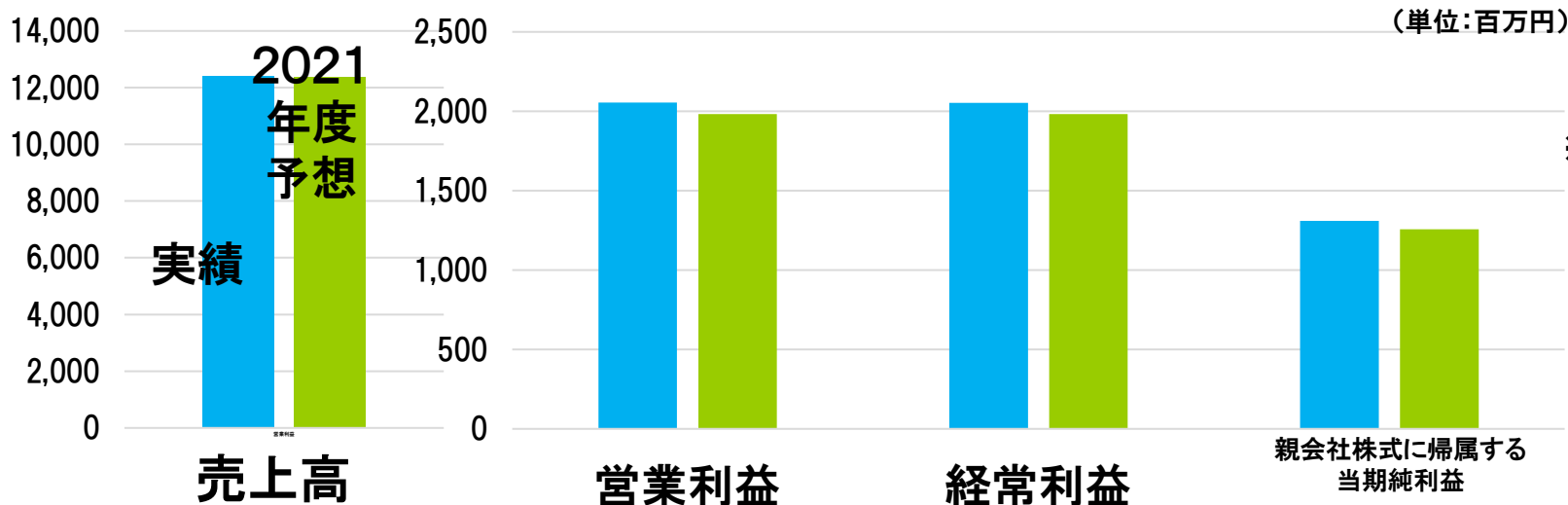


株式会社Jストリーム

2022年3月期
(2021年度:第25期)
本決算説明会

2022年4月28日





※2021年度より収益認識に関する会計基準を適用しておりますが、2020年度以前の掲載数値については旧基準による数値となっております(P.9等もご確認ください)

	2020年度	2021年度			
	前期実績(旧基準)	通期実績	対前期増減%	通期予想	達成率%
売上高	12,970	12,409	△4.3	12,362	100.4
売上高 (旧基準)		13,108	+1.1	13,030	100.6
営業利益	2,342	2,054	-12.3	1,981	103.7
経常利益	2,350	2,052	-12.7	1,981	103.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,548	1,309	-15.5	1,256	104.2

売上動向

- ◆ 通期売上は期初計画には届かず。収益認識基準適用前で+1.1%と販売実績は前年並みの水準となった
Q4は期末3月の実績により、3/24発表の修正予想の水準は上回ることができた
- ◆ 医薬系:大規模イベント中心にWeb講演会ライブ受注続いた、大口顧客内でも受注ペースにばらつきがあり、Q4においては3月は復調が見られたものの1、2月閑散期の計画との乖離が大きく未達の要因となった
- ◆ メディア系企業:コンテンツ配信サイトの運用中心。Q4は予定通りスポット開発受注できた
- ◆ その他の事業会社(EVC領域):販促イベント・セミナーや情報共有利用を中心に手堅く案件獲得できておりオンデマンド配信も好調。しかしコロナ対応意図の映像・Web制作領域での反動減が大きかった
- ◆ 子会社関係:全体で前年比99.6%と横ばい。医薬系売上の多いビッグエムズワイ、クロスコは前年割り込んだが、他社は売上増。技術商社のイノコス是唯一コロナ禍のマイナスが大きかったが反転。

損益動向

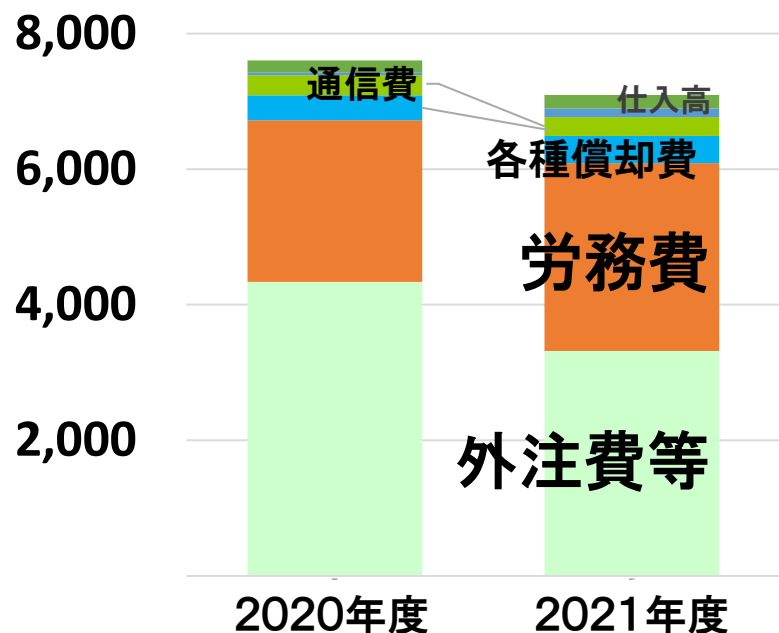
- ◆ 新会計基準導入に伴う純額計上に伴い外注費計上分が減少している。開発体制強化や現場人員の増強に伴い固定費(労務費)は増加し、最終的にグループとして粗利額は前年度並みとなった
- ◆ 販管費については営業・間接部門人員増強、社内システム開発経費増があり経費増
- ◆ 販管費増により営業利益は前年比-12.3%となった
- ◆ 子会社関係:子会社全体で前年比9割弱と前年を若干下回った。ビッグエムズワイが、売上減に加え、移転、人員増加に伴う固定費増もあって、期初利益計画未達に影響。他社は前年を上回る利益を確保(赤字法人はなし)

	2020年度 構成比%		増減率%	2021年度 構成比%	
売上高	12,970 (旧基準)	100.0	-4.3	12,409 (新基準)	100.0
売上原価	7,606	58.6	-6.7	7,094	57.2
売上総利益	5,364	41.4	-0.9	5,314	42.8
販売費及び一般管理費	3,021	23.3	7.9	3,260	26.3
営業利益	2,342	18.1	-12.3	2,054	16.6
経常利益	2,350	18.1	-12.7	2,052	16.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,548	11.9	-15.5	1,309	10.6

		2020年度末	主な変動要因	2021年度末
資産の部	流動資産	9,754		10,203
	固定資産	2,075	受取手形、売掛金 及び契約資産 (純額) $\Delta 385$	2,236
	有形固定資産	510		561
	無形固定資産	1,192	投資有価証券 BSよしもと社に 出資 $+101$	1,229
	投資その他の資産	372		445
資産合計		11,830		12,440
負債の部	流動負債	2,390	未払金 $\Delta 86$ 未払法人税等 $\Delta 339$ 未払消費税等 $\Delta 195$	1,826
	固定負債	280		242
純資産の部	株主資本	資本金	2,182	2,182
		資本剰余金	3,899	3,899
		利益剰余金	3,089	4,232
		自己株式	-306	-306
	評価・換算差額等	0	0	
	非支配株主持分	293	純資産が 100億円超え	362
	純資産合計	9,159		10,371
負債・純資産合計		11,830		12,440

◆ 前年度急増した売上の反動減から、期末時点において営業資産は若干減少

◆ Q3期初に株式分割を実施 1→2

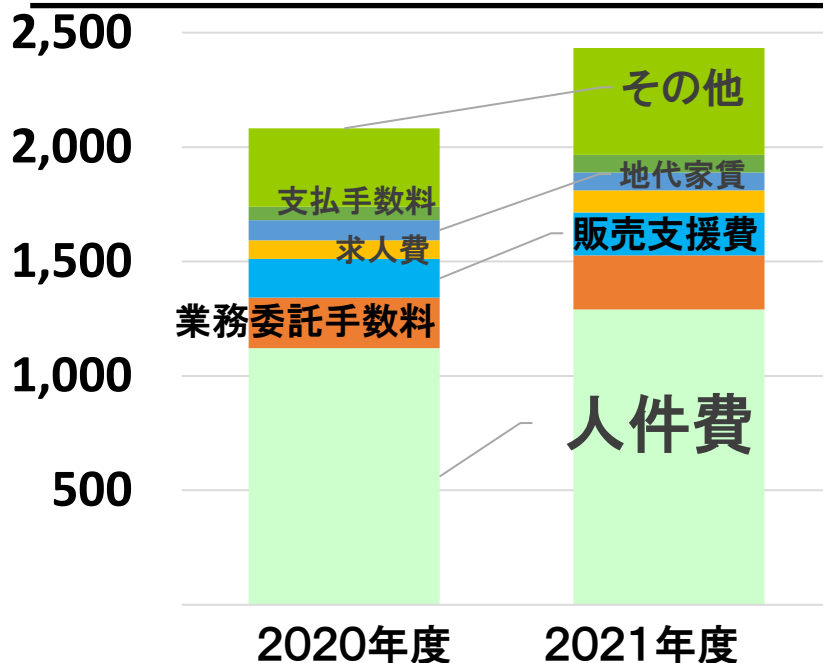


- ◆ 新会計基準による外注額の減少がJストリーム単体において6億程度あり原価計上は減少しているが、外注実額は増加
- ◆ アズーリ社M&Aはグループ内での制作開発力を向上しつつ外注費率の低減に貢献
- ◆ 上記M&Aと採用による人員増強により労務費は増加しているが、前年対比トータルでは原価率を低減できた
(外注費等+労務費の構成比:88.3%→85.8%にダウン)

	2020年度	構成比%	増減率%	2021年度	構成比%
外注費等	4,338	57.0	-23.5	3,319	46.8
労務費	2,380	31.3	16.3	2,768	39.0
各種償却費	368	4.8	9.4	403	5.7
通信費	299	3.9	-7.3	277	3.9
その他振替等	43	0.6	190.1	126	1.8
仕入高	175	2.3	13.6	199	2.8
売上原価合計	7,606	100	-6.7	7,094	100

販売費及び一般管理費(連結)主要項目

(単位:百万円)



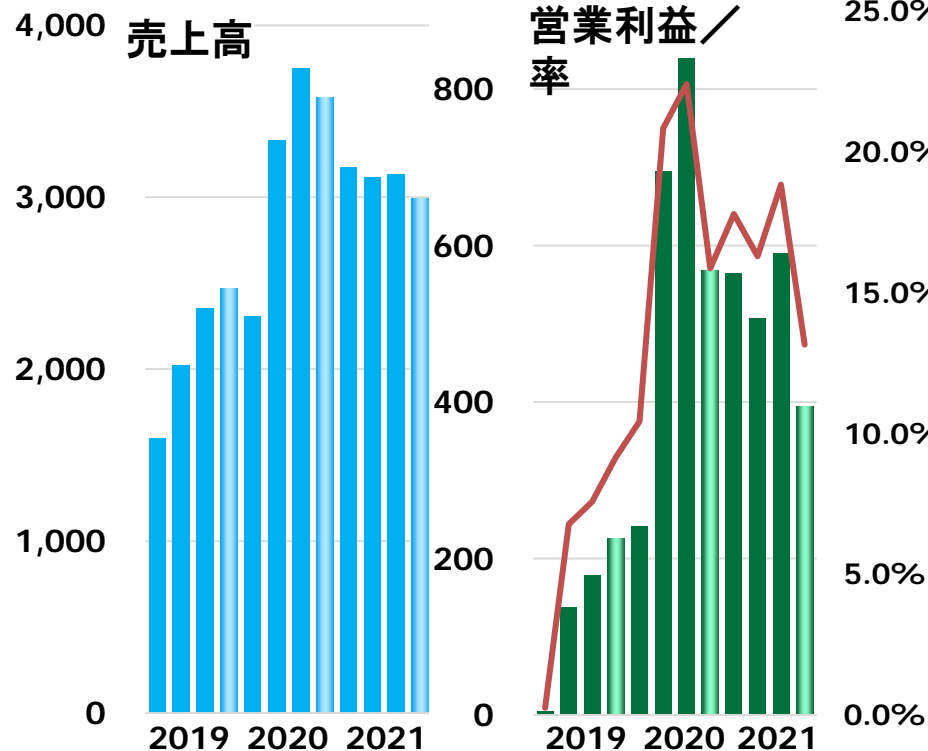
- ◆ 主に連結子会社増に伴い人件費増加
- ◆ 業務プロセス効率化及び新収益認識基準の対応のために社内業務支援システムを開発、また機能拡張を継続。それに伴いソフトウェア償却費(89M:前期比+49M)増加
- ◆ 業績拡大に伴う体制強化のための採用は継続。採用状況により相応の支出継続予定

	2020年度	構成比%	増減率%	2021年度	構成比%
人件費	1,609	21.2	6.9	1,720	24.2
業務委託手数料	322	4.2	-8.0	296	4.2
販売支援費	247	3.3	3.0	254	3.6
求人費	126	1.7	9.6	139	2.0
地代家賃	116	1.5	-11.3	103	1.5
販売促進費・広告宣伝費	74	1.0	32.5	98	1.4
その他	524	6.9	23.5	648	9.1
販管費合計	3,021	100	7.9	3,260	100

	2020 年度末	2021年 6月末	2021年 9月末	2021年 12月末	2022 年度末	期初から の増減
連結従業員数	594	629	637	638	641	+47
連結臨時従業者数 (四半期中平均人員数)	141	143	139	132	142	+1
Jストリーム単体 人員数	313	336	344	352	361	+48
Jストリーム 臨時従業者数 (四半期中平均人員数)	96	98	95	89	90	△6
連結子会社 人員数	281	293	293	286	280	△1

四半期売上、利益推移(連結)

(単位:百万円)

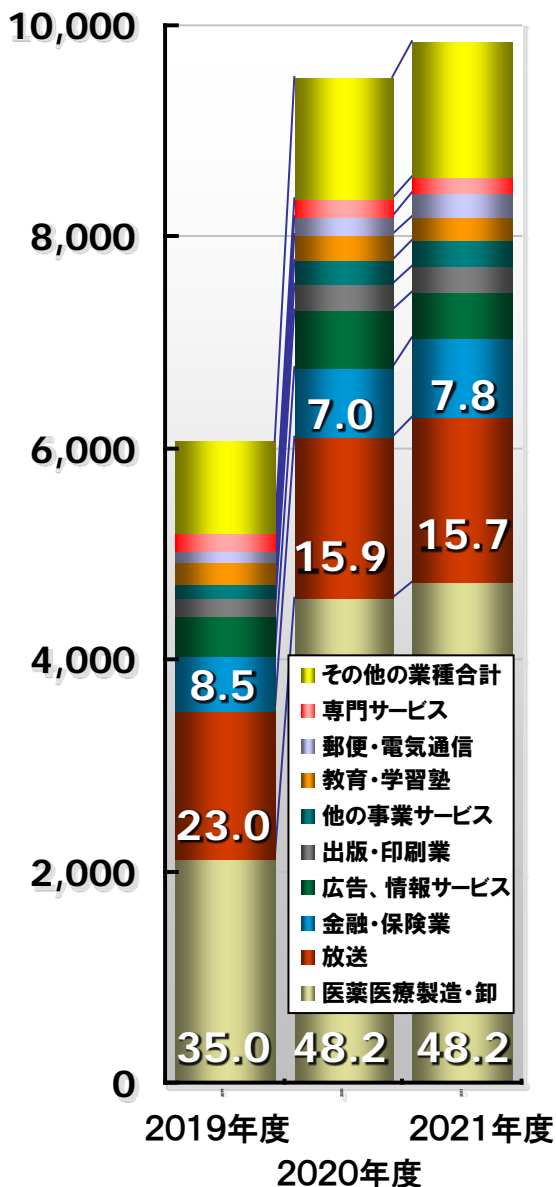


- ◆ Q4は医薬系が引き続き牽引するも、主要顧客3社ほどのWeb講演会実施動向の影響が大きく伸び悩んだ
- ◆ 3月のトップラインは今年度2位と好調であり、業績予想修正後の積み増しに繋がった
- ◆ Q4は大口開発があり、制作系の売上比率が上昇したことから粗利率は低下する要因となった
- ◆ グループ人員、企業規模拡大しているため経費は増加しているが、サービス開発の促進、更なる案件獲得を通じ成長目指す。

売上高旧基準参考値			
2021Q1	2021Q2	2021Q3	2021Q4
3,376	3,301	3,297	3,134

	2019年度(旧基準)				2020年度(旧基準)				2021年度(新基準)			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
売上高	1,599	2,021	2,351	2,470	2,306	3,333	3,748	3,582	3,170	3,114	3,129	2,994
売上総利益	546	712	799	857	861	1,359	1,637	1,506	1,402	1,302	1,389	1,220
営業利益	4	137	178	226	240	694	839	568	563	507	589	393
粗利率	34.2	35.2	34.0	34.7	37.3	40.8	43.7	42.0	44.2	41.8	44.4	40.8
営業利益率	0.3	6.8	7.6	9.2	10.4	20.8	22.4	15.9	17.8	16.3	18.8	13.2

(単位:百万円、構成比%) ◆ Jストリーム個別売上(旧基準)は前年比+3.9%の増収



- ◆ 医薬系の成長率は3.4%と、想定は下回ったものの全面的な伸びを見せた2020年度を上回る水準は確保した
- ◆ 放送系はQ3時点で前年を下回っていたが、定例の運用に加えて行われる開発系案件をQ4に受注し通期では前年を上回った。案件の性質で見ると、五輪の周辺案件などが「他の事業サービス」「映像・ビデオ制作(その他の業種合計の内数)」などにも分散して含まれている(2021年度において1億弱)
- ◆ 広告情報サービスは、実験的VR(エンタメ)案件の終了と、製薬販促系代理店の前年度特需の反動などが影響し前年を下回った
- ◆ その他の業種は前年にコロナ禍緊急対応から流量超過のあった教育系を除けばほぼ前年を上回る水準を確保しており需要底堅い

	2019	2020	2021	成長率
医薬医療製造・卸	2,125	4,587	4,744	3.4%
放送	1,395	1,514	1,548	2.3%
金融・保険業	518	668	765	14.5%
広告、情報サービス	372	538	424	-21.2%
出版・印刷業	185	244	253	3.6%
他の事業サービス	130	228	241	5.4%
教育・学習塾	191	243	222	-8.7%
郵便・電気通信	116	181	217	19.5%
専門サービス	169	169	153	-9.6%
その他の業種合計	877	1,136	1,282	12.8%

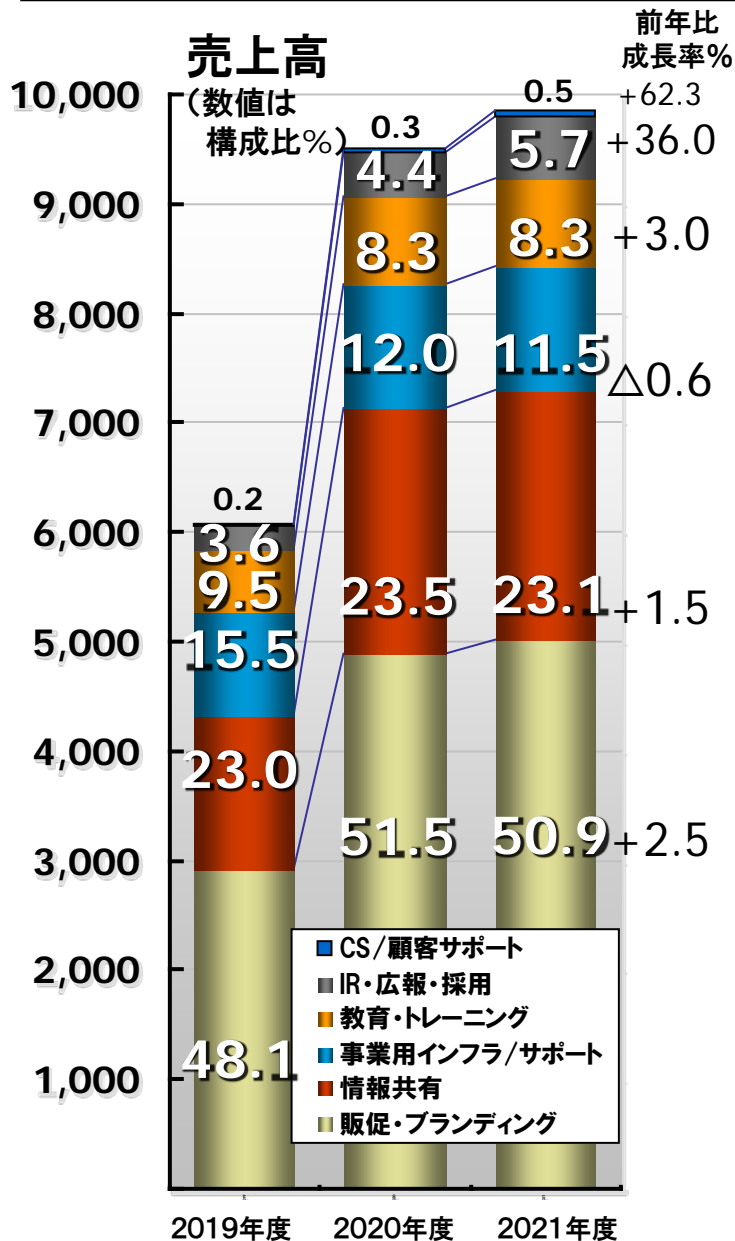
	2019				2020				2021			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
医薬医療製造・卸	417	505	565	638	641	1234	1492	1217	1301	1185	1212	1045
放送	305	316	388	386	312	433	404	364	357	431	351	409
その他EVC合計	603	618	610	729	729	836	863	979	949	843	845	924
金融・保険業	110	124	132	153	187	170	155	155	263	161	165	175
広告、情報サービス	80	82	88	122	101	120	177	140	117	103	99	105
他の事業サービス	33	36	22	39	37	69	54	68	54	59	62	66
教育・学習塾	79	36	35	42	64	60	50	68	46	52	61	63
出版・印刷業	48	46	46	45	57	56	67	65	69	63	65	55
郵便・電気通信	24	33	12	47	25	25	21	110	49	59	56	52
その他の業種合計	229	261	274	281	257	335	339	372	351	344	337	408
合計	1,325	1,437	1,564	1,753	1,684	2,503	2,761	2,561	2,607	2,459	2,409	2,378

- ◆ 医薬系:Q4は閑散期の1、2月は落ち込みが目立ったが、3月は年度内でも9月に次ぐ水準となった。
- ◆ 「その他の業種合計」内では、スポットの実証開発案件や教育系向け配信の代理販売、官公庁向けの期末納品(運用含む)の増加などが目立った。

※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。

※2 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(個別:旧基準)



販促・ブランディング

2021年度 7割超が医薬系売上
EQ利用した商品発表・販促ウェビナーとしてのライブ/疑似ライブ、会員制サイト集客用動画が比率大



情報共有

医薬系が伸び5割弱を占める。他放送、金融系が比率高い。社内向けウェビナー、社員総会/表彰式ライブ、部店長会議ライブ、社長講和、社内イベント向け映像制作配信、官公庁協議会、学会など



事業用インフラ/サポート

8割が放送局
放送局関連案件(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)



教育・トレーニング

25%が塾等の利用。金融・保険業が20%弱まで伸びている 講義配信、金融、医薬系企業の社内/パートナー向けトレーニング等



IR・広報・採用

Q1(6月)中心のバーチャル株主総会が増加し、窓口となった金融・保険業が多くを占める

※区分は案件動向精査のために遡及して修正する場合があります、パーセンテージが昨年度の資料と一致しない場合があります

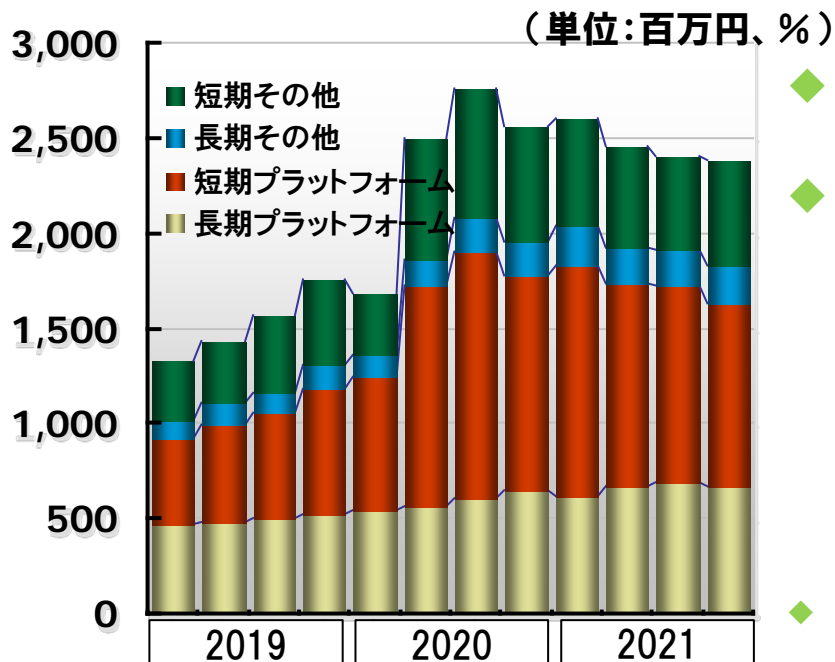


利用用途別売上比率(個別:旧基準)

	2019				2020				2021			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
販促・ブランディング	622	740	724	841	786	1,314	1,499	1,299	1,350	1,288	1,247	1,137
情報共有	308	332	377	383	373	560	664	642	600	546	570	557
事業用インフラ/サポート	180	192	273	296	206	349	296	287	234	312	267	318
教育・トレーニング	165	116	134	162	177	205	199	209	184	189	211	230
IR・広報・採用	46	53	52	68	134	68	96	117	227	116	102	119
CS/顧客サポート	4	3	4	4	8	7	8	7	12	8	11	17
合計	1,325	1,437	1,564	1,753	1,684	2,503	2,761	2,561	2,607	2,459	2,409	2,378

※区分は案件動向精査のために遡及して修正する場合があります、以前の資料と一致しない場合があります

売上種別区分 長短期推移（個別：旧基準）



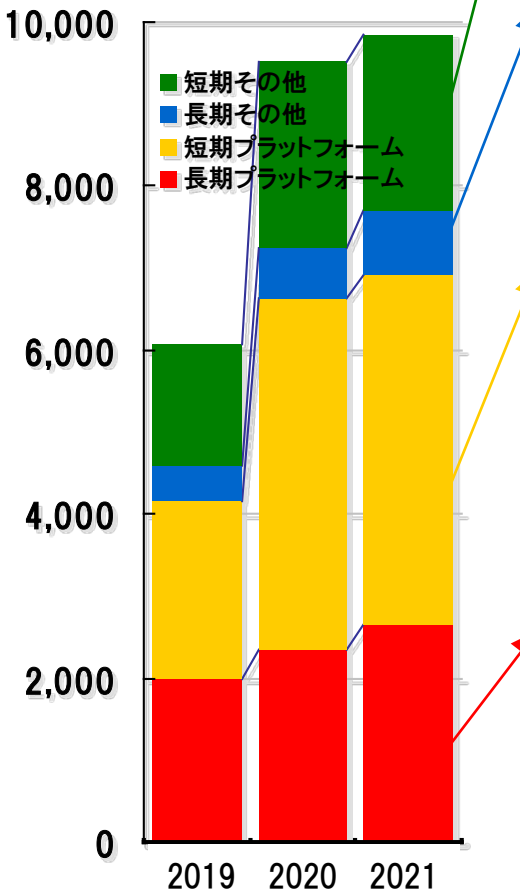
- ◆ 短期プラットフォーム(PF)は医薬系企業の一部のライブ件数減の影響からわずかに減少傾向
- ◆ 長期PFは堅実に伸長。Q4は医薬系のライブの一部が短期に戻ったため見た目減少。主力のEquipmedia:1月末時点で累計導入アカウントが3,000件超えるなど引き続き順調に推移している。セルフライブや疑似ライブ等の機能も備えており、セルフ運用推進のため既存のオンデマンドアカウントからの乗り換えも進めている。
- ◆ ※2021年度Q2において放送系長期案件の一部が契約形態変更に伴い一時的に短期に計上されていた分は補正しました

	2019年度四半期順				2020年度四半期順				2021年度四半期順			
短期プラットフォーム	442	516	554	658	694	1,155	1,298	1,126	1,213	1,066	1,029	965
長期プラットフォーム	475	482	504	526	545	565	603	646	615	674	691	669
PF長期比率	51.8	48.3	47.6	44.4	44.0	32.9	31.7	36.5	33.6	38.7	40.2	40.9
PF以外の短期	310	329	402	445	320	647	682	609	572	531	496	544
PF以外の長期	97	110	104	124	125	136	177	180	206	185	192	200
PF以外の長期比率	23.9	25.1	20.6	21.8	28.0	17.4	20.6	22.8	26.5	25.8	27.9	26.9
プラットフォーム売上構成比率	69.2	69.4	67.7	67.5	73.6	68.7	68.8	69.2	70.1	70.8	71.4	68.7
全体での長期比率	43.2	41.2	38.9	37.1	39.8	28.0	28.3	32.3	31.5	35.0	36.7	36.6

(基礎情報) 長期短期／プラットフォーム系・それ以外 の内訳と傾向

- 長期／短期:
3か月以上の期間の売上を長期として区分
- 長期PFの獲得は安定した売上利益に繋がる

<p>【短期その他】に含まれることが多い売上形態</p> <p>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</p>	<p>短期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</p>
<p>【長期その他】に含まれることが多い売上形態</p> <p>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</p>	<p>メディア系顧客が中心。長期にわたり運用受託、オンサイト業務などを行う。難易度高く利益率は低い、ハイエンドでノウハウ蓄積につながる。</p>
<p>【短期プラットフォーム】に含まれることが多い売上形態</p> <p>ライブ配信(イベント対応) 医薬Web講演会、株主総会等 J-Stream Equipmedia 短期利用</p>	<p>ライブは配信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(オンデマンド配信対比、変動費が多い)</p>
<p>【長期プラットフォーム】に含まれることが多い売上形態</p> <p>J-Stream Equipmedia (年間契約が中心のOVP:動画配信プラットフォーム:オンデマンド配信の他、ユーザー自身によるライブ配信機能等を提供。一般企業の販促セミナー等に利用) J-Stream CDNext (WEBCDNも含め大量配信に対応。メディアや大企業、自治体(災害時アクセス集中に対応)等が主要ユーザー) 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向け) その他配信に伴うセキュリティ対応・著作権保護・課金処理 等</p>	<p>利益率高水準(Equipmedia) CDN等はEQIには劣るが高水準 大口オンデマンド案件は利益率は良くない(ハイエンド大量配信)</p>



	投資項目	投資額 (年間予定額)
2021 年度	<p>■ 事業関連ソフトウェア 319 配信サービス基盤開発、Equipmedia、 CDN機能開発、視聴状況分析ソフトウェア、 各種入稿管理システムソフトウェア等 258 制作サービス関連 61</p>	
	<p>■ 事業関連ハードウェア等 170 サーバー、ロードバランサー、 トランスコーダー、ストレージ等機器 155 制作関連(編集機器、カメラ、PC等) HW 15</p>	<p>711 (705)</p>
	<p>■ その他 218 ビジネスプロセス管理システム・ 会計・社内システム系 111 オフィス内装改修・原状回復等 105 備品系 2</p>	

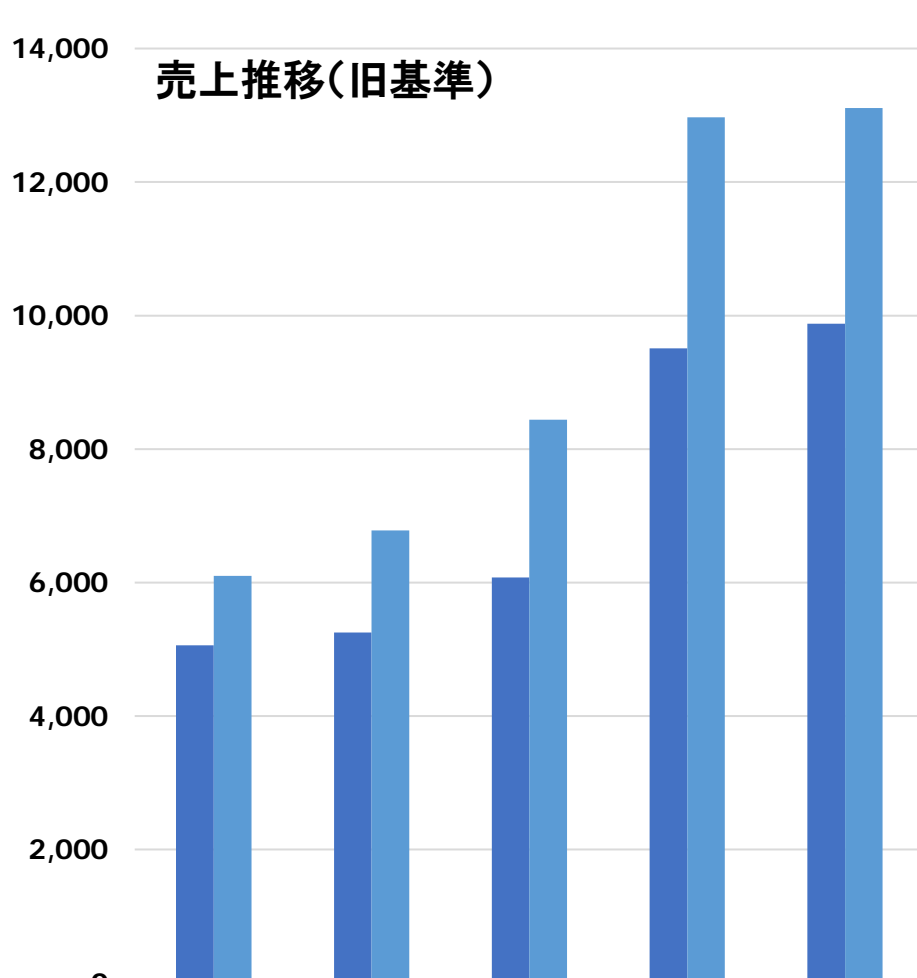
※端数等の処理により合計額は厳密には一致しません

中期振り返り

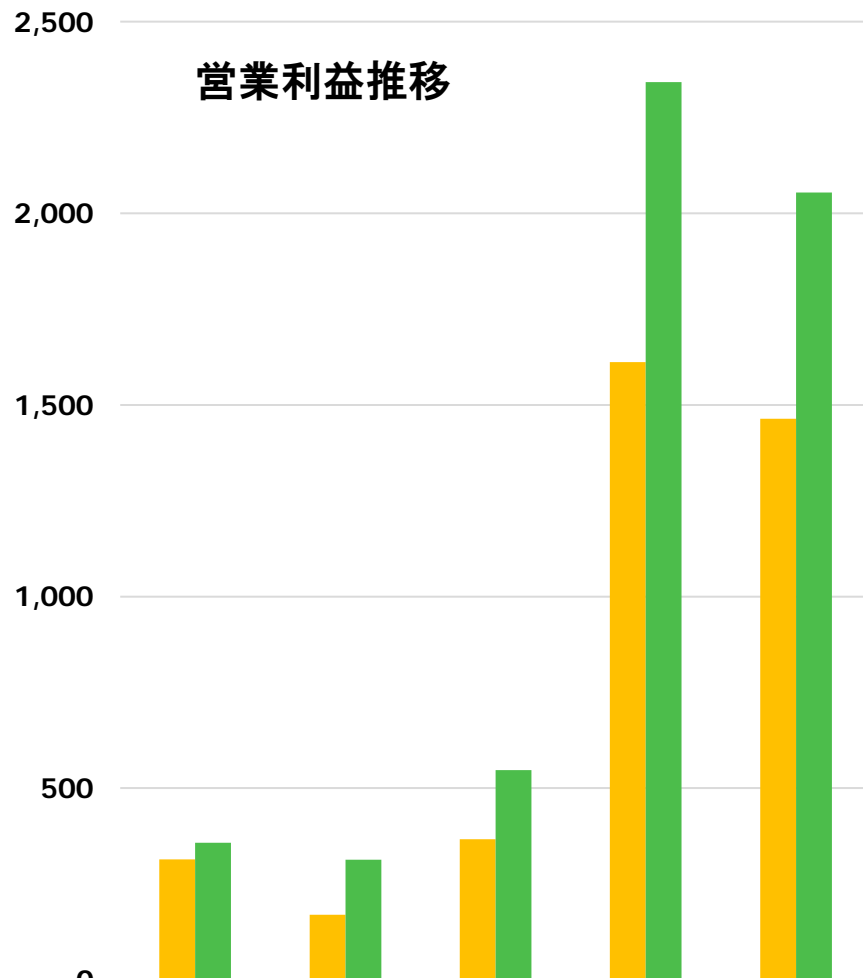
連結売上は2.1倍、営業利益は5.7倍に成長

(百万円)

売上推移(旧基準)

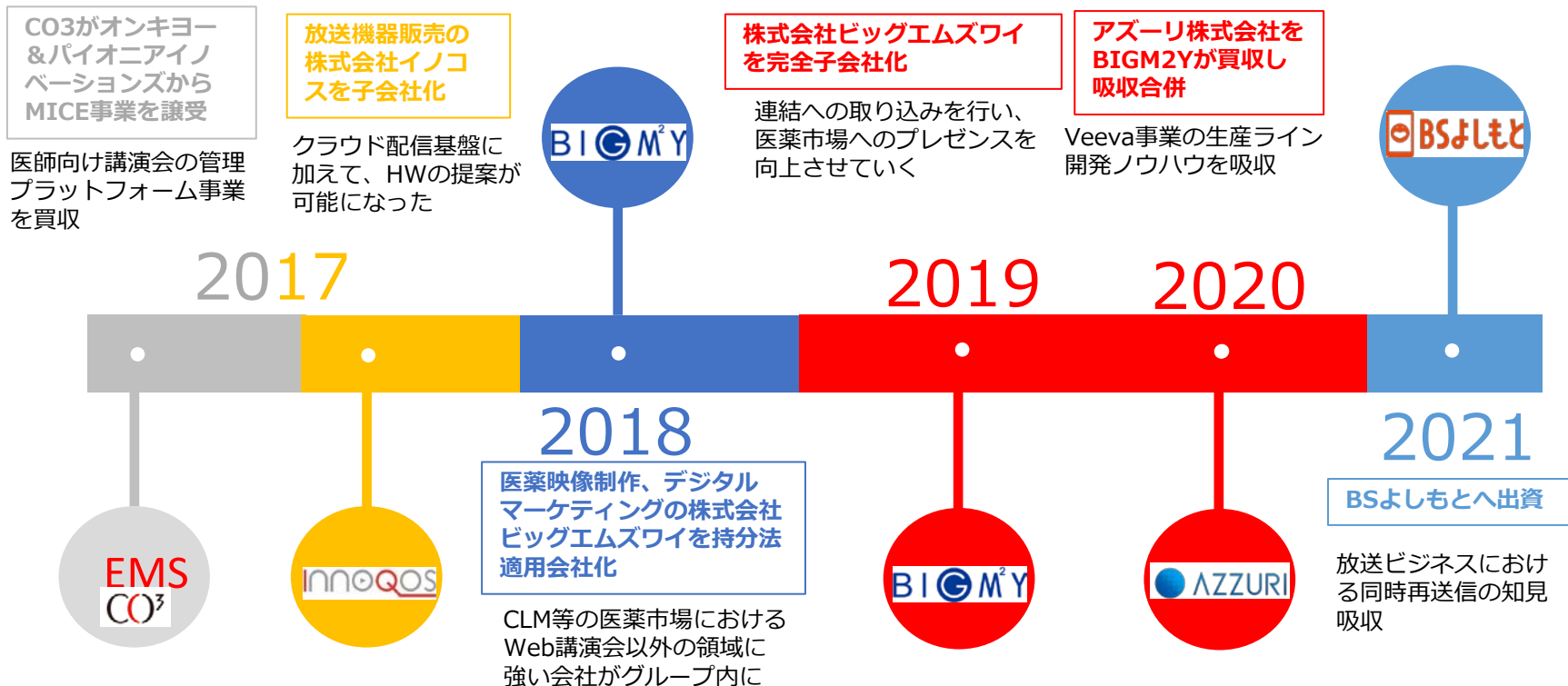


営業利益推移



	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
単体売上	5,059	5,251	6,079	9,509	9,879
連結売上	6,101	6,781	8,442	12,970	13,109
単体営業利益	314	169	367	1,612	1,464
連結営業利益	357	313	547	2,342	2,054

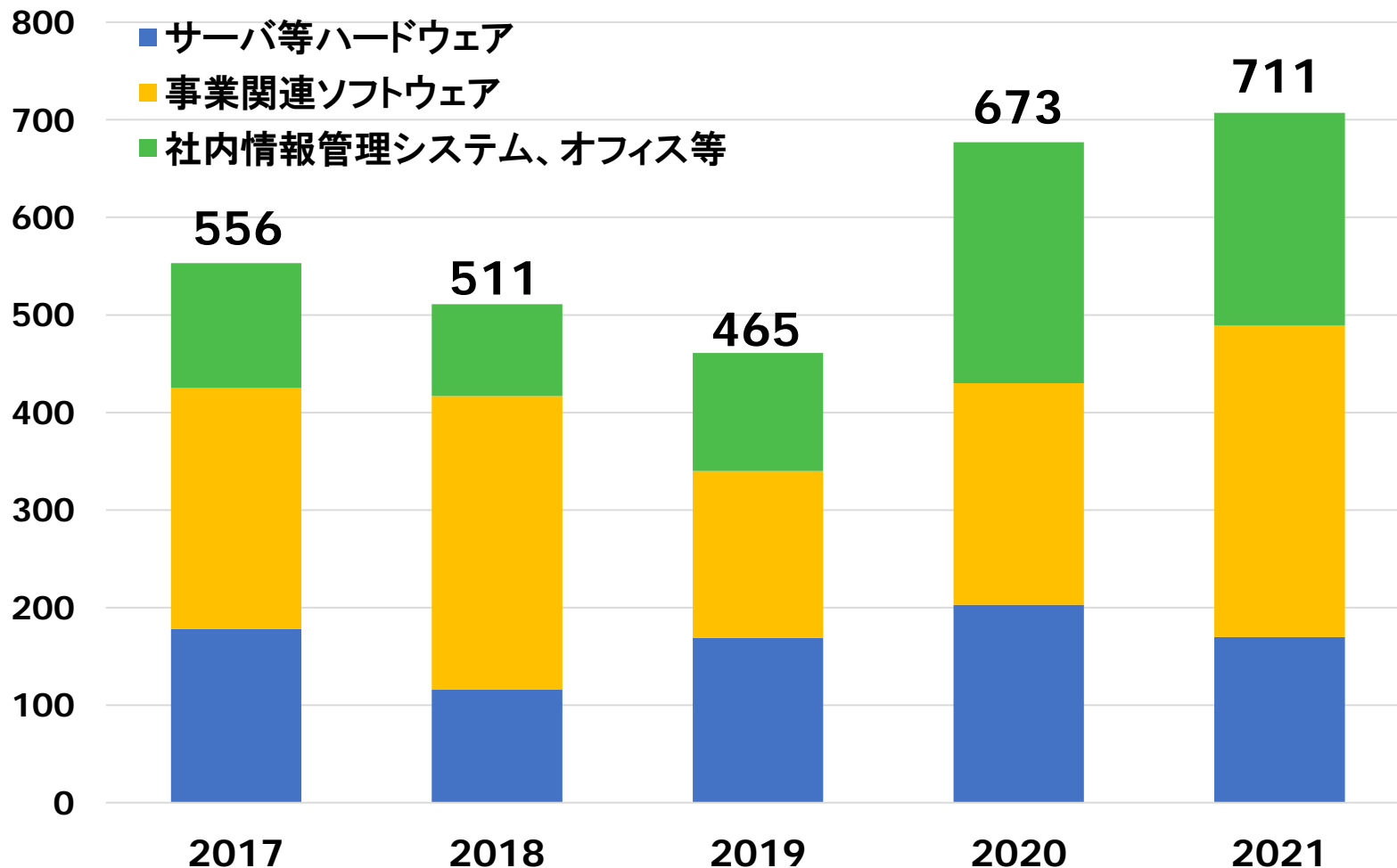
(単位:百万円)



過去5年間でM&A 3件、事業譲受 1件、出資1件を実施
買収金額累計 15.7億円
2021年度における関連売上27億円

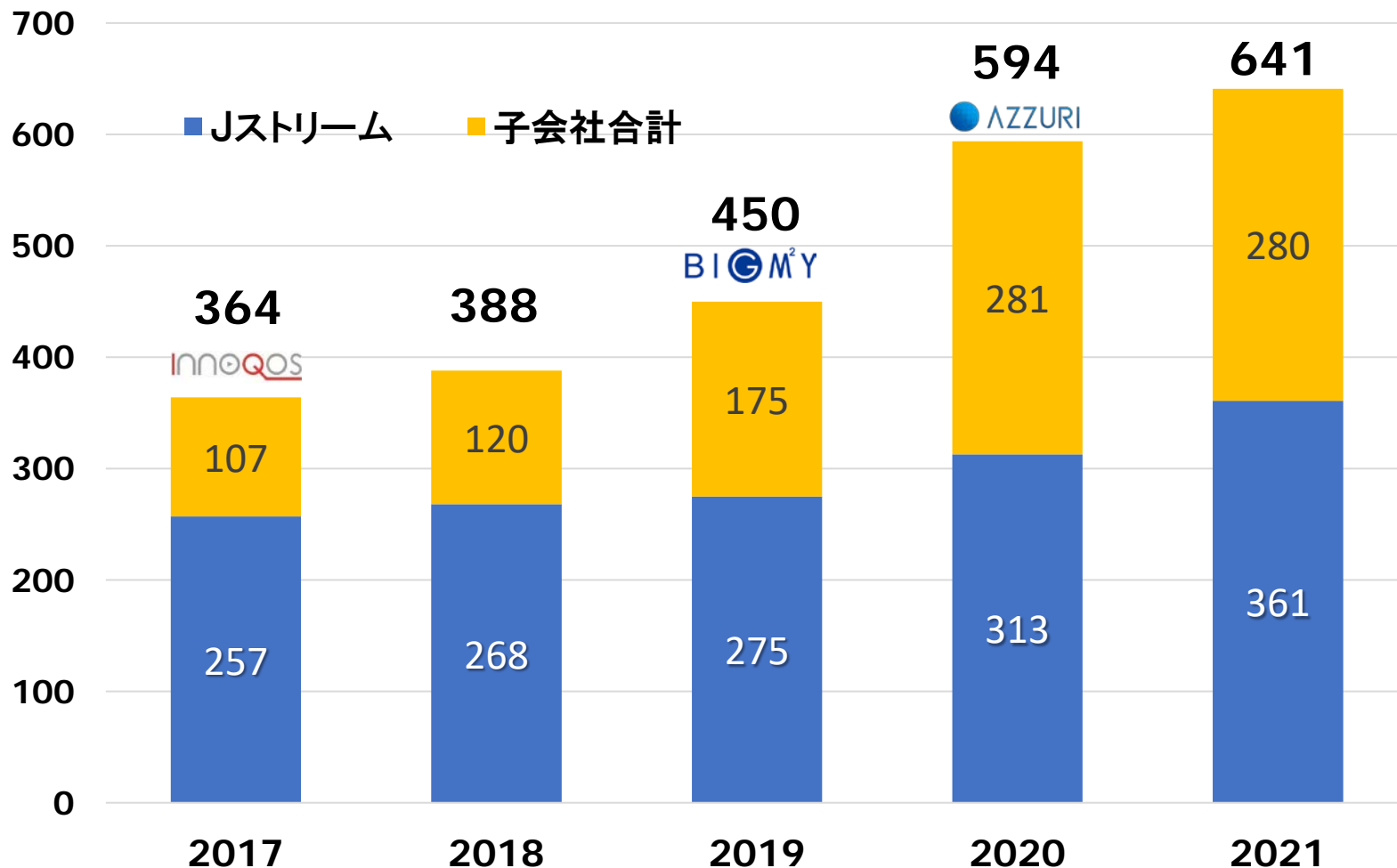
(単位:百万円)

- EQや共通開発基盤への投資を実施し、プロダクトの強化を推進
- 情報システムの開発への投資により、業務効率化を推進



(単位:百万円)

- コロナ禍後の需要急増、ニーズ多様化に対応し本社人員を増強
- M&Aに伴い子会社人員増加



中期経営の方向性と

2022年度経営方針

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)】

現在、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。

【NextStage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リエーションに富んだ人材の育成に注力する。

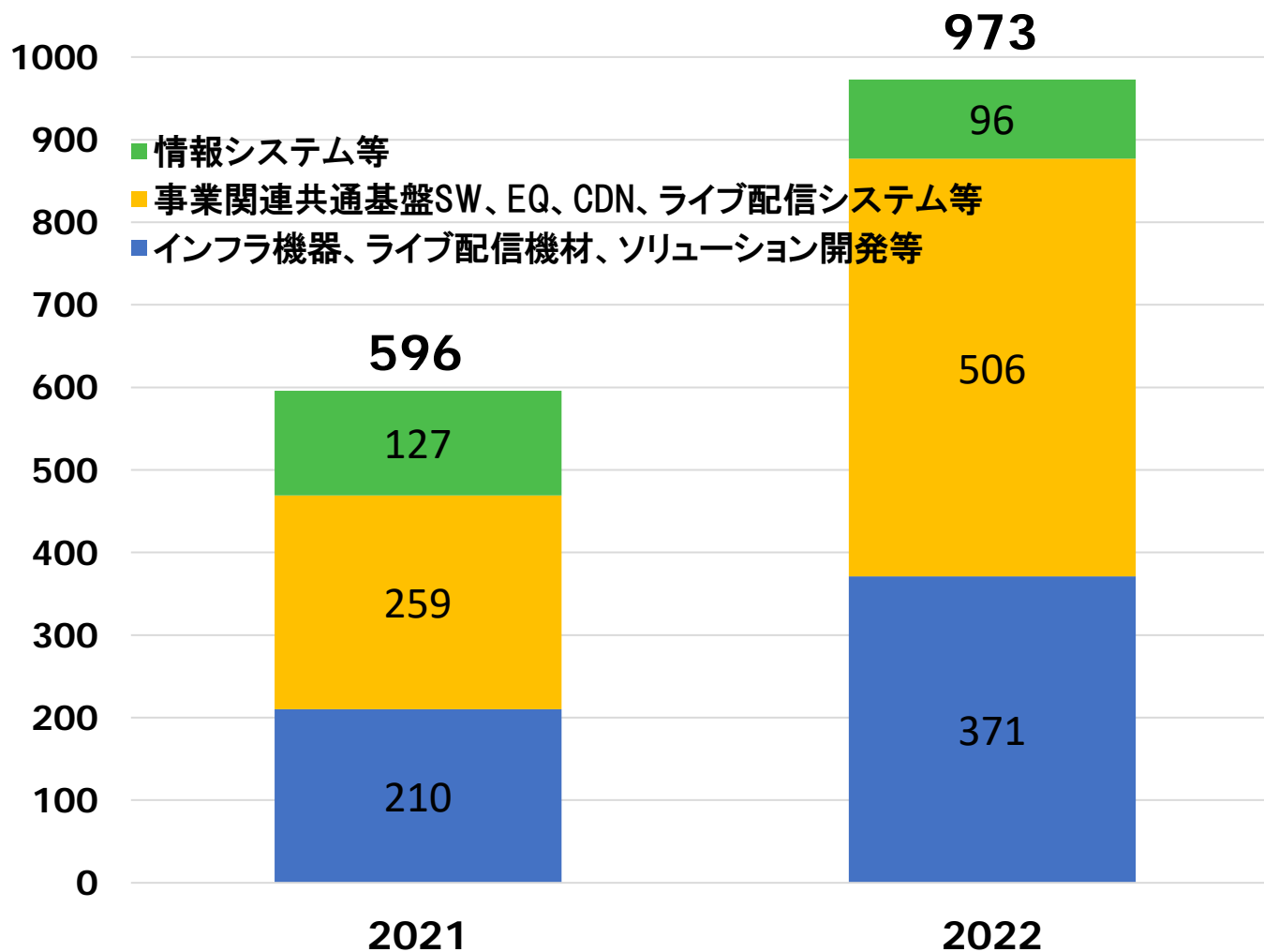
グループの変革

- 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**。

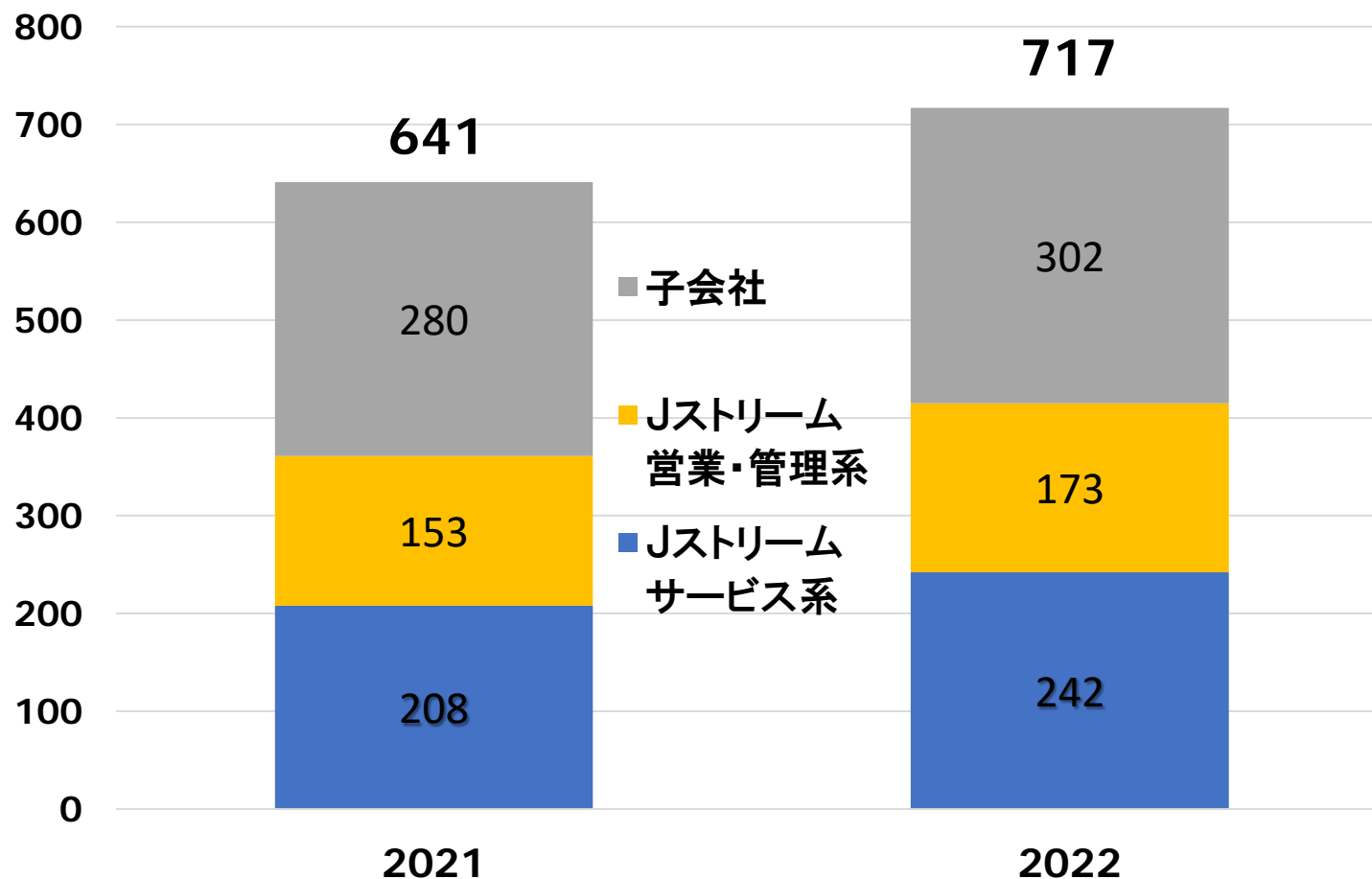
営業戦略	メディア、医薬の 重点推進	用途別 ソリューションの 推進	マーケティングの 強化、最適化	代理販売 パートナー戦略の 推進
ソリューション 戦略	クラウド技術を 活用したSI	市場・用途に特化 した定形サービス の開発	モノづくり クリエイティブ へのこだわり	グループ間 連携の推進
プロダクト 戦略	共通開発基盤 の拡充	自社SaaS (EQ、ミテシル)の 再開発	配信ネットワーク 及びマルチCDN の強化	新技術の 研究開発 (XR、AI、NFT)
投資・財務 戦略	資本効率の強化	M&Aへの 積極投資	海外進出の検討	ESGへの取り組み
組織・人材 戦略	組織力・生産性向 上を見据えた新 人事制度の検討	専門スキル、 経営スキルを 持つ高度人材の 育成・採用	多様な働き方に 対応した 制度整備	採用力の強化

（単位：百万円）

- EQや共通開発基盤への投資を実施し、プロダクトの強化を推進
- 情報システムの開発への投資により、業務効率化を推進

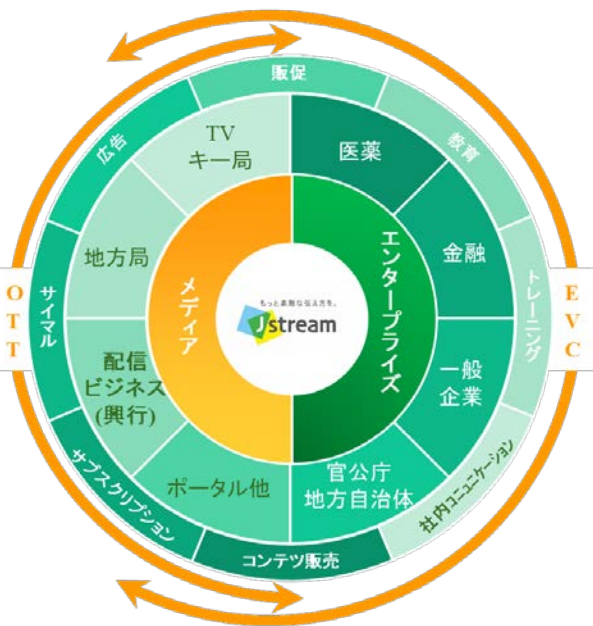


- Jストリーム本体を中心に引き続き採用を推進
- 各種サービスに共通する基盤開発や、投入予定のサービス開発人員の比率が高い



市場別戦略

■ 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"> ■ WEB講演会はハイブリッド化対応 ■ デジタルマーケティング対応、Webinar Analytics推進でデータ分析支援+データ連携推進 ■ Veeva Connect構想 ■ 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
	その他EVC	Webinar 双方向配信 バーチャル 株主総会	<ul style="list-style-type: none"> ■ バーチャル総会プラットフォーム強化 ■ イベントPFを拡充し中小規模・大規模向け振り分ける ■ 内製支援サービスのラインアップの拡充
OTT	メディア・コンテンツ	有料動画配信統合	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ 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 ■ 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
		リモートプロダクション	
		配信業務効率化	

国の医療費削減施策・製品の特許切れ等で、製薬メーカーの収益率は悪化傾向

- ・MR数／プロモーション予算の削減
- ・コロナ禍のデジタルシフトで営業所の廃止等
- ・プロダクトポートフォリオがプライマリー領域からスペシャリティ治療薬へ移行

デジタルマーケティングへの展開スピードが急速に高まる

- ・全社規模のデジタルプラットフォームの整備 オムニチャネルの設計・実装開始
- ・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
- ・各種データ収集を行い、仮設分析・実証実験等の実施

データ分析・コンテンツの重要性が高まる

- ・各チャネルの協働と一貫したメッセージによるターゲットへの効率的な伝達を目指す
- ・ターゲットとチャネルとシナリオを用いた計測可能なデータによる施策分析・改善
- ・ターゲットへの情報提供分類やコンテンツラインナップを把握したコンテンツ支援が重要

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、**ハイブリッド化と新規顧客開拓を進める**
- **Webinar Analytics**を推進して、**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
- **Veeva**を基軸とした**オリジナルソリューション開発**
- オウンドサイトの構築や運営ノウハウを蓄積して、**動画コンテンツを推進**
- **新しいチャネルやメディア開拓、**コンタクトポイントの強化・**メディアプランニングの実施**
- **製薬会社のオムニチャネル推進を支援**

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/CX対応に注力

既存顧客維持しつつ 新規メーカー/支社の攻略を進める

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

WEB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

- ハイブリッド講演会
- **Webinar Analytics**
- バーチャルラウンジ
- データ分析、連携
- 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	BI G M ² CROSSCO cross-media communication	

管理システムのデータ連携

Veeva Connect	BI G M ²
Webinar Analytics	Jstream trans cosmos
ハイブリッドMICE	CO ³ COVERS COMMERCE & COMMUNICATIONS

チャネルの運用

医薬メディア広告	Jstream
Digital Factory	BI G M ² trans cosmos
データ分析	J Creative Works

データの整備・連携

デジタル資材・
講演会 企画



承認・管理

Veeva(Vault)

デジタル
資材管理

Veeva CRM・他

顧客・営業
活動管理

マーケティング
担当

CMS

UI・UX

会員・コンテ
ンツ管理

MA

Webinar Analytics

データ分析・解析

データ連携

ログ・アクティビティデータ連携

CDP/DMP
DCF

マルチチャネルからオムニチャネルへ

MR



プレゼンツール
IVA

情報提供
(プレゼン)

MRメール
(Veeva Approved email)

情報提供

チャット(LINE等)

本社メール

オウンドサイト

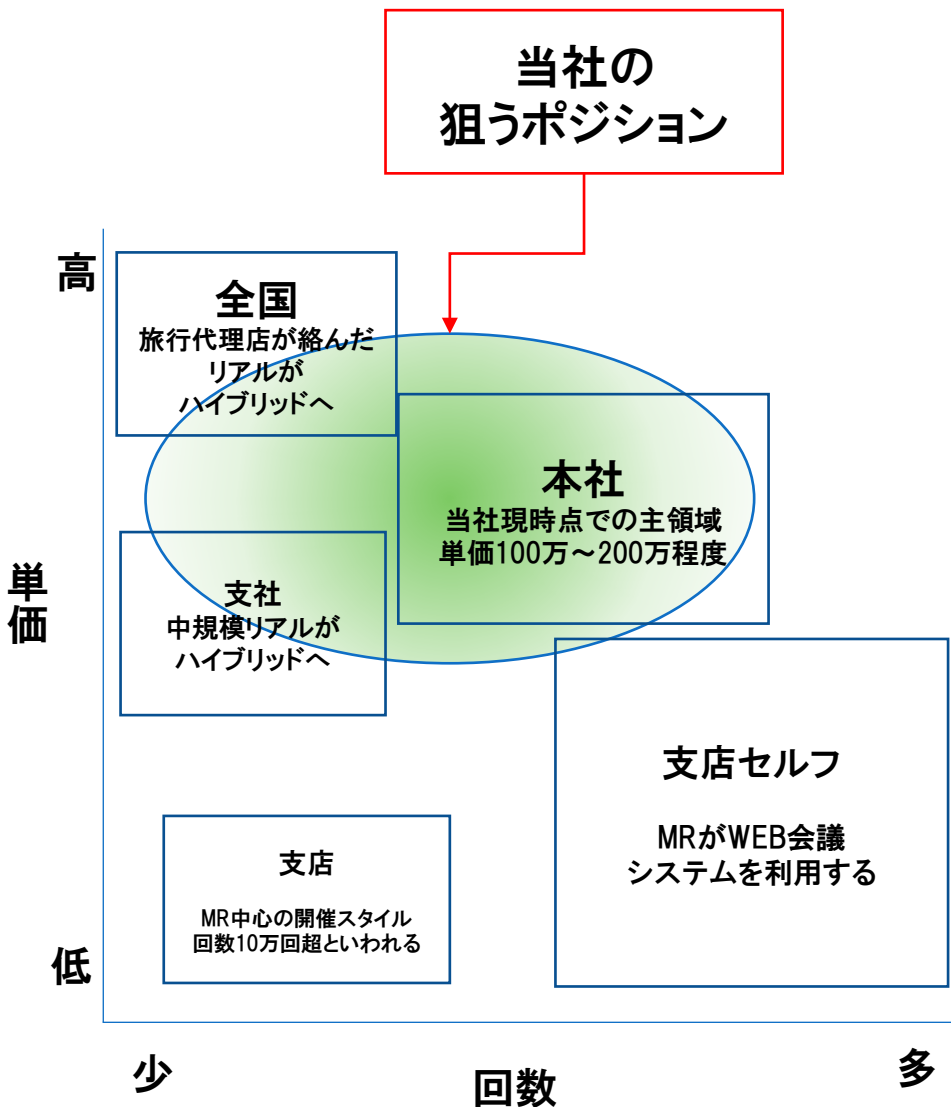
Web講演会

ペイドメディア
(M3、メドピア、など)

検索

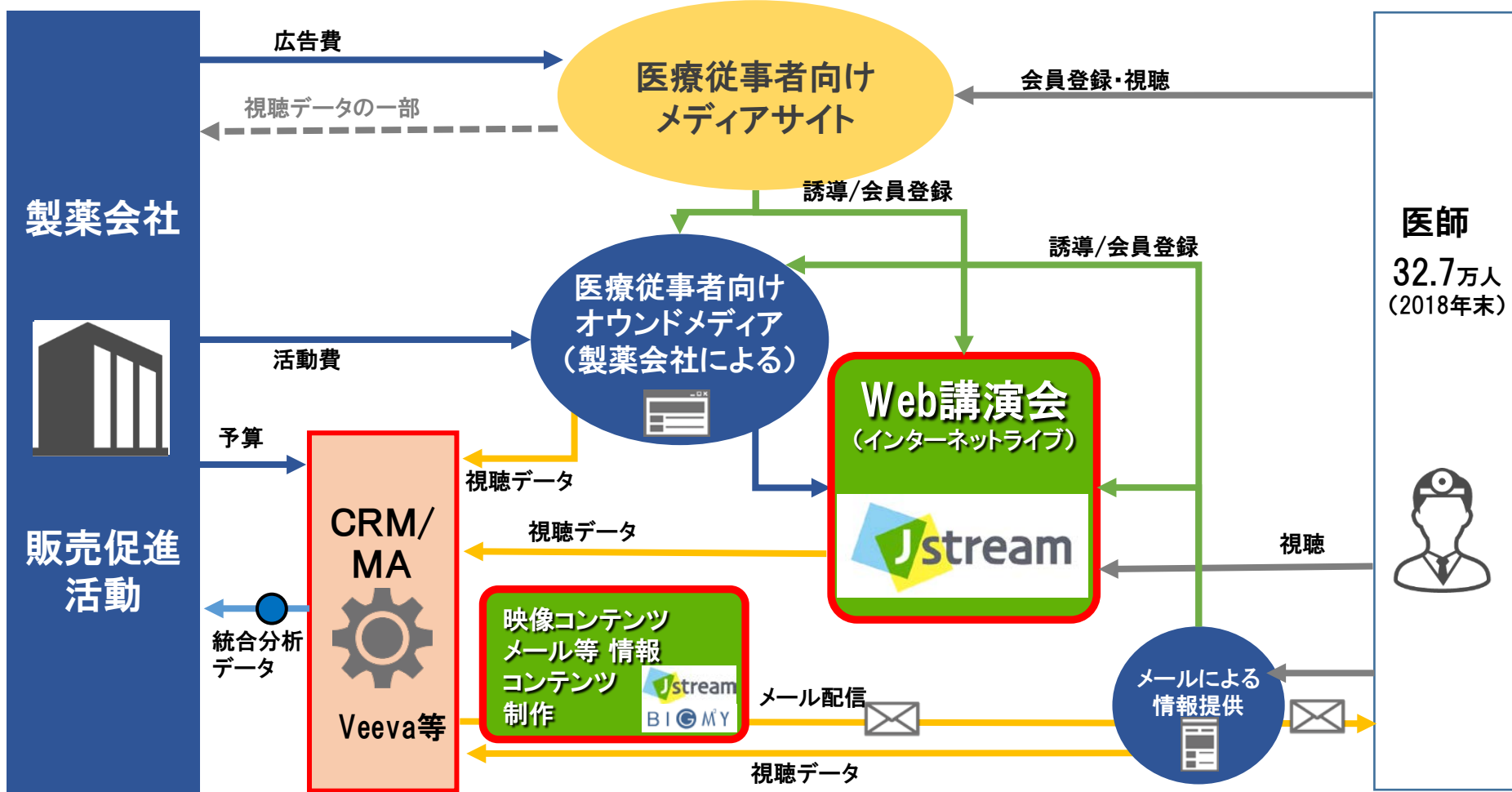


医師



開催態様	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 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 配信のみの対応ニーズが多いと予測。
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	新たな市場 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 リアルがハイブリッド化されると予測
支店	業務委託／オンサイトか地場映像制作 会社への委託になると予測される
支店セルフ	MRが対応する勉強会的性質が強い。場合 によってはセルフ部分が業務委託される

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

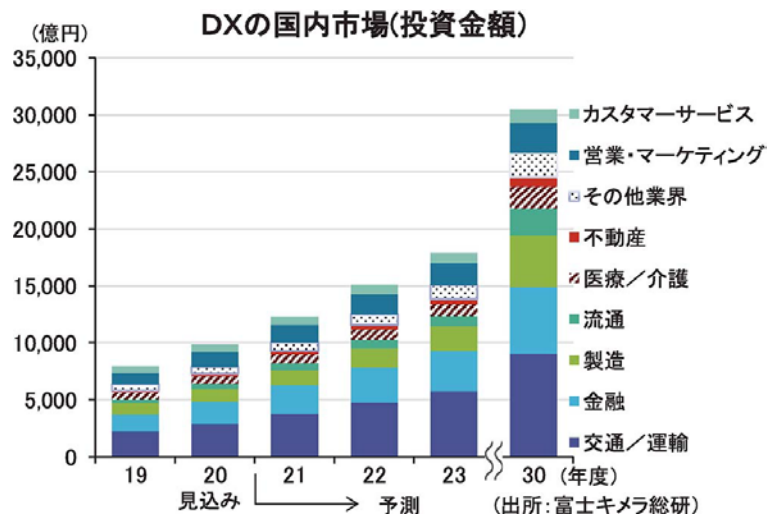
**動画を活用する企業と
 担当者にとっての
 ベストソリューション
 パートナーを目指す**

基本戦略

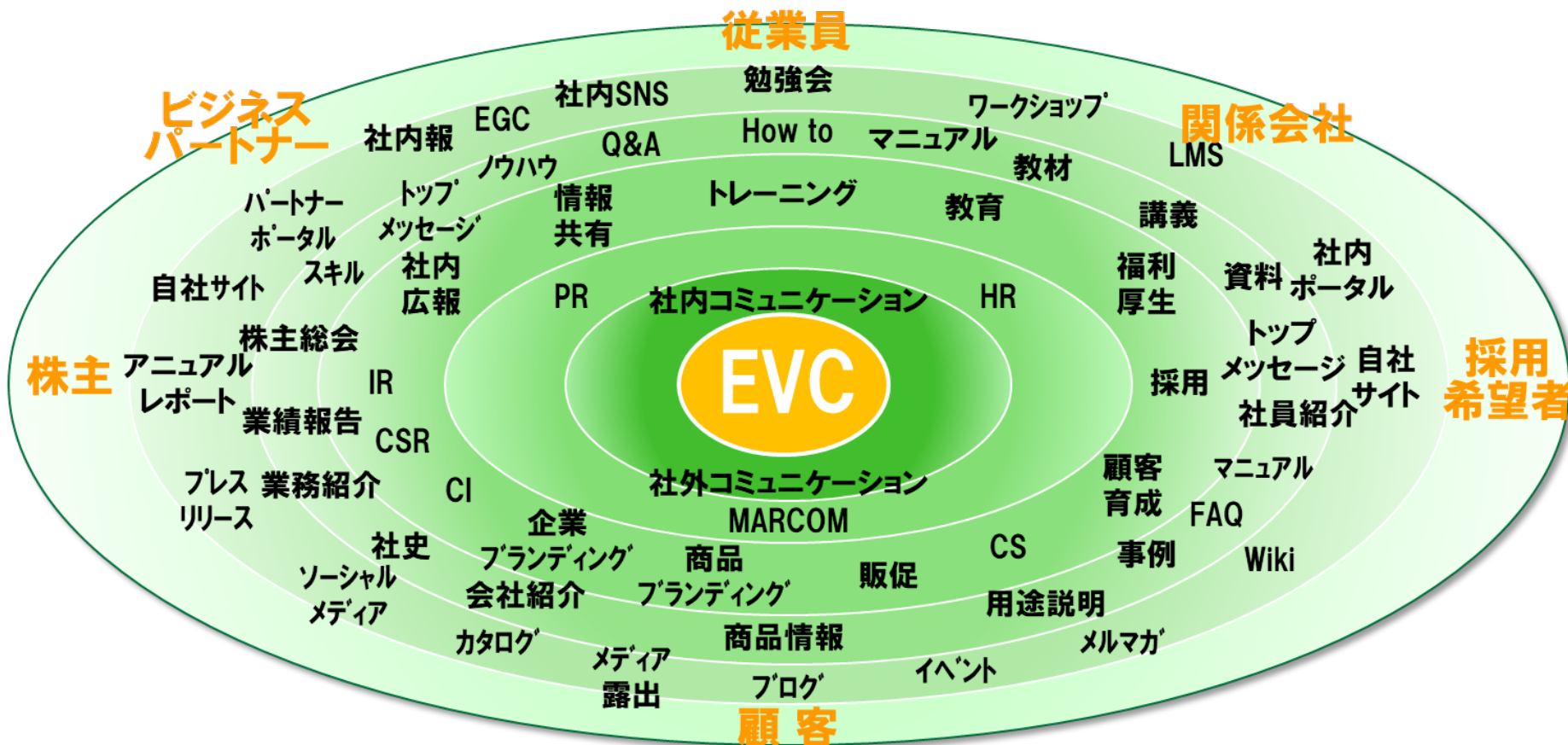
- EQ(J-Stream Equipmedia)ポータル、ミテシルを教育・トレーニング、社内外情報共有用途へ拡販
- バーチャル株主総会をプラットフォーム化して拡販
- 展示会・学会等の大規模イベントに必要な申込、認証、視聴管理を網羅したイベントプラットフォームを提供する
- 小規模イベントにはEQ(疑似ライブ)、Zoom等との連携でセルフ開催環境を提供する
- イベント配信の企画プロデュースを提供し、顧客目標の達成を支援する
- 企業が進む動画活用の内製化の支援策(複数の内製化支援メニューの準備)を講じる

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

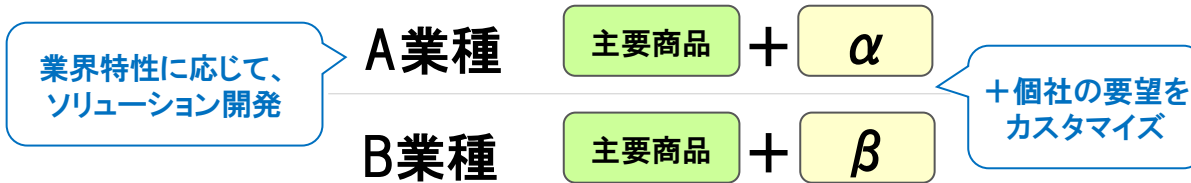


- Equipmedia(EQポータル)
- ミテシル
- CDNext
- Kollektive
- バーチャル株主総会プラットフォーム
- IR・SR配信パック
- 内製支援サービス
- イベントプラットフォーム
- シンプルオンラインパック(クロスコ)
- METAGO(クロスコ)



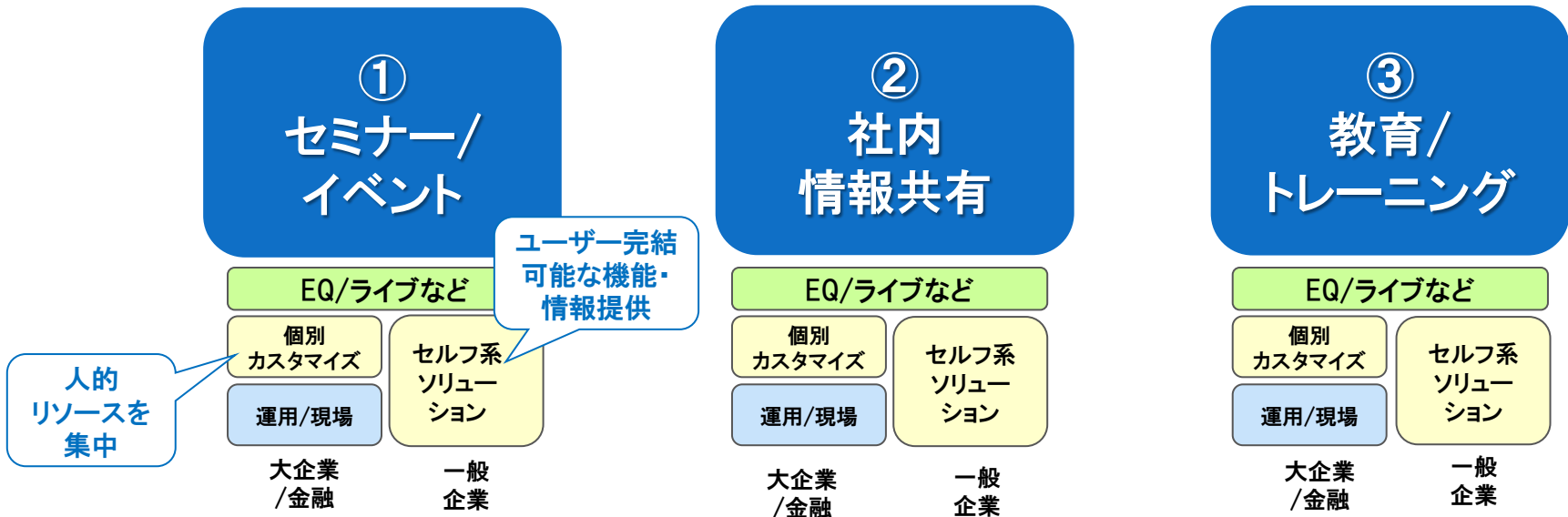
企業活動のあらゆる場面で動画の活用機会がある

業種特化型ソリューション



2021年度までの戦略を変更

業種を超えて用途が顕在化した3つの分野に絞り戦略を策定




- ・大企業向けを中心にライブや制作などの**社内人的リソース**を活用
- ・大企業向け以外の成長領域は**セルフ型のソリューション**

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

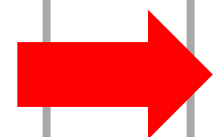
ミテシル	有力な社外SaaS
METAGO・MICE	 
バーチャル株主総会PF	
IR・SR配信パック	 






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

OTT(メディア・コンテンツ)市場

市場環境の劇的変化

- ・歴史的なビジネス構造の転換点にあり、動画配信が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
エンタメ業界 ⇒ コロナによる本業売上激減、新しい配信ビジネスの創造
+ 海外OTT業者の利用増加 ⇒ 可処分時間の争奪戦

一般的な動画配信技術のコモディティ化

- ・AWS MediaServices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

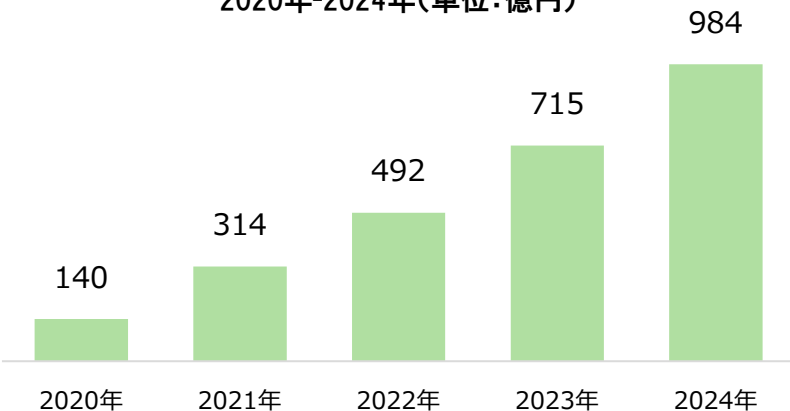
メディア・コンテンツ市場
の動画ビジネスにおける
”トータルテック
パートナー”を目指す

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
- 地方局へEQブロードキャスタープランを拡販
- エンタメ市場に対し、既存の配信サービスに加えて、
エンタメ特化ソリューションを提供する
- ローカル、CS、BS局へ配信マスターシステムと
リモートプロダクションを提供する

エンタメ・イベントの配信需要増加

デジタルライブエンターテインメント市場規模予測
2020年-2024年(単位:億円)

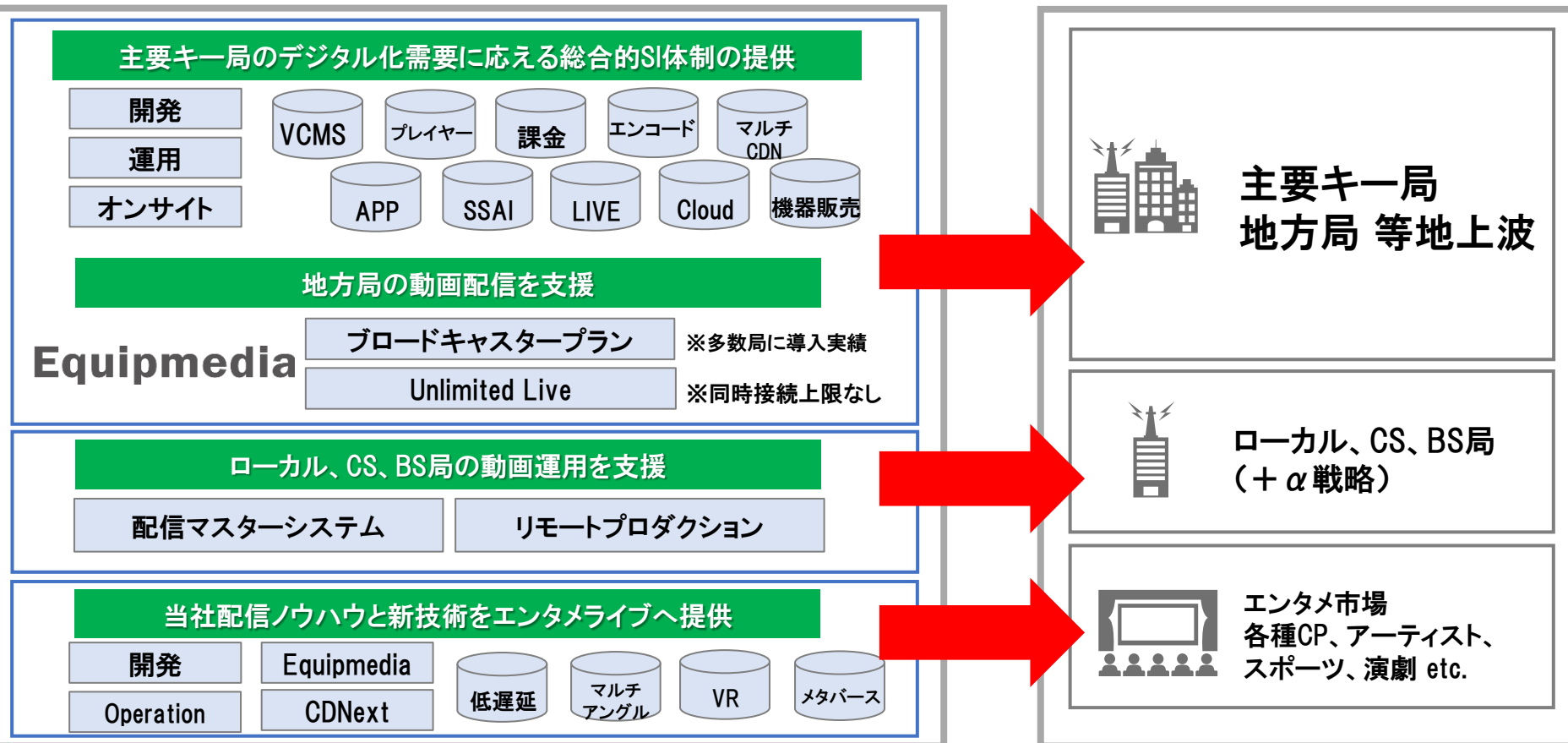


CyberZ/OEN/デジタルインファクト調べ

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-Cloud
- 機器販売(イノコス)
- エンタメライブ独自の映像表現
 - CG・VFX映像
 - マルチアングル/自由視点映像
 - XR(VR/AR/MR)
- 配信マスターシステム
- リモートプロダクション
- 新技術(メタバース・ブロックチェーン/NFT等)

▶ 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



- 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市場

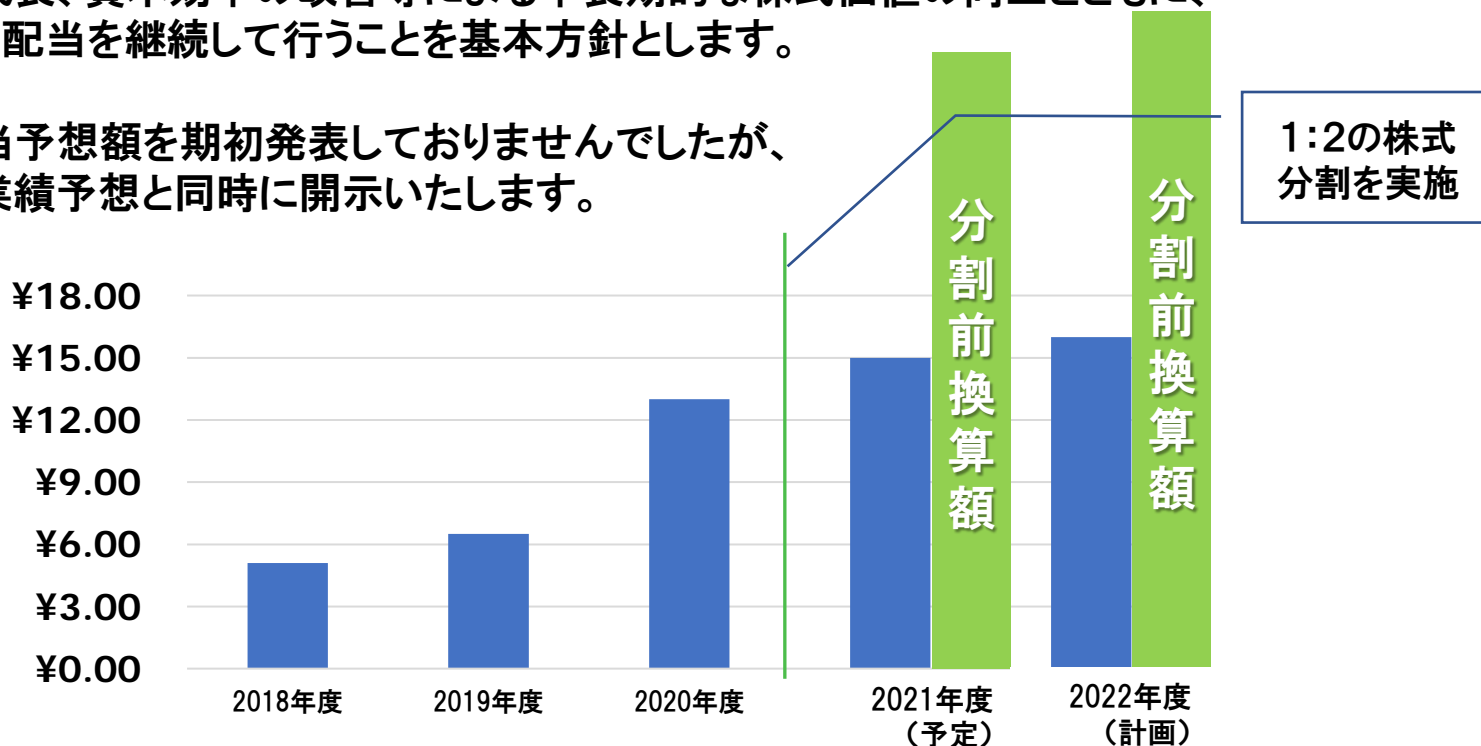
メディア市場

<p>①市場戦略の促進</p>	<p>各市場の戦略を促進するM&A</p>		
<p>②現業の拡大</p>	<p>医薬市場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SalesForce、AWS等の技術力 ・メディカルライティング ・メディアプランニング ・データ解析 	<p>EVC市場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Webinar、イベントPF 	<p>OTT市場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・OTT領域の技術力 ・配信ビジネス領域のサービス ・XR等の先進的な表現技術 ・放送技術
<p>③隣接領域による派生</p>	<p>市場戦略外だが隣接しており、シナジーが見込める対象</p> <p>隣接SaaS マーケティング メディア</p>		

利益配分に関する基本方針

株主の皆様に対する利益還元を経営の重要政策の一つとして位置づけ、事業の成長、資本効率の改善等による中長期的な株式価値の向上とともに、安定した配当を継続して行うことを基本方針とします。

従来配当予想額を期初発表しておりませんでしたでしたが、今後は業績予想と同時に開示いたします。



(百万円)	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度(予定)	2022年度(計画)
一株当たり配当(予定)額	5.10円	6.50円	13.00円	15.00円	16.00円
配当(予定)額	59	75	161	372	397
親会社株主に帰属する当期純利益(見込)	195	249	1,548	1,309	1,320



ESGに関する取り組みについて:

当社は、25期までのESGの取り組み状況を、社外に公開しました。26期以降は、この実績を基に、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。この推進に向け、目標数値の設定、成果の可視化などを進める方針です。そして、この推進を通じ、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。

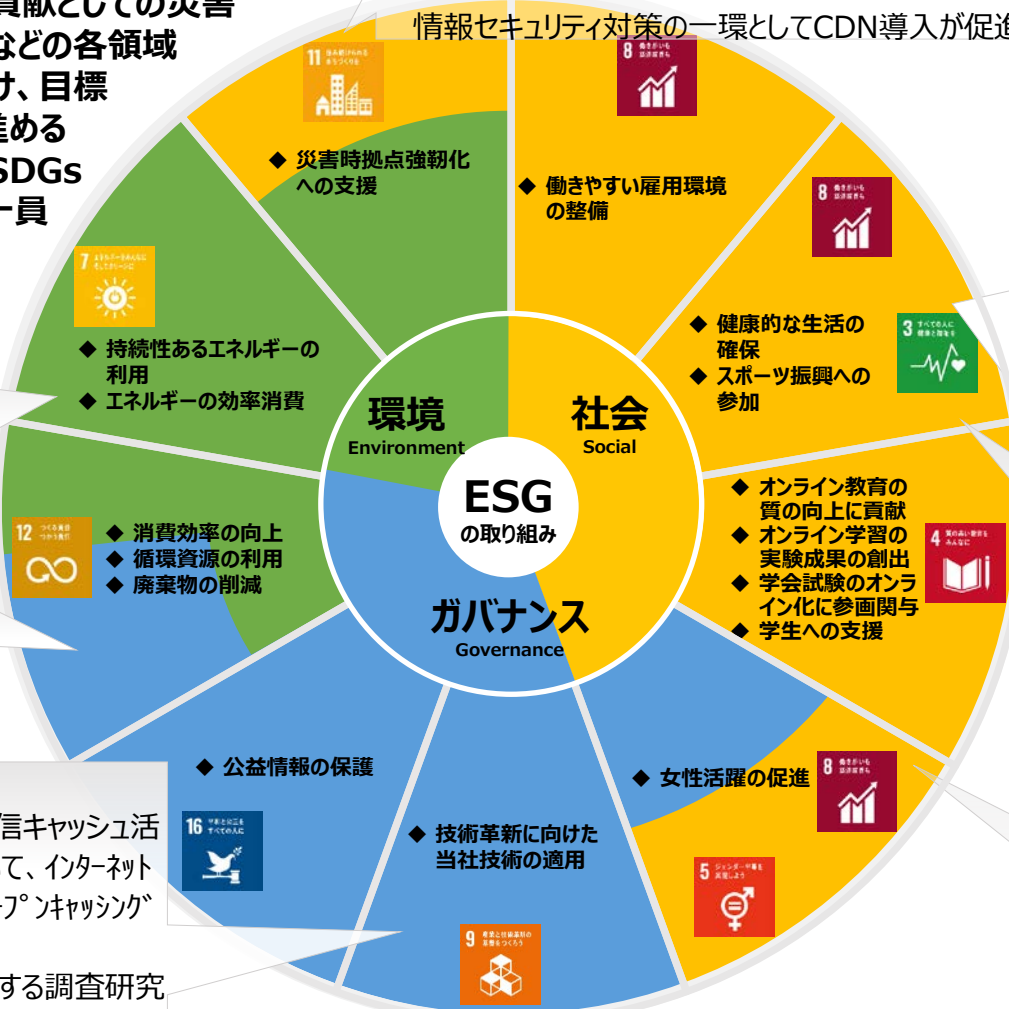
▶ 災害時においても安定して情報を発信する為のインフラ支援として、「J-Stream CDNext 地方公共団体向けプラン」を全国100近くの市区町村へ提供。
▶ 今後、国が定めた次期セキュリティクラウドでは、災害対策だけでなく、自治体の情報セキュリティ対策の一環としてCDN導入が促進されている。

▶ 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・サービスの利用を心がげるために社内決裁に環境配慮項目を設けることを今後検討します。

▶ 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。
▶ 今後温暖化対策への貢献度の数値化に取り組めます。

総務省の以下研究に参画

▶ 「ト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



▶ 24期よりテレワーク率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、介護等様々な理由で地方在住を余儀なくされる方々への採用を促進。

▶ 2021年度から学校、特別支援学校、病院などに訪問し、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。

▶ 2020年度の支援に続き、2021年度も女子中高生の進路を応援するWaffle Festivalに協賛、映像制作も実施

■働きやすい環境を整備し、多様な人材が多様な働き方で活躍する場をつくる

働き方	業務効率化	環境
<ul style="list-style-type: none"> ・テレワーク率60～70%を維持 ・スキルアップとジョブローテーションプロジェクトへのアサイン ・ロケーションフリーの促進 <ul style="list-style-type: none"> -介護・育児社員が有効利用 ・社員交流施策 <ul style="list-style-type: none"> -福利厚生イベント、手揚げ式研修 	<ul style="list-style-type: none"> ・次世代業務支援システムの設計・構築 ・社内ポータルサイトの充実 ・業務構造改革 <ul style="list-style-type: none"> -現行業務を再設計 -緊急時も柔軟に対応できる体制構築 ・予実管理の改善と効率化 ・アウトソース、RPA/AIの利用推進 ・マニュアル動画の利用促進 	<ul style="list-style-type: none"> ・これからの働き方に適したオフィス <ul style="list-style-type: none"> -テレワークを踏まえたインフラ環境 -会議の仕方の再定義と会議室改変 ・本社移転の検討 ・健康経営への取り組み <ul style="list-style-type: none"> -育児、介護 ・確定拠出年金導入の検討 ・相談できる職場 <ul style="list-style-type: none"> -人事部員のキャリアコンサルタント資格取得 -EAP活用(産業医と連携)
		

人員・採用

- ・社会の高齢化に対し、平均年齢維持
- ・シニア活用施策の検討、推進
- ・利益水準に即した賃金制度
- ・社員規模に合った人事マネジメント
 - 社員数拡大に対応したシステム
- ・業務増大による人事部門の強化
- ・採用の強化
 - 採用広報、リファーマル採用



人材・組織

- ・組織管理者(人を育てる人)の強化
- ・次世代経営幹部候補の育成
- ・スペシャリストの等級定義
- ・仕事力が上がる研修メニュー
 - 組織を超えた交流を含めた研修
 - 「JSTカレッジ」「JSTプレイス」
- ・知識習得型研修はオンデマンドで提供
- ・セルフ・キャリアドックによる育成
- ・目標設定、評価のレベルアップ



ダイバーシティ&インクルージョン

- ・女性躍進推進 施策
 - 女性が自由闊達に活躍する職場
 - ライフステージ毎の支援と配慮
 - 育児支援施策との連動
- ・障害者雇用 施策
 - 法令遵守に即した採用計画
 - テレワークの活用
 - 障害者雇用・活用担当者の設置



トピックス

- ビデオパフォーマンスモニタリングツール「MUX」が、「バーチャル高校野球」で採用
- BSよしもと開局に際して
放送同時配信／見逃し配信実施に向けた
配信プラットフォーム
アドサーバー
動画広告に対応したプレイヤー
などインフラ提供から動画広告運用まで運営をサポート
- ネット動画の配信におけるリアルタイム映像コンテンツ挿入・切替技術にかかる国内特許を取得

■ Equipmedia: 1月末で累計導入アカウント数3,000件を達成

2018年2月に1,500件

2020年5月に2,000件 27か月で500件(18.5/月)A

2021年5月に2,700件 12か月で700件(58/月)

2022年1月に3,000件 8か月で300件(37/月)A:コロナ前のちょうど2倍のペース

■ ユーザー認証型ポータル機能で「ユーザー別・コンテンツ別分析」が可能な視聴解析機能を提供開始

ユーザー認証型のポータルサイトを簡単に作成・公開でき、
コンテンツ軸の閲覧状況

各コンテンツの視聴状況や視聴ユーザーの
一覧表示などコンテンツ評価が可能

ユーザー軸の利用状況

各ユーザーのポータル利用状況や
コンテンツの視聴状況を確認可能

視聴ユーザーリスト 11件
動画を視聴したユーザーを表示します。

Q ユーザー名検索 表示設定

ユーザー名	所属グループ	再生回数	再生時間	再生率	ヒートマップ	詳細
...	金融ソリューション課,営業本部,エンタープライズビジネス部	2	00:25:36	91%		表示
...	エンタープライズソリューション課,営業本部,エンタープライズビジネス部	1	00:29:13	89%		表示

METAGOについて ~メタバース上に自社オフィスを構築~

メタバース上の会議室や、ZOOM等のWebミーティングを企業のオフィスを模したポータルサイトで管理

- 出勤した社員同士のコミュニケーション、
 - 会議室をアレンジしたミーティング
 - 社外のゲストをお呼びしての商談
- などを実施できる統合型コミュニケーション・プラットフォーム

医薬領域で導入した場合の利点

タイミングのホスピタリティ

- ・常に窓口がスタンバイしていて、呼び出しできる
- ・担当の状況が可視化されていて、タイミングを選べる
- ・先生側からの面談予約、他の先生の招待などが可能

対面のホスピタリティ

- ・VR空間でのアバター同士の相対により、相手の存在を感じさせる「プレゼンス」の安心感
- ・ミーティングの内容により、Webミーティングを併用するなど、自在で高品質な情報交換が可能



ポータルサイト

● オフィスレイアウト
● 社員・部門登録

社員

出勤

● ステータス表示
● チャット ● 予約

受付窓口

Virtual Office

Meeting 01

Consulting 02

Office Space

Show Room

受付

予約

入室

入室

受付窓口を担当が常駐することができます

バーチャル空間

招待

メタバース上のオフィススペース

お客様

訪問

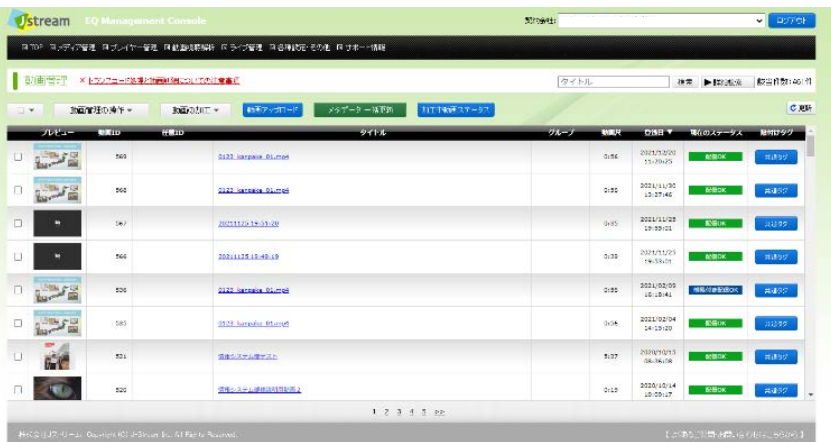
● アバター
● チャット
● ボイスチャット
● 画面共有
● エモーション

Webミーティング・ウェビナー

動画配信プラットフォーム

J-Stream Equipmedia

ライブ配信、オンデマンド配信の管理、配信



ウェビナーシステム



ウェビナーに必要な
ページの管理、構築、認証、課金

連携



EQと連携して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

for

学会向け

主に学会の全国集会、地方会、学術集会などのオンライン視聴向けプラットフォーム

for

イベント/セミナー

一般企業の向けのオンラインイベント、課金ウェビナー等のプラットフォーム

for

株主総会向け

主流の参加型(提供中)に加え、出席型も含むバーチャル株主総会用のプラットフォーム



WEBINAR STREAM

for

オンライン展示会

企業のオンライン展示を推進する動画パッケージにWeb制作もプリセットし提供

for

ハイブリッド

外部イベントプラットフォームの代理販売を検討

for

メタバース

METAGOをリリース
受講者同士のコミュニケーション空間を提供

業績・配当予想

(単位:百万円)

	2021年度実績 (新基準)	2022年度予想 (新基準)	対前期増減
売上高	12,409	13,590	+9.5%
営業利益	2,054	2,080	+1.2%
経常利益	2,052	2,070	+0.9%
親会社株主に 帰属する当期純利益	1,309	1,320	+0.8%
1株当たり配当金	15.00円	16.00円	+6.6%

決算説明内容についてのお問い合わせは

【メール】

https://page.stream.co.jp/pr_inquiry.html
(お問い合わせフォーム)

【電話】

電話 03-5765-7744 (管理本部 法務・広報部)

へお寄せください。