

**Cyber Buzz**

**2021年9月期 第1四半期決算説明資料**

株式会社サイバー・バズ  
証券コード：7069

## エグゼクティブサマリー

---

- ▶ 売上661百万円/営業利益2百万円。
- ▶ 本業のSMM事業は回復トレンドにある。
- ▶ アカウント運用は引き続き好調、アカウント数も、単価も上昇傾向。
- ▶ 新規事業の進捗は予定通り。SaaS型ツールの販売を2021年2月にローンチ。
- ▶ 足元のマーケット環境および将来的なM&Aへの活用可能性を踏まえた自社株買いの実施。

- **01 2021年9月期 第1四半期決算概要**
- **02 事業概況**
- **03 サイバー・バズについて**

Chapter 01

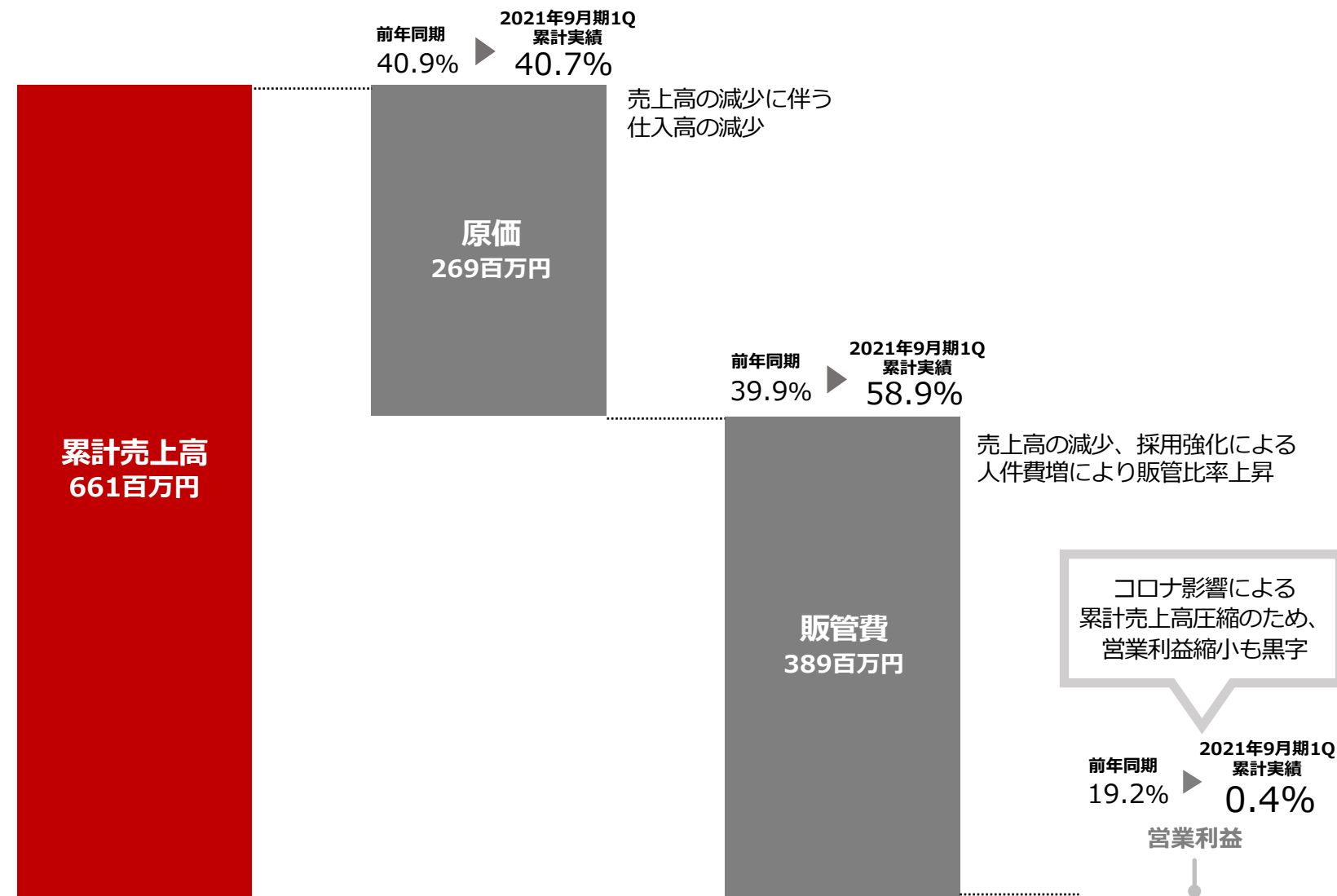
# 2021年9月期 第1四半期決算概要

## 業績ハイライト

新型コロナウイルス感染症による顧客の広告費削減の影響により、  
YonYで減収・減益

単位：百万円	2021年9月期 通期予想	2021年9月期 1Q累計実績	進捗率	YonY成長率 (2020年9月期1Q実績)
売上高	3,500	<b>661</b>	18.9%	-22.8% (856)
営業利益	260	<b>2</b>	1.0%	-98.4% (164)
経常利益	260	<b>2</b>	1.1%	-98.1% (154)
当期純利益	180	<b>-1</b>	—	— (104)

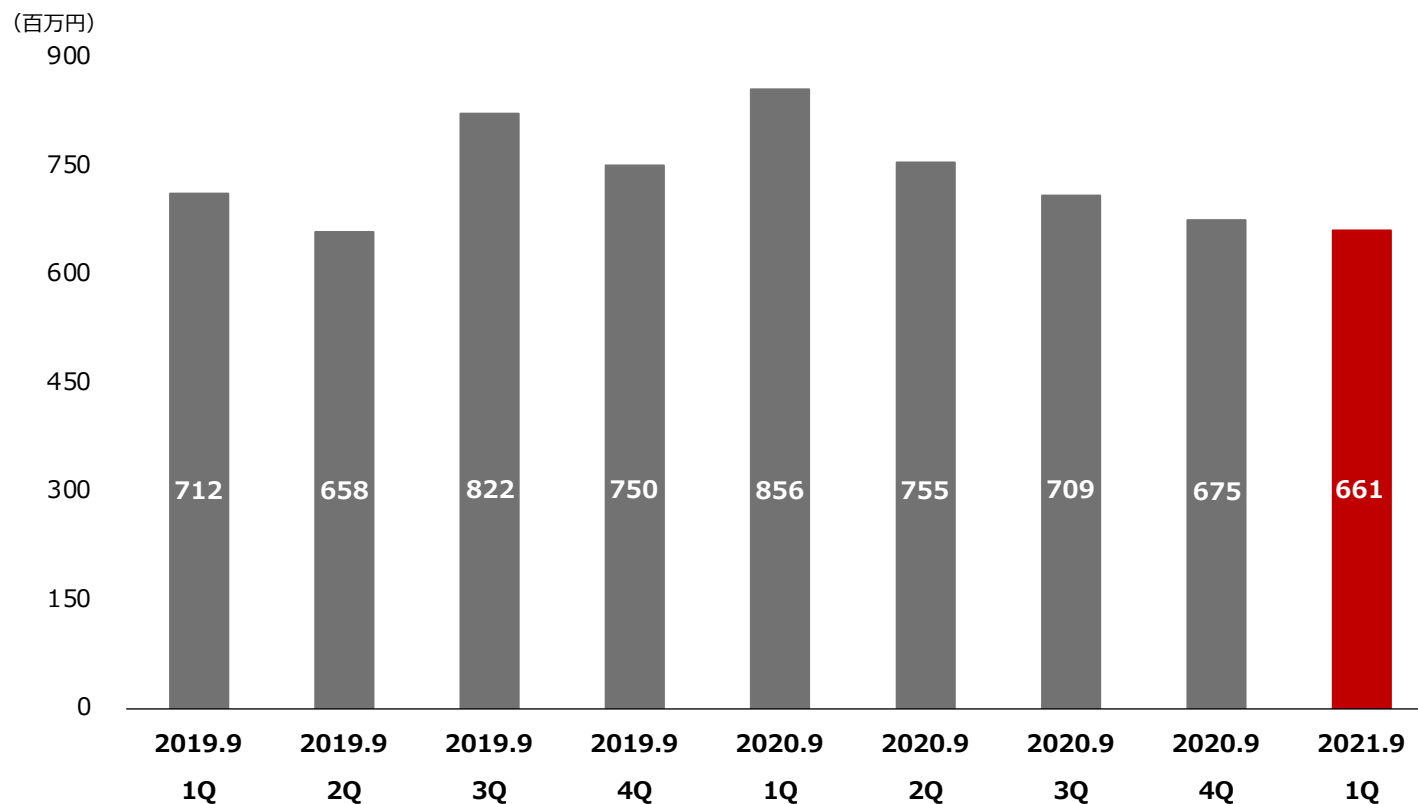
# コスト分析



# 業績ハイライト

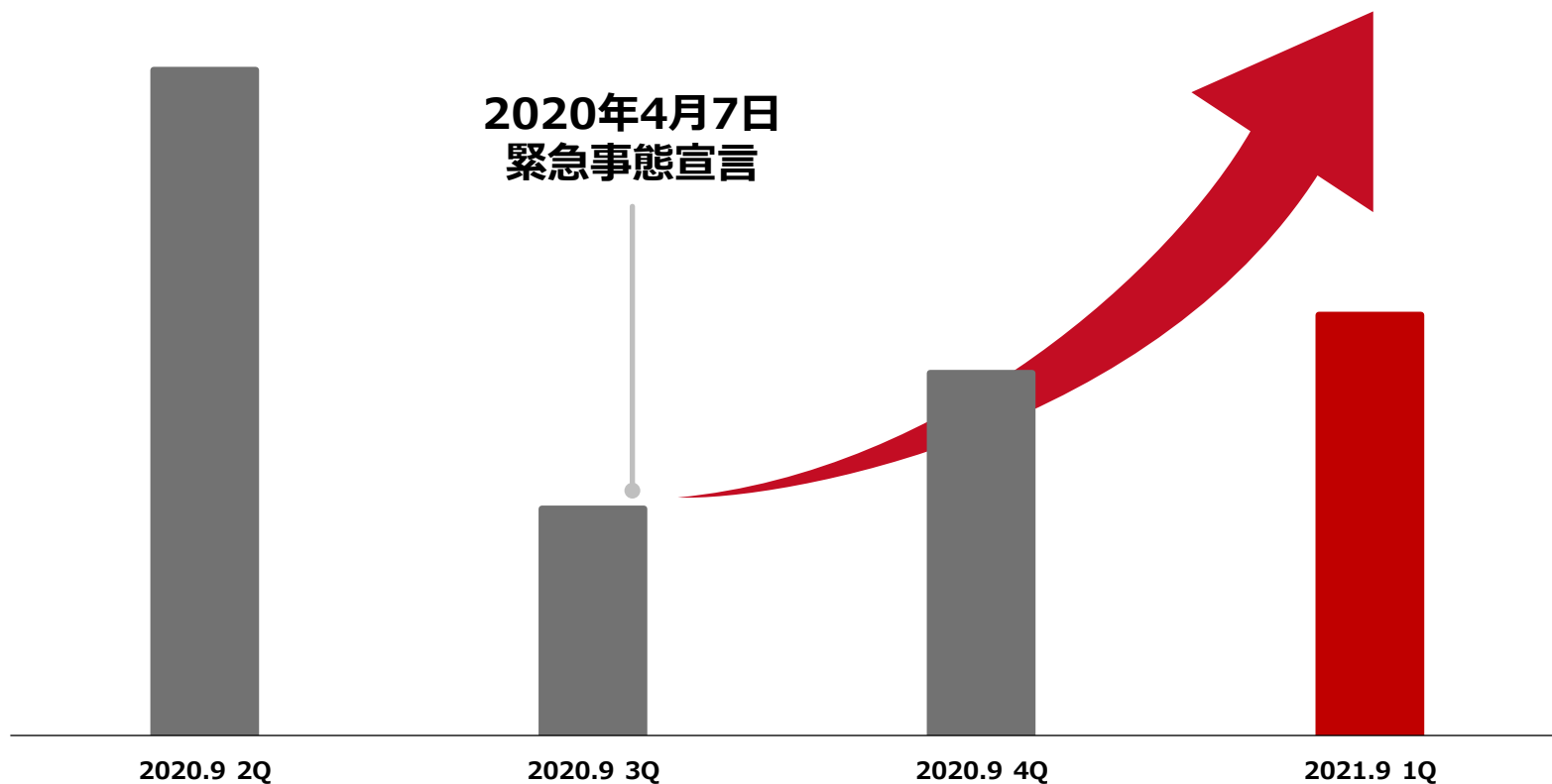
## 連結売上高

過去最大の四半期売上を計上した前年同期比では22.8%減収



# 売上の先行指標となる受注高は回復傾向

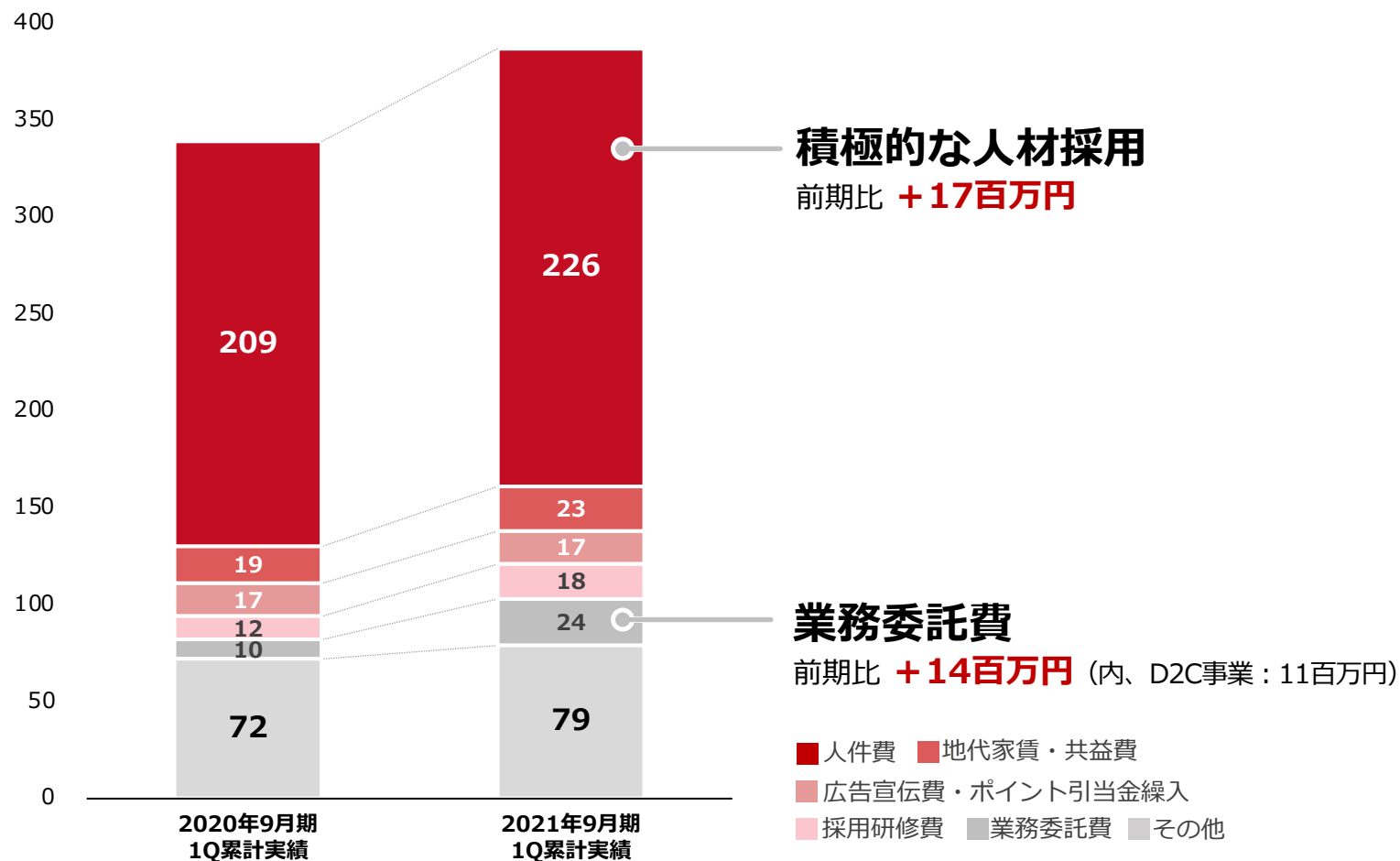
(以下イメージ)





# 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)



## セグメント・サービス別の売上高進捗率

	単位：百万円	2021年9月期 通期予想	2021年9月期 1Q累計実績	進捗率
SMM事業 (ソーシャルメディア マーケティング事業)	インフルエンサー サービス	1,665	301	18.1%
	SNSアカウント 運用	523	137	26.3%
	インターネット 広告代理販売	1,118	206	18.5%
	SaaS (注1)	41	0	0%
D2C事業 (注2)	—	123	10	8.9%
その他	—	30	4	15.6%

(注1) 2021年2月に販売開始。(P.17参照)

(注2) 2021年4月以降、自社D2Cプラットフォームを立ち上げ本格展開開始。(P.19参照)  
なお、前期SMM事業に含めていた自社メディアの「to buy」はD2C事業に含めている。

## 貸借対照表 増減分析

単位：百万円	2020年9月期	2021年9月期1Q	増減要因
流動資産	2,147	2,037	—
現預金	1,638	1,583	—
売掛金	469	378	—
固定資産	228	275	SaaS型ツールの開発コスト
<b>資産合計</b>	<b>2,375</b>	<b>2,312</b>	—
負債	379	311	—
純資産	1,996	2,000	—
資本金	457	457	—
資本剰余金	457	457	—
利益剰余金	1,083	1,081	—
新株予約権	—	5	取締役、監査役及び執行役員に発行したストック・オプション
<b>負債・純資産合計</b>	<b>2,375</b>	<b>2,312</b>	—

# 自社株買いについて

足元の株価水準、資本効率の向上、並びに経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行を可能とするため、自己株式の取得を行う

自己株式  
取得の目的

- 資本効率の改善
- 今後のM&A実施時に活用

## 自己株式取得の概要

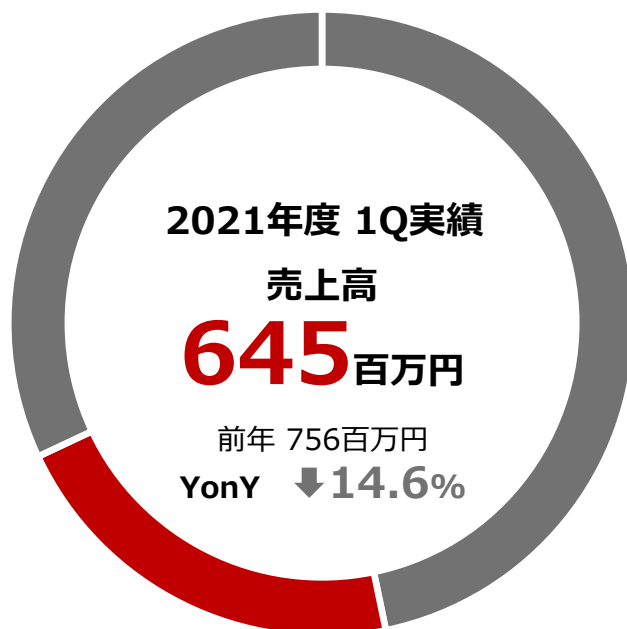
取得予定株式数	60,000株
最大取得予定金額	192百万円
株式を取得することができる期間	2021年2月16日から同年2月18日まで
取得の方法	東京証券取引所の自己株式立会外買付取引（ToSTNeT-3）による買付け

Chapter 02

# 事業概況

# サービス別売上高サマリー

SNSアカウント運用が好調に推移したものの、  
SMM事業全体の売上高は低調に推移



-  **インフルエンサーサービス**  
売上高 ▶ 301百万円 YoY ↓21.4%
-  **SNSアカウント運用**  
売上高 ▶ 137百万円 YoY ↑30.6%
-  **インターネット広告代理販売**  
売上高 ▶ 206百万円 YoY ↓22.7%

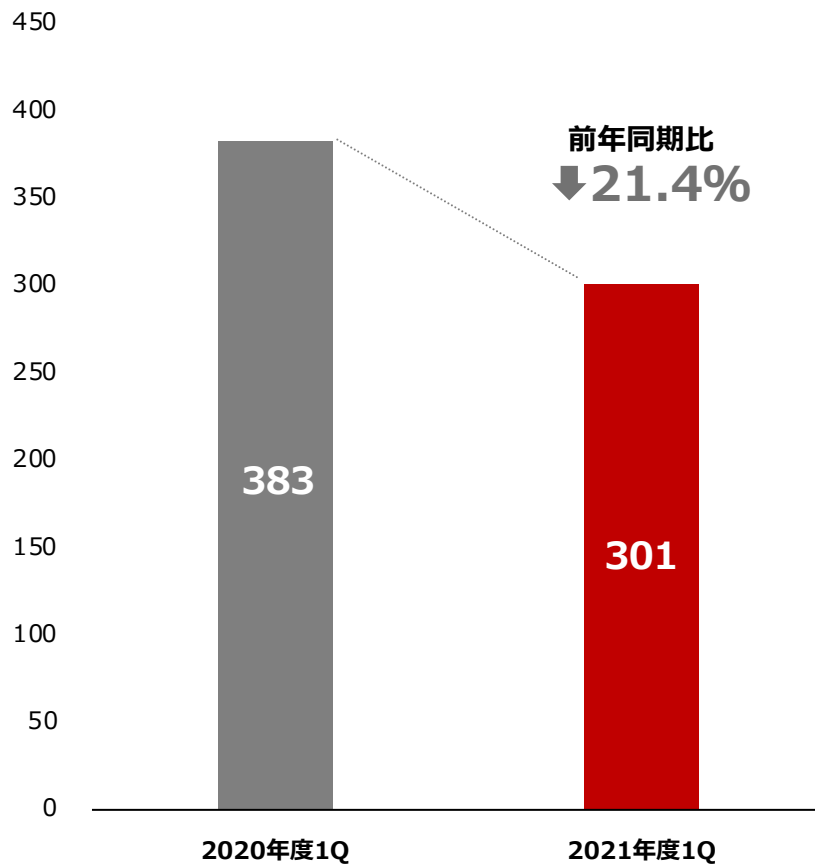
※前年同四半期比較につきましては、前年同四半期の数値を  
変更後のサービス区分に組み替えた数値で比較しております。

# インフルエンサーサービス 長期化する新型コロナウイルス感染症 の影響を受け減収

2021年度1Q実績

301  
百万円

インフルエンサーサービス 2021年9月期1Q売上高 (百万円)



— インフルエンサーサービス —

NINARY  
Ripre

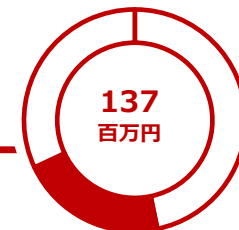
**point** 1Qの特徴

クライアント企業の店頭販売の低迷や一般消費者の需要が減退することによる広告費の削減により減収となったものの、受注は徐々に回復傾向にある。

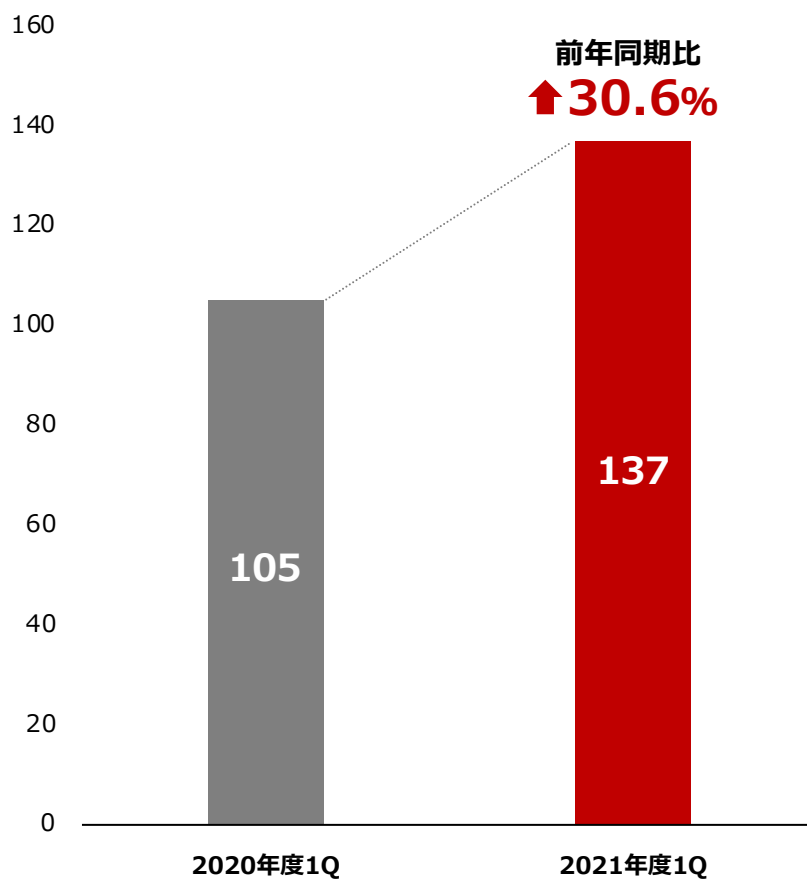


# SNSアカウント運用 月額単価の上昇やオプションの増加、 継続率の上昇により増収

2021年度1Q実績



SNSアカウント運用 2021年9月期1Q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 継続率の上昇
- 3 宮崎オフィスを子会社化し、運用体制強化



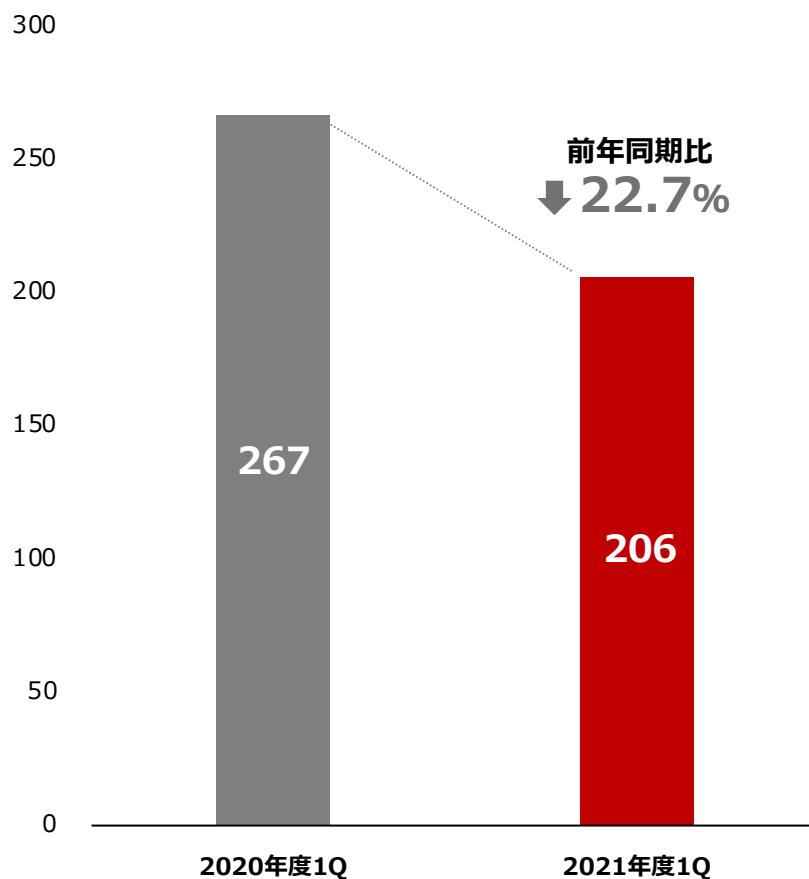


# インターネット広告代理販売 長期化する新型コロナウイルス感染症 の影響を受け減収

2021年度1Q実績



インターネット広告代理販売 2021年9月期1Q売上高 (百万円)



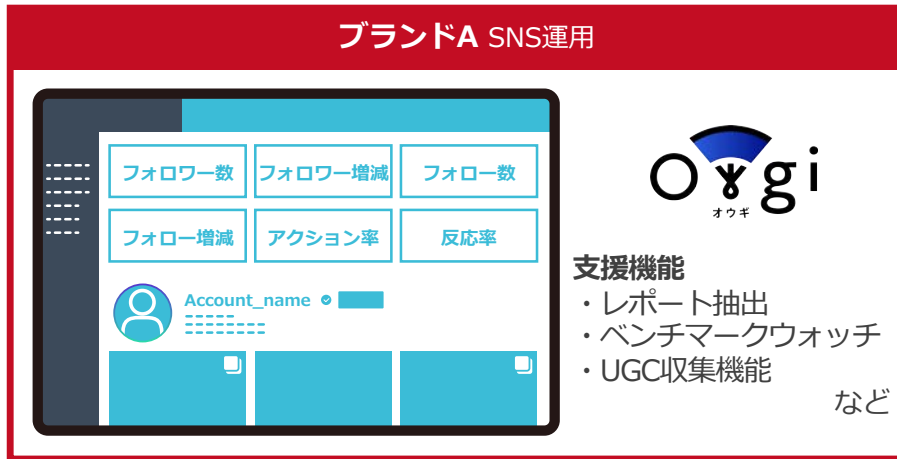
**point** 1Qの特徴

主力であるInstagramやTwitterのSNS運用広告の不振により減収となった。

# SaaS型ツール『Owgi (オウギ)』の販売開始

## POINT 1

『Owgi』利用のクライアント企業ブランド担当者は、  
**SNSアカウントを一元管理、**  
**効果的な戦略計画が可能に**



クライアント企業  
PRブランド



ブランドA



ブランドB



ブランドC



ブランドD



ブランドE

## POINT 2

ブランド単位での契約をベースとしており、  
**1クライアントにおいて**  
**複数アカウントの契約が見込まれる。**



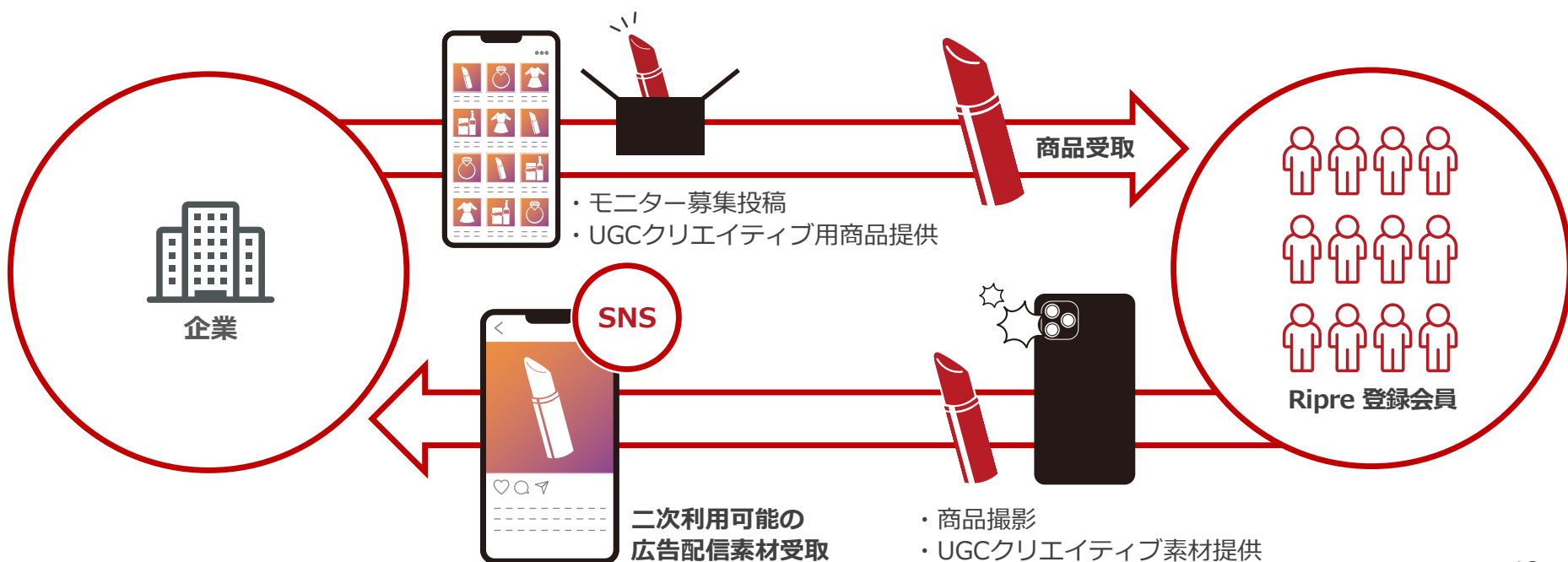
# 「Ripre」新機能：UGCを効率的に生成・納品する「UGCファクトリー」設立

- PRをしたい企業が、Ripre会員にUGC\*を生成・納品を依頼できる機能を追加。
- 広告配信や公式アカウントのクリエイティブとして利用することが可能。

\* UGC:ユーザーによるコンテンツ



UGC生成納品新機能



# サステイナブルに特化したD2Cプラットフォームを構築

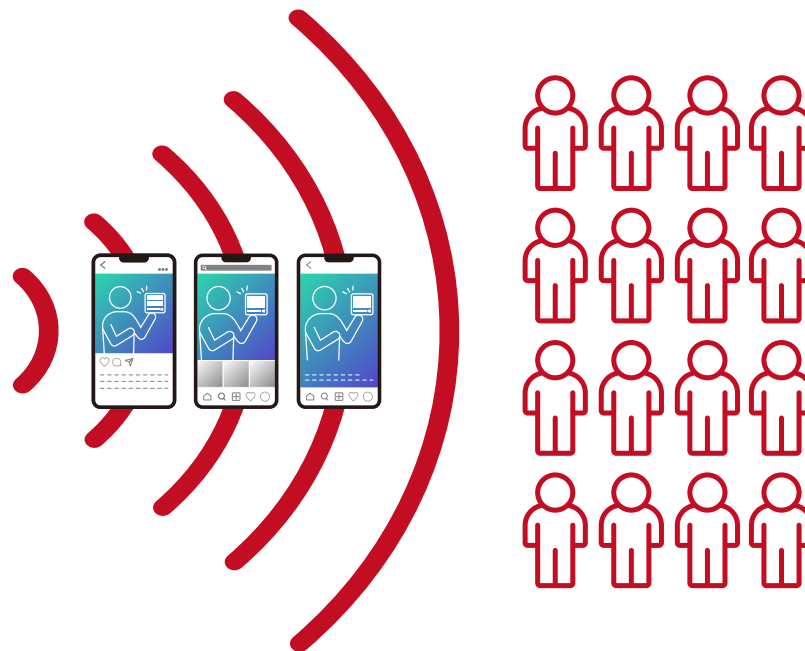


## サステイナブルに特化したD2Cプラットフォーム

- インフルエンサーネットワーク、SNSマーケティングのノウハウを生かした各種SNSでの情報発信
- オリジナルブランド開発・販売
- 独自基準セレクトの ブランドや商品販売
- サステイナブル活動・支援を行うローラ氏がサステイナブルディレクターとして就任

各種SNSでの拡散や啓蒙

消費者へ



Chapter 03

# サイバー・バズについて

# 会社情報

企業名	株式会社サイバー・バス
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 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 執行役員 山田 洋輔 執行役員 佐藤 亮平 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



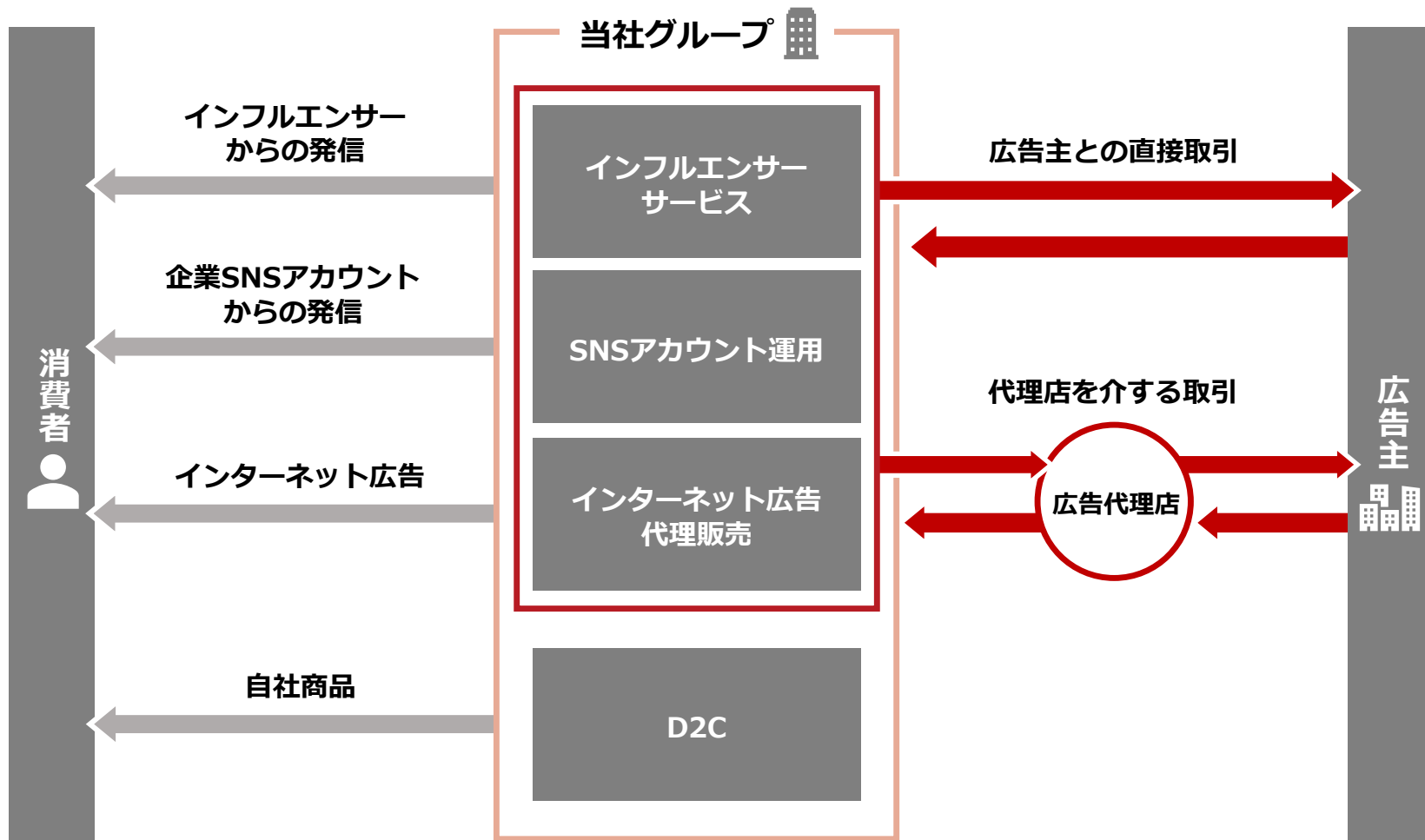
代表取締役社長  
高村 彰典

## ▶ 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・バス取締役就任
- 2010年 株式会社サイバー・バス代表取締役就任 (現任)

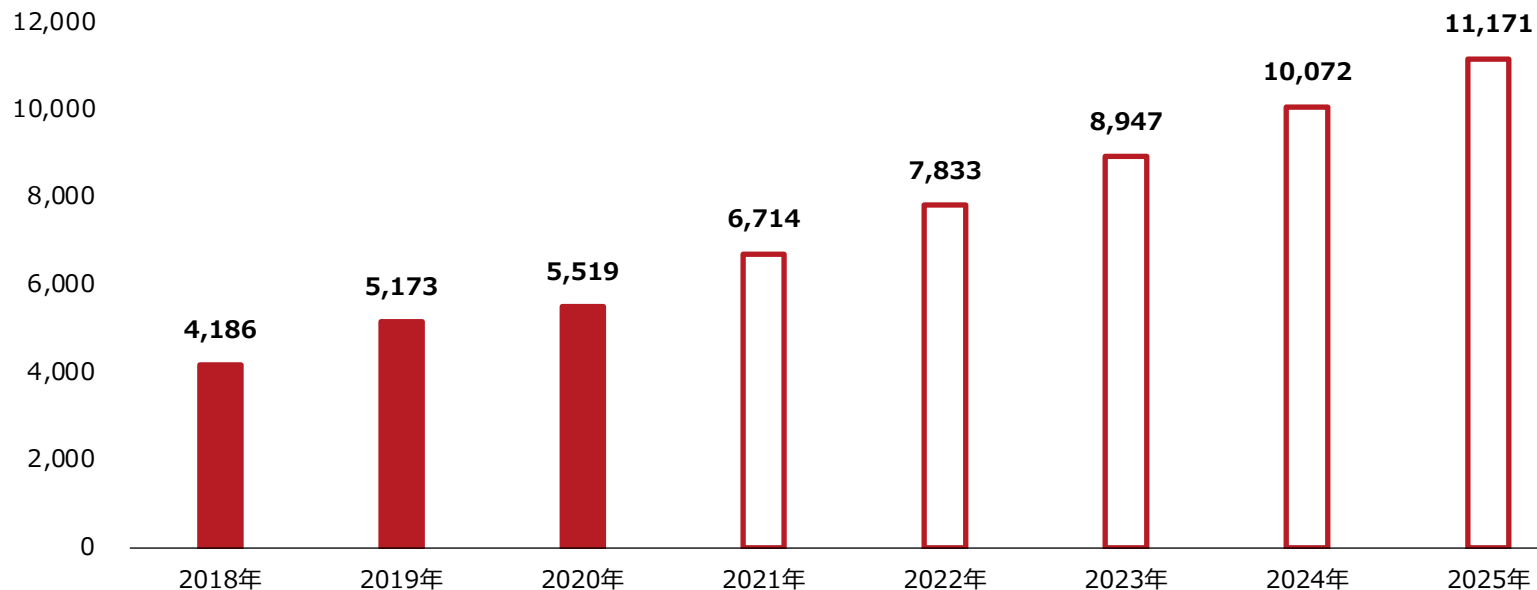
インターネット広告の黎明期、株式会社サイバーエージェント設立から10ヵ月目に入社。インターネット広告事業を牽引、2005年からは経営にも参画。2010年より株式会社サイバー・バスの代表取締役に就任、2013年に株式を取得。

# ビジネスモデル



# 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）



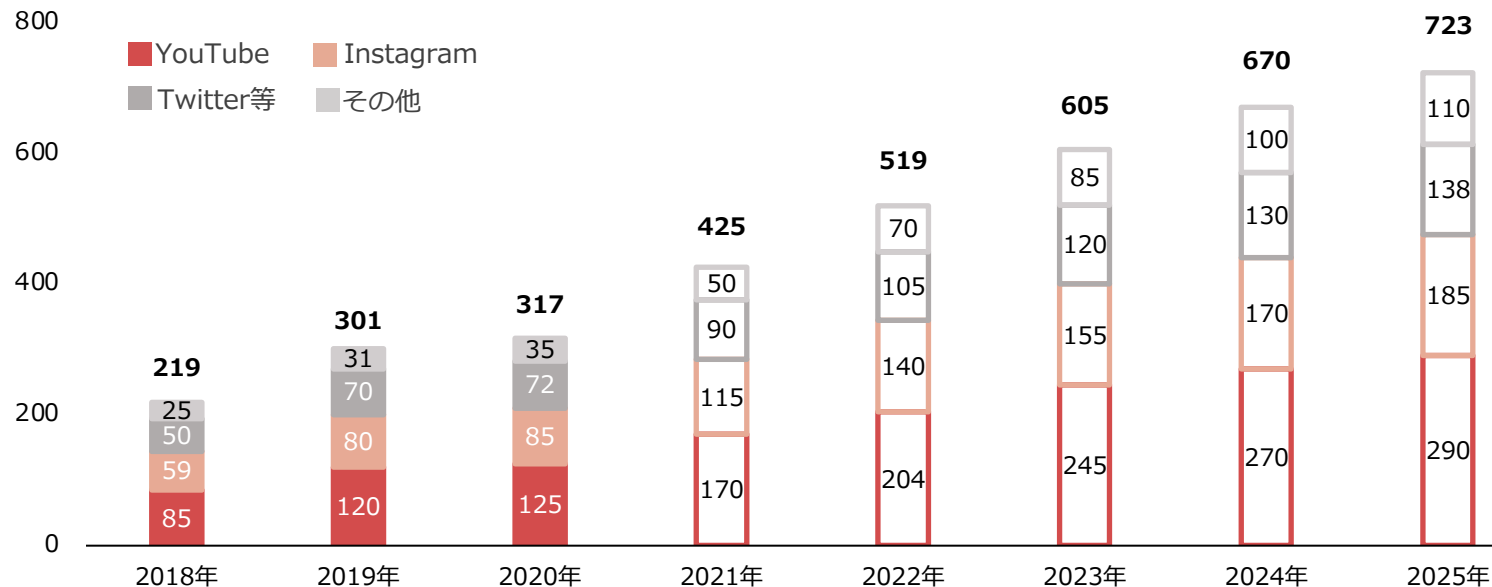
**point** 予想の前提

- 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

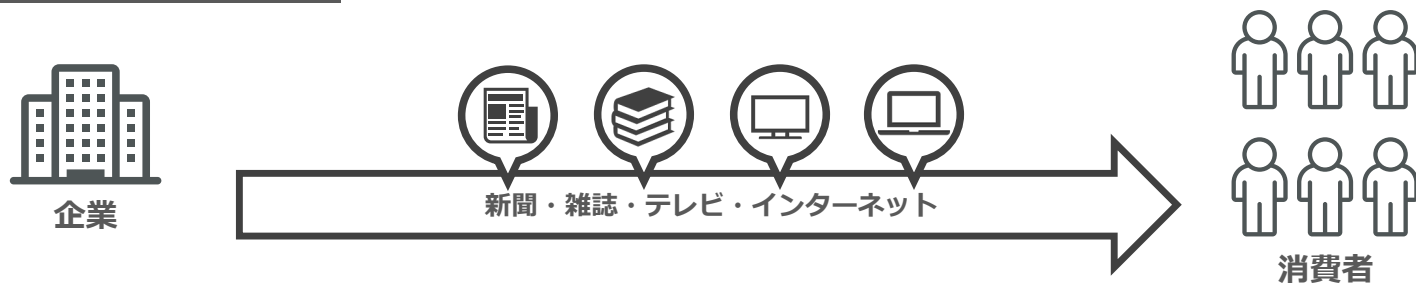
- インフルエンサーマーケティング市場は2025年に2020年の**約2.3倍**になる見通し

[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>

# 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

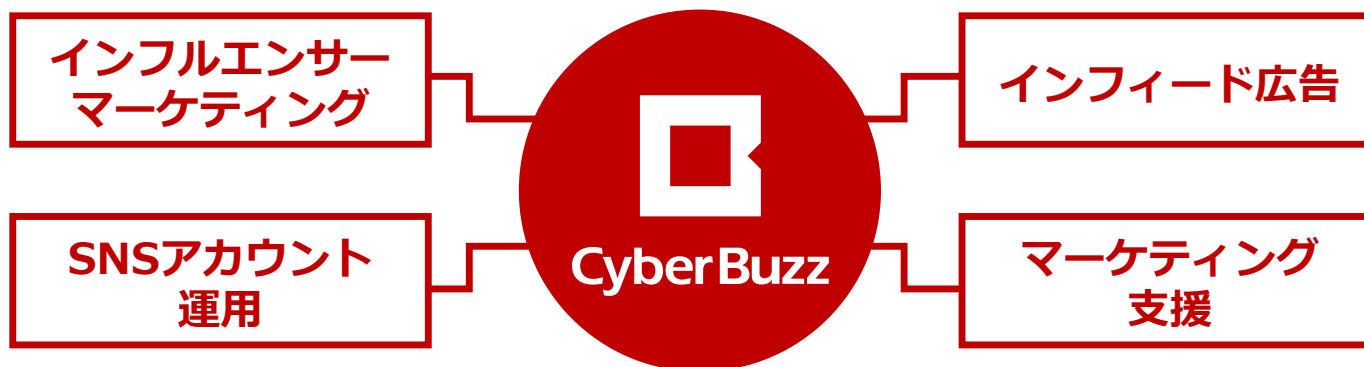
## 従来のマーケティング



## インフルエンサーマーケティング



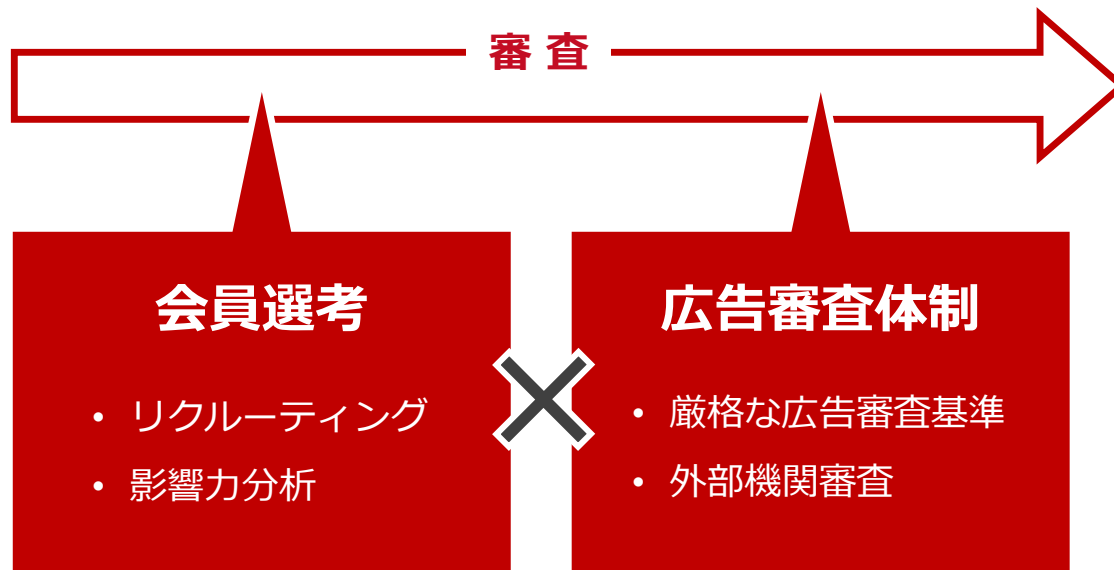
## SNS周辺領域を幅広くカバー



**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



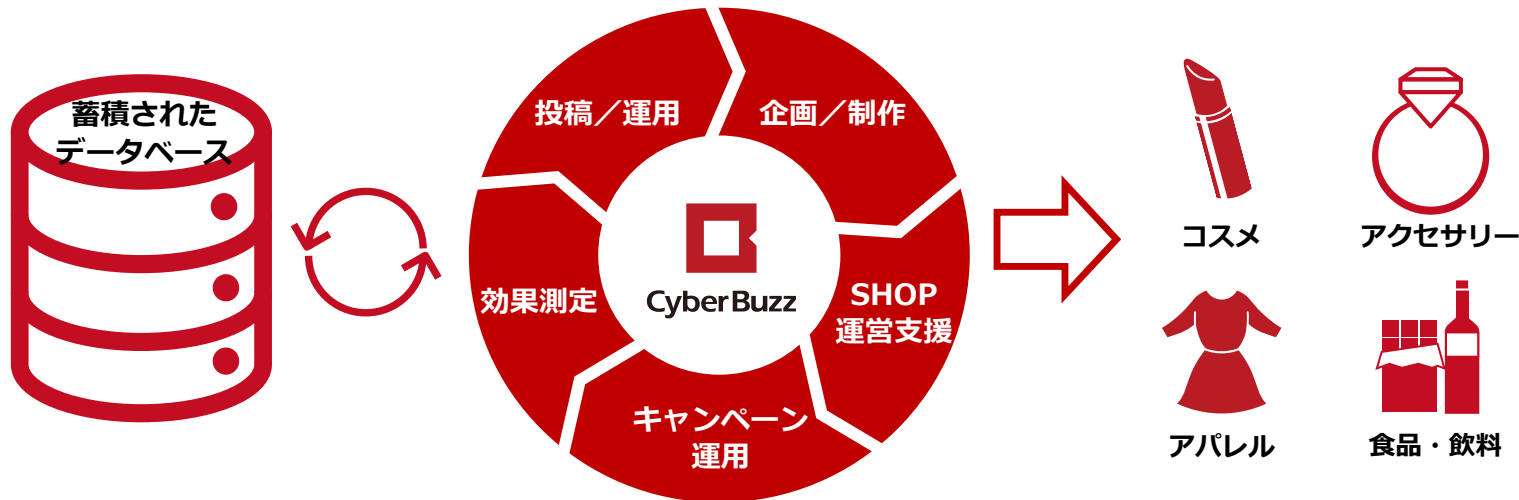
# EC市場の拡大に伴いSNSの活用も拡大 EC分野の顧客をサポートしシェアを拡大する

- 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

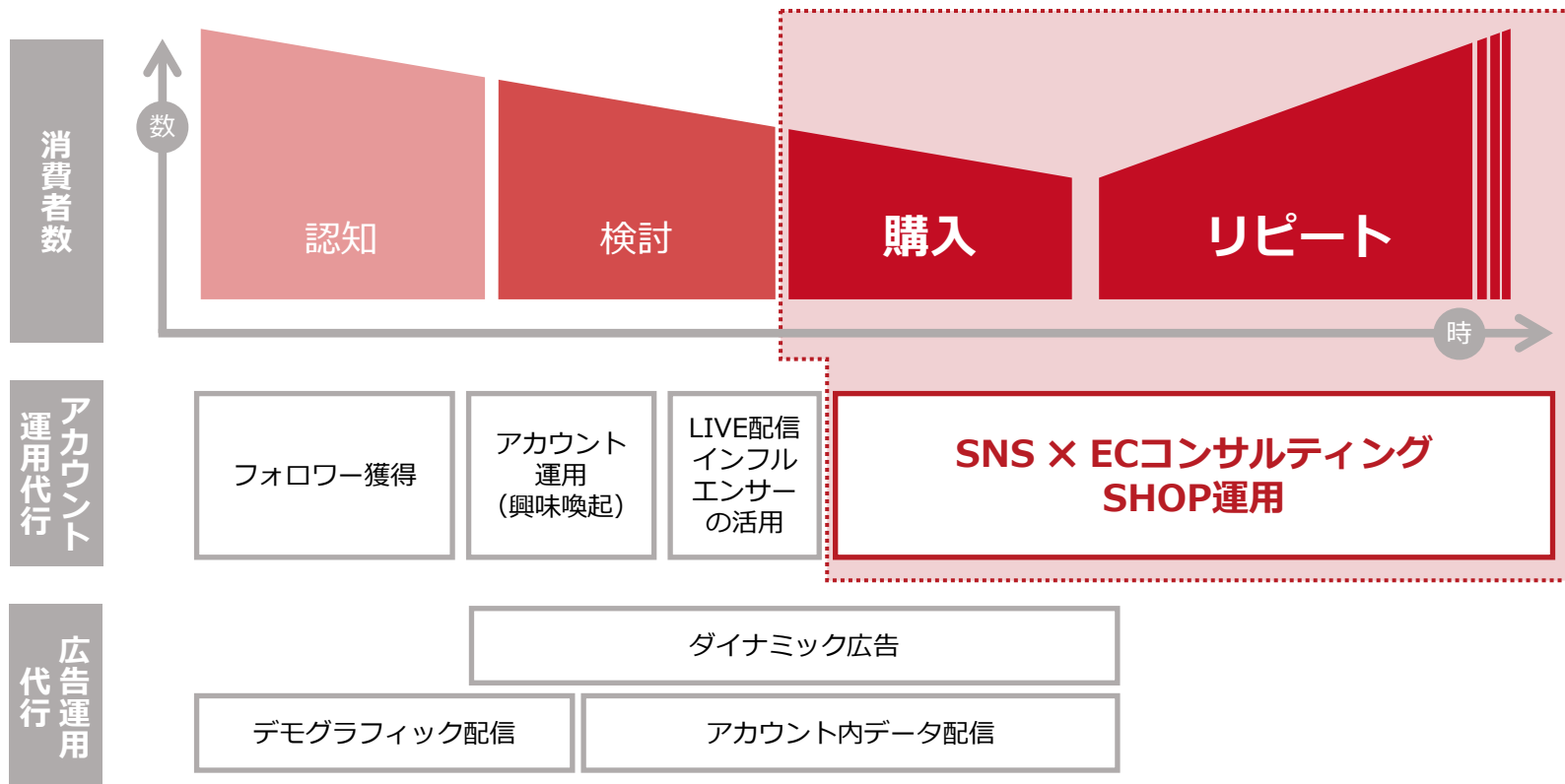
## EC分野



# SNSに特化したECコンサルティング事業を強化

## 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』



## 新規分野

**D2C事業** など

## アカウント運用事業の拡大

クロスセル

業種拡大・中堅企業への浸透

**SNS特化型ECコンサルティング事業、**

**SNS運用担当者向けSaaS型ツールの提供** など

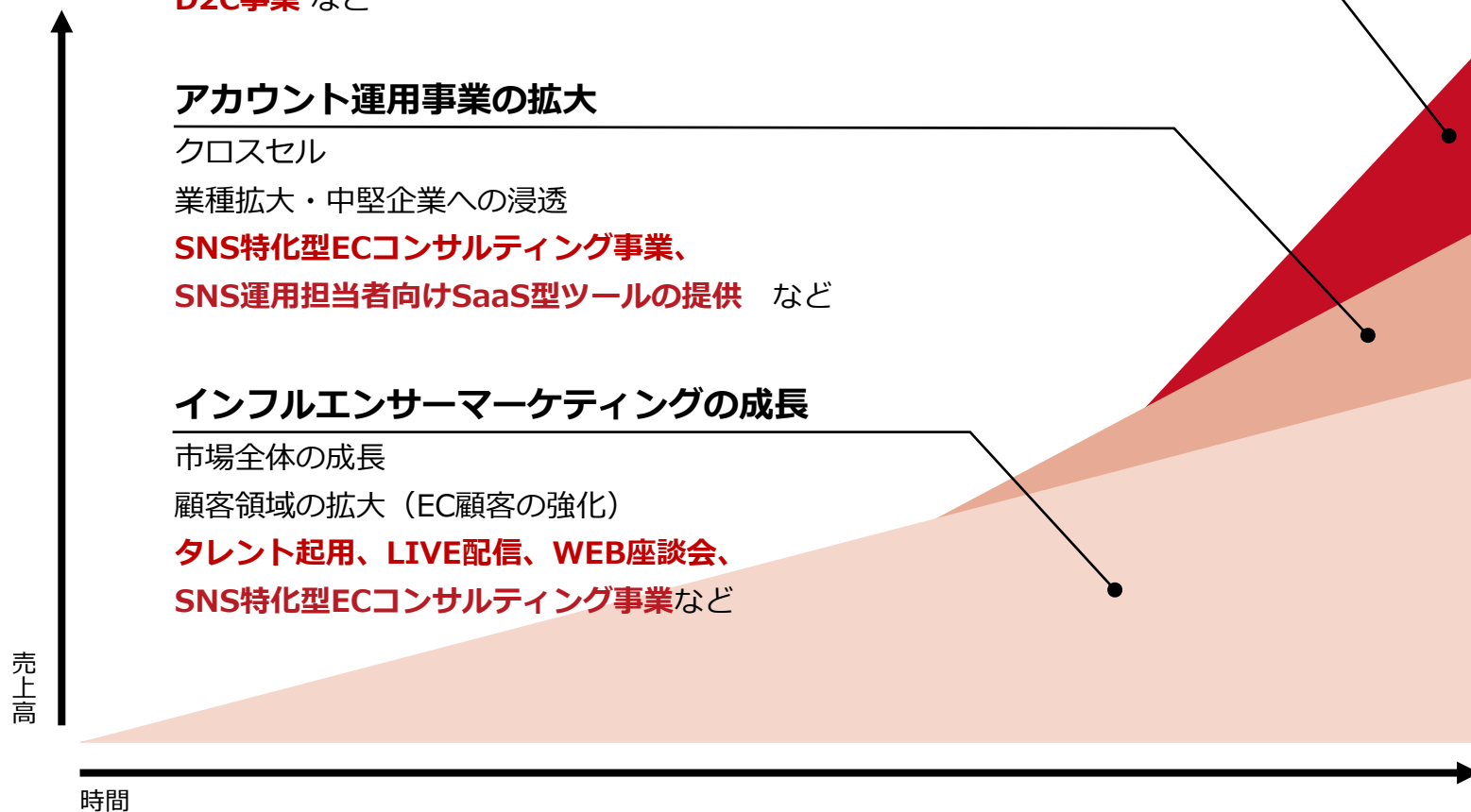
## インフルエンサーマーケティングの成長

市場全体の成長

顧客領域の拡大（EC顧客の強化）

**タレント起用、LIVE配信、WEB座談会、**

**SNS特化型ECコンサルティング事業**など



# 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](mailto:ir@cyberbuzz.co.jp)

TEL ----- 03-6758-4738