2021年2月12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　　2021年2月10日 17:00～18:00

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月期通期決算説明資料

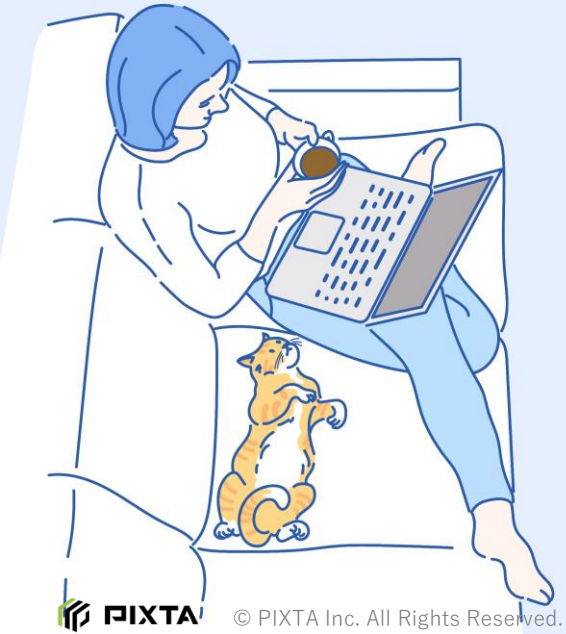
【添付資料】

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月期通期
決算説明資料



ピクスタ株式会社

［マザーズ・3416］

2021年2月10日

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

素材番号：66661577

目次

1. 会社概要 / 経営方針
2. 2020年12月期　決算概要
3. 2021年12月期　業績予想・経営方針
4. 参考資料







PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

素材番号：68979551





1. 会社概要 / 経営方針

※このページの写真は全てPIXTAの人気素材
素材番号：23826655, 33301092, 37435898, 42338159





PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

PIXTA：事業概要

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35万人

購入者登録数

約49万人

素材点数

約5,800万点

※数値は、2020年12月末時点

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

fotowa：事業概要

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**21,800**件

累計撮影件数

約**43,000**件

※数値は、2020年12月末時点

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

Snapmart：事業概要

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**19**万人

購入者登録数

約**7,700**人

素材点数

約**400**万点

※数値は、2020年12月末時点

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

当社の強み

クリエイティブ・プラットフォーム構築の3つの強み

洗練されたUI・UX

クリエイター基盤づくり

オンライン
マーケティング

Snapmart　PIXTA　fotowa

取扱高の拡大

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

事業ドメインの潜在市場規模

ピクスタグループ3事業での巨大な潜在市場規模※1

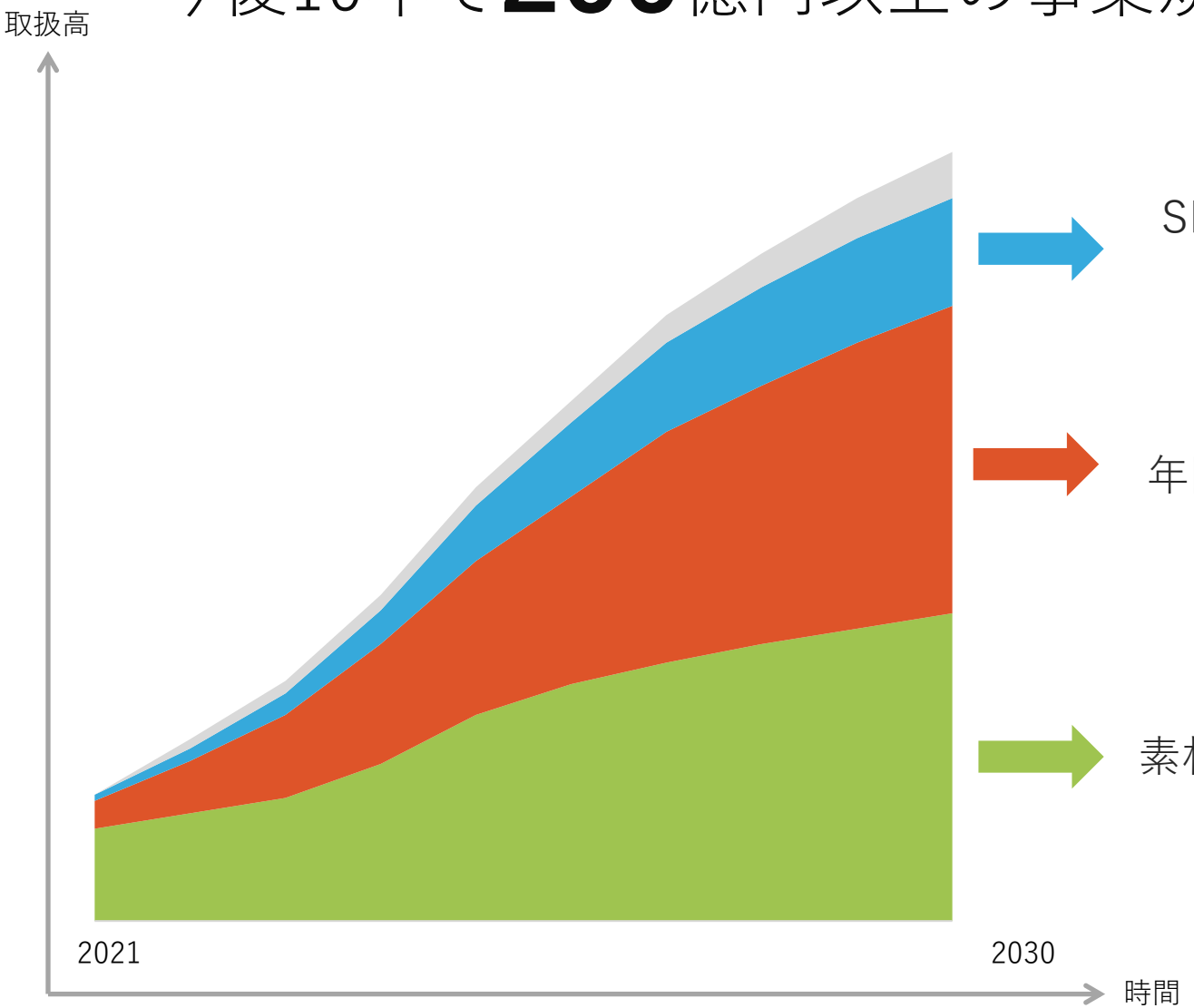


※1：外部の統計資料や公表資料、当社サービス実績をもとに、ピクスタグループの3ドメインにおいて想定される潜在的な市場規模をそれぞれ推計。
※2：有料ストック素材と無料ストック素材の潜在市場規模の合計。有料ストック素材市場は、2019年におけるストックフォト事業を運営する主要企業の売上が有料ストック素材領域の市場シェアの過半を占めていると仮定し当社推計。無料ストック素材は、無料素材領域の広告による売上を加味し、2019年において主要企業の売上が市場シェアの半分を占めていると仮定し当社推計。
※3：出所/(株)矢野経済研究所「子供市場総合マーケティング年鑑2018年版」
※4：出所/経済産業省「情報メディア白書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」

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

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



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 © PIXTA Inc. All Rights Reserved.





2. 2020年12月期　決算概要

※このページの写真は全てfotowaを利用して撮影された写真





PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

通期業績ハイライト

- 新型コロナの影響を受け、減収減益
- 純利益は、第2四半期ののれん減損損失等により△**112**百万円

(百万円)	2019/12 通期	2020/12 通期	前期比	修正予想
売上高	2,759	**2,625**	△4.9%	2,628
営業利益	160	**38**	△75.8%	0
営業利益率	5.8%	**1.5%**	△4.3pt	-
純利益	90	**△112**	-	△154

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

当期の振り返り

- PIXTA
  - 定額制の売上高は、前期比**8.2**%増
  - ユーザー獲得と解約率改善を目的に定額制プランをリニューアル
  - 単品の売上高は、前期比**11.7**%減。下期は新型コロナの影響が緩和

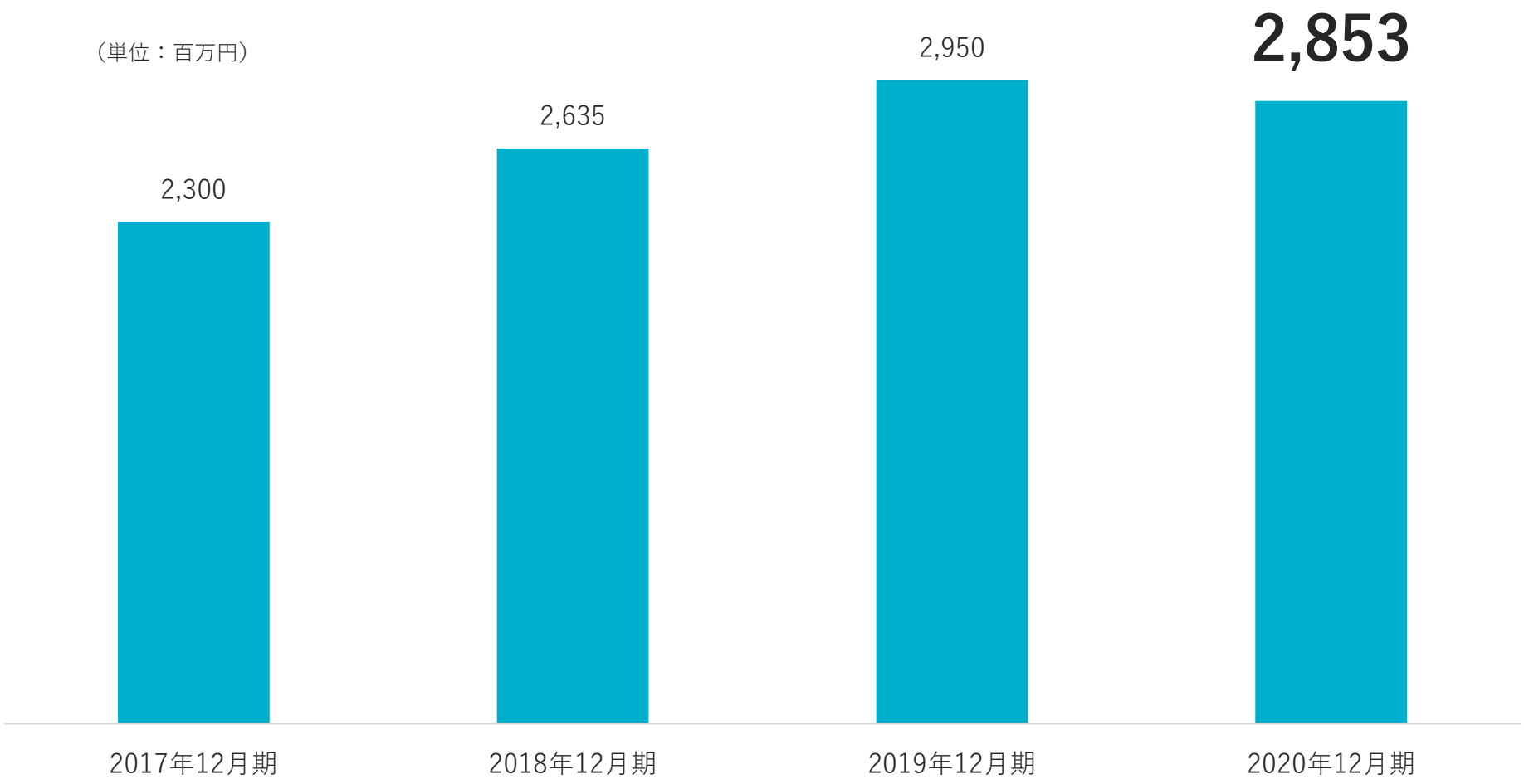
- fotowa
  - 年間の撮影件数は、前期比**22.0**%増と着実に成長
  - リピーター率は、前期比**3.8**pt上昇

- Snapmart
  - 売上高は、前期比**2.2**%増。マーケットプレイスが着実に成長
  - オンデマンド撮影の売上高は、新型コロナの影響で前期比**22.7**%減

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

連結取扱高の推移

- 取扱高※は、前期比**3.3**%減

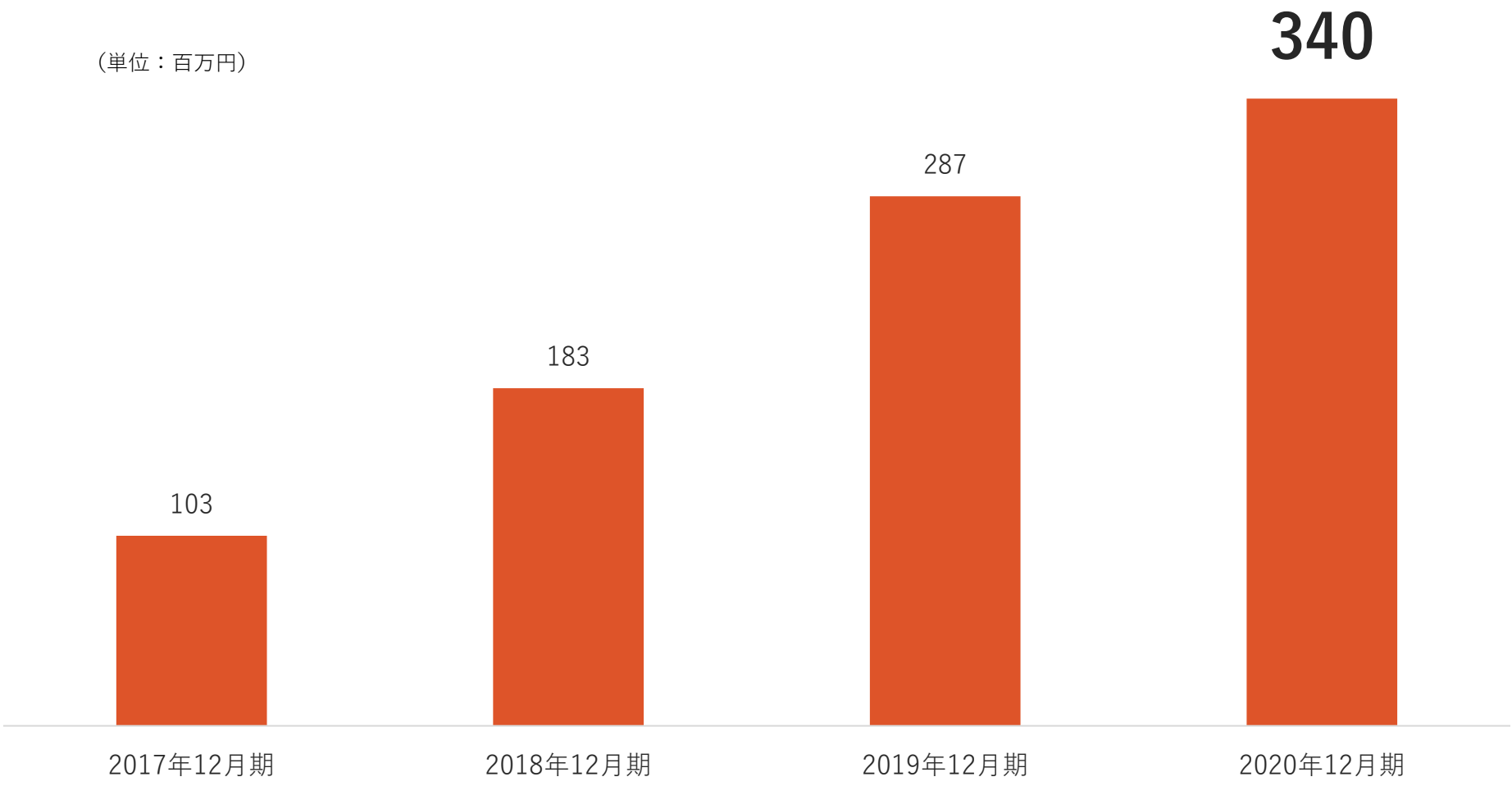


※：fotowa取扱高は、フォトグラファーへの支払い控除前のグロスで計上しております。

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

fotowa取扱高の推移

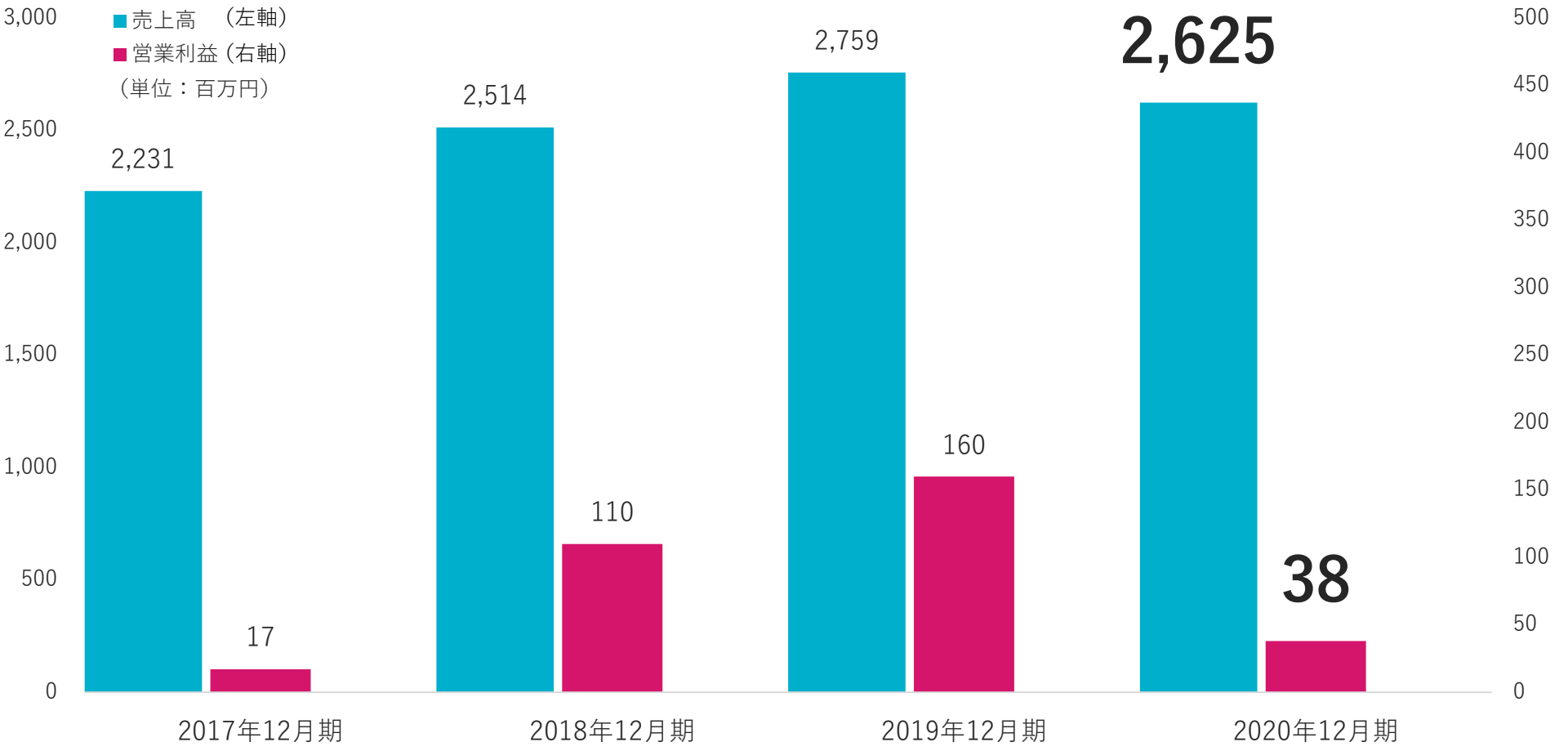
- fotowa取扱高は、前期比**18.4**%増



PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

連結売上高・営業利益の推移

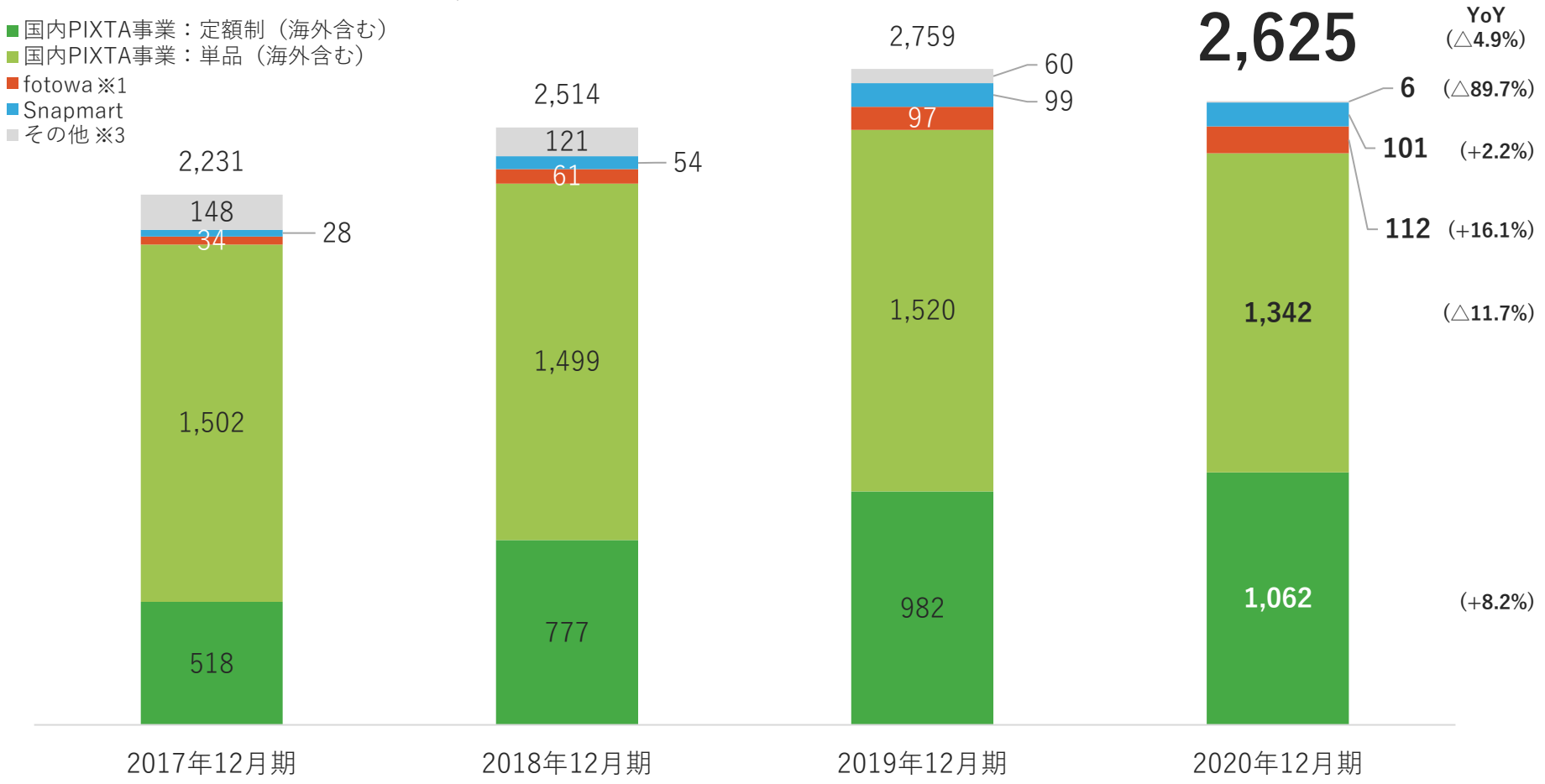
- 売上高は、前期比**4.9**%減
- 営業利益は、前期比**75.8**%減



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、前期比**8.2**%増
- fotowaの売上高は、前期比**16.1**%増

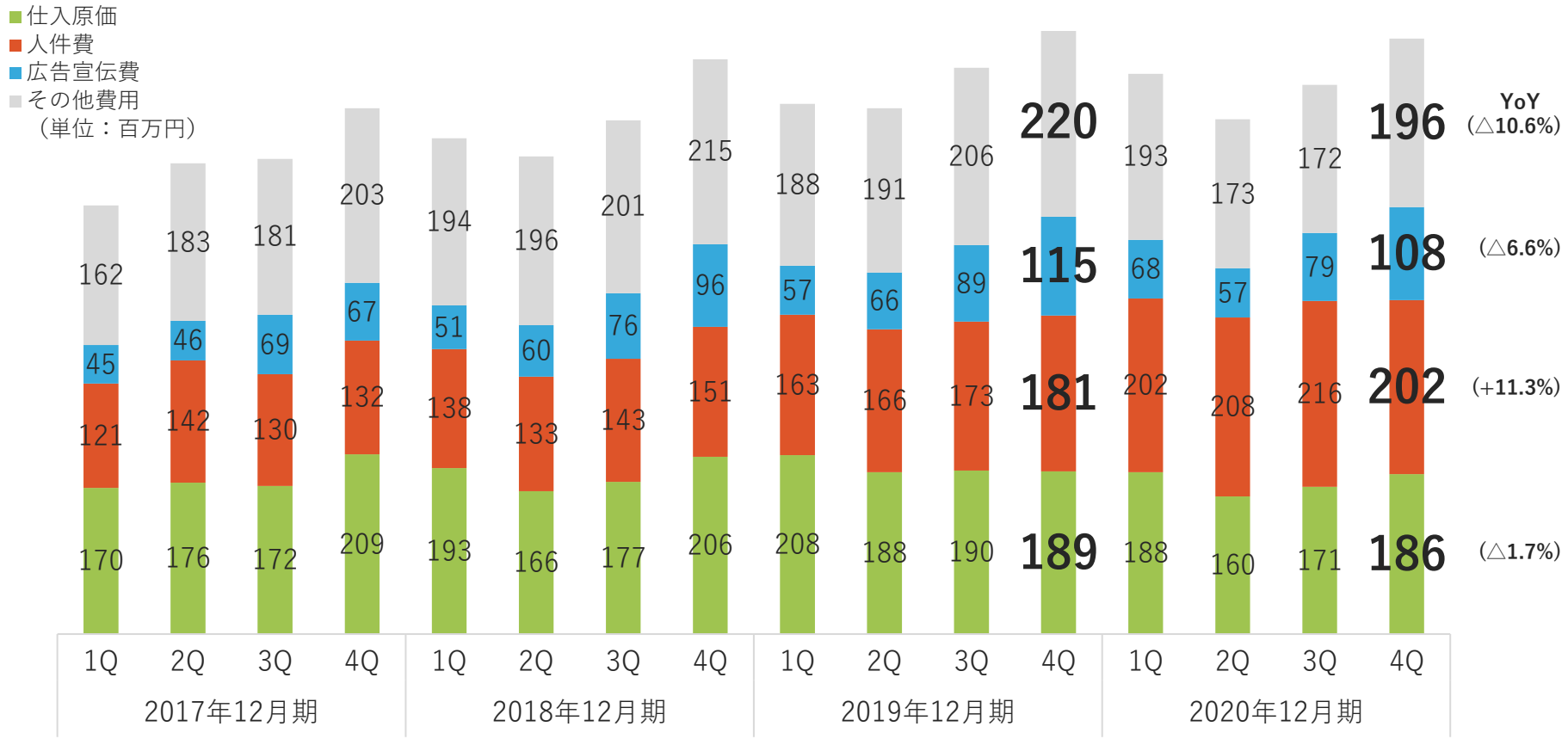


※1： fotowaの売上高は、取扱高からフォトグラファーへの支払を控除したネットで計上しております。
※2：2017年12月期第2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.の業績を含んでおります。
※3：Topic Images Inc.の買収前から行っているライツ・マネージド事業等を含んでおります。
※4：2020年12月期第4四半期より、連結子会社でありましたTopic Images Inc.は、2020年11月30日に全株式を譲渡したことに伴い、連結範囲から除外しております。

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

費用の推移

- 第4四半期より、韓国子会社が連結範囲外となり、全社で費用は減少
- 2020年12月期以降、ベトナム子会社の連結子会社化に伴い、
  その他費用のうち、ベトナム子会社の人件費を、人件費に計上

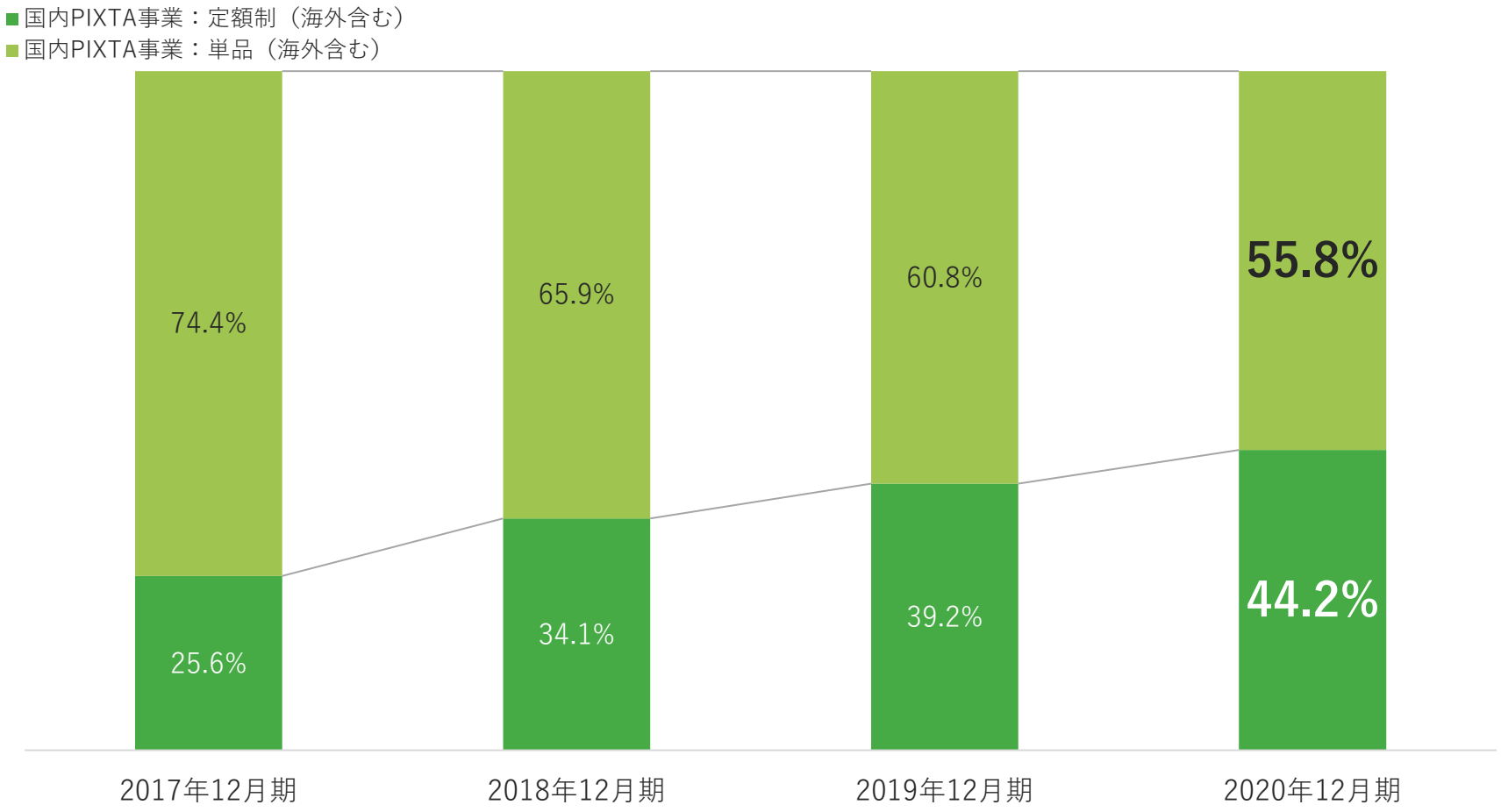


※1：2020年12月期より、ベトナム子会社を連結子会社化したため、その他費用として計上していた費用のうち、ベトナム子会社の人件費を人件費に含めて計上しております。また人件費以外については、その他費用に計上しております。また2019年以前は業務委託料として、その他費用に含んでおります。
※2：2016年第4四半期より連結子会社であるスナップマート株式会社の業績を含んでおり、また、2017年第2四半期より連結子会社であるTopic Images Inc.の業績を含んでおります。
※3：2020年12月期第4四半期より、連結子会社でありましたTopic Images Inc.は、2020年11月30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。

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

PIXTA：事業売上構成比

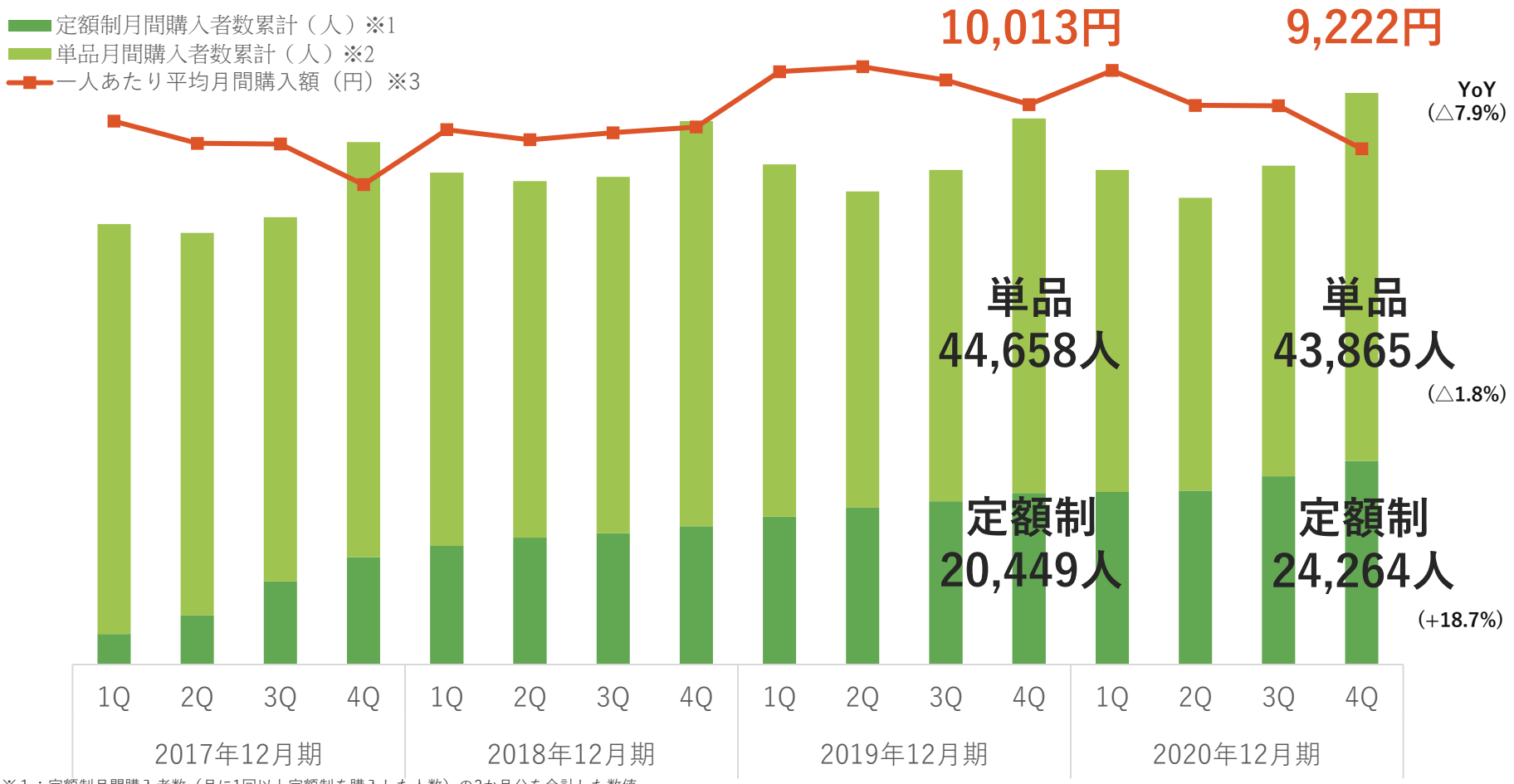
- 国内PIXTA事業における定額制の売上構成比率は、**44.2**%
- 定額制シフトは、順調に進行



© 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**3,815**人（**18.7**%）増
- 一人あたり平均月間購入額は、前年同期比**791**円（**7.9**%）減

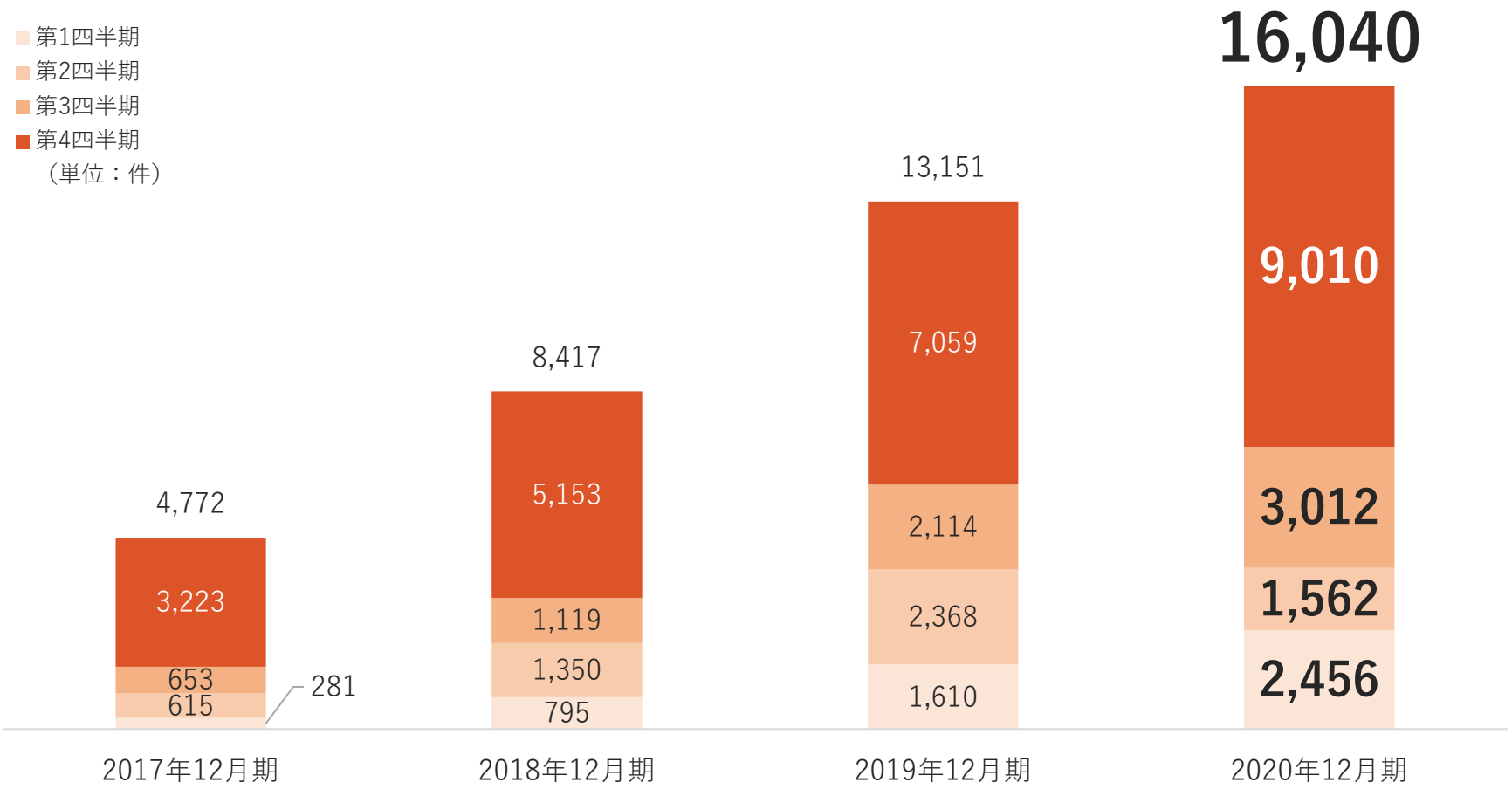


※１：定額制月間購入者数（月に1回以上定額制を購入した人数）の3か月分を合計した数値
※２：単品月間購入者数（月に1回以上単品を購入した人数）の3か月分を合計した数値
※３：PIXTA売上（単品と定額制の合計）の3か月分を合計して、月間購入者累計で除した、1か月あたり一人あたりの平均購入額

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

fotowa：撮影件数の推移

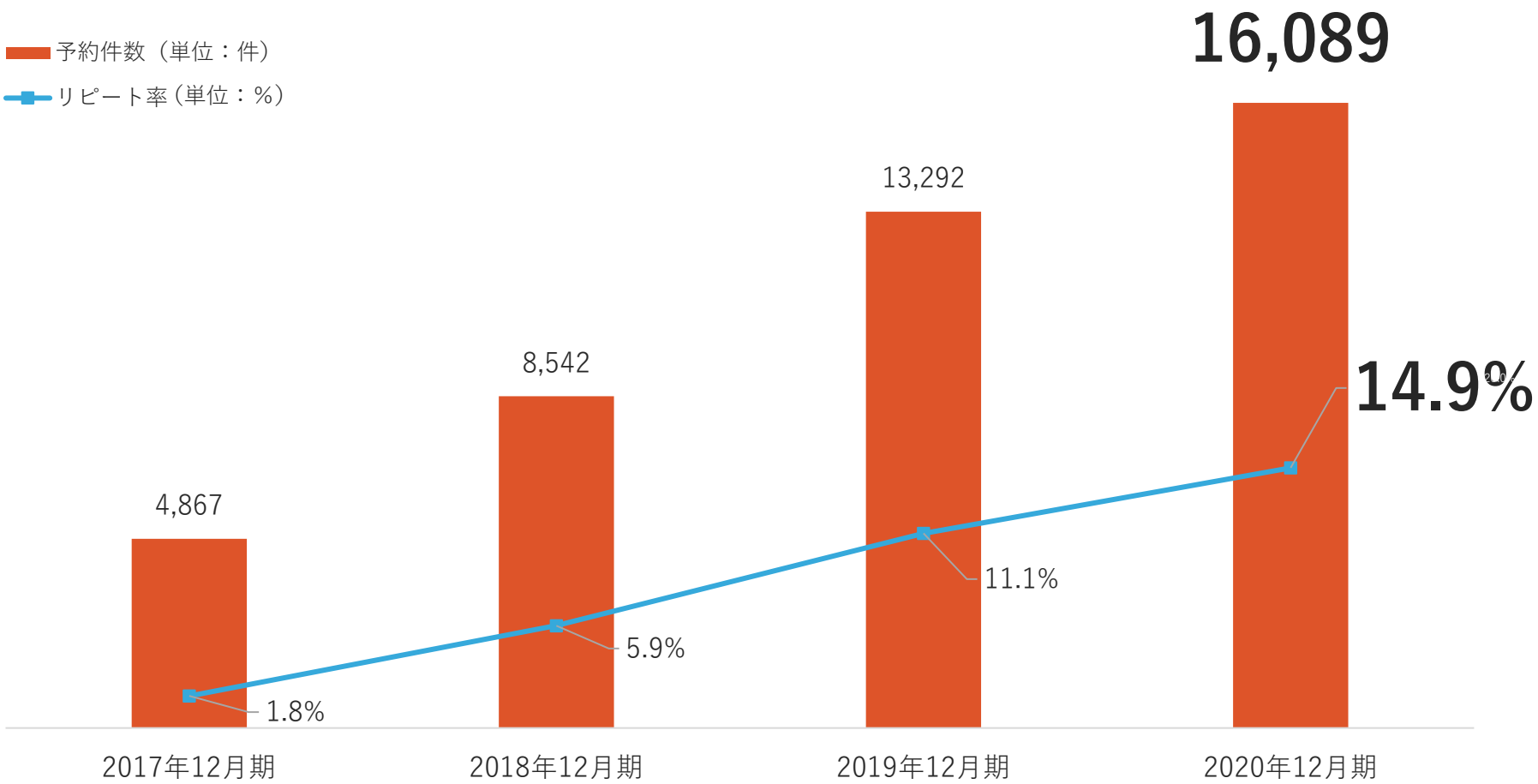
- 通期撮影件数は、前期比**22.0**%増
- 緊急事態宣言が発令された第2四半期以外は、前年同期比で成長



PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

fotowa：リピーター率の推移

- リピーター率は、前期比**3.8**pt上昇
- ニューボーンフォトの増加を受け、リピーター率は上昇傾向

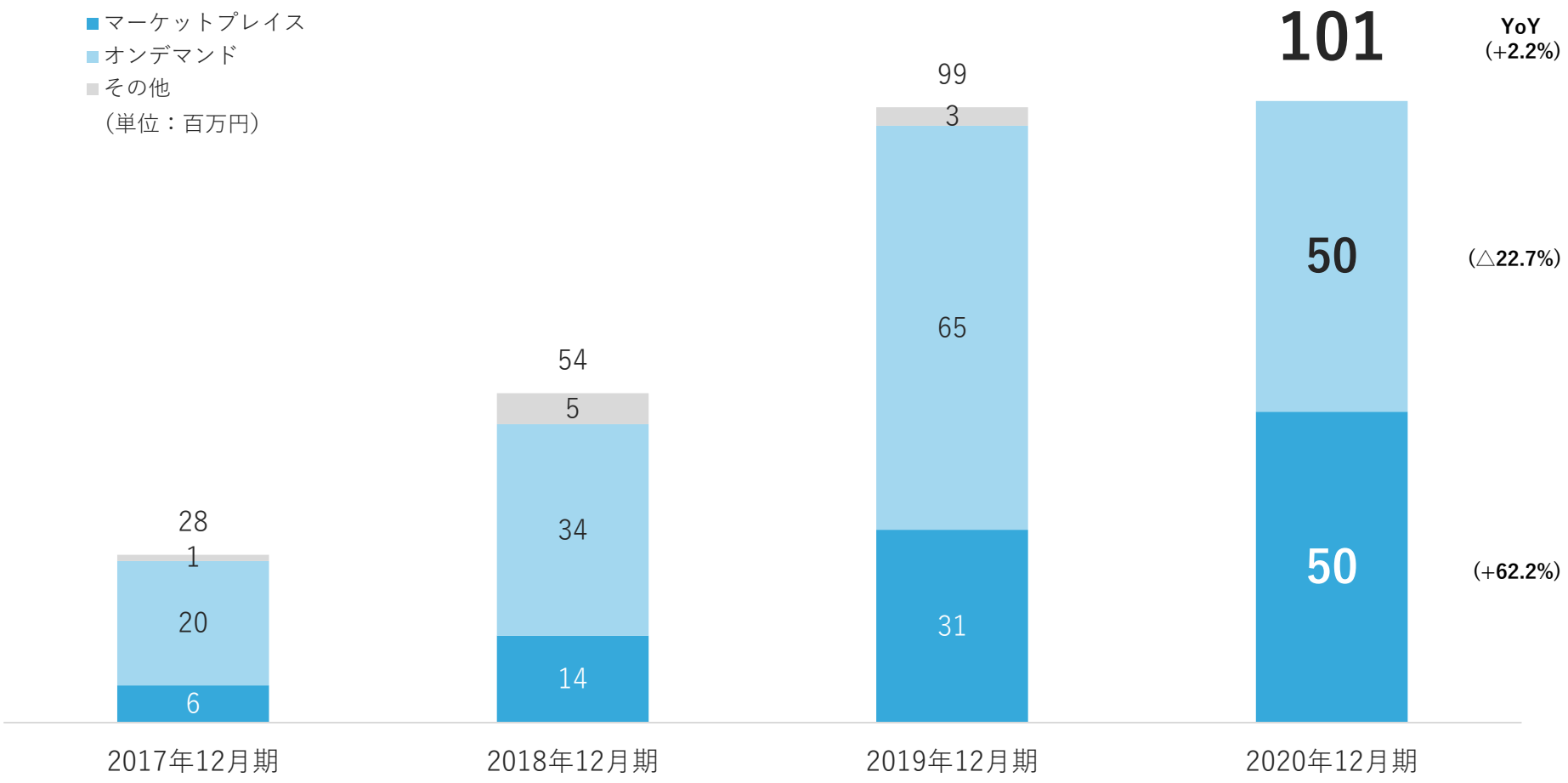


※1：リピーターは、月間の予約件数のうち、前月までに撮影を実施し取引が完了した上で、当月に予約を行ったユーザー
※2：リピーター率は、月間リピーター数の年間合計を年間予約件数で除した数値

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

Snapmart：売上高の推移

- マーケットプレイスの売上高は、前期比**62.2**%増と順調に成長
- オンデマンド撮影の売上高は、新型コロナの影響で、前期比**22.7**%減



© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

Snapmart：事業の状況

- オンデマンド撮影の主要プランであるアンバサダープランを拡充
- 幅広い顧客ニーズに対応するため、従来プランのオプションとして、動画アンバサダープランを追加

従来のアンバサダープラン

- 商品写真撮影
- 撮影した写真の納品
- SNSでのPR投稿



＋

動画アンバサダープラン

- 商品動画撮影
- SNSでのPR投稿



プレミアアンチエイジング株式会社：「DUO ザ クレンジングバーム」のアンバサダープラン事例

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2020年12月期　通期P/L（連結）

- 通期の経常利益は、韓国子会社の為替損失の影響により**26**百万円

（百万円）	2019-4Q	2020-4Q	前年同期比	2019/12 通期	2020/12 通期	前期比
売上高	744	**723**	△2.9%	2,759	**2,625**	△4.9%
売上総利益	477	**472**	△1.0%	1,707	**1,653**	△3.2%
売上総利益率	64.1%	**65.3%**	+1.2pt	61.9%	**63.0%**	+1.1pt
営業利益	36	**29**	△20.7%	160	**38**	△75.8%
営業利益率	5.0%	**4.0%**	△1.0pt	5.8%	**1.5%**	△4.3pt
経常利益	40	**27**	△32.7%	154	**26**	△83.1%
純利益	33	**17**	△46.1%	90	**△112**	-

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2020年12月期　通期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）	2019/12 期末	2020/12 期末	前期末比
流動資産	1,583	**1,918**	+21.1%
（うち、現預金）	989	**1,255**	+26.9%
固定資産	438	**275**	△37.2%
（うち、のれん）	129	**0**	△100.0%
総資産	2,022	**2,193**	+8.5%
流動負債	1,145	**1,303**	+13.8%
固定負債	91	**209**	+127.5%
純資産	784	**680**	△13.2%

※：「税効果会計に係る会計基準の一部改正」等を2019年度より適用しております。

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2020年12月期　通期C/F（連結）

- 財務活動によるC/Fは、主に長期借入により前期比で増加

（百万円）	2019/12 通期	2020/12 通期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	226	**196**	△29
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 128	△ **163**	△35
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 57	**206**	+264
現金及び現金同等物の期末残高	1,050	**1,292**	+241

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	3Q	4Q
合計	売上（百万円）	509	479	495	533	560	539	552	621	631	602	616	651	626	556	594	628
単品	売上（百万円）	406	362	356	376	387	352	352	406	407	363	362	386	364	300	326	351
	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	43,865
	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	8,012
定額制	売上（百万円）	103	117	139	157	173	187	200	215	224	239	253	265	261	255	267	276
	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	20,583	20,719	22,427	24,264
	一人あたり平均月間購入額（円/人）	28,522	19,977	14,076 ※1	12,352	12,253	12,416	12,773	13,082	12,709	12,822	12,997	12,973	12,727	12,355	11,933	11,407

※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.





3. 2021年12月期　重点施策と見通し

※このページの写真は全てSnapmartの人気素材
素材番号：2585165, 884252, 8454, 4985

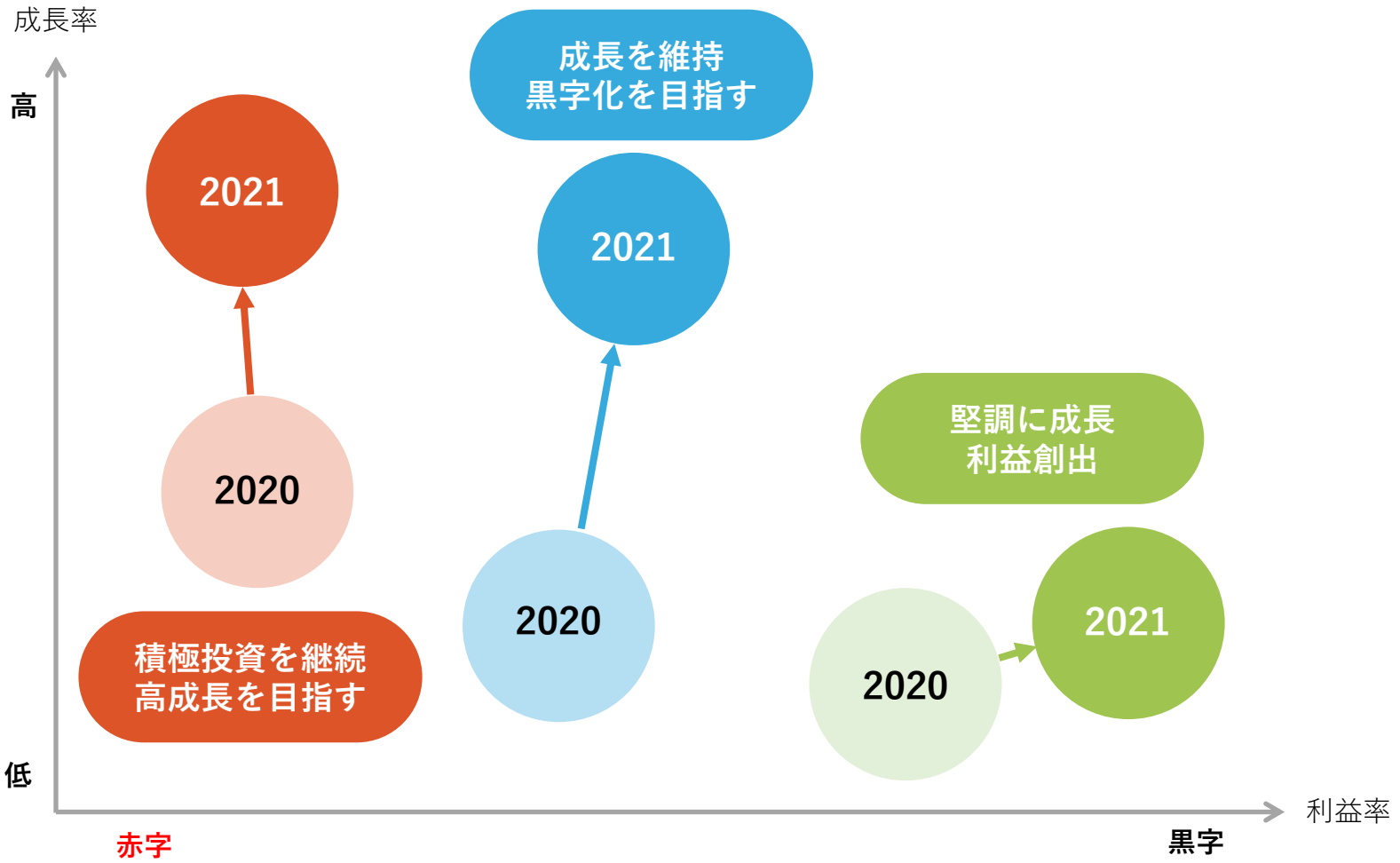


PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.



2021年12月期の全社方針

PIXTAで創出した利益をfotowaに積極投資



© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2021年12月期の各事業方針と重点施策

	2021年12月期 事業方針	2021年12月期 重点施策
PIXTA	**定額制を軸とした 安定成長**	・定額制購入ページへの流入強化 ・別ジャンル素材の定額制化検討
fotowa	**認知度向上のため 積極投資**	・認知系広告の配信強化 ・各媒体への露出増加 ・SNSインフルエンサー施策の強化
Snapmart	**オンデマンド撮影 を中心に成長加速**	・オンデマンド撮影拡大のための 営業強化 ・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

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2021年12月期　fotowa投資方針

認知度向上に向けた投資を本格的に開始

主要な投資先	主な投資内容
認知系広告	・動画広告の配信 ・SNS向け運用型広告の配信
各種媒体露出	・TV露出増加へのPR活動 ・ママ向け媒体へのアプローチ
SNS運用	・インフルエンサーマーケティングの強化

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

＋

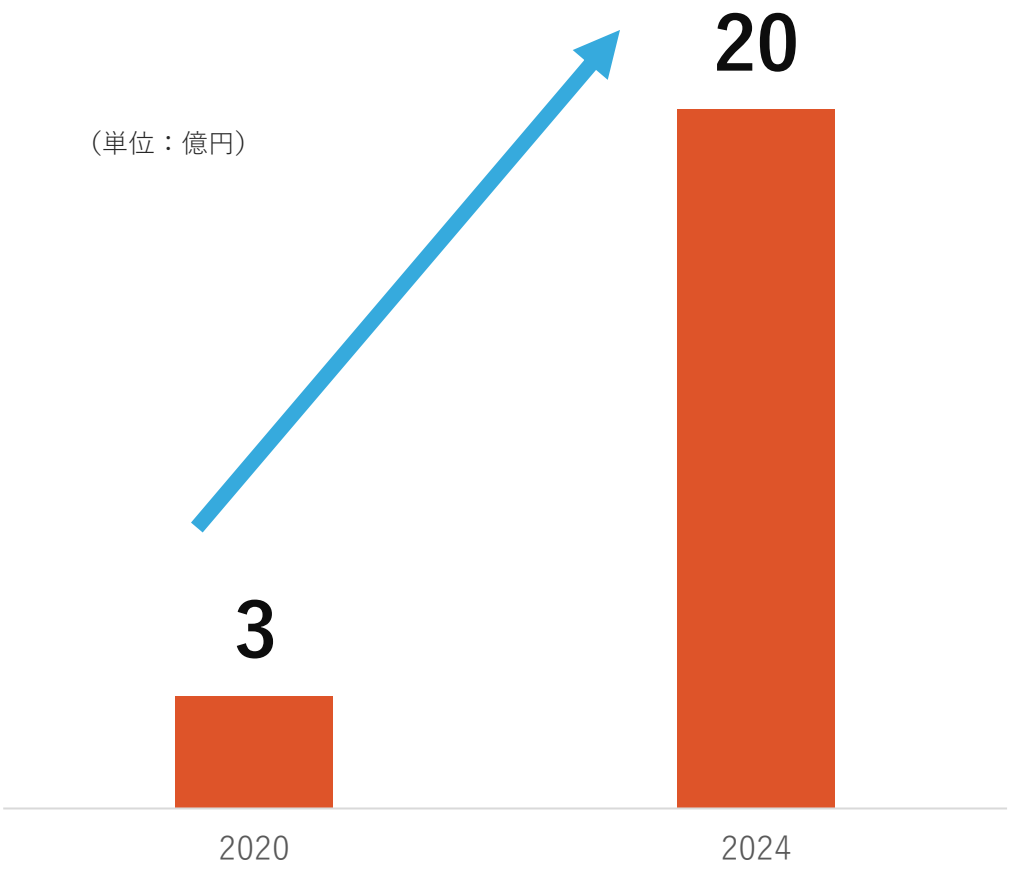
従来実施してきた顧客獲得広告を継続

既存
約1.5億投資

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2021年12月期　fotowaの中長期成長イメージ

2024年に、取扱高約**20**億円規模へ



取扱高約20億円規模の
年間撮影件数

約**9**万件

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2021年12月期　連結業績予想

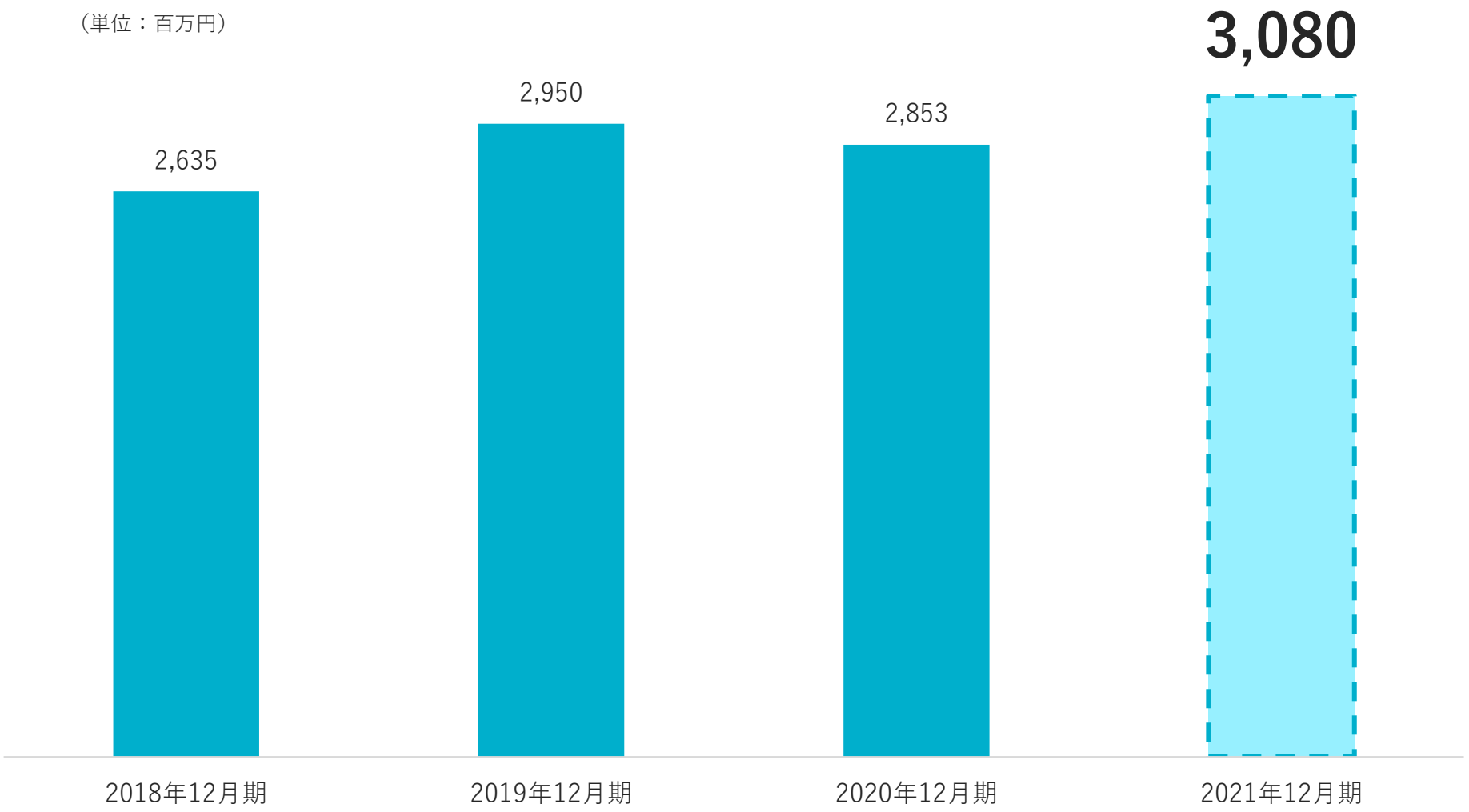
- 新型コロナの影響は、2021年12月期も継続すると想定
- 売上高は、前期比**5.9**%増、営業利益は、前期比**59.4**%減の見通し
- 全社の広告宣伝費は、**504**百万円（前期比**61.2**%増）の見込み

（百万円）	2020/12 通期（実績）	2021/12 通期（予想）	前期比
売上高	2,625	**2,780**	+5.9%
営業利益	38	**15**	△59.4%
営業利益率	1.5%	**0.6%**	△0.9pt
純利益	△112	**0**	-

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

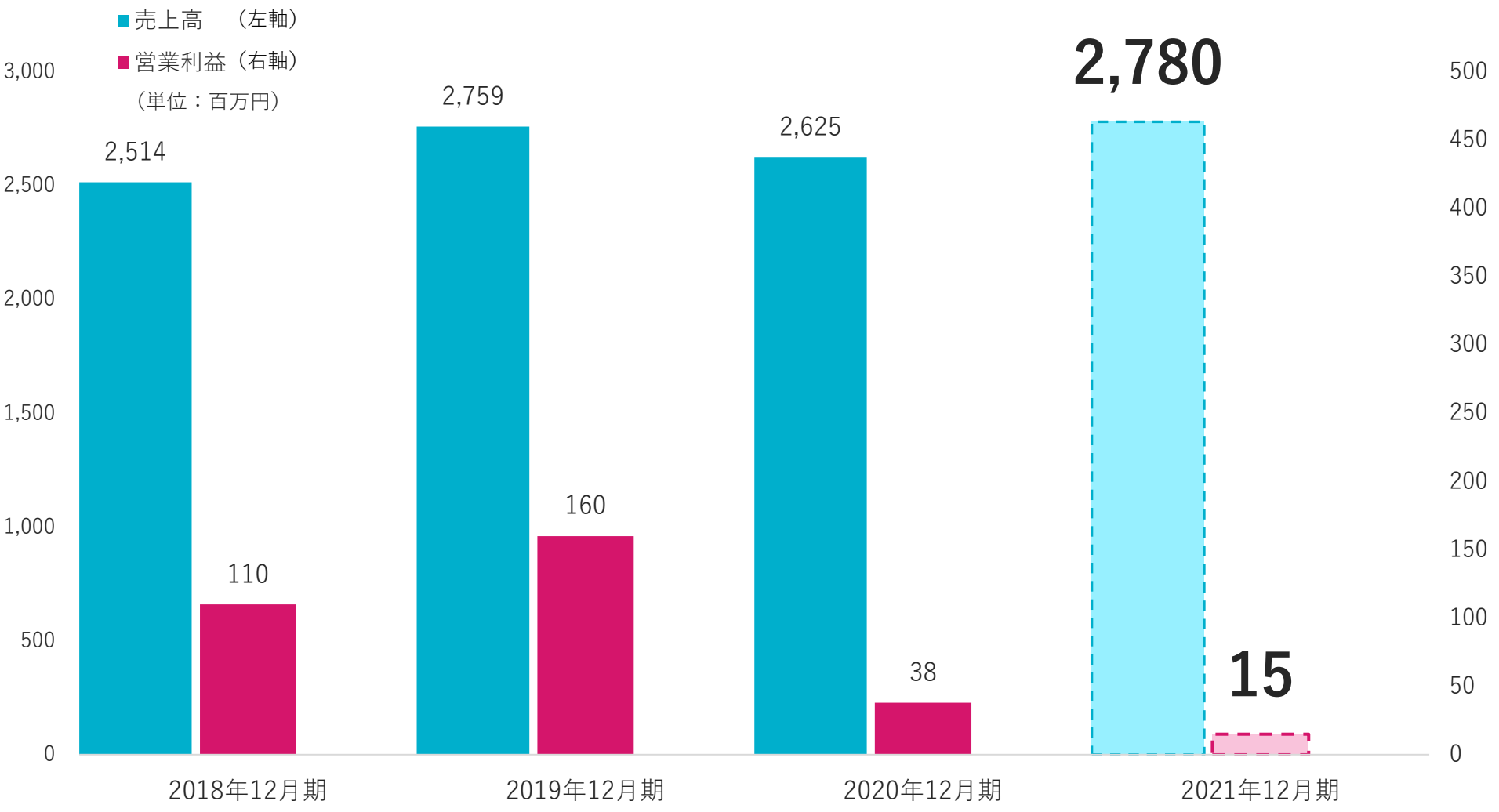
2021年12月期　連結取扱高の見通し

（単位：百万円）



© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

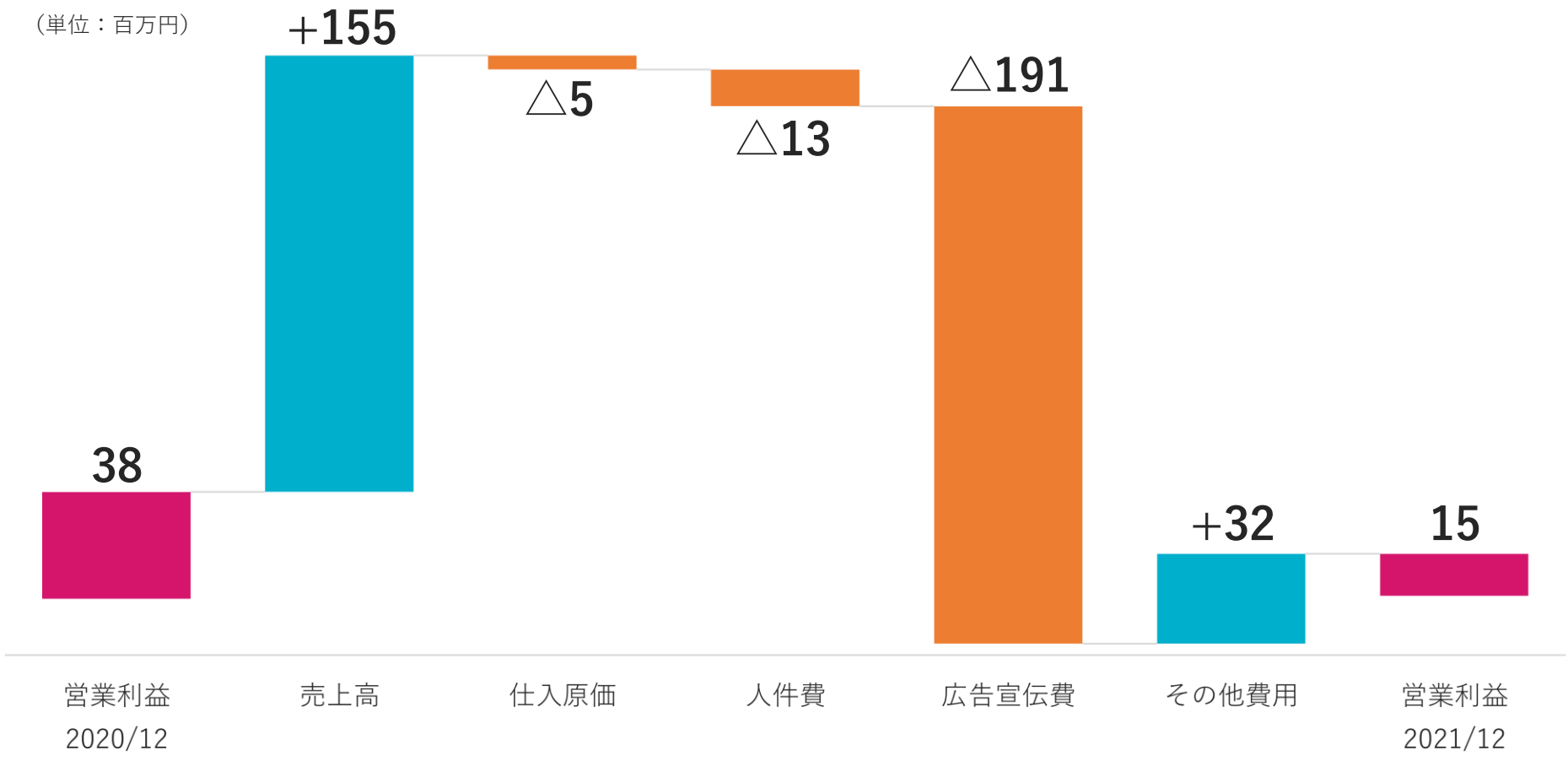
2021年12月期　連結売上高・営業利益の見通し



PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2021年12月期　通期営業利益の増減見通し

- fotowaへの積極投資により、広告宣伝費が増加



© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2021年12月期　セグメント変更の開示内容

- 2021年12月期第1四半期以降の開示セグメントを変更
- これに伴い、2021年12月期第1四半期以降、決算短信・有価証券報告書ならびに決算説明資料のセグメント区分を新セグメントへ統一いたします。

決算短信・有価証券報告書・決算説明資料の開示セグメント

2020年12月期 通期までの開示セグメント	2021年12月期 第1四半期以降の開示セグメント
クリエイティブ・プラットフォーム事業の単一セグメント	PIXTA事業
	fotowa事業
	Snapmart事業

© PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2021年12月期　セグメント別業績予想

- fotowa事業の売上高は、前期比**35.3**%増の見通し
- Snapmart事業の売上高は、前期比**46.2**%増の見通し

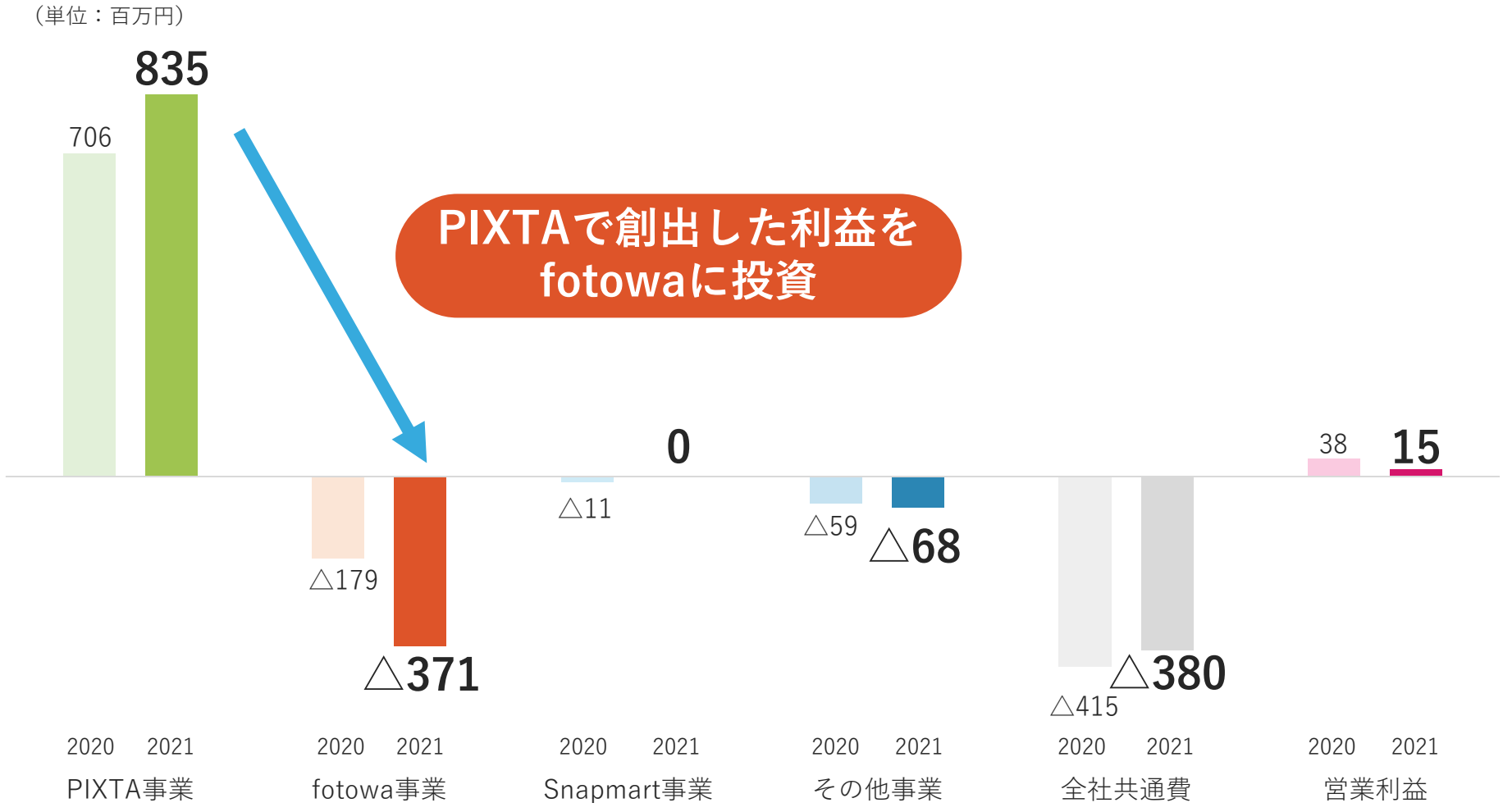
(百万円)	売上高			営業利益		
	2020/12 通期 (実績)	2021/12 通期 (予想)	前期比	2020/12 通期 (実績)	2021/12 通期 (予想)	前期比
合計	2,625	**2,780**	+5.9%	38	**15**	△59.4%
PIXTA事業	2,404	**2,467**	+2.6%	706	**835**	+18.3%
fotowa事業	112	**152**	+35.3%	△179	**△371**	-
Snapmart事業	101	**148**	+46.2%	△11	**0**	-
その他事業	6	**12**	+96.1%	△59	**△68**	-
全社共通費	-	-	-	△415	**△380**	-

※：本資料に記載する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1四半期決算以降に変更となる可能性があります。
※：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。

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

2021年12月期　通期各セグメント営業利益の見通し

- PIXTA事業は、安定的に利益を創出する体制へ



© PIXTA Inc. All Rights Reserved.





4. 参考資料

※このページの写真は全てPIXTAの人気素材
素材番号：48049185, 4466115, 38385047, 65457694





PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

会社概要

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146名　単体90名（2020年12月末時点）

PIXTA © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

PIXTA：市場環境

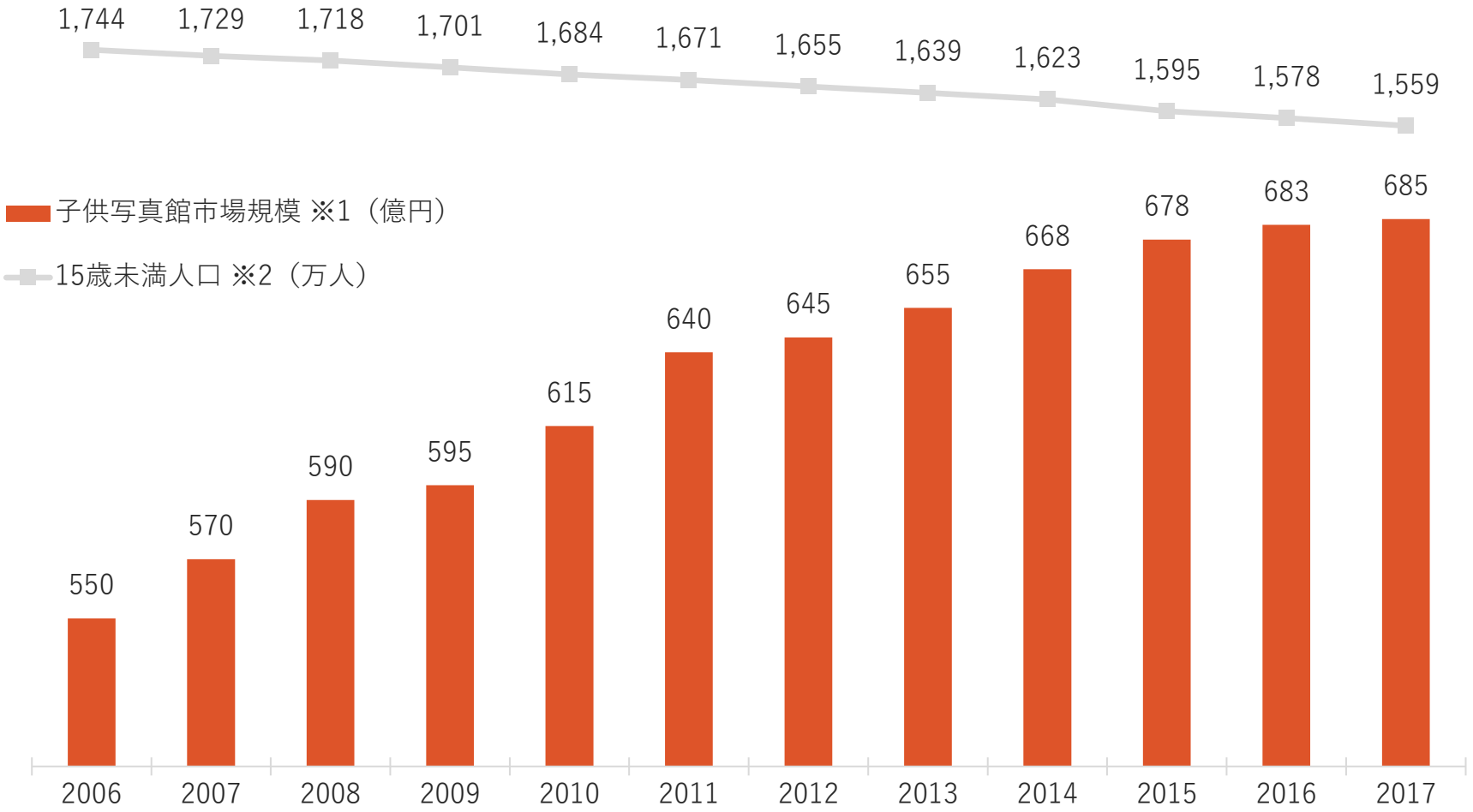
時代の変化に伴い、ビジュアル素材のニーズは急増

1. 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
2. あらゆるプレゼンテーションのビジュアル化
3. 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

© 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/(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」
※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 © PIXTA Inc. All Rights Reserved.

Snapmart：市場環境

SNSの普及に伴い、広告に求められるビジュアルが変化

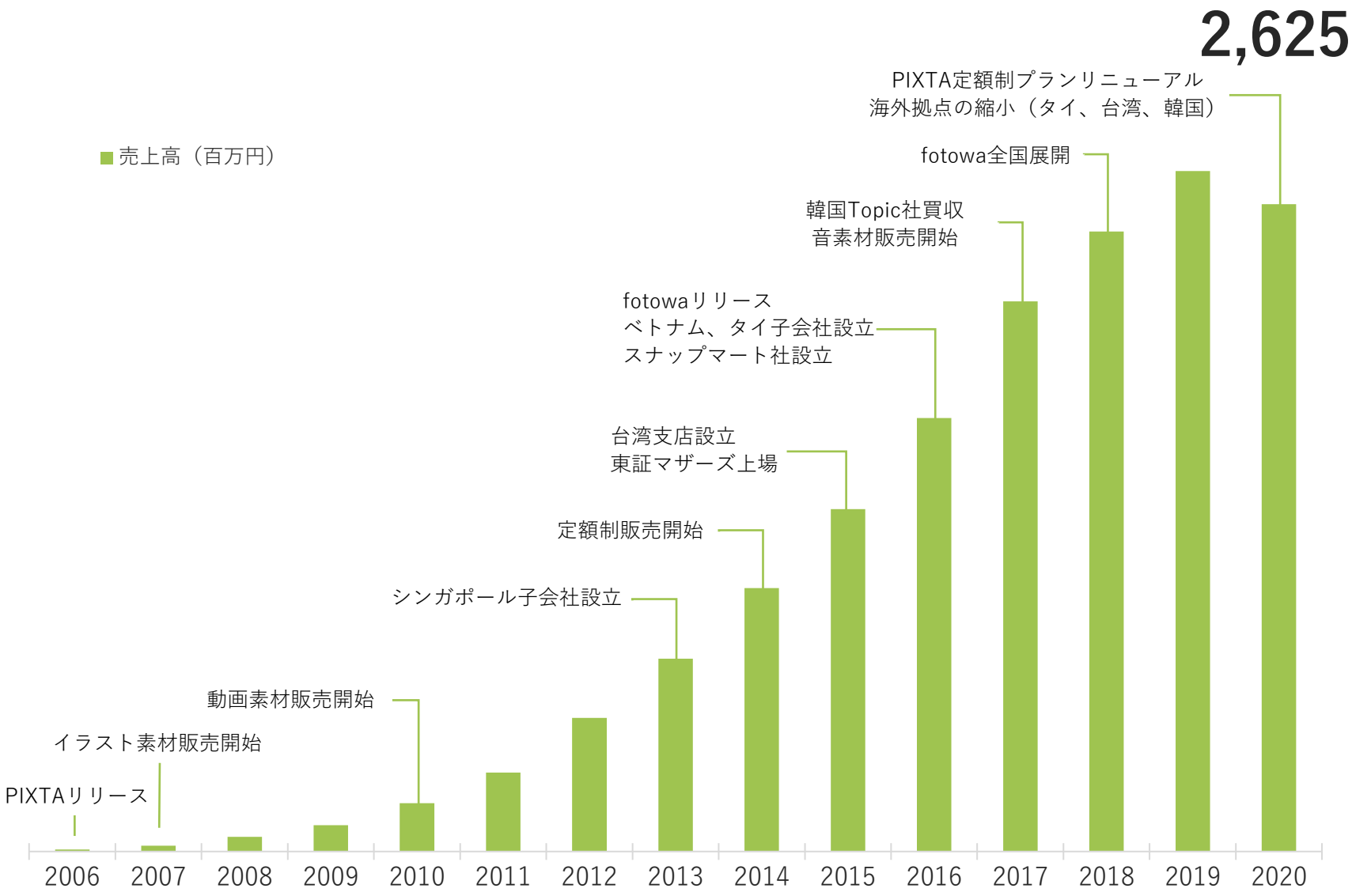
1 スマホを中心とするデジタルデバイスの普及と
それに伴うデジタル広告市場の拡大

2 SNSの普及に伴い、
個人が発信する情報の影響力が拡大

3 若年層の検索行動がSNS検索を
起点したものへと変化

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。
※：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。

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 Inc. All Rights Reserved.



© PIXTA Inc. All Rights Reserved.