

PIALA

Smart Marketing for Your Life

2024年12月期 第3四半期 決算補足資料

2024年11月14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3四半期決算概要

02 2024年12月期 通期見通し

03 Appendix

01

2024年12月期 第3 四半期決算概要

2024年12月期 第3四半期決算進捗（四半期）

- 売上高は3Qで3,437百万円と**前年同期比60.9%増加**、親会社株主に帰属する四半期純利益についても5百万円と**前年同期から482百万円改善**し、**四半期ベースでの黒字化**を達成
- **ピアラ単体黒字化を達成**してはいるが、連結では子会社の影響で営業利益、経常利益は赤字を計上するも、前年と比較して100百万円以上の改善

売上高

3,437百万円

前年同期比
+1,300百万円 (+60.9%)

営業利益

△**35**百万円

前年同期比
+108百万円 (-%)

経常利益

△**45**百万円

前年同期比
+133百万円 (-%)

親会社株主に
帰属する
四半期純利益

5百万円

前年同期比
+482百万円 (-%)

2024年12月期 第3四半期決算進捗（累計）

- 売上高は9,364百万円と前年同期比32.7%増加、9月末時点で前期の売上高を上回る進捗
- 前年の売上高上位20社をベースに、新規クライアントの獲得が好調で売上高はさらに積上げ、クライアント予算を消化できる体制で、まずは売上高向上を実現
- 利益項目について、累計額では赤字であるものの前年同期と比較して各項目で改善、ピアラ単体の黒字化、子会社売却、及び一部子会社の黒字計上が影響

売上高

9,364百万円

前年同期比
+2,307百万円 (+32.7%)

営業利益

△210百万円

前年同期比
+38百万円 (-%)

経常利益

△199百万円

前年同期比
+58百万円 (-%)

親会社株主に
帰属する
四半期純利益

△180百万円

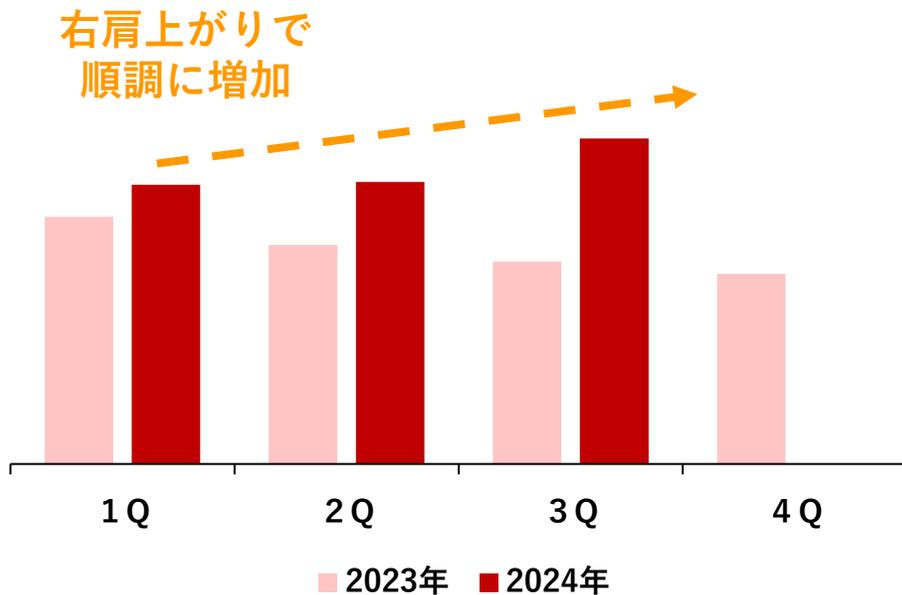
前年同期比
+383百万円 (-%)

ご参考：EBITDA △102百万円

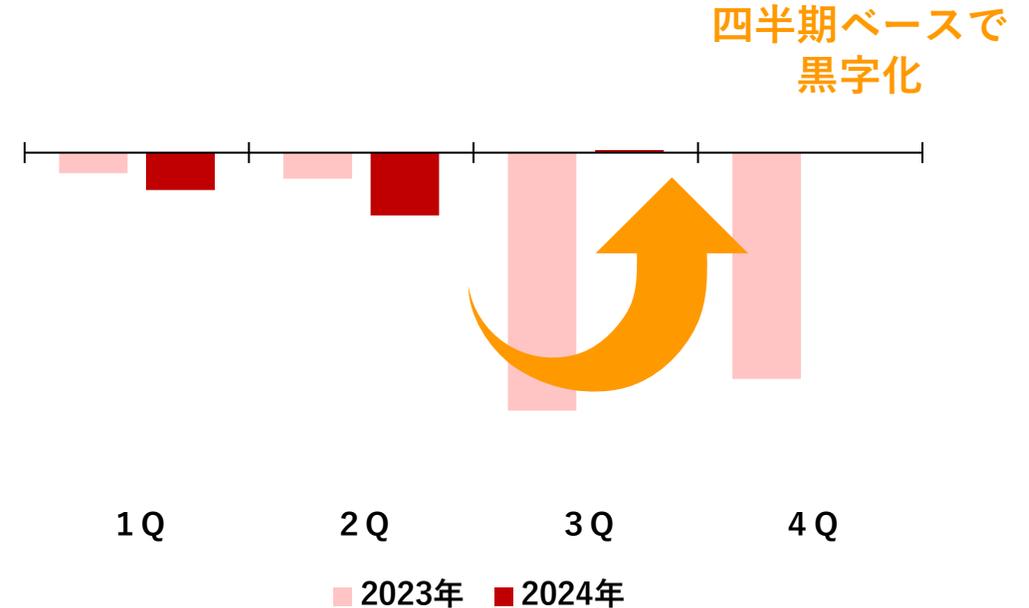
④ 四半期ベースでの黒字化（連結）

- 売上高は、(株)PIALab.を譲渡するも(株)ジョシュアツリーが新たにピアラグループに参画したこともあり、右肩上がりで増収（**前年同期比60.9%増加**）
- 親会社株主に帰属する四半期純利益は四半期ベースでの**黒字化を達成**、ピアラ単体の黒字化や(株)PIALab.の譲渡に伴う関係会社株式譲渡益61百万円を計上したことが主な要因、一過性のものもあるが、ベースとして着実に回復

売上高の推移



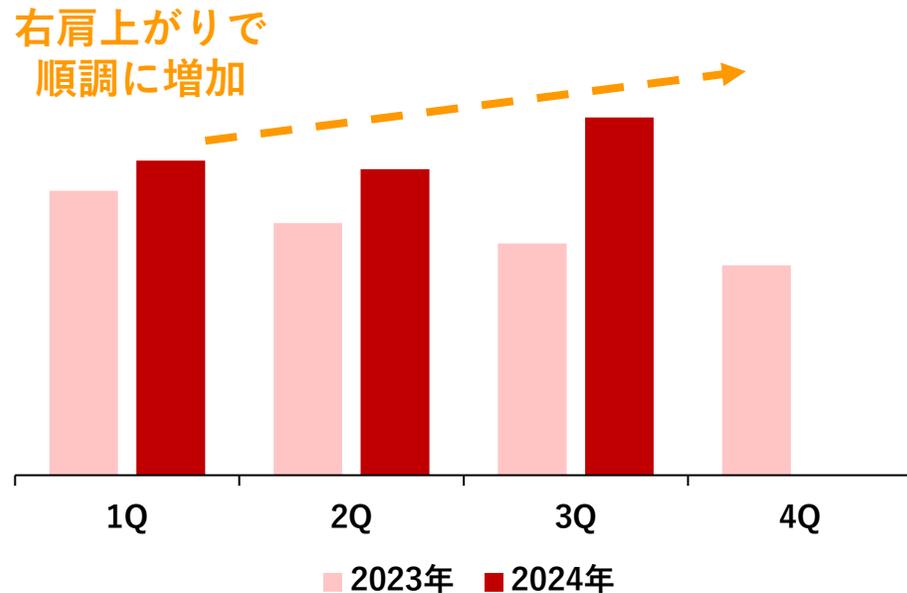
親会社株主に帰属する 四半期純利益の推移



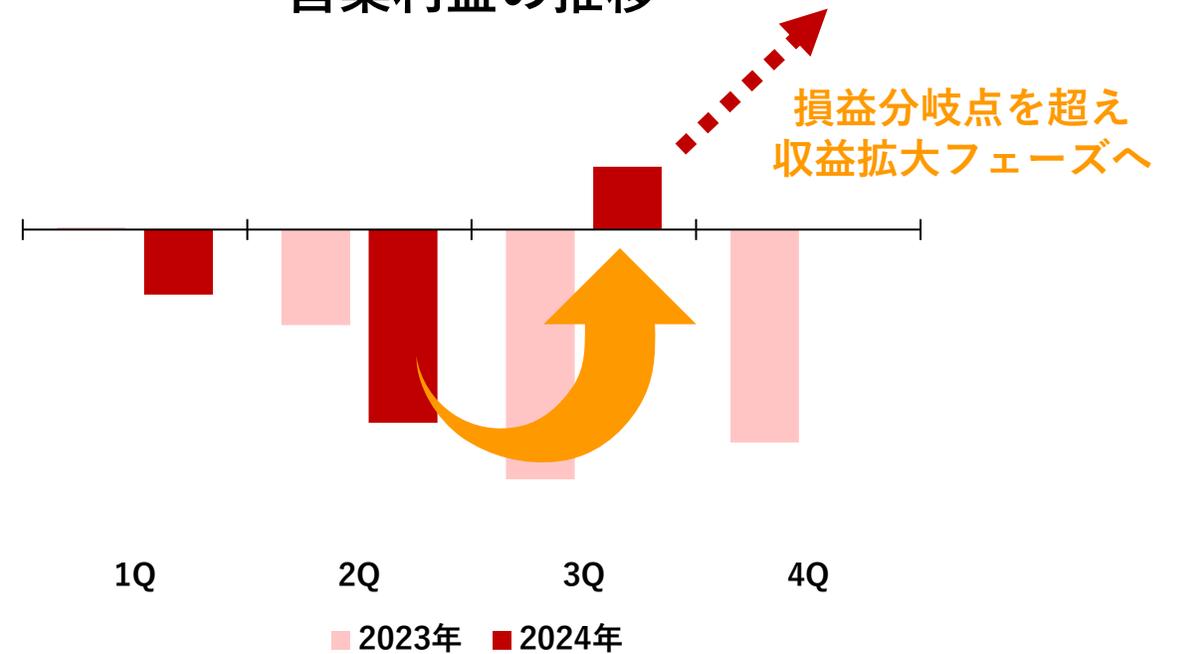
④ 四半期ベースでの黒字化（単体）

- 売上高は、前年通期（8,759百万円）を3Q時点で超えて進捗（**前年同期比54.4%増加**）
- 2023年12月期1Q以来の第3四半期会計期間での黒字化を達成
- 特に新規クライアントの獲得が好調であるため売上高が順調に増加、**異業種展開により分散したクライアントポートフォリオを構築**し、上位クライアントの**ボラティリティ減少**
- 販管費の削減により黒字化を達成、筋肉質な組織体制とすることで損益分岐点を超えており、今後は人員を拡大し収益性の向上を目指す

売上高の推移



営業利益の推移

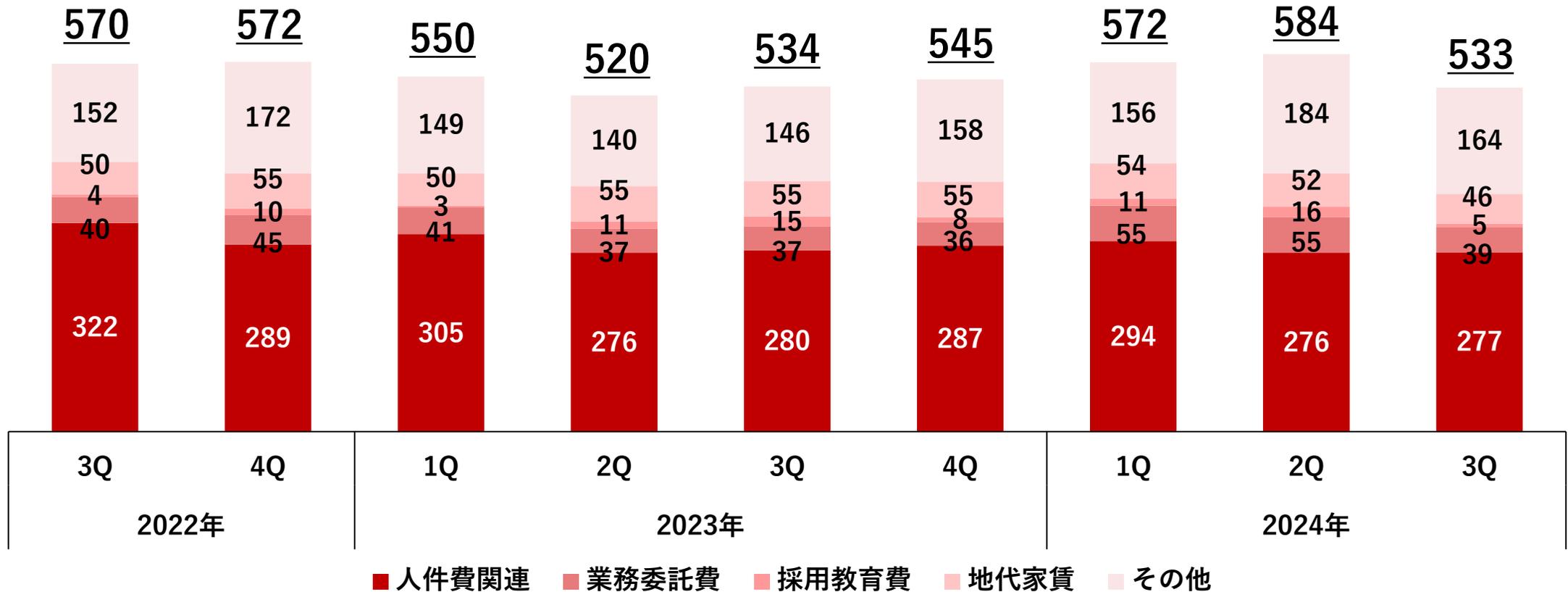


重点戦略の進捗状況

項目	進捗	評価
戦略①	<ul style="list-style-type: none">2023年売上高上位20社は計画値に対して進捗率75.1%と計画通りに推移一部クライアントで取引停止になるも、他のクライアントでカバー進捗率100%達成を目指し、引き続き売上高の拡大を目指す	
戦略②	<ul style="list-style-type: none">2023年売上高上位20社以外においても、拡大しているクライアントが複数あることで既存クライアントの成長は概ね計画通りに推移新規クライアントの獲得は前年に対して600%以上と大幅に上振れて推移、粗利額についても徐々に積み上がっており、更なる拡大に向けて注力人員増加を図るが、一定の納品力は維持しており、引き続き向上に取り組む	
戦略③	<ul style="list-style-type: none">取引社数は計画に対して+4社と計画以上に推移平均売上高、粗利額共に増加傾向にあり、3Qにて四半期ベースで黒字化達成引き続き、事業拡大に向けて人員投資等を推進	
戦略④	<ul style="list-style-type: none">(株)PIALab.の譲渡により連結除外したことで、売上高は減少するも赤字幅は縮小一部の子会社では厳しい状況が続き、特に不透明な中国経済の影響もあるPG中国は販管費の圧縮等を実施しているものの、業績回復までの不透明感が強い状況その他、新設した(株)サイバースターや(株)P2C等も当初想定していたよりも事業成長に時間を要している状況、引き続き黒字化へ向けた業績回復施策を実施中	

◎ 販管費の推移

- Q on Q : 8.8%減、Y on Y : 0.2%減
 - 販管費合計は前2Qから8.9%減少、大きな要因は子会社譲渡
 - 採用教育費については、継続した採用活動において幅広い媒体を利用していたものの、費用対効果を勘案して一部の媒体に集約することにより費用削減
- (単位：百万円)



PIALA 連結貸借対照表

- ピアラグループとして売上高が順調に増加していることから、「受取手形及び売掛金」「買掛金」が引き続き増加、自己資本比率の改善に向け、資本提携等の改善策を検討中

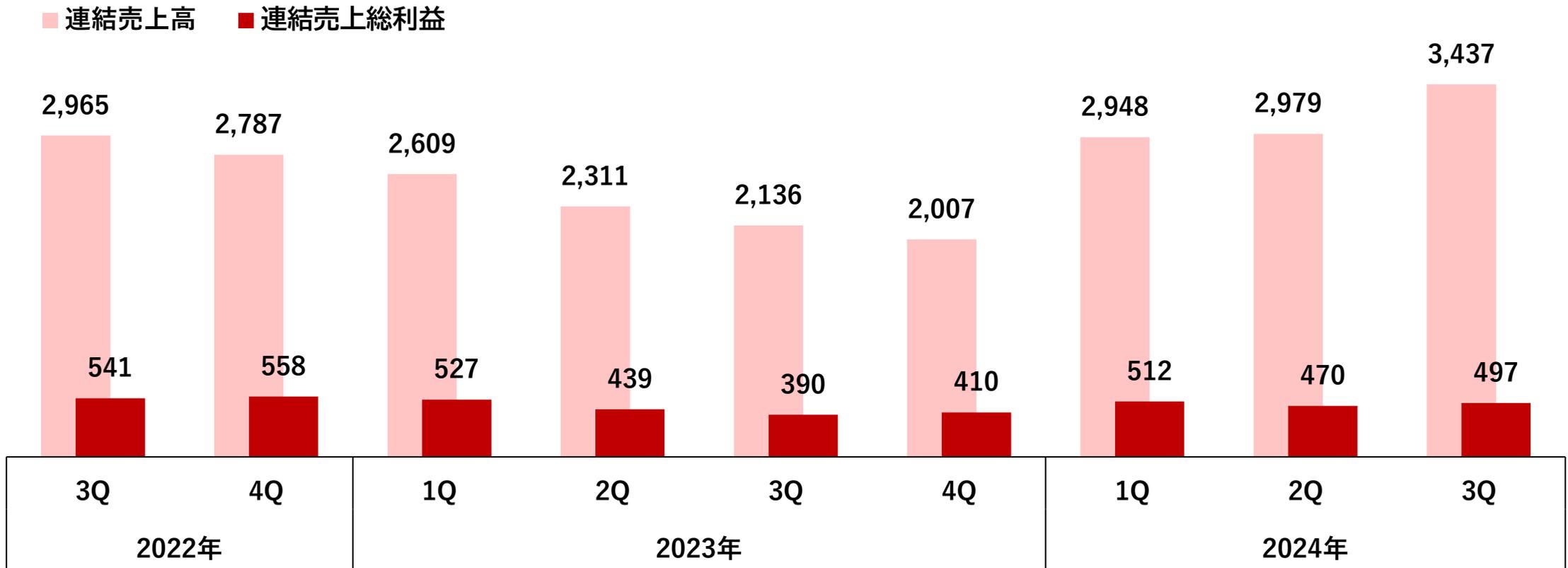
(単位：百万円)

	2023年12月末	2024年9月末	増減額	
資産の部	現金及び預金	1,952	1,202	△750
	受取手形及び売掛金	879	1,642	763
	流動資産合計	3,057	3,130	73
	投資その他の資産	418	415	△3
	固定資産合計	485	642	156
	資産合計	3,543	3,773	229
負債の部	買掛金	747	1,394	646
	短期借入金	1,130	1,154	24
	流動負債合計	2,751	3,227	475
	長期借入金	188	141	△47
	固定負債合計	208	149	△59
	負債合計	2,960	3,376	416
純資産の部	株主資本合計	529	353	△175
	純資産合計	582	396	△186
	負債純資産合計	3,543	3,773	229

② 連結売上高及び売上総利益の推移

- 売上高 Q on Q : **15.4%増**、Y on Y : **61.0%増**
- 売上総利益 Q on Q : **5.9%増**、Y on Y : **27.4%増**
- 売上高61.0%、売上総利益27.5%の前年同期比増加と順調に増加
- (株)PIALab.を譲渡し連結除外するも、ピアラ及び子会社全体でカバー

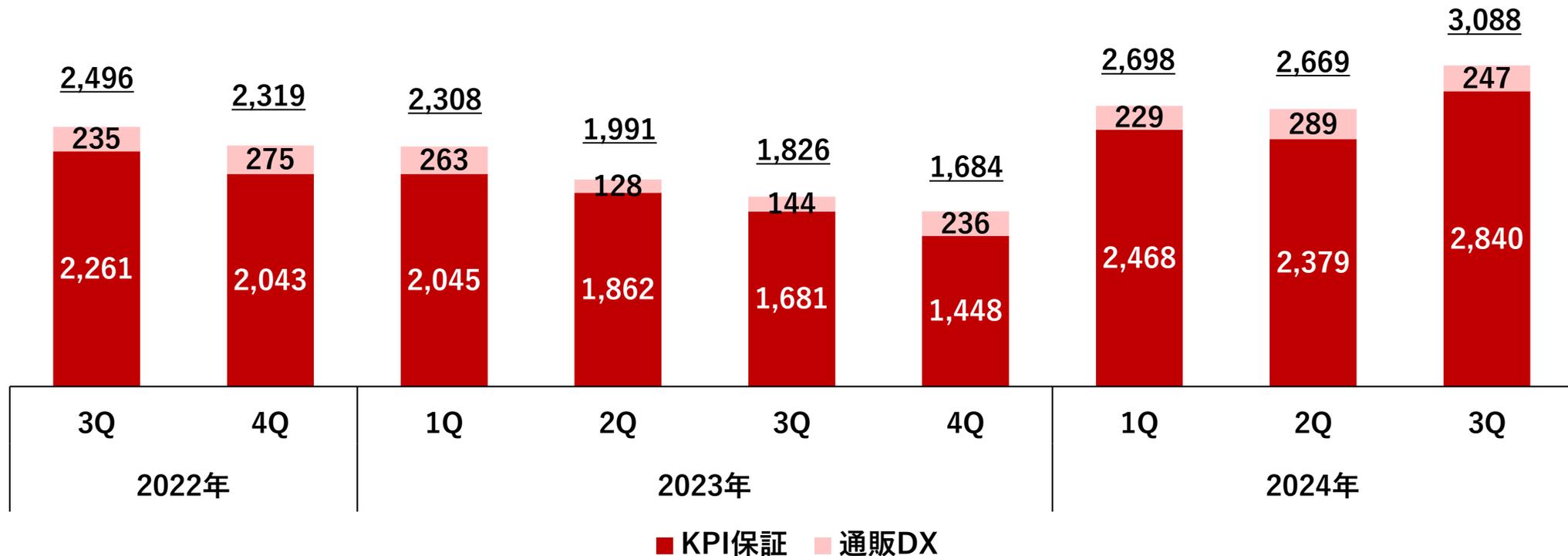
(単位：百万円)



売上高（KPI保証・通販DX）の推移

- KPI保証 Q on Q : **19.4%増**、Y on Y : **68.9%増**
- 通販DX Q on Q : **14.3%減**、Y on Y : **71.3%増**
- 通販DXは季節性があるもピアラグループ全体として好調に推移、大型案件の受注率が上昇
- KPI保証もヘルスケア&ビューティ及び食品市場以外への拡大が進み、一部案件は大型化
- 2020年12月期頃の売上高水準に回復

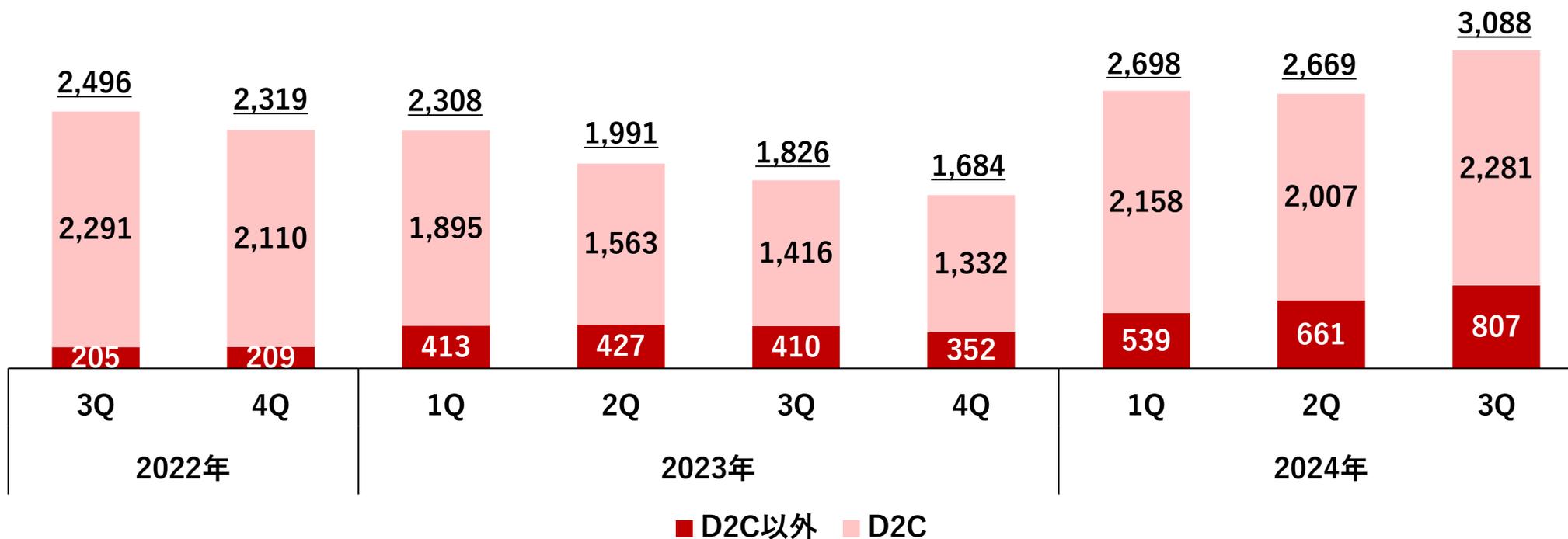
(単位：百万円)



② D2C以外の売上高（KPI保証・通販DX）推移

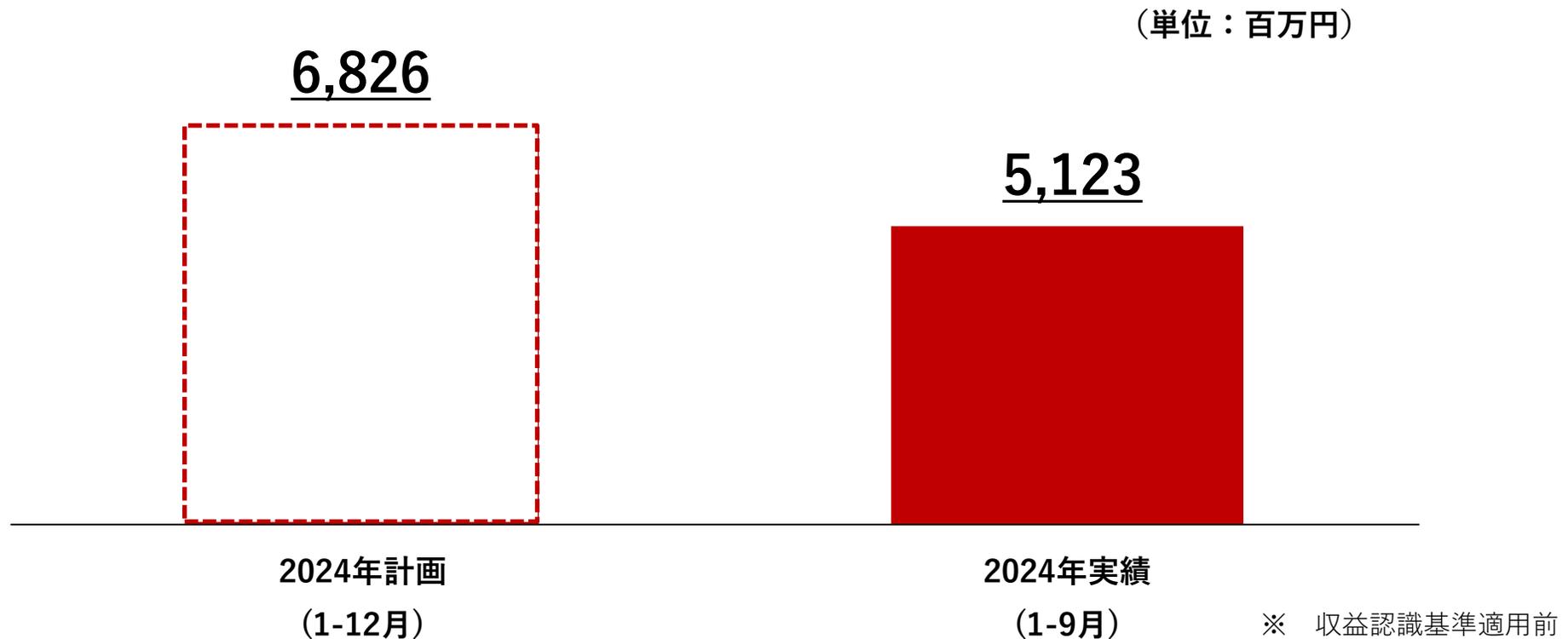
- D2C以外 Q on Q : **22.0%増**、Y on Y : **96.9%増**
- D2C Q on Q : **13.6%増**、Y on Y : **61.0%増**
- D2C以外（主に美容健康の店舗系・医療・人材・不動産など）へのサービス提供及び納品に再現性を確立したことで、引き続き順調に社数及び取扱高が増加
- クライアント分散することによる底堅い成長をベースに、今後の拡張及び収益性改善へ
- 社内リソースの最適化を継続し、更なる事業拡大を目指す

（単位：百万円）



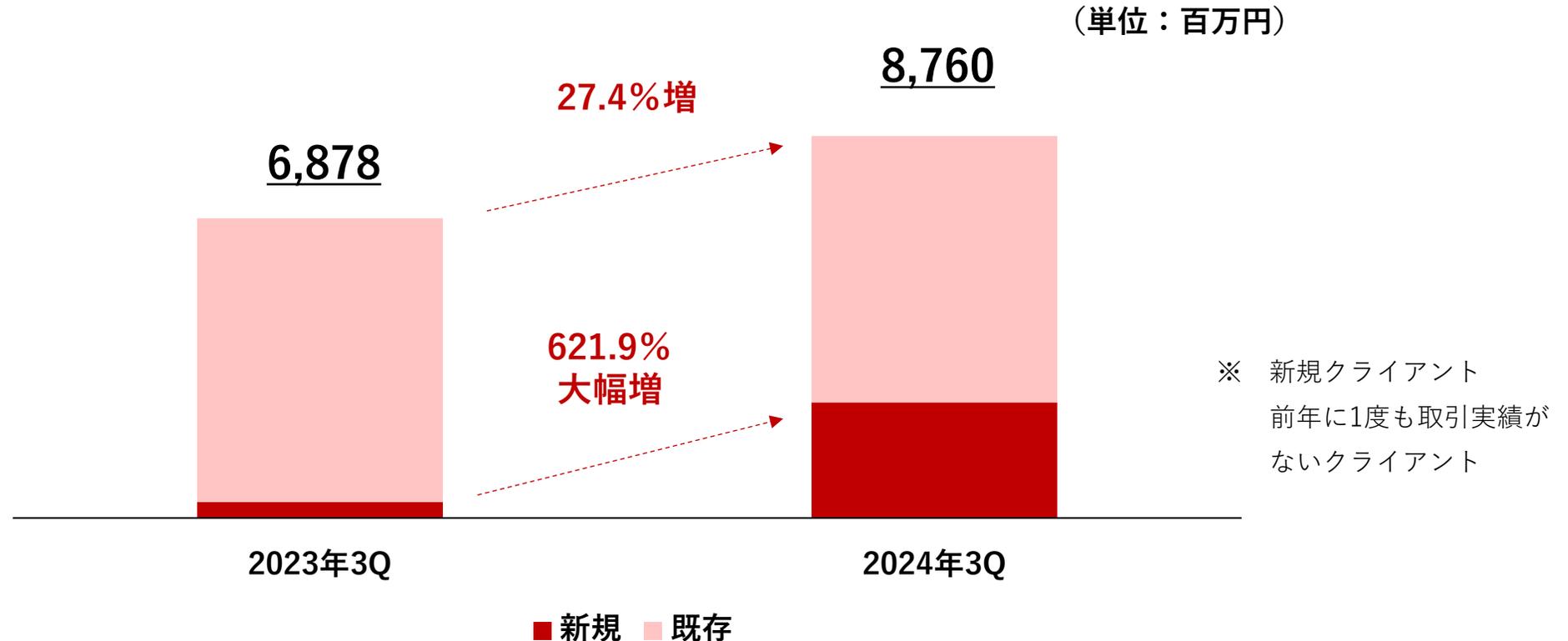
◎ 戦略① 売上高上位20社の進捗

- 計画値に対して75.1%と計画通りに推移
- 取引終了となるクライアントが発生するも、一部のクライアントが計画以上に推移するなど、全体としては計画以上に推移
- 引き続き上位20社の収益基盤を維持しつつ、各クライアントの成長に注力



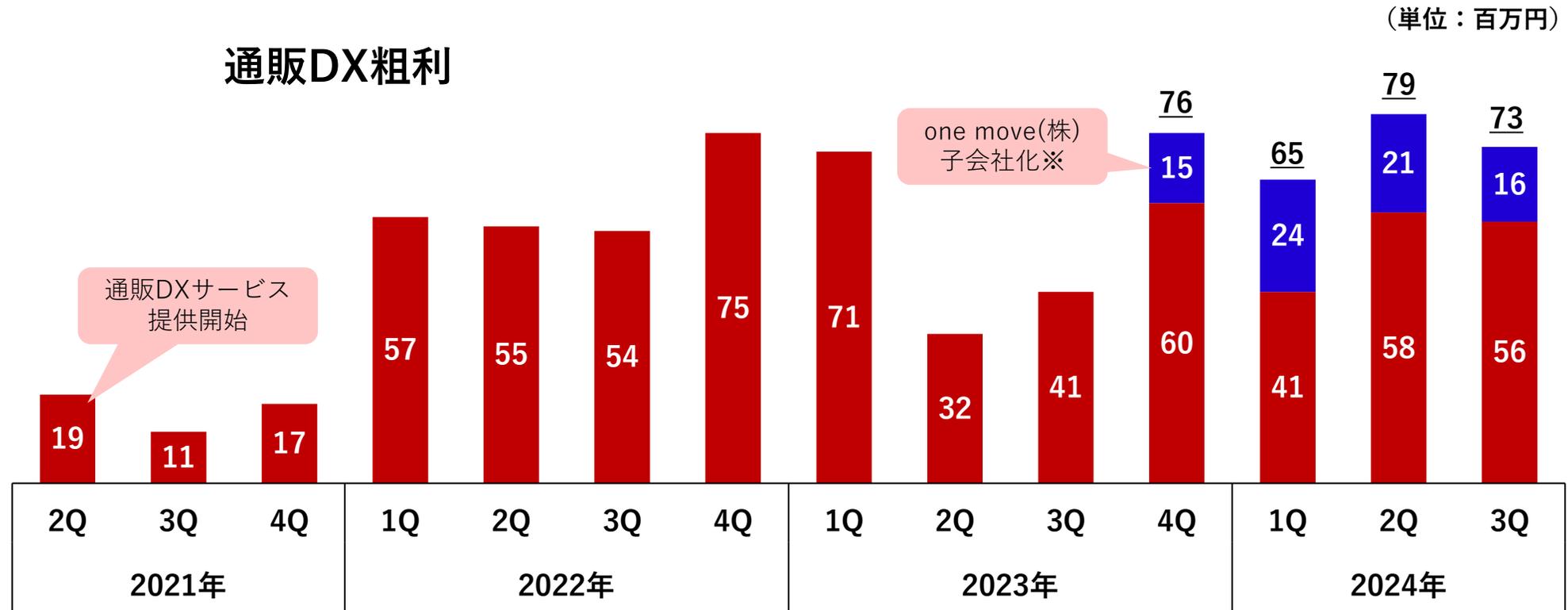
◎ 戦略② 新規クライアントの進捗

- ピアラ単体の売上高は前年同期比で**27.4%増**と前年通期をすでに超えるペースで伸長
- 既存クライアントは前年同期と比較して6%程度減少しているものの、それ以上に新規クライアントを獲得しており**前年同期比621.9%増**と大幅に伸長
- マーケティングDX事業の異業種展開も好調に推移していることや、全社的なリソース最適化を実施したこと等が大きな要因、引き続き新規クライアントの獲得に注力



通販DXサービス（SNSellマーケティング）の進捗

- 通販DX Q on Q : 8.0%減、Y on Y : 77.3%増
- 前2Qと比較して粗利が減少、one move(株)の想定していた案件がクライアント都合により遅延したことが要因
- 前年同期比では増加、大型案件の受注率も堅調のため、今後は人員体制も強化



※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

納品力強化の進捗

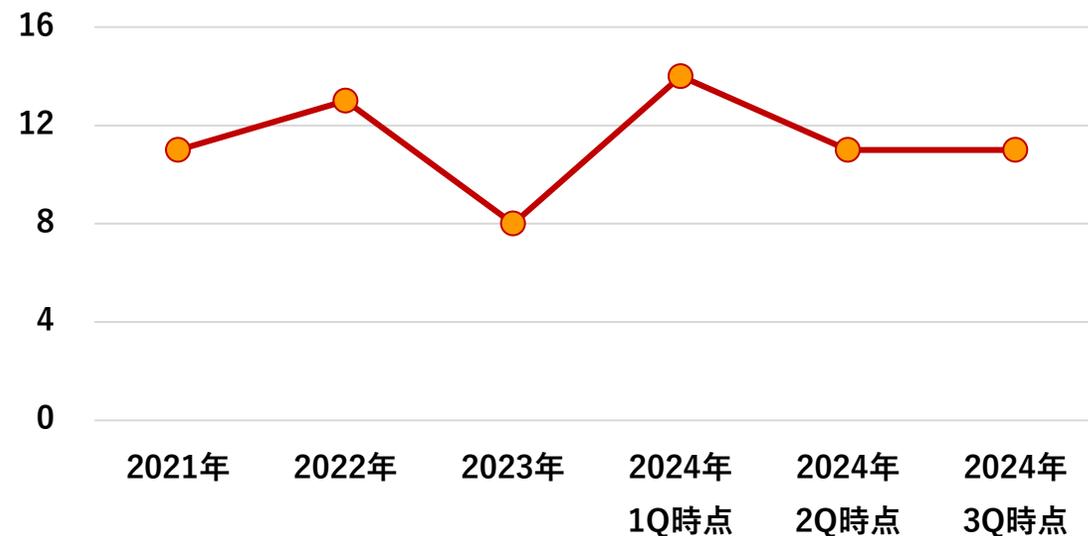
- (株)ジョシュアツリーがピアラグループに参画したことで、ナレッジの強化と人員増加を実現
- 生成AIを活用した社内向けサービスの導入により、納品を行う部門の効率化だけでなく、他部署も巻き込んだ全社的な取り組みとして効率化を推進
- 人員増加に伴う新メンバーへの研修やナレッジ共有等で一時的に納品力は低下する想定も実績値としては納品力を維持、引き続き品質の向上に取り組む
- D2C以外の納品は再現性が高いため、リソースを最適化し成長スピードを加速

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

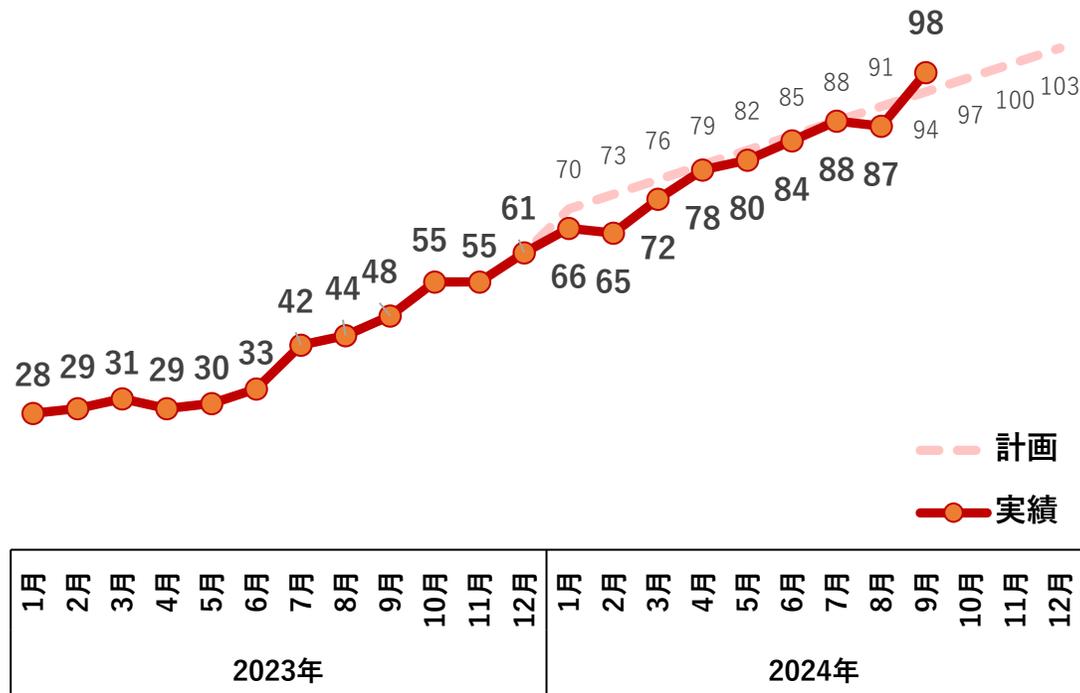
(単位：百万円)



戦略③ マーケティングDX事業の進捗

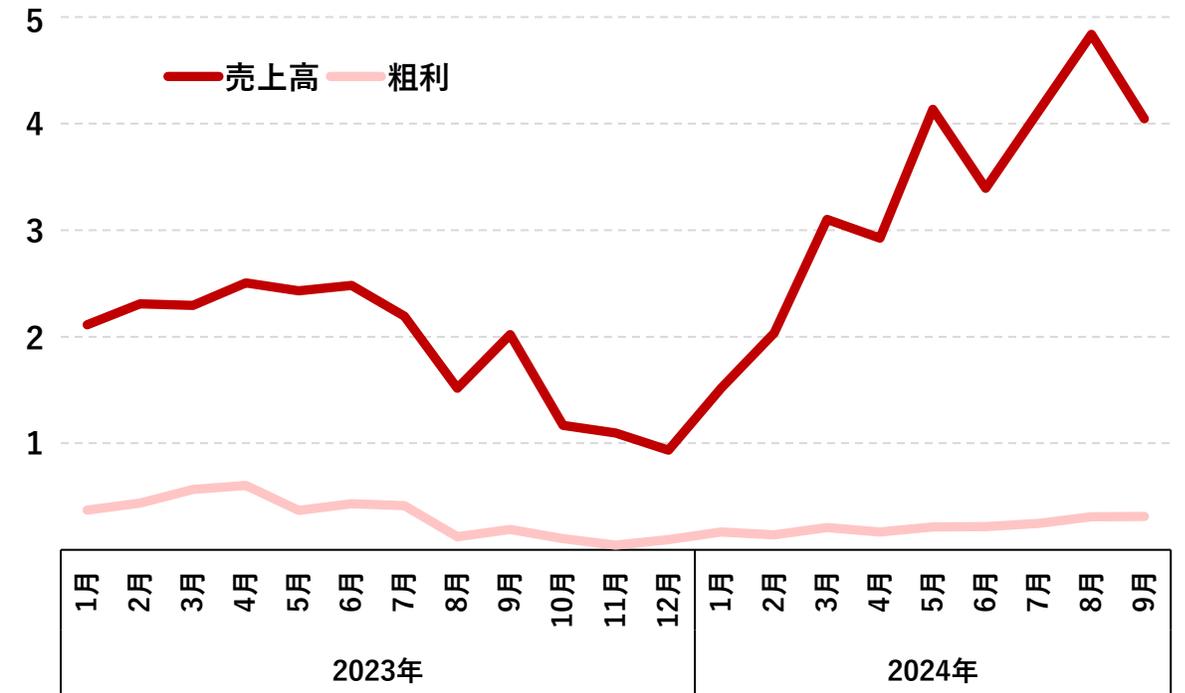
- 取引社数は計画比+4社と計画を超えて進捗、更なる増加を目指す
- 平均取引高も順調に増加し、3Qでの黒字化達成
- 引き続きクロスセルの拡大及びリソースの最適化により利益拡大を促進

取引社数推移



平均取引金額

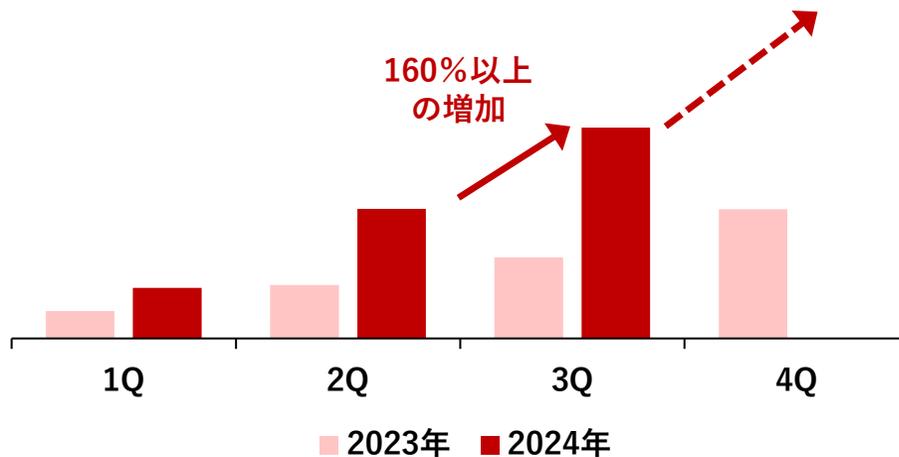
(単位：百万円)



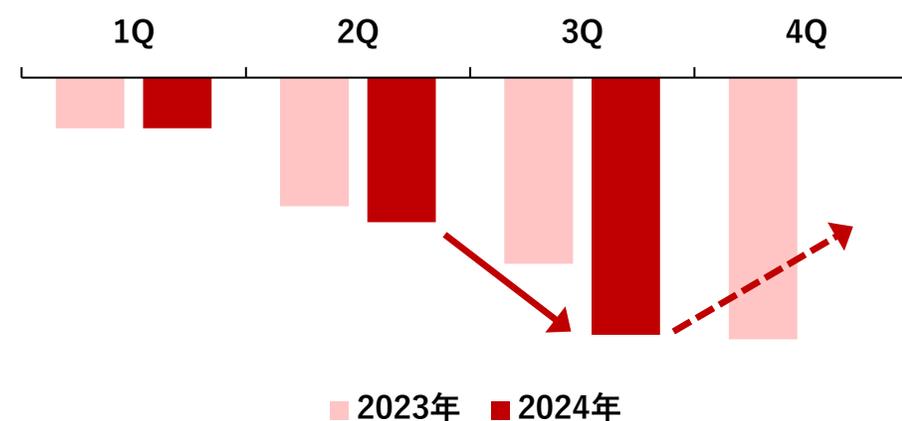
◎ 戦略④ 子会社の進捗

- 2024年8月に(株)PIALab.を譲渡するも、子会社全体として売上高は高成長を維持
- M&Aにより子会社化したone move(株)や(株)ジョシュアツリーは黒字で推移、当社とのシナジーも高いことから、グループとして好循環をもたらす
- PG中国は販管費の削減等の施策を実施するも、不透明な中国経済の影響もあり、業績回復に向けては厳しい状況が継続、引き続き改善施策を実施
- (株)サイバースターは想定よりも事業展開に遅れが発生、(株)P2Cは費用削減に時間が掛かっており、PIATECは案件不足によりエンジニアの稼働が足りていない等、その他の子会社も厳しい状況が続いているが、改善施策を実施し、早期の業績回復を目指す

子会社の売上高合計



子会社の営業利益合計



※ 子会社の合計値は単純合算

⑨ 自社事業の進捗（エンタメDX）

- サイバースターカプセルは、引き続き複数案件に提供
- 5社共同新規IPプロジェクト「らぶフォー」から生まれた5人組ユニット「DIVINE」は1st ミニアルバム「THE MAGICIAN -魔術師-」を発売（2024年9月）
- 2024年9月に自社IPであるVTuber「音狼ビビ」も参加した、全く新しい体験型LIVEイベント「Rise Parade」を発足、定期的なリアルイベントの開催を行っていくと共に、クリエイターとファンの距離を縮める特別なバーチャル体験を提供していく予定

※「音狼ビビ」のYouTubeチャンネル登録者 1.25万人（2024年11月8日現在）



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

- 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
- ドラッグストアへの配荷店舗数が増加したことに伴い、売上は堅調に推移、オフラインの売上が増加した一方で、ECモールでの広告効果が低調だったこともあり粗利率が減少
- 店舗への配荷が進み認知が増えることで、オンラインでの売上も今後増加予定
- 「良朝丸※」は店舗数増加・ECモール共に売上が安定して推移、今後は更なる認知強化施策も実施予定

TONYMOLY



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」

良朝丸※



- ✓ 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）

※販売名：レイスターズ



02 2024年12月期 通期見通し

2024年12月期業績予想の修正

- 2024年12月期の通期業績予想（連結・個別）の修正を発表、
- 連結業績については、一部子会社の進捗が想定以上に悪く、特に中国経済に左右されるPG中国や、新しく設立した(株)サイバースターの事業展開の遅れ等が要因
- 個別業績については、売上高は好調に推移しているものの、一部の粗利率の低いクライアントや新規クライアントで粗利の積み上げに時間を要したため、当初の想定よりも回復が鈍化

連結業績

(単位：百万円)	業績予想 (修正前)	業績予想 (修正後)	増減額
売上高	12,283	13,498	1,214
営業利益	165	△185	△351
経常利益	142	△135	△278
親会社株主に 帰属する 当期純利益	97	△113 ～ △62	△211 ～ △159

個別業績

(単位：百万円)	業績予想 (修正前)	業績予想 (修正後)	増減額
売上高	11,605	12,606	1,000
経常利益	78	△1	△79
当期純利益	54	△104 ～△90	△158 ～△144
1株当たり 当期純利益 (円)	7.85	△15.09 ～ △13.04	△22.94 ～ △20.90

2024年12月期連結業績予想（修正後）の進捗

- 売上高は計画通り順調に推移するも各利益項目の回復が遅れている状況
- ピアラ単体としては3Qで黒字化し回復の兆しが見えてきているものの、一部子会社の進捗状況が悪く、連結としては赤字幅が拡大
- 特に子会社における不採算サービスの見直し等の施策を推進し、赤字幅の縮小を進める

(単位：百万円)	2024年4Q 業績予想	2024年3Q実績	2024年4Q 進捗状況
売上高	13,498	9,366	69.4%
営業利益	△185	△209	—
経常利益	△135	△198	—
親会社株主に帰属 する当期純利益	△113 ～ △62	△187	—

2024年12月期の重点戦略①④

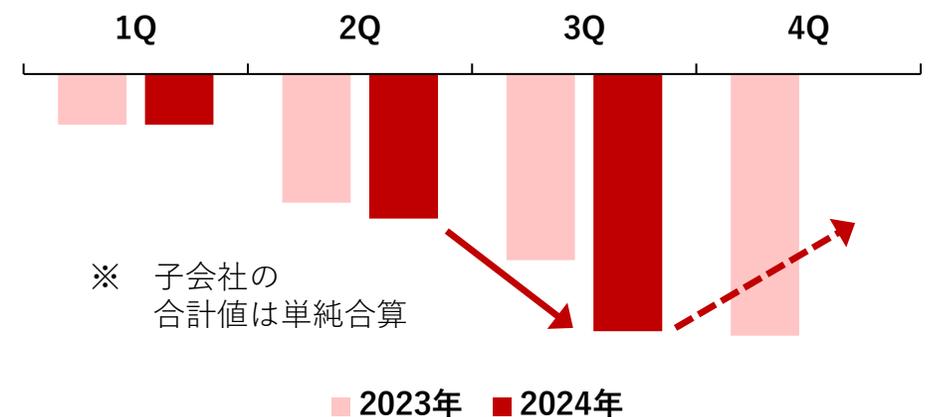
1 2023年売上高上位20社の大型クライアントの落ち込みを止め、前年を上回る

- ✓ 前年同期比75.1%と計画通りに推移、業績回復へ向けたベースとして引き続き取り組む
- ✓ 一部クライアントの取引停止が発生しているものの、引き続きその他の上位クライアントの拡大により、通期計画の達成を目指す

4 one move(株)等の子会社及び自社事業での成長

- ✓ 各子会社それぞれで事業成長、業績回復を目指したものの、想定した赤字幅の縮小には至らず
- ✓ one move(株)、(株)ジョシュアツリーは黒字で推移、ピアラとのシナジー効果もありグループとしての好循環を生む
- ✓ 新たに設立した(株)サイバースターは、システムトラブル等もあり、当初の計画から遅れている状況、成長しているVTuber領域を含め、事業成長及び赤字幅の縮小に注力
- ✓ PG中国、PIATEC、(株)P2Cなど厳しい状況が続いている子会社については、業績改善施策を行い、早急な赤字幅の縮小を目指す

子会社の営業利益合計



2024年12月期の重点戦略②③

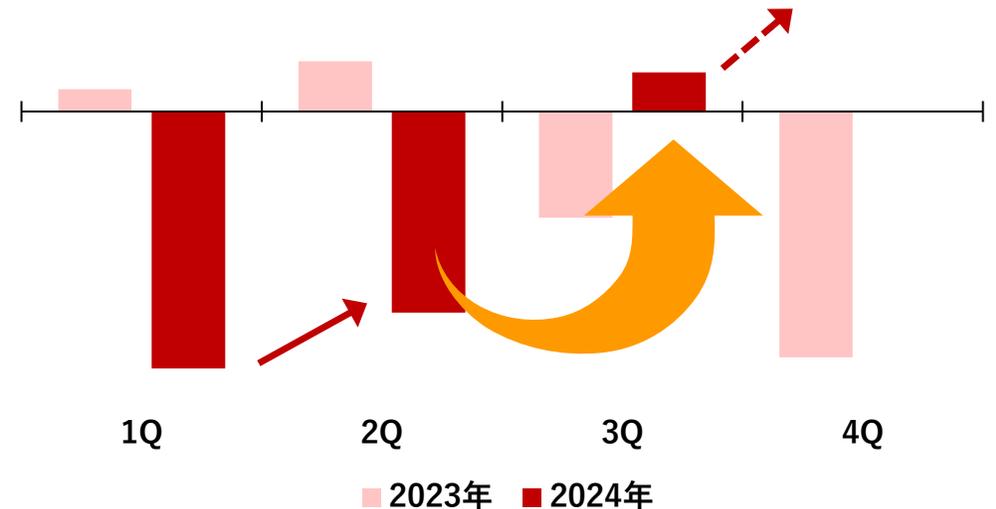
2 既存クライアントの成長と新規クライアントの獲得及び納品力の向上

- ✓ 新規クライアントの獲得は引き続き好調に推移しており、前年の600%以上の成長を実現、既存クライアントはやや減少するも、新規クライアントの獲得で減少以上にカバー
- ✓ (株)ジョシュアツリー参画の好影響で納品力及び質が向上、引き続き更なる向上を目指す

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事業は3Qで黒字化を達成
- ✓ 取引社数においても計画を+4社で進捗
- ✓ 平均売上高及び粗利額は増加傾向にあり、引き続きクロスセル及び最適化による単価向上を目指す
- ✓ 納品としてデジタルマーケティング以外のオフラインDX、SNSellなどクロスセルを強化

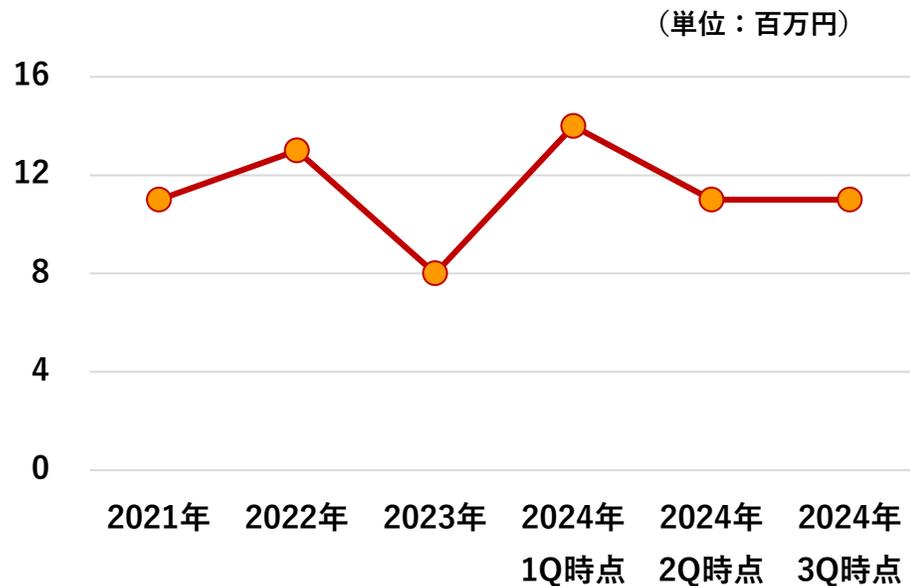
マーケティングDX事業
の営業利益推移



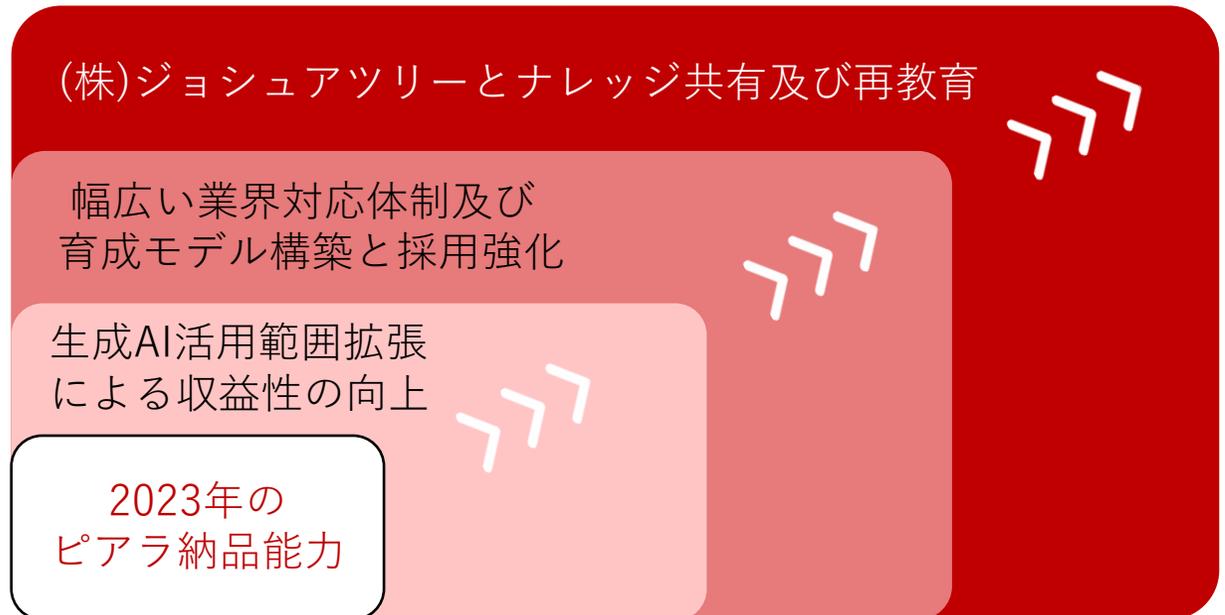
◎ 戦略①②③を牽引するための納品力強化

- 人員増加により、一時的に納品力が低下することを想定していたものの、(株)ジョシュアツリーのナレッジ共有及び人員の再教育に着手したことで、一定の納品力を維持
- 生成AI活用による効率化及び活用範囲の拡張を実施し、一定の効果が出るとともに、他部署を巻き込んだ生成AI活用を推進することで会社全体としての効率化を実現
- 株式会社ジーニーとの業務提携により、更なるAI強化を推進

1人当たり納品力の推移

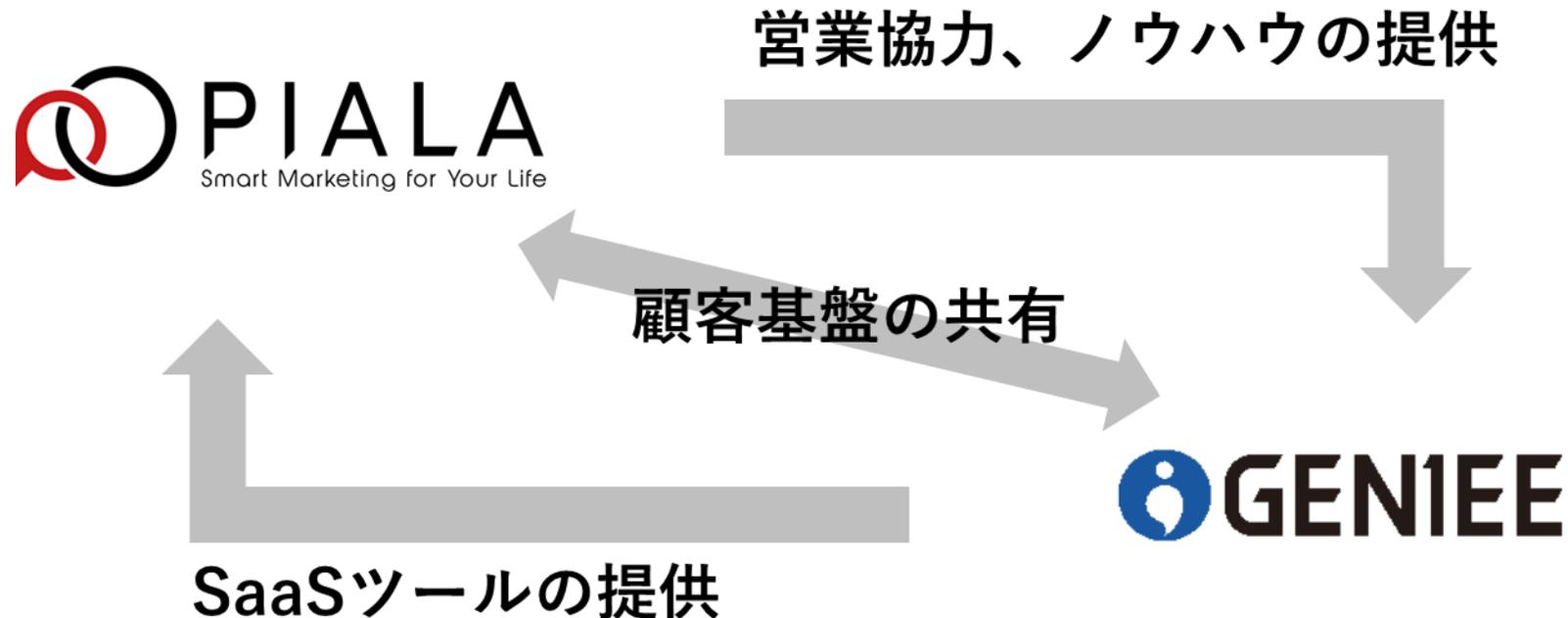


納品力向上のイメージ



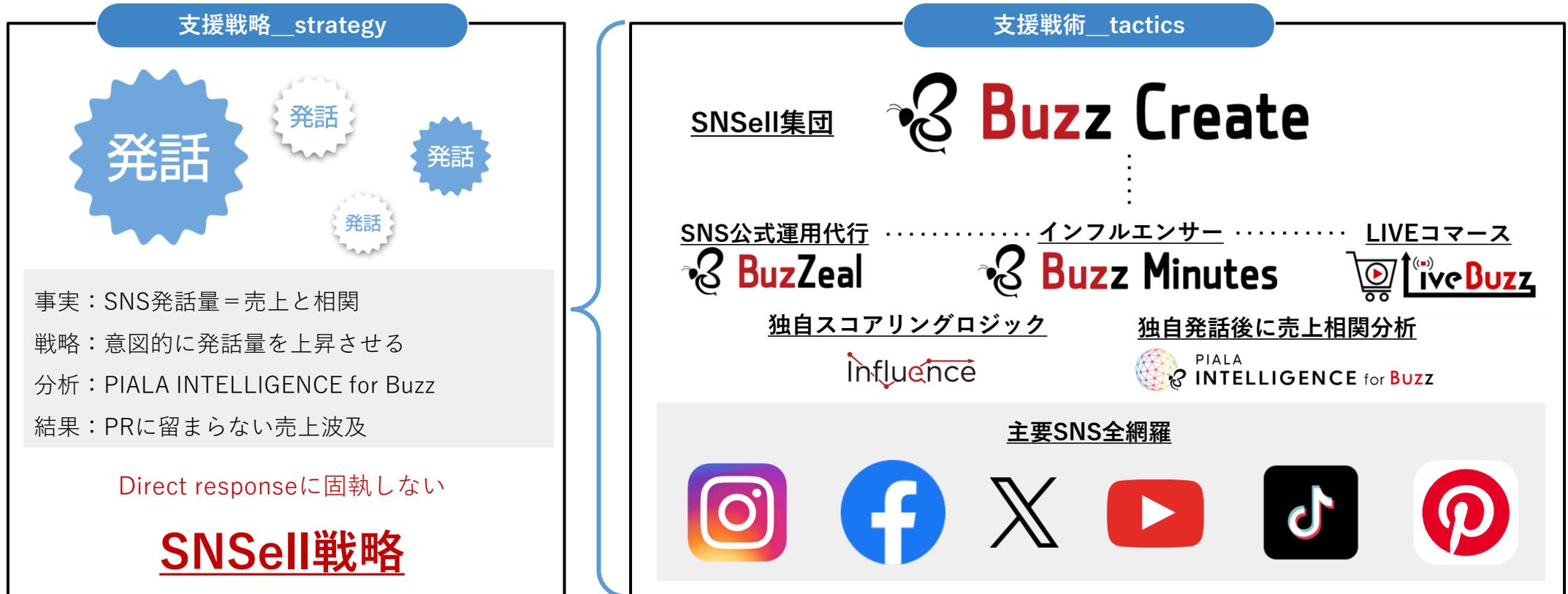
PIALA 株式会社ジーニーとの業務提携契約

- 2024年11月14日付で、株式会社ジーニーと業務提携契約を締結
- 今後は、株式会社ジーニーの保有するSaaSテクノロジーと当社のダイレクトマーケティングのノウハウを掛け合わせることでデジタルマーケティング業界での競争力強化を行っていくと共に、両社の協力体制強化を図っていく
- 今後は両社の協力体制をより拡大し、強化していく予定であり、資本業務提携等を含め、様々な可能性の検討を進める



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



④ SAAFホールディングス株式会社※との業務提携契約

- 2024年8月16日付で、SAAFホールディングス株式会社と業務提携契約を締結
- SAAFホールディングス株式会社は地方公共団体や民間企業が抱える様々な課題解決やDX推進に関するコンサルティングを展開
- 当社はマーケティング施策のノウハウを地域社会の経済的な発展を促進するための施策や、環境保全と持続可能な都市・地域づくりに貢献できるような施策を展開
- 本業務提携で地方公共団体や地域で活躍する民間企業のDX推進を通じて地方の成長促進に寄与することを目指す

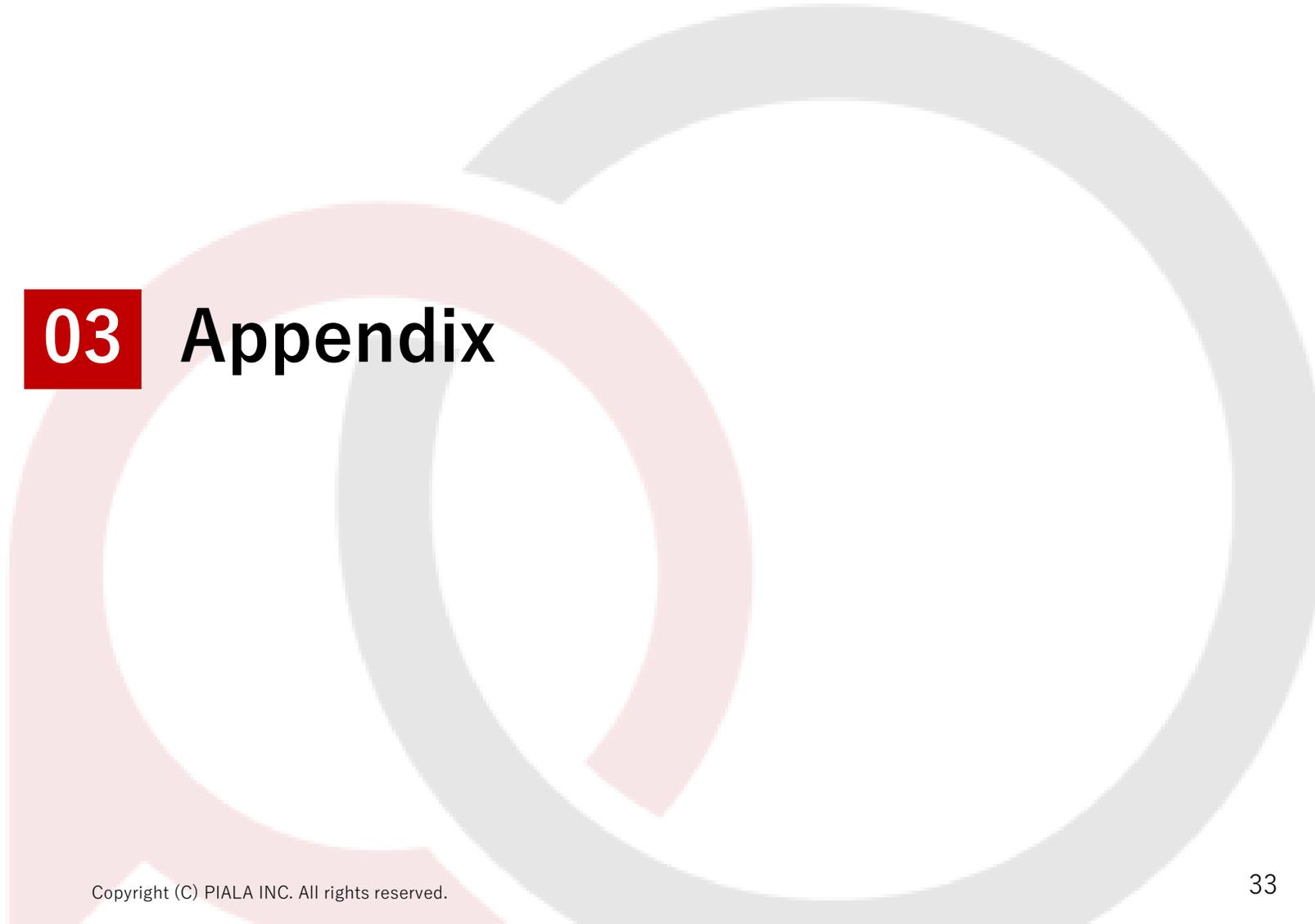
※ 2024年9月1日付でITbookホールディングス株式会社は商号をSAAFホールディングス株式会社に変更



株式会社ClaN Entertainmentと業務連携

- 当社の提供するライブコマースサービス「LiveBuzz」のパートナーとして業務連携
- 約2,000名のVTuberとタイアップ可能な環境構築による、VTuber及びライブコマース市場の拡大に向けて取り組みの強化
- 新たなプロダクト販路となる「VTuber×ライブコマース」を拡大するための「LiveBuzz」のパートナー増加を図り、プロモーションしたい商品や予算に応じて最適なVTuberマーケティングをクライアントへ提案





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

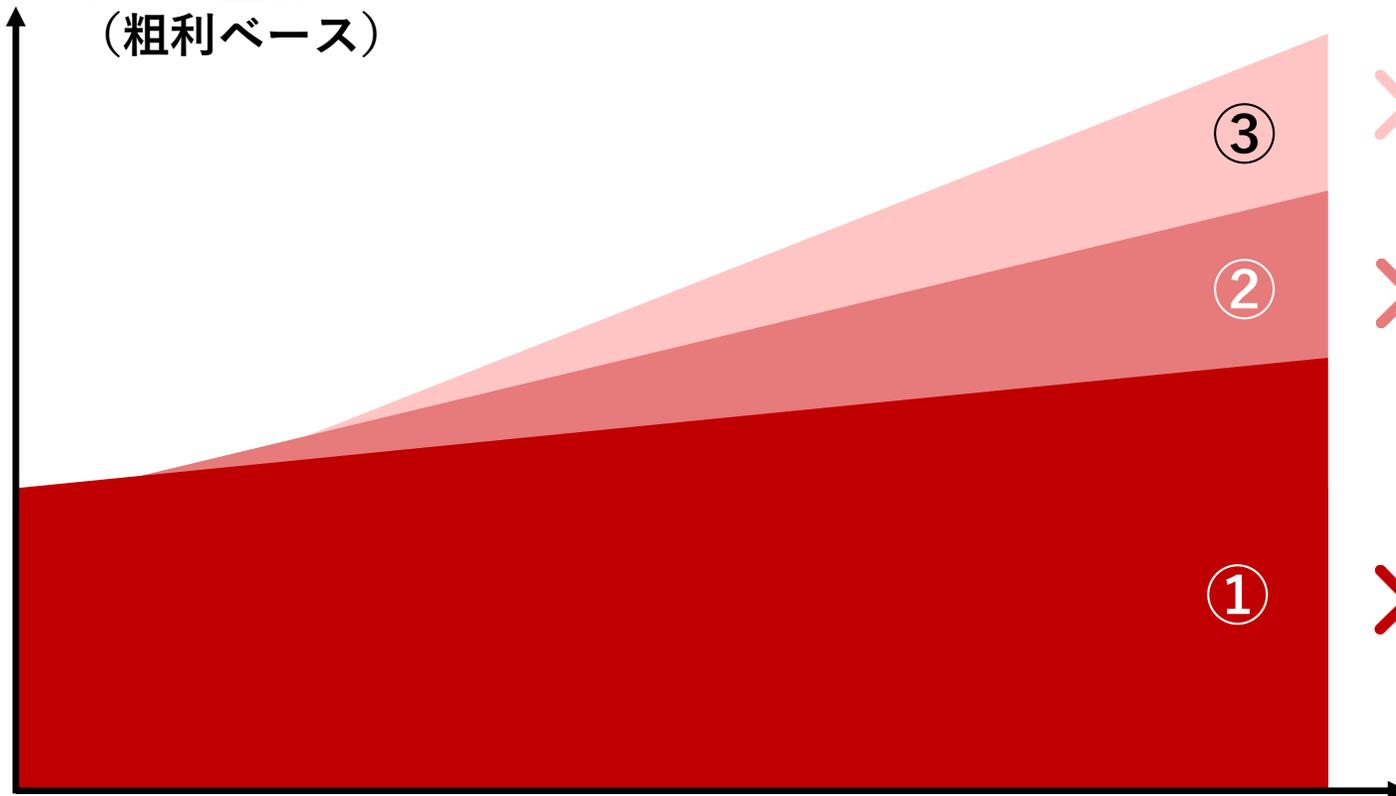
ピアラグループは進んでいきます



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更なる成長を目指す
- 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)



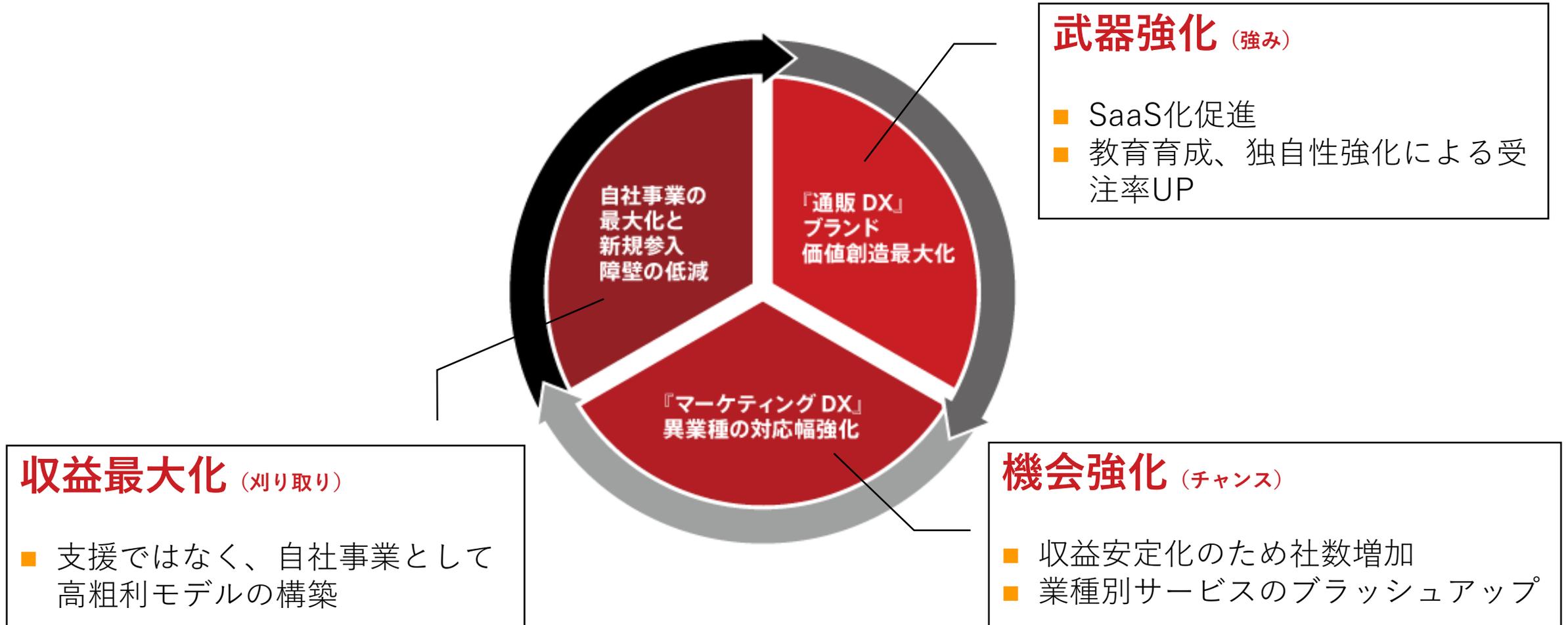
- 自社事業（新規事業）
- エンターテインメント業界を中心にP2CやD2Cブランド立ち上げ等、幅広く展開

- マーケティングDX事業（異業種展開）
- これまで培ってきたヘルスケア&ビューティ、食品市場の知見を基に、異業種へ展開

- 通販DX事業（既存事業）
- 当社の主力である「KPI保証サービス」から領域を拡大し、ブランディングやTVCM等、一気通貫で提供
- 新たにSNS上での発話量を増加させ、コストを抑える「SNSell戦略」

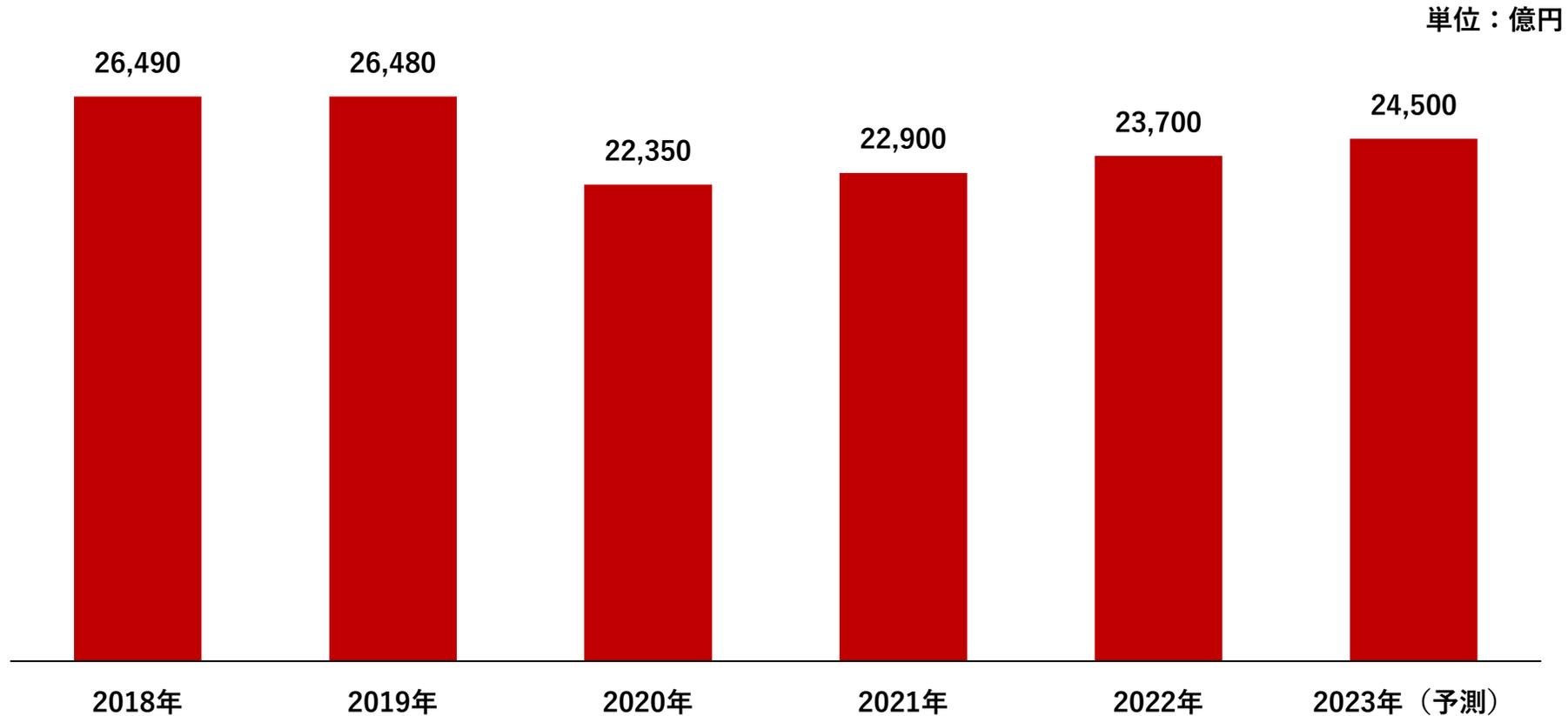
PIALAグループの中期戦略

- 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

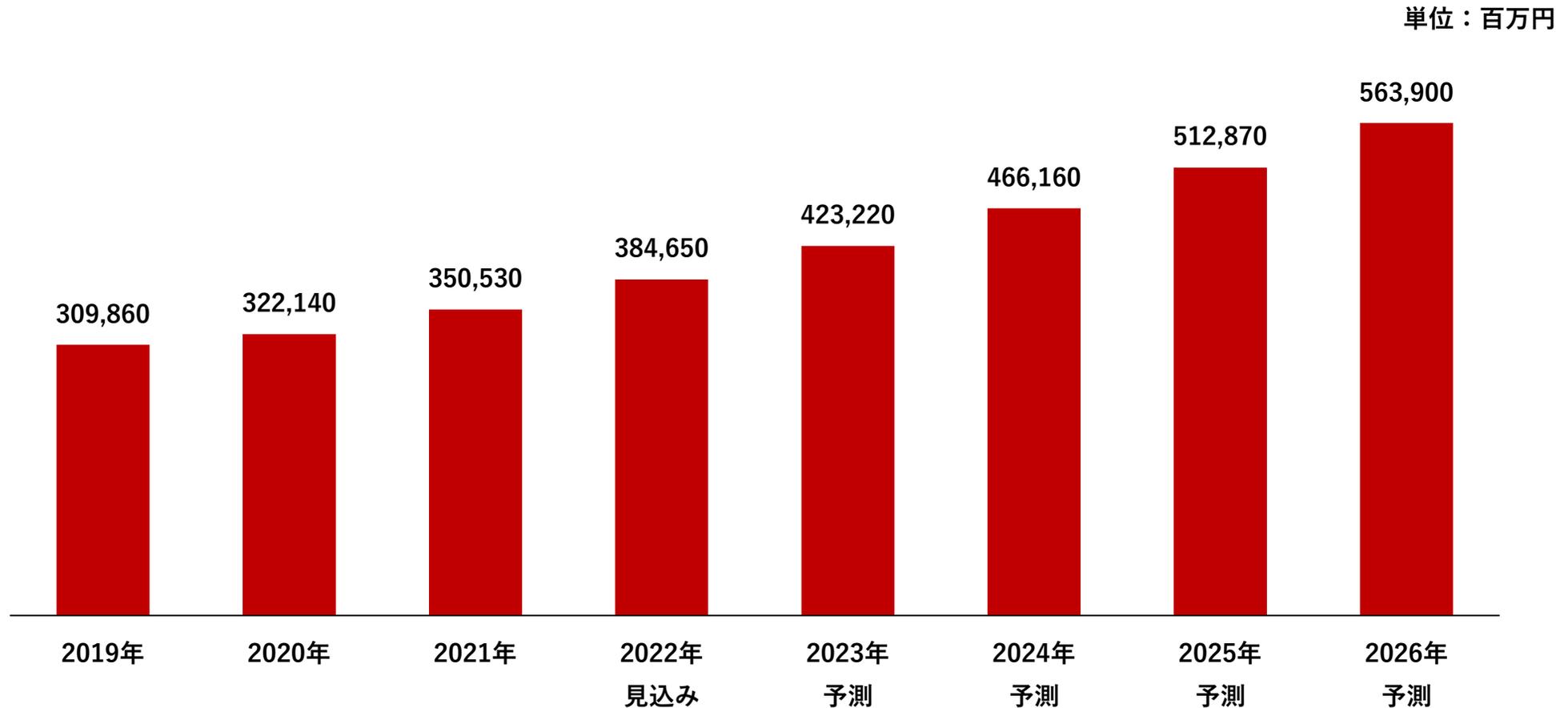
	2022年度見込み	2021年度比	2030年度予測	2021年度比
全体	2兆7,277億円	117.5%	6兆5,195億円	2.8倍
製造	2,990億円	115.4%	8,130億円	3.1倍
流通/小売	669億円	129.4%	1,852億円	3.6倍
金融	3,020億円	122.5%	8,880億円	3.6倍
交通/運輸/物流	3,842億円	119.5%	1兆1,795億円	3.7倍
不動産/建築	502億円	115.4%	1,514億円	3.5倍
バックオフィス（業種共通）	2,789億円	117.2%	6,515億円	2.7倍

※ 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

② 国内アフィリエイト市場

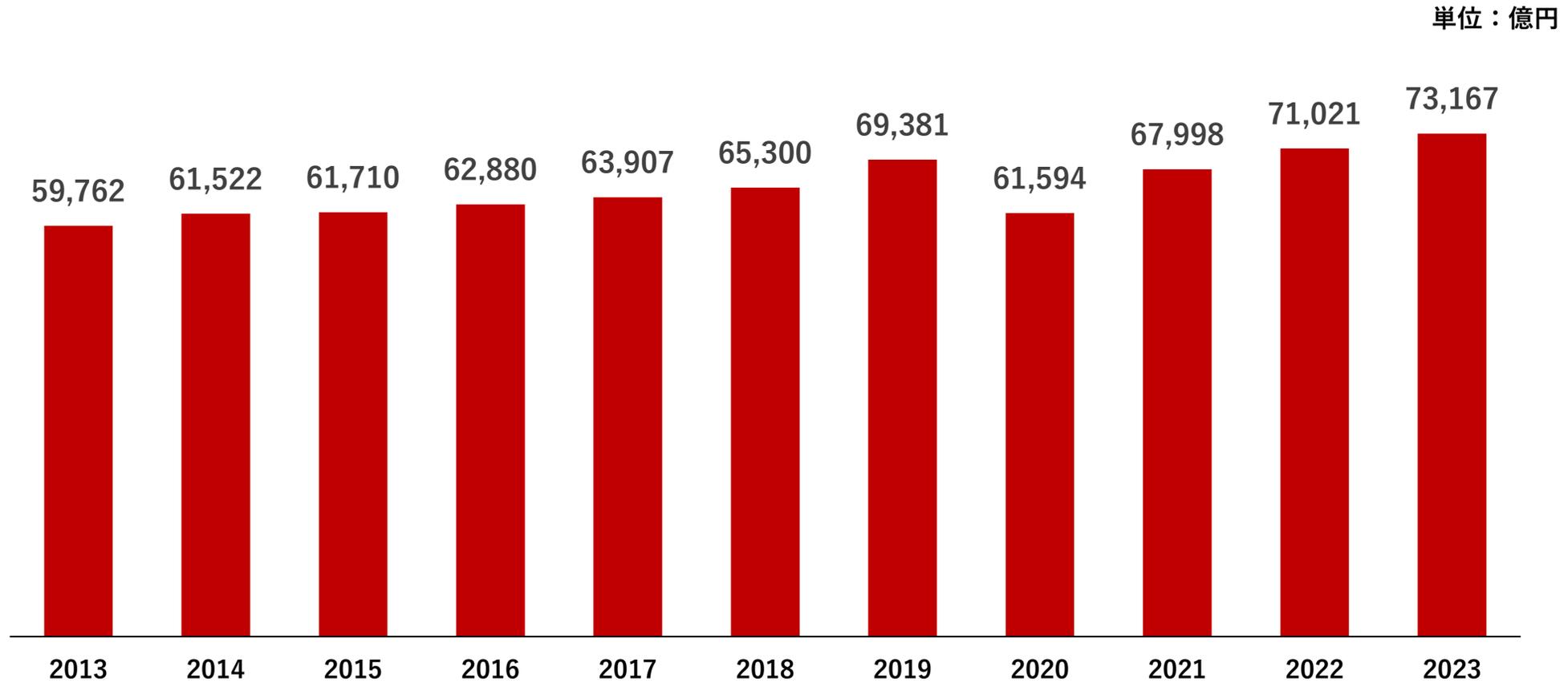
- オンライン特化型のサービスが大きく成長
- 景表法に基づく指針が改定され、悪質な広告や事業者が排除されることで、市場は健全化され、中長期的には成長促進の要因



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

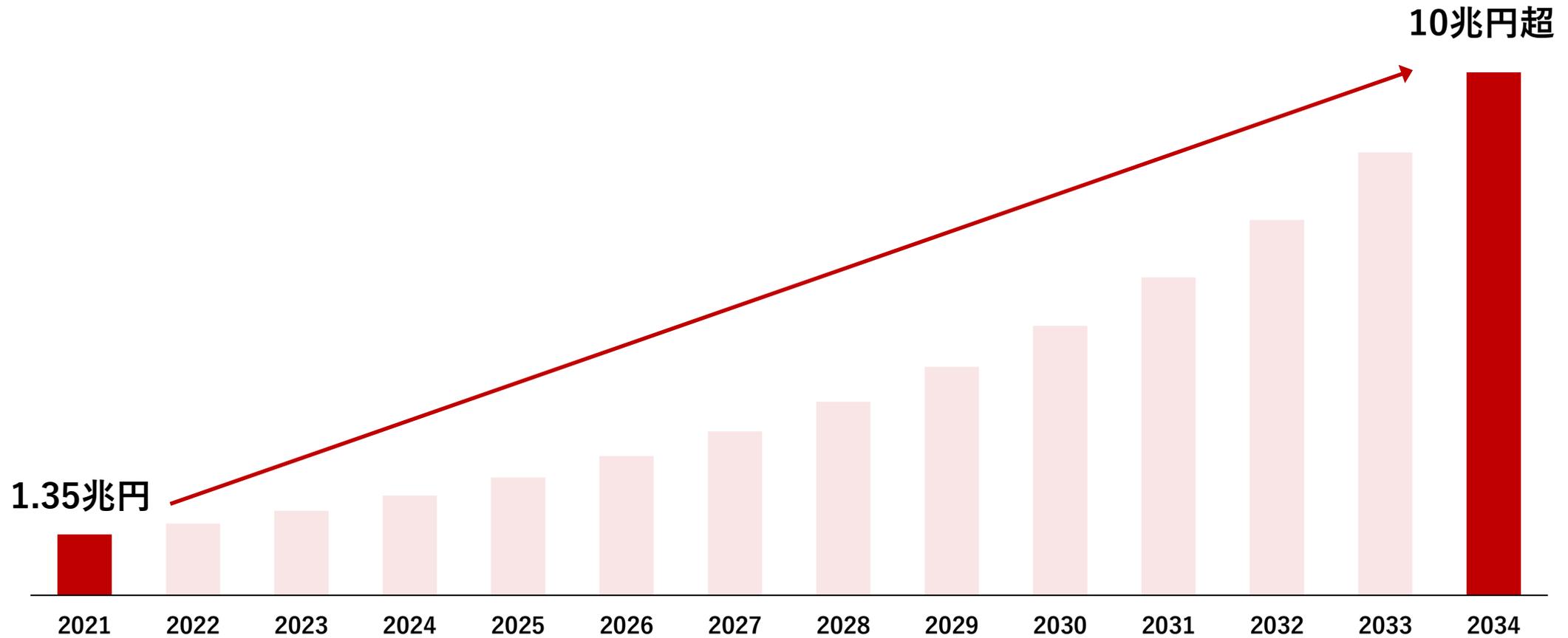
- 過去最高の2022年を上回る7兆3,167億円（前年比103.0%）
- インターネット広告費は3兆3,330億円（前年比107.8%）と引き続き好調
- 「イベント・展示・映像ほか」のプロモーションメディア広告が特に成長



出典：株式会社電通「2023年 日本の広告費」をもとに作成

② 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9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

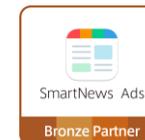
市 場 東京証券取引所スタンダード市場 (証券コード：7044)

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、
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、株式会社サイバースター

従 業 員 数 144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
会社分割によりエンターテインメントDX事業を分割し国内に子会社設立

RESULT PLUS RESULT EC

RESULT MASTER PIATEC
PIALA Technology

PG 比智
PG-TRADING CO., LTD.

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

CYBER STAR

PIALA VENTURES

P2C INC.

PIALA INTELLIGENCE ONE MOVE

Joshuatree CYBER STAR

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

国内

海外

P2C INC. 株式会社P2C
Tokyo

PIALA 株式会社ピアラベンチャーズ
VENTURES Tokyo

ONE MOVE one move株式会社
Tokyo

 **Joshuatree** 株式会社ジョシュアツリー
Tokyo

 **CYBER STAR** 株式会社サイバースター
Tokyo

 **比智 (杭州) 商貿有限公司**
PG-TRADING CO., LTD. Hangzhou, Shanghai CHINA

 **PG-Trading (Vietnam) Co., Ltd.**
PG-TRADING VIETNAM CO., LTD. Ho Chi Min VIETNAM

 **PIATEC(Thailand) Co., Ltd.**
PIALA Technology Bangkok THAILAND

 **CHANNEL J(THAILAND) Co., Ltd.**
チャンネルJ Bangkok THAILAND

「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。