2022年２月16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　　2022年２月14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　2021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

（注）当該資料について、内容の一部に訂正すべき事項があったため、2022年２月16日付で訂正内容を開示いたしました。なお、本書面にも訂正後の資料を添付しております。

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。



2021年12月期
通期決算説明資料

ピクスタ株式会社（東証マザーズ：3416）

2022年2月14日

PIXTA

目次

01 2021年12月期 決算概要

02 2022年12月期 業績予想

03 会社概要

04 参考資料







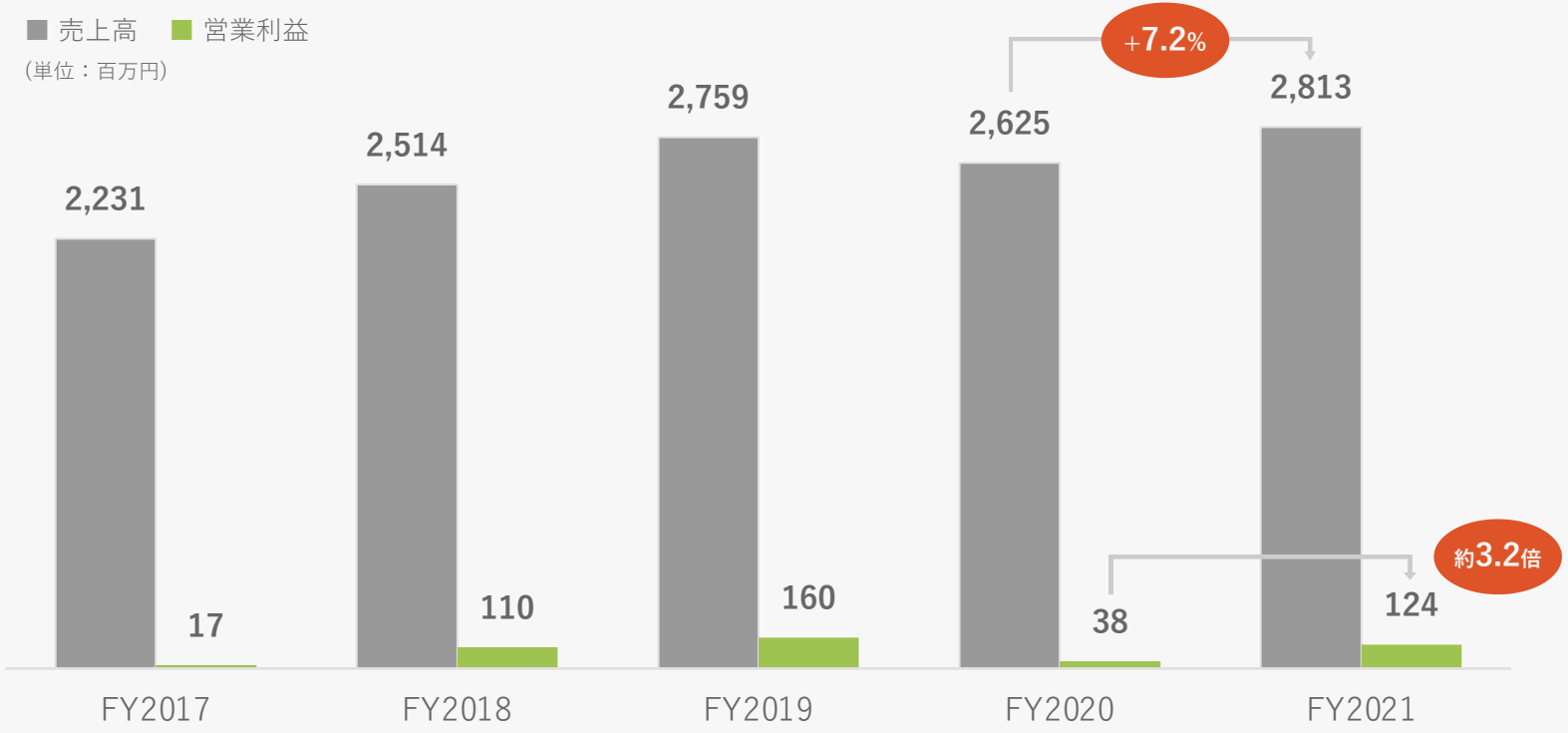
01　2021年12月期 決算概要





全社 ｜ 連結売上高・営業利益の推移（通期）

売上高は前年比+7.2%の成長。過去最高だった2019年を上回る
営業利益は前年比約3.2倍増の124百万円で着地



※1: 連結子会社だったTopic Images Inc.は、2020年12月期第4四半期より連結範囲から除外（2020年11月30日に全株式を譲渡）

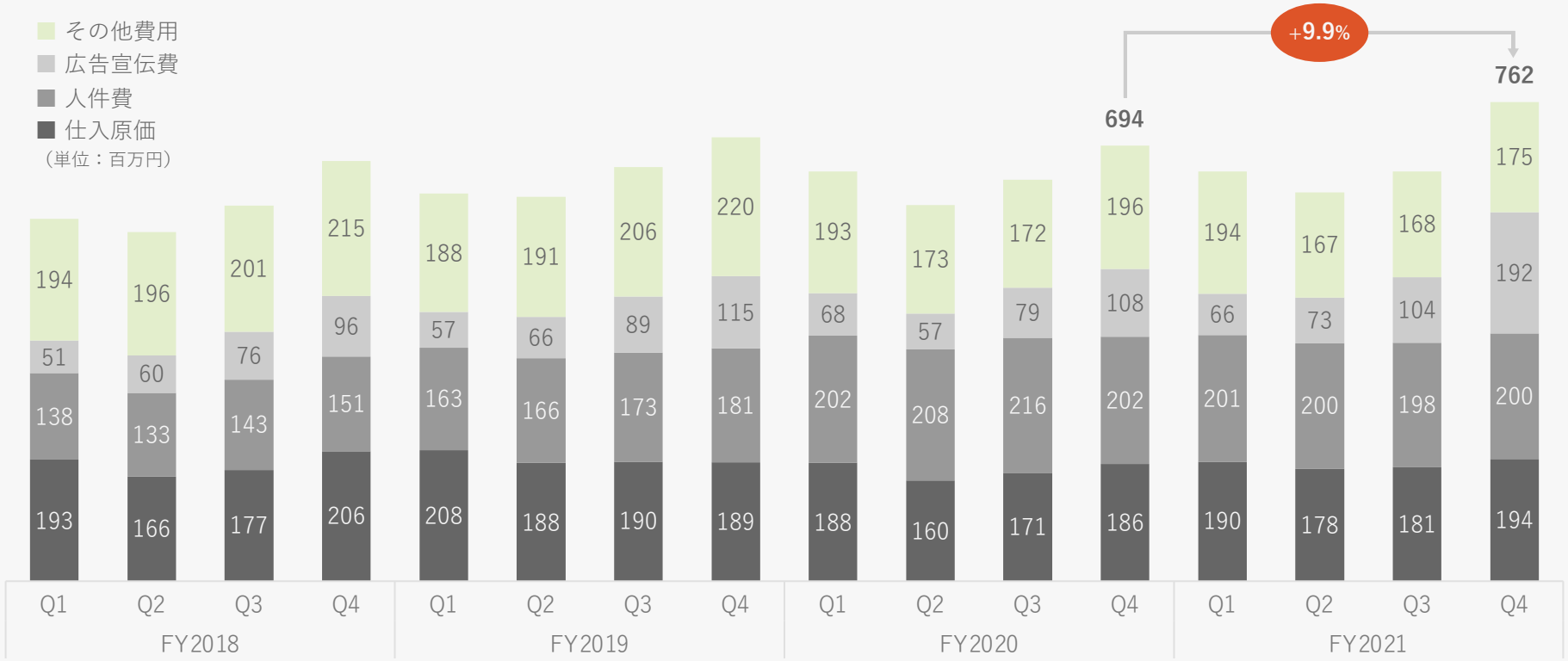
全社 ｜ 通期業績ハイライト（通期）

売上高は予想を1.2%上回る2,813百万円で着地
営業利益は売上総利益の超過に加えて、一部広告予算の未使用などで64百万円の超過
純利益は営業利益超過に加えて、法人税等調整額△88百万円を計上したため大幅超過

（単位:百万円）	2020/12 通期	2021/12 通期	YoY 増減率	通期業績予想 （11月修正）	進捗率
売上高	2,625	2,813	+7.2%	2,780	101.2%
営業利益	38	124	+220.1%	60	208.0%
営業利益率	1.5%	4.4%	+2.9pt	2.1%	+2.3pt
純利益	△112	184	-	41	443.4%

全社 ｜ 費用の推移（四半期）

fotowa繁忙期(七五三)の第4四半期にあわせて認知・広告投資を実行
広告宣伝費以外の費用は一定の幅でコントロール



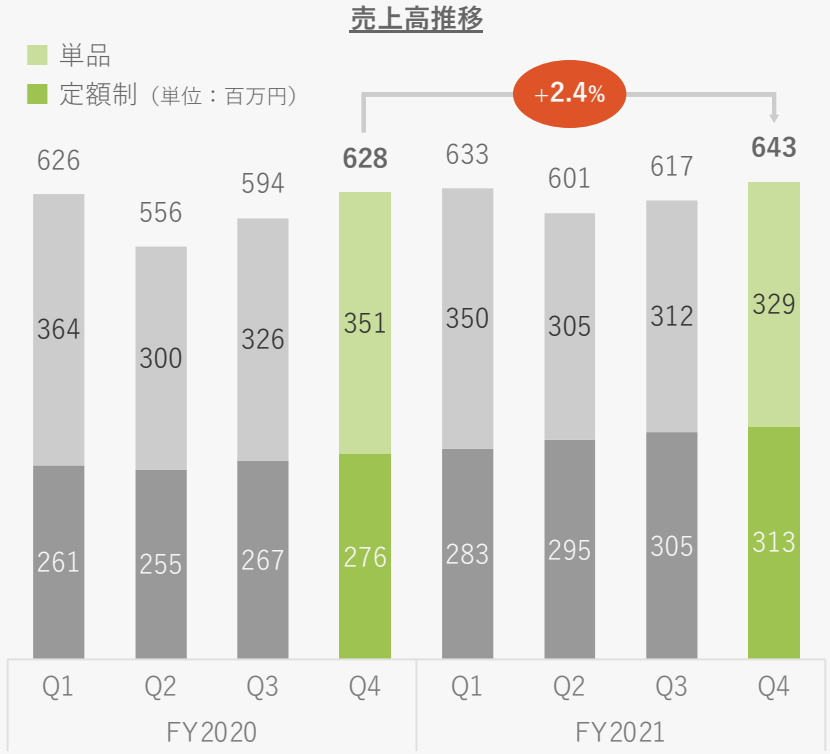
※1: 2020年12月期よりベトナム子会社を連結子会社化。2019年以前のベトナム子会社費用は業務委託料として「その他費用」に含む。
※2: 連結子会社だったTopic Images Inc.は、2020年12月期第4四半期より連結範囲から除外（2020年11月30日に全株式を譲渡）

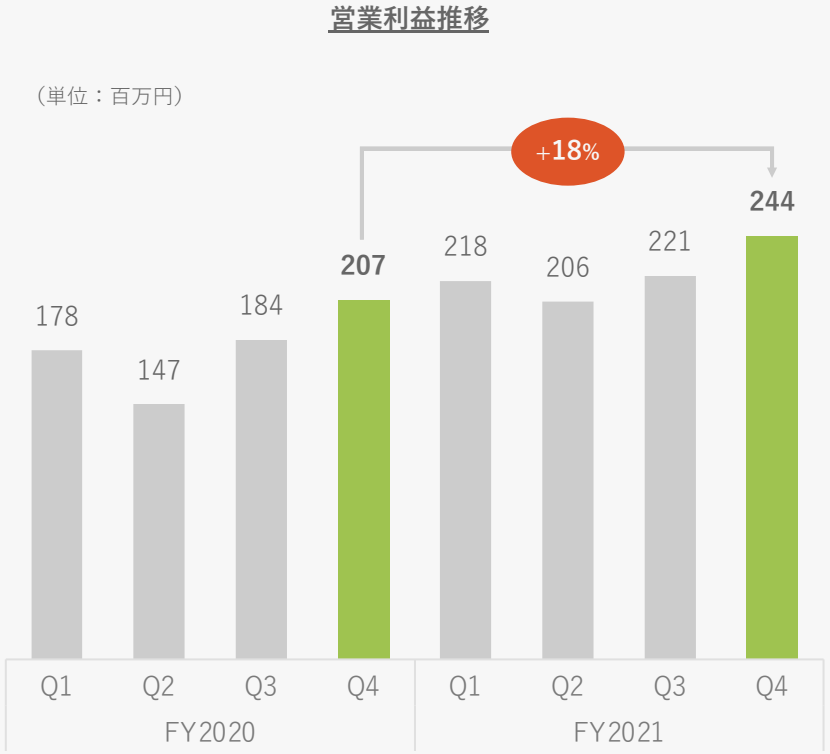
PIXTA ｜ PIXTA事業セグメント・決算ハイライト（通期）

1. セグメント売上は前年比+3.8%の増加
2. セグメント営業利益は前年比+24%の増加(通期で+1.7億円の増益)
3. 定額制売上高は前年比+13%の増加。2020年の施策(定額制プランリニューアル、動画定額制開始など)が2021年業績に寄与
4. 購入者数累計が前年比+11%増加。過年度のSEO対策が奏功し、サイト流入が過去最高水準に。併せて新規購入客数が伸長

PIXTA ｜ セグメント別の業績推移（四半期）

売上高は前年同期比+2.4%の増加。特に定額制は前年同期比+13%と継続的に成長
営業利益は前年同期比+18%の増加。サーバーコスト削減等が寄与

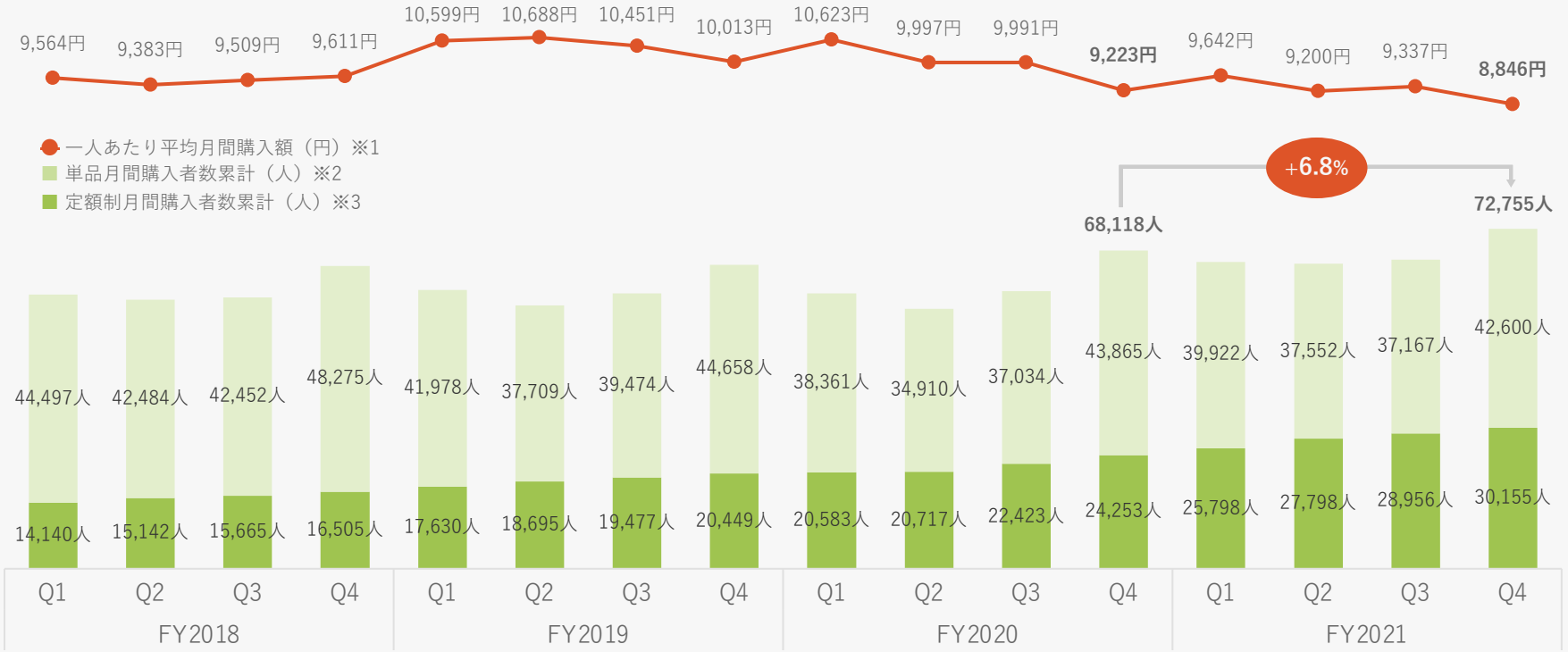




※1: 本資料に記載する2021年12月期のセグメント別業績は、現時点での当社計算数値であり、正式に会計監査を受けたものではありません。
会計監査後の数値は現在算定中であり、2022年12月期以降に変更となる可能性があります。

PIXTA ｜ 購入者数と一人あたり平均購入額の推移（四半期）

購入者数累計は前年同期比+6.8%の増加で過去最高を更新。定額制が四半期で3万人台に
平均月間購入額は前年同期比-4.1%の減少。定額制少量プランの構成比上昇などが影響



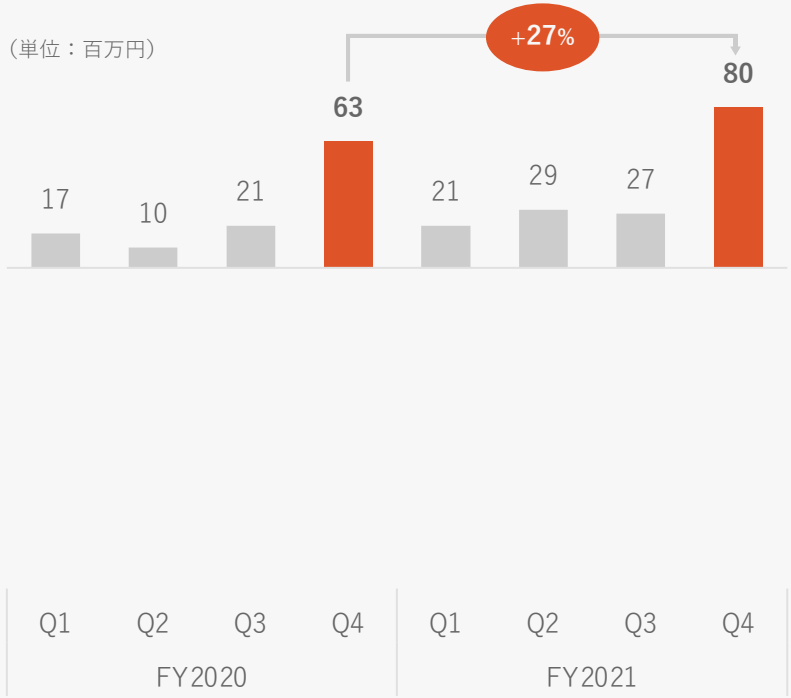
※1: PIXTA売上（単品と定額制の合計）の3か月分を合計して、月間購入者累計で除した、1か月あたり一人あたりの平均購入額
※2: 単品月間購入者数（月に1回以上単品を購入した人数）の3か月分を合計した数値
※3: 定額制月間購入者数（月に1回以上定額制を購入した人数）の3か月分を合計した数値

1. セグメント売上は前年比+41%の増加
2. セグメント営業利益は通期-3.2億円で着地。前年との差(約-1.5億円)は認知度投資が主因
3. 撮影件数は前年比+44%の増加。リピート率も3.4pt改善し通期で19.3%に
4. 売上と撮影件数の成長率の差(＋41％と＋44％)は、2020年に比べて、認知度投資関連の販促クーポン等の配布が増え、その結果売上単価が若干減少したため
5. 認知度投資の成果が顕れ始めており「fotowa」「フォトワ」などの指名検索数が前年比約2.3倍に増加

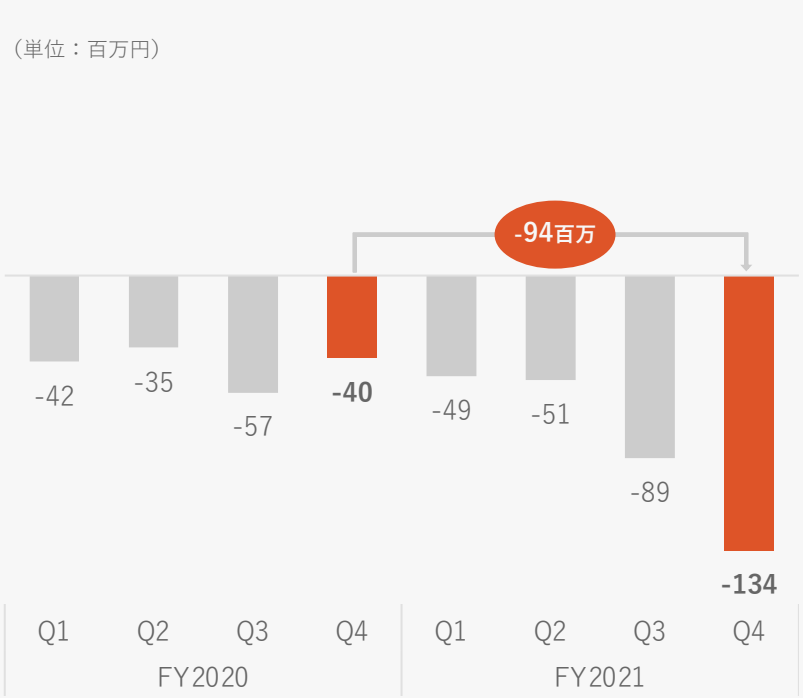
fotowa ｜ セグメント別の業績推移（四半期）

売上高は前年同期比+27%の増加
営業利益は前年同期比-94百万円。 fotowa繁忙期(七五三)の第4四半期に投資を集中

売上高推移



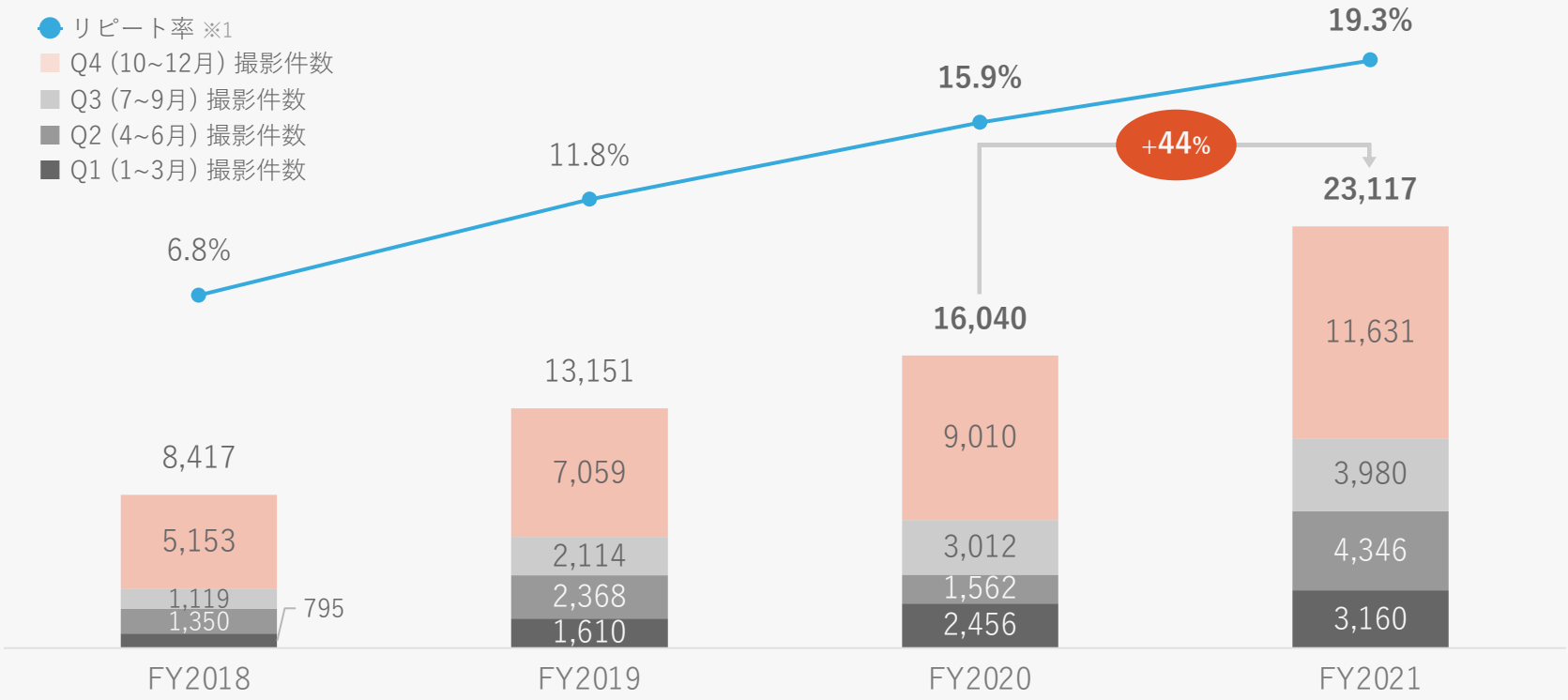
営業利益推移



※1: 本資料に記載する2021年12月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、2022年12月期以降に変更となる可能性があります。

fotowa ｜ 撮影件数とリピート率の推移（通期および四半期）

撮影件数は前年比+44%の増加
リピート率は前年比3.4pt改善し19.3%に



※1: リピート率は、月間リピート件数の年間合計を年間撮影件数で除した数値

fotowa ｜ 認知度投資の実施内容（通期）

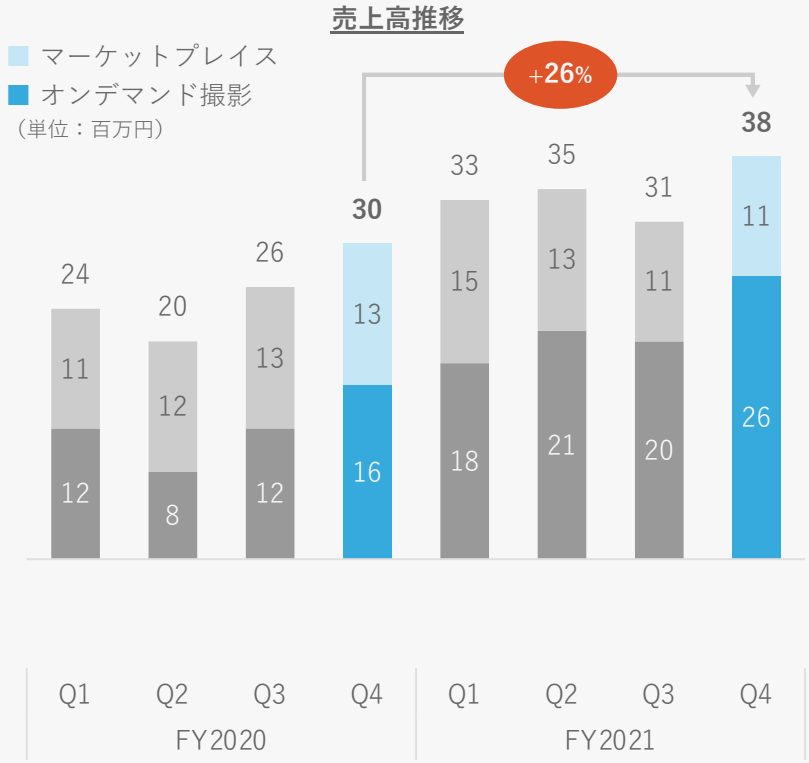
大手写真スタジオと比べ指名検索数が少ないことから約1.5億円を投資(計画比83%消化)
結果として多数のリーチを獲得し、指名検索数が前年比約2.3倍に増加

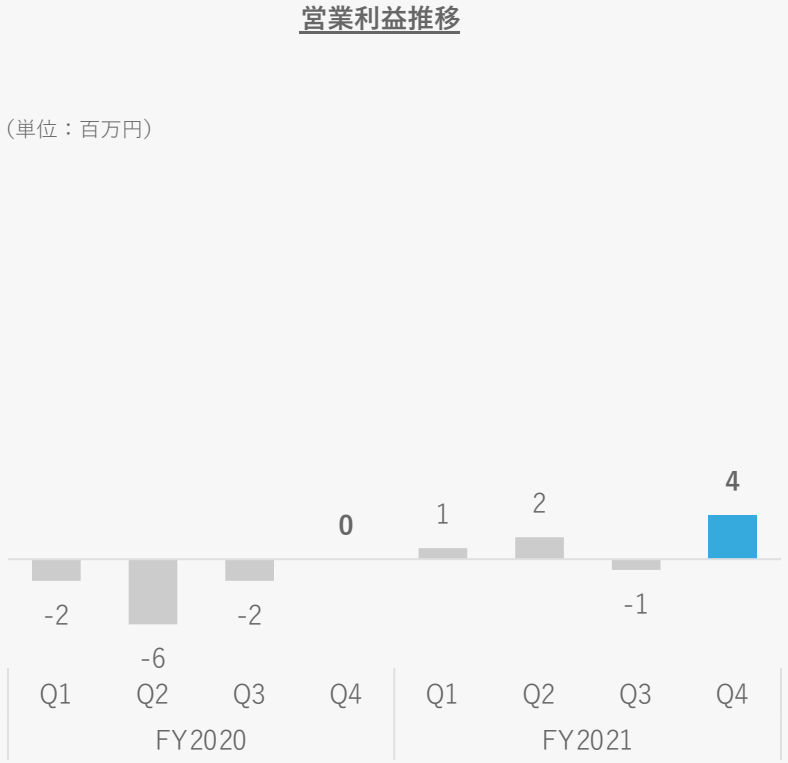
施策	結果	2022年方針
著名人・マイクロインフルエンサーPR	◎ 1,200万人以上のフォロワーにリーチ	ブラッシュアップして継続
SNSアカウント運用強化（外部コンサル活用）	○ 150万人以上にリーチ	ブラッシュアップして継続
全国産院等経由のクーポン配布	○ 25万以上の配布数	顧客獲得効率が高いルートで継続
ママ向けWebメディアへの広告出稿	○ 50万人以上にリーチ	効果が見込めるメディアで継続
PR会社を通じた広報露出強化	△ 自社広報に比べて劇的に露出増加せず	自社広報主体の運営に切り替え 広報スタッフを1名増員
SNS向け動画広告配信	△ 視聴数は獲得できたが効果測定が難しい	優先順位を下げ、実施可否検討

1. セグメント売上は前年比+37%の増加
2. セグメント営業利益は通期で黒字に
3. オンデマンド撮影売上高は前年比+72%の増加。アンバサダープラン(商品撮影とSNSでのPR投稿を同時提供)が特に好調
4. マーケットプレイス売上高は前年比+3.5%の増加。今後はオンデマンド撮影に注力する方針

Snapmart ｜ セグメント別業績推移（四半期）

売上高は前年同期比+26%の増加。オンデマンド撮影が大幅に成長
営業利益は第4四半期で4百万円の黒字に

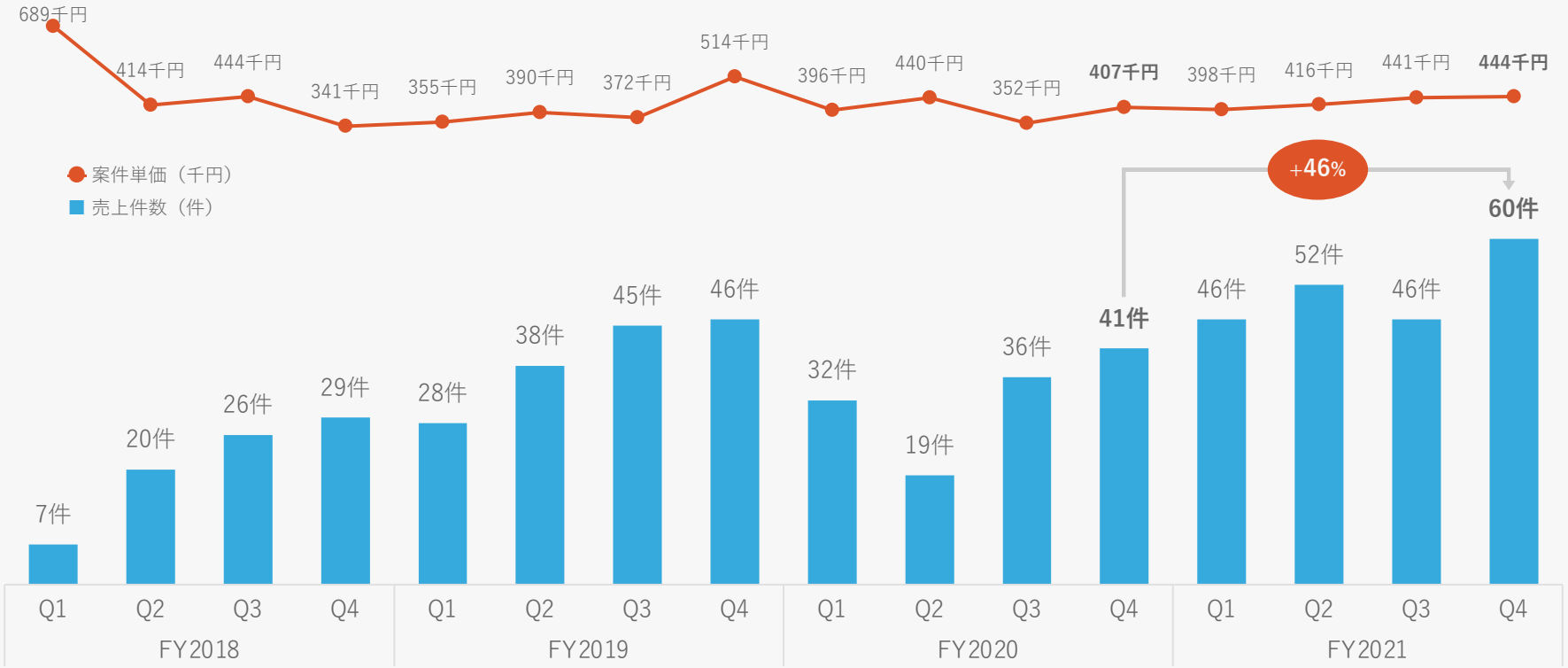




※1: 本資料に記載する2021年12月期のセグメント別業績は、現時点での当社計算数値であり、正式に会計監査を受けたものではありません。
会計監査後の数値は現在算定中であり、2022年12月期以降に変更となる可能性があります。

Snapmart ｜ オンデマンド撮影：売上案件数と案件単価の推移（四半期）

売上件数は前年同期比+46%の増加。営業体制の強化が奏功
案件単価も継続的に成長。高単価案件が順調に獲得できている








02 2022年12月期 業績予想





全社 ｜ 中期経営方針

全社方針	**成長投資と利益拡大の両立** 2024年・売上高38億円・営業利益5億円超・ROE20%超を目指す
PIXTA事業	キャッシュカウの位置づけ。着実な売上成長と利益成長を目指す
fotowa事業	積極的な投資を継続しつつ、売上成長により赤字は縮小。2024年に黒字化
Snapmart事業	人材への投資を継続しつつ、年率+30%超の売上成長を目指す。黒字は維持

全社 ｜ 2022年12月期・連結業績予想

売上高は前年比+6.8%の成長で30億円を超過する見込み
営業利益は前年比+73.1%の成長で過去最高の216百万円に達する見込み
純利益は2021年12月期の法人税等調整額を除くと前年比+60.2%の成長で153百万円を予想

（単位:百万円）	2020/12 通期(実績)	2021/12 通期(実績)	2022/12 通期(予想)	21→22 YoY増減率
売上高	2,625	2,813	3,005	+6.8%
営業利益	38	124	216	+73.1%
営業利益率	1.5%	4.4%	7.1%	+2.7pt
純利益	△112	184 ※(95)	153	-16.8% ※(+60.2%)
ROE	-15.5%	24.0% ※(13.2%)	17.8%	-6.2pt ※(+4.6pt)

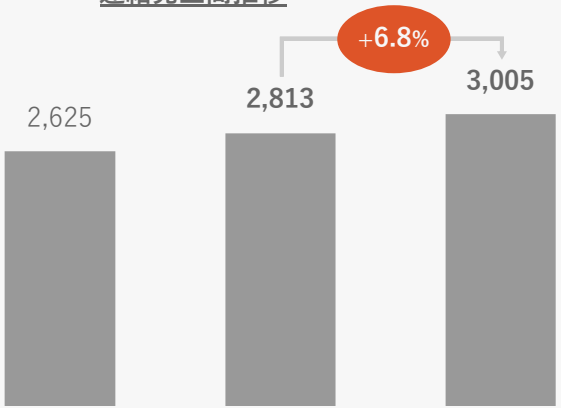
※: 2021年12月期は繰延税金資産計上による法人税等調整額△88百万円が含まれるため、それを除いた場合の数値を()内に記載

全社 ｜ 2022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+39%、Snapmartが+34%の成長
営業利益はPIXTA事業で+94百万円の増益(営業利益率38.3%)。fotowaも赤字縮小

連結売上高推移

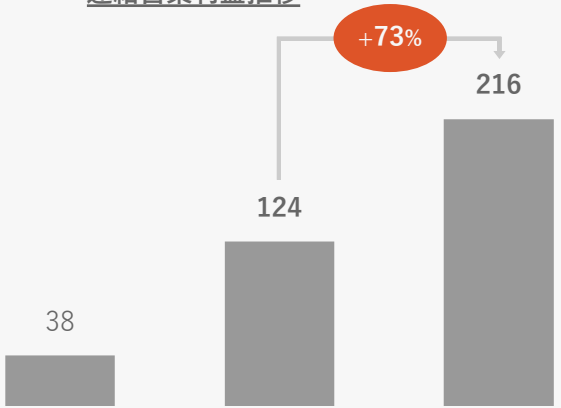
（単位：百万円）



	2020/12 通期(実績)	2021/12 通期(実績)	**2022/12 通期(予想)**
PIXTA	2,404	2,495	**2,571**
fotowa	112	159	**220**
Snapmart	101	139	**186**
その他事業	6	18	**26**
全社共通費	0	0	**0**

連結営業利益推移

（単位：百万円）



	2020/12 通期(実績)	2021/12 通期(実績)	**2022/12 通期(予想)**
PIXTA	717	890	**985**
fotowa	△175	△325	**△284**
Snapmart	△11	7	**10**
その他事業	△66	△84	**△98**
全社共通費	△424	△363	**△397**

※1: 本資料に記載する2021年12月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、2022年12月期以降に変更となる可能性があります。※2: 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。

全社 ｜ 2022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	-定額制売上の継続的な成長 -単品売上の微減（客単価減少）	-サーバー：複数のコスト削減施策が奏功し、約17百万円減少 -減価償却：コンテンツ資産の償却が進み減少 -仕入原価：定額制売上構成比が高まり原価率は低下 -広告宣伝費：前年と同水準 -人件費：前年と同水準
fotowa	-撮影件数の継続的な成長	-認知度投資：2021年実施した中で効果的だった施策に絞り効率化。前年比で約3割減少（2021年：1.5億円→2022年1.1億円） -顧客獲得型広告費：前年と同水準 -人件費：事業開発およびエンジニア人員増により約4割増
Snapmart	-オンデマンド撮影売上の成長 -マーケットプレイス売上の減少	-仕入原価：利益率の高いアンバサダープラン伸長により原価率はダウン -人件費：営業人員増により約3割増
その他事業 全社共通費	-2020年から2021年の新規事業売上実績を踏まえYoY+40%程度想定 （グループ全体売上に占める割合は1%未満）	-人件費：ベトナム子会社のエンジニアリングリソースを他事業から新規事業に振り替え

※青字の項目: 業績にポジティブ
※赤字の項目: 業績にネガティブ

全社 ｜ 株主還元について

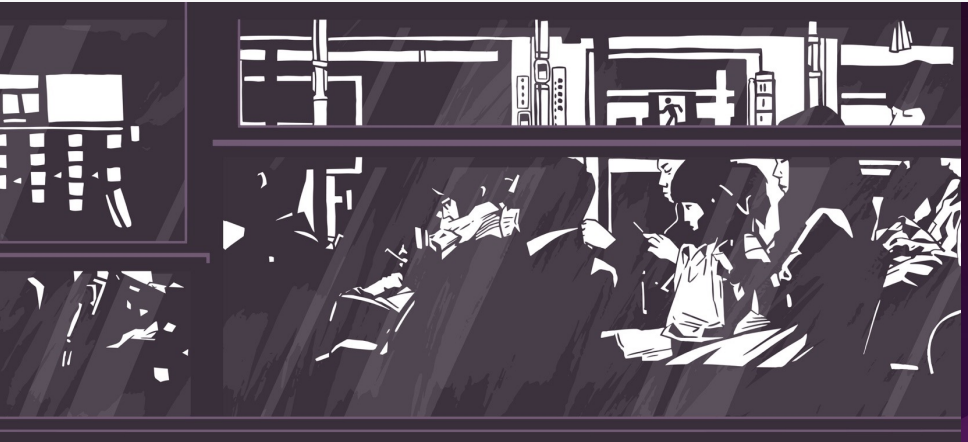
2022年12月期より株主還元を開始
株価水準・成長投資・財務状況を総合的に勘案し、毎期意思決定を行う
併せて自己資本比率30%以上・流動比率120%以上の財務健全性を維持する方針

2022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	140,000株（上限） （発行済株式総数に対する割合6.15%）
(3) 株式の取得価額の総額	150,000,000円（上限）
(4) 取得期間	2022年2月24日～2022年6月30日





03 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

PIXTA



投稿クリエイター登録数	約37万人
購入者登録数	約54万人
素材点数	約6,900万点

※: 数値は2021年12月末時点

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1,100人
口コミ投稿数	約3.3万件
撮影件数	約6.6万件

※: 数値は2021年12月末時点

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

Snapmart



投稿クリエイター登録数	約23万人
購入者登録数	約1万人
素材点数	約510万点

※: 数値は2021年12月末時点

企業や個人事業主のオーダーに応えて写真を撮り下ろす法人向け出張撮影サービス



- 2020年6月サービス開始
- 直近で月間の撮影受注件数90件を超えるなど順調な立ち上がり
- 案件単価が平均約3.6万円とBtoCのfotowaと比較して高単価
- 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ためシナジーが見込める

全社 ｜各事業の市場規模



※1: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。
※2: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」
※3: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
※4: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 ｜ 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	東京都渋谷区渋谷三丁目3番5号 NBF渋谷イースト7階
従業員数	連結137名　単体87名（2021年12月末時点）
代表者	古俣大介
事業内容	・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」 ・スマホ写真のマーケットプレイス「Snapmart」 ・法人向け出張撮影・カメラマンサービス「PIXTAオンデマンド」
グループ会社	・スナップマート株式会社 ・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

経営企画部 IR担当

Email : ir@pixta.co.jp

IR情報 : https://pixta.co.jp/ir





04 参考資料





全社 ｜ 2021年12月期　第4四半期および通期P/L

Q4営業利益は前年同期比-73.5%の減少。売上総利益増加分よりfotowa広告投資による費用増が上回ったため
Q4純利益は前年同期比+426.2%の増加。法人税等調整額△88百万円が寄与

（単位:百万円）	2020/12 Q4	2021/12 Q4	YoY 増減率	2020/12 通期	2021/12 通期	YoY 増減率
売上高	723	770	+6.5%	2,625	2,813	+7.2%
営業利益	29	7	-73.5%	38	124	+220.1%
営業利益率	4.0%	1.0%	-3.0pt	1.5%	4.4%	+2.9pt
純利益	17	94	+426.2%	△112	184	-

全社 ｜ 2021年12月期　通期B/S

固定負債が前年比-42.5%の減少。有利子負債の返済が進んだため
2021年期末時点で自己資本比率35%、流動比率153%で健全な財務状況

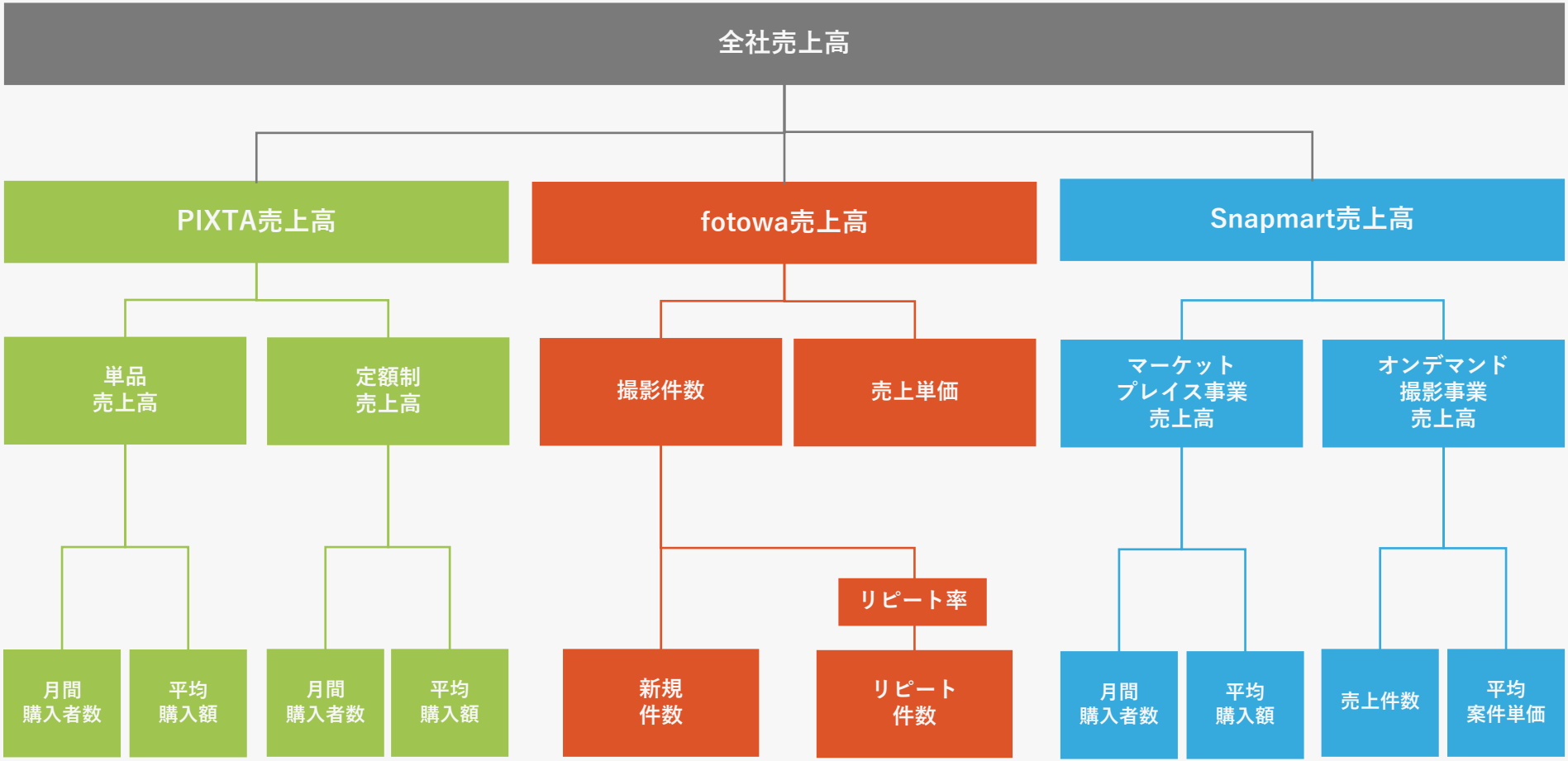
（単位:百万円）	2020/12 期末	2021/12 期末	YoY 増減率
流動資産	1,918	2,196	+14.5%
固定資産	275	243	-11.7%
総資産	2,193	2,439	+11.2%
流動負債	1,303	1,432	+9.9%
固定負債	209	120	-42.5%
純資産	680	887	+30.3%

全社 ｜ 2021年12月期　通期C/F

営業CF増加要因：税引前利益の成長、PIXTA定額制売上成長に伴い前受金が増加
投資CF増加要因：2020年に新本社の敷金差し入れ、2021年に旧本社の敷金返還
財務CF減少要因：2020年に借り入れた有利子負債を、2021年に一部返済

（単位:百万円）	2020/12 期末	2021/12 期末	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	196	373	+177
投資活動による キャッシュ・フロー	△163	10	+174
財務活動による キャッシュ・フロー	206	△120	-326
現金及び現金同等物の 期末残高	1,292	1,557	+265

全社 ｜ 各事業のKPI


全社売上高
PIXTA売上高
fotowa売上高
Snapmart売上高
単品
売上高
定額制
売上高
撮影件数
売上単価
マーケット
プレイス事業
売上高
オンデマンド
撮影事業
売上高
リピート率
月間
購入者数
平均
購入額
月間
購入者数
平均
購入額
新規
件数
リピート
件数
月間
購入者数
平均
購入額
売上件数
平均
案件単価

PIXTA ｜ KPI推移

		18/12期				19/12期				20/12期				21/12期			
	()内は単位	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
合計	売上高（百万円）	560	540	552	622	631	602	616	651	626	556	594	628	633	601	617	643
単品	売上高（百万円）	387	352	352	406	407	363	362	386	364	300	326	351	350	305	312	329
	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	37,167	42,600
	一人あたり平均月間購入額（円/人）	8,709	8,301	8,304	8,424	9,713	9,629	9,195	8,657	9,493	8,597	8,814	8,012	8,772	8,139	8,394	7,744
定額制	売上高（百万円）	173	187	200	215	224	239	253	265	261	255	267	276	283	295	305	313
	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	27,798	28,956	30,155
	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	10,631	10,546	10,402

※1: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四半期ごとに過去数字が変動することがあります。

fotowa | KPI推移

	18/12期				19/12期				20/12期				21/12期			
()内は単位	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
売上高（百万円）	5	9	8	37	11	17	15	52	17	10	21	63	21	29	27	80
撮影件数（件）	795	1,350	1,119	5,153	1,610	2,368	2,114	7,059	2,456	1,562	3,012	9,010	3,160	4,346	3,980	11,631
リピート件数(件)	49	93	88	342	165	296	223	878	325	262	395	1582	455	831	732	2,452
リピート率(%)	6.1%	6.8%	7.8%	6.6%	10.2%	12.5%	10.5%	12.4%	13.2%	16.7%	13.1%	17.5%	14.3%	19.1%	18.3%	21.0%

Snapmart ｜ KPI推移

		18/12期				19/12期				20/12期				21/12期			
	()内は単位	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
合計	売上高（百万円）	8	13	16	15	16	22	25	35	24	20	26	30	33	35	31	38
オンデマンド撮影	売上高（百万円）	4	8	11	9	9	14	16	23	12	8	12	16	18	21	20	26
	売上件数（件）	7	20	26	29	28	38	45	46	32	19	36	41	46	52	46	60
	案件単価（千円/件）	689	414	444	341	355	390	372	514	396	440	352	407	398	416	441	444
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	11	11
	月間購入者数累計(人)	561	699	779	904	977	1,339	1,554	1,835	2,016	2,196	2,483	2,623	2,703	2,619	2,593	2,526
	一人あたり平均月間購入額（円/人）	4,319	5,118	4,673	4,732	5,540	4,838	5,217	5,780	5,300	5,203	5,294	4,954	5,529	5,096	4,354	4,565

※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: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四半期ごとに過去数字が変動することがあります。

本資料掲載イメージ（PIXTAの人気作品）ご紹介



作者名: 中丸みつ
素材番号:82069143



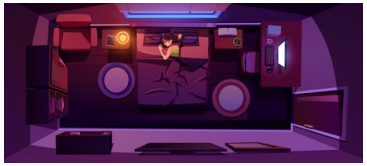
作者名: emmanma
素材番号:82322391



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



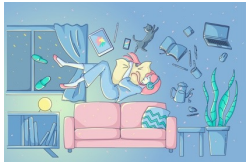
作者名: peach
素材番号:83637359



作者名: Robert Zsombori
素材番号:45448260



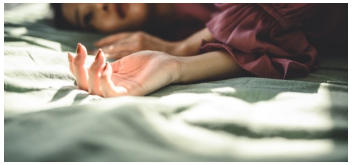
作者名: kou
素材番号:83864224



作者名: Umbrella
素材番号:76900233



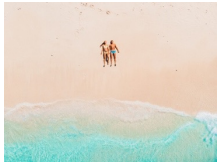
作者名: LUMEZIA.com
素材番号:83112308



作者名: Graphs
素材番号:83702269



作者名: designprojects
素材番号:75704545



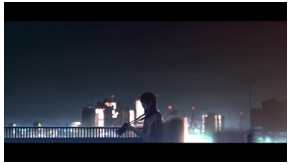
作者名: Keola
素材番号:55018989



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