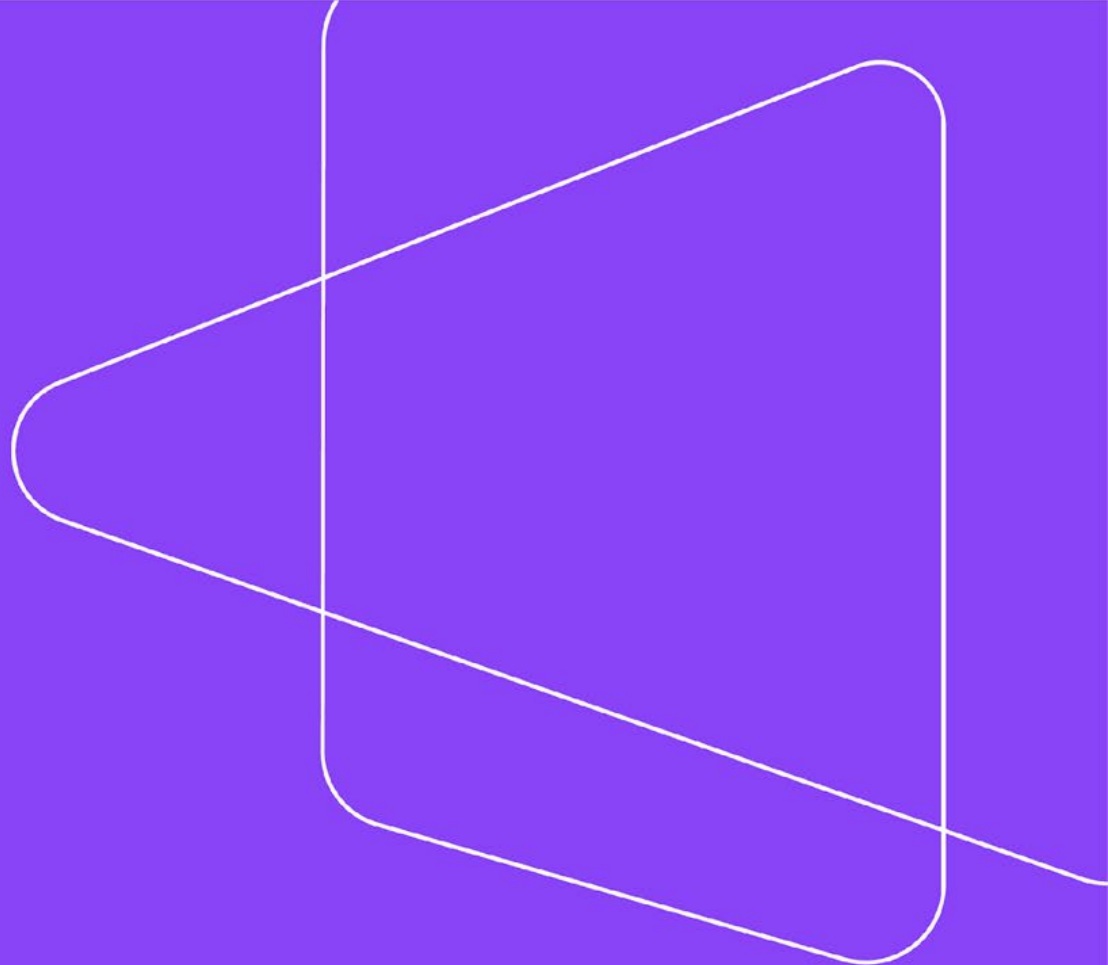




Stream
Media
Corporation



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

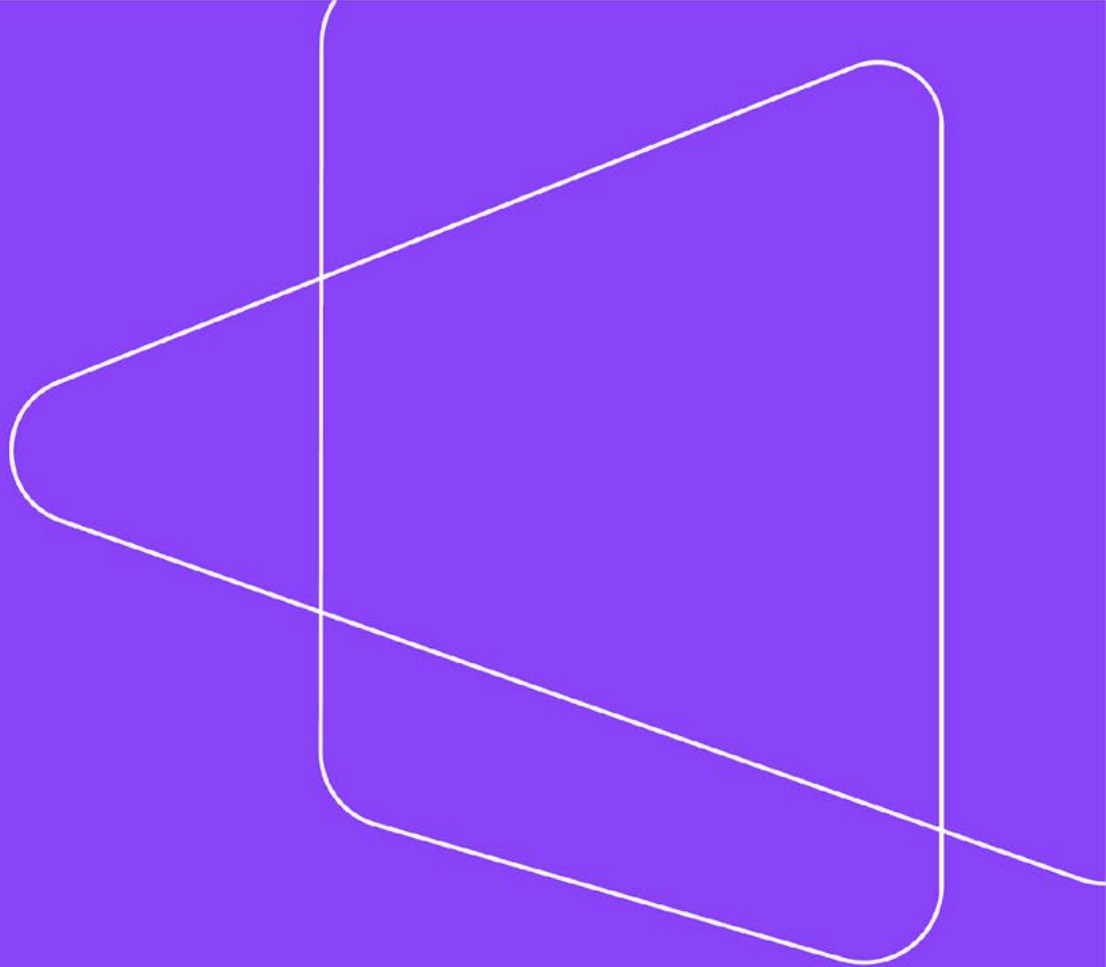
ストリームメディアコーポレーション(SMC) 事業計画及び成長可能性に関する事項

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.13
4. 事業計画及びKPI	P.21
5. 報告事項	P.26
Appendix	P.31

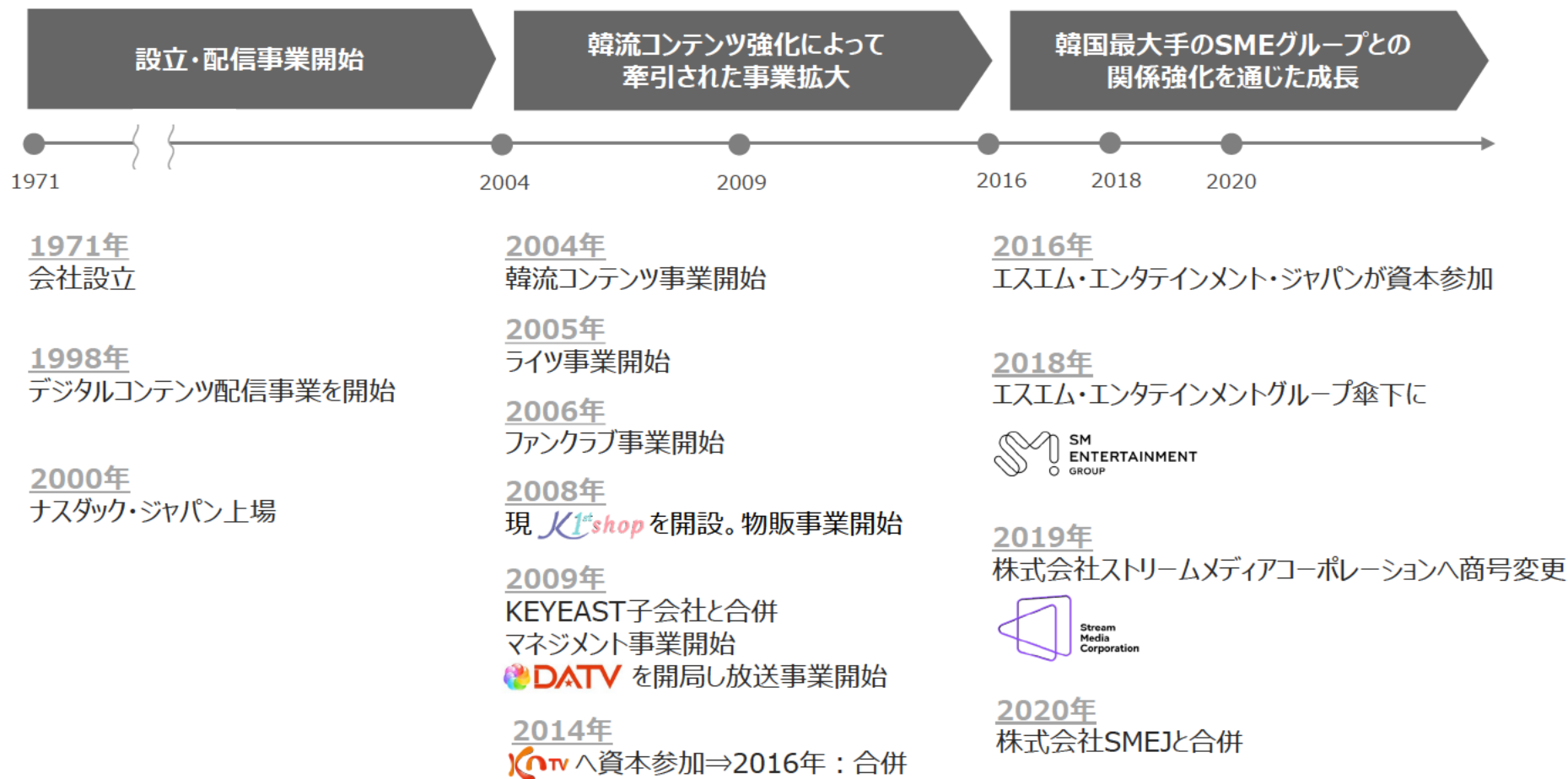


Stream
Media
Corporation

会社概要



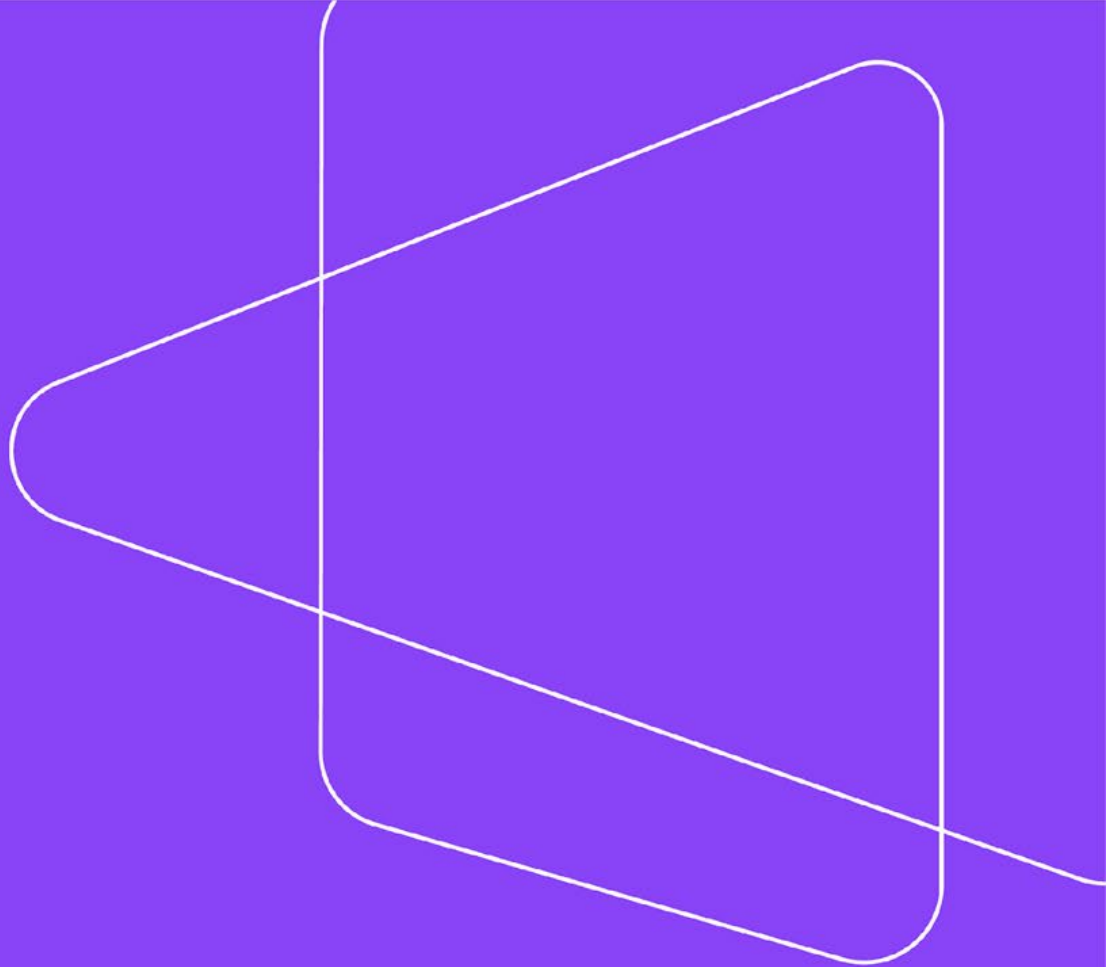
商号	株式会社ストリームメディアコーポレーション
本社所在地	〒106-6221 東京都港区六本木3-2-1 六本木グランドタワー21F
資本金	60億4,218万円（2023年12月現在）
主要事業内容	コンサート事業、MD事業、音楽事業、メディア事業、ライツ事業
事業開始	1998年4月（設立 1971年12月）
従業員数	90人（2023年12月現在）
上場	東京証券取引所グロース市場（上場 2000年7月27日） 証券コード 4772





Stream
Media
Corporation

事業概要



当社は、2020年8月「株式会社SMEJ」の吸収合併により主軸のビジネスとして拡大している「エンターテインメント部門」、韓国コンテンツ著作権の取引及び開局27周年を迎えた韓流放送チャンネルの運営を行う「ライツ&メディア部門」の2部門体制で事業を展開しています



エンターテインメント部門

人気K-POPアーティストのIPを
活用したビジネスを展開

- コンサート事業
- MD（グッズ）事業
- 音楽事業
- その他

ライツ&メディア部門

韓国ドラマ、バラエティー等
コンテンツ関連事業

- ライツ（コンテンツ著作権）事業
- メディア（放送チャンネル）事業

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



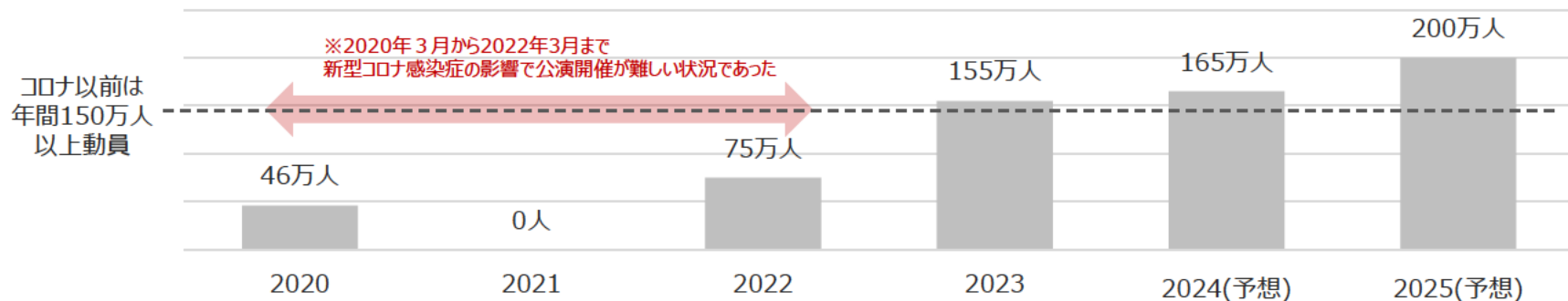
アーティストIPを活用した エンターテインメント事業

コンサート事業	MD事業	音楽事業	その他
<ul style="list-style-type: none"> 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 New 	<ul style="list-style-type: none"> コンサート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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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。(SM所属アーティストを除く)

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
チケット料金:7,500円
来場者数:約14万人(21公演)

【5～6月】NCT 127 2ndワールドツアーの日本公演
チケット料金:11,000円
来場者数:約22万人(5公演)

【8月】SMTOWN LIVE
チケット料金:13,800円
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
チケット料金:12,100～26,300円
来場者数:約30万人(20公演)

【2月】NCT DREAM初ドームコンサート
チケット料金:11,500円
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
チケット料金:12,500円
来場者数:約20万人(12公演)

【9月】NCT スタジアムコンサート
チケット料金:13,800円
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
チケット料金:12,800円
来場者数:約26万人(6公演)

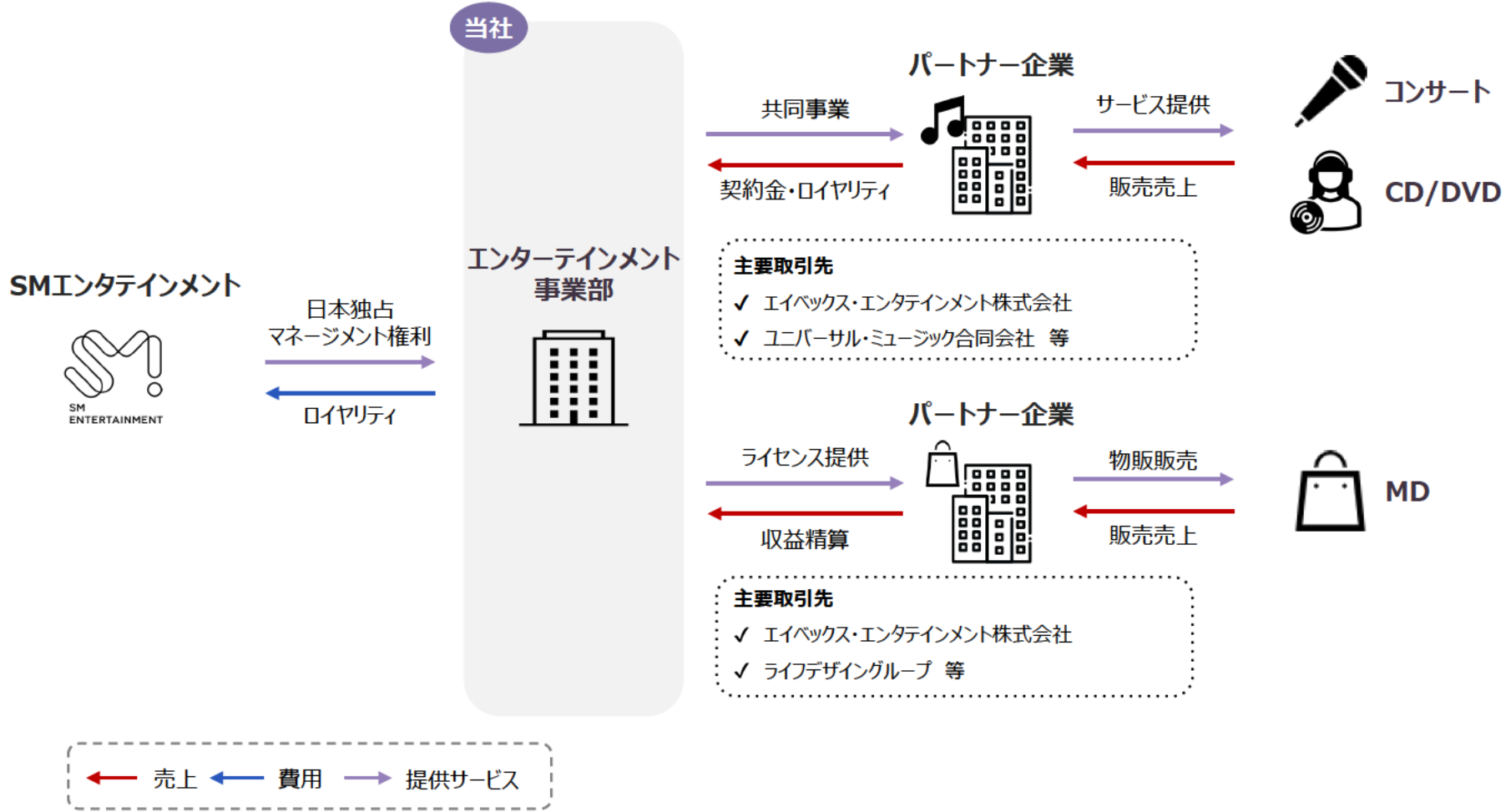
【2月】SMTOWN LIVE
チケット料金:14,800～17,800円
来場者数:約10万人(6公演)

【2月】SHINee東京ドームコンサート
チケット料金:12,800～27,000円
来場者数:約10万人(2公演)

【5～6月】NCT DREAMドームコンサート
チケット料金:12,800～25,600円
(5公演)

エンターテインメント部門：収益構造

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27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



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

■ バラエティー



(左)「ヨン様の外出」
(右)「東方神起の72時間」

■ ドラマ



(左) パクソジュン主演「金秘書はなぜ？」
(右) 韓国国営放送KBSの時代劇「太宗イバンウォン」

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 2023 : SMCU PALACE@JAKARTA with KB Bank



【生放送】2023 東方神起コンサート [20&2]

■ ドラマ及びバラエティ

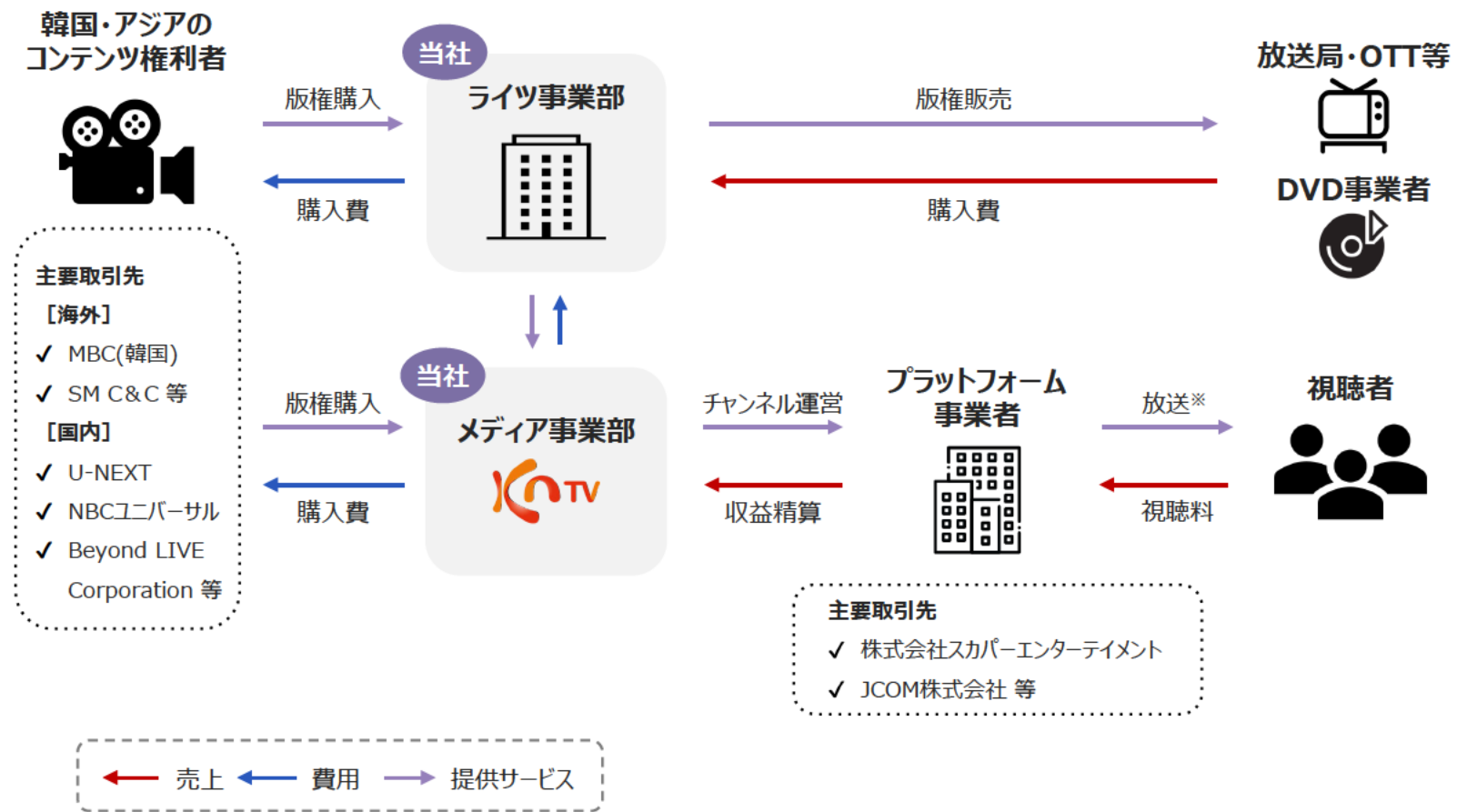


ウ・ドファン除隊後復帰作「朝鮮弁護士（原題）」



「aespaのSynk Road」

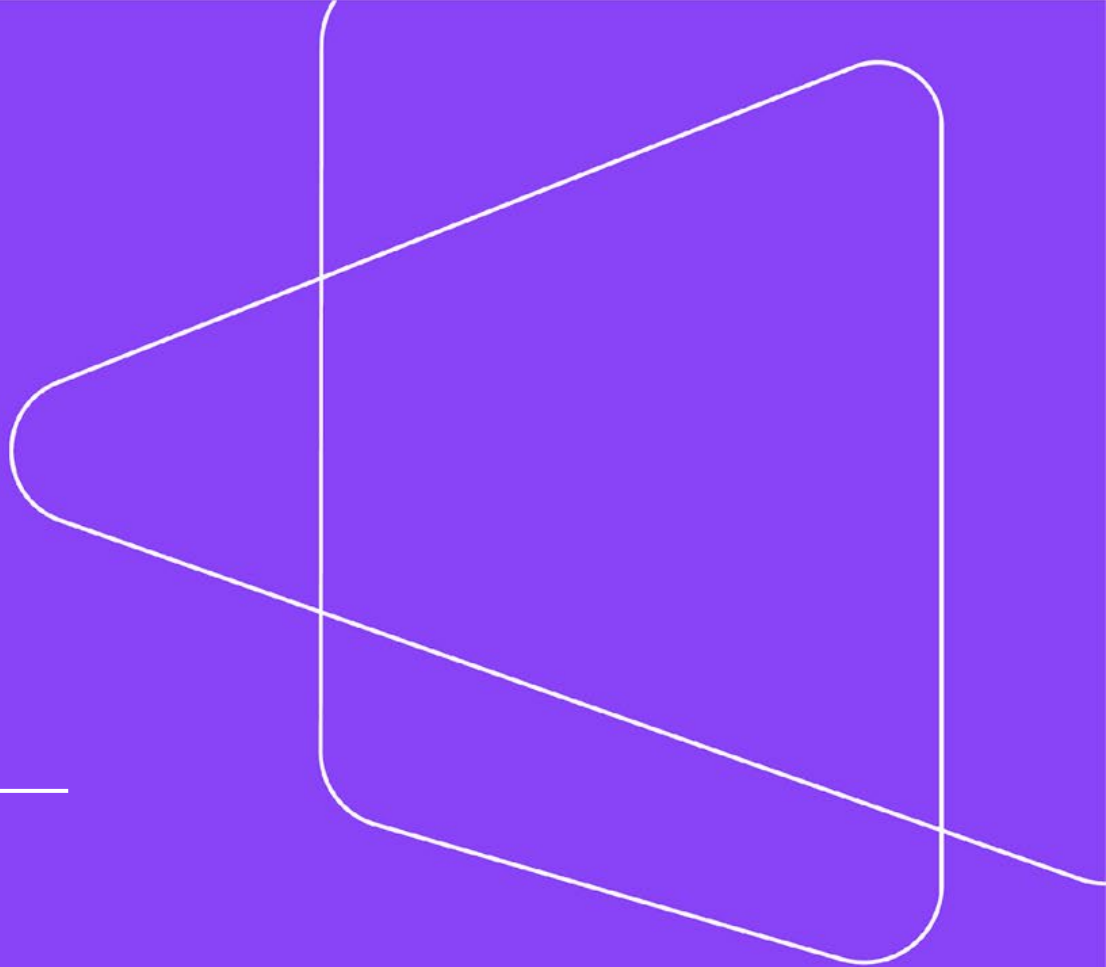
ライセンス&メディア事業はコンテンツ権利者から著作権を購入し、それを基にチャンネル運営、コンテンツの流通等の事業を展開し、サービスを提供しています



* 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

グループシナジーを発揮させ、2024年以降も強力なアーティストIPを軸とし、多角的なビジネス展開を行ってまいります

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

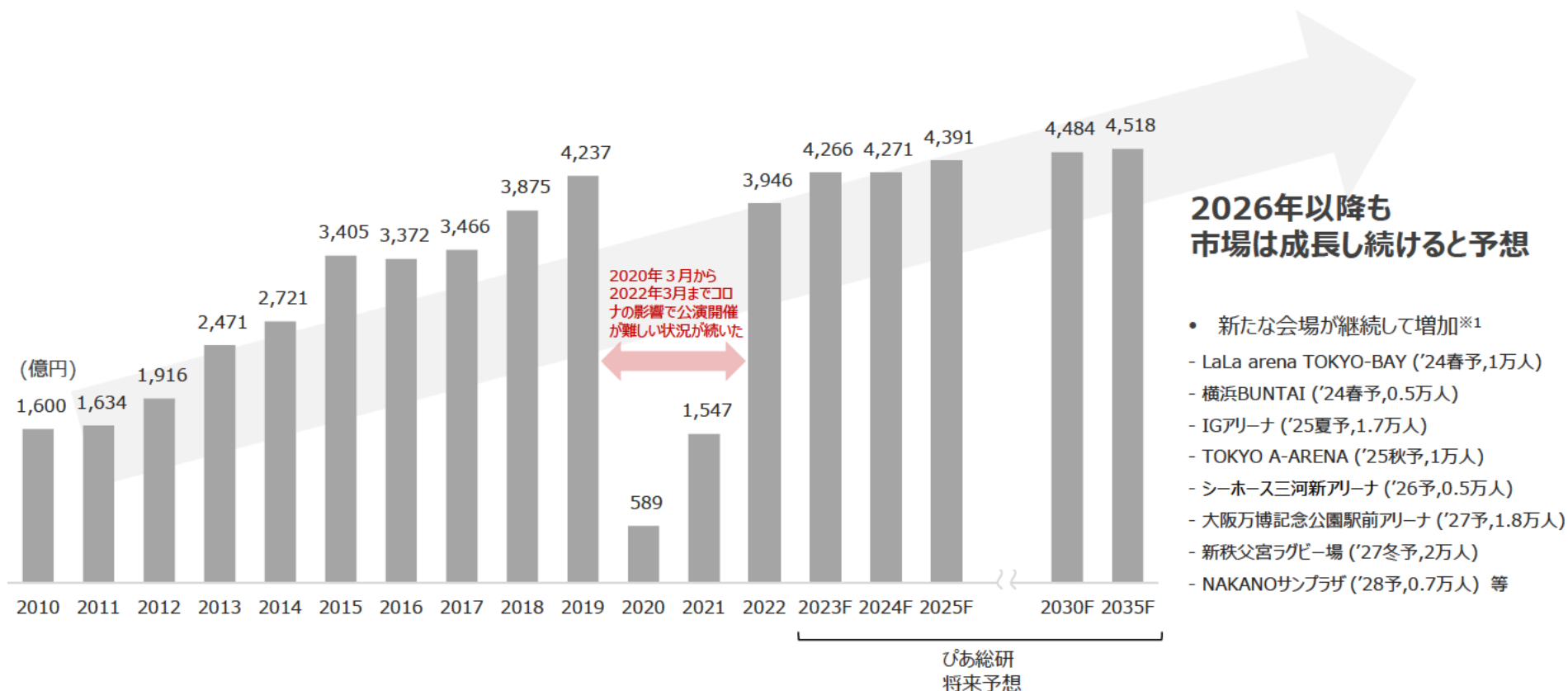
エンターテインメント事業のポートフォリオ拡大

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

新型コロナウイルス感染症により音楽ライブ市場は大きく影響を受けましたが、2022年から急速に回復しています



(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：ぴあ総研推計「ライブ・エンタテインメント白書2023」
 ※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

1. 既存事業の強化：今期のエンターテインメント事業計画

2024年度は第1四半期より多数のドーム公演の開催を計画しています

コンサート & イベント

- NCT 127 3RD TOUR 'NEO CITY : JAPAN - THE UNITY'
- SUPER JUNIOR JAPAN Special Event 2024 ~Blue World~
- YOONA FANMEETING TOUR YOONITE in Yokohama
- SMTOWN LIVE 2024 SMCU PALACE @TOKYO
- SHINee WORLD VI [PERFECT ILLUMINATION] JAPAN FINAL LIVE at TOKYO DOME
- TAEMIN SOLO CONCERT : METAMORPH in Japan
- 2024 NCT DREAM WORLD TOUR <THE DREAM SHOW 3 : DREAM()SCAPE> in JAPAN
- 2024 RIIZE FAN-CON 'RIIZING DAY' in TOKYO

ポップアップ ストア他

- NCT 127 POP-UP STORE
- SUPER JUNIOR POP-UP STORE
- RIIZE UP@TOKYO
- LYNK-POP : THE 1st VR CONCERT aespa
- #potd #aespa in Tokyo

出演

- aespa & RIIZE 「GMO SONIC 2024」
- RIIZE 「ハングルッ！ナビ」(NHK Eテレ) 1月マンスリーゲスト
- SHINee 「SHINeeのハコ」(テレビ朝日)
- NCT 127 「ボディメンテ」(大塚製薬) TV CM

デビュー

- RIIZE日本デビュー
- **NCT WISHの正式デビュー**
- **日本オリジナルIPデビュー予定**

※ 上記内容は3/15時点で作成された資料で、今後変動する可能性があります

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

音楽中心、アーティスト
直接関連のビジネス

1兆7,875億円 ※1

- ・音楽ソフト
- ・ライブ
- ・グッズ

1次市場：
アーティストファンの直接消費市場

アーティストIPの
活躍領域を拡大
4兆8,594億円 ※2

- ・映画
- ・ドラマ
- ・放送コンテンツ
- ・テレビ・動画広告等

2次市場：
映像コンテンツの消費市場

- ・ゲーム
- ・出版
(フィジカル・デジタル)
- ・広告等

3次市場：
コンテンツ全体の消費市場

マーケット
サイズ

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、びあ総研推計「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

SM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

■ アーティストIPを拡大

**NCT
WISH**

今期日テレ、Hulu等で放送のサバイバルオーディション番組からデビューが決まり、全国プレデビューツアーを盛了した
NCT WISHが2024年2月デビューシングルを発売
2024年から多数の国内活動を予定

RIIZE
RISE & REALIZE

NHK番組のレギュラー出演、渋谷宮下パーク等にて単独ポップアップストアを開催、コスメブランドの日本アンバサダー就任等、日本デビュー前から注目を集めている**RIIZEが**
2024年日本デビュー予定

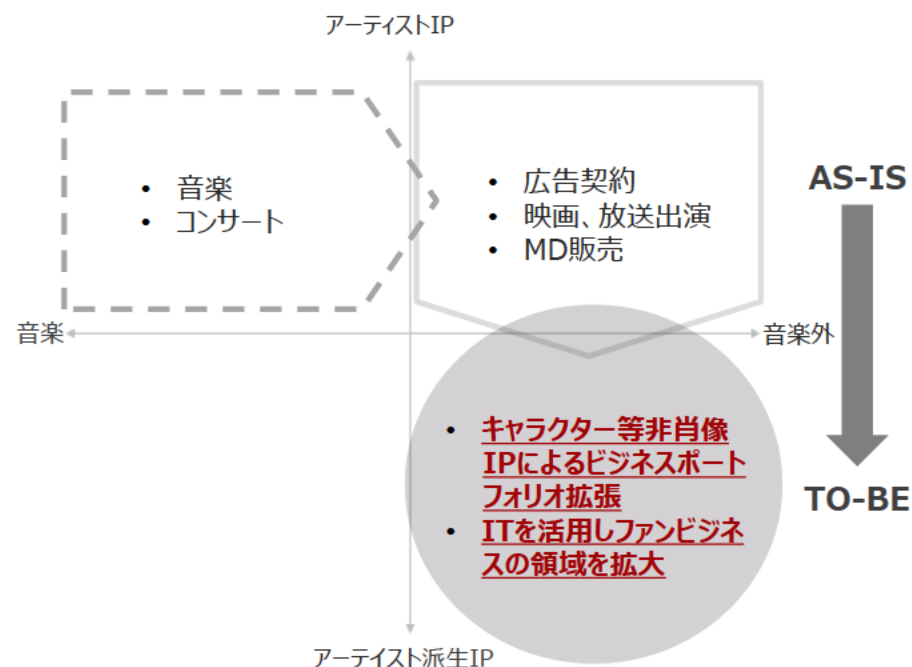


日本オリジナルIP発掘及び育成

- 多数のアーティストの国内マネジメント経験やノウハウ、パートナーシップを活かし、SMCオリジナルのアーティストを発掘・育成
 - オーディション、キャスティングによる練習生制度導入
 - 新人アーティストの育成、トレーニングシステム構築
- 今後SMグループアーティストのみならず、日本オリジナルIPを開発することで、グループ依存度を改善
- **当社独自のビジネスモデルを強化することにより、収益構造の改革を推進**

■ ビジネスポートフォリオの拡張

今期にはCM・ドラマ・バラエティー等のテレビ出演や国内イベント・フェスへの参加等、メディア露出を増やし始めており、来期にはラインアップ拡大と共にIPの活用範囲をより拡張していく

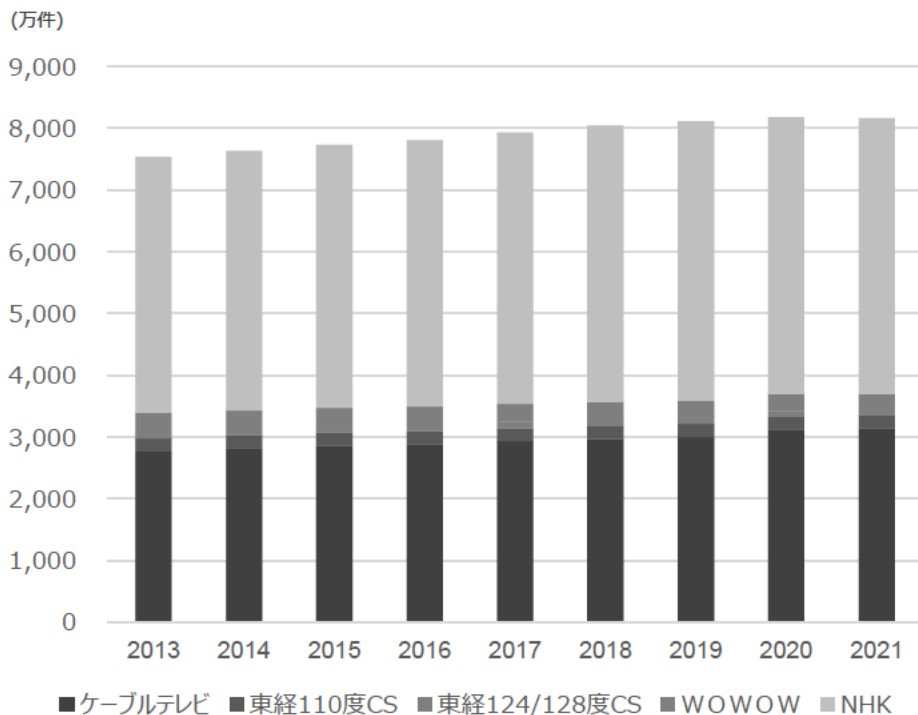


3. シナジー拡大：KNTVにおける市場動向

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

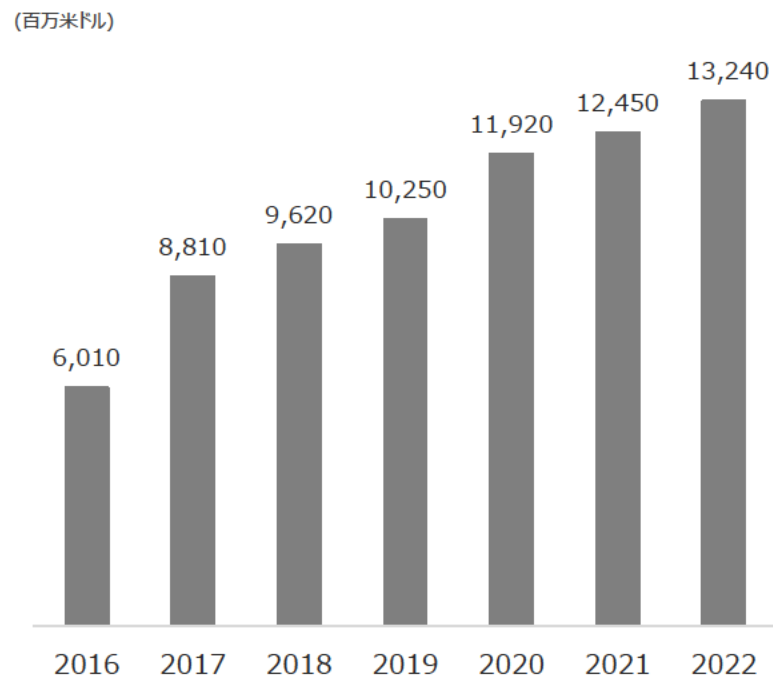
■ 放送サービスの加入者数

微増傾向が見られ、8,000万件を突破



■ 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



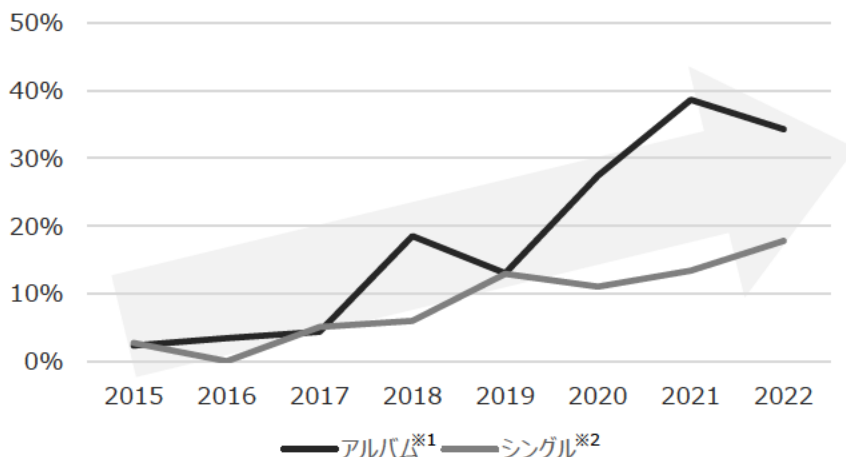
3. シナジー拡大：K-POPコンテンツ放映によるKNTVの競争力強化

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**

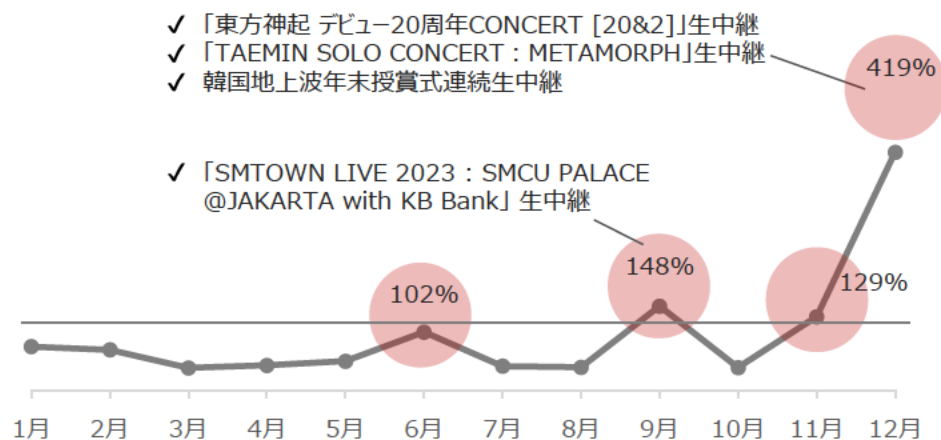
・ 国内音楽市場におけるK-POPの影響力



※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」

■ K-POPコンテンツの編成強化による事業シナジー強化

- ・ 今期には計17作品のK-POPプレミアムコンテンツを放送
- ・ 特に12月には、韓国の地上波放送局の年末音楽授賞式やSMアーティストの韓国コンサートを生中継したことにより、開局以来最多の新規加入者を獲得する等、K-POPプレミアムコンテンツの集客力については検証済
- ・ 2023年のKNTV月別新規加入者推移※



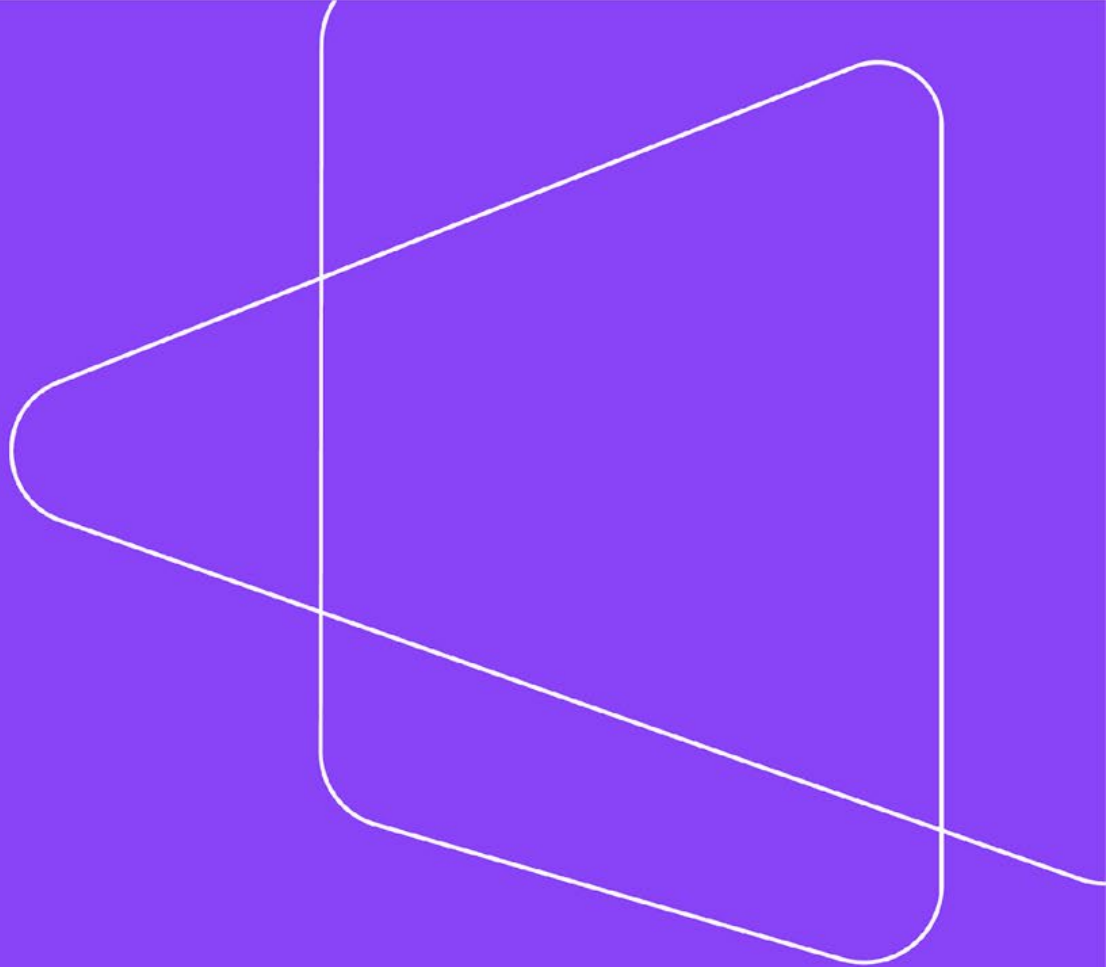
- ✓ 「東方神起 デビュー20周年CONCERT [20&2]」生中継
- ✓ 「TAEMIN SOLO CONCERT : METAMORPH」生中継
- ✓ 韓国地上波年末授賞式連続生中継
- ✓ 「SMTOWN LIVE 2023 : SMCU PALACE @JAKARTA with KB Bank」生中継

※パーセンテージは'23年平均月別新規加入者数を基準に算出

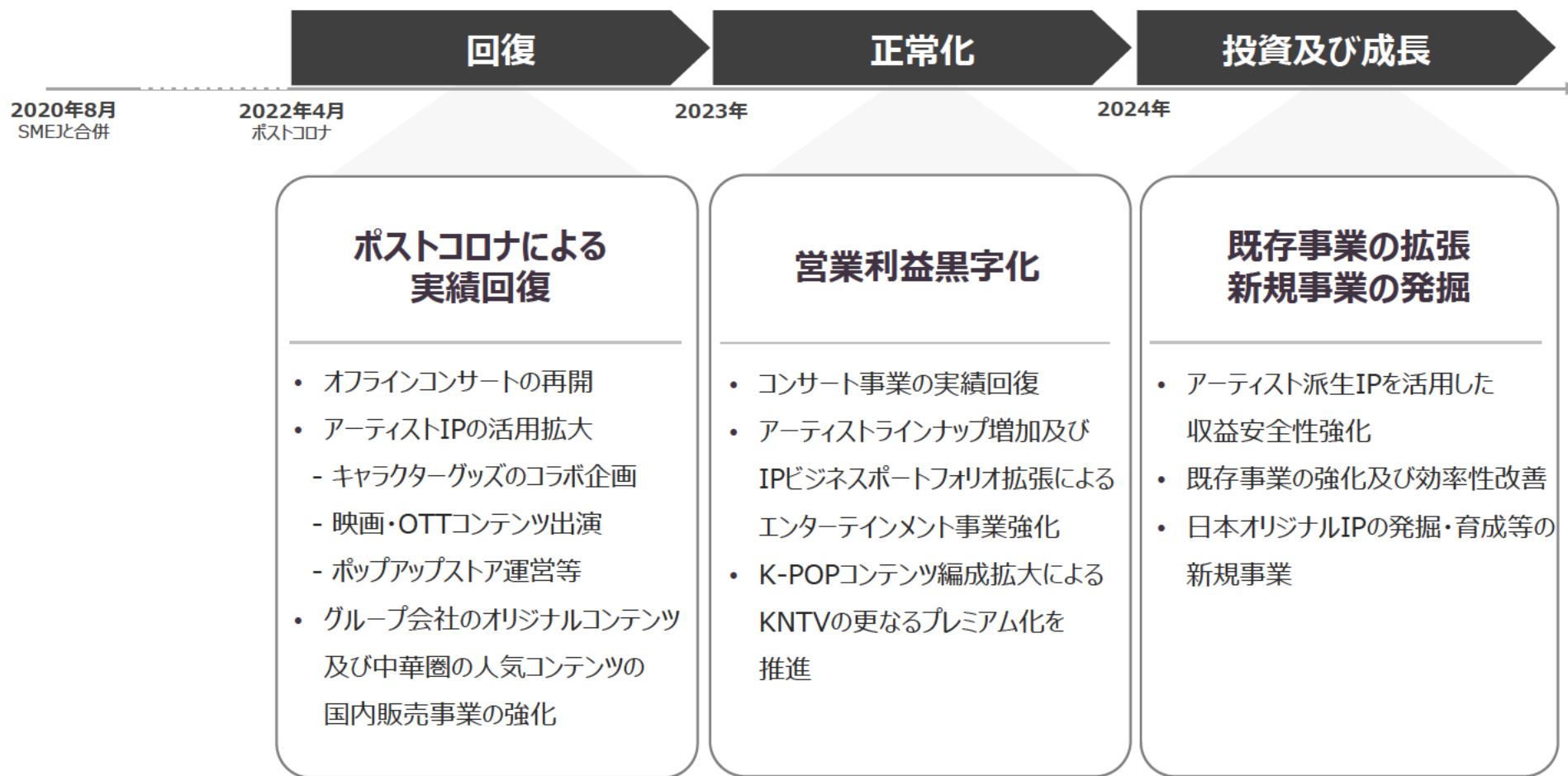


Stream
Media
Corporation

事業計画及びKPI



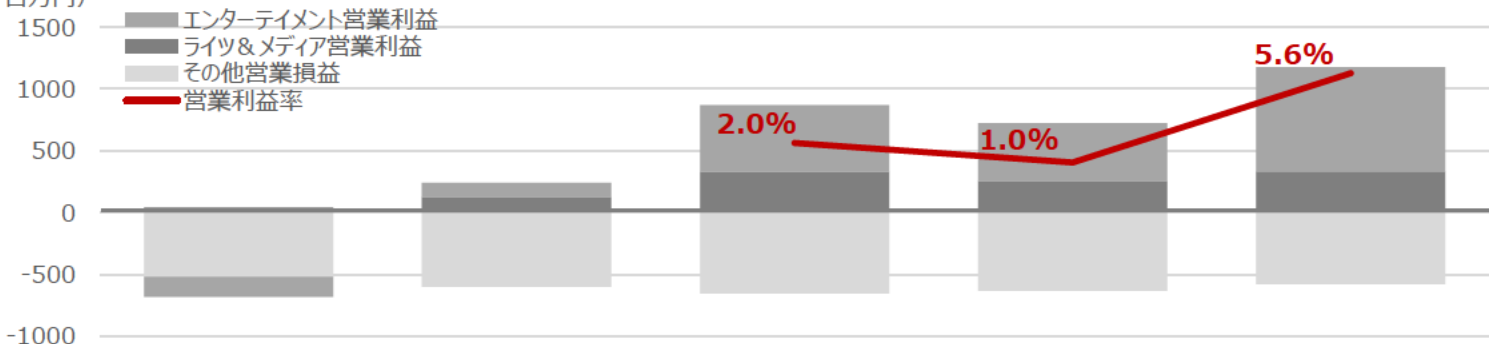
2023年にはコロナの影響を受けていたコンサート開催を正常化させ、2024年からは既存事業の強化及び拡張、新規事業への積極的な投資を行い、中長期に渡る安定的な成長を目指します



2024年は新規ビジネスへの積極的な先行投資を実施し、2025年以降の利益率改善を目標としています

■ 営業利益及び営業利益率

(単位：百万円)



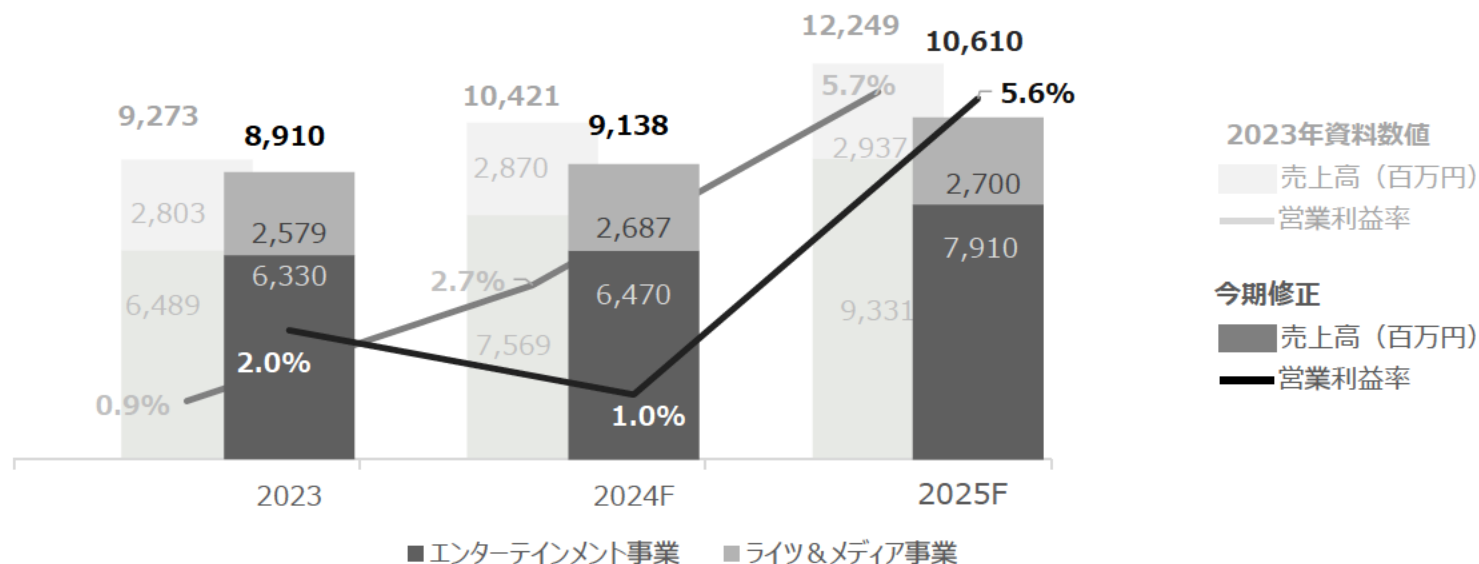
年度	2021	2022	2023	2024F	2025F
売上	5,631	7,078	8,910	9,138	10,610
エンターテインメント	2,124	3,714	6,330	6,470	7,910
ライツ&メディア	3,498	3,205	2,682	2,687	2,700
営業損益	-641	-381	181	91	593
営業利益率	-	-	2.0%	1.0%	5.6%

- ・ コンサート事業を継続して行う他、IPラインナップの強化及び活用領域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、利益率が大幅に改善する見込み

※ 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

※ 上記数値は親会社である株式会社エスエム・エンタテインメント(韓国)の大株主変更に伴う影響はない前提で作成されました

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



【共通】

- コンサート制作費の高騰が続いているため売上高を修正

【2023年】

- ライツ事業において既に保有しているアーカイブ作品が好調だったため利益率が上振れ

【2024年】

- 新規ビジネスである日本オリジナルIPの発掘及び育成のための投資を行うため利益率は一時的に減少

【2025年】

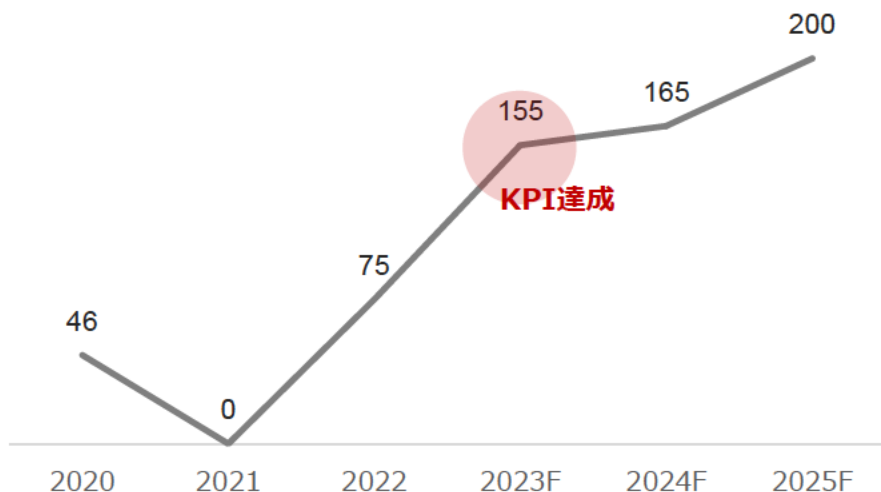
- メディア事業ではK-POPプレミアムコンテンツの投入など編成強化に努めるが、ケーブルテレビ等有料放送市場が減少傾向のため保守的な予想
- 利益率は日本オリジナルIPが本格的に活動し、コンサートのみならず周辺ビジネスも積極展開するため利益率改善を見込む

※ 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K-POPプレミアムコンテンツの編成を増やして加入者を拡大してまいります

■ 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

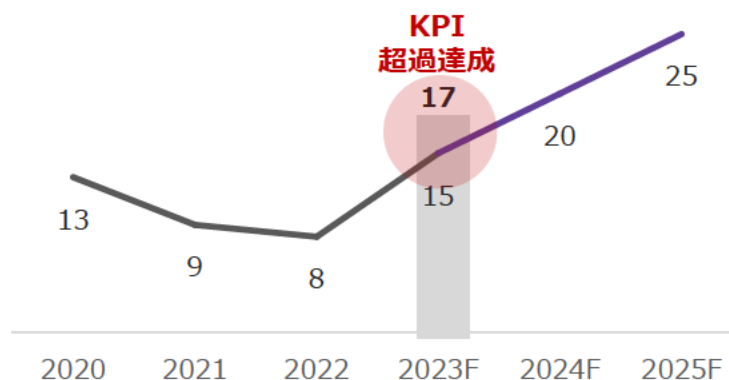
(単位：万人)



- 2023年は計画通りにコンサートを開催し、KPIである155万人の動員を達成
- 2024年には165万人の動員を目標として実績回復に挑む
 - 1QからNCT 127、SMTOWN LIVE等大型ドーム公演を開催
 - NCT WISH、RIIZEといった新規IPのデビューを予定
 - 日本オリジナルIP2組のデビューを予定

■ 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)



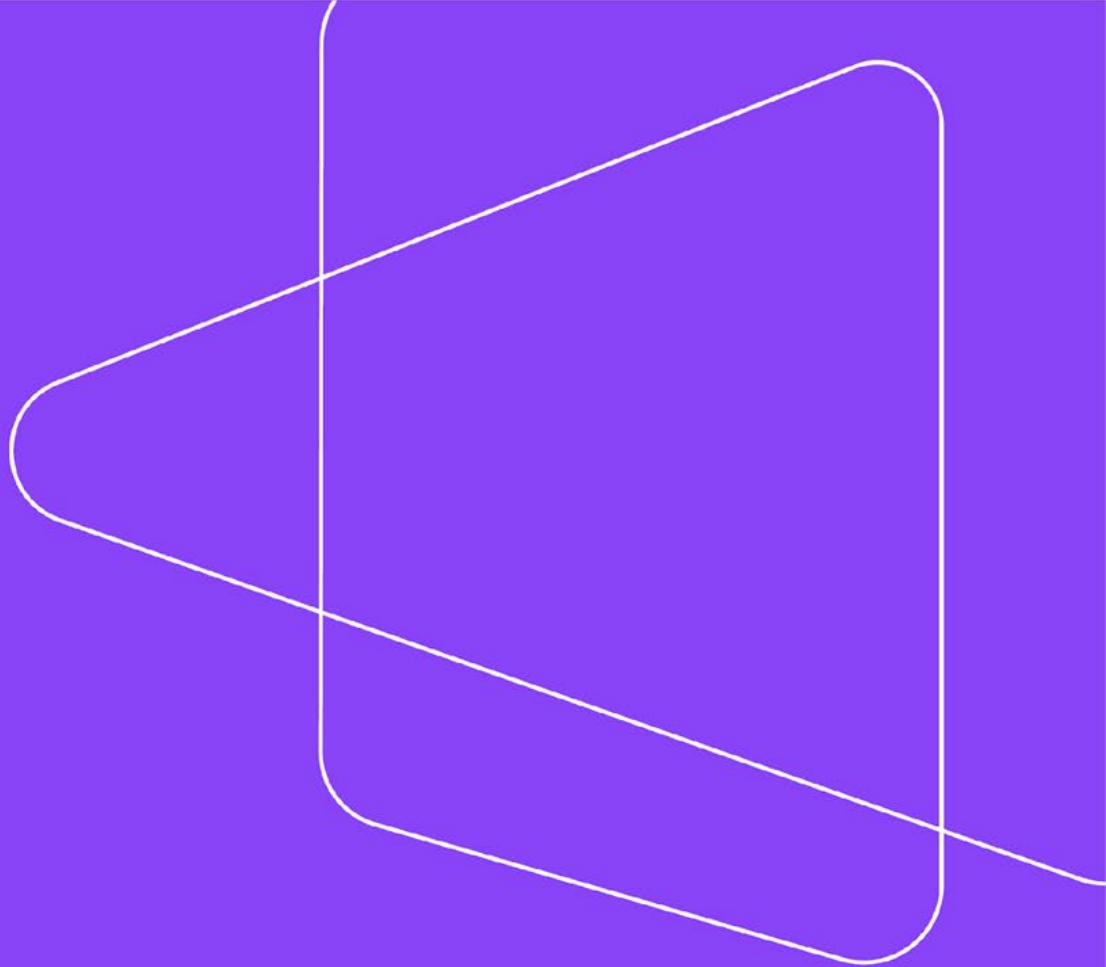
- 当社グループ主催のコンサートやBeyond LIVE等グループ会社のコンテンツを放送することにより、当社エンターテインメント事業とのシナジー効果も期待
- 上記のプレミアムコンテンツの定期的・戦略的編成により、新規加入者を獲得のみならず、単月加入後離脱する事も防止

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



Stream
Media
Corporation

報告事項



■ 上場廃止猶予期間の早期解除

- 2020年8月に実施した株式会社SMEJの吸収合併に対し、当時SMEJの規模、利益率等が当社より大きかったこと等により、健全な企業再編の阻害の観点から実質的存続性の審査が必要となったため合併と同時に上場廃止猶予期間に入りました
- 上場会社としての独立性を含む実質的存続性の確保、ガバナンスの強化、会計処理の透明性等において新規上場に準ずる基準を満たしていたことが認められ、2023年6月15日東証より解除の承認を得ました

■ 流通株式比率25%確保に向けた対策

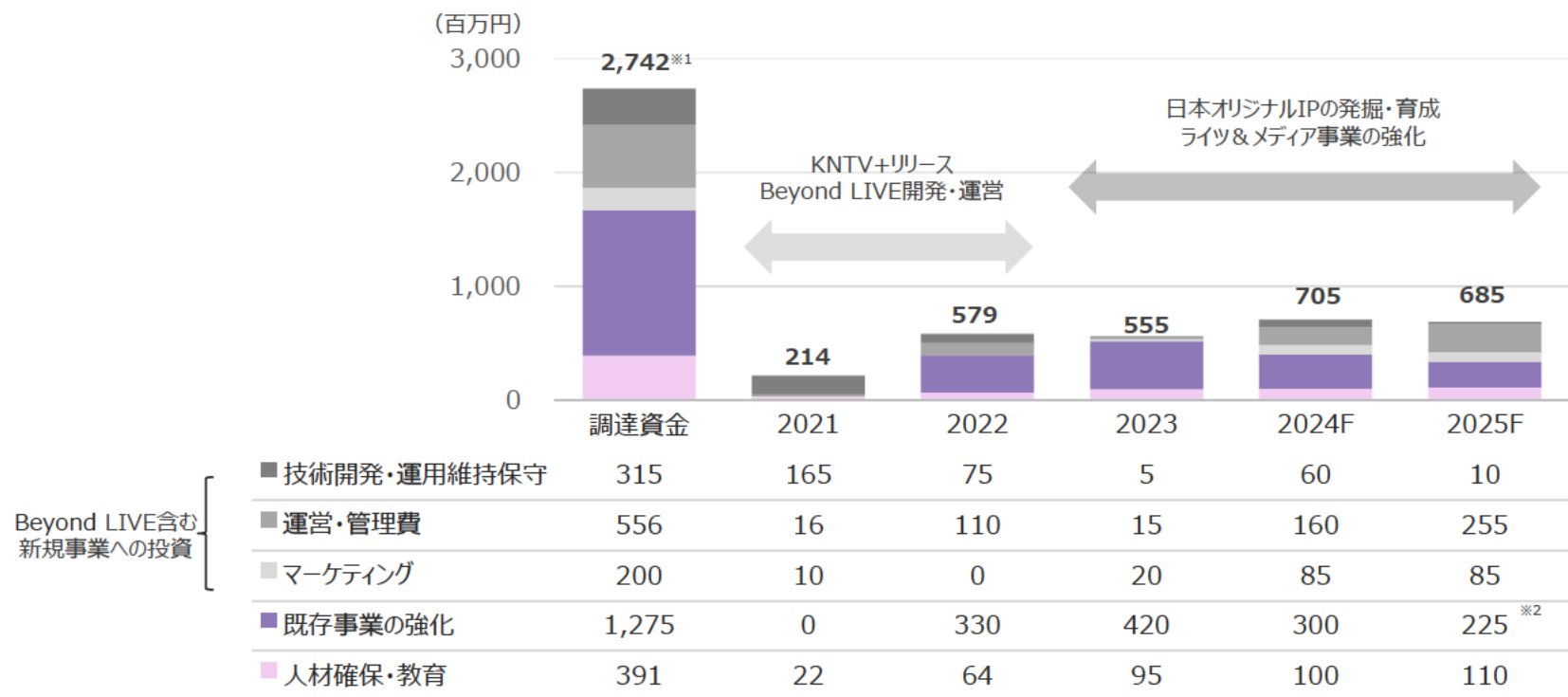
- 2022年4月から再編された株式市場において、当社はグロース市場を選択しており、グロース市場の上場維持基準への適合状況は、流通株式比率において基準を充たしておりません



- 2023年末において10%以上を保有する大株主が増加したため、流通株式比率が低下しました
- 2025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継続協議
 - 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
 - コーポレートガバナンス推進部の設置

韓国のNAVER社から調達した資金の残高は、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

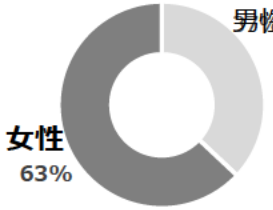
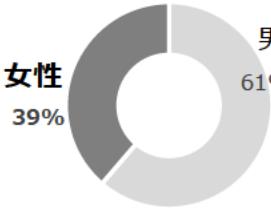
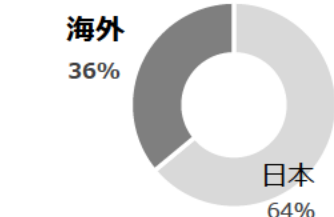
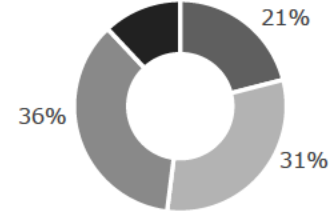









- ・ 当初Beyond LIVE等プラットフォーム開発・運営に約17億の資金投入を計画しておりましたが、プラットフォーム事業の継続を見直した
ことにより資金用途の詳細や投入日程を調整して運用いたします
- ・ 残資金は今後既存事業であるKNTVのK-POPプレミアムコンテンツの獲得費用や新作獲得費用の他、新規事業である日本オリジナル
IPの発掘と育成、また人材確保へ集中的に投資してまいります

※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 女性管理職比率 多国籍人材採用 年齢多様性 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>男性</p>  <p>女性 63%</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>女性 39%</p>  <p>男性 61%</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>海外 36%</p>  <p>日本 64%</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>12%</p>  <p>21%</p> <p>36%</p> <p>31%</p> <p>■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代以上</p> </div> </div> <ul style="list-style-type: none"> 定期的健康診断とストレスチェック(2023年受検率69%、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: flex-end; gap: 10px;">    </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: flex-end; gap: 10px;">   </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: flex-end; gap: 10px;">   </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	高	大	効率的なコンサート開催を行うなど制作費の抑制に努める他、周辺ビジネスを拡大させコンサートに頼らないポートフォリオを構築
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	中	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	小	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

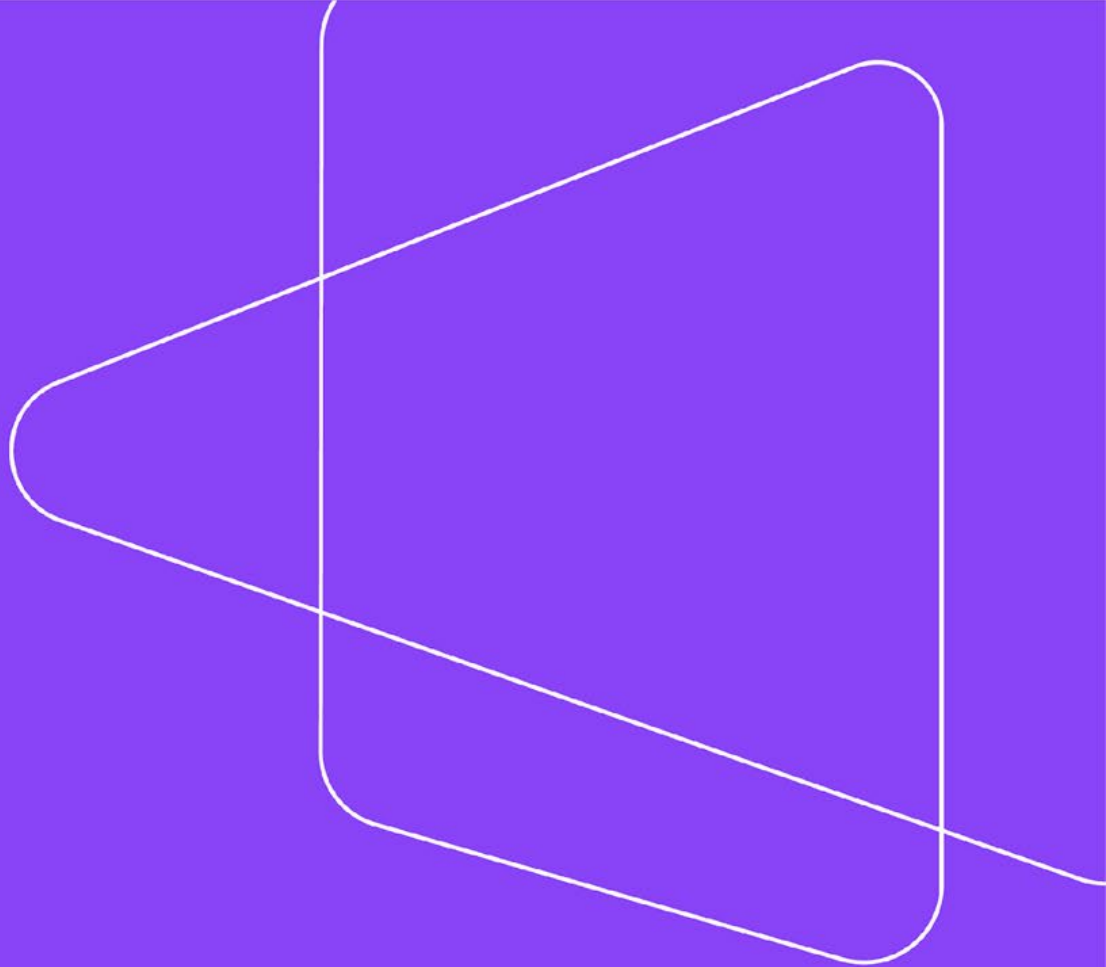
※1 ENT：エンターテインメント事業 / R&M：ライツ&メディア事業

※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

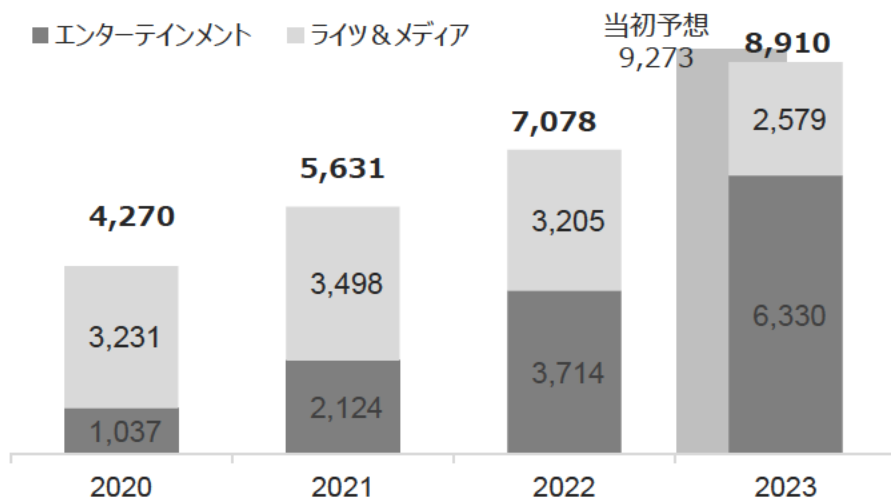


1. 2023年度の財務ハイライト：各セグメントの業績

計画通りにコンサートの開催ができたことからエンターテインメント部門の実績が大幅に伸長したものの制作費高騰のため、当初の売上予想と差異が発生しました。ライツ部門においてはアーカイブ作品の販売が好調で、当初計画を超過しています

■ 売上高

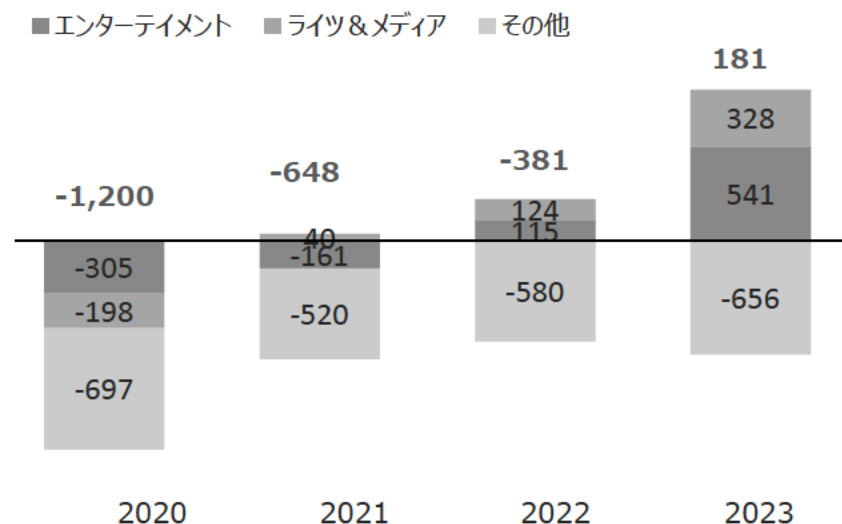
(百万円)



- 大規模コンサート、イベントの開催が増加し動員数が前年比2倍に増加したため売上も大きく伸長（約75万人→約155万人）
- コンサート開催は通常化したものの、制作費が高騰しており、当初予算は未達*

■ 営業利益

(百万円)



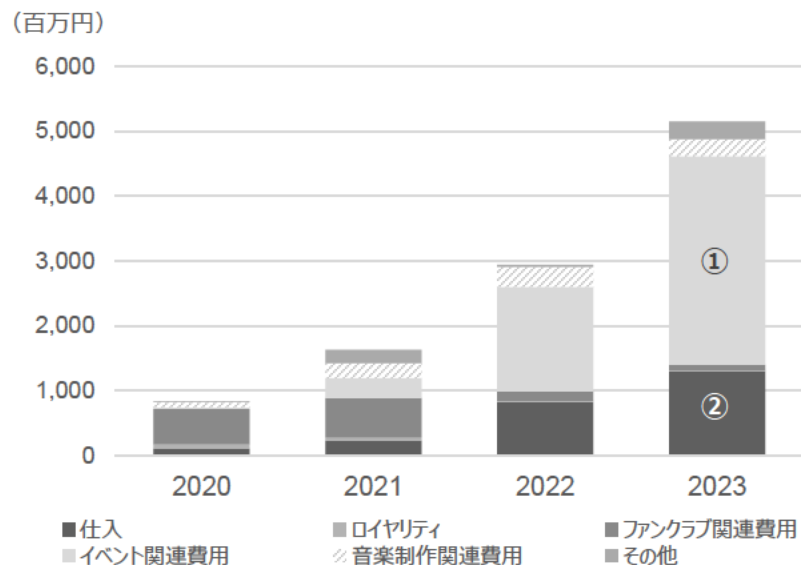
- ライツ事業において、新規OTTサービスに対するアーカイブ作品*の大型納品等販売が増加したため計画外の利益が発生
- 大規模コンサートの開催に伴い、MD販売やポップアップストア等の周辺ビジネスも堅調に推移

*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

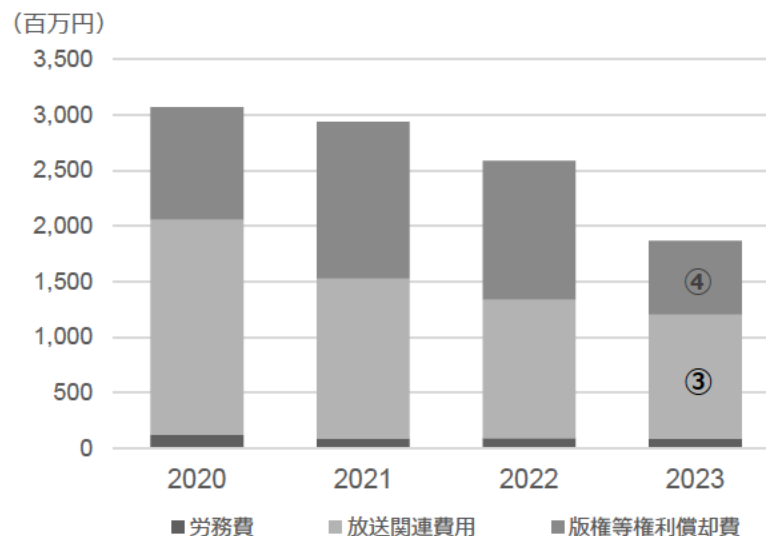
2. 2023年度の財務ハイライト：各セグメントの原価推移

2023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 コンサートの開催が大幅に増加したためライブ・イベント関連費用が増加
- ② コンサートの開催が増加したため、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、効率的な編成を行ったため費用が減少
- ④ 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していく

※ 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2025年3月にアップデートの開示を行う予定です。