

2018年12月期
第2四半期決算説明資料



2018年8月10日
ピクスタ株式会社
[マザーズ・3416]

目次

- 2018年12月期 第2四半期決算概要
- 当期の重点施策と見通し

2018年12月期 第2四半期決算概要

第2四半期業績ハイライト（累計）

- 定額制シフトが順調に進み、新規事業も堅調で売上高は前年同期比15.4%増
- 前期からの新規投資が落ち着き、営業利益も大幅改善
- 通期業績は今後も順調に推移する見込み

（単位：百万円）

	2018-2Q 累計	2017-2Q 累計	前年同期比	当期予想	進捗率
売上高	1,202	1,042	+15.4%	2,594	46.4%
営業利益	68	△5	-	91	75.2%
純利益	25	△15	-	20	129.6%

※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：四半期決算推移（累計）

- 単品・その他売上は前2Qより韓国Topic社の売上取込もあり前年同期比2.4%増（※1）
- 定額制売上は定額制シフトが順調に進み前年同期比63.6%増

（単位：百万円）

	16-2Q 累計	17-2Q 累計	18-2Q 累計	17-18 前年同期比
売上高	851	1,042	1,202	+15.4%
（単品・その他）	713	821	841	+2.4%
（定額制）	138	220	361	+63.6%
営業利益	114	△5	68	-

※1：新規事業「fotowa」「Snapmart」の売上および韓国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は「その他」に含んでおります。なお、「fotowa」については撮影料金からフォトグラファーへの報酬を差し引いた額を売上として計上しております。

※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。

第2四半期の振り返り

- PIXTA定額制売上は前年同期比60.5%増
 - PIXTA素材の少量定額プランに「繰り越し機能」を追加し価格も刷新
 - サービスサイトのモバイル対応を強化
- fotowa撮影件数は前年同期比2.2倍の成長
 - 北海道、東北4県、長崎、鹿児島展開で全国29都道府県をカバー
 - 母の日出張撮影キャンペーンなど、複数キャンペーンを実施
 - 毎日新聞6月16日付朝刊でfotowaが紹介
- 海外展開及びSnapmartも堅調
 - 韓国は、2017年7月にリリースしたPIXTA韓国語版が堅調に成長
 - Snapmartは定額制プラン、オンデマンド撮影ともに好調

業績の推移：四半期決算推移

- 単品・その他売上は前2Qより含んだ韓国Topic社の既存事業縮小により減少（※1）
- 定額制売上は定額制シフトが順調に進み前年同期比60.5%増

（単位：百万円）

	16-2Q	17-2Q	18-2Q	17-18 前年同期比
売上高	415	529	587	+11.1%
（単品・その他）	342	412	399	△3.0%
（定額制）	73	117	187	+60.5%
営業利益	49	△19	32	-

※1：新規事業「fotowa」「Snapmart」の売上および韓国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は「その他」に含んでおります。なお、「fotowa」については撮影料金からフォトグラファーへの報酬を差し引いた額を売上として計上しております。

※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：四半期営業利益及び費用推移

- 定額制売上の拡大に伴い、仕入原価率は低下傾向
- 広告宣伝費はfotowaの広告拡大により前年同期比増

(単位：百万円)

	15-2Q (単体)	16-2Q (単体)	17-2Q (連結)	18-2Q (連結)	17-18 前年同期比
仕入原価	119	142	176	166	△5.7%
サーバーコスト	15	24	31	34	+7.4%
人件費	70	80	134	129	△3.3%
広告宣伝費	25	30	46	60	+30.9%
採用コスト	1	2	8	3	△61.4%
その他	66	86	151	161	+6.7%
営業利益	28	49	△ 19	32	-

※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。

業績の推移：損益計算書（連結）

- 売上高は前年同期比で順調に成長。売上総利益率も安定して推移
- 利益も投資が落ち着き、前年同期比で大幅に改善

(単位：百万円)

	18-2Q	17-2Q	前年同期比	18-2Q 累計	17-2Q 累計	前年同期比
売上高	587	529	+11.1%	1,202	1,042	+15.4%
売上総利益	360	300	+20.0%	722	597	+20.9%
売上総利益率	61.3%	56.8%	+4.5pt	60.0%	57.3%	+2.7pt
営業利益	32	△ 19	-	68	△ 5	-
営業利益率	+5.5%	-	-	+5.7%	-	-
経常利益	32	△ 17	-	62	△ 4	-
四半期純利益	14	△ 18	-	25	△ 15	-

※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。

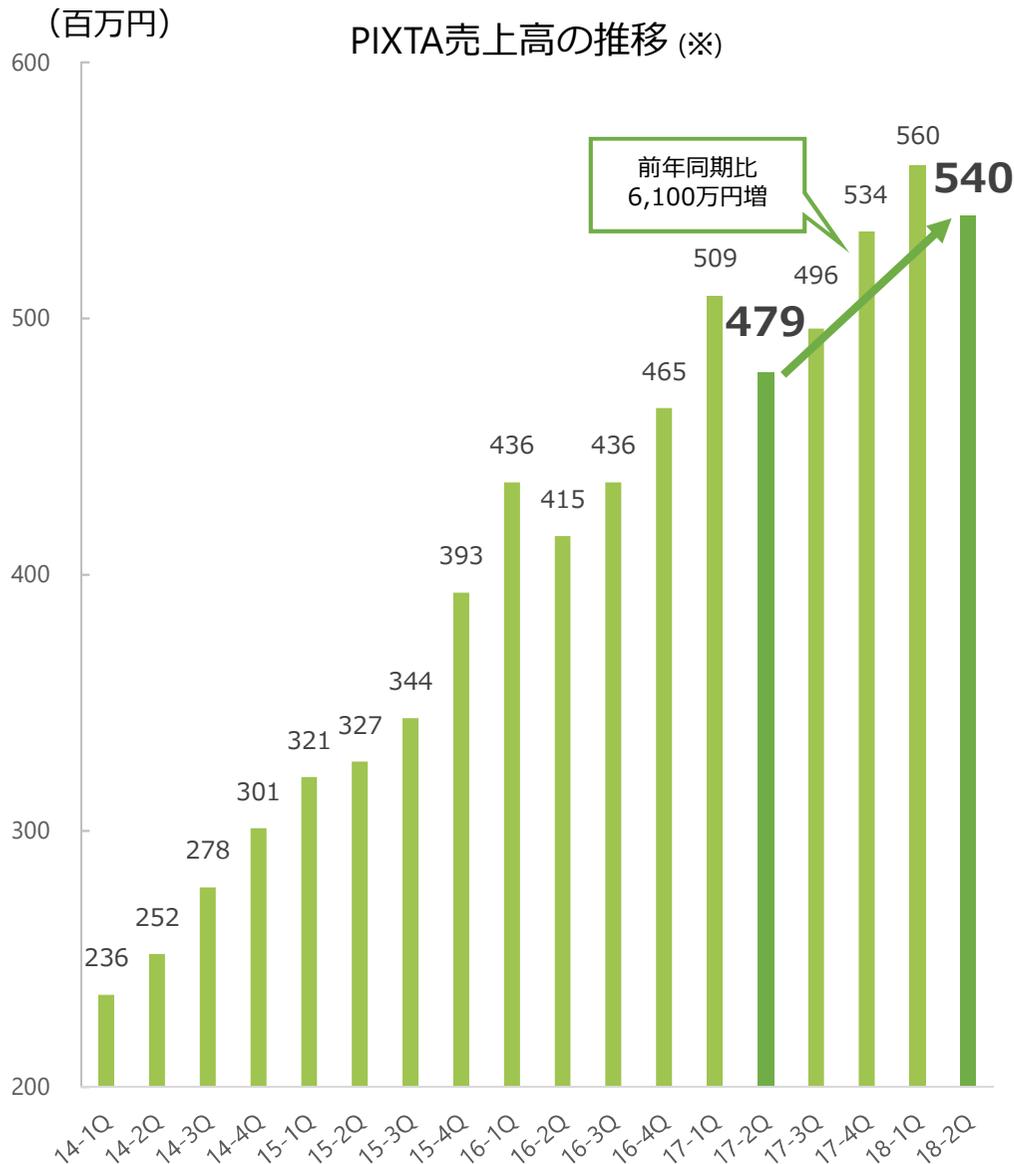
業績の推移：貸借対照表（連結）

- 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)

	18-2Q	17通期	前期末比	18-1Q	前四半期末比
流動資産	1,390	1,326	+4.8%	1,337	+3.9%
（うち現預金）	863	835	+3.4%	822	+5.0%
固定資産	445	463	△3.9%	450	△1.2%
（うちのれん）	169	192	△12.2%	176	△4.2%
総資産	1,835	1,790	+2.5%	1,788	+2.6%
流動負債	972	919	+5.7%	924	+5.1%
固定負債	184	211	△12.8%	197	△7.0%
純資産	679	659	+3.0%	665	+2.1%

※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。

PIXTA：販売の状況



■ PIXTA売上高は540百万円
引き続き高い成長率を維持

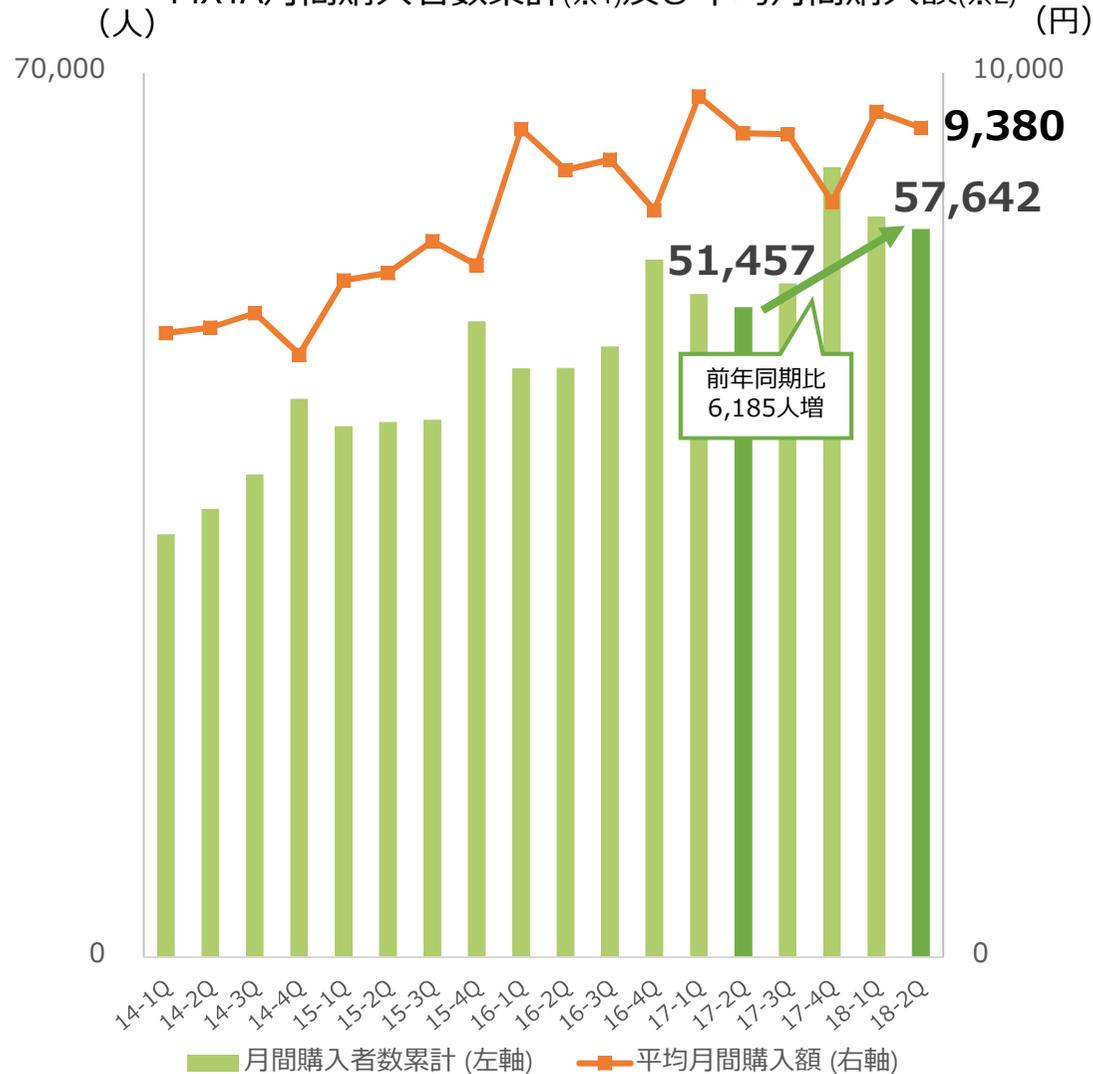
■ 売上高は前年同期比
12.7%増を確保

■ 定額制売上の伸びが売上
伸長に寄与

※ 単品売上と定額制売上の合計

PIXTA：販売の状況

PIXTA月間購入者数累計(※1)及び平均月間購入額(※2)

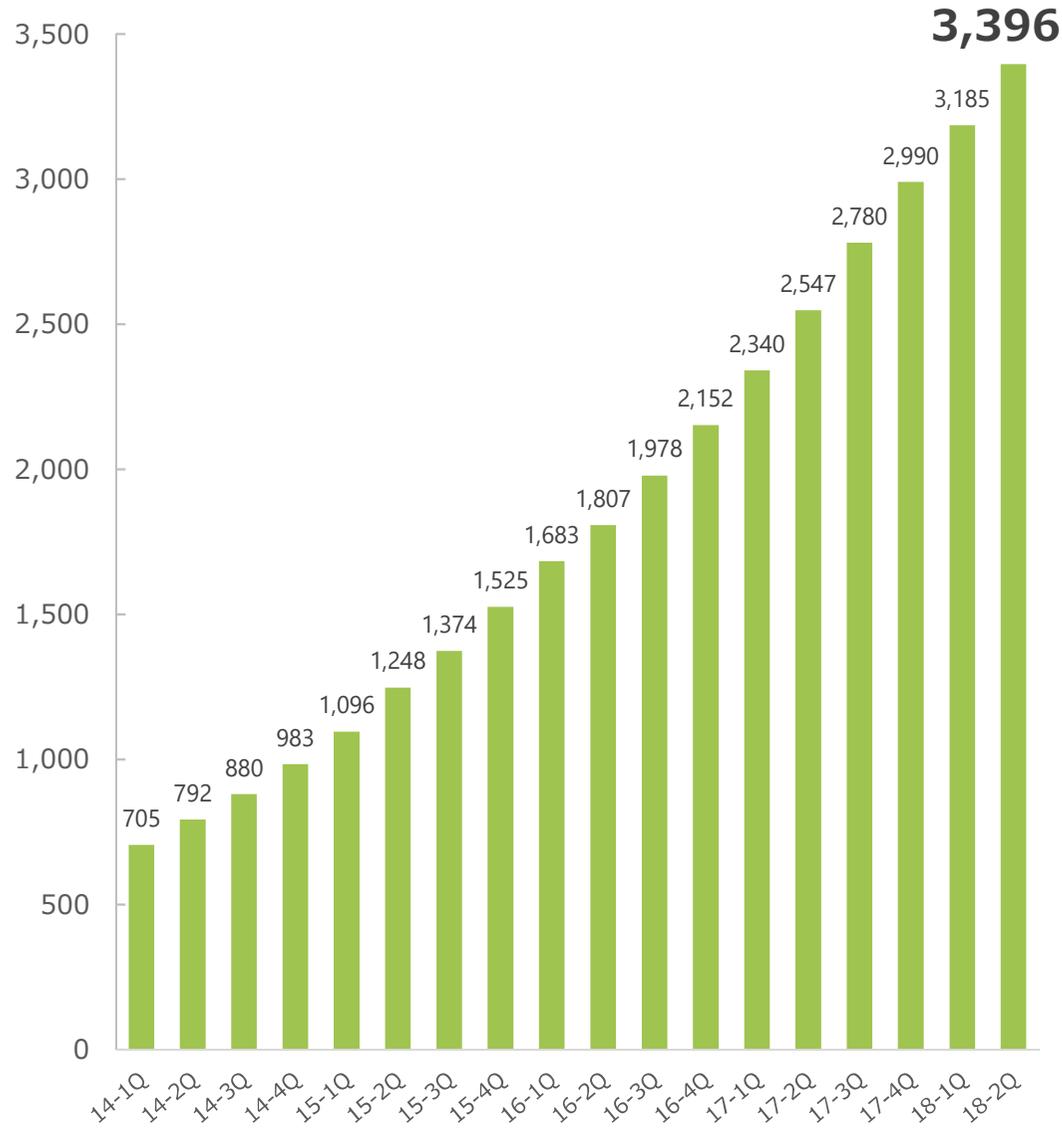


- 2017年5月からの少量定額プラン導入等により購入者数は前年同期比12%増
- 少量定額プランの値上げ（繰り越し機能追加）も寄与し平均月間購入額は前年同期比で上昇

※1PIXTA月間購入者数（月に1回以上単品もしくは定額制またはその両方を購入した人数）の3ヶ月分を合算した数値
 ※2PIXTA売上（単品と定額制の合計）を月間購入者累計で除した、1ヶ月間の平均購入額

PIXTA素材調達

(万点)



- 2018年6月末時点での素材点数3,396万点
- 素材投稿クリエイター向けのセミナー・撮影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

海外展開の状況



■ 全体

アジア全般での販売を目的としたパンアジアコンテンツ製作に注力

■ 韓国

PIXTA韓国語版の売上も徐々に伸長し、韓国クリエイター・ローカルコンテンツの獲得も好調に推移

■ 台湾

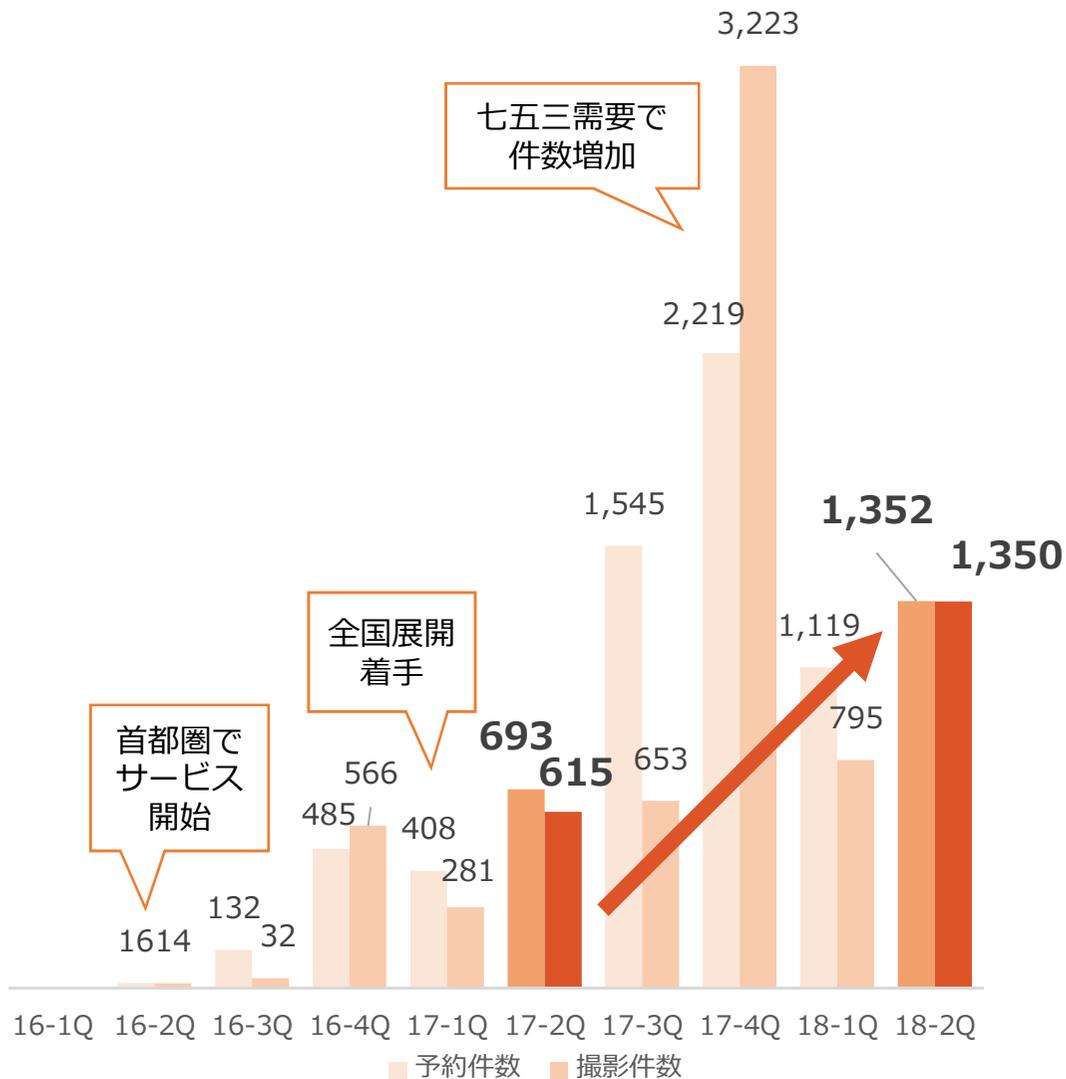
2017年下期から強化したプリペイド販売が好調。定額制プランでの販売も順調

■ タイ

売上が前年比倍増ペースで成長

fotowaの状況

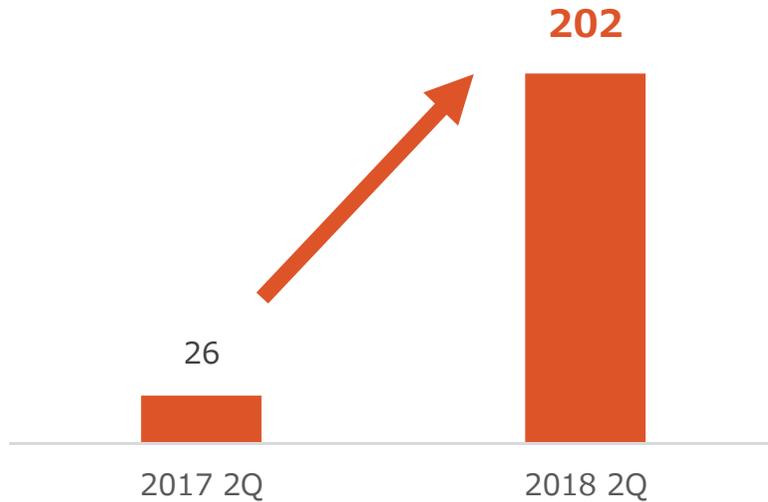
予約・撮影件数推移



- 撮影件数は前年同期比2.2倍成長と引き続き高い成長率を維持
- 北海道、青森、宮城、岩手、福島、長崎、鹿児島でサービス開始
- 登録フォトグラファーは第2四半期で100人増加し全国で740人を突破

fotowaの状況

ニューボーンフォト撮影件数推移



■ ニューボーンフォト、お宮参りなど七五三以外のジャンルが成長

毎日新聞2018年6月16日付朝刊

くらしナビ 命 ライフスタイル

プロが撮る新「記念日」

子育て親子

「七五三は写真館」75%
 調査会社ネットエイジア（東京都中央区）が2015年に実施した写真館・フォトスタジオに関する調査によると、小学生以下の子どもを撮影するために写真館を利用したイベントは、「七五三」が最も多く75%に上った。
 若い子育て世代のうち40.3%が百日祝い、お食い初め、3歳写真誕生日、4歳入学、入学1.5周年の節目・毎年の約旬11.4歳マフパースーツ、1歳—と続く。七五三の写真撮影にかけられる費用は、平均で2万8000円だった。
 調査は、子どもの写真を写真館で撮影したことのある10歳以上の男女1000人を対象に、インターネット上で実施した。

●パパのお誕生日
 ネットエイジアの調査によると、パパの誕生日に写真館を利用する割合は、ママの誕生日に比べて約2倍に達している。ママの誕生日には、家族写真や子どもの写真が中心だが、パパの誕生日には、パパ一人のポートレートや、パパと子どもの写真が中心となっている。

●お宮参り
 お宮参りの写真撮影に利用する写真館の数は、前年と比べて約1.5倍に増加している。お宮参りの写真撮影に利用する写真館の数は、前年と比べて約1.5倍に増加している。

Snapmartの状況



コンテスト事例（ネスレ日本株式会社様）

- 企業のSNS広告写真需要からオンデマンド撮影が非常に好調
- マーケットプレイスでは引き続き定額制プランでの販売が好調

第3四半期の主な取り組み

PIXTA : UI/UX向上施策

- モバイル対応を強化
- 機械学習により審査自動化
翻訳・検索システム最適化



fotowa : 地域、サービス拡大

- 沖縄県、甲信越、北陸、山口県等でサービス開始
他エリアも進行
- 繁忙期の七五三向け準備

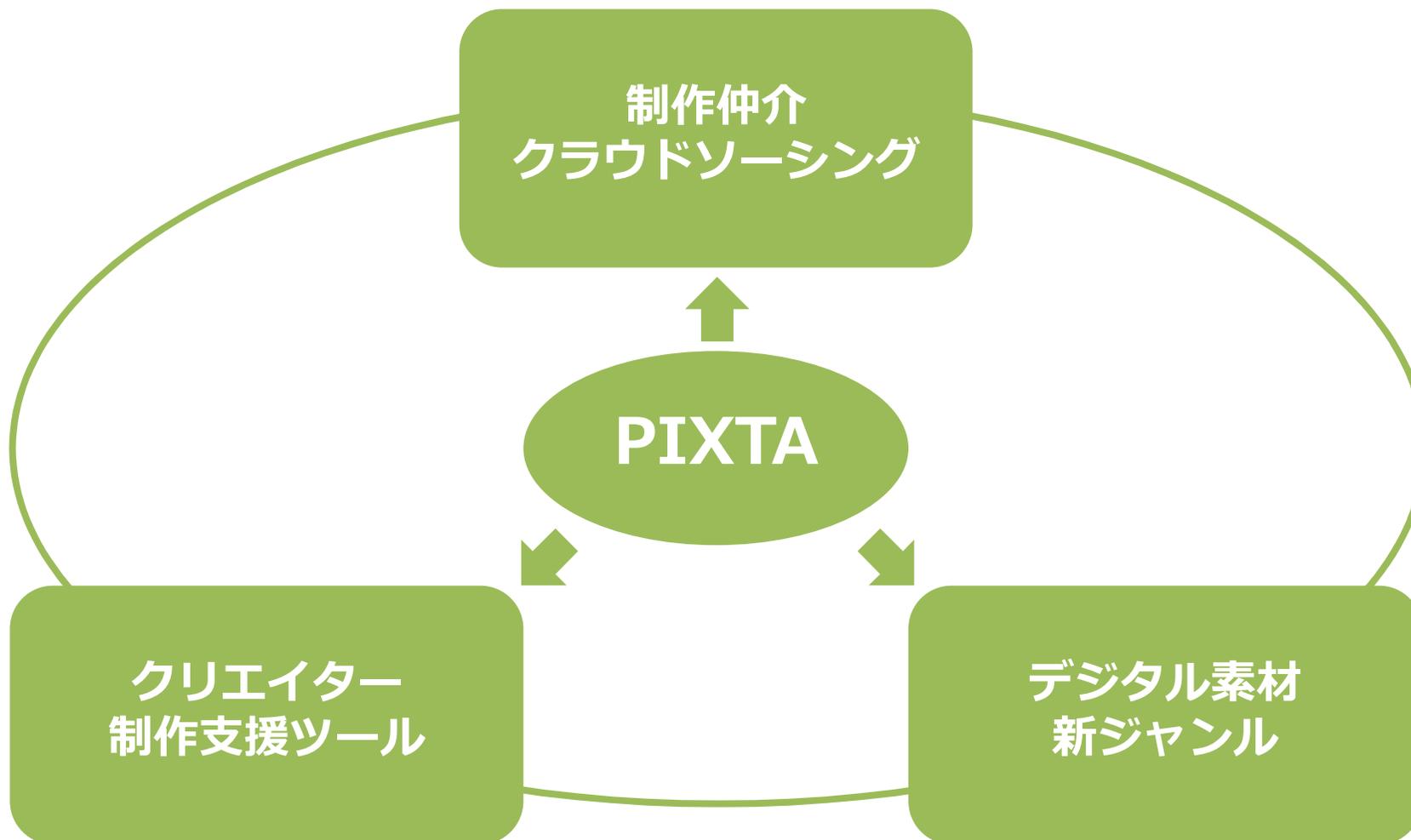
人気の出張撮影ジャンル

参拝先でカメラマンが出張撮影するお宮参りや七五三、ご自宅で撮影できるニューボーンなど、fotowaで人気の撮影ジャンルをご紹介します。



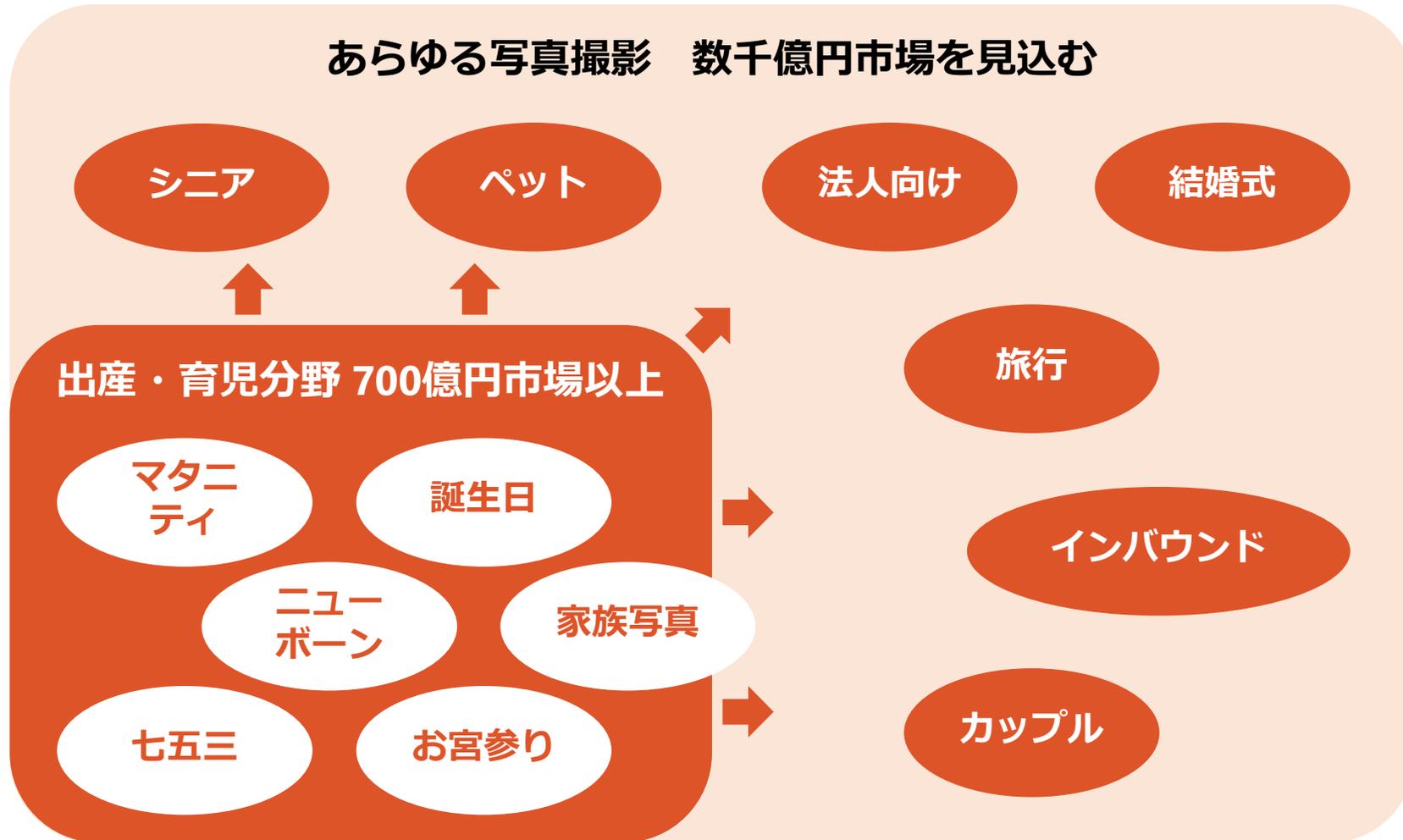
今後のPIXTA事業の拡大構想

PIXTAユーザー向けに新たなサービスを展開



今後のfotowa事業の拡大構想

“出張撮影といえばfotowa”の状態を目指す



当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

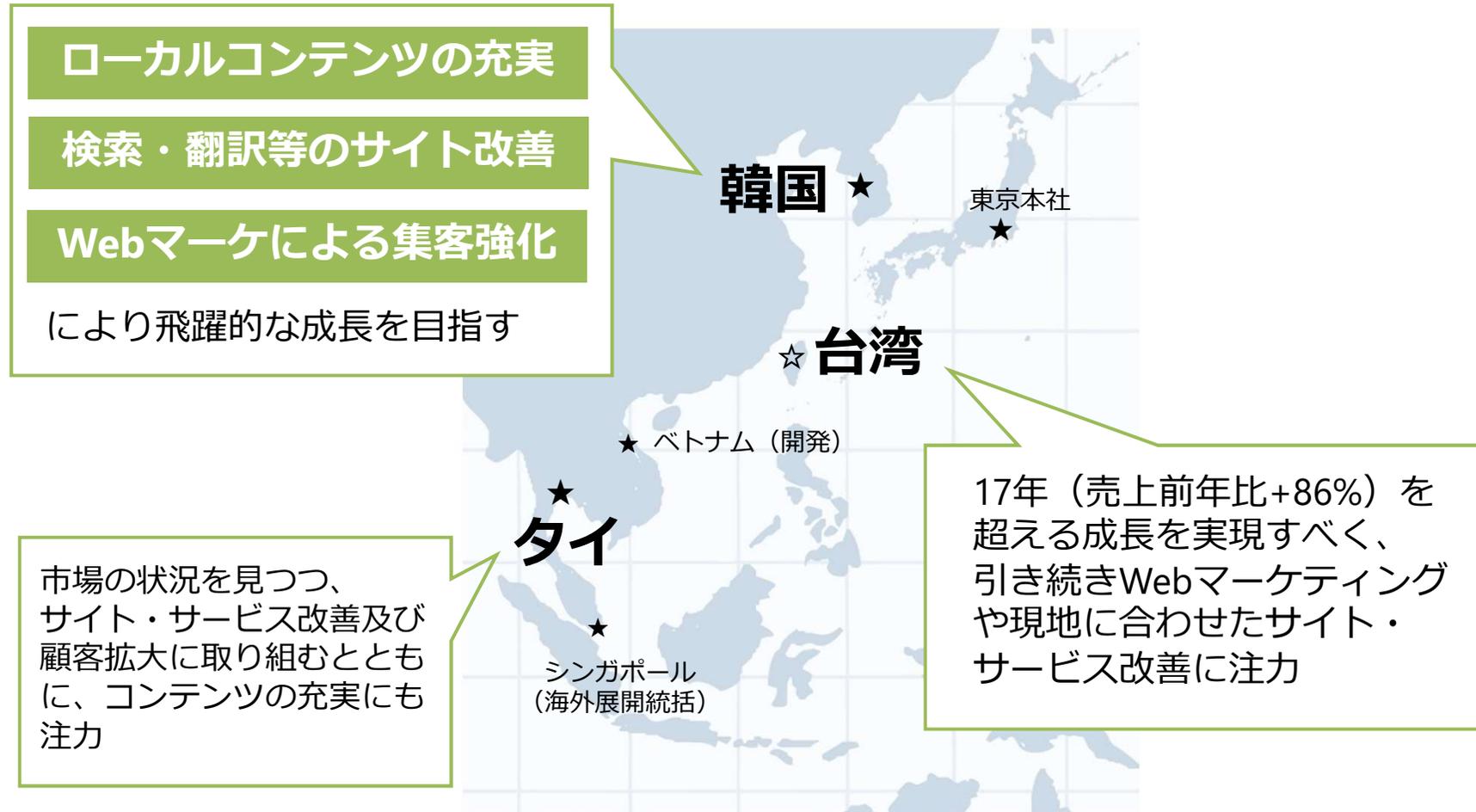
商品、価格戦略の最適化



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



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)

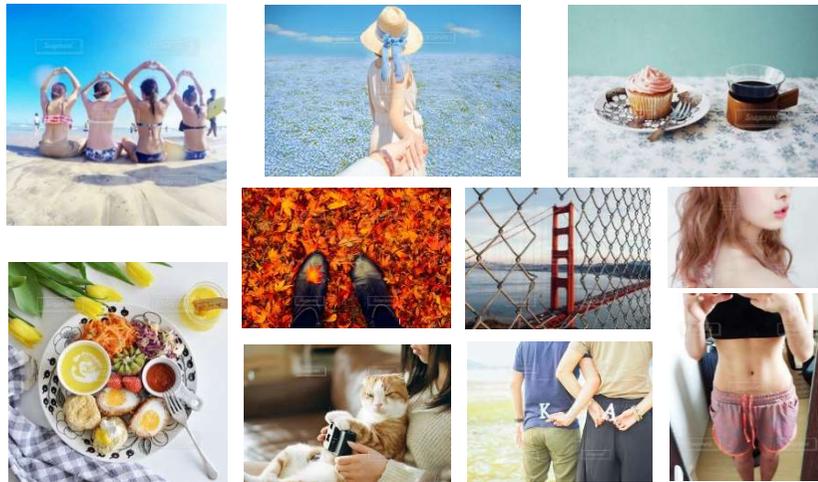
2018年12月期の重点施策：Snapmart

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

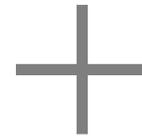
マーケットプレイス

「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

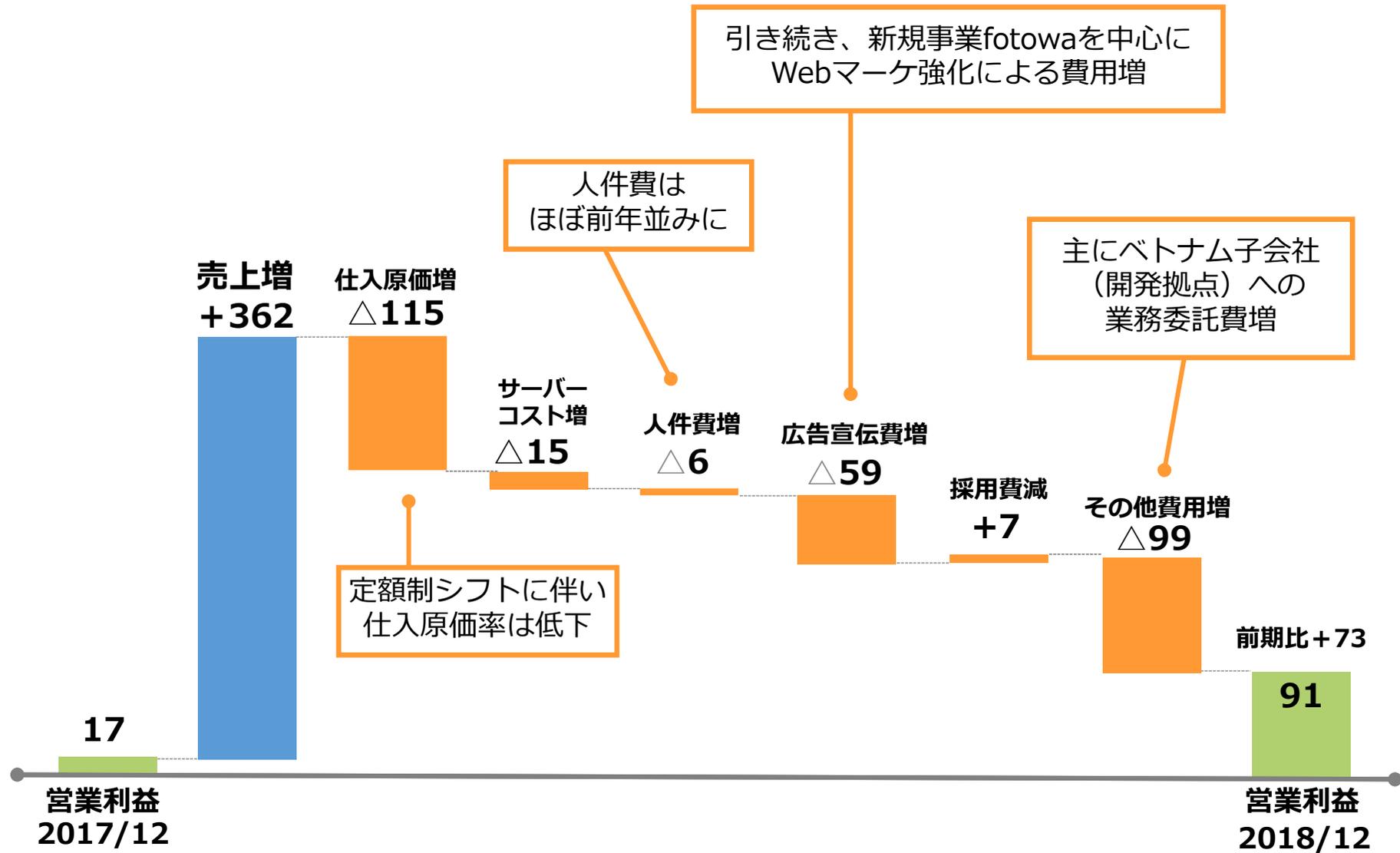
- 定額制シフトをさらに進めることで売上高は前期比16.3%増を見込む
- 海外と新規事業への投資を継続しつつ、利益拡大への基盤づくりの年に

(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)



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

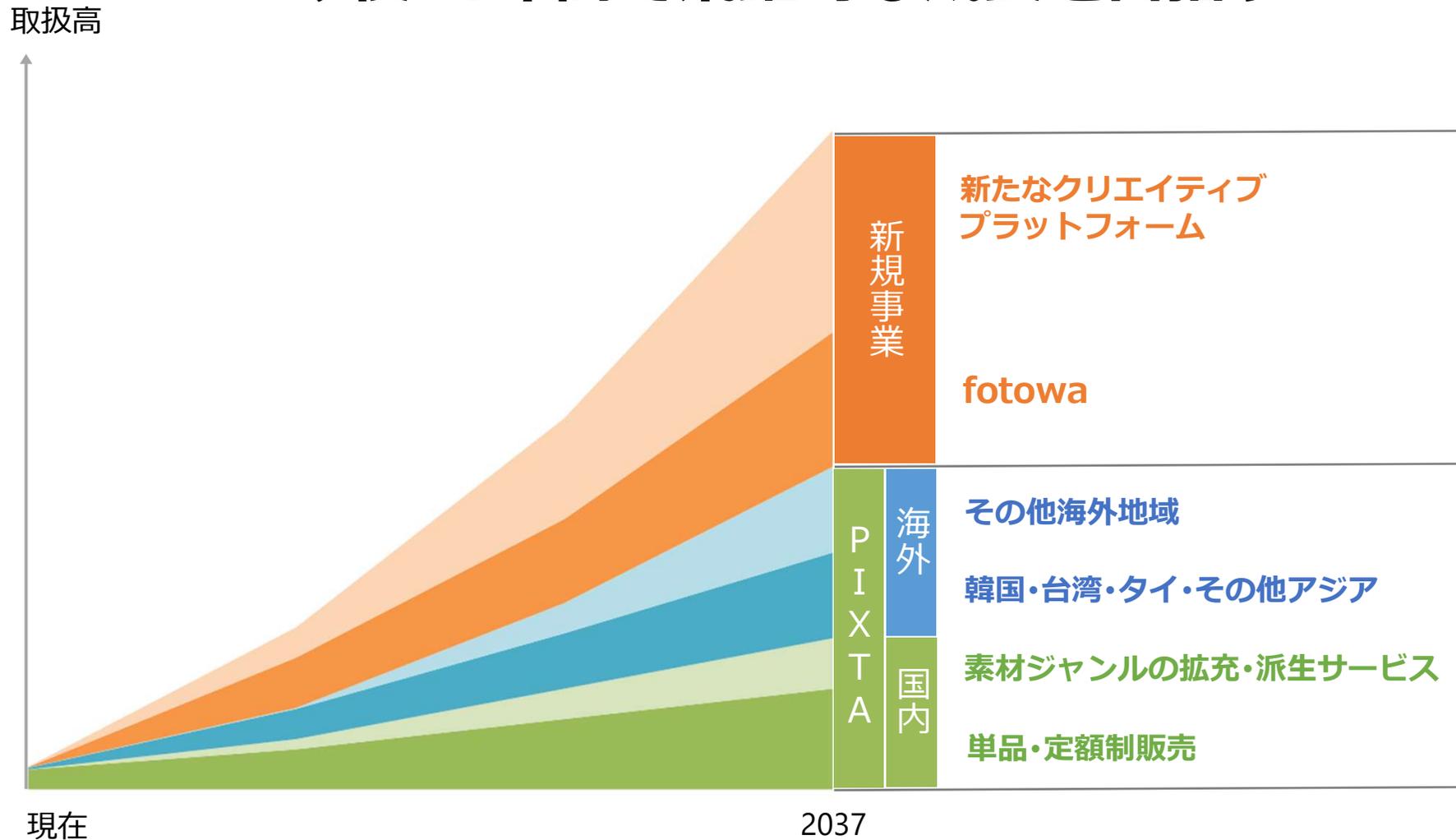
Snapmart



※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



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。

