

2016年12月期 第3四半期決算説明資料



ピクスタ株式会社<3416>

2016年11月11日

- **2016年12月期 第3四半期決算概要**
- **サービスの状況**
- **2016年12月期 第4四半期の取り組み**
- **APPENDIX（会社概要）**

2016年12月期第3四半期決算概要

業績ハイライト

- 売上・利益ともに堅調に推移。

	3Q累計 (連結)	前年同期比	期初通期計画 (非連結)	達成率	修正通期計画 (連結)	達成率
売上高	1,288百万円	+29.6%	1,726百万円	74.6%	1,726百万円	74.6%
営業利益	148百万円	+57.7%	182百万円	81.8%	142百万円	104.6%
純利益	106百万円	+51.0%	116百万円	91.7%	86百万円	123.5%

KPI

単品販売月間購入者数3Q累計：155,145人（前年同期比：+8.7%）

3Q末時点定額制契約数：908件（前年同期比：+66.3%）

トピックス

- スナップマート株式会社を設立、連結決算開始
- 通期計画を修正（本社移転費用および連結決算開始により利益見直し）

※ 子会社であるスナップマート株式会社の設立により、2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しておりますが、2016年9月30日をみなし取得日としているため、当第3四半期の連結損益計算書には、同社の業績は含まれておりません。

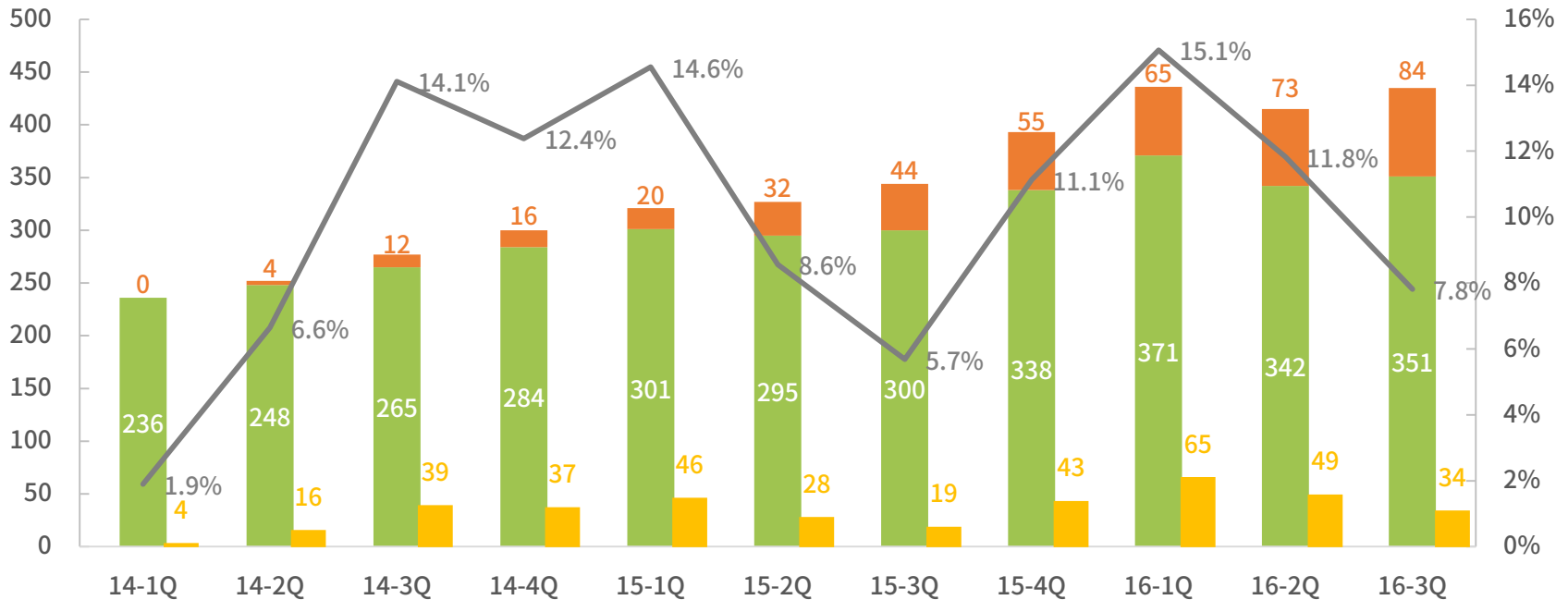
※ 第2四半期以前の数値については、単体の業績を用いております。また、修正通期計画値には2016年11月11日に発表いたしました連結業績予想値を記載しております。

- 単品・定額制共に前四半期を上回る売上を達成
- 定額制の売上は四半期ベースで過去最高を更新
- 営業利益は採用や予算消化により前四半期比でマイナス

四半期決算推移

(売上高：百万円)

(営業利益率：%)



■ 売上高 (単品販売・その他) ■ 売上高 (定額制販売) ■ 営業利益 — 売上高営業利益率

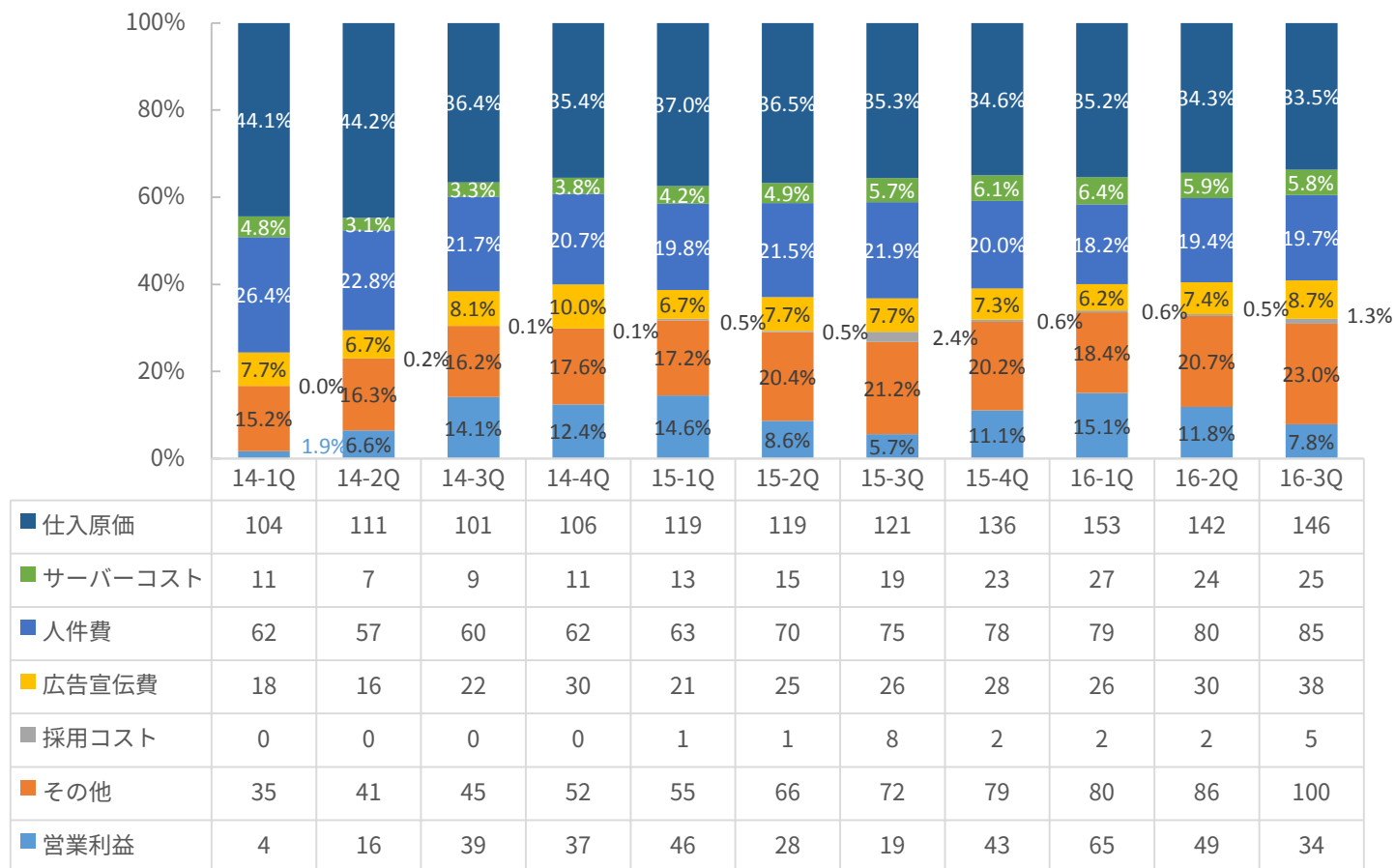
※ 2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しておりますが、2016年9月30日をみなし取得日としているため、当第3四半期の売上高および営業利益には、連結対象子会社の業績は含まれておりません。また、第2四半期以前の数値については、単体の業績を用いております。

業績の推移

- SEM強化により広告宣伝費が増加
- 人材採用により人件費及び採用コストが増加
- 本社移転に伴う原状回復費用及びテンプレート制作費用等のその他費用が増加

四半期営業利益及び費用推移

(単位：百万円)



※ 2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しておりますが、2016年9月30日をみなし取得日としているため、当第3四半期の営業利益および費用には、連結対象子会社の業績は含まれておりません。また、第2四半期以前の数値については、単体の業績を用いております。

業績の推移（損益計算書）

（単位：百万円）

	2016-3Q (※1)	2015-3Q	前年同期比	2016-3Q 累計	2015-3Q 累計	前年同期比
売上高	436	344	+26.6%	1,288	994	+29.6%
売上総利益	255	192	+32.8%	742	557	+33.2%
売上総利益率	58.5%	55.7%	+2.8pt	57.7%	56.1%	+1.6pt
営業利益	34	19	+74.0%	148	94	+57.7%
営業利益率	7.8%	5.7%	+2.1pt	11.6%	9.5%	+2.1pt
経常利益（※2）	33	1	+1793.7%	146	76	+91.6%
四半期純利益（※2）	20	1	+1172.5%	106	70	+51.0%

（※1）2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しておりますが、2016年9月30日をみなし取得日としているため、当第3四半期の連結損益計算書には、同社の業績は含まれておりません。また、第2四半期以前の数値については、単体の業績を用いております。

（※2）2015年第3四半期の経常利益および四半期純利益については、株式公開費用（17百万円）が含まれております。

業績の推移（貸借対照表）

（単位：百万円）

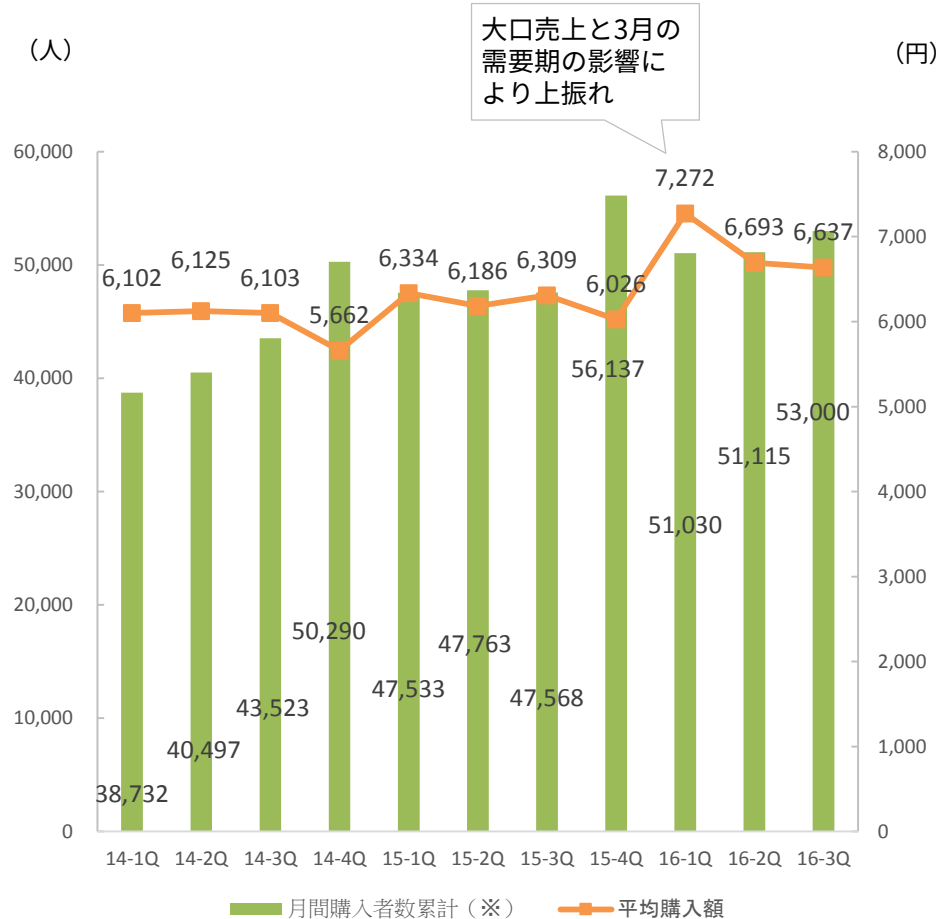
	2016-3Q (連結)(※1)	2016-2Q (非連結)	前四半期比	2015年末 (非連結)	前期末比
流動資産	1,073	1,081	△0.7%	937	+14.5%
（うち現預金）	699	746	△6.2%	671	+4.2%
固定資産 (※2)	186	77	+139.3%	53	+250.0%
総資産	1,259	1,159	+8.7%	990	+27.2%
流動負債	593	513	+15.6%	432	+37.3%
固定負債	-	-	-	-	-
純資産	665	645	+3.2%	558	+19.3%

(※1) 2016年12月期第3四半期より連結決算へ移行しているため、前第2四半期以前の数値については、単体の業績を用いております。

(※2) 当第3四半期における固定資産の増加は、本社移転に伴う敷金の差し入れ及びSnapmart事業譲受に伴うのれんの計上によるものです。

サービスの状況

単品販売月間購入者数累計(※)及び平均月間購入額



※ 各月の月間購入者数（月に1回以上購入した人数）の3ヶ月分を合算した数値

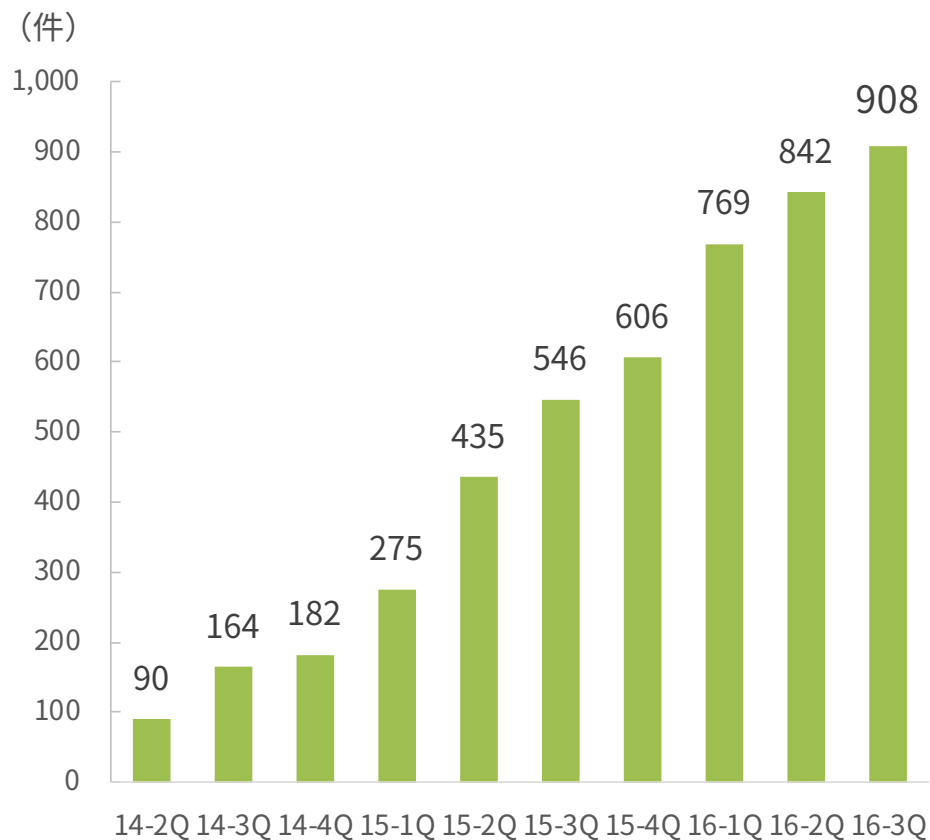
概況

- 新規購入者の増加により月間購入者数は前四半期比で増加
- 一人あたり平均月間購入額も引き続き前年同期比で上昇
- 検索結果表示速度や検索性の改善に注力

今後の施策

- 引き続き検索結果表示速度及び検索性の改善に注力
- 年賀状素材の訴求を開始

定額制販売の契約数



(各四半期末時点の契約数)

概況

- 契約数は前四半期比66件の増加。通期目標（914件）に向けて堅調に推移
- 更新ユーザへの継続促進や、新規見込ユーザへの訴求強化等の施策が奏功

今後の施策

- 定額制のサイト上の訴求の改善
- 引き続きマルチシートライセンスプラン※営業を強化

(※) 複数名で共有できる法人向けライセンスプラン

■ プレスリリース配信サービス「PR TIMES」でPIXTAの素材利用が可能に

「PR TIMES」会員企業の広報担当者がプレスリリースを投稿する際に、追加料金無しでPIXTAの画像素材を検索・使用可に。プレスリリース内の画像からはワンクリックで直接PIXTAにアクセスし、該当素材を購入することもできる。9月のサービス提供開始以降、利用数は順調に増加。

今後も、PR TIMES社との広報担当者向け画像素材活用セミナー共催などを通して、企業広報におけるビジュアル活用を推進していく。

【PR TIMESの記事投稿画面イメージ】



投稿画面から直接PIXTAの画像素材を選び、記事内に好きな位置・サイズで配置できる

【PR TIMESのリリース記事閲覧画面イメージ】

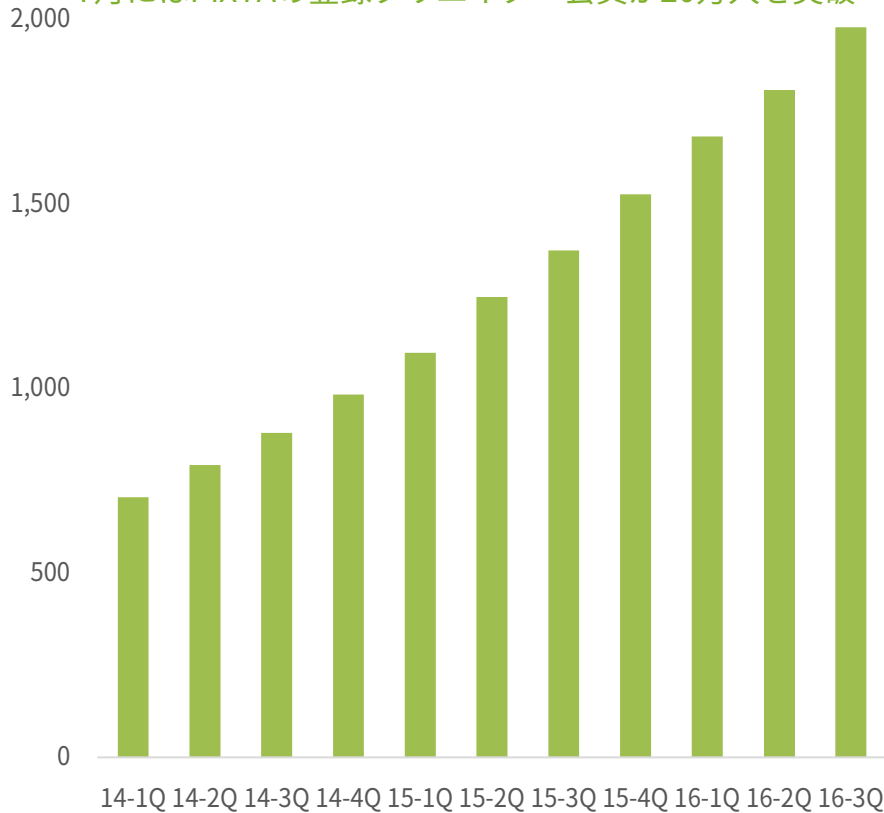


記事に挿入された画像リンクから直接PIXTAの素材画面に移動し、該当素材を購入することができる

■ 販売中の素材点数推移

2016年9月末時点の素材点数 1,978万点

7月にはPIXTAの登録クリエイター会員が20万人を突破



(各四半期末時点における販売中の素材点数)

■ 3社協働イラスト公募展を実施

イラストクリエイター支援を目的とし、誠文堂新光社、レバレッジズ社と協働で公募展を実施。業界を代表するアートディレクター3名らによる審査の後、各審査員によって受賞作品を用いた広告が制作された



【各部門の受賞作品を用いて作られた広告（一例）】

大塚いちお賞



甲谷一賞



内田喜基賞



■集客・認知拡大を狙った各種イベント・キャンペーンを実施

7月の「親子の日」にちなんだ「親子丼フォト」の無料撮影会、「全額返金保証キャンペーン」や敬老の日にちなんだ「三世代なかよし家族応援キャンペーン」など、新規顧客獲得および認知度向上のための各種キャンペーンを展開。

登録フォトグラファーも厳選しつつ増やしており、ユーザー数、撮影案件数も着実に増加傾向。

3Q後半より、七五三の需要期に向けてSEO、SEMによる集客を強化中。



親子丼フォト無料撮影セッション



全額返金保証キャンペーン

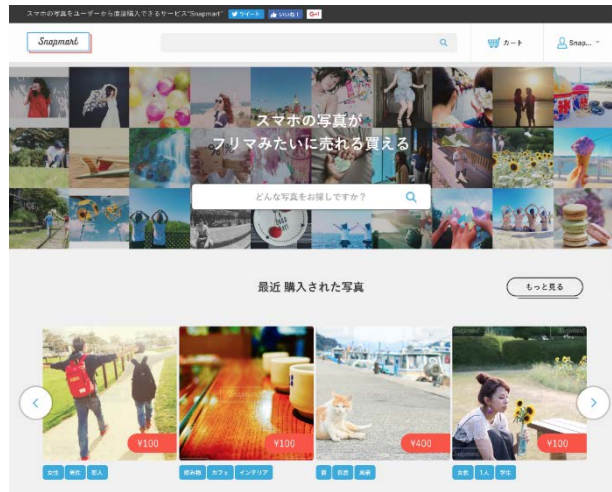


出張撮影×宅配寿司 三世代なかよし家族応援キャンペーン



スマホ撮影写真のマーケットプレイス事業を開始

- 8月23日に、完全子会社のスナップスマート株式会社を設立、スマホ写真の投稿販売マーケットプレイスSnapmartを株式会社オプトインキュベートより譲受け



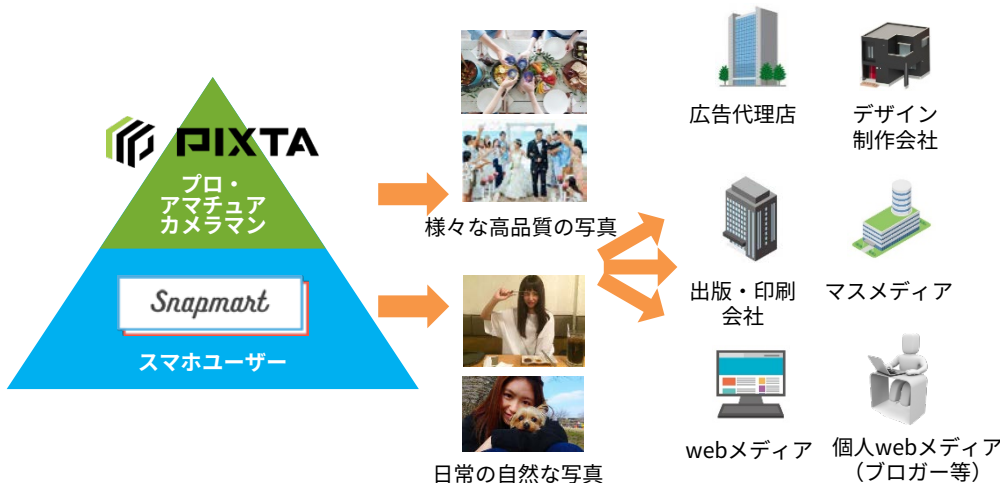
【Snapmart概要】

- サービス開始：2016年6月1日
- URL：<https://snapmart.jp/>
- 投稿写真数（11月9日時点）：254,786枚
- 一般ユーザーがスマホで撮影した写真を出品し、企業に広告素材写真として販売できるマーケットプレイス

【子会社設立・事業譲受の背景】

- スマホでの写真撮影・共有スタイルが定着
- 企業のマーケティングにおいても一般ユーザーが投稿した自然な写真へのニーズが高まりつつある
- 従来のPIXTAではデジタル一眼レフによる高品質な写真提供がメイン

これまでに存在しなかった新たな層のクリエイター及びユーザーの獲得を目指す

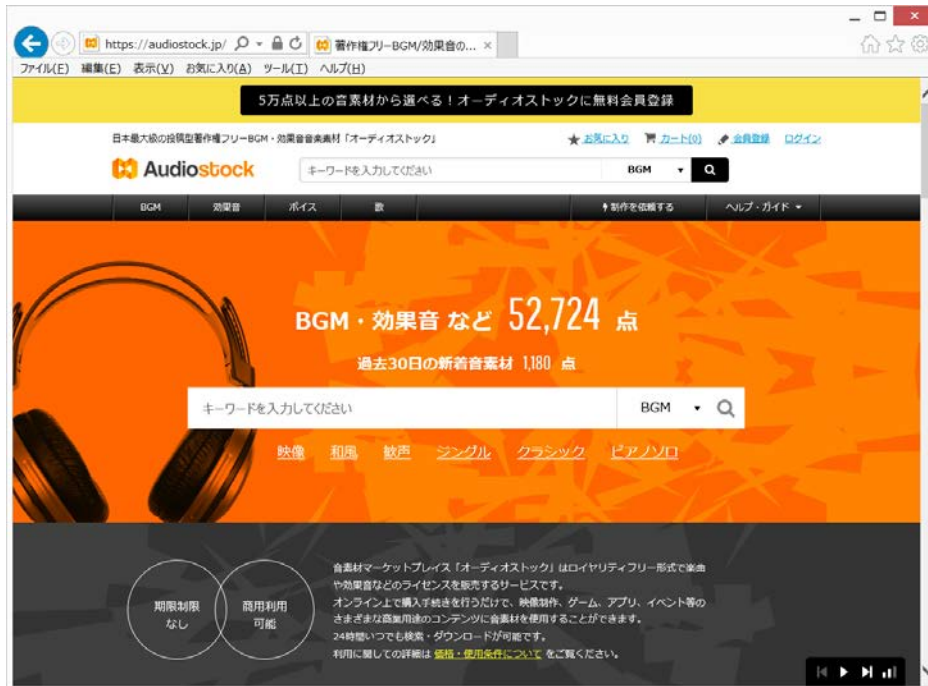


2016年12月期 第4四半期の取り組み

■ クレオファーガ社との資本及び業務提携による音素材の販売開始

音楽投稿サービス「クレオファーガ」ならびに音素材マーケットプレイス「オーディオストック」を運営する株式会社クレオファーガの株式を一部取得、PIXTAでの音素材販売に向けて協働する

音素材マーケットプレイス「オーディオストック」



【資本及び業務提携概要】

■ 資本提携の内容

当社がクレオファーガ社の普通株式1,400株（発行済株式数の12.7%）を取得

■ 業務提携の内容

両社のリソース・ノウハウを活用し、音素材の販売において協働。

「オーディオストック」の音素材約5万点をPIXTA上で販売（2017年内に販売開始予定）。

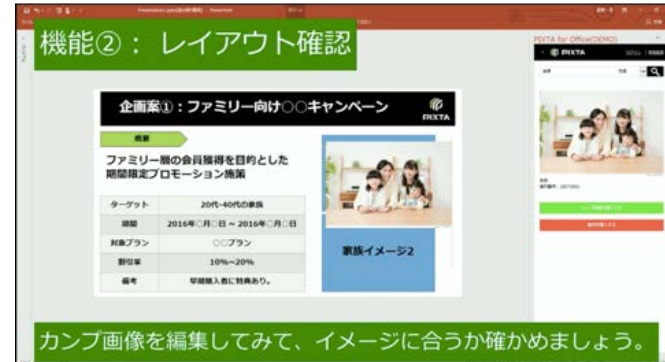


写真・イラスト・動画に続き、
音素材の市場開拓及びシェア獲得へ

Microsoft Office「PowerPoint」へのアドイン提供

PowerPoint上で、1,500万点以上のPIXTAの写真・イラスト素材を検索・購入・活用できるアドイン（拡張機能）「PIXTA for Office」提供を発表。非デザイナーでも簡単にビジュアルライズしたプレゼン資料の作成が可能になる。提供開始は2017年1月予定。

アドイン上でカンパ（サンプル）画像を自由に検索・レイアウト（無料）



確定した画像はアドインからPIXTAにアクセス・購入が可能（※）

【PIXTA素材によりビジュアルライズしたプレゼン資料例】



※ 画像購入には、PIXTAの会員登録（無料）および定額制プランの登録が必要です。

■ タイ子会社設立を発表

東南アジアの中でもデザイン・クリエイティブ業界の成長が著しいタイにおいて、同国での販売・マーケティング活動強化の拠点として子会社を設立。シンガポール、台湾（支店）、ベトナムに続く第4の海外拠点となる。

【ピクスタのアジア展開状況】



タイ子会社概要

【名称】

PIXTA (THAILAND) CO., LTD

【設立日】

2016年12月（予定）

【資本金】

200万THB（約600万円）

【事業内容】

タイにおけるデジタル素材の販売、デジタル素材収集及びマーケティング活動

■ 奄美大島との提携

奄美市の「フリーランスが最も働きやすい島化計画」の一環として、10月に連携協定を締結。セミナーや撮影会実施による奄美市民の複業支援、撮影旅行による観光誘致、観光資産の活用などで協働。



奄美市の管理する観光施設・ロケーション（上図を含む17箇所）でのストックフォト撮影が事前許可されるなど、ストックフォトによる複業支援が進む

APPENDIX (会社概要)

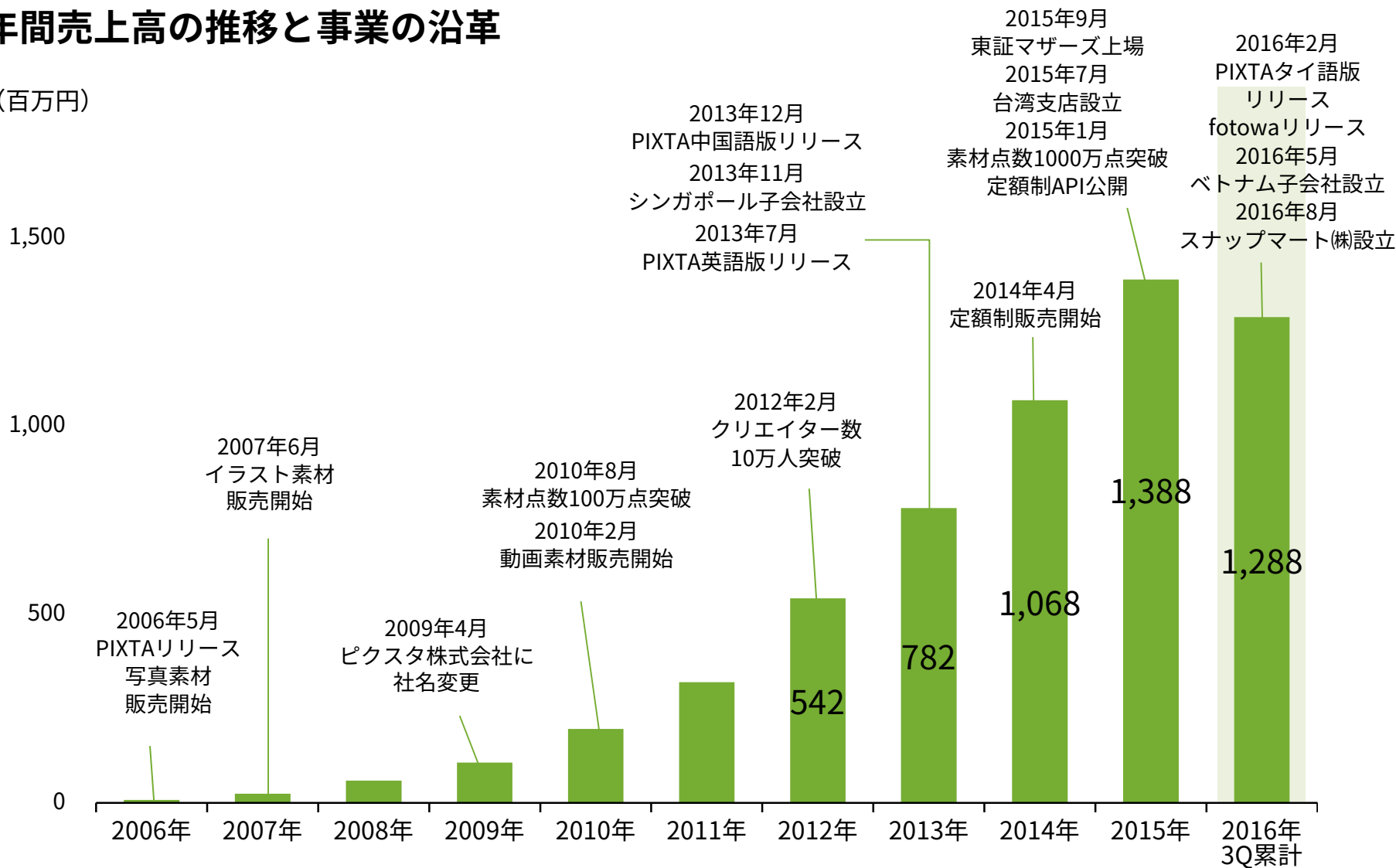
会社名	ピクスタ株式会社（3416・東証マザーズ）
設立	2005年8月25日
資本金	309百万円（2016年9月末時点）
発行済株式数	2,230,740株（2016年9月末時点）
所在地	東京都渋谷区渋谷3丁目11番11号
決算月	12月
代表者	代表取締役社長 古俣 大介
事業内容	デジタル素材のオンラインマーケットプレイス「PIXTA」の運営 出張撮影マッチングサービス「fotowa」の運営
支店	台湾支店：日商匹克斯塔圖庫股份有限公司台湾分公司
子会社	PIXTA ASIA PTE. LTD. (Singapore) PIXTA VIETNAM CO., LTD. スナップマーケット株式会社

インターネットで フラットな世界をつくる

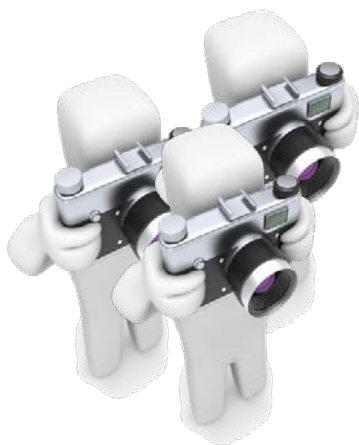
誰もが才能を活かせる機会を最大化する

年間売上高の推移と事業の沿革

(百万円)



私たちは デジタル素材マーケットプレイス のリーディングプレイヤーです。



投稿クリエイター



購入ユーザー



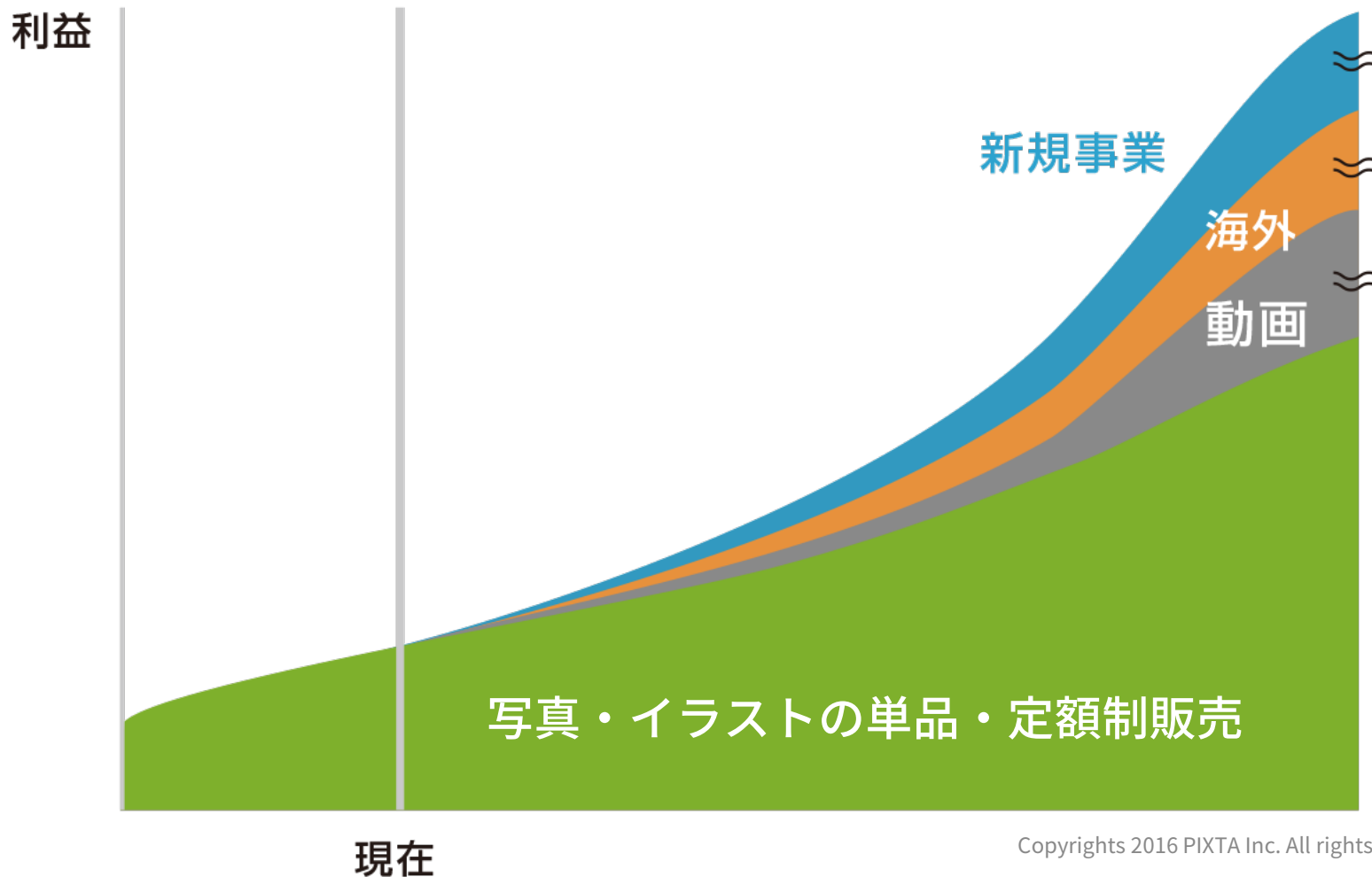
- インターネットを活用することで、主要な取引はオンラインで完結する仕組みを構築

事業系統図



今後の成長イメージ

- 単品・定額制販売の安定的な成長に加え、動画販売・海外展開をさらに強化
- 既存事業から生まれたキャッシュフローを新規事業の展開に投資し、さらに成長を加速させる



単品販売

- 検索機能の改善
- 素材の質・バリエーションの充実。2月にテンプレート素材の提供開始

定額制

- ソーシャルメディアやキュレーションメディアにおける利用等、拡大する素材利用ニーズを取り込むために、マルチライセンスやAPI案件の獲得強化

動画

- 動画配信サービスや動画広告の急速な普及によるニーズを確実に取り込むために、素材調達から活用促進のための施策を実施

海外

- アジアの新興マーケットの拡大トレンドを見極めながら、その成長を取り込めるように、サイト改善及び販売体制を強化

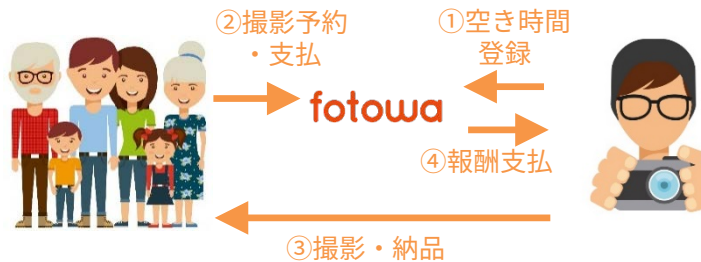
新規事業

- 出張撮影マッチングサービス「fotowa」を2月にローンチ
- 8月にスナップマート株式会社を設立、「Snapmart」事業を譲受

- PIXTAのフォトグラファーネットワークとプラットフォーム運営ノウハウを活かした出張撮影マッチングサービス



サービス概要



実際の撮影写真例

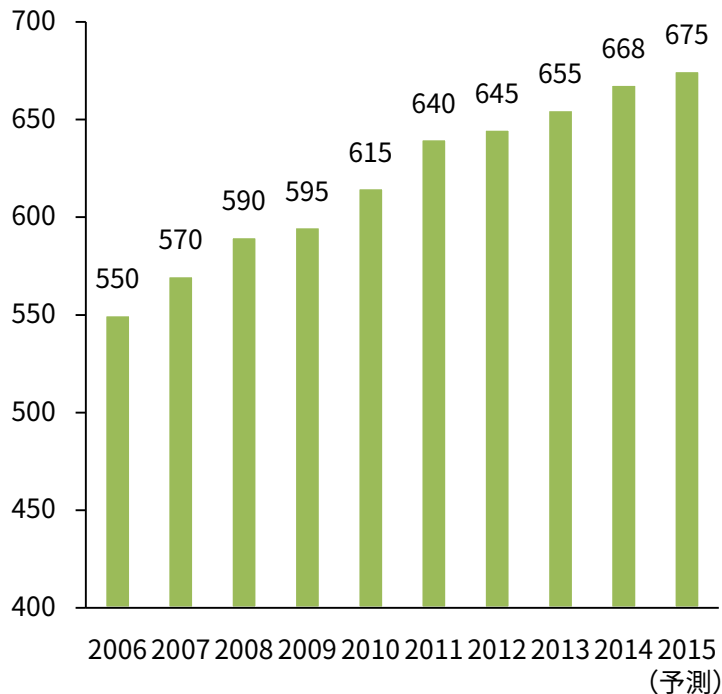


【fotowa概要】

- サービス開始：2016年2月29日
- URL：<https://fotowa.com>
- サイト上で希望の条件に合うフォトグラファーを予約し、撮影してもらえる出張撮影マッチングサービス。
- 利用料金は一律平日19,800円・休日23,800円（いずれも税抜）
- 撮影写真はデータで納品。
- 七五三、お宮参りなどの記念日から家族の日常スナップまで幅広いニーズに対応

- ライフイベントの撮影需要増加や、SNSの普及による写真共有の需要の高まりを受けて個人の撮影サービス市場は拡大中
- 近年、フォーマルな記念写真より自然体の写真が好まれる傾向に

(億円) こども写真館市場規模推移



出所：矢野経済研究所

使用素材No.：17420117, 17651392, 8634625, 8354966

1990年代前半～

商業施設内マス型写真館が台頭。

フォーマルなテイストの写真・プリント写真での受取が主流

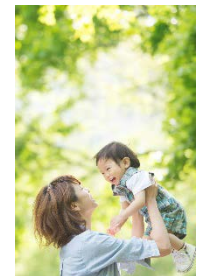


2010年頃～

一軒家貸切型の新興型写真館や個人フォトグラファーによる出張撮影サービスが増加。

ナチュラルなテイストの写真・データ受取のサービスが人気化

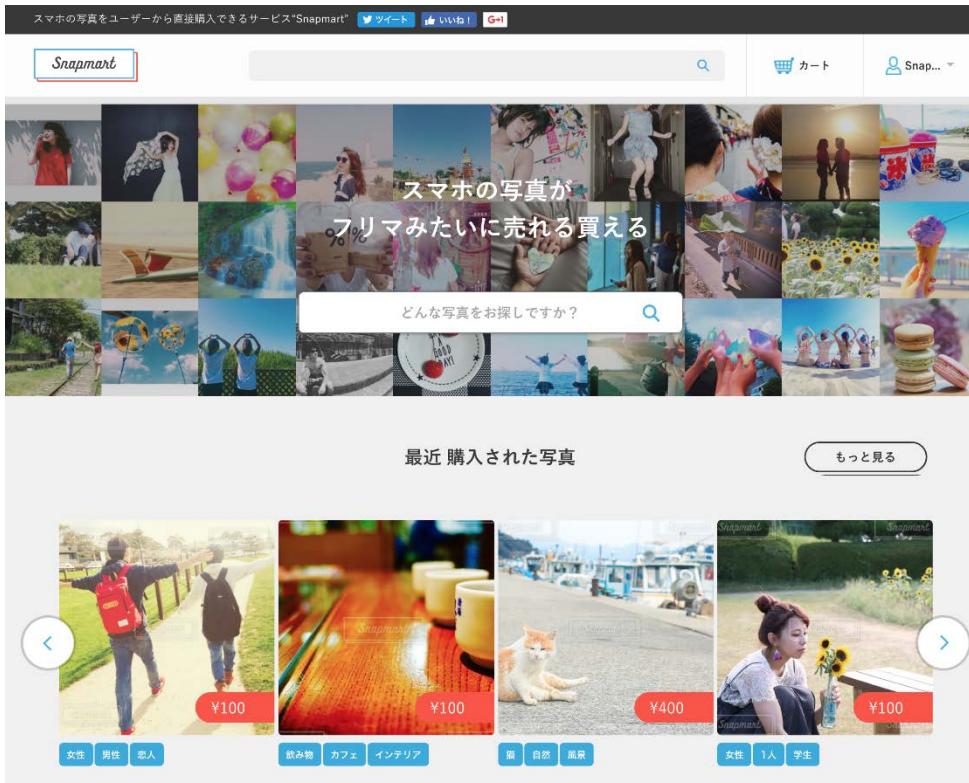
(イメージ)



フォーマルな写真

ナチュラルな写真

- スマホ写真の投稿販売マーケットプレイス
- スマホユーザーによる写真投稿の拡大とソーシャルメディア等のwebメディアにおける多様なビジュアルニーズをマッチングさせるプラットフォーム



【Snapmart概要】

- サービス開始：2016年6月1日
- URL：<https://snapmart.jp/>
- 投稿写真数（11月9日時点）：254,786枚
- 一般ユーザーがスマホで撮影した写真を出品し、企業に広告素材写真として販売できるマーケットプレイス

【サービス提供の背景】

- スマホによる写真投稿文化が定着した結果、各種写真共有アプリにおける写真投稿は日々数億枚を超えている状況
- 一方で、企業は自社の広告素材として一般ユーザーが投稿した自然な写真を使用したいニーズが増加

Snapmartのビジネスモデル

- 現在はマーケットプレイスとコンテストの2つのサービスを運営
- スマホユーザーと購入者の双方のニーズに合わせたサービスを展開していく予定

【マーケットプレイス】



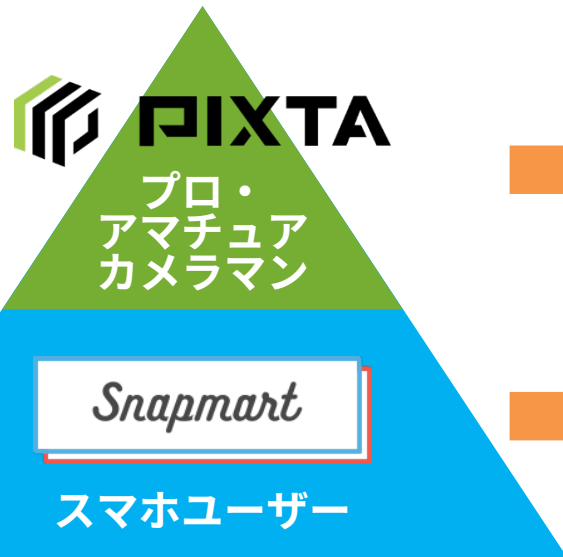
- 通常の投稿販売型モデル
- 価格は100円から購入可能
- 法人向け定額プランも提供予定
- クリエイターのコミッションは販売代金の50~70%
- 商標・キャラクターありの写真も投稿可。その商標・キャラクターのライセンスを保有する企業のみ購入可

他社アプリ 【コンテスト】



- 企業がほしい広告写真のお題についてリクエストして募集するモデル
- 採用された写真のクリエイターには賞金が支払われ、企業は独占的に使用可
- 採用されなかった写真はマーケットプレイスに出品され100円から販売

- PIXTAのプロ・アマチュアクリエイターに加えて、スマホユーザーを取り込むことで、より幅広いコンテンツを生み出せる体制に
- 世の中のあらゆるビジュアルニーズへの対応を目指す



様々な高品質の写真



日常の自然な写真



広告代理店



デザイン制作会社



出版・印刷会社



マスメディア



webメディア



個人webメディア
(ブロガー等)

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。

