

2026 年 1 月 13 日

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 東証スタンダード)
問 合 せ 先 取 締 役 C F O 松 田 淳
(TEL 03-6362-6831)

成果保証型デジタル運用を TVCM へ拡張
株式会社ピアラ ターゲットリーチ最大化を実現する
TVCM 支援サービスの提供を開始

認知からユーザー獲得、ファン化までフルファネルでダイレクトマーケティングを行う株式会社ピアラ（本社：東京都渋谷区、代表：飛鳥貴雄、以下「当社」）は、TVCMに「誰に・どれだけ・どう届き、その後どう動いたか」までを担保する成果連動型 TVCM 支援サービスの提供を開始しました。デジタル広告で培った成果保証モデルを TVCM へ拡張し、インプレッション数を保証し、視聴後の行動データまで可視化することで、TVCM を「出す広告」から「当てる広告」へ変革します。

本取り組みにより、売上に相関する科学的な TVCM 運用が可能となります。なお、本サービスは提供開始直後から受注実績もあり、お問い合わせも堅調に推移しています。

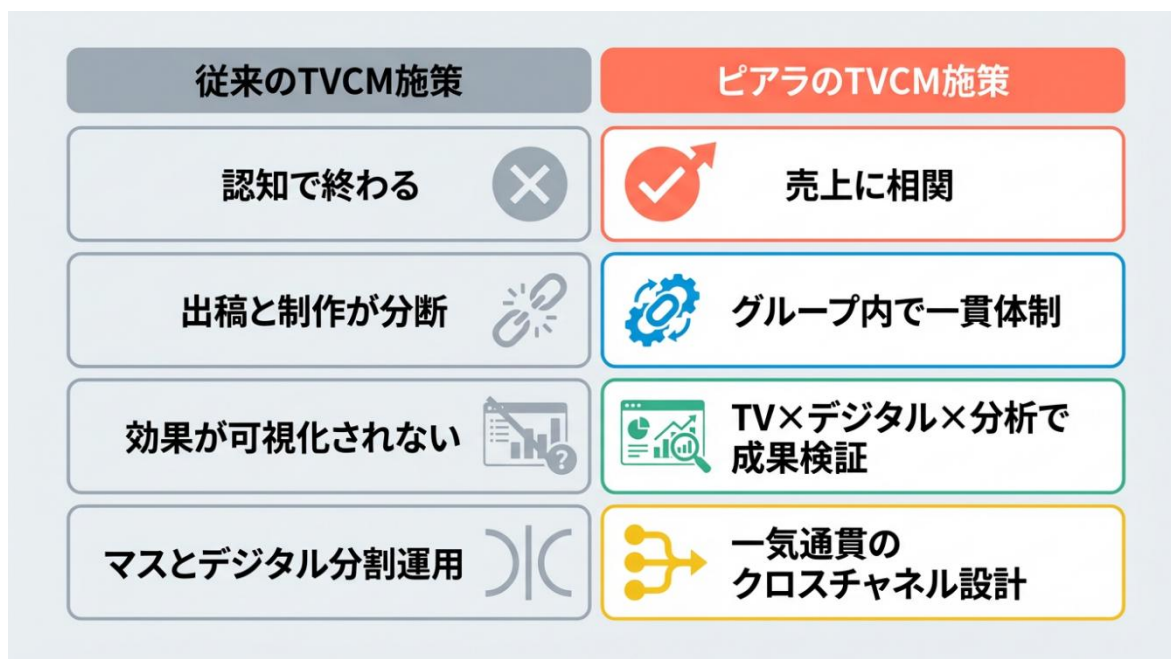
■デジタル飽和で再評価される TVCM、ピアラが「成果保証型運用」で参入

昨今、デジタル広告の飽和や広告単価の上昇、プラットフォーム依存リスクの顕在化により、改めて「テレビ」というマスチャネルが再評価されています。

総務省の「令和 6 年（2024 年）通信利用動向調査」によれば、テレビの世帯保有率は 90.5%と高い水準を維持しており、マスメディアとしての信頼性とリーチ力は依然として健在です。

とりわけ、第一想起の形成やブランド信頼の醸成において、TVCMは最も効率的なチャネルの一つであるという調査結果（Nielsen 等）も出ており、当社ではこのマスの力を活かしたクロスメディア設計を重視しています。

当社では、このマス広告の価値をデジタル文脈でアップデートし、「どのくらい届いたか」「その後どう行動したか」を定量的に把握できる仕組みを構築してまいります。



■成果保証型 TVCM 支援サービスの 5 つの強み

1. デジタルで実績のある成果保証モデルを TVCM へ

当社は、デジタル広告領域において、CPA や ROAS を保証する成果連動型の運用実績を積み重ねてまいりました。本サービスでは、その知見を TVCM に応用し、以下を担保します。

- ✓ インプレッション数の保証：設定したターゲット層に対する露出量（インプレッション数）を担保
- ✓ 視聴後行動データの可視化：CM 放映後の検索行動、サイト流入、CV、売上までを統合分析し、「どう届き、どう動いたか」をデータで提示
- ✓ 成果連動型の料金設計：マス×デジタルを統合して露出量を保証することで、効率の最大化を担保

従来の「枠を買って出稿する」モデルから、「届けたい人に届き、成果につながったかを検証できる」科学的な TVCM 運用へ。これにより、TVCM は認知施策ではなく、事業成長を牽引する投資として機能します。

2. 累計 1,000 本の TVCM 制作実績と AI によるマス×デジタル素材展開

株式会社オニオンは、累計約 1,000 本の TVCM 制作の実績を有し、Web 制作も含めると、直近では年間約 200 本ペースで制作を行っています。これまでに JR 東日本や HARIBO など、広く知られるブランドの TVCM 制作も手がけており、視聴者の記憶に残る表現力とブランド構築力を強みとしています。TVCM の企画・制作を起点に、その素材を SNS や YouTube 向けの縦型動画へ AI で最適化展開することで、マスとデジタルを分断しない一貫したクリエイティブ設計を実現します。

3. 主要キー局との連携によるメディア設計最適化と収益性の向上

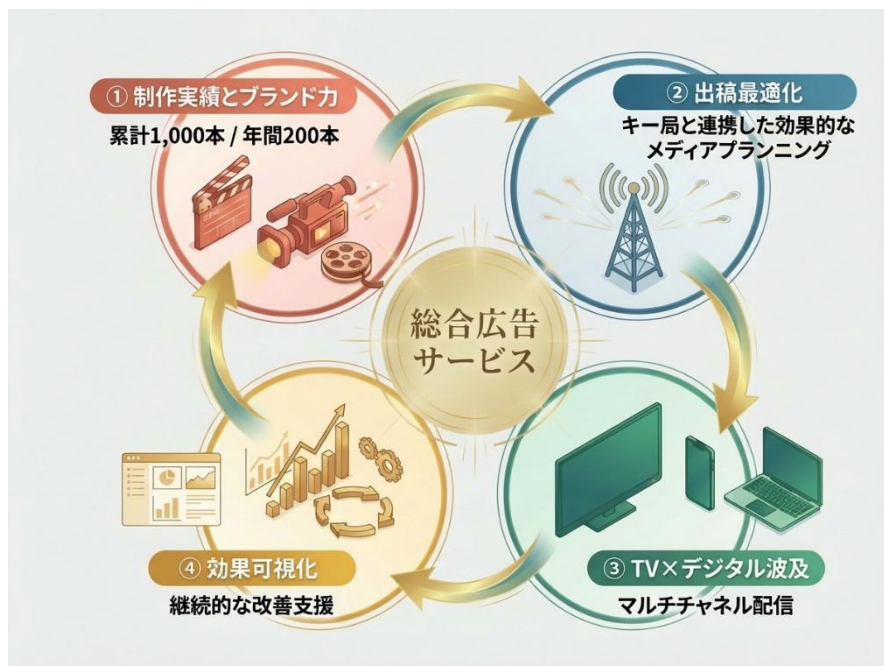
放映枠の設計においては、放送局との綿密な連携を通じて、コスト効率に優れた出稿プランを実現。放送局との綿密な連携体制により、同一予算でもより多く、より精度の高いリーチ設計が可能となりました。広告主の目的に応じて、放映エリア、時間帯、番組特性まで踏み込んだプランニングを行い、費用対効果を最大化する TVCM 出稿を実現します。

4. TVCM・TVer・YouTube・SNS を統合した「認知→CV」一気通貫設計

現在当社では、TVCMに加えて TVer、YouTube、SNS など幅広いデジタル配信チャネルを活用し、マス広告とのシームレスな統合プランニングを展開しています。これにより「認知→検索→流入→CV」までの流れをクロスメディアで一気通貫管理することが可能になります。また、リーチ等の成果型保証サービスも展開しており、費用対効果の高いメディア設計を実現します。デバイス横断・メディア横断の設計により、「最も効率よくリーチが取れる時間・媒体・クリエイティブ」の最適解を提示します。

5. 独自計測ロジックによる CM 視聴後行動の可視化と PDCA 運用

当社独自の計測ロジックにより、CM 視聴後の検索行動、サイト流入、CV、売上データを統合的に分析します。これにより、「TVCM がどれだけ売上に寄与したのか」を可視化し、次回出稿設計やクリエイティブ改善、配信戦略へと反映することで、継続的に成果を高める運用モデルを構築します。



■マス×デジタル統合運用で「伝えたい思い」を「届いて響く成果」へ

本取り組みは、マス広告とデジタル広告を一体で運用する「統合型広告戦略」への第一歩です。当社グループが目指すのは、TVCM を単なる認知施策にとどめることなく、事業成長に直結する投資として機能させることです。

制作・出稿・検証・改善までを一体で設計し、“伝えたい思い”を“届いて響く成果”へと変える、

次世代型の広告運用を実現します。

今後も当社グループは、クリエイティブ・メディア・効果分析を一体化した運用体制を強化し、TV 広告の一次代理店として「出すべき広告」と「出すべきメディア」を科学的かつ柔軟にご提案できる環境を構築してまいります。

テレビとデジタル、制作と効果検証、戦略と運用を横断的に統合できる当社グループは、広告主のブランド価値と事業成果の最大化に貢献し、“広告業界の新たなブランドパートナー”として、これからの広告の在り方をリードしてまいります。

【株式会社ピアラ 会社概要】

商 号 : 株式会社ピアラ
代 表 者 : 代表取締役社長 飛鳥 貴雄
所 在 地 : 〒150-6013 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
設 立 : 2004 年 3 月
事 業 内 容 : 1. EC マーケティングテック事業 2. 広告マーケティング事業
資 本 金 : 50 百万円 (2025 年 9 月末)
証 券 コー ド : 東京証券取引所スタンダード市場 (証券コード : 7044)
関 連 会 社 : 比智 (杭州) 商貿有限公司、PIATEC (Thailand) Co., Ltd.、
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、株式会社オニオン
U R L : <https://www.piala.co.jp/>

【株式会社オニオン 会社概要】

商 号 : 株式会社オニオン
代 表 者 : 代表取締役 川田 直美
所 在 地 : 〒108-0072 東京都港区白金 2-5-12
設 立 : 2002 年 3 月 12 日
事 業 内 容 : ・ TVCM、WEB プロモーション映像の企画及び制作
・ VR、AR 等の企画及び制作
・ MV の企画及び制作
・ GRAPHIC 広告の企画及び制作
・ WEB、SNS プロモーション及び運用
資 本 金 : 35 百万円
U R L : <https://www.onionion.co.jp/>

本リリースに関するお問合せ 株式会社ピアラ 広報室 : 本山
e-mail: press@piala.co.jp / TEL : 03-6362-6833