



2022年12月期 通期見通し資料

株式会社ピアラ（東証第1部 7044）
2022年2月14日

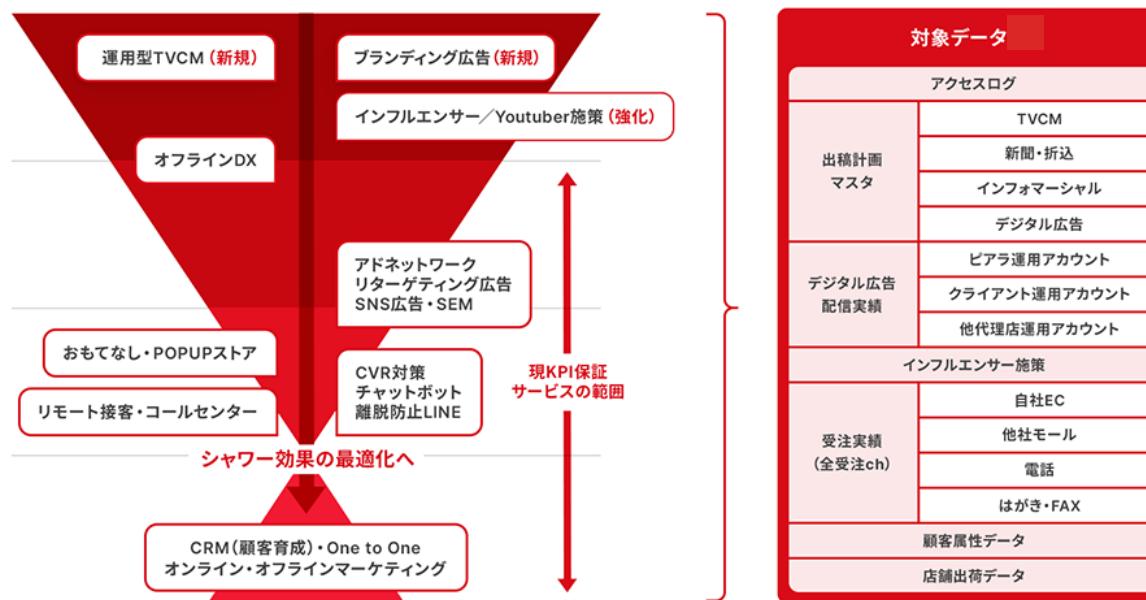
ピアラは次のフェーズへ 通販DXサービス提供開始

WEB中心のKPI保証から拡張
ブランディングからLTV向上まで
ALLデータから最適化へ

オールデータパートナーとして
CMO/CDOと並走

『通販DXサービス』 提供

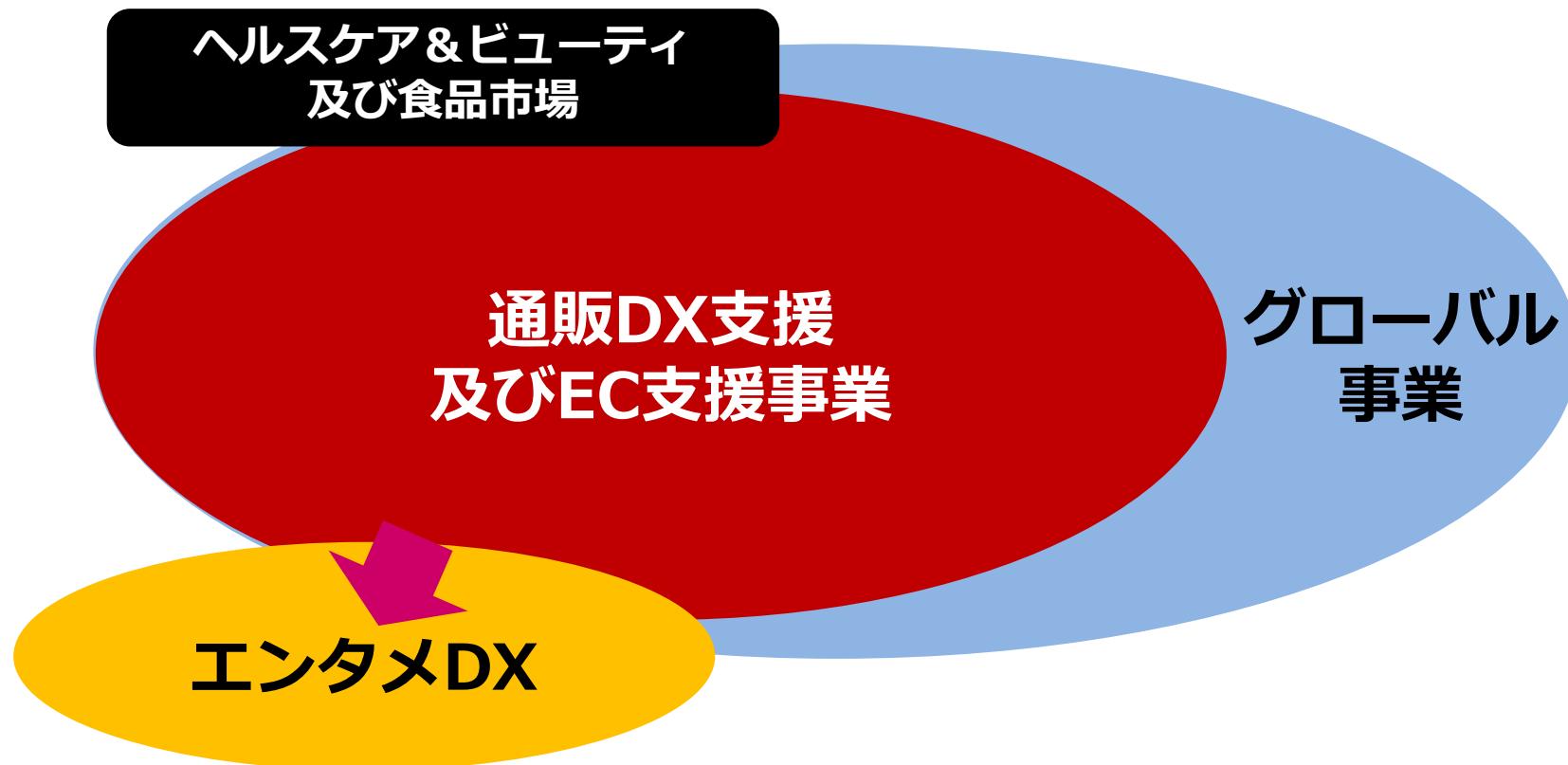
データが可視化されていないオフラインやインフルエンサー・オンラインマーケティングのデータを一元管理し、分析環境構築から最終的に売上アップをベースに全体最適化を実施。顧客のCMO、CDOのパートナーとして、新規顧客獲得の効率化とLTVを向上アップ。



来期見通し

事業ポートフォリオの変更

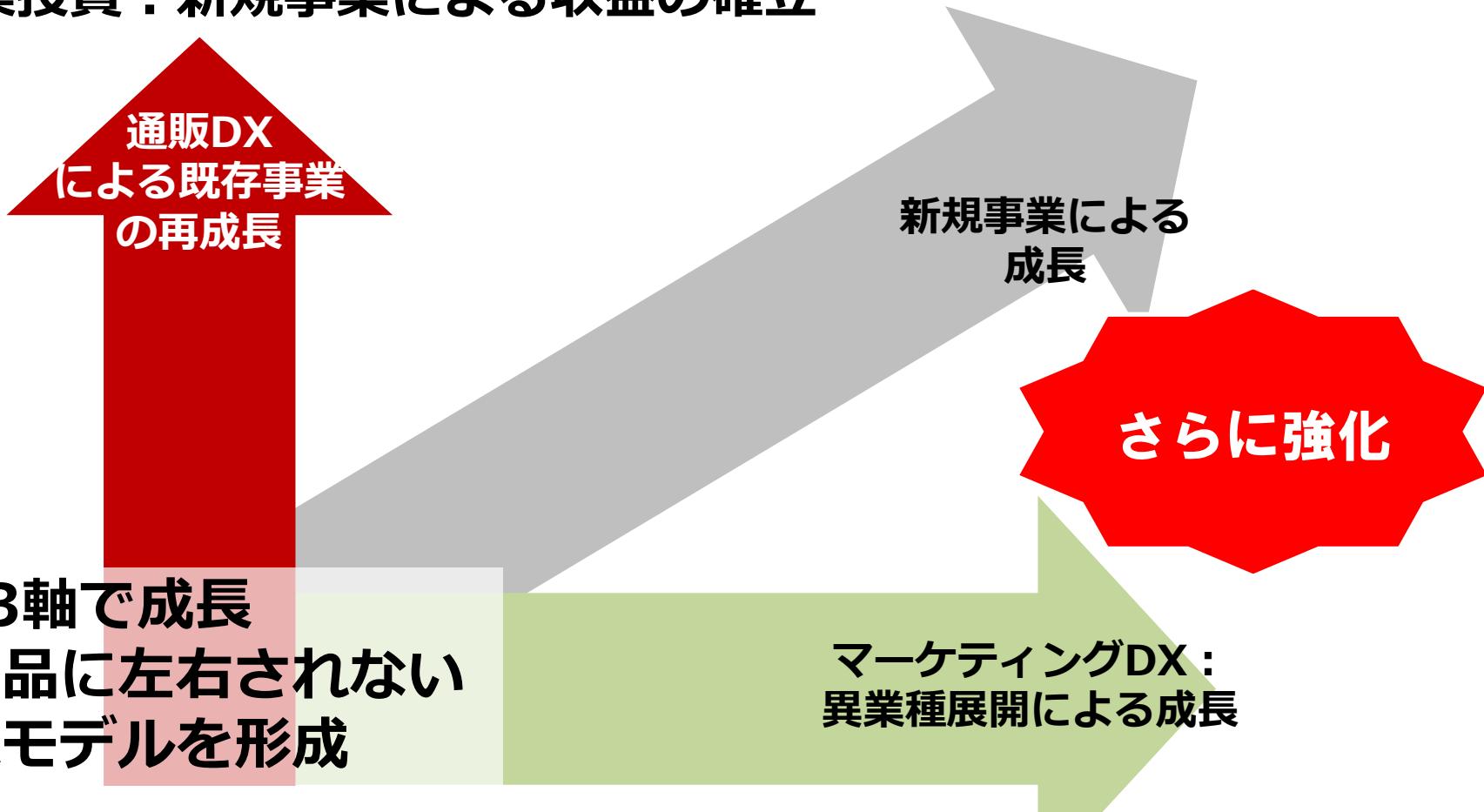
従来のヘルスケア&ビューティ及び食品市場の通販DX支援やエンタメDX支援を中心に展開していたが、規制による売上ボラティリティや高利益モデルへの中長期的移行に伴い事業投資の加速及び組織変更を大きくドライブ予定。



成長のための戦略

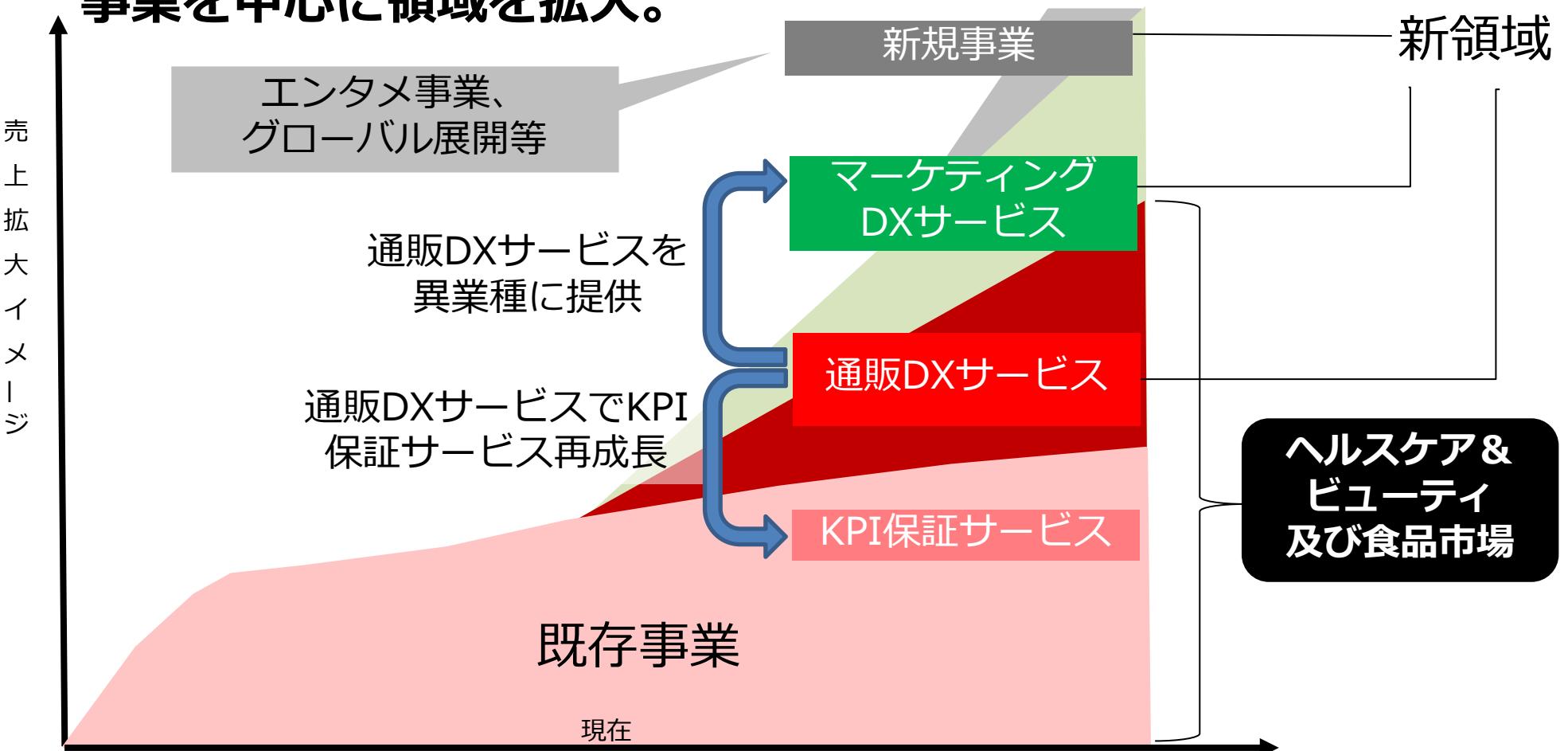
事業ポートフォリオを成長性及び収益性アップの為3軸へ大きく変更

- ①既存ヘルスケア&ビューティ及び食品市場向け通販DXサービス強化
- ②マーケティングDX：H&B以外の異業種への展開
- ③新規事業投資：新規事業による収益の確立



事業領域拡大

ヘルスケア&ビューティ及び食品市場に対するKPI保証のマーケティングサービスからの大幅な収益構造の変換を狙う。
通販DXサービスや異業種へのマーケティングDXサービス、新規事業を中心に領域を拡大。



2022年通期計画

再成長を加速する為の投資を継続し、ポートフォリオ変革の年として通販DXサービス拡大、マーケティングDXへ注力し2軸3軸の収益性を高めて、ヒット商品に左右されない安定的中期成長を目指す

連結PL (単位：百万円)	2022年通期							2021年通期	
	計画	構成比	前期比	前期差異	前会計基準 で計上※ (参考値)	前期比	前期差異	実績	構成比
売上高	13,141	100.0%	103.8%	485	13,800	109.0%	1,144	12,656	100.0%
営業利益	70	0.5%	—	206	70	—	206	-136	—
経常利益	30	0.2%	—	141	30	—	141	-111	—
当期純利益	16	0.1%	—	275	16	—	275	-259	—
EBIDA	213	1.6%	1,336.0 %	198	213	1,336.0 %	198	15	0.1%

※22年より会計基準の変更：同梱広告 売上計上方法が変更（詳細はP.26）

※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。

※ EBITDA = 税金等調整前当期純利益 + 支払利息 + 減価償却費 + のれん償却費 + 減損損失 + 投資有価証券評価損

収益認識基準の適用

- ◆ 2022年12月期より会計基準が変更
【同梱広告】 総額を売上計上  純額を売上計上に変更
- ◆ 2022年影響額 **6.59億円**
- ◆ 前会計基準でみると、売上高前期比**109%**

連結PL (単位：百万円)	2022年通期			2021年通期
	前会計基準で計上（参考値）	前期比	前期差異	実績
売上高	13,800	109.0%	1,144	12,656
営業利益	70	—	206	-136
経常利益	30	—	141	-111
当期純利益	16	—	275	-259
EBIDA	213	1,336.0%	198	15

2022年の増減要因

規制による影響の有無はまだ不透明な為、成長が見込める事業への投資を拡大し中期成長への土台作りとしていく。

一過性増減

引き続きリスクは残るもの、一過性

コロナ
一過性

大型
ヒットの増減

一部主力商品は底まで
落ちた為反転の見込み。
しかしながらボラティ
リティ要素もあり。

成長のための注力ポイント

ボラティリティを考え
手法増+社数増強化

通販DX

新規
ヒット

新規事業
(エンタ
メ等)

異業種への
展開

中
長
期

通販DX移管を早期化
し、導入を加速化。
KPI保証サービスへの
シャワー効果を
最大化。納期短縮及
び社数拡大を狙う

引き続き積極投資
を行い、あらたな
収益源を確立。
さらに新規事業の
立ち上げを予定。

H&B市場の影響を受け
ない業種にも通販DX
サービスを横展開する
ことで積み上げ

- ① 通販DXサービスの強化
- ② 異業種への展開
- ③ 新規事業投資

①通販DXサービスの強化

◆ 通販DXサービス強化のため、組織を再編。業界を問わず
強みの出せる3事業を組織化して部門を形成。初期受注は好調
「ミドル・インフルエンサー」「LINEマーケティングDX」
「オフラインDX」の専門部署の立上げ

◆ 通販DX粗利

2021年 0.5億円 → 2022年 3億円

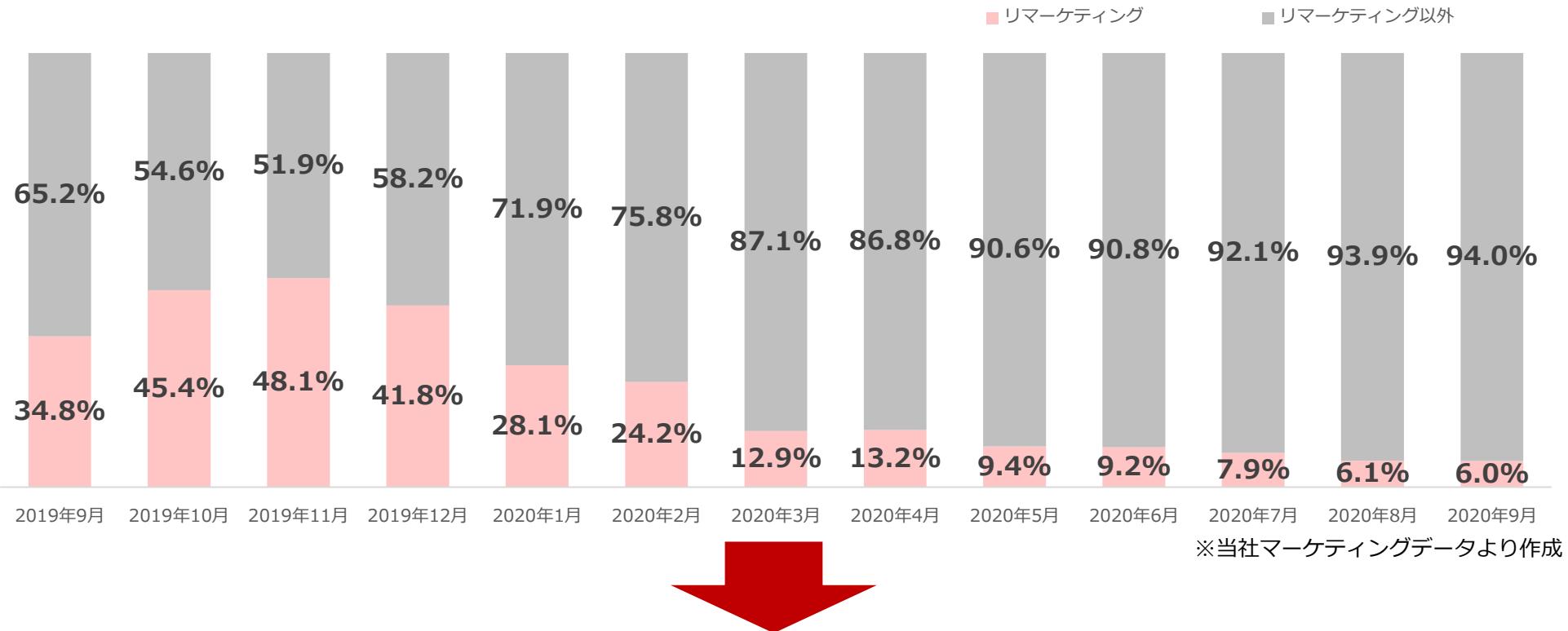
◆ 高粗利率のサービスに注力

粗利シェア 2021年 1.8% → 2022年 14.8%



市場環境 クッキーの終焉

- ◆ クッキーの利用制限により、リマーケティングが大幅減少
→サイト離脱者対応が必要に



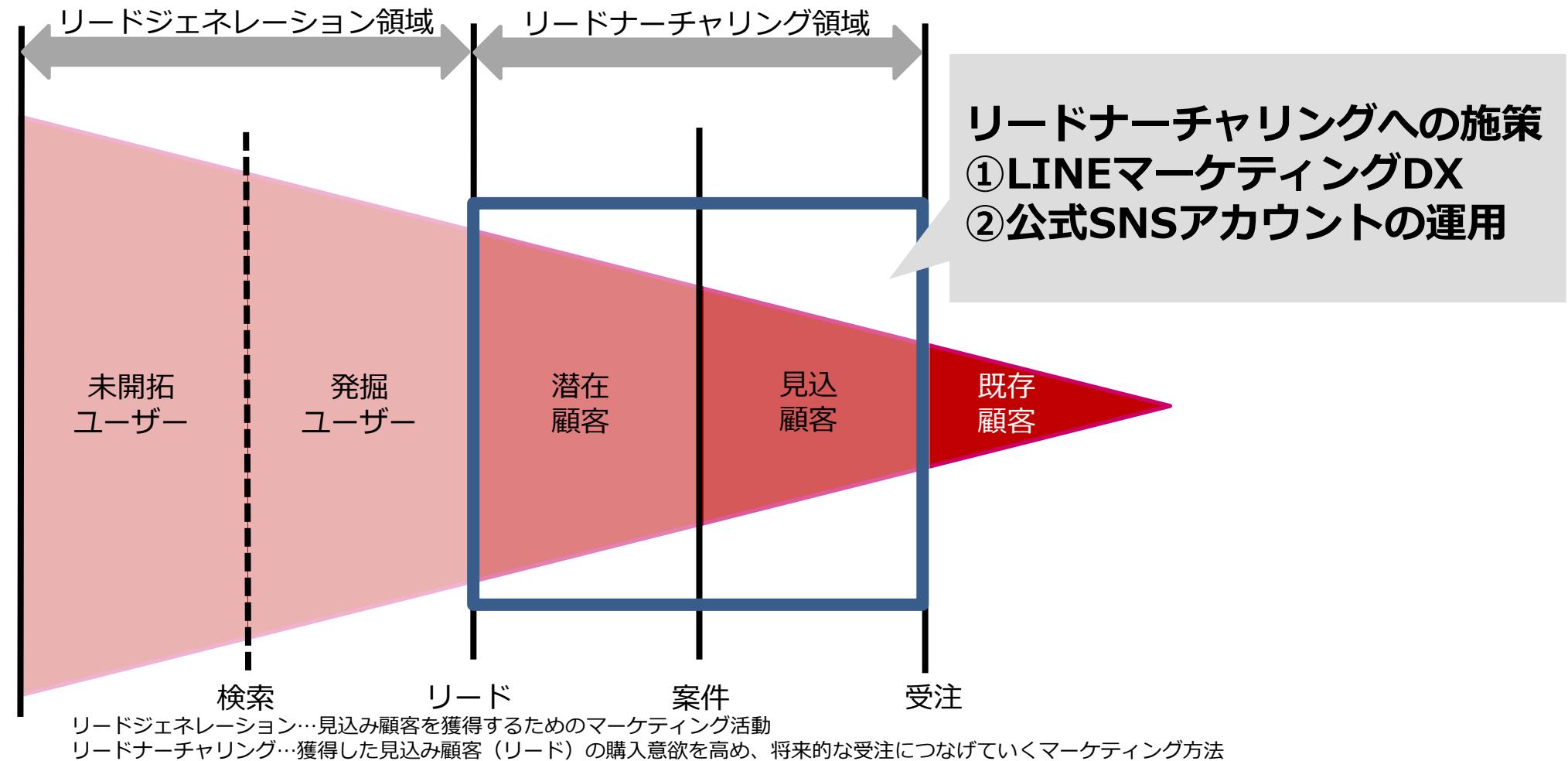
**CPCは高騰、CPAは悪化。
購入前のナーチャリングが必須に**

CPC…クリック単価。広告を1回クリックした際に発生する費用
ナーチャリング…顧客育成。見込み顧客を購入する状態まで育成する、既存顧客をリピーターとして育成すること

CPA…顧客獲得単価。顧客・成果を獲得するため1人あたりにかかった費用

ナーチャリング施策の強化

- ◆ 購入前のナーチャリング（潜在顧客の顧客育成）として「LINEマーケティングDX」や「公式SNSアカウント運用」等の施策を強化



①通販DXサービスの強化

LINEマーケティングDX

◆ LINEによるF0（未購入客）からF1-（購入客からのファン化）

①新規獲得プラン

②CRMプラン

LP離脱時
友だち登録誘導からCV

CV直後から
CRM発動してCV

LP…ランディングページ。
流入してきたユーザーが最初に閲覧するWebページ

CV…コンバージョン。成果（ここでは「購買」の意味）

認知

興味

理解

検討

購買

継続

満足



広告から誘導

LP離脱から誘導

サンクスから誘導

マイページ等から誘導

LINE友達獲得



+

RESULT MASTER

- ✓ LINE IDと会員ID連携
- ✓ セグメント配信
- ✓ シナリオ配信
- ✓ ステップ配信
- ✓ 分析・最適化

RESULT MASTERと連携することで、未購入客から購入客まで分析・最適化の一元化が可能。導入によりCV10~30%増となる実績もKPI保証もあり。

公式SNSアカウント運用

◆企業の公式SNSアカウント（Instagram、TikTok等）を運用

→ 見込み顧客の獲得、ブランド認知～理解促進～購買意思決定、ナーチャリングと売上最大化が可能に

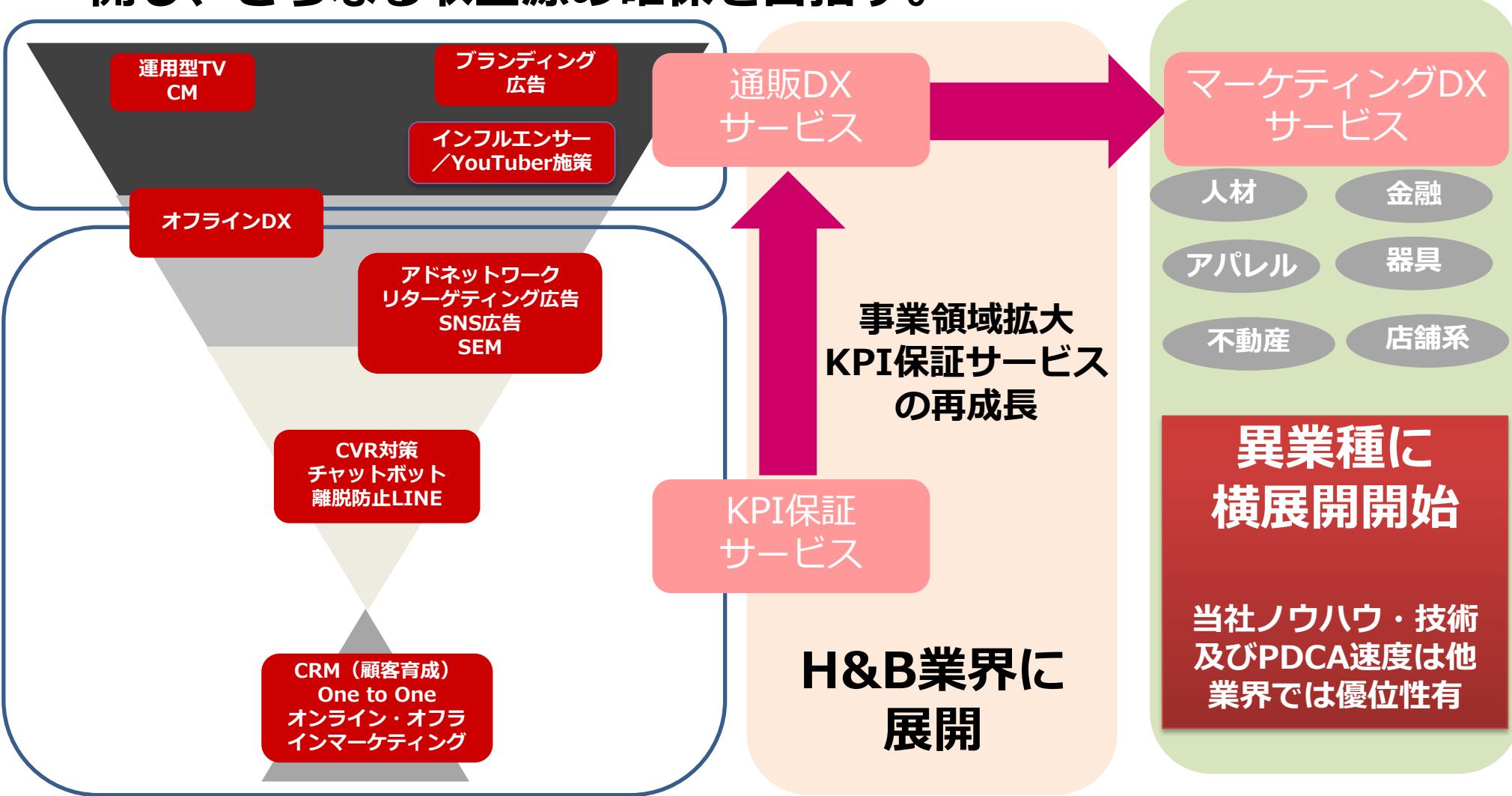


ピアラの 優位性

- ◆ アルゴリズムを捉えた適切な運用と独自エンゲージメント分析
→AIによる運用方針、クリエイティブ・ハッシュタグのレコメンド
- ◆ 適切なインフルエンサーの起用
- ◆ 競合アカウントの分析が瞬時に可能

②異業種への展開

◆中長期的成長を促すため、通販DXサービスの一部を異業種に横展開し、さらなる収益源の確保を目指す。



②異業種への展開 マーケティングDXサービス

◆通販DXサービスをマーケティングDXサービスとして異業種に展開

マーケティング
DXサービス



異業種に展開する通販DXサービス
サービス毎に提供・分析が可能

運用型TVCM

ミドルファネル

インフルエンサー

オフラインDX

公式SNSアカウント運用

LINEマーケティングDX

ピアラの
優位性



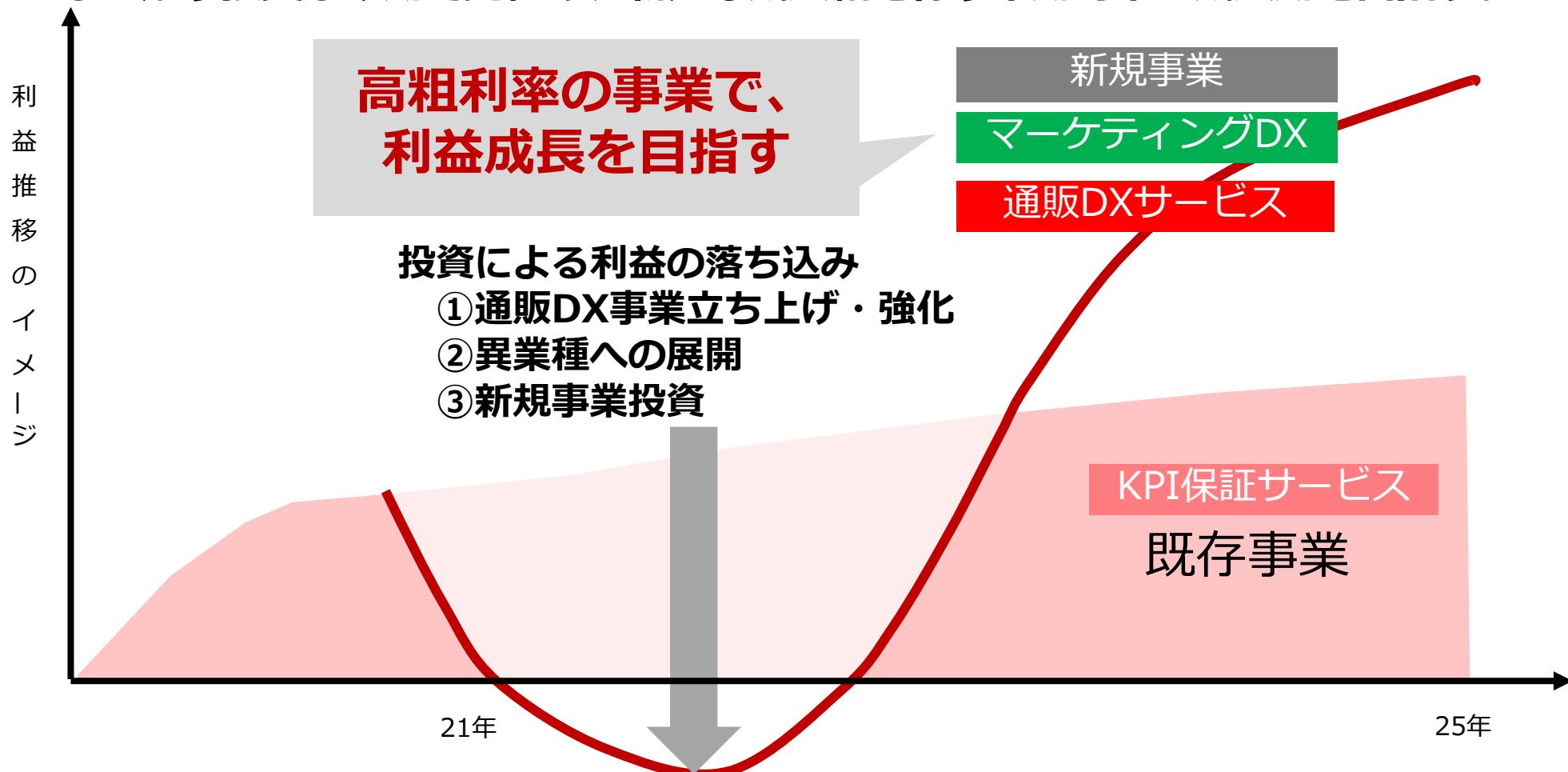
- ①異業種にはない高速PDCAの実施が可能
- ②ダイレクトマーケティングのノウハウ
- ③独自ツールによる高い分析力と実行力

高速PDCA、ノウハウ、分析力は、異業種
でも強みに。

今後、データを蓄積しKPI保証サービスの
提供及びAIによる最適化も検討。

成長のイメージ

想定よりも事業ポートフォリオ変換を加速する為の投資強化と新規戦略の納期のタイムラグがあるため一時的に利益は低下。利益回復に遅れが見られるものの、新戦略は従来より粗利率の高いモデルが主の為、既存事業の回復を見込みつつも、2軸、3軸の事業にしつかり投資し今期で見極め、新たな成長軸を作り中期的第2成長期を目指す。



すべての人に価値ある体験を 創りつづける

ピアラは今まで、ヘルスケア＆ビューティ及び食品市場を中心に、ECを通して顧客・関連する企業に対してショッピングにおける最適な出会い、最高の体験、最高の利便性を創造することをMISSIONとしてきました。本質は変わらないのですが、ブラック広告の蔓延、インターネット広告への不信感、ユーザーの広告離れ、景表法・薬機法の規制によるマーケティング市場の大きな変化に立ち向かい、今後より組織的に1000名体制へと中長期的成長をしていくためにピアラとしての存在意義は何なのかを従業員一同再定義しました。変革をチャンスと捉え、さらに今後は業界にとらわれず、ピアラの通販DXサービスを通して、当社のすべてのステークホルダーに価値ある体験を創りつづけてまいります。



株主還元

株主還元 配当

2022年
期末配当予想

普通配当
5円00銭

2021年配当予想 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。



「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。