

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

Jストリーム

4308 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年6月5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. インターネット動画を配信するためのシステムをワンストップで提供	01
2. 医薬業界、一般企業、メディア・コンテンツ業界の3領域を戦略市場にデジタル化を支援	01
3. 高いボラティリティのなか利益はコロナ禍前を大きく上回る水準を確保	01
4. 踏み込んだ市場戦略で売上高は成長トレンドに回帰、利益も遅れて回帰へ	02
■ 事業内容	03
1. 会社概要	03
2. サービス内容	04
3. 市場別サービス	08
■ 事業戦略	09
1. 市場環境	09
2. 同社の強み	10
3. 中期経営の方向性	10
4. 市場戦略の基本方針	11
■ 業績動向	13
1. 2023年3月期の業績動向	13
2. 市場別などの売上動向	14
3. 新サービスの開発・既存サービスの実績	17
4. 2024年3月期の業績見通し	18
■ 株主還元策	20
■ 情報セキュリティ	21

■ 要約

次の成長に向け高い収益水準を確保

1. インターネット動画を配信するためのシステムをワンストップで提供

Jストリーム<4308>は、企業向けに動画ソリューション事業を幅広く展開し、インターネットで動画を配信するためのシステムをワンストップで提供している。主力サービスは動画配信プラットフォーム「J-Stream Equipmedia」と配信ネットワーク「J-Stream CDNext」で、自社開発した「J-Stream Equipmedia」はインターネットで動画を配信するために必要なあらゆる機能を装備している。「J-Stream CDNext」も自社で構築しており、動画に限らず大容量のファイルを高速かつ安定して一気に配信することができる。主に製薬企業やエンターテインメント（以下、エンタメ）系企業等に提供している「ライブ配信サービス」も主力サービスの1つで、現場での対応力に強みがある。ほかに、動画・Webサイトの制作やシステム開発など動画配信まわりのサポートも提供している。

2. 医薬業界、一般企業、メディア・コンテンツ業界の3領域を戦略市場にデジタル化を支援

同社のビジネスモデルは「J-Stream Equipmedia」や「ライブ配信サービス」を販売し、周辺サービスをプラスオンしながら顧客の動画利用目的達成を果たして売上を拡大していくというものである。「J-Stream Equipmedia」「J-Stream CDNext」等のネットワークを利用するサービスは、付加価値の高い商品・サービスであるため、利用の増加以上に利益が拡大する収益構造になっている。また、同社は医薬業界、金融及び一般企業、メディア・コンテンツ業界の3つの領域を戦略市場として設定している。マーケティングのデジタル化という課題を持つ製薬企業には「ライブ配信サービス」などを提供し、業務の効率化を進めたい一般企業には簡易なオンラインセミナーやeラーニングなどのラインナップを強化し、メディア・コンテンツ業界には動画配信サービスへの参入や放送同時配信のサポートを行うなど、各領域のデジタル化を各企業に最適な形で支援している。

3. 高いボラティリティのなか利益はコロナ禍前を大きく上回る水準を確保

2023年3月期の業績は、売上高12,501百万円(前期比0.7%増)、営業利益1,663百万円(同19.1%減)となった。事業環境は、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の需要急拡大期から沈静化期に入り、今後アフターコロナの再成長期に向かうという、収益ボラティリティが高まる転換期にある。そうしたなかで、主力の製薬業界が一部大口顧客の販促活動縮小の影響を受けて減収になったものの、DX（デジタルトランスフォーメーション）が途上の金融及び一般企業が成長し、第3四半期に大型受注のあったメディア・コンテンツ業界も順調で、売上高は増収を確保した。利益面では、将来の業容拡大を見据えた人材等の投資拡大により減益にはなったが、コロナ禍前を大きく上回る水準を確保することができた。こうした収益トレンドから、オーガニックな成長トレンドに回帰する局面にあると言える。

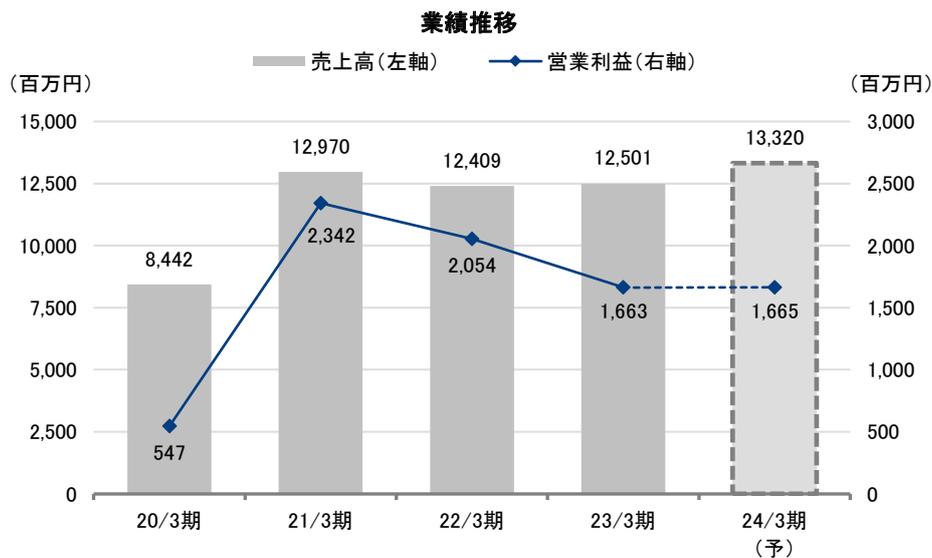
要約

4. 踏み込んだ市場戦略で売上高は成長トレンドに回帰、利益も遅れて回帰へ

2024年3月期の業績について同社は、売上高13,320百万円(前期比6.5%増)、営業利益1,665百万円(同0.1%増)を見込んでいる。DXはアフターコロナにおいても重要になるため、同社は動画配信ソリューションを中心にマーケティングやデータベースに踏み込んだ市場戦略を展開する考えである。これにより、同社は製薬業界を含め全領域で増収を見込んでおり、売上高は成長トレンドに回帰する見込みとなっている。利益面では、収益環境が落ち着いてきていることから保守的な印象はあるが、システム開発など人材投資が先行するため、成長トレンドへの回帰は売上高より遅れる計画となっている。なお、配当に関しては、利益還元を積極的に実施する基本方針を新たに設定した。2023年3月期に続いて2024年3月期も1株当たり16円を予定している。

Key Points

- ・インターネット動画を配信するための機器・システム・サービスをワンストップで提供
- ・2023年3月期は人材投資により減益となったが、コロナ禍前を大きく上回る水準を確保
- ・2024年3月期は踏み込んだ市場戦略で売上高は成長トレンドに回帰、利益も遅れて回帰へ



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業内容

企業向けに動画ソリューション事業を幅広く展開

1. 会社概要

同社は、企業向けに動画ソリューション事業を幅広く展開し、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ネットワーク、様々なノウハウを提供している。主力サービスは、動画配信に必要なすべての機能を装備する動画配信プラットフォーム「J-Stream Equipmedia」、及び大量のアクセスにも対応可能な CDN※サービス「J-Stream CDNext」である。いずれも自社で開発・構築したサービスで、デバイス・環境を選ばずに高速かつ安定して大量に配信することができる。また同社は、一般企業には難しいと言われる「ライブ配信サービス」も提供しており、医薬業界を中心に高い評価を得ている。そのほか、動画などのコンテンツ制作やコンテンツを配信するための Web サイトやシステムの制作・開発・運用なども行っている。

※ 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。

ISDN※¹が先進的とされていた1997年に、同社は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)NTTコミュニケーションズ、米 Progressive Networks, Inc. (現 Real Networks, Inc.<RNWK>) の出資により、「リアル・ストリーム株式会社」として設立された。その後、Web や動画の制作、システム開発といった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を取り入れ、最先端のソリューションを提供できる体制を作り上げてきた。近年、あらゆるデバイスがインターネットを通じて高速でつながり、5G や XR※²といった最新技術が加速度的に進化するなど、インターネット周辺の環境が著しく進化している。そこへコロナ禍が重なって動画を利用したコミュニケーションが活性化し、動画配信市場は急速に拡大した。現在、アフターコロナへ向けて市場は一時的な調整期にあるが、中長期的に力強い成長が期待されている。同社は、今後も最先端の動画ソリューションを提供し、動画を利用したコミュニケーションの活性化に貢献することで、「もっと素敵な伝え方を。」というコーポレートメッセージを体現する考えである。

※¹ ISDN (Integrated Services Digital Network) : 統合デジタル通信網。

※² XR (Cross Reality) : VR (仮想現実)・AR (拡張現実)・MR (複合現実)・SR (代替現実) など現実と仮想世界を融合して新しい体験を作り出す技術の総称。

主力は「J-Stream Equipmedia」「J-Stream CDNext」「ライブ配信サービス」

2. サービス内容

企業が、音楽・映画・イベント、企業説明会・株主総会、教育・研修・情報共有、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らインターネット配信をしようとする、安定した運用のために大量のアクセスに耐えられる回線やサーバーを確保しなければならず、設備や人材に多額の投資が必要となる。しかし「J-Stream Equipmedia」や「J-Stream CDNext」、「ライブ配信サービス」といった同社の商品・サービスを利用すれば、多額の投資や運用コストをかけることなく、ライブや動画を配信することが可能となる。イベントなどにより一度に数万人以上のアクセスが起こる場合でも、コンテンツを素早く安定して視聴者に届けることができる。さらに、セキュリティ機能や配信対象を限定する認証機能、デジタル著作権保護、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など、コンテンツを配信する際に必要となる周辺サービスも提供している。

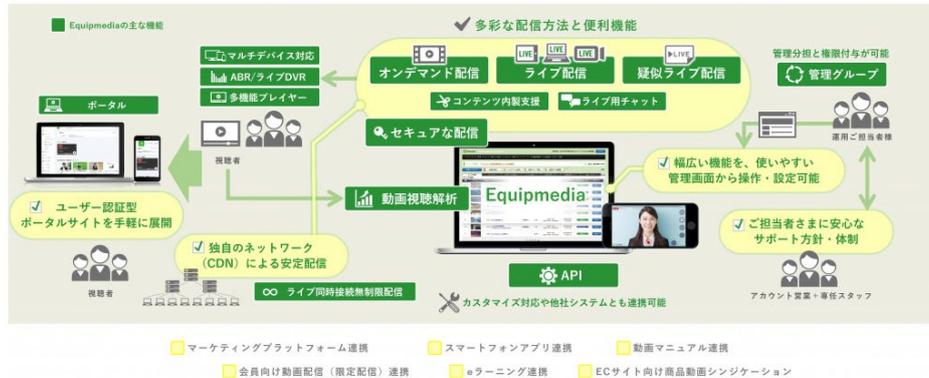
(1) 「J-Stream Equipmedia」

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自社開発したソフトウェアで、インターネットで動画を配信するために必要となるあらゆる機能を装備した動画配信プラットフォーム「J-Stream Equipmedia」である。3,500以上のアカウント数という国内最大級の導入実績、利用者のスキルを問わず使いやすい管理画面、多彩なライブ配信方法、他社システムと連携できる柔軟性、機能に合わせて月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配信できることが特徴となっている。さらに、顧客に適したサービスの導入を支援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、常に一体となってサポートする安心の体制も構築している。

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、独自コンテンツや動画を用いた教育・研修・情報共有のための動画eラーニング・限定配信「J-Stream ミテシル」、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」、動画マニュアル用編集アプリと動画配信サービスがセットになった特別プラン「EQ Creative エディション」、iPhone/iPadで撮影した映像をそのままライブ配信できるiOSアプリ「EQ ライブキャスト」、管理している動画を簡単にインタラクティブ動画にできる連携オプション「Tou#cheee (タッチー)」、Salesforce (Salesforce.com<CRM>) 向け動画アプリ「Equipmedia 動画共有ライブラリ for Salesforce」、視聴者参加の双方向型動画の制作・配信ツール「in Video」、動画とスライドを組み合わせたコンテンツを手軽に作成できるアプリ「ePreCreator」、メーカーの商品動画を国内主要ECサイトに一括掲載する「EC シンジケーション」などラインナップが多数ある。さらに高度な拡張性やカスタマイズ性を備える、メディア・エンタープライズ向けプレミアム版「J-Stream MediaLize」も用意している。

事業内容

SaaS形式で提供する「J-Stream Equipmedia」各種機能



出所：ホームページより掲載

(2) 「J-Stream CDNNext」

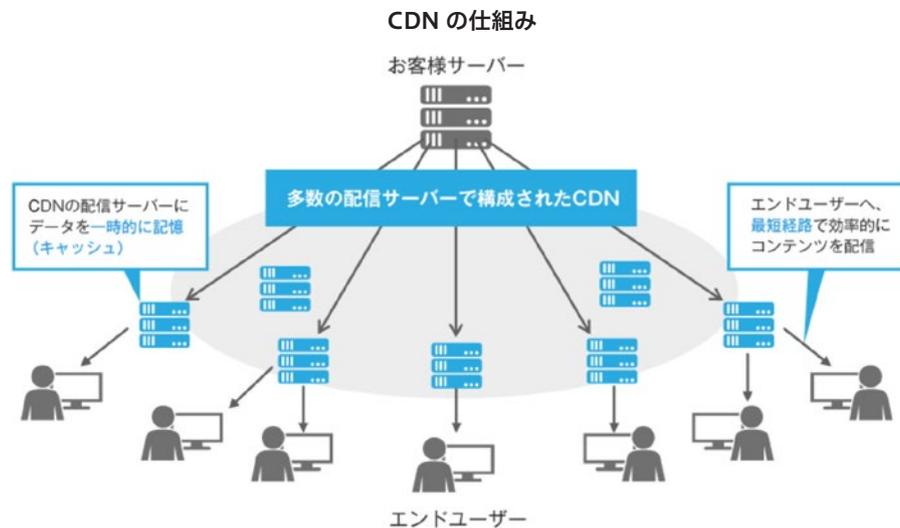
動画や音声といったリッチコンテンツや、ゲームなど各種アプリケーションのアップデートファイルは、サイズが大きく、インターネット上で配信を行うとネットワークに大きな負荷がかかる。特にデータが1ヶ所から配信された場合、トラフィック（通信量）が集中することでレスポンスの悪化や通信速度が低下し、時には配信停止といった事態を招くこともある。サーバーや回線を増強することで対応は可能だが、導入や運用のコストを考えると一般企業には現実的な選択肢とはいえない。こうした課題を解決したのが、配信制御可能な管理コンソールと顧客サポートをセットにした、同社が自社で構築した CDN サービス「J-Stream CDNNext」である。トラフィックの増加による負荷を分散し、最短距離で高速かつ安定的にコンテンツを配信することができる。

最大の特徴は、国内 IDC（Internet Data Center）に分散配置された自社の配信用サーバーネットワークにある。そのほか、国産 CDN ならではの安定・充実のサポート体制、1,300 以上のアカウント導入実績、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への対応、サイトを高速化する動的ファイル対応、幅広い SSL ※1 高速処理機能なども特徴である。こ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、数万人のユーザーへ高速かつ安定して一気に配信することができる。また、検索順位における SSL サイト優遇や ATS ※2 対応などマーケティング対策に加え、アクセス制限・不正コピー対策などセキュリティ対策も万全である。このほか、大規模配信やグローバル配信に有効な「Lumen CDN」や、複数の CDN から最適なパフォーマンスの CDN を自動選択する「マルチ CDN サービス」、Microsoft365 導入企業向け社内ネットワーク負荷分散サービス「Kollective SD ECDN」、クラウド型 WAF/DDoS 攻撃対策のセキュリティ CDN サービス「Imperva App Protect Essentials」、DNS 監視 / サイバーセキュリティ保険までを完備したクラウド型総合セキュリティーサービス「BLUE Sphere」など様々な周辺サービスも揃えている。

※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。例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 ATS (App Transport Security) : iOS9.0 以降で導入された、サーバーとアプリケーション間でセキュアな通信を保証する機能。

事業内容



出所：ホームページより掲載

(3) 「ライブ配信サービス」

配信技術の進歩やコロナ禍をきっかけに、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が急速に拡大した。また、モバイル端末の普及により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、ライブ配信の利用を後押ししている。しかし一般企業がライブ配信を行うには、設備や配信システム、スキルなどの面でハードルが高い。そこで同社は、「ライブ配信サービス」の提供を開始した。インターネット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プロの人材、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する。また、万が一のトラブルに備えて、インターネット回線や配信サーバーなど核となる設備に冗長化対策を講じている。

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、VR（仮想現実）、360度、マルチアングルなど様々な映像形式に対応する機能、イベント実施中のアンケートや掲示板の利用など視聴者とのコミュニケーション機能、視聴者の反応をリアルタイムに可視化する機能、追いかけ再生する機能など、顧客や視聴者にとって便利な機能を数多く備えている。もちろん“撮影のみ”や“配信のみ”といった必要な機能だけを単独で提供することも可能である。“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、現場での対応が重要な要素となるため、同社のノウハウや技術力、現場対応力は他社にない大きな魅力と言える。年間のライブ配信 2,400 件以上と実績は豊富である。なお、ライブ中継の実施を望むものの絶対に失敗は許されないという顧客には、録画を利用した「疑似ライブ配信サービス」が好評である。また、手軽に双方向コミュニケーションができる Web 会議サービス「双方向ライブ」も、代理販売を通じて提供している。

事業内容

愛媛マラソンにおけるマルチアングルライブ配信（南海放送）



出所：ホームページより掲載

(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、グループ会社と一体になって、動画の企画制作、Web の制作・運用・システム開発なども行っている。動画の企画制作では、顧客のニーズに合わせて動画の企画から制作、運用までをトータルプロデュースしている。Web の制作・運用・システム開発では、Web サイトの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有する。スタジオのレンタルサービスも行っており、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、オペレーターを備えている。また、機材のない場所でもスタジオと同じレベルの動画を制作することができる「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、コーデックを取り入れる一方、短納期や大量の依頼といった顧客のニーズにも対応が可能となっている。

(5) その他のサービス

同社は動画配信周辺のサービスも数多く手掛けている。「動画広告」は、動画コンテンツの制作・活用から広告による収益化まで、メディア運営を経験したスタッフがワンストップで提供するメディア支援型のサービスである。主なサービス内容は、デジタルソリューションをフルパッケージで提供する法人営業支援ソリューション、インタラクティブ動画を制作する「Tou#cheee」及び動画と編集記事がセットになったコンテンツページを制作する「Tou#cheee PR」で、動画広告の運用も手掛けている。このほか、商品購入のインセンティブとして限定動画などを配信する「動画配信型マストバイキャンペーン」に必要な機能一式、動画コンテンツの運用を一元管理する動画メタ情報の総合 CMS※「J-Stream メタマスタシステム」、クラウドベースの動画制作・編集支援プラットフォーム「Grabyo」、動画の視聴パフォーマンスを確認できるビデオパフォーマンスモニタリングツール「MUX」、動画やライブ配信の販売や限定公開など動画配信サービスを構築できる「ソーシャルキャスト」、プロの翻訳者に匹敵する翻訳精度を誇る AI 自動翻訳システム「T-400」といった商品・サービスも提供している。

※ CMS (Contents Management System) : 動画・画像・テキストなど Web サイトのコンテンツを一元的に管理するシステム。

事業内容

こうした様々な事業を周辺で支えているのが、M&A などにより子会社化してきたグループ企業である。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)ビッグエムズワイなどがある。また、2021年10月に放送ビジネスにおける同時再送信の知見吸収のためBSよしもと(株)に、2022年7月には、将来のメタバース領域におけるVRコンテンツの展開を視野に、VR配信やVRギアの制作などを手掛ける(株)VR MODEへの出資を発表するなど資本業務提携も強化している。

異なるニーズの3領域ごとに最適な商品・サービスを提供

3. 市場別サービス

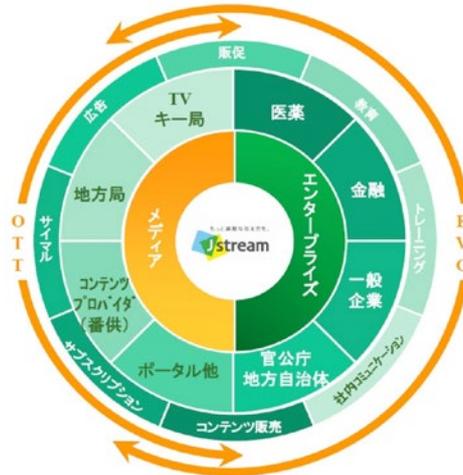
同社のビジネスモデルは、動画配信プラットフォーム「J-Stream Equipmedia」や「ライブ配信サービス」を販売し、周辺サービスをプラスしながら、CDNサービス「J-Stream CDNext」の利用増加につなげるものである。「J-Stream Equipmedia」や「J-Stream CDNext」も付加価値の高いサービスであるため、利用の増加以上に利益が拡大する収益構造となっている。同社はまた、医薬業界のEVC※1領域(以下、医薬領域)、金融など一般企業のEVC領域(以下、EVC領域(医薬以外))、メディア・コンテンツ業界を中心としたOTT※2領域の3領域を戦略市場として設定している。各領域におけるデジタル化ニーズはそれぞれ異なっている。マーケティングのデジタル化という長年の課題を持つ医薬領域には「ライブ配信サービス」などを提供している。業務の効率化を進めたいEVC領域(医薬以外)に対してはラインナップを強化してオンライン会議やテレワーク、eラーニング、統合型マーケティングなど様々なニーズに幅広く対応している。OTT領域では放送事業者の放送同時配信やコンテンツプロバイダの動画配信サービス参入などを支援しており、市場別に各企業にとって最適な形にカスタマイズした商品・サービスを提供している。

※1 EVC (Enterprise Video Communication): 社内情報共有など一般企業における動画を使ったコミュニケーション。

※2 OTT (Over The Top): 動画配信サービスや音楽配信サービスなど、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。

事業内容

ターゲット市場



出所：本決算説明会資料より掲載

■ 事業戦略

動画配信にトータルで対応できる専門企業はほとんどない

1. 市場環境

動画配信市場といっても、同社同様、動画配信にトータルで対応できる専門企業はほとんどないが、部分的に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<BCOV> や米 Vimeo<VEMO>、CDN 事業者では米 Akamai Technologies<AKAM> や Amazon Cloud Front を提供する Amazon.com<AMZN> が主に挙げられる。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、一部同社と類似した事業を行っている。同社の売上高で大きな割合を占める医薬系の Web 講演会に限ると、木村情報技術（株）やエムスリーデジタルコミュニケーションズ（株）といった企業も事業が重なっている。

一方、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ようになったことに加え、Wi-Fi 環境の充実や 5G の普及などもあって、インターネット動画の視聴環境は屋内外で整備が進んだと言える。また、SNS や社内ポータルなどでの動画利用の増加、動画を利用することによるコストダウンや販促効果の顕在化などが、動画配信の環境を一層充実させている。このため、デジタル化とともに育った Z 世代のみならず、全世代がインターネットで動画を視聴する時代となり、さらにコロナ禍によるオンライン化ニーズが重なったことで、アフターコロナに向けても動画配信に対するニーズは引き続き強い状態が続いている。こうした環境のなかで、パイオニアかつ専門として長年蓄積してきたノウハウを持ち、常に先端技術を取り込んでいる同社への、製薬企業やコンテンツプロバイダ、一般企業など顧客からの期待は大きい。

自社システムなど動画配信に必要なすべてをワンストップで提供

2. 同社の強み

動画配信市場における同社の強みは、自社開発の動画配信プラットフォーム「J-Stream Equipmedia」、自社構築のCDNサービス「J-Stream CDNNext」、ライブ配信・オンデマンド配信、動画の企画・制作、動画広告、Webサイト制作・システム開発、Webサイト運用といった、動画活用に必要なすべての機能をワンストップで提供できる体制にある。また多種多様な業界・業種のニーズに応じて、部分的な利用からフルパッケージでの提供まで、幅広いサービスで対応することができる。加えて、パイオニアとしての豊富な実績とノウハウ、専任スタッフと営業による柔軟で安心できる対応や、新たな技術や顧客のニーズ・ウオントを素早く取り込む開発力に裏打ちされたサービス品質も強みである。この結果、年間取引企業は1,200社以上、利益成長を見るための基礎数値である主力商品「J-Stream Equipmedia」の累計導入アカウント数は、3,500件を突破した。そのほかの主力商品・サービスの導入実績・開催実績としては、「J-Stream CDNNext」が1,300アカウント以上、ライブ配信が年間2,600件以上となった。

ビジネスと働き方を「進化」させ、新しいグループへと「変革」する

3. 中期経営の方向性

動画配信市場が長期成長期に入り、動画の活用が当たり前になった現代においては、顧客の期待を超えるサービスを提供していく必要がある。このため同社は、「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」という経営方針を基軸に、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」していくことを考えている。このため、ビジネスの進化、働き方の進化、グループの変革という進化へ向けた3つの事業戦略を策定した。

ビジネスの進化では、営業戦略、ソリューション戦略、プロダクト戦略、投資・財務戦略、組織・人材戦略を通じて、従来の事業戦略をより一層強力で推進する一方、蓄積してきたスキルとノウハウによって、顧客の期待を超える、従来の事業戦略の「その先」にあるサービスも提供する方針である。働き方の進化では、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」といった働き方の進化を定着させることで環境変化に対応できる経営基盤を構築するとともに、働き方の進化を通じて多様性に富んだ厚みのある人材の育成に注力する考えである。グループの変革では、これまでグループ各社の長所を生かしてきたが、今後は子会社のサービスを同社や他子会社で展開するなど一層のシナジー強化を進める計画である。

また、投資・財務戦略も重要戦略のポイントとなっている。同社の収益規模はここ数年で大きく成長し、資金調達もあって資金余力は格段に向上した。このため、資本効率の強化を進める一方、より大型のM&Aや海外進出なども視野に入れることができるようになった。現在の資金余力からは、従来の2倍以上となる30億円規模のM&Aが可能であり、大型M&Aや海外などに積極的に投資することで、同社の成長ポテンシャルはまた一段向上すると考えられる。今後はESGへの取り組みも本格化する方針で、こうした事業戦略を背景に持続的な成長へつなげる考えである。

アフターコロナの顧客ニーズに対応する

4. 市場戦略の基本方針

同社は市場戦略の基本方針も掲げている。大きな方向性は従来と変わらないが、アフターコロナという新たな時代の顧客ニーズや中期経営の方向性を取り込んだものへとバージョンアップした。

(1) 医薬領域の市場戦略

医薬業界における中長期的課題は、国の医療費削減策への対応、高コストのMR※からのプロモーションチャネルのシフト、マーケティングのデジタル化などがある。こうした課題に対して同社は、既存の大手顧客から国内中堅企業や新たな大手顧客などへと対象顧客を拡大し、得意とする本社開催の大規模 Web 講演会だけでなく、支社（エリア）開催の中規模講演会やホテルなどで開催される全国規模の講演会などリアルイベントにネット配信を併用したハイブリッド化を推進する。また、次世代の Medical DX パートナーとして、リアルとデジタルで差のない顧客体験（CX）を提供する方針で、講演会のオプションメニューや追加サービスの開発、ハイブリッド化への対応を強化し、新規顧客の開拓にもつなげる考えである。また、デジタルだからこそできる新しいCXの向上施策として、メタバース空間での講演会や双方向コミュニケーションのためのオプション機能を充実させた。さらに、「WebinarAnalytics」による Web 講演会視聴履歴のデータ分析やデータ連携の支援、製薬業界特化型クラウド CRM「Veeva」と連携したオリジナルソリューションの開発、新たなチャネルとしてオウンドメディアのノウハウ蓄積など、製薬企業のマーケティングにまで踏み込んだデジタル化を推進し、効率的かつ生産性の高いマーケティングをサポートする方針である。

※ MR (Medical Representatives) : 医薬情報担当者 (医師などに向けた製薬企業の営業担当者)。

(2) EVC 領域 (医薬以外) の市場戦略

EVC 領域では、「J-Stream Equipmedia」のさらなる機能向上を通じて、動画を活用する企業に対しベストソリューションを提供する考えである。具体的には、「J-Stream Equipmedia」ポータルや動画 e ラーニングシステム「J-Stream ミテシル」を教育・トレーニングや社内外情報共有などの用途向けに拡販するほか、バーチャル株主総会や学会、展示会など大規模イベントへのプラットフォームの提供などを推進する。また、引き続き業種を超えてニーズが強いセミナー / イベント、社内情報共有、教育 / トレーニングの 3 分野に絞った用途別カスタマイズを進める。大企業向けはライブ配信や制作などの社内人的リソースを活用し、大企業以外の成長領域にはセルフ型ソリューションで対応する。急拡大しているウェビナーに関しては、「J-Stream Equipmedia」と連携したシステム「WEBINAR STREAM」を様々な形態で提供する。「J-Stream Equipmedia」には各種ビジネスプラットフォームとの連携に加え、Zoom 等を使用したインタラクティブ要素の強いセミナー映像も一元管理することで、顧客企業の販促活動の効率と生産性の更なる向上をサポートする方針である。また、付帯する映像制作では、内製化ニーズを支援するための多彩なメニューを提供することで新たな案件創出もねらう。

事業戦略

(3) OTT 領域の市場戦略

OTT 領域の動向としては、コロナ禍によってインターネットによる動画視聴者の数が飛躍的に増加したことに加え、急拡大する放送同時配信、エンタメ業界でのデジタルライブなど新たな配信ビジネスの台頭、先端的な海外 OTT 業者のプレゼンス拡大、動画配信技術のコモディティ化（による大手顧客の内製化と取り残される中小顧客）、通信環境の 5G 化、マルチアングルによる新たな表現、双方向通信によるコミュニケーションの変化など様々なものが挙げられる。一方で、固有のビジネスや技術、運用課題に絞った市場特化型の商品・サービスの提供、動画配信機能を核に動画周辺機能も網羅したトータルソリューション、新技術へのスピーディな対応など多様なニーズも強まっている。これに対して、OTT 領域における動画ビジネスのトータルテックパートナーを目指す同社は、主要放送局には配信機能から CDN や SI とその運用までを統合的に提供するとともに、マルチ CDN やクラウドベースの動画編集サービス「Grabyo」なども展開する方針である。地方局に対しては「J-Stream Equipmedia」のブロードキャスティングプラン、エンタメ業界には既存サービスに付加したエンタメ特化型ソリューション、CS/BS 局には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など DX の支援をしていく。

(4) M&A と人材投資

市場拡大を予見し、2017 年以降で子会社化 3 件（ほかにアズーリ（株）をビッグエムズワイが吸収合併）、事業譲受 1 件、出資 2 件といった M&A 投資を先行してきたことが、同社の成長要因である。2023 年 5 月には、動画マニュアルを容易に作成できる SaaS「VideoStep」を開発・販売する（株）LAMILA を子会社化することを発表した。実施予定は 7 月、取得額は 5 億円としており、2024 年 3 月期の業績への影響は軽微としている。

こうしたことを考えると、中長期成長へ向けた事業戦略上の課題は、人材やノウハウの獲得にあると言えるだろう。同社は、今後も人材確保やシナジーを創出できる新規事業の獲得などに向けて、M&A を推進する意向である。ただ、M&A は相手先があるためコンスタントにできるわけではない。一方で、先端技術の導入などによる新商品・新サービスの開発は日進月歩で進めなければならない、引き続き人材の不足感は強まりそうだ。そのため人材に関しては、増員の遅れが戦略遂行のボトルネックにならないよう、サービス開発系を中心に足元でも先行した採用を続けている。

業績動向

コロナ禍沈静化で高まるボラティリティのなか、 コロナ禍前を上回る収益水準を維持

1. 2023年3月期の業績動向

2023年3月期の業績は、売上高 12,501 百万円（前期比 0.7% 増）、営業利益 1,663 百万円（同 19.1% 減）、経常利益 1,652 百万円（同 19.5% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 873 百万円（同 33.3% 減）となった。日本経済は、ウクライナ情勢の悪化に伴うエネルギーや原材料など資源価格の高騰に加え円安の進行もあって物価が上昇傾向にあり、先行き不透明な状況となっている。一方、コロナ禍で広まったテレワークへの関心は、コロナ禍の沈静化によってオフィス回帰への動きが急速に進み相対的に低下したものの、DXへの関心は依然として高い。

2023年3月期の業績

（単位：百万円）

	22/3 期		23/3 期		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	12,409	100.0%	12,501	100.0%	0.7%
売上総利益	5,314	42.8%	4,987	39.9%	-6.2%
販管費	3,260	26.3%	3,324	26.6%	1.9%
営業利益	2,054	16.6%	1,663	13.3%	-19.1%
経常利益	2,052	16.5%	1,652	13.2%	-19.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,309	10.6%	873	7.0%	-33.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業環境はコロナ禍の需要急拡大期から沈静化期に入り、今後アフターコロナの再成長期に向かうという、一般に収益のボラティリティが高まる転換期の状況にある。こうした環境のなかで同社は、各種イベントのライブ配信や社内情報共有・教育などのオンデマンド配信のニーズに対応して、主力サービスの「ライブ配信サービス」や「J-Stream Equipmedia」、配信に関連するシステム開発や運用受託などを中心に営業活動を展開し、Web講演会やバーチャル株主総会、社内情報共有のため動画を利用したい企業の需要に応えた。また、オンラインイベントやハイブリッドイベントに関連する他社とサービス連携を実施し、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の提供を進めた。情報通信業界の将来に向けた研究開発や実証実験などの取り組みに積極的に参画するなど、外部とのコラボレーションも積極化した。

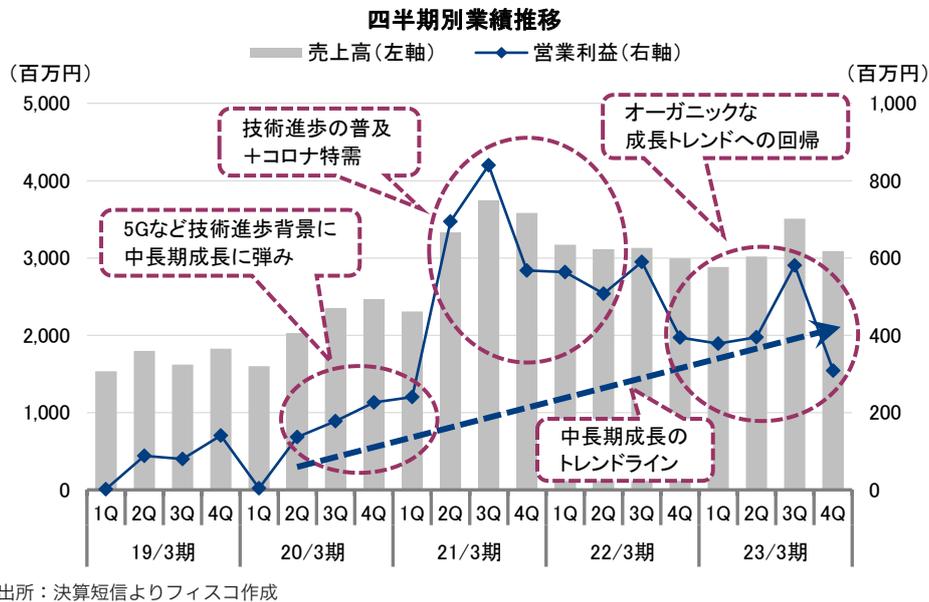
この結果、主力の医薬領域が一部大口顧客の販促活動縮小の影響を受けて減収となったものの、オンライン化やDXが普及途上にあるEVC領域（医薬以外）が着実に成長し、第3四半期に大型受注のあったOTT領域も増収を確保した。子会社は、医薬関連の子会社は制作系を中心に不調となったが、大型納品のあったイノコスのほか、CO3やJクリエイティブワークスは、グループシナジーを高めるため本体からの制作や開発を積極的に受注したことで順調な推移となった。このため全体の売上高は、ボラティリティの高い期間にも関わらず増収を確保した。オーガニックな成長トレンドに回帰しつつあると言える。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーム）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績動向

利益面では減益になったが、コロナ禍前を大きく上回る水準を確保することができた。原価面では、サービス開発の強化に伴い業務委託費用、システム開発の増加に伴い外注費、及び将来の業容拡大に向けた開発体制充実のための社内制度の充実や採用の強化に伴い労務費が増加した。販管費は、採用強化に伴って求人費が増加したが、社内システムの開発が一巡したこと、一般的にコストを抑制したことにより前期比で微増に留めた。親会社株主に帰属する当期純利益に関しては、時価が著しく下落した投資有価証券の減損処理を期末に特別損失で行ったため減益幅が広がった。なお、期初予想との比較では、コロナ禍における収益急拡大の反動と一部大手製薬企業の販促費圧縮により利益進捗が遅れた。しかし、ボラティリティの高まる状況のなかにおいてもコロナ禍前に比べて高い利益水準を維持したうえ、半期ベースで見ればコロナ特需の反動減からオーガニックな成長トレンドに回帰する傾向を示しており、こうした点は評価できるだろう。



減収の医薬領域も実態は堅調

2. 市場別などの売上動向

市場別(同社個別、旧基準)の売上高は、医薬領域が4,545百万円(前期比5.9%減)、EVC領域(医薬以外)が2,965百万円(同4.2%増)、OTT領域が2,372百万円(同8.8%増)となった。

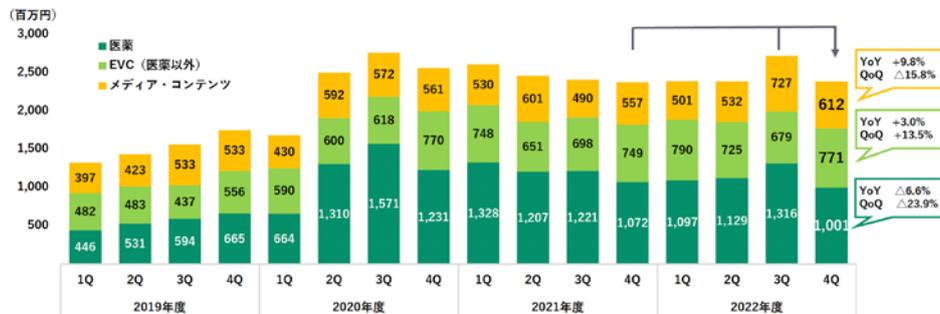
医薬領域は減収となったが、これは前述したように一部大口顧客の販促活動縮小が要因で、そのほかの顧客は総じて微増と推測され、需要実態は堅調だったと言える。販促を縮小した一部大口顧客以外は、コロナ常態下で進めたDXを続けており、Web講演会のライブ配信売上や講演会への集客などの売上は底堅く推移したためである。Web講演会関連のデータ分析ツール「WebinarAnalytics」やWeb講演会における医師とMRの新たな交流ツール(開発中)など、マーケティングやソリューションに関する新たな需要は着実に拡大した。こうした状況を受けて同社は機構改革を実施し、主力の動画ソリューション事業に加え、今後は医薬領域のマーケティングやソリューションの支援も強化する方針である。

業績動向

EVC 領域（医薬以外）では、コロナ禍が沈静化するなかで企業活動のリアル回帰が進む一方、販売促進のためのウェブセミナーや教育・情報共有に向けた動画の利用は底堅く推移した。「J-Stream Equipmedia」のアカウント数は 3,500 件、「J-Stream CDNext」の自治体への導入実績は 200 件を超えるなど、主力の配信システム関連の売上が順調に推移した。また、好調なイベント・セミナー向けにパッケージプラン「Webinar Stream for 学会 Lite」をリリースし、最新鋭の撮影手法を用いた「XR パーチャルプロダクション」の提供も開始した。バーチャル株主総会は取扱件数が 1.3 倍増となったものの、システム化の進行に伴って Web 制作など同社が担う範囲が狭まったことで（コストも下がったと推測される）単価が下落、想定ほどの売上規模には至らなかったようだ。映像制作は期末の駆け込み需要が伸びず、前期実績を下回った。

OTT 領域においては、コンテンツ配信システムや Web サイト運用、配信ネットワークなどのキー局を中心とした継続的な売上加え、専門チャンネル事業者向けのシステム開発、リアルコンテンツの販促用 Web 広告や Web 制作で比較的大口の開発案件が、子会社では大口の放送局向け機器売上があった。ほかに、公営競技やスポーツコンテンツなどの事業者や大手キャリア向けに DX の推進に注力し、放送業種以外の顧客層にすそ野を広げた。なお、動画配信業務の効率化を支援する「J-Stream メタマスタシステム」をリリースしたほか、「動画配信型マストバイキャンペーン」や「マルチアングル配信」などの新サービスも提供した。また、VR ライブ生配信、VR オンデマンド配信や VR ギアの制作など、各種 VR 事業を手掛ける VR MODE に出資するとともにサービスを支える大規模配信インフラを提供するなど、エンタメ市場向けのソリューションサービスを積極的に推進した。

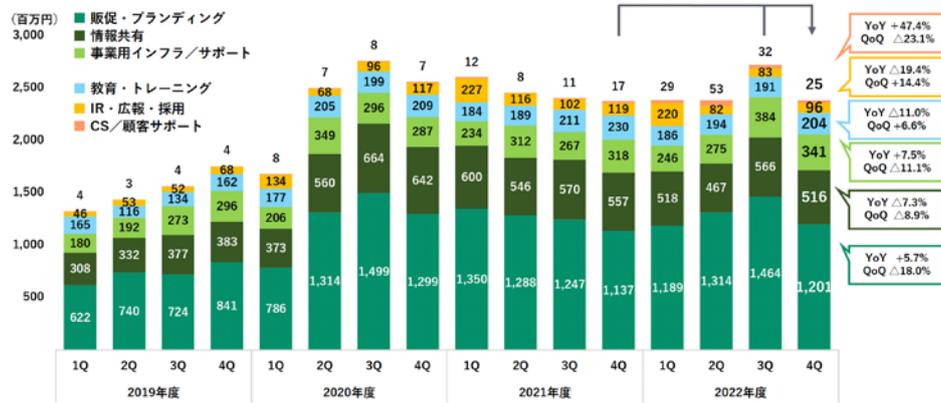
市場別売上比率四半期推移（同社個別、旧基準）



市場別以外の特徴として、利用用途別（同社個別、旧基準）では、販促・ブランディングの第 4 四半期の売上が第 3 四半期に比べて減少したが、これは第 4 四半期が Web 講演会の閑散期にあたるのが要因である。売上種別区分長短期別（同）では、前期大型制作案件の反動減やスポット制作の伸び悩みにより短期の制作は減少したものの、主力の「J-Stream Equipmedia」の累計アカウント数が 2 月に 3,500 件を突破するなど、契約期間が 3 ヶ月以上のストック性の強い長期プラットフォーム案件が引き続き伸びた。

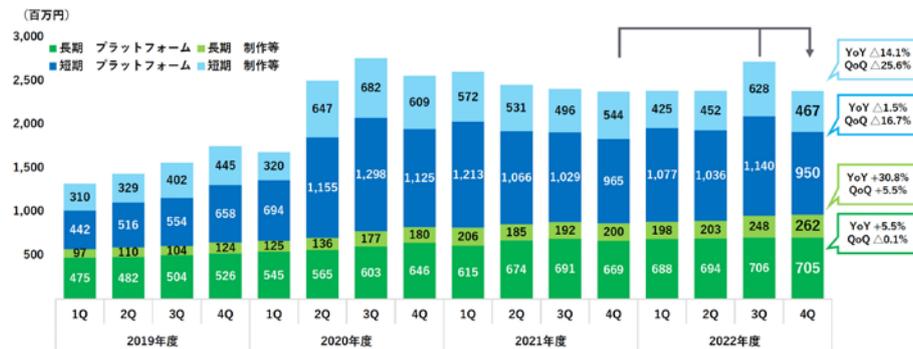
業績動向

利用用途別売上比率四半期推移 (同社個別、旧基準)



出所：決算説明会資料より掲載

売上種別区分長短期四半期推移 (同社個別、旧基準)



出所：決算説明会資料より掲載

既存サービスで着実に積み上げ、新サービスではニーズに対応

3. 新サービスの開発・既存サービスの実績

戦略市場でさらなる成長を続けるため、同社は新たなサービスの開発に注力してきた。2023年2月には、3DCG/XR技術を用いて高クオリティな動画撮影・動画制作のできる最新鋭の撮影手法を用いた「XRバーチャルプロダクション」の提供を開始した。「XRバーチャルプロダクション」を利用することにより、現実世界には存在しない空間と実写を組み合わせた幅広い表現や演出が可能となる。企業や商品ブランドの世界観が思いのまま表現できるため、バーチャルイベント（ライブ配信）や動画制作において、ブランド訴求や差別化の有力な手法として期待されている。動画コンテンツの運用を一本化し、動画配信業務の効率化を可能にする「J-Streamメタマスタシステム」の提供も開始した。動画ファイルや動画メタデータ、画像ファイルを一元管理し、自社メディアやYouTubeなど複数のプラットフォームへの配信設定・登録・管理が可能になる。このため、様々な用途で活用が進んだことで激増した動画データや煩雑化した配信管理の効率化が期待されている。ほかに、子会社のクロスコで新たにメタバース専門の部署を発足し、企業のメタバース導入を総合的に支援するサービスを開始した。これまで提供してきたVRを用いた会議やイベントの実施・運用・コンテンツ開発（2020年開始）、メタバースポータルサービスである「METAGO」（2022年開始）などの実績・ノウハウを生かして、導入検討段階の体験利用からイベントの実施、オウンドメタバースの構築までを支援し、企業による社内外での新たなコミュニケーションを実現する方針である。

「XRバーチャルプロダクション」



「J-Streamメタマスタシステム」

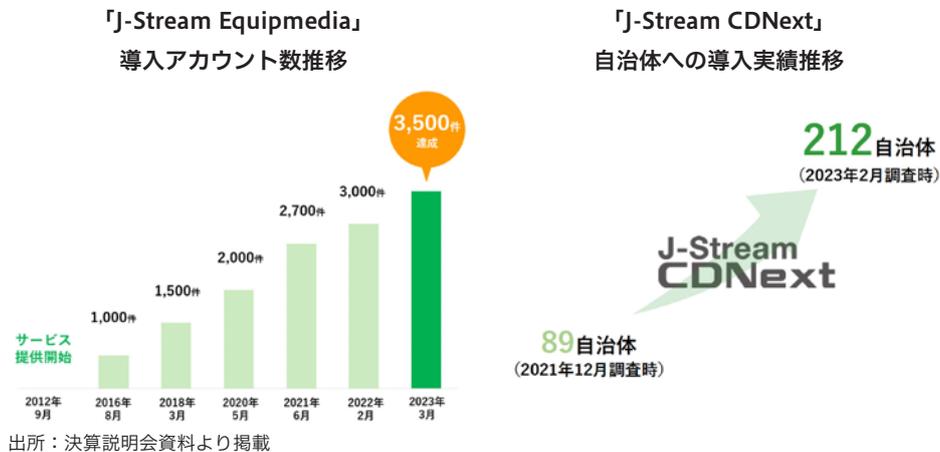


出所：決算説明会資料より掲載

既存のサービスも順調に実績が積み上がり、評価も高まっている。動画配信プラットフォーム「J-Stream Equipmedia」は、2012年にサービス提供を開始以来、コロナ禍を経てなお、国内最大級の企業向け動画配信プラットフォームとして多くの企業から長年愛用されている。足元で「J-Stream Equipmedia」の導入アカウント数の増加ペースが上がってきたが、これは、2022年4月に機能を拡張し、視聴者を社員や会員に限定したユーザー認証型ポータルサイトが簡単に作成・公開できる「ポータル機能」を新たに提供したことが要因である。また、「J-Stream Equipmedia」は、定評のあるSaaS表彰制度「BOXIL SaaS AWARD Spring 2023」の動画配信システム部門において「Good Service」のほか「サービスの安定性 No.1」「機能満足度 No.1」に選出された。初心者でも使いやすい動画配信の仕組みや管理に必要な様々な機能、途切れないネットワーク、画質の良さ、サービスの安定性などが高い評価につながったと思われる。

業績動向

CDN サービス「J-Stream CDNext」の自治体への導入実績数は 89（2021 年 12 月調査）から 212（2023 年 2 月調査）へと約 1 年で 2 倍以上に拡大した。自然災害や事故発生によって Web サイトにアクセスが集中しても、Web サイトがダウンすることなく住民に安定した情報提供を続けられることが評価され、人口規模の大きな自治体だけでなく小規模の自治体でも導入が進んだことが要因である。そのほか、「第 60 回愛媛マラソン（2023 年 2 月 12 日実施）」において、視聴者が自由に好きなアングルを選びライブを楽しめるサービス「マルチアングル配信」を実施した。同社はストリーミングサーバーやマルチアングル用プレイヤーの配信部分を担当した。また、(株)ソフマップが運営する e スポーツスタジオ「eSports Studio AKIBA」のソフマップ AKIBA パソコン・デジタル館 8 階への移転・リニューアルオープンの際に、映像送出システムに関する技術協力など豊富なノウハウを生かした様々な支援を実施した。



オーガニックな成長に回帰するが、先行投資により利益は横ばい

4. 2024 年 3 月期の業績見通し

2024 年 3 月期の業績について同社は、売上高 13,320 百万円（前期比 6.5% 増）、営業利益 1,665 百万円（同 0.1% 増）、経常利益 1,675 百万円（同 1.4% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,040 百万円（同 19.1% 増）を見込んでいる。売上高はオーガニックな成長トレンドに順調に回帰する見込みだが、利益面ではシステム開発などの人材確保に向けた投資が先行するため、成長トレンドへの回帰は売上高より遅れる予想となっている。営業利益予想はコロナ禍前、オーガニックな成長を開始する前の 5 倍の水準にあたることから、現状は長期成長トレンドのなかの次なる成長への踊り場であると言える。なお、親会社株主に帰属する当期純利益は、前期に発生した投資有価証券評価損がなくなるため大幅な増益予想となっている。

業績動向

2024年3月期の業績見通し

(単位：百万円)

	23/3 期		24/3 期		
	実績	売上比	予想	売上比	増減率
売上高	12,501	100.0%	13,320	100.0%	6.5%
売上総利益	4,987	39.9%	-	-	-
販管費	3,324	26.6%	-	-	-
営業利益	1,663	13.3%	1,665	12.5%	0.1%
経常利益	1,652	13.2%	1,675	12.6%	1.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	873	7.0%	1,040	7.8%	19.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

DX は、コロナ禍を契機に社会構造や産業構造を大きく変えたが、アフターコロナにおいても引き続き構造を変えていく重要因子である。このため、企業行動は Web の比重を増しながらリアルとのハイブリッドな事業展開が広がると予測されている。こうした環境のなかで 2024 年 3 月期の同社は、中期経営の方向性をベースにコロナ禍で経験したノウハウを生かし、動画配信ソリューションからマーケティングやデータベースに踏み込んだ市場戦略によって、オーガニックな成長トレンドへの回帰を目指す方針である。

医薬領域では次世代の Medical DX パートナーを目指し、Web 講演会のみならず、デジタルマーケティングや広告に注力する考えである。Web 講演会では、医師と企業のコミュニケーションにおける課題を解消するため、相互コミュニケーションを促進するサービスを提供するほか、医薬品の市販直後の調査を支援する Web 講演会やオウンドメディアに縛られない MR 主導の Web 講演会など新領域を開拓し、本社とエリアの複合開催も提案していく。また、同社の社内業務をデジタル化・効率化することで、サービス品質向上とコスト削減の両立を図る。ニーズが高まりつつあるデジタルマーケティングでは、「WebinarAnalytics」の導入促進によるデータ収集・分析業務の強化や、医師と MR の双方向交流サービスの提供、既存顧客へのデジタル関連ソリューションの開発・提案、トランスコスモスやビッグエムズワイなどグループカの活用を計画している。なかでも需要の高いデータ活用サービスを強化することで、製薬企業各社の DX を支援していく考えである。広告では、メディア開発とメディアプランニング機能の強化や「WebinarAnalytics」を利用した分析・効果測定の提案などにより、Web 講演会の新たな活用方法を提案する方針である。

EVC 領域（医薬以外）では、ビジネス全般の動画コミュニケーションにおいて、動画活用のベストソリューションパートナーを目指す。用途別戦略として、セミナー / イベント、社内情報共有、教育 / トレーニングの 3 分野に絞って強化する。特に市場規模の大きいセミナー / イベントの動画利用に適したサービスと機能の強化を継続し、「WEBINAR STREAM」やセルフ開催用プラットフォームなど株主総会や IR、学会といった個別の利用シーンに合わせたメニュー整備も進める。販売面においては、「J-Stream Equipmedia」や「J-Stream CDNNext」の新規獲得のための営業リソース拡充や、制作・システムやライブ配信需要などへの波及効果をねらった領域 / 用途別施策の展開を推進する。新設した代理店専任部署では、代理店などパートナーを通じてパッケージ化されたサービスを中心に売上を増やす方針である。

業績動向

OTT 領域では、コロナ禍で大きな流れとなったネット配信の成長を持続する一方、グローバルプレイヤーなどの台頭によるコンテンツ・インフラ両面での競争激化やマネタイズといった顧客の様々な課題を解消する、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。大規模配信や Web サイト運用などに総合的な関わりを持つキー局に向けては、マルチ CDN などを利用した配信品質の向上や安定した Web サイト運用体制の提供を行うことで、既存顧客の維持と新規顧客の獲得を図る。BS/CS 局や地方局には引き続き DX 支援を継続し、スポーツや公営競技などのコンテンツ事業者向けには、コンテンツ配信用の CMS や課金機能など動画配信と組み合わせ利用できる機能・ソリューションを提供する。特に足元で拡大基調にある公営競技では、既存顧客への大規模な配信システムの提供や新たな顧客とのリレーションの構築を積極化する考えである。

こうした市場戦略を背景に同社は、アフターコロナのため一時的に踊り場となった医薬領域を含め、全領域で増収を予定している。投資、支出面では、動画利用の一般化や技術進歩、それに伴う需要の拡大に応えるため、案件対応能力や開発能力、バックオフィス能力などの体制強化を進める必要がある。そのために人材を中心に先行投資していくことが不可欠となっている。収益環境のボラティリティが落ち着いてきていることを考えると保守的な印象ではあるが、営業利益は横ばいとどまる見込みとなっている。

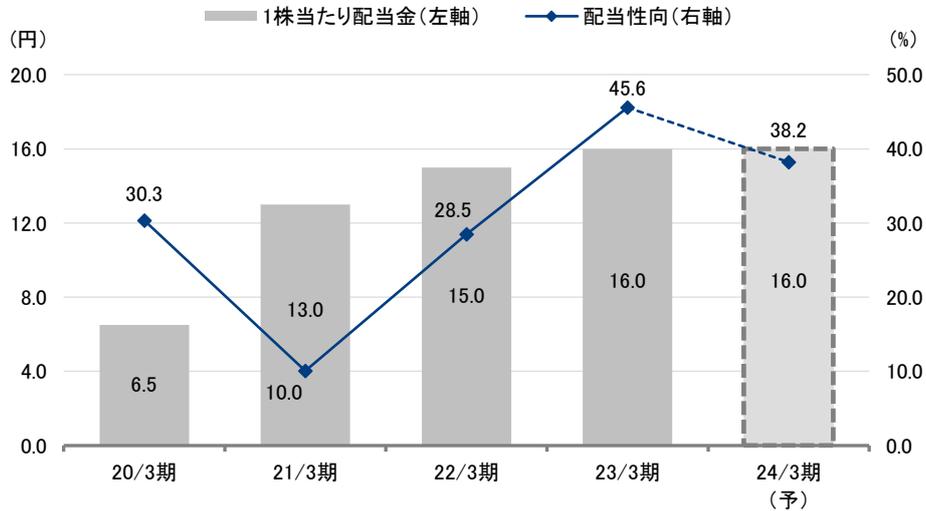
■ 株主還元策

収益ボラティリティは高まったが、配当は維持

同社は、株主に対する利益還元を経営の最重要課題の 1 つと位置付けており、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る方針である。2023 年 3 月期は期初業績予想を下回る結果となったが、配当については、期初の予想どおり 1 株あたり 16 円を実施することとした。これは、堅調な利益計上や手元資金の確保を鑑み、事業拡大への投資の水準を踏まえつつも、過去の支払実績を前提に安定性と継続性に配慮し、利益還元を積極的に実施するという基本方針を新たに設定し、今後も株主に対する利益還元を強化していこうという考えが背景になっている。2024 年 3 月期の配当についても 1 株あたり 16 円を計画している。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向の推移



注：2021年10月1日付で普通株式1株を2株とする株式分割を行ったが、21/3期以前の数値は分割前のもの
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中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の運用及び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常時取っている。

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