

2016年12月期
通期決算説明資料



2017年2月13日
ピクスタ株式会社
[マザーズ・3416]

目次

- 2016年12月期 通期決算概要
- サービスの状況
- 2017年12月期の方針
- APPENDIX（会社概要）

2016年12月期 通期決算概要

2016年12月期 通期累計業績ハイライト

業績ハイライト

- 売上・利益ともに当期予想を上回る着地

	4Q累計 (連結)	前年同期比	当期予想 (連結)	達成率
売上高	1,758百万円	+26.7%	1,726百万円	101.8%
営業利益	155百万円	+12.4%	142百万円	109.2%
純利益	100百万円	△9.7%	86百万円	116.6%

KPI

- 単品販売月間購入者数年間累計：215,551人（前年同期比：+8.3%）
- 定額制契約数（期末時点）：962件（前年同期比：+58.7%）

4Qのトピックス

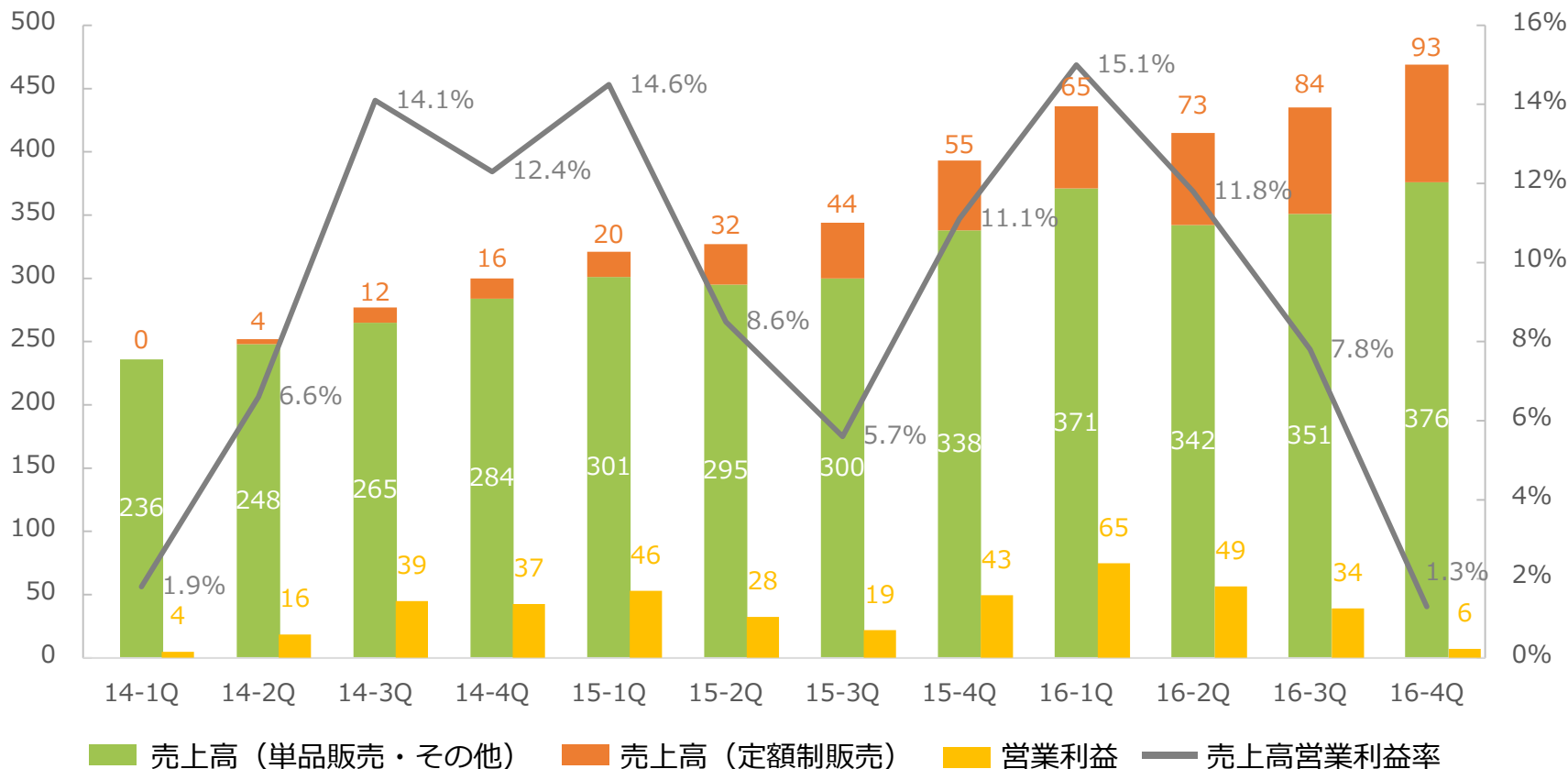
- 音素材マーケットプレイスを運営するクレオフォーガ社と資本及び業務提携
- 販売中の素材点数が2,000万点を突破

※子会社であるスナップマーケット株式会社の設立により2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行したため、前期比較の数値については単体の業績を用いております。また、当期予想値には2016年11月11日に発表いたしました連結業績予想値を記載しております。

業績の推移：四半期決算推移

- 四半期ベースで売上高は単品販売・定額制販売ともに過去最高
- 営業利益は移転費用等計上及び連結決算開始の影響により減少

(単位：百万円)

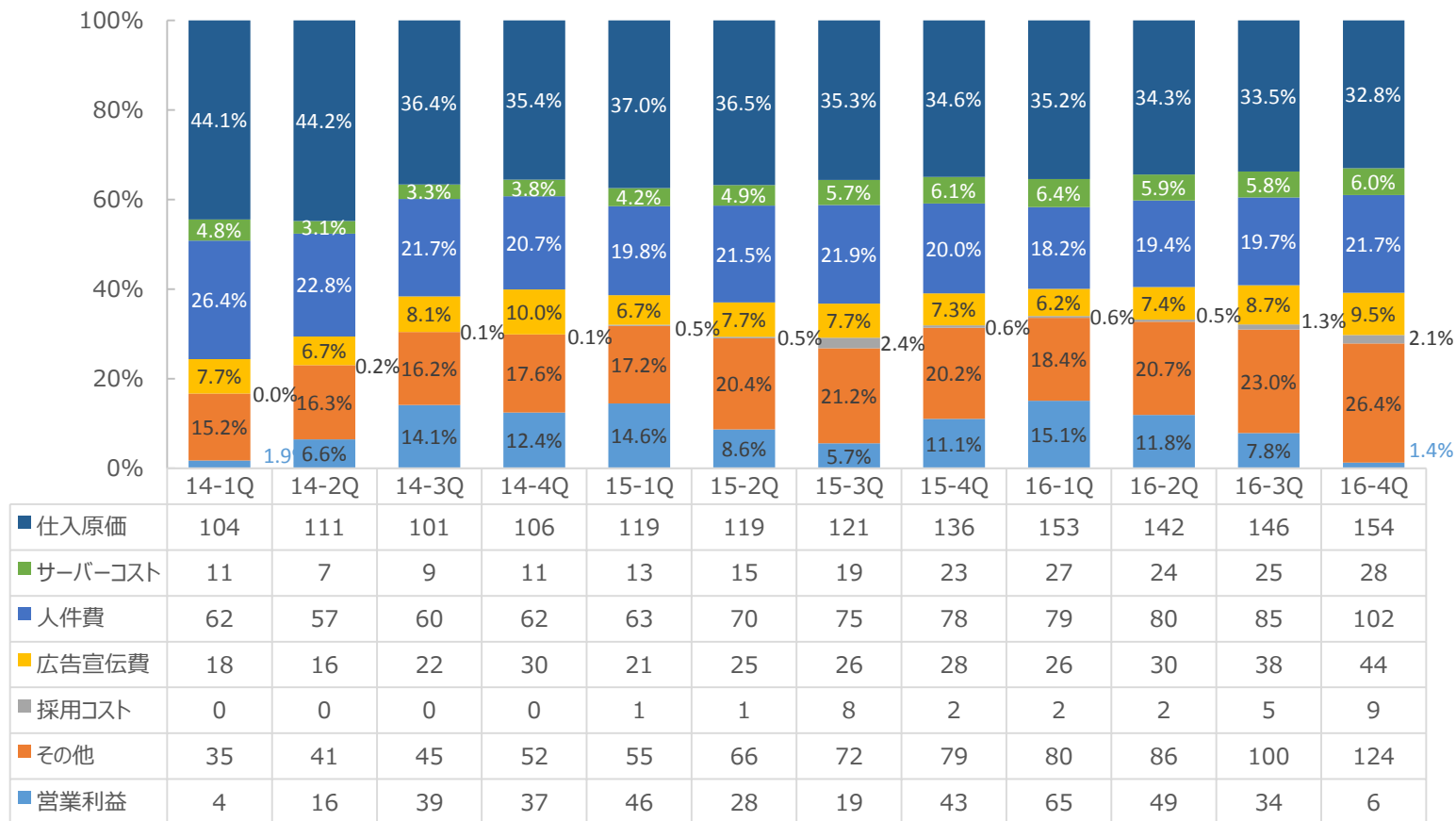


※2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しておりますが、2016年9月30日をみなし取得日としているため、当第4四半期の売上高及び営業利益より連結対象子会社の業績を含んでおります

業績の推移：四半期営業利益及び費用推移

- 仕入原価率は定額制販売売上好調のため低下の傾向に
- 人件費及び採用コストは採用の増加に伴い前Qに引き続き増加
- その他費用は本社移転・連結決算開始により増加

(単位：百万円)



※2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しておりますが、2016年9月30日をみなし取得日としているため、当第4四半期より連結対象子会社の業績を含んでおります

業績の推移（損益計算書）

（単位：百万円）

	四半期				2016-4Q	前年同期比	通期		
	2015-4Q	2016-1Q	2016-2Q	2016-3Q			2015通期	2016通期	前年同期比
売上高	393	436	415	436	470	+19.3%	1,388	1,758	+26.7%
売上総利益	222	247	240	255	274	+23.5%	780	1,017	+30.4%
売上総利益率	56.5%	56.6%	57.9%	58.5%	58.4%	+1.9pt	56.2%	57.9%	+1.7pt
営業利益	43	65	49	34	6	△85.2%	138	155	+12.4%
営業利益率	11.1%	15.0%	11.8%	7.8%	1.3%	△9.8pt	10.0%	8.8%	△1.2pt
当期純利益	40	53	32	20	△6	△114.7%	111	100	△9.7%

※ 2016年12月期第4四半期における営業利益及び当期純利益の減少は、主として本社移転費用の計上によるものです。

※ 2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しておりますが、2016年9月30日をみなし取得日としているため、当第4四半期の売上高及び営業利益より連結対象子会社の業績を含んでおります。

業績の推移（貸借対照表）

（単位：百万円）

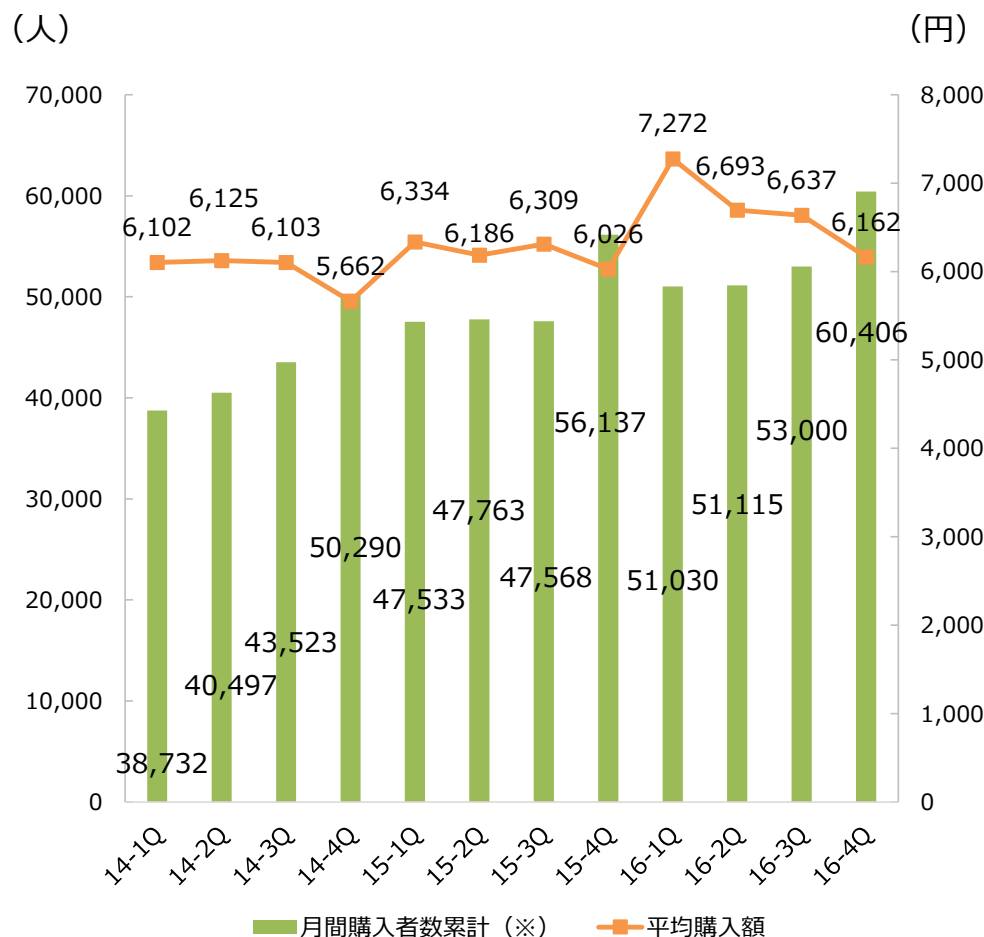
	2015年末	2016年末	前期末比	2016-3Q	前四半期比
流動資産	937	1,074	+14.6%	1,073	+0.0%
（うち現預金）	671	689	+2.6%	699	△1.5%
固定資産	53	233	+338.7%	186	+25.3%
総資産	990	1,307	+32.0%	1,259	+3.8%
流動負債	432	647	+49.8%	593	+9.1%
純資産	558	659	+18.2%	665	△0.9%

※ 2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しているため、2015年末の数値については、単体の業績を用いております。

サービスの状況

単品販売の状況

単品販売月間購入者数累計(※)及び平均月間購入額



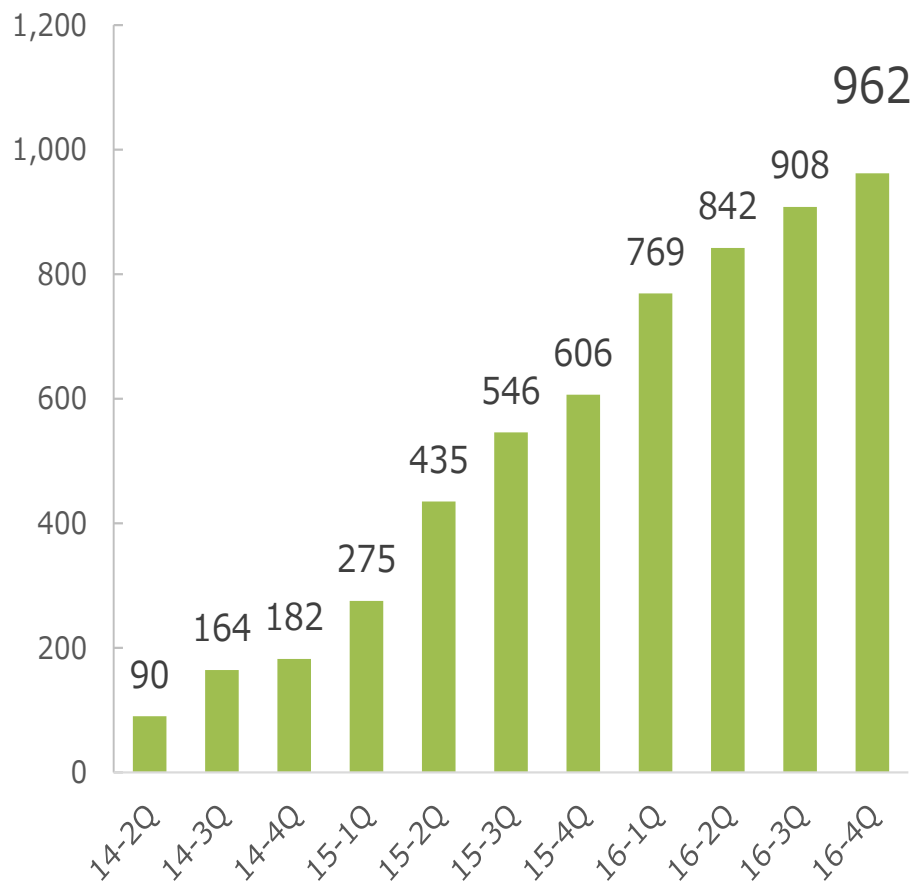
- 単品販売月間購入者数の4Q累計は、今年も年賀状素材の需要を取り込み過去最高の60,406人を達成
- 単品販売月間購入者数の年間累計は、前年同期比で+8.3%の215,551人。年間目標の230,689人には届かないものの、年間ベースで過去最高
- 例年通り4Qは年賀状素材の購入増加により平均購入額が前Q比で減少も、前年同期比では増加

※各月の月間購入者数（月に1回以上購入した人数）の3ヶ月分を合算した数値

定額制販売の状況

定額制販売の契約数

(単位：件)



(各四半期末時点の契約数)

- 契約数は前Q比54件増加の962件と、通期目標の914件を大幅に上回る着地
- 前Qに引き続き、Webサイト上での訴求強化やマルチシートライセンス(*)営業が奏功し、新規・更新ともに契約数が順調に増加

※ 複数名で共有できる法人向けライセンス

新規事業・提携案件

クレオファー社との資本及び業務提携

音素材のマーケットプレイス「オーディオストック」を運営する株式会社クレオファーと連携し、2017年内にPIXTAで音素材を販売開始予定。

写真・イラスト・動画に続き、音素材の市場開拓及びシェア獲得を目指す



「PowerPoint」へのアドイン提供

Microsoft Office「PowerPoint」上でPIXTAの写真・イラスト素材を検索・購入できるアドイン（拡張機能）の提供を発表。

ライトユーザー（非デザイナー層）の素材活用促進を目指す



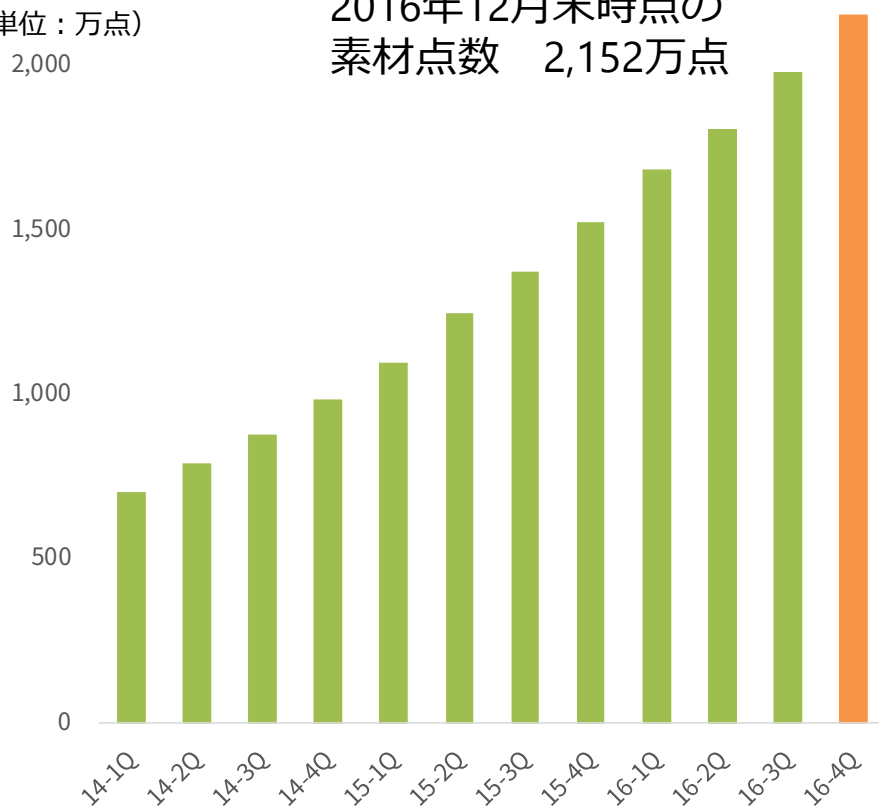
その他トピックス

販売中の素材点数が2,000万点を突破

2016年10月にPIXTAで販売中の素材点数
2,000万点を突破

(単位：万点)
2,000

2016年12月末時点の
素材点数 2,152万点



使用素材No. : 6895687

タイ子会社を設立

PIXTA (THAILAND) CO., LTD. を2016年
12月に設立。

東南アジアの中でもデジタル広告市場の成長が著しいタイにおいて、同年2月に開設済みのPIXTAタイ語版サイトをベースに、同国での販売・マーケティング活動を強化していく

【ピクスタのアジア展開状況】



出張撮影マッチングサービスfotowaの状況

七五三シーズンの集客が好調、認知拡大のイベントも継続的に実施

11月の七五三シーズン前後での集客強化が奏功し、**月間撮影件数300件を突破**。

また、11/22の「いい夫婦の日」など「家族」や「絆」にちなんだユニークな撮影イベントを実施、認知拡大を狙った。

登録フォトグラファー獲得にも引き続き注力、4Qには首都圏に加え関西や東海地域での説明会も実施



月間撮影件数
300件を突破



← PIXTAのクリエイター向け情報サイトやFacebookアカウントを通じ、首都圏・関西・東海地域でフォトグラファーを募集



↑ 11/22の「いい夫婦の日」にちなみ、「バウ・リニューアル（新たな誓い）プログラム」をホテルニューオータニ、バウリニューアルジャパンと共同で実施。右写真2点は受賞者の撮影当日の様子。

2017年12月期の方針

2016年サービスの状況・総括

単品販売

- 検索機能改善やSEO改善など、地道な改善を継続
- ユーザーの裾野を広げるため、非デザイナー層（ライトユーザー）獲得施策に注力（テンプレート素材提供等）

定額制

- SNSマーケティングやWebメディア等で大量に安く画像素材を使いたいニーズを取り込み、契約件数が順調に増加
- マルチシートライセンスやAPI案件も順調に増加

動画

- 価格改定等により購入者数および月間購入額を底上げ
- 音素材の導入を決定、動画素材とのクロスセル効果を狙う

海外

- 東南アジア、東アジアにフォーカスし市場参入とシェア獲得を進める
- 2015年に引き続き台湾での営業・Web経由集客に注力、タイへも参入

新規事業

- 出張撮影マッチングサービス「fotowa」を開始。順調に拡大中
- スマホ写真のマーケットプレイス「Snapmart」事業を譲受

2017年計画：考え方

2017年は「積極投資」の年に

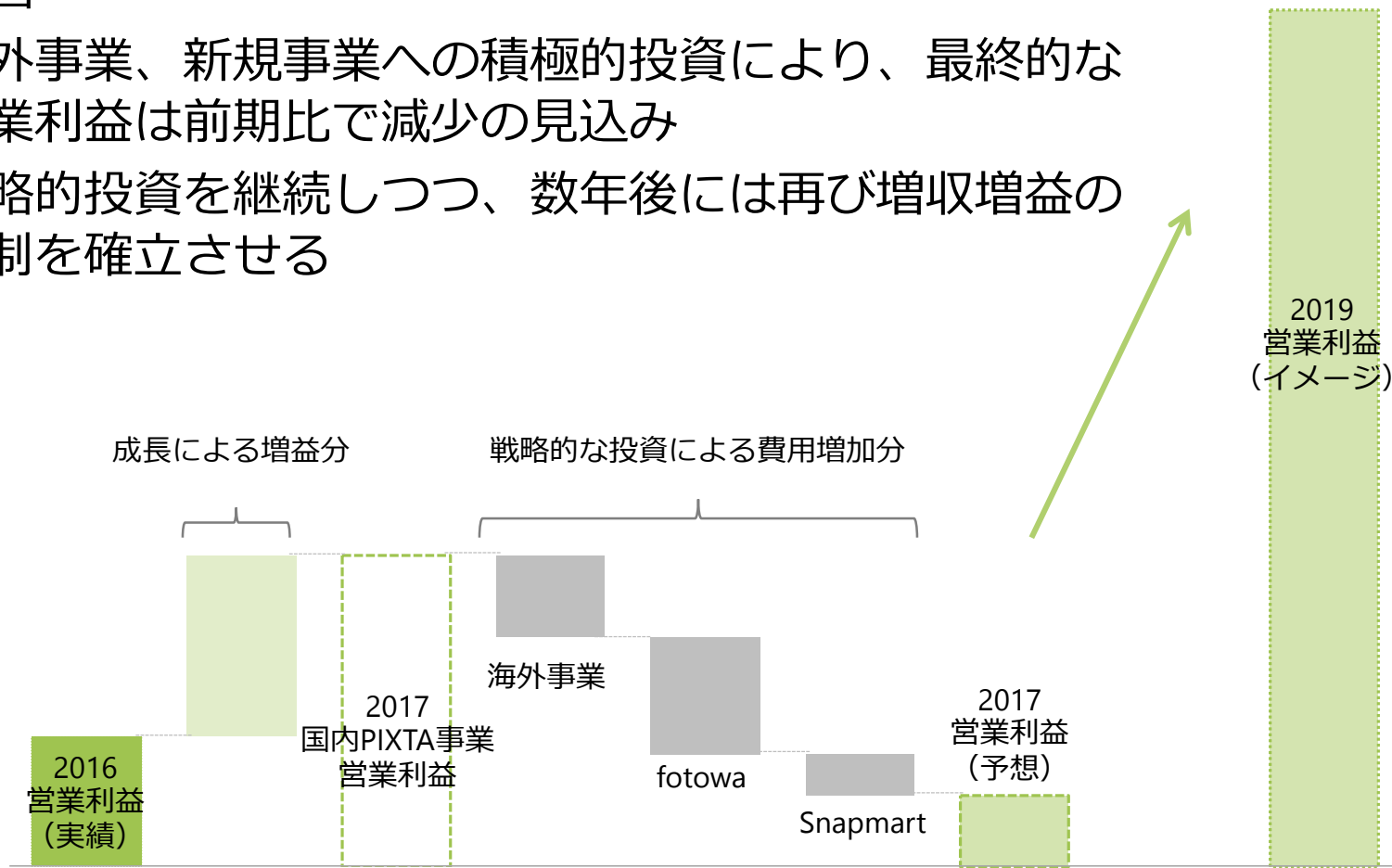
- ① 国内PIXTA事業を継続的に伸ばしつつ
- ② 昨年着手した新規事業の成長を加速し
- ③ 新たな投資による事業機会の拡大に挑戦



PIXTAの安定的な増収により得られる利益を
積極的に海外及び新規事業へと投資

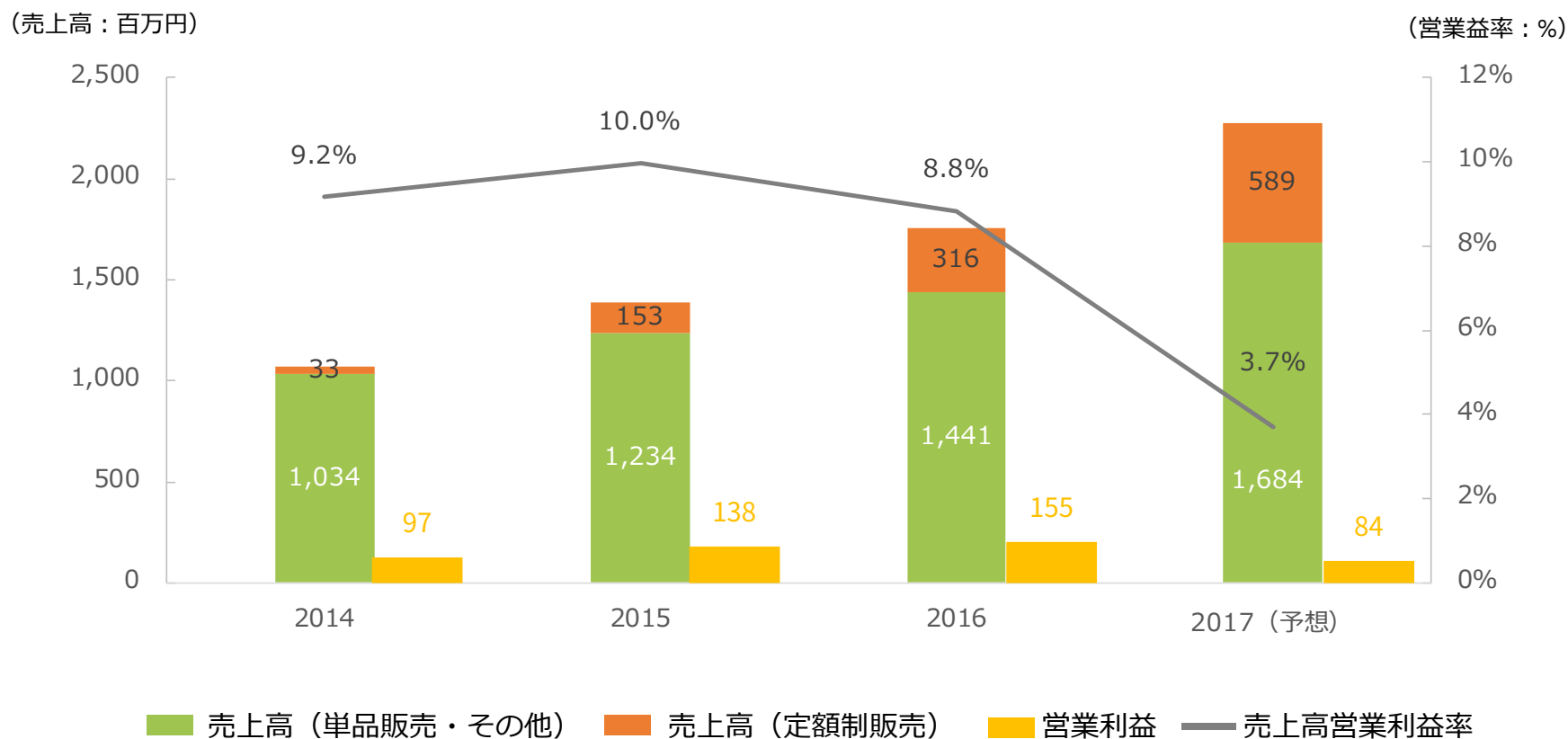
今後の利益成長イメージ

- 国内PIXTA事業は各種施策の継続により引き続き成長を計画
- 海外事業、新規事業への積極的投資により、最終的な営業利益は前期比で減少の見込み
- 戦略的投資を継続しつつ、数年後には再び増収増益の体制を確立させる



業績の推移と2017年度見込み

- 売上高は定額制重視の戦略により増収見込み
- 営業利益は海外や新規事業等への先行投資により減益の計画



2017年計画：サマリー

(単位：百万円)

	2014年	2015年	2016年	2017年 (予想)	2016-2017 前年比成長率
売上高	1,068	1,388	1,758	2,274	+29.3%
営業利益	97	138	155	84	△45.8%
売上高営業利益率	9.2%	10.0%	8.8%	3.7%	△5.1pt
純利益	90	111	100	58	△41.9%

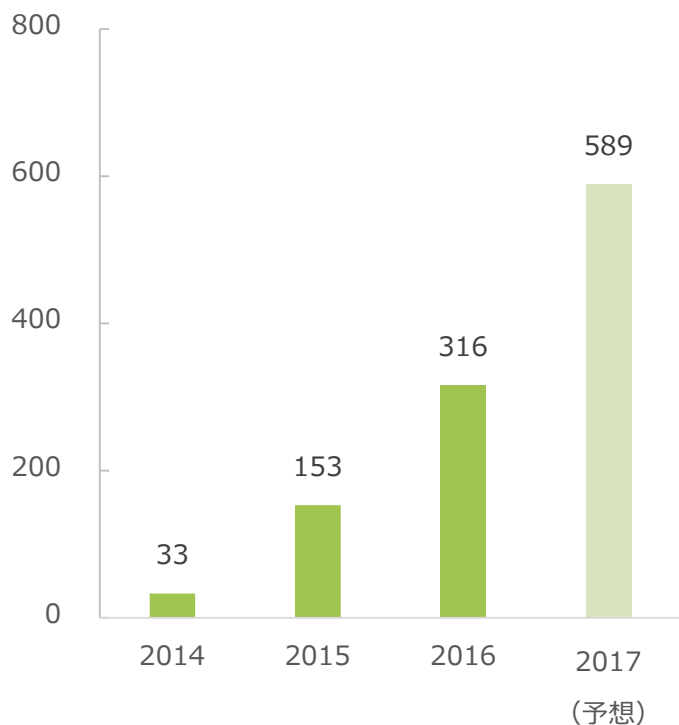
※ 2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しているため、2014年末及び2015年末の数値については、単体の業績を用いております。

KPI計画数値

- 定額制販売重視へシフトし、売上高は倍増を計画
- 単品販売についてはモバイル対応及びコンバージョン率の向上に注力し、平均月間購入額は下げつつも購入者数増加を見込む

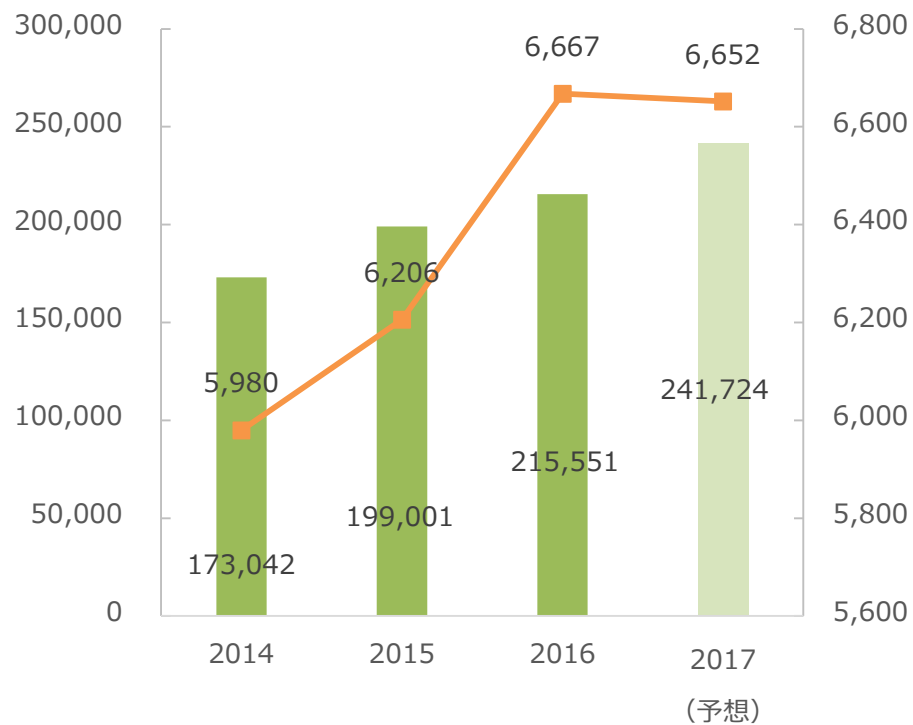
定額制販売売上

(百万円)



単品販売月間購入者数累計及び平均月間購入額

(人)



※各月の月間購入者数（月に1回以上購入した人数）の12ヶ月分を合算した数値

■ 月間購入者数累計 (※)

— 平均購入額

2017年12月期計画：PIXTAの注力ポイント

定額制販売 強化

- **定額制販売重視へのシフト**（→p.22）
- API連携等を通じ新たな顧客獲得

素材の充実

- **音素材の販売開始**および動画素材とのクロスセル強化
- まだ層の薄いアジアのローカルコンテンツ制作強化

海外展開

- **台湾、タイ両拠点にてマーケティング及び素材調達の強化**
- 各拠点でローカライズされた最適なサービスの提供体制を構築

※ 素材を積極的に投稿するクリエイター

定額制販売重視へのシフト／背景

アナログ媒体のデジタル化、メディアの多様化により
「安く、頻繁に、大量に素材を使いたい」ニーズが増加
さらに、そのニーズは多様化する傾向に

【単品購入のニーズ】

紙媒体
など



必要な枚数だけ無駄なく買いたい



【定額制のニーズ】

電子書籍

デジタル
サイネージ

アプリ

オウンド
メディア

プレゼン
資料

SNS



安く、頻繁に、大量に画像を使いたい！

毎月100枚
は使いたい

よく使う月と
そうでない月
がある

素材を社内
共有したい

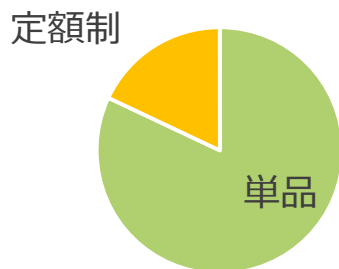


定額制販売重視へのシフト／目標と施策

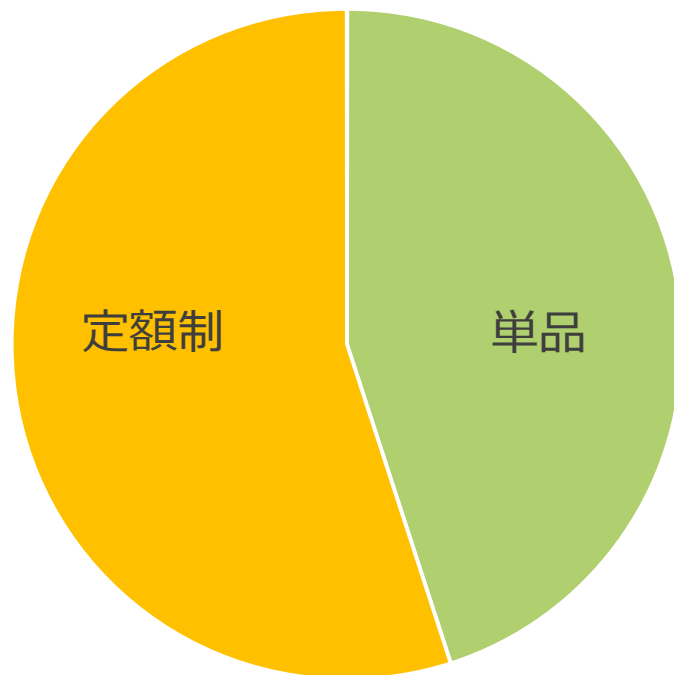
現状PIXTAで応えられているニーズはまだまだ一部

↓
多様化するニーズに合わせたプランの拡充、集客強化により、
まだ取り込めていないユーザ層の獲得を目指す

【2016年の売上イメージ】



【2019年の売上イメージ】



まずは
定額制売上を1年で約2倍に
(2016年 316百万円→2017年 589百万円)

2017年12月期計画：その他の事業の注力ポイント

出張撮影
マッチングサービス
fotowa

- サービスの全国展開に伴う認知度向上、集客強化
- 新たなターゲットや撮影機会の開拓
- 付加価値を高める新機能、サービスの追加

スマホ写真
マーケットプレイス
Snapmart

- 規模拡大のため、引き続き機能改善とユーザー獲得に注力
- 外部サービス・アプリとの連携等による横展開

その他

- 引き続き、既存事業のノウハウ、ネットワークを効果的に活かせる新規事業への横展開を積極的に検討していく

fotowa 2017年の強化ポイント

- 引き続き集客に注力、**月間最大撮影件数1,200件を目指す**
- 七五三、卒入学等の季節行事に加え、**季節を問わず**需要のあるマタニティやお宮参り、ハーフバースデー等の撮影にも注力
- サービスの**全国展開**に着手（1月に東海・関西地方へ進出）
→PIXTAクリエイターのネットワークを活用しつつ、各地方で優良フォトグラファーの獲得に注力
- プリント注文等の**付加機能・サービスの充実**



今後も
順次エリア拡大予定！

2017.1~
愛知・岐阜・三重
大阪・京都・兵庫
奈良

2016.2~
東京・埼玉
神奈川・千葉



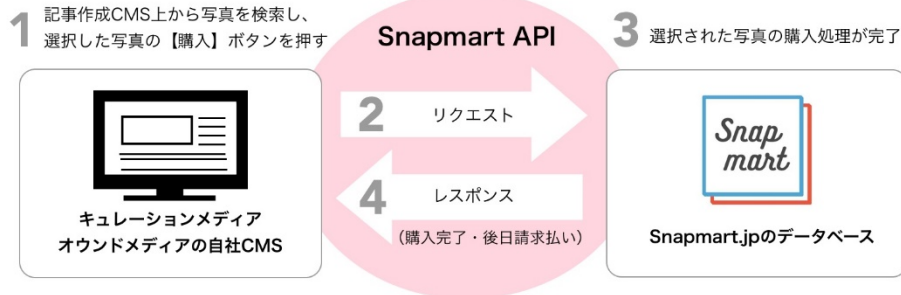
プリント注文等
サービス付加価値
の向上

使用素材No. : 19717432, 14831662, 16558977, 18478317

Snapmart 2017年の強化ポイント

- Android版対応など機能面の充実が最優先課題
- 企業へのAPI提供、外部CMSやアプリ等との連携によるユーザ・購入者増加に注力
- 企業やサービスのプロモーションおよび写真の収集のための**フォトコンテスト**を積極的に開催

【Snapmart API 概要】



商用利用可能な写真素材を大量に必要とするオウンドメディア等に導入することで、自社CMSの管理画面からスナップマートの写真が検索・購入できるようになる

【2016年に実施したフォトコンテストの一例】



企業やサービスのプロモーション及びSNSマーケティング用途等に使用できる写真素材の募集などを実施

APPENDIX (会社概要)

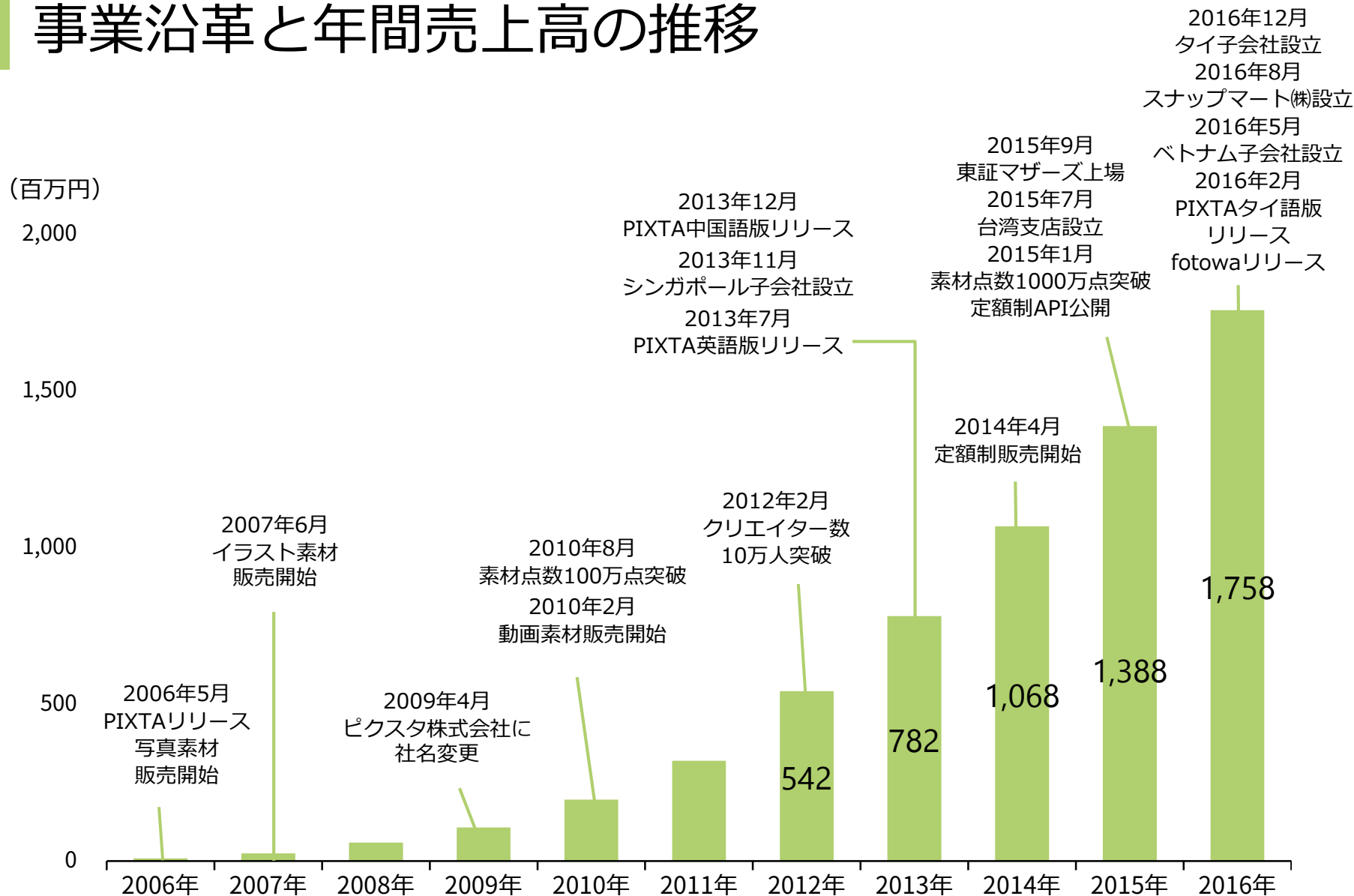
会社概要

会社名	ピクスタ株式会社（3416・東証マザーズ）
設立	2005年8月25日
資本金	309百万円（2016年12月末時点）
発行済株式数	2,230,740株（2016年12月末時点）
所在地	東京都渋谷区渋谷二丁目12番19号
決算月	12月
代表者	代表取締役社長 古俣 大介
事業内容	デジタル素材のオンラインマーケットプレイス「PIXTA」の運営 出張撮影マッチングサービス「fotowa」の運営
支店	台湾支店：日商匹克斯塔圖庫股份有限公司台湾分公司
子会社	スナップマート株式会社 PIXTA ASIA PTE. LTD. (Singapore) PIXTA (THAILAND) CO., LTD. PIXTA VIETNAM CO., LTD.

インターネットで フラットな世界をつくる

誰もが才能を活かせる機会を最大化する

事業沿革と年間売上高の推移



※ 2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しておりますが、2016年9月30日をみなし取得日としているため、当第4四半期の売上高及び営業利益より連結対象子会社の業績を含んでおります。

サービス一覧



デジタル素材マーケットプレイス PIXTA (ピクスタ)

<https://pixta.jp/>

2,000万点以上の写真・イラスト・動画等のデジタル素材をインターネット上で売買できるサイト。プロ・アマチュア問わず誰でもクリエイターとして素材を販売でき、販売された素材は広告や書籍、商品デザイン等さまざまな用途に活用されている。

2006年5月リリース・日本語、英語、中国語、タイ語で展開中。



出張撮影マッチングサービス fotowa (フォトワ)

<https://fotowa.com/>

プロの出張撮影フォトグラファーをネット上で簡単に予約できるサービス。七五三やお宮参りなど、ナチュラルでおしゃれな家族の記念写真を、均一料金で気軽に撮影することができる。2016年2月首都圏を対象にリリース・2017年より全国展開へ着手。



スマホ写真のマーケットプレイス Snapmart (スナップマート)

<https://snapmart.jp/>

スマートフォンで撮影した写真を売買することができるサービス。スマホユーザーによる写真投稿とソーシャルメディア等のwebメディアにおける多様なビジュアルニーズをマッチングさせる。

2016年6月リリース。

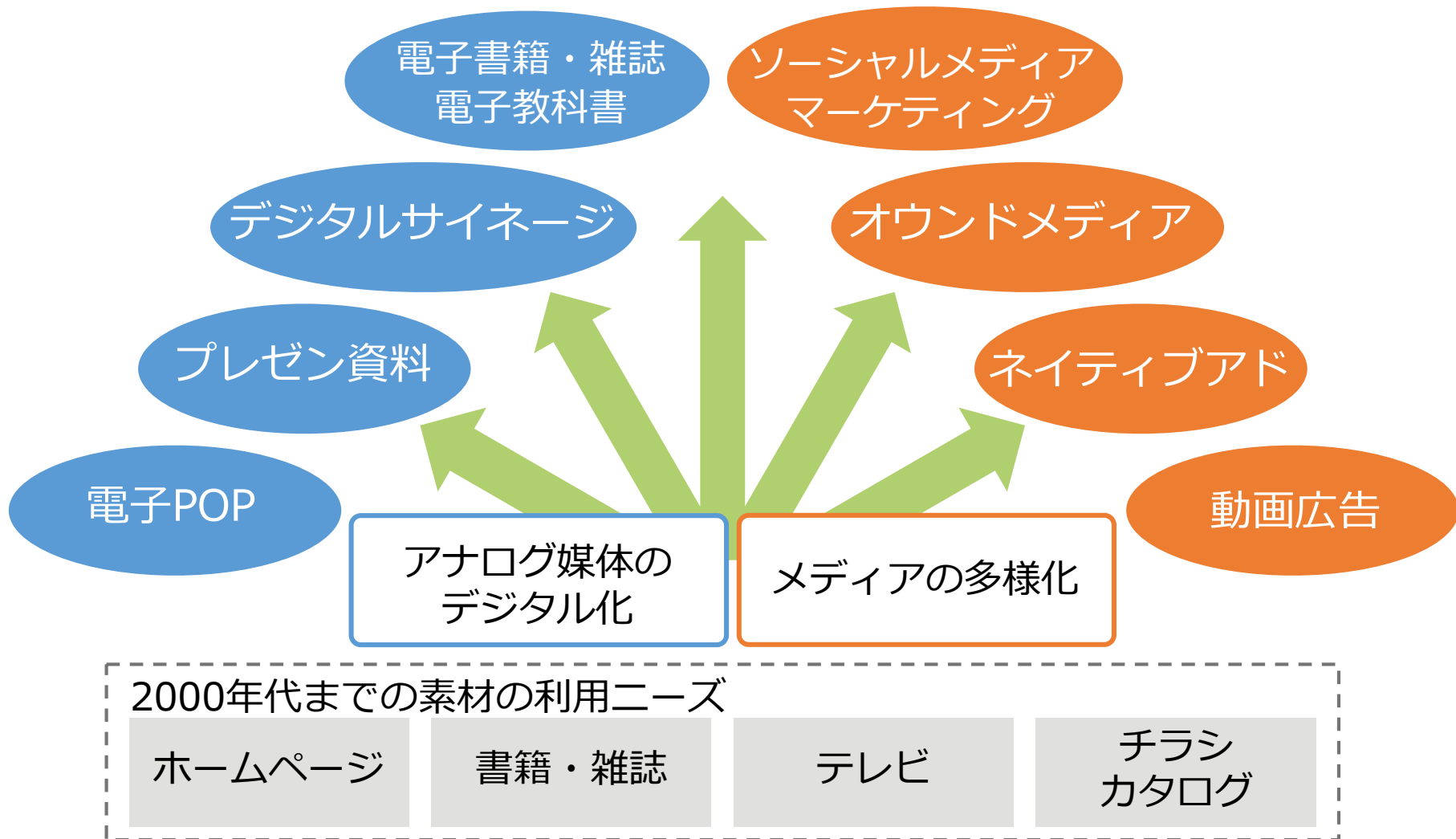
事業内容① PIXTA / 概要

- 写真・イラスト・動画等のデジタル素材を売買するマーケットプレイス
- インターネット活用により主要な取引はオンラインで完結



事業内容① PIXTA／市場環境

アナログ媒体のデジタル化やメディアの多様化により、
ビジュアル素材のニーズは飛躍的に増加傾向

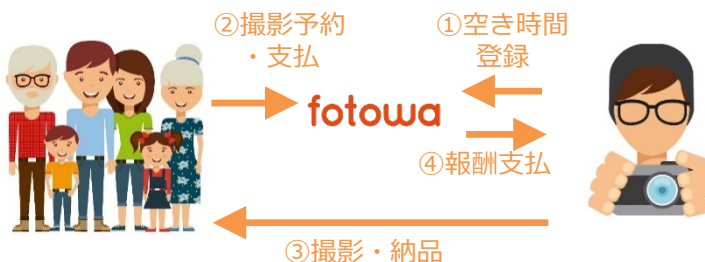


事業内容② fotowa / 概要

PIXTAのフォトグラファーネットワークとプラットフォーム運営ノウハウを活かした出張撮影マッチングサービス



サービス概要



実際の撮影写真例



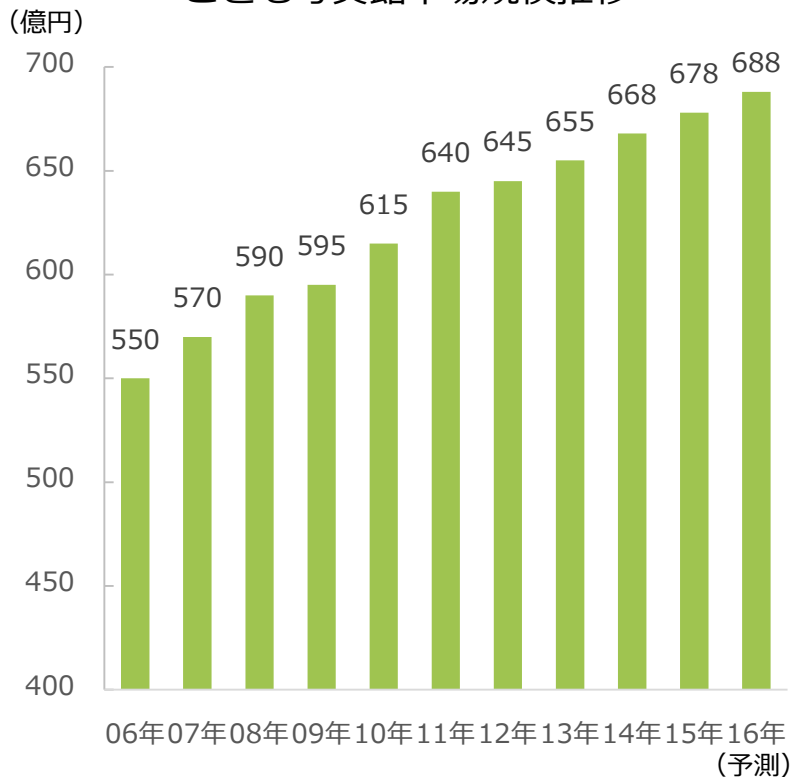
【fotowa概要】

- サービス開始：2016年2月29日
- URL：<https://fotowa.com>
- サイト上で希望の条件に合うフォトグラファーを予約し撮影してもらえる出張撮影マッチングサービス。
- 利用料金は一律平日19,800円・休日23,800円（いずれも税抜）
- 撮影写真はデータで納品。
- 七五三、お宮参りなどの記念日から家族の日常スナップまで幅広いニーズに対応

事業内容② fotowa／市場環境

- ライフイベントの撮影需要増加やSNSの普及による写真共有の需要の高まりを受けて個人の撮影サービス市場は拡大中
- 近年、フォーマルな記念写真より自然体の写真が好まれる傾向に

こども写真館市場規模推移



出所：矢野経済研究所「子供市場総合マーケティング年鑑2016年版」
※ 事業者売上高ベース、2016年は予測値（2016年6月現在）

使用素材No.：17420117, 17651392, 8634625, 8354966

1990年代前半～

商業施設内マス型写真館が台頭。

フォーマルなテイストの写真・プリント写真での受取が主流

2010年頃～

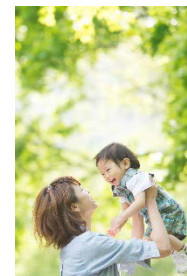
一軒家貸切型の新興型写真館や個人フォトグラファーによる出張撮影サービスが増加。

ナチュラルなテイストの写真・データ受取のサービスが人気化

(イメージ)



フォーマルな写真



ナチュラルな写真

事業内容③ Snapmart／概要

- スマホ写真の投稿販売マーケットプレイス
- スマホユーザーによる写真投稿とソーシャルメディア等のwebメディアにおける多様なビジュアルニーズをマッチングさせるプラットフォーム



【Snapmart概要】

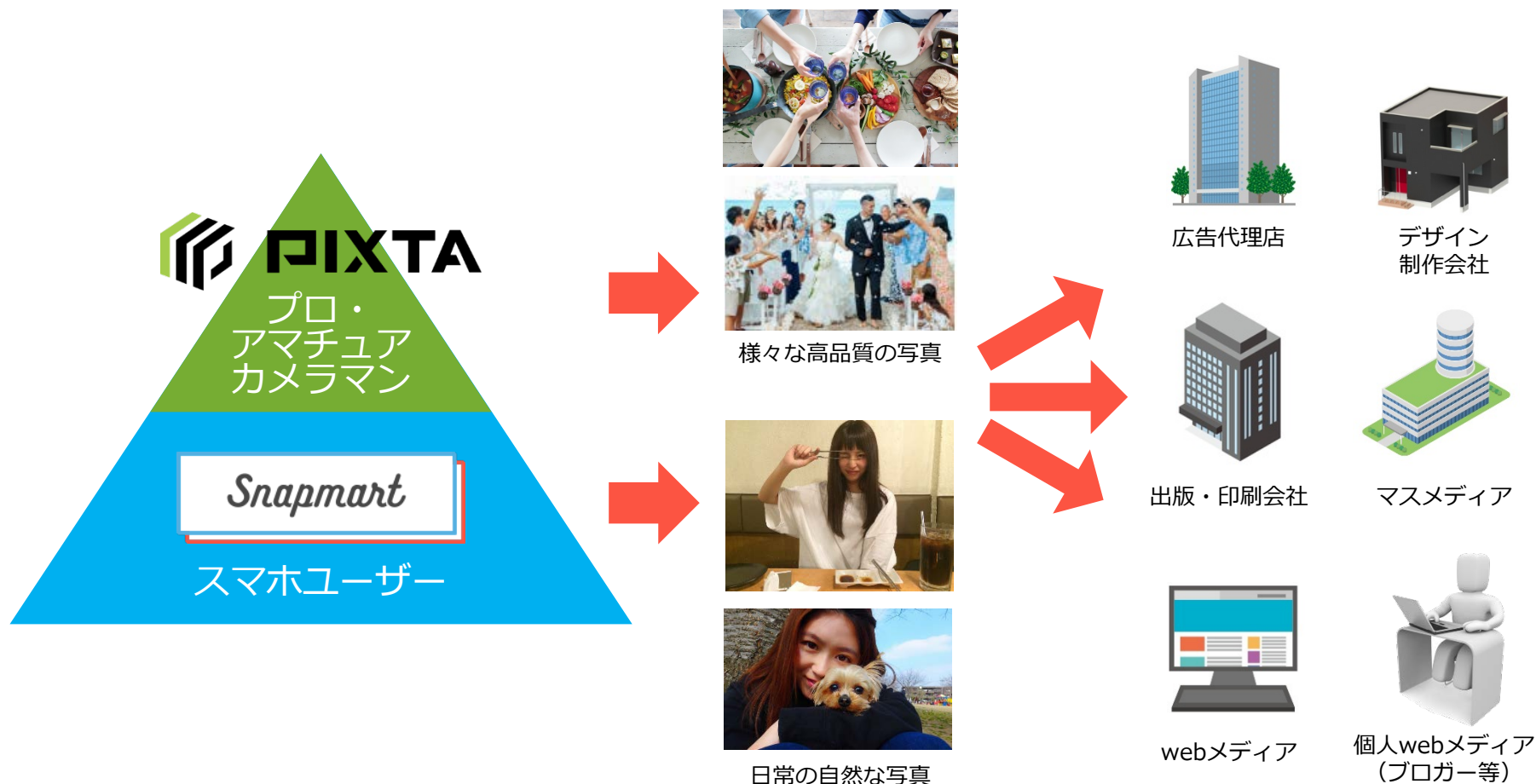
- サービス開始：2016年6月1日
- URL：<https://snapmart.jp/>
- 投稿写真数（2017年2月3日時点）：330,761枚
- 一般ユーザーがスマホで撮影した写真を出品し、企業に広告素材写真として販売できるマーケットプレイス

【サービス提供の背景】

- スマホによる写真投稿文化が定着した結果、各種写真共有アプリにおける写真投稿は日々数億枚を超えている状況
- 一方で、企業は自社の広告素材として一般ユーザーが投稿した自然な写真を使用したいニーズが増加

事業内容③ Snapmart／PIXTAとのシナジー

- PIXTAのプロ・アマチュアクリエイターに加えて、スマホユーザーを取り込むことで、より幅広いコンテンツを生み出せる体制に
- 世の中のあらゆるビジュアルニーズへの対応を目指す



使用素材No. : 16544758, 22019958, 22802005, 17887569, 23649566, 5619435, 7601595, 7800786

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

