

**Cyber Buzz**

**2022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

## 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



## エグゼクティブサマリー

---

- ▶ 2022年9月期第1四半期（新収益認識基準適用後）の売上は1,134百万円（前年同期比+71.6%）、営業利益は34百万円（前年同期は2百万円）。
- ▶ 2022年9月期第1四半期（旧収益認識基準）の売上は1,072百万円（前年同期比+62.2%）、営業利益は▲19百万円。
- ▶ 四半期売上は過去最高を更新。インフルエンサーサービスの回復、SNS広告及びその他のインターネット広告販売の増加により、既存のSMM事業の売上は1,091百万円（前年同期比+66.2%）と増収。

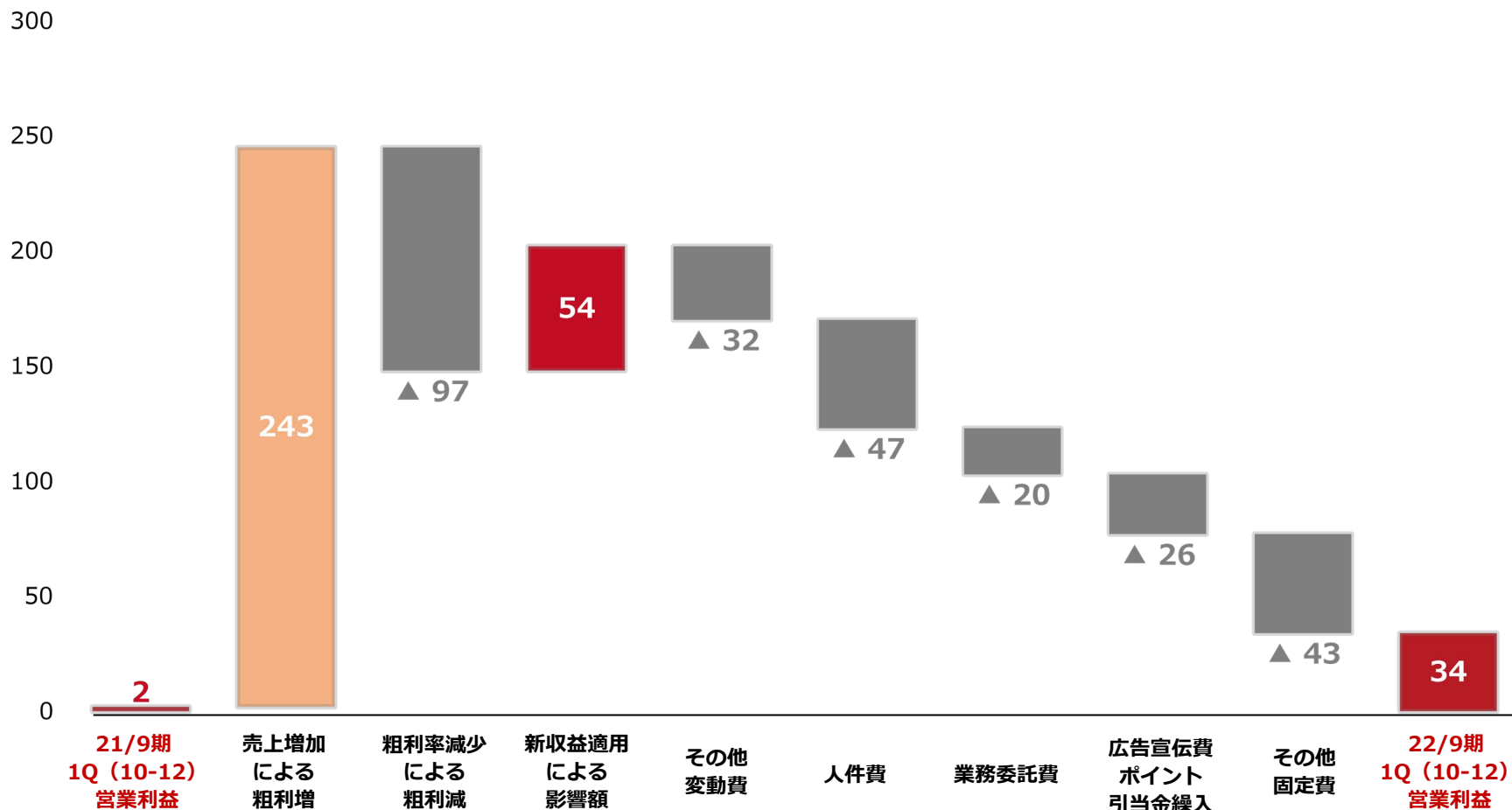
# 1Q（10～12月）業績ハイライト

2022年9月第1四半期（新収益認識基準適用後）は、売上が大幅に増加し、増収増益

単位：百万円	新収益認識基準適用後			旧収益認識基準		
	2021年9月期 1Q(10～12月)	2022年9月期 1Q(10～12月)	YoY成長率	新収益適用に よる影響額	2022年9月期 1Q(10～12月)	YoY成長率
売上高	661	1,134	+71.6%	▲61	1,072	+62.2%
売上総利益	391	592	+51.2%	▲54	538	+37.3%
売上総利益率 (%)	59.3%	52.2%	—	—	50.2%	—
営業利益	2	34	—	▲54	▲19	—
経常利益	2	35	—	▲54	▲18	—
当期純利益	▲1	5	—	▲37	▲32	—

# 1Q (10~12月) 営業利益の増減分析

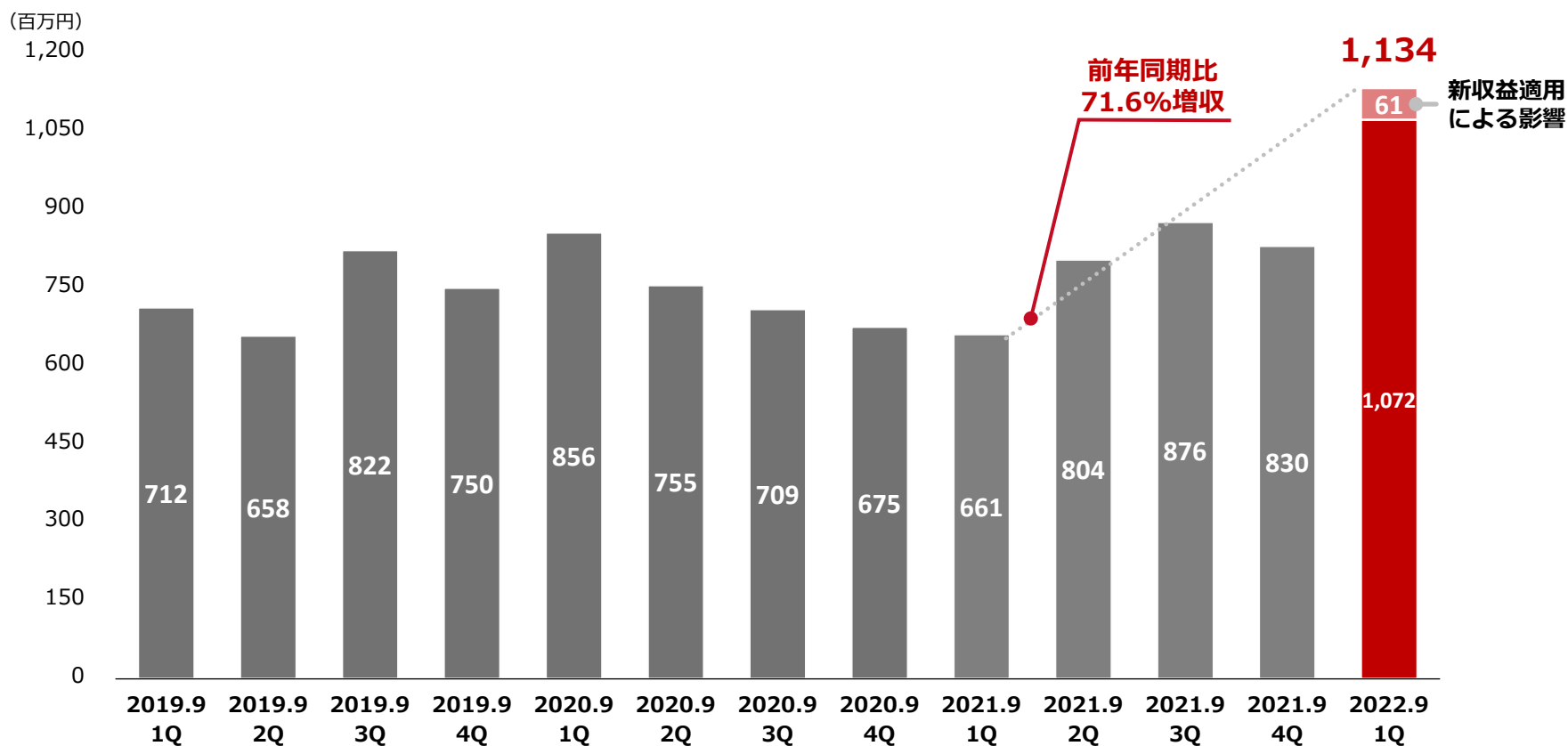
(単位：百万円)



# 1Q（10～12月）業績ハイライト

## 連結売上高

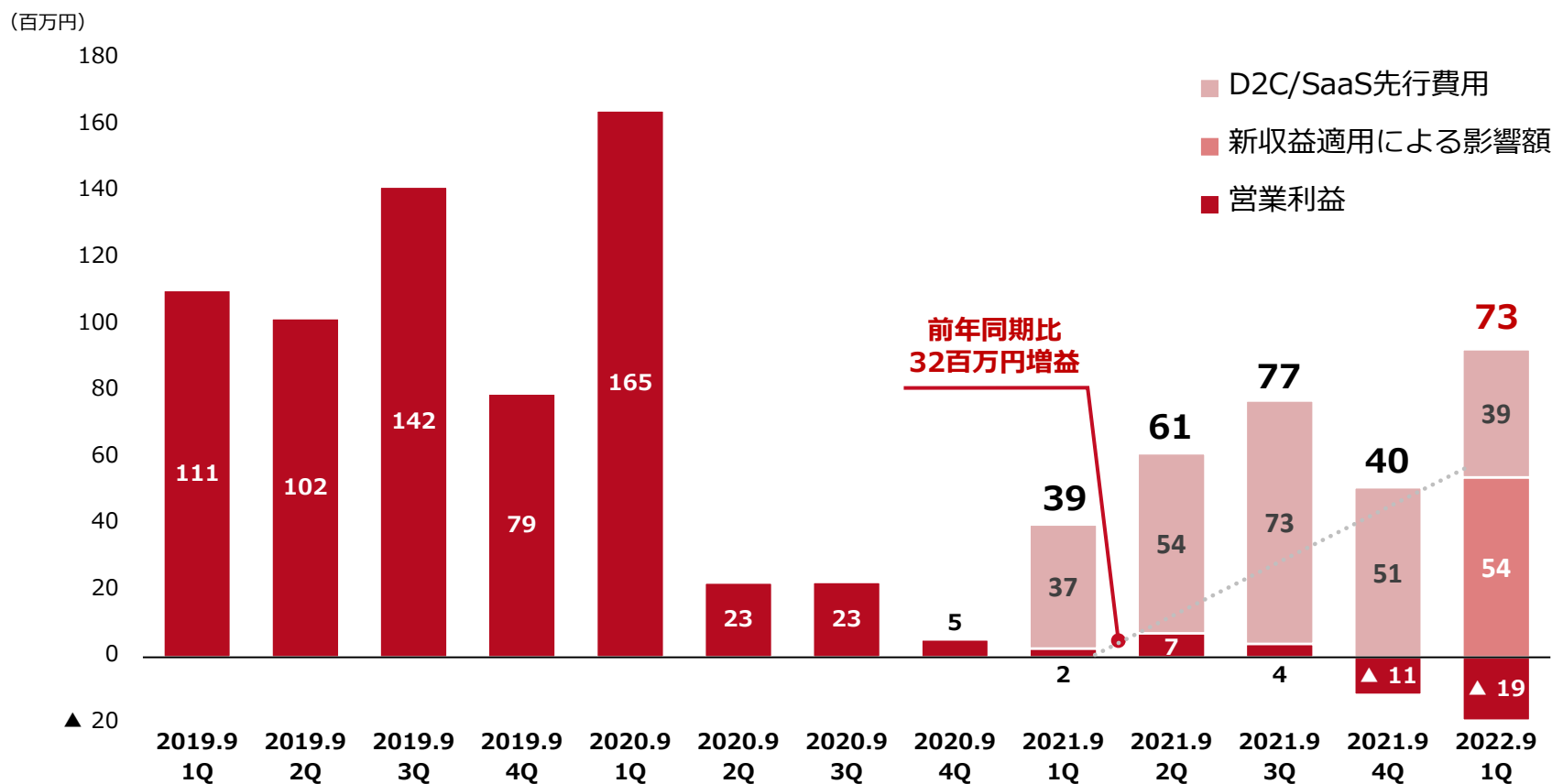
SMM事業が好調に推移し、新収益認識基準適用後の売上は、  
1,134百万円と過去最高を更新



# 1Q（10～12月）業績ハイライト

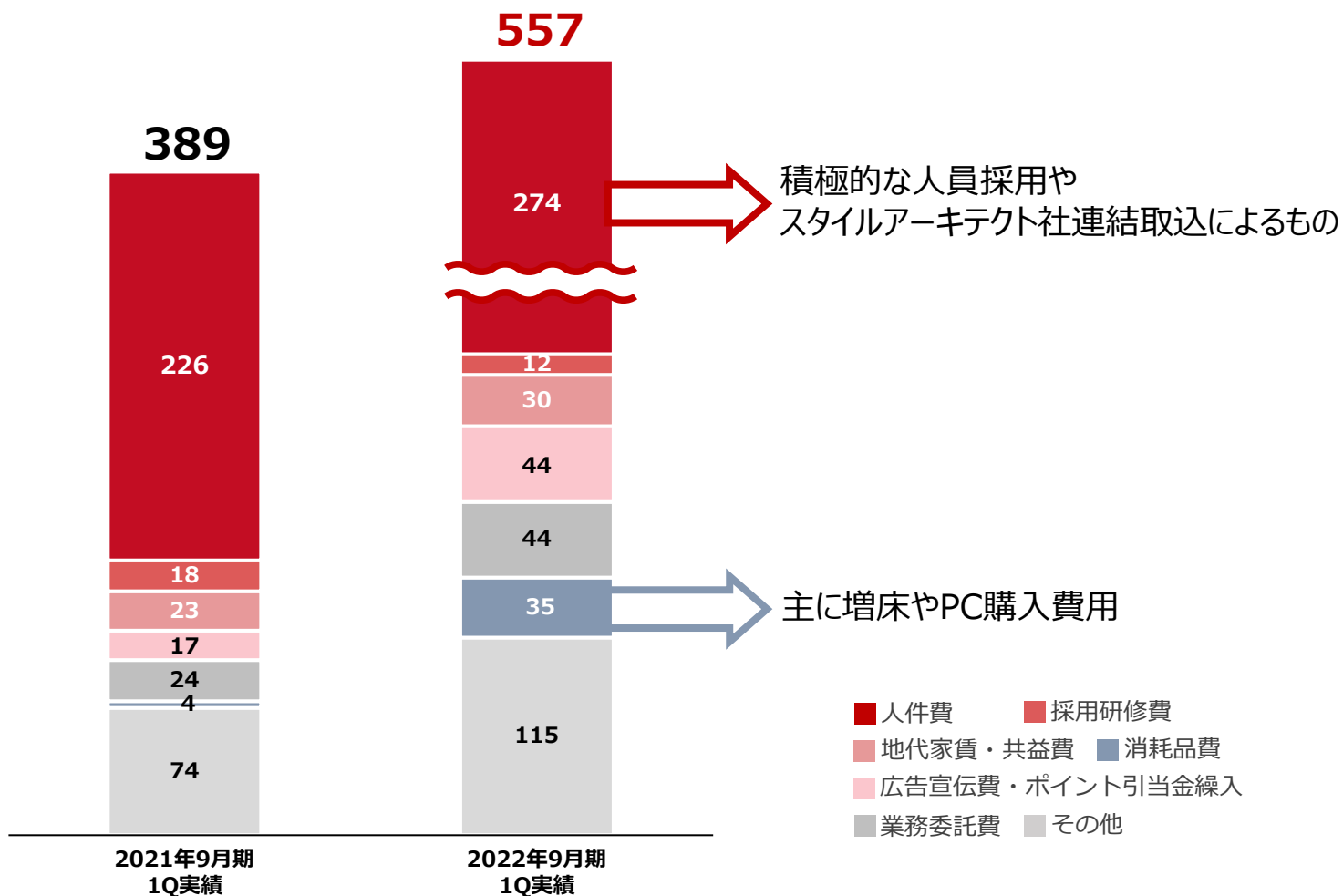
## 連結営業利益

新規事業への先行費用（39百万円）があるものの、売上増加により、  
新収益認識基準適用後の営業利益は、前年同期比32百万円の増益



# 1Q（10～12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）





## 売上・利益進捗率

	単位：百万円	新収益認識基準適用後			旧収益認識基準		
		2022年9月期 通期予想	2022年9月期 1Q実績	1Q 進捗率	2022年9月期 通期予想	2022年9月期 1Q実績	1Q 進捗率
合計売上高		4,350	1,134	26.1%	4,270	1,072	25.1%
既存SMM事業 (ソーシャルメディア マーケティング事業)		4,080	1,091	26.8%	4,000	1,029	25.7%
新規事業等 (注)		270	43	16.0%	270	43	16.0%
営業利益		130	34	26.6%	50	▲19	-
経常利益		150	35	23.5%	70	▲18	-
当期純利益		75	5	7.0%	20	▲32	-

(注) SaaS型サービス、D2C事業、HR事業、並びにスタイル・アーキテクト株式会社の売上の合計

## KPI進捗推移



サービス (単位：百万円)	KPI	新収益認識基準適用後			旧収益認識基準		
		2022年9月期 通期予想	2022年9月期 1Q実績	1Q 進捗率	2022年9月期 通期予想	2022年9月期 1Q実績	1Q 進捗率
既存 SMM 事業	インフル エンサー サービス	売上 1,560 広告粗利 1,125	521 388	33.4% 34.5%	1,480 1,045	459 333	31.1% 31.9%
	SNSアカウント 運用	売上 700 広告粗利 590	140 114	20.1% 19.3%	700 590	140 114	20.1% 19.3%
	インターネット 広告販売	売上 1,820 広告粗利 445	429 89	23.6% 20.2%	1,820 445	429 89	23.6% 20.2%
	SMM事業合計 (除く：SaaS型 ツール)	売上 4,080 広告粗利 2,160	1,091 591	26.8% 27.4%	4,000 2,080	1,029 537	25.7% 25.9%

(注1) 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。

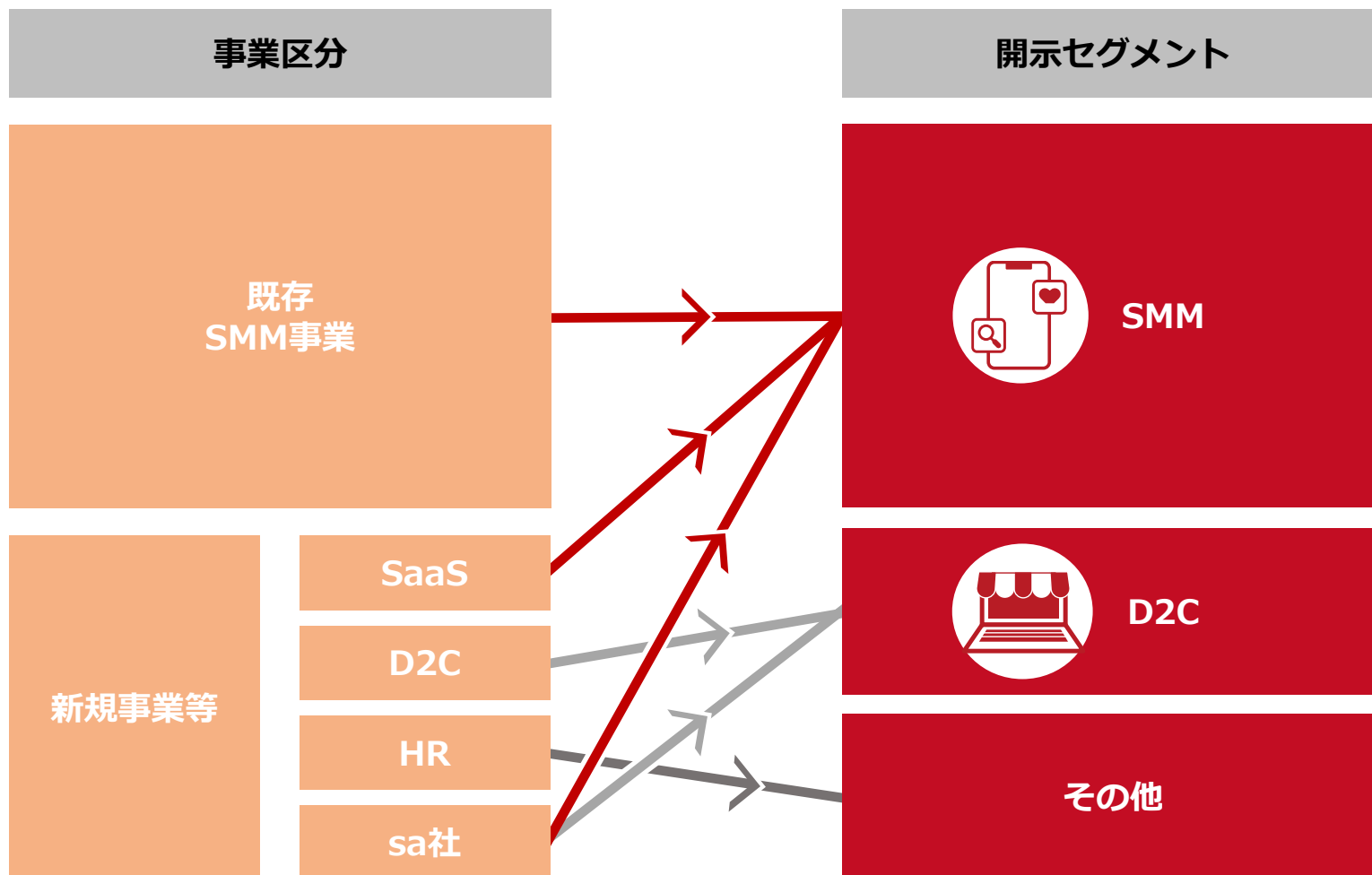
(注2) 前期D2C事業に含めていた自社メディアの「to buy」はインフルエンサーサービスに含めております。

## 貸借対照表 増減分析

単位：百万円	2021年9月期	2022年9月期1Q	増減要因
流動資産	1,963	2,058	－
現預金	1,316	1,304	－
売上債権	559	682	－
固定資産	255	379	－
のれん	－	75	・スタイル・アーキテクト子会社化によるもの
<b>資産合計</b>	<b>2,219</b>	<b>2,438</b>	－
負債	396	573	－
純資産	1,822	1,865	－
資本金	463	464	－
資本剰余金	463	434	・自己株式処分によるもの
利益剰余金	1,009	959	－
自己株式	▲142	▲32	・自己株式処分によるもの
新株予約権	29	39	
<b>負債・純資産合計</b>	<b>2,219</b>	<b>2,438</b>	－

# (参考) サービス別売上とセグメント別売上の組替え

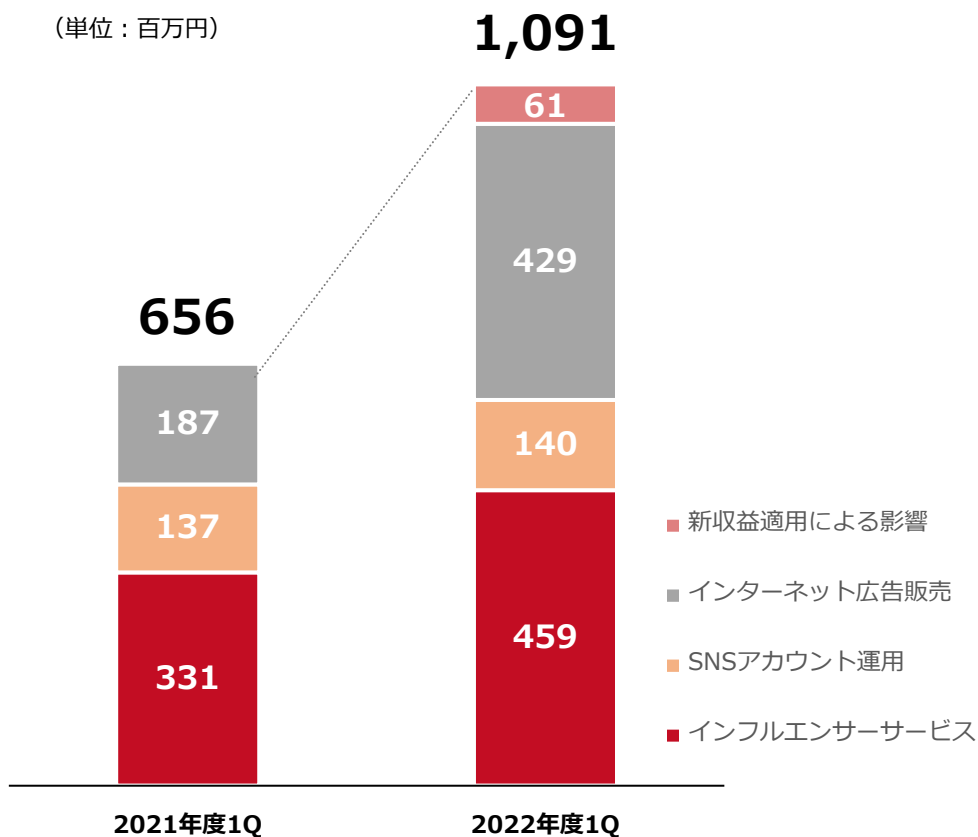
前期にD2C事業に含んでいたto buyについてはSMM事業（インフルエンサーサービス）に移行



# (既存SMM事業) サービス別売上高サマリー

既存のSMM事業の新収益適用による影響を含む売上は、1,091百万円と前年同期比+66.2%の増収

(単位：百万円)



## インフルエンサーサービス (新収益適用による影響含む)

売上高 ▶ 521百万円 YonY **↑57.3%**

## SNSアカウント運用

売上高 ▶ 140百万円 YonY **↑2.3%**

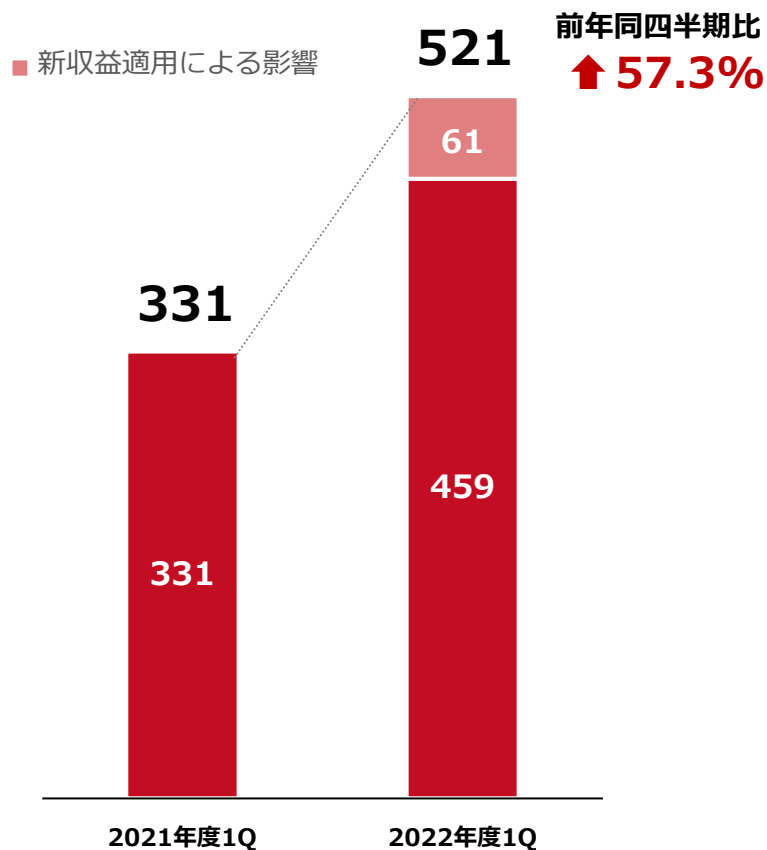
## インターネット広告販売

売上高 ▶ 429百万円 YonY **↑129.1%**

内訳：SNS広告 182百万円  
その他 247百万円

# インフルエンサーサービス 自社サービスの回復により前年同期比で増収

インフルエンサーサービス 2022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**

他社インフルエンサー等  
キャストイング

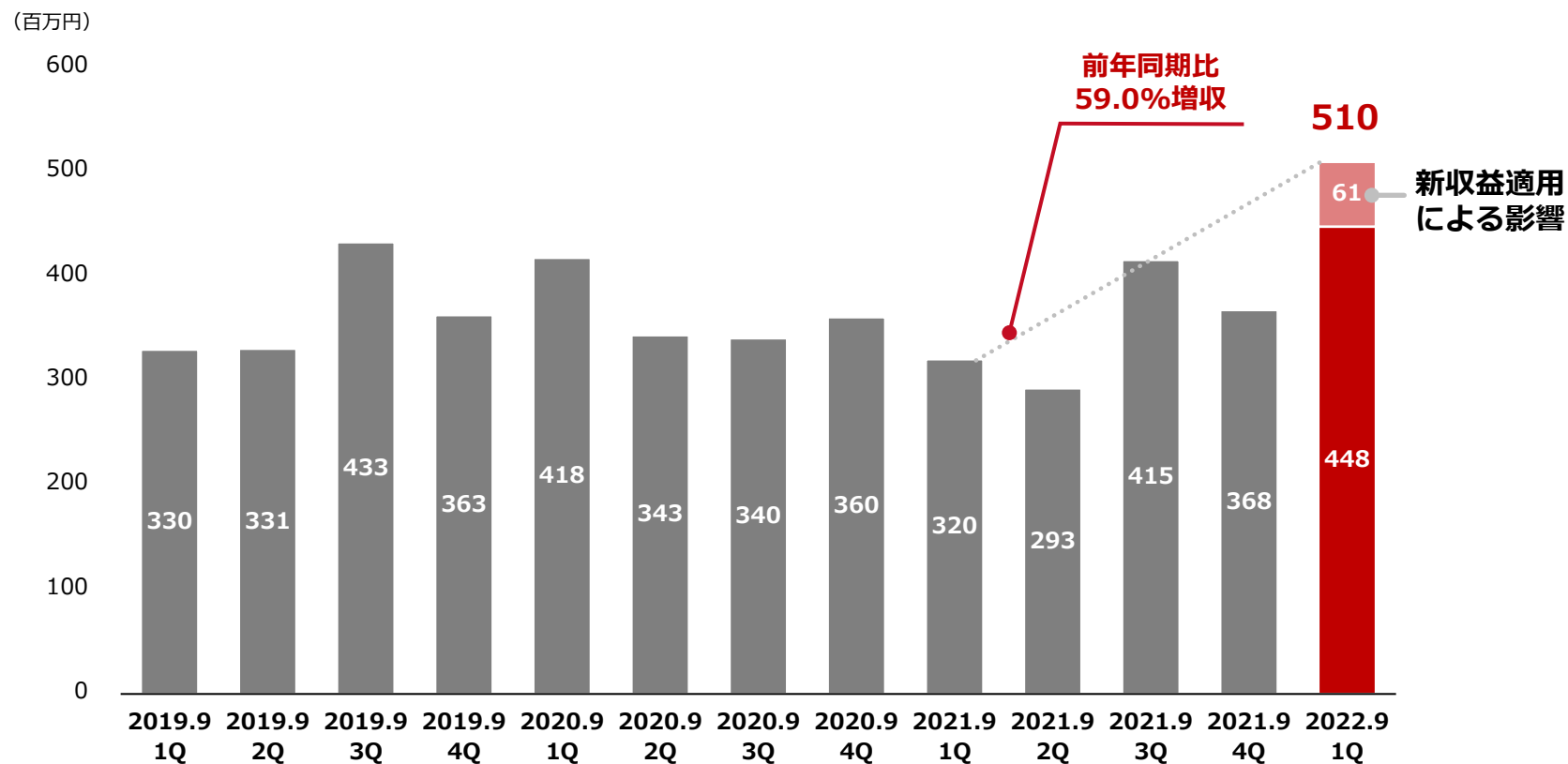
**point** ▶ 1Qの特徴

・ NINARY・Ripreともに前年同期比で増収となり、インフルエンサーサービス全体は増収で着地

※ D2C事業に含めていた自社メディアの「tobuy」の売上は、当1Qより「インフルエンサーサービス」に組み替えております。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。

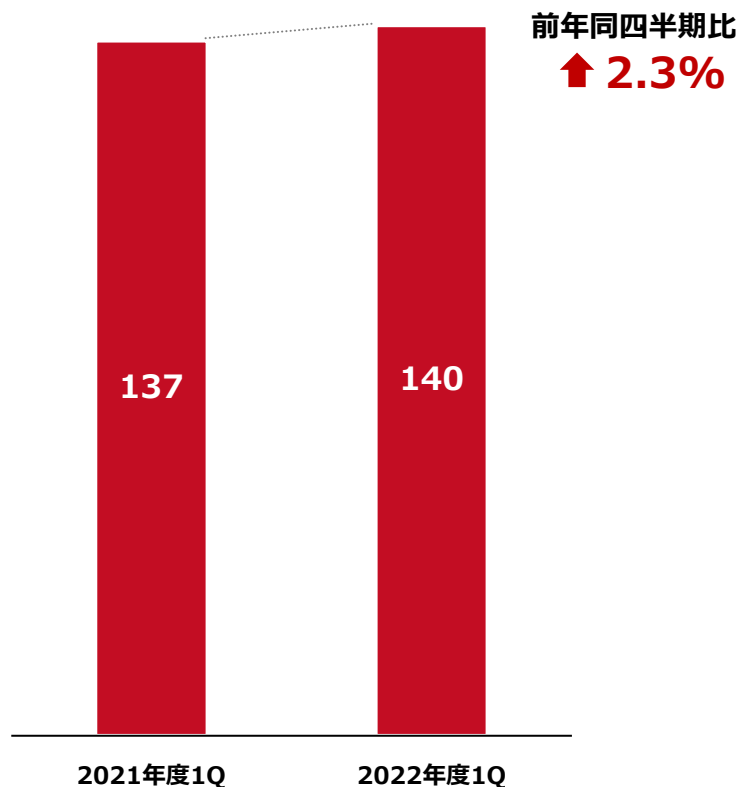
# 四半期別インフルエンサーサービス売上 (tobuy除く)

自社サービスのNINARY・Ripreともに堅調に推移し、過去最高を更新



# SNSアカウント運用 運用アカウント数が伸び悩むものの、案件単価の上昇により増収

SNSアカウント運用 2022年9月期1Q売上高 (百万円)



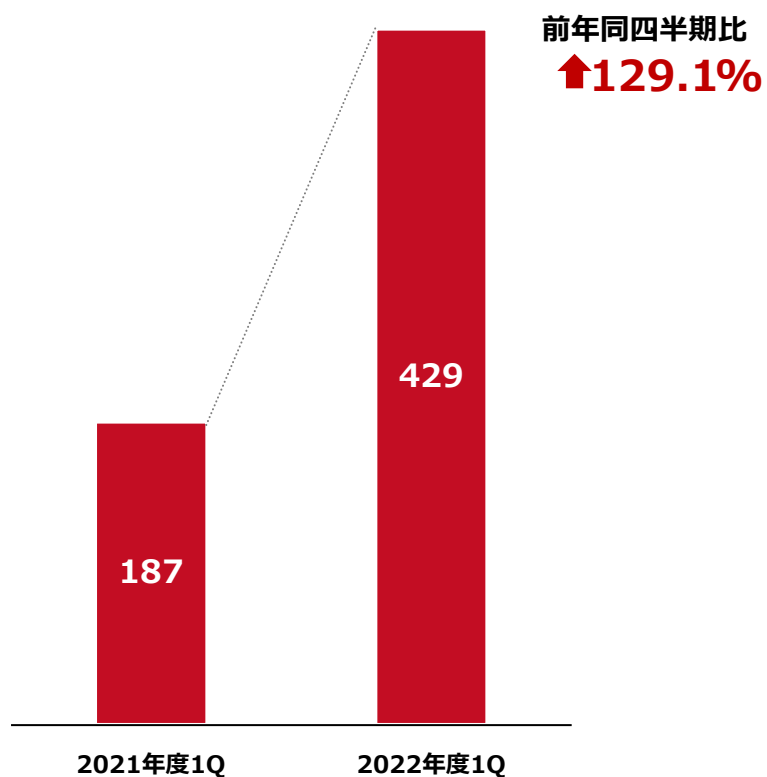
## point 1Qの特徴

- ・ 人的経営資源を他の自社サービスに振り分けたことにより一時的に成長が鈍化
- ・ LINE運用案件は、案件数及び単価の上昇



# インターネット広告販売 SNS広告の需要継続により増収

インターネット広告販売 2022年9月期1Q売上高 (百万円)



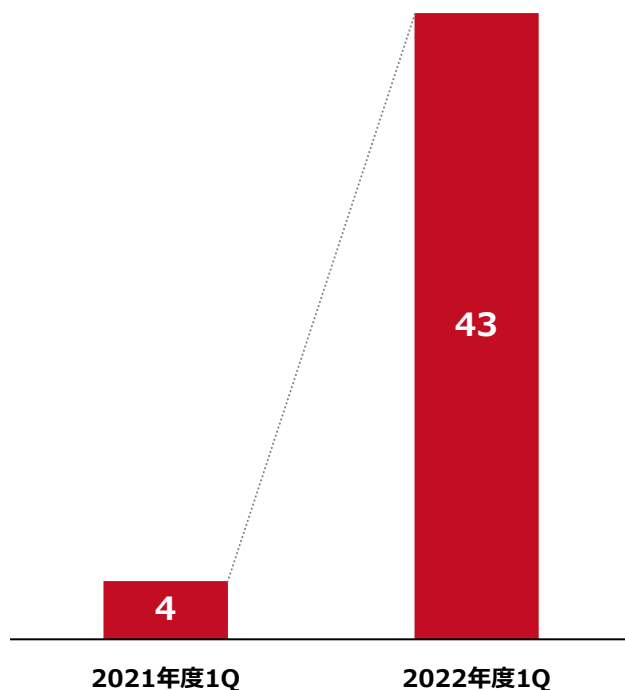
## point 1Qの特徴

- Instagram、LINE、TikTokの運用型広告の増加を中心に大きな伸び
- 内訳：SNS広告 182百万円  
その他 247百万円

# (新規事業等) サービス別売上高サマリー

## 新規事業への投資を継続

(新規事業) 2022年9月期 1Q売上高 (百万円)



### point 1Qの特徴

- ・当1Qよりスタイル・アーキテクト社を子会社化したことにより3ヶ月分の損益の取り込みが開始。

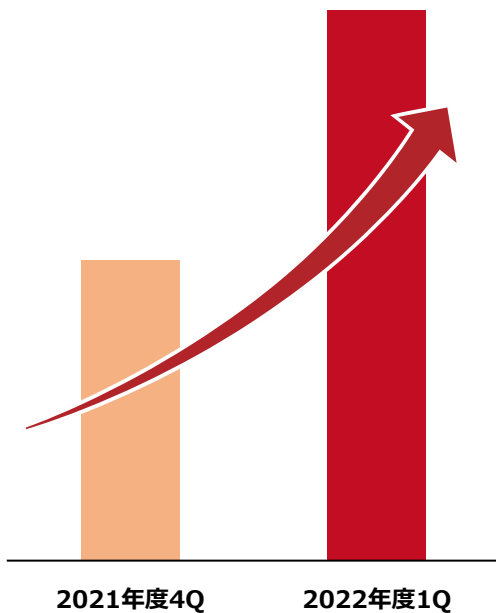
※ 新規事業等であるD2C事業に含めていた自社メディアの「tobuy」の売上は、当1Qより「インフルエンサーサービス」に組み替えております。前年同四半期比較につきましては、前年同四半期の数値を変更後のサービス区分に組み替えた数値で比較しております。

※新規事業等は、SaaS型サービス、D2C事業、HR事業、並びにスタイル・アーキテクト株式会社の売上の合計

# TikTokを利用した広告ニーズの拡大

TikTokインフルエンサー施策やTikTokの運用型広告を中心として、  
需要が拡大

ニーズの増加イメージ

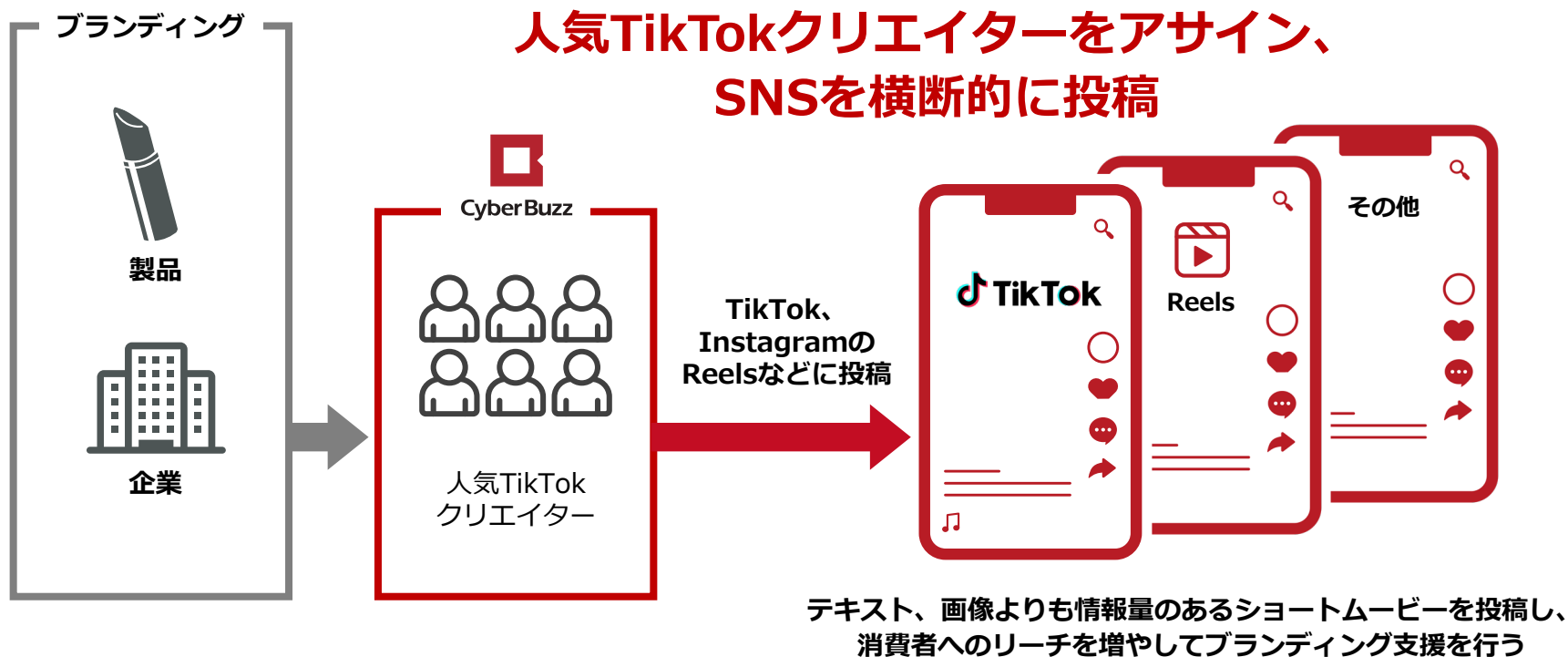


認知～購入までに至る全領域を状況に合わせた施策の実施が可能



# TikTokクリエイターによる ショートムービーパッケージの提供開始

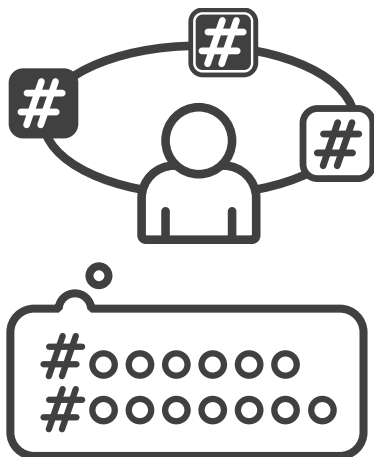
SNSでのショートムービー（TikTok、InstagramのReels等）の注目が高まる  
➔ 企業のマーケティング活用でも重要なポジションに



# インフルエンサーによるInstagramサテライトアカウント運用プランを提供開始

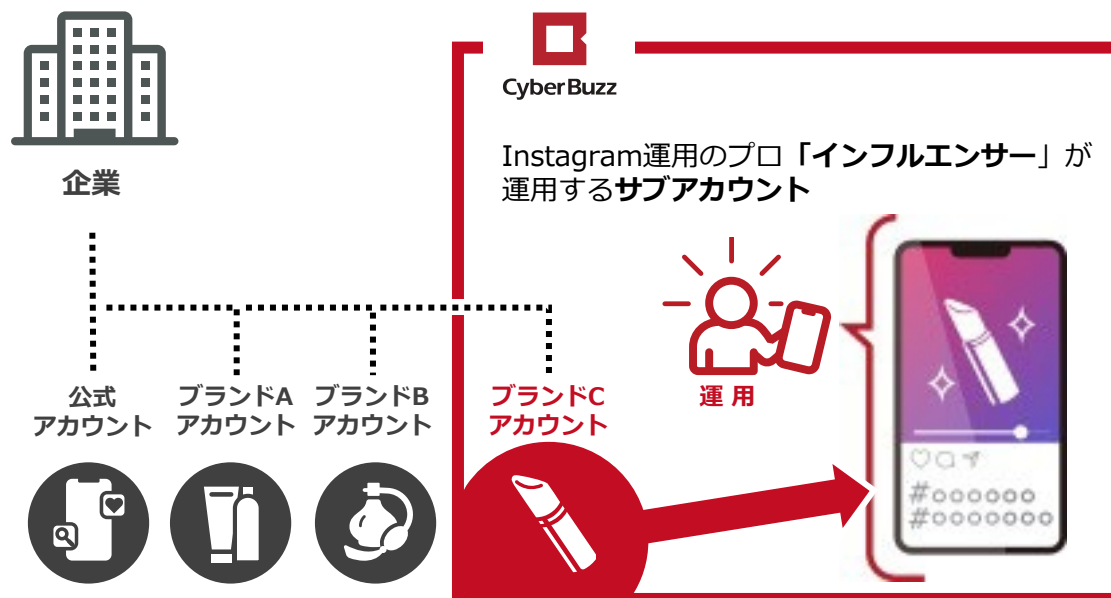
## トレンド

SNS上で「タグる」ことによる  
情報収集が主流に



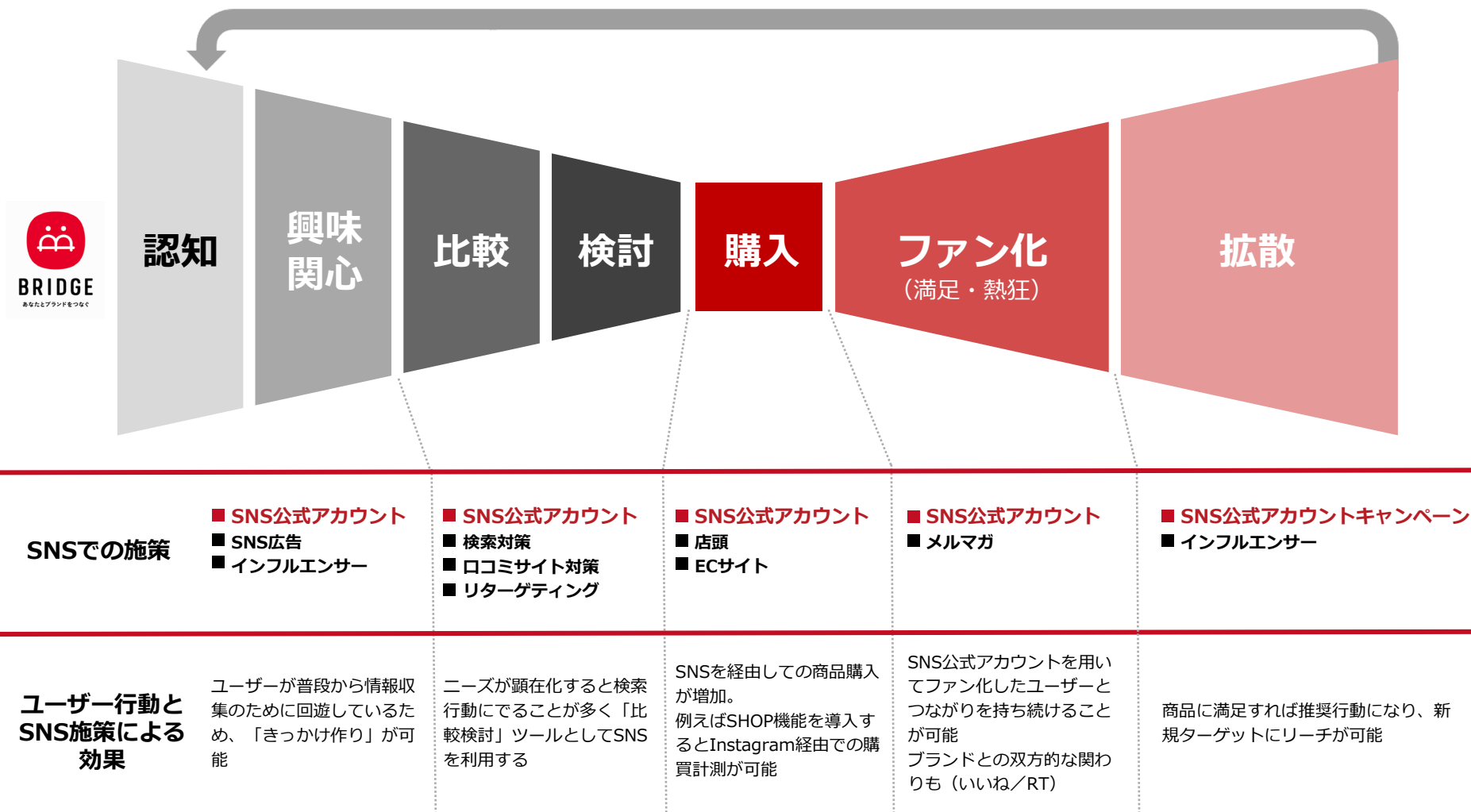
## サテライトアカウント運用プラン

検索されやすい「タグ付け」などを熟知した、SNS運用のプロ・インフルエンサーをアサイン。Instagramにおいて、**撮影・投稿などの支援**を行う。



# SNSアカウント運用「Bridge」としてブランド化

SNSの役割を明確化し、各ファネルごとに施策を選定



# 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	4億6,414万円（2021年12月31日現在）
代表取締役社長	高村 彰典
従業員数	166名（連結 2021年12月31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 取締役 膽畑 匡志 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 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 スタイル・アーキテクト株式会社

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