

2024年12月期 第1四半期決算説明資料

ピクスタ株式会社（東証グロース：3416）

2024年5月13日



目次

01 2024年12月期 第1四半期 決算概要

02 2024年12月期 業績予想

03 参考資料

04 会社概要



01 2024年12月期 第1四半期 決算概要



全社 | 第1四半期業績ハイライト

売上高は前年同期比-0.6%減少。期初計画を上回る。22年→23年よりも売上減少幅が大きく縮小
営業利益は前年同期比+10%増加。期初計画を上回る。売上が期初計画を上回ったため
純利益は前年同期比+18%増加 (株式譲渡による特別利益の影響を除く)

(単位:百万円)	2023/12 Q1	2024/12 Q1	YoY 増減率	期初予想	進捗率
売上高	656	652	△0.6%	2,629	+24.8%
営業利益	85	93	+10.0%	340	+27.6%
営業利益率	+13.0%	+14.4%	+1.4pt	+12.9%	-
純利益	114 ※(56)	66	△41.8% ※(+18.3%)	233	+28.7%

全社 | 事業別売上高の推移

PIXTA事業の売上高は前年同期比-1.0%の減少。期初計画を上回る

fotowa事業の売上高は前年同期比-4.1%の減少。期初計画を下回る

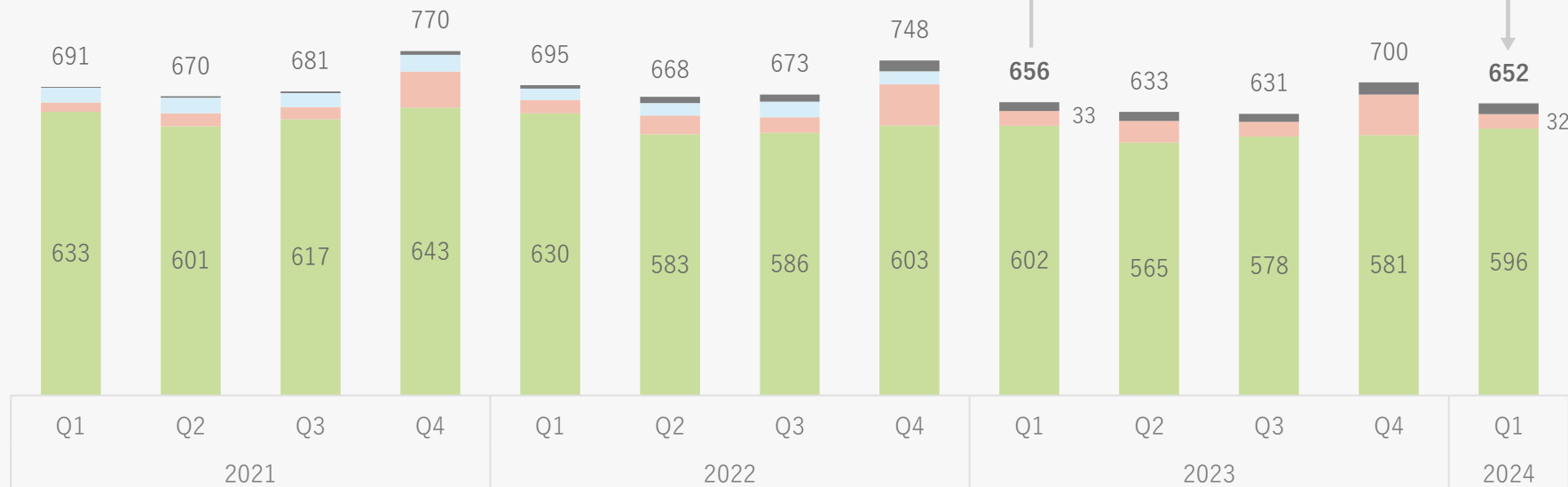
■ PIXTA事業

■ fotowa事業

■ Snapmart事業(2023年Q1より連結除外)

■ その他事業

(単位：百万円)

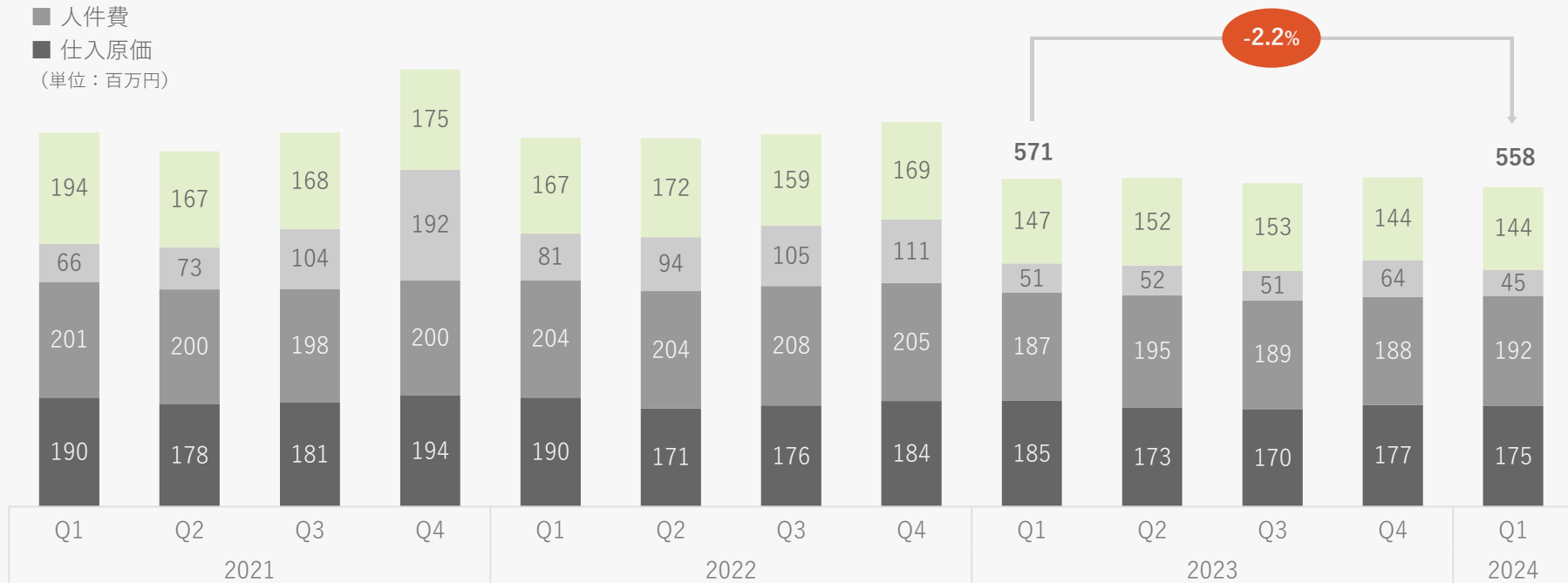


全社 | 費用の推移

費用全体では前年同期比-2.2%の減少で、大きな費用増減なし

fotowa事業の広告宣伝費等抑制は2024年も継続

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

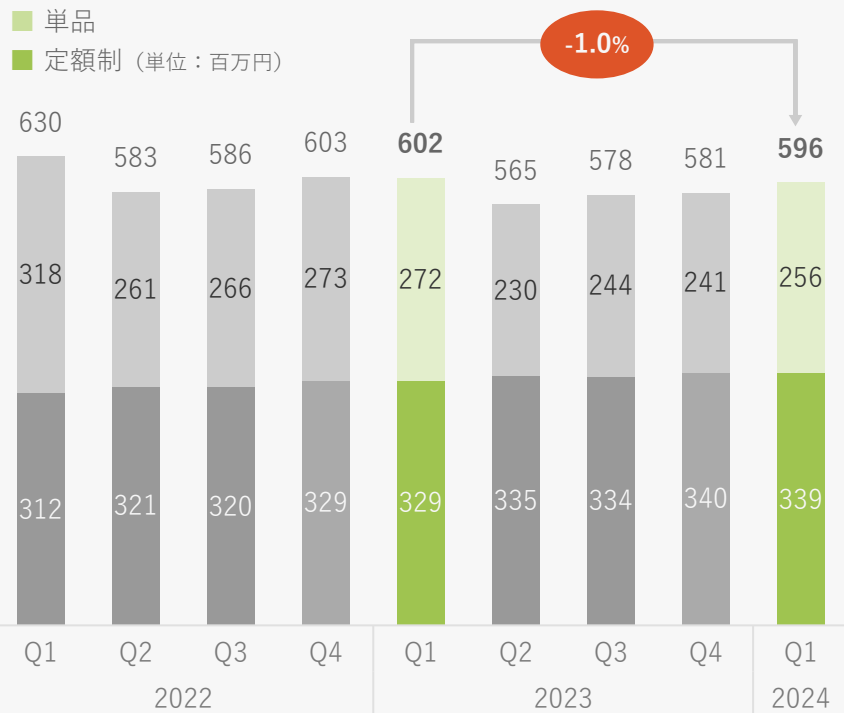


1. セグメント売上は前年同期比-1.0%の減少。売上減少は想定範囲内で、期初計画を上回る
2. セグメント営業利益は前年同期比+1.9%の増加。人件費や広告宣伝費の減少が寄与
3. 定額制売上高は前年同期比+3.0%の増加。
4. 購入者数累計が前年同期比-2.0%の減少。定額制購入者数は増加するも単品購入者数が減少し、全体では微減に
5. 3月の期末需要により機械学習用画像・動画データ提供サービスが好調
6. AIを活用した新検索支援機能「PIXTA検索アシスタント」をリリース。適切な検索キーワードをAIが提案することで、ユーザーが画像検索にかかる時間を削減

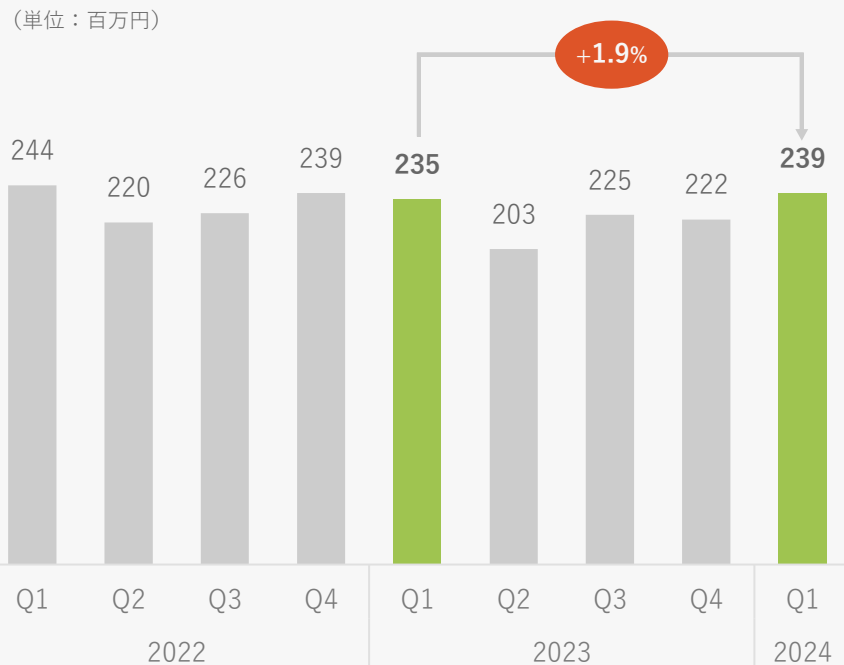
PIXTA | セグメント別の業績推移

売上高は前年同期比-1.0%の減少。定額制は前年同期比+3.0%と継続的に成長
 営業利益は前年同期比+1.9%の増加。人件費の減少(その他セグメントへの異動)が寄与

売上高推移

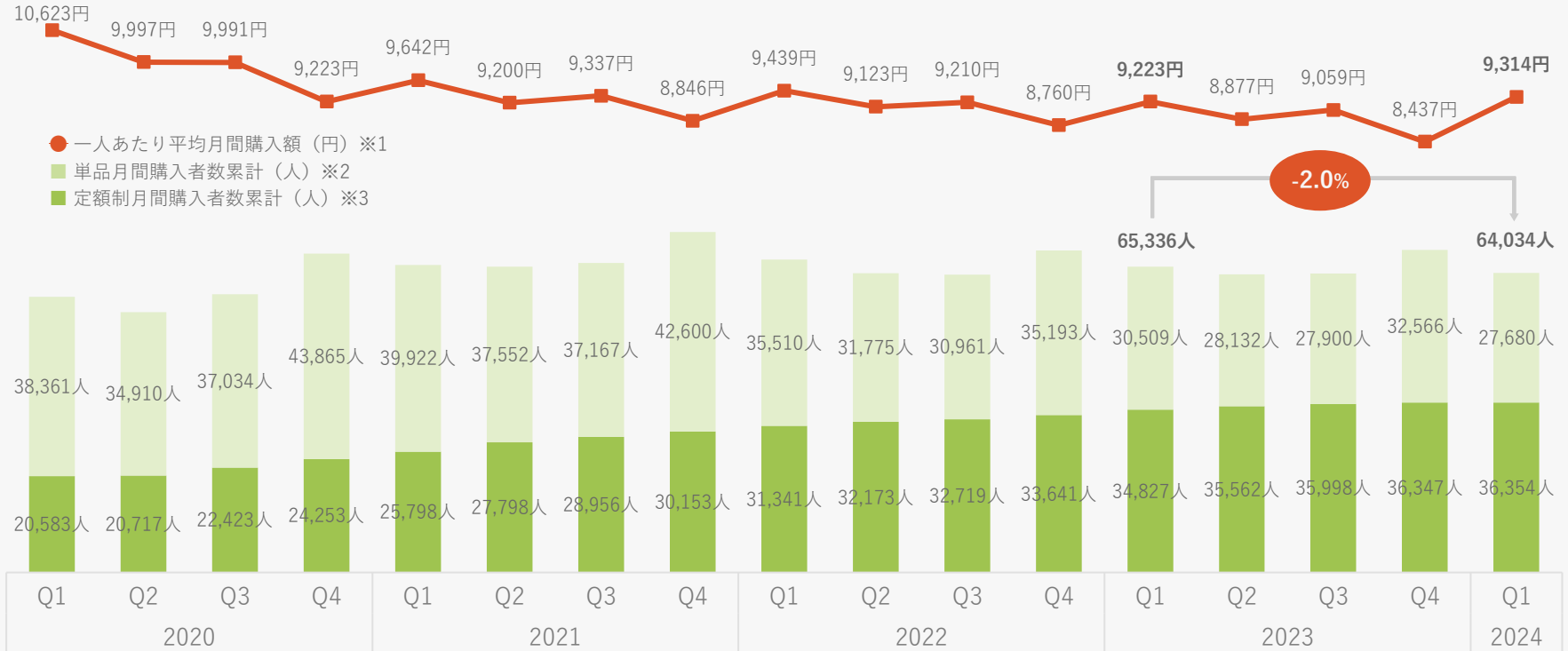


営業利益推移



PIXTA | 購入者数と一人あたり平均購入額の推移

購入者数累計は前年同期比-2.0%の減少。単品購入者が減少し、定額制購入者が増加
 平均月間購入額は前年同期比+1.0%の増加。ほぼ横ばいに



※1: 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

※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: 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

1. セグメント売上は前年同期比-4.1%の減少。撮影件数減少が影響
2. セグメント営業利益は-30百万円の着地。全体的な費用削減により前年同期比+6百万円の改善
3. 撮影件数は前年同期比-9.5%の減少。桜開花時期のズレが影響
4. リピート率は前年同期比で2.0pt改善し、25%に
5. 新生児撮影向けのお任せセットプランをリリース。カメラマンの手配や小物の貸し出し、フォトブックなどを一括で注文可能。撮影にかかるユーザーの負担を軽減

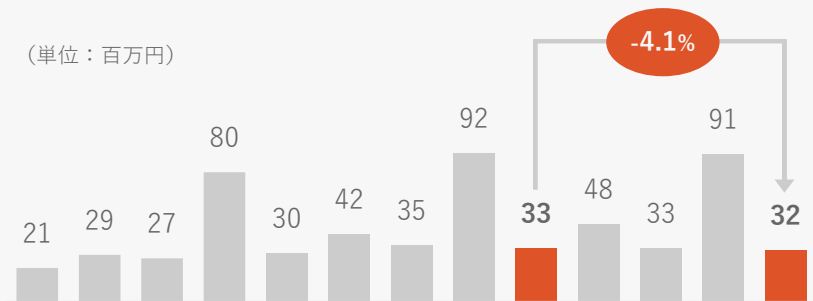
fotowa | セグメント別の業績推移

売上高は前年同期比-4.1%の減少

営業利益は前年同期比+6百万円

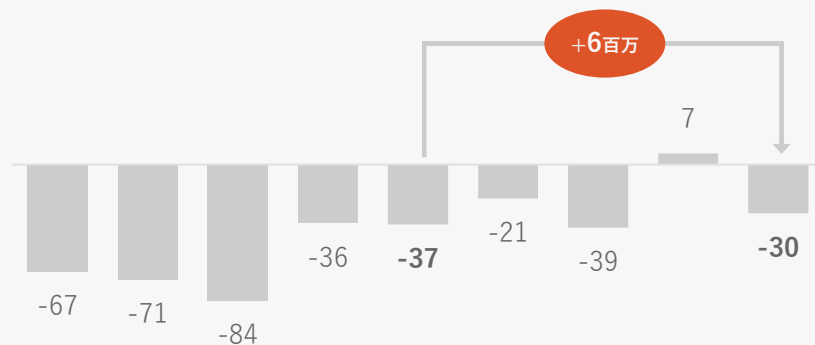
売上高推移

(単位：百万円)



営業利益推移

(単位：百万円)



年次	Q1	Q2	Q3	Q4
2021	21	29	27	80
2022	30	42	35	92
2023	33	48	33	91
2024	32			

年次	Q1	Q2	Q3	Q4
2022	-67	-71	-84	-36
2023	-37	-21	-39	7
2024	-30			

※1: 本資料に記載する2024年12月期 第1四半期のセグメント別業績は、現時点での当社計算数値であり、正式に会計監査を受けたものではありません。

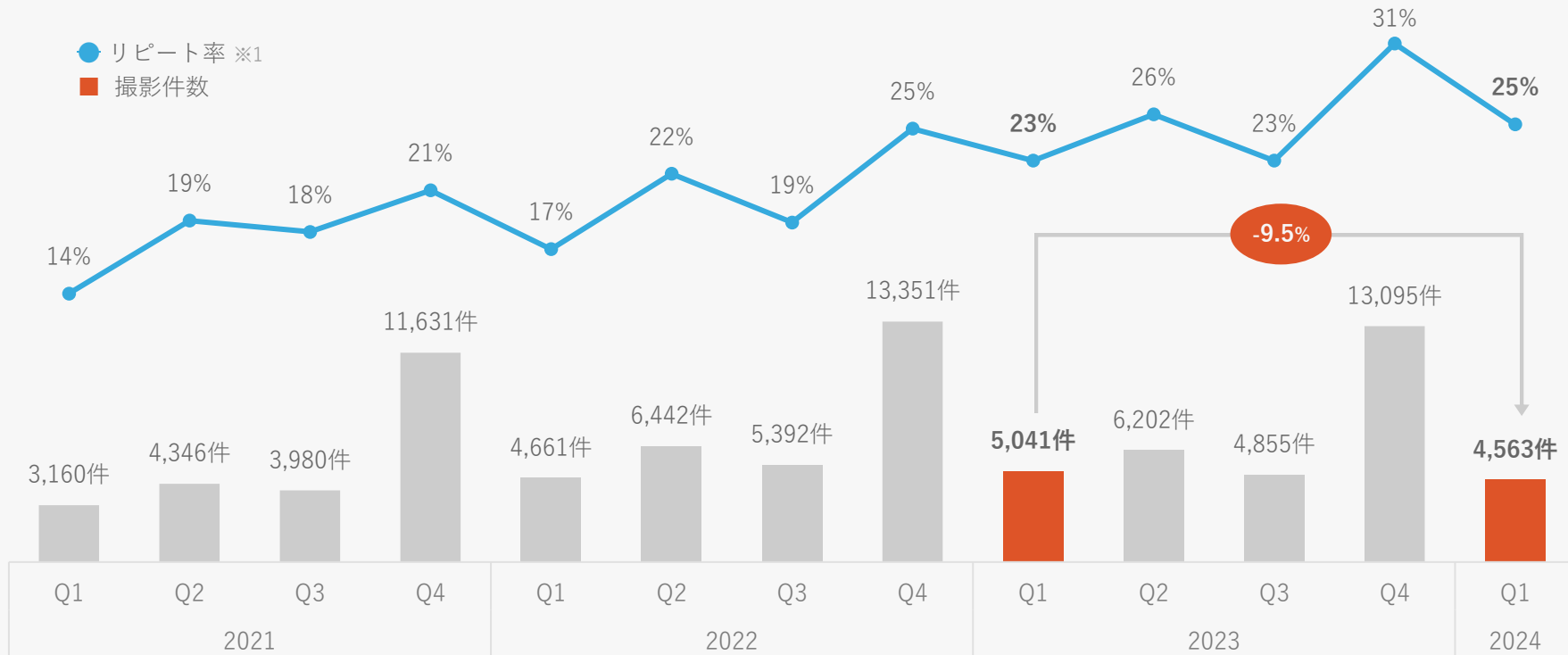
会計監査後の数値は現在算定中であり、2024年12月期以降に変更となる可能性があります。

※2 2022年Q1より収益認識基準の変更による影響が生じております。

fotowa | 撮影件数とリピート率の推移

撮影件数は前年同期比-9.5%の減少

リピート率は前年同期比2pt改善し、25%に





02 2024年12月期 業績予想



全社方針

売上成長と利益拡大の両立

営業利益3億円以上・ROE20%以上を維持しながら売上の再成長を目指す

全社戦略

- ①機械学習用画像・動画データ提供サービス
- ②fotowa
- ③PIXTAオンデマンド
- ④PIXTAカスタム

上記4領域を成長ドライバーとして全セグメントで売上再成長を実現する

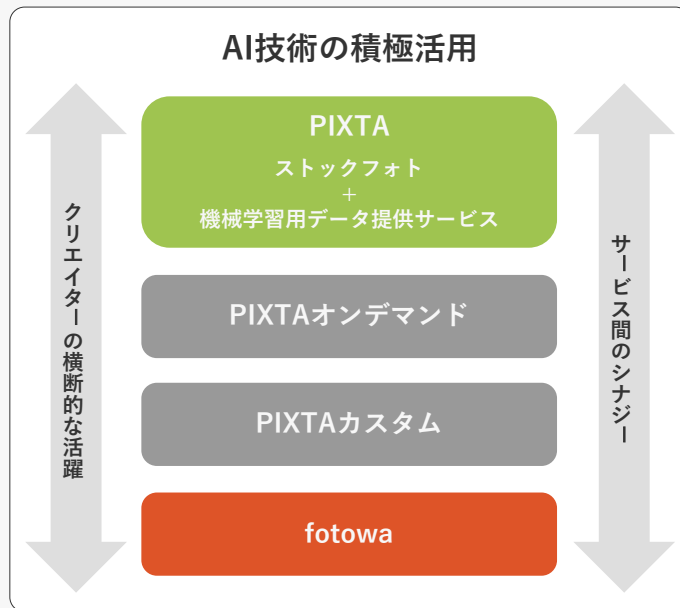
全社 | 中期事業方針

法人・個人の様々なビジュアルニーズを横断的に解決する「ビジュアルプラットフォーム」を目指す
事業間のシナジーを活かし、顧客に応じて最適なサービスを提供する

多様なクリエイター人材



ビジュアルプラットフォーム



多様なユーザー層



全社 | AI技術が当社にもたらす機会と脅威

画像生成AIを中心としたAI技術全般の進化がもたらす機会と脅威、両方が存在すると認識

当社はAI技術の積極活用により、AIがもたらす変化を新たな事業機会と捉える

AI技術が当社にもたらす機会	クリエイターの アウトプット品質向上	<ul style="list-style-type: none">・ AI技術の活用によって、クリエイターの制作活動がより効率的・ハイレベルなものに。従来クリエイターではなかった層も新たに活躍するように
	AI技術の積極活用による サービスの進化	<ul style="list-style-type: none">・ LLM*や機械学習技術を積極的に活用し、UI・UXの改善、サービス運営の効率化につなげる
	機械学習用画像・動画 データ提供サービスの需要増加	<ul style="list-style-type: none">・ 学習データとしてストック画像・動画素材に対する引き合いが急増
AI技術が当社にもたらす脅威	短期的には 事業収支に及ぶ影響は軽微	<ul style="list-style-type: none">・ 画像生成AIのアウトプット品質はまだ十分ではない。特に欧米と比較して、日本関連のAI画像の品質は劣後しており、学習データが不十分と推測される・ 現状では画像生成AIを扱うのに一定の技術や計算資源が必要で、多くのユーザーにとっては、画像生成AIを活用して欲しい素材を安価にすぐ入手することのハードルはまだ高い
	中長期的には ストック市場に縮小を もたらしかねないリスク要因	<ul style="list-style-type: none">・ AI技術の進歩により、画像生成AIを活用して、誰でも安価で高品質な素材を入手できるようになる可能性がある・ 画像生成AIによる作品の受け入れ、AI関連の新たなイメージ需要の開拓に全力を挙げる

全社 | 中期事業方針および2024年事業方針

	2024年事業方針	中期事業方針
PIXTA	機械学習用画像・動画データ提供サービスでの大口案件獲得強化	機械学習用画像・動画データ提供サービスを成長させ、PIXTA事業全体の売上再成長を実現する
	UI・UXの改善及び商品・価格体系の改善	ストック素材販売サービスでも売上再成長を実現する
	AIを活用した素材審査の自動化や、素材検索の最適化を行う(一部実装済み)	AIファーストなサービスへの進化
fotowa	ニューボーンフォトジャンルに注力し、撮影件数増加と顧客単価向上の両方を実現する	2026年※黒字化と売上成長の両立を目指す
その他	PIXTAカスタム事業：まずは案件受注の拡大と、複数案件同時並行に耐えうるオペレーションの構築	PIXTAオンデマンド事業・PIXTAカスタム事業を中心とした新規事業群を育て、全社売上構成比の10%超を目指す(2023年実績は5%未満)
	PIXTAオンデマンド事業: リピート率好調なため、新規顧客獲得に注力	

全社 | 2024年12月期・連結業績予想

売上高は前年比+0.3%の増加で2,629百万円の見込み。 PIXTA事業売上減少と他事業の売上増加を想定

営業利益は前年比+1.5%の増加で340百万円の見込み。 fotowa事業のさらなる赤字縮小を想定

純利益は前年比+15%の増加で231百万円の見込み (2024年12月期 第1四半期の株式譲渡による特別利益影響を除く)

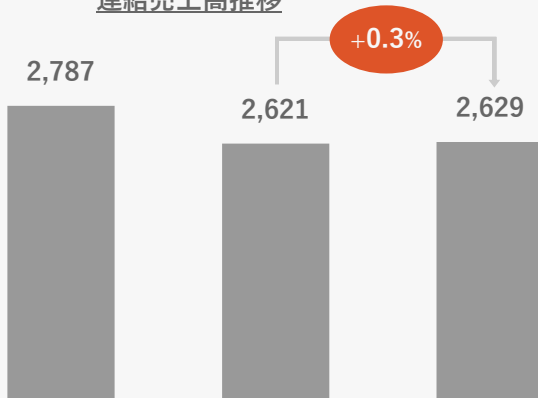
(単位:百万円)	2022/12 通期(実績)	2023/12 通期(実績)	2024/12 通期(予想)	23→24 YoY増減率
売上高	2,787	2,621	2,629	+0.3%
営業利益	178	335	340	+1.5%
営業利益率	6.3%	12.8%	12.9%	+0.1pt
純利益	121	262 ※(203)	233	△10.8% ※(+14.8%)
ROE	13.9%	28.3% ※(22.0%)	25.3%	+9.3pt ※(+2.7pt)

全社 | 2024年12月期・連結業績予想（セグメント別）

売上高はfotowa事業が前年比+11%、その他事業が+62%の増加。PIXTA事業は-3.0%の減少を想定
 営業利益はfotowa事業で+30百万円の増益（赤字縮小）

連結売上高推移

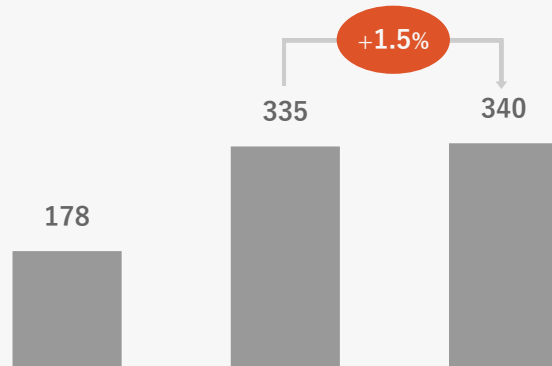
（単位：百万円）



	2022/12 通期(実績)	2023/12 通期(実績)	2024/12 通期(予想)
PIXTA	2,403	2,328	2,266
fotowa	201	206	222
Snapmart	118	-	-
その他事業	64	86	140
全社共通費	-	-	-

連結営業利益推移

（単位：百万円）



	2022/12 通期(実績)	2023/12 通期(実績)	2024/12 通期(予想)
PIXTA	931	887	868
fotowa	△260	△90	△60
Snapmart	△17	-	-
その他事業	△82	△54	△60
全社共通費	△392	△406	△407

※1: その他事業は、各セグメントに属さないPIXTAオンデマンド等の業績を含んでおります。 ※2: Snapmartは2023年12月期 第1四半期より連結から除外されておりますが、2022年・2023年との比較のため記載しております。2023年12月期 第1四半期以降は売上・営業利益は発生していません。

全社 | 2024年12月期・連結業績予想の前提

	売上高	原価および販管費
PIXTA	<ul style="list-style-type: none"> -機械学習向け素材提供サービス売上の成長 -売上の減少（特に単品売上の減少） 	<ul style="list-style-type: none"> -減価償却：コンテンツ資産の償却が進み、約8百万円減少（2023年：約8百万円→2024年：0百万円） -仕入原価：売上減少・定額制比率上昇に伴い約29百万円減少（2023年：約658百万円→2024年：629百万円） -人件費：他事業への異動・退職等に伴い約80百万円減少 -サーバー：前年と同程度。社内想定レートは1ドル=約145円で設定
fotowa	<ul style="list-style-type: none"> -ニューボーンフォトジャンルで獲得する撮影件数・撮影単価の向上 -広告費抑制に伴う広告獲得による撮影件数の減少 	<ul style="list-style-type: none"> -顧客獲得型広告費：前年と同程度 -人件費：前年と同程度
その他事業 全社共通費	<ul style="list-style-type: none"> -PIXTAオンデマンドとPIXTAカスタムの成長を踏まえYoY+62%程度想定（グループ全体売上に占める割合は5%程度） 	<ul style="list-style-type: none"> -PIXTAカスタムの開始に伴い人件費が約30百万円増加

全社 | 株主還元について

株価水準・成長投資・財務状況を総合的に勘案し、2024年12月期も株主還元を実施併せて自己資本比率30%以上・流動比率120%以上の財務健全性を維持する方針

2024年2月14日開催の取締役会にて決議した自己株式取得について	
(1) 取得対象の株式種類	普通株式
(2) 取得し得る株式の総数	320,000株（上限） （発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合16.31%）
(3) 株式の取得価額の総額	230,000,000円（上限）
(4) 取得期間	2024年2月28日～2025年1月31日



03 參考資料



全社 | 2024年12月期 第1四半期P/L

純利益は前年同期比+18%増加(2023年Q1の株式譲渡による特別利益の影響を除く)。営業利益増加に連動

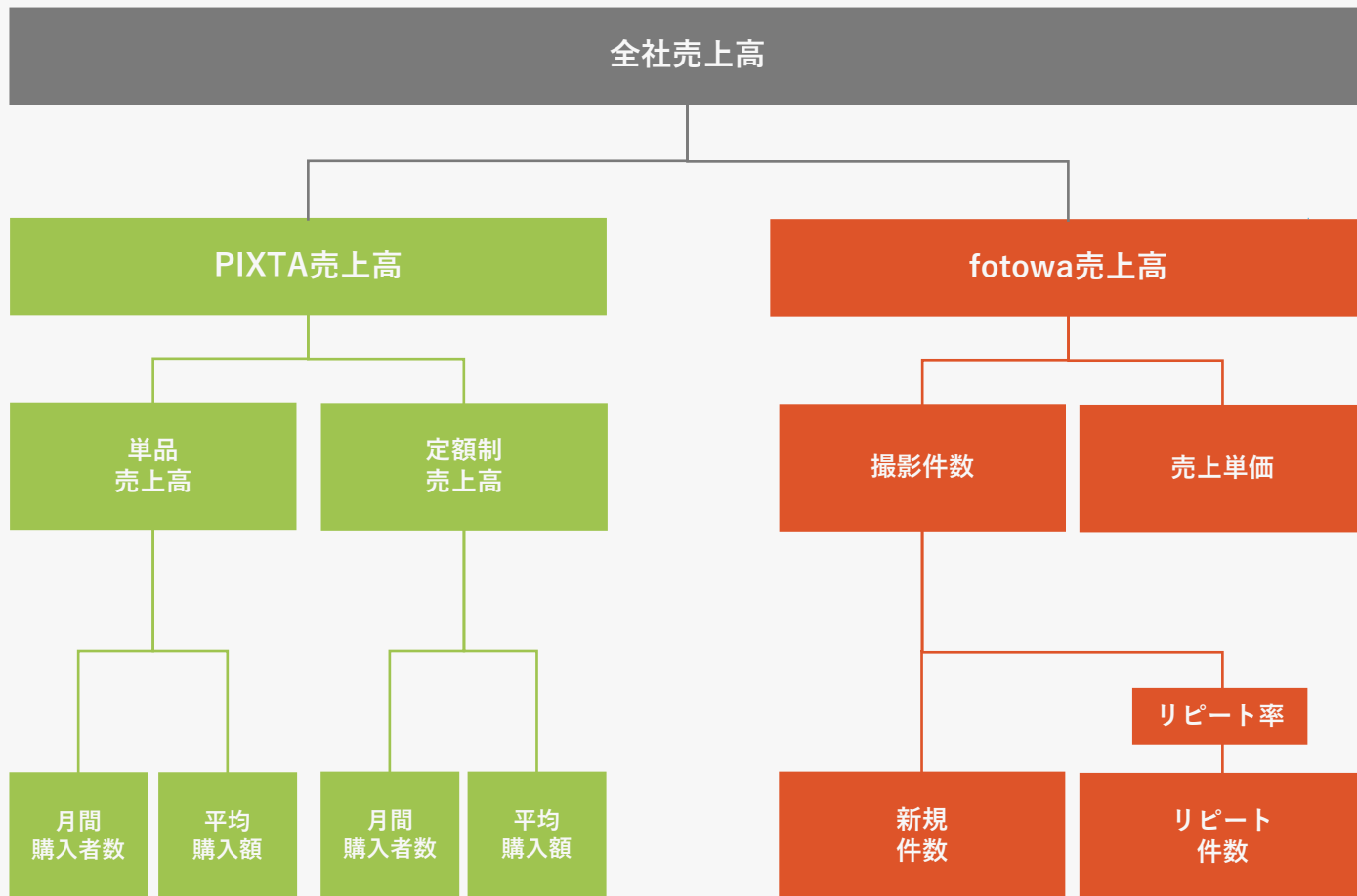
(単位:百万円)	2023/12 Q1	2024/12 Q1	YoY 増減率
売上高	656	652	△0.6%
営業利益	85	93	+10.0%
営業利益率	+13.0%	+14.4%	+1.4pt
純利益	114 ※(56)	66	△41.8% ※(+18.3%)

全社 | 2024年12月期 第1四半期B/S

固定資産が前年比-52%の減少。シェアオフィスへの移転による敷金減少などが影響
2024年Q1時点で自己資本比率43%、流動比率171%で健全な財務状況

(単位:百万円)	2023/12 期末	2024/12 期末	YoY 増減率
流動資産	2,167	2,271	+6.8%
固定資産	137	100	△52.3%
総資産	2,305	2,371	+1.5%
流動負債	1,296	1,326	△3.0%
固定負債	19	9	△83.4%
純資産	988	1,035	+13.9%

全社 | 各事業のKPI



		21/12期				22/12期				23/12期				24/12期
()内は単位		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
合計	売上高 (百万円)	633	601	617	643	630	583	586	603	602	565	578	581	596
	売上高 (百万円)	350	305	312	329	318	261	266	273	272	230	244	241	257
	月間 購入者数 累計(人)	39,922	37,552	37,167	42,600	35,510	31,775	30,961	35,193	30,509	28,132	27,900	32,566	27,680
単品	一人あたり 平均月間 購入額 (円/人)	8,772	8,139	8,394	7,744	8,971	8,220	8,601	7,773	8,938	8,178	8,753	7,402	9,274
	売上高 (百万円)	283	295	305	313	312	321	320	329	329	335	334	340	340
	月間 購入者数 累計(人)	25,798	27,798	28,956	30,155	31,341	32,173	32,719	33,641	34,830	35,562	35,998	36,347	36,354
定額制	一人あたり 平均月間 購入額 (円/人)	10,986	10,631	10,546	10,402	9,968	10,002	9,785	9,802	9,470	9,429	9,297	9,363	9,344

	21/12期				22/12期				23/12期				24/12期
()内は単位	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
売上高 (百万円)	21	29	27	80	30	42	35	92	33	48	33	91	32
撮影件数 (件)	3,160	4,346	3,980	11,631	4,661	6,442	5,392	13,351	5,041	6,202	4,855	13,095	4,563
リピート 件数(件)	455	831	732	2,452	805	1,427	1,054	3,348	1,169	1,651	1,162	4,005	1,156
リピート率 (%)	14.3%	19.1%	18.3%	21.0%	17.3%	22.2%	19.6%	25.0%	23.0%	26.6%	23.9%	30.6%	25.3%

本資料掲載イメージ（PIXTAの人気作品）ご紹介



作者名: hamupata
素材番号: 108293039



作者名: emmanma
素材番号: 82322391



作者名: zon
素材番号: 34779801



作者名: kikuo
素材番号: 84711130



作者名: klyaksun
素材番号: 79764487



作者名: Fast&Slow
素材番号: 31923577



作者名: mits
素材番号: 27881336



作者名: peach
素材番号: 83637359



作者名: Robert Zsombori
素材番号: 45448260



作者名: kou
素材番号: 83864224



作者名: Umbrella
素材番号: 76900233



作者名: LUMEZIA.com
素材番号: 83112308



作者名: Graphs
素材番号: 83702269



作者名: designprojects
素材番号: 75704545



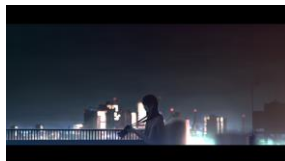
作者名: Keola
素材番号: 55018989



作者名: Romas
素材番号: 25003318



作者名: Nongkran_ch
素材番号: 74385440



作者名: 田上稜
素材番号: 80903185



作者名: shin
素材番号: 85661250



作者名: Fast&Slow
素材番号: 49723096

本資料掲載イメージ（PIXTAの人気作品）ご紹介



作者名: nisi
素材番号: 43562966



作者名: emma
素材番号: 77548005



作者名: emma
素材番号: 66598677



作者名: metamorworks
素材番号: 82651640



作者名: kikuo
素材番号: 33925147



作者名: tiquitaca
素材番号: 82267342



作者名: emma
素材番号: 77298768



作者名: emma
素材番号: 77298769



作者名: emma
素材番号: 76811681



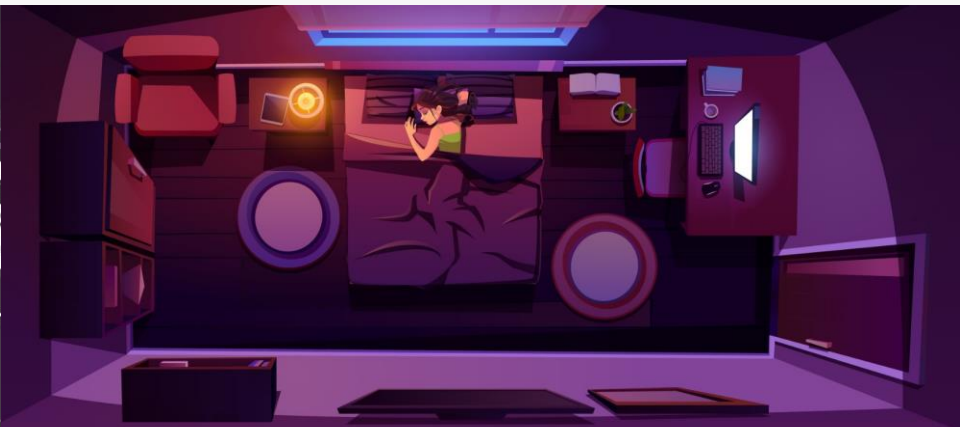
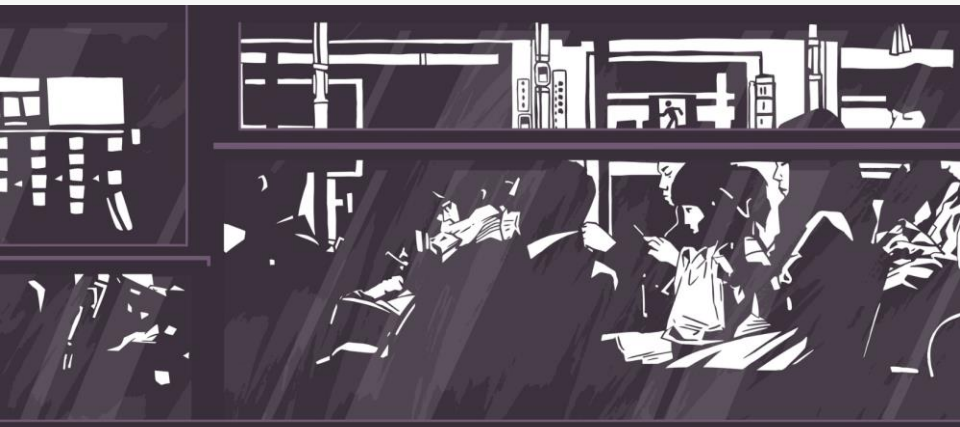
作者名: emma
素材番号: 74795408



作者名: mits
素材番号: 24865916



04 会社概要



企業理念

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

写真・イラスト・動画・音楽等のデジタル素材マーケットプレイス



投稿クリエイター
登録数

約41万人

購入者登録数

約63万人

素材点数

約9,300万点

PIXTA | 機械学習用画像・動画データ提供サービス概要

AI開発・機械学習に必要な画像・動画データをワンストップで提供するサービス
1案件につき数百～数万点の素材を一括提供し、案件単価は数十万～数百万円に

顧客の課題	サービスの提供価値
オープンデータセットでは自社AI開発に合った素材が十分に見つからない	PIXTAの9,000万点超のストック素材の中から選定可能
日本人の顔写真・日本固有のシーンの画像・メタデータが入手しづらい	日本人人物写真や日本国内の風景等、日本ならではの画像やメタデータも豊富
特定のロケーション・商品・物体のデータが必要	新規で撮り下ろしも可能
商用利用できる、権利関係がクリアになっている画像データが欲しい	商用利用を前提としたストック素材なので、著作権・肖像権がクリアなデータ提供が可能
データ調達・アノテーション※代行まで一括で依頼する手間・コストが高い	データ収集とアノテーション付与を一貫して依頼可能

家族・こども写真の出張撮影プラットフォーム

fotowa



フォトグラファー
登録数

約1,370人

口コミ投稿数

約5.9万件

撮影件数

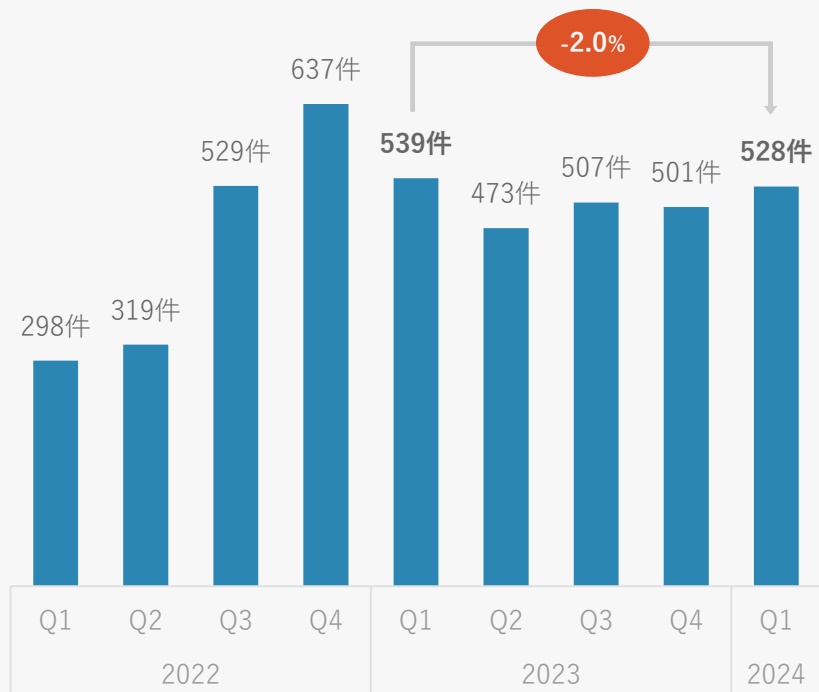
約12.4万件

その他 | PIXTAオンデマンド事業の概要

2020年6月よりPIXTAオンデマンド事業を開始

顧客がPIXTA事業の顧客属性と近く、フォトグラファーはfotowa事業と相互に行き来できるシナジーがある

撮影件数の推移



サービスの特徴

- 全国どこでも簡単にプロフォトグラファーを手配・撮影できるサービス
- 企業ホームページ用の撮影、店舗・施設の撮影、商品ブツ撮りなど、あらゆる種類の撮影に各分野のプロが対応
- 全国どこでも出張費込みの同一料金。撮影1時間+色彩調整データ提供のスタンダードプラン（税込33,000円）が1番人気。納期・撮影時間・写真加工など複数オプションを用意

その他 | PIXTAカスタム事業概要

法人向け撮り下ろしサービス「PIXTAカスタム」を2023年7月より開始

PIXTAオンデマンドより大規模な撮影で、案件単価は百万円超に

PIXTAに長年蓄積された撮影ノウハウやモデル・クリエイターネットワークを活用

サービスの特徴



- 法人向けの撮り下ろしサービス。企画・ディレクション・モデル手配など、あらゆる撮影関連業務をワンストップで提供
- オーダーメイド撮影のため、顧客の要望に合った素材を提供可能。権利関係も柔軟に対応可能
- ライフスタイル・ビジネス・美容関連・アパレルなど、様々なジャンル・テーマに対応

全社 | 運営事業のポジショニングとセグメント

法人・個人の様々なビジュアルニーズを横断的に解決する「ビジュアルプラットフォーム」に



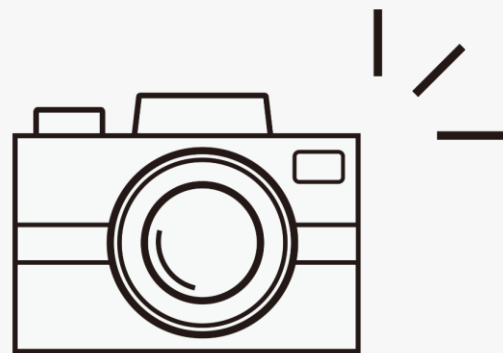
PIXTA事業を立ち上げた2つのきっかけ

①アマチュアカメラマンが台頭してきた

2003年に安価な一眼レフデジカメがヒットし、
アマチュアでも高品質な写真が撮れるようになった

②アマチュアカメラマンが評価を受けられる機会がなかった

当時は個人運営の写真投稿掲示板か、写真雑誌のコンテストしかなかった



ビジネス用途で著作権・肖像権などの権利関係がクリアかつ高品質な素材は、一般的に高価
海外の素材サイトは比較的安価だが、人物や日本独自の文化的な素材は不十分



購入者

高品質な日本素材を低コストで入手する手段がない
素材の権利関係が不安

一部のプロしか十分に稼げない
収入が不安定



クリエイター

PIXTA | 事業概要

自分の作品を販売したいクリエイターと、素材を使う人や企業を繋ぐ、マーケットプレイス
高品質な日本素材をリーズナブルな価格で提供。権利関係もクリア

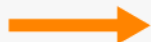


クリエイター

アマチュア

プロ

素材投稿



報酬



PIXTA

写真素材

イラスト素材

動画素材

音楽素材

素材提供



決済



購入者

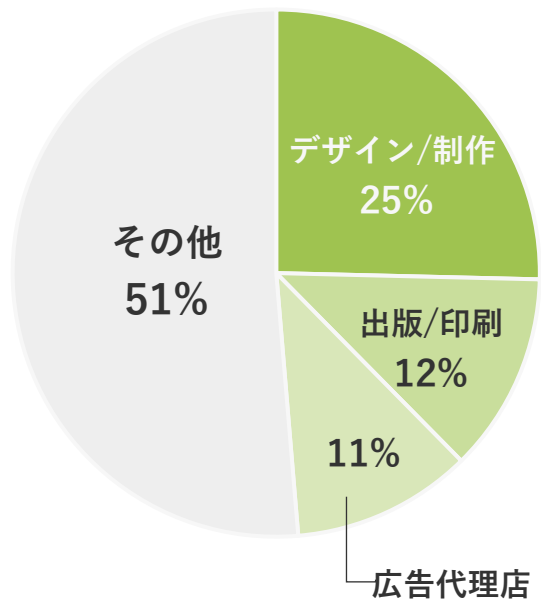
法人

個人

PIXTA | 主要なターゲット層

購入者の5割は業種がばらけており特定業種に依存しない。幅広い業界でデジタル素材を使用一方で、10万円以上購入する大口顧客は制作部門の顧客が大多数

購入者の業種構成



顧客の具体的なイメージ



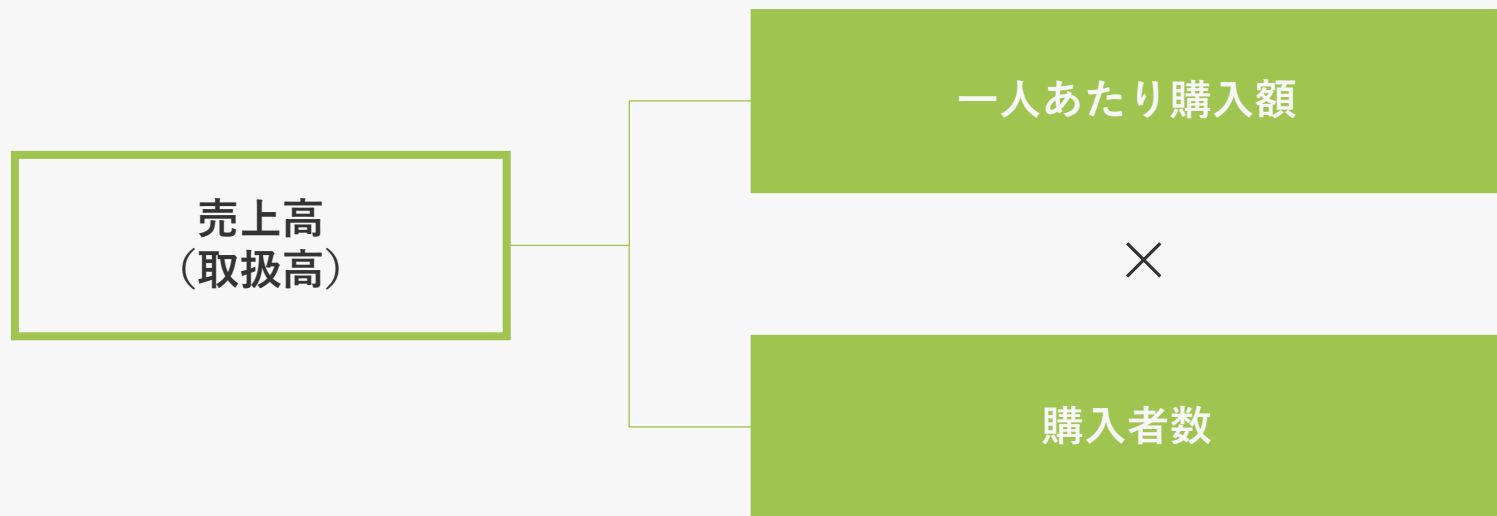
1) 出版社の教材制作
社会科のデジタル教科書を制作しており、制作費用は抑えたいが、教科書に載せる写真でもあるため、権利関係のクリアな写真が数十枚必要だった。そのため、「安価」「著作権・肖像権が安心」の両方を備えているPIXTAを利用



2) 広告代理店のクリエイティブ制作
人材派遣会社の動画広告用素材としてビジネスマンの写真・動画が必要だったが、欧米素材サイトでは日本人の素材が少なく、広告に合う素材が見つからなかった。そのため、日本人素材が豊富なPIXTAを利用。大量の広告を作成するので、月350点の定額制プランを利用

PIXTA | 収益構造の分解

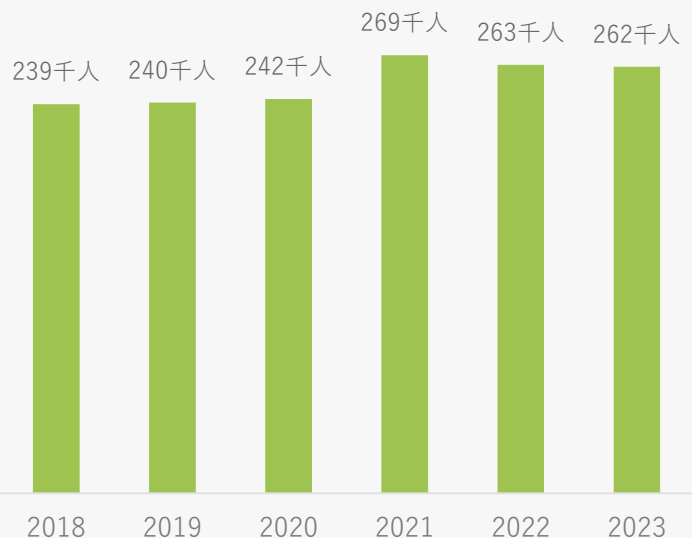
KPIは「購入者数」と「一人あたり購入額」



PIXTA | 購入者の獲得方法・推移

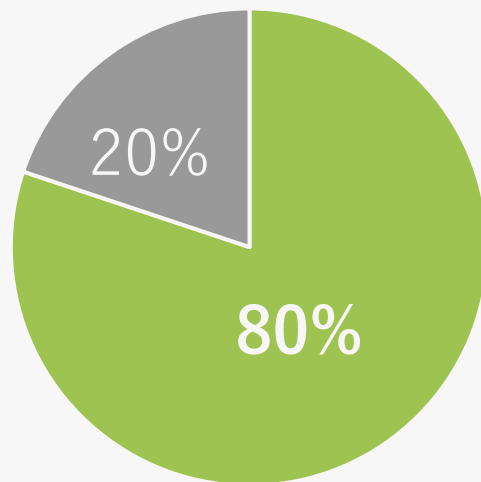
広告や検索など、オンラインで顧客を獲得。定額制プランの購入者数が増加傾向
SEOが強い大規模サイト。数千万点の素材やそれに紐づくキーワード、カテゴリが寄与

購入者数の推移



顧客獲得経路

■ 検索流入 ■ 検索流入以外

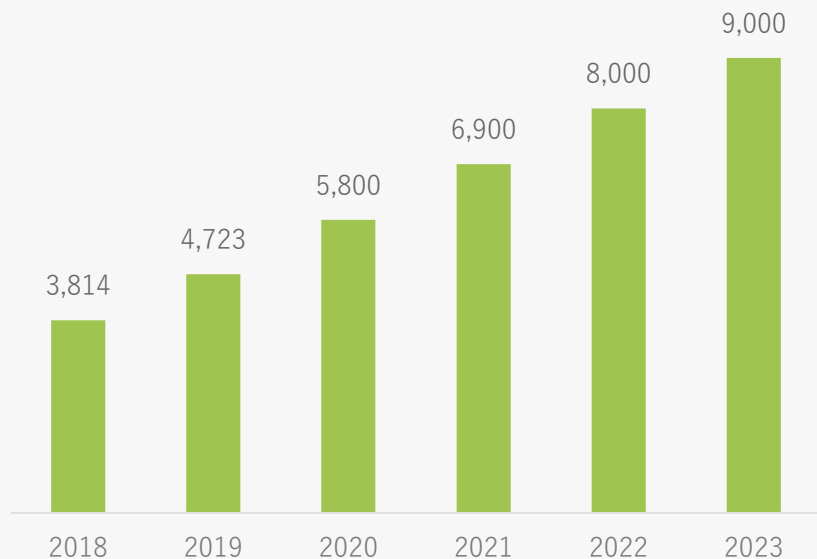


PIXTA | 素材数の推移と投稿者獲得の方針

物理的な在庫ではないため、素材は毎年積みあがる仕組み。また、今までは素材を増やすため費用をかけていたが、投稿クリエイター基盤の確立で今後はコンテンツ関連費用が減少見込み

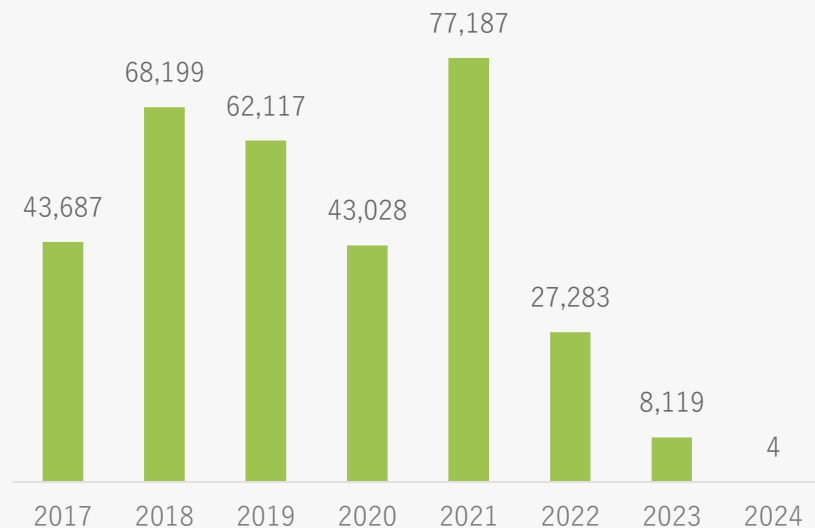
素材数の推移

(単位:万点)



自社コンテンツ減価償却費・減損費用の推移

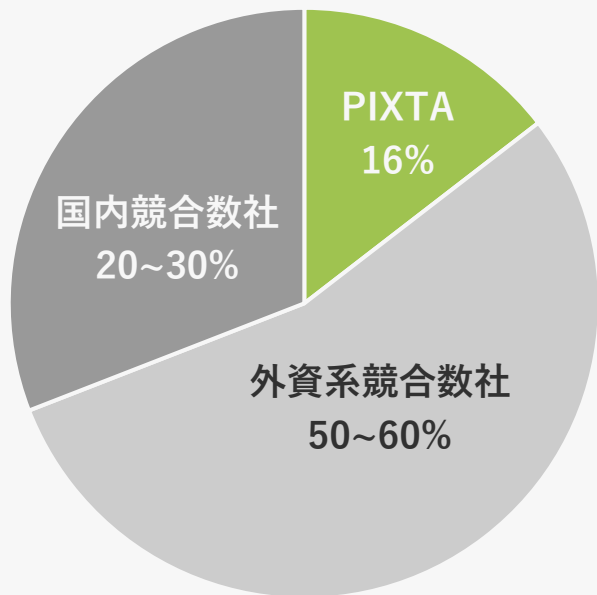
(単位:千円)



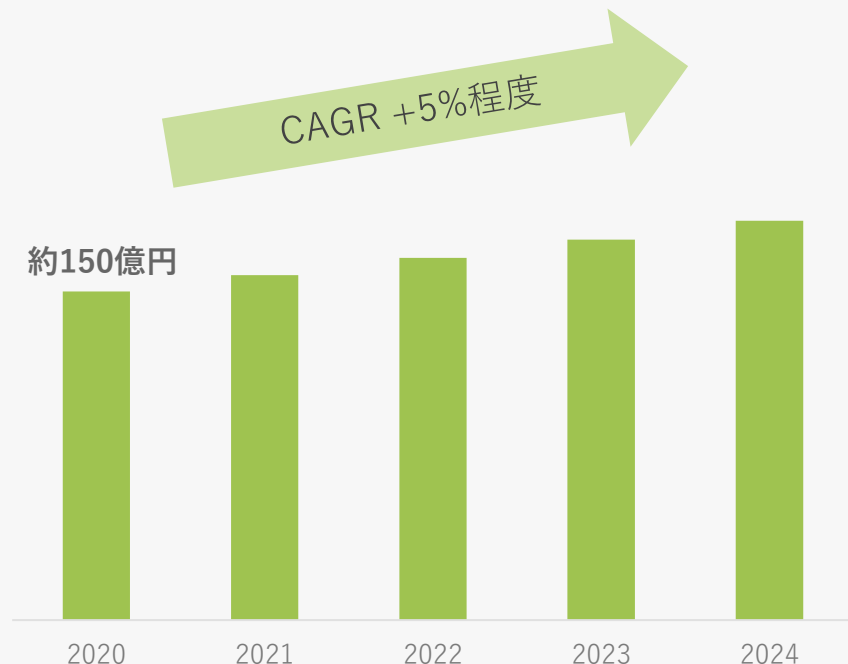
PIXTA | 事業ドメインの潜在市場規模

PIXTAは国内最大手のポジションで、今後はシェアを拡大
国内ストックフォト市場は、インターネット広告市場に合わせ緩やかに成長

国内ストックフォト市場シェア構成比



国内ストックフォト市場の推移



PIXTA | 市場のポジショニング

他ストックフォトとは異なるポジショニングを確保

そのため激しい競争環境にはなく、住み分けが出来ている状態

競合1: 欧米ストックフォト



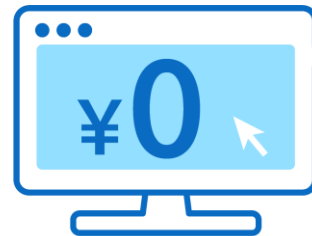
日本素材数でPIXTAが優位
海外素材を中心に扱っており、
PIXTAと比べ日本素材が少ない

競合2:国内高価格帯ストックフォト
(報道などテレビメディア向け)



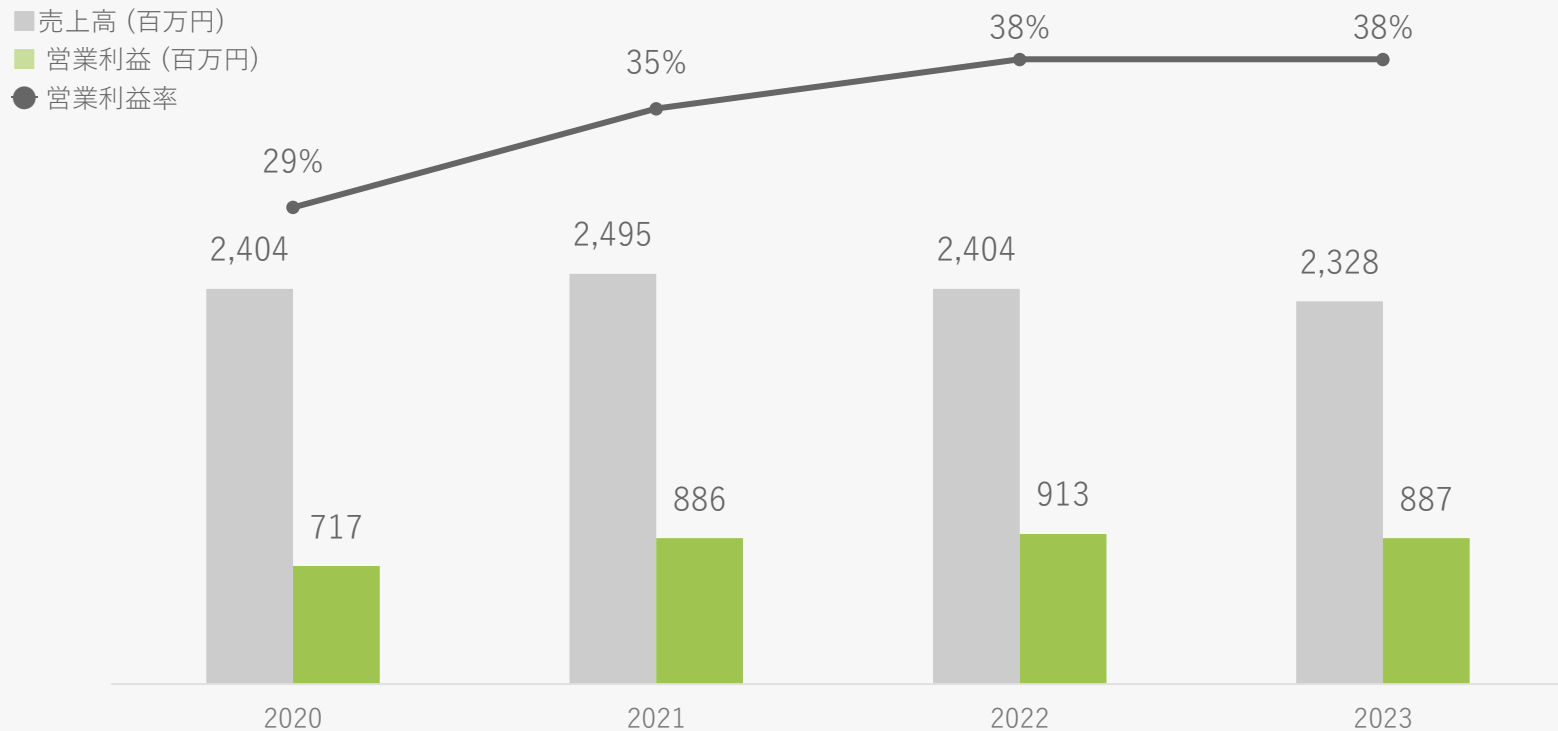
価格の安さでPIXTAが優位
高価格日本素材を扱っており
PIXTAと比べ高単価

競合3:国内無料ストックフォト



素材数の多さでPIXTAが優位
PIXTAの素材数約9,000万点に比べ
圧倒的に素材数が少ない

購入者数の減少に伴い、2022年以降売上高は減少
営業利益率が高く、安定して利益を生み出せる事業



fotowa | 顧客の課題

写真館撮影では撮影場所が決まっており、顧客に負担
そのため自由な場所で撮影することへのニーズが存在



顧客

好きな場所で記念写真を撮りたい
子どもを写真館に連れて行くのが大変

空き時間を利用して、撮影で稼ぎたい
個人間の決済が面倒



フォトグラファー

fotowa | 事業概要

写真を撮って欲しいユーザーと、フォトグラファーをつなぐマッチングプラットフォーム

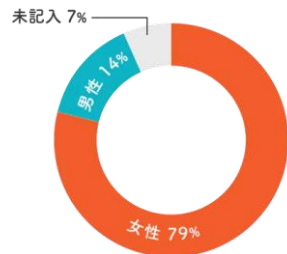


fotowa | 主要ターゲット層

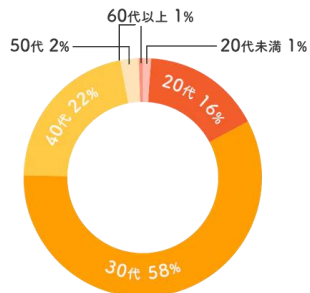
30~40代の母親がターゲット

家族で七五三・お宮参り・新生児の撮影など、記念写真を撮影する機会が多いため

顧客の性別構成



顧客の年齢構成



顧客の具体的なイメージ



1) 30代女性、長女1才。

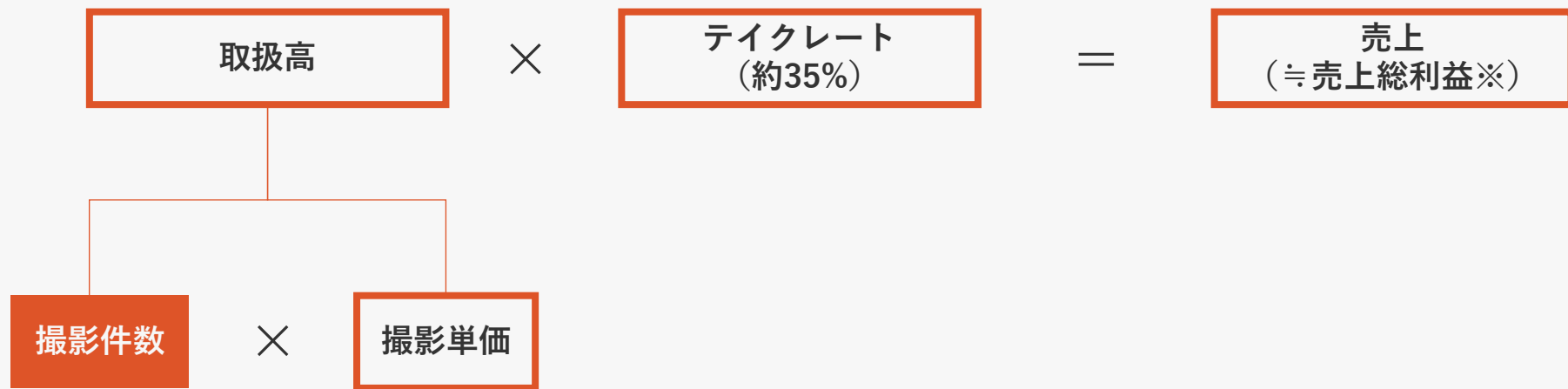
スタジオでマタニティフォトを経験したが、スタジオの固い雰囲気に緊張してしまい、自然な表情を残すことができなかった。そこで、「普段から遊び馴染んだ公園なら緊張しないのでは？」と1才のバースデーフォトで出張撮影を利用



2) 40代主婦、長男5才。

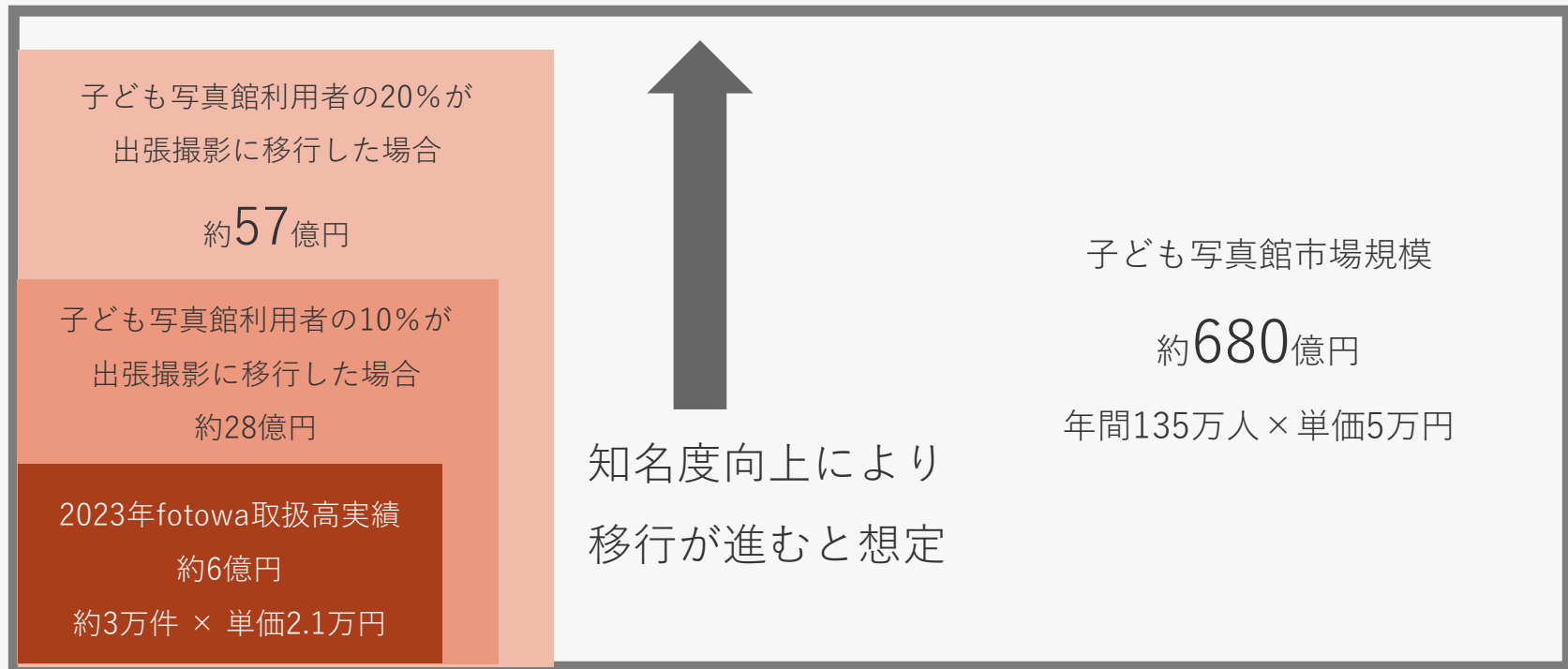
長男がやんちゃで、いつも部屋で走り回っている。七五三で、写真スタジオでじっとしてもらえるか不安であることから、撮影とお参りを一緒にできる出張撮影を利用

KPIは「撮影件数」



※原価はサーバー費用（年間数百万）のみ

顕在市場である子ども写真館利用者が徐々に出張撮影に移行する見込み



fotowa | 競合との比較

子ども写真館と比較すると自由度が高く、自然体の写真が撮影可能

fotowa



*地域により差があります

撮影場所

多彩な場所

スタジオ内

フォトグラファー

数人～数百人
から選べる*

店舗スタッフ

テイスト

ナチュラル
多彩なシーン

フォーマル
画一的

子ども写真館



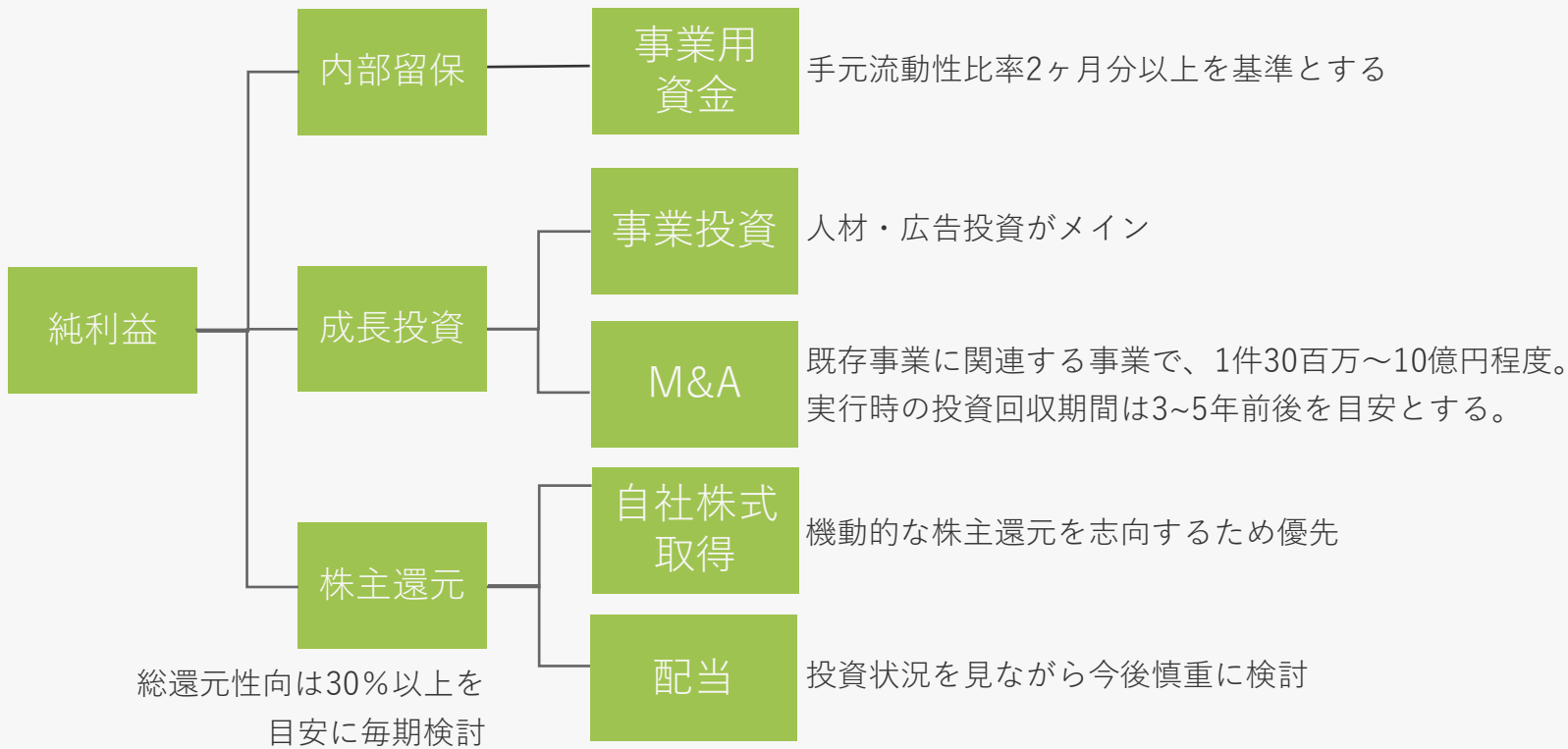
素材番号 : 24865916

全社 | リスク要因

リスク		影響度	対策
顧客(市場)の リスク	市場の変化や景気低迷による広告制作予算の削減	中	制作以外の分野からも幅広く顧客を取り込む
	撮り下ろしが容易になり、有料素材を購入しなくなる	中	出張撮影サービスを開始
	AI画像生成技術が発達し、ストック素材需要が減少	大	AI画像生成技術の研究開発を実施。ただし、AI画像生成技術はクリエイターに資する形で利用する
	fotowaの広告効率が上がらず、売上成長が鈍化する	中	衣装レンタルなどの追加サービスによるアップセルを画策中
競合の リスク	欧米ストックフォトサイトにクリエイターが流出。その結果、日本人素材が充実し、PIXTAの国内シェアが低下すること	大	PIXTA専属クリエイターへの報酬を引き上げ、日本素材を撮影するクリエイターを囲い込む
	無料素材サイトの成長により、国内有料素材のシェアが奪われてしまう	中	素材数や素材の質の担保

全社 | 資本政策について

財務健全性の確保を前提として、持続的な成長投資と株主還元により企業価値向上を実現
財務健全性は自己資本比率30%以上・流動比率120%以上が目安



全社 | 会社概要

会社名	ピクスタ株式会社（証券コード3416）
設立日	2005年8月25日
所在地	東京都渋谷区渋谷2丁目21-1 渋谷ヒカリエ33階 JustCo Shibuya Hikarie
従業員数	連結123名 単体75名（2024年3月末時点）
代表者	古俣大介
事業内容	<ul style="list-style-type: none">・ デジタル素材マーケットプレイス「PIXTA」・ 出張撮影プラットフォーム「fotowa」・ 法人向け出張撮影・カメラマンサービス「PIXTAオンデマンド」・ 法人向け撮り下ろしサービス「PIXTAカスタム」
グループ会社	<ul style="list-style-type: none">・ PIXTA ASIA PTE. LTD.・ PIXTA VIETNAM CO., LTD.

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

経営管理部 IR担当

Email : ir@pixta.co.jp

IR情報 : <https://pixta.co.jp/ir>