



2016年9月期第2四半期 決算説明会

株式会社フリークアウト
(東証マザーズ:6094)

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。
様々な要因の変化により、実際の業績と異なる可能性があることをご承知ください。

Section1 連結決算ハイライト

Section2 連結決算概要

Section3 2016年9月期業績見通し

Section4 事業の概況

Section 1 連結決算ハイライト

連結売上高

14.8億円（前年同四半期比+27.2%、+3.1億円）

- 国内はネイティブ広告、ソーシャル関連の広告が堅調に推移し増収
- 株式会社インティメート・マージャーの連結子会社化によりDMP事業売上増

連結営業利益

1.7億円（前年同四半期比+112.8%、+0.9億円）

- 売上の増加及び売上原価率、販管費率の減少に伴い増益
- 単体の増益及び株式会社インティメート・マージャーの連結子会社化による増益
（株式会社インティメート・マージャーは2016年9月期第1四半期より連結子会社）
- のれん償却前営業利益は1.8億円（前年同四半期比+118.1%）

営業利益率

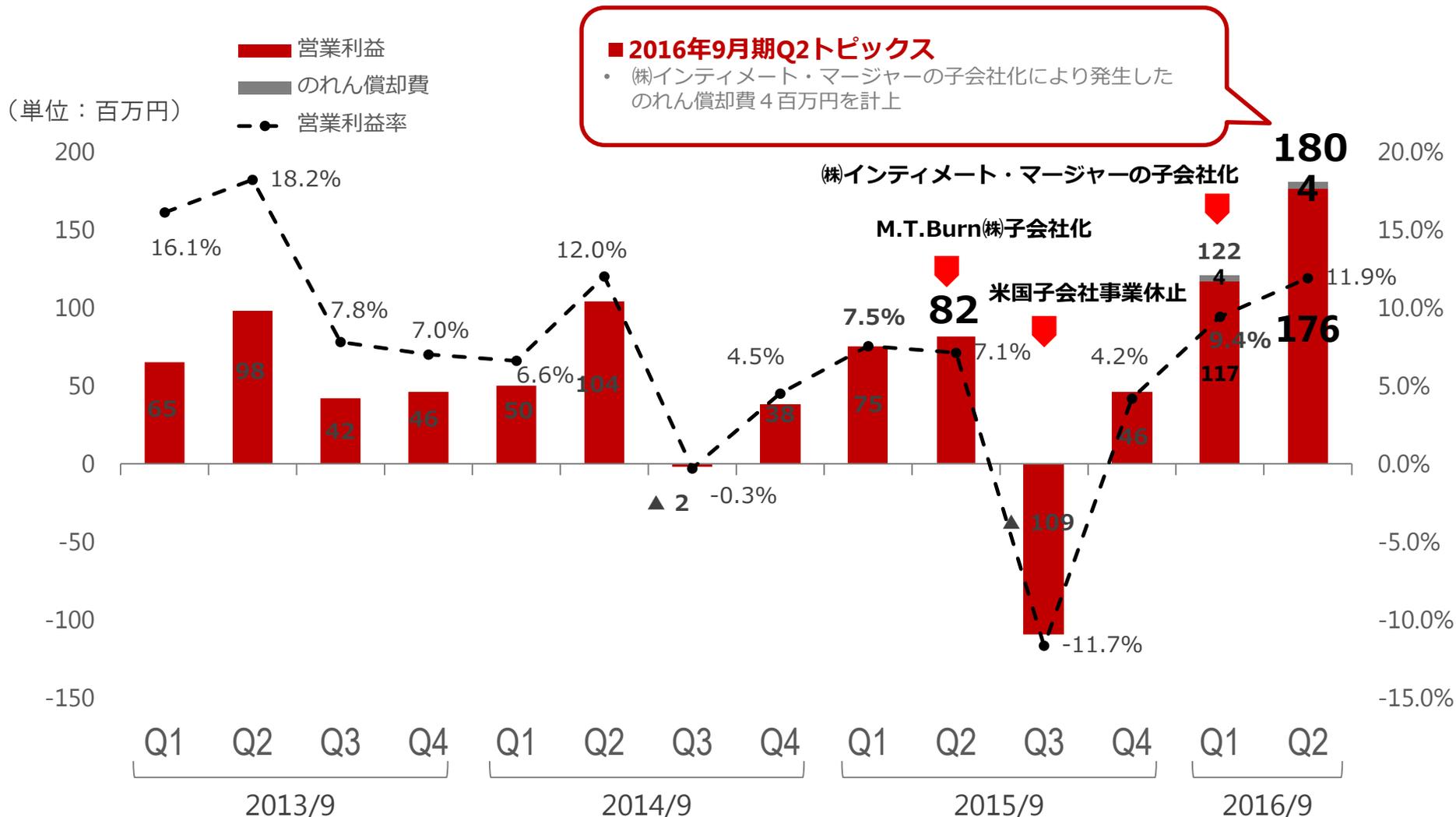
11.9%（前年同四半期比+4.8point）

- 売上原価率：62.1%（前年同四半期比▲3.7point）
- 販管費率：26.0%（前年同四半期比▲1.0point）

■ 連結売上高1,480百万円（前年同四半期比+27.2%）



- **連結営業利益176百万円（前年同四半期比+112.8%）**
- **のれん償却前営業利益180百万円（前年同四半期比+118.1%）**



- DSP事業は単体、M.T.Burn株式会社が順調に推移
- DMP事業は直前四半期比で+97.0%と大きく増加

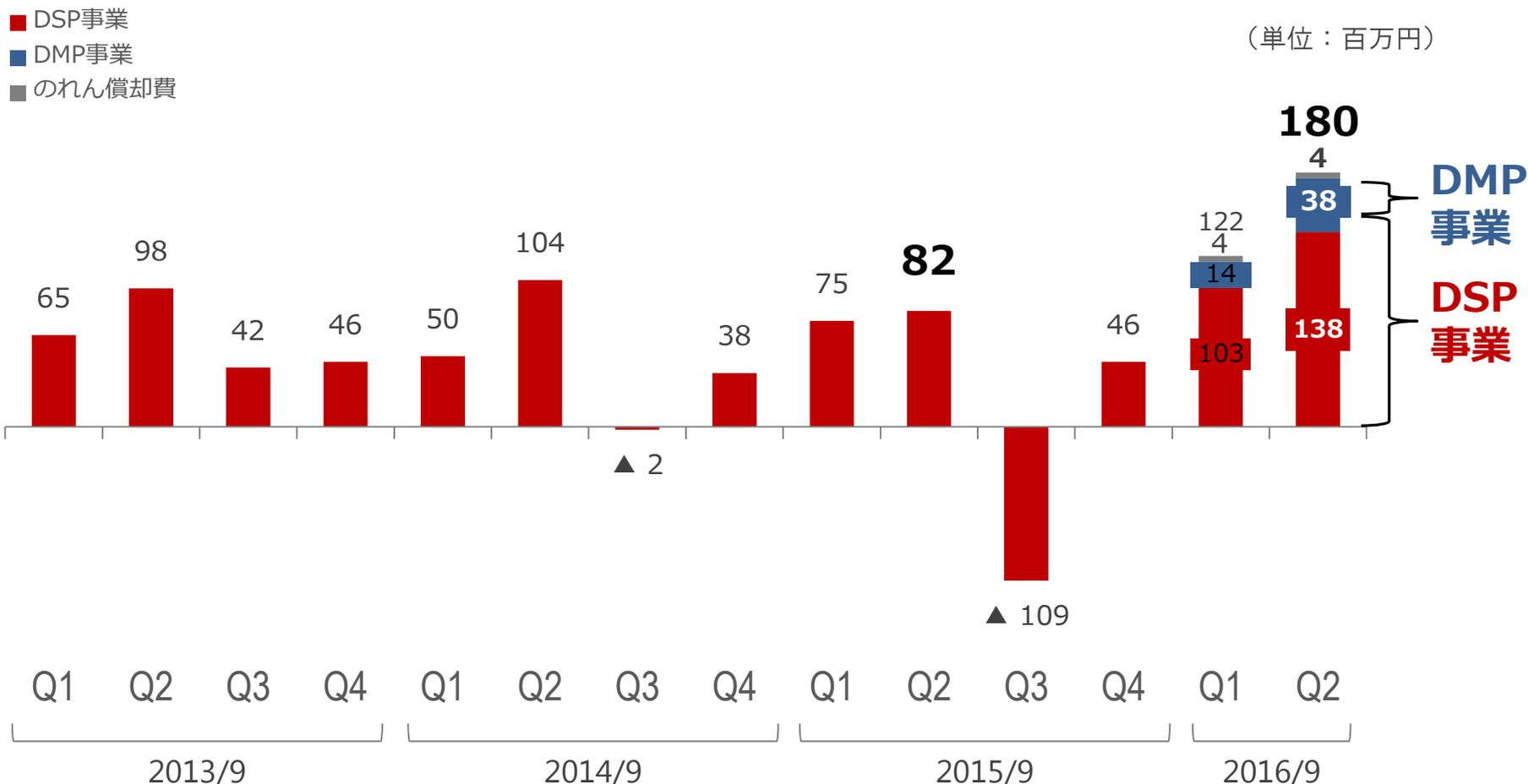


※当第1四半期連結会計期間より、セグメント別売上高を記載しております

※DMP事業は当第1四半期連結会計期間より、連結子会社となった株式会社インティメート・マージャーの売上によるものです

セグメント別売営業利益 四半期推移

- DSP事業は直前四半期比で+34.0%の増益
- DMP事業は直前四半期比で+156.1%と大きく増益



※当第1四半期連結会計期間より、セグメント別営業利益を記載しております

Section2 連結決算概要

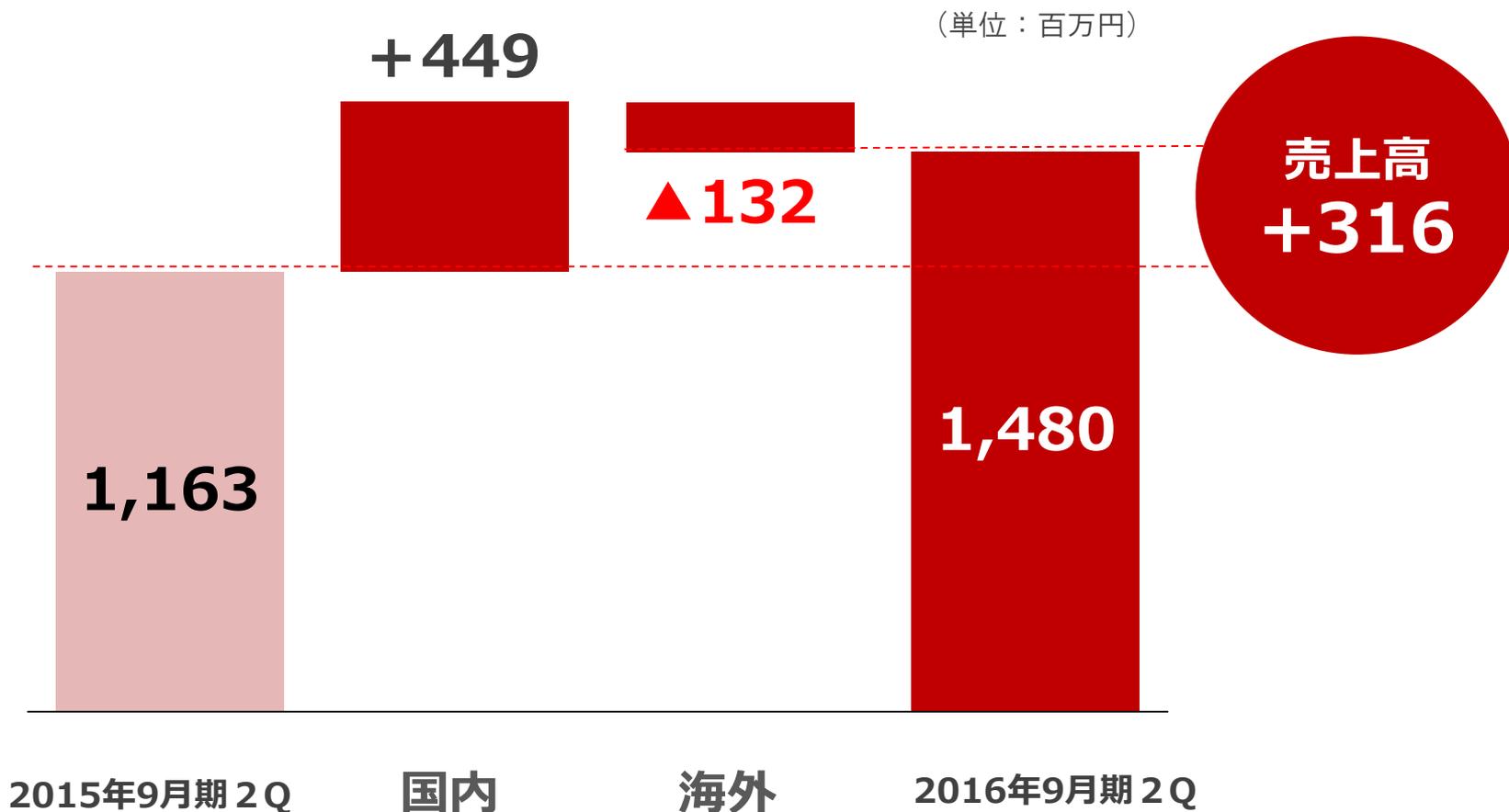
2016年9月期 第2四半期：連結損益計算書

- 連結売上高は14.8億円（前期比+27.2%）と増収
- 営業利益は1.7億円（前期比+112.8%）と増益

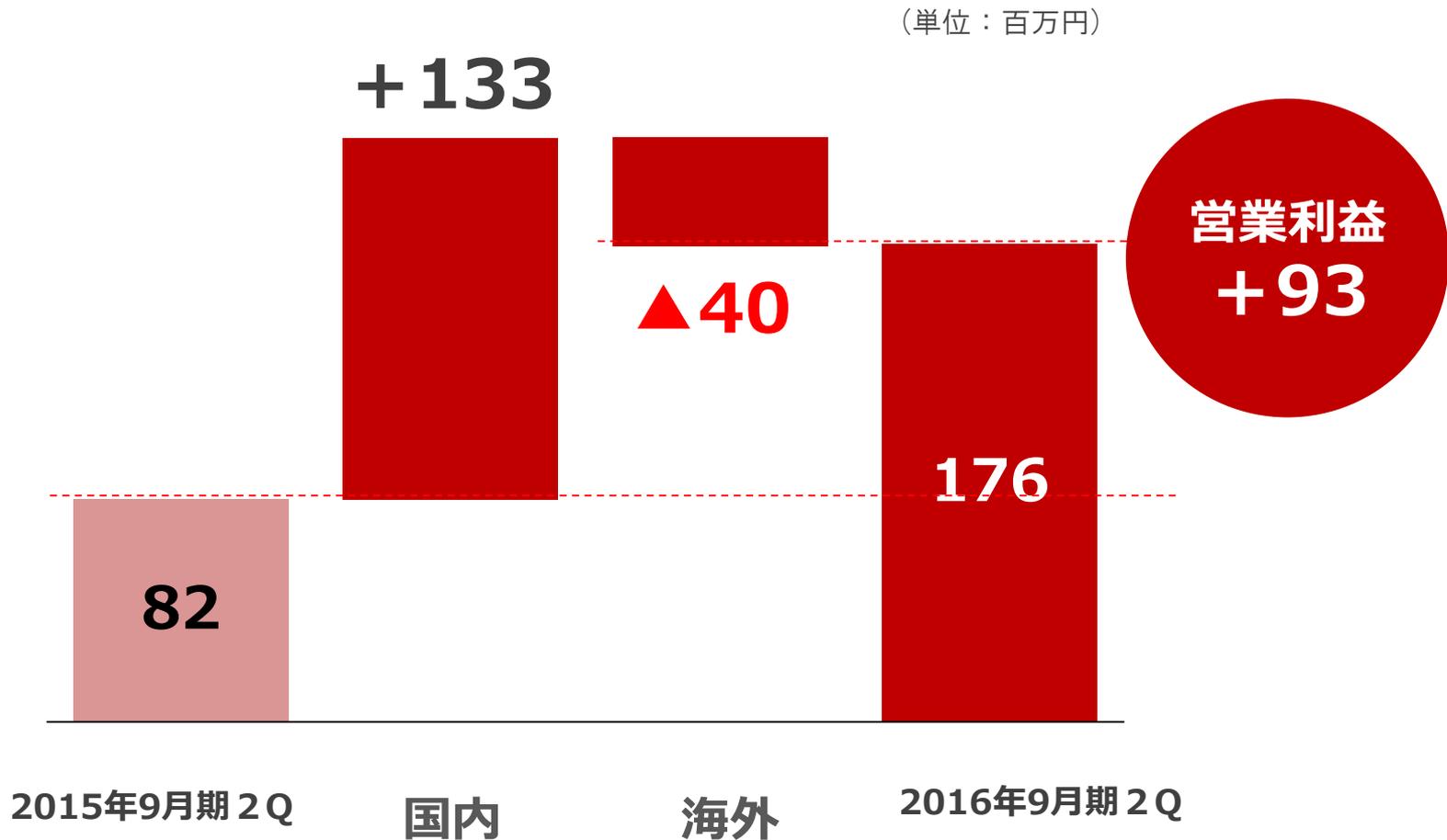
（単位：百万円）

	2016年9月期2Q (2016年1月-3月)	2015年9月期2Q (2015年1月-3月)	前年 同四半期比	2016年9月期1Q (2015年10月-12月)	直前 四半期比
売上高	1,480	1,163	+27.2%	1,252	+18.2%
売上原価	919	765	+20.0%	756	+21.5%
売上総利益	561	397	+41.2%	496	+13.1%
販売管理費	385	314	+22.3%	378	+1.8%
営業利益	176	82	+112.8%	117	+49.3%
（営業利益率）	11.9%	7.1%	+4.8point	9.4%	+2.5point
経常利益	174	75	+131.3%	116	+50.2%
特別利益	5	0	—	43	—
特別損失	0	0	—	0	—
税引前利益	180	75	+139.0%	160	+12.7%
法人税等	75	32	+131.7%	55	+37.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	106	58	+81.5%	109	▲2.9%
のれん償却前 営業利益	180	82	+118.1%	122	+47.5%

- 国内は単体のみならず、M.T.Burn株式会社、株式会社インティメート・マージャーの売上が堅調に推移し増収
- 海外は米国子会社の事業休止により減収

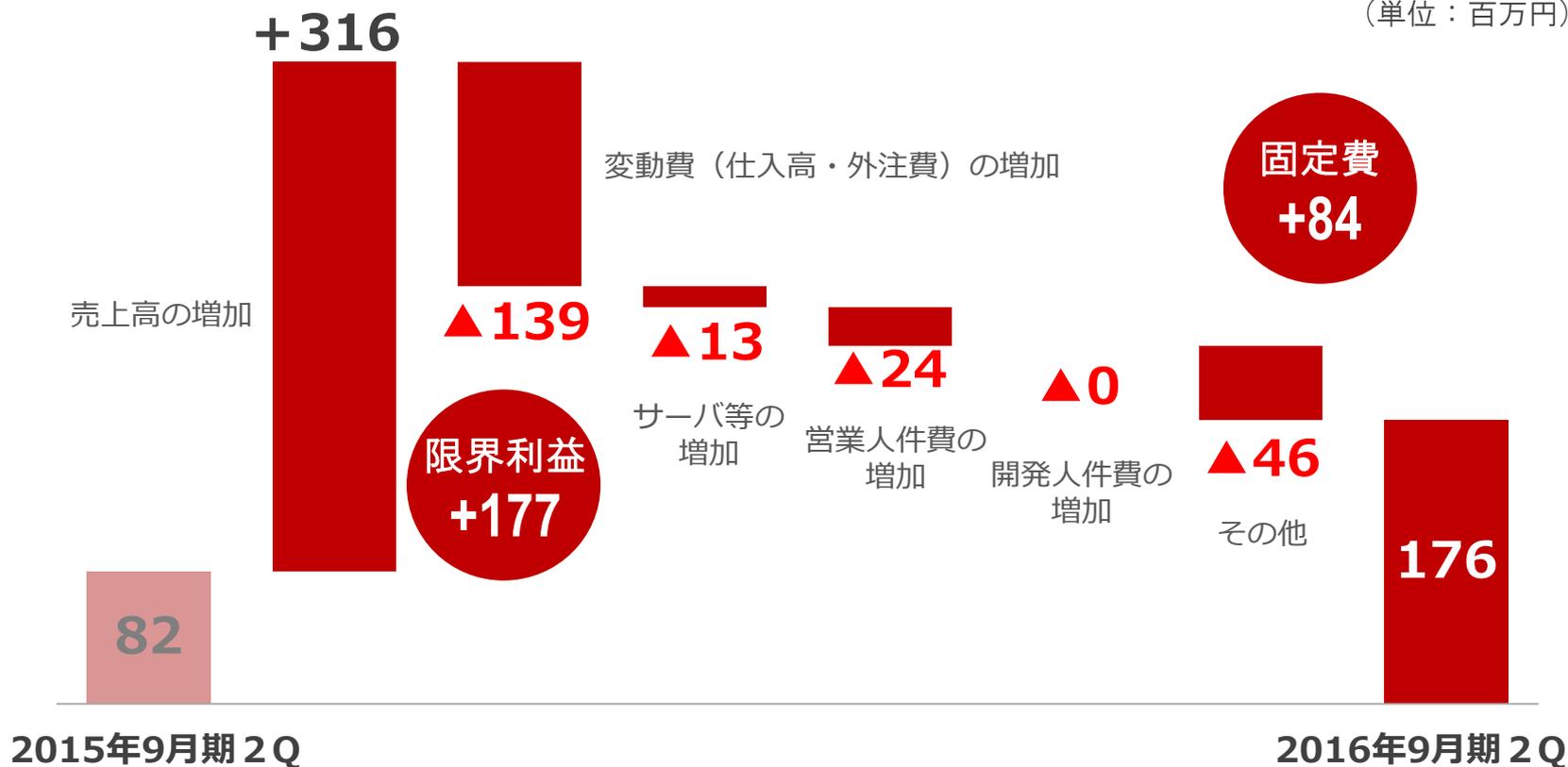


- 国内は単体のみならず、M.T.Burn株式会社、株式会社インティメート・マージャーが堅調に推移し増益
- 海外は米国子会社の事業休止により減益



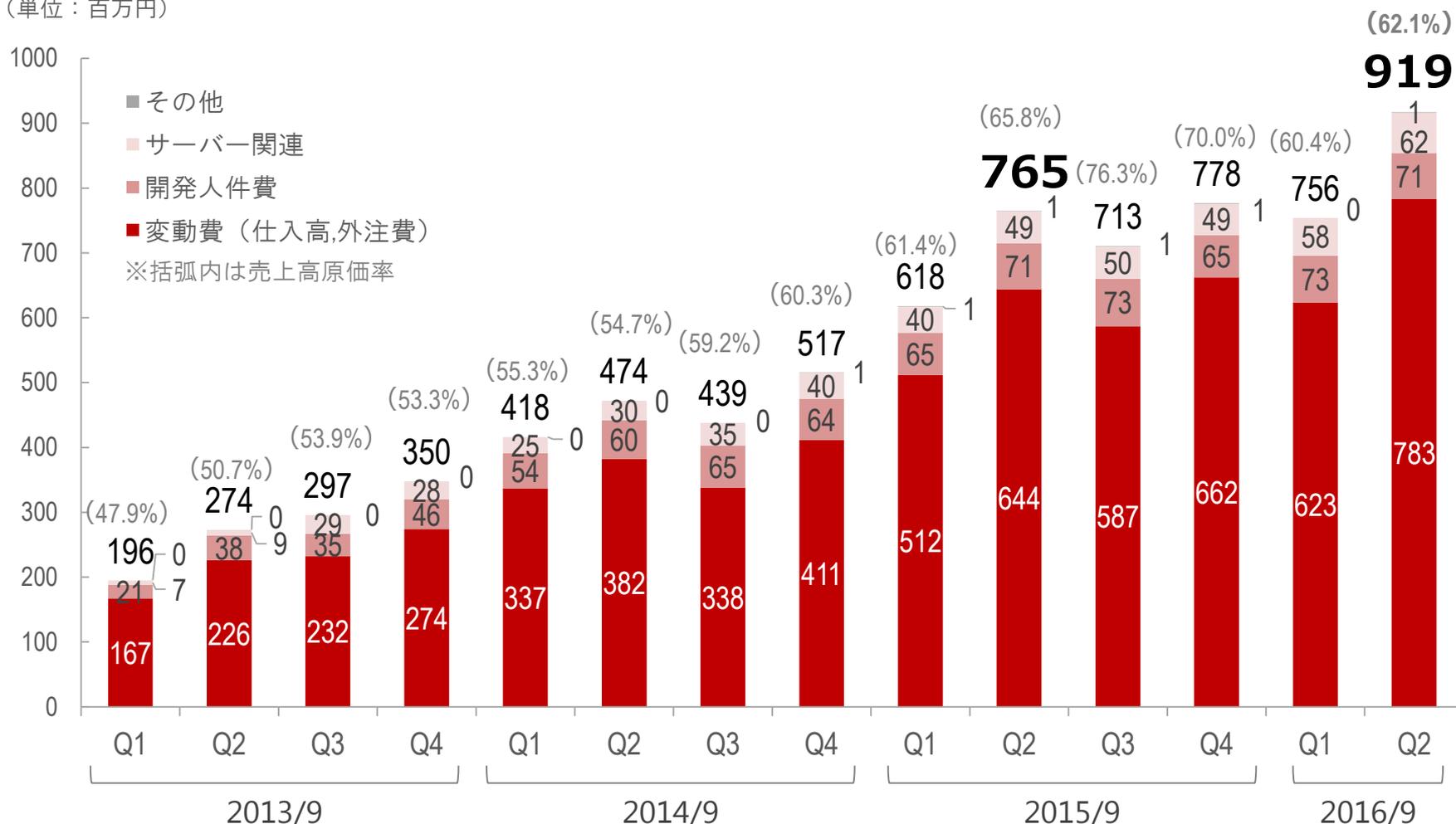
- 売上高は単体のみならず M.T.Burn株式会社、株式会社インティメート・マージャーが堅調に推移し増収
- 営業利益は単体の増加及び M.T.Burn株式会社、株式会社インティメート・マージャーが堅調に推移し大きく増益
- サーバー費用及び営業人件費等が増加し、固定費は84百万円増

(単位：百万円)



- **売上原価919百万円（前年同四半期比+20.0%、直前四半期比+21.5%）**
- 直前四半期比では売上の増加に伴い変動費（広告枠の仕入高及び外注費）が増加

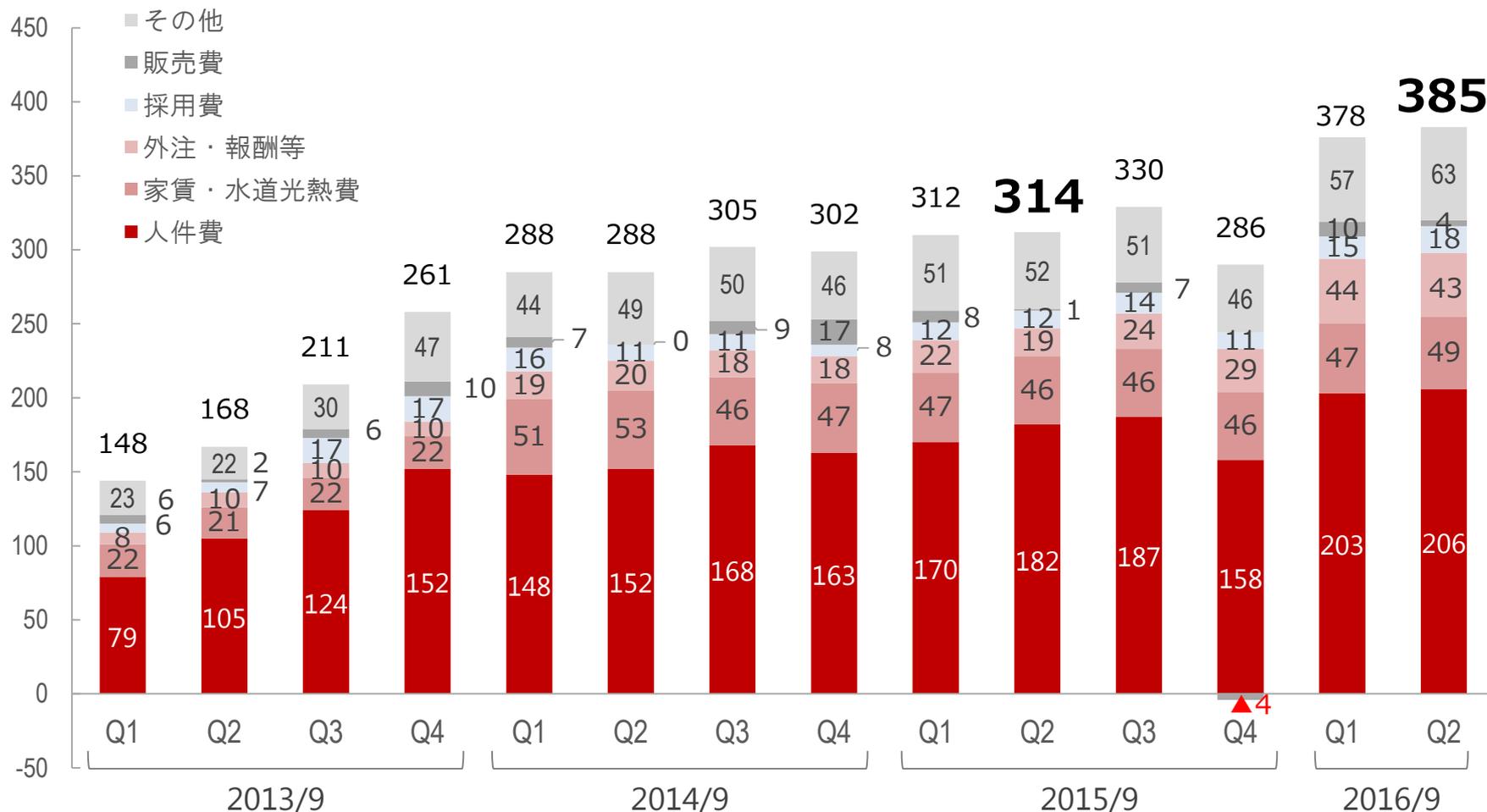
（単位：百万円）



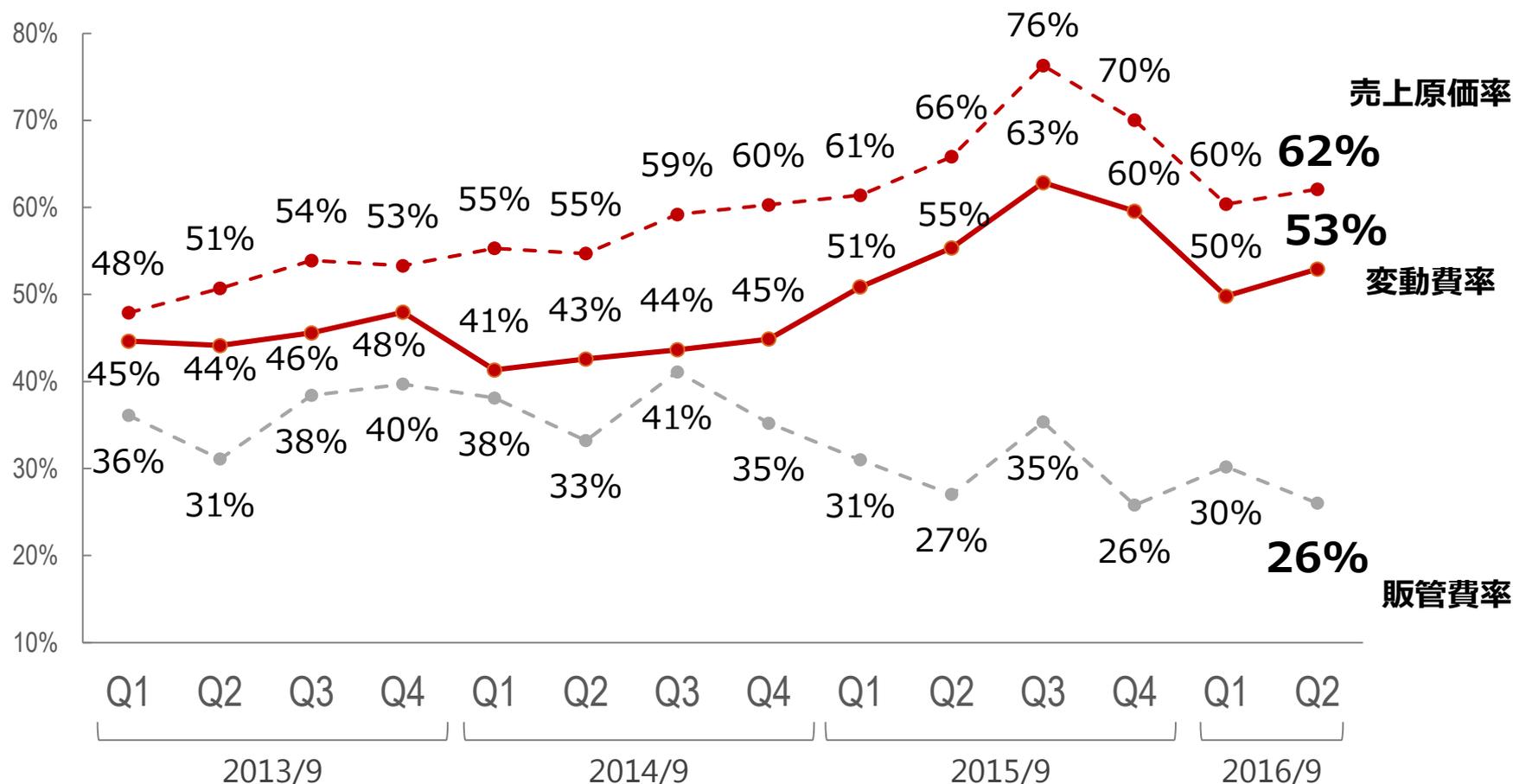
連結販売管理費の推移

- **販売管理費385百万円（前年同四半期比+22.3%、直前四半期比+1.8%）**
- 前年同期比では株式会社インティメート・マージャーの連結子会社化に伴い人件費、外注・報酬等が増加

（単位：百万円）



■ 売上原価率、変動費率は2015年9月期Q4以降、減少傾向にある



Section 3 2016年9月期業績見通し

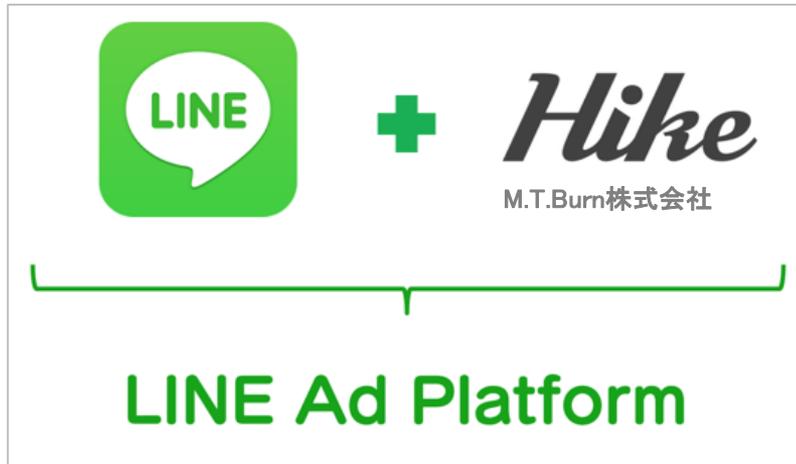
■ 計画通り順調に推移

(単位：百万円)

	2016年9月期 通期予想		2016年9月期 第2四半期累計期間実績		進捗率
	金額	前期比	金額	前期比	
売上高	6,300	+49.4%	2,732	+25.9%	43.4%
営業利益	400	+316.1%	294	+85.3%	73.5%
(営業利益率)	6.3%	+4.1point	10.8%	+3.4point	—
経常利益	400	+317.1%	291	+91.6%	72.8%
親会社株主に帰属する 四半期(当期)純利益	197	+199.7%	216	+101.1%	109.8%

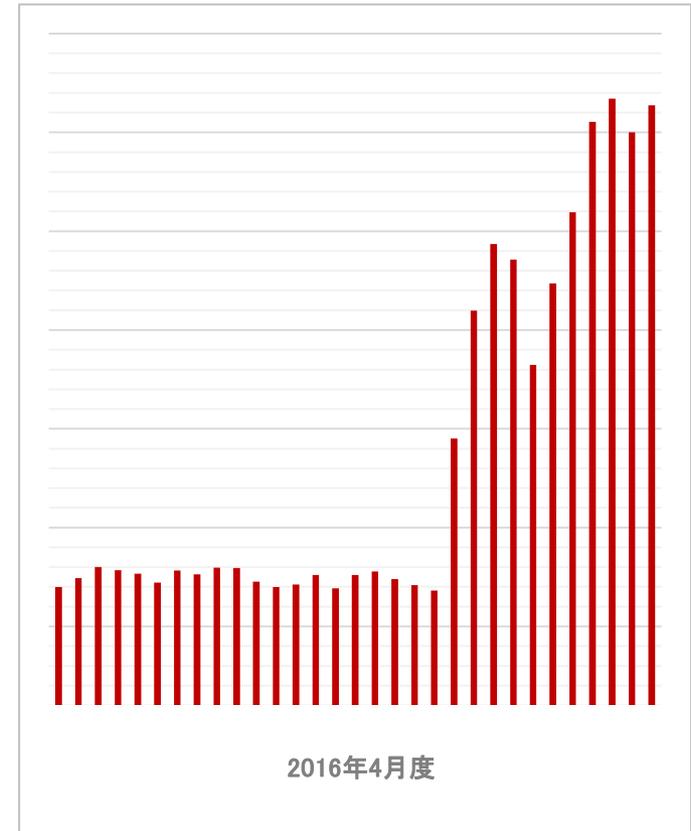
Section 4 事業の概況

プラットフォームの概要



- LINE、その他 LINE ファミリーサービスの運用型広告プラットフォーム「LINE Ad Platform」を当社関連会社 (株式 49.51%) M.T.Burn 社と LINE 社で共同運営
- 4 月末よりテスト配信をスタート、6 月より本格展開予定

4月度 よりテスト開始



Hike 広告売上推移

■ 新モバイルマーケティングプラットフォームの概要

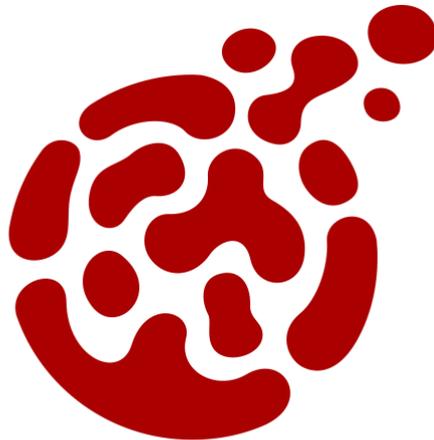


- LINE 広告枠在庫の独占買付
- ネイティブ広告特化 SSP Hike
の保有する広告枠在庫の独占買付
- 最先端の機械学習エンジンによる、
高い広告効果
- 国内最大級のネイティブ広告枠在庫
- 買付可能総在庫: 1,300 億 imp/月



FreakOut

新コーポレートロゴ



FreakOut

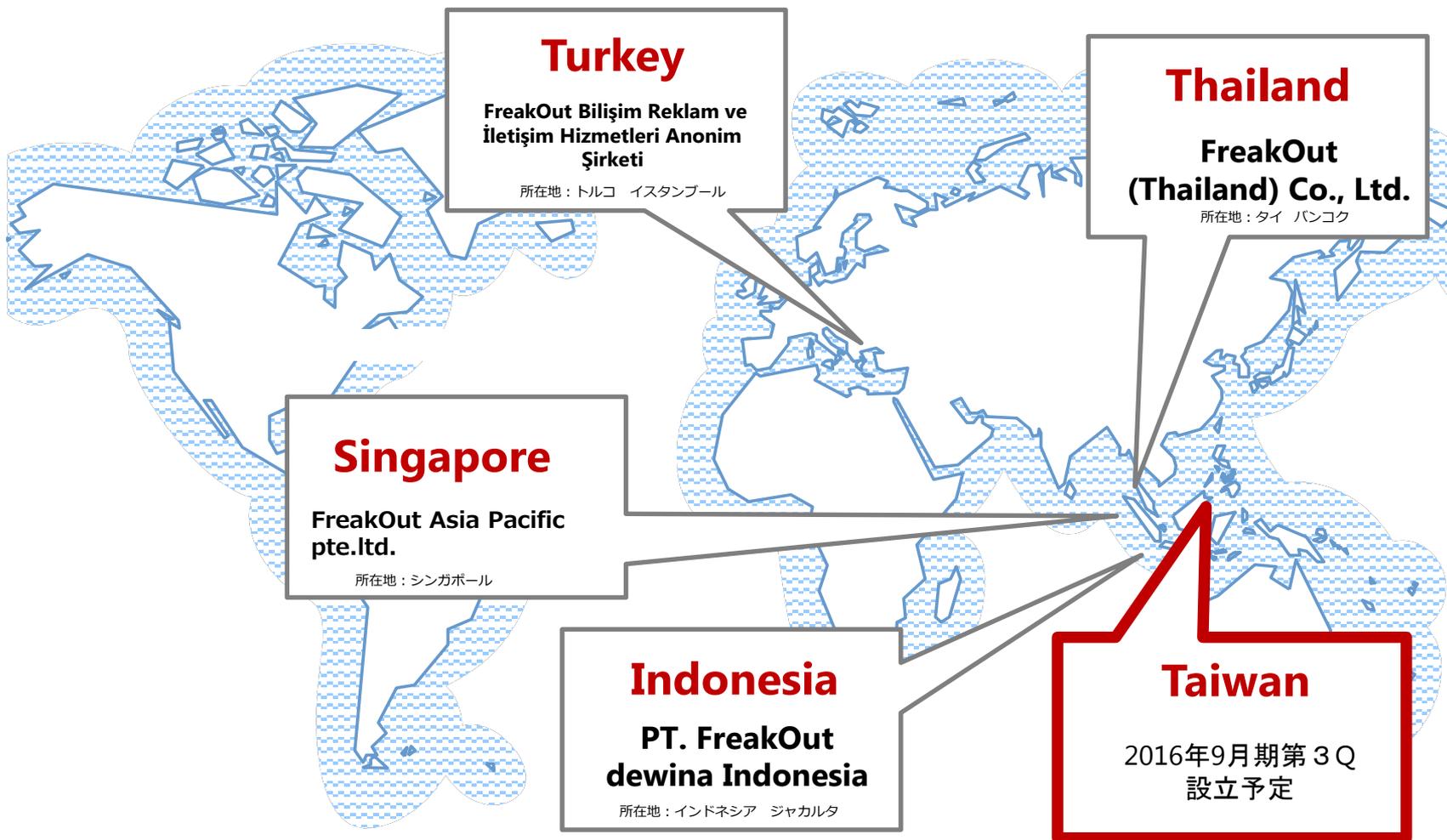
Forever Indie Style

インディーとは、ある業種においてメジャー (大手) に属さず、独立性の高いもののことを指します。

当社は上場企業として相応しいガバナンス機構ならびに高い倫理観を持ち、社業に取り組むと同時に、

あくまでも誇り高き挑戦者として、顧客への提供価値を高めていくために、最速、最短距離で行動していくという意味を込めています。

- アジア諸国にネイティブアドプラットフォーム「Hike」を展開し、アジア諸国でのさらなる成長を目指して参ります。
- 台湾に新たに海外子会社1社を設立準備をしております。





Appendix

1. 業績補足資料

2. 会社概要

3. 市場規模

1. 業績補足資料

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2016年9月期 2016年3月末	2015年9月期 2015年9月末	増減	前連結会計 年度末比
流動資産	2,783	2,624	+158	+6.0%
（うち現預金）	1,845	1,820	+24	+1.4%
固定資産	826	553	+272	+49.3%
総資産合計	3,609	3,178	+431	+13.6%
流動負債	846	703	+143	+20.4%
固定負債	36	144	▲107	▲74.4%
純資産	2,726	2,331	+395	+16.9%
負債純資産合計	3,609	3,178	+431	+13.6%

※当第2四半期連結会計期間末において、M.T.Burn株式会社は連結範囲から除外しております。

（単位：百万円）

	2016 Q2 (2016年1月-3月)	2015 Q2 (2015年1月-3月)	前年 同四半期比	2016 Q1 (2016年10月-12月)	直前 四半期比
変動費	783 (52.9%)	644 (55.4%)	+21.7%	623 (49.8%)	+25.6%
開発人件費	71 (4.8%)	71 (6.2%)	▲0.1%	73 (5.9%)	▲2.3%
通信費	47 (3.2%)	32 (2.8%)	+46.1%	45 (3.7%)	+3.8%
減価償却費	15 (1.0%)	16 (1.4%)	▲7.2%	12 (1.0%)	+23.8%
その他	1 (0.1%)	1 (0.1%)	▲2.8%	0 (0.1%)	+8.5%
売上原価合計	919 (62.1%)	765 (65.8%)	+20.0%	756 (60.4%)	+21.5%

※括弧内は対売上高比となります

連結販管費（四半期会計期間）

（単位：百万円）

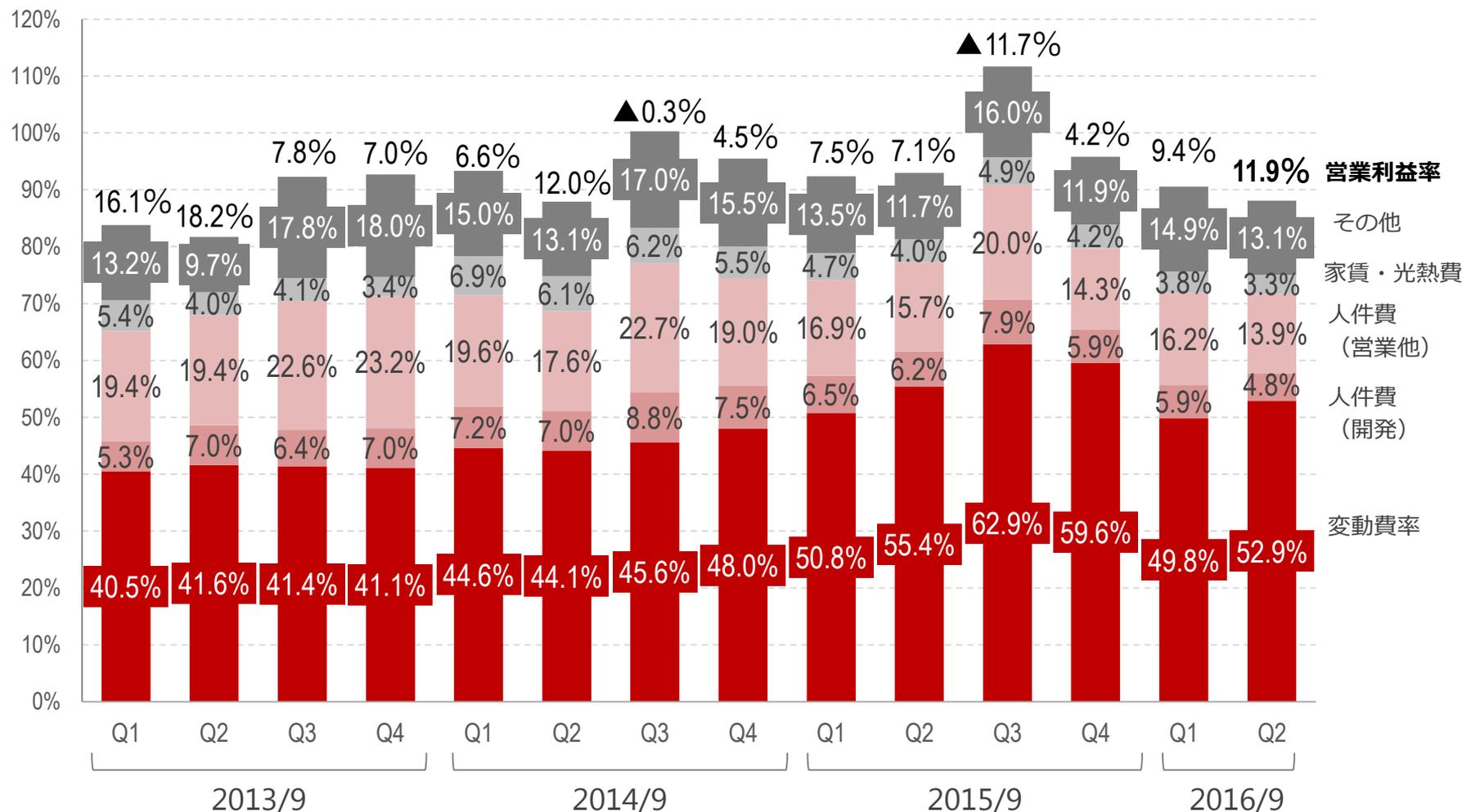
	2016 Q2 (2016年1月-3月)	2015 Q2 (2015年1月-3月)	前年 同四半期比	2016 Q1 (2016年10月-12月)	直前 四半期比
人件費	206 (13.9%)	182 (15.7%)	+13.3%	203 (16.2%)	+1.5%
家賃・水道光熱費	49 (3.3%)	46 (4.0%)	+5.7%	47 (3.8%)	+5.2%
採用費	18 (1.3%)	12 (1.1%)	+51.0%	15 (1.2%)	+18.6%
外注・報酬等	43 (2.9%)	19 (1.7%)	+119.4%	44 (3.6%)	▲2.6%
販売費	4 (0.3%)	1 (0.2%)	+132.7%	10 (0.8%)	▲60.3%
その他	63 (4.3%)	52 (4.5%)	+21.6%	57 (4.6%)	+10.4%
販管費合計	385 (26.0%)	314 (27.1%)	+22.3%	378 (30.2%)	+1.8%

※括弧内は対売上高比となります

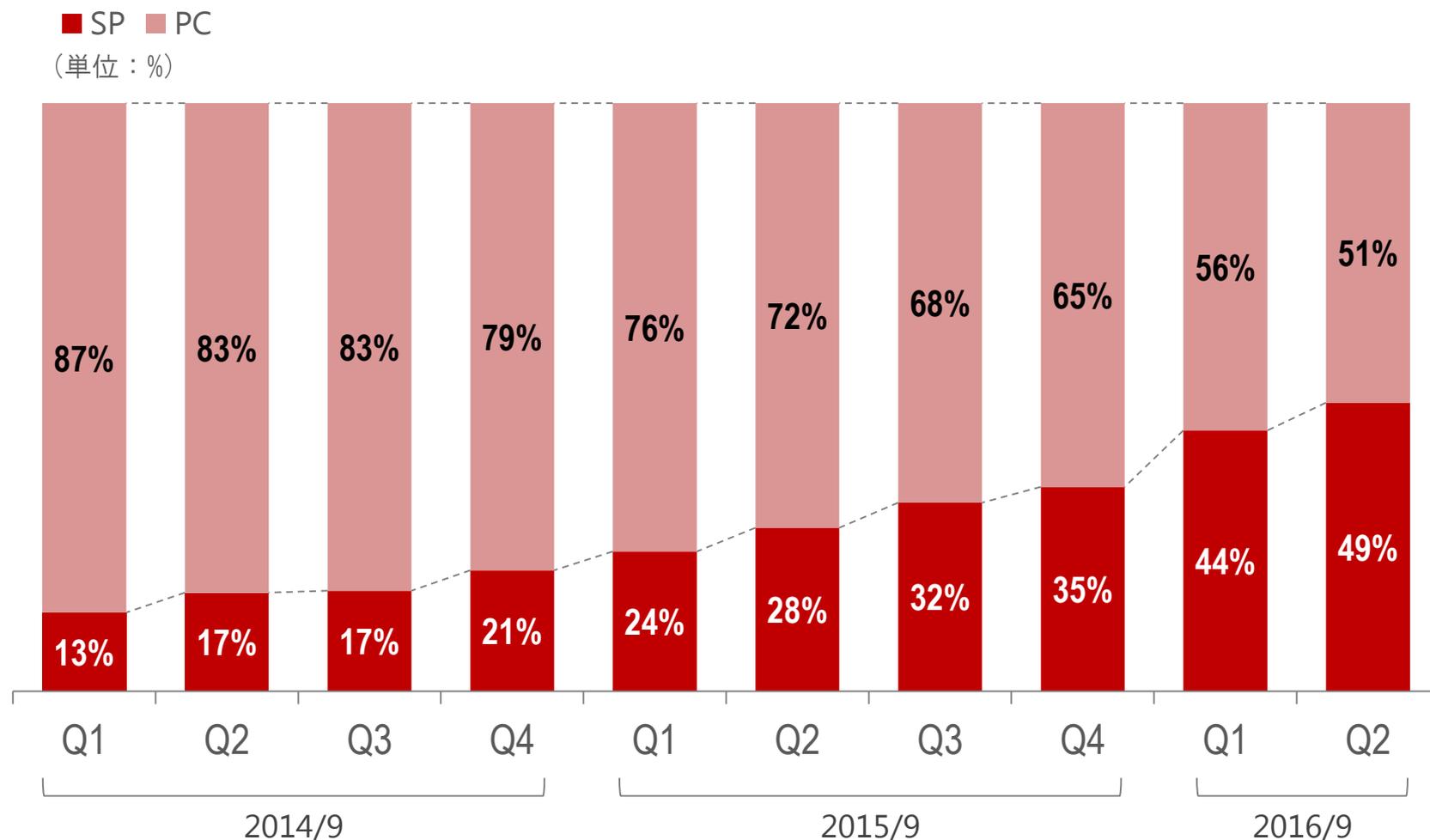
連結コスト構造の推移

四半期連結営業利益率11.9%(前年同四半期比+4.8point、直前四半期比+2.5point)

- 変動費は変動費率の高い売上が増加し変動費率はQonQ+3.1point
- 人件費比率の減少により固定費比率はQonQで▲5.6point



■ スマートフォン(SP)向け広告は、過去最高の売上高（直前四半期比+18.1%）となり単体売上高の約50%になるまで成長



2. 会社概要

会社名	株式会社フリークアウト		
設立	2010年10月1日		
資本金	11億1,122万円（2016年3月31日現在）		
所在地	〒106-0032 東京都港区六本木6-3-1 六本木ヒルズ クロスポイント		
役員構成	代表取締役CEO	本田 謙	常勤監査役 柳澤 文夫
	取締役COO	佐藤 裕介	社外監査役 片井 ふみ
	取締役CFO	横山 幸太郎	社外監査役 渡辺 英治
事業内容	DSP/DMPシステムの開発・販売		
従業員数	109名（単体・2016年3月31日現在）		
発行株数	6,449,000株（2016年3月31日現在）		
主要株主 <small>（2016年3月31日現在）</small>	本田 謙		49.65%
	海老根 智仁		4.98%
	YJ1号投資事業組合 業務執行組合員 YJキャピタル株式会社		4.41%
	MSIP CLIENT SECURITIES		2.62%
	日本証券金融株式会社		2.29%

連結子会社（国内）

株式会社 インティメート・マージャー



設立日 : 2013年6月

所在地 : 東京

事業内容 : アド・アプリケーションの開発・販売及びデータマイニング

持分比率 : 当社100%

持分法適用関連会社（国内）

M.T. Burn 株式会社



設立日 : 2013年12月

所在地 : 東京

事業内容 : ネイティブ広告の企画・販売

持分比率 : 当社49.51%

連結子会社（海外）

FreakOut (Thailand) Co., Ltd.



設立日 : 2014年12月
所在地 : バンコク
事業内容 : タイにおけるDSP/DMP、ネイティブ広告の企画・販売・OEM提供
持分比率 : 当社99%

FreakOut Bilişim Reklam ve İletişim Hizmetleri Anonim Şirketi



設立日 : 2015年7月
所在地 : イスタンブール
事業内容 : トルコにおけるDSP/DMP、ネイティブ広告の企画・販売・OEM提供
持分比率 : 当社100%

FreakOut Asia Pacific pte.ltd.



設立日 : 2013年10月
所在地 : シンガポール
事業内容 : アジア地域におけるDSP/DMPの企画・販売・OEM提供
持分比率 : 当社100%

FreakOut International inc.（事業休止中）



設立日 : 2012年4月
所在地 : ニューヨーク
事業内容 : 北米地域におけるモバイルDSP/DMPの企画・販売・OEM提供
持分比率 : 当社100%

非連結子会社（海外）

PT. FreakOut dewina Indonesia



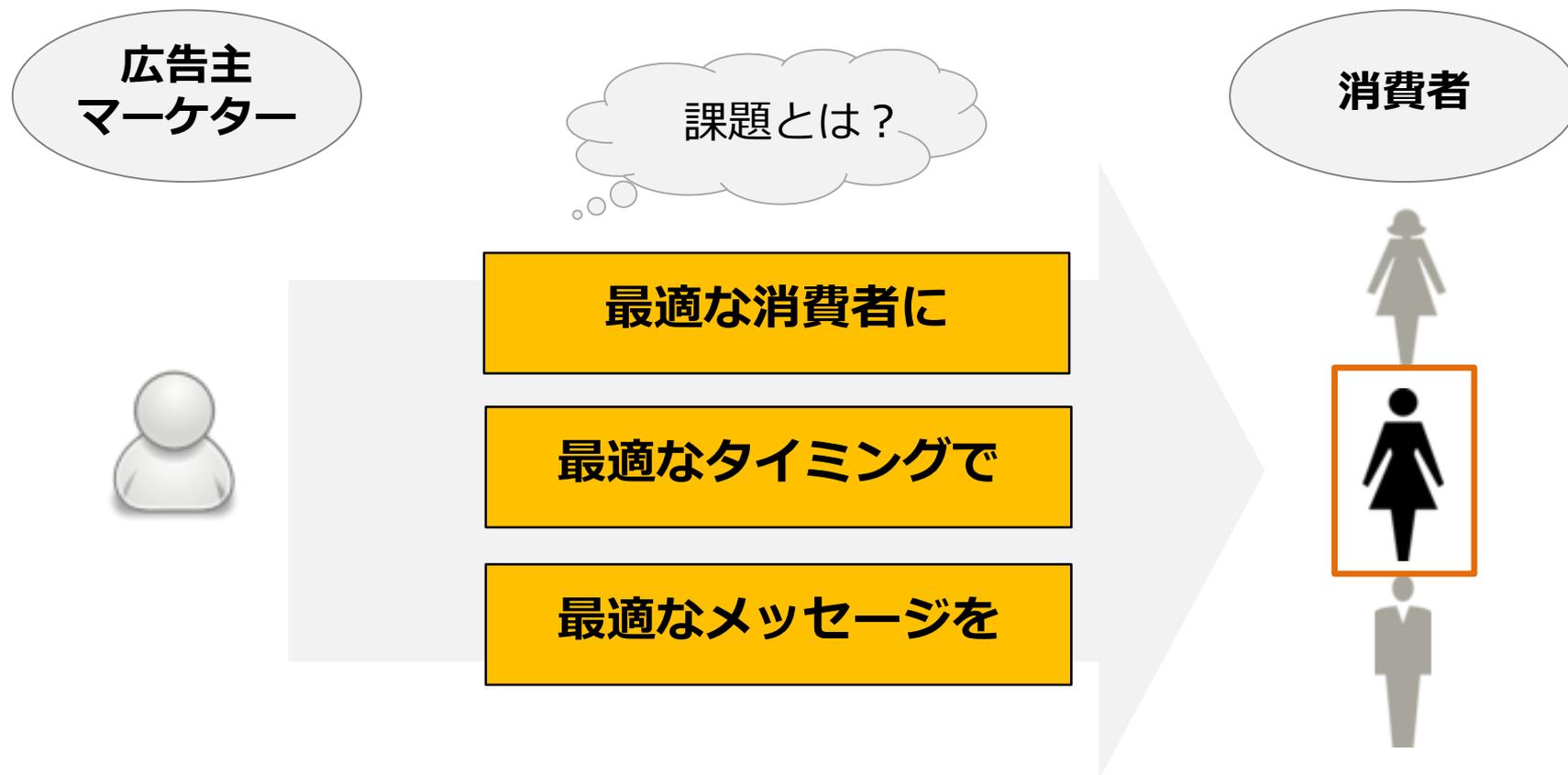
設立日 : 2015年8月
所在地 : ジャカルタ
事業内容 : インドネシアにおけるDSP/DMP、ネイティブ広告の企画・販売・OEM提供
持分比率 : 当社グループ100%

2011年1月に日本国内において初めてRTB^{*1} 技術の商用化を実現

2010年	<u>10月</u> 当社設立
2011年	<u>1月</u> DSP「FreakOut」をリリース
2012年	<u>5月</u> スマートフォン向けサービスを開始
2013年	<u>3月</u> DMP「MOTHER」を正式にリリース <u>6月</u> ホワイトレーベルDSP構築ソリューション「FreakOut For Agency」の導入パートナーに対し、認定パートナー制度を開始。
2014年	<u>6月</u> 東証マザーズに上場 <u>6月</u> M.T.Burn株式会社がネイティブ広告プラットフォーム「AppDavis」をリリース <u>10月</u> 大阪に関西支社設立
2015年	<u>6月</u> M.T.Burn株式会社のネイティブ広告プラットフォーム「AppDavis」を「Hike」に名称変更 <u>7月</u> プライベート・データマネジメント・プラットフォーム「MOTHER」、スマートフォンでのGPS・Beacon情報に対応 <u>9月</u> イベントプラットフォームアプリ「ForYou」のサービス提供開始 <u>10月</u> 株式会社インティメート・マージャーを子会社化
2016年	<u>1月</u> <ul style="list-style-type: none"> ・M.T.Burn株式会社が提供するネイティブ広告プラットフォーム「Hike」とRTB接続を開始 ・イベント集客に特化した広告配信サービスをイベントレジスト株式会社と協働しサービス提供を開始 ・DSP「FreakOut」はLINE広告プラットフォームにRTB接続し、広告枠買い付けを行う国内唯一の認定DSPベンダーに選定される

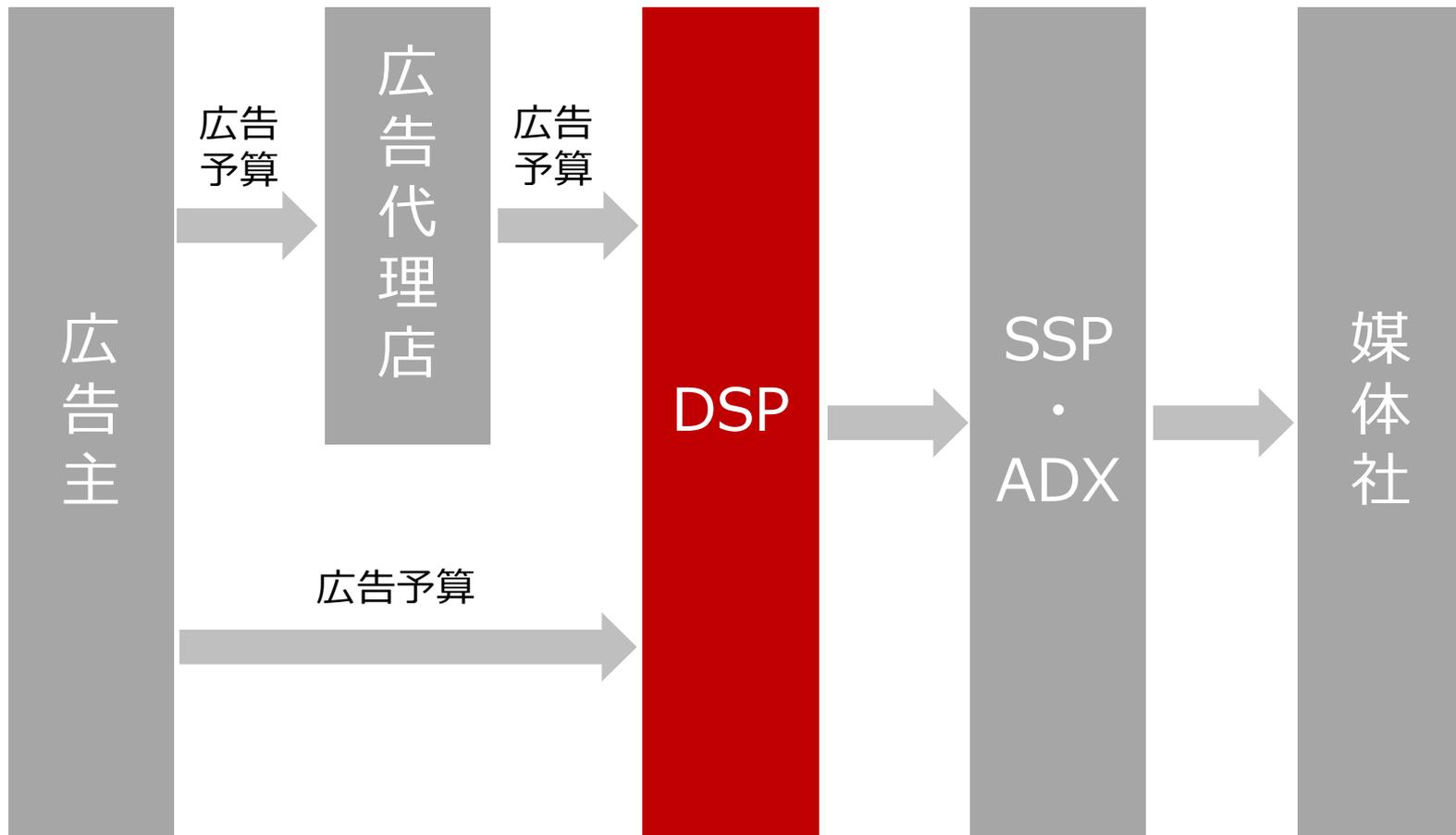
*1：RTB（Real-Time Bidding） ウェブサイトに来訪したユーザーの1視聴毎にリアルタイムにインターネット広告の入札が行われる仕組み

広告主・マーケターの課題をテクノロジーで解決する マーケティング・テクノロジー・カンパニー



The right message, to the right person at the right moment.

当社グループは、SSP・アドエクスチェンジと呼ばれる事業者を通して、
媒体社から広告枠を仕入れ、広告主・広告代理店に対してDSP及びDMPを提供



当社はFull-Managedサービス（特に広告主への直接販売）を中心にサービスを提供

サービス形態	販売チャネル	サービス内容
Full-Managed	<ul style="list-style-type: none">• 広告主（直販）• 広告代理店	当社が配信設定、運用からレポート（配信結果や運用方法の改善提案等の報告書・提案書）作成までを実施
Self-Managed	<ul style="list-style-type: none">• 広告代理店（OEM代理店）	OEM先が自社ブランドとしてDSP事業を運営。 配信設定、運用からレポート作成などはOEM先が実施

- 当社は、DMP及び多様な配信技術により「認知」から「購買」を促すまでの全てのプロセスに対してワンストップのソリューションを提供。
ブランド広告主に対する直販営業が中心。
- 競合は、リターゲティング（サイトに一度来訪したユーザーに広告を表示）を中心にニーズが顕在したユーザーを獲得するためのサービスを提供。クリック数やコンバージョン（購買や資料請求などのアクション）にこだわる販促系広告主（EC、金融、旅行等）に対する代理店営業が中心。

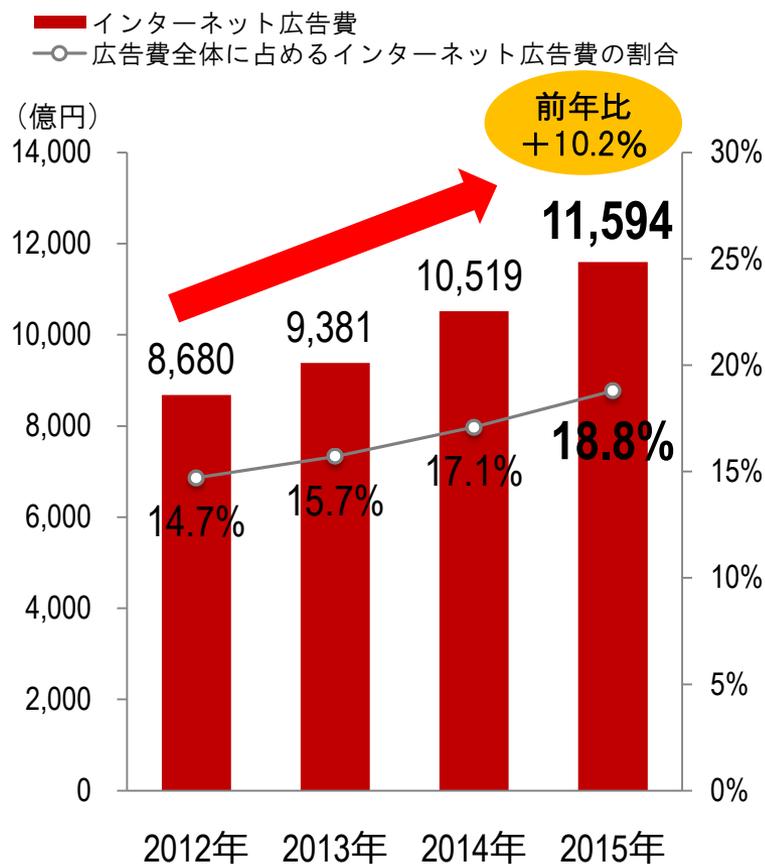
当社の提供するサービス



2. 市場規模

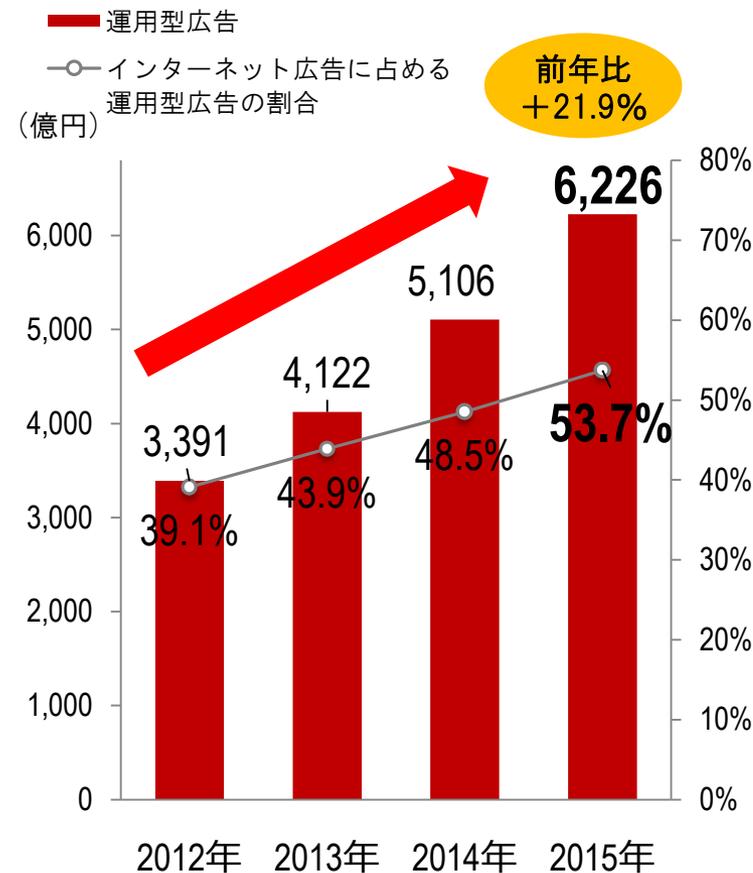
- 国内のインターネット広告市場は**前年比+10.2%**と継続的に拡大
- その中でも**運用型広告^{*1}**は、**検索連動型・RTBを中心に前年比+21.9%**と成長

インターネット広告市場の推移



出所：電通「日本の広告費 2015」

運用型広告市場規模の推移

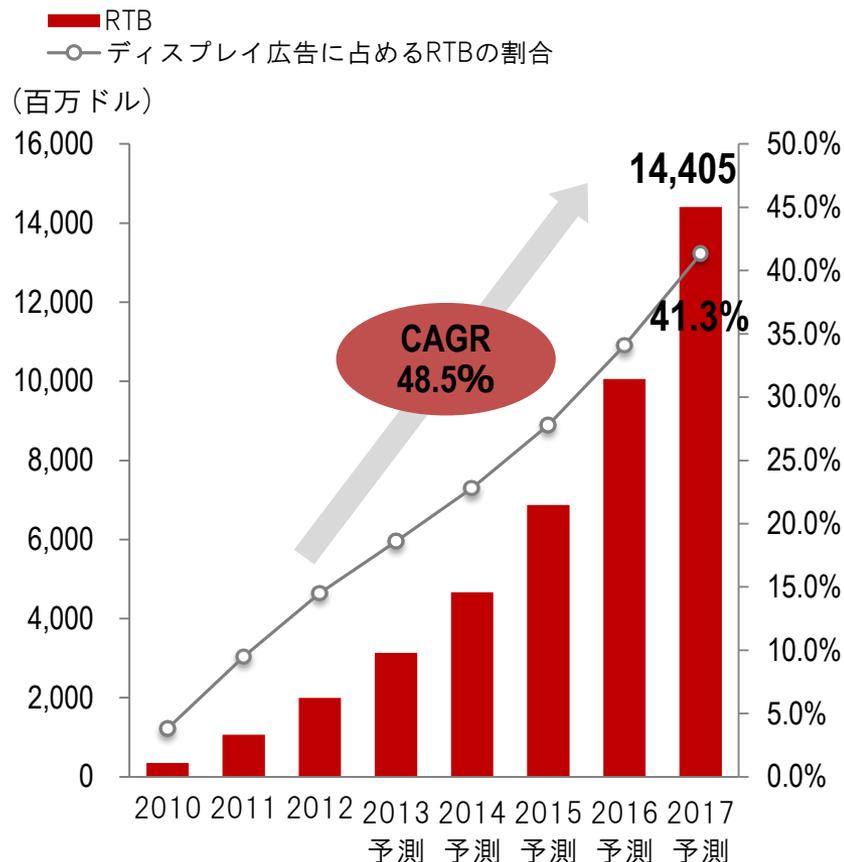


出所：電通「日本の広告費 2015」

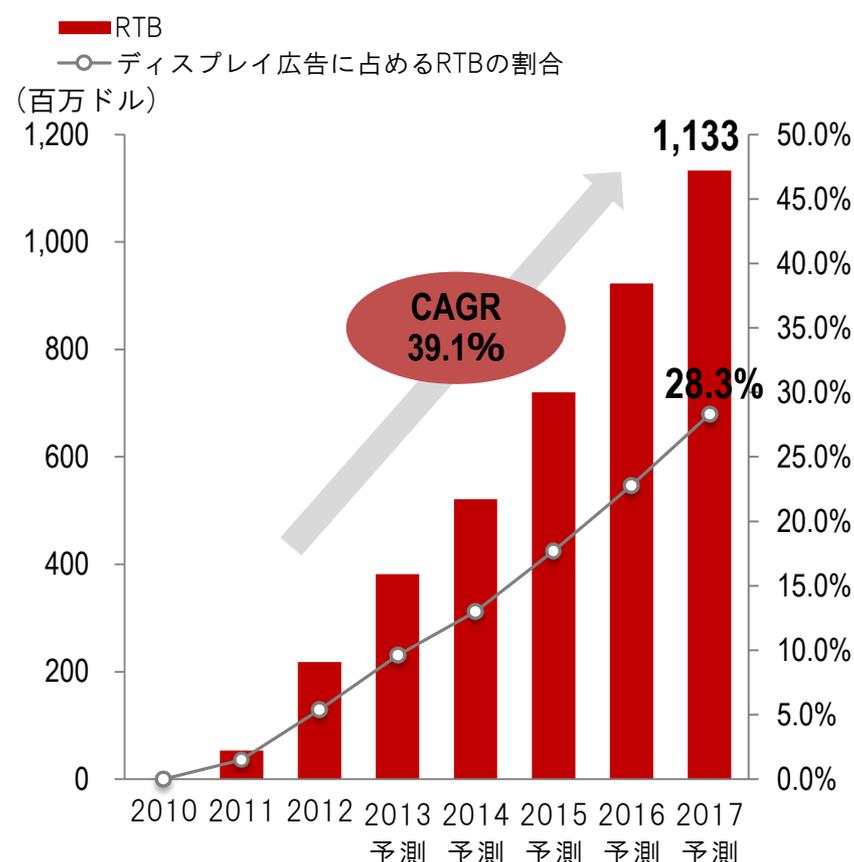
*1: 運用型広告とは、膨大なデータを処理するプラットフォームにより、広告の最適化を自動的もしくは即時的に支援する広告手法のこと。検索連動型広告や一部のアドネットワークが含まれるほか、新しく登場してきたDSP/アドエクスチェンジ/SSPなどが典型例。なお、枠売り広告、タイアップ広告、アフィリエイト広告などは、運用型広告には含まれない。

- 米国RTB市場は年平均成長率48.5%で急成長、2017年には144億ドルまで拡大
- 国内RTB市場は年平均成長率39.1%と急成長、2017年には11億ドルの見込み

米国RTB市場規模の予測



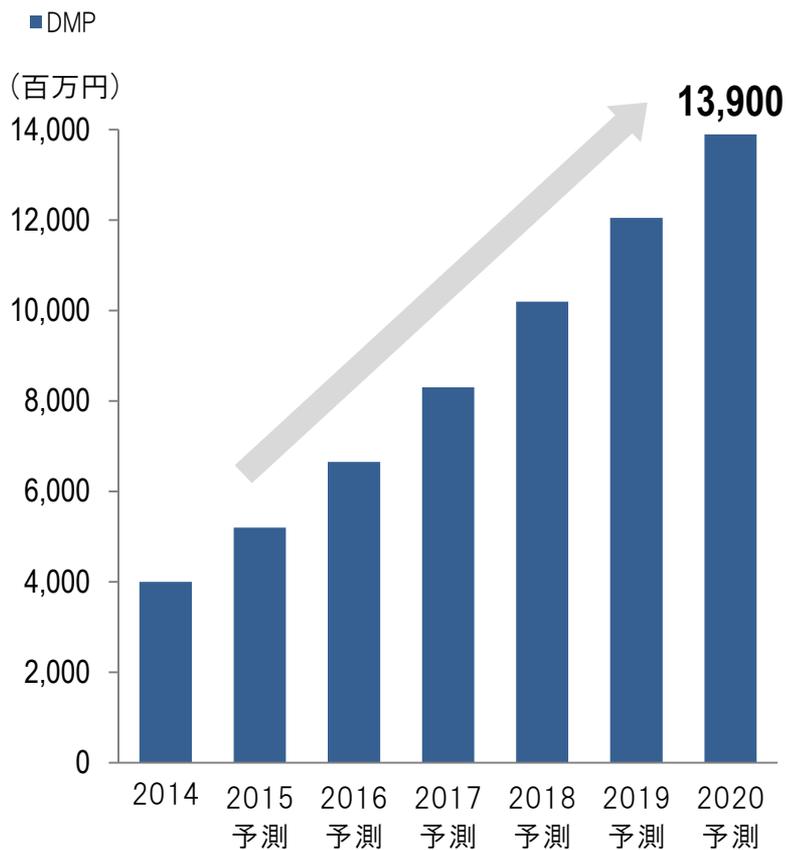
国内RTB市場規模の予測



出所：IDC “Real-Time Bidding in the United States and Worldwide, 2010-2017”

■ 国内DMP市場は2020年には139億円の見込み

国内DMPサービス市場規模の予測



出所：矢野研究所 DMP（データマネジメントプラットフォーム）サービス市場／MA（マーケティングオートメーション）サービス市場に関する調査結果 2015



FreakOut

GIVE PEOPLE WORK
THAT REQUIRES A PERSON.