



2021年11月12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)

特別損失計上及び

2021年12月期通期（連結・個別）業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、2021年11月12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8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。

また、特別損失を計上することとなりましたので、併せてお知らせいたします。

記

1. 特別損失の計上について

(1) 連結決算

海外連結子会社2社において、新型コロナウイルス感染症による事業の停止及び事業展開の遅れが発生したことに伴い、「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき、将来の回収可能性を検討した結果、2021年12月期第3四半期において減損損失48百万円を特別損失に計上しました。

(2) 個別決算

当社の個別決算において、上記の処理に伴い海外子会社2社の関係会社貸倒引当金繰入額103百万円及び関係会社株式評価損17百万円を2021年12月期第4四半期において計上することを想定しております。なお、関係会社貸倒引当金繰入額及び関係会社評価損は連結決算上では消去されるため、連結業績への影響はありません。

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)	14,896	120	109	20	2円82銭
今回修正予想 (B)	12,548	△182	△171	△249	△35円01銭
増減額 (B－A)	△2,347	△303	△280	△269	
増減率 (%)	△15.8	—	—	—	
(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)	14,700	162	78	11円02銭
今回修正予想 (B)	12,415	△92	△234	△33円03銭
増減額 (B－A)	△2,285	△254	△313	
増減率 (%)	△15.5	—	—	
(参考)前期実績 (2020年12月期)	14,495	439	355	49円97銭

3. 修正の理由

新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、リアルイベントの中止や広告媒体の発刊中止が相次いだほか、東南アジアでの海外事業の展開の鈍化、また、景表法・薬機法の規制強化による一時的な広告効率の悪化が影響し、前回発表の売上収益を下回る見込みです。

景表法、薬機法の規制は、日々厳しさを増しており、2021年8月には、薬機法の改正により、違反した広告主、広告代理店、広告を掲載するメディア、インフルエンサーに課徴金が課されることとなりました。媒体側での審査も厳しさを増しており、YouTubeでは検出システムが改善され違反広告を55万件削除する等、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、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。加えて当第3四半期では、大型ヒット商品において新商品への切り替えによる落ち込みや、季節性の要因での低迷等の一過性の悪化もみられ、収益を圧迫しました。

そして、市場のクリーン化は加速しているものの、市場では景表法・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ます。これらを受け、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ております。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に注力しております。また、これらのサービスは他業種への応用も容易であり、ヘルスケア&ビューティ市場の広告市場が健全化に向かう中での積み上げ施策として異業種に横展開し、収益源の拡充を進めております。さらに、ヘルスケア&ビューティ市場における通販DXサービスでは、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めます。しかし、これらのサービスは受注してから企画・制作に時間を要し、売上収益の計上が想定以上に後ろ倒しになることから、計上時期の見直しを実施しております。

上記の理由及び特別損失の計上のため、連結及び個別の業績予想を修正いたします。

※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