



PIXTA

個人投資家向け説明会資料

ピクスタ株式会社

[マザーズ・3416]

2021年9月9日

目次

1. 会社概要・ビジネスモデル
2. 2021年12月期 第2四半期決算説明概要
3. 今後の成長戦略
4. 事前に頂いたご質問について
5. 参考資料



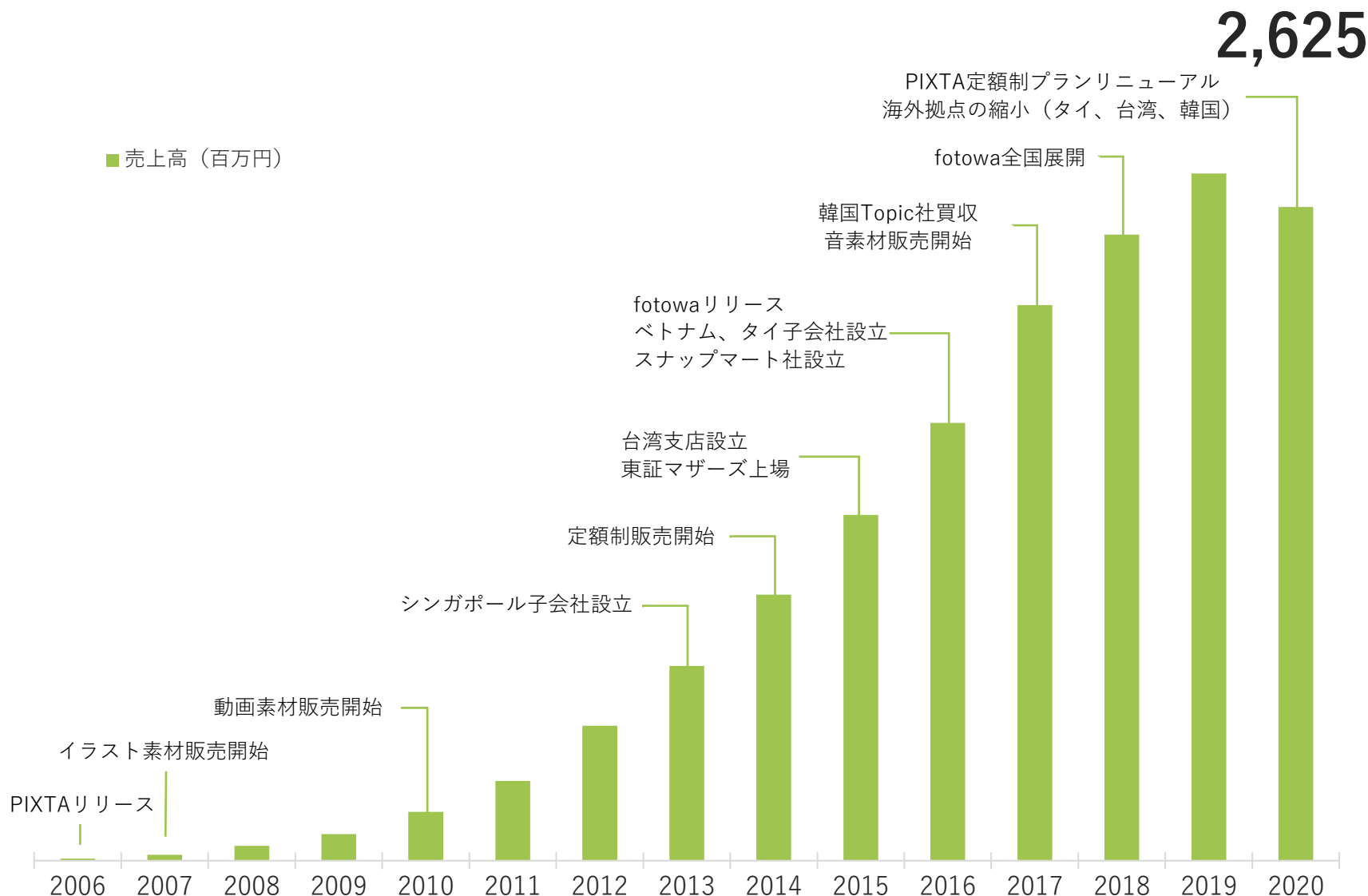


1. 会社概要・ビジネスモデル

※このページの写真は全てPIXTAの人気素材
素材番号：63975997, 70349678, 59629726, 69408994



会社名	ピクスタ株式会社（証券コード3416）
代表者	古俣大介
設立日	2005年8月25日
所在地	東京都渋谷区渋谷三丁目3番5号 NBF渋谷イースト7階
事業内容	■ デジタル素材マーケットプレイス「PIXTA」の運営 ■ 出張撮影プラットフォーム「fotowa」の運営 ■ スマホ写真のマーケットプレイス「Snapmart」の運営
従業員数	連結132名 単体84名（2021年6月末時点）



※：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。
※：2020年12月期第4四半期より、連結子会社でありましたTopic Images Inc.は、2020年11月30日に全株式を譲渡したことに伴い、連結範囲から除外しております。

全社

企業理念とグループビジョン



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



※このページの写真はPIXTA・Snapmartで販売中の素材及びfotowaを利用して撮影された写真
PIXTA素材番号：38178029, 41578411, 61730454, 32009681, 64138024
Snapmart素材番号：173047, 3891737, 2254514



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



投稿クリエイター登録数

約**36**万人

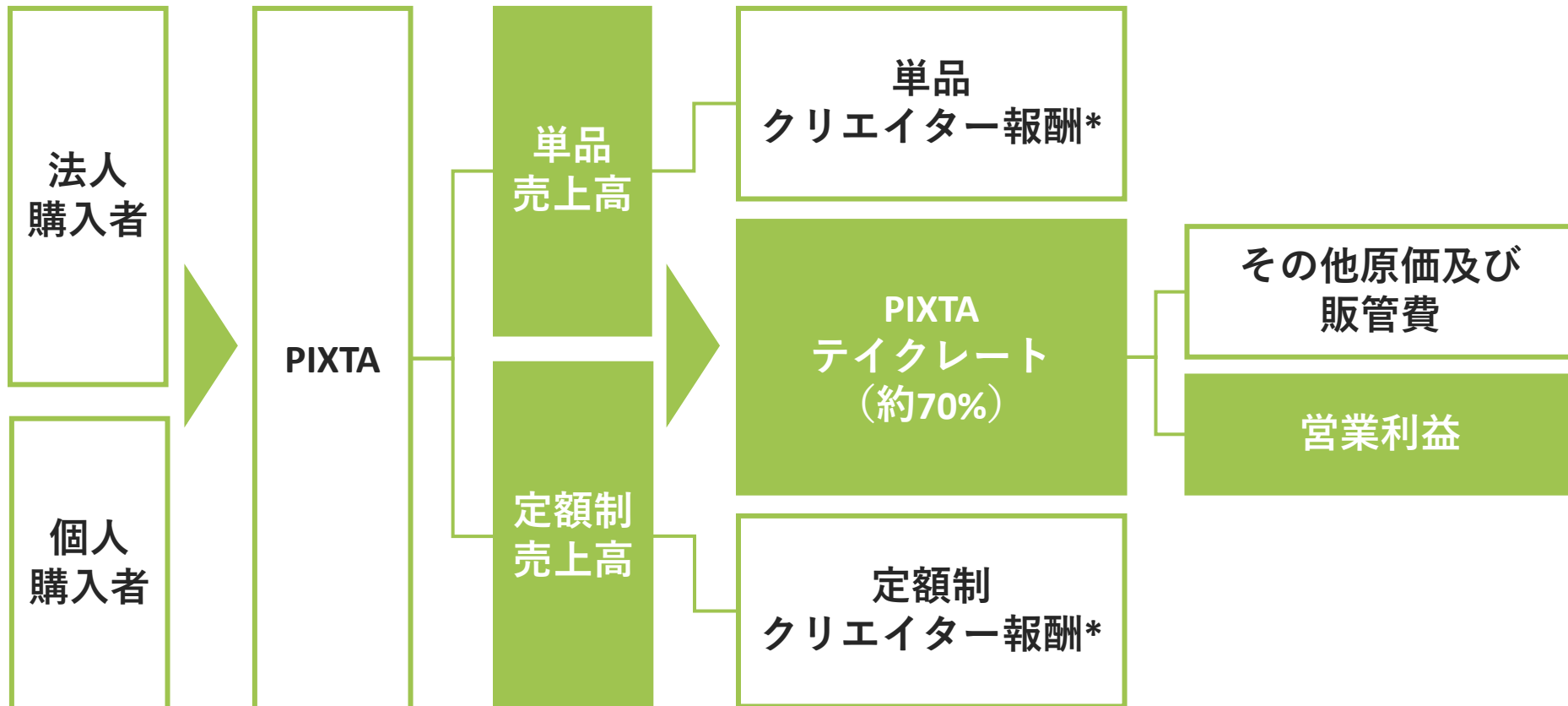
購入者登録数

約**51**万人

素材点数

約**6,300**万点

- 単品は、素材単価と購入枚数によって構成されるフロー型の収益構造
- 定額制は、定額制プラン購入によるストック型の収益構造



※色塗りの箇所は、PIXTAが計上する段階利益を指しております。

※単品のクリエイター報酬は、素材販売の売上高に対して、一定の料率を適用し算出。

※定額のクリエイター報酬は、素材のダウンロード点数に対して、一定の料率を適用し算出

fotowa

家族・こども写真の出張撮影プラットフォーム



プロフォトグラファー登録数

約**1,000**人

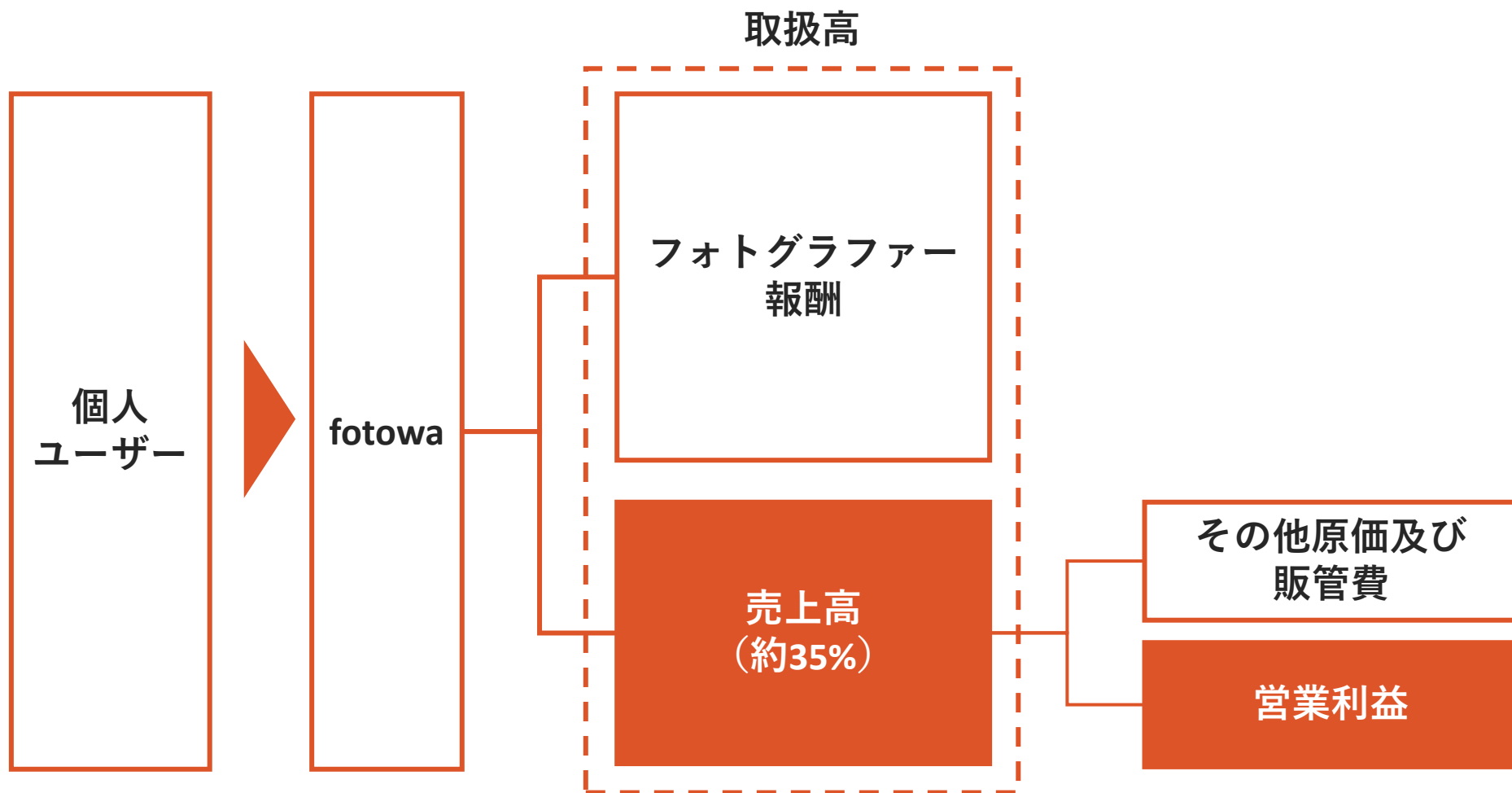
口コミ登録数

約**25,700**件

累計撮影件数

約**50,000**件

- 撮影件数と撮影単価によって構成されるフロー型の収益構造



※色塗りの箇所は、fotowaが計上する段階利益を指しております。
※売上高は、フォトグラファー報酬を控除した額をネット計上

Snapmart

スマホ写真のマーケットプレイス・SNSビジュアルマーケティング



投稿クリエイター登録数

約**20**万人

購入者登録数

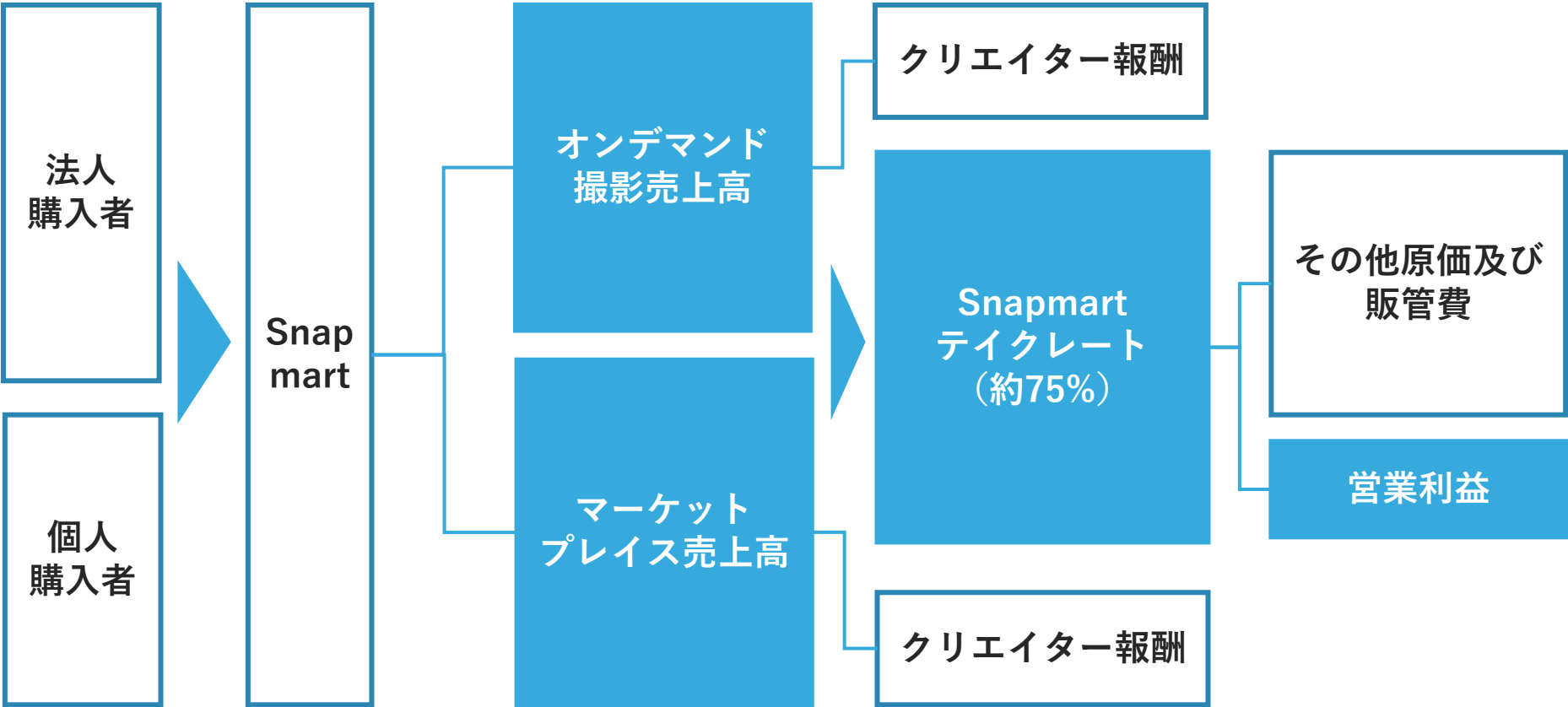
約**9,000**人

素材点数

約**450**万点

Snapmart | ビジネスモデル

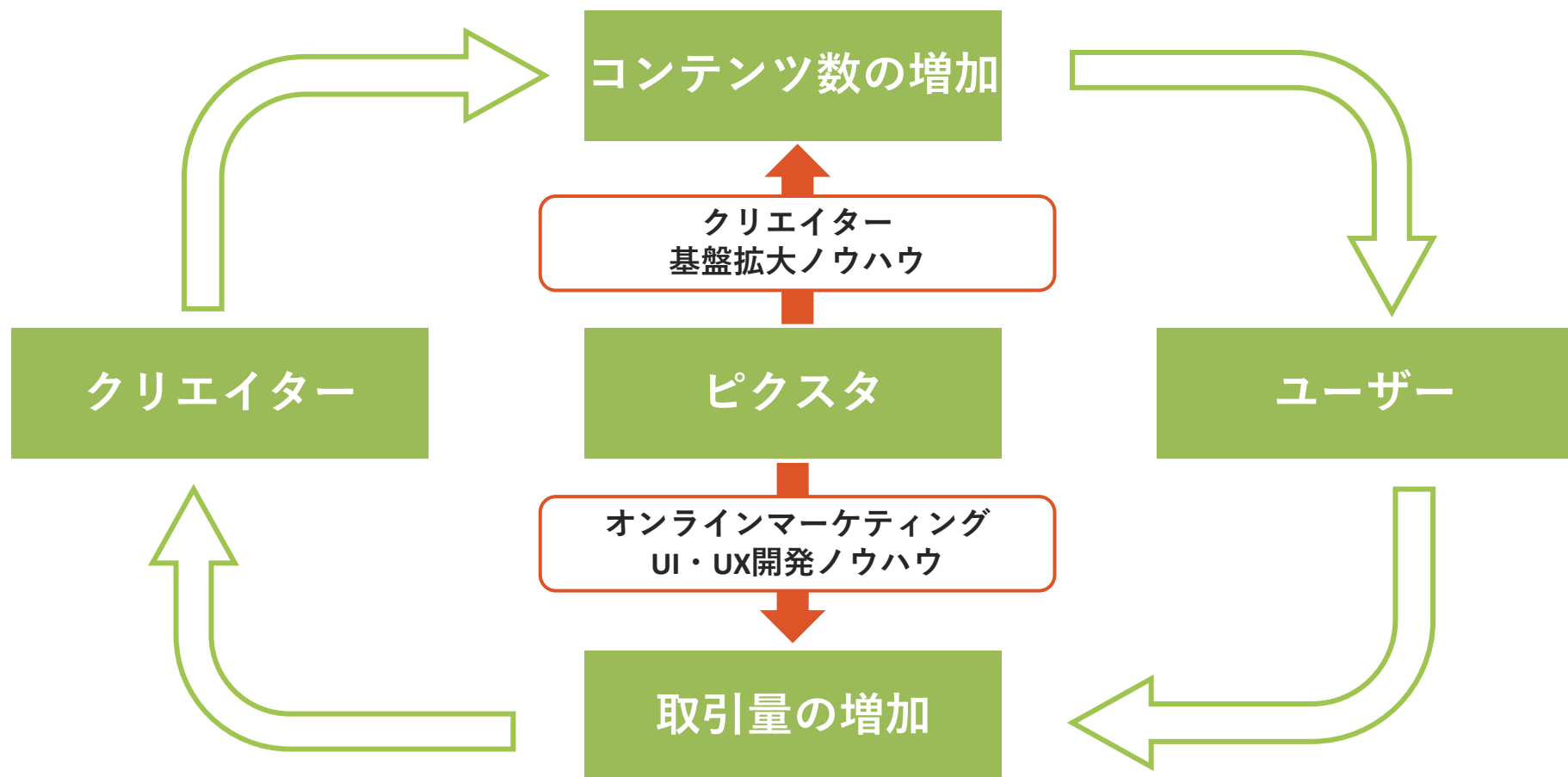
- オンデマンド撮影は、案件数と案件単価によって構成されるフロー型の収益構造
- マーケットプレイスは、PIXTAと同様に主にストック型の収益構造



※色塗りの箇所は、Snapmartが計上する段階利益を指しております。

全社 | 当社の強み

- それぞれの強みが相互に補完し、ネットワーク効果を生み出す
- 市場トップシェア獲得により、各分野の成長が加速し好循環が生まれる





2. 2021年12月期 第2四半期決算説明概要

※このページの写真は全てfotowaを利用して撮影された写真



全社 | 第2四半期業績ハイライト

- 累計売上高は、前年同期比**8.2%**増
- 累計営業利益は、前年同期比**1593.8%**増

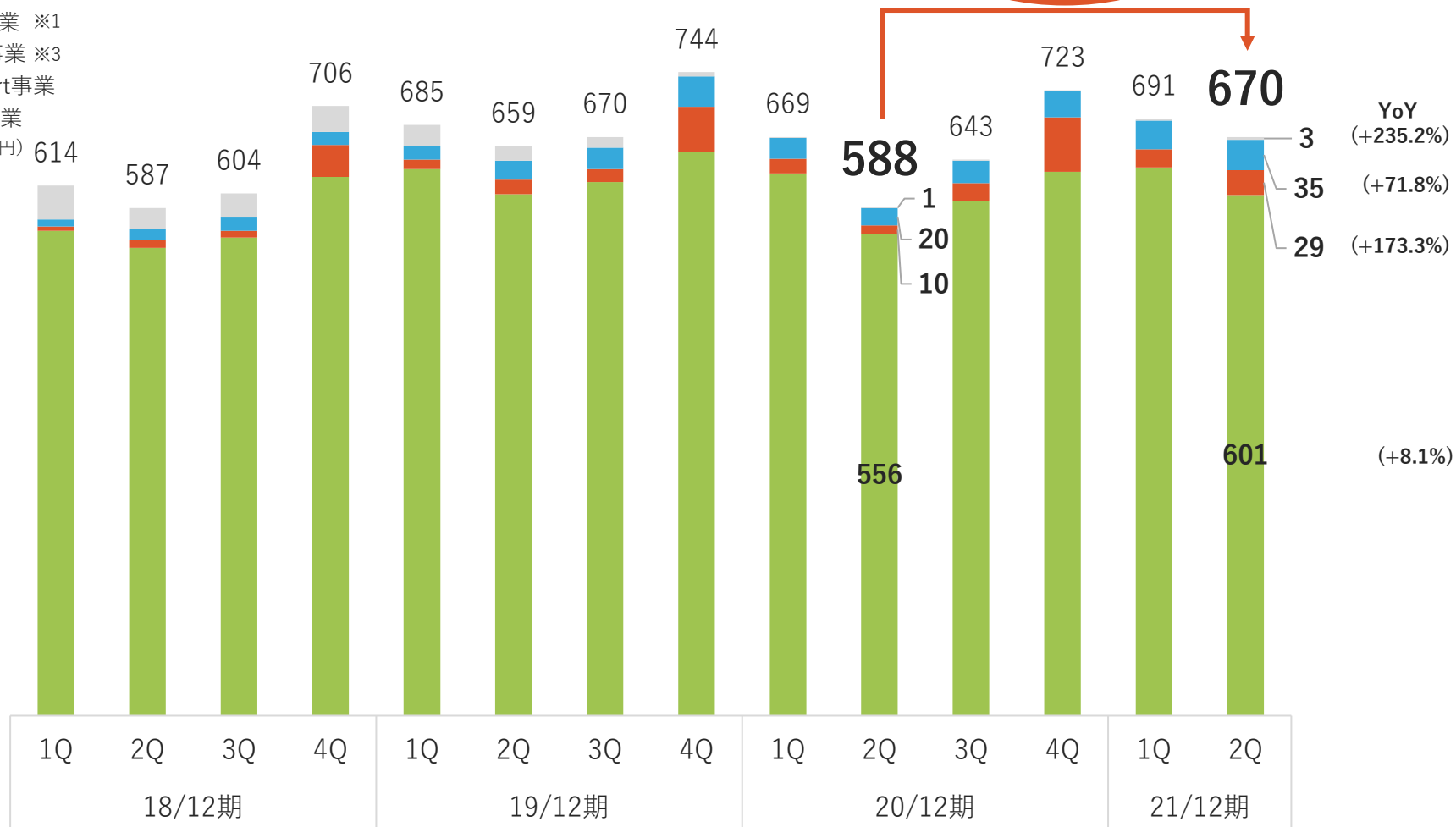
(百万円)	2020-2Q	2021-2Q	前年同期比	2020-2Q 累計	2021-2Q 累計	前年同期比	当期予想	進捗率
売上高	588	670	+13.8%	1,258	1,361	+8.2%	2,780	49.0%
営業利益	△11	50	-	5	89	+1,593.8%	15	562.7%
営業利益率	△1.9%	7.5%	+9.4pt	0.4%	6.5%	+6.1pt	0.6%	-
純利益	△130	36	-	△136	53	-	0	-

- 全事業が好調により2Q売上高として過去最高を更新
通期計画に対しても順調に推移
- 2Q単体の売上高は、前年同期比**13.8%**増
2Q累計の売上高は、前年同期比**8.2%**増
2Q単体の営業利益は、**50**百万円。2Q累計では、**89**百万円
- fotowaの認知度投資は、東京等の一部都道府県にて、
4月下旬~6月下旬まで発出された緊急事態宣言等の影響により遅延
そのため1Qに続き、営業利益が上振れ
3Q以降に、七五三シーズンに向けた認知度投資を加速

全社 | 事業別連結売上高の推移

- PIXTAの売上高は、前年同期比**8.1%**増
- fotowaの売上高は、前年同期比**173.3%**増

■ PIXTA事業 ※1
 ■ fotowa事業 ※3
 ■ Snapmart事業
 ■ その他事業
 (単位：百万円)



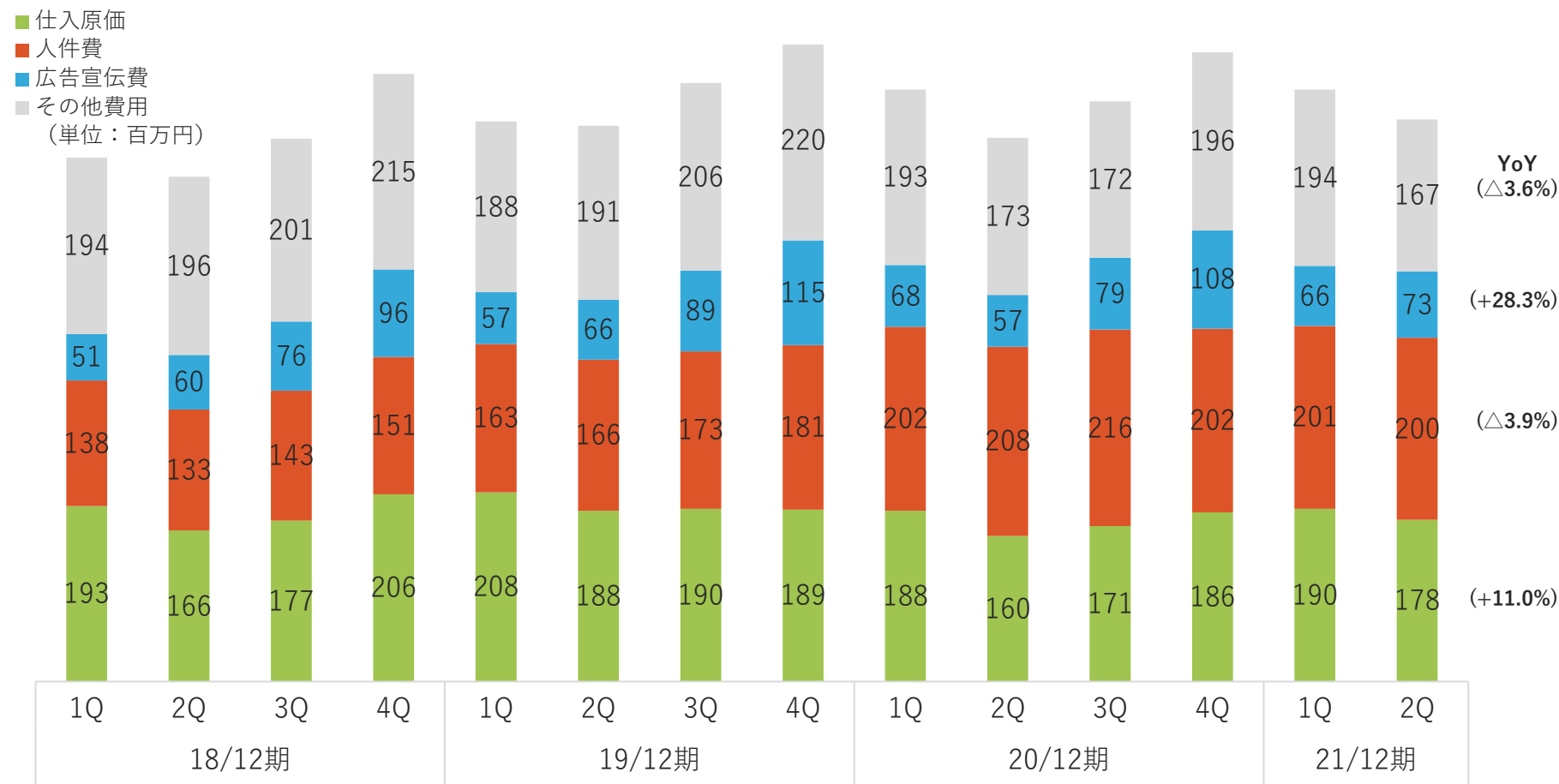
※1：Topic Images Inc.の買収前から行っているライセンス・マネージド事業等を含んでおります。

※2：Topic Images Inc.は、全株式を2020年11月30日に譲渡したことに伴い、2020年12月期第4四半期より連結範囲から除外しております。

※3：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。

全社 費用の推移

- 広告宣伝費は、前年同期比28.3%増も、前年は新型コロナの影響で費用を削減していたことが要因
- 人件費は、昨年の海外拠点縮小・撤退に伴う退職で前年同期比3.9%減



※1：2020年12月期より、ベトナム子会社を連結子会社化したため、2019年12月期以前はその他費用として計上していた費用のうち、一部を人件費として計上しております。

※2：Topic Images Inc.は、全株式を2020年11月30日に譲渡したことに伴い、2020年12月期第4四半期より連結範囲から除外しております。

- 2Q売上高は、前年同期比**8.1%**増

定額制売上高は、前年同期比**15.5%**増

- 海外売上高減少分を除くと、国内売上高は、前年同期比**11.7%**増

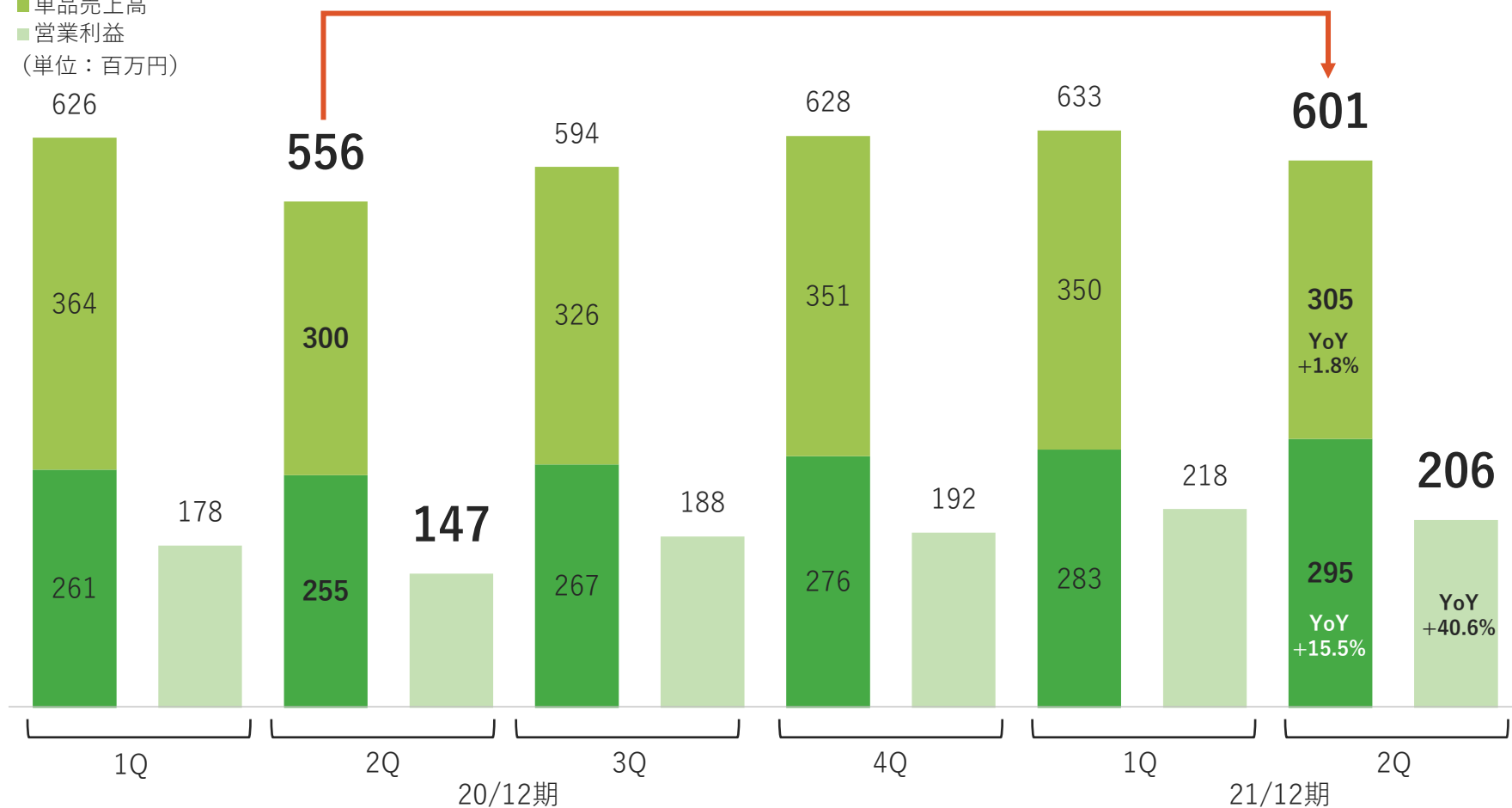
- 2Qの月間購入者数累計は、前年同期比**17.5%**増

特に定額制が**34.2%**増。昨年実施した定額制リニューアルが寄与

PIXTA | PIXTA セグメント別業績推移

- 売上高は、前年同期比**8.1%**増
- 営業利益は、前年同期比**40.6%**増

■ 定額制売上高
 ■ 単品売上高
 ■ 営業利益
 (単位：百万円)



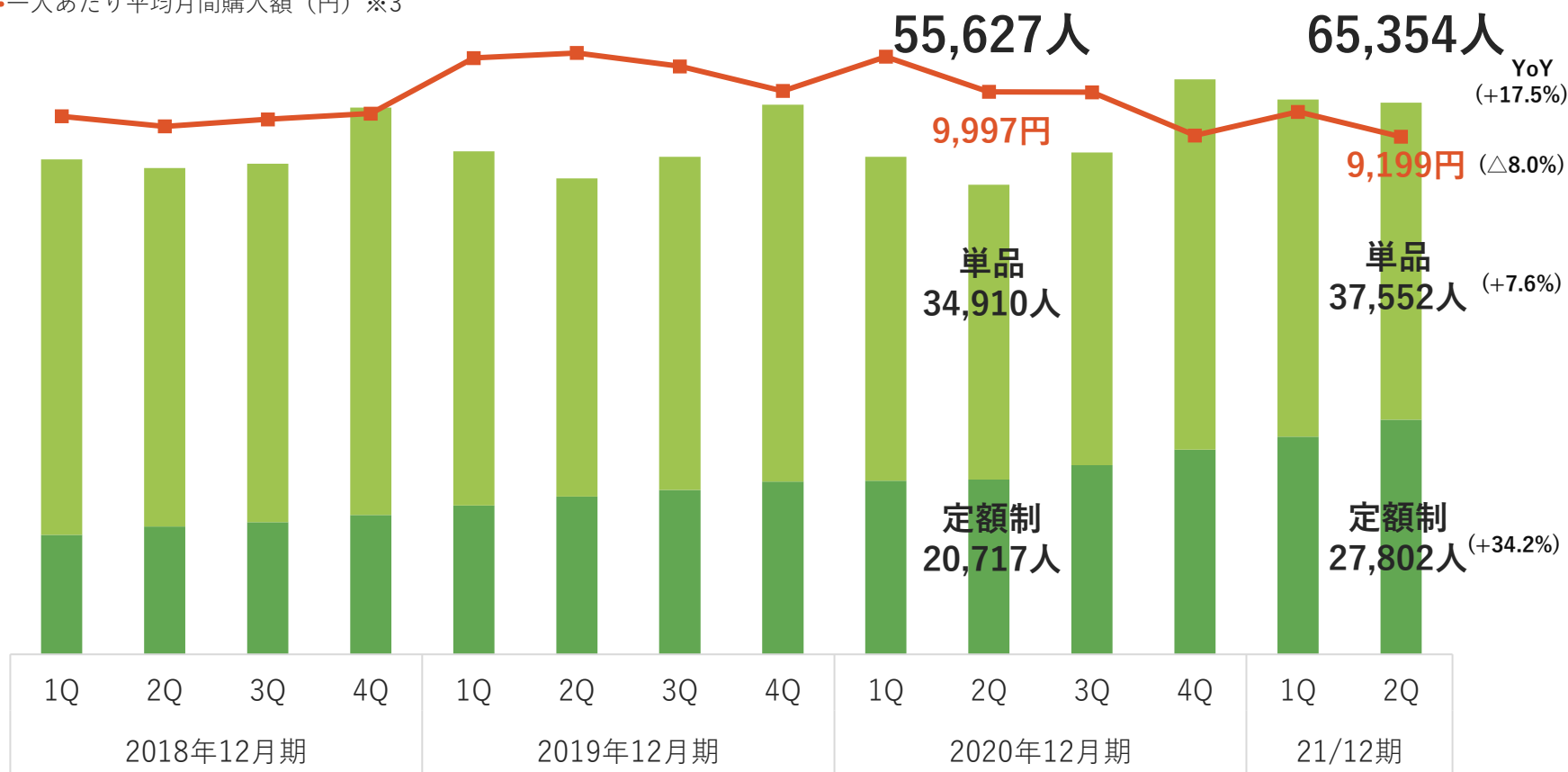
※：本資料に記載する2020年12月期第3四半期から第4四半期のセグメント別業績は、現時点の当社計算数値であり、正式に会計監査を受けたものではありません。
 会計監査後の数値は現在算定中であり、2021年第3四半期決算以降に変更となる可能性があります。

- 定額制月間購入者数累計は、前年同期比**7,085人（34.2%）** 増
- 一人あたり平均月間購入額は、前年同期比**798円（8.0%）** 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

- 2Q撮影件数は、前年同期比**2.8**倍と急増
前年4月上旬～5月下旬に発出された緊急事態宣言時からの反動も大きな要因
- 新規顧客の増加とともに、リピート顧客も増加
2Qのリピート率は、過去最高の**19.1**%。
- 認知度向上に向けた投資は、東京等の一部都道府県にて、
4月下旬～6月下旬まで発出された緊急事態宣言の影響により
施策の一定部分が後ろ倒しに
3Q以降、七五三シーズンに向けた認知度施策を集中的に実施予定
- 今後数年間は徐々に赤字幅が減少、2024年には黒字化を見込む
将来的には国内の1,350億円以上ある潜在市場の10%のシェア獲得を狙う

- 累計撮影件数は、**50,000**件を突破

出張撮影プラットフォーム事業の中で、累計撮影件数含む各指標で**No.1**[※]に



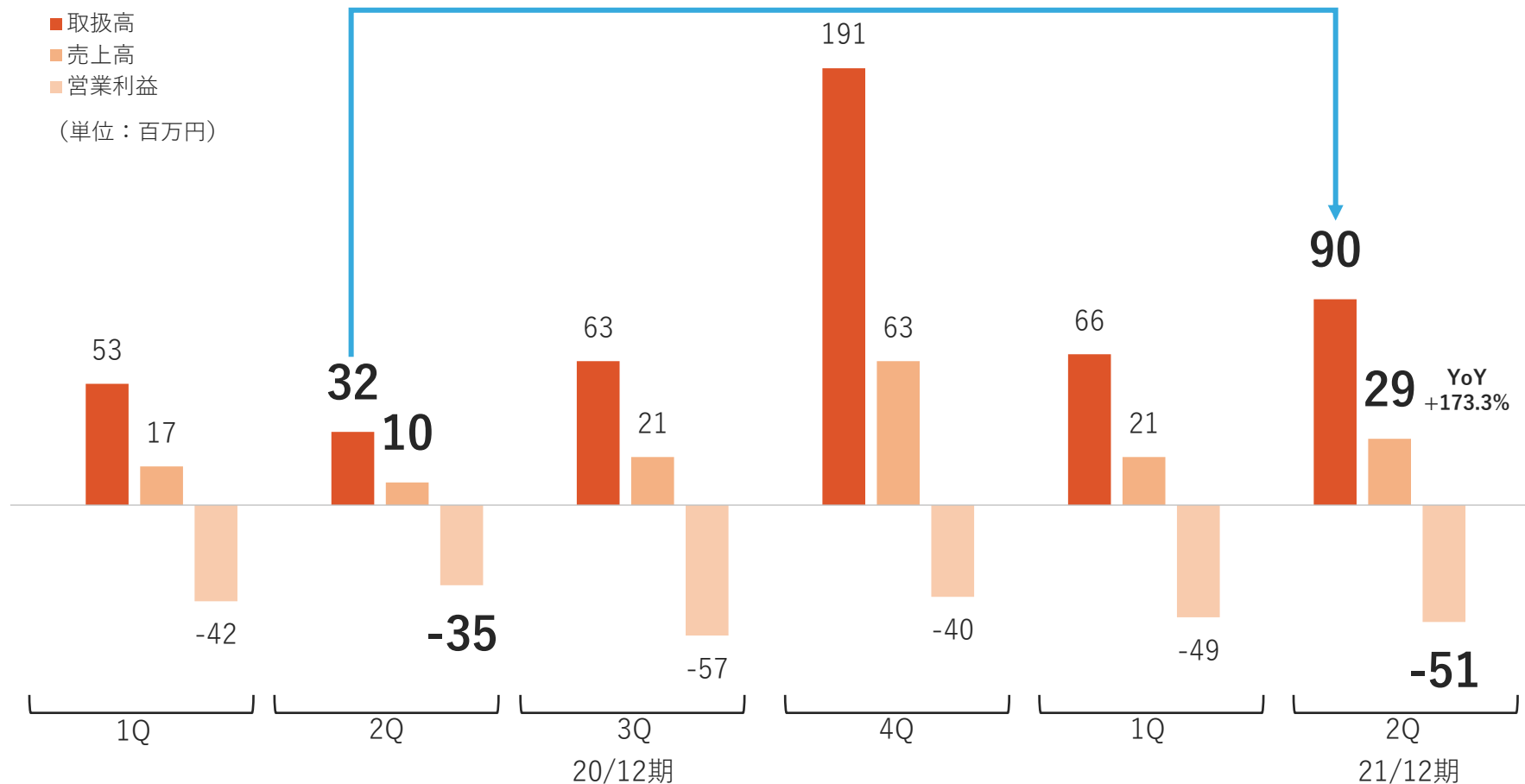
- 東京都出産応援事業において、fotowaギフト券が採用
 - 一定期間内に出産し、出生日に都内に住民票がある場合に活用可能なギフトカードを、市区町村から配布
 - 家事・育児等サービスの一端として、fotowaの利用促進を見込む

※：国内の個人利用を目的とした出張撮影を望む一般生活者と撮影スキルの持つフォトグラファーをマッチングさせることに特化したプラットフォーム型のサービスを指し、各社が好評している撮影件数を元に試算 (2021年6月末時点 / 自社調べ)
認知度・魅力度・信頼度・最も利用したいサービスの4項目は、上記定義のもと、一般生活者 (未就学児の子どもがいる女性) 1,200名を対象に行なったインターネット調査 (調査機関: マイボイスコム)

fotowa | セグメント別業績推移

- 取扱高は、前年同期比**173.5%**増
- 売上高は、前年同期比**173.3%**増
- 営業利益は、△**51**百万となり赤字

■ 取扱高
■ 売上高
■ 営業利益
(単位：百万円)

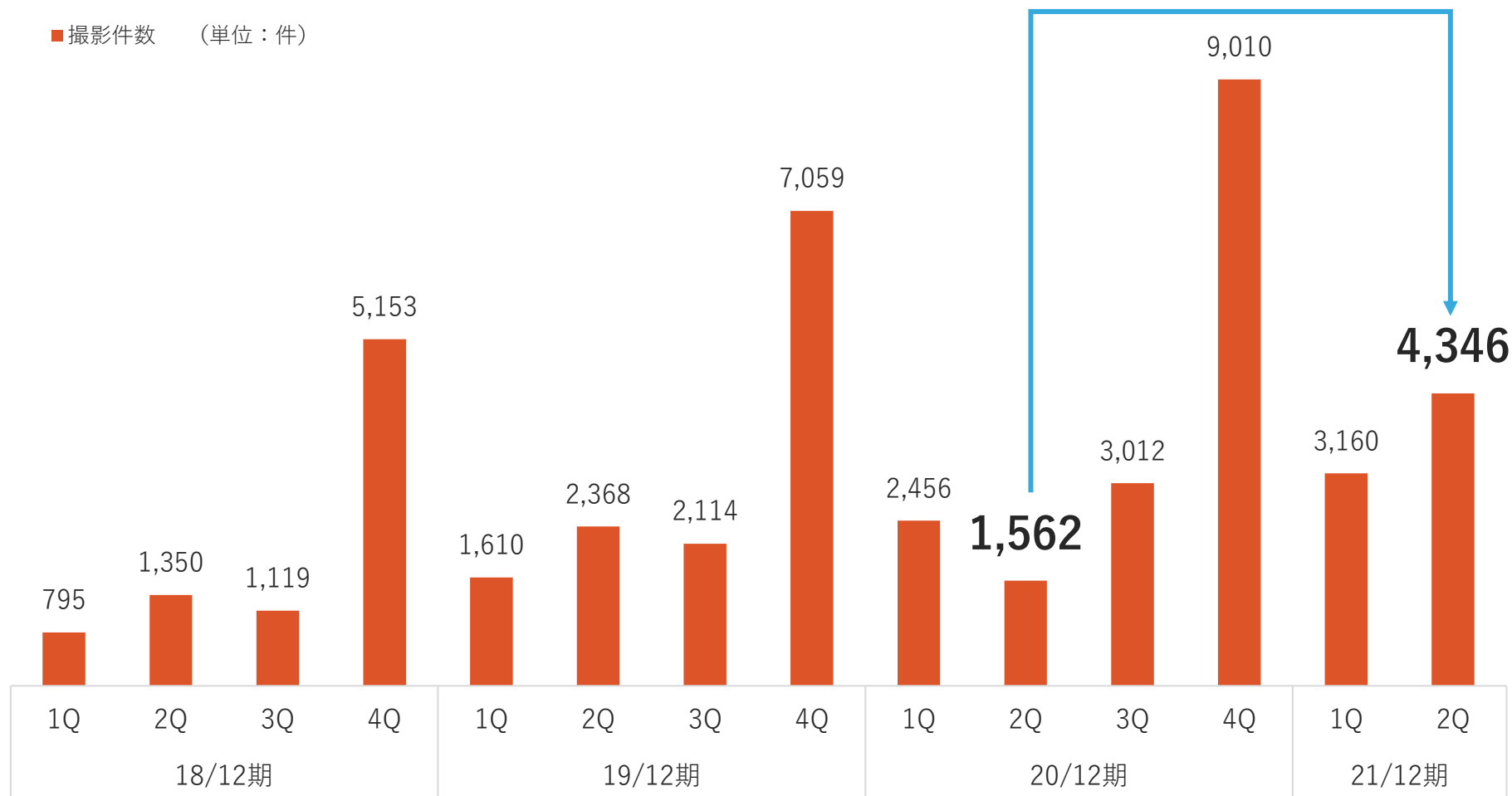


※：本資料に記載する2020年12月期第3四半期から第4四半期のセグメント別業績は、現時点の当社計算数値であり、正式に会計監査を受けたものではありません。
会計監査後の数値は現在算定中であり、2021年第3四半期決算以降に変更となる可能性があります。

fotowa | 撮影件数の推移

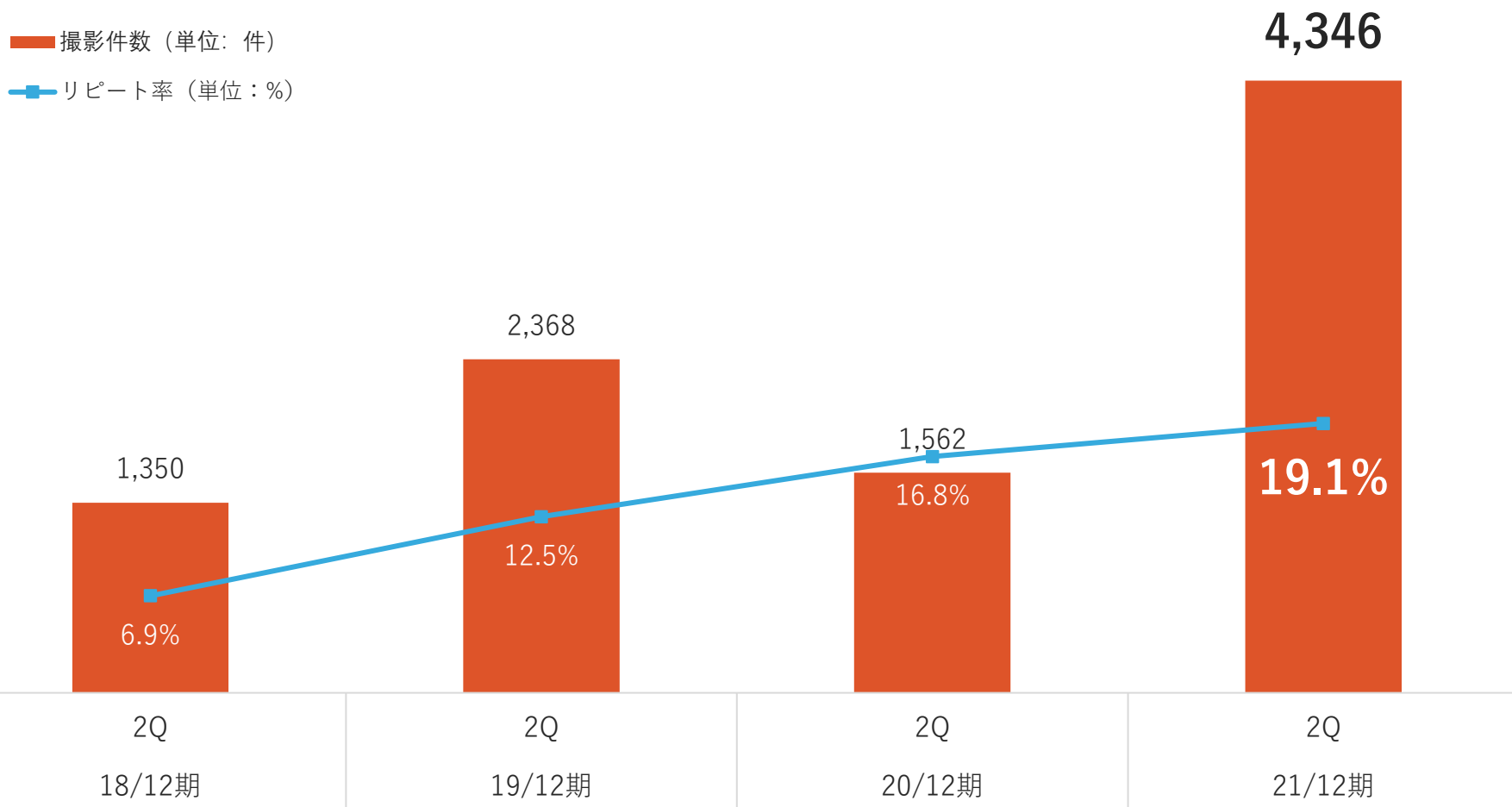
- 撮影件数は、前年同期比約**2.8**倍
- 2019年と比較しても、**83.5%**増の成長

■ 撮影件数 (単位：件)



fotowa | リピート率の推移

- 第2四半期のリピート率は、前年同期比**2.3pt**増
- サービス開始から年数が経過するにつれ、リピート率が徐々に上昇



※1：リピート件数は、月間の撮影件数のうち、前月までに撮影を実施し取引が完了したユーザーが、当月に撮影を行った件数

※2：リピート率は、月間リピート件数の四半期合計を四半期撮影件数で除した数値

主要な投資先

認知系広告

各種媒体露出

SNS運用

投資計画

新規
約**1.8**億投資

投資対効果を検証しつつ、
全社黒字化の範囲内で投資

投資実績 / 進捗

投資実績 約**21**百万

東京都等の一部都道府県にて、
4月下旬~6月下旬まで発出された
緊急事態宣言の影響により
一部施策が後ろ倒しに

+

顧客獲得広告

既存
約**1.5**億投資

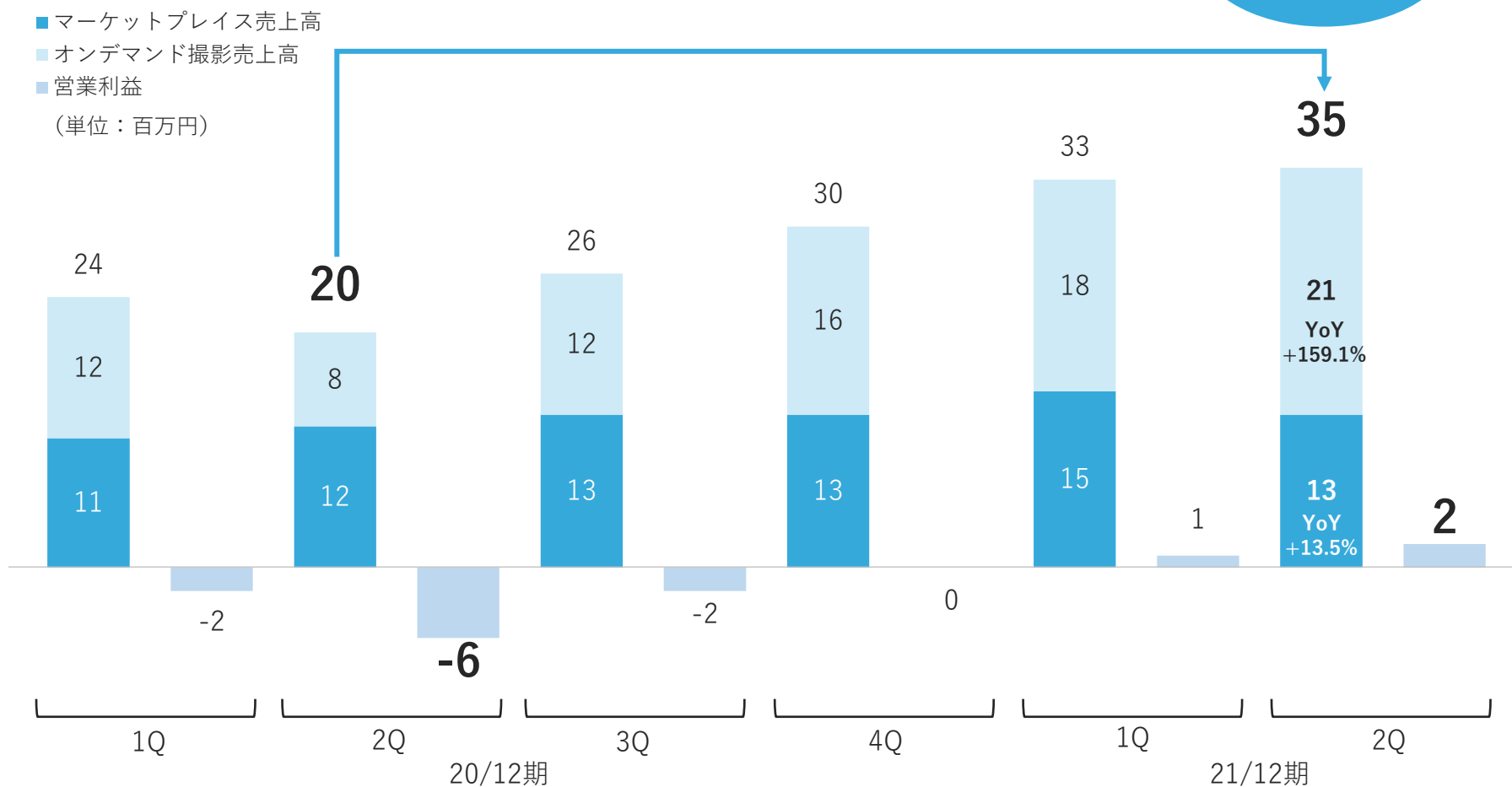
投資実績 約**54**百万

予定通り進捗
投資のピークは七五三の時期を想定

- 2Q売上高は、過去最高となり前年同期比**71.8%**増
1Qに続きセグメント利益は、黒字で着地。
- オンデマンド撮影売上高は、受注好調により前年同期比**2.6**倍
売上件数も、前年同期比**2.7**倍で過去最高
- 飲料・食品・スキンケアブランドからの受注が好調
動画撮影案件も徐々に増加
- マーケットプレイス売上高は、定額制の新規契約数の鈍化により
前年同期比**13.5%**増

Snapmart | セグメント別業績推移

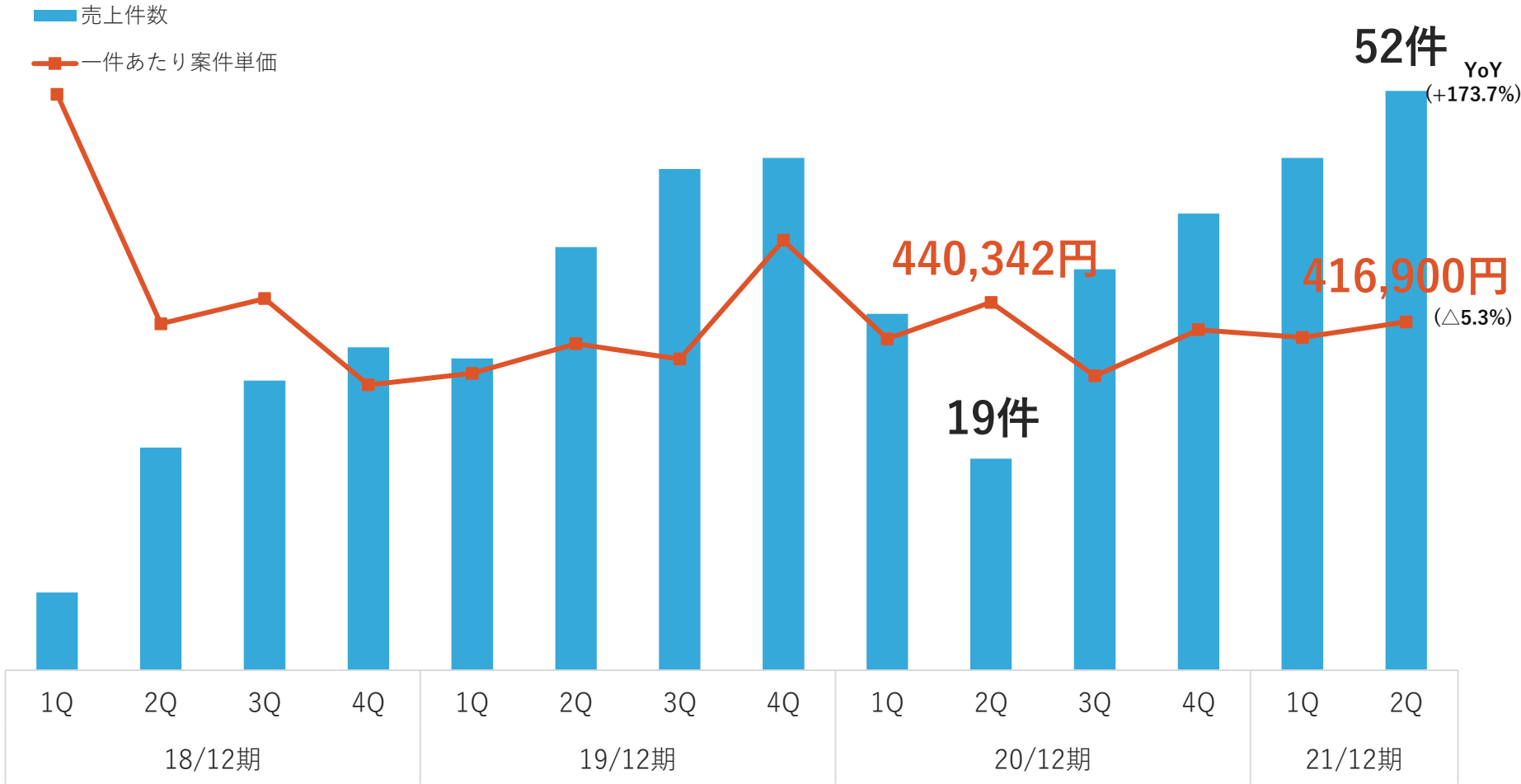
- 売上高は、前年同期比**71.8%**増
- 営業利益は、**2**百万となり、1Qに続き黒字化を達成



※：本資料に記載する2020年12月期第3四半期から第4四半期のセグメント別業績は、現時点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、2021年第3四半期決算以降に変更となる可能性があります。

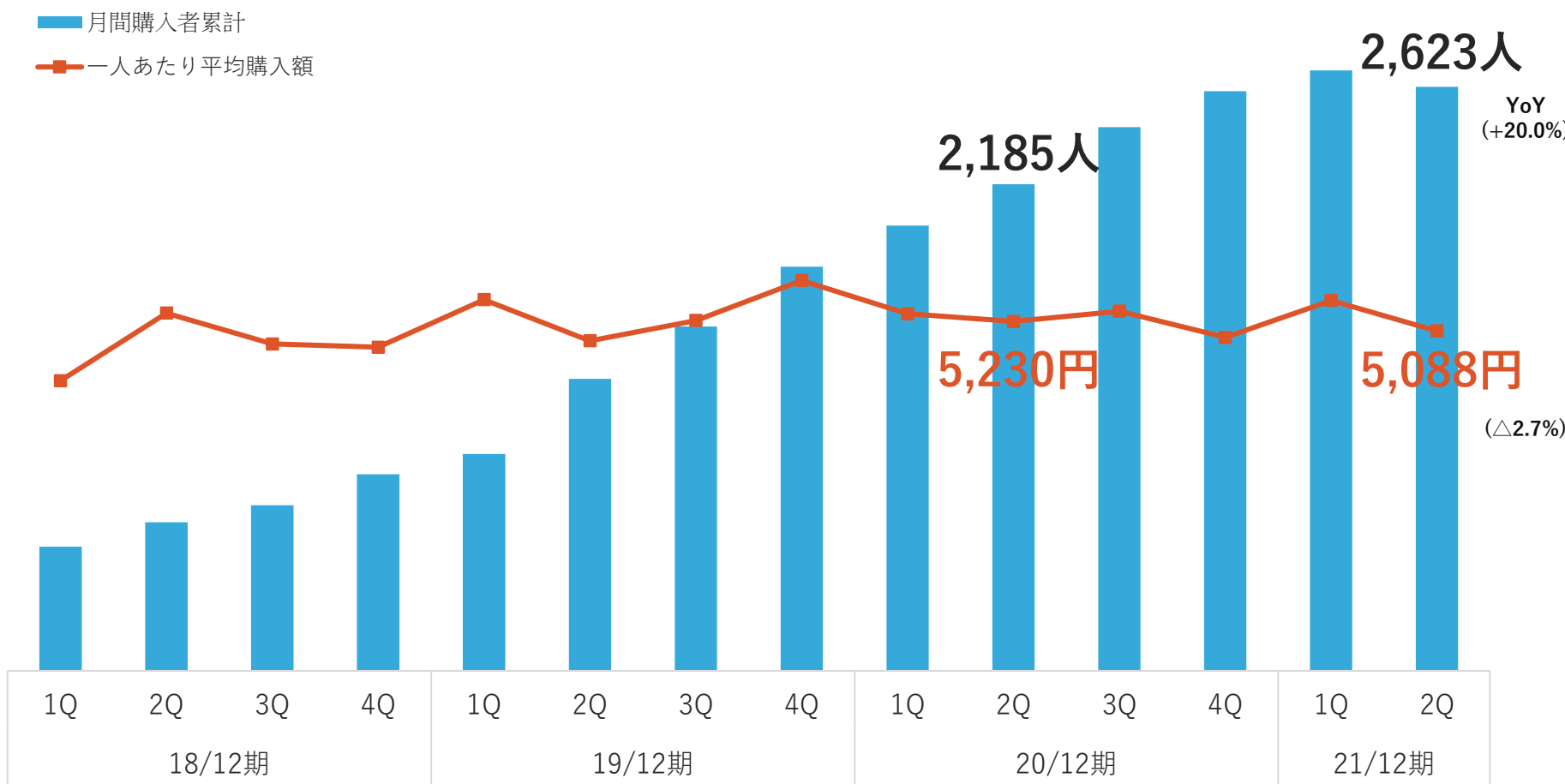
Snapmart | オンデマンド撮影：売上案件数と案件単価の推移

- 売上件数は、前年同期比**2.7**倍
- 一件あたり平均単価は、前年同期比**23,442円（5.3%）** 減



Snapmart | マーケットプレイス：購入者数と一人あたり平均購入額

- 月間購入者数累計は、前年同期比**438人（20.0%）** 増
- 一人あたり平均月間購入額は、前年同期比**142円（2.7%）** 減



※ 1：月間購入者数（月に1回以上定額制または単品を購入した人数）の3か月分を合計した数値
※ 2：マーケットプレイス売上高のうち、定額制売上高と単品売上高の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

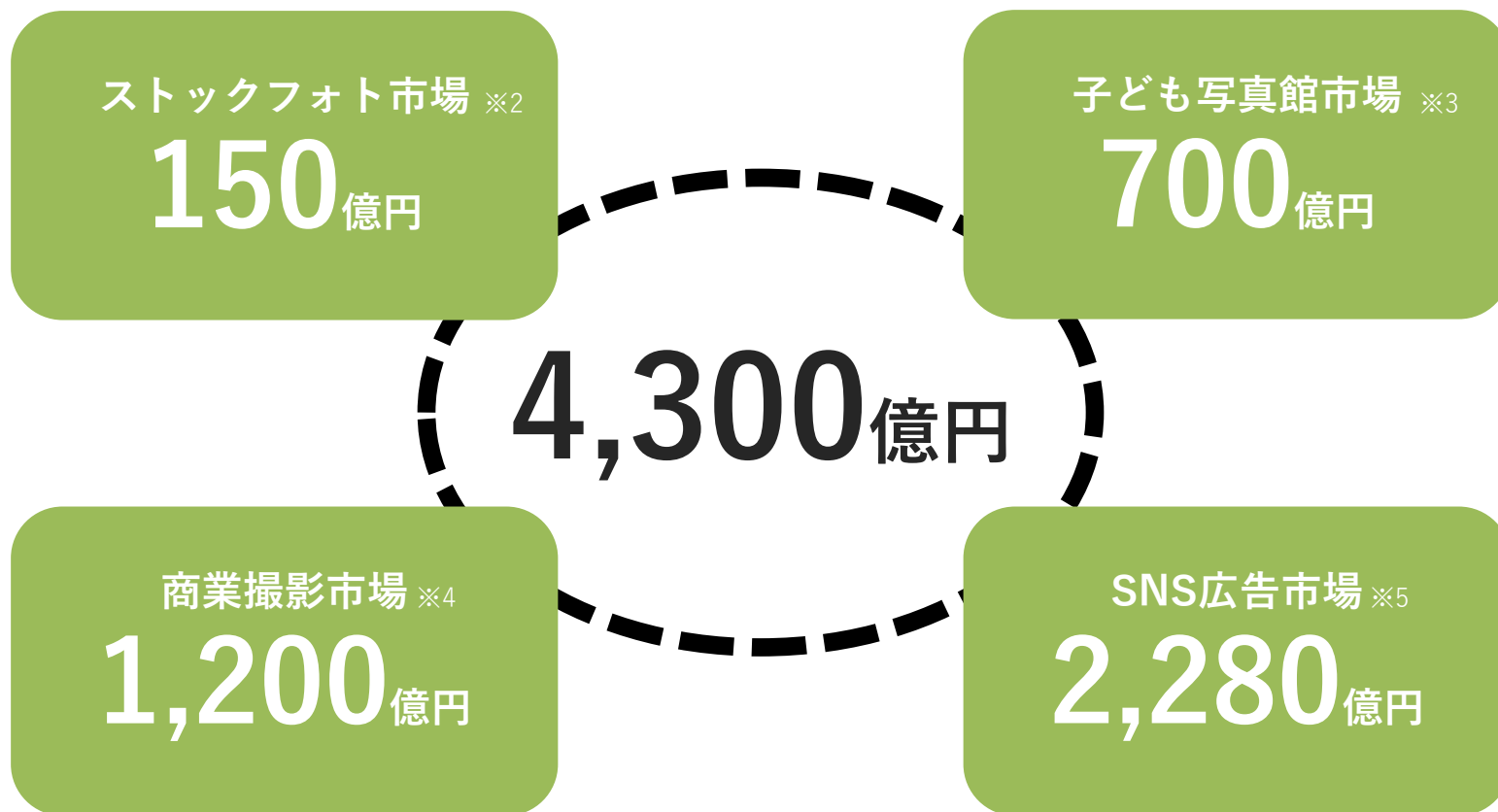


3. 今後の成長戦略

※このページの写真は全てSnapmartの人気素材
素材番号：645575,1000334,1107694,2254514,1835588



ピクスタグループ3事業での巨大な潜在市場規模※1



※1：外部の統計資料や公表資料、当社サービス実績をもとに、ピクスタグループの3ドメインにおいて想定される潜在的な市場規模をそれぞれ推計。

※2：有料ストック素材と無料ストック素材の潜在市場規模の合計。有料ストック素材市場は、2019年におけるストックフォト事業を運営する主要企業の売上が有料ストック素材領域の市場シェアの過半を占めていると仮定し当社推計。無料ストック素材は、無料素材領域の広告による売上を加味し、2019年において主要企業の売上が市場シェアの半分を占めていると仮定し当社推計。

※3：出所/(株)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」

※4：出所/経済産業省「情報メディア白書2019」より、国内の写真機小売業、写真業、写真現像焼付業の売上高を元に当社作成

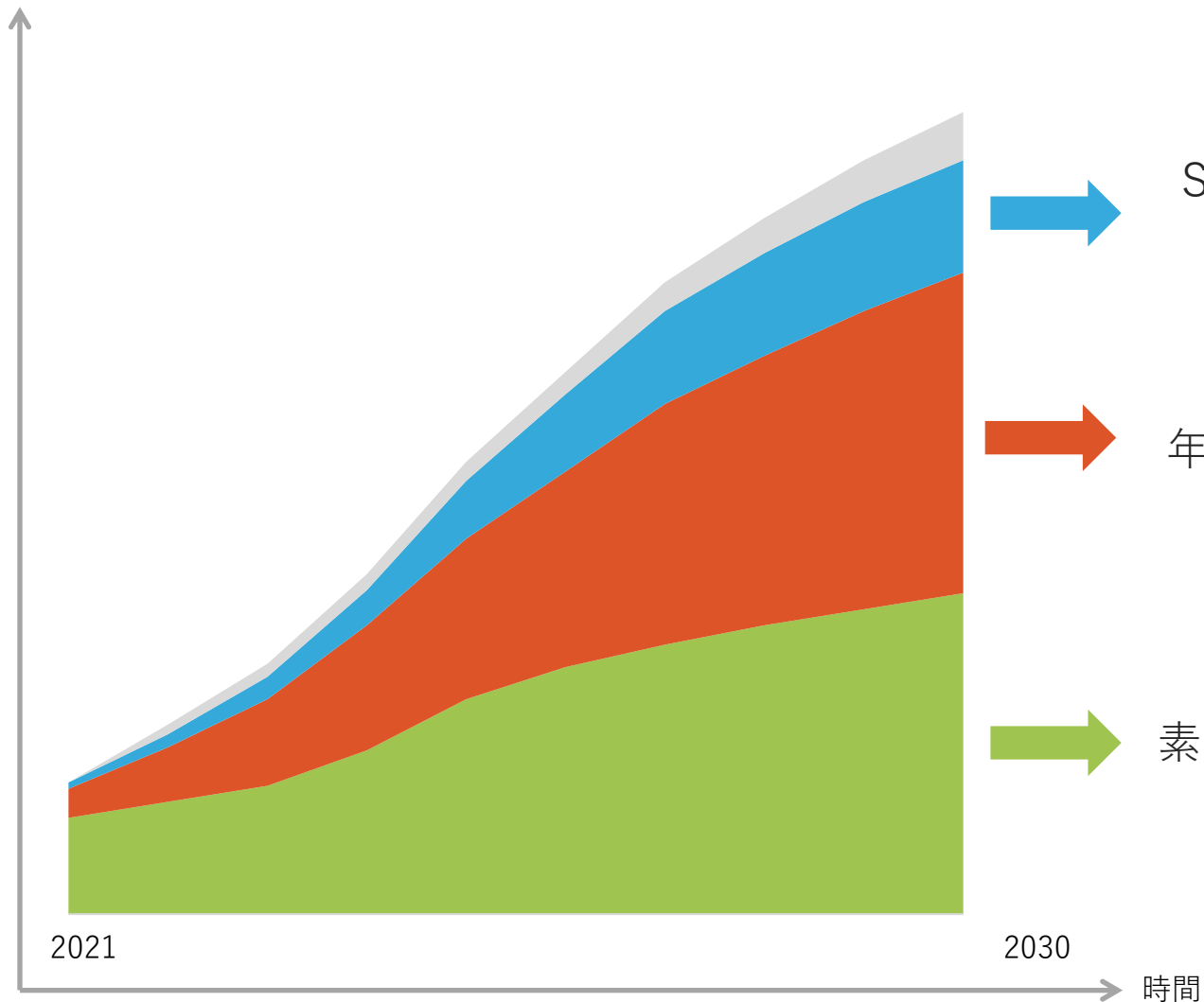
※5：出所/(株)D2C・(株)サイバーコミュニケーションズ・(株)電通・(株)電通デジタル「2019年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

全社

中長期成長イメージ

今後10年で**200**億円以上の事業規模を目指す

取扱高



Snapmart

SNS広告市場を中心に成長
取扱高**30**億円規模

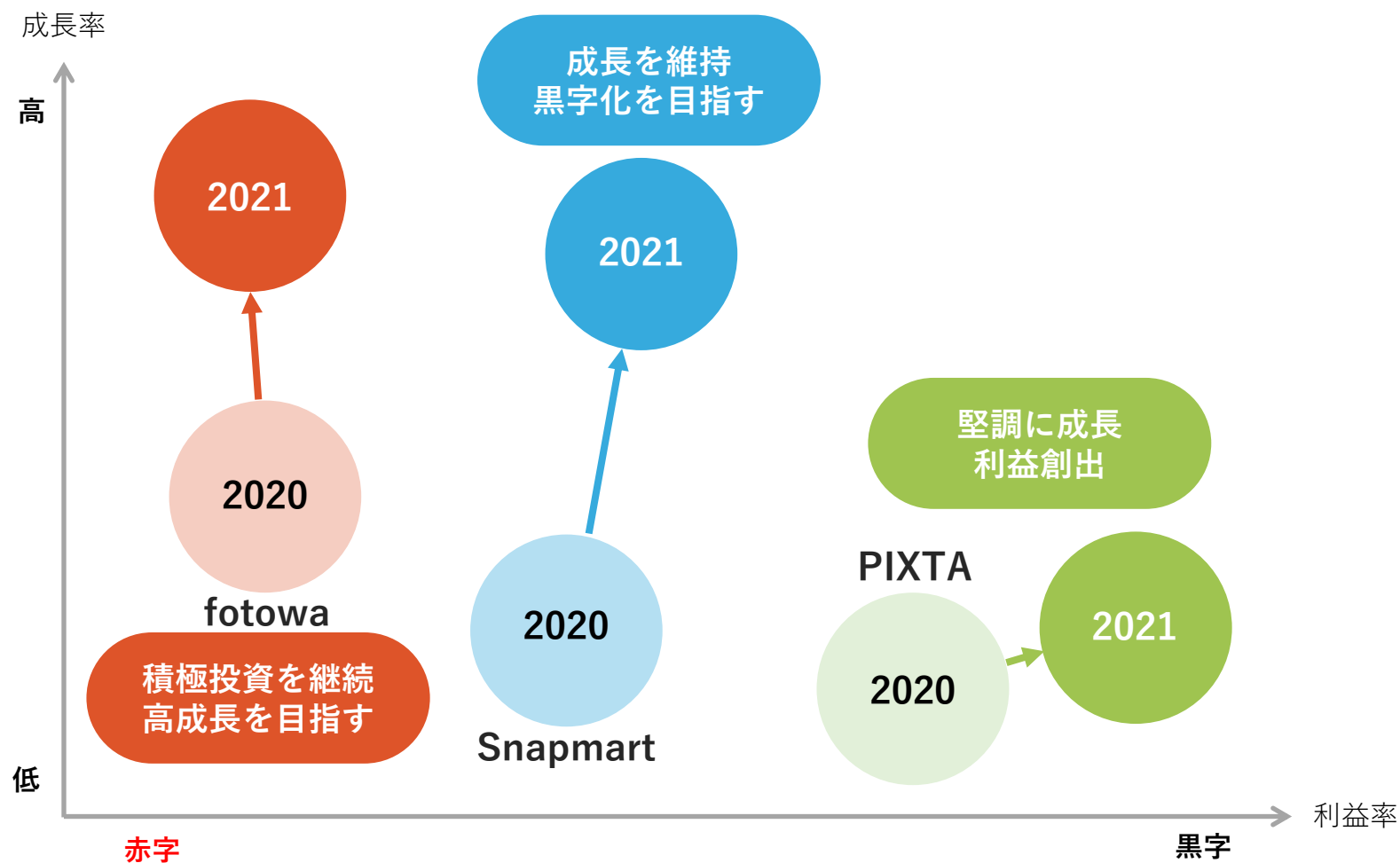
fotowa

年間撮影件数**30~40**万件
取扱高**100**億円規模

PIXTA

素材販売や周辺市場への展開
取扱高**100**億円規模

PIXTAで創出した利益をfotowaに積極投資



今後5年間は、fotowaの成長加速の優先度を高め、 全社でのトップライン成長を目指す

PIXTA

素材販売の安定成長及び、
商業撮影市場等の周辺市場への展開

fotowa

出産育児領域の更なる強化と撮影ジャンルの拡大

Snapmart

SNS広告市場のビジュアル調達領域でのシェア拡大

fotowa | 事業の成長ポテンシャル

- 主要なこども写真撮影ジャンルにおける潜在撮影件数は、年間約**675**万件を見込む
- 20/12期の撮影件数は約1.6万件で、大きな伸びしろが存在
- 将来的には潜在撮影件数の約**10**%、取扱高約**135**億円の獲得を目指す

潜在市場規模：**1350**億円^{※3}

主要撮影ジャンル	潜在顧客の定義	潜在撮影件数
全ジャンル	-	約 675 万件
ニューボーンフォト	0歳人口	約 89 万件
お宮参り	0歳人口	約 89 万件
七五三	3,5,7歳人口	約 299 万件
卒入園	3,5歳人口	約 197 万件

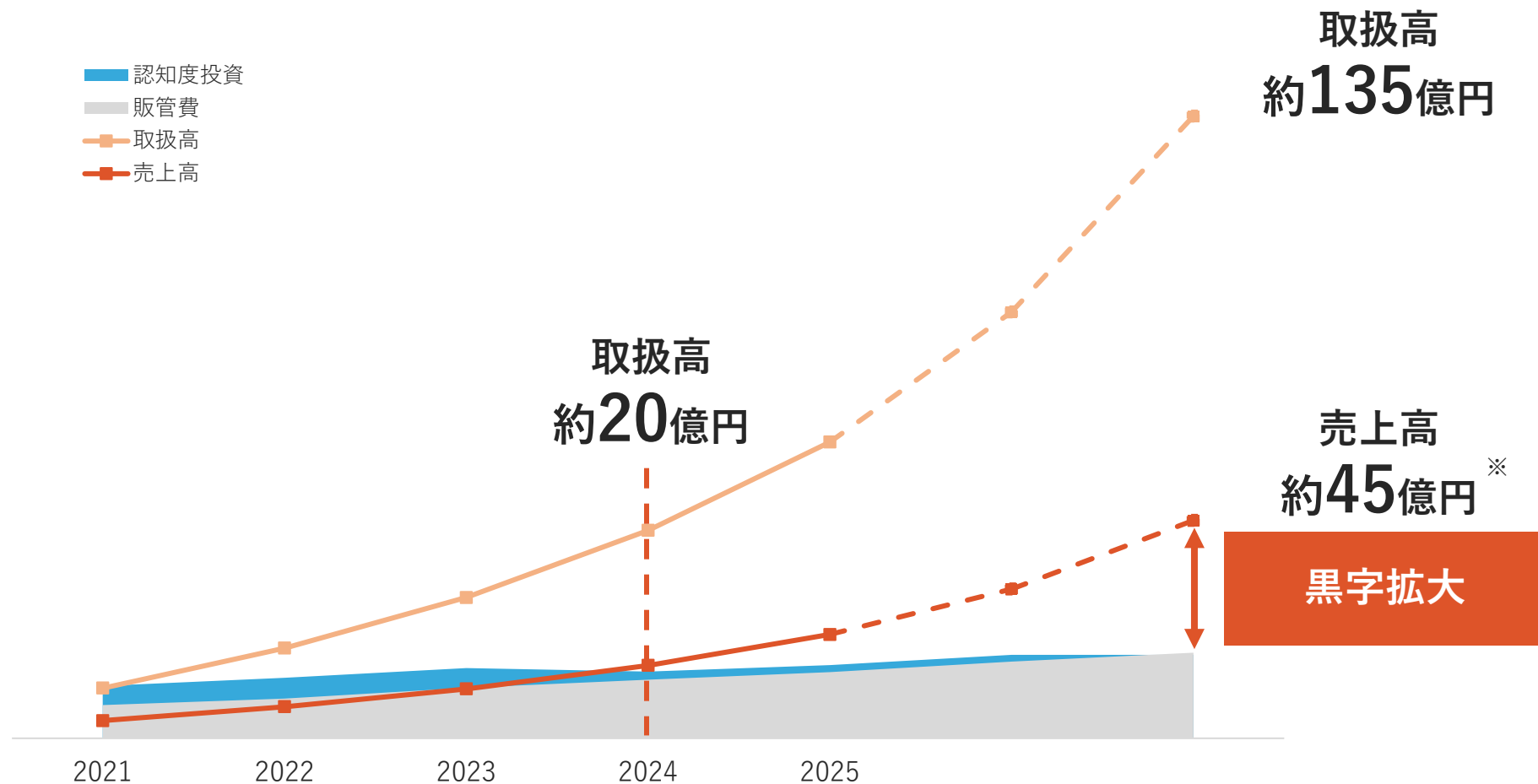
※1：主要撮影ジャンルの撮影単価は、20,000円と仮定

※2：潜在撮影件数は、主要なライフイベントの対象年齢から潜在顧客数を算出し、全員が撮影を行った場合の件数 引元元：総務省統計局「2019年年齢各歳別人口」

※3：潜在市場規模は、撮影単価と潜在撮影件数を掛け合わせて算出

fotowa | 事業の成長イメージ

- 認知度投資は、今後数年で徐々に回収し、2024年に黒字化を見込む
- 2025年以降は、更に黒字拡大となる見込み



※：売上高は、テイクレートを33%と仮定した場合の金額



4. 事前に頂いたご質問について

※このページの写真はPIXTA・Snapmartの人気素材及びfotowaを利用して撮影された写真
PIXTA素材番号： 37881503, 37634349
Snapmart素材番号： 1107694



- Q1：中期経営計画について
 - 今後、中期経営計画を出す予定があるか
- Q2：デジタル庁の石倉氏に対する当社執行役員の対応について
 - 経緯と当社の考え方について伺いたい

- Q3：単品と定額制の売上比率の目標について
 - 以前、単品と定額制の売上比率は1:1を目指していたが、定額制リニューアルを受けて、目標値に変更があるか
- Q4：PIXTA事業市場の市場全体の成長性について
 - 近年、PIXTA事業の成長性は**10%**程度だが、今後も同程度を想定しているか。市場全体の成長性に対する認識も含め、現状認識について伺いたい

- Q5：fotowa事業の戦略について
 - 競合他社とどのように差別化を図り、市場シェア拡大を目指すのか
 - 競合他社の動向を踏まえて、今後のフォトグラファー・顧客の獲得、囲い込みのための施策を伺いたい

- Q6：2024年の取扱高20億円の目標達成について
 - 2022年、2023年の取扱高・売上高・年間撮影件数の目標値について伺いたい
 - フォトグラファーの人員確保は可能か

- Q7：今後の成長イメージについて
 - 投資額の大幅な増額はなく、売上高に比例して、黒字が積み上がる想定で良いか
 - 売上高・営業利益の中期での目標値について伺いたい

- Q8：競合他社について
 - 市場に存在しているか
 - 存在している場合、業界でおおよそ何位か、また自社の優位性について伺いたい



5. 参考資料

※このページの写真はPIXTA・Snapmartの人気素材及びfotowaを利用して撮影された写真
PIXTA素材番号： 54310363, 34393898
Snapmart素材番号： 3658952



	18/12期				19/12期				20/12期				21/12期	
単位：百万円	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
全社売上高	614	587	604	706	685	659	670	744	669	588	643	723	691	670
PIXTA事業	560	540	552	622	631	602	616	651	626	556	594	628	633	601
fotowa事業	5	9	8	37	11	17	15	52	17	10	21	63	21	29
Snapmart事業	8	13	16	15	16	22	25	35	24	20	26	30	33	35
その他事業	39	24	27	30	24	17	12	5	1	1	1	1	2	3

※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： Topic Images Inc.の買収前から行っているライセンス・マネージド事業等を含んでおります。

※3： Topic Images Inc.は、全株式を2020年11月30日に譲渡したことに伴い、 2020年12月期第4四半期より連結範囲から除外しております。

(参考) 購入者数と一人あたり平均購入額の推移

		18/12期				19/12期				20/12期				21/12期	
	〇 内は 単位	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
合計	売上高 (百万円)	560	540	552	622	631	602	616	651	626	556	594	628	633	601
単品	売上高 (百万円)	387	352	352	406	407	363	362	386	364	300	326	351	350	305
	月間 購入者数 累計 (人)	44,497	42,484	42,452	48,275	41,978	37,709	39,474	44,658	38,361	34,910	37,034	43,865	39,922	37,552
	一人あたり 平均月間 購入額 (円/人)	8,709	8,301	8,304	8,424	9,713 ※1	9,629	9,195	8,657	9,493	8,597	8,814	8,012	8,772	8,139
定額制	売上高 (百万円)	173	187	200	215	224	239	253	265	261	255	267	276	283	295
	月間 購入者数 累計 (人)	14,140	15,142	15,665	16,505	17,630	18,695	19,477	20,449	20,583	20,717	22,423	24,253	25,798	27,802
	一人あたり 平均月間 購入額 (円/人)	12,253	12,416	12,773	13,082	12,709	12,822	12,997	12,973	12,727	12,356	11,935	11,413	10,986	10,630

※1：2018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。

※2：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。

Snapmart

(参考) 事業別KPIの推移

		18/12期				19/12期				20/12期				21/12期	
	○ 内は 単位	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
合計	売上高※1 (百万円)	8	13	16	15	16	22	25	35	24	20	26	30	33	35
	売上高 (百万円)	4	8	11	9	9	14	16	23	12	8	12	16	18	21
	売上件数 (件)	7	20	26	29	28	38	45	46	32	19	36	41	46	52
	一件あたり 案件単価 (円/件)	689,467	414,773	444,825	341,676	355,428	390,904	372,586	514,699	396,704	440,342	352,447	407,675	398,377	416,900
オンデマンド撮影															
マーケットプレイス	売上高 (百万円)	2	3	3	4	5	6	8	10	11	12	13	13	15	13
	月間 購入者数 累計 (人)	558	668	744	883	974	1,311	1,546	1,815	1,999	2,185	2,442	2,603	2,696	2,623
	一人あたり 平均月間 購入額※2 (円/人)	4,343	5,355	4,893	4,845	5,557	4,941	5,244	5,843	5,345	5,230	5,383	4,992	5,544	5,088

※1：合計の売上高には、Snapmartその他売上高も含まれております。

※2：マーケットプレイス売上高のうち、定額制売上高と単品売上高の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

※3：マーケットプレイス月間購入者数は、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。

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>

