

マーケット > 企業業績・財務 > 経営トーク > 記事

ピアラの飛鳥社長「越境ECを成長の柱に」

2018/12/11 18:10 | 日本経済新聞 電子版

インターネット通販（EC）事業者に対し、新規顧客獲得などに向けたマーケティング活動を支援するピアラが11日、東証マザーズに上場した。初値は5030円と公開価格（2550円）の約2倍で終値は4190円だった。東京証券取引所で記者会見した飛鳥貴雄社長は「急成長する越境ECを第二の成長の柱にしたい」と語った。主なやり取りは以下の通り。

——初値が公開価格を大きく上回りました。

「市場に期待していただいていると感じる。美容、健康領域のマーケティング支援企業として業界首位になれるよう、業績を上げたい」

——事業の特徴を教えてください。

「支援先企業の予算のポートフォリオを組む。広告出稿でヤフー、フェイスブック、LINEをどんな比率にするかといったことだ。これまで600社以上を支援し、商品の価格や特性、キャンペーンなどと販売実績を全て人工知能（AI）に学習させている。類似商品のデータも活用する」

「手数料ではなく成果報酬型の収益モデルをとっているため、顧客に試してもらいやすい。ここ数年で顧客企業が年15～20%ずつ増えている。大手企業には未上場企業とデータのやりとりをしないところもある。上場によってデータの安全性やガバナンスの体制が整っていることを示したい」

——今後の成長戦略は。

「中国やタイで越境ECや現地ECの構築、運用支援を始めている。日本の製品は安全面で海外消費者の評価が高く、近年では有名ブランドでなくても売れるようになっている。世界の越境EC市場は急拡大する見通しで、第二の成長の柱にしたい」



⊕ 画像の拡大

上場記者会見に臨むピアラの飛鳥貴雄社長（11日午後、東証）

——上場で得た資金の使い道や株主還元策について教えてください。

「AIの学習を進化させるために投資する。今は商品特徴などの数学的な学習が主体だが、今後はテキストや画像の学習に注力する」

「まだ利益剰余金がマイナスのため配当ができる段階ではないが、来期以降の早い段階で実施できるようにしたい」

(森国司)