

2017年12月期
通期決算説明資料



2018年2月14日
ピクスタ株式会社
[マザーズ・3416]

目次

- 2017年12月期 決算概要
- 2018年12月期の重点施策と長期見通し
- 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月期決算概要

通期業績ハイライト

- 顧客単価低下が見られたものの、定額制シフトが順調に進み売上高は前期比26.9%増
- 海外、新規事業への先行投資により、利益面では減益

(単位：百万円)

	2017-4Q 累計	2016-4Q 累計	前期比	修正後計画 (※1)
売上高	2,231	1,758	+26.9%	2,231
営業利益	17	155	△88.8%	2~27
純利益	△6	100	—	△20~0

※1：2018年1月25日に公表した修正予想値

※2：2016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、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。

当期の振り返り

■ 定額制シフトを推進

- 少量定額プランのユーザーが順調に拡大。顧客単価引き上げのため、12月末にプラン値上げを実施
- 今後も最適な商品・価格戦略を検討しながら定額制シフトを推進し、国内PIXTA事業の売上最大化を目指す

■ 韓国および台湾、タイの立ち上げ・拡大に尽力

- 韓国は韓国語版PIXTAリリース以降徐々に立ち上がりつつある
- 台湾は売上前年比86%増と大幅に成長。Webマーケティング強化による新規顧客増のほか、現地に合わせたサイト・サービス改善が奏功

■ 新規事業は順調に成長

- fotowaは年間撮影件数が前年比7倍超の4,772件と大きく成長。サービス提供エリアもさらに拡大、登録フォトグラファーは500人を突破
- Snapmartは定額制やインスタグラマーによる物撮りサービスが好調

業績の推移：売上高及び営業利益

- 売上高は順調に成長、定額制売上高は前期比+63.7%
- 4Q韓国で教科書改定に伴う大口需要を取り込み「その他」の売上増 (※1)

(単位：百万円)

	15-4Q累計 (単体)	16-4Q累計 (連結)	17-4Q累計 (連結)	16-17 前期比
売上高	1,388	1,758	2,231	+26.9%
(単品・その他)	1,234	1,441	1,713	+18.8%
(定額制)	153	316	518	+63.7%
営業利益	138	155	17	△88.8%

※1：韓国Topic Images Inc. において従前より取り扱っている高価格帯のデジタル素材の売上を「その他」に含んでおります。

※2：2016年第4四半期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おります。また、2017年第2四半期より連結子会社であるTopic社の業績を含んでおります。

業績の推移：営業利益及び費用の推移

- 定額制の売上拡大に伴い、仕入原価率は低下傾向
- 人件費は韓国Topic社買収と従業員増加により前期比増
- 広告宣伝費の増加分は主にfotowaのWebマーケティング強化のため

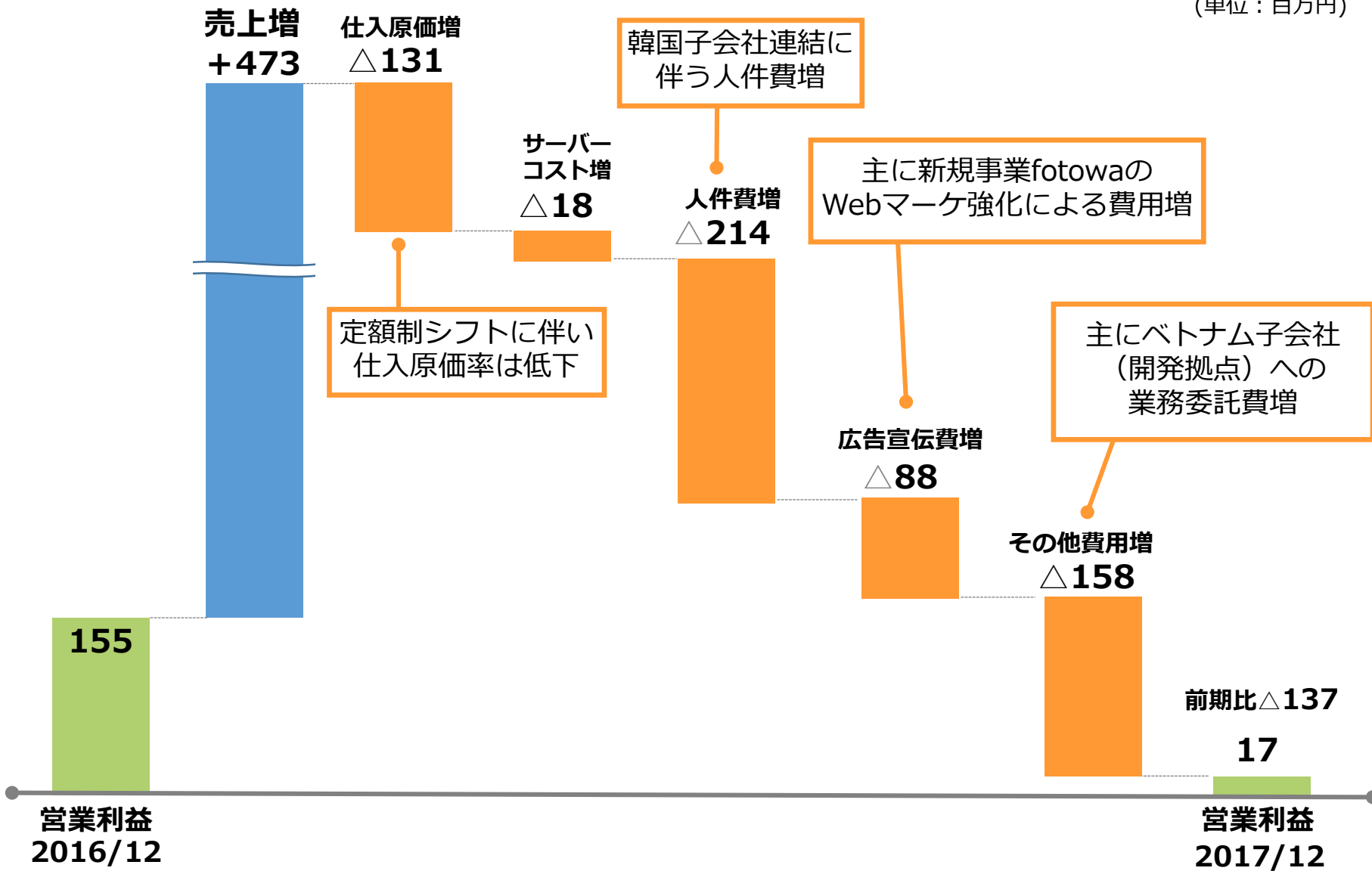
(単位：百万円)

	2014 (単体)	2015 (単体)	2016 (連結)	2017 (連結)	16-17 前年同期比
仕入原価	424	496	596	728	+22.0%
サーバーコスト	39	73	106	124	+17.1%
人件費	242	288	348	563	+61.6%
広告宣伝費	87	102	140	229	+63.1%
採用コスト	1	14	20	20	+0.7%
その他	175	274	391	549	+40.4%
営業利益	97	138	155	17	△88.8%

※2016年第4四半期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。

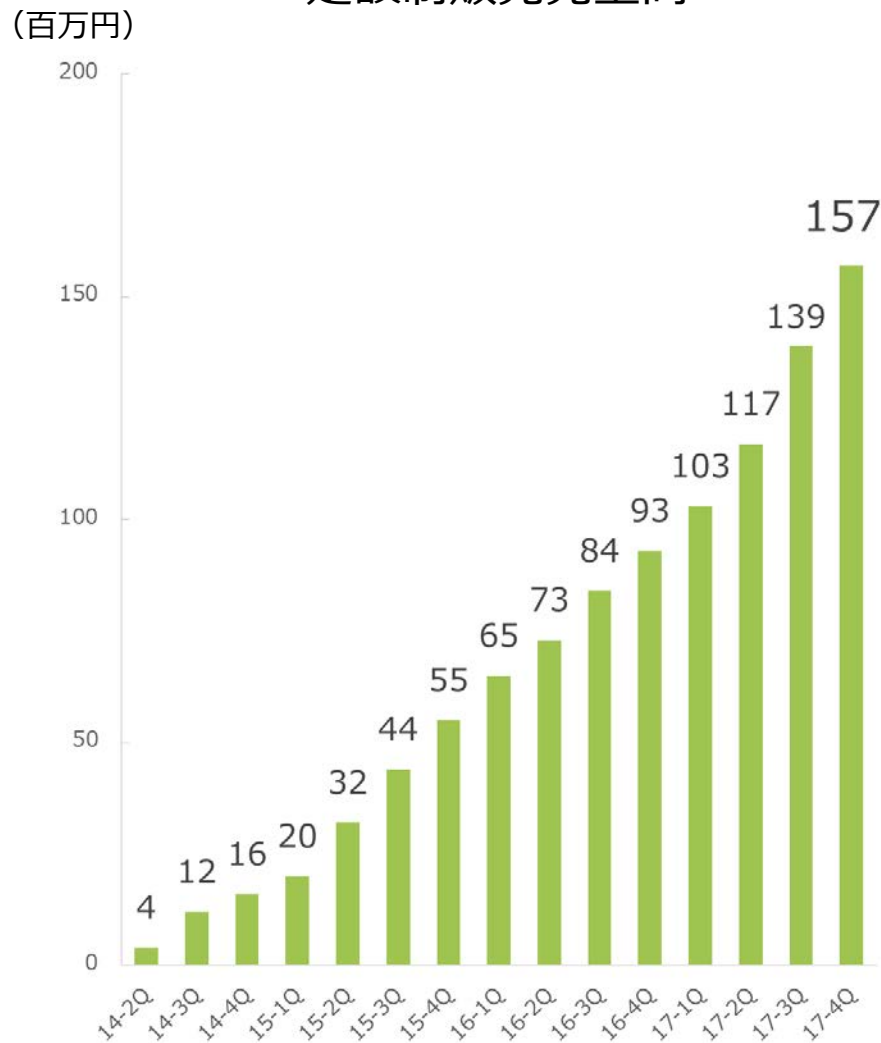
営業利益増減分析

(単位：百万円)



定額制販売の状況

定額制販売売上高



- 少量定額プラン利用増加の影響で顧客単価の低下が見られるも、定額制シフトは順調に進捗
- 17年末に少量定額プランの新規ユーザー向け価格を改定
- API (※) 導入案件も順調に増加

【PIXTA API導入事例】 (※一部抜粋)

 RakSul

 @Press

 サグーワークス

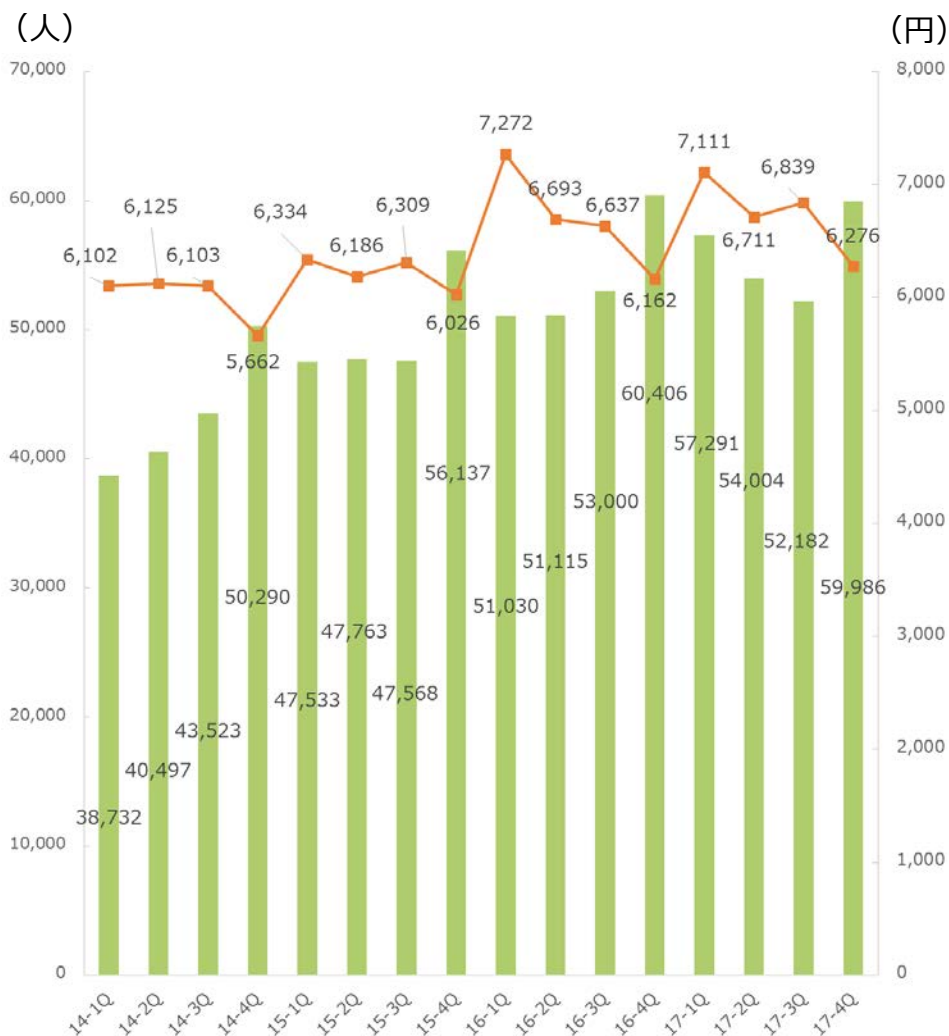
 AXN

ほか、多数

※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

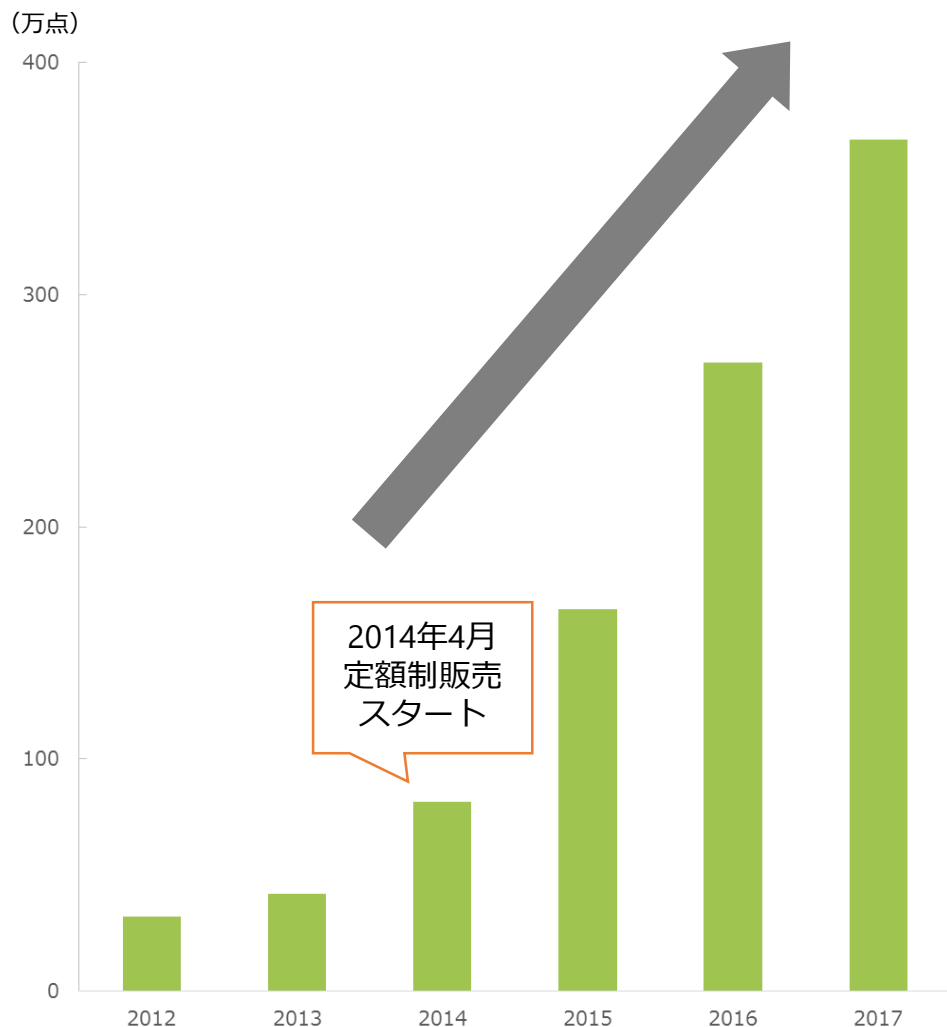


- 定額制シフトの影響により、購入者数は前年同四半期を下回るも堅調に推移
- 例年4Qは年賀状素材需要により平均月間購入額の減少が見られるが、前年同四半期比では増加
- 今後も基本的な方針は変えず定額制シフトへの注力を継続

※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

PIXTA全体のダウンロード数推移

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

4年で8.7倍に(※)

※2013年～2017年の比較

海外展開の状況



- 韓国・台湾・タイに販売拠点を置きサービス展開中
- 17年に新たに進出した韓国では7月に韓国語版PIXTAをリリース、立ち上げに注力
- 台湾は17年の売上前年比86%増と大幅に成長。日本での「成長の方程式」の横展開が成功しつつある

素材調達

PIXTA素材点数推移



- 素材投稿クリエイター向けのセミナー・撮影会・懇親会等を継続的に実施。
- TOPクリエイターの撮影見学付き撮影会など次世代クリエイター育成にも注力

12月も開催します！TOPクリエイター見学付きPIXTAモデル撮影会のお知らせ

2017年11月27日 ▶ セミナー・撮影会情報



この記事は約4分で読めます

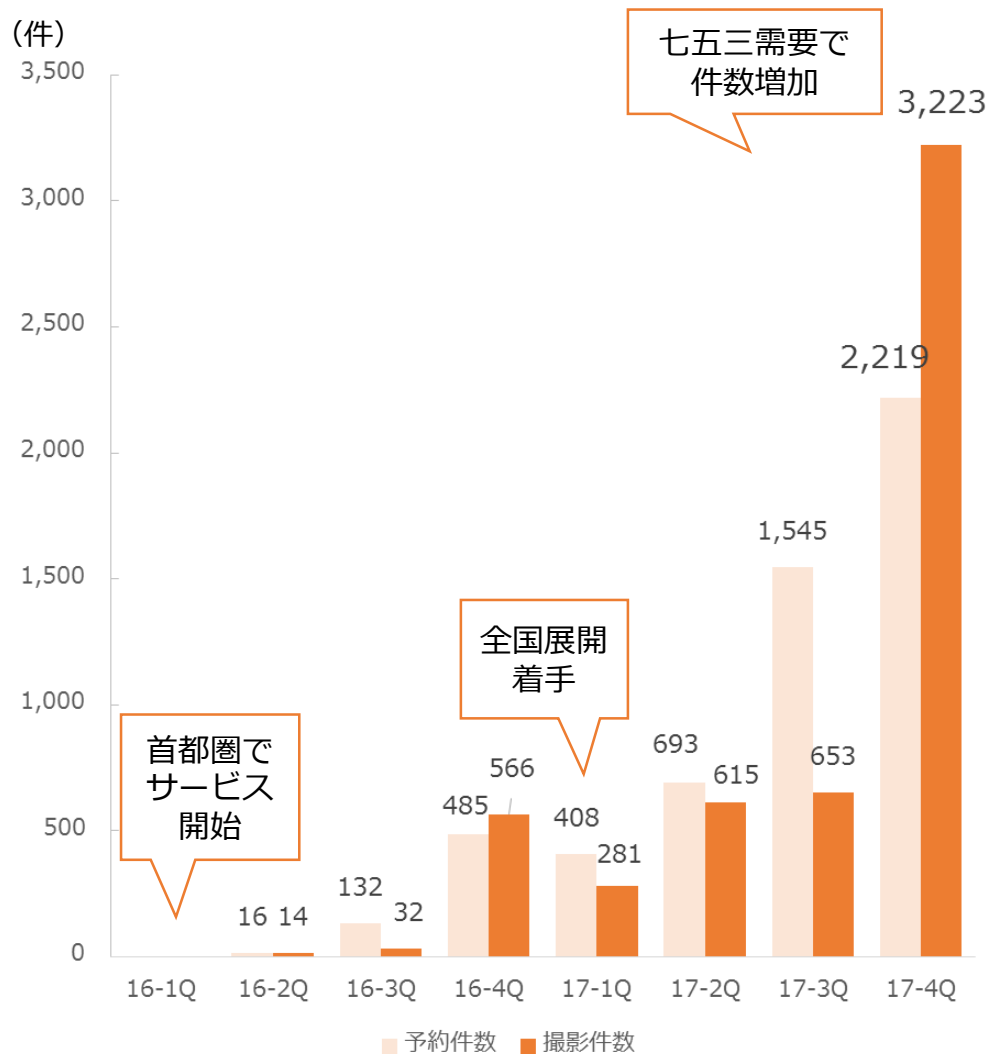


kikuo/23861364

あっという間に師走が訪れようとしていますね。2017年最後の撮影会のお知らせです。今回は都内にあるコワーキングスペースでの開催になります。そして大好評をいただいておりますスペシャル特典「TOPクリエイターの撮影見学」も付いてきます！

fotowaの状況

予約・撮影件数推移



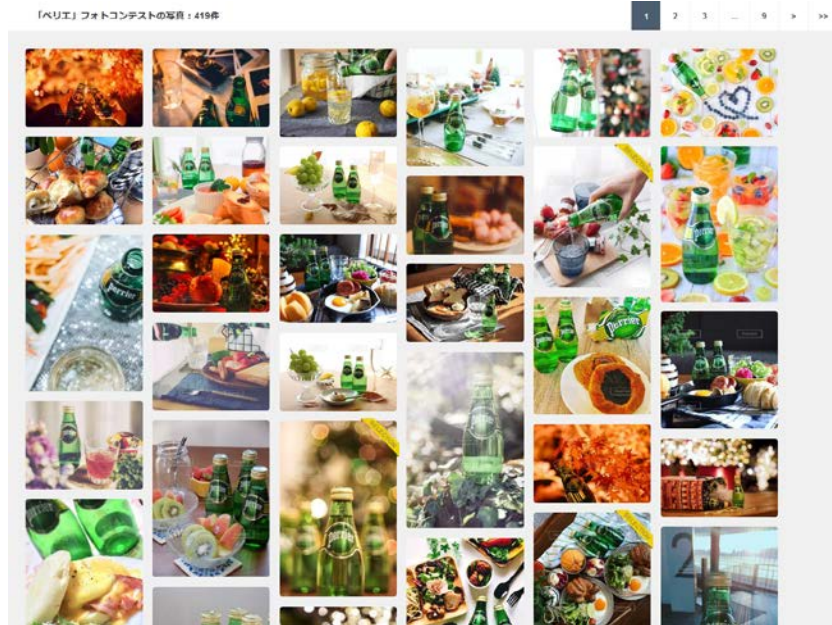
- 4Qは七五三需要により予約・撮影件数ともに過去最高、11月には月間撮影件数が1,800件を突破
- 2017年年間撮影件数は4,772件と、前年比7倍超の成長
- 4Qには広島県・熊本県でもサービス開始。登録フォトグラファーは全国で500人を突破

その他戦略分野

Snapmartの状況



- 定額制プランの利用が順調に増加
- コンテストや、インスタグラマーを活用した物撮りサービスも引き続き好評
- 認知拡大施策の一環としてアフィリエイトプログラムを開始



←11月に実施したコンテスト（ネスレ日本様主催）の募集バナーと実際の応募作品（一部抜粋）

業績の推移（損益計算書）

- 売上は前期比で順調に成長。売上総利益率も安定して推移
- 利益は投資先行による減益

(単位：百万円)

	17-4Q	16-4Q	前年同期比	17-4Q 累計	16-4Q 累計	前期比
売上高	643	470	+36.8%	2,231	1,758	+26.9%
売上総利益	377	274	+37.3%	1,296	1,017	+27.4%
売上総利益率	58.7%	58.4%	+0.2pt	58.1%	57.9%	+0.2pt
営業利益	30	6	+377.8%	17	155	△88.8%
営業利益率	4.8%	1.3%	+3.4pt	0.8%	8.8%	△8.0pt
経常利益	34	9	+276.7%	23	155	△85.1%
(四半期)純利益	23	△ 6	—	△ 6	100	—

※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、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、引き続き高い健全性と流動性を維持

（単位：百万円）

	2017年12月末	2016年12月末	前期末比
流動資産	1,326	1,074	+23.5%
（うち、現預金）	835	689	+21.1%
固定資産	463	233	+98.7%
（うち、のれん）	192	29	+555.4%
総資産	1,790	1,307	+36.9%
流動負債	919	647	+42.0%
固定負債	211	-	-
純資産	659	659	△0.0%

※2016年第3四半期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、また、2017年第1四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。

2018年12月期の重点施策と見通し

2018年12月期の重点施策：サマリー

- 国内PIXTA事業は定額制シフトをさらに推進
 - 定額制の顧客基盤拡大および強化のため、「新規顧客獲得」と「更新率向上」のための施策に注力
 - また「顧客単価向上」のため、顧客ニーズと市場の状況に照らし適切な商品・価格戦略を再検討
- 海外事業においては、韓国および台湾、タイの拡大に注力
- 新規事業「fotowa」は、さらなる飛躍に向け、サービス強化・拡大と認知度向上に取り組む

2018年12月期の重点施策：PIXTA事業

■ 定額制シフトをさらに推進

新規顧客獲得

WebマーケティングやUI改善で
流入強化、API導入拡大

更新率向上

機能サービス改善に
よる付加価値向上

顧客単価向上

商品、価格戦略の最適化



昨年に引き続き

定額制売上の大幅増を目指す

(2017年 518百万円 → 2018年 758百万円)

2018年12月期の重点施策：海外

■ 韓国ほか各販売拠点において成長を加速させる

ローカルコンテンツの充実

検索・翻訳等のサイト改善

Webマーケティングによる集客強化

により飛躍的な成長を目指す

★ 韓国

★ 東京本社

☆ 台湾

★ ベトナム（開発）

★ タイ

★ シンガポール
（海外展開統括）

市場の状況を見つつ、
サイト・サービス改善及び
顧客拡大に取り組むととも
に、コンテンツの充実にも
注力

17年（売上前年比+86%）を
超える成長を実現すべく、
引き続きWebマーケティング
や現地に合わせたサイト・
サービス改善に注力

2018年12月期の重点施策：fotowa

■ さらなる飛躍に向け投資を継続

全国展開

フォトグラファーの誘致・育成を進め全国網羅を目指す

集客強化

Web広告のみに頼らず、SNSやイベントなど多チャネルでの集客体制を確立

機能・サービスの付加価値向上

機能の改善・充実、印刷サービスや衣装レンタルなど付加価値向上に取り組む

年間撮影件数15,000件を目指す

(2017年は 4,772件)

2018年12月期の重点施策：Snapmart

PIXTAとは異なるユーザー基盤でサービスの二本柱を育てる

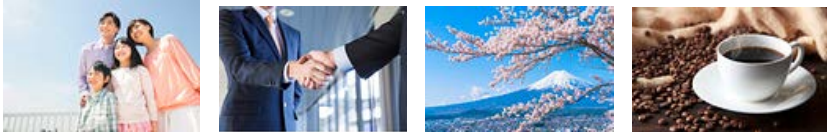
マーケットプレイス

「SNS映え」「日常的」な写真の品揃えをさらに充実させるとともに、好調な定額制を拡大していく

Snapmartの売れ筋（一例）：主にSNSマーケティングに使用



PIXTAの売れ筋（一例）：主に広告や商品パッケージ等に使用



オンデマンドサービス (物撮り、コンテスト等)

企業がSNS映えする写真を気軽に入手できるサービスを強化していく

フォロワーの多いインスタグラマーに商品撮影を依頼できる「フツ撮り出張サービス」



テーマに沿った写真を募集できる「コンテスト」



2018年12月期連結業績見通し

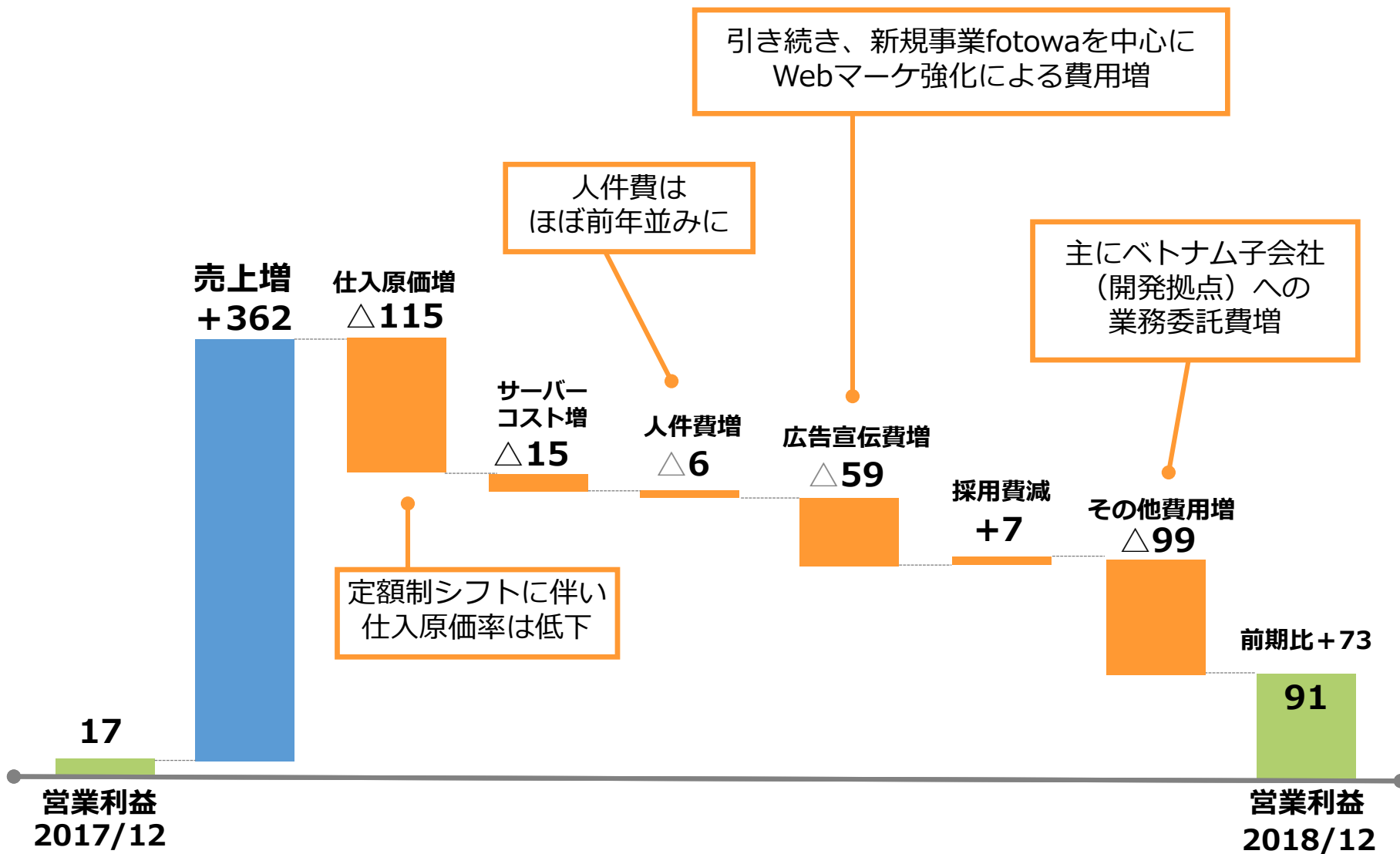
- 定額シフトをさらに進めることで売上高は前期比16.3%増を見込む
- 海外と新規事業への投資を継続しつつ、利益拡大への基盤づくりの年に

(単位：百万円)

	2017-4Q累計 (実績)	2018-4Q累計 (予想)	前期比
売上高	2,231	2,594	+16.3%
営業利益	17	91	+421.9%
営業利益率	0.8%	3.5%	+2.7pt
純利益	△6	20	—

2018年費用と営業利益イメージ

(単位：百万円)



長期戦略：PIXTA成長の方程式



PIXTA(国内)で実証した成長の方程式を
新規事業や海外にも横展開



fotowa

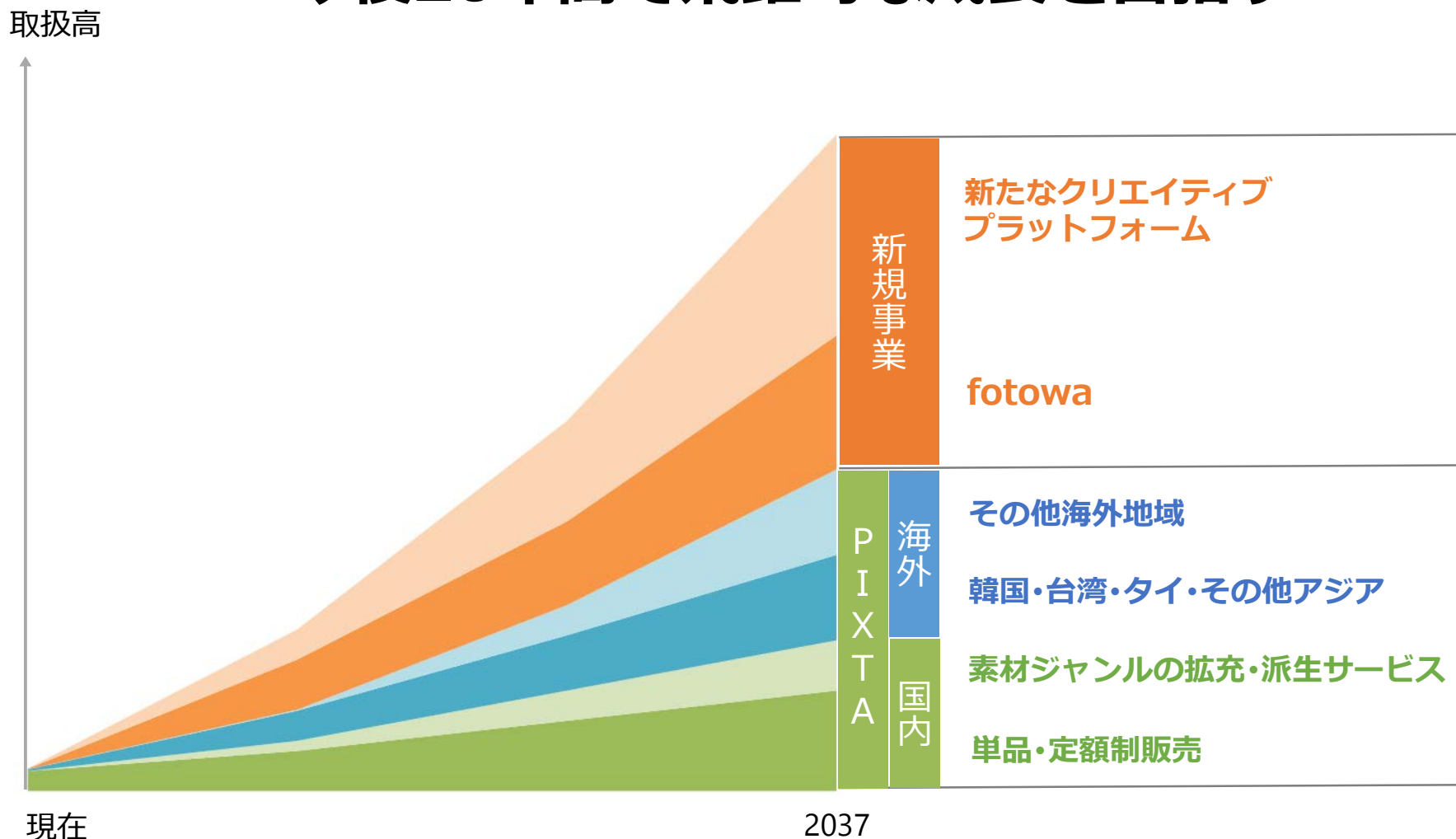
Snapmart



※UI=ユーザーインターフェース。サイト上の情報やデザイン等、ユーザーがサービス利用の際に触れる表示や機能全般
UX=ユーザーエクスペリエンス。製品やサービス利用を通じてユーザーが得られる体験

長期成長イメージ

今後20年間で飛躍的な成長を目指す



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

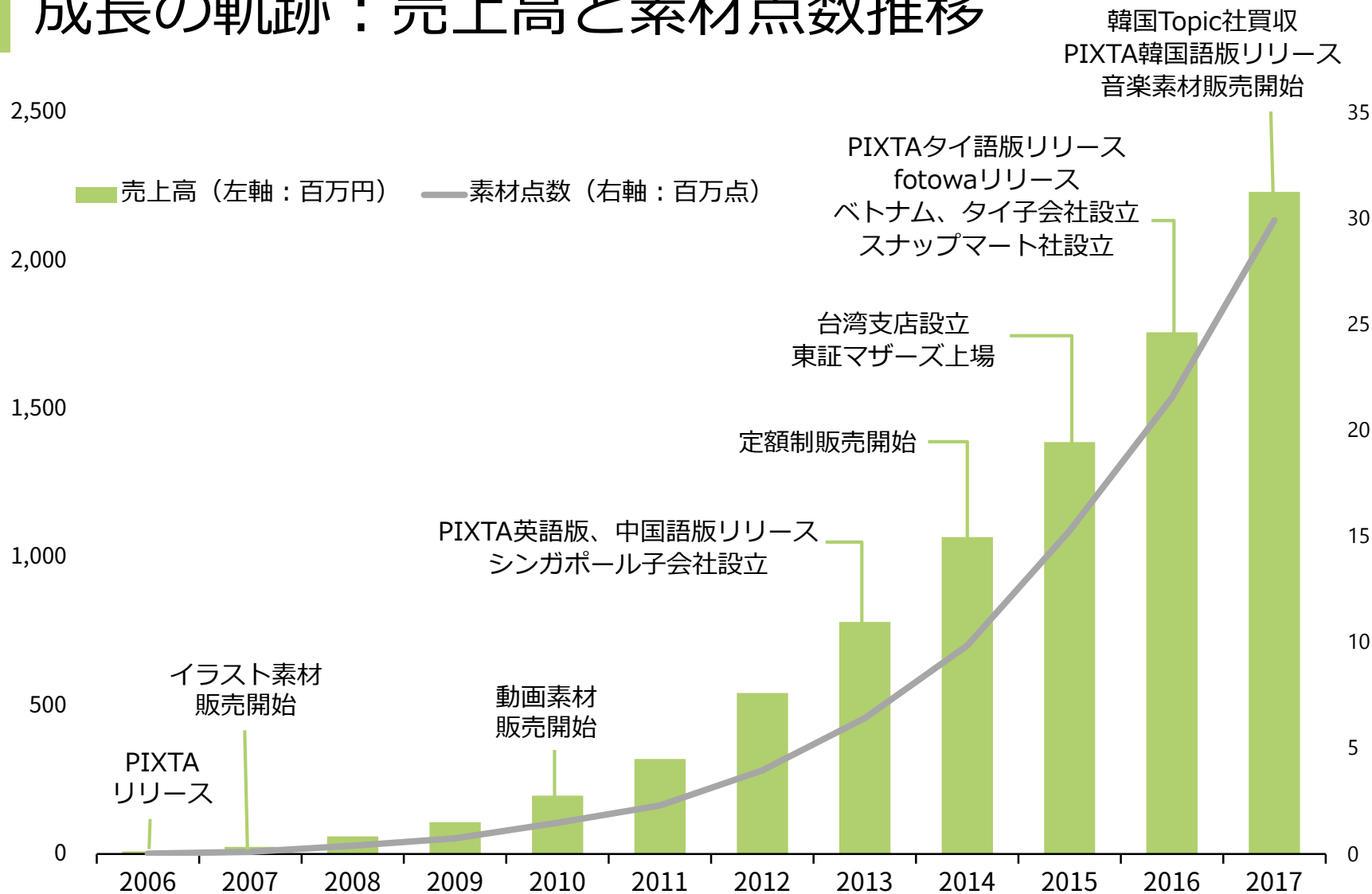
**世界中の才能をつなげる
クリエイティブプラットフォームを創造していく**

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98名、単体78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12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/>

約3,000万点の写真・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)

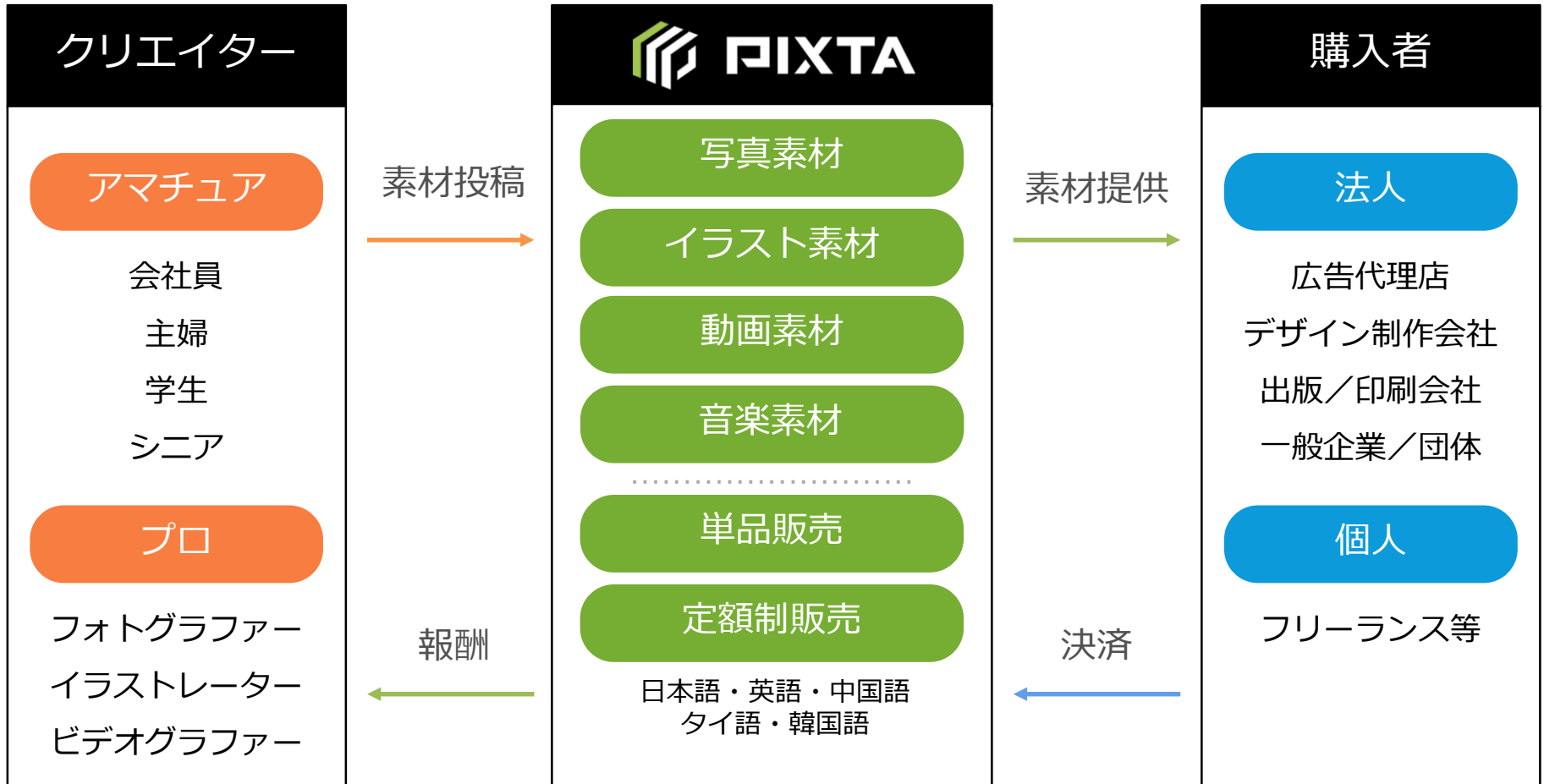
<https://snapmart.jp/>

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

■ 24万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

■ 約3,000万点の圧倒的なコンテンツ数 (※)

- 年間800万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13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12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

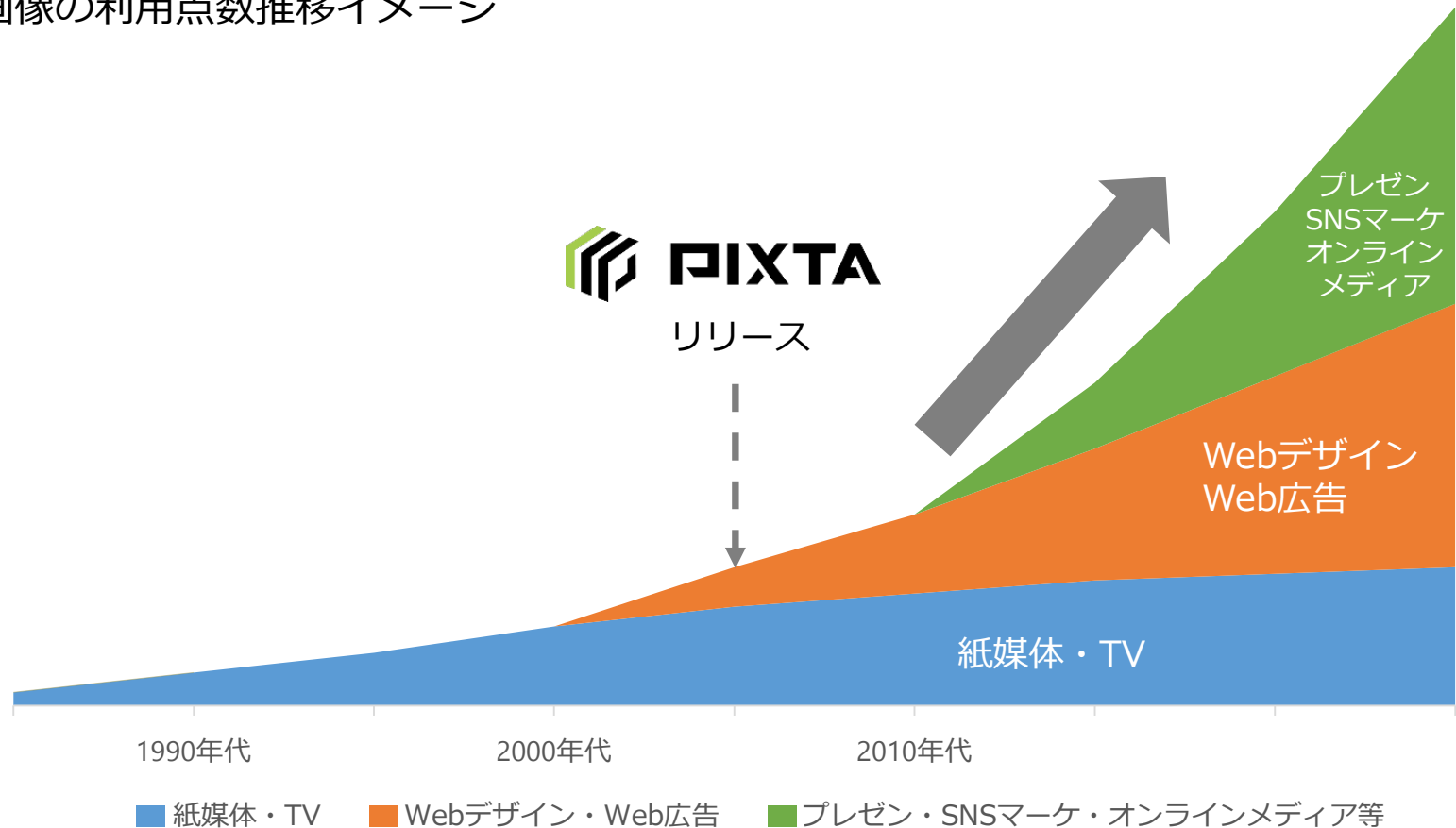
近年の著作権問題発生を背景としたコンプライアンス意識の高まり

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



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



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）



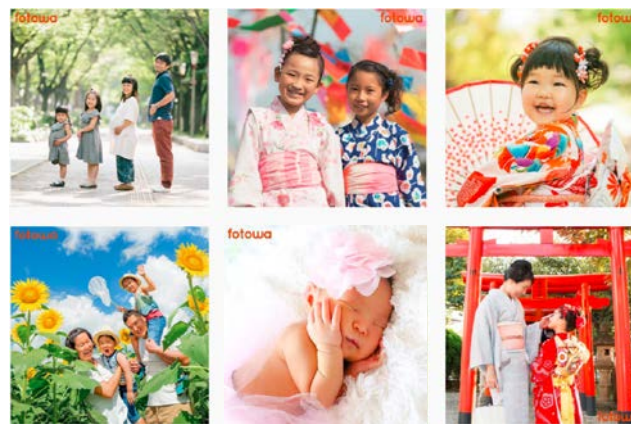
不透明な料金設定

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

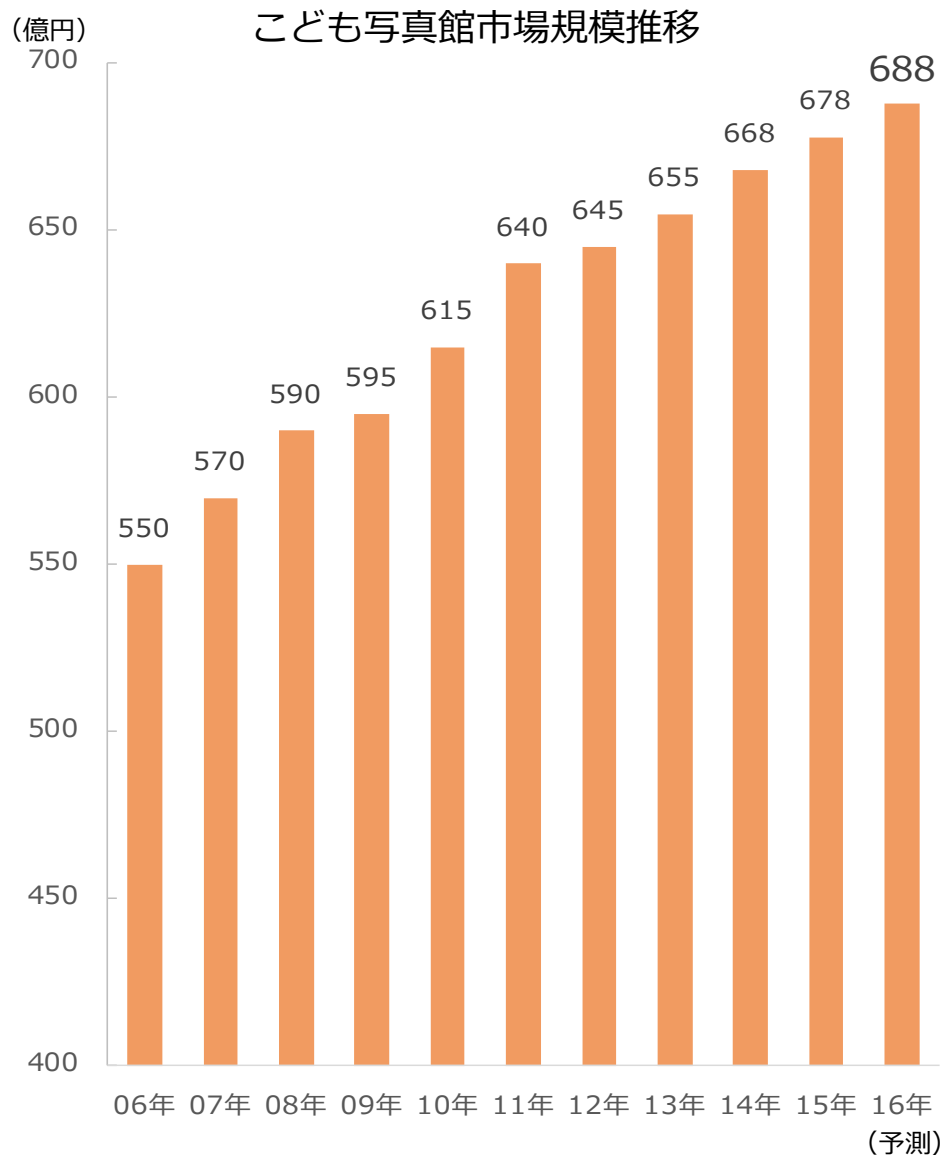
納品はデータで受け取り

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

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

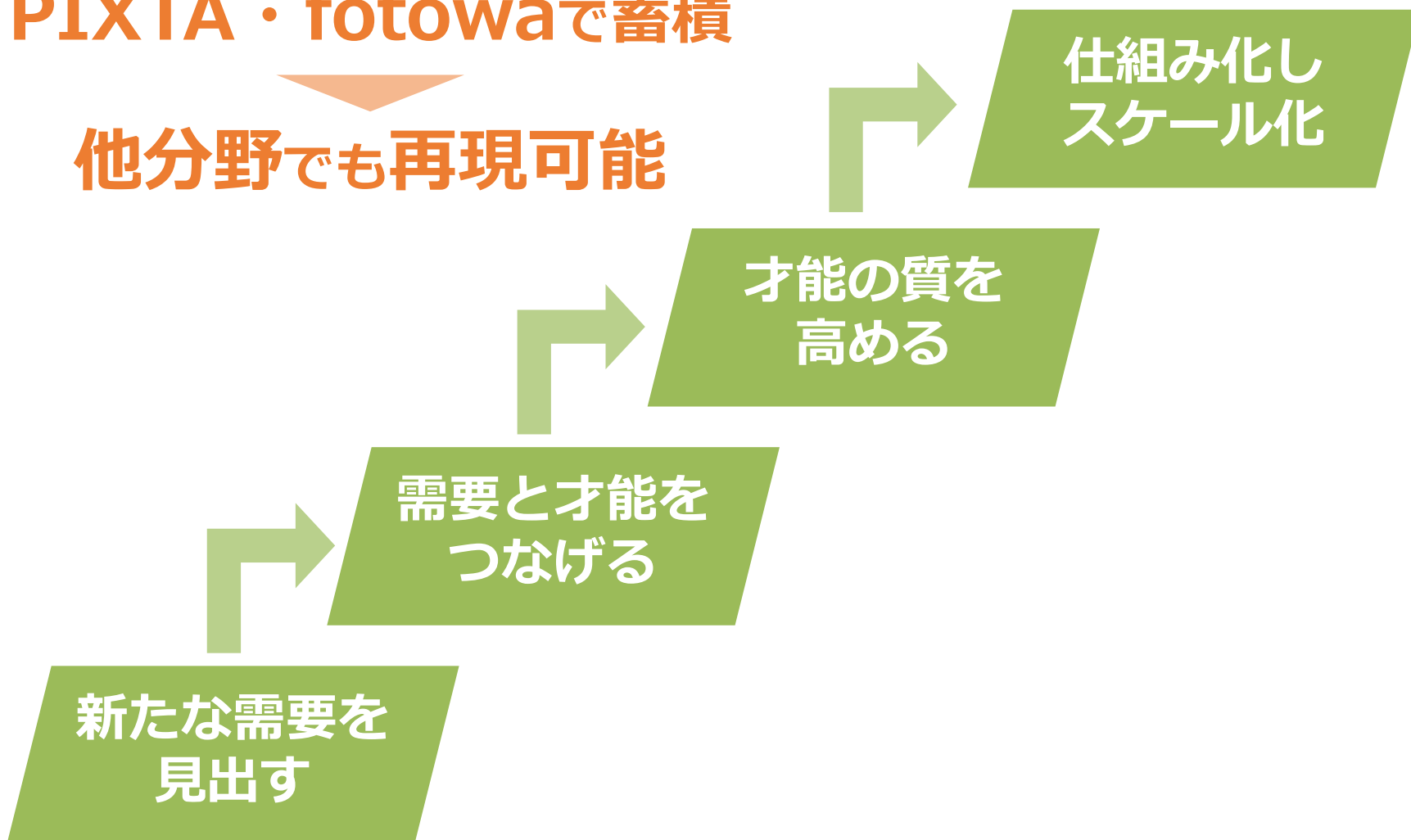


新たな才能に
出会う感動

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

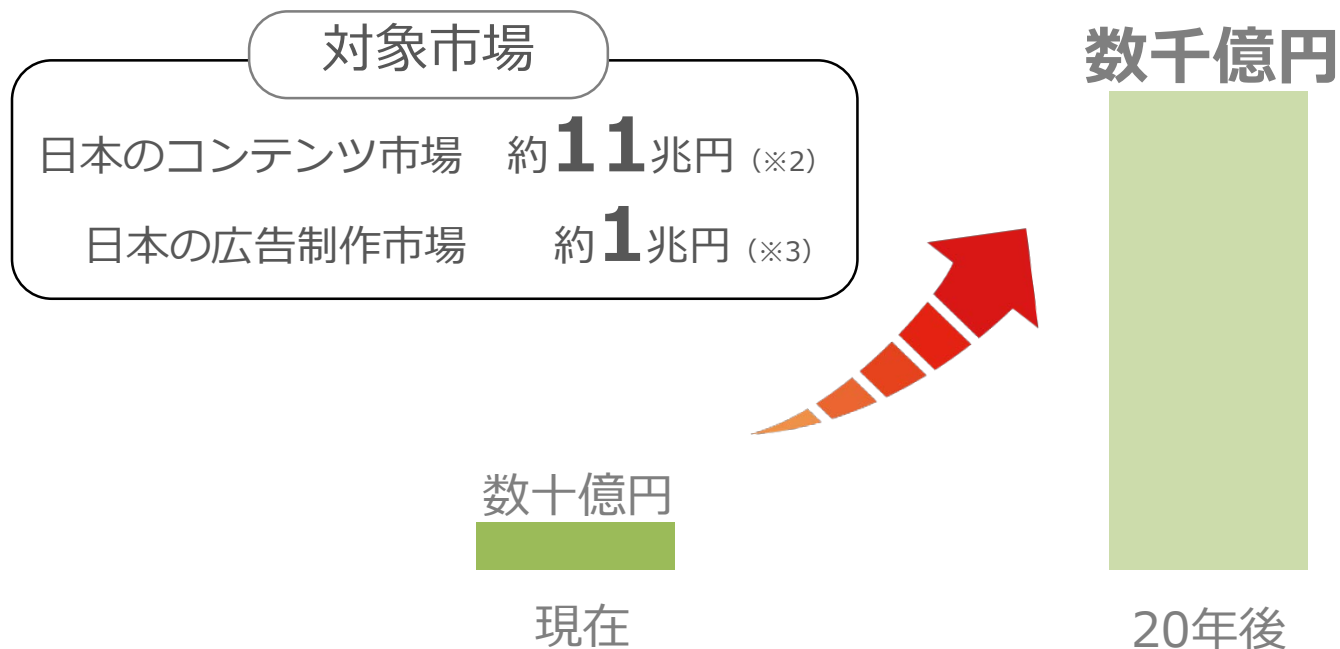
個人ニーズ

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。

