



2019年12月期第1四半期
決算説明資料

ピクスタ株式会社
[マザーズ・3416]
2019年5月14日

目次

1. 2019年12月期 第1四半期決算概要
2. 2019年12月期 重点施策と見通し
3. 参考資料

1. 2019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

- 売上高は前年同期比11.4%増
- 営業利益は前年同期比79.2%増

(百万円)	2018-1Q	2019-1Q	前年同期比	当期予想	進捗率
売上高	614	685	+11.4%	2,846	+24.1%
営業利益	36	65	+79.2%	200	+32.8%
営業利益率	6.0%	9.6%	+3.6pt	7.0%	-
純利益	11	37	+218.6%	112	+33.2%

第1四半期の振り返り

■ PIXTA

- 定額制売上が牽引し、事業全体で前年同期比12.7%の成長を維持
- 素材点数が4,000万点を突破

■ fotowa

- 撮影件数は前年同期比2倍超
- 三井不動産レジデンシャル株式会社とマンション入居者向けの撮影会を実施するなど、オフラインでの販路強化

■ Snapmart

- マーケットプレイス定額制契約数が前年同期比約2.1倍に
- 「Snapmartイベントプラン」サービスを開始

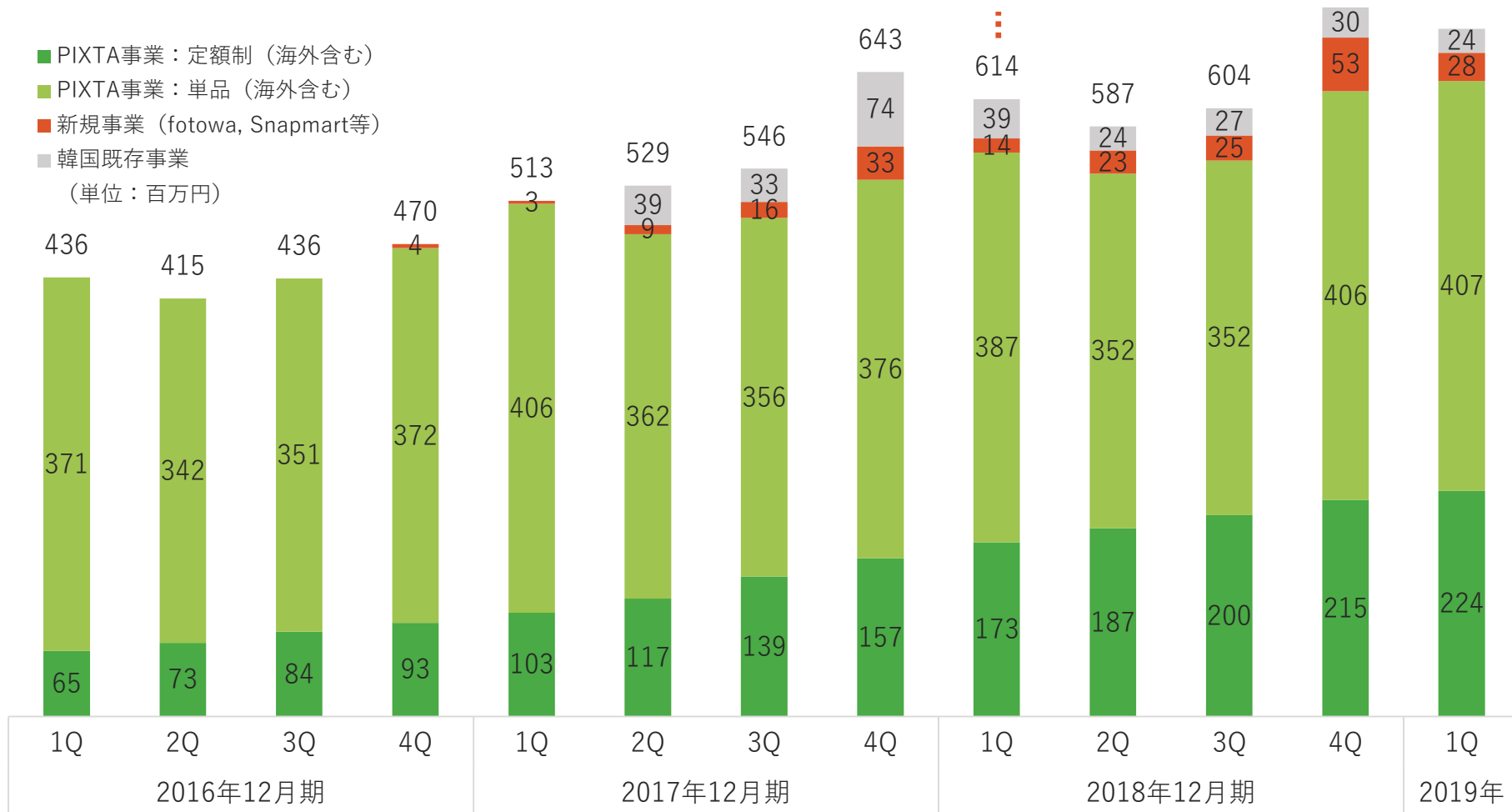
売上高の推移

YoY
+11.4%

- 定額制の売上高は、前年同期比29.5%増
- 新規事業も着実に成長し、前年同期比100.0%増

- PIXTA事業：定額制（海外含む）
- PIXTA事業：単品（海外含む）
- 新規事業（fotowa, Snapmart等）
- 韓国既存事業

（単位：百万円）

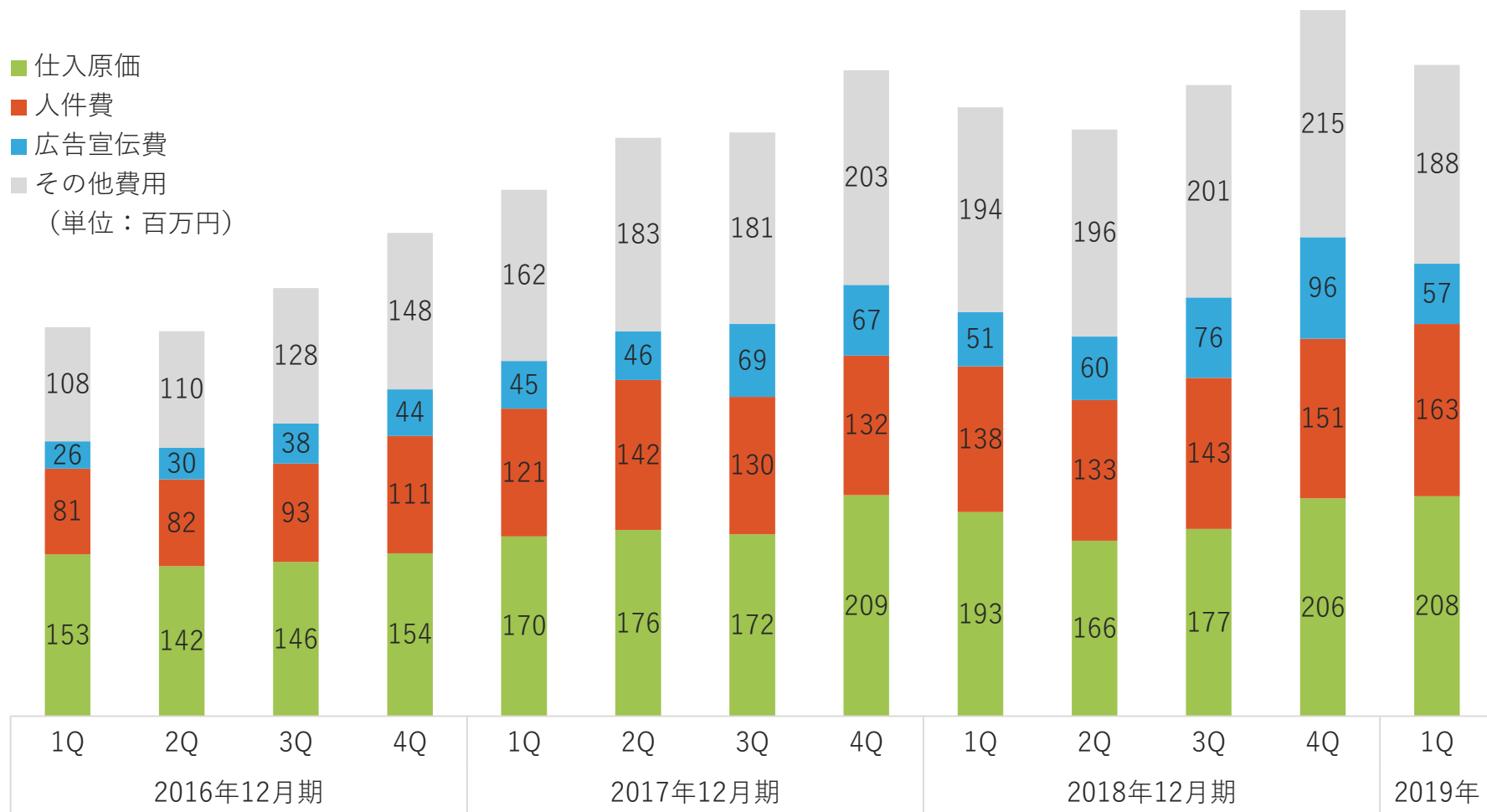


※：2016年第4四半期より連結子会社であるスナップマート株式会社の業績を含んでおり、また、2017年第2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.の業績を含んでおります。
 ※：fotowa事業の売上高は、取扱高からフォトグラファーへの支払を控除したネットで計上しております。

費用の推移

- 広告宣伝費はfotowaの広告拡大により増加
- 人件費は人材獲得等に向けた投資拡大により増加

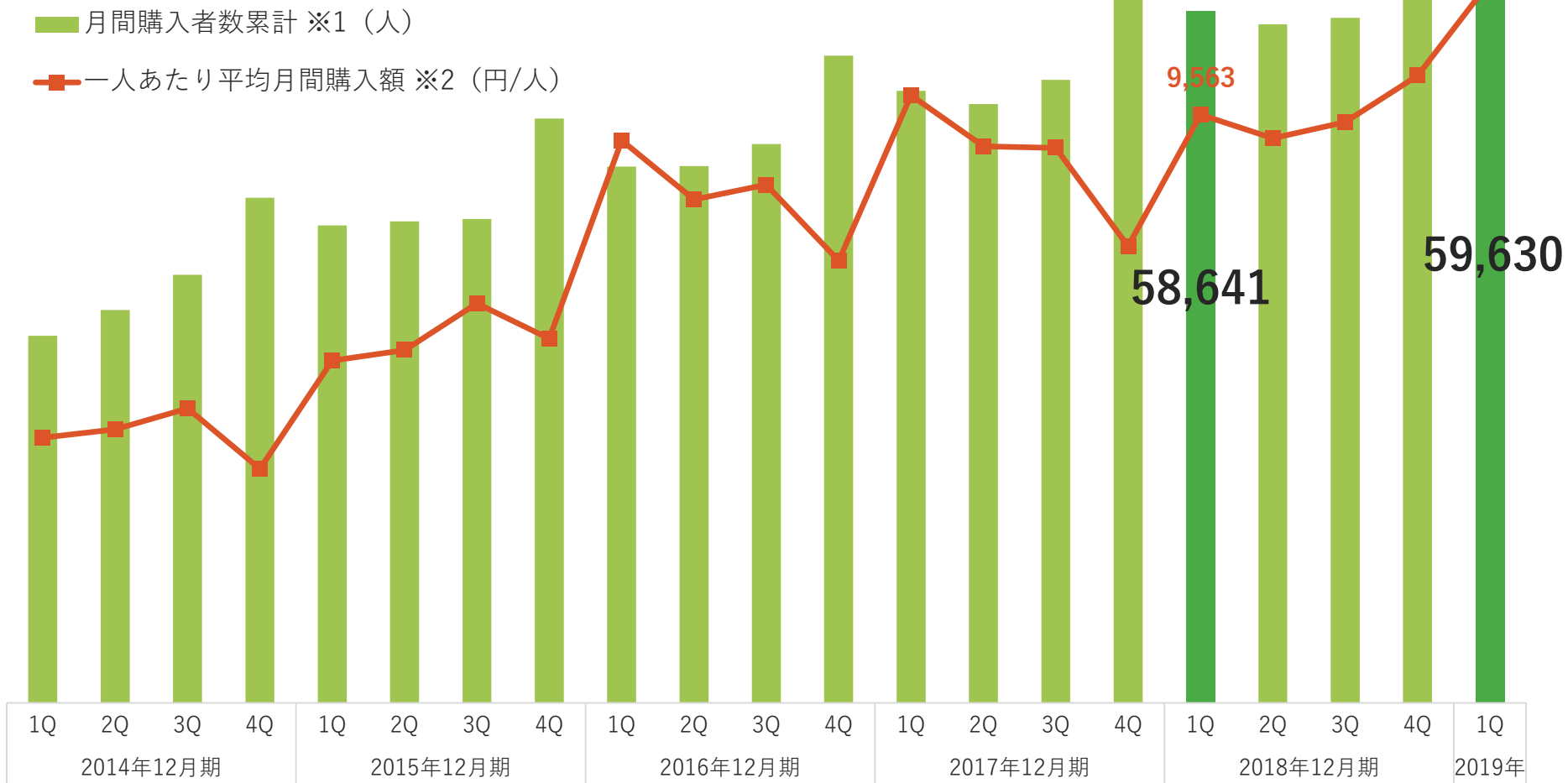
■ 仕入原価
■ 人件費
■ 広告宣伝費
■ その他費用
 (単位：百万円)



※：2016年第4四半期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、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。

PIXTA：購入者数と一人あたり平均購入額

- 一人あたり平均月間購入額は単品値上げが寄与し前年同期比10.8%増
- 購入者数の増加は定額制購入者数の増加がけん引



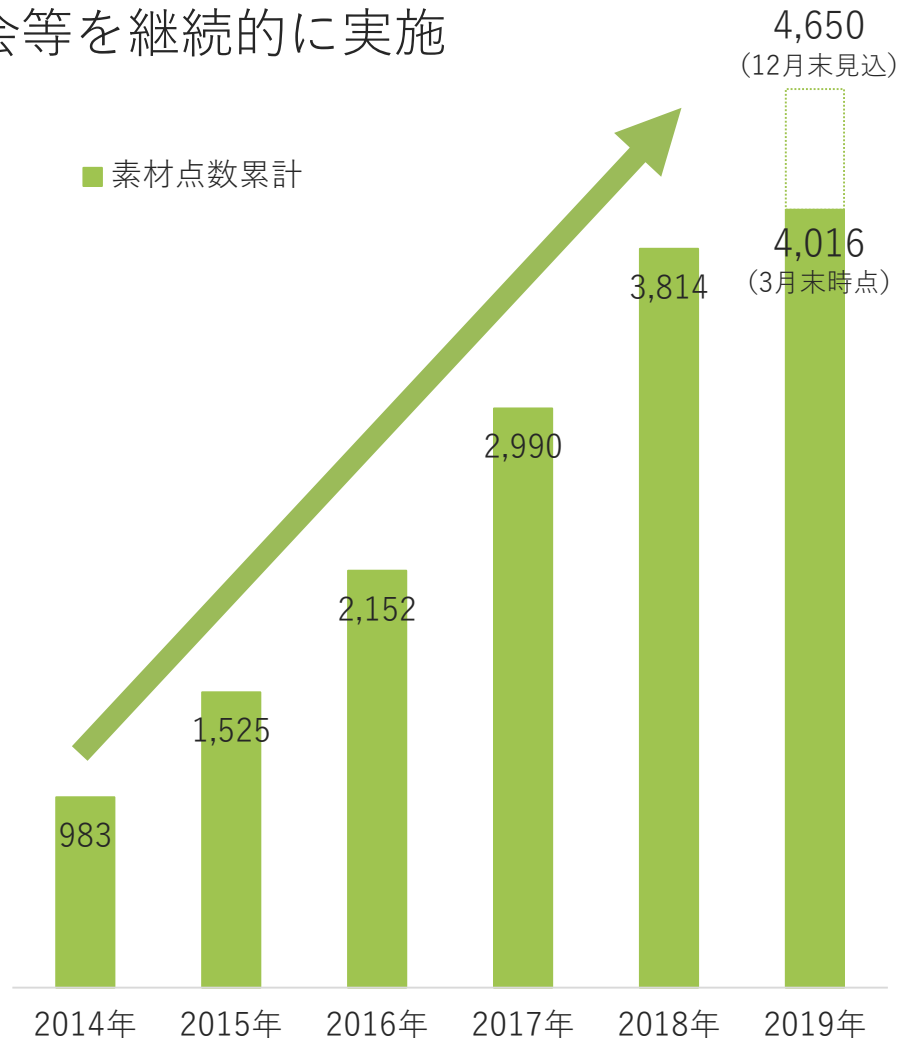
※1：PIXTA月間購入者数（月に1回以上単品もしくは定額制またはその両方を購入した人数）の3か月分を合計した数値
 ※2：PIXTA売上（単品と定額制の合計）の3か月分を合計して、月間購入者累計で除した、1か月あたり一人あたりの平均購入額

PIXTA：素材点数累計

- 素材点数累計は4,000万点を突破
- クリエイター向けセミナー・撮影会等を継続的に実施



PIXTA DAYの様子（クリエイター向けイベント）



PIXTA：海外展開の状況

- パンアジアンコンテンツのアジア各国での販売初動は順調
- アジア各国でのクリエイター育成プログラムを開始



使用素材No. : 38497649, 42541703, 45036178, 46604990, 47506204, 47621787

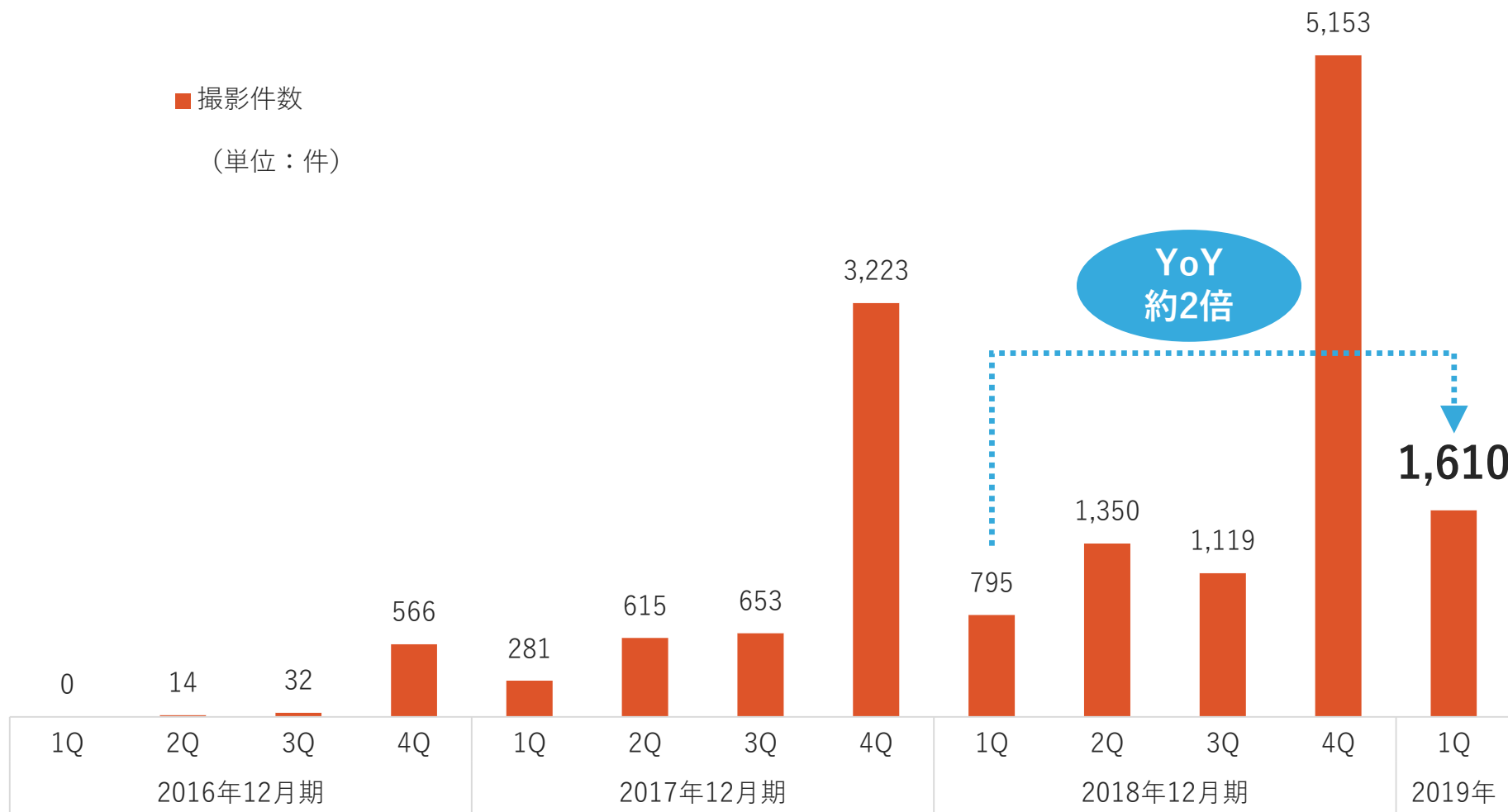
パンアジアンコンテンツ撮影現場の様子

fotowa：撮影件数の推移

- 撮影件数は前年同期比で約2倍の成長
- 「桜との撮影」をテーマにメディア露出が増加

■ 撮影件数

(単位：件)



Snapmart：現在の状況

- マーケットプレイス、オンデマンド撮影ともに売上増加
- 「Snapmartイベントプラン」を提供開始



共催セミナー（株式会社ガイアックス様）



Snapmartイベントプラン事例（安田不動産株式会社様）



第2四半期の主な取り組み

■ PIXTA

- ベトナム・ハノイ工科大学と機械学習に関する共同研究を開始
- 初心者向け撮影会「Creator's Cafe」等を通じたクリエイター育成

■ fotowa

- 友だち紹介機能の追加による口コミの拡大
- プリント商品追加に向けた取り組み

■ Snapmart

- Androidアプリのリリース
- クリエイターコミュニティ強化

業績の推移：第1四半期 P/L（連結）

- 売上高は前年同期比で成長、売上総利益率も安定して推移
- 営業利益は前年同期比で成長

(百万円)	2018-1Q	2019-1Q	前年同期比	2018-4Q
売上高	614	685	+11.4%	706
売上総利益	361	415	+14.9%	430
売上総利益率	58.8%	60.6%	+1.8pt	60.9%
営業利益	36	65	+79.2%	36
営業利益率	6.0%	9.6%	+3.6pt	5.1%
経常利益	30	64	+110.2%	32
純利益	11	37	+218.6%	△ 6

業績の推移：第1四半期 B/S（連結）

- 引き続き高い健全性と流動性を維持

(百万円)	2018-1Q	2019-1Q	前年同期比	2018年末	前期末比
流動資産	1,331	1,471	+10.5%	1,485	△0.9%
（うち、現預金）	822	875	+6.6%	927	△5.6%
固定資産	456	424	△7.0%	416	+1.9%
（うち、のれん）	176	150	△14.7%	158	△4.9%
総資産	1,788	1,896	+6.0%	1,901	△0.3%
流動負債	924	1,044	+12.9%	1,068	△2.3%
固定負債	197	138	△30.0%	157	△11.8%
純資産	665	713	+7.2%	676	+5.5%

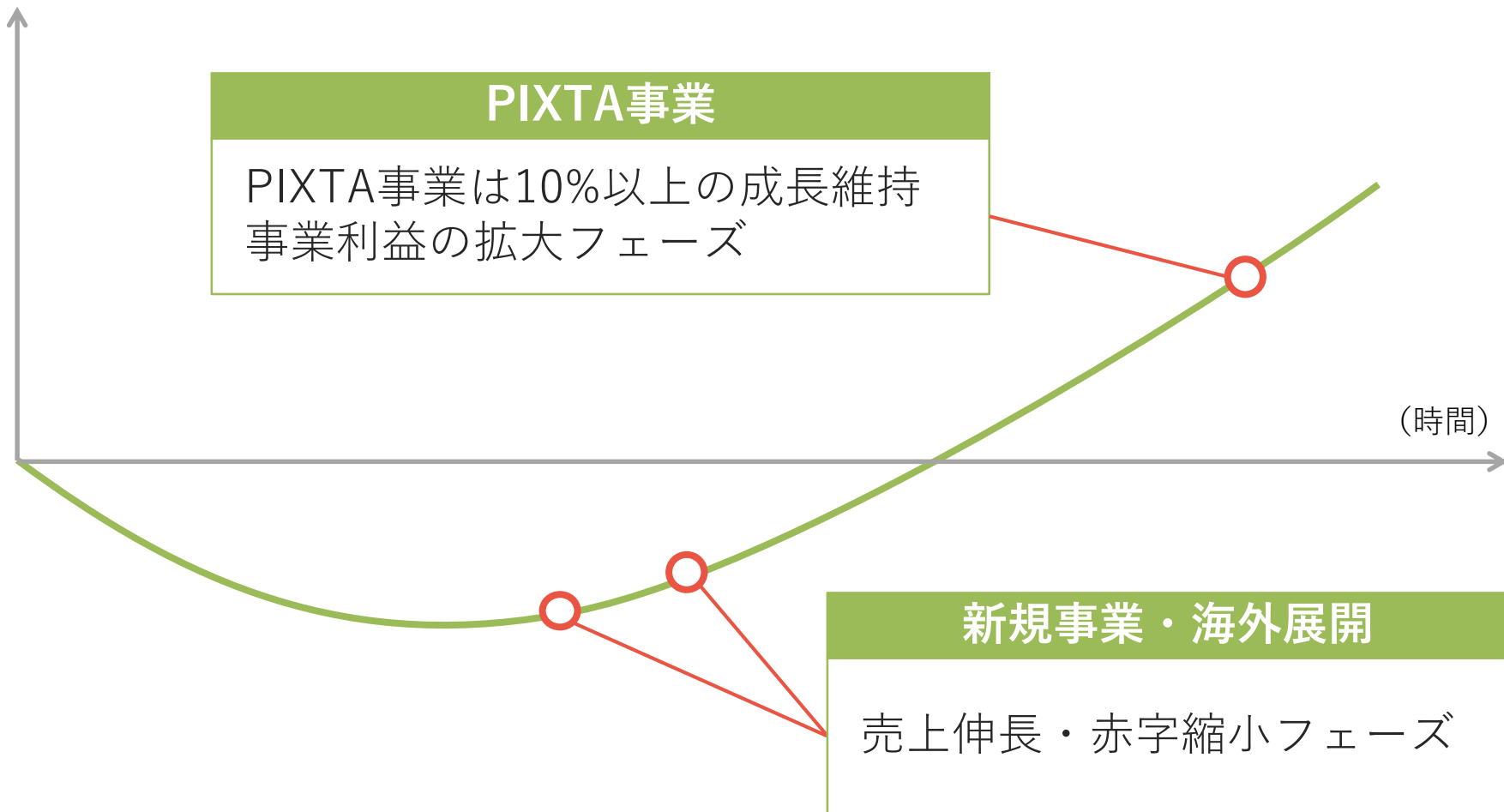
※：「税効果会計に係る会計基準の一部改正」等を2019年度より適用。2018年度についても、当該会計基準等を遡って適用し記載しております。

2. 2019年12月期 重点施策と見通し

2019年12月期の全体方針

グループ全体では売上・利益ともに着実に積み上げ

(事業利益イメージ)



2019年12月期の重点施策：PIXTA事業

- 定額制プランを中心とした商品・価格の最適化
 - 繰り越し機能等のサービス改善による更新率向上
 - 機械学習用画像データ提供サービス等の商品企画
- ユーザーファーストの改善継続
 - モバイル対応を中心としたUI/UX改善&サイト流入強化
 - カスタマーサクセス部門の立ち上げ
- 海外&コンテンツ強化
 - アジア全域で売れるコンテンツ開発&アジアクリエイター基盤
 - 4K動画の受入&販売開始

2019年12月期の重点施策：fotowa

集客強化

- オフラインでのイベントや広報露出での認知拡大
- 共同イベントやギフト券連携など業務提携の拡大

機能・サービス向上

- プリント商品追加でユーザー満足度と客単価を向上
- 友だち紹介機能の追加により口コミの拡大を期待

ジャンルの拡大



- 好調のニューボーンフォトに引き続き注力
- ニューボーンに続く、人気ジャンルの確立

2019年12月期の重点施策：Snapmart

素材マーケットプレイスの拡大

- サイト流入強化
- 定額制チューニング・訴求

オンデマンド撮影サービスの拡大

- 営業強化
- 代理店の開拓拡大

素材点数の増加

撮影クリエイターの増加

Snapmartクリエイター基盤の拡大

- Androidアプリのリリース
- クリエイターコミュニティ強化

2019年12月期連結業績見通し

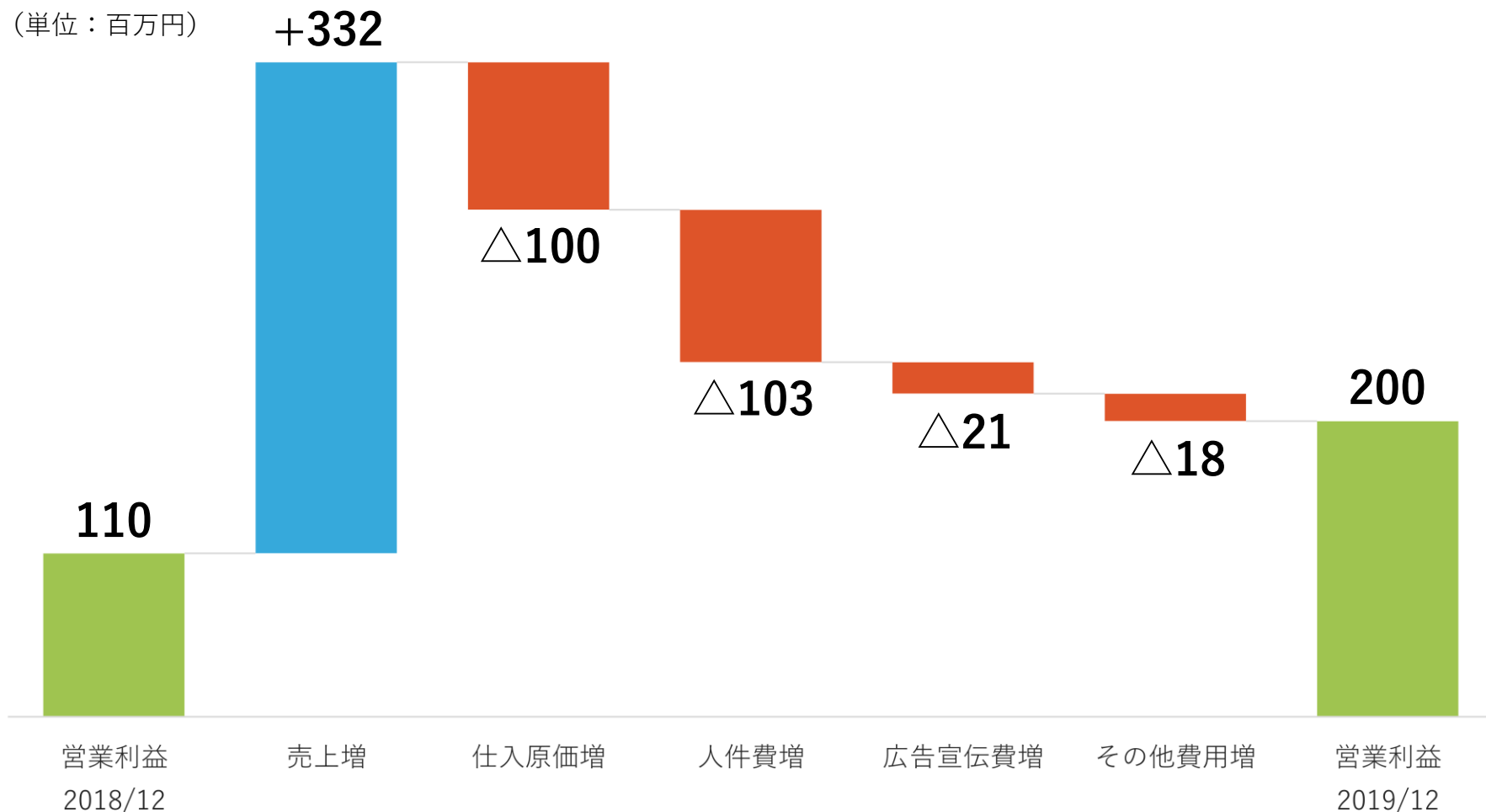
- 売上高は前期比13.2%増を見込む
- 投資を継続しつつ、利益拡大への基盤づくりの年に

(百万円)	2018/12 通期 (実績)	2019/12 通期 (予想)	前期比
売上高	2,514	2,846	+13.2%
営業利益	110	200	+81.1%
営業利益率	4.4%	7.0%	+2.6pt
純利益	20	112	+436.4%

通期営業利益の増減見通し

- 新規投資が一段落し利益が出せる体質に
- 人件費は採用強化に伴い上昇

(単位：百万円)



3. 参考資料

会社概要

会社名 ピクスタ株式会社

代表者 古俣 大介

設立日 2005年8月25日

所在地 東京都渋谷区渋谷2-12-19 東建インターナショナルビル5F

従業員数 連結100名 単体81名 (2019年3月末時点)

グループビジョンと事業概要

経営理念

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

画像・動画・音楽の
素材サイト

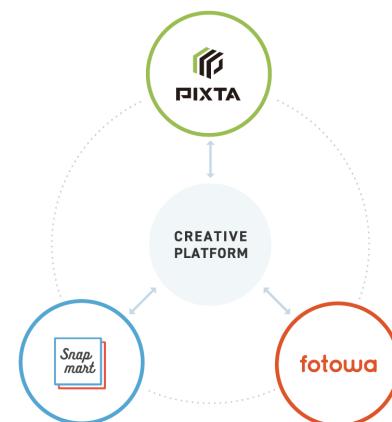


自然でオシャレな
出張撮影なら

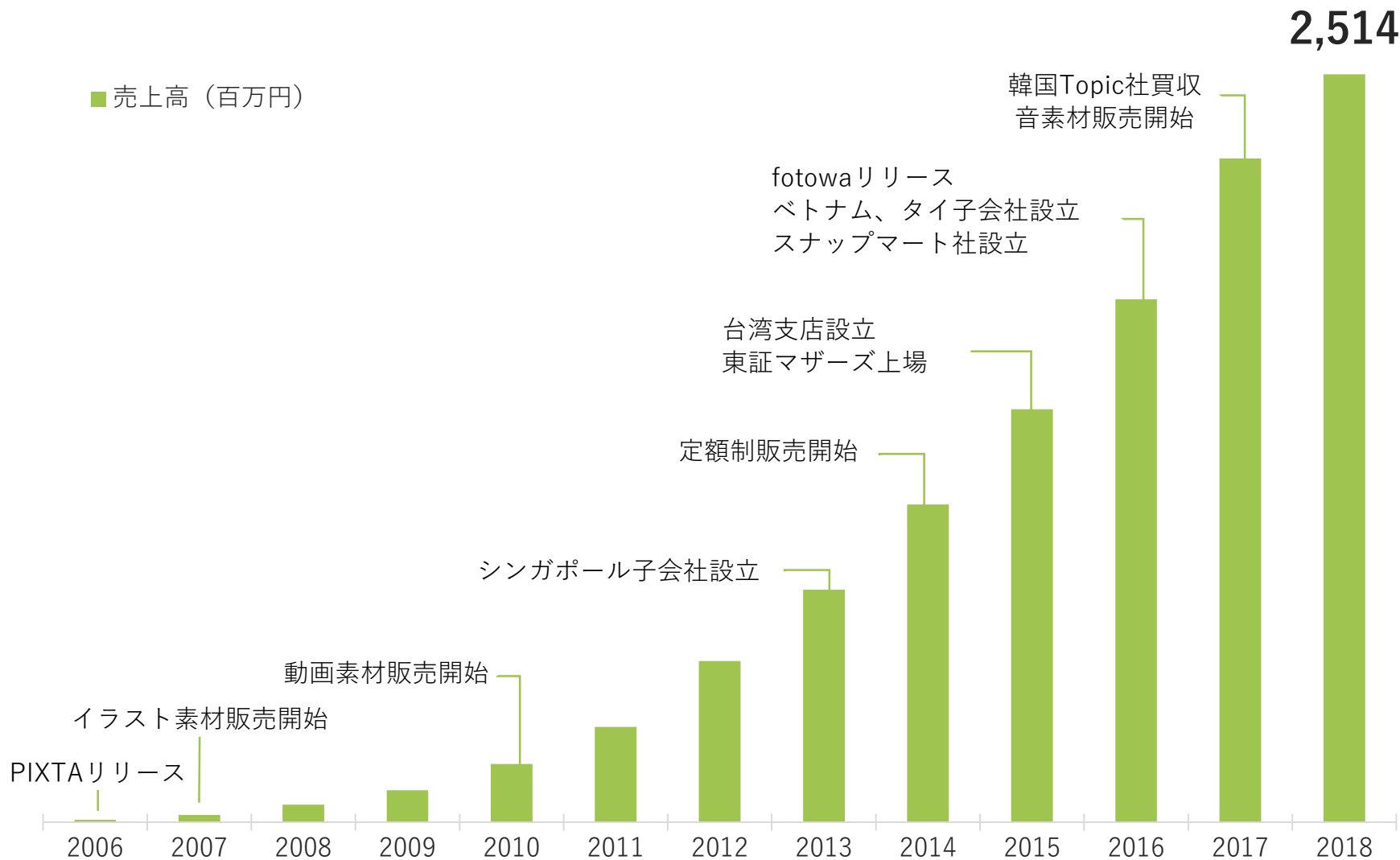
fotowa

コンテンツ流通に
“素人革命”を

Snapmart



グループ成長の軌跡：売上高の推移



※：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。

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

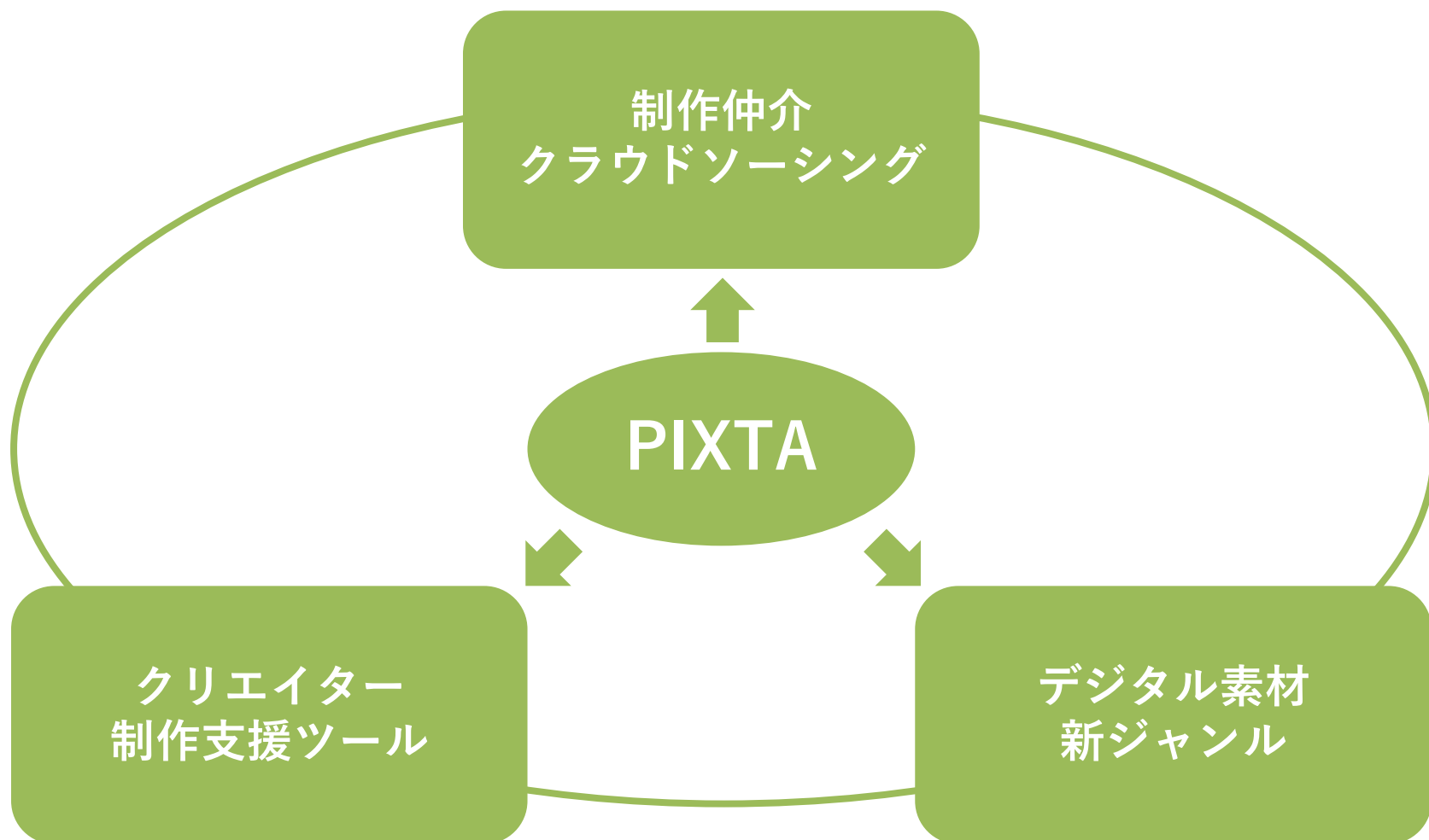
- 28万人以上の強固なクリエイター基盤 (※1)
 - メジャーからニッチジャンルまであらゆるクリエイティブが揃う
- 約3,800万点の圧倒的なコンテンツ数 (※1)
 - 年間800万点以上（毎日数万点）の素材投稿
 - 特に日本関連素材では質・量ともに他社を圧倒
- 積み上げ型事業モデル & アジア市場への進出
 - 高い継続率で日本以外の市場でも顧客数が着実に増加
- 開発・Webマーケティング力
 - 自社独自のSEO・広告運用により国内同業内で最大アクセス数 (※2)

※1：2018年12月末時点

※2：Similar Webにて当社調べ

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



PIXTA & Snapmart : 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

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プラットフォーム



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

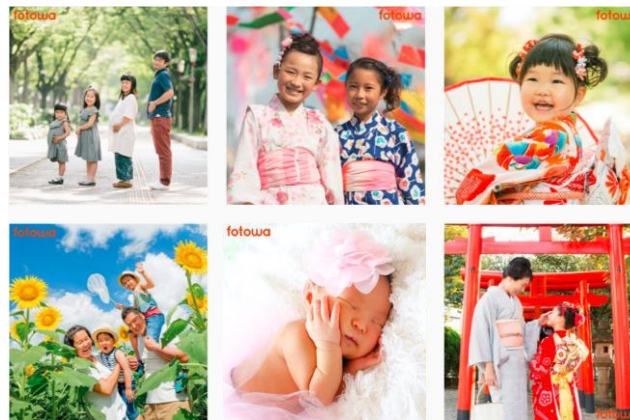
データ受取不可

使用素材No. : 24865916, 30894863, 28547671

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 : 事業の拡大構想

“出張撮影といえば fotowa”の状態を目指す

あらゆる写真撮影 数千億円市場を見込む

シニア

ペット

法人向け

結婚式

出産・育児分野 700億円市場以上

マタニ
ティ

誕生日

ニュー
ボーン

家族写真

七五三

お宮参り

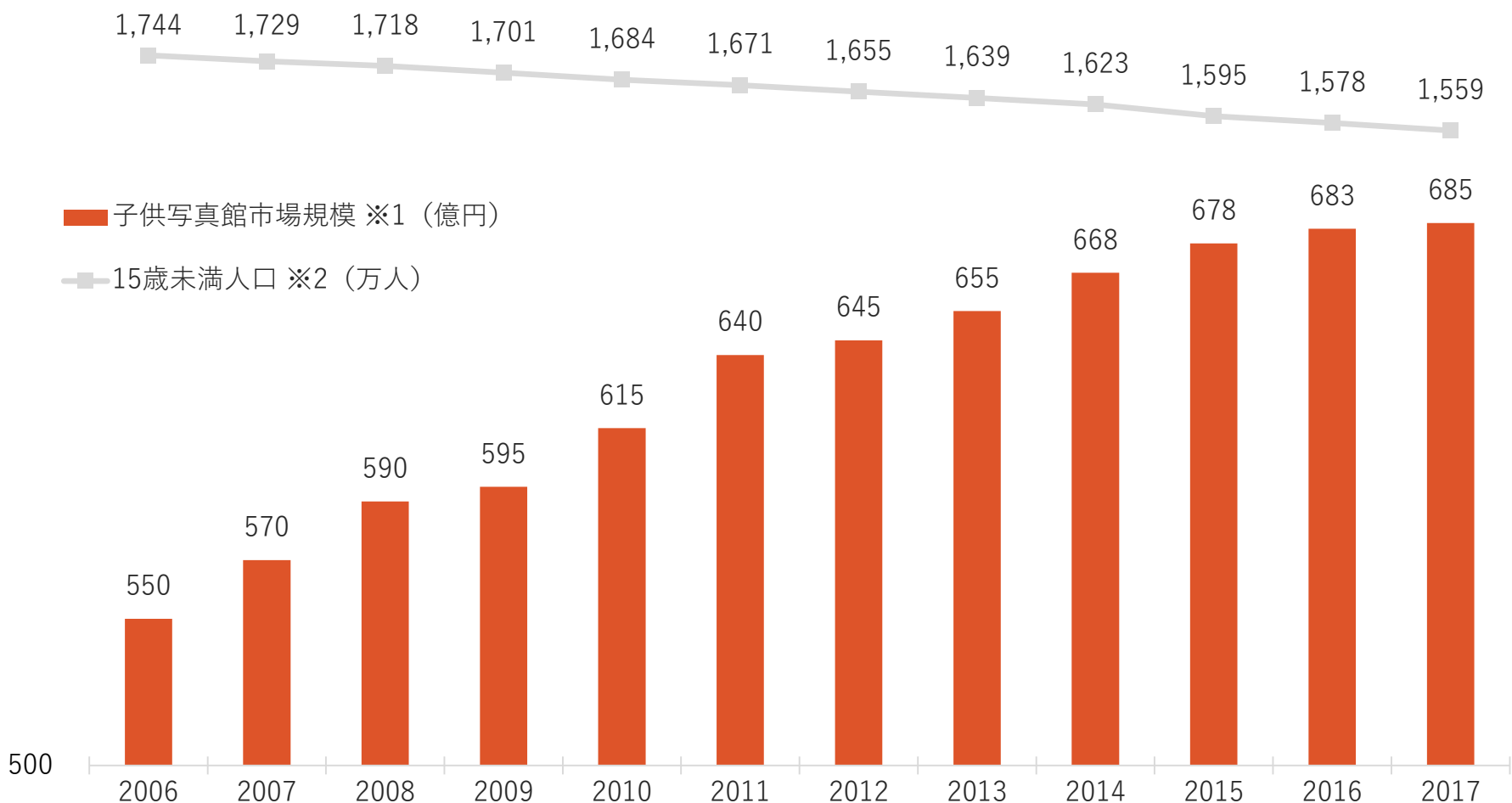
旅行

インバウンド

カップル

fotowa：市場環境

- 国内子供人口は減少傾向にあるが子供写真館市場は成長維持
- 年間撮影件数は200~300万件を見込む



※1：出所/矢野経済研究所「子供市場総合マーケティング年鑑2018年版」

※2：出所/総務省統計局人口推計（平成29年10月1日現在）年齢別人口

Snapmart : ビジネスモデル

- SNS広告に効果のある素材が豊富なマーケットプレイス
- SNS運用に適した写真を法人向けに提供するオンデマンドサービス



中長期戦略：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

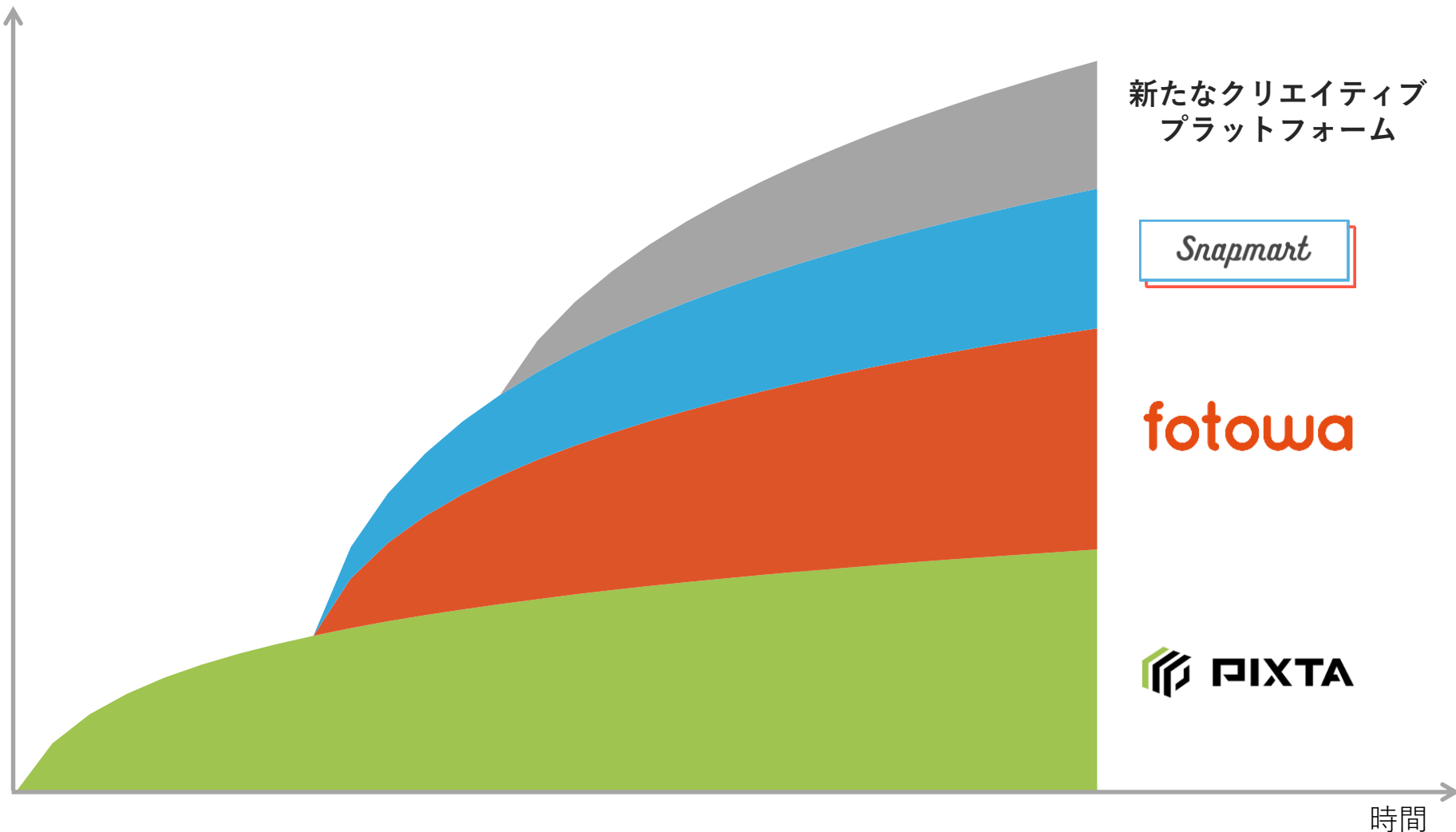


※UI：ユーザーインターフェース。サイト上の情報やデザイン等、ユーザーがサービス利用の際に触れる表示や機能全般
UX：ユーザーエクスペリエンス。製品やサービス利用を通じてユーザーが得られる体験

中長期成長イメージ

利益拡大と投資の好循環で今後も複数プラットフォームを展開

取扱高



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で結びつける事業モデル

法人ニーズ

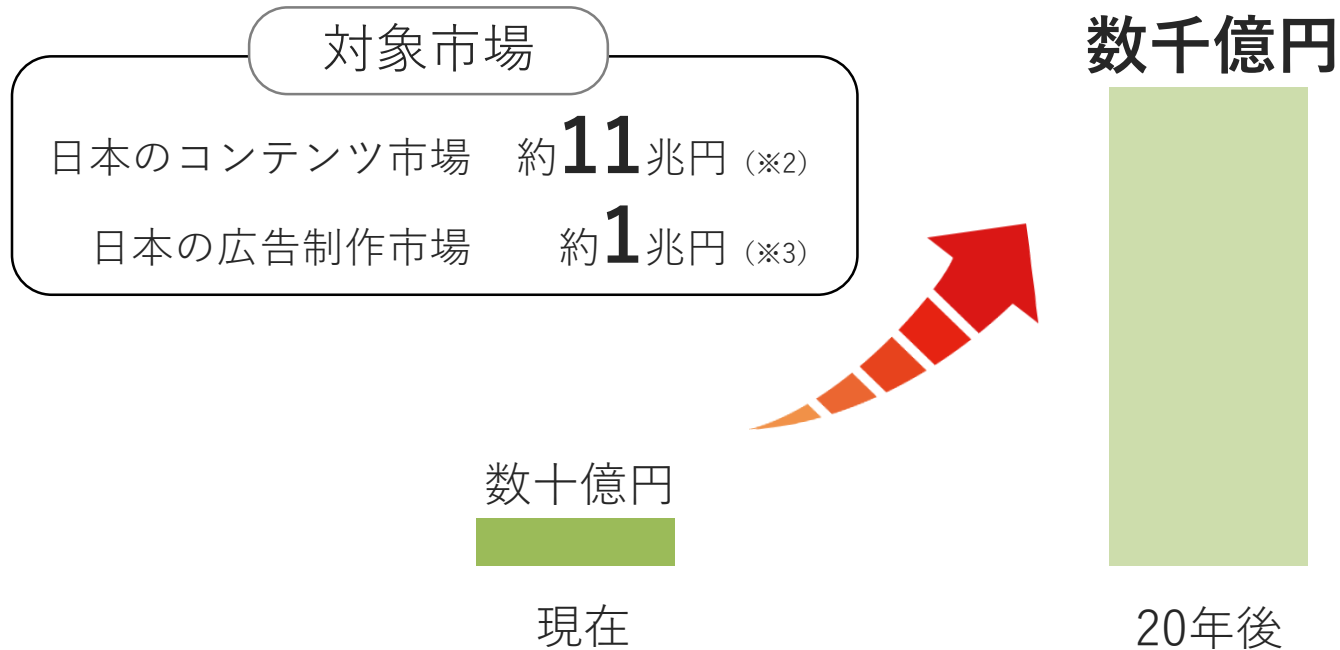
デザイン 画像素材 動画制作 ナレーション
音源 記事制作 イベント撮影 等

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

クリエイティブプラットフォームの事業機会

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」

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。

お問合せ先

経営企画部 IR担当

Email : ir@pixta.co.jp

IR情報 : <https://pixta.co.jp/ir>

