



2026年12月期 第2四半期 決算補足資料

2026年8月14日

株式会社ピアラ 東証スタンダード市場（証券コード：7044）

Agenda

- 01** エグゼクティブサマリ
- 02** 2026年12月期 第2四半期決算概要
- 03** 2026年12月期 通期見通し
- 04** Appendix



01

エグゼクティブサマリ

㊦ エグゼクティブサマリ

－2026年度上期累計－

- 売上高、売上総利益ともに過去最高額、粗利率も大きく改善し構造改革は順調に推移
- 新セグメントの3事業ともに成長、1Qから2Qにかけて上昇基調で成長フェーズへ
- M&AによるPMIも順調に推移し、今後より大きなシナジー効果を創出

		実績値	前年同期増減額	前年同期比
過去最高	売上高	8,970百万円	633百万円	7.6%
過去最高	売上総利益	1,567百万円	345百万円	28.29%
	営業利益	112百万円	73百万円	190.15%
	実質営業利益	156百万円	一過性のコストを控除することで調整	

※ 実質営業利益＝営業利益：112＋一過性コストの合計値：44（単位：百万円）

※ 一過性コスト：新卒採用投資10・投資先の減損9・M&A関連費用20・株主優待増加費用5の合計値

① 投資ハイライト ーなぜ今、ピアラカー

- 上期で黒字定着×上場来最高の売上・売上総利益を実現、再成長のフェーズであることを証明
- 1Qで最重要KPIとして設定した「売上総利益成長率」（前年対比+31.8%）が、2028年末営業利益20億円への進捗を示す先行指標

① 転換点

黒字定着

売上高 8,970百万円 +7.6%

売上高・売上総利益とも上場来最高
営業利益 112 百万円

（予想比 +108 百万円）

② 再現性

売上総利益 +31.8%

3事業すべてが増収

マーケティングDXが「再現性装置」
AIで業務効率化200%へ

③ 飛躍

営業利益 20億円

2028中計 売上高320億円

2035VISION 売上高1,000億円

営業利益100億円へ

本資料のKPI定点観測ページ（P16）で、中期経営方針の進捗を毎四半期・同一フォーマットにより開示

マーケティングの常識を覆す。 社会にインパクトを。

ピアラは、マーケティング支援会社から、AIと想いを掛け合わせ、マーケティングを起点に、
企業・産業・社会の成長基盤をつくる

Growth Infrastructure Companyへ進化します



㊦ 報告セグメントの変更

- 2026年12月期より報告セグメントを **3つに分割**
- 1事業に左右されない3事業にすることで迅速な事業成長を実行、「マーケティングDX事業」「エッセンシャルワーカーDX事業」「ビジネスクリエーション事業」に再編

「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。

【旧セグメント】

2025年12月期まで

EC支援事業

【新セグメント】

2026年12月期から

マーケティングDX事業

エッセンシャルワーカーDX事業

ビジネスクリエーション事業

【補足】

2025年12月期までの
補足資料上の内訳

- ・ 通販DX事業
- ・ マーケティングDX事業（一部）
- ・ マーケティングDX事業
- ・ 自社事業

人 × DX × 事業の三層構造

マーケティングDXは「主役」ではなく、3事業すべてを加速させる「再現性装置」

エッセンシャル ワーカーDX Essential Worker DX	人材紹介（粗利100%）× 業界特化マーケティングDX ×業界特化サービス	営業利益率 7-10%	2028目標 50億
マーケティング DX Marketing DX 再現性装置	フルファネル × AI × KPI保証 3事業に横断的にマーケティング力を供給	営業利益率 4-5%	2028目標 250億
ビジネス クリエイション Business Creation	P2C・サイバースター 原価率30%以下の高粗利モデル	営業利益率 10-15%	2028目標 20億

人 × DX

エッセンシャルワーカー領域で「人」の価値をマーケティングDXで最大化。粗利100%の人材紹介が収益の柱

DX = 手段

マーケティングDXはブランド共創パートナー×成果で昇華、3事業すべてに再現性を供給するインフラとして機能

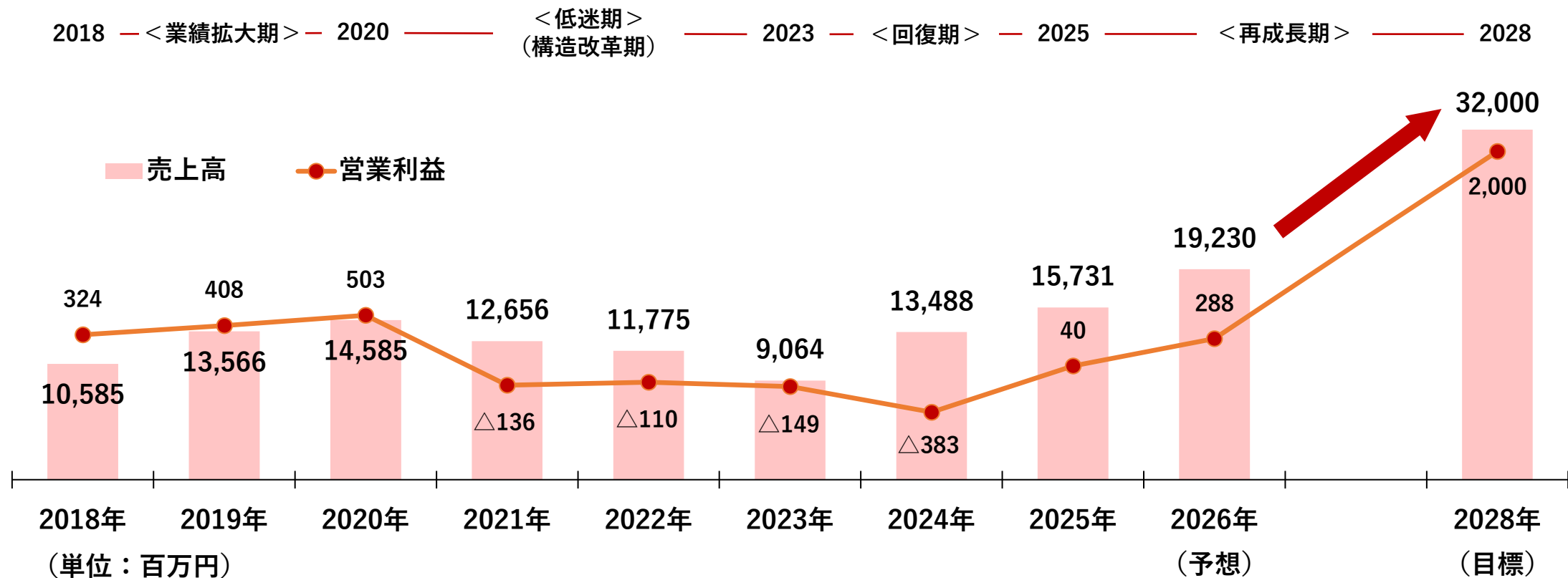
事業 × 利益

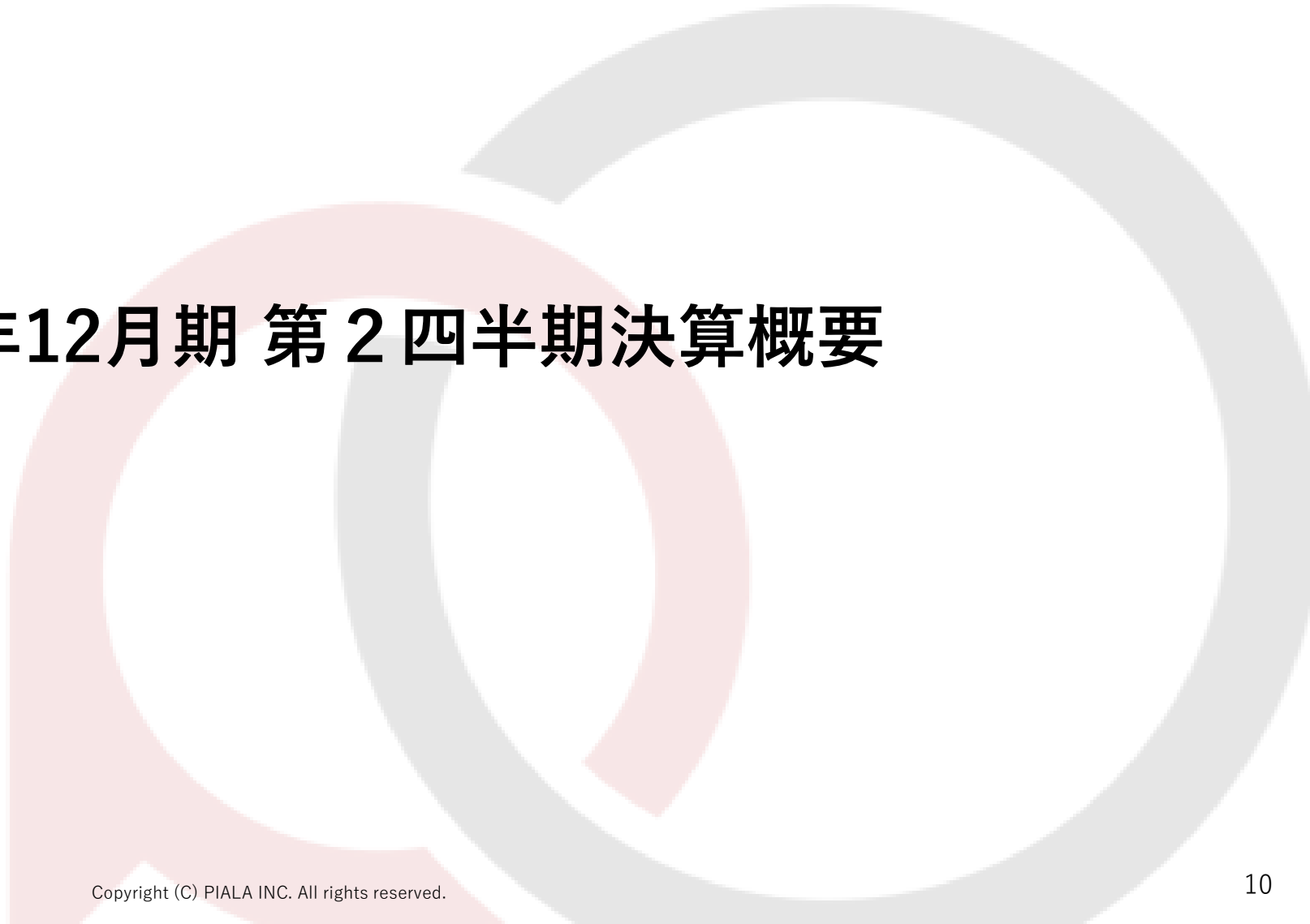
自社事業で高粗利を確保。マーケティングを活かした事業創出で利益率を底上げ

—— 三層が連動することで、売上規模と利益率の両立を実現する構造 ——

㊦ これまでの業績推移と今後の目標

- 2018年の上場から、業績拡大期－低迷期－回復期、2026年からは再成長期へ
- 業績の低迷した2021年から2023年までを構造改革の転機ととらえ、抜本的な改善に着手
- 2025年の営業利益黒字化を経て、2026年からは中期経営方針も発表し、
3事業がマーケティングDXを再現装置として再成長・飛躍の期間へ





02 2026年12月期 第2四半期決算概要

2026年12月期 第2四半期決算ハイライト

- 2026年12月期第2四半期は、**前年比、前Q比共に着実に成長**
- 営業利益は、新卒の積極採用コストやファンドからの投資先の減損処理等の一過性の影響を受けるものの、**マーケティングDX事業、エッセンシャルワーカーDX事業の想定を超えた進捗により、概ね順調**
- 期初に発表した半期の業績予想よりも大きく上振れた利益を達成

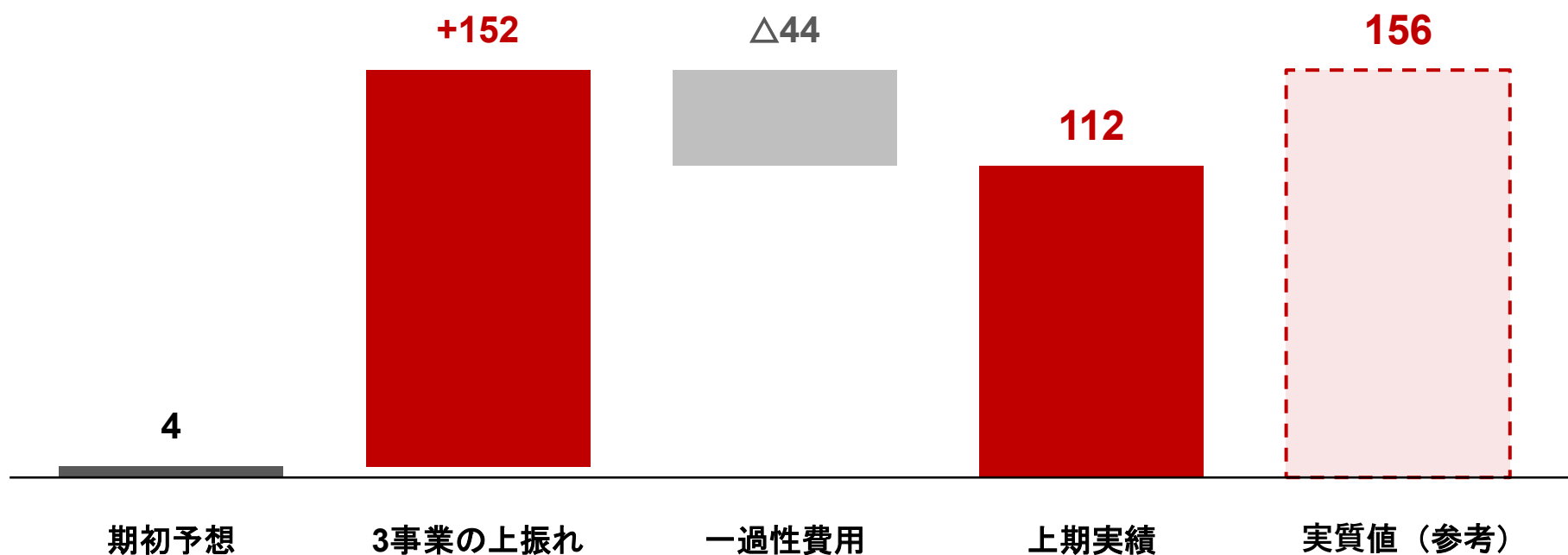
	実績値	前年同期増減額	前年同期比
売上高	4,665百万円	784百万円	20.22%
営業利益	51百万円	59百万円	黒字化
EBITDA	56百万円	25百万円	82.87%

※ EBITDA計算方法：税金等調整前当期純利益 + 支払利息 + 減価償却（のれん等含む） + 減損損失 + 投資有価証券評価損

② 上期営業利益の増減分析 －実質営業利益の可視化－

- 期初の予想4百万円に対し、**実績112百万円**と、3事業の想定を超えた進捗が牽引
- 新卒採用のための事業投資やファンドからの投資先の減損処理等の一過性の費用を除く
実質営業利益は**156百万円**

(単位：百万円)



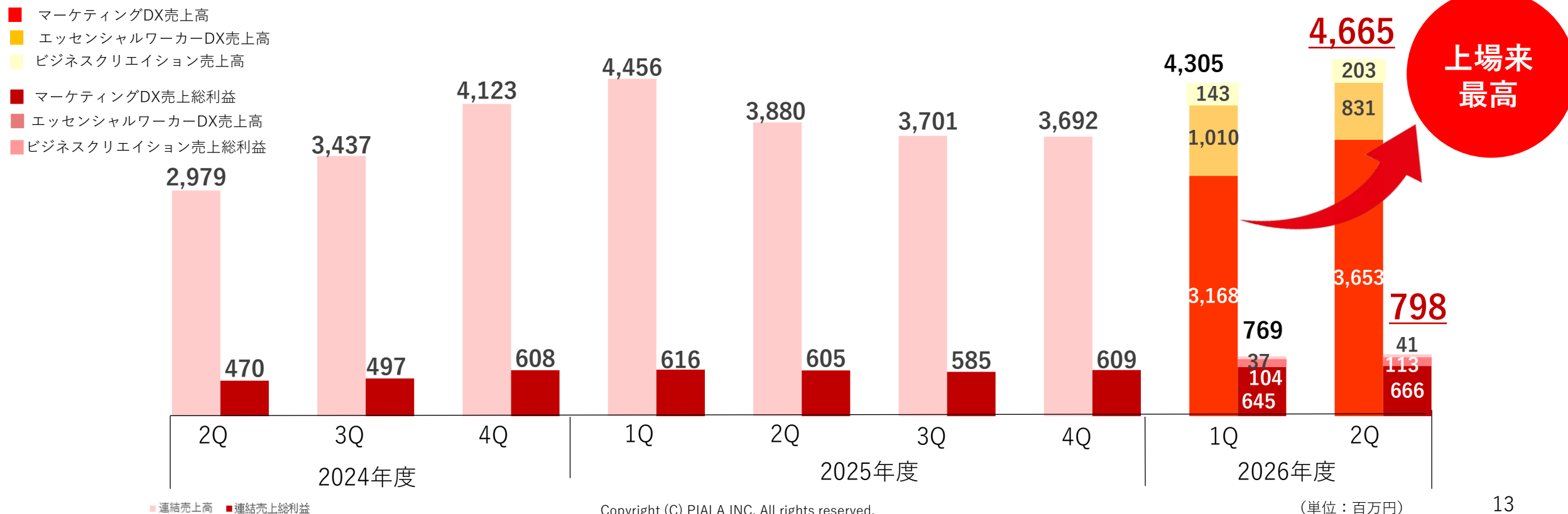
一過性費用の内訳

新卒採用投資	10
投資先の減損	9
M&A関連費用	20
株主数の増加 (株主優待費用)	5

合計 44

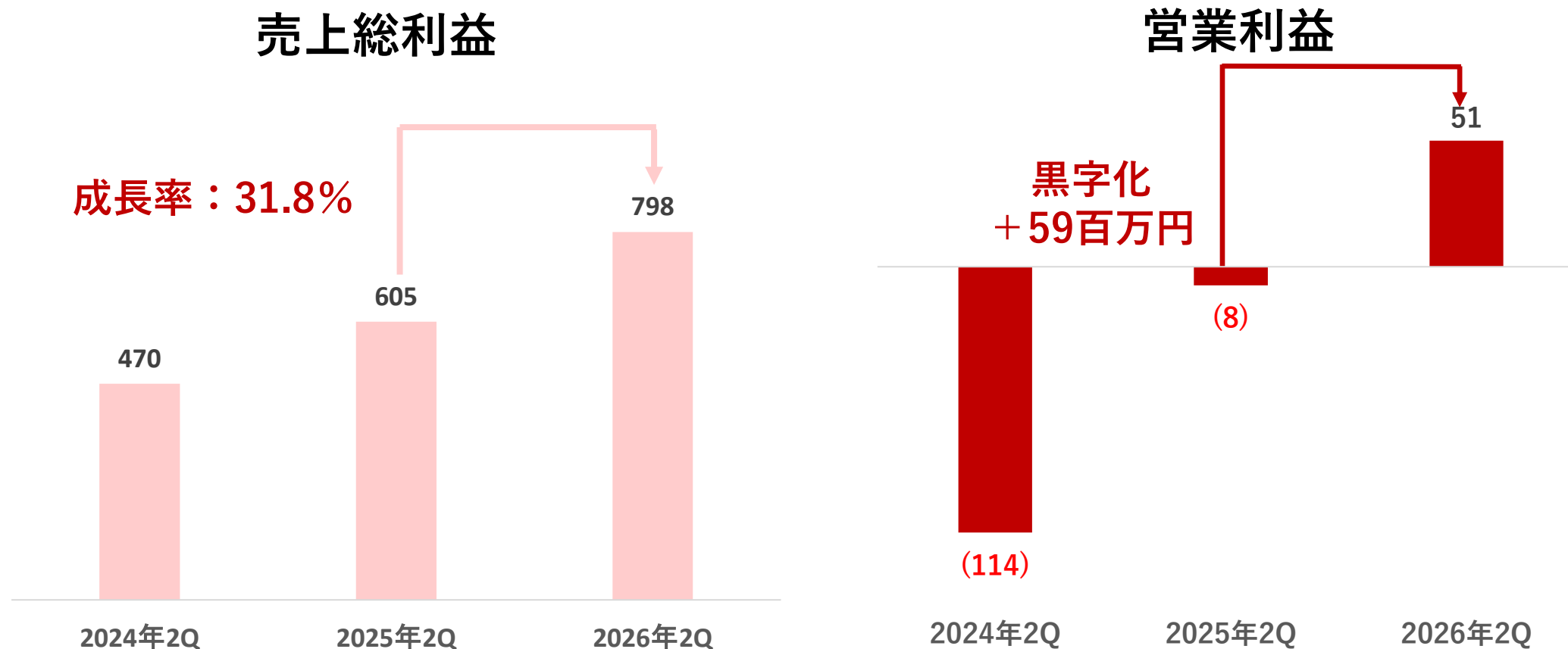
② 連結売上高及び売上総利益の推移

- 売上高 Q on Q : **8.3%増**、Y on Y : **20.22%増**
- 売上総利益 Q on Q : **3.6%増**、Y on Y : **31.8%増**
- クライアントのマーケティング予算影響の強い1Qを抜き、**過去最高売上・売上総利益を達成、3事業の成長によりマーケティングだけに依存しない成長企業へ変化**
売上総利益率も前年同期比と比較し**1.5%改善**し収益性向上



㊦ 売上総利益及び営業利益成長率

- 2026年の最重要KPIとして設定した売上総利益の成長率は、順調な進捗を維持
- マーケティングDXは1Qが季節性の影響で売上が高い傾向があったが、前2Qとの比較で**売上総利益31.8%UP**、営業利益は前2Qの赤字から黒転し、**+59百万円**と高い成長率を達成
- 引き続き、3事業の連動により高利益率の事業を拡大し、成長を維持していく想定



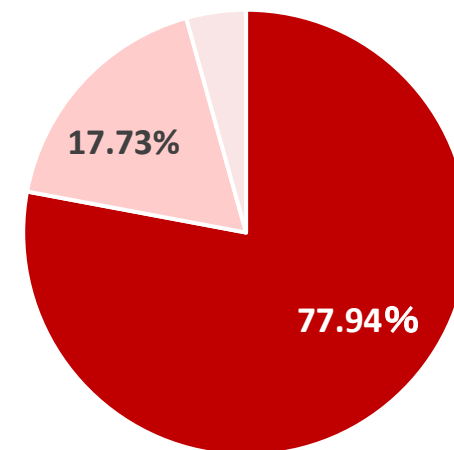
㊦ 2026年12月期 第2四半期セグメント別決算ハイライト

- 引き続きマーケティングDX事業、エッセンシャルワーカーDX事業は着実に成長
- ビジネスクリエイション事業はサイバースターが黒字化したが、P2Cで先行投資を実施
- 3事業ともに売上の成長を実現、引き続きエッセンシャルワーカーDX事業およびビジネスクリエイション事業の比率の向上を目指す

	売上高	セグメント利益
マーケティングDX事業	3,653百万円	271百万円
エッセンシャルワーカーDX事業	831百万円	65百万円
ビジネスクリエイション事業	203百万円	△7百万円

※ セグメント間の内部取引含む

セグメント別売上割合
4.33%



- マーケティングDX事業
- エッセンシャルワーカーDX事業
- ビジネスクリエイション事業

🍉 中期経営方針KPIの進捗

— 一定点観測（毎四半期開示） —

- 中期経営方針の達成に向けたKPIの進捗、**毎四半期・同一フォーマット・定義で継続開示**
- 各KPIについて、**グループで指標の認識合わせを実施したことで部分的に減少もしたが、足元は増加に転じており、今後更なる拡大を目指す**

KPI	前Q	2Q実績	2028目標	進捗率
導入社数（グループ計）	328社	326社	500社	65.2%
ブランドパートナー数	89社	85社	150社	56.6%
お仕事カルテ登録者数	1,048名	1,666名	—	純増+618名
1人当たり納品力（百万円）	10.8	12.4	向上継続	+14.8%
売上総利益成長率（YoY）	—	+31.8%	最重要KPI	—

※ 導入社数およびブランドパートナー数は、株式会社オニオンを含むグループの合計にて算出
（前年に取引があり、進行期に取引のない企業は集計から除外）

※中期経営方針の達成に向けて、KPIの定義の見直しを実施する場合には、過去に遡及して開示することを想定

① マーケティングDX事業の变革

「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クリエイティブ力を強化、フルファネルでの成果創出を実現。

企業の求めるニーズにブランディング×成果型サービスを強みとして優位性を発揮

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

認知・興味

TVCM / WebCM / PR

(株) オニオンの強み

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

可視化から多変量テスト

で最適解を出す

2028 KGI (売上高)

250億円

KPI 1: 導入社数

500社 (現在**326**社)

KPI 2: ブランドパートナー数

150社 (現在**85**社)

㊦ なぜ勝てるのか？独自の共創成長保証モデル

再掲

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が一部保証 + 予算の最適化を実行

（ターゲットリーチの最大化＝企業価値の最大化へ）

① ピアラグループのブランド共創マーケティングとは？

再掲

AI時代だからこそブランドは
「物語」と「成果」の両立で、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、共感と呼ぶ物語を設計。AI時代こそ人に響く物語が必要。



第三者視点での 拡散 (Buzz)



2

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。コスト高時代だからこそ、良質な口コミ蓄積がブランドに必須に



成果へのコミット (KPI保証)



3

最適化は当たり前の時代へ
多様な独自成果報酬型サービス
を入れることで成功率アップへ

ブランドコミュニケーション領域(総合広告代理店)と顧客獲得販促（レスポンス広告^{※1}）の分断が大きな課題に

※1 レスポンス広告＝即時効果や売り上げを求める広告

ブランドコミュニケーション領域からファン化まで
一流のクリエイティブ＋成果型が一気通貫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

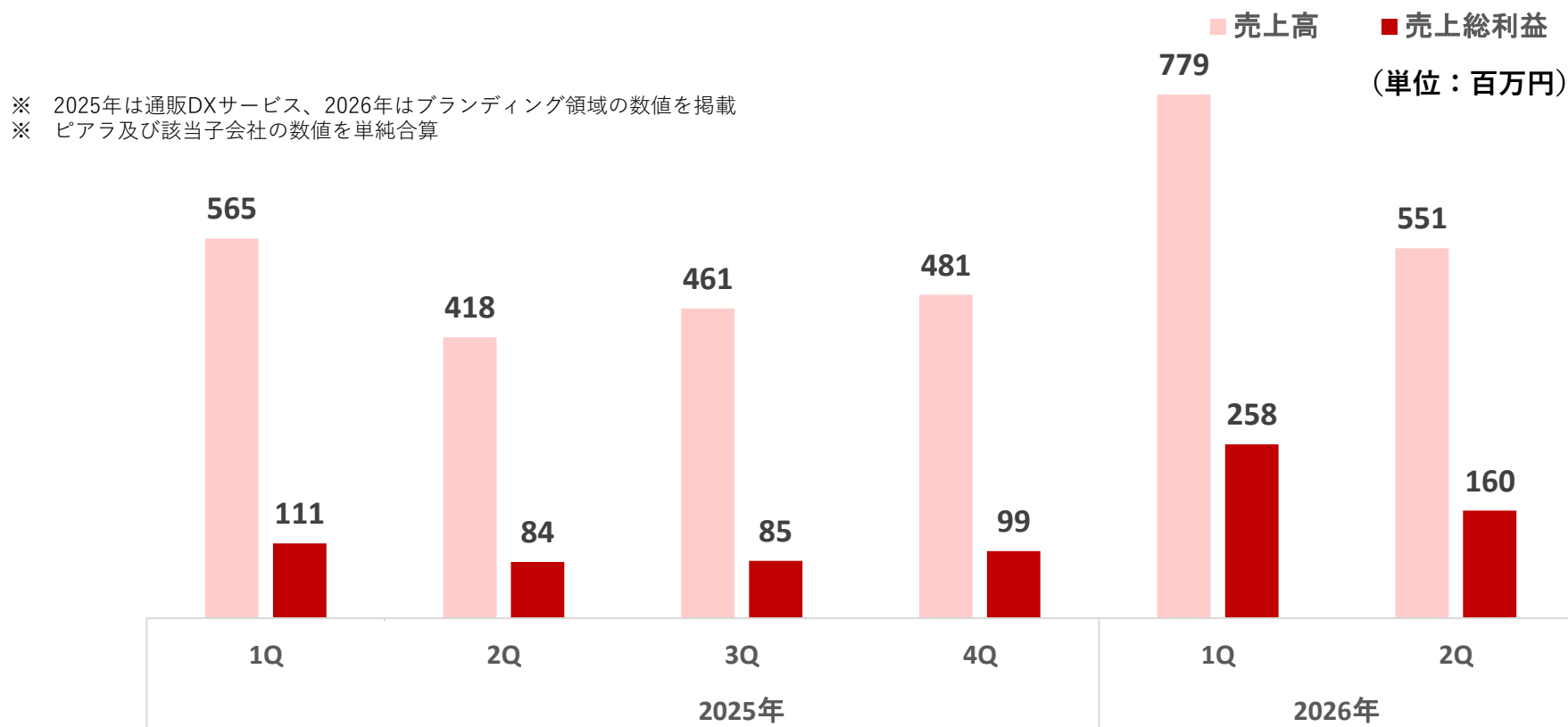


創造性・ブランド
(ストーリー / 感性)

㊦ ブランディング領域の進捗

- (株)オニオンの広告業界の期末特需により、1Qで大幅に売上・売上総利益が拡大した影響もあり、Q単位では減少も **前年上期対比売上35%UP・売上総利益115%UP**
- **ブランディング領域は数か月から1年先の与件も拡大しており、足元の受注も堅調に推移**
- ブランド共創マーケティングは、安定性および取引高向上に資する重要戦略の位置づけ

ブランディング領域の売上高・売上総利益



ブランディング×成果の最重要戦略

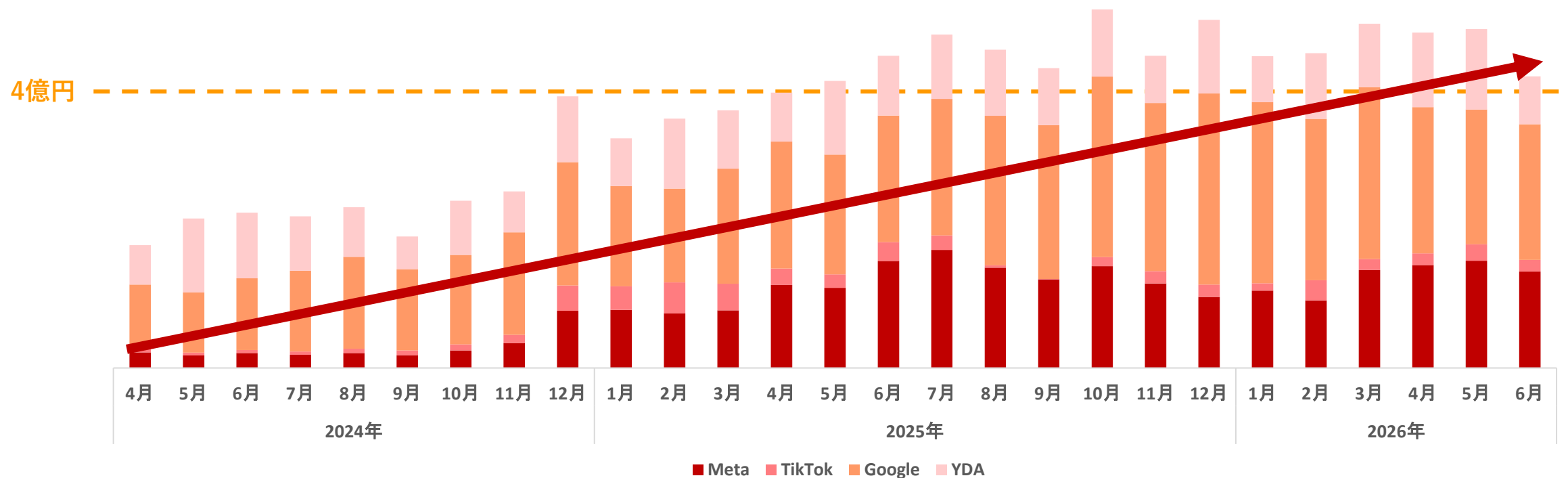
- 「縦型動画×AI」により業界トップクラスの生産量を武器に、今後3倍納品を目指す
- 月間で400万回以上のテストができる「ブランディング×成果」として注力

タイ・ベトナムの
AIクリエイティブセ
ンターによる
量産体制

トップクリエイター
の参画＋クリエイ
ターネットワーク
質の向上

AIによる分析
全体可視化による
データドリブン分析
多変量テスト

独自クリエイター
ネットワーク＋自社
メディア
成果保証



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ssen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 売上高目標

50億円

年間人材紹介数

1,000名

2028年 営業利益目標

8%

支援企業数

700社

① エssen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 / 人材紹介会社)

「すでに転職したい人」を奪い合う (顕在層)

集客の起点
「求人」

レッドオーシャンでの

価格競争

求人獲得は自社ですべて社内で内製可能

→ 今後は自社集客装置を持たない人材紹介は淘汰

PIALA (エssen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」

採用を数値化する
(CPA / CVR / LTV)

転職をいつかしたい人を動かす

→ エンドクライアントの採用課題まで解決

キー局CM広告枠の買付け、Web広告運用、求職者との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。

① エssenシャルワーカーDXの事業構造

再掲

事業内で計上や利益構造が違ふ2事業を包括。マーケティング支援は早期計上、人材紹介は入社日計上で高粗利化

エssenシャルワーカーDX = 事業支援 + 採用支援を人材紹介まで実施する複合モデル

マーケティング支援

対象：エssenシャルワーカーに関わる企業

提供：集客・広告運用・応募獲得支援

計上：運用・支援提供に応じて比較的早期に売上化

粗利率10～20%

メディア費用等が大きく相対的に低粗利

人材支援

リード獲得支援

リード獲得件数に基づき計上

リード獲得料－集客コスト

粗利率30～50%

人材紹介

入社日基準で売上計上

応募→面談→決定後も
入社まで2～6か月

粗利率100%

計上タイミング



応募



面談



決定



入社・売上計上

決定済みでも未計上のパイプライン

保育領域は4月入社が多く、
翌年4月計上となるケースもある

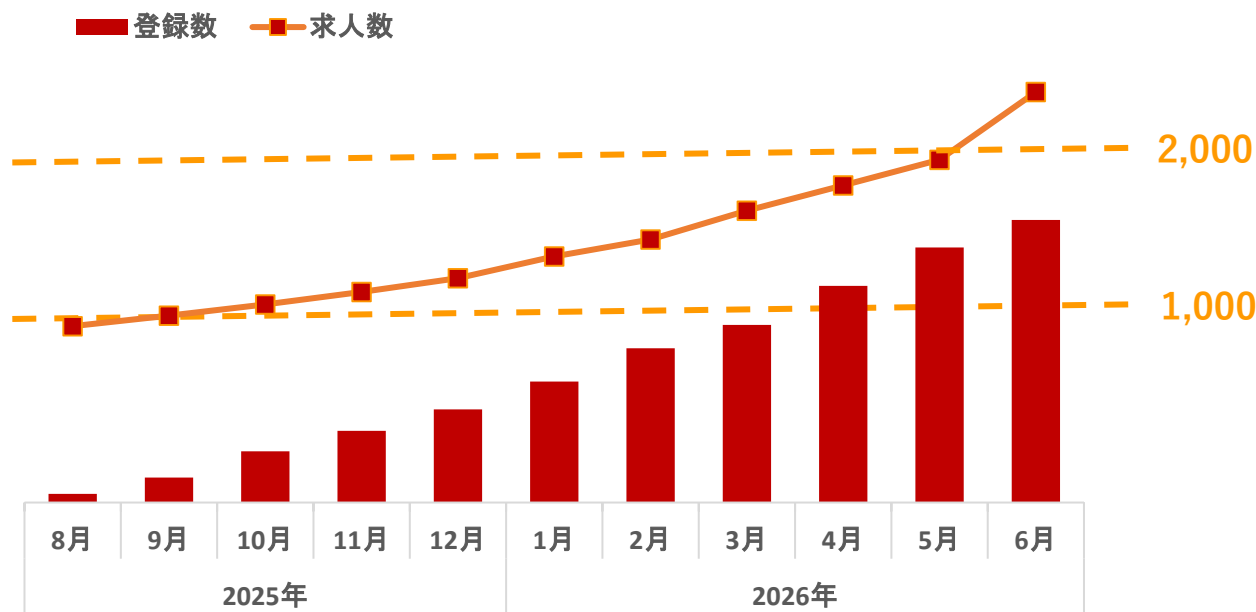
短期売上はマーケ支援で積み上げ、人材紹介は入社日に高粗利売上として顕在化

注：粗利率・計上タイミングは、会社説明に基づく事業構造の概念整理。

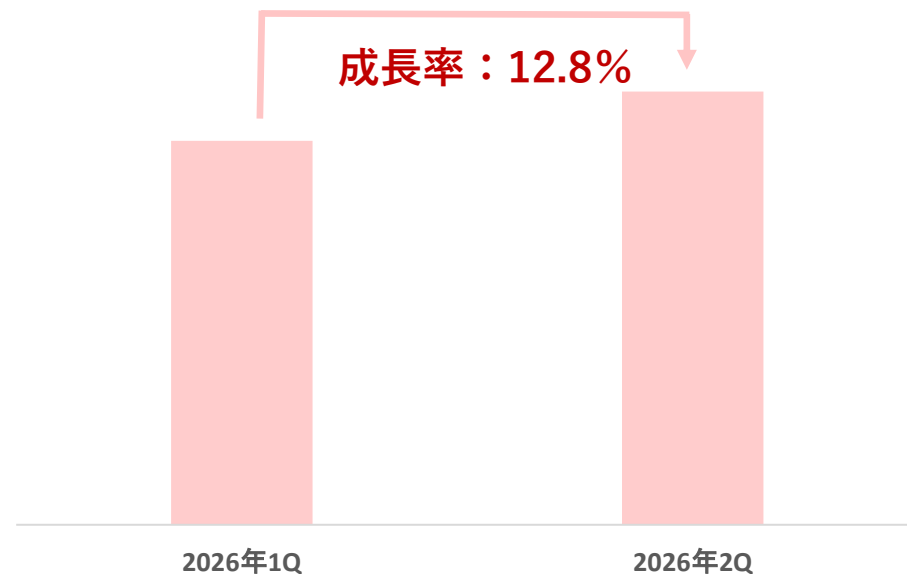
㊦ セグメント別進捗（エッセンシャルワーカーDX事業）

- 2025年8月より開始している人材紹介サービス「お仕事カルテ」は、順調に登録者数を伸ばしており、**登録者数は1,666名まで到達、求人数も2,000件を突破**
- QonQで粗利成長率が**12.8%**と成長しており、粗利率の高い人材紹介に加え、今後はリード獲得支援にも注力し、業界も拡張することで一層の業績拡大を目指す

お仕事カルテKPI推移



エッセンシャルワーカーDX事業の粗利成長率



① エssenシャルワーカーDXの今後の拡張

- 今期仙台に支社を設立、市場のニーズが非常に高い職種に対象を拡大するとともにサービスラインナップを拡充
- 3Q以降も新業種に対象拡大予定であり、AIを活用し生産性を向上するシステム開発も開始

看護領域にとどまらず支援職種を段階的に拡大



① ビジネスクリエーション事業の戦略的意義

再掲

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

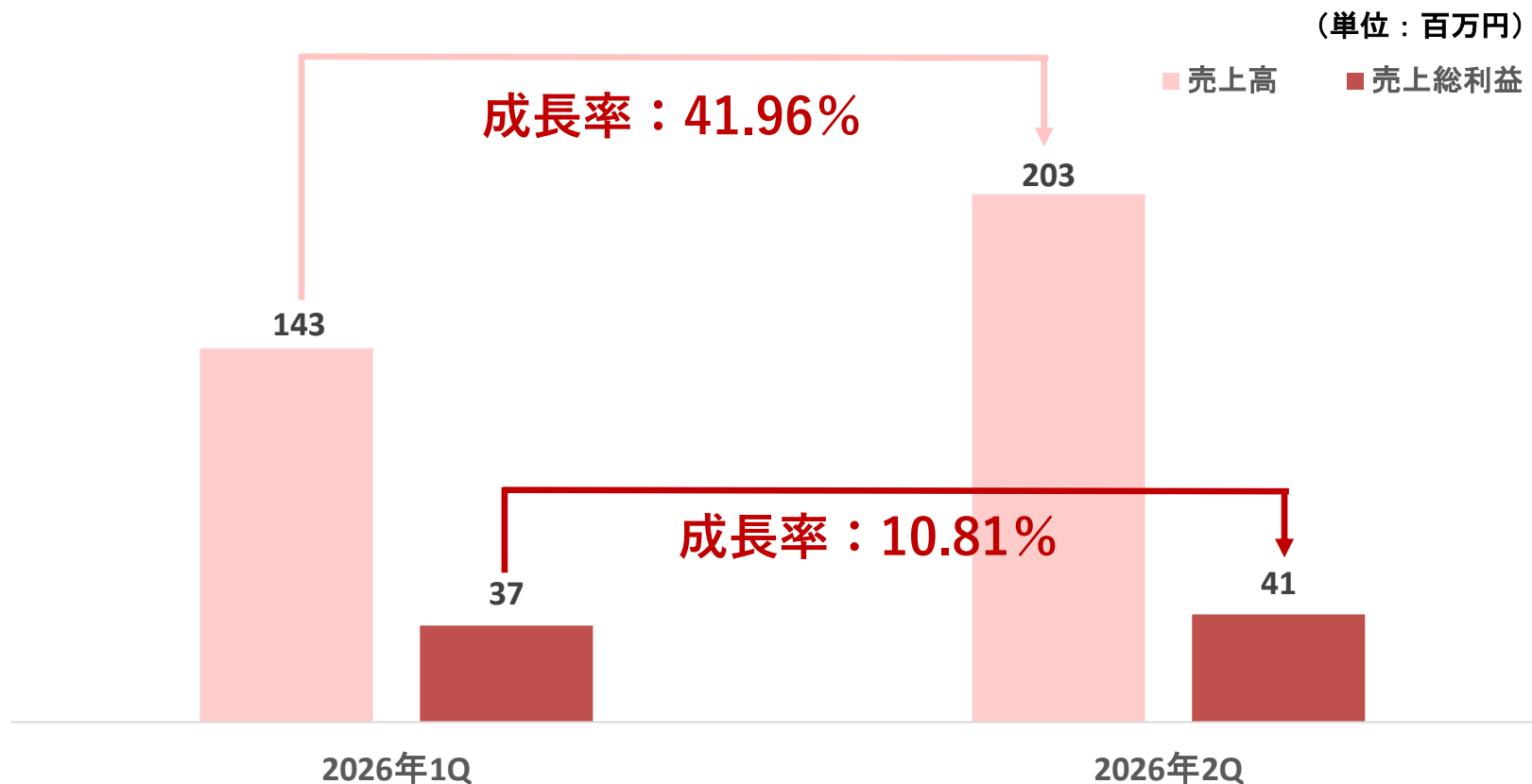
10-15%

役割

高収益モデルの実証

㊦ セグメント別進捗（ビジネスクリエーション事業）

- 全体的に成長できる土台が整い始め、**売上高の成長率は41.96%と高い成長**を実現
- サイバースターがイヤホン事業の成長などにより大幅増収、Q単位黒字化へ
- P2CはSHAPEDAYSのリニューアルにかかる先行投資を実施、3Q以降に店舗拡大で増収へ



① ビジネスクリエイション事業進捗（サイバースター）

- 全事業が想定通りに進んだことにより、**2Qでの黒字化を達成**
- IP×オーディオ事業の新ブランド「TuneMATE」が、引き続き好調に推移
- YouTube登録者数28万人超のバーチャルガールズHIPHOPユニット「KMNZ（ケモノズ）」とのコラボイベントも想定以上の売上げを達成
- イベント事業についても、**3Q以降大型コラボカフェを続々開催予定**



プロダクション事業



オーディオ事業

KMNZコラボレーションも売上げ好調



イベント事業

大人気キャラクター「すみっコぐらし」とのコラボカフェが7月より開催中



② ビジネスクリエーション事業進捗（P2C）

- 「良朝丸※」の売上は堅調に推移するも、2Q以降の繁盛期に備えて広告抑制
- **SHAPEDAYSの全面リニューアルに向けて、販売促進のための先行投資を実施**
- 3Qからは実店舗等の販路の拡大を予定しており、これによる増収を目指す
- 良朝丸の**売上高は前年同四半期比21.85%増**、7月以降も堅調な推移を見込む

Amazon、楽天ベストセラー獲得
良朝丸



※ 販売名：レイスターズ

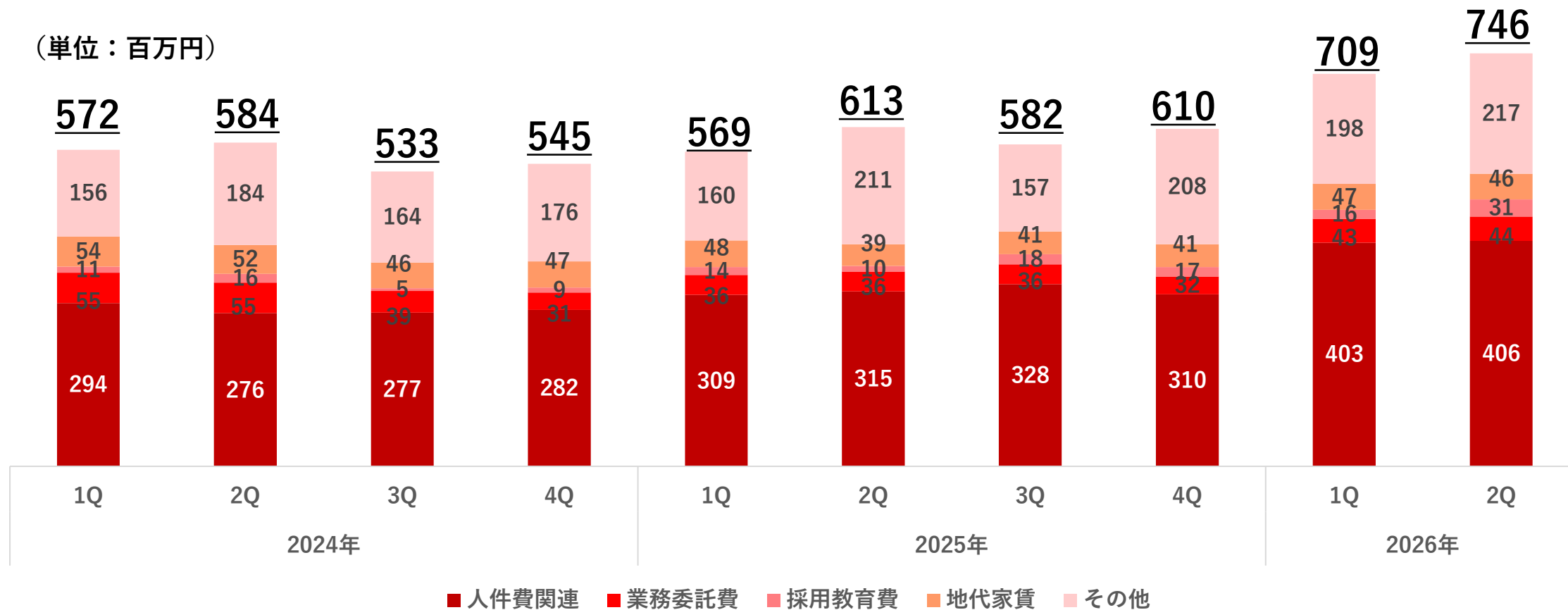
SHAPEDAYS
24Hブラから大幅リニューアルを7月予定



◎ 販管費（連結）の推移

- Q on Q : 5.2%増、Y on Y : 21.6%増
- 新卒採用を含む事業投資としての採用教育費の増加が主な増加要因
- その他、株主数の増加に伴う優待費用の増加が要因
- AIによる代替や採用によるリソースの確保に伴う業務内製化を進めコストダウンを推進する

(単位：百万円)



連結貸借対照表

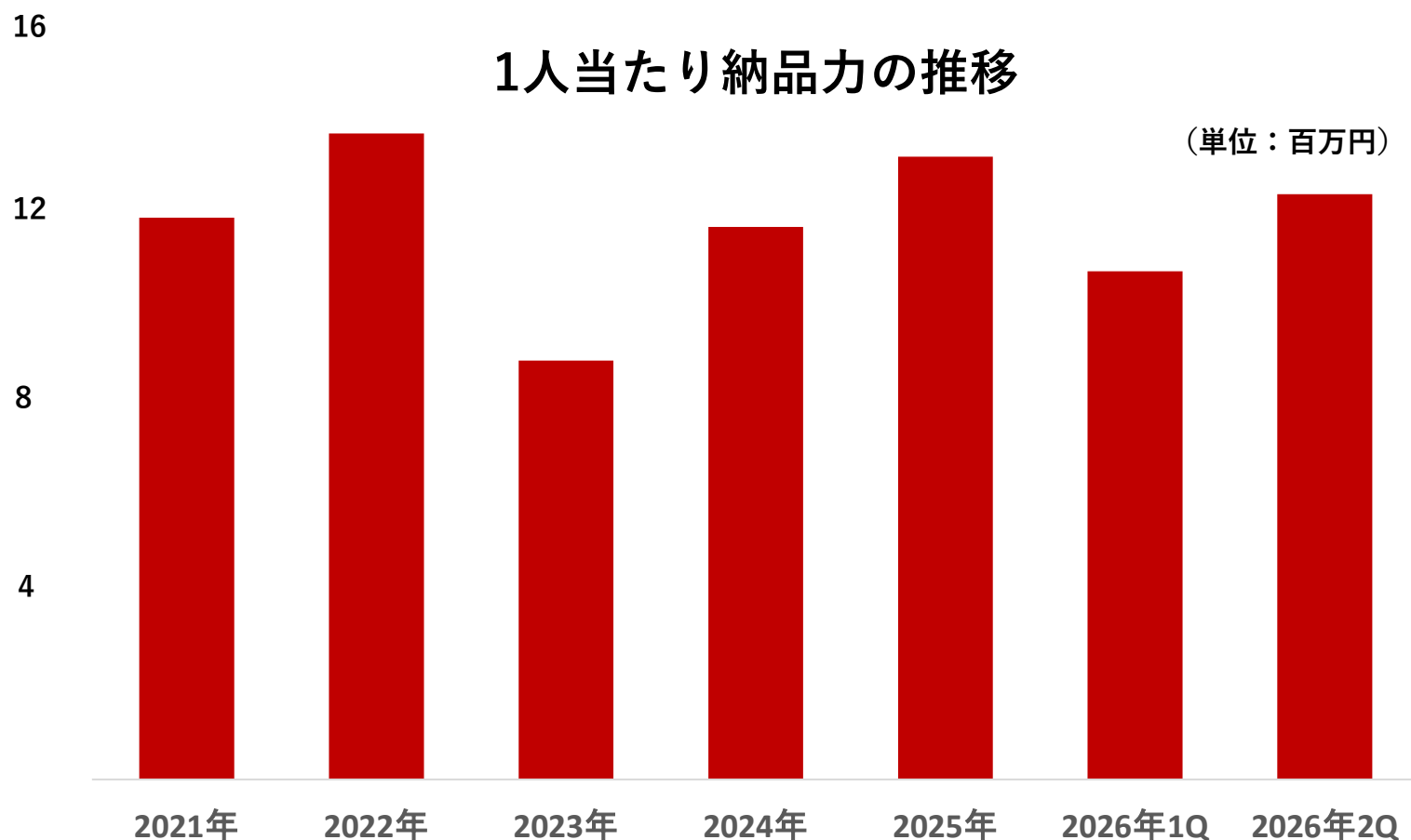
- 現金及び預金は、1 Q比較で約300百万円の増加と与件の増加等に備えた運転資金を確保
- 自己資本比率の改善は今後も重要事項として進めていく

(単位：百万円)

		2026年3月末	2026年6月末	増減額
資産の部	現金及び預金	1,382	1,676	293
	受取手形及び売掛金	1,967	2,156	189
	流動資産合計	3,748	4,284	536
	投資その他の資産	485	518	33
	固定資産合計	727	756	29
	資産合計	4,475	5,041	565
負債の部	買掛金	1,516	1,817	300
	短期借入金	1,376	1,396	19
	流動負債合計	3,647	4,135	487
	長期借入金	43	118	74
	固定負債合計	112	148	35
	負債合計	3,760	4,283	523
純資産の部	株主資本合計	707	756	48
	純資産合計	715	757	42
負債純資産合計		4,475	5,041	565

納品力の推移

- 2025年平均の水準までは回復してないものの、1Qとの対比でみると2Qは回復傾向にあり、採用による人員増加の影響を受けながら確実に納品力を伸ばしている状況
- 通期見通しの達成のためブランド共創マーケティングの実現に向けて、AI等を活用した効率化を含め生産性を向上し、一人当たりの納品額の向上を進めていく



Xmakerとの業務提携

- マーケティング支援・ブランド開発を手がける株式会社Xmakerと業務提携し、アフィリエイト事業に**成果報酬領域に特化した専門運用チームを新設**
- 当社のAI活用による業務効率化基盤とXmakerの広告運用ノウハウを融合し、**LTV・収益性を重視したマーケティング支援**を強化
- 提携開始当初比で**運用規模は約10倍、担当案件数は約3倍**に拡大。今後はアフィリエイト・広告運用・CRM・データ活用を横断した統合型支援体制の構築を目指す



株式会社ピアラ

AI活用による
業務効率化基盤

+

株式会社Xmaker

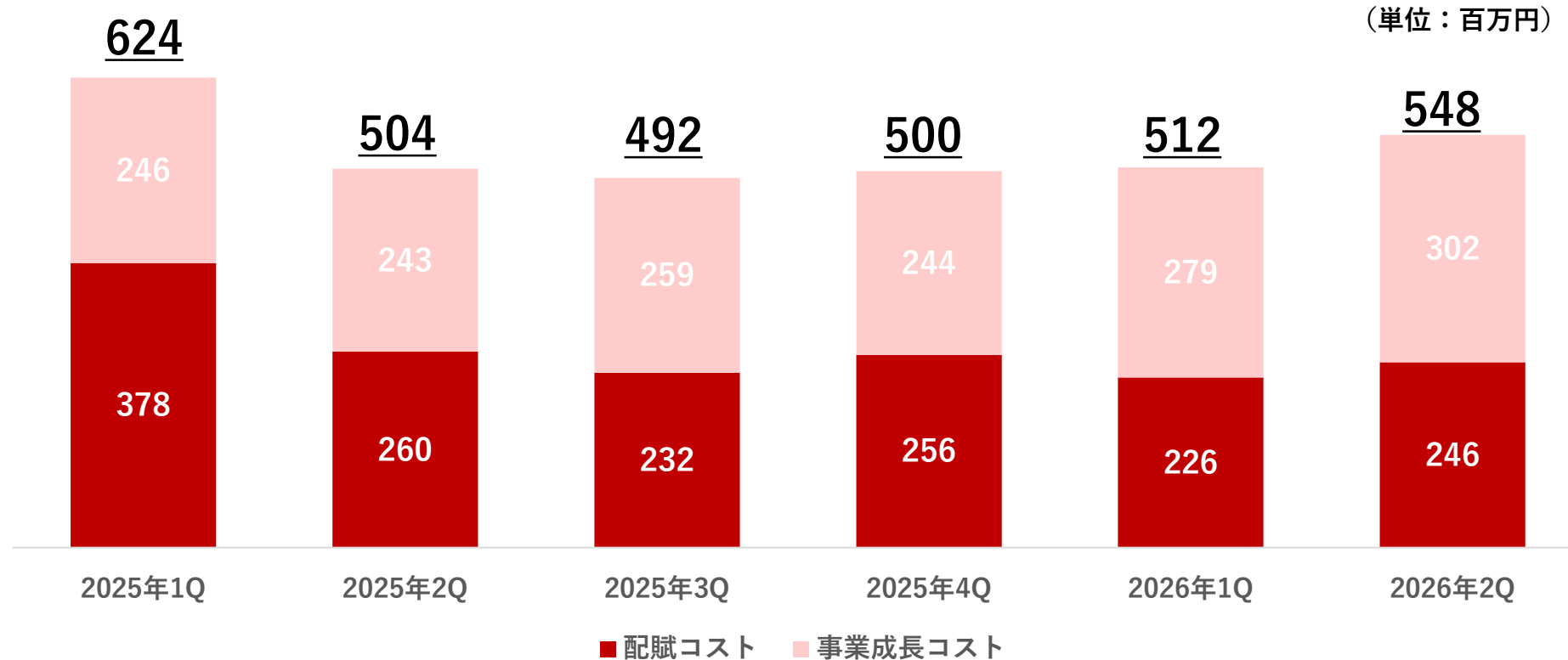
広告運用ノウハウ

=

LTV・収益性を重視した
マーケティング支援

② Wの収益効率化 配賦コストの削減

- 2028年中期経営方針により、全体への配賦コストが業界的にも高いことから削減を実施
- 直接利益に結び付かない配賦コストの削減+AIによる業務効率化で1名あたり収益率高める
- 1Qからは増加するものの、配賦コストは全体的に2025年から減少傾向であり、収益性の高い筋肉質な組織に変わりつつある状況、引き続き削減及び業務効率化を推進する



※ 2025年1Qは配賦コストの中にAIに関する研修費用141百万円含む

※ 2025年2Q及び4Qは株主優待関連費用をそれぞれ25百万円、29百万円を含む

※ 2026年1Qは計上方法の変更に伴い株主優待関連費用15百万円を含む

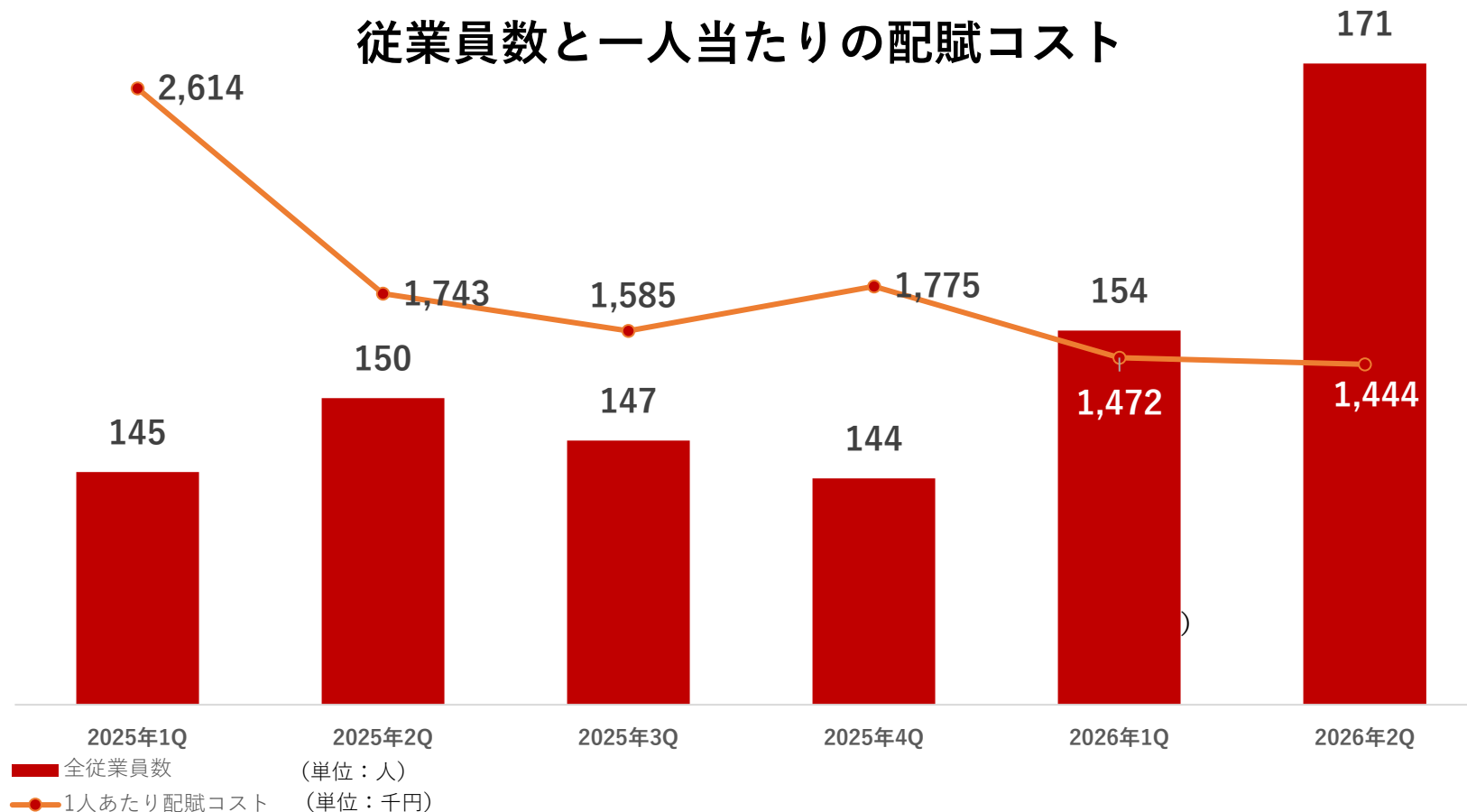
※ 配賦コストはIT費用、管理本部費用、部門に属さない全社費用等の合計費用（連結ではなく単体のコスト）

※ 事業成長コストは営業部門やクリエイティブ部門等の合計費用



配賦コストの考え方 – リソースの増加と一人当たりの配賦 –

- 2Q配賦コストは一時的に微増だが、**従業員数の増加に伴い一人当たりの配賦コストは減少傾向**
- 引き続き一人当たりの損益分岐点を下げつつ、各人の生産性を改善し収益性を向上させる



※ 従業員数：社員に加えて、アルバイト、派遣社員及び業務委託等のリソースを、年収720万換算で員数に換算してその合計数を集計

2028年のあるべき姿

業務効率化200% Web広告運用自動化*クリエイティブ除く

業務効率化 知識の標準化

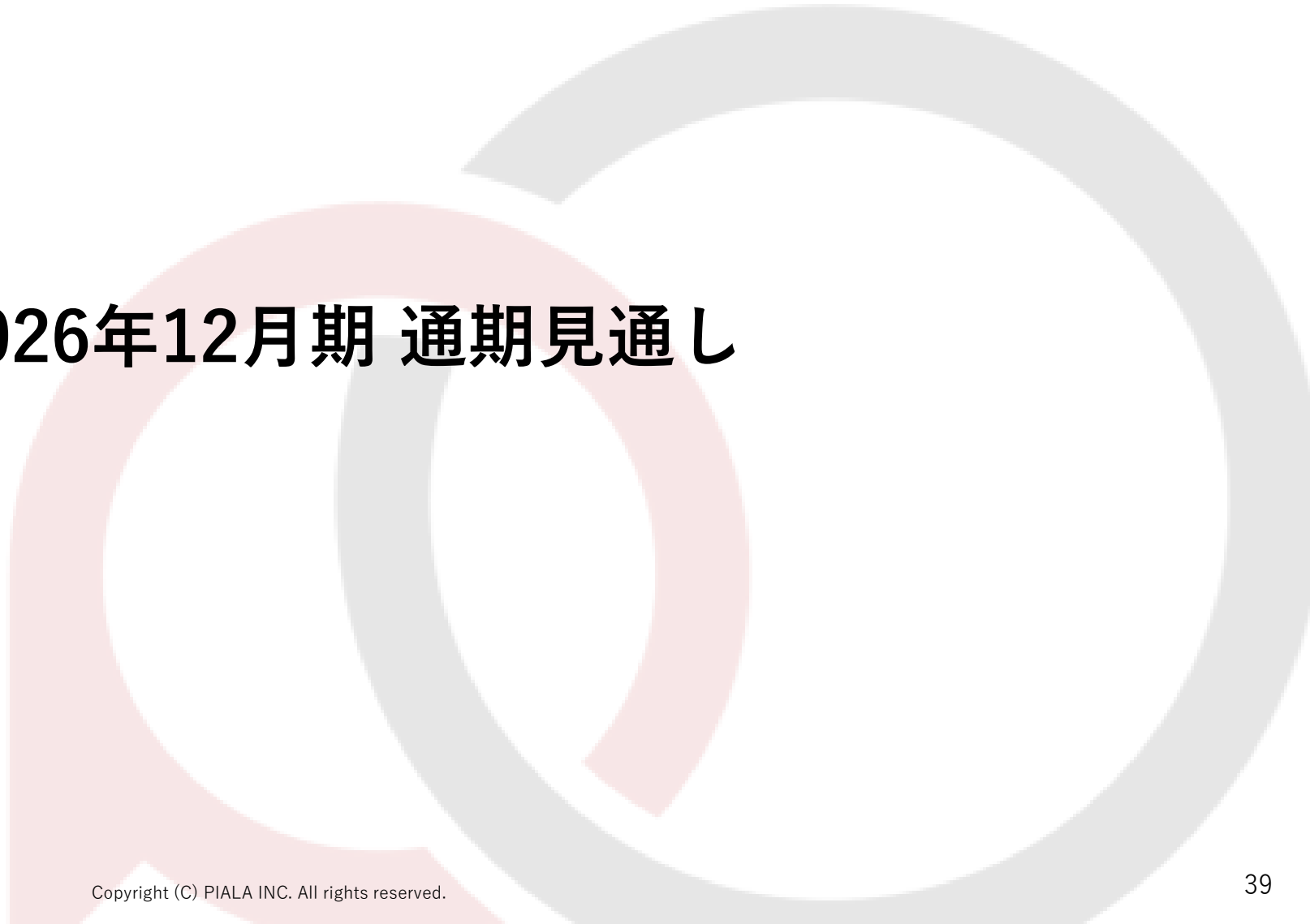
QonQで、AI利用により動画制作数約4,000本増加

- ✓ 全社的にManus、Cloud Codeを実装、AI用PC導入により更に業務効率化を推進
- ✓ 業務効率化のために営業リスト作成、事例ツールなど独自AIエージェントツール、業務管理ツールなど全体で**42ツール**が制作され実行、業務効率化に寄与
- ✓ エssenシャルワーカーDX事業において、大規模言語モデル（LLM）を中心とした開発手法を新たに導入、従来の25%程度の工数でのシステム構築を見込む

今後一名当たり収益性をしっかりと可視化し効果を検証

WEB広告 運用自動化

- ✓ 一部の媒体において運用自動化に向け精度を上げるための検証を実施中
- ✓ 一部媒体において入稿の自動化を実装
- ✓ 今後広告クリエイティブにおいても、AIによる検証内容、リサーチおよびディレクションの最適化を実現するための検証を実施していく想定
- ✓ 新規専属独自AI運用プロジェクトとしてチーム強化し、アルゴリズムハックチームとともに**個々の独自運用プロセス（暗黙知）をAI化していく**



03 2026年12月期 通期見通し

2026年12月期 業績予想（連結）

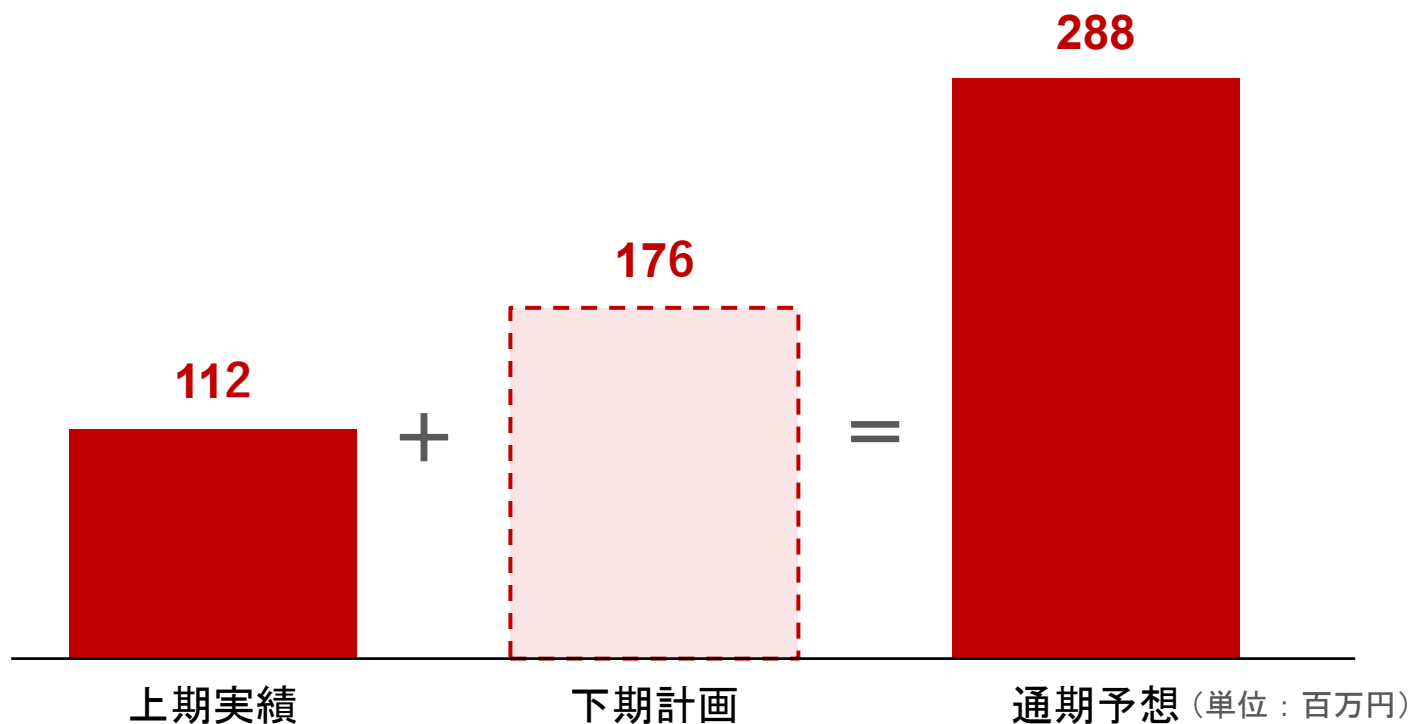
- 2026年12月期2Qは想定よりも更に収益化が進み、**経常利益以下の利益項目も黒字で着地**
- 通期の達成に向けて3事業の更なる成長が不可欠であり、**引き続き利益率の高い事業・サービスを中心に、売上総利益の成長率の拡大を目指す**

	2026年2Q 業績予想	2026年4Q 業績予想	2026年2Q 実績	2026年2Q 進捗率	2026年4Q 進捗率
売上高	8,899	19,230	8,970	100.8%	46.65%
営業利益	4	288	112	—	38.92%
経常利益	△ 8	263	99	—	37.74%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	△24	218	79	—	36.25%

（単位：百万円）

㊦ 通期業績予想の考え方 —上期上振れは成長投資へ—

- 通期予想営業利益288百万円は**据置き**、上期の上振れは下期の更なる成長のため再投資
- 38.92%の進捗率は、**下期の成長投資と4Qの収益拡大傾向の季節性を織り込んだ計画通りの水準**



下期の成長投資（上振れ分の使途）

- P2C：販路拡大へ広告先行投資
- キーマン採用拡大による2028年に向けた組織改革
- AI・クリエイティブ量産投資
- エssenシャルワーカーDX向け大規模LLMでのAI開発

2028年 営業利益20億円への布石

※ 下期計画176 = 通期予想288 - 上期実績112、季節性（4Q最需要期）は過去実績どおり

🌀 IPコラボカフェ開催

- 連結子会社サイバースターとの共同企画で、「すみっこぐらし」とのコラボカフェを7月23日から開催中、「混血のカレコレ」とのコラボカフェも**9月4日から**開催予定
- 企画から特設サイト運営、グッズ展開まで一気通貫でプロデュース、カレコレはYouTube登録者**304万人（2026年8月時点）**に到達
- サイバースターのIP企画力とグループのマーケティングDXノウハウを掛け合わせ、**グループシナジーを創出**



ChatGPT広告

- OpenAIが提供する対話型AIサービス「ChatGPT」における広告配信の展開を受け、
「ChatGPT広告 出稿・運用支援サービス」の提供を開始
- Google・Meta・LINEヤフー・X・TikTokなど主要広告プラットフォームで培った運用力を活かし、アカウント開設支援から戦略設計、クリエイティブ制作、効果測定・改善提案までを**一気通貫で支援**
- 既存の広告チャネルと組み合わせた**横断的な顧客接点設計**を進め、生成AI領域の新たな広告機能にも迅速対応することで、広告施策全体の最適化を目指す



SHAPEDAYS リニューアル

- 機能性インナーブランド「SHAPEDAYS」の主力アイテムをリニューアルし、新商品「**24H スキンブラ**」を7月17日より発売、独自構造の**4Dパッド**を採用し、従来品と変わらぬ高品質のまま**2,420円（税込）**を実現
- シリーズ**累計41万枚突破**、楽天ランキング**8冠達成**の実績を持つ主力アイテムの刷新であり、公式ECサイトでの先行販売からスタート
- 2026年8月より、アインズ&トルペ・ロフト・ユニバーサルドラッグ・トモズなど**全国82店舗**で順次店頭展開を開始し、ECと実店舗の両輪で販路を拡大



SHAPEDAYS



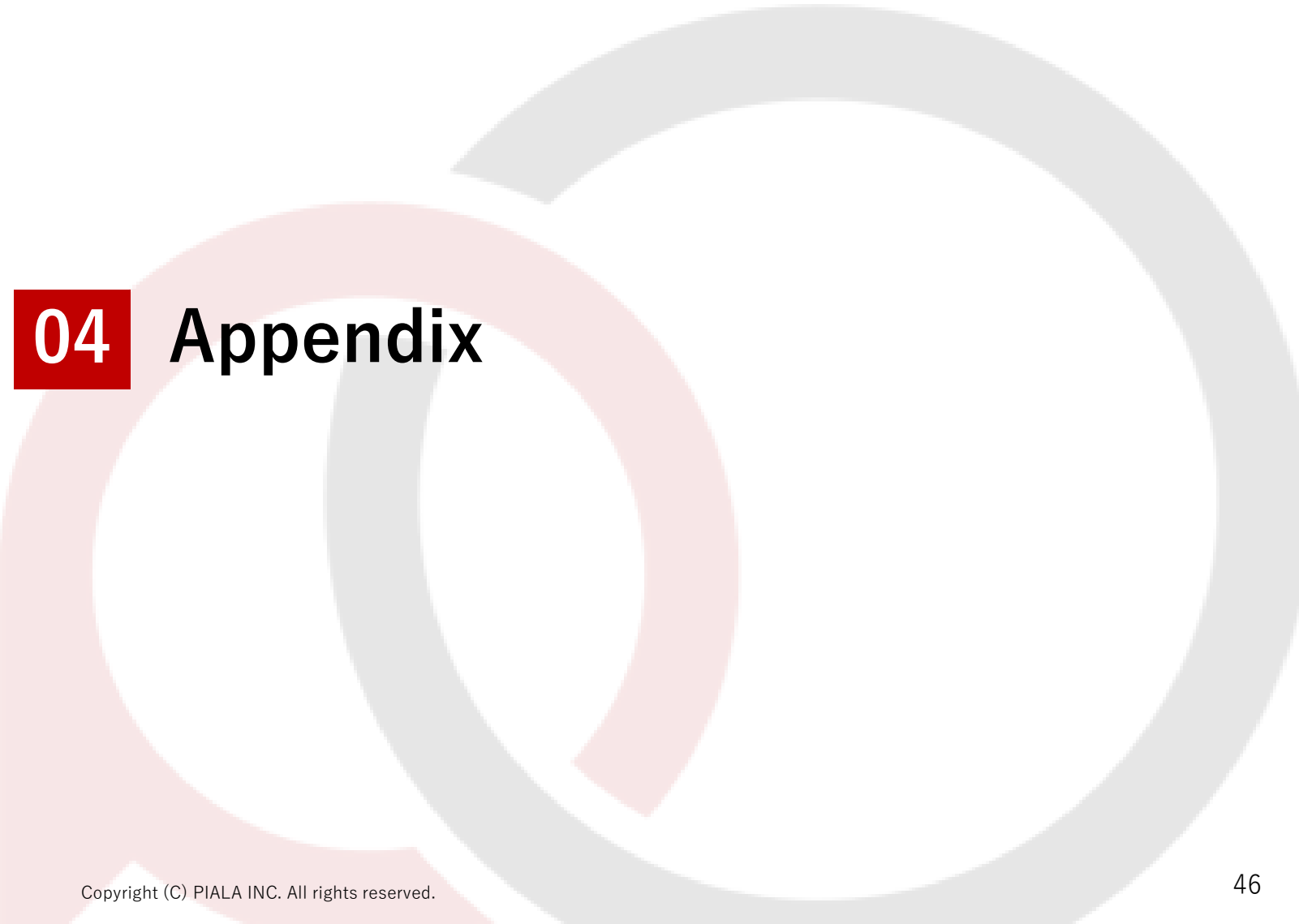
㊦ 良朝丸、Amazonベストセラーを再獲得

- 自社サプリメントブランド「良朝丸※」（漢方・生薬、ウコンサプリメント部門）が、**7月にAmazonベストセラーを再獲得**、2025年12月に続く2度目の獲得
- 売上は7月からさらに前年比200%増と拡大しており、**3Q以降は店頭展開の拡大を想定**
- 良朝丸はマーケティングノウハウの「**実証実験**」から生まれ、実績を重ねた成功モデルの一例
知見の還流により**高収益モデルの実証**と**収益基盤強化**に寄与



※ 販売名：レイスターズ

Copyright (C) PIALA INC. All rights reserved.



04 Appendix

AIと想いで、つくる。

「AIがいうから、その通りにしよう」
まさに訪れようとする、そんな世の中。
でもイノベーションは、いつだって人が生み出してきた。

広告やマーケティングは、いま大きく変わろうとしている。
AIに任せただけの会社なんて、真っ先に飲み込まれる。

だから私たちは想いを武器にする。
論理と感性、データと情熱、戦略と芸術。
新しいマーケティングは、きっとその交差点から生まれる。

NEW PIALA GROUP ▶

ブランディングから成果まで
一気通貫した

真のフルファネルを実現へ

それぞれの得意領域を掛け合わせた
共創・共感マーケティング



SERVICE: New 3 segments

マーケティング DX事業



「物語」と「成果」の両立が、
他社にはない競争優位性を生む

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。

エッセンシャル ワーカー DX事業



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

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。

ビジネス クリエイション 事業



マーケティング実装による
高収益事業の創出

マーケティング力を核に、P2C（メーカー事業）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。

① ブランド共創マーケティングの勝ち筋

「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)

㊦ 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1000万以上へ
- ・ 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

長期成長ロードマップ

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

2035

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

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



会社概要 (2026年 6 月現在)

社 名	株式会社ピアラ (PIALA INC.)
代 表 者	代表取締役社長 飛鳥 貴雄
資 本 金	30百万円
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
ピ ア ラ グ ル ー プ	PIATEC(Thailand)Co., Ltd.、比智(杭州)商貿有限公司、 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、 株式会社ジョシュアツリー、株式会社サイバースター、株式会社オニオン、 株式会社A Better Case
従 業 員 数	295名 (連結、派遣社員・契約社員・パート・アルバイト、業務委託等含む)



2004 創業 広告代理事業・プロダクション事業開始

2008 ECシステム・クローズ型アフィリエイトASP提供開始

2012 AI搭載マーケティングツール提供、海外進出支援サービス開始、タイに子会社設立

2013 中国に子会社設立

2014 国内に子会社設立

2016 第2創業期「KPI保証サービス」の提供開始

2018 東京証券取引所マザーズ上場

2019 台湾、タイ、ベトナムに子会社設立

2020 次世代型総合エンターテインメントプラットフォーム「CYBER STAR」提供開始
東京証券取引所市場第一部へ市場変更、国内に子会社設立

2021 「通販DXサービス」提供開始

2022 異業種支援「マーケティングDXサービス」の提供開始、国内に子会社設立
市場区分の見直しに伴い、東京証券取引所プライム市場へ移行

2023 第3創業期「ブランド価値創造企業」へ
「自社事業」の本格開始、「PIALA INTELLIGENCE」提供開始
東京証券取引所スタンダード市場へ市場変更、国内でM&Aによる子会社取得

2024 国内でM&Aによる子会社取得
会社分割によりエンターテインメントDX事業を分割し国内に子会社設立

2026 長期ビジョンを策定しビジョン・ミッションを変更、報告セグメントを3セグメントに分割し、
社会と経済の成長基盤をつくる企業”Growth Infrastructure Company”へ
国内でM&Aによる子会社取得、国内に子会社設立



ピアラグループ

マーケティングDX事業

「物語」と「成果」の両立が、
他社にはない競争優位性を生む



ONE MOVE



PIATEC
PIALA Technology

PIALA
VENTURES



エッセンシャルワーカー DX事業

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



ビジネスクリエイション事業

マーケティング実装による
高収益事業の創出



CYBER STAR

P2C INC.

「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。