

株式会社Jストリーム

2026年3月期
(2025年度:第29期)
本決算 説明会

2026年5月1日

2026年3月期(2025年度)連結実績ハイライト

連結売上高

11,997百万円

前年同期比 +1.7%
対計画達成率 98.8%

連結営業利益

826万円

前年同期比 Δ 9.9%
対計画達成率 88.5%

子会社

売上高(子会社合計)
前年同期比 +9.6%

営業利益(子会社合計)
前年同期比 +16.3%

- 明確な好転の兆しが見えない医薬市場をOTT(メディア・コンテンツ)市場でカバー。個別の開発案件や開発、機器納品(子会社)などが増加要因、子会社含めた運用系の売上も安定した推移となった。EVC市場では、教育系SaaS子会社が前期比約2倍の売上と大幅伸長でき大きく貢献。また11月に動画配信システム会社を完全子会社化。
- 利益面は、外注削減等による原価低減や採用抑制による生産性向上により粗利率は向上。一方、営業活動強化に伴う販促のための人員稼働や販売促進費の増加、M&A費用計上等により販管費増となり、営業利益は前年を下回った。

2026年3月期(2025年度)連結損益計算書

(単位:百万円)	2024年度		2025年度		増減率	2025年度 通期予想	達成率
	金額	構成比	金額	構成比			
売上高	11,800	100%	11,997	100%	+1.7%	12,136	98.8%
売上原価	7,259	61.5%	7,319	61.0%	+0.8%	—	—
売上総利益	4,540	38.5%	4,678	39.0%	+3.0%	—	—
販売費及び一般管理費	3,624	30.7%	3,852	32.1%	+6.3%	—	—
営業利益	916	7.8%	826	6.9%	△9.9%	933	88.5%
経常利益	951	8.1%	866	7.2%	△8.9%	952	91.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	550	4.7%	485	4.0%	△11.9%	546	88.9%

2026年3月期(2025年度)連結実績ハイライト マネジメントビュー

売上動向

(市場別)

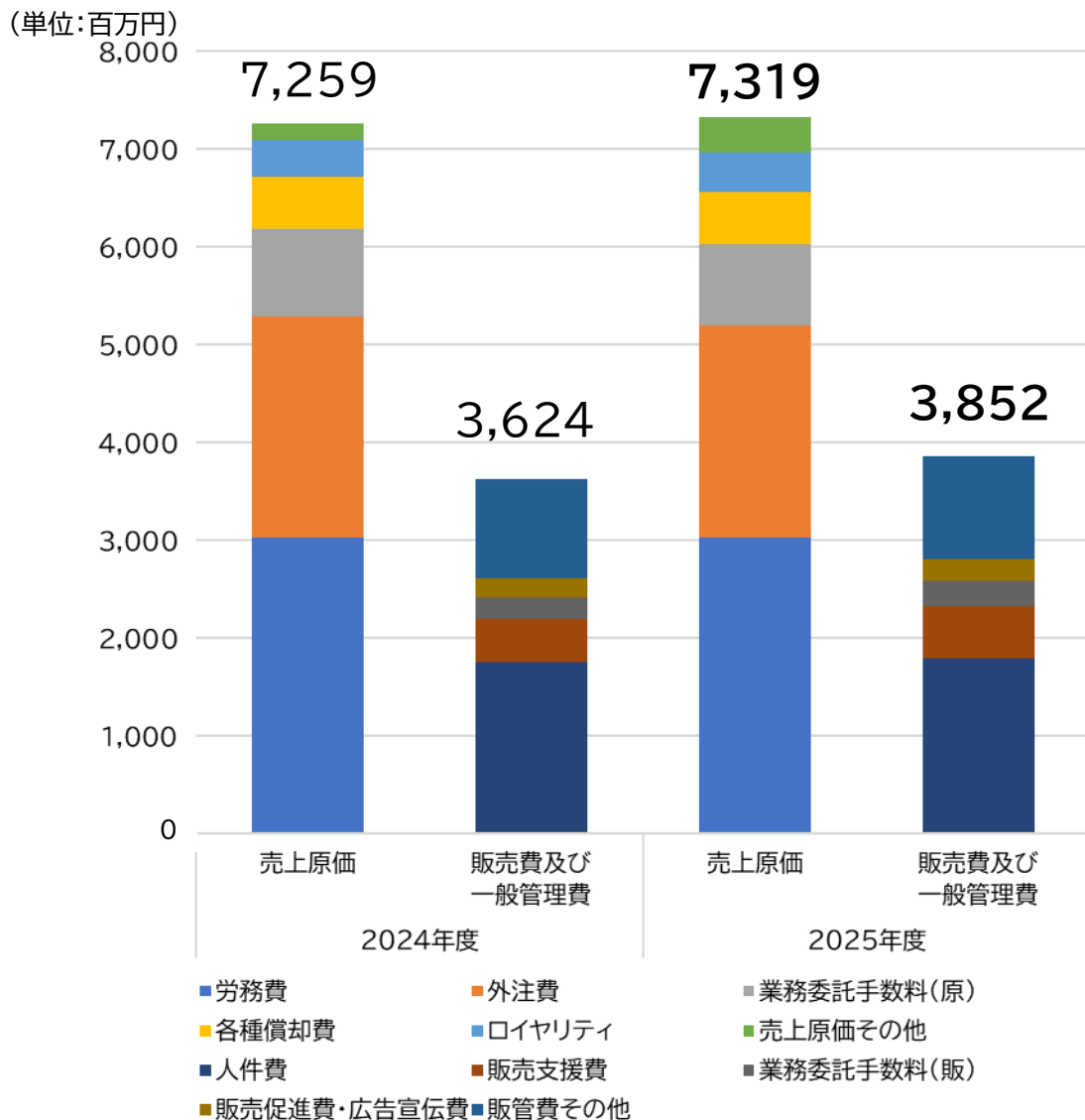
- 医薬: 上市のタイミングによって各社販売戦略に強弱が見られる状況は継続。マルチベンダー化の要望とライブ配信単価の下落傾向に伴い、一部上位顧客のWeb講演会の減少や制作系の受注減少により前年を下回った。一方で、新規・中堅顧客はプラス3割弱と大幅に売上伸長した。製薬メーカーを主要顧客とするグループ子会社2社は5%程度の売上増、減と別れた。
- EVC(医薬以外): 前年の大型イベント配信や映像制作の反動減があったが、販促用途の大型広告運用案件や情報発信用途のライブ案件を実施でき、広告含めた単体総額では前年同期を上回る水準となった。教育系SaaS子会社は売上倍増と大きく伸長。当期M&A実施した動画配信システム子会社も5か月分売上貢献し売上増要因となった。
- OTT(メディア・コンテンツ): 前年第2四半期におけるコンテンツ事業者向け大口機器納品の反動減により減収となったが、放送局などを中心に機能開発や運用等の売上は堅調に推移した。前期の特需除きでの本市場全体では堅調な推移。SI子会社の放送事業者向けの売上は堅調に推移。さらに技術商社は機器のメーカー販売終了に伴う駆け込み需要もあり、上記特需の大型納品があった前年をも上回る結果となった。

損益動向

- 売上原価は採用抑制や外注削減に伴いほぼ前年並みに抑制。その結果粗利率は+0.5ポイントと生産性向上でき、売上総利益は前年比3.0%増の4,678百万円となった。販管費については営業のための人員稼働や積極的なイベント出展等での販促費の投入、M&A費用等(取得関連費用+初年度のれん償却で68百万円)により増加し、営業利益は前年割れとなった。
子会社は、医薬系を主取引先とした子会社の付加価値の高さに加え、経費節減が奏功し順調に前年を上回る利益計上。SI子会社の開発運用収入や、教育系SaaS企業の成長に加え、技術商社については駆け込みSI需要もあり利益大幅増。各社の経費削減策もあり、ほとんどの子会社が計画を上回った。

売上原価、販売費及び一般管理費の状況(連結)

売上原価は、生産性向上による採用抑制・外注費減少により前年同期比4.2%の減少となった。販管費は、主に営業サポートや売上獲得のための費用支出、M&A費用支出等に伴い6.3%増加となった。



主な変動状況

(単位:百万円)	2024年度	2025年度	増減率	変動要因
労務費	3,025	3,030	+0.2%	M&Aで人員増となるも増員採用の抑制が奏功
外注費	2,258	2,163	△4.2%	ライブ配信の減少や合理化による外注減、子会社における外注比率の高い売上の減少による
業務委託手数料(原)	899	834	△7.3%	配信系サービスの外部委託開発が前年比でやや少ないことに加え、ハードウェア投資につき余裕あるものは次期としたことが影響
各種償却費	536	537	+0.1%	ソフトウェア償却はサービス開発に伴いやや増加している。機器リースは減少。
ロイヤリティ	367	402	+9.4%	AWS等クラウドサービス利用増
仕入高	379	470	+24.0%	技術商社子会社が4Q大型案件あり仕入増加
売上原価 合計	7,259	7,319	+0.8%	
人件費	1,748	1,794	+2.6%	単体の新卒・動画マニュアルSaaSの子会社以外の増員は抑制
販売支援費	451	537	+19.2%	新規営業提案活動のサポートによる増加
業務委託手数料(販)	216	251	+16.1%	社内システムや動画マニュアルSaaS子会社の販促関連業務委託による増加
販売促進費・広告宣伝費	195	217	+11.2%	動画マニュアルSaaSの子会社におけるビジネスイベント出展等の増加
販管費 合計	3,624	3,852	+6.3%	

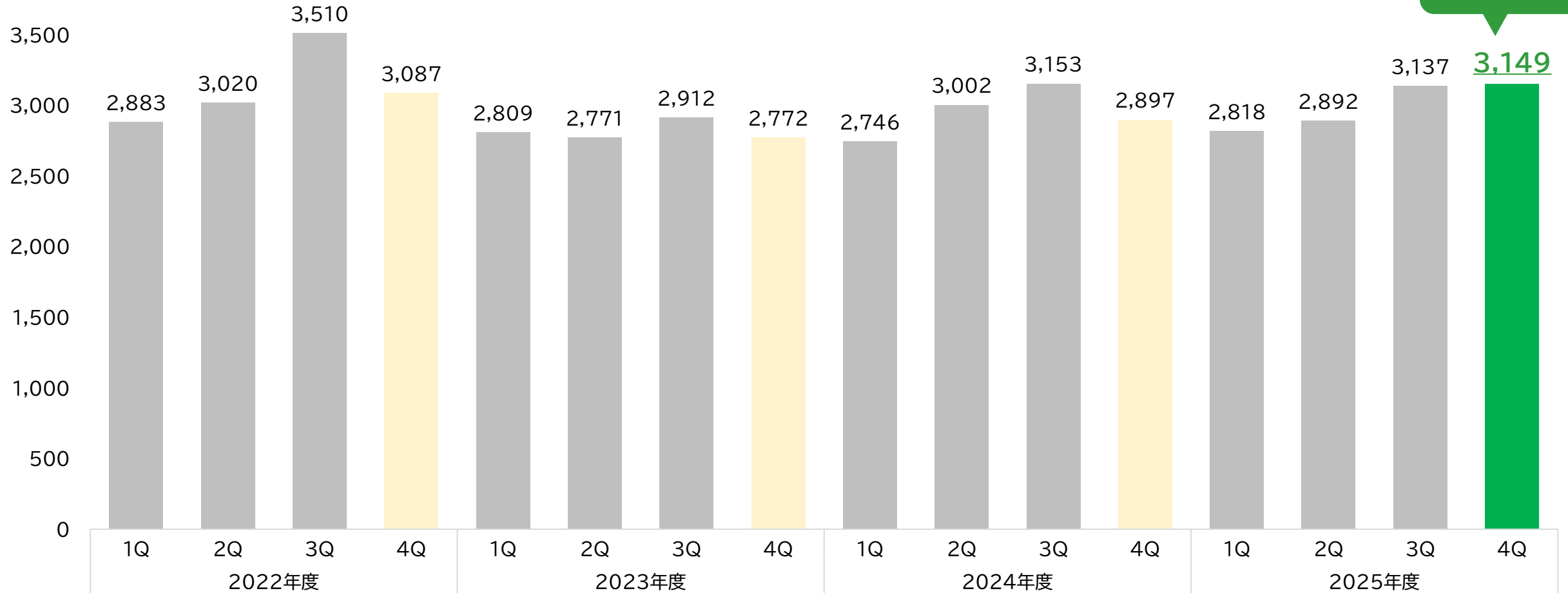
売上原価、販売費及び一般管理費の内訳(連結)

(単位:百万円)	2024年度		2025年度		増減率%
	金額	構成比	金額	構成比	
労務費	3,025	41.7%	3,030	41.4%	0.2%
外注費	2,258	31.1%	2,163	29.6%	△4.2%
業務委託手数料(原)	899	12.4%	834	11.4%	△7.3%
各種償却費	536	7.4%	537	7.3%	0.1%
ロイヤリティ	367	5.1%	402	5.5%	9.4%
通信費	252	3.5%	260	3.6%	3.2%
仕入高	379	5.2%	470	6.4%	24.0%
その他	△461	—	△379	—	—
売上原価 合計	7,259	100%	7,319	100.0%	0.8%
人件費	1,748	48.2%	1,794	46.6%	2.6%
販売支援費	451	12.4%	537	14.0%	19.2%
業務委託手数料(販)	216	6.0%	251	6.5%	16.1%
販売促進費・広告宣伝費	195	5.4%	217	5.6%	11.2%
支払手数料	89	2.5%	140	3.6%	56.3%
地代家賃	99	2.8%	120	3.1%	20.7%
ソフトウェア償却	108	3.0%	106	2.8%	△1.7%
求人費	83	2.3%	87	2.3%	4.1%
その他	630	17.4%	596	15.5%	—
販管費 合計	3,624	100%	3,852	100.0%	6.3%

売上高 四半期推移(連結)

4QはJストリーム本体では医薬系の閑散期の影響が大きかったものの、教育系SaaS子会社の成長やM&Aの実施効果、技術商社による大口納品の実施等が順調に推移したことから前年同期比8.7%の増収とできた。医薬繁忙期である3Q対比でも、医薬以外の領域で積み上げでき0.4%の増収となった。

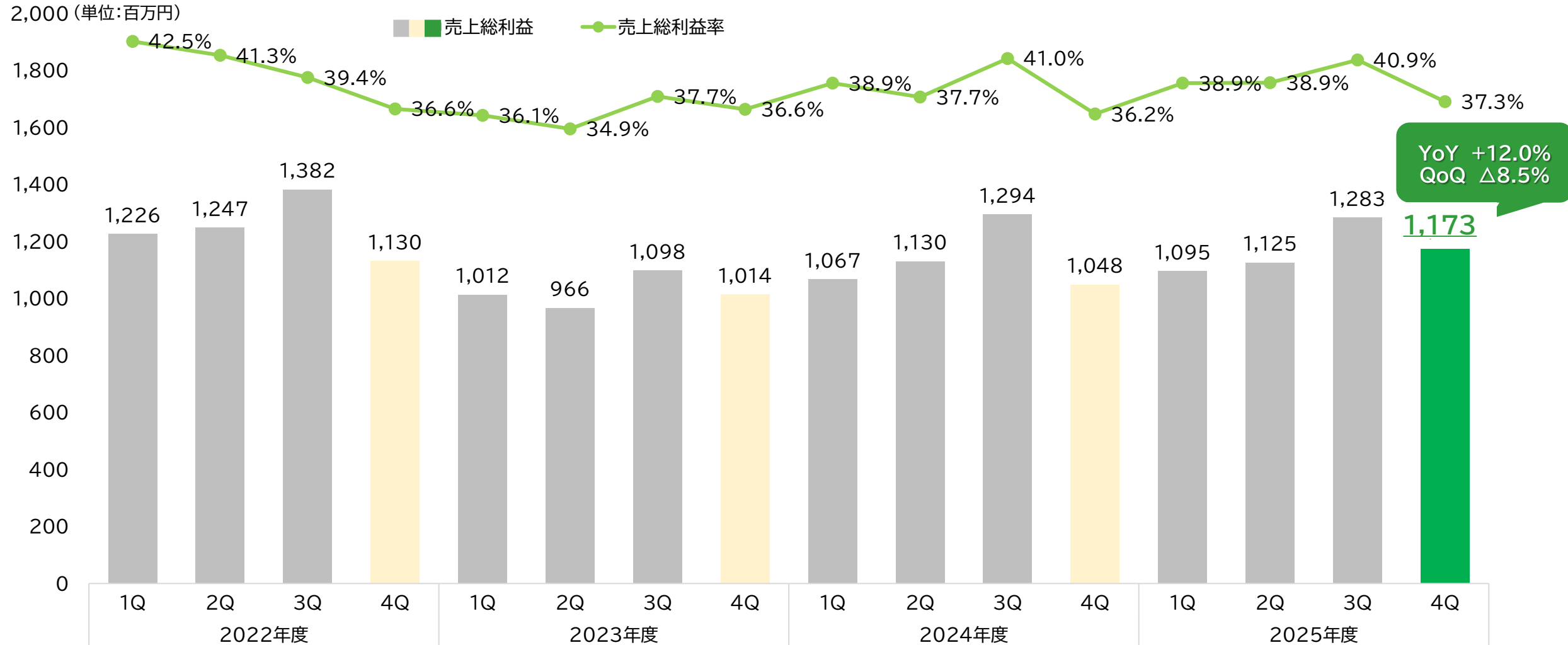
(単位:百万円)



YoY +8.7%
QoQ +0.4%

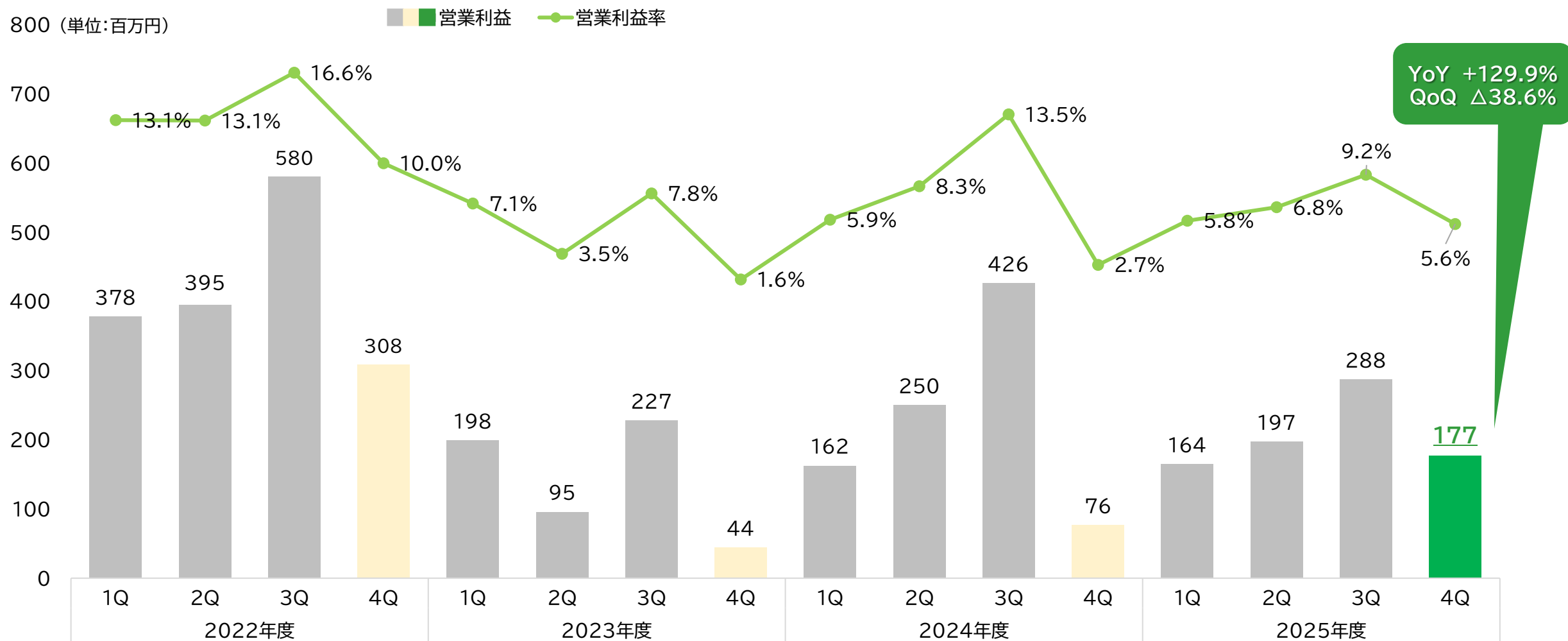
売上総利益・売上総利益率 四半期推移(連結)

前年4Q対比ではグループ売上の増収効果、生産性向上による採用抑制や外注削減、技術商社や教育系SaaS子会社の売上が順調であったことが影響し、前年同期比+12.0%と大きく伸長できた。四半期利益率についても過去4年間で最高の水準とできた。



営業利益・営業利益率 四半期推移(連結)

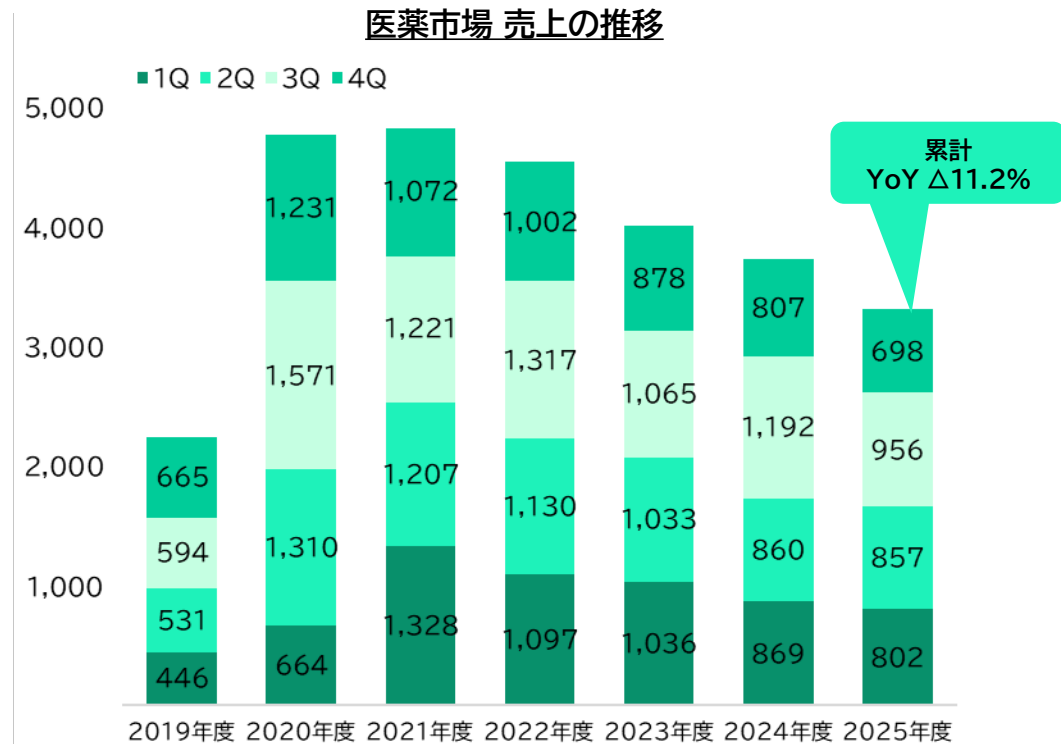
前年4Q対比ではグループ売上の増収効果から前年同期比+129%と大幅に伸長できた。グループ人員は増加しているものの、利益率についても前年同期比較+2.9ポイント改善。Q4利益水準の年度別比較ではコロナ期後の落ち込みからの回復基調が確認できる。



医薬市場の動向・施策 (Jストリーム個別:旧基準)

売上動向

(単位:百万円)



※ 市場別売上推移は全て旧基準での総額表示の数値となっております

通期振り返り

【Web講演会事業】

- ・市場全体、大手上位顧客では長期で見た場合の調整局面続く
引き続き各社の販促費の方針の強弱がある状況
予算圧縮やマルチベンダー化など低価格志向が強い
最大手顧客のコンペは順調に推移、年度末の駆け込み需要
(講演会外の講座や制作案件)受注も散見
- ・中堅・新規取引先は計画を上回る受注が進み、新規顧客も獲得
- ・未取引大手は大口受注には至らず

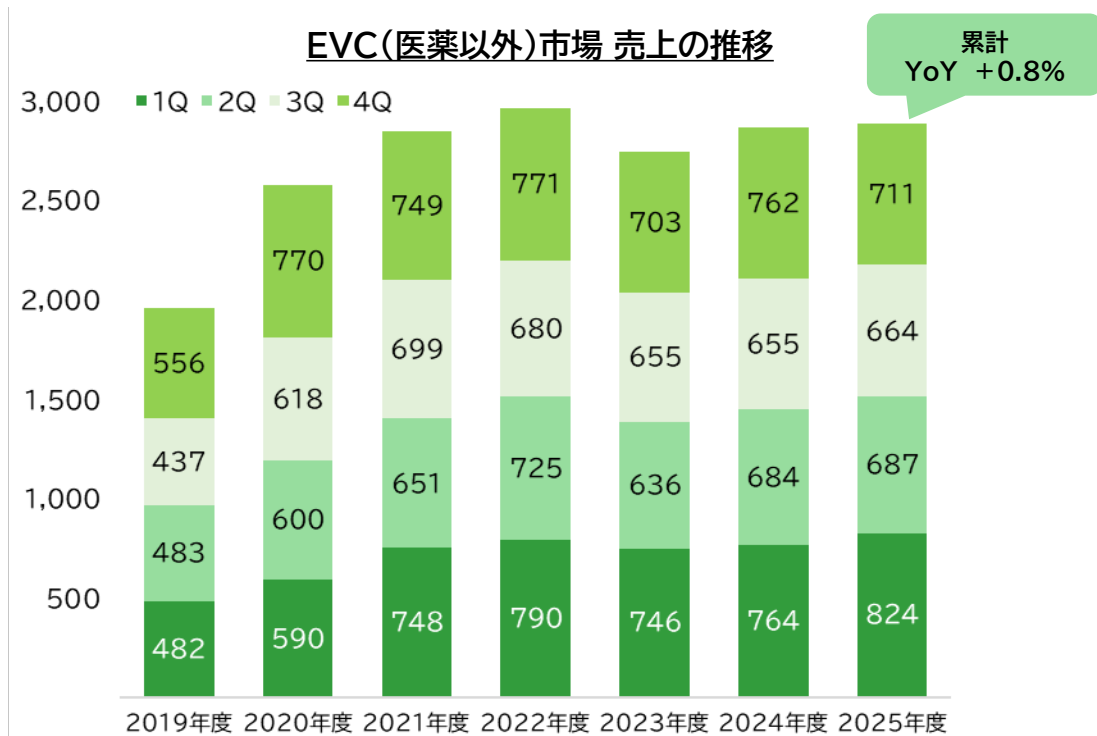
【デジタルマーケティング支援】

- ・WebinarAnalyticsについては未取引先含め大手中心に展開するも商談の長期化や同種機能の内製の動きもあり業界データの独自/優位性や下記AI要約等オプション機能も絡めて展開継続
- ・MRの減少や医師の働き方改革に伴うデータやAI活用への関心高い
AI要約サービス大型新規受注あり
- ・隣接領域として病院への提案から患者向け説明動画のフィールドテストを実施し好感触得られた

EVC(医薬以外)市場の動向・施策 (Jストリーム個別:旧基準)

売上動向

(単位:百万円)



※ 市場別売上推移は全て旧基準での総額表示の数値となっております

通期振り返り

【Saas×役務提供を通じた大手顧客向けソリューション展開】

- ・EQ:長期利用は業種・用途を問わず底堅い利用が継続
短期は1Qの社内外イベント利用の反動減が大きく微減
長期は販促、情報共有・教育利用が積み上げでき、売上増

J-Stream Equipmedia (EQ)の動向

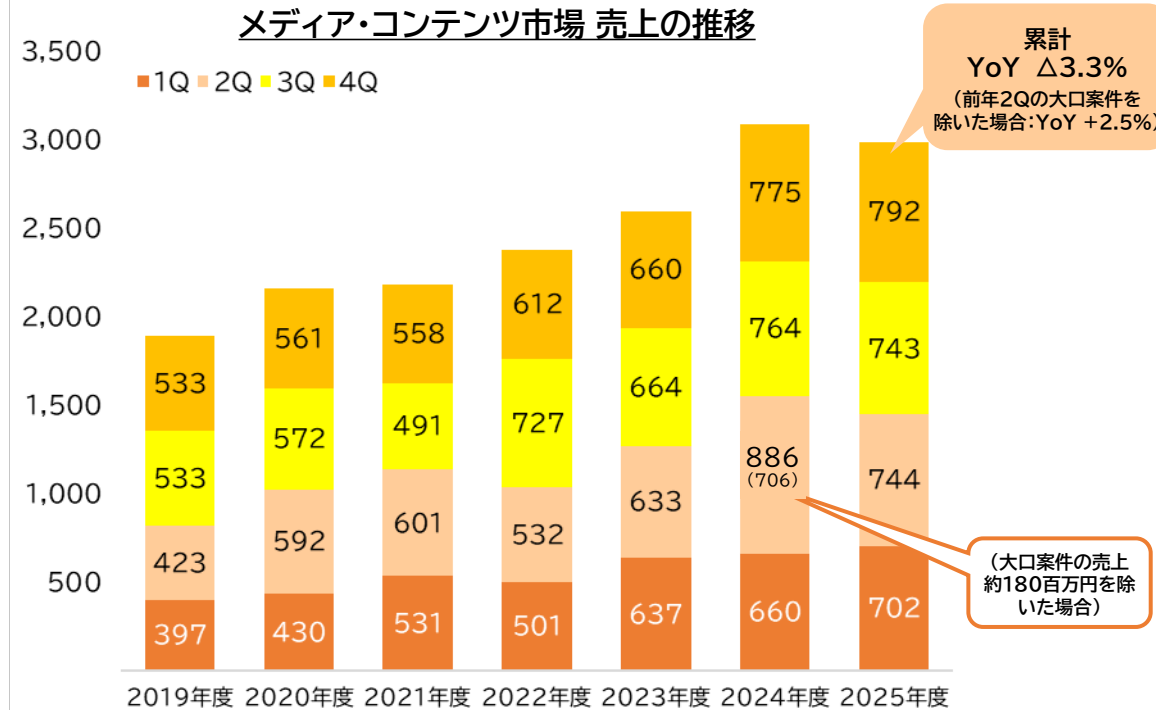
売上動向	前年同期比 +1.7%
内訳 長期案件売上	前年同期比 +2.6%
短期案件売上	前年同期比 △3.6%
3月末時点アクティブアカウント数	前年同期比 △2.1%

- ・Webinar Stream:販促マーケティングや、社内外の情報共有を目的としたオンラインイベント開催の売上が伸長。
ユーザー毎のカスタマイズニーズの充足が奏功
- ・シンプルなEQのプロダクト販売は機能/価格競争になる傾向
AI動画生成機能の新商品「EQ Presentation Cloud」のプリセールスを実施し好感触を得た
- ・映像制作の単価が下落傾向で売上減
AI生成により低価格帯をカバー、高価格長期の伴走案件に注力
- ・アイ・ピー・エル社サービスは基盤共通化による利益率改善図る
ユーザー層や要望は異なり、当面は並行展開

OTT(メディア・コンテンツ)市場の動向・施策 (Jストリーム個別:旧基準)

売上動向

(単位:百万円)



通期振り返り

【メディア・放送局向け】

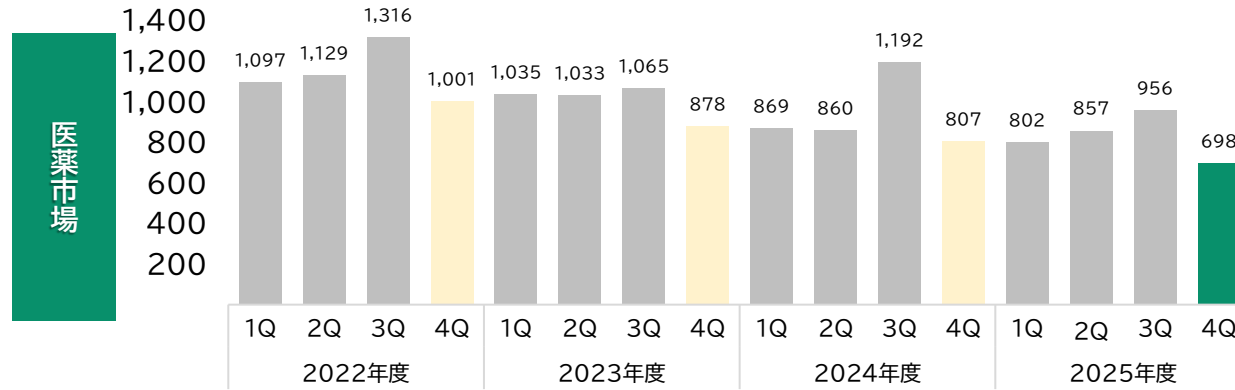
- ・大口キー局では、開発・運用に関する提案を継続し、体制維持。モータースポーツのネット配信開始もあり継続して追加開発需要が得られ、売上伸長。スポットのスポーツ案件も実施。
- ・その他民放やローカル、BS・CSからは追加機能開発を受注。
- ・A-PAB(一般社団法人放送サービス高度化推進協会)と展開してきた 地域情報コンテンツ事業「LCB(Local Contents Bank)」の実証実験の拡大に向け、合同会社LCBと業務提携

【公営競技・その他コンテンツプロバイダ】

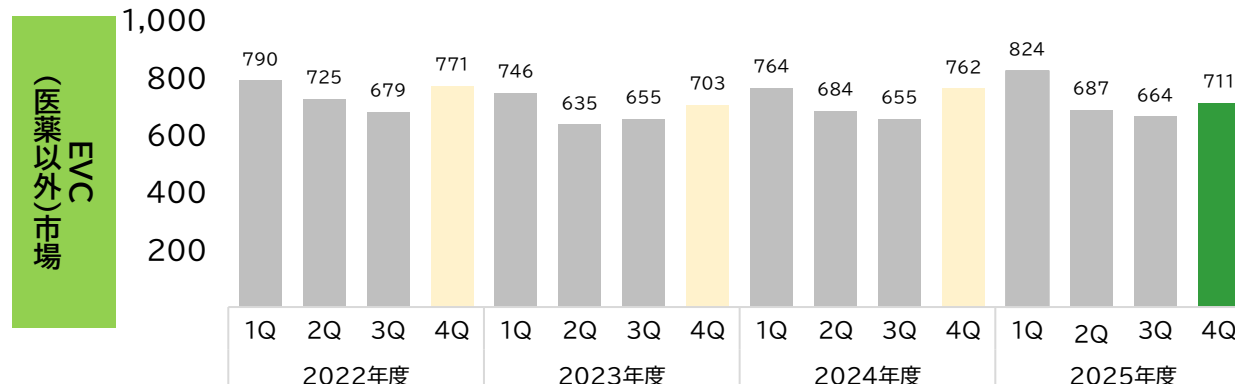
- ・前年2Qに納品した大口機器納品案件を除くと本市場全体では+2.5%と安定推移。機器納品案件は運用保守契約で、長期売上積み上げに貢献。
- ・マストバイソリューションが引き続き好調。アーティスト系のスポットライブが定常的に受注できており売上貢献。定常利用の獲得にはまだ課題有。
- ・セキュリティ対策、VideoQoS等の今後の需要が見込める領域についてパートナー選定。内部開発リソース確保を実施中

※ 市場別売上推移は全て旧基準での総額表示の数値となっております

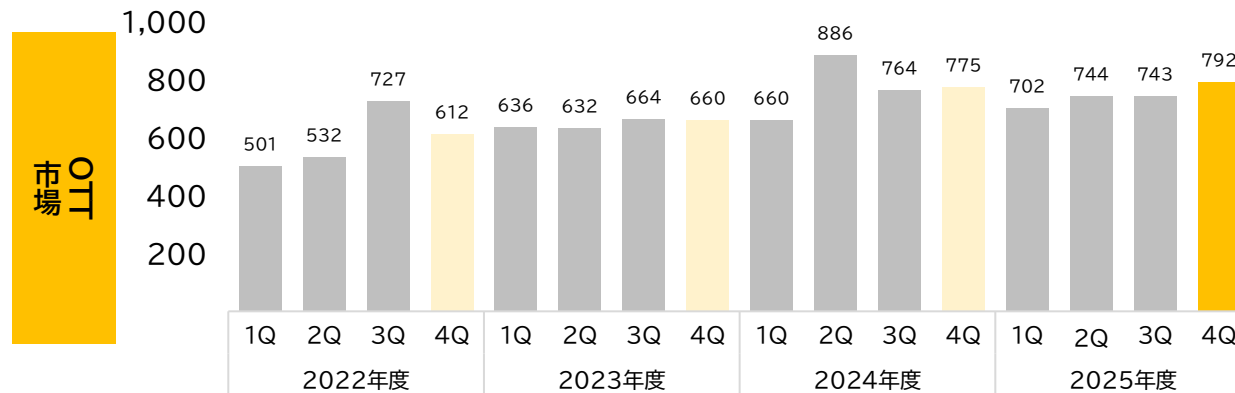
市場別 売上四半期推移 (Jストリーム個別:旧基準)



当期4Q単体においては内資系企業の期末案件は多くなく、外資系企業が期初体制整備中であることもあり前年同期を下回った。



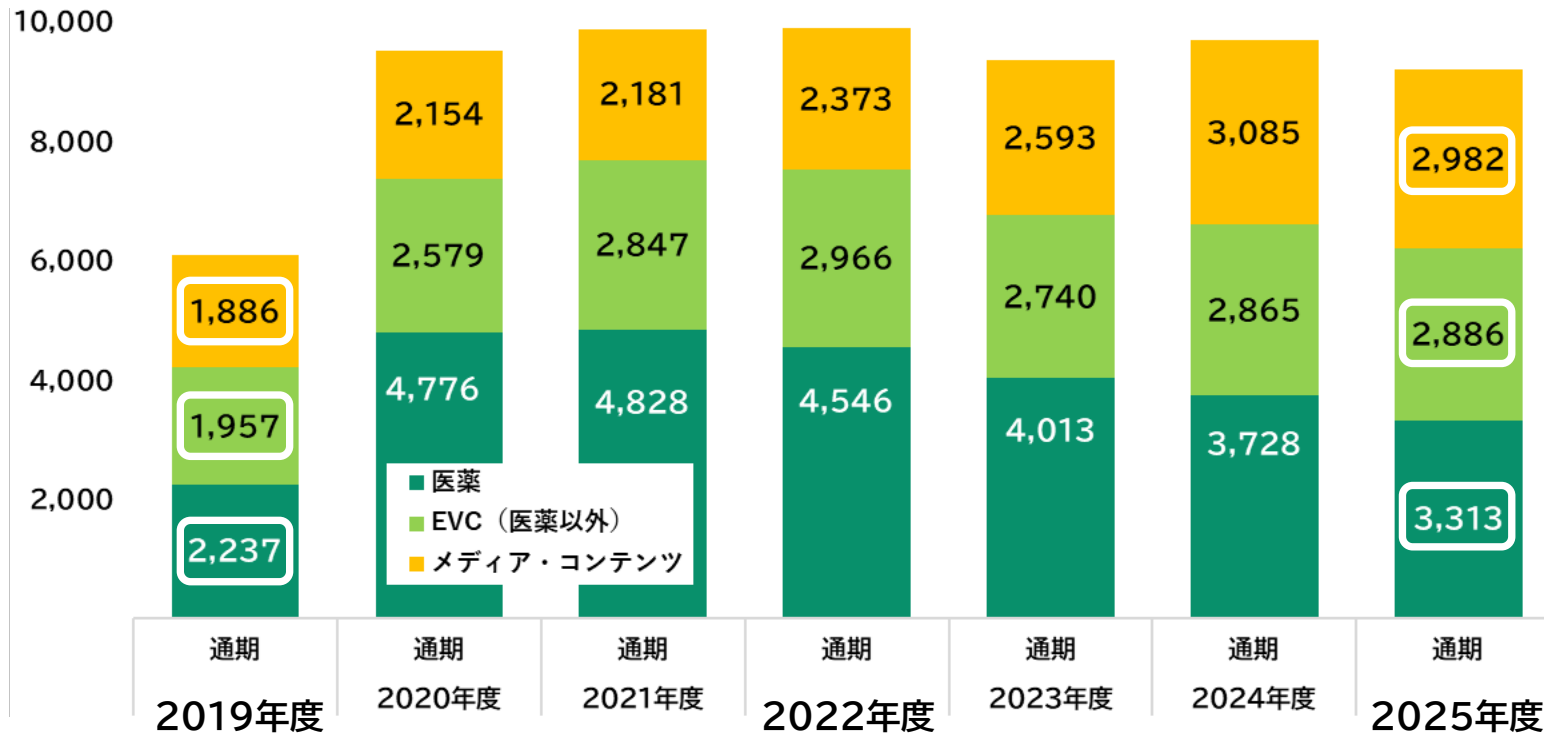
当期4Q単体では事業用の大型サイト制作案件があったが期末のビジネスイベントライブや映像制作に大口のものがなく前年同期を下回った。3Q対比では、上記制作案件や3月実施株主総会が貢献し増加となっている。



当期4Q単体では大口先のサービス移行がネットワークや運用収入の減収要因となったが、主要顧客の大型継続案件展開に伴う機能開発や、スポットのスポーツイベント関連受注が寄与し前年同期を上回った。

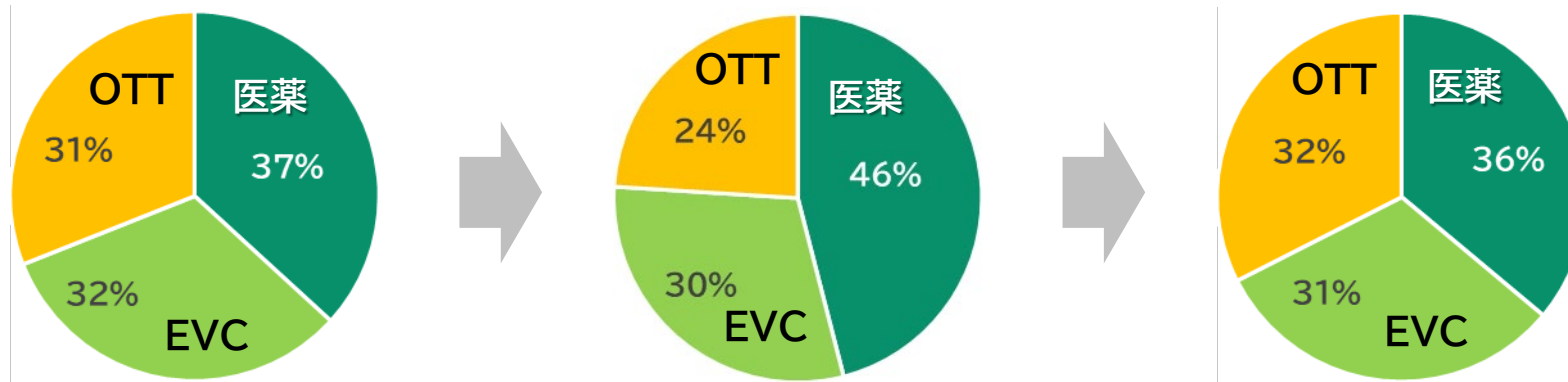
※1 市場区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因により、今後遡及して修正する場合があります

市場別 売上期別推移 (Jストリーム個別:旧基準)



【2019→2025年度売上高成長率】

医薬	2,237	→	3,313	+48.1%
EVC	1,957	→	2,886	+47.4%
OTT	1,886	→	2,982	+58.1%
合計	6,079	→	9,180	+51.0%



【2019→2022→2025年度売上比率】

コロナ期に医薬の比率が急上昇した分を
OTTのシェア伸びによってカバーし
コロナ期前のバランスに復帰

※1 市場区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因により、今後遡及して修正する場合があります

業種別売上比率 四半期推移 (Jストリーム個別:旧基準)

	2022年度				2023年度				2024年度				2025年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
(単位:百万円)																
医薬医療製造・卸	1,093	1,126	1,308	998	1,030	1,027	1,061	870	853	844	1,170	766	773	839	931	679
放送	356	379	583	453	465	473	481	488	482	503	518	462	422	452	444	503
金融・保険業	164	175	150	151	150	136	142	141	153	130	141	166	141	121	123	128
広告、情報サービス	93	105	106	114	102	103	130	134	113	134	116	152	136	152	122	125
出版・印刷業	89	65	54	64	95	66	71	65	66	67	75	73	83	80	94	70
他の事業サービス	50	61	57	59	54	50	51	51	63	67	55	69	112	80	78	76
映画・ビデオ制作	16	16	16	16	16	15	16	16	13	17	33	68	67	67	69	69
教育・学習塾	57	58	54	54	52	53	53	53	58	57	55	67	57	60	58	64
郵便・電気通信	22	25	19	48	22	20	18	26	22	204	41	96	48	51	52	47
専門サービス	27	35	30	34	36	38	38	38	38	38	29	41	40	44	42	70
その他	420	341	347	394	396	321	323	360	432	368	377	386	449	343	344	366
合計	2,388	2,386	2,723	2,385	2,418	2,302	2,384	2,241	2,293	2,430	2,610	2,344	2,327	2,288	2,363	2,201

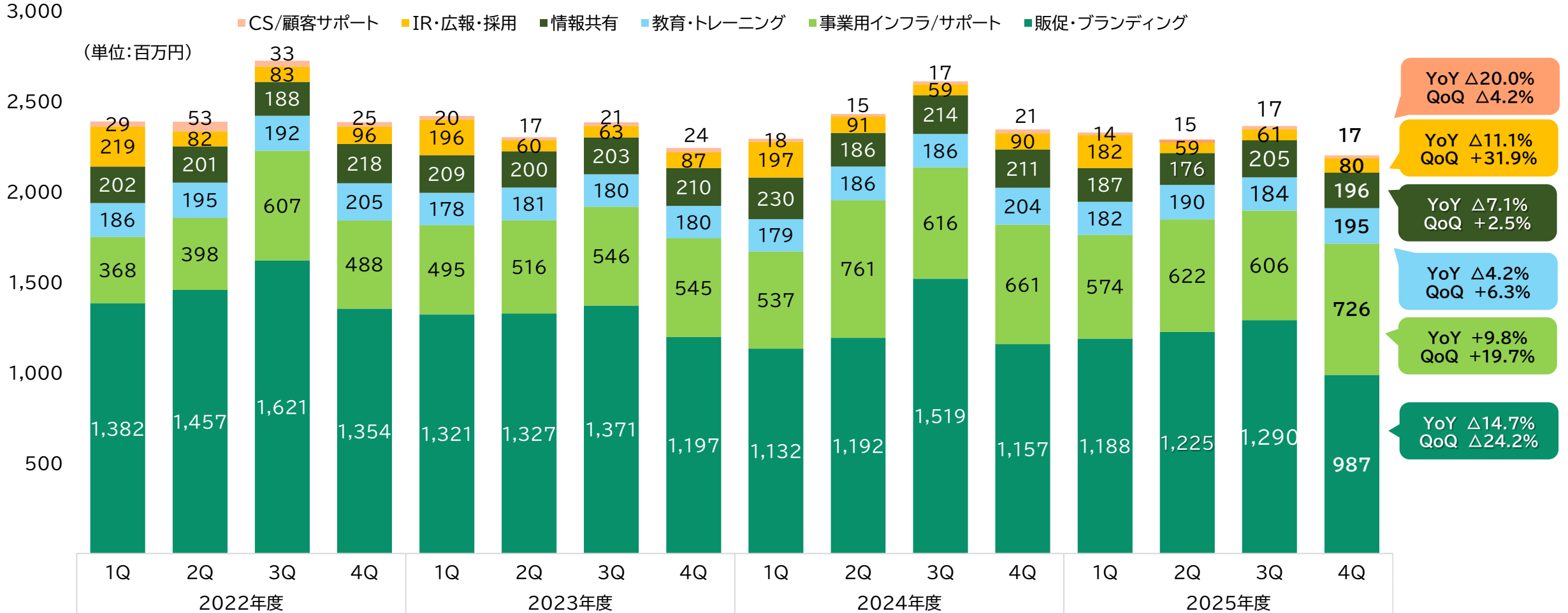
※1 2025年4月に業種区分を見直ししました。今後も案件動向精査、業種データDB変更等の要因で遡及して修正する場合があります、計上数値が以前の資料と一致しない場合があります

※2 他の事業サービスとは、警備、清掃、建設、住宅、人材等のサービス業をまとめています

※3 専門サービスとは、コンサルティング業、弁護士事務所、研究機関等が入ります

利用用途別売上比率 四半期推移 (Jストリーム個別:旧基準)

販促・ブランディングは、Web講演会及びその集客広告の季節性を除くと一般企業やメディア・コンテンツ系企業における広告運用サービスの利用、販促用Web制作等の需要があり通期ではほぼ前年並み。事業用インフラ/サポートは、3Q前年同期の大型案件の反動減があったが4Qはメディア系の大口開発とスポット配信、EVC系の事業用サイト制作等があり大きく伸長。通期では、既存顧客中心に堅調に推移。一般企業を中心とする情報共有は、学会を中心としたスポット利用がやや減少しているがメーカー等大企業の利用を中心に安定した推移。IR・広報系は株主総会中心の受注は安定。決算説明会や投資家向け情報発信での利用は定常利用を目指すものの受注にはばらつきがあり期ごとの変動要因になっている。



※1 利用用途区分は案件動向精査、業種データDB変更等の要因により、今後遡及して修正する場合があります

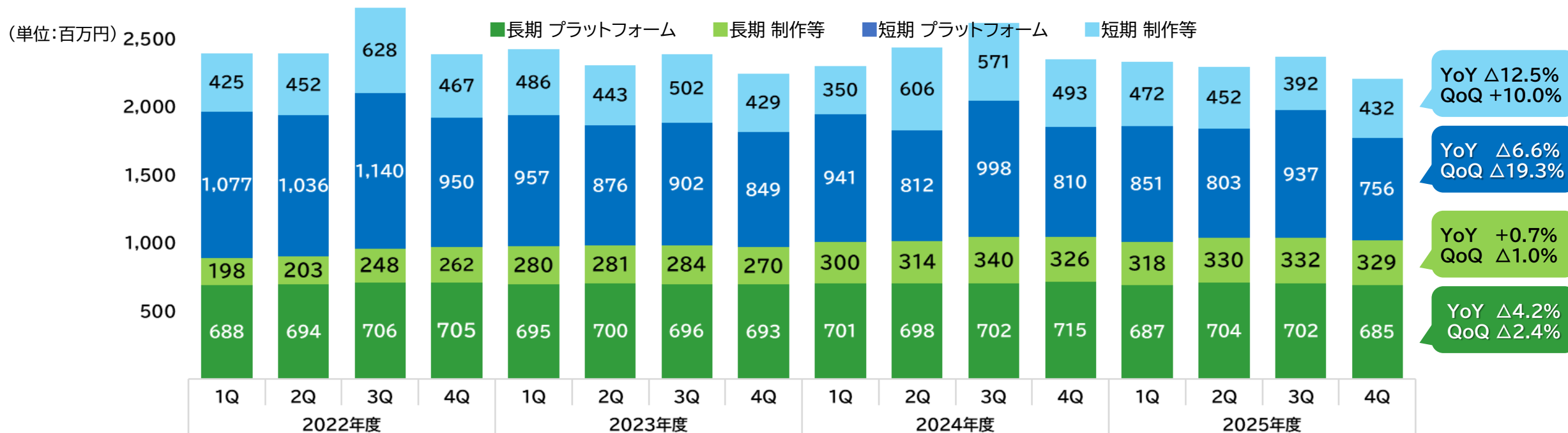
(基礎情報①)利用用途 詳細解説

	主な利用シーン	利用用途が多い市場		
販促・ブランディング	商品発表・販促ウェビナー、会員制サイト集客用動画等、医薬Web講演会	医薬市場	EVC (医薬以外)市場	OTT (メディア・コンテンツ)市場
事業用インフラ／サポート	放送局関連システム構築・運用・配信、音楽／eスポーツ等関連システム構築・配信 BtoC事業者における顧客・代理店向けサイト構築(不動産、生保等)	OTT (メディア・コンテンツ)市場	EVC (医薬以外)市場	
情報共有	社内向けウェビナー(社員総会、社長講話、会議、社内イベント等)、官公庁協議会、学会、販促以外の社外向けウェビナー等	EVC (医薬以外)市場		
教育・トレーニング	学習塾等の講義の配信、金融・医薬系企業の社内orパートナー向けトレーニング・研修等	EVC (医薬以外)市場		
IR・広報・採用	バーチャル株主総会(1Qの利用が最多)、決算説明会、会社説明会、記者会見等	EVC (医薬以外)市場		
CS／顧客サポート	ウェブサイトの顧客サポート対応等	EVC (医薬以外)市場		

売上種別区分・長短期 売上四半期推移 (Jストリーム個別:旧基準)

長期売上:プラットフォーム系は、オンデマンド配信を中心に放送局やコンテンツプロバイダによる利用が安定して推移。医薬ライブの減少をカバーする形で4Qの長期比率は年々上昇している。

短期売上:プラットフォーム系4Qはメディア系のスポット利用に伴う増加はあったが医薬Web講演会の閑散期にあたり減少、前年水準も下回った。制作系は4Qで放送事業者向けのシステム開発が伸長したことから3Qを上回ったが、前年同期の大型Web構築案件、多数映像の制作案件の反動や医薬系の前年比減もあり高水準とはならなかった。



	2022年度				2023年度				2024年度				2025年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
対売上長期比率	37.1%	37.6%	35.1%	40.6%	40.3%	42.7%	41.1%	43.0%	43.7%	41.6%	39.9%	44.4%	43.2%	45.1%	43.7%	46.0%
プラットフォーム長期比率	39.0%	40.1%	38.3%	42.6%	42.1%	44.4%	43.5%	45.0%	42.7%	46.2%	41.3%	46.9%	44.7%	46.7%	42.8%	47.5%
制作等長期比率	31.7%	31.0%	28.3%	35.9%	36.6%	38.8%	36.1%	38.6%	46.1%	34.1%	37.3%	39.8%	40.3%	42.2%	45.8%	43.2%
対売上プラットフォーム比率	73.9%	72.6%	67.8%	69.4%	68.3%	68.5%	67.0%	68.8%	71.6%	62.2%	65.1%	65.0%	66.1%	65.9%	69.3%	65.5%

※1 契約期間が3ヶ月以上の案件を長期としています

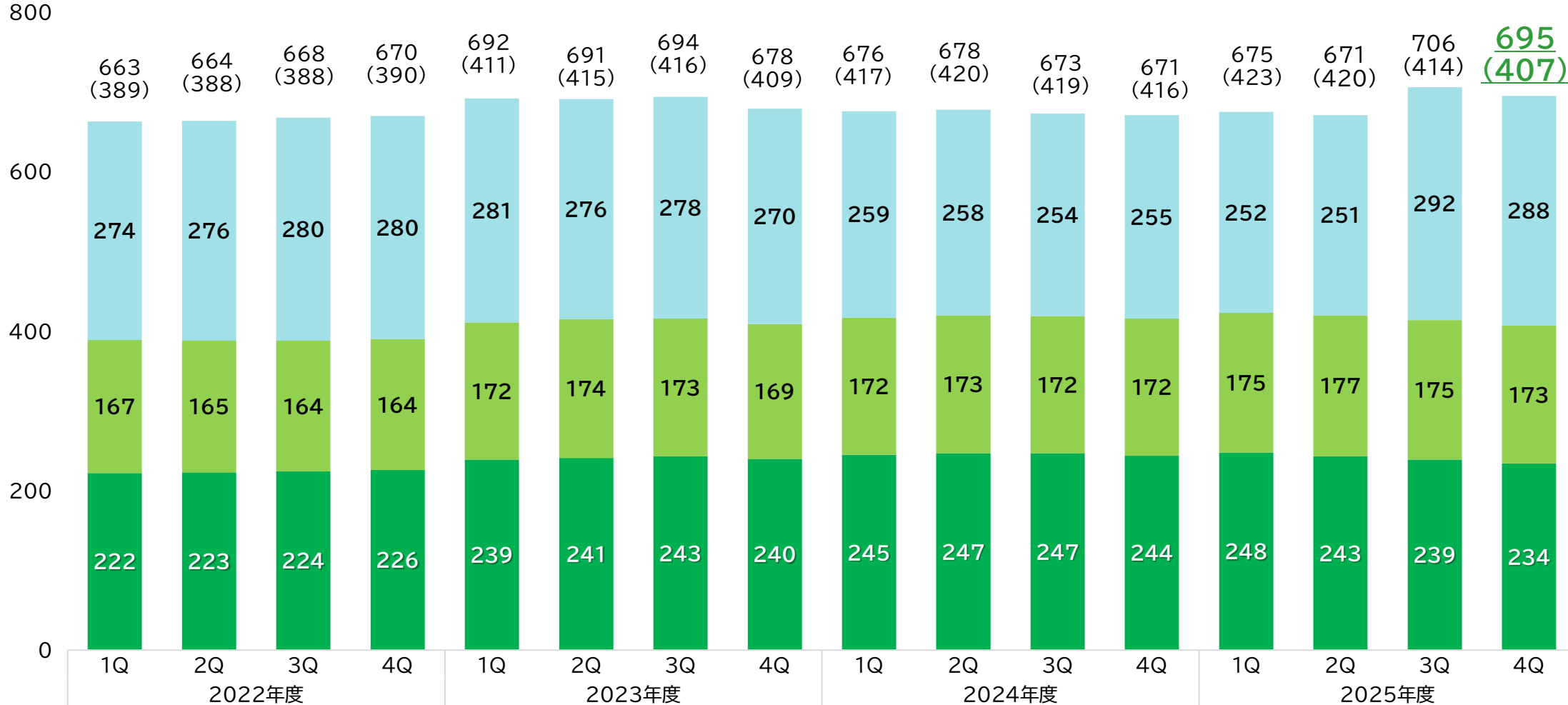
(基礎情報②)長短期推移の売上と傾向

		契約期間	主なサービス	主な利用業種・案件の特徴	利益率
長期	プラットフォーム	3ヶ月以上	動画配信プラットフォーム(J-Stream Equipmedia)の年間契約利用 オンデマンド配信 ユーザー自身によるライブ配信機能	一般企業の販促セミナーや社内情報共有、研修等に利用される。サービスとしての利益率は最も高く、ストック性が強い	高
			大量配信対応のCDN(J-Stream CDNext)	メディア、スポーツ等の大量アクセスが発生するサイトや、自治体や公共交通機関の災害時の情報発信、大手企業サイト等アクセスが集中するサイトで利用。ストック性が強い	中
			大規模オンデマンド配信	メディアのコンテンツ配信サイトの長期運用。収益率は低いが高度な技術とノウハウを必要とし、長期的な収益につながるため、ストック性も強い	低
			配信関連サービス(配信に伴うセキュリティ対応、著作権保護、課金処理等)	多くはフロー的性質が強いものが多い	中
	制作等		ウェブサイト運用受託 動画広告・視聴解析	メディア企業向けが中心だがプラットフォームと比較するとフロー的性質が強い	低
短期	プラットフォーム	3ヶ月未満	ライブ配信(イベント対応) 動画配信プラットフォーム(J-Stream Equipmedia)の短期利用	医薬Web講演会、株主総会等で利用される。ライブは配信インフラに加え、イベント対応力が重要なサービスかつ差別要因となっており、J-Stream Equipmediaと比較すると変動費が多い。イベント毎の利用ではあるため短期に分類されるが、医薬Web講演会はリピート性が高いため、ストック性が強い	中
	制作等		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	一般企業向けがメイン 動画配信プラットフォーム(J-Stream Equipmedia)等の配信サービスとセットで提供。 短期であり、納品・検収で終了	低～中

従業員 四半期推移

引き続き動画マニュアルSaaSの子会社以外は採用を抑制し運営の効率化を図っている。
グループ入りしたアイ・ピー・エル社の影響で連結従業員は前期末対比増加。

(単位:人) ■ 連結子会社 ■ 営業・管理系(営業、広告・マーケティング、管理等) ■ サービス系(エンジニア、プロデューサー等)



連結合計
YoY +24人
QoQ Δ11人

Jストリーム本体合計
YoY Δ9人
QoQ Δ7人

子会社
YoY +33人
QoQ Δ4人

営業・管理系
YoY +1人
QoQ Δ2人

サービス系
YoY Δ10人
QoQ Δ5人

2026年3月期(2025年度)投資実績

主力プロダクトのEquipmediaの動画生成等機能をPresentation Cloudとして公開。Stream BIZ等顧客の用途に合わせたソリューションの機能強化も継続、ほぼ計画通りの進行。サーバ等ハードウェア系については下期取得すすめた。一部のサーバ更新について、主に実施工数の都合から新年度に繰り延べたほか、当期分についても導入機器のコストダウンやリプレースの範囲縮小により費用は抑えられた。元タスケジュールに余裕ある設定としており、サービス面への影響はない。

(単位:百万円)	投資項目	2025実績	2025計画	実施率
●	サービス ソフトウェア投資 ✓ J-Stream Equipmedia関連開発 ✓ 各種サービス共通基盤開発 ✓ CDNNext機能増強 ✓ ライブサービス ✓ 市場別(医薬/EVC/OTT・メディア)等各種機能開発 (仮勘定調整分:ソリューション開発の比率が高い)	365 222 21 54 24 60 Δ16	376	97%
●	サービス ハードウェア投資 ✓ ネットワーク汎用プラットフォーム ストレージ、IPS、スイッチ等 ✓ ライブサービス機材関連 ✓ PC等各種機器	124 84 14 27	176	70%
●	全社関連、業務支援、ソフトウェア投資等 ✓ ビジネスプロセス管理システム ✓ オフィス・スタジオ設備等	99 68 32	125	79%
	投資額総計	589	677	87%

連結バランスシート

2025年3月末時点

(単位:百万円)

資産合計 13,185	負債合計 2,127
流動資産 10,439	流動負債 1,977
	固定負債 149
〔 固定資産 2,746 〕 有形固定資産 399 無形固定資産 1,836	株主資本 10,562
	〔 資本金 2,182 資本剰余金 3,899 利益剰余金 4,786 自己株式 Δ306 〕
	非支配株主持分 494
	純資産合計 11,058

2026年3月末時点

(単位:百万円)

資産合計 13,135	負債合計 1,939
流動資産 10,347	流動負債 1,723
	固定負債 215
〔 固定資産 2,787 〕 有形固定資産 398 無形固定資産 1,828	株主資本 10,699
	〔 資本金 2,182 資本剰余金 3,899 利益剰余金 4,923 自己株式 Δ306 〕
	非支配株主持分 492
	純資産合計 11,196

トピックス

さくらインターネットと業務提携

さくらインターネット株式会社(東証プライム:3778)と、国内向けコンテンツ配信の基盤強化に向けた協業を開始

第一弾:さくらインターネットのネットワーク内に「J-Stream CDNNext」のエッジサーバーを設置

- 共同配信基盤によるコスト効率と柔軟性の向上
- ストレージ/クラウドとCDNとワンストップで利用可能な配信基盤
- 高いセキュリティと可用性を追求

将来的には動画配信関連サービスの共同開発を進め、国内事業者向けSI提供を視野に入れたサービス展開も検討

さくらインターネットとJストリーム、国内向けコンテンツ配信基盤の強化に向けた協業を開始

2026.4.15

さくらインターネット株式会社
株式会社Jストリーム

さくらインターネット株式会社(東証プライム:3778、本社:大阪府大阪市、代表取締役社長:田中 邦裕、以下「さくらインターネット」と)、株式会社Jストリーム(東証グロース:4308、本社:東京都港区、代表取締役社長:石松 俊雄、以下「Jストリーム」)は、国内向けコンテンツ配信の基盤強化に向けた協業を2026年4月15日(水)より開始します。



地域情報コンテンツの流通促進に向け、合同会社LCBと業務提携

合同会社LCB社が推進する

地域情報コンテンツ事業

「LCB(Local Contents Bank)」の効率的な運用及利用拡大を図る

全国のローカル放送局が制作した地域情報コンテンツをクラウド上に集約し、各種プラットフォームや事業者へ提供することで、その価値を再活性化する仕組み

地域の街並み、グルメ、観光、文化、産業、祭り、暮らしなど、**地域が持つ“生の魅力”**を伝える多様な映像素材が蓄積されている

地域情報コンテンツ流通基盤の効率的な運用、地域コンテンツの国内外での利活用の後押し、放送局や自治体等の情報発信の高度化へ貢献する

Jストリームは2024年度から一般社団法人放送サービス高度化推進協会が実施する実証実験に協力しており、今般、LCB社としてこの社会実装を進めるにあたり、改めてLCB社と提携

地域情報コンテンツの流通を促進し、各地域の活性化につなげることを目的に、全国のローカルテレビ局を中心に設立された合同会社 LCB(本社:大阪市北区、代表社員:株式会社毎日放送、以下「LCB 社」と、株式会社 Jストリーム(東証グロース:4308、本社:東京都港区、代表取締役社長:石松俊雄、以下「Jストリーム」)は、地域情報コンテンツ事業「LCB(Local Contents Bank)」の効率的な運用および利用拡大に向けた業務提携契約を締結することに合意いたしました。本契約は、双方が保有するシステム資産、営業基盤、人材を相互に補完しながら、地域情報コンテンツの流通促進を図ることを目的としています。



(Jストリーム本社にて 左から LCB 齊藤浩史 CEO、Jストリーム 石松俊雄社長)

2026年度事業計画

2026年度 通期予想

連結売上高

12,702百万円

前年同期比 **+5.9%**

連結営業利益

920万円

前年同期比 **+11.4%**

子会社

売上高(子会社合計)
前年同期比 **+12.3%**

営業利益(子会社合計)
前年同期比 **+14.6%**

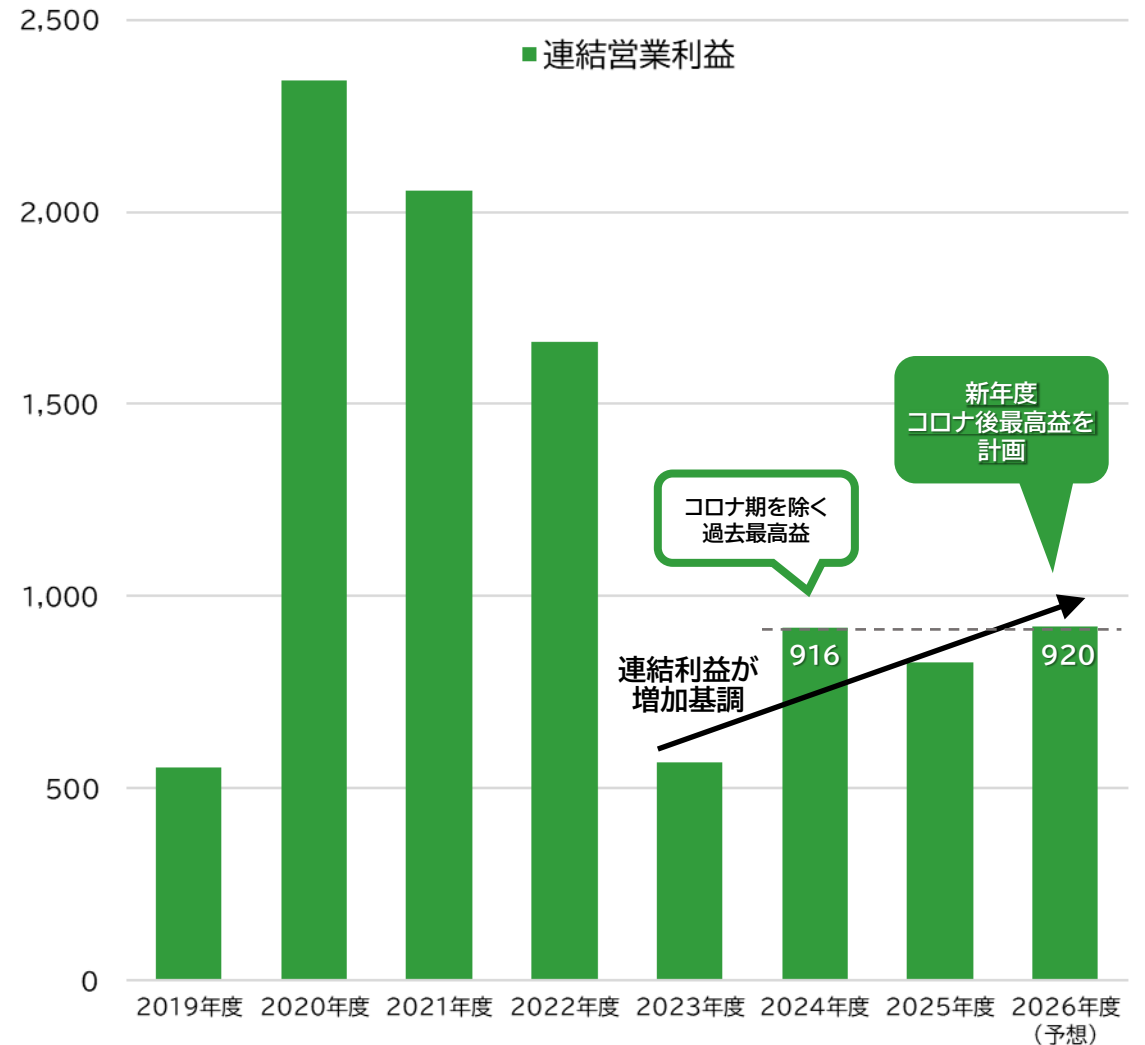
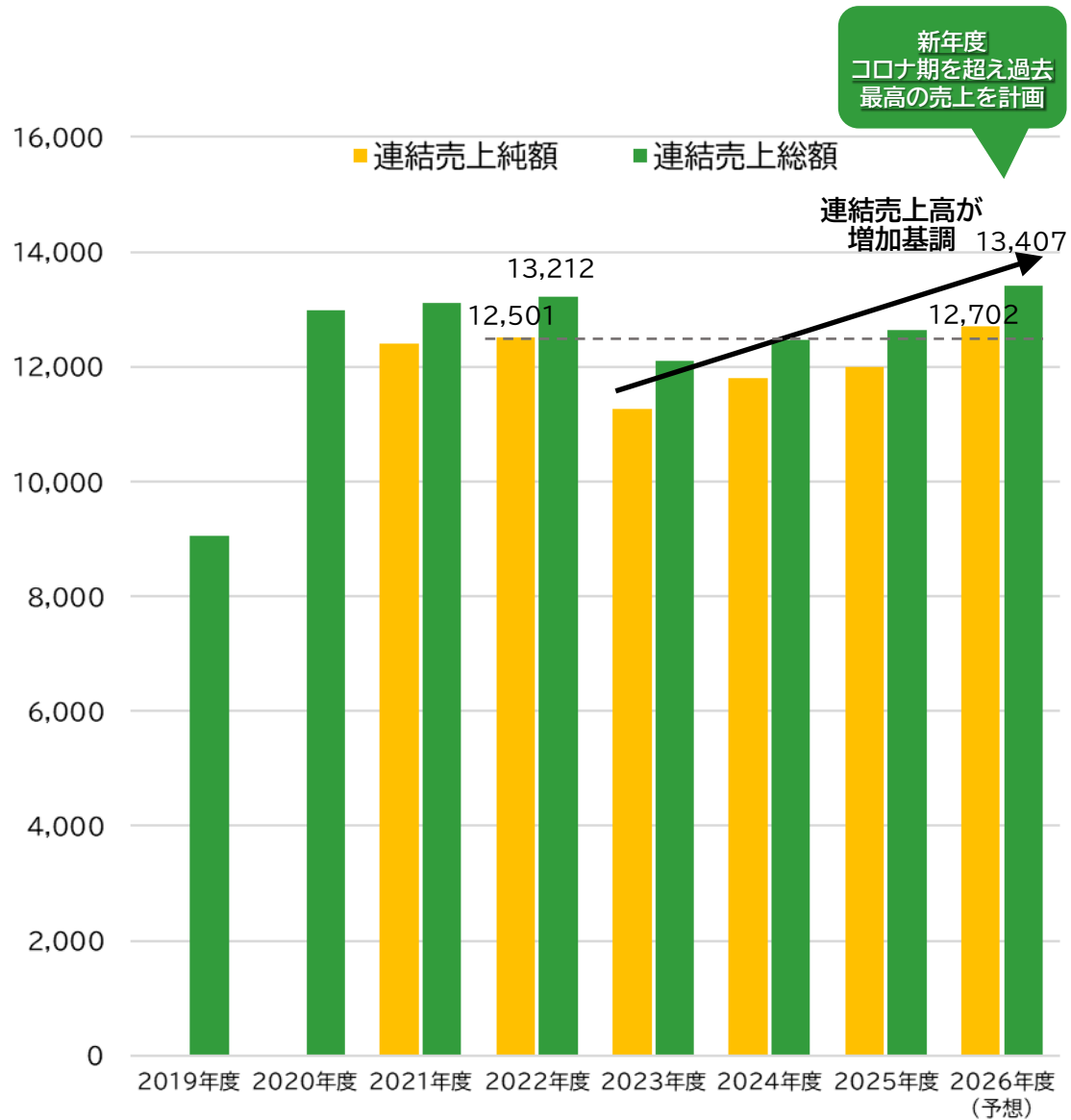
2026年度グループ売上は、EVC市場での増加を中心に、前年比+5.9%を計画

売上はコロナ期を超え過去最高を予想

利益はコロナ後の最高益を更新する水準を予想

Jストリーム本体の展開する新ソリューションに加え、成長ステージにある子会社サービスのグループ展開強化やM&Aを通じて、V字成長を定着させる

2026年度 通期予想と過年度実績



経営方針

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

顧客の課題解決に向けてグループソリューションを結集し、
動画活用を牽引する「The Streaming AX Company」を
目指す

- グループシナジーを最大化し、売上伸長と利益創出を図る
- 『動画×AIエージェント』でコミュニケーションを革新し、顧客と共に企業のあらゆる課題解決を加速させる
- 卓越した動画インフラの知見で、収益の最適化を図り、かつ最高品質のサービスを提供する
- インキュベーションとM&A、サービスの海外展開(VideoStep)による事業拡大に取り組む

2026年度事業計画骨子

「グループシナジーの最大化」と「AI技術の全社的実装」の両輪で利益体質を抜本的に強化

- 単体業績の医薬市場依存から脱却し、EVC/OTT領域とグループ会社の成長により連結としてV字回復を達成する
- AI技術の実装を全社的に推進し、サービス単価の維持・向上(付加価値)と社内業務の自動化(生産性向上)の両輪で利益体質を強化する

連結経営の強化(グループシナジー)

Jストリーム

グループシナジー

子会社独自の成長

外注先のグループ内集中

シェアードサービスの強化

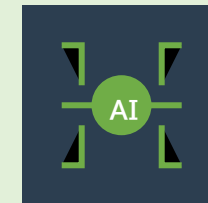
M&Aの強化

M&Aの効果で連結利益におけるグループの比率が拡大
Jストリームは販路開拓・管理面で強力に支援

AI×動画による高付加価値化

The Streaming AX Company

「配信」から「データとAIを活用した課題解決」へ



両輪で利益体質を強化

サービス・ソリューション
進化・向上
(付加価値)

社内業務
自動化
(生産性向上)

2026年度事業計画骨子

連結経営の強化(グループシナジー)

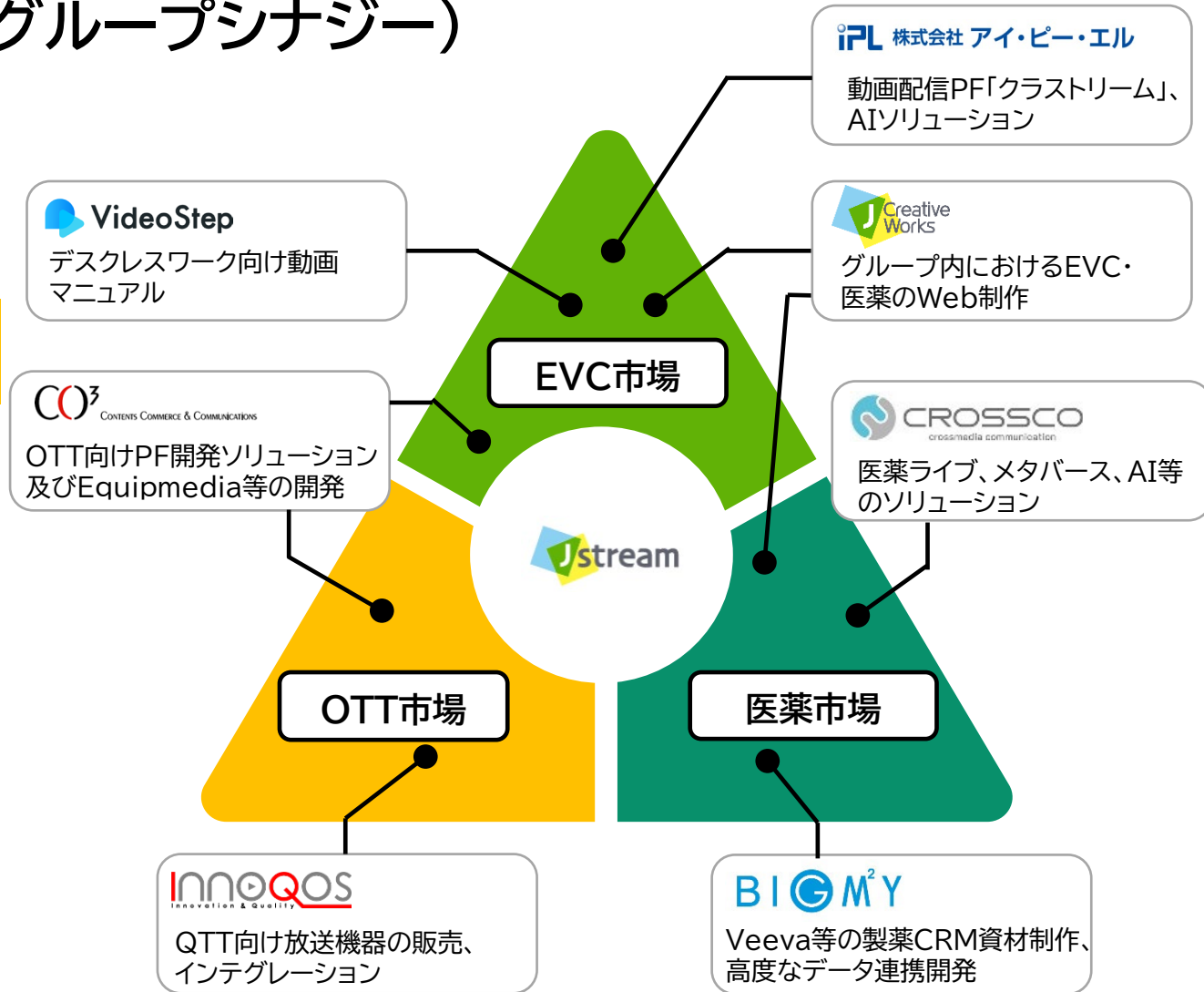
OTT市場

販売

- Jストリームの基盤顧客である放送局やCATVに対して、イノコス、CO3サービス展開を強化

開発委託

- JストリームからCO3にメディア顧客の開発業務委託



EVC市場

- 販売**
- JストリームによるVideoStep販売強化
- 市場シェア上昇**
- IPLのグループインによりOVP市場でのシェアアップ
- グループ内発注**
- JストリームからJCWへの制作発注比率向上、機能配置を最適化

医薬市場

- 販売**
- Jストリームによるクロスコ、BIGM2Yのサービス展開
- グループ内発注**
- Jストリームからクロスコにライブ業務発注

単体の医薬市場依存から脱却と連結V字回復継続

グループ総合力×動画AXによる成長

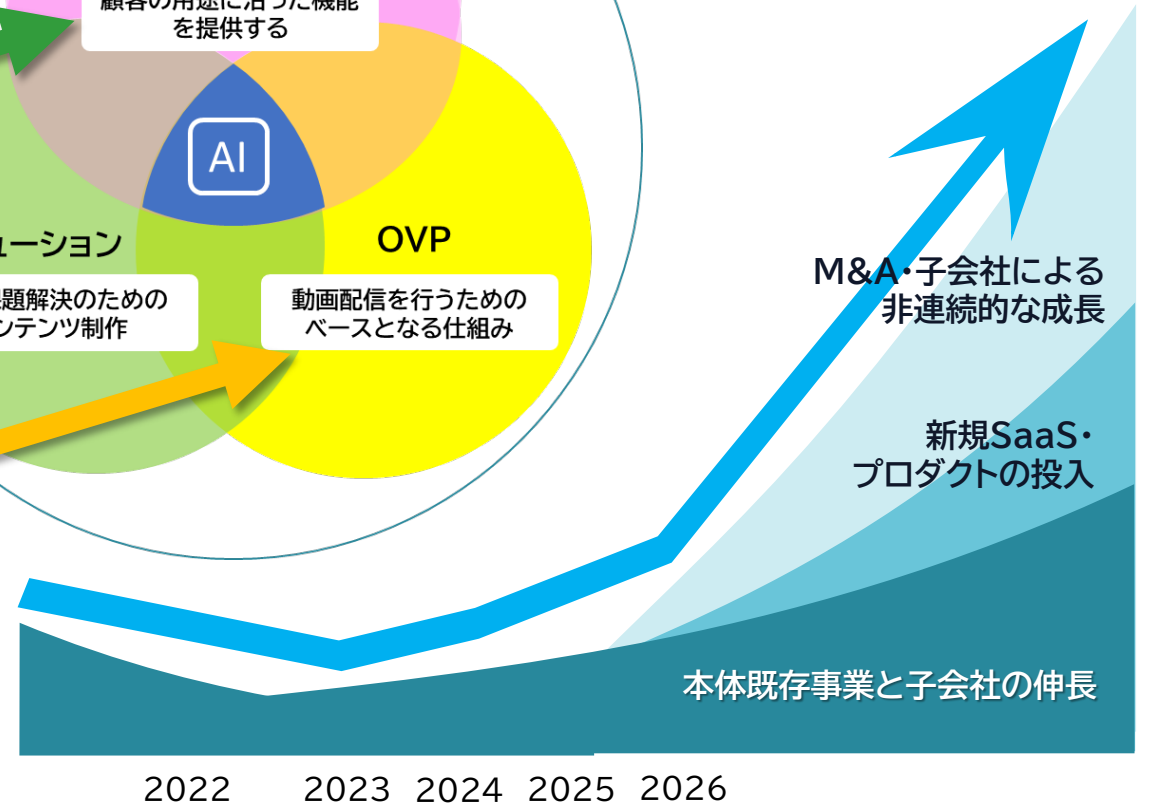
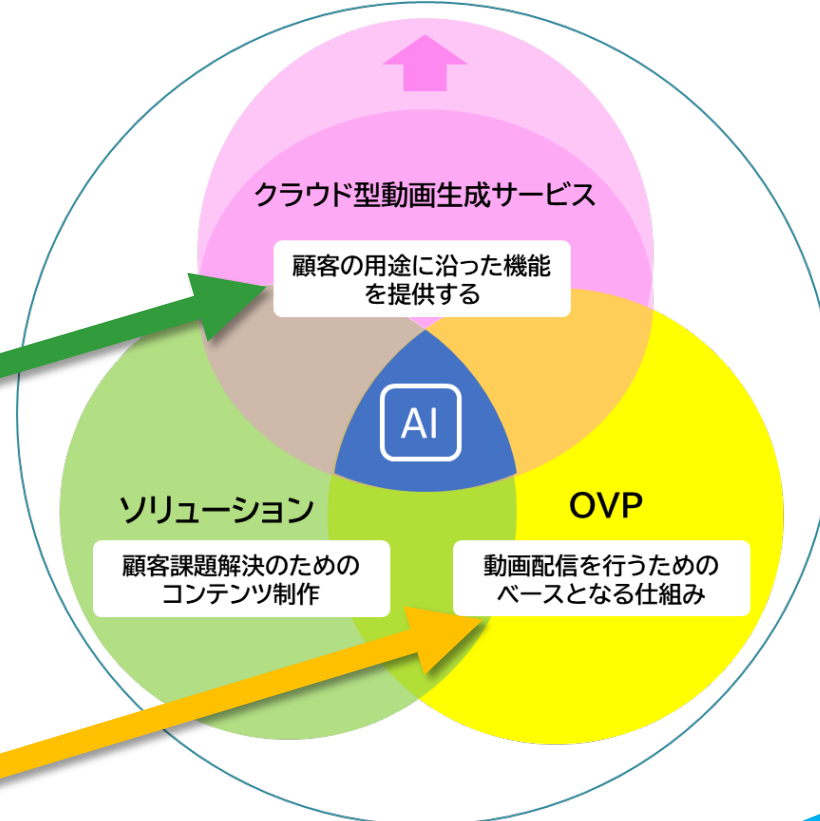
The Streaming AX Companyとしての展開

グループ連結総合力
成長している子会社の販売強化
M&Aによる収益力の拡大

EVCへの新商品投入
EQ Presentation Cloud
AI動画生成のビジネス活用を創出

OTTへの新商品投入
Stream BIZ/CORE
OTT特化のCMS、OVP投入により
新たなメディア企業の獲得

連結成長トレンドによるV字回復を継続



単体でのソリューション展開イメージ

2020

2021

2022

2023

2024

2025

2026

2027

2028～

コロナ期における将来への投資 ライブ急拡大の中でEVC、OTT向け
各種機能開発～アフターコロナ環境へ

DX + AI → AX
でのソリューション展開

The Streaming AX
Companyとしての展開

EQ
疑似ライブ

EQポータル

EQライブ配
信機能拡張

XRバーチャル
プロダクション

EQ for
Salesforce刷新

EQデスク
トップ配信

EQポータル
分析機能

メタマスタ
システム

Stream Biz

Webinar
Analytics

マルチCDN

ミテシル
UI刷新

mastバイ
応募フォーム

EQリアルタイ
ム字幕

mastバイ

EQ・CDNext
ISMS認証

AIライブ字幕
AI動画要約

Webinar
Stream

Webinar
Lounge

EQ動画マニュアル
生成機能

マルチアングル
ライブ

EQ動画マーケ for
Salesforce

EQスクリーンレ
コーダー

EQ Presentation
Cloud

Stream
BIZ/CORE

動画DX領域の開拓

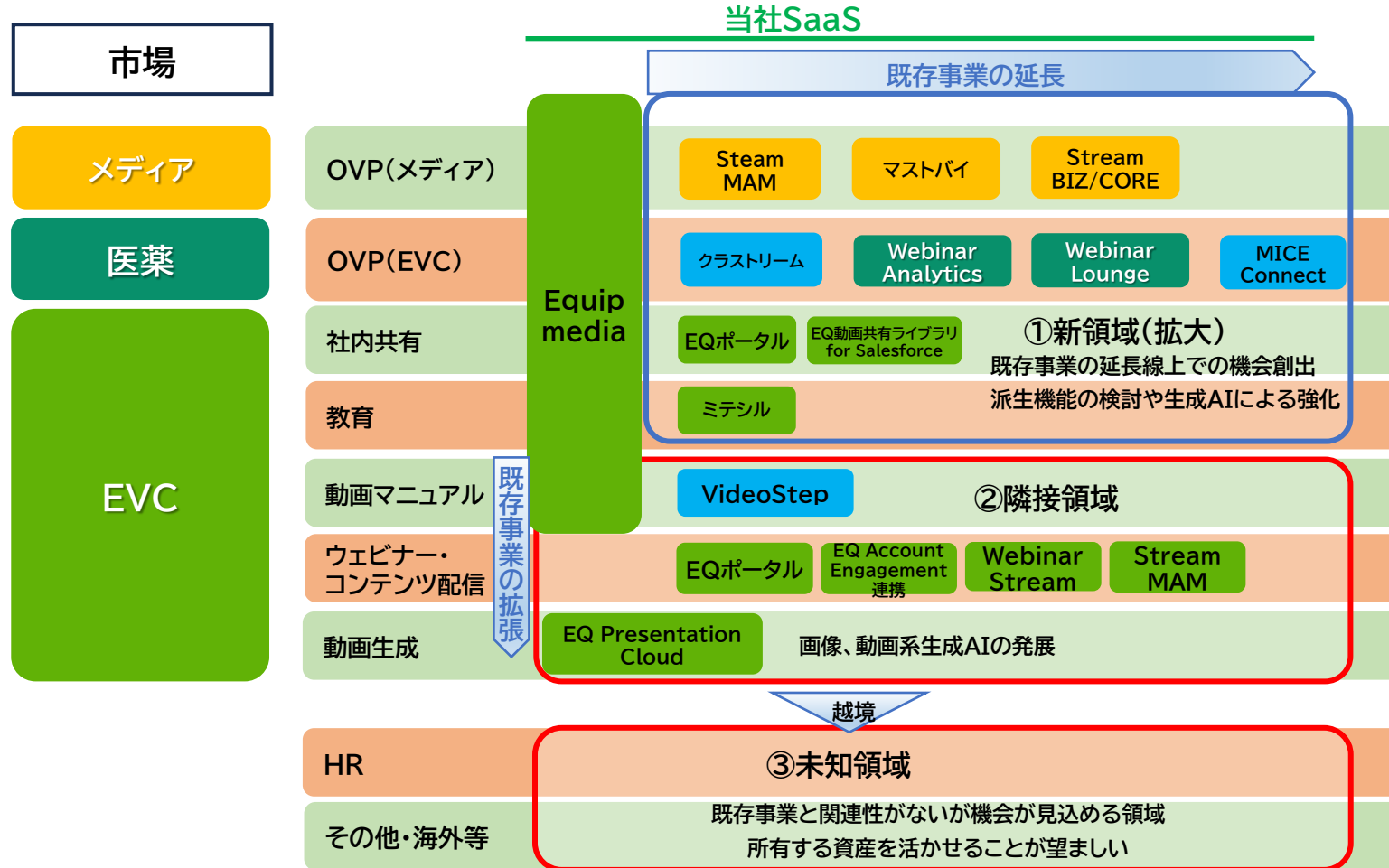
- Presentation Cloudの販売開始とクラウド型動画サービス領域の開拓
- Stream BIZ/CORE投入によるOTT領域の顧客獲得
- EQを中心とした他SaaSとの連携と動画DX業務の開拓

動画SaaSの成長と役務拡大

- EQ、クラウド型動画生成サービスの成長
- SaaS周辺の役務受託を拡張
- 動画データ分析による提案の推進

- SaaSによる安定的な顧客基盤を基軸とした動画DXソリューションの提供
- 蓄積した動画データ分析ノウハウによるコンテンツの付加価値を提供
- インキュベーションによる事業創出
- 中期計画中にM&Aで取得した子会社の成長

M&A方針 動画AX SaaS + 既存事業の延長 の方針を継続



- 動画マニュアル、コンテンツ配信、動画生成など、当社の中核・隣接領域における主要なSaaS競合はほとんどがスタートアップ企業
- 成長戦略と同時に、中核事業の競争力を維持するための防衛戦略としてスタートアップのM&Aに注力する

近年のM&Aによる業績浮揚効果

2025年度のM&Aによる増収効果
 ビッグエムズワイ イノコス VideoStep
 当年度実施: アイ・ピー・エル
 4社合計 約30億円
 (連結売上高の25%を占める貢献度)

- 2018年8月～19年8月 : ビッグエムズワイ社出資(金額非開示)後追加取得(約3.5億円)、完全子会社化
- 2020年9月 : アズーリ社買収、ビッグエムズワイへの吸収合併を発表(約7億円充当)
- 2021年10月 : BSよしもと社への出資を発表(1億円)
- 2022年9月 : VR MODE社への出資を発表(1億円)
- 2023年7月 : VideoStep社を子会社化(5億円)
- 2025年11月 : アイ・ピー・エル社を子会社化

2020年10～11月:M&A原資調達のため自己株式を利用した新株予約権による資金調達(34億円)を実施 支出予定期間:2028年3月迄

各市場の基本方針(顧客層と展開するサービス視点)

EVC

医薬市場

- 主要取引先10社(外資系6、内資系4)の堅守
Web講演会の仕様の変更、機能追加等(WebinarAnalytics+文字起こし、要約、データ分析等)を通じた売上拡大
- 中堅企業の新規開拓の継続
- 自動ページ生成等の効果を通じ作業費削減、利益率向上

EVC (医薬以外)市場

- 新サービス「EQ Presentation Cloud」をリリース
- ソリューションセールスの新規開拓専任チーム立ち上げ
- SI事業の拡大を図る
- 前年のカスタマーサクセスへのコミットを継続、顧客との接点継続と成功体験創出

OTT

OTT (メディア・コンテンツ)市場

- 大型案件複数商談中でありクロージングに注力
- 既存大口取引先(放送局系売上が85%)の堅守:各種早期対応を通じて関係強化
- 役務商売からプロダクト主導型へシフト(Stream CORE等)、都度開発のコスト低減と受注獲得を追求

医薬向け市場認識

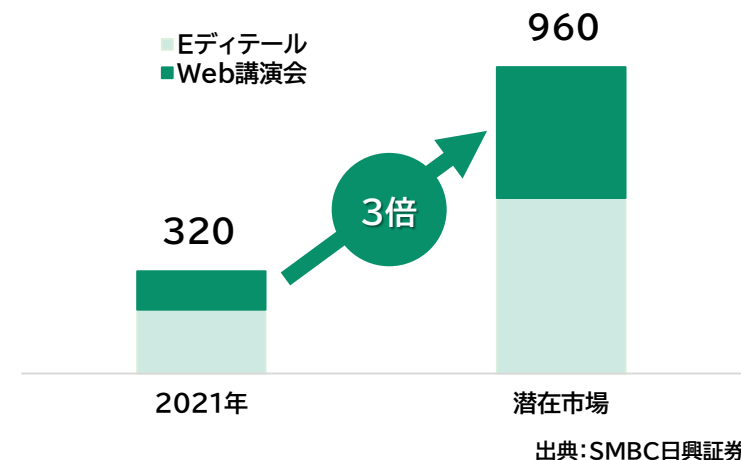
市場・顧客と医師を取り巻く環境

【製薬会社 動向】

- 製薬企業向け情報伝達サービスの成長ポテンシャルは現在の3倍にあたる960億円程度
- 米IQVIAの世界医薬品支出予測レポートによると2024-28の5年間で**世界市場の年平均成長率6~9%に対し日本は0.5%~1.5%**と予測
一国では米中に次ぐ世界3位の市場(11兆円)ではある
- **薬価改定**の販促予算への影響要注視
- Zoom、Teams等ツールでの自社運用講演会が増加
- 米国関税措置等の影響程度は不明だがマイナス要因

【医療従事者 動向】

- 医師の働き方改革(2024年4月~)を受けた変化への対応が急務
長時間労働/労務管理不十分/業務の医師集中 等への対応
- 当社調べ(2026年2月)では医師のWeb講演会への参加回数は
顕著に増加しており、重要性の高さを感じられる
- 医師の講演会への関心度別に4分類して分析した結果、1日の中で情報収集に
かけられる時間はいずれの層も「1日あたり30分」が最も多い結果となった。
但し視聴機器や視聴の経緯には顕著な違いがあり、医師への有効な働きかけには
それぞれに適した手法が必要となる



Web講演会参加回数			
2025年2月調査		2026年2月調査	
n	平均	n	平均
3,193	14.6	4,669	21.9

	セグメントA	セグメントB	セグメントC	セグメントD
	臨床展開	情報取得	ながら視聴	関心低・ながら視聴
主な視聴環境	ノートPC・集中視聴	ノートPC・部分視聴	デスクトップPC・並行業務	スマホ・ながら視聴
視聴の決め手	最新エビデンス・MR紹介	開催時間帯・効率性	講演タイトル	視聴特典・隙間時間
事後アクション	MR連携・院内共有	ガイドライン自己検索	特になし	特になし
処方影響度	3.7(最大)	3.6(高い)	Neutral	3.0(最小)

Jストリーム調べ

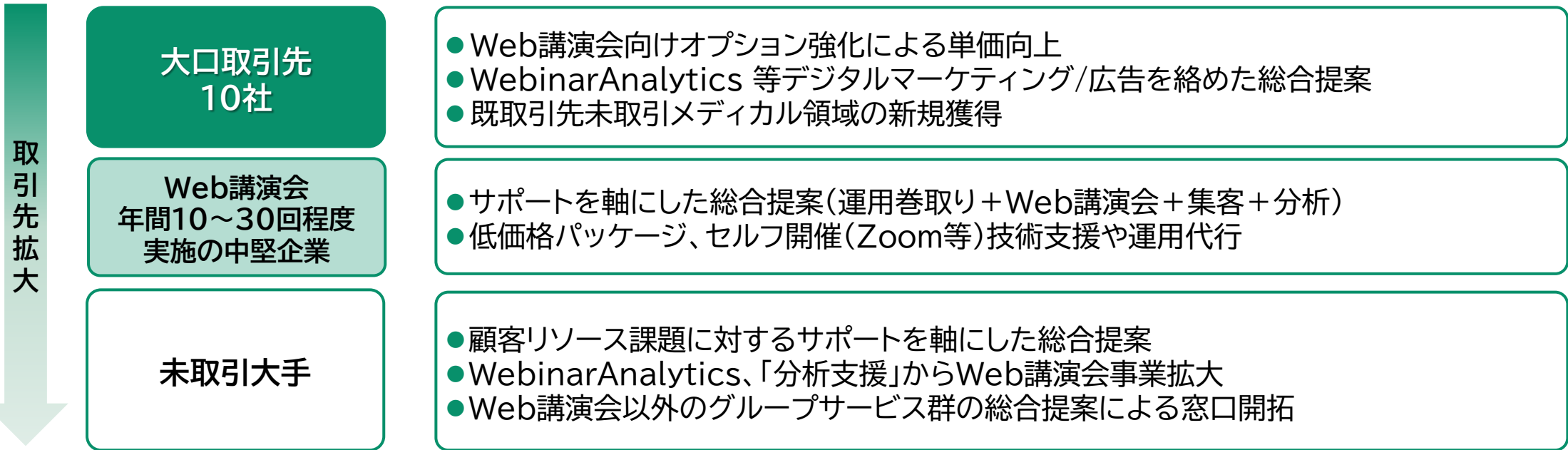
長期的に市場拡大は期待できるが、目下停滞が予想される市場の中で
顧客の課題ごとに取り堅守／拡大への取組が必要

医薬向け事業戦略

グループ連携を強化し、デジタルソリューションを軸に医療DXパートナーとして顧客提供価値を追求し、中期的にWeb講演会依存を脱することを目指します。

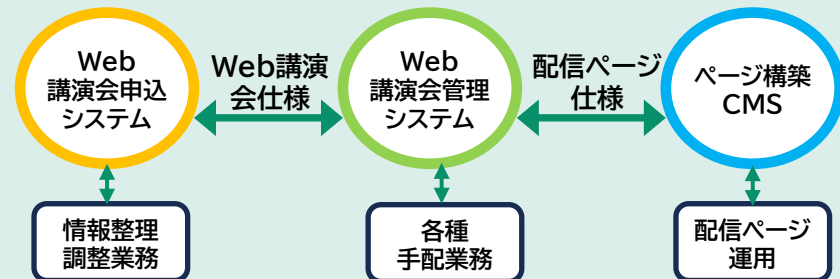
Web講演会

大手顧客は維持、マルチベンダー化の流れに乗って中堅/新規企業の開拓を図り、顧客層拡大を推進



サービス提供体制改善

- ・ 申込から納品までの標準化・自動化を推進
- ・ 社内業務DX、効率化を進め、メディカルオートメーションにつなげる(利益率改善)



デジタルマーケティング

Web講演会+制作、データ分析、Veeva連携の総合提案を通じて、
医師の行動履歴等の有益な情報を提供する

Webinar Analytics

契約社数増加に向けた営業推進取組+データドリブン業務への深耕

- MR支援サービスの提供
→ WebinarAnalytics for MR の展開
生成AIによるコンテンツ分析や総評、CRM連携機能を提供
- 講演会に付随する新オプション
→ AI字幕・ダイジェスト制作
- 製薬会社のDXにおけるAI活用の需要・顧客の内製化拡大への対応

広告事業

集客メディア販売:既存の維持+中堅新規拡大

- メディアとの連携を強化
双方ターゲットへの深耕やオリジナルプランなどの作成を通じて関係促進
- 新興メディアの発掘、代理販売商品を拡大しプランニング力を強化
- WAを軸に分析、最適なメディアを選定

その他

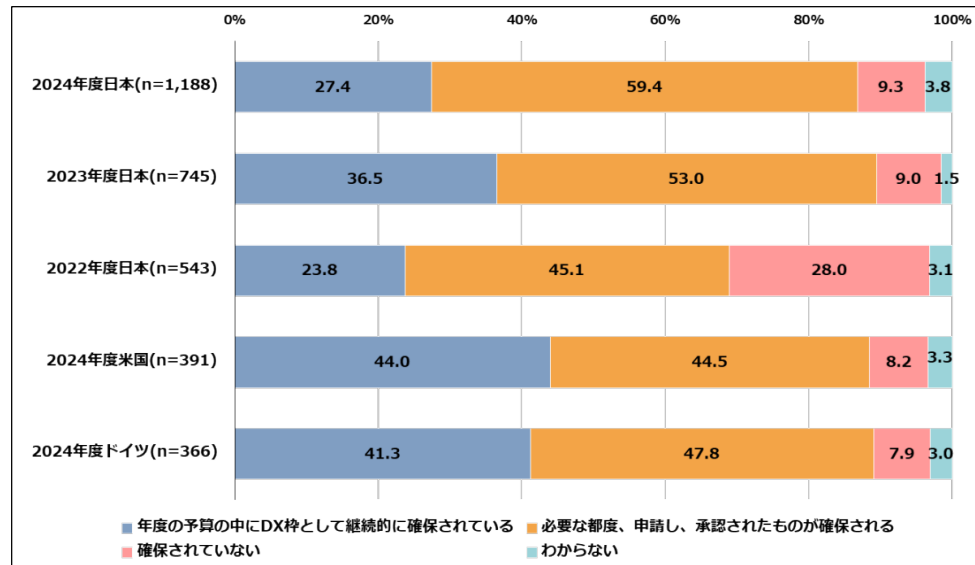
新規隣接領域への展開

- 医師の働き方改革支援:
医療機関での動画活用(患者向け疾患説明の動画化等)
事例増やし導入促進
- 製薬会社の製薬説明資料審査を支援する
AIソリューションを検討

EVC(医薬以外)市場向け市場認識

DX推進のための継続的な予算確保状況

- 「年度の予算の中にDX枠として継続的に確保されている」「必要な都度、申請し、承認されたものが確保される」といった何らかの形で予算が確保される割合が9割近い。
- 日本は「必要な都度、申請し、承認されたものが確保される」割合が高い。

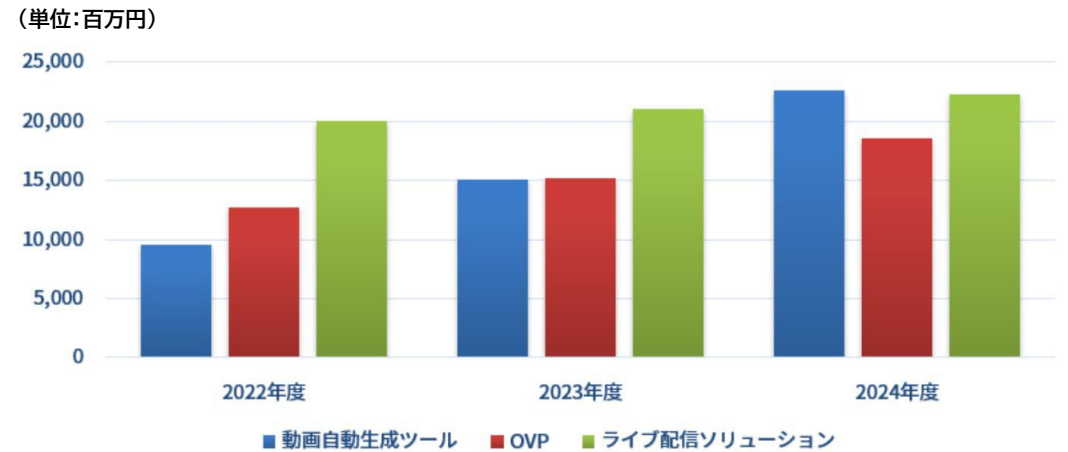


出典:独立行政法人 情報処理推進機構
「DX動向2025」(2025年6月)
<https://www.ipa.go.jp/digital/chousa/dx-trend/tbl5kb0000001mn2-att/dx-trend-data-collection-2025.pdf>

法人向け動画・配信ソリューション市場

- 2024年度～2028年度の法人向け動画・配信ソリューション市場は年平均24.4%成長
2028年度には1,529億円となる見込み。

2022～2024年度
法人向け動画・配信ソリューション市場規模



出典: デロイトトーマツミック経済研究所
「法人向け動画・配信ソリューション市場の現状と展望 2024年度版」(2024年6月)
<https://mic-r.co.jp/mr/03150/>

EVC(医薬以外)市場向け事業戦略

EQ Presentation Cloud(EQPC)による動画生成機能を活かして営業を推進、既存顧客の需要喚起とともに新たな需要を創出する

ソリューションセールスの新規開拓専任チームを新設、前期のカスタマーサクセス支援をベースに顧客の成功にコミットする提案を実施する

教育・トレーニング

ソリューション

- 営業教育/トレーニング、技術伝承/安全教育など利用拡大する用途向けのWebinar Stream提案

プロダクト

- 社内教育/トレーニング作成でのEQPC活用
- EQミテシルオプションモデル開始に伴う、EQ顧客への展開

情報共有

ソリューション

- 社内エンゲージメント型イベント用途
- 社内報や社内コミュニケーション、ツールバンダーとの提携提案

プロダクト

- EQポータル低価格プランによる中堅・中小企業開拓とその後の拡大
- EQPCによる社内説明映像の制作

販促・プロモーション

ソリューション

- Webinar Stream
拡張性を活用しイベント用途開拓
B2Bマーケティング用途開拓

プロダクト

- EQポータル活用やEQ動画マーケティング for Salesforceによるマーケティング用途開拓
- EQPCでの販促コンテンツ内製化

プレゼンテーション資料ファイルをアップするだけでナレーション付き動画を自動生成

スピーカーノートの読み上げでなく、
資料自体からナレーション原稿をAIが生成

作成後の編集も容易

EQプレイヤーで公開すれば、
当該動画を編集しなおすことで動画の
貼り換えなく簡単にアップデートが可能



OTT(メディア・コンテンツ)市場向け市場認識

放送局

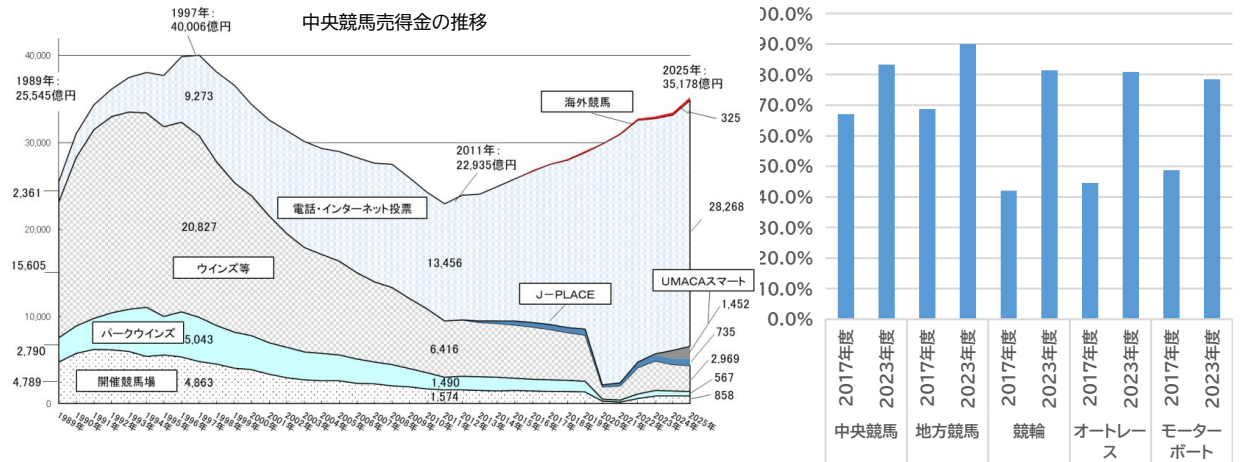
- FOD事業: 有料会員数150万人超え(2024/9)1年9か月で50万人増
- TVerは、2025年12月にMUBが4,460万を突破 前年同月比+14%
同時配信/ライブ数増加/視聴データ分析/TVer会員化/FAST(広告付き無料ストリーミングサービス)実証実験等が進み民放各局の広告配信の中心となっている
- NHK: 2025/10からインターネットを通じた番組配信が必須業務化 支出削減/受信料は値下げ
- 地方局ではA-PAB(マル研)主導でFASTやLCB(Local Contents Bank)の取組みに関する検討が進行 JストリームはA-PAB主導のLCB実験に協力しており、2026/3に合同会社LCBと業務提携を発表

CS BS

- 放送事業に加えて、配信事業関連や地域イベント開催や運用といった新たな事業展開が進んでいる
- 若年層をターゲットにOTT事業への投資の動きあり
- 比較的体力のある放送局は、独自のネットチャンネルを立ち上げている

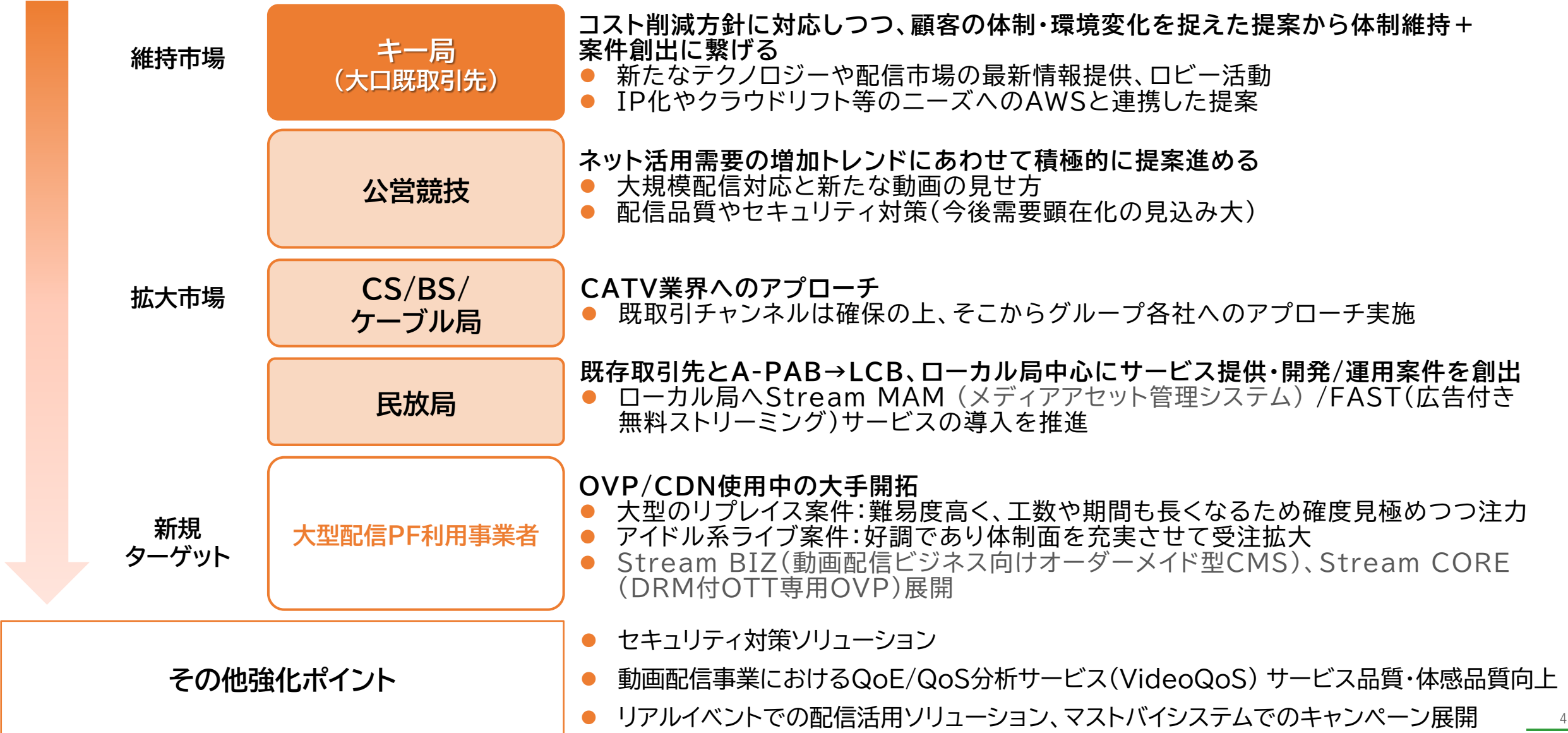
公営競技

- コロナ禍後も成長率は鈍化しているものの各競技共拡大、若年層(ネット経由)の取り込みが進む



OTT(メディア・コンテンツ)市場向け事業戦略

各顧客層別戦略と基盤整備



2027年3月期(2026年度)投資計画

EQPCの機能強化や、一部設備のクラウド化を推進。CDN関連はSSL関連の対応を予定。
管理系はビジネスプロセス管理システムの運用工数・外部費用低減のための開発実施。

(単位:百万円)	投資項目	2025実績	2026計画
●	サービス ソフトウェア投資 <ul style="list-style-type: none">✓ J-Stream Equipmedia 関連開発(含EQPC)✓ 各種サービス共通基盤開発✓ CDNext機能増強(含マルチCDN)✓ ライブサービス✓ 市場別(医薬/EVC/OTT・メディア)等各種機能開発 (仮勘定調整分:ソリューション開発の比率が高い)	365	357
●	サービス ハードウェア投資 <ul style="list-style-type: none">✓ ネットワーク汎用プラットフォーム ストレージ、IPS、スイッチ等✓ ライブサービス機材関連✓ PC等各種機器	124	169
●	全社関連、業務支援、ソフトウェア投資等 <ul style="list-style-type: none">✓ ビジネスプロセス管理システム✓ オフィス・スタジオ設備等	99	71
	投資額総計	589	597

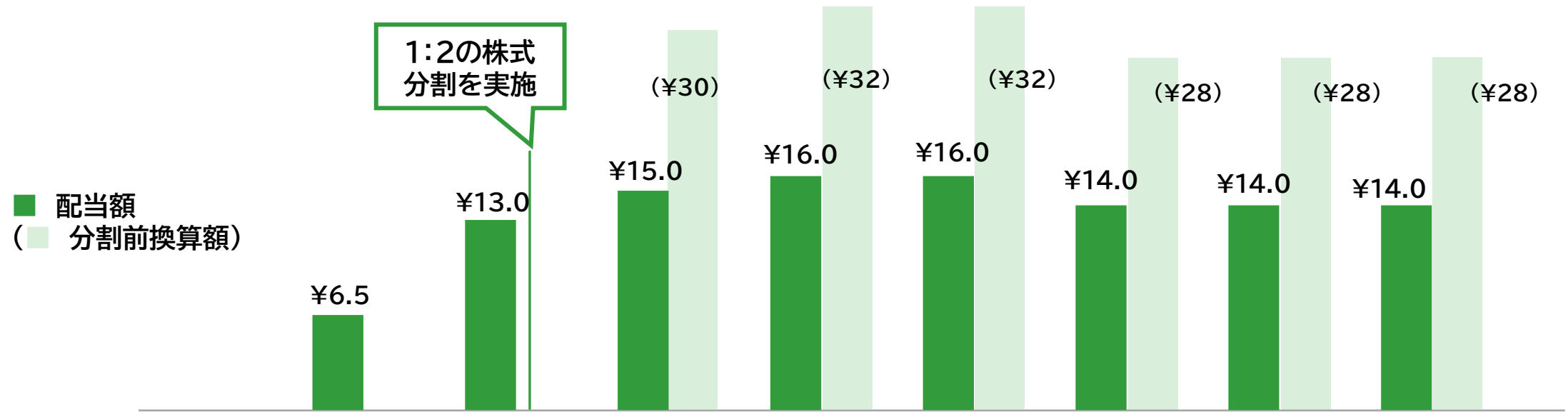
通期予想と配当方針

2026年度 通期予想

(単位:百万円)	2025年度 実績	2026年度 予想	増減率	増減額
売上高	11,997	12,702	+5.9%	+704
営業利益	826	920	+11.4%	+93
経常利益	866	950	+9.7%	+84
親会社株主に帰属する 当期純利益	485	536	+10.6%	+51

配当方針

当社では、株主に向けた利益還元を経営の最重要課題のひとつとして位置づけています。
2026年度につきましては、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・継続性に配慮して利益還元を積極的に実施するという方針の下、1株当たり14円といたしております。



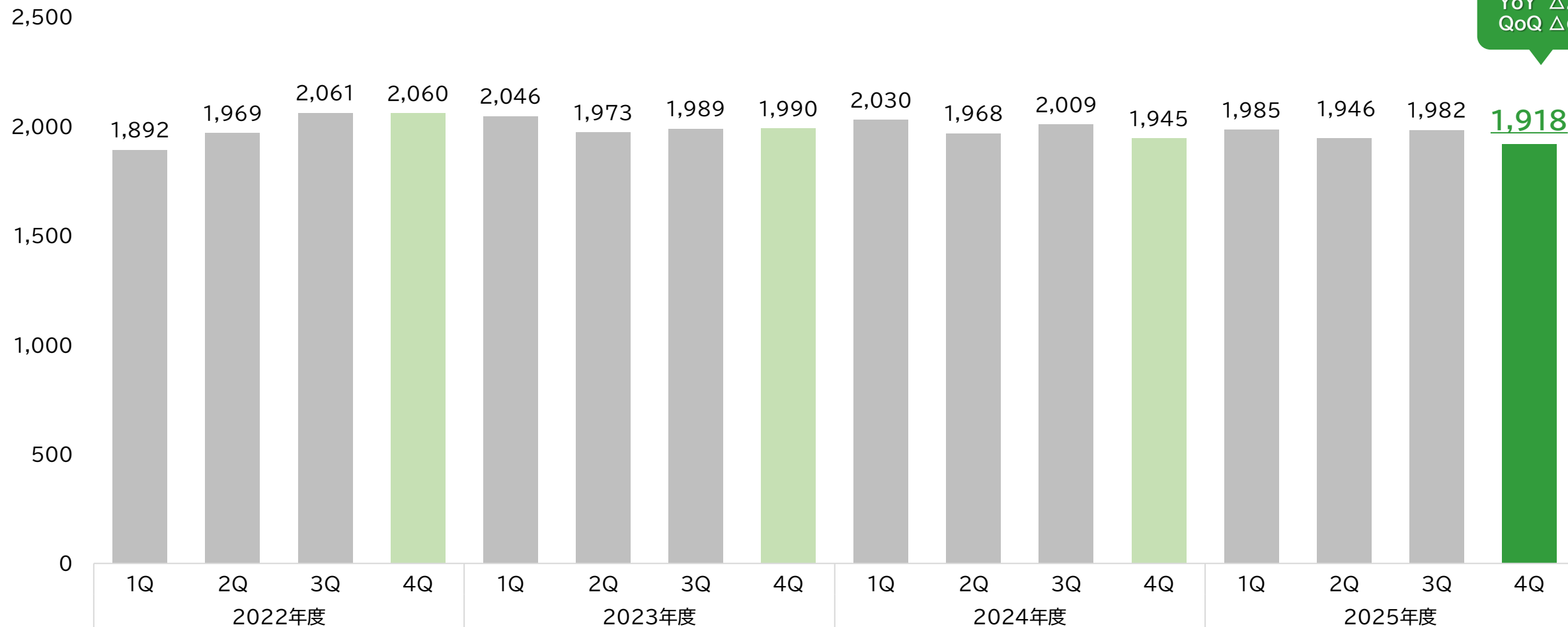
(単位:百万円)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度 (予定)	2026年度 (予想)
配当(予定)額	75	161	372	397	397	348	(348)	(348)
親会社株主に帰属する 当期純利益(予想)	249	1,548	1,309	873	298	550	(485)	(536)

補足データ

参考指標:取引先窓口数推移(四半期毎の期中合計)

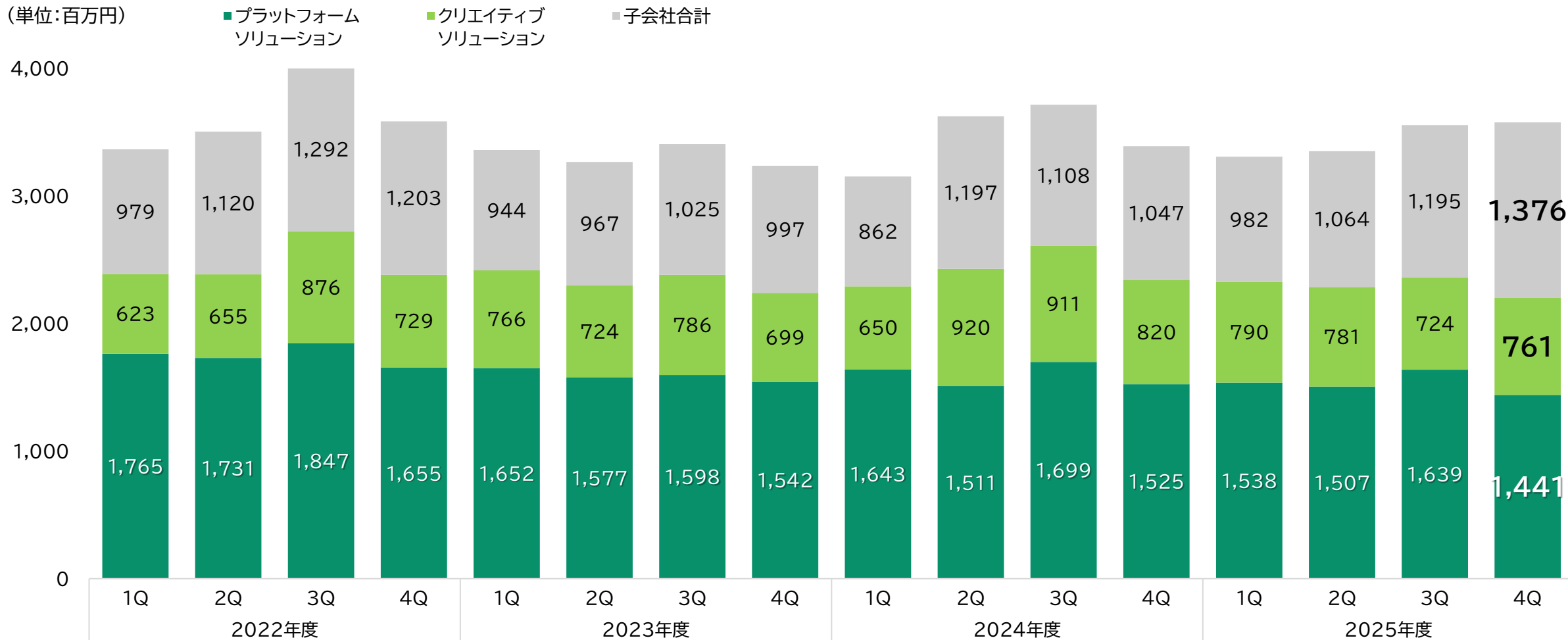
同一企業内でも多部門に利用いただくケースが多いことから、取引社数からさらに踏み込んだ取引先窓口数を重視しています。4QではWeb講演会関連の季節性が影響し前四半期対比減少しました。実施案件数は増加しています。

(単位:件数)



参考指標:ソリューション分類別売上推移(Jストリーム個別:旧基準)

利益の源泉である配信を中心とするプラットフォームサービスを軸とした、Jストリーム個別の動画配信系プラットフォームソリューションと、案件受注の入り口となることも多く当社サービスの付加価値を高める、制作系クリエイティブソリューションを掲載しています。子会社はYoYでは動画マニュアルSaaS子会社の売上増、QoQでは4Qに大口の納品があった技術商社の売上増から増加しています。



※上記子会社合計は連結処理前の数値であり、Jストリーム個別数値と合計した場合、連結決算数値と同一にはなりません

本資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料で提供されている情報には、将来の見通しに関する情報が含まれています。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であり、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。

決算説明内容についてのお問い合わせがございましたら以下までお寄せください。

株式会社Jストリーム

管理本部 法務・広報部

●メール:Jstream-IR@stream.co.jp

●電話:03-5765-7744