

**Cyber Buzz**

**2021年9月期 第3四半期決算説明資料**

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

---

- ▶ 2021年9月期第3四半期の売上は876百万円（前年同期比+23.5%）、営業利益は4百万円（前年同期比▲82.2%）。  
同期間の累計売上は2,342百万円（前年同期比+0.9%）、営業利益は14百万円（前年同期比▲93.3%）。
- ▶ 好調なインターネット広告市場を追い風にSMM事業の売上は前年同期比+33.1%の増収。インフルエンサーサービスの売上回復（同+22.1%）を背景に、全社ベースの粗利率も50.3%まで回復（前四半期比+4.2%pt）。
- ▶ 新規事業（SaaS/D2C事業）に係る先行費用の増加および事業進捗の遅れを主因に、2021年7月14日に業績予想の下方修正を実施。

- **01 2021年9月期 第3四半期決算概要**
- **02 2021年9月期 通期業績予想の修正**
- **03 事業概況**
- **04 サイバー・バズについて**

Chapter 01

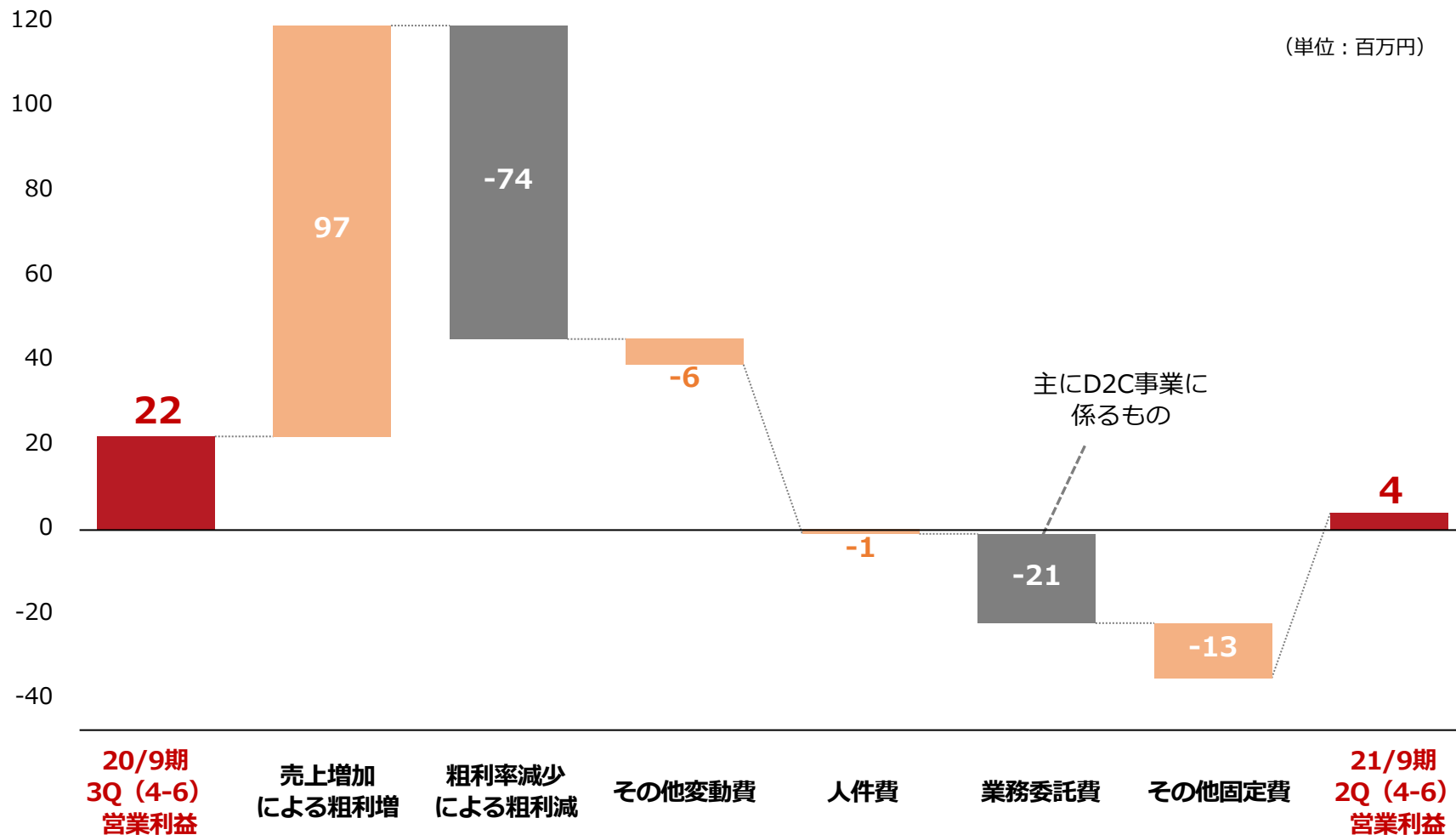
# 2021年9月期 第3四半期決算概要

# 3Q（4～6月）業績ハイライト

2021年9月期第3四半期は、増収減益。好調なインターネット広告市場を追い風に売上は+23.5%の増収も、新規事業への先行費用の増大が影響し、減益で着地。

単位： 百万円	2020年9月期 3Q累計	2021年9月期 3Q累計	YoY成長率	2020年9月期 3Q(4-6)	2021年9月期 3Q(4-6)	YoY成長率
売上高	2,320	2,342	+0.9%	709	876	+23.5%
売上総利益	1,329	1,203	-9.5%	417	440	+5.6%
営業利益	209	14	-93.3%	22	4	-82.2%
経常利益	202	16	-92.0%	22	4	-79.3%
当期純利益	150	-3	-	14	-3	-

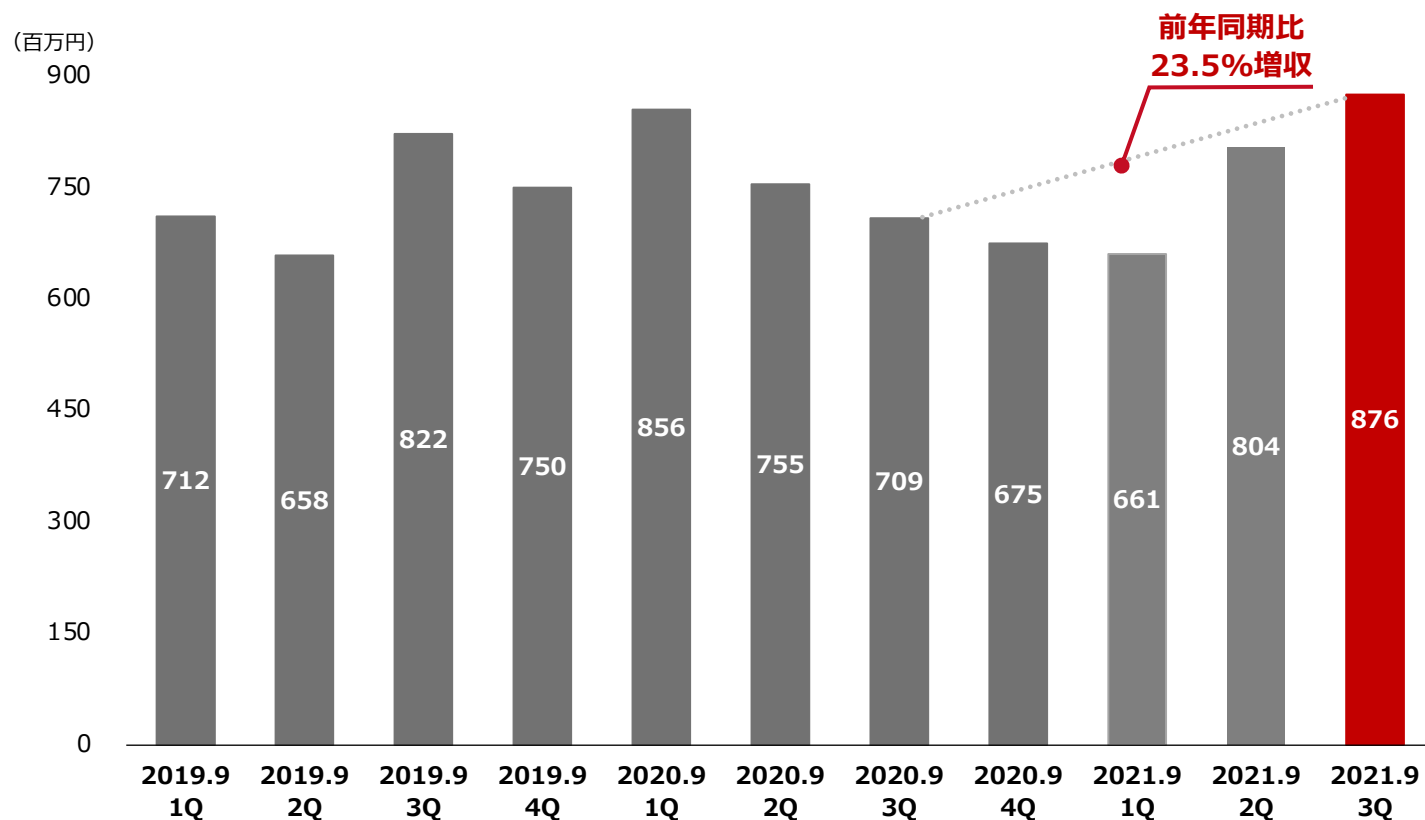
# 3Q (4~6月) 営業利益の増減分析



## 業績ハイライト

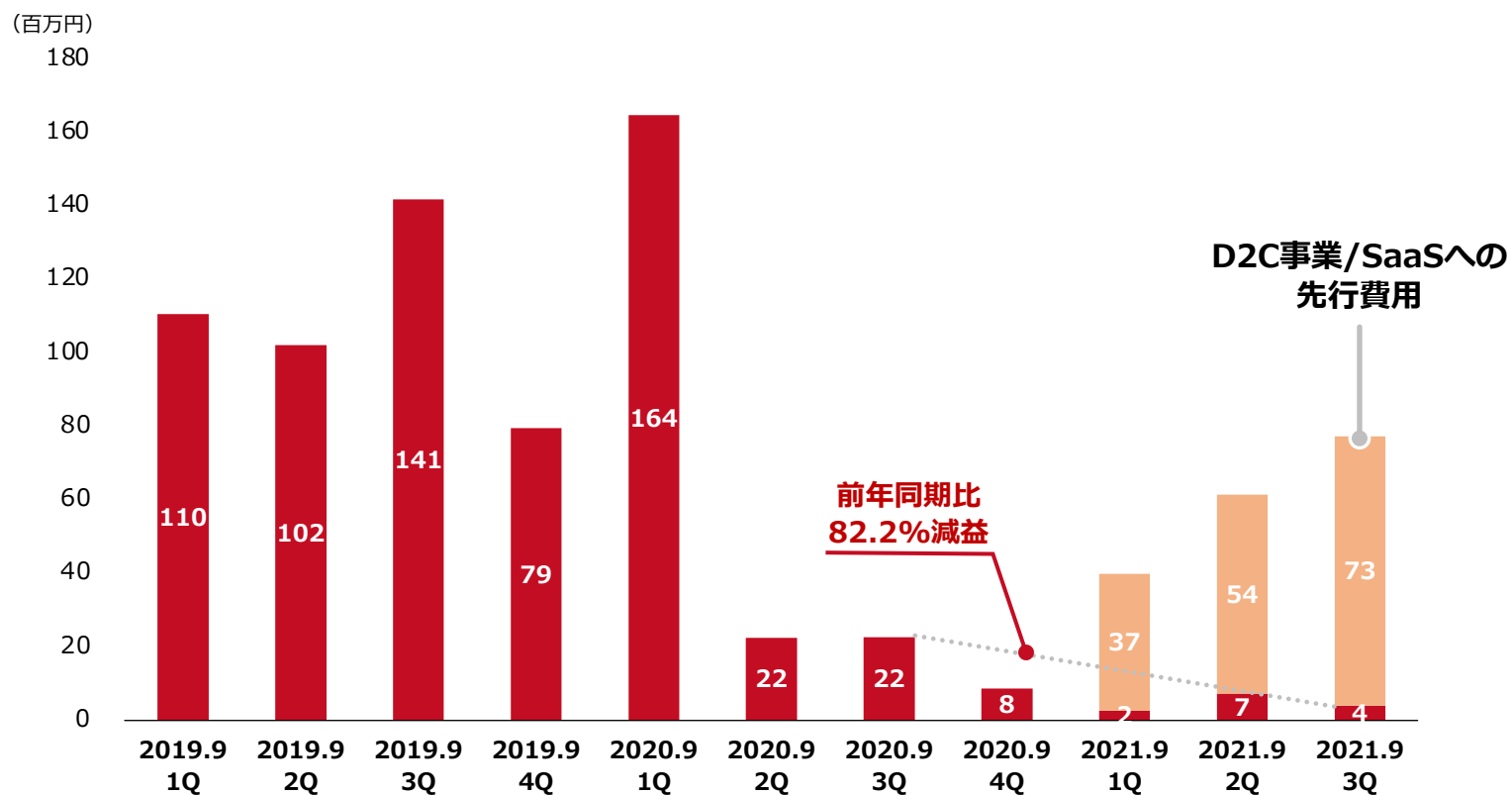
## 連結売上高

SMM事業が好調に推移し、前年同期比+23.5%の増収。  
(四半期ベースの過去最高売上高を更新)



## 連結営業利益

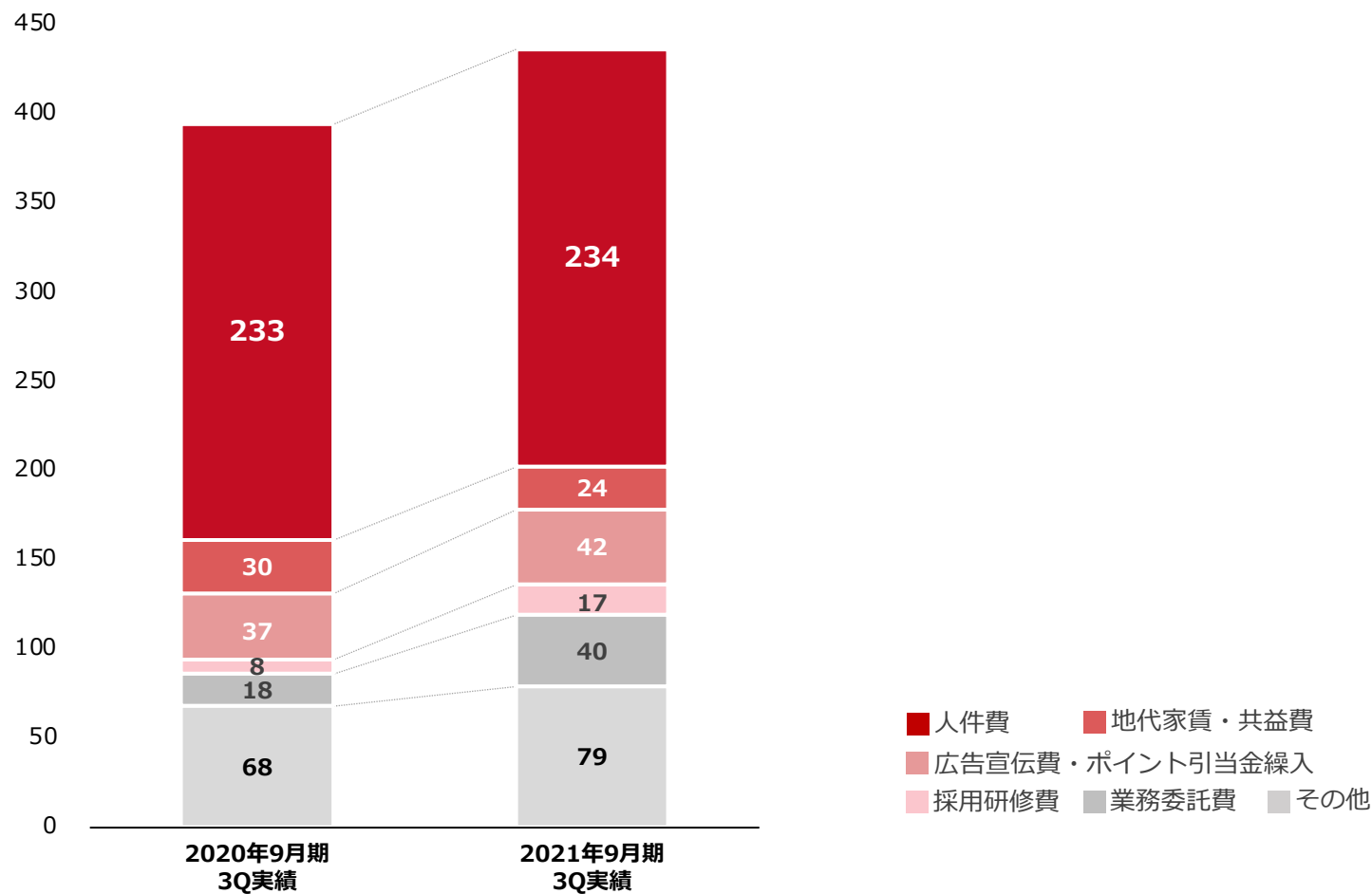
粗利率の変動に加え、新規事業への先行費用（73百万円）を理由に  
前年同期比では▲18百万円の減益





# 3Q（4～6月）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）



**(当初計画) 売上・利益進捗率**

単位：百万円		2020年 11月11日発表 2021年9月期 通期予想	2021年9月期 3Q累計実績	進捗率
<b>合計売上高</b>		<b>3,500</b>	<b>2,342</b>	<b>66.9%</b>
インフルエンサー サービス (注1)		<b>1,763</b>	<b>1,029</b>	<b>58.4%</b>
SMM事業 (ソーシャルメディアマーケティ ング事業)	SNSアカウント運用	<b>523</b>	<b>425</b>	<b>81.3%</b>
	インターネット広告代理販売 (注1)	<b>1,020</b>	<b>839</b>	<b>82.3%</b>
	SaaS	<b>41</b>	<b>3</b>	<b>9.6%</b>
D2C事業 (注2)	—	<b>123</b>	<b>30</b>	<b>25.2%</b>
その他	—	<b>30</b>	<b>12</b>	<b>42.4%</b>
<b>営業利益</b>		<b>260</b>	<b>14</b>	<b>5.4%</b>
<b>経常利益</b>		<b>260</b>	<b>16</b>	<b>6.2%</b>
<b>当期純利益</b>		<b>180</b>	<b>-3</b>	<b>—</b>

(注1) 他社で取り扱っているYouTuberやタレント等のキャスティング売上を「インフルエンサーサービス」に組み替え。(218百万円)

(注2) 2021年5月に自社ECサイトをローンチ。(P.23参照)

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3Q	増減要因
流動資産	2,147	2,008	－
現預金	1,638	1,465	・自己株式取得による減少 ・投資有価証券や固定資産の取得による減少
売上債権	469	464	－
固定資産	228	286	・子会社であるソーシャルベースのオフィス移転増床に伴う有形固定資産の増加 ・新規事業（SaaS/D2C事業）に係る無形固定資産の増加 ・非上場株式の取得による投資その他の資産の増加
<b>資産合計</b>	<b>2,375</b>	<b>2,294</b>	－
負債	379	412	－
純資産	1,996	1,882	－
資本金	457	463	－
資本剰余金	457	463	－
利益剰余金	1,083	1,079	－
自己株式	－	-142	・自己株式取得によるもの
新株予約権	－	18	
<b>負債・純資産合計</b>	<b>2,375</b>	<b>2,294</b>	－

Chapter 02

# 2021年9月期 通期業績予想の修正

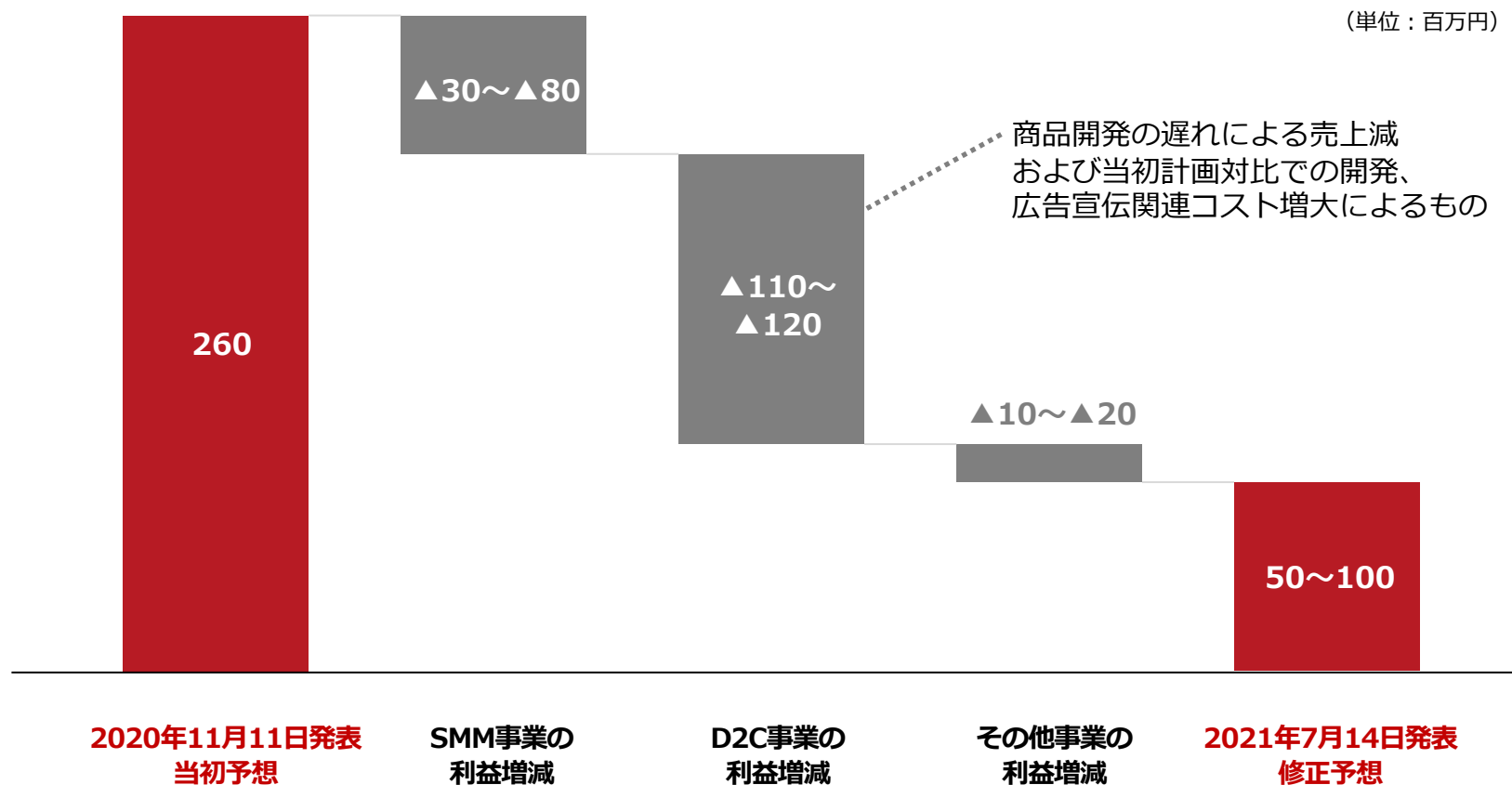
# 通期業績予想の修正

新規事業（SaaS/D2C事業）に係る先行費用の増加  
および事業進捗の遅れを主因に、業績の下方修正を実施

単位：百万円	2020年11月11日発表 修正前予想	2021年7月14日発表 修正後予想	増減額	増減率
売上高	3,500	3,350~3,500	▲150~0	▲4.3% ~0.0%
営業利益	260	50~100	▲210~▲160	▲80.8% ~▲61.5%
経常利益	260	50~100	▲210~▲160	▲80.8% ~▲61.5%
当期純利益	180	0~50	▲180~▲130	▲100% ~▲72.2%

# 営業利益予想の増減要因分析

新規サービスであるSaaS型ツール及びD2C事業における売上未達・コスト増大を理由に営業利益が当初予想対比で未達。

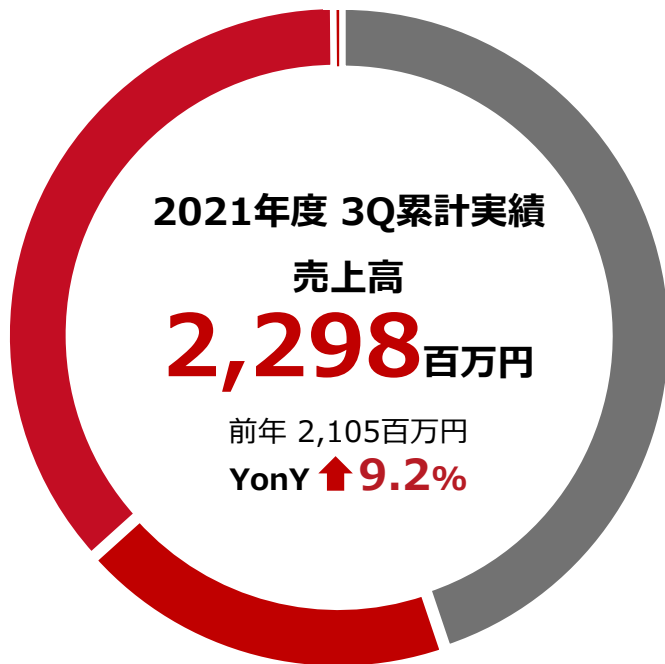



Chapter 03

# 事業概況


# サービス別売上高サマリー

四半期売上は858百万円と前年同期比+32.8%の増収。  
累計売上高は2,298百万円で、前年同期比+9.2%に回復。



 **インフルエンサーサービス**  
売上高 ▶ 1,029百万円 YoY **↓6.6%**

 **SNSアカウント運用**  
売上高 ▶ 425百万円 YoY **↑28.8%**

 **インターネット広告代理販売**  
売上高 ▶ 839百万円 YoY **↑24.8%**

 **SaaS**  
売上高 ▶ 3百万円

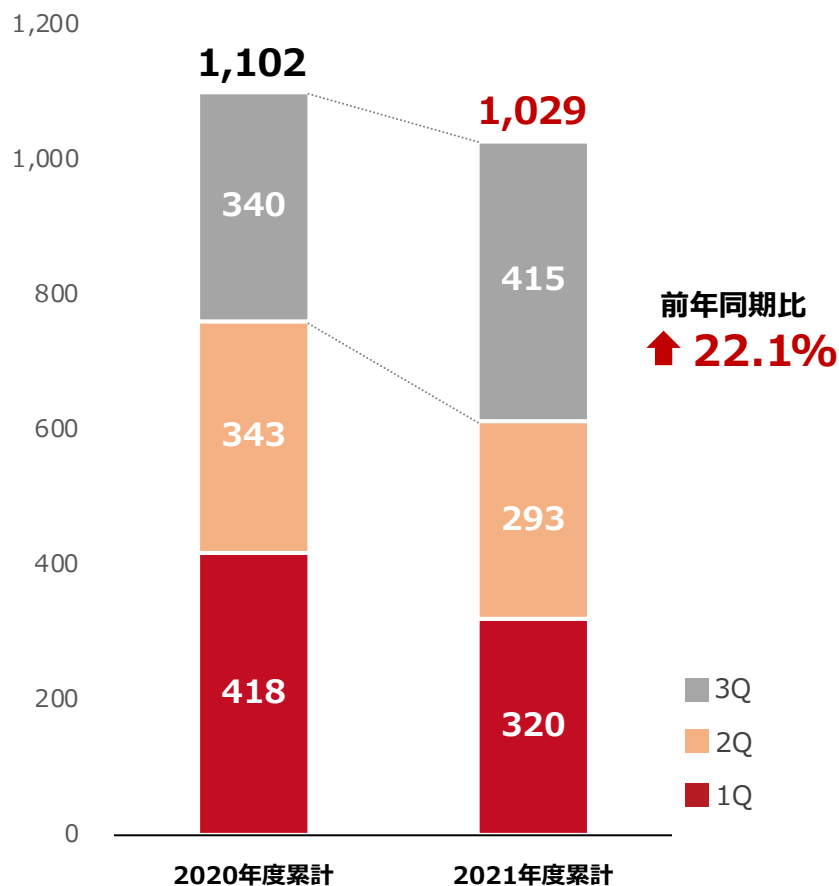


# インフルエンサーサービス 前年同期から続く新型コロナウイルス感染症の 影響から需要が回復し増収

2021年度3Q累計実績



インフルエンサーサービス 2021年9月期3Q売上高 (百万円)



インフルエンサーサービス

## NINARY Ripre

他社インフルエンサー等  
キャスティング

**point** ▶ 3Qの特徴

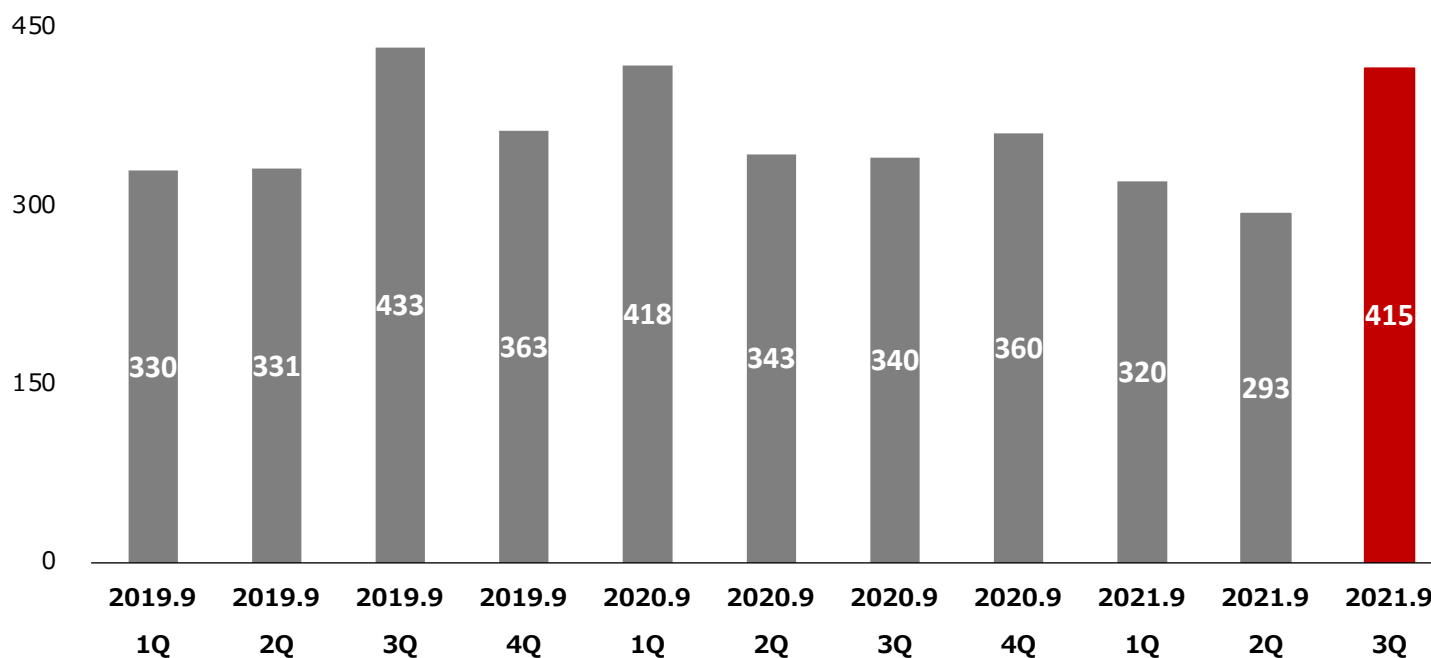
主要顧客のニーズ回復が遅れているRipreは減収したものの、NINARY及び他社インフルエンサーは前年同期比で増収。

※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。  
また、他社で取り扱っているYouTuberやタレント等のキャスティング売上は、当2Qより、「インフルエンサーサービス」に組み替えております。

# 四半期別インフルエンサーサービス売上高

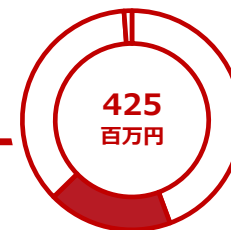
自社サービスのNINARY及び他社インフルエンサー施策により前年同期を大きく上回る回復。

(百万円)

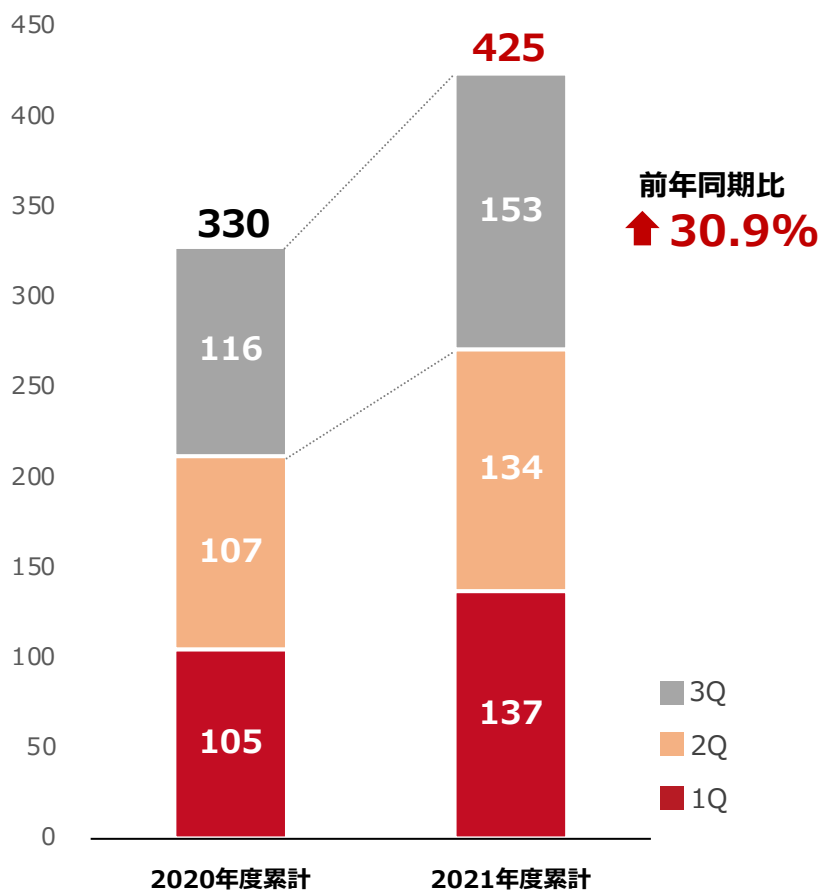


# SNSアカウント運用 運用アカウント数増加により増収トレンドが継続

2021年度3Q累計実績



SNSアカウント運用 2021年9月期3Q売上高 (百万円)



**point** 成長の理由

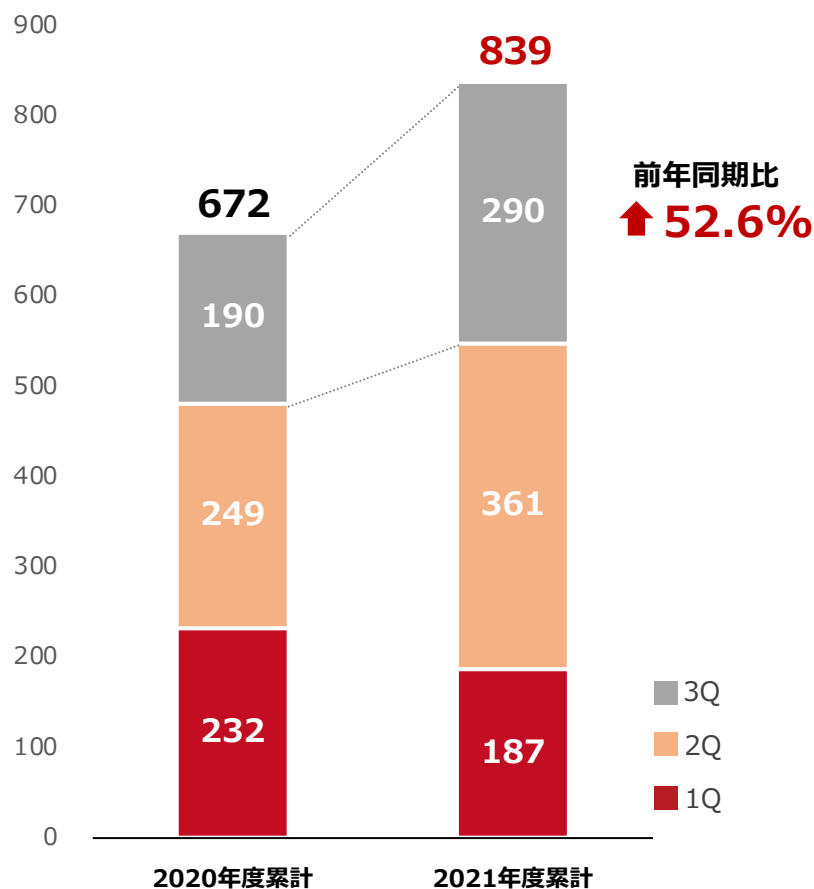
新規案件の獲得および継続率の改善による稼働案件数の積み上げ

# インターネット広告代理販売 2Qに引き続きインフィード広告の需要高まり により増収

2021年度3Q累計実績



インターネット広告代理販売 2021年9月期3Q売上高 (百万円)



**point** 3Qの特徴

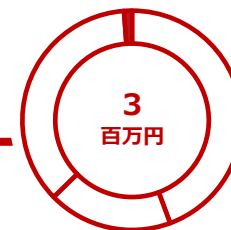
Instagram、Twitter、並びにYouTubeの運用型広告が好調に推移。



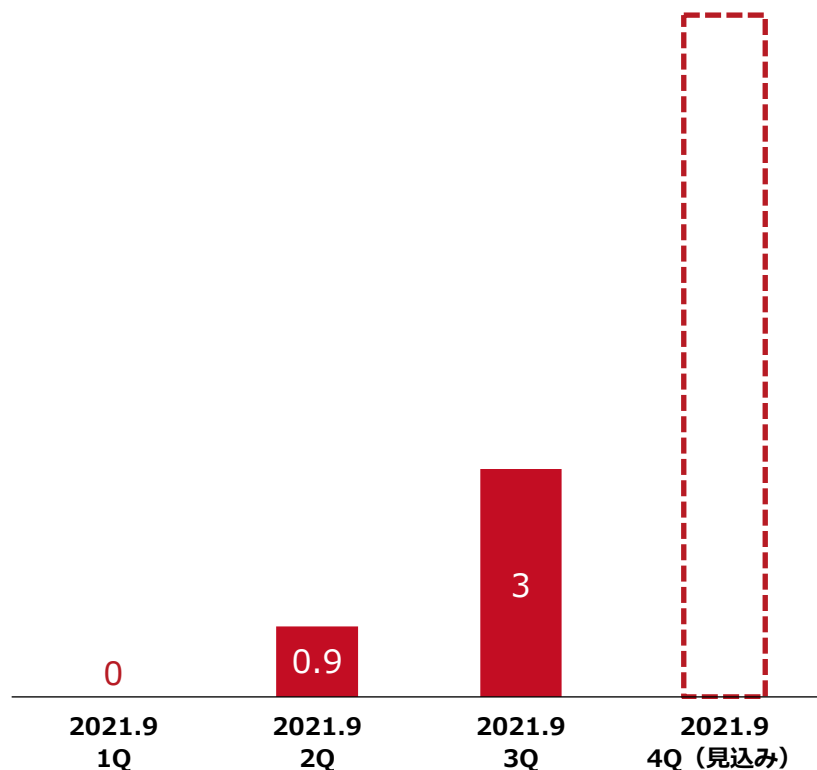
# SaaS事業

## 当初計画対比未達も足元大口受注を実現

2021年度3Q累計実績



SaaS事業 2021年9月期3Q売上高 (百万円)



### point 3Qの特徴

- SNS即時抽選型キャンペーン (インスタントウィン) 機能をリリース
- 2021年7月に大口受注、8月以降売上計上予定

# SNS×EC領域に特化した子会社 「株式会社ソーシャル・コマース」設立

SNSからECへの導線がより重要視されソーシャルコマース市場の急速な拡大が見込まれるため、SNS×EC領域に特化した戦略子会社として設立



## 株式会社ソーシャル・コマース

### 事業内容

SNSアカウント運用、SNS広告、  
インフルエンサーアフィリエイトなどを連携する  
ソーシャルメディアマーケティング事業

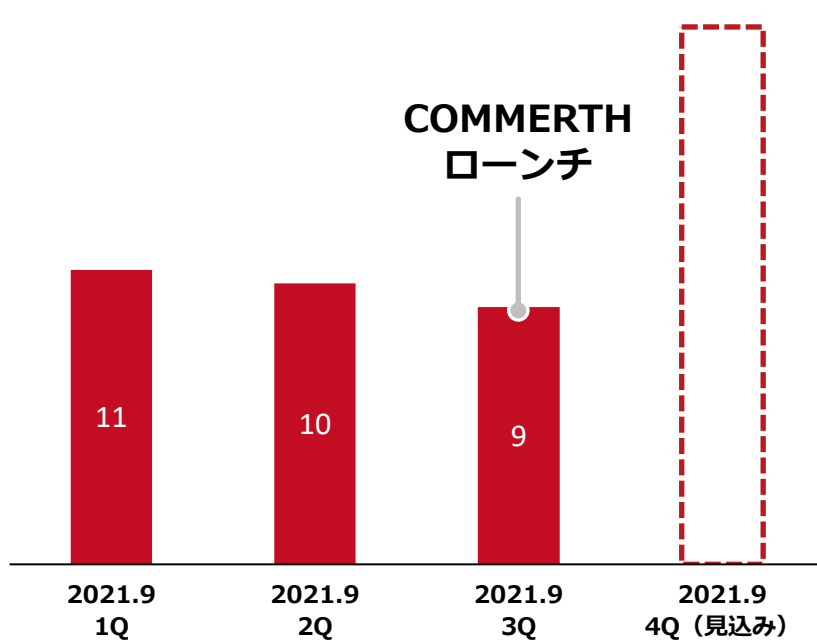
SNS上でECの売上を伸ばす施策の提案から  
ディレクションまで一気通貫での提供

### 今後の展開

業種を問わずEC領域の新規顧客の開拓を進め、  
専門性を持ってスピーディーにサービス提供を目指す

# D2C事業 2021年5月COMMEARTHをローンチ

D2C事業 2021年9月期3Q売上高 (百万円)



## point ▶ 3Qの特徴

- サステイナブルなプロダクトに特化したECサイト「COMMEARTH」を5月ローンチ。
- 事業進捗の遅れにより、大幅未達 (P12,13参照)
- 戦略・体制の見直しを実施し、新機能開発や自社プロダクトの外部販売を開始。

# 株式会社BuzzJobにて、 「転職エージェントサービス」「リモサポ」を開始

## Buzz Job

### サービス① 転職エージェントサービス

#### ミスマッチの軽減

SNSマーケティング・デジタルマーケティング業界への知見が深いコンサルタントによる的確なマッチングとキャリアアドバイス

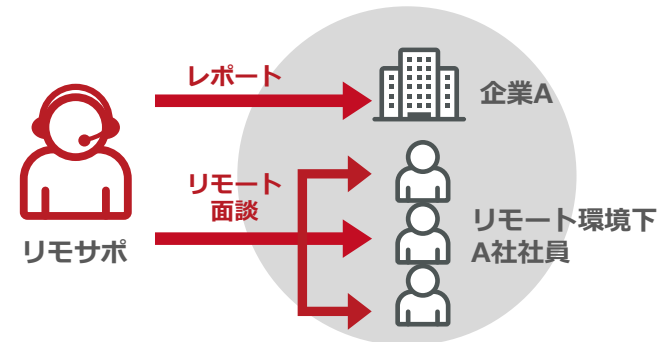
#### 定着サポート

オンボーディングの施策として、入社企業と連携し、転職入社後3か月間はプロコーチによる1on1のコーチングを月に1回ご提供

### サービス② リモサポ

#### 社員のストレスの早期発見・サポートによる 休職・退職リスクの軽減

“リモート鬱”を事前に抑制すべくリモートワークにおけるコミュニケーションの課題解決に特化



今後の展開

人材紹介・1on1サポートサービスをベースに事業領域を拡大



Chapter 04

# サイバー・バズについて

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



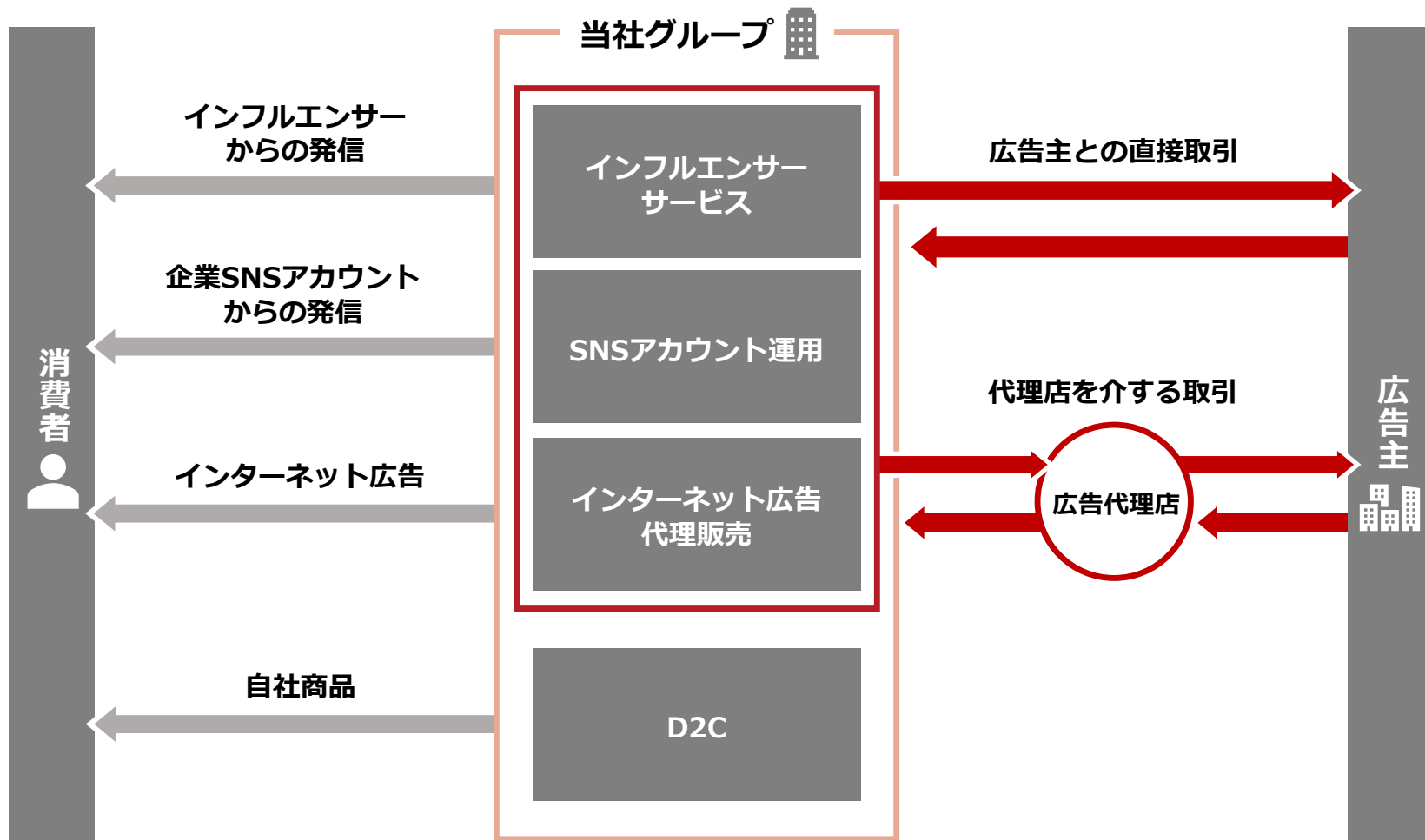
代表取締役社長  
高村 彰典

## ▶ 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)

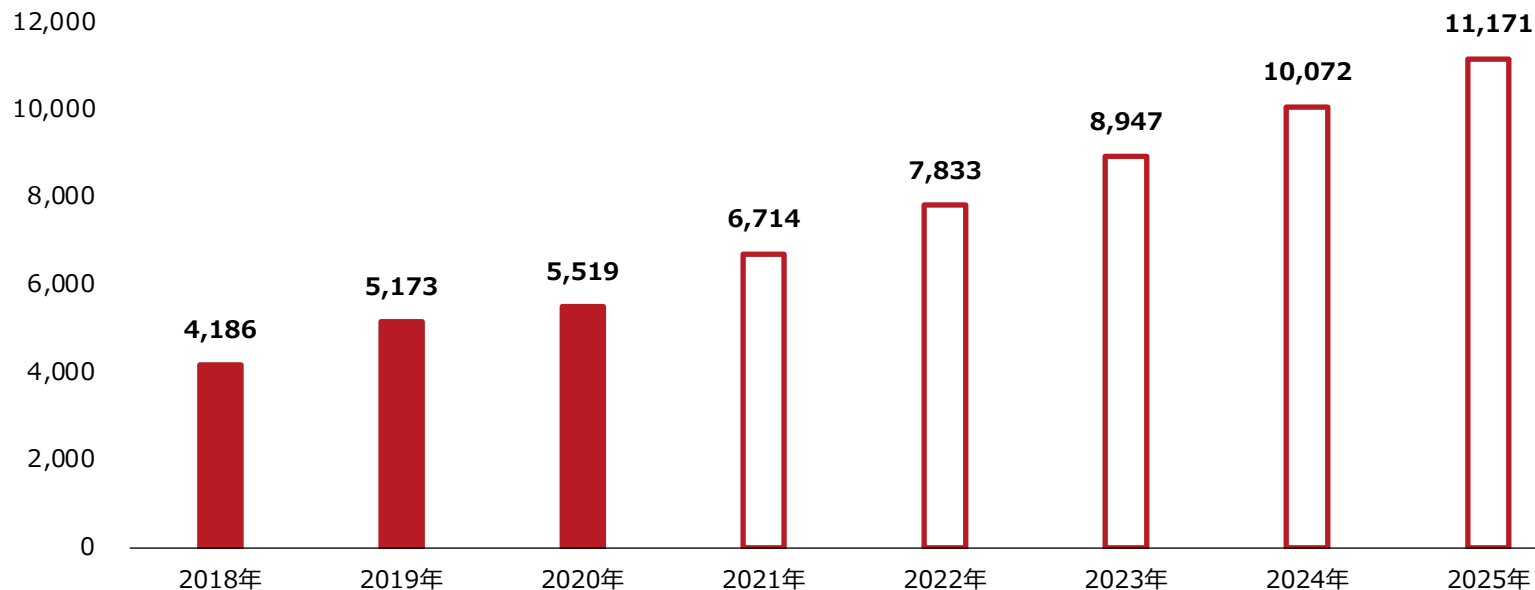
インターネット広告の黎明期、株式会社サイバーエージェント設立から10ヵ月目に入社。インターネット広告事業を牽引、2005年からは経営にも参画。2010年より株式会社サイバー・バスの代表取締役に就任、2013年に株式を取得。

# 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）

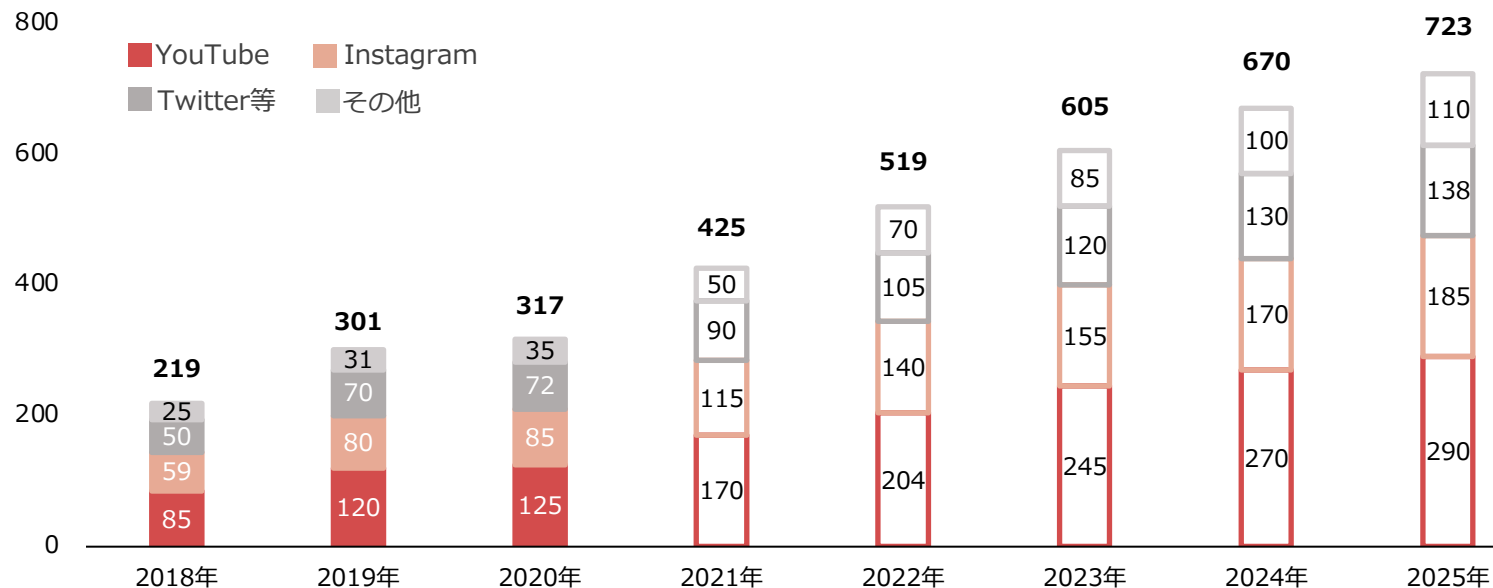


**point** 予想の前提

- 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

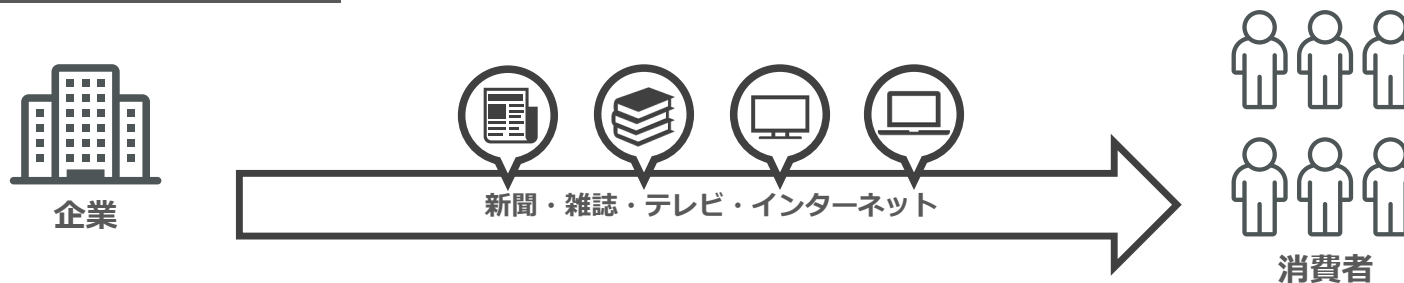
- インフルエンサーマーケティング市場は2025年に2020年の**約2.3倍**になる見通し

[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

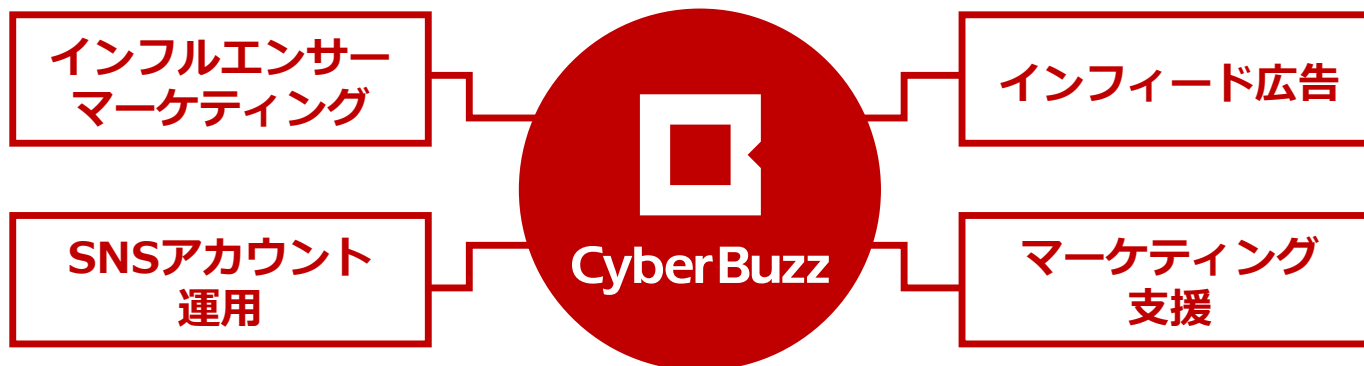


## インフルエンサーマーケティング



# 強み SNS周辺領域を幅広くカバー -充実したサービスラインナップ-

## 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



### 会員選考

- ・ リクルーティング
- ・ 影響力分析



### 広告審査体制

- ・ 厳格な広告審査基準
- ・ 外部機関審査



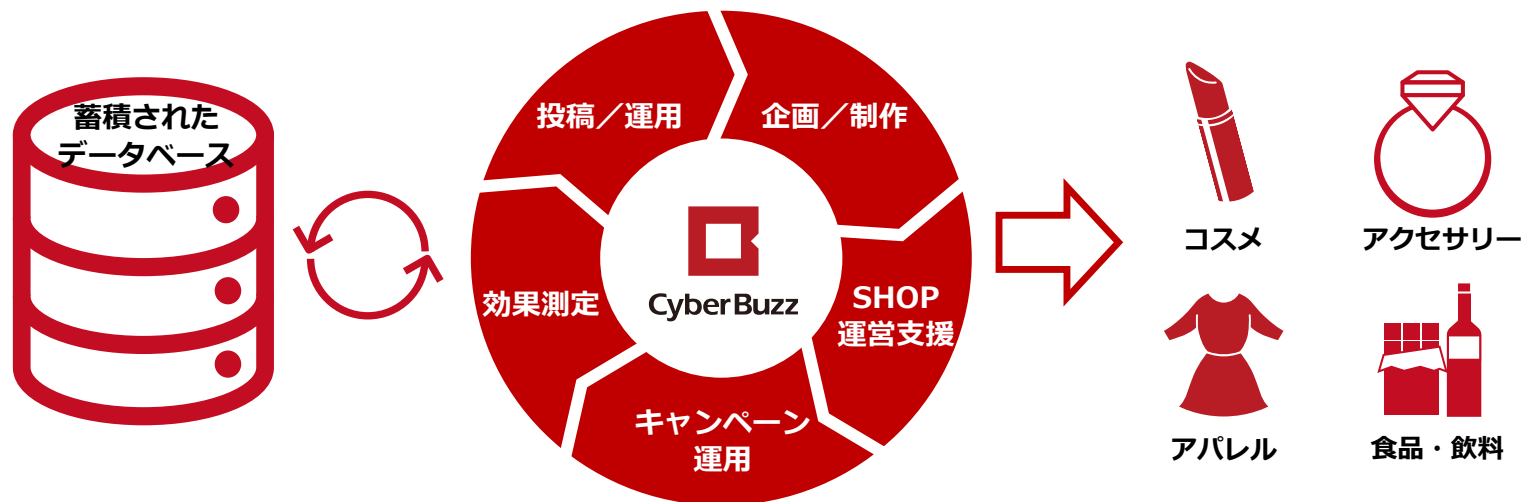
# EC市場の拡大に伴いSNSの活用も拡大 EC分野の顧客をサポートしシェアを拡大する

- 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

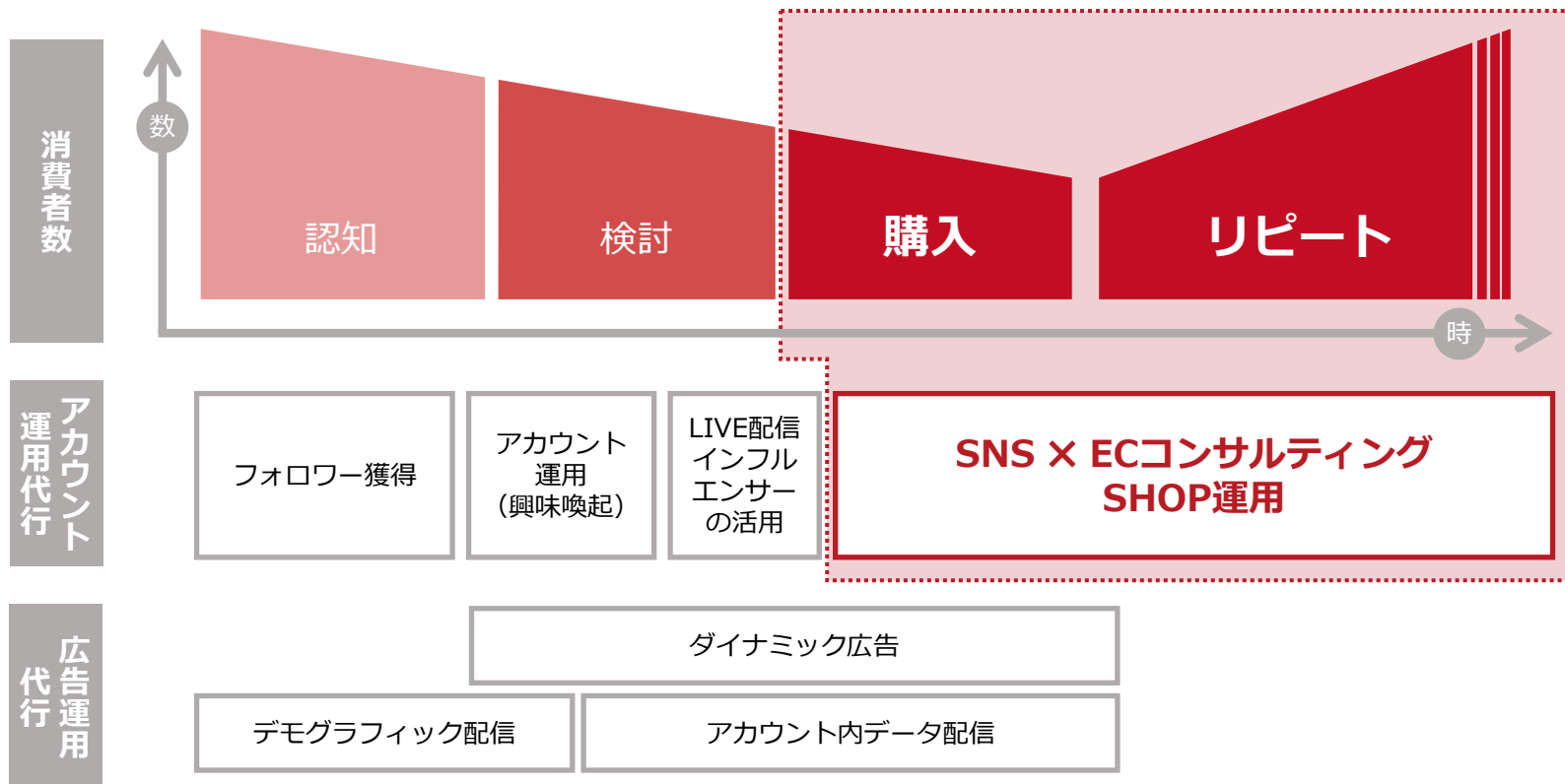
## EC分野



# 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

新規事業、M&A 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

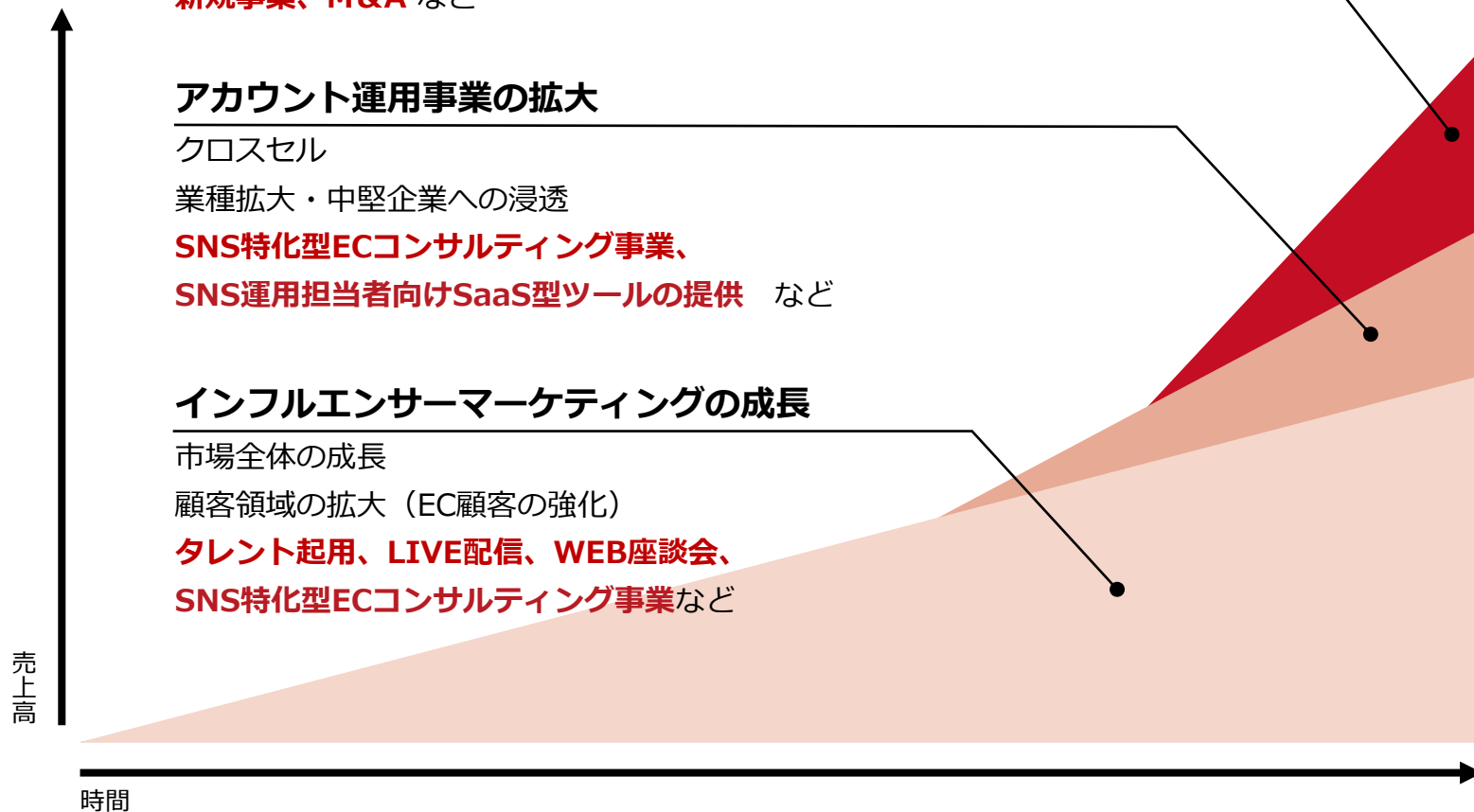
SNS特化型ECコンサルティング事業、  
SNS運用担当者向けSaaS型ツールの提供 など

## 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