



# 平成30年12月期決算説明会資料

株式会社PIALA 平成31年2月18日

# アジェンダ

- 1 2018年12月期第4四半期 業績**
- 2 2018年12月期 業績**
- 3 2019年12月期 業績見通し**
- 4 今後の成長戦略**
- 5 ご参考資料**



# 1 2018年12月期 第4四半期業績

---

# 2018年12月期 第4四半期 業績

売上高は前年同期比で**5.24億円増収 (26.7%UP)**

営業利益は前年同期比で**0.5億円増益 (777%UP)**

## 連結PL

(単位：百万円)	2017年12月期第4四半期		2018年12月期第4四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	QoQ
売上高	1,960	100.0%	2,484	100.0%	126.7%
売上総利益	328	16.8%	466	18.8%	144.0%
販売管理費	328	16.8%	409	16.5%	124.6%
営業利益	-5	-0.3%	57	2.3%	-
経常利益	1	0.1%	48	1.8%	-
当期純利益	-2	-0.1%	-4	-0.2%	-

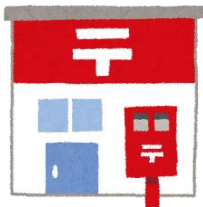
# 2018年12月期 第4四半期 トピックス



Yahoo!マーケティングソリューション  
ゴールドパートナーの取得



LINEの運用型広告「LINE Ads Platform」  
において「Sales Partner」の「Bronze」  
に認定



郵便局  
指定代理  
店取得

2017年8月より代理店経由で開始して、  
イベントブースにて対面販売をすでに  
2,000局で実施



**2 2018年12月期**

**業績報告**

---

# 2018年12月期 業績報告

ECマーケティングテック事業が好調に推移し、

売上高は前期比**32.94億円増収 (45.2%UP)**

営業利益は前年同期比で**2.88億円増益 (925.7%UP)**

## 連結PL

(単位：百万円)	2017年12月期		2018年12月期		YoY
	実績	構成比	実績	構成比	
売上高	7,291	100.0%	<b>10,585</b>	<b>100.0%</b>	145.2%
売上総利益	1,311	18.0%	<b>1,870</b>	<b>17.7%</b>	142.7%
販売管理費	1,280	17.5%	<b>1,551</b>	<b>14.7%</b>	121.2%
営業利益	31	0.4%	<b>319</b>	<b>3.0%</b>	1025.7%
経常利益	33	0.4%	<b>301</b>	<b>2.8%</b>	917.4%
当期純利益	19	0.3%	<b>192</b>	<b>1.8%</b>	1000.4%

# 2018年12月期 業績ハイライト

## ▶全体

- ・ 12月11日に東京証券取引所マザーズ市場に上場
- ・ 売上高は初めて100億円を超える

## ▶クライアント

- ・ 第1四半期にヒット商品が出たことにより、  
予算進捗スピードが加速

## ▶リザルト導入社数/取扱高

- ・ リザルト導入社数は堅調に推移
- ・ 1社あたりの取扱高はデータ×AIで大幅に上昇

## ▶特別損失の計上

- ・ 主力事業ではないシステム開発を契約解約したこと  
による損失計上



# 取引実績 - リザルトシリーズ導入社数

ECマーケティング  
テックによる  
効率的な運用体制

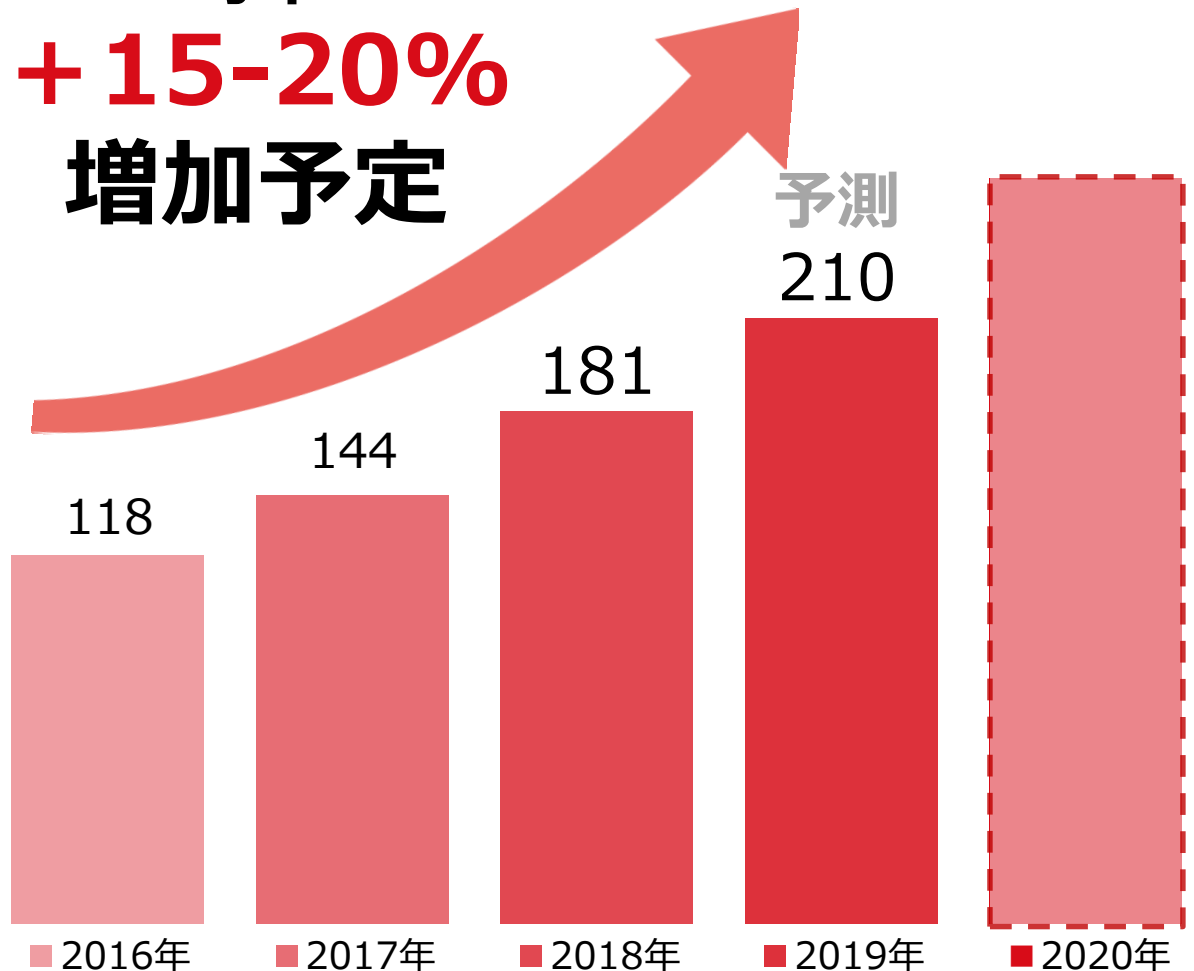


リザルトシリーズを活用  
安定性のある**ストック型**  
ビジネスを確立



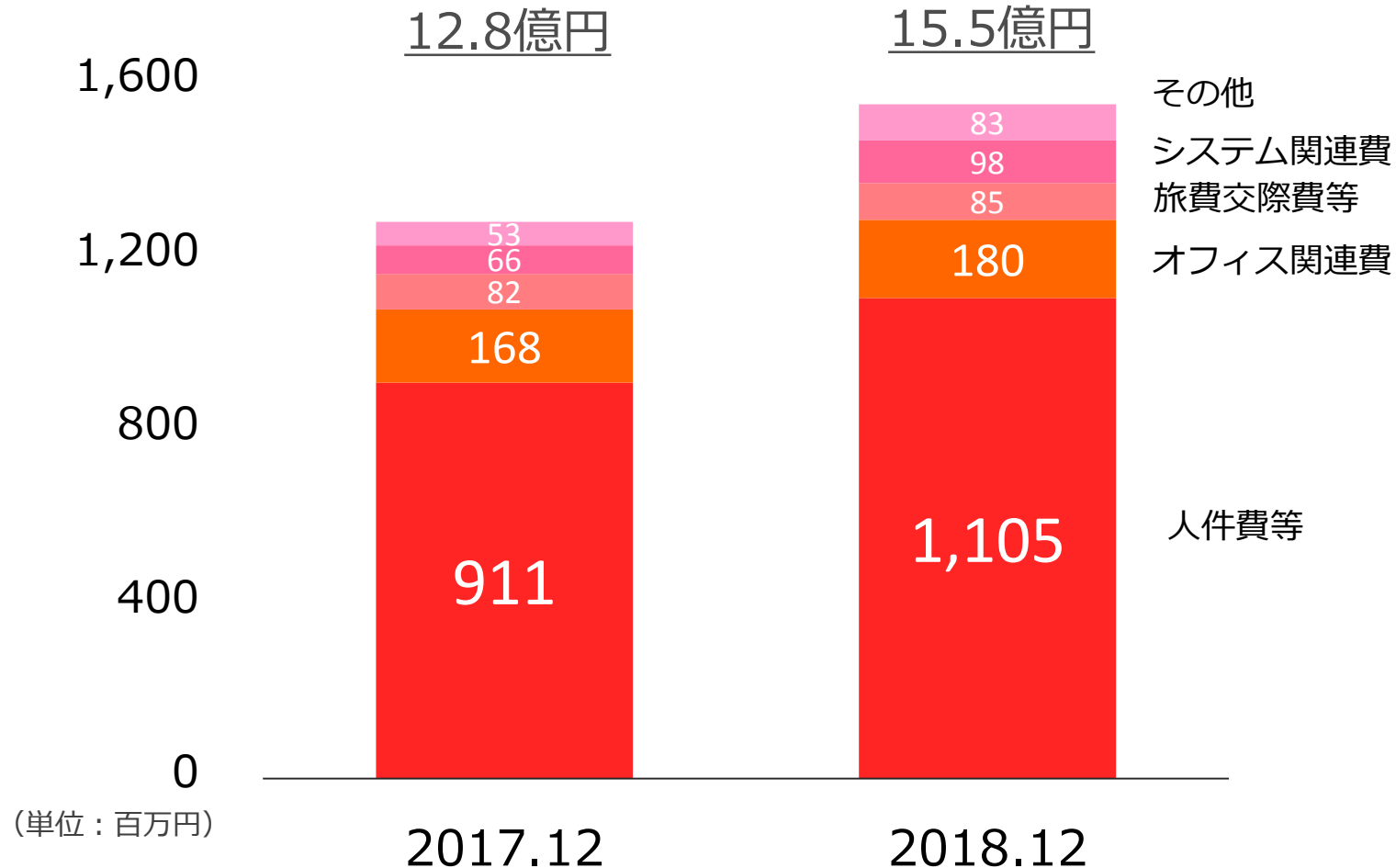
マーケットター1人  
あたりの**取扱高・**  
**予算・社数が増加**

毎年  
**+15-20%**  
増加予定



# 販売管理費の推移

販売管理費は前年比**2.7億円増、21.1%UP**  
主要な要因は事業拡大に伴い人件費等が増加





# 3 2019年12月期 業績見通し

---

# 2019年12月期 業績見通し

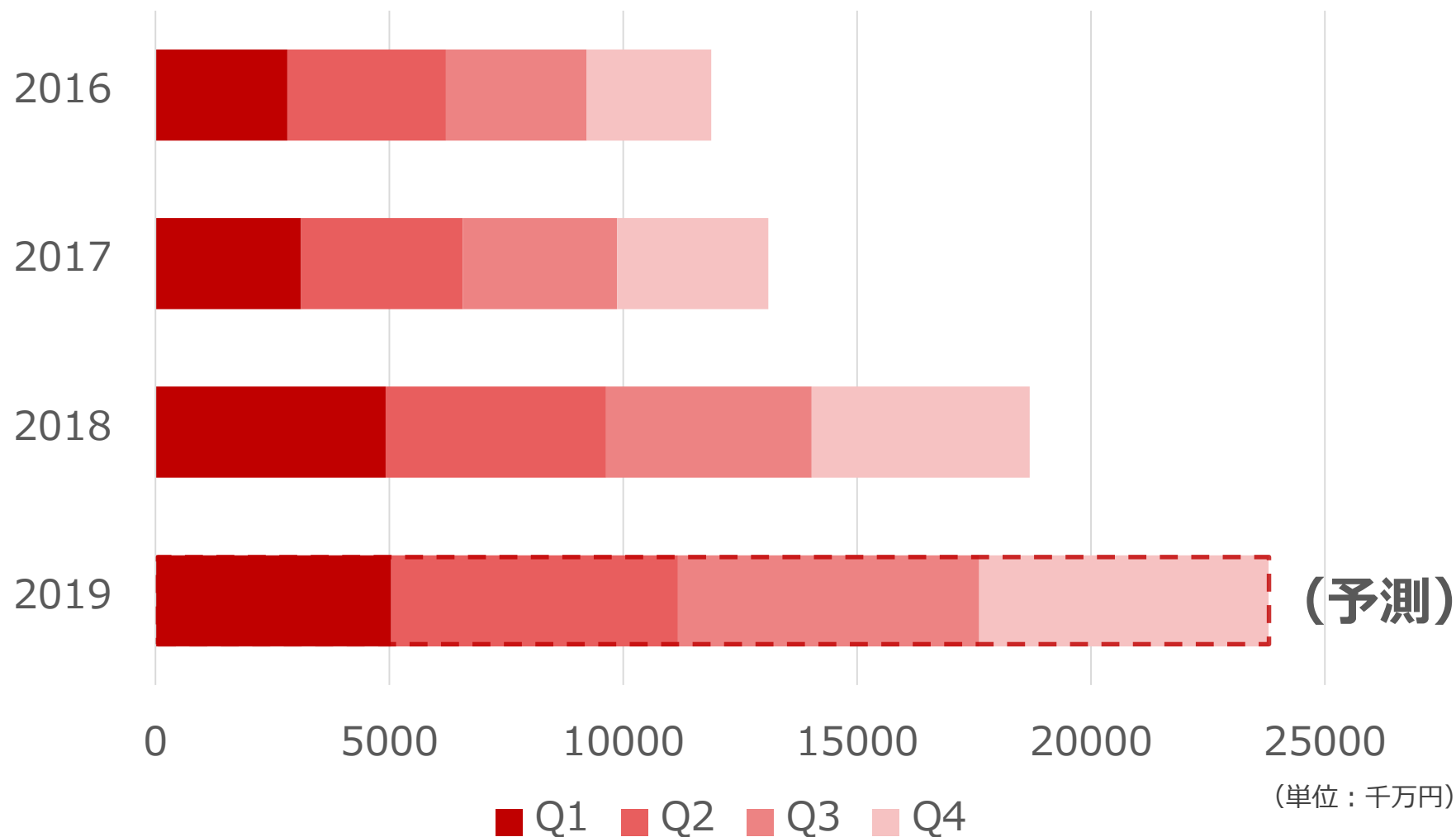
売上高は中期目標達成に向けて前期比**20.7%UP**  
販管費増は5月移転増床予定が上期に発生するため  
**25.4%UP**も**営業利益39%UP**

連結PL

(単位：百万円)	2018年12月期		2019年12月期		YoY
	実績	構成比	予算	構成比	
売上高	10,585	100.0%	12,776	100.0%	120.7%
売上総利益	1,870	17.7%	2,390	18.7%	127.8%
販売管理費	1,551	14.7%	1,945	15.2%	125.4%
営業利益	319	3.0%	445	3.5%	139.7%
経常利益	301	2.8%	439	3.4%	146.1%
当期純利益	192	1.8%	297	2.3%	154.3%

# 四半期別売上総利益3カ年推移

過去3カ年四半期別売上総利益は増益中

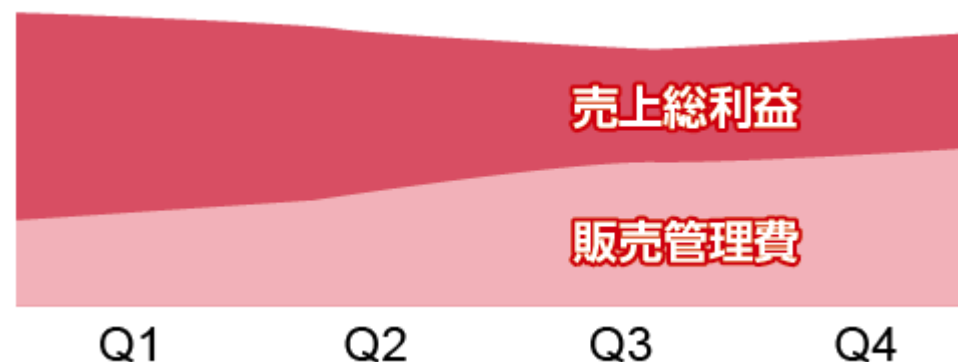


# 通期の予算進捗

通常ストック型で下期偏重利益体質ですが  
今期はさらに上期に事務所移転費用が発生するため、  
予算進捗のスピードが下期比重が高くなります

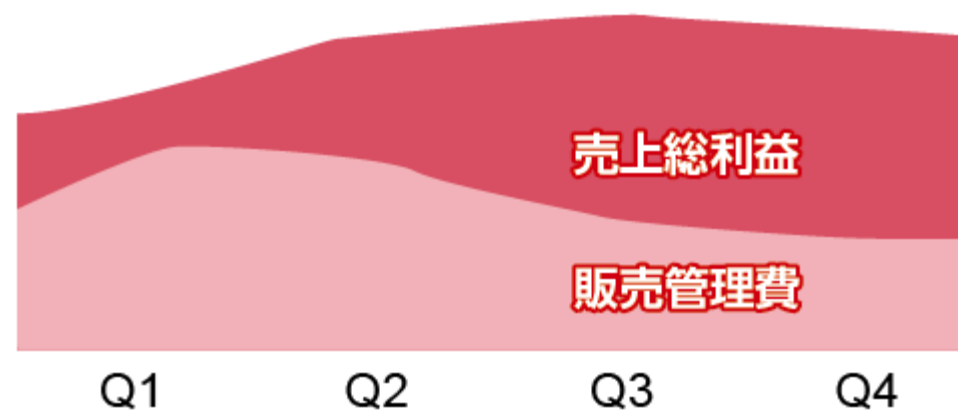
## 2018年

- ・ 複数ヒット商品によりQ1進捗過去最大の伸び率



## 2019年

- ・ 上期に事務所移転費用及び人員増が発生





## 4 今後の成長戦略

---

# 今後の成長戦略

データ×AIで取引単価の拡大と取引社数の増加で  
ストック型ビジネスの基盤を拡大します

## ¥ 取引単価

プランニング領域においてAIを活用。施策の最適化により、予算増を図り、1社あたりの取引単価を拡大

## ストック型ビジネスの基盤拡大

広範なビジネスチャンス  
多様なマーケティングテックを備えており、様々な課題に対応

## KPI保証によるサービス提供

## マーケティングテックを基盤にした ストック型ビジネス

ツールの導入と運用の最適化により成立する継続性の高いビジネスモデル

クライアントの導入障壁が低い成果報酬型でのサービス提供にて取引社数増

取引社数





# 今後の成長戦略①

## ニューリテール事業スタート！

OPEN



ATM

SALE



今後よりリアルを重視し  
人らしさを追求した体験を強化



# 人×テクノロジーの事業開始

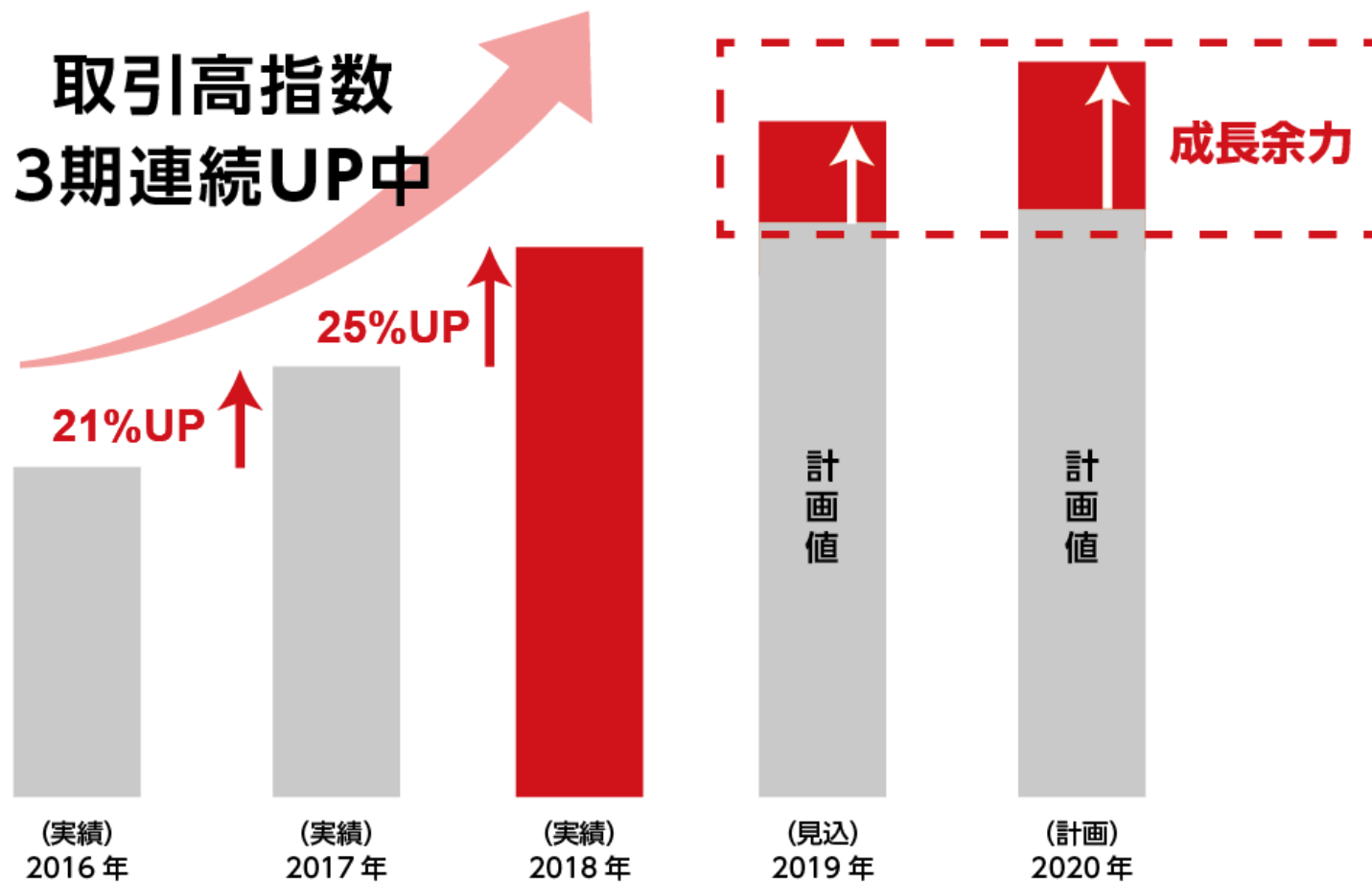
テレマーケティング×テクノロジー  
ロボットのオートコール事業スタート！

人とテクノロジーでおもてなしを実現、人的効率化も



# 今後の成長戦略②データ増大による最適化

1社あたりの取引高指数は順調に推移し、指数が好調に推移している要因は①ヒット商品②データ×AIの最適化



※ヒット商品やデータAI精度等は読み込めないため、成長余力として考えております。

# 今後の成長戦略③

**越境EC事業は好調なスタート！**  
**越境EC用カートギボンスと広告から通関まで**  
**ワンストップソリューションの提供を開始！**



提供エリア



ページ制作



翻訳



モールに出品



商品管理



物流



決済



集客

# 越境EC×メディアで加速へ

タイの和食専門動画メディア「チャンネルJ」の  
動画再生回数が**2,000万回**を突破！  
近日中にコマース開始で本格的**収益化へ加速**！



Channel J  
チャンネルJ

2,000万回  
再生!!



コマース開始で  
本格的**収益化へ**





## 5 ご参考資料

---



## 会社概要 (2018年12月末現在)

<b>社名</b>	株式会社ピアラ
<b>設立</b>	2004年3月24日
<b>資本金</b>	842百万円 (2018年12月末現在)
<b>事業内容</b>	ECマーケティングテック事業、 広告マーケティング事業 リザルトシリーズの展開
<b>所在地</b>	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29階
<b>取締役</b>	代表取締役社長 飛鳥 貴雄 取締役 山口 渉 取締役 根来 伸吉 社外取締役 大山 俊介
<b>主要株主</b>	当社役員、B Dash Fund 3号投資事業有限責任組合、 三菱UFJキャピタル、株式会社エボラブルアジア、 SBSホールディングス株式会社、株式会社PAKSHA Technology他
<b>連結子会社</b>	PIATEC., LTD(タイ) 比智商貿有限公司 (中国)、 株式会社PIALab (沖縄)
<b>従業員数</b>	137名 (グループ合計/2018年12月末現在)
<b>URL</b>	<a href="http://www.piala.co.jp/">http://www.piala.co.jp/</a>





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ヘイノベーションへ。  
ピアラグループは進んでいきます。

**Smart = Slim**

マーケティングを無駄なく最適化

**Smart = Stylish**

カッコいいショッピング体験を

# 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

クライアントのKPIを保証し、マーケティング効果を最大化する

# “マーケティングコミットカンパニー”



弊社は、主にビューティ&ヘルス、および食品領域において通販事業を展開する企業に対し、デジタルマーケティングのコンサルティングを行っております。従来の広告代理店とは異なり、KPI保証型にてマーケティングを実行していることがいちばんの特長となります。

RESULTシリーズは主に使用料ではなく、マーケティング予算から成果報酬で頂きます。



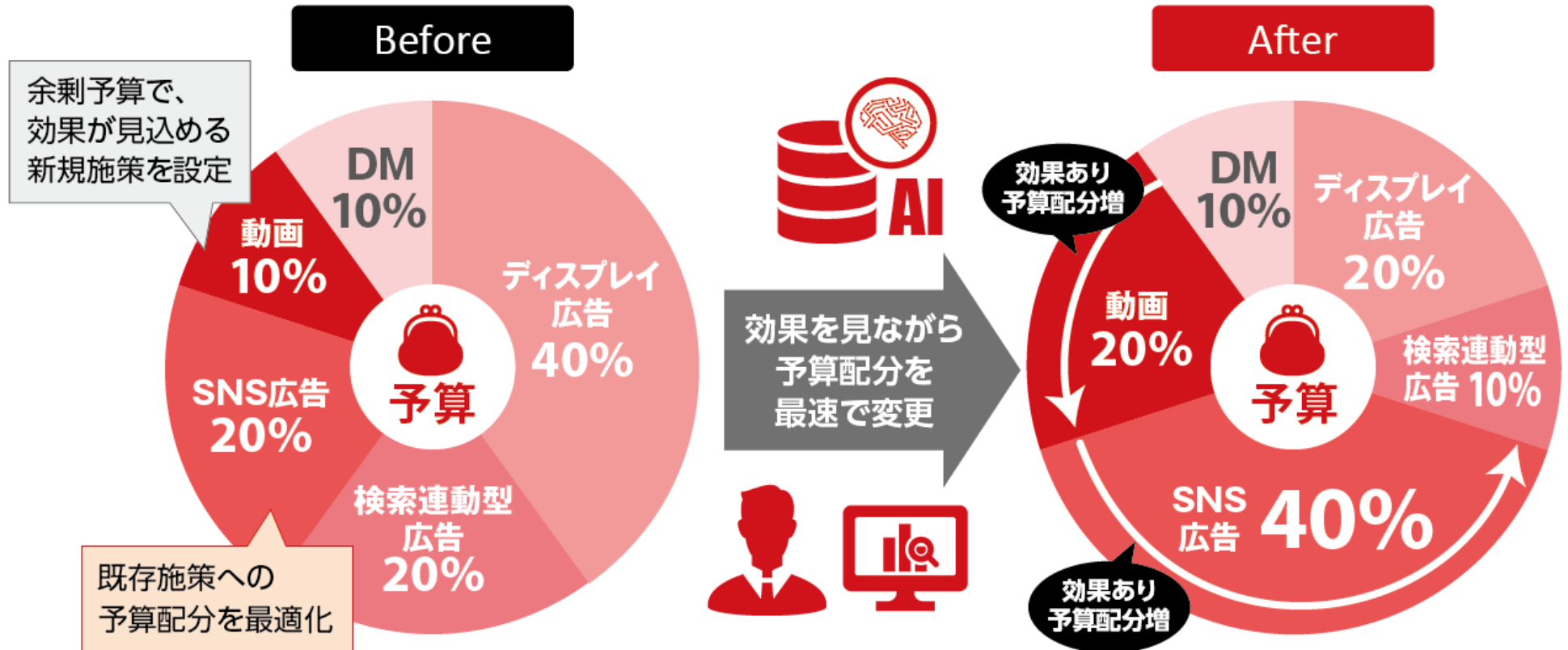
# 過去の類似データを探することで最適な手法と媒体を選出し 予算配分を最適化します



**主なKPI** → **新規獲得 = 顧客獲得単価1名につき成果報酬額となります。**

**KPI保証サービスとは、** 弊社のRESULTシリーズを利用し、各種デジタルメディアに予算を配分します。それにより決められたKPIである顧客獲得単価以内でデジタル広告運用を人とAIで最適化するサービスです。対価は新規顧客1名1アクションにつき成果報酬額を頂きます。

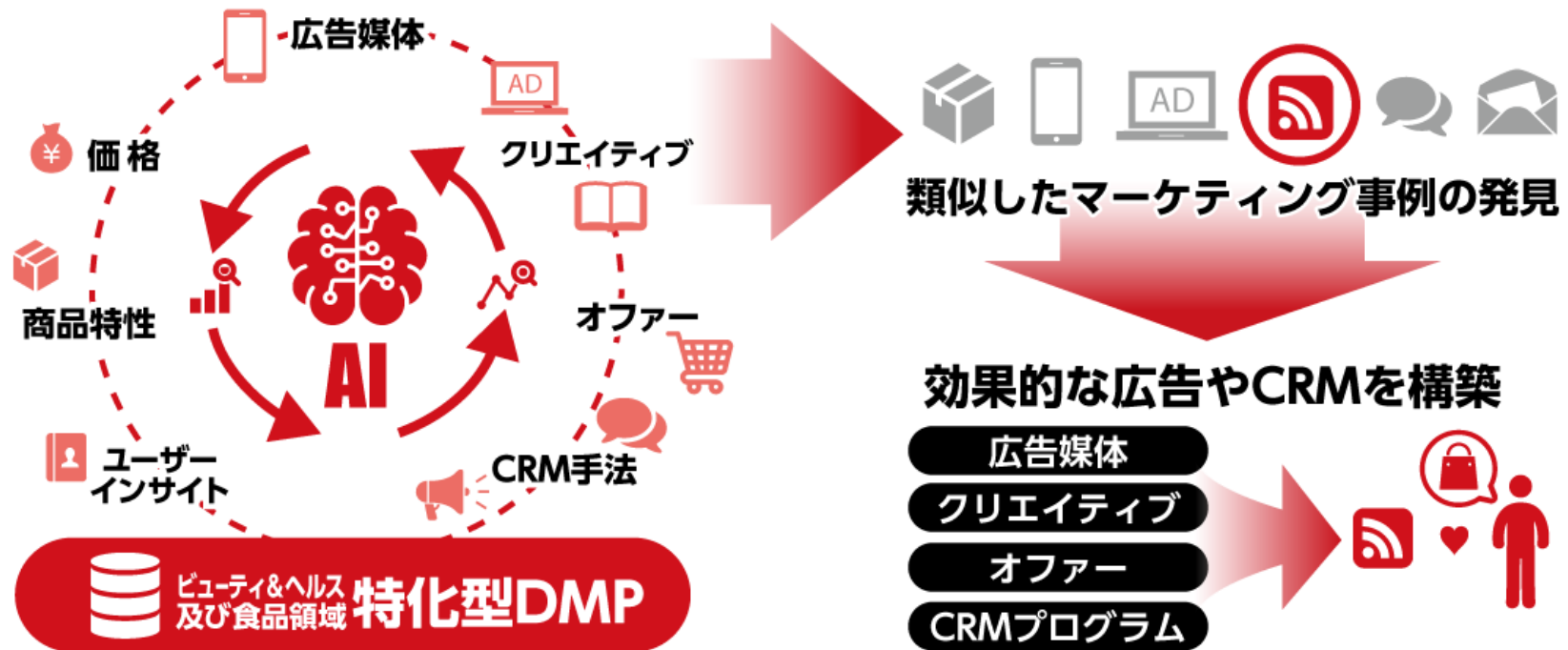
KPIを保証することで  
予算配分を自由に新規手法も挑戦できる  
新たな手法データも蓄積します



## AIの予測プランニングについて

ビューティ&ヘルス及び食品市場は、マイナーチェンジも少なく**人の悩み**を解決する根本から購入意識が生まれます。

青汁は何年たっても青汁であるように、**定番品が多くリピートする商品の為、過去の成功データの活用がしやすい市場**となります。ピアラでは15年のコンサルティングでポイントとなる要素を**タグ付けし分類**することで独自のAI学習で最も効果が出るマーケティング予算の最適化配分を予測しています。





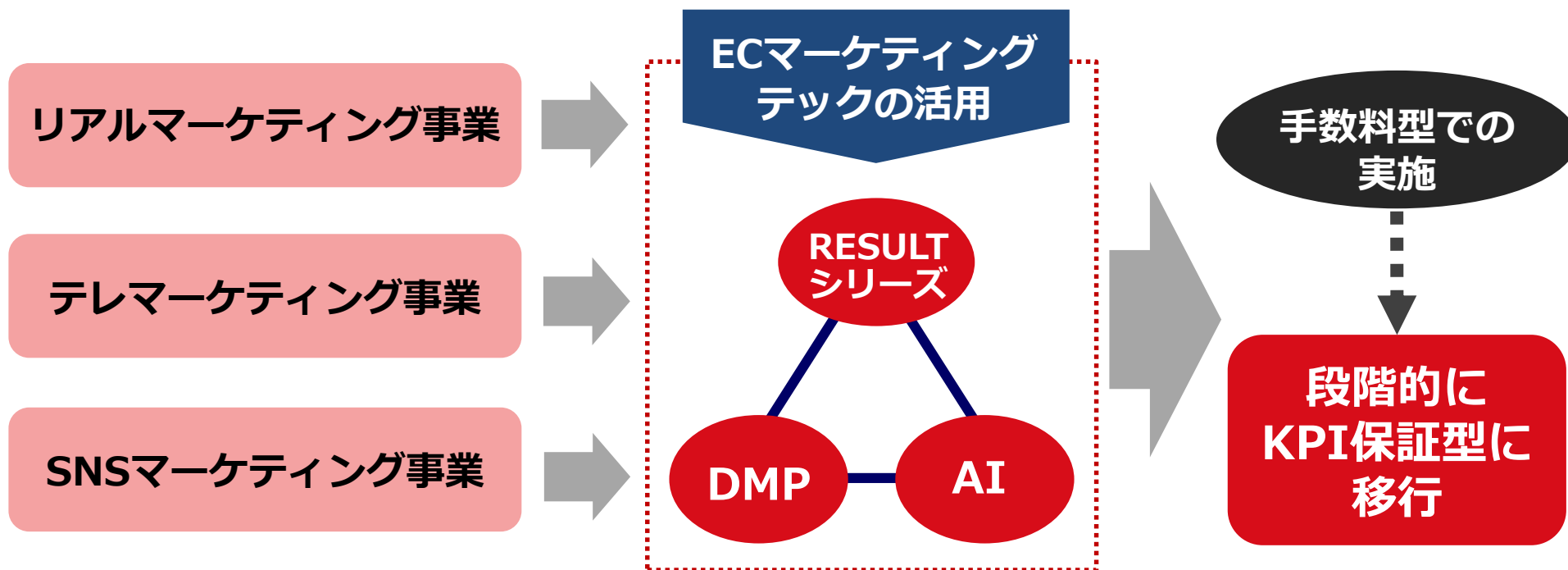
## 弊社・クライアント双方の継続成長を可能とするWIN-WINのビジネスモデル



弊社 / クライアント双方の利益拡大につながるストック型ビジネスモデルの確立

同封/DM広告やテレマーケティングなどの、広告マーケティング事業に関しては、現状は主に手数料型にて実施していますが、今後、ECマーケティングテックの拡充に伴い、段階的にKPI保証型に移行する予定です。

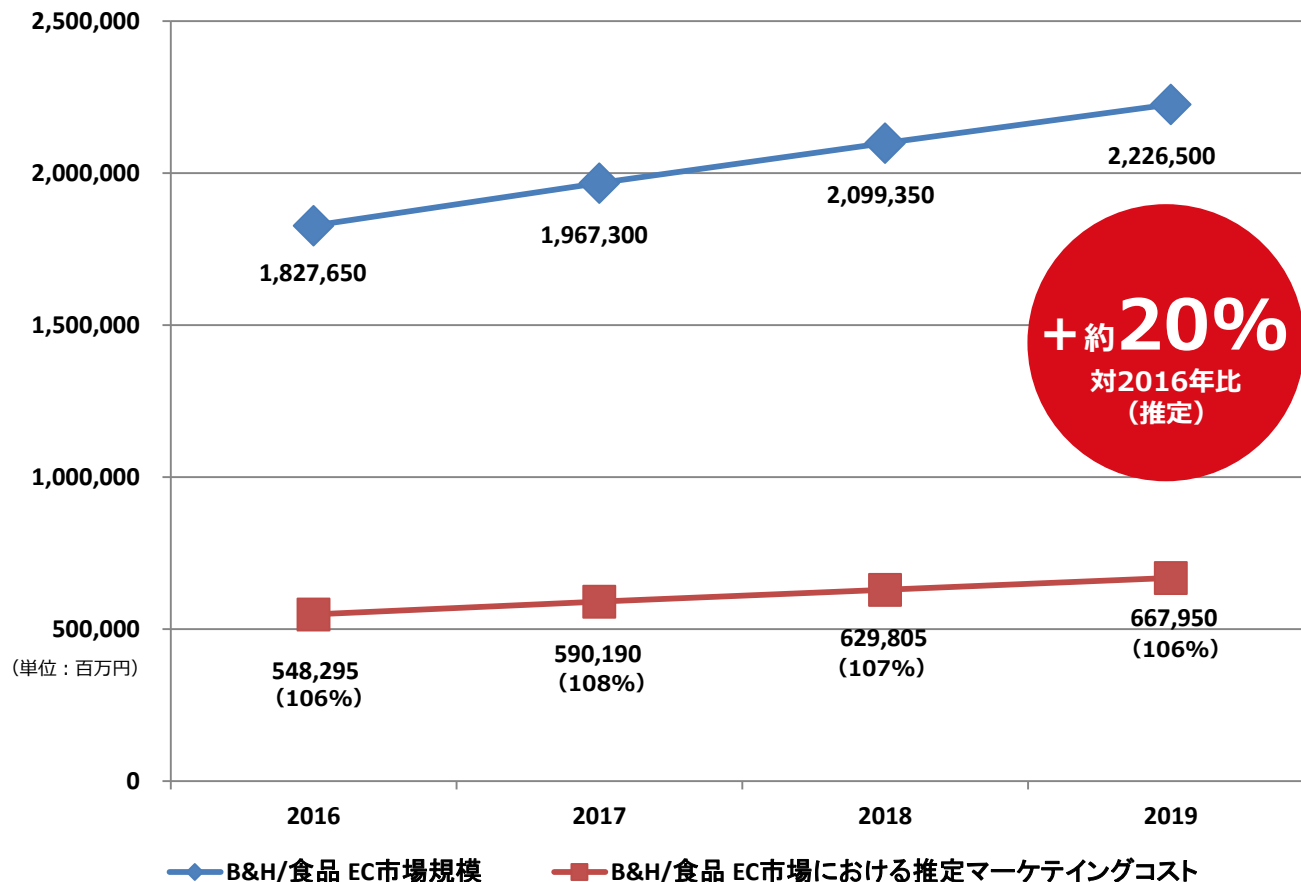
### 広告マーケティング事業



将来的には広告マーケティング事業も、KPI保証型での実施を想定。



## ビューティ &ヘルス及び食品市場規模は3ヶ年で約20%増見込み



ビューティ &ヘルス及び食品市場規模は、中期的には毎年+6~8%程度で拡大していくと見られており、2019年には、2016年の約20%増の規模となる約2,2兆円まで成長する見込みです。マーケティングコストもそれに比例し拡大することが予想できます。

※ビューティ &ヘルス及び食品市場規模は「通販・e-コマースビジネスの実態と今後2018」（富士経済）より「ビューティ他」「健康食品・医薬品」「食品・産直品」の3市場の合算。2017年は見込み、2018~19年は予測数値  
 ※推定マーケティングコストは上記EC市場規模（販売額）の30%で弊社にて算出。（）内の数値は前年比

## 市場環境② — ヘルスケア産業市場推移

人口が減少する中において、日本の高齢化率は上昇しており、それに伴いヘルスケア産業も拡大傾向にあります。「人生100年時代」を迎え、健康寿命の延命に向けた官民の取り組みが活性化中、医療技術の進歩とともに、予防や健康管理サービスの充実化が進んでおり、市場は急速に拡大することが予想されています。



2013年  
16兆円

2020年  
26兆円

2030年  
37兆円



2013年  
163兆円

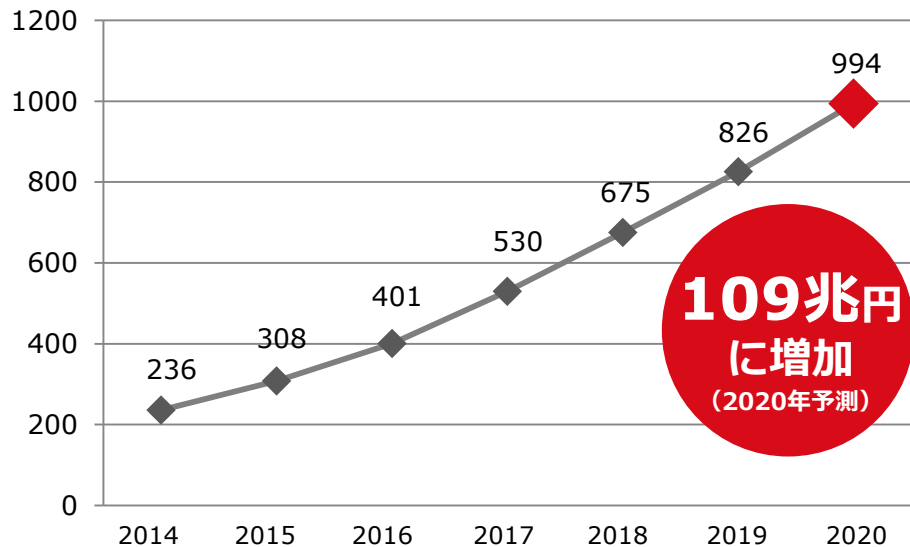
2020年  
311兆円

2030年  
525兆円

出典：日本再興戦略

## ■世界の越境EC市場規模

(単位：10億ドル)



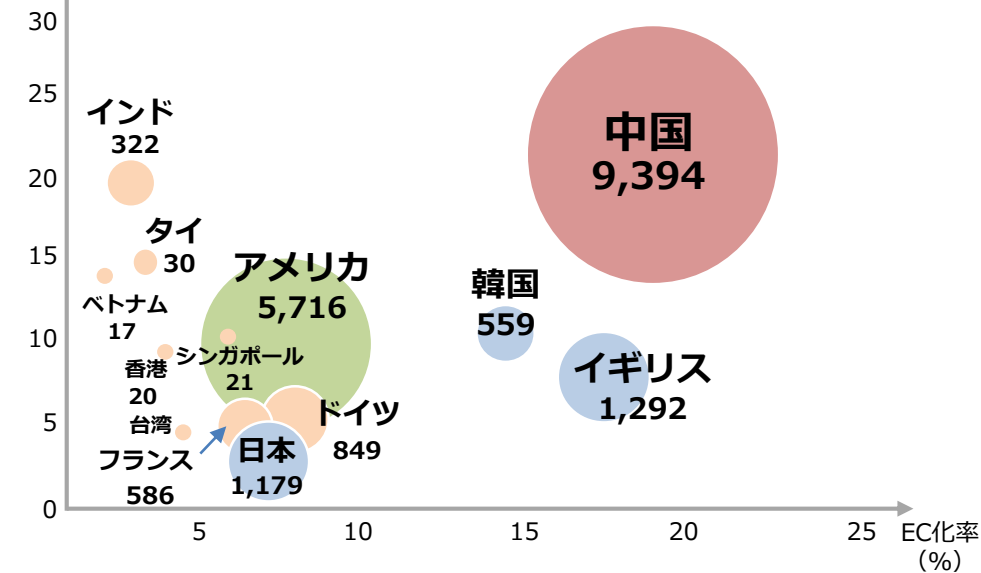
- 世界の越境EC市場は、2020年には9,940億ドルに増加見込み。

越境EC利用者も2014年時点では約3億人程度だが、2020年には約3倍の9億人を超える見通し。国内B2C EC市場も拡大傾向に。中国の2016年のネット小売市場規模は9,394億ドルと、EC化率（19%）と共に既に世界1位。

## ■各国のEC化率/成長率/BtoC EC市場規模

成長率 (%)

(単位：1億ドル)



- 2016年の世界のB2C EC市場規模は、前年対比122%の約2.4兆ドル。
- 中国が世界全体の4割を占める最大のEC市場国。成長率・EC化率も共に高く、今後も世界のEC市場を牽引するとみられている。

※通商白書2018より（経済産業省）



## 「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。