

2024年12月期 第3四半期決算説明資料

ピクスタ株式会社（東証グロース：3416）

2024年11月11日



目次

01 2024年12月期 業績予想

02 2024年12月期 第3四半期 決算概要

03 参考資料

04 会社概要



01 2024年12月期 業績予想



全社 | 2024年12月期・連結業績修正予想 ※2024年9月20日開示

売上高は当初予想から+200百万円増加。大口案件約3.3億円の売上が寄与

大口案件の売上金額に関して、2024年7月開示の金額との差異は為替レートの変動が影響

営業利益は当初予想から+160百万円の増加。売上高の増加に連動

(単位:百万円)	2023/12 通期 (実績)	2024/12 通期 (A: 当初予想)	2024/12 通期 (B: 修正予想)	増減 (B-A)	増減率
売上高	2,621	2,629	2,829	+200	+7.6%
営業利益	335	340	500	+160	+47.2%
営業利益率	12.8%	12.9%	17.6%	+4.7pt	-
純利益	261 ※(203)	233	336	+103	+44.5%

全社 | 株主還元について

2024年12月期に1株当たり45円の配当を実施。今期含め3年間同額の配当を予定
今期は大口案件受注により過去最高の営業利益を見込んでおり、中期的にも成長投資と継続的な利益還元の両立が可能な収益性を維持することができると判断したため
配当の実施や流通株式比率の観点から自己株式取得は2025年1月で終了予定

2023年12月期 (実績)	—
2024年12月期 (予想)	1株当たり45円00銭の期末配当を実施



02 2024年12月期 第3四半期 決算概要

6



全社 | 第3四半期業績ハイライト

売上高は前年同期比+49%の増加。7月22日に開示した大口案件売上約3.3億円が寄与
営業利益は前年同期比約4.5倍の増加。売上及び粗利の増加に伴うもの

(単位:百万円)	Q3 (3ヶ月)			Q1~Q3 (9ヶ月累計)			修正後予想	進捗率
	2023/12 Q3	2024/12 Q3	YoY 増減率	2023/12 Q3累計	2024/12 Q3累計	YoY 増減率		
売上高	631	943	+49.4%	1,921	2,201	+14.6%	2,829	+77.8%
営業利益	66	303	+358.4%	210	462	+119.5%	500	+92.4%
営業利益率	+10.5%	+32.1%	+21.6pt	+11.0%	+21.0%	+10.0pt	+17.7%	-
純利益	32	205	+540.3%	194 ※(135)	317	+63.5% ※(+134.0%)	336	+94.2%

全社 | 事業別売上高の推移

PIXTA事業の売上高は前年同期比+54%の増加。大口案件売上約3.3億円が寄与
 fotowa事業の売上高は前年同期比+1.5%の増加。修正後予想を上回る

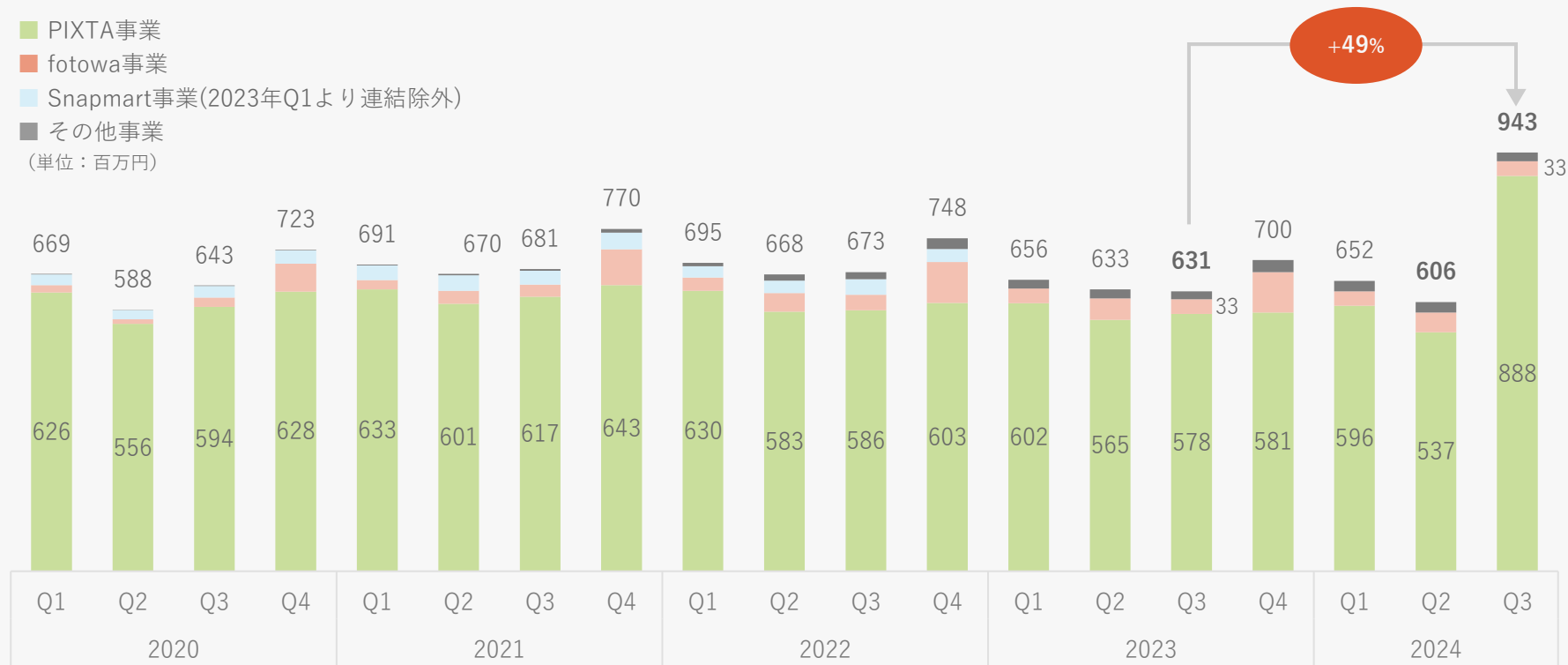
■ PIXTA事業

■ fotowa事業

■ Snapmart事業(2023年Q1より連結除外)

■ その他事業

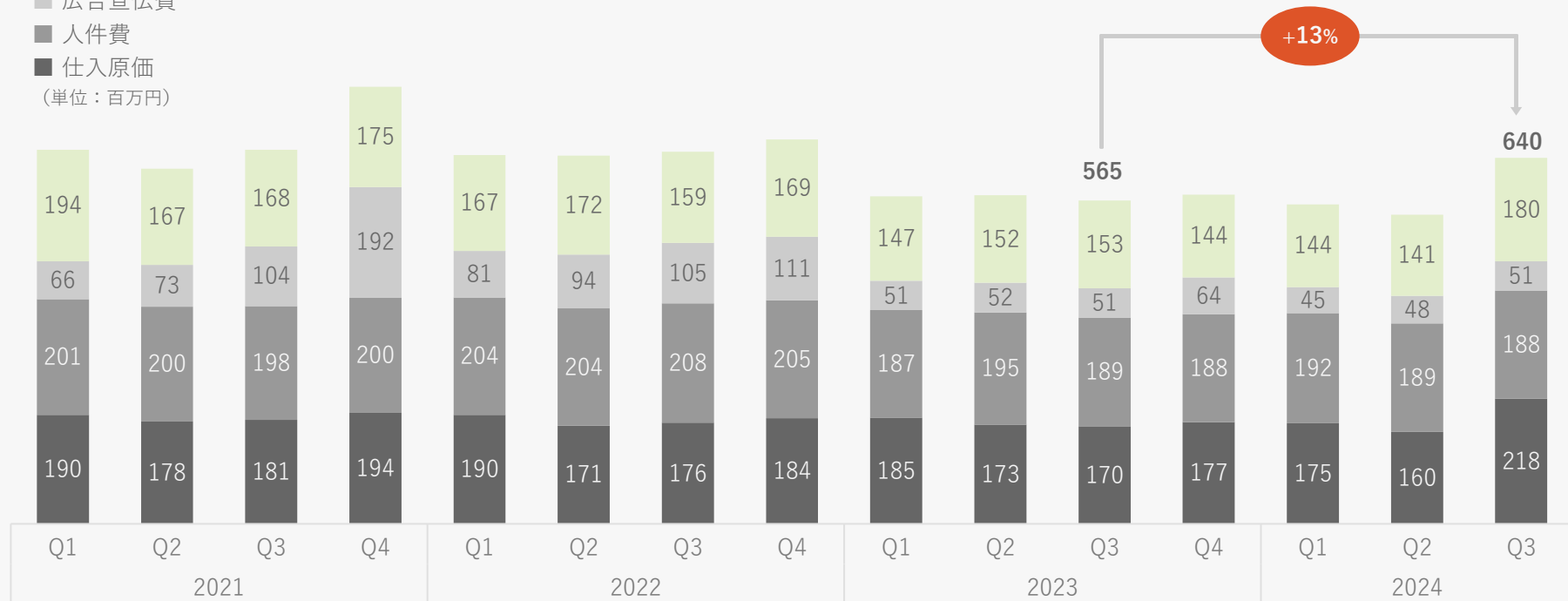
(単位：百万円)



全社 | 費用の推移

費用全体では前年同期比+13%の増加。PIXTA事業の大口案件売上における仕入原価およびサーバー費用の増加が影響

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

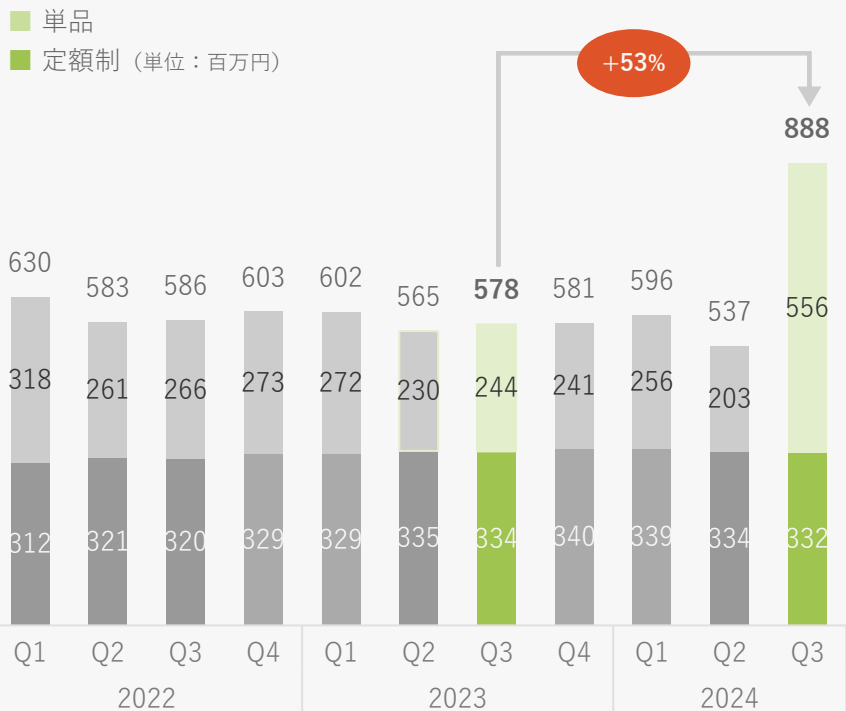


1. セグメント売上は前年同期比+54%の増加。2024年7月22日に開示した大口案件の売上約3.3億円が寄与。定額制は前年同期比-0.8%とほぼ横ばい
2. セグメント営業利益は前年同期比+101%の増加。売上及び粗利の増加に連動
3. 購入者数累計が前年同期比-4.2%の減少。定額制購入者数・単品購入者数ともに減少
4. 「車椅子の日本人画像データセット」販売開始。車椅子に座る人を検知する物体検知AI開発需要の増加に対応
5. 「日本人顔画像 同一人物バリエーションデータセット」販売。髪型や表情に変化があっても同一人物だと認識できるよう、同一人物の様々なバリエーションニーズに応えるデータセットを提供

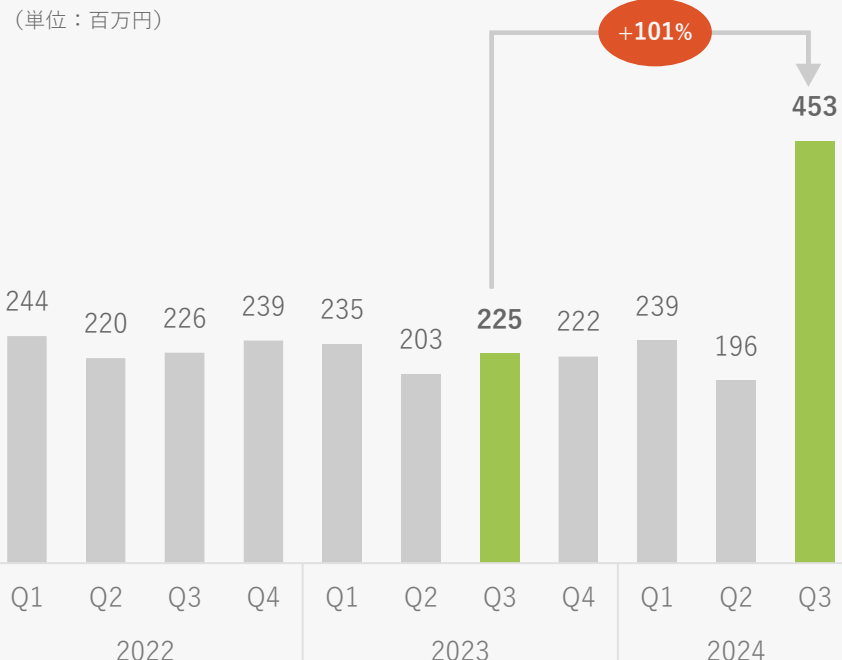
PIXTA | セグメント別の業績推移

売上高は前年同期比+54%の増加。大口案件売上約3.3億円が寄与
 営業利益は前年同期比+101%の増加

売上高推移



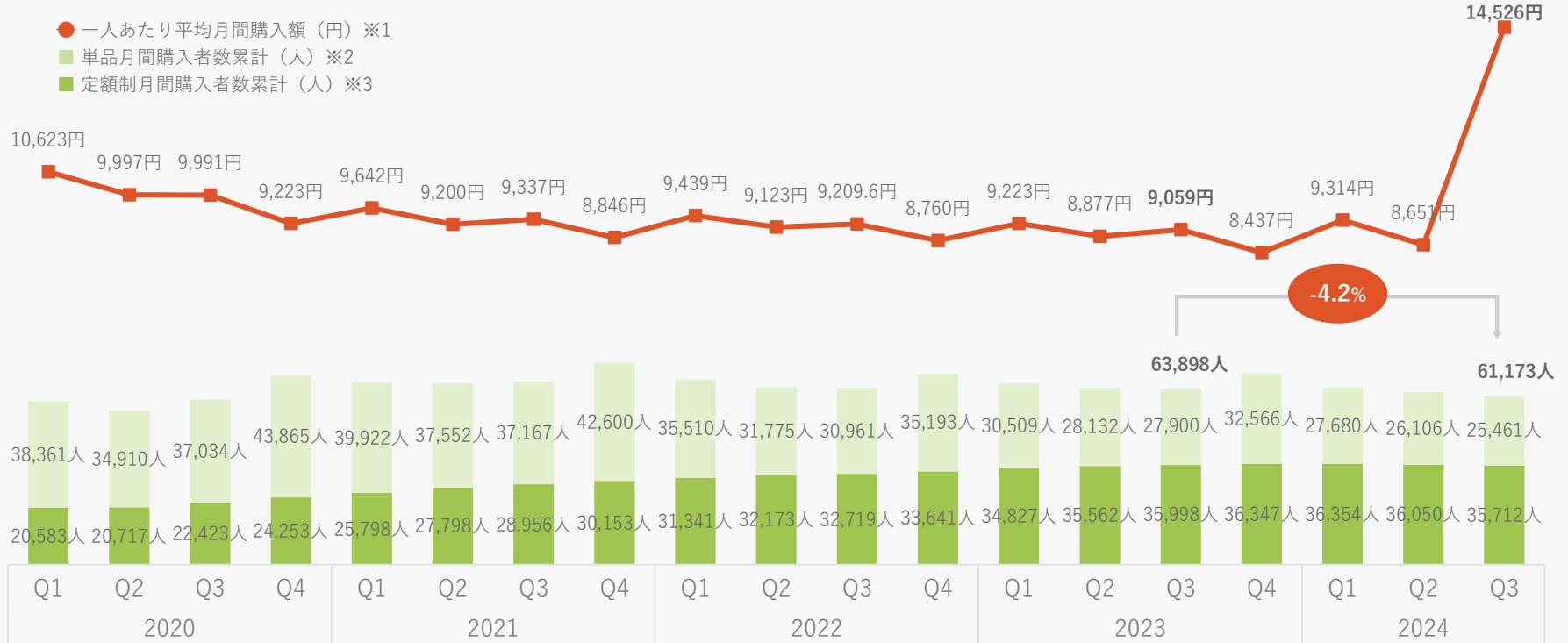
営業利益推移



※1: 本資料に記載する2024年12月期 第3四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。

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-4.2%の減少。単品購入者・定額制購入者ともに減少
 平均月間購入額は前年同期比+60%の増加。大口案件が寄与



※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+1.5%の増加。撮影件数の増加に連動
2. セグメント営業利益は-32百万円の着地。粗利増加及び広告費用削減により前年同期比+7百万円の改善
3. 撮影件数は前年同期比+2.0%の増加。新生児撮影件数の増加が寄与
4. リピート率は前年同期比で2.0pt改善し、26%に
5. 撮影ジャンルに「ライフスタイルニューボーンフォト」を追加。「赤ちゃんのいる生活や空気感」をナチュラルなテイストで写真に残せる新しい撮影ジャンルで、赤ちゃんのありのままの姿や家族との触れあいを撮影

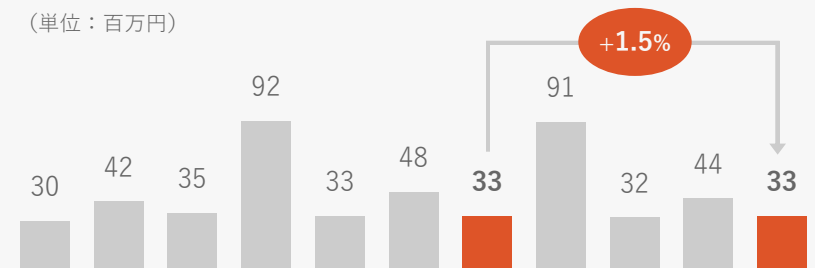
fotowa | セグメント別の業績推移

売上高は前年同期比+1.5%の増加

営業利益は前年同期比+7百万円

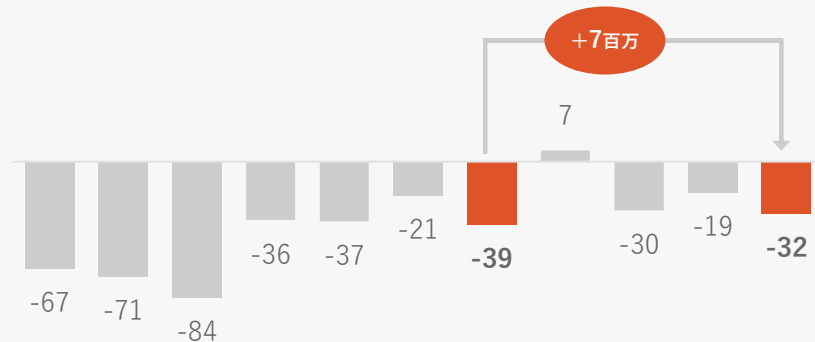
売上高推移

(単位：百万円)



営業利益推移

(単位：百万円)



Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
2022				2023				2024		

Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
2022				2023				2024		

※1: 本資料に記載する2024年12月期 第3四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。

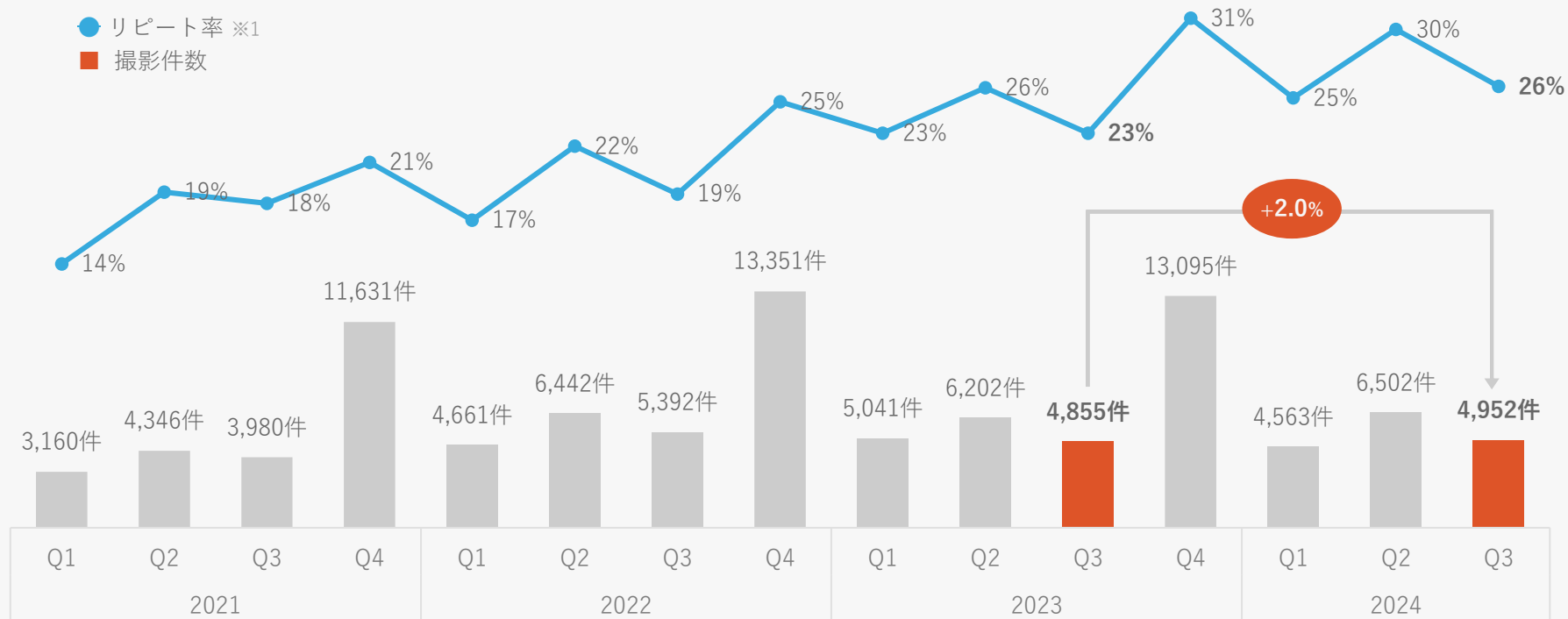
会計監査後の数値は現在算定中であり、2024年12月期以降に変更となる可能性があります。

※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+2.0%の増加

リピート率は前年同期比3pt改善し、26%に





03 參考資料



全社 | 2024年12月期 第3四半期 P/L

Q3純利益は前年同期比+540%の増加。売上及び営業利益の増加に伴うもの

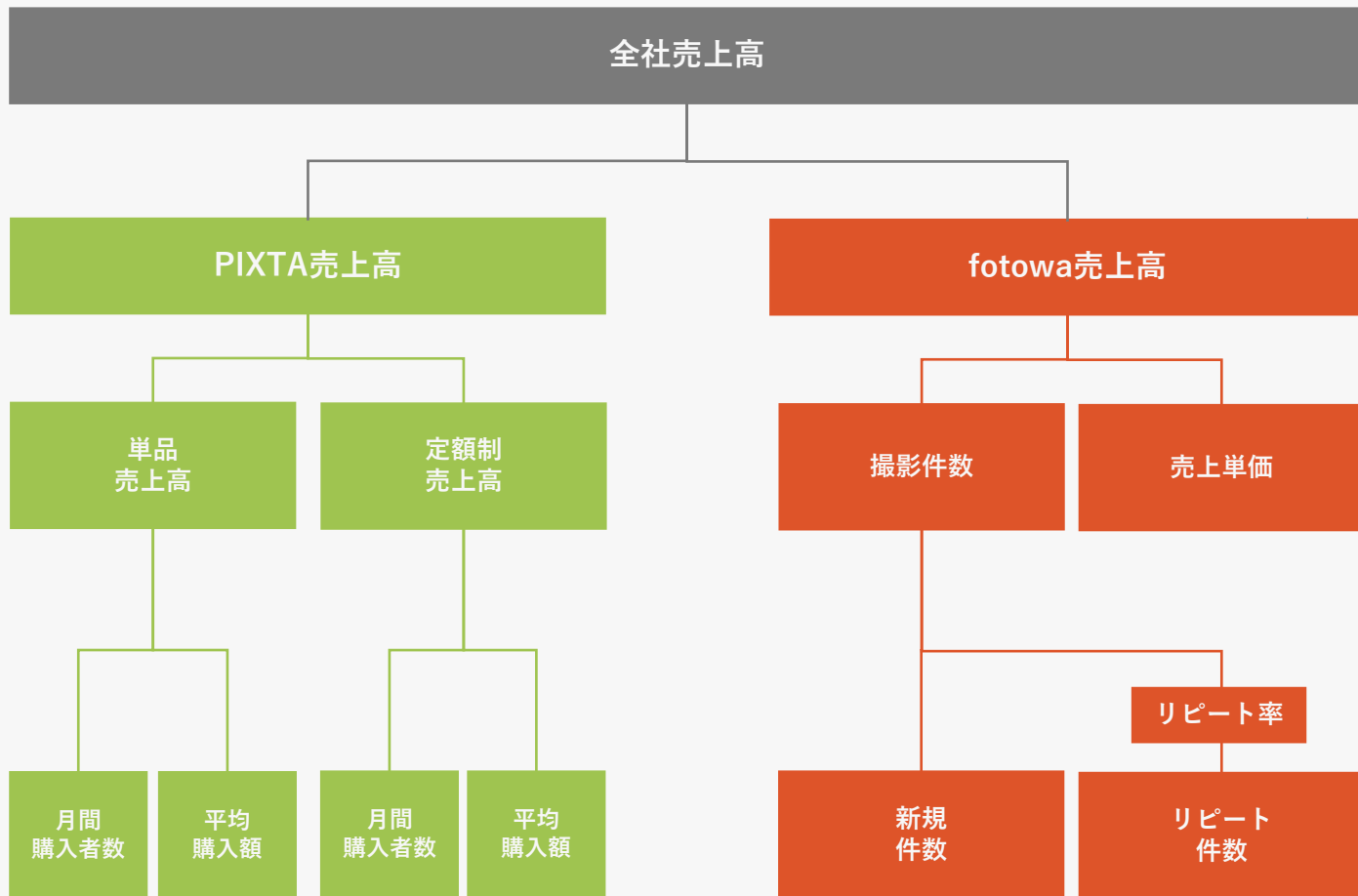
(単位:百万円)	Q3 (3ヶ月)			Q1~Q3 (9ヶ月累計)			修正後予想	進捗率
	2023/12 Q3	2024/12 Q3	YoY 増減率	2023/12 Q3累計	2024/12 Q3累計	YoY 増減率		
売上高	631	943	+49.4%	1,921	2,201	+14.6%	2,829	+77.8%
営業利益	66	303	+358.4%	210	462	+119.5%	500	+92.4%
営業利益率	+10.5%	+32.1%	+21.6pt	+11.0%	+21.0%	+10.0pt	+17.7%	-
純利益	32	205	+540.3%	194 ※(135)	317	+63.5% ※(+134.0%)	336	+94.2%

全社 | 2024年12月期 第3四半期B/S

流動資産が前四半期比で+14%の増加。大口案件における売掛金増加によるもの
2024年Q3時点で自己資本比率42%、流動比率171%で健全な財務状況

(単位:百万円)	2024/12 Q2	2024/12 Q3	増減率	2023/12 期末	前期末比
流動資産	2,250	2,566	+14.0%	2,167	+18.4%
固定資産	98	95	△3.5%	137	△30.6%
総資産	2,349	2,661	+13.3%	2,305	+15.5%
流動負債	1,330	1,503	+13.0%	1,296	+16.0%
固定負債	0	-	-	19	△100.0%
純資産	1,018	1,158	+13.7%	988	+17.2%

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	Q2	Q3
合計	売上高 (百万円)	633	601	617	643	630	583	586	603	602	565	578	581	596	537	888
	売上高 (百万円)	350	305	312	329	318	261	266	273	272	230	244	241	257	203	556
	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	26,106	25,461
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	7,795	21,859
	売上高 (百万円)	283	295	305	313	312	321	320	329	329	335	334	340	340	334	332
	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	36,050	35,712
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	9,270	9,298

	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	Q2	Q3
売上高 (百万円)	21	29	27	80	30	42	35	92	33	48	33	91	32	44	33
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	6,502	4,952
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	1,941	1,292
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%	29.9%	26.1%

本資料掲載イメージ（PIXTAの人気作品）ご紹介



作者名: zak
素材番号: 81910563



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



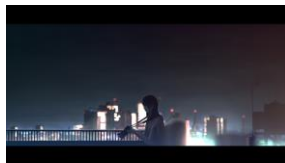
作者名: Keola
素材番号: 55018989



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



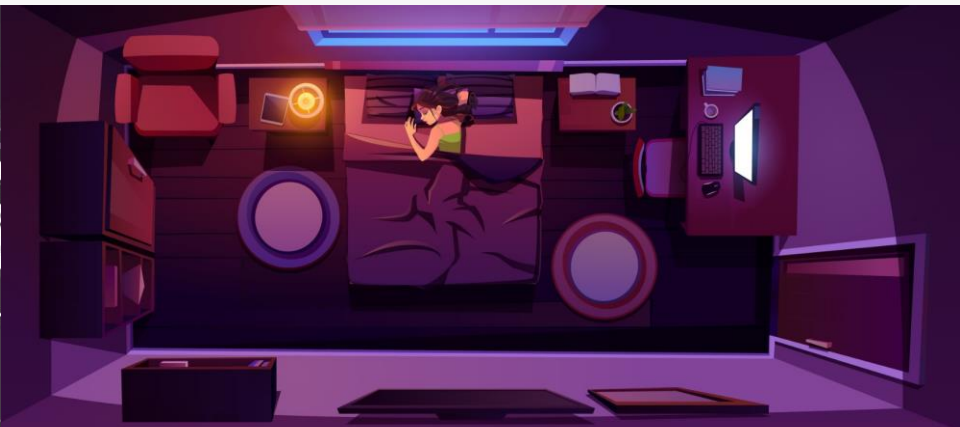
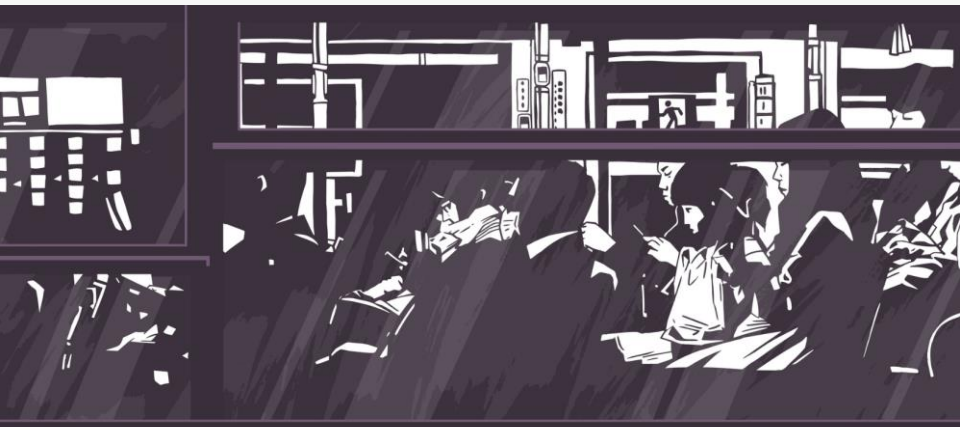
作者名: emma
素材番号: 74795408



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42万人
購入者登録数	約65万人
素材点数	約9,800万点

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1,428人

口コミ投稿数

約6.4万件

撮影件数

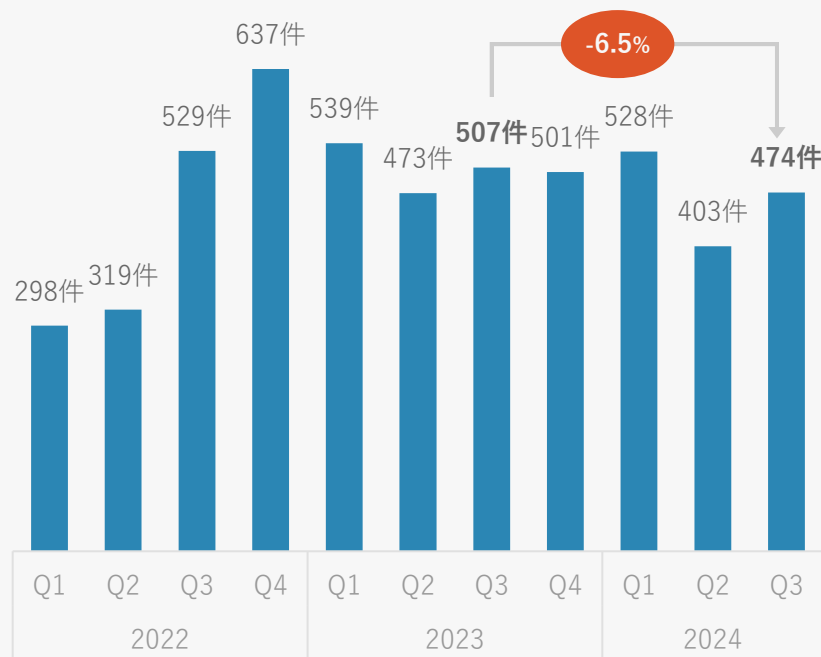
約13.5万件

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



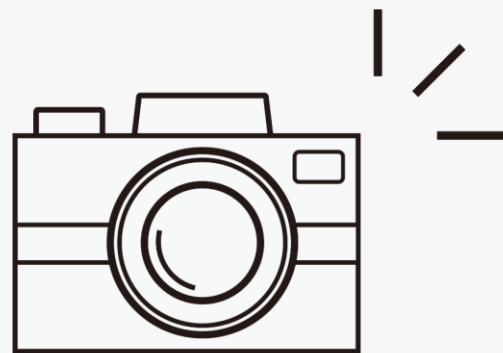
PIXTA事業を立ち上げた2つのきっかけ

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

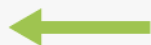


クリエイター

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

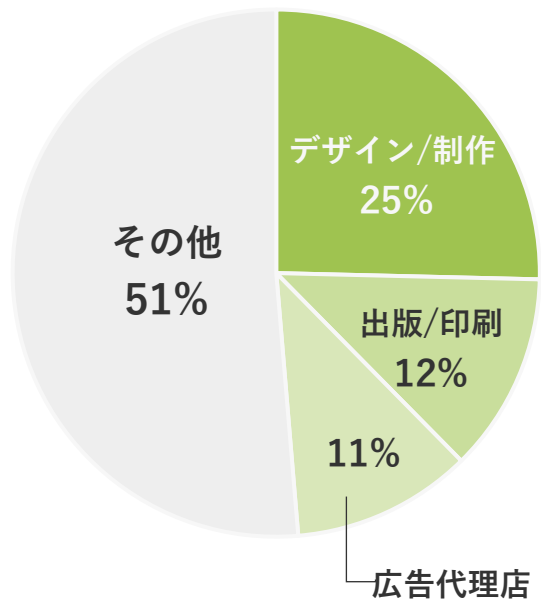
法人

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



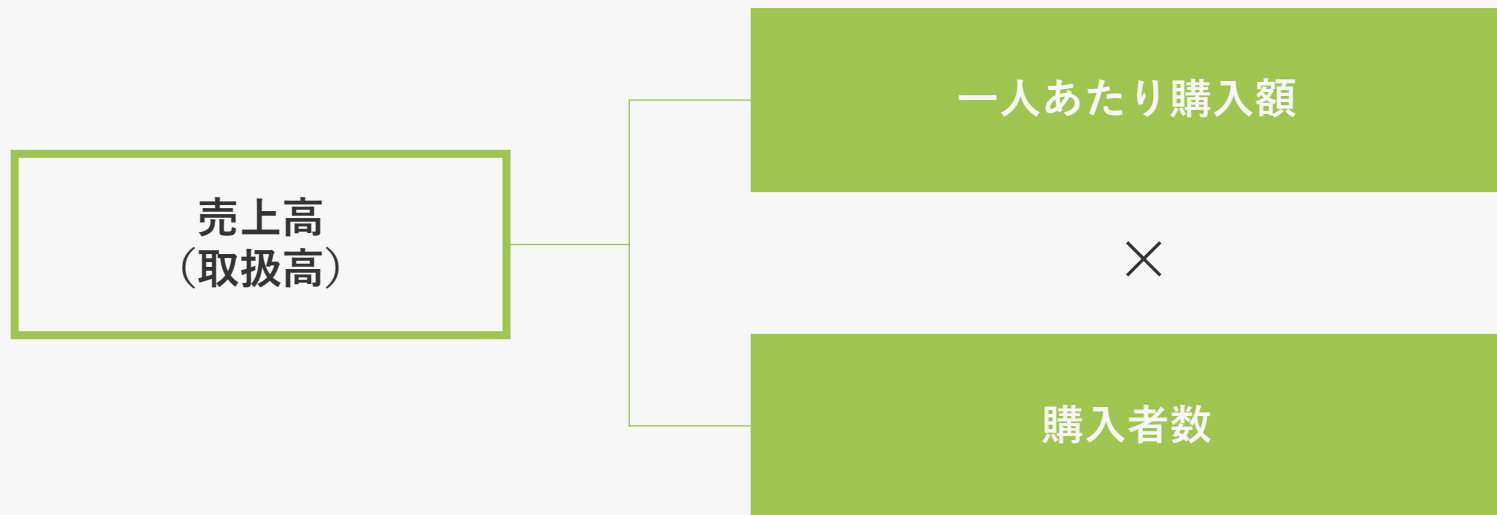
1) 出版社の教材制作
社会科のデジタル教科書を制作しており、制作費用は抑えたいが、教科書に載せる写真でもあるため、権利関係のクリアな写真が数十枚必要だった。そのため、「安価」「著作権・肖像権が安心」の両方を備えているPIXTAを利用



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

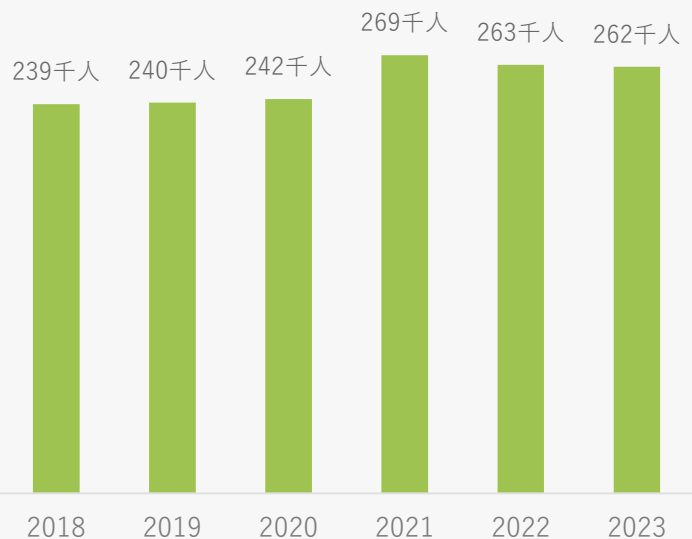
KPIは「購入者数」と「一人あたり購入額」



PIXTA | 購入者の獲得方法・推移

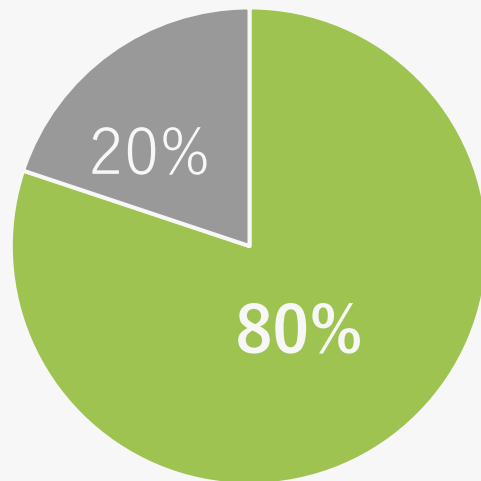
広告や検索など、オンラインで顧客を獲得。定額制プランの購入者数が増加傾向
SEOが強い大規模サイト。数千万点の素材やそれに紐づくキーワード、カテゴリが寄与

購入者数の推移



顧客獲得経路

■ 検索流入 ■ 検索流入以外

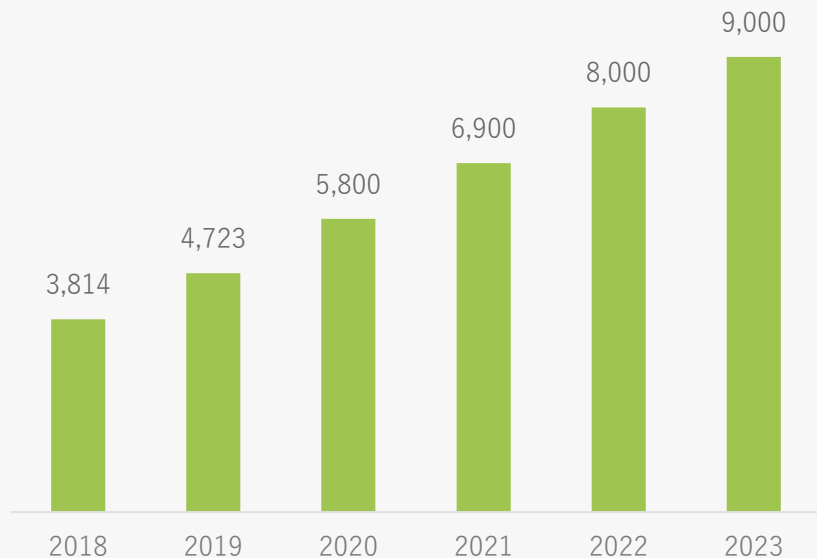


PIXTA | 素材数の推移と投稿者獲得の方針

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

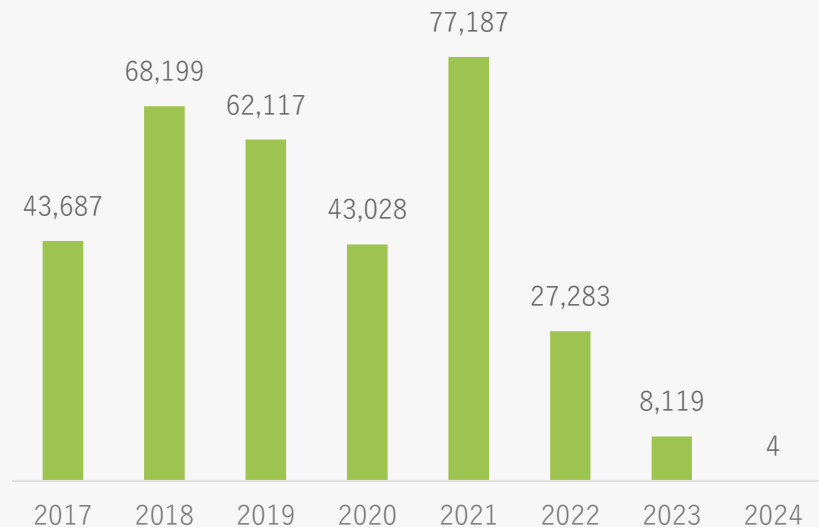
素材数の推移

(単位:万点)



自社コンテンツ減価償却費・減損費用の推移

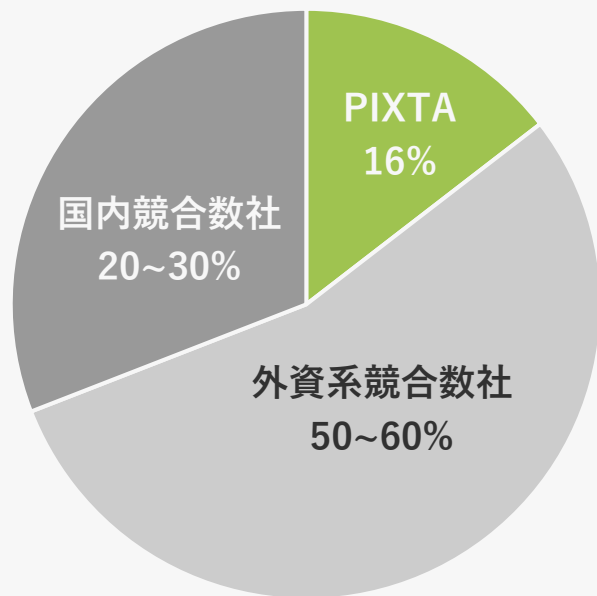
(単位:千円)



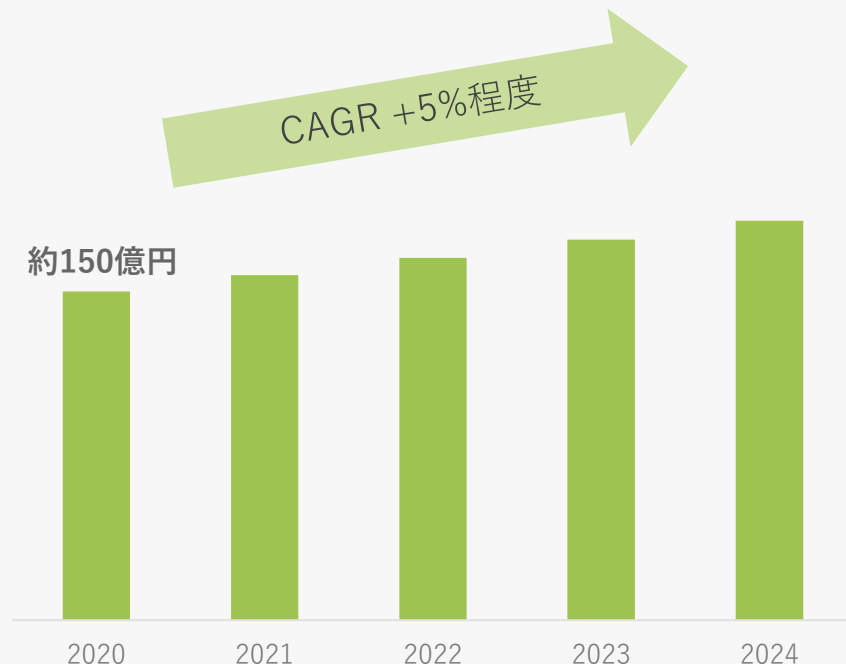
PIXTA | 事業ドメインの潜在市場規模

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



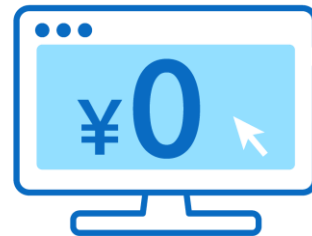
日本素材数でPIXTAが優位
海外素材を中心に扱っており、
PIXTAと比べ日本素材が少ない

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)



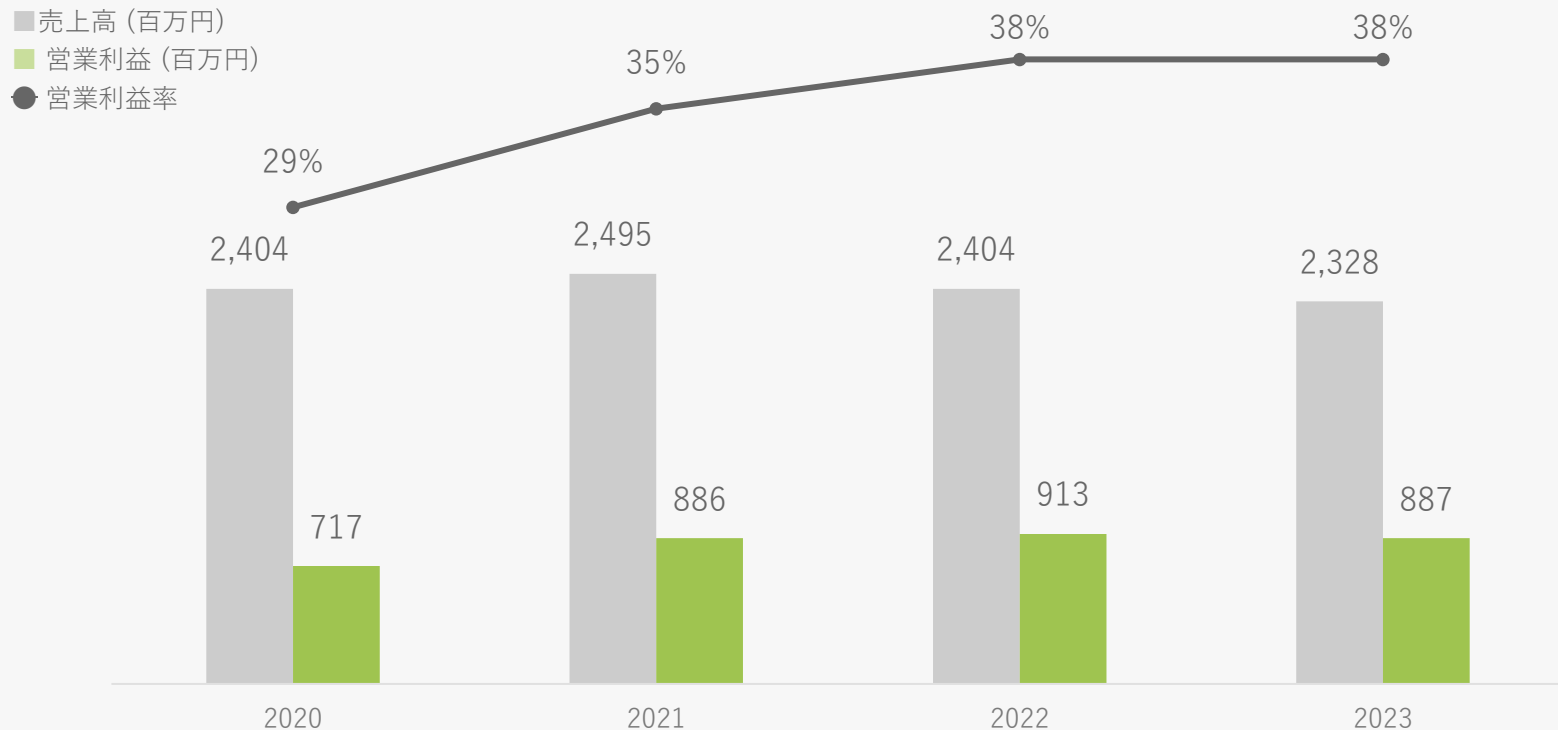
価格の安さでPIXTAが優位
高価格日本素材を扱っており
PIXTAと比べ高単価

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

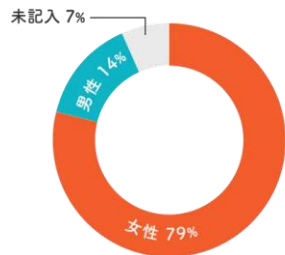


fotowa | 主要ターゲット層

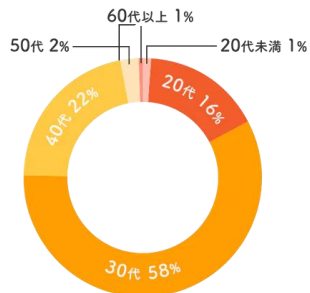
30~40代の母親がターゲット

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。

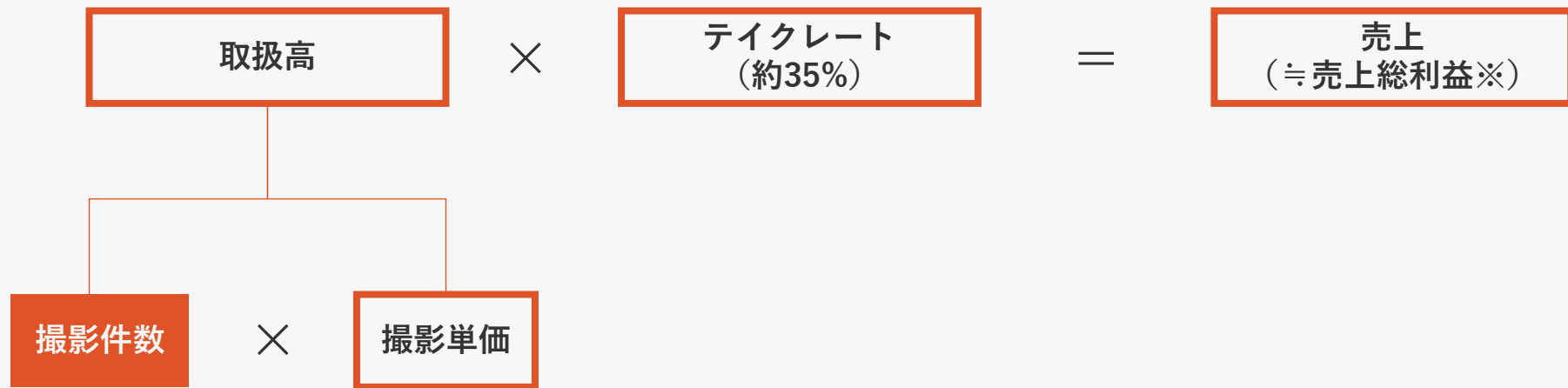
スタジオでマタニティフォトを経験したが、スタジオの固い雰囲気に緊張してしまい、自然な表情を残すことができなかった。そこで、「普段から遊び馴染んだ公園なら緊張しないのでは？」と1才のバースデーフォトで出張撮影を利用



2) 40代主婦、長男5才。

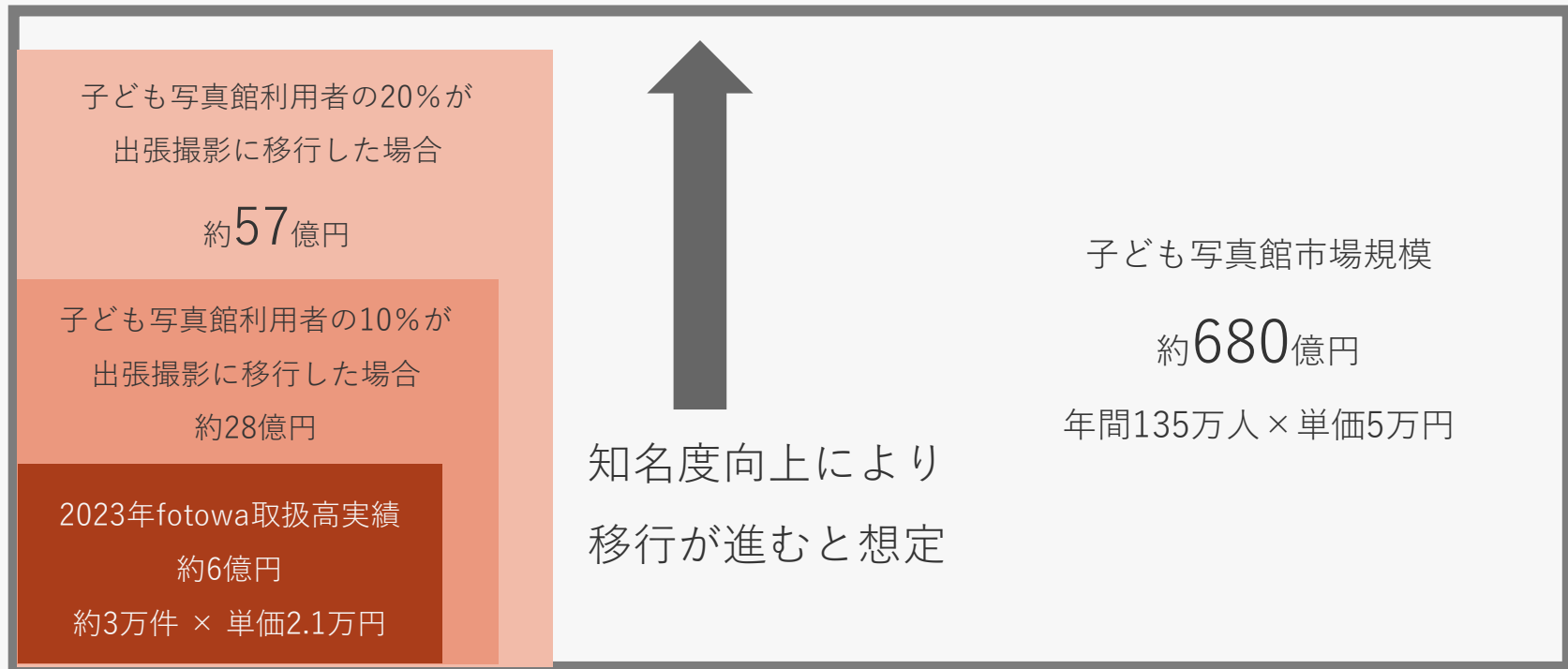
長男がやんちゃで、いつも部屋で走り回っている。七五三で、写真スタジオでじっとしてもらえるか不安であることから、撮影とお参りを一緒にできる出張撮影を利用

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 | 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116名 単体71名（2024年9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>