



2021年11月19日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 サ イ バ ー ・ バ ズ  
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 高 村 彰 典  
(コード番号：7069 東証マザーズ)  
問 合 わ せ 先 執 行 役 員 C F O 山 田 洋 輔  
(TEL. 03-6758-4738)

### <マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

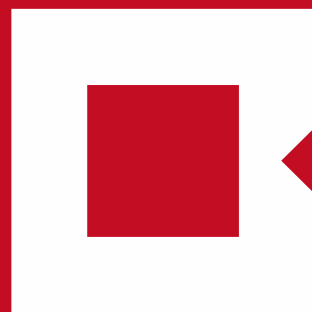
#### ○ 開催状況

開催日時	2021年11月10日(水) 16:00~17:00
開催方法	対面による実開催、音声ライブ配信
開催場所	東京都千代田区丸の内1丁目9番1号 グラントウキョウノースタワー18F 大和コンファレンスホールB
説明会資料名	2021年9月期 通期決算説明資料、業績予想及び成長性に関する説明資料

#### 【添付資料】

投資説明会において使用した資料

以上



**Cyber Buzz**

**2021年9月期 通期決算説明資料**

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



# 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

## エグゼクティブサマリー

---

- ▶ 2021年9月期第4四半期の売上は830百万円（前年同期比+22.9%）、営業利益は▲11百万円（前年同期は5百万円）。  
2021年9月通期売上は3,172百万円（前年同期比+5.9%）、営業利益は2百万円（前年同期比▲98.7%）。
- ▶ 引き続き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+23.9%の増収。自社インフルエンサーサービスの売上回復に伴い、全社ベースの粗利率も52.6%まで回復（前四半期比+2.3%pt）。
- ▶ SMM事業の既存サービスにおいて見込まれていた大型案件のキャンセルや納品遅延等を背景に、2021年10月13日に業績予想の下方修正を実施。

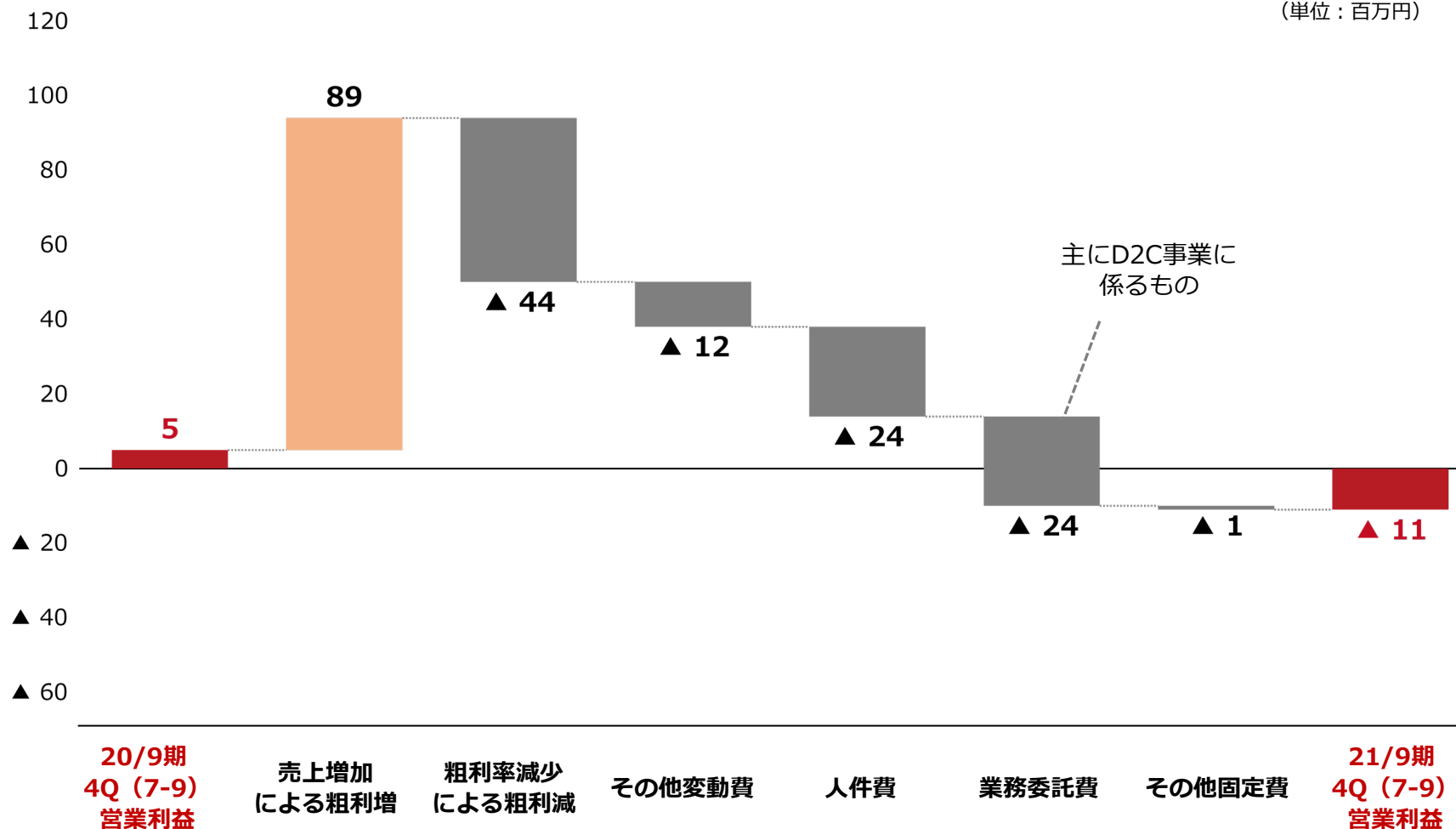
# 4Q (7~9月) 業績ハイライト

2021年9月第4四半期は、増収減益。好調なインターネット広告市場を追い風に連結売上は+22.9%の増収も、新規事業への先行費用の影響もあり、営業赤字は▲11百万円。特別損失の発生により当期純損失は▲69百万円で着地。

単位：百万円	2020年9月期 通期実績	2021年9月期 通期実績	YoY成長率	2020年9月期 4Q(7~9月)	2021年9月期 4Q(7~9月)	YoY成長率
売上高	2,996	3,172	+5.9%	675	830	+22.9%
売上総利益	1,720	1,639	▲4.7%	391	436	+11.5%
営業利益	215	2	▲98.7%	5	▲11	-
経常利益	204	4	▲97.6%	2	▲11	-
当期純利益	168	▲73	-	17	▲69	-

# 4Q (7~9月) 営業利益の増減分析

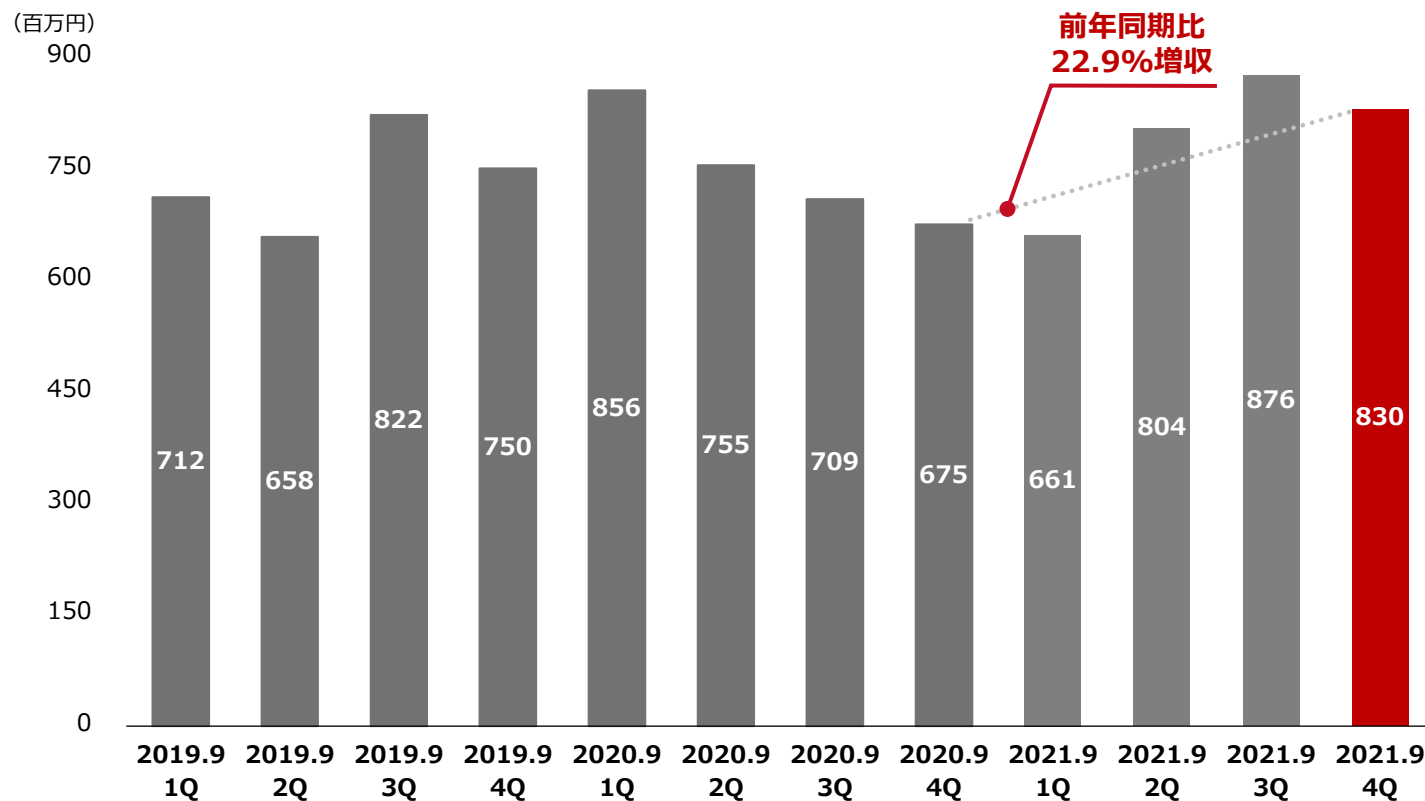
(単位：百万円)



# 4Q（7～9月）業績ハイライト

## 連結売上高

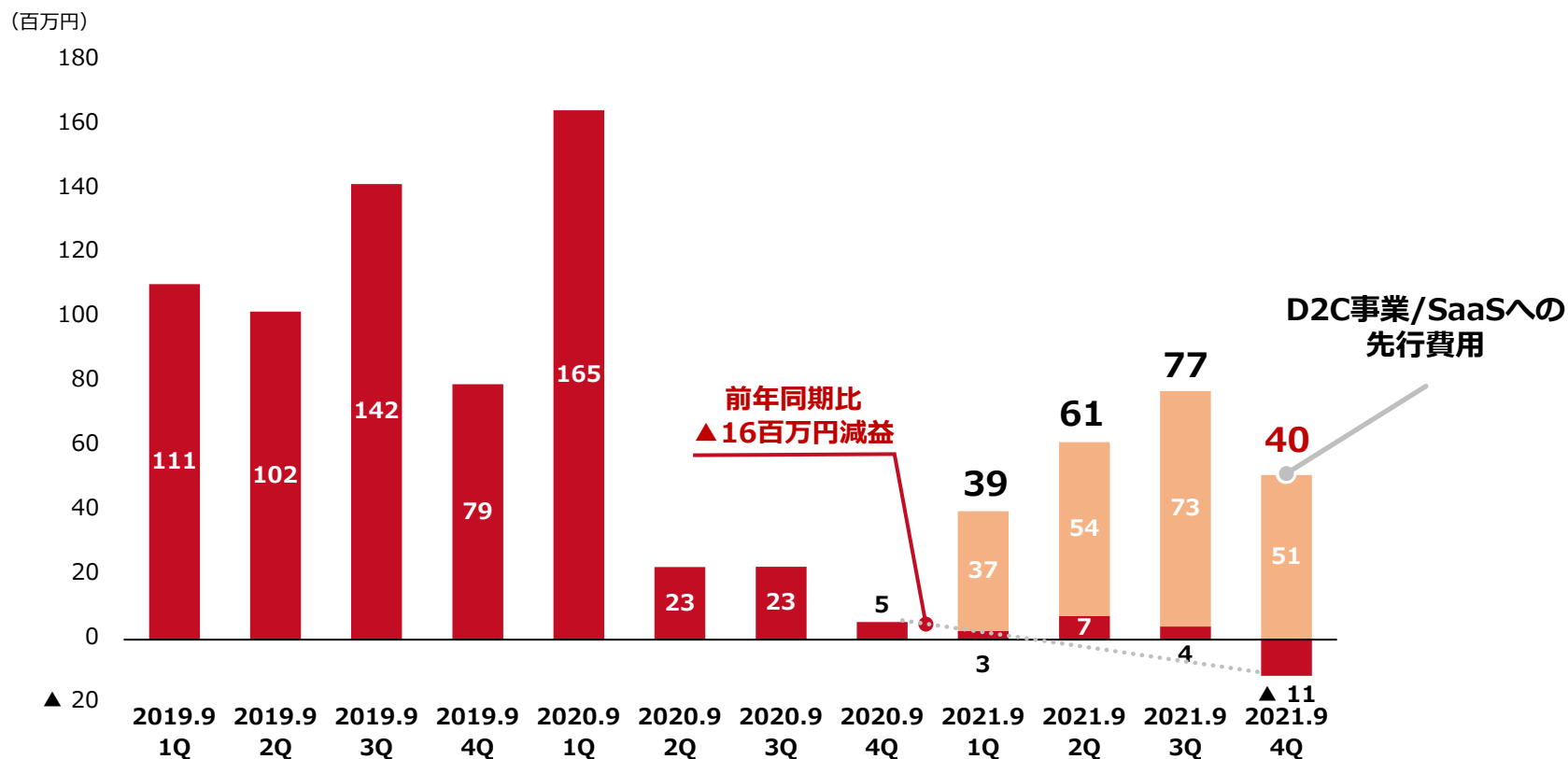
SMM事業が好調に推移し、前年同期比+22.9%の増収



## 4Q（7～9月）業績ハイライト

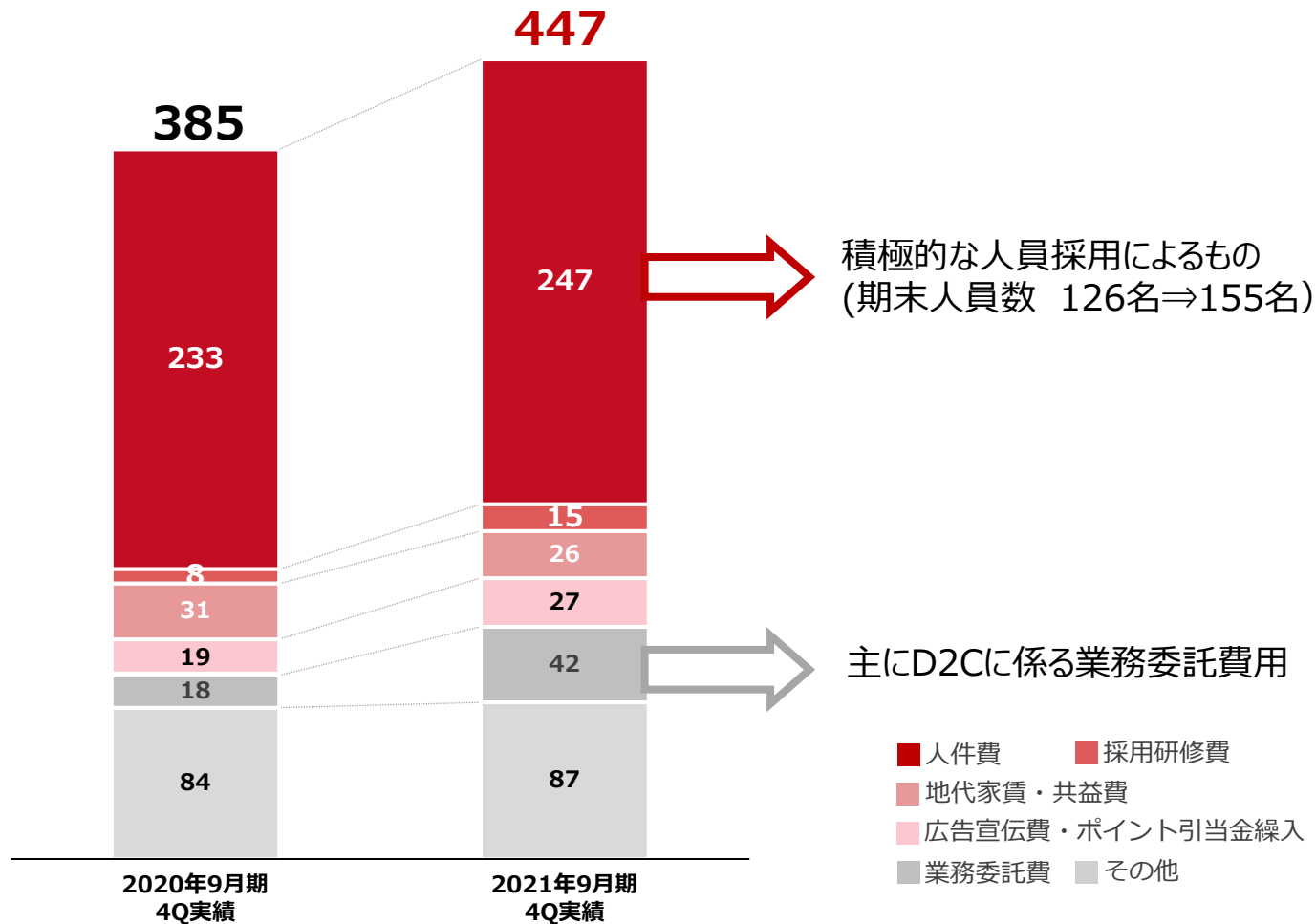
**連結営業利益**

粗利率の変動に加え、新規事業への先行費用（51百万円）を理由に  
前年同期比では▲16百万円の減益



# 4Q（7～9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）



**(当初計画対比) 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 当初通期予想	2021年9月期 通期実績	通期 進捗率	うち4Q 進捗率
<b>合計売上高</b>		<b>3,500</b>	<b>3,172</b>	<b>90.6%</b>	<b>23.7%</b>
<b>SMM事業</b> (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 (注1)	<b>1,763</b>	<b>1,397</b>	<b>79.3%</b>	<b>20.9%</b>
	SNSアカウント運用	<b>523</b>	<b>567</b>	<b>108.5%</b>	<b>27.2%</b>
	インターネット広告代理 販売 (注1)	<b>1,020</b>	<b>1,137</b>	<b>111.5%</b>	<b>29.2%</b>
	SaaS	<b>41</b>	<b>12</b>	<b>30.3%</b>	<b>20.7%</b>
<b>D2C事業 (注2)</b>	—	<b>123</b>	<b>40</b>	<b>32.6%</b>	<b>7.4%</b>
<b>その他</b>	—	<b>30</b>	<b>17</b>	<b>56.8%</b>	<b>14.4%</b>
<b>営業利益</b>		<b>260</b>	<b>2</b>	<b>1.2%</b>	<b>—</b>
<b>経常利益</b>		<b>260</b>	<b>4</b>	<b>1.9%</b>	<b>—</b>
<b>当期純利益</b>		<b>180</b>	<b>▲73</b>	<b>—</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。(258百万円)

(注2) 2021年5月に自社ECサイトをローンチ。

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

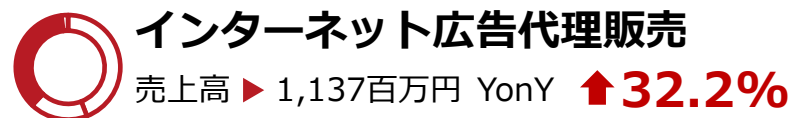
単位：百万円	2020年9月期	2021年9月期	増減要因
流動資産	2,147	1,963	－
現預金	1,638	1,316	・自己株式取得による減少 ・投資有価証券や固定資産の取得による減少
売上債権	469	559	－
固定資産	228	255	・子会社であるソーシャルベースのオフィス 移転増床に伴う有形固定資産の増加
<b>資産合計</b>	<b>2,375</b>	<b>2,219</b>	－
負債	379	396	－
純資産	1,996	1,822	－
資本金	457	463	－
資本剰余金	457	463	－
利益剰余金	1,083	1,009	－
自己株式	－	▲142	・自己株式取得によるもの
新株予約権	－	29	
<b>負債・純資産合計</b>	<b>2,375</b>	<b>2,219</b>	－

# キャッシュ・フロー計算書 増減分析

単位：百万円	2020年9月期	2021年9月期	増減要因
営業活動CF	142	▲73	
税金等調整前当期純利益	229	▲69	
減損損失	－	44	・ SaaS型ツール（Owgi）及びD2C事業にかかるとソフトウェアの減損損失計上
法人税等の支払額	▲158	▲60	・ 前期課税所得減少による支払額の減少
法人税等の還付額	－	24	・ 子会社であったglamfirstにかかると法人税等の還付
投資活動CF	▲102	▲118	
投資有価証券の取得による支出	▲7	▲29	・ 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	▲47	▲20	・ 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支出
無形固定資産の取得による支出	▲2	▲48	・ SaaS型ツール（Owgi）及びD2C事業の開発に伴う支出
敷金及び保証金の差入による支出	▲45	▲28	・ （前期）本社移転に伴う敷金の差入 ・ （当期）本社増床及び子会社のオフィス移転に伴う敷金の差入
財務活動CF	90	▲130	
自己株式の取得による支出	－	▲142	・ 自己株式取得によるもの
<b>現金及び現金同等物の増減額</b>	<b>129</b>	<b>▲322</b>	
<b>現金及び現金同等物の期首残高</b>	<b>1,509</b>	<b>1,638</b>	
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	<b>1,638</b>	<b>1,316</b>	

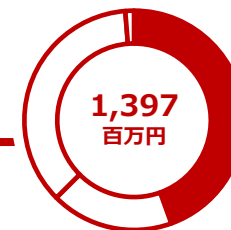
# サービス別売上高サマリー

SMM事業における四半期売上は816百万円と前年同期比+23.9%の増収。  
通期売上高は3,115百万円で、前期比+12.7%の増収着地。

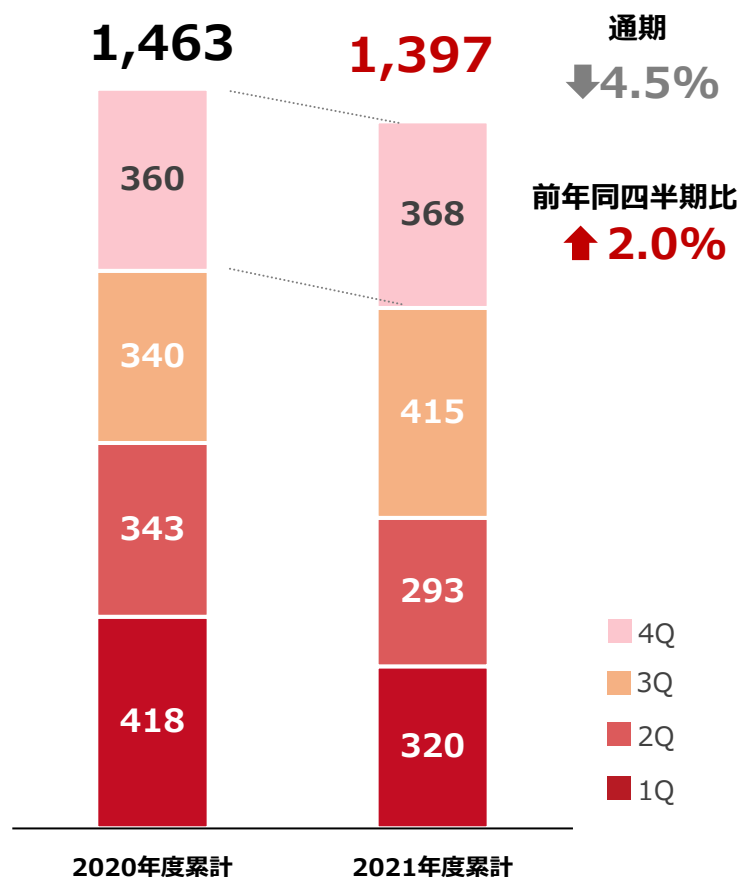


# インフルエンサーサービス 大型の案件キャンセルが発生したものの、 前年同期比で増収

2021年度通期実績



インフルエンサーサービス 2021年9月期4Q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** 4Qの特徴

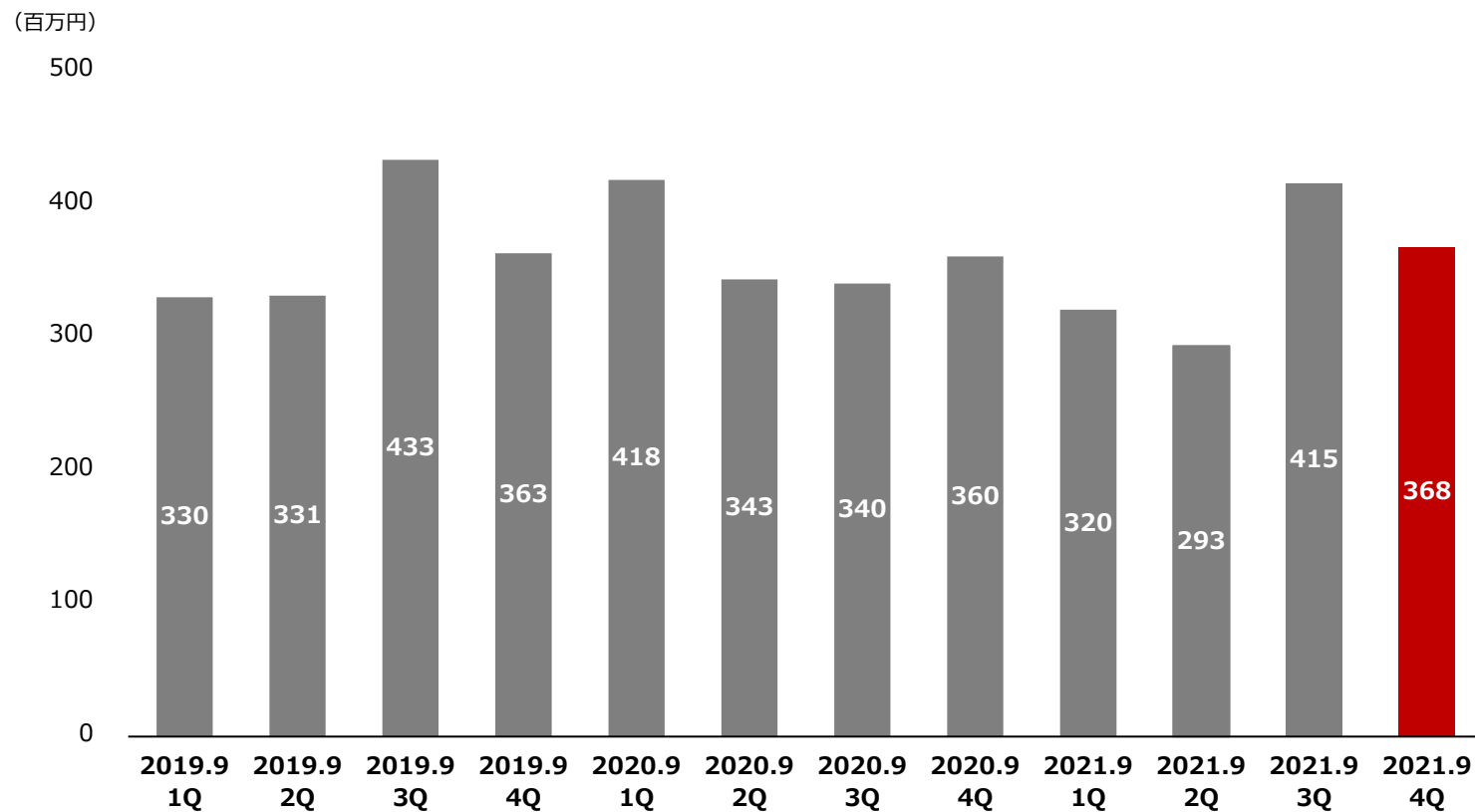
大型案件のキャンセル等が発生も、Ripre・他社インフルエンサーは前年同期比で増収となり、インフルエンサーサービス全体は増収で着地。

※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Ripre及び他社インフルエンサー施策により前年同期を上回る回復



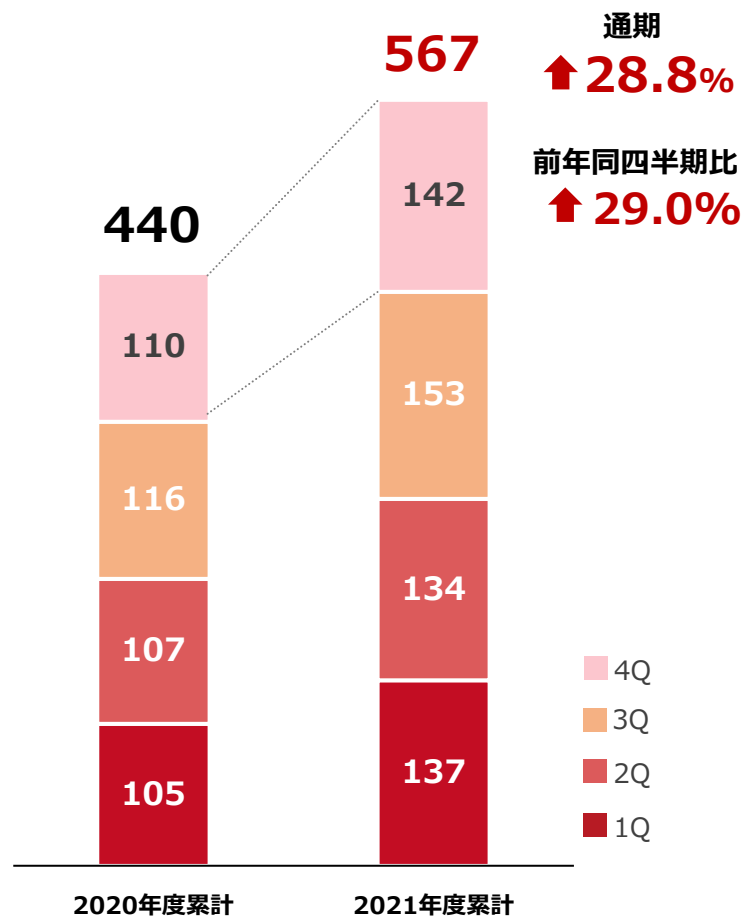


# SNSアカウント運用 運用アカウント数増加及び案件単価の上昇により 増収

2021年度通期実績



SNSアカウント運用 2021年9月期4Q売上高 (百万円)



**point** 成長の理由

前年同期対比での、新規案件の獲得による稼働案件数の積み上げ及び案件単価の上昇

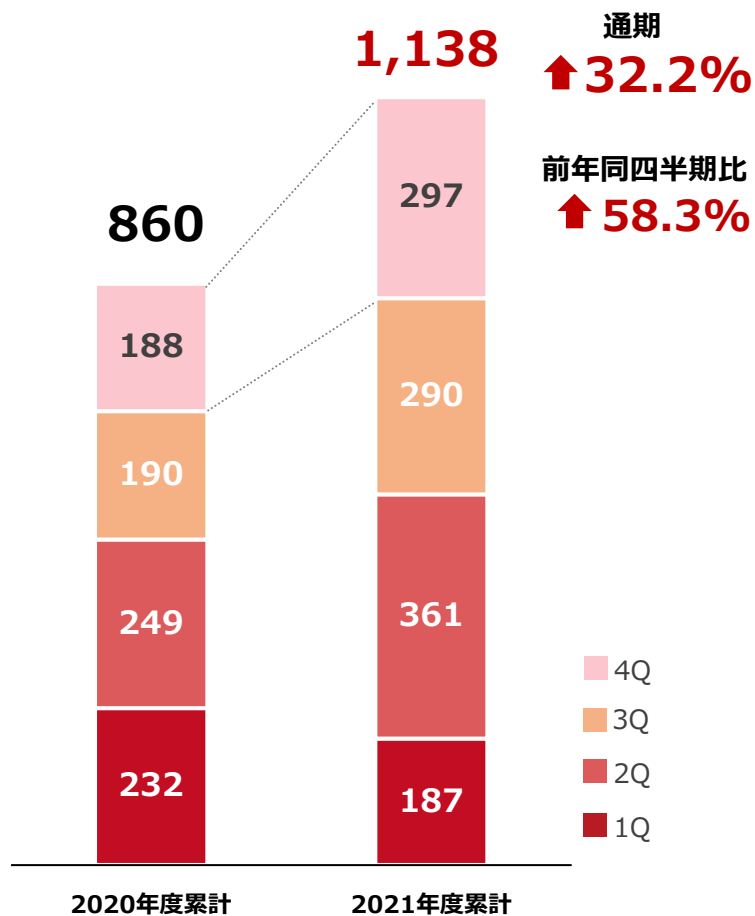


# インターネット広告代理販売 インフィード広告の需要高まりにより増収

2021年度通期実績



インターネット広告代理販売 2021年9月期4Q売上高 (百万円)



**point** 4Qの特徴

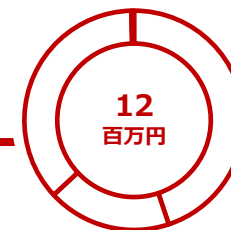
LINEを中心に運用型広告が好調に推移。



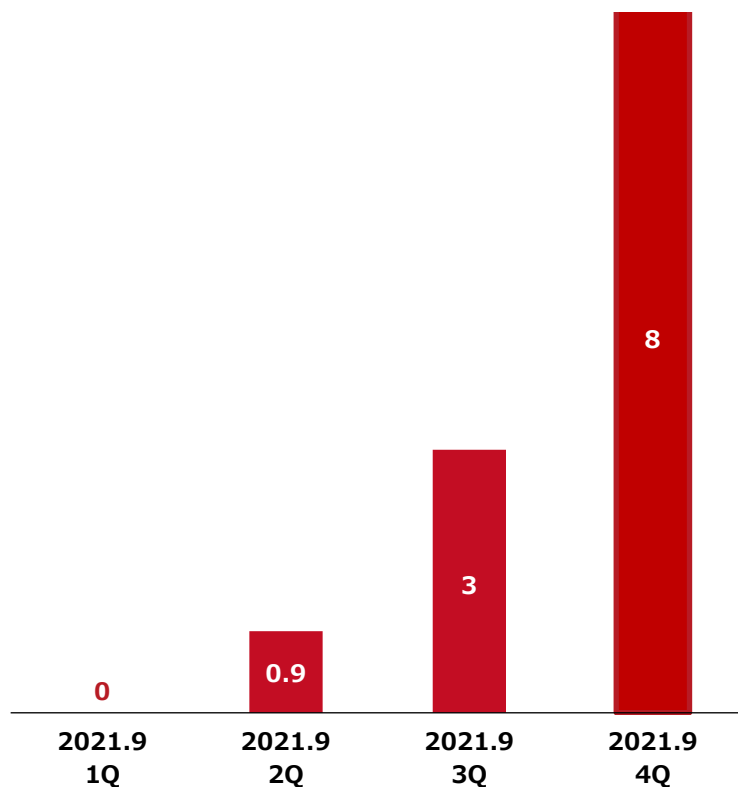
## SaaS事業

# 大口案件運用開始により3Q対比で増収

2021年度通期実績



SaaS事業 2021年9月期4Q売上高 (百万円)



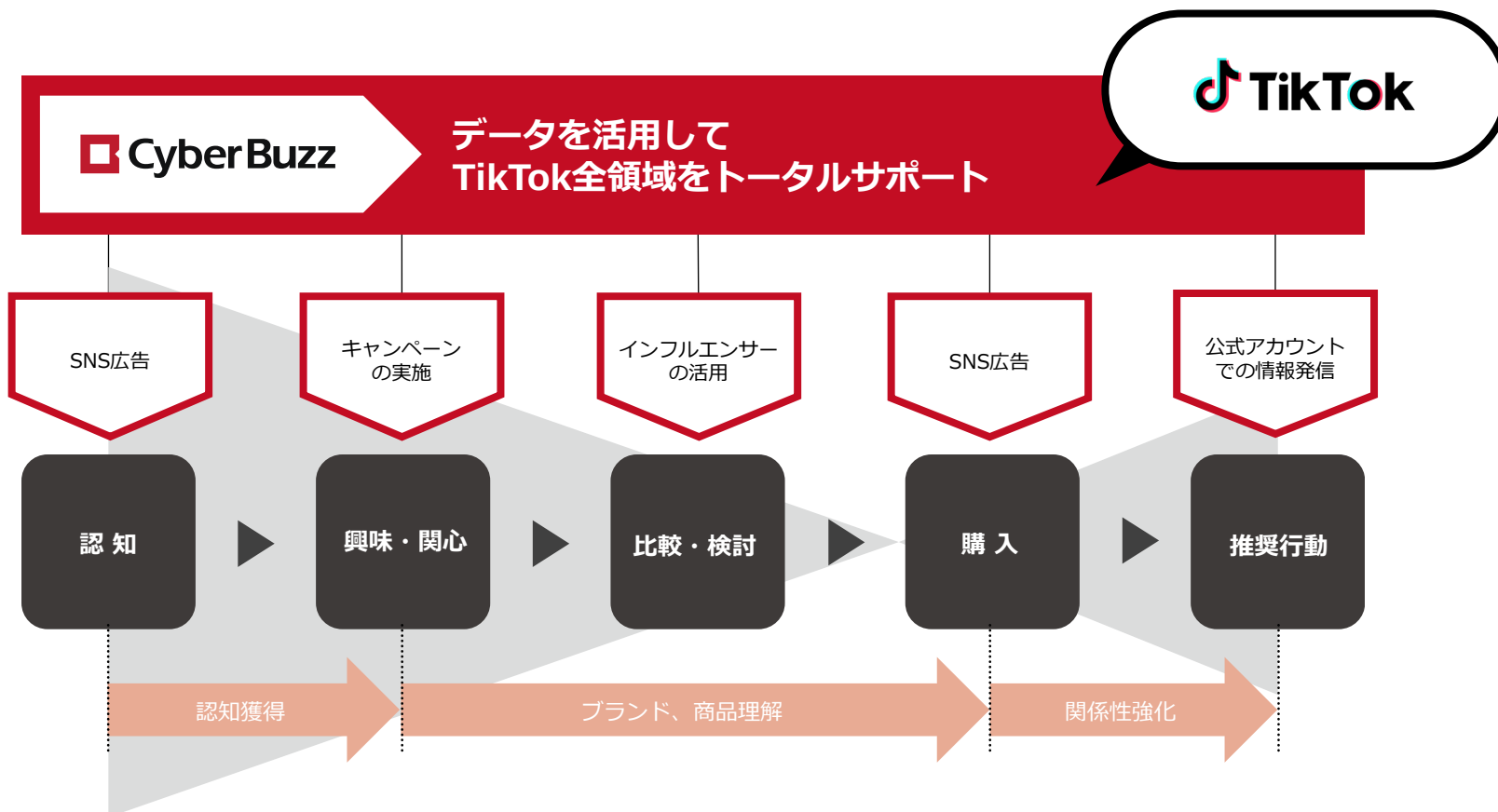
### point 4Qの特徴

- 2021年7月に受注した大口案件の売上計上開始
- デジタル・ギフトサービス「RealPayギフト」と機能連携

## SMM事業

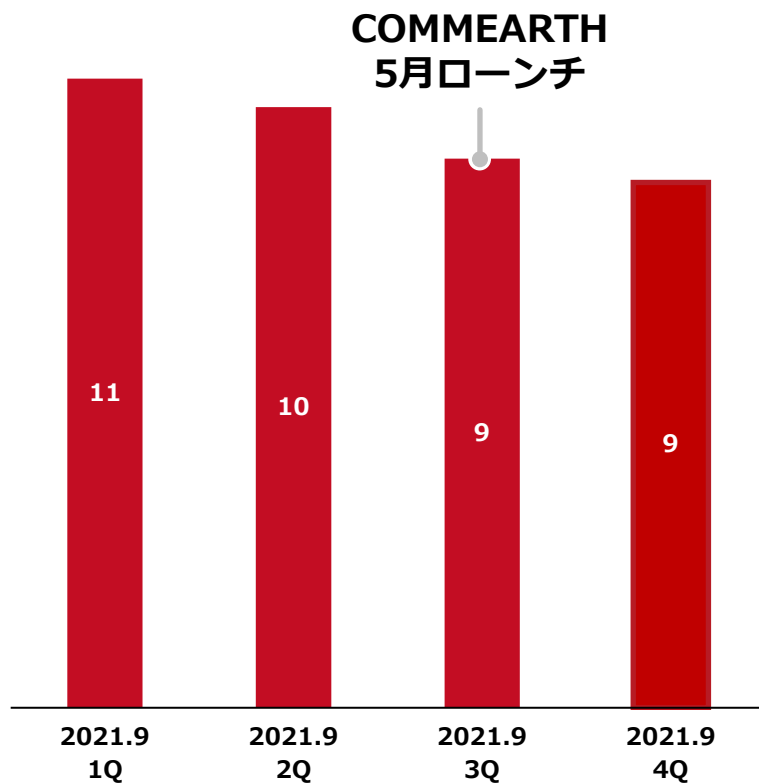
# TikTokのトータルサポート開始

TikTokについてインフルエンサーの活用、広告の運用に加え、公式アカウント運用代行までをトータルでサポートする体制を構築



# D2C事業 「COMMEARTH」への投資を継続

D2C事業 2021年9月期4Q売上高 (百万円)



**point** 4Qの特徴

- Q3に再構築した体制の下、コンテンツ・商品数を拡充。
- SMM事業の業績動向を踏まえ、当初計画していた広告宣伝費の削減を実施し、前四半期時に発表した見込み対比で減収で着地。

# その他 スタイル・アーキテクト株式会社の子会社化を決議

SMM、D2Cの両事業とのシナジーを勘案し、スタイル・アーキテクト株式会社の100%子会社化を決議

<b>設立年月</b>	2008年9月（決算期:9月）	<b>期待シナジー</b>
<b>資本金</b>	3百万円	
<b>オフィス</b>	埼玉県草加市氷川町2133-15 フォレスト草加 2F	
<b>代表取締役</b>	綱島直輝	
<b>従業員数</b>	10名	
<b>内容事業</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ネット通販総合事業部（EC事業）</li> <li>■ マーケティングコンサルティング事業（SEOコンサルティング等）</li> </ul>	
		<b>SMM事業</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ コンテンツマーケティングのソリューション強化を目指す</li> <li>■ 双方のクライアントに対するクロスセル、アップセル</li> </ul>
		<b>D2C事業</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ プロダクトの相互サイトでのクロスセル</li> <li>■ 商品の共同開発</li> <li>■ バックエンド業務の段階的統合</li> </ul>

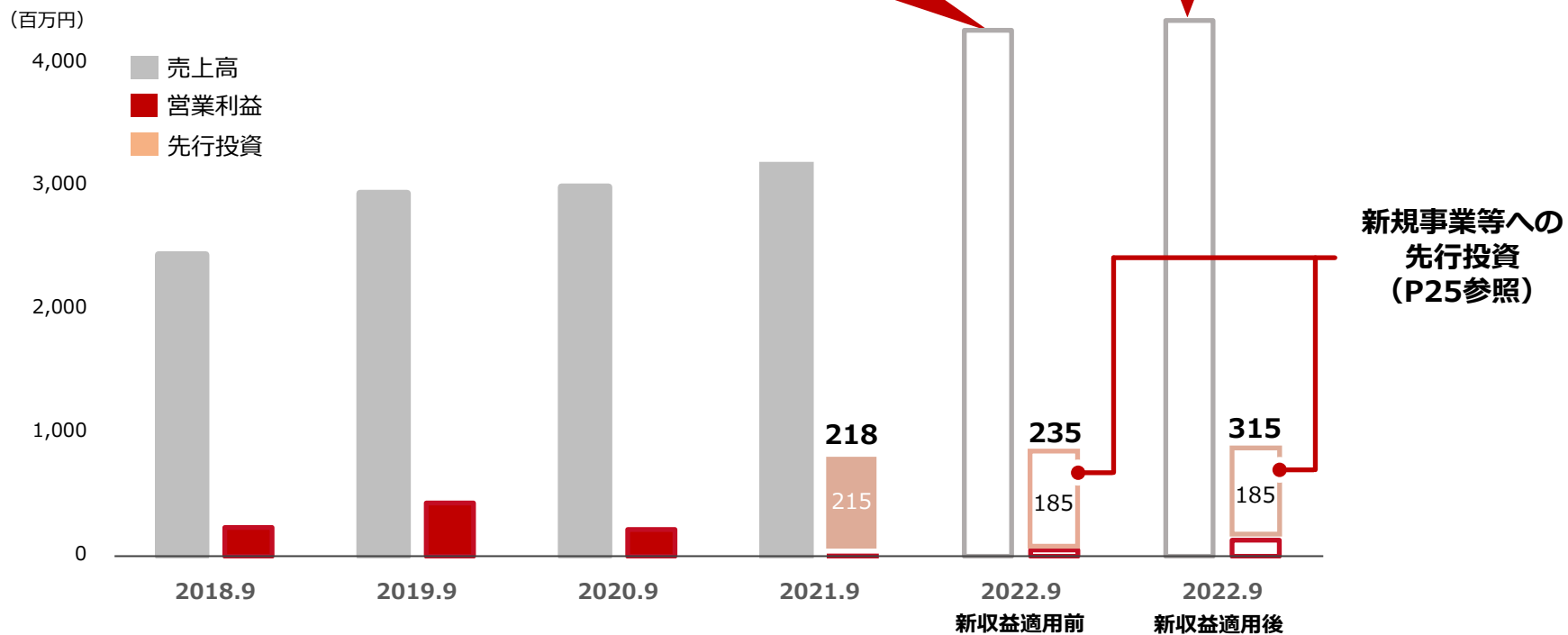
## 業績予想サマリー

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

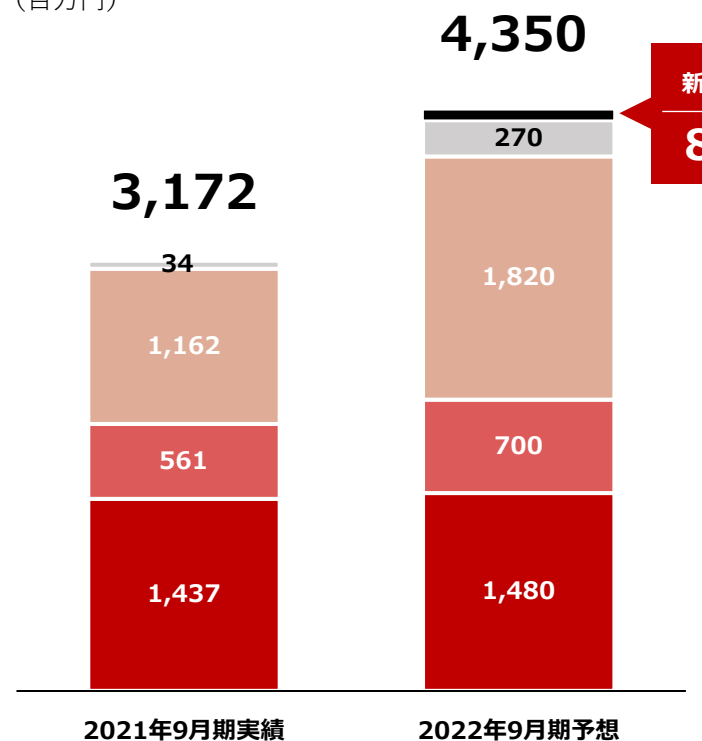
新収益適用前				新収益適用後			
通期予測	売上高	営業利益	営業利益率	通期予測	売上高	営業利益	営業利益率
(先行投資後)	4,270百万円	50百万円	1.2%	(先行投資後)	4,350百万円	130百万円	3.0%
(先行投資前)		235百万円	5.5%	(先行投資前)		315百万円	7.2%



# 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+35.8%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

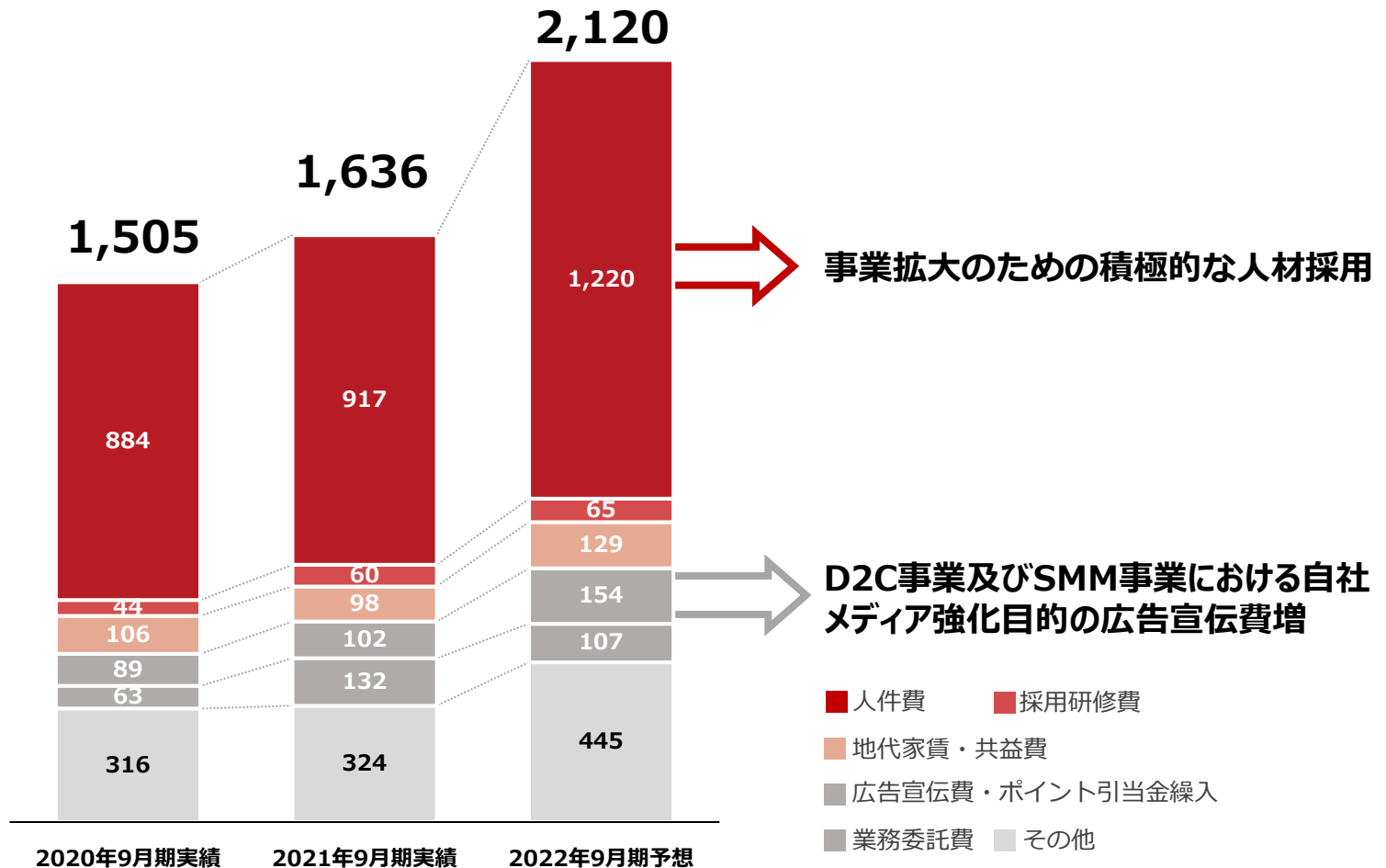
- ・ 薬機法改正に伴う主要顧客のニーズ回復

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

# 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

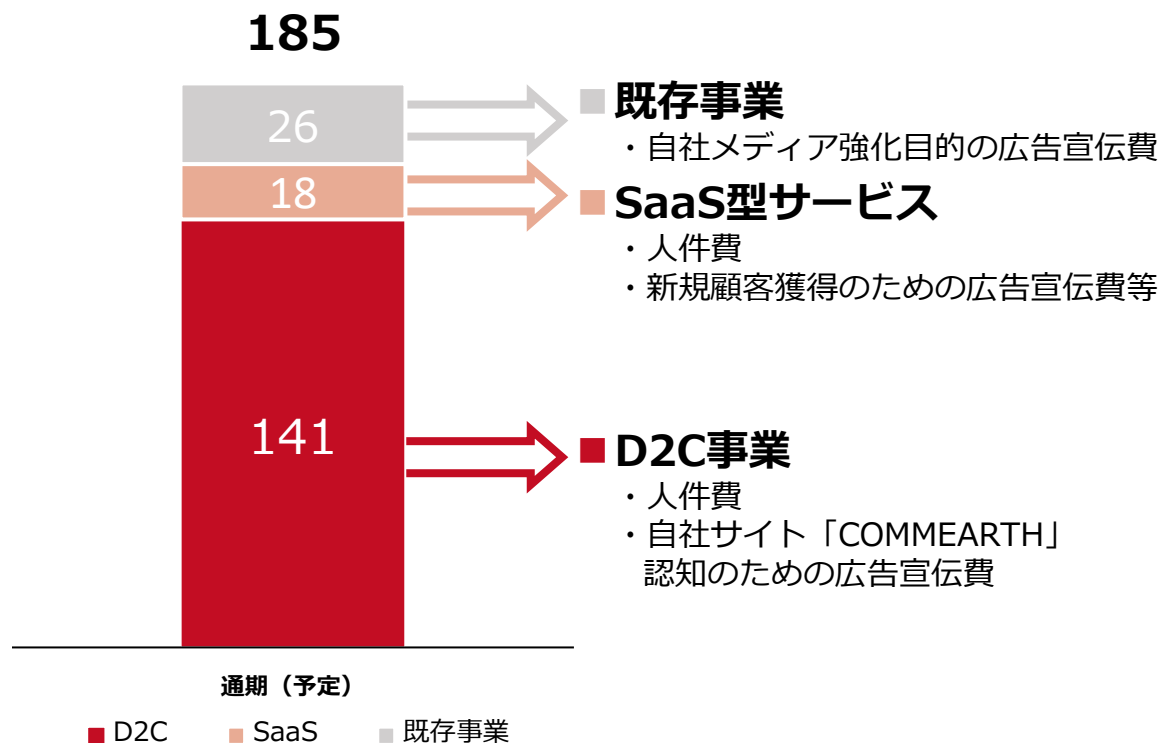
費用内訳の推移 — 販売費及び一般管理費（百万円）



# 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

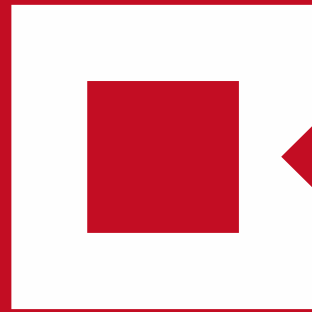
**2022年9月期業績予想に関する情報の詳細は、  
11月10日公表の「事業計画及び成長可能性に関する事項」  
をご参照ください。**

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

TEL ----- 03-6758-4738



# 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

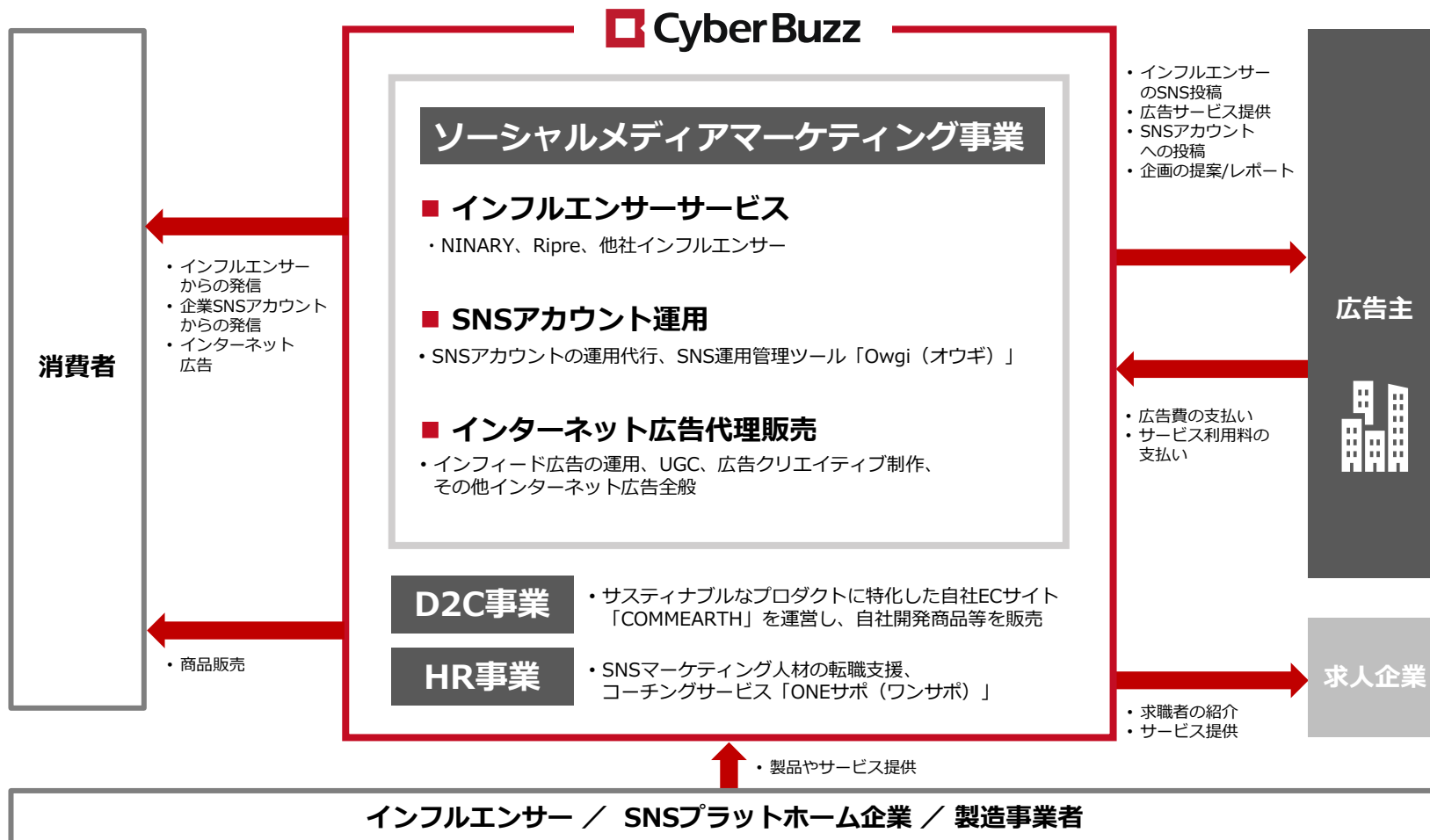
# 会社概要 ビジネスモデル

# 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 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

# 事業内容

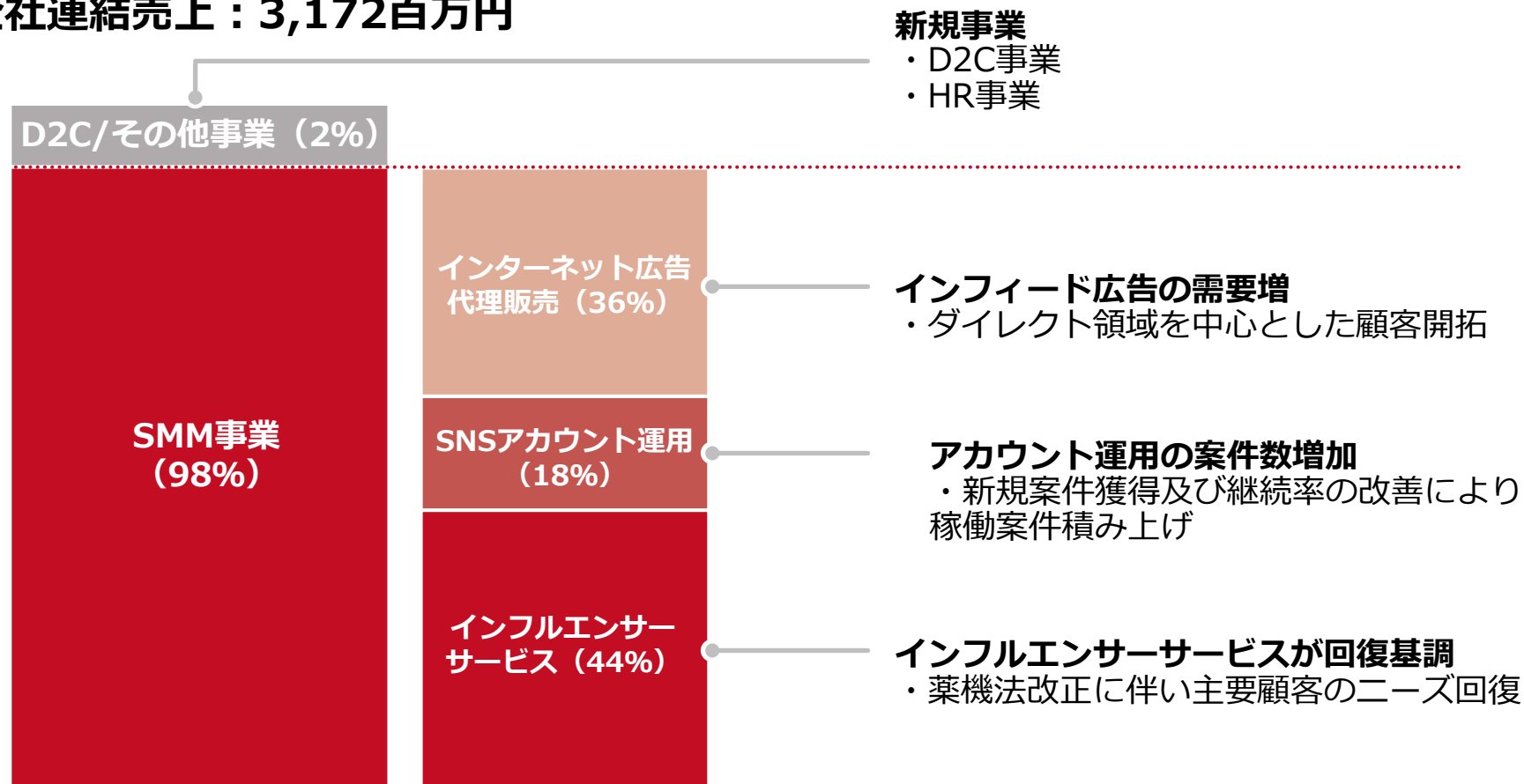
## インターネット上のコミュニケーションの中心となっている ソーシャルメディアを通じ、企業と消費者をつなぐ事業を展開



# 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



※ ( ) 内は連結売上に占める割合

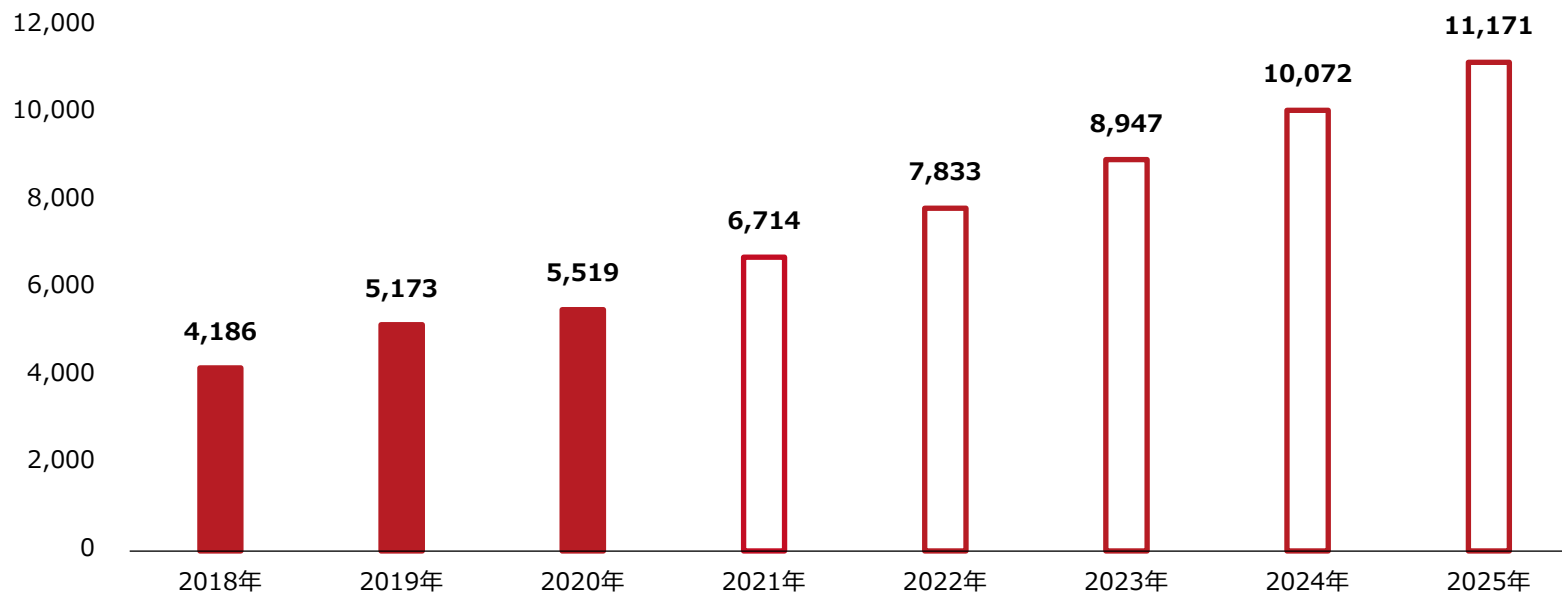


Chapter 02

# 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）

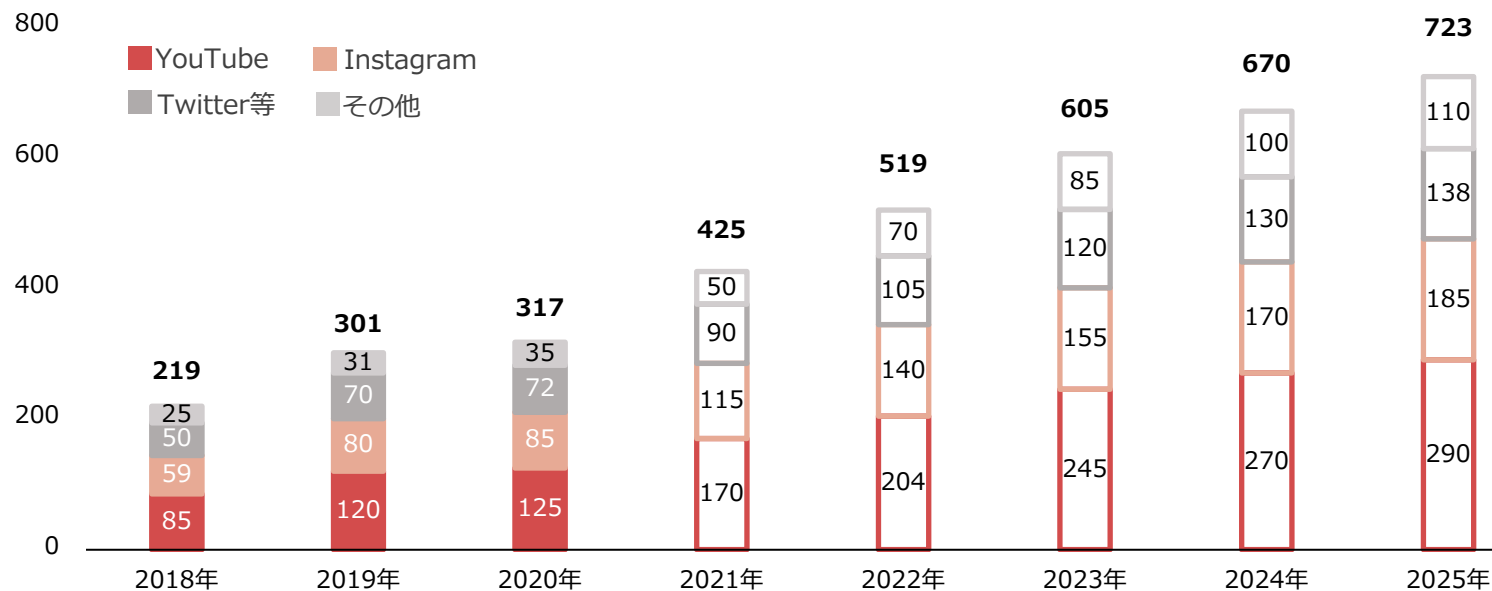


**point** 予想の前提

- 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）



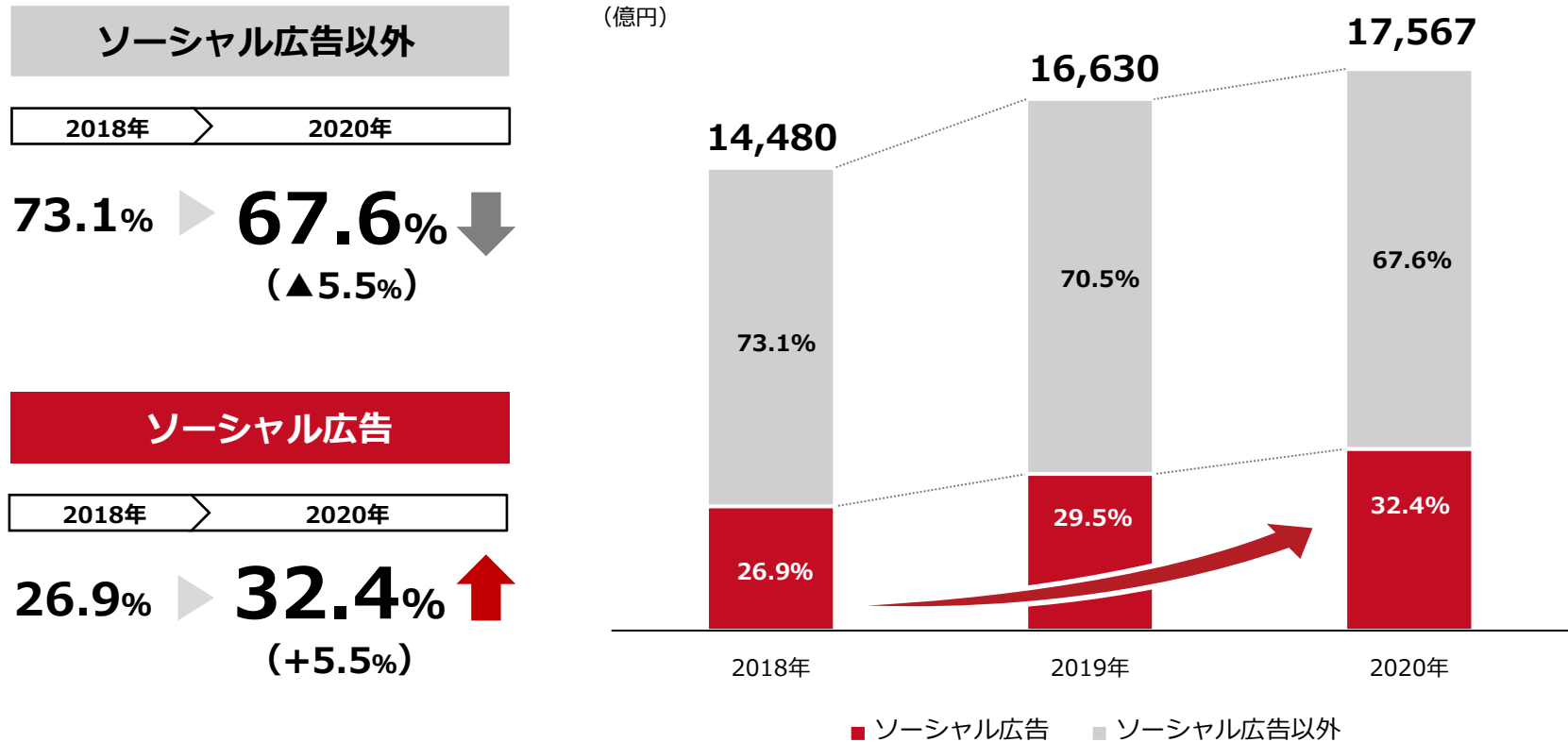
## point ▶ 予想の前提

- 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

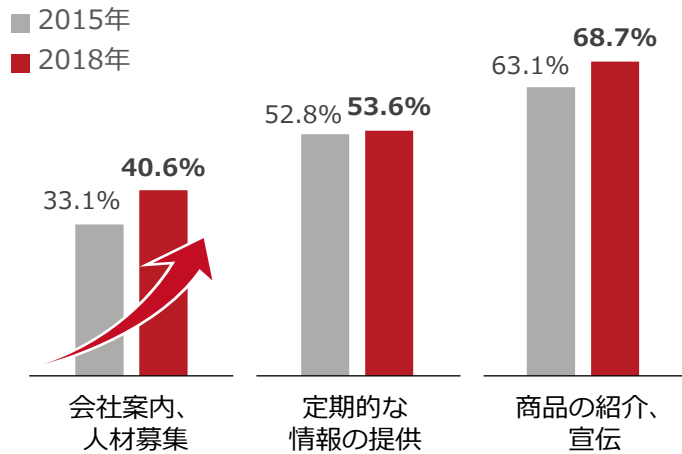


(出所：「2020年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析 (CCI、D2C、電通、電通デジタル) 」)

## 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

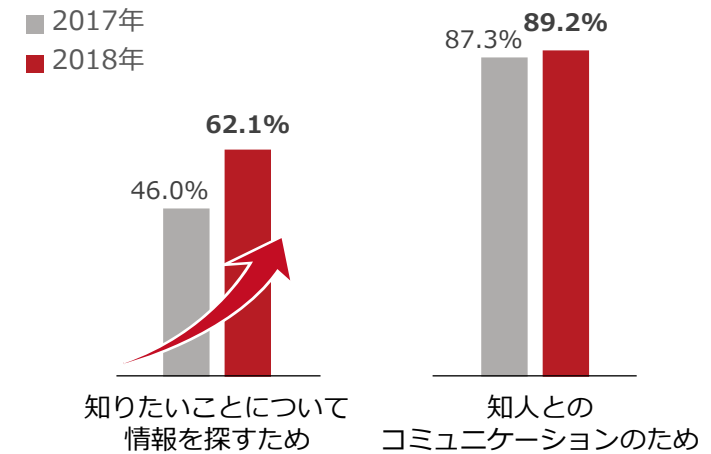
### 法人



(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

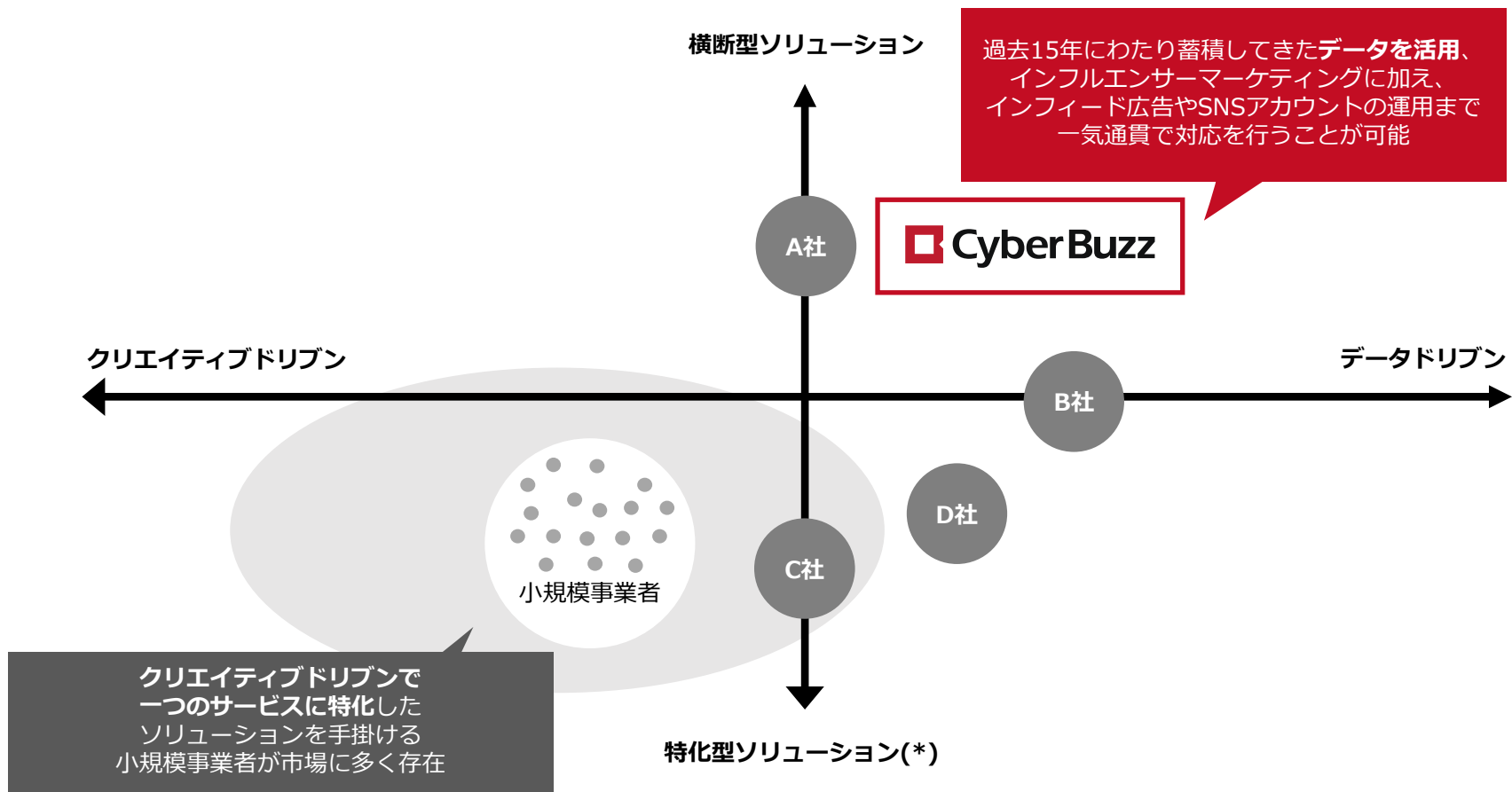
Chapter 03

# 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

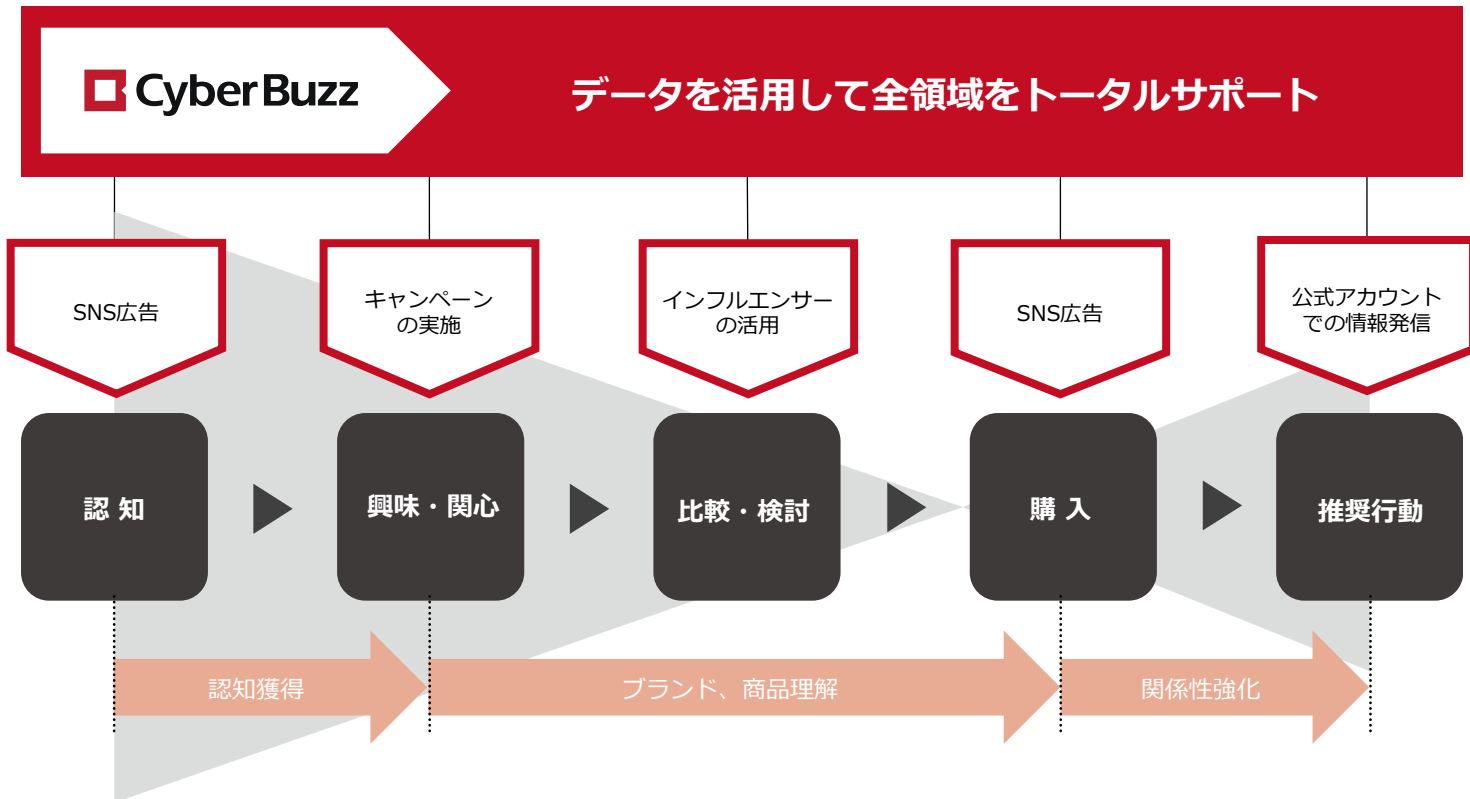
## SNSマーケティング専門企業ポジショニングマップ



# SNSマーケティング領域のサポートの広さ

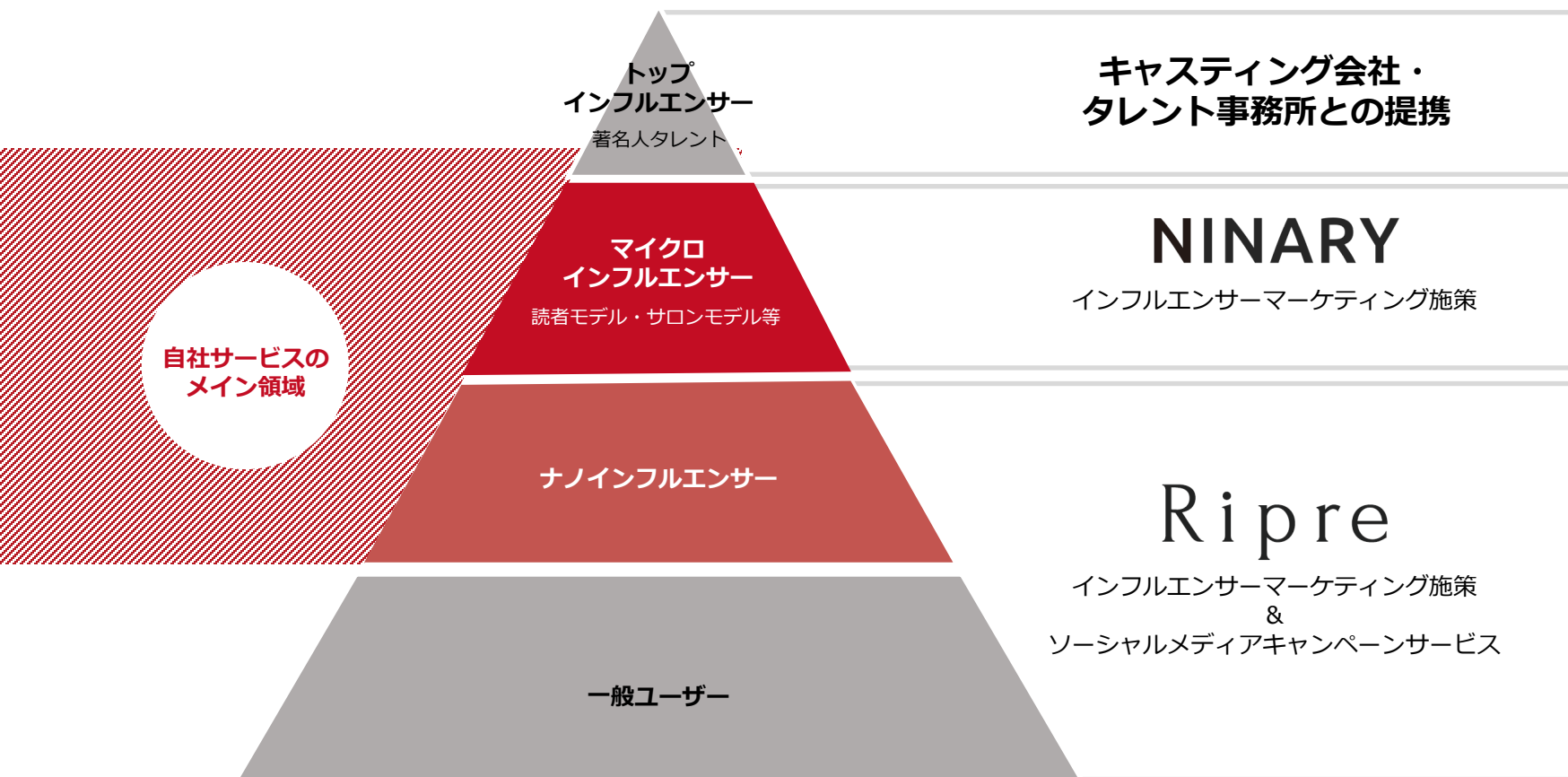
## SNSの多様なマーケティングフェーズについて データドリブンで総合的（横断的）なサポート

### 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

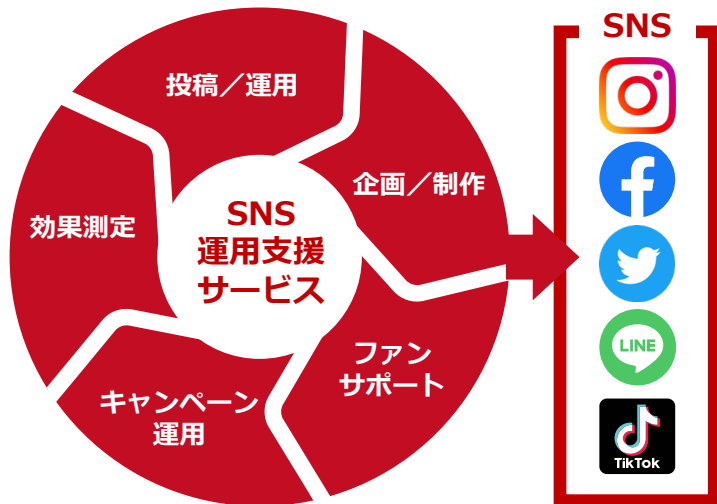


一般社団法人日本インタラクティブ広告協会（JIAA）加盟  
WOMマーケティング協議会（WOMJ）加盟

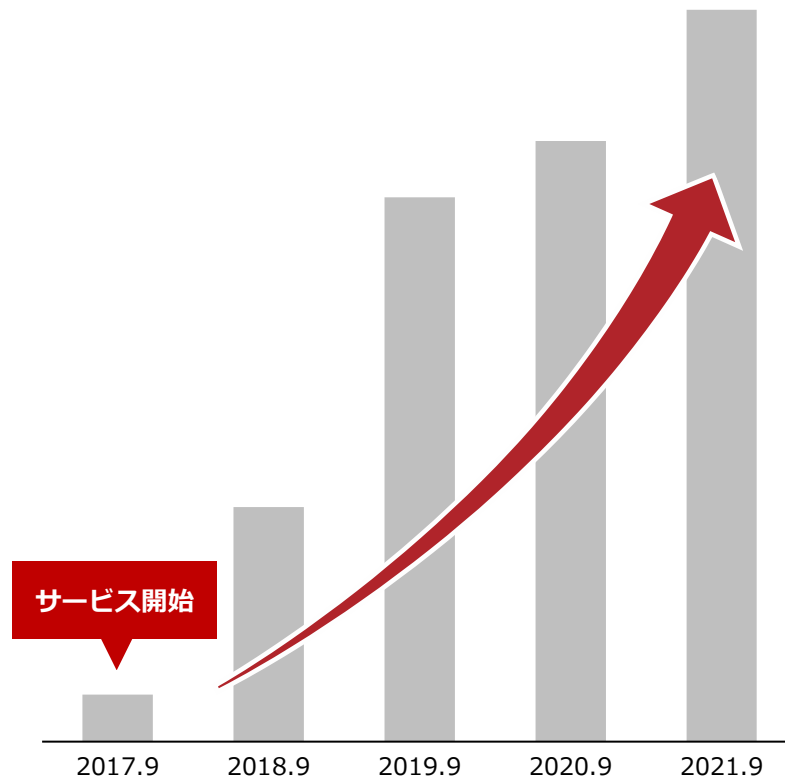
# 企業SNSアカウント運用支援拡大

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)」



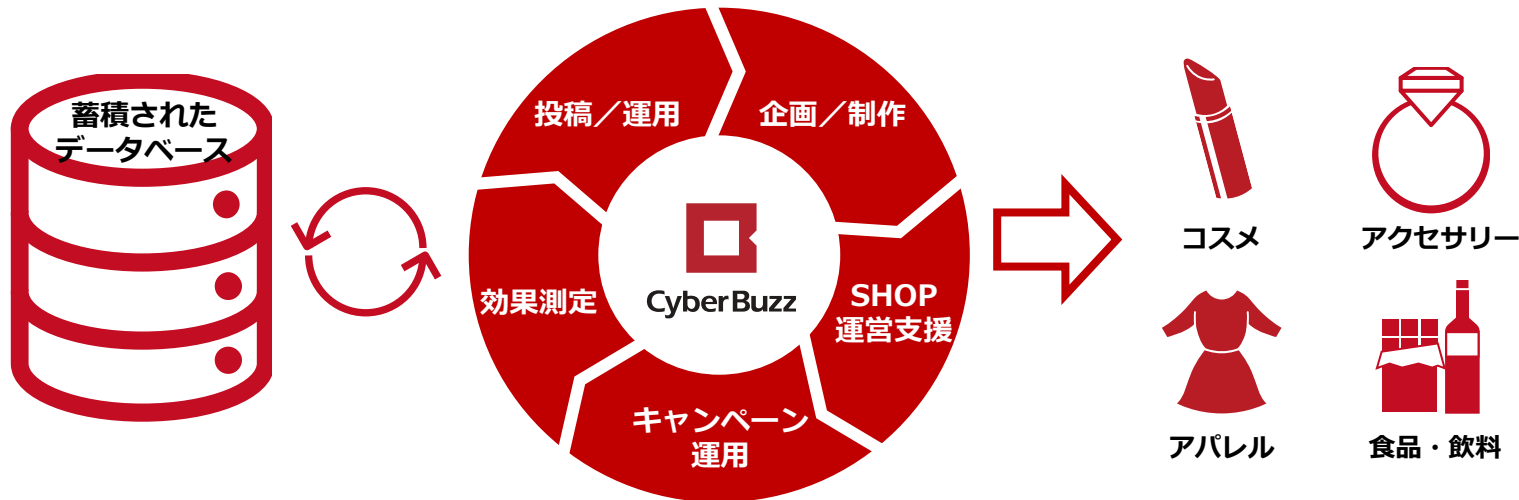
# EC市場の拡大に伴いSNSの活用も拡大 EC分野の顧客をサポートしシェアを拡大する

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

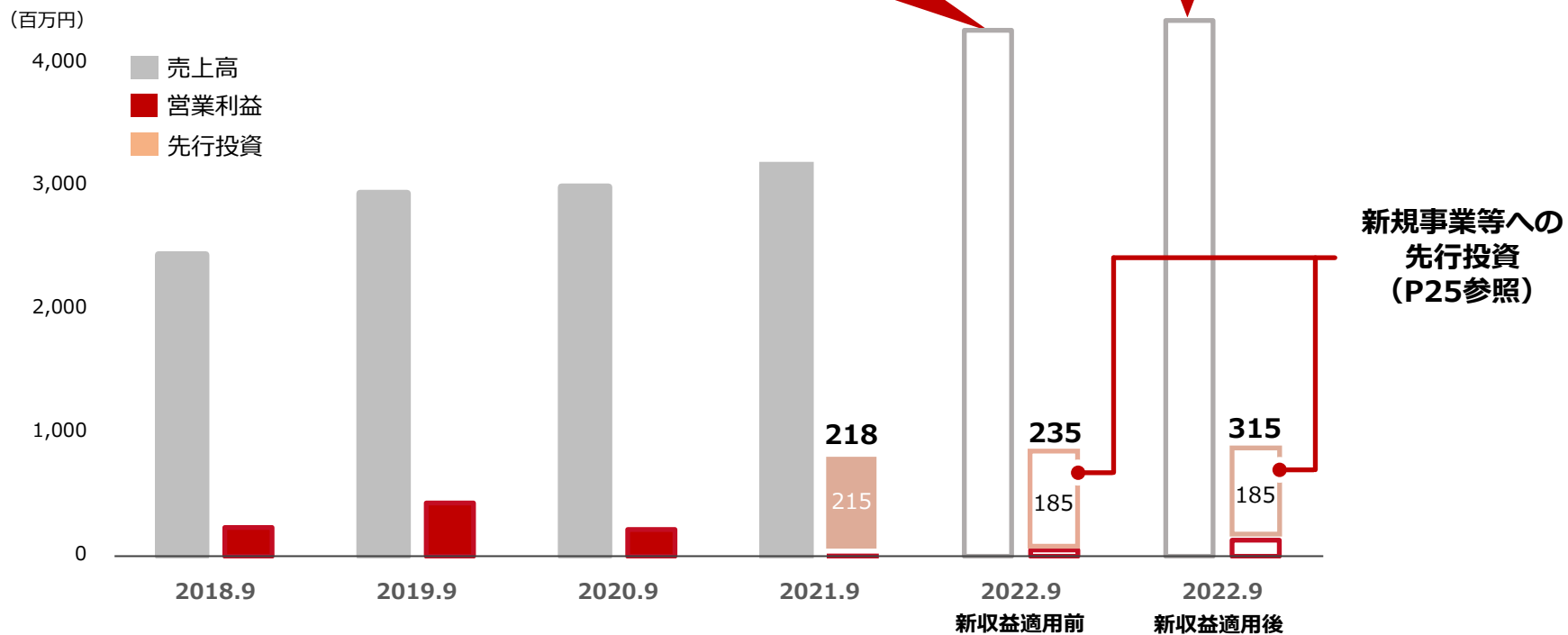
# 業績予想サマリー

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

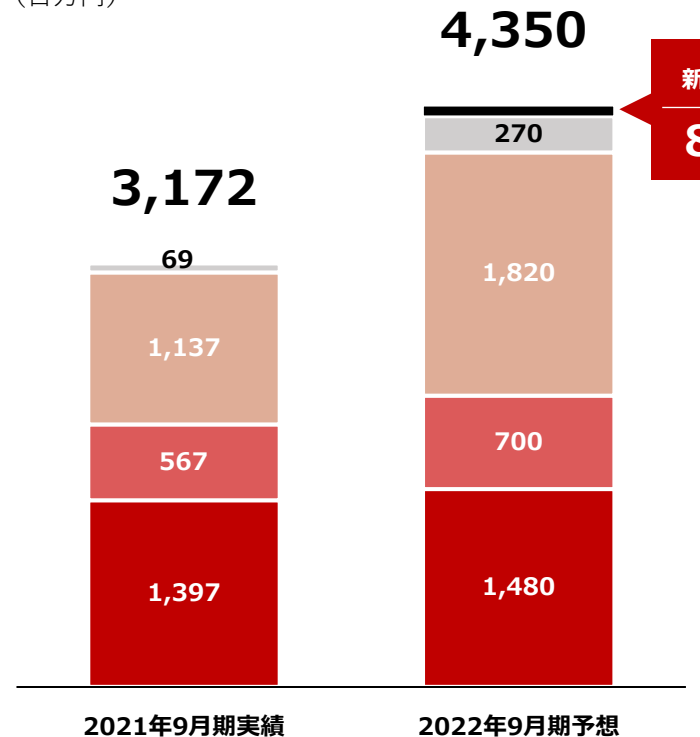
新収益適用前				新収益適用後			
通期予測	売上高	営業利益	営業利益率	通期予測	売上高	営業利益	営業利益率
(先行投資後)	4,270百万円	50百万円	1.2%	(先行投資後)	4,350百万円	130百万円	3.0%
(先行投資前)		235百万円	5.5%	(先行投資前)		315百万円	7.2%



# 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）

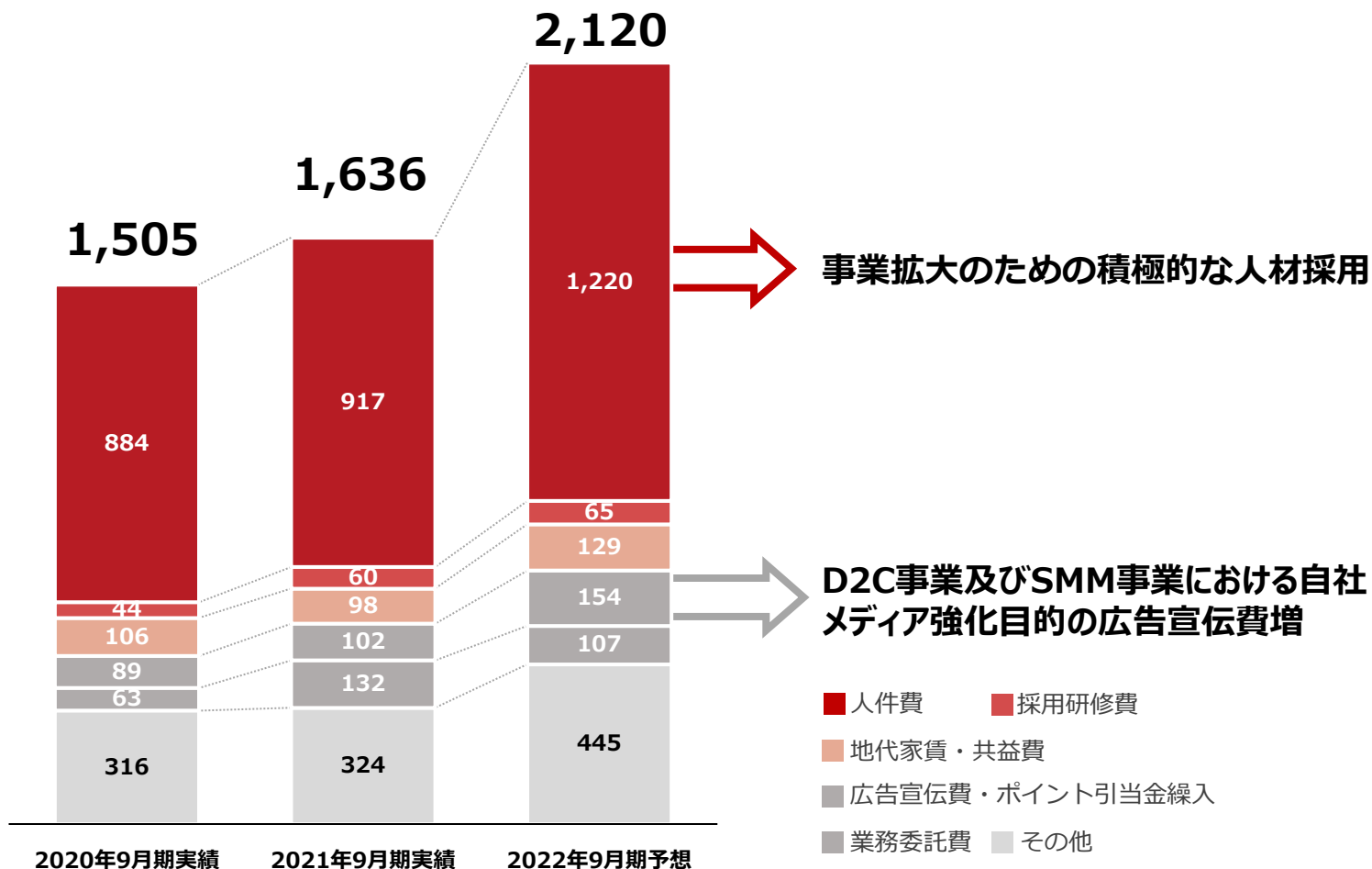
サービス (単位：百万円)	KPI	2021年9月期 通期実績	2022年9月期 予想	YoY成長率
SMM事業	インフルエンサー サービス	売上 1,397 広告粗利 918	1,480 1,045	+5.8% +13.8%
	SNSアカウント 運用	売上 567 広告粗利 501	700 590	+23.4% +17.6%
	インターネット 代理広告販売	売上 1,137 広告粗利 286	1,820 445	+60.0% +55.2%
	SMM事業合計 (除く：SaaS型 ツール)	売上 3,115 広告粗利 1,706	4,000 2,080	+28.4% +21.8%

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

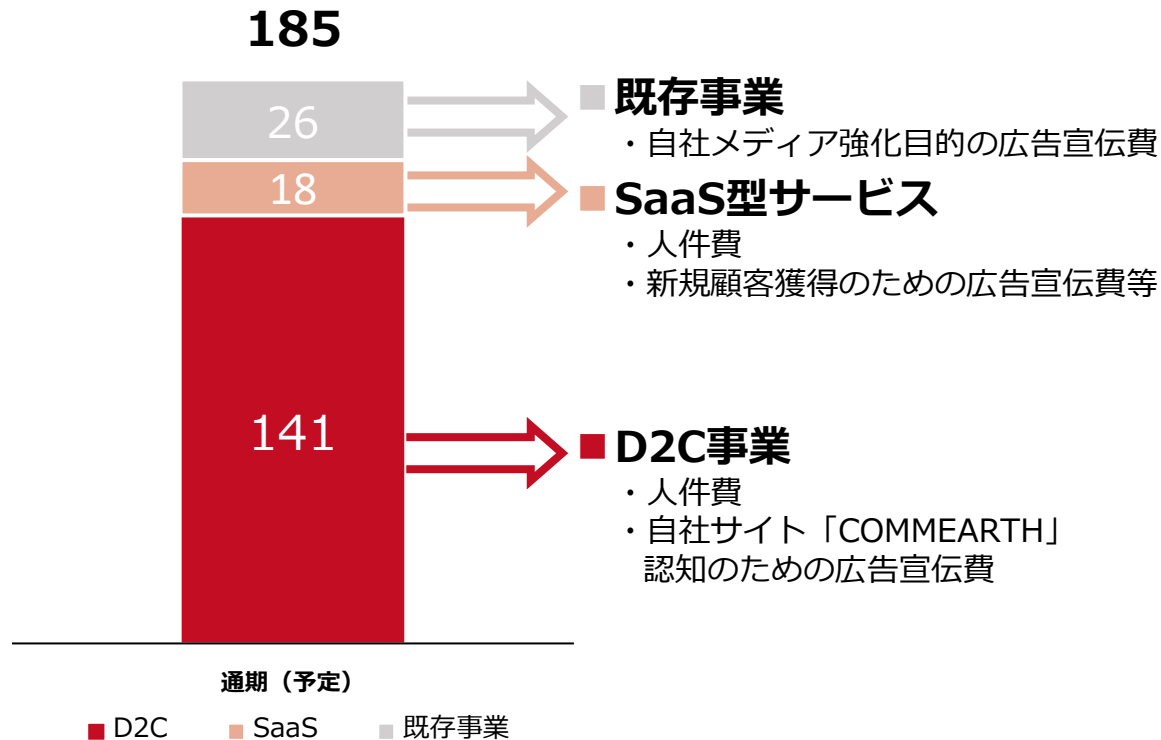
費用内訳の推移 — 販売費及び一般管理費（百万円）



# 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

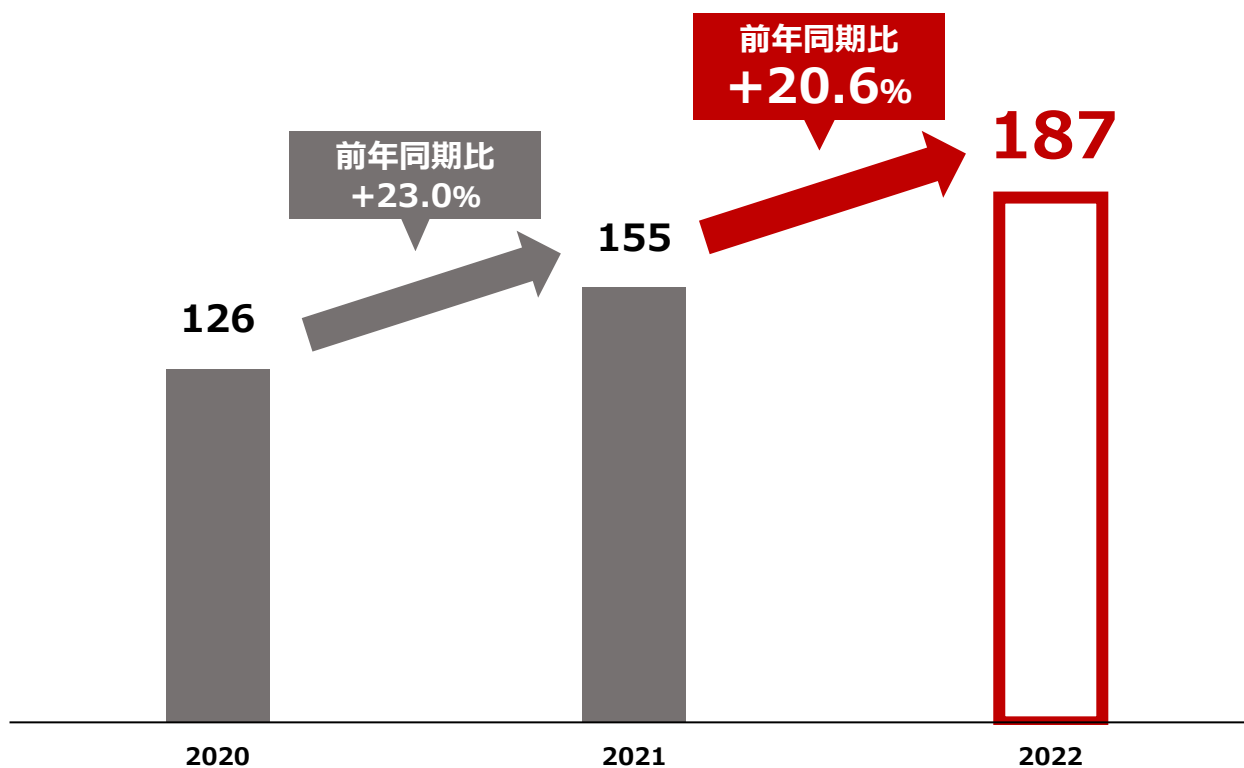
2022年9月期 通期投資予定金額（最大）（百万円）



※「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

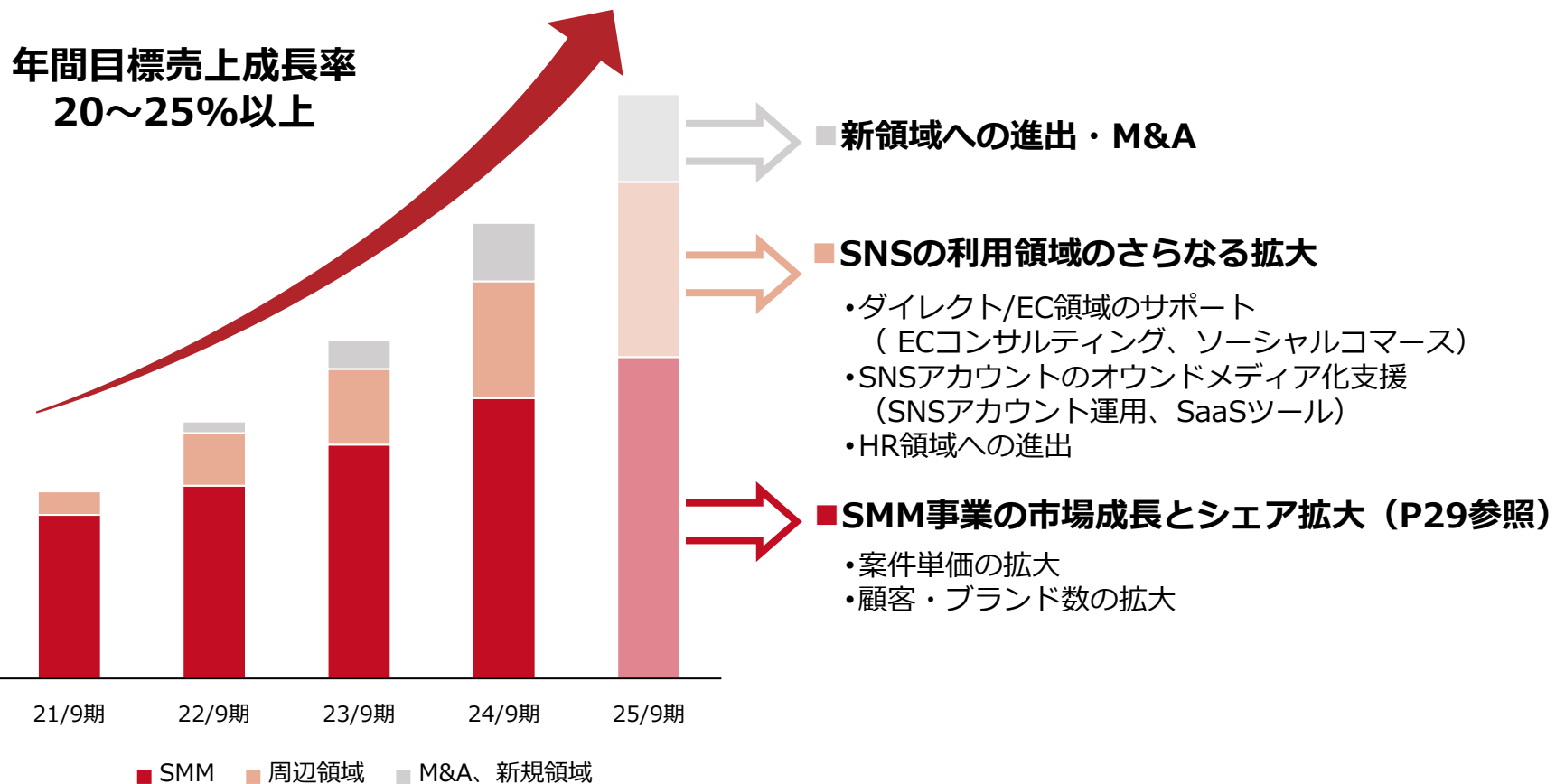


**山田 洋輔**

ファイナンス&  
プランニング本部統括

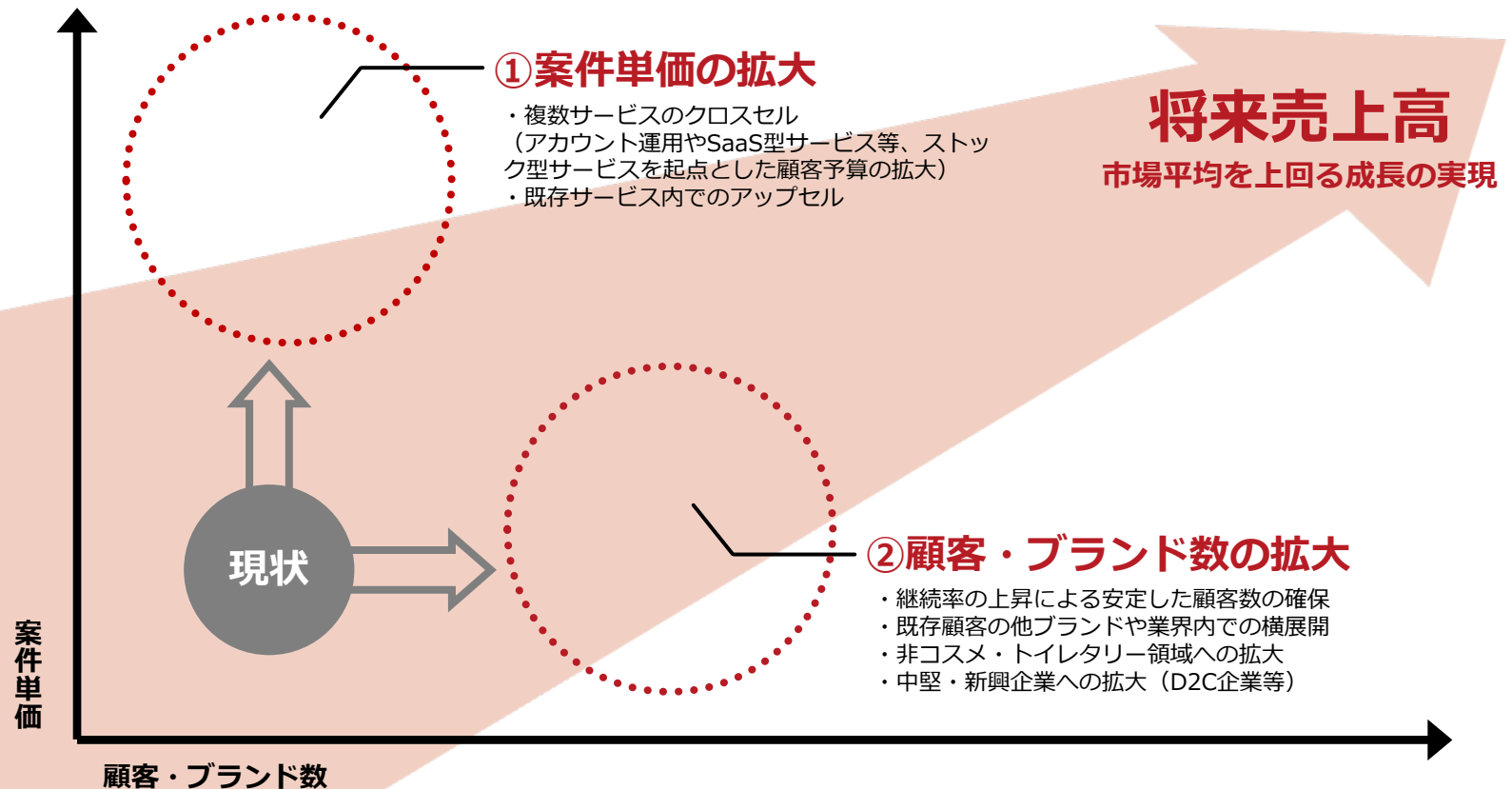
# 中長期的な成長ドライバー

## 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
<b>インフルエンサーとの関係</b>	<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>
<b>SNSプラットフォームの規制変更</b>	<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
<b>法的規制</b>	<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](mailto:ir@cyberbuzz.co.jp)

TEL ----- 03-6758-4738