



成長戦略

株式会社ピクセラ
(東証2部 : 6731)

2017年3月2日

当社の強みと実績

創業以来、映像技術領域のソフトウェア開発で培った開発力を生かし独創性の高い商品を企画販売

当社の強み

- 映像技術領域（放送、画像、通信等）のソフトウェアおよびアルゴリズム（*1）の開発力
- 長年に渡るソフトウェア開発で培われたノウハウにより、チップベンダー等が提供する開発キットに頼らない商品企画が可能
- 自社開発で蓄積されたソフトウェア資産を他の開発案件へ流用することによりコスト競争力のある開発が可能
- アプリケーションレイヤーだけではなく、物理レイヤー（ハードウェア）にも強く、ハードウェアの性能を活かしたソフトウェア開発力

*1 アルゴリズム

問題を解決するための方法や手順のこと。問題解決の手続きを一般化するもので、プログラミングを作成する基礎となる。

実績

- PC向けテレビ受信機
（PCでテレビが視聴できるシステム）
PC搭載シェアNo.1
AVC録画/AVCREC対応/3D放送対応
- モバイル向けテレビ受信機
（モバイル端末でテレビが視聴できるシステム）
モバイル向けシェアNo.1
iPhone/iPad/Android/Windows
向けのモバイルチューナー



累計出荷台数
230万台



累計出荷台数
65万台

- 地デジ対応STB
イオン(株)と共同で販売し総務大臣表彰を共同受賞



累計出荷台数
170万台

- 地デジ対応テレビ
**32V型から12V型までのコンパクトな
サイズを展開**



累計出荷台数
80万台

当社の現状と経営戦略

現状

- **特定商品へ傾斜**
 - 特定の商品へ開発資源投入し、迅速な商品開発を行う。
- **OEM戦略**
 - 販売力のあるOEM先と提携し、在庫リスクを軽減させながらも、タイムリーに市場へ商品を提供。

ビジネス機会の拡大

- **当社の強みを生かせる市場の拡大**
 - 2018年より4K・8K実用放送が開始されることにより、4K・8K放送に対応するテレビチューナーの需要が拡大。
 - IoT市場、ARVR市場、AI・ビッグデータ市場の勃興と拡大。
- **自社ブランドでの販売機会**
 - これまでとは違う大きな市場の勃興により、リテール向けに自社ブランドにて販売を行う機会が拡大。

成長機会

新規事業

自社ブランド戦略

経営戦略

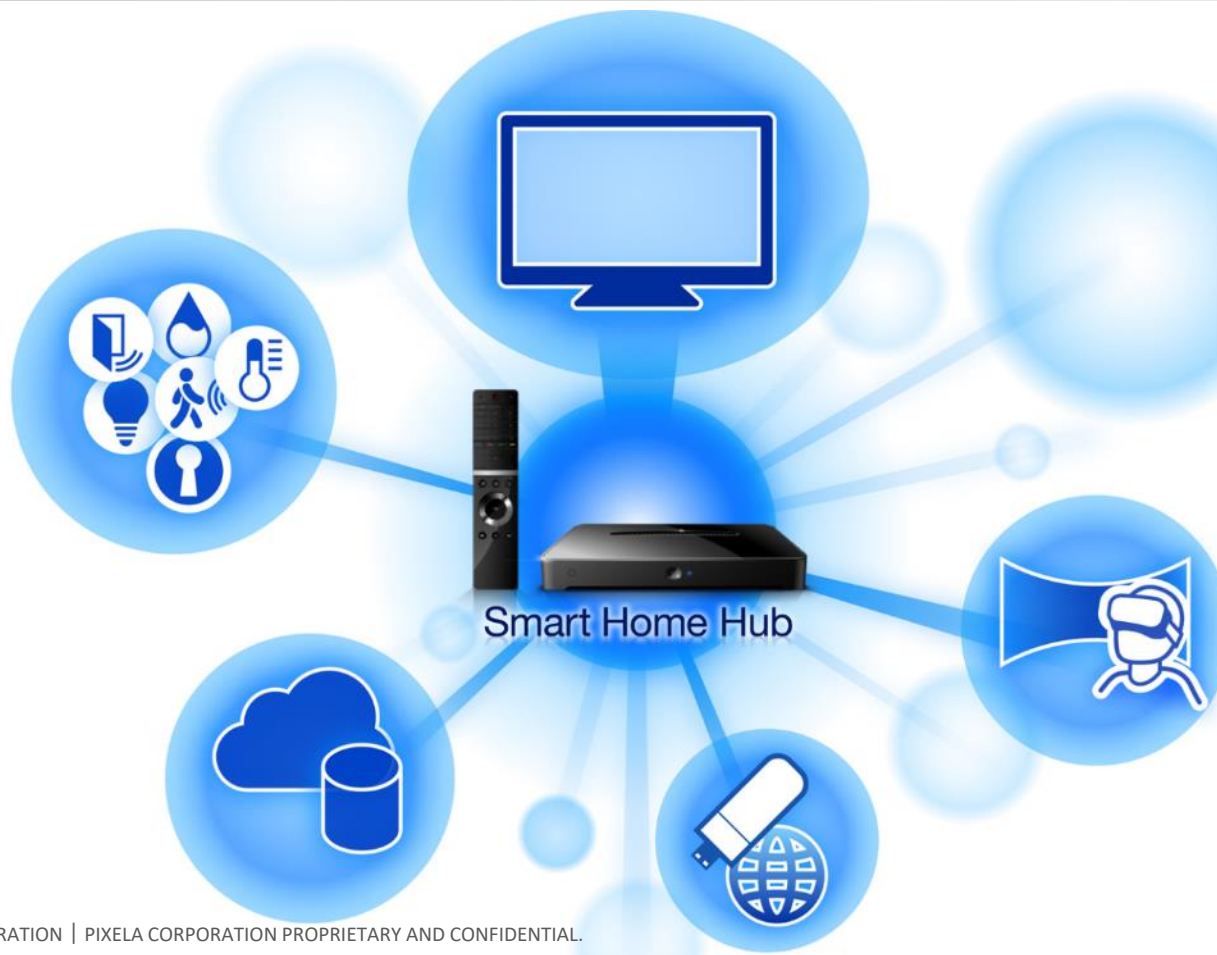
- **拡大する事業領域において新たな事業の柱を構築する**
 1. スマートホームハブ事業
 2. ホームIoT事業
 3. AI・ビッグデータ事業
- **マーケティング力の強化**

ブランド力、販売力を強化し、自社商品を「ピクセラ」ブランドでエンドユーザーへ提供を行う。
- **提携・M&A等による協業を積極展開**

当社の強みを生かせる事業

スマートホームハブ事業

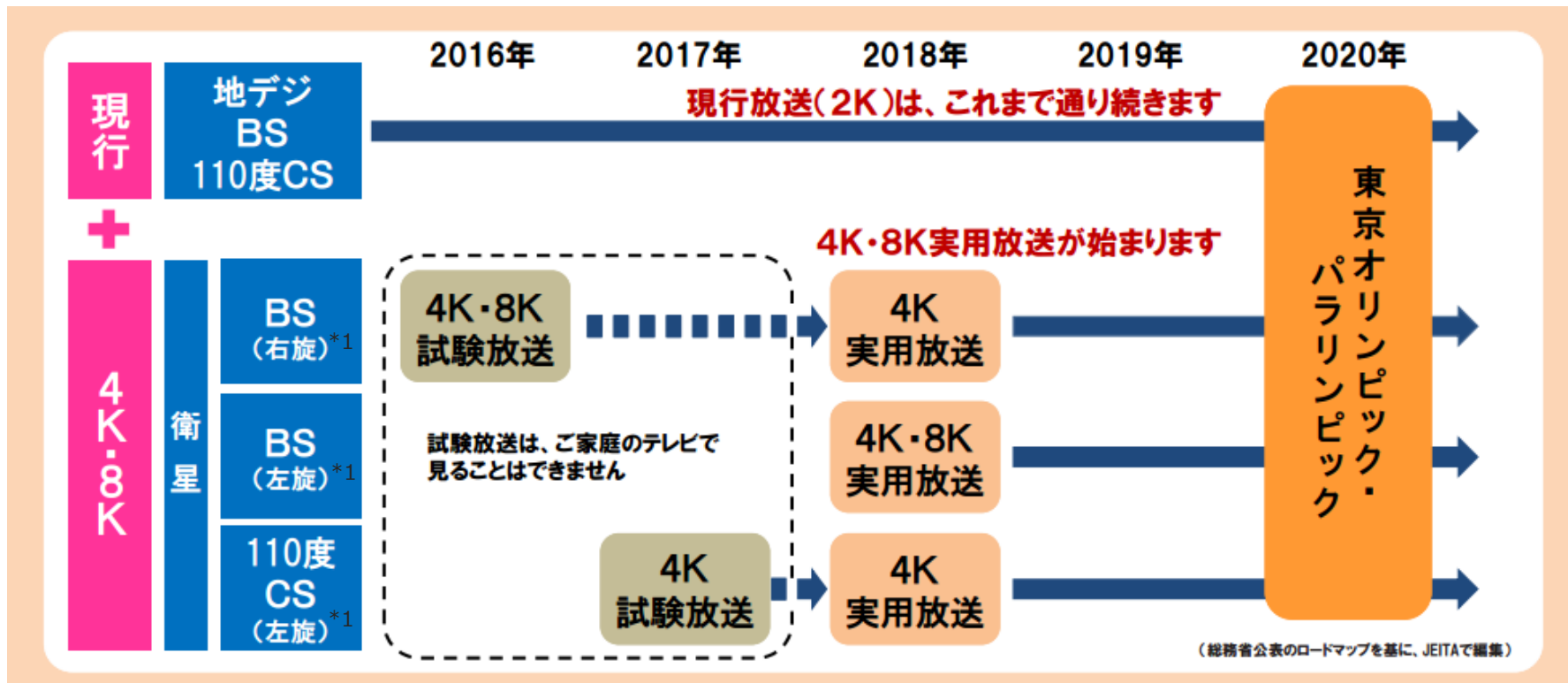
4K放送受信、IoT、AI・ビッグデータ、ARVR、翻訳、これら技術を包括的に提供できることを強みに、革新的な製品・サービスとしてスマートホームハブを普及展開



今後4K実用放送に合わせビジネス機会が拡大

スマートホームハブ事業

2018年 BS・110度CSで4K・8K実用放送が開始される



*1 右旋・左旋

電波の偏波面(電界の振動面)が時間とともに回転するものを円偏波と呼び、その回転方向が進行方向に向かって右回りのものを右旋円偏波、左回りのものを左旋円偏波と呼びます。それらを略して、右旋・左旋と呼びます。

出典：総務省『もっと楽しもう！4Kテレビ』リーフレットより一部抜粋
http://www.soumu.go.jp/main_content/000427528.pdf

4K放送に対応したビジネス機会の拡大

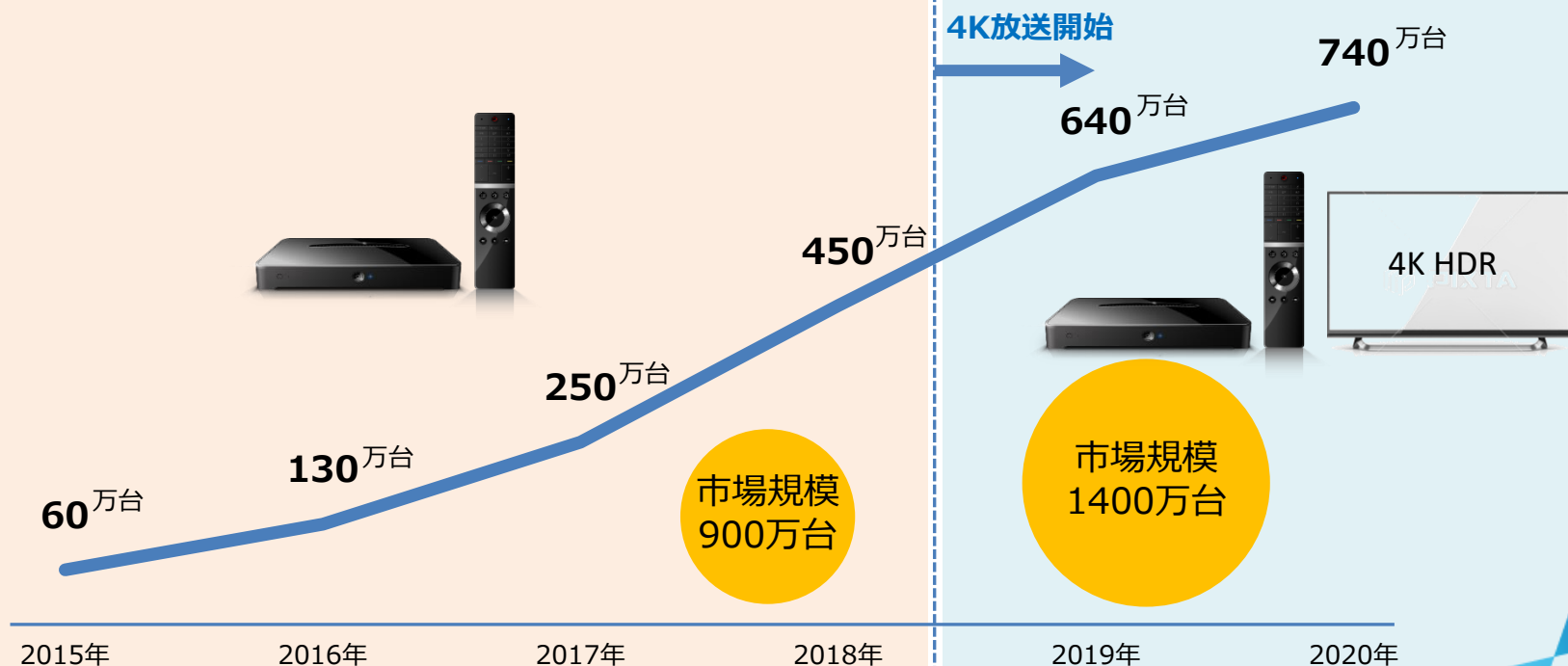
スマートホームハブ事業

2018年より開始される4K実用放送、2020年の東京オリンピックに向け、4Kテレビ及び4K放送対応のSTBの需要が拡大が見込まれる

国内4K（対応）テレビ市場規模と当社プロダクト

- 「高度BS 4K放送を受信できないテレビ」累計900万台に対し、当社は2018年夏、廉価版（2万円以下）STBを発売

- 4K放送開始後、当社はSTBと4Kモニターをセットにした「4Kテレビ」を販売



成長が期待される次世代テレビ市場

スマートホームハブ事業

次世代テレビ市場は、年平均成長率50%以上で成長すると予測される。
2020年までに3,300万世帯に普及し市場規模としては、2.5兆円と想定される。

※デバイスの平均価格を77,000円と設定した場合

市場・分野(単位)			2014	2015	2020	年平均成長率(%)
			(※は年、それ以外は年度)			
デバイス 市場	携帯電話端末(世界)	(百万台)	1,907	1,980	2,244	2.7%
	うち国内	(百万台)	38.2	38.4	31.5	-3.2%
	携帯電話契約(国内)	(万契約)	12,810	13,080	13,960	1.4%
	タブレット・電子書籍端末※	(万台)	1,092	1,217	1,270	2.5%
	超高精細テレビ	(万世帯)	166	333	1,996	51.4%
	インターネットテレビ	(万世帯)	1,831	2,036	3,053	8.9%
	うち次世代スマートテレビ	(万世帯)	97	295	1,339	54.9%
	デジタルカメラ※	(万台)	640	580	610	-0.8%
	デジタルビデオカメラ※	(万台)	140	130	130	-1.2%
	車載情報端末	(万台)	569	582	630	1.7%
	ウェアラブル端末※	(万台)	44	103	556	52.6%
	3Dプリンター	(万人)	13	17	83	36.1%

ターゲット市場
スマートホームハブ
の市場規模

出典：野村総合研究所

当社のスマートホームハブ事業戦略

スマートホームハブ事業

4K放送対応の新STBにAI、AR/VR、IoT機能を搭載し、屋内利用に加え屋外でもスマートフォン等を通じて利用できるスマートホームのプラットフォームを提供



販売戦略

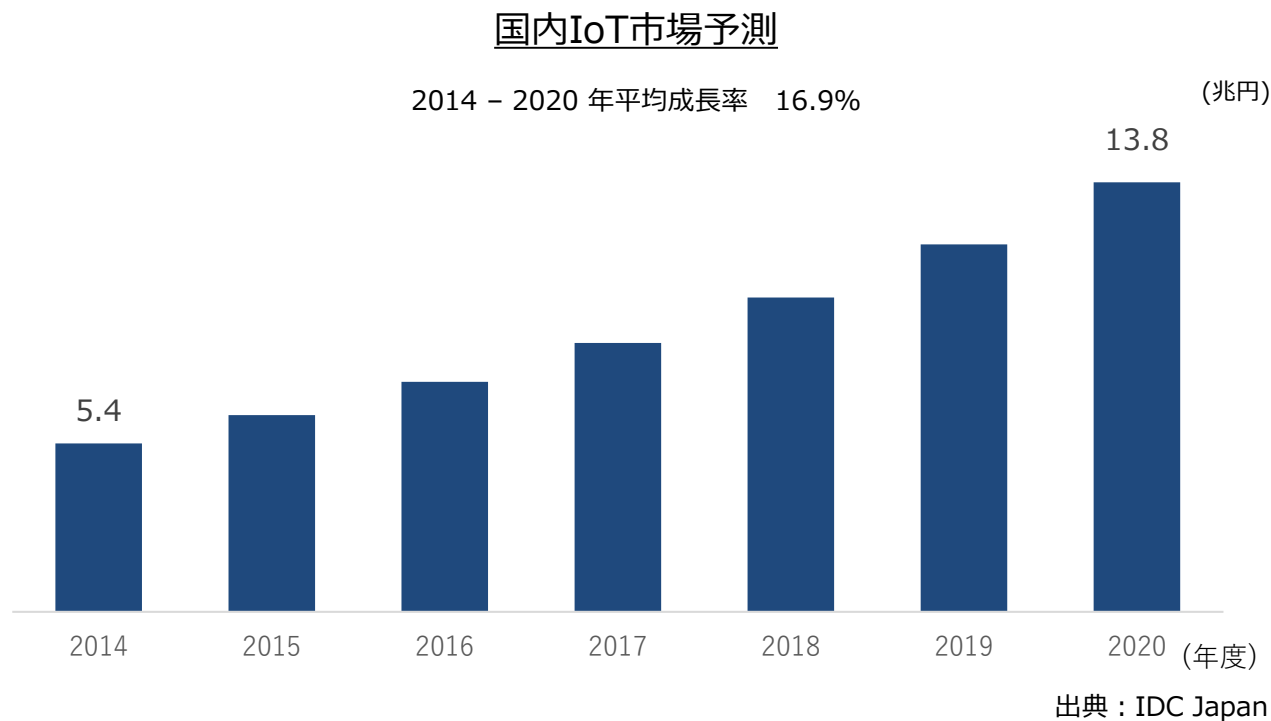
- 当社の高度BS 4K技術を軸とし、以下のターゲット市場へ展開
 - コンシューマ市場
 - ホテル・旅館・民泊市場
 - サイネージ市場
 - CATV市場
- 量販店、自社ECサイト、Amazonを通じ、自社ブランド商品として販売
- 通信会社、ケーブル局向けにカスタマイズ対応

成長が期待されるホームIoT市場

ホームIoT事業

国内IoT市場は、2020年まで年間平均成長率16.9%で成長し、13.8兆円に達すると予測される。

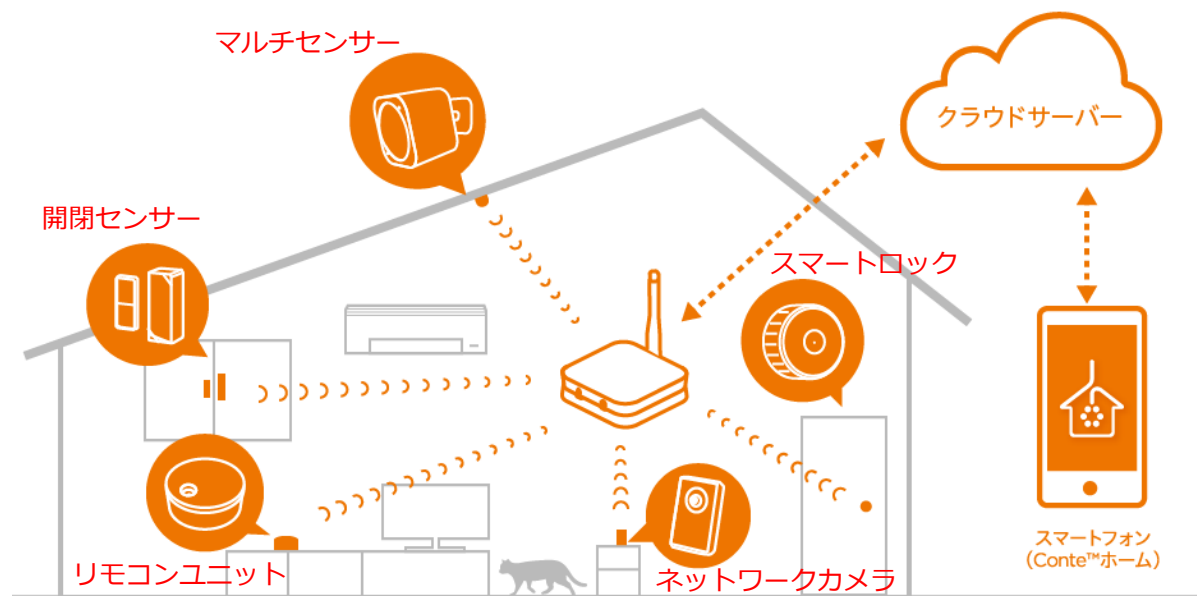
当社のターゲットとなるホームIoT市場も、2016年7,000億円から2020年にIoT市場の10%にあたる1.4兆円に達すると予測される。



当社のホームIoT事業戦略

ホームIoT事業

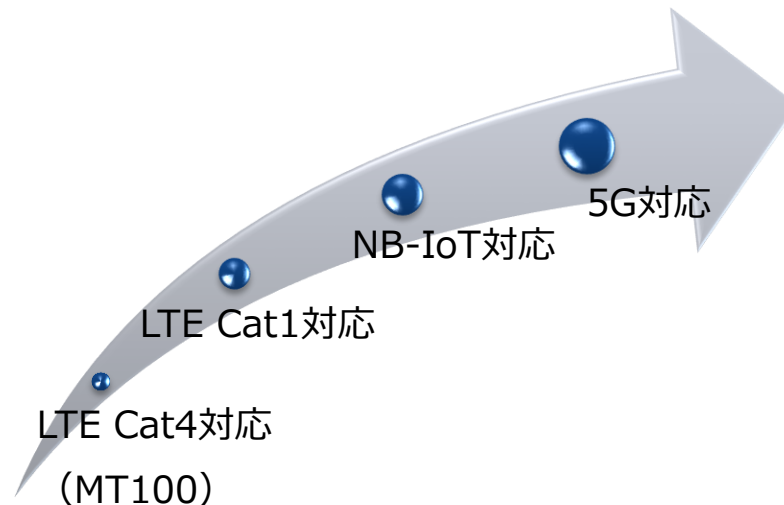
センサー・ゲートウェイ・IoTサーバー・スマホアプリの全てが揃ったIoTプラットフォームを提供



販売戦略

- 自社開発サービスによるカスタマイズ性の高さ、課金システムまでを含んだプラットフォームにより、各企業様が、簡単、安価、スピーディーに独自のサービスを始められる仕組みを提供。
- 自社ECサイトNextMallにて、月額課金のビジネスモデルを展開。

通信規格に応じたデバイスをタイムリーに提供



販売戦略

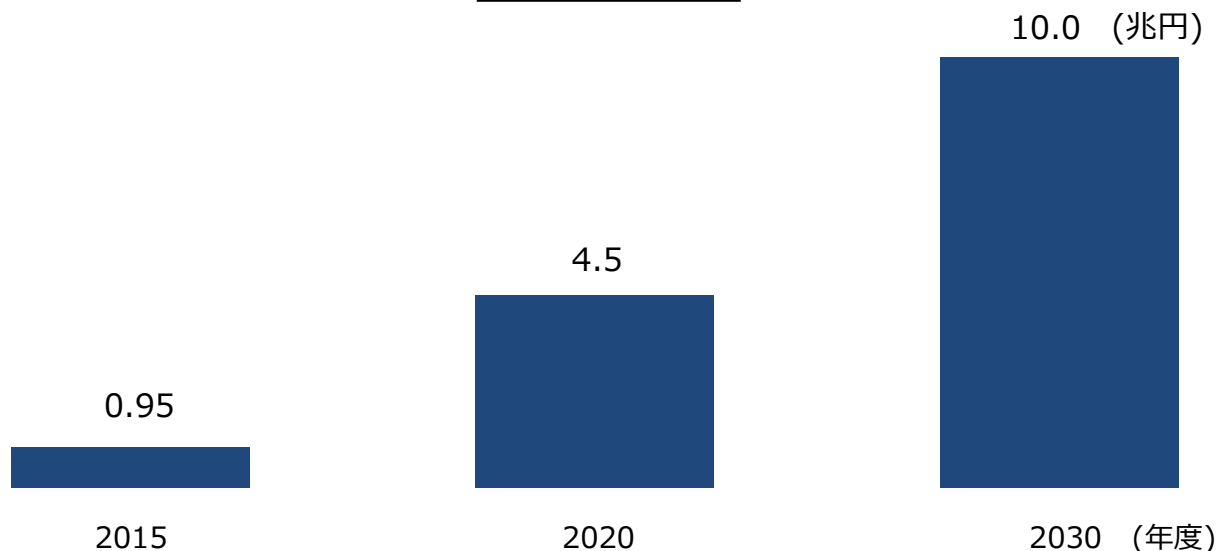
- デバイス開発の豊富な経験と見識を活かし、機能追加等の顧客に応じたカスタマイズ対応
- MVNOとしてサービスを展開
LTE対応USB Dongle (PIX-MT100) と同時購入の場合、高速容量無制限のLTEが業界最安値 月額 ¥1,480 (税別) で提供開始
- SIMフリーの端末を安価に提供
- デジタルマーケティングを活用したプロモーションの実施

今後、成長が期待されるAI・ビッグデータ市場

AI・ビッグデータ事業

サービス、広告、生活関連情報分野でAIを活用した機器、システム等の市場規模は2020年に4.5兆円となる予測

国内AI市場予測

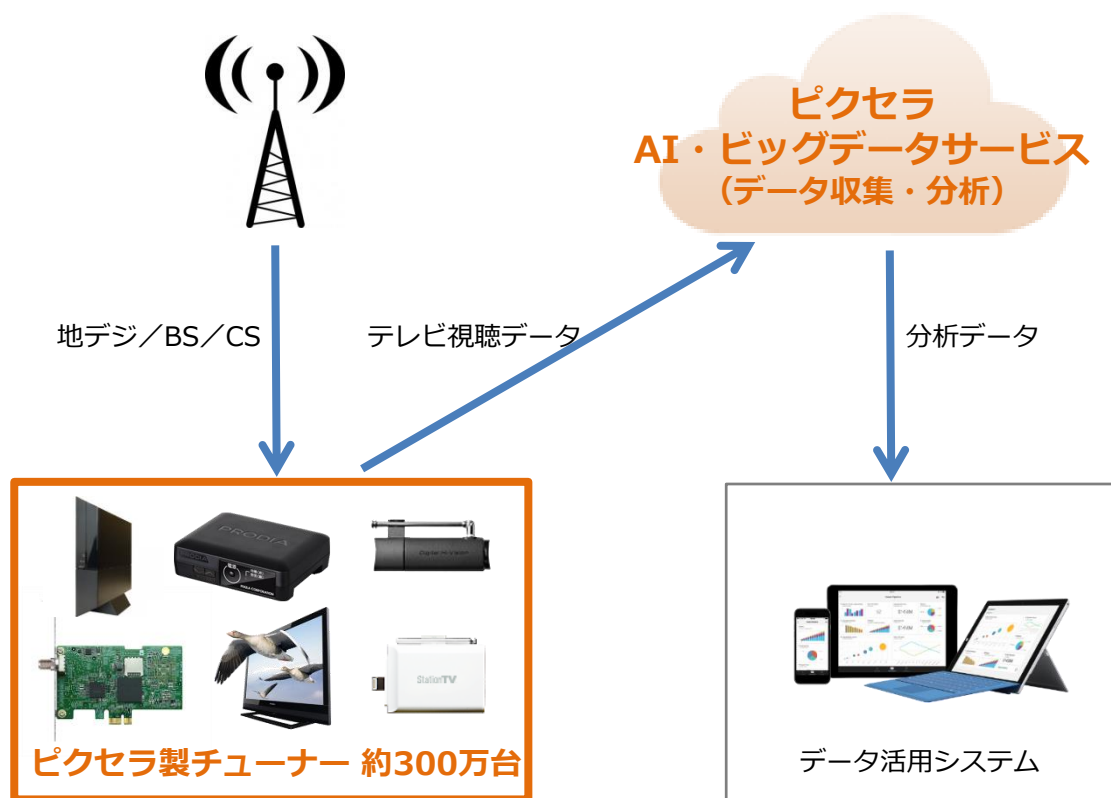


出典：EY総合研究所

当社のAI・ビッグデータ事業戦略

AI・ビッグデータ事業

当社デバイスから得られたデータ（情報）を製品・サービスの向上につなげるとともに、新たなビジネスモデル構築



販売戦略

- 既にピクセラ製チューナーのユーザーが存在、テレビ視聴に関するビッグデータ収集が可能
- テレビ視聴データの利活用により新たなビジネスモデルを構築
- ターゲティング広告を検討中の広告主様へのデータ・分析結果の販売
- APIを公開しデータ分析基盤をオープン化することで、他社が使えるプラットフォームとして提供

引き続き、市場No.1企業として継続した新製品の投入

○ 新製品予定

- ・4K放送対応
- ・AI・ビッグデータ技術との連携による新視聴サービス
- ・ハイエンドモデル（4チューナ・4トラコン搭載）の展開



販売戦略

- 国内生産による安定した品質、OEM 評価基準に裏打ちされた安定性、これらを武器に市場を寡占化
- 顧客利用環境に合わせたTV視聴環境提供
 - ・ Platform Free (OS)
 - ・ Device Free (PC, タブレット, スマホ, USB (バスパワー)、PCI、ネットワーク接続、モバイル接続)
 - ・ Location Free (宅外視聴機能、ネットワークチューナ機能)

協業によるパートナー戦略

世界的プレイヤーとのパートナーシップ

スマートホームハブ分野

New

新しいパートナー企業と新分野の開発に取り組んでおります。

IoT分野



ホームIoT事業における、その基幹となるクラウドサーバーはAWSを用いて開発をおこなっています。当社が開発したホームIoTサービスの認知を目指し、市場での採用を加速するべく、APN（AWS パートナーネットワーク）テクノロジーパートナーとしてAWSサミット参加、共催セミナー開催等の活動を実施。

AI・ビッグデータ分野



当社はデジタル放送受信機の技術を通して、視聴データを収集し、AI技術を有効利用することが出来ます。

Microsoft Cognitive Services（マイクロソフト認知サービス API）というAI技術を使った新しいサービスを開発中です。

自社ブランド戦略

- ・ 利用者の利便性を高める商品・サービスを「ピクセラ」ブランドでエンドユーザーへ提供
- ・ OEM提供比率を下げ、利益率の向上を図る

販売力強化

家電量販店

ECサイト

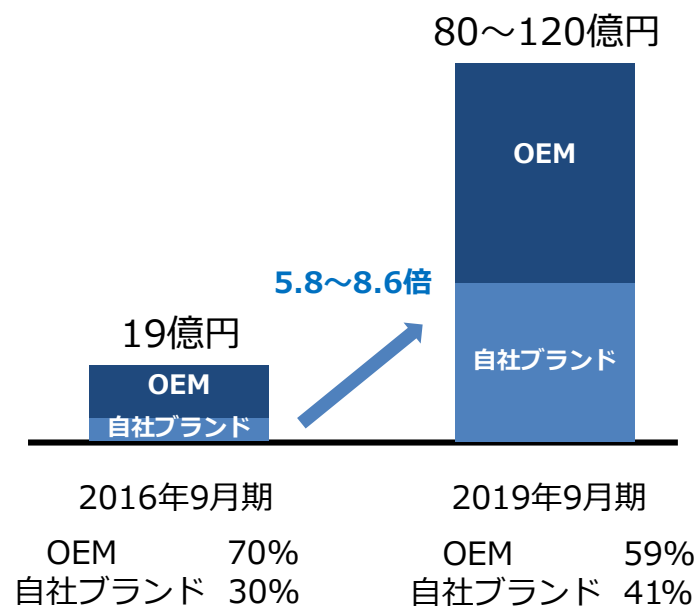
ブランド力の強化



総合小売

通販

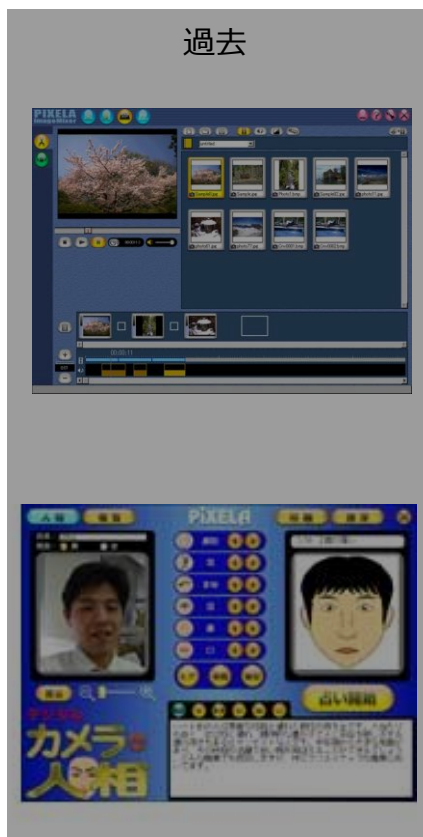
売上高



コーポレートアイデンティティ（CI）戦略

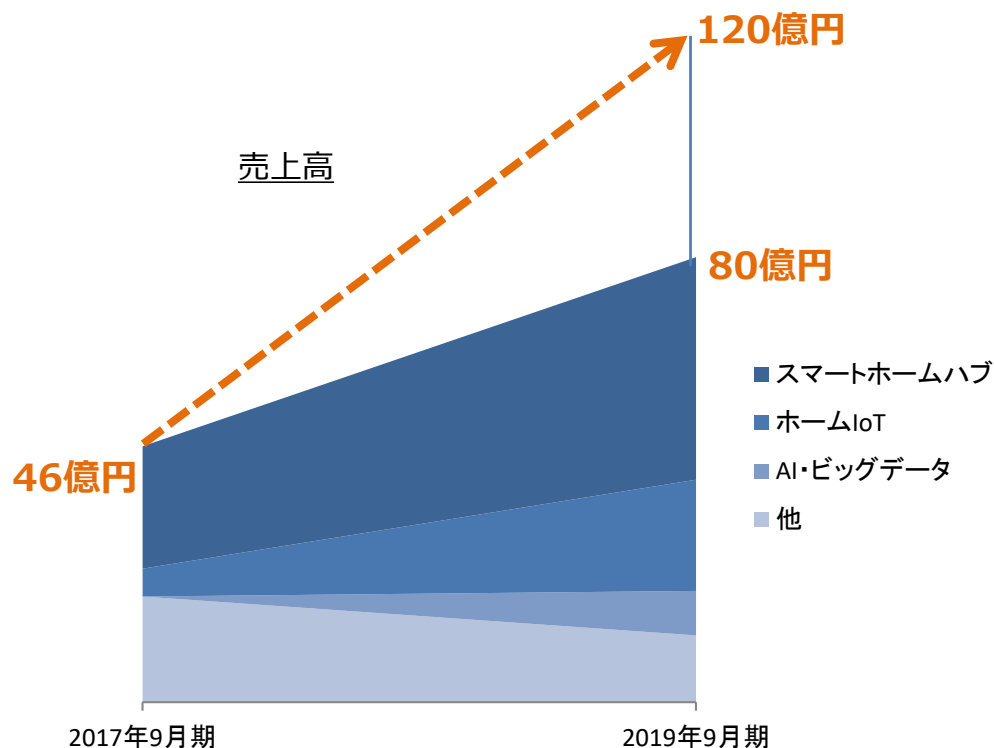
自社ブランドビジネス強化のため、ピクセラブランドの刷新を実施中

- デザインチームの増強を実施中
- CI・ロゴ・ブランドデザインの刷新（2017年10月予定）



中期目標 2019年9月期

2019年9月期 **営業利益率10%** **営業利益10億円**



	2017年9月期	2019年9月期
売上高	46億円	80～120億円
		内訳 OEM 47～71億円 自社ブランド 33～49億円
【売上高内訳】		
スマートホームハブ	22億円	40～60億円
		内訳 OEM 28～42億円 自社ブランド 12～18億円
ホームIoT	5億円	20～30億円
		内訳 OEM 15～23億円 自社ブランド 5～7億円
AI・ビッグデータ	-	8～12億円
		自社ブランドのみ
他	19億円	12～18億円
		内訳 OEM 4～6億円 自社ブランド 8～12億円
営業利益	0.6億円	8～12億円