

株式会社ピアラ、Bohaoグループとの 独占販売権を含めた基本合意書を締結

デジタルヒューマン技術で切り拓く
24時間ライブコマース新市場

日本及びアジア市場における独占的戦略パートナーシップ



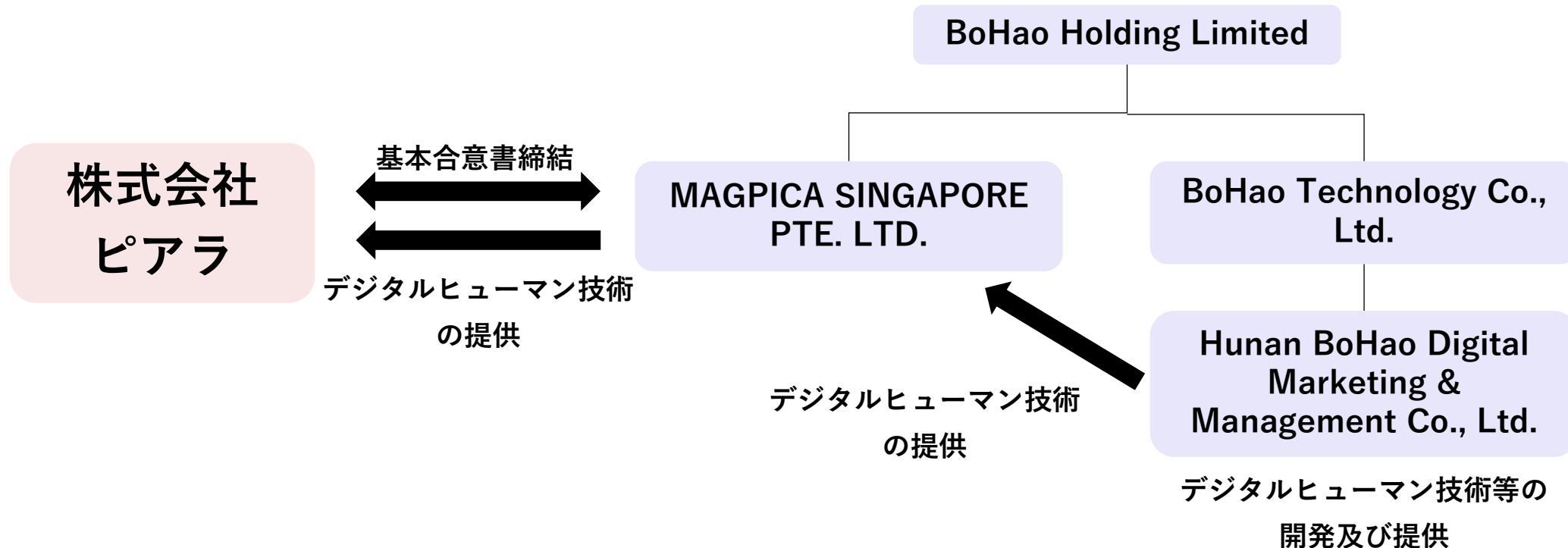
デジタルが、ライブを超える。



24時間、カテゴリを極める。デジタルヒューマン×IPが創る新市場

Bohaoグループの海外事業推進企業との基本合意書締結

当社は、デジタルヒューマン技術を活用した事業戦略を推進するため、Bohaoグループの MAGPICA SINGAPORE PTE. LTD.と独占販売権を含めた基本合意書を締結





独占契約の概要と戦略的意義



※実際のデジタルヒューマンライブ

Bohaoグループとの独占契約により、日本市場での圧倒的な優位性を確保

本契約を基に、ピアラグループはBohaoグループが保有するMAGPICAを含む最先端デジタルヒューマン技術の日本市場及びアジアにおける独占的な展開権獲得を目指します。

Bohaoグループは中国のデジタルヒューマン技術企業の主要プレーヤーとして、1,500ユーザー以上への導入実績と累計10万時間以上のライブ配信実績を誇ります。

この独占契約は、急成長するTikTok Shop日本市場×IP市場において、競合他社に対する決定的な技術的優位性をもたらします。

中国主要企業

1,500ユーザー以上導入実績

累計10万時間以上の
ライブ配信実績

ライブコマース市場
2030年1兆円超※1

VTuber市場
1,000億円超※2

※1 出典：Grand View Horizon Databooks

※2 出典：株式会社矢野経済研究所



2つの収益モデルでピアラグループの売上利益を牽引

ピアラグループは、デジタルヒューマン技術を活用した2つの革新的なビジネスモデルにより、新たな収益基盤を構築します。

第一弾 TikTok Shop 24時間ライブコマース



※イメージ

第二弾 IPデジタルヒューマン課金サービス



※イメージ

初年度売上目標：3億円以上

参画IP数目標：20組以上

人件費90%削減

24時間365日ノンストップ運営

コスト優位性

人件費90%削減、コンテンツ制作効率500%向上により、従来のライブコマースの限界を突破

サイバースターシステムによる月額課金制プレミアム体験

投げ銭機能による即時収益(高粗利率)

限定グッズ販売

継続的なサブスクリプション収益

市場適合性

日本のVTuberを含むIP推し活文化とデジタルコンテンツ課金への高い受容性により、高い成長ポテンシャルを実現



ライブコマース日本市場の急成長と参入機会

2030年1兆円を超える市場への
早期参入で先行者利益を獲得

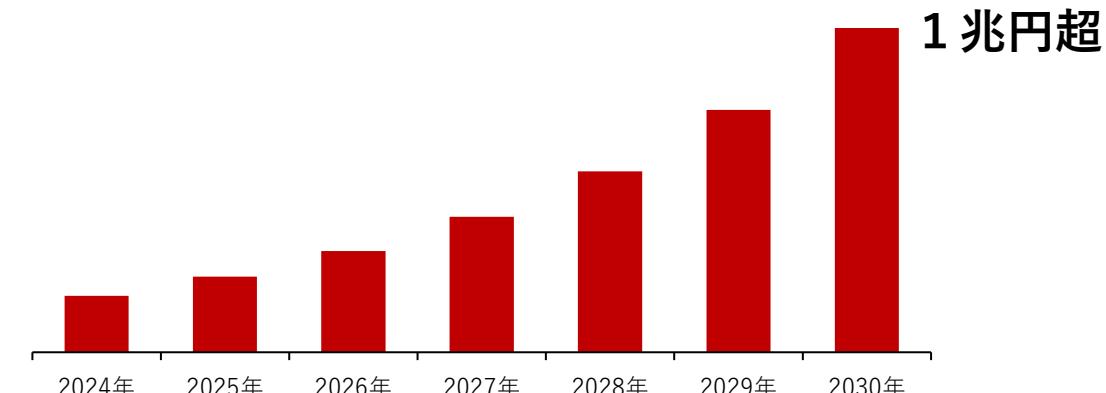
市場規模予測（2030年）

1兆円超※1

月間アクティブユーザー

3,300万人※2

ライブコマース 日本市場規模予測（億円）※3



※3 出典：Grand View Horizon Databooksのデータを基に作成

TikTok Shopは2025年日本市場で正式開始され、日本のライブコマース市場は2030年には1兆円を超える規模へと急拡大する見込みです。デジタルヒューマンによる24時間ライブコマースは、この成長市場において画期的なソリューションとなります。

実証済みの効果（中国事例）

売上向上：300%

運営コスト削減：80%

文化的優位性：日本の推し活文化による高い受容性

※1 出典：Grand View Horizon Databooks

※2 出典：TikTok Academy（2024年11月時点）

ECポータルとしてのTikTokの可能性





Bohaoグループの技術力とピアラの市場開拓力

最先端技術と強力なネットワークの融合で独自ポジションを確立

Bohaoグループの技術力

- 高精度デジタルクローン技術
- 24時間ノンストップライブ配信システム
- AI駆動型インテリジェントスクリプトエンジン
- ローカルデプロイメントによるデータセキュリティ

1,500ユーザー+

導入実績

10万時間+

ライブ配信実績

ピアラグループの市場開拓力

- TikTok縦型広告運用実績：前年比800%成長
- Retail Sparkを含むEC支援累計1,000社以上
- 10万人以上のインフルエンサーネットワーク
- 元大手SNS クリエイティブ統括がTikTok戦略を主導

800%+

TikTok広告成長率

10万人+

ネットワーク規模

プラットフォーム連携

子会社の株式会社サイバースターのプラットフォームを活用し、クリエイターエコシステムとの連携を強化。大手企業やIPホルダーとの信頼関係を基盤とした事業展開を実現。

相乗効果

MAGPICAの高精度デジタルヒューマン技術とピアラのTikTokマーケティング・インフルエンサーネットワークを組み合わせ、日本市場における24時間ライブコマースの独自ポジションを確立。



収益モデルとビジネススキーム

レベニューシェア型モデルで初期投資リスクを最小化し高収益を実現

ピアラグループは、Bohaoグループとのレベニューシェア型ビジネスモデルを採用することで、大規模な初期投資を抑えながら事業を展開します。このモデルにより、技術開発コストを最小限に抑え、市場投入スピードを大幅に短縮できます。

レベニューシェア型

ライブコマース収益

課金サービス収益

- ✓ 初期投資リスク最小化
- ✓ 市場投入スピード向上
- ✓ 技術開発コスト削減
- ✓ 相互成長モデル

- ✓ 初年度売上目標：3億円
- ✓ 参画IP数目標：20組以上
- ✓ 24時間運営による売上最大化
- ✓ 人件費80%削減

- ✓ 月額課金制
- ✓ 投げ銭（リアルタイム収益）
- ✓ 限定グッズ販売
- ✓ 複数収益源の確保

80%

人件費費削減

24H/7Day

ノンストップ運営

3億円

(ライブコマースのみ)

初年度売上目標

20組+

(目標値)

参画IP数



カテゴリ別独自ショップ戦略：展開ロードマップ

カテゴリキラーの独自ショップを段階的に展開し市場を拡張

ピアラは、デジタルヒューマンライブコマースにおいて、カテゴリ別の独自ショップを段階的に立ち上げます。各カテゴリで専門性と品揃えを強化し、新しいテレビ通販チャンネルのような市場を創出します。
ポイントはデータから導く今買う理由を作る仕入れ機能。

第1弾：先行展開カテゴリ



食品

健康食品、グルメ、スナック、飲料など



コスメ

スキンケア、メイク、美容機器など

先行展開の狙い

食品とコスメは、ライブコマースとの親和性が高く、当社のナレッジが非常に親和するカテゴリです。
まずはここで販売力を高めます

第2弾：今後展開予定カテゴリ



アパレル

ファッショ n、アクセサリーなど



エンタメ

グッズ、コレクターズアイテムなど



ガジェット

スマートデバイス、周辺機器など

Q 初期番組 ごちそうライブ



取扱商品（予定）



フードロスをなくせ10トン
のマグロネギトロ1キロ



今年は水揚げ高多く手頃！？
うなぎ蒲焼2尾セット



蜜が60%！？
究極の蜜入りリンゴ こみつ



最大級12Lのタラバガ
ニ！？

※取扱商品は予定
であり、変更の可
能性もございます。

Q カテゴリキラー戦略と市場拡張

カテゴリキラー戦略で仕入れ力を強化し新市場を創出

カテゴリキラー戦略

各カテゴリにおいて、**マーケティング支援で得た専門性と品揃えで圧倒的な優位性を確立します。** デジタルヒューマンによる24時間ライブコマースにより、カテゴリ特化型のショップを効率的に運営し、顧客ロイヤルティを高めます。カテゴリごとに専門知識を蓄積し、顧客ニーズに最適化された商品提案を実現することで、リピート率を向上させます。

仕入れ力の強化

売上データやソーシャルデータなどから分析し**今買うべき旬のアイテムの獲得。またはフードロスなど今支援すべき理由**などカテゴリ別ショップの目的の育成により仕入れを強化。まずは売上を優先し粗利改善へと向かう。

新しいテレビ通販チャンネルのような市場創出×推し活文化を取り入れた新しいチャネル

デジタルヒューマンによる24時間ライブコマースは、テレビ通販の成功モデルをデジタル時代に進化させたものです。カテゴリ別の専門チャンネルを展開し、視聴者（購買者）に常に新しい商品と体験及び推し活の一環のサービスとしても提供することで、TikTok Shop上に独自の市場を拡張していきます。テレビ通販が築いた「信頼性」推し活の「エンターテインメント性」を合わせた「新しい購買体験」をデジタル環境で再現し、さらにAI技術による個別最適化とインタラクティブ性を加えることで、次世代のライブコマース市場を創造します。



成長戦略とアジア展開への足がかり

日本市場での成功モデルをアジア全域へ展開し企業価値を最大化



10万人以上のインフルエンサー・クリエイターネットワーク

※上記はイメージ

第1弾：日本市場でのシェア確立と先行者利益の獲得

TikTok Shop日本市場の正式開始という絶好のタイミングを捉え、デジタルヒューマンライブコマースという新カテゴリーの先駆者として市場ポジションを確立します。ピアラの強力なインフルエンサーネットワークとTikTok広告運用ノウハウを活用し、短期間での市場浸透を図ります。

第2弾：技術・サービスの継続進化による競合優位性の維持

日本市場で蓄積したデータとノウハウを基に、デジタルヒューマンの表現力向上、AI会話エンジンの高度化、新たな収益モデルの開発を進めます。これにより、競合他社との技術格差を維持・拡大します。

第3弾：アジア市場への展開でリーディングカンパニーへ

新規事業による売上利益の牽引と企業価値の最大化を実現



投資家の皆様へ

独占契約により確保した技術優位性新市場を創出し持続的成長を実現

ピアラグループとBohaoグループの独占契約は、急成長するTikTok Shop日本市場とIP推し活市場において、競合他社に対する決定的な優位性をもたらします。24時間デジタルヒューマンライブコマースと課金ビジネスという革新的なビジネスモデルにより、従来のライブコマースの限界を突破し、日本市場での成功モデルをアジア全域へ展開することで、ピアラグループは新たな成長ステージへと進化します。

01.独占契約

Bohaoグループの最先端デジタルヒューマン技術を日本市場で独占展開。中国主要企業の実績：1,500ユーザー以上導入、10万時間以上のライブ配信

02.2つの収益モデル

24時間ライブコマース + IPデジタルヒューマン課金サービス、人件費80%削減、コンテンツ制作効率500%向上

03.具体的目標

初年度売上目標: 3億円以上、参画IP数目標: 20組以上、ライブコマース市場2030年1兆円超※1、VTuber市場1,000億円超※2

04.将来展開

日本市場での成功モデルをアジア全域へ展開
デジタルヒューマンライブコマース市場のリーディングカンパニーへ

ピアラグループは、独占契約により確保した技術優位性と強力なIPネットワーク及びマーケティング支援ノウハウを活用し、24時間デジタルヒューマンライブコマースという新市場さらにはデジタルヒューマンでの課金事業を創出します。日本からアジア全域へ事業を展開し、企業価値の最大化を実現することで、投資家の皆様への持続的なリターンを提供してまいります。

※1 出典：Grand View Horizon Databooks

※2 出典：株式会社矢野経済研究所

「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。