

# PIALAgroup 2035

Long-Term Vision

マーケティングの常識を覆し、  
社会にインパクトを。

---

株式会社ピアラ (PIALA INC.)



# Performance History

これまでの業績推移（連結）

## 業績拡大期

2018-2020

上場後、3期連続の増収増益を達成。

業界特化型KPI保証サービスが好調に推移し、初期の成長基盤を形成。

## 低迷期

2021-2022

法規制強化や市場環境の変化により一時的な低迷。

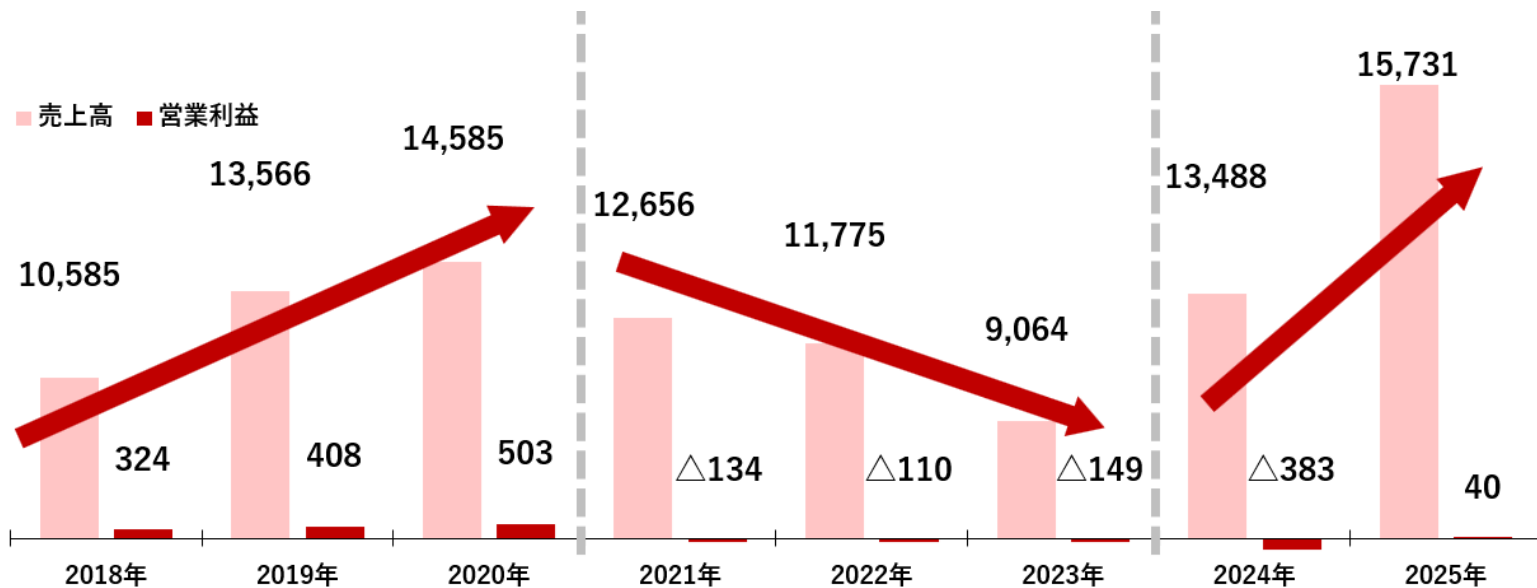
この期間を「**構造改革の好機**」と捉え、抜本的な体質改善に着手。

## V字回復期

2023-2025

構造改革が完了し、**再成長の基盤を整備**。

異業種展開・自社事業・不採算撤退により、強固な収益体質へ転換。



※2018年12月11日上場

単位：百万円



# Structural Reform

構造改革の取り組み

## 成長性・収益性の向上を目指し

## 事業ポートフォリオを3軸へ変革

### 不採算事業の整理完了

赤字子会社群の黒字転換が見え、負の遺産を一掃。

海外事業、不採算事業からの撤退等の断行。

### 異業種開拓の再現性確立

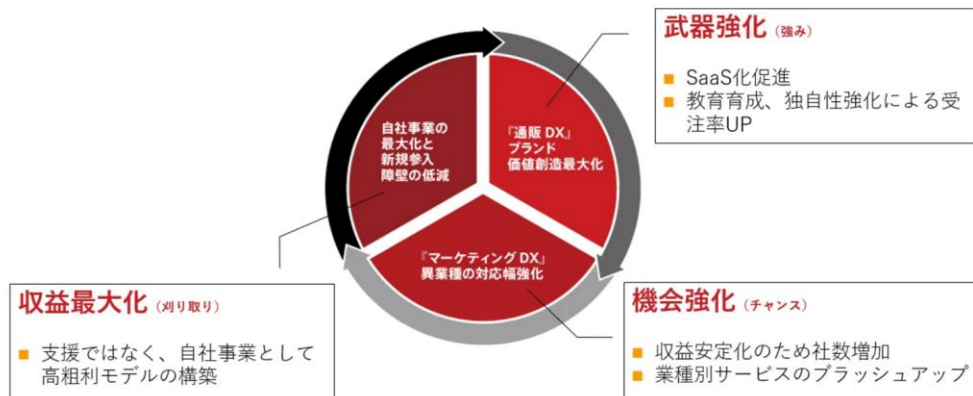
通販DXで培ったノウハウを異業種へ展開。

新たな成長エンジンが確実に稼働開始。

守りと攻めの両面で

強固な収益基盤（地盤）が完成

- 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軸へ変更
- 安定した収益基盤の構築を目指す





## フルファネルマーケティングDX × AIで企業成長を支援の地盤の完成

### フルファネルの本格化

通販DXで培ったノウハウを全業界へ展開。

認知からCRMまで一気通貫で支援する体制が確立

(株)オニオンの合流で完成形へ。

### AI活用の実装

クリエイティブ生成やデータ分析にAIを全面導入。

圧倒的な効率化と精度向上を実現。

だからこそ、地盤が整い

再成長フェーズに入った

### 2025年12月期戦略の方向性

- 通販DX及びマーケティングDX事業の黒字化及び成長を受け、2軸をベースに3軸目を強化、中期成長フェーズへの足固めの1年とする

#### マーケティング支援

ブランディングから企業の売上を上げる顧客獲得ファン化まで  
本格的なフルファネルダイレクトマー  
ケティングDX×AIで企業成長を支援

- ✓ 通販DXで培ったブランディングノウハウ、バズ売れをサイエンス（SNSell）して、より再現性を高めつつKPI保証等の既存サービスを全業界へ展開
- ✓ 広告でのターゲット接触とSNSを通じたPRで、接触効率の最適化を実施し、新たなマーケティング手法の確立を目指す

#### 3軸目の確立（高収益モデル）

(株)P2C（メーカー卸販売事業）や(株)サイバースター（エンタメDX事業）等を含む高収益な自社事業を、当社の持つフルファネルダイレクトマーケティングをベースに第3軸となる事業へ成長の土台を固める

#### マーケティングファネル

Top Funnel  
認知・喚起

- ◆ TVCM、DOOH
- ◆ ブランディング広告
- ◆ 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
- ◆ 発送投稿、整備
- ◆ 公式SNS運用
- ◆ 雑誌広告

Bottom Funnel  
比較検討・検索

- ◆ 運用型広告
- ◆ SEO・比較サイト制作運用
- ◆ インフォマーシャル
- ◆ Amazon、楽天運用
- ◆ LINE、チャットボット

CV最大

CV

CPA提言

RoAS最大化

LTV向上

CRM  
継続・愛着

- ◆ CRM分析・設計
- ◆ 購入者向けコンテンツ
- ◆ CS運用
- ◆ キャンペーン運用
- ◆ 販路開拓支援
- ◆ キービジュアル撮影

## CORE VISION

マーケティングの常識を覆し、

社会にインパクトを。

2035年、ピアラはマーケティングを「売るための技術」から

「社会と事業が成長し続ける基盤」へ進化させる。

## CORE MISSION

AIと想いで、つくる。

AI = 再現性・スケール・合理性

想い = 意味・共感・人を動かす力

# Growth Infrastructure Company

社会と経済の成長基盤をつくる企業

### マーケティングDX

成長の量

ブランドパートナー型グロース

### エッセンシャルワーカーDX

社会基盤

社会課題解決型グロース

### ビジネスクリエーション

非連続成長

事業創出・IPオーナー

### 2035年 数値イメージ

売上高

**1,000億円**

営業利益

**100億円**

※M&A数値は含まない



# Why Growth Infrastructure Company?

なぜ、成長基盤なのか

## マーケティングの役割を 根本から再定義する

Until Now

売のための技術・単発の支援

クライアントの黒子としてのサポート



From Now (2035)

社会と事業が成長し続ける基盤

成長が生まれ、循環し、拡張し続ける仕組みの実装

### 1 マーケティングの進化

AIとテクノロジーの進化により、マーケティングは単なる販促活動から、事業成長を自動化・最適化するインフラへと進化しています。

### 2 事業領域の融合と拡張

「マーケティングDX」「エッセンシャルワーカーDX」「ビジネスクリエーション」。これら3つの領域が相互に作用し、単独では成し得ない非連続な成長を生み出します。

### 3 社会課題への直接的アプローチ

労働人口減少などの社会課題に対し、AIとマーケティングの力で「人の可能性」を最大化し、社会全体の成長基盤を構築します。

「支援」ではなく「成長が起き続ける状態」をつくる。  
それが、Growth Infrastructure Companyとしてのピアラの使命です。



# Road to 2035

長期ビジョン実現に向けたロードマップ

## Phase 1 (2026 - 2028)

### PIALA VISION 2028

「支援」から「実装・創出」への転換期。  
新3セグメント体制の確立と、AIによる圧倒的な業務効率化で、高収益体質への変革を実現する。

売上高	320億円
営業利益	20億円



## Phase 2 (2029 - 2035)

### Growth Infrastructure

成長循環モデルの社会実装。  
マーケティング・DX・人材・事業創出が有機的に結合し、社会と経済の成長基盤となる。

売上高	1,000億円
営業利益	100億円

2035年の「あるべき姿」に向けた最初の3年間。

**中期経営方針 2026-2028** を策定。

# PIALA VISION 2028

中期経営方針 2026-2028

株式会社ピアラ (PIALA INC.)



NEW VISION

株式会社ピアラ 代表取締役社長

飛鳥 貴雄

# マーケティングの常識を覆す。 社会にインパクトを。

私たちピアラグループは、創業以来マーケティングでクライアントの成長を支援してきました。

AIと社会の変化がこれまでの常識を変えつつあります。

今、私たちは単なる支援会社から、「**社会課題を解決し、自ら事業を創出するグループ**」へと変わります。

クリエイティブ強化、AIによる業務効率化、エッセンシャルワーカーDXを通じて

「PIALA VISION 2028」を実現し、株主・投資家の皆様と共に新たな成長を目指します。

NEW MISSION

## AIと想いで、つくる

データドリブン、多変量テスト、AIによるロジック+物語を創り、

クリエイティビティで人の心を動かし成果を生み出す



# Executive Summary

PIALA VISION 2028

2028年 売上高目標

**320** 億円

2028年 営業利益目標

**20** 億円

※M&A数値は含まない

## 01. STRATEGY

### 新3セグメント体制

マーケティングDX、エッセンシャルワーカ  
ーDX、ビジネスクリエイションの3事業体制  
へ移行し、収益性と成長性を最大化。

## 02. EFFICIENCY

### AI業務効率化200%

全社的なAI導入により生産性を倍増。固定費  
(配賦)の抑制と粗利向上により、利益率を  
劇的に改善。

## 03. SYNERGY

### グループシナジー

(株)オニオンの参画によるクリエイティブ  
強化と、自社事業(P2C・サイバースター)  
へのマーケティング実装による事業創出。



## 激変するマーケティング市場と新たな機会

### ⚠ 既存市場の縮小 (Threat)

- ▼ 3rd Party Cookie廃止によるターゲティング精度の低下
- ▼ 薬機法・景表法の規制強化
- ▼ 広告CPAの高騰と獲得効率の悪化
- ▼ 単一マーケティングでの効率の悪化
- ▼ 人材獲得コストの高騰



### 💡 新市場の拡大 (Opportunity)

- ▲ クリエイターエコノミーの台頭
- ▲ 生成AIによる生産性の劇的向上
- ▲ 縦型動画を含むCMなどマスメディアのデジタル化
- ▲ SNS中心の双方向マーケティングの成長
- ▲ AI時代におけるエッセンシャルワーカー 市場の重要性の拡大

広告代理店モデルから脱却し、「事業創造パートナー」へ進化する好機



# New 3 Segments

新3セグメント体制への移行

## 「支援」から「実装・創出」へ。

収益性と成長性を最大化するため、事業ポートフォリオを3つの柱に再構築します。

### マーケティングDX事業

ブランド共創マーケティング支援。

ブランドコミュニケーションからKPI保証型マーケティングを交え、企業の成長にコミット。

ブランドと顧客で共創し、LTV最大化を目指します。

AIファーストでの効率化を同時に実施。

**売上成長と強みを作る  
主要ドライバー**

### エッセンシャルワーカー DX事業

医療・介護・保育等エッセンシャルワーカー業界に向けたマーケティング支援 + 採用マーケティング及び人材紹介業。

データドリブンでAI×想いのマーケティングDX力を活かした業界特化サービス。

**高粗利率・社会貢献型事業**

### ビジネスクリエイション事業

マーケティング力を核に、P2CやIP、新規ビジネスにマーケティングを実装し次々と「創出（クリエイション）」する。

P2C事業（メーカー事業）、サイバースター事業（クリエイター、IP支援及びIP創出事業）。

**高利益率の自社事業**



## 「成果報酬型」から「成果の出せるブランド共創パートナー」へ

(株)オニオンのグループ参画により、フルファネルでの成果創出を実現。ブランディング×成果型サービスを強みに

### EVOLUTION

これまで (Before)

獲得中心 (CPA/LTV)

成果報酬型会社としての強み



これから (After)

**フルファネル対応**

**ブランディング × 獲得 × CRM**

物語と成果で実現する

ブランド共創パートナー

(株) オニオンの強み  
**認知・興味**  
TVCM / WebCM / PR

**比較・検討**  
Buzz / UGC / SNS

**獲得・LTV**  
KPI保証型マーケティング  
CRM / データ分析

**一気通貫のデータ連携**

2028 KGI (売上高)

**250**億円

KPI 1: 導入社数

**500社 (現在320社)**

KPI 2: ブランドパートナー数

**150社 (現在81社)**



# Competitive Advantage

独自の成果保証モデル

## ブランド共創するクリエイティブと成果で伝えるBrand Spark & Retail Spark

ブランドと顧客の想いが交わる物語を創り、共に共創しながら伝播させる  
ブランド側（伝える）消費者側（交わる・広がる）

想い

交わるところに  
物語を創る  
(PIALAGroup)

顧客の便益  
潜在的欲求

メッセージ・企画

Brand Spark  
(ブランドスパーク)

保証型

ブランド主語で物語を語り  
リーチを一部保証

相乗効果

第三者目線でバズらせる  
(Retail Spark)

保証型

成果報酬型で  
リスクなくバズを創出

勝手に生まれるUGC（口コミ）

マーケティング予算の最適化

(ターゲットリーチの最大化)



# Brand Co-Creation Marketing

ピアラグループのブランド共創マーケティングとは？

「物語」と「成果」の両立が、  
他社にはない競争優位性を生む

## 物語を創る クリエイティブ力

1



ブランドの「想い」と顧客の「便益」が交わる点に、共感を呼ぶ物語を設計。（株）オニオンの参画により、この設計力が飛躍的に向上。



## 第三者視点での 拡散 (Buzz)

2



一方的な広告ではなく、Retail SparkやUGCを通じて第三者視点で情報を拡散。信頼性の高い情報として消費者に届ける。



## 成果へのコミット (KPI保証)

3



クリエイティブだけでなく、最終的な成果（CPA/LTV）までを保証。予算を最適化し、ターゲットリーチを最大化する。

ブランドコミュニケーション領域からファン化まで**成果型**ができるのは  
ピアラの強み



## 「創造性」と「結果」のハイブリッドで

### No.1ポジションを確立

結果・成果コミット  
(KPI保証 / データ)



唯一無二のハイブリッド領域



売るためのブランド力  
成果報酬型



創造性・ブランド  
(ストーリー / 感性)





# Essential Worker DX Business

エッセンシャルワーカーDX事業

## 社会課題解決と高収益を両立

### MARKET OPPORTUNITY

医療・介護・保育などの社会を支える業界の人材不足という構造的課題に対し、ピアラのマーケティング力を活用して解決を図ります。

従来の人材紹介会社とは異なり、潜在層の顕在化からマッチング、定着支援まで一気通貫で支援します。

2040年 労働力不足予測

**1,000**万人以上

有効求人倍率（医療・介護）

**2.5**倍以上

### BUSINESS STRUCTURE

#### 1 マーケティング支援

医療介護業界やその他エッセンシャルワーカーの採用マーケティング&利用者獲得支援

#### 2 人材紹介業（お仕事カルテ）

AI活用の高精度マッチング、LINEで簡単登録など自社メディア運営

#### 3 関連サービス

BPO、DX化支援、その他支援によるLTV最大化

2028年 売上目標

**50億円**

年間人材紹介数

**1,000名**

2028年 営利目標

**8%**

支援企業数

**700社**



# Essential Worker DX Advantage

エッセンシャルワーカーDXの圧倒的優位性

ピアラだけが、できる。

「採用をマーケティング化」できる唯一の企業へ

既存プレイヤー (Indeed / 人材紹介)

「すでに転職したい人」 を奪い合う (顕在層)

集客の起点が  
「求人」

レッドオーシャンでの  
価格競争

PIALA (エッセンシャルワーカーDX)

「まだその気がない人」 を動かす (潜在層)

集客の起点が

「マーケティング」

採用をマーケティング  
(CPA / CVR / LTV)

KPIで管理する

TVCMの枠から、WEB運用、キャリアアドバイザー業務までこれらすべてを内製化している上場企業は存在しません。地方・不人気職種ほど有利に働く、構造的な強みを持っています。



# Business Creation Strategy

ビジネスクリエーション事業の戦略的意義

## マーケティングDXの「実証実験」の場

自社事業としてリスクを取り、マーケティングノウハウを「実装」。

成功モデルを確立し、その資産を再びマーケティングDX事業へ還流させる。



支援サービスの質を向上させ、他社との圧倒的な差別化

2028年 売上目標

20億円

2028年 営利目標

10-15%

役割

高収益モデルの実証

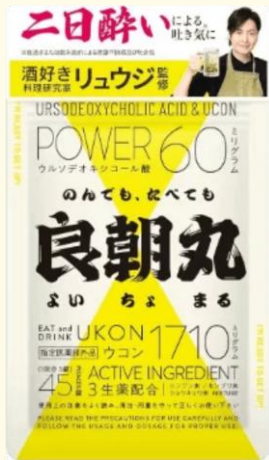


# P2C Business

株式会社P2C(メーカー事業)

## マーケティングDX × 商品 = ファブレスメーカー

クリエイターの想いを形にし、ブランド共創してマーケティング効果を実証。現在2ブランドを展開



売上前年比 220%

良朝丸 (よいちょうまる)

医薬部外品

料理研究家とのコラボで誕生。

Retail Sparkで急成長。

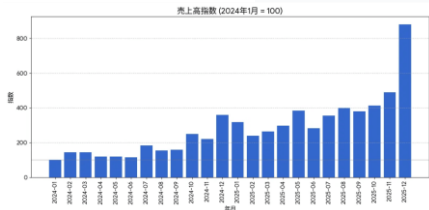
モール&店舗で今後店舗網も拡大予定

Retail Spark 導入効果

### 売上 8 倍成長

(2024年1月 ~ 2025年12月 実績)

※導入後の売上高指数推移



累計40万枚突破

SHAPEDAYS (シェイプデイズ)

機能性インナー

快適性を追求したインナーウェアブランド

良朝丸のモデルを横展開から拡張。

ドラッグストア及びモール中心に展開。

今期リニューアル&本格投資へ



今後新商品計画中。

またM&A含む新ブランド投入より再現性を担保しつつビジネスをクリエイティブしていく



## IP × テクノロジー × マーケティング = 新しいエンタメ市場の創出

IP支援を軸にビジネスモデルを多角化し、デジタルヒューマン等の新領域へ参入



### IP支援事業

FC・ガチャ・コラボカフェ

オンラインガチャやファンクラブ運営。

「ひみつのアイプリ」等の成功を受け、コラボカフェ事業を拡張予定。



### レーベル事業

映像・音楽コンテンツ制作

VTuber事務所「Fairy」運営。自社VTuberマネジメント及び2.5次元俳優などのコンテンツ制作・販売。



### IP構築事業

デジタルヒューマン

MAGPICA社と連携。24時間ライブコマースで新市場を創出。自社IP構築と課金ビジネスを開始予定。



### オーディオ事業

TuneMATE (IP×オーディオ)

VSinger「HACHI」コラボ等、IP×高品質オーディオの新ブランド。第5弾までコラボ決定済み。



# M&A Strategy

非連続な成長を実現するためのM&A戦略とターゲット領域

## 基本方針：2つの成長軸

### AXIS 01

既存事業の強化

Marketing DX・Essential Worker

DXのサービス拡充とシェア拡大



### AXIS 02

ノウハウ活用による成長

当社のマーケティング・DX・採用ノウ

ハウを注入し、バリューアップを図る

## 投資規模・件数目標

Small / Mid Scale

3億～8億円規模

**1～2件** / 年

Large Scale

10億円以上規模

**2件** / 2028年まで

## Marketing DX

### エコシステムの補完・強化

- ・ **ブランド共創パートナー**  
当社のマーケティング力で共にブランド成長を目指す企業
- ・ **付加サービス機能の拡充**  
データ分析やCRM等、既存サービスを補完する機能を持つ企業

## Essential Worker DX

### 業界特化型DXと人材の拡大

- ・ **業界向けDX支援・ツール**  
業界（介護・保育・建設等）へのクロスセルが可能なDXツール
- ・ **人材紹介事業のスケール**  
特定領域に強みを持つ人材紹介会社等のM&A

## Business Creation

### 実装・創出の加速

- ・ **成長ポテンシャルのあるブランド**  
Marketing DXで飛躍的成長が見込めるサービスやブランド
- ・ **IP・クリエイター**  
エンタメDXとのシナジーを生むIPホルダーやクリエイター関連企業



## AIを「使う」だけでなく、 「AI前提」でビジネスプロセスを再構築する



### 業務効率化 (Internal)

- ✓ ルーチンワークの完全自動化
- ✓ クリエイティブ制作プロセスの短縮

生産性 200% 向上



### 顧客価値向上 (External)

- ✓ Result+AIによる高速PDCA
- ✓ データ分析・予測モデルの高度化と自動実行

LTV 最大化

固定費（配賦）の抑制と粗利率向上により、利益率を劇的に改善



# Human Capital Management

人的資本経営

## AI時代における「人」の価値最大化



### Recruiting (採用)

- ・ 求める人物像の再定義  
(AI活用力、創造性、変化への適応力)
- ・ 平均給与の向上年収 1 0 0 0 万以上へ
- ・ 独自タレント能力検定



### Development (育成)

- ・ 全社員向けAIリテラシー研修
- ・ 次世代リーダー育成プログラム
- ・ リスキリングによるDX人材化
- ・ スキルアップカリキュラム策定



### Environment (環境)

- ・ ハイブリッドワーク
- ・ 健康経営の推進 (Well-being)
- ・ D&I (ダイバーシティ & インクルージョン)
- ・ 心理的安全性の確保

「AI × 人」のハイブリッド組織で、一人当たり生産性を最大化する





# Profitability Improvement

収益性改善

## Wの収益改善戦略

### 1. 配賦削減

人員を増やし、管理コストとITコストの1名あたりの  
損益分岐点を下げ、利益が出やすい体質にする。

### 2. AI効率化

マーケティングDXを中心にAIで業務を自動化し、  
粗利率を向上させる。

#### 事業セグメント別 目標営業利益率

マーケティングDX

4% - 5%

エッセンシャルワーカーDX

7% - 10%

ビジネスクリエイション

10% - 15%



# Growth Roadmap to 2035

長期成長ロードマップ

2035

Phase 1

~ 2028

## 成長基盤の構築

- Growth Infrastructure Companyとしての基盤確立
- 新3セグメント体制への移行とデータ統合
- マーケティングDXの実証実験と実装

Phase 2

2028 - 2031

## 効率・収益性向上 & グローバル展開

- AI本格稼働による投資効率の最大化
- あらゆる事業へのAI実装
- グローバル展開の加速と成長基盤固め

Phase 3

2032 - 2035

## ポートフォリオ拡大 & 成長収穫期

- 3事業の周辺ポートフォリオ拡大
- 投資回収と利益最大化（収穫期）
- 売上高 1,000億円 / 営利 100億円



# Shareholder Return

株主還元方針

## 持続的な成長と株主還元の両立

### 基本方針

将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、

株主の皆様への安定的かつ継続的な利益還元を行うことを基本方針としております。

配当性向

**25%**

連結純利益に対する目安

DOE (株主資本配当率)

**安定配当**

長期保有株主への  
還元重視

対話拡張

**IR強化**

投資家の皆様との  
多種多様な場の確立

## 免責事項

---

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社が約束するものではありません。実際の業績等は、経済情勢の変動、市場環境の変化、為替レートの変動など、様々な要因により、これら見通しと大きく異なる可能性があります。

また、本資料は情報提供のみを目的としており、投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する最終的な決定は、投資家ご自身の判断において行われるようお願いいたします。

---

本資料の内容に関しては、予告なく変更されることがあります。当社は、本資料の記載内容の誤りや、本資料の使用から生じるいかなる損害についても、一切責任を負いません。