる出演等の抑制、契約満了による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	中	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
リーガル	著作権、肖像権などの侵害によりコンテンツの提供が停止	R&M ENT	低	小	著作権委員会などの参加により担当者の認識向上に努めております
先行投資	コンテンツの獲得やアーティストの育成は先行投資となり、投資から回収まで期間が長期化する可能性あり	R&M ENT	中	小	コンテンツやアーティストのラインナップ拡大により、収益源の多角化によりリスクの影響を最小限化
プラットフォームの多様化	DTH, CATV, IPTVなどの有料多チャンネル市場の縮小による加入者数が減少	R&M	高	中	動画配信サービスなど新規プラットフォームの開拓
コンテンツ	グローバルOTT事業者の台頭により、放送・配信コンテンツの競争激化に伴いコンテンツ価格が高騰しており、版權購入費が増加	R&M	高	中	企画・制作段階での先行投資による版權獲得を実施
新型コロナウイルス感染症	新型コロナウイルス感染症の長期化により、コンサートなどの開催不可能	ENT	高	中	オンラインコンサートなど新規サービスの開拓

(注) ※ R&M：ライツ&メディア事業 / ENT：エンターテインメント事業

- ✓ 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。
- ✓ 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2023年3月にアップデートの開示を行う予定です。