PIALA
Smart Marketing for Your Life

2020年12月期
決算説明資料

株式会社ピアラ（東証第1部 7044）
2021年２月

アジェンダ

1　2020年12月期決算概要

2　第４四半期トピックス

3　来期見通し

4　株主還元・中期経営計画のゴール

ご参考資料

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

PIALA
Smart Marketing for Your Life

1. 2020年12月期決算概要

通期進捗

新規ヒットが例年より多く出ているが、コロナ影響及び一過性の大手取引先営業停止を受け、予算比わずか未達

売上高は予算比91.9%、前期比107.5%

営業利益は予算比94.8%、前期比123.4%

連結PL（単位：百万円）	2020年通期		通期予算		予算比	2019年通期		前期比
	実 績	構成比	業績予想	構成比		実 績	構成比	
売上高	**14,585**	**100.0%**	15,865	100.0%	91.9%	13,566	100.0%	107.5%
営業利益	**503**	**3.5%**	531	3.3%	94.8%	408	3.0%	123.4%
経常利益	**469**	**3.2%**	518	3.3%	90.6%	407	3.0%	115.4%
当期純利益	**334**	**2.3%**	351	2.2%	95.1%	311	2.3%	107.3%

※通期予算は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当期純利益となります。

PIALA Smart Marketing for Your Life

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

第4四半期対前期比

前期は大ヒット商品が大きく牽引したが、今期は当該商品も落ち着き、今期特有のマイナス影響も響く。しかしながらＱ４でも新規ヒットは増加傾向+大手営業停止案件の回復も見られ来期に向けて好材料も

売上高は前期比96.9%　営業利益は前期比90.4%

連結PL（単位：百万円）	2020年第4四半期		2019年第4四半期		前期比
	実 績	構成比	実 績	構成比	
売上高	3,762	100.0%	3,883	100.0%	96.9%
営業利益	137	3.6%	151	3.0%	90.4%
経常利益	131	3.5%	152	3.0%	86.3%
四半期純利益	99	2.6%	135	2.3%	73.1%

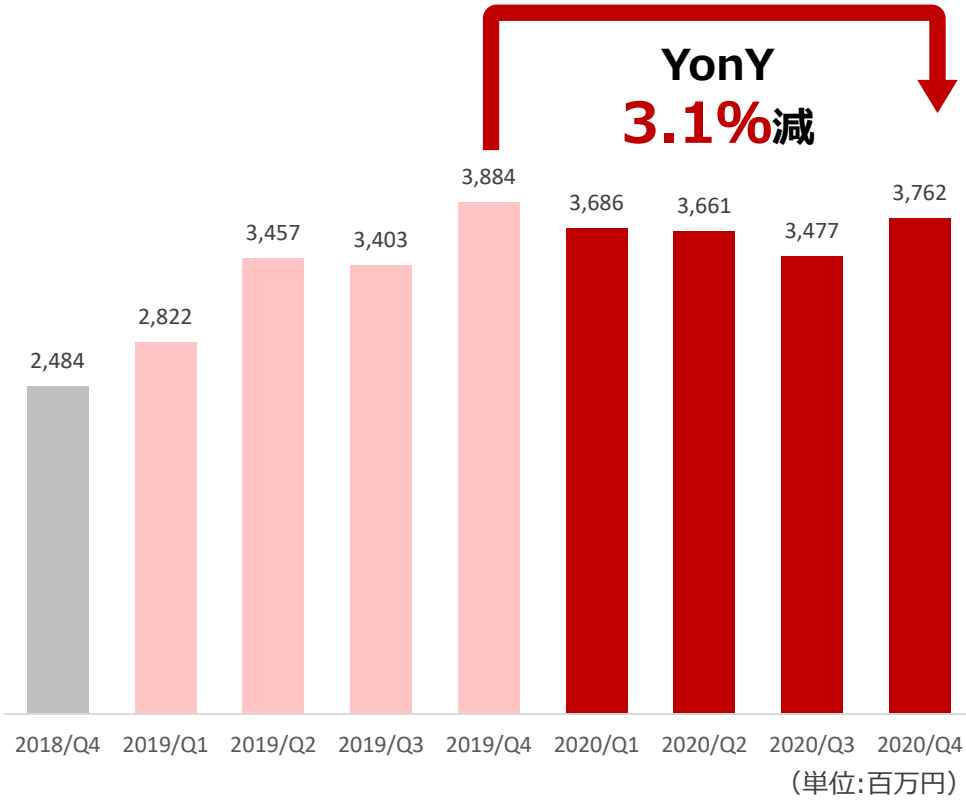
※四半期純利益は親会社株主に帰属する四半期純利益となります。

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

連結売上/連結売上総利益　四半期推移

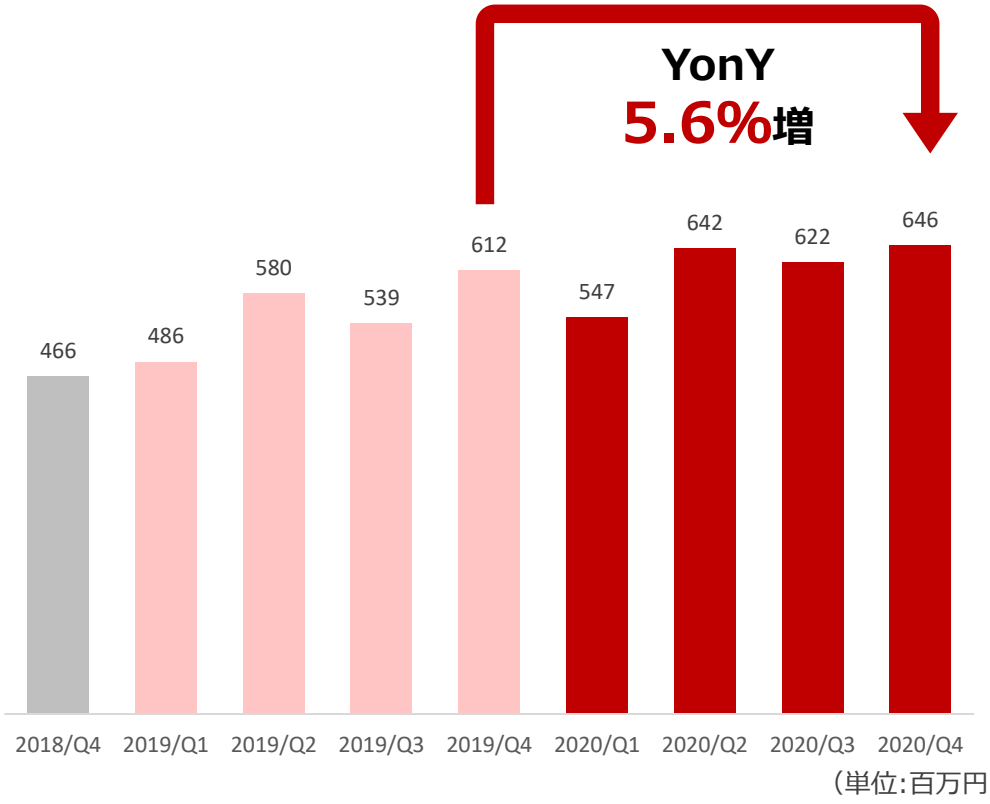
- 今期特有のマイナス要因に加え前期Ｑ４の急激な大ヒット商品は今期落ち着き、連結売上高が減少
- 2020年度第4四半期連結売上高は、前年Q比3.1%減
- 2020年度第4四半期連結売上総利益は、前年Q比5.6%増

－連結売上高推移－



（単位:百万円）

－連結売上総利益高推移－



（単位:百万円）

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

コロナ禍での主な変動要因

◆ **コロナ禍によるECの加速化により、新規取引、新規ヒットが19年以上に後半増加するも、大手取引先の営業停止によるネガティブ影響まで補えず。来期への仕込みは完了。**

予算対比（単位：百万円）

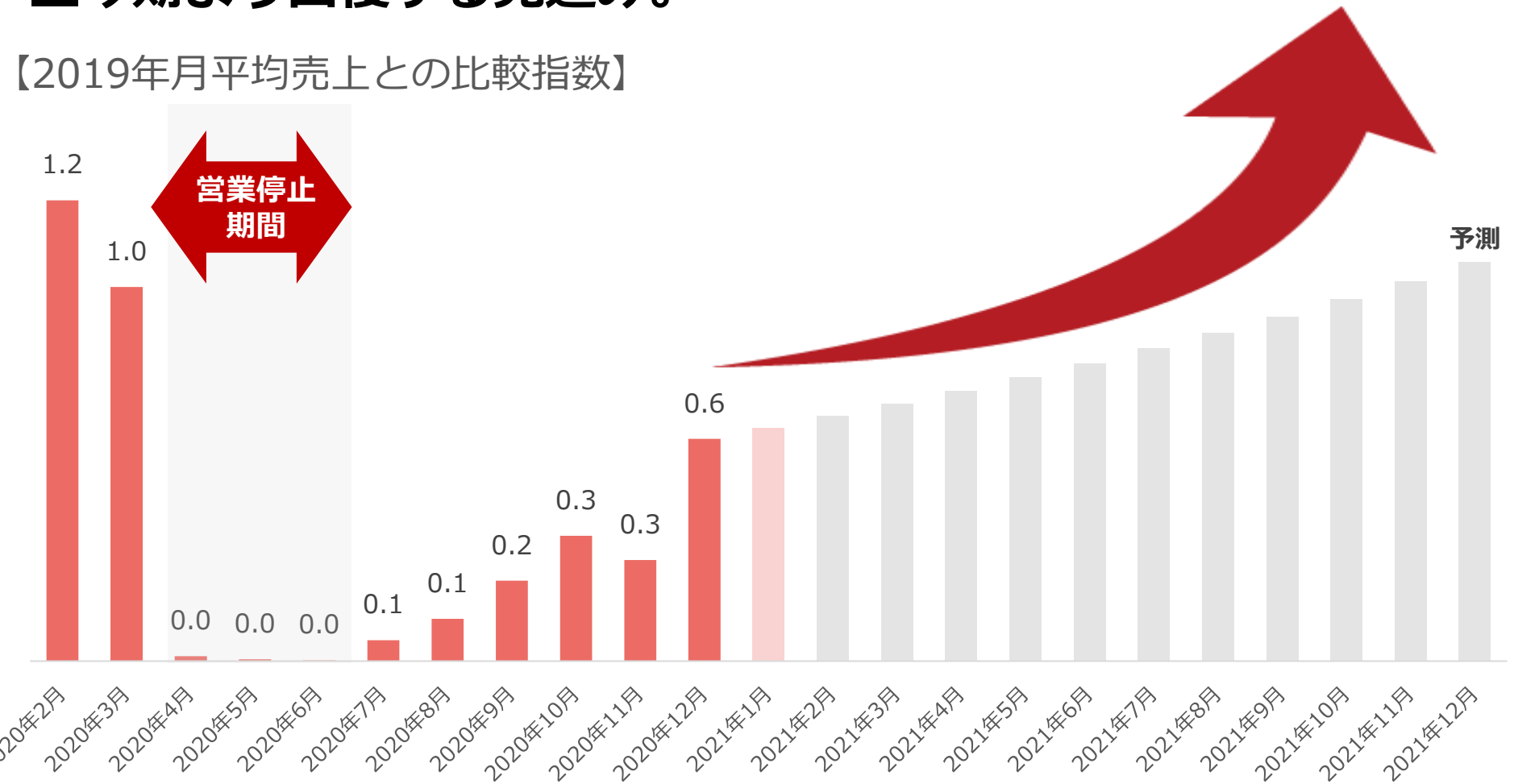
		詳細	通期 売上影響額	通期 粗利影響額
ポジティブ	新規取引増 新規ヒット増	◆ コロナの影響によりEC化加速	**＋1,200**	**＋240**
ネガティブ	コロナによる リアル系 広告減	◆ コロナの影響でジム・エステの広告減 ◆ おもてなしモールの中止、媒体社の発刊中止による広告減　等	△867	△156
ネガティブ	大手取引先の 営業停止	◆ コロナ外でのクライアント理由による営業停止　等	△1,087	△130

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

大手取引先の営業停止による影響

- **営業再開後、回復に遅れがかなり出たものの、直近1-2か月で新商品等でヒットの傾向があり回復が加速。21年には全体50%以上今期より回復する見込み。**

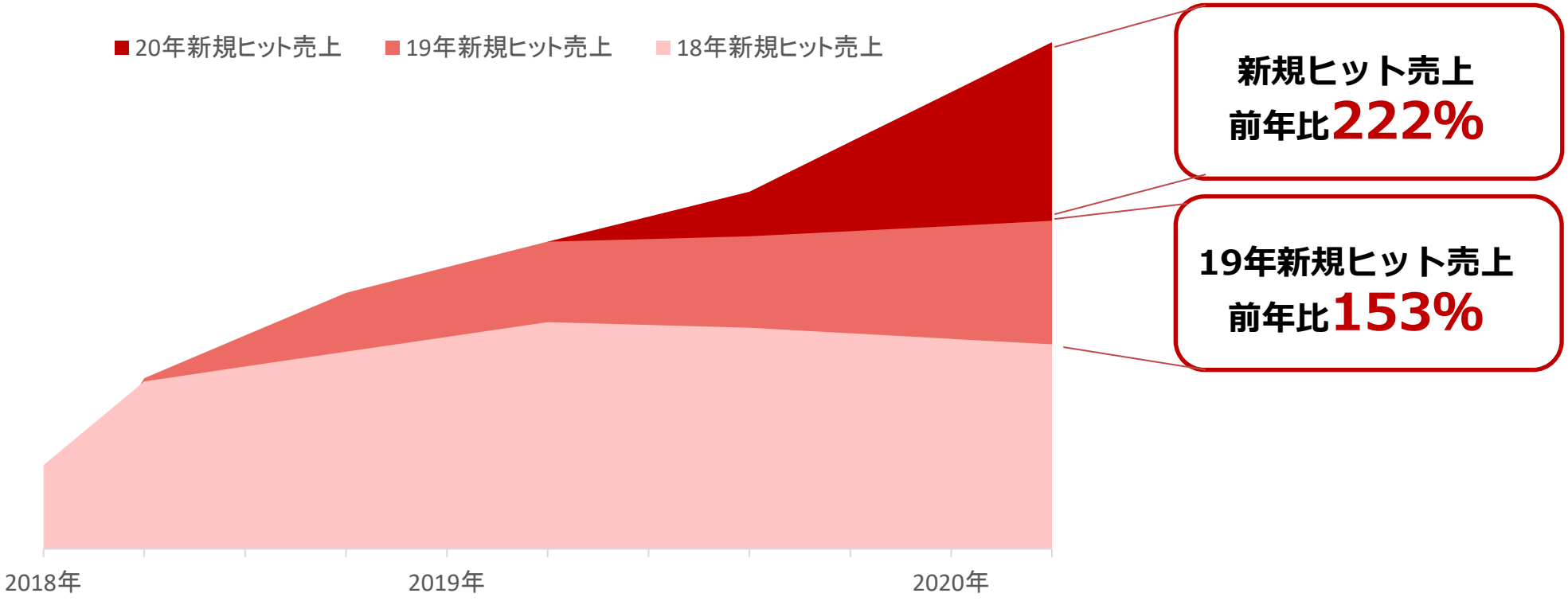
【2019年月平均売上との比較指数】



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

新規ヒット商品の売上推移

- ヒットは3年～5年程度継続するため、売上が積み上がる。
- 20年は新規ヒット数が例年より多く売上が大幅増加。
- 21年は20年後半ヒット商品よるさらなる21年売上増加、及び21年の新規ヒットより、継続した売上拡大が見込まれる



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

連結貸借対照表

- 自己資本比率は43.6%で安定した財務状態
- 経営管理のDX化を加速するシステム投資が増加

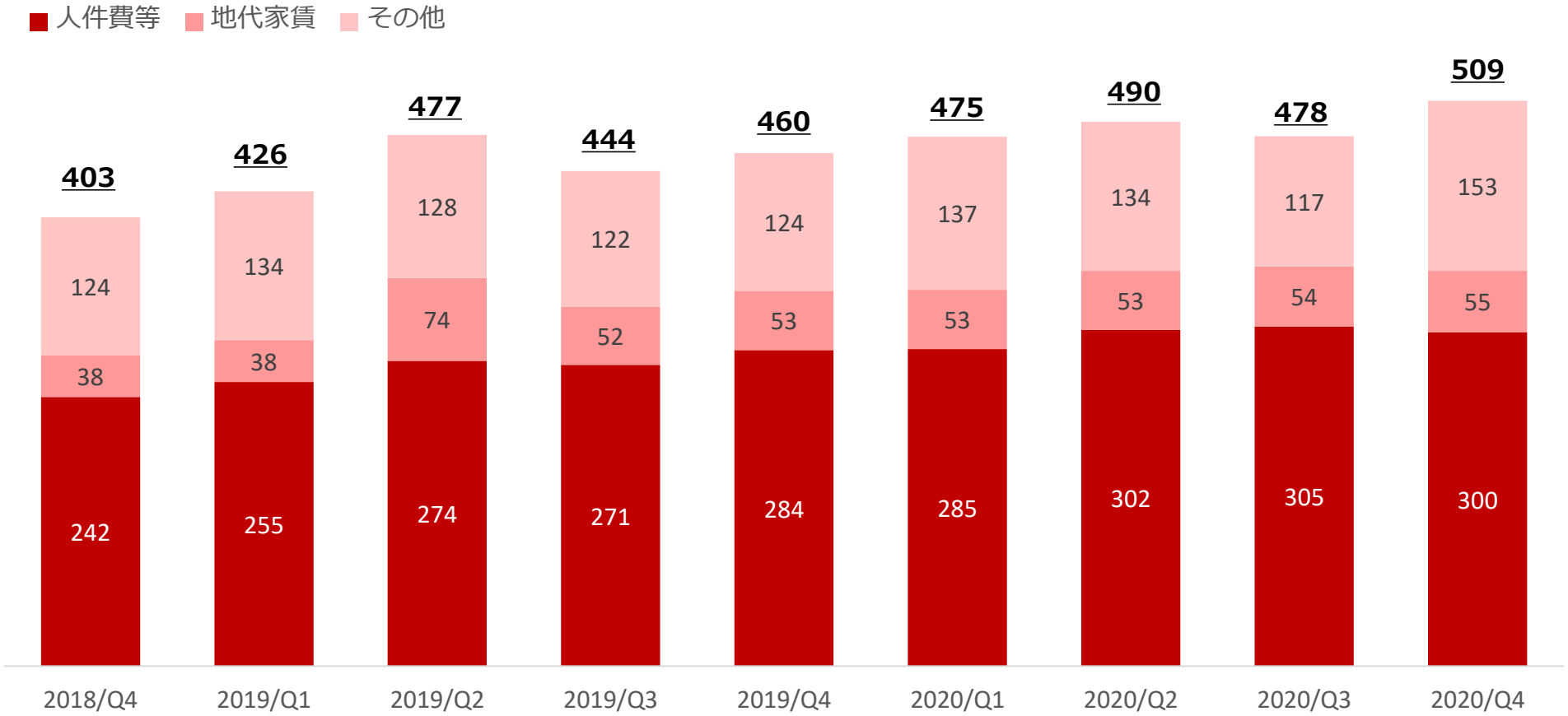
	2019年12月末	2020年12月末	増減額
流動資産	3,460	3,985	525
固定資産	741	1,070	329
有形固定資産	95	136	41
無形固定資産	116	209	93
投資その他の資産	530	725	194
資産合計	4,202	5,056	854
流動負債	2,198	2,578	380
固定負債	134	271	136
負債合計	2,333	2,849	516
純資産合計	1,869	2,206	337
負債純資産合計	4,202	5,056	854

（単位:百万円）

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

販売管理費の推移

- 第4四半期には予定通り新規事業予算も積極的に投資
- 既存事業の人的最適化は進みつつ、新規事業へ積極投資
- 販売管理費は適切にコントロールが出来ている状態



（単位:百万円）

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

PIALA
Smart Marketing for Your Life

2. 第４四半期トピックス

第４四半期トピックス

EC Ｄ２Ｃ 支援事業	㈱ピアラベンチャーズを設立しファンド「ピアラベンチャーズ1号投資事業有限組合」を設立 Pay と共に間接及び直接金融を通してD2C事業者の資金調達支援が可能に
DX事業	● 次世代型総合エンタメプラットフォーム「サイバースター」をリリース、エンタメDX事業に本格進出 ● HKT48、NGT48のECサイトオープン
海外関連事業	● 中国子会社と上海高島屋でIPフロアを開設 ● 中国人向けライブコマースで中国市場への販路拡大

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2-1. ピアラベンチャーズ設立

会社概要

社名	株式会社ピアラベンチャーズ
設立	2020年11月6日
資本金	15百万円
事業内容	ファンドの私募及び運用
代表	代表取締役社長　中有哉
大株主	株式会社ピアラ　100%

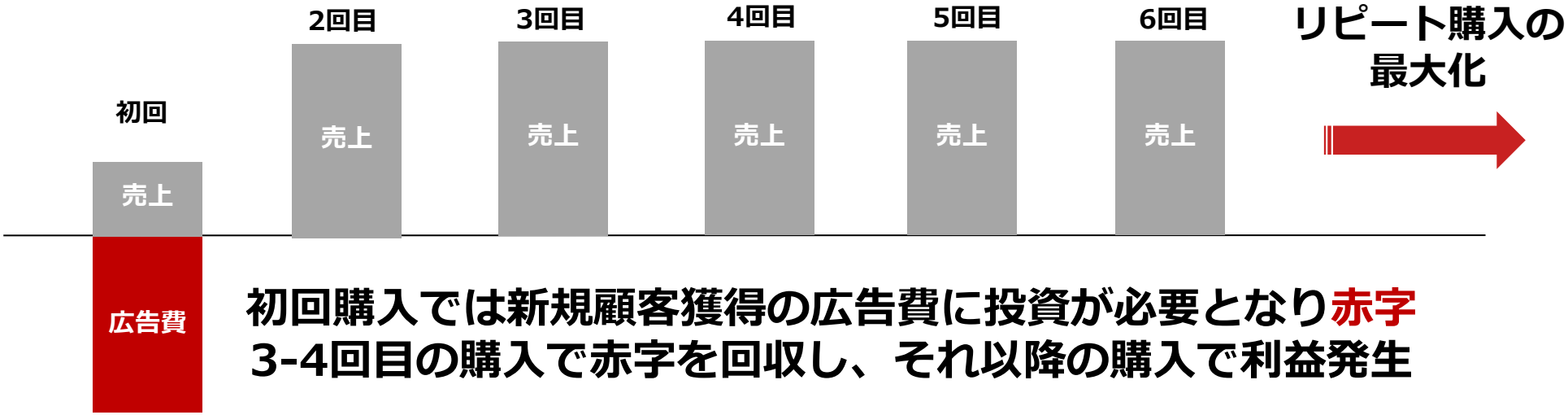
ファンド概要

名称	ピアラベンチャーズ1号投資事業有限組合
無限責任組合員	株式会社ピアラベンチャーズ
募集金額	10～15億円
投資領域	通販、D2C、フードテックとその周辺領域（国内／海外）
投資ラウンド	Seed , Series A , Series B , Pre IPO
運用期間	10年（1年毎に最長2年の延長）

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2-2. ピアラベンチャーズ設立の経緯

リピート通販の利益構造



初回購入では新規顧客獲得の広告費に投資が必要となり赤字
3-4回目の購入で赤字を回収し、それ以降の購入で利益発生

D2Cブランド、通販事業会社では広告露出が必須であるが、
銀行からの借入では広告費としての資金調達が困難

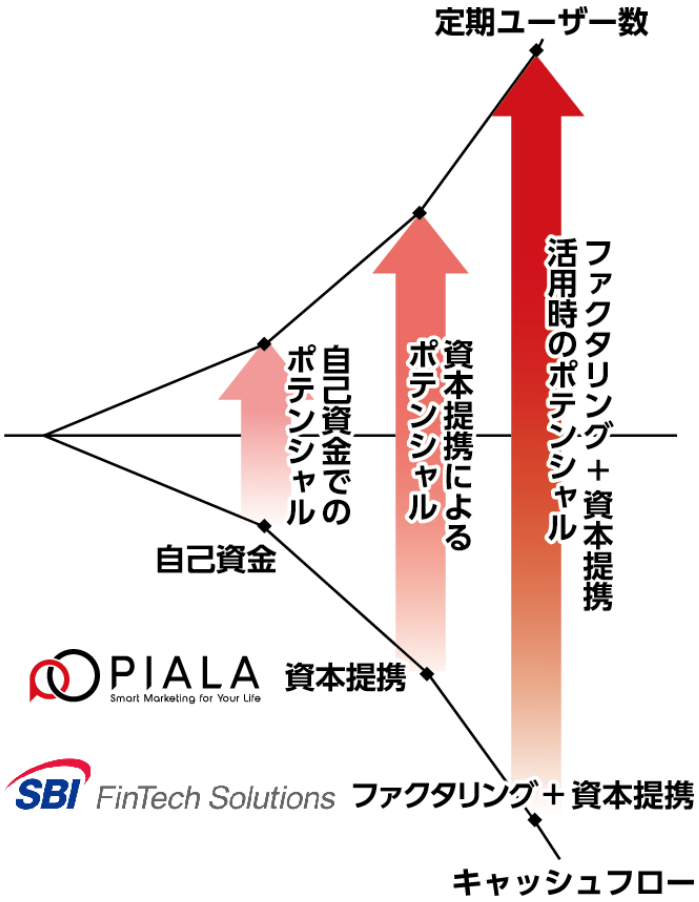
資金支援とマーケティング支援で
中小・スタートアップ企業の通販事業の成長を加速化

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2-3. ピアラベンチャーズ設立の経緯

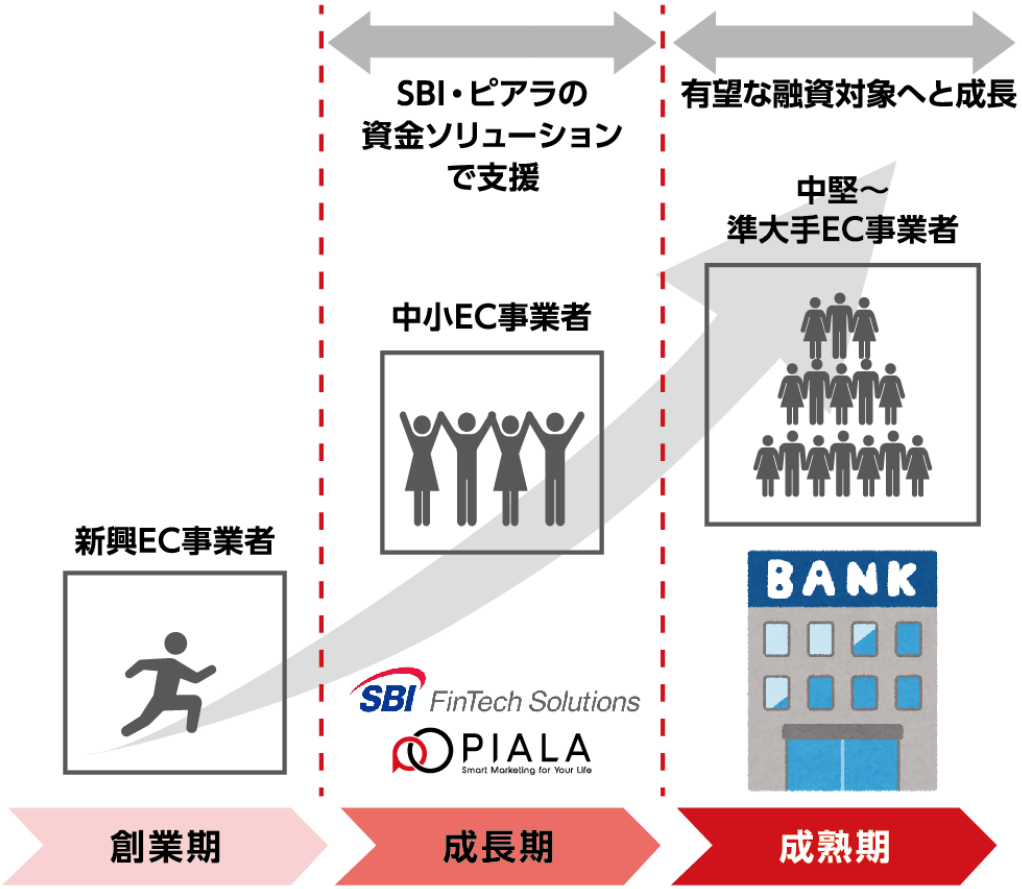
SBI Finsolとの協業

・PIALA PAYとファンドを活用
・SBI FinTech Solutionsと当社の2階建の資金ソリューション



地方創生

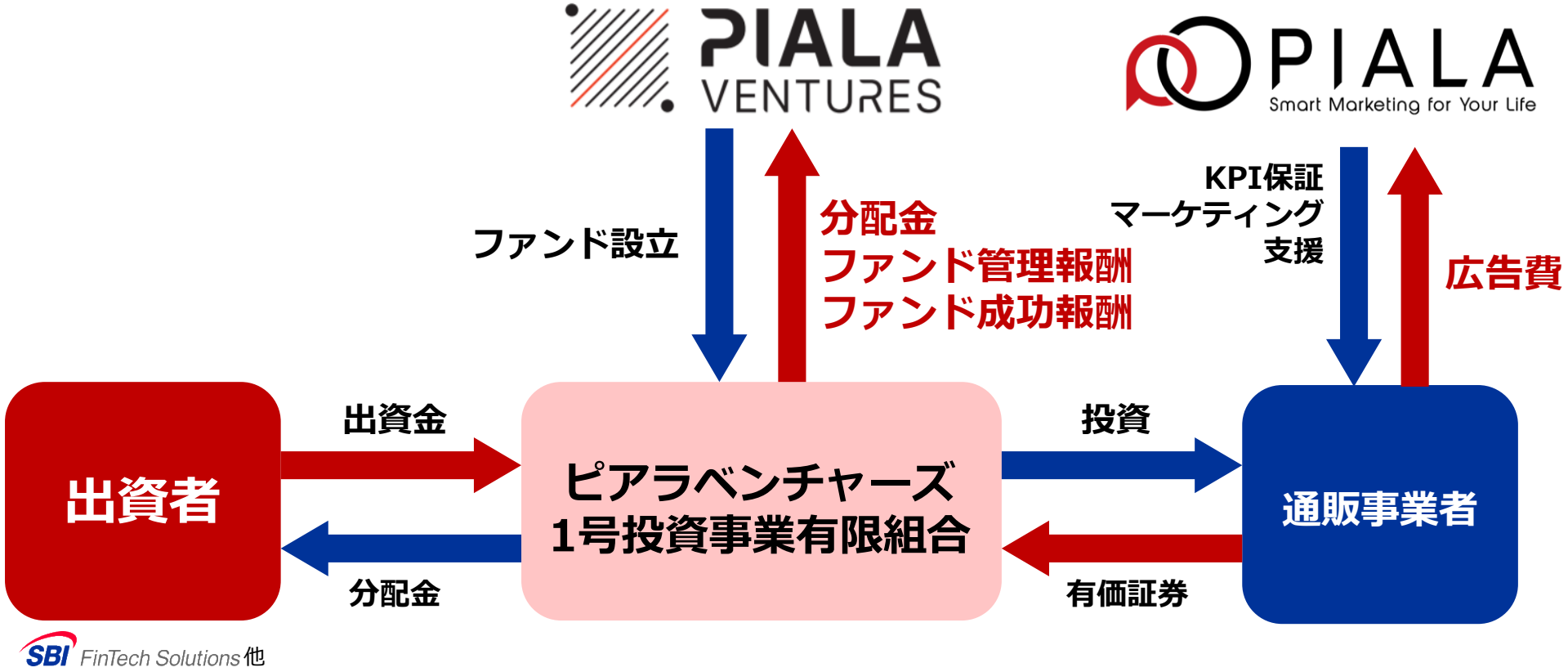
・成長期はファンド及びPIALA PAYを活用、マーケティング支援を行い成長フェーズにのせる
・今後地方銀行と連携し、地方企業の支援に注力



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2-4. ピアラベンチャーズ　スキーム

- ファンドの分配金、管理報酬、成功報酬のほか、投資資金を活用し、ピアラがKPI保証でマーケティングを支援・ピアラの既存事業のグロースにも寄与
- ピアラグループで直接投資と間接投資で顧客の早期収益化を図る



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2-5. DX事業　サイバースター

次世代型総合エンタメプラットフォーム「サイバースター」で従来独立していた各種データを一元管理しエンタメ業界のDX化を促進

- **各種ITサービスを連携し統合型エンタメＤＸ支援が可能に**
- **単なるシステム提供ではなく、D2Cを絡めることでピアラの強みを活かした顧客グロースが可能に**

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2-6.DX事業　サイト運用

◆ **11月7日HKT48・NGT48のECサイトオープン、ECサイトの運用支援を行う**

HKT48オンラインショップ

NGT48オンラインショップ

今後、ファングッズの企画製造やグッズの定期購入等、業務領域の拡大を目指す

会員やファン等を有するところに横展開
現在さらに７アーティストオープン予定

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2-7.DX事業　D2Cカンファレンス

- 「TOKYO D2C CONFERENCE」を10月22日に開催
- D2Cに特化した講演型カンファレンスに30名が登壇し、約1,500名が視聴

ピアラグループのブランディングも含め
D2C支援を強化すべく、今後も定期的に開催

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2-8. グローバル事業　越境EC支援

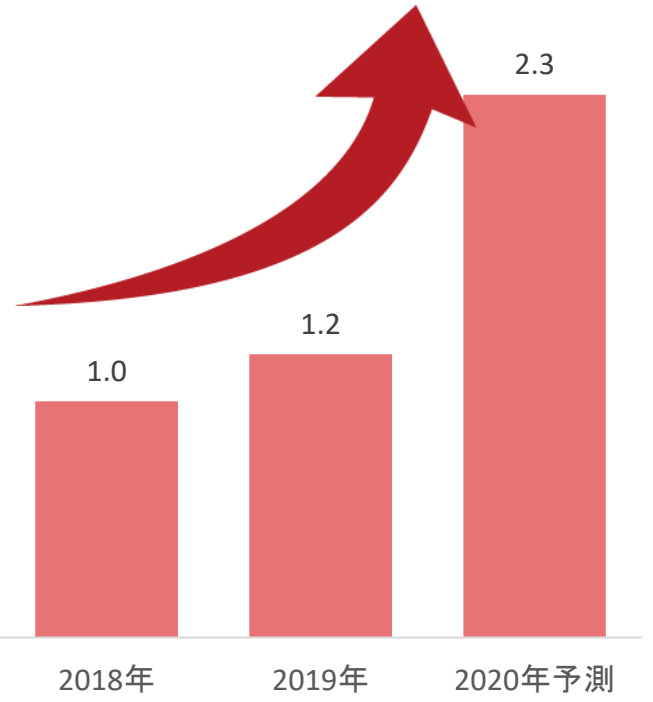
海外シェア率伸長、越境支援を引き続き強化

提供ソリューション

ページ制作 | 翻訳 | モールに出店 | カート | 商品管理 | 物流 | 決済 | 集客

海外粗利シェア

海外シェア率2倍以上
2020年海外シェア率10%以上



※2018年を基準とし、成長率を算出
※粗利ベースで算出

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2-9. グローバル事業

- 上海高島屋にIPフロアを開設し本格的に日本IP事業に参入
- 日本の商品を中国人向けライブコマースで販売開始

IPカフェ

カフェブース

人気アニメをテーマにしたカフェ、キャラクターグッズの販売イベントを開催。コロナの影響下、**82日間で約29百万円の売上。今後も各所で実施予定**

ライブコマース

日本の商品

- ■化粧品・美容機器
- ■ジュエリー
- ■時計などの高級品
- ■美容サプリメント
- ■洋服・雑貨

ライブコマース

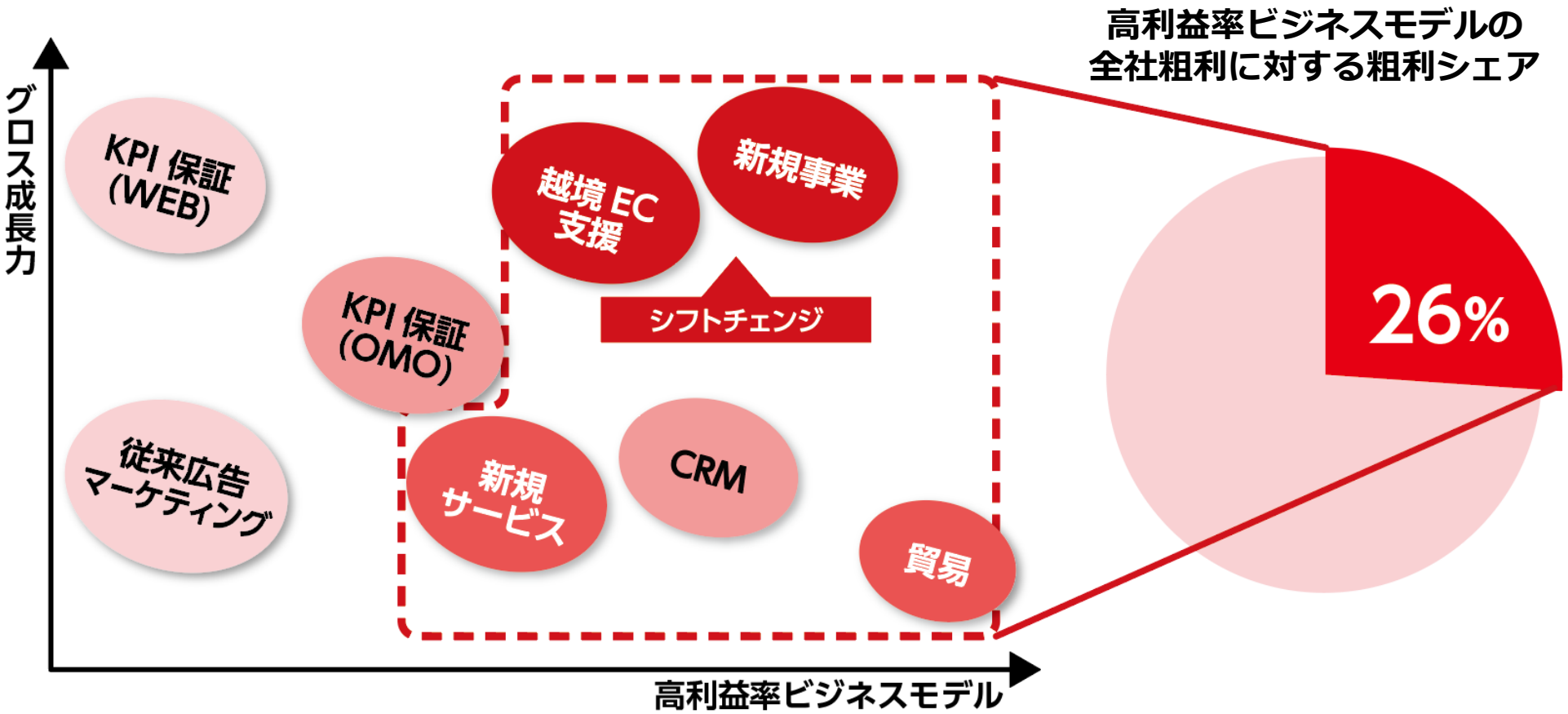
日本から生放送で中国に販売

タオバオで影響力のある在日中国人インフルエンサーと包括契約。ライブ配信で視聴者とリアルタイムにコミュニケーションをとりながら商品を販売

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2-10.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、新規エンタメＤＸ事業は順調に進捗
- 高利益率ビジネスモデルの粗利シェアは26%へ



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

PIALA
Smart Marketing for Your Life

3.来期の見通し

2021年通期計画

20年後半ヒット商品が牽引+中期計画を遂行し成長予定。
売上高は前期比25.1%成長
営業利益率は0.4ポイント上昇。事業投資はさらに加速へ

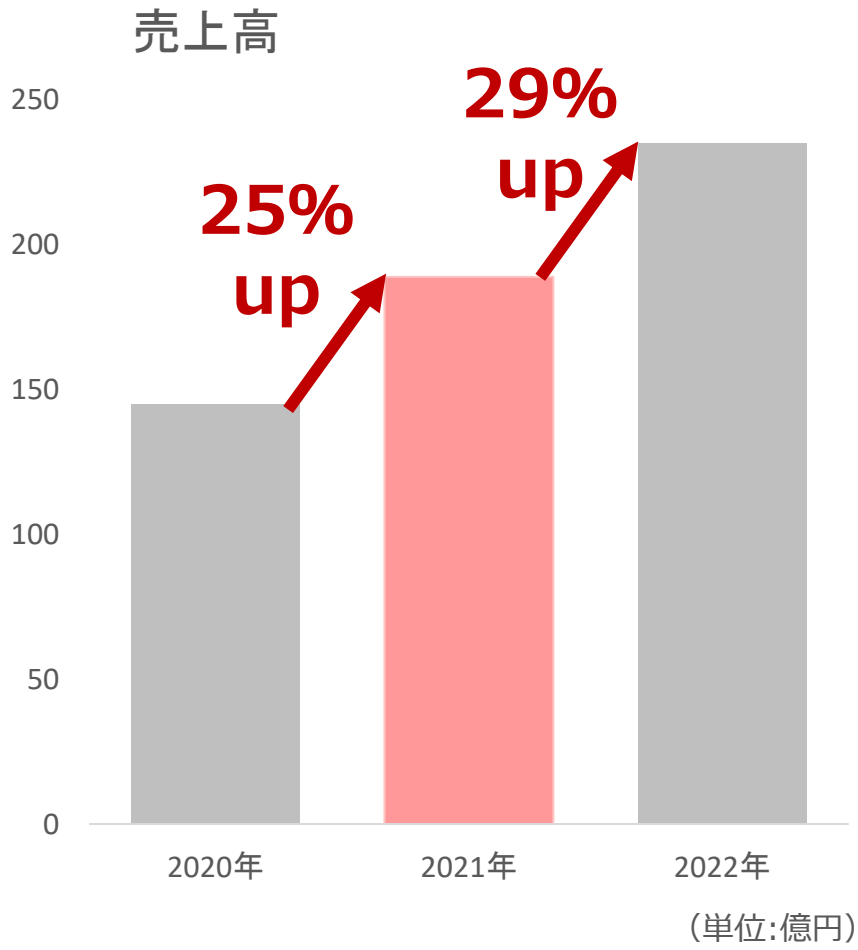
連結PL（単位：百万円）	2021年通期		2020年通期		前期比
	予測	構成比	実 績	構成比	
売上高	**18,241**	**100.0%**	14,585	100.0%	125.1%
営業利益	**705**	**3.9%**	503	3.5%	140.0%
経常利益	**684**	**3.8%**	469	3.2%	145.7%
当期純利益	**471**	**2.6%**	334	2.3%	141.0%

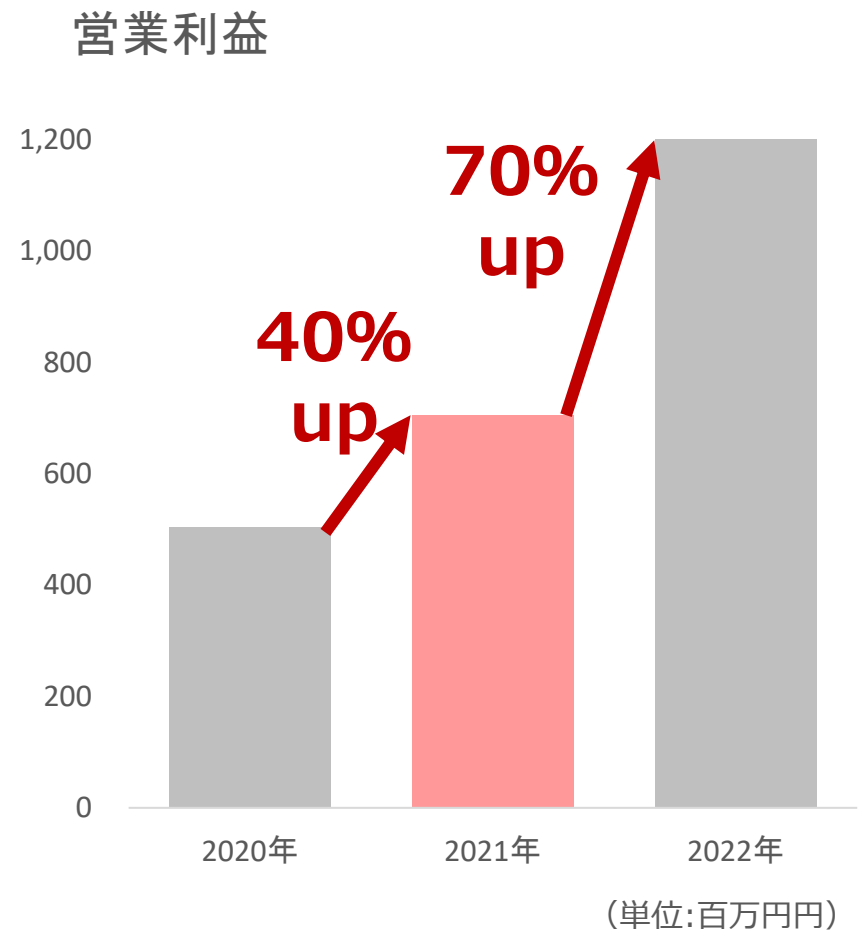
※当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益となります。

PIALA
Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

中期経営計画から見た2021年計画

◆ 引き続き投資を行いながら、2021年後半からは2022年計画達成に向けて事業やサービスの「選択と集中」を実施予定





Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

2021年におけるコロナの影響他

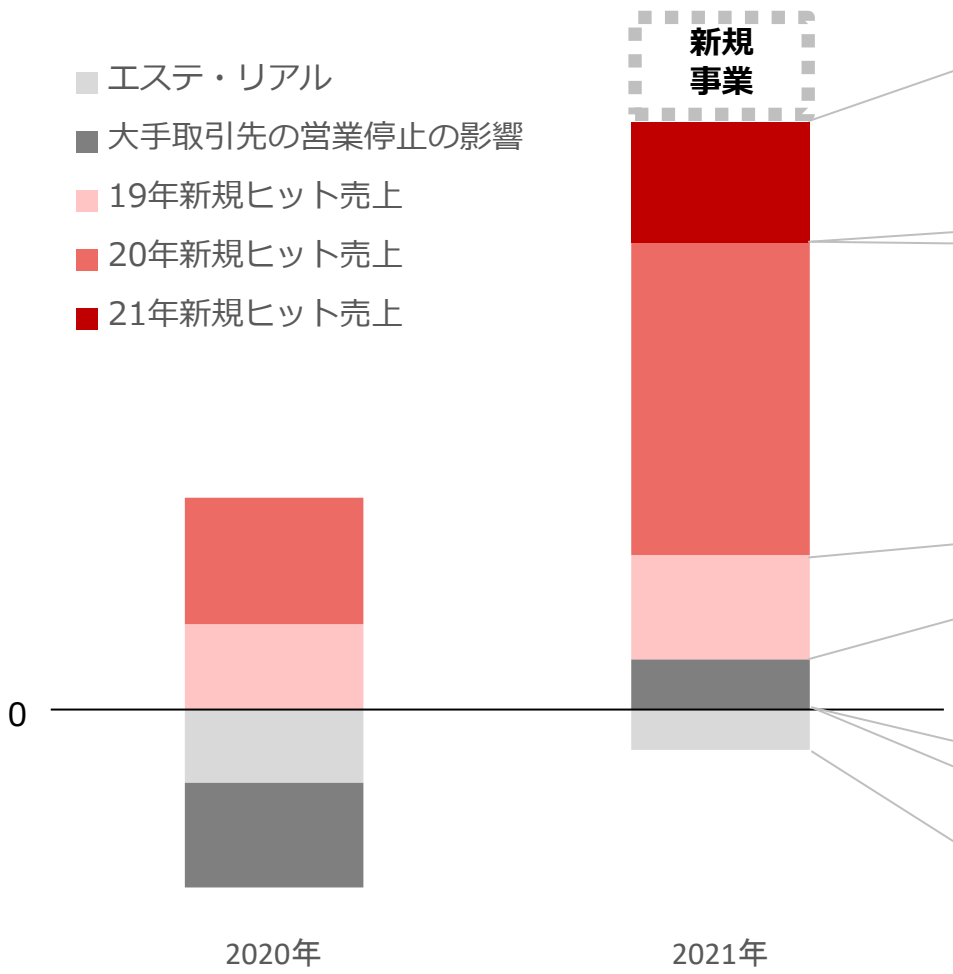
※2020年実績と比較

		2020年詳細	売上影響	粗利影響	2021年の見込み
ポジティブ	新規取引増 新規ヒット増	コロナの影響によりEC化加速、19年対比206%でヒット数が増加	↗	↗	今後もEC化は進む見込み 商品ヒット率UPを目指す
ポジティブ	エンタメ事業 本稼働	コロナの影響でエンタメ業界のＤＸ化加速	↗	↑	アーティスト数を拡大し新たな収益を獲得
ポジティブ	大手取引先の 営業停止	コロナ外でのクライアント理由による営業停止 等	↗	↗	◆ 20年第4四半期から新商品含め回復傾向に ◆ 20年からは50%増を見込む
ネガティブ	リアル系の コロナの継続影響	◆ コロナの影響でジム・エステの広告減 ◆ おもてなしモールの中止、媒体社の発刊中止による広告減	↘	↘	◆ エステ・ジムの営業再開及び新規獲得により回復傾向 ◆ 一部中止媒体の再開等緩和の動き有

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

ヒット商品の積み上げ状況

◆ 2020年後半で発生したヒットが売上を牽引。あわせて新規案件の獲得、新規ヒットの育成を行いさらなる成長を目指す



21年新規ヒット売上
21年新規ヒットは20年と同等を見込む

20年新規ヒット売上 247%増加
20年後半にかけて発生したヒットが21年売上を牽引

大手取引先の営業停止の影響 50%回復

リアル広告減　46%回復

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

新規事業　リモートせっきゃくん

- 自動接客と対面接客を融合したリモート接客システムをリリース
- 詳細説明や専門性の高い接客が求められる業界の効率化を支援

アテンション動画

来店客がアテンション動画に促されて、タッチパネルを操作

選択

シナリオ分岐

遠隔待機の販売員に聞く

店外の販売員を呼び出し、直接対話

販売員はシナリオの進捗を把握、進捗に合わせて直接話しかけることも可能

CV向上のため直接対話を誘導

商品の説明動画を見る

シナリオに応じてニーズに合わせた動画を再生

QRコードを表示

QRコードを表示してECへ誘引

店頭・EC購入を促進

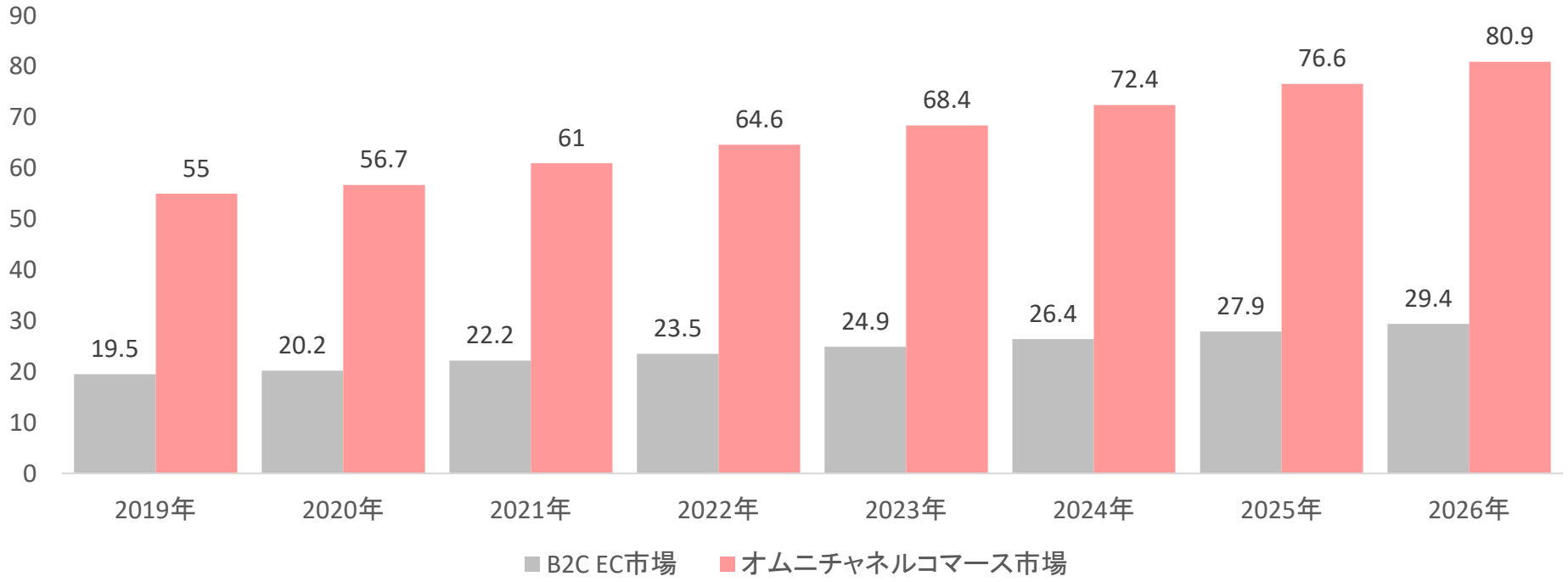
効果の分析から効率改善へ

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

OMO市場の推移

- B2C　EC市場の2026年市場規模は49兆40億円（2020年度比142%）
- オムニチャネル・コマース市場の2026年市場規模は80兆90億円（2020年度比145%）

■B2C EC市場とオムニチャネル・コマース市場の推移



出典：株式会社の裏総合研究所「ITナビゲーター2021年版」2020年12月31日発行

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

PIALA
Smart Marketing for Your Life

4.株主還元・中期経営計画のゴール

株主還元　配当

2021年 期末配当予想	普通配当 5円00銭

2020年配当予想　　5円00銭（普通配当：3円00銭　記念配当2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、今後も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。

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

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	連結営業利益	自社事業投資
	235億円以上	12億円	3年累計 予算10億円

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

上場市場区分の検討

- **2022年4月より「プライム市場」「スタンダート市場」「グロース市場」に東証市場区分が変更**
- **2021年中に市場を選択**

プライム市場上場維持基準

株主数	800人以上
流通株式数	20,000単位以上
流通株式時価総額	100億円以上
売買代金	1日平均売買代金0.2億円以上
流通株式比率	35%以上

プライム市場を選択

中期経営計画を達成することで基準クリアを目指す

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

「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。