



2020年12月期第2四半期 決算補足資料

株式会社ピアラ（東証第1部 7044）
2020年8月13日

ご挨拶 東証一部市場変更

当社は、2020年7月30日付けで、当社株式の上場市場を東京証券取引所マザーズ市場から東京証券取引所市場第一部に変更いたしました。ここに謹んでご報告申し上げますとともに、これまでの皆さまのご支援、ご高配に心より御礼申し上げます。

今まで以上にデータ×テクノロジーで、最適化を図りつつ、「人らしさ＝おもてなし」の精神を残し、マーケティングに保証を付けるべく効果にコミットいたします。そして日本というコンテンツを活かし、世界に向けても、マーケティングを通して人々の生活を豊かにし、業界に貢献してまいります。

今後とも一層のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長
飛鳥 貴雄



事業コンセプト



クライアントのKPIを保証し、マーケティング効果を最大化
手数料の契約から成果報酬へ

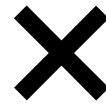
マーケティング コミットカンパニー

ピアラはヘルスケア&ビューティ及び食品市場を中心に、ECを運用する企業に対し、マーケティング支援を行っております。

購買行動に大きく影響する人の悩みに着目し、過去の成功モデルを体系化した
悩み別データと分析システムを活用し、企業のマーケティング効果を
最大化、KPIを保証します。

業界特化型KPI保証サービス

800社以上の実績を
蓄積した独自データ



AIと独自の
マーケティングシステム



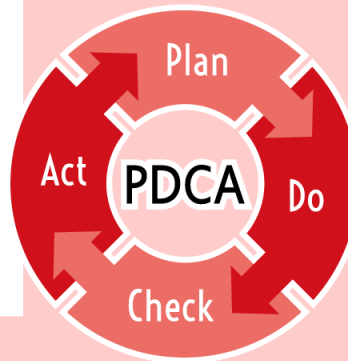
各種
悩み別データ



RESULT MASTER

確度の高いマーケティング予測を可能に！

手法の発見



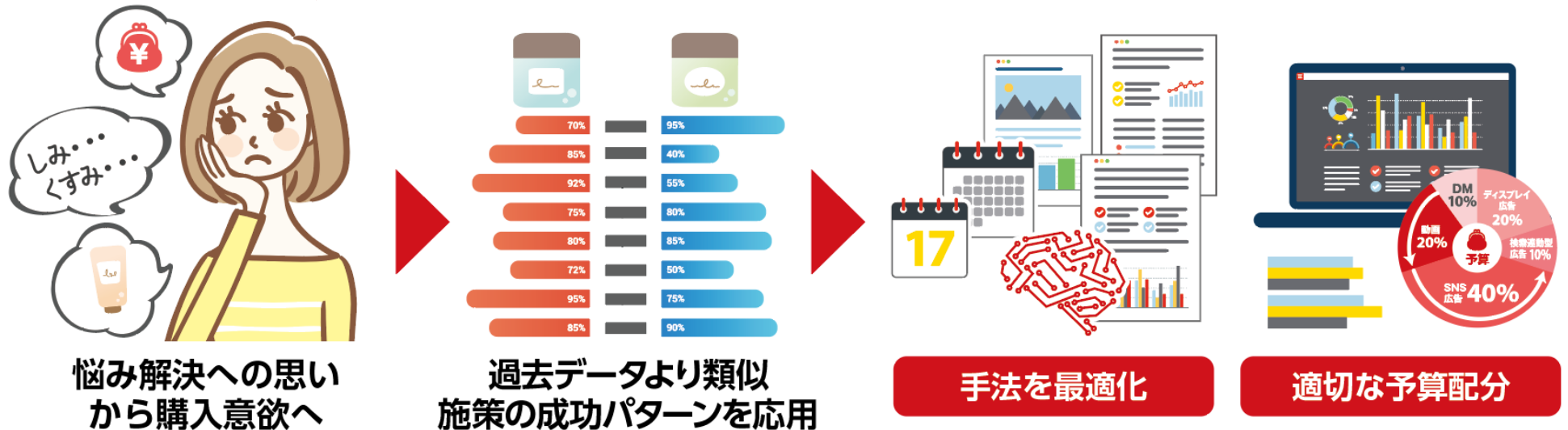
予算配分の最適化

【KPI保証】という唯一無二のサービスを
ヘルスケア、ビューティ、食品市場に提供

事業の優位性 悩み別データによるAI予想プランニング

ヘルスケア、ビューティ及び食品領域の消費者は、「血圧を下げる」「しわを減らしたい」など、悩み解決への思いから購入意欲が生まれます。

人の悩みは変化が少ないため、過去のデータから予測することで**再現性が高く効果の高い施策実行と予算配分が可能。**

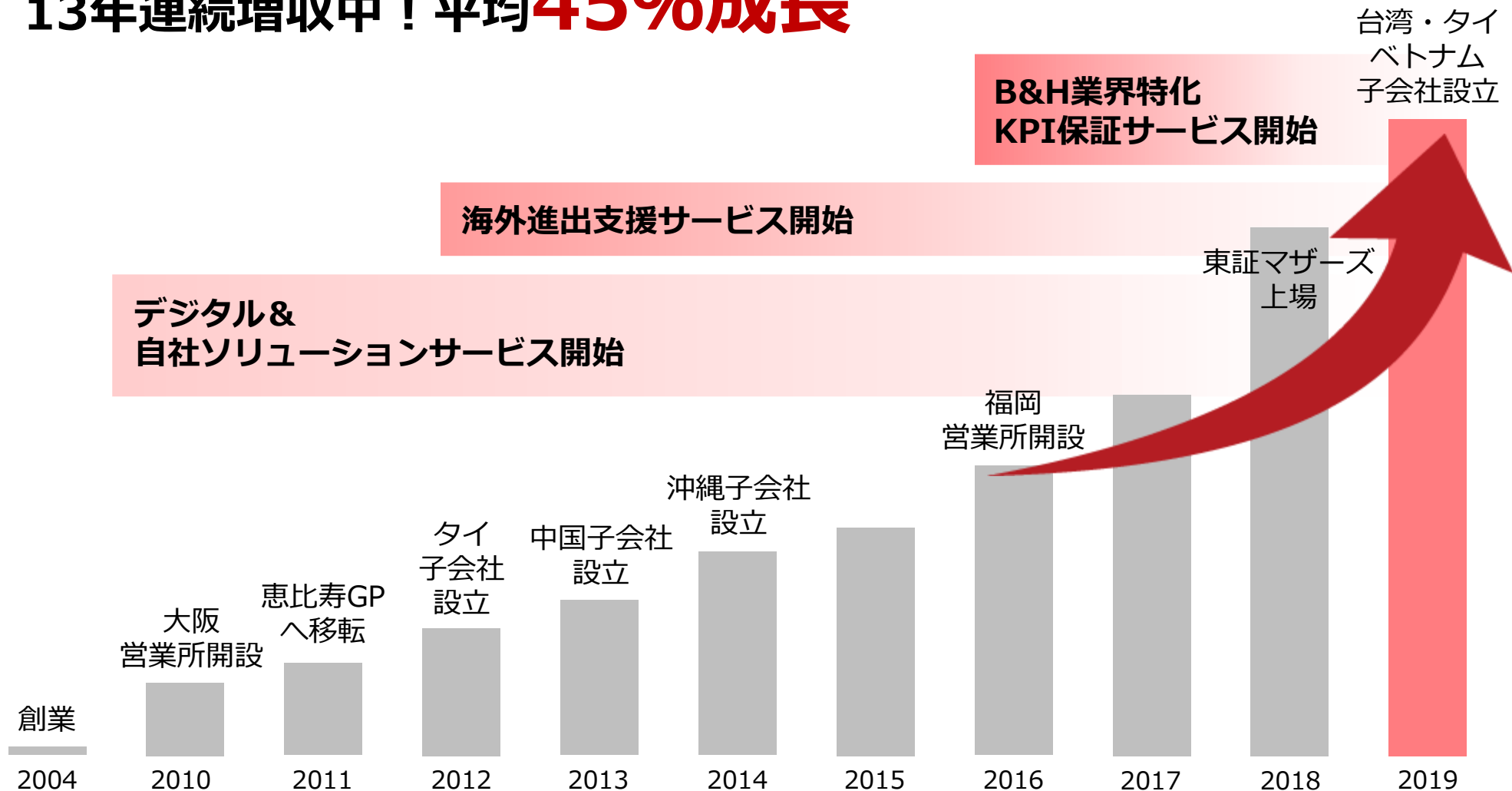


確度の高いマーケティング予測によりKPI保証を実現

ピアラの成長の歴史

特化型DMPと専門コンサルティングで効果をコミット

13年連続増収中！ 平均**45%成長**



アジェンダ

- 1 2020年12月期第2四半期決算概要**
 - 2 第2四半期トピックス**
 - 3 新規事業**
 - 4 新サービス**
 - 5 その他成長戦略の進捗**
 - 6 株主還元・中期経営計画のゴール**
- ご参考資料**

1. 2020年12月期 第2四半期決算概要

対上期予算進捗

コロナ禍の中、

**売上高は概ね予想どおり、営業利益は
期初の営業利益予想を30%強上回り着地**

連結PL (単位：百万円)	2020年第2四半期		上期予算（累計）		進捗率
	実績	構成比	業績予想	構成比	
売上高	7,346	100.0%	7,505	100.0%	97.9%
営業利益	222	3.0%	169	2.6%	130.9%
経常利益	218	3.0%	164	2.2%	132.5%
当期純利益	151	2.1%	107	1.4%	142.0%

※上期予算（累計）は2020年2月13日発表の当社決算短信において開示しております。

※当期純利益は親会社株主に帰属する純利益となります。

対前年上期比較

上期売上高は、前年上期比17.0%増

上期営業利益は、前年上半期比37.0%増

売上高と営業利益共にQ2では過去最高を更新

連結PL (単位：百万円)	2020年上半期		2019年上半期		前期比
	実績	構成比	実績	構成比	
売上高	7,346	100.0%	6,279	100.0%	117.0%
営業利益	222	3.0%	162	2.6%	137.0%
経常利益	218	3.0%	163	2.6%	133.3%
当期純利益	151	2.1%	117	1.9%	129.5%

※上期予算（累計）は2020年2月13日発表の当社決算短信において開示しております。

※当期純利益は親会社株主に帰属する純利益となります。

今期の見通しについて

上期は、利益予想を上回り着地したが、
コロナ禍の経済に与える影響が不透明な点もあり
通期予想は期初予想どおり推移

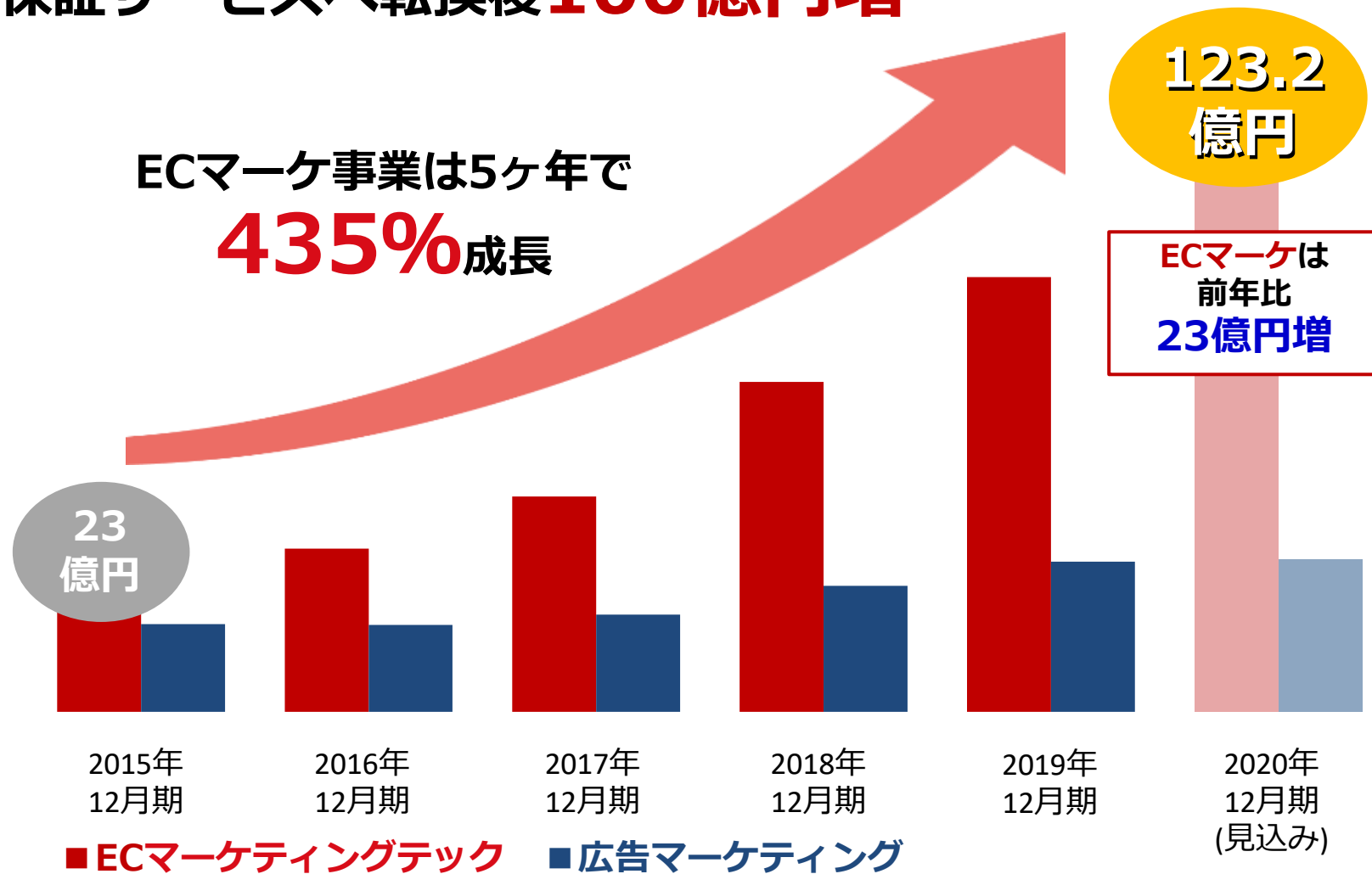
連結PL (単位：百万円)	2020年第2四半期		通期予算（累計）		進捗率
	実績	構成比	業績予想	構成比	
売上高	7,346	100.0%	15,865	100.0%	46.3%
営業利益	222	3.0%	531	3.3%	41.8%
経常利益	218	3.0%	518	3.3%	42.1%
当期純利益	151	2.1%	351	2.2%	43.0%

※上期予算（累計）は2020年2月13日発表の当社決算短信において開示しております。

※当期純利益は親会社株主に帰属する純利益となります。

KPI保証サービスの進捗率

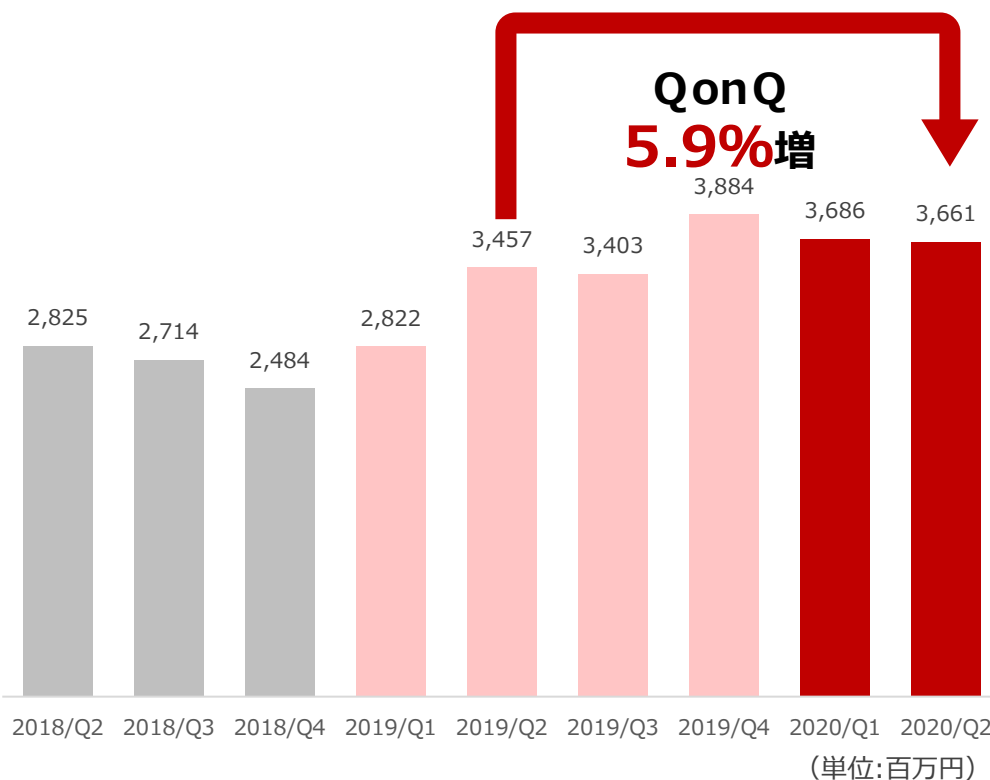
ECマーケティングテック事業は急速に成長中
KPI保証サービスへ転換後**100億円増**



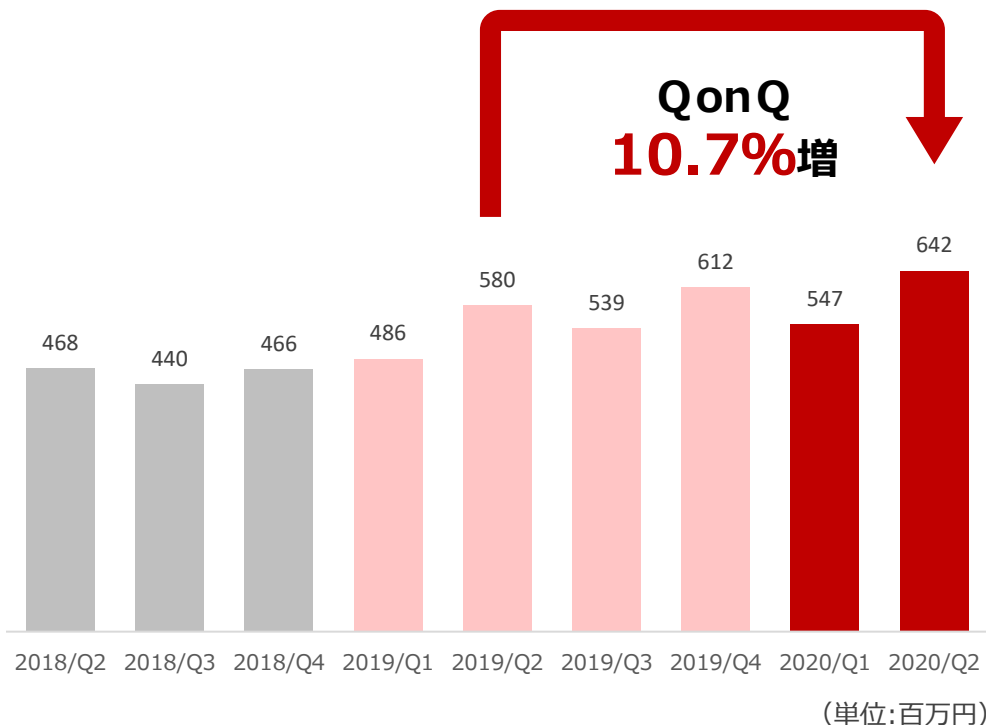
連結売上/連結売上総利益 四半期推移

- ◆ 2020年度第2四半期連結売上高は、前年Q比5.9%増
- ◆ 2020年度第2四半期連結売上総利益は、前年Q比10.7%増

— 連結売上高推移 —



— 連結売上総利益推移 —



連結貸借対照表

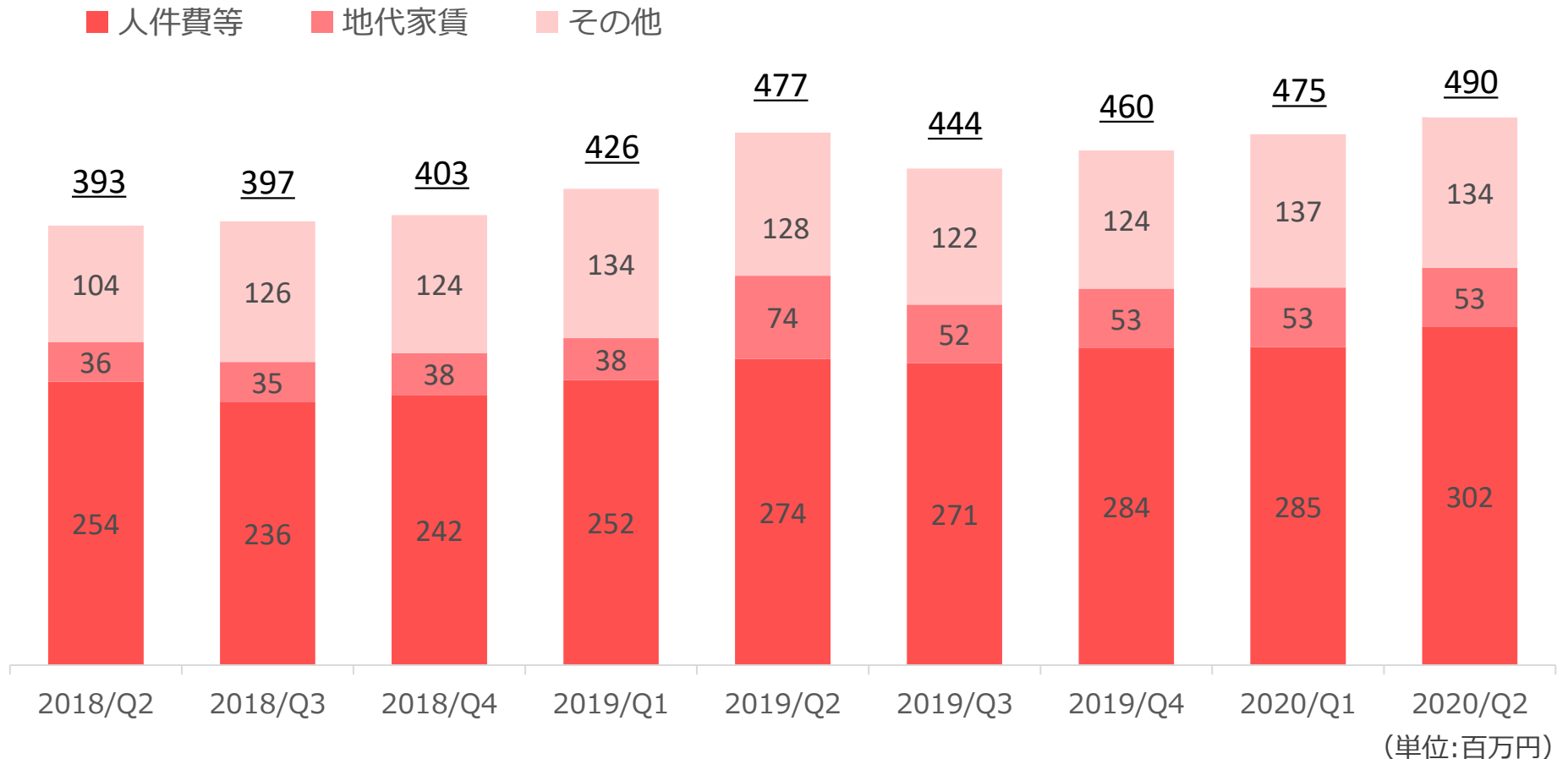
◆ 自己資本比率は**44.8%**で安定した財務状態

	2019年12月末	2020年6月末	増減額
流動資産	3,460	3,608	148
固定資産	741	902	161
有形固定資産	95	91	-4
無形固定資産	116	153	37
投資その他の資産	530	658	128
資産合計	4,202	4,511	309
流動負債	2,198	2,125	-73
固定負債	134	362	228
負債合計	2,333	2,488	155
純資産合計	1,869	2,022	153
負債純資産合計	4,202	4,511	309

(単位:百万円)

販売管理費の推移

- ◆ 事業の拡大に伴い、当Q1比人件費が微増
- ◆ 販売管理費は適切にコントロール





2. 第2四半期トピックス

第2四半期トピックス

総 括

売上高 : 7,346百万円 前年Q比**17.0%UP**
営業利益 : 222百万円 前年Q比**37.0%UP**
第2四半期では売上高、営業利益共に過去最高を更新

コロナ影響等

ネガティブ影響があったが、新規商品のヒットなどにより、前年上期比大幅増益で着地

新規事業

1. D2C支援事業
 - 1) ビートメーカーによる商品開発支援
 - 2) HKT48、NGT48へのE C支援及び商品開発
 - 3) SingulaNet株式会社と資本業務提携によるエンターテインメントDX
2. 越境EC支援事業
3. タイでのECと実店舗を統合したOMOプロジェクト

新サービス

金融支援サービス提供開始
SBI FinTech Solutions株式会社との提携

コロナ禍での上期業績概要

- ◆ 新型コロナウイルス感染症の影響により、一部影響を受けたものの、ECマーケティングテック及び海外事業が好調に伸長し、売上高前年比117%、営業利益前年比137%を達成。

ネガティブ要因

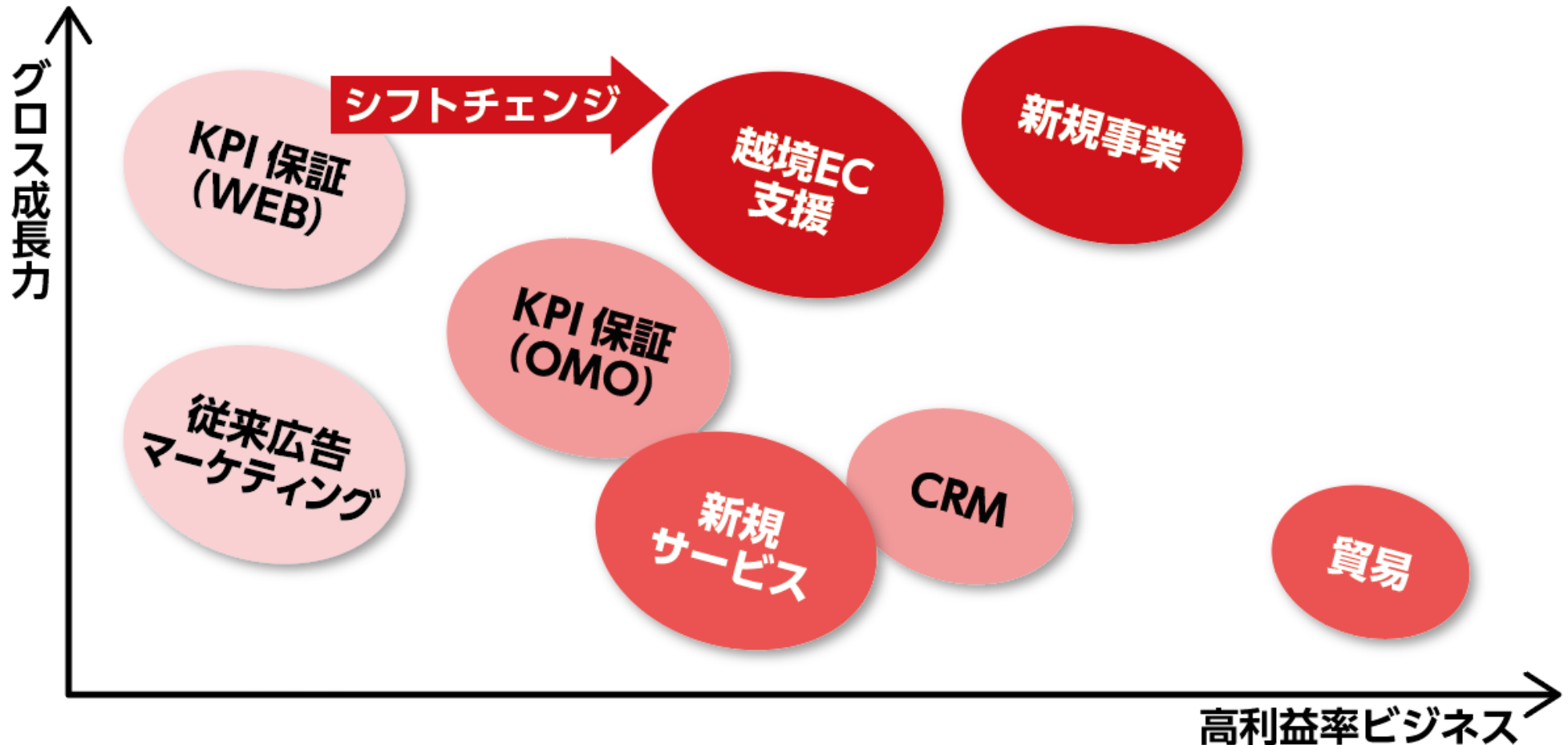
- コロナ禍の影響で、広告マーケティングにおいて広告の媒体社の発刊停止、イベント停止、ECマーケティングにおけるエステやジムなどの営業自粛により、マーケティング支援の停止及び縮小。
- 上記以外の影響として、大口クライアントの広告停止による、マーケティング支援の停止。Q3より復活予定。

ポジティブ要因

- ECマーケティングテックにおいて、巣ごもり需要から新規のヒット兆しのある商品が複数創出され、業績に大きく貢献。
- 既存のECクライアントは海外含めコロナ禍でも、堅調に売上が伸長。
- #SAVE YOUR LIFE事業が一部売上利益に寄与。

中期計画における高粗利モデルへの移管状況

- ◆ 越境EC支援事業やD2C支援事業など新規事業は順調に進捗
- ◆ コロナ禍の影響もありOMO、CRMは若干の遅延

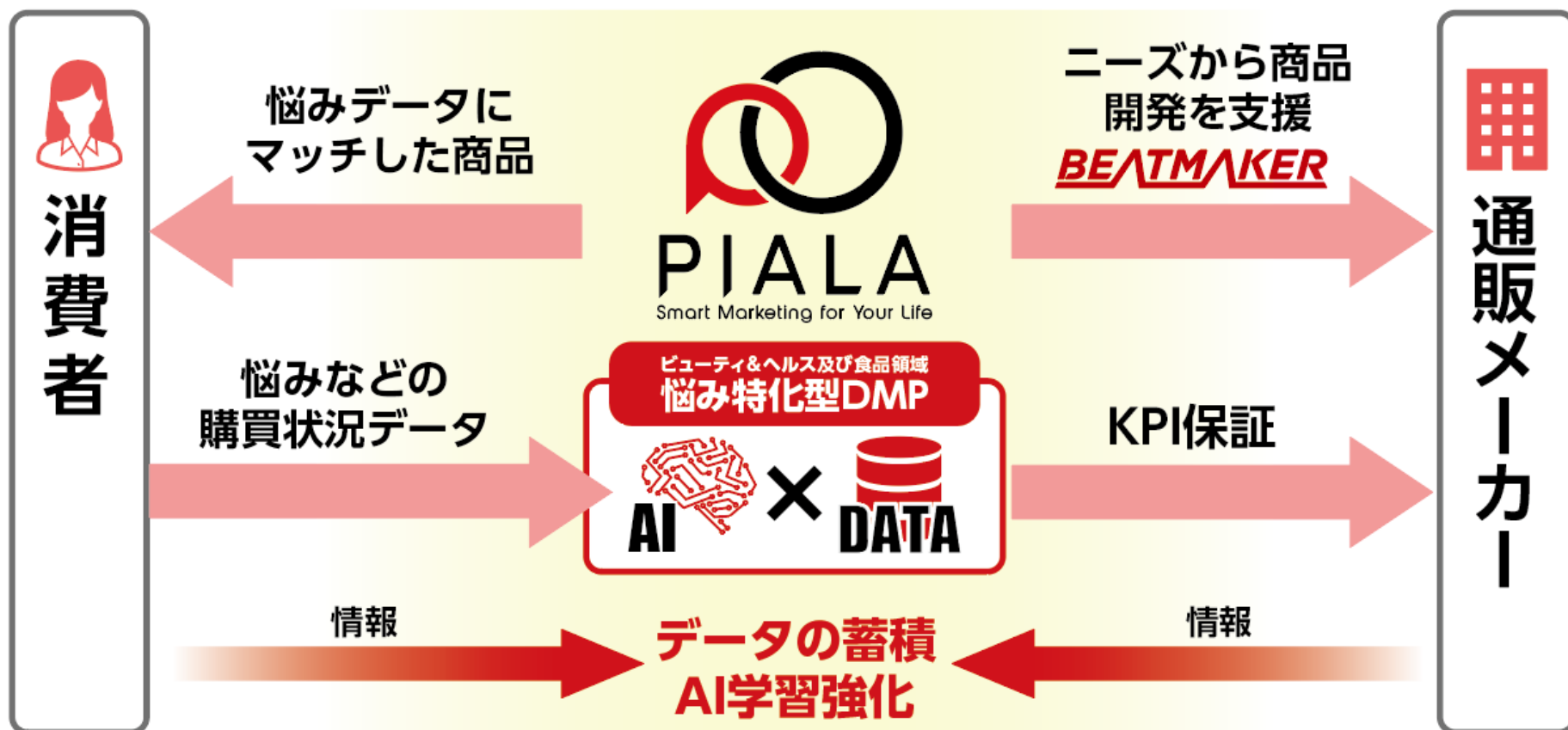




3. 新規事業

1-1. D2C支援の基本戦略

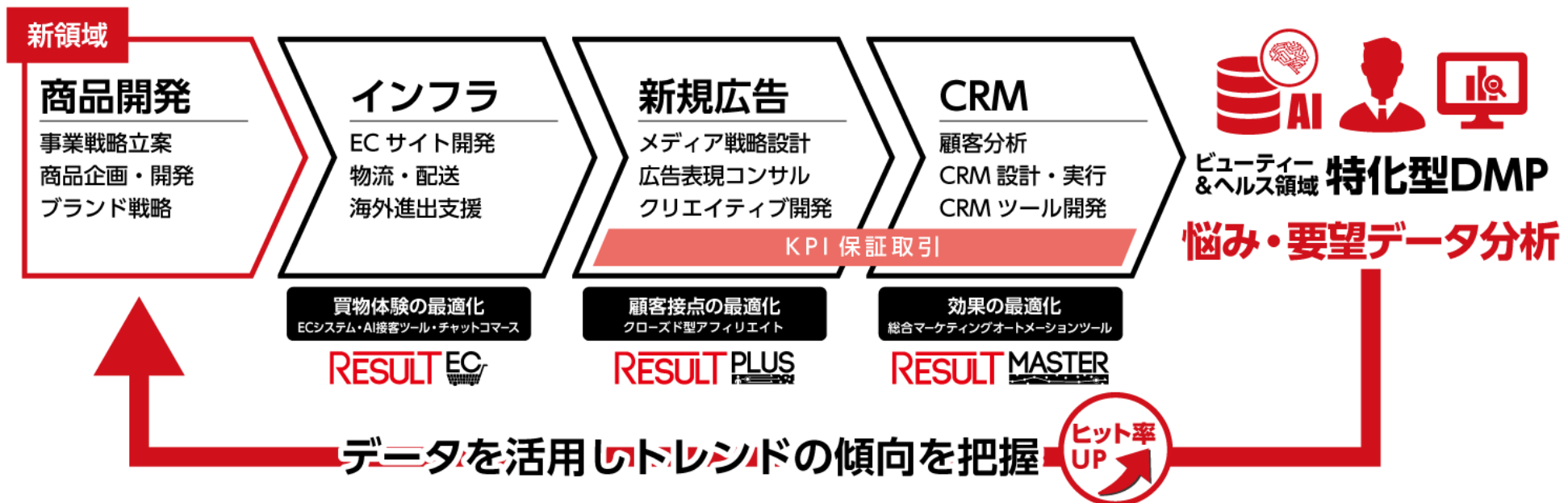
- ◆ メーカーへのマーケティング支援から、**消費者の悩み(ニーズ)**と**メーカーをつなぐマッチング**の役割へシフト
- ◆ 当社悩み別データを軸にEC支援を日本だけでなくグローバルへ



1-2. D2C支援事業におけるピアラの役割

- ◆ 当社の強みである悩み別データを活かして、現状の市場ニーズを把握+成功プロモーション手法を活かした商品開発サービス **BEATMAKER(ビートメーカー)**を提供

商品開発からEC運用、CRMによる顧客育成まで
悩み特化型DMP×コンサルティングで一気通貫サポート



1-3. 『BEATMAKER』 商品開発事例

- ◆ トップアスリート推奨のSHIFTHシリーズの販売を開始
商品開発から販売支援までヘルスケア及びビューティ、食品市場を**新たに創出**。新商品も各社から下期に続々登場予定



UDN SPORTSの社会貢献活動のプラットフォーム「UDN Foundation」がリリースした商品を、トップアスリートの方々にもアイデアをいただきながらプロデュース。

2020年7月16日
子供のカルシウム貯金ができる健康補助食品
『KIDS FULL』
と子供・敏感肌用UVミルク『PERFECT
SUNSCREEN MILK』
を発売。今後販売も支援



2. 株式会社Sprootとの資本業務提携

- ◆ HKT48、NGT48のグッズEC支援及び商品開発を行う
- ◆ 当社データと分析システムを活用したD2C事業の支援開始

提携目的

Sproot 社が、今後進めていくHKT48、NGT48のネットや動画広告での収益化、D2C事業などを当社と共同で開始していきます。



HKT48

今後について

Sproot社と協力し、当社の独自の悩み別データベースを活かしたビートメーカーを活用し、EC支援を含めたD2C事業の立ち上げやオリジナル商品企画をサポートします。



NGT48

3-1. SingulaNet株式会社と資本業務提携

- ◆ シングュラネット社との連携で、ライブコマース、投げ銭機能を追加。デジタルコンテンツ販売等の改ざんを防ぐブロックチェーン機能も追加
- ◆ モノだけでなくコトのECにも幅広く支援する体制を整備



3-2. ライブコマース&投げ銭機能追加

ライブ配信&コンテンツEC 独自プラットフォーム

ブロックチェーンを活用した、独自のライブ配信&コンテンツECプラットフォームを構築。OEMにて開発費を抑えつつ、独自のプラットフォームの構築で、外部サービスの利用よりも収益性の高い配信ビジネスを実現

ライブ配信



コンテンツEC

視聴者はギフティング
(投げ銭)が可能

ギフティングの額に
応じてリワード
(お礼)が発行される



※ライブコマースの実施も可能。

写真、動画、エッセイ等のコンテンツを設定

リワードとして提供
(ライブ視聴時の投げ銭
額に応じて提供)

通常販売
(EC機能あり)

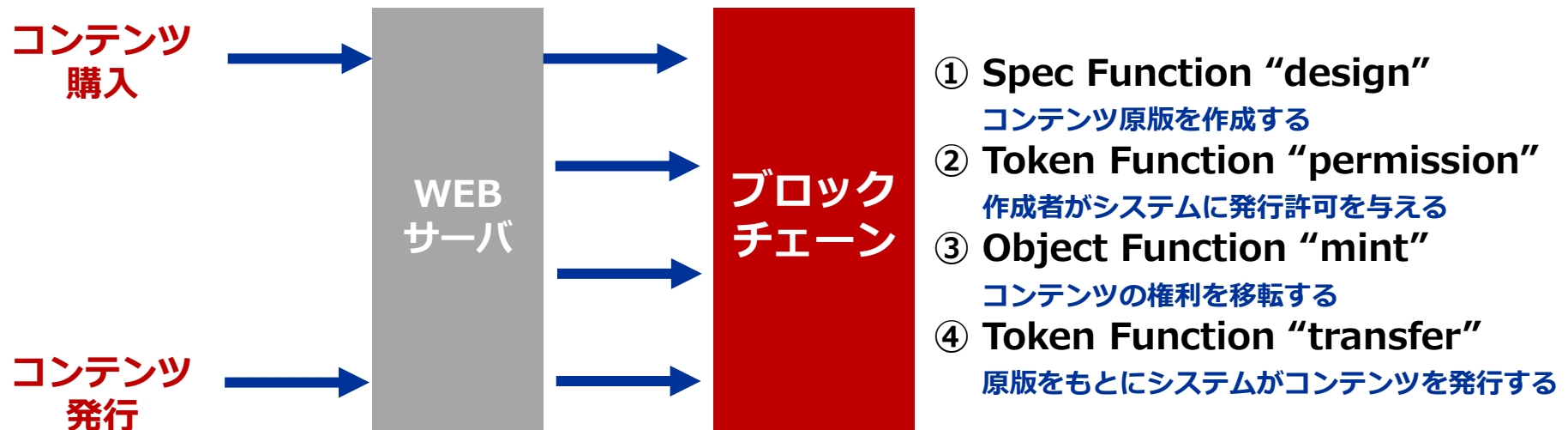
※リワードとして、限定配信のチケット等
を発行することも可能



SHOWROOM等、従来の外部プラットフォームで広く発信しつつ、ロイヤリティの高いファンを独自プラットフォームに誘引。限定的で高価値のサービスの提供にて利益向上を図る

3-3. 著作権を守るブロックチェーン技術

改ざんのできないブロックチェーンによって
コンテンツの発行と著作管理、権利の移転が安全に管理される



- コンテンツの発行者と所有者に関する情報がスマートコントラクトによってブロックチェーンシステムに記録される
- スマートコントラクトの情報処理は自動実行され、人間が処理内容を改変することはできない
- 上記の処理で記録されたデータを人間が後から秘密裏に更新することはできない
(更新した履歴が必ず残り、更新履歴を消去できない)

4. タイ Channel J Project

「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業費補助金」採択

- ◆ オンラインと実店舗を統合したOMOプラットフォームを構築
- ◆ 全国のメーカー、生産者から募った質の高い日本製品、食材の情報発信と提供を実施
- ◆ 日本のメーカーに対し、ワンストップソリューションを提供



5. 越境EC支援事業

- ◆ 前期比売上大幅アップ
- ◆ 台湾では10商材のマーケティングを支援し、ヒット商品を創出
- ◆ 今後ベトナムやタイでも、新商材の支援を続々開始

提供ソリューション



ページ制作



翻訳



モールに出品



カート



商品管理



物流



決済



集客





4. 新サービス

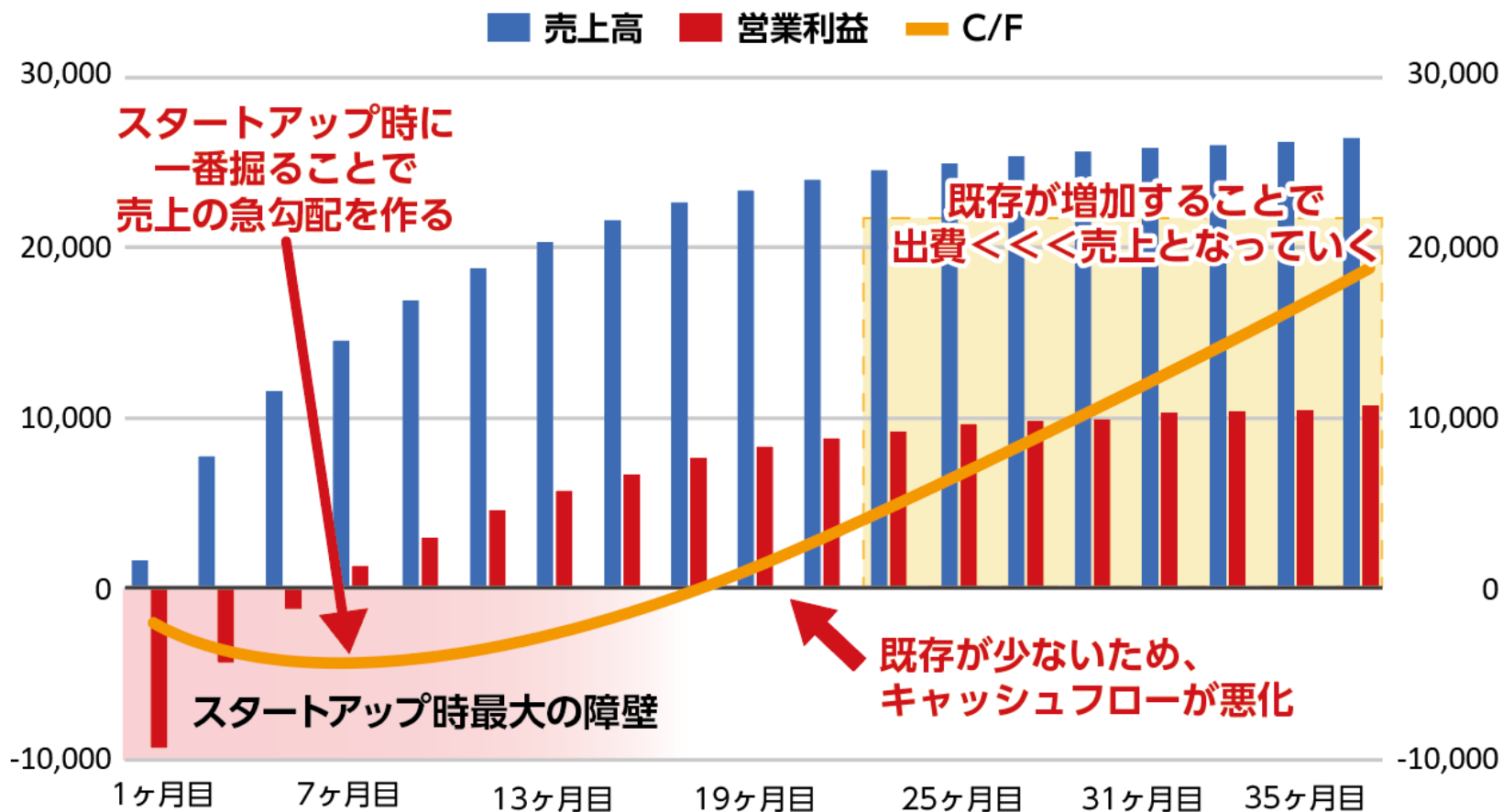
D2C企業向け金融支援サービス開始！



PIALA PAY

なぜD2Cに資金が必要か①

通販ビジネスは**キャッシュフロー**が成功の可否を左右する
キャッシュ不足が成長を阻害する

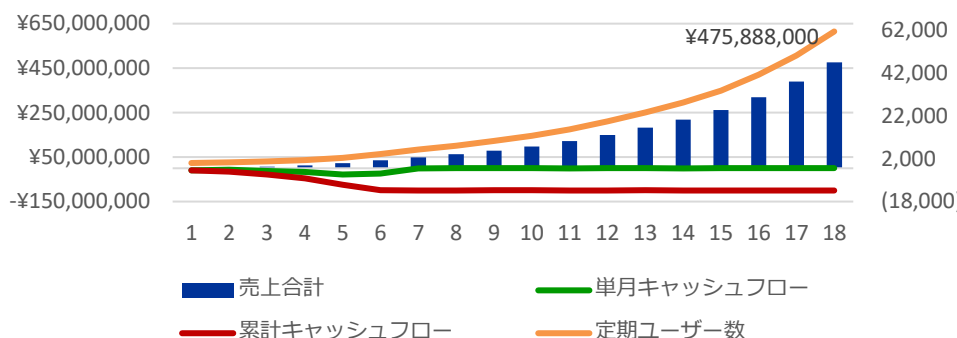


なぜD2Cに資金が必要か②

8000万余分に資金があるかないかで**1年半**で売上はどれだけ変わるか？

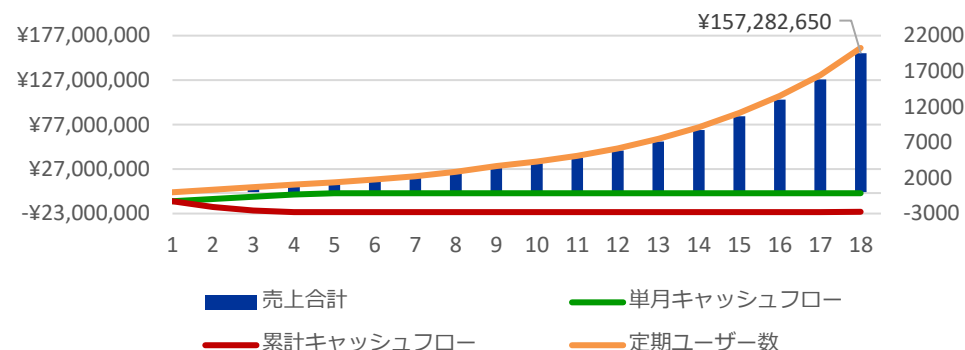
成長が**3倍**変わる CFの差から生まれる利益の差

累計CFを-1億円許容する場合



累計CF最大-1億円
18ヶ月目売上4.75億円

単月CFを最短で±0にコントロールした場合



累計CF最大-0.21億円
18ヶ月目売上1.57億円

リピート率が未知数であり、売上予測が困難なため、銀行からの融資が受けにくい。

**ピアラが出せばいい。KPI保証で他社に勝てる+悩み
別データ&RMでリピートも予測。回収もできる。**

スタートアップや中小通販企業への金融支援サービス事業の提供開始
新規事業としてヘルスケア、ビューティ、食品領域事業を創出支援

提携目的

『PIALA PAY』は、ヘルスケア、ビューティ、食品領域の通販事業者を対象に、素晴らしい商品を持ちながらもマーケティング活動に資金をかけられず、機会損失となっているクライアントへのマーケティング金融支援を共同して実施します。

ピアラ

- ◆ 当社独自のサービス『RESULT MASTER』を使用して、売上実績からリピート売上（将来売上）を予測
- ◆ 新規顧客の獲得から既存顧客の育成までのマーケティングサービスの提供

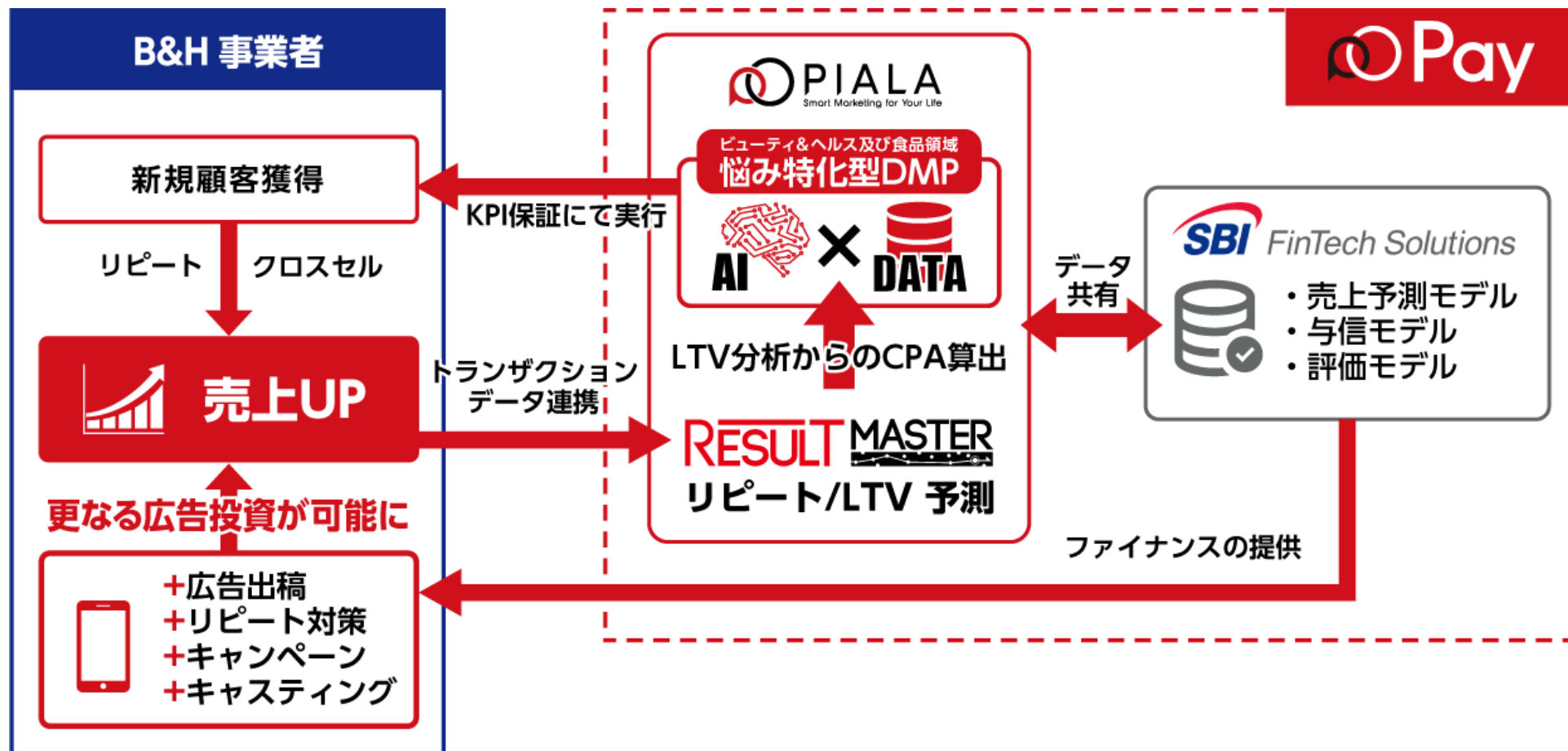
SBI FinTech Solutions

- ◆ 通販事業者の将来債権の買取を実行※
- ◆ 独自の審査モデルに加えピアラの予測データを活用することで未回収リスクを軽減

※将来債権の買取りに際しては、SBI FinTech Solutionsによる審査等が必要になります。

PIALA PAY サービス概要

- ◆ クライアントへの資金サポートが加わり、広告効果分析、資金調達、投資対効果の見える化をワンストップで提供





5. その他成長戦略の進捗

資本提携先のSARABiO温泉微生物研究所の販売推移

- ◆ 悩み別データを活かしたテクノロジー×コンサルティングによるマーケティング戦略の見直しを実施
 - ◆ 品質の良さを適切にお客様に訴求し、6月より2ヶ月間で、新規獲得件数が343倍となりヒット商品へ
- 今後 **PIALA PAY**も活用しさらなる成長加速へ



商品特徴
価格、悩み
形状...

ビューティ&ヘルス及び食品領域
悩み特化型DMP



類似データより手法を最適化

売上指数

4000%

3500%

3000%

2500%

2000%

1500%

1000%

500%

0%

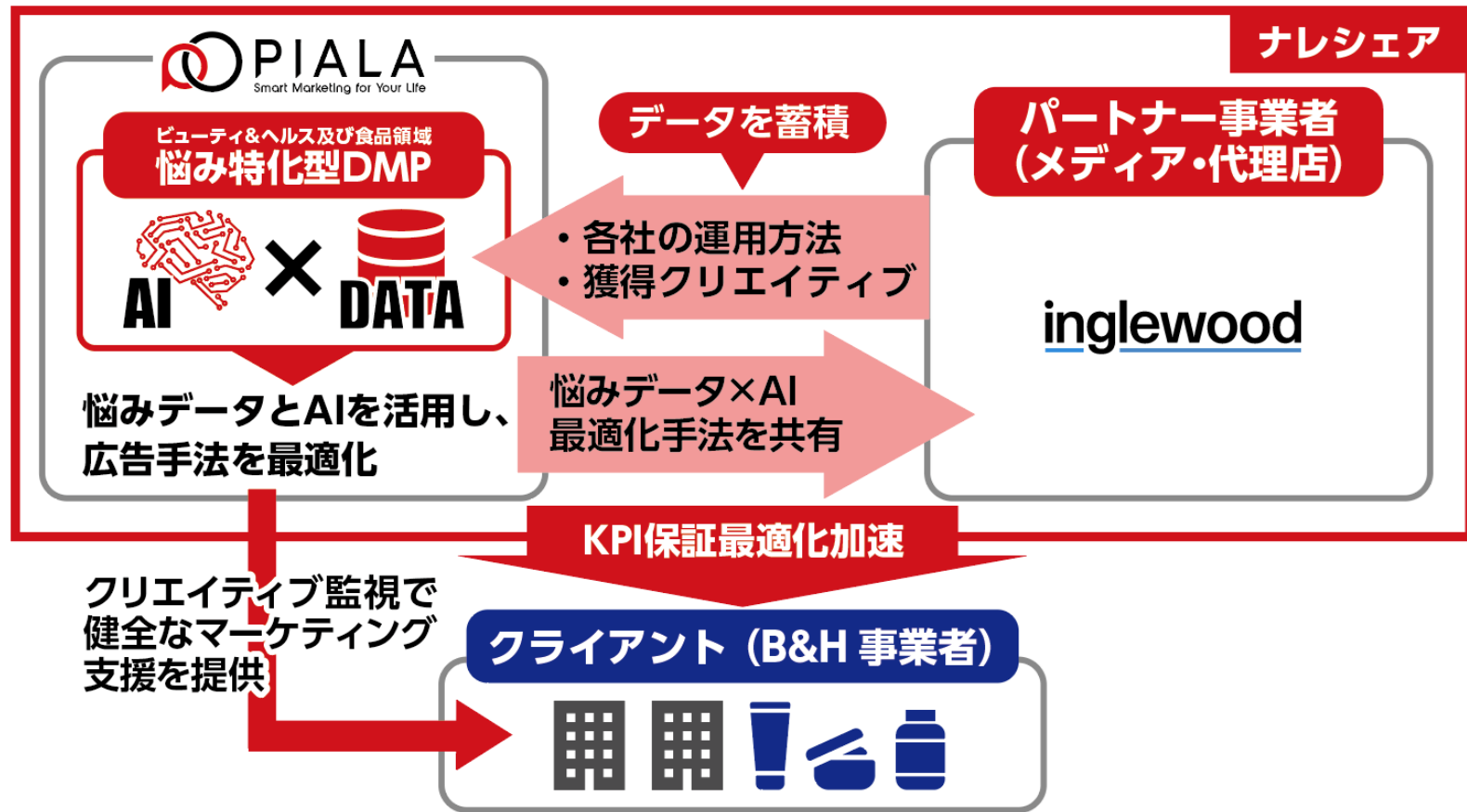
8ヶ月間で
新規獲得件数
343倍

強化
準備期間

1 2 3 4 5 6 7 8

ヶ月目

株式会社イングリウッドとの資本業務提携



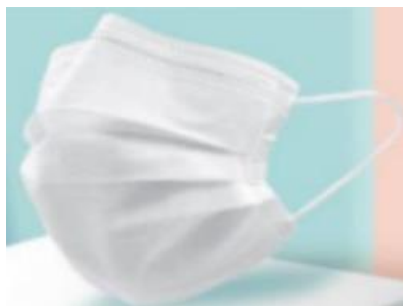
- | | |
|----------------|-------------------------------------|
| クライアント | ブランドセーフティなクリエイティブで 獲得効率アップ |
| ピアラ | データ蓄積とAI学習強化による マーケティング精度の向上 |
| パートナー企業 | 悩み特化型DMPを利用し、 高確率かつクリーンな配信運用 |

#SAFE YOUR LIFE事業

- ◆ 医療機関や介護施設を中心に累計でマスク約400万枚以上、アルコールジェル約10万本以上を販売
- ◆ マスクは毎月利益から継続的に医療機関、地方自治体に寄付



#SAVE YOUR LIFE 75
(エタノール75%のハンドクリンジエル)



#SAVE YOUR LIFE with mask
(使い捨て不織布マスク)

6.株主還元・ 中期経営計画のゴール

株主還元 配当

- ◆ 7月30日に初配として、期末配当予想5円（普通配当3円、記念配当2円）を開示させて頂きました。

2020年 期末配当予想	普通配当 3円00銭	記念配当 2円00銭	合計 5円00銭
-----------------	---------------	---------------	-------------

※当社は引き続き成長過程にあるため、成長投資（M&Aや資本提携のみならず、人材への投資や売上成長をもたらす戦略的なマーケティング投資も含む）を最優先としておりますが、今後業績や成長投資等を総合的に勘案しながら安定した配当を実施して参ります。

中期経営計画のゴール

中期 ビジョン

ユーザーに寄り添ったヘルスケア&ビューティ
食品領域におけるNO.1ヒットメーカーへ

中期KPI

高利益体質へのシフト
営業利益率5%以上をゴールに

2022年 通期

連結売上
235億円以上

連結営業利益
12億円

自社事業投資
3年累計
予算10億円



ご参考資料

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ます



ピアラの優位性：悩みデータ活用事例

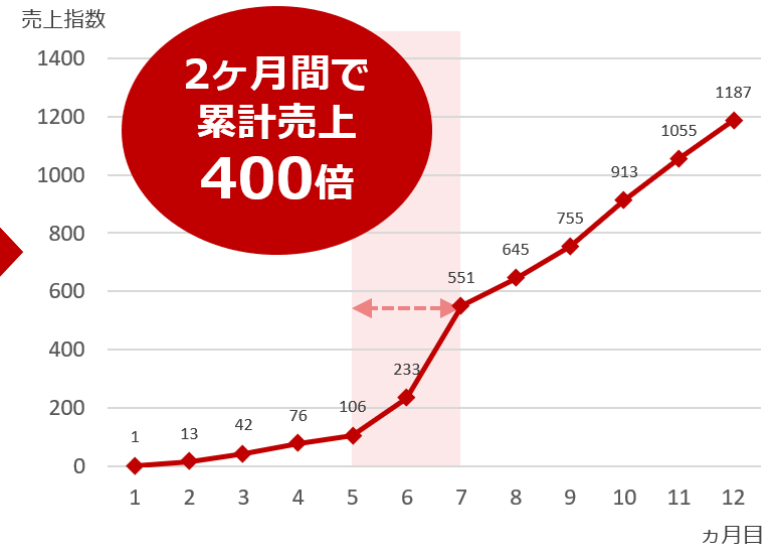
16年蓄積したコンサルティングのノウハウにより、購買に関わる重要要素をタグ付けし分類。

独自AIと800社以上のデータから、最も効果が出る手法の最適化とマーケティング予算配分を予測し、ヒット商品を生み出す

業種：コスメ
価格：10,000円台
悩み：シミ・くすみ
形状：化粧水
+
ポイントとなるタグ

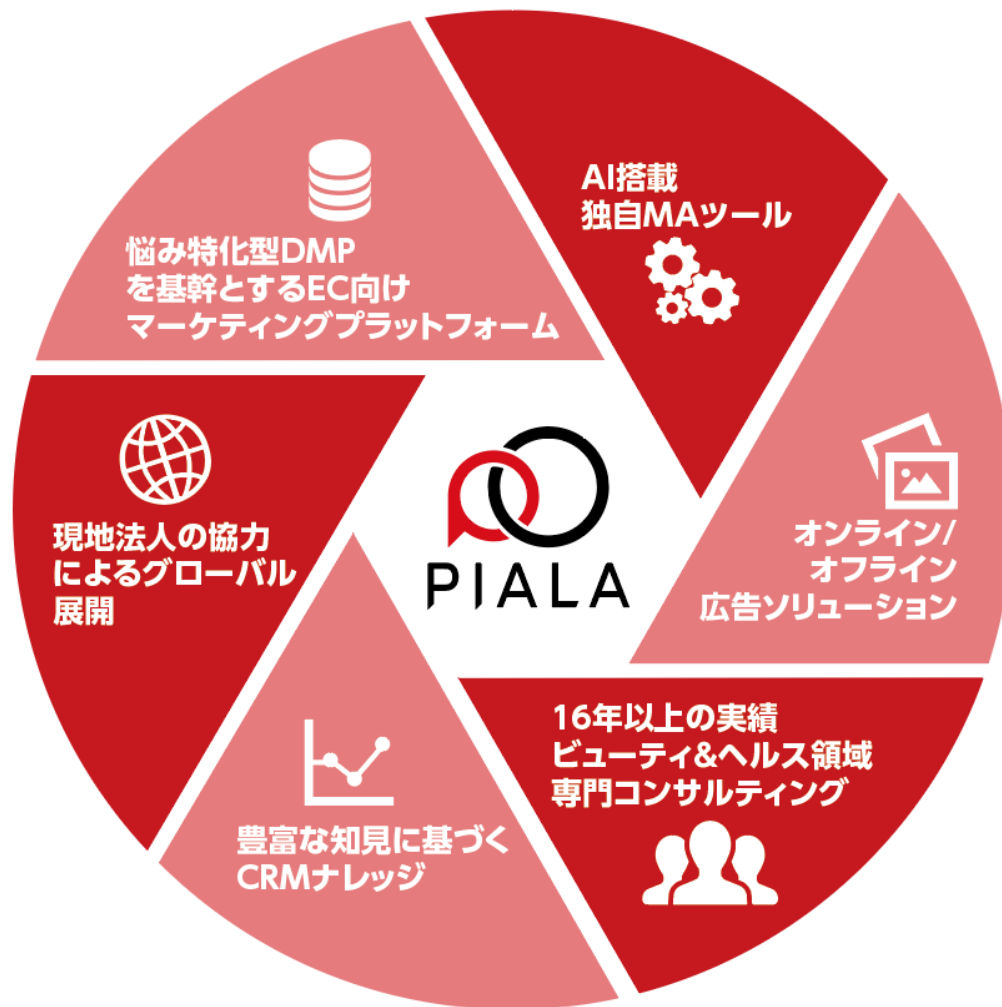


類似データを基に
手法を最適化



ピアラの優位性：マーケティング支援対応範囲の広さ

クライアントの課題を解決する、新規顧客開拓、既存顧客育成、インフラ、海外進出など一気通貫の専門ソリューションを保有



自社ソリューション/サービス

RESULT MASTER

RESULT EC

おもてなしモール

BEATMAKER

DM Concierge
コンシェルジュ

ナレッジ
knowledge Share Net

RESULT PLUS

BeMatch

ロボットの
オートコール

DM Concierge
数値コンシェルジュ

Buzz minutes

Pay

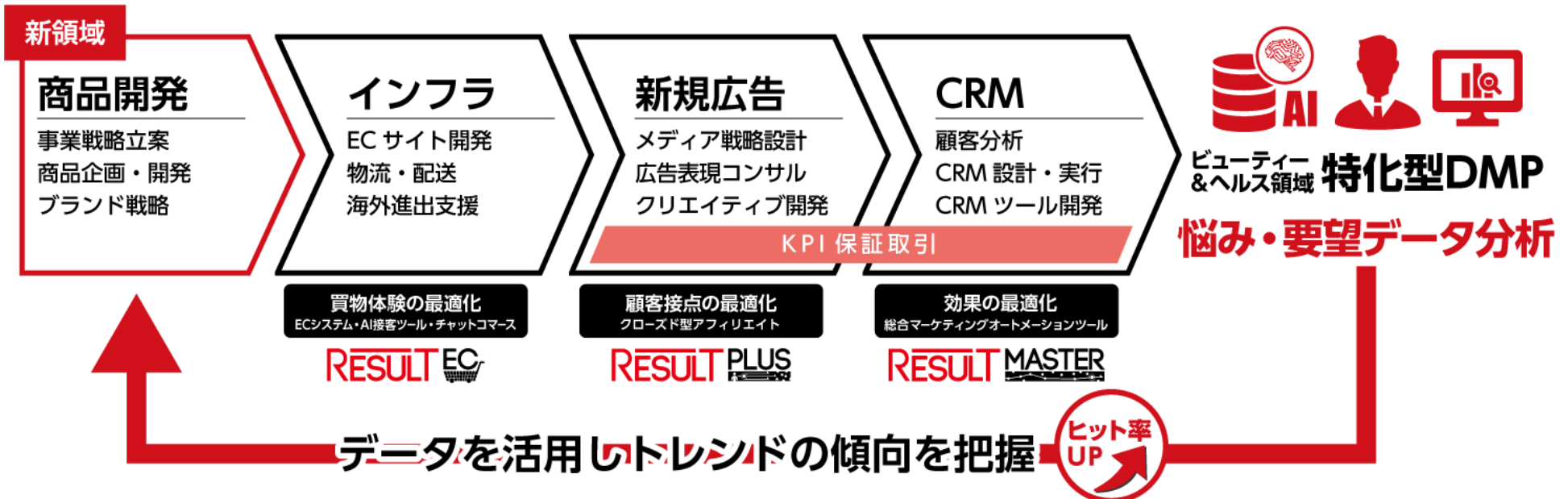
子会社ソリューション/サービス

中国進出
コンシェルジュ
CHINA MARKET CONCIERGE

Channel J
チャンネルJ

当社の強みである悩み別データを活かして、
現状の市場ニーズを把握+成功プロモーション手法を活かした
商品開発サービス **BEATMAKER(ビートメーカー)** を提供

上流の商品開発から一気通貫サポートすることで、新しいビューティ & ヘルス食品市場を創出。ヒット商品を生み出していきます。



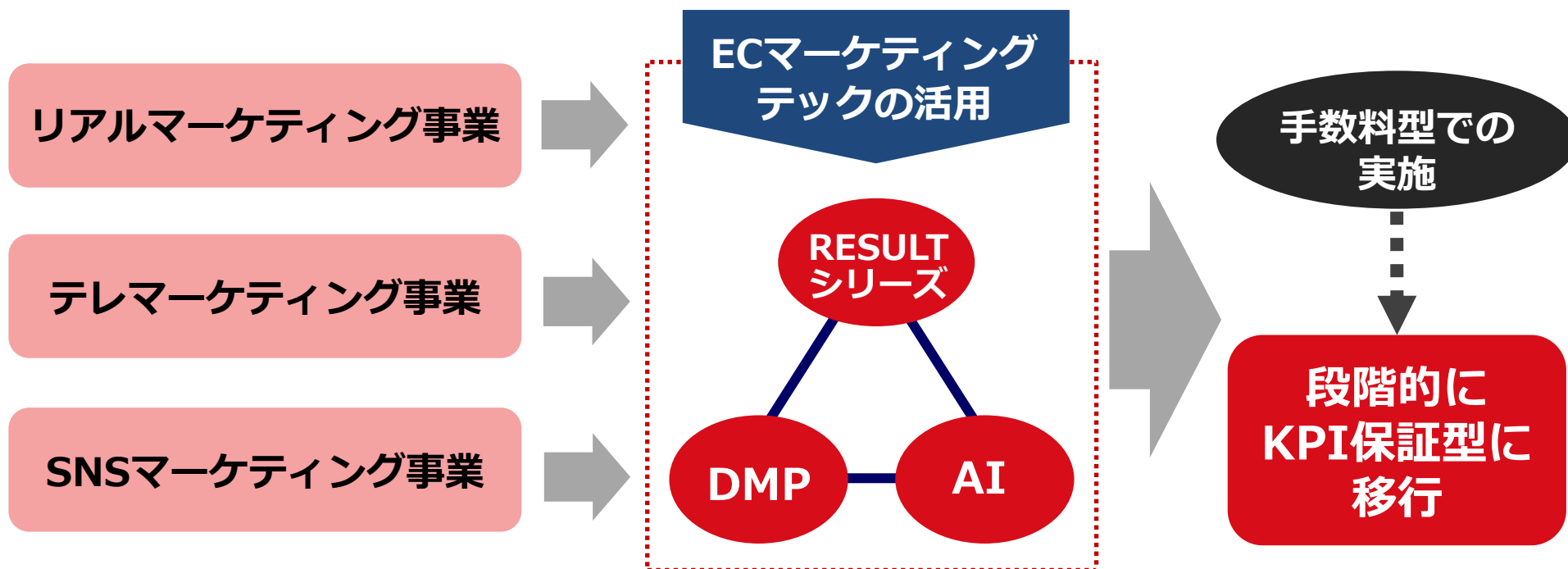
商品企画を開始することにより新規事業としてのB & H事業を 各種パートナーと共創が可能に



同封/DM広告やテレマーケティングなどの、広告マーケティング事業に関しては、現状は主に手数料型にて実施

今後、ECマーケティングテックの拡充に伴い、段階的にKPI保証型に移行予定

広告マーケティング事業



将来的には広告マーケティング事業も、KPI保証型での実施を想定

- ◆ リアルマーケティング×テクノロジーで、新しい販売手法プラットフォームを構築中
- ◆ リアル体験×データ取得で新しい購買体験を構築中

郵便局以外にも、**大手スーパーや
ホームセンターで稼働開始**





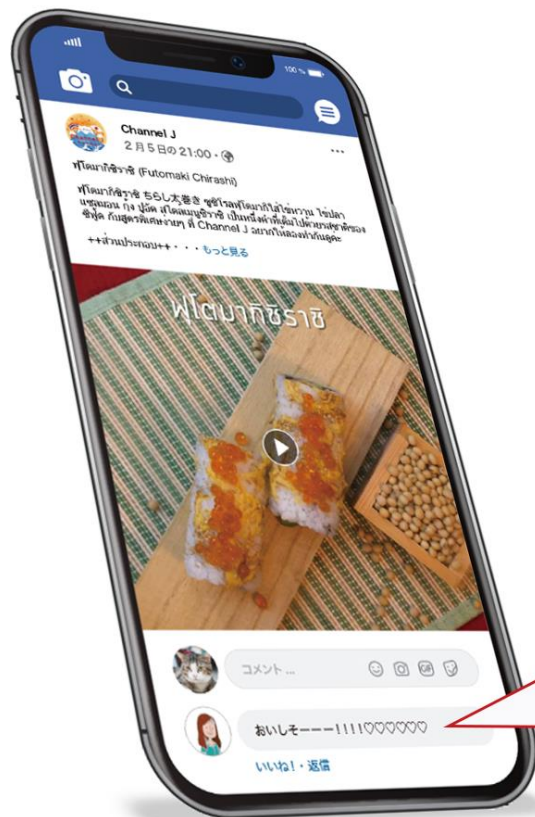
テレマーケティング×テクノロジー ロボットのオートコール 人とテクノロジーでおもてなしを実現 業務の人的効率化も

ロボットのオートコールは、当社が提供する『ビューティ & ヘルス領域悩み特化型DMP※』や、AI搭載のマーケティングオートメーションツール『RESULT MASTER』と連携し、商品特性やターゲットなど類似する過去の事例を抽出・分析して、最適なコミュニケーション（シナリオ）の設計が可能です。

※DMP（Data Management Platform）：インターネット上に蓄積された様々な情報データを管理するためのプラットフォーム



タイ・ベトナムを始め、アジアでモバイル決済が大きく成長 Facebookで決済が可能になり、チャットコマースが加速



Channel J
チャンネルJ

動画再生回数
合計**4,000**万回!!

好きな
外国料理
日本料理
1位※

動画広告から
チャットコマースへ展開

Messenger上にて、
対話するのと同じように
商品の購入が可能に

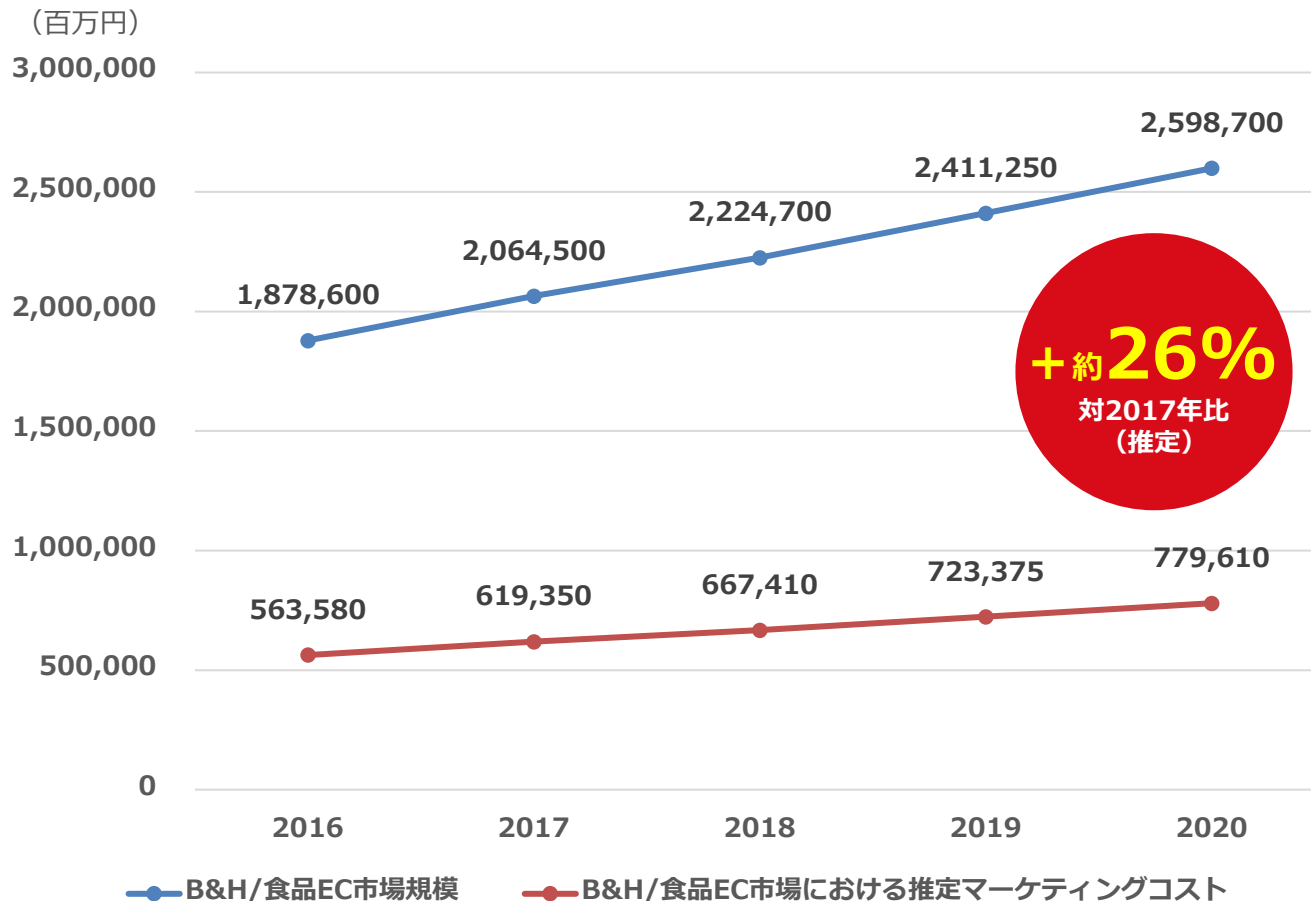


(※引用：「世界の消費者意識調査2019」より)

(※引用：ジェトロ(日本貿易振興機構)「日本食品に対する海外消費者アンケート調査」より)

市場環境：ビューティ &ヘルス及び食品市場推移

ビューティ &ヘルス及び食品市場規模は3ヶ年で約26%増見込み



市場規模は毎年
+ 6~8%程度で
拡大見込み

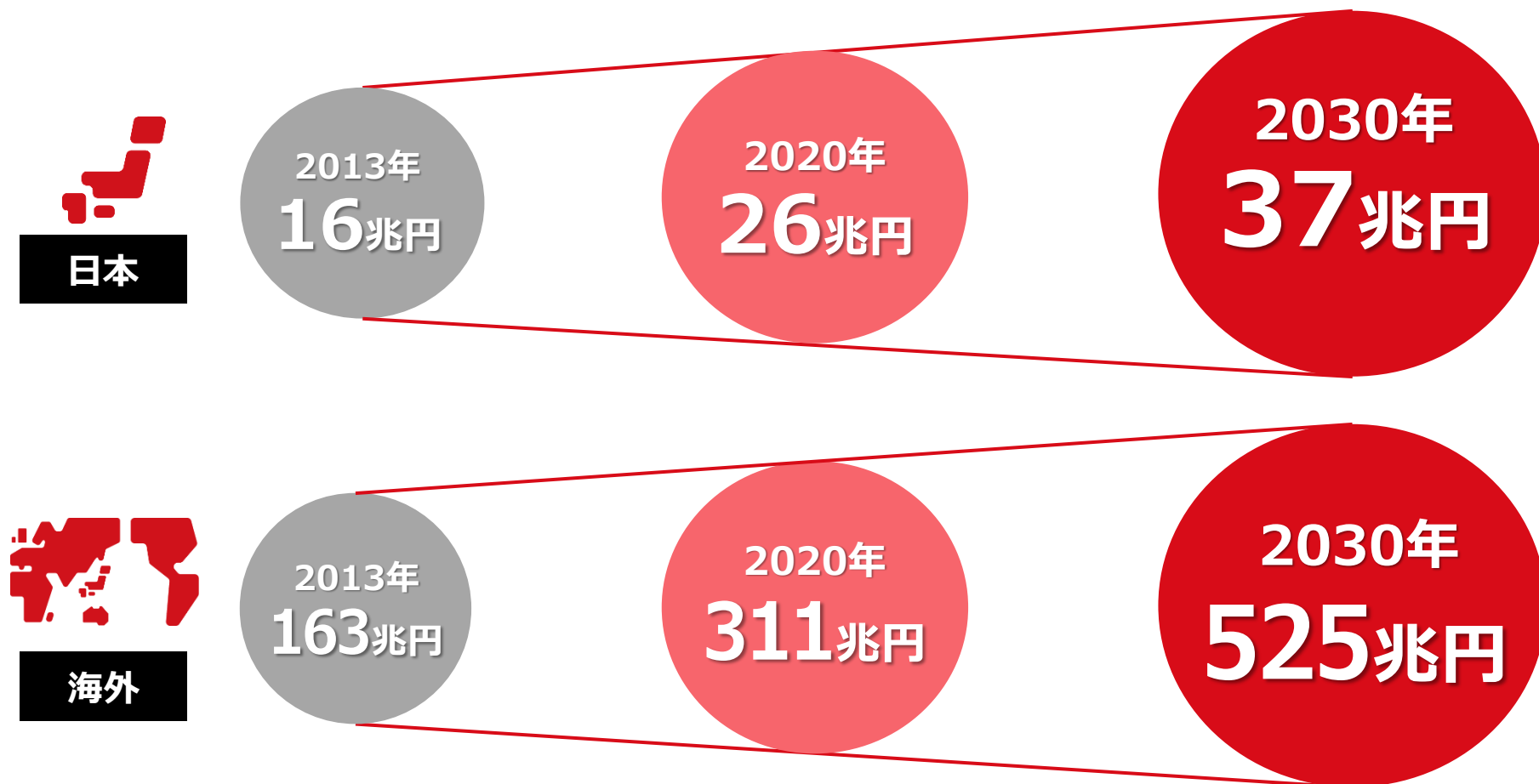
2020年には、
約2,6兆円まで
成長見込み

マーケティング
コストが30%以上
で重要性が高い

※ ビューティ &ヘルス及び食品市場規模は「通販・e-コマースビジネスの実態と今後2019」（富士経済）より「ビューティ他」「健康食品・医薬品」「食品・産直品」の3市場の合算。2018年は見込み、2019～20年は予測数値。

※ 推定マーケティングコストは上記EC市場規模（販売額）の30%で弊社にて算出。

人生100年時代に伴い、国内外の健康維持・管理サービスが今後も成長。モノだけではなくコト市場も急速に拡大と予想



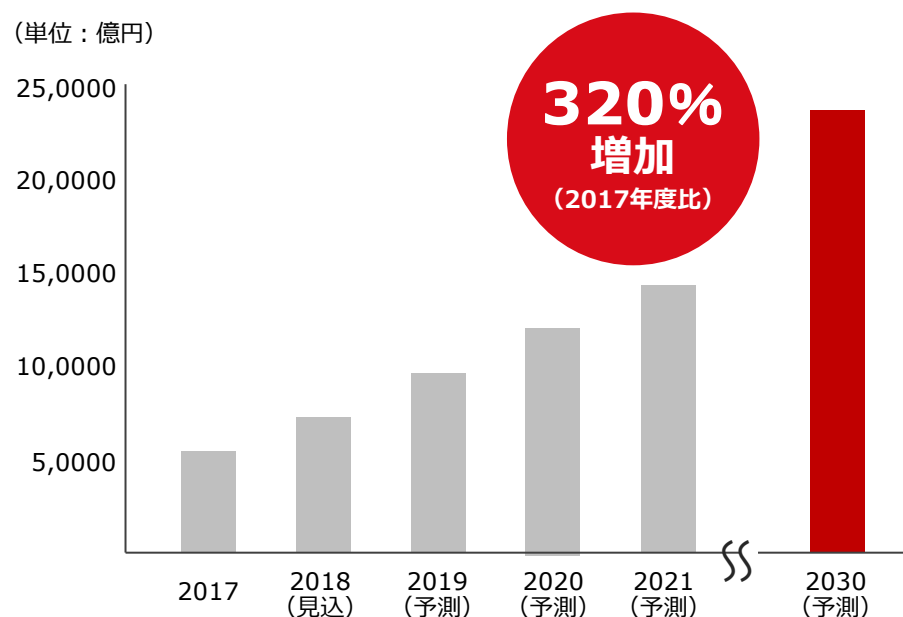
出典：日本再興戦略

市場環境：国内のDX市場、世界の越境EC市場

国内のDX市場は、2030年2兆3,687億円に拡大する見込み
世界の越境EC市場は、2020年109兆円に到達と予測

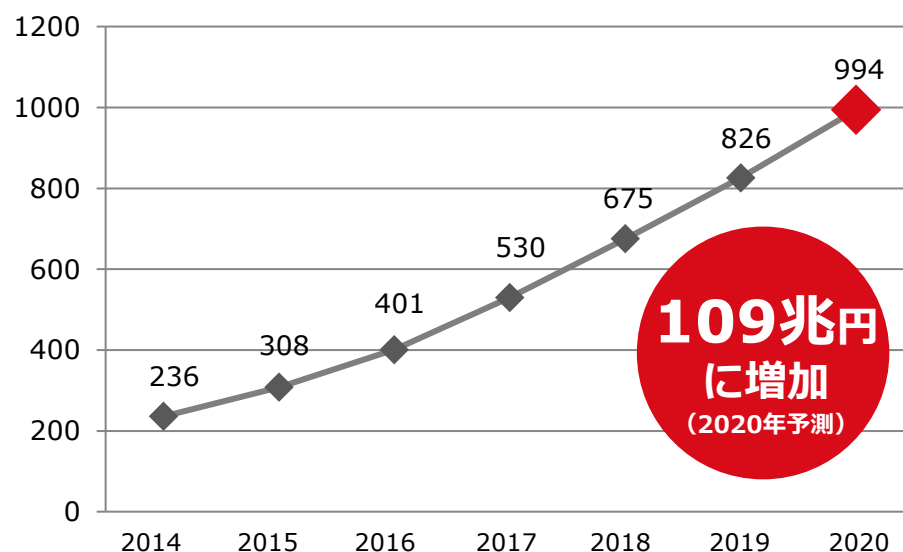
■ 国内のDX市場

(単位：億円)



■ 世界の越境EC市場規模

(単位：10億ドル)



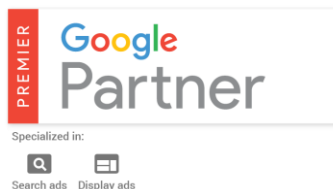
※DX=デジタルトランスフォーメーション

出典：2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望2019
(富士キメラ総研)

出典：通商白書2019（経済産業省）

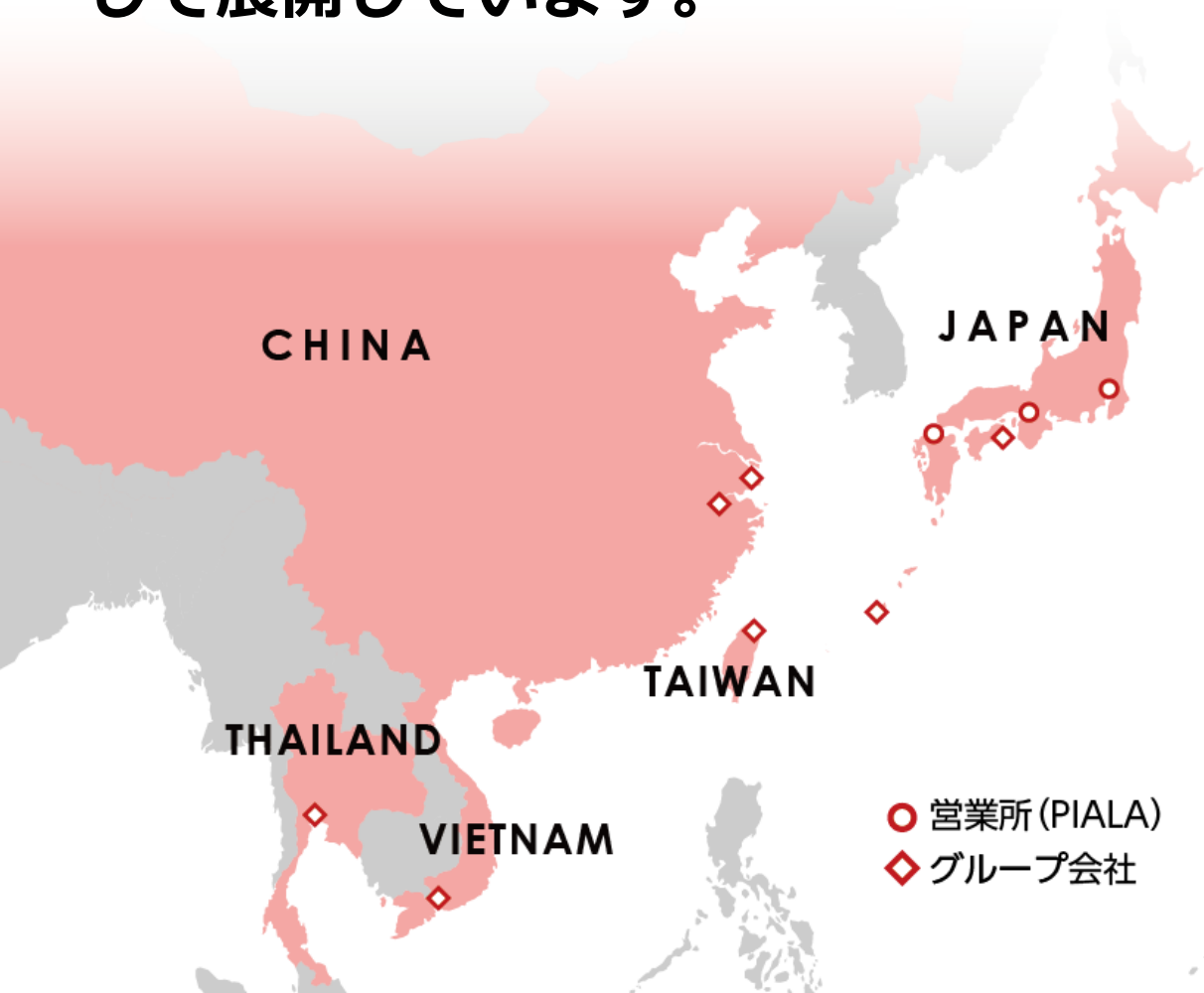
会社概要 (2020年7月末現在)

社 名	株式会社ピアラ
設 立	2004年3月24日
資 本 金	848百万円 (2020年6月末現在)
公 開 市 場	東京証券取引所市場第一部 (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
代 表 者	代表取締役社長 飛鳥 貴雄
連結子会社	PIATEC(Thailand)Co.,Ltd.、比智(杭州)商貿有限公司、 株式会社PIALab.、台湾比智商貿股份有限公司、 CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.、PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.
従 業 員 数	187名 (グループ合計/2020年6月末現在)



グローバルネットワーク

PIALAグループは日本の株式会社ピアラを中心に、中国、台湾、タイ、ベトナムにも拠点を持つ**グローバルマーケティング企業**として展開しています。



○ 営業所 (PIALA)
◇ グループ会社

JAPAN

PIALA 株式会社ピアラ
Smart Marketing for Your Life **JAPAN** TOKYO | OSAKA | FUKUOKA

PIALab. 株式会社 PIALab.
JAPAN OKINAWA | TOKUSHIMA

ABROAD

PIATEC PIALA Technology
PIATEC(Thailand)Co., Ltd.
THAILAND BANGKOK

Channel J チャンネルJ
CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.
THAILAND BANGKOK

PG 比智 PG-TRADING CO., LTD.
比智（杭州）商貿有限公司
CHINA HANGZHOU | SHANGHAI

PG TWIN PG-TRADING (TAIWAN) CO., LTD.
台灣比智商貿股份有限公司
TAIWAN TAIPEI

PG vnm PG-TRADING (VIETNAM) CO., LTD.
PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.
VIETNAM HO CHI MINH

サービス一覧

オンライン/オフラインを問わず、グローバル展開や商品開発も含め、クライアントの多様な課題に対応できるソリューション/サービスを提供

デジタル ソリュー ション

AI搭載総合MAシステム

RESULT MASTER

オンライン接客システム

BeMatch

クローズド型ASP

RESULT PLUS

ナレッジシェアネット

ナレッジ
knowledge Share Net

売上向上機能を集約

RESULT EC

ファイナ
ンス
サービス

金融支援サービス

Pay

マーケ ティング サービス

クライアント様の課題に
応じたKPIをコミット

【KPI保証サービス】

対面販売型イベント

【おもてなしモール】

事業計画から通販事業の
ヒット率を上げる

【コンサルサービス】

コールセンター★

【おもてなしセンター】

同封広告

DM Concierge
DM コンシェルジュ

ユーザーニーズから
商品開発を支援

BEATMAKER

DM広告

DM Concierge
DM コンシェルジュ

インフルエンサー
マーケティング

Buzz minutes

グロー バル 支援

中国インバウンド
マーケティング★

中国進出
コンシェルジュ.com
CHINA MARKET CONCIERGE

越境EC/
一般貿易
サービス

ワンストップ型越境EC/
海外販売支援

【越境ECコンサルタント】

料理動画配信（タイ）★

Channel J
チャンネルJ

★=子会社サービス



「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。