

2017年12月期
第1四半期決算説明資料



PIXTA

2017年5月12日
ピクスタ株式会社
[マザーズ・3416]

目次

- 事業の概要
- 2017年12月期 第1四半期決算概要
- 当期の重点施策と見通し
- 中期成長戦略

事業の概要

当社の事業



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)

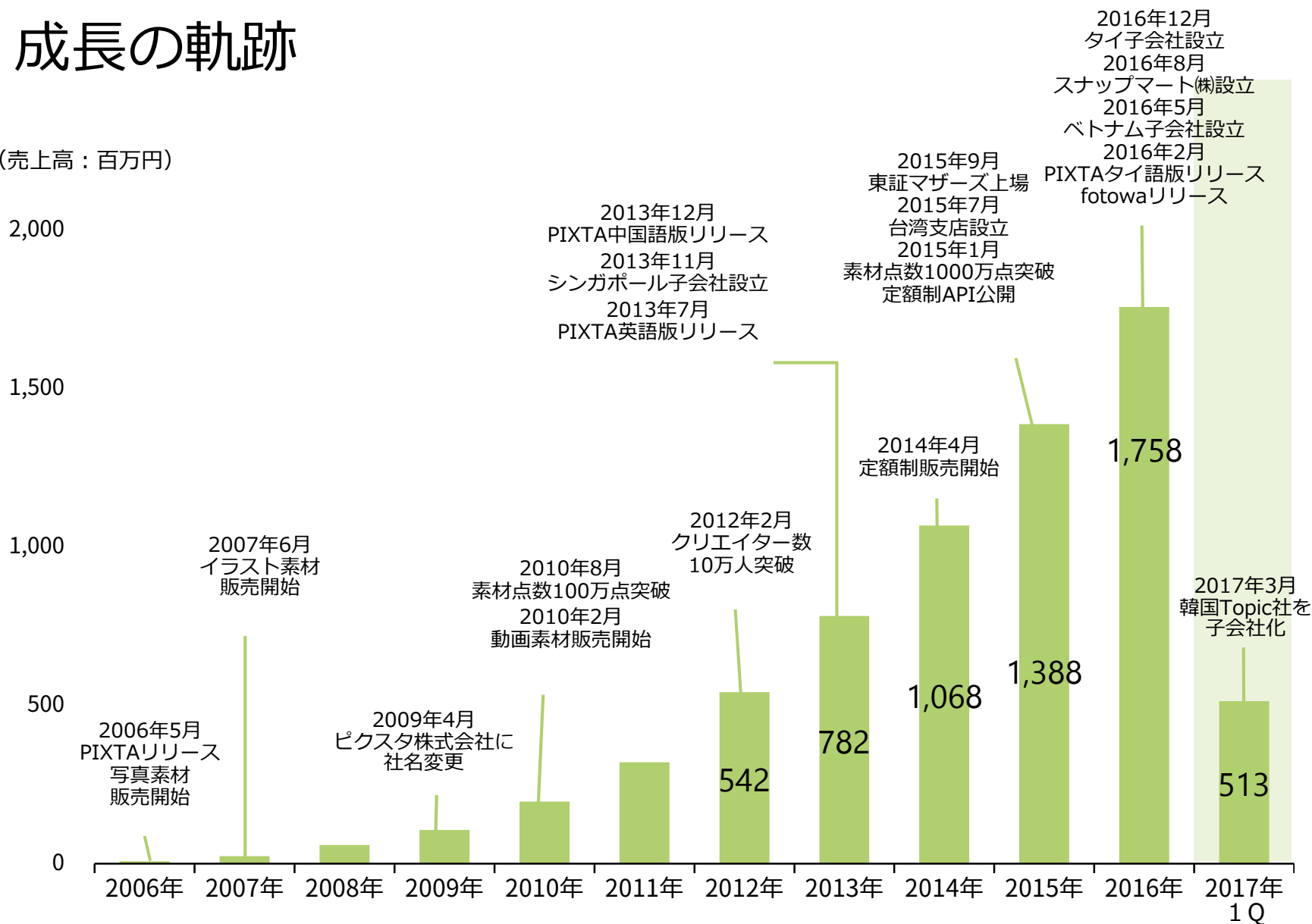
<https://snapmart.jp/>

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。

成長の軌跡

(売上高：百万円)



※2016年第4四半期の売上高より連結子会社であるスナップマーケット株式会社の業績を含んでおり、それ以前の業績については単体の数値を記載してあります。また、2017年第1四半期にTopic Images Inc.社を連結子会社化いたしました。2017年3月31日をみなし取得日としているため、同社の業績は当第1四半期の業績には含まれておりません。

PIXTA : ビジネスモデル

- 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



PIXTAの強み

- 22万人以上の強固なクリエイター基盤 (※)
 - 国内外のクリエイターから毎日数万点のデジタル素材が投稿される
 - メジャーからニッチジャンルまであらゆるコンテンツが揃う
- 2,400万点以上の圧倒的なコンテンツ数 (※)
 - 年間600万点以上のコンテンツが増加
 - コンテンツが充実→顧客が増加→さらに投稿が活発化という好循環
- 積み上げ型事業モデル
 - 高いリピート性により、毎年顧客数が積み上がっていく
 - 創業以来12期連続増収中
- アジアの有力市場への展開
 - 韓国・台湾・タイに拠点をもち、各国でNo.1を狙う
 - 世界数十カ国以上からの購入
- Web開発力・Webマーケティング力
 - システムはすべて自社開発し、ユーザーファーストを徹底
 - 圧倒的なSEO力による国内同業内で最大のアクセス数 (Similar Web調べ)

※2017年4月末時点

PIXTA : 市場環境

時代の変化に伴い、ビジュアル素材のニーズは急増

スマホを中心とするデジタルデバイスの普及と
それに伴うデジタル広告市場の拡大

あらゆるプレゼンテーションのビジュアル化

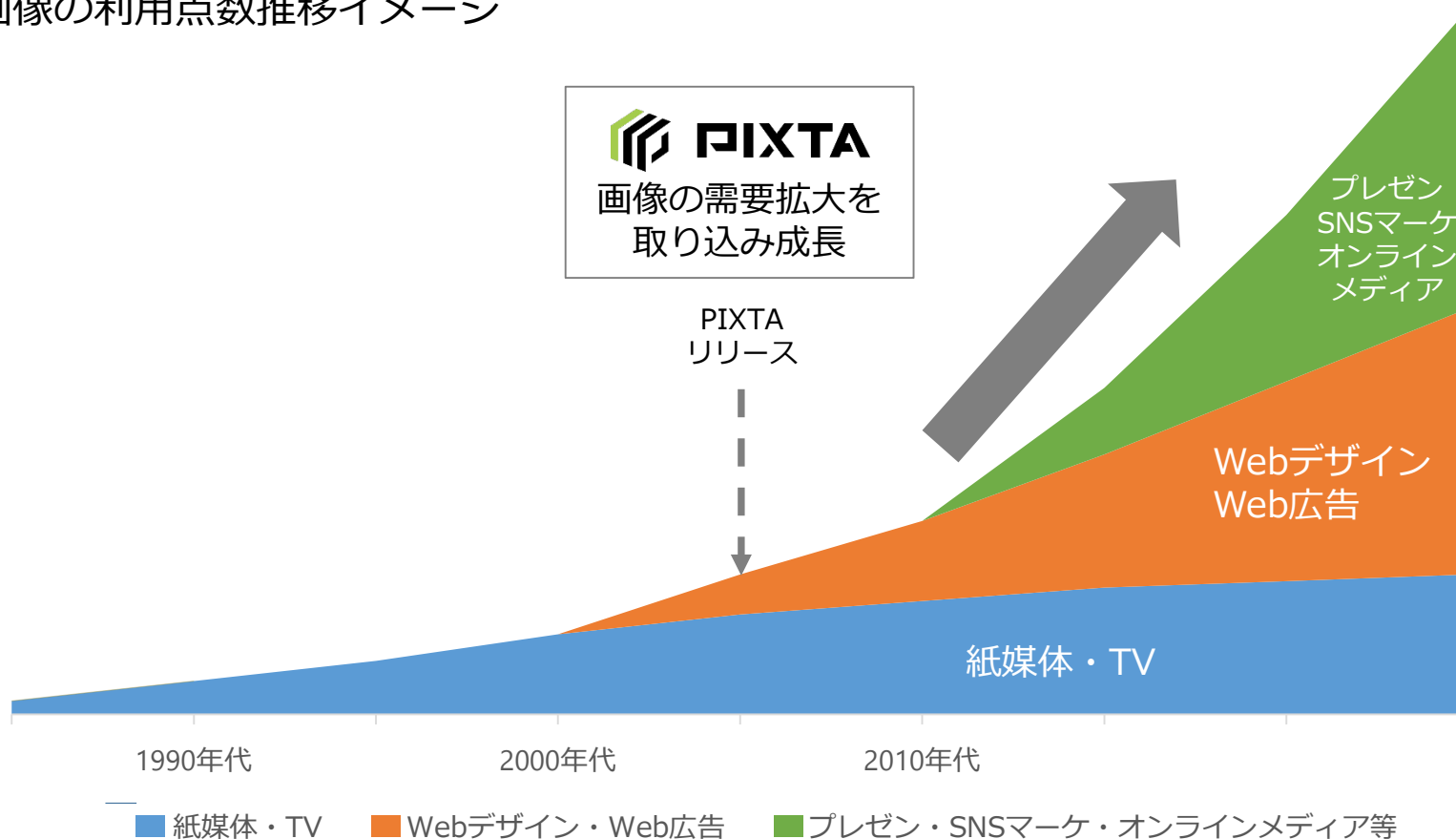
InstagramなどのSNSを中心に写真でコミュニ
ケーションする時代

ビジュアル素材
ニーズの急増

PIXTA : 市場環境

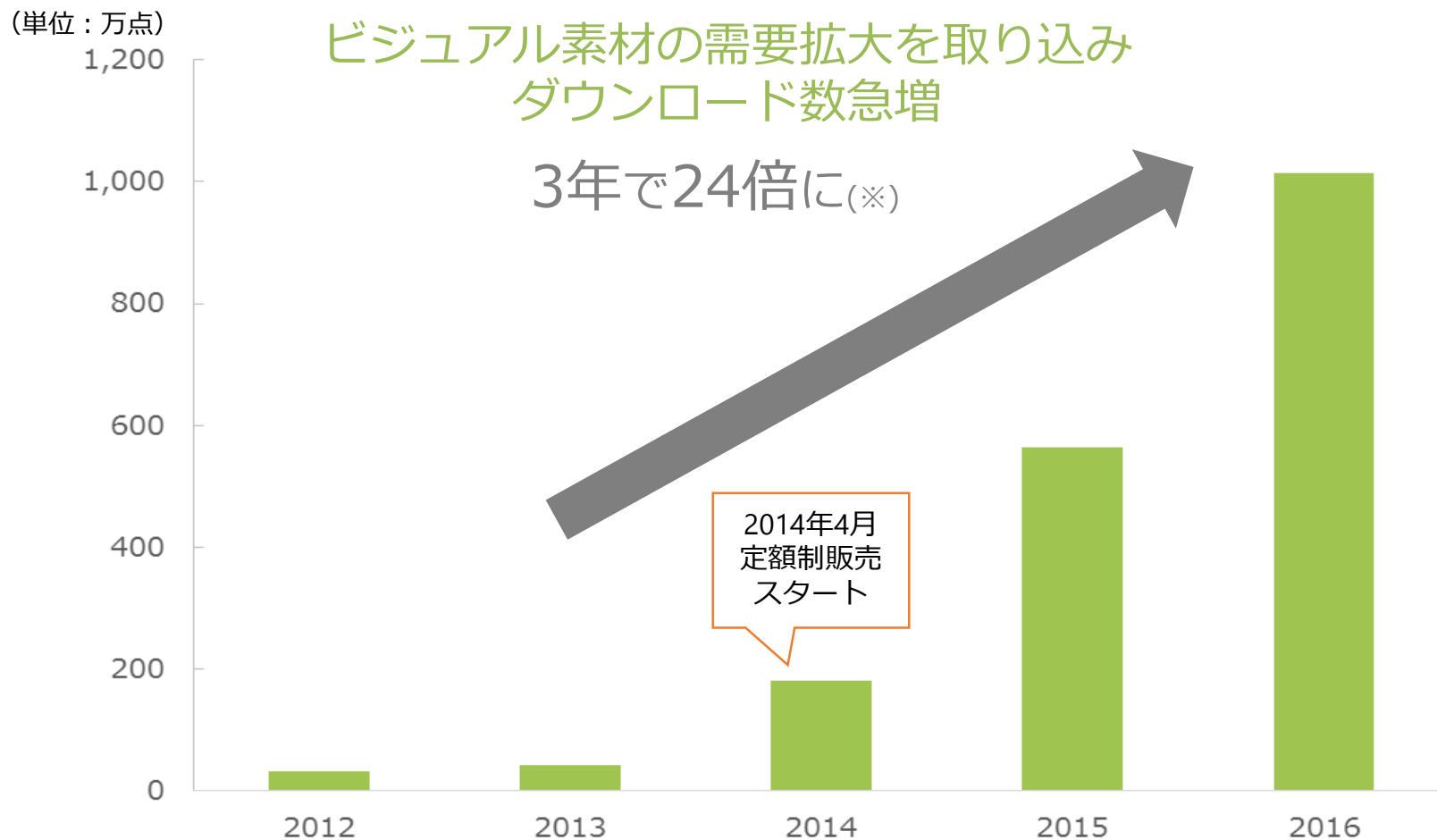
利用用途の拡大によりビジュアル素材のニーズは飛躍的に増加傾向

画像の利用点数推移イメージ



PIXTA：市場環境

PIXTAの素材ダウンロード数推移（定額制を含む）

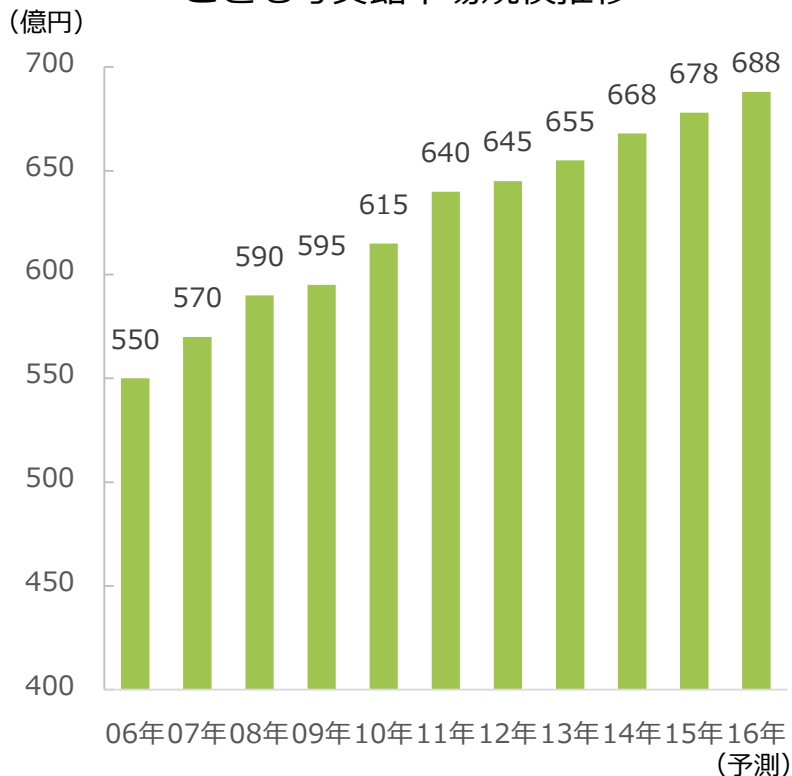


※2013年～2016年の比較

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, 8354966

従来の写真館の「負」

画一的なテイストのフォーマルな写真

(写真テイストの比較イメージ)



(フォーマル)



(ナチュラル)

自然な表情
おしゃれ
SNS映え

不透明な料金設定

データ受取不可

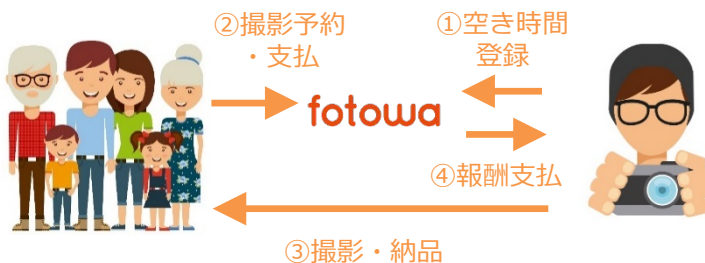
これらの「負」を解消する撮影サービスが
求められている

fotowa : ビジネスモデル

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。「自然でおしゃれなテイスト」の写真を「一律価格」で撮影し「完全データ納品」で受け取れる。



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
- サービス対象地域は、首都圏、関西、東海、北関東エリア (2017年3月末時点)

使用素材No. : 17785203, 17793513

Snapmart : ビジネスモデル

- 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



編集部セレクション 最近 購入された写真

編集部選りすぐりのすてきな写真を、毎日ピックアップしています。



【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3月末時点) : 408,815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

Snapmart : 強み

- スマホユーザーを取り込み、低価格で幅広いコンテンツを生み出せる体制確立
- 世の中のあらゆるビジュアルニーズへの対応を目指す



様々な高品質の写真



日常の自然な写真



広告代理店



デザイン制作会社



出版・印刷会社



マスメディア



webメディア



個人webメディア
(ブロガー等)

2017年12月期 第1四半期決算概要

第1四半期業績ハイライト

業績ハイライト

- 売上は2ケタ増収を達成
- 営業利益、純利益は先行投資でコスト増となり減益も期初計画通り

	1Q (連結)	前年同期比	当期予想 (連結)	進捗率
売上高	513百万円	+17.5%	2,413百万円	21.3%
営業利益	13百万円	△79.2%	48百万円	28.0%
純利益	2百万円	△95.2%	4百万円	64.5%

※2016年第4四半期の売上高及び営業利益より連結子会社であるスナップマート株式会社の業績を含んでおり、それ以前の業績については単体の数値を記載しております。また、2017年第1四半期にTopic Images Inc.社を連結子会社化いたしました。2017年3月31日をみなし取得日としているため、同社の業績は当第1四半期の業績には含まれておりません。

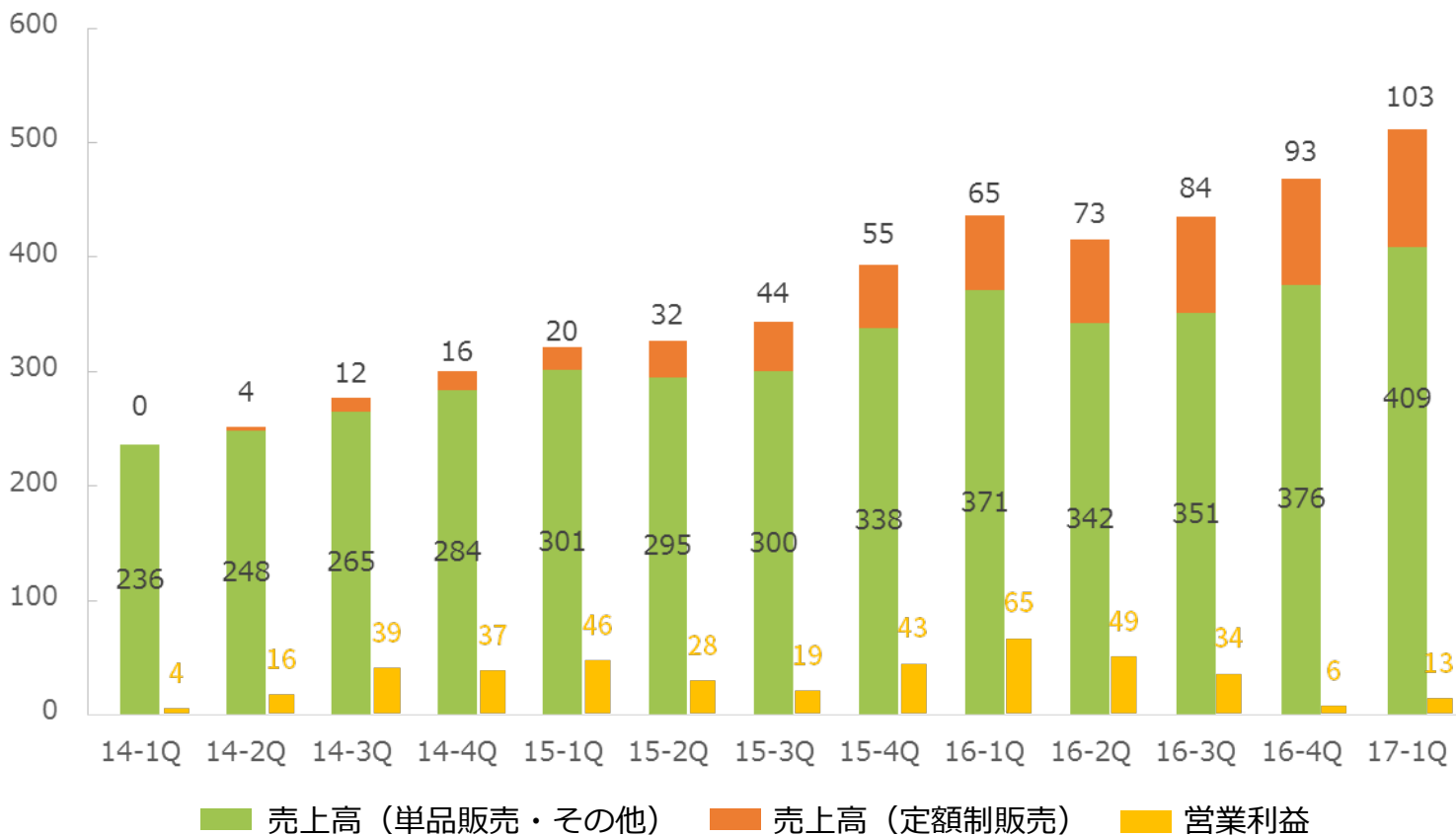
第1四半期の振り返り

- 売上は2ケタ増、投資先行で減益も計画通り
- 重点注力サービスの定額制は戦略奏功し順調に拡大
- 単品販売の月間購入者数累計も第1四半期では過去最高を記録
- 韓国でストックフォト販売を手がけるTopic Images Inc.社を子会社化
- 出張撮影マッチングサービス「fotowa」の全国展開に着手

業績の推移：四半期決算推移

- 売上高は単品販売・定額制販売ともに集客施策が奏功し過去最高を更新
- 営業利益は投資により前年四半期比でマイナスも計画通り

(単位：百万円)

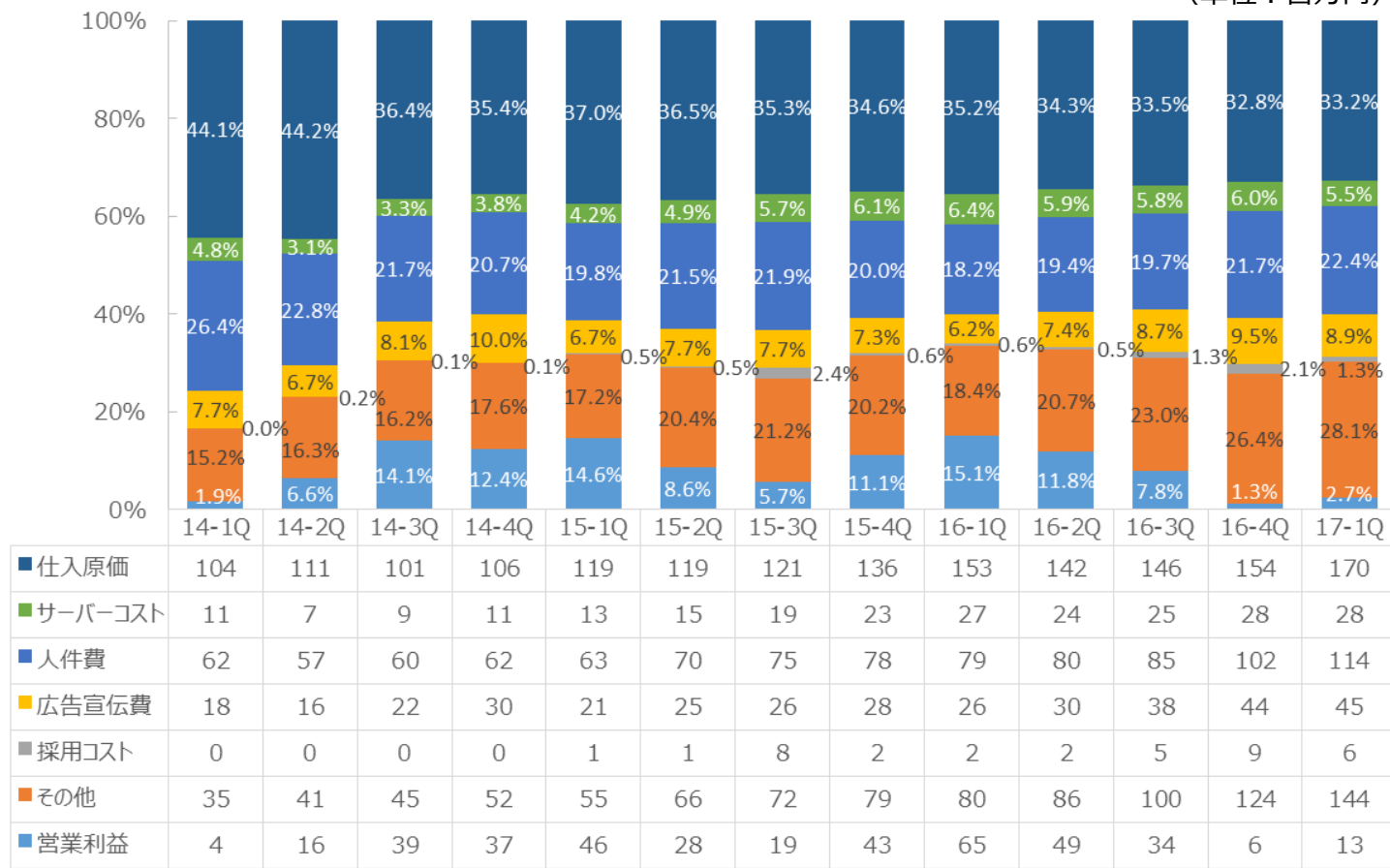


※2016年第4四半期の売上高及び営業利益より連結子会社であるスナップスマート株式会社の業績を含んでおり、それ以前の業績については単体の数値を記載しております。また、2017年第1四半期にTopic Images Inc.社を連結子会社化したしましたが、2017年3月31日をみなし取得日としているため、同社の業績は当第1四半期の業績には含まれておりません。

業績の推移：四半期営業利益及び費用推移

- PIXTA全体の売上増で仕入原価が若干増加傾向
- 採用順調で人件費も増加傾向
- その他費用は海外投資およびオフィス賃料等により増加傾向

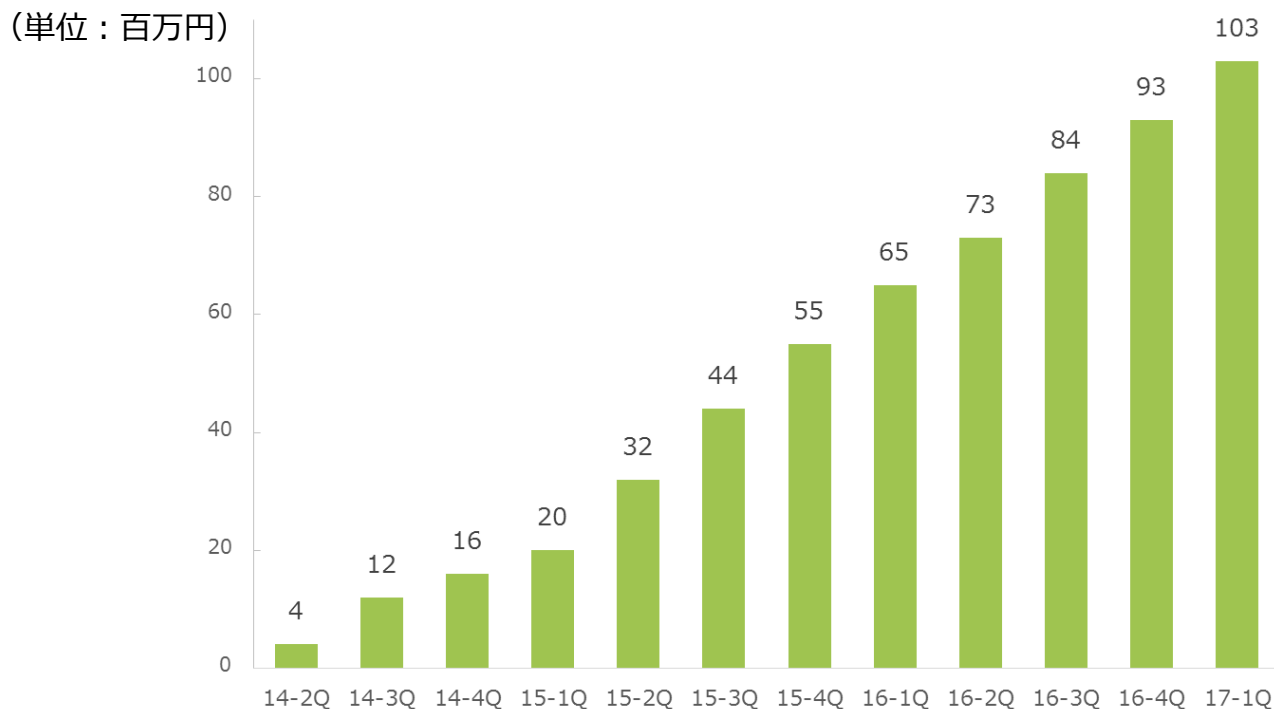
(単位：百万円)



※2016年第4四半期の売上高及び営業利益より連結子会社であるスナップマート株式会社(現スナックランド株式会社)の業績を含んでおり、それ以前の業績については単体の数値を記載しております。また、2017年第1四半期にTopic Images Inc.社を連結子会社化いたしました。2017年3月31日をみなし取得日としているため、同社の業績は当第1四半期の業績には含まれておりません。

定額制販売の状況

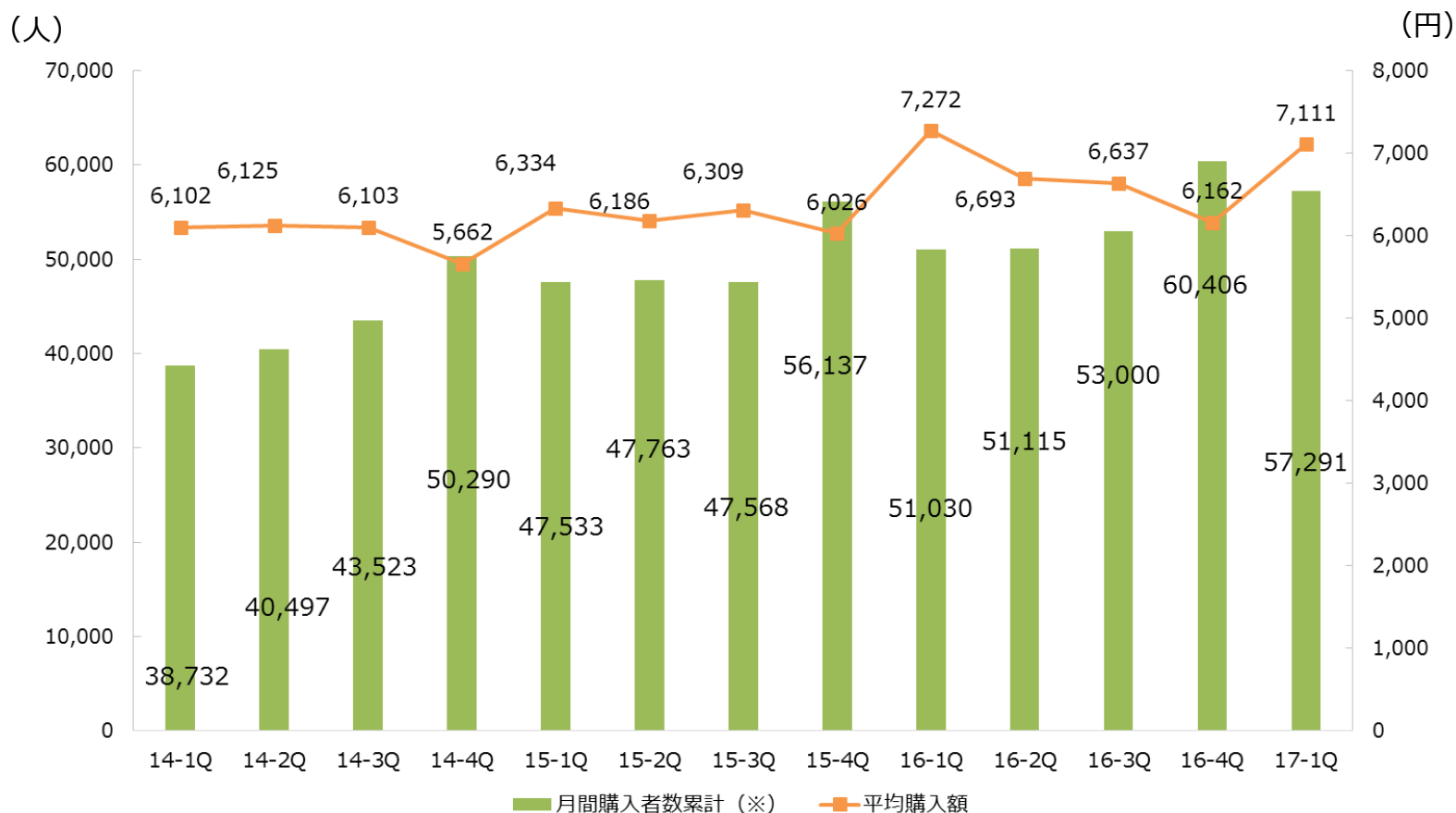
- 定額制販売を重視した体制へのシフトが奏功し、1Qの定額制販売売上は103百万円で過去最高額を更新
- 定額制販売強化施策として、既存プランの集客及び営業強化、新たに少量定額プランのリリース準備を実施
- 2017年の年間売上額589百万円を計画(※)



※ 2016年の定額制年間売上額：316百万円

単品販売月間購入者数累計及び平均月間購入額

- 1Qの単品販売月間購入者数累計は57,291人と年賀状需要の影響を受けた前四半期比では減少も、SEOとWeb広告による集客が奏功し、前年同期比で+12.3%と堅調な伸び
- 平均月間購入額は、大口案件の影響で7,111円と過去最高に迫る

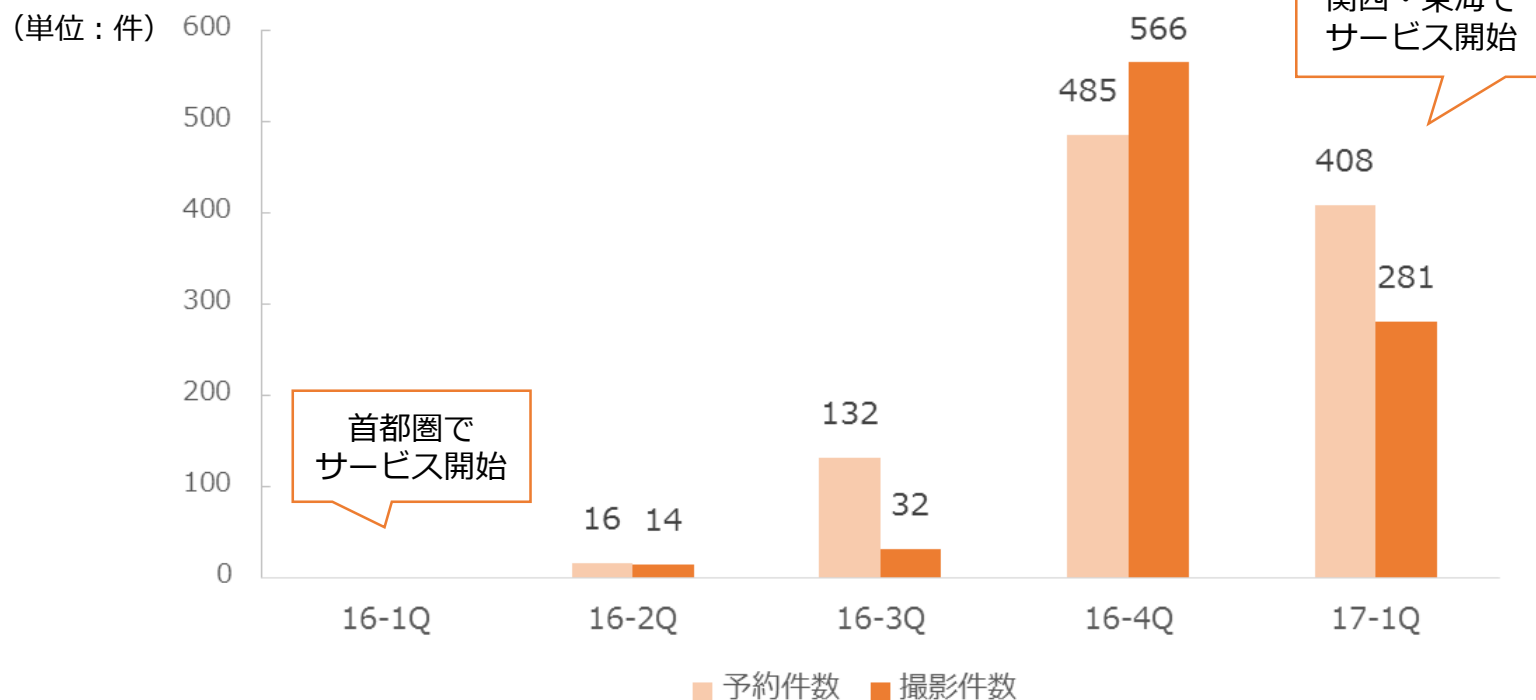


その他戦略分野

fotowa : 全国展開に着手

出張撮影マッチングサービスfotowaは1月に関西・東海エリアでのサービスを開始。新規対象地域においてはフォトグラファーの誘致を先行。予約・撮影件数も順調に増加傾向。

fotowaの予約・撮影件数推移



その他戦略分野

PIXTA(素材調達)：海外自社素材制作にも注力

販売中の素材点数は順調に増加。
アジア市場におけるローカルコンテンツ調達のため、
海外での自社コンテンツ制作にも本格的に着手。



タイにおける自社コンテンツ制作（一例）



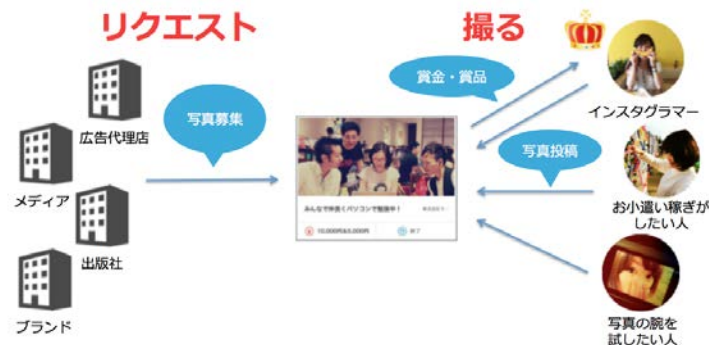
Snapmart：コンテストが好評

スマホ写真マーケットプレイスSnapmartでは、
引き続き規模拡大のための機能面の充実とユーザー獲得に注力。

「フォトコンテスト機能」をユーザ向けに開放。
写真素材を集めたい、プロモーションを実施したい企業の活用が進展。

スナップマートコンテストとは

企業が**欲しいテーマ**で写真を大量に集めることが可能。
テーマによっては、**最大で3,000枚**の投稿が集まる。



フォトコンテストは1回5,000円～で開催可能。
株式会社ビジョン主催のフォトコンテストでは、2週間で
1,200枚を超える写真が集まった。

2Qの主な取り組み

少量定額プランのリリース

少ない枚数を手軽に使えるライトユーザー向けプランを新たにリリース。

既存の定額制を使うほどではないが定期的に素材を必要とするライトユーザー層へのリーチを強化する狙い。



少量定額プラン販売開始のお知らせ

NEW 少量の画像を使う方
シングルシートライセンス (1枚)

資料用紙 360枚 10日

※ 画像：10枚 / 30日 **3,888円 / 月**
総額：46,656円

- ✓ 30日プランよりも約2,592円/月お得
- ✓ 30日間で10点までダウンロード可能
- ✓ 1点：360円
- ✓ 一括払い、分割払い (3ヶ月毎 / 毎月) をお選びいただけます。※分割手数料無料！
- ✓ 1アカウントにつき1ライセンスのみ購入可能

購入手続きへ

韓国語版PIXTAリリース (予定)

6月サービス開始に向け準備中。
同時に韓国ローカルコンテンツの制作も進行中。

韓国ローカルコンテンツ制作 (一例)



fotowa北関東でサービス開始

fotowa
北関東の展開がはじまりました！
茨城県、栃木県、群馬県が北関東エリアに追加されました！「fotowa」が
ご自身の地域にお住まいの方や開催される方、旅行で行かれる方など、
fotowaでいつも違った写真を残してみませんか？みなさま是非お試しください！
<https://fotowa.com/> もっと見る

fotowa
自然でオシャレな出張撮影ならfotowa
お昼前、夕方、入学卒業などの記念写真を、フォトスタジオが出張撮影！自
家でプリント出来なくても「データ」提供、ビジネスホテル (東京「マイアール」) が選
びやすい出張撮影でオンラインサービス。
FOTOWA.COM

全国展開の一環として、4月に栃木県・群馬県・茨城県でのサービスを開始。
他地域への展開準備も進行中。



業績の推移（損益計算書）

- 営業利益、純利益は新規事業と海外への先行投資でコスト増となり減益も期初計画通り

（単位：百万円）

	2017-1Q	2016-1Q	前年同期比	2016-4Q	前四半期比
売上高	513	436	+17.5%	470	+9.1%
売上総利益	296	247	+20.0%	274	+7.9%
売上総利益率	57.8%	56.6%	+1.2pt	58.4%	△0.6pt
営業利益	13	65	△79.2%	6	+110.9%
営業利益率	2.7%	15.0%	△12.3pt	1.3%	+1.4pt
四半期純利益	2	53	△95.2%	△6	△142.9%

※2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行したため、2016年12月期第1四半期の数値については単体の業績を用いております。また、2017年第1四半期にTopic Images Inc.社を連結子会社化したしましたが、2017年3月31日をみなし取得日としているため、同社の業績は当第1四半期の業績には含まれておりません。

業績の推移（貸借対照表）

■ のれん代（201百万円）発生も、高い流動性を維持

（単位：百万円）

	2017-1Q	2016-1Q	前年同期比	2016年末	前期末比
流動資産	1,209	1,033	+17.0%	1,074	+12.6%
（うち現預金）	784	691	+13.5%	689	+13.8%
固定資産	424	64	+561.3%	233	+82.0%
（うちのれん）	201	-	-	29	+584.7%
総資産	1,634	1,097	+48.9%	1,307	+25.0%
流動負債	760	485	+56.8%	647	+17.5%
固定負債	210	-	-	-	-
純資産	662	612	+8.2%	659	+0.5%

※2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行したため、2016年12月期第1四半期の数値については単体の業績を用いております。また、2017年第1四半期にTopic Images Inc.社を連結子会社化したため、当第1四半期より同社の業績を含んでおります。

当期の重点施策と見通し

通期の重点施策：投資戦略

2017年は「積極投資」の年に

- ① 主力の国内PIXTA事業の拡大によりキャッシュフローを創出
- ② 市場の変化・機会を捉え、海外展開・新規事業拡大を加速



一層の成長実現のため、
海外及び新規事業へ積極投資

通期の重点施策：主力事業PIXTAの強化

定額制販売 強化

- 定額制販売重視へのシフト
- 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

- 3月に韓国Topic Images Inc.を子会社化、韓国市場へ進出
- 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

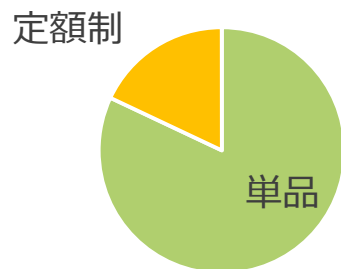


定額制販売重視へのシフト／目標と施策

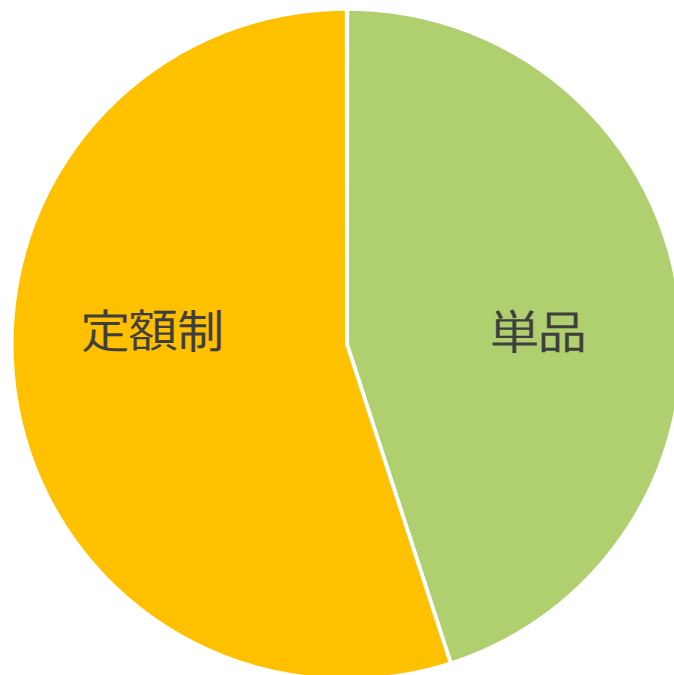
現状PIXTAで応えられているニーズはまだまだ一部

↓
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ー層の獲得を目指す

【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)

韓国市場へ進出

- 韓国で高価格帯のデジタル素材販売事業を手がける Topic Images Inc. の株式（80.0%）を取得し連結子会社化
- 韓国市場への進出及びシェアの獲得を目指す



【Topic社の概要】

- 名称：Topic Images Inc.
- 所在地：韓国 ソウル
- 事業内容：広告及び出版用写真・イラスト素材の販売代行、デジタル素材の撮影支援及び制作、デジタル素材の海外輸出
- 資本金：6億5千万ウォン(2017年3月末時点)
- 設立年月日：2014年11月26日
- 2016年12月期売上高：218百万円（※）

【株式取得の概要】

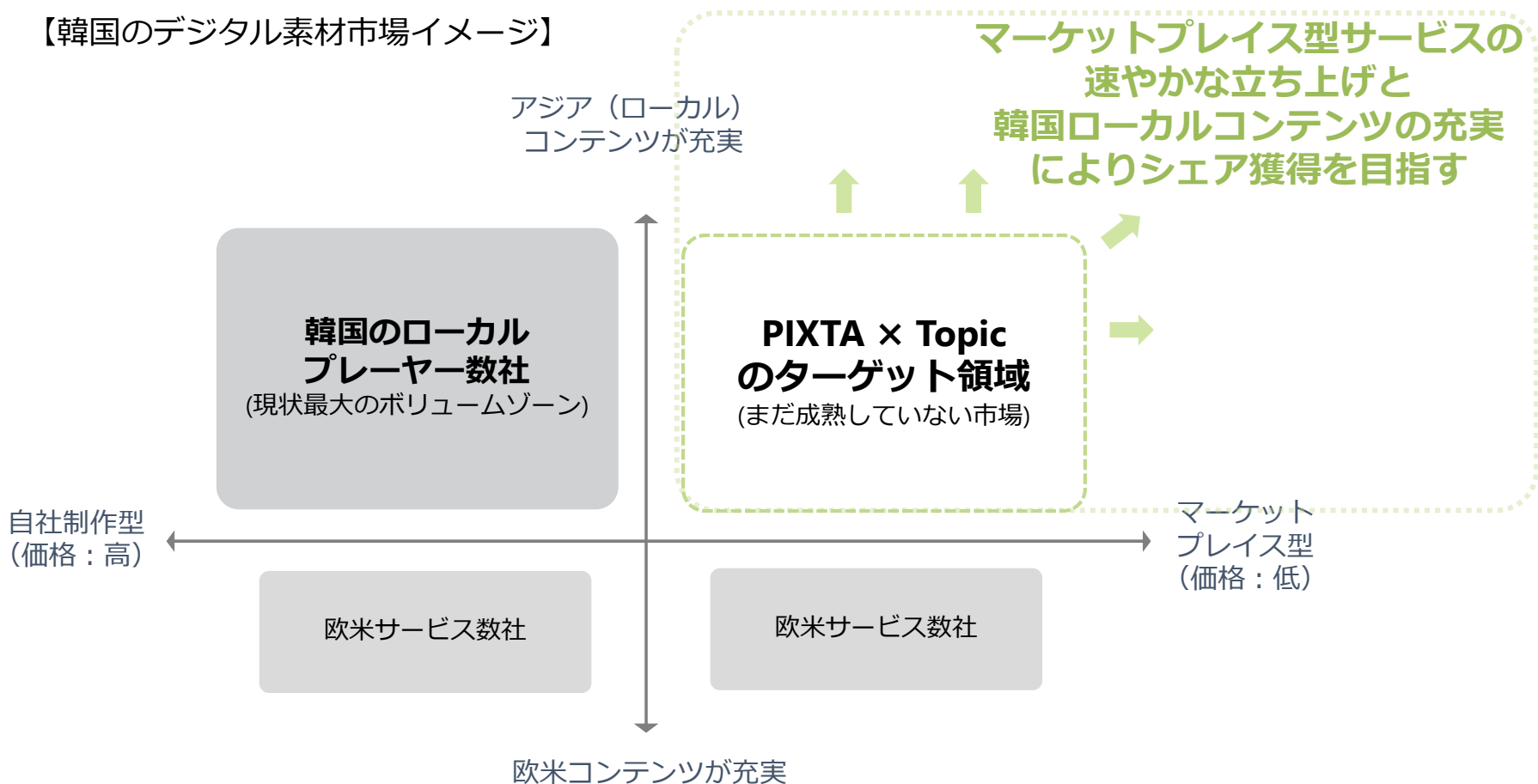
- 取得株式数：52,000株
- 議決権所有割合：80.0%
- 取得価格：130百万円

※業績の金額は韓国ウォンを各期末時点での TTM（三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング数値）に換算した値を記載しております。

韓国のデジタル素材市場の状況

- 「ローカルコンテンツを豊富に有する」「低価格マーケットプレイス型」サービス存在せず、PIXTA開始時の日本市場と類似

【韓国のデジタル素材市場イメージ】



通期の重点施策：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

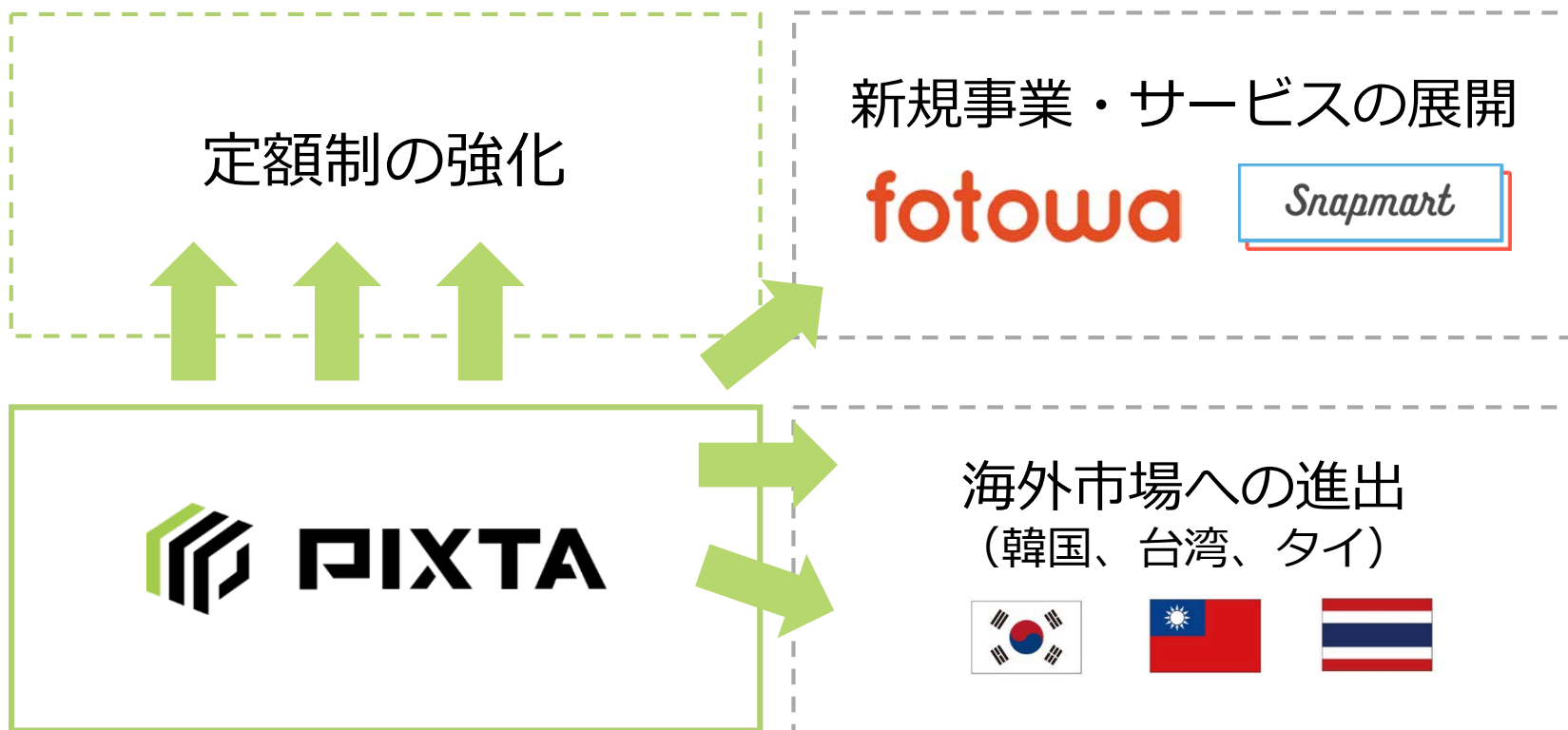
その他

- 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

中期成長戦略

中期的な成長戦略（イメージ）

①既存事業の成長加速と②新規積極投資の
両輪で、企業価値の飛躍的向上を目指す

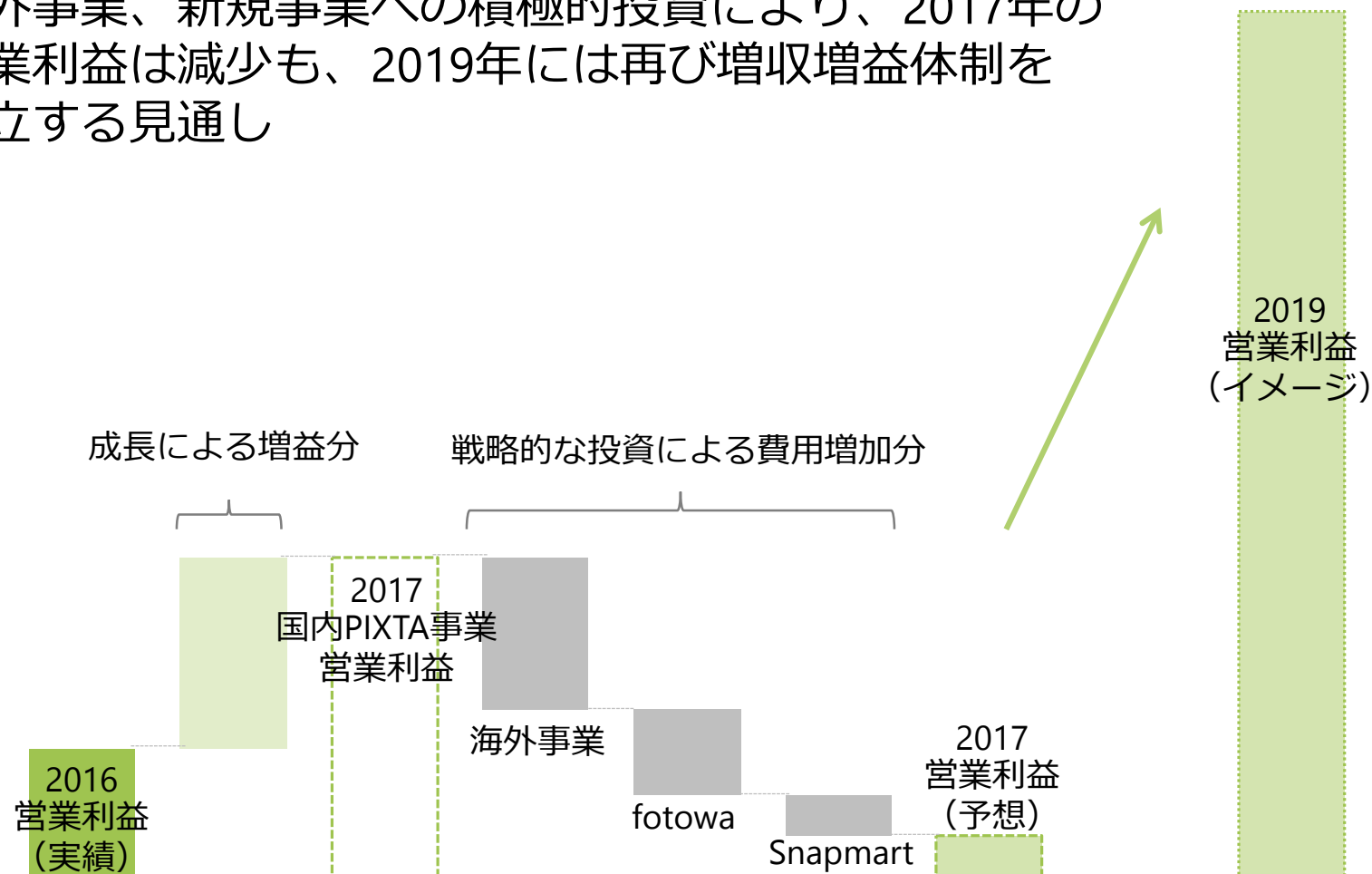


①既存事業の成長加速により
安定したキャッシュフローを生み出す

②事業の横展開・新たな市場への進出
によりさらに成長を加速させる

利益成長イメージ

- 国内PIXTA事業は引き続き力強い成長を実現
- 海外事業、新規事業への積極的投資により、2017年の営業利益は減少も、2019年には再び増収増益体制を確立する見通し



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

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。

