

Cyber Buzz

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社サイバー・バズ
証券コード：7069

Our Mission

コミュニケーションを価値に変え、
世の中を変える。

Our Value

人間らしさ

Uniqueness

ユーザーファーストクライアントファースト

スピード

仲間を大事にする

クオリティ

自考自創



- **01 会社概要・ビジネスモデル**
- **02 市場環境**
- **03 競争力の源泉**
- **04 事業計画**
- **05 リスク情報**

Chapter 01

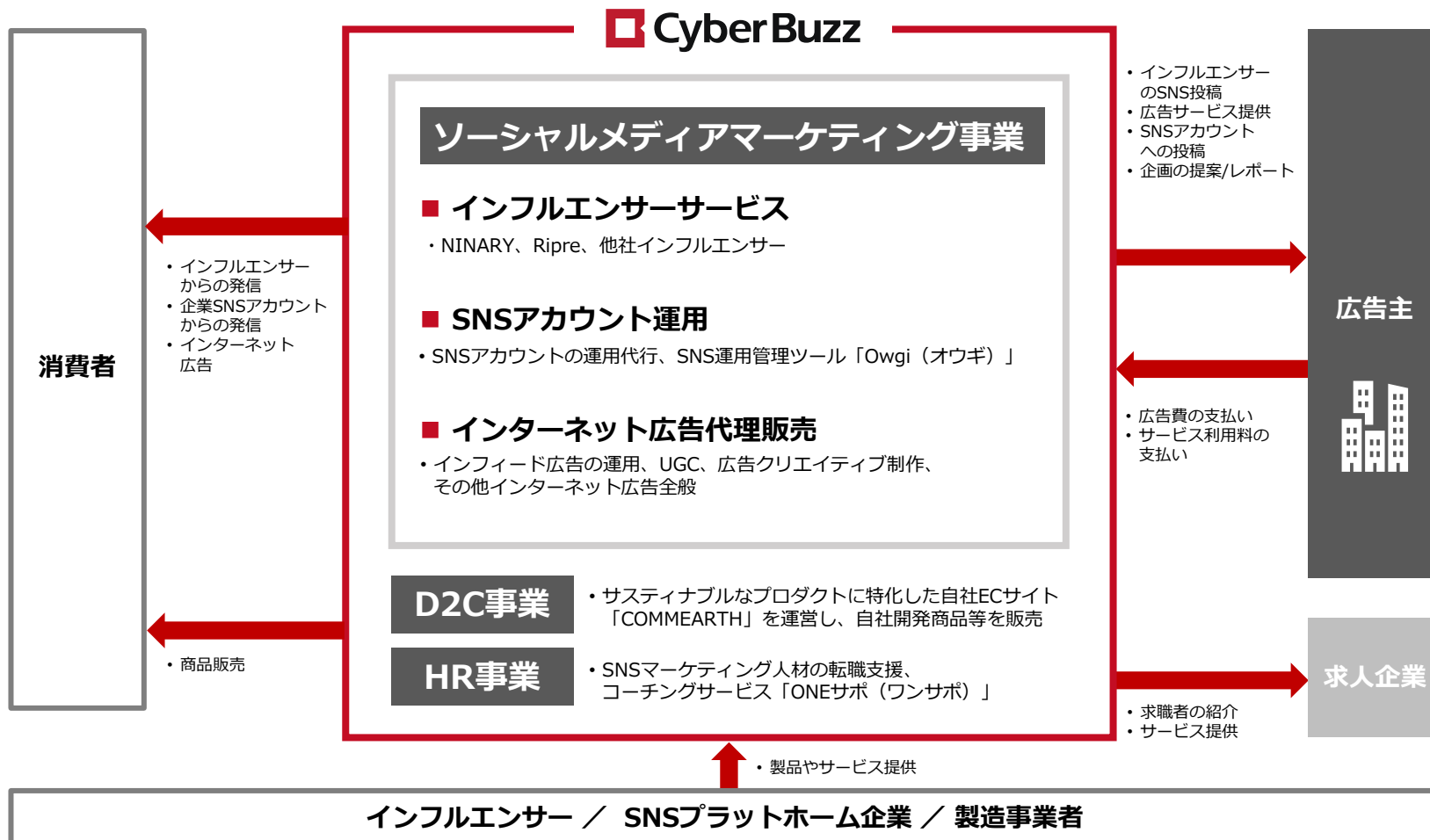
会社概要 ビジネスモデル

会社概要

会社名	株式会社サイバー・バズ
設立日	2006年4月
資本金	4億6,302万円（2021年9月30日現在）
代表取締役社長	高村 彰典
従業員数	155名（連結 2021年9月30日現在）
所在地	東京都渋谷区桜丘町20-1 渋谷インフォスタワー18階
事業内容	ソーシャルメディアマーケティング事業 D2C事業 HR事業
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 岡部 晃彦 執行役員 佐藤 亮平 執行役員 荘司 里樹 執行役員 辻 孝明 執行役員 山田 洋輔 常勤監査役 礒村 奈穂
子会社	株式会社ソーシャルベース 株式会社BuzzJob 株式会社ソーシャル・コマース

事業内容

インターネット上のコミュニケーションの中心となっている ソーシャルメディアを通じ、企業と消費者をつなぐ事業を展開



サイバー・バズグループのセグメント領域

2021年9月期通期の連結売上高は3,172百万円
売上の98%はSMM事業から構成

全社連結売上：3,172百万円

新規事業
・D2C事業
・HR事業

D2C/その他事業 (2%)

インターネット広告
代理販売 (36%)

インフィード広告の需要増
・ダイレクト領域を中心とした顧客開拓

SNSアカウント運用
(18%)

アカウント運用の案件数増加
・新規案件獲得及び継続率の改善により
稼働案件積み上げ

インフルエンサー
サービス (44%)

インフルエンサーサービスが回復基調
・薬機法改正に伴い主要顧客のニーズ回復

※ () 内は連結売上に占める割合

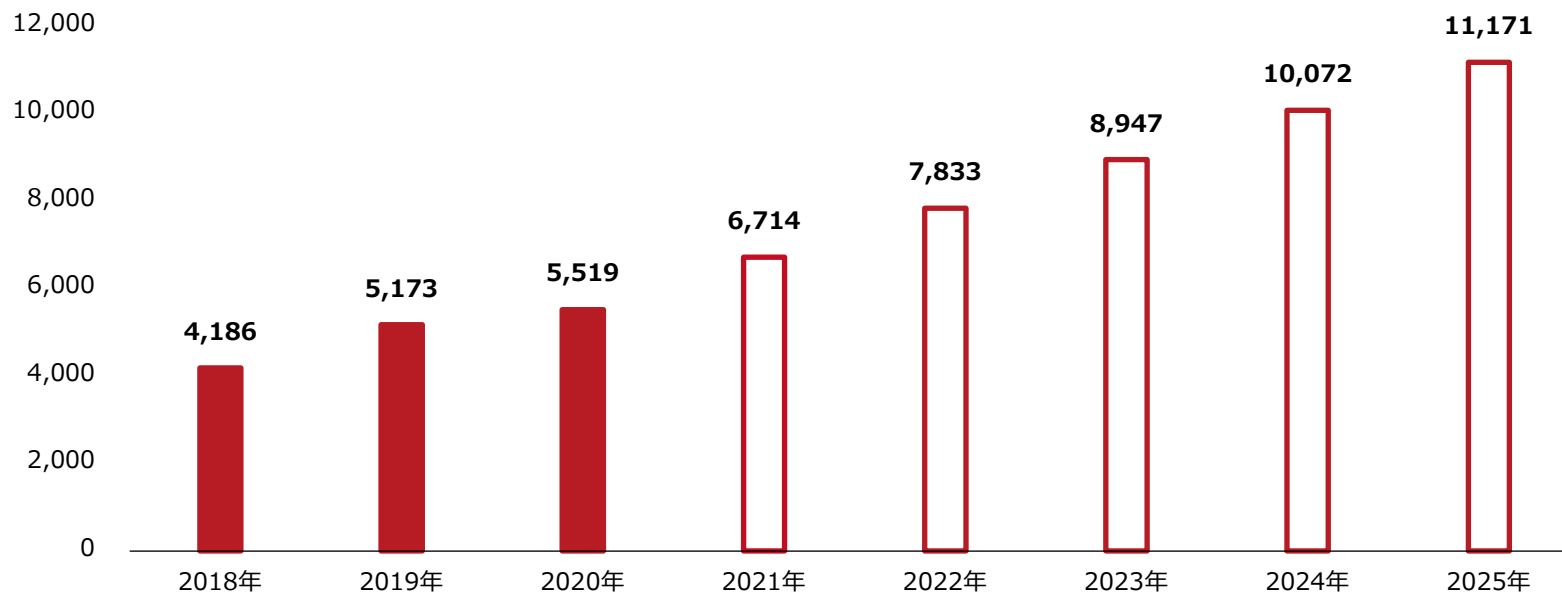


Chapter 02

市場環境

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）

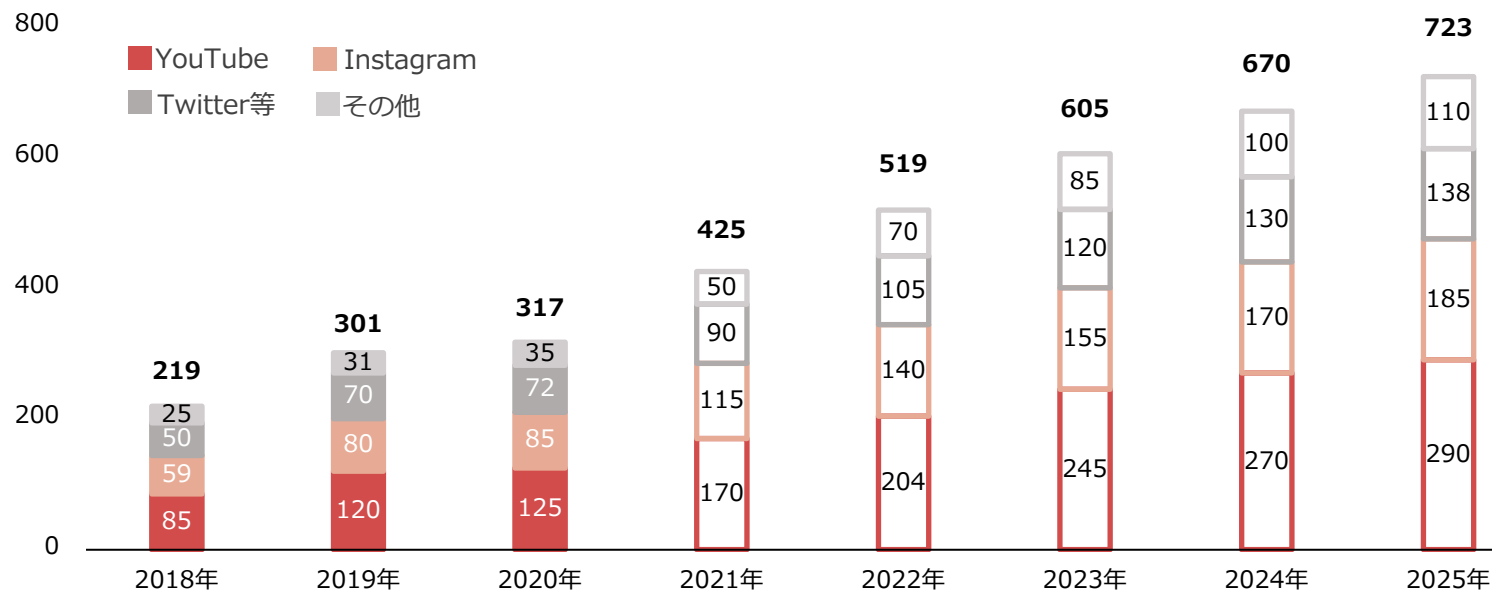


point 予想の前提

- 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）



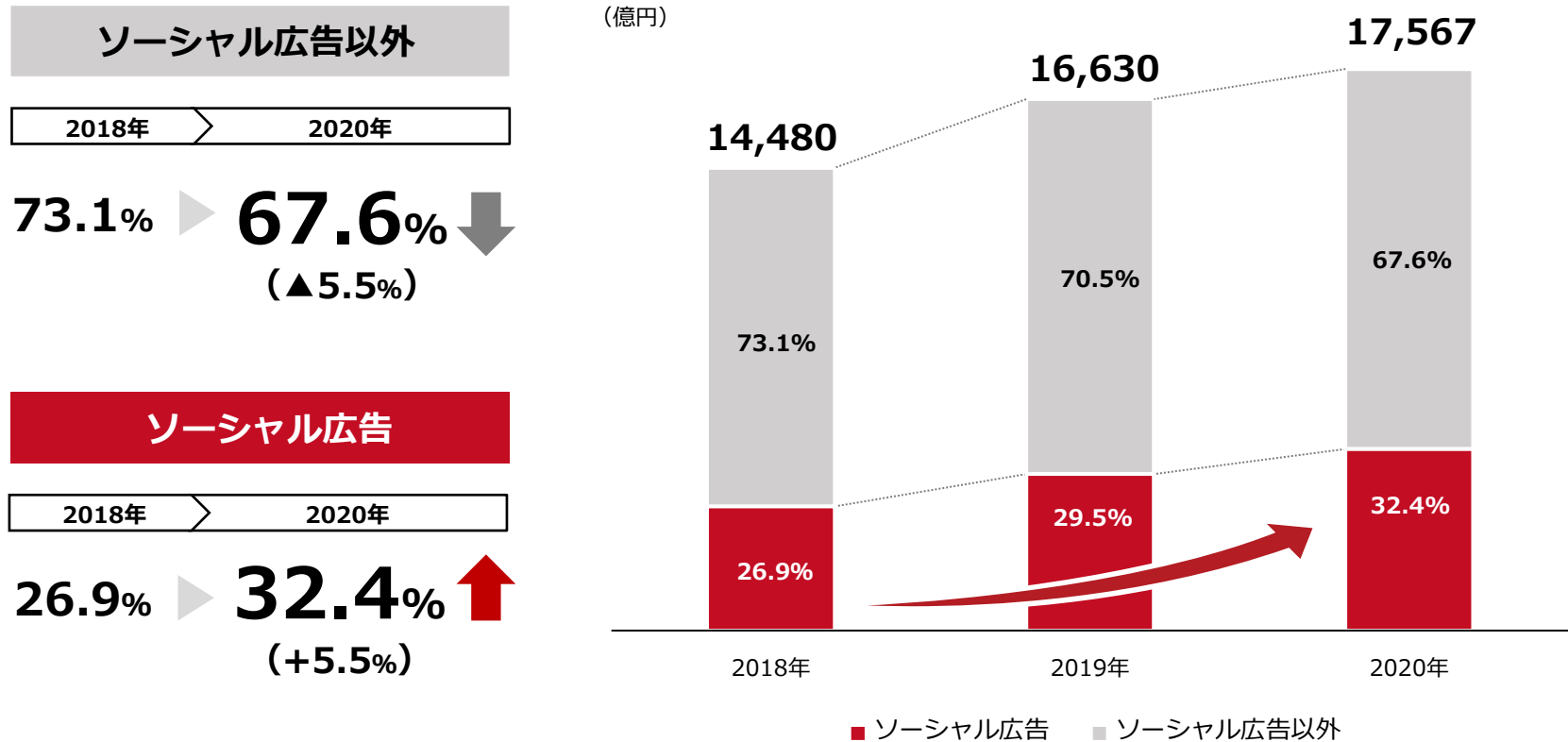
point 予想の前提

- 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>

中長期の事業機会：ソーシャルメディア広告の需要拡大

インターネットの登場によって市場構造が変化し、
その中でも足元はソーシャル広告の市場の伸びが大きい

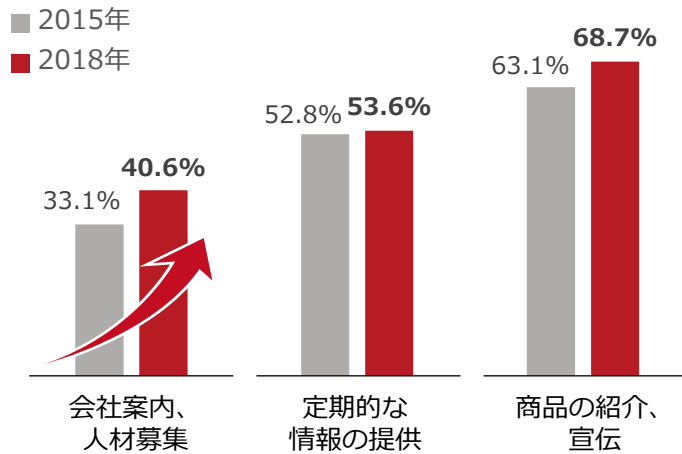


(出所：「2020年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析 (CCI、D2C、電通、電通デジタル) 」)

中長期の事業機会：ソーシャルメディア利用の拡大

個人のソーシャルメディアの利用増加を背景とし、
企業でもソーシャルメディアを利用する機会が増加

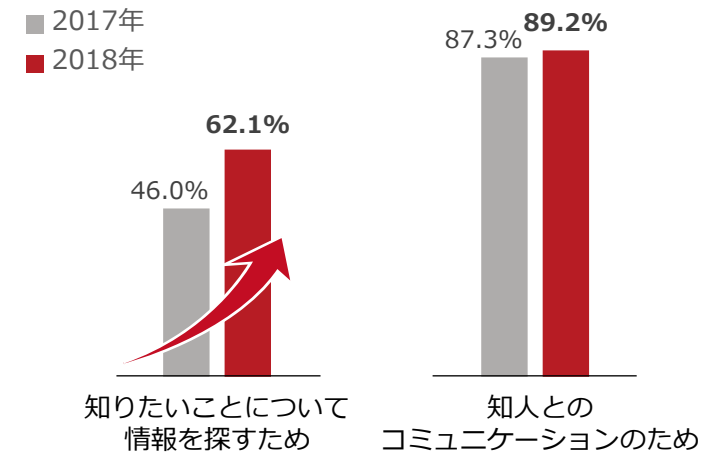
法人



(出所：「平成 28 年通信利用動向調査の結果」
「平成 30 年通信利用動向調査の結果」総務省)

企業のSNSの利用ケースがより多様化

個人



(出所：「平成 30 年通信利用動向調査の結果」総務省)

個人の利用も情報を取得するケースが増加

適切なコミュニケーションを図るためのSNSプラットフォームが必要

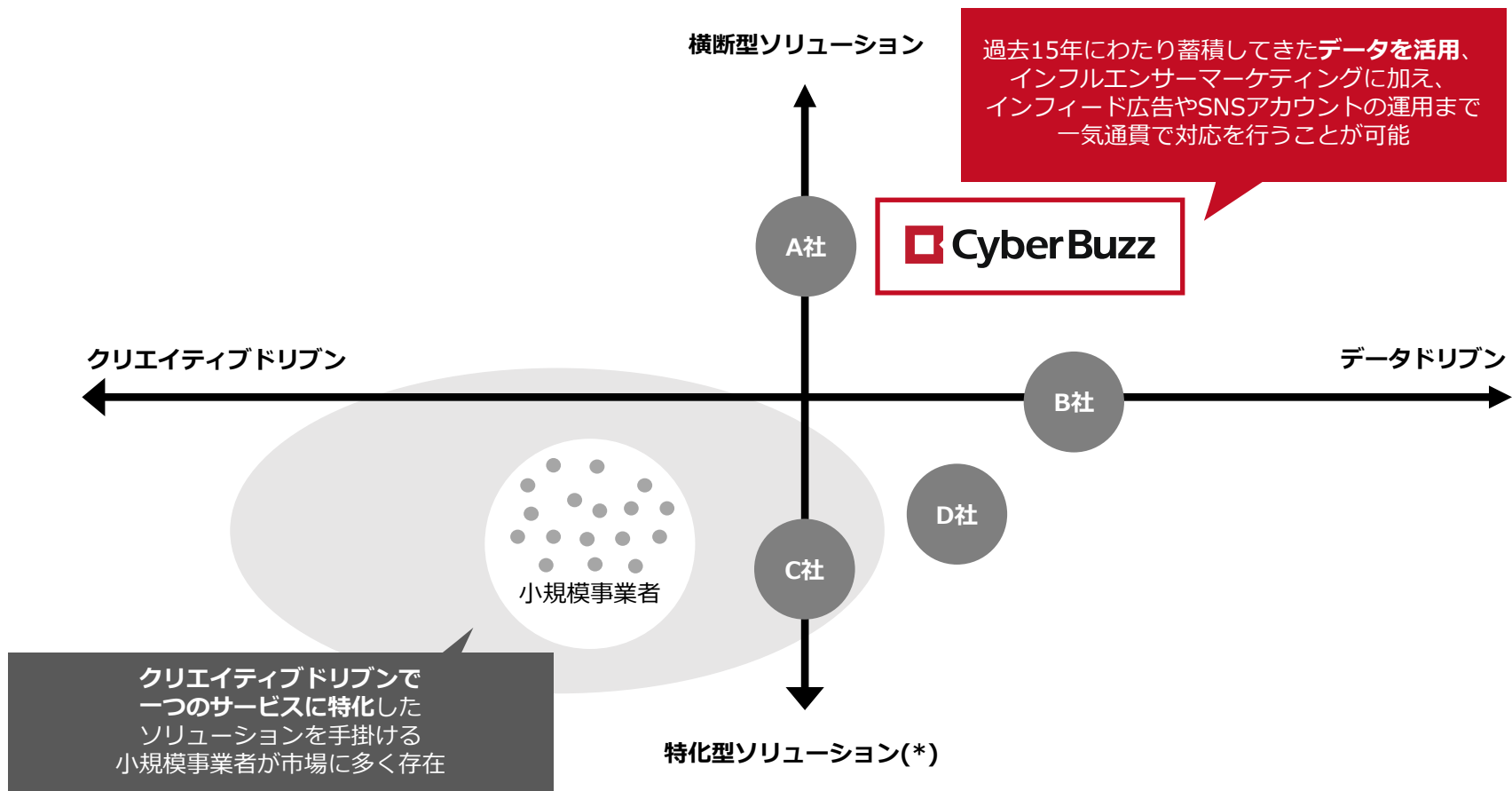
Chapter 03

競争力の源泉

市場ポジションマップ

データドリブンで総合的（横断的）なSNSソリューションの提案を行い、
他多数SNSマーケティング専門企業との差別化を図る

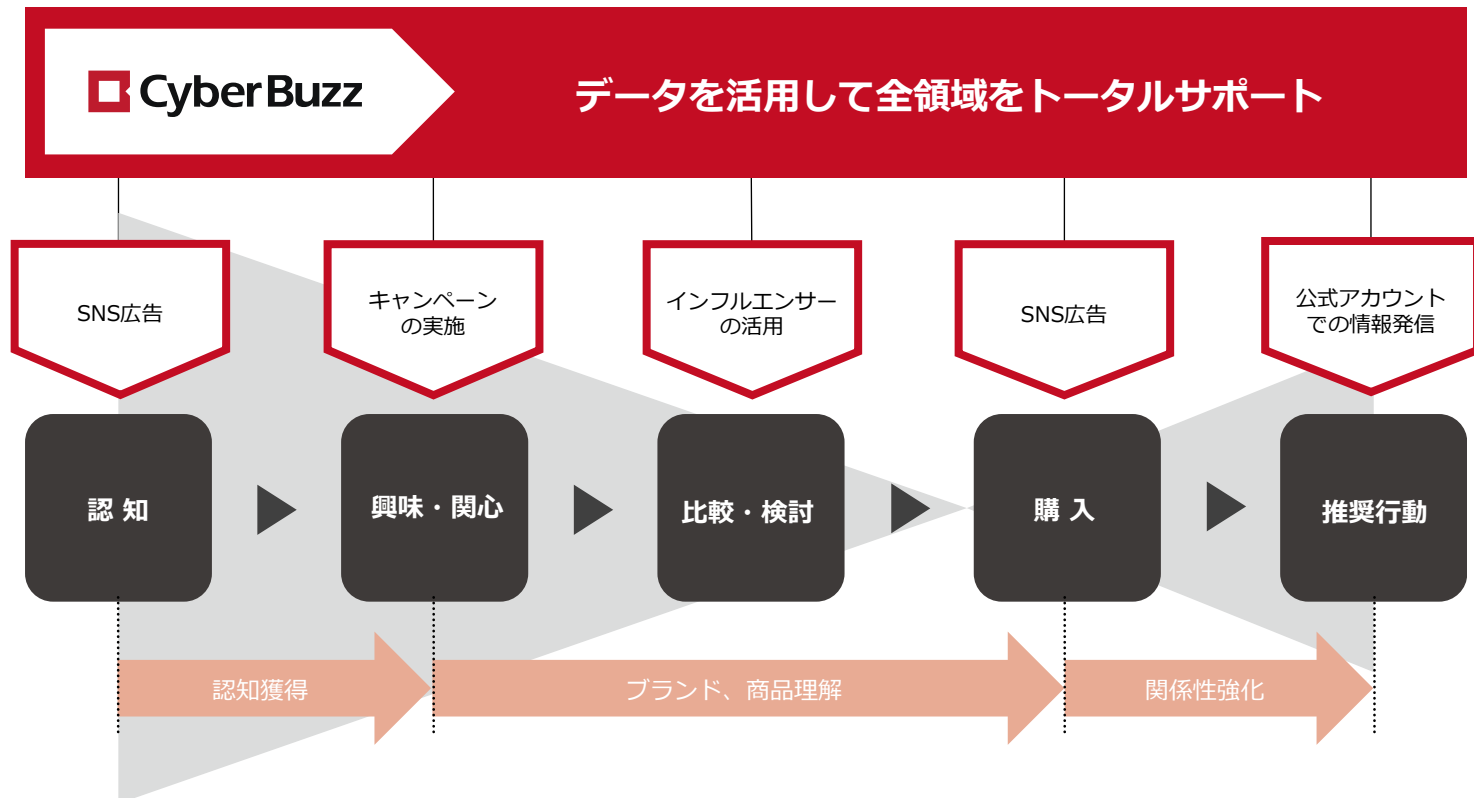
SNSマーケティング専門企業ポジショニングマップ



SNSマーケティング領域のサポートの広さ

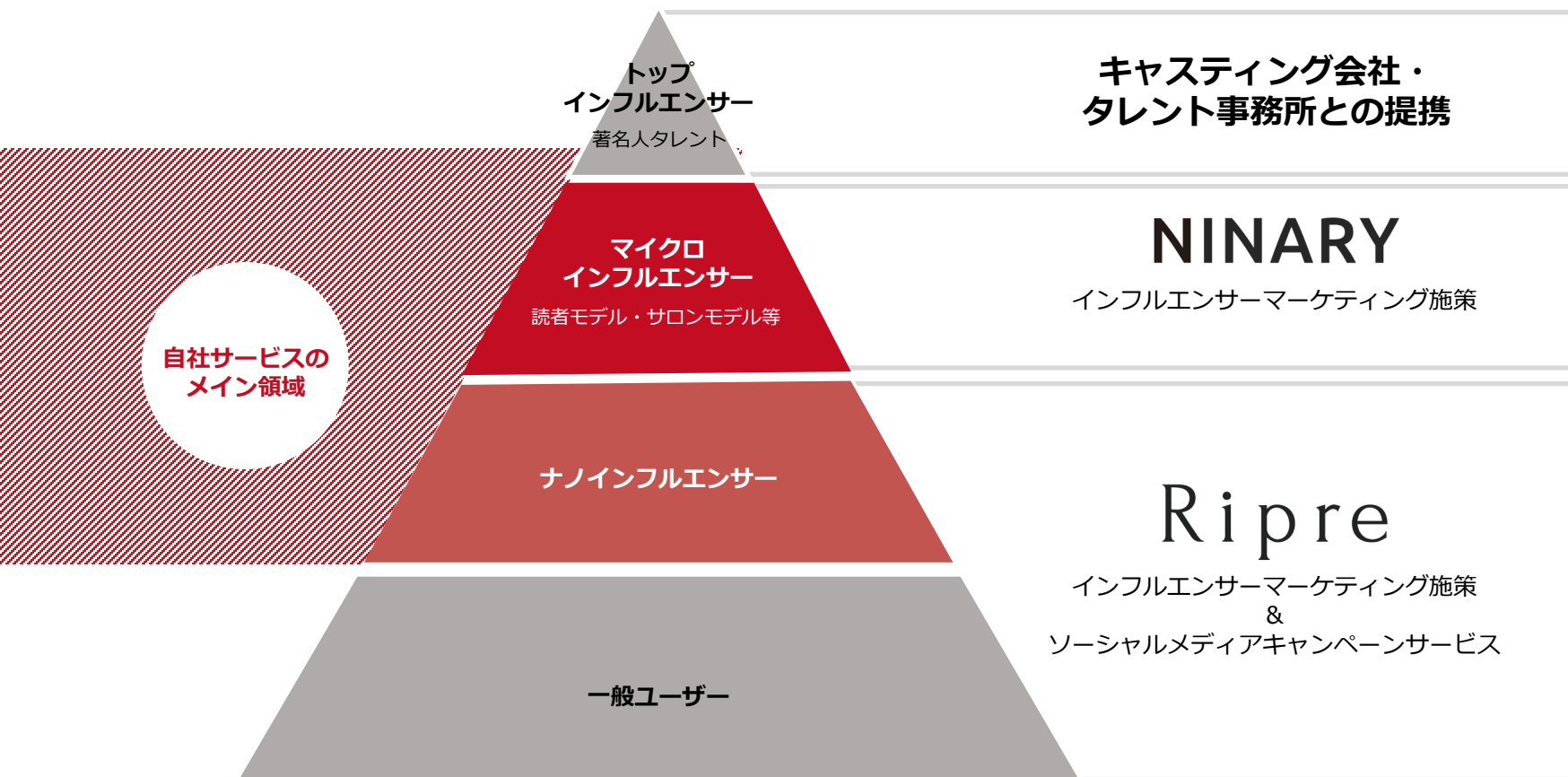
SNSの多様なマーケティングフェーズについて データドリブンで総合的（横断的）なサポート

生活者の主な購買行動モデル



幅広いインフルエンサーとのネットワーク

マイクロインフルエンサーを軸に、幅広いインフルエンサーとのネットワークを有することで
クライアントのニーズに合った施策を提供可能



信頼度の高いインフルエンサーマーケティング施策 実施のための厳しい会員審査・広告審査

厳格な選考・審査基準の設定や事後モニタリングの実施により
薬機法・景表法などの法規制強化や炎上リスクに対応

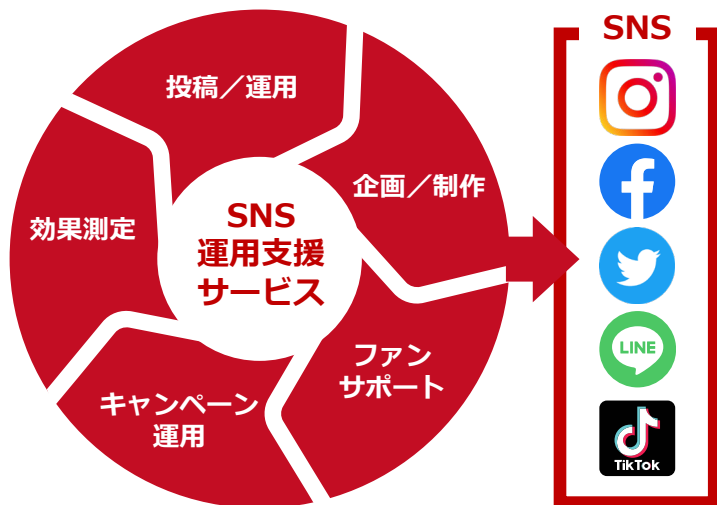


一般社団法人日本インタラクティブ広告協会（JIAA）加盟
WOMマーケティング協議会（WOMJ）加盟

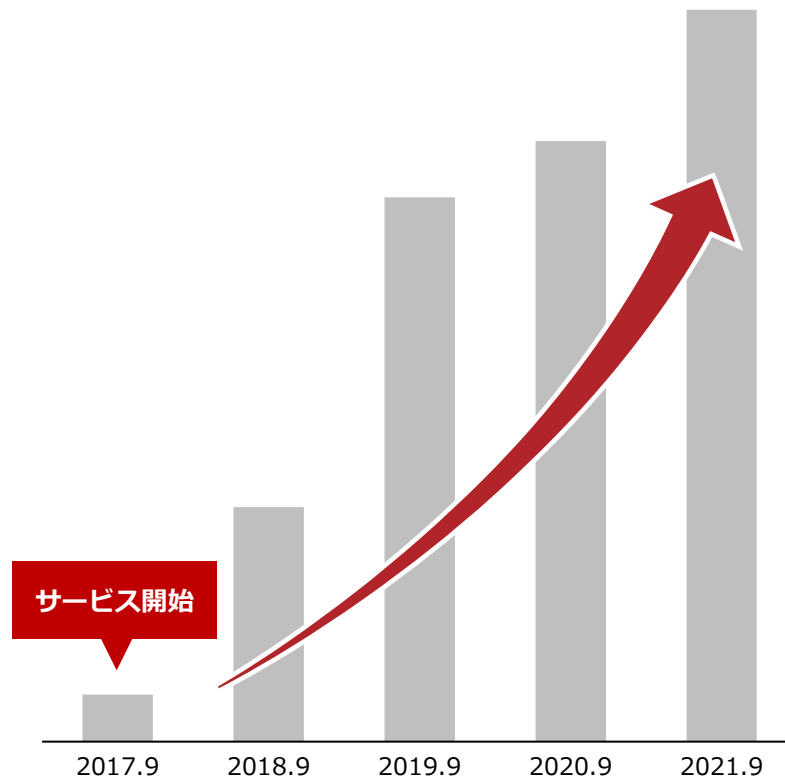
企業SNSアカウント運用支援拡大

多数のクライアント提供実績のあるSNS運用支援をもとに
今後も継続的な支援拡充を目指す

SNS運用支援サービス



企業SNSアカウント運用数



SNS運用管理ツール「Owgi (オウギ)」



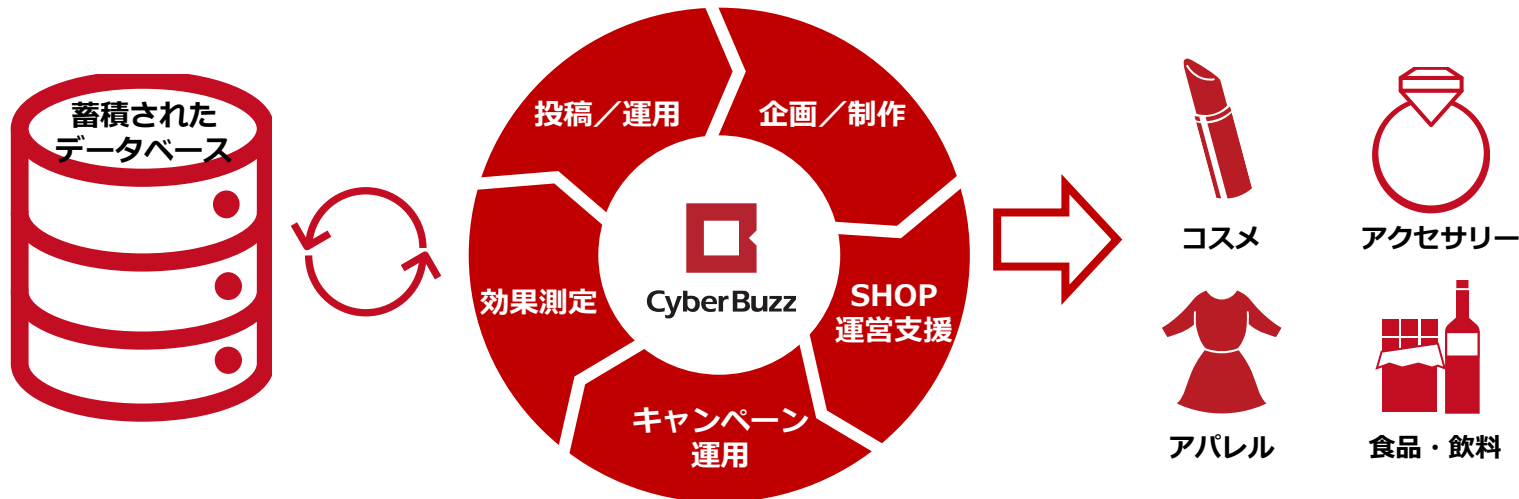
EC市場の拡大に伴いSNSの活用も拡大 EC分野の顧客をサポートしシェアを拡大する

市場の拡大が続くEC市場において、ブランディング、認知向上から
購入後のリピートまでサポート

SNS支援サービス

Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, LINE, TikTok

EC分野





Chapter 04

事業計画

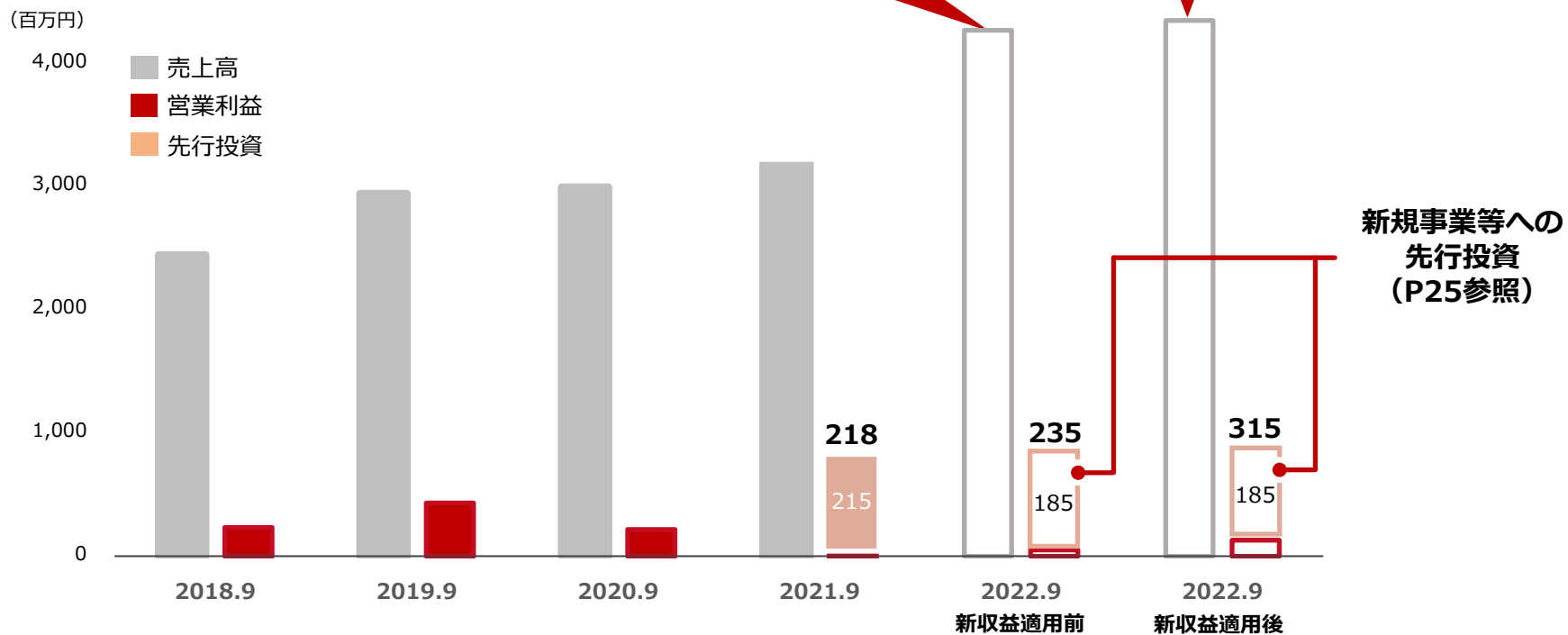
業績予想サマリー

既存事業の継続的成長に加え、新規事業への投資継続の方針の下、2022年9月期の売上および営業利益はそれぞれ42.7億円、0.5億円と見込む（新収益認識基準適用前）

単位：百万円	2021年9月期 通期実績	2022年9月期 予想 (新収益適用前)	YoY成長率	2022年9月期 予想 (新収益適用後)
売上高	3,172	4,270	+34.6 %	4,350
営業利益	2	50	—	130
経常利益	4	70	—	150
当期純利益	▲73	20	—	75
EPS	▲19.54 円	5.28 円	—	19.82 円
ROE	▲3.9 %	1.0 %	—	3.9 %

通期業績予想

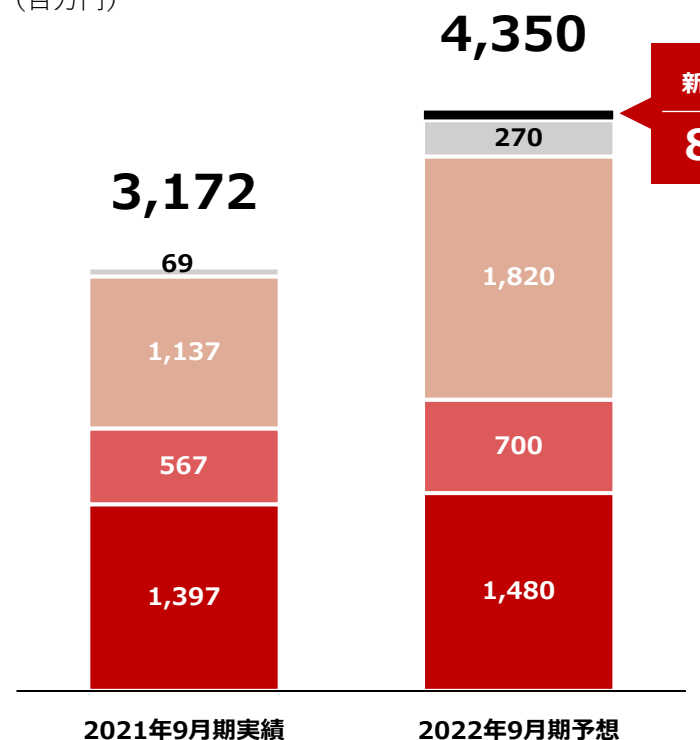
新収益適用前				新収益適用後			
通期予測	売上高	営業利益	営業利益率	通期予測	売上高	営業利益	営業利益率
(先行投資後)	4,270百万円	50百万円	1.2%	(先行投資後)	4,350百万円	130百万円	3.0%
(先行投資前)		235百万円	5.5%	(先行投資前)		315百万円	7.2%



セグメント別・サービス別売上高サマリー

既存SMM事業については、前年同期比+28.9%の成長を見込む
 その他、新規事業やスタイルアーキテクト社（sa社）の子会社化による積み上げ予定

(百万円)



■ 新規事業等

- ・ D2C事業、HR事業、SaaS型ツール（Owgi）の成長やsa社による積み上げ

■ インフィード広告の需要増

- ・ ダイレクト領域を中心とした顧客開拓

■ アカウント運用の案件数増加

- ・ 新規案件獲得及び継続率の更なる改善による稼働案件積み上げ

■ インフルエンサーサービスの回復

- ・ 薬機法改正に伴う主要顧客のニーズ回復

■ 新規事業等
 ■ SNSアカウント運用
 ■ インターネット広告代理販売
 ■ インフルエンサーサービス

業績予想 KPI（新収益適用前）

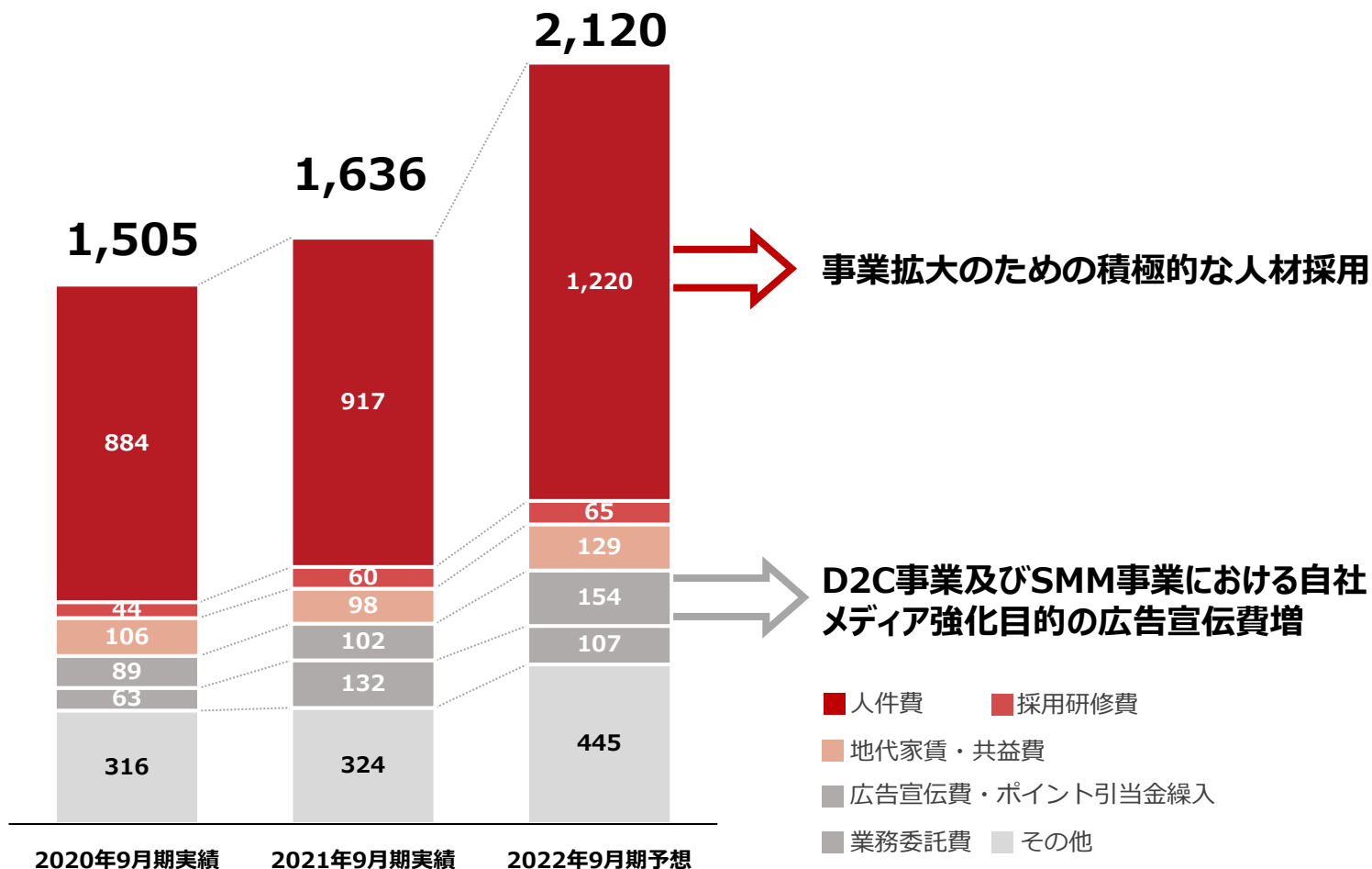
サービス (単位：百万円)	KPI	2021年9月期 通期実績	2022年9月期 予想	YoY成長率
SMM事業	インフルエンサー サービス	売上 1,397 広告粗利 918	1,480 1,045	+5.8% +13.8%
	SNSアカウント 運用	売上 567 広告粗利 501	700 590	+23.4% +17.6%
	インターネット 代理広告販売	売上 1,137 広告粗利 286	1,820 445	+60.0% +55.2%
	SMM事業合計 (除く：SaaS型 ツール)	売上 3,115 広告粗利 1,706	4,000 2,080	+28.4% +21.8%

広告粗利：売上高から広告原価を差し引いたもの。当社での付加価値を表す指標であるためKPIとして採用。

コストの内訳推移

事業拡大のための人材採用の継続及び自社メディア強化のための投資を見込む

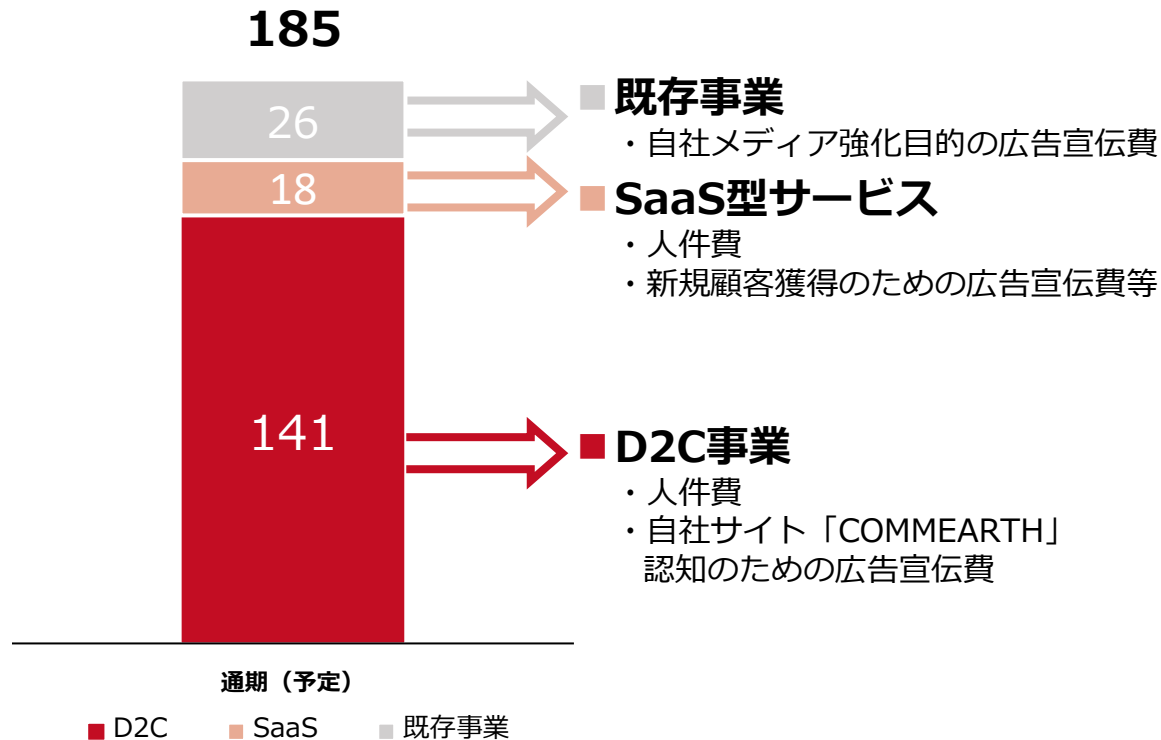
費用内訳の推移 — 販売費及び一般管理費（百万円）



2022年9月期 投資計画・内容（M&A、既存事業の人員増を除く）

新規領域であるD2C事業への先行投資及びSMM事業の強化を図る

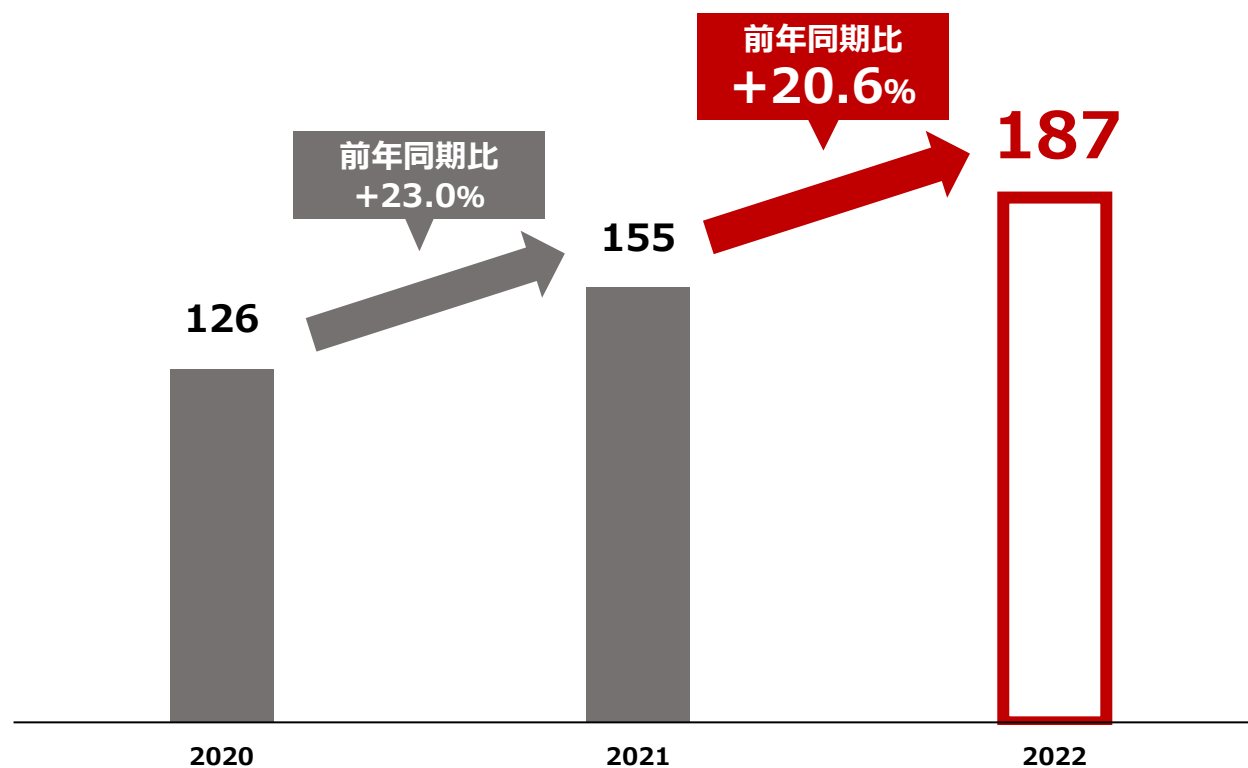
2022年9月期 通期投資予定金額（最大）（百万円）



※「先行投資」に含む金額の定義：

新規領域における主要な販売費及び一般管理費（人件費・業務委託費・広告宣伝費など）ならびに既存領域における一過性の大型広告宣伝費

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32名の増員を計画**

新経営体制

経営体制の見直しを実施、外部登用を含めた追加・入替を実施

取締役



代表取締役社長

高村 彰典



SMM事業統括

三木 佑太

営業本部統括



新任取締役候補

D2C事業/HR事業/
コーポレート担当統括

2021年12月参画予定
(株主総会上程予定)

執行役員



岡部 晃彦

ダイレクト
本部統括

2021年10月参画



佐藤 亮平

メディア
第1本部統括



荘司 里樹

メディア
第2本部統括



辻 孝明

D2C
本部統括

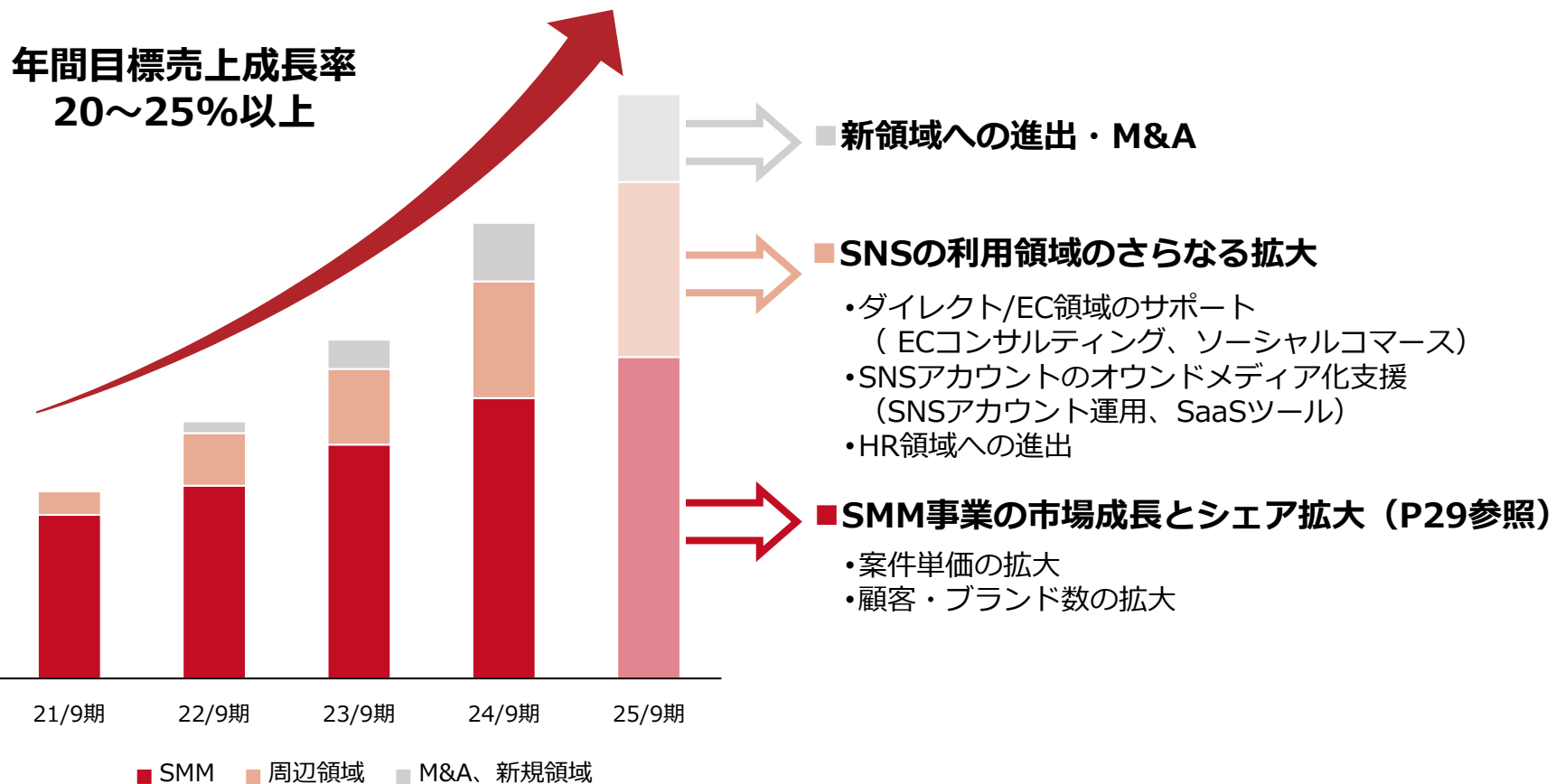


山田 洋輔

ファイナンス&
プランニング本部統括

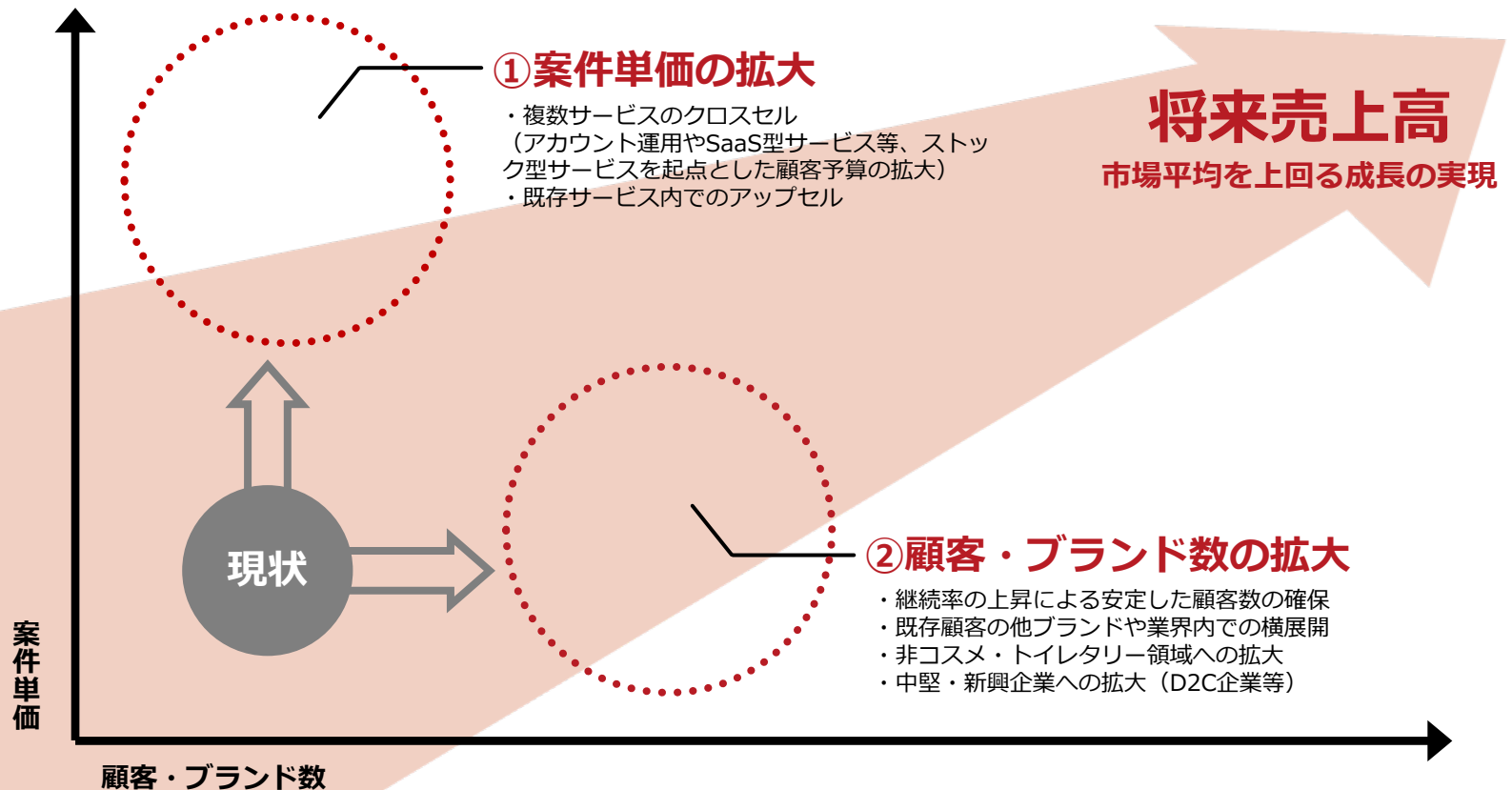
中長期的な成長ドライバー

中期的な売上成長のイメージ／主要施策



SMM事業の成長イメージ

多様化・高度化が進むSNSマーケティング領域において、総合的な提案力を発揮することで競争優位性を確保し、長期的に市場成長を上回る成長を実現させる



M&A・資本提携を通じた価値創造の方針

既存事業と事業上の補完関係がある先に対し、
子会社化を含むM&A及び資本提携を検討

M&A/出資の目的

SMM事業

- ・提供サービスの拡大
- ・インフルエンサーサービスの強化
(対応PF、インフルエンサーリストの拡大)
- ・広告運用体制の強化

D2C事業

- ・商品開発力の強化
- ・クロスセルの実現
- ・運営体制の効率化

その他事業

- ・既存顧客に対するソリューション強化
- ・SNSとの組合せで成長が見込まれる先

SEO中心のマーケティングコンサルティング
食品ECサイト運営への期待



2021年11月子会社化（予定）
SEOを中心としたマーケティングコンサルティング
食品ECサイト運営

SMM・D2C事業へのシナジー



2021年11月出資
インフルエンサーマーケティング
ジェンダーレス化粧品の製造・販売

Chapter 05

リスク情報

リスク情報(1/2)



項目	主要なリスクの概要	発生可能性	影響度	リスク対応策
インフルエンサーとの関係	<p>当社グループの事業は、クライアント企業のマーケティングに対しサービスを提供しており、その多様なニーズに応えるため、影響力の強いインフルエンサーや、特定分野に特化したインフルエンサーの確保が必要となる。様々な要因の変化によりインフルエンサーとの信頼関係が低下した場合や、クライアント企業のニーズに合ったインフルエンサーを当社会員として十分に確保できない場合、インフルエンサーがフォロワー数を水増しする等の事態の発生によりインフルエンサーマーケティングの信頼性が低下した場合、インフルエンサーが広告審査基準等を遵守しない又は当社の広告案件以外において炎上する等の当社の管理することができない事態が発生した場合には、当社グループの業績及び財政状態に影響を与える可能性がある。</p>	小	大	<p>インフルエンサーに対し、クライアント企業の広告案件の継続的なご紹介やSNSへの投稿に関する法令・ガイドラインの遵守等の有用な情報を提供することにより、親密かつ広範なネットワークを構築している。また、良質なインフルエンサーを確保するため、会員審査の基準を定め、健全な会員組織の運営のための体制を整えている。</p>
SNSプラットフォームの規制変更	<p>既存のSNSにおけるユーザーの利用動向の変化や、新たなSNSの流行に対して、当社グループの適切なインフルエンサーの会員組織化等の対応が遅れた場合、当社グループの業績及び財政状態に影響を与える可能性がある。また、広告関連の規約・規制等の変更により、従来可能であった広告手法を用いることが出来なくなる可能性があり、当社グループのマーケティング手法や体制の変更等の対応が遅れた場合や、SNSのセキュリティ面の不備により当該プラットフォームの信頼性に疑義が発生した場合には、当社グループの業績及び財政状態に影響を与える可能性がある。</p>	中	中	<p>各SNSプラットフォームのユーザーの利用動向に関する情報収集を継続的に行っており、マーケティング手法や体制の構築等、対応が遅れが生じないようにしている。</p>

項目	主要なリスクの概要	発生可能性	影響度	リスク対応策
法的規制	<p>当社グループは、不当景品類及び不当表示防止法、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律、個人情報保護に関する法律、著作権法等の規制を受けている。万一これらの違反に該当するような事態が発生した場合や、今後新たな法令等の制定、既存法令等の解釈変更がなされ事業が制約を受けることになった場合、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性がある。</p> <p>また、インフルエンサーの投稿が広告関連法令等に違反する場合や、第三者の著作権、肖像権等を侵害する場合、不適切な投稿による炎上が発生した場合や投稿がステルスマーケティング（※）と見做された場合には、当社グループのブランドイメージが悪化する等、社会的信用や評判に波及し、当社グループの業績及び財政状態に影響を与える可能性がある。</p> <p>※ステルスマーケティングとは、消費者に宣伝と気づかれないように宣伝行為をすること。</p>	中	中	<p>法令やインターネット広告業界における自主規制、各種ガイドライン等の改正、変更等の事業環境の変化に迅速に対応するために、事業部門と管理部門が連携して情報の収集、分析、管理を行っている。また、規制等の変更に伴い対応が必要である際は、社内への周知、教育等によりその徹底を図っている。</p> <p>また、インフルエンサーの投稿に関しては、全投稿案件の確認を実施し、法令違反等の不適切な投稿を未然に防止するための広告審査体制を構築している。</p>

※その他のリスクにつきましては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。

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。

- 次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は2022年11月を予定しております。
- 2021年9月期決算に関する情報は、2021年11月10公表の「2021年9月期 通期決算説明資料」をご参照ください。

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