



ピクスタ株式会社

2015年9月14日上場

- ピクスタ株式会社（東証マザーズ：3416）
（インターネット上でのデジタル写真・動画等の仕入・販売を行う
マーケットプレイス「PIXTA」の運営）
- 設立2005年8月、資本金149百万円 2015/6末時点）
- 本社：東京都渋谷区渋谷3-11-11、社員数60（内、臨時13名）



(百万円)	売上高	営業利益	経常利益	当期利益	配当金(円)	EPS (円)	株価(円)	PER (倍)
2013/12期	782	-45	-46	-46	0	-21.4	-	-
2014/12期	1,068	97	98	90	0	46.8	*2,045	43.6
2015/12(予)	1,367	130	109	101	0	47.8	*2,045	42.7

*2015年9月17日株価



代表取締役社長 古俣 大介

トップインタビュー

■ 古俣社長のご紹介

1976年9月26日生まれの39歳の若手社長。実業家の両親の下で、早くから事業家に成る事を目指し大学4年時にコーヒー豆のE-コマースサイトを立ち上げ起業。当時はネットバブル初期の頃であった。その後、1999年に現社外役員で株主でもあるガイアックスの上田社長と出会い、ベンチャーの組織運営を学ぶ為に同社に入社。24歳で(有)万来を立ち上げたが兄に引き継ぎ、アマチュアの写真やイラスト等のニーズをインターネットで繋げるアイデアをもってピクスタを設立。ガイアックス社内に机一つを借り、再度事業をスタート。当社の役員4名のうち3名はガイアックス出身者で、気心も通じたベンチャースピリットをもった経営陣の集まりである。ピクスタはその事業モデルも、経営陣もインターネット時代が生んだ、新たな潮流をもたらす企業といえる。

■ ピクスタの事業モデルを教えてください

私は、大学で経営情報学部在籍の時からインターネットを活用したビジネスをやっていたと思っていました。ピクスタの前に、事業を2つ立ち上げて食べていける程度にはなりましたが、ベンチャーとして大きくしていくには潜在市場のある分野で、インターネットという価値が最も発揮できる分野を模索していました。そうした中で、プロの写真やイラストでなくても、非常に素晴らしいアマチュアの写真や、イラストが世の中に存在していること、かつて私もデザイン・印刷業を営み、写真等の素材を活用していた経験から、プロ・アマチュアの垣根なくデジタル素材として多くのニーズがあると確信し、ピクスタを立ち上げました。当社のビジネスモデルは、アマチュアとプロが撮影・制作したデジタル写真素材・イラスト素材・動画素材をWEB上で仕入れ、ロイヤルティフリー（追加使用料免除）でデジタル素材を必要とする広告代理店、デザイン制作会社、出版・印刷会社等のユーザーに販売するマーケットプレイス「PIXTA」の運営です。インターネット上にて、仕入れから作品の審査、マーケティング、販売・納品、決済まで一気通貫でできるマーケットプレイスを提供することにより、投稿クリエイターはいつでも投稿でき、購入ユーザーは低コストで24時間購入ができる仕組みを構築しています。当社のビジネスはアマチュアでもプロ並みのデジタル写真が撮れるデジタル一眼レフカメラの普及や、大容量でも短時間通信が可能となった通信・インターネット環境の進化が大きく追い風となっています。「PIXTA」と同様のサービスはいくつかの会社が提供していますが、市場自体がインターネットメディアの活用で伸びてきており、IPOを機に「PIXTA」の認知度が更に高まることで、圧倒的な市場No1の地位を固めていきたいと思っています。

■ 「PIXTA」がマーケットプレイスとして成長の確信をもったのはいつ頃からですか？

当社のビジネスモデルはインターネットを通じたマーケットプレイスですので、デジタル素材を売りたい多くの投稿者の参加と、デジタル素材を活用したい多くのユーザー利用が共に増加することがポイントとなります。クリティカルマスのタイミングとなったのは、設立から4年目の2009年です。2008年にリーマンショックが発生し、日本経済も不況期へと突入しました。クリエイティブ業界、広告やメディアの世界も不況の煽りをうけ、人員削減や、コスト削減が日常的となってきました。この時に、特に制作サイドのユーザーはコストの安いデジタル素材を活用した、コマーシャルやプロモーション制作物、PR誌、ホームページ等を作る流れへと変化してきました。また一方で、同時期には不況の影響から「副業ブーム」が訪れ、写真愛好家達による投稿が急激に増加した時代でもありました。その結果、2009年から投稿素材数(30万素材以上)・ユーザー数が飛躍的に伸びてきました。

■ 貴社の強みと収益モデルを教えてください

当社の強みは、圧倒的な国内素材数です。1日に約1万点以上の素材投稿数があり、現在1,300万点以上のデジタル素材を販売しております。特に、日本関連素材にこだわり日本の人物・日本の風景・日本の食材・日本の家族写真等を幅広く揃えています。クオリティの高い素材数が他社との差別化を図り、高い参入障壁となっています。収益モデルとしては、デジタル素材の単品販売に加え、2014年から月額または年額での定額制販売を行ってきております。新規購入者は、リピートユーザーになっていただくケースが多く、ユーザー数の積み上げに寄与してきます。現在、広告制作会社、TV局、出版者等のユーザーが約50%で、残りが自社の制作物に利用される一般企業ユーザーが50%の割合です。

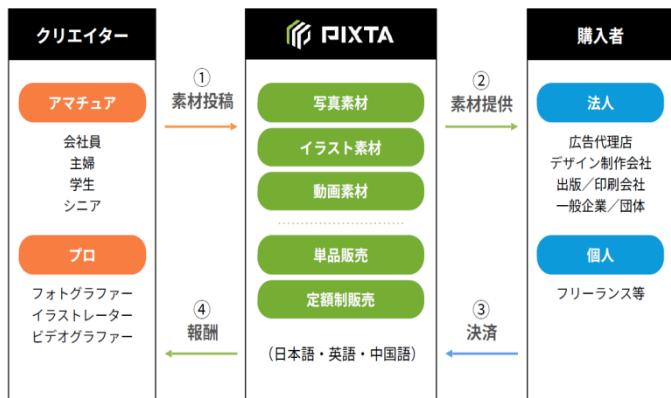
■ 今後の成長戦略について教えてください

当社が扱っているデジタル素材の市場規模は、10年前の段階で国内200億程度と言われていました。今では、インターネットメディアの活用の急速な増加と、YouTube等での動画コンテンツも加わってきたことから、市場規模はまだまだ拡大していると感じています。当社の成長戦略は、まず短期的には定額制の収益モデルの拡大です。2014年12期で33百万円の定額制売上は、今期の上半期で53百万円までに成長してきています。次に、今後成長が見込める動画素材の仕入・販売を強化していきます。スマートフォンやタブレットの普及により、動画コンテンツの活用は、現在急速に高まってきています。3点目は、海外進出です。2013年にシンガポールの現地法人を設立、今年2015年7月には台湾に支店を設立し、現在海外に4名の社員がおります。当社のデジタルコンテンツは日本素材にこだわっていますが、特に文化や人種の近い台湾や香港などでは日本コンテンツがある程度そのまま受け入れられることから、現地でのシェアを今後拡大していけるものと考えています。また、システムについては、決済手法とインターフェースの現地言語化をするだけで、大きな投資は必要なく、コストをかけずに海外展開していくことができます。

【ビジネスモデル】

- 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

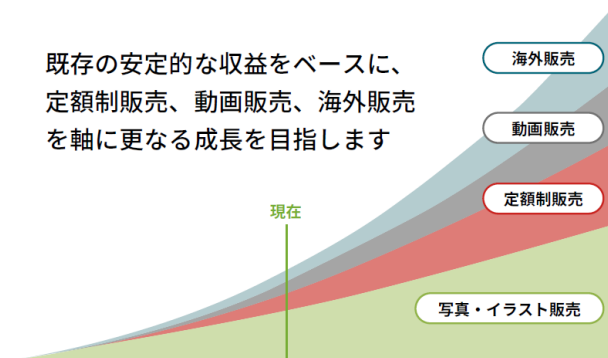
事業系統図



今後の成長イメージ

PIXTA

既存の安定的な収益をベースに、定額制販売、動画販売、海外販売を軸に更なる成長を目指します



■ 今期業績予想と配当政策について

2015年12月期については、売上高で1,367百万円(前期比+28.0%)、営業利益130百万円(前期比+33.7%)、当期純利益で101百万円(前期比+11.8%)を計画しています。第2四半期までに、売上高は48%の進捗率、営業利益では57%の進捗率となっていますので、今期計画は予定通りの成長は達成できると思っています。

配当政策については、当社はまだまだ成長企業ですので、利益は成長投資に向けていきたいと考えております。株主の皆様には、当社の成長と連動した株式価値の向上によるキャピタルゲインにてお答えできるように、事業拡大を目指すと共に、当社の成長戦略と結果をIRを通じて投資家の皆様にお伝えしていきたいと感じておりますので、引き続きご支援の程、宜しく申し上げます。