

ログミー個人投資家向け IRセミナー

 **CyberBuzz** 株式会社サイバー・バズ

東京証券取引所グロース市場 | 証券コード 7069

2026/06/29(月)

INDEX

1. 会社概要

2. 成長戦略

3. 2026年9月期2Q 決算概要

4. 質疑応答

Appendix

1. 会社概要



代表取締役社長

高村 彰典

- 1997年 興和株式会社に入社
- 1999年 株式会社サイバーエージェント入社
- 2002年 同社インターネット広告代理店事業責任者
- 2005年 同社取締役に就任
- 2010年 株式会社サイバー・バズ代表取締役社長に就任
- 2019年 9月に東京証券取引所マザーズ上場
(現:グロース市場)

会社概要	株式会社サイバー・バズ(証券コード:7069)
代表取締役社長	高村 彰典
設立	2006年4月
資本金	5億462万円(2026年3月31日現在)
従業員数	199名(連結 2026年3月31日現在)
所在地	東京都渋谷区桜丘町12-10 住友不動産渋谷インフォスアネックス 4-6階
事業内容	ソーシャルメディアマーケティング事業 ライブ配信プラットフォーム事業 HR事業 投資事業
子会社	株式会社ソーシャルベース 株式会社WithLIVE 株式会社BuzzJob 株式会社Men's B.P. 株式会社Buzz Innovation

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



VALUE TEN

ベンチャーマインド

ユーザーファースト、
クライアントファースト

スピード&クオリティ

自考自創

脱スタンダード

夢中力

己超え

チャレンジャー

誠実

仲間を大事にする

ブログ、SNSから生成AIまで、急速に変化するインターネット市場のトレンドに即応したコミュニケーションサービスを展開し、20年間持続的な事業拡大を実現。

2004年～

2010年～

2018年～

2020年～

2023年～

ブログ文化の台頭

Market Trends

ブログを中心に個人発信の口コミが普及し始める。

Business Launch

- ・2006年当社設立
- ・人気ブロガーが企業商品を紹介するサービス「CyberBuzz」開始

SNS本格化

Market Trends

Twitter(現X)やInstagram等のSNSとスマートフォンの普及が加速。

Business Launch

- ・SNSキャンペーン「ポチカム(現Ripre)」
- ・SNSアカウント運用事業開始

クリエイター市場の成長

Market Trends

インフルエンサーの影響力が拡大。YouTuberが人気職業にランクイン。

Business Launch

- ・インフルエンサーネットワークサービス「NINARY」開始
- ・インフルエンサーコマースメディア「to buy」開始

ファン経済圏の拡大

Market Trends

コロナ禍を背景に推し活やエンタメのオンライン化が加速。

Business Launch

- ・WithLIVEの株式取得
ライブ配信事業へ参入
- ・SNS特化のクリエイターエージェント
「Be One Agent」開始

第4世代生成AI一般化

Market Trends

AIを用いたコンテンツ生成や業務効率化が急速に進行。

Business Launch

- ・TikTokアカウント分析
AIレポートツール
「DigToc」リリース
- ・AI-SEOコンサルティングサービス
「AI Buzz Engine」開始

ソーシャルメディアを通じて企業と消費者を繋ぐ『ソーシャルメディアマーケティング事業』、オンライン1on1トークを展開する『ライブ配信プラットフォーム事業』、人材業や新規事業等からなる『その他事業』を展開。



ソーシャルメディアマーケティング（SMM）事業では、ナショナルクライアントを中心とした広告主から広告予算を預かり、インフルエンサーサービスやSNSアカウント運用等、目的に応じたマーケティング施策を包括的に提供。



急成長する縦型ショート動画市場をとらえ、複数の自社TikTokメディアをジャンルごとに運営。

to buy

商品の徹底検証に基づく
口コミにより、商品理解から
購買意欲を深める。



投稿を視聴する



MYPE

講談社ViVi事業部と共同運営。
トレンドを創出する
次世代メディア。



子会社WithLIVEにて、アプリ上でファンとアーティストが1対1でコミュニケーションできるライブ配信プラットフォームを提供。加えてオンラインくじや、アーティストのCD・写真集リリースイベントの運営を実施。



2. 成長戦略

広告市場のデジタル化とAI活用が加速する中、当社は3つの軸で市場成長を上回る成長を目指す。

1. 市場変化を捉えた SMMトップライン成長



2. 自社プロダクト による収益性向上



3. AI×データ活用 とM&Aによる非連続的成長



マーケットの変化

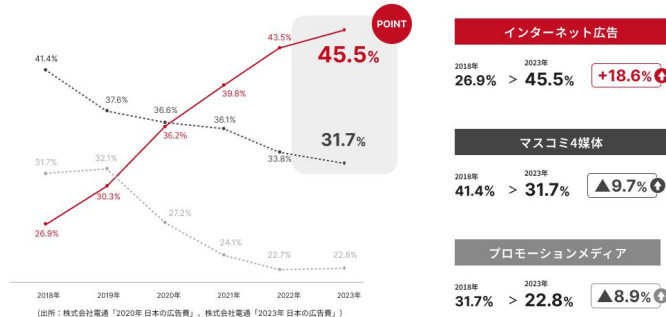
- ・インターネット広告費がマス4媒体を超過
- ・SMM市場、インフルエンサー市場の伸長
- ・企業広告からSNSや口コミ情報へシフト
- ・Cookie規制・検索型広告モデルの限界

AIによる業務構造の変化

- ・広告運用・制作の自動化が進行
- ・労働集約モデルの限界
- ・独自データxAIが競争優位の源泉
- ・早期参入企業が市場ポジションを確立

市場環境 | インターネット広告の需要拡大

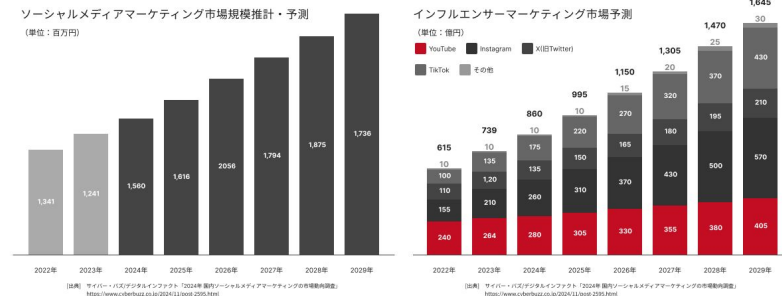
インターネット広告の登場により市場構造が変化し、2021年にマスコミ4媒体を上回る。



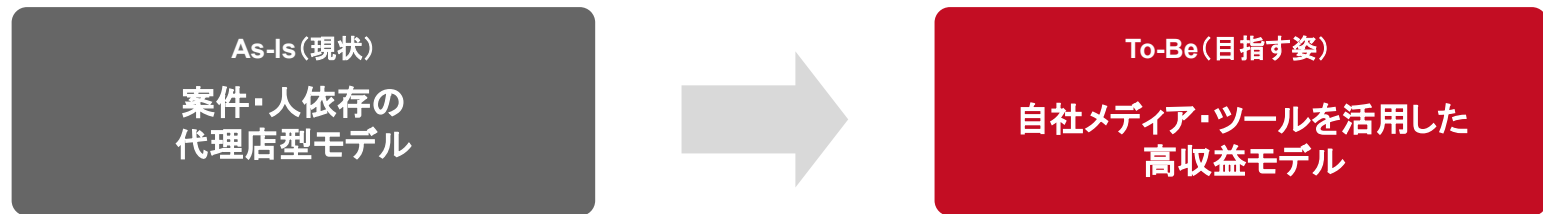
市場環境 | ソーシャルメディア・インフルエンサーマーケティング市場の拡大

ソーシャルメディアマーケティング市場は2023年に1兆円を突破。

インフルエンサーマーケティング市場は2029年に2022年比で約3倍となる1,656億円規模へ拡大する見込み。



外部環境が大きく変化する中、独自のインフルエンサーサービスやメディアなどの自社サービス比率の向上を通じて、再現性の高い収益構造への転換を加速。



インフルエンサーサービス

ソーシャルメディア黎明期から
幅広いネットワークを構築



TikTokメディア

特定ジャンルに特化した
縦型動画メディアを運営



ツール

独自データに基づく投稿管理・
分析・広告制作等の各種ツール



AI×データ活用とM&Aにより市場成長以上の成長を目指す。



AI×データ活用

AI事業本部を設置し、全社で30%の業務削減を目指す。子会社ソーシャルベースでは広告業務のオペレーション効率化を実現。加えてAIを活用したツール・サービスの開発を推進。



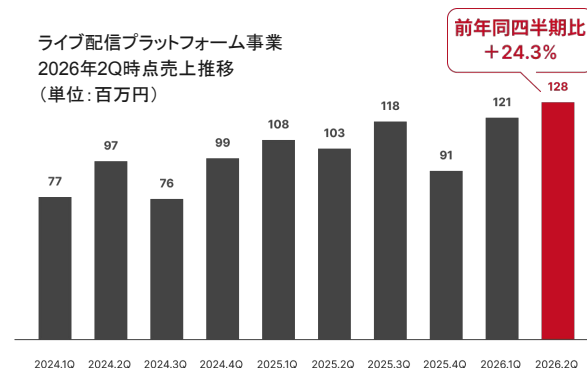
AI分析ツール「DigToc」を活用したTikTokアカウント分析



M&A・戦略投資

2022年にWithLIVEを完全子会社化し、以降安定した売上拡大を実現。今後もM&Aを通じた事業ポートフォリオの拡充を目指す。

ライブ配信プラットフォーム事業
2026年2Q時点売上推移
(単位: 百万円)



SMM事業のトップライン成長に加え、新領域・新規プロダクトの創出による成長を加速。

「SMM」の会社から

「SMM」 + 「新たなプロダクト」を提供する会社へ

※SMM=ソーシャルメディアマーケティングの略



3. 2026年9月期2Q 決算概要

1-2Q累計

2Q単体

2Q業績

増収
増益

- ・売上高4,151百万円（前年同累計対比+18.9%）営業利益394百万円（前年同累計対比+256.2%）と大幅な増収増益。
- ・主力の2事業（SMM・ライブ配信PF）がともに2桁成長。

財務
規律

- ・有利子負債を削減しつつ、利益蓄積により自己資本比率を25.1%（前期末対比+6.3%）まで回復。
- ・営業CF（+514百万円）も前年同累計対比+441百万円と大幅に向上。

コーポレート
アクション上方
修正

- ・2Qにおける各利益項目の進捗、及び好調な受注環境などに鑑み、本日付で通期業績予想を上方修正。（適時開示：「連結業績予想の修正（上方修正）に関するお知らせ」）

株主
還元策

- ・既に公表済の株主優待制度の開始に続き、6月末を効力発生日とする株式分割実施を公表。（適時開示：「株式分割及び株式分割に伴う定款の一部変更に関するお知らせ」）

1-2Q累計

2Q単体

損益計算書 (前年同累計対比)	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
	4,151 百万円 (+18.9%)	394 百万円 (+256.2%)	381 百万円 (+222.0%)	263 百万円 (+302.4%)
貸借対照表 (前期末対比)	自己資本比率	有利子負債残高	現預金残高	
	25.1% (+6.3%)	937 百万円 (▲278百万円)	1,459 百万円 (+182百万円)	
キャッシュフロー (前年同累計対比)	営業CF	投資CF	財務CF	CF増減
	+514 百万円 (+441百万円)	▲45 百万円 (▲319百万円)	▲316 百万円 (▲412百万円)	+152 百万円 (▲290百万円)

1-2Q累計

2Q単体

主力の2事業(SMM事業、ライブ配信PF事業)がともに2桁成長。全体で18.9%の成長率。
増収に加え、自社プロダクト強化による売上総利益改善が牽引し、営業利益以下の段階利益は全て大きく増益。

(単位：百万円)	25年9月期 1-2Q実績	26年9月期 1-2Q実績	YoY増減	成長率(%)
売上高	3,492	4,151	658	+18.9%
売上総利益	1,321	1,608	286	+21.6%
売上総利益率(%)	37.8%	38.7%	—	+0.9%
営業利益	110	394	283	+256.2%
(参考)調整後営業利益※	—	446	—	—
経常利益	118	381	262	+222.0%
当期純利益	65	263	198	+302.4%

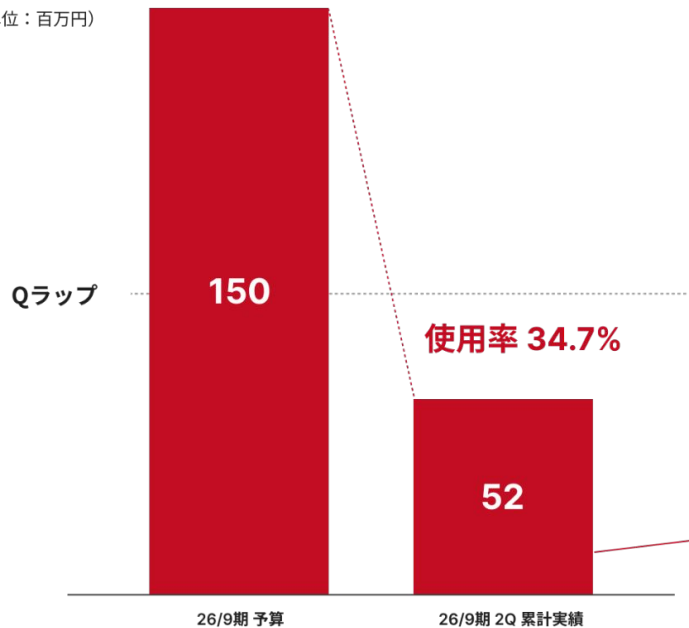
※調整後営業利益＝戦略投資予算控除前の営業利益

1-2Q累計

2Q単体

当期の戦略投資予算(150百万円)に対し、約52百万円を実行済。
3Q以降も継続的に、企業価値向上に向けた各種投資を計画どおりに実行予定。

(単位：百万円)



戦略投資分野（当初計画）

①事業投資

- ・新規事業及びサービス開発
- ・マーケティング強化

②M&A

- ・事業ポートフォリオ拡大
- ・事業成長の加速

③CVC投資

- ・アーリーステージ企業への出資等を通じた成長領域への進出

マーケティング強化・CVC設立

上期実績及び足元の受注環境などを踏まえ、通期の連結業績予想を上方修正。
 下期は当初計画に準じ、将来成長に向けた戦略投資と既存ビジネスの収益化を併進。

(単位：百万円)	25年9月期 通期実績	26年9月期通期業績予想			
		当初	5/14 修正後	増減額	増減率
売上高	7,131	7,700	8,200	+500	6.5%
営業利益	349	300	520	+220	73.3%
(参考)調整後営業利益	-	450	670	+220	48.9%
経常利益	344	285	487	+202	70.9%
当期純利益	385	185	368	+183	98.9%

株主・投資家のみなさまに向けた投資参入の促進、これによる株式流動性の向上などを通じ、中長期的な投資家層の拡大や安定的な株価形成を展望し、2026年6月末を基準日として、1株につき2株の割合で株式分割を行います。

- 分割の方法 2026年06月末を基準日として、
同日最終の株主名簿に記載または記録された株主の所有する普通株式を、
1株につき2株の割合で分割

- 分割の日程
 - ・ 基準日公告日：2026年06月12日（金）
 - ・ 基準日 ：2026年06月30日（火）
 - ・ 効力発生日 ：2026年07月01日（水）

- 分割の目的 当社株式の市場流動性の向上と投資家層の拡大のため

- 投資単位 100株

当社株式への投資魅力を高め、より多くの皆様に事業理解や企業価値向上への貢献にもつながることを期待し、中長期的に当社株式を保有していただくことを目的として、株主優待制度を導入することといたしました。

株主優待制度の概要

(1) 対象となる株主様

基準日（9月末日）現在の当社株主名簿に記載または記録された、
当社株式を100株（1単元）以上 保有されている株主様を対象といたします。

(2) 株主優待の内容

保有株式数：100 株（1単元）以上
優待内容 ： PayPayギフト1,000円分（予定）

(3) 贈呈時期

9月末日を基準日として、権利確定日から3か月以内を予定

(4) 株主優待制度の開始時期

2026年9月末日現在の当社株主名簿に記載または記録された、
当社株式を100株（1単元）以上保有されている株主様を対象として優待制度を実施

1-2Q累計

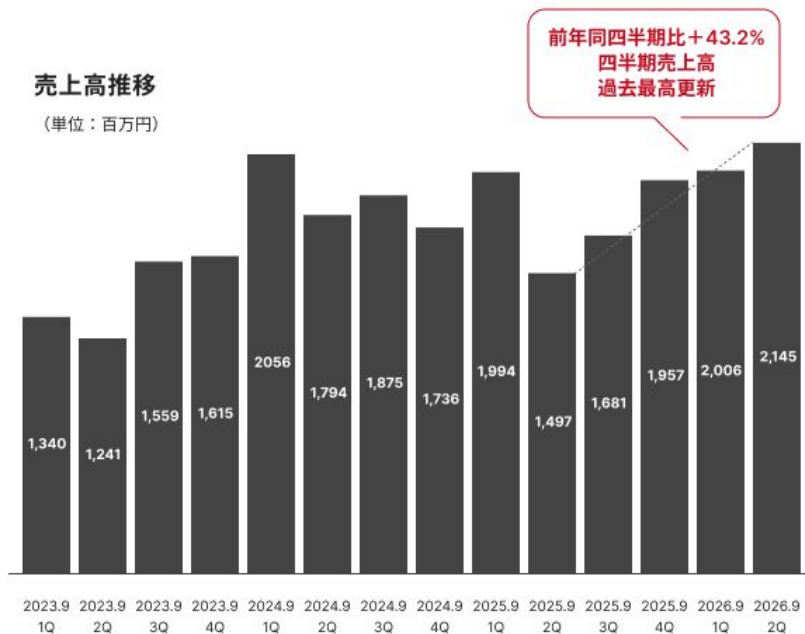
2Q単体

四半期売上高は過去最高の2,145百万円を更新。

営業利益についても、一過性要因の解消以降、第一四半期に引き続き増益トレンドを維持。

売上高推移

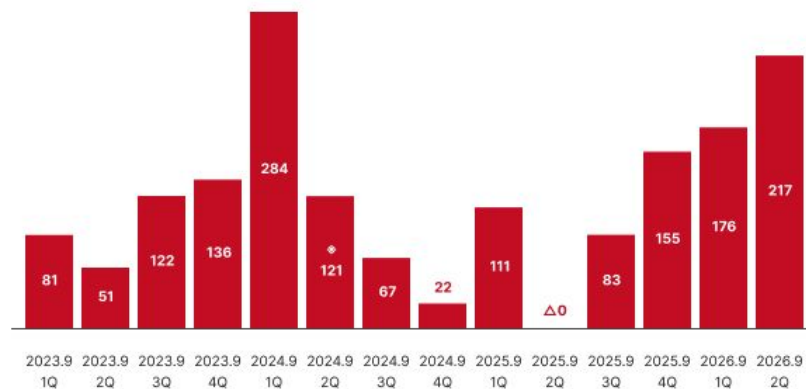
(単位：百万円)



営業利益推移

(単位：百万円)

※2024.9 2Q 営業利益121百万円
(貸倒引当金繰入額2,215百万円控除後)



1-2Q累計

2Q単体

主力のSMM事業の売上高は前年同累計対比19.8%増。

ライブ配信PF事業もtoB・toC双方で安定的に売上高が伸長し、前年同累計対比17.6%の増収。

■ SMM事業

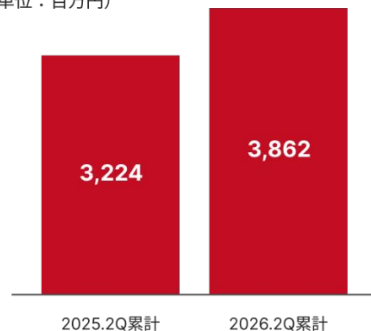
売上高 3,862百万円 YonY +19.8%

前年同期比

+19.8% ↑

- ・企業がSNSプラットフォームを通して消費者へ行うマーケティング活動を総合的に支援
- ・主なサービスは「インフルエンサーサービス」、「SNSアカウント運用」、「SNS広告」、「インターネット広告販売」
- ・インフルエンサーキャスティング領域の拡大、TikTokアカウント運用の強化、ショートムービー広告の拡販や自社メディアの成長を目指す

(単位：百万円)



■ ライブ配信プラットフォーム事業

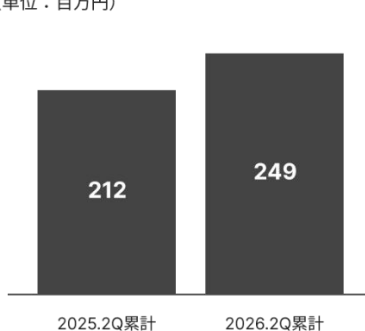
売上高 249百万円 YonY +17.6%

前年同期比

+17.6% ↑

- ・連結子会社である株式会社WithLIVEにより、有名アーティスト・タレント等とオンラインで1対1の対話ができるサービスを展開
- ・既存ユーザーの取引単価増加等による事業規模の拡大を目指す

(単位：百万円)



■ その他事業

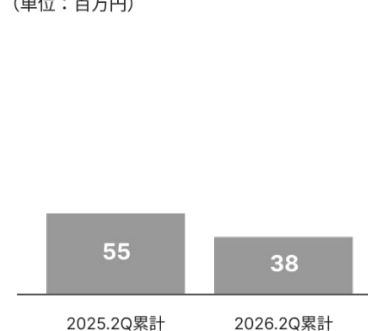
売上高 38百万円 YonY ▲29.7%

前年同期比

+13.9% ↑

- ・連結子会社である株式会社BuzzJobにより、SNSマーケティング人材に特化した人材紹介等HRサービスを展開
- ・販促型SNSマーケティング支援として、インフルエンサーアフィリエイトサービスを提供

(単位：百万円)

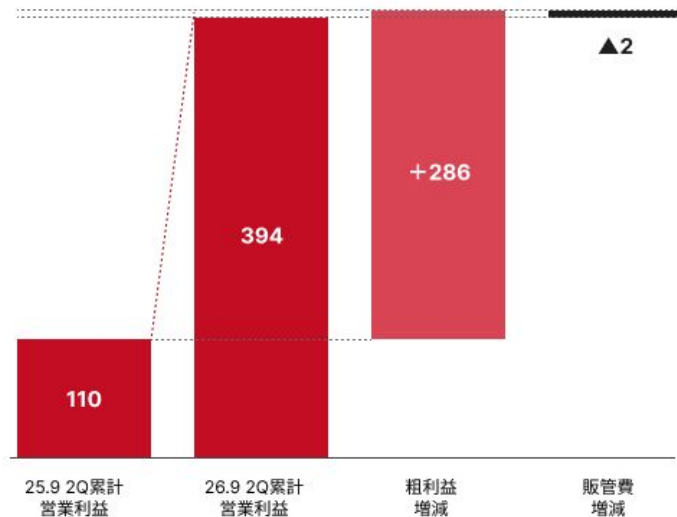


1-2Q累計

2Q単体

前四半期に続き黒字を維持。増収に伴う粗利の伸長により、営業利益は前年同累計対比の3倍以上に増益。販管費は概ね横ばいで推移し、売上成長に対して適切にコントロールされた水準を維持。

(単位：百万円)



販管費内訳



- ・業務委託費+7百万円
- ・ポイント引当金繰入額+6百万円
- ・広告宣伝費+3百万円
- 他

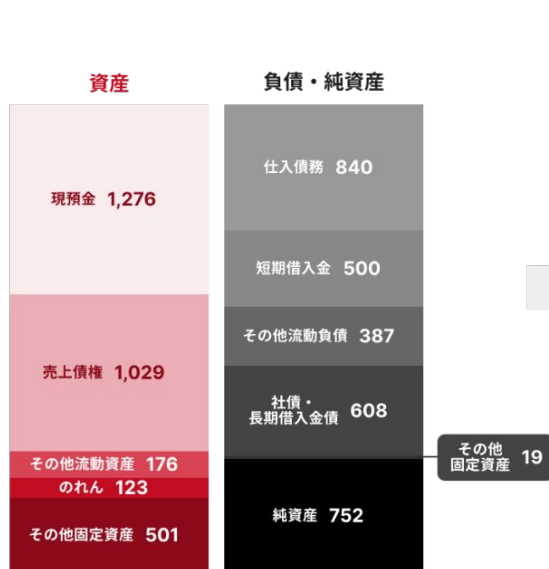
1-2Q累計

2Q単体

利益蓄積により、自己資本比率は25.1%(前期末比+6.3%)、純資産は同41.9%増と
更に財務基盤は安定化。有利子負債をコントロールした上で手元現預金を大きく回復し、投資余力も順次拡大。

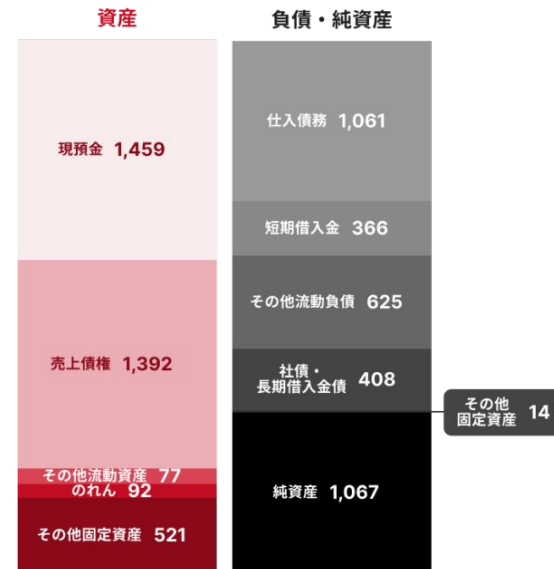
2025年9月期
期末時点

合計 3,108

2026年9月期
2Q末時点

合計 3,543

+14.0%↑



(百万円)	24年9月期末時点	25年9月期末時点	26年9月 2Q時点	増減幅 (FY26-FY24比較)
自己資本比率 (%)	7.3%	18.8%	25.1%	+17.8%
現預金	528	1,276	1,459	+930
有利子負債残高	1,174	1,216	937	-236

1-2Q累計

2Q単体

ビジネスの伸長により、営業CFは+514百万円(前年同累計対比+441百万円)と大きく増加。
一定の有利子負債を削減後も、十分な手元資金を確保。

		25年9月期 2Q累計	26年9月期 2Q累計	増減要因
営業活動CF	営業活動による現金及び現金同等物の増減額	73	514	利益要因により大幅に増加
営業CF	税金等調整前四半期純利益	123	342	
営業CF	売上債権の増減額 (▲は増加)	2,318	▲363	
営業CF	貸倒引当金の増減額 (▲は減少)	▲2,202	-	
営業CF	仕入債務の増減額 (▲は減少)	▲44	220	
投資活動CF	投資活動による現金及び現金同等物の増減額	274	▲45	営業CFの範囲内で成長投資を実施
投資CF	有形固定資産の取得による支出	0	▲8	
投資CF	定期預金・積立の預入による支出	0	▲30	
財務活動CF	財務活動による現金及び現金同等物の増減額	96	▲316	手元資金を活用し有利子負債を削減
財務CF	短期借入金の純増減額 (▲は減少)	▲350	▲78	
財務CF	長期借入れによる収入	200	203	
財務CF	社債の発行による収入	300	-	
現金及び現金同等物の増減額 (▲は減少)		443	152	
現金及び現金同等物の期首残高 (▲は減少)		528	1,276	
現金及び現金同等物の中間期末残高 (▲は減少)		972	1,429	

4. 質疑応答

Appendix

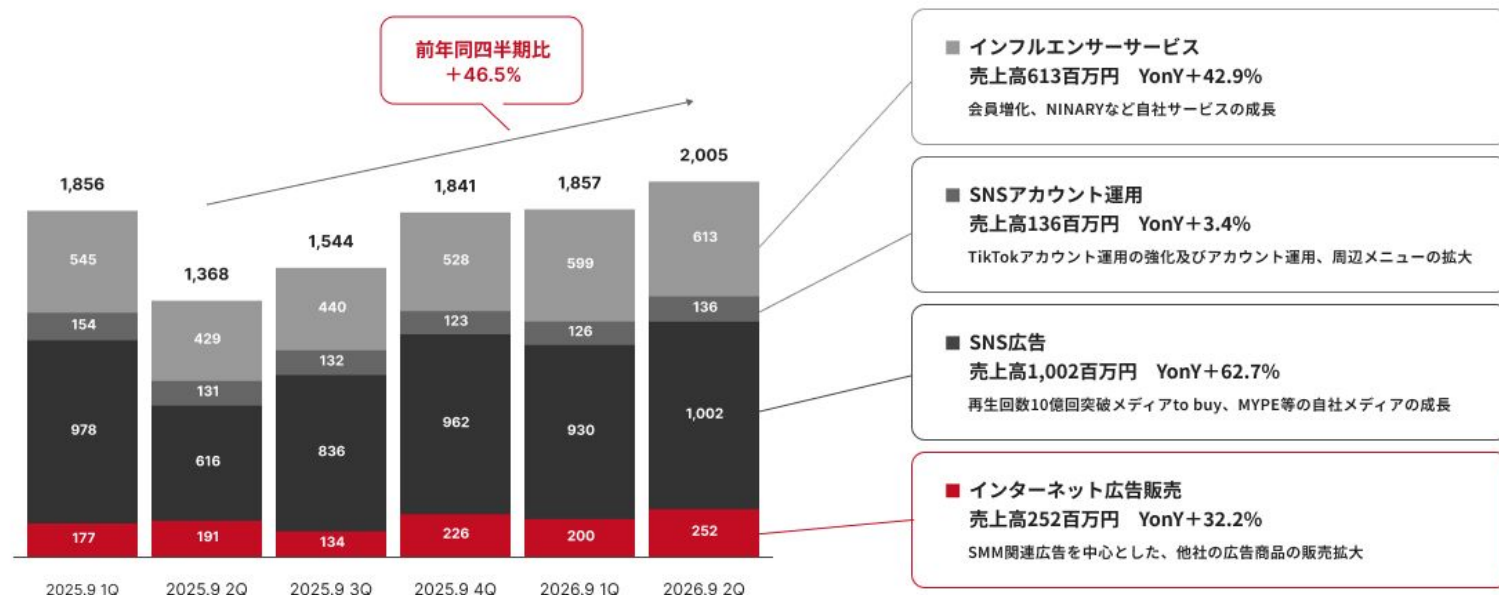
2Q [SMM事業] サービス別売上高サマリー

1-2Q累計

2Q単体

SMM事業の売上高は2,005百万円(前年同四半期対比46.5%増)。

全サービスが増収となる中、特にインフルエンサーマーケティング・SNS広告の伸長が全体の成長を牽引。



インフルエンサーサービス

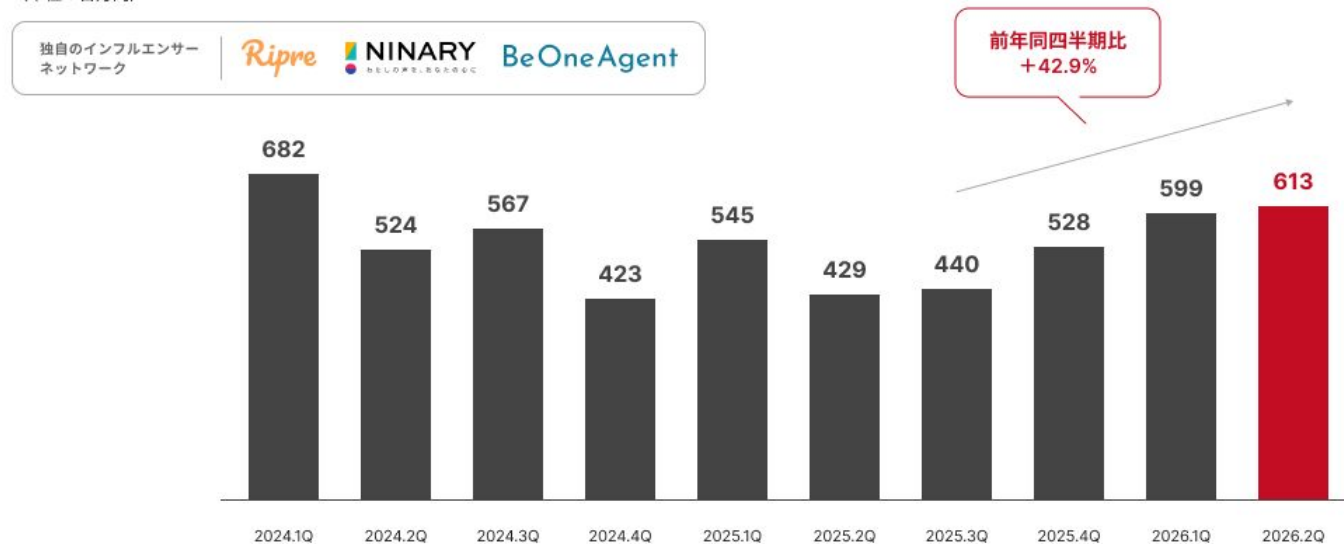
1-2Q累計

2Q単体

インフルエンサーサービスの売上高は613百万円(前年同四半期対比42.9%増)。
「NINARY」にて、ショート動画ニーズの高まりを背景に関連メニューの提供を強化し、利用拡大が売上成長に寄与。

インフルエンサー売上高推移

(単位:百万円)



SNSアカウント運用

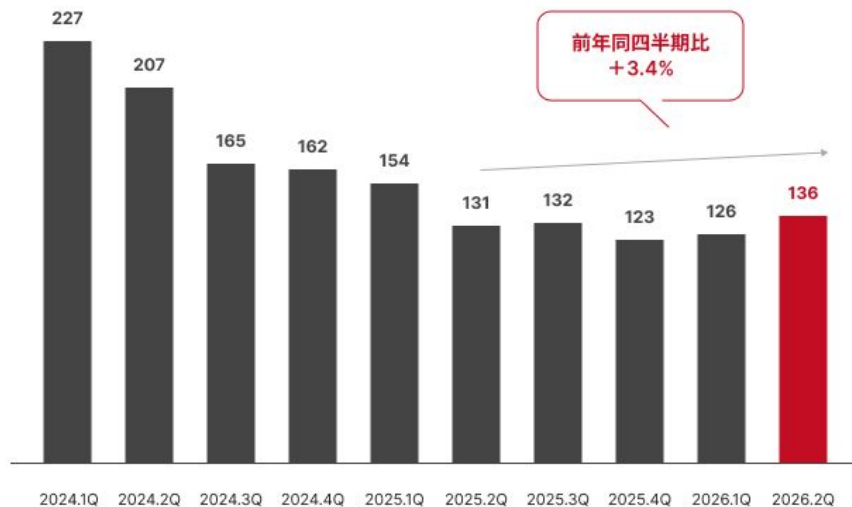
1-2Q累計

2Q単体

SNSアカウントの売上高は136百万円(前年同四半期対比3.4%増)。
化粧品やFMCG業界を中心に安定的に推移したほか、金融・不動産など新規業界での案件数が増加。

SNSアカウント運用売上高推移

(単位：百万円)



SNS運用管理ツール「Owgi」提供



SNSアカウント運用トータルソリューション



SNS広告

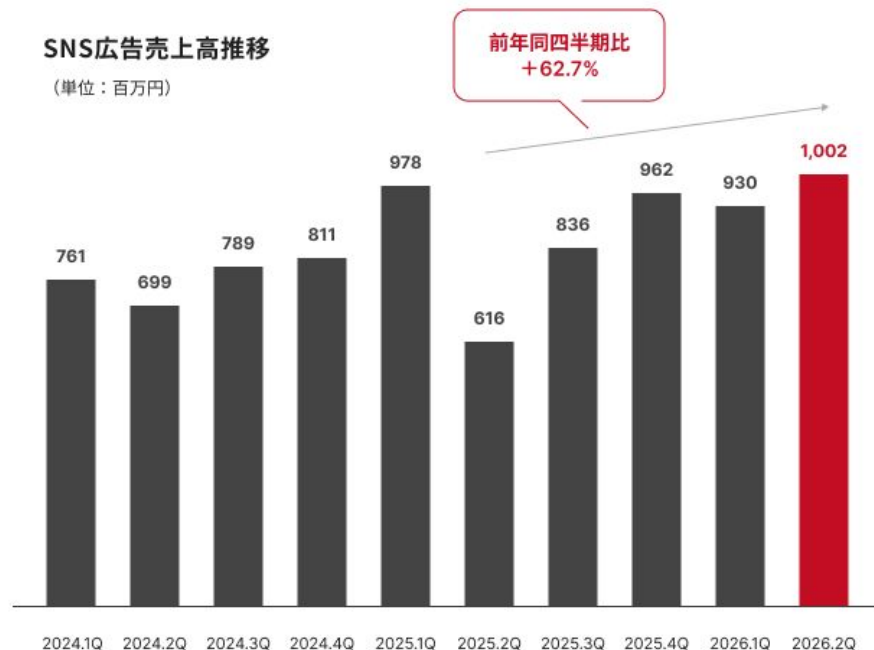
1-2Q累計

2Q単体

SNS広告の売上高は1,002百万円(前年同四半期対比62.7%増)。
ショート動画を中心に案件が伸長し、「to buy」や「MYPE」などの自社メディア案件も順調に推移。

SNS広告売上高推移

(単位:百万円)



カテゴリ毎に収益性の高い自社TikTokメディアを運営し、
累計再生回数は**10億回**を突破。

MYPE

@mype

to buy

@mensbeauty.b.p

もしかして:天才?

@moshiten.tobuy

menbase.

@mensbeauty.b.p

HJ社と共同で大学生向けの新メディア「Campus Clip」始動



大学生向けSNSメディア「Campus Clip」は、
Instagram・TikTokを主な接点に、
大学生インサイトに基づき企業と若年層をつなぐ
コミュニケーションを提供。
「今日、好きになりました。」
出演者等を起用した共感性の高いコンテンツと、
HJ社のメディア運営で培った企画力や
ティーンインサイトを強みに展開。

【Instagram】 https://www.instagram.com/campus_clip_/

【TikTok】 <https://www.tiktok.com/@campusclip0>

インターネット広告

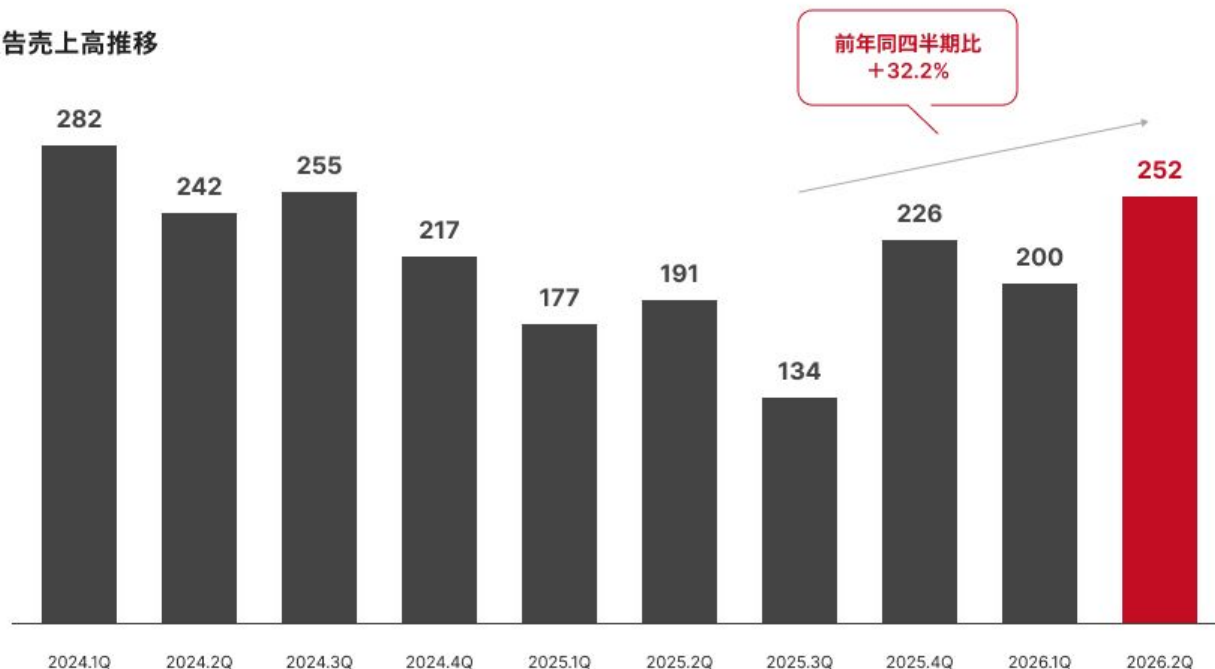
1-2Q累計

2Q単体

インターネット広告の売上高は252百万円(前年同四半期対比32.2%増)。
美容媒体に加え、SNS広告に限定しない統合的なインターネットマーケティング支援案件が増加。

インターネット広告売上高推移

(単位：百万円)



ライブ配信プラットフォーム事業

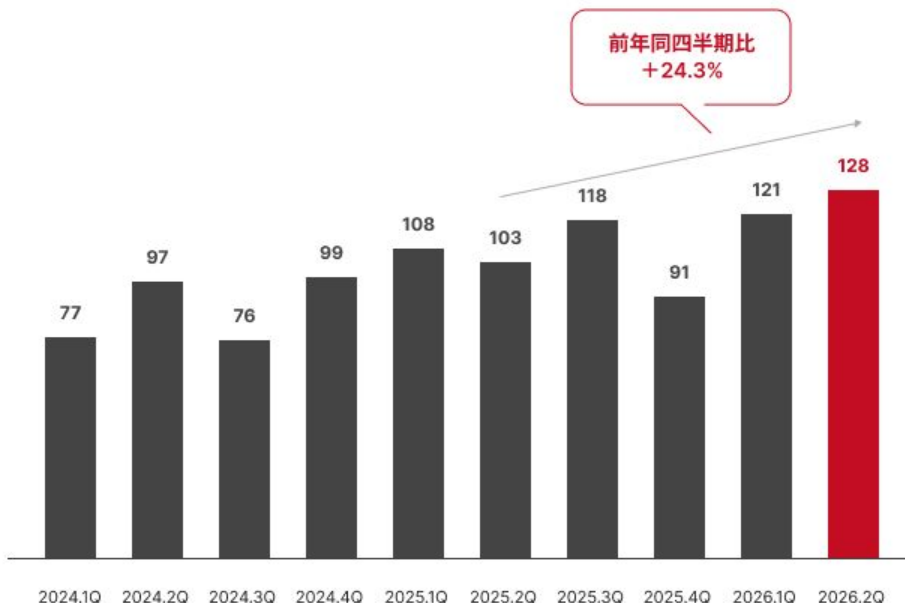
1-2Q累計

2Q単体

ライブ配信プラットフォームの売上高は128百万円（前年同四半期対比24.3%増）。toB/Cともに安定的に売上収益を伸長。

ライブ配信プラットフォーム事業売上高推移

（単位：百万円）



Withコレ
WHOLIVE COLLECTION

Withくじ
WHOLIVE KIJU

配信者と1対1でクロードな対話ができる「1on1トーク」や、グッズなどが当たる「Withくじ」、デジタルフォト・音声・動画など配信外コンテンツを通じて収益最大化を支援する「Withコレ」を運営。



個人配信者向け紹介キャンペーンを開始し利用拡大を推進

その他

1-2Q累計

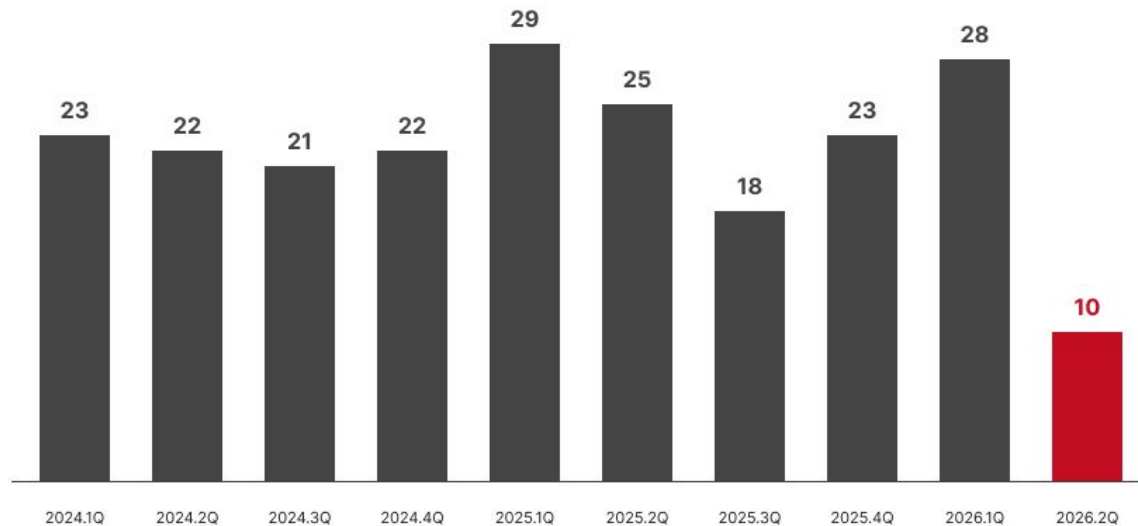
2Q単体

その他セグメントの売上高は10百万円（前年同四半期対比58.5%減）。主力事業へのリソース集中に伴い、規模は縮小。

その他 売上高推移

（単位：百万円）

Buzz Job Buzz *Innovation*



IRお問い合わせ窓口



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



サイバー・バズ 公式noteにて
事業の取り組みやIR情報を
お届けしています！

[https://note.com/cyberbuzz_all/m/
mbc37346be5ca](https://note.com/cyberbuzz_all/m/mbc37346be5ca)