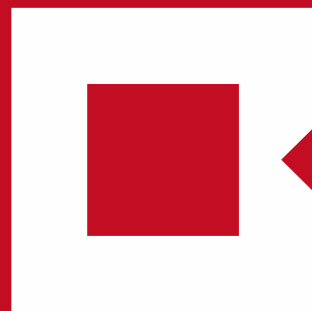




Cyber Buzz

2022年9月期 第2四半期決算説明資料

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2四半期（新収益認識基準適用後）の売上は1,045百万円（前年同期比+29.9%）、営業利益は17百万円（前年同期比+142.8%）
例年2Qは閑散期にあたるが、前年同期比で増収増益を達成。
- ▶ 1Qに引き続き自社サービスであるインフルエンサーサービス及びSNSアカウント運用は堅調に推移。また、インターネット広告販売も牽引し、既存のSMM事業の売上は989百万円（前年同期比+23.8%）と増収。
- ▶ 2022年9月期上半期累計の売上は2,180百万円（前年同期比+48.7%）、営業利益は52百万円（前年同期比+425%）

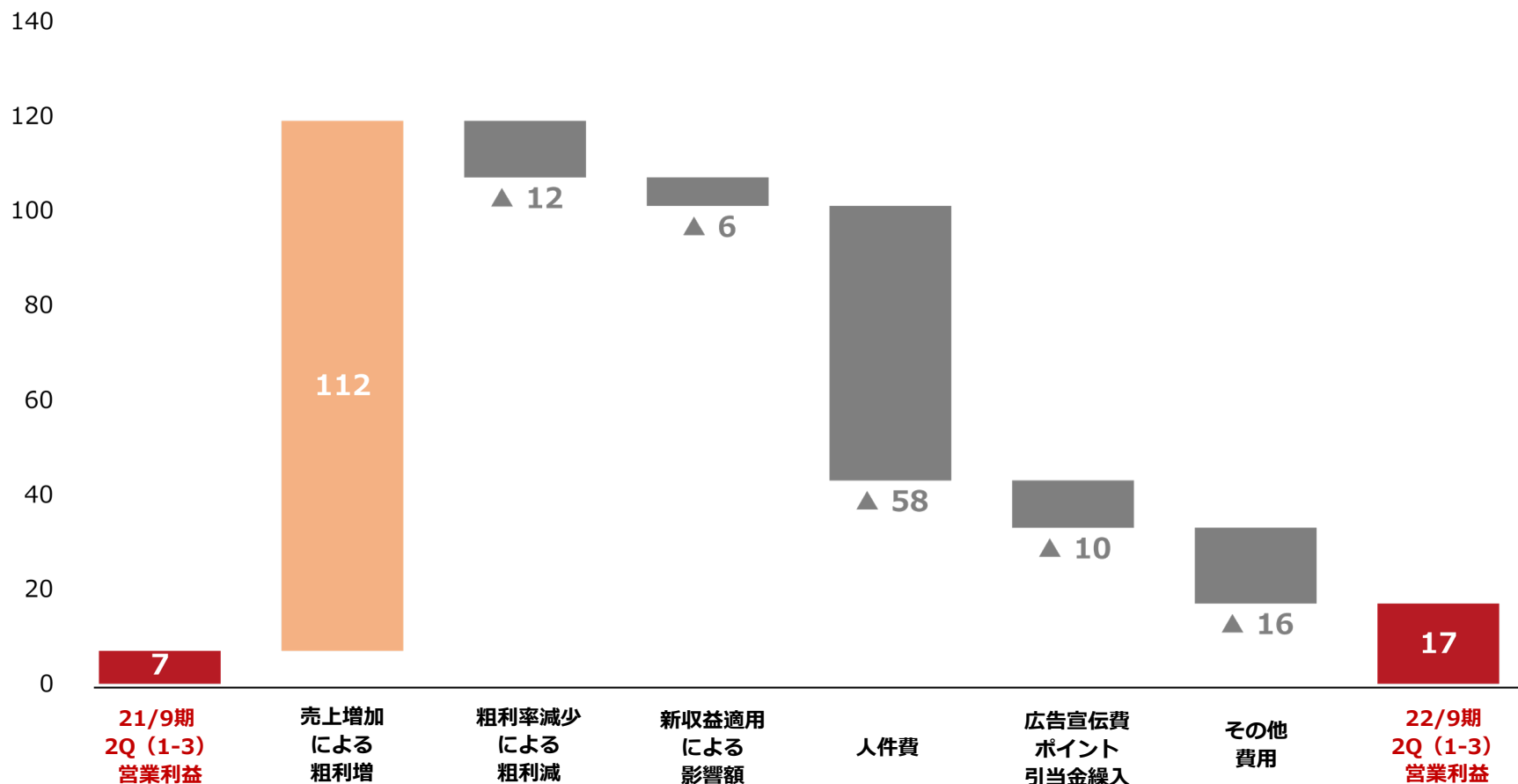
2Q（1～3月）業績ハイライト

2022年9月第2四半期（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 2Q(1～3月)	2022年9月期 2Q(1～3月)	YonY成長率	新収益適用に よる影響額	2022年9月期 2Q(1～3月)	YonY成長率
売上高	804	1,045	+29.9%	+4	1,050	+30.5%
売上総利益	371	464	+25.3%	+6	471	+27.1%
売上総利益率 (%)	46.1%	44.5%	—	—	44.9%	—
営業利益	7	17	+142.8%	+6	24	+236.2%
経常利益	8	22	+157.3%	+6	29	+236.3%
当期純利益	1	9	—	+4	14	—

2Q（1～3月）営業利益の増減分析

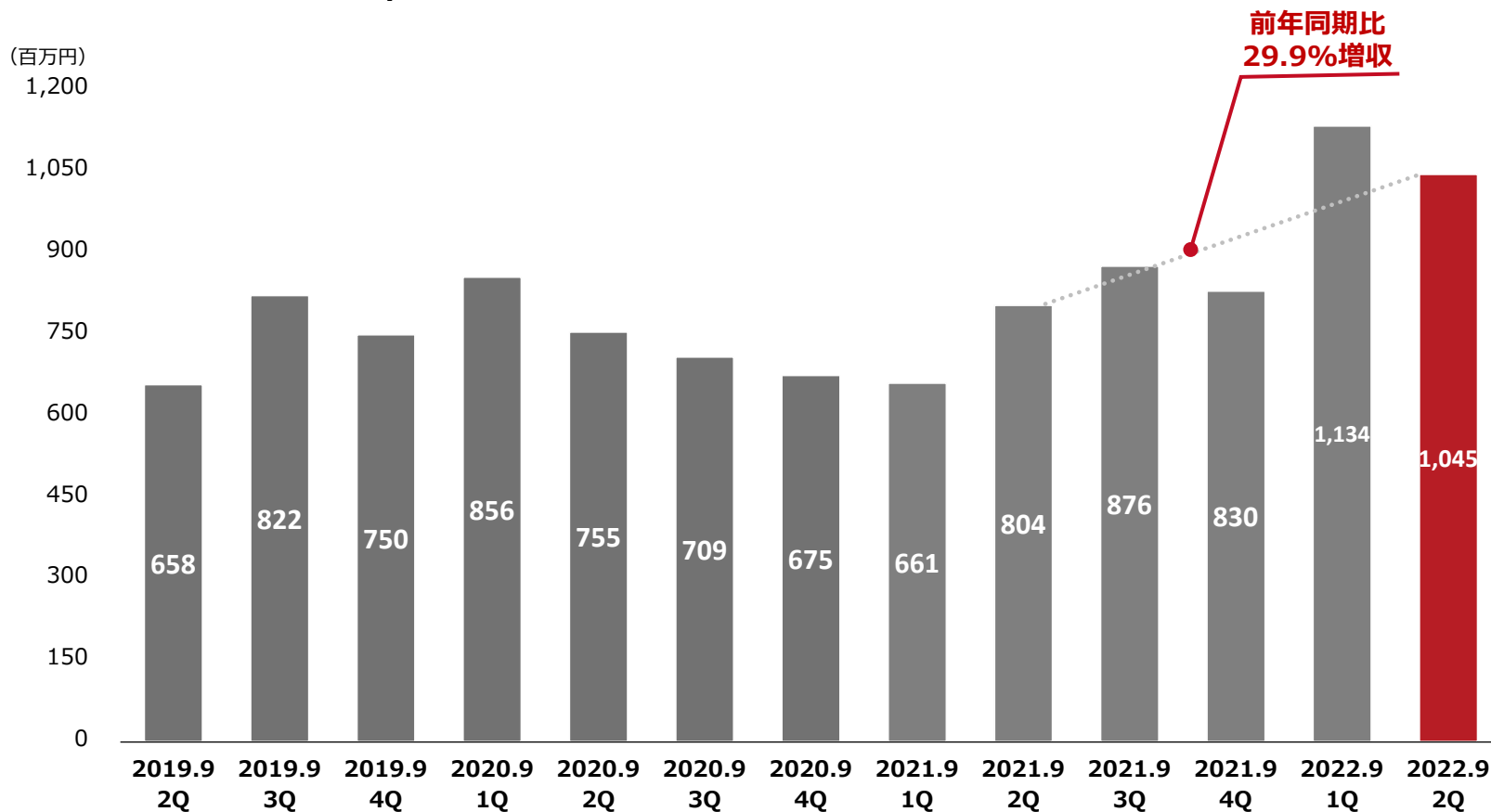
（単位：百万円）



2Q（1～3月）業績ハイライト

連結売上高

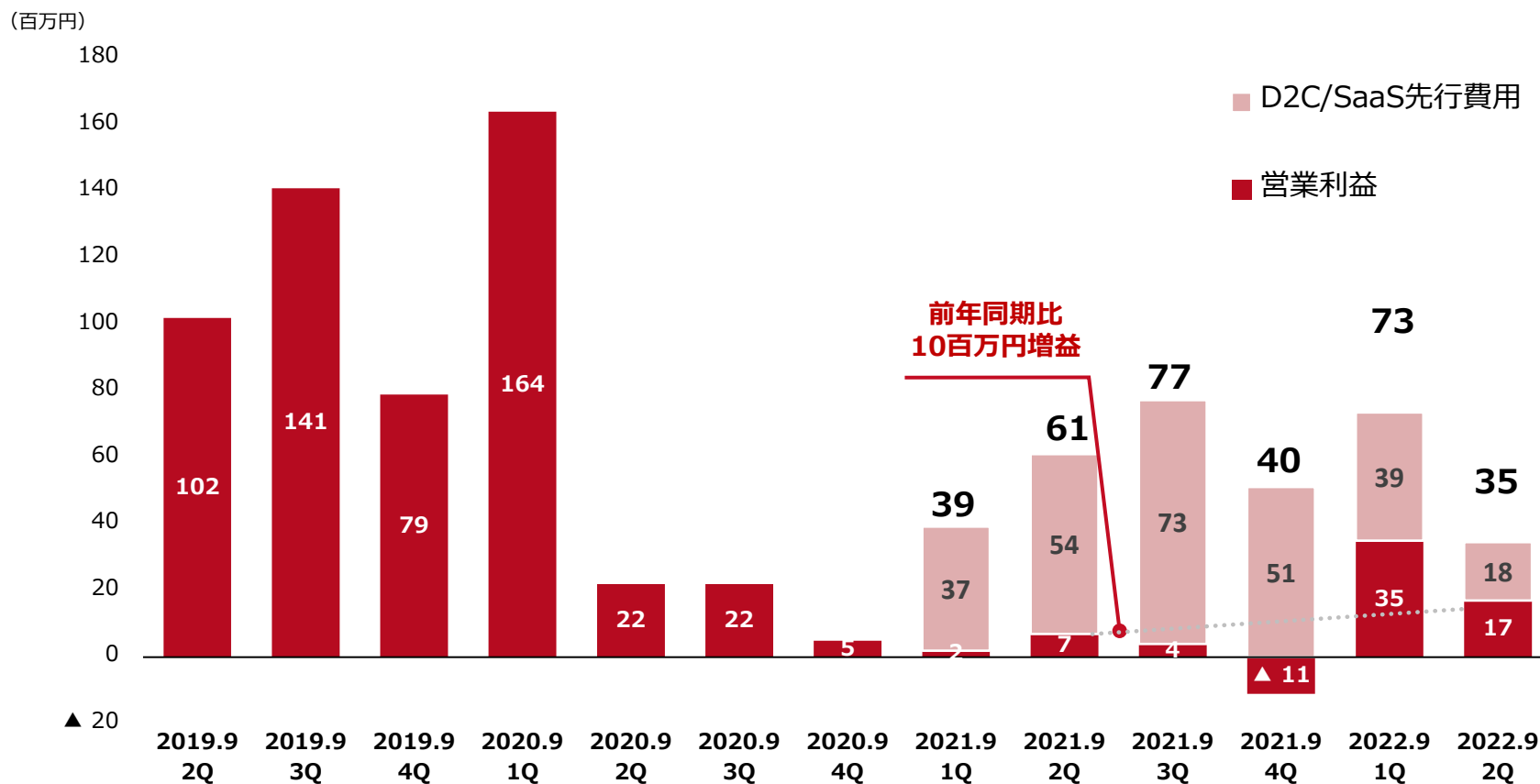
既存のSMM事業が好調に推移し、新収益認識基準適用後の売上は、
1,045百万円と前年同期比+29.9%で伸長



2Q（1～3月）業績ハイライト

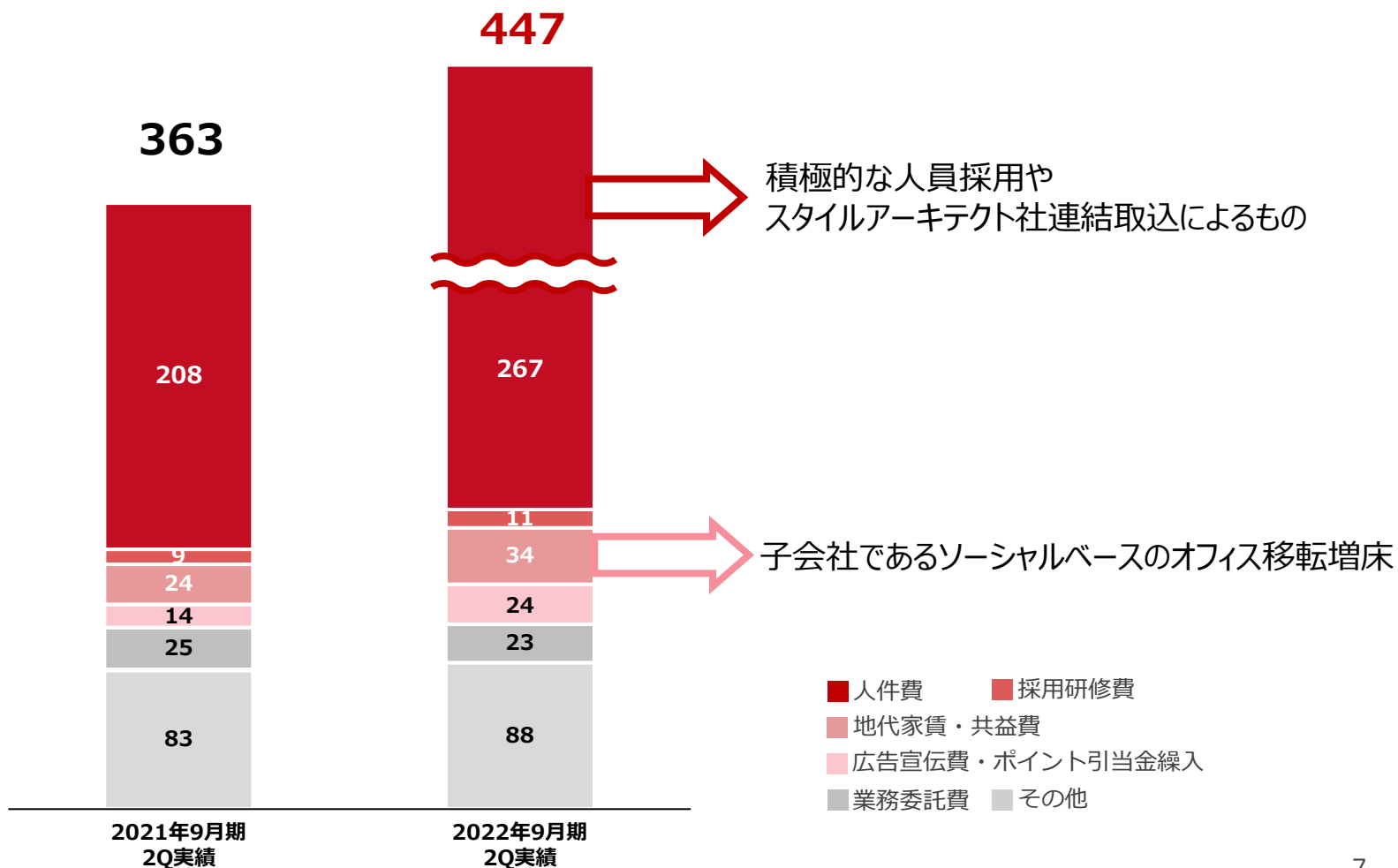
連結営業利益

売上増加による粗利の増加を背景とし、
新収益認識基準適用後の営業利益は、前年同期比10百万円の増益



2Q（1～3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

		新収益認識基準適用後			旧収益認識基準		
	単位：百万円	2022年9月期 通期予想	2022年9月期 2Q累計実績	2Q 進捗率	2022年9月期 通期予想	2022年9月期 2Q累計実績	2Q 進捗率
合計売上高		4,350	2,180	50.1%	4,270	2,122	49.7%
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	2,081	51.0%	4,000	2,024	50.6%
新規事業等 (注)		270	98	36.5%	270	98	36.5%
営業利益		130	52	40.3%	50	4	9.9%
経常利益		150	57	38.3%	70	10	14.3%
当期純利益		75	14	19.9%	20	▲17	－

(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



CyberBuzz

		新収益認識基準適用後			旧収益認識基準		
サービス (単位：百万円)	KPI	2022年9月期 通期予想	2022年9月期 2Q累計実績	2Q 進捗率	2022年9月期 通期予想	2022年9月期 2Q累計実績	2Q 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	866 619	55.5% 55.1%	1,480 1,045	808 572	54.7% 54.8%
	SNSアカウント 運用	売上 700 広告粗利 590	310 252	44.4% 42.7%	700 590	310 252	44.4% 42.7%
	インターネット 広告販売	売上 1,820 広告粗利 445	904 175	49.7% 39.4%	1,820 445	904 175	49.7% 39.4%
	SMM事業合計 (除く：SaaS型 ツール)	売上 4,080 広告粗利 2,160	2,081 1,046	51.0% 48.5%	4,000 2,080	2,024 999	50.6% 48.1%

(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

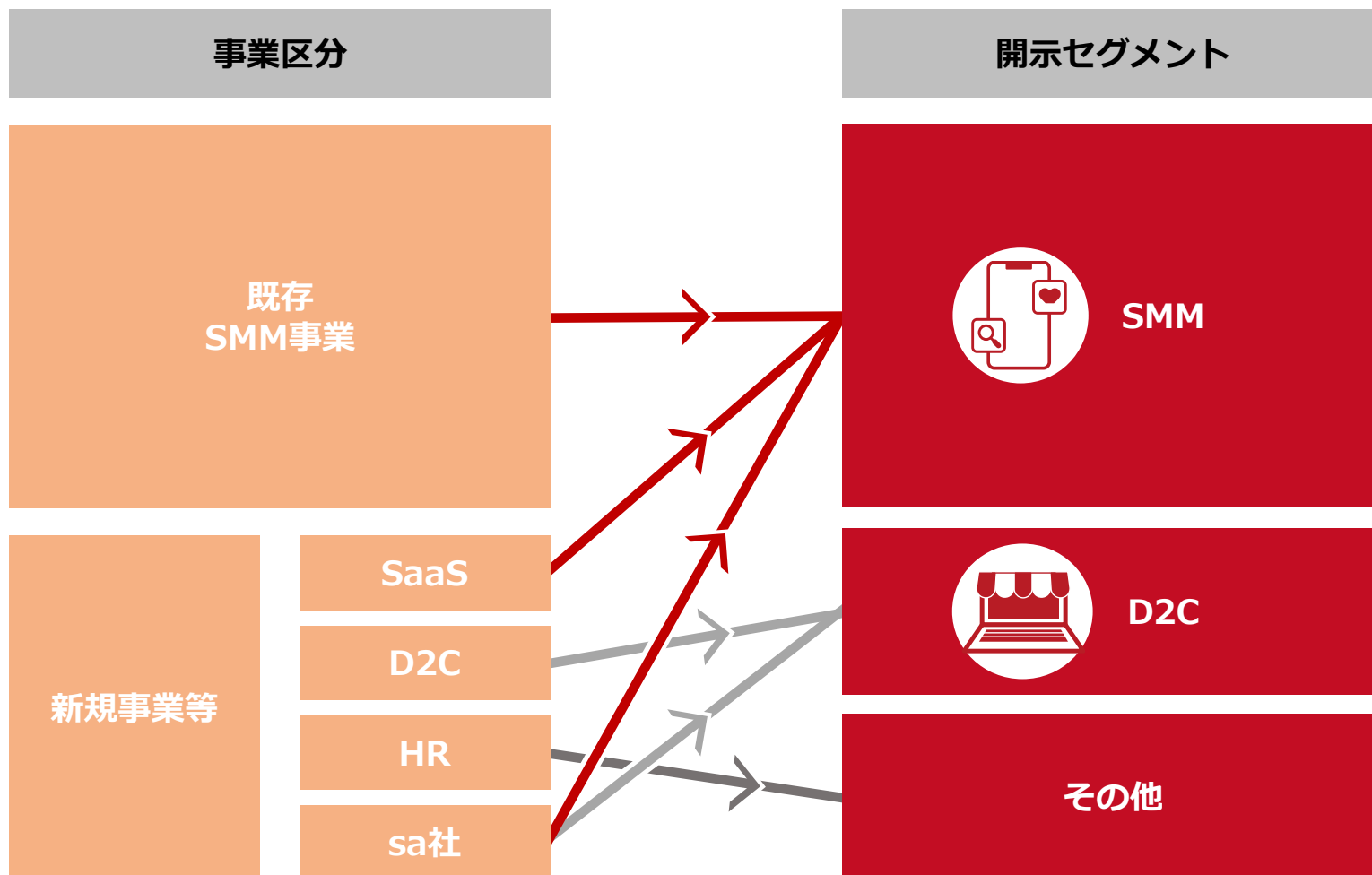
単位：百万円	2021年9月期	2022年9月期2Q	増減要因
流動資産	1,963	2,104	－
現預金	1,316	1,354	－
売上債権	559	702	－
固定資産	255	407	－
のれん	－	71	・スタイル・アーキテクト子会社化によるもの
資産合計	2,219	2,511	－
負債	396	616	－
純資産	1,822	1,895	－
資本金	463	470	－
資本剰余金	463	440	・自己株式処分によるもの
利益剰余金	1,009	968	－
自己株式	▲142	▲32	・自己株式処分によるもの
新株予約権	29	48	－
負債・純資産合計	2,219	2,511	－

キャッシュ・フロー計算書 増減分析

単位：百万円	2021年9月期 2Q累計	2022年9月期 2Q累計	増減要因
営業活動CF	▲19	117	
税金等調整前四半期純利益	11	63	
法人税等の支払額	▲28	▲9	
法人税等の還付額	24	14	
投資活動CF	▲72	▲147	
投資有価証券の取得による支出	▲29	▲57	・ 非上場株式の取得によるもの
有形固定資産の取得による支出	▲10	▲31	・ 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もの
連結の範囲の変更を伴う 子会社株式の取得による支出	—	▲44	・ スタイルアーキテクト子会社化による もの
財務活動CF	▲130	67	
長期借入金の返済による支出	—	▲25	・ スタイルアーキテクトの借入返済
自己株式の売却による収入	—	79	・ 自己株式処分によるもの
現金及び現金同等物の増減額	▲223	38	
現金及び現金同等物の期首残高	1,638	1,316	
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,415	1,354	

(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) 2Q (1~3月) サービス別売上高サマリー

既存のSMM事業の売上は、989百万円と前年同期比+23.8%の増収

(単位：百万円)

前年同四半期比
↑ **23.8%**

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 ▶ 344百万円 YonY ↑ **13.4%**

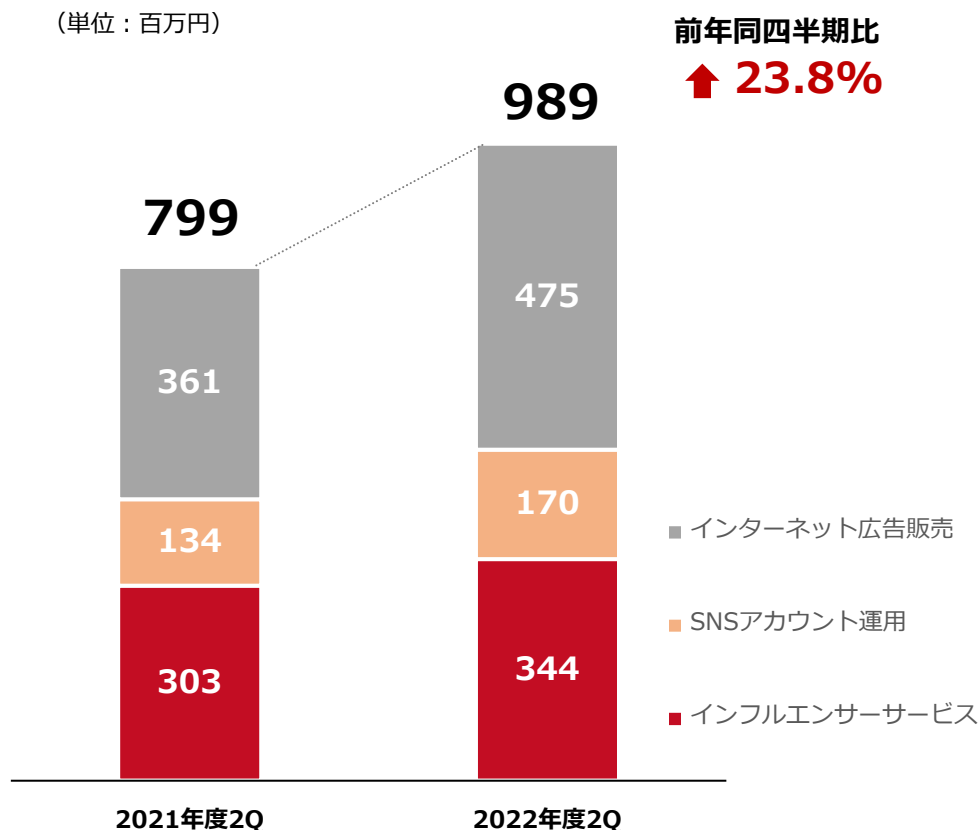
SNSアカウント運用

売上高 ▶ 170百万円 YonY ↑ **26.5%**

インターネット広告販売

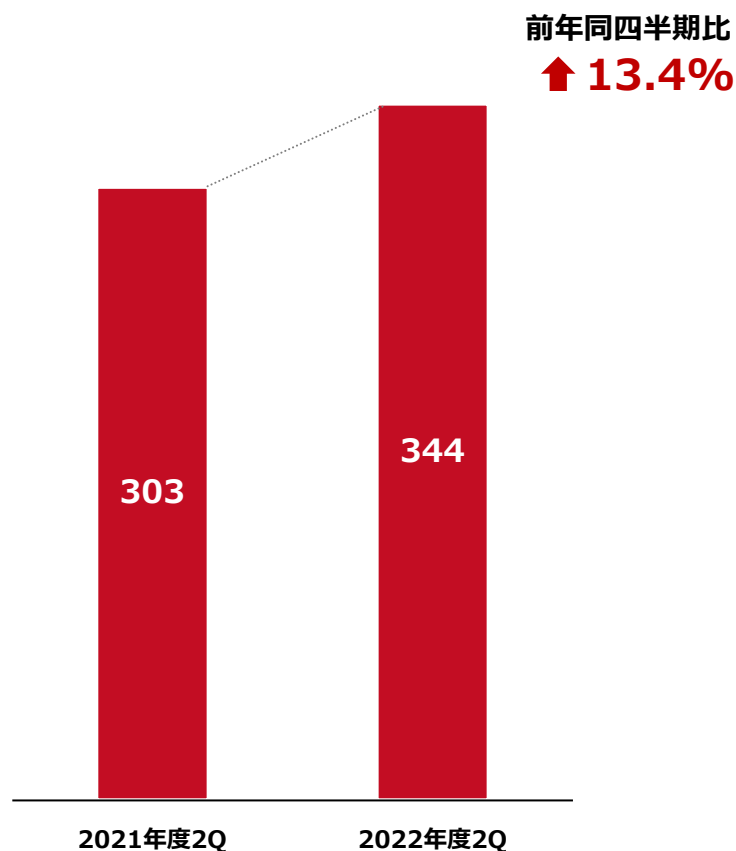
売上高 ▶ 475百万円 YonY ↑ **31.5%**

内訳：SNS広告 257百万円
その他（制作含む） 218百万円



インフルエンサーサービス 1Qに引き続き自社サービスは回復基調

インフルエンサーサービス 2022年9月期2Q売上高（百万円）



point 2Qの特徴

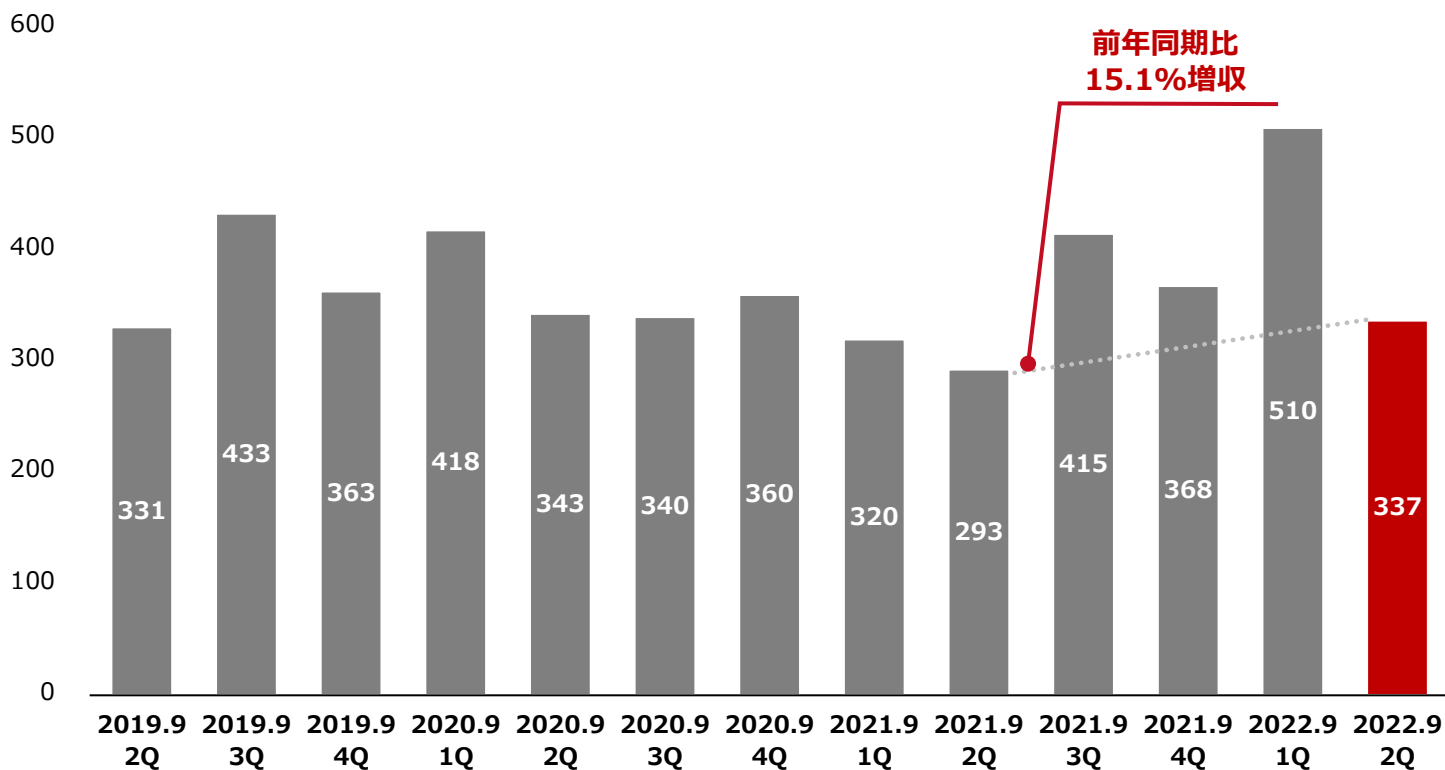
・ 1Qに引き続き、NINARY・Ripreともに前年同期比で増収となり、インフルエンサーサービス全体は増収で着地

※ 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）

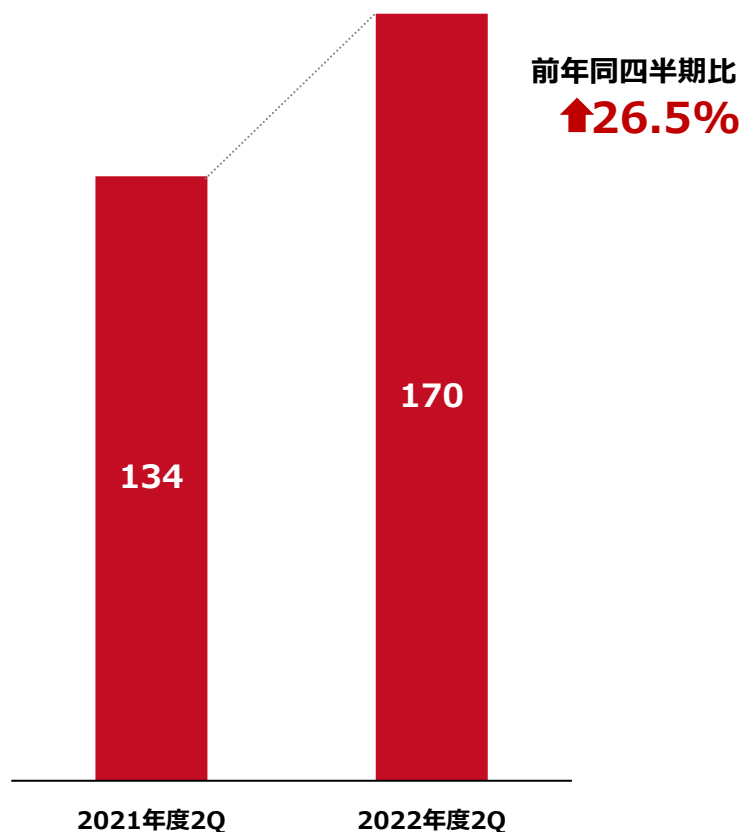
自社サービスのNINARY・Ripreともに堅調に推移し、前年同期比で
+15.1%伸長

(百万円)



SNSアカウント運用 LINEを中心とした新規の積み上げにより成長率回復

SNSアカウント運用 2022年9月期2Q売上高 (百万円)

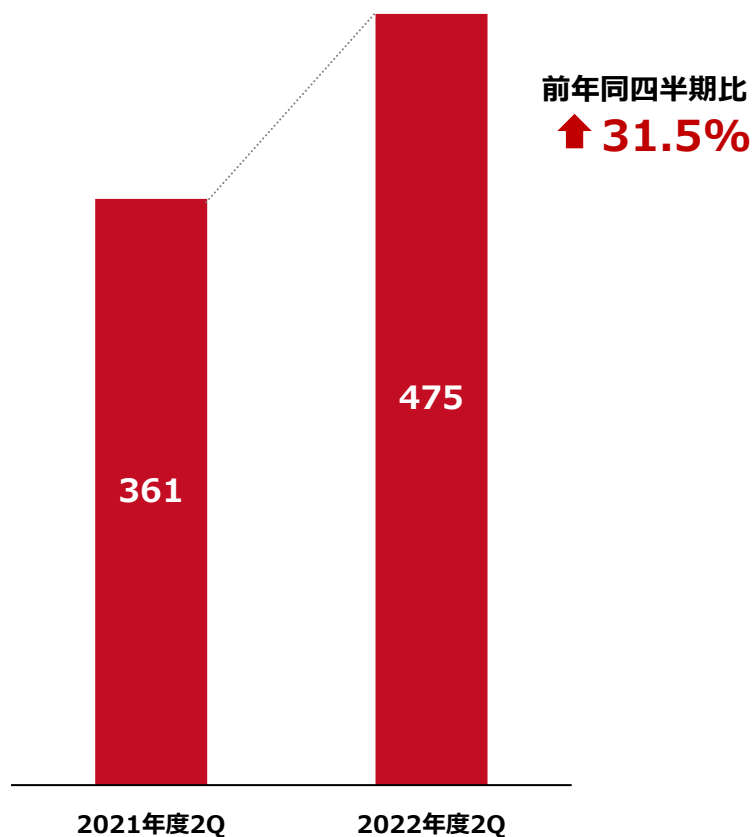


point 2Qの特徴

- ・ 1Qに引き続きLINE運用案件は、案件数及び単価の上昇
- ・ DOTZ社との資本提携により更なる成長を見込む。
(P22参照)

インターネット広告販売 LINEやTikTok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2Q売上高 (百万円)



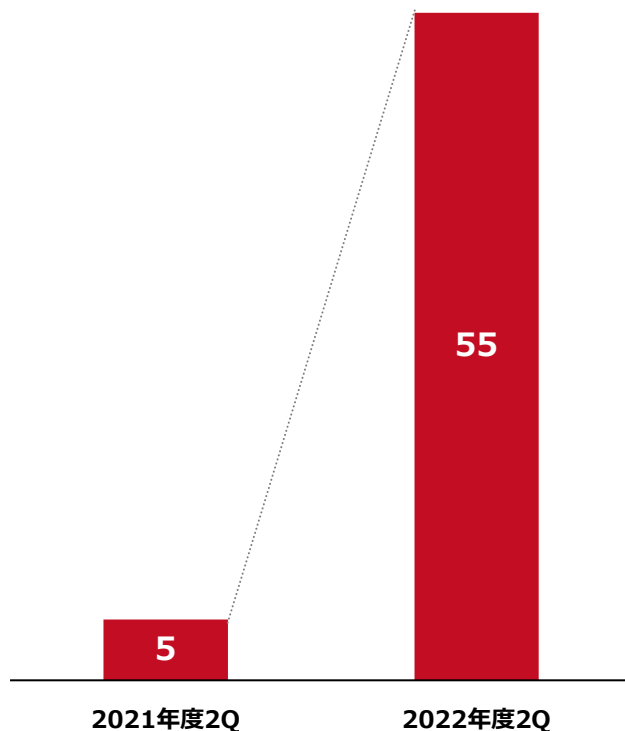
point 2Qの特徴

- ・ LINE、TikTokの運用型広告が好調に推移

内訳：SNS広告	257百万円
その他（制作含む）	218百万円

(新規事業等) 1Qに引き続き投資を継続し、新規事業の育成を図る

(新規事業等) 2022年9月期2Q売上高 (百万円)



point 2Qの特徴

- ・スタイルアーキテクト社の決算取り込みが影響。

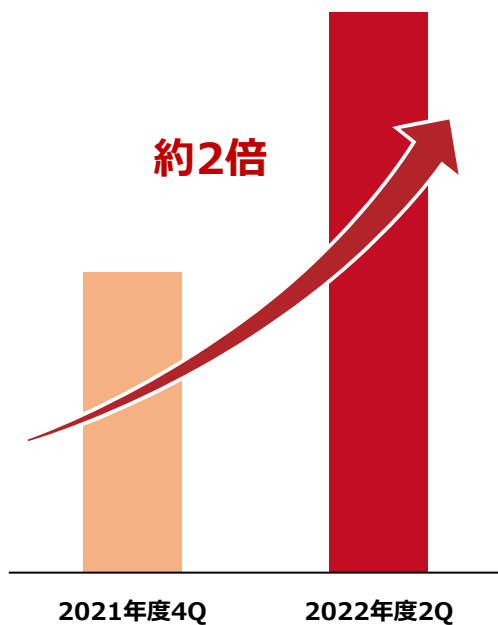
※ 新規事業等であるD2C事業に含めていた自社メディアの「tobuy」の売上は、当1Qより「インフルエンサーサービス」に組み替えております。前年同四半期比較につきましては、前年同四半期の数値を変更後のサービス区分に組み替えた数値で比較しております。

※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

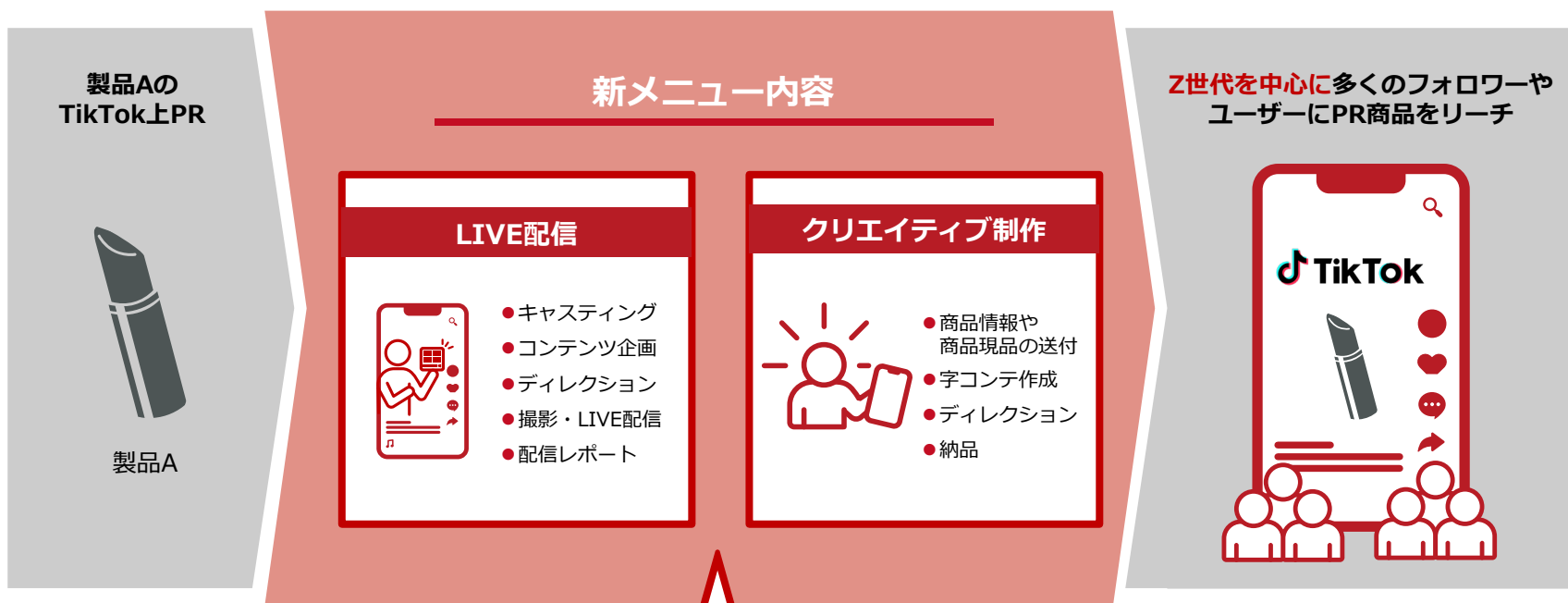


認知～購入までに至る全領域を状況に合わせた施策の実施が可能



Z世代を中心に幅広い新規リーチを獲得可能な TikTok 新メニュー提供開始

「TikTok LIVE配信プラン」やTikTokクリエイターによる「広告クリエイティブ制作プラン」を新たに提供開始

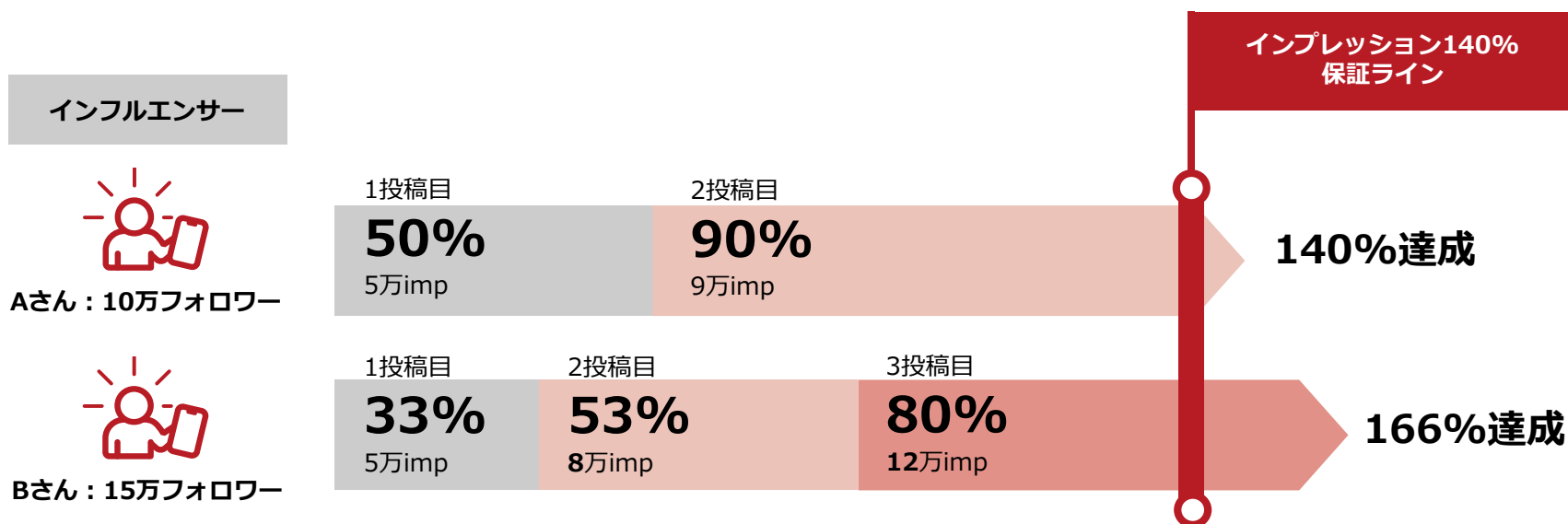


トレンド変化が早く、フォロワー外ユーザーの新規流入が多いTikTokを用いた
LIVE配信及びに自然に馴染むクリエイティブを人気TikTokクリエイター※が量産

※当社インフルエンサーネットワーク「NINARY」提携

インプレッション率保証型プランや 男性インフルエンサーパッケージを提供開始

インプレッション率保証型プランは、インフルエンサーによるPR投稿について
インプレッション率が累計**140%を達成するまで何度も投稿依頼が可能**



1投稿あたりのインプレッション率を高めるために、インフルエンサーが高クオリティの投稿画像編集、ハッシュタグを含む本文の充実を図るため、PR投稿の質の向上が期待できる

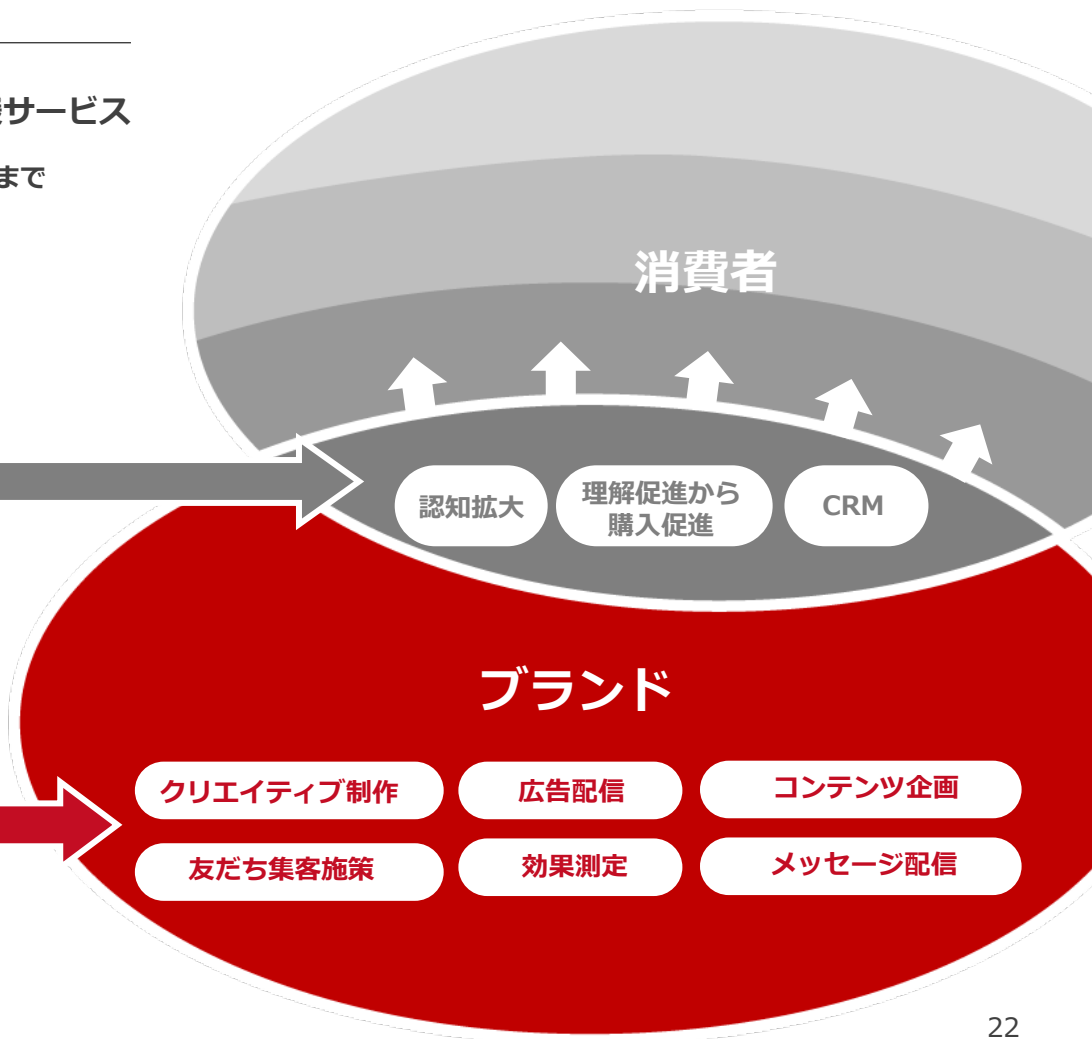
※投稿期間終了から1週間後の数値を計測し、投稿の間隔は最大3週間

DOTZ社と提携 LINE公式アカウント運用支援の強化

DOTZ株式会社との提携

- 強化** 「LINEミニアプリ」に関わる企画／開発支援サービス
+
拡大 LINEを活用した購入促進施策・CRM施策までサポート領域を拡大

LINEアカウント運用サポートサービスにおける軸



※LINE Frontline ▶ 現在国内に10名のみのLINEへの高い知識レベルと豊富な経験を備えたLINEの認定講師

会社名	株式会社サイバー・バズ
設立日	2006年4月
資本金	4億7,014万円（2022年3月31日現在）
代表取締役社長	高村 彰典
従業員数	160名（連結 2022年3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 取締役 取締役 執行役員 執行役員 執行役員 執行役員 常勤監査役 高村 彰典 三木 佑太 膽畑 匡志 岡部 晃彦 佐藤 亮平 莊司 里樹 辻 孝明 磯村 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

TEL ----- 03-6758-4738