

PIALA

Smart Marketing for Your Life

# 2024年12月期 通期 決算補足資料

2025年2月13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 通期決算概要

**02** 2025年12月期 通期見通し

**03** Appendix

**01**

# 2024年12月期 通期決算概要

# 2024年12月期 通期決算進捗（四半期）

- 売上高は4Qで4,123百万円であり前年同期比105.4%と大幅増加、営業利益63百万円、経常利益70百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益69百万円
- 当社グループ全体として四半期ベースでの黒字化を達成

売上高

4,123百万円

前年同期比  
+2,116百万円 (+105.4%)

営業利益

63百万円

前年同期比  
+199百万円 (-%)

黒字化  
達成

経常利益

70百万円

前年同期比  
+236百万円 (-%)

黒字化  
達成

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  
+488百万円 (-%)

黒字化  
達成

# 2024年12月期 通期決算進捗（累計）

- 売上高は13,488百万円と前年同期比48.8%増加、利益項目についても赤字幅を大幅に縮小
- 重点施策として掲げた①2023年の上位20社の成長、及び③マーケティングDX事業の取引社数増加を収益基盤として、着実な積み上げを実施
- 通期累計ではまだ赤字であるものの、各利益項目で改善、赤字となっている子会社に関しては、引き続き事業・サービス見直し等の改善策を検討及び実施予定

売上高

13,488百万円

前年同期比  
+4,423百万円 (+48.8%)

営業利益

△146百万円

前年同期比  
+237百万円 (-%)

経常利益

△129百万円

前年同期比  
+294百万円 (-%)

親会社株主に  
帰属する  
当期純利益

△110百万円

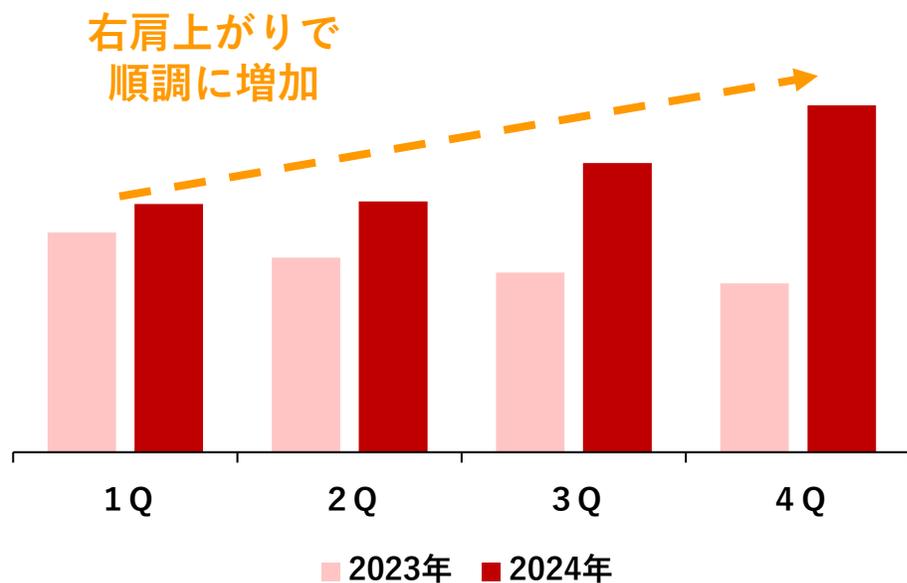
前年同期比  
+871百万円 (-%)

ご参考：EBITDA △16百万円

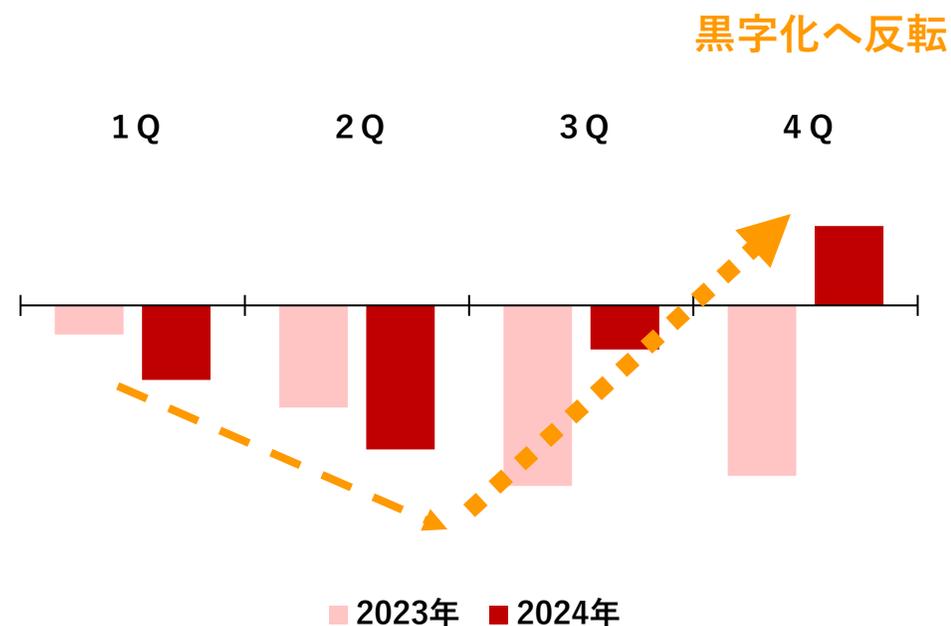
# ① ピアラグループでの黒字化（連結）

- 売上高は引き続き好調に推移し、年間を通じて右肩上がりで増収（**前年同期比105.4%増加**）
- 営業利益は四半期ベースでの**黒字化を達成**、その他の利益項目についても**黒字へ反転**
- **2024年下期は全ての利益項目で黒字化**しており、ピアラの回復がグループを牽引

## 売上高の推移



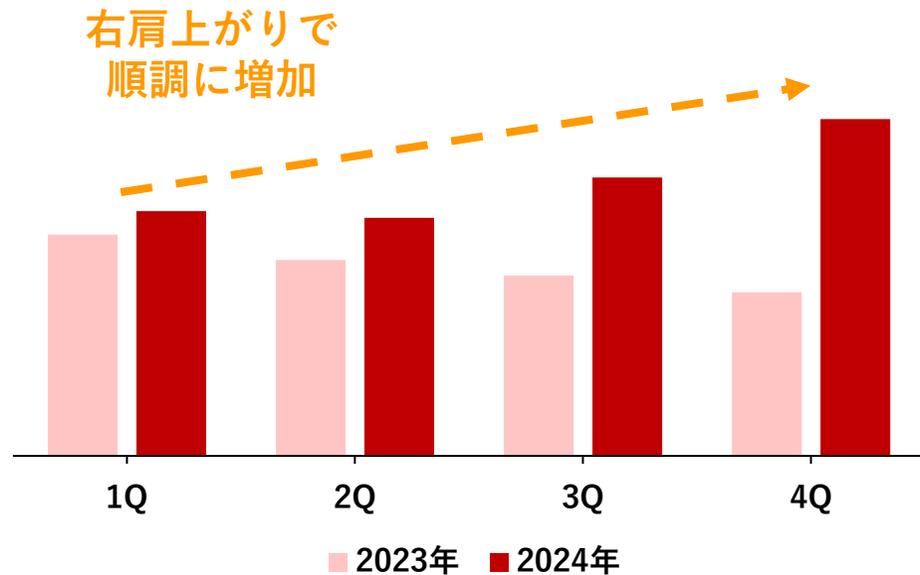
## 営業利益の推移



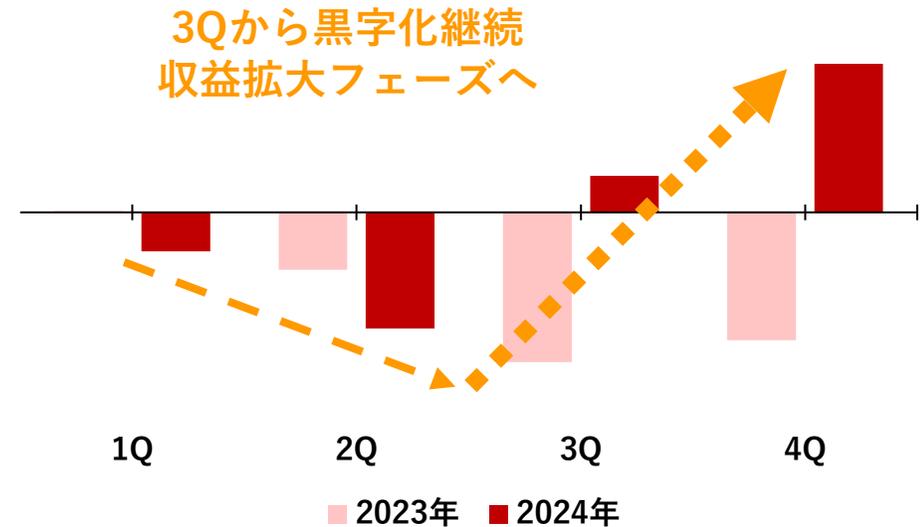
# ① ピアラでの黒字化（単体）

- 売上高は順調に増加し通期で12,637百万円（前年同四半期比106.1%増加）
- 営業利益及び経常利益については四半期ベースだけではなく、**通期での黒字化を達成、当期純利益は四半期ベースでの黒字化を達成**し、当社グループの黒字化を牽引
- 既存大型クライアントの成長や拡大、マーケティングDX事業を中心とした異業種展開が順調に進む中で、費用削減にも取り組んだ結果、4期ぶりの黒字へ転換

## 売上高の推移

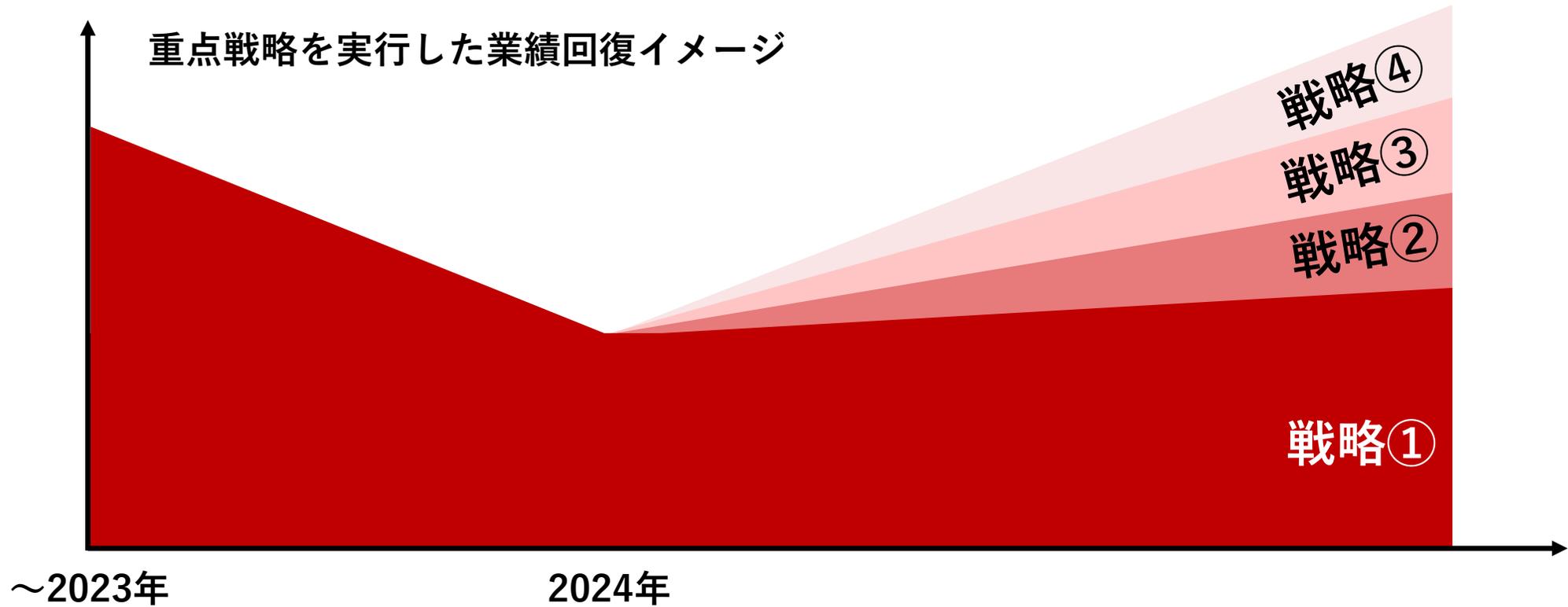


## 営業利益の推移



# 📍 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



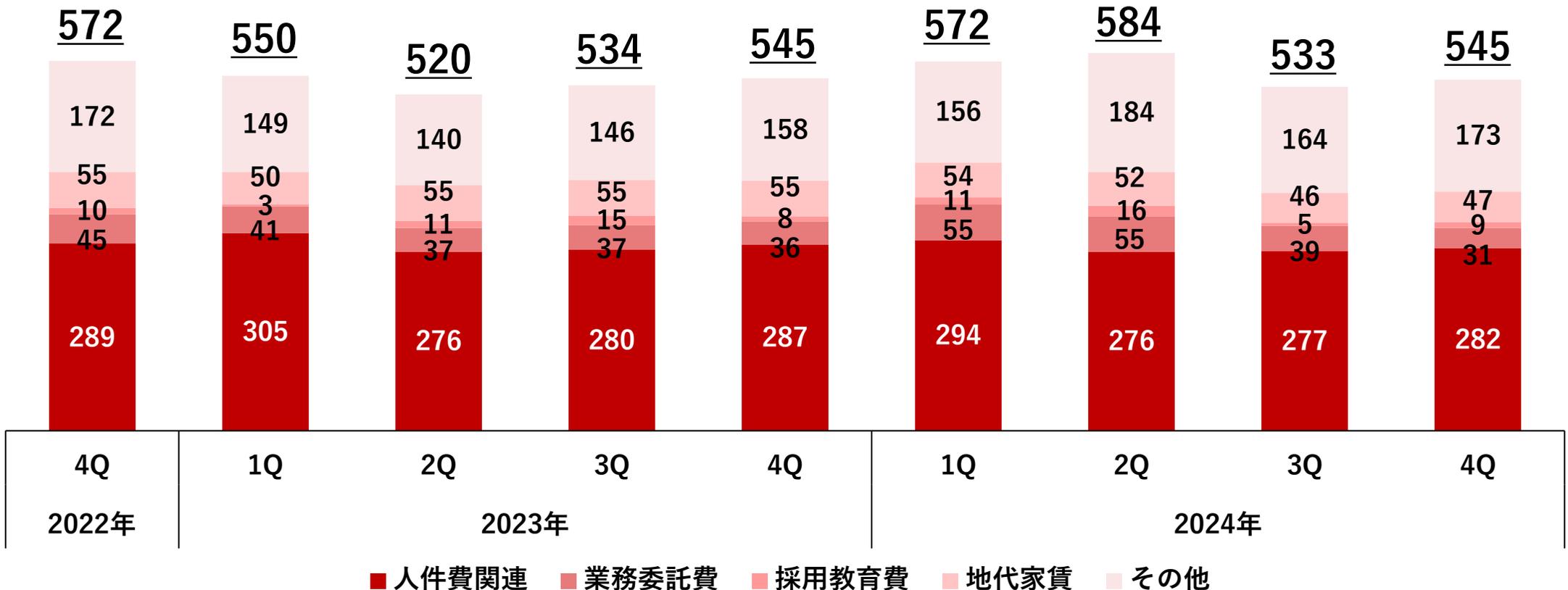
# 重点戦略の進捗状況

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104.4%と計画達成</li><li>一部クライアントが大幅に伸長したことで、取引停止分をカバー</li><li>引き続きクライアントの成長と拡大に注力し、強固な経営基盤構築を目指す</li></ul>	
戦略②	<ul style="list-style-type: none"><li>既存クライアント全体としては前年比17.4%の成長を達成</li><li>新規クライアントの獲得は年間を通じて好調に推移しており、前年比450%以上と大幅に上振れて着地、ピアラグループの収益基盤の安定化に貢献</li><li>納品力は前年比31.9%増、引き続き人員増加及び強化を継続</li></ul>	
戦略③	<ul style="list-style-type: none"><li>取引社数は計画に対して△6社と計画を下回るものの、利益率の高い新規クライアント獲得や既存のクライアントの拡大を図るためであり想定範囲内</li><li>平均売上高は増加傾向、今後も人員増加を図り異業種への進出を推進</li></ul>	
戦略④	<ul style="list-style-type: none"><li>子会社の売上高は増加、赤字幅も縮小傾向ではあるものの、依然厳しい状況</li><li>one move(株)や(株)ジョシュアツリーは順調に売上及び利益を計上</li><li>不透明な中国経済の影響があるPG中国は、販管費の圧縮等を実施しているものの、案件獲得が低迷、(株)P2Cは売上が計画値程度に推移しているものの、配送料の削減が想定通りに進まず、不安定な業績が継続</li><li>新設した(株)サイバースターも当初想定していたよりも事業成長が鈍化、案件獲得が低調になり、費用削減を試みるも黒字化には至らず</li></ul>	

# ◎ 販管費の推移

- Q on Q : 2.2%増、Y on Y : 0.2%減
- 採用強化に伴い人件費は増加するものの、前年同期比としては減少
- 2025年は採用強化に伴う費用増加が見込まれるため、その他の項目で削減を目指す

(単位：百万円)



# PIALA 連結貸借対照表

- 売上高の増加に伴い、「受取手形及び売掛金」「買掛金」が引き続き増加
- (株)ジーニーへの第三者割当増資を実行したことで自己資本比率が改善※

※ (株)ジーニーへの追加増資分は2025年2月3日に払込完了

(単位：百万円)

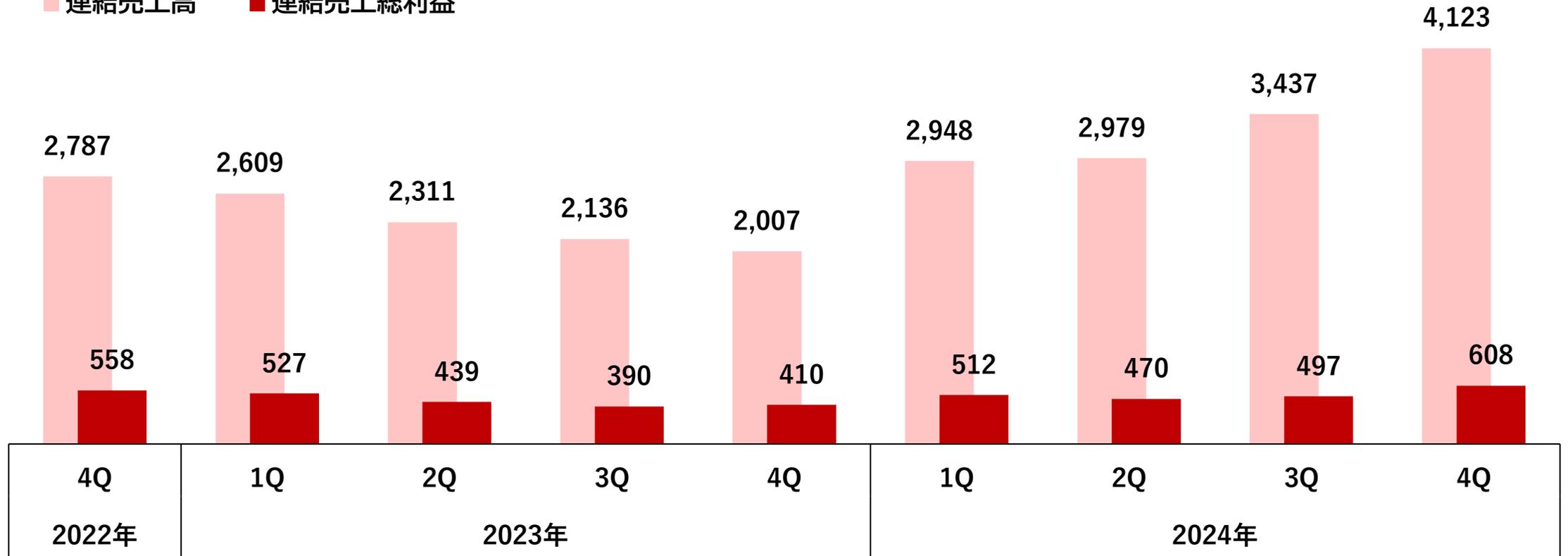
	2023年12月末	2024年12月末	増減額	
資産の部	現金及び預金	1,952	1,358	△593
	受取手形及び売掛金	879	1,949	1,069
	流動資産合計	3,057	3,569	512
	投資その他の資産	418	437	18
	固定資産合計	485	665	179
	資産合計	3,543	4,234	691
負債の部	買掛金	747	1,692	945
	短期借入金	1,130	1,140	10
	流動負債合計	2,751	3,611	859
	長期借入金	188	119	△69
	固定負債合計	208	125	△83
	負債合計	2,960	3,736	776
純資産の部	株主資本合計	529	453	△76
	純資産合計	582	498	△84
	負債純資産合計	3,543	4,234	691

# ② 連結売上高及び売上総利益の推移

- 売上高 Q on Q : **20.0%増**、Y on Y : **105.4%増**
- 売上総利益 Q on Q : **22.3%増**、Y on Y : **48.4%増**
- 売上高は年間累計で48.8%増加と、右肩上がりで増加
- 売上高及びクライアント予算への納品を優先したが、今後利益率改善も実施

(単位：百万円)

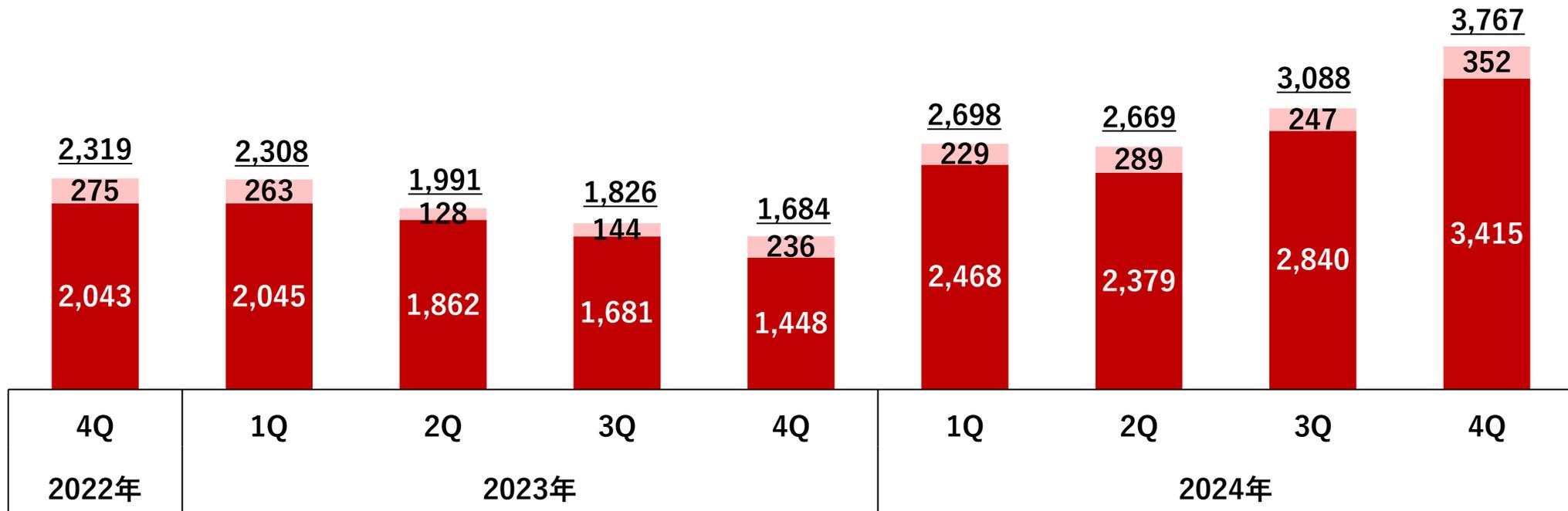
■ 連結売上高 ■ 連結売上総利益



# 売上高（KPI保証・通販DX）の推移

- KPI保証 Q on Q：20.2%増、Y on Y：135.8%増
- 通販DX Q on Q：42.3%増、Y on Y：49.0%増
- KPI保証は引き続き好調に推移しており、前年比135%以上と大幅に回復
- KPI保証の売上高3,415百万円は、過去最高だった2020年第1四半期の2,902百万円を超えて伸長
- 通販DXについても堅調に増加

(単位：百万円)

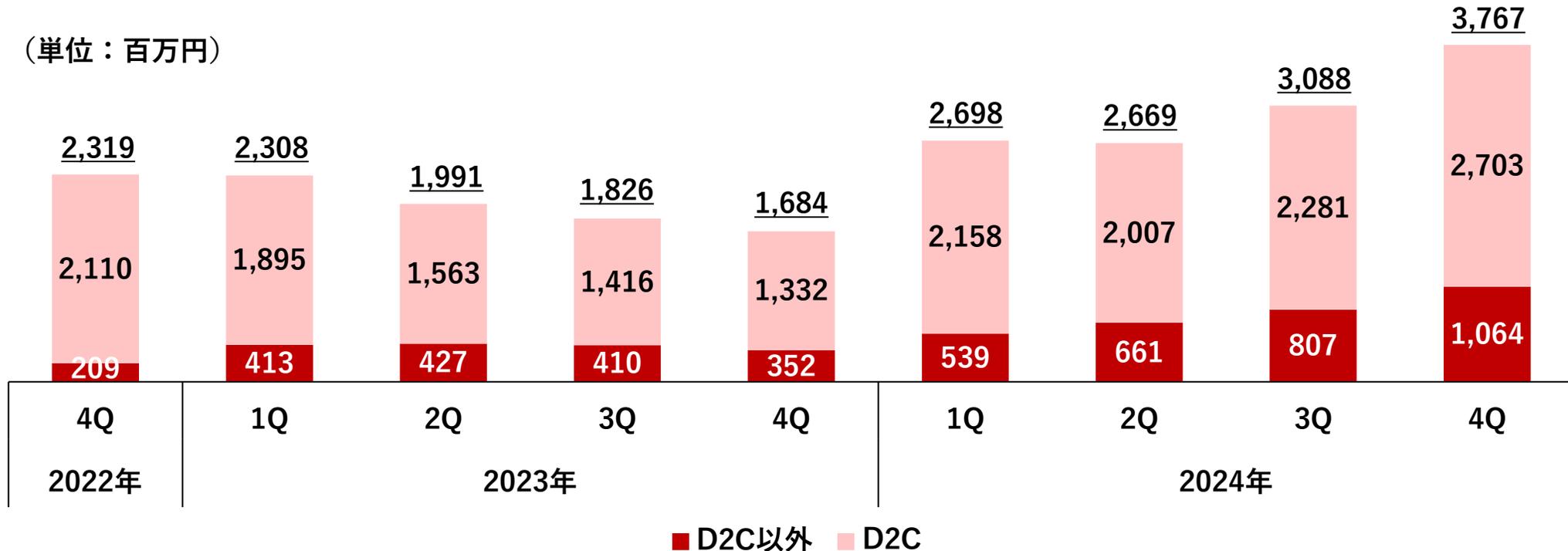


■ KPI保証 ■ 通販DX

# ② D2C以外の売上高（KPI保証・通販DX）推移

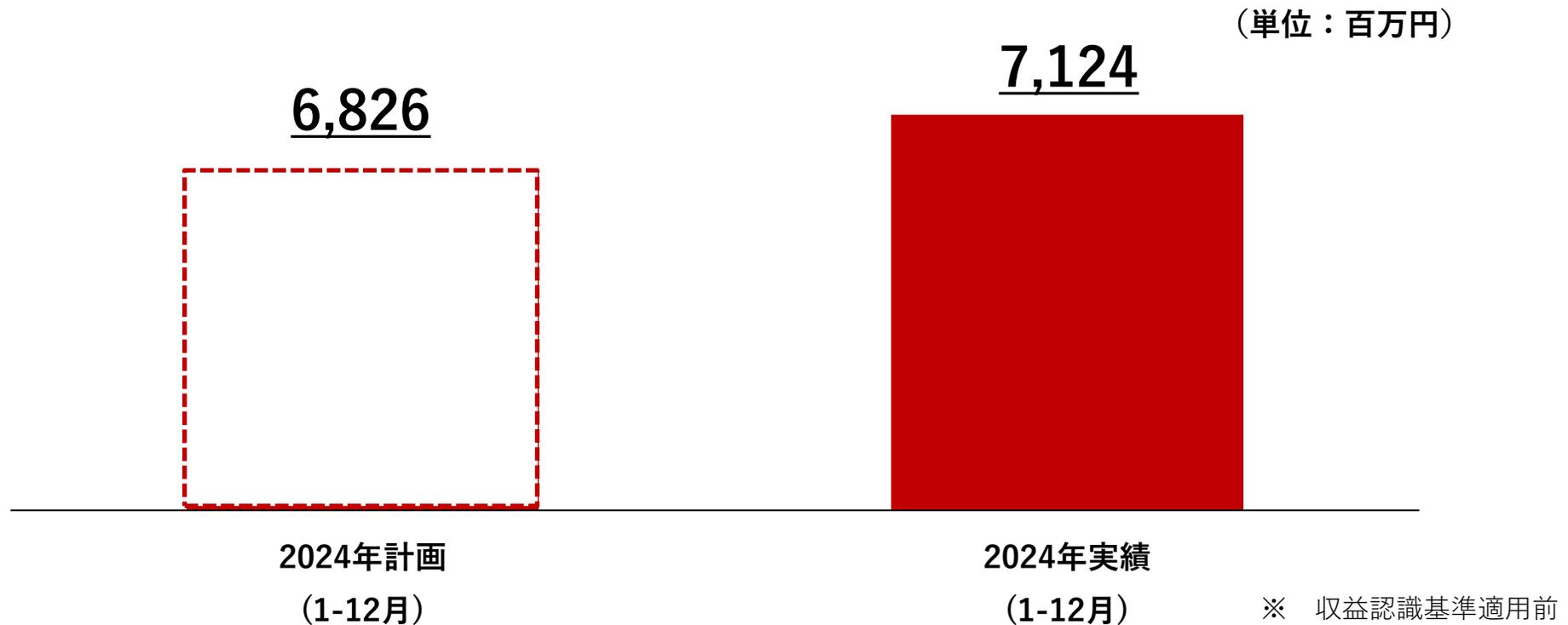
- D2C以外 Q on Q : **31.8%増**、Y on Y : **201.9%増**
- D2C Q on Q : **18.5%増**、Y on Y : **102.9%増**
- D2C及びD2C以外（主に店舗集客系・医療・人材・不動産など）で前年と比較して**100%以上**の増加
- 異業種への市場分散及びクライアント分散したことで、安定的な収益構造の構築へ
- 人員採用及びAI活用での最適化を継続し、更なる事業拡大並びに収益性拡大を目指す

（単位：百万円）



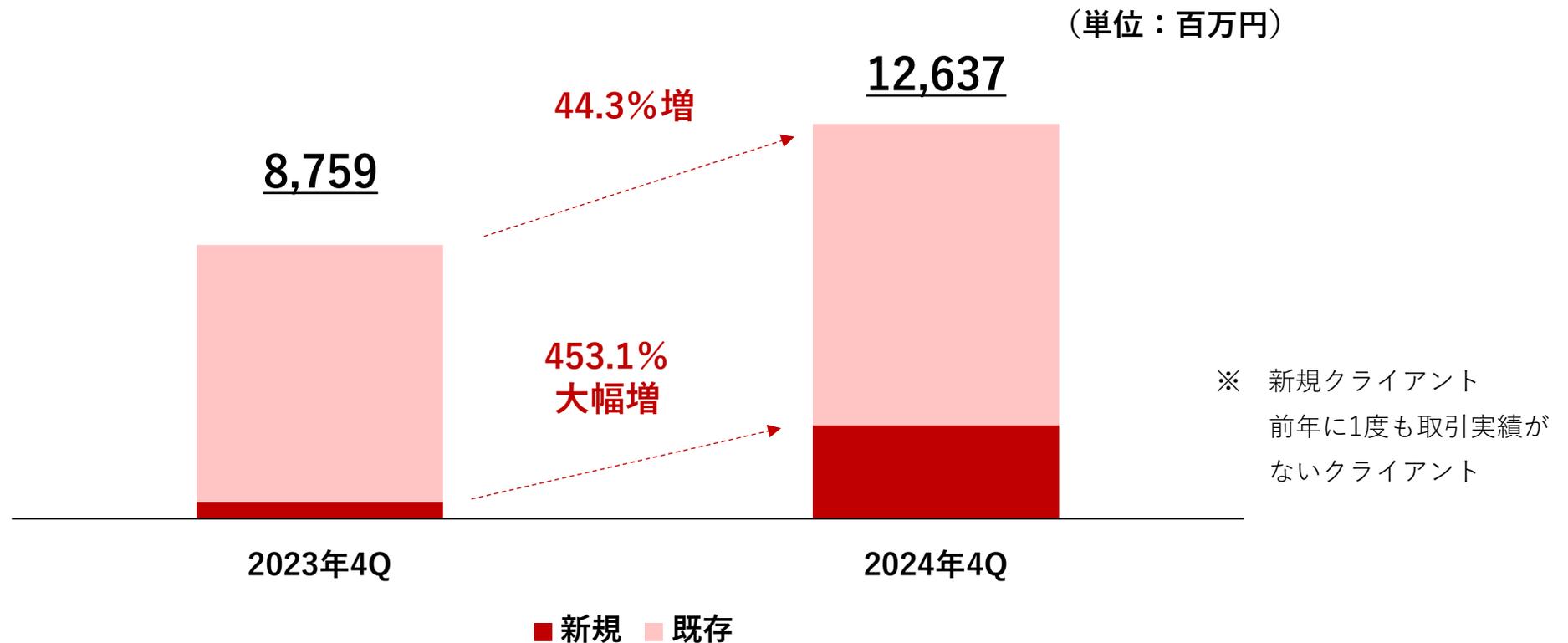
# ◎ 戦略① 売上高上位20社の進捗

- 計画値に対して**104.4%**と計画達成
- 大手クライアントの拡張に向けた施策を評価頂いたことや、縦型動画の施策提案に注力したことで売上は順調に増加
- 選択と集中を実施したことで、一部のクライアントでは前年と比較して150%以上増加、今後も上位クライアントの成長に一定注力し、更なる経営基盤の強化を図る



## ◎ 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**44.3%増**と大幅に回復
- 新規クライアントが**前年同期比453.1%増**とクライアントの獲得及び拡張が好調
- マーケティングDX事業の異業種展開も好調に推移しており、異なる市場への展開により安定的な収益基盤の確保が進んでいる状況
- 今後は採用を強化することで、全社的な新規クライアント及び業界拡張に注力

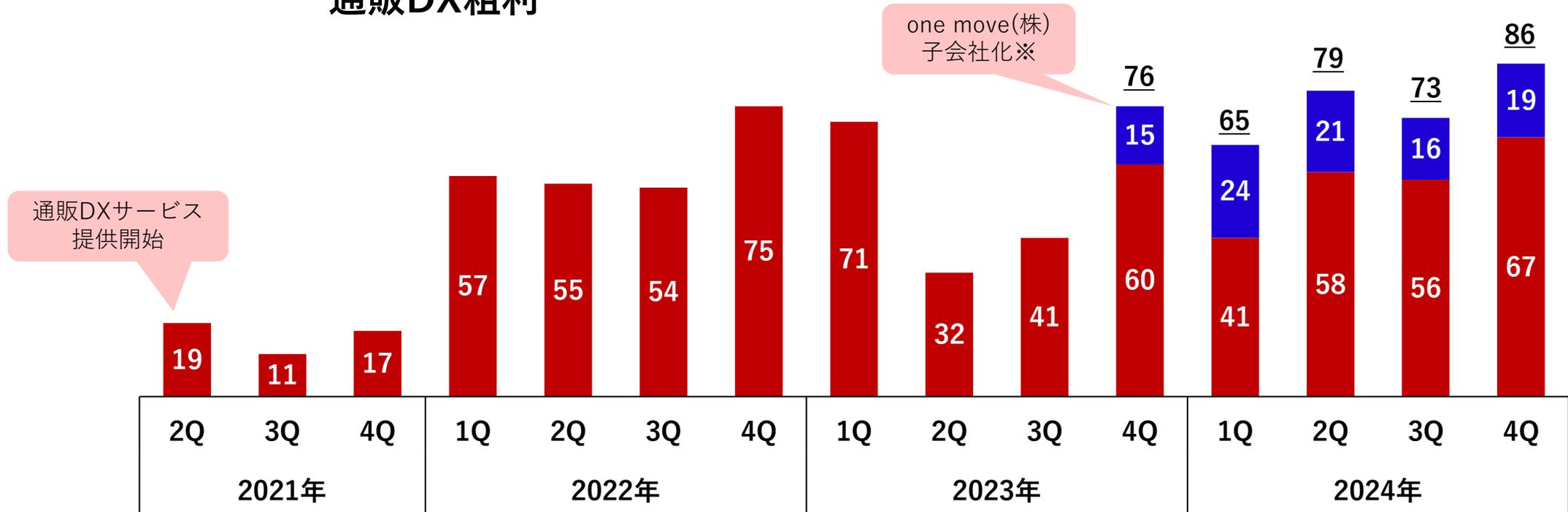


# 通販DXサービス（SNSellマーケティング）の進捗

- 通販DX Q on Q : **18.4%増**、Y on Y : **13.9%増**
- 順調に粗利額を積み上げてきており増加傾向
- 通販DXサービスの提供開始以来、**四半期ベースでの最高額**を達成
- 2025年は部門再編を行い、通販DXサービスの更なる伸長を目指す

(単位：百万円)

## 通販DX粗利



※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

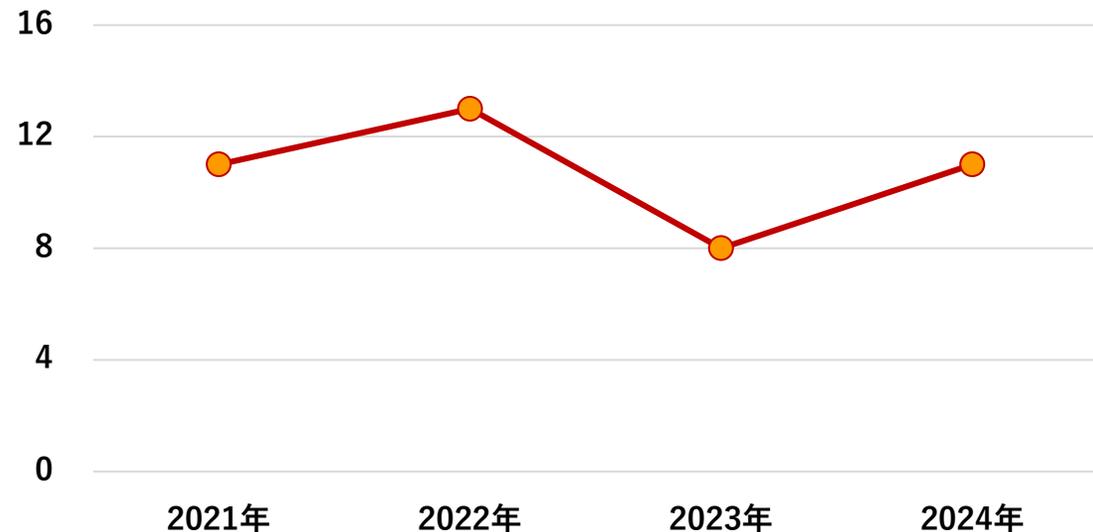
- 2021年と同程度の納品力までの強化を達成
- (株)ジョシュアツリーがピアラグループに参画したことで、ナレッジの強化と人員増加を実現
- (株)ジーニーとの業務提携により、生成AIによる広告レポートの自動生成や改善提案を行うことで、更なる効率化を推進
- 今後の事業規模拡大に向けて、納品力をさらに強化することが重要な要素の一つであるため、引き続き品質の向上に取り組む

## 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

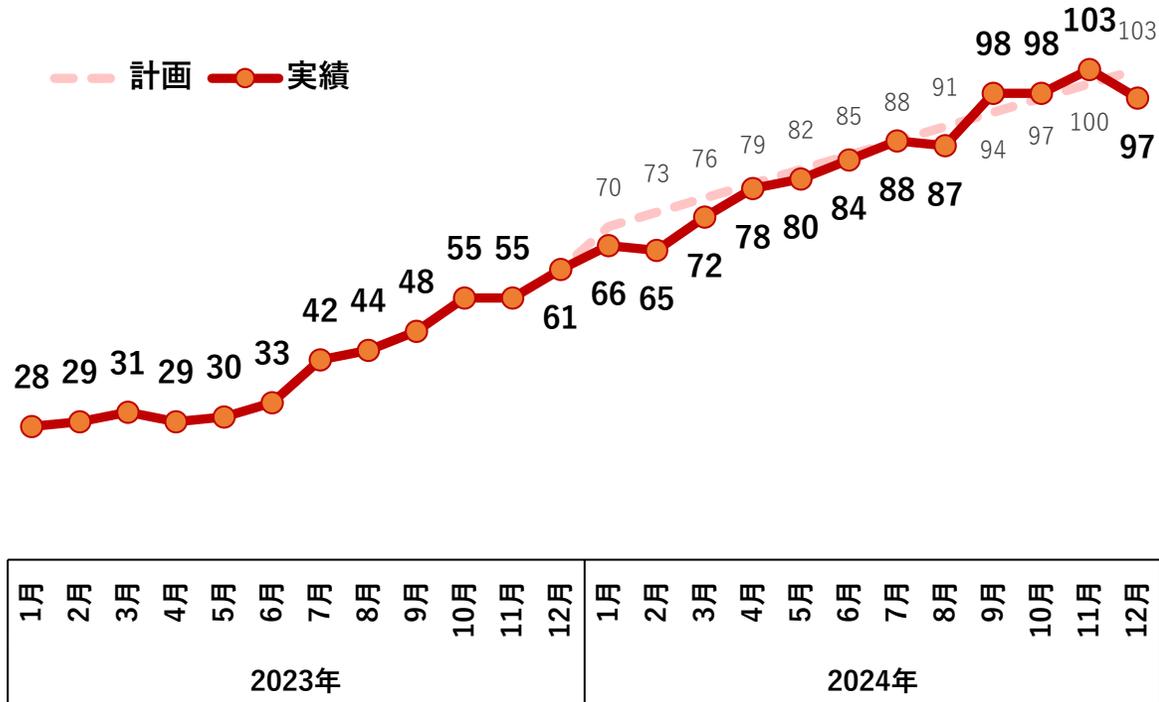
(単位：百万円)



# ◎ 戦略③ マーケティングDX事業の進捗

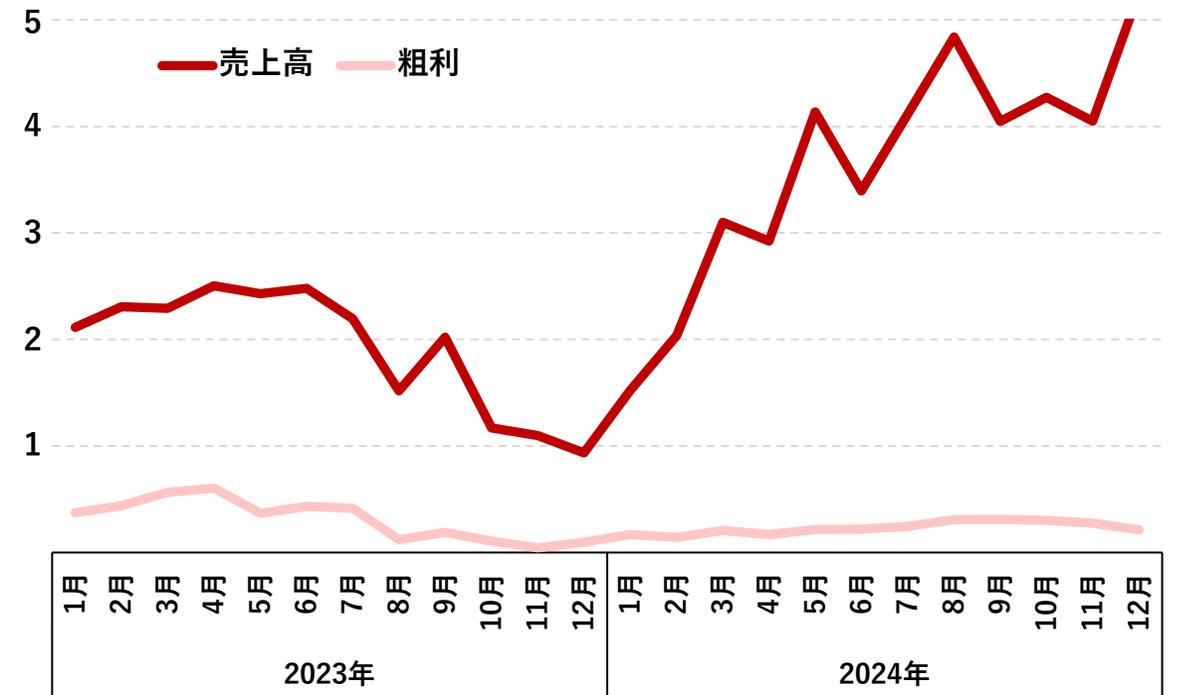
- 取引社数は最終的に計画比△6社で着地したものの、これは2025年12月期を見据えて、一部、低粗利率や拡張の厳しいクライアントを整理したことによるため想定内
- 平均取扱高は順調に増加し、黒字化を継続、今後は収益性改善を目指す
- 引き続き、既存業界に加え新たな業界も開拓を実施

### 取引社数推移



### 平均取引金額

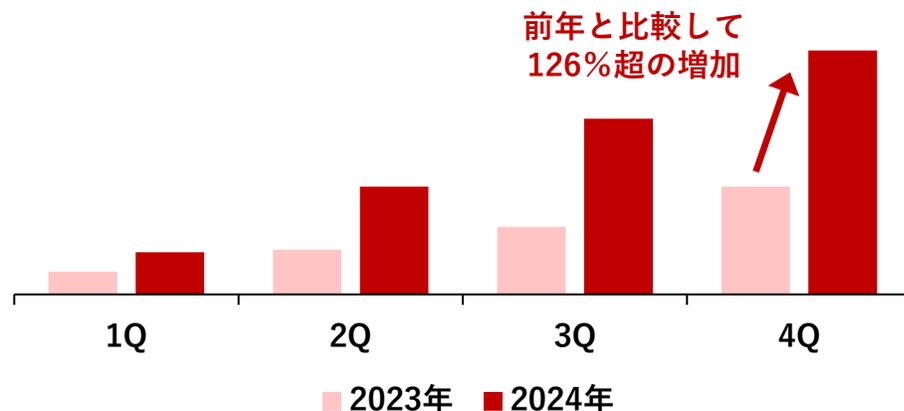
(単位：百万円)



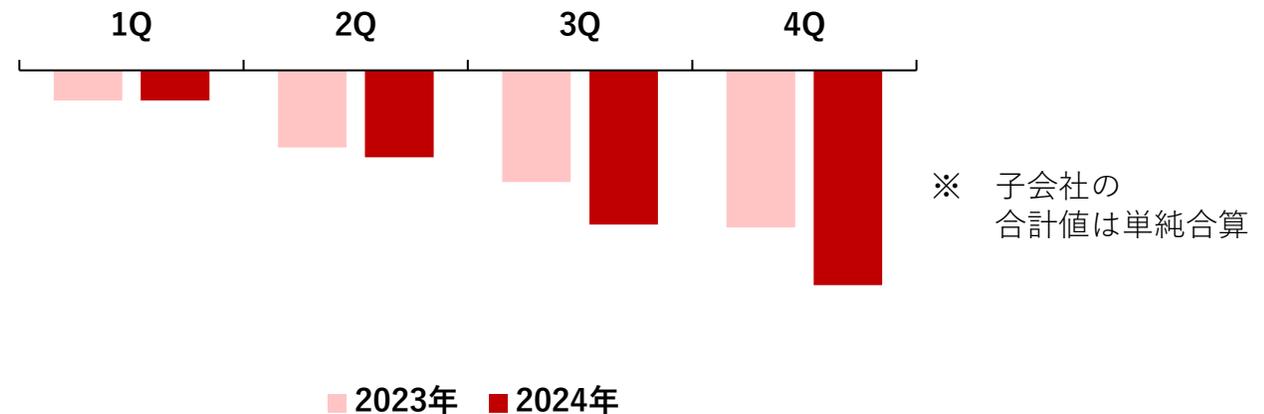
# ◎ 戦略④ 子会社の進捗

- 売上高は前年と比較して増加、これは主にM&Aで子会社化したone move(株)や(株)ジョシュアツリーの業績が大きく貢献、シナジー効果も高く、グループとして好循環をもたらす
- PG中国は案件獲得による売上増加も黒字化には至らず、(株)サイバースターは想定よりも案件獲得が低調となったこと、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、年間を通じて厳しい状況
- PG中国、PIATEC、(株)サイバースターは赤字幅が縮小、人員体制の見直しも25年春までに完遂する計画、足元ではPIATECの収益は改善し黒字化へ、今後事業・人員見直し縮小などあらゆる可能性を検討しながら赤字幅縮小及び早期全社黒字化へ向けた対策を実行

### 子会社の売上高合計



### 子会社の営業利益合計



# ⑨ 自事業の進捗（エンタメDX）

- (株)サイバースターは2次元、2.5次元領域に集中し、人員体制の見直しを実施
- 5社共同新規IPプロジェクト「らぶフォー」は新しいプロジェクトの発表計画中
- 全く新しい体験型2次元イベント「Rise Parade」は、第2弾を開催し、第3弾の開催も決定
- VTuber「音狼ビビ」は2024年12月には活動1周年を迎え、今後の活動をさらに加速させるため、クラウドファンディングにて「音狼ビビ3D化プロジェクト」を実施
- 目標金額である150万円は開始初日で達成、最終的にはおよそ686万円の450%達成
- 新規VTuberの複数稼働も計画中

※「音狼ビビ」のYouTubeチャンネル登録者 1.3万人（2025年2月7日現在）



5社共同新規IPプロジェクト「らぶフォー」



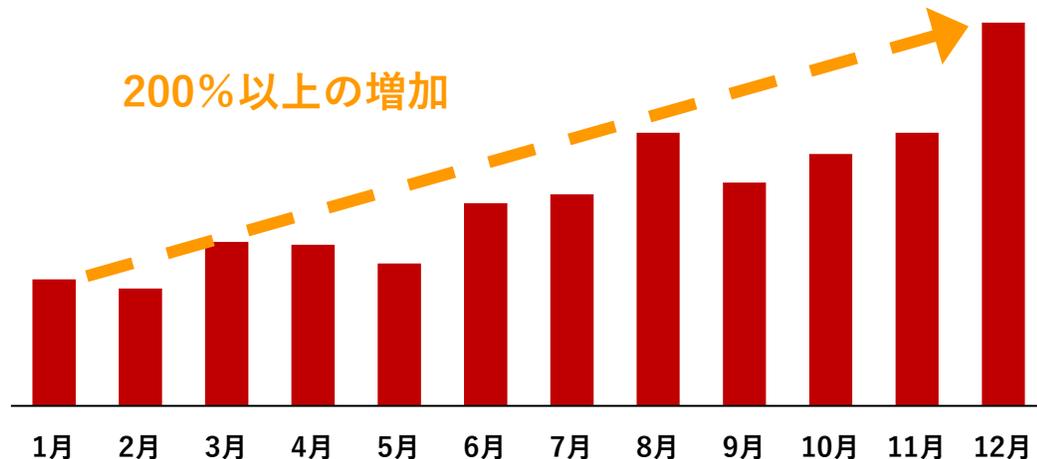
※クラウドファンディングは現在終了しております

# ◎ 自社事業の進捗 (P2C)

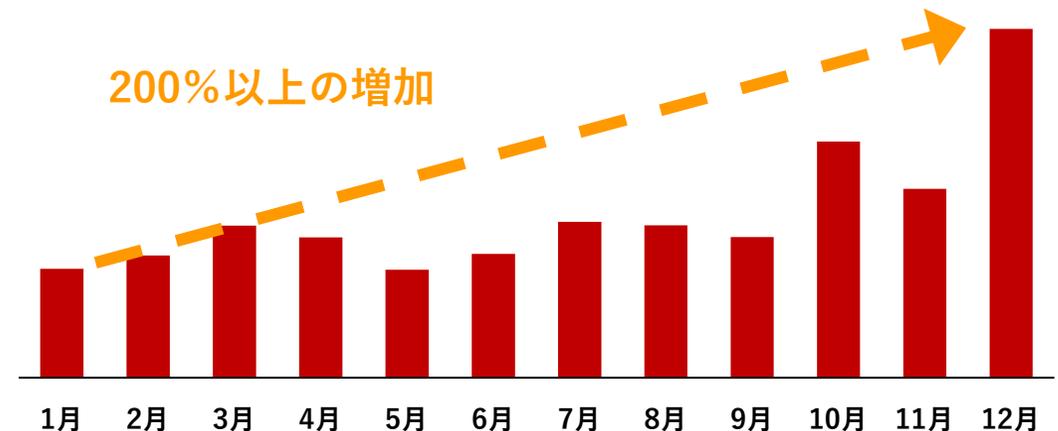
- 子会社の(株)P2Cが販売する韓国コスメ「TONYMOLY」はAmazonが伸長、今期店舗拡張へ
- Qoo10でのイベントに向けた施策を実行するも売上が伸びず鈍化、配送料が高額となっており、利益率を圧迫している為、早急な改善を目指す
- 「良朝丸※」はAmazonでの売上が期初から**200%以上増加**、定期購入での購入も増加しており、着実にファンを獲得
- 今後は新商品及び店舗増、ECモール売上拡大により大幅な拡張を目指す

※販売名：レイスタース

TONYMOLY 2024年Amazon売上推移



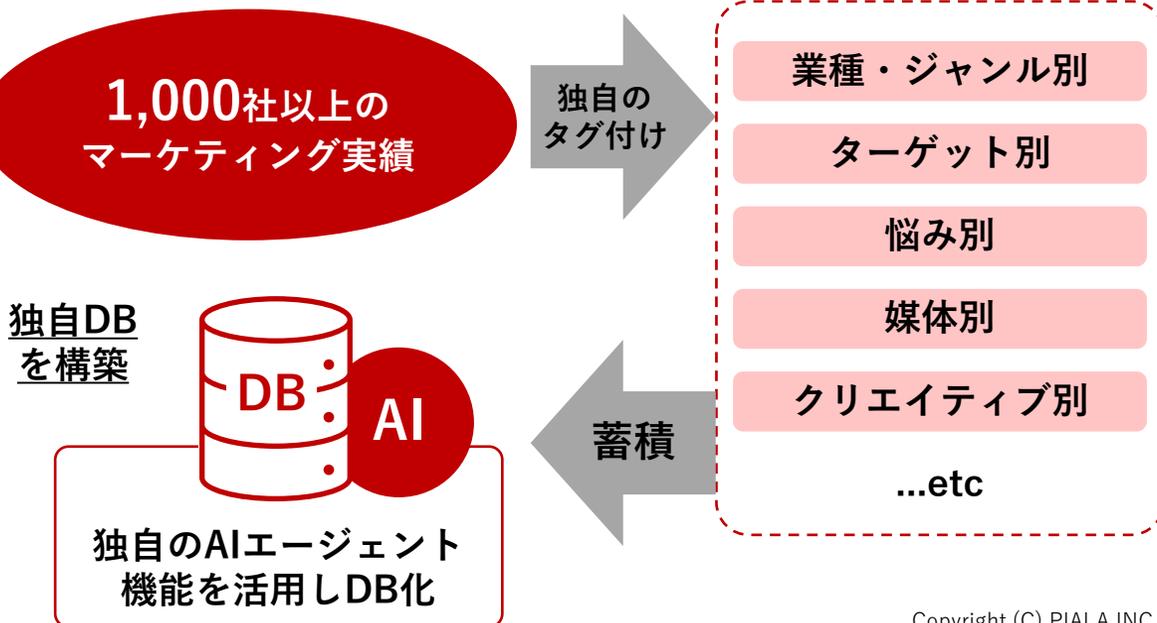
「良朝丸※」 2024年Amazon売上推移



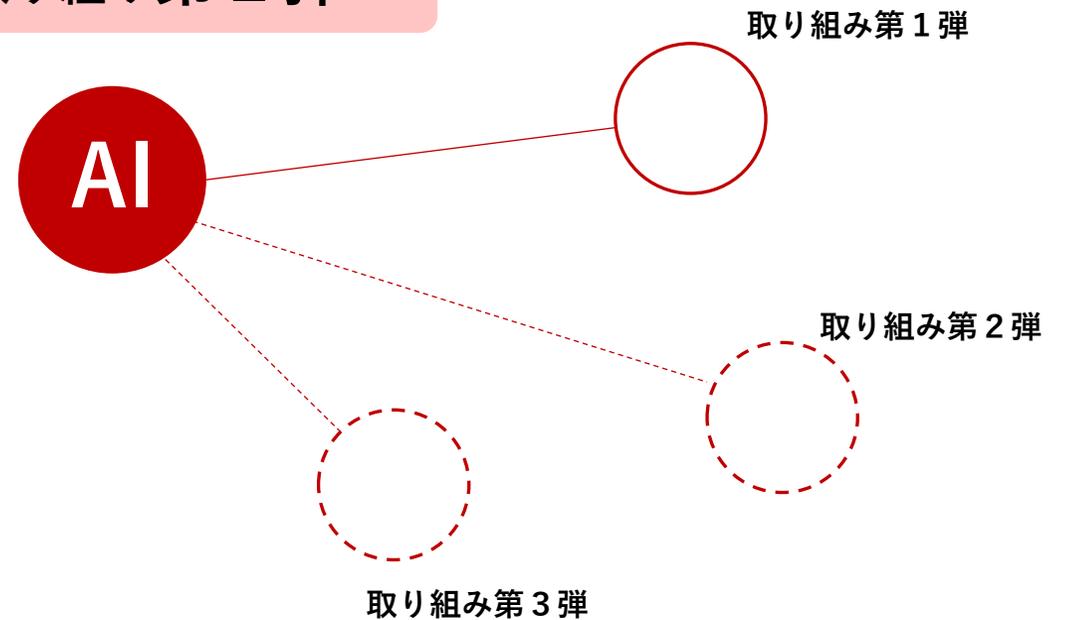
# ① 株式会社ジーニーとの資本業務提携及び第三者割当増資

- (株)ジーニーと資本業務提携契約の締結、及び第三者割当増資を実施
- 第三者割当増資の結果、自己資本比率は1.4%回復
- 資本業務提携は当社の独自データとジーニーグループの持つAIエージェントの掛け合わせによるマーケティング業務のDX（生成AIによる広告レポートの自動生成や改善提案及びバナークリエイティブの生成）を第1弾として予定
- 今後もAIを活用した様々なサービスや新事業の検討を推進

## 取り組み第1弾



## 取り組み第2弾～





## **02** 2025年12月期 通期見通し

# 2025年12月期 業績予想（連結）

- 今後の大きな再成長を目指すための基盤を作る1年として、通販DX及びマーケティングDX事業に注力し、売上高及び利益の成長を目指す
- 成長のベースとして縦型動画、生成AI及びAIエージェント活用を強化
- 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、早期黒字化を進める
- 自社事業としての高収益モデルも、グループ全体で着実に成長を推進

(単位：百万円)	2025年2Q 業績予想	2025年4Q 業績予想	(ご参考) 2024年2Q実績	(ご参考) 2024年4Q実績
売上高	7,876	15,936	5,927	13,488
営業利益	34	161	△174	△146
経常利益	133	243	△153	△129
親会社株主に 帰属する当期純利益	83	164	△185	△110

# 2025年12月期戦略の方向性

- 通販DX及びマーケティングDX事業の黒字化及び成長を受け、2軸をベースに3軸目を強化、中期成長フェーズへの足固めの1年とする

## マーケティング支援

### ブランディングから企業の売上を上げる顧客獲得ファン化まで 本格的なフルファンネル ダイレクトマーケティング支援企業へ

- ✓ 通販DXで培ったブランディングノウハウ、バズ売れをサイエンス (SNSell) して、より再現性を高めつつKPI保証等の既存サービスを全業界へ展開
- ✓ 広告でのターゲット接触とSNSを通じたPRで、接触効率の最適化を実施し、新たなマーケティング手法の確立を目指す

## 3軸目の確立 (高収益モデル)

(株)P2C (メーカー卸販売事業) や(株)サイバースター (エンタメDX事業) 等を含む高収益な自社事業を、当社の持つフルファンネルダイレクトマーケティングをベースに第3軸となる事業へ成長の土台を固める

## マーケティングファンネル

### Top Funnel 認知・喚起

- ◆ TVCM、DOOH
- ◆ ブランディング広告
- ◆ コミュニケーション  
コンセプト作成

### Middle Funnel 興味・理解・醸成

- ◆ インフルエンサー企画  
タイアップ
- ◆ 発話投稿、整備
- ◆ 公式SNS運用
- ◆ 雑誌広告

### Bottom Funnel 比較検討・検索

- ◆ 運用型広告
- ◆ SEO・比較サイト制作運用
- ◆ インフォーマーシャル
- ◆ Amazon、楽天運用
- ◆ LINE、チャットボット

CV最大

CPA提言

CV

RoAS最大化

LTV向上

### CRM 継続・愛着

- ◆ CRM分析・設計
- ◆ 購入者向けコンテンツ
- ◆ CS運用
- ◆ キャンペーン運用
- ◆ 販路開拓支援
- ◆ キービジュアル撮影

# 📌 2025年12月期の重点戦略

## 1 2024年粗利上位20社の大型クライアントの成長を促し収益基盤を強固にする

- ✓ 収益基盤の安定化を目指し、上位20社の安定成長を図るのため施策は継続して実施
- ✓ AI活用による効率化及び縦型動画の拡張を進め、継続的な成長を目指す

## 2 マーケティングDX事業を含む、各ソリューションで新規顧客開拓を加速

- ✓ **縦型動画サービス（ブランディング～顧客獲得まで）での新規売上拡張**
- ✓ 当社のナレシェア（KPI保証）を専属で販売する本部の設立により新規顧客及びパートナーの拡大
- ✓ 大型案件受注率が60%超えることから、オフラインとSNSell（バズ売れをサイエンスする）を主に取り扱う部門を統合し、クロスコミュニケーションを可能とした本部体制による大型案件の獲得を強化
- ✓ 採用強化を加速させ、サービスやノウハウの再現性を確立

## 3 生成AI及びAIエージェント活用による人的効率化とノウハウの標準化

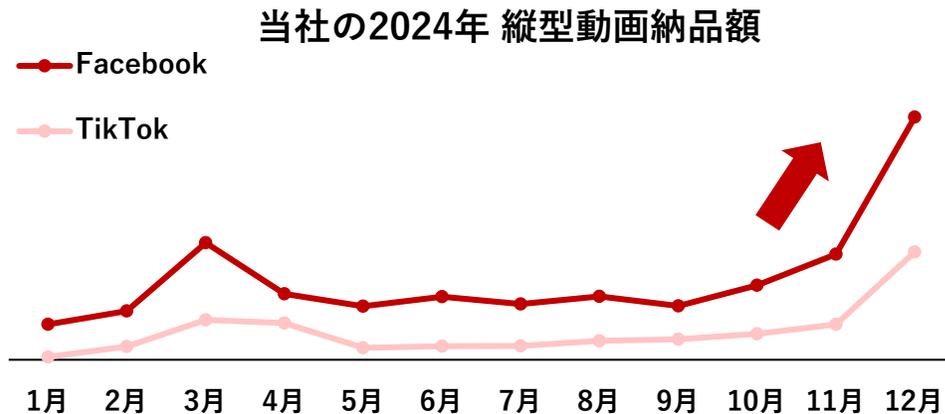
- ✓ 資本業務提携した(株)ジーニー及びジーニーグループとの連携を推進

# ① 当社の縦型動画サービス推移と優位性

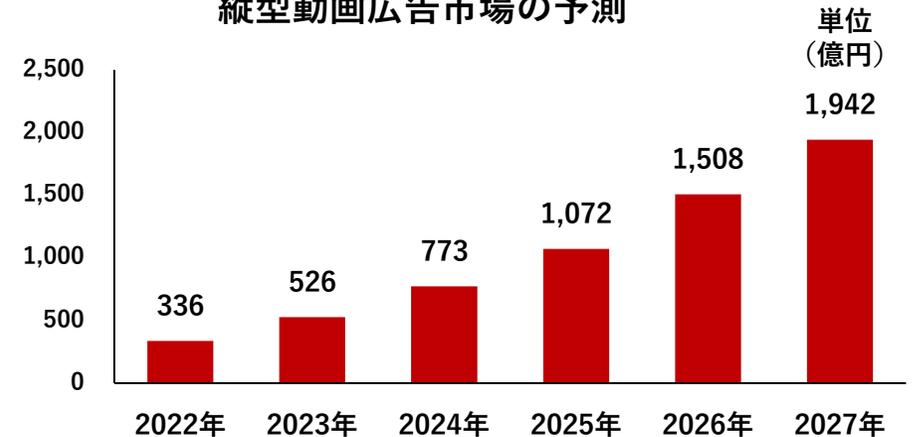
- 各メディアの縦型動画の在庫増大及びアルゴリズム変更により、縦型動画市場の成長が一気に加速することを見込み、当社内の体制構築
- 縦型動画の納品額は2024年期初と比較して、**800%以上の伸張**

## 縦型動画サービスの社内体制

- ✓ 縦型動画に知見の深いCCO（Chief Creative Officer）が2024年11月より当社に参画
- ✓ Facebook Japanが開催した「Meta Agency First Awards 2024」において、「Planner of the Year」を獲得した当社従業員のナレッジ共有
- ✓ 多数のクリエイターによる縦型動画生産体制
- ✓ 連結子会社のPIATECを含むAIを活用した動画制作効率化



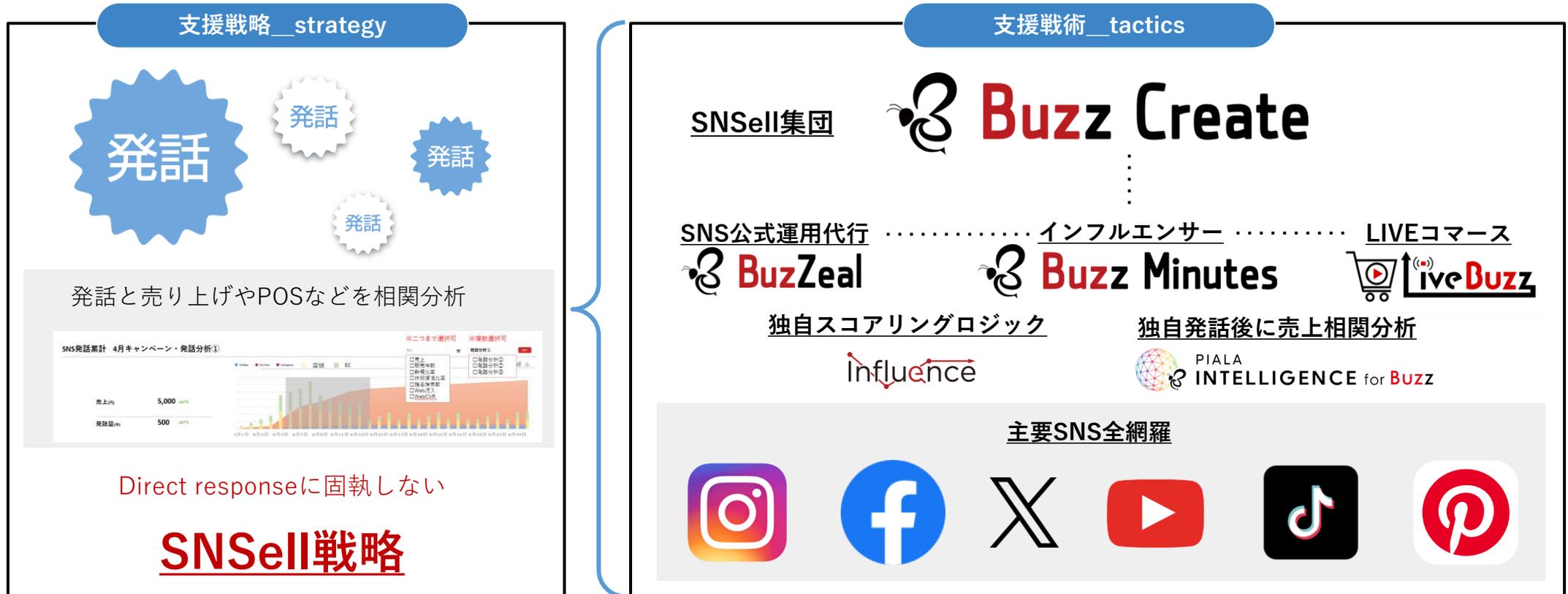
## 縦型動画広告市場の予測



出典：株式会社サイバーエージェント/株式会社デジタルインファクト  
「2023年国内動画広告の市場調査を実施」をもとに作成

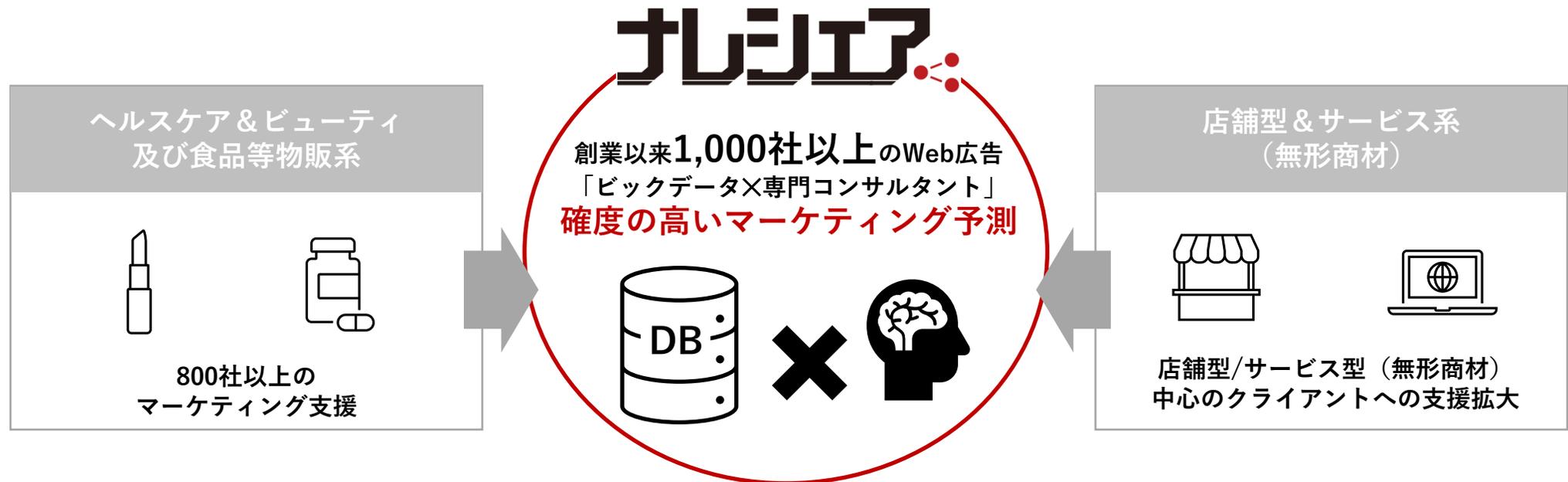
# ② SNSellマーケティングとは

- 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



# ナレシェアとは

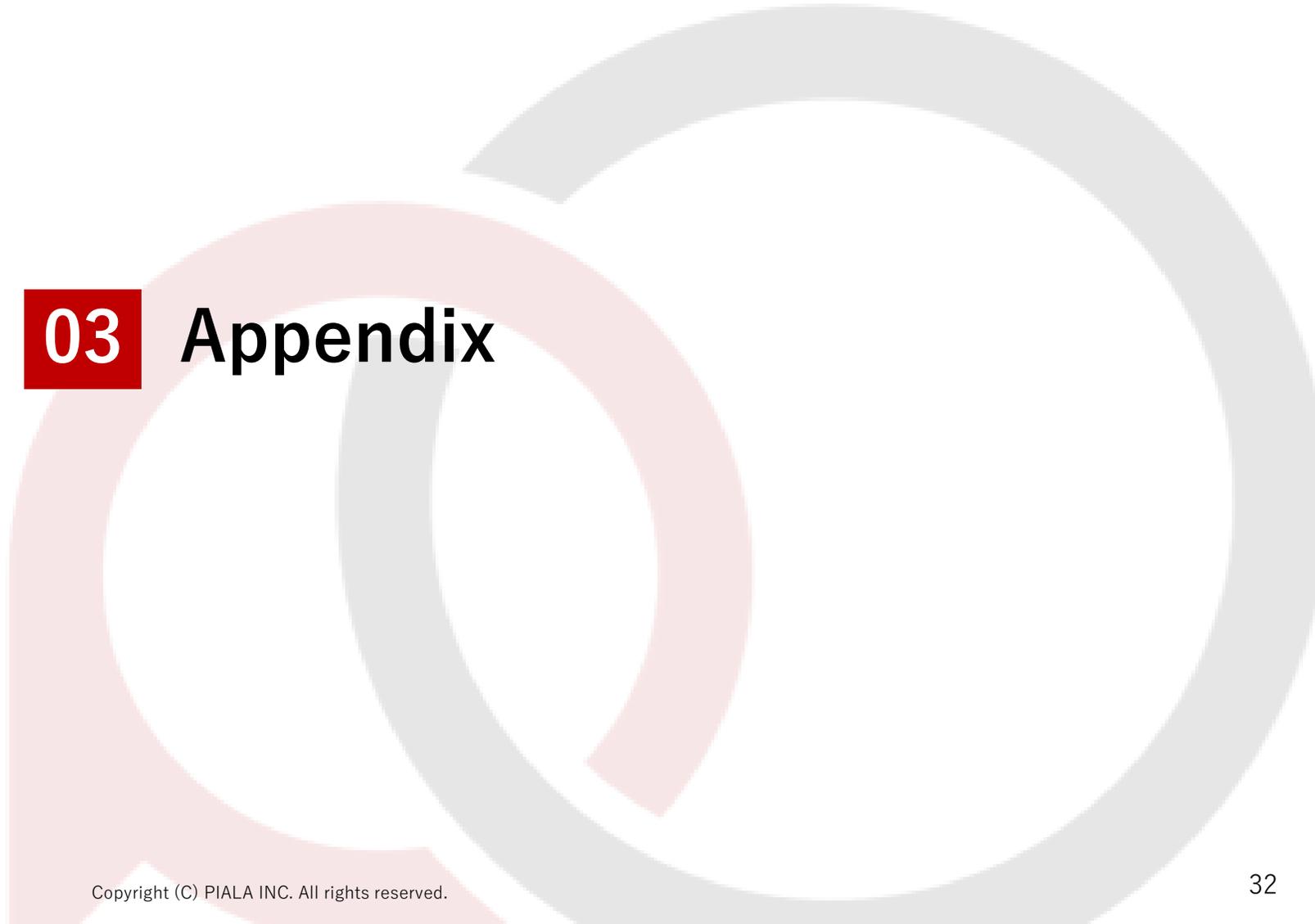
- データを連携し自社運用やパートナーのノウハウをシェアすることで、あらゆる業種のクライアントに対してもROAS/ROI等の最適化を実現
- クライアントのKPIに合わせた成果報酬サービスの提供が可能
- 大手アフィリエイトASPの連携から、多数のメディアと連携し、動画やインフルエンサー、クリエイターなどあらゆるメディアと各クリエイティブ手法でのご提案が可能
- 生成AI及びAIエージェントを活用した業務効率最適化及びノウハウ再現性の確立へ取り組み中



# 株主還元

- 2024年12月期に関しては、当初想定していた当社の黒字化及び、一部子会社の業績回復が遅れたこと等により、誠に遺憾ではございますが無配とさせていただきます
- 2025年12月期については、黒字転換した当社の業績を軸に当社グループ全体として業績回復を進め、配当復活を目指します

	2024年 業績	2025年 予想
期末配当	0円00銭	未定



# **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

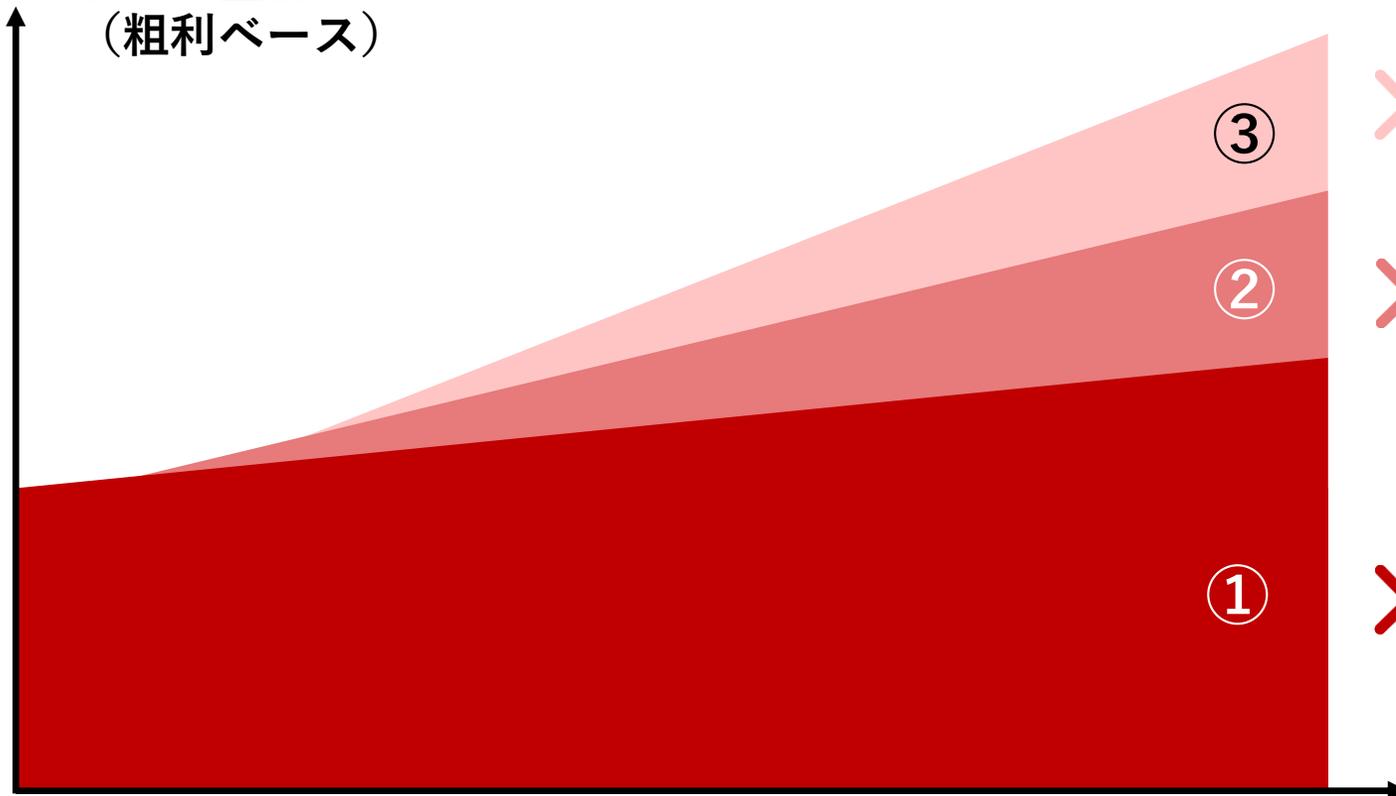
ピアラグループは進んでいきます



# 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)



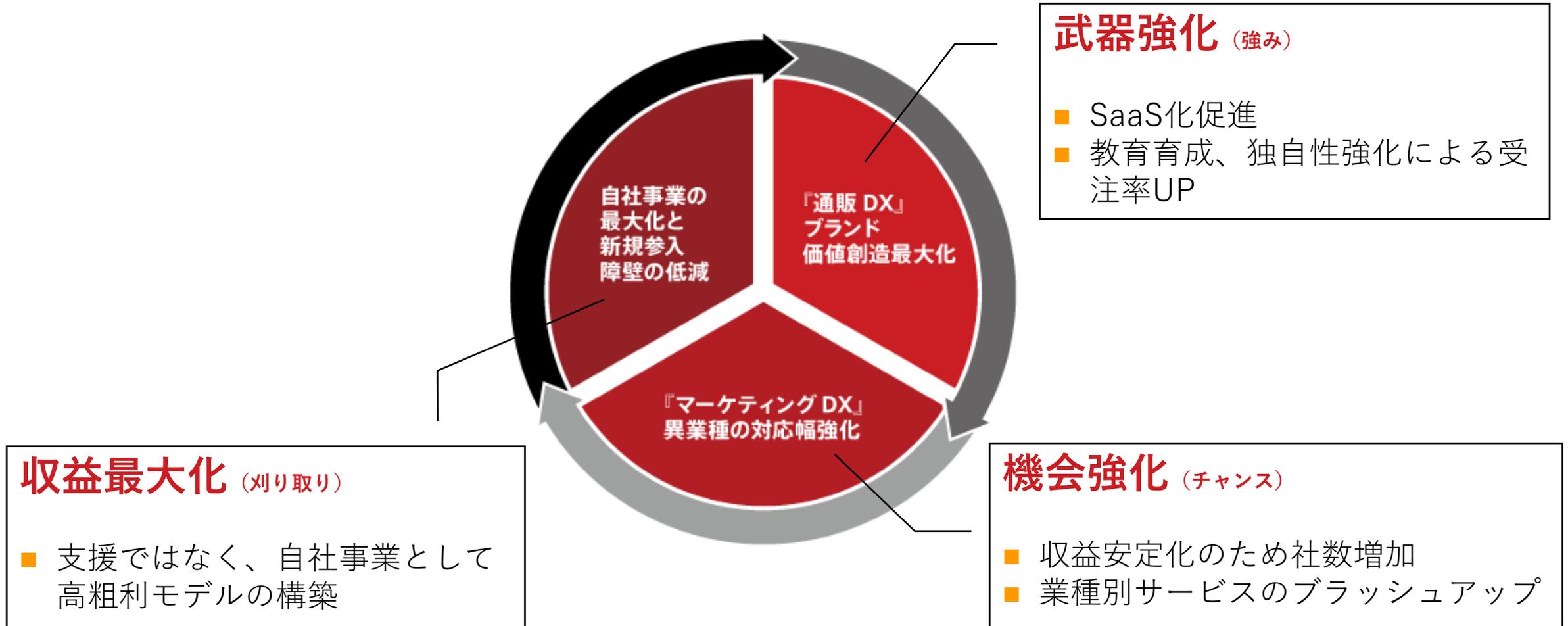
- 自社事業（新規事業）
- エンターテインメント業界を中心にP2CやD2Cブランド立ち上げ等、幅広く展開

- 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

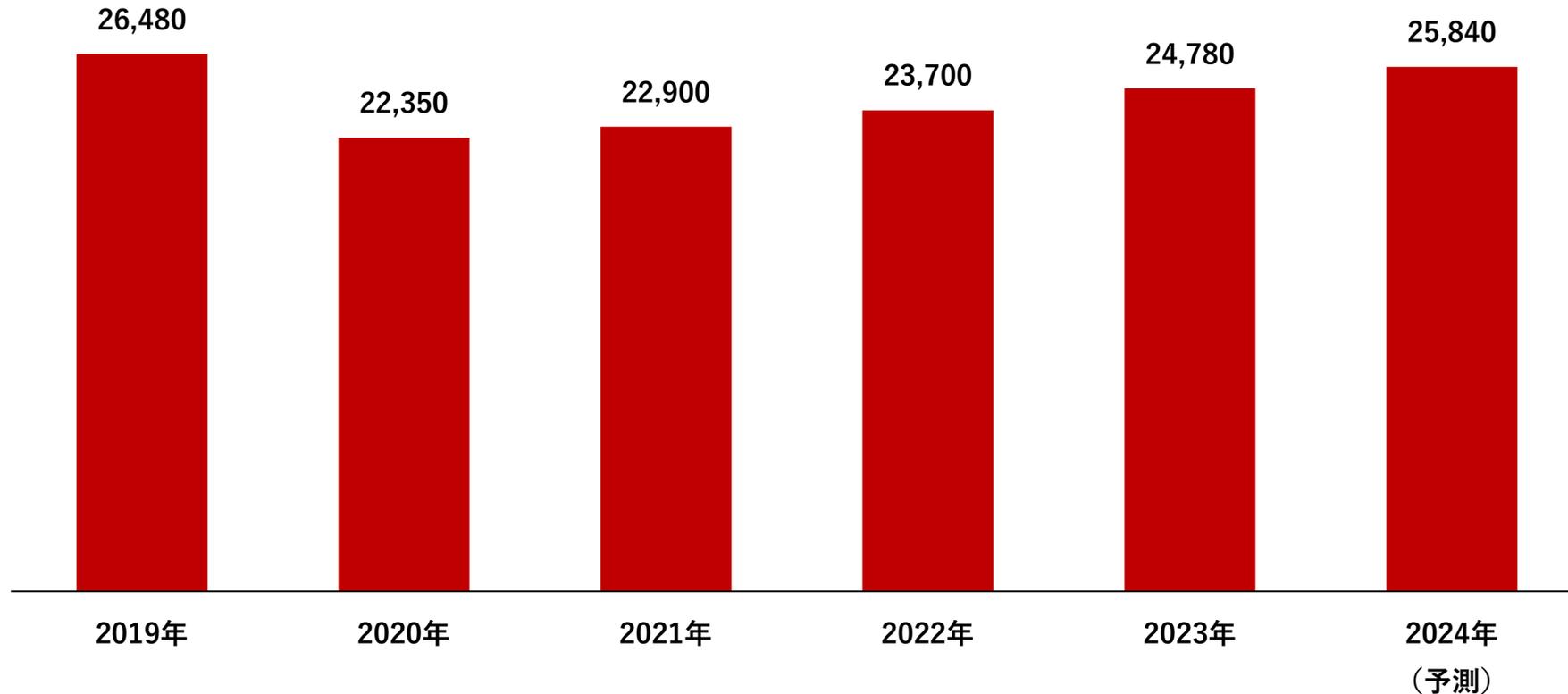
- 成長性及び収益性向上を目指し、事業ポートフォリオを3軸へ変更
- 安定した収益基盤の構築を目指す



# 国内化粧品市場

- 2023年は新型コロナウイルス感染症法上の位置づけが5類へ移行したことで、消費者の外出機会が増加したことで需要回復が進む、インバウンド需要も回復
- 韓国、中国、タイ、台湾などのアジアコスメの人気上昇

単位：億円



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（2024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

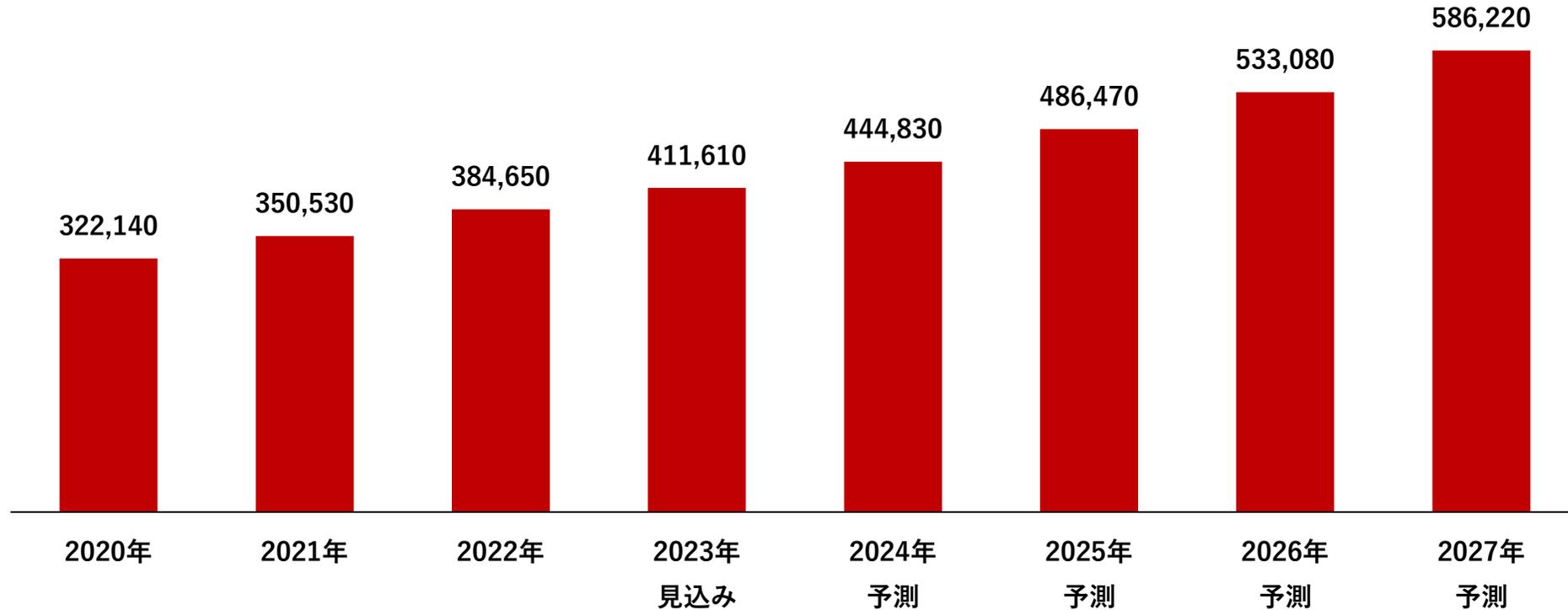
※ 製造、流通/小売、金融、交通/運輸/物流、不動産/建築、バックオフィスは全体の内数です。

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

- オンラインの生活が定着したことで、オンライン特化型のサービス需要が大きく成長
- 市場全体としては成長が鈍化しているが、新規顧客や新規分野の開拓に注力している企業が増加

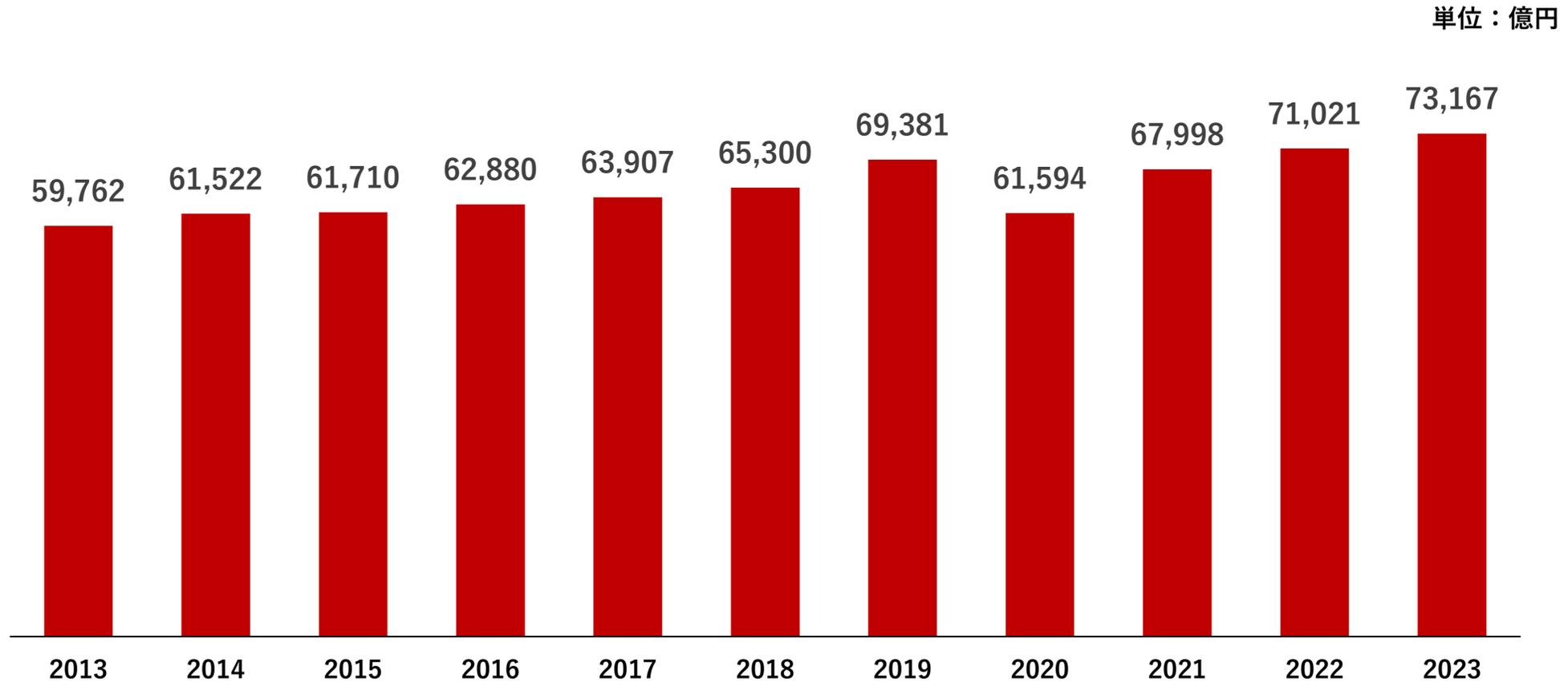
単位：百万円



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（2024年）」をもとに作成

# 国内マーケティング市場

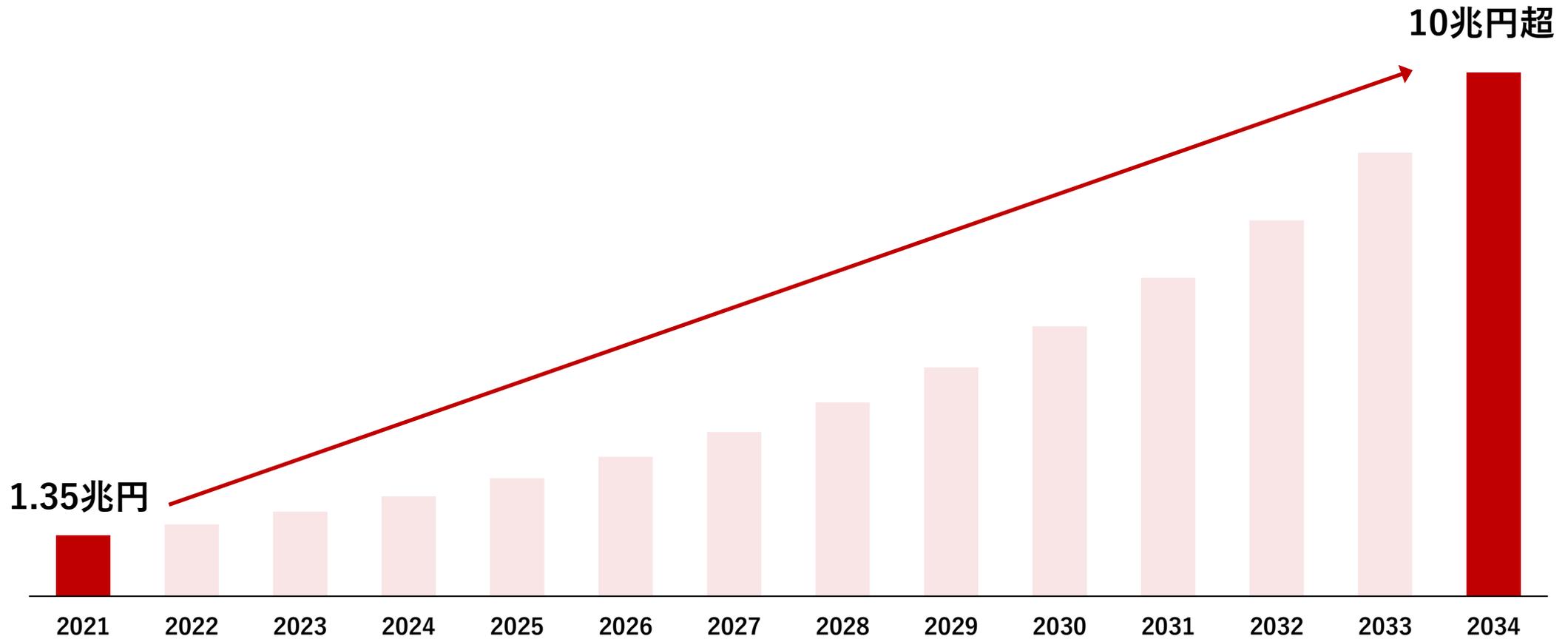
- 過去最高の2022年を上回る7兆3,167億円（前年比103.0%）
- インターネット広告費は3兆3,330億円（前年比107.8%）と引き続き好調
- 「イベント・展示・映像ほか」のプロモーションメディア広告が特に成長



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な、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

# PIALA 会社概要 (2024年12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 866百万円

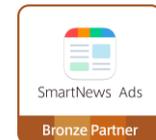
市 場 東京証券取引所スタンダード市場 (証券コード：7044)

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 149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



# 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。