

2025年12月期 第2四半期決算説明資料

ピクスタ株式会社（東証グロース：3416）

2025年8月12日



目次

01 2025年12月期 第2四半期 決算概要

02 2025年12月期 業績予想

03 参考資料

04 会社概要



01 2025年12月期 第2四半期 決算概要

3



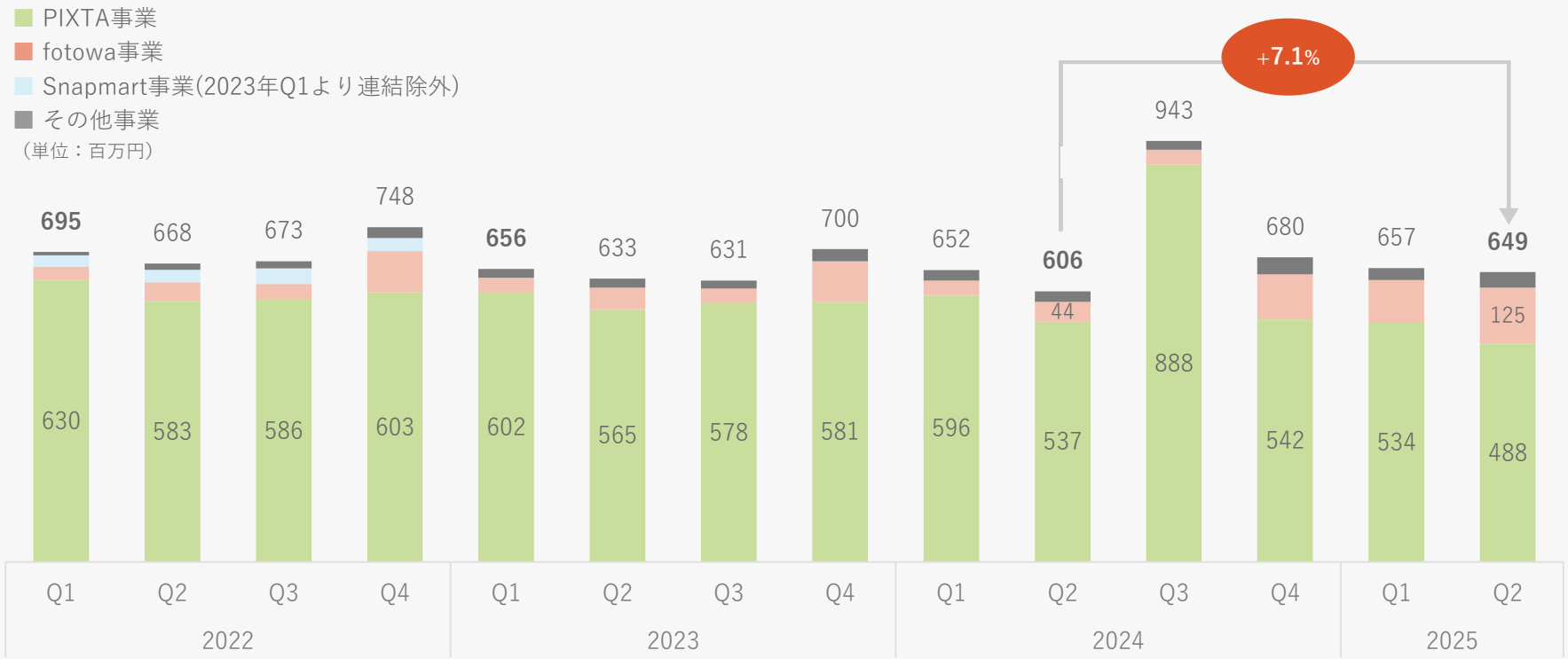
全社 | 第2四半期業績ハイライト

売上高は前年同期比+7.1%の増加。fotowa事業の計上方法変更が影響。期初計画を下回る
営業利益は前年同期比-54%の減少。PIXTA事業の粗利減少が影響。期初計画を下回る

(単位:百万円)	Q2 (3ヶ月)			Q1~Q2 (6ヶ月累計)			期初予想	進捗率
	2024/12 Q2	2025/12 Q2	YoY 増減率	2024/12 Q2累計	2025/12 Q2累計	YoY 増減率		
売上高	606	649	+7.1%	1,258	1,306	+3.8%	3,000	+43.6%
営業利益	65	30	△53.9%	159	89	△43.8%	219	+40.8%
営業利益率	+10.8%	+4.7%	△6.1pt	+12.7%	+6.9%	△5.8pt	+7.3%	-
純利益	44	20	△54.8%	111	60	△46.1%	158	+38.1%

全社 | 事業別売上高の推移

PIXTA事業の売上高は前年同期比-9.1%の減少
fotowa事業の売上高は前年同期比約3倍の増加

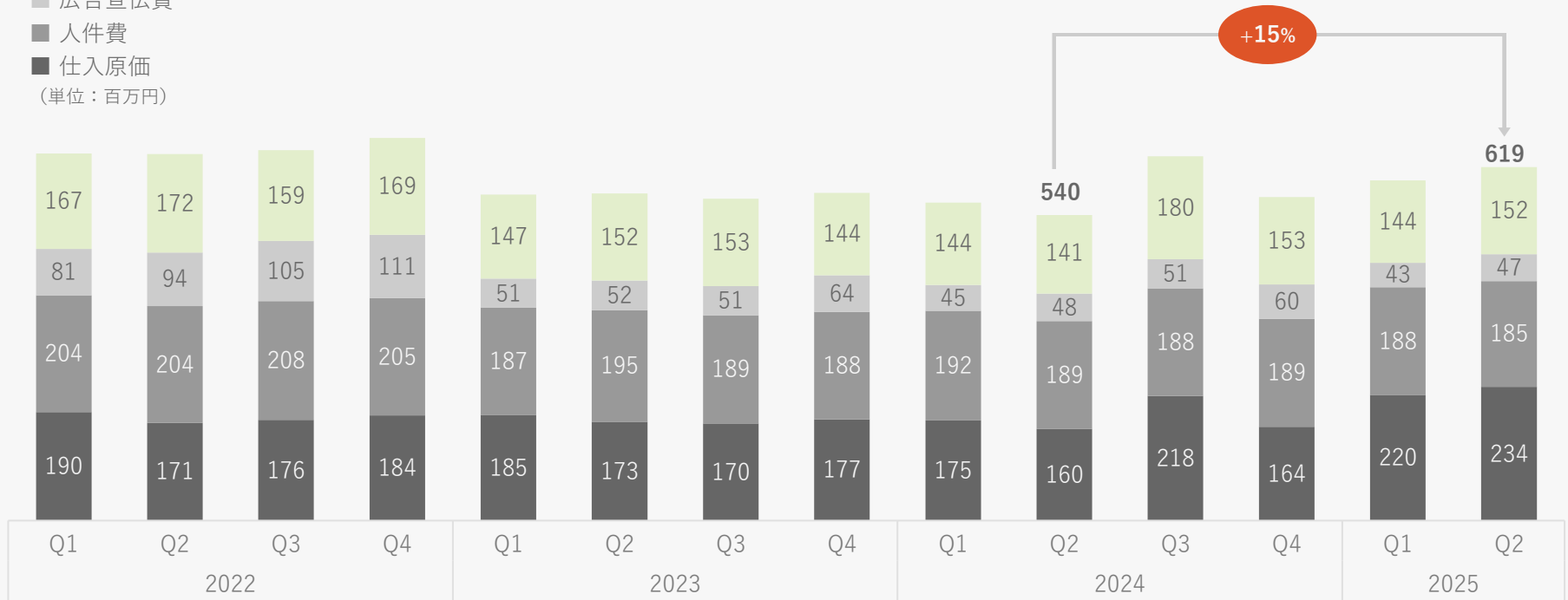


全社 | 費用の推移（四半期）

費用全体では前年同期比+15%の増加

仕入原価の増加はfotowa事業の計上方法の変更に伴うもの

- その他費用
 - 広告宣伝費
 - 人件費
 - 仕入原価
- (単位：百万円)



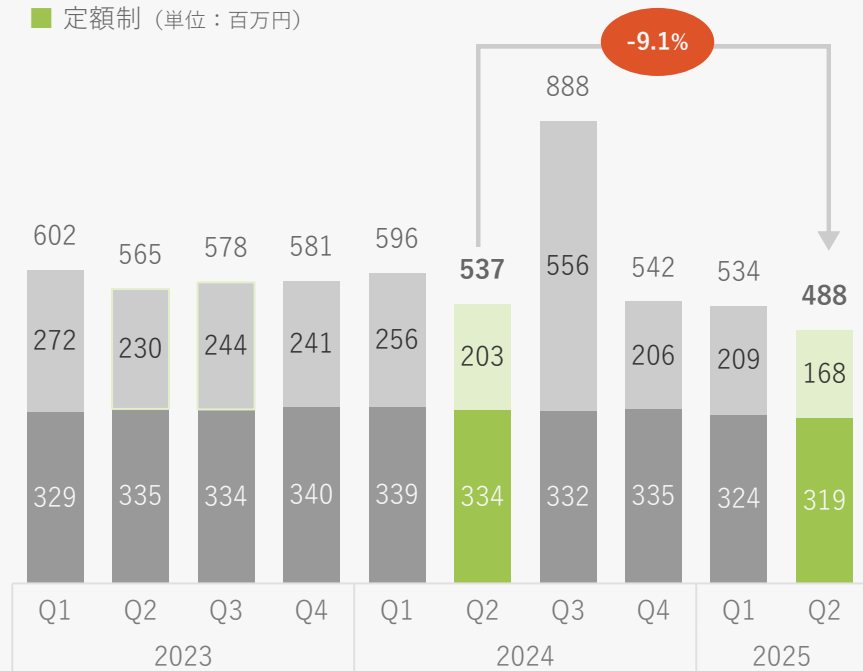
1. セグメント売上は前年同期比-9.1%の減少。ライトユーザーの離脱が影響
2. セグメント営業利益は前年同期比-15%の減少。売上及び粗利の減少に連動
3. 購入者数累計が前年同期比-13%の減少。単品購入者数の減少が影響
4. 日本国内の「道路標識」「ナンバープレート」画像を集めた機械学習用データセット販売開始。自動運転技術の開発や、地図作成の効率化などのニーズに対応

PIXTA | セグメント別の業績推移（四半期）

売上高は前年同期比-9.1%の減少。特に単品売上が減少
営業利益は前年同期比-15%の減少。粗利減少が影響

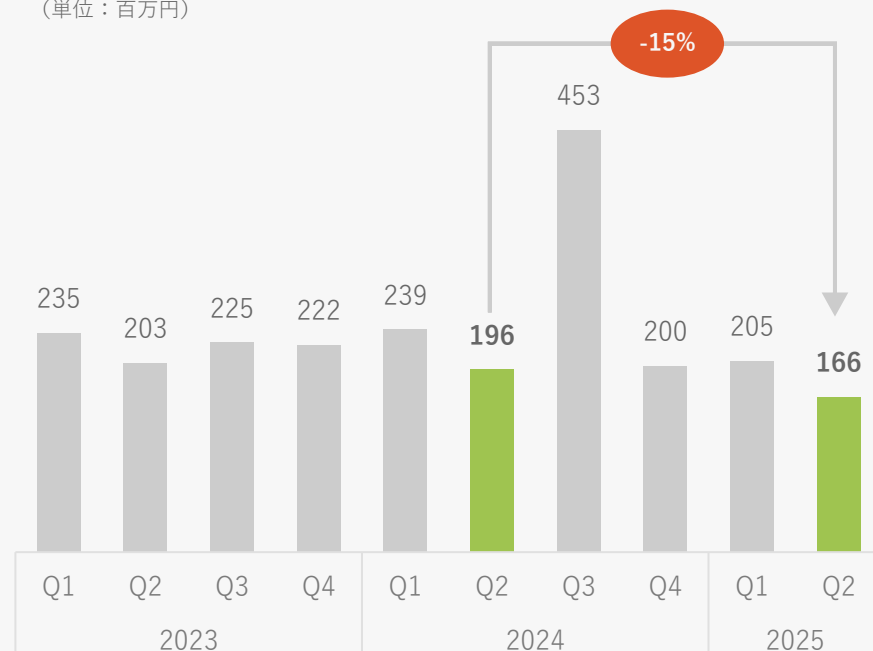
売上高推移

■ 単品
■ 定額制（単位：百万円）



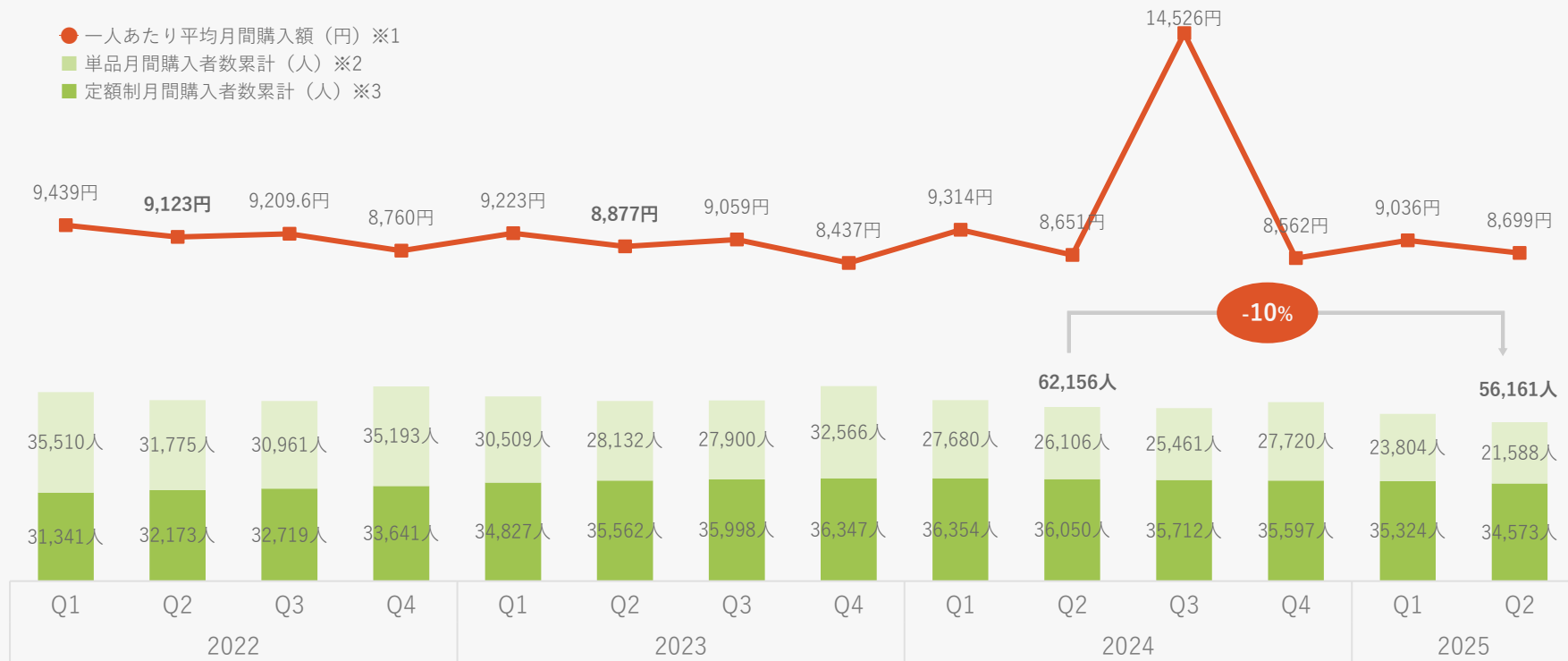
営業利益推移

(単位：百万円)



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-10%の減少。単品購入者・定額制購入者ともに減少
 平均月間購入額は前年同期比+0.6%の増加。ほぼ横ばい



※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

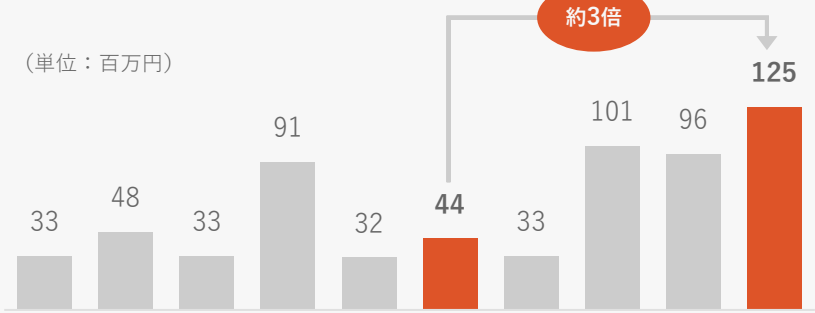
※3: 定額制月間購入者数（月に1回以上定額制を購入した人数）の3か月分を合計した数値

1. セグメント売上は前年同期比約3倍の増加。計上方法の変更が影響。計上方法変更の影響を除くと前年同期比-7.0%の減少
2. セグメント営業利益は-19百万円の着地。サービスのリニューアルに伴う一時的な費用が発生したため、前年同期比で-0.8百万円の減少
3. 撮影件数は前年同期比-13%の減少。サービスのリニューアルに伴う値上げが影響
4. リピート率は前年同期と同程度の31%
5. 2025年5月下旬より撮影プラン内容および料金体系をリニューアル※。撮影内容やフォトグラファー選びを運営に任せることが可能な「らくらくおまかせプラン」を導入。新生児撮影などで時間や手間を節約したい顧客ニーズに応える。リニューアル前と比較し、約1万円の単価上昇

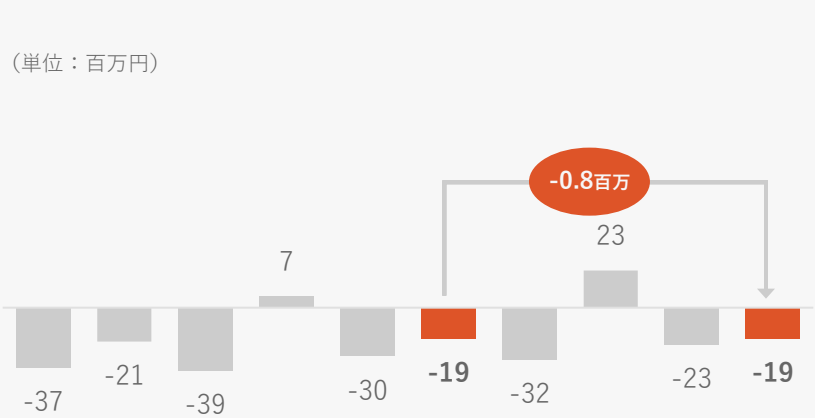
fotowa | セグメント別の業績推移（四半期）

売上高は前年同期比約3倍の増加
営業利益は前年同期比-0.8百万円の減少

売上高推移



営業利益推移



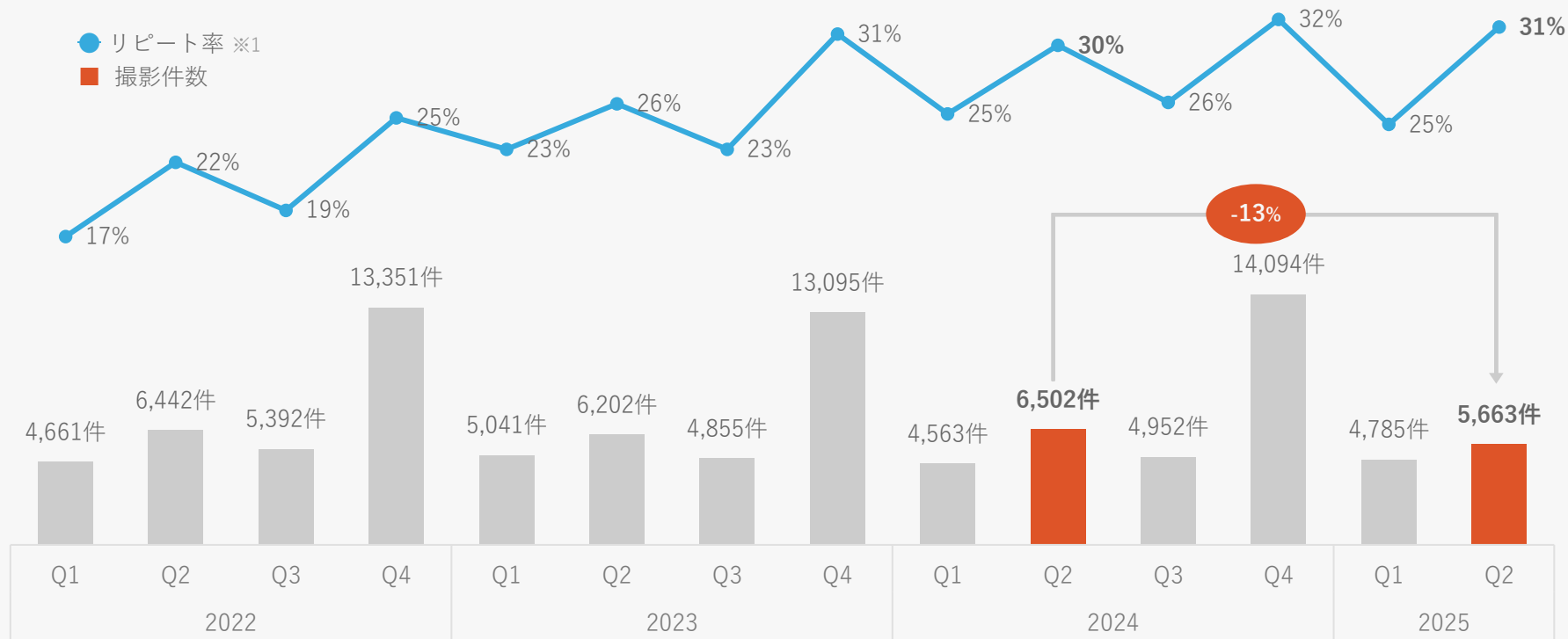
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
2023				2024				2025	

Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
2023				2024				2025	

※1: 本資料に記載する2025年12月期 第2四半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、2025年12月期以降に変更となる可能性があります。※2 2024年12月中旬よりネット計上からグロス計上に変更されています。

fotowa | 撮影件数とリピート率の推移（四半期）

撮影件数は前年同期比-13%の減少。サービスリニューアルに伴うもの
リピート率は前年同期と同程度の31%





02 2025年12月期 業績予想

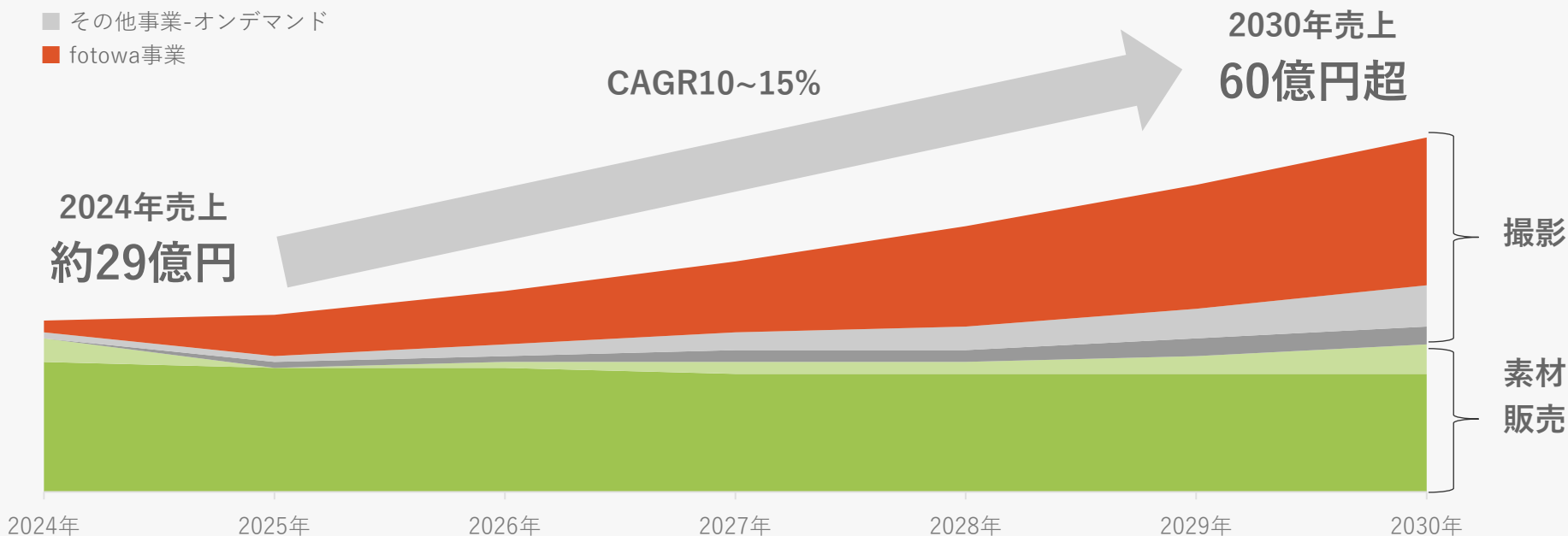
13



全社 | 中長期成長イメージ

2030年に売上60億円超、CAGR10~15%での成長、2030年営業利益10億円超を目指す
大型案件の受注や新規事業が発生した場合は、目標数値をさらに上回る見込み

- PIXTA事業-マーケットプレイス
- PIXTA事業-機械学習向けデータ販売サービス
- その他事業-PIXTAカスタム
- その他事業-オンデマンド
- fotowa事業



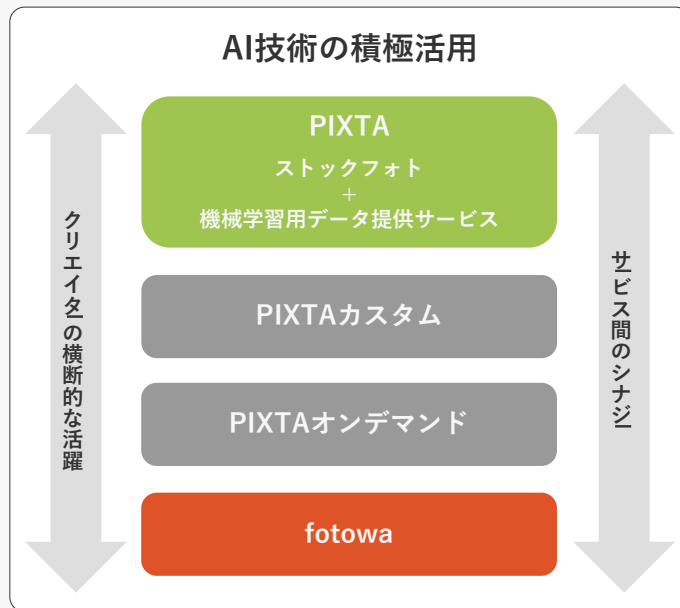
全社 | 中期事業方針 ビジュアルプラットフォーム

法人・個人の様々なビジュアルニーズを横断的に解決する「ビジュアルプラットフォーム」を目指す
事業間のシナジーを活かし、顧客に応じて最適なサービスを提供する

多様なクリエイター人材



ビジュアルプラットフォーム



多様なユーザー層



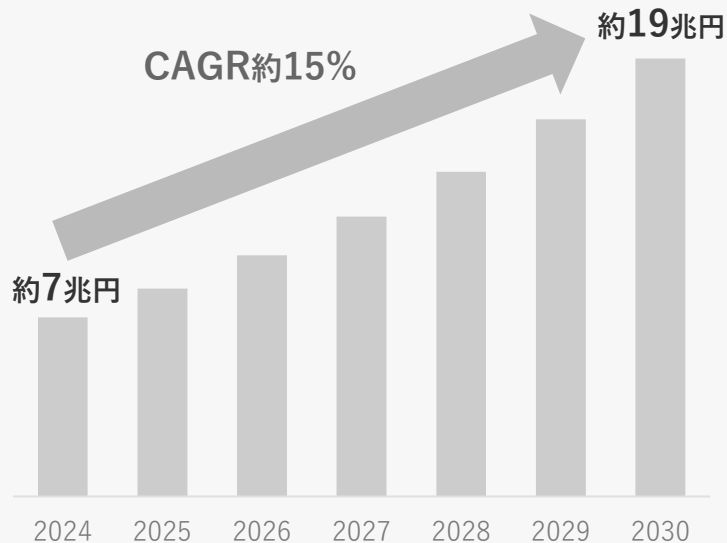
全社
 |
 2025年方針および中期方針

		2025年方針	中期方針
全社		売上の再成長を目指す。ただし、営業利益2億円超は維持	
PIXTA	マーケットプレイス	・人物コンテンツの販売開始点数の増加・品質のアップデート ・UI・UXの改善及び商品・価格体系の改善 ・イラストオーダーメイドサービスのトライアル	・ストック+オーダーメイドを扱い、顧客のクリエイティブにおける選択肢を増やす ・上記により売上の減少を食い止める
	機械学習向けデータ販売	・PIXTAのストック素材以外のデータも扱うプラットフォームの立ち上げ。売上を作りながら、案件を通じ市場・顧客の理解を深める	・ライセンスングプラットフォームに加えて、機械学習のデータ利活用を効率化する有料サービス提供
fotowa		・マッチングから自社サービスへのリニューアル ・利便性向上と単価増により成長を加速させる ・今後は件数増に加えて家族単位のLTVを増加させる	・売上2桁億円と利益創出を実現する
その他	PIXTAカスタム	・新規顧客獲得に注力 ・撮影パッケージの最適化 ・プロダクションの仕組み化	・PIXTAオンデマンド事業・PIXTAカスタム事業を中心とした新規事業群を育て、全社売上構成比の10%超を目指す(2024年実績は5%未満)
	PIXTA オンデマンド	・リピート率好調なため、新規顧客獲得に注力 ・流入～撮影までのUI・UXの改善	

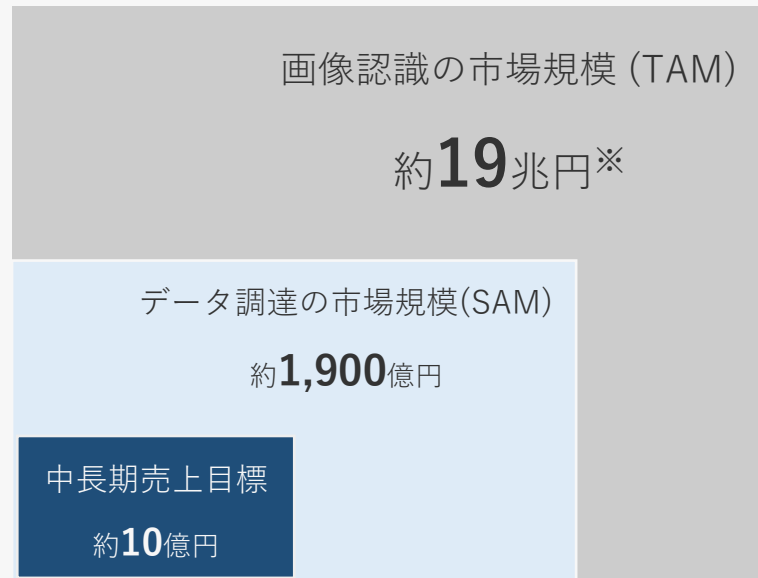
PIXTA | 機械学習向けデータ販売サービス 市場規模

画像認識の市場規模は2030年には約19兆円の見込み。AI開発の発展に伴いCAGR約15%で拡大
そのうち約1,900億円がターゲット市場に。画像認識市場の約10%をデータ調達の市場と仮定

画像認識市場の推移予測



2030年市場規模



PIXTA | 機械学習向けデータ販売サービス 事業方針

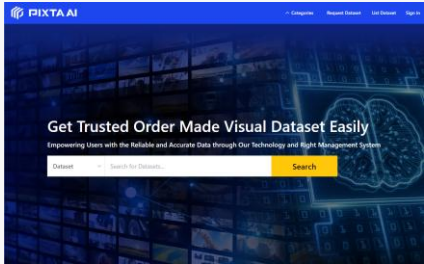
短期的には、多様な素材ニーズに応えるため、PIXTA以外のデータセットも利用できる「ライセンスプラットフォーム」を目指す。PIXTA AI (<https://www.pixta.ai/>)にてトライアルを実施中

将来的には、機械学習のワークフローにおける様々な課題を解決するサービスを目指す

サービスロードマップと対象とするワークフロー

時期	2025年~2026年		2026年スタート、2027年以降本格拡大			
サービス形態	ライセンシングプラットフォーム (+アノテーション※受託)		追加サービス・ツール提供 (+従来のサービス継続)			
サービス対象とする機械学習ワークフロー	データ調達	データ準備	データ格納・管理	モデル設計・構築	モデル評価・検証	モデル活用・運用
	モデル学習に必要なデータを集めるプロセス。 データの質がプロジェクトの成功を左右する。	生データを機械学習に適した形式に整えるプロセス。	大量のデータを効率的に保存・管理するプロセス。 セキュリティ、アクセス権、バックアップも重視。	機械学習アルゴリズムを選択し、モデルを構築するプロセス。	モデルの性能を測定し、実際の用途に適しているかを確認。	学習済みモデルを実際の環境に導入し、運用可能にする。 継続的なモニタリングが必要。

PIXTA AI (トライアル)



PIXTA | 機械学習向けデータ販売サービス プラットフォーム

短期では「ライセンシングプラットフォーム」を目指し、顧客・データパートナーのネットワークを構築
中長期では、データ利活用を効率化する有料サービスを展開することでプラットフォームを拡大していく



fotowa | 今後の方針について

マッチングサービスから自社サービスにリニューアル。簡単・安心・高品質なサービスを展開し、サービス利用の敷居を下げること、新たなユーザー層の獲得を狙う。今後各種オプションやプレミアムプランなども拡大予定

2024年4月から東京限定で実施したトライアルが高価格(通常料金+約1.3万円)でも好評だったため、リニューアルを決定

	2024年まで 	
サービス形態	マッチング (仲介契約) 自社サービス(請負契約)	
フォトグラファー選定	顧客が自分で選ぶ 顧客が下記2つから選択可能	
撮影内容・クオリティ	フォトグラファーごとに異なる	fotowaにおまかせ 撮影内容やクオリティを統一 顧客が自分で選ぶ
ユーザーにとってのメリット	顧客自身が好きなフォトグラファーを探せる	簡単に予約でき、クオリティが高く統一され安心感がある 顧客自身が好きなフォトグラファーを探せる
顧客層	こだわりのある一部の層	利便性と安心感を求めるマス層 こだわりのある一部の層

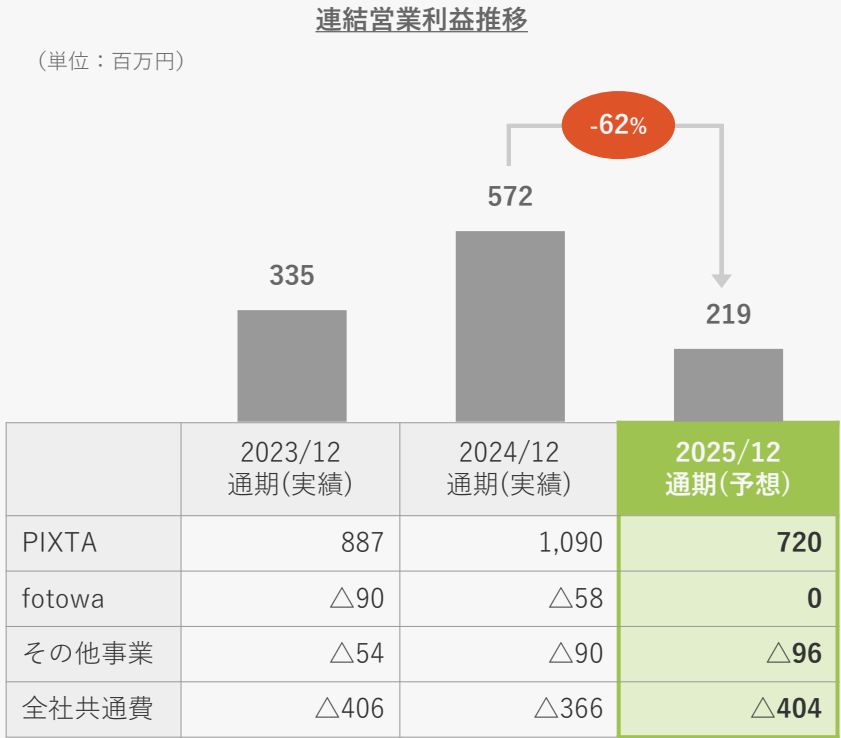
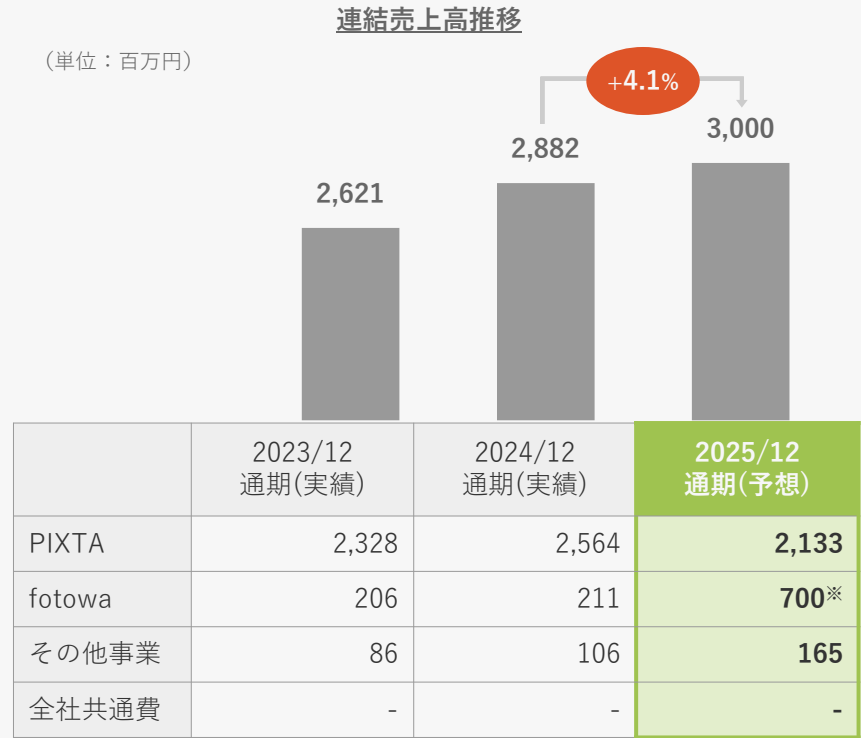
全社 | 2025年12月期・連結業績予想

売上高は前年比+4.1%の増加で3,000百万円の見込み。 PIXTA事業売上減少と他事業の売上増加を想定
営業利益は前年比-62%の減少で220百万円の見込み。売上成長に向け機械学習向けサービスなどに投資予定
純利益は前年比-60%の減少で158百万円の見込み。営業利益に連動

(単位:百万円)	2023/12 通期(実績)	2024/12 通期(実績)	2025/12 通期(予想)	24→25 YoY増減率
売上高	2,621	2,882	3,000	+4.1%
営業利益	335	574	219	△61.7%
営業利益率	12.8%	+19.9%	7.3%	△12.6pt
純利益	262 ※(203)	393	158	△59.8%

全社 | 2025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+232%の増加。サービス形態変更によりネット計上からグロス計上になるため
 営業利益はPIXTA事業で-369百万円の減益。2024年は大口案件が発生したことや、PIXTA事業売上減少が影響。撮影単価向上により、fotowa事業で+58百万円の増益見込み



※1: 2024年12月中旬より売上計上方法を変更。取扱高の100%を売上高として計上。(変更前は取扱高の約35%を売上高として計上)
 ※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 | 2025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	-機械学習向けデータ販売サービス売上の成長 -売上の減少（特に単品売上の減少）	-仕入原価：売上減少・定額制比率上昇に伴い約42百万円減少（2023年：約584百万円→2025年：542百万円） -機械学習向けデータ販売サービスへの投資(開発費用等)により約30百万円販管費増加 -素材数の増加や円安によりサーバー費用が12百万円増加
fotowa	-計上方法の変更による売上増加。2024年12月中旬より取扱高の100%を売上として計上。（今までは取扱高の約35%を売上として計上） -サービス内容や価格改定による撮影単価向上 -撮影単価向上に伴う撮影件数の減少	-顧客獲得型広告費：前年と同程度 -人件費：前年と同程度
その他事業 全社共通費	-PIXTAオンデマンドとPIXTAカスタムの成長を踏まえYoY+56%程度想定（グループ全体売上に占める割合は約5%程度）	-新規事業の開始に伴い費用が約25百万円増加

全社 | 株主還元について

2024年12月期に1株当たり45円の配当を実施。3年間同額の配当を予定
2024年12月期には大口案件受注により過去最高の営業利益を達成し、中期的にも成長投資と継続的な利益還元の両立が可能な収益性を維持することができると判断したため
配当の実施や流通株式比率の観点から自己株式取得は2025年1月で終了

2024年12月期 (実績)	1株当たり45円00銭の期末配当を実施
2025年12月期 (予想)	同上



03 參考資料

25



全社 | 2025年12月期 第2四半期P/L

売上高は前年同期比+7.1%の増加。fotowa事業の計上方法変更が影響。期初計画を下回る
 営業利益は前年同期比-54%の減少。PIXTA事業の粗利減少が影響。期初計画を下回る
 純利益は前年同月比-55%減少。営業利益に連動

(単位:百万円)	Q2 (3ヶ月)			Q1~Q2 (6ヶ月累計)			期初予想	進捗率
	2024/12 Q2	2025/12 Q2	YoY 増減率	2024/12 Q2累計	2025/12 Q2累計	YoY 増減率		
売上高	606	649	+7.1%	1,258	1,306	+3.8%	3,000	+43.6%
営業利益	65	30	△53.9%	159	89	△43.8%	219	+40.8%
営業利益率	+10.8%	+4.7%	△6.1pt	+12.7%	+6.9%	△5.8pt	+7.3%	-
純利益	44	20	△54.8%	111	60	△46.1%	158	+38.1%

全社
 |
 2025年12月期 第2四半期B/S

流動負債が前四半期比で-5.3%の減少。買掛金の減少によるもの
 2025年Q2時点で自己資本比率47%、流動比率188%で健全な財務状況

(単位:百万円)	2025/12 Q1	2025/12 Q2	増減率	2024/12 期末	前期末比
流動資産	2,286	2,245	△1.8%	2,510	△10.6%
固定資産	96	92	△3.6%	98	△6.0%
総資産	2,382	2,338	△1.9%	2,609	△10.4%
流動負債	1,259	1,192	△5.3%	1,449	△17.8%
固定負債	-	-	-	0	-
純資産	1,123	1,145	+2.0%	1,159	△1.2%

全社 | 2025年12月期 第2四半期C/F

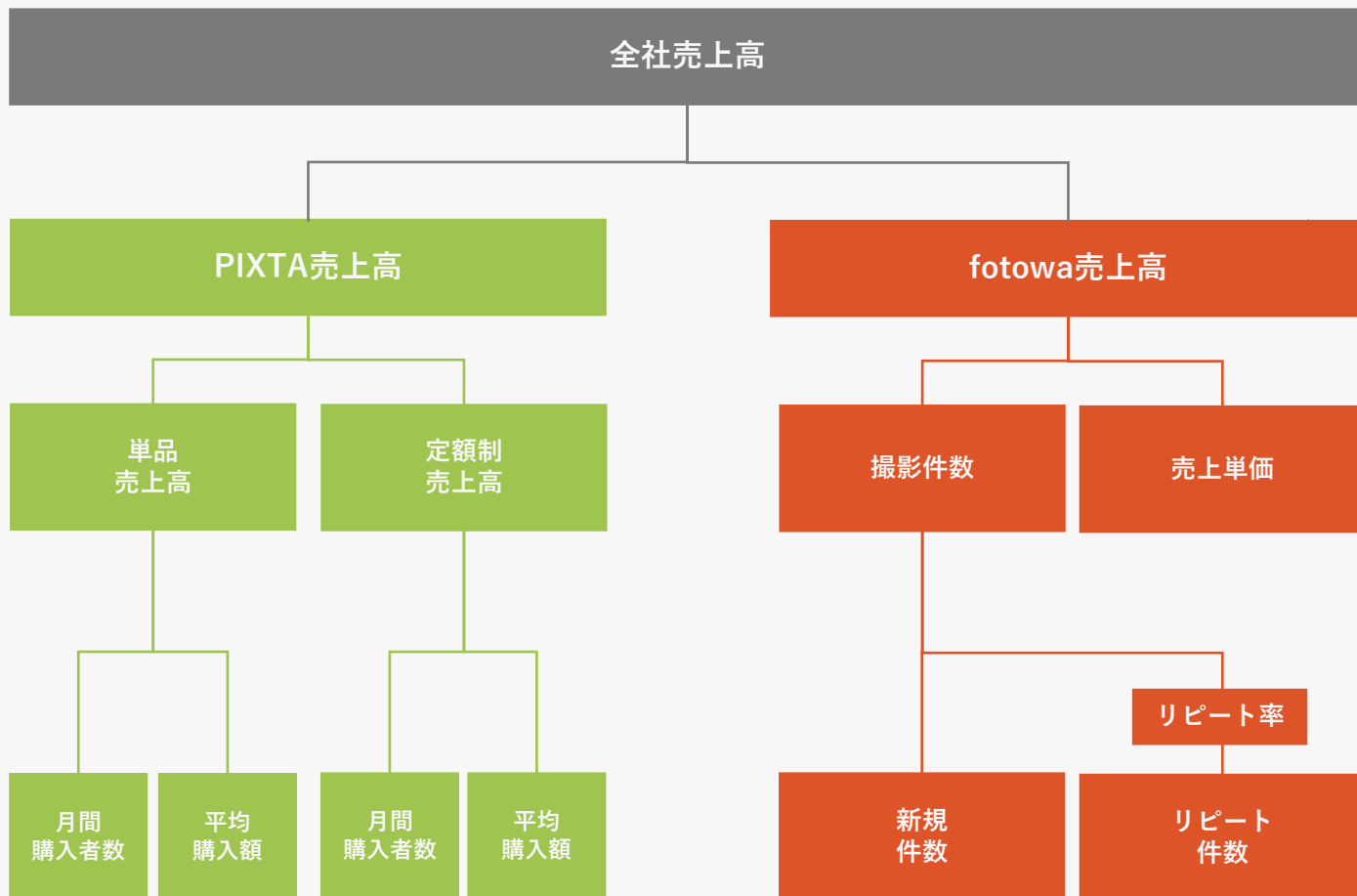
営業CF：純利益の減少に連動に加えて、2024年の課税所得増加に伴い2025年の法人税等の支払額（納税額）が増加

投資CF：2023年オフィス移転に伴う敷金の回収が2024年に発生していたため

財務CF：ほぼ変動なし

(単位:百万円)	2024/12 Q2	2025/12 Q2	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	168	△ 62	△ 230
投資活動による キャッシュ・フロー	25	△ 14	△ 39
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 103	△ 97	6
現金及び現金同等物の 期末残高	1,601	1,670	69

全社 | 各事業のKPI



		22/12期				23/12期				24/12期				25/12期	
	()内は単位	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
合計	売上高 (百万円)	630	583	586	603	602	565	578	581	596	537	888	542	534	488
単品	売上高 (百万円)	318	261	266	273	272	230	244	241	257	203	556	206	209	168
	月間 購入者数 累計(人)	35,510	31,775	30,961	35,193	30,509	28,132	27,900	32,566	27,680	26,106	25,461	27,720	23,804	21,588
	一人あたり 平均月間 購入額 (円/人)	8,971	8,220	8,601	7,773	8,938	8,178	8,753	7,402	9,274	7,795	21,859	7,448	8,799	7,815
定額制	売上高 (百万円)	312	321	320	329	329	335	334	340	340	334	332	335	324	319
	月間 購入者数 累計(人)	31,341	32,173	32,719	33,641	34,830	35,562	35,998	36,347	36,354	36,050	35,712	35,597	35,324	34,573
	一人あたり 平均月間 購入額 (円/人)	9,968	10,002	9,785	9,802	9,470	9,429	9,297	9,363	9,344	9,270	9,298	9,429	9,195	9,251

	22/12期				23/12期				24/12期				25/12期	
()内は単位	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
売上高 (百万円)	30	42	35	92	33	48	33	91	32	44	33	101	96	125
撮影件数 (件)	4,661	6,442	5,392	13,351	5,041	6,202	4,855	13,095	4,563	6,502	4,952	14,094	4,785	5,663
リピート 件数(件)	805	1,427	1,054	3,348	1,169	1,651	1,162	4,005	1,156	1,941	1,292	4,447	1,180	1,759
リピート率 (%)	17.3%	22.2%	19.6%	25.0%	23.0%	26.6%	23.9%	30.6%	25.3%	29.9%	26.1%	31.6%	24.7%	31.1%

本資料掲載イメージ（PIXTAの人気作品）ご紹介



作者名: 一期一会
素材番号: 127864788



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



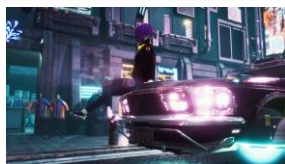
作者名: Umbrella
素材番号: 76900233



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



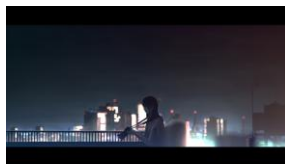
作者名: Keola
素材番号: 55018989



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



作者名: Fast&Slow
素材番号: 49723096

本資料掲載イメージ（PIXTAの人気作品）ご紹介



作者名: nisi
素材番号: 43562966



作者名: emma
素材番号: 77548005



作者名: emma
素材番号: 66598677



作者名: metamorworks
素材番号: 82651640



作者名: kikuo
素材番号: 33925147



作者名: tiquitaca
素材番号: 82267342



作者名: emma
素材番号: 77298768



作者名: emma
素材番号: 77298769



作者名: emma
素材番号: 76811681



作者名: emma
素材番号: 74795408



作者名: mits
素材番号: 24865916



作者名: ニワトコ
素材番号: 96209126

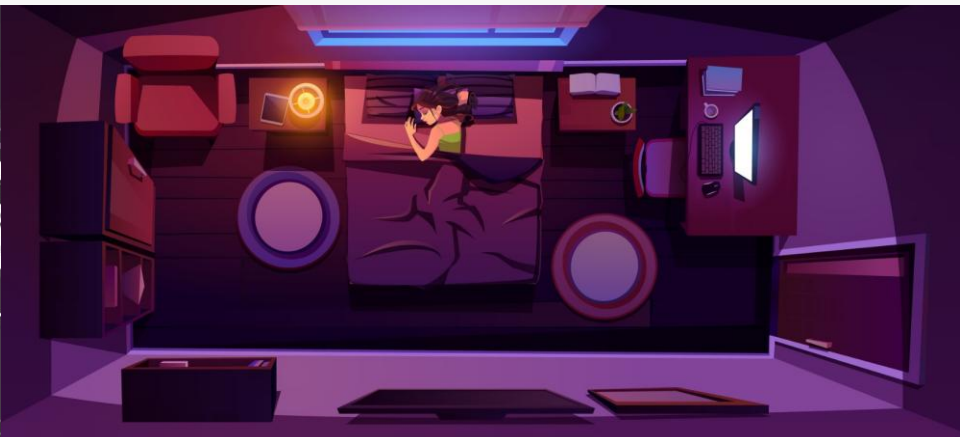
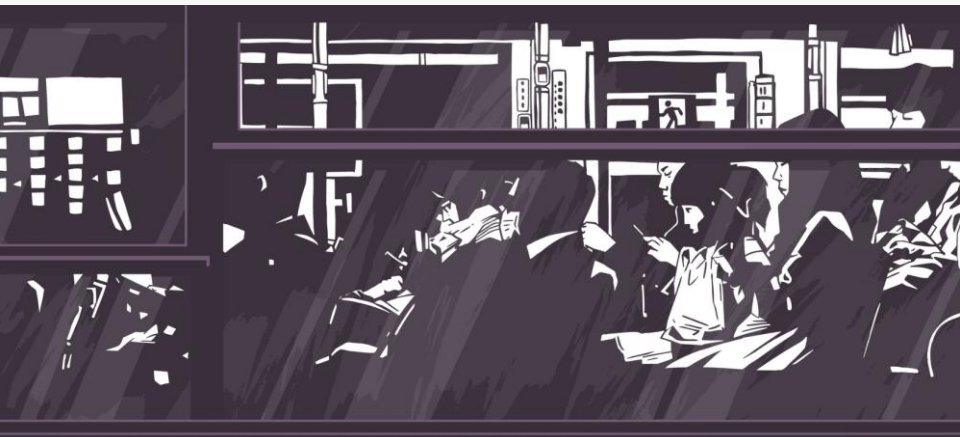


作者名: ニワトコ
素材番号: 110017997



04 会社概要

34



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



投稿クリエイター
登録数

約44万人

購入者登録数

約67万人

素材点数

約1億点

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1,450人

口コミ投稿数

約7万件

撮影件数

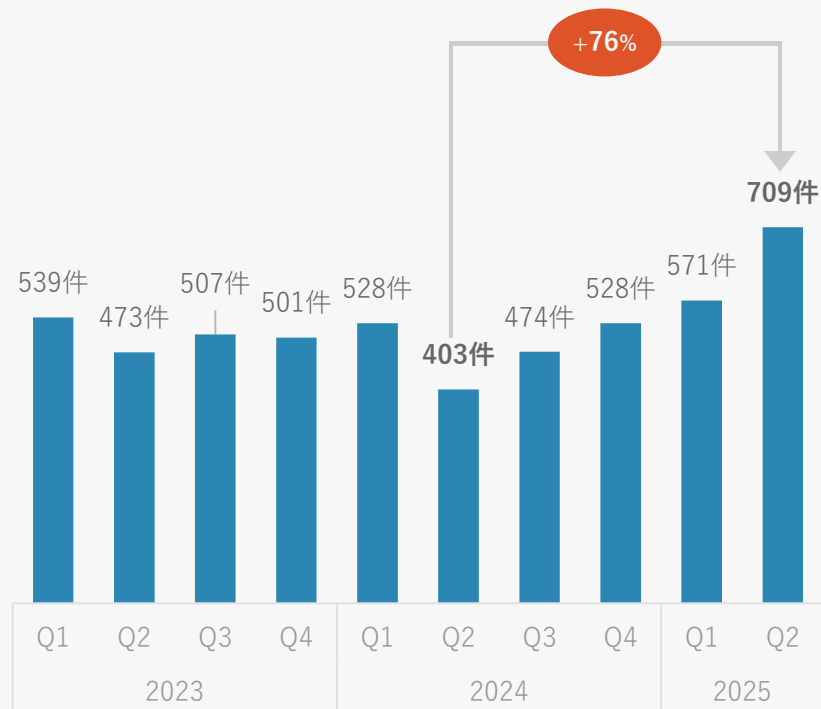
約16万件

その他 | PIXTAオンデマンド事業の概要

2020年6月よりPIXTAオンデマンド事業を開始

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シナジーがある

予約申込件数の推移



サービスの特徴

- 全国どこでも簡単にプロフォトグラファーを手配・撮影できるサービス
- 企業ホームページ用の撮影、店舗・施設の撮影、商品ブツ撮りなど、あらゆる種類の撮影に各分野のプロが対応
- 全国どこでも出張費込みの同一料金。撮影1時間＋色彩調整データ提供のスタンダードプラン（税込33,000円）が1番人気。納期・撮影時間・写真加工など複数オプションを用意

その他 | PIXTAカスタム事業概要

法人向け撮り下ろしサービス「PIXTAカスタム」を2023年7月より開始

PIXTAオンデマンドより大規模な撮影で、案件単価は百万円超に

PIXTAに長年蓄積された撮影ノウハウやモデル・クリエイターネットワークを活用

サービスの特徴



- 法人向けの撮り下ろしサービス。企画・ディレクション・モデル手配など、あらゆる撮影関連業務をワンストップで提供
- オーダーメイド撮影のため、顧客の要望に合った素材を提供可能。権利関係も柔軟に対応可能
- ライフスタイル・ビジネス・美容関連・アパレルなど、様々なジャンル・テーマに対応

全社 | 運営事業のポジショニングとセグメント

法人・個人の様々なビジュアルニーズを横断的に解決する「ビジュアルプラットフォーム」に



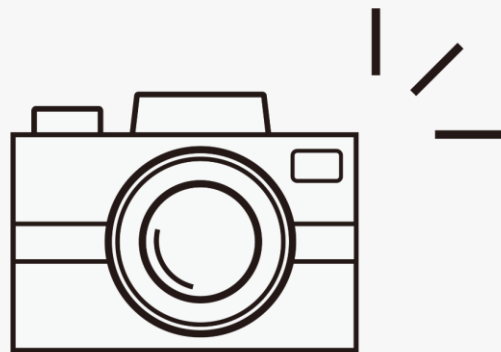
PIXTA事業を立ち上げた2つのきっかけ

①アマチュアカメラマンが台頭してきた

2003年に安価な一眼レフデジカメがヒットし、
アマチュアでも高品質な写真が撮れるようになった

②アマチュアカメラマンが評価を受けられる機会がなかった

当時は個人運営の写真投稿掲示板か、写真雑誌のコンテストしかなかった



ビジネス用途で著作権・肖像権などの権利関係がクリアかつ高品質な素材は、一般的に高価
海外の素材サイトは比較的安価だが、人物や日本独自の文化的な素材は不十分



購入者

高品質な日本素材を低コストで入手する手段がない
素材の権利関係が不安

一部のプロしか十分に稼げない
収入が不安定



クリエイター

自分の作品を販売したいクリエイターと、素材を使う人や企業を繋ぐ、マーケットプレイス
高品質な日本素材をリーズナブルな価格で提供。権利関係もクリア



クリエイター

アマチュア

プロ

素材投稿



報酬



PIXTA

写真素材

イラスト素材

動画素材

音楽素材

素材提供



決済



購入者

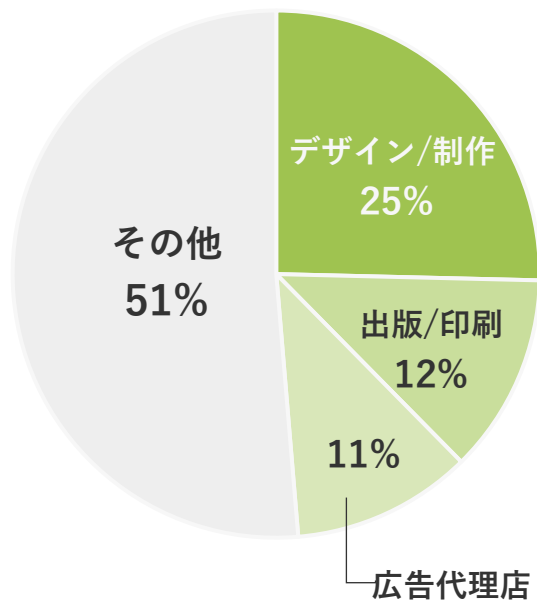
法人

個人

PIXTA | 主要なターゲット層

購入者の5割は業種がばらけており特定業種に依存しない。幅広い業界でデジタル素材を使用一方で、10万円以上購入する大口顧客は制作部門の顧客が大多数

購入者の業種構成



顧客の具体的なイメージ



1) 出版社の教材制作

社会科のデジタル教科書を制作しており、制作費用は抑えたいが、教科書に載せる写真でもあるため、権利関係のクリアな写真が数十枚必要だった。そのため、「安価」「著作権・肖像権が安心」の両方を備えているPIXTAを利用

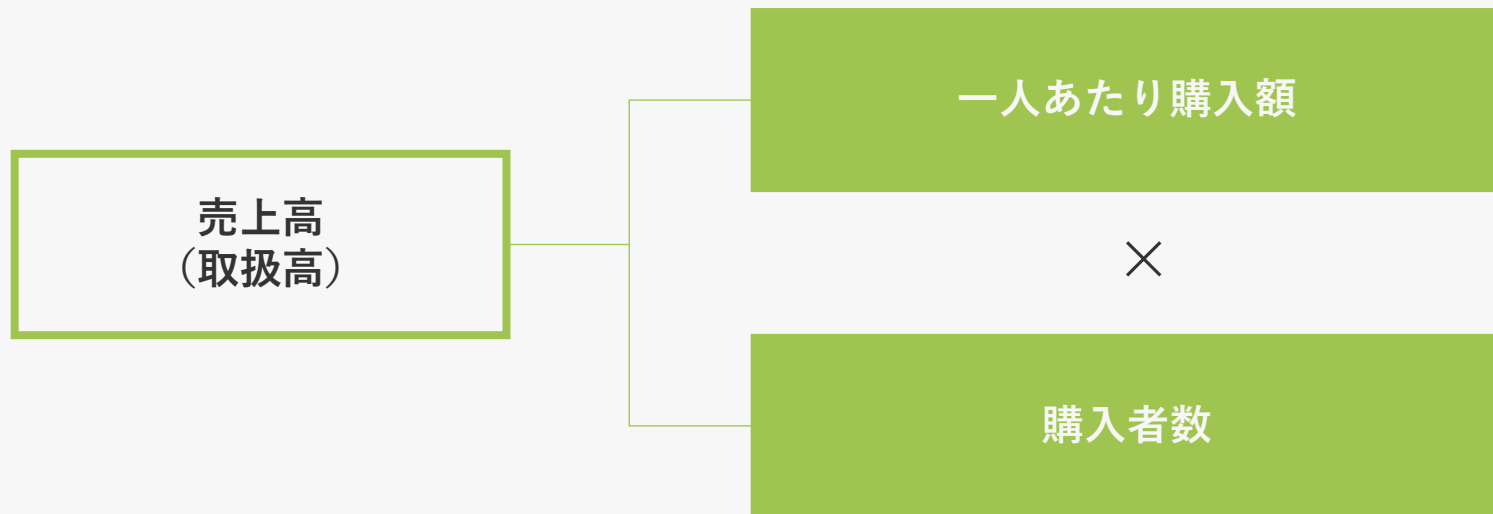


2) 広告代理店のクリエイティブ制作

人材派遣会社の動画広告用素材としてビジネスマンの写真・動画が必要だったが、欧米素材サイトでは日本人の素材が少なく、広告に合う素材が見つからなかった。そのため、日本人素材が豊富なPIXTAを利用。大量の広告を作成するので、月350点の定額制プランを利用

PIXTA | 収益構造の分解

KPIは「購入者数」と「一人あたり購入額」



PIXTA | 市場のポジショニング

他ストックフォトとは異なるポジショニングを確保

そのため激しい競争環境ではなく、住み分けが出来ている状態

競合1: 欧米ストックフォト



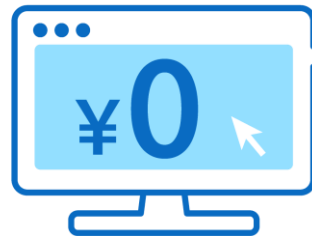
日本素材数でPIXTAが優位
海外素材を中心に扱っており、
PIXTAと比べ日本素材が少ない

競合2: 国内高価格帯ストックフォト
(報道などテレビメディア向け)



価格の安さでPIXTAが優位
高価格日本素材を扱っており
PIXTAと比べ高単価

競合3: 国内無料ストックフォト



素材数の多さでPIXTAが優位
PIXTAの素材数約9,000万点に比べ
圧倒的に素材数が少ない

写真館撮影では撮影場所が決まっており、顧客に負担
そのため自由な場所で撮影することへのニーズが存在



顧客

好きな場所で記念写真を撮りたい

子どもを写真館に連れて行くのが大変

空き時間を利用して、撮影で稼ぎたい

個人間の決済が面倒



フォトグラファー

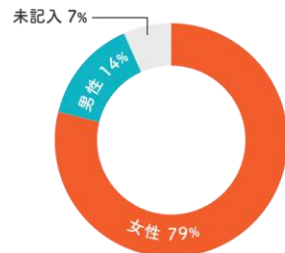
写真を撮って欲しいユーザーと、フォトグラファーをつなぐマッチングプラットフォーム



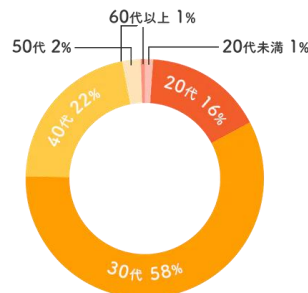
30~40代の母親がターゲット

家族で七五三・お宮参り・新生児の撮影など、記念写真を撮影する機会が多いため

顧客の性別構成



顧客の年齢構成



顧客の具体的なイメージ



1) 30代女性、長女1才。

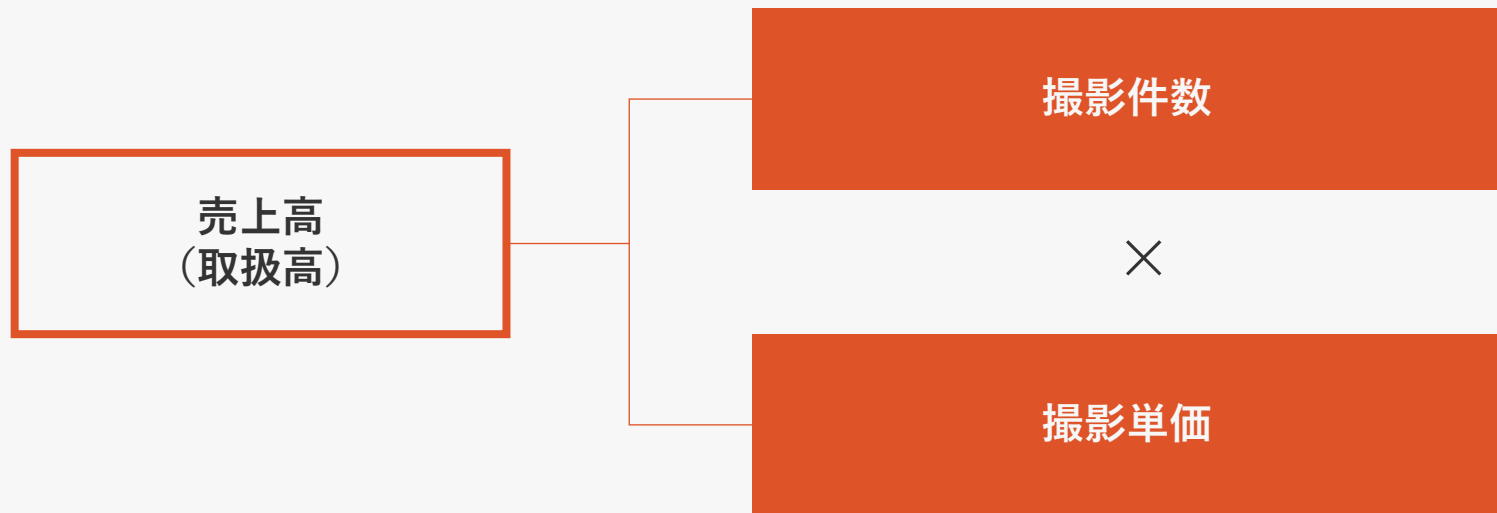
スタジオでマタニティフォトを経験したが、スタジオの固い雰囲気緊張してしまい、自然な表情を残すことができなかった。そこで、「普段から遊び馴染んだ公園なら緊張しないのでは？」と1才のバースデーフォト出張撮影を利用



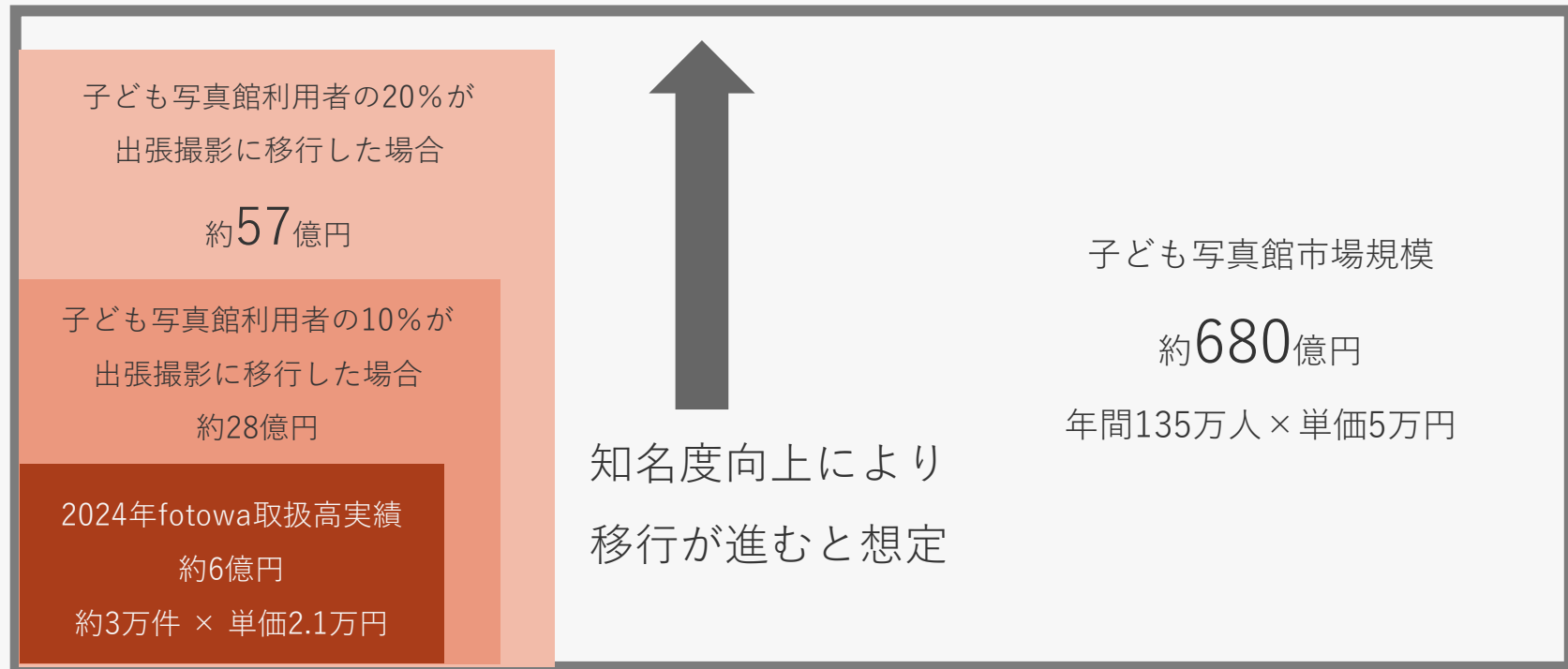
2) 40代主婦、長男5才。

長男がやんちゃで、いつも部屋で走り回っている。七五三で、写真スタジオでじっとしてもらえるか不安であることから、撮影とお参りを一緒にできる出張撮影を利用

KPIは「購入者数」と「一人あたり購入額」



顕在市場である子ども写真館利用者が徐々に出張撮影に移行する見込み



子ども写真館と比較すると自由度が高く、自然体の写真が撮影可能

fotowa



*地域により差があります

撮影場所

多彩な場所

スタジオ内

フォトグラファー

数人～数百人
から選べる*

店舗スタッフ

テイスト

ナチュラル
多彩なシーン

フォーマル
画一的

子ども写真館



素材番号 : 24865916

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2丁目21-1 渋谷ヒカリエ33階 JustCo Shibuya Hikarie
従業員数	連結114名 単体67名（2025年6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」 ・法人向け出張撮影・カメラマンサービス「PIXTAオンデマンド」 ・法人向け撮り下ろしサービス「PIXTAカスタム」
グループ会社	・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

経営管理部 IR担当

Email : ir@pixta.co.jp

IR情報 : <https://pixta.co.jp/ir>