

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

Jストリーム

4308 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2021年6月21日(月)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 医薬系企業、一般企業、メディア系企業の3領域にフォーカス	01
2. 2021年3月期業績は計画超過達成	01
3. 先端技術を追い風に中長期成長を期待	02
■ 事業内容	03
1. 会社概要	03
2. サービス内容	04
3. 業界環境	08
■ 事業戦略	08
1. グループ経営ビジョン	08
2. 事業戦略	09
■ 業績動向	12
1. 2021年3月期の業績動向	12
2. 業種別・利用用途別の売上動向	14
3. 2021年3月期のトピックス	15
■ 業績見通し	17
1. 2022年3月期の経営方針	17
2. 2022年3月期の業績見通し	18
3. 中期成長イメージ	19
■ 株主還元策	19
■ 情報セキュリティ	20

要約

2021年3月期の業績は5割の増収、大幅増益。 コロナ禍をきっかけに動画配信需要が大きく伸びる

Jストリーム<4308>は、広く企業向けにインターネット動画配信用のソフトウェアやプラットフォームを販売している。基盤となるのが、動画配信のためのあらゆる機能を装備する自社開発ソフト「J-Stream Equipmedia」と、配信をスムーズにする自社構築の配信ネットワークCDN※である。同社の配信システムを導入すれば、誰にでも容易に動画を制作できるうえ、どのようなデバイスにもどのような環境でも高速で安定した配信を行うことができる。しかも、大量のアクセスに対応可能である。このため、顧客であるコンテンツプロバイダーや一般企業による同社プラットフォーム「J-Stream Equipmedia」及びCDNへの評価は高い。

※CDN(Content Delivery Network):動画などのコンテンツをインターネット経由で効率よく配信するために最適化された分散型ネットワークのこと。サーバーを分散することで大量のアクセスに耐えることができる。

1. 医薬系企業、一般企業、メディア系企業の3領域にフォーカス

スマートフォンの普及やWi-Fi環境の充実など、屋内外でインターネット動画を視聴する環境整備が進んでいる。この結果、動画配信市場も大きく伸びてきたが、さらに新型コロナウイルス感染症の拡大(以下、コロナ禍)による巣ごもり需要や非接触ニーズがきっかけとなり、動画配信市場の拡大に拍車がかかった。こうした市場のなかで、同社は医薬系企業、一般企業、メディア系企業の3領域にフォーカスして戦略を展開している。3領域の現状は、医薬系企業ではデジタルマーケティングへのシフトが進みライブ配信が急速に普及し、一般企業では社内外の情報共有などに向けた用途が拡大、メディア系企業ではエンタメ系のライブイベント配信も広がってきている状況だ。またNHKによる同時放送配信※を契機に、放送と通信の融合・再編が進みつつある。

※NHKによる同時配信:(IP)サイマル放送とも言い、1つの放送局が同じ時間帯に同じコンテンツを、異なるチャンネル(周波数)や放送方式、放送媒体で放送すること。特に、放送(テレビ、ラジオ)と同じものを通信(インターネット)で同時配信することを指すことが多い。NHKは2020年4月1日、「NHKプラス」でテレビ番組のインターネット同時配信サービスを本格的にスタートした。

2. 2021年3月期業績は計画超過達成

2021年3月期の業績は、売上高12,970百万円(前期比53.6%増)、営業利益2,342百万円(同328.2%増)と5割の増収、大幅な増益となった。もともと医薬メーカーのDX推進や、5GやIoTの普及で需要に弾みがついてきたところに、コロナ禍を契機に企業の動画配信へのニーズが急拡大したからである。こうした環境下において、同社は主力サービスである「J-Stream Equipmedia」や「ライブ配信サービス」を中心に体制を整備し、ライブ配信や社内情報共有・教育などのオンデマンド動画配信の需要急増に対応した。また、外部企業との協業・連携を進め共同して市場開拓を図るとともに、顧客企業の多様な利用シーンやニーズに応える、より高品質なサービス提供を行える体制整備を進めた。

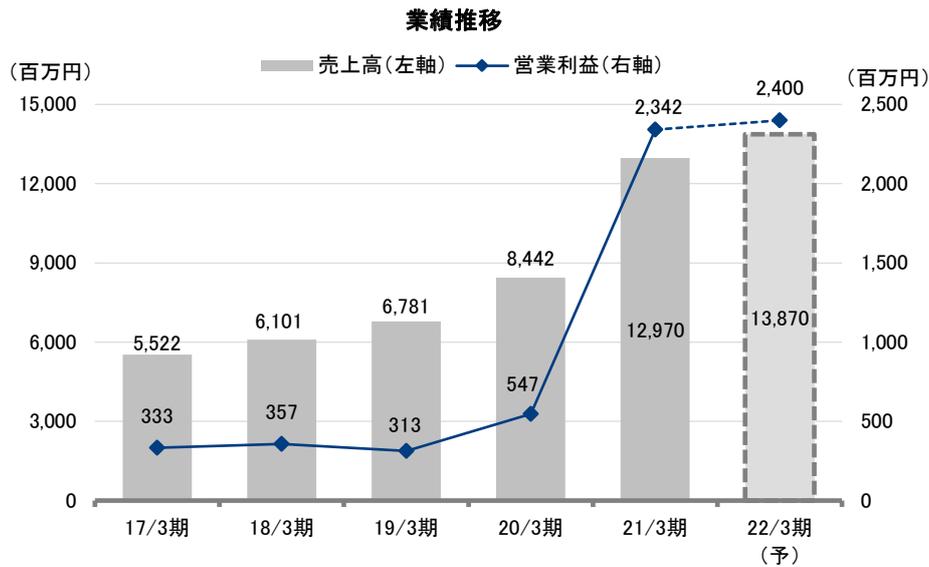
要約

3. 先端技術を追い風の中長期成長を期待

同社は2022年3月期業績見通しに関して、売上高13,870百万円（前期比11.7%増）、営業利益2,400百万円（同2.7%増）と見込んでいる。2021年3月期が大きく伸びたために慎重な見通しとなっているが、様々なコミュニケーションにおける動画配信利用の流れは、ビジネスやエンタメのほか様々な場面で強まると見られている。同社は「J-Stream Equipmedia」やCDNといったプラットフォーム、「ライブ配信サービス」など現場対応力を含めたワンストップソリューションなどの強みを背景に、コロナ禍が収束した後も5GやIoT、VR・ARなど先端技術の追い風を受けていくことが予想される。このため同社は、中長期的な高成長が期待できる。

Key Points

- ・強みは自社開発した「J-Stream Equipmedia」とCDN、「ライブ配信サービス」
- ・医薬系企業、一般企業、メディア系企業、の3領域で成長戦略を展開
- ・コロナ禍を契機に動画配信市場の成長に弾み、同社も利益成長期へ



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業内容

企業の動画配信・動画制作をあらゆる面からサポート

1. 会社概要

同社は、広く企業向けにインターネットで動画を配信するための各種ソフトウェアやプラットフォームを提供している。その基盤となっているのが、動画配信に必要なあらゆる機能を装備する自社開発ソフトウェア「J-Stream Equipmedia」と、自社構築した大量のアクセスにも対応可能な配信ネットワーク CDN である。同社のシステムを導入すれば、企業は自社制作した動画を、どのようなデバイスにもどのような環境下でも高速かつ安定して大量に配信することができる。一方、同社は動画などを配信するコンテンツの制作も行っているほか、コンテンツを配信するための Web サイト、配信のためのシステムの制作・開発・運用も行っており、一般企業には難しいライブ配信が可能となっている。

ISDN※がまだ先進的とされていた 1997 年、世界で初めて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に、トランスコスモス<9715>、国際電信電話(株)(現 KDDI<9433>)、(株)NTTPC コミュニケーションズ、米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<RNWK>)の出資により、「リアル・ストリーム株式会社」として同社は設立された。その後、Web や動画の制作、システム開発などの新たなサービスを追加して利便性を高めるとともに、動画配信のパイオニアとして常に最新の技術に対応し最先端のソリューションを提供できる体制を整備してきた。現在インターネットを通じてあらゆるデバイスが高速でつながる時代になり、社会全体が構造変化を起こしている。クラウド、IoT、5G、VR・AR などインターネットをめぐる技術は現在も将来も加速度的に進化していくと見られている。そのような環境のなか、「顧客の成果」に最大限コミットできるよう、同社は最先端の動画ソリューションを提供し続けていく考えである。

※ ISDN (Integrated Services Digital Network) : 統合デジタル通信網。

強みは「J-Stream Equipmedia」、CDN、「ライブ配信サービス」

2. サービス内容

一般企業や放送事業者が、音楽・映画・イベント動画、企業説明会・株主総会、教育動画、販促・広告など、コンテンツの種類や配信先の端末を問わず自社で配信しようとする、安定した運用のために大量のアクセスに耐える回線やサーバーを確保しなければならず、多額の投資が必要となる。しかし「J-Stream Equipmedia」、CDN、「ライブ配信サービス」といった同社のサービス・商品を利用すれば、多額の投資や運用コストをかけることなく、必要なときに必要なだけ必要な動画を配信することができる。もちろん、イベントなど一度に数万人以上のアクセスが発生する場合でも、コンテンツを安定して視聴者に届けることができる。さらに、コンテンツを配信する際の付随的なサービスとして、セキュリティ機能に加え配信対象を限定する認証機能や DRM※、コンテンツなどの販売に必要な課金決済システム、海外からのアクセスを制限できる国内外判別配信といったサービスも提供している。

※ DRM (Digital Rights Management) : デジタル著作権保護。

なお、同社は2021年3月期第1四半期より、セグメント情報における事業セグメントを、従来の「配信事業」「制作・システム開発事業」「その他の事業」の3セグメントから「動画ソリューション事業」の単一セグメントへと変更した。現在、動画利用の拡大と動画技術の多様化が同時進行しており、顧客ニーズも急速に変化し、動画を軸とするサービスを総合的に提供することが必要となってきた。このため、事業展開や経営資源の配分、経営管理体制などの観点から、単一セグメントの方が適切であると判断したことによる。そこで同社は、新たにソリューション推進本部を設け、CDNを含めた動画配信プラットフォームの提供・運用、コンテンツの制作・システム開発といった同社のサービス全体を複合化し、顧客の課題解決に最適なソリューションとして提案している。

(1) 動画配信プラットフォーム「J-Stream Equipmedia」

同社は、コンテンツ管理やセキュリティといった配信設定、あらゆる端末で視聴可能なマルチデバイス対応、アナリティクス機能など、動画配信に必要な機能とワークフローをトータルで提供している。その中心となるのが、インターネットで動画を配信するために必要な機能を装備した自社開発の動画配信プラットフォーム「J-Stream Equipmedia」である。「J-Stream Equipmedia」は、利用者のスキルを問わず使いやすい管理画面、他社のシステムと連携できる柔軟性、月5万円からというリーズナブルな価格設定、高速で安定したCDNの利用など、一般企業でも手軽に動画を活用できることが特徴である。さらに、顧客に適したサービスの導入をサポートするアカウント営業と、導入後に運用面に対応する専任スタッフがおり、両面からサポートする体制を取っている。「J-Stream Equipmedia」は、国内最大規模となる累計2,700アカウント以上の利用実績がある。「J-Stream Equipmedia」そのものが、同社の強みと言うことができる。

ちなみに、同社の動画配信プラットフォームには、スタンダードな「J-Stream Equipmedia」のほか、動画マニュアル編集アプリと動画配信がセットになった特別プラン「EQ Creative エディション」、Salesforce (セールスフォース・ドットコム<CRM>)向け動画アプリ「Equipmedia 動画共有ライブラリ for Salesforce」、インターネット番組の編成・配信に必要な機能をパッケージした「EQ Media Suite」、プレミアム版で高度な拡張性やカスタマイズ性、マネタイズ機能を有する「J-Stream MediaLize」などがラインナップされている。

事業内容

使いやすい「J-Stream Equipmedia」の管理画面



出所：ホームページより掲載

(2) 配信ネットワーク CDN

動画や音声といったリッチコンテンツや、ゲームなど各種アプリケーションのアップデートファイルは、ファイルサイズが大きく、インターネット上で配信を行うとネットワークに大きな負荷がかかる。特にデータが1ヶ所から配信された場合、トラフィック（通信量）が集中することでレスポンスの悪化や通信速度の低下、時には配信停止といった事態を招くこともある。サーバーや回線を増強することで対応は可能だが、導入や運用のコストを考えると一般企業には現実的な選択肢とは言えない。こうした課題を解決したのが、配信制御可能な管理コンソールと顧客サポートがセットになった同社のCDNサービス「J-Stream CDNext」である。

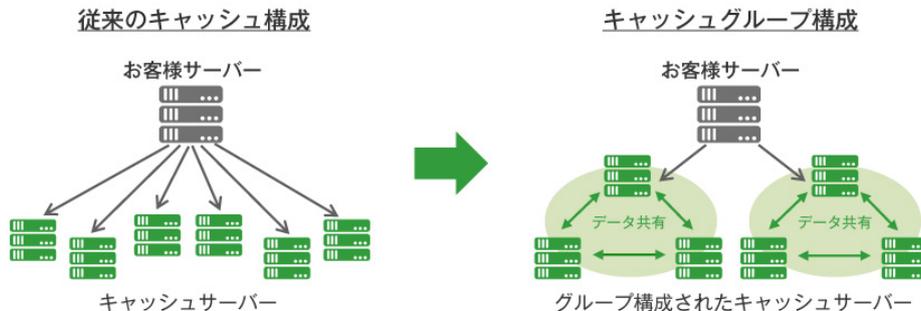
最大の特徴は、国内ISP（Internet Service Provider）やIDC（Internet Data Center）に分散配置された自社の配信用サーバー網にある。そのほか、見やすい管理画面と詳細な設定による柔軟な運営、最新の高速プログラムや高性能サーバー、SSL※1高速処理機能を備えている。そのため、アクセスが集中して重くなりがちな動画やゲーム、インターネット通販、キャンペーンなどのコンテンツを、数万人のユーザーに高速かつ安定して一気に配信することができる。加えて、DDoS※2防御やWAF※3統合型セキュリティソフト「Imperva Incapsula」、企業の社内ネットワークの高速・安定化に効果が大きい「Kollective SD ECDN」といった海外の優れたサービスを組み合わせることも可能である。CDNも同社にとって大きな強みと言えるだろう。

※1 SSL (Secure Sockets Layer)：データを暗号化して、インターネット上で通信する仕組み。たとえばインターネット上でクレジットカード情報や個人情報での通信に使われる。

※2 DDoS (Distributed Denial of Service)：複数のPCから1つのサービスに仕掛ける一斉攻撃のこと。

※3 WAF (WEB Application Firewall)：Webサイト上のアプリケーションに特化したファイアウォール。

最新の高速化トレンドに対応する CDN



出所：ホームページより掲載

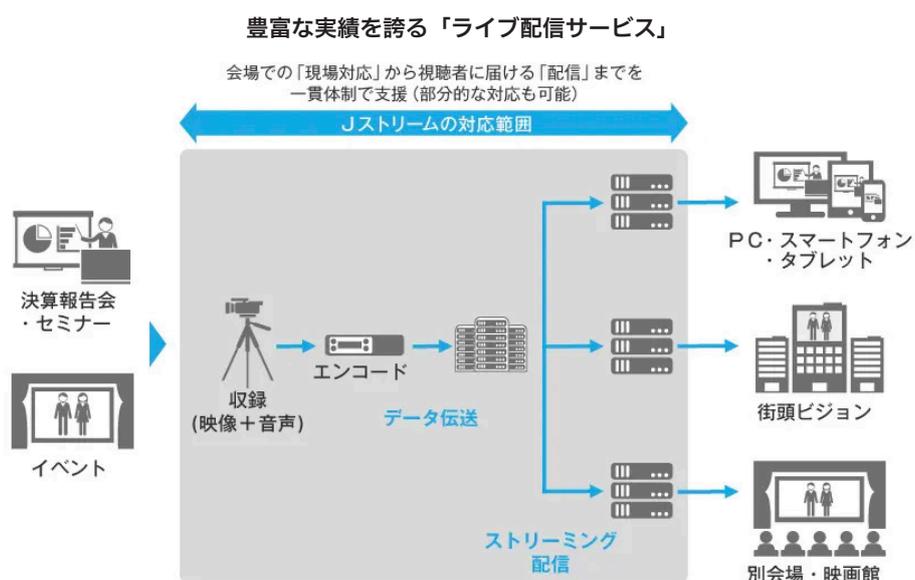
事業内容

(3)「ライブ配信サービス」

コロナ禍の影響や配信技術の進歩を背景に、株主総会・IR イベント、専門セミナー、スポーツ・コンサート、プロモーション、社内情報共有・研修など、インターネットを利用したライブ配信の利用機会が急速に拡大している。また、モバイル端末の普及で視聴者が情報にアクセスする場所を選ばなくなったことも、ライブ配信の活用を後押ししている。

同社は、撮影から運用、配信まで、同社はプロフェッショナルな「ライブ配信サービス」を提供している。回線をはじめカメラやエンコーダーといった機材、ライブ専門のディレクターやエンジニア、撮影クルー、ネットワーク技術者といった人材、そして安定した配信ネットワークを、ニーズに合わせ最適な構成にカスタマイズし、企画演出やライブイベントの進行などミスのないオペレーションとともにトータルで提供している。さらに、街頭ビジョンやデジタルサイネージからスマートフォンまで2D から VR (仮想現実)、360度動画といった多様な映像様式に対応する機能、イベントの最中に行えるアンケートや掲示板などを利用した視聴者とのコミュニケーション機能やライブチャットのほか、視聴者の反応をリアルタイムに可視化する機能、追いかけて再生など、顧客や視聴者にとって便利な機能も備えている。もちろん「撮影のみ」や「配信のみ」など、必要なところだけ単独で提供することも可能である。このようなノウハウや技術力、現場対応力は、総合力となって高い優位性を発揮している。「失敗できない生放送」であるライブ配信を確実に成功させるには現場での対応力が重要な要素で、他社にない大きな魅力となり、年間のライブ配信 2,600 件以上という豊富な実績につながっている。同社の「ライブ配信サービス」も、3つ目の強みと言える。

なお、2020年5月には新たに疑似ライブ配信機能がラインナップされた。疑似ライブ配信は、ライブ中継をしたいが失敗したくない顧客に好評で、ライブ配信の売上を押し上げている。また、近年テレワークの進展に伴って各企業で社内向け・少人数向けの Web 会議が急速に普及している。同社でも代理販売を通じ「双方向ライブ (Web 会議)」のサービスを提供している。同社の Web 会議では、たとえば講演者と視聴者 (出席者) がチャットや掲示板を通じて質疑応答を行うなど双方向のやり取りが可能である。



出所：ホームページより掲載

事業内容

(4) 制作・開発

同社は動画配信システムを提供するだけでなく、同社のソリューション推進本部とグループ会社の機能をフル活用することで、動画制作、Web制作・運用、システム開発も行っている。動画の制作では、企画・制作から運用までを顧客のニーズに合わせてトータルプロデュースする。Webサイトの制作・運用では、企画立案からコンテンツ・素材調達を含めたサイト制作、安定した運用に至るまでの制作体制を完備している。また、動画やWebサイトを適切に配信・運用するためのシステム開発部隊と運用部隊も擁している。さらに、六本木の子会社スタジオでは、背景を合成するバーチャルセット、ライブ配信に必要な設備、オペレーターを配備し、スタジオのレンタルサービスも行っている。機材のない場所でもスタジオと同レベルの動画を制作できるリモートバーチャルスタジオというサービスも提供している。同社のエンコードチームは常に最新の端末や配信技術やコーデックを取り入れる一方、短納期や大量の依頼にも対応が可能で、コンテンツホルダーやメディア企業のニーズに対応している。ほかにも、スマートフォン向け高画質動画の編集アプリケーションプラットフォーム「Videolicious」、動画とスライドを連携する「ePreCreator」など、誰でも簡単に動画を制作できるアプリも提供している。

(5) その他のサービス

同社は動画配信にまつわる周辺サービスも展開している。たとえば、動画eラーニング制作を行える「J-Streamミテシル」、「動画コンテンツ販売」などのサービスを展開している。「動画広告サービス」についてはワンストップでサービスを提供することも可能で、動画コンテンツビジネスをすぐに始められる「MovieAD」、動画を顧客に向けメールで配信できる「MovieADメール」、インタラクティブ動画制作などのサービスの提供（「Tou#cheee（タッチー）」「Tou#cheee PR（タッチーピーアール）」）がある。動画広告サービスの一環として、法人営業をデジタル支援していくサービス「法人営業支援ソリューション」もある。企画立案（データ分析・マーケティングプラン策定）から実行（販促物の作成、インターネット広告出稿など）までのデジタルソリューションを提供している。

こうした事業を周辺で支えているのがグループ企業各社である。コンテンツをインターネット上で配信するプラットフォームや会員認証などの各種機能の開発を行う（株）CO3、映像制作やプランニング、プロモーション事業を行うクロスコ（株）、Webサイトの制作・運用支援やデータベース連携プログラムの開発を行う（株）Jクリエイティブワークス、デジタル放送機器の輸入・販売及びエンコードシステムのインテグレーションを行う（株）イノコス、医薬系のデジタルコンテンツ制作やマーケティングソリューションに強みを持つ（株）ビッグエムズワイ（2021年1月に医薬業界向けライブ映像制作を行うアズーリ（株）を吸収合併）である。

強みとノウハウを背景に顧客からの評価は高い

3. 業界環境

成長を加速させている動画配信市場で、同社と同様の専業業態の企業はほとんどないが、類似する企業は少なくない。動画配信プラットフォームでは米 Brightcove(ブライトコブ <BCOV>)や NTT スマートコネクト(株)があり、CDN 事業者としては米 Akamai (アカマイ・テクノロジーズ <AKAM>) やアマゾン・ドット・コム <AMZN> などで、いずれもグローバルな巨大企業である。そのほか、自社会員へのサービスとして配信を行っている大手 ISP 事業者や、大手コンテンツホルダーと提携して副次的に配信サービスを提供するポータルサイト事業者なども一部同社と事業が重なっている。こうした厳しい環境の市場ではあるが、同社はパイオニアとして長年蓄積してきたノウハウがあり、顧客であるコンテンツプロバイダーや一般企業からの評価は高い。

■ 事業戦略

同社が提唱してきた EVC がコロナ禍を契機に広がりを見せる

1. グループ経営ビジョン

スマートフォンなど動画視聴可能なデバイスを個人が常時携帯する一方、Wi-Fi 環境の充実や 5G の普及などもあり、屋内外でインターネット動画を視聴する環境整備が進んでいる。テレビから離れた若者は、いつでも様々なデバイスを使って好みの動画を視聴する。SNS や社内ポータルなどの利用増加、動画を利用するコストの低下や効果の拡大が、さらに動画配信の環境を充実させる。このように動画利用のシーンが急拡大し動画配信市場は大きく伸び始めたが、コロナ禍をきっかけに、巣ごもり需要や非接触ニーズが動画配信市場の拡大に拍車をかけた。すでに動画配信は一般企業や人々の生活に組み込まれたものになっており、コロナ禍が収束した後も企業にとって重要なコミュニケーション手段になると考えられる。同社が提唱してきた EVC※の世界観が社会や企業、個人に広がりつつあるといえる。

※ EVC (Enterprise Video Communications) : 一般企業における動画を使ったコミュニケーション。例えば、社内情報共有を目的とした動画利用など。

事業戦略

同社及び同社グループ各社は、こうした市場で社会のデジタル化を支援し社会の発展に貢献していくことをビジョンとしている。ニーズに合致した機能や最新テクノロジーを開発し、顧客の課題を解決する最先端の動画ソリューションカンパニーへと進化することを目指している。現在 EVC 領域では、医薬系企業全般で起こっているデジタルマーケティングシフトによりライブ配信が急速に伸びたほか、一般企業では e ラーニングや統合型マーケティングなどが拡大、メディア系企業ではライブイベントの配信も広がってきた。OTT ※領域では、事業者の動画配信サービス参入や放送と通信の融合・再編が進んでいる。同社は急速に広がるビジネスチャンスに対し、戦略市場を医薬系企業の EVC 領域、一般企業の EVC 領域、そして放送業界を中心としたメディア系企業の OTT 領域に 3 区分して事業活動を推進している。

※ OTT (Over The Top) : インターネットを通じてコンテンツを配信するサービスのこと。動画配信サービスや音楽配信サービスなどに代表される。

EVC と OTT を軸とした医薬系企業、一般企業、メディア系企業へのサービス展開



出所：決算説明会資料より掲載

医薬系企業と一般企業の EVC 領域、 メディア系企業など OTT 領域で事業戦略を展開

2. 事業戦略

(1) 医薬業界の EVC 領域の事業戦略

EVC 領域のなかで同社が最も重視しているのが、同社売上高で大きな割合を占める医薬業界である。医薬業界の中長期的課題は、薬価の引き下げや後発医薬品の普及による国内市場の競争激化、医薬品プロモーションコードの変更による非対面営業の増加である。さらに、コロナ禍の影響によりメーカー MR ※の対面営業が制限され、ライブ配信、専門誌を活用した非対面営業へとプロモーション戦略を転換することが必要となっている。

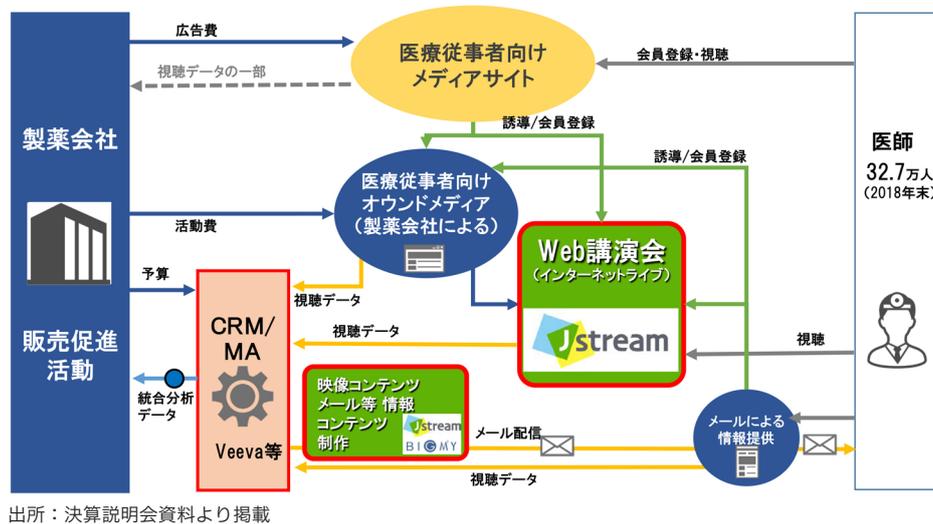
※ MR (Medical Representative) : 医師に自社の薬の成分や使用方法、効能について説明する医薬情報担当者のこと。

事業戦略

同社は医薬系企業や各専門医学会・医薬機器関連メーカーのWeb講演会をサポートしている。4Kといった高繊細ニーズなどにも対応しているが、さらに業界のプロモーションコスト構造の見直しにまで踏み込んで、医薬業界のデジタルマーケティングシフト支援を行おうとしている。このため、DMP※¹によるWeb講演会視聴ログの活用促進、主要CMS※²へのプラグイン提供による「J-Stream Equipmedia」の機能拡張、デジタル資材のファクトリー機能の提供など、医薬系企業のプロモーション戦略の転換をサポートしていく方針だ。これによって同社の主要取引先の支店が開催するライブ配信の案件も獲得していく方針である。

※¹ DMP (Data Management Platform) : 個人のWeb閲覧や動画視聴履歴、商品購入、問い合わせといったWeb上の行動をデータとして蓄積するプラットフォーム。これにより、各人に適切な広告を配信するなど企業のマーケティングに役立てることができる。
 ※² CMS (Contents Management System) : 専門知識がなくてもサイトやコンテンツを構築・管理・更新できるシステム。

医薬業界のデジタルマーケティングシフト



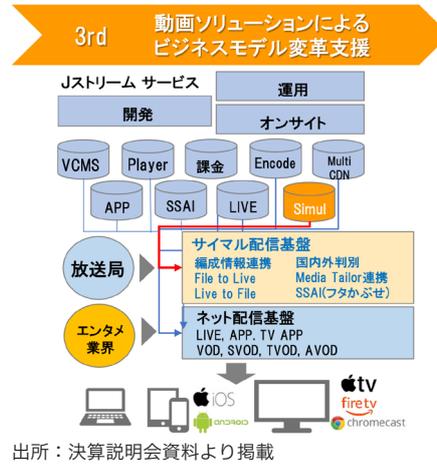
出所：決算説明会資料より掲載

(2) 金融及びその他の業種の EVC 領域の事業戦略

欧米企業では既に企業の動画活用が浸透している。日本企業においても顧客や株主、取引先などのステークホルダーとの効率的なコミュニケーションを図るため、動画活用の機会が増えてきた。また、動画を活用することで働き方改革やコスト削減、効果の可視化、同報性など社内的なメリットも大きく、コロナ禍をきっかけに動画配信の有効性の認知が一段と進んだことも大きな要因と言える。このため、株主総会のオンライン化など用途特化型のサービスが急速に拡大しており、動画の利用機会は今後大きく増加していくと考えられる。また、5GやIoT、VR・ARなど次世代のインターネット環境が整備されつつあり、双方向や高画質などさらなる大容量化へ向けたニーズも急速に拡大することが予想されている。

事業戦略

放送同時配信やライブイベント配信などビジネスモデル変革を支援



業績動向

2021年3月期の業績は計画超過達成。 同社のビジョンに世間のニーズがようやく合致

1. 2021年3月期の業績動向

2021年3月期の業績は、売上高 12,970 百万円（前期比 53.6% 増）、営業利益 2,342 百万円（同 328.2% 増）、経常利益 2,350 百万円（同 318.1% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,548 百万円（同 521.4% 増）となった。5G や IoT の普及で需要に弾みがついてきたところに、コロナ禍を契機に企業の動画配信へのニーズが急拡大した。時代を予見し、最先端の動画ソリューションを先行して提供してきた同社に、世間のニーズがようやく合致してきたと言える。同社は動画需要の急拡大を受け、業績見通しに対して、売上高で 1,070 百万円、営業利益で 542 百万円、経常利益で 550 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で 348 百万円の超過達成となった。

2021年3月期の業績

(単位：百万円)

	20/3 期		21/3 期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	8,442	100.0%	12,970	100.0%	53.6%
売上総利益	2,916	34.5%	5,364	41.4%	83.9%
販管費	2,369	28.1%	3,021	23.3%	27.5%
営業利益	547	6.5%	2,342	18.1%	328.2%
経常利益	562	6.7%	2,350	18.1%	318.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	249	3.0%	1,548	11.9%	521.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

コロナ禍の影響で先行きは不透明であるが、巣ごもり需要などを背景にネット動画視聴の広がり、リアルイベント代替・補填を目的としたオンライン配信の増加、ネット通販市場の拡大、オンデマンド動画配信など、インターネット業界の勢いが増している。また、企業にとっても非接触ニーズや密を避けるためのテレワーク推進、販売促進及び研修・面談・会議などをオンライン化するなど、感染症対策は必須となった。こうした環境下において、同社は主力サービスである「J-Stream Equipmedia」や「ライブ配信サービス」を中心に体制を整備し需要急増に対応した。またイベントの開催に関わる企業との協業・連携を進め共同して市場開拓を図るとともに、顧客企業の多様な利用シーンとニーズに応える高品質なサービス提供を行える体制整備を進めた。

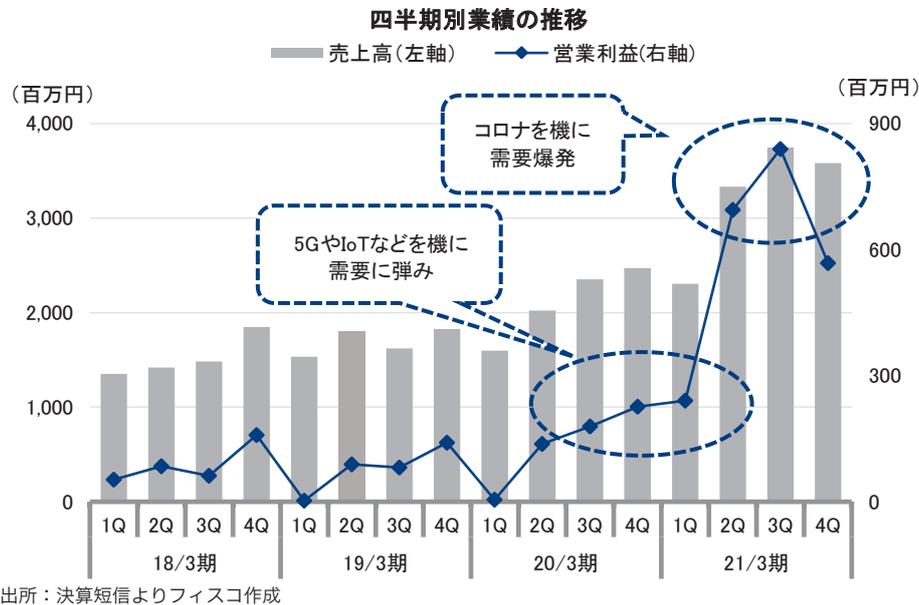
医薬業界は、従来から DX（デジタルトランスフォーメーション）を積極的に推進していた業界であったが、感染症対策の観点から MR による訪問・販売促進活動が制限されたこともあり、Web 講演会のライブ配信が大幅に増加した。それに伴い、関連する Web 制作や映像制作が堅調に推移した。外注先であったアズーリを買収し制作能力を強化した子会社のビッグエムズワイも、e- デジタル向け CRM コンテンツ制作とライブ配信売上が順調に推移した。医薬以外の EVC 領域においても、販売促進のための Web セミナー（以下、ウェビナー）が普及したほか、学習塾を筆頭にあらゆる業界で情報共有や教育への動画利用のニーズが高まり、「J-Stream Equipmedia」の売上が増加した。加えて、バーチャル株主総会に対するニーズが感染症対策のなかで顕在化し、関連する法制度は未整備ながらも、同社のライブ配信売上が押し上げた。2020 年 4 月～5 月の緊急事態宣言下で滞った Web 制作や映像制作についても、オンライン商談などの仕組みや体制が整った同年夏以降に大きく進展した。OTT 領域では、東京オリンピック・パラリンピック延期に伴う需要の低迷が一時見られたが、2020 年秋には大口のシステム開発を受注した。サイト運用や Web 制作、配信ネットワークは引き続き堅調に推移した。

利益面では、ライブ配信の急増や 2019 年 9 月に連結化したビッグエムズワイの外注費加算により外注費は増加したものの、開発費用負担が相対的に少なく利益率の高い「J-Stream Equipmedia」の販売増や、専門性や付加価値の高い医薬系企業によるライブ配信・制作受注の拡大、アズーリ買収に伴う外注比率の低減などにより、売上総利益率は大きく改善した。販管費に関しては、グループ企業の増加に伴う人件費増、社内システム開発のための業務委託手数料、業容拡大のための求人費、働き方改革に向けた DX 関連投資などにより増加したが、売上比では大きく改善した。

なお 2021 年 3 月期業績が計画超過となった要因は、医薬系ライブ配信や「J-Stream Equipmedia」といった好採算の主力商品が想定以上に伸びたことにある。また事前収録による疑似ライブの映像制作も伸びたが、収録後リモートで映像制作するなど比較的簡便に進行できたことで原価率が改善した。

近年低迷気味であった子会社クロスコは、ライブ現場のサポートが増えたことで業況が改善し、グループ内製化率上昇により売上総利益率改善に貢献した。なお、子会社イノコスは、コロナ禍で商流が停滞したうえ輸入物が多いため物流も滞り、グループのなかで唯一厳しい状況となった。

業績動向



医薬系企業によるライブ配信が好調

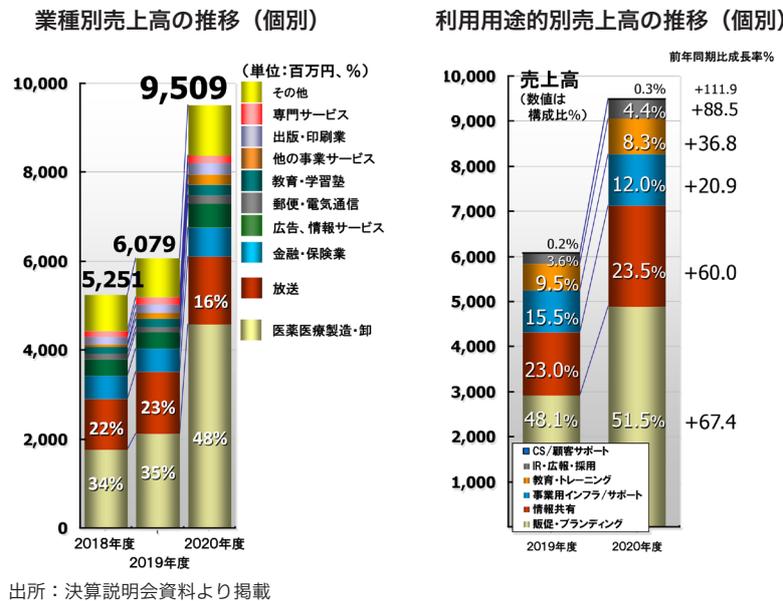
2. 業種別・利用用途別の売上動向

業種別(個別)などの売上動向は次のとおりである。ライブ配信など DX を強化する傾向にあった「医薬医療製造・卸」が、2021年3月期第4四半期後半にピーク期の第2四半期に近いペースになるなど需要が旺盛で、売上高は2.2倍となった。「放送」は8.5%増収と相対的に弱かったが、安定した推移に第2四半期のシステム開発案件が加わった。「金融系・保険業」は2020年6月を中心に株主総会のライブ配信が増加し、オンラインセミナーの受注も安定して推移し28.9%増収だった。「広告・情報サービス」には医薬ビジネスや一部エンタメ系の案件などが含まれており、44.6%増収と好調だった。「郵便・電気通信」は第4四半期の地域IX※での実証実験や大手顧客のサイトリニューアルなどが貢献し56.8%増収となった。「教育・学習塾」は学習塾で期初からオンデマンド配信利用が継続、27.1%増収となった。

※ IX (Internet Exchange) : ISP 事業者やコンテンツ事業者などが相互に接続し、インターネットトラフィックを交換するための接続ポイントのこと。

業績動向

利用用途別（個別）では、「販促・ブランディング」で7割程度を占める医薬系企業によるWeb講演会が全体を押し上げた。新商品発表・販促向けのライブ配信や疑似ライブ配信、配信会員制サイト集客用の動画配信なども伸ばした。「情報共有」ではテレワークの推進を背景に、社内向けのウェビナー、社員総会や表彰式ライブ、部長長会議ライブ、社長講和、社内イベント向け映像制作配信などが好調だった。「事業用インフラ/サポート」では、放送局関連案件（構築から運用、配信まで）、音楽やeスポーツなどの関連システムの構築・配信、不動産や生保などBtoC事業者の顧客・代理店向けサイトの構築が伸びた。「教育・トレーニング」では、学習塾や学校法人による講義の配信、金融・医薬系企業の社内及びパートナー向けトレーニングなどが好調だった。「IR・広報・採用」では、2020年6月を中心にバーチャル株主総会が広がりを見せた。同社の売上種別区分は、ほかに契約期間（3ヶ月以上を長期とする）や本社プラットフォームの利用によって分けられたものがあるが（いずれも個別）、その区分では、第4四半期において医薬系の短期プラットフォーム（ライブ配信）が伸びたが、医薬系企業の一部顧客が長期プラットフォーム契約に変更するケースも出てきたもようである。



需要の急拡大に伴い好材料・好取り組みが増える

3. 2021年3月期のトピックス

同社動画配信への需要が急拡大したことに伴い、同社は様々な対応を行った。2021年3月期のトピックスは以下のとおりである。

業績動向

(1) 「J-Stream Equipmedia」疑似ライブ配信機能

失敗してもやり直しがきく事前収録で、「ライブ配信」のハードルを下げた配信サービスである。このため、大規模なカンファレンスイベントや大型就職イベント、エンターテインメント分野でのイベントでも利用されるなど、活用事例が増加している。2020年5月に急遽投入したサービスであったが、好調につき同年10月には最大300件の配信予約が行えるように機能を拡張した。他社はまだ参入していないもようである。同社は今後発生すると思われるニーズ（一度に大量の講演セッションをプログラムとして配信するケースや定期的なウェビナーを配信するケース）を想定し、活用しやすくなるようサービスを強化している。

(2) 「リモート収録サポートパッケージ」

講演会・セミナー、パネルディスカッションなどの映像収録を遠隔で行うサービスである。主催、参加者といった一般利用者のほか、制作を担う同社関係者も立ち合い遠隔でサポートやディレクションを行う。リモート収録であれば現場に集合する必要がない分内製化しやすくなり、同社の利益率の改善にもつながる。

(3) CDN サービス「Lumen CDN」販売開始

同社CDNのキャパシティは十分に余裕があるが、大規模配信やグローバル配信を強化することを目的に、グローバルにCDN事業を展開する米Lumen Technologiesと協業し、CDNサービス「Lumen CDN」を開始した。Lumen Technologiesは2019年時点で世界の10大メディア企業のうち9社にサービスを提供する大手CDNプロバイダーである。同サービスにより大手企業やゲーム事業者、OTT事業者などが必要とする大規模配信やグローバル配信のニーズに対して、より付加価値を高めたソリューションサービスを提供することができるようになる。同社「CDNext」のマルチCDNへの取り込みも検討している。

(4) 「J-Stream Equipmedia」パートナー企業との連携

同社は、パートナー企業との連携を通じて「J-Stream Equipmedia」の機能強化や販売拡大につなげる狙いである。シナジーマーケティング(株)のクラウドベースCRMシステム「Synergy!」や統合型マーケティング支援システム「SHANON MARKETING PLATFORM」と連携し、参加登録型ウェビナーなどオンラインイベント開催に必要な仕組みを提供する。また、スマートフォンアプリの開発・運用・分析をノーコード※・ワンストップで提供するクラウド型アプリプラットフォーム「Yappli」、インフォネット<4444>の提供するオールインワン型の商用コンテンツ管理システム「infoCMS®10」との連携も進めた。

※ ノーコード：プログラミング言語の知識がなくてもサイトやアプリを構築できる技術。

(5) 保有自己株式を一部利用した新株予約権による資金調達

2020年10月に大和証券(株)を割当先とする第1回新株予約権(第三者割当)を発行し、2021年3月期第3四半期に3,426百万円(新株予約権発行に伴う入金含む)の資金を調達した。サービス開発やビッグデータ解析、様々な機能に特化したSaaS提供事業者との提携、技術者を中心とした人的リソースの確保などを目的に、M&Aや資本業務提携に使用していく意向である。同社は、利益規模の拡大により従来以上の償却に耐えられるようになっていることから、毎年のように実施してきたM&Aも今後は規模が大きくなることが予想される。

業績動向

ちなみに、同社の M&A 方針は、1) 動画配信 (CDN) や製薬マーケティング、Web・アプリ開発など既存事業を強化することで顧客ニーズに対応できる領域を拡大、2) 既存事業の強みを生かし派生領域を取り込む一方、ノウハウや人材を生かして柱となる新規事業を創出する、の 2 点である。

同社の M&A 実績

年月	内容
2016年 4月	動画配信サービスのビムーブ(株)を吸収合併
2017年 8月	エンコード設備提供の(株)イノコスを連結子会社化
2018年 8月	製薬向け制作サービスの(株)ビッグエムズワイを持分法関係会社化
2019年 8月	ビッグエムズワイを完全子会社化
2020年11月	ビッグエムズワイがアズーリ(株)を完全子会社化
2021年 1月	ビッグエムズワイがアズーリを吸収合併

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(6) 地域 IX におけるトラフィック流通効率化の実証実験を実施

デジタル化を背景にインターネットトラフィック (通信量) は増加を続けてきたものの、コロナ禍をきっかけに人々の行動様式が変化したため、トラフィックの増加ペースが上がった。特に首都圏や関西圏に集積するコンテンツ事業者による大量の送出自が周辺地域のインターネット接続事業者の大きな課題となっていた。今回の実証実験は総務省による調査研究請負の一環で、同社を含む複数の企業が実施した。同社の配信基盤システムを TOHKnet の仙台中央データセンターと QTnet の福岡第 3 データセンターに構築し、両データセンターに開設済みの BBIX を経由して、各地域の ISP にコンテンツを配信するというものである。首都圏や関西圏からの既存の配信との差異を計測し、配信品質や耐障害性の向上、地域における回線帯域の拡張性の確保やコスト削減効果などを測定することで、IX が地域のインターネット事業者の課題解決に寄与することを検証するものである。

業績見通し

誰もが動画を活用できる時代に地歩を固める

1. 2022 年 3 月期の経営方針

2022 年 3 月期は、コロナ禍をきっかけに誰もが動画配信を活用できる時代を迎えた。同社も改めて「顧客のニーズを想像し提供価値を高めるサービスにしていく」という考えに立ち返り、EVC 領域では用途に即した付加価値の高いサービスを、OTT 領域ではマネタイズに貢献できるサービスを提供していく方針である。医薬系企業の製薬マーケティングのデジタル化支援や一般企業の動画コミュニケーションを目的としたデジタル化支援、メディア系企業 (放送局) のビジネスモデル変革を支援する考えである。同社は、同社グループの相互連携を通じて市場の深掘りを行い、地歩を固めていくとしている。

2022年3月期増は増収増益も成長鈍化予想は保守的か

2. 2022年3月期の業績見通し

2022年3月期の業績見通しは、売上高13,870百万円(前期比11.7%増)、営業利益2,400百万円(同2.7%増)、経常利益2,390百万円(同2.0%増)、親会社株主に帰属する当期純利益1,580百万円(同2.5%増)を見込んでいる。なお、2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用した。このため医薬系企業に向けた集客広告サービスの代理販売の売上高など、550百万円程度が減少となっている。利益面では、SaaS系サービスの初期費用と売上を契約期間に応じて按分形状にする必要があるが、6百万円程度と影響は僅少である。したがって、実質的には売上高が11.7%増、営業利益が2.7%増という見込みになる。

2022年3月期の業績見通し

(単位:百万円)

	収益認識に関する会計基準適用後			同適用前		
	21/3期実績	22/3期予想	前期比	21/3期実績	22/3期予想	前期比
売上高	12,417	13,870	11.7%	12,970	14,430	11.3%
営業利益	2,336	2,400	2.7%	2,342	2,400	2.5%
経常利益	2,344	2,390	2.0%	2,350	2,390	1.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,542	1,580	2.5%	1,548	1,580	2.0%

注:「収益認識に関する会計基準適用後」21/3期は参考数値

出所:決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

2021年3月期に大きく伸びただけに2022年3月期は慎重な見通しとなっているが、コロナ禍以降、コミュニケーションを目的とした動画利用の増加の流れは様々な場面で強まっている。こうした環境にあって、2022年3月期も従来以上に安定した需要と成長が見込まれる。医薬系企業、一般企業のEVC領域、メディア系企業のOTT領域という3つの軸を中心に業容の拡大を図っていくという同社の考えは変わらない。

医薬系企業に対しては、需要が急拡大しているWeb講演会のライブ配信を受託する体制をさらに強化していく。同社グループでプロモーションやコンテンツ制作を支援する体制を構築し、デジタルマーケティングを総合的に支援する計画である。一般企業に向けたEVC領域においては、「J-Stream Equipmedia」を中心に動画配信ソリューションを強力に展開する予定だ。また、動画配信だけでは解決できない課題に対応するため、有力なSaaSなど各種サービスプラットフォームと連携していくことも引き続き推進する考えである。メディア系企業に向けては、今後拡大が見込まれる放送同時配信サービスに求められる大規模配信やタイムラグのない超低遅延配信、広告配信、番組編成処理機能といった高機能サービスの開発を進めていく方針である。EVC領域での利用がメインだった「J-Stream Equipmedia」をコンテンツビジネス向けにも機能強化することで、放送局がより簡便にコンテンツ配信ビジネスを展開できるよう支援する考えである。

業績見通し

2022年3月期について同社は、「コロナ禍の先行きに関わらず、各社・各業界のDX進展を背景に需要は堅調」を前提としている。2021年3月期は四半期で利益変動があった影響から、2022年3月期の第1四半期の伸びは大きく、第2四半期以降も伸ばす余地はあるが第3四半期を中心に反動を考慮し、通期の売上高は前期比11%という設定となったようだ。また、需要の拡大に応えられる案件対応能力、開発能力、バックオフィス能力といった企業体制の充実を依然重要課題と認識しており、スピードを上げて社内ニーズに対応する方針である。特に人員に関してはエンジニアを中心に慢性的に不足感があることから、すでに増強を予算化している。そのため営業利益の伸びが売上高の伸びを下回る見通しとなっている。しかしながら、2020年3月に引き続き2021年4月も売上トレンドが良好なこと、人員が充足されればその分受注を伸ばすことができること、東京オリンピック・パラリンピックに関連する各種イベント開催が見込まれること、年間契約が中心であり好採算の「J-Stream Equipmedia」の販売が積み上がっていること、などの様々な要素を考慮すると同社の2022年3月期の業績見通しはやや保守的だと思われる。

5G や IoT などの追い風を受け、中長期成長を期待

3. 中期成長イメージ

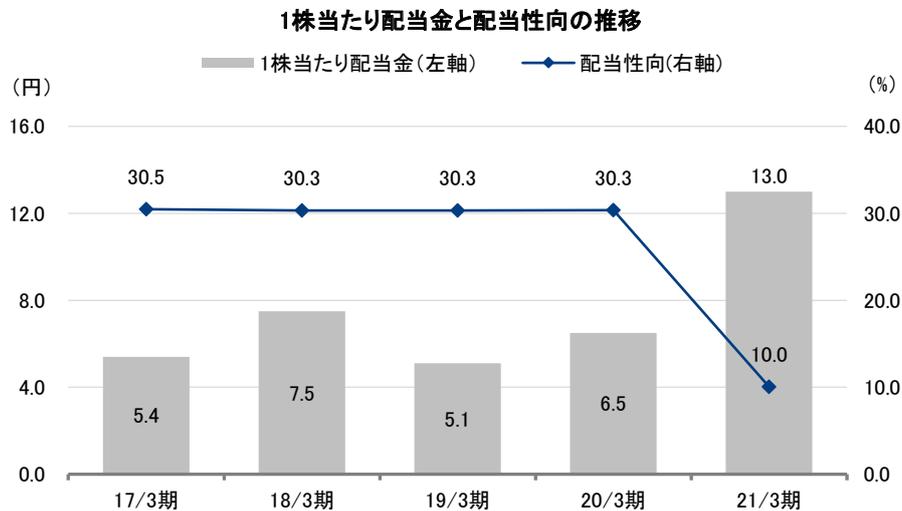
2020年3月期に5Gや放送同時配信など次世代へ向けた動きにより同社の収益が上向き、それまで戦略的先行投資を続けてきた同社が利益成長に転じるという成果となって現れた。2021年3月期はコロナ禍をきっかけに世の中の動画配信需要が急増した。成長鈍化を予想する2022年3月期も、底流にある利用拡大の流れはむしろ加速していると考えたほうが良さそうだ。将来的に、動画配信のコモディティ化による競争激化、無料配信というビジネスモデルの可能性、一般企業による動画制作の内製化、医薬など特定の業界への高い依存度といったリスクも予想される。しかし同社には、自社開発の「J-Stream Equipmedia」と自社構築のCDN、「ライブ配信サービス」のノウハウといった強みに加え、強力なサービス・商品ラインナップ、経験豊富な運用サポート、最新技術への対応力、現場対応力を含めたワンストップソリューションなど長年積み上げてきた優位性がある。このため、5GやIoT、VR・ARなどの拡大に伴い中長期にわたって追い風となることが予想される。加えて人員の増強やM&Aの効果も見込まれる。同社には中長期的な高成長を期待したい。

■ 株主還元策

2021年3月期の配当金は6.5円増配の13円

同社は、株主に対する利益還元を経営の重要課題の1つとして位置付けている。経営環境と業績状況を総合的に勘案し、株主に対する利益還元を図ることにより同社株式の市場価値を高めていく方針である。2021年3月期の配当については、好調な業績を踏まえつつ、利益水準と、成長・変化への対応のための資金需要を勘案し、1株当たり配当金を13円とした。2022年3月期の配当については、例年どおり期初において未定としたが、好業績が予想されることから一定水準以上の配当が実施されることを期待したい。

株主還元策



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 情報セキュリティ

同社が顧客から預かるデータのなかには、秘匿情報や個人情報など、情報管理が必要なコンテンツが存在しており、システムの設計や運用上でこれらの情報が漏えいすることのないように厳重に管理している。加えてプライバシーマークの認定も受けている。また、運営するWebサイトに対しては外部機関による脆弱性検査を、サイバー攻撃についても随時システムの強化を実施している。システムトラブルについては日々監視を行い、システム、ネットワークにかかわらず可能なものは二重化し、万一トラブルが発生した場合でも、短時間で復旧できるような体制を組んでいる。オフィスでもアンチウイルスソフトの利用やHDDの暗号化、操作ログ管理、USBメモリの使用禁止、社外持ち出し専用PCの運用やPCのシンクライアント化や位置情報管理など、機密・個人情報などの情報漏えいへの対策を取っている。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp