



2025年12月期 第2四半期 (中間期) 決算補足資料

2025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** 2025年12月期 第2四半期決算概要
- 03** 2025年12月期 通期見通し
- 04** Appendix



01

エグゼクティブサマリ

② エグゼクティブサマリ

業績

連結業績は順調な進捗
売上高は累計で**上場来最高額を更新**

見通し

好調な業績状況を鑑み、第2四半期は計画的に費用を計上（株主優待関連費用、監査法人への追加報酬、子会社貸倒引当金等）引き続き事業は好調に推移しており、新規獲得も想定内であるため、通期業績予想を**上方修正**

その他

今後のピアラの方向性として**AI活用をさらに加速**
新たなキャッチコピー【「買いたい」はAIでつくれる。】と共に、“AI×マーケティング”を推進し、業務効率化200%や広告運用自動化を目指す

㊦ 2025年12月期 第2四半期決算ハイライト

- 売上高の累計額は上場来最高額
- 売上高は、前年同期と比較して24億円以上の増加と順調な進捗
- 営業利益は、戦略的な投資（採用強化・株主優待）や一時的な費用増（追加監査報酬、貸倒引当金）を計上しているものの、**期初予想を超えて着地**



ご参考：EBITDA 241百万円（前年同期△132百万円）

㊦ 通期業績予想の修正（上方修正）

- 2Qまでの業績進捗状況を鑑み、通期業績予想（連結・単体）の**上方修正**を決定
- 売上高は好調な進捗状況を反映、補助金収入や有価証券売却益等の一時的な収益を計上した経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益については上方修正
- 今後の進捗次第では、更なる修正も検討予定

連結業績	(修正前) 通期業績予想		(修正後) 通期業績予想	
売上高	15,936	→	16,666	上方修正
営業利益	161	-----→	161	現状維持
経常利益	243	→	317	上方修正
親会社株主に帰属 する当期純利益	164	→	213	上方修正

先行して下期より更にAI注力『ピアラの両利きマーケティング経営』

～ 売上成長（攻め）と高収益化（守り）の同時実現 Road to 2028 ～

攻めのマーケティングDX：効果の最大化

コンセプト：AIによる「全体最適化」
分断されていたマーケティングを統合し、
LTV（顧客生涯価値）を最大化する施策を自動で実行する。

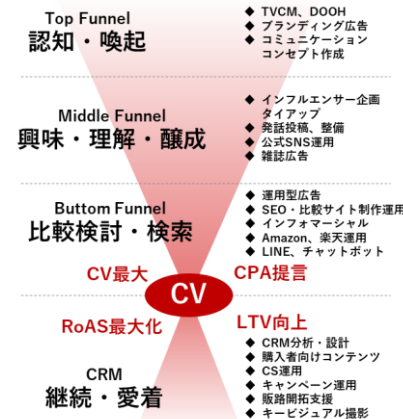
2028年広告運用自動化を目指す

Before（従来の課題）

- ・ファネルごとの部分最適
- ・経験と勘に頼る属人的な施策

After（AIによる変革）

AIによるデータ分析に基づきマーケティングを最適化し、最も成果の期待できるクリエイティブや配信を判断・実行



→ **売上・CVR・RoASの向上
事業のトップラインを最大化**

守りのマーケティングDX：利益率の向上

コンセプト：AIによる「業務効率化」

これまで人手に頼っていた分析・運用業務を自動化し、高付加価値な戦略立案へシフト、組織全体のフローをAIで見直しすることで生産性強化。

2028年までに業務効率化200%を目指す

ピアラグループ横断で社内のあらゆる生成AI利用に対する補助金支給プロジェクトを発足

Before（従来の課題）

- ・膨大なルーティン作業及びレポーティング工数
- ・画一的な運用及びノウハウの属人化

After（AIによる変革）

AIが日々の運用や分析を代替し、人間はより創造的な業務に集中

→ **1名あたり生産性向上
収益性の高い強固な事業基盤を構築**

ピアラは、AIを司令塔とした「自律的に成長し続ける高収益な事業モデル」への変革を目指します



「買いたい」は **AI**でつくれる。

バズる、売れる、リピートさせる。

AIでフルファネルを科学し、確実な成果を
約束する。



2025年12月期の重点戦略

1 2024年粗利上位20社の大型クライアントの成長を促し収益基盤を強固にする

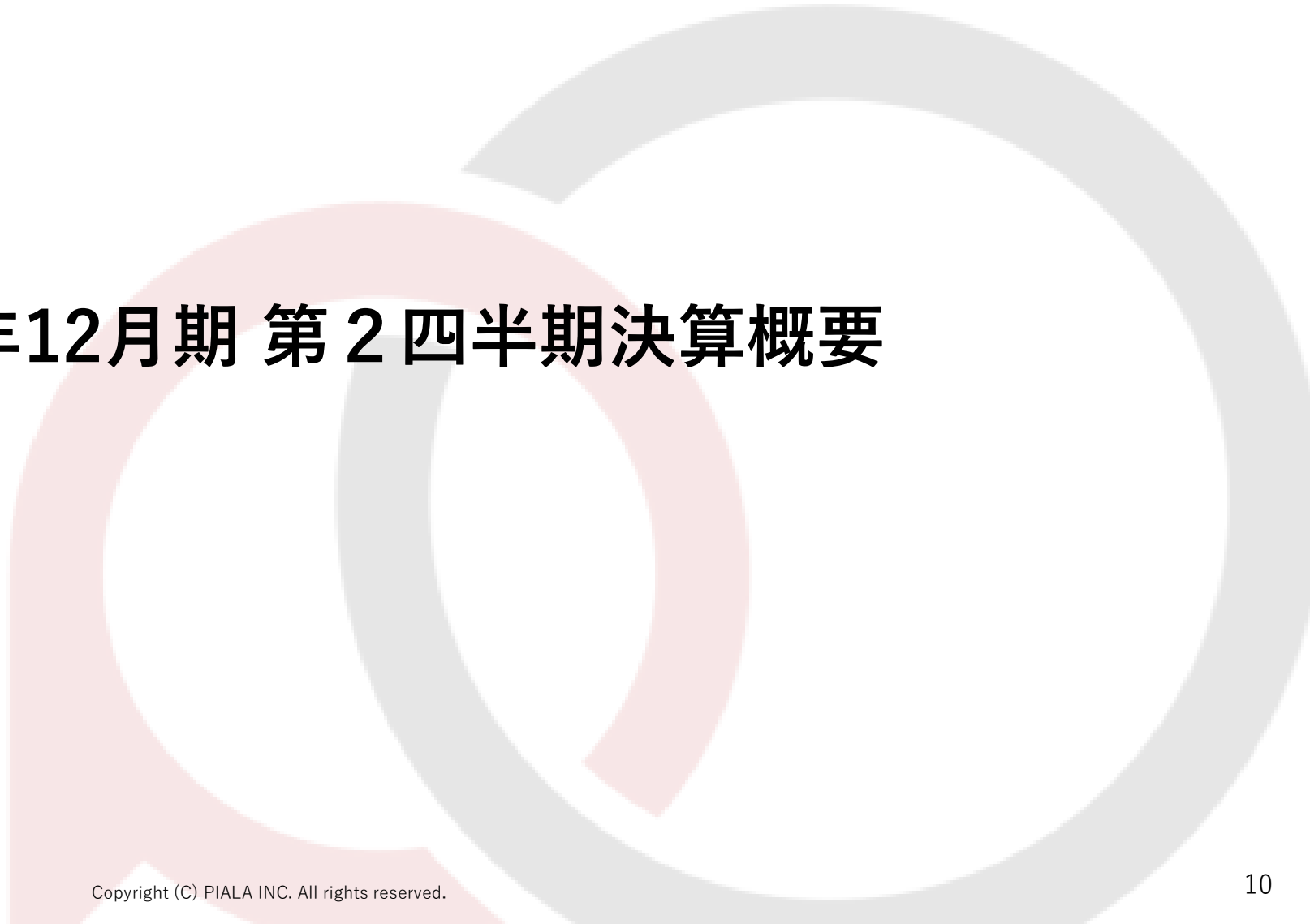
- ✓ 収益基盤の安定化を目指し、上位20社の安定成長を図るための施策は継続して実施
- ✓ AI活用による効率化及び縦型動画の拡張を進め、継続的な成長を目指す

2 マーケティングDX事業を含む、各ソリューションで新規顧客開拓を加速

- ✓ 縦型動画サービス（ブランディング～顧客獲得まで）での新規売上拡張
- ✓ 当社のナレシェア（KPI保証）を専属で販売する本部の設立により新規顧客及びパートナーの拡大
- ✓ 大型案件受注率が60%超えることから、オフラインとSNSell（バズ売れをサイエンスする）を主に取り扱う部門を統合し、クロスコミュニケーションを可能とした本部体制による大型案件の獲得を強化
- ✓ 採用強化を加速させ、サービスやノウハウの再現性を確立

3 生成AI及びAIエージェント活用による人的効率化とノウハウの標準化

- ✓ 資本業務提携した(株)ジーニー及びジーニーグループとの連携を推進



02 2025年12月期 第2四半期決算概要

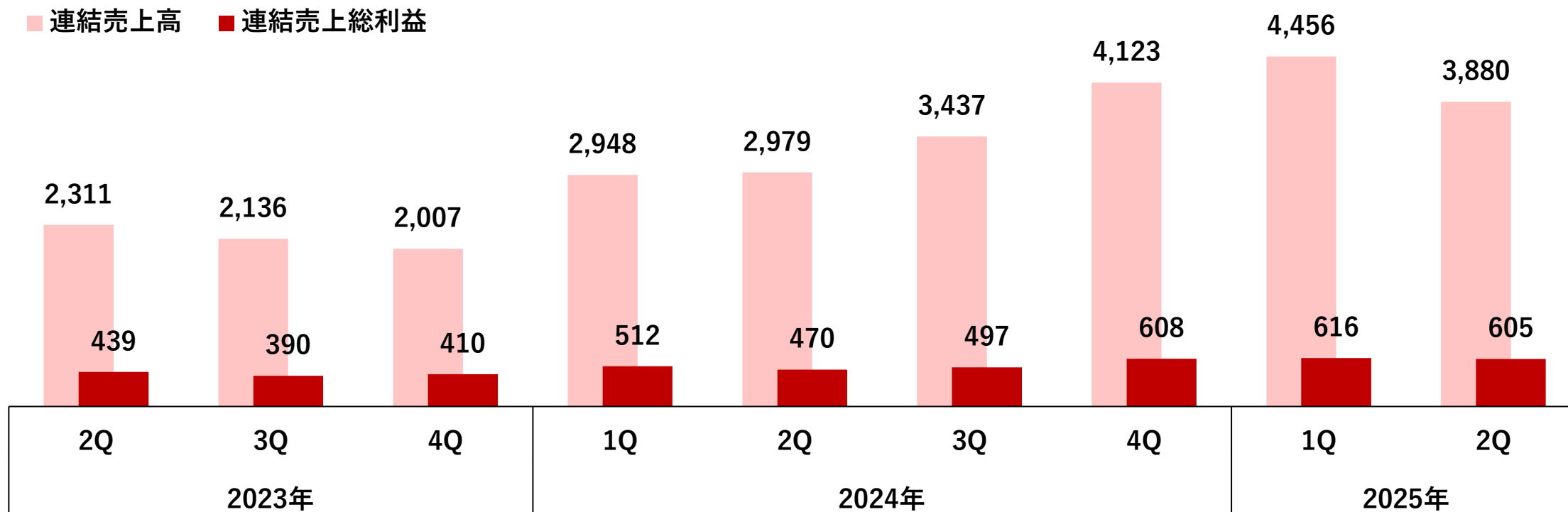
重点戦略の進捗状況

項目	進捗	評価
戦略①	■ 2024年粗利額上位20社は計画値に対して進捗率64.5%と好調に推移 ■ 縦型動画の納品額も伸長しており、更なる納品額拡大を推進 ■ 第1四半期と比較して売上高は減少しているが、粗利率は向上しており、引き続き、粗利額及び粗利率に注視し、安定的な成長を目指す	
戦略②	■ 利益率の高い案件を重視したため、新規社数の積み上げは想定を下回る結果 ■ 売上は減少するも、粗利額は確保していることから粗利率は上昇 ■ 縦型動画に関しても、Facebookだけで納品額が月間1億円突破 ■ 当社の従業員は12名（うち新卒7名）増加、採用は好調な状態が継続 引き続き、採用を強化し当社ノウハウの教育を行うことで業績拡大を目指す	
戦略③	■ (株)ジーニーと取り組むレポート自動化実施、テストを含めた運用フェーズを継続中 ■ 「生成AI×CDP」開発もスケジュール通りに進行しており、AIに学習及び考察をさせることで、当社従業員の工数削減や一定レベルの考察をAIが実施 ■ 社内業務効率化プロジェクトでは生成AI等を活用して様々な業務の効率化を推進 営業業務、バックオフィス業務といったすべての業務に対して改善を実施	

② 連結売上高及び売上総利益の推移

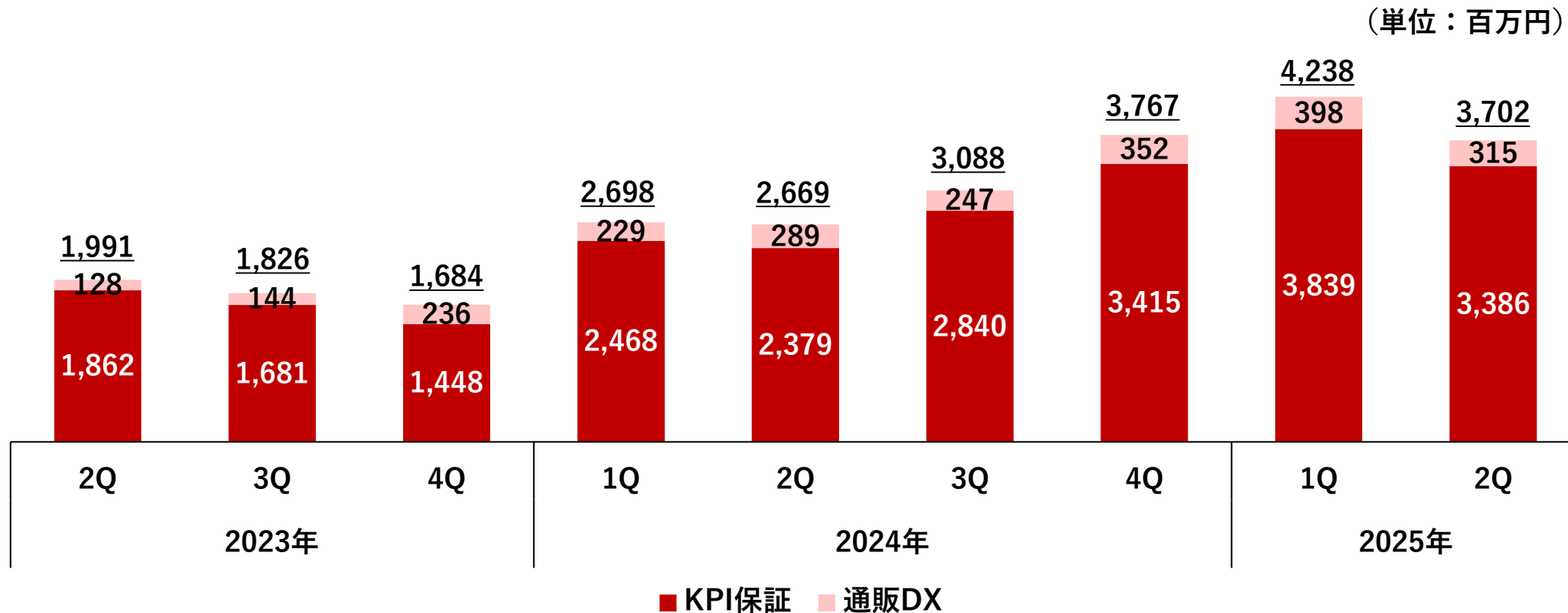
- 売上高 Q on Q : 12.9%減、Y on Y : **30.2%増**
- 売上総利益 Q on Q : 1.9%減、Y on Y : **28.8%増**
- QonQの減収は利益改善を目的とした戦略的な案件構成の見直し及びD2C季節性の結果で想定内
- 売上総利益率は1%以上改善していることから、利益改善施策の効果が少しずつ表れ始める
- グループ全体において不採算事業の事業縮小、取引の見直しの実行

(単位：百万円)



売上高（KPI保証・通販DX）の推移

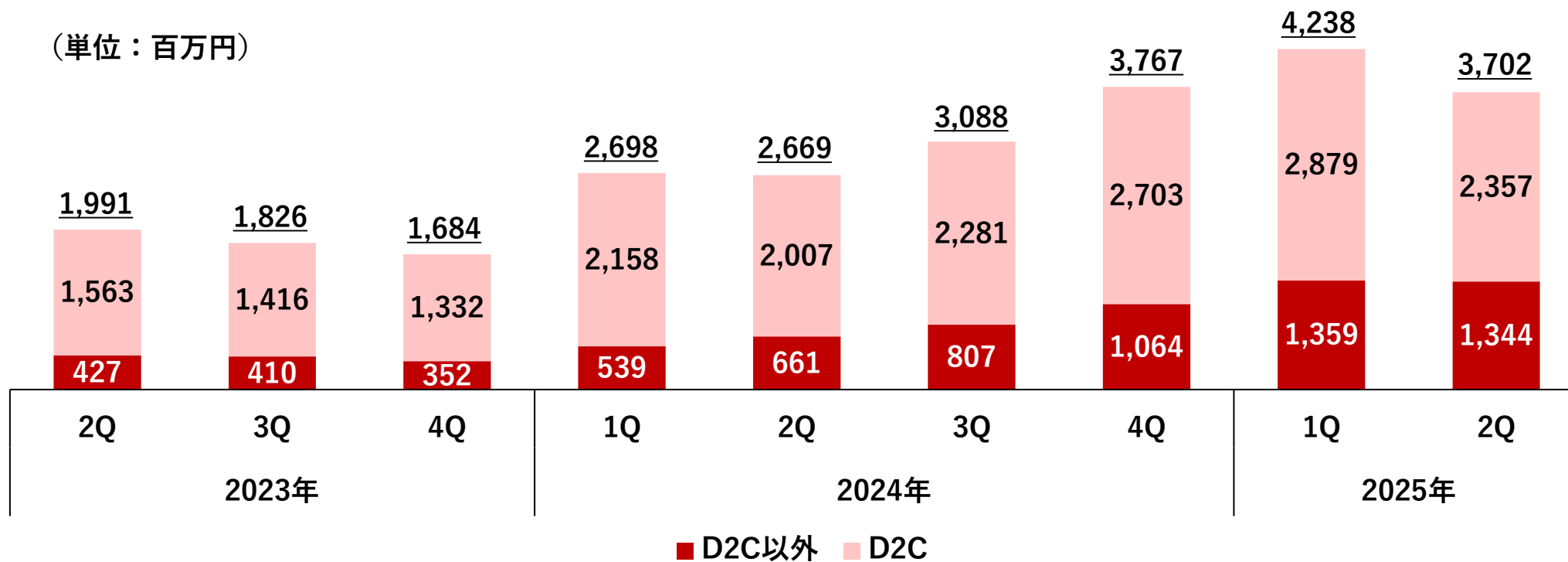
- KPI保証 Q on Q : 11.8%減、Y on Y : 42.3%増
- 通販DX Q on Q : 20.7%減、Y on Y : 9.3%増
- KPI保証、通販DX共にQonQの減収は利益改善を目的とした案件構成の見直しで想定内
- D2C大手の季節需要の減少も想定内でD2C以外含めて順調に推移



㊦ D2C以外の売上高（KPI保証・通販DX）推移

- D2C以外 Q on Q：1.1%減、Y on Y：103.2%増
- D2C Q on Q：18.1%減、Y on Y：17.5%増
- D2C以外（主に店舗集客系・医療・人材・不動産など）が継続して前年同四半期比100%以上の増加となっており、異業種への市場分散は順調に推移
- D2C大手の季節需要の落ち込みは想定内、異業種への市場分散は継続的に順調
- 引き続き人員採用及びAI活用での最適化で、事業並びに収益性拡大へ

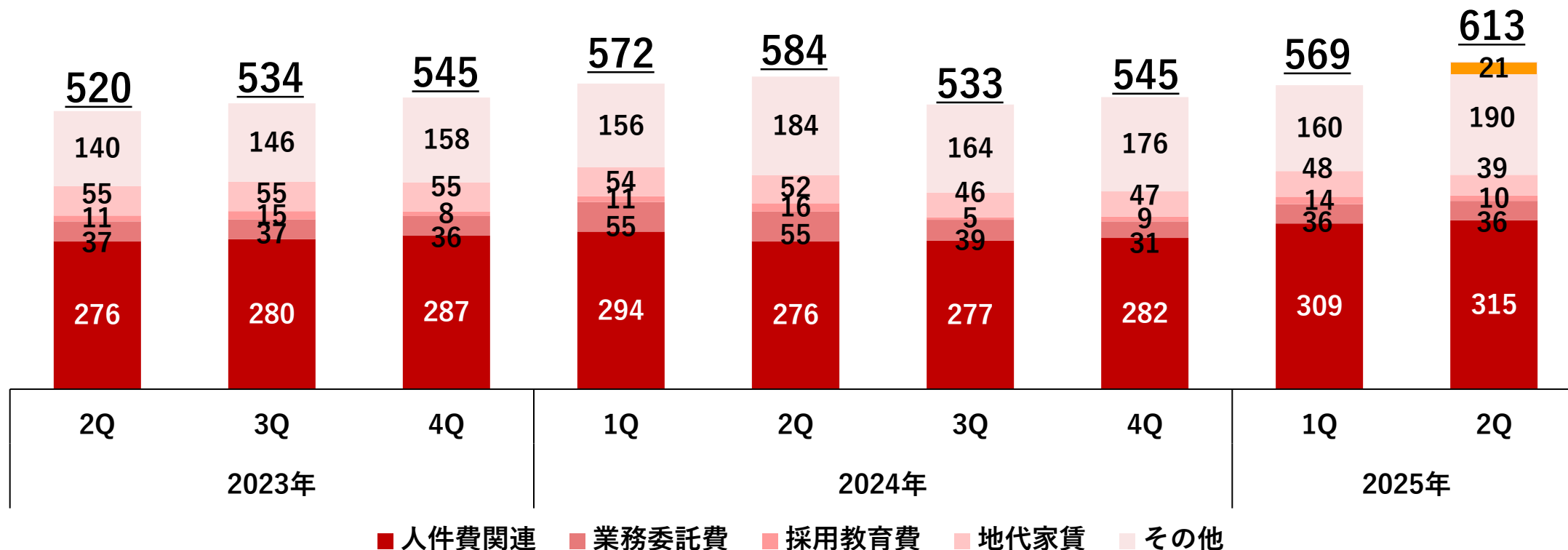
（単位：百万円）



◎ 販管費の推移

- Q on Q : 7.7%増、Y on Y : 4.9%増
- 重点戦略の1つである採用強化に伴い「人件費関連」が増加したものの、想定範囲内
- 株主優待の他にも、一過性の費用（追加の監査報酬、子会社における貸倒引当金の計上等で21百万円）で「その他」が増加しているが、それ以外では1Qと変わらず販管費をコントロールしている状況 ※一過性の費用を除いた場合は592百万円（株主優待含む）

（単位：百万円）



連結貸借対照表

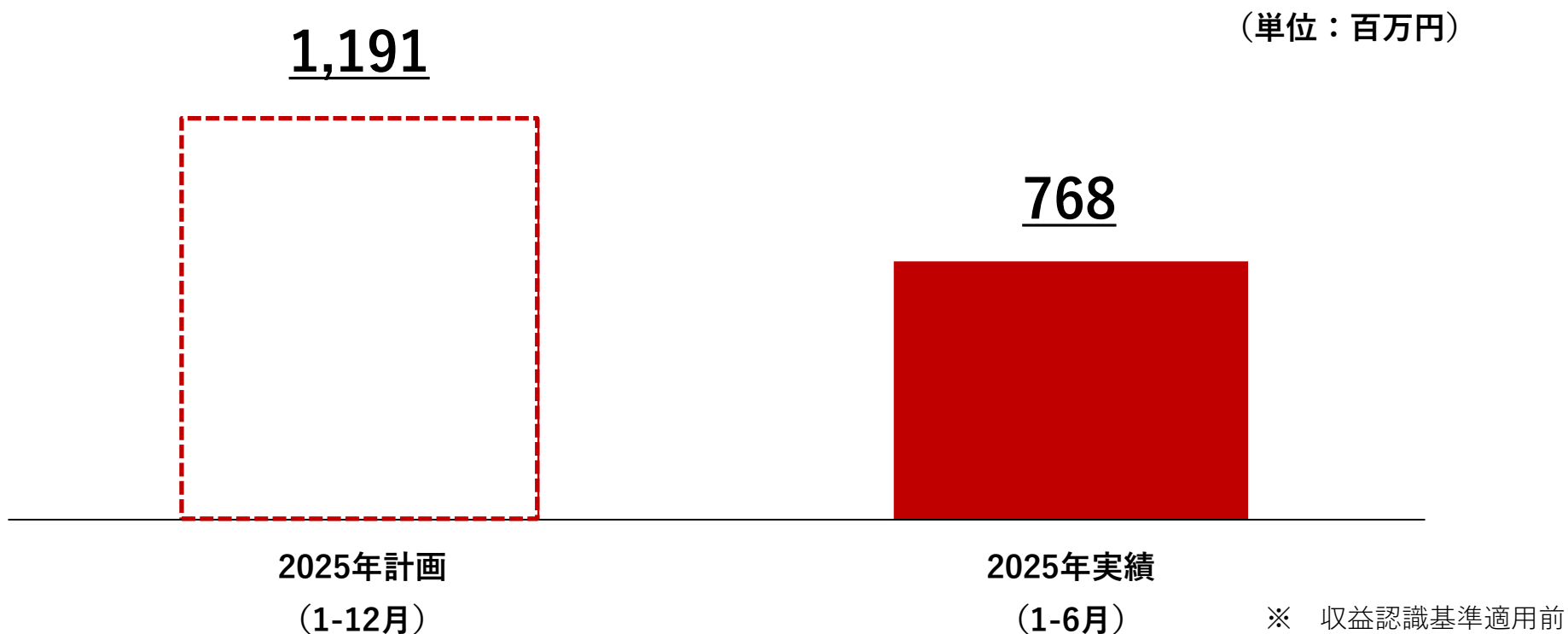
- 効力発生した減資の影響で資本金は50百万円に減少
- 業績回復等により自己資本比率は約15%まで改善、年内20%までの改善を目指す

(単位：百万円)

		2024年12月末	2025年 6 月末	増減額
資産の部	現金及び預金	1,358	1,550	192
	受取手形及び売掛金	1,946	1,664	△282
	流動資産合計	3,590	3,537	△53
	投資その他の資産	437	372	△65
	固定資産合計	665	590	△75
	資産合計	4,255	4,127	△128
負債の部	買掛金	1,717	1,500	△217
	短期借入金	1,140	1,200	60
	流動負債合計	3,635	3,378	△257
	長期借入金	119	46	△73
	固定負債合計	125	48	△77
	負債合計	3,760	3,426	△334
純資産の部	株主資本合計	450	627	171
	純資産合計	494	700	206
負債純資産合計		4,255	4,127	△128

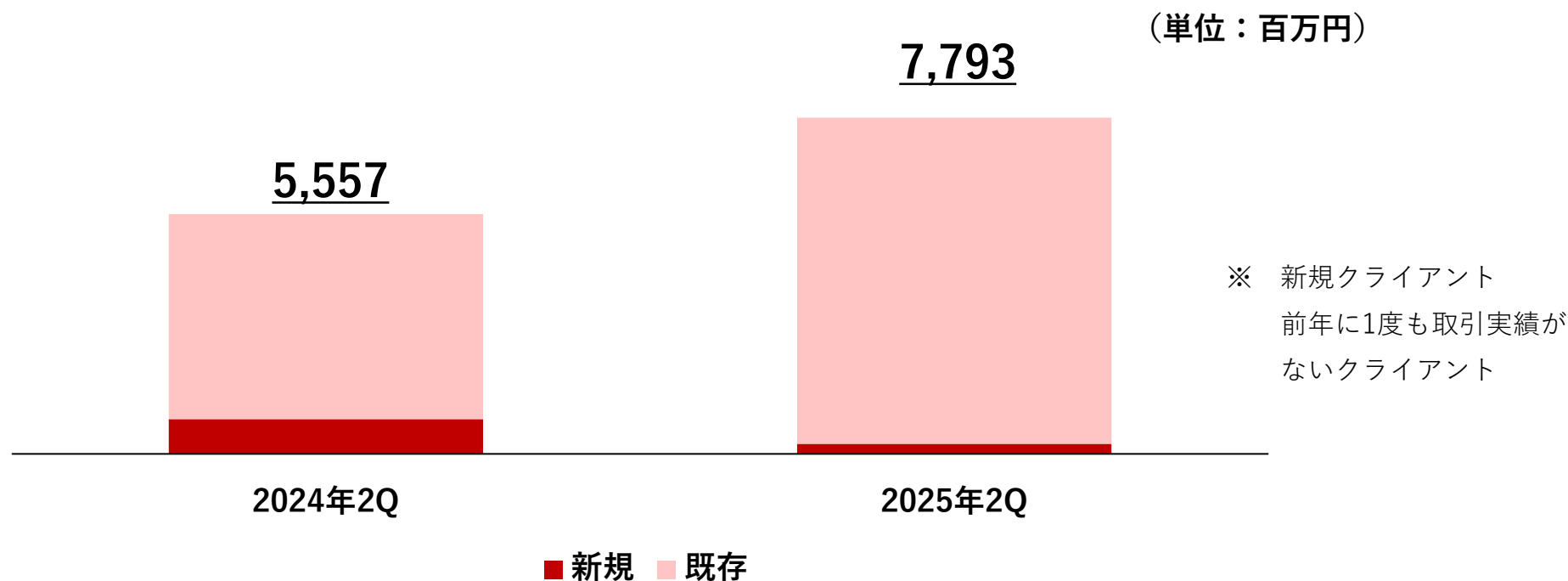
◎ 戦略① 粗利額上位20社の進捗

- D2C大手に季節需要の落ち込みがあるも、計画値に対して**64.5%と好調に推移**
- 計画的に案件精査を実施した成果が出ており、引き続き成長を目指す
- 上位クライアントに異業種クライアントが増加しており、市場環境に左右されない収益基盤の構築が進むことで、安定的な収益体制へ



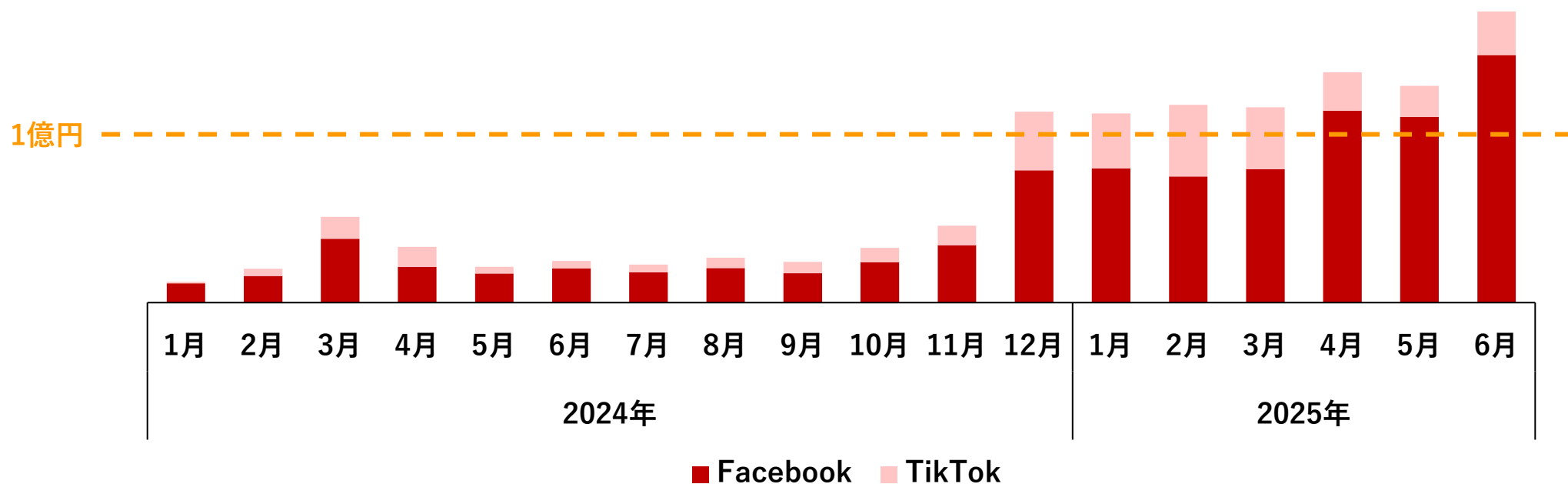
◎ 戦略② 新規クライアントの売上高推移

- ピアラ単体の売上高は**前年同期比40.2%増**と引き続き好調
- 特に既存クライアントは**前年同期比59.1%増**と前年開拓したクライアントの拡張が好調
- 新規クライアントは前年同期比70.8%減、2024年の新規クライアント売上高のおよそ65%を2社が占めていたことが要因
- **新規1社当たり平均売上高は増加**しており、大型案件に依存しない収益基盤の構築を推進



戦略② 縦型動画納品額の推移

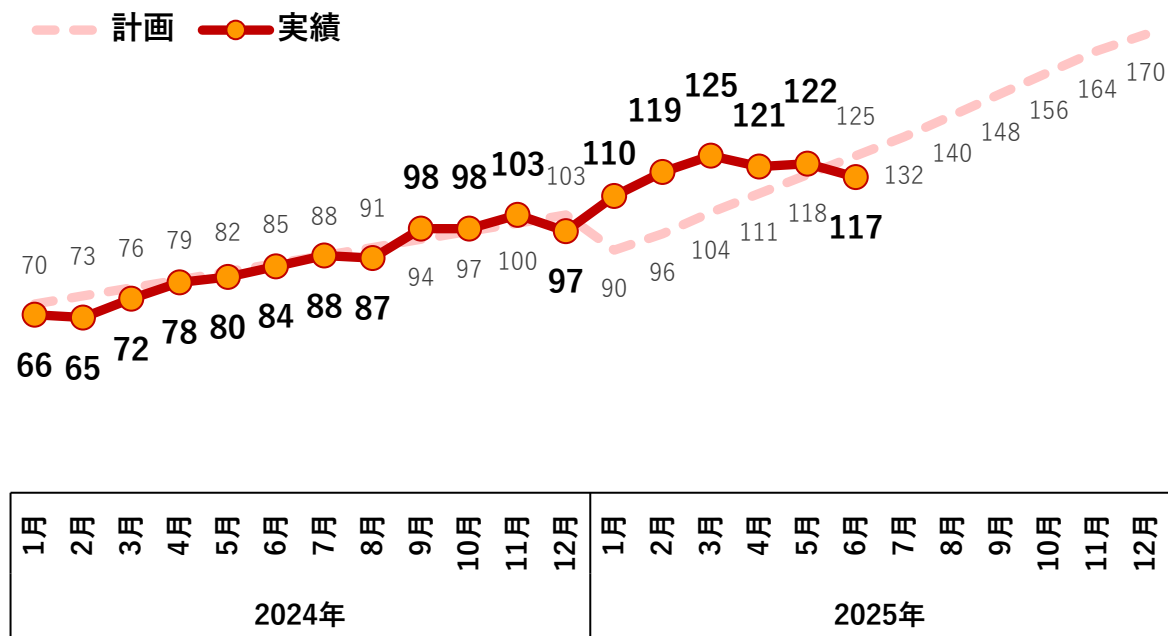
- 縦型動画市場の急成長を見据えて、2024年後半より安定して提供できる社内体制を構築
- Facebookのみで**月間1億円超**の縦型動画納品を達成
- 縦型動画は2025年12月期の重点戦略でもあることから、クライアントへの提案も積極的に実施
- 今後の更なる縦型動画納品を実現するための、採用強化及びノウハウ共有、AIによる動画生成をタイ並びにベトナムでも行い、縦型動画納品額と業績の拡大を目指す



② 戦略② マーケティングDX事業及び取引社数の進捗

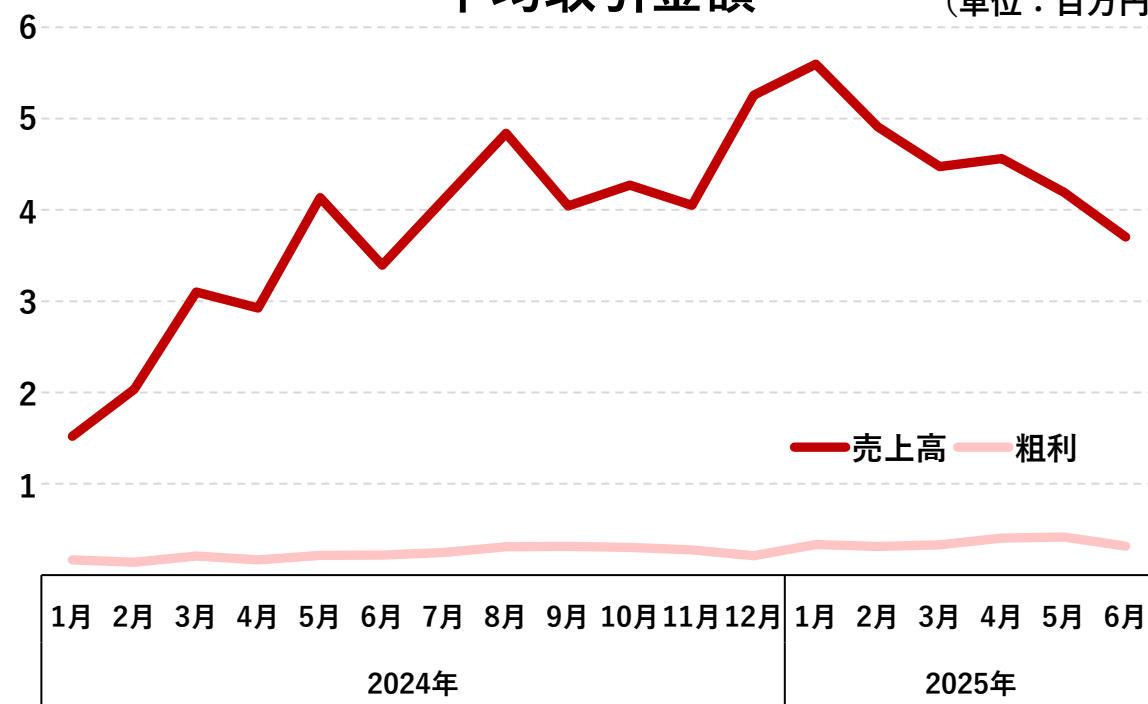
- 一部の主要クライアントに対して、収益拡大を目指して新たな広告クリエイティブ開発や訴求方法等を試行錯誤した結果、一時的に収益は減少したが、回復予定
- 取引社数については、非効率な案件精査を継続して実施した結果で想定内
- 引き続き、異業種への展開を進め収益構造の安定化を図る

取引社数推移



平均取引金額

(単位：百万円)

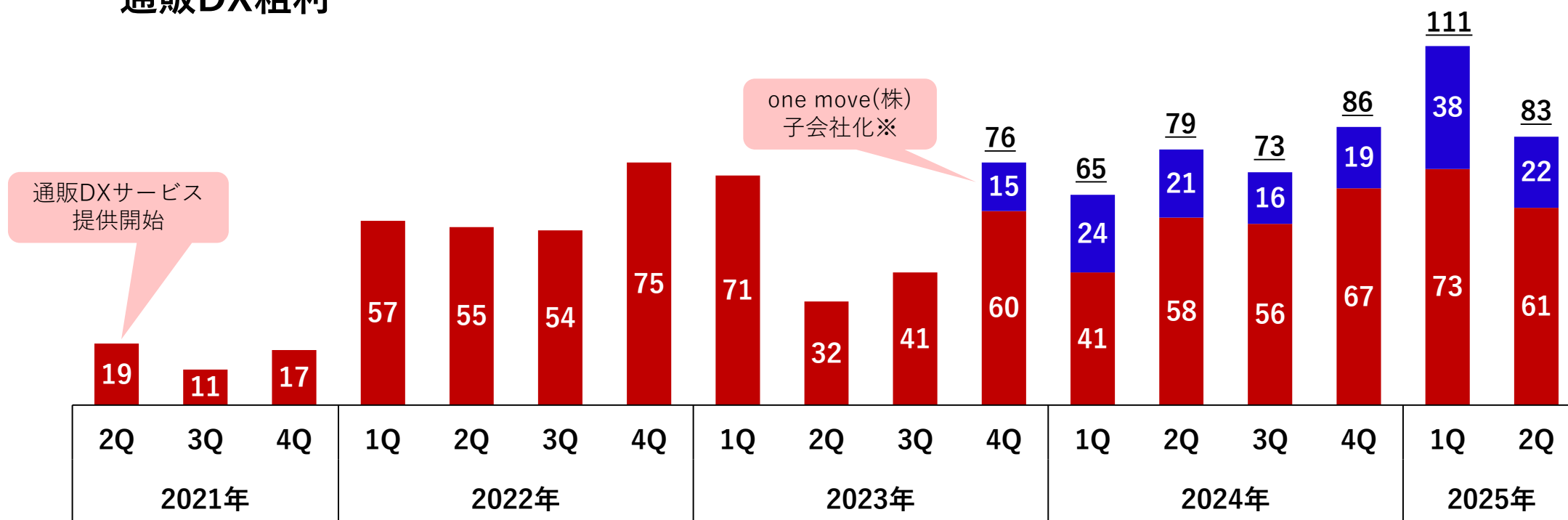


◎ 戦略② 通販DX（SNSellマーケティング）の進捗

- 通販DX Q on Q：24.8%減、Y on Y：5.3%増
- 1Qはone move(株)が大型案件を受注していたこともあり、QonQでは減少
- 新サービス「Retail Spark」は既に15件受注（受注率27.2%）と好調に進んでいることから、**ブランディング領域は下期から大きく伸長予定**、ブランディング人材も採用強化

（単位：百万円）

通販DX粗利



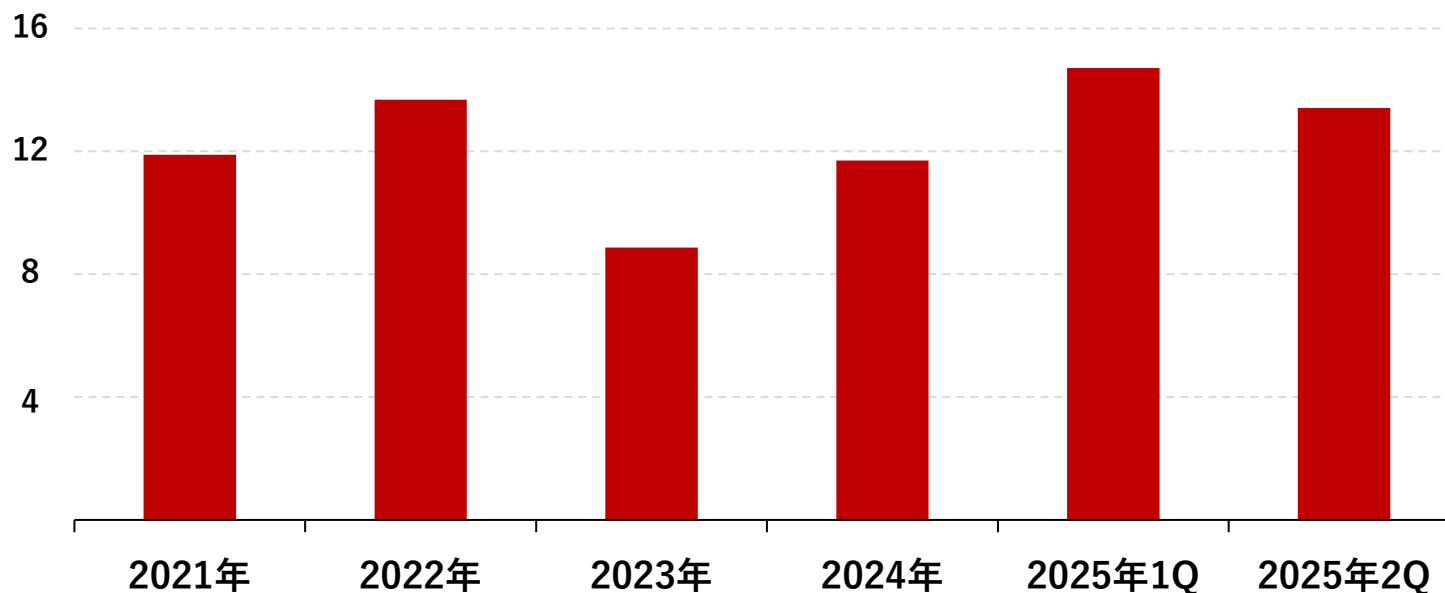
※one move(株)を連結したことで業績（8-12月）5ヶ月分を取り込み

㊦ 納品力の推移

- 人員増加の影響で一時的に1人当たり納品力は減少するも、想定内
- ナレッジの強化及び人員増加、業務提携した(株)ジーニーと生成AIによる広告レポートの自動生成や改善提案を行うことで、更なる効率化を実現
- 納品力の強化に関しては、今後の当社グループの事業規模拡大に向けた重要事項であると認識しており、AIを活用した効率化等を含め引き続き品質の向上に取り組む

1人当たり納品力の推移

(単位：百万円)



③ 戦略③ AI活用の進捗

- マーケティングにおけるイノベーションの柱としてのAIを業務効率化・知識の標準化とクリエイティブの多様性の質と量の担保という2つの方向性で全グループで対応
- (株)ジーニーとの連携及び自社のナレシェアAIはスケジュール通り進行中
- 新たに社内業務効率化プロジェクトとして自社開発及び各本部、子会社への生成AI及びAIエージェント利用料金の補助金支給プロジェクトを発足

業務効率化 知識の標準化

- ✓ **レポート自動化は実装済み**、テストを含めた運用フェーズを継続中
- ✓ ナレシェアAIを調査・計画立案・原稿作成などに活用することで、直近では月間およそ30時間を削減
- ✓ 社内業務効率化プロジェクトでは、営業リストアップ、動画台本作成をはじめ、業務プロセス全体の自動化に取り組んでおり、直近では**月間100時間以上**を削減しており、2025年内には月間でおおよそ200時間の削減を想定

クリエイティブ 多様化

- ✓ バナー生成AIのテストを開始
- ✓ 競合分析、ターゲットインサイト、シナリオ分析など多様な調査分析を部分代替することでおよそ70%、1案件で約10時間の削減
- ✓ 動画作成における素材や部分的編集をAI化することで、クリエイティブ量が約30%向上

㊦ 自社事業の進捗（エンタメDX、P2C）

- (株)サイバースターは2次元・2.5次元領域に集中しており、運営するVTuberプロダクション「Fairy」を「VARiSE（ブイアライズ）」にリニューアル
- 新たに「天羽ミカド（あまはね みかど）」「霜降りいちぼ（しもふり いちぼ）」が加入
- レーベル事業では木津つばさDVDや田村心アクスタカレンダーを発売
- (株)P2Cは「良朝丸※」の店頭及びECモールでの販売が引き続き好調
- 機能性インナーブランド「SHAPEDAYS」を2025年6月30日付で譲受、AmazonなどのECモールで販売開始予定

※ 販売名：レイスターズ



㊦ 主要子会社の進捗

- one move(株)及び(株)ジョシュアツリーは引き続き計画以上の業績で着地
- PIATECは納品が遅れた影響で赤字が続いているものの、改善傾向で黒字化予定
- (株)P2Cは「良朝丸」の販売は好調だが、「TONYMOLY」の収益化がさらに遅れている状況、譲受した「SHAPEDAYS」の拡張に注力することで早期の黒字化を目指す
- (株)サイバースターは大型案件の開始が下期に集中していることもあり厳しい状況が続く
- PGベトナムはダナンにクリエイティブセンターを設立したことで、下期から黒字転換予定
- PG中国については、引き続き新規案件獲得の注力等を実施しているが厳しい状況であり、事業縮小や撤退含め慎重に検討中



㊦ 新サービス「Retail Spark」の提供開始

- 新たなサービスとして「Retail Spark」の提供を開始
- SNSによるターゲットのリーチを保証し、ブランディング効果×波及効果（店頭&モール）で売上拡大を狙う施策を提供するサービス
- 既に受注率27.2%と好調で15件のクライアントから受注しており、ブランディング領域は下期に伸長予定



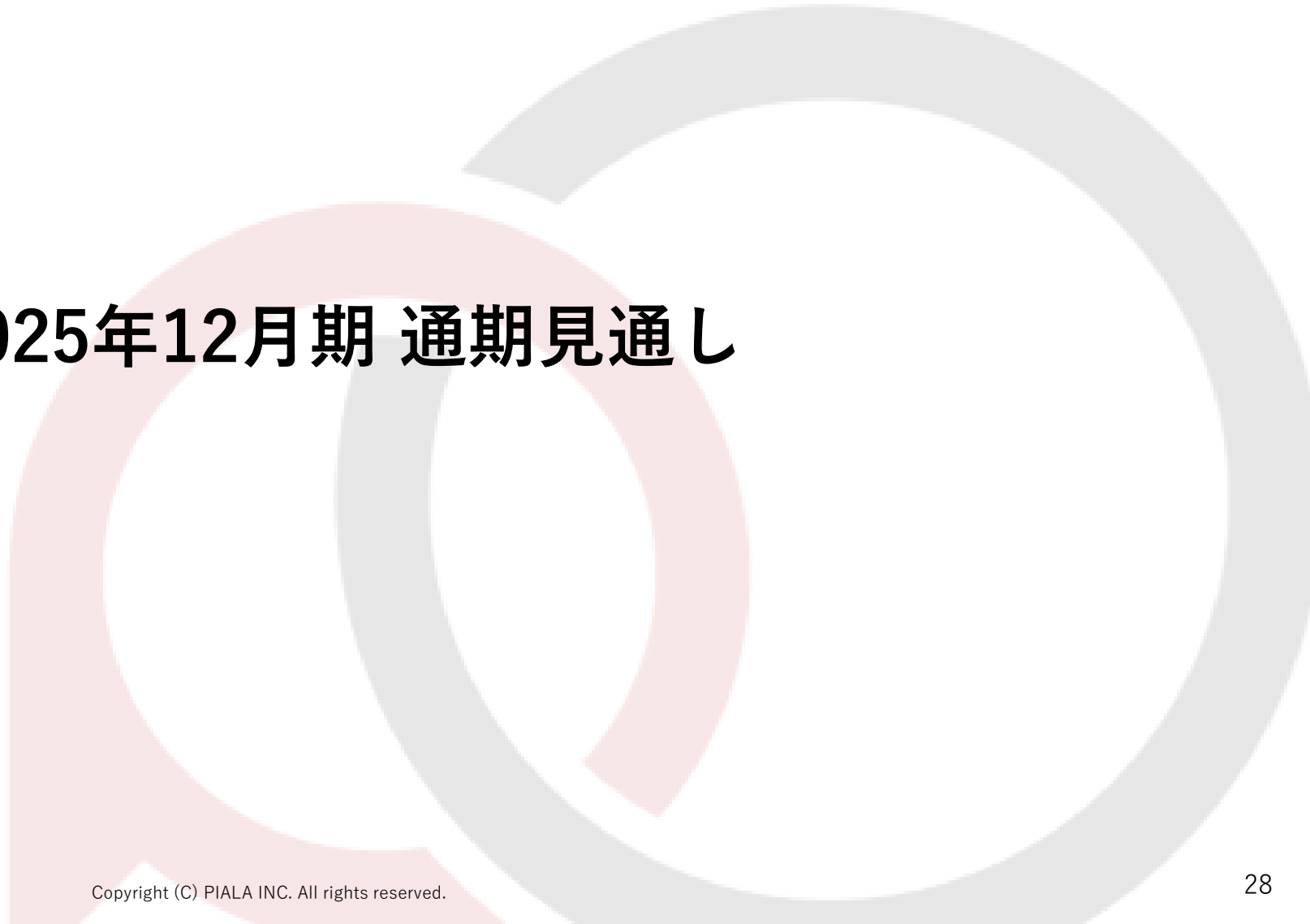
- ✓ SNSアカウントを駆使して“バズ”を創出
- ✓ “バズ”するための徹底した事前調査
- ✓ TikTokやInstagram、YouTube等の主要SNSを利用した大量の動画投稿戦略
- ✓ 目標再生数まで継続した施策を実行する再生数保証システム

株主優待制度の導入

- 新たに株主優待制度の導入を決定、対象の株主様へは各18,000円分（年間合計36,000円分）のデジタルギフト®を贈呈
- 本株主優待は年2回の実施を想定しており、初回は**2025年6月末日基準**
- 贈呈に向けた準備を進めており、2025年9月中旬頃に対象株主様へご案内を送付予定

基準日	対象株主様	優待内容
毎年6月末	1,000株 (10単位) 以上	デジタルギフト® 18,000円分
毎年12月末	1,000株 (10単位) 以上	デジタルギフト® 18,000円分

(年間36,000円分)



03 2025年12月期 通期見通し

2025年12月期 業績予想（連結）

- 2Qの業績は全ての項目で**大幅に目標を達成**
- 好調な業績を鑑みて売上高、経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益を**上方修正**
- 営業利益は保守的に見積もって現状維持としたが、状況に応じて修正を検討

（単位：百万円）	2025年2Q 業績予想	2025年4Q 業績予想 （修正後）	2025年2Q 実績	2025年2Q 進捗率	2025年4Q 進捗率 （修正後）
売上高	7,876	16,666	8,337	105.8%	50.0%
営業利益	34	161	38	111.2%	24.0%
経常利益	133	317	213	160.1%	67.4%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	83	213	148	178.7%	69.4%

🌀 画像生成AIツール『Result + AI』提供開始

- 新たに日本語で直感的に操作できる画像生成AIツールの提供を開始
- 誰でも簡単に扱える日本語特化の設計とお手頃な価格で、個人から法人まで幅広いクリエイティブ制作の効率化と品質向上を支援
- 今後もユーザーの声を反映しながら、継続的なバージョンアップや新機能の追加を進める
- AIエージェントを活用したマーケティング実務支援、広告クリエイティブや販促物制作などマーケティング領域のAI化を推進し、ナレシェアパートナー拡大を通じたマーケティング経済圏の拡張にも貢献していく



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

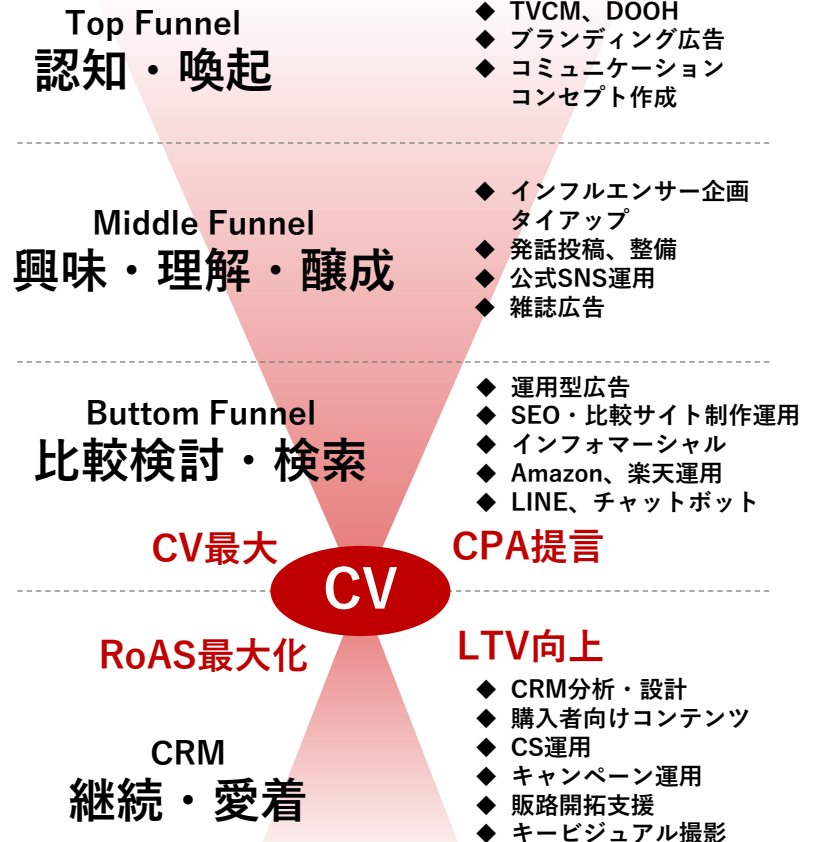
ブランディングから企業の売上を上げる顧客獲得ファン化まで 本格的なフルファネルダイレクトマー ケティングDX×AIで企業成長を支援

- ✓ 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

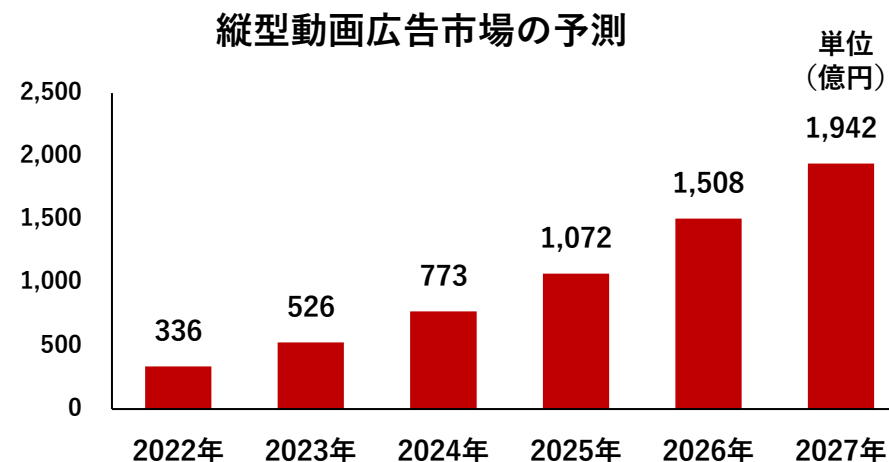
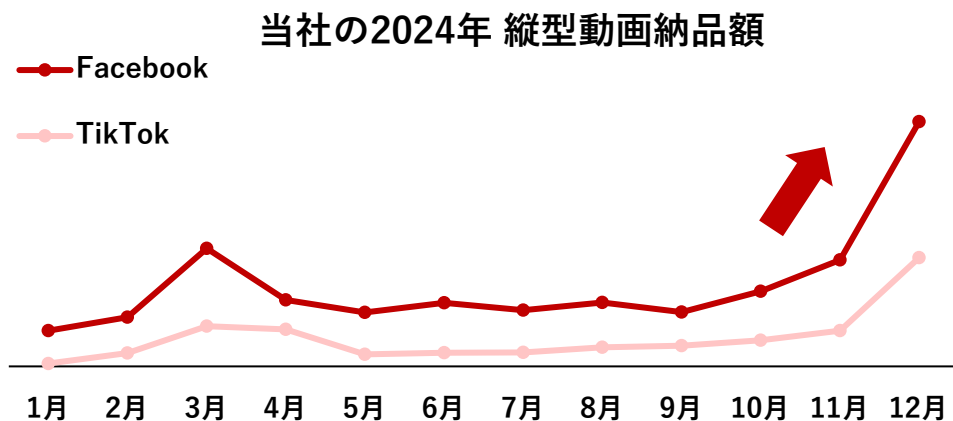


② 当社の縦型動画サービス推移と優位性

- 各メディアの縦型動画の在庫増大及びアルゴリズム変更により、縦型動画市場の成長が一気に加速することを見込み、当社内の体制構築
- 縦型動画の納品額は2024年期初と比較して、**800%以上の伸張**

縦型動画サービスの社内体制

- ✓ 縦型動画に知見の深いCCO（Chief Creative Officer）が2024年11月より当社に参画
- ✓ Facebook Japanが開催した「Meta Agency First Awards 2024」において、「Planner of the Year」を獲得した当社従業員のナレッジ共有
- ✓ 多数のクリエイターによる縦型動画生産体制
- ✓ 連結子会社のPIATECを含むAIを活用した動画制作効率化



出典：株式会社サイバーエージェント/株式会社デジタルインファクト
「2023年国内動画広告の市場調査を実施」をもとに作成

🌀 SNSellマーケティングとは

- コスト増、広告効率悪化によりSNSを使った効率的なマーケティング（NoPaid）が必須に
- 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**」と命名し認知から共感・理解、購入・ファン化までの鍵として注力
- 一定の発話と売上の相関ができる  **PIALA INTELLIGENCE for Buzz** を武器に収益向上の為のSNS戦略を提供

支援戦略_strategy

発話

発話

発話

発話

発話と売り上げやPOSなどを相関分析



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

 **BuzZeal**

インフルエンサー

 **Buzz Minutes**

LIVEコマース

 **Live Buzz**

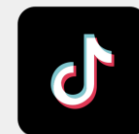
独自スコアリングロジック

 **Influence**

独自発話後に売上相関分析

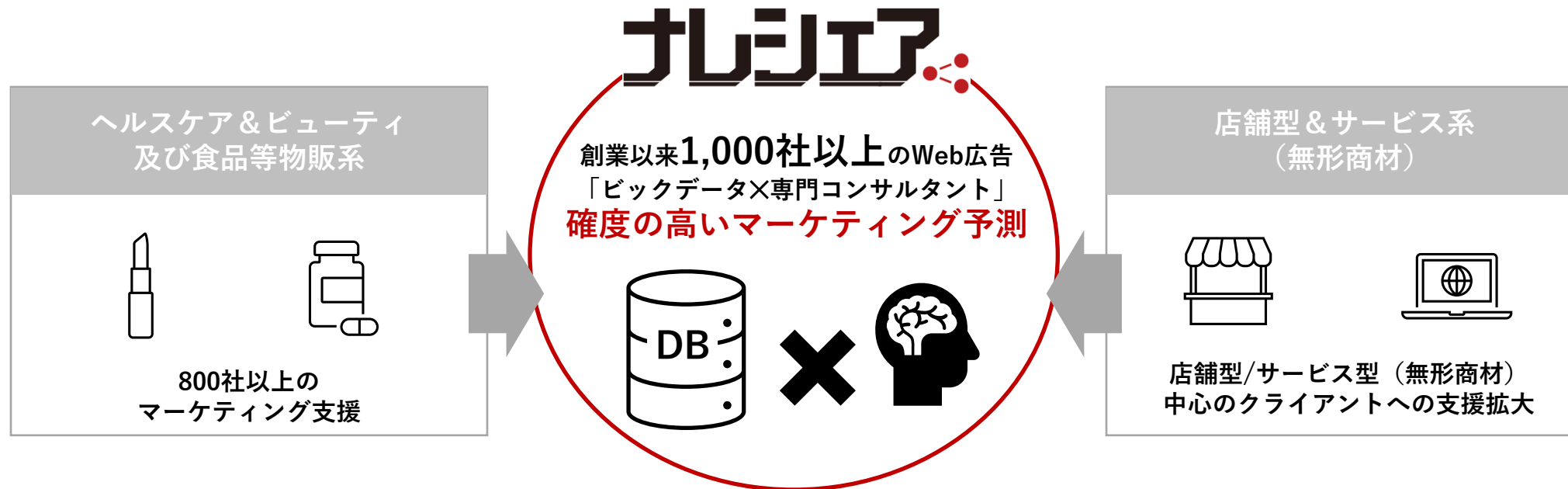
 **PIALA INTELLIGENCE for Buzz**

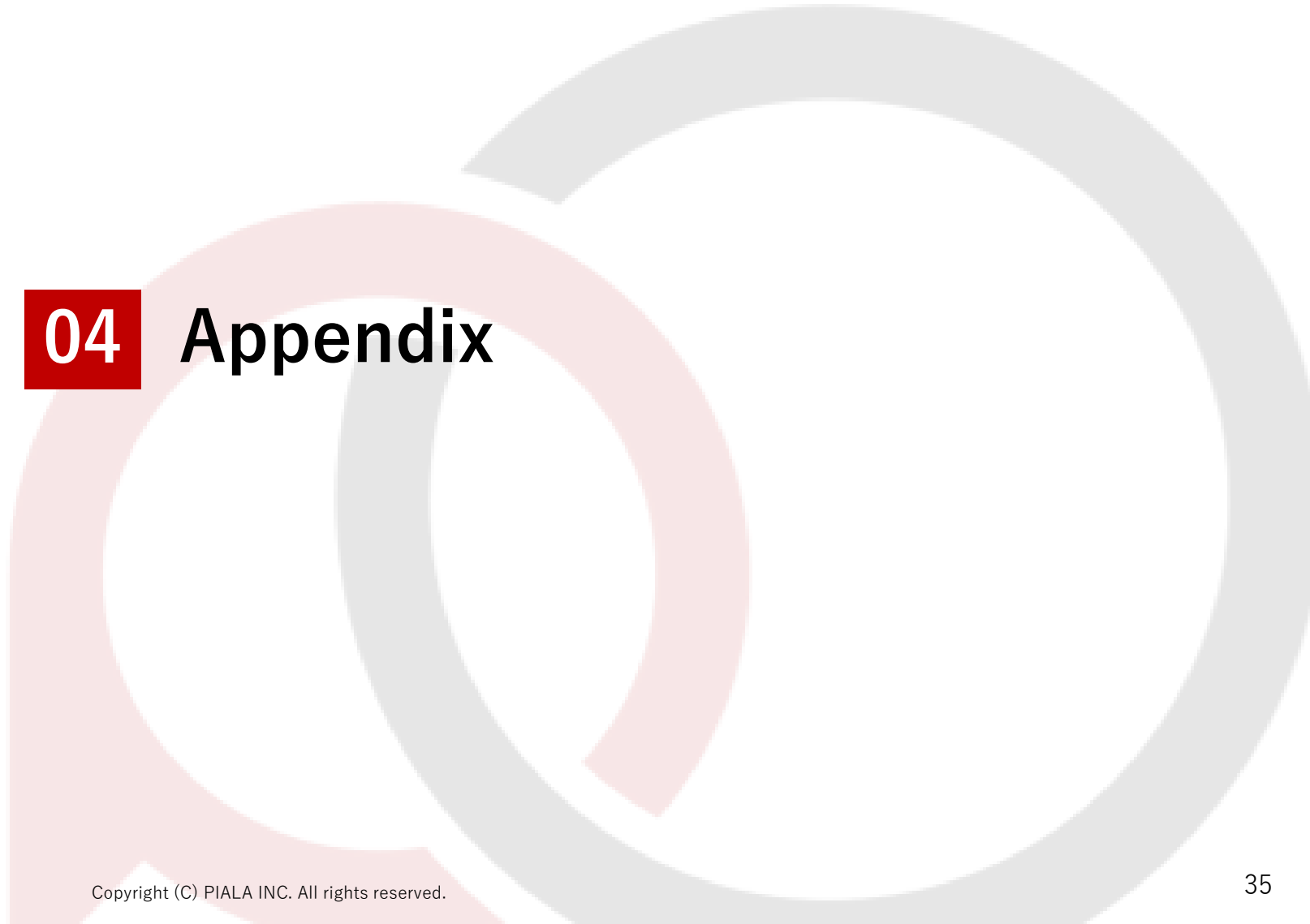
主要SNS全網羅



② ナレシェアとは

- データを連携し自社運用やパートナーのノウハウをシェアすることで、あらゆる業種のクライアントに対してもROAS/ROI等の最適化を実現
- クライアントのKPIに合わせた成果報酬サービスの提供が可能
- 大手アフィリエイトASPの連携から、多数のメディアと連携し、動画やインフルエンサー、クリエイターなどあらゆるメディアと各クリエイティブ手法でのご提案が可能
- 生成AI及びAIエージェントを活用した業務効率最適化及びノウハウ再現性の確立へ取り組み中





04 Appendix

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

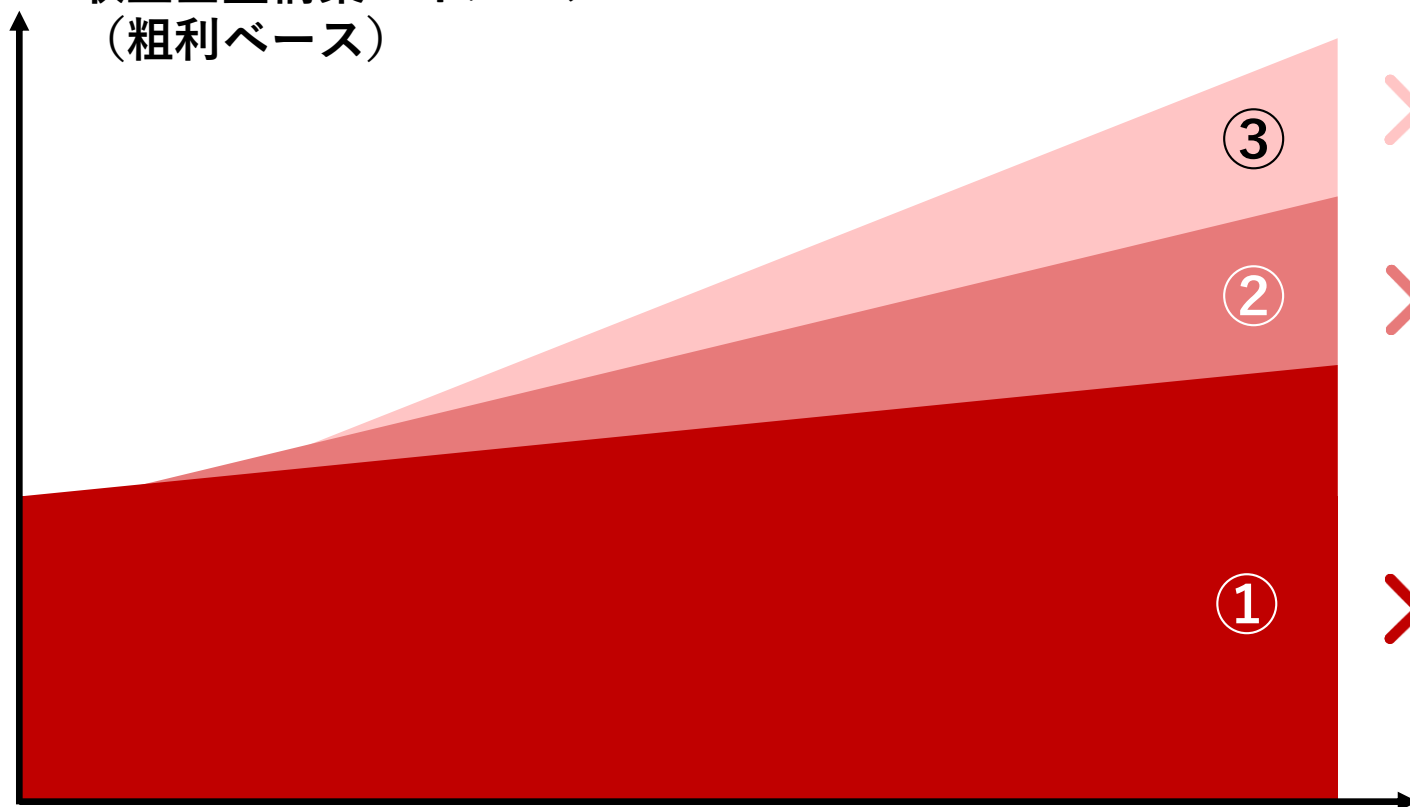
ピアラグループは進んでいます



成長戦略

- 2023年12月期からを第3創業期と位置付け、3軸の成長戦略からブランド価値創造企業として更なる成長を目指す
- 成長戦略は「①通販DX事業」「②マーケティングDX事業」「③自社事業」の3軸

収益基盤構築のイメージ (粗利ベース)



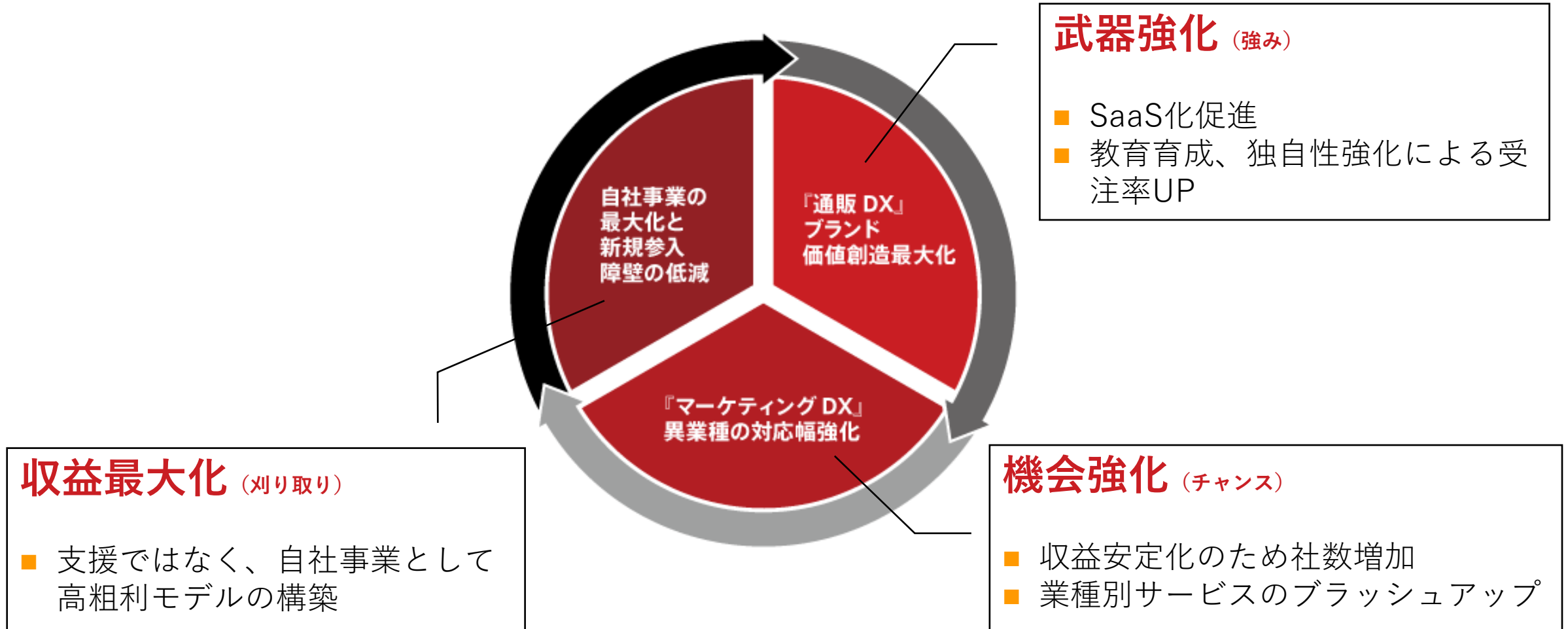
- 自社事業（新規事業）
- エンターテインメント業界を中心にP2CやD2Cブランド立ち上げ等、幅広く展開

- マーケティングDX事業（異業種展開）
- これまで培ってきたヘルスケア & ビューティ、食品市場の知見を基に、異業種へ展開

- 通販DX事業（既存事業）
- 当社の主力である「KPI保証サービス」から領域を拡大し、ブランディングやTVCM等、一気通貫で提供
- 新たにSNS上での発話量を増加させ、コストを抑える「SNSell戦略」

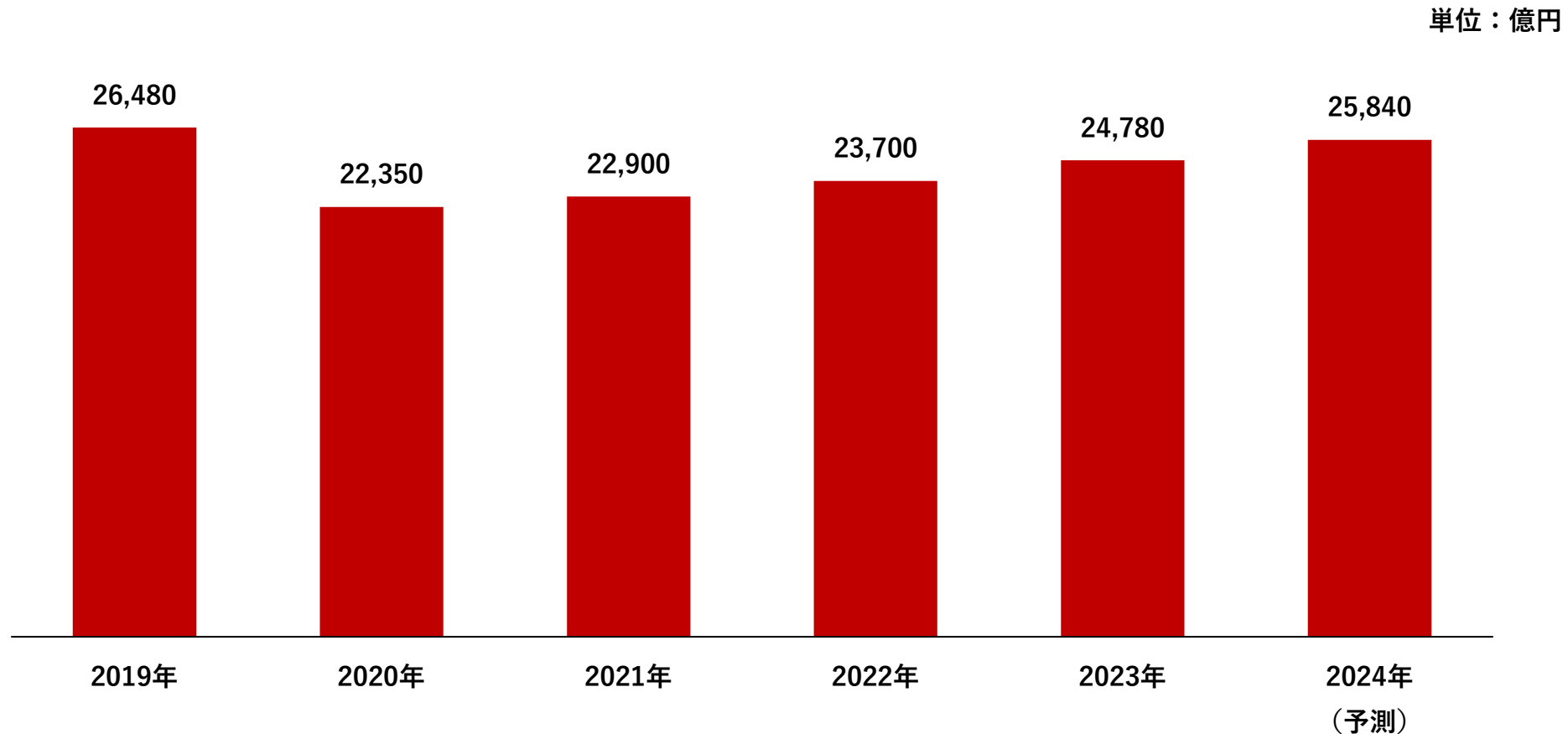
PIALAグループの中期戦略

- 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軸へ変更
- 安定した収益基盤の構築を目指す



国内化粧品市場

- 2023年は新型コロナウイルス感染症法上の位置づけが5類へ移行したことで、消費者の外出機会が増加したことで需要回復が進む、インバウンド需要も回復
- 韓国、中国、タイ、台湾などのアジアコスメの人気の上昇



出典：株式会社矢野経済研究所
「化粧品市場に関する調査を実施（2024年）」をもとに作成

国内DX市場（投資額）

- 日本のDX市場は2030年に6兆5,195億円に達する見込み
- DXの取り組みを開始している企業は67.8%、3年以内に開始予定の企業が13.4%
- DX化の進展は顕著なものの、DXの企画・推進を行う人材の不足や利用・導入コストの高さが課題

	2022年度見込み	2021年度比	2030年度予測	2021年度比
全体	2兆7,277億円	117.5%	6兆5,195億円	2.8倍
製造	2,990億円	115.4%	8,130億円	3.1倍
流通/小売	669億円	129.4%	1,852億円	3.6倍
金融	3,020億円	122.5%	8,880億円	3.6倍
交通/運輸/物流	3,842億円	119.5%	1兆1,795億円	3.7倍
不動産/建築	502億円	115.4%	1,514億円	3.5倍
バックオフィス（業種共通）	2,789億円	117.2%	6,515億円	2.7倍

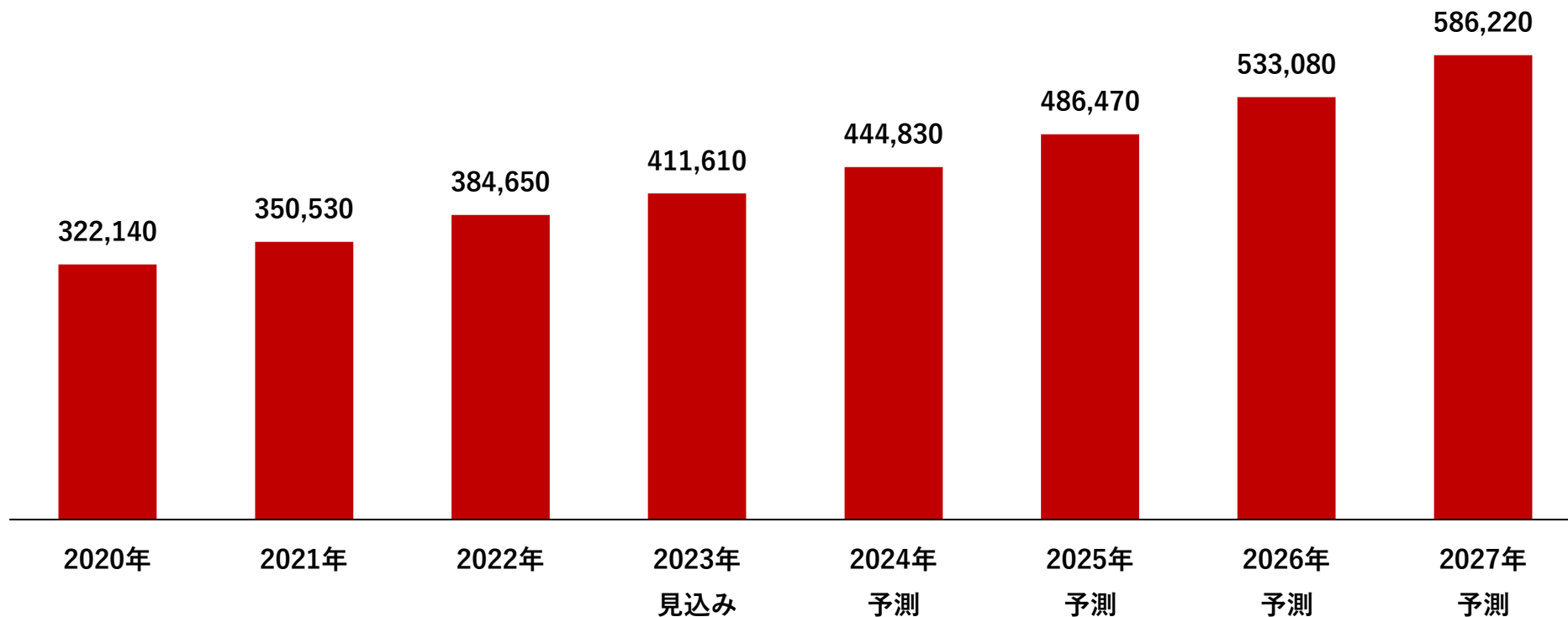
※ 製造、流通/小売、金融、交通/運輸/物流、不動産/建築、バックオフィスは全体の内数です。

出典：株式会社富士キメラ総研レポートをもとに作成

国内アフィリエイト市場

- オンラインの生活が定着したことで、オンライン特化型のサービス需要が大きく成長
- 市場全体としては成長が鈍化しているが、新規顧客や新規分野の開拓に注力している企業が増加

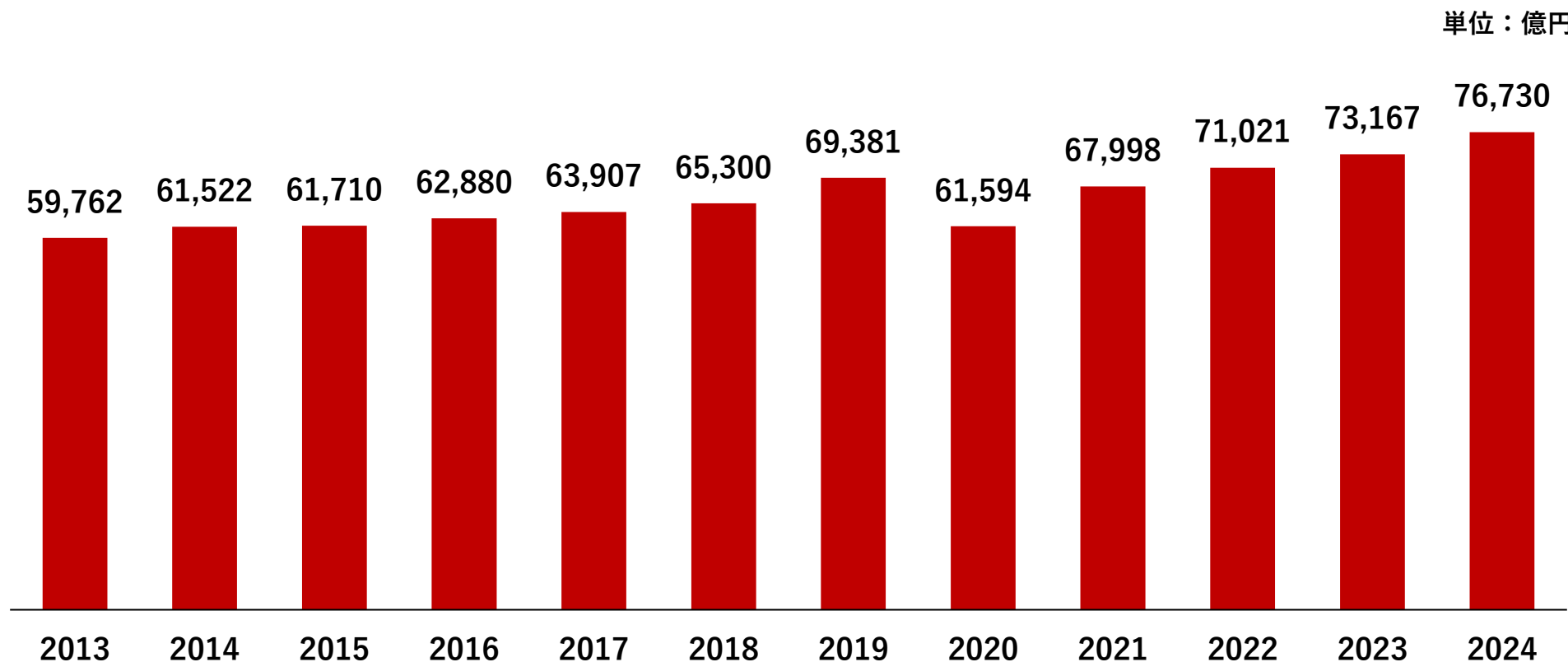
単位：百万円



出典：株式会社矢野経済研究所
「アフィリエイト市場に関する調査を実施（2024年）」をもとに作成

② 国内マーケティング市場

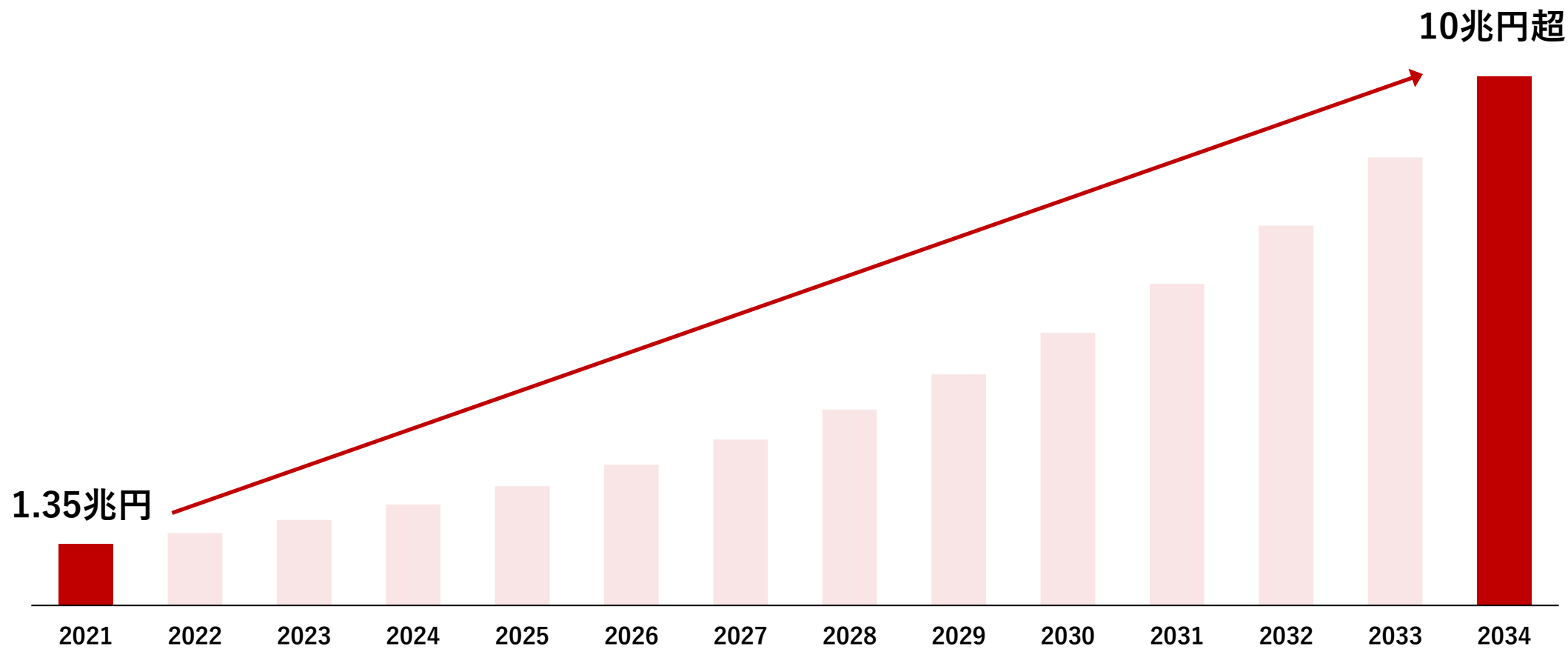
- 2021年から4年連続で成長し、3年連続で過去最高を更新（前年比104.9%）
- インターネット広告費は3兆6,517億円（前年比109.6%）と過去最高を更新
- SNS上の縦型動画広告をはじめとした動画広告需要が高まったことが市場全体の拡大に寄与



出典：株式会社電通「2024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：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果」をもとに作成

① クリエイターエコノミー市場の課題

課題

クリエイター活動の促進	安心安全な場の担保
	付帯活動の手間の削減
	収益化の後押し
自社サービス品質向上 ・ 事業拡大	プラットフォームの品質向上
	海外展開
制度対応	クリエイターの実態に即した制度の検討

課題の概要

- ✓ クリエイターとユーザーの距離が近づくことで増加する誹謗中傷への対応や、意図せず著作権等の権利侵害を犯すことのないような仕組みの構築
- ✓ クリエイターが創作活動に集中できるよう、確定申告をはじめとした税務面でのサポートやグッズ販売の在庫管理のサポートによる環境整備
- ✓ ユーザーとのタッチポイントを強化することでファン化を促進し、グッズ販売やコミュニティでの収益化につなげるとともに、軌道に乗るまでの活動をサポート
- ✓ クリエイター/ユーザー数が拡大するにつれて増加が見込まれる、著作権法等の法令に違反した不適切なコンテンツを提供しない仕組みの構築
- ✓ 規制・文化・言語の差異を踏まえた、最適な海外展開の在り方の検討
- ✓ 著作権やプライバシーの保護、課税（NFTや投げ銭）、インボイス制度や個人事業主になる場合の登記などの匿名性の維持に関する問題など、クリエイター活動のハードルともなりうる制度について、望ましい制度の在り方の検討と発信

出典：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果」をもとに作成



会社概要 (2025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	50百万円
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
従 業 員 数	202名 (連結、派遣社員・契約社員・パート・アルバイト等含む)



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

RESULT PLUS RESULT EC

RESULT MASTER PIATEC
PIALA Technology

PG 比智
PG-TRADING CO., LTD.

Channel J
チャンネルJ PG-VNM
PG-TRADING VIETNAM CO., LTD.

CYBER STAR

PIALA VENTURES

P2C INC.

PIALA INTELLIGENCE ONE MOVE

Joshuatree CYBER STAR

PIALAグループ

- PIALAグループは当社を中心として、中国、タイ、ベトナムなどの海外拠点も持つ
グローバルマーケティング企業として展開しています。



国内

海外

P2C INC.

株式会社P2C
Tokyo

PIALA
VENTURES

株式会社ピアラベンチャーズ
Tokyo

ONE MOVE

one move株式会社
Tokyo



Joshuatree

株式会社ジョシュアツリー
Tokyo



CYBER STAR

株式会社サイバースター
Tokyo



比智（杭州）商貿有限公司
Hangzhou, Shanghai CHINA



PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.
Ho Chi Min VIETNAM



PIATEC(Thailand)Co., Ltd.
Bangkok THAILAND



CHANNEL J(THAILAND)Co., Ltd.
Bangkok THAILAND

「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。