

PIALA

Smart Marketing for Your Life

2025年12月期 第1四半期 決算補足資料

2025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 2025年12月期 第1四半期決算概要

02 2025年12月期 通期見通し

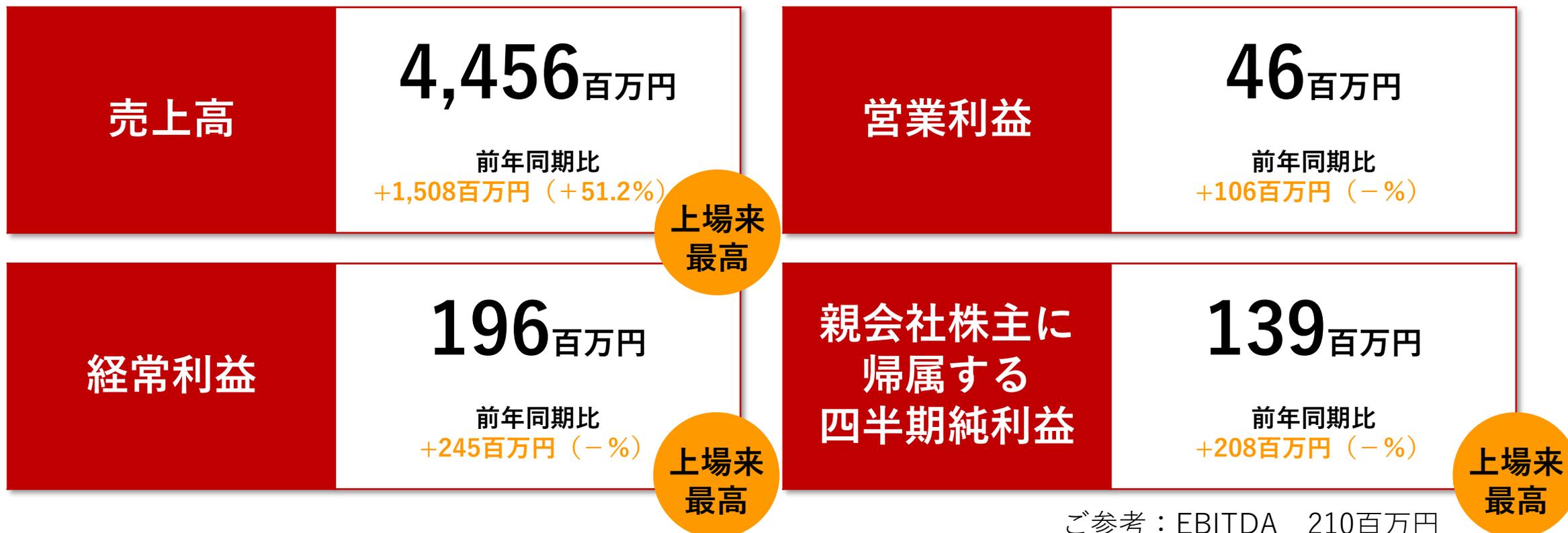
03 Appendix

01

2025年12月期 第1四半期決算概要

2025年12月期 第1四半期決算進捗

- 売上高、経常利益、親会社株主に帰属する四半期純利益は四半期ベースで上場来最高額
- 売上高は、大手クライアント、新規含めクライアントからの予算増加により好調
- 営業利益は当社グループとして、一部補助金を利用したAIリスキリング研修などを行ったことにより一過性の費用が発生、経常利益以下の数値は、営業外収益に補助金収入、保有株式の売却益などを計上したことで大幅な黒字化を達成



2025年12月期 業績予想（連結）

- 売上高、経常利益、親会社株主に帰属する四半期純利益が上場来最高額であり、想定以上の進捗で推移
- 経常利益以下の進捗については、未確定だった補助金収入や保有株式の売却等による一過性の要因が計上されたことが影響
- 今後の業績推移を注視し、業績予想の修正を含めて検討

(単位：百万円)	2025年2Q 業績予想	2025年4Q 業績予想	2025年1Q 実績	2025年2Q 進捗率	2025年4Q 進捗率
売上高	7,876	15,936	4,456	56.6%	28.0%
営業利益	34	161	46	134.9%	29.1%
経常利益	133	243	196	146.8%	80.4%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	83	164	139	167.4%	84.6%

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ための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%を超えることから、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

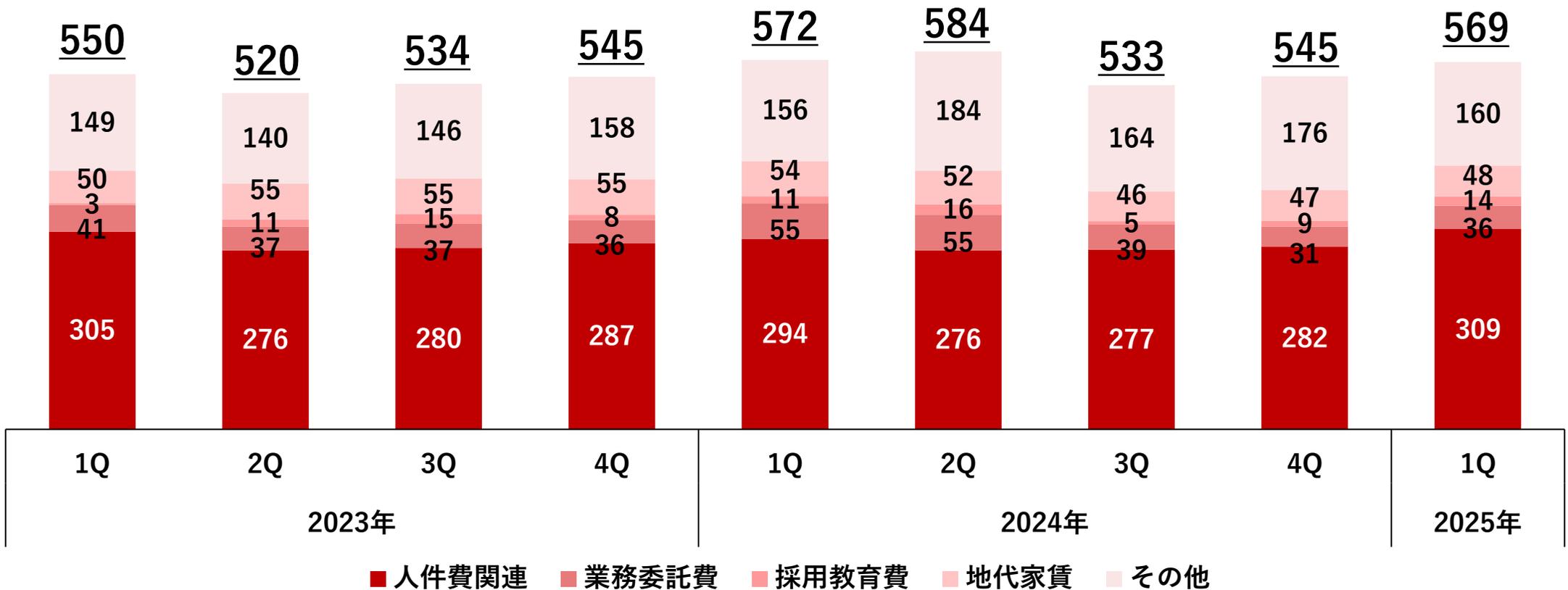
重点戦略の進捗状況

項目	進捗	評価
戦略①	<ul style="list-style-type: none">■ 2024年粗利額上位20社は計画値に対して進捗率33.5%と好調に推移■ 上位クライアントには異業種クライアントも増加しており、異業種展開も順調■ 縦型動画を含めた当社の施策提案により、売上高も四半期ベースで上場来最高額を更新するなど、2025年12月期として最高のスタート	
戦略②	<ul style="list-style-type: none">■ KPI保証のみを専属で販売する専門部署の設立により、KPI保証サービスの売上高は上場来最高額を更新■ オフラインとSNSell（バズ売れをサイエンスする）を主に扱う部門を統合したことで、通販DXサービスの売上高も順調に増加■ 縦型動画に関しても、2024年12月から納品額が月間1億円を継続して超えるなど好調■ 当社の従業員は6名増加、採用強化したことで人員は順調に推移 引き続き、採用を強化し当社ノウハウの教育を行うことで業績拡大を目指す	
戦略③	<ul style="list-style-type: none">■ バナー生成AIは開発が完了し、テストを含めた運用フェーズに移行■ 「生成AI×CDP」開発もスケジュール通りに進行しており、AIに学習及び考察をさせることで、当社従業員の工数削減や一定レベルの考察をAIが実施■ AI等を活用した社内業務効率化プロジェクトが新たに発足	

◎ 販管費の推移

- Q on Q : 3.9%増、Y on Y : 0.5%減
- 採用及び教育強化に伴い人件費及び採用教育費は増加するものの、前年同期比としては減少
- 人事制度見直しで従業員への適切な還元を実施予定

(単位：百万円)



PIALA 連結貸借対照表

- 好調な売上高の影響で、「受取手形及び売掛金」「買掛金」が引き続き増加
- 業績回復等により自己資本比率は改善傾向、引き続き改善を目指す

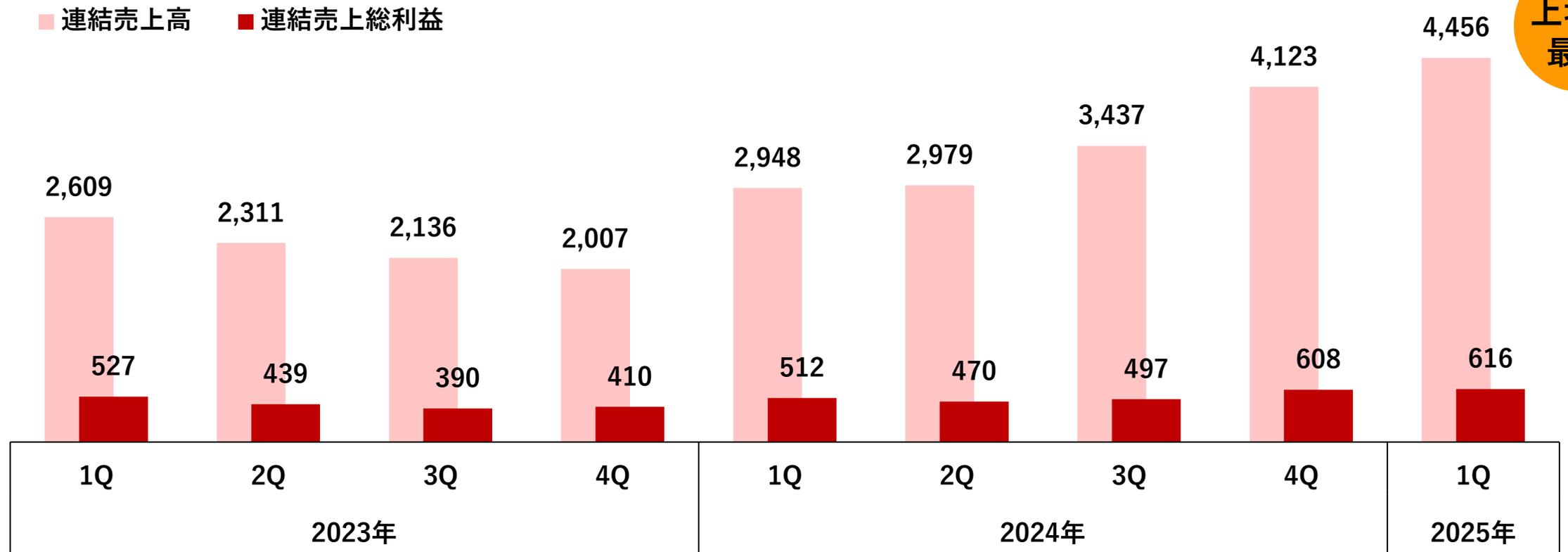
(単位：百万円)

	2024年12月末	2025年3月末	増減額	
資産の部	現金及び預金	1,358	1,145	△212
	受取手形及び売掛金	1,949	2,061	115
	流動資産合計	3,569	3,553	△36
	投資その他の資産	437	364	△73
	固定資産合計	665	588	△76
	資産合計	4,234	4,142	△113
負債の部	買掛金	1,692	1,767	50
	短期借入金	1,140	1,031	△109
	流動負債合計	3,611	3,412	△222
	長期借入金	119	78	△41
	固定負債合計	125	80	△45
	負債合計	3,736	3,493	△267
純資産の部	株主資本合計	453	618	168
	純資産合計	498	649	154
	負債純資産合計	4,234	4,142	△113

② 連結売上高及び売上総利益の推移

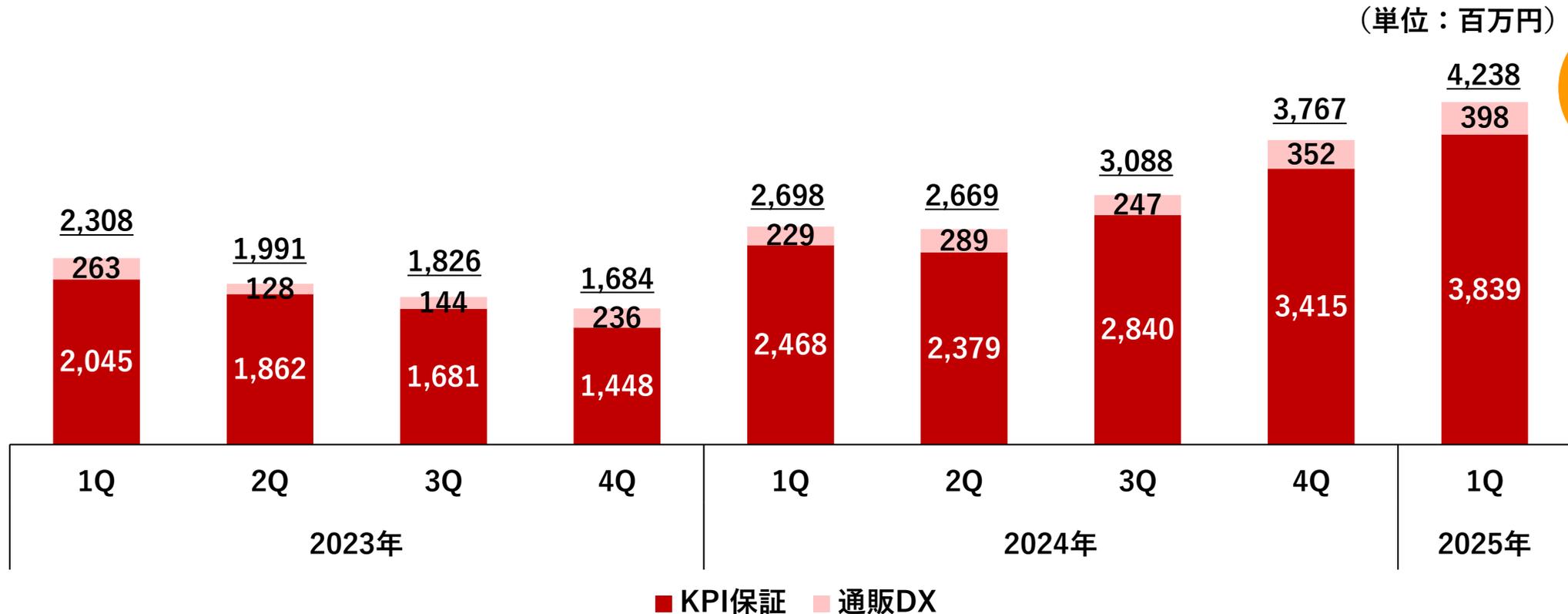
- 売上高 Q on Q : 8.1%増、Y on Y : **51.2%増**
- 売上総利益 Q on Q : 1.3%増、Y on Y : **20.3%増**
- 売上高は四半期での**過去最高売上高を更新**
- 売上総利益も前年比20%以上の増加、引き続き利益率改善を実施

(単位：百万円)



売上高（KPI保証・通販DX）の推移

- KPI保証 Q on Q : 12.4%増、Y on Y : 55.5%増
- 通販DX Q on Q : 13.0%増、Y on Y : 73.8%増
- KPI保証を専属で販売する専門部門を新たに立ち上げたことで、KPI保証の売上高は、異業種開拓も進み過去最高だった2024年第4四半期を超え**上場来最高を更新**
- 通販DXについても堅調に増加を続けている状況

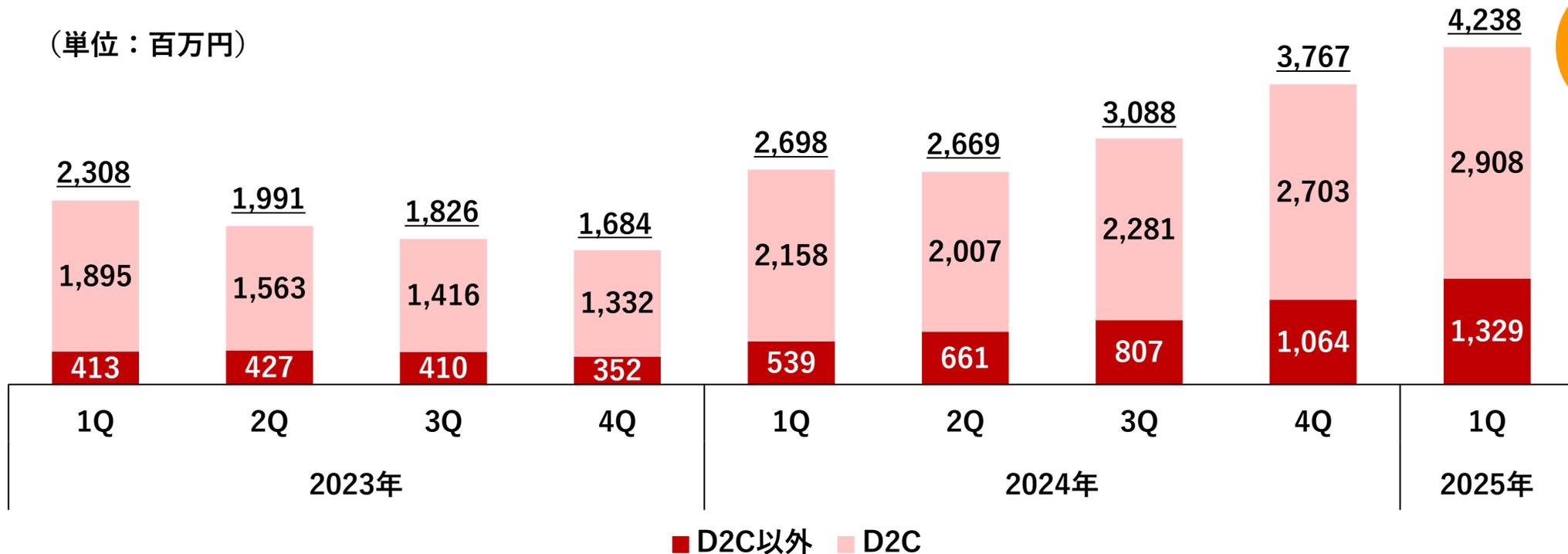


上場来
最高

📊 D2C以外の売上高（KPI保証・通販DX）推移

- D2C以外 Q on Q : **24.9%増**、Y on Y : **146.3%増**
- D2C Q on Q : **7.6%増**、Y on Y : **34.8%増**
- D2C以外（主に店舗集客系・医療・人材・不動産など）が前年同四半期比**100%以上**の増加となっており、異業種への市場分散が加速
- D2Cも順調に増加してきており、継続して安定的な収益構造の構築を目指す
- 引き続き人員採用及びAI活用での最適化で、事業拡大並びに収益性拡大へ

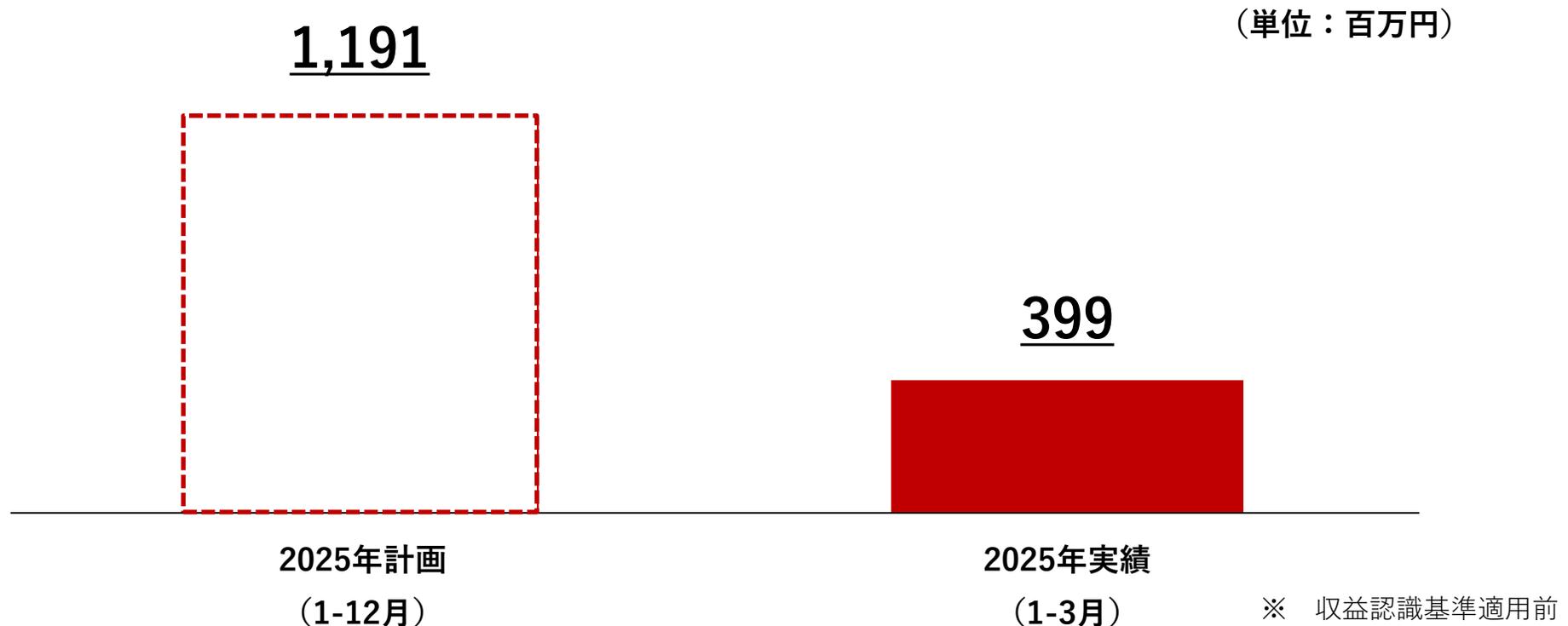
（単位：百万円）



上場来
最高

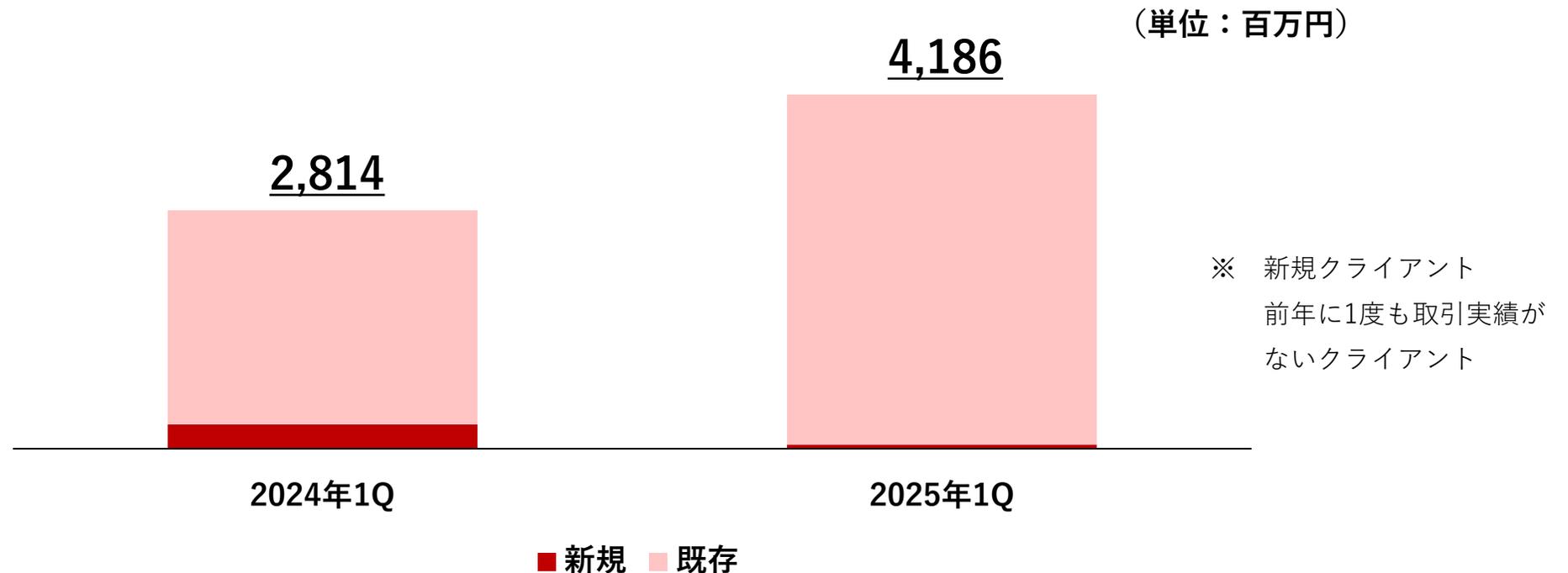
◎ 戦略① 粗利額上位20社の進捗

- 計画値に対して**33.5%**と好調に推移
- 注力する縦型動画の施策提案を含め、当社の提案を評価いただいたことで大手クライアントだけでなく、多くのクライアントで予算増加
- 上位クライアントに異業種クライアント数が増加しており、市場環境に左右されない収益基盤の構築が進むことで、安定的な収益体制へ



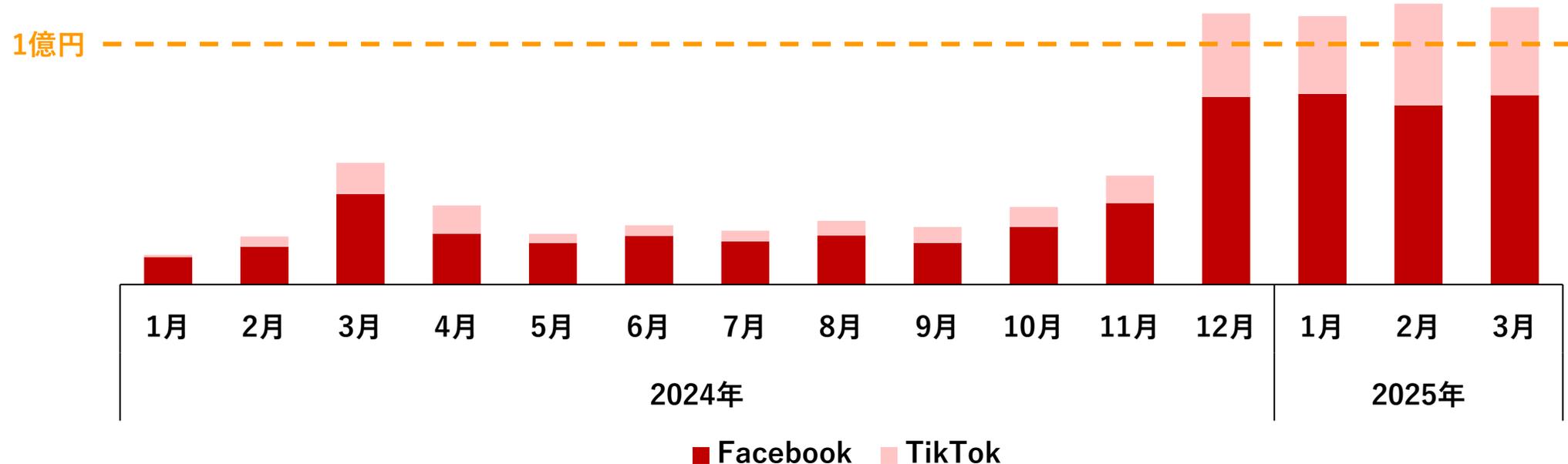
◎ 戦略② 新規クライアントの売上高推移

- ピアラ単体の売上高は前年同期比48.6%増と引き続き好調
- 特に既存クライアントは前年同期比63.7%増とクライアントの拡張が好調
- 新規クライアントは前年同期比83.7%減、2024年の新規クライアント売上高のおよそ8割を2社が占めていたことが要因
- 新規クライアント獲得社数は鈍化しているものの、今後の獲得見込みは継続的に伸長予定
- 1社当たり平均売上高が一定見込めるクライアントを優先したため平均売上高は計画的に増加



戦略② 縦型動画納品額の推移

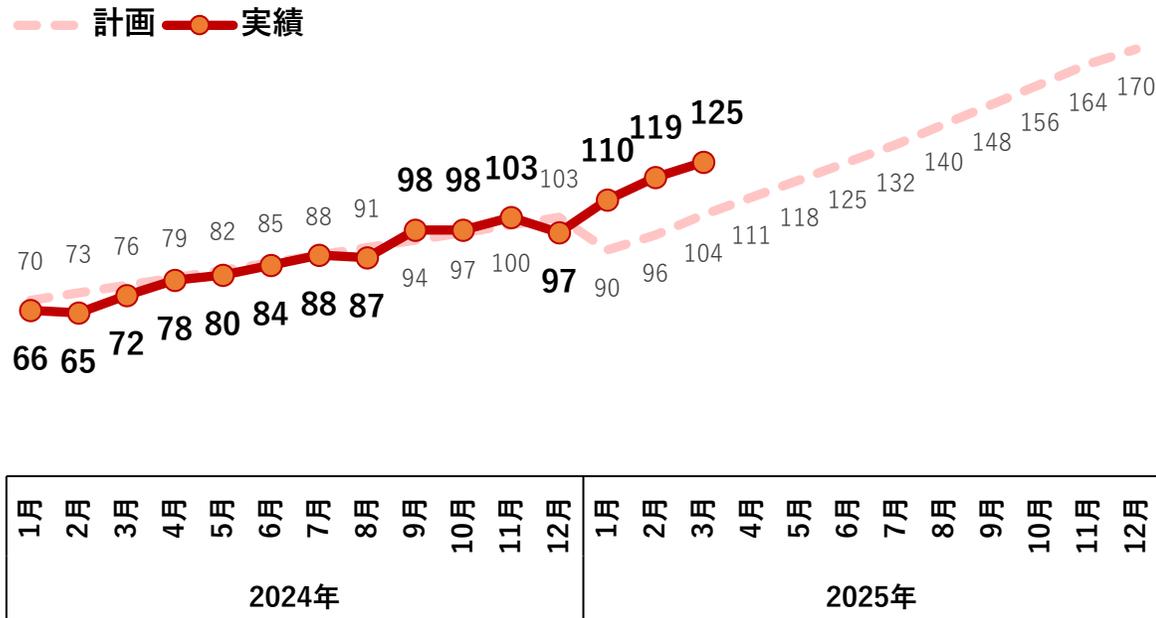
- 縦型動画市場の急成長を見据えて、2024年後半より安定して提供できる社内体制を構築
- 社内体制を整備したことが功を奏し、2024年12月から**月間1億円超**の縦型動画を納品
- 縦型動画は2025年12月期の重点戦略でもあることから、クライアントへの提案も積極的に実施
- 今後の更なる縦型動画納品を実現するために、採用強化及びノウハウ共有を行い、縦型動画納品額の拡大並びに業績拡大を目指す



◎ 戦略② マーケティングDX事業及び取引社数の進捗

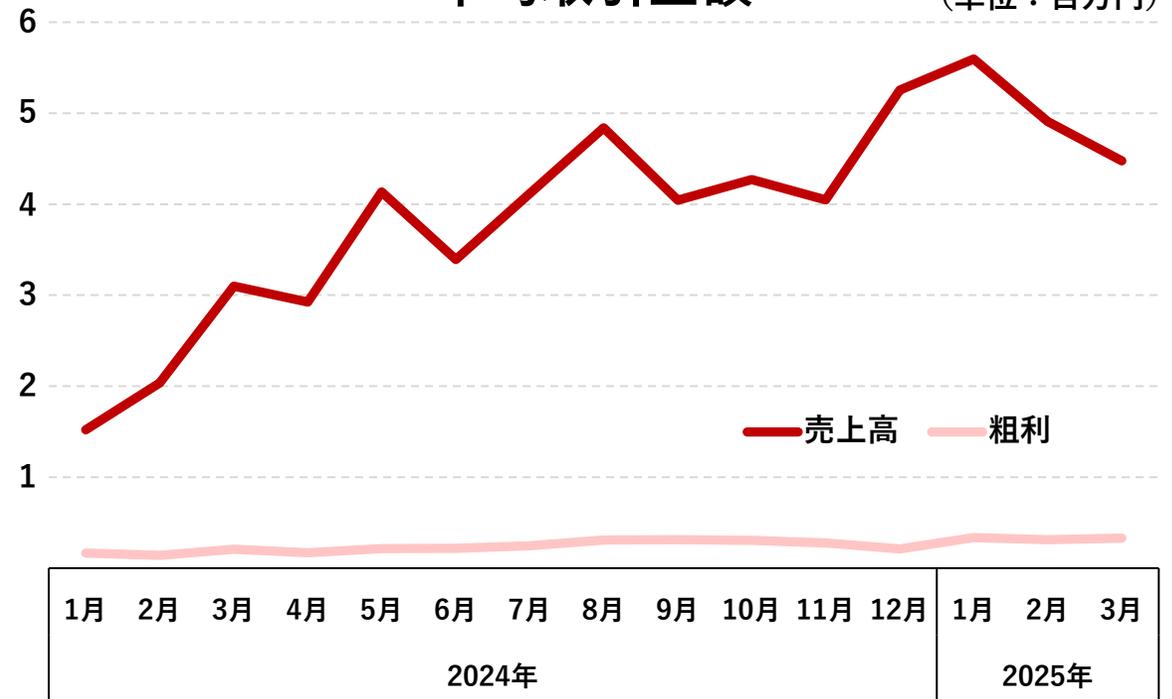
- KPI保証のみを専属で販売する専門部署の設立を行ったこともあり、取引社数は大幅増加
- クライアント1社あたりの取引売上高は減少しているものの、平均粗利額は増加傾向
- 異業種への展開を含め、今後さらなる成長が見込まれる
- 引き続き、既存業界に加え新たな業界も開拓を実施し、収益構造の安定化を図る

取引社数推移



平均取引金額

(単位：百万円)

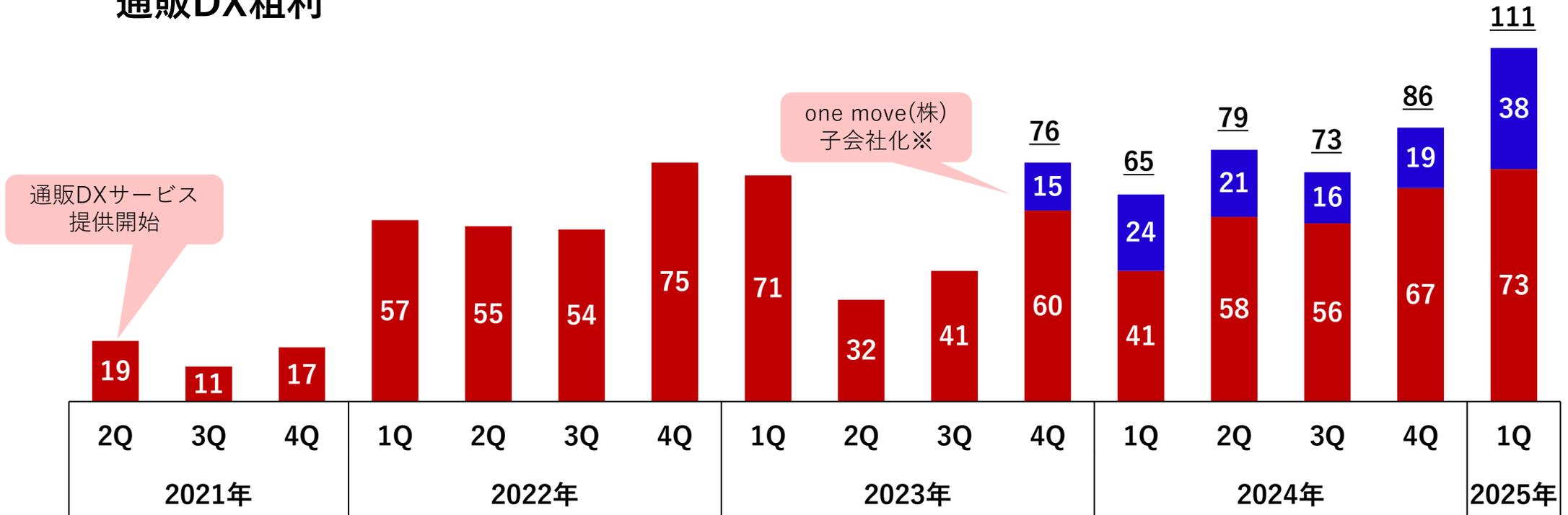


◎ 戦略② 通販DX (SNSellマーケティング) の進捗

- 通販DX Q on Q : **28.3%増**、Y on Y : **68.9%増**
- 通販DXサービスの提供開始から、初の**粗利額1億円を突破**
- オフラインとSNSellを主に取り扱う部門を統合した効果もあり、順調に増加
- one move(株)は大型案件を受注したことで、粗利額が大幅に増加

(単位：百万円)

通販DX粗利



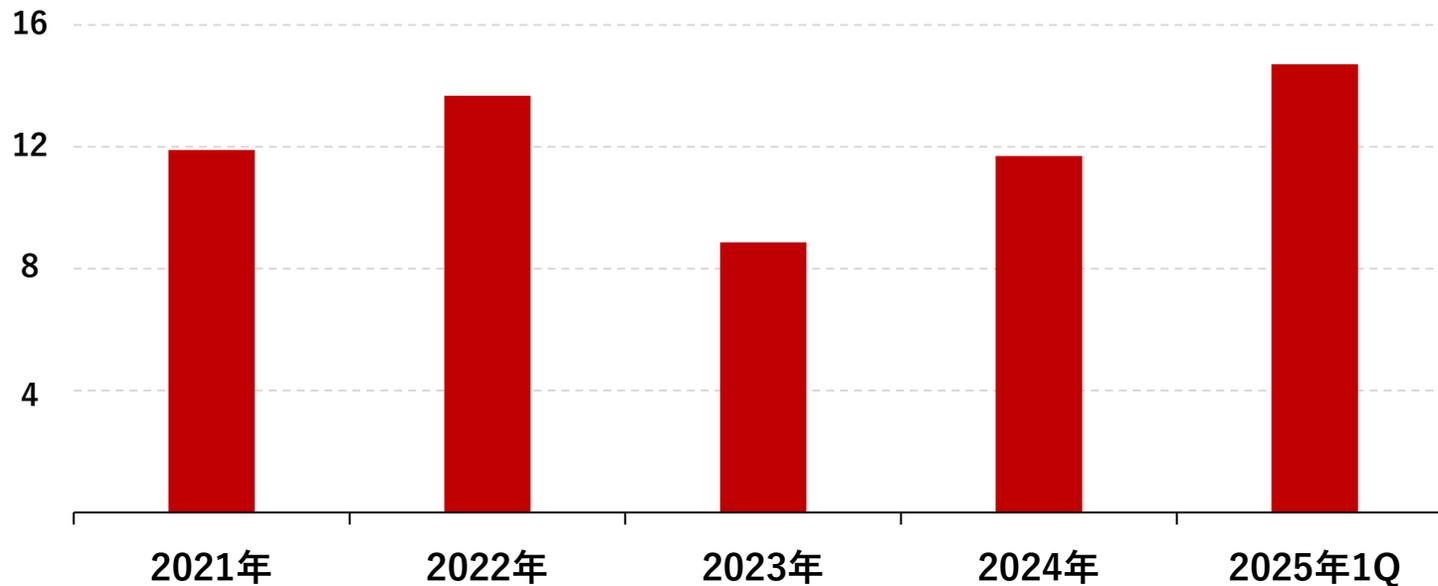
※one move(株)を連結したことで業績 (8-12月) 5ヶ月分を取り込み

② 納品力の推移

- 直近で最高の納品額、2022年を超える水準となり順調に強化を実施
- (株)ジョシュアツリーがピアラグループに参画したことによる、ナレッジの強化と人員増加及び(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、更なる効率化を実現
- 納品力の強化に関しては、今後の当社グループの事業規模拡大に向けた重要事項であると認識しており、引き続き品質の向上に取り組む

1人当たり納品力の推移

(単位：百万円)



③ 戦略③ AI活用の進捗

- マーケティングにおけるイノベーションの柱としてのAIを業務効率化・知識の標準化とクリエイティブの多様性の質と量の担保という2つの方向性で全グループで対応
- (株)ジーニーとの連携及び自社のナレシェアAI、また社内業務効率化プロジェクトの発足

業務効率化 知識の標準化

- ✓ (株)ジーニーとの連携でレポート自動化及びAI考察を6月より開始予定
- ✓ ナレシェアAIを調査・計画立案・原稿作成などに活用することで、直近では月間およそ30時間を削減
- ✓ 社内業務効率化プロジェクトでは、営業リストアップ、動画台本作成をはじめ、業務プロセス全体の自動化に取り組んでおり、直近では月間50時間を削減、2025年内には月間でおおよそ200時間の削減を想定

クリエイティブ 多様化

- ✓ バナー生成AIのテストを開始
- ✓ 競合分析、ターゲットインサイト、シナリオ分析など多様な調査分析を部分代替することでおよそ70%、1案件で約10時間の削減
- ✓ 動画作成における素材や部分的編集をAI化することで、クリエイティブ量が約30%向上

① 主要子会社の進捗

- one move(株)及び(株)ジョシュアツリーは計画以上の業績で着地
one move(株)は大型案件を受注したこと、(株)ジョシュアツリーは補助金収入が要因
- PIATECは人員体制の見直しで一過性の費用が発生し、赤字となっているものの、第2四半期以降は黒字化に転じる見込み
- (株)P2Cは「TONYMOLY」の収益化に時間を要している状況が続く、「良朝丸」の拡大及び研修サービスの実施等で黒字化を目指す
- (株)サイバースターは2月に単月黒字を達成するもまだ不足、大型を含む与件等が下期に集中しているため与件の進捗及び早期改善に取り組む
- PG中国については早急な黒字化に向けて、人員体制の見直しや新規案件獲得に注力しているものの厳しい状況の改善には至らず、事業縮小や撤退含め慎重に検討中



自社事業の進捗（エンタメDX、P2C）

- (株)サイバースターは引き続き2次元・2.5次元領域に集中し、レーベル事業、MD企画での大型案件を準備中
- VTuber「音狼ビビ※1」は好調のため、VTuberの新規スタート及び移籍を準備中
- (株)P2Cは韓国コスメ「TONYMOLY」及び「良朝丸※2」のモール販売の拡張を実施
- (株)P2Cでは独自のAIリスキング研修サービスを展開中、先行して当社グループ内での業務効率化等の研修を実施

※1「音狼ビビ」のYouTubeチャンネル登録者 1.79万人（2025年5月7日現在）

※2 販売名：レイスターズ



自社IP VTuber「音狼ビビ」



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



VTuber特化型ASPソリューション『RESULT V』

- (株)サイバースターより、VTuberの活躍の場をさらに広げることを目的として、VTuberに特化したASPソリューション『RESULT V』の提供を開始
- VTuberならではの高いエンゲージメントを活用し、"熱量の高いファン"へダイレクトに商材やサービスを届けることが可能なASPソリューション
- コアファンを持つVTuberを起用することで、高いCVRが期待でき、これまでリーチできなかった層へのアプローチも可能、独自のVTuberネットワークの構築が進行中
- 反響が大きく現在受注が進み、第2四半期より本格展開予定



RESULT V

② 監査法人の変更

- 2025年12月期より、当社の会計監査人を有限責任 あずさ監査法人から東光監査法人へ変更
- これまでの監査報酬が増加傾向にあり、今後もその増加が見込まれることから、当社の業務内容や事業規模に見合った監査対応及び監査報酬の相当性を総合的に勘案
- 東光監査法人は、新たな視点での監査が期待できることや会計監査人に求める専門性、独立性、職務遂行能力を備えており、会計監査が適正に、かつ妥当に行われる体制を有していると判断

2024年7月31日現在

名 称	東光監査法人		
主たる事業所	東京都新宿区揚場町1-1 揚場ビル3階		
概 要	資本金		15百万円
	構成人員	社員（公認会計士）	15名
		職員（公認会計士（外部協力者含む））	45名
		その他の職員	2名
		合計	62名
関与会社数		66社	

④ 減資及び剰余金の処分

- 2025年3月に開催された株主総会にて資本金の減少及びその他資本剰余金の処分を決議
- 今後の資本政策の柔軟性を図り、適切な税制への適用を通じて財務内容の健全性の向上を目指しながら、柔軟かつ機動的な株主還元策等を実施できる体制を目指す

今後のスケジュール

株主総会決議日 2025年 3 月 26 日

債権者異議申述公告日 2025年 5 月 22 日 (予定)

債権者異議申述最終期日 2025年 6 月 23 日 (予定)

効力発生日 2025年 6 月 30 日 (予定)

① 上場維持基準適合に向けて

- 2024年12月31日時点において、東証スタンダード市場における上場維持基準に抵触
- 基準日時点で流通株式時価総額が基準を充たしていないため、改善するための計画書を公表
- 2025年5月14日時点の終値では基準を充足しており、下記改善施策を継続して実施
- 改善へは①企業価値の向上、②株主還元策の強化、③IR活動の強化を行うことで時価総額の向上を目指す

	株主数	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率
当社の状況 (2024年12月31時点)	3,438人	34,376単位	8.65億円	47.4%
上場維持基準	400人	2,000単位	10億円	25%
計画書に記載の項目	—	—	○	—
計画期間	○	○	2025年 12月31日まで	○

(当社で計算した参考値)

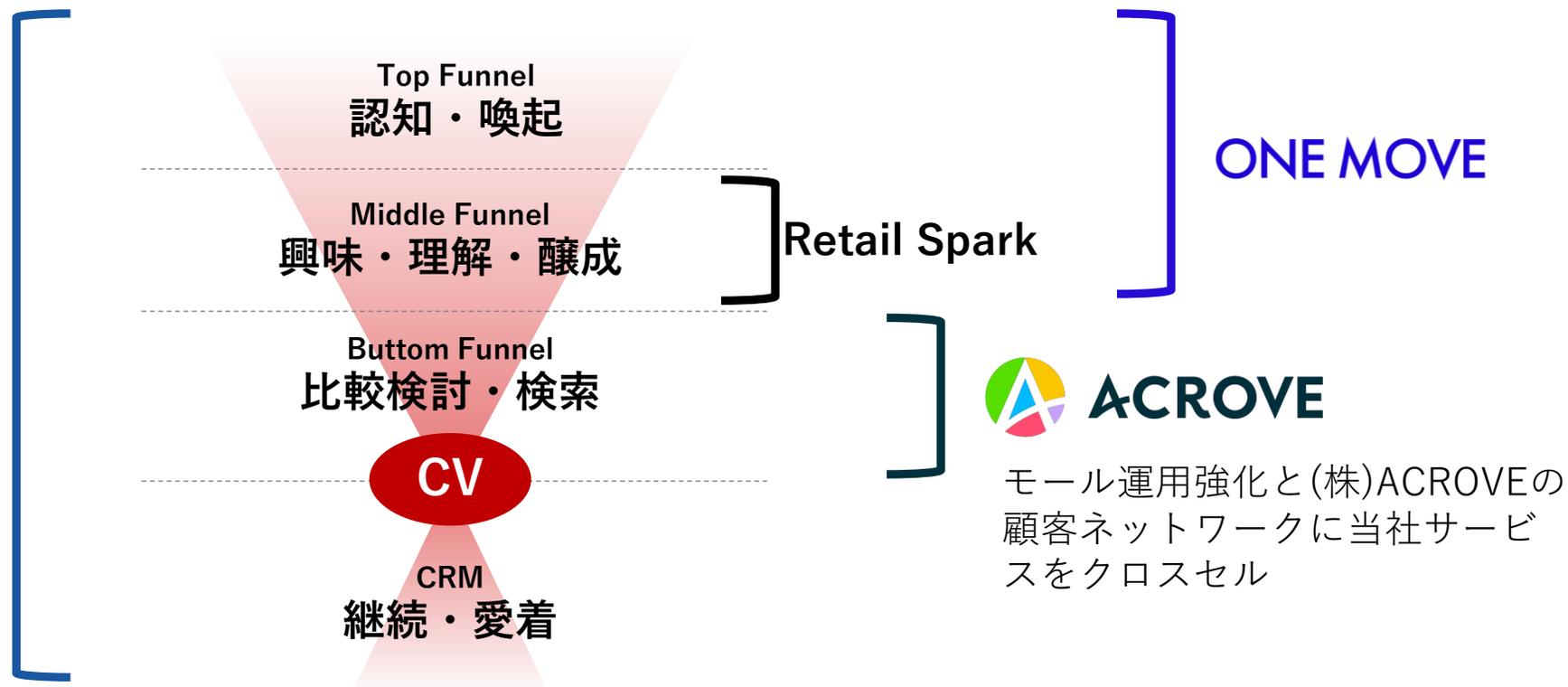
2025年3月31日時点	—	—	8.83億円	—
2025年5月14日時点	—	—	12.41億円	—



02 2025年12月期 通期見通し

① Retail Spark提供開始、(株)ACROVEとの業務提携

- 当社が目指すブランディングから顧客獲得まで、企業の売上向上を目指すフルファンネルダイレクトマーケティングの実現のために(株)ACROVEと共にモール運用を強化
- 「Retail Spark」はこれらの実績を基に、SNSによるターゲットのリーチを保証し、ブランディング効果×波及効果（店頭&モール）で売上拡大を狙う施策を提供するサービス
- 業務提携により、両社の強みと顧客資産を生かしたモール内外の施策を統合したクロスセル販促施策を実施予定



① 「SHAPEDAYS」ブランドの事業譲受

- (株)ローネジャパンと(株)P2Cの間で、「SHAPEDAYS」譲受に関する基本合意書を締結
- 累計40万着以上販売している「SHAPEDAYS」ブランドと多くの顧客を有している楽天モール及びSNSを(株)P2Cが譲受、ブランドのクロスセルや拡大余地のある楽天モールの成長を狙う
- すでに流通にも流れていることから、既存ブランドと総合的に卸戦略も強化予定
- 当社の得意とするKPI保証や、SNSellを行うことでブランドとしての確立、売上拡大を狙う



「SHAPEDAYS」とは

2019年に誕生、シリーズ累計販売数40万着突破。

「いつもの日々に、シェイプアップを」をコンセプトとし、究極の快適性と機能性、美しさを追求・開発したインナーブランド。

- ・商品カテゴリ：補正下着（レギンス、ブラジャー、ガードル）
- ・特徴：SHAPEDAYSは、着心地と補正効果を両立させた商品ラインナップを提供。機能的なデザインと最新の素地を用い、女性の美しさと健康をサポート。下着だけでなく、ライフスタイル全体を意識した製品開発が特徴で、通販を主軸にしながらも、全国展開されている実店舗と連携した販売網を持っている。

株主優待制度の導入

- 株主の皆様が長期にわたる日頃からの温かいご支援に心から感謝し、可能な限り早急に皆様に還元するための方法を模索した結果、個人株主様に対する当社株式への投資魅力をこれまで以上に高め、より多くの株主の皆様へ、より長く当社株式を保有して頂き、当社の企業価値向上に向けた事業の成長を株主の皆様と共有することを目的として新しい株主優待制度を導入を決定
- 対象の株主様へは各18,000円分（年間合計36,000円分）のデジタルギフト®を贈呈
- 本株主優待の実施は**2025年6月末日を基準とする時から開始予定**

基準日	対象株主様	優待内容
毎年6月末	1,000株 (10単元) 以上	デジタルギフト® 18,000円分
毎年12月末	1,000株 (10単元) 以上	デジタルギフト® 18,000円分

(年間36,000円分)

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

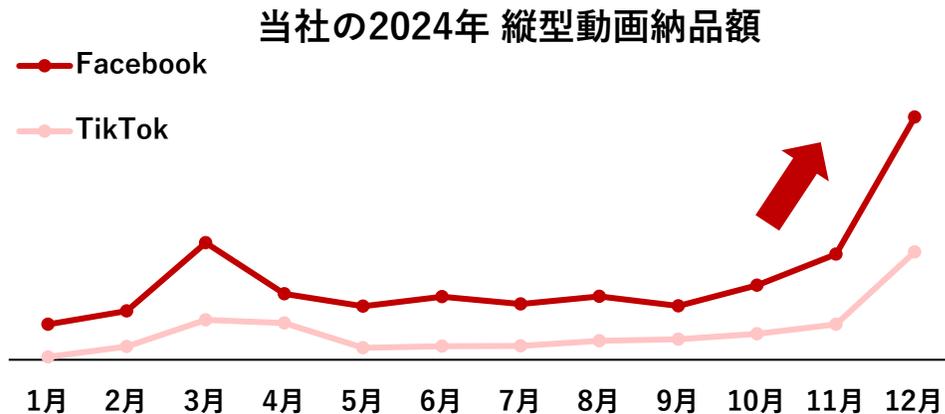
- ◆ CRM分析・設計
- ◆ 購入者向けコンテンツ
- ◆ CS運用
- ◆ キャンペーン運用
- ◆ 販路開拓支援
- ◆ キービジュアル撮影

① 当社の縦型動画サービス推移と優位性

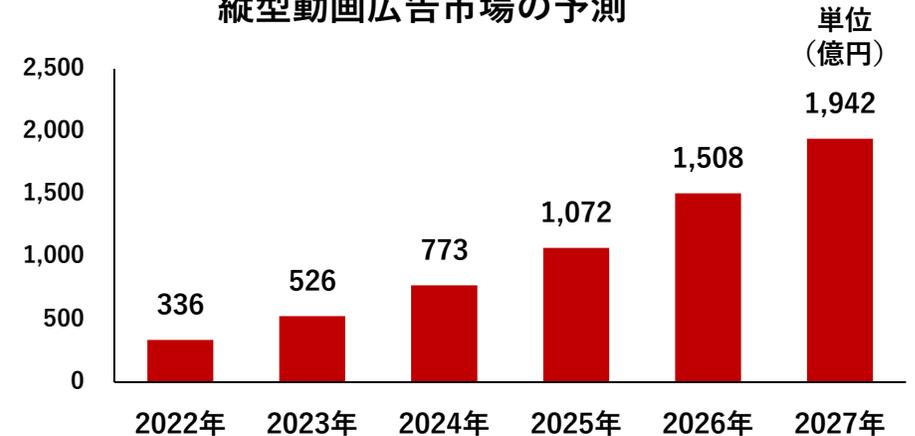
- 各メディアの縦型動画の在庫増大及びアルゴリズム変更により、縦型動画市場の成長が一気に加速することを見込み、当社内の体制構築
- 縦型動画の納品額は2024年期初と比較して、**800%以上の伸張**

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



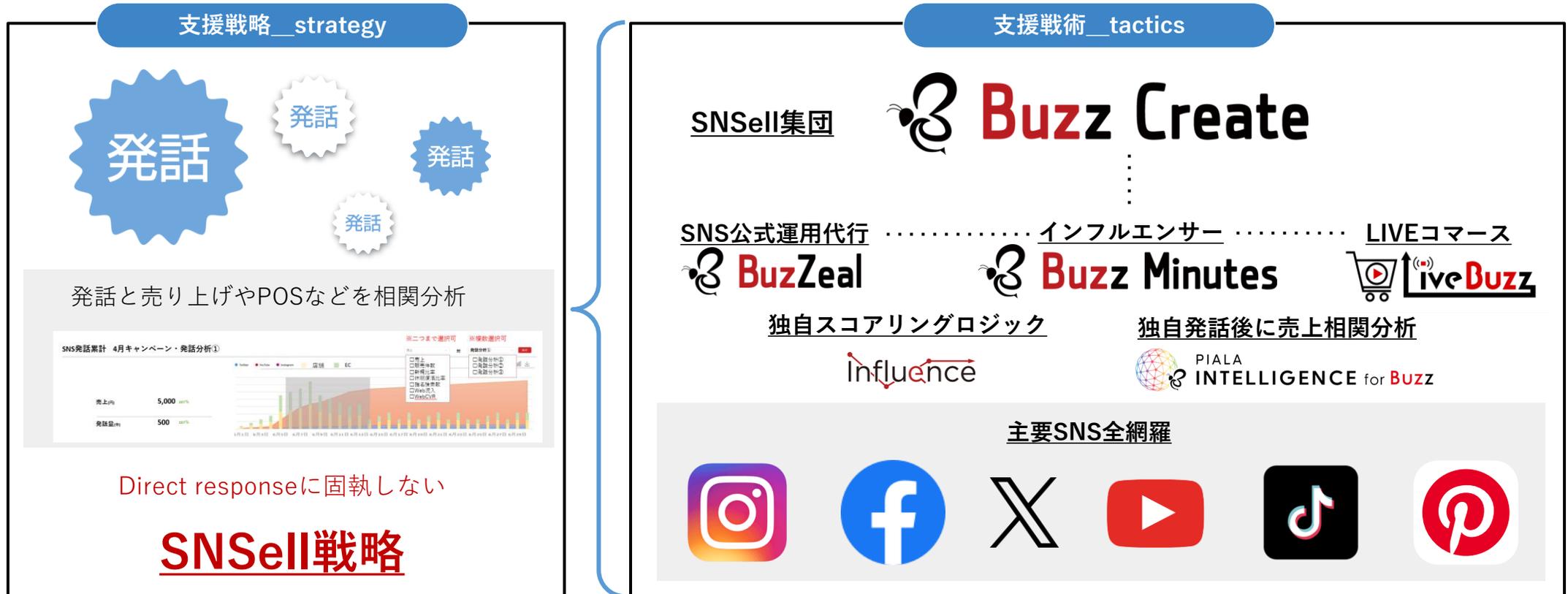
縦型動画広告市場の予測



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

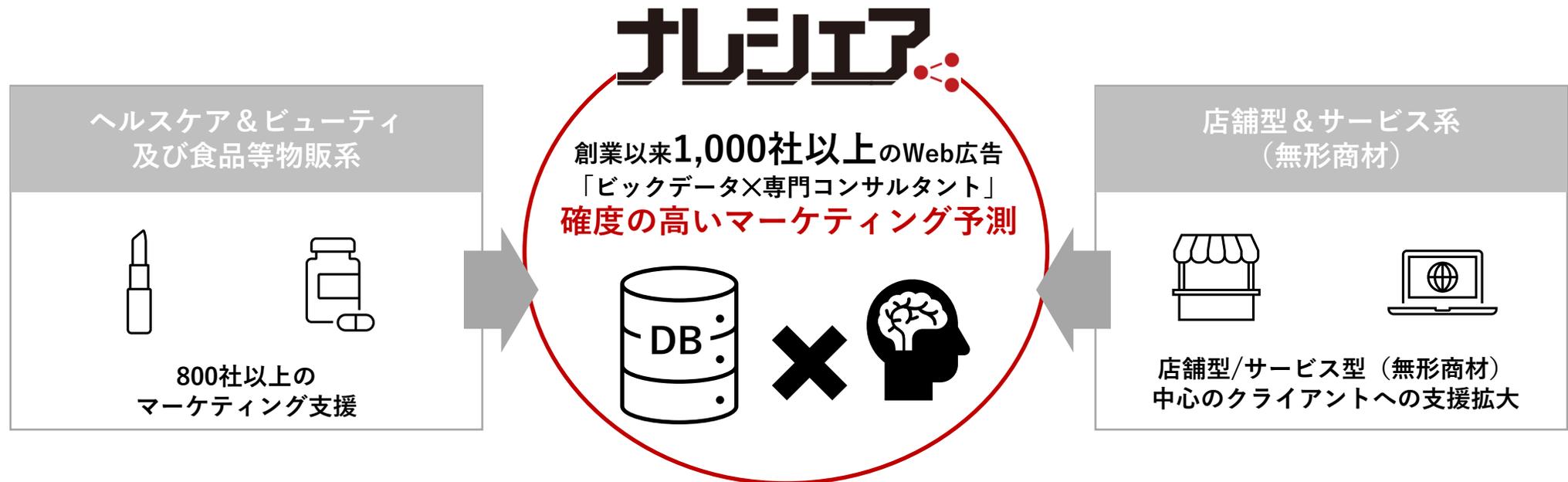
② SNSellマーケティングとは

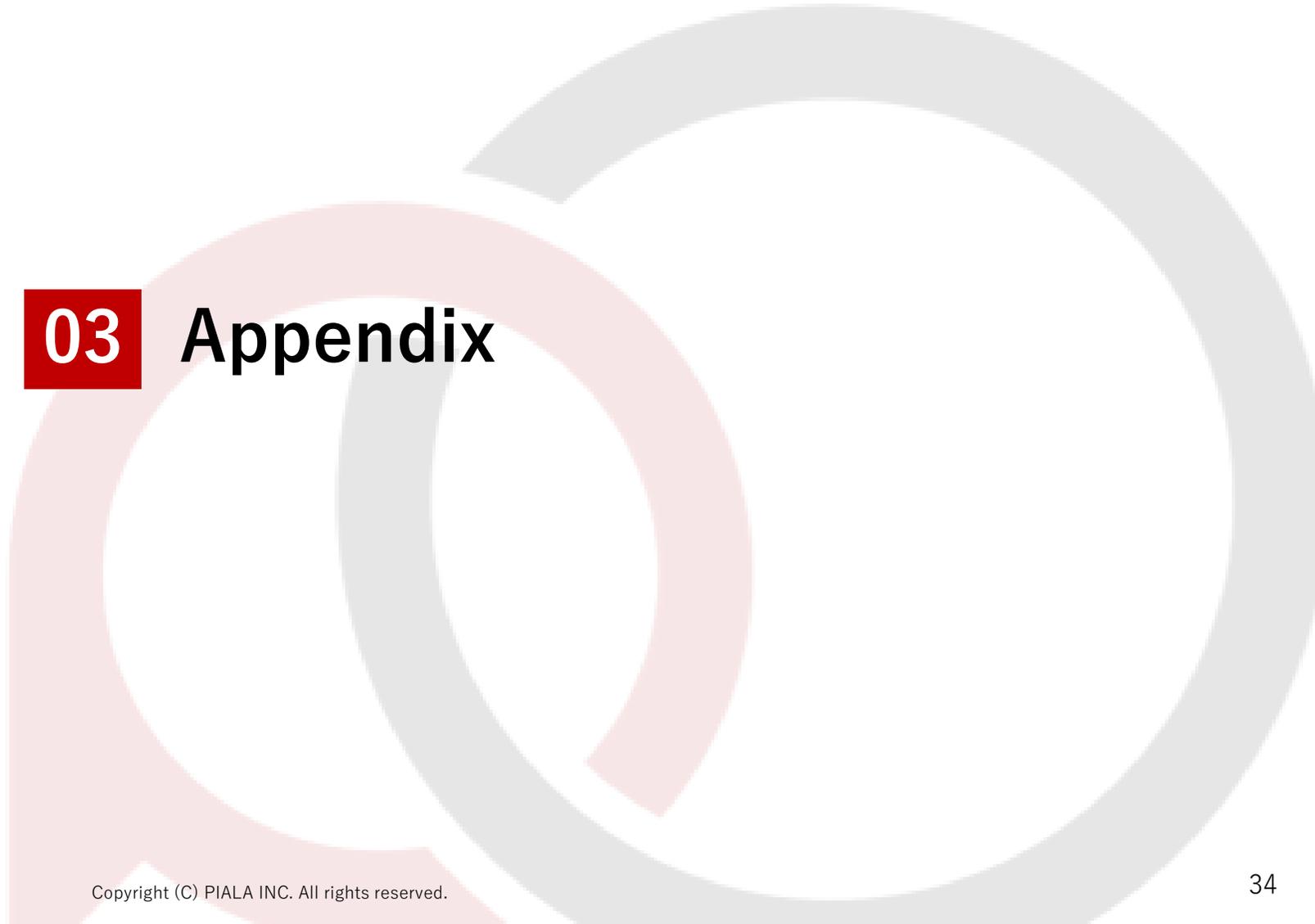
- コスト増、広告効率悪化によりSNSを使った効率的なマーケティング（NoPaid）が必須に
- PRや口コミ、ユーザーの発話（発する単語）をバズらせ、売上を増加させる戦略を「**SNSellマーケティング**」と命名し認知から共感・理解、購入・ファン化までの鍵として注力
- 一定の発話と売上の相関ができる  **PIALA INTELLIGENCE for Buzz** を武器に収益向上の為のSNS戦略を提供



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





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

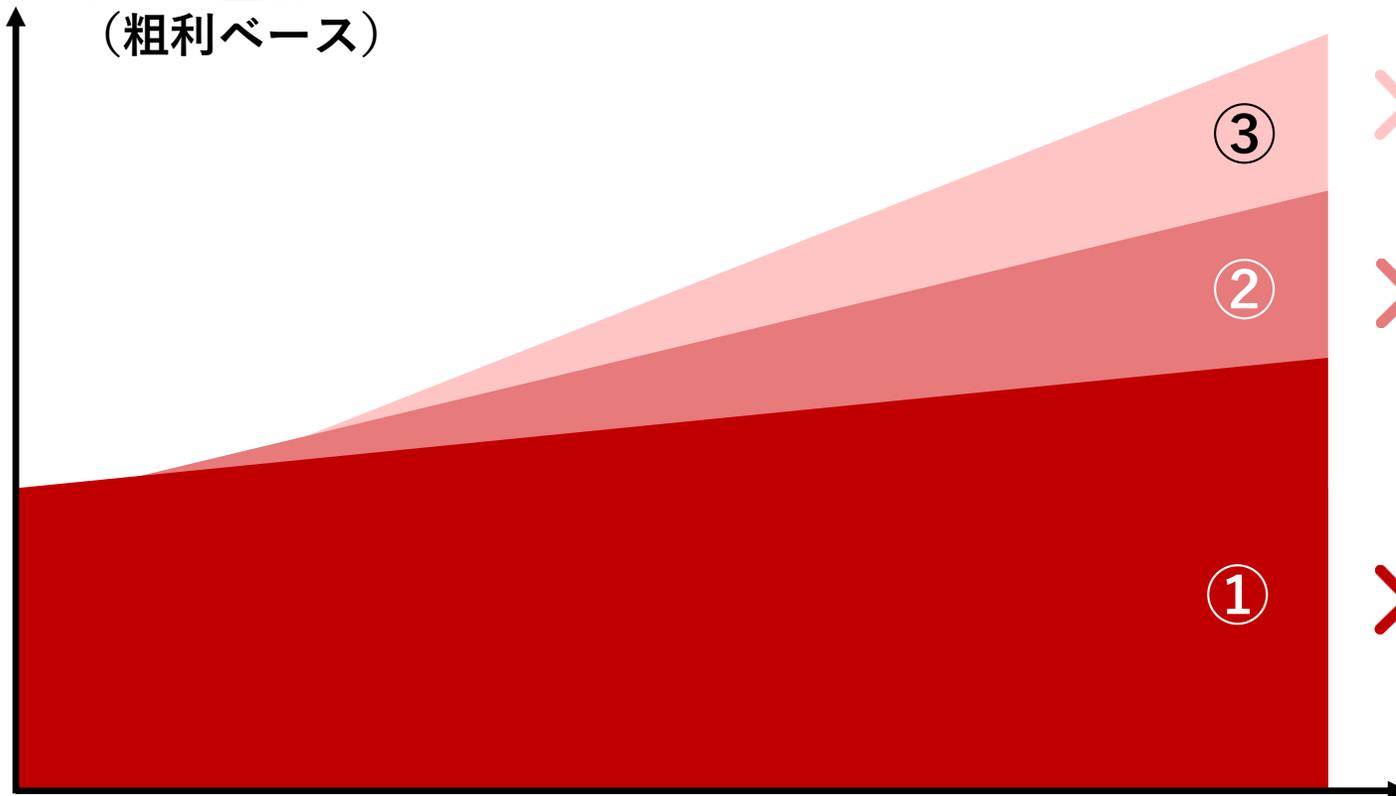
ピアラグループは進んでいきます



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)



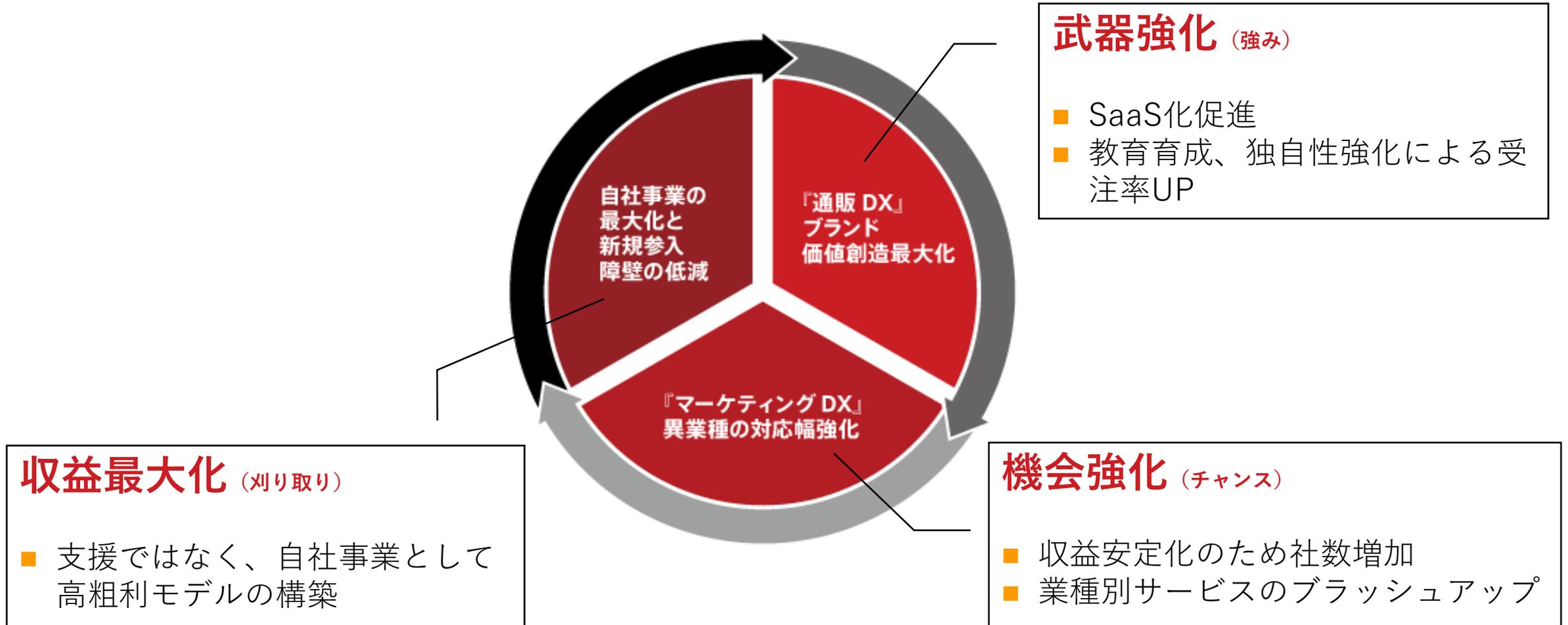
- 自社事業（新規事業）
- エンターテインメント業界を中心にP2CやD2Cブランド立ち上げ等、幅広く展開

- 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

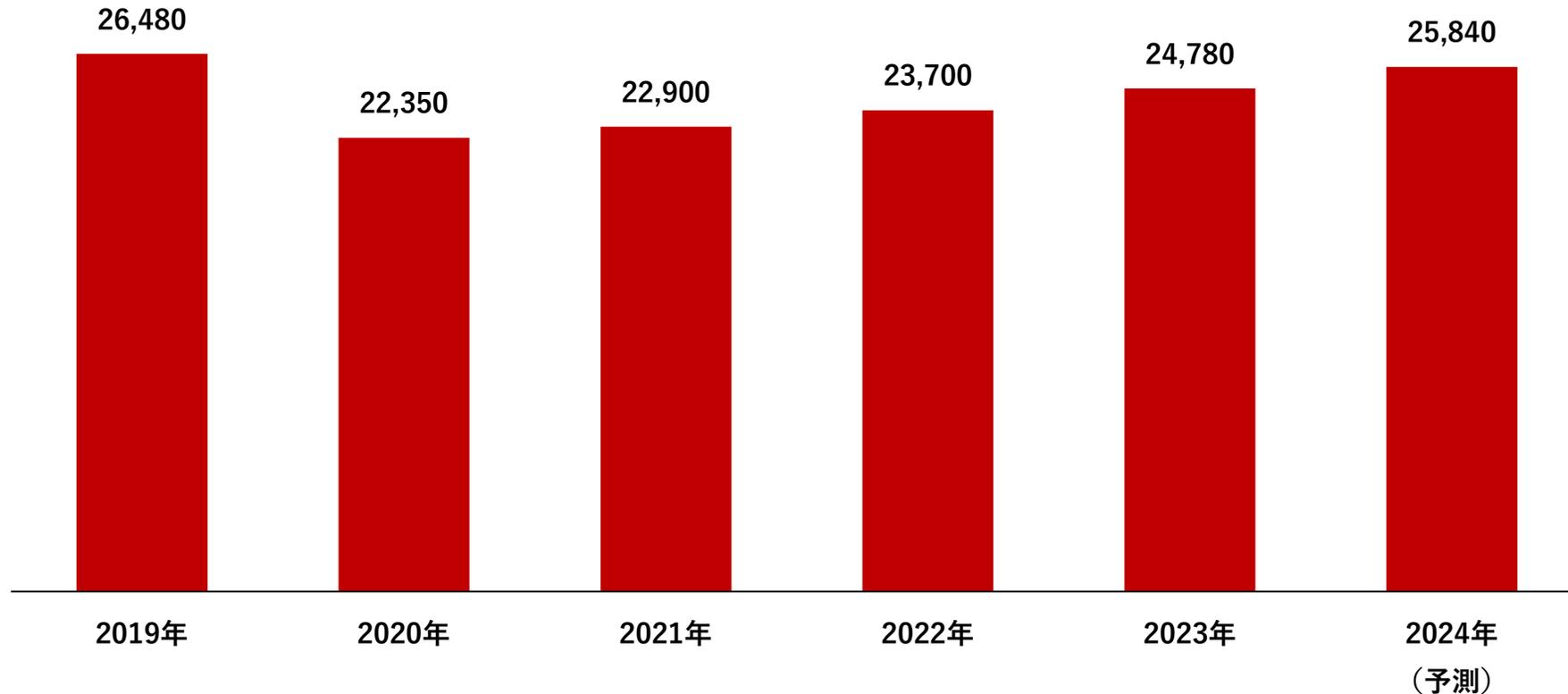
- 成長性及び収益性向上を目指し、事業ポートフォリオを3軸へ変更
- 安定した収益基盤の構築を目指す



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

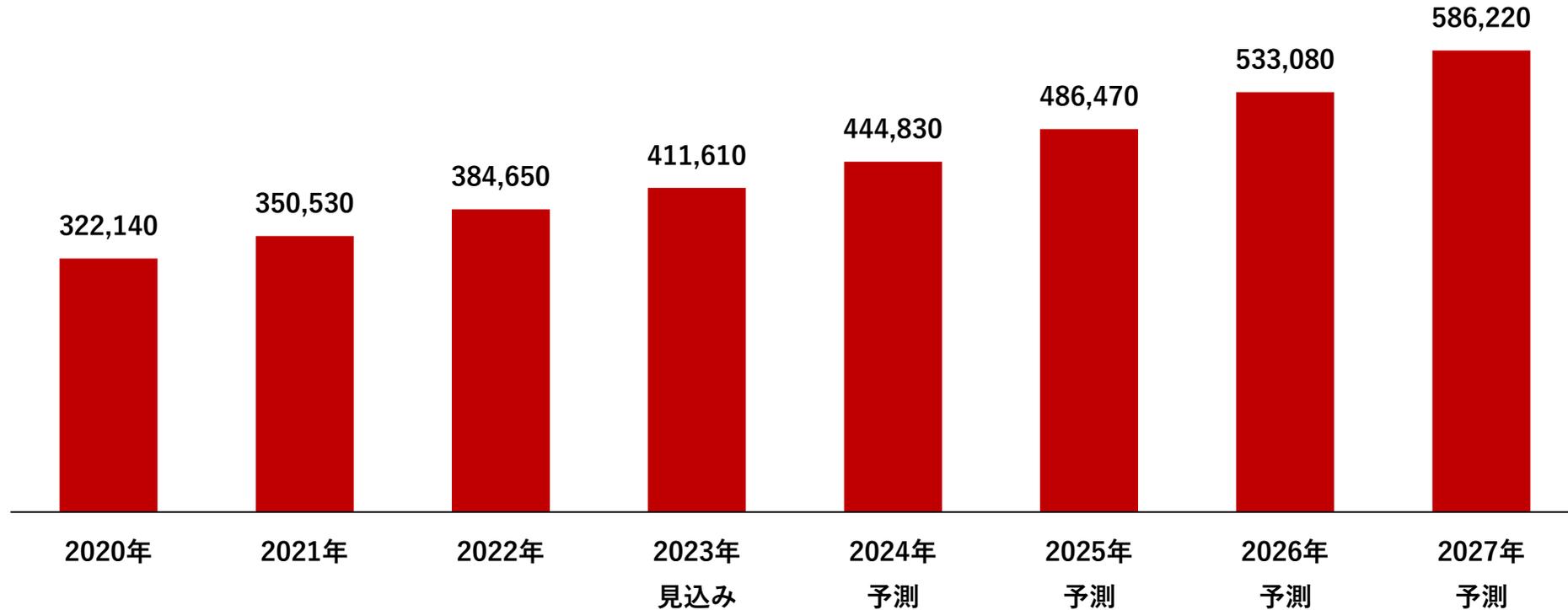
※ 製造、流通/小売、金融、交通/運輸/物流、不動産/建築、バックオフィスは全体の内数です。

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

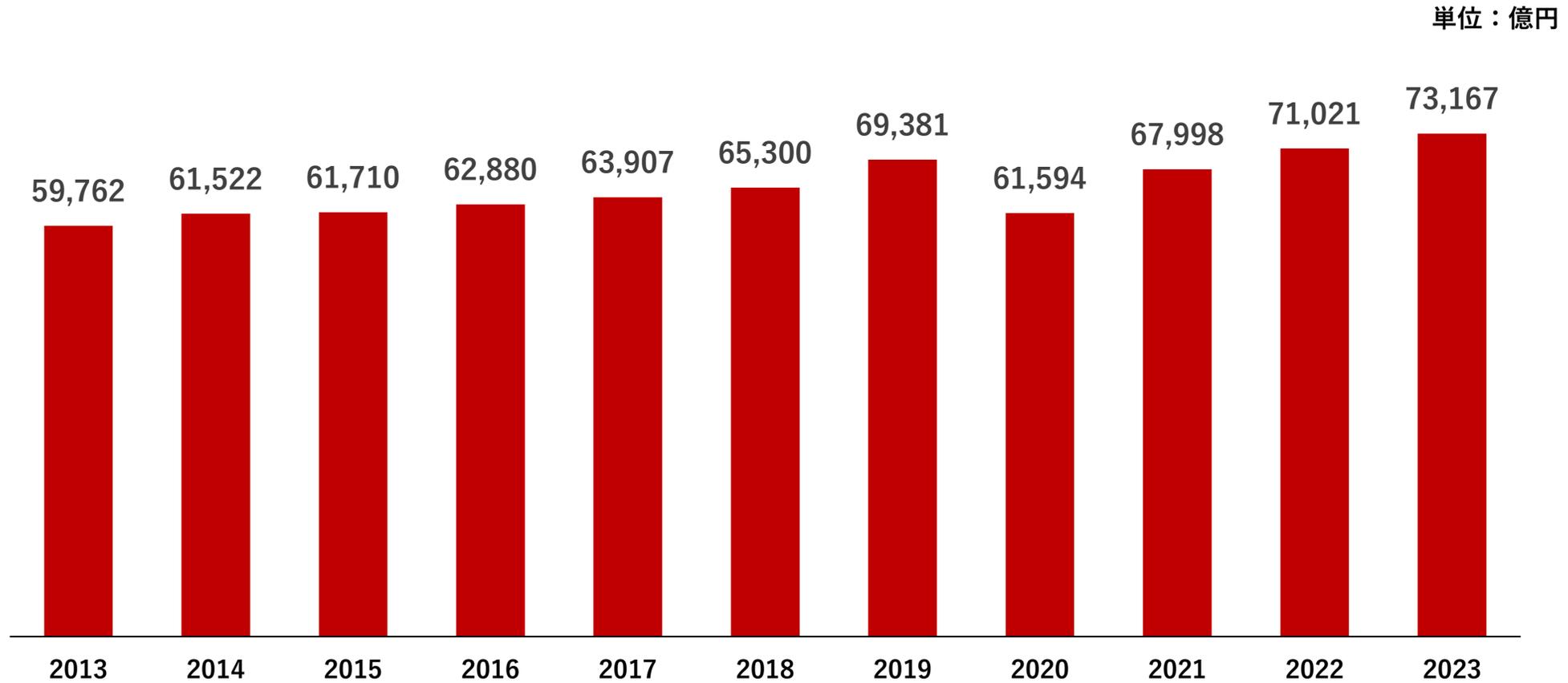
単位：百万円



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

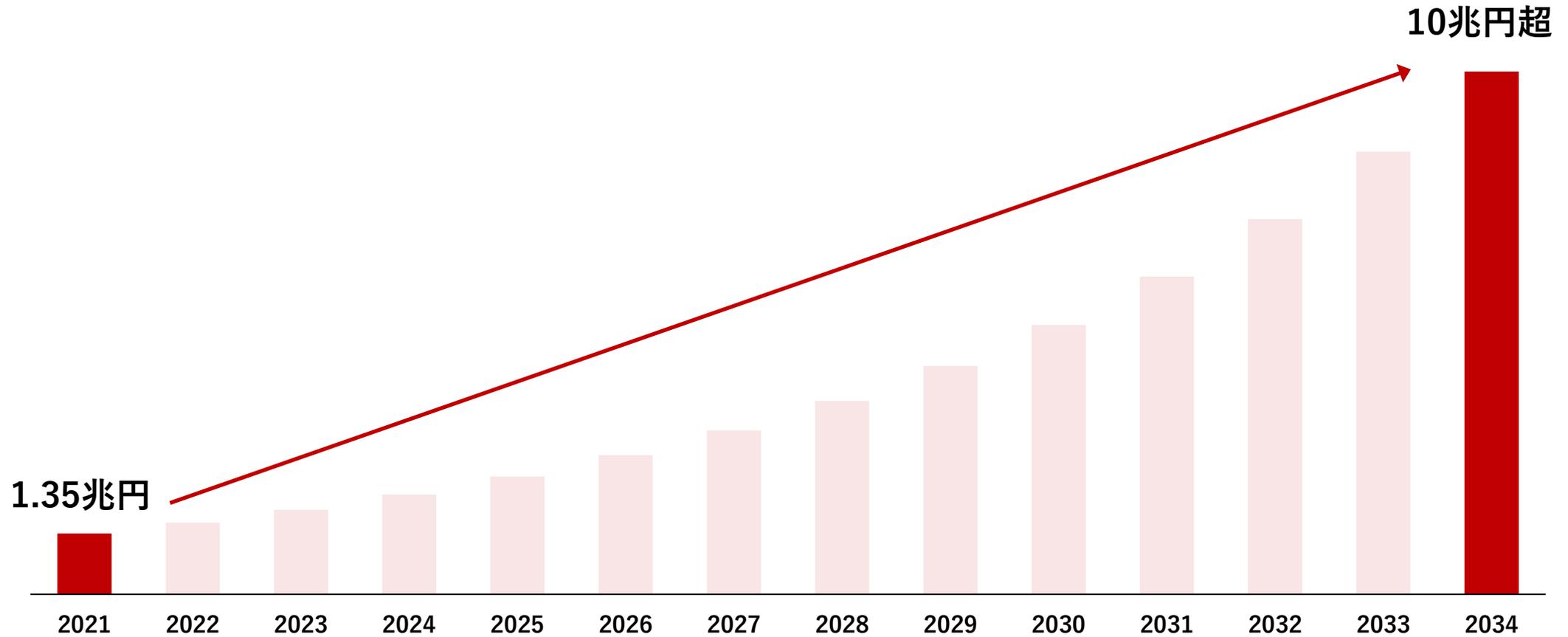
- 過去最高の2022年を上回る7兆3,167億円（前年比103.0%）
- インターネット広告費は3兆3,330億円（前年比107.8%）と引き続き好調
- 「イベント・展示・映像ほか」のプロモーションメディア広告が特に成長



出典：株式会社電通「2023年 日本の広告費」をもとに作成

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 (2025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	881百万円
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	191名 (連結、派遣社員・契約社員・パート・アルバイト等含む)



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。