



2019年12月期第3四半期  
決算説明資料

ピクスタ株式会社  
[マザーズ・3416]  
2019年11月13日

# 目次

1. 2019年12月期 第3四半期決算概要
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3四半期決算概要

※このページの写真は全てPIXTAの人気素材  
素材番号：37390792, 29479770, 36906870, 35224855



## 第3四半期業績ハイライト

- 累計売上高は前年同期比**11.5%**増
- 累計営業利益は前年同期比**66.9%**増

(百万円)	2018-3Q	2019-3Q	前年同期比	2018-3Q 累計	2019-3Q 累計	前年同期比	当期予想	進捗率
売上高	604	<b>670</b>	<b>+10.8%</b>	1,807	<b>2,014</b>	<b>+11.5%</b>	2,846	70.8%
営業利益	5	<b>10</b>	<b>+90.5%</b>	74	<b>123</b>	<b>+66.9%</b>	200	61.9%
営業利益率	0.9%	<b>1.6%</b>	<b>+0.7pt</b>	4.1%	<b>6.1%</b>	<b>+2.0pt</b>	7.0%	-
純利益	1	<b>△0</b>	-	27	<b>57</b>	<b>+110.2%</b>	112	51.0%

## 第3四半期の振り返り

### ■ PIXTA

- 定額制の売上高は前年同期比**26.5%**増
- 4K動画素材及びMP4ファイル形式素材の販売開始

### ■ fotowa

- 撮影件数は前年同期比**1.9**倍と着実に成長
- フォトブック商品の取り扱いを開始
- 8月から販売開始の「ママ割3回パック」3Q実績**64**パックで好調

### ■ Snapmart

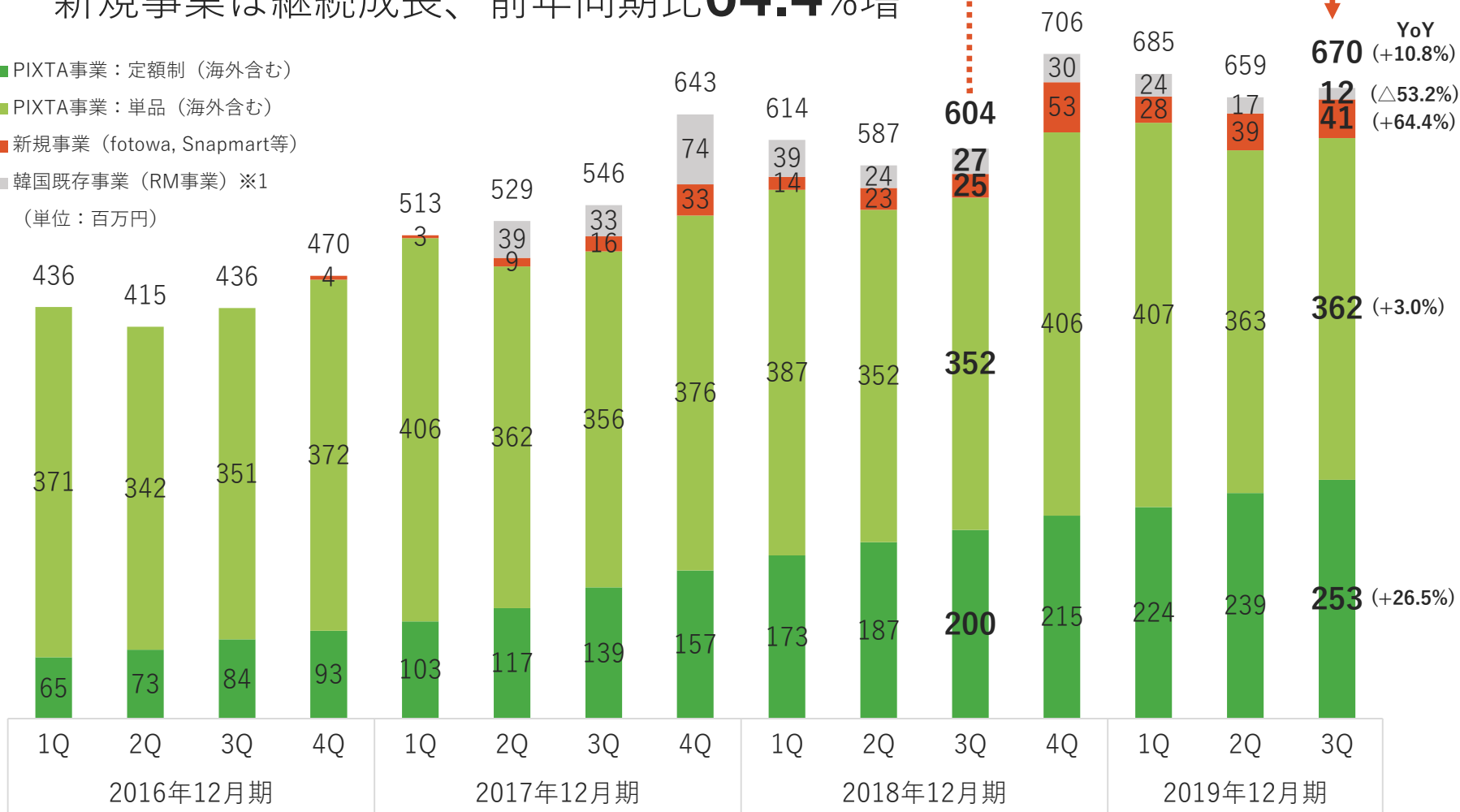
- マーケットプレイス定額制契約数が前年同期比**2.4**倍
- オンデマンド撮影アンバサダープランは好調で取引件数増加

# 売上高の推移

- 定額制の売上高は、前年同期比**26.5%増**
- 新規事業は継続成長、前年同期比**64.4%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（RM事業）※1

（単位：百万円）



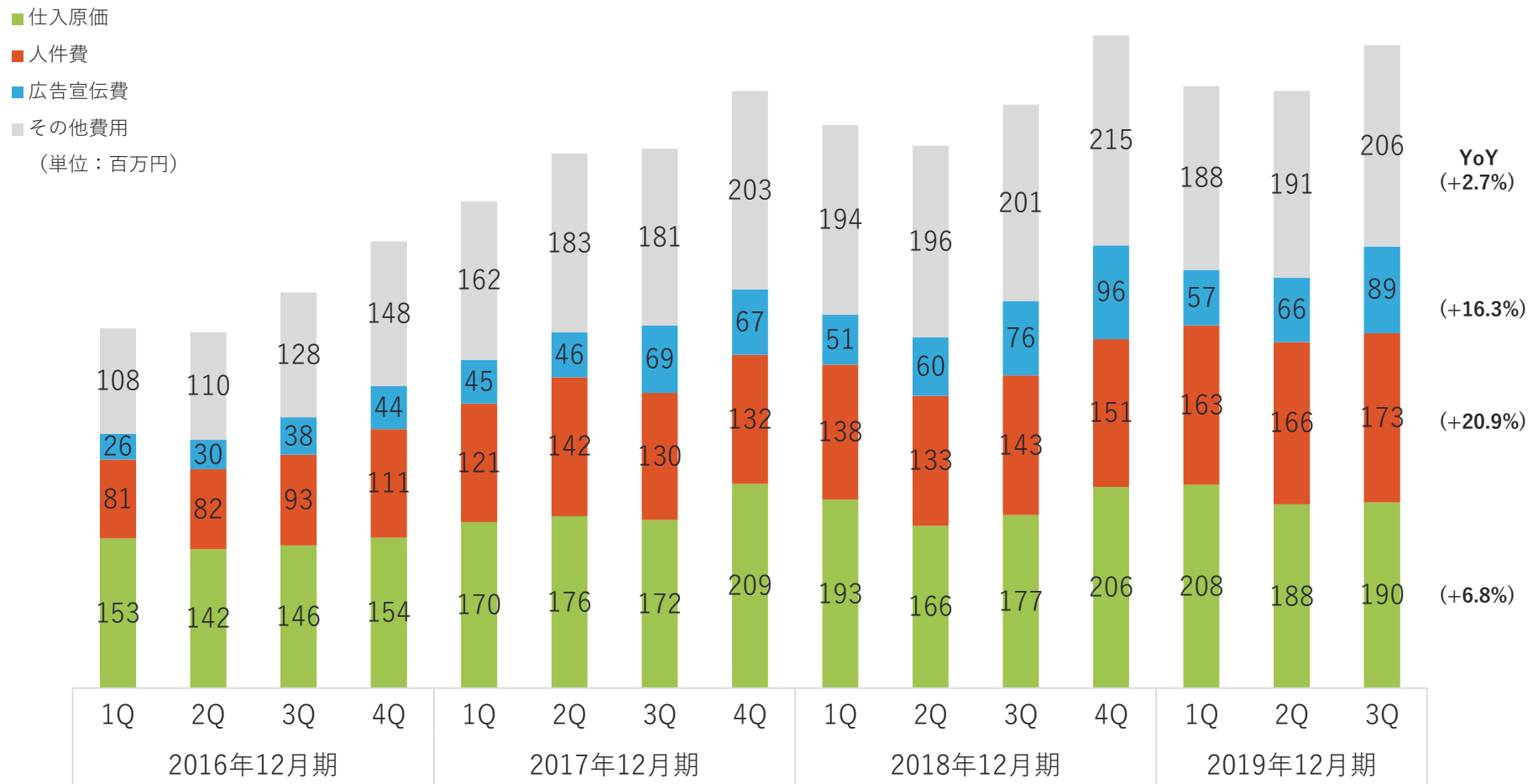
※1：2017年第2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.の買収前から行っているライセンス・マネージド事業を指しており、PIXTAサービスとは異なります。

※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、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。

※3：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

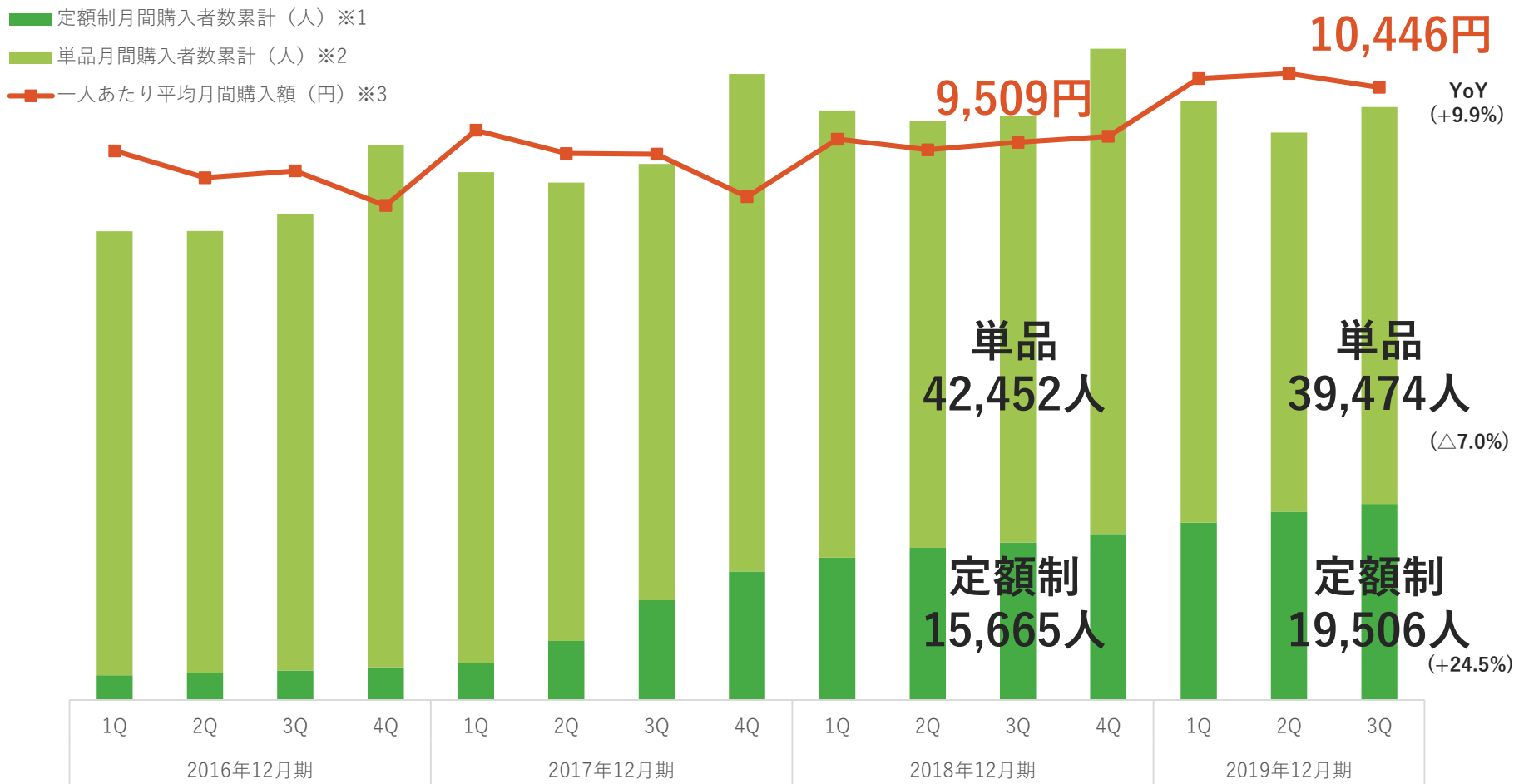
- 広告宣伝費はfotowaの11月需要期に向けて先行投資のため増加
- 人件費は人員増加に伴い前年同期から拡大



※：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、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

- 定額制月間購入者数累計は、前年同期比**3,841人（24.5%）**増
- 一人あたり平均月間購入額は、前年同期比**937円（9.9%）**増



※1：定額制月間購入者数（月に1回以上定額制を購入した人数）の3か月分を合計した数値

※2：単品月間購入者数（月に1回以上単品を購入した人数）の3か月分を合計した数値

※3：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

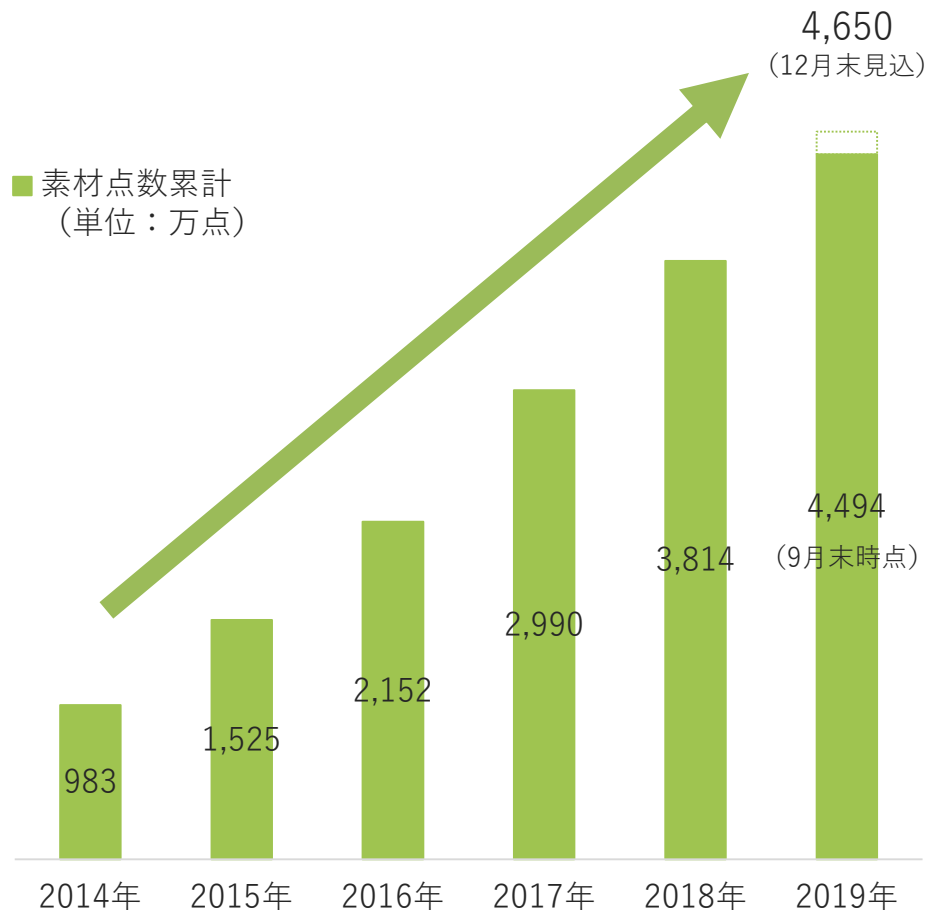
- 素材点数累計は順調に増加
- 撮影機会の創出に向けたモデルとクリエイターを繋げる交流会の開催



モデル×クリエイター交流会での  
撮影シーン

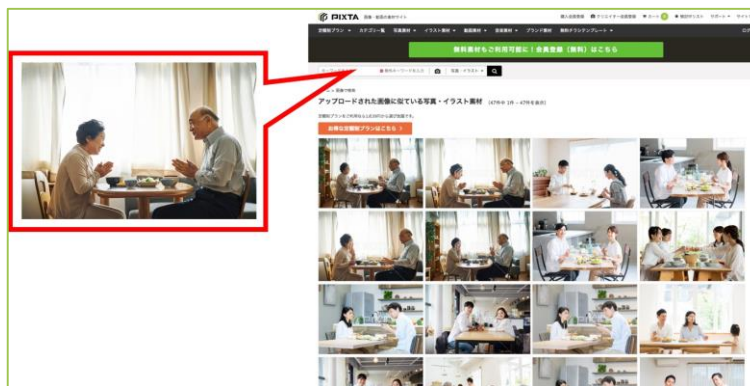
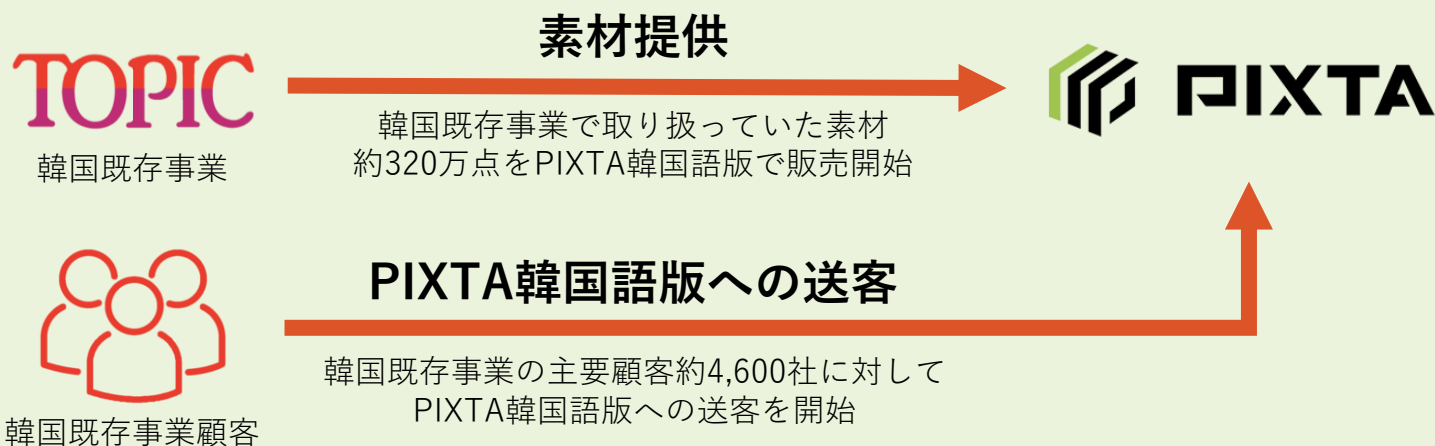


モデル×クリエイター交流会を  
通じて制作された素材



# PIXTA：海外展開の状況

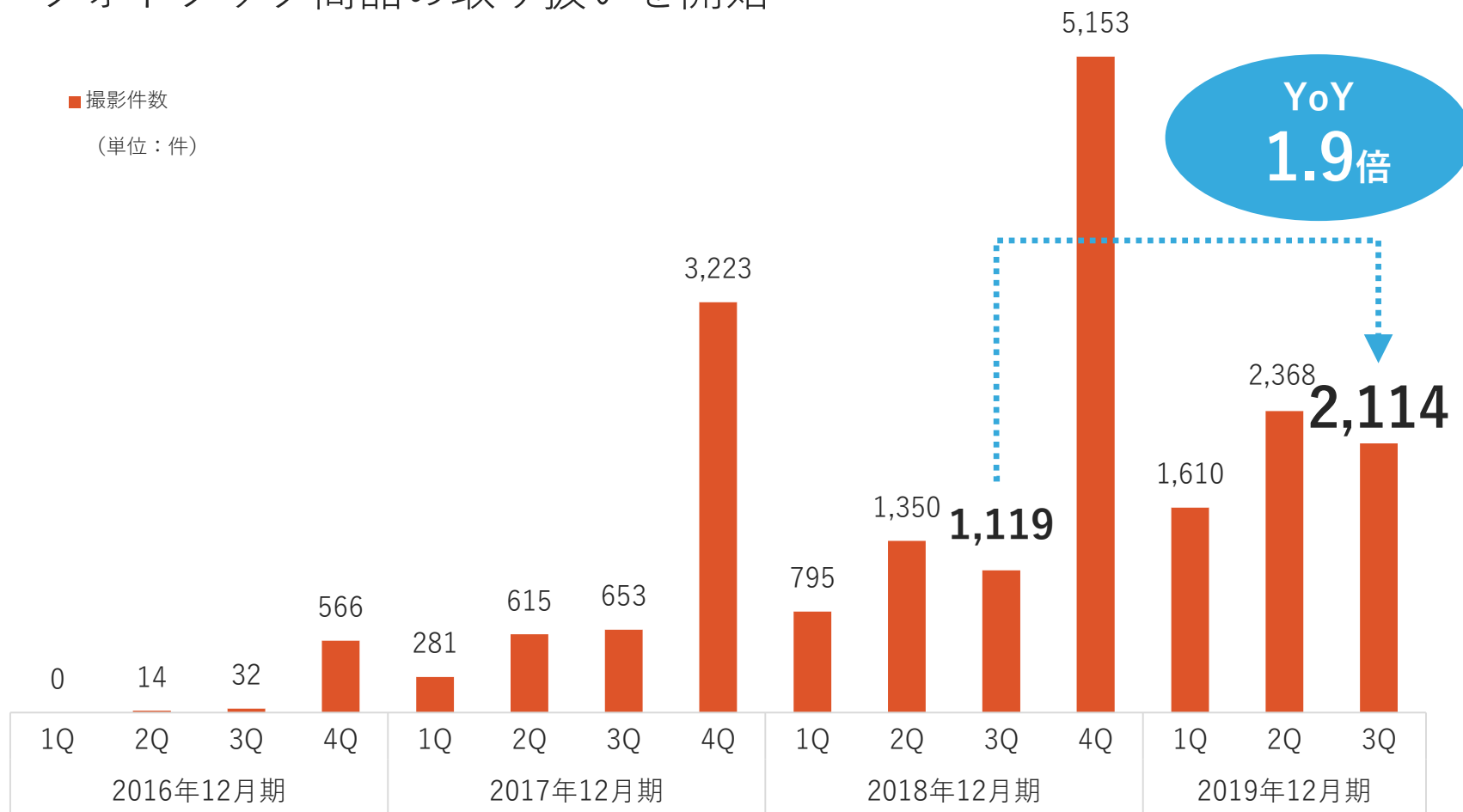
- 韓国既存事業の取扱素材をPIXTA韓国語版で販売開始
- 手持ちの画像で似た画像素材を探せる類似画像検索機能の開発



PIXTA VIETNAMで開発を行った類似画像検索機能

# fotowa：撮影件数の推移

- 撮影件数は前年同期比**1.9**倍
- フォトブック商品の取り扱いを開始



# fotowa：撮影ジャンルの状況

- 七五三時期に合わせたWeb動画広告の配信開始
- ニューボーンフォトは前年同期比**3.5**倍と順調に成長



Web動画広告の配信開始



ニューボーンフォトの例

# 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順調に売上増加
- 地方行政とのタイアップ撮影会を通じた新規クリエイターの獲得



オンデマンド撮影事例（東京ミッドタウンフォトウォーク）



福島県南相馬市とのタイアップ撮影会で撮影された素材

## 第4四半期の主な取り組み

### ■ PIXTA

- 定額制プランにおける価格及びサービス改善に着手
- 韓国Naver OGQ Market上での素材販売を開始

### ■ fotowa

- サイト検索速度の改善
- フォトブック商品のUI/UX改善、販売促進
- 割引クーポンを活用した株主優待制度を開始

### ■ Snapmart

- オンデマンド撮影の取引件数増加に伴い営業強化
- クリエイターコミュニティの地方展開と強化

## 業績の推移：第3四半期 P/L（連結）

(百万円)	2018-3Q	2019-3Q	前年同期比	2018-3Q 累計	2019-3Q 累計	前年同期比
売上高	604	<b>670</b>	+10.8%	1,807	<b>2,014</b>	+11.5%
売上総利益	363	<b>409</b>	+12.5%	1,085	<b>1,230</b>	+13.3%
売上総利益率	60.1%	<b>61.1%</b>	+1.0pt	60.1%	<b>61.1%</b>	+1.0pt
営業利益	5	<b>10</b>	+90.5%	74	<b>123</b>	+66.9%
営業利益率	0.9%	<b>1.6%</b>	+0.7pt	4.1%	<b>6.1%</b>	+2.0pt
経常利益	11	<b>10</b>	△11.2%	74	<b>113</b>	+53.3%
純利益	1	<b>△0</b>	-	27	<b>57</b>	+110.2%

## 業績の推移：第3四半期 B/S（連結）

(百万円)	2019-2Q	2019-3Q	前四半期比	2018年末	前期末比
流動資産	1,521	<b>1,567</b>	+3.0%	1,479	+6.0%
（うち、現預金）	956	<b>964</b>	+0.9%	927	+3.9%
固定資産	436	<b>431</b>	△1.3%	422	+2.0%
（うち、のれん）	138	<b>128</b>	△7.2%	158	△18.8%
総資産	1,957	<b>1,998</b>	+2.1%	1,901	+5.1%
流動負債	1,081	<b>1,135</b>	+5.0%	1,068	+6.2%
固定負債	122	<b>107</b>	△12.2%	157	△31.3%
純資産	753	<b>755</b>	+0.3%	676	+11.7%

※：「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。



# (参考) PIXTA：購入者数と一人あたり平均購入額の推移

		2016年12月期				2017年12月期				2018年12月期				2019年12月期		
()		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
合計	売上 (百万円)	436	415	435	465	509	479	495	533	560	539	552	621	631	602	616
	売上 (百万円)	371	342	351	372	406	362	356	376	387	352	352	406	407	363	362
単品	月間 購入者数 累計 (人)	44,150	43,991	45,417	51,969	48,859	45,593	43,424	49,486	44,497	42,484	42,452	48,275	41,978	37,709	39,474
	一人あたり 平均月間 購入額 (円/人)	8,405	7,775	7,744	7,162	8,316	7,948	8,218	7,608	8,709	8,301	8,304	8,424	9,713	9,629	9,195
定額制	売上 (百万円)	65	73	84	93	103	117	139	157	173	187	200	215	224	239	253
	月間 購入者数 累計 (人)	2,464	2,653	2,937	3,251	3,633	5,864	9,906	12,776	14,140	15,142	15,665	16,505	17,636	18,710	19,506
	一人あたり 平均月間 購入額 (円/人)	26,555	27,628	28,751	28,711	28,522	19,977	14,076	12,352	12,253	12,416	12,773	13,082	12,704	12,812	12,977

※1：2017年12月期第2四半期以降、定額制一人あたり平均月間購入額は、単価の低い少量定額プランの開始に伴い下落した一方、月間購入者数累計は増加。

※2：2018年12月期第4四半期以降、単品一人あたり平均月間購入額は、値上げに伴い上昇した一方、月間購入社数累計は減少。

※3：定額制月間購入者数は、過去に遡ったキャンセルによって軽微ではございますが、四半期ごとに数字が変動することがあります。



## 2. 2019年12月期

## 重点施策と見通し

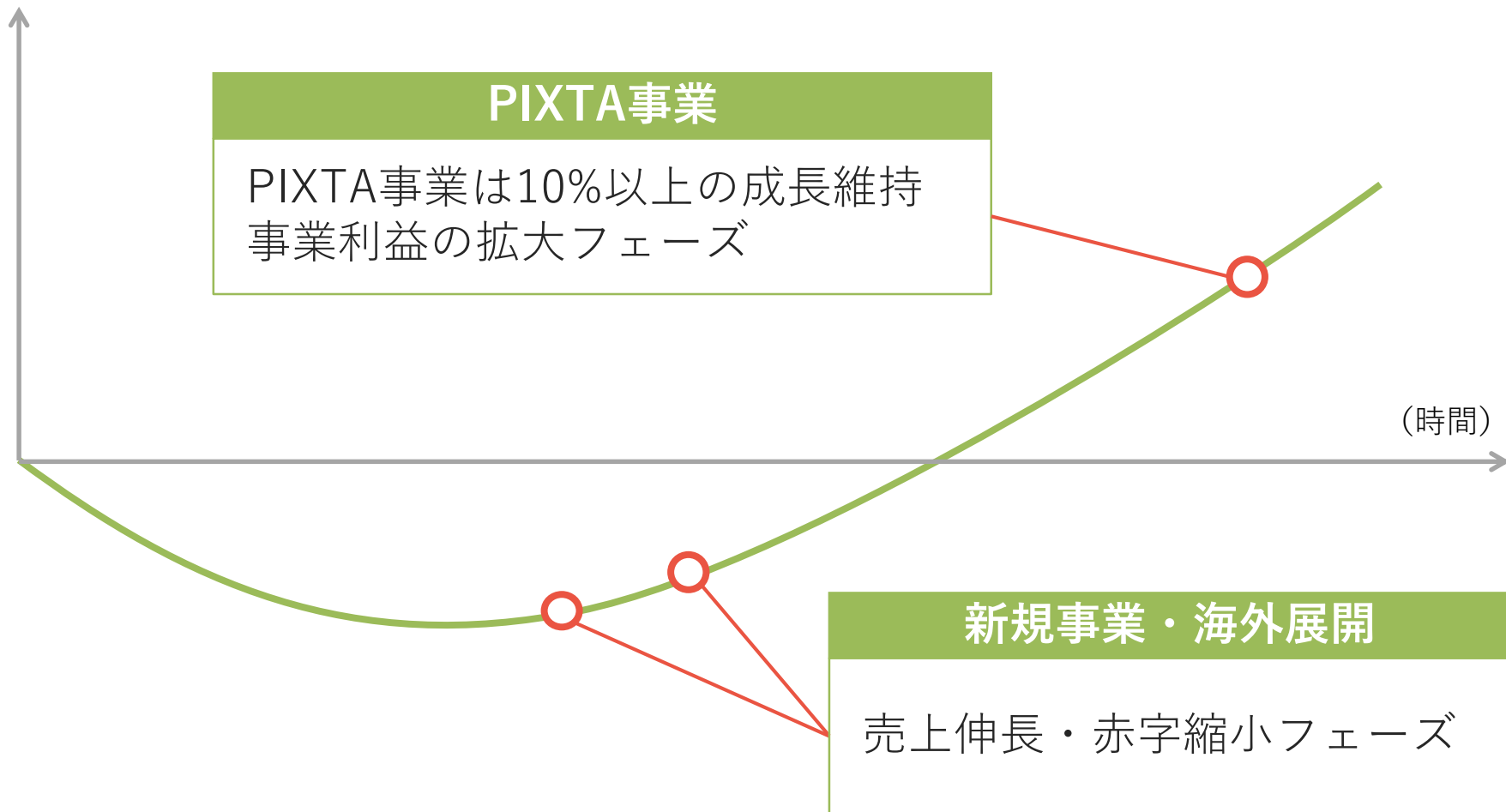
※このページの写真は全てfotowaを利用して撮影された写真



# 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

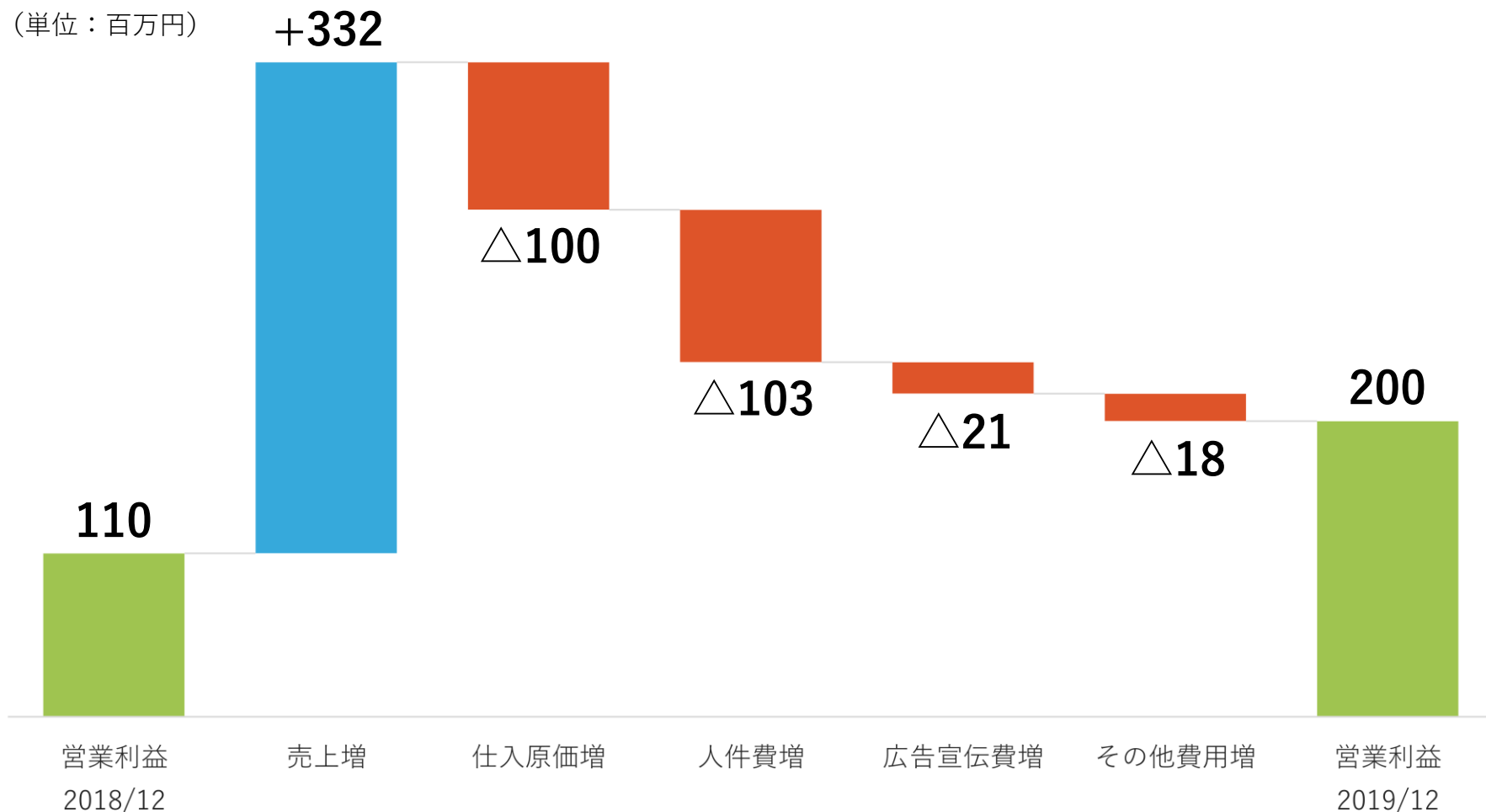
- 売上高は前期比13.2%増を見込む
- 投資を継続しつつ、利益拡大への基盤づくりの年に

(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

※このページの写真は全てSnapmartの人気素材  
素材番号：737205, 396626, 4126, 2175039, 270869, 1814971



# 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103名 単体85名 (2019年9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

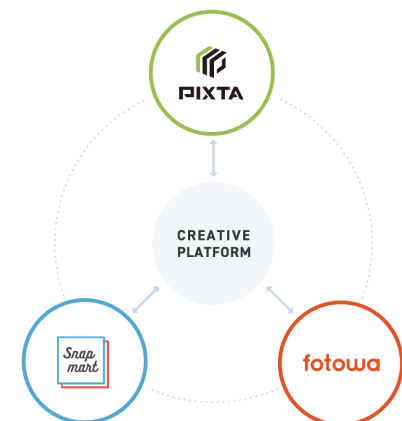


自然でオシャレな  
出張撮影なら

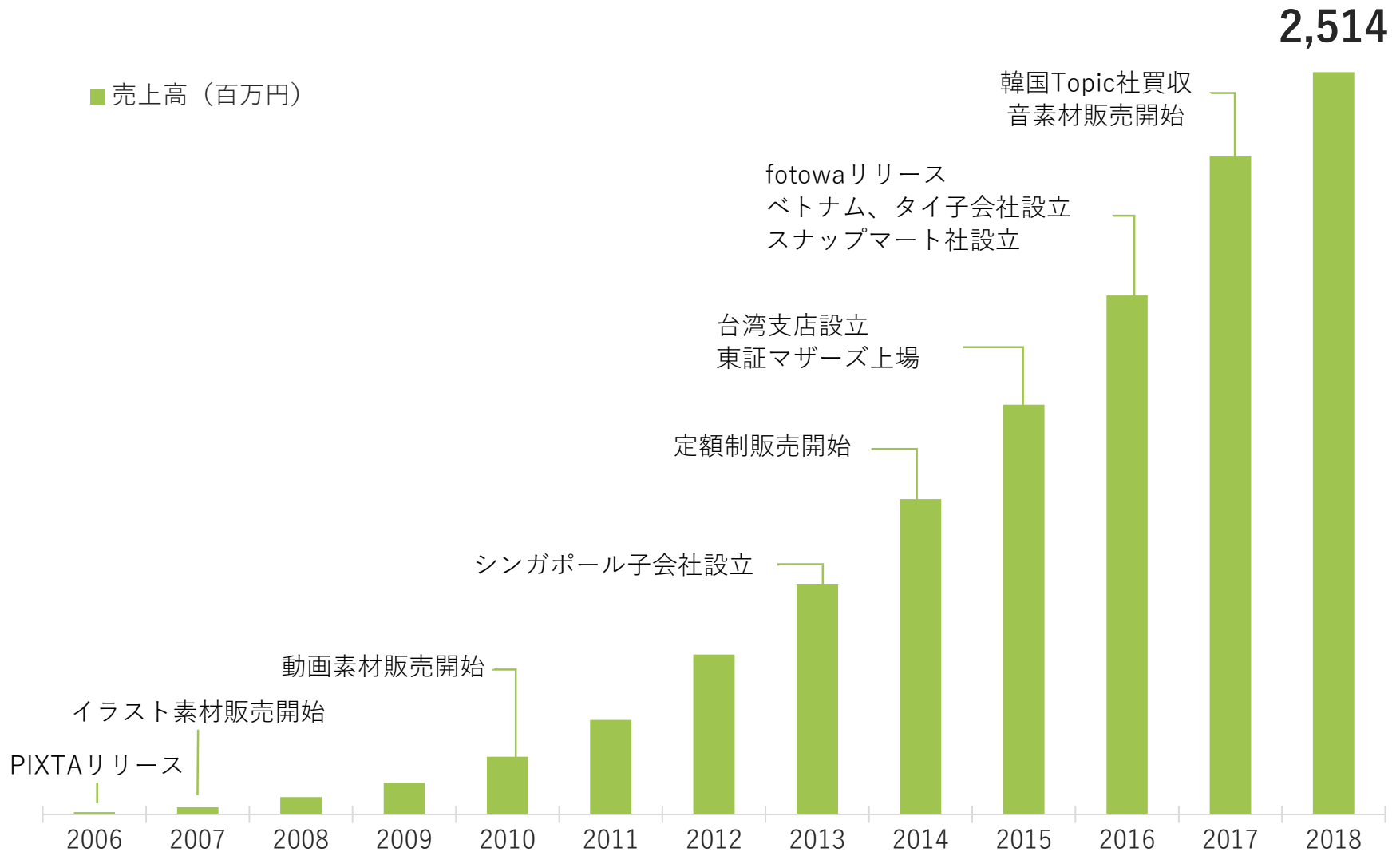
fotowa

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

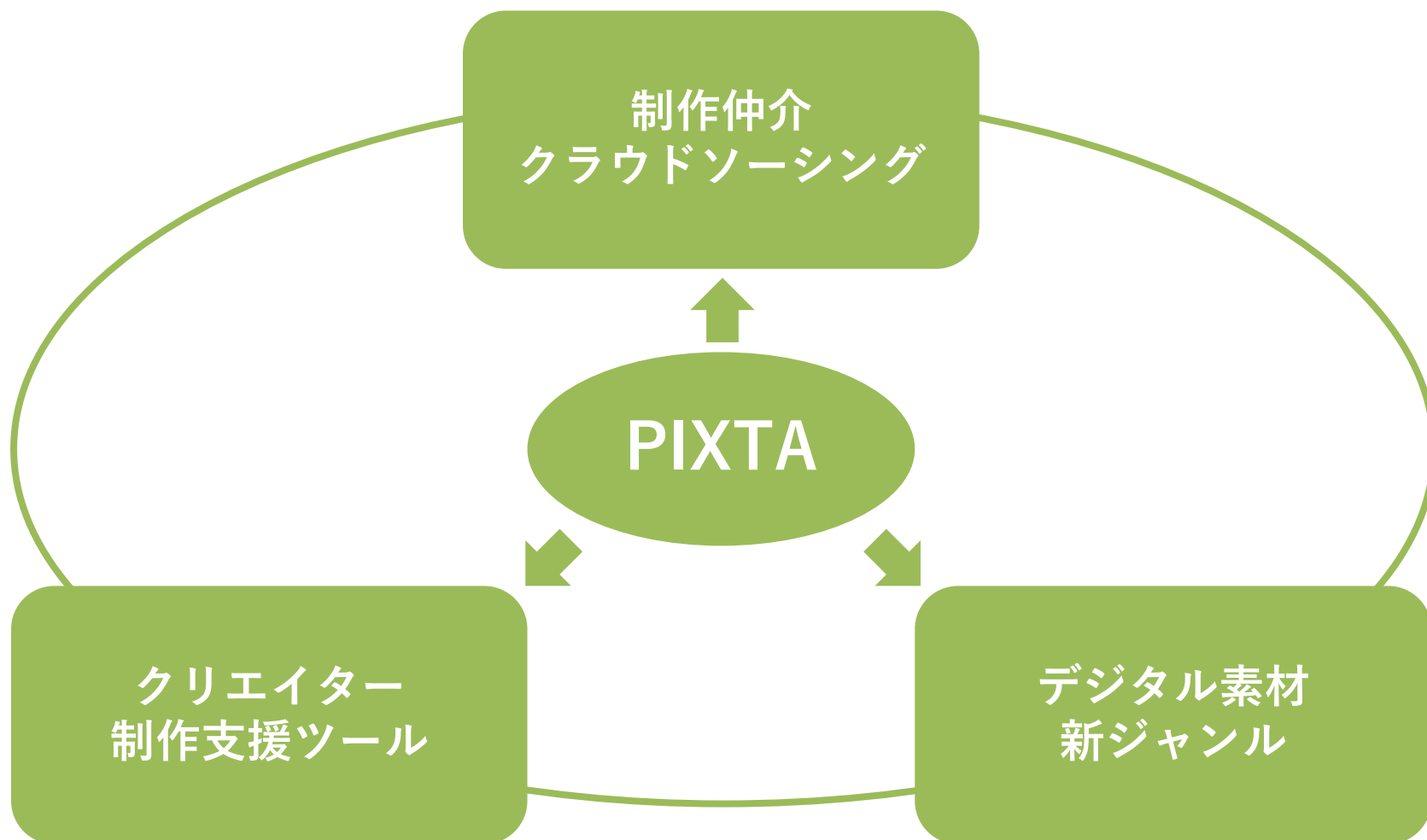
- 28万人以上の強固なクリエイター基盤 (※1)
  - メジャーからニッチジャンルまであらゆるクリエイティブが揃う
- 約3,800万点の圧倒的なコンテンツ数 (※1)
  - 年間800万点以上（毎日数万点）の素材投稿
  - 特に日本関連素材では質・量ともに他社を圧倒
- 積み上げ型事業モデル & アジア市場への進出
  - 高い継続率で日本以外の市場でも顧客数が着実に増加
- 開発・Webマーケティング力
  - 自社独自のSEO・広告運用により国内同業内で最大アクセス数 (※2)

※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

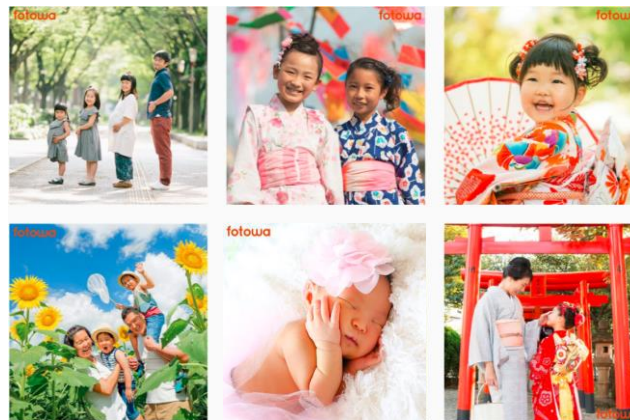
データ受取不可

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

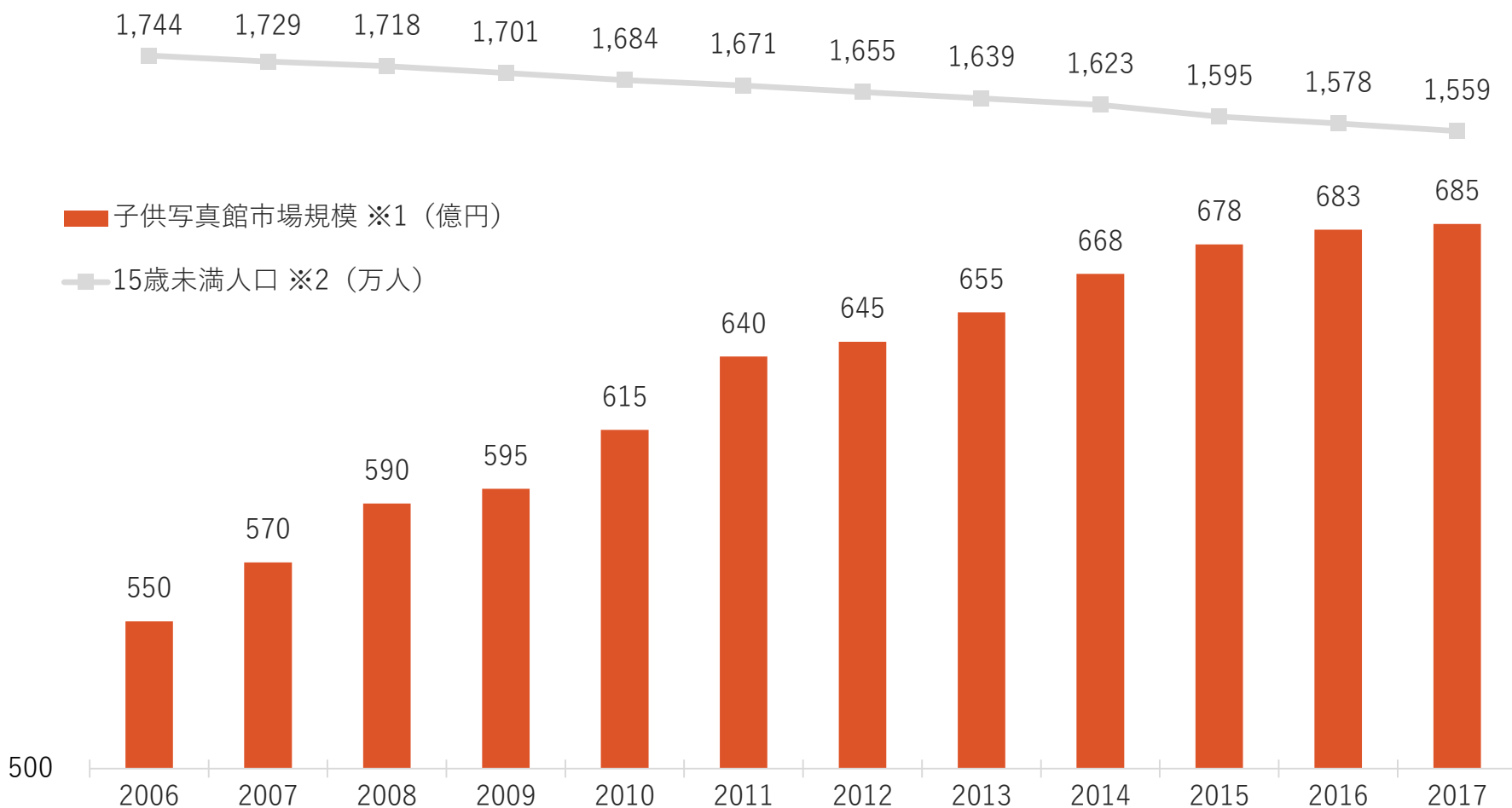
旅行

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

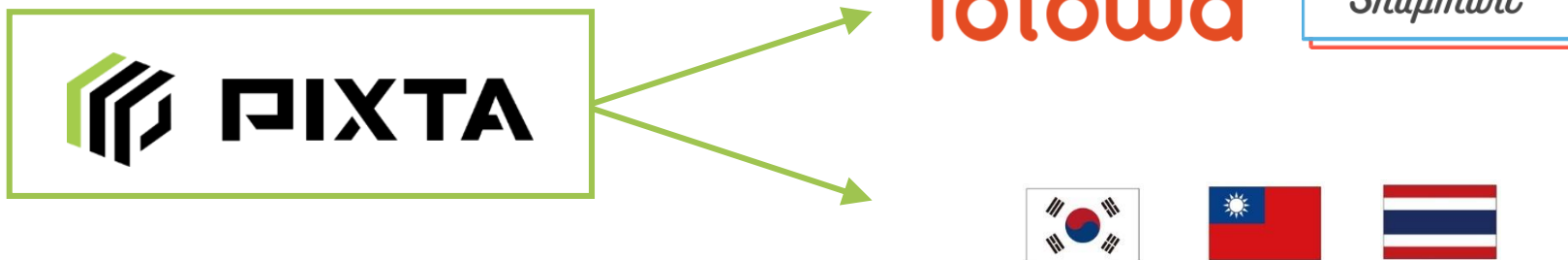
- SNS広告に効果のある素材が豊富なマーケットプレイス
- SNS運用に適した写真を法人向けに提供するオンデマンドサービス



# 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

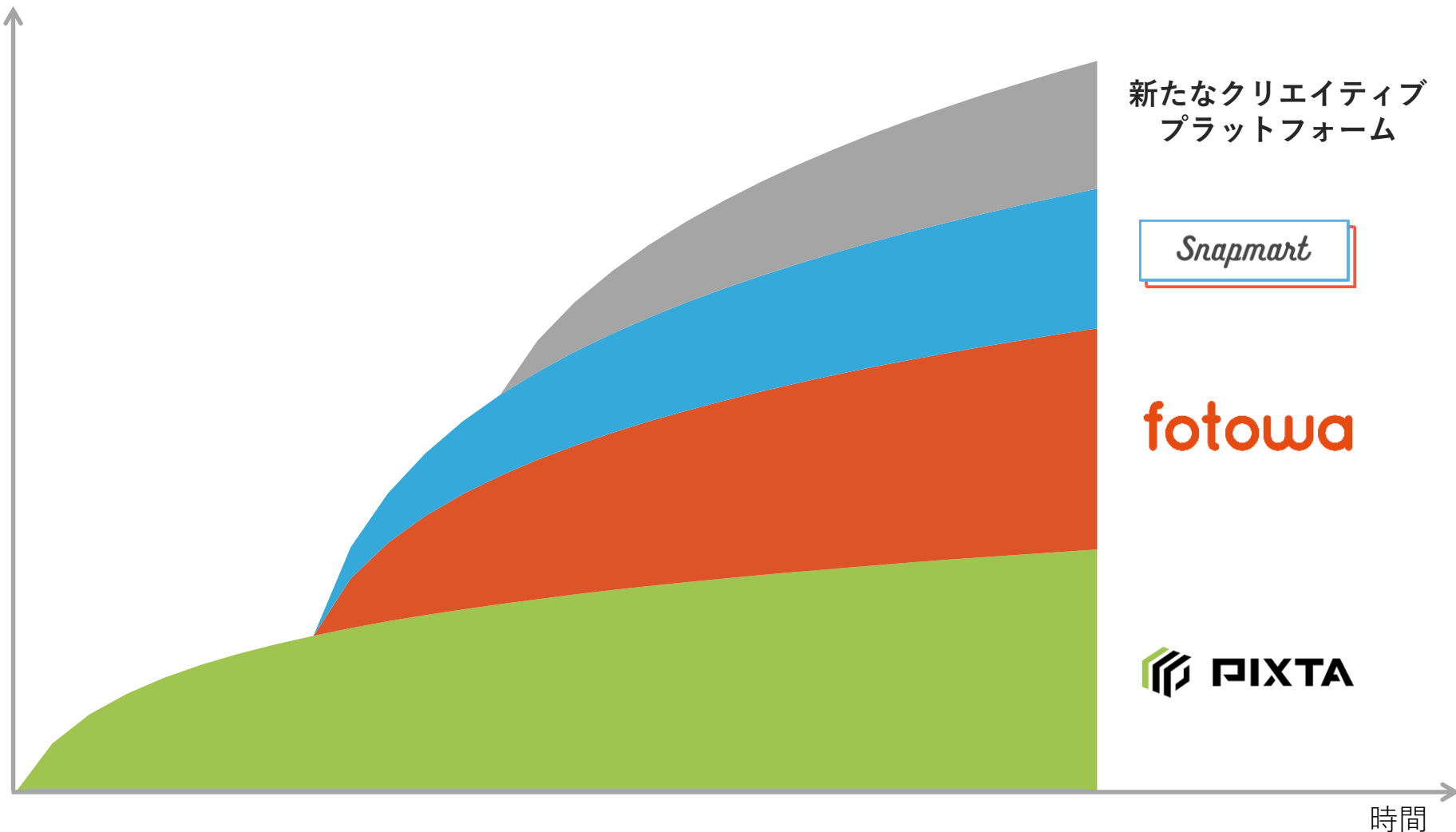


※UI：ユーザーインターフェース。サイト上の情報やデザイン等、ユーザーがサービス利用の際に触れる表示や機能全般  
UX：ユーザーエクスペリエンス。製品やサービス利用を通じてユーザーが得られる体験

# 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

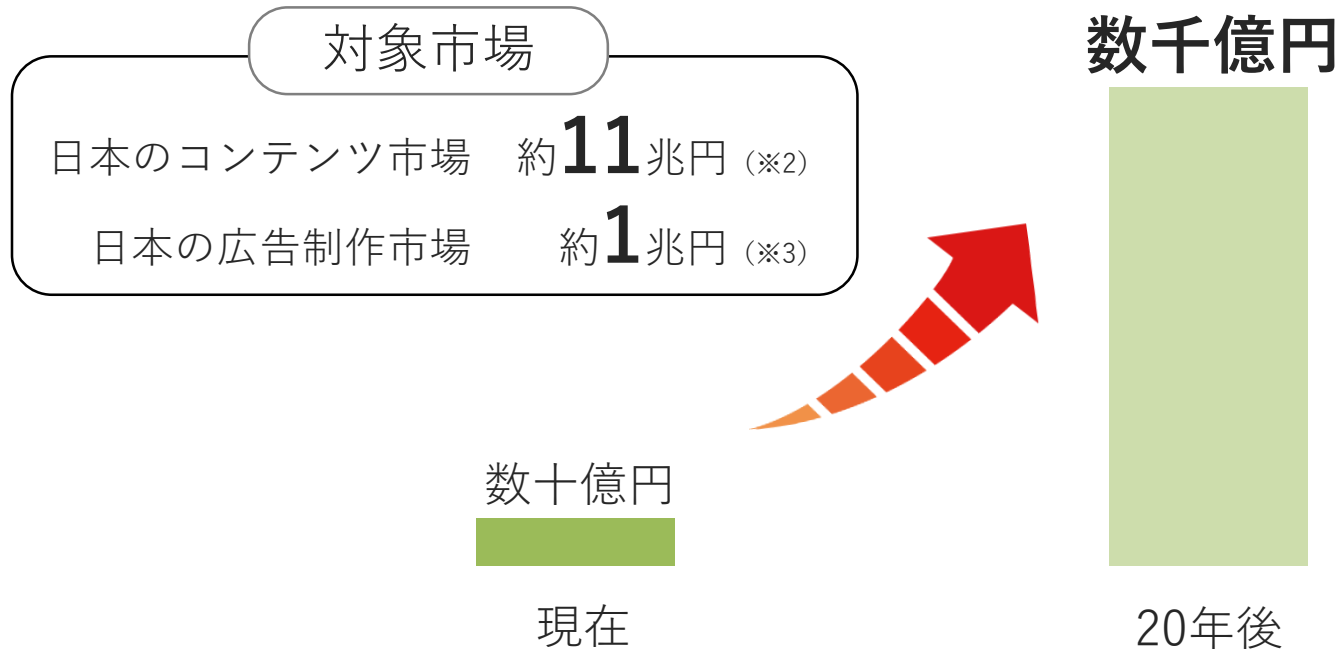
個人ニーズ

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<sup>(※1)</sup>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](mailto:ir@pixta.co.jp)

IR情報 : <https://pixta.co.jp/ir>

