

PIALA

Smart Marketing for Your Life

2025年12月期 第2四半期 (中間期) 決算資料

2025年9月17日

株式会社ピアラ 東証スタンダード市場 (証券コード：7044)



会社概要 (2025年6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

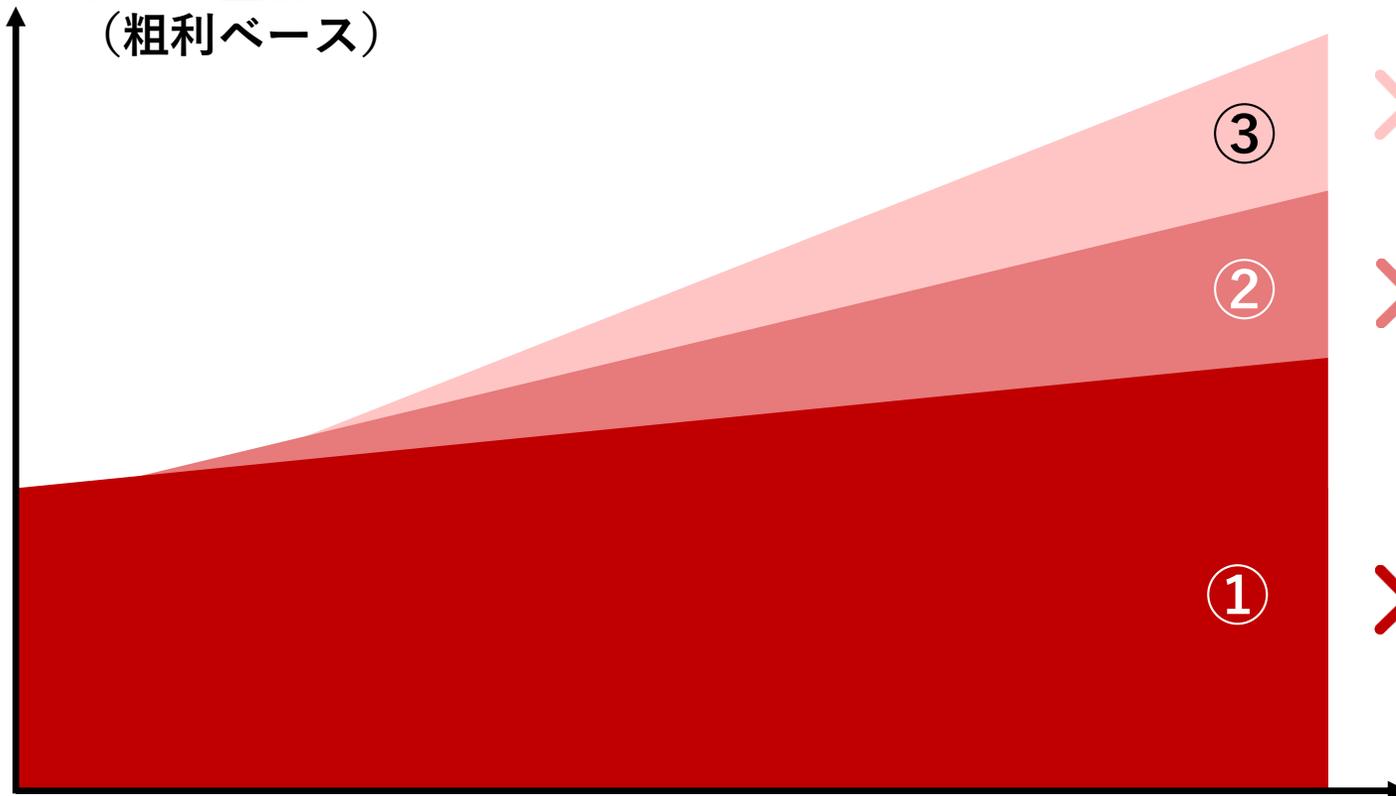
従業員数 202名 (連結、派遣社員・契約社員・パート・アルバイト等含む)



成長戦略

- 2023年12月期からを第3創業期と位置付け、3軸の成長戦略からブランド価値創造企業として更なる成長を目指す
- 成長戦略は「①通販DX事業」「②マーケティングDX事業」「③自社事業」の3軸

収益基盤構築のイメージ (粗利ベース)



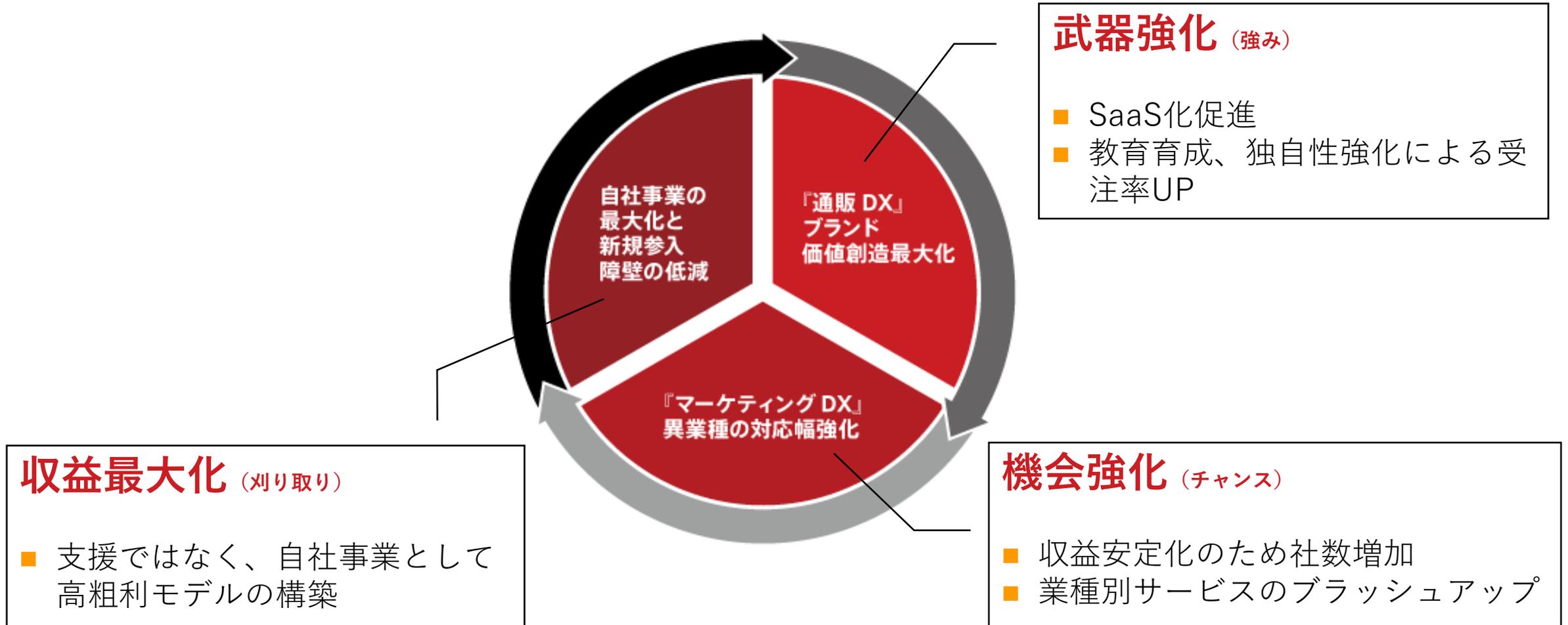
- 自社事業（新規事業）
- エンターテインメント業界を中心にP2CやD2Cブランド立ち上げ等、幅広く展開

- マーケティングDX事業（異業種展開）
- これまで培ってきたヘルスケア&ビューティ、食品市場の知見を基に、異業種へ展開

- 通販DX事業（既存事業）
- 当社の主力である「KPI保証サービス」から領域を拡大し、ブランディングやTVCM等、一気通貫で提供
- 新たにSNS上での発話量を増加させ、コストを抑える「SNSell戦略」

PIALAグループの中期戦略

- 成長性及び収益性向上を目指し、事業ポートフォリオを3軸へ変更
- 安定した収益基盤の構築を目指す



Agenda

- 01** エグゼクティブサマリ
- 02** 2025年12月期 第2四半期決算概要
- 03** 2025年12月期 通期見通し
- 04** 質疑応答



01 エグゼクティブサマリ

① エグゼクティブサマリ

業績

連結業績は順調な進捗
売上高は累計で**上場来最高額を更新**

見通し

好調な業績状況を鑑み、第2四半期は計画的に費用を計上（株主優待関連費用、監査法人への追加報酬、子会社貸倒引当金等）引き続き事業は好調に推移しており、新規獲得も想定内であるため、通期業績予想を**上方修正**

その他

今後のピアラの方向性として**AI活用をさらに加速**
新たなキャッチコピー【「買いたい」はAIでつくれる。】と共に、“AI×マーケティング”を推進し、**業務効率化200%や広告運用自動化を目指す**

2025年12月期 第2四半期決算ハイライト

- 売上高の累計額は上場来最高額
- 売上高は、前年同期と比較して24億円以上の増加と順調な進捗
- 営業利益は、戦略的な投資（採用強化・株主優待）や一時的な費用増（追加監査報酬、貸倒引当金）を計上しているものの、**期初予想を超えて着地**



ご参考：EBITDA 241百万円（前年同期△132百万円）

② 通期業績予想の修正（上方修正）

- 2Qまでの業績進捗状況を鑑み、通期業績予想（連結・単体）の**上方修正**を決定
- 売上高は好調な進捗状況を反映、補助金収入や有価証券売却益等の一時的な収益を計上した経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益については上方修正
- 今後の進捗次第では、更なる修正も検討予定

連結業績	(修正前) 通期業績予想		(修正後) 通期業績予想	
売上高	15,936		16,666	上方修正
営業利益	161		161	現状維持
経常利益	243		317	上方修正
親会社株主に帰属 する当期純利益	164		213	上方修正

先行して下期より更にAI注力『ピアラの両利きマーケティング経営』

～ 売上成長（攻め）と高収益化（守り）の同時実現 Road to 2028 ～

攻めのマーケティングDX：効果の最大化

コンセプト：AIによる「全体最適化」
分断されていたマーケティングを統合し、
LTV（顧客生涯価値）を最大化する施策を自
動で実行する。

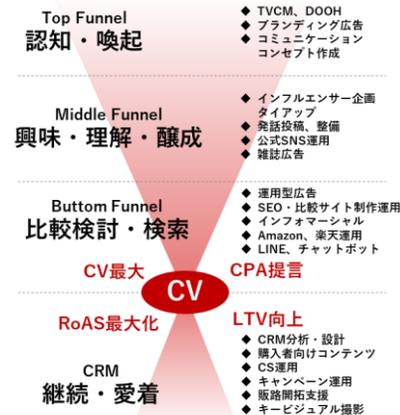
2028年広告運用自動化を目指す

Before（従来の課題）

- ・ファネルごとの部分最適
- ・経験と勘に頼る属人的な施策

After（AIによる変革）

AIによるデータ分析に基づきマーケティングを最適化し、最も成果の期待
できるクリエイティブや配信を判断・実行



守りのマーケティングDX：利益率の向上

コンセプト：AIによる「業務効率化」

これまで人手に頼っていた分析・運用業務を自動化し、高付加価値な戦略
立案へシフト、組織全体のフローをAIで見直しすることで生産性強化。

2028年までに業務効率化200%を目指す

**ピアラグループ横断で社内のあらゆる生成AI利用に対す
る補助金支給プロジェクトを発足**

Before（従来の課題）

- ・膨大なルーティン作業及びレポーティング工数
- ・画一的な運用及びノウハウの属人化

After（AIによる変革）

AIが日々の運用や分析を代替し、人間はより創造的な業務に集中

**1名あたり生産性向上
収益性の高い強固な事業基盤を構築**

ピアラは、AIを司令塔とした「自律的に成長し続ける高収益な事業モデル」への変革を目指します



「買いたい」は AIでつくれる。

バズる、売れる、リピートさせる。
AIでフルファンネルを科学し、確実な成果を
約束する。



2025年12月期の重点戦略

1 2024年粗利上位20社の大型クライアントの成長を促し収益基盤を強固にする

- ✓ 収益基盤の安定化を目指し、上位20社の安定成長を図るための施策は継続して実施
- ✓ AI活用による効率化及び縦型動画の拡張を進め、継続的な成長を目指す

2 マーケティングDX事業を含む、各ソリューションで新規顧客開拓を加速

- ✓ **縦型動画サービス（ブランディング～顧客獲得まで）での新規売上拡張**
- ✓ 当社のナレシェア（KPI保証）を専属で販売する本部の設立により新規顧客及びパートナーの拡大
- ✓ 大型案件受注率が60%超えることから、オフラインとSNSell（バズ売れをサイエンスする）を主に取り扱う部門を統合し、クロスコミュニケーションを可能とした本部体制による大型案件の獲得を強化
- ✓ 採用強化を加速させ、サービスやノウハウの再現性を確立

3 生成AI及びAIエージェント活用による人的効率化とノウハウの標準化

- ✓ 資本業務提携した(株)ジーニー及びジーニーグループとの連携を推進



02 2025年12月期 第2四半期決算概要

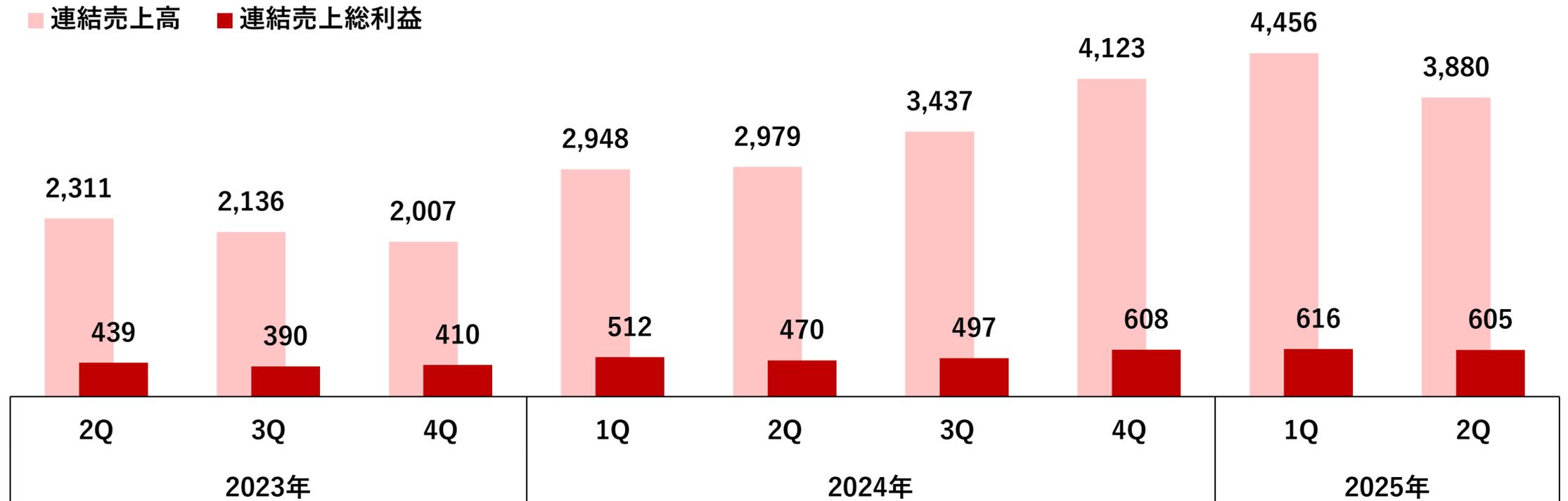
重点戦略の進捗状況

項目	進捗	評価
戦略①	<ul style="list-style-type: none">■ 2024年粗利額上位20社は計画値に対して進捗率64.5%と好調に推移■ 縦型動画の納品額も伸長しており、更なる納品額拡大を推進■ 第1四半期と比較して売上高は減少しているが、粗利率は向上しており、引き続き、粗利額及び粗利率に注視し、安定的な成長を目指す	
戦略②	<ul style="list-style-type: none">■ 利益率の高い案件を重視したため、新規社数の積み上げは想定を下回る結果■ 売上は減少するも、粗利額は確保していることから粗利率は上昇■ 縦型動画に関しても、Facebookだけで納品額が月間1億円突破■ 当社の従業員は12名（うち新卒7名）増加、採用は好調な状態が継続 引き続き、採用を強化し当社ノウハウの教育を行うことで業績拡大を目指す	
戦略③	<ul style="list-style-type: none">■ (株)ジーニーと取り組むレポート自動化実施、テストを含めた運用フェーズを継続中■ 「生成AI×CDP」開発もスケジュール通りに進行しており、AIに学習及び考察をさせることで、当社従業員の工数削減や一定レベルの考察をAIが実施■ 社内業務効率化プロジェクトでは生成AI等を活用して様々な業務の効率化を推進 営業業務、バックオフィス業務といったすべての業務に対して改善を実施	

② 連結売上高及び売上総利益の推移

- 売上高 Q on Q : 12.9%減、Y on Y : **30.2%増**
- 売上総利益 Q on Q : 1.9%減、Y on Y : **28.8%増**
- QonQの減収は利益改善を目的とした戦略的な案件構成の見直し及びD2C季節性の結果で想定内
- 売上総利益率は1%以上改善していることから、利益改善施策の効果が少しずつ表れ始める
- グループ全体において不採算事業の事業縮小、取引の見直しの実行

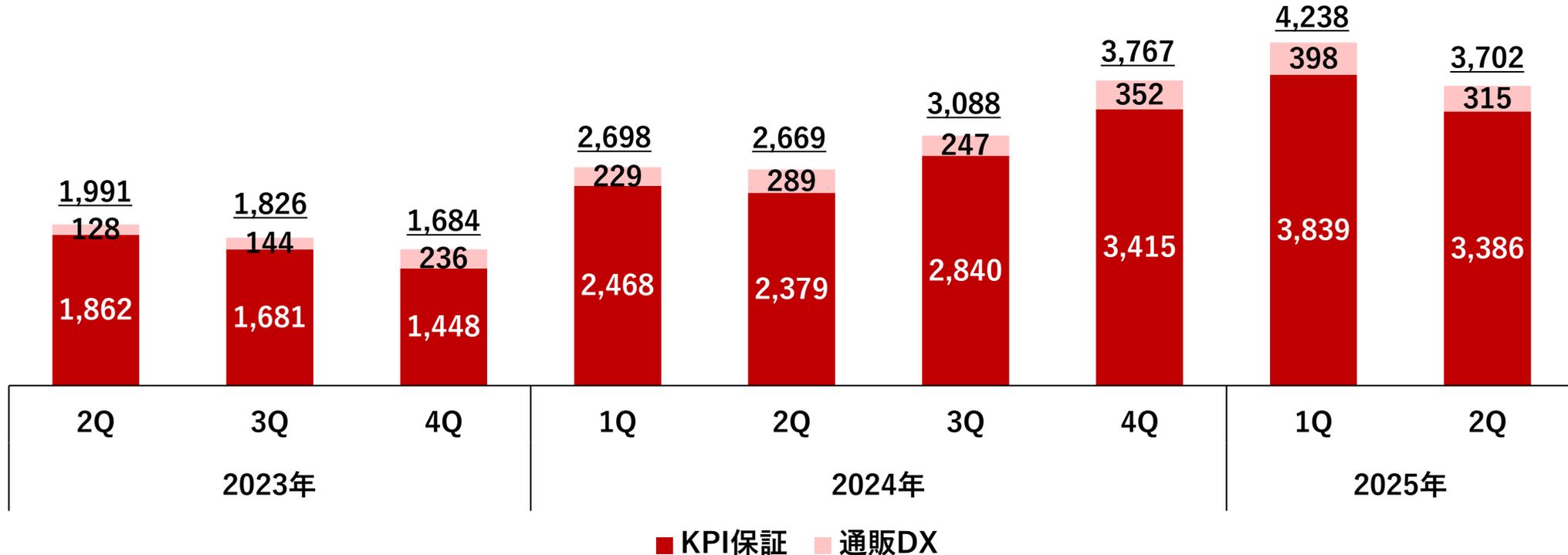
(単位：百万円)



売上高（KPI保証・通販DX）の推移

- KPI保証 Q on Q : 11.8%減、Y on Y : 42.3%増
- 通販DX Q on Q : 20.7%減、Y on Y : 9.3%増
- KPI保証、通販DX共にQonQの減収は利益改善を目的とした案件構成の見直しで想定内
- D2C大手の季節需要の減少も想定内でD2C以外含めて順調に推移

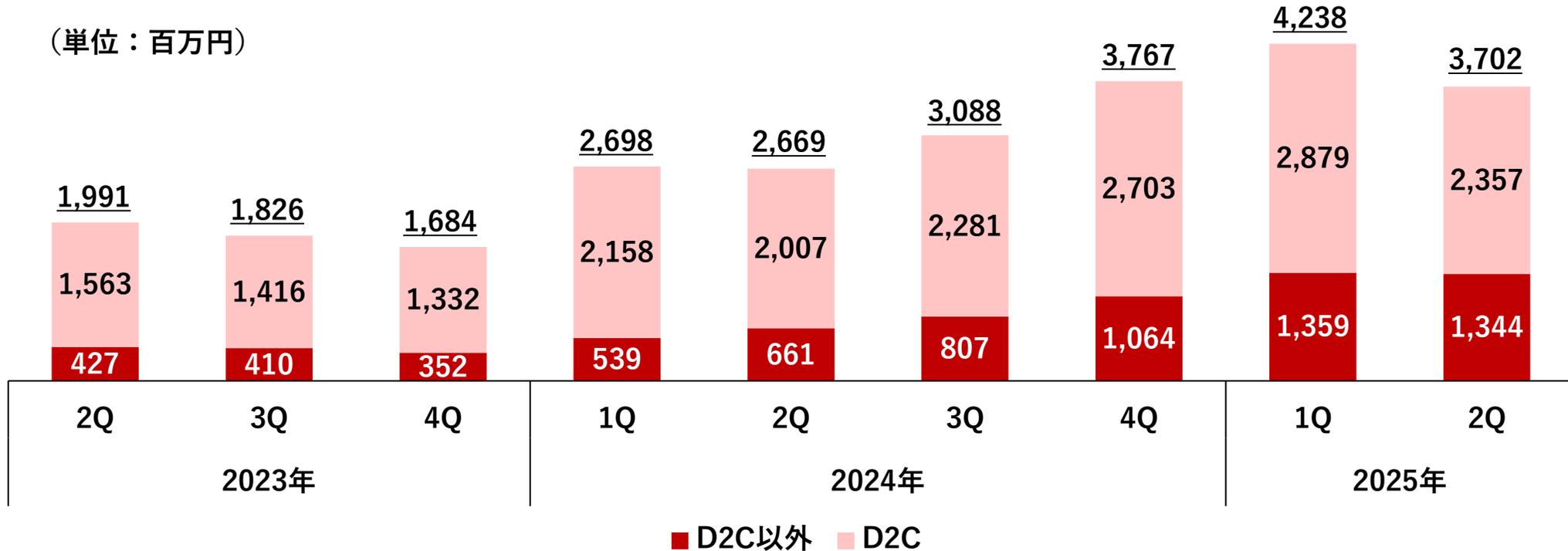
(単位：百万円)



② D2C以外の売上高（KPI保証・通販DX）推移

- D2C以外 Q on Q：1.1%減、Y on Y：103.2%増
- D2C Q on Q：18.1%減、Y on Y：17.5%増
- D2C以外（主に店舗集客系・医療・人材・不動産など）が継続して前年同四半期比**100%以上**の増加となっており、異業種への市場分散は順調に推移
- D2C大手の季節需要の落ち込みは想定内、異業種への市場分散は継続的に順調
- 引き続き人員採用及びAI活用での最適化で、事業並びに収益性拡大へ

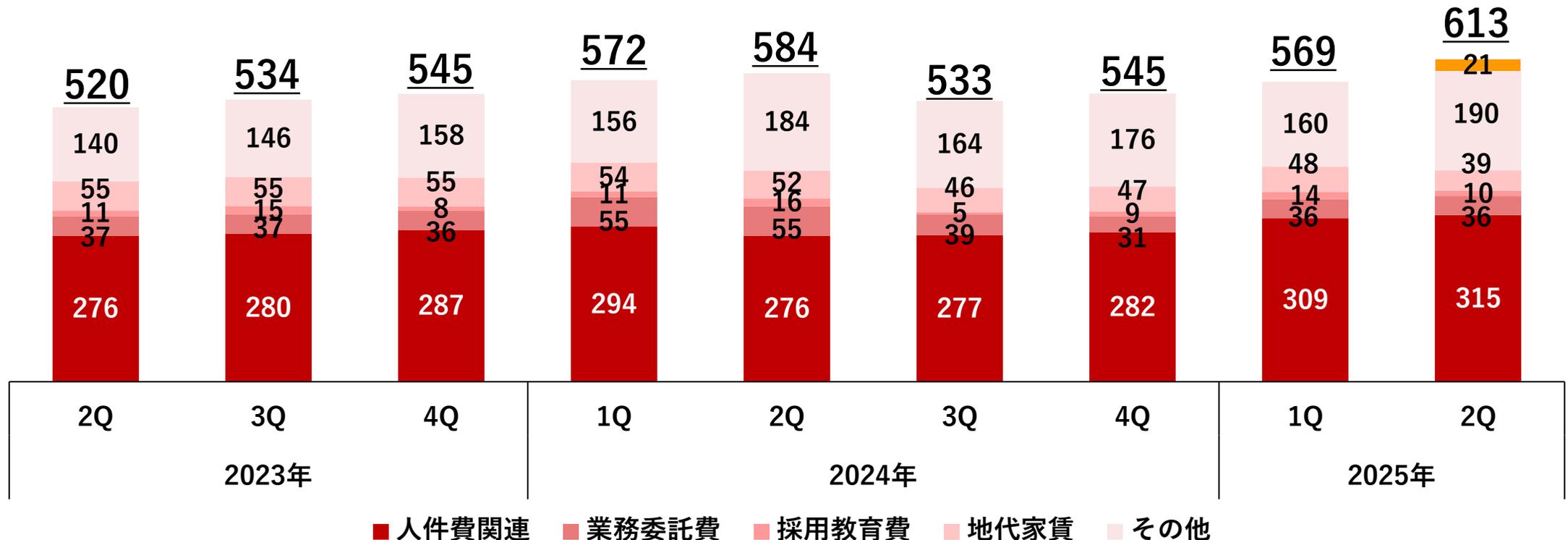
（単位：百万円）



◎ 販管費の推移

- Q on Q : 7.7%増、Y on Y : 4.9%増
- 重点戦略の1つである採用強化に伴い「人件費関連」が増加したものの、想定範囲内
- 株主優待の他にも、一過性の費用（追加の監査報酬、子会社における貸倒引当金の計上等で21百万円）で「その他」が増加しているが、それ以外では1Qと変わらず販管費をコントロールしている状況 ※一過性の費用を除いた場合は592百万円（株主優待含む）

(単位：百万円)



PIALA 連結貸借対照表

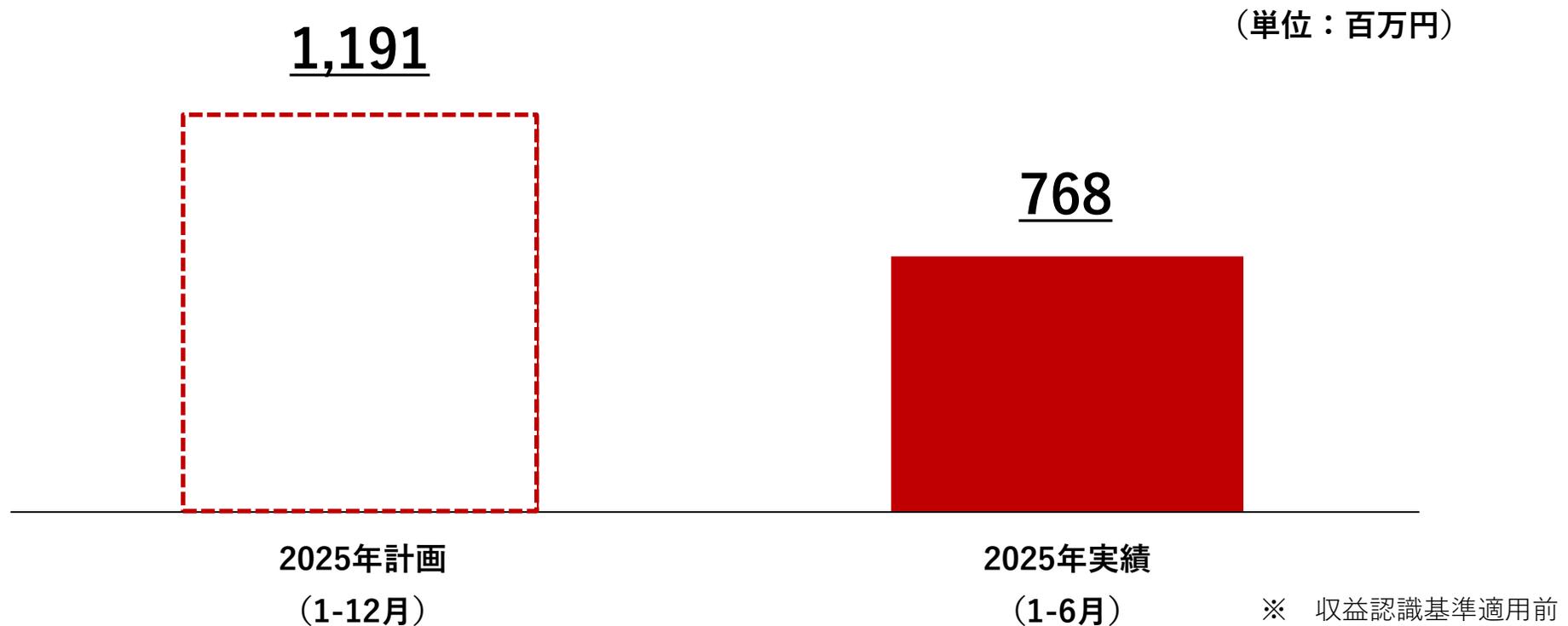
- 効力発生した減資の影響で資本金は50百万円に減少
- 業績回復等により自己資本比率は約15%まで改善、年内20%までの改善を目指す

(単位：百万円)

	2024年12月末	2025年6月末	増減額	
資産の部	現金及び預金	1,358	1,550	192
	受取手形及び売掛金	1,946	1,664	△282
	流動資産合計	3,590	3,537	△53
	投資その他の資産	437	372	△65
	固定資産合計	665	590	△75
	資産合計	4,255	4,127	△128
負債の部	買掛金	1,717	1,500	△217
	短期借入金	1,140	1,200	60
	流動負債合計	3,635	3,378	△257
	長期借入金	119	46	△73
	固定負債合計	125	48	△77
	負債合計	3,760	3,426	△334
純資産の部	株主資本合計	450	627	171
	純資産合計	494	700	206
	負債純資産合計	4,255	4,127	△128

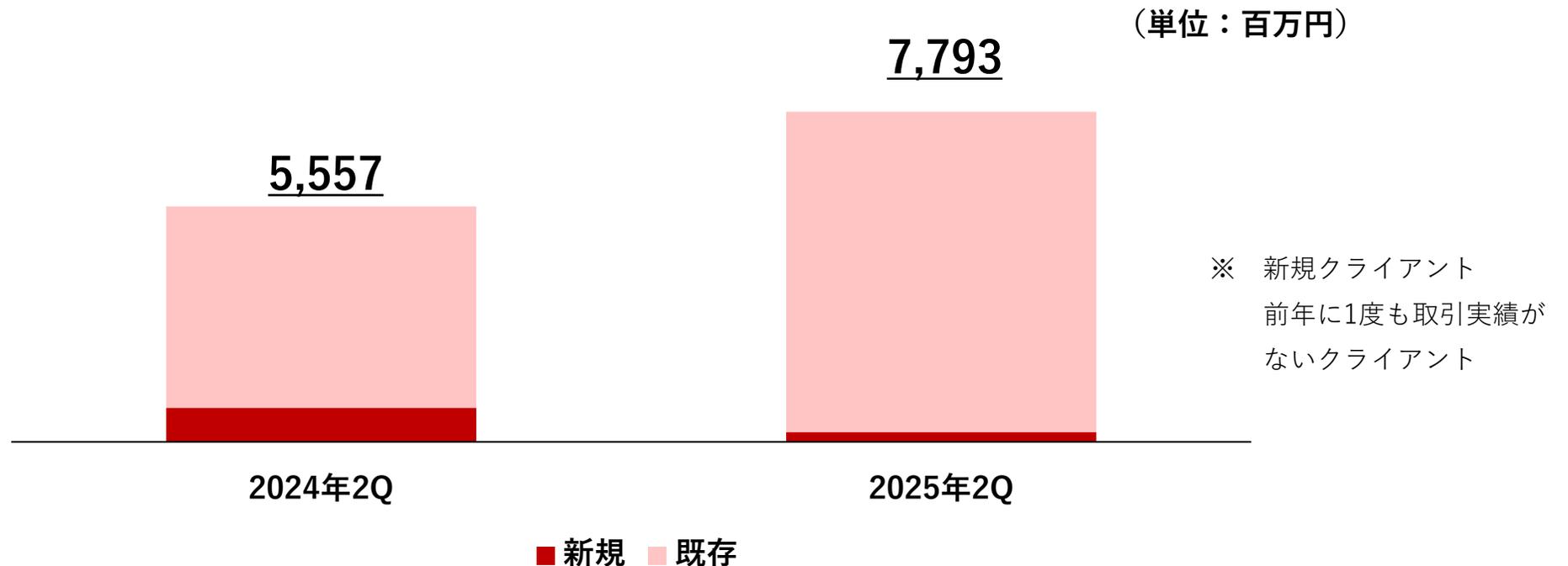
◎ 戦略① 粗利額上位20社の進捗

- D2C大手に季節需要の落ち込みがあるも、計画値に対して**64.5%**と好調に推移
- 計画的に案件精査を実施した成果が出ており、引き続き成長を目指す
- 上位クライアントに異業種クライアントが増加しており、市場環境に左右されない収益基盤の構築が進むことで、安定的な収益体制へ



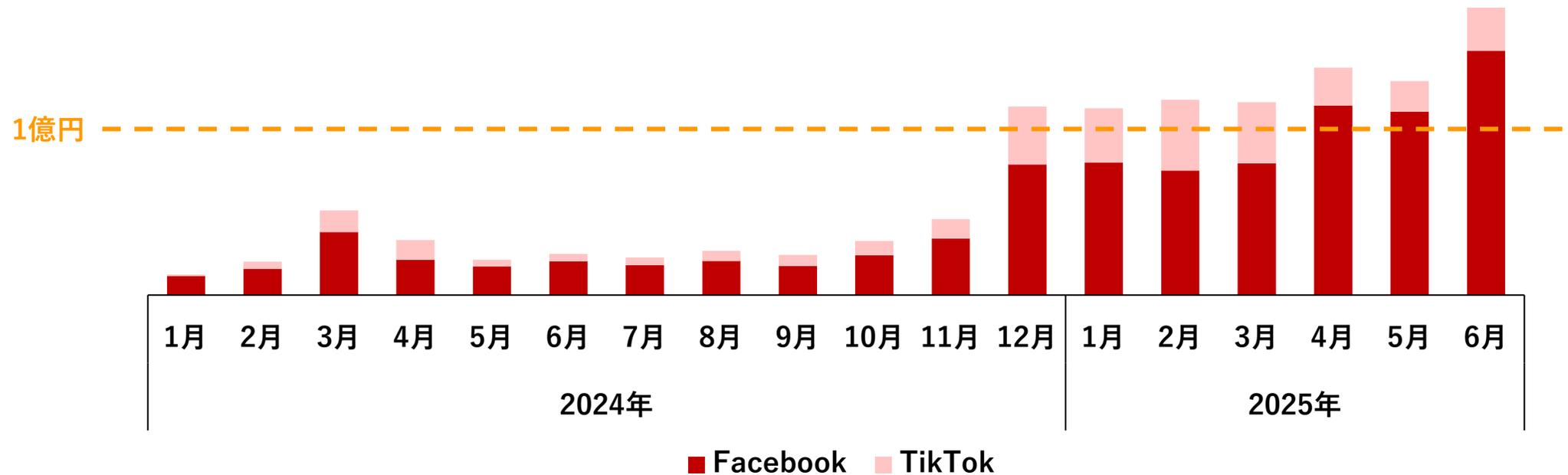
◎ 戦略② 新規クライアントの売上高推移

- ピアラ単体の売上高は前年同期比40.2%増と引き続き好調
- 特に既存クライアントは前年同期比59.1%増と前年開拓したクライアントの拡張が好調
- 新規クライアントは前年同期比70.8%減、2024年の新規クライアント売上高のおよそ65%を2社が占めていたことが要因
- **新規1社当たり平均売上高は増加**しており、大型案件に依存しない収益基盤の構築を推進



戦略② 縦型動画納品額の推移

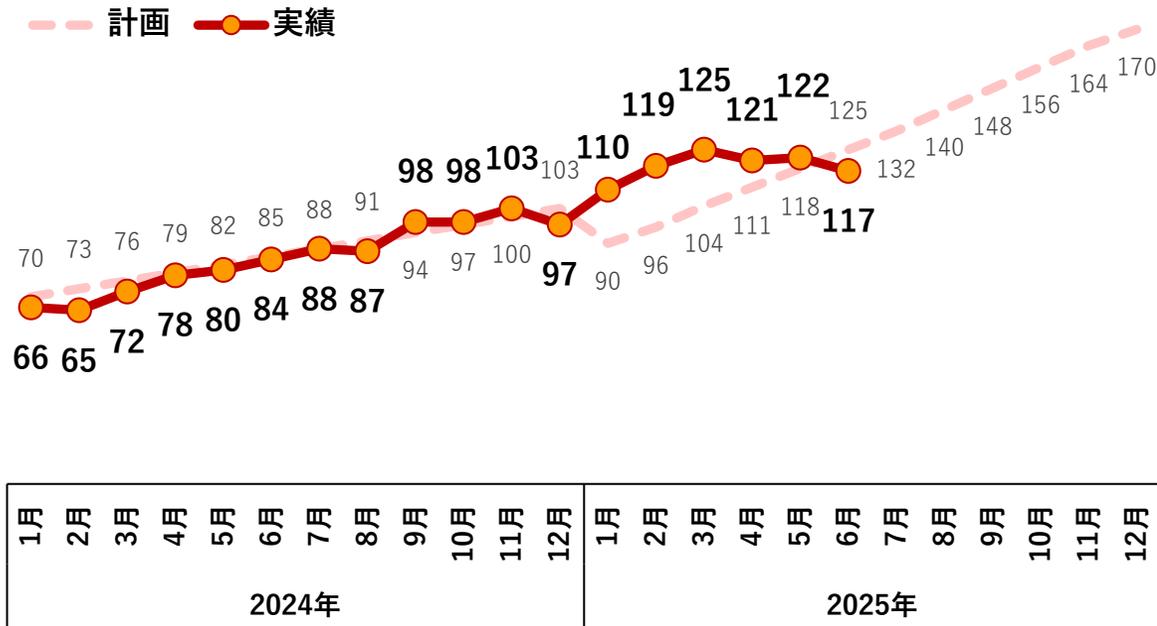
- 縦型動画市場の急成長を見据えて、2024年後半より安定して提供できる社内体制を構築
- Facebookのみで**月間1億円超**の縦型動画納品を達成
- 縦型動画は2025年12月期の重点戦略でもあることから、クライアントへの提案も積極的に実施
- 今後の更なる縦型動画納品を実現するための、採用強化及びノウハウ共有、AIによる動画生成をタイ並びにベトナムでも行い、縦型動画納品額と業績の拡大を目指す



◎ 戦略② マーケティングDX事業及び取引社数の進捗

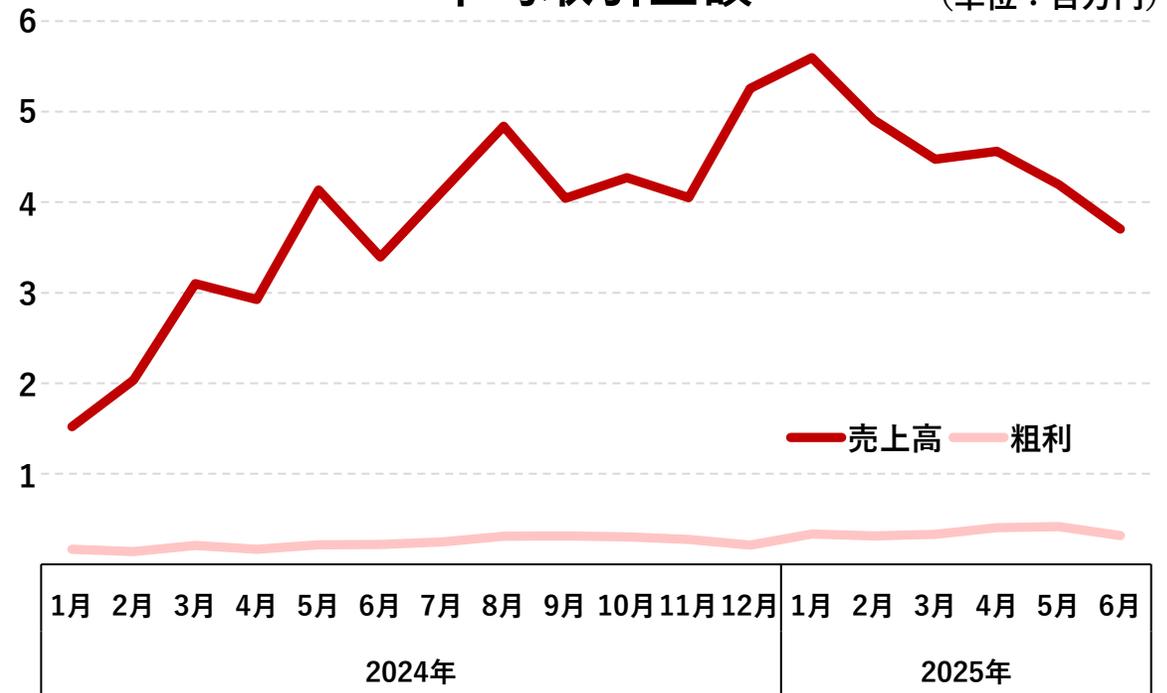
- 一部の主要クライアントに対して、収益拡大を目指して新たな広告クリエイティブ開発や訴求方法等を試行錯誤した結果、一時的に収益は減少したが、回復予定
- 取引社数については、非効率な案件精査を継続して実施した結果で想定内
- 引き続き、異業種への展開を進め収益構造の安定化を図る

取引社数推移



平均取引金額

(単位：百万円)

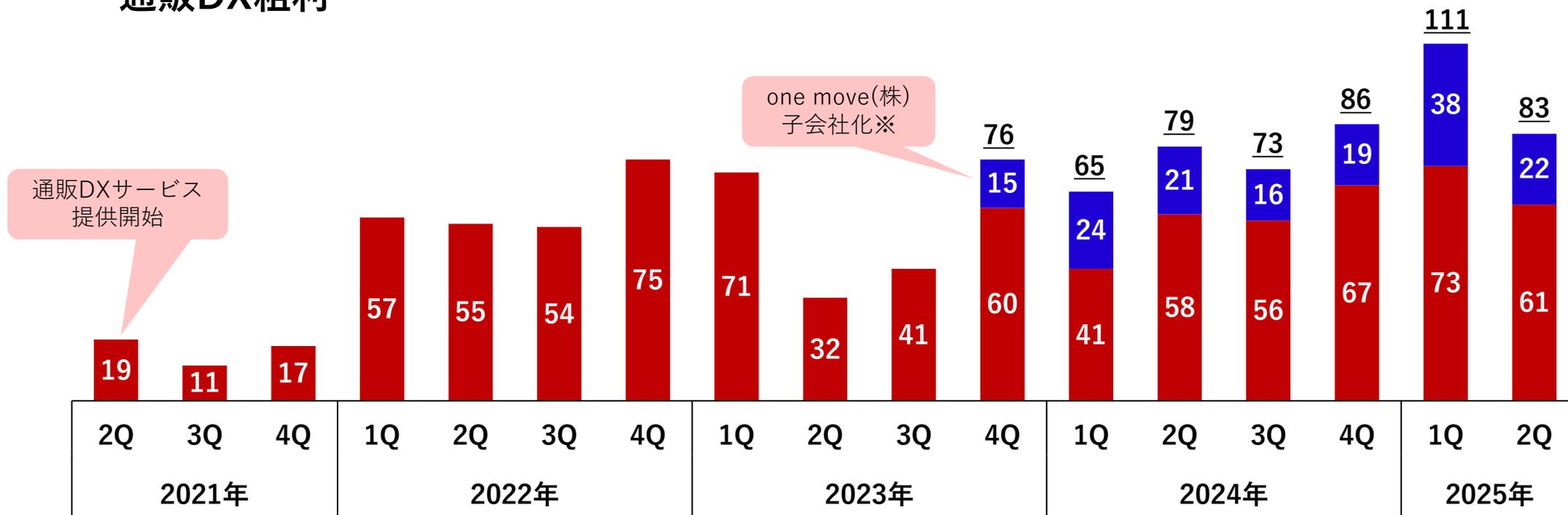


◎ 戦略② 通販DX (SNSellマーケティング) の進捗

- 通販DX Q on Q : 24.8%減、Y on Y : 5.3%増
- 1Qはone move(株)が大型案件を受注していたこともあり、QonQでは減少
- 新サービス「Retail Spark」は既に15件受注 (受注率27.2%) と好調に進んでいることから、**ブランディング領域は下期から大きく伸長予定**、ブランディング人材も採用強化

(単位：百万円)

通販DX粗利



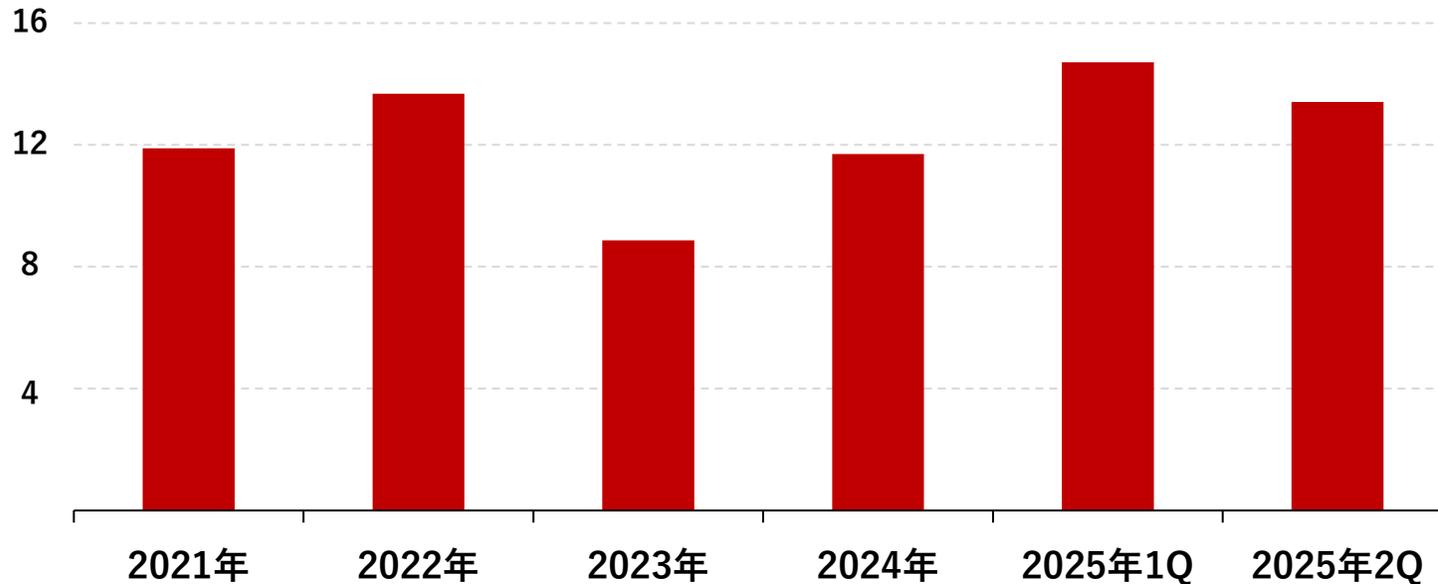
※one move(株)を連結したことで業績 (8-12月) 5ヶ月分を取り込み

納品力の推移

- 人員増加の影響で一時的に1人当たり納品力は減少するも、想定内
- ナレッジの強化及び人員増加、業務提携した(株)ジーニーと生成AIによる広告レポートの自動生成や改善提案を行うことで、更なる効率化を実現
- 納品力の強化に関しては、今後の当社グループの事業規模拡大に向けた重要事項であると認識しており、AIを活用した効率化等を含め引き続き品質の向上に取り組む

1人当たり納品力の推移

(単位：百万円)



③ 戦略③ AI活用の進捗

- マーケティングにおけるイノベーションの柱としてのAIを業務効率化・知識の標準化とクリエイティブの多様性の質と量の担保という2つの方向性で全グループで対応
- (株)ジーニーとの連携及び自社のナレシエアAIはスケジュール通り進行中
- 新たに社内業務効率化プロジェクトとして自社開発及び各本部、子会社への生成AI及びAIエージェント利用料金の補助金支給プロジェクトを発足

業務効率化 知識の標準化

- ✓ **レポート自動化は実装済み**、テストを含めた運用フェーズを継続中
- ✓ ナレシエアAIを調査・計画立案・原稿作成などに活用することで、直近では月間およそ30時間を削減
- ✓ 社内業務効率化プロジェクトでは、営業リストアップ、動画台本作成をはじめ、業務プロセス全体の自動化に取り組んでおり、直近では**月間100時間以上**を削減しており、2025年内には月間でおおよそ200時間の削減を想定

クリエイティブ 多様化

- ✓ バナー生成AIのテストを開始
- ✓ 競合分析、ターゲットインサイト、シナリオ分析など多様な調査分析を部分代替することでおよそ70%、1案件で約10時間の削減
- ✓ 動画作成における素材や部分的編集をAI化することで、クリエイティブ量が約30%向上

① 自社事業の進捗（エンタメDX、P2C）

- (株)サイバースターは2次元・2.5次元領域に集中しており、運営するVTuberプロダクション「Fairy」を「VARiSE（ブイアライズ）」にリニューアル
- 新たに「天羽ミカド（あまはねみかど）」「霜降りいちぼ（しもふりいちぼ）」が加入
- レーベル事業では木津つばさDVDや田村心アクスタカレンダーを発売
- (株)P2Cは「良朝丸※」の店頭及びECモールでの販売が引き続き好調
- 機能性インナーブランド「SHAPEDAYS」を2025年6月30日付で譲受、AmazonなどのECモールで販売開始予定

※ 販売名：レイスターズ



㊦ 主要子会社の進捗

- one move(株)及び(株)ジョシュアツリーは引き続き計画以上の業績で着地
- PIATECは納品が遅れた影響で赤字が継続しているものの、改善傾向で黒字化予定
- (株)P2Cは「良朝丸」の販売は好調だが、「TONYMOLY」の収益化がさらに遅れている状況、譲受した「SHAPEDAYS」の拡張に注力することで早期の黒字化を目指す
- (株)サイバースターは大型案件の開始が下期に集中していることもあり厳しい状況が続く
- PGベトナムはダナンにクリエイティブセンターを設立したことで、下期から黒字転換予定
- PG中国については、引き続き新規案件獲得の注力等を実施しているが厳しい状況であり、事業縮小や撤退含め慎重に検討中



新サービス「Retail Spark」でモール・店頭売上向上の可視化を実現

市場背景と課題

- **ECモール市場の複雑化**
市場競争激化とプラットフォーム多様化
検索アルゴリズム変化への対応困難
モール手数料上昇による利益率低下
- **SNSマーケティングの課題**
SNS施策のROI測定が困難
インフルエンサー活用効果が不明確
ブランディング効果の定量化が困難
- **EC事業者の具体的課題**
モール内での検索順位低下と広告費高騰
SNS活動と売上の連動性が不明確
複数チャネルでの効果測定・分析が困難
点の施策による短期的効果に依存
- 「Retail Spark」で解決する課題

SNS×EC・店頭の統合最適化

ブランディング効果をEC及び店頭売上に直結、インフルエンサー施策と広告配信の統合

効果の可視化・定量化

売上への波及を数値で可視化、短期や長期効果の分離測定

「Retail Spark」の特長

- **SNSリーチ保証でブランディング強化**
ターゲットに対して確実にリーチすることで、直接的な効果を実現
- **統合ブランディング**
SNSやROIを重視し、ブランディングを意識したコミュニケーション戦略設計
- **IMC設計**
上流から下流まで一貫した統合的な課題づくり
- **波及効果の可視化**
単発施策の効果ではなく、波及継続の関係性に着目



株主優待制度の導入

- 新たに株主優待制度の導入を決定、対象の株主様へは各18,000円分（年間合計36,000円分）のデジタルギフト®を贈呈
- 本株主優待は年2回の実施を想定しており、初回は**2025年6月末日基準**
- 贈呈に向けた準備を進めており、2025年9月中旬頃に対象株主様へご案内を送付予定

基準日	対象株主様	優待内容
毎年6月末	1,000株 (10単元) 以上	デジタルギフト® 18,000円分
毎年12月末	1,000株 (10単元) 以上	デジタルギフト® 18,000円分

(年間36,000円分)



03 2025年12月期 通期見通し

PIALA 2025年12月期 業績予想（連結）

- 2Qの業績は全ての項目で**大幅に目標を達成**
- 好調な業績を鑑みて売上高、経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益を**上方修正**
- 営業利益は保守的に見積もって現状維持としたが、状況に応じて修正を検討

(単位：百万円)	2025年2Q 業績予想	2025年4Q 業績予想 (修正後)	2025年2Q 実績	2025年2Q 進捗率	2025年4Q 進捗率 (修正後)
売上高	7,876	16,666	8,337	105.8%	50.0%
営業利益	34	161	38	111.2%	24.0%
経常利益	133	317	213	160.1%	67.4%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	83	213	148	178.7%	69.4%

🌀 マーケティングDX×AIで誰でも簡単・安心にクリエイティブ制作を加速

市場背景と課題

- **生成AI市場の急速な拡大**
生成AI技術の急速な進化によるクリエイティブ制作の変革
世界的に市場拡大も、日本企業の導入率はまだ低い
- **既存サービスの課題**
英語UIとプロンプト入力为中心で言語の壁
ドル建て決済による経理処理の負担
日本人の美的感覚や文化的ニュアンスへの対応不足
- **日本企業の制作課題**
デザイナー人材不足とクリエイティブ制作コストの高騰
マーケティング施策のスピード化要求
コスト削減と品質維持の両立ニーズ
- 「Result+AI」導入で解決する課題

言語・文化的
障壁の排除

導入・運用の
簡易化

制作効率の
大幅向上

「Result+AI」の特長とメリット

- **完全日本語対応**
日本語管理画面・日本内決済・日本人サポート
- **日本語プロンプト入力**
英語不要でイメージ通りの画像を簡単生成
- **マニュアル完備・日本人スタッフサポート**
未経験者でもすぐに使いこなせる安心サポート
- **高品質なオリジナル画像**
商用利用可能で権利面もクリア
- **コスト効率**
ユーザー数無制限・お手頃価格プラン

Result+AIが出来ること

「誰でも、すぐ、プロ品質」を日本語で



AI活用の人材紹介サービス「お仕事カルテ」で医療・介護DX市場に参入

市場背景と課題



- **日本国内の人材不足の深刻化**
 少子高齢化により、医療・介護現場の人材不足が深刻化
 2040年には国内で1000万人以上の労働力が不足する予測

ピアラの強みと参入理由

カルテに記録、私の転職



- **広告運用で培った実績とノウハウの活用**
 認知からユーザー獲得、ファン化までフルファネルダイレクトマーケティングを行う当社の強みを活かし、**AIでの効率化と高精度なマッチングを実現**
- **レッドオーシャン市場における差別化戦略**
 従来の人材紹介は「求人案件に応募者を送る」モデルが主流、**当社は広告運営で培った実績とリード獲得に強い実力を人材紹介に転換し、医療機関や施設が抱える「集客と採用」の両課題を一気通貫で解決**
- **今後の展望**
 「お仕事カルテ」を足がかりに医療・介護・保育を中心としたエッセンシャルワーカー領域へ事業を拡大し、高齢化の進展により見込める成長、**高利益事業であることから利益率の向上も期待**

「お仕事カルテ」5つの強み **LINEでまずは相談**



- ① **圧倒的に簡単な登録フロー**
 名前と電話番号の入力だけで完了（最短10秒）
- ② **広告データ蓄積を活用した高精度集客**
 当社独自の広告運用ノウハウを活用
- ③ **AIによるマッチング最適化**
 求職者データをAIで解析、最適なマッチング
- ④ **集客と採用を一気通貫で支援**
 クライアントの集客から採用までトータル支援
- ⑤ **紹介後の定着サポート**
 より安定的で持続可能なサービス提供

「声」 × AIで次世代ボイスコマースを推進

市場背景と課題

- **EC市場の急拡大と課題**
EC市場は急拡大を続けるも、新たな課題が顕在化
フォーム入力、会員登録の煩雑さやクレジットカード登録への不安感がハードルとなる
- **消費者ニーズの変化**
購買チャネルの多様化
利便性と体験価値の向上を求める消費者
「注文できない人」の存在
- **音声技術の進化**
AIによる自然な音声対話の実現
エンターテインメント性を求める消費行動
新しい顧客接点の必要性

「テレAI」の特長とメリット

- **ピアラのマーケティング力との融合**
Retail Sparkなどのフルファネルマーケティングと組み合わせ、**認知から購買までを一気通貫で支援**
- **「声」がつくるエンタメ型購買体験**
俳優やタレント、声優やVTuberの「声」を活用し、購買行為を"体験"として演出
- **購買ハードルの解消**
電話一本で簡単に注文できる仕組みにより、WEBでの購入を躊躇していたユーザーにも購入機会を提供
- **オンライン・オフラインの融合**
デジタルとリアルを融合した新しい顧客接点を創出し、より幅広い生活者にリーチ

「テレAI」が実現する 新しい購買体験



2025年12月期戦略の方向性

- 通販DX及びマーケティングDX事業の黒字化及び成長を受け、2軸をベースに3軸目を強化、中期成長フェーズへの足固めの1年とする

マーケティング支援

ブランディングから企業の売上を上げる顧客獲得ファン化まで本格的なフルファンネルダイレクトマーケティングDX×AIで企業成長を支援

- ✓ 通販DXで培ったブランディングノウハウ、バズ売れをサイエンス (SNSell) して、より再現性を高めつつKPI保証等の既存サービスを全業界へ展開
- ✓ 広告でのターゲット接触とSNSを通じたPRで、接触効率の最適化を実施し、新たなマーケティング手法の確立を目指す

3軸目の確立 (高収益モデル)

(株)P2C (メーカー卸販売事業) や(株)サイバースター (エンタメDX事業) 等を含む高収益な自社事業を、当社の持つフルファンネルダイレクトマーケティングをベースに第3軸となる事業へ成長の土台を固める

マーケティングファネル

Top Funnel 認知・喚起

- ◆ TVCM、DOOH
◆ ブランディング広告
◆ コミュニケーション
◆ コンセプト作成

Middle Funnel 興味・理解・醸成

- ◆ インフルエンサー企画
◆ タイアップ
◆ 発話投稿、整備
◆ 公式SNS運用
◆ 雑誌広告

Bottom Funnel 比較検討・検索

- ◆ 運用型広告
◆ SEO・比較サイト制作運用
◆ インフォーマーシャル
◆ Amazon、楽天運用
◆ LINE、チャットボット

CV最大

CPA提言

CV

RoAS最大化

LTV向上

CRM 継続・愛着

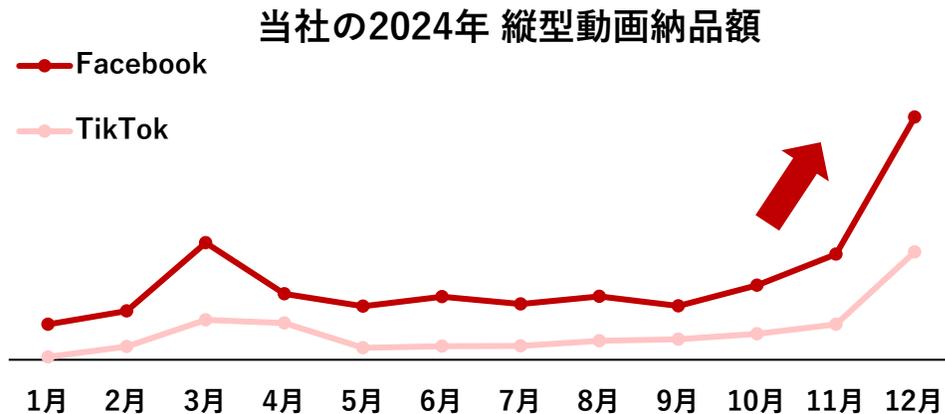
- ◆ CRM分析・設計
◆ 購入者向けコンテンツ
◆ CS運用
◆ キャンペーン運用
◆ 販路開拓支援
◆ キービジュアル撮影

① 当社の縦型動画サービス推移と優位性

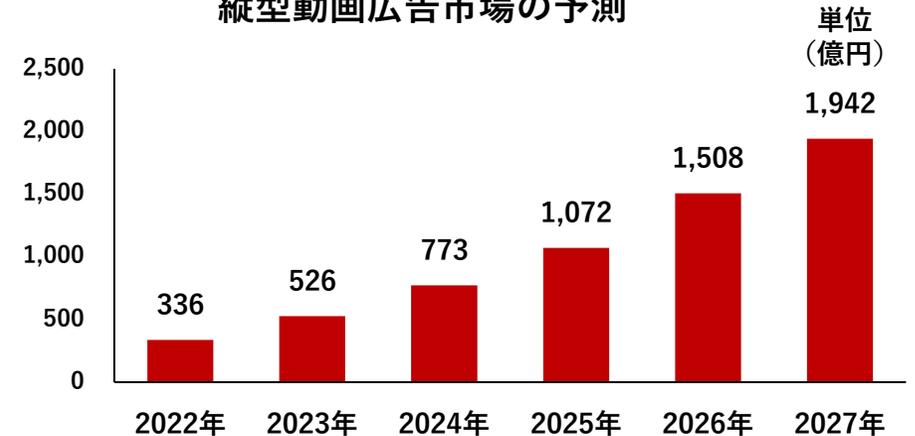
- 各メディアの縦型動画の在庫増大及びアルゴリズム変更により、縦型動画市場の成長が一気に加速することを見込み、当社内の体制構築
- 縦型動画の納品額は2024年期初と比較して、**800%以上の伸張**

縦型動画サービスの社内体制

- ✓ 縦型動画に知見の深いCCO（Chief Creative Officer）が2024年11月より当社に参画
- ✓ Facebook Japanが開催した「Meta Agency First Awards 2024」において、「Planner of the Year」を獲得した当社従業員のナレッジ共有
- ✓ 多数のクリエイターによる縦型動画生産体制
- ✓ 連結子会社のPIATECを含むAIを活用した動画制作効率化



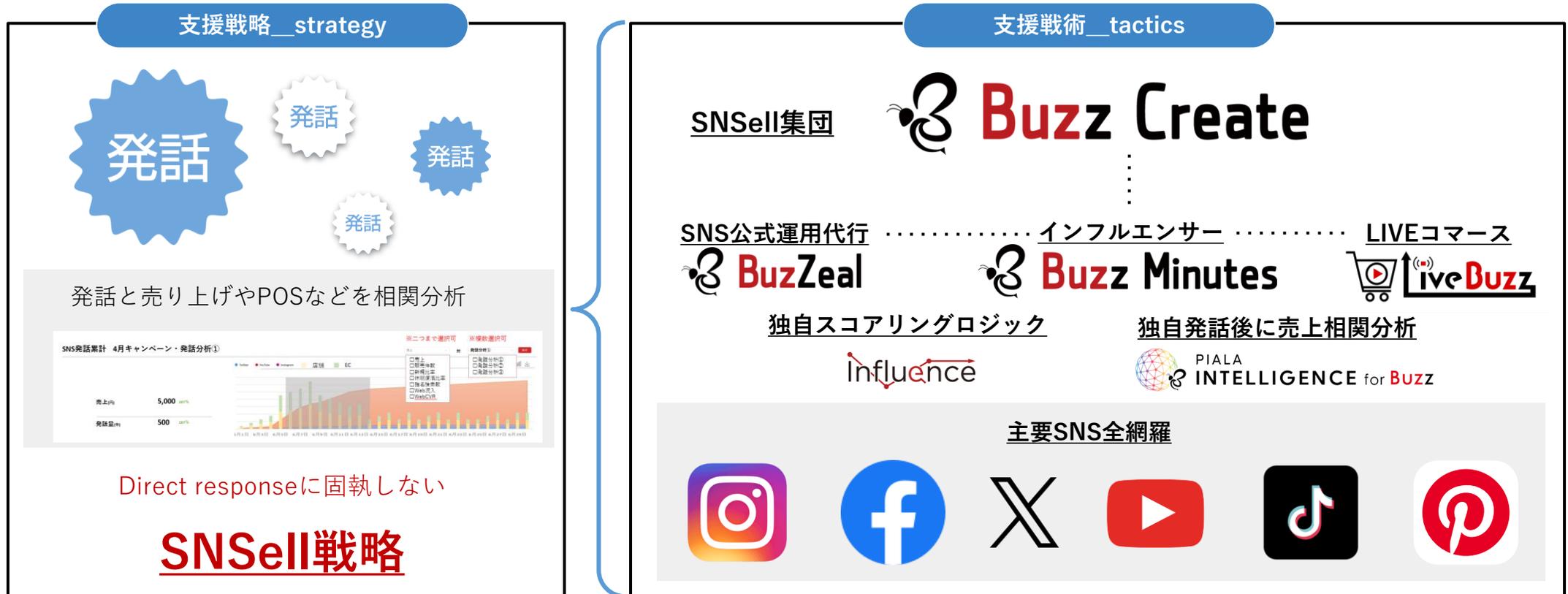
縦型動画広告市場の予測



出典：株式会社サイバーエージェント/株式会社デジタルインファクト
「2023年国内動画広告の市場調査を実施」をもとに作成

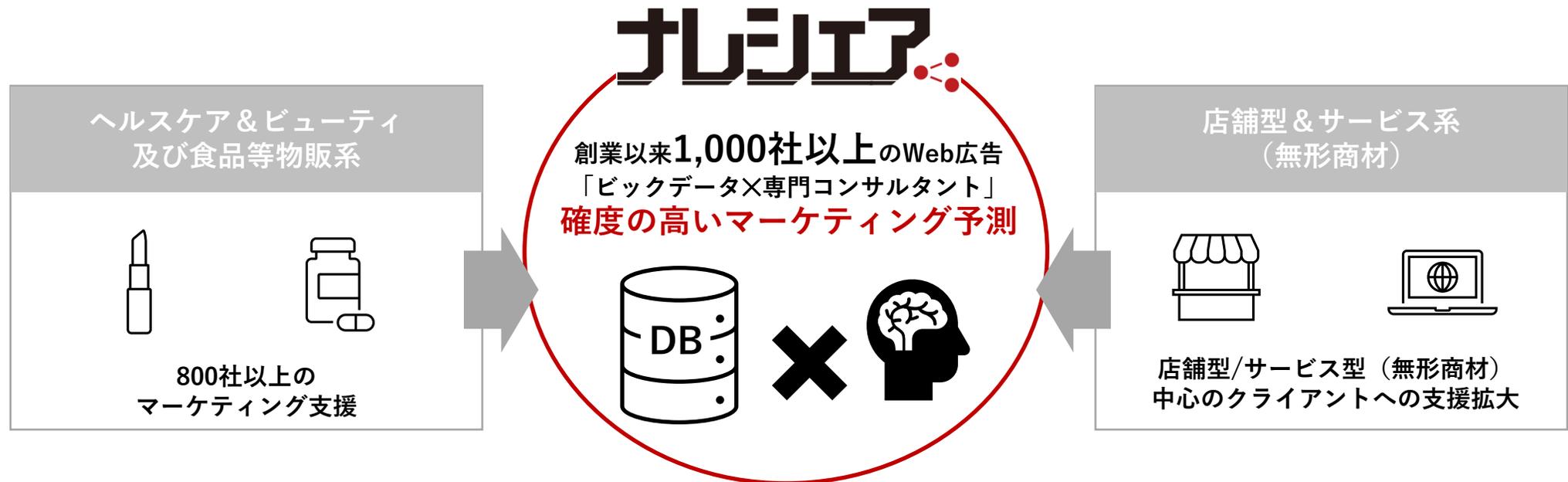
② SNSellマーケティングとは

- コスト増、広告効率悪化によりSNSを使った効率的なマーケティング（NoPaid）が必須に
- PRや口コミ、ユーザーの発話（発する単語）をバズらせ、売上を増加させる戦略を「**SNSellマーケティング**」と命名し認知から共感・理解、購入・ファン化までの鍵として注力
- 一定の発話と売上の相関ができる  **PIALA INTELLIGENCE for Buzz** を武器に収益向上の為のSNS戦略を提供



ナレシェアとは

- データを連携し自社運用やパートナーのノウハウをシェアすることで、あらゆる業種のクライアントに対してもROAS/ROI等の最適化を実現
- クライアントのKPIに合わせた成果報酬サービスの提供が可能
- 大手アフィリエイトASPの連携から、多数のメディアと連携し、動画やインフルエンサー、クリエイターなどあらゆるメディアと各クリエイティブ手法でのご提案が可能
- 生成AI及びAIエージェントを活用した業務効率最適化及びノウハウ再現性の確立へ取り組み中





04 質疑応答