2020年８月18日

各　位

会 社 名　　ピクスタ株式会社
代表者名　　代表取締役社長　古俣　大介
（コード：3416、東証マザーズ）
問合せ先　　取締役コーポレート本部長　恩田　茂穂
（TEL. 03-5774-2692）

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○ 開催状況

開催日時　　2020年８月17日 15:00～16:00

開催方法　　オンラインによるライブ配信開催

説明会資料名　2020年12月期第２四半期決算説明資料

【添付資料】

1. 投資説明会において使用した資料

以　上

※この書面(添付資料を含む。)は、有価証券上場規程施行規則第 427条に基づき、公衆縦覧に供されます。

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

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

素材番号：28149593

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

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.





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





PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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	-

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

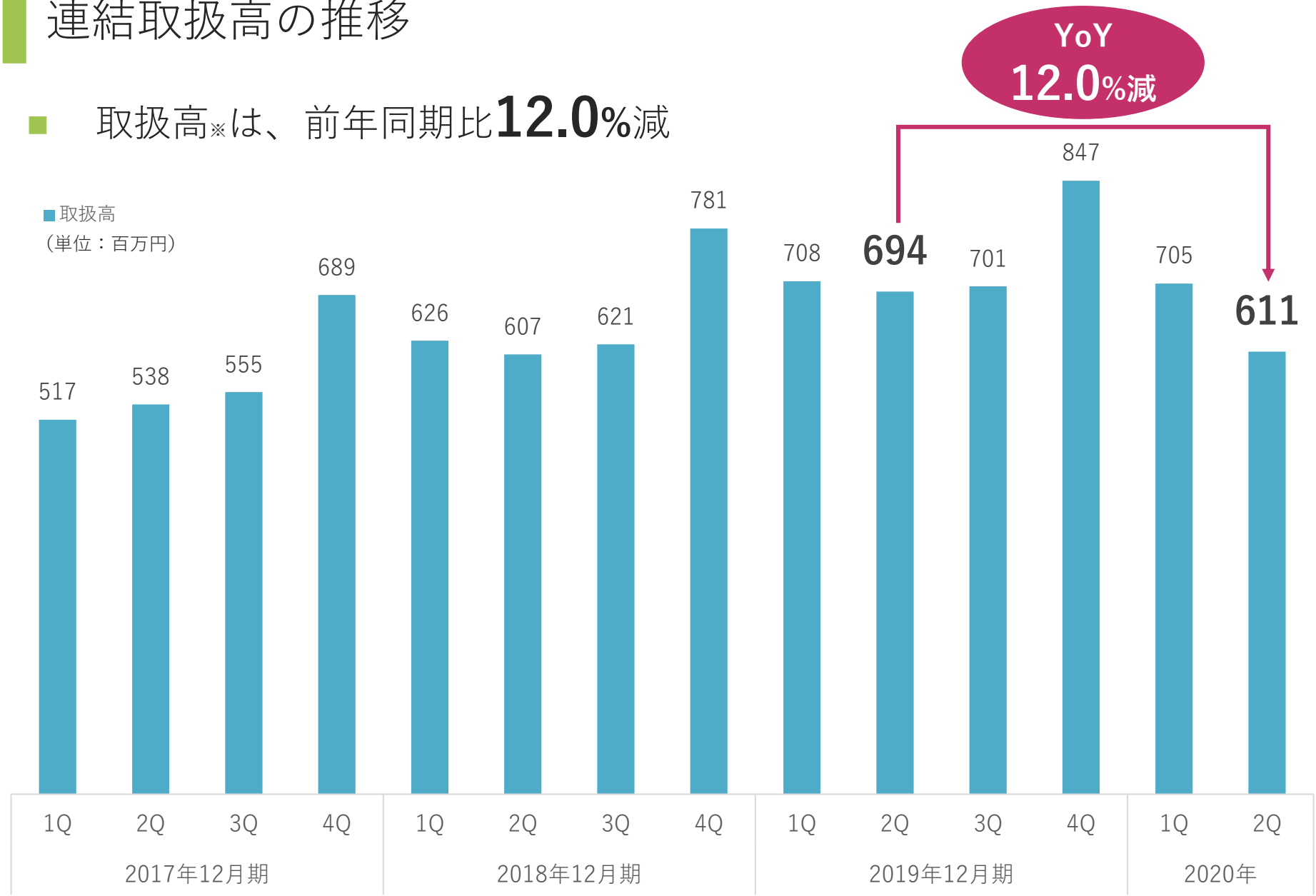
減損損失について

- 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

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

連結取扱高の推移

- 取扱高※は、前年同期比**12.0%減**

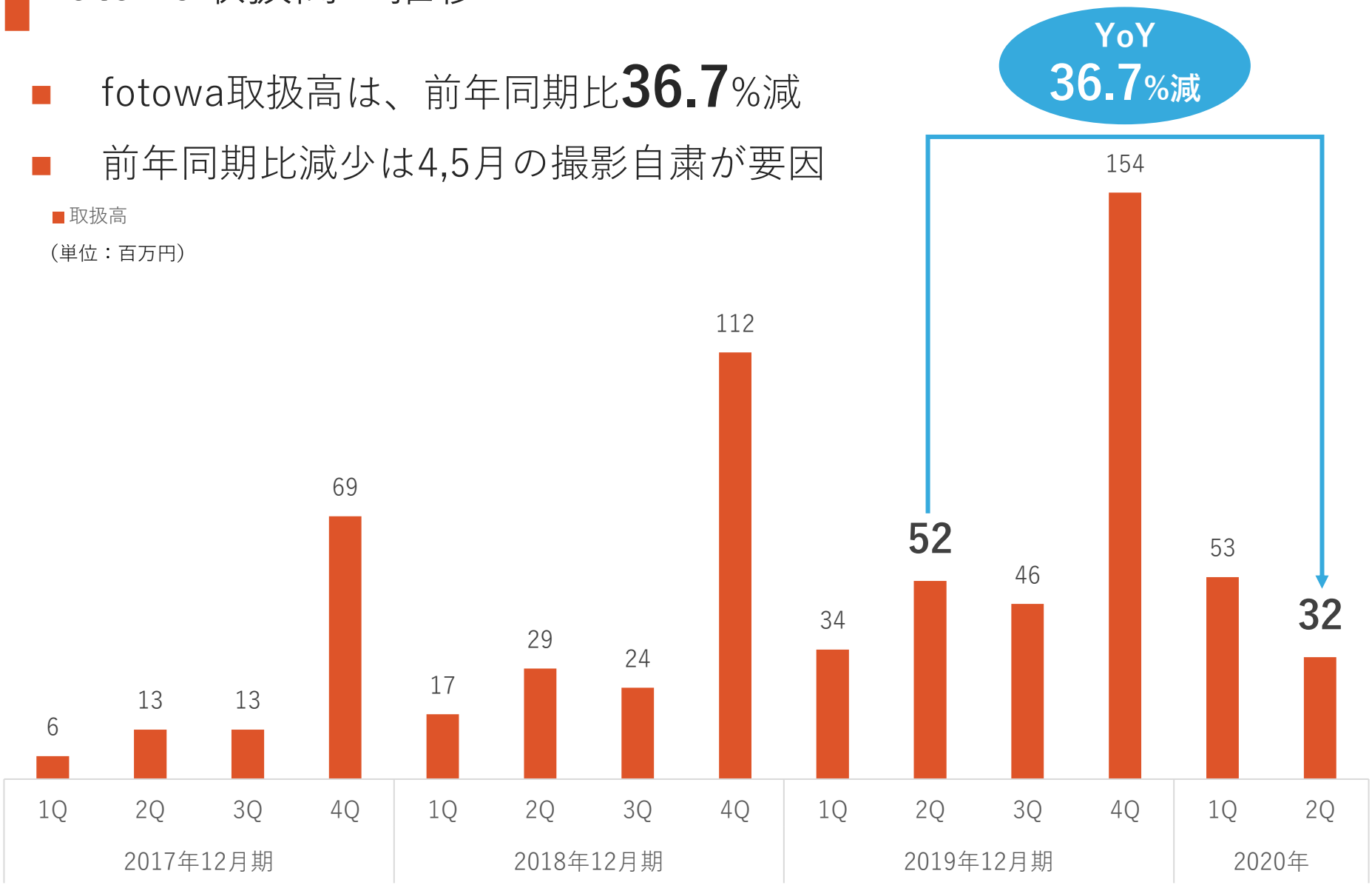


※：fotowa取扱高は、フォトグラファーへの支払い控除前のグロスで計上しております。

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

fotowa取扱高の推移

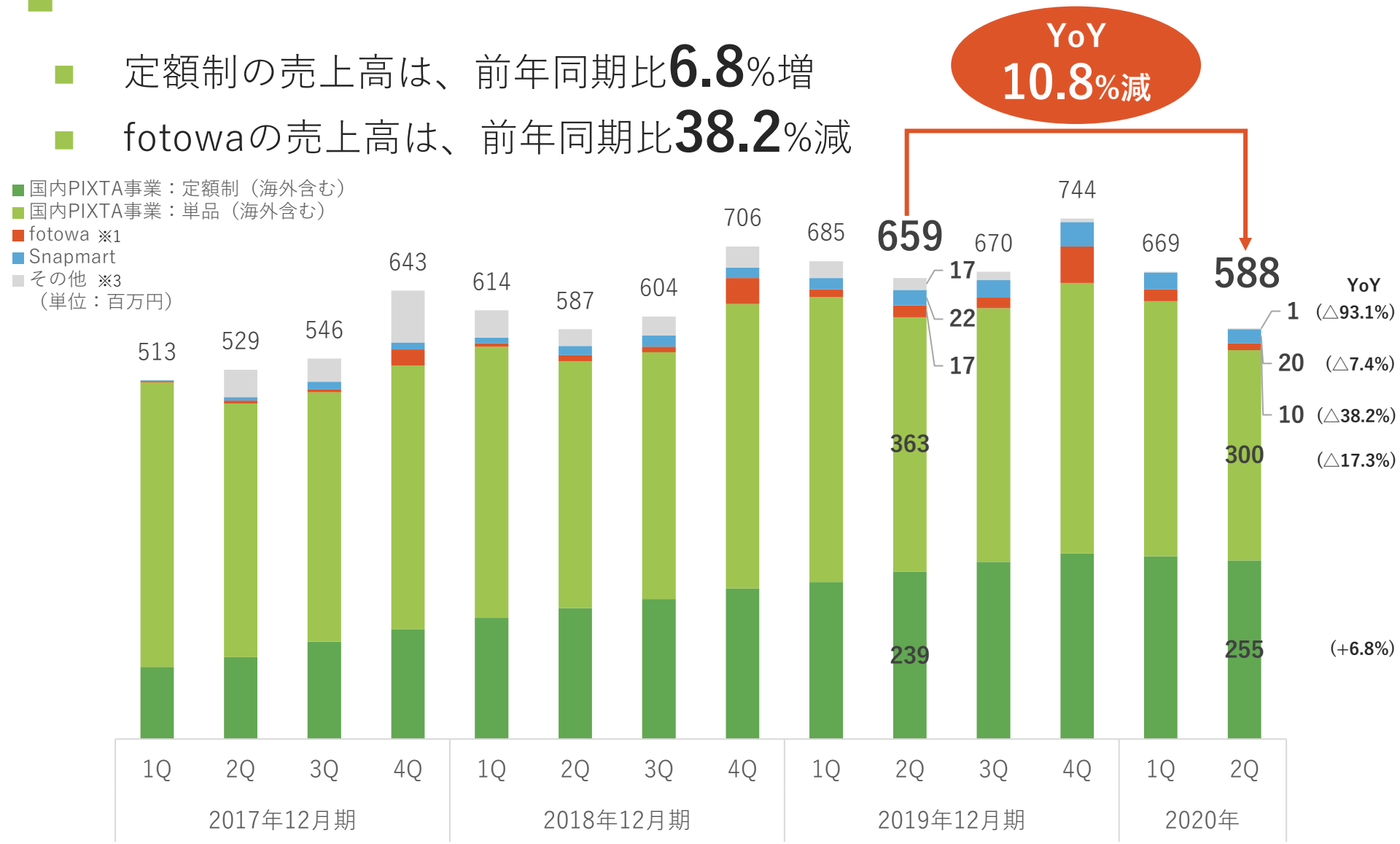
- fotowa取扱高は、前年同期比**36.7**%減
- 前年同期比減少は4,5月の撮影自粛が要因



PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

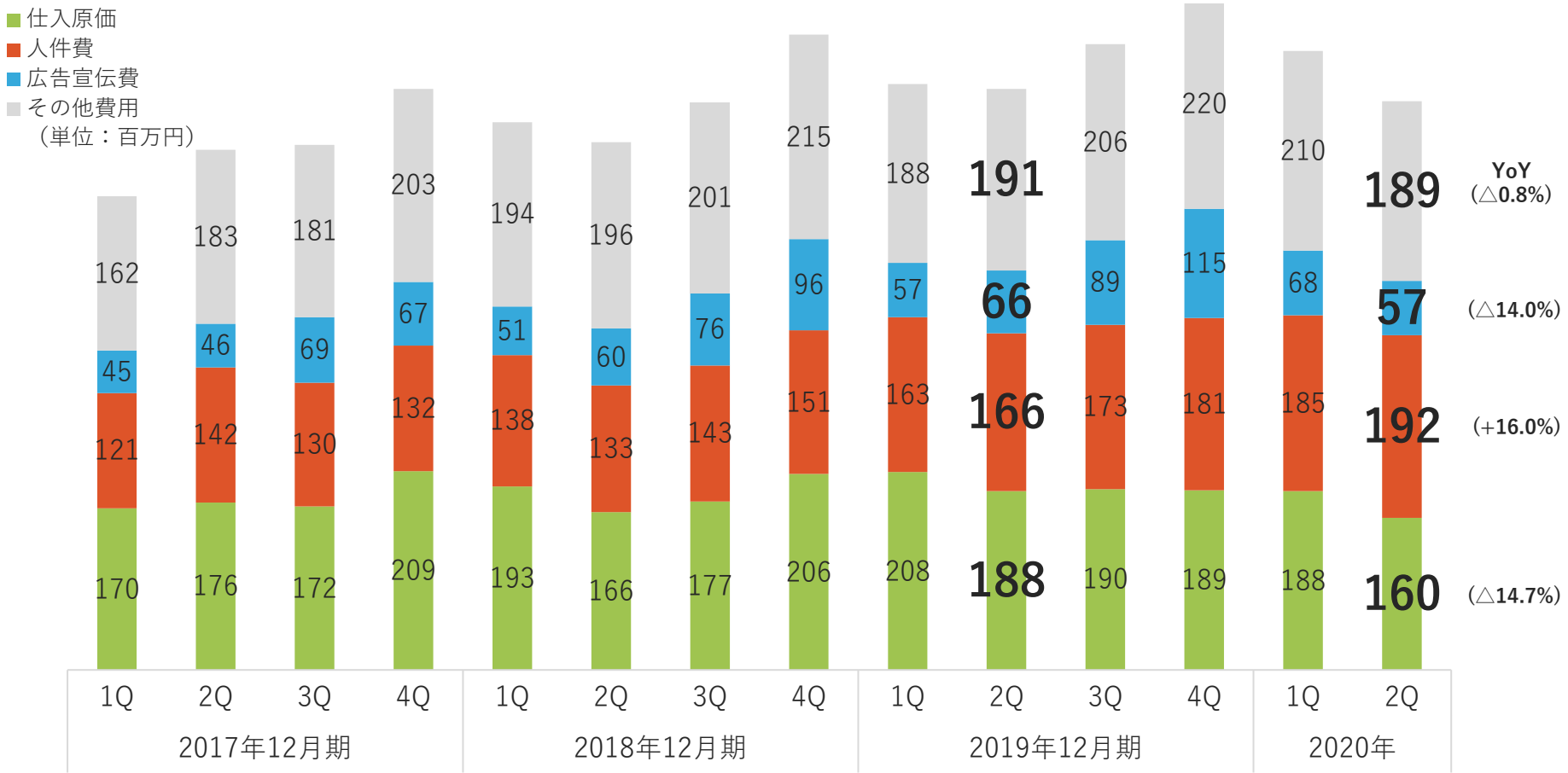


※1：fotowaの売上高は、取扱高からフォトグラファーへの支払を控除したネットで計上しております。
※2：2017年12月期第2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.の業績を含んでおります。
※3：Topic Images Inc.の買収前から行っているライツ・マネージド事業を指しており、PIXTAサービスとは異なります。

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

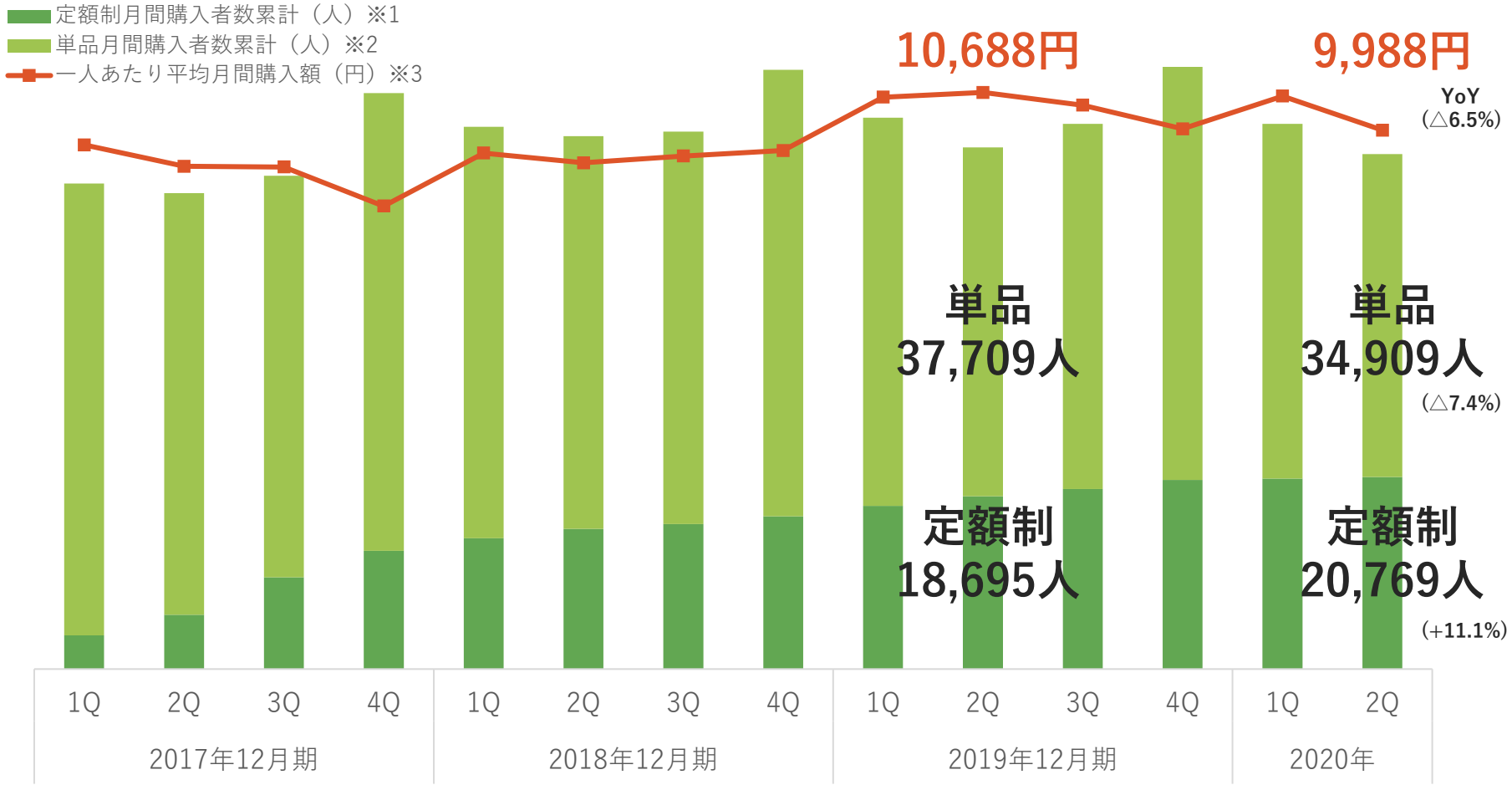


※：2016年第4四半期より連結子会社であるスナップマート株式会社の業績を含んでおり、また、2017年第2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.の業績を含んでおります。

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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



※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 © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

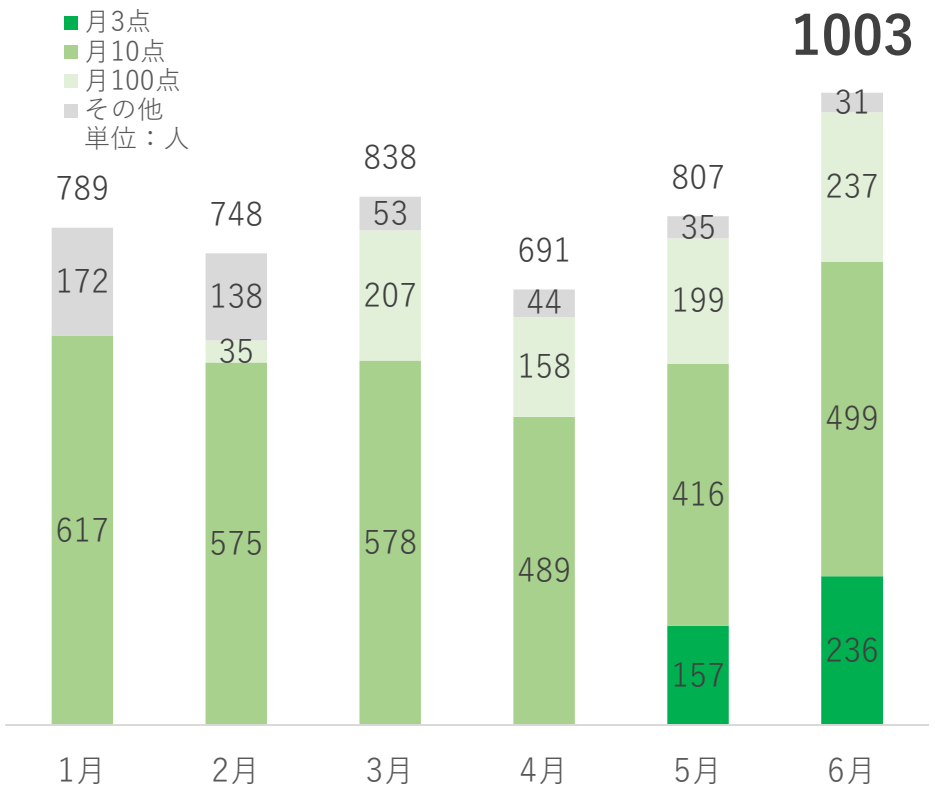
従来の定額制プラン

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	30日	59,400円
	25点／1日	30日	38,500円
	（最大750点 / 30日）	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※

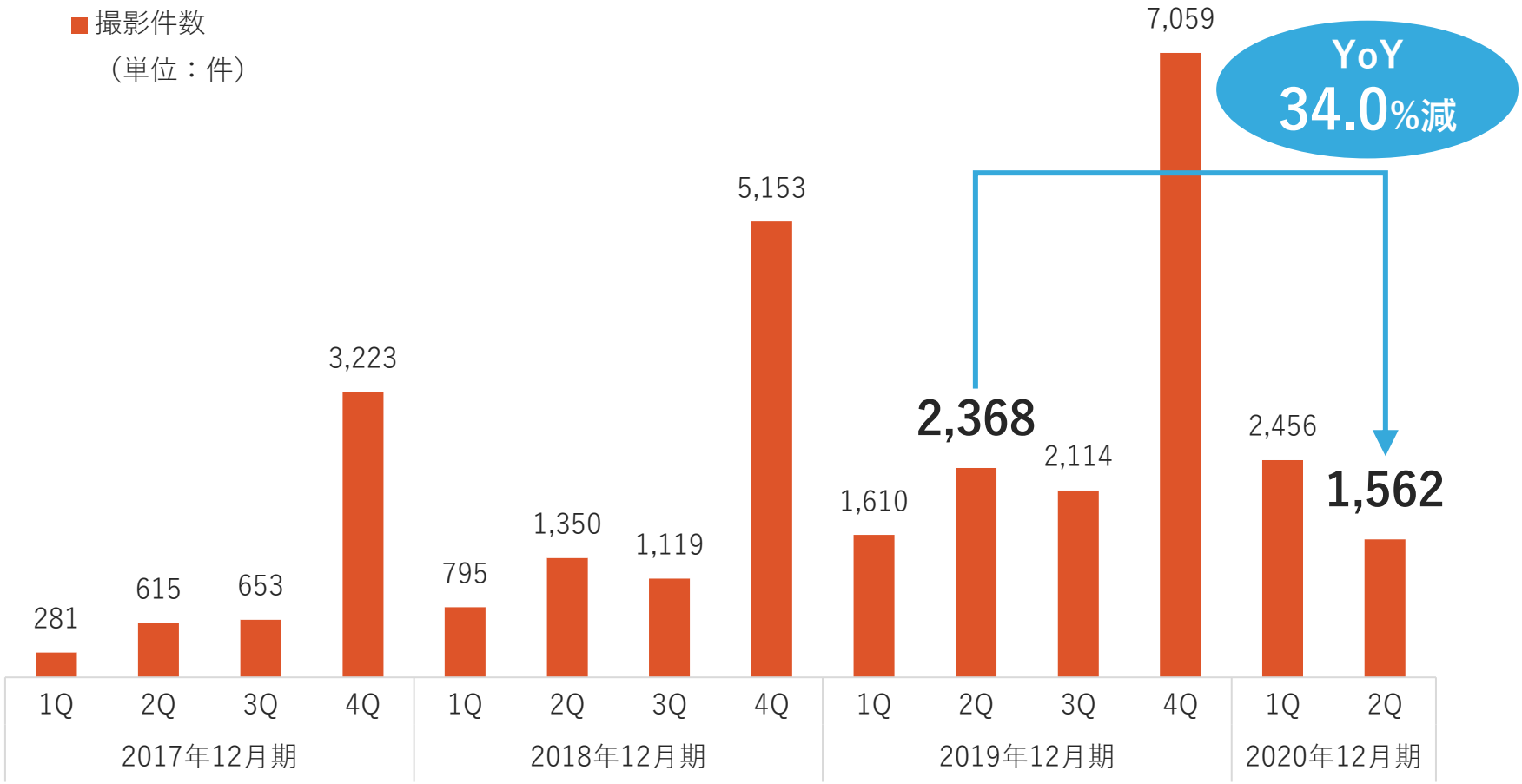


※：プラン別月間新規購入者数（プラン毎に月に1回以上定額制を購入した人）を月毎に合計した数値
※：定額制プランのリニューアル・月3点プランの追加は、日本のみが対象のため、該当グラフは日本円ベースの新規購入のみを集計

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

fotowa：撮影件数の推移

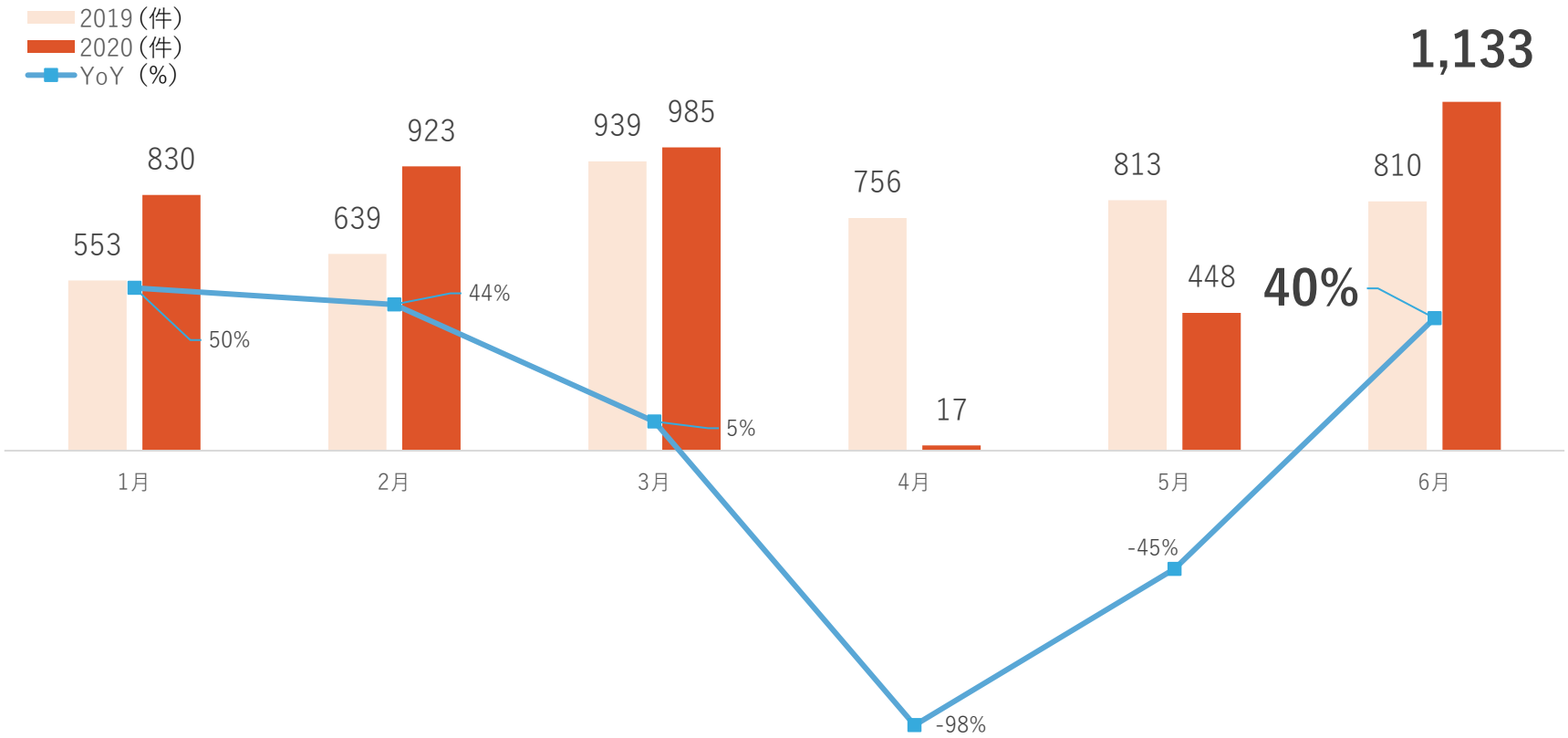
- 撮影件数は前年同期比**34.0**%減
- 緊急事態宣言中、撮影自粛による撮影件数減少



© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

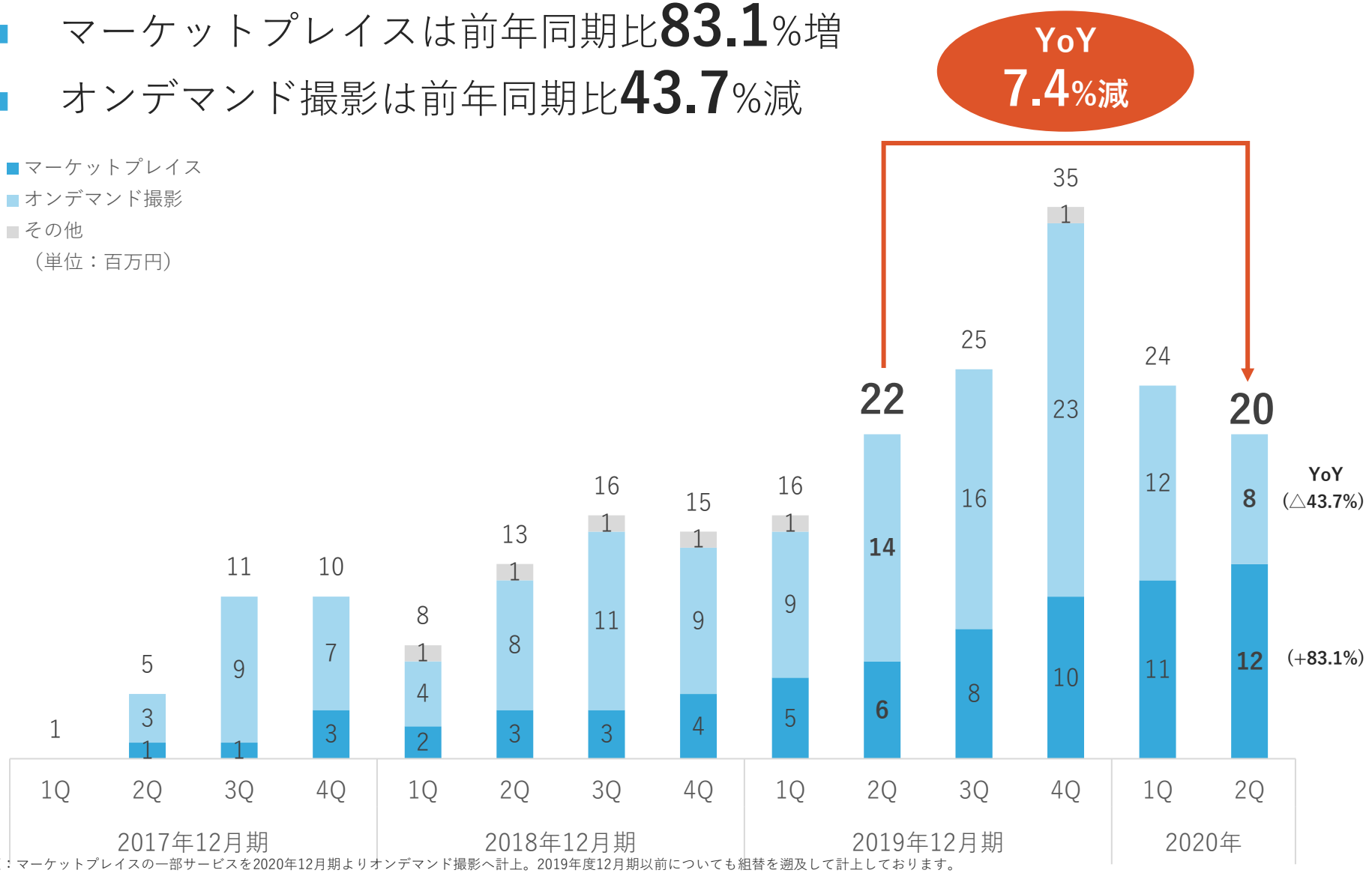


※：予約件数：予約された件数のうちキャンセル数を差し引いた件数

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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。

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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**	-

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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%

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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。

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

（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	
	（）内は単位	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
単品	売上（百万円）	406	362	356	376	387	352	352	406	407	363	362	386	364	300
	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。

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.





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





PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

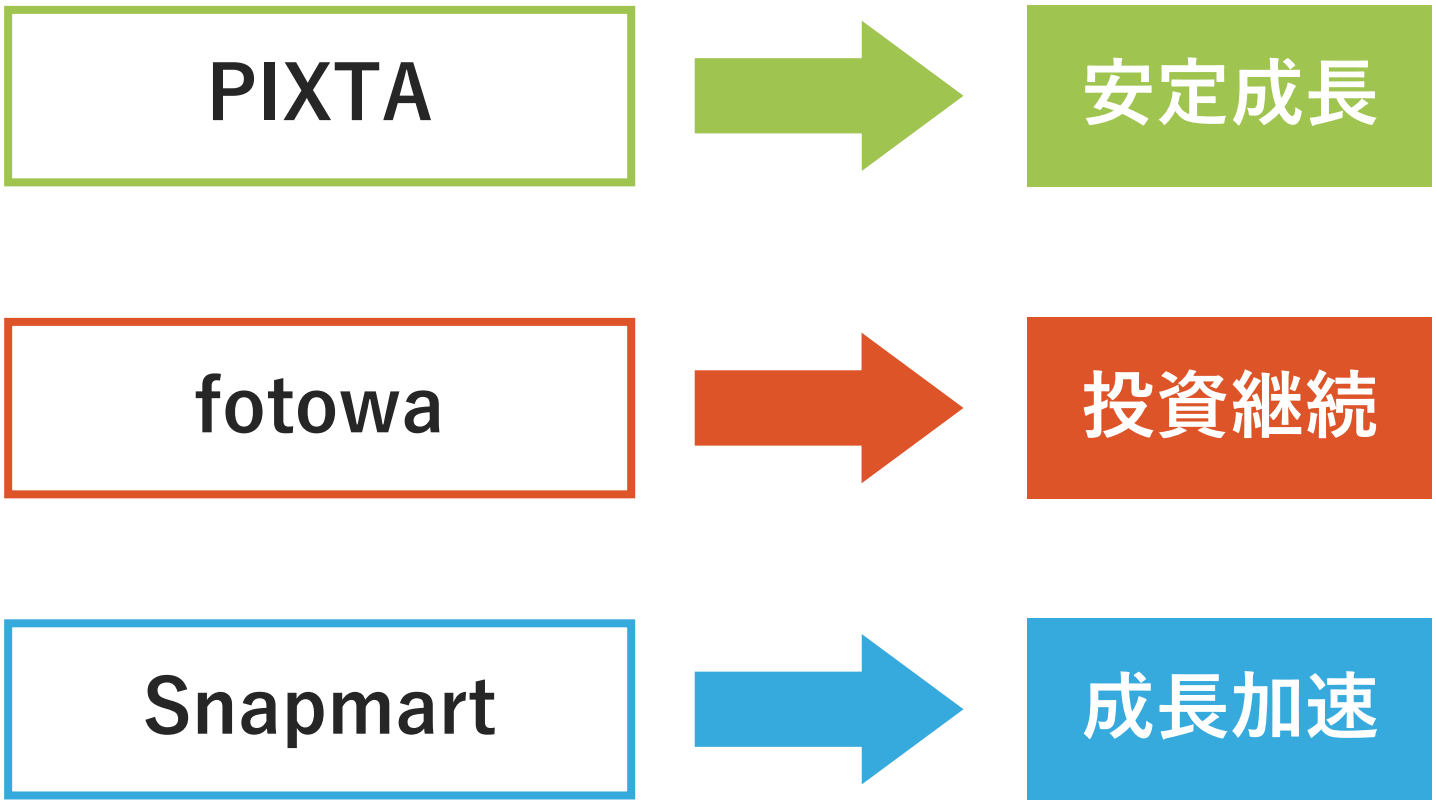
2020年12月期　連結業績予想

- 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。

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

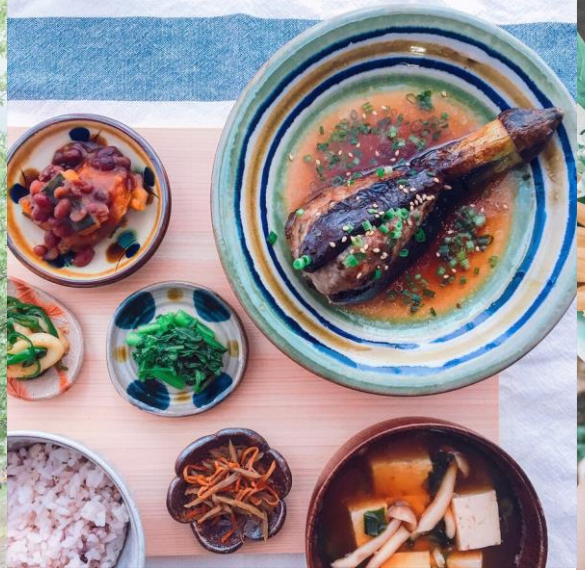


© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2020年12月期の各事業重点施策

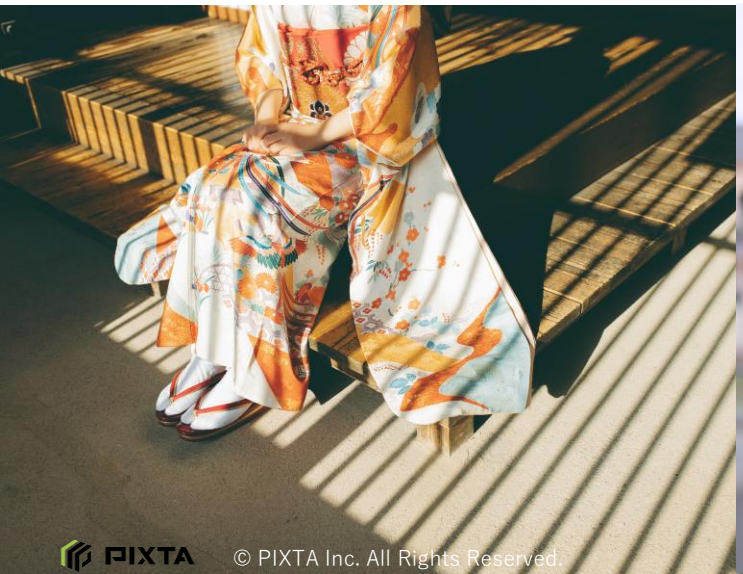
- PIXTA
  - 定額制プランの拡充
  - 大企業・代理店向け高単価・希少写真素材の販売
  - 商用撮影領域への展開
- fotowa
  - ニューボーンフォトのプロモーション強化
  - 決済手段の充実化による顧客体験の向上
- Snapmart
  - マーケットプレイス定額制契約数増加に向けたSEO対策強化
  - 好調なオンデマンド撮影拡大のため営業強化

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.


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





PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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）

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

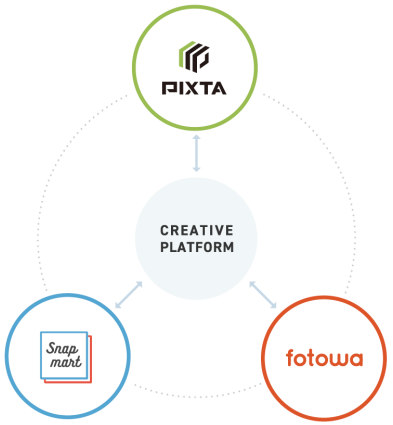
グループビジョン

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
PIXTA

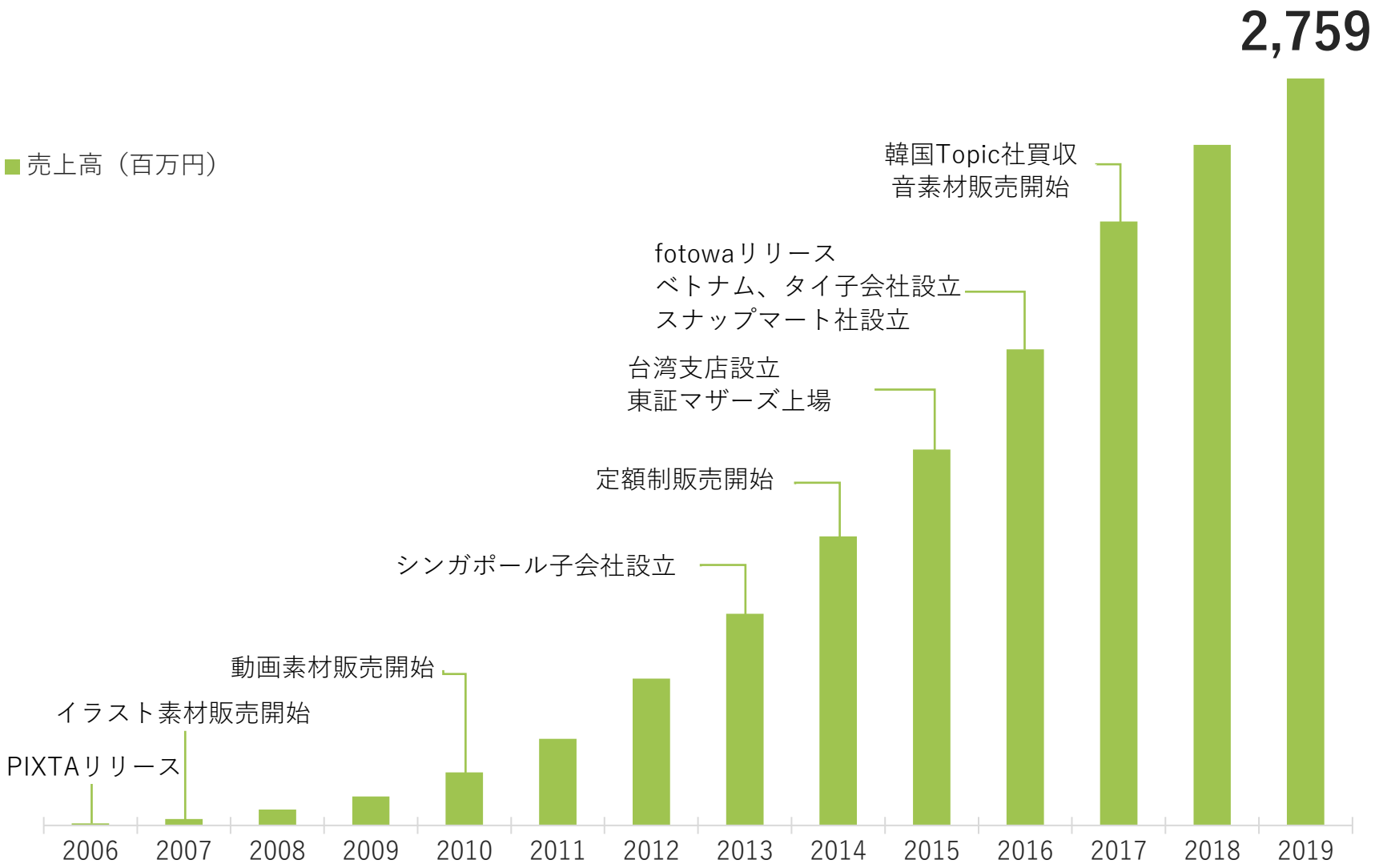
自然でオシャレな
出張撮影なら
fotowa

コンテンツ流通に
“素人革命”を
Snapmart



PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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 © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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



素材投稿

報酬

PIXTA

素材提供

決済



クリエイター

アマチュア

プロ

PIXTA

写真素材

イラスト素材

動画素材

音楽素材

購入者

法人

個人

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

PIXTA：強み

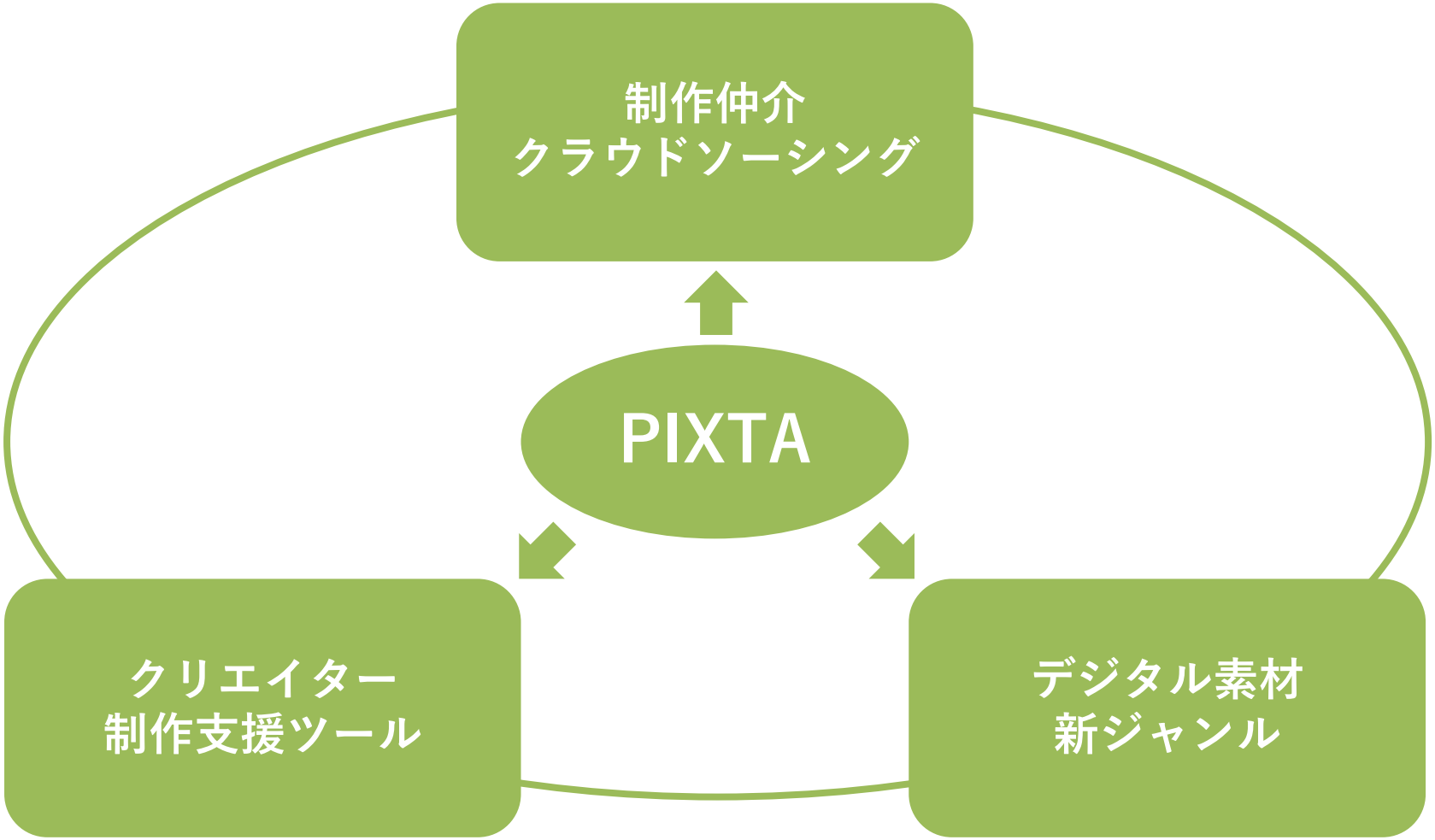
- 28万人以上の強固なクリエイター基盤 (※1)
  - メジャーからニッチジャンルまであらゆるクリエイティブが揃う
- 約3,800万点の圧倒的なコンテンツ数 (※1)
  - 年間800万点以上（毎日数万点）の素材投稿
  - 特に日本関連素材では質・量ともに他社を圧倒
- 積み上げ型事業モデル＆アジア市場への進出
  - 高い継続率で日本以外の市場でも顧客数が着実に増加
- 開発・Webマーケティング力
  - 自社独自のSEO・広告運用により国内同業内で最大アクセス数 (※2)

※1：2018年12月末時点
※2：Similar Webにて当社調べ

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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



PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

PIXTA & Snapmart：市場環境

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

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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



© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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）





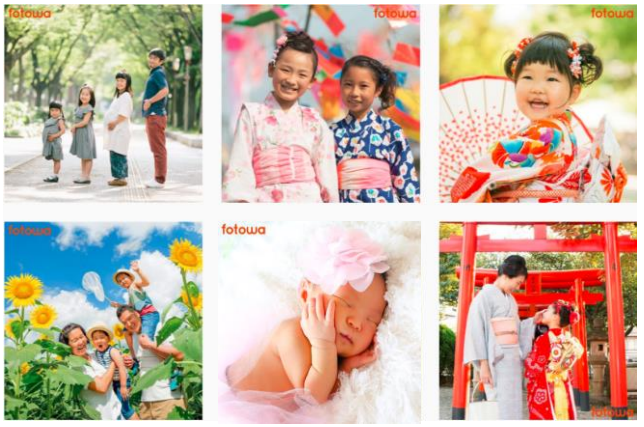
不透明な料金設定

データ受取不可

fotowa なら…

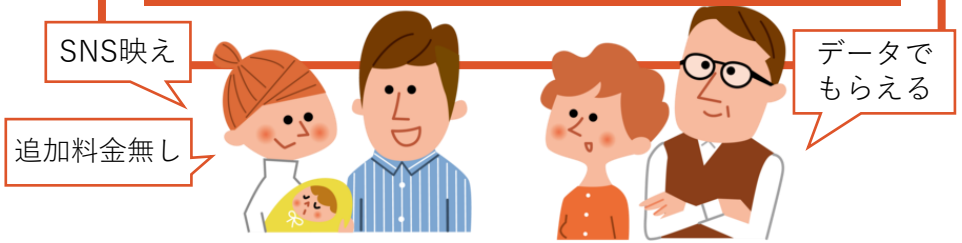
ナチュラルでおしゃれな写真

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

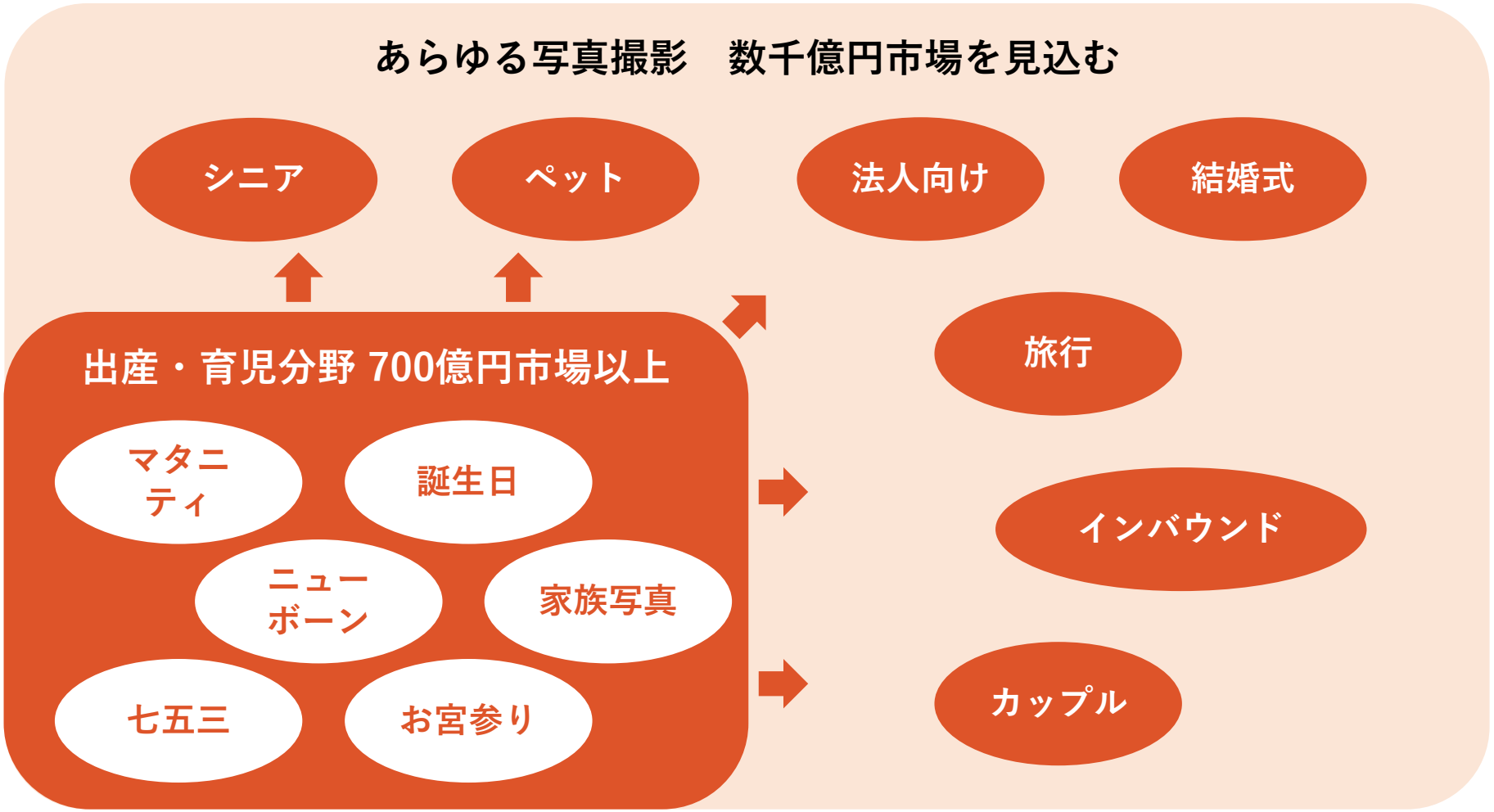


使用素材No. : 24865916, 30894863, 28547671

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

fotowa：事業の拡大構想

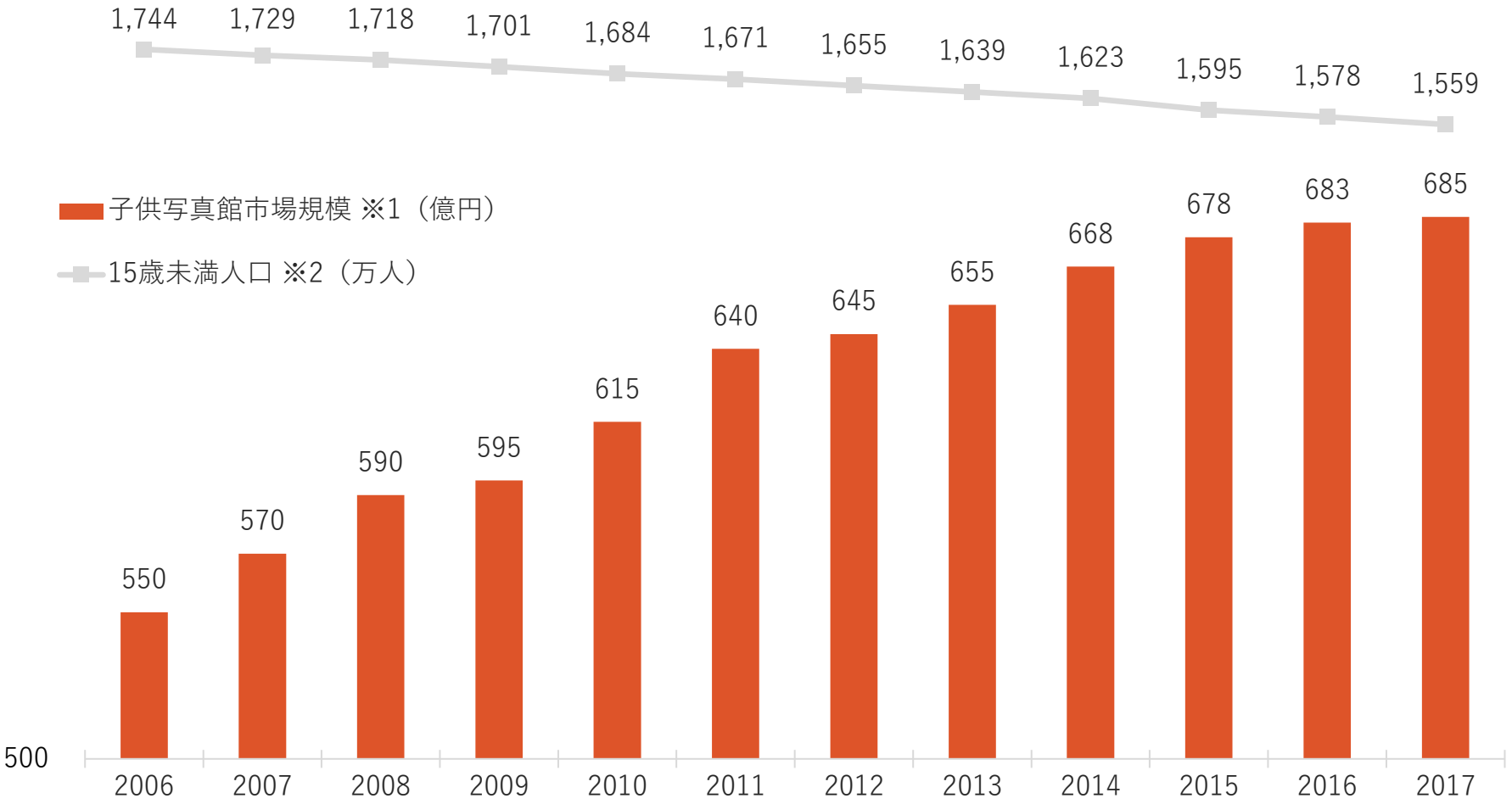
“出張撮影といえば fotowa”の状態を目指す



PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

Snapmart：ビジネスモデル

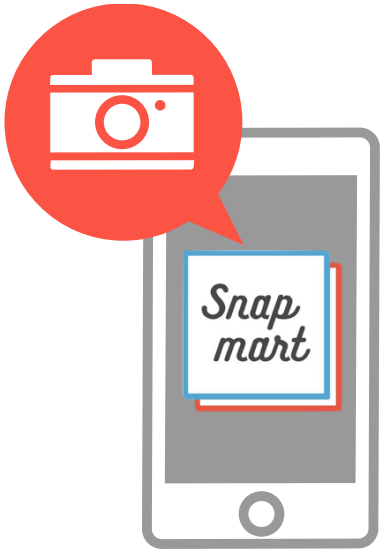
- SNS広告に効果のある素材が豊富なマーケットプレイス
- SNS運用に適した写真を法人向けに提供するオンデマンドサービス

写真素材が欲しい
SNSで宣伝したい



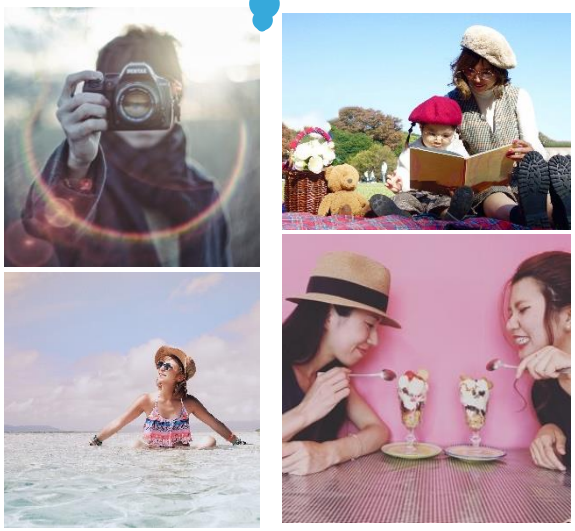
・メディア
・ブランド
・代理店

×



×

お小遣い稼ぎしたい
写真を使われたい



・旅行好きな人
・写真好きな人
・インスタグラマー

企業とクリエイターを繋げる
写真コミュニティ

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

中長期戦略：PIXTA成長の方程式

コンテンツ × **UI・UX**(※) × **トラフィック**

マーケットニーズに応える
素材の充実

検索・決済方法等の改善
価格・プランの最適化

Webマーケティング
による集客

各要素のかけ算で売上が最大化され
継続的に成長できる好循環に

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

PIXTA

fotowa

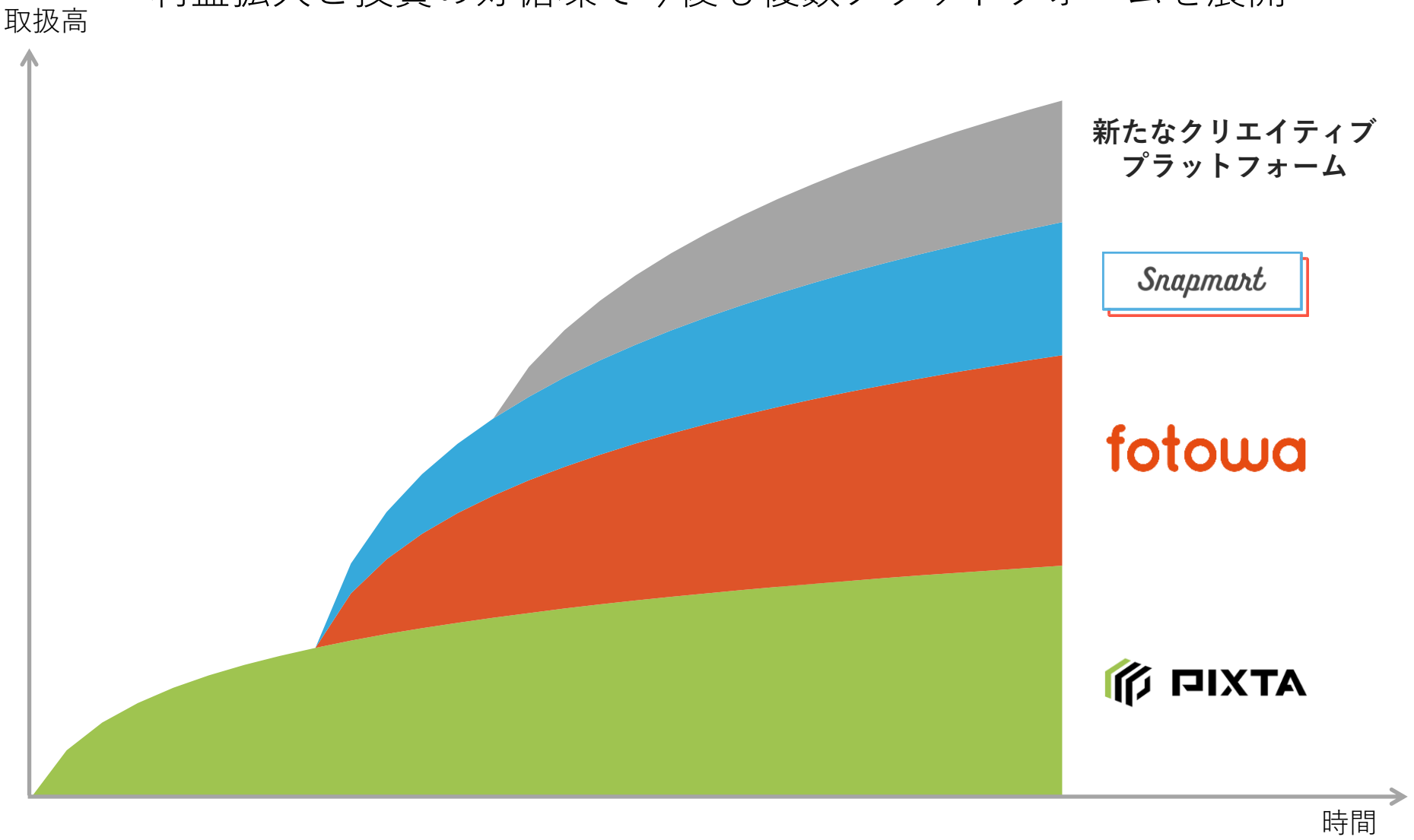
Snapmart

※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

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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



© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

クリエイティブプラットフォームの将来構想



PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

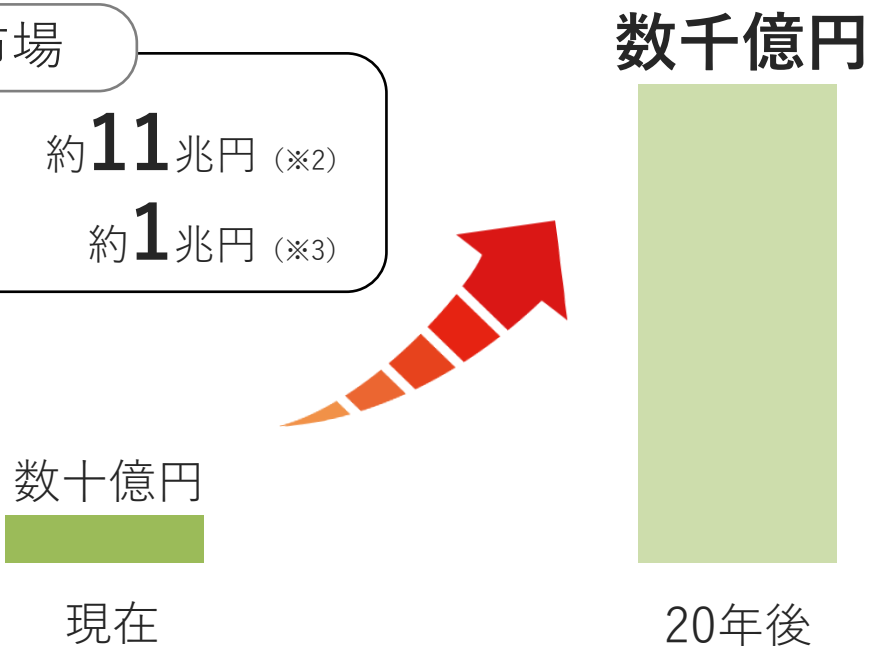
クリエイティブプラットフォームの事業機会

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

対象市場

日本のコンテンツ市場　約**11**兆円 (※2)

日本の広告制作市場　約**1**兆円 (※3)



※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」

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.



© PIXTA Inc. All Rights Reserved.