



# 2020年12月期第3四半期 決算補足資料

---

株式会社ピアラ（東証第1部 7044）  
2020年11月12日

# 事業コンセプト



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  
手数料の契約から成果報酬へ

## マーケティング コミットカンパニー

ピアラはヘルスケア&ビューティ及び食品市場を中心に、EC企業に対し、マーケティング支援を行っております。

購買行動に大きく影響する人の悩みに着目し、過去の成功モデルを体系化した  
悩み別データと分析システムを活用し、企業のマーケティング効果を  
最大化、KPIを保証します。

ピアラの優位性

# 業界特化型KPI保証サービス

800社以上の実績を蓄積した独自データ



AIと独自のマーケティングシステム



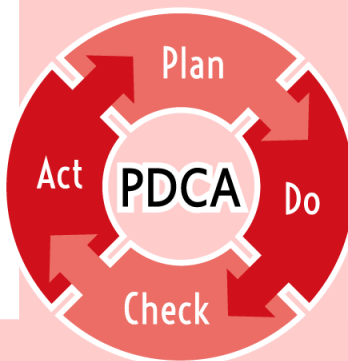
各種  
悩み別データ



RESULT MASTER

確度の高いマーケティング予測を可能に！

手法の発見



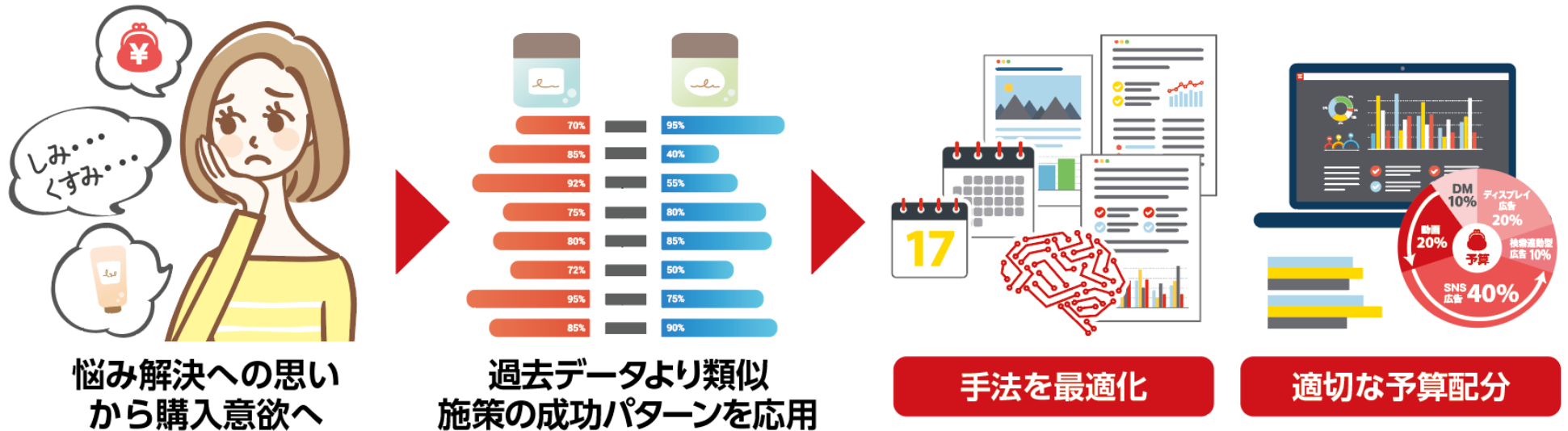
予算配分の最適化

【KPI保証】という唯一無二のサービスをヘルスケア、ビューティ、食品市場に提供

# 事業の優位性 悩み別データによるAI予想プランニング

ヘルスケア、ビューティ及び食品領域の消費者は、「血圧を下げたい」「しわを減らしたい」など、悩み解決への思いから購入意欲が生まれます。

人の悩みは変化が少ないため、過去のデータから予測することで**再現性が高く効果の高い施策実行と予算配分が可能。**

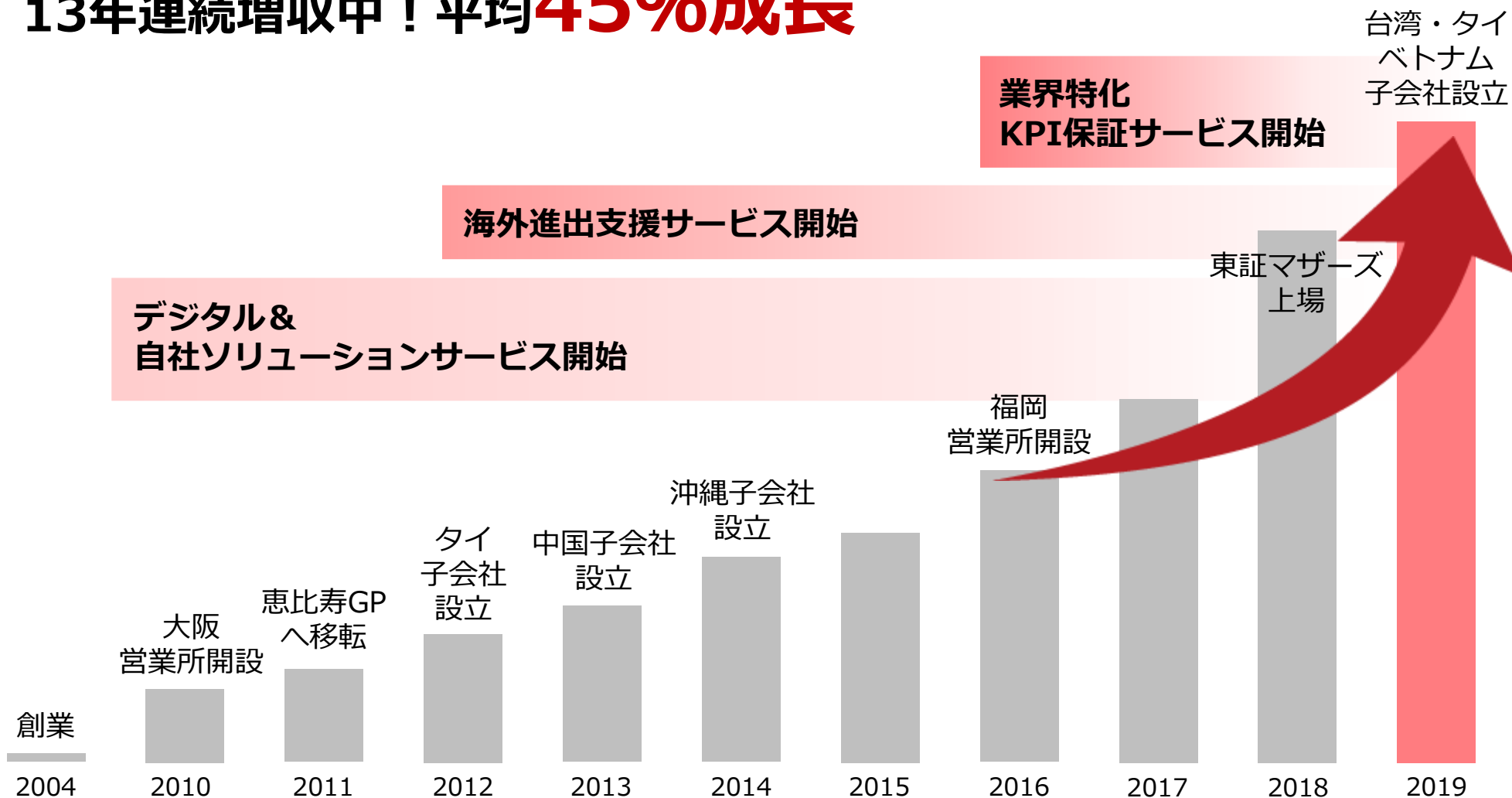


**確度の高いマーケティング予測によりKPI保証を実現**

# ピアラの成長の歴史

特化型DMPと専門コンサルティングで効果をコミット

13年連続増収中！平均**45%成長**



# アジェンダ

- 1 2020年12月期第3四半期決算概要**
  - 2 第3四半期トピックス**
  - 3 新規事業の進捗**
  - 4 株主還元・中期経営計画のゴール**
- ご参考資料**



# 1. 2020年12月期 第3四半期決算概要

---

# 対通期予算進捗

**売上高は進捗率68.2%、営業利益は69.0%**

将来につながる小さいヒットが多数発生、一部クライアントに限定的な減少があるが、第4四半期需要期における拡大を目指す

連結PL (単位：百万円)	2020年第3四半期		通期予算（累計）		進捗率
	実績	構成比	業績予想	構成比	
売上高	10,823	100.0%	15,865	100.0%	68.2%
営業利益	366	3.4%	531	3.3%	69.0%
経常利益	337	3.1%	518	3.3%	65.1%
当期純利益	235	2.2%	351	2.2%	66.9%

※通期予算（累計）は2020年2月13日発表の当社決算短信において開示しております。

※当期純利益は親会社株主に帰属する純利益となります。



# 対前期実績

売上高は前期比11.8%成長  
営業利益率は0.8ポイント上昇

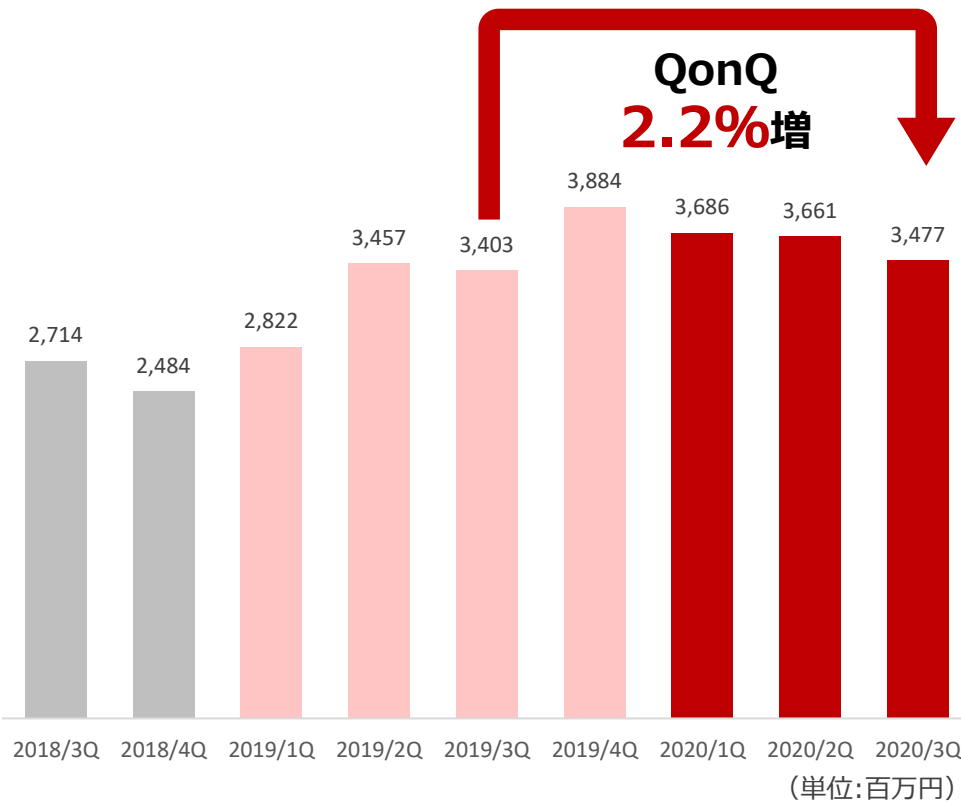
連結PL (単位：百万円)	2020年第3四半期		2019年第3四半期		前期比
	実績	構成比	実績	構成比	
売上高	10,823	100.0%	9,682	100.0%	111.8%
営業利益	366	3.4%	256	2.6%	142.9%
経常利益	337	3.1%	254	2.6%	133.0%
当期純利益	235	2.2%	176	1.8%	133.7%

※当期純利益は親会社株主に帰属する純利益となります。

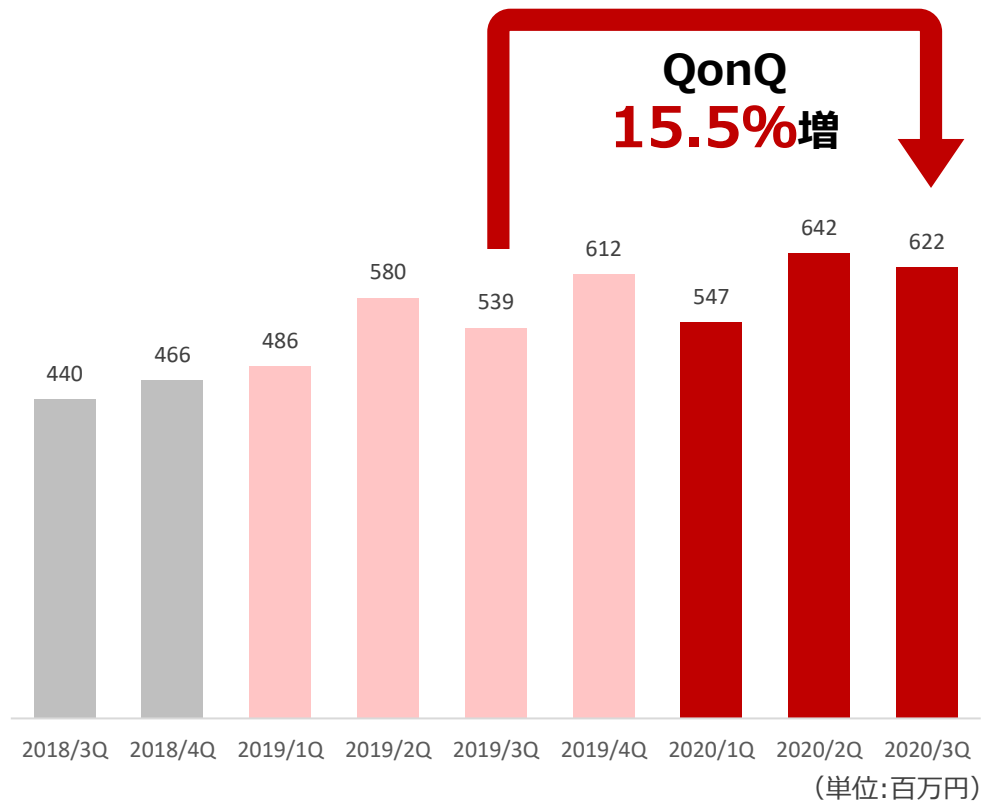
# 連結売上/連結売上総利益 四半期推移

- ◆ 2020年度第3四半期連結売上高は、前年Q比2.2%増
- ◆ 2020年度第3四半期連結売上総利益は、前年Q比15.5%増

— 連結売上高推移 —



— 連結売上総利益高推移 —



# 連結貸借対照表

## ◆ 自己資本比率は45.8%で安定した財務状態

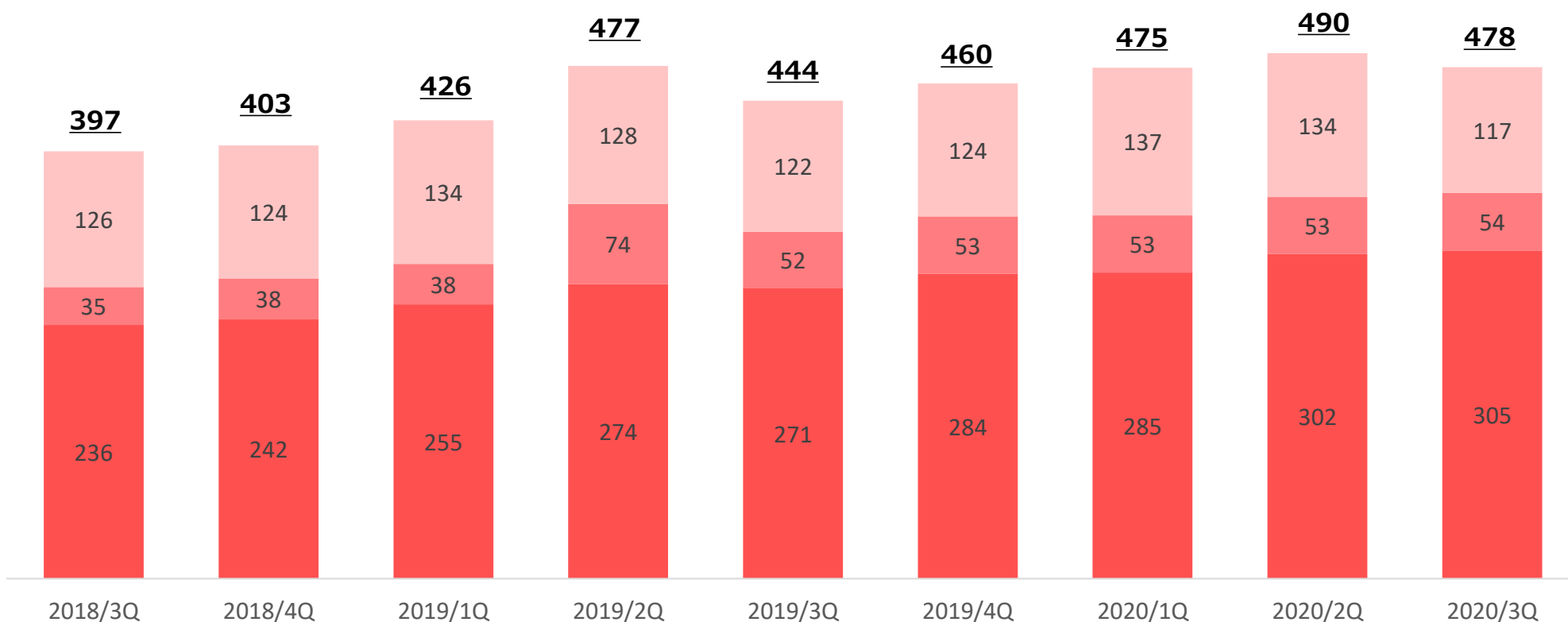
	2019年12月末	2020年9月末	増減額
流動資産	3,460	3,612	151
固定資産	741	984	243
有形固定資産	95	110	15
無形固定資産	116	180	64
投資その他の資産	530	693	163
資産合計	4,202	4,597	394
流動負債	2,198	2,181	-17
固定負債	134	309	175
負債合計	2,333	2,491	157
純資産合計	1,869	2,105	236
負債純資産合計	4,202	4,597	394

(単位:百万円)

# 販売管理費の推移

- ◆ 事業の拡大に伴い、中途採用が増加
- ◆ 販売管理費は適切にコントロール

■ 人件費等 ■ 地代家賃 ■ その他



(単位:百万円)

# コロナ禍での主な変動要因

※第3四半期会計期間で予算対比（単位：百万円）

	詳細	売上 影響額	粗利 影響額	4Q以降の見込み	
ポジティブ	新規取引増 新規ヒット増	コロナの影響によりEC化加速	+922	+169	今後もEC化は進む見込み 商品ヒット率UPを目指す
	リアル 広告減	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ コロナの影響でジム・エステの広告減</li> <li>◆ おもてなしモールの中止、媒体社の発刊中止による広告減等</li> </ul>	△230	△59	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ エステ・ジムの営業再開及び新規獲得により回復傾向</li> <li>◆ 今期中はイベント中止の見込み、別途新規案件を獲得し回復</li> </ul>
ネガティブ	大手取引先の 営業停止	コロナ外でのクライアント理由による営業停止	△374	△64	一過性の停止 徐々に回復傾向にあるものの進捗遅れ



## 2. 第3四半期トピックス

---

# 第3四半期トピックス

## 総括

売上高 : 10,823百万円 前年Q比**11.8%UP**  
営業利益 : 366百万円 前年Q比**42.9%UP**  
営業利益率が0.8ポイント上昇し3.4%

## D2C 支援事業

BEATMAKERによる新商品の開発支援、  
第4四半期以降発売開始

## 越境EC

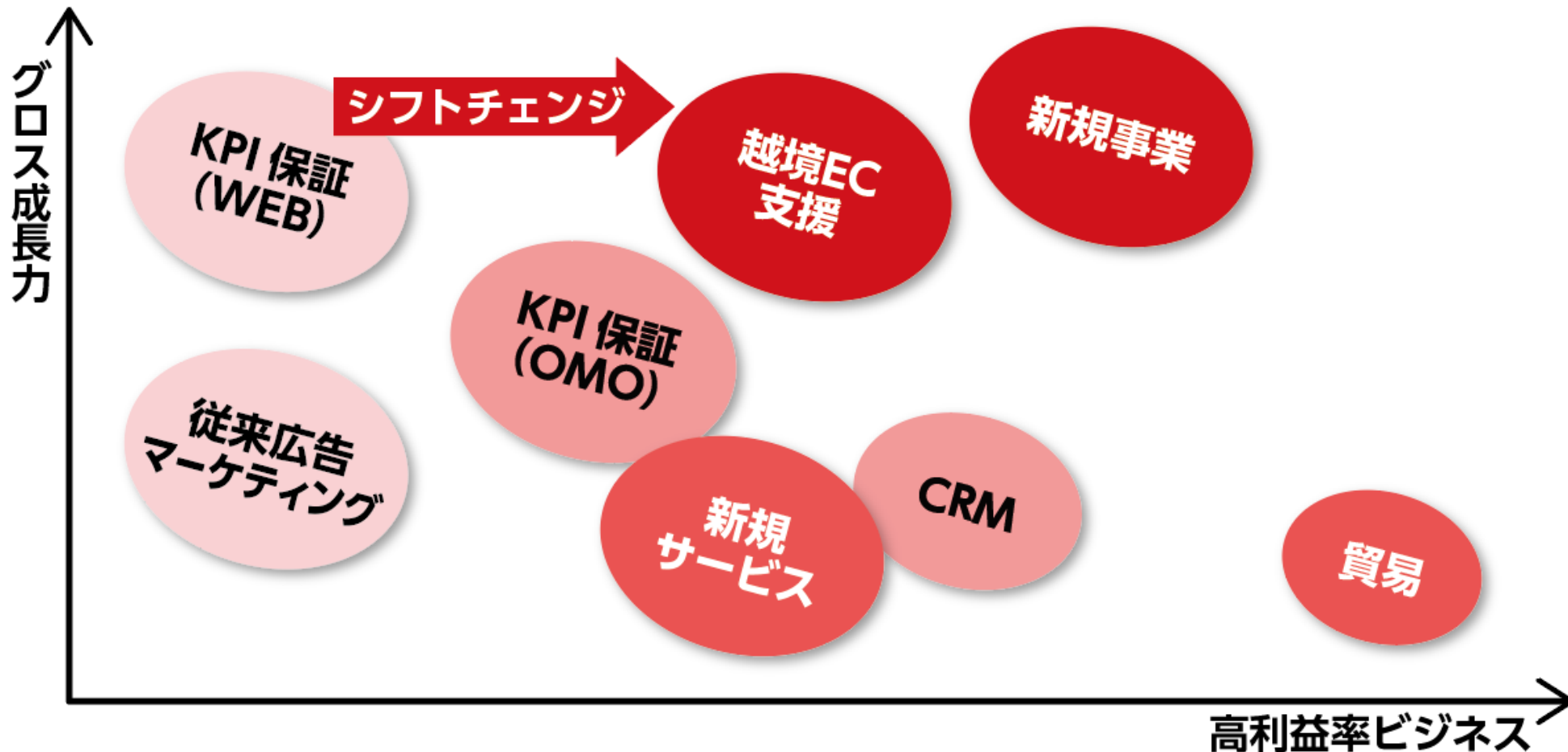
海外粗利シェアが大幅増  
中国で福利厚生プラットフォーム「众享福励」内に  
「Japan Selection」を設置

## Channel J

インプレッション数増加、動画再生回数合計約6,000万回  
メディア×EC×レストラン 初の体験型実店舗のプレオープン

# 中期計画における高粗利モデルへの移管状況

- ◆ 越境EC支援事業やD2C支援事業など新規事業は順調に進捗
- ◆ コロナ禍の影響もありOMO、CRMは若干の遅延





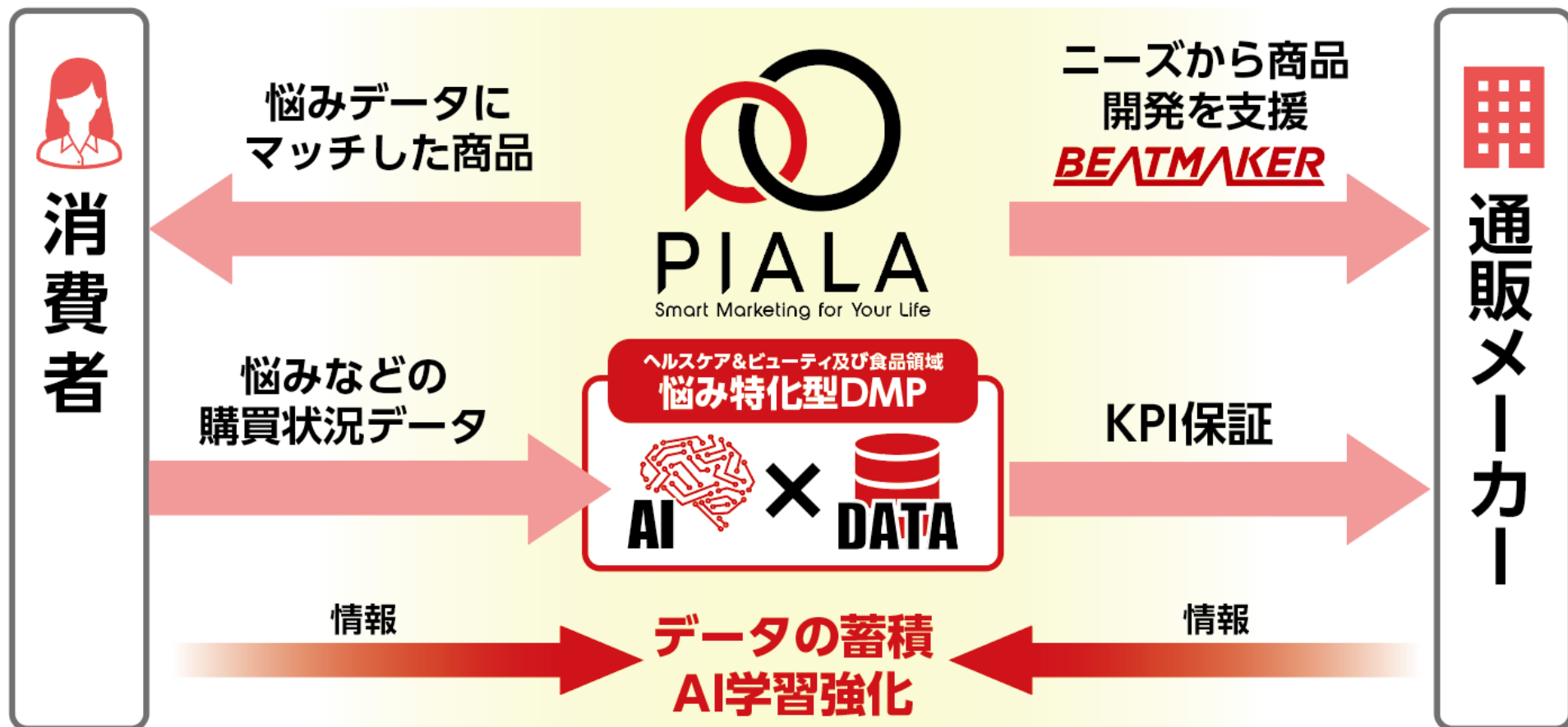


## 3. 新規事業の進捗

---

# 1-1. D2C支援の基本戦略

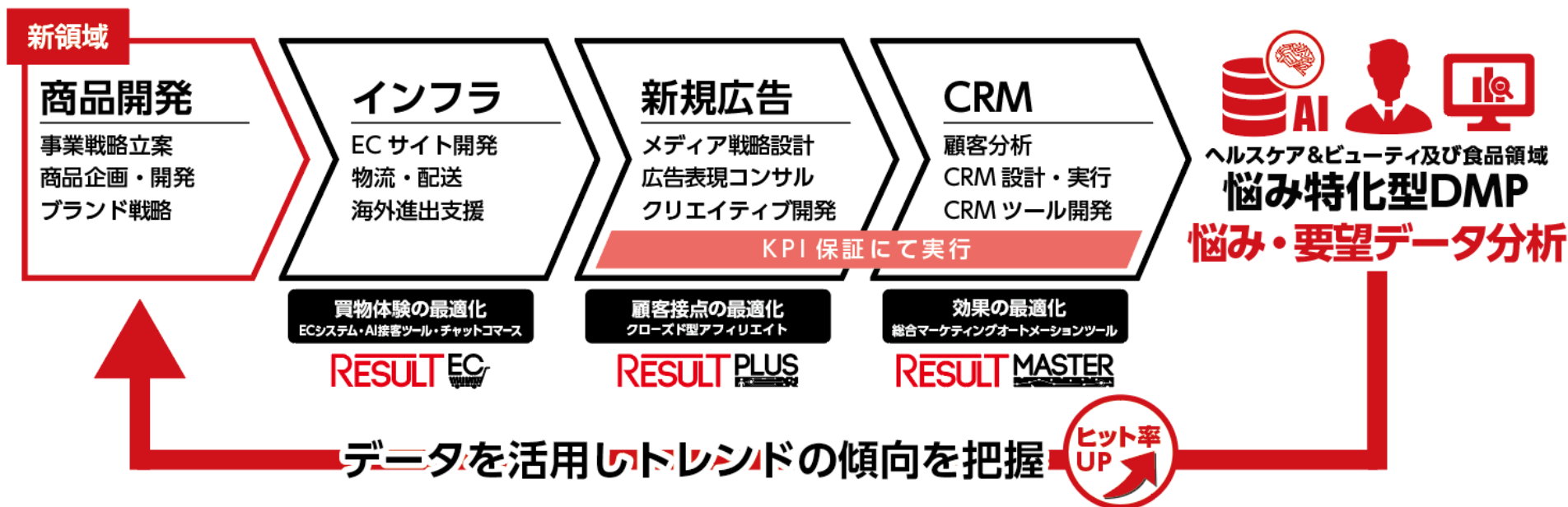
- ◆ メーカーへのマーケティング支援から、**消費者の悩み(ニーズ)**と**メーカーをつなぐマッチング**の役割へシフト
- ◆ 当社悩み別データを軸にEC支援を日本だけでなくグローバルへ



# 1-2. D2C支援事業におけるピアラの役割

- ◆ 当社の強みである悩み別データを活かして、現状の市場ニーズを把握+成功プロモーション手法を活かした商品開発サービス **BEATMAKER(ビートメーカー)**を提供

商品開発からEC運用、CRMによる顧客育成まで  
悩み特化型DMP×コンサルティングで一気通貫サポート



# 1-3. 『BEATMAKER』 商品開発事例

- ◆ BEATMAKERによる新たな商品の開発支援
- ◆ その他複数プロジェクト稼働中、第4四半期以降発売予定



- 2020年12月発売開始
- 株式会社アイケイとの共同プロジェクト
- 株式会社アイケイの保有する「Luxer（ラクサー）」ブランドの商品として開発プロデュース

## ■ (株) アイケイ

「美しく生きる・健康に生きる・楽しく生きる」の3軸をテーマに、長年にわたって蓄積されたビッグデータから化粧品・生活雑貨・食品等の商品開発を行い、企画・製造・販売・物流までを一貫して行う、マーケティングメーカー

## ■ 「Luxer（ラクサー）」とは

大人の深い悩みである「できてしまった今あるシワ」を改善することを目的として立ち上げられた薬用シワ改善シリーズのブランド

# 2-1. タイ Channel J Project

「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業費補助金」採択

- ◆ オンラインと実店舗を統合したOMOプラットフォームを構築
- ◆ 全国のメーカー、生産者から募った質の高い日本製品、食材の情報発信と提供を実施
- ◆ 日本のメーカーに対し、ワンストップソリューションを提供



## 2-2. タイ Channel J Project

「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業費補助金」採択

- ◆ 日本料理動画配信サービス【Channel J】配信数の増加
- ◆ メディア×EC×レストラン 初の体験型実店舗のプレオープン

(単位：千回)

14,000

12,000

10,000

8,000

6,000

4,000

2,000

0

インプレッション数増加  
動画再生回数  
合計約6,000万回



Channel J インプレッション数推移



2020年11月末  
タイにレストラン「Wagyu J produced by  
Channel J」をプレオープン予定

# 3-1. 越境EC支援事業

- ◆ 貿易～販売、集客まで一気通貫で越境ECをサポート
- ◆ 広告コストも低く、競合の少ない海外で日本商品を展開
- ◆ 現地の有力企業と組むことでスムーズな事業展開を実施

## 提供ソリューション



ページ制作



翻訳



モールに出品



カート



商品管理



物流



決済



集客



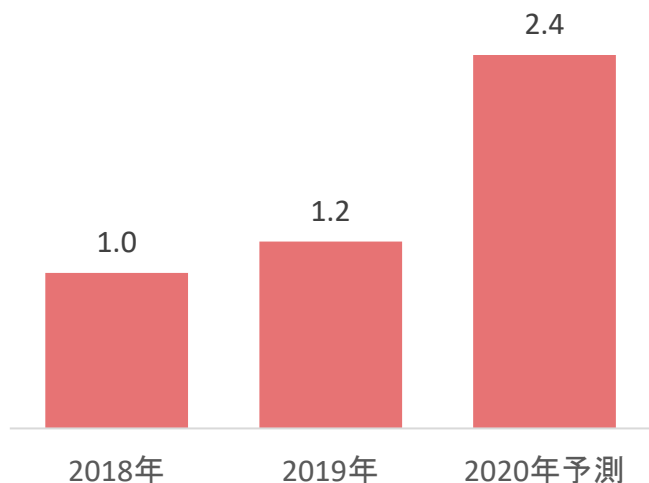
提供エリア  
拡大中

## 3-2. 越境EC支援事業

- ◆ 台湾では10商材のマーケティングを支援し、ヒット商品を創出
- ◆ 今後ベトナムやタイでも、新商材の支援を続々開始
- ◆ 中国で福利厚生プラットフォーム「众享福励」内に「Japan Selection（ジャパンセレクション）」を設置

### 海外粗利シェア

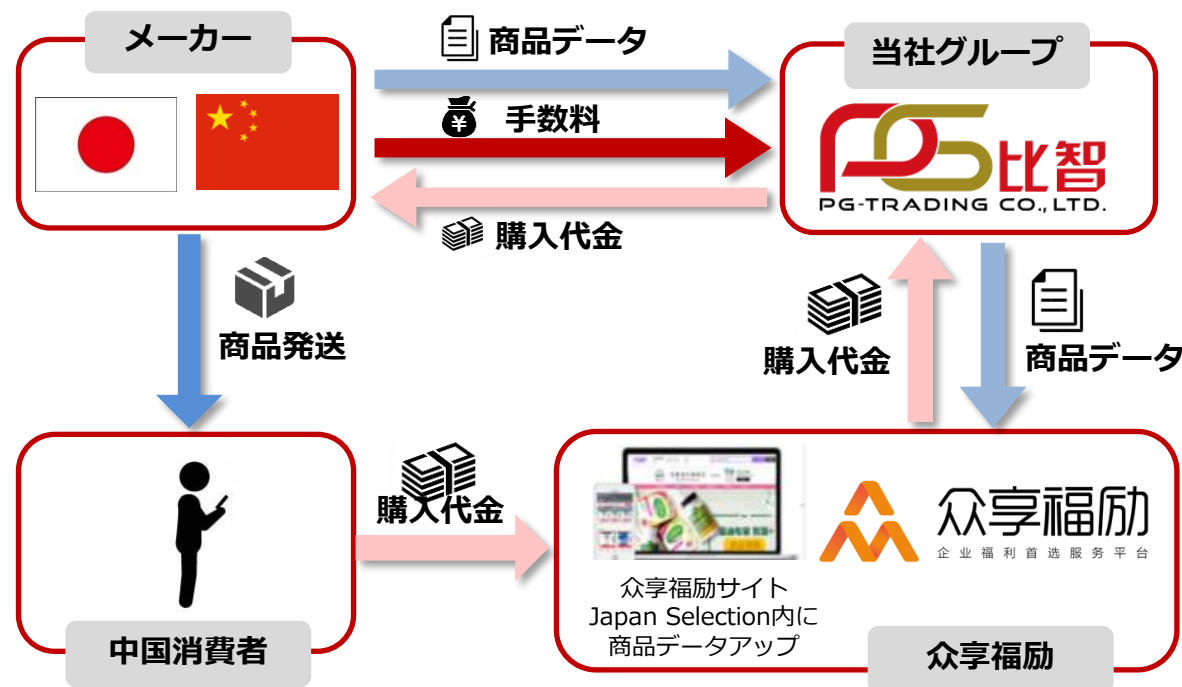
海外シェア率**2倍以上**  
2020年海外シェア率**10%以上**



※2018年を基準とし、成長率を算出  
※粗利ベースで算出

### Japan Selection

※众享福励とは  
中国国内で約2万社、600万人が利用する福利厚生プラットフォーム。当社グループは、そのプラットフォーム内で人気の日本商品を取り扱うJapan Selectionを設置し、日本商品を提供。メーカーと中国消費者のマッチングを行う。







## 4.株主還元・ 中期経営計画のゴール

---

# 株主還元 配当

- ◆ 7月30日に初配として、期末配当予想5円（普通配当3円、記念配当2円）を開示させていただきました。

<b>2020年 期末配当予想</b>	<b>普通配当 3円00銭</b>	<b>記念配当 2円00銭</b>	<b>合計 5円00銭</b>
-------------------------	-----------------------	-----------------------	---------------------

※当社は引き続き成長過程にあるため、成長投資（M&Aや資本提携のみならず、人材への投資や売上成長をもたらす戦略的なマーケティング投資も含む）を最優先としておりますが、今後業績や成長投資等を総合的に勘案しながら安定した配当を実施して参ります。

# 中期経営計画のゴール

## 中期 ビジョン

ユーザーに寄り添ったヘルスケア&ビューティ  
食品領域におけるNO.1ヒットメーカーへ

## 中期KPI

高利益体質へのシフト  
営業利益率5%以上をゴールに

## 2022年 通期

連結売上  
235億円以上

連結営業利益  
12億円

自社事業投資  
3年累計  
予算10億円



**ご参考資料**

---

# 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きます



# ピアラの優位性：悩みデータ活用事例

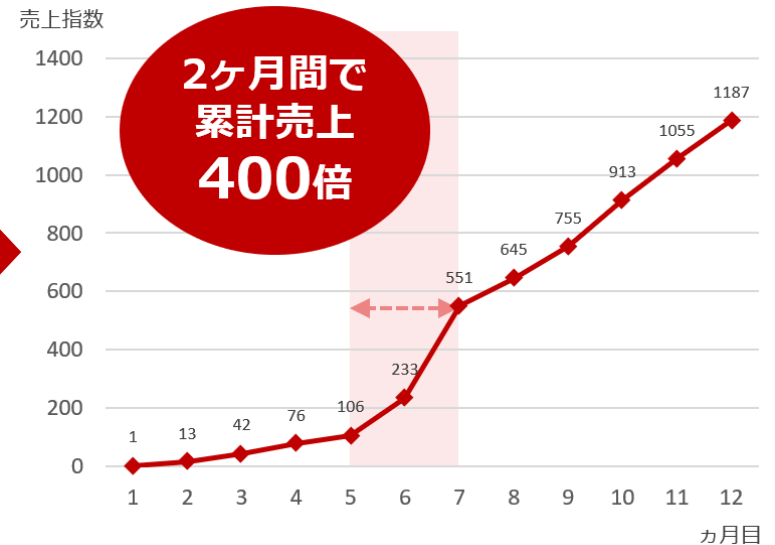
16年蓄積したコンサルティングのノウハウにより、購買に関わる重要要素をタグ付けし分類。

独自AIと800社以上のデータから、最も効果が出る手法の最適化とマーケティング予算配分を予測し、ヒット商品を生み出す

業種：コスメ  
価格：10,000円台  
悩み：シミ・くすみ  
形状：化粧水  
+  
ポイントとなるタグ

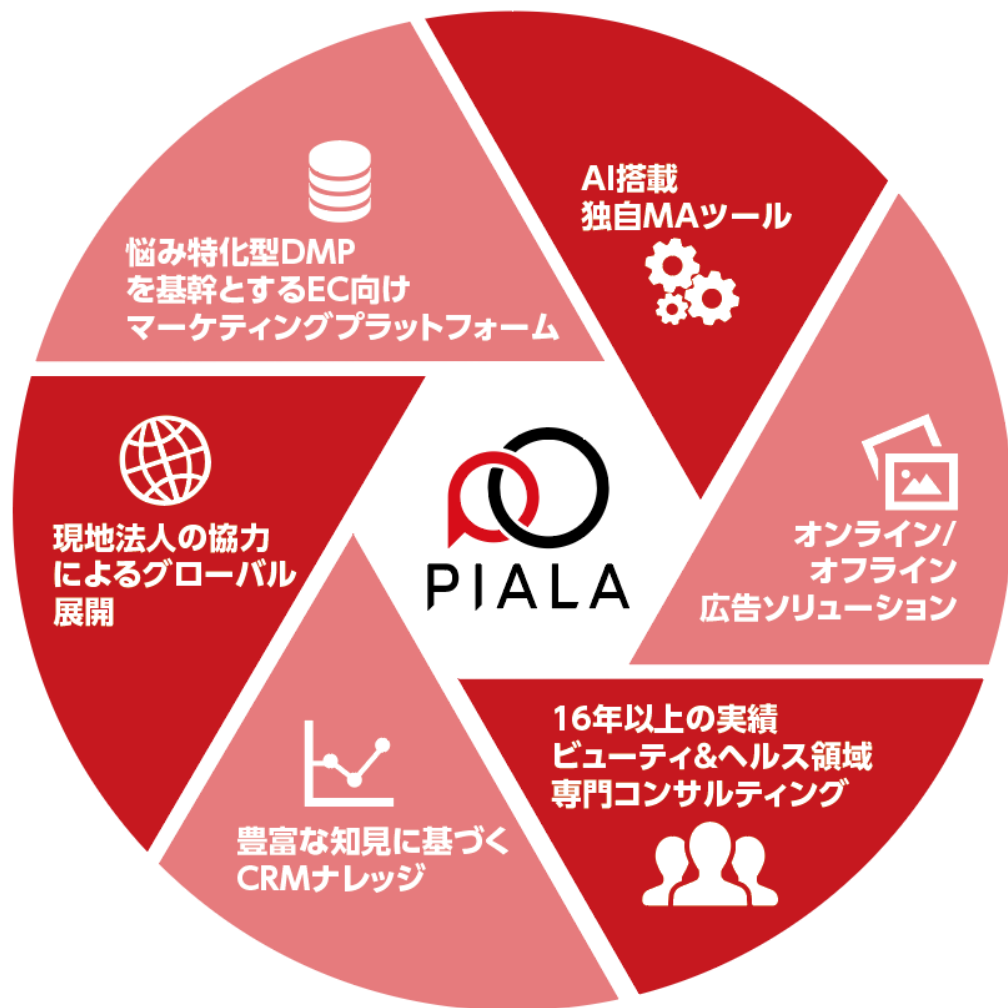


類似データを基に  
手法を最適化



# ピアラの優位性：マーケティング支援対応範囲の広さ

クライアントの課題を解決する、新規顧客開拓、既存顧客育成、インフラ、海外進出など一気通貫の専門ソリューションを保有



## 自社ソリューション/サービス

RESULT MASTER

RESULT PLUS

RESULT EC

BeMatch

おもてなしモール

ロボットの  
オートコール

BEATMAKER

DM Concierge  
デジタルコンシェルジュ

DM Concierge  
コンシェルジュ

Buzz minutes

ナレッジ  
knowledge Share Net

Pay

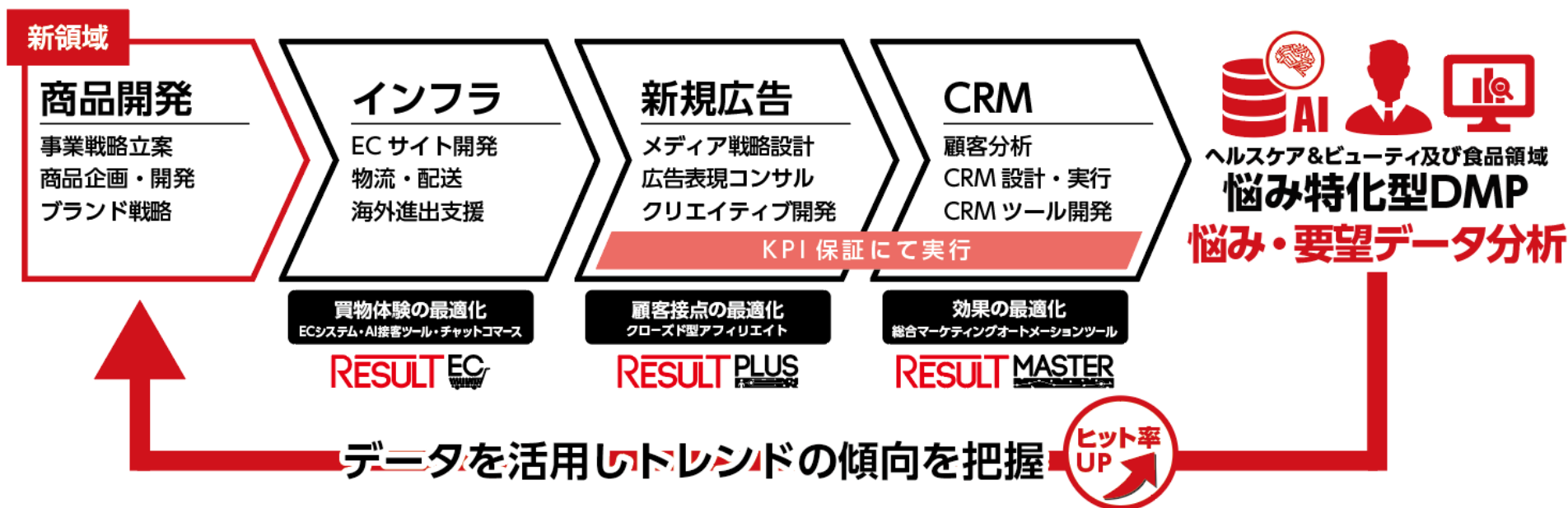
## 子会社ソリューション/サービス

中国進出  
コンシェルジュ.com  
CHINA MARKET CONCIERGE

Channel J  
チャンネルJ

当社の強みである悩み別データを活かして、  
現状の市場ニーズを把握+成功プロモーション手法を活かした  
商品開発サービス **BEATMAKER(ビートメーカー)** を提供

上流の商品開発から一気通貫サポートすることで、新しいヘルスケア & ビューティ及び食品市場を創出。ヒット商品を生み出していきます。





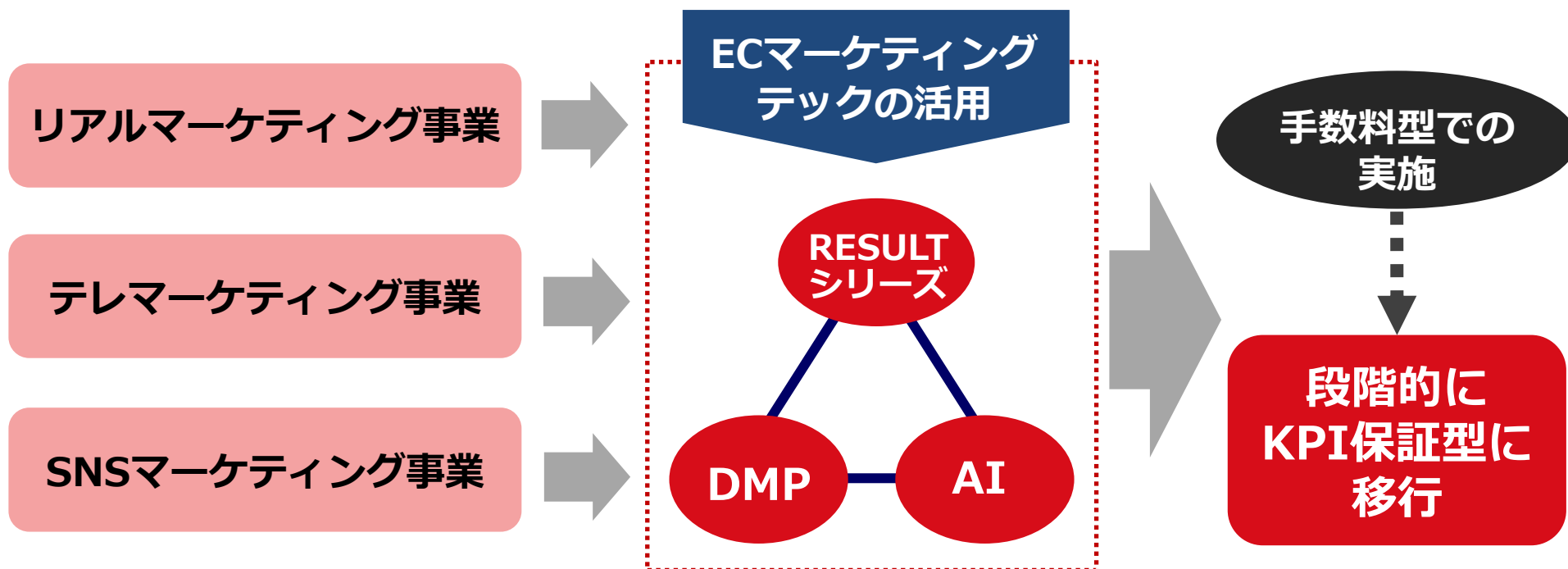
## 商品企画を開始することにより新規事業としてのヘルスケア&ビューティ事業を各種パートナーと共創が可能に



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

今後、ECマーケティングテックの拡充に伴い、段階的にKPI保証型に移行予定

## 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



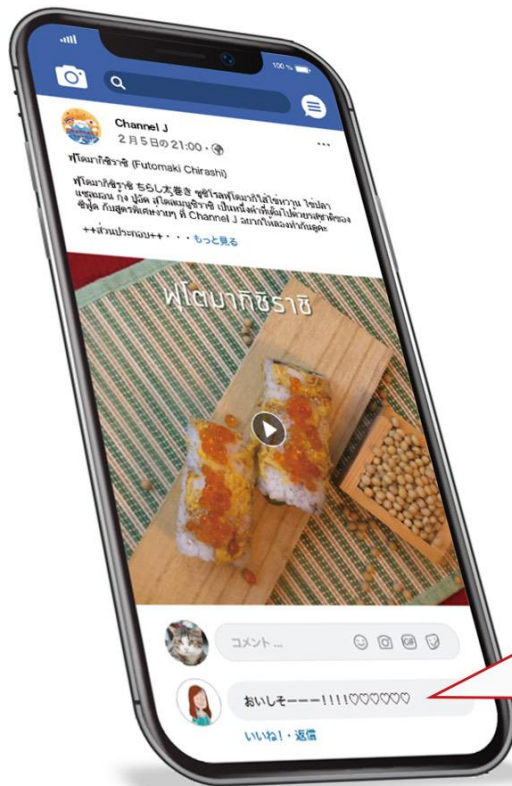
## テレマーケティング×テクノロジー ロボットのオートコール 人とテクノロジーでおもてなしを実現 業務の人的効率化も

ロボットのオートコールは、当社が提供する『ヘルスケア&ビューティ及び食品領域悩み特化型DMP※』や、AI搭載のマーケティングオートメーションツール『RESULT MASTER』と連携し、商品特性やターゲットなど類似する過去の事例を抽出・分析して、最適なコミュニケーション（シナリオ）の設計が可能です。

※DMP（Data Management Platform）：インターネット上に蓄積された様々な情報データを管理するためのプラットフォーム



## タイ・ベトナムを始め、アジアでモバイル決済が大きく成長 Facebookで決済が可能になり、チャットコマースが加速



Channel J  
チャンネルJ

動画再生回数  
合計約**6,000**万回!!

好きな  
外国料理  
日本料理  
**1位**※

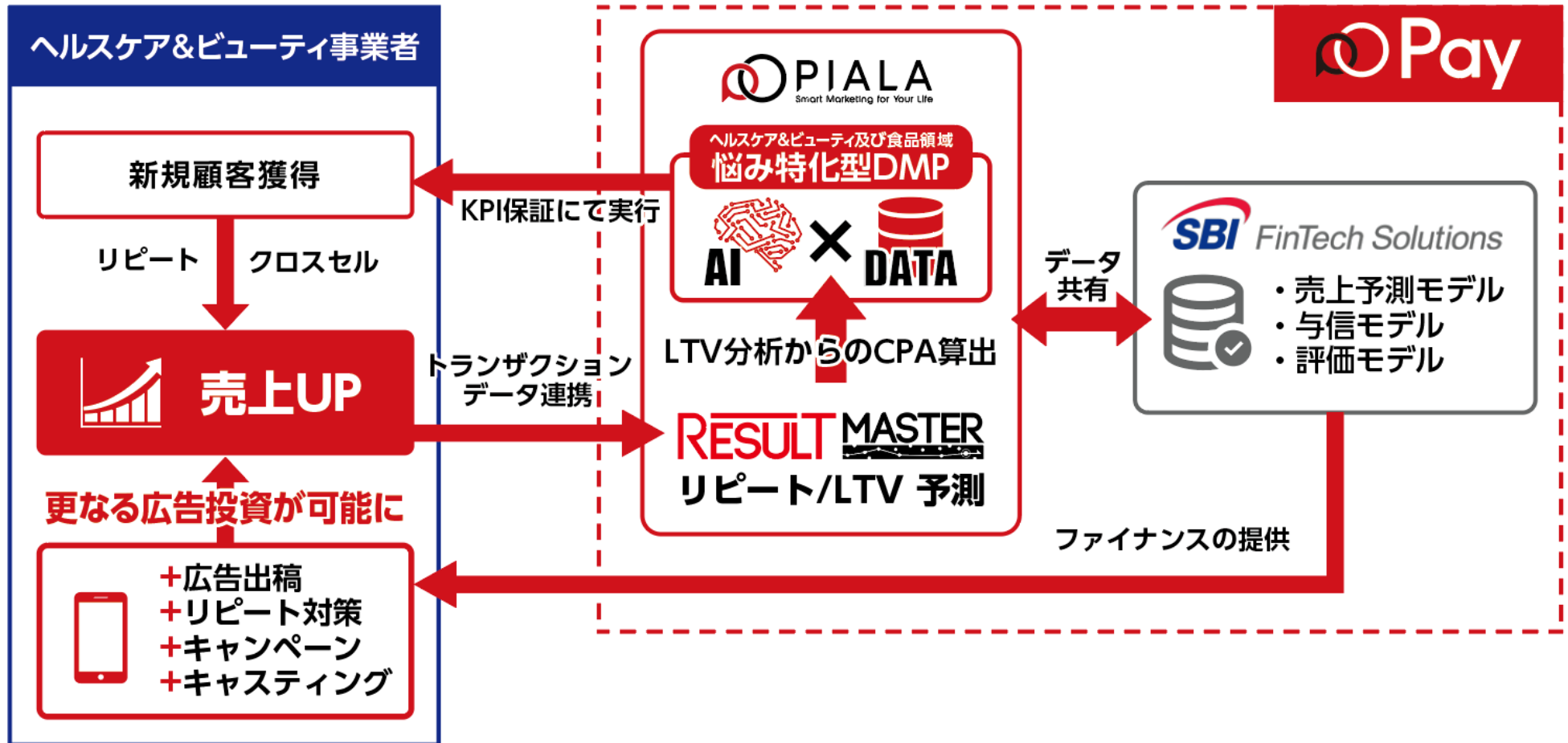


動画広告から  
チャットコマースへ展開

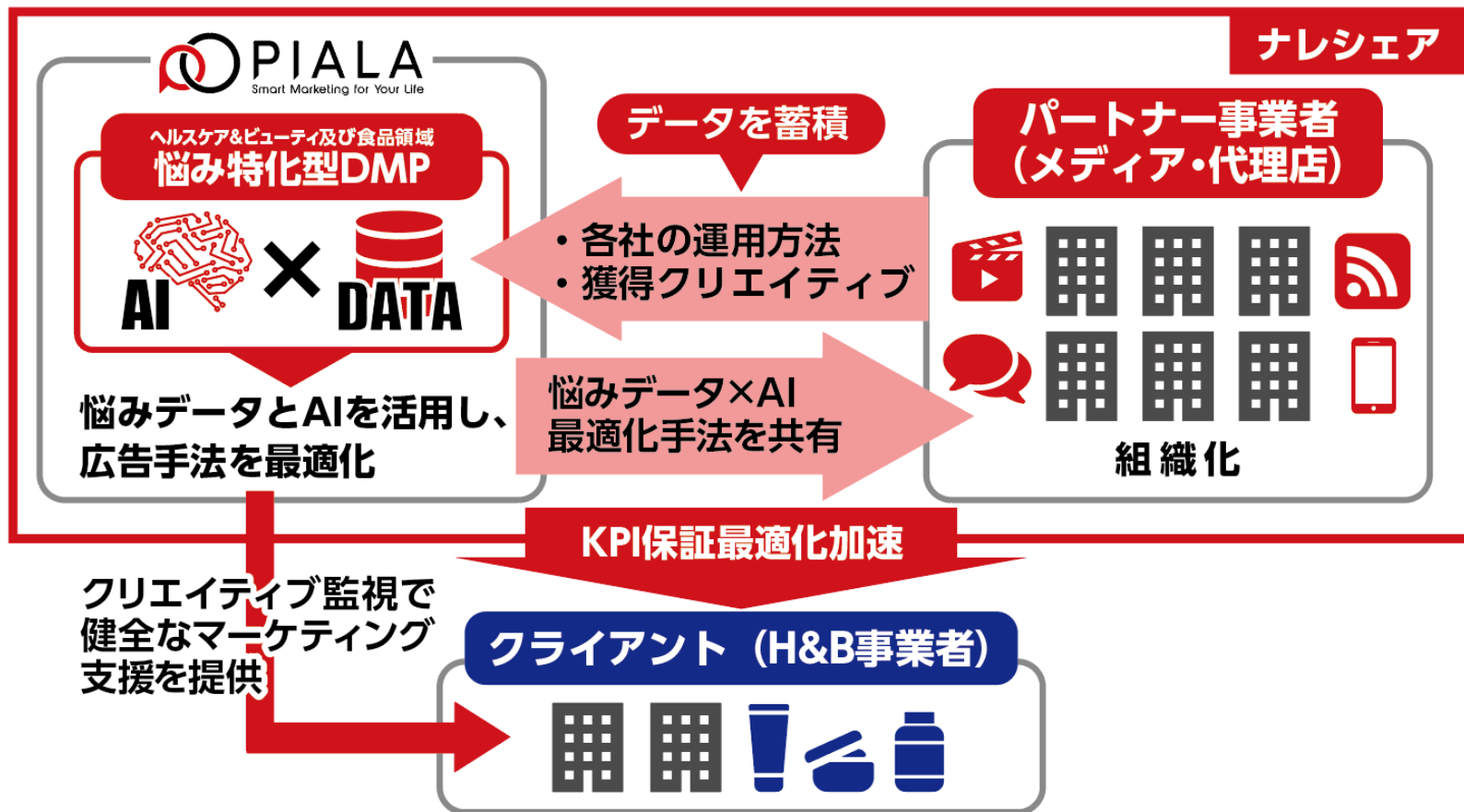
Messenger上にて、  
対話するのと同じように  
商品の購入が可能に

(※引用：「世界の消費者意識調査2019」より)  
(※引用：ジェトロ(日本貿易振興機構)「日本食品に対する海外消費者アンケート調査」より)

クライアントへの資金サポートが加わり、広告効果分析、資金調達、投資対効果の見える化をワンストップで提供



# ナレシエ サービス



**クライアント** ブランドセーフティなクリエイティブで**獲得効率アップ**

**ピアラ** データ蓄積とAI学習強化による**マーケティング精度の向上**

**パートナー企業** 悩み特化型DMPを利用し、**高確率かつクリーンな配信運用**

# 市場環境：ヘルスケア&ビューティ及び食品市場推移

## ヘルスケア&ビューティ及び食品市場規模は3ヶ年で約26%増見込み



市場規模は毎年  
+6~8%程度で  
拡大見込み

2020年には、  
約2,6兆円まで  
成長見込み

マーケティング  
コストが**30%以上**  
で重要性が高い

※ ヘルスケア&ビューティ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2019」（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。2018年は見込み、2019~20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。

## 市場環境：ヘルスケア産業市場推移

人生100年時代に伴い、国内外の健康維持・管理サービスが今後も成長。モノだけではなくコト市場も急速に拡大と予想



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

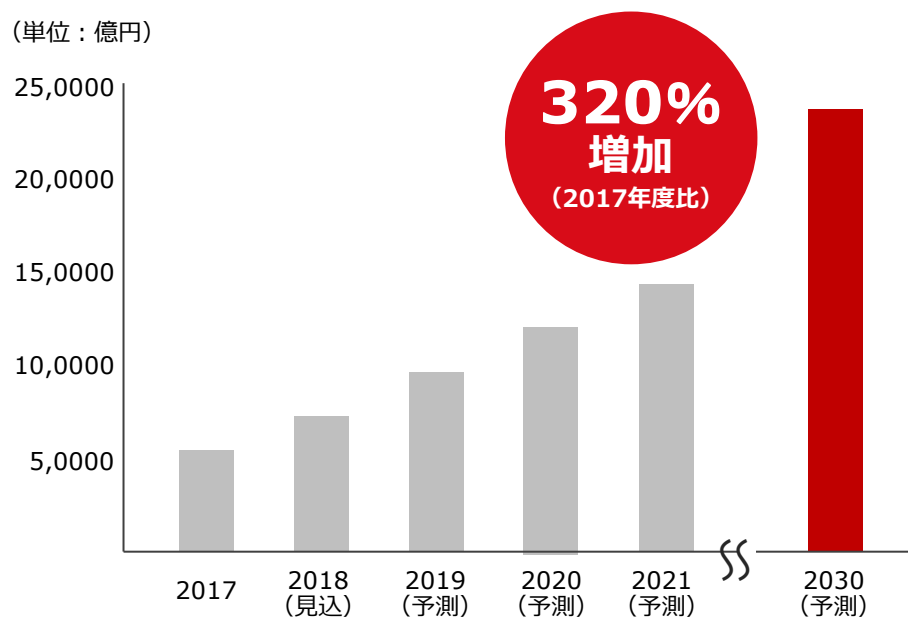


# 市場環境：国内のDX市場、世界の越境EC市場

## 国内のDX市場は、2030年2兆3,687億円に拡大する見込み 世界の越境EC市場は、2020年109兆円に到達と予測

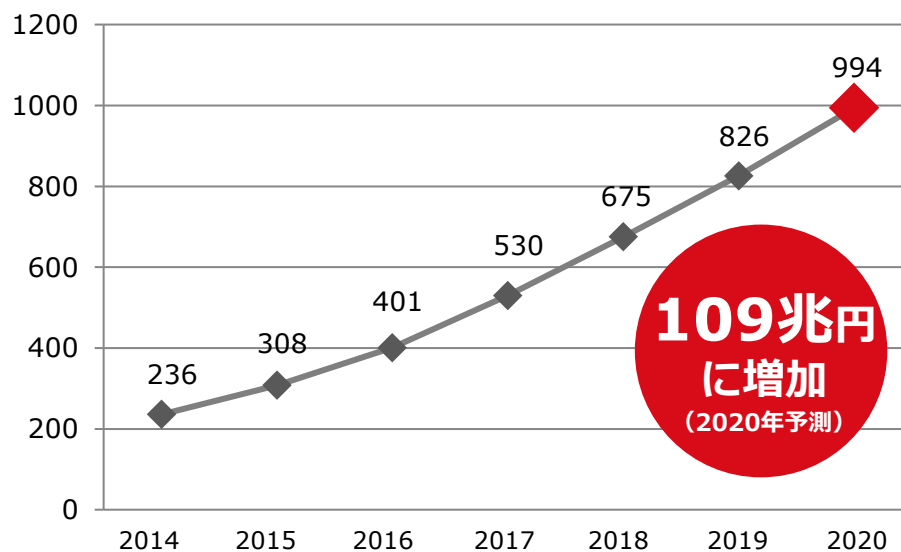
### ■ 国内のDX市場

(単位：億円)



### ■ 世界の越境EC市場規模

(単位：10億ドル)



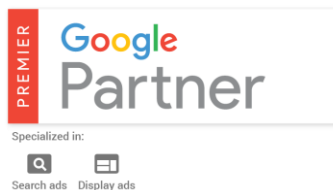
※DX=デジタルトランスフォーメーション

出典：2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望2019  
(富士キメラ総研)

出典：通商白書2019 (経済産業省)

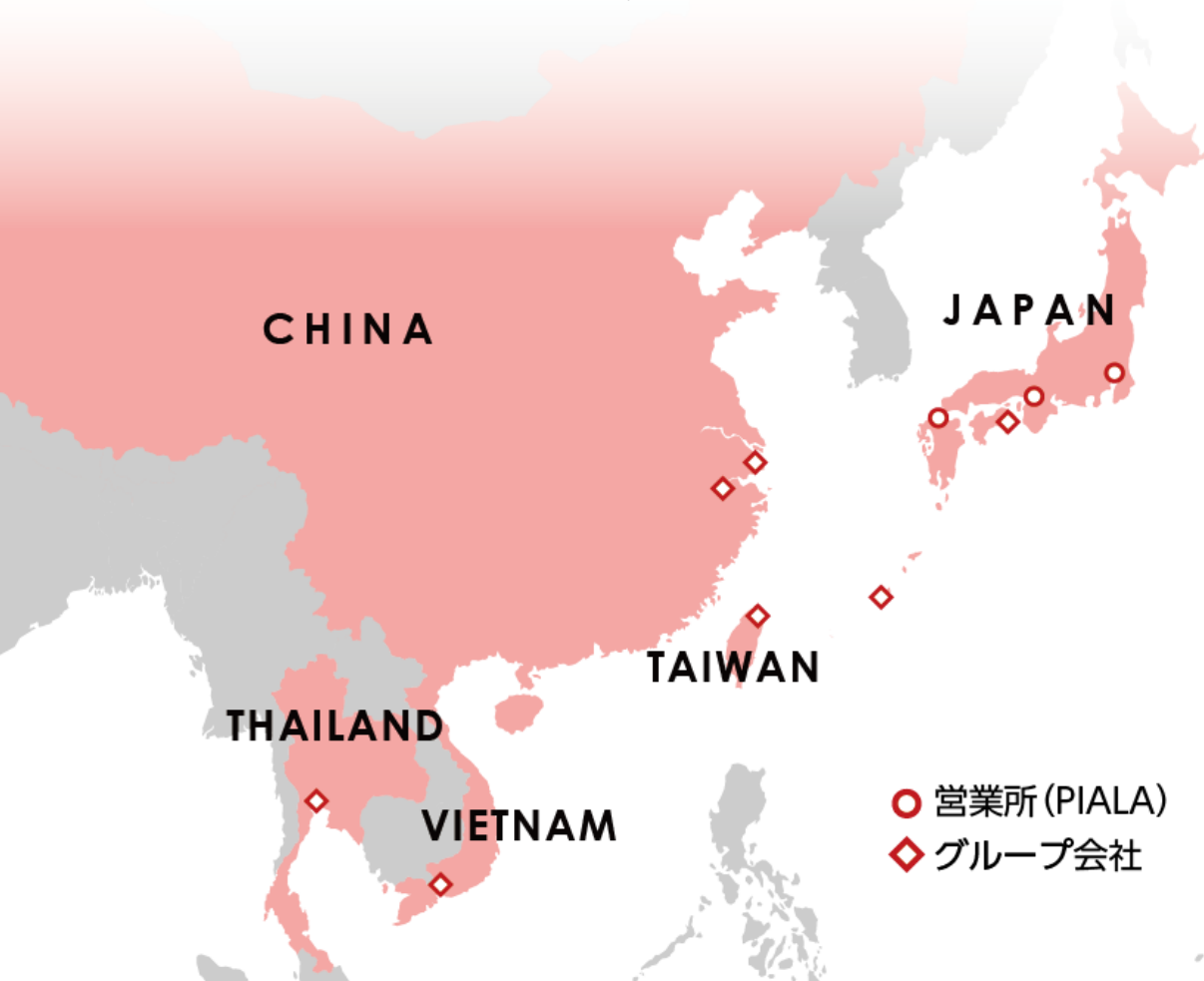
# 会社概要 (2020年9月末現在)

社名	株式会社ピアラ
設立	2004年3月24日
資本金	849百万円 (2020年9月末現在)
公開市場	東京証券取引所市場第一部 (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
代表者	代表取締役社長 飛鳥 貴雄
連結子会社	PIATEC(Thailand)Co.,Ltd.、比智(杭州)商貿有限公司、 株式会社PIALab.、台湾比智商貿股份有限公司、 CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.、PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.
従業員数	187名 (グループ合計/2020年9月末現在)



# グローバルネットワーク

PIALAグループは日本の株式会社ピアラを中心に、中国、台湾、タイ、ベトナムにも拠点を持つ**グローバルマーケティング企業**として展開しています。



## JAPAN

**PIALA** 株式会社ピアラ  
Smart Marketing for Your Life **JAPAN** TOKYO | OSAKA | FUKUOKA

**PIALab.** 株式会社 PIALab.  
**JAPAN** OKINAWA | TOKUSHIMA

## ABROAD

**PIATEC** PIALA Technology **PIATEC(Thailand)Co., Ltd.**  
**THAILAND** BANGKOK

**Channel J** チャンネルJ **CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.**  
**THAILAND** BANGKOK

**PG 比智** PG-TRADING CO., LTD. **比智(杭州)商貿有限公司**  
**CHINA** HANGZHOU | SHANGHAI

**PG TWN** PG-TRADING (TAIWAN) CO., LTD. **台灣比智商貿股份有限公司**  
**TAIWAN** TAIPEI

**PG vnm** PG-TRADING (VIETNAM) CO., LTD. **PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.**  
**VIETNAM** HO CHI MINH

# サービス一覧

オンライン/オフラインを問わず、グローバル展開や商品開発も含め、クライアントの多様な課題に対応できるソリューション/サービスを提供

デジタル  
ソリュー  
ション

AI搭載総合MAシステム

RESULT MASTER

オンライン接客システム

BeMatch

クローズド型ASP

RESULT PLUS

ナレッジシェアネット

ナレッジ  
knowledge Share Net

売上向上機能を集約

RESULT EC

ファイナ  
ンス  
サービス

金融支援サービス

Pay

マーケ  
ティング  
サービス

クライアント様の課題に  
応じたKPIをコミット

【KPI保証サービス】

対面販売型イベント

【おもてなしモール】

事業計画から通販事業の  
ヒット率を上げる

【コンサルサービス】

コールセンター★

【おもてなしセンター】

同封広告

DM Concierge  
DM コンシェルジュ

ユーザーニーズから  
商品開発を支援

BEATMAKER

DM広告

DM Concierge  
DM コンシェルジュ

インフルエンサー  
マーケティング

Buzz minutes

グローバル  
支援

中国インバウンド  
マーケティング★

中国進出  
コンシェルジュ.com  
CHINA MARKET CONCIERGE

越境EC/  
一般貿易  
サービス

ワンストップ型越境EC/  
海外販売支援

【越境ECコンサルタント】

料理動画配信 (タイ) ★

Channel J  
チャンネルJ

★=子会社サービス



## 「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。