



2020年12月期第2四半期
決算説明資料

ピクスタ株式会社
[マザーズ・3416]

2020年8月14日



目次

1. 2020年12月期 第2四半期決算概要
2. 2020年12月期 重点施策と見通し
3. 参考資料

新型コロナウイルス感染症による事業への影響

事業環境への影響

- 景気変動により広告支出を減少させる事業者の増加
- 5月下旬まで緊急事態宣言による外出機会の減少

各事業への影響

- 全社的には4~5月にかけて新型コロナ影響が大きく、6月以降は回復傾向

PIXTA



- 単品は月間購入者数・ARPPUともに前年同期比減少
- 定額は新規契約数が一時的に減少

fotowa



- 緊急事態宣言期間中は撮影自粛
- 撮影自粛期間は、予約件数も大幅に減少

Snapmart



- マーケットプレイスは新規契約数が減少
- オンデマンド撮影は一部案件の延期が発生

新型コロナウイルス感染症拡大下の社内外への取り組み

社内への取り組み

- 緊急事態宣言後、在宅勤務の推奨から原則への速やかな移行
- 全従業員に自宅の就労環境整備費用等補填のための在宅勤務手当を支給
- 在宅勤務による業務への支障が少なく、今後在宅勤務主流の体制を継続

社外への取り組み

- 打ち合わせを原則オンラインに切り替え
- クリエイター向けイベントのオンライン開催
- 緊急事態宣言解除後、クリエイター向けオフラインイベントも順次再開



1. 2020年12月期 第2四半期決算概要

※このページの写真は全てPIXTAの人気素材
素材番号：37881503,37634349, 41869014, 40240160



第2四半期業績ハイライト

- 累計売上高は前年同期比**6.4%**減
- 累計営業利益は前年同期比**95.4%**減
- 累計純利益はのれん減損損失等の影響により△**136**百万

(百万円)	2019-2Q	2020-2Q	前年同期比	2019-2Q 累計	2020-2Q 累計	前年同期比	当期予想	進捗率
売上高	659	588	△10.8%	1,344	1,258	△6.4%	3,087	40.8%
営業利益	47	△ 11	-	113	5	△95.4%	240	2.2%
営業利益率	7.2%	△ 1.9%	△9.1pt	8.4%	0.4%	△8.0pt	7.8%	-
純利益	20	△ 130	-	57	△ 136	-	161	-

第2四半期の振り返り

■ PIXTA

- 定額制の売上高は前年同期比**6.8%**増
- 単品の売上高は新型コロナの影響を受け、前年同期比**17.3%**減
- 素材点数が**5,000**万点を突破
- 法人向け出張撮影サービス「PIXTAオンデマンド」を開始

■ fotowa

- 撮影件数は新型コロナの影響で前年同期比**34.0%**減
- 緊急事態宣言解除後、予約件数・撮影件数ともに回復傾向

■ Snapmart

- 売上高は前年同期比**7.4%**減
- マーケットプレイスは新型コロナ拡大下でも堅調に推移

減損損失について

■ 減損損失の背景

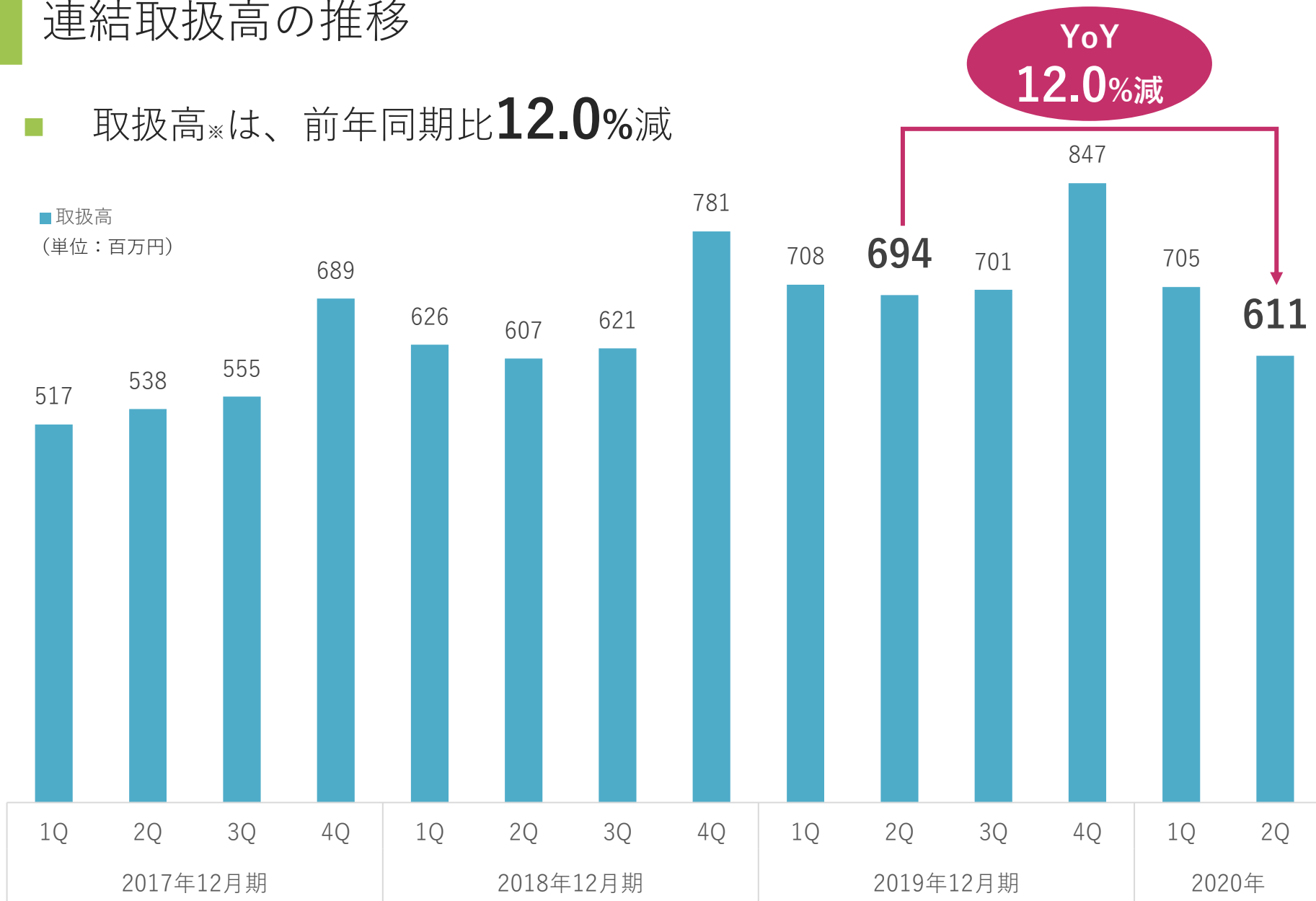
- 韓国子会社（Topic Images Inc.）
 - 事業計画未達に伴い、のれん減損損失等106百万円が発生
- Snapmart
 - 事業計画未達に伴い、のれん減損損失等7.8百万円が発生

■ 今後の方針

- 2016年より、海外展開・新規事業を複数開始し、投資拡大
- 一定期間を経て、各事業の成否を判断し、選択と集中へ
- 海外PIXTAは、効率的なオンラインベースのグローバル運用に移行し、現地拠点を撤退
- fotowa・Snapmartは成長加速に向け投資継続

連結取扱高の推移

■ 取扱高※は、前年同期比**12.0%減**



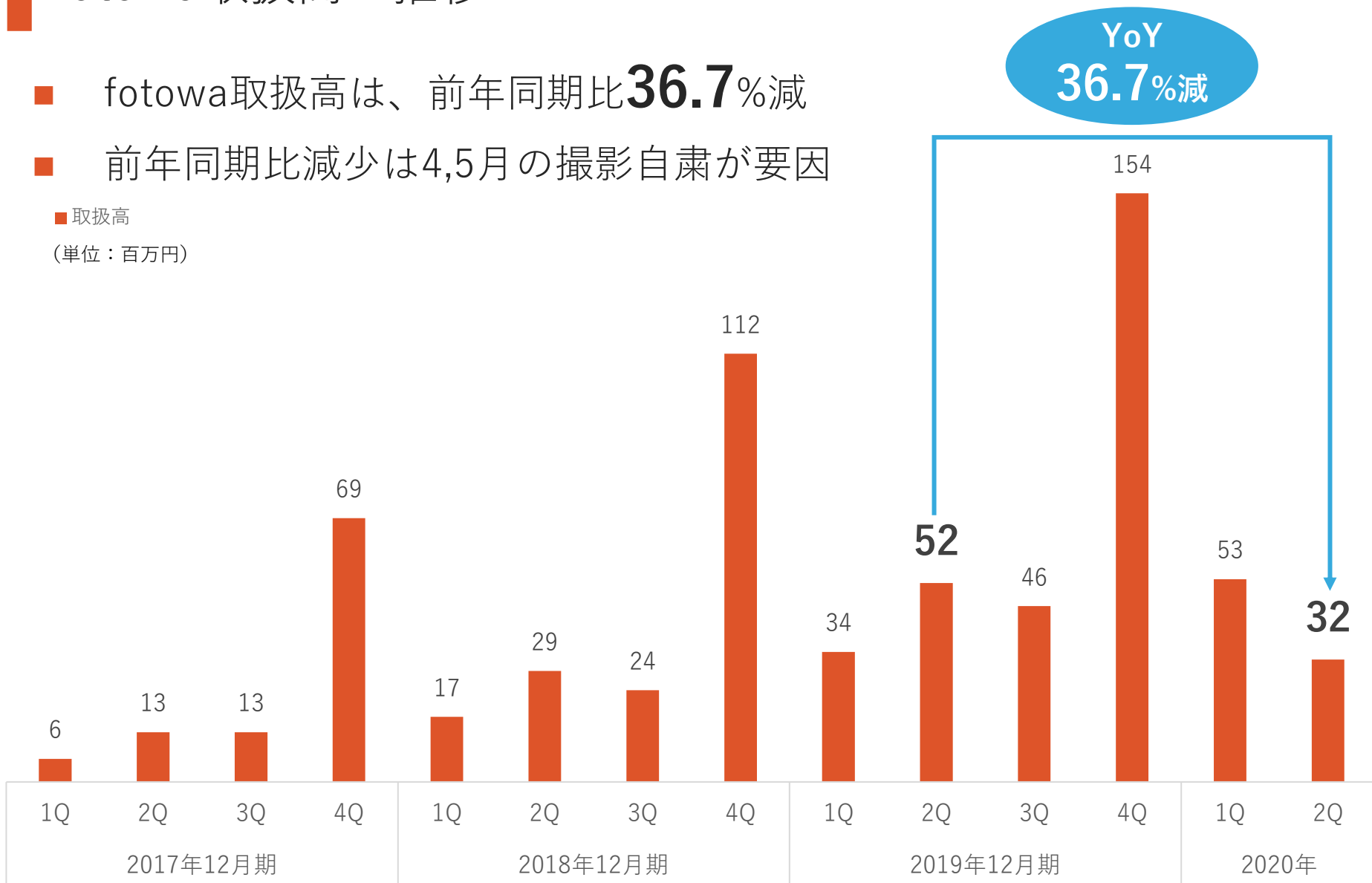
※：fotowa取扱高は、フォトグラファーへの支払い控除前のグロスで計上しております。

fotowa取扱高の推移

- fotowa取扱高は、前年同期比**36.7%**減
- 前年同期比減少は4,5月の撮影自粛が要因

■ 取扱高

(単位：百万円)

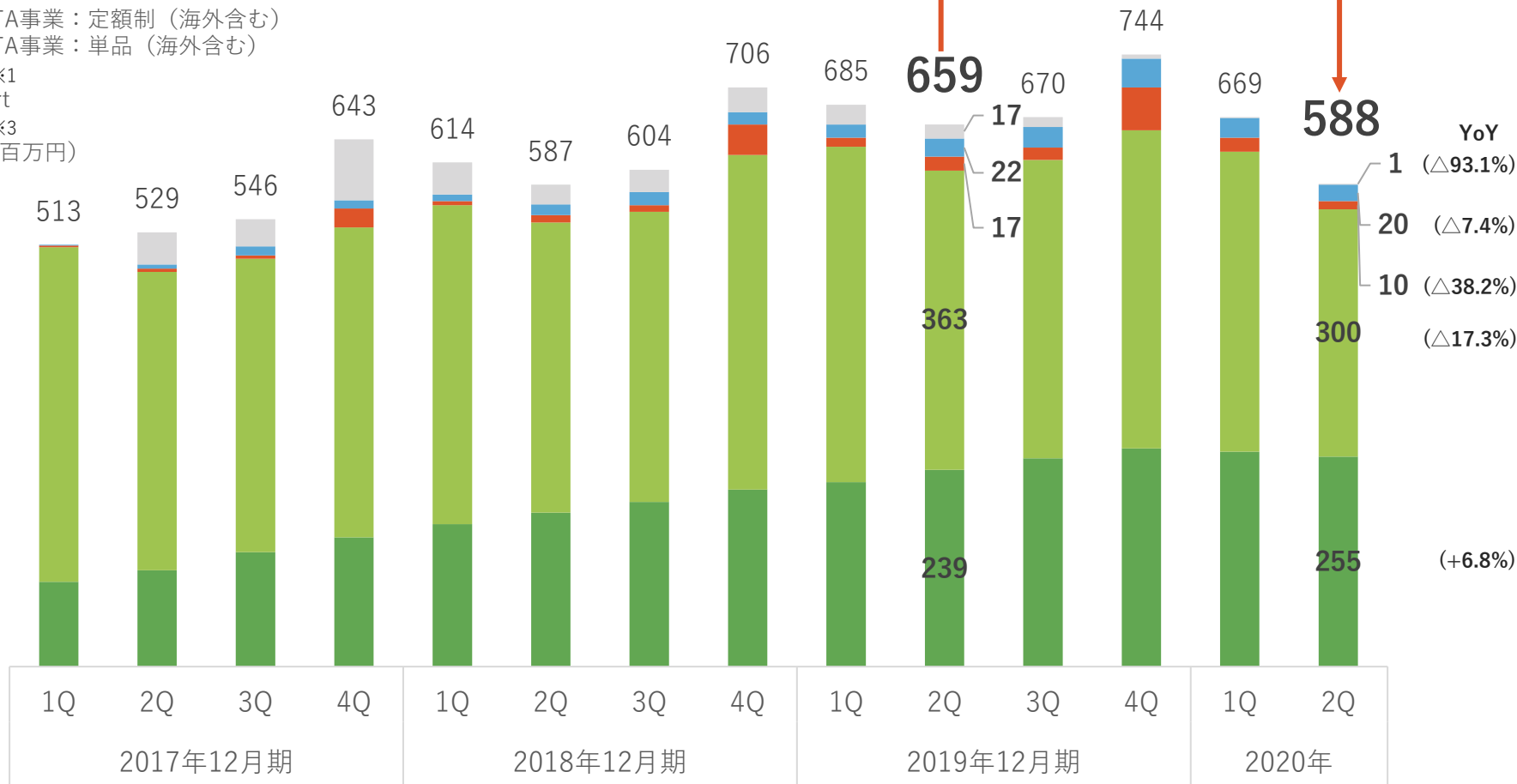


事業別連結売上高の推移

- 定額制の売上高は、前年同期比**6.8%増**
- fotowaの売上高は、前年同期比**38.2%減**

YoY
10.8%減

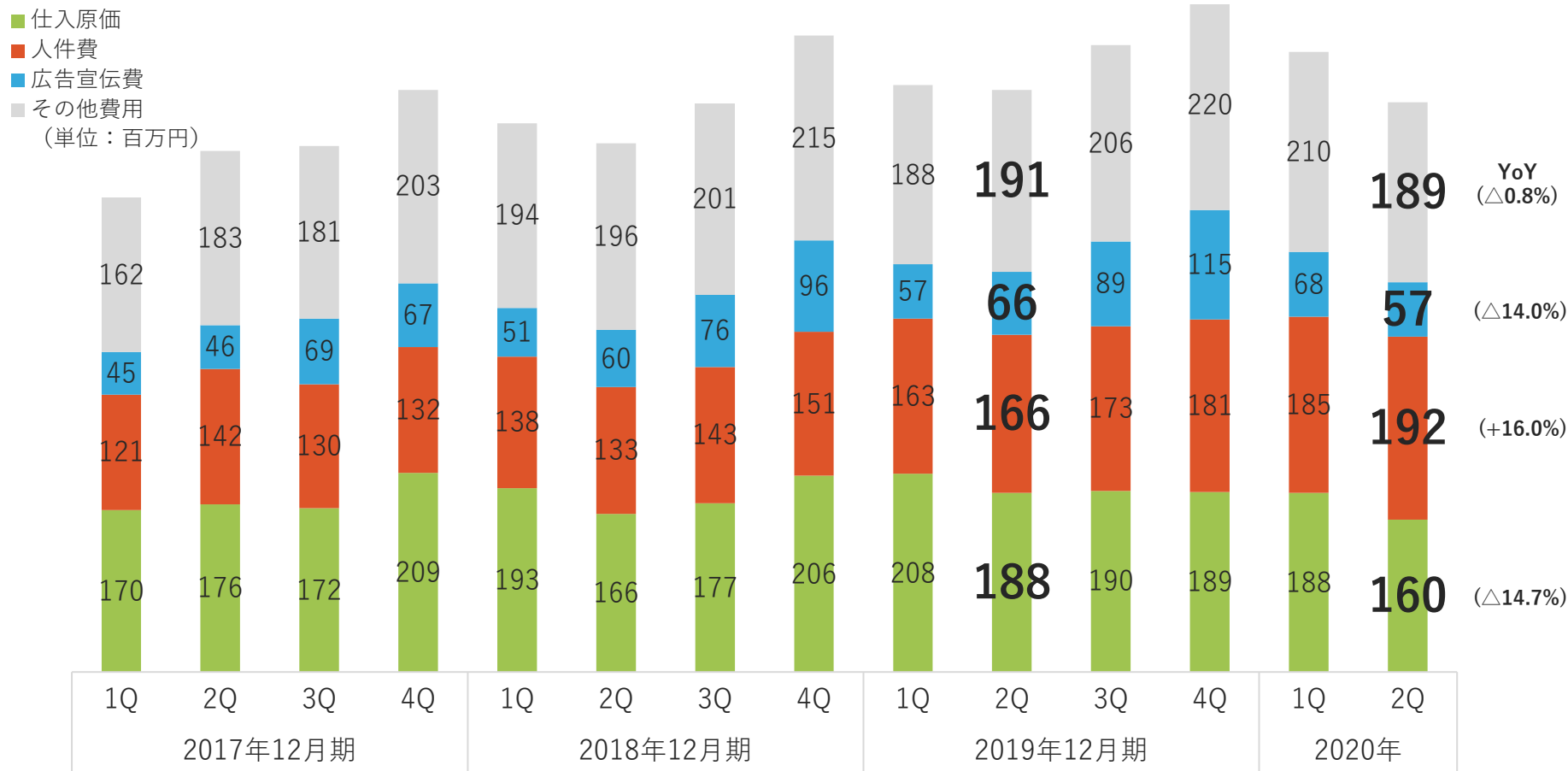
- 国内PIXTA事業：定額制（海外含む）
 - 国内PIXTA事業：単品（海外含む）
 - fotowa ※1
 - Snapmart
 - その他 ※3
- （単位：百万円）



※1: fotowa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。
 ※2: 2017年12月期第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: Topic Images Inc.の買収前に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。

費用の推移

- 人員拡大に伴い、人件費が増加
- 仕入原価の減少は、新型コロナの影響によるPIXTA単品売上の減少が要因

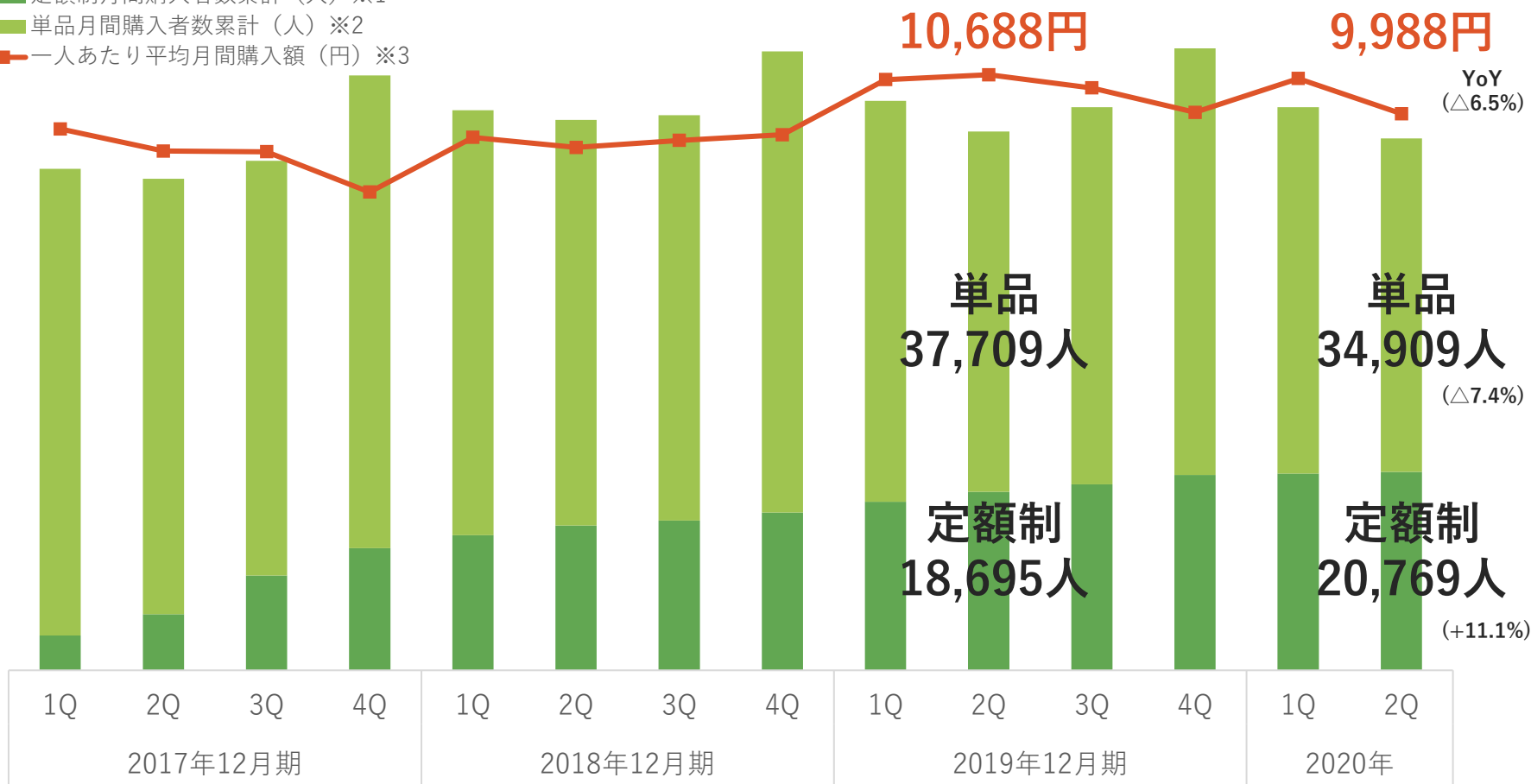


※：2016年第4四半期より連結子会社であるスナップマーケット株式会社の業績を含んでおり、また、2017年第2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.の業績を含んでおります。

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**2,074人（11.1%）**増
- 一人あたり平均月間購入額は、前年同期比**700円（6.5%）**減

■ 定額制月間購入者数累計（人）※1
 ■ 単品月間購入者数累計（人）※2
 ■ 一人あたり平均月間購入額（円）※3



※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：定額制の状況

- 顧客ニーズに幅広く対応するため定額制プランのリニューアルを実施
- 平均月間購入額は減少も、月間新規購入者数は増加

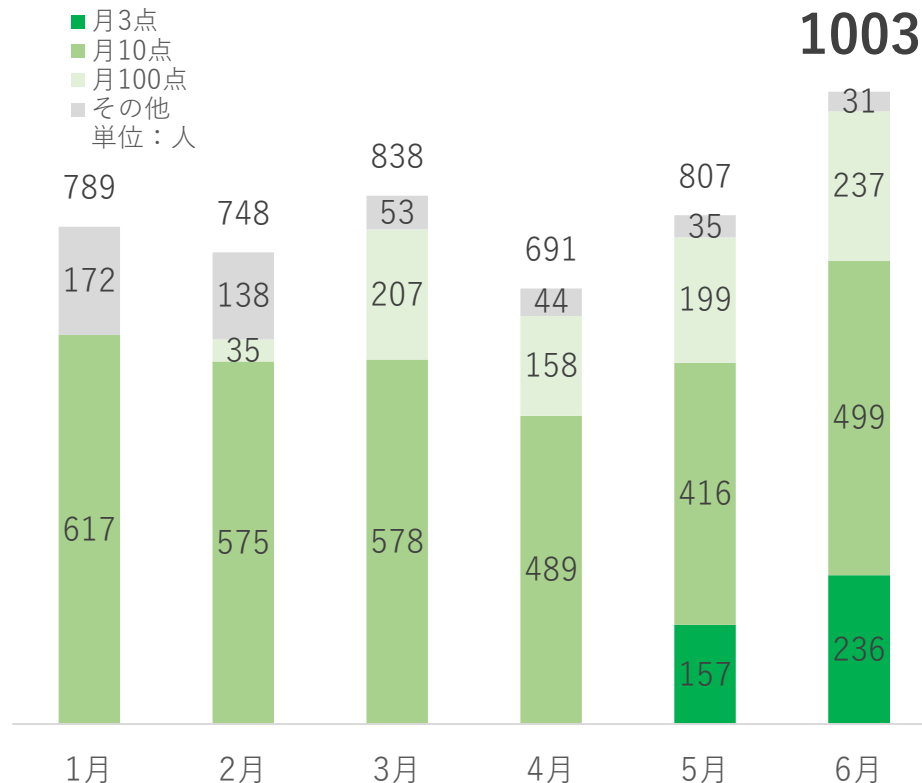
従来の定額制プラン

プラン	ダウンロード数	契約期間	月額（税込）
少量プラン	10点/30日	30日	9,900円
		360日	6,380円
大量プラン	250点/30日 25点/1日 (最大750点/30日)	30日	59,400円
		30日	38,500円
		年	30,250円

新定額制プラン

プラン	ダウンロード数	契約期間	月額（税込）	導入時期
月10点	10点/月	月	9,900円	2/25
		年	6,380円	
月100点	100点/月	月	24,970円	
		年	16,500円	
月350点	350点/月	月	59,400円	
		年	24,970円	
月750点	750点/月	月	69,300円	
		年	29,480円	
月3点	3点/月	月	3,630円	5/11
		年	1,980円	

プラン別月間新規購入者数推移※

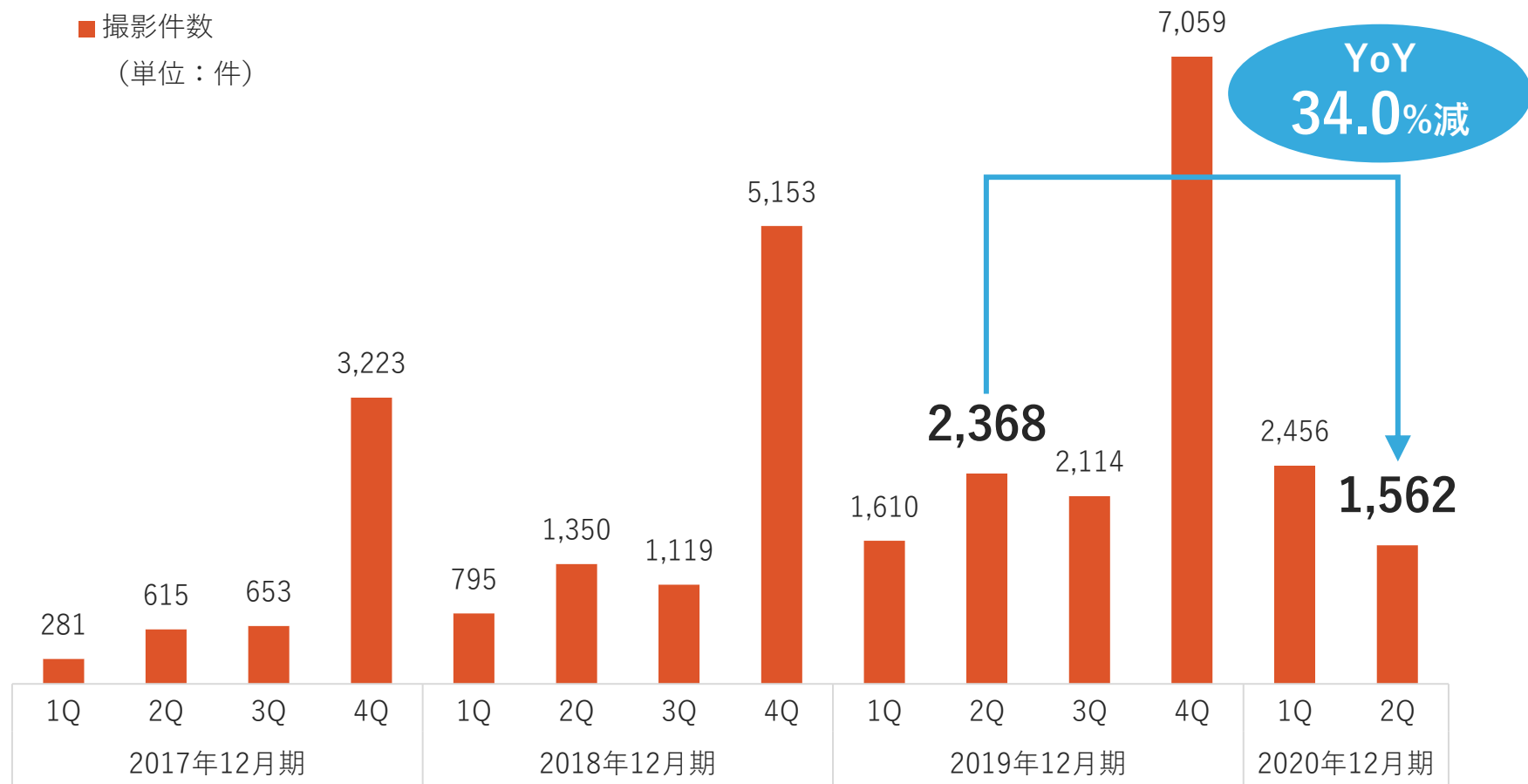


※：プラン別月間新規購入者数（プラン毎に月に1回以上定額制を購入した人）を月毎に合計した数値

※：定額制プランのリニューアル・月3点プランの追加は、日本のみが対象のため、該当グラフは日本円ベースの新規購入のみを集計

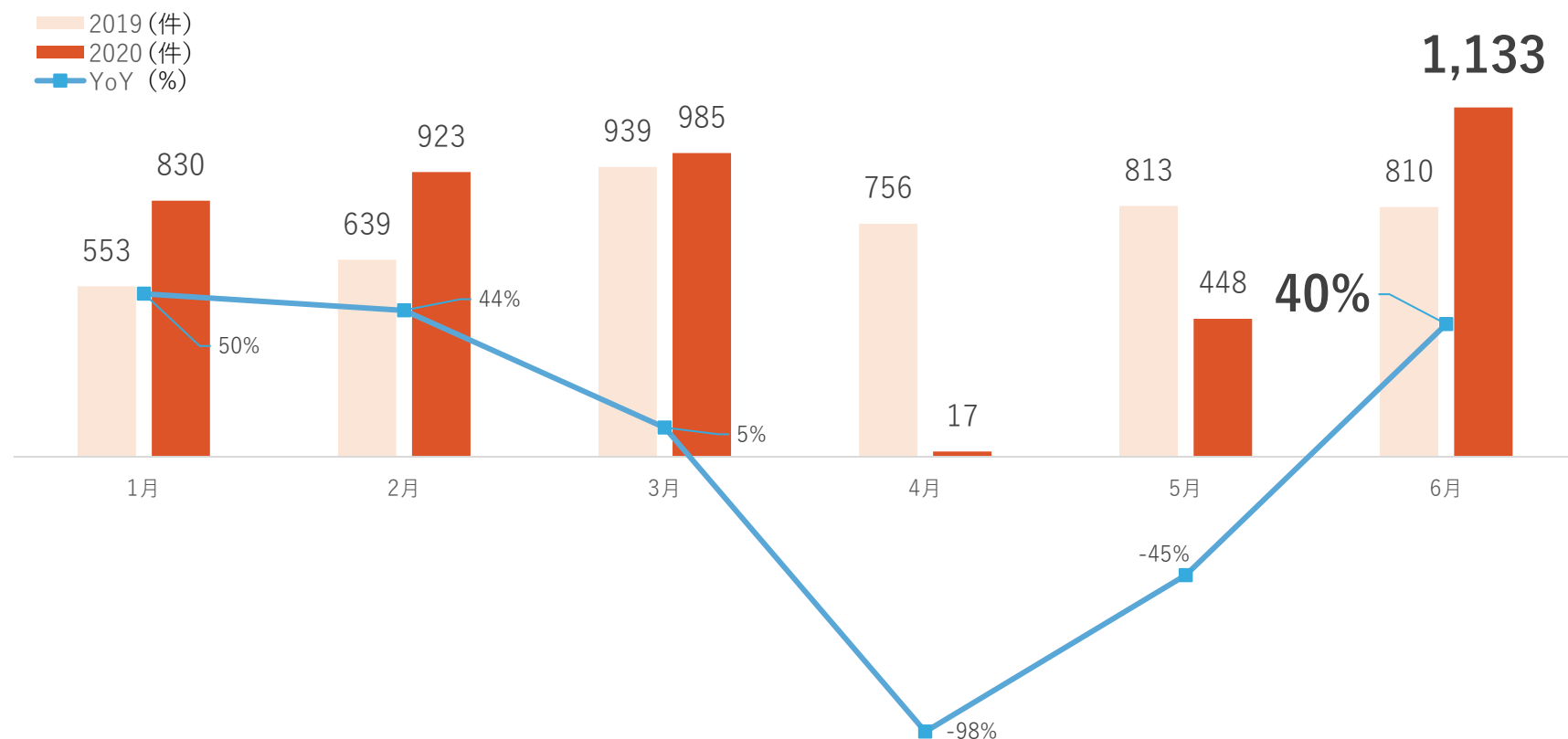
fotowa：撮影件数の推移

- 撮影件数は前年同期比**34.0%**減
- 緊急事態宣言中、撮影自粛による撮影件数減少



fotowa：月間予約件数の推移

- 3月から新型コロナの影響を受け、予約件数は減少
- 緊急事態宣言の影響もあり、4,5月は予約件数が大幅に減少
- 緊急事態宣言解除後は、予約件数が回復し6月は前年同月比で**40%**増



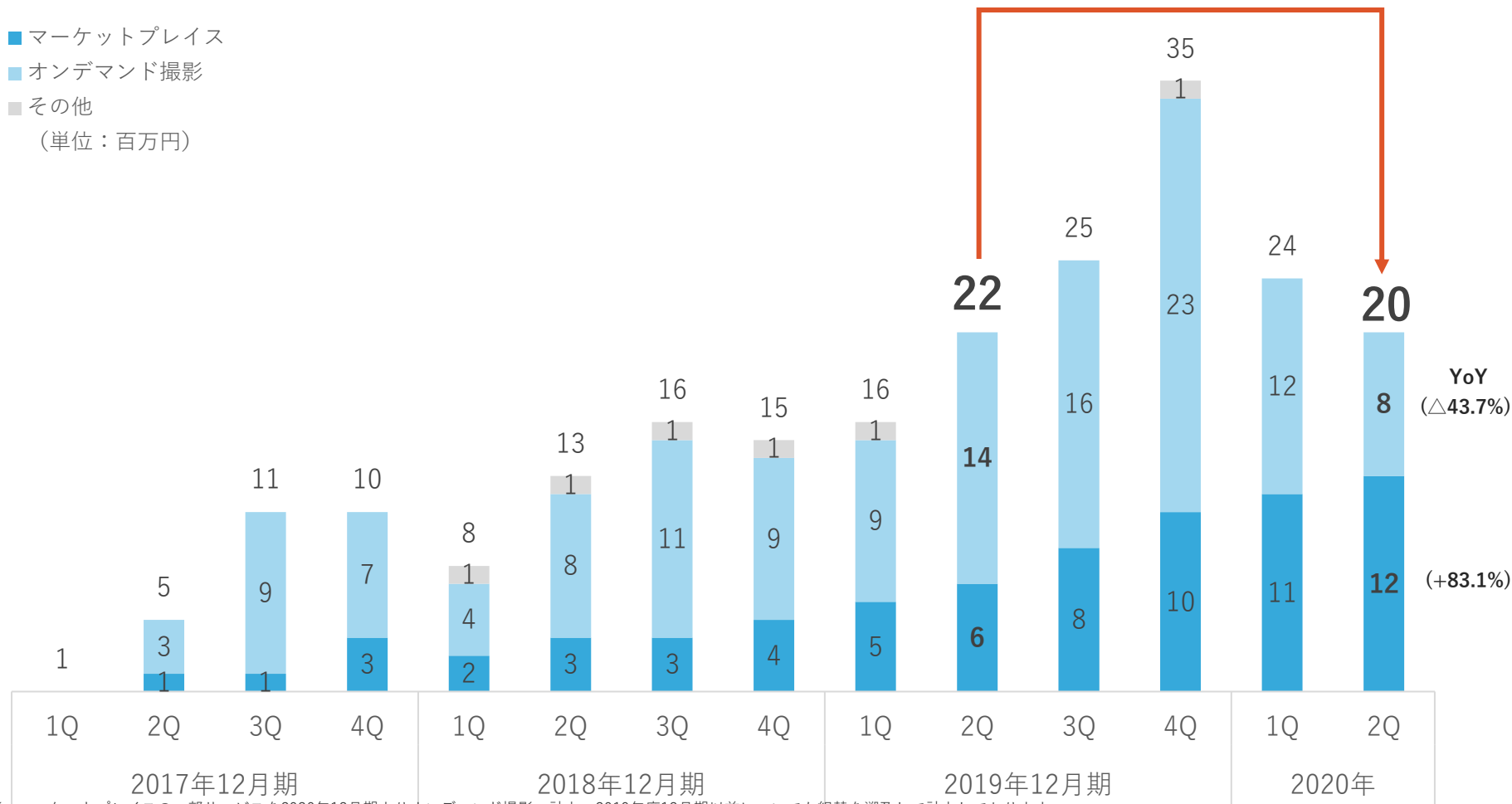
※：予約件数：予約された件数のうちキャンセル数を差し引いた件数

Snapmart：売上高の推移

- マーケットプレイスは前年同期比**83.1%**増
- オンデマンド撮影は前年同期比**43.7%**減

■ マーケットプレイス
 ■ オンデマンド撮影
 ■ その他
 (単位：百万円)

YoY
7.4%減



※：マーケットプレイスの一部サービスを2020年12月期よりオンデマンド撮影へ計上。2019年度12月期以前についても組替を遡及して計上しております。

業績の推移：第2四半期 P/L（連結）

- 新型コロナの影響で、売上高が減少し営業利益は赤字計上
- 韓国子会社の為替損失の影響により、経常利益は赤字計上

(百万円)	2019-2Q	2020-2Q	前年同期比	2019-2Q 累計	2020-2Q 累計	前年同期比
売上高	659	588	△10.8%	1,344	1,258	△6.4%
売上総利益	405	361	△10.8%	820	773	△5.7%
売上総利益率	61.5%	61.4%	△0.1pt	61.0%	61.5%	+0.5pt
営業利益	47	△ 11	-	113	5	△95.4%
営業利益率	+7.2%	△ 1.9%	△9.1pt	+8.4%	+0.4%	△8.0pt
経常利益	39	△ 13	-	103	△ 7	-
純利益	20	△ 130	-	57	△ 136	-

業績の推移：第2四半期 B/S（連結）

- 予備的な資金確保のため銀行借入を行い現預金は前四半期比**24.0%**増
- のれんの減損損失等の影響により、固定資産は**31.4%**減

(百万円)	2020-1Q	2020-2Q	前四半期比	2019年末	前期末比
流動資産	1,515	1,694	+11.8%	1,583	+7.0%
（うち、現預金）	888	1,101	+24.0%	989	+11.3%
固定資産	435	298	△31.4%	438	△31.9%
（うち、のれん）	117	-	△100.0%	129	△100.0%
総資産	1,950	1,992	+2.2%	2,022	△1.5%
流動負債	1,092	1,119	+2.5%	1,145	△2.3%
固定負債	73	219	+197.8%	91	+139.1%
純資産	784	653	△16.7%	784	△16.7%

業績の推移：第2四半期 C/F（連結）

- 営業活動によるC/Fは主に税金等調整前四半期純損失の計上により減少
- 財務活動によるC/Fは主に長期借入れにより前年同期で増加

(百万円)	2019-2Q	2020-2Q	増減	2019年末
営業活動によるキャッシュ・フロー	103	0	△103	226
投資活動によるキャッシュ・フロー	△61	△ 52	9	△128
財務活動によるキャッシュ・フロー	△27	169	197	△57
現金及び現金同等物の期末残高	1,023	1,167	144	1,050

※：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。

(参考) PIXTA：購入者数と一人あたり平均購入額の推移

		2017年12月期				2018年12月期				2019年12月期				2020年12月期	
()		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
合計	売上 (百万円)	509	479	495	533	560	539	552	621	631	602	616	651	626	556
	売上 (百万円)	406	362	356	376	387	352	352	406	407	363	362	386	364	300
単品	月間 購入者数 累計 (人)	48,859	45,593	43,424	49,486	44,497	42,484	42,452	48,275	41,978	37,709	39,474	44,658	38,360	34,909
	一人あたり 平均月間 購入額 (円/人)	8,316	7,948	8,218	7,608	8,709	8,301	8,304	8,424	9,713 ※2	9,629	9,195	8,657	9,493	8,597
定額制	売上 (百万円)	103	117	139	157	173	187	200	215	224	239	253	265	261	255
	月間 購入者数 累計 (人)	3,633	5,864	9,906	12,776	14,140	15,142	15,665	16,505	17,630	18,695	19,475	20,444	20,602	20,769
	一人あたり 平均月間 購入額 (円/人)	28,522	19,977 ※1	14,076	12,352	12,253	12,416	12,773	13,082	12,709	12,822	12,998	12,976	12,715	12,325

※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、月間購入者数累計は減少。

※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. 2020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

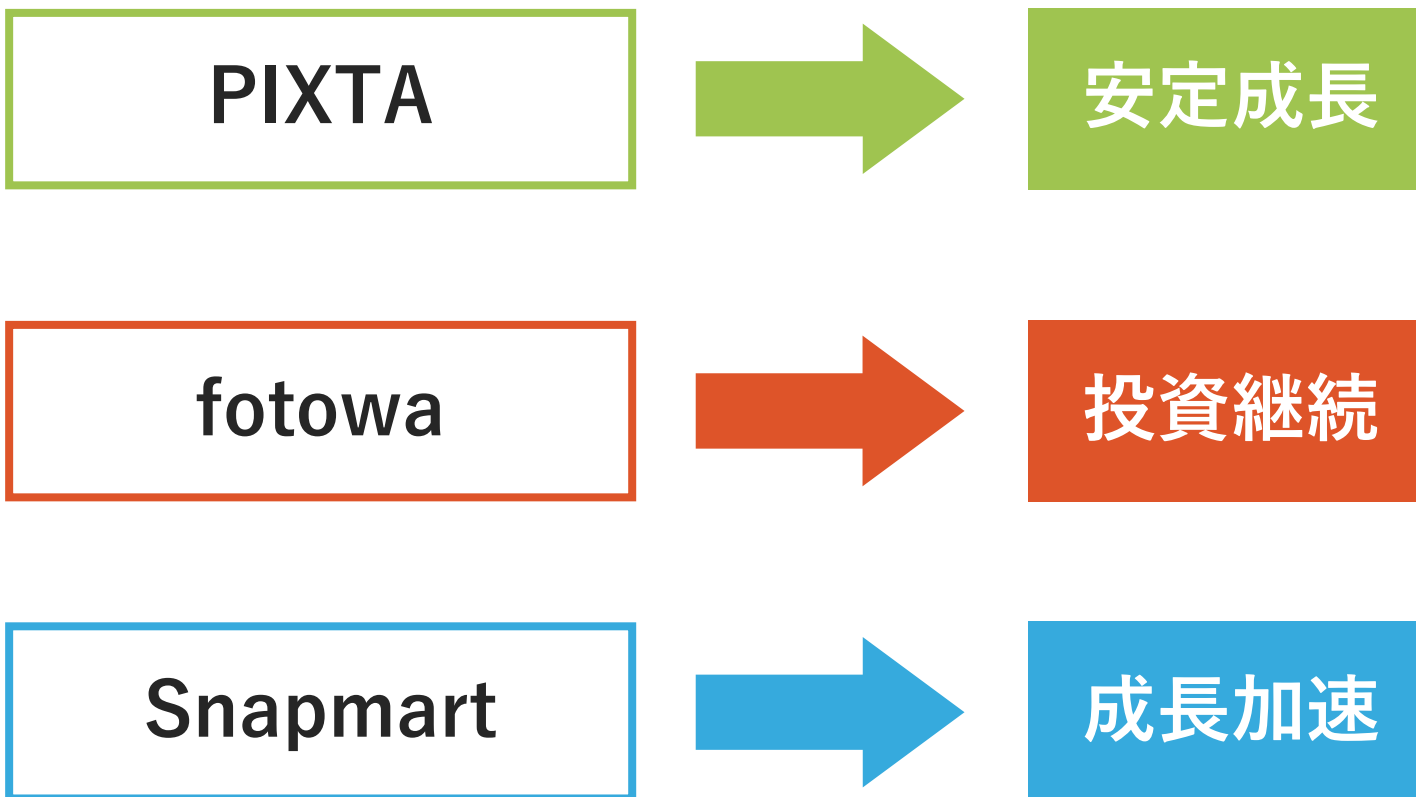


2020年12月期 連結業績予想

- 連結子会社における減損損失を計上したこと、並びに新型コロナウイルス感染症のリスク拡大による事業環境の変化により、現時点では合理的な業績予想の算定が困難なため、2020年2月13日に公表した2020年12月期の業績予想を一旦取り下げ、通期業績予想は未定とさせていただきます。
- 今後、業績への影響を慎重に見極め、合理的な業績予想の算定が可能となった時点で速やかに公表いたします。

2020年12月期の全体方針

PIXTAの収益基盤を元に
fotowa・Snapmartの成長を加速



2020年12月期の各事業重点施策

■ PIXTA

- 定額制プランの拡充
- 大企業・代理店向け高単価・希少写真素材の販売
- 商用撮影領域への展開

■ fotowa

- ニューボーンフォトのプロモーション強化
- 決済手段の充実化による顧客体験の向上

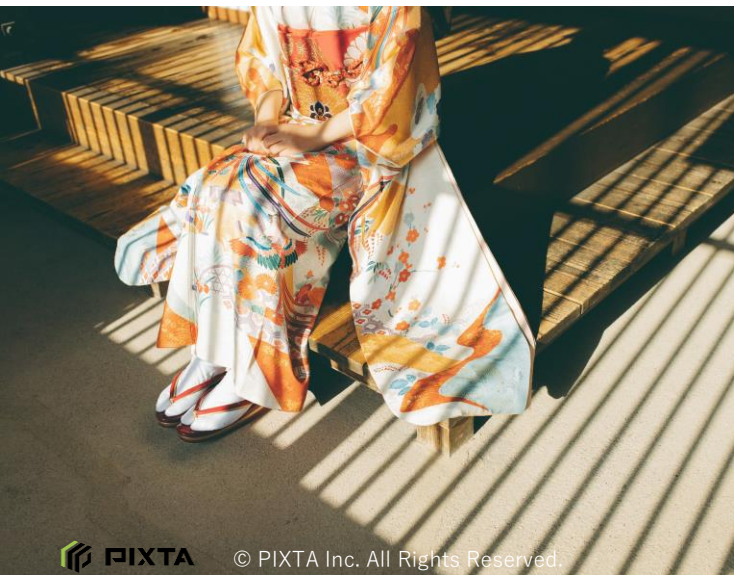
■ Snapmart

- マーケットプレイス定額制契約数増加に向けたSEO対策強化
- 好調なオンデマンド撮影拡大のため営業強化



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：2254514, 3108204, 2142105, 2858373, 3182113, 3300695



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110名 単体92名 (2020年6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

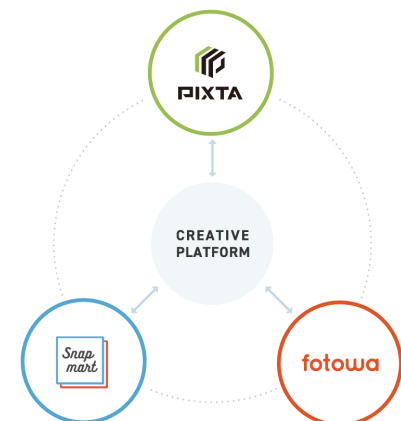


自然でオシャレな
出張撮影なら

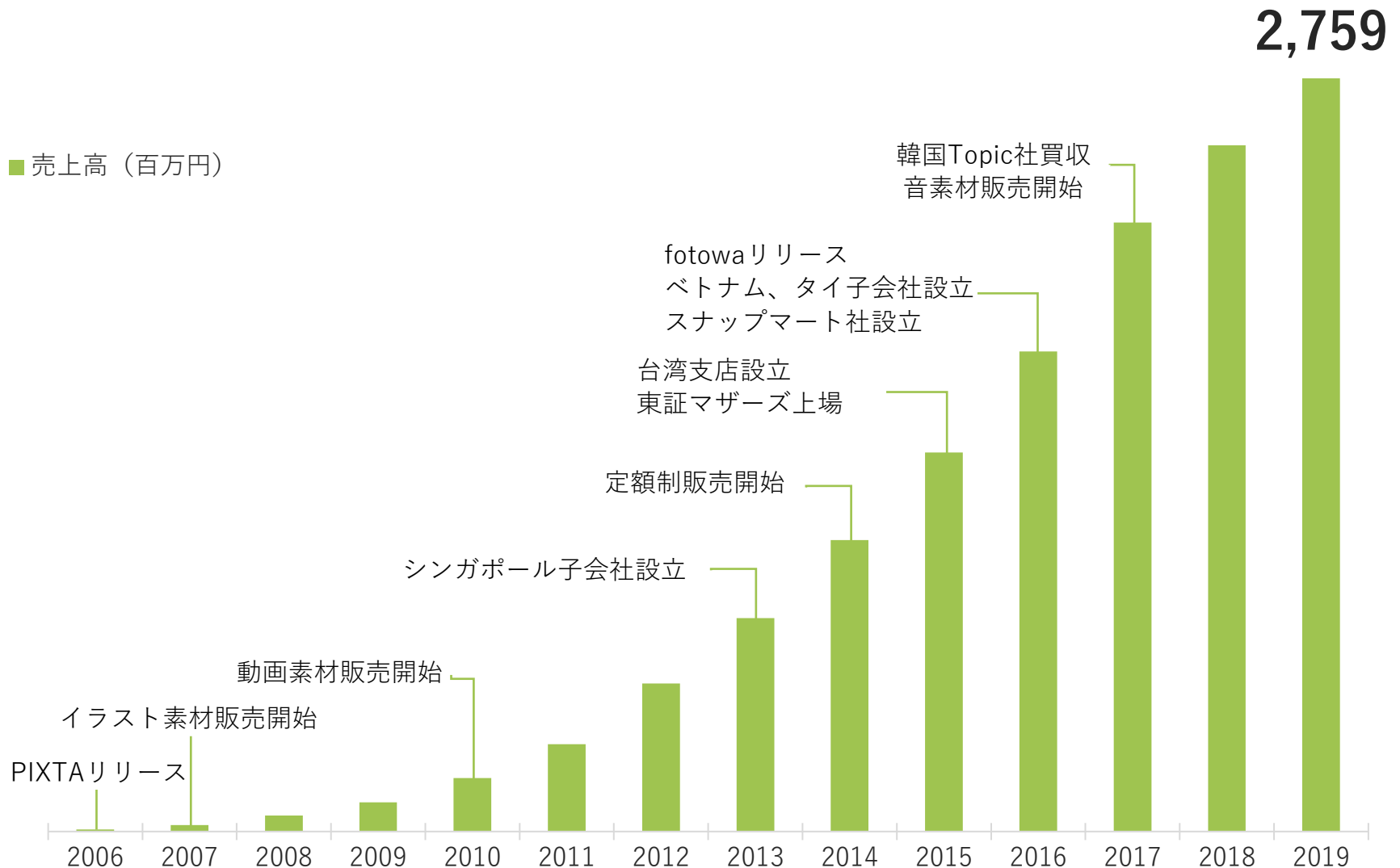
fotowa

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

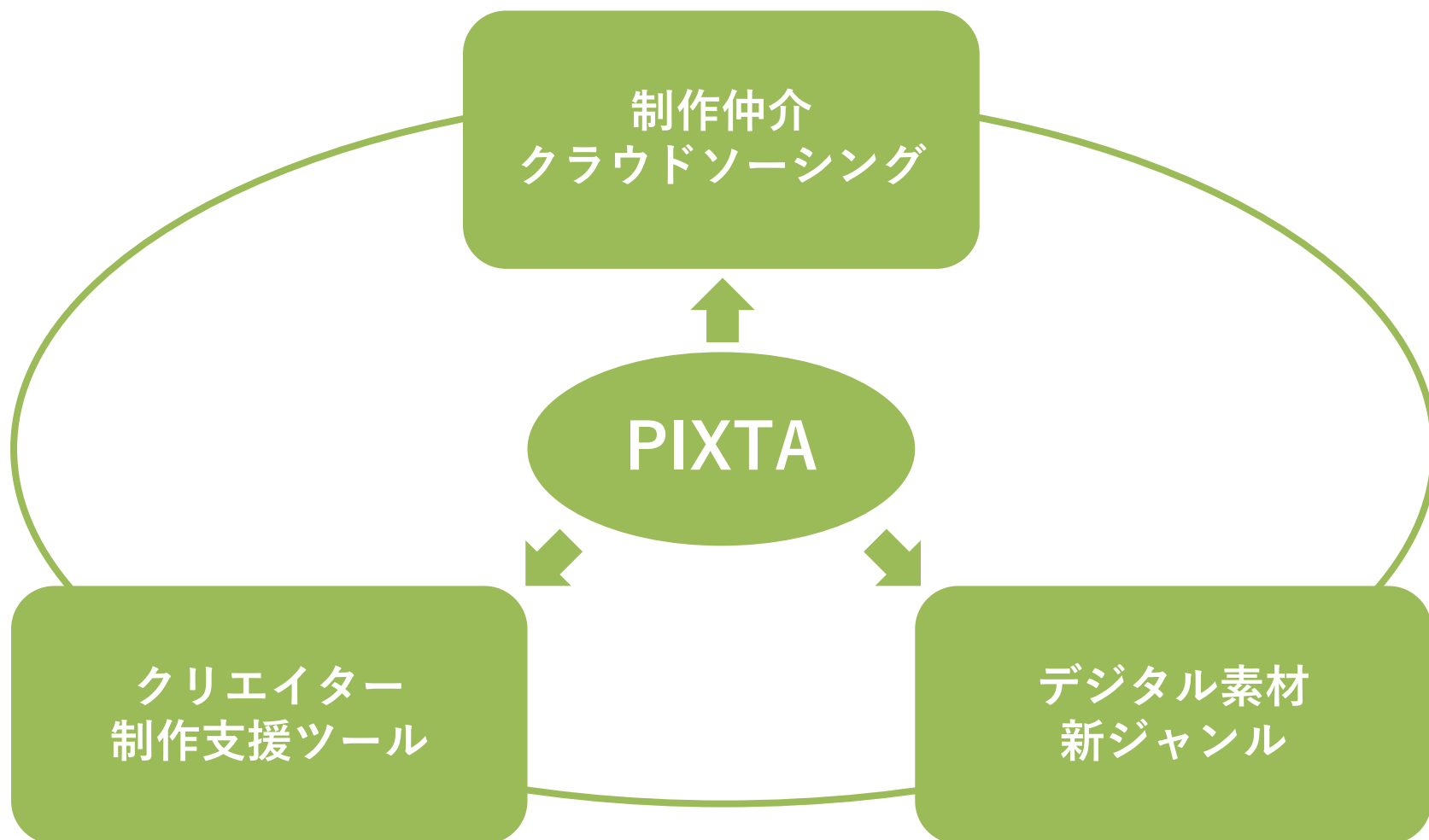
- 28万人以上の強固なクリエイター基盤 (※1)
 - メジャーからニッチジャンルまであらゆるクリエイティブが揃う
- 約3,800万点の圧倒的なコンテンツ数 (※1)
 - 年間800万点以上（毎日数万点）の素材投稿
 - 特に日本関連素材では質・量ともに他社を圧倒
- 積み上げ型事業モデル & アジア市場への進出
 - 高い継続率で日本以外の市場でも顧客数が着実に増加
- 開発・Webマーケティング力
 - 自社独自のSEO・広告運用により国内同業内で最大アクセス数 (※2)

※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



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

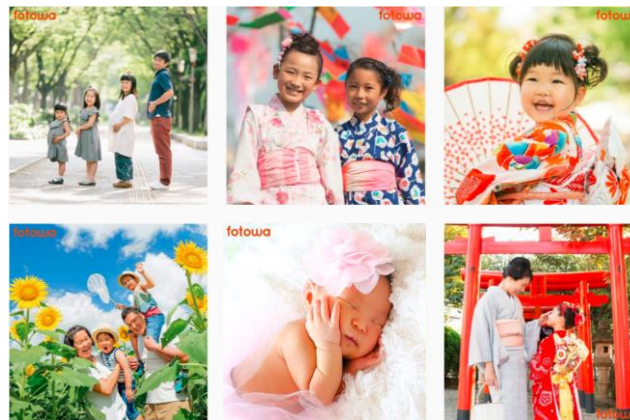
データ受取不可

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

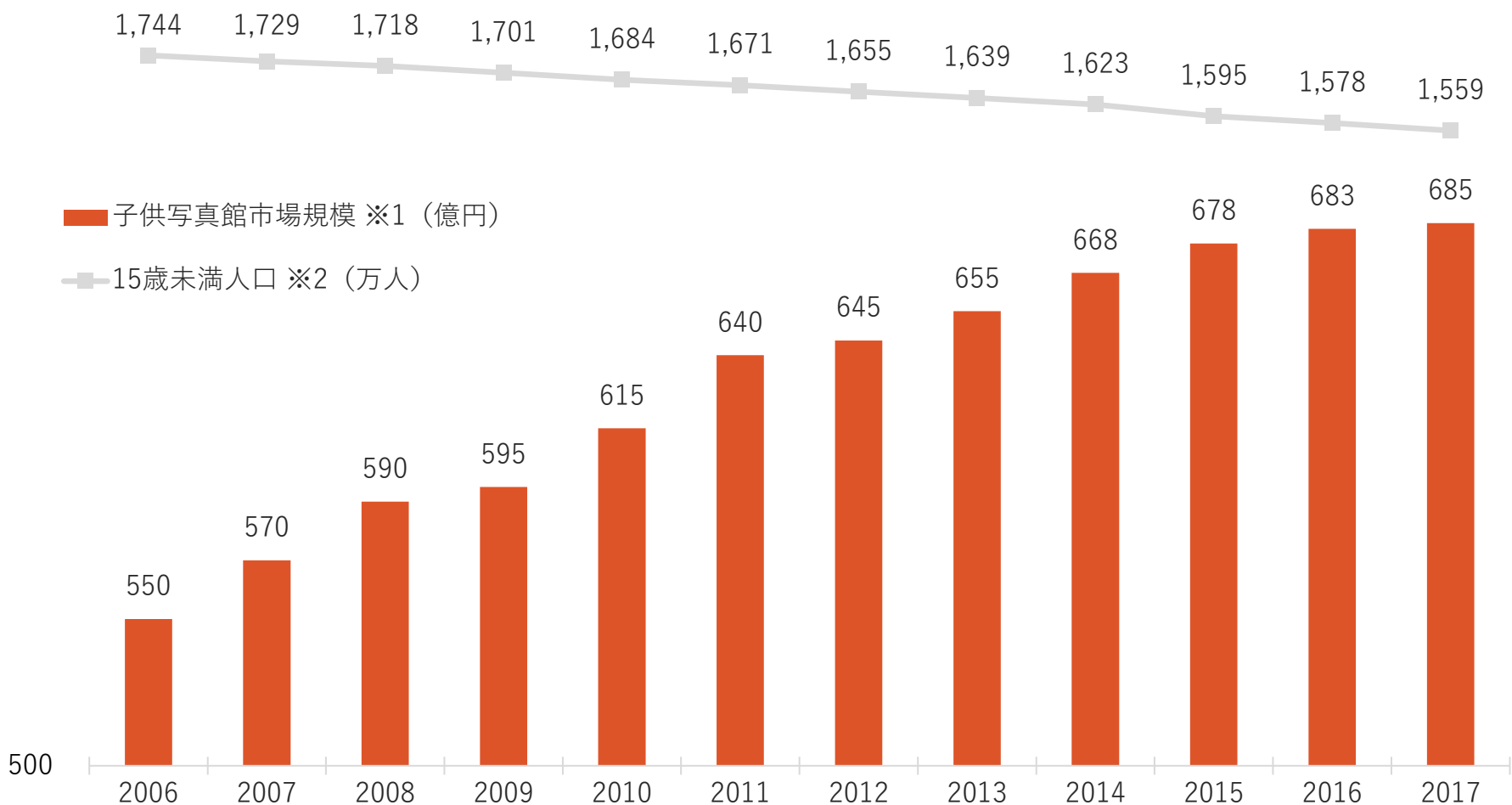
旅行

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

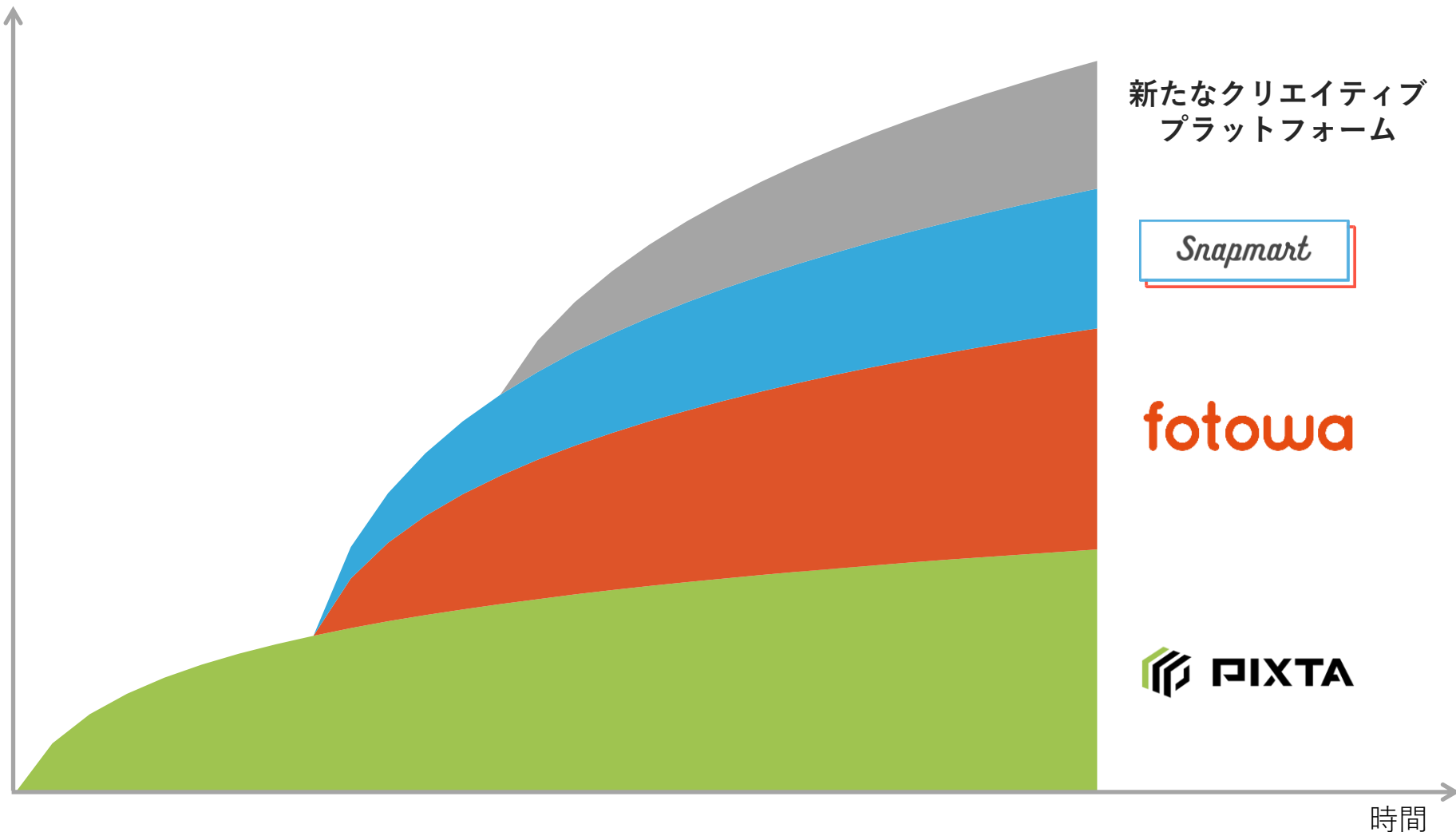


※UI：ユーザーインターフェース。サイト上の情報やデザイン等、ユーザーがサービス利用の際に触れる表示や機能全般
UX：ユーザーエクスペリエンス。製品やサービス利用を通じてユーザーが得られる体験

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

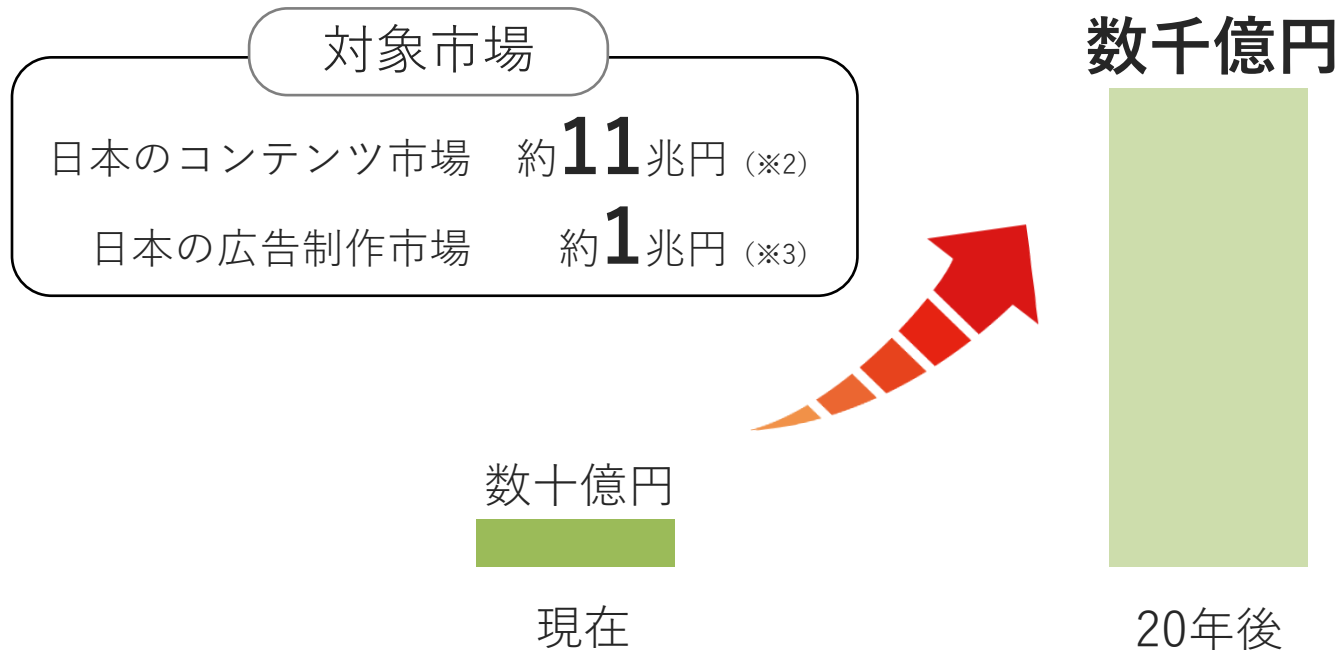
デザイン 画像素材 動画制作 ナレーション
音源 記事制作 イベント撮影 等

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>

