

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)

株式会社ピアラ 最低限のIMPを保証し、最大化は共感で狙う 新サービス「Brand Spark」始動

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、共感される企画を起点にブランドストーリー/メッセージを連鎖させ、広告費を超える影響力の創出を目指すブランドマーケティングサービス「Brand Spark（ブランドスパーク）」の提供を開始しました。

Brand Sparkは、TV・TVer・SNS等のペイド施策を通じて、最低限のインプレッション（以下、IMP）を確実に担保しながら、企画やブランドストーリーへの共感を起点に、自然発生するオーガニックなIMPの最大化を狙う設計思想のブランドマーケティングサービスです。

※共感によるオーガニックIMPは保証されるものではありません。

BRAND SPARK



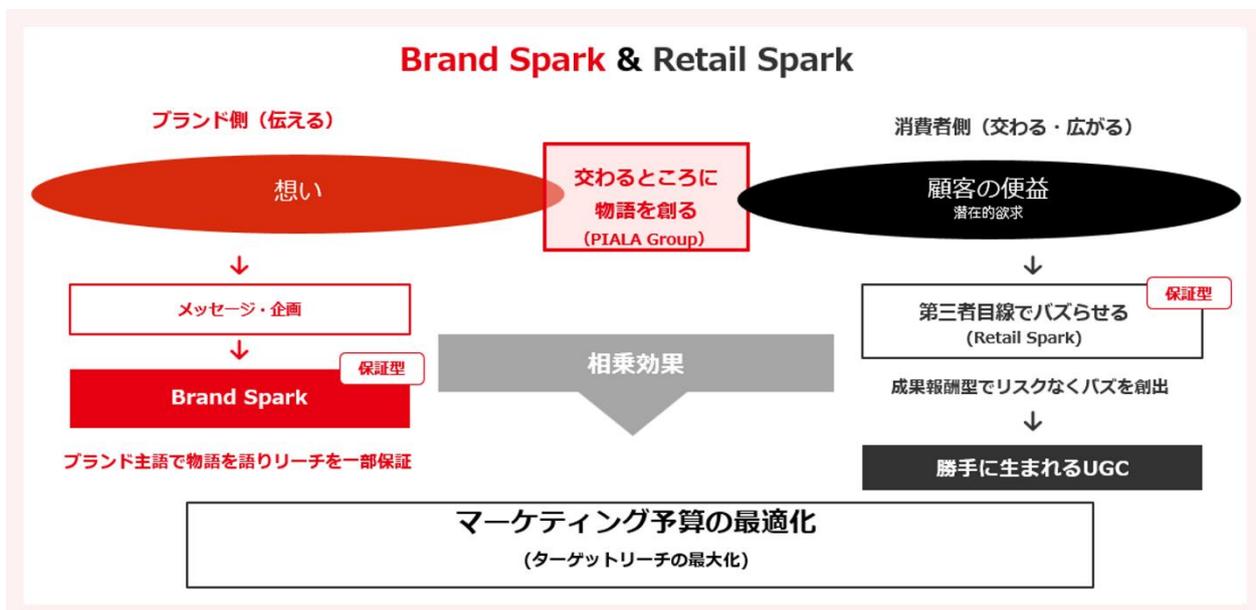
■Brand Sparkとは

— 最低限のIMPを保証（リーチマックス）し、最大化を共感で狙うブランドマーケティング

Brand Sparkでは、ブランド目線で最低限のIMPを保証する独自のリーチ最適化ロジック「リーチマックス（Reach Max）」と、第三者目線でUGC創出を成果保証する「Retail Spark」を組み合わせることで、最低限“保証するIMP”を確実に担保します。

従来の広告施策では、配信して終わり、見せて終わりとなるケースが少なくありませんでした。

Brand Spark は、ペイド広告を“終点”ではなく“起点”と捉え、確実に届ける設計と、共感によって広がる設計を両立させることで、広告費を超える影響力の創出を目指します。



■保証できる IMP と、最大化を狙う IMP の役割分担

「Brand Spark」では、ブランドの想いや背景を企画・メッセージに落とし込み、TVCM・TVer 広告などのペイド施策を独自ロジック「Reach Max」で最適化。その上で、SNS で UGC を創出する Retail Spark と掛け合わせることで、ブランドストーリーと共感を起点とした UGC やメディア露出の発生を狙います。

【Reach Max】最低限の IMP を保証するためのリーチ最適化ロジック

TV・OTT・Web・SNS 広告を横断し、ターゲットリーチ効率を最大化することで、ペイド施策における費用対効果を最適化します。

【Brand Spark】ブランドストーリー・メッセージを成果保証で届ける設計

TVCM・TVer・OTT・SNS 広告を通じて、ブランドの想いや背景を確実に伝達します。

【Retail Spark】第三者目線の UGC 創出と拡散を担う設計

UGC 創出を成果保証で実現し、第三者目線でのバズを生み出し、メディア露出や二次拡散を通じて、共感による IMP の最大化と、費用対効果の向上につなげます。

■共感の最大化は偶然に任せない。データ×インフルエンサーによる拡散設計

過去に提供してきたインフルエンサー活用サービス「Influence」および、データ分析・購買可視化サービス「PIALA Intelligence」の知見を活用し、誰に、なぜ届き、どう広がるのかを前提にしたストーリー設計を行います。

単なる露出や機能訴求ではなく、「語りたくなる広告」「勝手に広がる構造」を意図的に設計することで、共感起点のインプレッション発生確率を高めます。

📺 独自ルートによるTV×TVer良質枠の獲得
 通常のルートでは確保が難しい、視聴質が高く反響の見込めるTV枠を独自ルートでバイイング可能。

👤 独自ロジックInfluenceによる高品質なSNS拡散
 単なる拡散ではなく、有効リーチの高いインフルエンサーを活用し、共感を呼ぶプロモーションを実現。

📈 Imp効率を最大化する独自ロジック“ReachMax”
 独自の最適化アルゴリズムにより、最小のコストで最大のターゲットリーチを実現する配信設計。

🗣️ 独自データの取得による購買計測
 PIALA Intelligenceを活用し、認知施策経由の直接的な購買効果を可視化・分析。

💡 メディアミックスした再生保証型プランで売りにつながるマーケティングを提供

本当に届けたい人により効率的に届ける独自ロジックで **最大70%の効率改善** を実現します

■プラン例

トライアルプラン（600万円）では、通常のTV広告換算で約900万円相当のリーチを実現しながら、SNS・インフルエンサー施策を組み合わせることで、広告費を超える影響量の創出を狙います。

※ プロモーションのフェーズや目的、ご予算に応じて、最適なチャネル構成を柔軟に設計いたします。詳細はお問い合わせください。

| | Trial PLAN | Standard PLAN | Premium PLAN |
|------------|--|---|--|
| ご予算 | 6,000,000円 | 20,000,000円 | 50,000,000円 |
| 通常のTV発注で換算 | 900万円相当(65PRP) | 3,600万円相当(250PRP) | 8,600万円相当(615PRP) |
| 想定Imp数 | 合計：5,900,000回 | 合計：22,020,000回 | 合計：57,770,000回 |
| Imp内訳(目安) | 地上波×TVer： 3,200,000回～ Retail Spark： 2,700,000回～ | 地上波×TVer： 13,320,000回 Retail Spark： 8,700,000回 | 地上波×TVer： 45,320,000回 Retail Spark： 12,450,000回 |
| imp単価/cpm | @~1.02円/~1017円 | @~0.91円/~908円 | @~0.87円/~866円 |

■今後の展開

今後は、TV・デジタル・SNSを横断した複数プランの提供を予定しており、ブランドフェーズや目的に応じた柔軟な設計を可能にしていきます。

なお、当社では、クリエイティブエージェンシー株式会社オニオンの子会社化をはじめとした企画・制作機能の強化を進めており、ブランド戦略からコンテンツ制作、配信設計までを一気通貫で提供できる体制を構築しています。Brand Sparkは、こうした組織強化を背景に生まれたサービスであり、今後さらなる進化を予定しています。

広告の役割は、もはや「見せること」ではなく、語られるきっかけをつくることへと変化しています。Brand Sparkは、ペイドで確実に届け、ストーリーで共感を生み、広告費を超える影響力へと拡張する新しいブランドマーケティングのスタンダードを提案します。

【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/>

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