



2021年12月20日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ピ ア ラ
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 飛 鳥 貴 雄
(コード番号：7044 東証第一部)
問 合 せ 先 取 締 役 管 理 本 部 長 下 川 剛 司
(TEL 03-6362-6831)

新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書

ヘルスケア、ビューティ、食品領域において、ブランディングからLTV向上までのALLデータを一元管理し、通販DXサービスを展開する、株式会社ピアラ（本社：東京都渋谷区、代表：飛鳥貴雄、以下「当社」）は、2022年4月に予定される株式会社東京証券取引所の市場区分の見直しに関して、本日プライム市場を選択する申請書を提出いたしました。

当社は、移行基準日時点（2021年6月30日）において、当該市場の上場維持基準を充たしていないことから、下記のとおり、市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書を作成しましたので、お知らせいたします。

記

1. 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の移行基準日時点におけるプライム市場の上場維持基準への適合状況は以下のとおりとなり、流通株式時価総額については基準を充たしておりません。

	株主数	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率
当社の状況 (移行基準日時点)	2,163人	34,201単位	46億円	48.0%
プライム市場 上場維持基準	800人以上	20,000単位 以上	100億円以上	35%以上
計画書に 記載の項目	—	—	○	—

※当社の適合状況は、株式会社東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

当社は、「全てがWINの世界を創る」という経営理念のもと、「Smart Marketing For Your Life」をビジョンに、ヘルスケア&ビューティ及び食品市場の通販DX事業を軸として、事業開発から商品開発、インフラ整備、ブランディング、オンライン・オフラインでの新規顧客から既存育成等を一貫した専門ソリューションとして提供してまいりました。また、それらの知見を活かし、新規事業としてエンタメDX事業の展開や、越境EC市場への需要の高まりを受けグローバル展開等、事業領域を拡大

してまいりました。さらに、一部のサービスについては、今まで主軸としていたヘルスケア&ビューティ及び食品市場だけでなく、金融や人材市場等の異業種への展開を開始しました。このように事業拡大を推進する中、すべてのステークホルダーに価値ある体験を創りつづけ、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指しすべく、企業ミッションを「すべての人に価値ある体験を創りつづける」に変更しました。当社がプライム市場に移行することは、当社の経営理念、ミッションを遂行し、持続的な成長と中長期的な企業価値向上の実現において重要であると考えております。

当社はプライム市場の上場基準のうち、現在充足していない流通株式時価総額に関し、上場維持基準を安定的に充たすための施策を、2025年12月期末日までを計画期間とし、取り組んでまいります。

2. 上場維持基準の適合に向けた取組みの基本方針、課題及び取組み内容

(1) 上場維持基準の適合に向けた取組みの基本方針

当社は、「2022年12月期通期計画」（2022年2月開示予定）の策定を進めております。同計画と2023年2月開示予定の「次期中期経営計画」（2023年12月期～2025年12月期）を合わせた4年間（2022年12月期～2025年12月期）で各施策を推進してまいります。

「2022年12月期通期計画」及び「次期中期経営計画」を基軸に企業価値の向上と持続的な成長を実現するとともに、上場維持基準適合に向けた取組みにより、2025年12月期末までに上場基準への適合を図ってまいります。

(2) 基本方針実現への課題

当社は、2020年2月13日策定の中期経営計画（2020年12月期～2022年12月期）を推進しながら、2020年12月期は過去最高の売上高及び利益を計上しました。しかし、2021年12月期においては、市場環境の変化により業績が悪化し、営業損失及び経常損失ならびに親会社株主に帰属する当期純損失を計上する見込みであり、株主及び投資家の求める業績水準に達していないことが株価の低迷の要因であると考えております。

2021年12月期の業績不振の主な要因として、以下の2点があります。

① 景表法・薬機法規制の強化による、大ヒット商品の低迷

当社が事業領域とするヘルスケア&ビューティ及び食品市場のWEB広告は、逸脱した効果効能を謳う違反広告が蔓延し、広告の信頼性が著しく低下しておりました。これを受け、景表法・薬機法の規制強化が進み課徴金が導入され、また、媒体側での独自の審査基準を設定し、市場のクリーン化に向けた動きが活発化しております。このような状況の下、市場のクリーン化は進みながらも、今までであれば可能であった広告表現や法的に問題がないクリエイティブにも規制が入るようになり、当社においても一時的に広告効率の悪化が見られました。一方で、景表法・薬機法に違反している広告のすべてがなくなるわけではなく、それらの違反広告と、法律に則った当社の広告を比較すると、違反広告のほうが目につきやすく、大ヒット商品へとつながる広告の制作が困難な状況が続いており、当社の業績に大きく影響を及ぼしました。

② 新型コロナウイルス感染症によるリアル広告の低迷及び東南アジアを中心としたグローバル展開の停止

新型コロナウイルス感染症の拡大により、リアルイベントの中止や広告媒体の発刊中止が相次ぎ、業績に影響を及ぼしました。また、グローバル展開においては、東南アジアを中心にロックダウンの影響による広告の停止や、日本企業の東南アジア進出が鈍化したことにより、当社のグローバル展開も鈍化しました。

これらの要因により、2021年12月期は業績が低迷し、2022年12月期においても中期経営計画である売上高235億円以上、営業利益12億円と大きく乖離することが想定されます。

(3) 課題への取り組み内容

前述の課題に対し、次の施策に取り組むことで2022年12月期からの業績の回復及びさらなる成長を目指します。具体的な施策は2021年11月12日開示の「2021年12月期第3四半期決算補足資料」

(<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7044/tdnet/2048298/00.pdf>) をご参照ください。

なお、2023年2月開示予定の「次期中期経営計画」(2023年12月期～2025年12月期)で、詳細な活動計画を公表し、流通株式時価総額100億円達成のための業績目標及び取り組みの詳細を記載のうえ、本計画書を更新いたします。

① 大ヒット商品に依存しないビジネスモデルの構築

当社の今までのビジネスモデルは、年間取引高10数億円を超えるような大ヒット商品に依存していたことから、大ヒット商品が低迷すると、他商品でカバーしきれず業績が悪化しておりました。今後は取引社数を増加させることで、一部の商品に依存しない体制を構築してまいります。

② 通販DXサービスの推進

当社は、2016年以降、Webにおける新規顧客獲得や既存顧客の育成を中心としたサービス(KPI保証サービス)を成果報酬型で提供してまいりました。しかし昨今の規制強化を受け、Web広告のみでの販売は伸び悩み、商品に対する「認知」「関心・興味」をブランディング効果の可視化し、効率的に購買につなげることが急務となりました。

そこで当社では、ブランディング広告やTV CM等にも事業領域を拡大し、オンライン・オフラインのデータを一通貫で分析し広告効果を効率化するための通販DXサービスを2020年12月期より本格稼働しました。通販DXサービスとして、TVCM効果を可視化するサービス「CM-UP」や、オフライン広告とWebを連動するサービス「オフラインDX」、ミドルファンネル施策、インフルエンサー施策、インフォマーシャル、成果報酬型CRMに注力しております。これらのサービスで、商品に対する「認知」「関心・興味」を促進することで、Webにおける購買を促すことが可能となり、KPI保証サービスの再成長も見込めるほか、粗利率の高いサービスを組み込むことで、粗利率の改善が見込まれます。

また、各サービスの効果を一通貫で管理・分析することで広告効果の最大化を図ることが可能です。分析については、現状無料で提供しておりますが、ゆくゆくはSaaSモデルとして提供を検討しております。2021年12月期第2四半期のサービス提供開始後、売上高は第2四半期で1.6億円、第3四半期で1.5億円、第4四半期には倍増し3億円を見込んでおります。2022年12月期以降の受注も増加しており、今後の成長が見込まれます。

これらのサービスで安定収益を獲得し、ボラティリティの低いビジネスモデルを構築してまいります。

③ 異業種展開

ヘルスケア&ビューティ及び食品市場は流行に左右されにくく、過去の広告の成功パターンの再現性が高く横展開が可能であったため、当社は今まで、事業領域をヘルスケア&ビューティ及び食品市場に絞ってサービスを提供してまいりました。しかし、通販DXサービスの提供を開始し、一部サービスにおいては異業種でも横展開が可能であることが見られました。2022年12月期からは、異業種展開の専門部署を立ち上げ、金融・不動産等異業種における社数の積み上げをすることで、規制強化等に影響の受けない収益体制を構築してまいります。

④ 新規事業の推進

当社は、2021年12月期においても積極的に新規事業に投資してまいりました、その中のひとつであるエンタメDX事業につきましては、2020年10月より開始し、2021年12月期には流通取引総額が10億円を超える見込みです。2022年12月期においても、エンタメDX事業をはじめとした新規事業に投資してまいります。

以上