PIALA
Smart Marketing for Your Life

2022年12月期第3四半期
決算補足資料

株式会社ピアラ（東証プライム市場 7044）
2022年11月

アジェンダ

1　戦略のポイント・市場環境・事業概要

2　2022年12月期第3四半期決算概要

3　通期見通し

4　株主還元

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

PIALA
Smart Marketing for Your Life

1. 戦略骨子・市場環境・変化対応

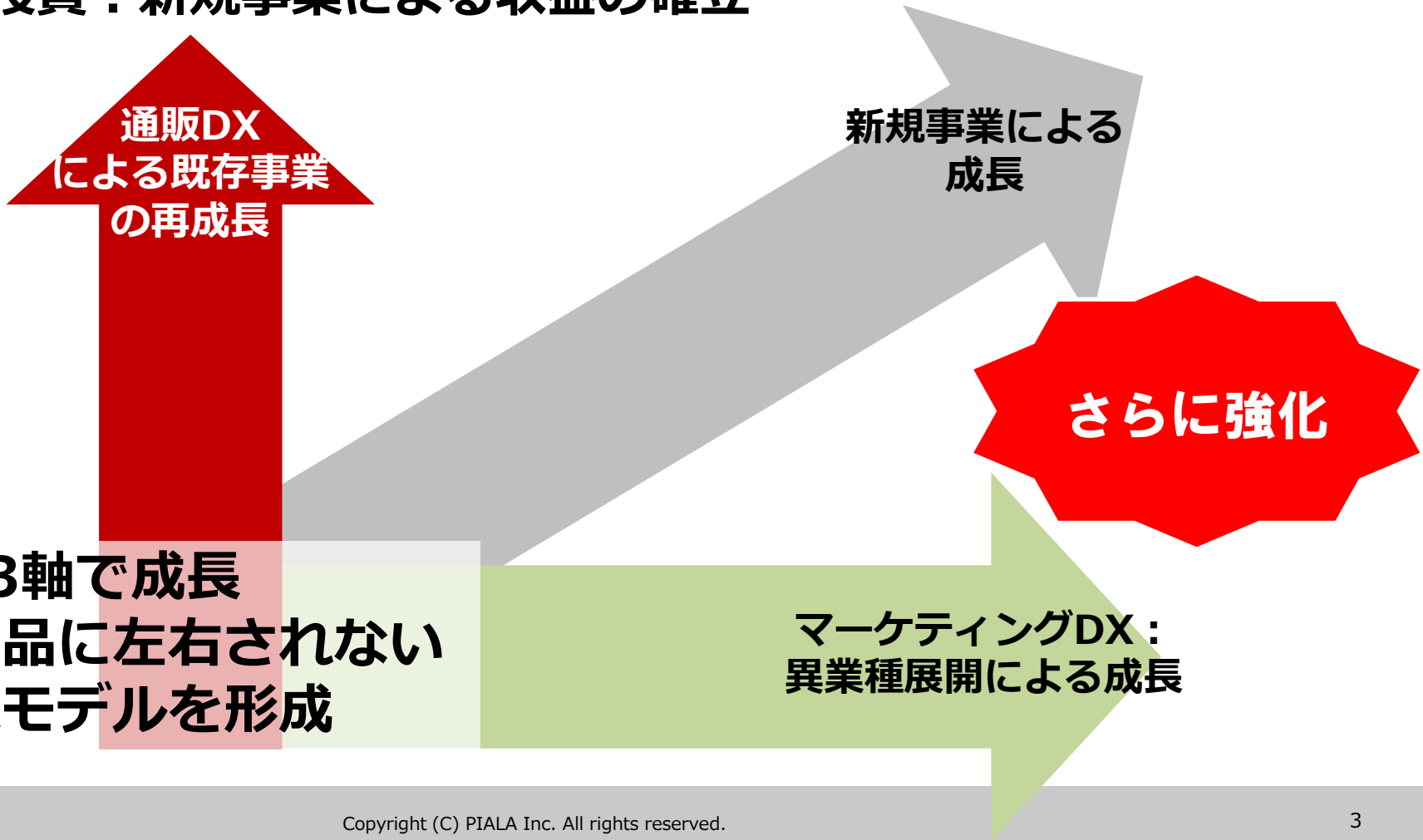
成長のための戦略

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

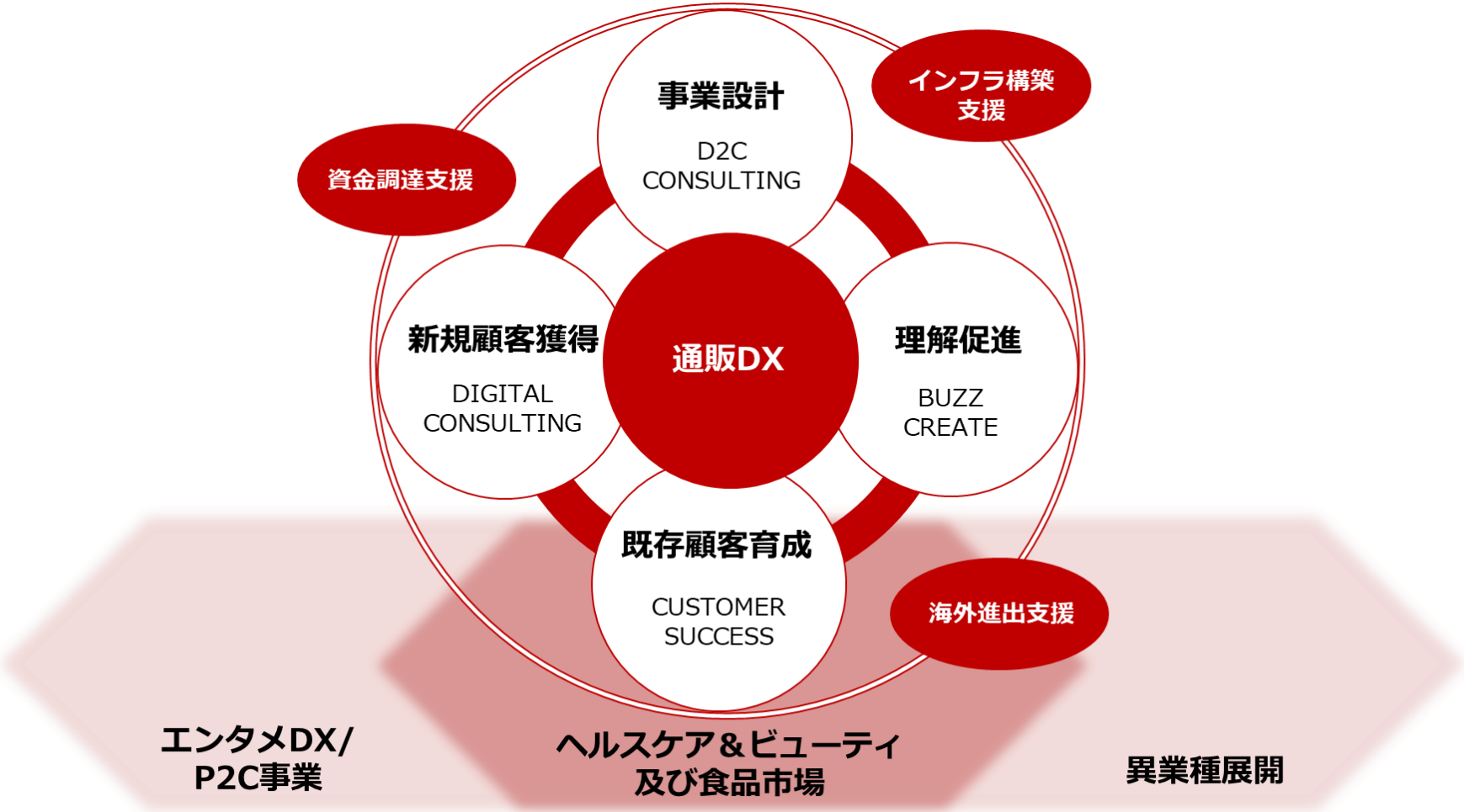
③新規事業投資：新規事業による収益の確立



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

業務領域

EC及びD2C事業の事業設計から、新規顧客獲得、既存顧客育成、理解促進を実施。加えて、インフラ構築支援、海外進出支援、資金調達支援など一気通貫の専門ソリューションを保有



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

景表法・薬機法の厳重化

景表法・薬機法違反が増加、2021年8月よりさらに規制及び罰則強化

ブラック広告増加 → 景表法・薬機法厳重化 → ブラック広告減少 → 広告市場クリーン化

現在

YOU TUBEから違反広告が55万件削除される事例も発生

メリット

・クリーンで安全性の高い広告を求めてクライアントからの依頼は増加

デメリット

・市場クリーン化への移行中であり、当社のクリーンな広告はブラック広告と比較しCVがとりにくい

・広告表現が厳しくなり、各プラットフォーマーの自主基準が法制度よりも高く過去のAIが導くクリエイティブ要素では法的にも問題がなくても利用できないケースが重なり大手ヒット商品の新規獲得に影響。

中長期的には市場はクリーン化、当社の安全性が強みに。
通販DXで新しい形でヒットできる体制へ、投資及び組織的に移行中

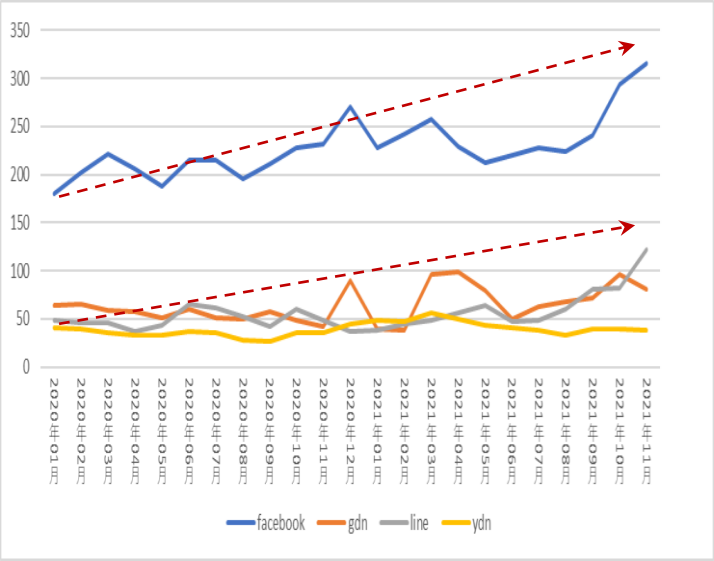
Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

新規顧客獲得コストの高騰

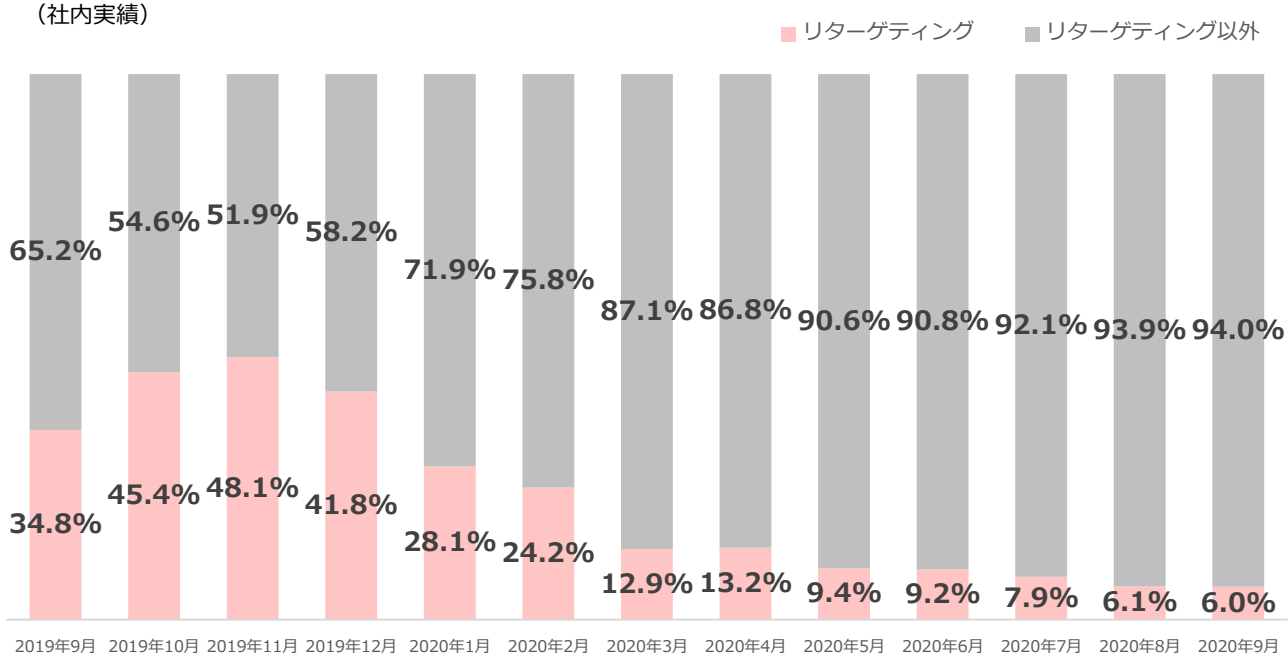
◆ 広告枠の価格の高騰
→競合が多数参入し、広告枠の入札価格が高騰

◆ サードパーティのCookie規制によりリターゲティング比率が低下

WebメディアCPC推移
（社内実績）



リターゲティング比率推移
（社内実績）



CPCは高騰、CPAは悪化
マーケティング全体を最適化することが必須に

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

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

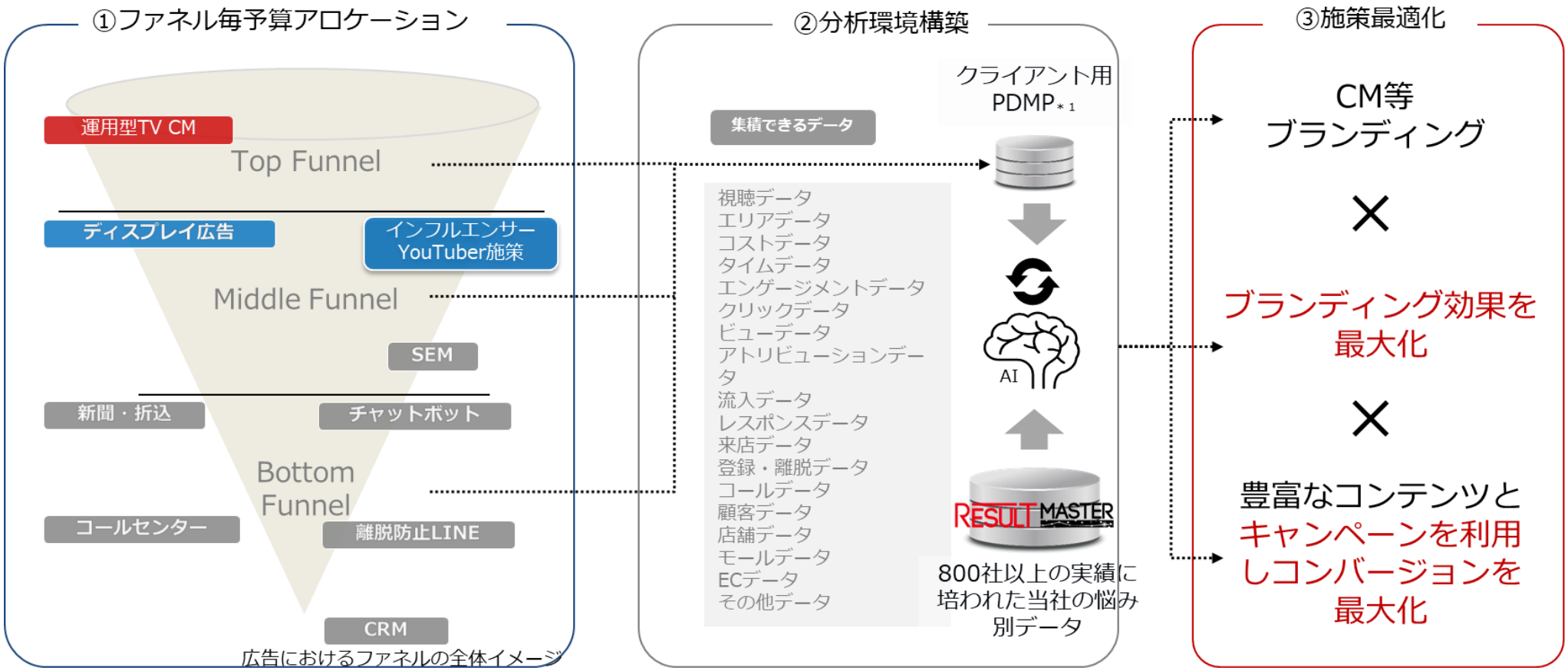
Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

1-3．市場変化への対応

通販DX

市場環境の変化に対応すべく、すべてのデータを相関分析し全体最適化する通販DXに移行。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をアップ。

LTV…ライフタイムバリュー。一人の顧客から得られる売上の総額のこと。
PDMP…プライベートデータマネジメントプラットフォーム。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のこと



Top　Funnel…興味関心が始まったばかりで「とりあえず知った」という初期の認知の段階
Middle Funnel…興味関心や課題を特定した状態で、やや熱心に情報収集をしている段階
Bottom Funnel…課題を特定もしくは理解を固めて、商品を比較評価している段階

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

通販DXのサービス領域

購買行動に合わせたマーケティング施策及び高速PDCAを提供

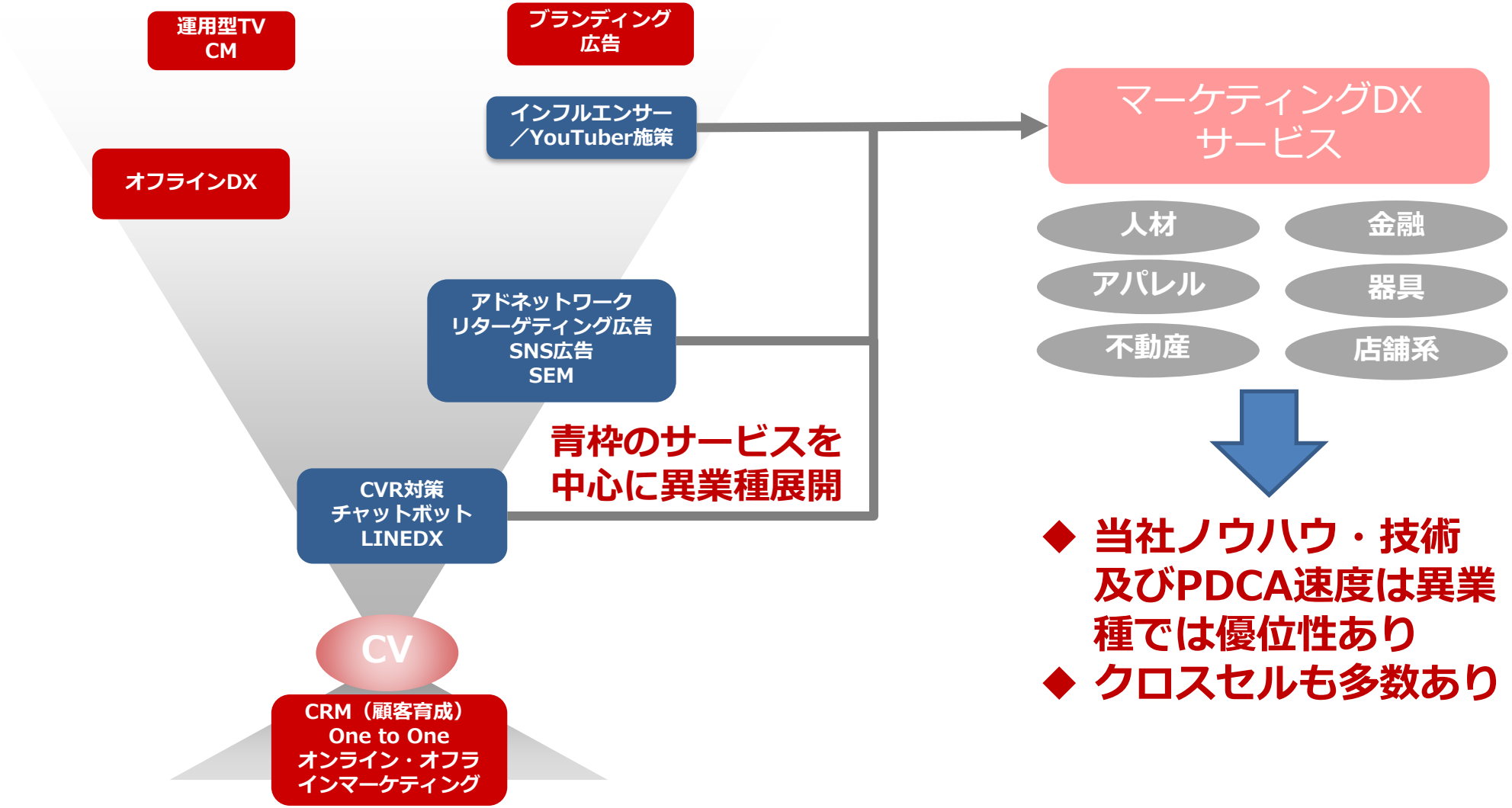
属性	施策
Top Funnel 認知・喚起	■TVCM ■TOP インフルエンサー等コラボ ■ブランディング広告オンライン ■コミュニケーションコンセプト作成
Middle Funnel 興味・理解・醸成	■インフルエンサー企画タイアップ ■口コミ投稿＆整備（Instagram・Twitter） ■LINEDX　新規リーチからファン化まで ■公式SNS運用（Instagram・TikTok等） ■比較サイト
Bottom Funnel 比較検討・検索	■記事広告 ■運用型広告（SEM・ディスプレイ広告） ■SEO ■オフラインDX（オフライン広告全般） ■店頭対策及びモール運用支援 ■CV対策ツール提供運用
CV	
CRM 継続・愛着	■CRM分析・設計 ■CS運用 ■販路開拓支援 ■購入者向けコンテンツ ■キャンペーン運用 ■KV(キービジュアル)撮影

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

異業種への展開

◆ 通販DX、KPI保証の一部を異業種に展開

◆ サービス軸で異業種に参入し、クロスセルも可能



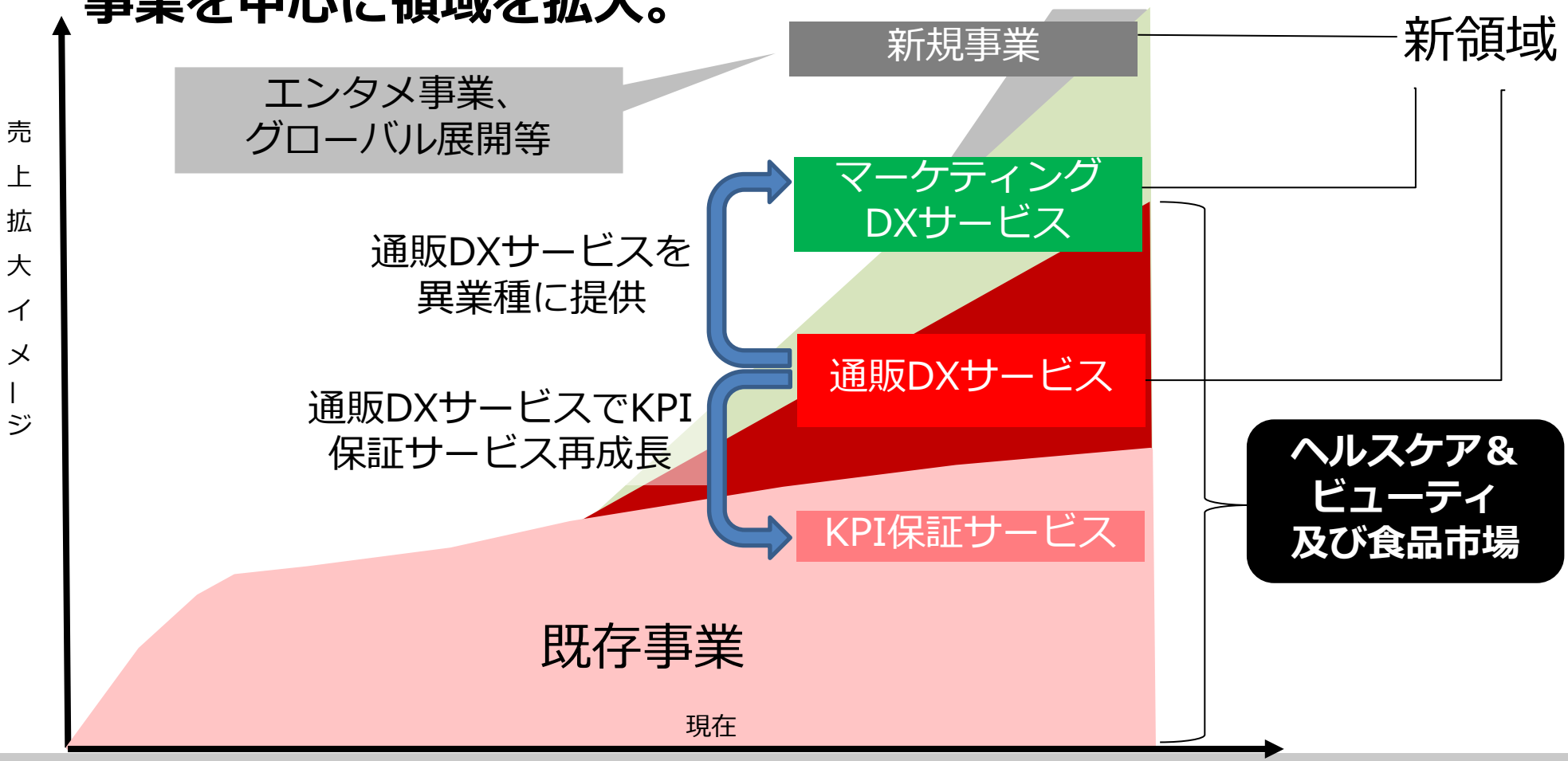
◆ 当社ノウハウ・技術及びPDCA速度は異業種では優位性あり

◆ クロスセルも多数あり

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

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収益構造の大幅な変換を狙う。
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。



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

PIALA
Smart Marketing for Your Life

2. 2022年12月期第3四半期
決算概要

トピックス

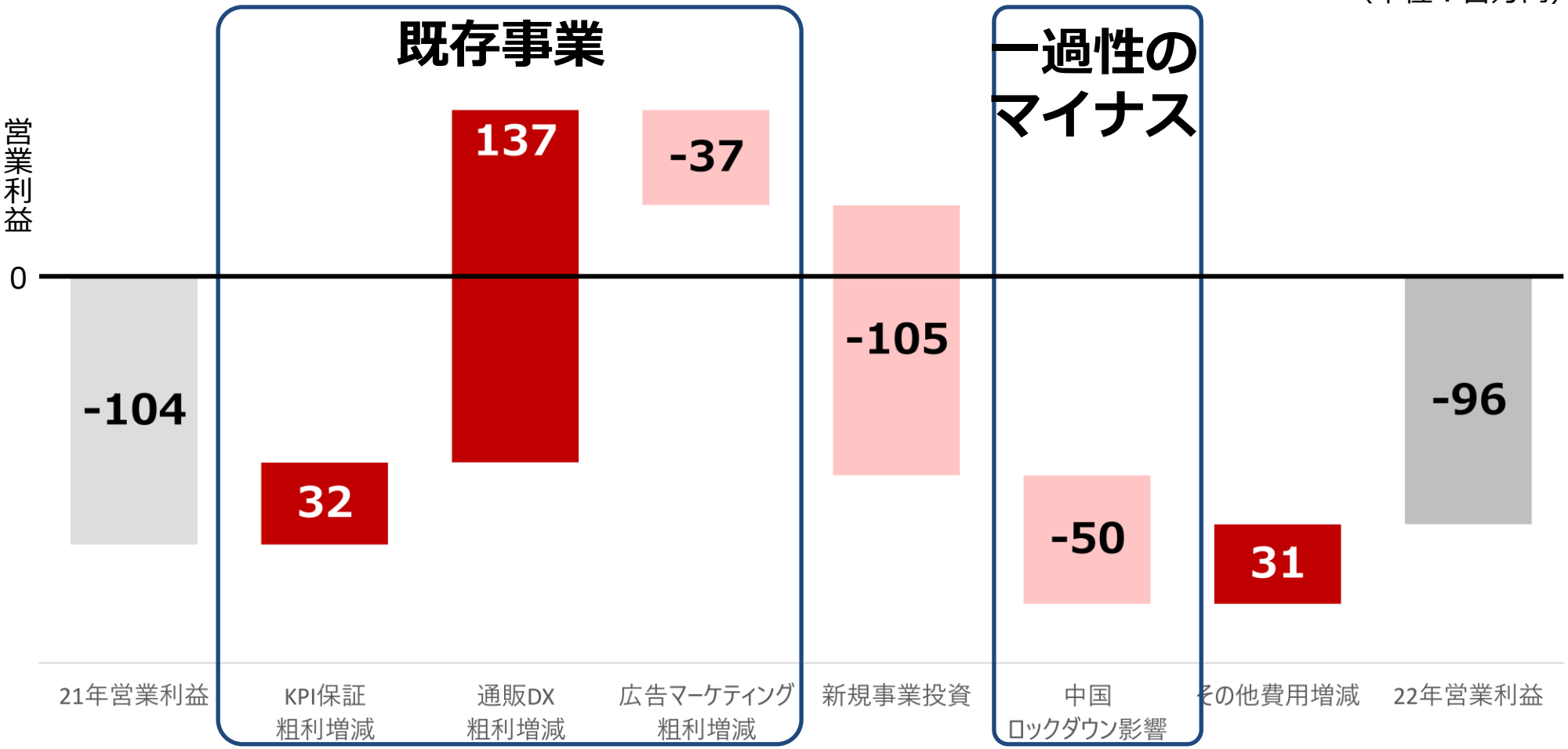
	詳細	Q3 状況
1．KPI保証	◆ 規制による影響は依然継続 ◆ 2022年新規ヒットが好調	△
2．通販DX サービス	◆ おおむね計画通り	○
3．異業種展開 (マーケティングDX)	◆ 受注は好調 ◆ 異業種のKPI保証サービスでもヒット発生	○
4．グローバル 子会社（国内外）	◆ 中国のロックダウンの影響で売上大幅減 ◆ 連結赤字の大半を占め全体業績下押し	×
5．新規事業	エンタメDX事業 →俳優のファンクラブサイト運営開始 →サイバースターポータル版は開発遅延	△

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

昨対差異（Q3累計）

通販DXサービスや異業種のKPI保証を中心に、既存事業は回復。
ピアラ単体では営業利益　40百万円増（昨年差異）
子会社はコロナ影響含め営業利益　32百万円減（昨年差異）

（単位：百万円）



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

前期比及び対通期予算進捗

売上高はH&B市場の規制によりKPI保証サービスで一部苦戦。利益は粗利率改善の取り組みにより昨年を上回る。

連結PL（単位：百万円）	2022年第3四半期	2021年第3四半期			通期予算		
	実 績	実績	前期差異	前期比	業績予想	通期予算差異	進捗率
売上高	8,988	9,101	▲113	98.8%	13,141	▲4,153	68.4%
営業利益	-96	-104	+8	—	70	▲166	—
経常利益	-52	-81	+29	—	30	▲82	—
四半期純利益	-64	-179	+114	—	16	▲80	—
EBITDA	68	15	+52	436.7%	213	▲145	32.0%

※ 通期予算は2022年２月14日発表の当社決算短信において開示しております。
※ 当第3四半期及び前第3四半期売上高は収益認識基準を適用し、算出しております。
※ 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。
※ 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

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

連結貸借対照表

◆ 自己資本比率は33.9%

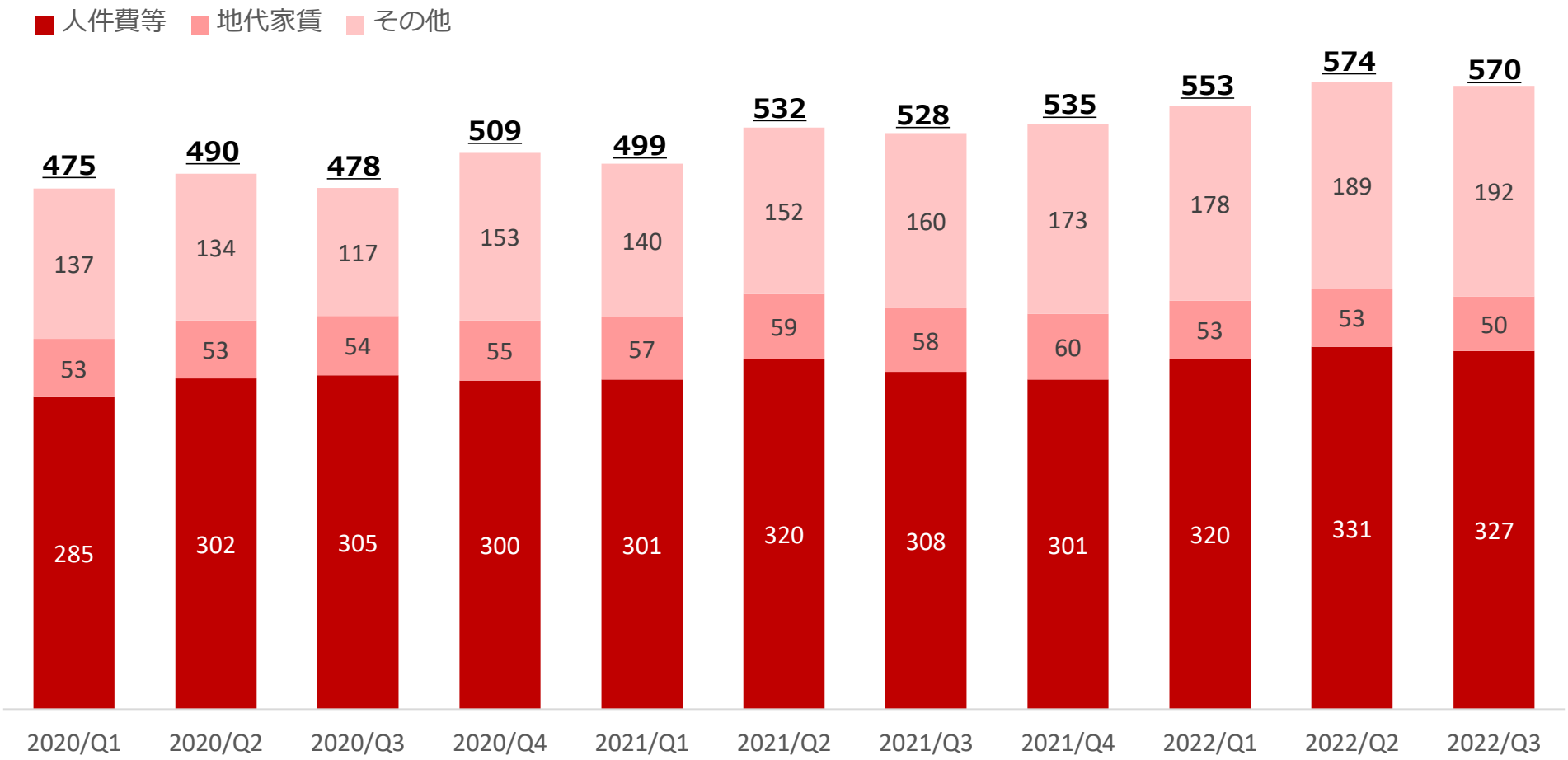
	2021年12月末	2022年9月末	増減額
流動資産	3,684	3,772	88
固定資産	1,344	1,184	-159
有形固定資産	126	113	-13
無形固定資産	356	367	11
投資その他の資産	861	704	-157
資産合計	5,028	4,957	-71
流動負債	2,456	2,741	285
固定負債	639	426	-213
負債合計	3,095	3,167	71
純資産合計	1,932	1,789	-142
負債純資産合計	5,028	4,957	-71

（単位:百万円）

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

販売管理費の推移

- ◆ 新規事業予算は通販DXサービス、新規事業を含め積極的に投資を継続
- ◆ 販管費抑制に向け、ポートフォリオ改革に向けた組織変更を行う



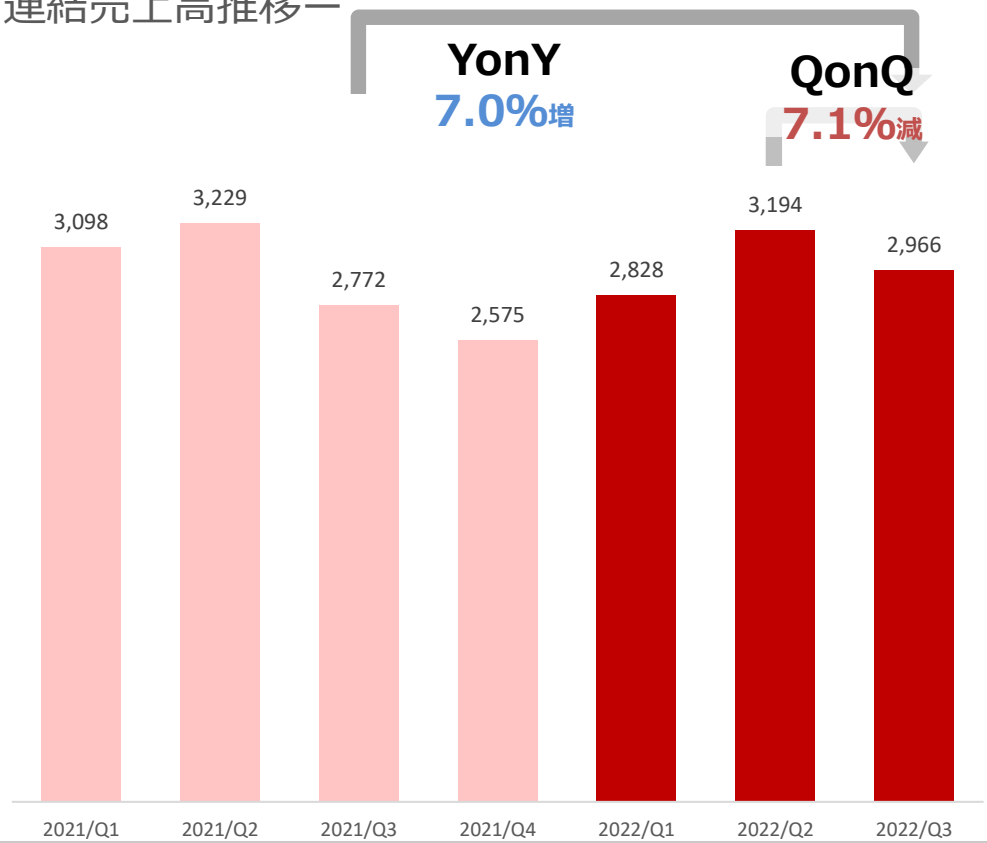
（単位:百万円）

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

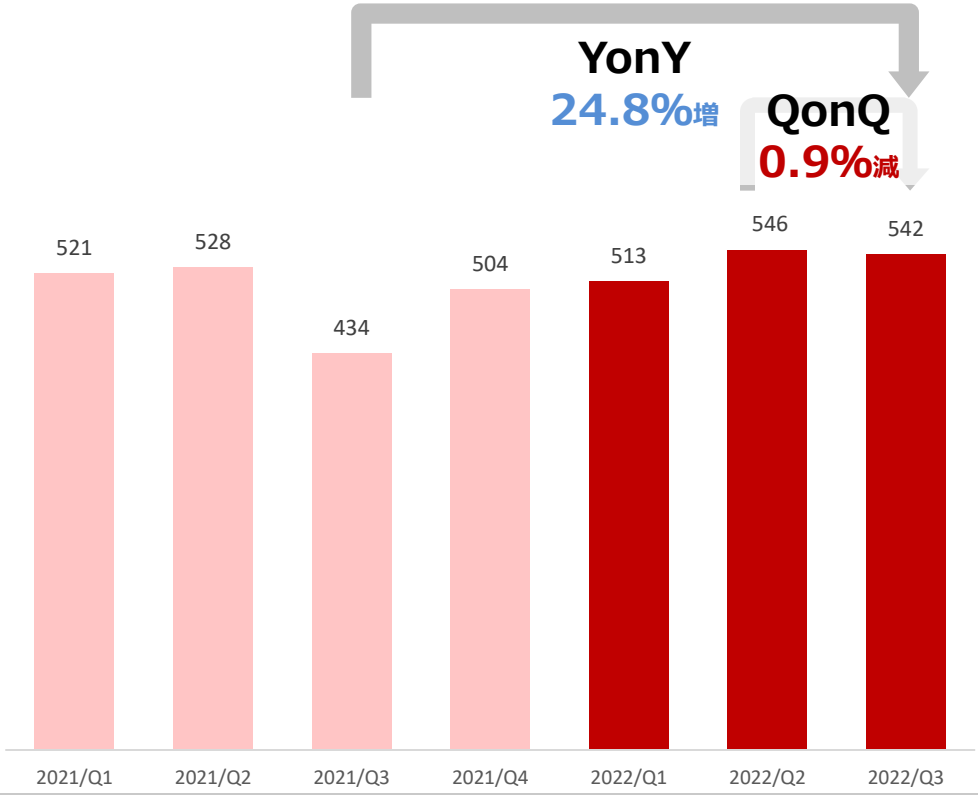
連結売上/連結売上総利益　四半期推移

- ◆ 売上高　前Q3比7.0%増　Q2比7.1%減（季節要因）
- ◆ 売上総利益　前Q3比24.8%増　Q2比0.9%減
  粗利率　Q3 18.3%に改善（前Q3比 ＋2.6pt、Q2比 ＋1.1pt）
- ◆ 通販DXサービスは目標通り伸長。

－連結売上高推移－



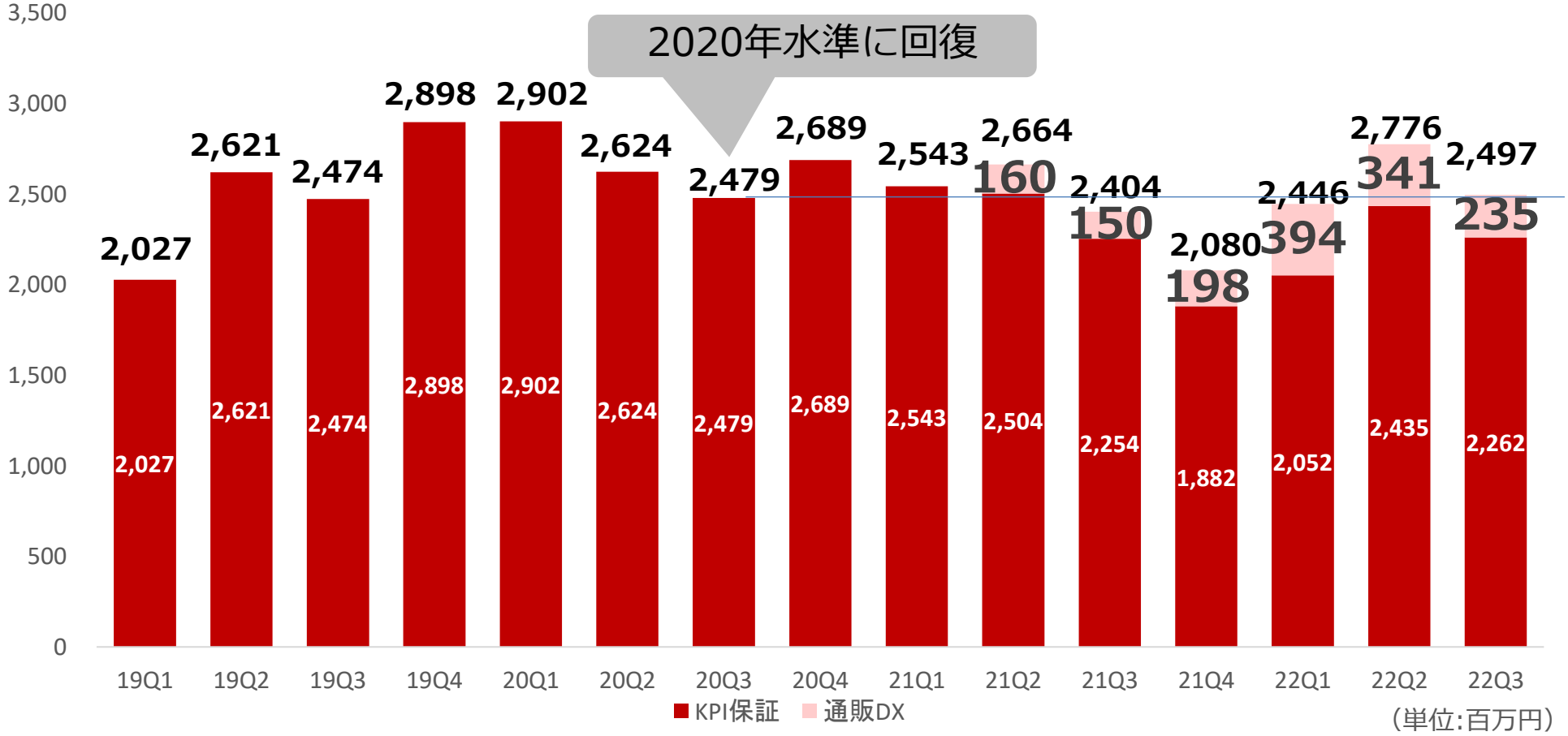
－連結売上総利益高推移－



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

売上推移（KPI保証・通販DX売上合算）

- KPI保証売上　Q3累計　6,749百万円　Q3累計前年比　92%
  通販DX売上　Q3累計 370百万円　Q3累計前年比 310%
- KPI保証サービスへの規制強化による影響は依然継続も、
  通販DXサービスと合わせることで回復傾向に



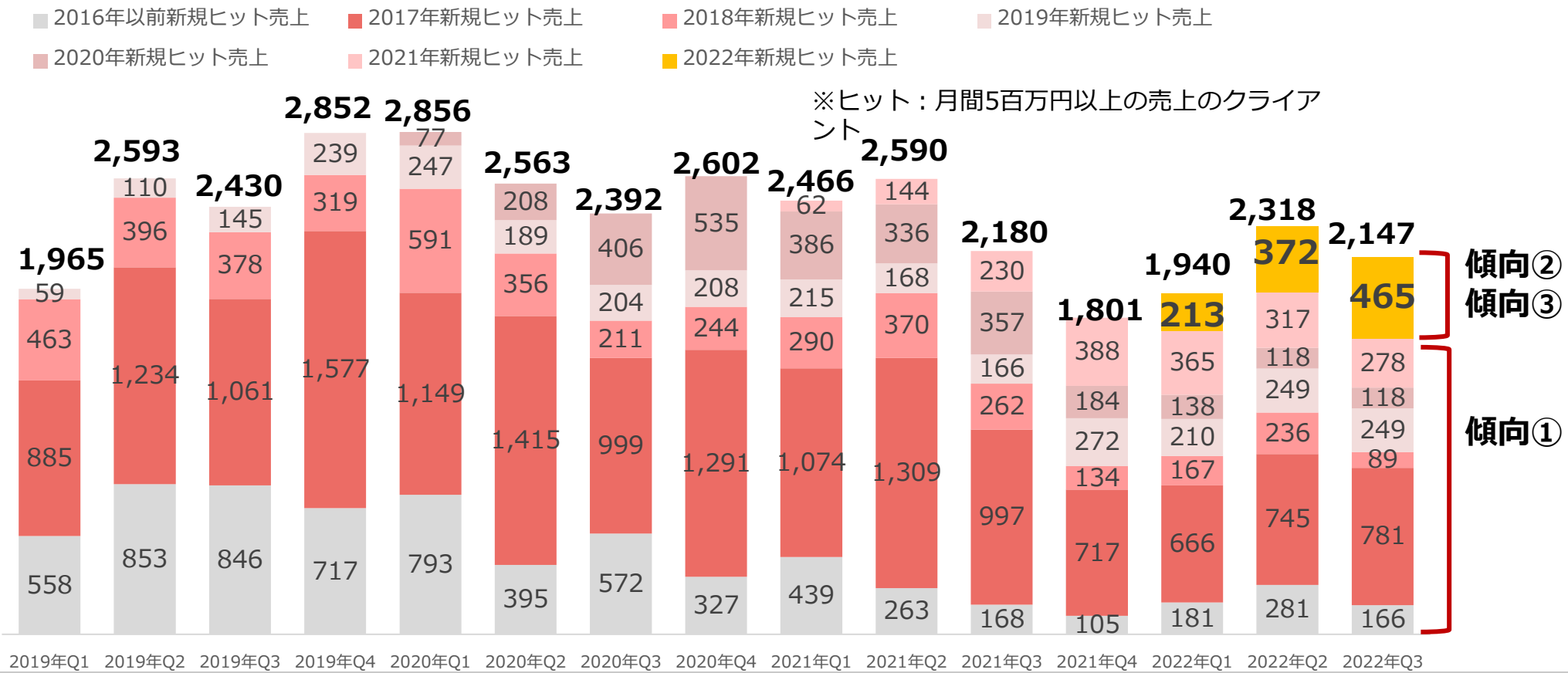
Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

ヒット商品売上内訳

傾向① H&B市場のD2C企業は苦戦。

傾向② 通販DXサービスとKPI保証を併用しているクライアントは好調、今後DX環境提案を加速

傾向③ 2022年Q1異業種（マーケティングDX）への展開を開始、異業種でのヒットも発生



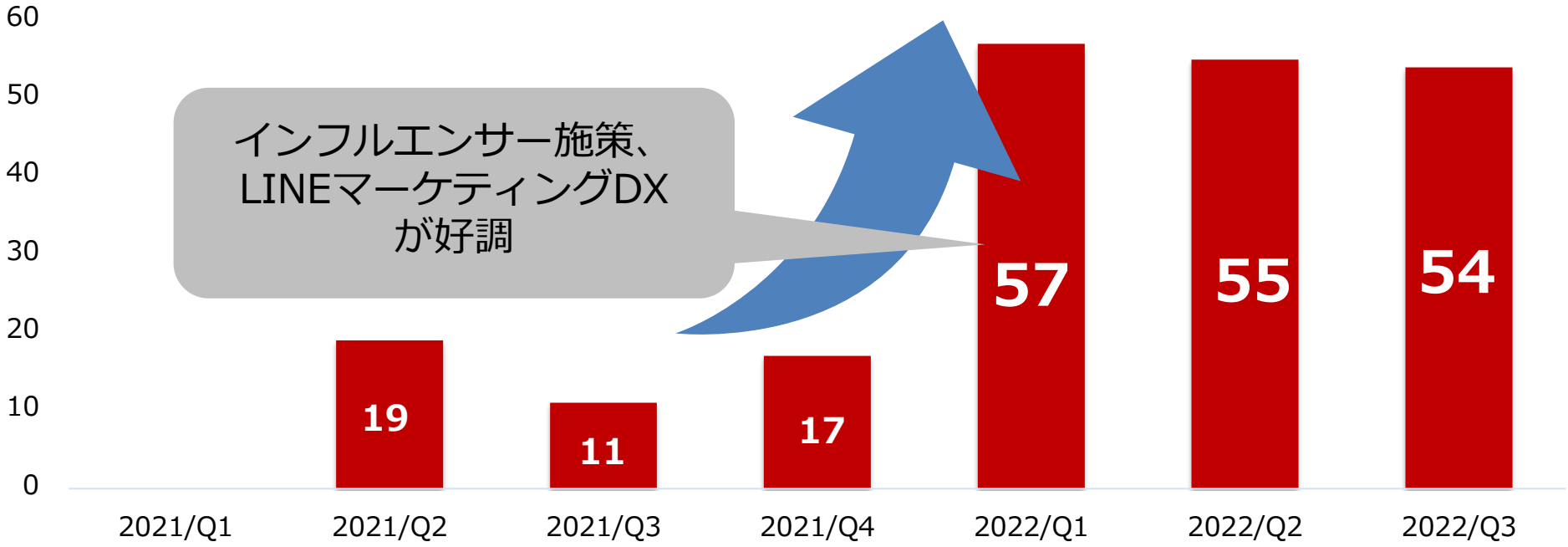
Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

通販DXサービスの推移

- ◆ ストック型のモデルが好調、継続率も安定
  →今後有料化　SaaSモデルへ
- ◆ 通販DX粗利　おおむね計画どおり
  2022年Q3累計 計画171百万円　実績167百万円（進捗率98%）
- ◆ 分析環境構築は納品タームが長く遅れが発生し、進捗率低下

通販DX粗利

単位：百万円

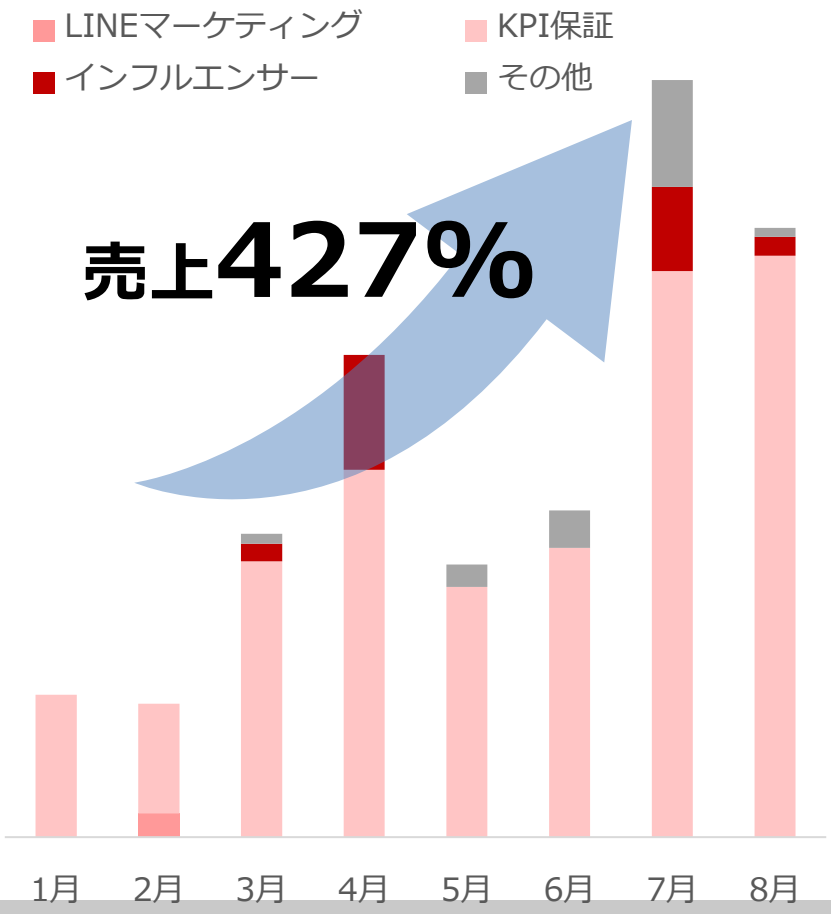


Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

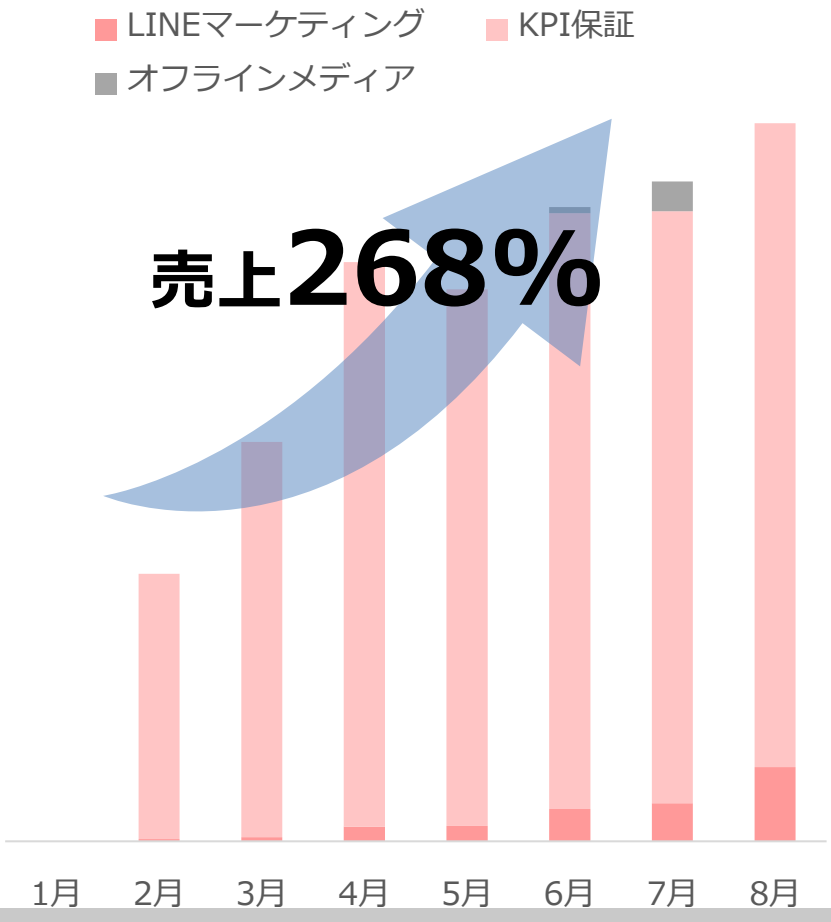
通販DXサービス　分析環境構築

◆ 分析環境の構築を推進、導入クライアントではKPI保証も拡大
◆ 一部導入に遅れが発生

A社売上推移



B社売上推移



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

トピックス 2．通販DXサービス

H&B市場での拡張　メディアへの注力

- ◆ 譲受したメディア「MOTEHADA」「OFFICE CASUAL CLOSET」からの受注拡大
- ◆ 美容医療クリニックやジムへのマーケティング支援が好調

ヘルスケア＆ビューティ市場においても
D2C企業への支援からクリニックや店舗系に拡大。
メディアからの拡大にも注力

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

異業種への展開

- ◆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
- ◆金融・人材・不動産を中心に受注は好調

マーケティングDXサービス

サービス毎に提供・分析が可能

デジタルコンサルティング（KPI保証）	
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

※赤字のサービスは今後展開予定

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

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

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

トピックス 5．新規事業

エンタメDX進捗

◆サイバースターポータル　システム大幅変更を実施中により遅延

プラットフォーム支援

- ライブ配信
  投げ銭・コマース
- ファンクラブ
- NFTモール
  2次流通含む
- ECサイト
- オンライン
  サロン
- サブスク
  サービス
- パーソナル
  トーク（対面型）
- ガチャ
  サービス

クリエイター支援

個人のDX支援

アーティストページに、ブログ、SNS、ニュースリリース、ライブコマース、EC等すべてを集約することが可能

**コアファン
マッチング**

会員制で、コアファンを囲い込むための機能を搭載

左記赤字の機能は随時アップしグランドOPENへ
2次流通など随時アップ予定＊遅れ有り

上記以外にも、著名俳優のファンクラブサイトの新規開設・運営、イベントの実施のほか、中国でのエンタメ拡大に注力

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

PIALA
Smart Marketing for Your Life

３.通期見通し

2022年通期計画

◆ ポートフォリオ変革→通販DXサービス、異業種展開（マーケティングDX）・新規事業の収益性アップ、再成長に向けた投資を継続

◆ 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	実 績	構成比
売上高	13,141	100.0%	112.5%	1,464	11,676	100.0%
営業利益	70	0.5%	―	206	-136	―
経常利益	30	0.2%	―	141	-111	―
当期純利益	16	0.1%	―	275	-259	―
EBITDA	213	1.6%	1,336.0%	198	15	0.1%

※売上高は収益認識会計基準を適用し、算出しております
※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。
※ 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

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

通販DXサービス　業務提携

◆株式会社ユナイテッドスクエアと業務提携

United Square

- ◆**「DUO」「CANADEL」「バルクオム」**等の化粧品ブランドのCM制作を担当した実績
- ◆「CM好感度ランキング（化粧品部門）」で1位獲得実績（CM総合研究所実施）
- ◆質の高いクリエイティブを保有

当社の通販DXサービスの一つである「CM-UP」と連携、クリエイティブの向上とサービスの拡充へ

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

新規事業

グローバル事業

◆ イオンモール中国が開催する日中国交正常化50周年記念事業「日中共創シンポジウム」をPG中国でフルサポート

◆ 基調講演とパネルディスカッションを実施を支援

パネリスト一覧

J!NS

IMMERSIVE CREATIONS 丽昂数字科技

SONY

力保健

MUJI 無印良品

美团

蔦屋書店 TSUTAYA BOOKS

AEON MALL

ロックダウン以降、低迷が続く中国での事業を多角化

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

新規事業

FASHION BRAND STAGE　主催

- ◆ 人気ファッション催事イベント「FASHION BRAND STAGE」をピアラが主催
- ◆ サイバースターで優先入場パスを販売や、ガチャ機能を活用したクーポンを配布

[BRAND] AZUL BY MOUSSY rienda RODEO CROWNS WIDE BOWL
MOUSSY titty&Co. archives LIPSERVICE
Style Lea ANAP LADYMADE Swankiss AnkRouge
DURAS Dolce Fiora BayBClub BELLE BELLA
Cheek FIG&VIPER SLY DOUX ARCHIVES and more...

※出展ブランドは予告なく変更になる場合があります。ご了承願います。本DM掲載ブランドロゴ等の無断複写（コピー）、複製、転載を禁じます。

11月11日～13日
12月22日～24日

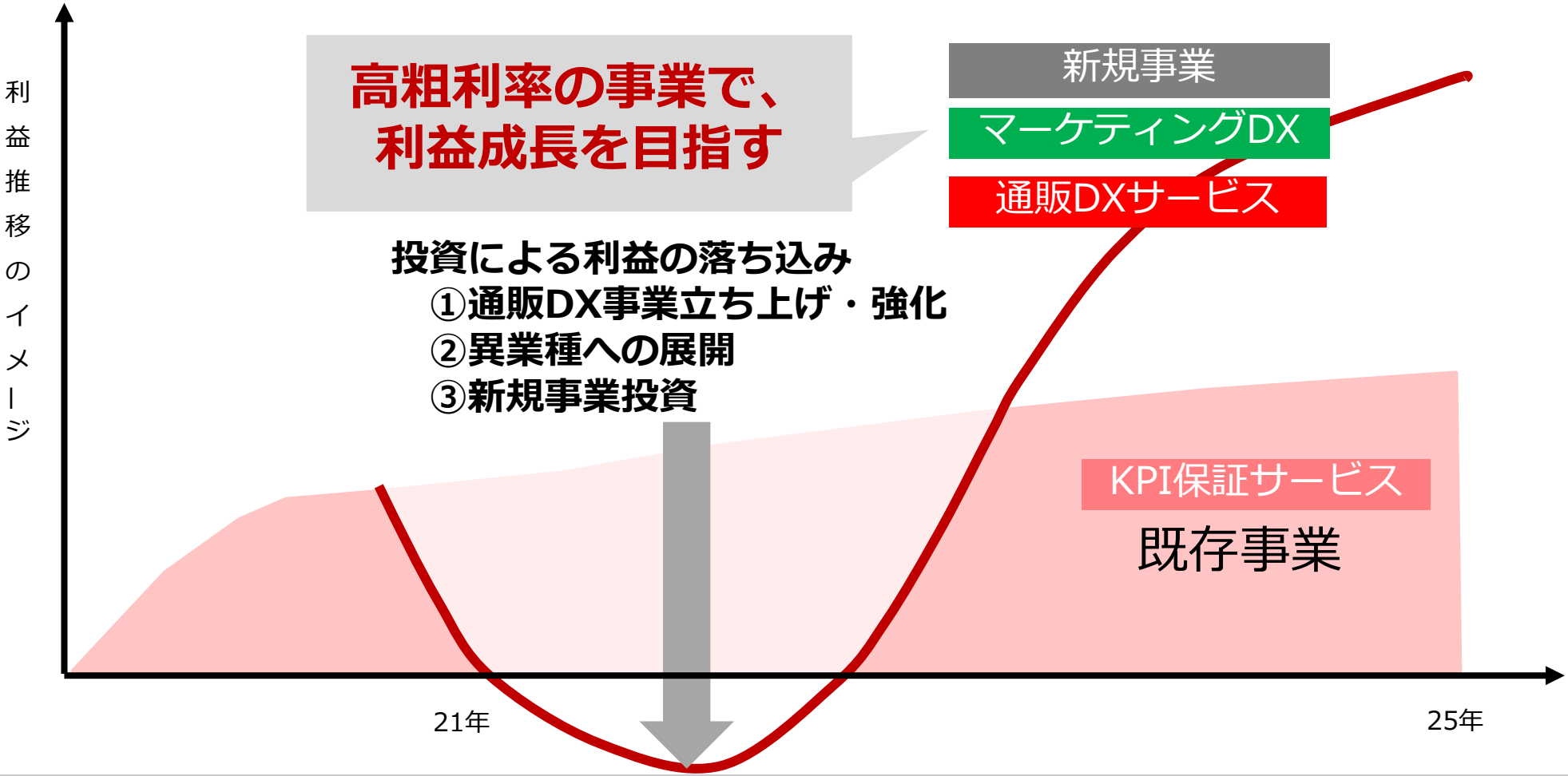
開催決定

サイバースターと連携　EC、ライブコマース等の導入や公式LINEでの顧客の囲み込みを実施

Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

成長のイメージ

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。新戦略は従来より粗利率の高いモデルの為、既存事業の回復を見込みつつも、新たな成長軸を作り第２成長期を目指す。



Copyright (C) PIALA Inc. All rights reserved.

PIALA
Smart Marketing for Your Life

4. 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　　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。

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。