

Cyber Buzz

2020年9月期 通期決算説明資料

株式会社サイバー・バズ
証券コード：7069

Cyber Buzz
当社は『**デジタルの口コミ**』という社名の
インフルエンサーマーケティングの会社です。

- **01 2020年9月期 通期決算概要**
- **02 2021年9月期 業績予想**
- **03 価値創造の取り組み**
- **04 サイバー・バズについて**

Chapter 01

2020年9月期 通期決算概要

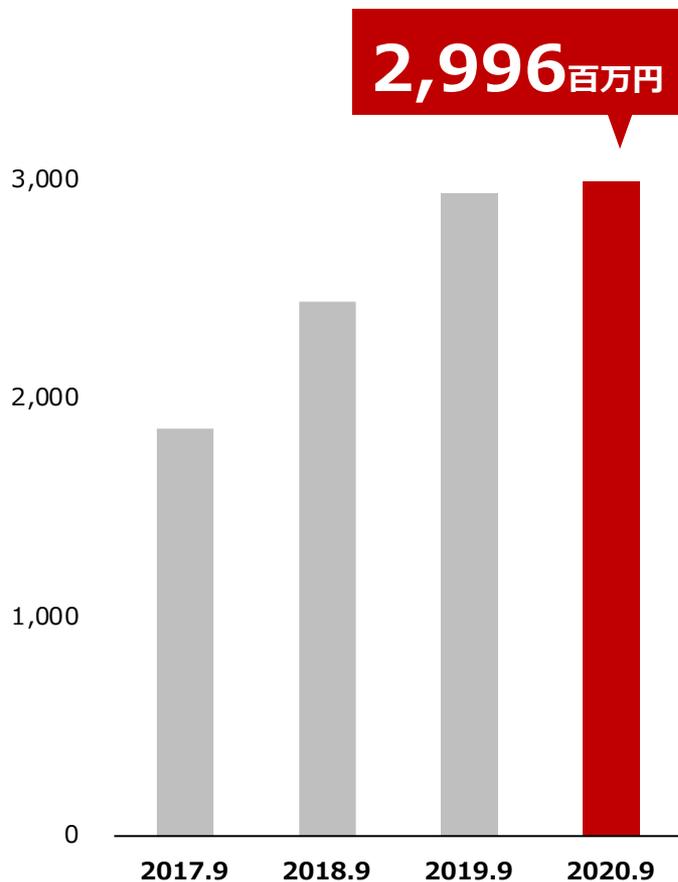
業績ハイライト

連結売上高はYonYで微増となるも
積極的な人材採用による人件費の増加、本社移転費用の発生により減益

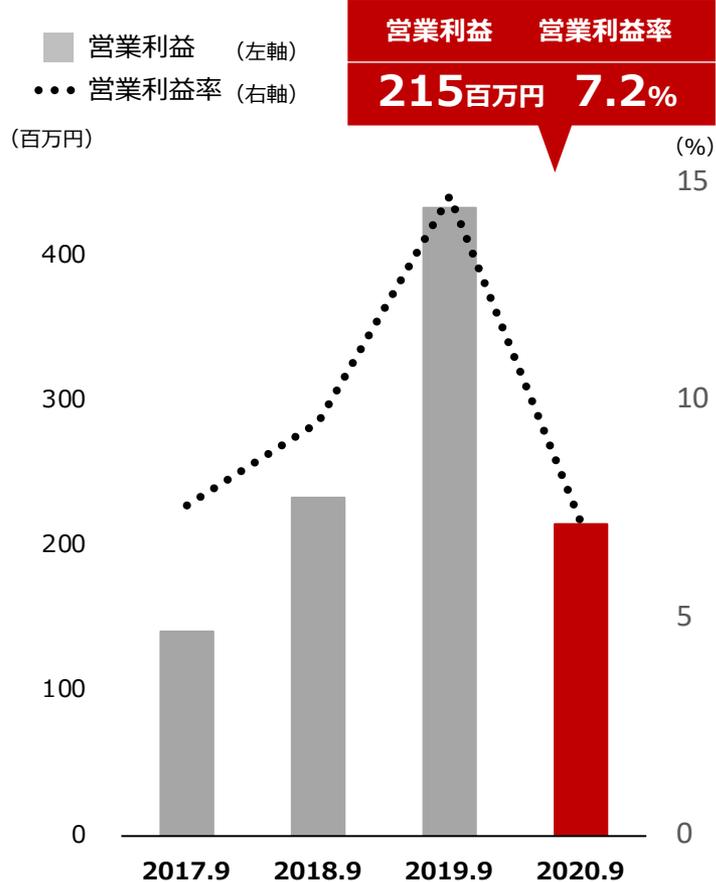
| 単位：百万円 | 2019年9月期 通期実績 | 2020年9月期 通期実績 | YonY成長率 |
|--------|------------------|------------------|---------|
| 売上高 | 2,944 | 2,996 | +1.8% |
| 営業利益 | 433 | 215 | -50.4% |
| 経常利益 | 411 | 204 | -50.3% |
| 当期純利益 | 276 | 168 | -39.2% |
| EPS | 90.39円 | 45.72円 | -49.4% |

業績の推移 -売上高は微増となるも減益-

通期売上高 (百万円)



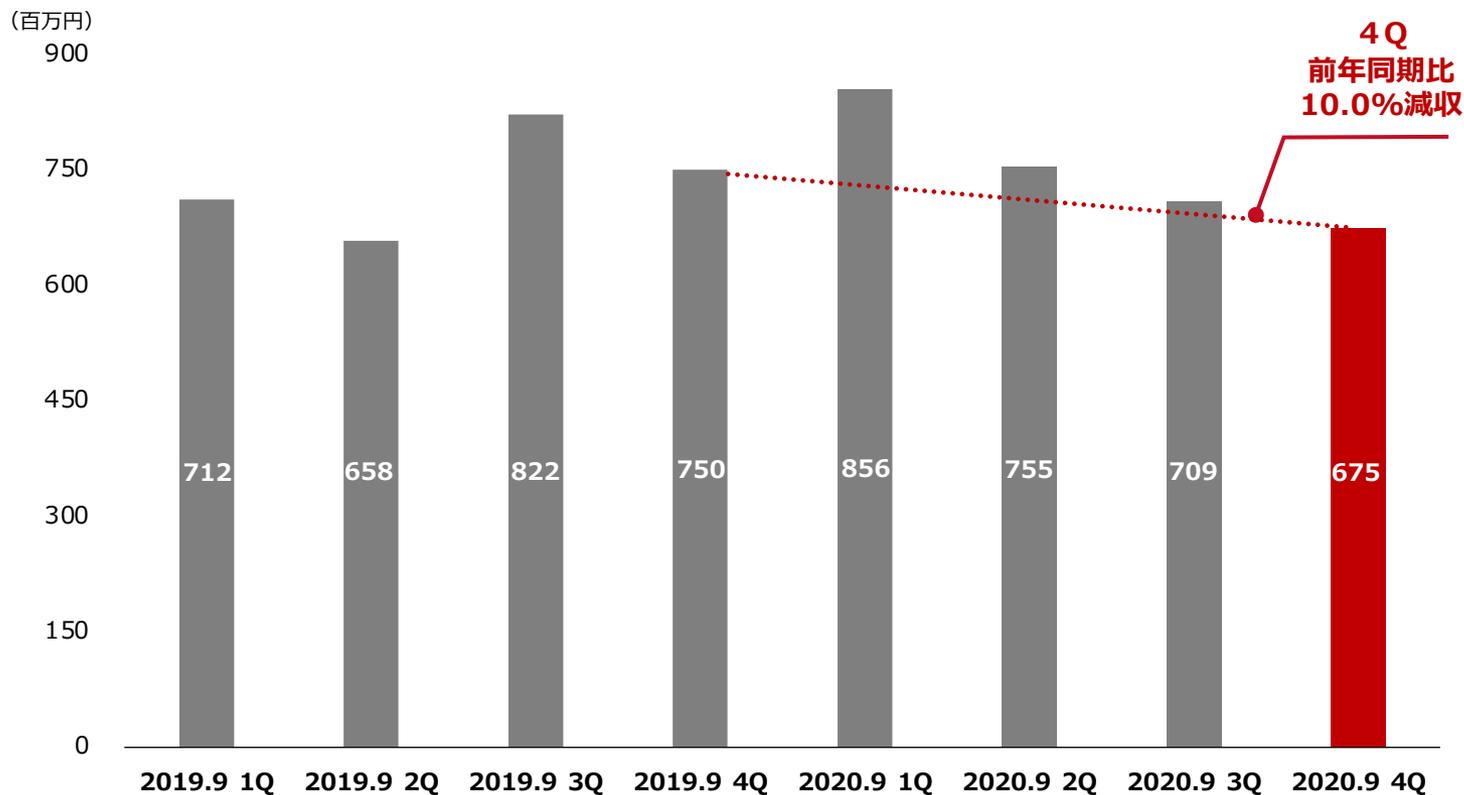
営業利益 営業利益率



業績ハイライト

連結売上高

新型コロナウイルス感染症の影響により、
前年同期比では10.0%減収



サービス別売上高サマリー

新型コロナウイルス感染症の影響を受けるも、
子会社（glamfirst）を除き、前年同期比を上回る



 **インフルエンサーサービス**
売上高 ▶ 1,330百万円 YonY **↑3.8%**

 **SNSアカウント運用**
売上高 ▶ 440百万円 YonY **↑40.6%**

 **インターネット広告代理販売**
売上高 ▶ 1,038百万円 YonY **↑21.4%**

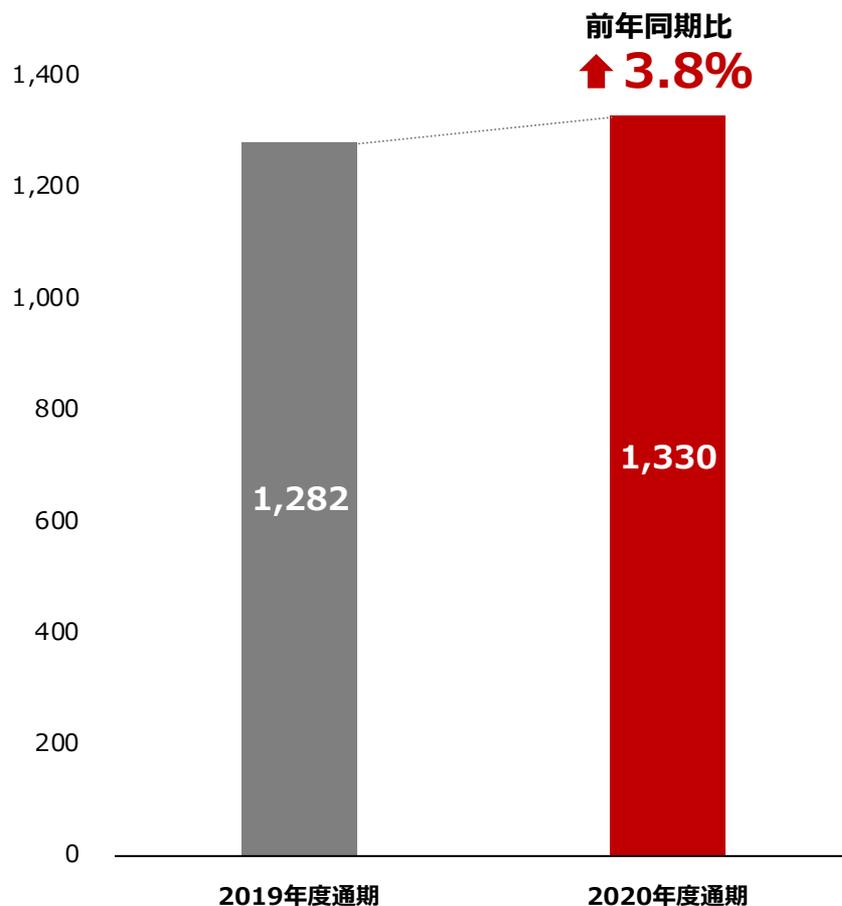
 **glamfirst**
売上高 ▶ 187百万円 YonY **↓62.0%**

インフルエンサーサービス 新型コロナウイルス感染症の影響を受けたものの 増収を維持

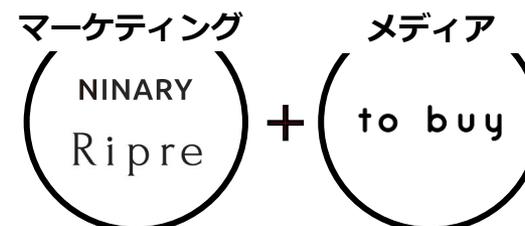
2020年度通期実績



インフルエンサーサービス 2020年9月通期売上高 (百万円)



—— インフルエンサーサービス ——



point ▶ 成長の理由

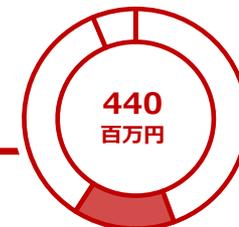
YonYで案件数増加

point ▶ 4Qの特徴

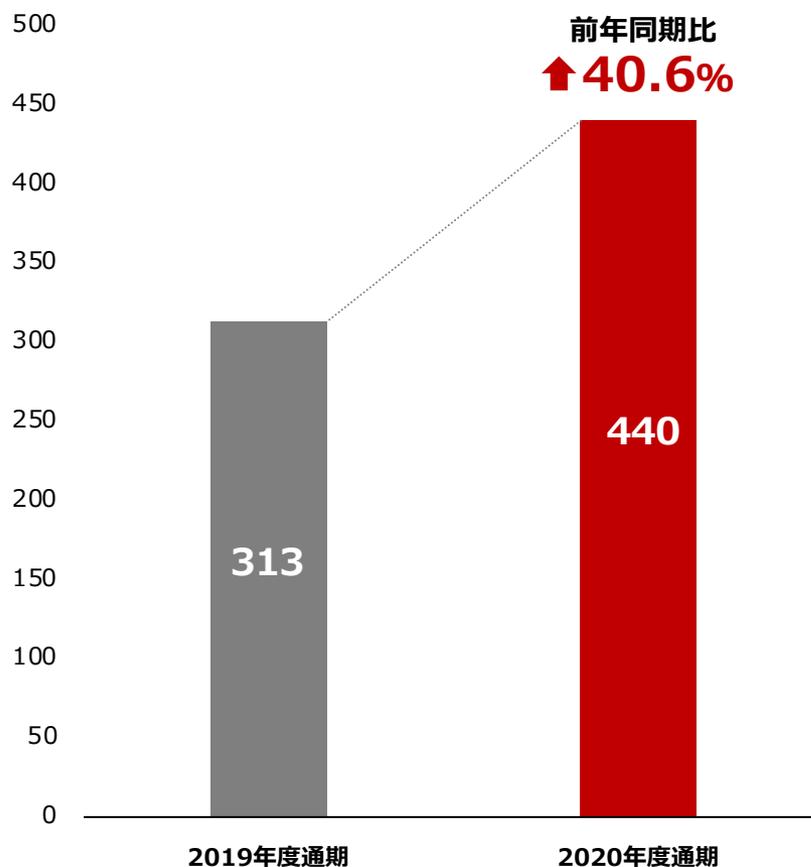
3Qに引き続き新型コロナウイルス感染症の拡大により
主要顧客の広告費削減による受注減

SNSアカウント運用 新型コロナウイルス感染症の影響を軽微に抑え 大幅増収

2020年度通期実績



SNSアカウント運用 2020年9月期通期売上高 (百万円)



point 成長の理由

- 1 案件単価及び案件数ともに増加
- 2 企画やクリエイティブ等のオプション増加
- 3 宮崎オフィスの運用体制強化

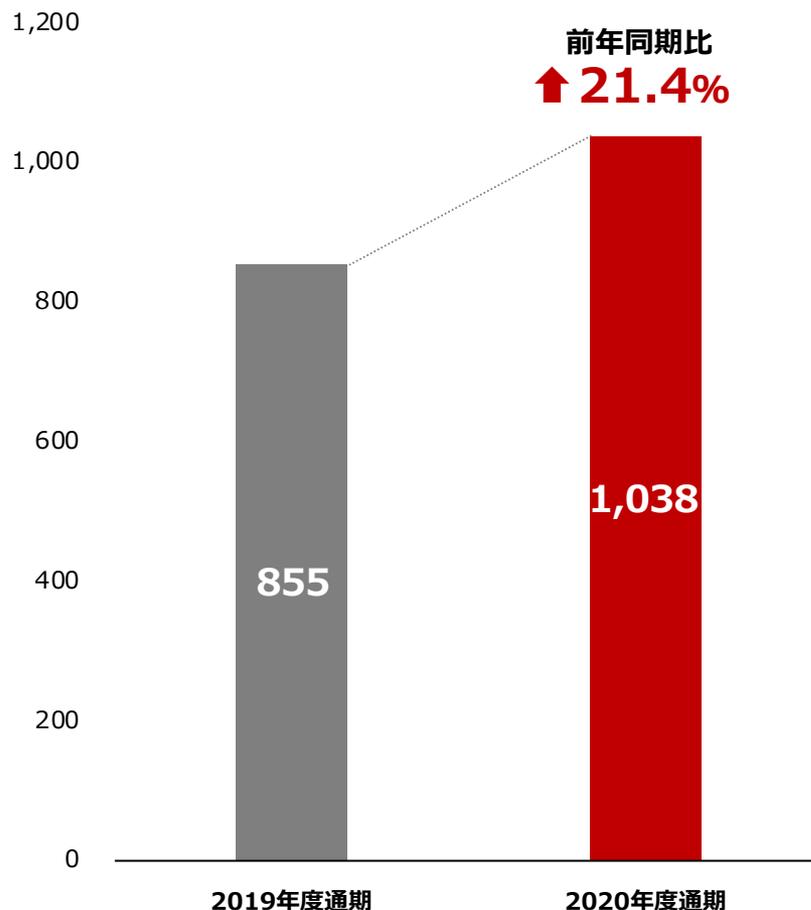
point 4Qの特徴

SNSアカウント運用は継続性の高い事業のため、新型コロナウイルス感染症による広告費削減の影響も軽微

インターネット広告代理販売 コロナ禍においてEC市場が急速に活発化 SNS運用型広告の受注拡大により増収

インターネット広告代理販売 2020年9月期通期売上高 (百万円)

2020年度通期実績



point 成長の理由

Instagramを中心としたSNS運用型広告の受注増。
受注継続率・顧客数も共に増加。

point 4Qの特徴

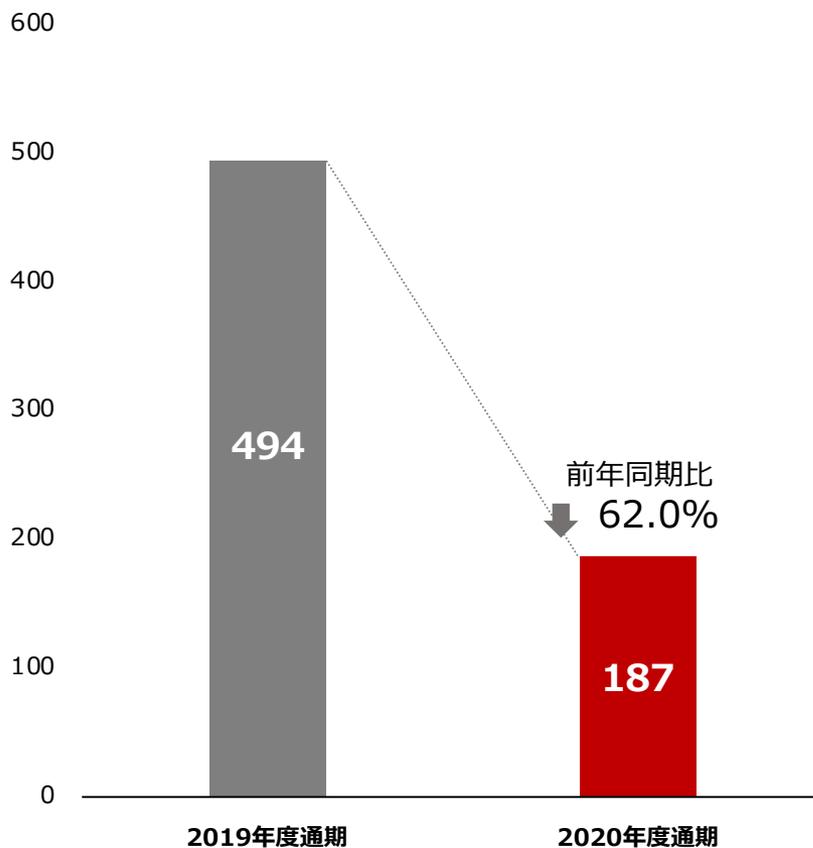
EC市場の活発化により、EC・通販系顧客からのSNS運用型広告の受注が拡大。

glamfirst 吸収合併に伴う案件移管により減収

2020年度通期実績



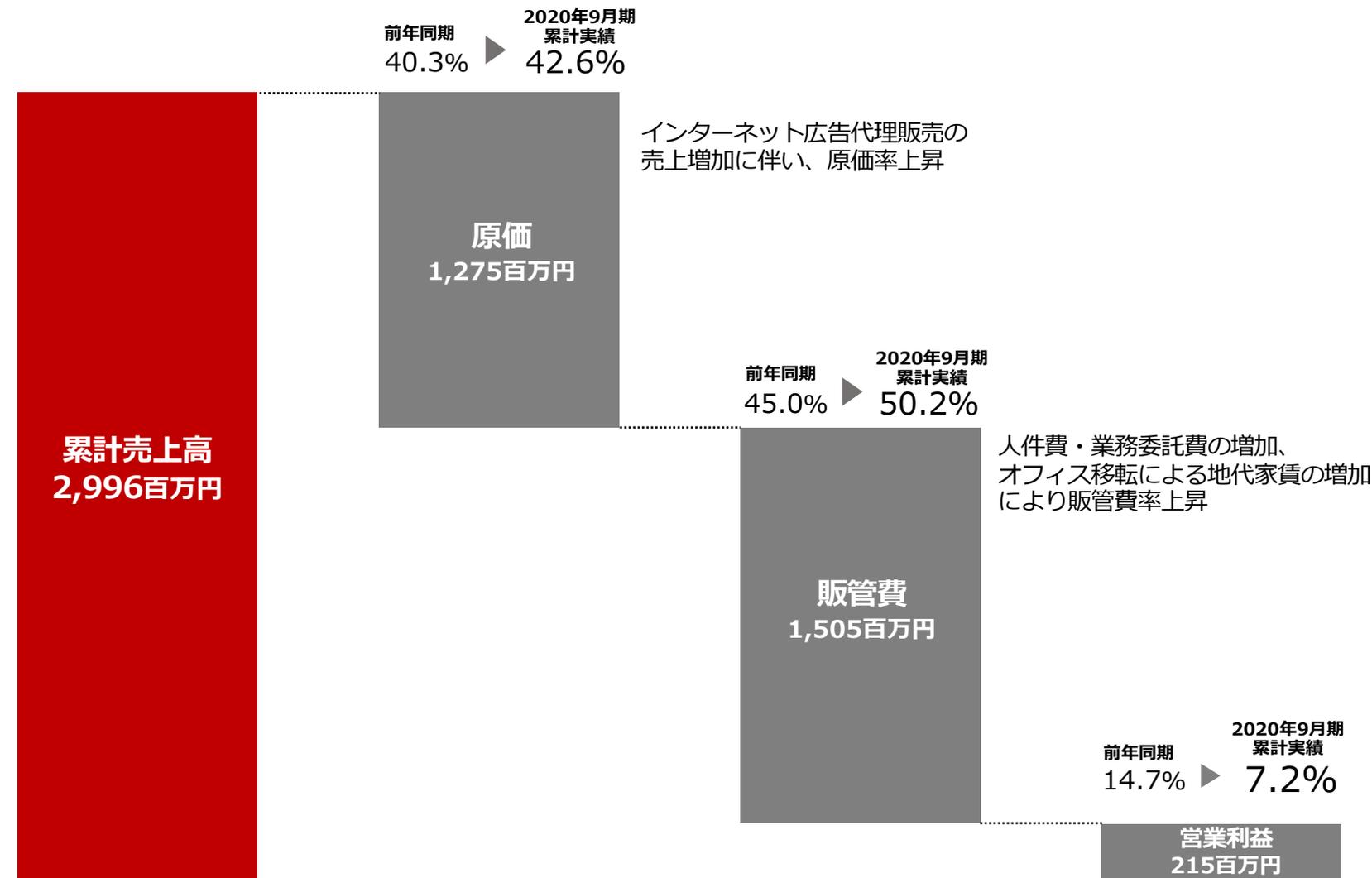
glamfirst 2020年9月期通期売上高 (百万円)



point ▶ 減収の理由

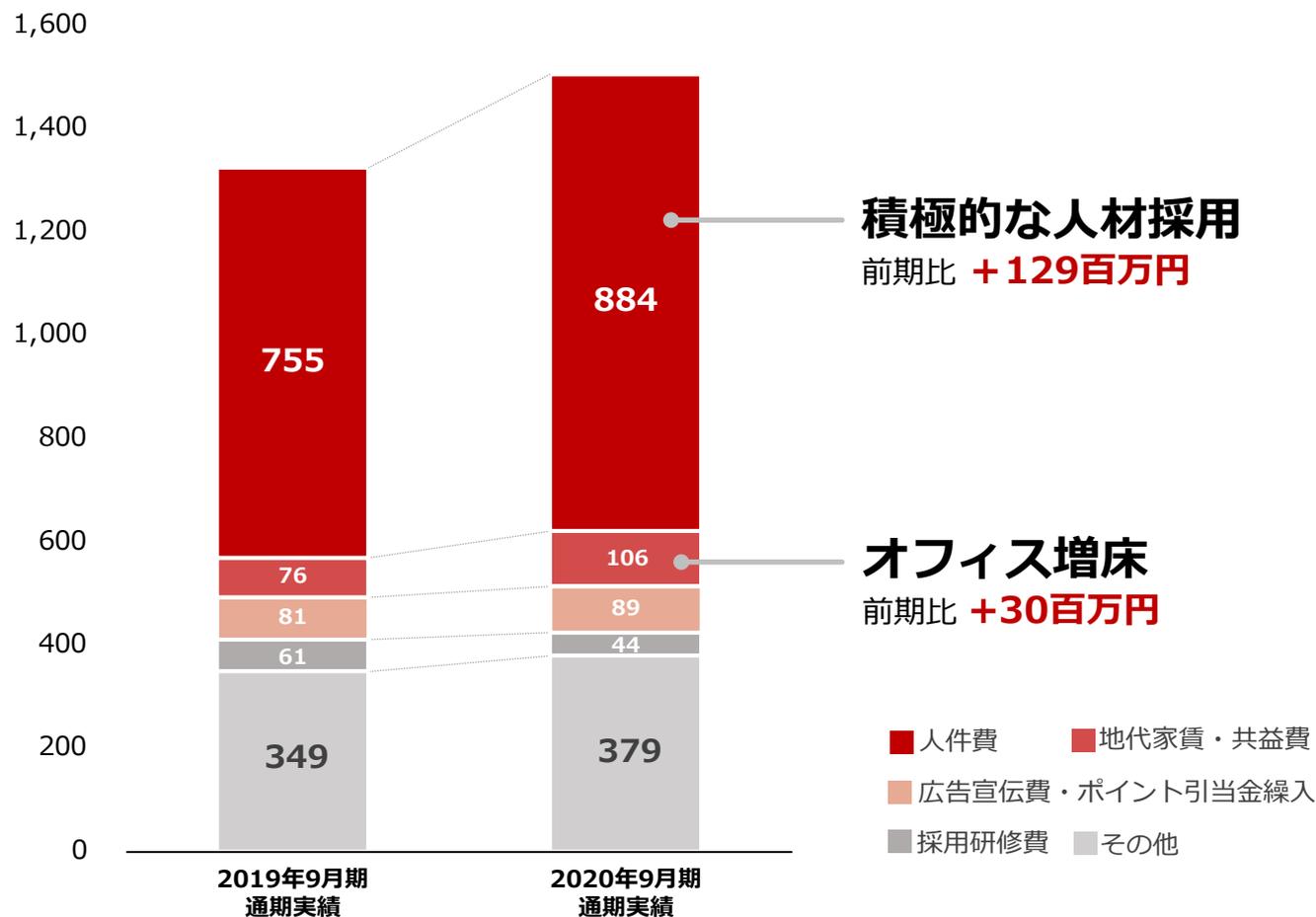
2020年8月1日付の吸収合併に伴い、
Cyberbuzzへ案件を移管

コスト分析



コストの内訳推移

費用内訳の推移 — 販売費及び一般管理費（百万円）



貸借対照表 増減分析

| 単位：百万円 | 2019年9月期 | 2020年9月期 | 増減要因 |
|-----------------|--------------|--------------|---------------|
| 流動資産 | 2,071 | 2,147 | — |
| 現預金 | 1,509 | 1,638 | — |
| 売掛金 | 484 | 469 | — |
| 固定資産 | 140 | 228 | オフィス移転増床に伴う増加 |
| 資産合計 | 2,212 | 2,375 | — |
| 負債 | 473 | 379 | — |
| 純資産 | 1,738 | 1,996 | — |
| 資本金 | 411 | 457 | 新株予約権の行使による増加 |
| 資本剰余金 | 411 | 457 | |
| 利益剰余金 | 915 | 1,083 | — |
| 負債・純資産合計 | 2,212 | 2,375 | — |

キャッシュ・フロー計算書 増減分析

| 単位：百万円 | 2019年9月期 | 2020年9月期 | 増減要因 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------------------------|
| 営業活動CF | 227 | 142 | |
| 税金等調整前当期純利益 | 416 | 229 | |
| 法人税等の支払額 | -90 | -158 | 前期課税所得増加による 支払額の増加 |
| 投資活動CF | -20 | -102 | |
| 有形固定資産の取得による支出 | -9 | -47 | 移転による有形固定資産の 取得 |
| 敷金及び保証金の差入による支出 | -2 | -45 | 移転による敷金の差入 |
| 財務活動CF | 777 | 90 | |
| 株式の発行による収入 | 779 | 90 | 2019年9月期における IPO時の公募増資によるもの |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 984 | 129 | |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 524 | 1,509 | |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 1,509 | 1,638 | |

新型コロナウイルス感染症による影響について

広告主の広告費全般の見直しによる広告費削減

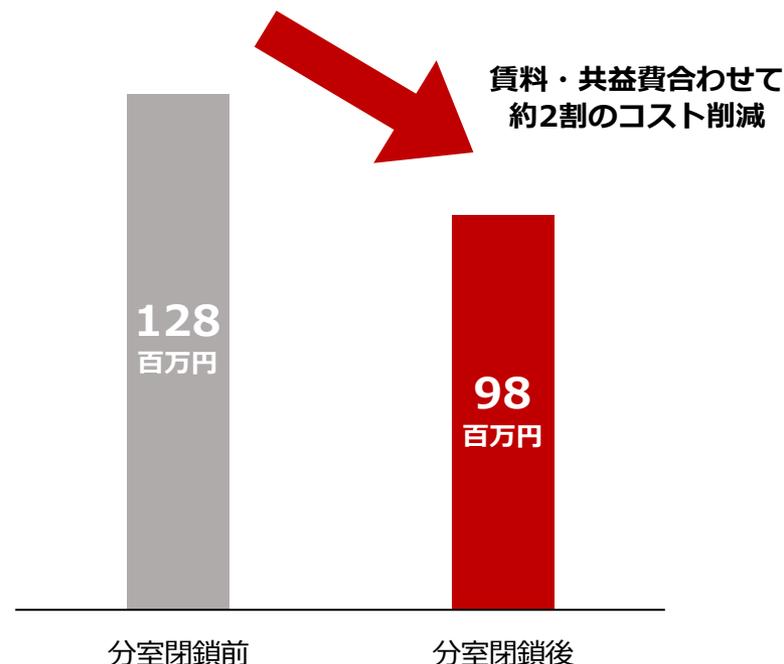
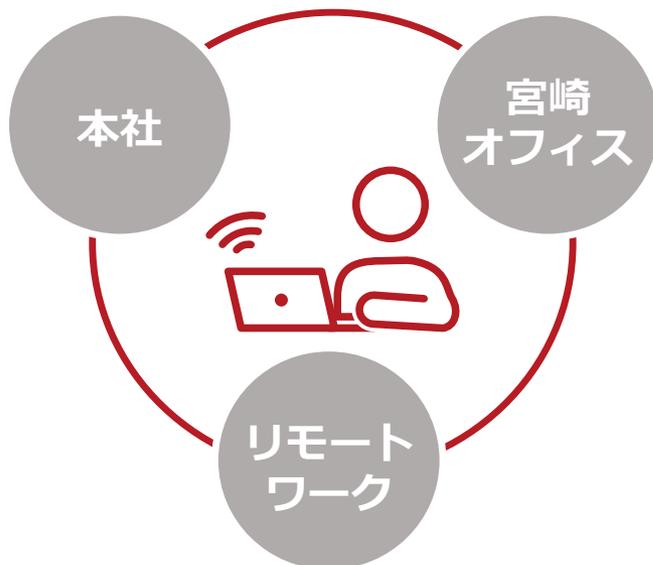
- イベントの延期又は中止
- 外出自粛要請に伴う店頭販売低迷
- 外出自粛要請に伴う一般消費者の需要減退
- 工場未稼働に伴う商品供給不足

2020年9月期2Q～4Qの業績に影響を与えており、
2021年9月期1Q～2Qの業績予想については引き続き
新型コロナウイルス感染症による影響を織り込んでおります。

Withコロナ時代への取り組み

リモートワークの導入と東京分室オフィス解約

新型コロナウイルスの影響の長期化や恒久的なリモートワーク体制を見据え、
2020年7月末にて分室オフィスを閉鎖。
さらなる生産性向上を目指し、経営資源の最適化を図る。



※「分室閉鎖前」の金額は、値上げ後の2020年6月末時点の月額賃料を12か月支払った場合により仮算定している

Chapter 02

2021年9月期 業績予想

業績予想サマリー

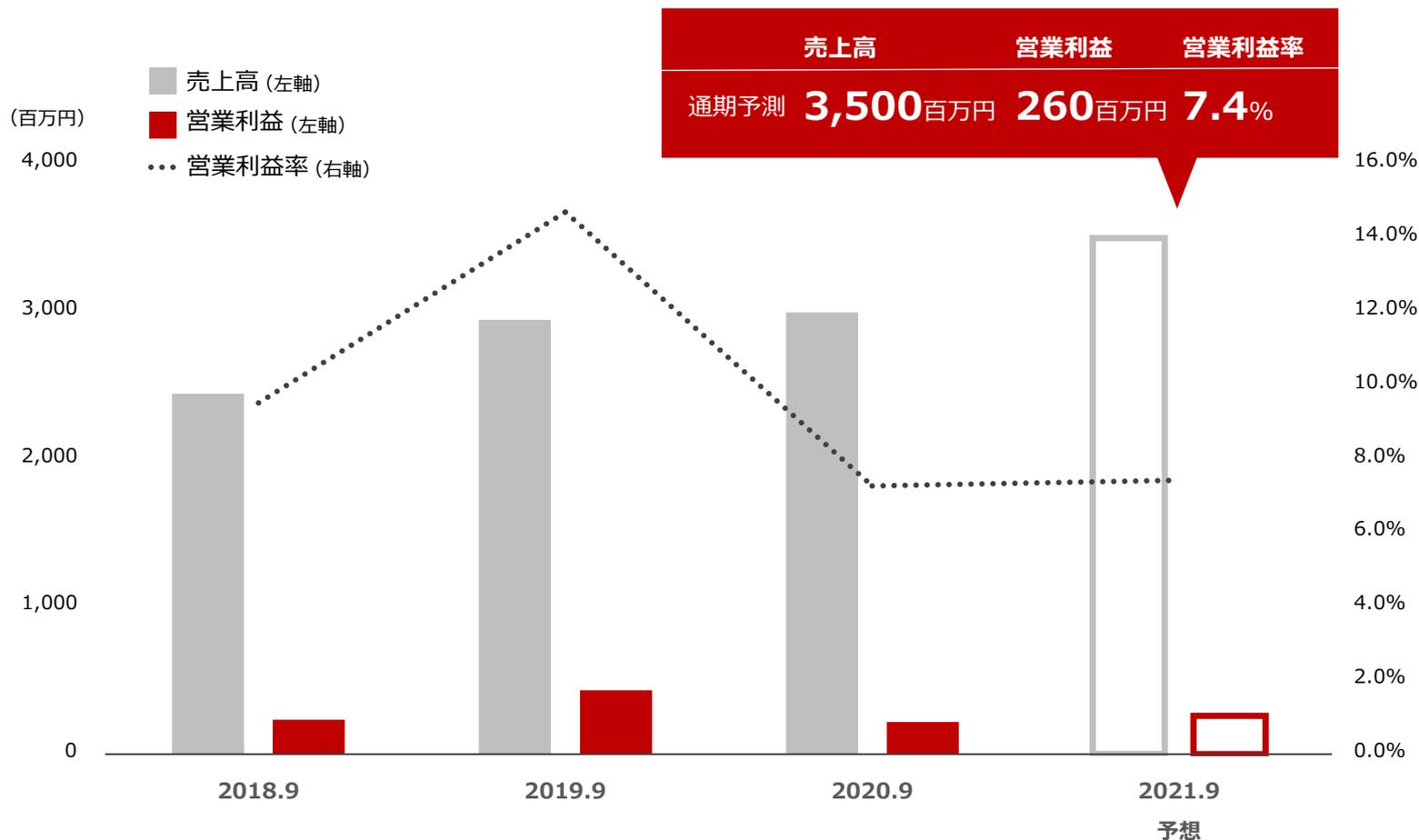


2021年9月期は、新型コロナウイルス感染症による影響が2Qまで続くと仮定。売上高成長率は、既存のソーシャルメディアマーケティング事業の成長に加え、D2C事業の開始により、前期比+16.8%を計画。積極的な人材採用やD2C事業に成長投資を継続するも、増益を計画。

| 単位：百万円 | 2020年9月期 通期実績 | 2021年9月期 予想 | YoY成長率 |
|--------|------------------|----------------|--------|
| 売上高 | 2,996 | 3,500 | +16.8% |
| 営業利益 | 215 | 260 | +20.8% |
| 経常利益 | 204 | 260 | +27.2% |
| 当期純利益 | 168 | 180 | +6.9% |
| EPS | 45.72円 | 47.58円 | +4.1% |
| ROE | 9.0% | 8.6% | -0.4pt |

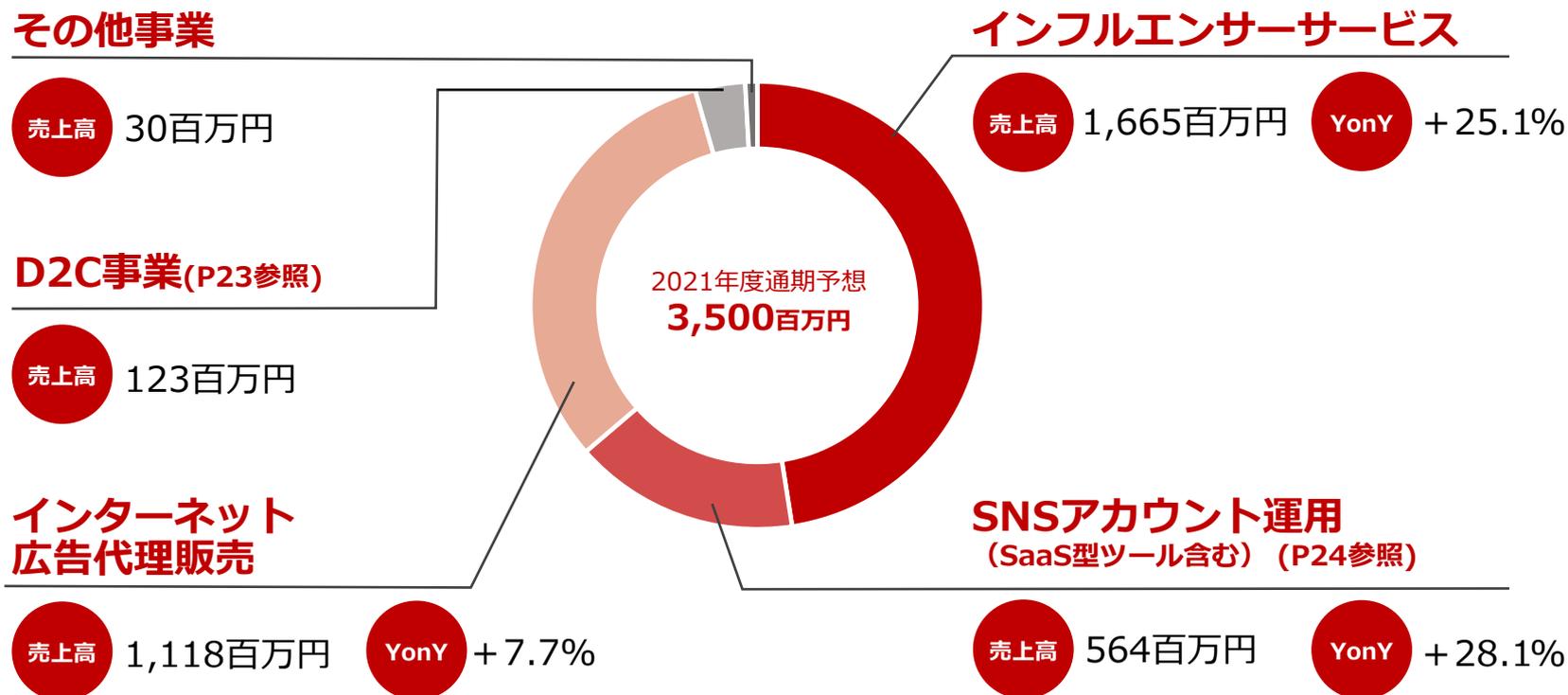
業績の推移 -コロナを乗り越え成長性を継続-

通期業績予想



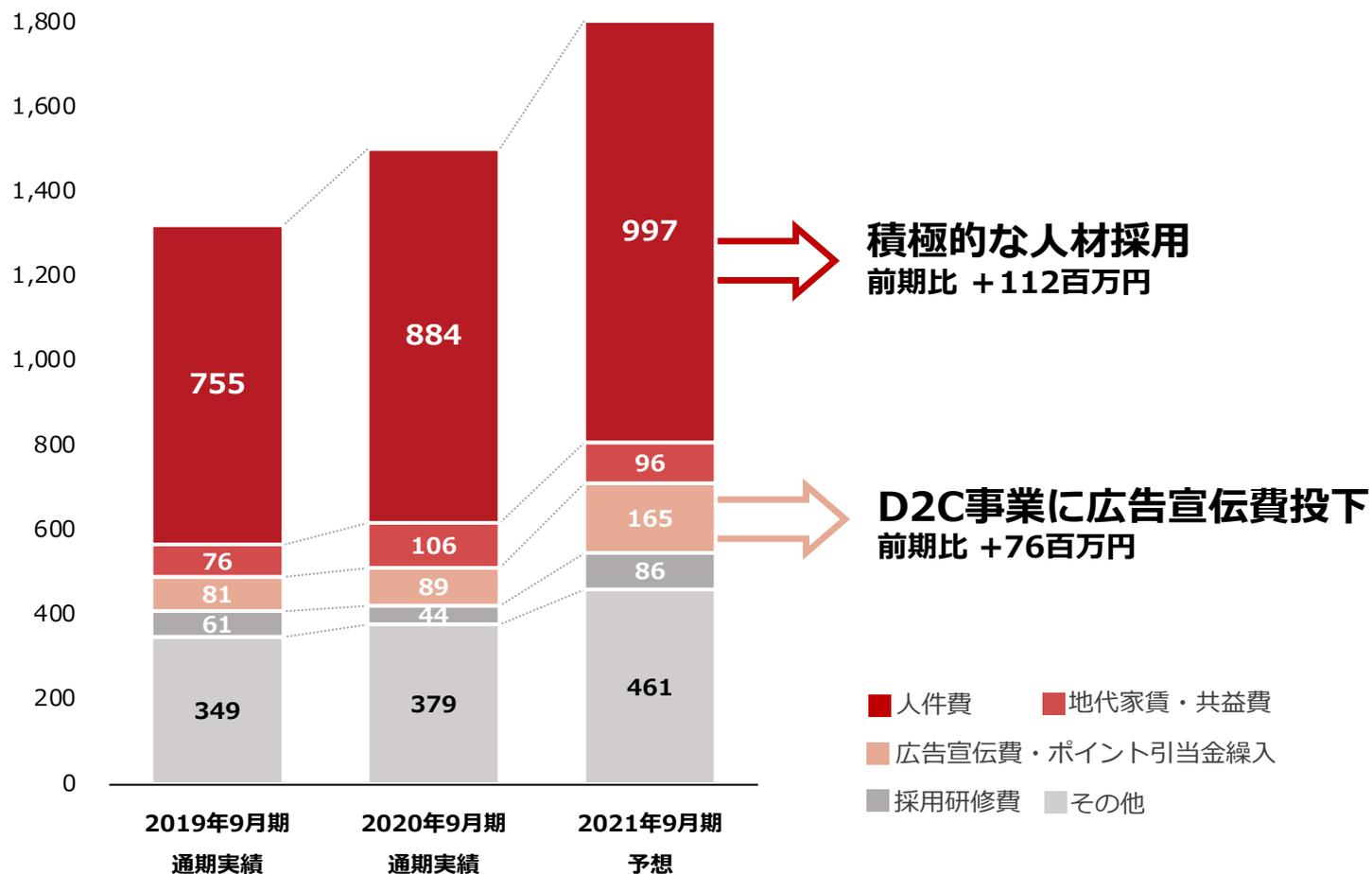
サービス別売上高サマリー

新規のD2C事業と自社サービスの拡充に注力



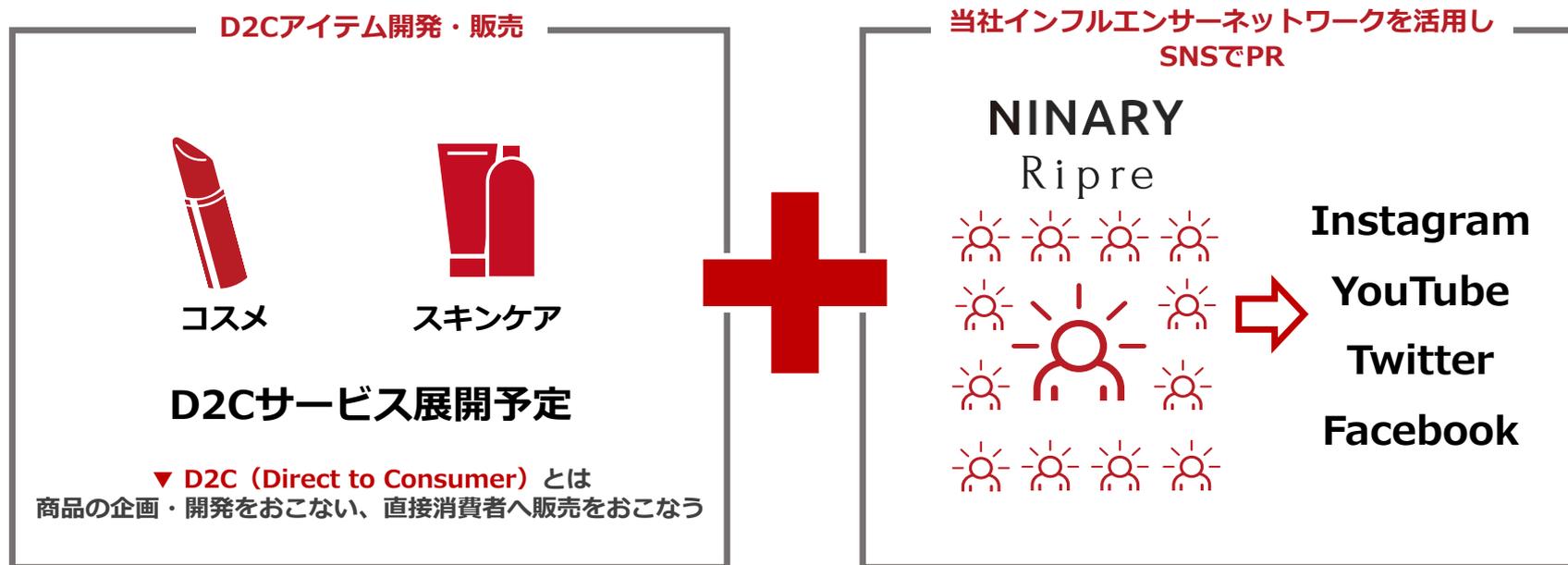
コストの内訳推移

費用内訳の推移 — 販売費及び一般管理費（百万円）



D2Cコスメを企画・開発し、2021年2月販売予定

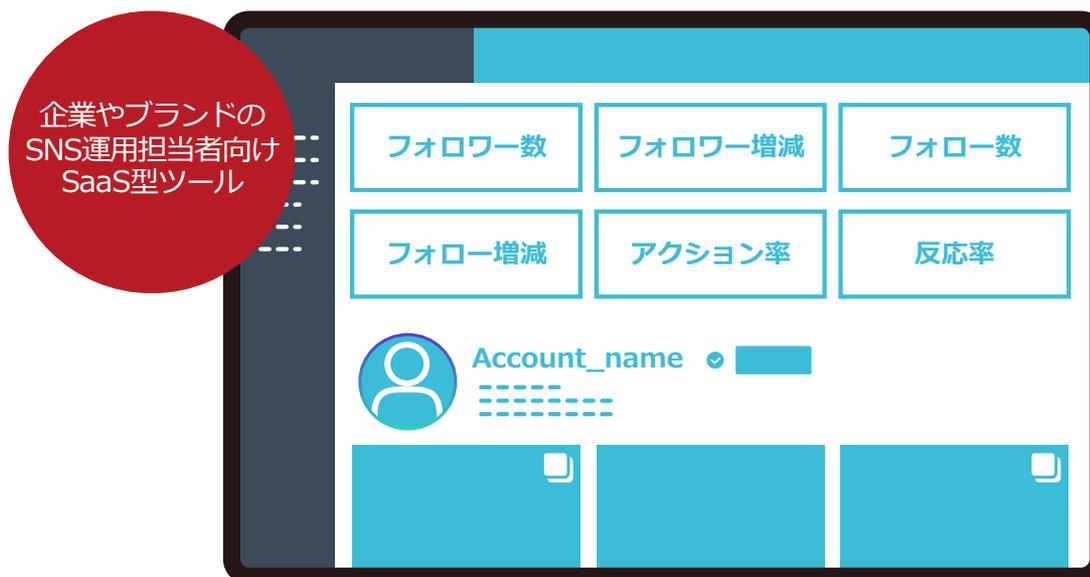
インフルエンサーネットワーク「NINARY」「Ripre」
や当社メディア「to buy」を活用し
第一弾としてD2Cコスメの開発・販売に向け準備中



サイト構築費用、広告宣伝費を中心として当期約170百万円の投資を予定

効率的・効果的なSNSアカウント運用を支援する機能を搭載したツールの開発

SNSアカウント運用を支援する機能を搭載した**SaaS型ツールを開発中**。
投稿管理、効果分析、レポート出力といった基本機能に加え、
キャンペーン支援機能など当社独自のソリューションを搭載予定。

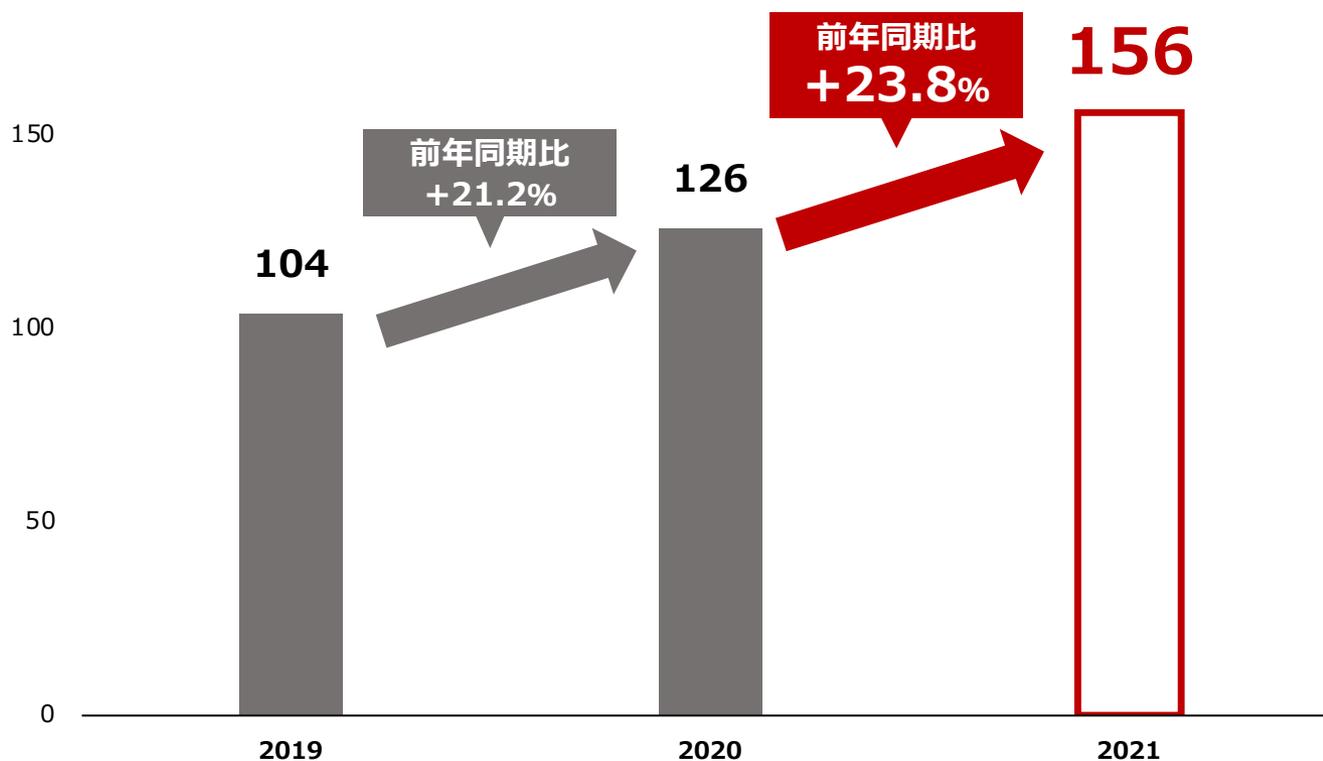


ツールの開発費用を中心として**当期約95百万円**の投資を予定

人員数の見通し

期末従業員数（正社員＋契約社員数）（人）

積極的な人材採用を行い、**前期比30名の増員を計画**

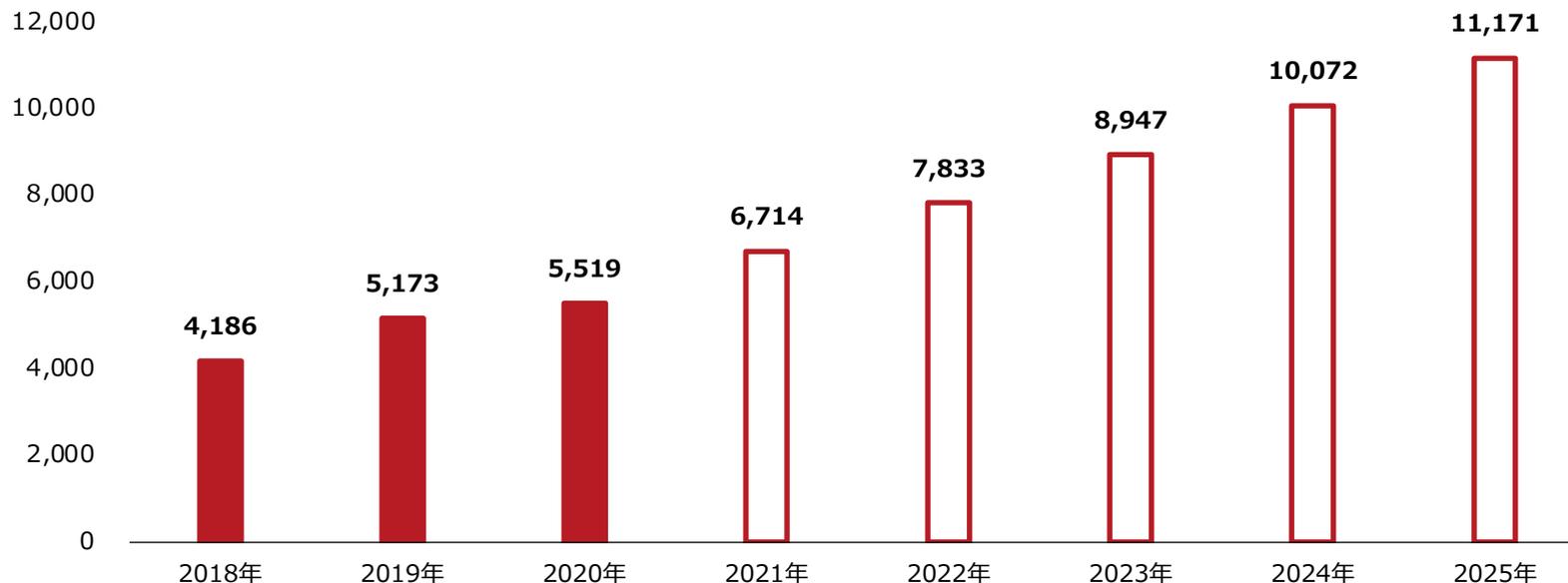


Chapter 03

価値創造への取り組み

ソーシャルメディアが企業と消費者をつなぐ コミュニケーションツールとして一層重要な存在に

国内ソーシャルメディアマーケティング市場規模推計・予測（億円）

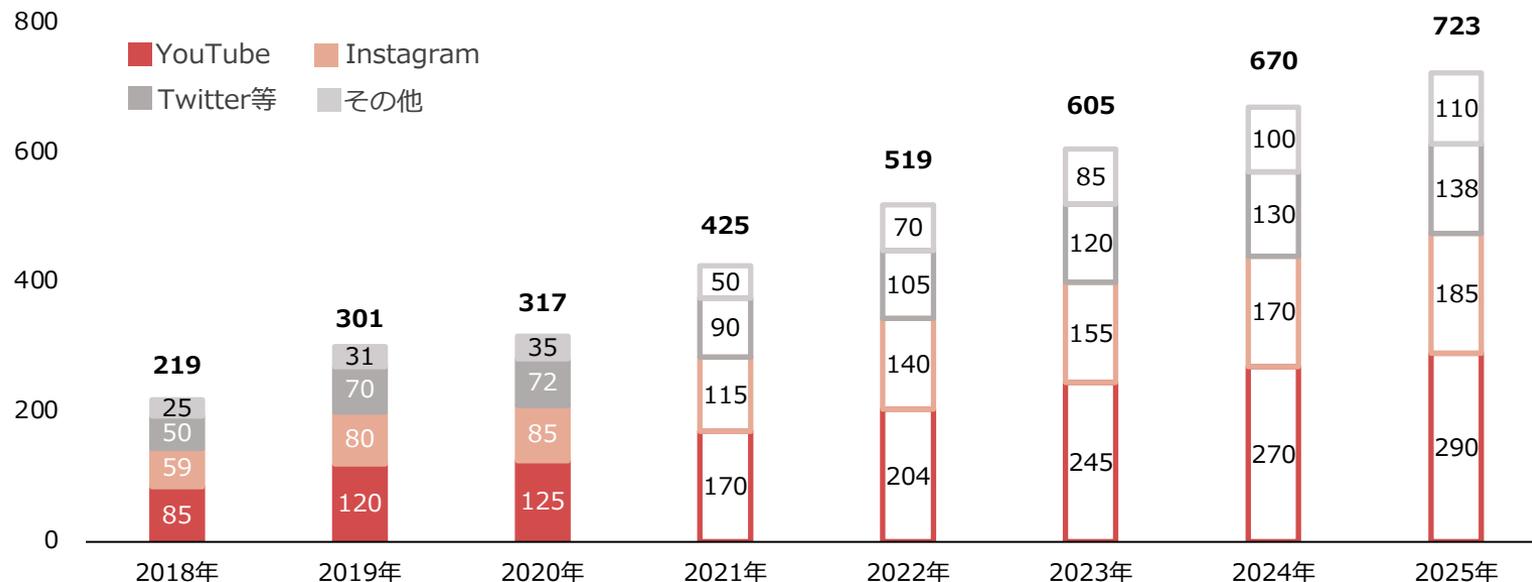


point 予想の前提

- 国内ソーシャルメディアマーケティング市場は2025年に2020年の**約2倍**になる見通し

[出典] サイバー・バズ/デジタルインファクト「国内ソーシャルメディアマーケティングの市場動向調査2020」
<https://www.cyberbuzz.co.jp/2020/10/research2020.html>

インフルエンサーマーケティング市場規模推計・予測（億円）



point 予想の前提

- インフルエンサーマーケティング市場は2025年に2020年の**約2.3倍**になる見通し

[出典] サイバー・バズ/デジタルインファクト「国内ソーシャルメディアマーケティングの市場動向調査2020」
<https://www.cyberbuzz.co.jp/2020/10/research2020.html>

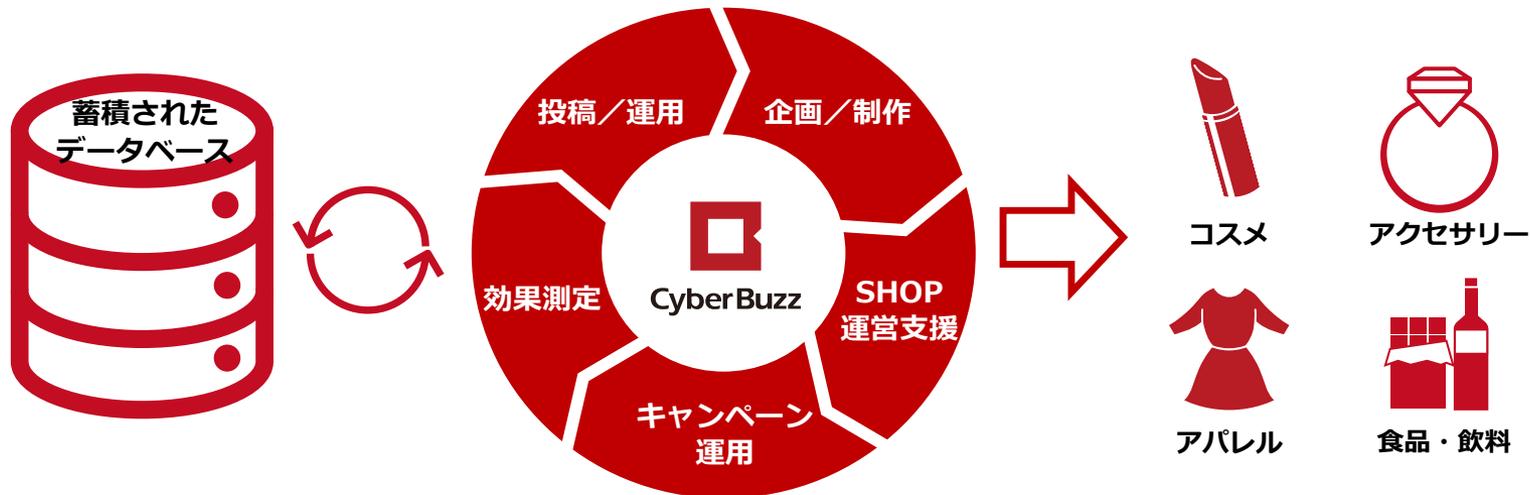
EC市場の拡大に伴いSNSの活用も拡大 EC分野の顧客をサポートしシェアを拡大する

- 昨今のコロナ禍の影響もありEC市場が急速に伸びている
- ブランディング、認知向上だけでなく、SNS経由の購入・購入後のリピートまでサポートする

SNS支援サービス

Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, LINE

EC分野



Instagram新機能リール(Reels)に対応した インフルエンサーメニューを提供開始

Instagram上で最大15秒の短尺動画を作成・発見できる
新機能「リール (Reels) 」に対応した
最適なインフルエンサーをアサインするプロモーションメニューをローンチ

最新の手法をいち早く取り入れながら企業のマーケティング施策のサポート

Instagram
新機能リールで
サービス商品を
広めたい

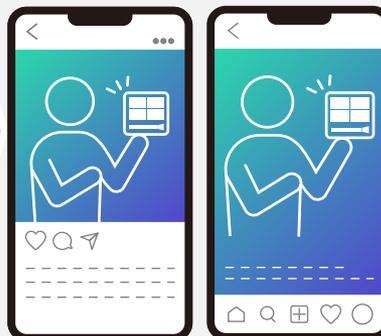


企業

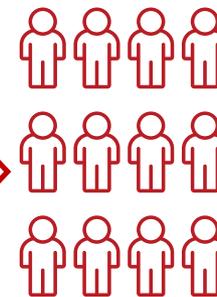
動画が得意で
拡散力のある
インフルエンサー
を選定



インフルエンサーによる
リール投稿 (フィード)



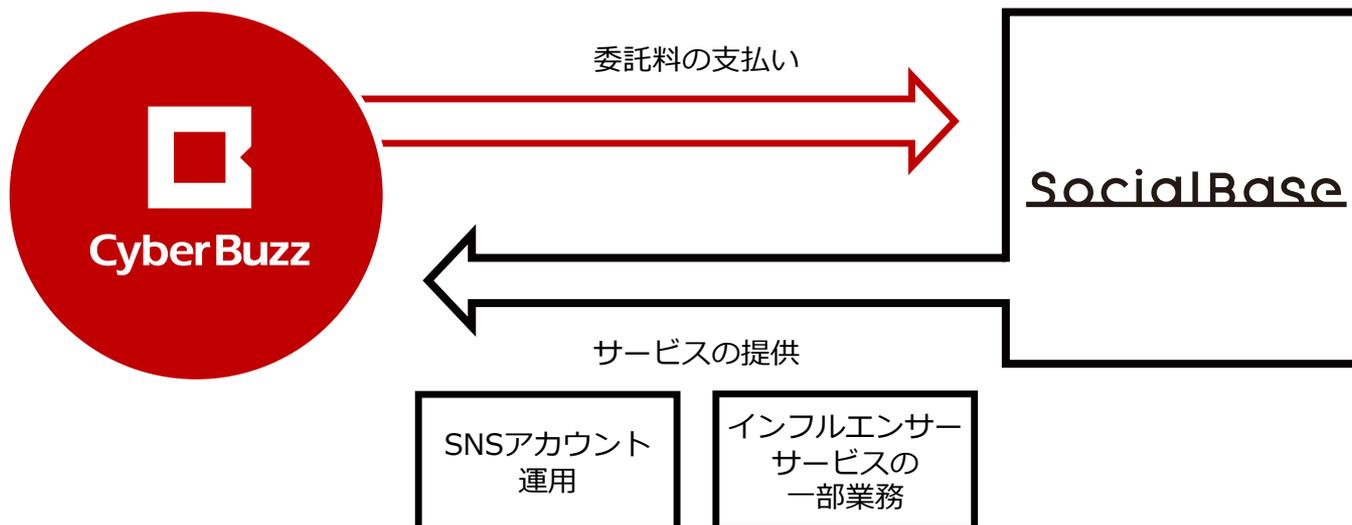
発見タブのリール動画専用スペースでの露出
フォロワー外への新規リーチ



消費者・フォロワー

宮崎オフィスを独立拠点とし、 子会社「ソーシャルベース」設立

当社の一部業務を整理・集約し、顧客企業に対する
サービス力を向上させることを目的として、
当社 100% 出資の新会社「株式会社ソーシャルベース」を設立



インフルエンサーイベントLive配信サービスを3社合同で提供開始

企業の商品・サービスの紹介を行う Live配信イベントの企画・運営をトータルサポート

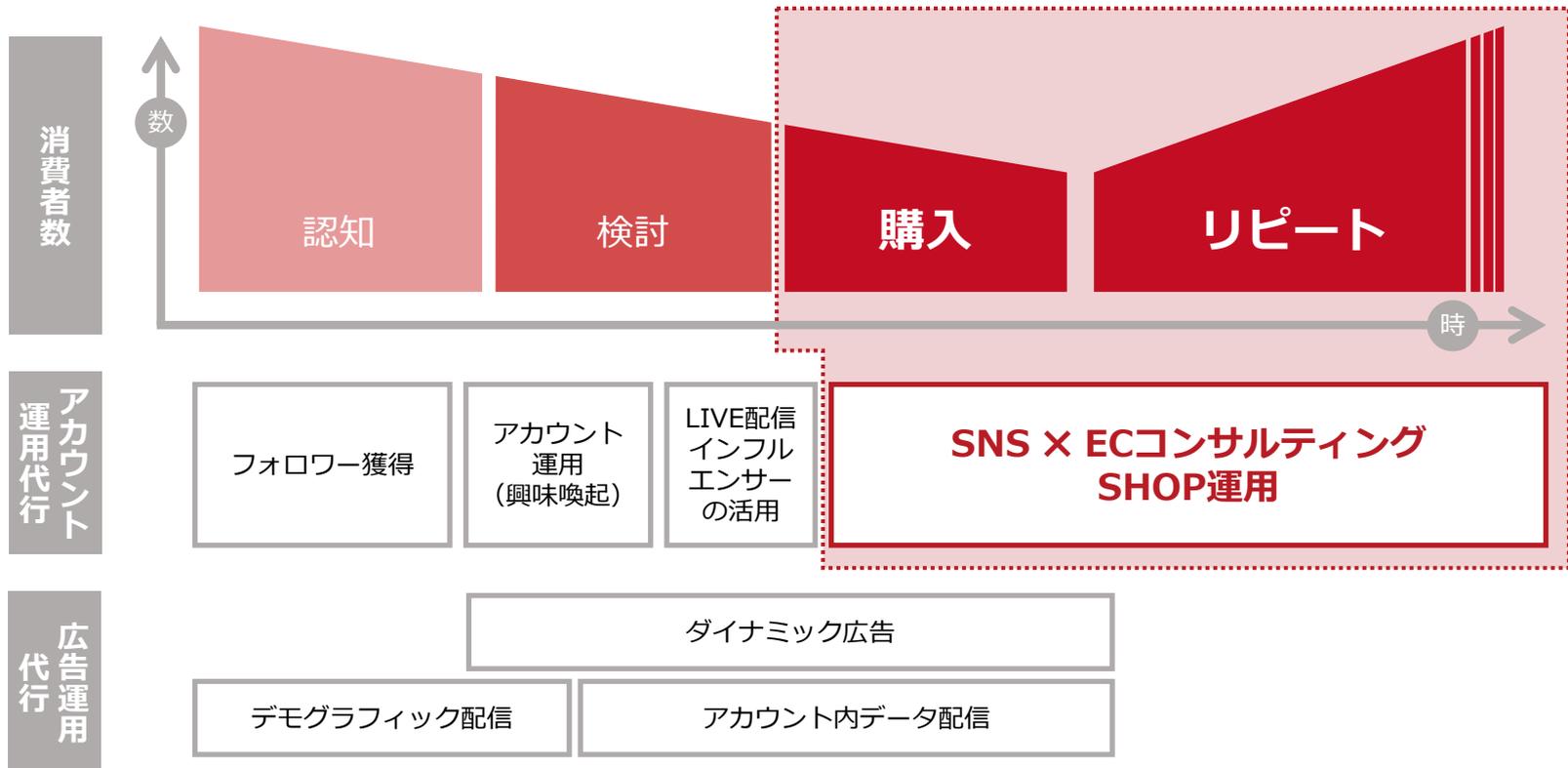
新型コロナウイルス感染症により増加するオンライン需要に対応



SNSに特化したECコンサルティング事業を開始

購買過程に対するコンサルティングについて 購入後の【リピート】まで範囲を広げてサポート

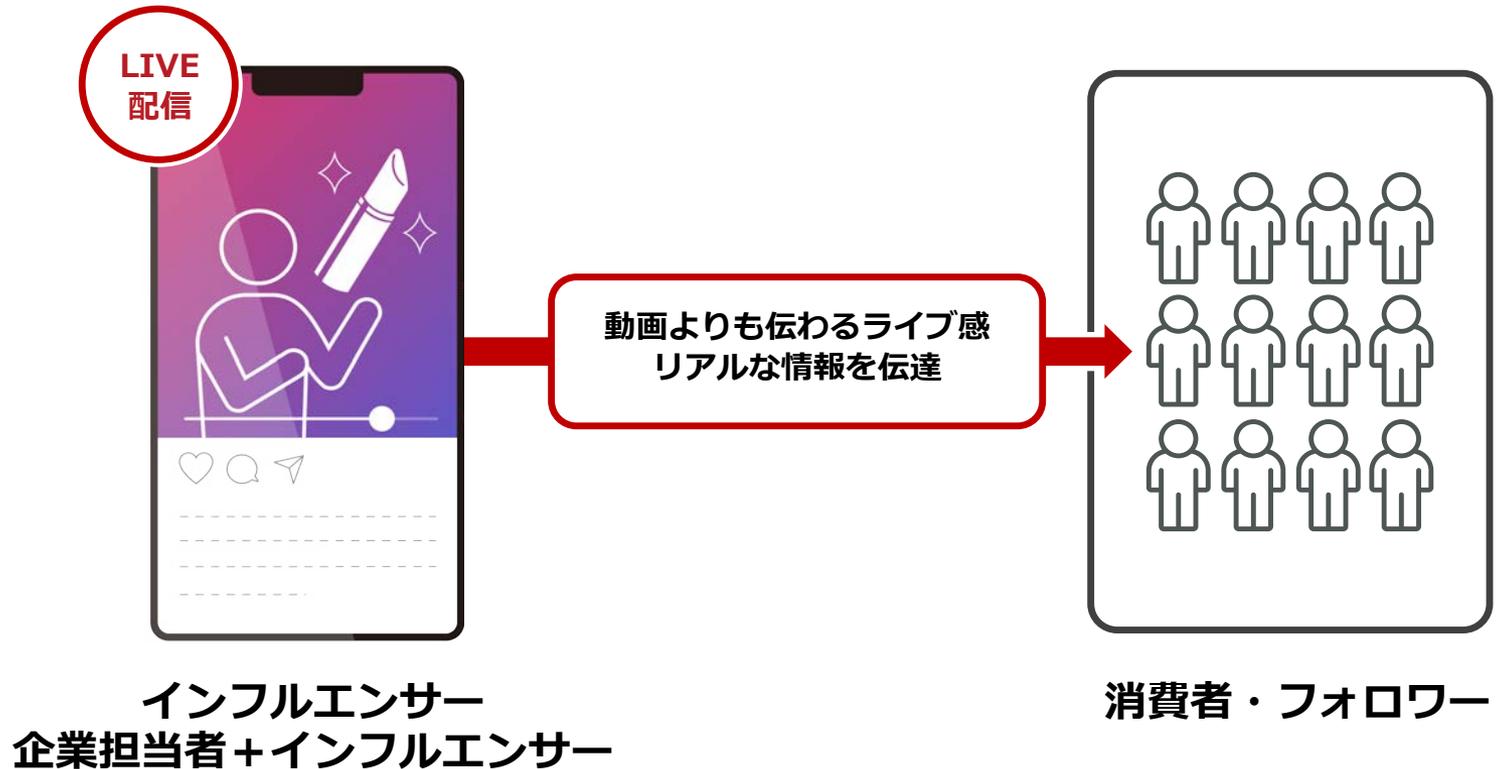
『SNSアカウント運用代行』 × 『SNS運用型広告』 × 『SNSに特化したECコンサルティング、Facebookショップ構築サポート』



Instagram LIVE配信プラン

インフルエンサーが自身のアカウントで
Instagram LIVE配信を実施し、**商品をPR**

新型コロナウイルス感染症により増加するオンライン需要に対応



複数のインフルエンサーによる オンラインでの座談会の動画を投稿

新型コロナウイルス感染症により増加するオンライン需要に対応



商品への深い理解を促すことが可能に

インフルエンサーとしてのタレント起用サービス

著名人
タレント

トップ
インフルエンサー

マイクロ
インフルエンサー
読者モデル・サロンモデル等

ナノインフルエンサー

一般ユーザー

より影響力の強いインフルエンサー起用に注力

▶ タレント事務所との提携 等

株式会社エイジアプロモーション

株式会社PLAYLAB

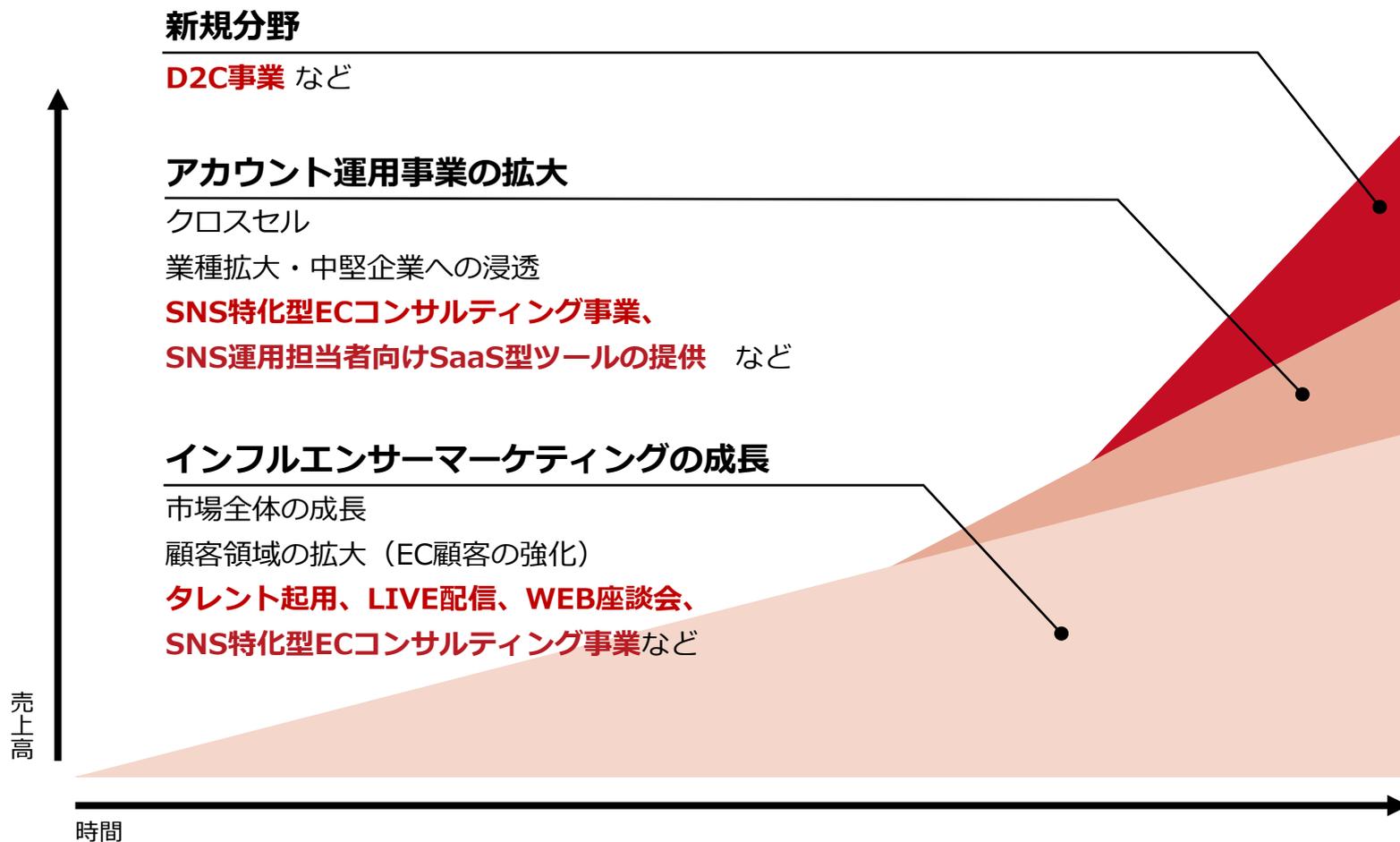
株式会社ワタナベエンターテインメント 他

NINARY

Instagramの
インフルエンサーマーケティング施策

Ripre Renewal

インフルエンサーマーケティング施策
&
ソーシャルメディアキャンペーンサービス



Chapter 04

サイバー・バズについて

| | |
|---------|---|
| 企業名 | 株式会社サイバー・バズ |
| 所在地 | 東京都渋谷区 |
| 設立日 | 2006年4月 |
| 代表取締役社長 | 高村 彰典 |
| 経営チーム | 代表取締役社長 高村 彰典 取締役 近田 哲昌 取締役 和田 瑞樹 取締役 三木 佑太 執行役員 金森 紘 執行役員 辻 孝明 執行役員 宮本 悠加 執行役員 栗山 真一 執行役員 荘司 里樹 常勤監査役 磯村 奈穂 |
| 株主構成 | 経営陣、デジタルガレージ、サイバーエージェント、マイナビ、ユナイテッド 他 |
| 事業内容 | インフルエンサーマーケティング、SNSアカウント運用、インターネット広告代理販売、D2C事業 |



代表取締役社長
高村 彰典

▶ Profile

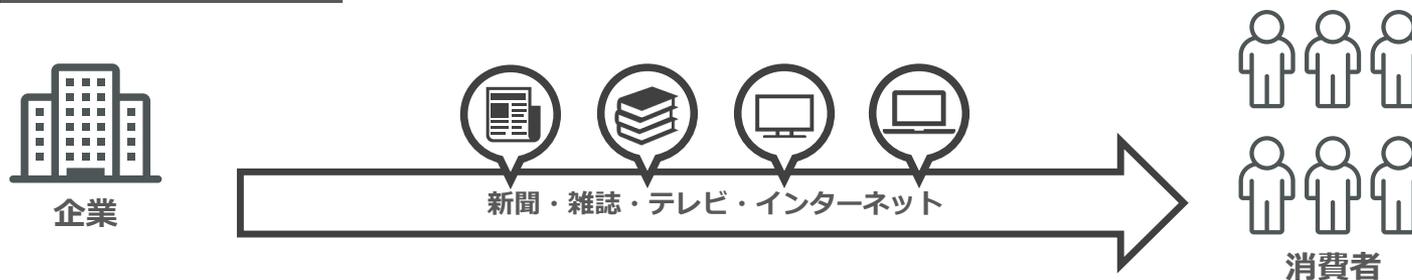
- 1997年 興和株式会社入社
- 1999年 株式会社サイバーエージェント入社
- 2005年 株式会社サイバーエージェント執行役員就任
(インターネット広告事業本部)
- 2005年 株式会社サイバーエージェント取締役就任
- 2006年 株式会社サイバー・バズ取締役就任
- 2010年 株式会社サイバー・バズ代表取締役就任 (現任)

インターネット広告の黎明期、株式会社サイバーエージェント設立から10カ月目に入社。インターネット広告事業を牽引、2005年からは経営にも参画。2010年より株式会社サイバー・バズの代表取締役に就任、2013年に株式を取得。

インフルエンサーマーケティングとは?

社会的に影響力を持つ人物を介して企業や商品、サービスの認知度や興味・関心を向上させるマーケティング手法

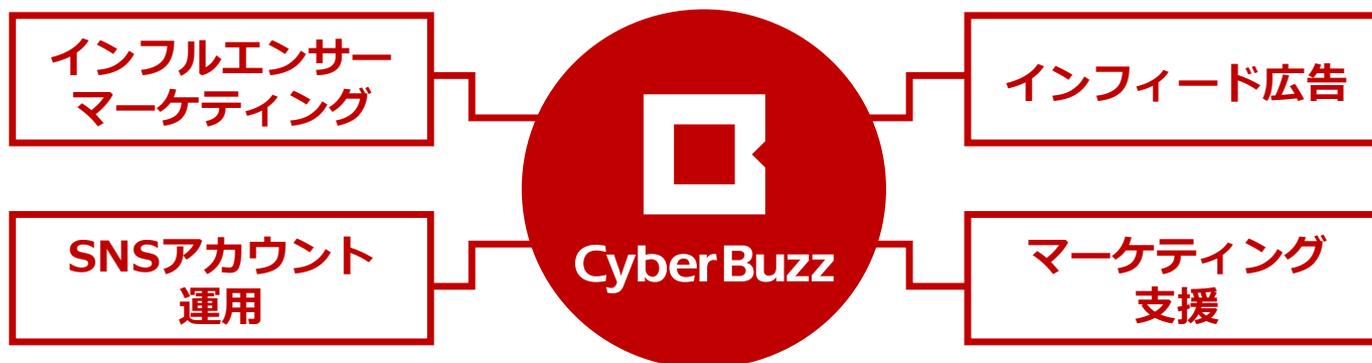
従来のマーケティング



インフルエンサーマーケティング



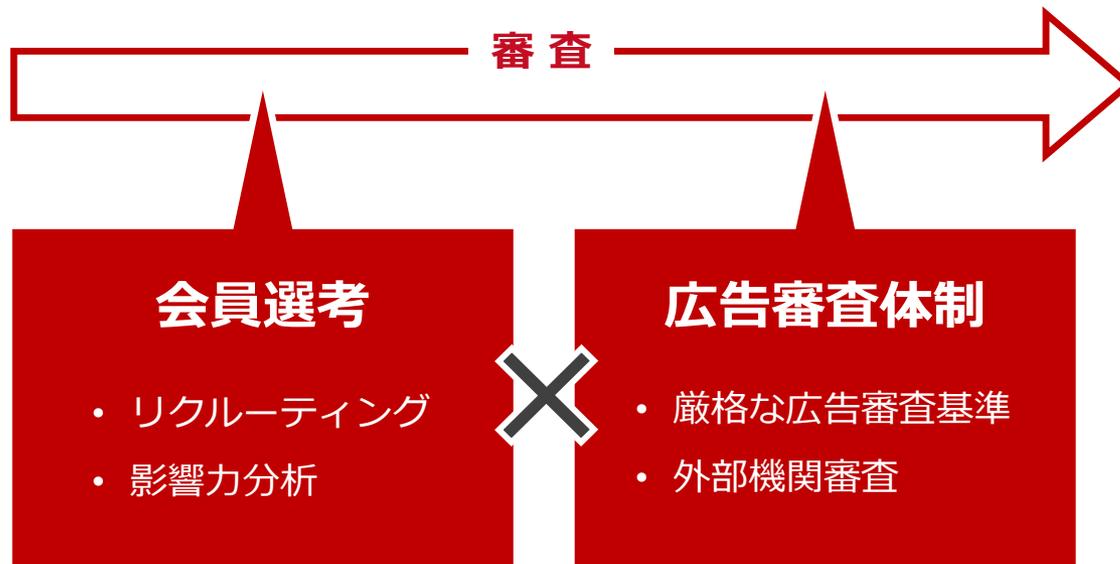
SNS周辺領域を幅広くカバー



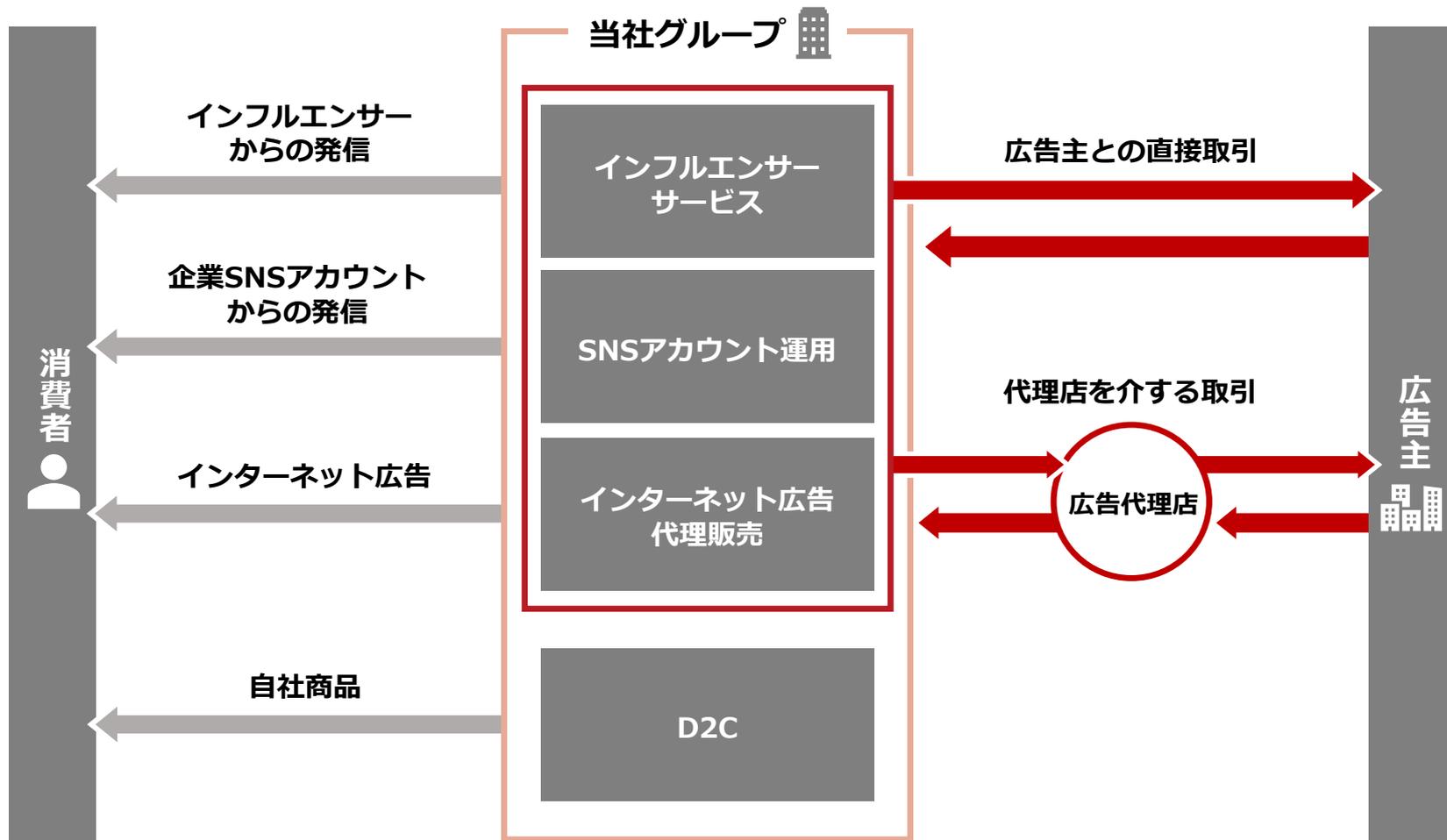
**SNS関連の要望に
幅広く対応ができる**

会員選考基準、広告審査体制（投稿内容の審査）を採用

ステルスマーケティング発覚や炎上による
企業へのダメージを避けるため



ビジネスモデル



将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

本発表についてのお問い合わせにつきましては、
下記のいずれかよりお願い致します。

お問い合わせフォーム -- <https://www.cyberbuzz.co.jp/contact/ir/>

メール ----- ir@cyberbuzz.co.jp

TEL ----- 03-6758-4738