

ピアラグループの新たな挑戦

株式会社オニオン M&Aによる総合広告領域のイノベーション

AIと想いでつくる。 PIALA

CREATING WITH AI AND PASSION

株式会社ピアラ 2025年11月20日

○ 広告業界は今、大きな転換期を迎えている

従来型の広告手法では通用しない時代へ



01.デジタル化の進展

マス広告の限界

効果測定が困難でROIが不明確。若年層のテレビ・新聞・雑誌離れが加速し、高額な出稿費に見合う効果を得られない。コストパフォーマンスの悪化が顕著になっている。



02.AI化の波

代理店の価値が問われる

Google広告やMeta広告はAIが自動最適化。単なる運用代行では差別化できず、クリエイティブもAIで制作可能に。戦略立案とクリエイティブの本質が問われている。

◎ 広告・マーケティング業界は今、大きな転換期を迎えている

従来型の広告手法では通用しない時代へ



03.インハウス化の台頭

広告主の自立

企業が自ら広告を作れる時代に。戦略立案とクリエイティブの質が問われ、中間マージン削減による効率化が進む。代理店を通す意味が改めて問われている。



04.消費者意識の変化

「広告嫌い」世代の増加

若年層を中心に広告を信用しない・無視する傾向が強まる。過剰なターゲティングへの不信感、ステルスマーケティングやフェイク広告の増加により、信頼性が問われている。

「数値重視」だけでなく「信頼・共感・共創」へ。新しい価値創造が求められている。

◎ 変革期における3つの課題と、ピアラグループの解決策

3つの業界課題

01.効果が見えない

マス広告の効果測定が困難。
ROIが不明確で投資判断ができない。

02.クリエイティブの質が問われる

AI自動化時代に人間の創造性が重要に。
「想い」や「共感」を生むクリエイティブが必要。

03.短期志向の罠

数値重視でブランド構築が軽視される。
認知から購買までの一貫性がない。

ピアラグループの勝ち筋

01.結果を出せる仕組み

フルファネルでのデータドリブンマーケティング。
認知から購買、CRMまで一気通貫で効果を可視化。
KPI保証やバズ売れ再現性も（Retail Spark）

02. AI × クリエイティブ

テクノロジーと人間の想いの融合。
データと情熱、戦略と芸術の交差点で新しい価値を創造。

株式会社オニオンとの連携の根幹

03.ブランディング × ダイレクト

認知から購買まで、効果のある施策に。短期的成果と長期的資産構築の両立を実現。企業のブランドパートナーへ

結果 × AI × クリエイティブ = ピアラグループの新しい価値

Q なぜ今、株式会社オニオンなのか

総合広告領域のリストラクチャーへ

株式会社オニオンの4つの強み



圧倒的なクリエイティブ力

TVCM、WEB CM、VR/AR等の幅広い制作実績。
30名のクリエイター集団として多数の大手クライアントとの実績。



JOYFULL精神

「楽しむ力こそが、現実を変える最強の力だ」。
人間の個性とアイデアで、今と未来をもっとおもしろくする理念。

パフォーマンス重視

KPI設定からROAS測定まで一気通貫。
CPAだけでなく、ROASまで読み込んだパフォーマンス測定が可能。 **ピアラ連携**



企画・制作・運用までグループで内製化

30名のプロフェッショナル集団。
企画・映像制作に加え、ピアラグループでメディア運用までフルサポート。

M&Aの戦略的意義

01. ブランディング領域への本格参入

Upper Funnel（認知・喚起）からのフルファネル対応が可能に。

02. クリエイティブとダイレクトの融合

ブランディングにダイレクトマーケティング要素を加えて効果のあるものに。

03. 総合広告領域のリストラクチャー

マス×デジタル、ブランディング×パフォーマンス、AI×想いを統合。

AIと想いで、つくる。 PIALA

「AI がいうから、その通りにしよう」
まさに訪れようとする、そんな世の中。
でもイノベーションは、いつだって人が生み出してきた。

広告やマーケティングは、いま大きく変わろうとしている。
AI に任せるだけの会社なんて、真っ先に飲み込まれる。

だから私たちは、想いを武器にする。
論理と感性、データと情熱、戦略と芸術。
新しいマーケティングは、きっとその交差点から生まれる。

AI と想いで、つくる。PIALA

◎ フルファネルで、ブランディングから成果まで一気通貫

売上を最適化する
「ダイレクトマーケティング中心」

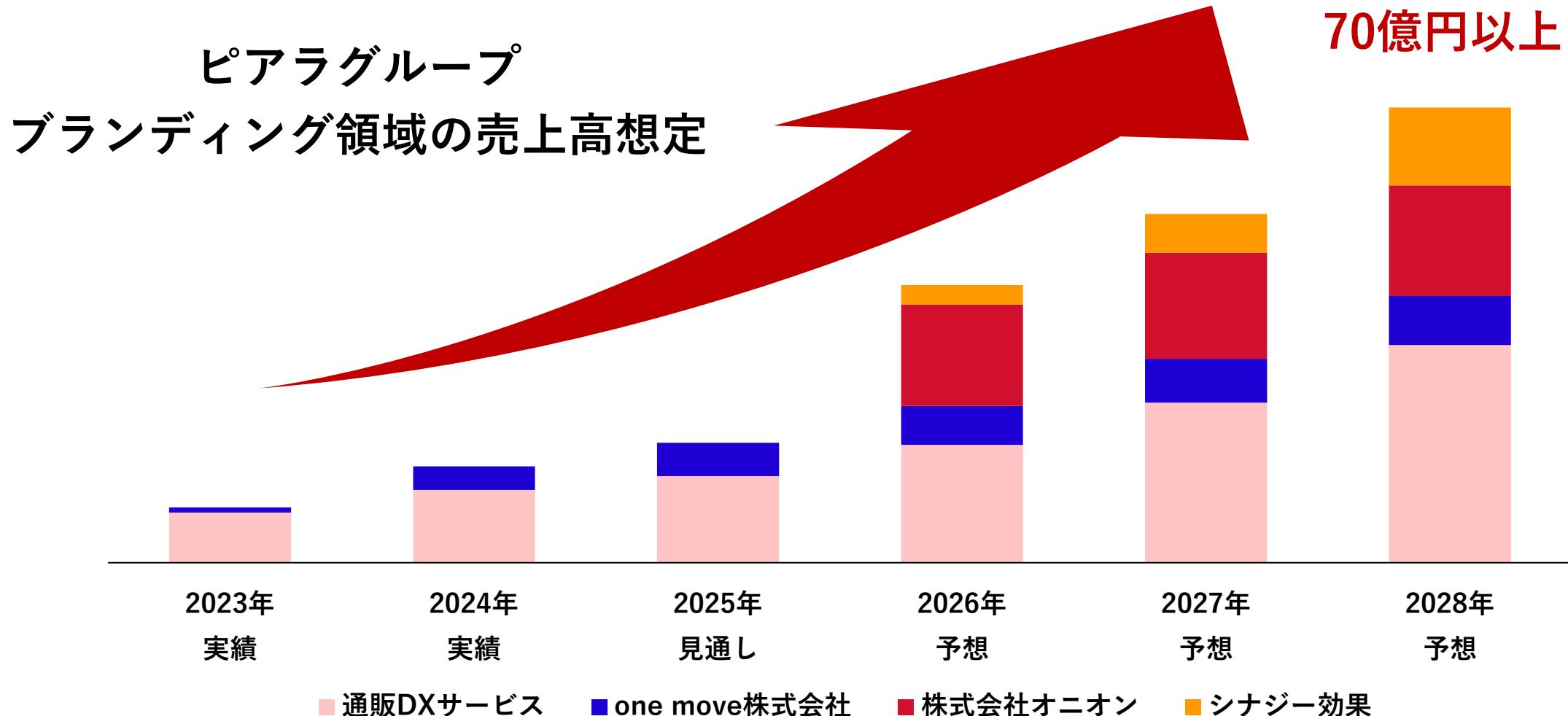
これから

ブランド価値を資産化する
「トータルファネル型ブランド支援」へ

領域	ピアラ	株式会社オニオン	シナジー効果
データドリiven	フルファネル可視化 AI・PDCA	—	"売れる理由"の科学化
ブランディング	—	ブランド戦略 コンセプト構築	"愛される理由"の体系化
共創価値	—	—	"バズ×ブランド"の同時実現

売上をつくる“仕組み” と、ブランドを育てる“物語”

○ ブランディング領域の成長拡大



※one move株式会社は2023年8月に子会社化

※株式会社オニオンは2026年から連結業績に取り込む想定



相乗効果の実現と、3年で70-100億円の成長へ

すでに始まっている成果と、明確な成長ロードマップ

すでに動いている相乗効果

01. 株式会社オニオンの制作によるピアラのCM等 バイイング実現

株式会社オニオンのクリエイティブ力を活用し、
ピアラがメディアバイイングを担当。

02. 株式会社オニオン制作クライアントからの デジタル領域提案獲得

株式会社オニオンのクライアントに対し、ピアラの
SNS運用やデジタルマーケティングを提案。クロス
メディアで一気通貫提案が可能に。

03.クリエイティブ×データドリブンの融合案件増加

株式会社オニオンのクリエイティブとピアラのデータ
分析・運用ノウハウを組み合わせた案件が増加。「感
動するクリエイティブ」と「結果を出す運用」の両立
を実現。

成長戦略

ブランディング領域での売上目標

70～100億円

最低3年でブランディング領域での売上を大きく伸ばし、
総合広告領域としての新しい地位を確立

ピアラグループの成長エンジン

1社あたり取引高の向上

フルファネル提案によるクロスセル拡大

既存クライアントへのアップセル

ブランディング重視企業への新規開拓

統合ソリューションの提供



総合広告領域に、新しいイノベーションを

株式会社オニオン M&Aで実現する、売上再成長と利益拡張

01.業界変革期のリーダーへ

結果 × AI × クリエイティブで新しい価値を創造。データドリブンな仕組み、テクノロジーの力、人間の創造性と想いを融合し、業界をリードする存在に。

02.売上の再成長

プランディング領域で3年70-100億円の売上を目指し、ピアラグループ全体の成長を加速。フルファネル対応による高付加価値サービスで利益率も向上。

03.持続的成長モデル

認知から購買、CRMまで一気通貫で対応し、1社あたりの取引高を大きく拡大。既存クライアントへのクロスセル、新規市場開拓で持続的成長を実現。

ピアラグループは、株式会社オニオン M&Aを通じて、
総合広告領域における新しいイノベーションを起こし、
売上の再成長と利益拡張を実現します。

AIと想いでつくる。PIALA

「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。