



2021年8月13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)

## 2021年12月期第2四半期累計期間（連結・個別）業績予想と実績の差異 及び通期（連結・個別）業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、2021年2月13日に公表いたしました、2021年12月期第2四半期累計期間（連結・個別）の業績予想と実績に下記の通り差異が生じたのでお知らせいたします。

また、当社は2021年8月13日の取締役会において、以下のとおり、最近の業績の動向を踏まえ、2021年2月13日に公表いたしました2021年12月期通期（連結・個別）業績予想の修正を決議いたしましたのでお知らせします。

### 記

#### 1. 業績予想と実績との差異

(1) 2021年12月期第2四半期（累計）連結業績予想と実績の差異(2021年1月1日～2021年6月30日)  
(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社に 帰属する 四半期純利益	1株当たり 四半期純利益
前回発表予想（A）	8,323	261	253	170	23円94銭
今回実績値（B）	6,810	△11	△3	△62	△8円74銭
増減額（B－A）	△1,513	△272	△256	△232	
増減率（％）	△18.2	—	—	—	
(参考)前期第2四半期実績 (2020年12月期第2四半期)	7,346	222	218	151	21円39銭

(2) 2021年12月期第2四半期(累計)個別業績予想と実績の差異(2021年1月1日～2021年6月30日)  
(単位:百万円)

	売上高	経常利益	四半期純利益	1株当たり 四半期純利益
前回発表予想(A)	8,177	256	175	24円65銭
今回実績値(B)	6,739	37	△16	△2円25銭
増減額(B-A)	△1,438	△218	△191	
増減率(%)	△17.6	△85.3	—	
(参考)前期実績 (2020年12月期第2四半期)	7,304	190	159	22円51銭

2. 通期業績予想の修正

(1) 2021年12月期通期連結業績予想の修正(2021年1月1日～2021年12月31日)

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想(A)	18,241	705	684	471	66円23銭
今回修正予想(B)	14,896	120	109	20	2円82銭
増減額(B-A)	△3,345	△584	△575	△451	
増減率(%)	△18.3	△82.9	△84.0	△95.7	
(参考)前期連結実績 (2020年12月期)	14,585	503	469	334	47円02銭

(2) 2021年12月期通期個別業績予想の修正(2021年1月1日～2021年12月31日)

(単位:百万円)

	売上高	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想(A)	17,844	661	452	63円66銭
今回修正予想(B)	14,700	162	78	11円02銭
増減額(B-A)	△3,073	△499	△374	
増減率(%)	△17.2	△75.5	△82.7	
(参考)前期実績 (2020年12月期)	14,495	439	355	49円97銭

3. 差異及び修正の理由

当第2四半期累計期間の当社グループの業績は、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響によるエステ等の広告の減少やリアルイベントの中止、リアル広告を掲載する媒体の発刊停止の延長、さらに海外においても新型コロナウイルス感染症によるロックダウンが発令され、東南アジアを中心に広告マーケティングの差し控えや、海外進出をする予定だった企業の見合わせ等が発生し、業績に大きく影響を及ぼしました。

また、景表法、薬機法の規制の厳重化が進み、2021年6月に発生した大ロクライアントにおけるそれらへの対応のための一時的な広告停止が売上及び利益に大きく影響を及ぼしました。昨今、景表法、薬機法の規制は厳しさを増しており、今までであれば可能であった広告表現にも規制が入るようになり、Web広告業界はその対応を迫られています。一方で、いまだ市場では違反広告が散見されており、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ます。これらの結果、売上、利益ともに前回予想を下回る結果となり、加えて特別損失として投資有価証券評価損を計上したことも、利益を押し下げる要因となりました。

この状況を受け、当第2四半期において、Webを中心としたKPI保証の新規顧客獲得や既存顧客の育成を中心としていた事業形態（KPI保証サービス）から、ブランディング広告やTVCM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気通貫で分析し広告効果を効率化するための通販DXサービスを本格稼働しました。通販DXサービスは、事業領域拡大による収益拡大だけでなく、幅広い層に商品の認知を広めWeb広告への流入を増加させることが可能で、KPI保証サービスの収益拡大への寄与も見込まれます。これらの新サービスの受注は好調に推移しているものの、投資が先行しており収益化は下期以降になると見込んでおります。

通期につきましては、リアル広告や東南アジアを中心とした海外展開は引き続き厳しい状況が続くと予測されます。また、景表法、薬機法の規制に対応しつつ、違反広告との競合が続くことが想定され、引き続き大ヒットが生まれにくい状況であると見込んでおります。この状況を打開すべく、新サービスである通販DXサービスを推進することで、KPI保証サービスの再成長を目指します。しかしながら、通販DXサービスの進捗により売上、利益ともに変動が見込まれるため、前回予想を修正するものであります。

※上記の予想は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績等は、今後の様々な要因によって記載の予想数値と異なる結果となる可能性があります。

以 上