

2017年12月期
第3四半期決算説明資料



PIXTA

2017年11月10日
ピクスタ株式会社
[マザーズ・3416]

目次

- 2017年12月期 第3四半期決算概要
- 当期の重点施策と見通し
- APPENDIX
 - 事業の概要
 - 中期的な成長戦略
 - 長期的な将来構想

2017年12月期 第3四半期決算概要

第3四半期業績ハイライト

業績ハイライト

- 売上高は当期予想の進捗率で若干ビハインドも前年同期比23.3%増
- 利益は投資先行のため引き続きマイナスも計画通り

(単位：百万円)

	2017-3Q累計 (連結)	2016-3Q累計 (単体)	前年同期比	当期予想 (連結)	進捗率
売上高	1,588	1,288	+23.3%	2,413	+65.8%
営業利益	△13	148	—	48	—
純利益	△30	106	—	4	—

※2016年第3四半期より連結決算に移りましたが、連結子会社であるスナップマート株式会社の業績については2016年第4四半期の売上高より含むため、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2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc. の業績を含んでおります。

第3四半期の振り返り

- 定額制シフトが予定通り進捗、売上高は前年同期比25.2%増
 - 特に少量定額プランのユーザーが予想以上に拡大しており、うち3割は新規ユーザー。既存の定額制プランに比べ更新率も高く、長期的な収益向上への貢献が見込まれる
 - 同時に単品販売・既存の定額制プランから少量定額プランへの移行の影響も拡大しており、通期予想に対する売上進捗は若干のビハインド
 - 今後さらなる少量定額プランの新規ユーザー獲得および更新率向上に注力
- 韓国語版PIXTAをリリース、素材充実と認知度向上に注力
- 新規事業は順調に成長。「fotowa」は七五三シーズンに向け予約件数増加、「Snapmart」はインスタグラマーを活用した物撮りサービスが好評

業績の推移：四半期決算推移

- 売上高は順調に成長、特に定額制の成長が加速
- 営業利益は投資先行によりマイナスだが計画通り。前四半期より赤字幅は改善（17-2Qの営業利益△19）

（単位：百万円）

	14-3Q (単体)	15-3Q (単体)	16-3Q (単体)	17-3Q (連結)	16-17 前年同期比
売上高	278	344	436	546	+25.2%
(単品・その他)	265	300	351	406	+15.6%
(定額制)	12	44	84	139	+65.1%
営業利益	39	19	34	△7	—

※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ト株式会社（SNAP）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2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.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

- 定額制の売上拡大に伴い、仕入原価率は低下傾向に
- 広告宣伝費の増加分は主にfotowaのハイシーズンに向けた対策のため
- 人件費とその他費用は子会社連結と従業員増加、ベトナム子会社へのシステム開発業務委託により引き続き増加傾向

(単位：百万円)

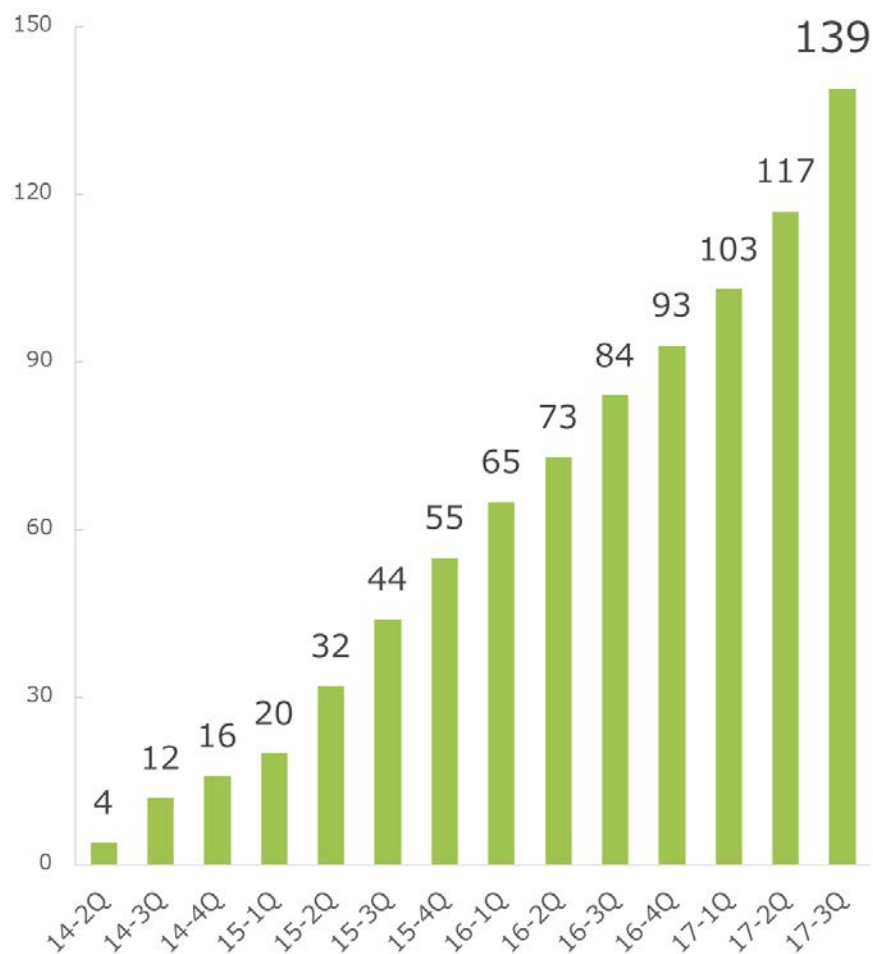
	14-3Q (単体)	15-3Q (単体)	16-3Q (単体)	17-3Q (連結)	16-17 前年同期比	※ご参考 16通期 (連結)
仕入原価	101	121	146	172	+17.8%	596
サーバーコスト	9	19	25	31	+25.0%	106
人件費	60	75	85	127	+48.9%	348
広告宣伝費	22	26	38	69	+83.3%	140
採用コスト	0	8	5	2	△61.3%	20
その他	45	72	100	149	+48.8%	391
営業利益	39	19	34	△ 7	—	155

※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2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.の業績を含んでおります。

定額制販売の状況

定額制販売売上高

(百万円)

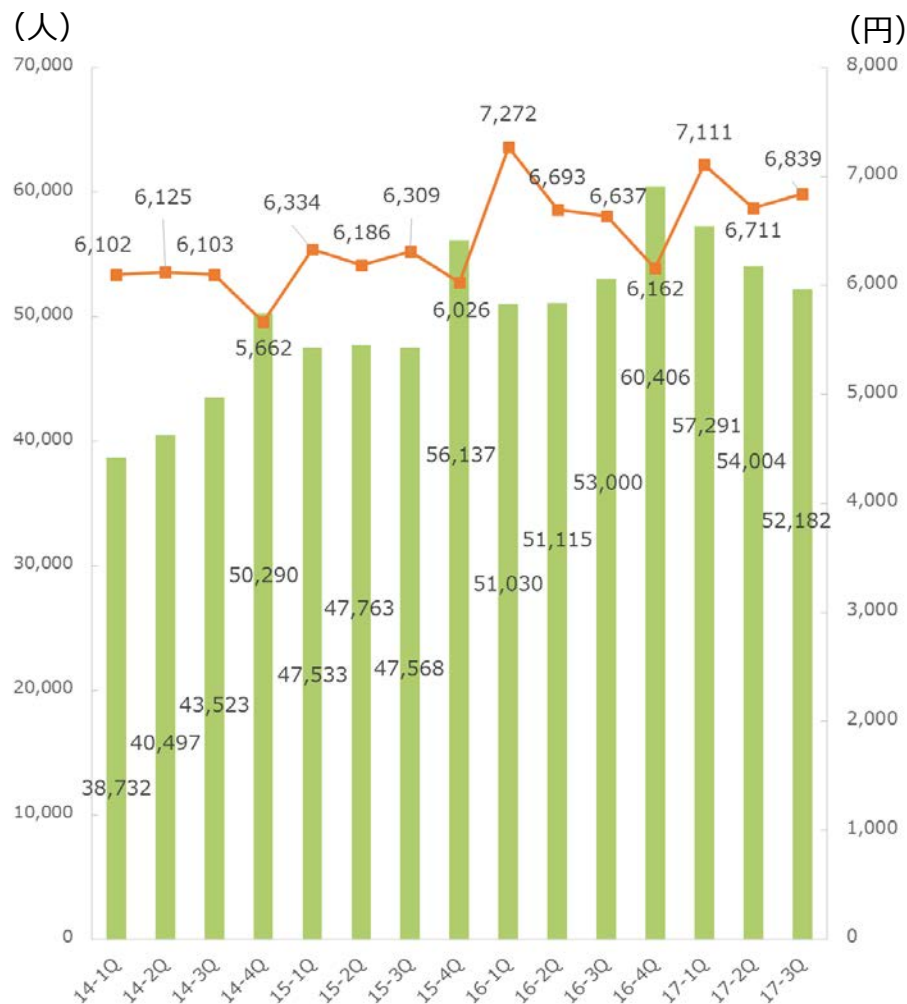


- 定額制シフトが順調に進み、3Qの定額制販売売上は過去最高を更新
- 少量定額プランが引き続きユーザー増加に寄与
- ラクسل「オンラインデザイン」との連携など、API連携案件(※)も順調に増加

※外部サービス上でPIXTAの定額制素材を検索・使用できる機能

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累計(※)及び平均月間購入額

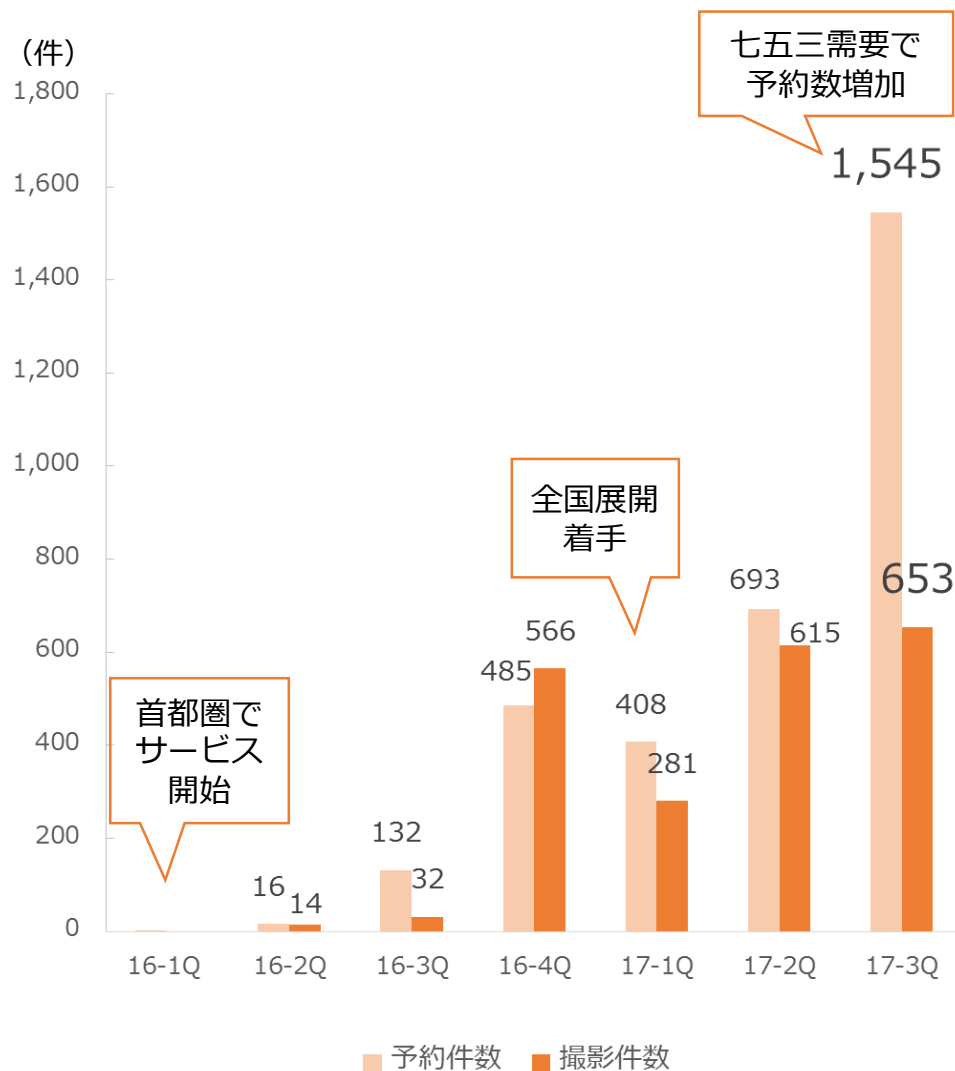


- 定額制シフトの影響により、3Qの単品販売月間購入者数累計は前年同四半期を下回る
- 今後も基本的な方針は変わらず、定額制シフトへの注力を継続する

※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

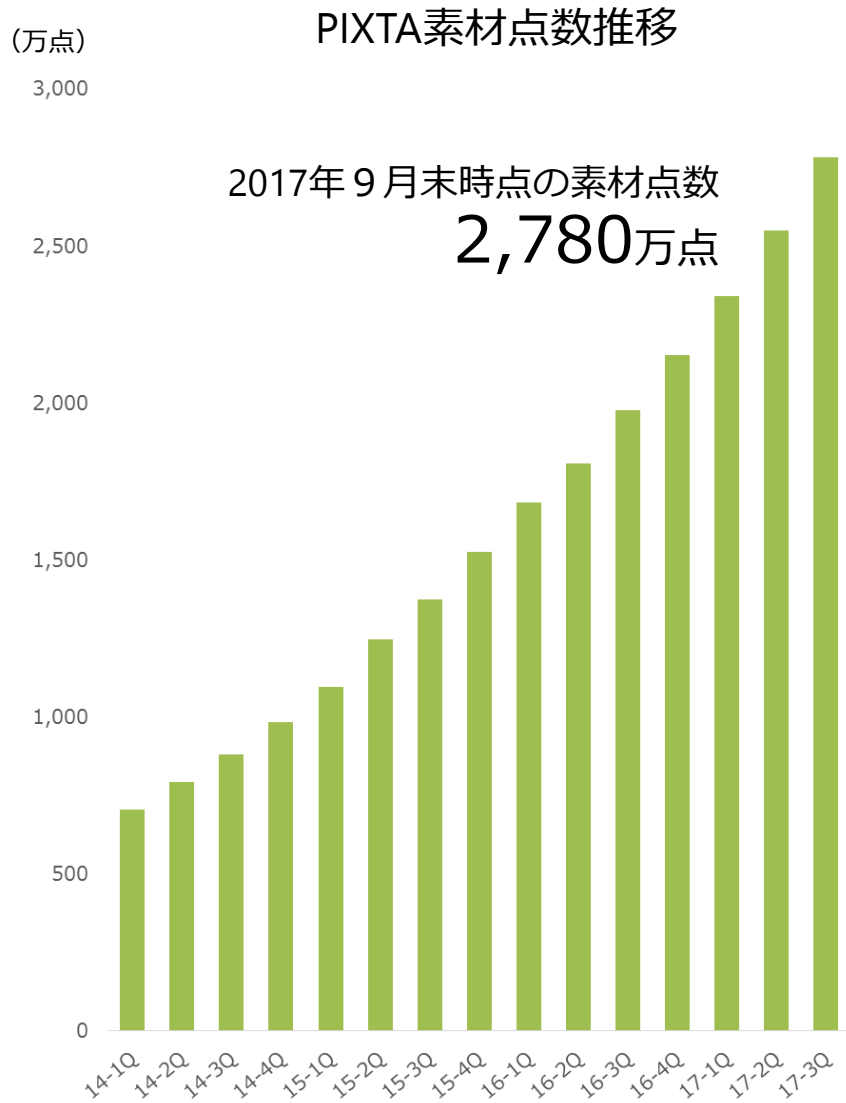
fotowaの状況

予約・撮影件数推移



- 予約・撮影件数ともに過去最高
- 七五三に向け集客強化に注力
- フォトグラファーの「公募機能」等、機能拡張にも注力

その他戦略分野・素材調達



- 素材投稿クリエイター向けのセミナー・撮影会を継続的に実施。「fotowa」との連携セミナー等も
- 新たな売れ筋クリエイターを育てるための短期間集中サポート等も試験的に実施



その他戦略分野

Snapmartの状況

フォロワー1万人以上の人気インスタグラマーが撮る「フツ撮り出張サービス」

インスタグラム投稿・SNS広告のクリエイティブにお回りではありませんか？

インスタグラムで「いいね」される商品写真。フォロワーが増える「インスタシェニク」な写真を人気インスタグラマーに撮影してもらいませんか？

Snapmartの「インスタグラマーフツ撮り出張サービス」なら、種類の限定・小販の運搬・交通費などすべてコミコミ38,000円からオーダーできます。

どんなインスタグラマーがいるか問い合わせる



どっちがクリックされる？



インスタグラマーが撮影



プロカメラマンが撮影
(カタログ写真)

ユーザー投稿コンテンツのクリック率は、
カタログ写真の約 **3.4倍！**

ネット広告、とりわけフェイスブック広告やインスタグラム広告などのSNS広告では、**タイムラインに馴染む広告っぽいコンテンツが好まれます**。実際にプロがスタジオで撮影したカタログ写真よりも、日々SNSのコンテンツに触れている一般ユーザーが撮影した写真のほうが3倍以上もクリック率が高いという検証結果も出ています。(当社調べ)

【参考文献】「プロ撮影の美しい画像」VS「素人撮影の画像」どっちが商品購入率が高い？

- 人気インスタグラマーに商品撮影を依頼しSNSマーケティング等に活用できる物撮りサービスが好評
- 2Qに開始した定額制プランの利用数も順調に増加
- 人物の顔自動認識によるモデルリリース取得促進や、画像解析による検索ワードサジェスト機能追加など、機能拡充も進めた

業績の推移（損益計算書）

- 売上および売上総利益は前年同期比で順調に成長
- 営業利益、純利益は投資先行による減益も計画通り進捗

（単位：百万円）

	17-3Q	16-3Q	前年同期比	17-3Q 累計	16-3Q 累計	前年同期比
売上高	546	436	+25.2%	1,588	1,288	+23.3%
売上総利益	322	255	+26.3%	919	742	+23.7%
売上総利益率	59.0%	58.5%	+0.5pt	57.9%	57.7%	+0.2pt
営業利益	△ 7	34	—	△ 13	148	—
営業利益率	—	7.8%	—	—	11.6%	—
経常利益	△ 7	33	—	△ 11	146	—
四半期純利益	△ 14	20	—	△ 30	106	—

※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2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.の業績を含んでおります。

業績の推移（貸借対照表）

- 韓国Topic社買収によるのれん増加も、引き続き高い流動性を維持

（単位：百万円）

	17-3Q	16通期	前期末比	17-2Q	前四半期末比
流動資産	1,264	1,074	+17.7%	1,243	+1.7%
（うち現預金）	764	689	+10.8%	798	△4.3%
固定資産	440	233	+88.7%	426	+3.1%
（うちのれん）	186	29	+534.4%	191	△2.4%
総資産	1,704	1,307	+30.4%	1,670	+2.1%
流動負債	853	647	+31.8%	792	+7.7%
固定負債	223	-	-	236	△5.7%
純資産	628	659	△4.8%	641	△2.0%

※2017年第1四半期にTopic Images Inc.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

当期の重点施策：投資戦略

2017年は「積極投資」の年

- 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

当期の重点施策：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

- 韓国Topic Images Inc.を子会社化、韓国語版PIXTA開始
- 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

当期の重点施策：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

4 Qの主な取り組み

■ 音楽素材の販売開始

10月にサービス開始

PIXTA 画像・動画の素材サイト

音楽素材

イベントやゲーム・映像に使える高品質な音楽素材。BGM素材、効果音素材ならピクスタ！

BGM素材 ¥1,080～ 効果音素材・音声素材 ¥540～ 歌素材 ¥3,240～ > 購入ガイド / 価格表

キーワードまたは素材ナンバーで検索

人気の音楽素材カテゴリ

- 新曲集 (BGM)
- 映像・写真 (BGM)
- ゲーム (効果音)
- アプリ (効果音)
- イベント・行事
- 映像・写真
- ゲーム・アプリ
- システム
- 映像
- CM
- 音楽
- 効果音・音声
- 映像
- CM
- 音楽
- ゲーム・アプリ
- システム
- 映像
- CM
- 音楽
- イベント・行事
- 映像・写真
- ゲーム
- 映像
- CM
- 音楽

■ 少量定額プランの顧客拡大に注力

引き続き、Webマーケティングや露出増による新規顧客獲得および機能改善による更新率向上を目指す

NEW 30日間で10点、3,888円からご利用できる
お手頃プラン新登場!

■ fotowaはエリア拡大&機能充実に引き続き注力

広島・熊本へ新たに展開。トップシーズンである七五三の対応に注力

fotowa

fotowaとは

Home (7x7) 3x3, フォトは撮影7x7x7
カラー写真も撮影可能

APPENDIX

事業の概要

企業理念とグループビジョン

企業理念

**才能をつなぎ、
世界をポジティブにする**

グループビジョン

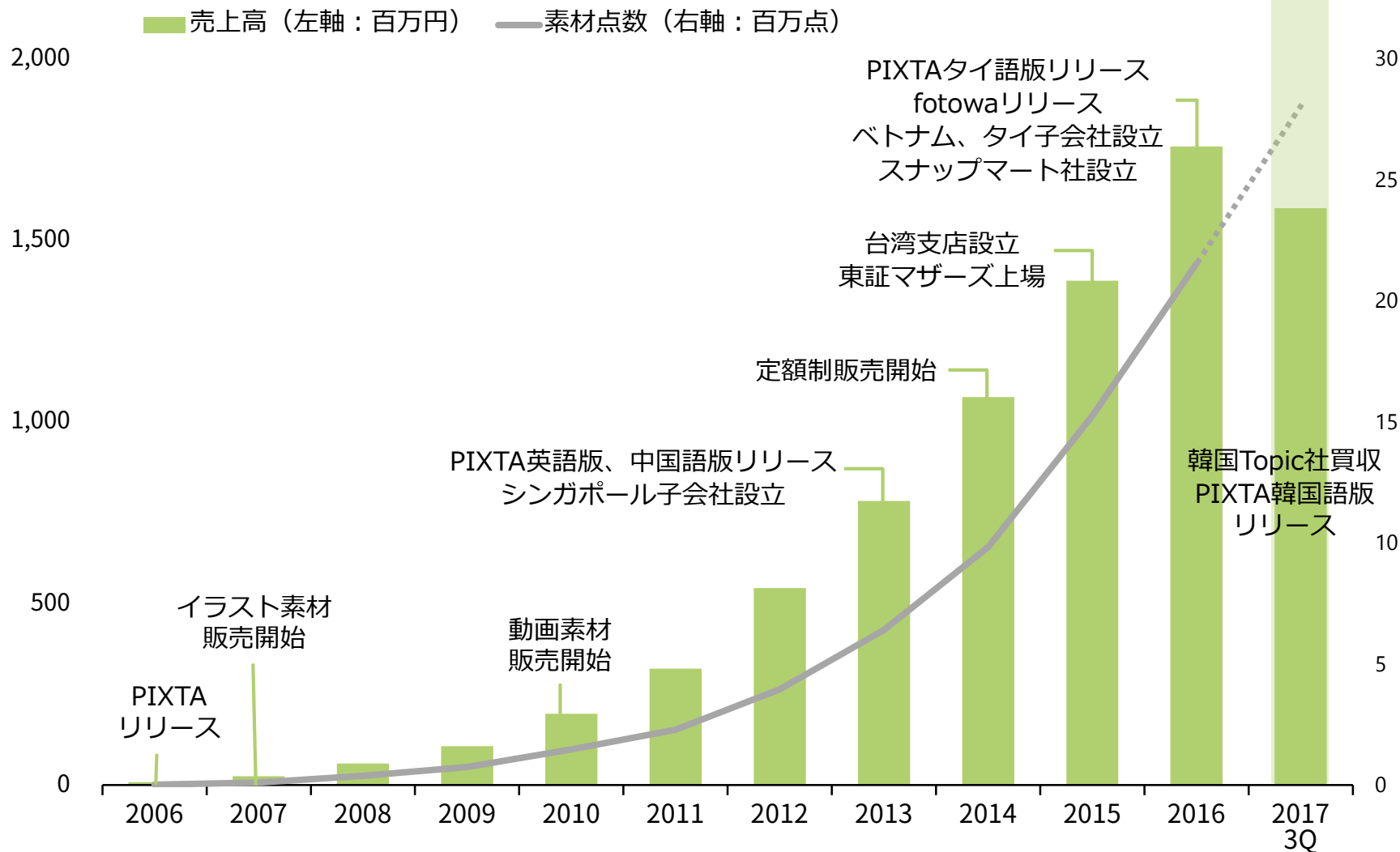
**世界中の才能をつなげる
クリエイティブプラットフォームを創造していく**

会社概要

会社名	ピクスタ株式会社（3416・東証マザーズ）		
事業内容	<p>デジタル素材マーケットプレイス「PIXTA」の運営 インターネット上でプロ・アマ問わず国内外のクリエイターから集めた写真やイラスト・動画・音楽などのデジタル素材を、法人・個人向けに販売するサービス</p> <p>出張撮影マッチングサービス「fotowa」の運営 七五三やお宮参り等のライフイベントにおいて、プロの出張撮影フォトグラファーをインターネット上で予約し、撮影できるサービス</p>		
代表者	古俣 大介	従業員数	連結100名、単体79名（※）
設立	2005年8月25日	所在地	東京都渋谷区
支店	台湾支店		
子会社	スナップマート株式会社 Topic Images Inc. PIXTA ASIA PTE. LTD.	PIXTA (THAILAND) CO., LTD. PIXTA VIETNAM CO., LTD.	

※2017年9月末時点

成長の軌跡：売上高と素材点数推移



※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2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc. の業績を含んでおります。

当社の事業：運営サイト



デジタル素材マーケットプレイス PIXTA (ピクスタ)

<https://pixta.jp/>

2,700万点以上の写真・イラスト・動画・音楽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、韓国語で展開中。



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。

PIXTA : ビジネスモデル

- 写真・イラスト・動画・音楽等のデジタル素材の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 : 強み

■ 23万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

■ 2,700万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・タイに拠点を持ち、各国でNo.1を狙う
- 世界数十カ国以上からの投稿・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9月末時点

PIXTA : 活用事例

広告・メディア・商品デザイン・資料など幅広く活用



絵本



元の写真素材



Webメディア



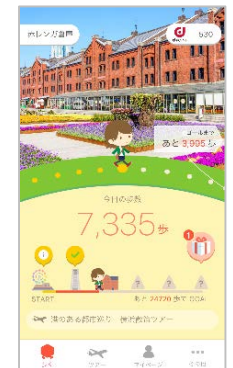
Web動画広告



パンフレット



屋外広告



スマホアプリ

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

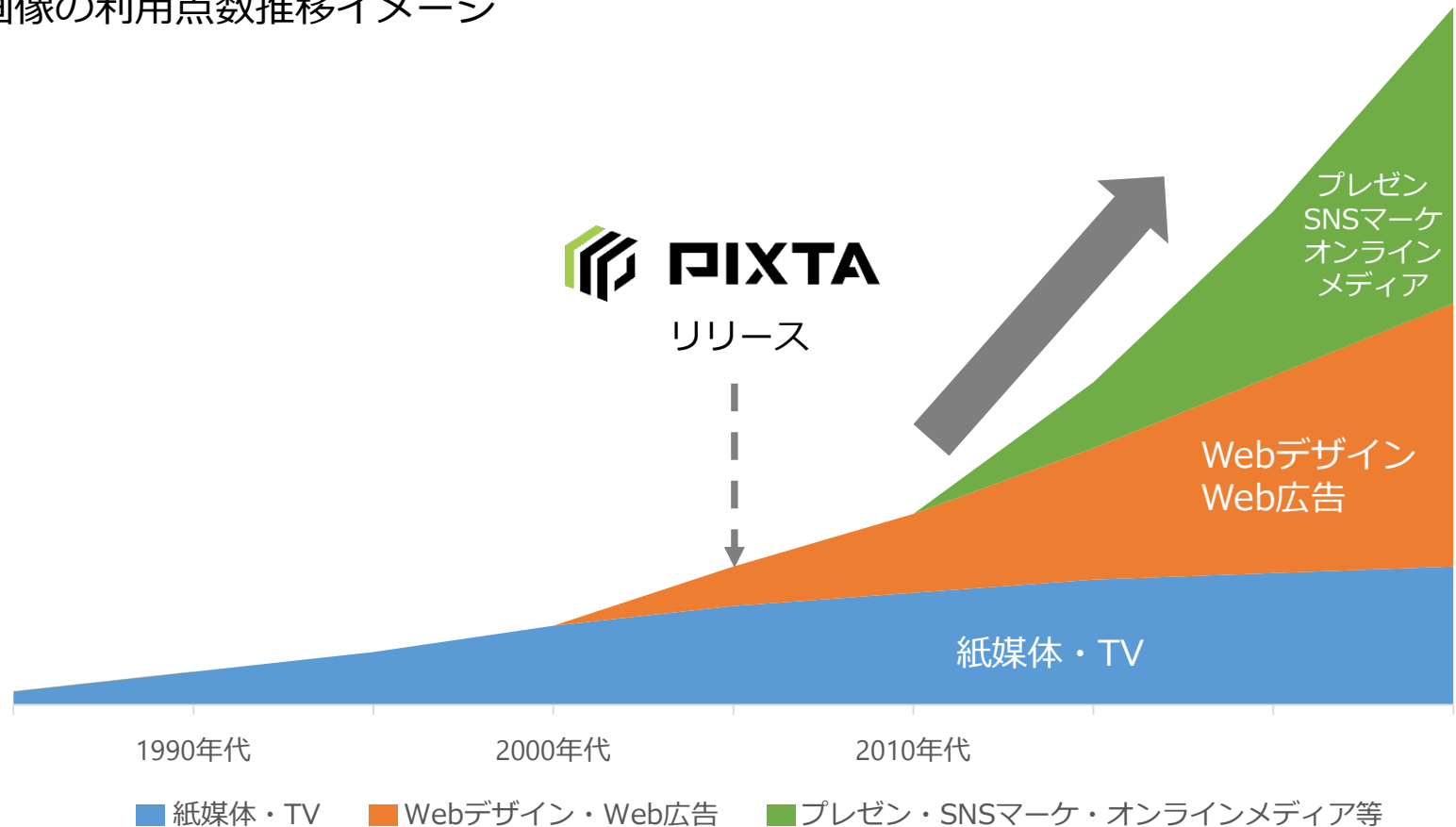
近年の著作権問題発生を背景とした
コンプライアンス意識の高まり

ビジュアル素材
ニーズの急増

PIXTA：市場環境

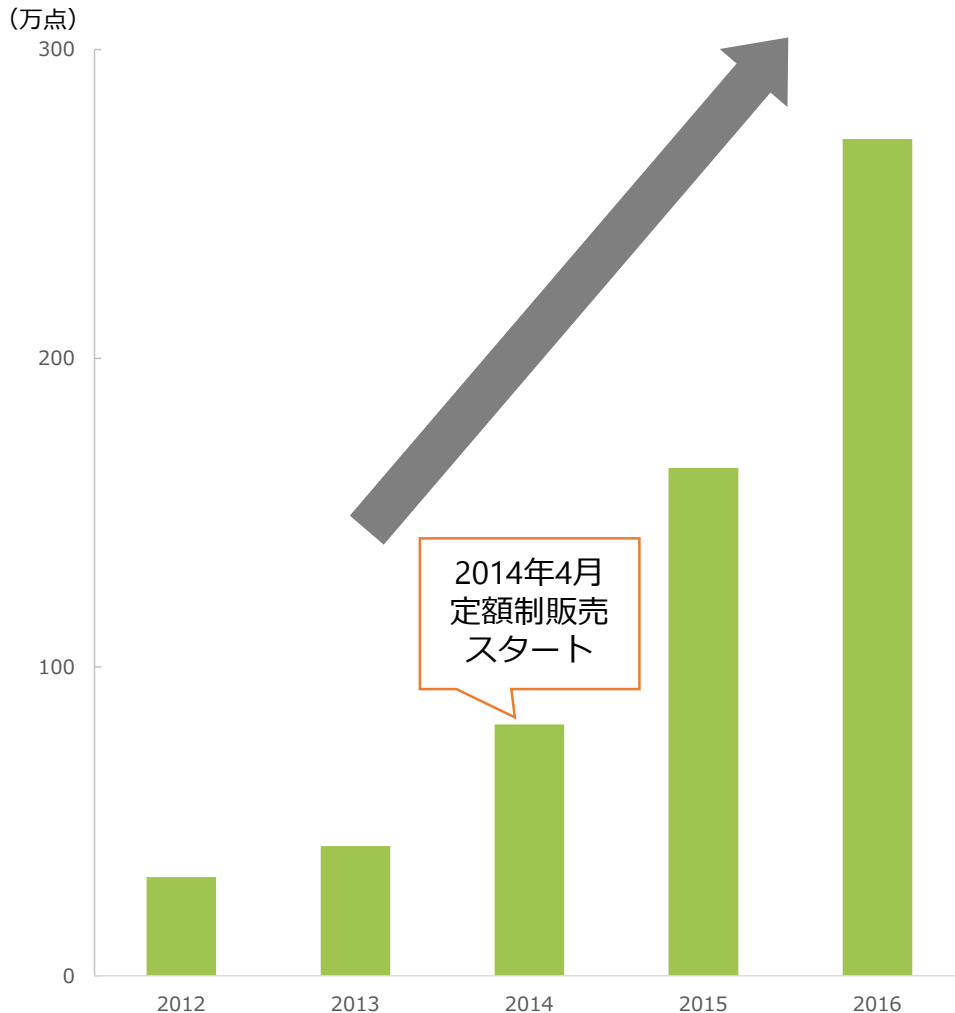
利用用途の拡大によりビジュアル素材のニーズは飛躍的に増加傾向

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)



ビジュアル素材の
需要拡大を取り込み
ダウンロード数急増

3年で6.4倍に(※)

※2013年～2016年の比較

fotowa : ビジネスモデル

好きな日時、好きな場所に好きなカメラマンを呼べる 出張撮影マッチングサービス



使用素材No. : 17785203, 17793513

fotowa : 強み

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

写真館で撮影されるフォーマルな写真（イメージ）



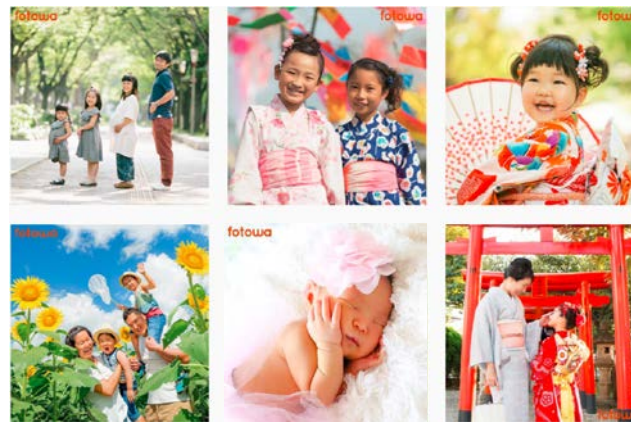
不透明な料金設定

データ受取不可

fotowa なら…

ナチュラルでおしゃれな写真

fotowaで撮影可能な写真（イメージ）



わかりやすい一律料金

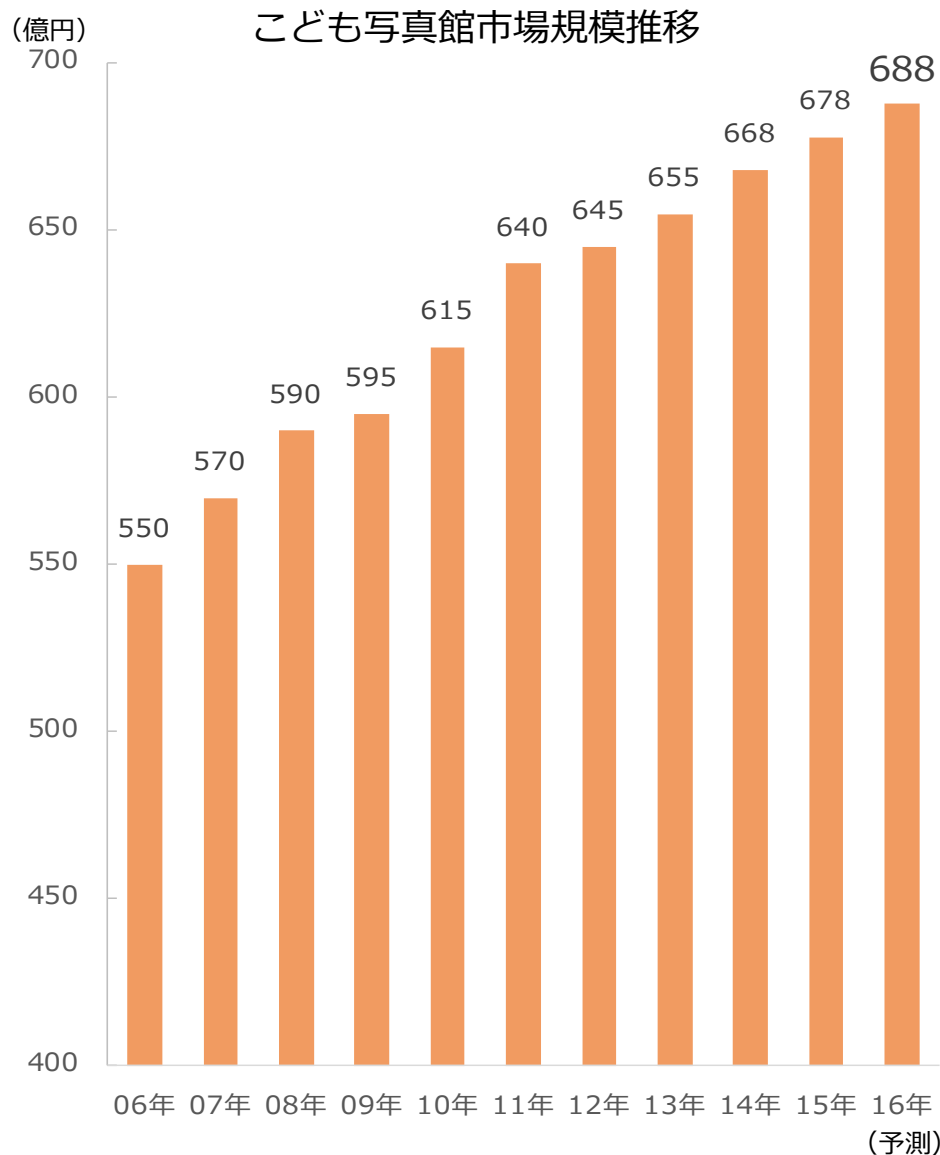
納品はデータで受け取り

SNS映え

追加料金無し

データで
もらえる

fotowa : 市場環境



ライフイベントの撮影機会増
SNSでの写真共有ニーズ増

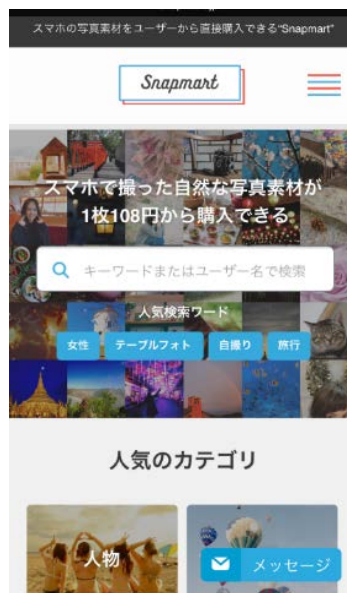


**個人の撮影サービス
市場は拡大中**

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)

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



スマホユーザーが投稿 SNS映えする写真が強み



中期的な成長戦略

中期的な成長戦略（イメージ）

① 既存事業の成長加速



② 新規積極投資

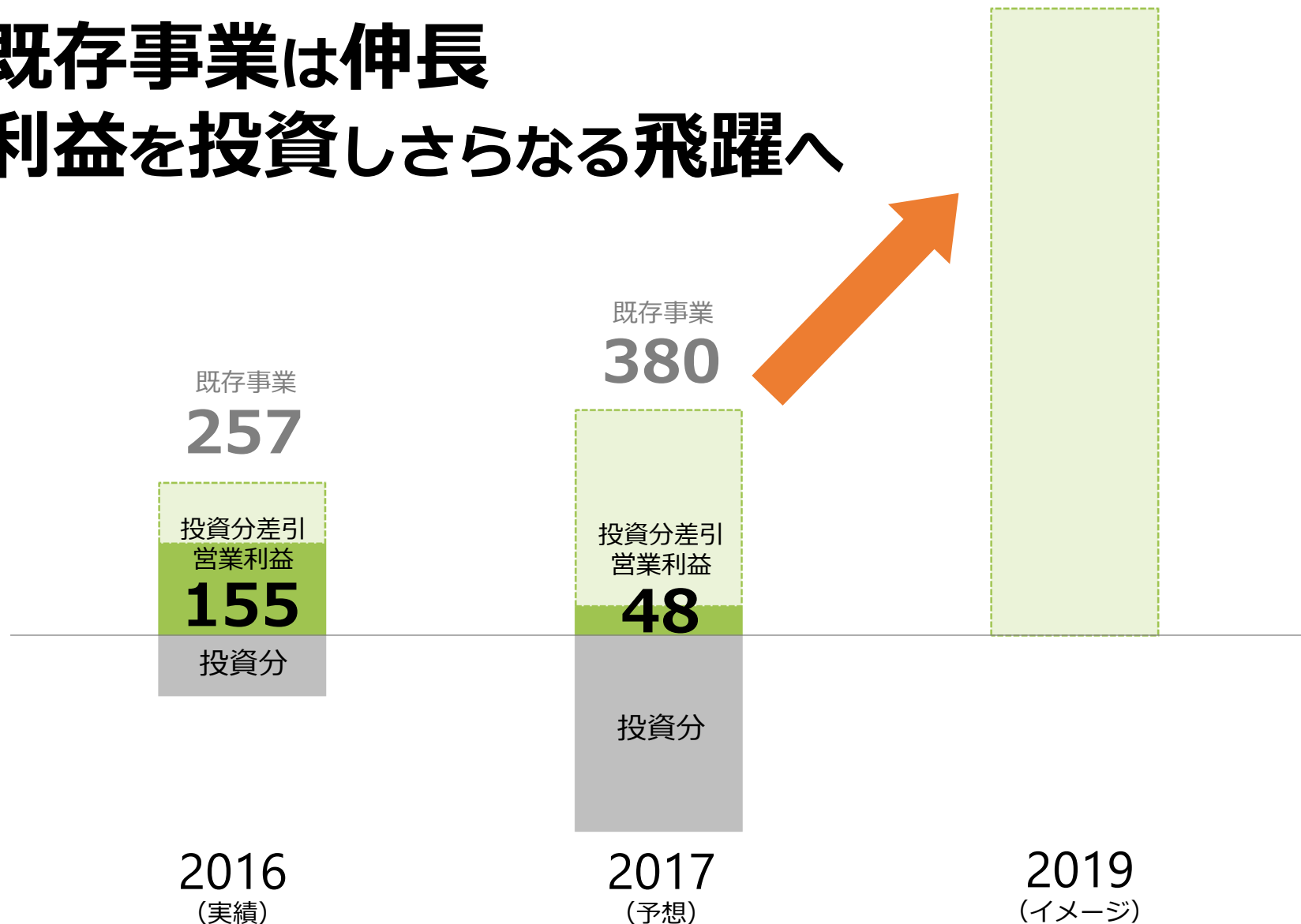


①②の両輪で企業価値の飛躍的向上を目指す

営業利益成長イメージ

(単位：百万円)

既存事業は伸長 利益を投資しさらなる飛躍へ



fotowa事業の将来性について



少子化にもかかわらず
市場規模は拡大
(2016年こども人口1,605万人) ※1



**年間撮影件数
2~300万件**

(うち大手A社で約120万件) ※2

数年後に年間撮影件数 **10** 万件を目指す

サービスエリア拡大

優良フォトグラファー
獲得及び育成

衣装・プリント等の
サービス追加

※1：出所/「人口推計」（総務省統計局）

※2：ピクスタ推計

使用素材No.：20247409, 3691746

長期的な将来構想

長期的な将来構想：どんな価値を提供するか

成熟しつつある現代社会は
物質的な充足ではなく
精神的な充足が求められている

||

ソーシャルメディアが普及し
無名の価値あるコンテンツがシェアされ
感動が伝播していく

||

感動を創造することが価値

(AIにもロボットにも不可能)

長期的な将来構想：どんな価値を提供するか

感動を創造するプラットフォーム

||

クリエイティブ
プラットフォーム



自分の才能を
活かせる感動

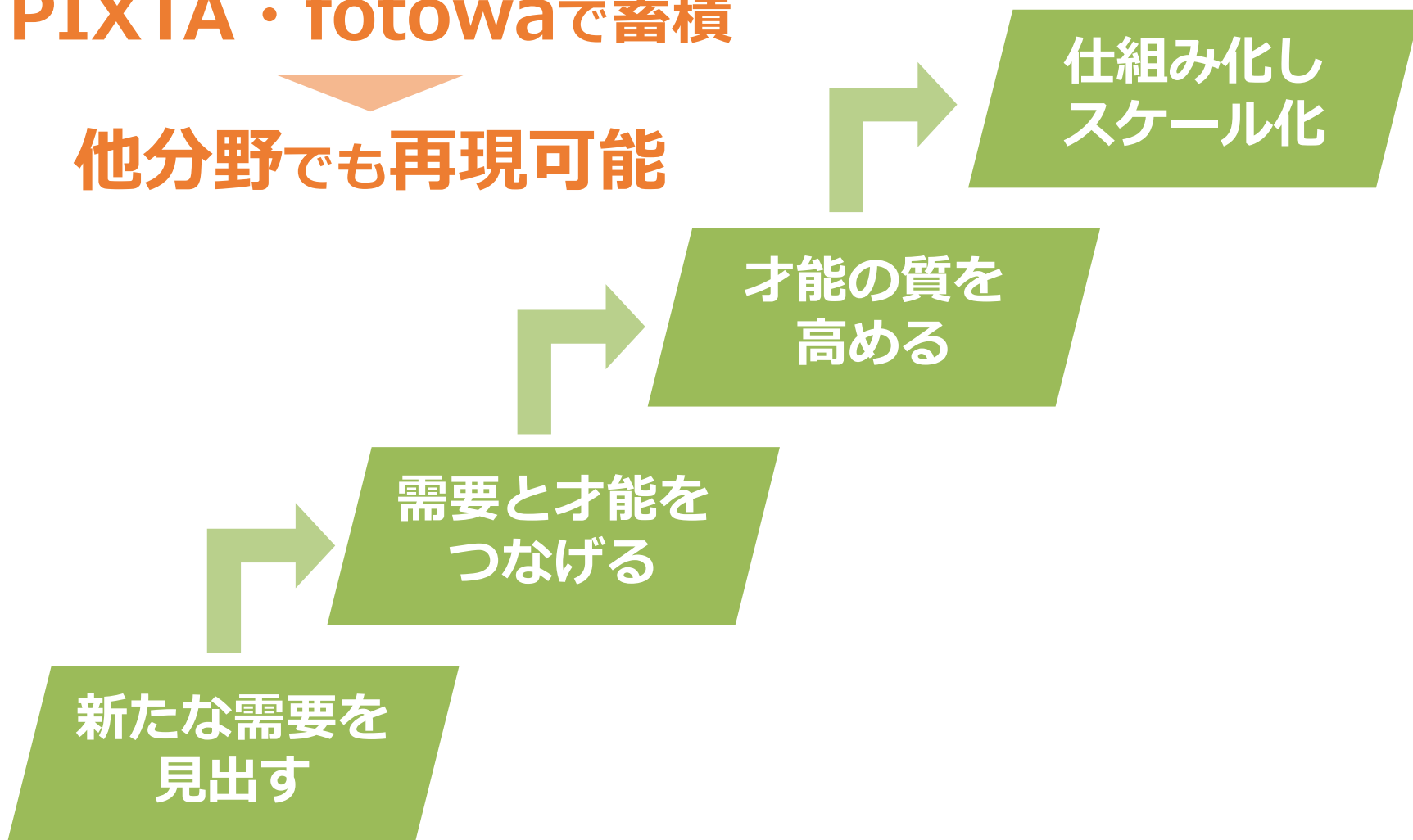


新たな才能に
出会う感動

クリエイティブプラットフォームの価値創造スキーム

PIXTA・fotowaで蓄積

他分野でも再現可能



クリエイティブプラットフォームの将来構想

無数の埋もれたクリエイター群

写真

動画

イラスト

テキスト

音楽

マンガ

演技

アート

クリエイティブプラットフォーム経済圏

無数の才能とニーズをn対nで結びつける

法人ニーズ

デザイン 画像素材 動画制作 ナレーション
音源 記事制作 イベント撮影 等

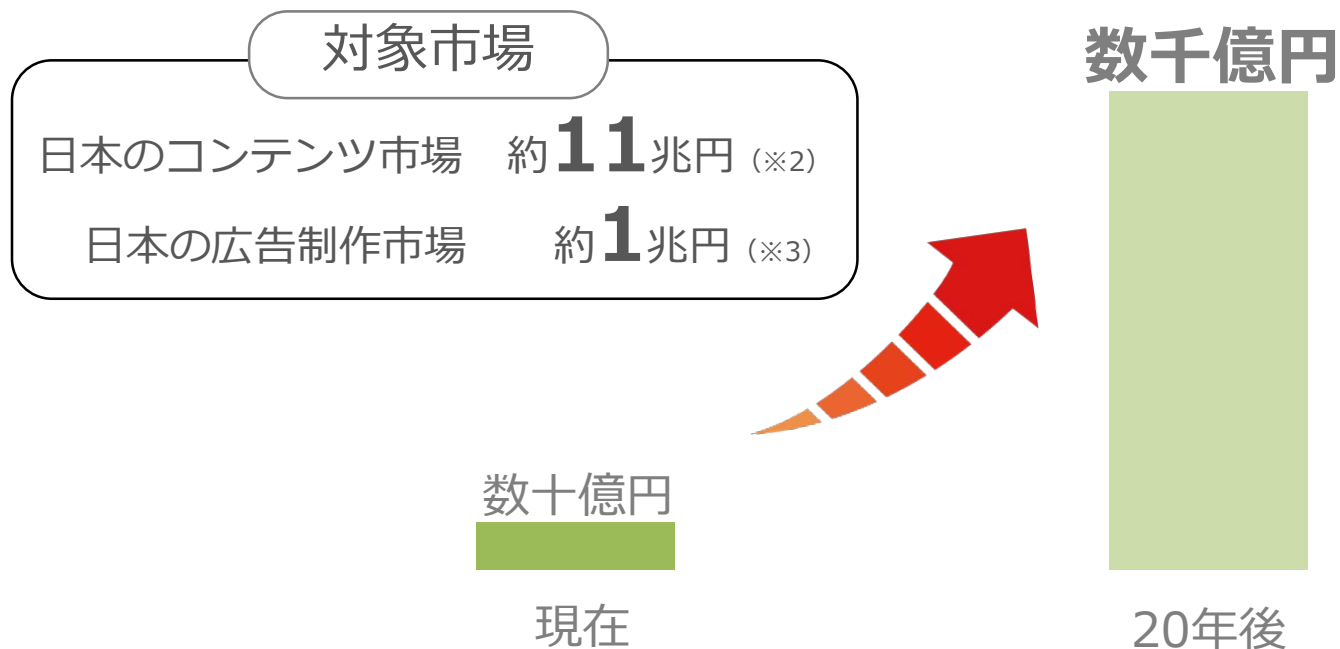
個人ニーズ

家族写真 読み物 アート鑑賞
動画視聴 音楽鑑賞 舞台鑑賞 等

無数の才能とニーズをn対nでつなぎ、クリエイターと
レベニューシェアする新たな事業モデルを構築

クリエイティブプラットフォームの将来構想

無数の感動の集積により、
20年後に数千億円規模の取扱高^(※1)を目指す



※1：クリエイティブプラットフォーム経済圏において行われる取引の総額

※2：出所/総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査」

※3：出所/株式会社電通「2016年（平成28年）日本の広告費」

使用素材No.：7819868

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。

