



2020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]  
2020年11月13日

# 目次

1. 2020年12月期 第3四半期決算概要
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

## 各事業への影響

- 全社的には、6月以降、新型コロナの影響は緩和
- 売上高は前年同期の水準には届かずも、徐々に回復

PIXTA



- 単品の売上高は、前年同期比で減少。新型コロナの影響は緩和
- 定額制の新規契約数は、定額制リニューアルの影響を受け増加

fotowa



- 予約件数は、6月以降順調に回復。新型コロナの影響は緩和
- 撮影件数は、予約件数の回復に伴い、前年同期比で増加

Snapmart



- マーケットプレイスの売上高は、堅調に推移。新型コロナの影響は限定的
- オンデマンド撮影の売上高は、前年同期比で減少。新型コロナの影響は緩和



# 1. 2020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：34393898,38178029,54310363,65132658



## 第3四半期業績ハイライト

- 累計売上高は前年同期比**5.6%**減
- 累計営業利益は前年同期比**92.1%**減

(百万円)	2019-3Q	2020-3Q	前年同期比	2019-3Q 累計	2020-3Q 累計	前年同期比
売上高	670	<b>643</b>	△4.0%	2,014	<b>1,902</b>	△5.6%
営業利益	10	<b>4</b>	△58.2%	123	<b>9</b>	△92.1%
営業利益率	1.6%	<b>0.7%</b>	△0.9pt	6.1%	<b>0.5%</b>	△5.6pt
純利益	△0	<b>5</b>	-	57	△ <b>130</b>	-

## 第3四半期の振り返り

### ■ PIXTA

- 定額制の売上高は、前年同期比**5.7%**増
- 単品の売上高は、前年同期比**10.1%**減。新型コロナ影響は緩和

### ■ fotowa

- fotowaの取扱高は、前年同期比**36.3%**増
- 撮影件数は、前年同期比**42.5%**増。新型コロナの影響は緩和

### ■ Snapmart

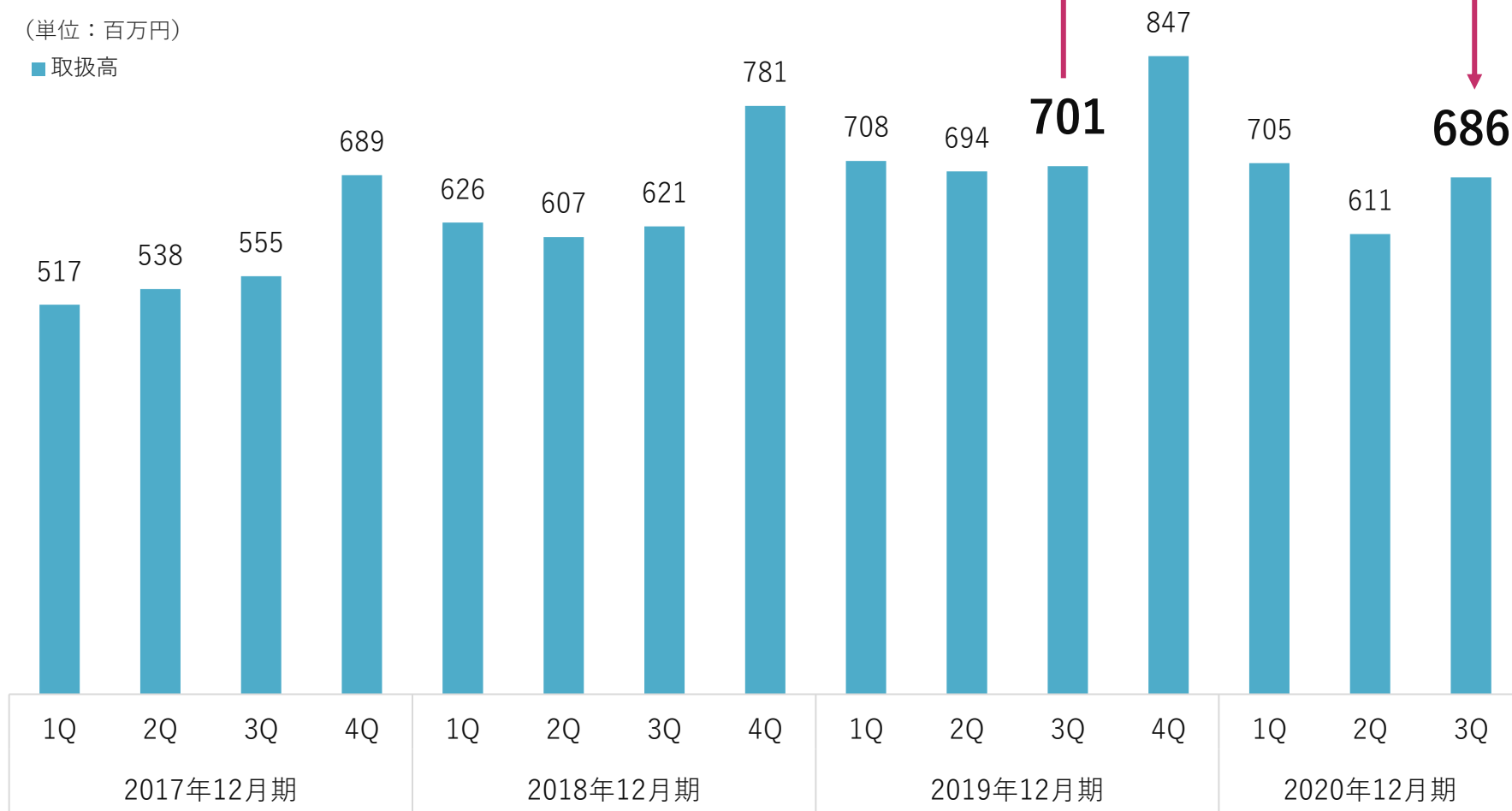
- 売上高は前年同期比**4.4%**増
- マーケットプレイスの売上高は、堅調に推移。前年同期比**65.5%**増

# 連結取扱高の推移

- 取扱高※は、前年同期比**2.1%減**

(単位：百万円)

■ 取扱高



※：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。

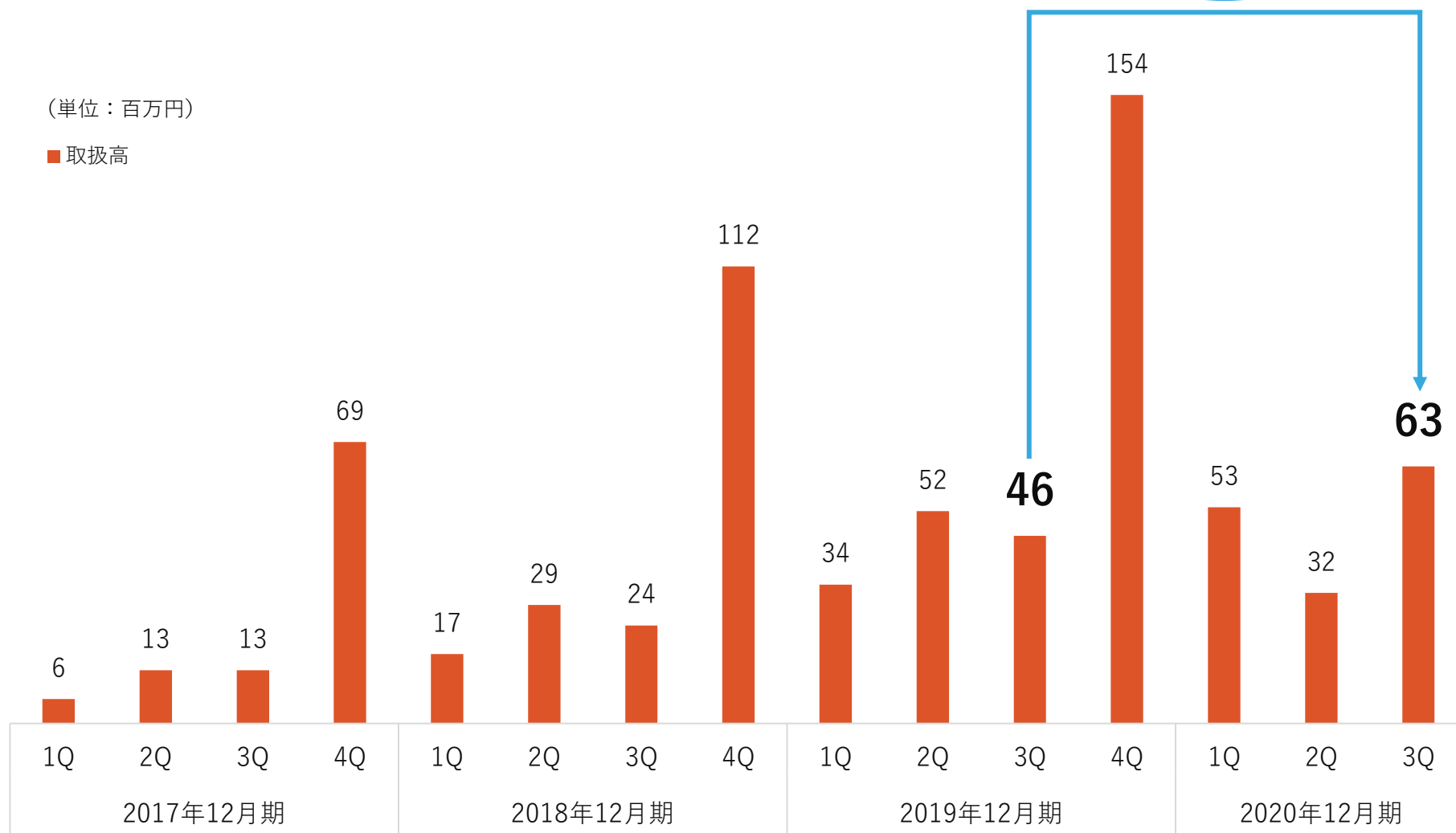
# fotowa取扱高の推移

- fotowaの取扱高は、前年同期比**36.3%**増

YoY  
**36.3%**増

(単位：百万円)

■ 取扱高



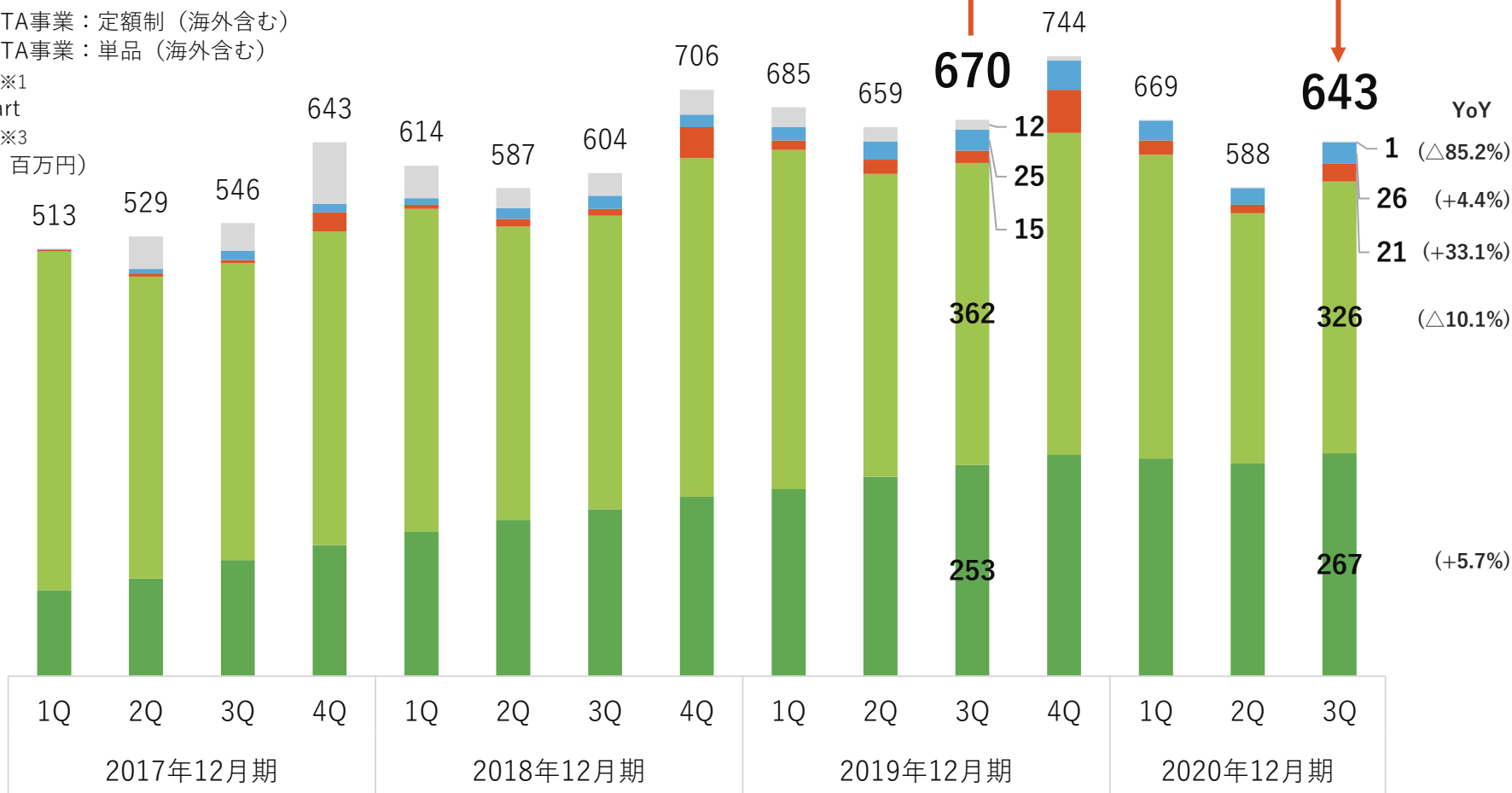


# 事業別連結売上高の推移

- 定額制の売上高は、前年同期比**5.7%**増
- fotowaの売上高は、前年同期比**33.1%**増

YoY  
4.0%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)

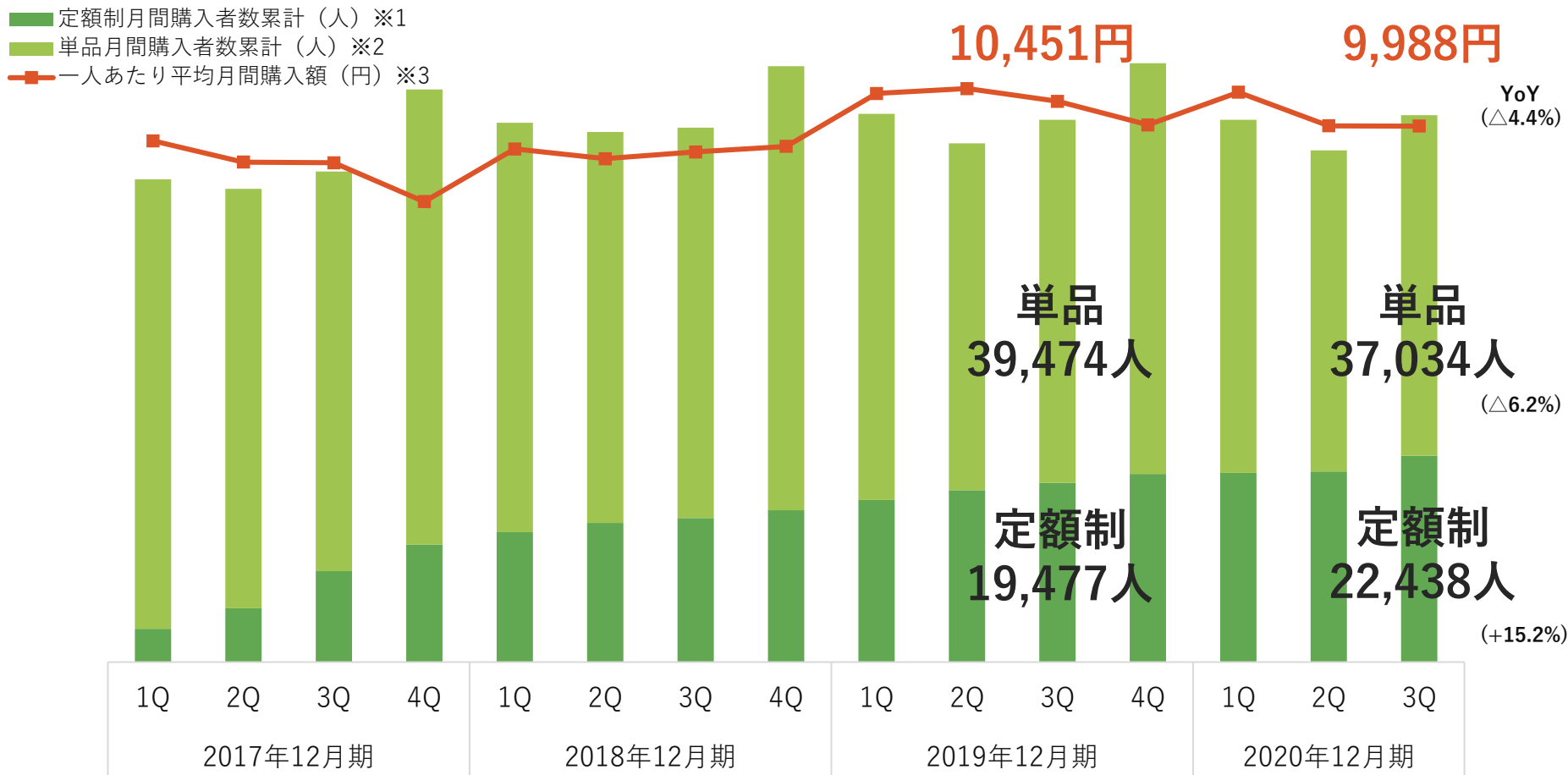


※1：fotowaの売上高は、取扱高からフォトグラファーへの支払を控除したネットで計上しております。  
 ※2：2017年12月期第2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.の業績を含んでおります。  
 ※3：Topic Images Inc.の買収前に行っているライツ・マネージド事業等を含んでおります。



# 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**2,961人（15.2%）**増
- 一人あたり平均月間購入額は、前年同期比**463円（4.4%）**減



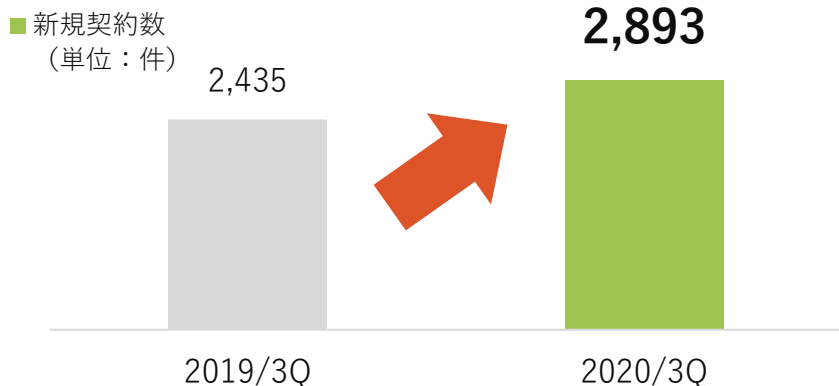
※1：定額制月間購入者数（月に1回以上定額制を購入した人数）の3か月分を合計した数値

※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

# 定額制リニューアルの影響について

新規契約数は、前年同期比**18.8%**増

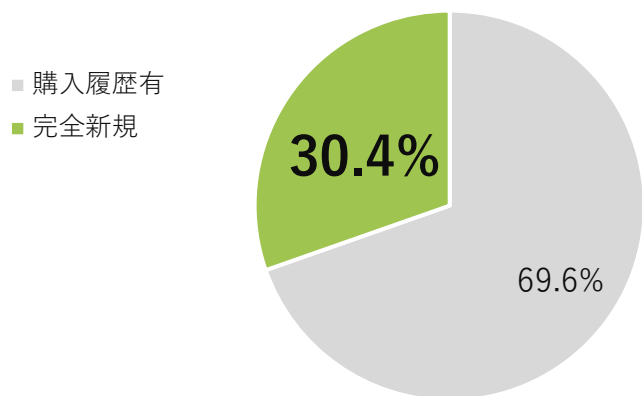


新規契約のうち、  
年間契約数の前年同期比

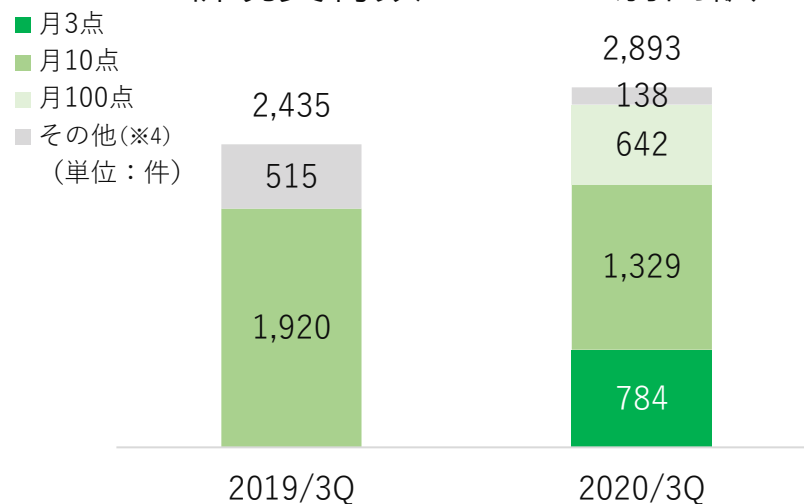
2019/3Q→2020/3Q

**2.4倍**

新設の月3点、100点プラン契約者のうち、  
PIXTAでの購入が初めての顧客割合は**30.4%**



新規契約数のプラン別内訳



※1：定額制のプランリニューアルは、2020/2/25に実施。月3点プランは、2020/5/11に提供開始。

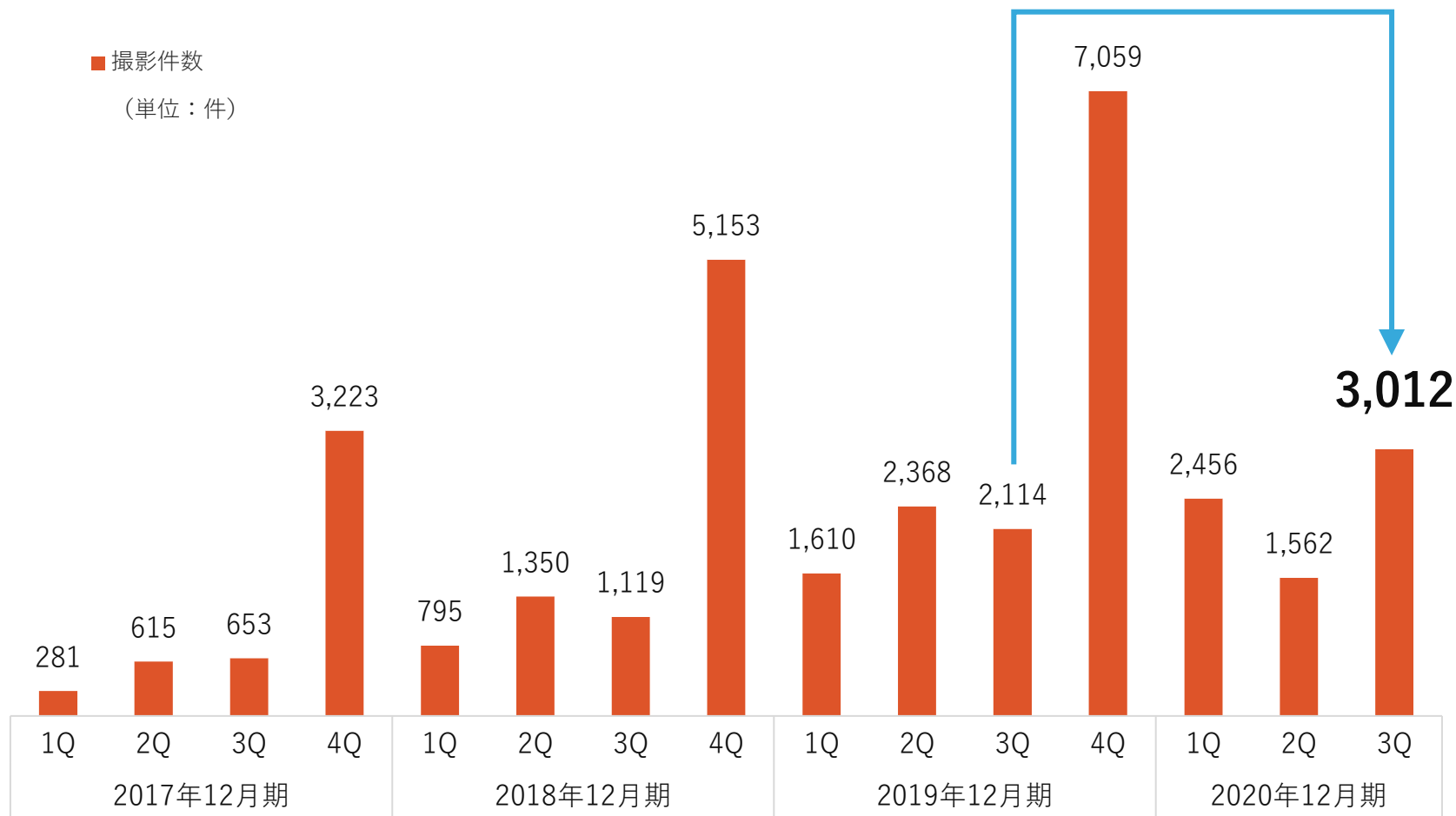
※2：集計期間は、2019/7/1～2019/9/30と、2020/7/1～2020/9/30を各々集計し比較

※3：集計対象は、日本円により決済されたプランのみ。また契約キャンセルは除外しております。

※4：その他には、月350点プラン・月750点プラン・複数名向け画像定額制プラン・カスタムプラン等が含まれております。

## fotowa：撮影件数の推移

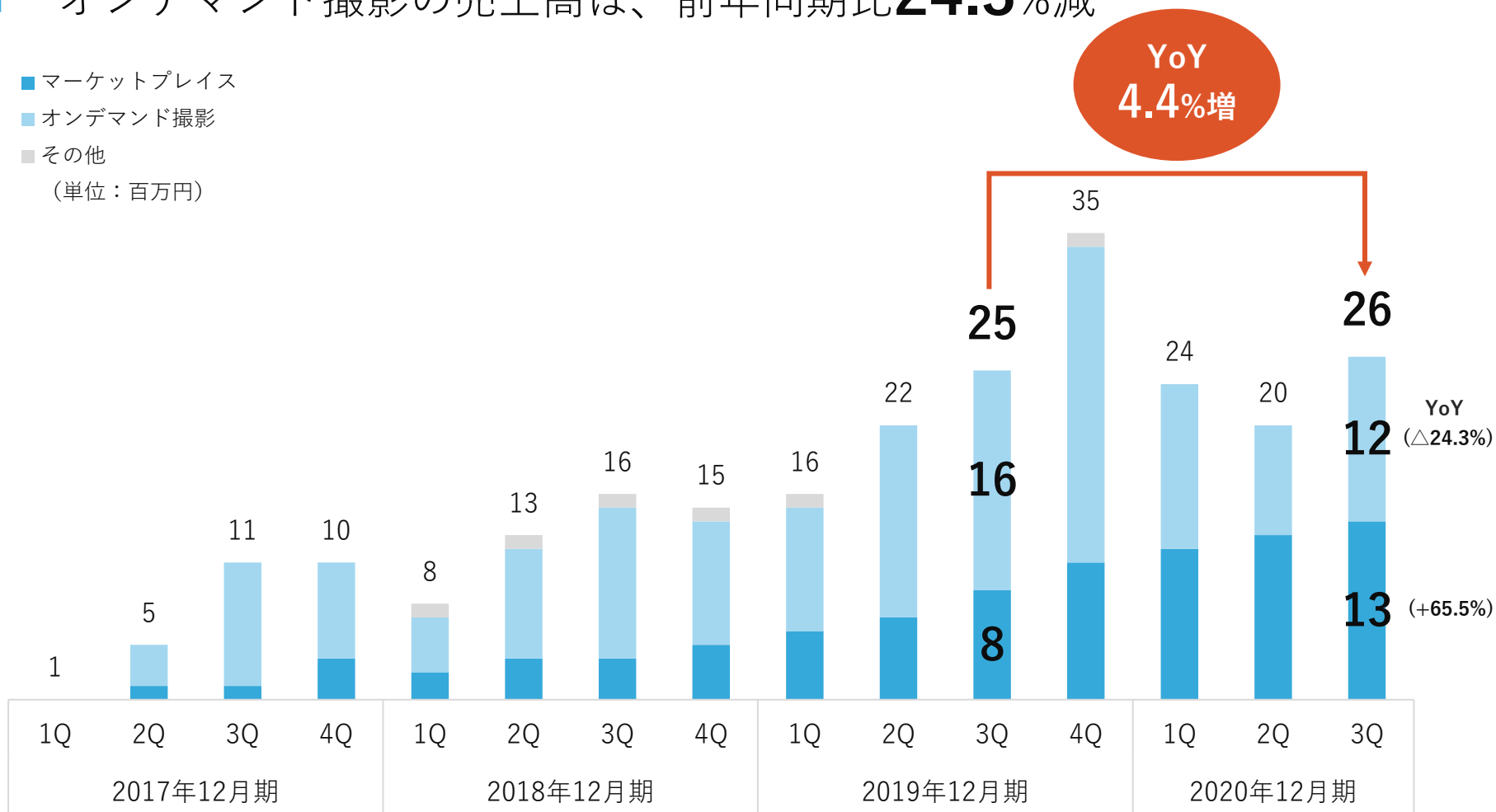
- 撮影件数は、前年同期比**42.5%**増
- 新型コロナの影響は、6月以降緩和



# Snapmart：売上高の推移

- マーケットプレイスの売上高は、前年同期比**65.5%**増
- オンデマンド撮影の売上高は、前年同期比**24.3%**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)



※：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3四半期 P/L（連結）

- 累計経常利益は、韓国子会社の為替損失の影響により赤字計上

(百万円)	2019-3Q	2020-3Q	前年同期比	2019-3Q 累計	2020-3Q 累計	前年同期比
売上高	670	<b>643</b>	△4.0%	2,014	<b>1,902</b>	△5.6%
売上総利益	409	<b>407</b>	△0.5%	1,230	<b>1,180</b>	△4.0%
売上総利益率	61.1%	<b>63.3%</b>	+2.2pt	61.1%	<b>62.1%</b>	+1.0pt
営業利益	10	<b>4</b>	△58.2%	123	<b>9</b>	△92.1%
営業利益率	+1.6%	<b>+0.7%</b>	△0.9pt	+6.1%	<b>+0.5%</b>	△5.6pt
経常利益	10	<b>6</b>	△36.2%	113	<b>△1</b>	-
純利益	△0	<b>5</b>	-	57	<b>△130</b>	-

## 業績の推移：第3四半期 B/S（連結）

- 現預金は、予備的資金の確保のため銀行借入を行い増加
- 流動負債の増加は、定額制の売上増加に伴う、前受金の増加が要因

(百万円)	2020-2Q	2020-3Q	前四半期比	2019年末	前期末比
流動資産	1,694	<b>1,910</b>	+12.8%	1,583	+20.6%
（うち、現預金）	1,101	<b>1,243</b>	+12.9%	989	+25.7%
固定資産	298	<b>287</b>	△3.9%	438	△34.5%
（うち、のれん）	-	-	-	129	△100.0%
総資産	1,992	<b>2,197</b>	+10.3%	2,022	+8.6%
流動負債	1,119	<b>1,279</b>	+14.3%	1,145	+11.7%
固定負債	219	<b>256</b>	+17.0%	91	+179.7%
純資産	653	<b>660</b>	+1.1%	784	△15.8%



# (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	3Q
合計	売上 (百万円)	509	479	495	533	560	539	552	621	631	602	616	651	626	556	594
	売上 (百万円)	406	362	356	376	387	352	352	406	407	363	362	386	364	300	326
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	38,361	34,910	37,034
	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	8,814
定額制	売上 (百万円)	103	117	139	157	173	187	200	215	224	239	253	265	261	255	267
	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	19,477	20,449	20,588	20,726	22,438
	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	12,997	12,973	12,724	12,350	11,927

※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. 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



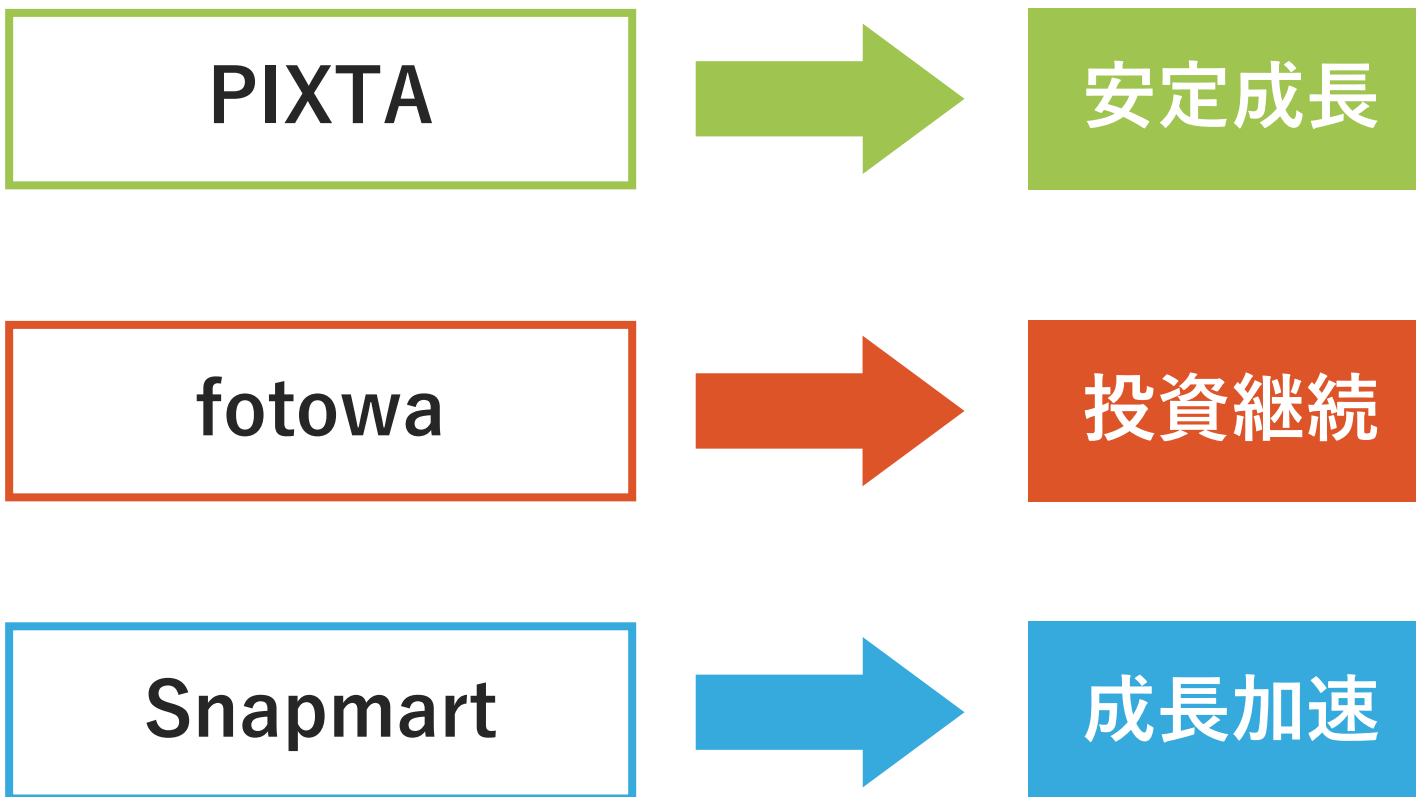
## 2020年12月期 連結業績修正予想

- 売上高は、前期比**4.8%**減の見通し。新型コロナの影響は緩和も、当初予想の水準には届かず
- 営業利益は、第4四半期の売上高回復を加味するも、オフィス移転費用約30百万円を販管費で計上予定のため、減少見込み

(百万円)	2019/12 通期 (実績)	2020/12 通期 (当初予想)	2020/12 通期 (修正予想)	前期比 (修正予想)
売上高	2,759	3,087	<b>2,628</b>	△4.8%
営業利益	160	240	<b>0</b>	-
営業利益率	5.8%	7.8%	-	△5.8pt
純利益	90	161	<b>△154</b>	-

## 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：1058689, 1107694, 2370541, 3658952



# 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111名 単体93名 (2020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

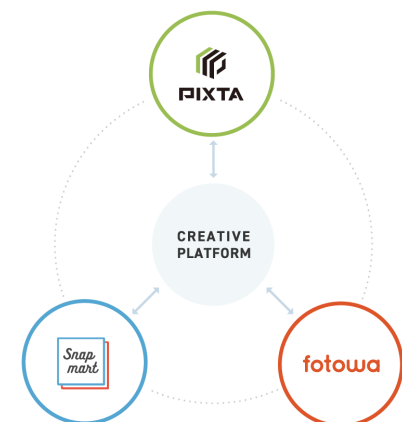


自然でオシャレな  
出張撮影なら

fotowa

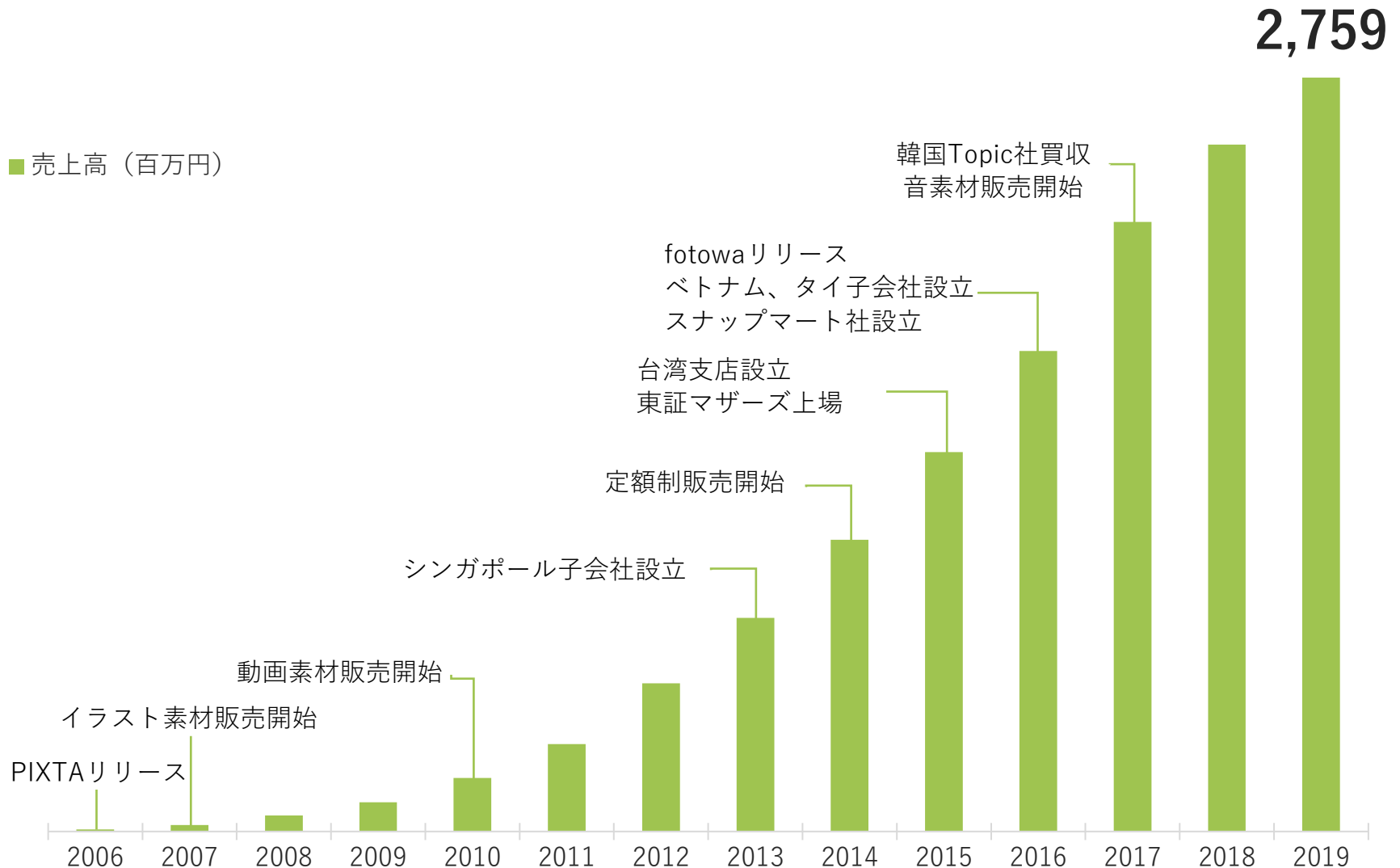
コンテンツ流通に  
“素人革命”を

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

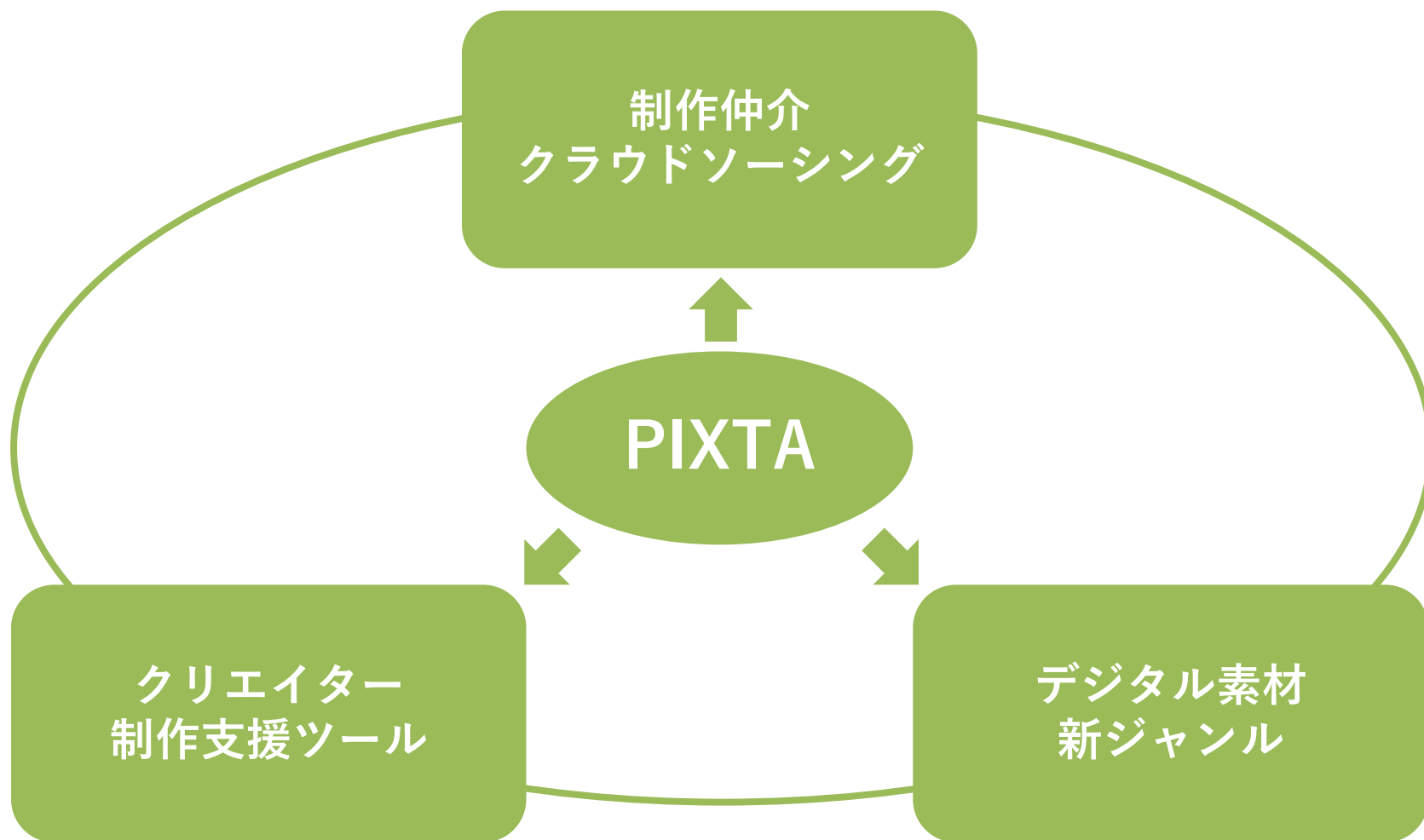
- 28万人以上の強固なクリエイター基盤 (※1)
  - メジャーからニッチジャンルまであらゆるクリエイティブが揃う
- 約3,800万点の圧倒的なコンテンツ数 (※1)
  - 年間800万点以上（毎日数万点）の素材投稿
  - 特に日本関連素材では質・量ともに他社を圧倒
- 積み上げ型事業モデル & アジア市場への進出
  - 高い継続率で日本以外の市場でも顧客数が着実に増加
- 開発・Webマーケティング力
  - 自社独自のSEO・広告運用により国内同業内で最大アクセス数 (※2)

※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



### 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

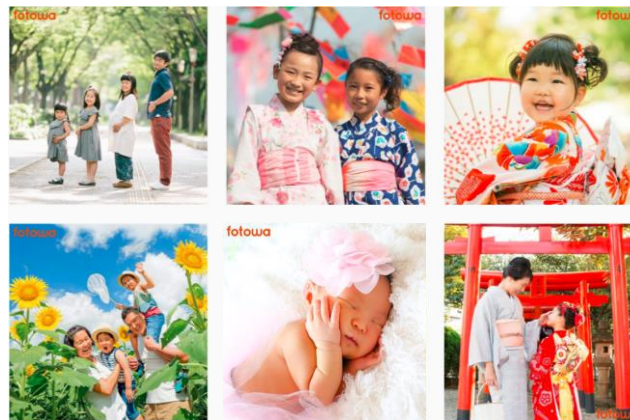
データ受取不可

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

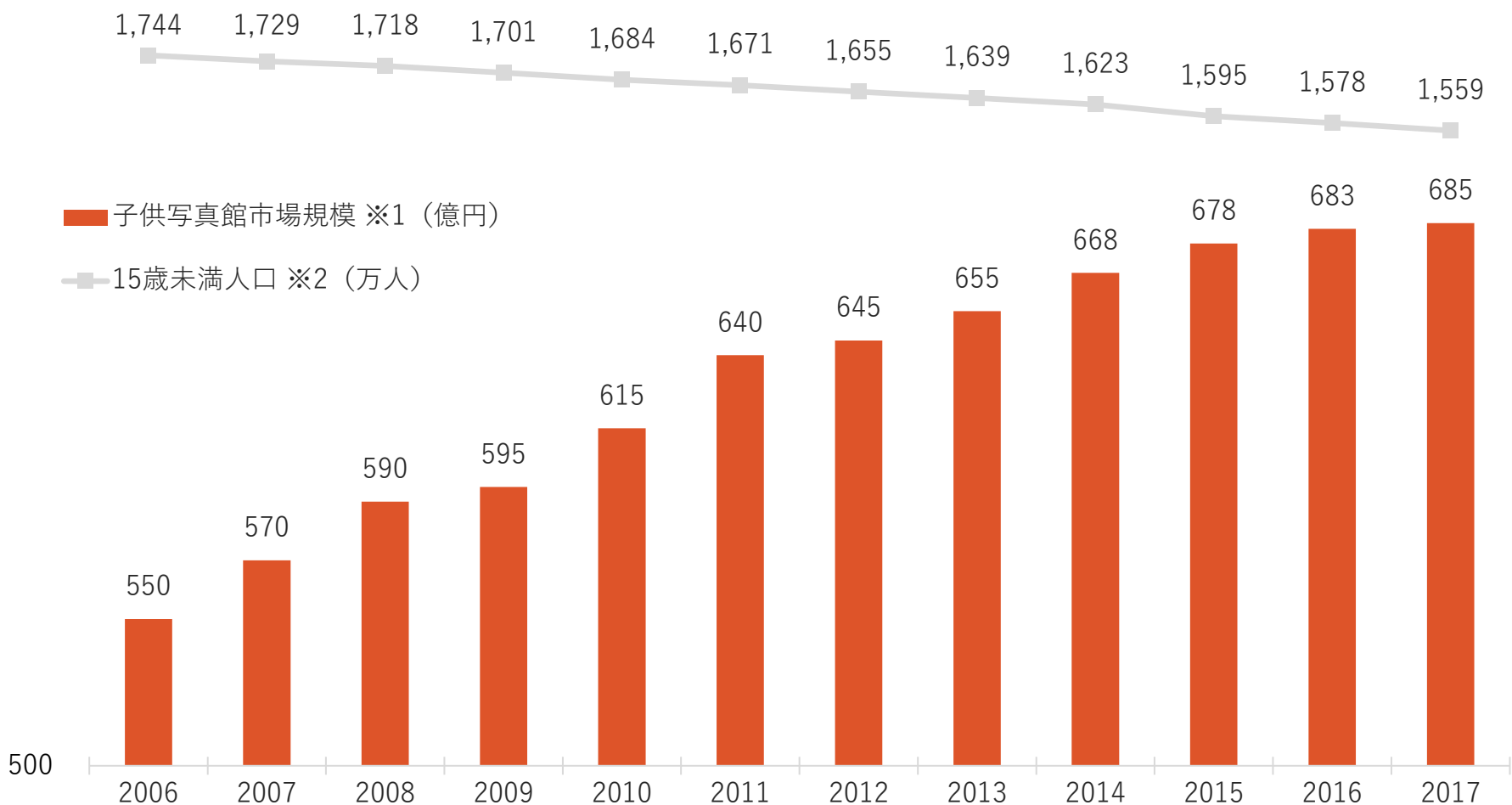
インバウンド

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

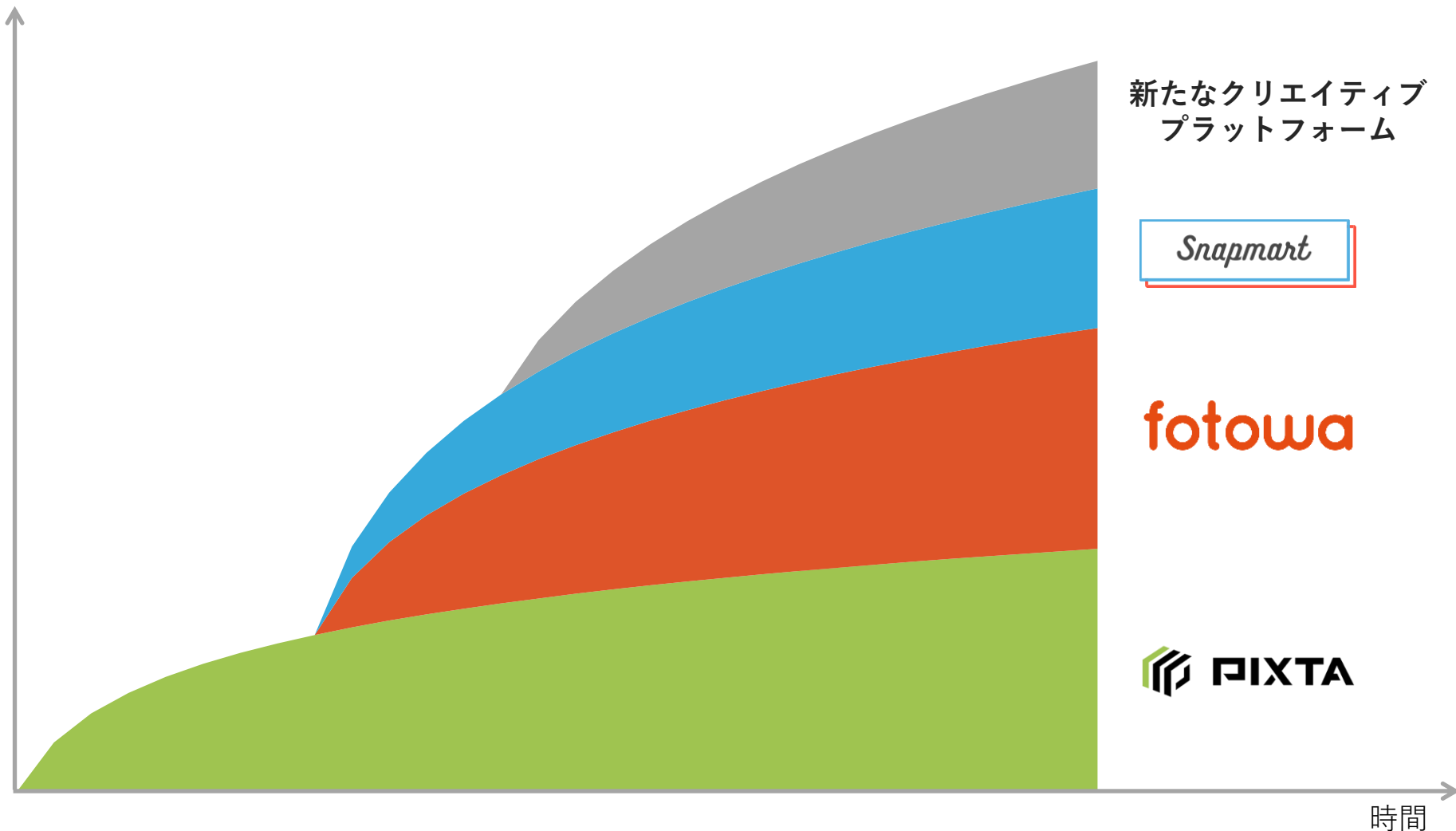


※UI：ユーザーインターフェース。サイト上の情報やデザイン等、ユーザーがサービス利用の際に触れる表示や機能全般  
UX：ユーザーエクスペリエンス。製品やサービス利用を通じてユーザーが得られる体験

## 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<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>

