



2026年12月期 第1四半期 決算補足資料

2026年5月15日

Agenda

- 01** エグゼクティブサマリ
- 02** 2026年12月期 第1四半期決算概要
- 03** 2026年12月期 通期見通し
- 04** Appendix

01

エグゼクティブサマリ

① エグゼクティブサマリ – その他 –

- 1Q終了時点では2026年12月期業績予想に対して**順調な進捗**
- **長期ビジョン「PIALAgrou 2035」、中期経営方針「PIALA VISION 2028」を発表**
- 中期経営方針は2028年までの3ヶ年の経営方針であり、2035年までの長期ビジョン達成に向けた成長基盤を構築する重要なフェーズ
- 子会社全体では黒字化が進んでおり、当社グループ全体で順調なスタート

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



📍 New Vision、New Mission

New Vision

マーケティングの常識を覆す。

社会にインパクトを。

Growth Infrastructure Company **社会と経済の成長基盤をつくる企業**

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。

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。

AI時代にこそ【**ブランドと人間熱量を再定義する**】会社を目指します。

① 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

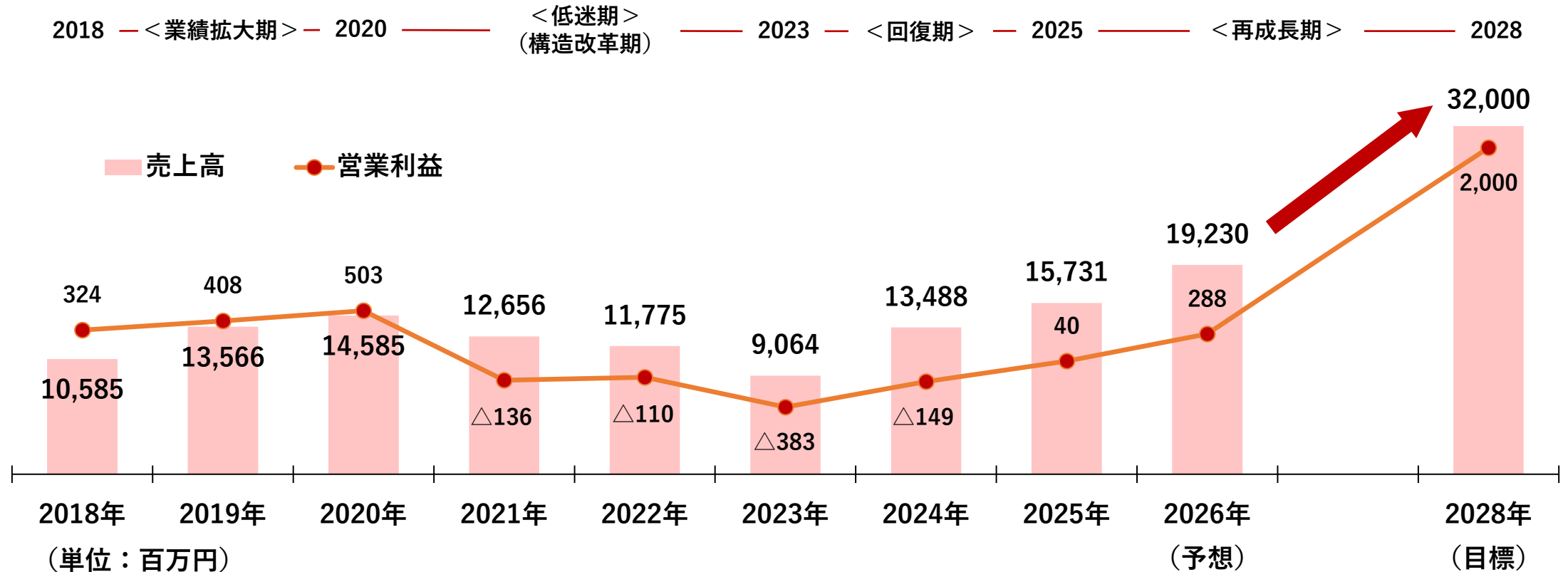
事業 × 利益

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

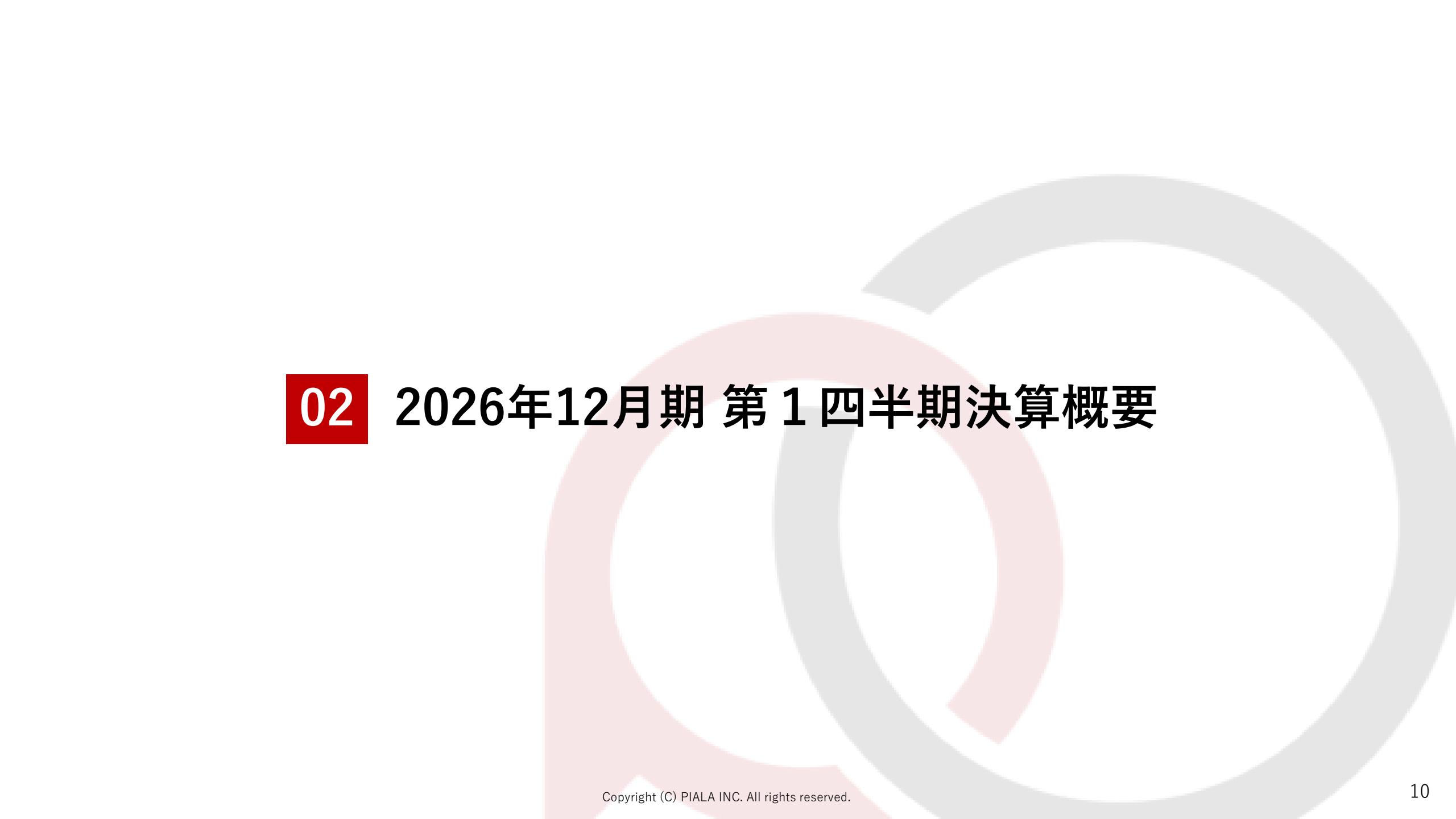


エグゼクティブサマリ －当社グループ1Q業績－

- 2026年12月期より、**EBITDAを新たに表示**
今後の戦略としてM&Aも積極的に行っていくことから、正確な収益力を示す指標として採用
- 3事業とも収益力は回復しており、**売上総利益は四半期で過去最高を更新**
- EBITDA以降の減少は昨年の補助金収入等による一過性の影響

	実績値	前年同期増減額	前年同期比
売上高	4,305百万円	△151百万円	△3.39%
営業利益	60百万円	13百万円	29.27%
E B I T D A	71百万円	△139百万円	△66.15%
経常利益	51百万円	△144百万円	△73.87%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	30百万円	△108百万円	△78.14%

※ 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



02 2026年12月期 第1四半期決算概要

2026年12月期 第1四半期決算ハイライト

- 2026年12月期第1四半期は、**収益性が改善し各事業想定通りの着地**
- 営業利益は、**(株)オニオンのM&Aによる手数料でのコスト増があったが、ブランディング領域の売上が好調だったことに加えその他子会社も黒字化し、想定よりも上振れ**
- 前年と比較してEBITDAが大きく減少しているが、前年は補助金収入や保有株式の売却等の一過性の要因によるもの

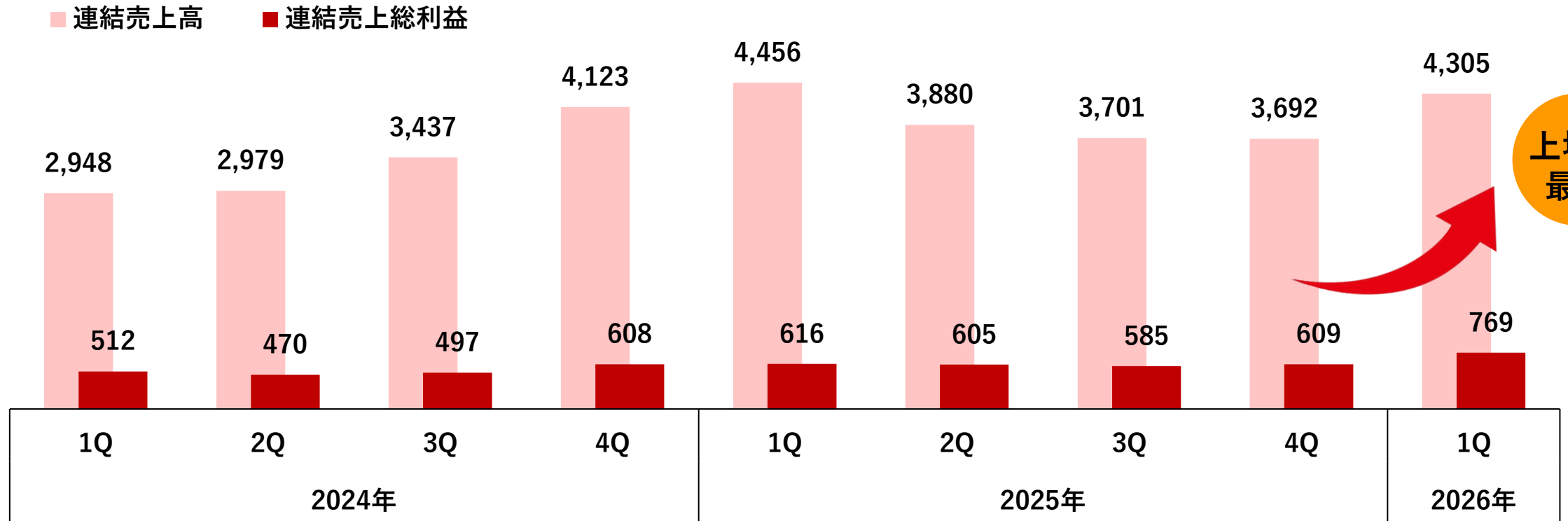
	実績値	前年同期増減額	前年同期比
売上高	4,305百万円	△151百万円	△3.39%
営業利益	60百万円	13百万円	29.27%
EBITDA	71百万円	△139百万円	△66.15%

※ 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

① 連結売上高及び売上総利益の推移

- 売上高 Q on Q : 16.6%増、Y on Y : 3.4%減
- 売上総利益 Q on Q : **26.3%増**、Y on Y : **24.8%増**
- 売上総利益は四半期での**上場来最高額**、利益率はQonQで1.2%、YonYで**4.0%以上の改善**
収益性の高い会社を目指すため、最大KPIを①売上総利益成長率へ
セカンドKPIとして②AIによるコスト削減 ③1名あたり収益を追いかける

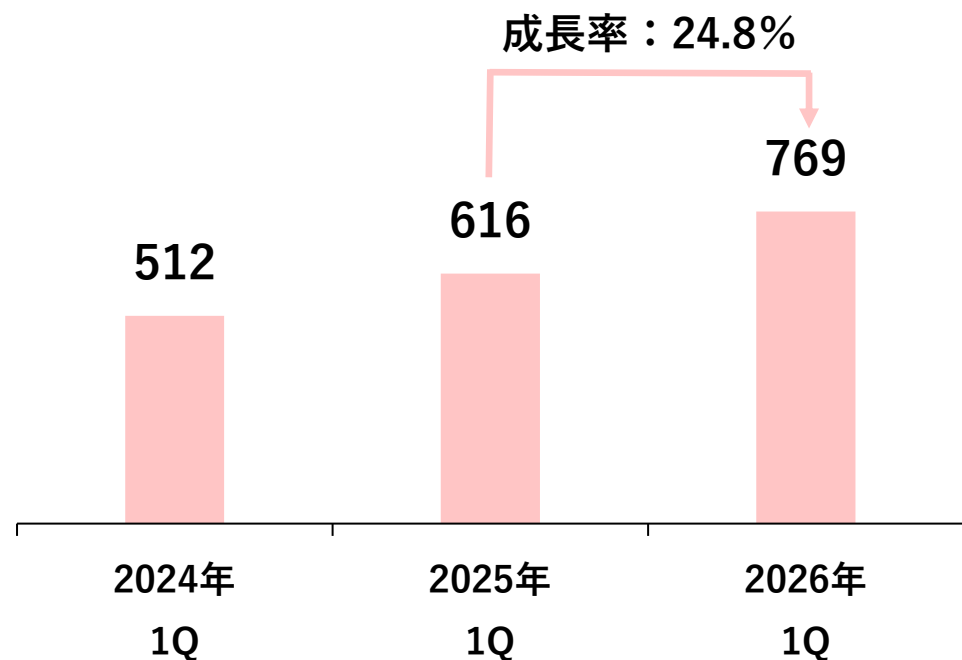
(単位：百万円)



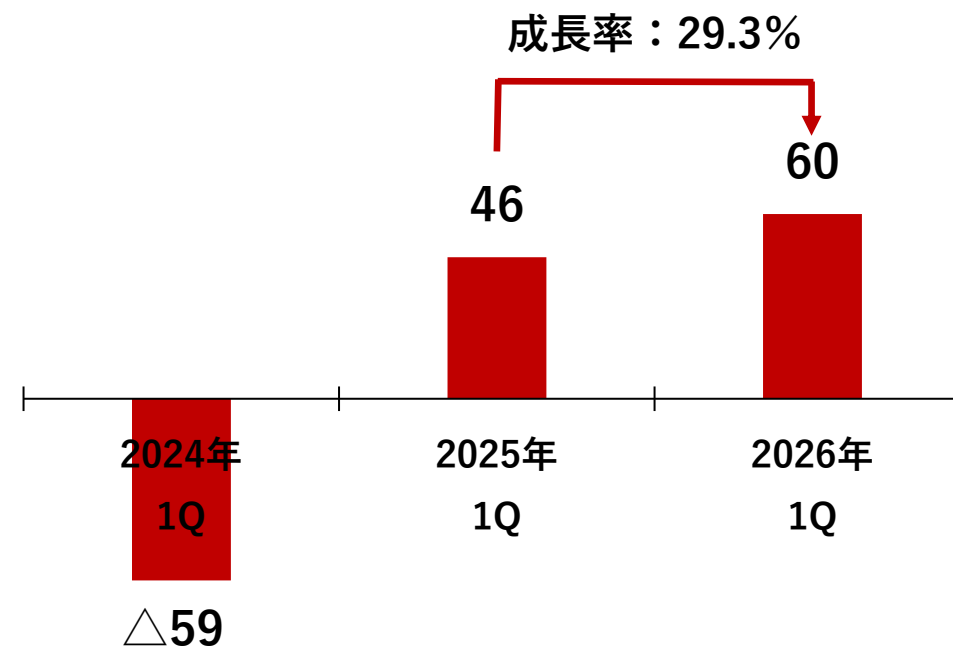
売上総利益及び営業利益成長率

- 収益性の高い企業を目指し、**売上総利益の成長率を2026年の最重要KPIに設定**
- 前1Qと比較で**売上総利益24.8%、営業利益29.3%、合計54.1%の高い成長率**
- ビジネスクリエーション事業やエッセンシャルワーカーDX事業の人材サービス等の高粗利率の事業が成長することで、高い成長率を達成

売上総利益



営業利益



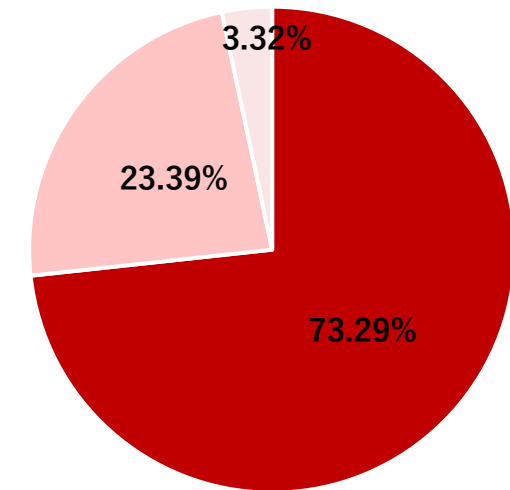
2026年12月期 第1四半期セグメント別決算ハイライト

- 2026年12月期より、単一セグメントから3セグメントに変更し3事業の成長が見られた
- 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**想定通り着実に成長**
- ビジネスクリエイション事業は想定よりも赤字が縮小し計画通りの着地
- 中長期戦略として高粗利率である人材及びビジネスクリエイション事業の粗利割合の増加を目指す

	売上高	セグメント利益
マーケティングDX事業	3,168百万円	245百万円
エッセンシャルワーカーDX事業	1,010百万円	63百万円
ビジネスクリエイション事業	143百万円	△4百万円

※ セグメント間の内部取引含む

セグメント別売上割合



- 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

📌 マーケティングDX事業の変革

「**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

(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

2028 KGI (売上高)

250億円

KPI 1: 導入社数

500社 (現在328社)

KPI 2: ブランドパートナー数

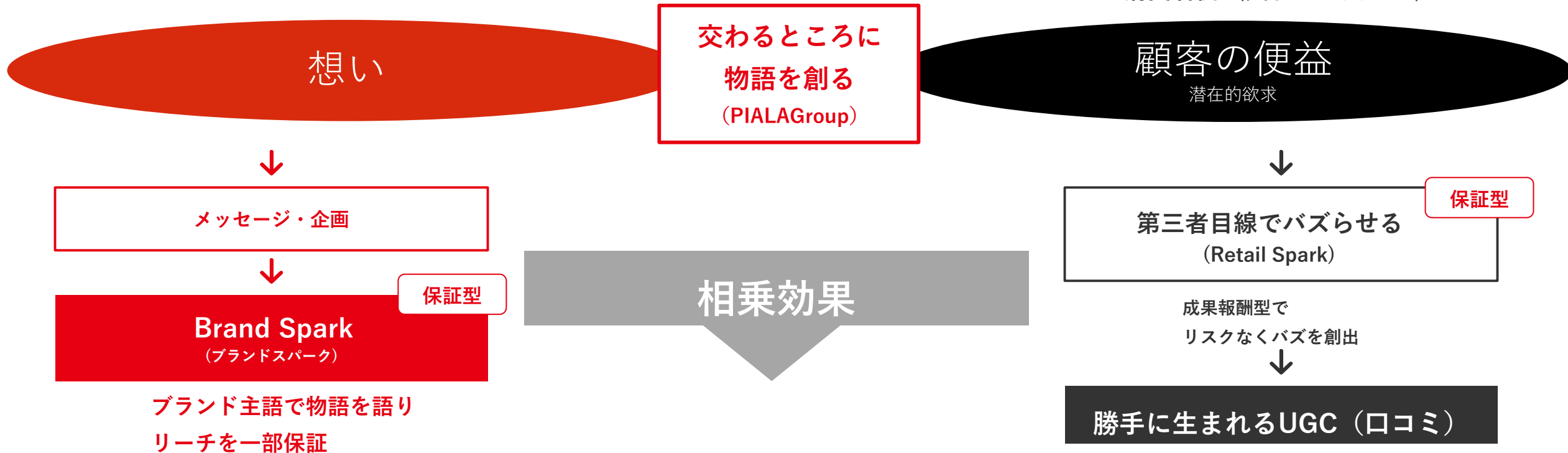
150社 (現在89社)

🔄 **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

① なぜ勝てるのか？独自の共創成長保証モデル

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）



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？

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 クリエイティブカ

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。



2



第三者視点での 拡散 (Buzz)

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



3



成果へのコミット (KPI保証)

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)

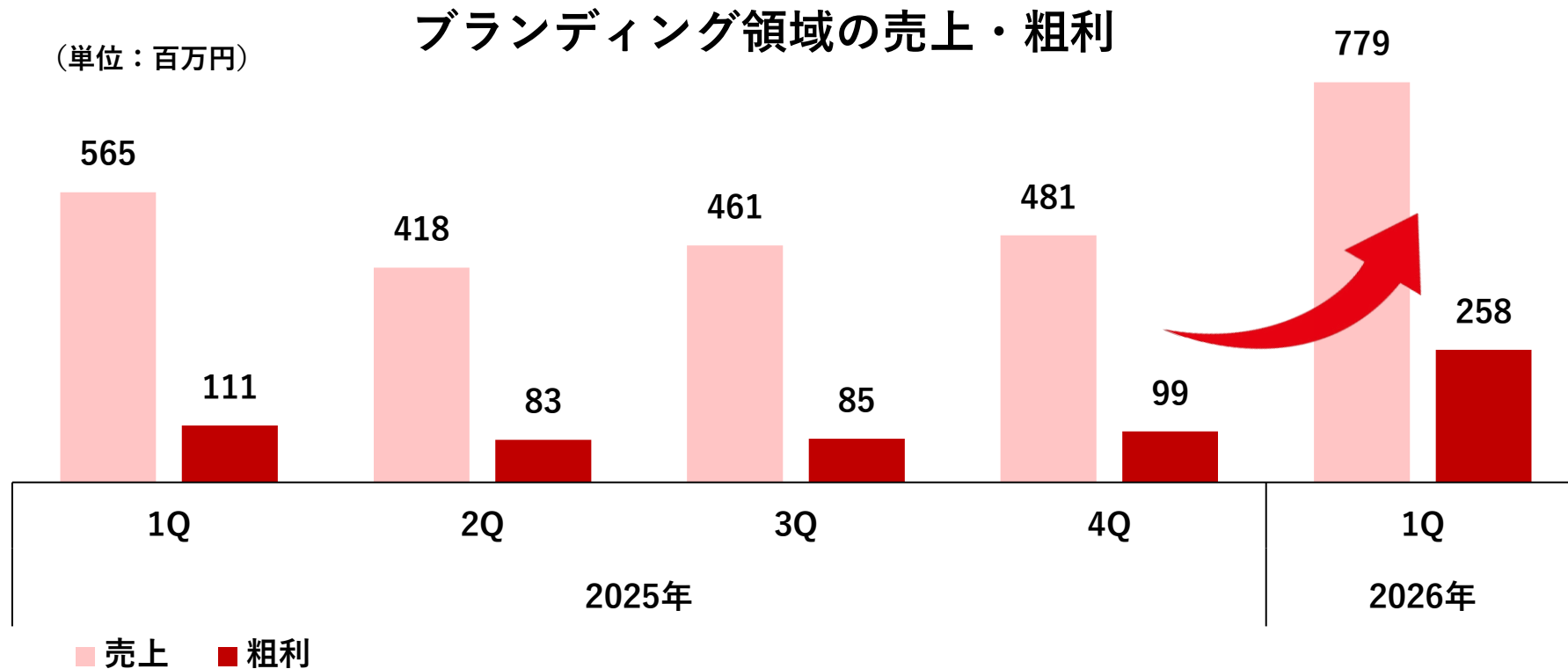
④ ブランディング領域の拡大

■ ブランディング領域は、QonQ 160%と大幅に増加

※2025年はブランディング領域で集計ができないため、近い領域である通販DXサービスの実績値

(株)オニオンの子会社化に加え、ピアラとして**ブランディング領域の業績が増加したことが要因**

■ ブランド共創マーケティングは、重要戦略の1つであり、引き続き拡大を目指す



※ 2025年は通販DXサービス、2026年はブランディング領域の数値を掲載
※ ピアラ及び該当子会社の数値を単純合算

ブランディング×成果の最重要戦略

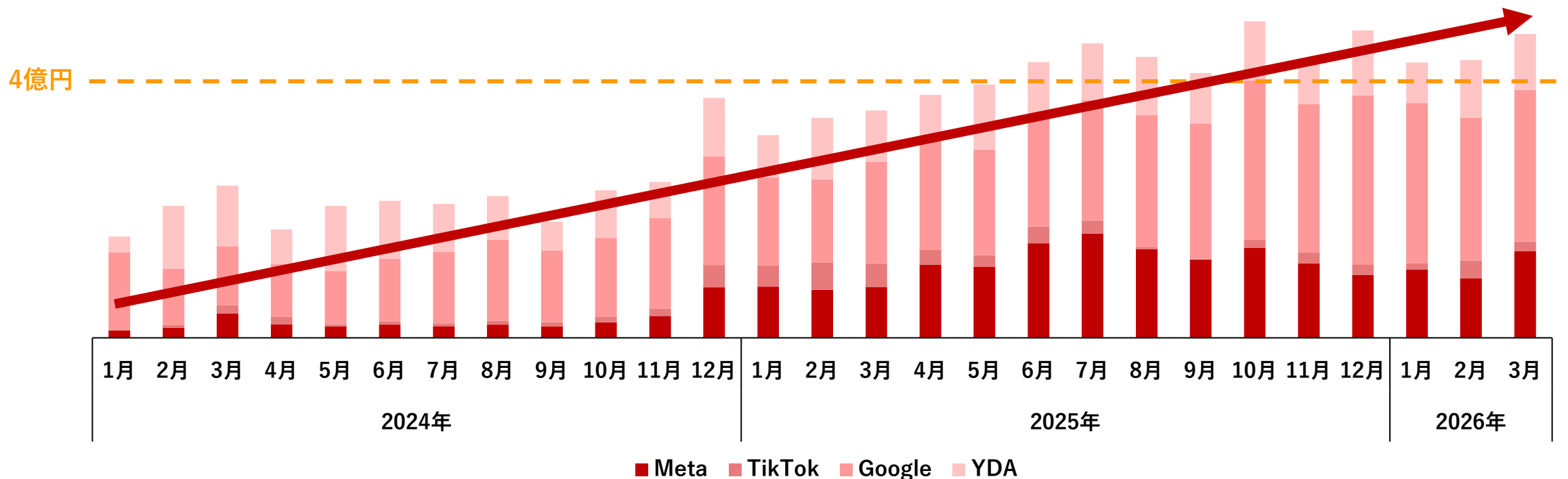
- 縦型動画市場は今後も成長しブランディング領域から顧客獲得まですべて網羅する武器となる
縦型動画×AIが、当社のブランディング×成果のキーフアクター
- ピアラグループの4つの強みを活かし、**縦型動画の納品額の向上を推進していく**

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

① エssenシャルワーカーDXの圧倒的優位性

再掲

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。

① エssenシャルワーカーDXの事業構造

事業内で計上や利益構造が違う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



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

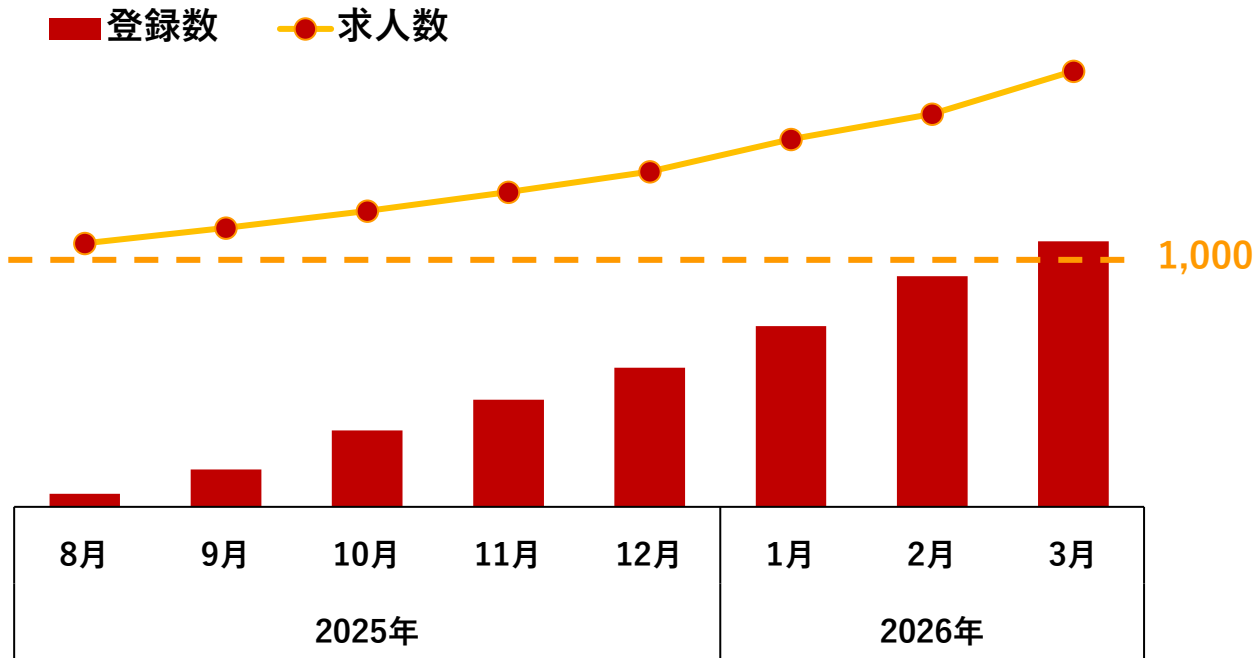
短期売上はマーケ支援で積み上げ、人材紹介は入社日に高粗利売上として顕在化

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。

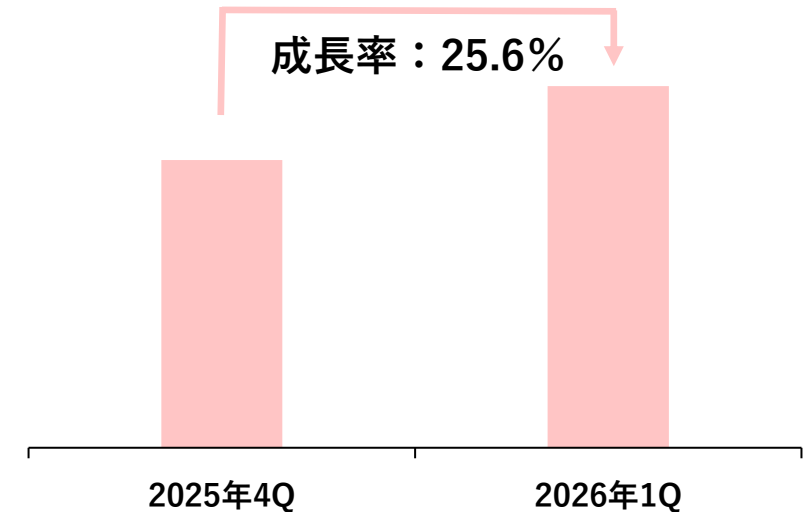
① セグメント別進捗（エッセンシャルワーカーDX事業）

- マーケティング支援が堅調に推移しており、引き続き非効率な案件精査も実施
- 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、徐々に増加傾向にあり
登録数は1,000名を突破
- 概算値ではあるが、2025年4Qから粗利が25.6%成長しており、引き続き粗利率の高い人材紹介も注力し、業績拡大を目指す

お仕事カルテ推移



エッセンシャルワーカーDX事業の粗利成長率



※ 2025年4Qの粗利は概算値となります

① エssenシャルワーカーDXの今後の拡張

中期的には拠点拡大、サービス拡充に加えて
市場の需要が非常に高い職種を拡大し、エssenシャルワーカーDXの拡大へ

看護領域にとどまらず支援職種を段階的に拡大



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

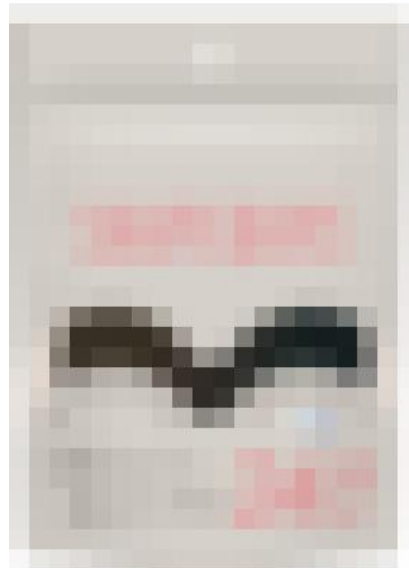
高収益モデルの実証

㊦ セグメント別進捗（ビジネスクリエイション事業）

- (株)P2Cは、「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
- コストコントロールもできていることから、(株)P2Cとしては**1Q黒字達成**
- 2Qからは実店舗等の販路各拡大予定に伴い広告先行投資することで業績拡大想定
- 「SHAPEDAYS」はリブランディングを実施し、2026年7月以降に店頭発売予定

Amazon、楽天ベストセラー獲得
良朝丸

SHAPEDAYS 累計40万枚突破 この夏大幅リニューアル予定



※ 販売名：レイスターズ

④ セグメント別進捗（ビジネスクリエイション事業）

- (株)サイバースターは、IP×オーディオ事業の新ブランド「TuneMATE」が引き続き好調
- 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）」とのコラボイヤホンを完全受注生産にて2026年2月に発売
- プロダクション事業は想定通り、イベント事業は開催数が想定より減少
- レーベル事業では一部ヒットもあり順調に推移
- (株)サイバースターとしては想定通り1Q赤字だったものの、現受注で2Qは黒字化想定

 UARISE プロダクション事業



 TuneMATE オーディオ事業



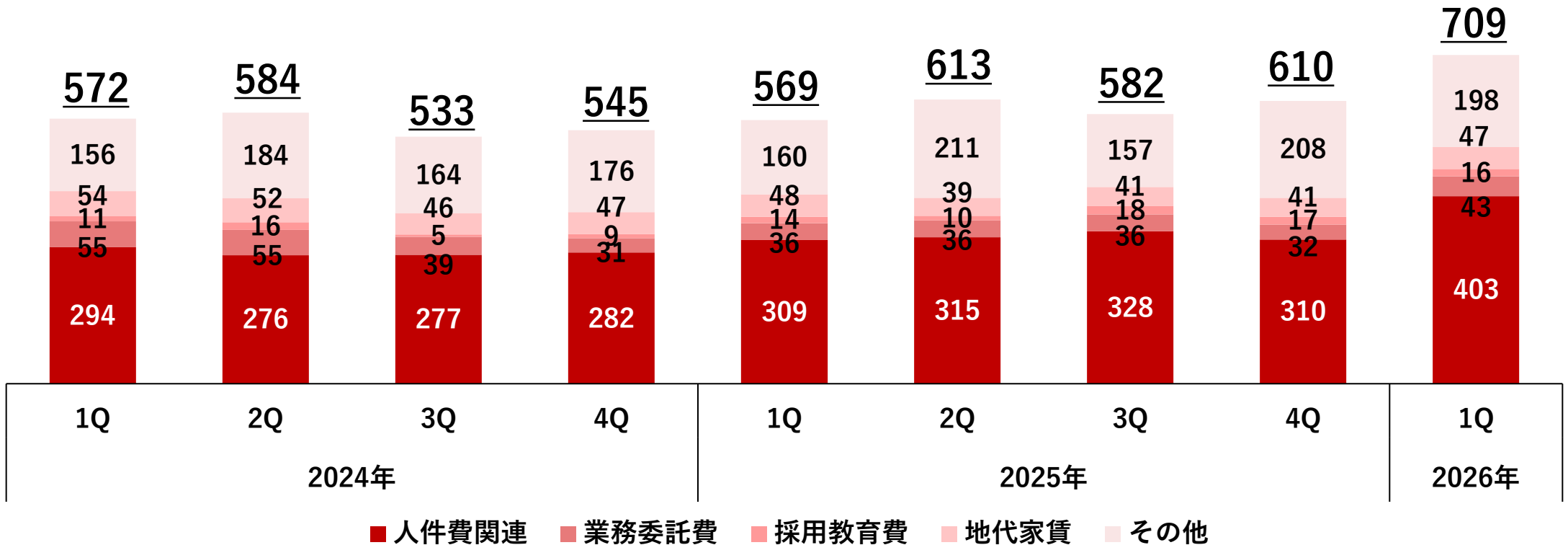
イベント事業



◎ 販管費（連結）の推移

- Q on Q：16.1%増、Y on Y：24.4%増
- 「人件費関連」は(株)オニオンの子会社化による人員増及び採用強化により増加
- オニオン社のM&Aコスト、株主優待費用を年間按分案分計上に変更したことで費用増加
- 人件費関連以外の項目はAIによる代替えなど進み想定よりコストダウン

(単位：百万円)



② 連結貸借対照表

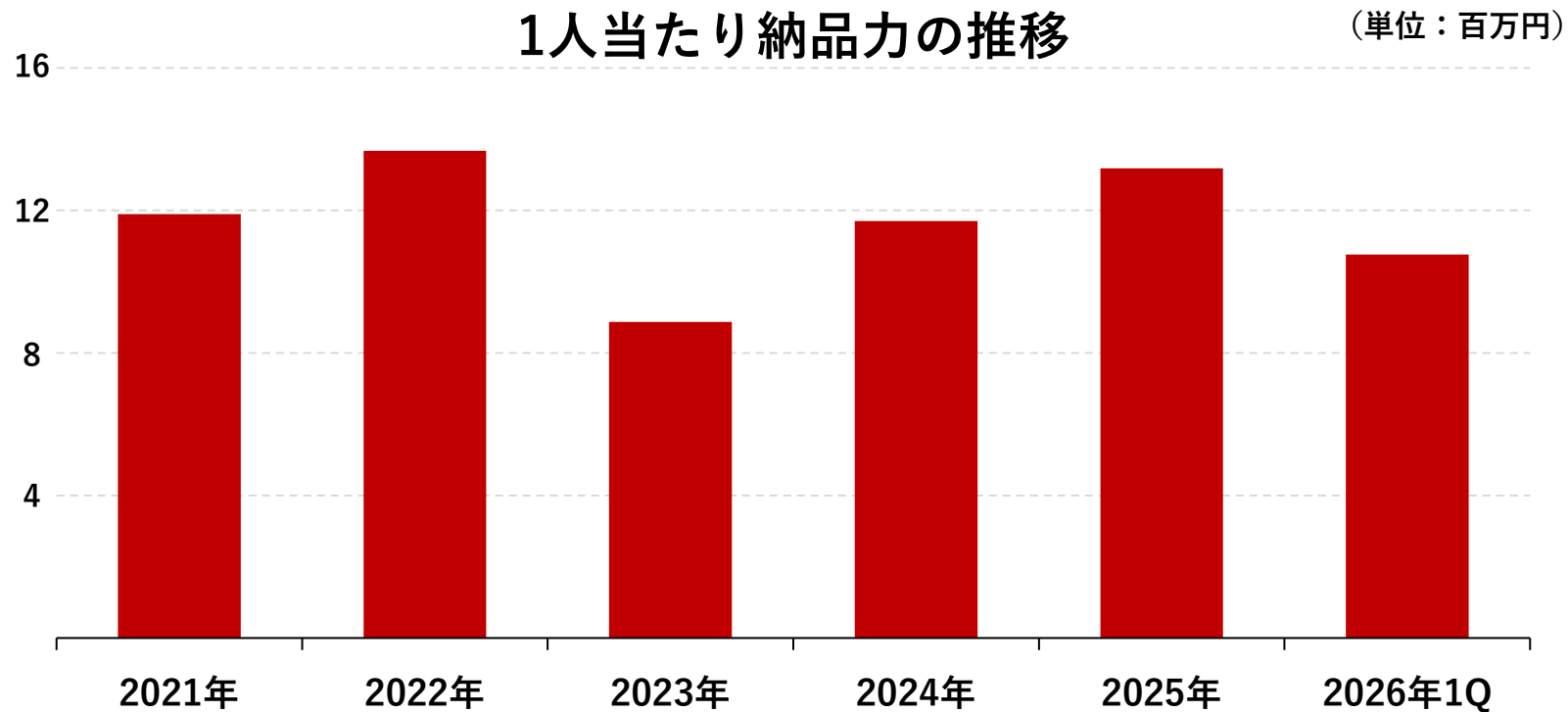
- (株)オニオンの連結子会社化に伴い全体的に増加、現預金はM&A資金支払いにより減少
- 自己資本比率は14.3%と若干の改善

(単位：百万円)

		2025年12月末	2026年3月末	増減額
資産の部	現金及び預金	1,628	1,382	△245
	受取手形及び売掛金	1,685	1,967	281
	流動資産合計	3,554	3,748	194
	投資その他の資産	418	485	66
	固定資産合計	643	727	83
	資産合計	4,197	4,475	277
負債の部	買掛金	1,425	1,516	91
	短期借入金	1,350	1,376	26
	流動負債合計	3,519	3,647	128
	長期借入金	25	43	17
	固定負債合計	28	112	84
	負債合計	3,547	3,760	213
純資産の部	株主資本合計	639	707	68
	純資産合計	650	715	64
負債純資産合計		4,197	4,475	277

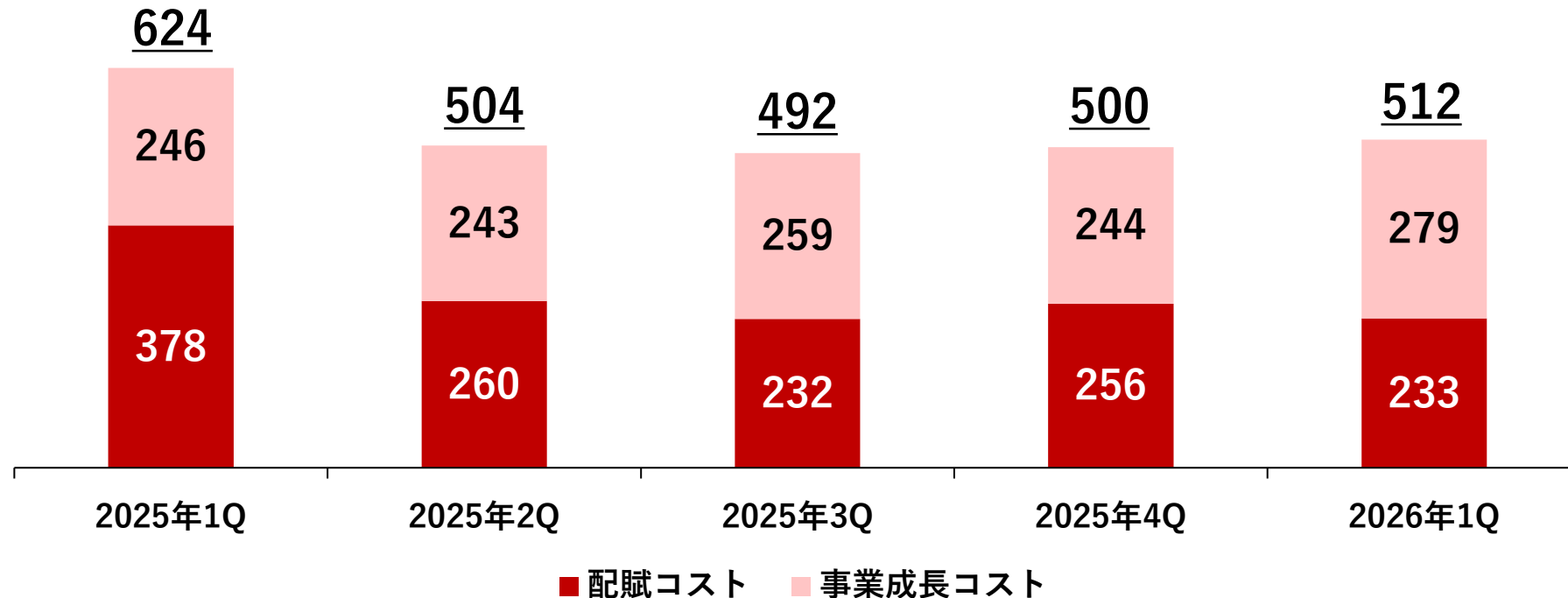
納品力の推移

- 2025年1部大型クライアントの効率悪化を受け影響が一部継続しているが中期経営方針達成のために運用者の育成を2026年に強化中
- 人員も増やすことから一定1名あたりの納品力が落ちるが、AI及び教育により早期に1名あたり納品力向上を目指す



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
- 配賦コストは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



※ 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
※ 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

① Wの収益効率化 2 AIによる業務効率化

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

Y on Y AI利用による配信バナー数240% 多変量テスト強化

- ✓ 全社的にManus CloudCODEを装備。AI用PC導入
- ✓ 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**34ツール**が制作され実行。業務効率化に寄与
- ✓ クリエイティブについてはターゲット分析調査、シナリオ、一部制作など自動化が進み月間200H効率化

業務効率化されても直接収益に反映しない別の工数が増える場合もあるため
今後1名あ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

- ✓ 1部媒体は運用自動化を開始。効果について検証中
- ✓ 自動レポート化は済。自動入稿を実施中。一部媒体は開発中
- ✓ 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**

AIによる収益化

- 広告表現に関わる法令や審査基準の見直しが相次ぐ中、企業の広告運用・制作現場では、法令知識の属人化、外部委託コストの増大、動画やLPチェックの工数負担、媒体審査対応の難しさが課題
- 「RESULT PLUS AI」は、**ピアラの持つ独自データにより広告審査に合格する表現を提案できることが最大のポイント**
- 現在有料プランの契約も順調に受注。**1社あたり月額5-10万円**
本ツールの売上拡大のみならず、ピアラに広告を任せる優位性としても活用し、売上増加を目指す



RESULT PLUS AI

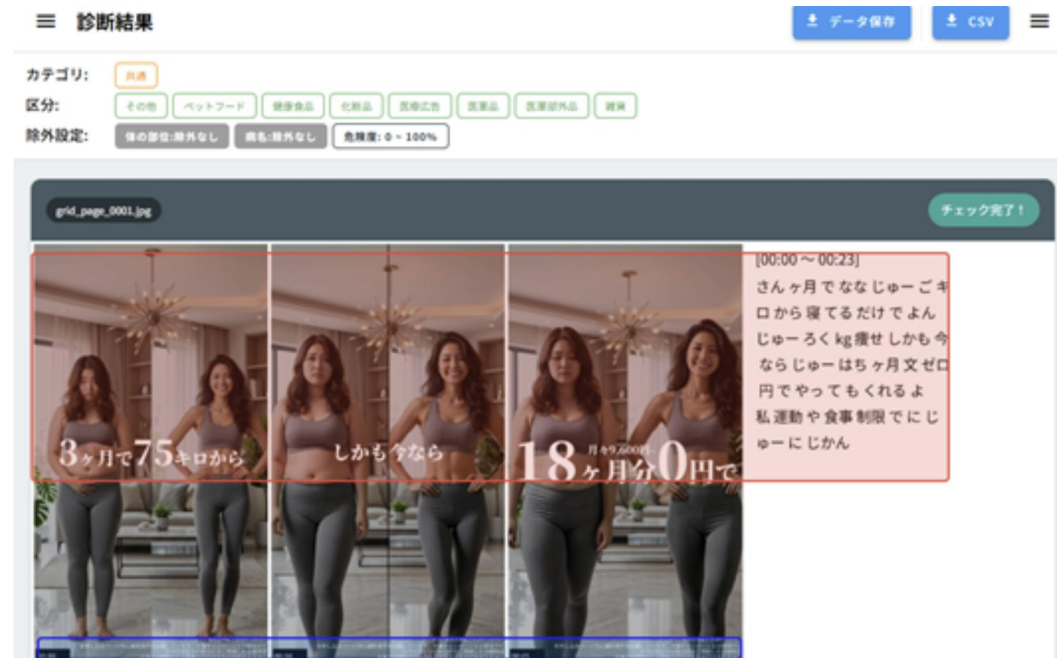
無料トライアルに申し込む お問合せ

Compliance x AI 最短5分 100円~

AIを活用した各種 法令チェックツール by トラスクエタ

薬機法・景表法・特定商法・医療法・金融法など、WEB広告に関わる法令チェックを高速化。テキスト/画像/動画/LP (URL) まで、スプレッドシート運用で“現場に馴染む”チェック体験へ。

無料トライアルに申し込む



診断結果

データ保存 CSV

カテゴリ: 広告

区分: その他 ペットフード 健康食品 化粧品 医療広告 医薬品 医薬品外品 医薬品

除外設定: 保の部位: 除外なし 病名: 除外なし 危険度: 0-100%

grid_page_0001.jpg チェック完了!

[00:00~00:23]

さんヶ月でななじゅーごキ
口から寝てるだけでよん
じゅーろくkg痩せしかも今
ならじゅーはちヶ月文ゼロ
円でやってもくれるよ
私運動や食事制限でにじ
ゅーにじかん

3ヶ月で75キロから
しかも今なら
18ヶ月分0円で

※動画は自動でカットごとに確認し、ナレーションも含めてチェック可能

② 上場維持基準への適合

- 2025年12月31日基準において、当社はスタンダード市場の上場維持基準に適合
- 適合に向けた計画書に記載した通り、「流通株式時価総額」の項目において基準を充たしていない状況だったものの、企業価値の向上及び株主還元策やIR活動の強化を通じて基準達成
- 企業価値の向上及び株主還元策やIR活動の強化は引き続き継続し、今後も安定してスタンダード市場の上場維持基準に適合していく

	株主数	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率
2024年12月31日時点	3,438人	34,376単位	8.65億円	47.4%
2025年12月31日時点	3,984人	35,671単位	21.54億円	48.4%
上場維持基準	400人	2,000単位	10億円	25%
2025年12月31日時点 の適合状況	適合	適合	適合	適合

中国子会社の事業停止

- 2026年3月26日付で中国子会社である比智（杭州）商貿有限公司の事業停止を決定
- 2025年12月期時点で赤字は解消しておらず、事業縮小や売却を含めたあらゆる可能性を総合的に勘案した結果、事業を全て停止させ、これ以上の赤字拡大を防ぐことで当社グループ全体での経営資源の有効活用を目的とした最適化及び効率化を行うことが最良であると判断
- 直近3年間合計で**当期純利益△102百万円の赤字を計上**したが、全ての事業を停止することで、直近3年間のような中国事業に係る**赤字計上はなくなりグループの収益影響はなくなる予定**

最近3年間の業績

	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期
売上高	73百万円	40百万円	51百万円
営業利益	△32百万円	△42百万円	△31百万円
当期純利益	△33百万円	△39百万円	△28百万円



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1Qは順調なスタート
- **ブランディング領域がグループとして好調**に推移したことで、営業利益以下の利益項目も黒字で着地
- ブランドコミュニケーション領域を拡大するために若手クリエイターが集結する株式会社A Better Caseを設立決議。**クリエイティブ力を強化しブランドパートナー獲得を強化**

(単位：百万円)	2026年2Q 業績予想	2026年4Q 業績予想	2026年1Q 実績	2026年2Q 進捗率	2026年4Q 進捗率
売上高	8,899	19,230	4,305	48.4%	22.4%
営業利益	4	288	60	1360.9%	21.0%
経常利益	△8	263	51	—	19.4%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	△24	218	30	—	13.9%

② 子会社設立

- 2026年4月28日付で新しい子会社「株式会社A Better Case」の設立を決議
- **ブランドコミュニケーション領域に特化した専門子会社**を設立することにより、当社グループのクリエイティブ機能および**ブランド共創機能を強化**し、既存顧客への提供価値の拡大、新規顧客層の開拓を推進し、**好調なブランディング領域をさらに拡大させる**
- 若手を含む多様なクリエイター、プランナー、ディレクター等が、年齢、立場、経験にとらわれずに参画し、企業やブランドの課題解決に挑戦できる場を創出することで、次世代のクリエイティブ人材の発掘・育成および活躍機会の拡大を図る

PIALA
A B C _ A Better Case



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)

① 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

PIALA 会社概要 (2026年3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、株式会社オニオン
従業員数	279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)



沿革

- 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



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

 PIALA

ONE MOVE

 Joshuatree

PIATEC
PIALA Technology

PIALA
VENTURES



 比智
PG-TRADING CO., LTD.

 vn
PG-TRADING VIETNAM CO., LTD.

Channel J
チャンネルJ

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。