



# 2024年12月期 第1四半期 決算補足資料

---

2024年5月15日

株式会社ピアラ 東証スタンダード市場（証券コード：7044）

# Agenda

**01** 2024年12月期 第1四半期決算概要

**02** 2024年12月期 通期見通し

**03** Appendix

**01**

# 2024年12月期 第1四半期決算概要

# 2024年12月期 第1四半期決算進捗

- 売上高は大手の回復もあり、2,948百万円と前4Q比では**46.9%増**と大きく伸張
- 売上高好調の主な要因は、一部クライアントの期末特需による影響で想定以上に推移
- 利益については、一部の新規受注案件での納品遅れにより伸び悩む

売上高

2,948百万円

前年同期比  
+338百万円 (+13.0%)

営業利益

△59百万円

前年同期比  
△36百万円 (-%)

経常利益

△49百万円

前年同期比  
△20百万円 (-%)

親会社株主に  
帰属する  
四半期純利益

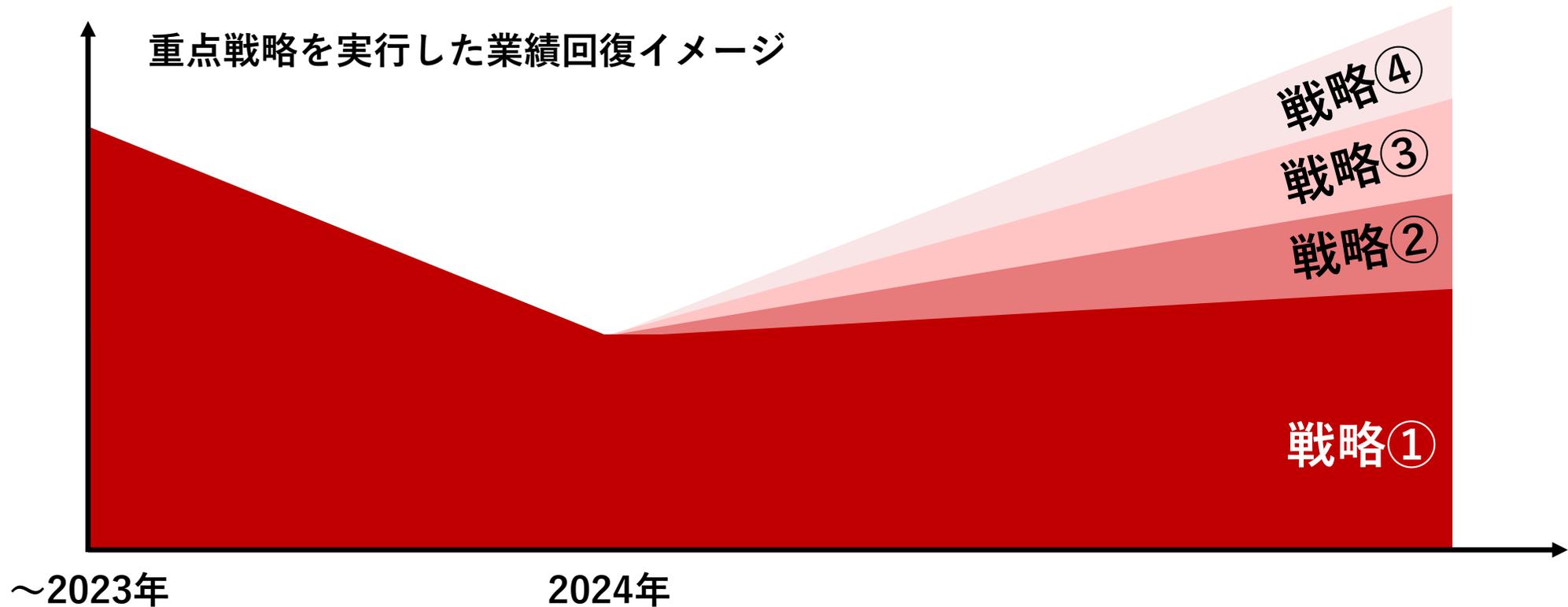
△69百万円

前年同期比  
△31百万円 (-%)

ご参考：EBITDA △38百万円

# 📍 2024年12月期の重点戦略

- 1 2023年売上高上位20社の大型クライアントの落ち込みを止め、前年を上回る
- 2 既存クライアントの成長と新規クライアントの獲得及び納品力の向上
- 3 マーケティングDX事業の取引社数増加
- 4 one move(株)等の子会社及び自社事業での成長

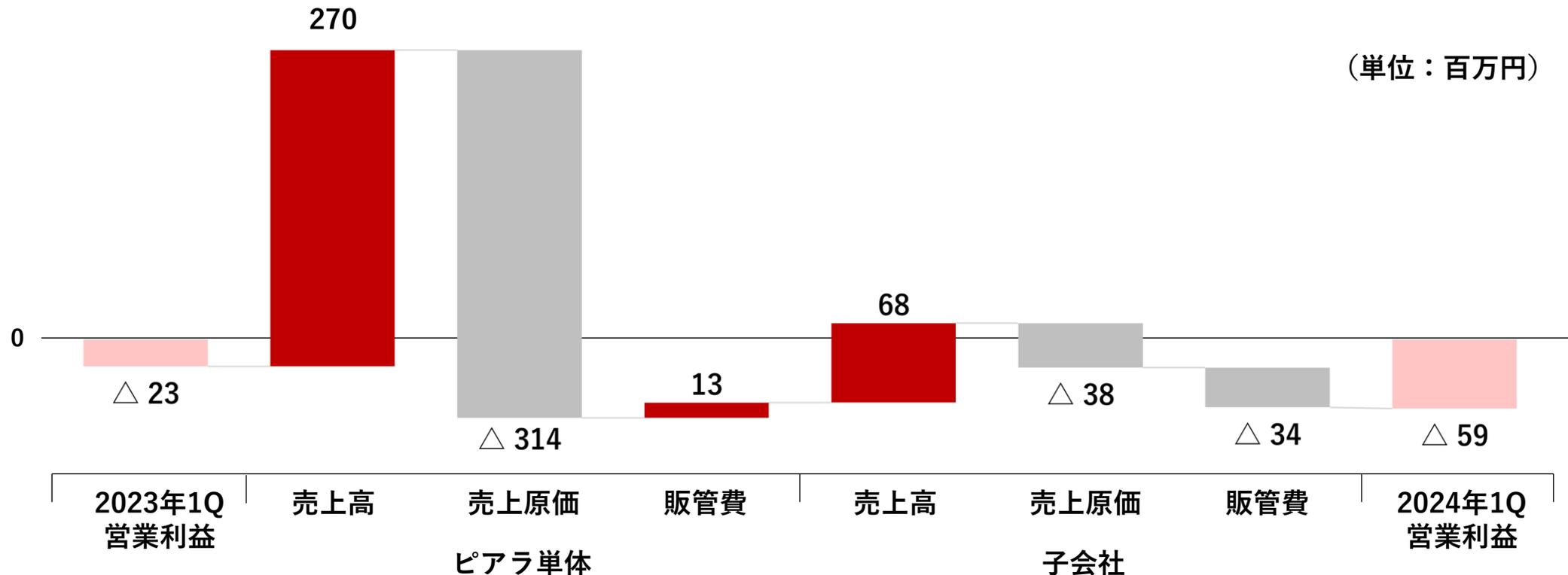


# 重点戦略の進捗状況

項目	進捗	評価
戦略①	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 2023年売上高上位20社は計画値に対して進捗率29.6%と好調に推移</li><li>■ 一部クライアントの期末特需も発生（前年も同様）</li><li>■ 引き続き、納品力向上及び通販DX事業による拡張を目指す</li></ul>	
戦略②	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 2023年売上高上位20社以外においても、成長ポテンシャルが見える既存クライアントが複数あり</li><li>■ 新規クライアントの獲得は計画以上に推移しているが、これは一部の新規大型クライアント獲得の影響によるもので、その他の新規は概ね計画通り</li><li>■ 通常は納品までの期間に平均3ヶ月程度を要し、そこからの拡張までの期間が一定発生するため、今後のリソース拡大も重要</li></ul>	
戦略③	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 計画に対して△4社と若干の未達成だが、提案数からの受注率は安定しており、今後キャッチアップ予定</li><li>■ D2C以外の分野での成長案件も出始め、クロスセルの受注も進む</li></ul>	
戦略④	<ul style="list-style-type: none"><li>■ one move(株)が想定よりも好調に推移、(株)ジョシュアツリーはPMI実行中で今後のピアラグループへの連携に期待、PG中国は赤字が拡大していることから販管費の圧縮等の業績回復施策を引き続き実施中</li><li>■ 自社事業では、新設分割によってエンターテイメントDX事業を(株)サイバースターに承継</li></ul>	

# ② 連結営業利益の増減分析（対前年同期比）

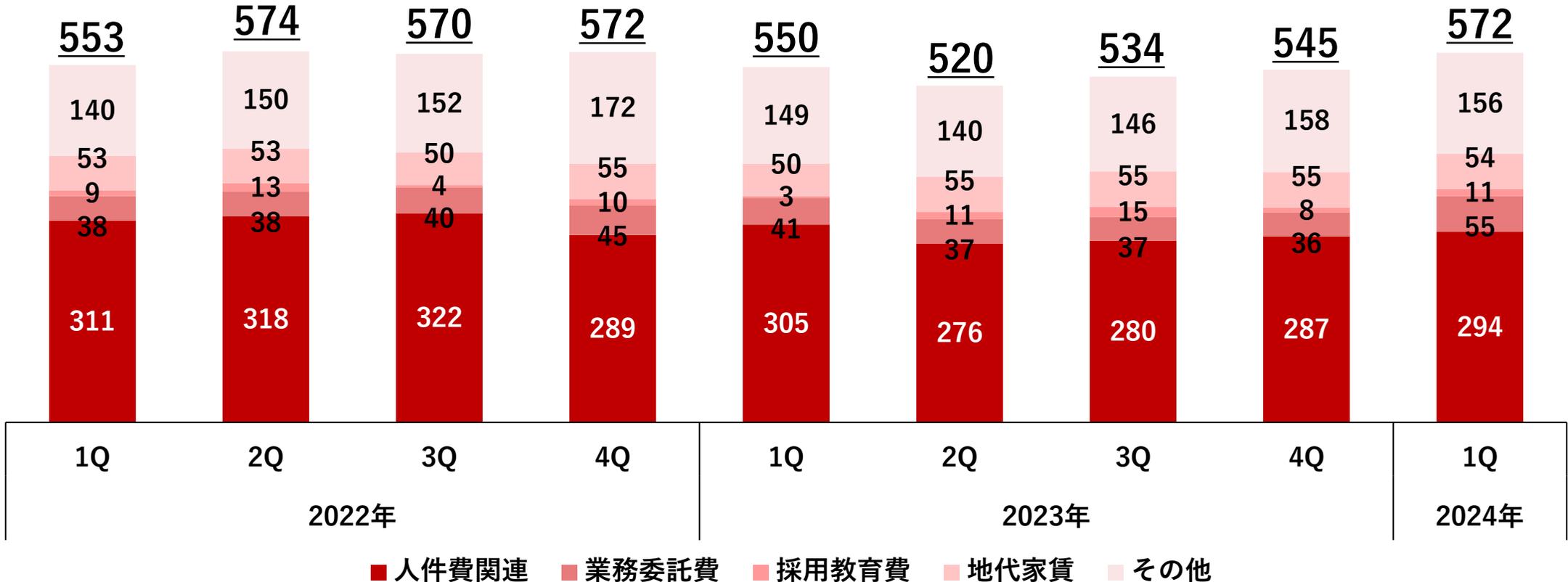
- ピアラ単体では売上高は増加したものの、粗利率の低い案件により売上原価が増加  
 販管費は、常勤取締役の役員報酬一部自主返納等を含めた人件費削減による減少
- 子会社は、主にone move(株)を連結子会社化したことで売上高及び販管費が増加
- 中国を含む一部子会社は厳しい状況の中、回復施策に注力



# ◎ 販管費の推移

- Q on Q : 4.9%増、Y on Y : 4.0%増
- 業務委託費を含め、販管費全体を通じて通期決算に伴う一過性の費用増加
- 採用教育費は、納品力強化を含めピアラグループ全体での採用活動の強化に伴う増加

(単位：百万円)



# PIALA 連結貸借対照表

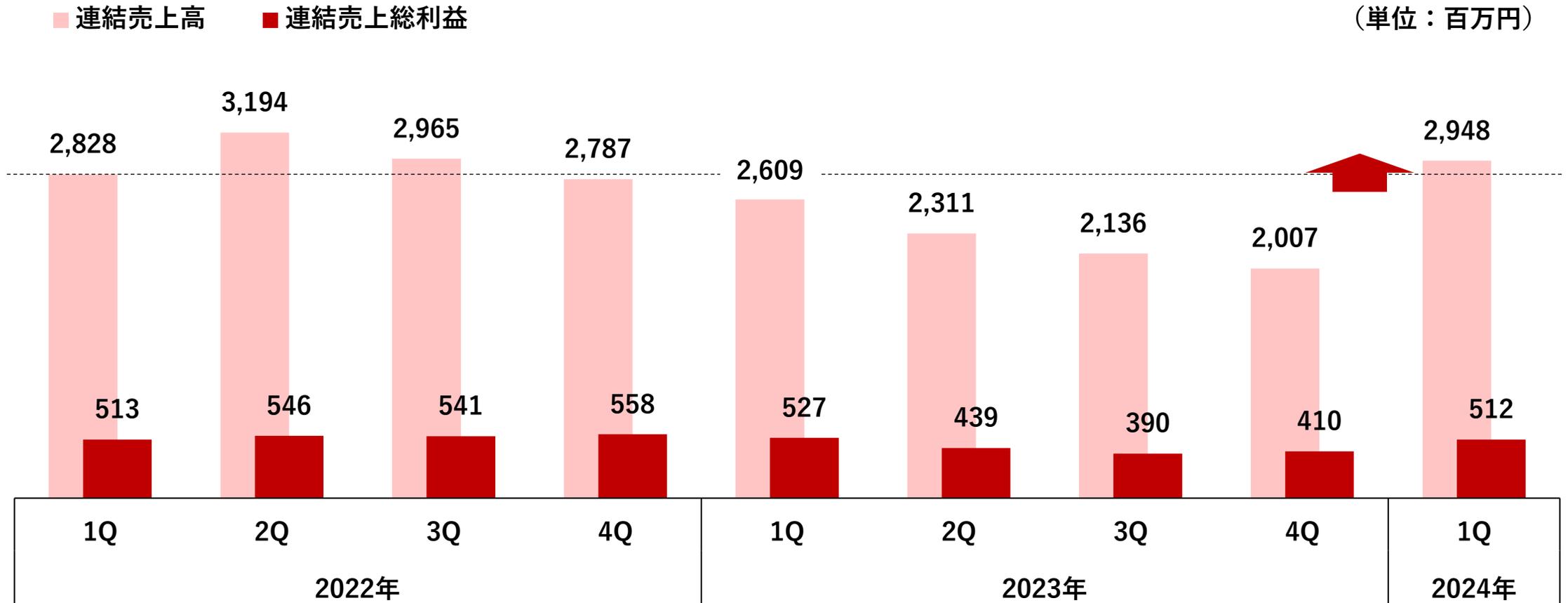
- ピアラの売上が増加したこと及び(株)ジョシュアツリーを取り込んだことで流動資産、流動負債が増加

(単位：百万円)

	2023年12月末	2024年3月末	増減額	
資産の部	現金及び預金	1,952	1,633	△319
	受取手形及び売掛金	879	1,646	766
	流動資産合計	3,057	3,588	530
	投資その他の資産	418	429	10
	固定資産合計	485	657	171
	資産合計	3,543	4,245	702
負債の部	買掛金	747	1,363	615
	短期借入金	1,130	1,190	60
	流動負債合計	2,751	3,535	783
	長期借入金	188	174	△13
	固定負債合計	208	193	△15
	負債合計	2,960	3,729	768
純資産の部	株主資本合計	529	464	△65
	純資産合計	582	516	△65
負債純資産合計	3,543	4,245	702	

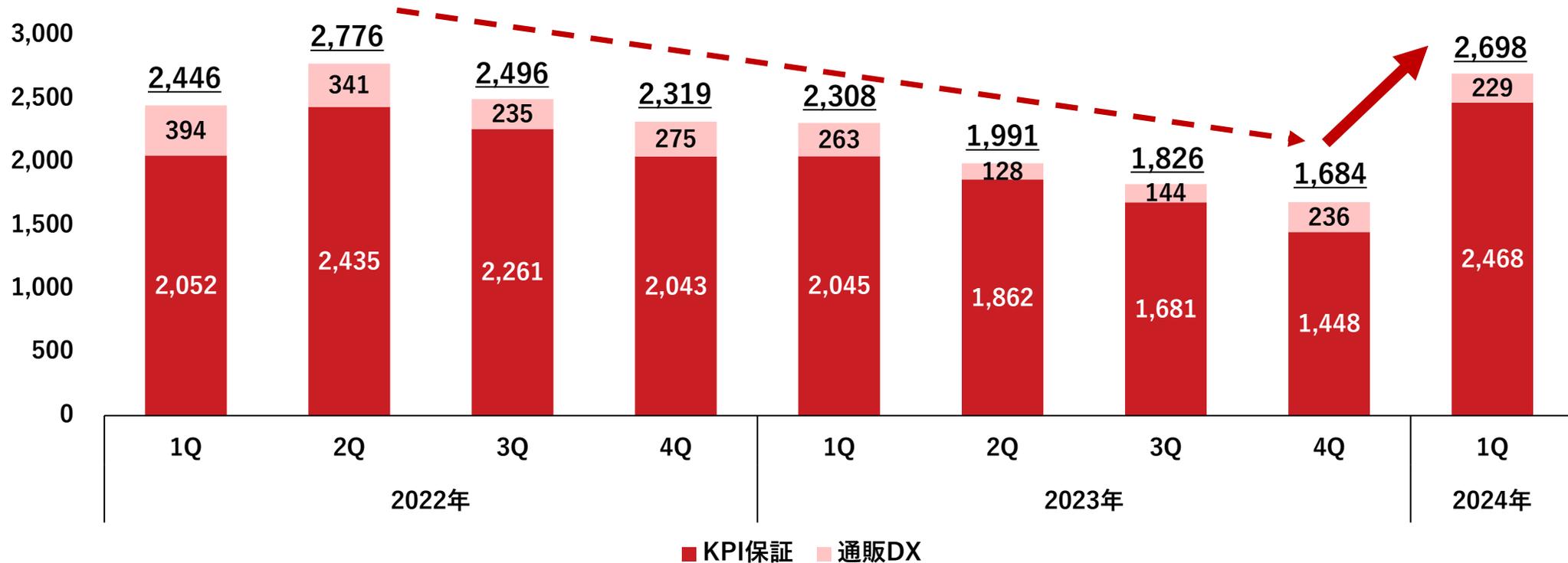
# ② 連結売上高及び売上総利益の推移

- 売上高 Q on Q : 46.9%増、Y on Y : 13.0%増
- 売上総利益 Q on Q : 24.9%増、Y on Y : 2.7%減
- 売上高は2023年の各四半期以上となり、2022年の水準まで回復傾向



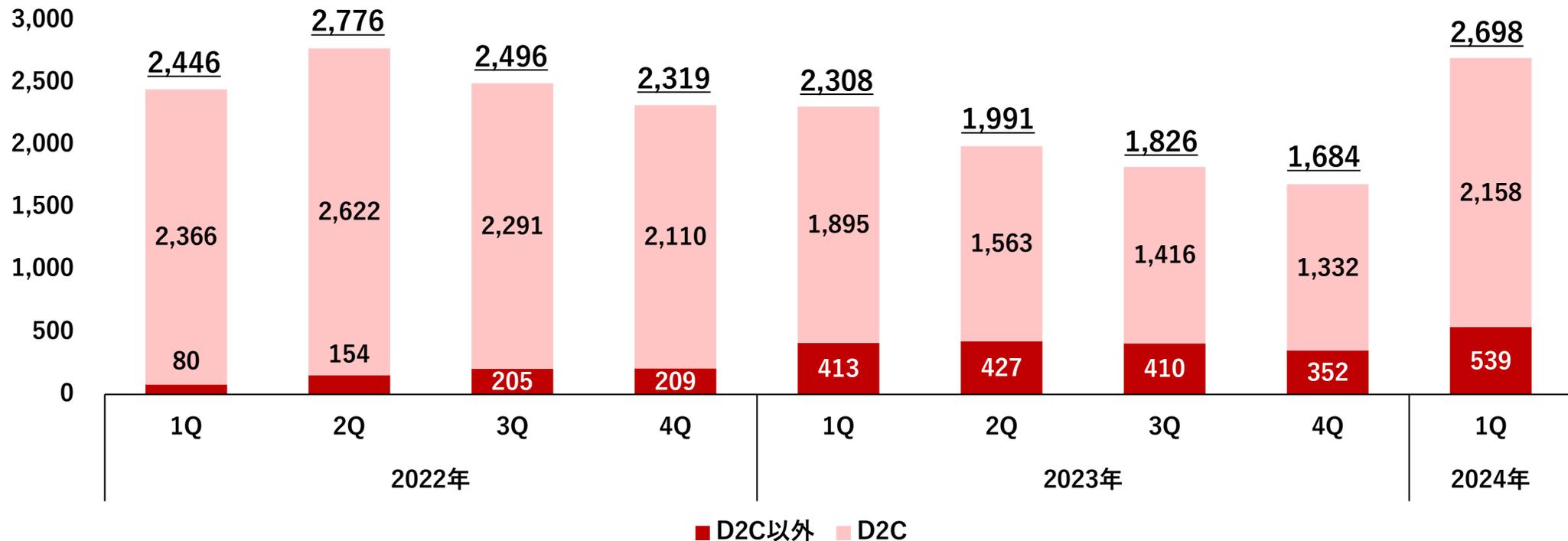
# 売上高（KPI保証・通販DX）の推移

- KPI保証 Q on Q : 70.5%増、Y on Y : 20.7%増
- 通販DX Q on Q : 3.1%減、Y on Y : 12.8%減
- 一部クライアントの期末特需の影響で、KPI保証の業績は大幅に伸長



# 📊 D2C以外の売上高（KPI保証・通販DX）推移

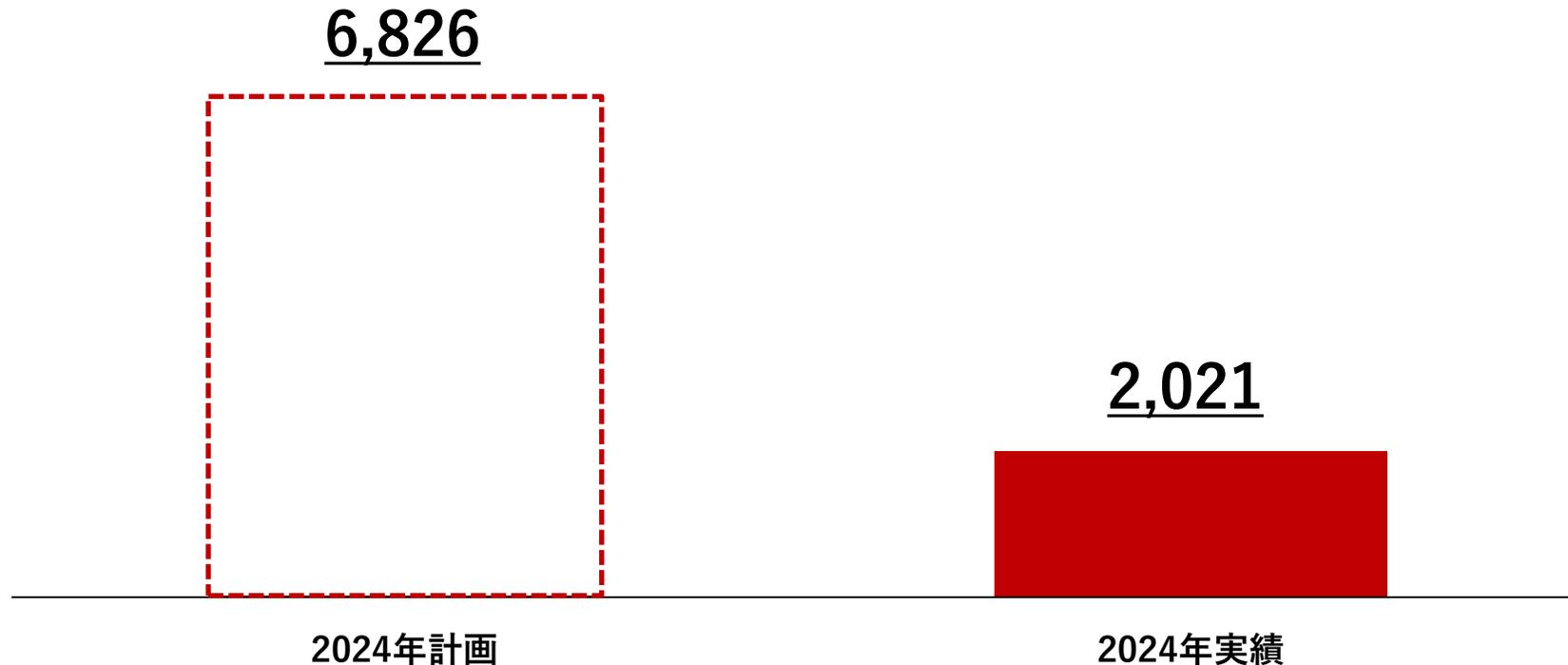
- D2C以外 Q on Q : **53.1%増**、Y on Y : **30.6%増**
- D2C Q on Q : **62.0%増**、Y on Y : **13.9%増**
- 前年までと同様に、美容健康の店舗系・医療・人材・不動産を中心として売上は堅調
- 引き続き、人員投資と共に取引社数及び売上高増加を目指す



# ◎ 戦略① 売上高上位20社の進捗

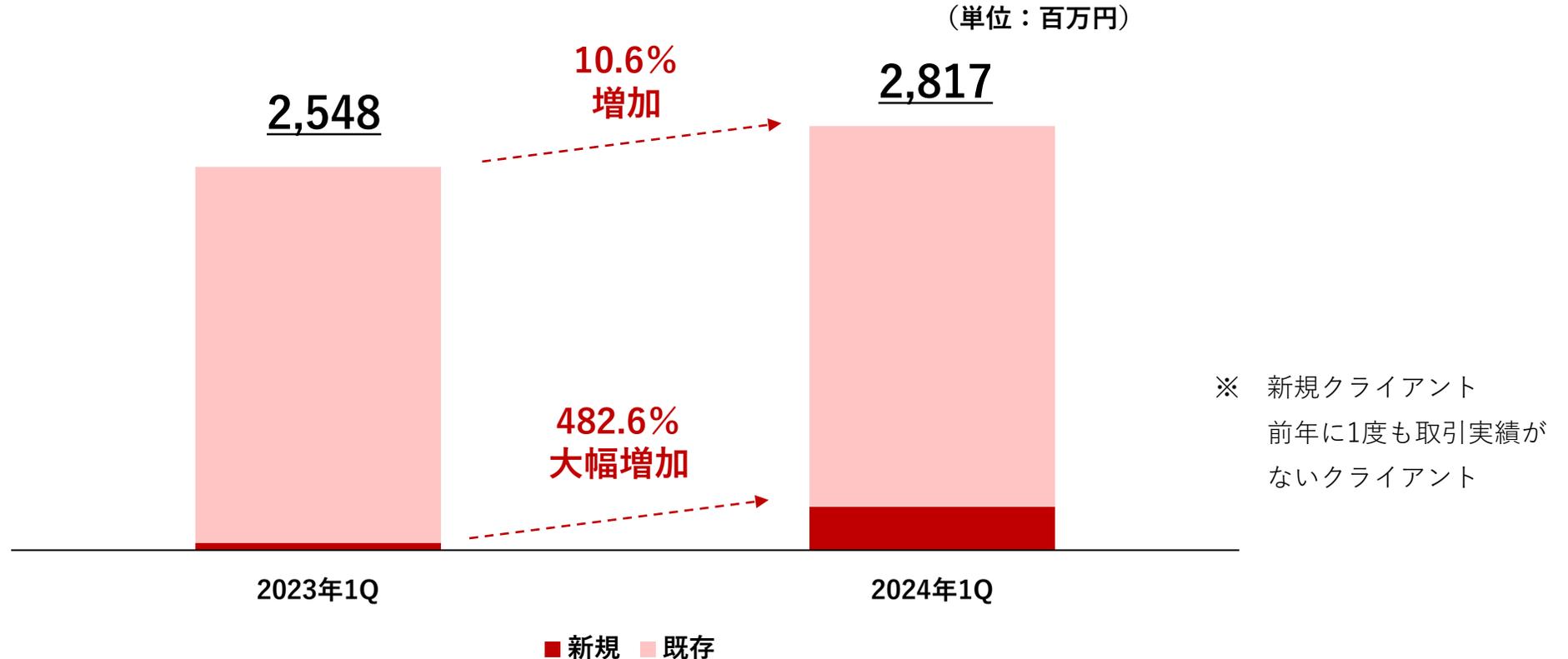
- 計画に対して29.6%と好調
- 一部クライアントの期末特需（前年も同様）もあり、全体としては想定以上に推移
- 計画値が未達成のクライアントも存在するものの、全体としては引き続き成長に注力

（単位：百万円）



## ◎ 戦略② 新規クライアントの進捗

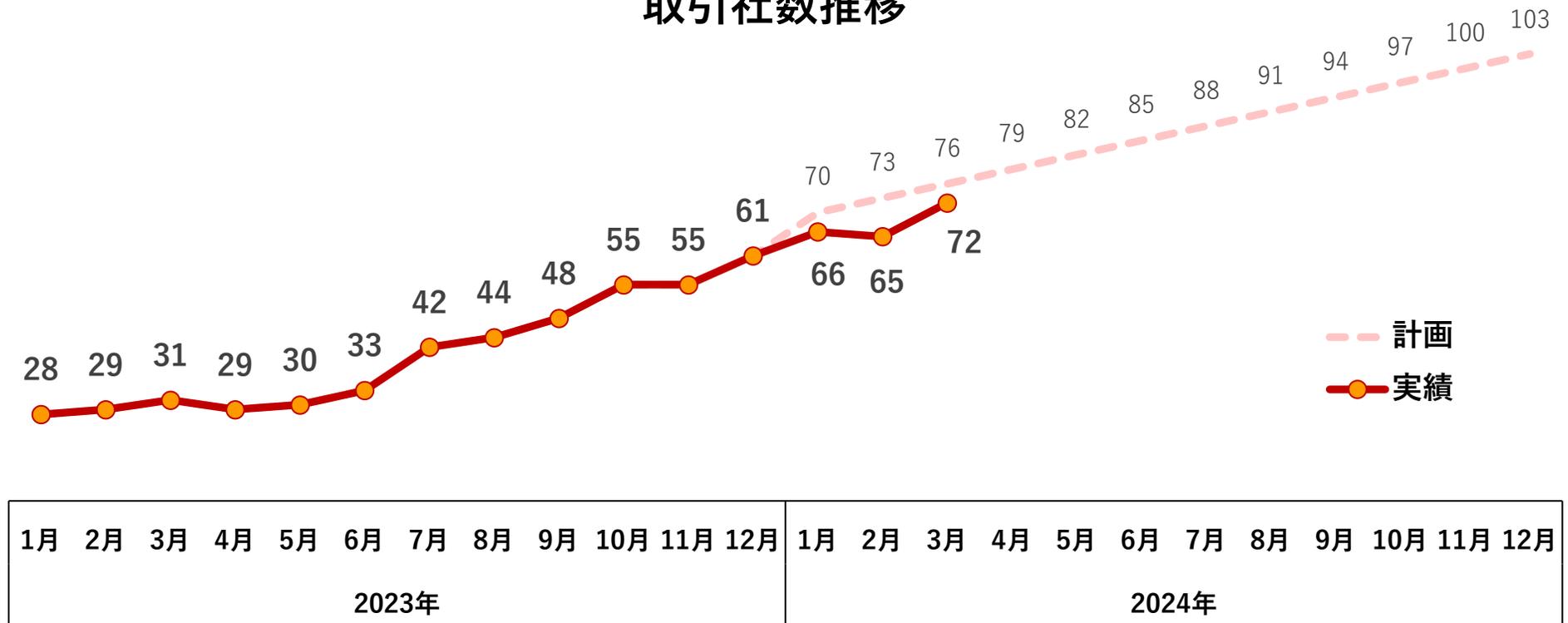
- ピアラ単体の売上高は前年同期比で10.6%増と好調
- 既存クライアントは前年同期とほぼ横ばいとなったものの、新規クライアントは前年同期比482.6%増加と大幅に伸長
- ただし、新規クライアントは一部クライアントが大きく伸長したことが主たる要因であり、その他の新規クライアントは計画通りに進捗



# ◎ 戦略③ マーケティングDX事業の進捗

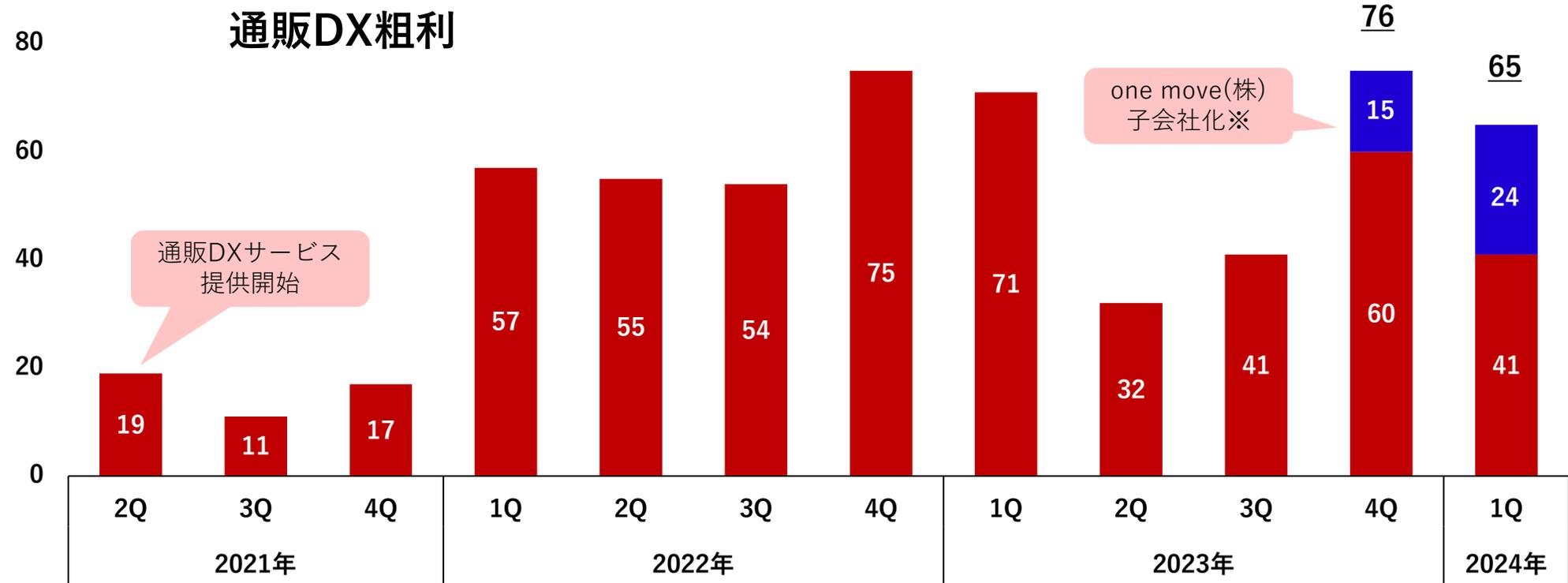
- 取引社数は計画比△4社で推移
- 継続率及び成長性の高いソリューション営業に変更したため、一定期間進捗が遅れるも受注率の安定から2Qにてキャッチアップする予定
- D2C以外の領域でもクロスセルは順調に開始、その他大型化が見込まれる案件も増加傾向

### 取引社数推移



# 通販DXサービス（SNSellマーケティング）の進捗

- 通販DX Q on Q : 13.4%減、Y on Y : 7.6%減
- KPI保証に注力した結果、通販DXは微減
- 子会社のone move(株)は計画以上に推移



※one move(株)を連結したことで業績（8-12月）5ヶ月分を取り込み

# ④ 自社事業の進捗（エンタメDX）

- サイバースターカプセルは複数案件に提供するなど、安定して推移
- 5社共同新規IPプロジェクト「らぶフォー」は2ndシングルが発売決定（2024年4月）
- (株)サイバースターの初興行となるZepp DiverCityでのライブ「極エンタメ道SPECIAL LIVE」が開催決定（2024年4月）
- 自社IPであるVTuber「音狼ビビ」はYouTubeチャンネル登録者数が順調に増加中

※YouTubeチャンネル登録者 1.13万人（2024年5月10日現在） 約4.5か月で1万人突破



5社共同新規IPプロジェクト「らぶフォー」



自社IP VTuber「音狼ビビ」

# 自社事業の進捗（良朝丸※）

- 子会社の(株)P2Cより、料理研究家・YouTuberであるリュウジさん監修の指定医薬部外品「良朝丸※」を2023年12月中旬から販売開始
- 売上は好調に推移しており、当初想定していた以上に安定して売上が伸長したことが要因
- 取り扱い店舗は全国のドラッグストアを中心に約1,800店舗で展開中

※販売名：レイスターズ



45錠入り



135錠入り

- ✓ ウルソデオキシコール酸を承認基準の最大量（60mg）配合※  
※健胃清涼剤製造承認基準の最大量配合  
承認基準とは審査の透明性の確保を図るため、厚生労働省が定めたもの
- ✓ その他にもウコン末、ニンジン末、ショウキョウ末、センブリ末を豊富に配合
- ✓ 効果効能  
食べ過ぎ又は飲み過ぎによる胃部不快感及びはきけ（むかつき、胃のむかつき、二日酔い・悪酔のむかつき、嘔気、悪心）

# ◎ 自社事業の進捗 (TONYMOLY)

- 子会社の(株)P2Cが伊藤忠商事株式会社と業務提携し、韓国コスメ「TONYMOLY」を販売
- 売上は好調に推移、「TONYMOLY」が出店するECモールQoo10のメガ割イベントにおいて、売上が過去最高を記録したことが主な要因
- 販管費は売上が好調だったこと等でオンライン販売での送料が想定以上に発生
- 配荷店舗数は計画に届かず、2Qで達成するようリカバリー策を実行中



主力商品の「ワンダーC モチトナー」と「ワンダーC モチエマルジョン」



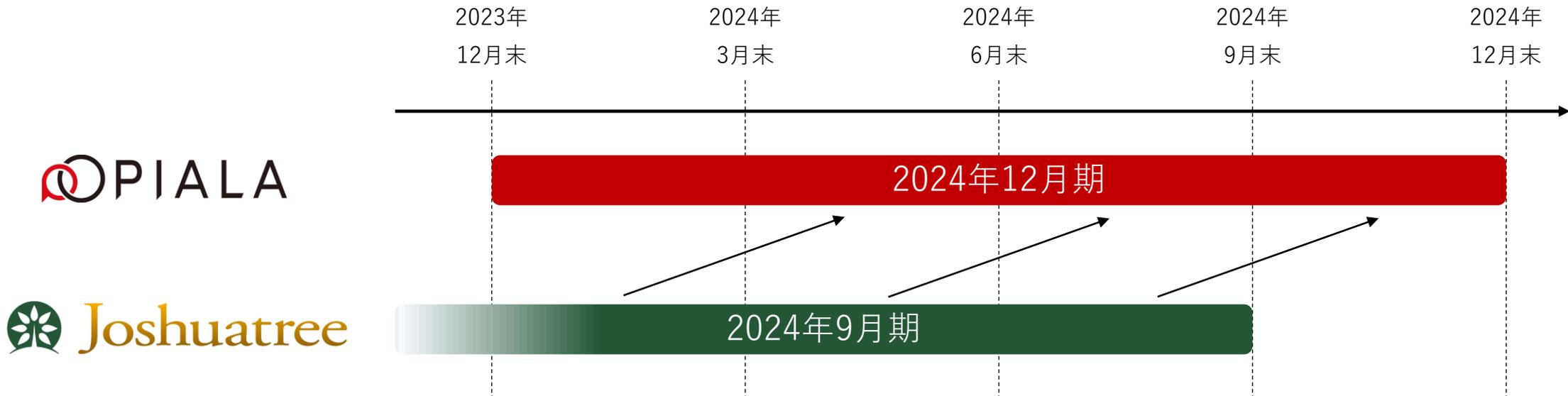
新商品『Get it Tint Glaze Balm』

# PIALA 株式会社ジョシュアツリーの連結子会社化

- ピアラが抱えていた納品力の低下という問題を解決し、業績回復を目指すため、2024年3月に(株)ジョシュアツリーの全株式を取得し完全子会社化する株式譲渡契約を締結
- ピアラグループ参画後は(株)ジョシュアツリーのPMIを実行、グループ内でのシナジーを最大限発揮できるような体制構築を推進
- 決算期がズレているため、業績取り込みに関しては1QでBS、2QでPLを取り込む予定

※ 決算期変更は検討中、現状では一定期間3ヶ月ズレたままで進行予定

ピアラの当期（2024年1月～12月）は(株)ジョシュアツリーの当期（2023年10月～2024年9月）を取り込み予定



# 納品力強化の進捗

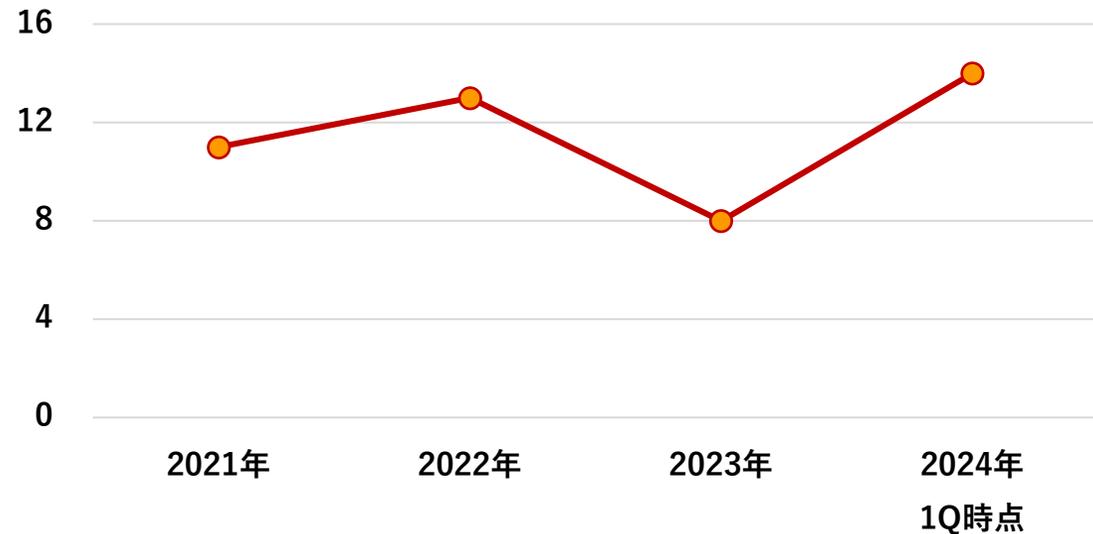
- (株)ジョシュアツリーがピアラグループに参画したことで、ナレッジの強化と人数増を実現
- AI (ChatGPT) を活用した社内向けサービスの導入により、効率化だけでなく、一部では購入率が向上した事例も発生
- 今後はさらなる人員増及びナレッジの強化を進め、業界及び案件数の拡大を推進

## 納品力の強化施策

- M&A
- AI活用
- 体制変更、人員投資

## 1人当たり納品力の推移

(単位：百万円)





## **02** 2024年12月期 通期見通し

# PIALA 2024年12月期連結業績予想の進捗

- 2024年12月期業績予想に対する進捗は概ね順調に推移
- 2023年上位20社は下げ止まり、売上高は成長へ反転
- 計画通り2Qでピアラ単月黒字化、通期で累計黒字化を目指す

(単位：百万円)	2024年2Q 業績予想	2024年4Q 業績予想	2024年1Q実績	2024年2Q 進捗状況	2024年4Q 進捗状況
売上高	5,403	12,283	2,948	54.6%	24.0%
営業利益	△74	165	△59	—	—
経常利益	△93	142	△49	—	—
親会社株主に帰属 する当期純利益	△95	97	△69	—	—

# 2024年12月期の重点戦略

## 1 減少していた2023年売上高上位20社の大型クライアントの落ち込みを止め、前年を上回る

- ✓ 上位クライアントに好不調はあるものの、前期比を超え、業績回復へ向けたベースを作る

## 2 既存クライアントの成長と新規クライアントの獲得及び納品力の向上

- ✓ 前期の既存や当期の新規に売上高上位になりつつあるクライアントが増加しており、納品力強化を継続し、ボラティリティの高いWeb運用広告だけでなく、納品の分散を行うことで成長の安定化を図る

## 3 マーケティングDX事業の取引社数増加

- ✓ マーケティングDX事業の取引社数増加を継続しつつ、大型案件も増加傾向にあるため、業界の拡張とクロスセルによる単価向上を実施

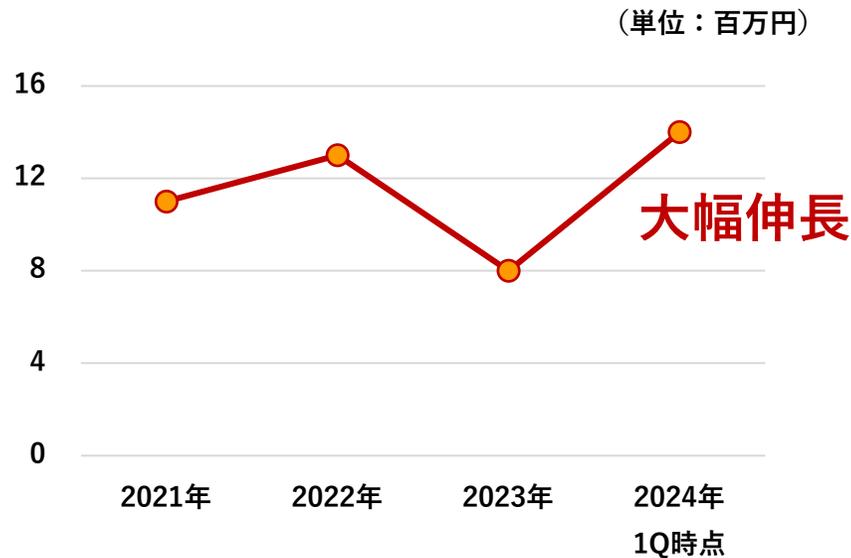
## 4 one move(株)等の子会社及び自社事業での成長

- ✓ 2Q以降に(株)ジョシュアツリーのPL取り込み及び(株)サイバースター子会社化によるフレキシブルな拡張を含めた自社事業での成長拡大

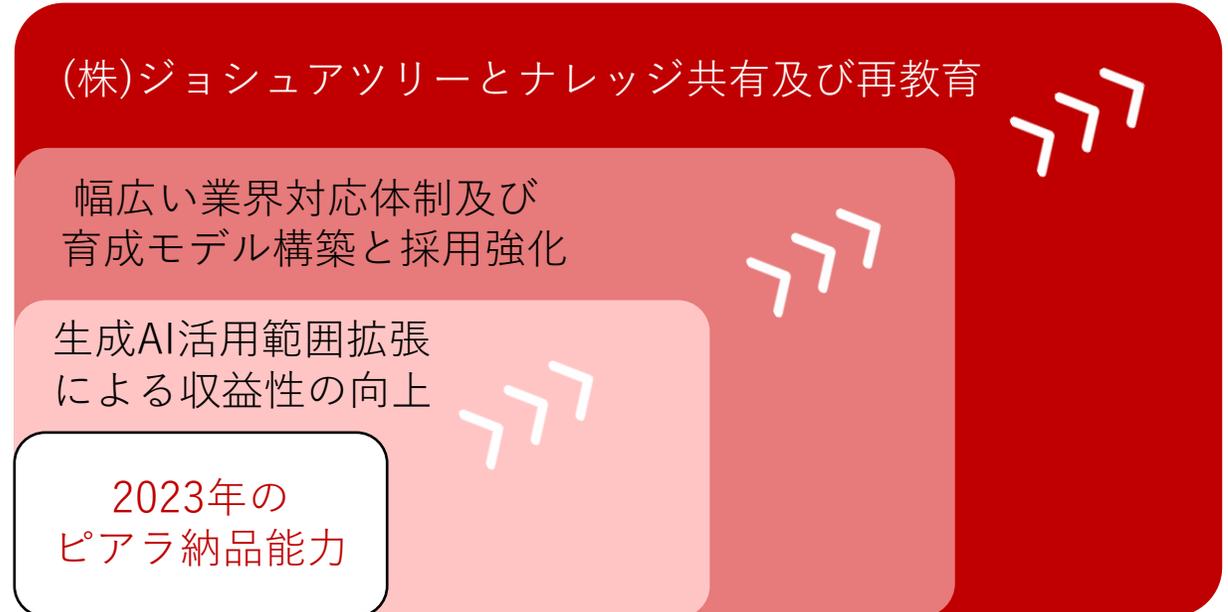
# ◎ 戦略①②③を牽引するための納品強化

- 自社効率化と再教育及び(株)ジョシュアツリーのナレッジ投入、生成AIによる効率化も含めて2022年を超える1名当たり納品額を1Qで達成しているため、人員増による一時的な納品額ダウンは想定するも一定の納品額を担保した成長が見込める予定
- D2C以外での業界での成功パターンも出始めたことで対応業界の幅の拡大
- 人員のさらなる確保と生成AI活用による効率化及び活用範囲の拡張を実施

## 1人当たり納品力の推移

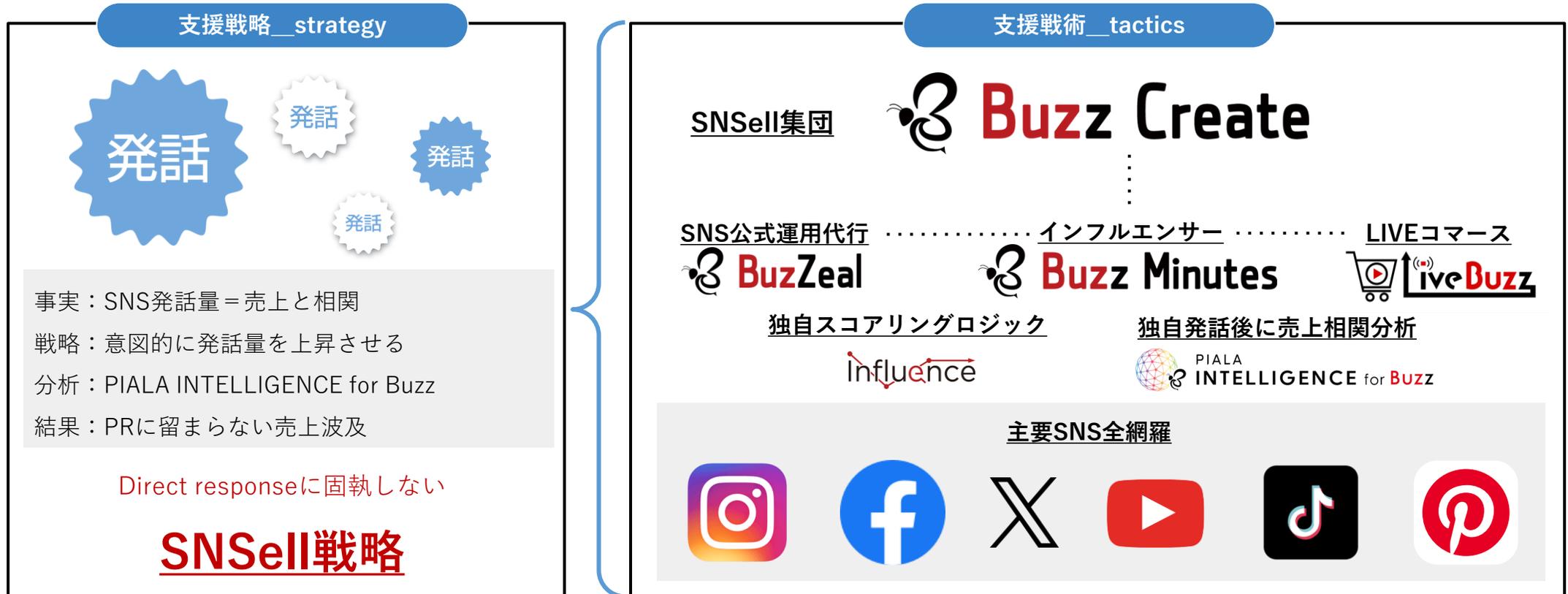


## 納品力向上のイメージ



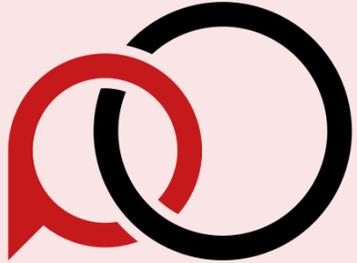
# ① SNSellマーケティングとは

- コスト増、広告効率悪化によりSNSを使った効率的なマーケティング（NoPaid）が必須に
- PRや口コミ、ユーザーの発話（発する単語）をバズらせ、売上を増加させる戦略を「**SNSellマーケティング**」と命名し認知から共感・理解、購入・ファン化までの鍵として会社全体で最大注力
- 一定の発話と売上の相関ができる  **PIALA INTELLIGENCE for Buzz** を武器に収益向上の為のSNS戦略を提供



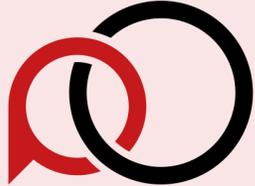
# ② エンタメDX事業の新設分割

- 2024年2月22日付で、新設分割を実施することをピアラ取締役会で決議
- 2024年4月1日付で、ピアラのエンターテインメントDX事業に関する権利義務を新設分割により新たに設立した「(株)サイバースター」に承継し、フレキシブルな運用体制に変更



PIALA  
Smart Marketing for Your Life

- 通販DX事業
- マーケティングDX事業
- 自社事業  
(含むエンターテインメントDX事業)



PIALA  
Smart Marketing for Your Life

- 通販DX事業
- マーケティングDX事業
- 自社事業



CYBER STAR

- エンターテインメントDX事業

# ① 株式会社サイバースターについて

## ビジョン

世界の人の心を動かし、心を豊かにする

## 目指すもの

クリエイターエコノミーをプロスペックで共創、2D/3Dのエンタメ市場の新しい価値を創造する

## 事業領域

2D/2.5D/3Dを包括し、全方位をターゲットとしたエンターテインメント支援&自社IPをグローバルに展開

2D・・・アニメ/マンガやバーチャル領域のコンテンツ（グッズなども含む）

2.5D・・・漫画、アニメなどの原作を人が実演するなど、2Dと3Dの融合コンテンツ

3D・・・アーティスト、クリエイター自身が実演するコンテンツ

# ② 自社事業について

- 子会社の(株)P2Cで取り扱うブランドの拡大を目指す
- 2024年中に新商材（新ブランド）を追加予定
- 「ブランド数×SKU（品数）数×店舗数」及びSNSellマーケティングを活用した売上増加を目指す

## TONYMOLY

- ✓ SKU数の増加によるECモール売上増加
- ✓ 店舗数増加による売上増加

## 良朝丸※

- ✓ 店舗数増加による売上増加

※販売名：レイスターズ

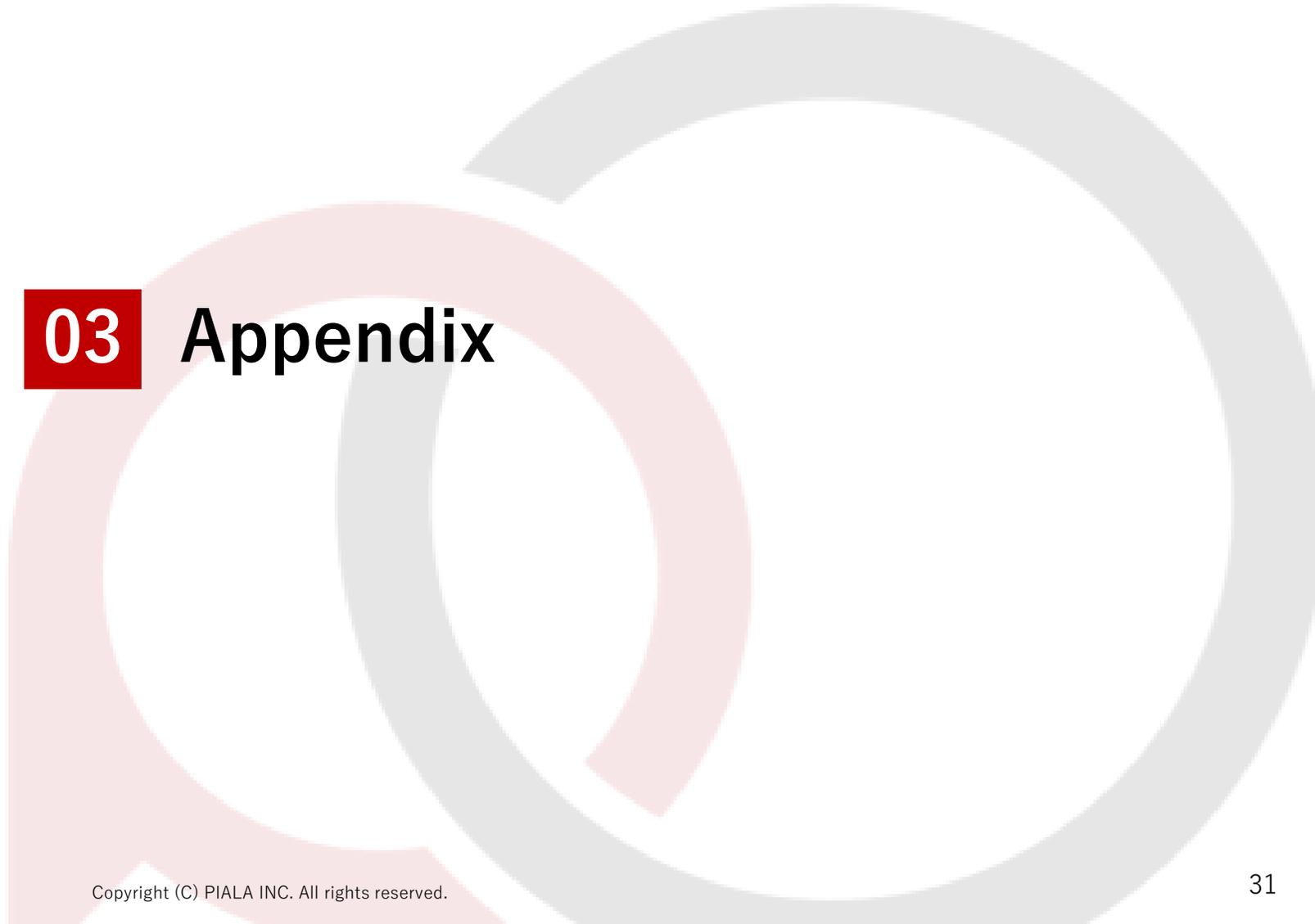
## 新ブランド

- ✓ ブランド数の増加によるEC売上増加
- ✓ 店舗数増加による売上増加

# ④ 不採算サービス整理の進捗

- 2021年に事業譲受した美容情報サイト「MOTEHADA」の事業譲渡を決定  
既に取得費用は回収しており、別施策へ経営資源の集中を行う
- 複数の子会社や拠点において、移転等を含めた販管費見直しを実施し販管費の削減へ
- 引き続き、業績回復に向けた不採算サービス及び事業の縮小・撤退を検討





# **03** Appendix

# Smart Marketing For Your Life

あなたの生活をマーケティングでより素敵に便利に

人々の生活をいかに豊かに幸せにできるか——

人に寄り添うマーケティング

攻めのイノベーション

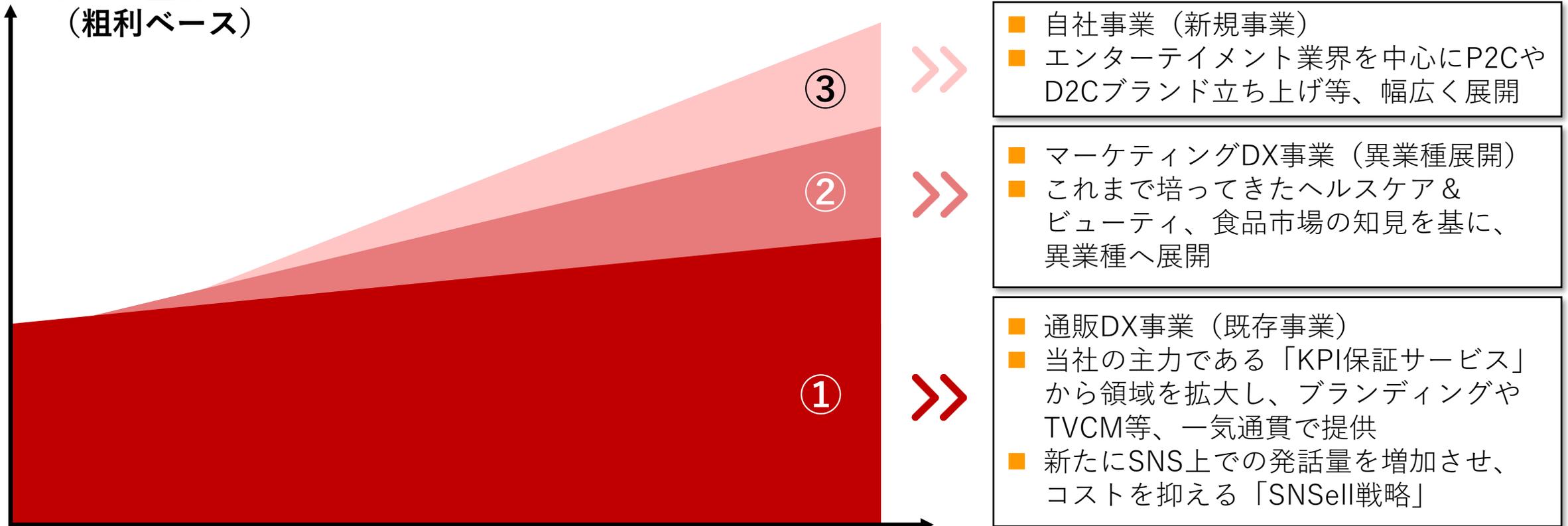
ピアラグループは進んでいきます



# 成長戦略

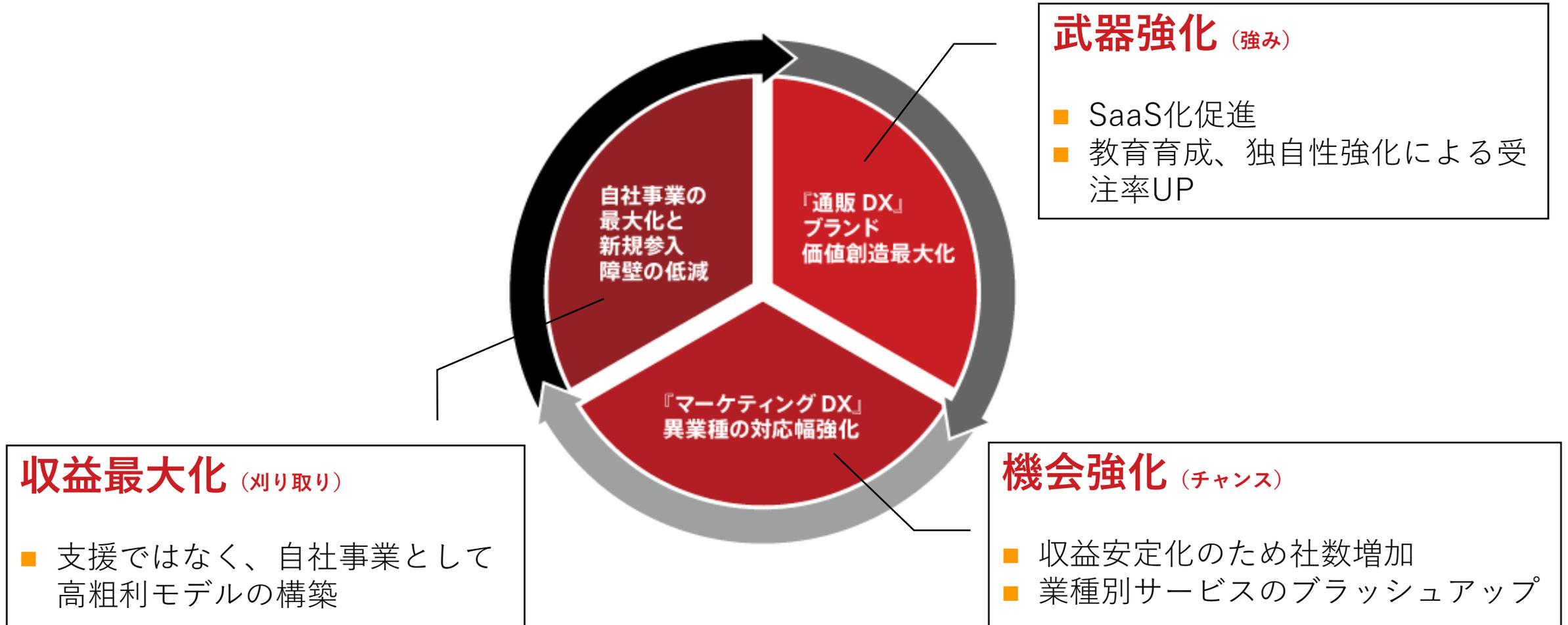
- 2023年12月期からを第3創業期と位置付け、3軸の成長戦略からブランド価値創造企業としてさらなる成長を目指す
- 成長戦略は「①通販DX事業」「②マーケティングDX事業」「③自社事業」の3軸

## 収益基盤構築のイメージ (粗利ベース)



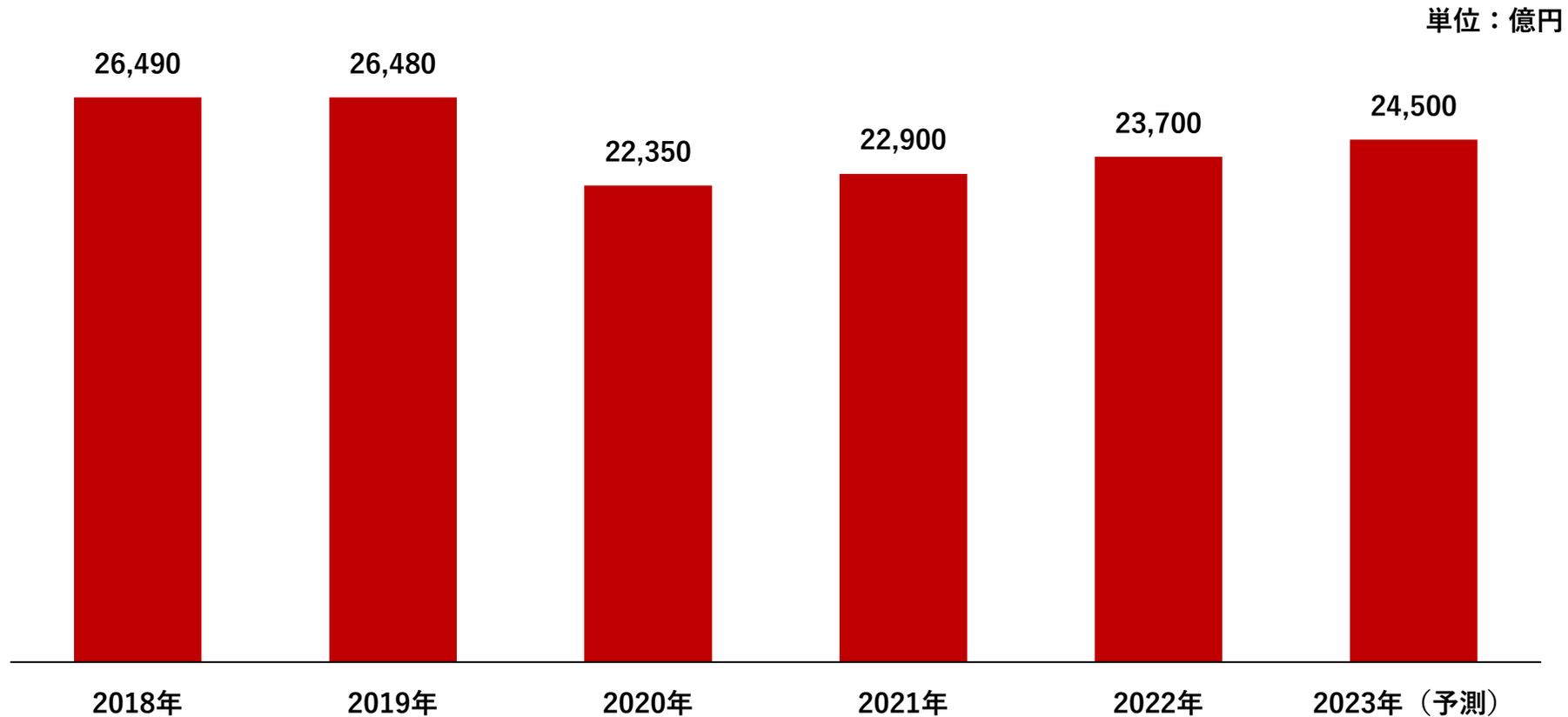
# PIALAグループの中期戦略

- 成長性及び収益性向上を目指し、事業ポートフォリオを3軸へ変更
- 安定した収益基盤の構築を目指す



# 国内化粧品市場

- 新型コロナウイルスの影響で一時的に縮小したものの、2022年は消費者の外出機会が徐々に増加したことで需要回復が進む
- その他、日本政府が個人旅行の受け入れを再開したことなどで、インバウンド需要も回復



出典：株式会社矢野経済研究所  
「化粧品市場に関する調査を実施（2023年）」をもとに作成

# 国内DX市場（投資額）

- 日本のDX市場は2030年に6兆5,195億円に達する見込み
- DXの取り組みを開始している企業は67.8%、3年以内に開始予定の企業が13.4%
- DX化の進展は顕著なもの、DXの企画・推進を行う人材の不足や利用・導入コストの高さが課題

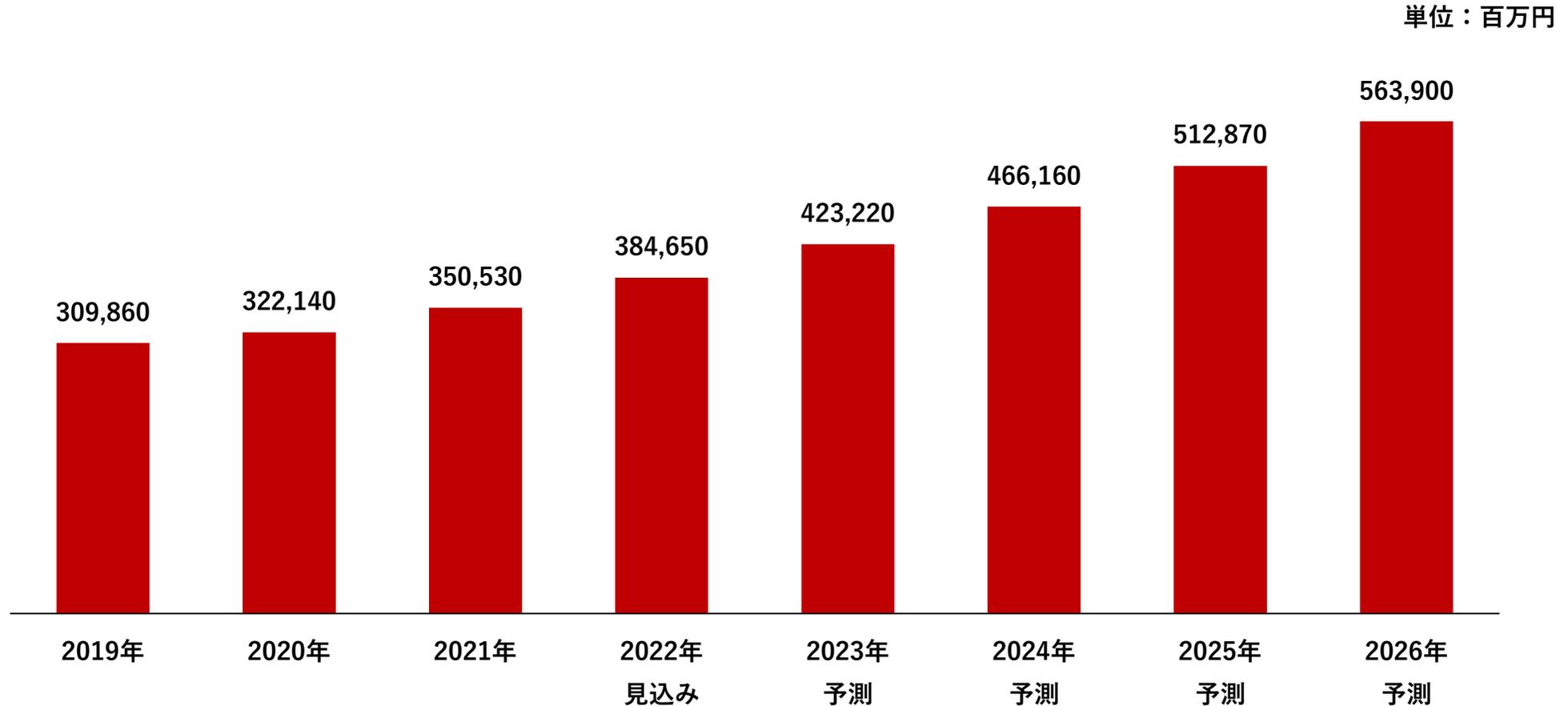
	2022年度見込み	2021年度比	2030年度予測	2021年度比
全体	2兆7,277億円	117.5%	6兆5,195億円	2.8倍
製造	2,990億円	115.4%	8,130億円	3.1倍
流通/小売	669億円	129.4%	1,852億円	3.6倍
金融	3,020億円	122.5%	8,880億円	3.6倍
交通/運輸/物流	3,842億円	119.5%	1兆1,795億円	3.7倍
不動産/建築	502億円	115.4%	1,514億円	3.5倍
バックオフィス（業種共通）	2,789億円	117.2%	6,515億円	2.7倍

※ 製造、流通/小売、金融、交通/運輸/物流、不動産/建築、バックオフィスは全体の内数です。

出典：株式会社富士キメラ総研レポートをもとに作成

# 国内アフィリエイト市場

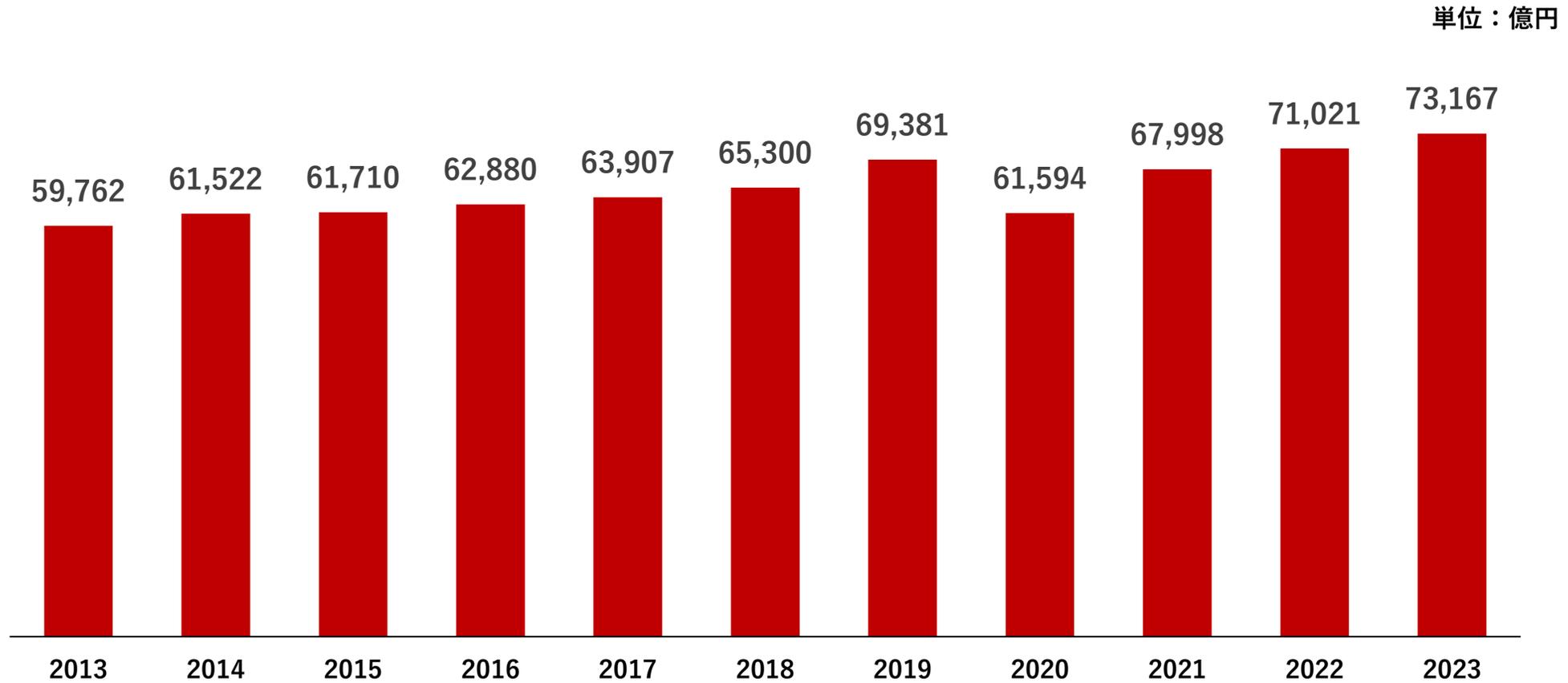
- オンライン特化型のサービスが大きく成長
- 景表法に基づく指針が改定され、悪質な広告や事業者が排除されることで、市場は健全化され、中長期的には成長促進の要因



出典：株式会社矢野経済研究所  
「アフィリエイト市場に関する調査を実施（2022年）」をもとに作成

# 国内マーケティング市場

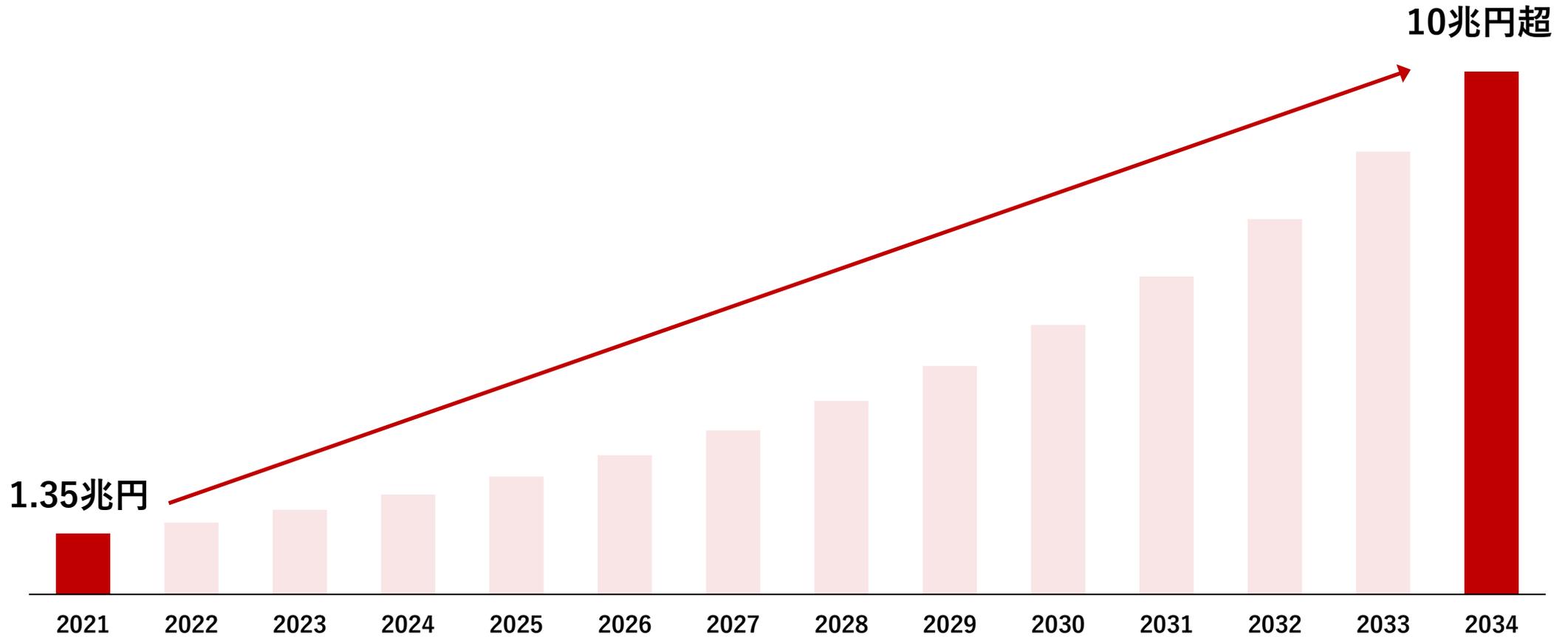
- 過去最高の2022年を上回る7兆3,167億円（前年比103.0%）
- インターネット広告費は3兆3,330億円（前年比107.8%）と引き続き好調
- 「イベント・展示・映像ほか」のプロモーションメディア広告が特に成長



出典：株式会社電通「2023年 日本の広告費」をもとに作成

# 国内クリエイターエコノミー市場

- クリエイターエコノミー市場は2034年に10兆円を超えると予想
- 日本の潜在的なクリエイター数は2,200万人と推計される



出典：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社  
「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果」をもとに作成

# ① クリエイターエコノミー市場の課題

## 課題

クリエイター活動の促進	安心安全な場の担保
	付帯活動の手間の削減
	収益化の後押し
自社サービス品質向上 ・ 事業拡大	プラットフォームの品質向上
	海外展開
制度対応	クリエイターの実態に即した制度の検討

## 課題の概要

- ✓ クリエイターとユーザーの距離が近づくことで増加する誹謗中傷への対応や、意図せず著作権等の権利侵害を犯すことのないような仕組みの構築
- ✓ クリエイターが創作活動に集中できるよう、確定申告をはじめとした税務面でのサポートやグッズ販売の在庫管理のサポートによる環境整備
- ✓ ユーザーとのタッチポイントを強化することでファン化を促進し、グッズ販売やコミュニティでの収益化につなげるとともに、軌道に乗るまでの活動をサポート
- ✓ クリエイター/ユーザー数が拡大するにつれて増加が見込まれる、著作権法等の法令に違反した不適切なコンテンツを提供しない仕組みの構築
- ✓ 規制・文化・言語の差異を踏まえた、最適な海外展開の在り方の検討
- ✓ 著作権やプライバシーの保護、課税（NFTや投げ銭）、インボイス制度や個人事業主になる場合の登記などの匿名性の維持に関する問題など、クリエイター活動のハードルともなりうる制度について、望ましい制度の在り方の検討と発信

出典：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社  
「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果」をもとに作成



# 会社概要 (2024年3月現在)

社 名 株式会社ピアラ (PIALA INC.)

代 表 者 代表取締役社長 飛鳥 貴雄

資 本 金 851百万円

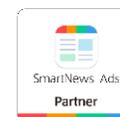
市 場 東京証券取引所スタンダード市場 (証券コード：7044)

事 業 内 容 ECマーケティングテック事業、広告マーケティング事業

所 在 地 東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー13階

ピアラグループ PIATEC(Thailand)Co., Ltd.、比智(杭州)商貿有限公司、株式会社PIALab.、CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.、PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.、株式会社ピアラベンチャーズ、株式会社P2C、one move株式会社、株式会社ジョシュアツリー

従 業 員 数 155名 (連結)



2004 創業 広告代理事業・プロダクション事業開始

2008 ECシステム・クローズ型アフィリエイトASP提供開始

2012 AI搭載マーケティングツール提供、海外進出支援サービス開始、タイに子会社設立

2013 中国に子会社設立

2014 国内に子会社設立

2016 第2創業期「KPI保証サービス」の提供開始

2018 東京証券取引所マザーズ上場

2019 台湾、タイ、ベトナムに子会社設立

2020 次世代型総合エンターテインメントプラットフォーム「CYBER STAR」提供開始  
東京証券取引所市場第一部へ市場変更、国内に子会社設立

2021 「通販DXサービス」提供開始

2022 異業種支援「マーケティングDXサービス」の提供開始、国内に子会社設立  
市場区分の見直しに伴い、東京証券取引所プライム市場へ移行

2023 第3創業期「ブランド価値創造企業」へ  
「自社事業」の本格開始、「PIALA INTELLIGENCE」提供開始  
東京証券取引所スタンダード市場へ市場変更、国内でM&Aによる子会社取得

2024 国内でM&Aによる子会社取得

RESULT PLUS RESULT EC

RESULT MASTER PIATEC  
PIALA Technology

PG 比智  
PG-TRADING CO., LTD.

PIALab. &

PG TWIN Channel J  
PG-TRADING (TWN) CO., LTD. チャンネルJ PG-TRADING (VNM) CO., LTD.

CYBER STAR

PIALA VENTURES

P2C INC.

PIALA INTELLIGENCE ONE MOVE

Joshuatree

# PIALAグループ

- PIALAグループは当社を中心として、中国、タイ、ベトナムなどの海外拠点も持つ**グローバルマーケティング企業**として展開しています。



**PIALA**  
Smart Marketing for Your Life

株式会社ピアラ  
Tokyo, Osaka,  
Nagoya, Fukuoka



株式会社PIALab.  
Tokushima



株式会社ピアラベンチャーズ  
Tokyo



株式会社P2C  
Tokyo



株式会社ジョシュアツリー  
Tokyo



one move株式会社  
Tokyo



比智（杭州）商貿有限公司  
Hangzhou, Shanghai CHINA



PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.  
Ho Chi Min VIETNAM



PIATEC(Thailand)Co., Ltd.  
Bangkok THAILAND



CHANNEL J(THAILAND)Co., Ltd.  
Bangkok THAILAND

国内

海外

## 「本資料の取扱いについて」

本資料には、将来の見通しに関する内容が含まれておりますが、本資料作成時点において入手可能な情報に基づいて作成されたものであり、リスクや不確実性等を含むため、将来の経営成績等の結果を保証するものではありません。

したがって、実際の結果は、環境の変化などにより、本資料に記載された将来の見通しと大きく異なる可能性があります。

上記のリスクや不確実性には、国内外の経済状況や当社グループの関連する業界動向等の要因が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・事象の発生等があった場合においても、当社グループは、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報について、更新・改訂等を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社グループ以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、当社グループは当該情報の正確性、適切性等を保証するものではありません。