



2023年12月期通期 決算補足資料

株式会社ピアラ（東証スタンダード市場 7044）
2024年2月13日

アジェンダ

- 1 2023年12月期通期決算概要**
- 2 現状の分析と対応**
- 3 2024年12月期通期見通しと戦略**

ご参考資料



1. 2023年12月期通期 決算概要

トピックス

項目	詳細	評価
1. KPI保証	◆ 予算増加したクライアントや、一時取引停止したクライアントの回復などが発生したが、それ以上の予算縮小や既存・新規クライアントの拡大の遅れにより厳しい状況	×
2. 通販DX	◆ one moveとの連携によりフルファネルで一気通貫の施策を共同提案し、受注数は増加 ◆ 予算増加により売上、利益共に増加	○
3. 異業種展開 (マーケティングDX)	◆ 社数は堅調に増加するも単価が低く、一部クライアントの減少分をカバーできず ◆ 人材投資を先行して行った結果、販管費増加	×
4. 子会社（国内外）	◆ P2Cが12月単月黒字化達成 ◆ one moveはPMIに注力したことで、想定よりも利益減少	△
5. 新規事業	◆ VTuber「音狼ビビ」は徐々に認知拡大 ◆ 「良朝丸※」は実店舗約1,200店舗にて順次販売開始、初月売上は計画比200%越えと好調	○

※ 販売名：レイスターズ

前期比及び業績予想

- ◆ 取引社数は増加しているものの、大型クライアント及び新規クライアントの顧客単価が依然として低く、売上高は前年同期比23.0%減
- ◆ 会計基準に基づいた減損損失（221百万円）及び投資有価証券評価損（29百万円）等の計上が、さらに当期純利益に影響

連結PL (単位：百万円)	2023年通期 (累計)		2022年通期 (累計)		前期比	通期業績予想		進捗率
	実績	構成比	実績	構成比		業績予想	構成比	
売上高	9,064	100.0%	11,775	100.0%	77.0%	9,244	100.0%	98.0%
営業利益	-383	—	-110	—	—	-355	—	—
経常利益	-423	—	-131	—	—	-325	—	—
当期純利益	-982	—	-232	—	—	-729	—	—
EBITDA	-310	—	30	0.3%	—	-255	—	—

※ 業績予想は2023年11月14日発表の当社決算短信において開示しております。

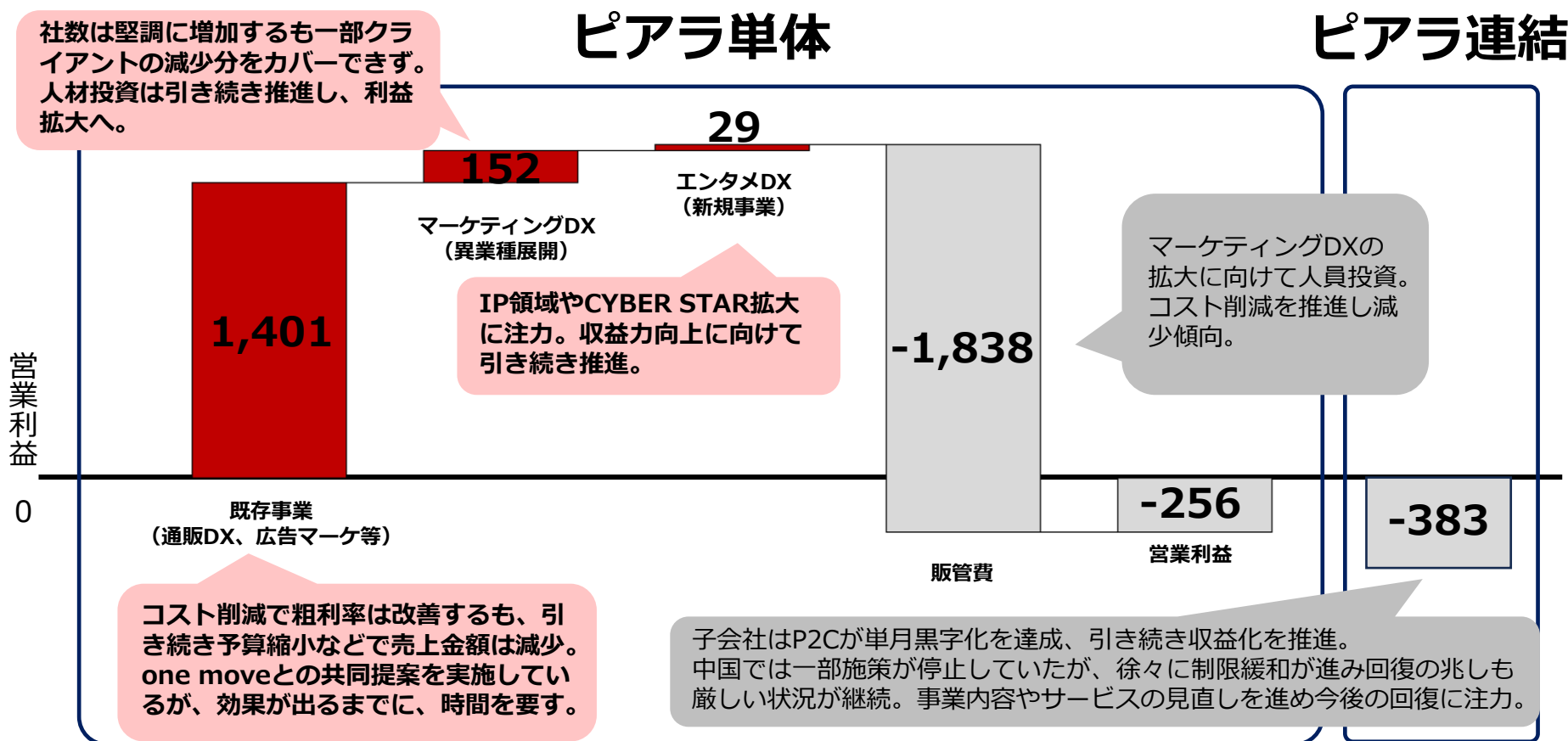
※ 当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益となります。

※ 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

営業利益分析（2023年1-12月累計）

- ◆ ピアラ単体では、一部クライアントで予算増加があったものの、それ以上の予算縮小や既存・新規クライアントの拡大に遅れ
- ◆ ピアラ連結では、事業内容やサービスの見直しを進め、黒字化に向けて回復施策に注力

（単位：百万円）



連結貸借対照表

- ◆ 既存保有資産の見直しを行うことで経営資源を効率化
- ◆ オーガニック成長だけでなく、M&Aを通じた成長にも注力
- ◆ 上記による資産ポートフォリオの最適化と自己資本比率の改善を推進

(単位:百万円)

	2022年12月末	2023年12月末	増減額
流動資産	3,805	3,057	-747
固定資産	1,053	485	-567
有形固定資産	108	0	-107
無形固定資産	229	66	-162
投資その他の資産	716	418	-297
資産合計	4,859	3,543	-1,315
流動負債	2,870	2,751	-118
固定負債	378	208	-169
負債合計	3,248	2,960	-287
純資産合計	1,610	582	-1,027
負債純資産合計	4,859	3,543	-1,315

連結売上/連結売上総利益 年間推移

- ◆ マーケティングDX事業は取引社数が堅調に推移しているものの、一部クライアントの取引停止分をカバーできず
- ◆ 通販DX事業はone moveとのシナジーも現れ、発話を促すバズマーケティングの予算増額をするクライアントが複数社あること及びコスト削減の効果により回復傾向
- ◆ 子会社はP2Cが単月黒字を達成するも、中国及びタイの不調により子会社全体としては回復が鈍化

連結	累計（1-12月）		第4四半期（10-12月）	
	実績 （百万円）	前年同期比 （%）	前年同期比 （%）	前四半期比 （%）
連結売上高	9,064	77.0	72.0	93.9
連結売上総利益	1,767	81.9	73.5	105.0
連結営業利益	-383	-	-	-



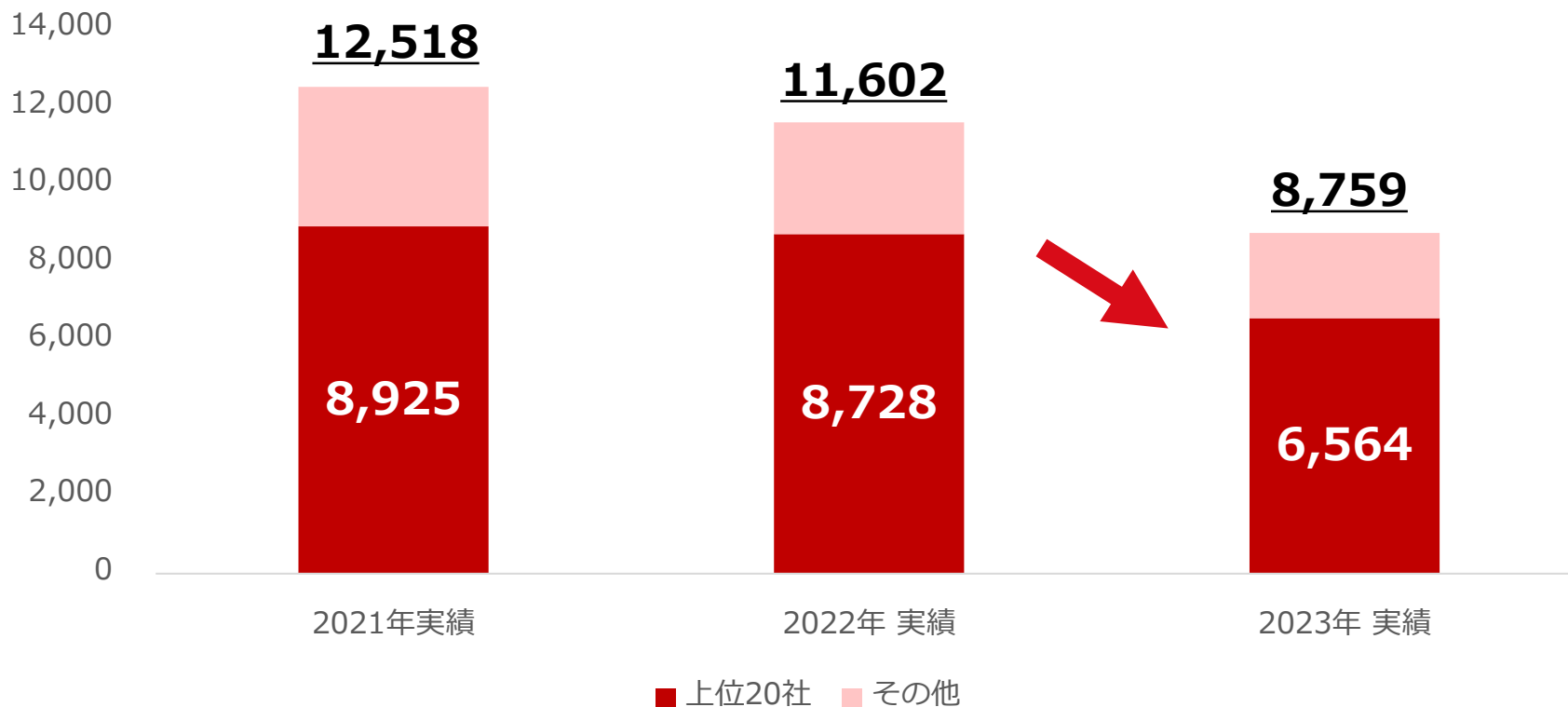
2. 現状の分析と対応

上位クライアントの動向

- ◆ 2023年予算の未達は上位クライアントにおける取引の一時停止や予算縮小などが売上の鈍化に影響

ピアラ単体の売上構成

単位：百万円



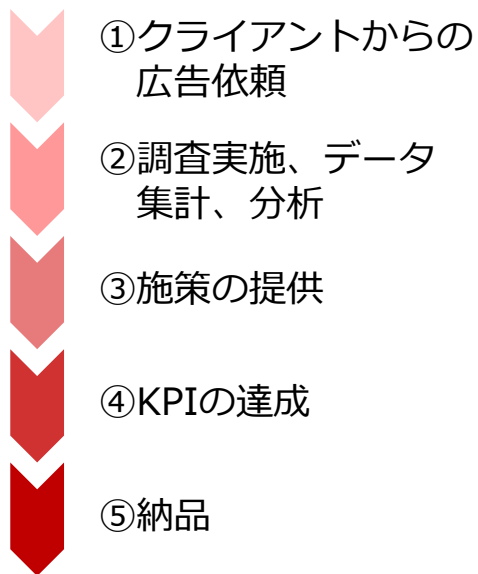
※上位20社の売上金額は収益認識基準適用前の金額

上位クライアントの動向

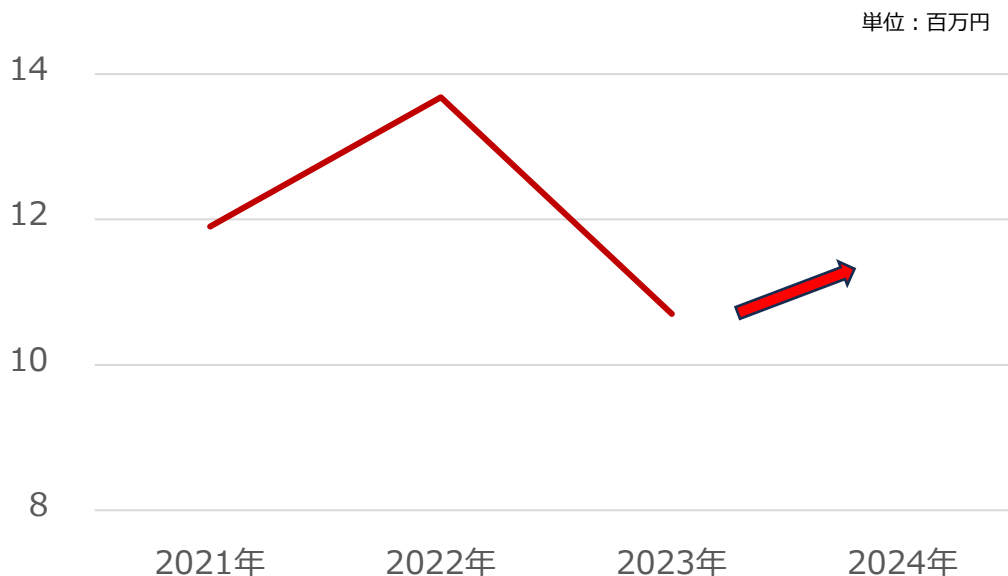
◆ 売上悪化の要因としての納品力※1の低下と対応

- ▶ 2023年の既存クライアントとの取引高低迷は、当社の成果報酬型広告における納品の効率性低下が1つの要因
- ▶ 規制の強化、広告費用の上昇による顧客獲得コストの増大に起因
- ▶ 納品の効率性を高めるために新たに社内外のリソースを活用したクリエイティブの強化、広告費をかけない施策の導入等により納品力の向上を推進中

▶ 納品までのプロセス



▶ 2023年における1人当たり納品金額※2の推移



※1：成果報酬型広告において顧客のKPIを達成するまでの効率性

※2：担当者1人当たりの月次の納品額

再成長のための主力課題

◆ 「発話」を活用したSNSを介して売上を強化する『SNSellマーケティング※』と新規事業による再成長を促進

※SNSellマーケティングについてはP24参照

成長力の強化

通販DX

成長軸の
発話マー
ケティングにより
顧客獲得
コストの
低下



納品力の向上

KPI保証

マーケティングDX

規制強化やコスト増以上に、クリエイティブや運用の最適化が進まず、納品できていない状態を受けて、体制変更や人員投資などで対応



顧客単価の向上

市場環境の変化などに起因する顧客あたりの単価の低迷に対してマーケティングDXを中心としたクロスセル受注の強化等に対応



事業の強化

新規事業

P2C事業：「ブランド数 X 店舗数 X EC」の強化にてさらなる成長

エンタメ事業：収益性の効率化と領域の拡大にてさらなる成長



3. 2024年12月期通期見通しと戦略

2024年通期計画

- ◆ 落ち込みが続いていた2023年の上位20社が部分的に反転して、予算増等で回復の見込み
- ◆ 今期仕込んだ既存事業の成長とマーケティングDXの成長&クロスセル
- ◆ one moveを含めた子会社及び自社事業の成長を促進

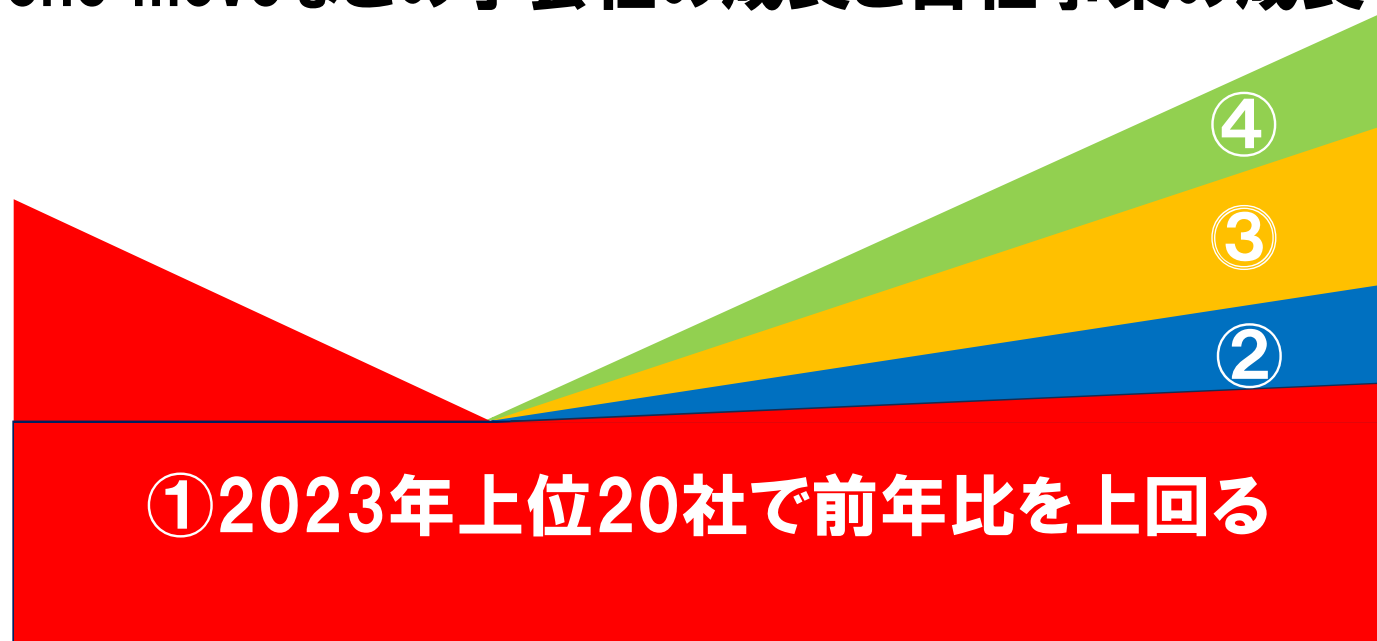
連結PL (単位：百万円)	2024年通期				2023年通期	
	計画	構成比	前期差異	前期比	実績	構成比
売上高	12,283	100.0%	3,218	135.5%	9,064	100.0%
営業利益	165	1.3%	549	—	-383	—
経常利益	142	1.2%	566	—	-423	—
当期純利益	97	0.8%	1,080	—	-982	—
EBITDA	164	1.3%	474	—	-310	—

※ 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

2024年のV字回復ロジック

- ① 大型クライアントの落ち込み継続から2023年の上位20社の落ち込みが止まり反転へ
- ② 2023年新規クライアントや既存クライアントの成長と2024年新規クライアント
- ③ マーケティングDXの社数成長
- ④ one moveなどの子会社の成長と自社事業の成長



2022-23年

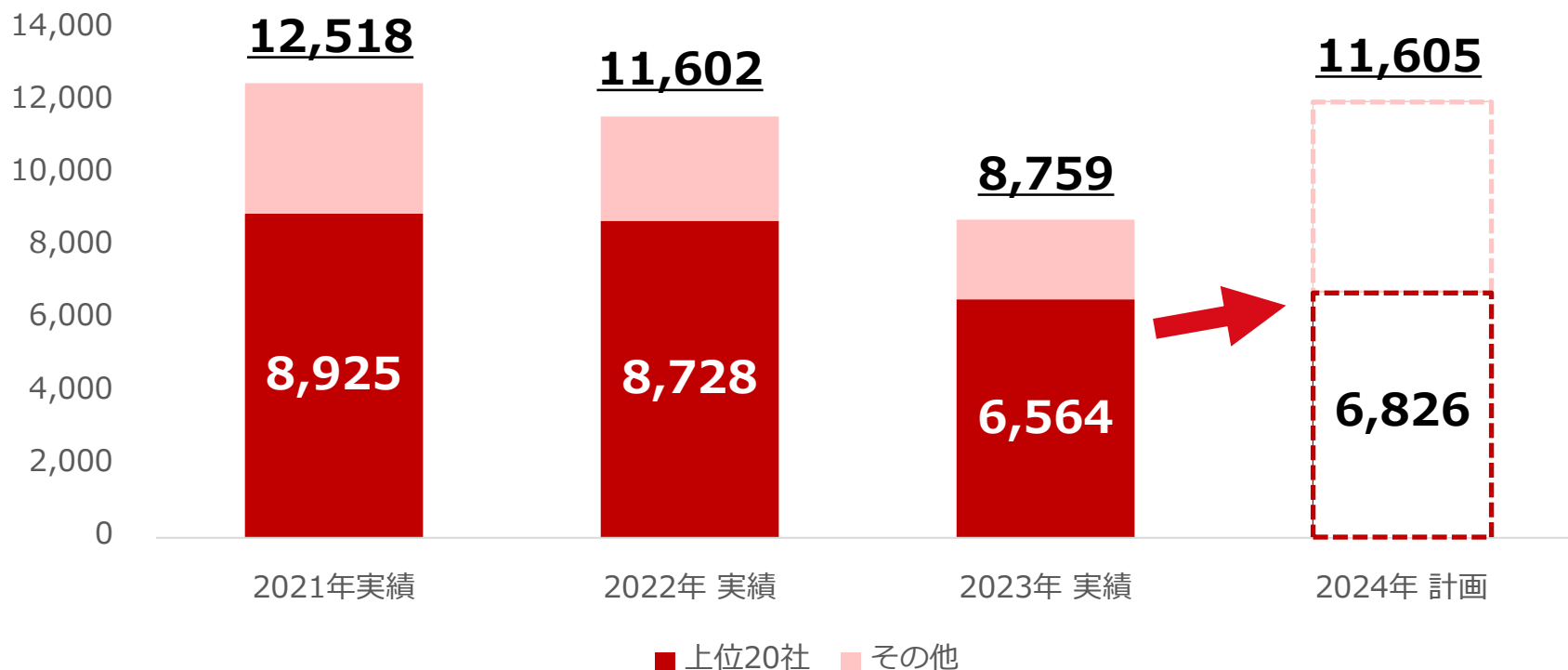
2024年

上位クライアントの動向

- ◆ 2023年までの上位クライアントの落ち込みは今後回復見込み
- ◆ 市況環境の改善傾向や取引再開を含むクライアントとの関係の再構築により、予算増へ
- ◆ 納品力強化等の課題改善により、回復の見込み

単位：百万円

ピアラ単体の売上構成



※上位20社の売上金額は収益認識基準適用前の金額

大型クライアントの状況

◆ 主力5社が反転し上昇する予定

クライアント	業種	状況	取引動向
A社	D2C	▶ 取扱商材に関して、新たに追加で案件を受注見込み	
B社	D2C	▶ 取扱商材に関して、一部商材のブランディングから受注見込み	
C社	D2C	▶ 一時取引停止も取引復活による予算増加 ▶ 新たに案件受注見込み	
D社	D2C以外	▶ これまでの当社との取引実績を基に予算獲得を推進	
E社	D2C	▶ 当社の運用する商材は注力商材でもあり更なる予算増加見込み	

納品力の強化

- ◆ 規制やコスト増以上にクリエイティブや運用の最適化が進まず、納品できていない状況や異業種へのスキルが不足
- ◆ 体制変更、人員投資及びAI活用等を行い納品力の強化を図る
- ◆ M&Aにより、異業種を含めたスキルの高いメンバー増で基礎的な納品能力を向上させ、納品力の成長を促進



納品力の強化

- ◆ ジョシュアツリーとの連携により納品力を向上
- ◆ 2023年11月10日、ジョシュアツリー株式の取得を前提とした、基本合意書を両社で締結
- ◆ 業績悪化の1つの要因であるクライアントへの納品効率低下の改善策となることなどを見込む



名 称	株式会社ジョシュアツリー
所 在 地	東京都目黒区目黒 1-4-18
代 表 者	代表取締役 小嶋 秦我
事 業 内 容	マーケティングコンサルティング事業 広告代理事業（及び運用代行業務）
設 立 年 月 日	2018年11月1日

納品力の強化（AI活用）

- ◆ AI（ChatGPT）を活用することで、各個人のスキルや経験に依存することなく、社内にノウハウを蓄積して再現性を高め、業務効率化及び質の向上を目指す
- ◆ 当社のマーケティングプラットフォーム「ナレシエア」にChatGPTを搭載した社内向けサービスを正式導入。2024年に機能追加予定

機能

- ▶ ターゲットの分析
ナレシエアに蓄積してきたデータ及び、事前情報、前提情報をインプットさせることで、AIがターゲットユーザーの属性情報やインサイト、訴求の方針などの案を作成。これにより、ターゲットユーザーの特性をより正確かつ詳細に把握することが可能。
- ▶ 記事コンテンツ作成
記事コンテンツに入れたい内容や、参考にしたいWEBページのURLを入力すると、AIがターゲットの特性に基づいて、最適なコンテンツを自動生成。これにより、ユーザーの興味・関心に合わせたコンテンツを効率的に提供することが可能。
- ▶ 画像の作成
作成画像に含めたい要素やアイデアを入力することで、画像の生成が可能。生成した画像のサイズ変更、切り抜き、背景変更も可能で、バナー広告を効率的に生成可能。

※AIで生成した画像

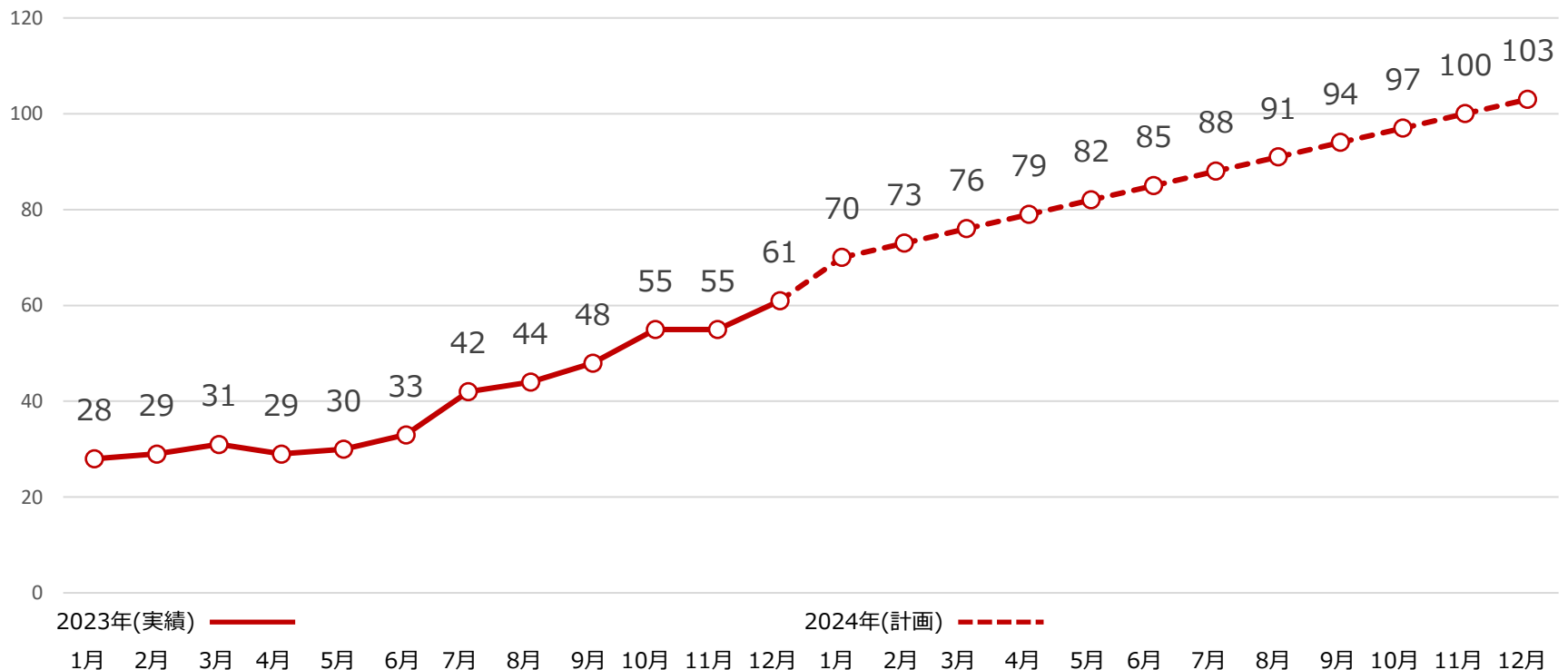


- ▶ 画像生成の要素
テイスト：映画風
生成内容：30代女性、明るい屋外で立っている、後ろ姿、腰までの長さの髪
除外内容：帽子

マーケティングDX事業の成長

- ◆ 人材・不動産・医療分野を中心に着実に稼働社数が増加
- ◆ 成長領域に人材を集中させ、異業種展開をより強化
- ◆ 今期はクロスセル受注に注力し顧客単価を向上することで、更なるポートフォリオ分散と売上拡大を目指す

マーケティングDX事業の稼働社数推移

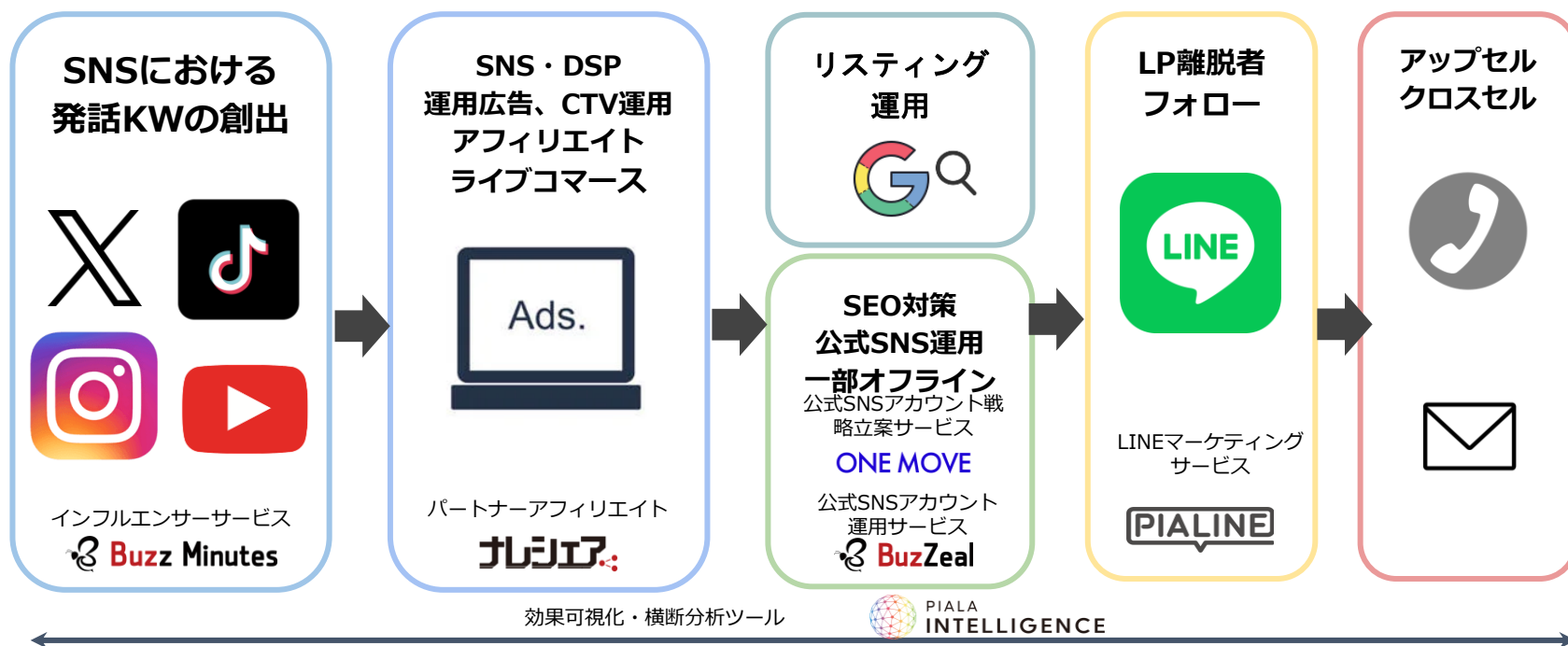


マーケティングDX事業の顧客単価向上

◆ マーケティングDXによるクロスセル受注の促進

- ▶ ナレシエア、SEO・MEO、バズマーケティング、PI等の複数のサービスを連動して販売することで、手数料収入の増加を目指す。
- ▶ 2024年からクロスセルの稼働を開始し、足元の受注も堅調に推移。

複数の事業領域



全体的な顧客単価の向上

◆ 昨年子会社化したone moveとの連携によるクロスセル受注の拡大

ピアラグループに参画後、認知から顧客獲得まで一気通貫のバズマーケティング施策をクライアントへ共同提案。提案の幅がフルファネルに拡張したことで、取引単価が高い案件を受注しており、今後も受注数増加を目指す。SNSell（SNSで発話を促し売上を向上させる）に最注力していく



※ 子会社化したone moveとの連携により通販DXの粗利はM&A前に比較し粗利が82%上昇

SNSellマーケティングとは

- ◆ 昨今の広告効率の悪化やコスト増により、広告だけではマーケティングの最適化が困難
- ◆ 広告費用をかけずにターゲットにリーチし、正しく共感・理解できるかがカギ
- ◆ 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
- ◆ マーケティング全体コストの最適化を目指し、グループ全体で**最注力**

支援戦略_strategy



事実：SNS発話量 = 売上と相関

戦略：意図的に発話量を上昇させる

分析：PIALA INTELLIGENCE for Buzz

結果：PRに留まらない売上波及

Direct responseに固執しない

SNSell戦略

支援戦術_tactics

SNSell集団  **Buzz Create**

SNS公式運用代行 インフルエンサー LIVEコマース

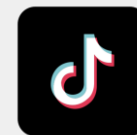
 **Buzz Zeal**

 **Buzz Minutes**

 **Live Buzz**

独自スコアリングロジック 
独自発話あと売上相関分析 

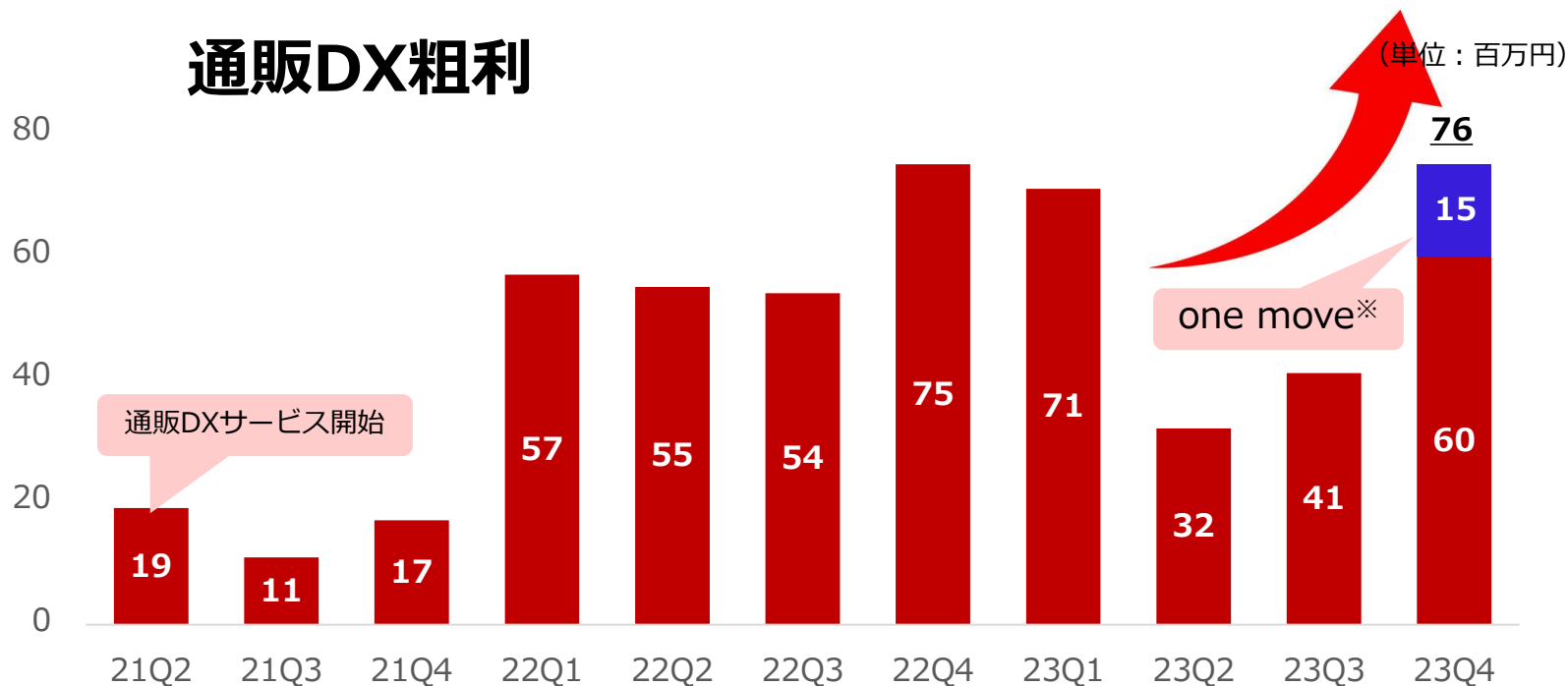
主要SNS全網羅



SNSellマーケティングの強化

- ◆ 通販DX粗利 Q4進捗率約52% 前Q4比約102%
2023年Q4 計画149百万円 実績76百万円
- ◆ 当初の計画に縮小予定のオフラインDXが含まれていること、その他の領域で不足分をカバーできていないことで計画は未達成
- ◆ Q3比では自社成長+one moveのSNSell（バズマーケティング）関連の利益を計上したことで急速に増加

通販DX粗利



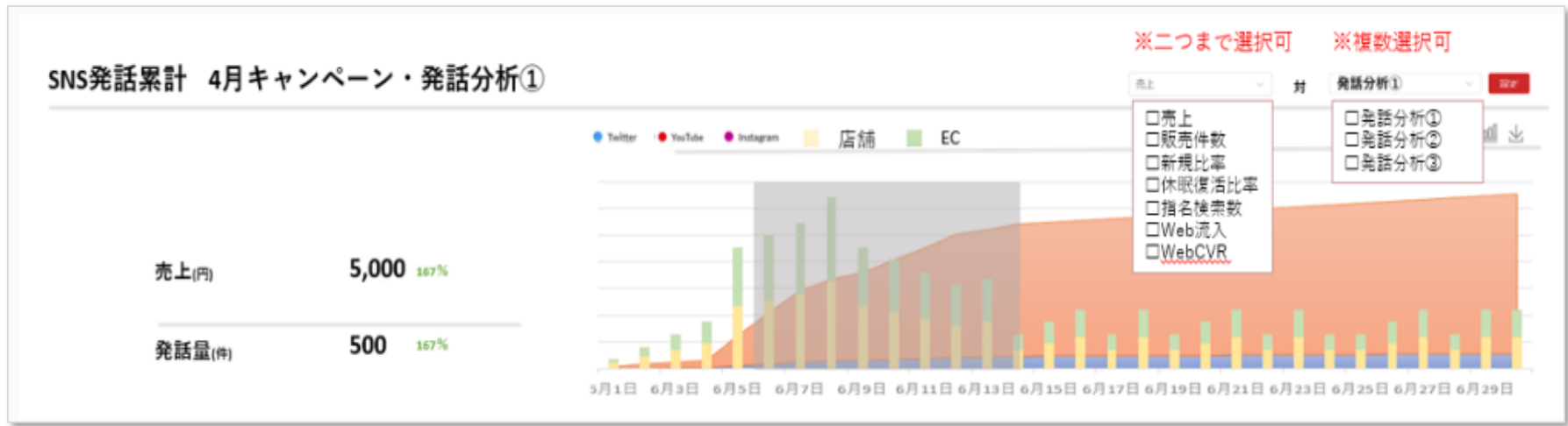
※ 連結によりone moveの業績(8-12月)5ヶ月分を取り込み

「PIFB」の提供開始



PIALA
INTELLIGENCE for BUZZ

- ◆ インフルエンサー等のSNS施策効果の数値化に特化した「PIALA INTELLIGENCE for Buzz」の提供を開始
- ◆ SNS発話量×売上の相関分析を行いPDCAを繰り返すことにより、クライアント独自の予測モデルを構築。
SNSで売るSNSellマーケティングの根幹ツールへ
- ◆ 定量的な効果測定が難しいSNS施策を独自のスコアロジック「Influence」を使ってスコア化し、効果的な施策提案が可能
- ◆ SNSを通じて認知から共感理解、売上アップまでを一気通貫で実施



インフルエンサー施策×各SNSでの発話量と売上(店舗&EC)の相関分析データ

P2C（新規事業）

- ◆ 料理研究家・YouTuberのリユウジさん監修のもと、指定医薬部外品「良朝丸」※を(株)P2Cより販売開始

※ 販売名：レイスターズ

- ◆ 2023年12月中旬からドラッグストアなど、約1,200店舗で販売を順次開始し、当初計画比200%と売上好調、単月黒字化を達成

- ▶ 伊藤忠商事株式会社と業務提携している、韓国コスメ「TONYMOLY」は、「Qoo10」をはじめとするECモール、公式オンラインショップや実店舗で販売中。店舗拡大と商材増加で売上UPへ



- ▶ ウルソデオキシコール酸を承認基準の最大量（60mg）配合※

※健胃清涼剤製造承認基準の最大量配合
承認基準とは審査の透明性の確保を図るため、厚生労働省が定めたもの

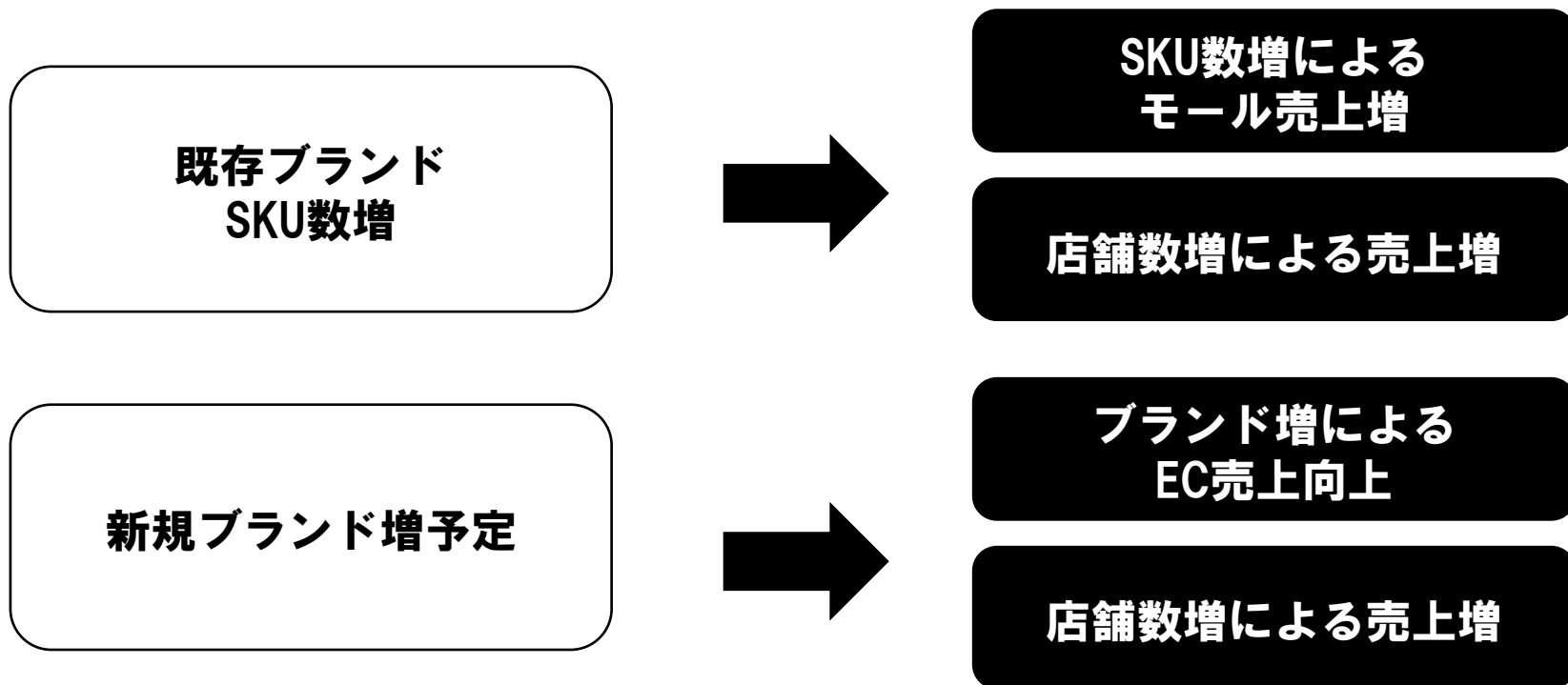
- ▶ その他にもウコン末、ニンジン末、シヨウキョウ末、センブリ末を豊富に配合

- ▶ 効果効能

食べ過ぎ又は飲み過ぎによる胃部不快感及びはきけ（むかつき、胃のむかつき、二日酔い・悪酔のむかつき、嘔気、悪心）

P2C（新規事業）

- ◆ TONYMOLY：新シリーズを含めてSKU（品数）を増加
- ◆ TONYMOLY以外：2024年に新商材（ブランド）を追加予定
- ◆ 「ブランド数×SKU数×店舗数増加」による売上増加及びSNSellマーケティングの実行による投資対効果の向上
- ◆ グループシナジーを活かして、売上の最大化へ



エンタメ事業（新規事業） 独自IP拡張

- ◆ 5社共同※で新規IPプロジェクト「らぶフォー」の製作委員会を立ち上げ
※SHOWROOM株式会社
株式会社ポニーキャニオン
株式会社エースクルー・エンタテインメント
株式会社 AOI Pro.
株式会社ピアラ
- ◆ 12月に舞台×LIVEの新感覚ステージを開催。今季CDデビュー及びLIVE展開を予定
- ◆ 自社開発の新規IPとして第1期生VTuber「音狼ビビ（ねろうびび）」が2023年12月12日にYouTube配信デビュー。初月から収益を計上。
- ◆ 今後コラボや活動範囲を広げ成功パターン創出へ



©2023 らぶフォー製作委員会



エンタメ事業の成長性

- ◆ メガクリエイターを中心に収益向上が進んでおり、2024年に黒字化の見込み
- ◆ 短期的にサポート領域を増やして成長を加速させ、クライアントとなるミドル・マイクロクリエイターの増加へ

メガクリエイター (注力)

個人で活動し、大規模なファンコミュニティを持つ、知名度の高い歌手、タレント、ユーチューバー、トップインフルエンサーなど。メジャーIPも含む。

ミドル・マイクロ クリエイター

小～中規模の経済圏を持つ個人クリエイター。クリエイターエコノミーの中心であり、今後の新規参入も多く見込まれるため、パイとしては大きい。

短中期的

現在中心となっているコア売上
→システムだけでなく全方位サポート拡張
収益の向上

中長期的

今後指数関数的増加を目指してシステム改良及びコンテンツ連携強化

エンタメ収益性向上に向けた業務範囲の拡大

- ◆ メガクリエイターのニーズに応えられるハイクオリティかつ広範なサポート体制を構築
- ◆ それぞれのサービスを部分的に利用することも可能
- ◆ 2024年に共催イベントを開催予定

コンサート・イベント企画制作/運営

コンサート、展示会、ファンミなど、多様なイベントの企画制作～運営を行います。スタジアムクラスからライブハウスまで、あらゆる規模に対応。

オンラインくじ

オンラインくじを使ったリアル及びデジタル景品によるECサービスを展開

グッズ制作

企画からグッズを開発。国内外の独自のネットワークと厳格な検品体制にて低コスト・短納期・高品質を実現し、需要を獲得。

ファンクラブ運営

プラットフォームの構築・提供のみでなく、コンテンツの企画や運営もサポート。クリエイターの負担を軽減しつつ、会員のLTV増につながる運営で利益を最大化。

EC構築・運用

ECサイトの構築から、ロジスティック業務全般、マーケティングまでワンストップで対応。販売計画や、集客～CRMまで踏み込んでサポートし、利率の高いモデルに。

ライブ配信

オンラインイベントの配信から、1対1のパーソナルトークまで多様に展開。視聴チケットやギフティング（投げ銭）にて収益化。

広告・マーケティング支援

D2C事業者を中心とした実績や蓄積されたデータを活かし、広告やSNS運用、タイアップなどもサポート。

海外進出支援

中国、ベトナム、タイの子会社と連携。ECやSNSの運用、現地での興行の開催にも対応。

商品開発（P2C支援）

クリエイターの独自ブランド展開を支援。化粧品、食品、アパレルなど、多様なカテゴリにて、商品開発が可能。マーケティング、流通との交渉等も。

独自IPの展開

独自IPの開発、および有力な外部IPへの出資。収益化を目指した育成を図る。

各領域のプロフェッショナルと連携し、クオリティを維持しつつ業務領域を拡大

株主還元

- ◆ 2023年12月期の業績を鑑み、誠に遺憾ではございますが無配とさせていただきます
- ◆ 2024年12月期は業績回復を最優先とし、実績を基に下期以降に決定する予定

	2023年 (実績)	2024年 (予想)
期末配当	0円00銭	未定



PIALA
Smart Marketing for Your Life

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

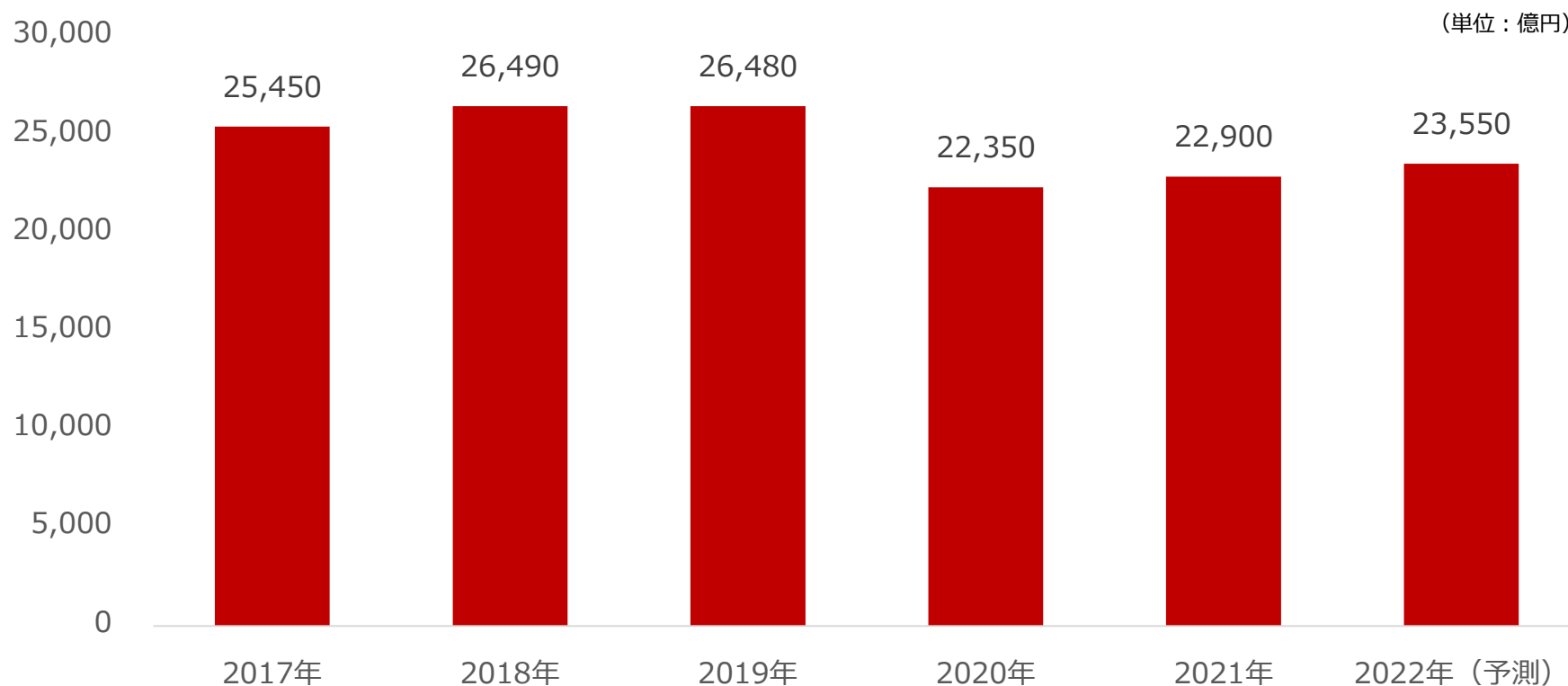
攻めのイノベーション

ピアラグループは進んでいきます



国内化粧品市場

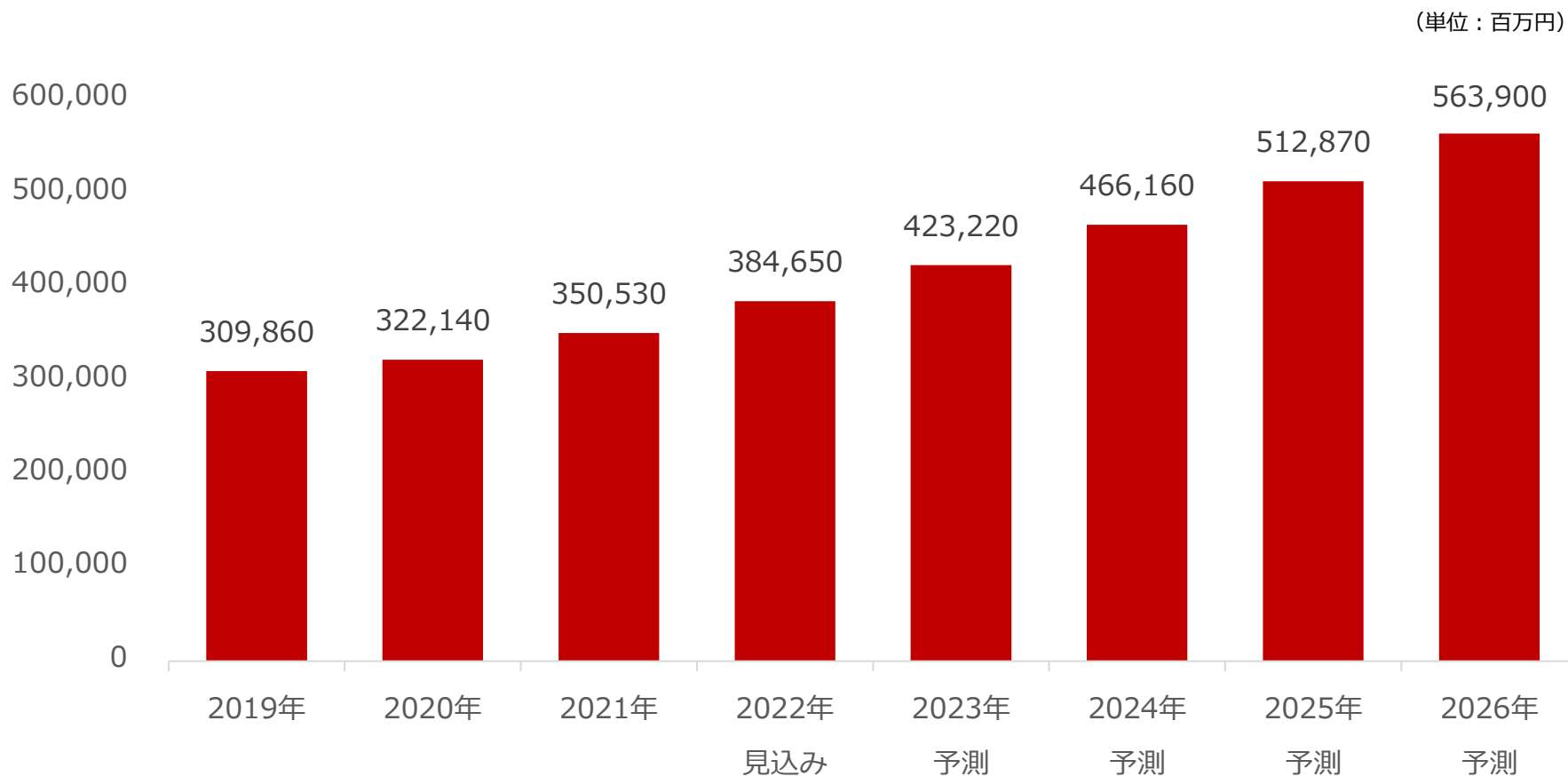
- ◆ 2020年以降は新型コロナウイルスの影響で縮小したものの、回復傾向
D2Cに限らず幅広くビューティ市場を攻略予定



出典：株式会社矢野経済研究所

国内アフィリエイト市場

- ◆ オンラインサービスの分野が大きく成長
- ◆ 景表法に基づく指針が改定され、悪質な広告や事業者が排除されることで、中長期的には成長促進



出典：株式会社矢野経済研究所

DX市場

- ◆ 国内DX市場は2030年には3.8倍になる見込み
- ◆ ピアラの独自DXやSaaSで積極的に業界単位で市場にアプローチ

	2020年度	2030年度予測	2020年度比
製造	1,620億円	5,450億円	3.4倍
流通／小売	441億円	2,455億円	5.6倍
金融	1,887億円	6,211億円	3.3倍
医療／介護	731億円	2,115億円	2.9倍
交通／運輸	2,780億円	1兆2,740億円	4.6倍
不動産	220億円	970億円	4.4倍
自治体	409億円	4,900億円	12.0倍
社会インフラ／建設／その他業界	499億円	2,078億円	4.2倍
営業・マーケティング	1,564億円	4,500億円	2.9倍
カスタマーサービス	410億円	802億円	1.9倍
コミュニケーション	760億円	2,290億円	3.0倍
戦略／基盤	2,500億円	7,446億円	3.0倍
合計	1兆3,821億円	5兆1,957億円	3.8倍

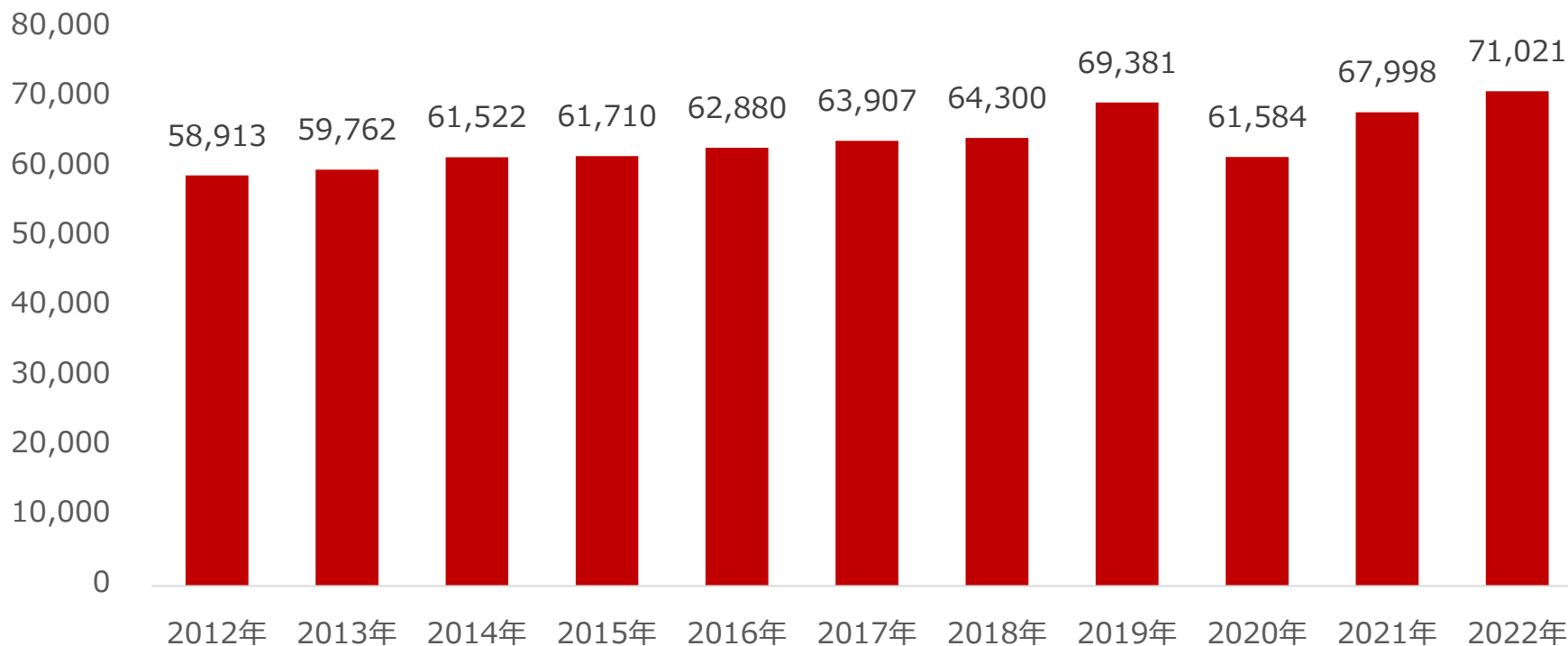
出典：株式会社富士キメラ総研

マーケティング市場

- ◆ コロナの影響で一時市場は縮小するも、2022年過去最高を記録
- ◆ インターネット広告は好調で、3兆912億円と前年比14.3%増
- ◆ ブランディングからマーケティングMIXで領域拡大を狙う

日本の総広告費の推移

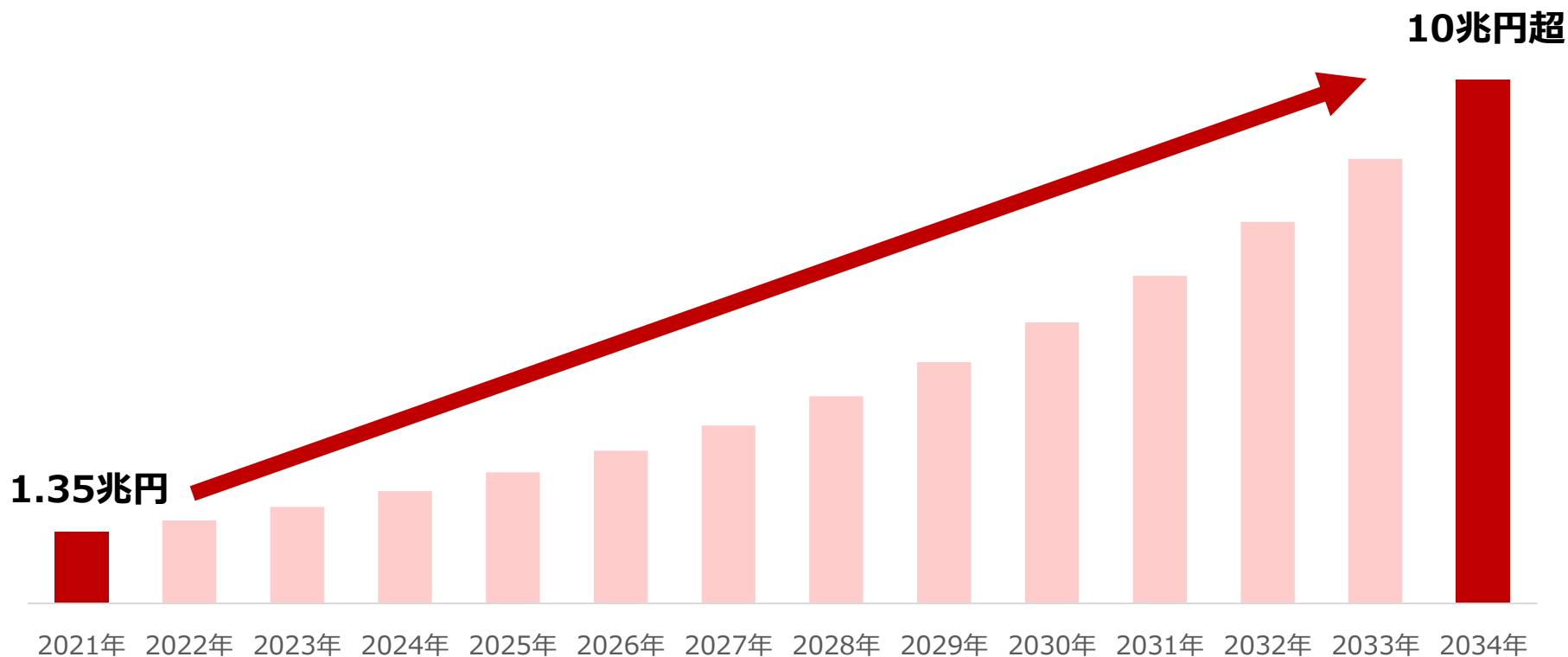
(単位：億円)



出典：株式会社電通「2022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：一般社団法人クリエイターエコノミー協会

クリエイターエコノミー…インターネット上で個人クリエイターが商品・サービスを提供し、収益を上げるデジタル市場

沿革

- 創業 **2004年** ● 広告代理事業・プロダクション事業開始
-  **2008年** ● ECシステム・クローズ型アフィリエイトASP提供開始
-  **2012年** ● AI搭載マーケティングツール提供開始
タイ子会社設立 海外進出支援サービス開始
-  **2013年** ● 中国子会社設立
- 2014年** ● 国内子会社設立
- 2016年** ● 第2創業期
KPI保証サービス提供開始
- 東証マザーズ上場 **2018年** ●
- 台湾・タイ・ベトナム子会社設立 **2019年** ● 商品開発プロデュースサービス提供開始
-  **2020年** ● マーケティング金融支援サービス提供開始
次世代型エンタメプラットフォーム提供開始
- 東証一部上場   **2021年** ● 「通販DXサービス」提供開始
- 国内子会社設立 **2022年** ● 異業種支援「マーケティングDXサービス」提供開始
国内子会社設立  「PIALA INTELLIGENCE」提供開始
- 国内子会社M&A **2023年** ● 第3創業期「ブランド価値創造企業」支援及び自社事業を本格スタート

会社概要 (2023年12月末現在)

社 名 株式会社ピアラ

設 立 2004年3月24日

資 本 金 851百万円 (2023年12月末現在)

公 開 市 場 東京証券取引所スタンダード市場 (証券コード: 7044)

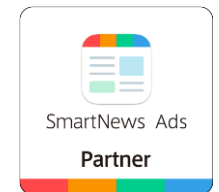
事 業 内 容 ECマーケティングテック事業、広告マーケティング事業

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

代 表 者 代表取締役社長 飛鳥 貴雄

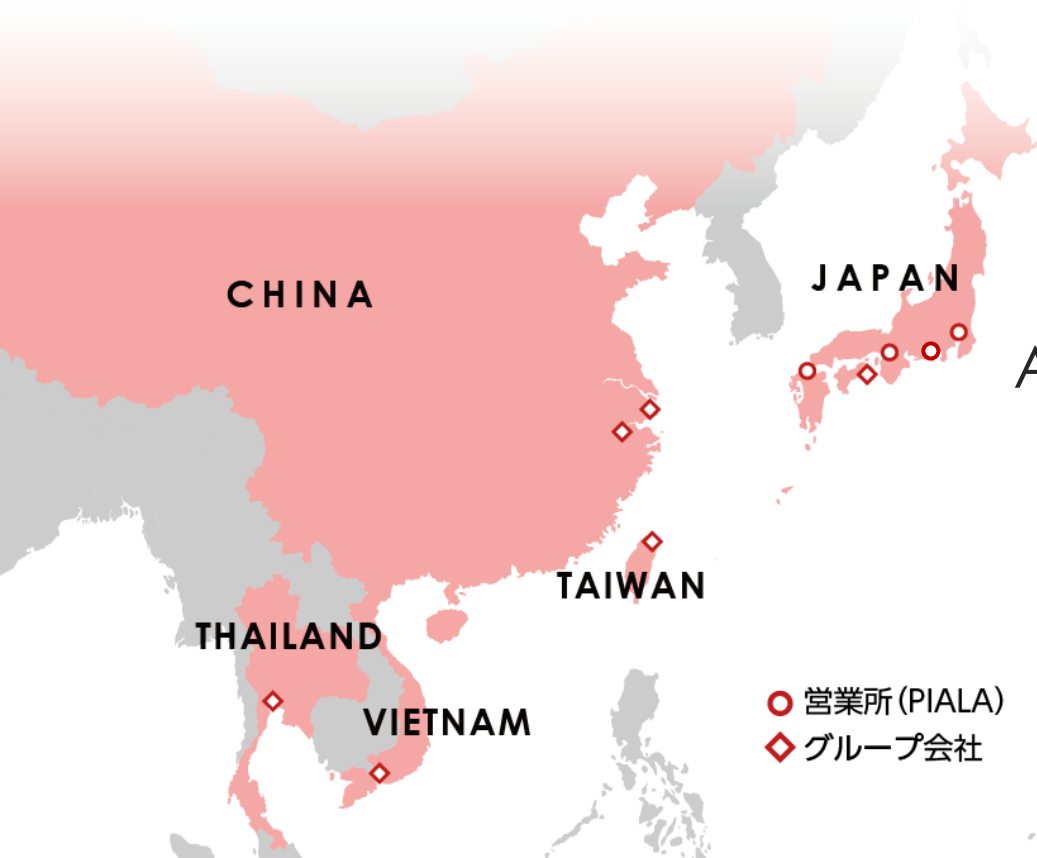
連 結 子 会 社 PIATEC(Thailand)Co., Ltd.、比智(杭州)商貿有限公司、株式会社PIALab.、台湾比智商貿股份有限公司、CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.、PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.、株式会社ピアラベンチャーズ、株式会社P2C、one move株式会社

従 業 員 数 158名 (グループ合計/2023年12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 | NAGOYA
OSAKA | FUKUOKA

PIALab. 株式会社 PIALab.
JAPAN TOKUSHIMA

PIALA VENTURES 株式会社 ピアラベンチャーズ
JAPAN TOKYO

P2C INC. 株式会社 P2C
JAPAN TOKYO

ONE MOVE one move 株式会社
JAPAN TOKYO

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

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

 TWN PG-TRADING (TAIWAN) CO., LTD. 台湾比智商貿股份有限公司
TAIWAN TAIPEI

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



「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。