



株式会社フリークアウト・ホールディングス

**2018/9期 第1四半期  
決算説明資料**

2018年1月31日

## Section1 2018年9月期第1四半期決算の概要

---

## Section2 事業の進捗について

---

## Section3 Message From CEO

---

※なお、今回の決算説明会の内容につきましては、弊社HPにて2月1日（木）午前に公開する予定でございます。

## Section1 2018年9月期第1四半期決算の概要

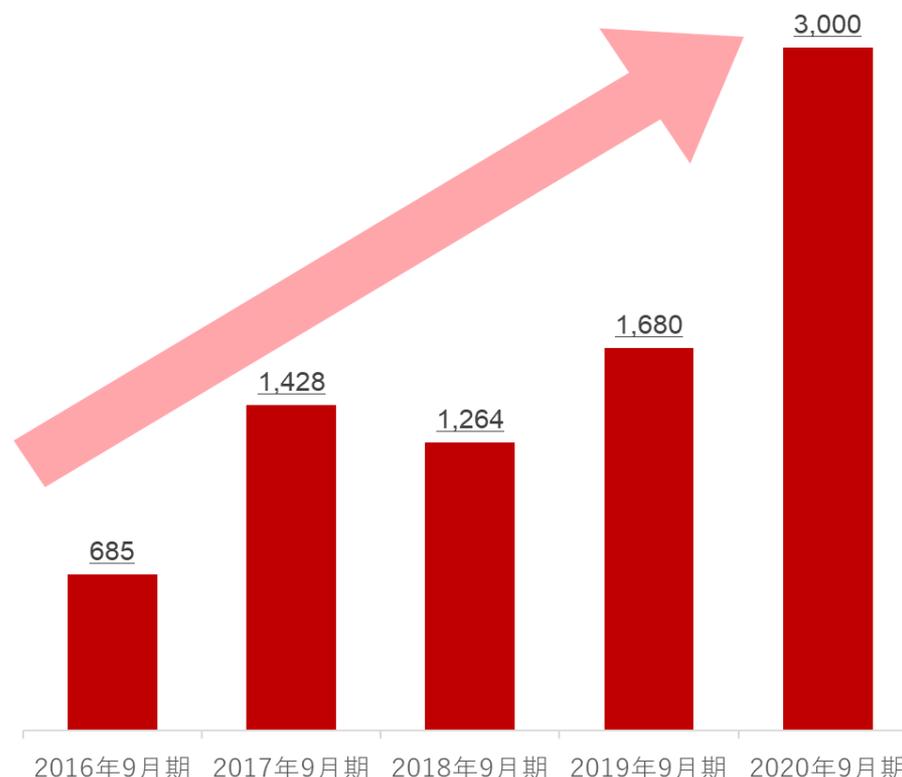
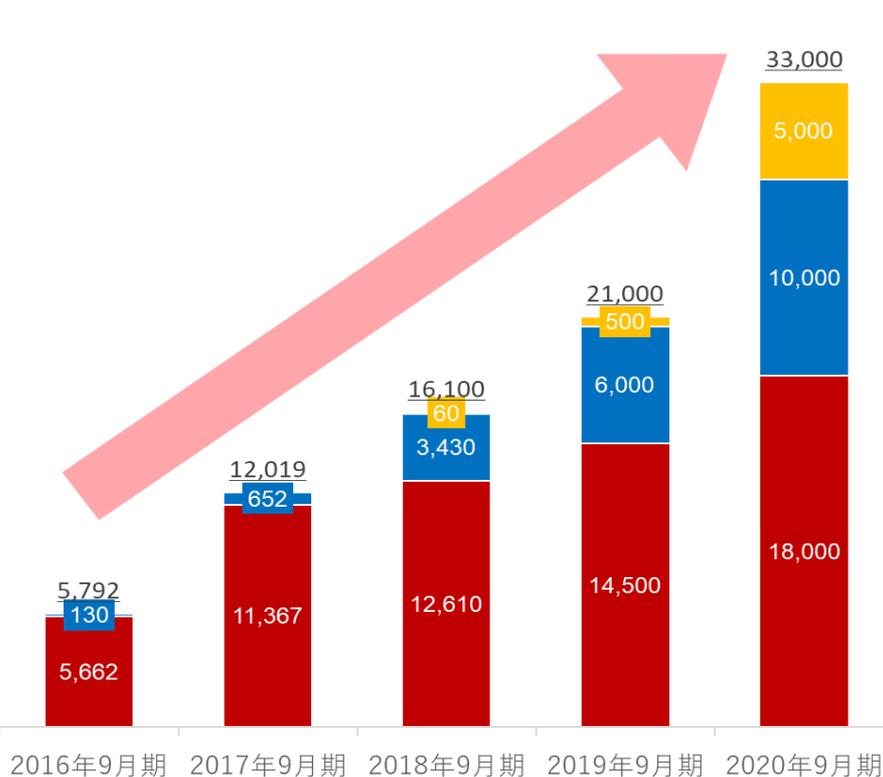
---

# 20年9月期に売上高330億円、EBITDA30億円のグループへ

売上高 (単位：百万円)

EBITDA (単位：百万円)

■ 国内広告 ■ 海外広告 ■ Fintech等 新規事業



**2018年9月期は、2020年9月期に向けた投資フェイズという位置づけ**

**連結売上高**

**33.5億円**（前年同四半期比+6.3億円 +23.1%）

- 2017年9月期にM&Aしたad Geek Marketing Consulting Co., Ltdが業績貢献開始
- M&A先以外の海外子会社の事業も堅調に推移

**連結EBITDA**

**3.2億円**（前年同四半期比▲0.2億円 ▲6.0%）

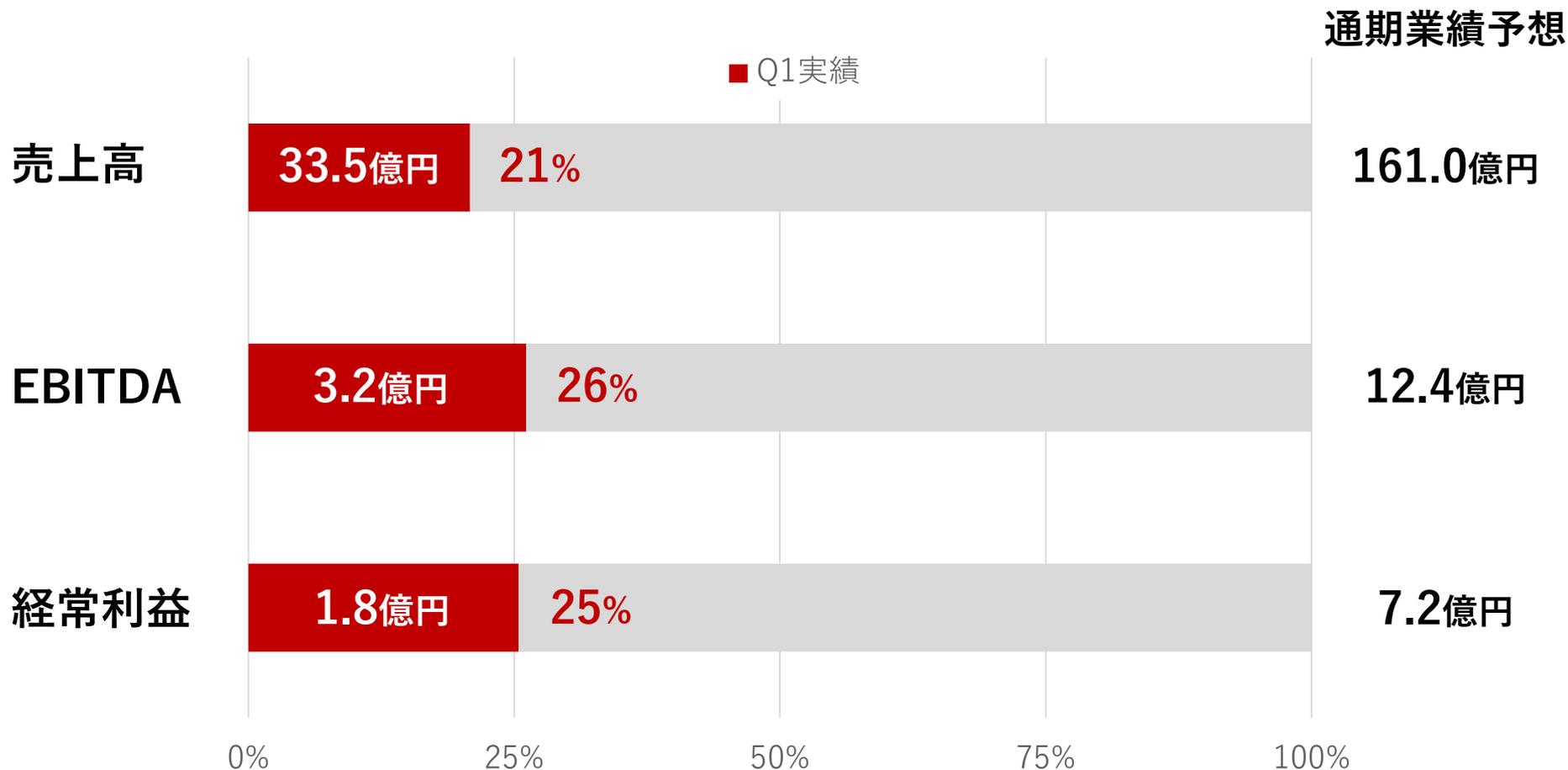
- 新規事業への先行投資によるコスト増加により、若干の減収

**連結経常利益**

**1.8億円**（前年同四半期比▲1.4億円 ▲43.6%）

- 上記先行投資のほか、M&Aによりのれん償却費が前年から大幅に増加（前年同四半期比+0.7億円）
- 資金調達に伴うコストが発生（0.2億円）

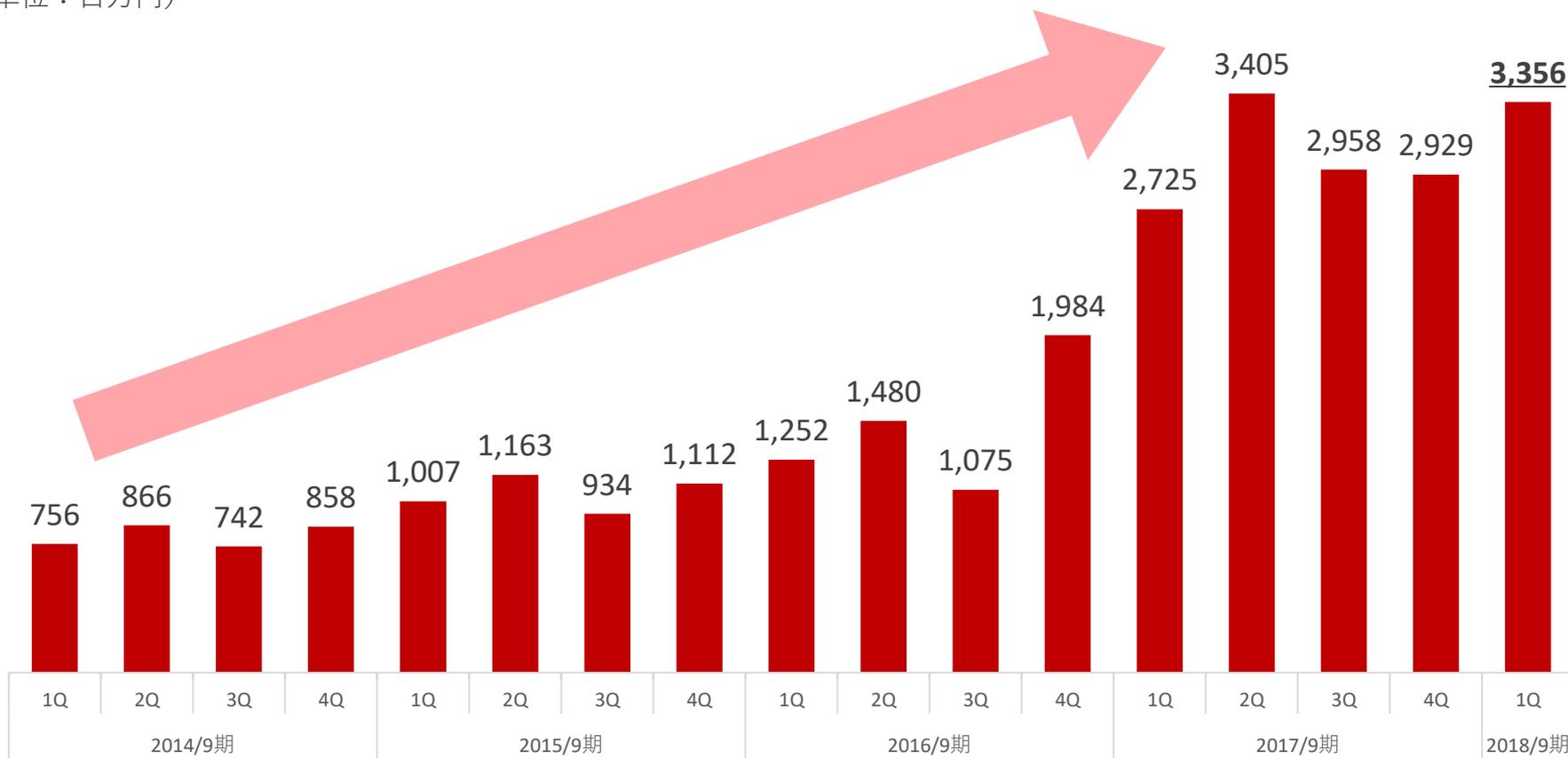
## 2018年9月期第1四半期は想定した通りに進捗



## 連結売上高3,356百万円（前年同四半期比+23.1%、直前四半期比+14.6%）

- 過去第1四半期会計期間では過去最高
- セグメント別の推移は次頁参照

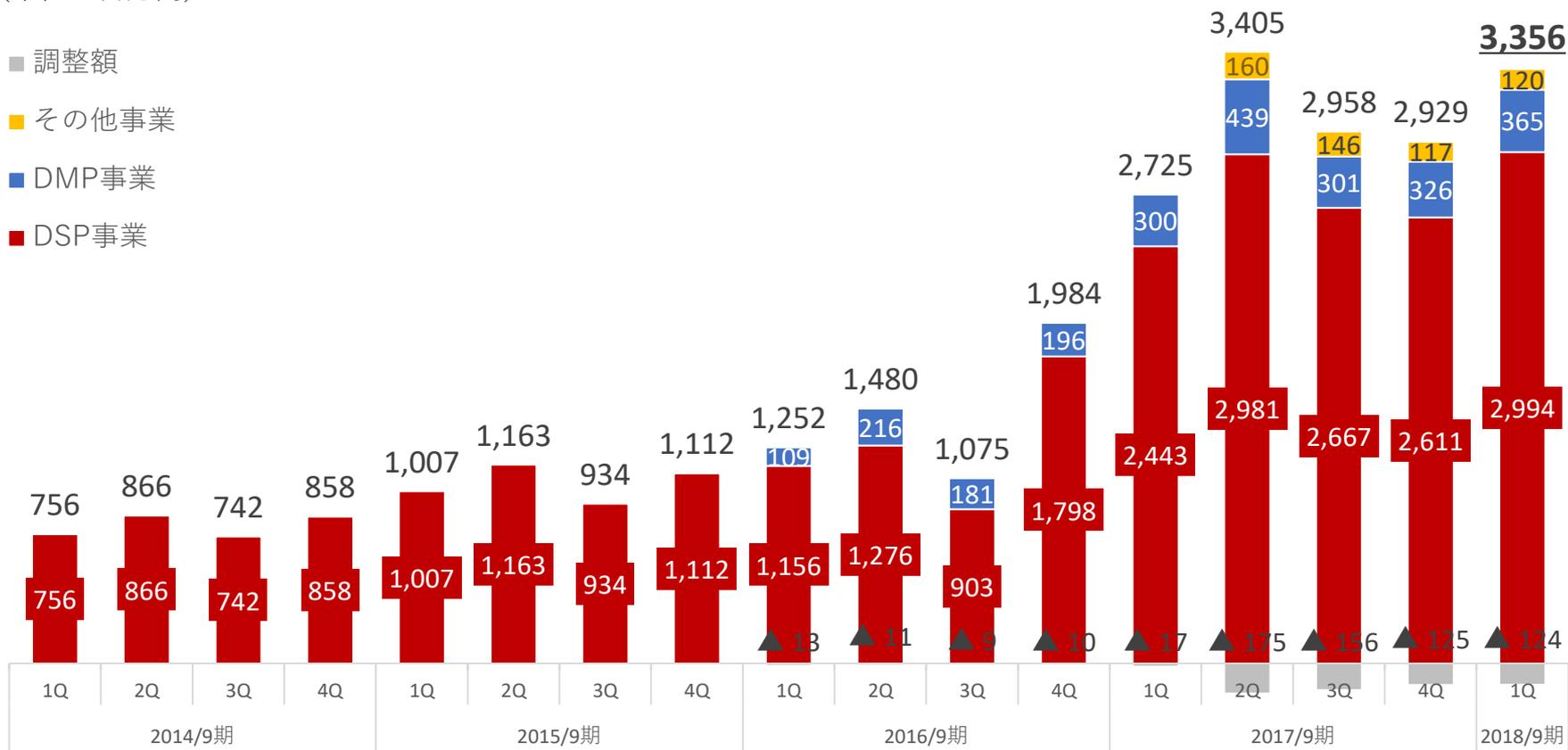
（単位：百万円）



- DSP事業は海外売上的大幅増加により、過去最高売上を達成
- DMP事業はIMが堅調に推移し、前年同期比で増加

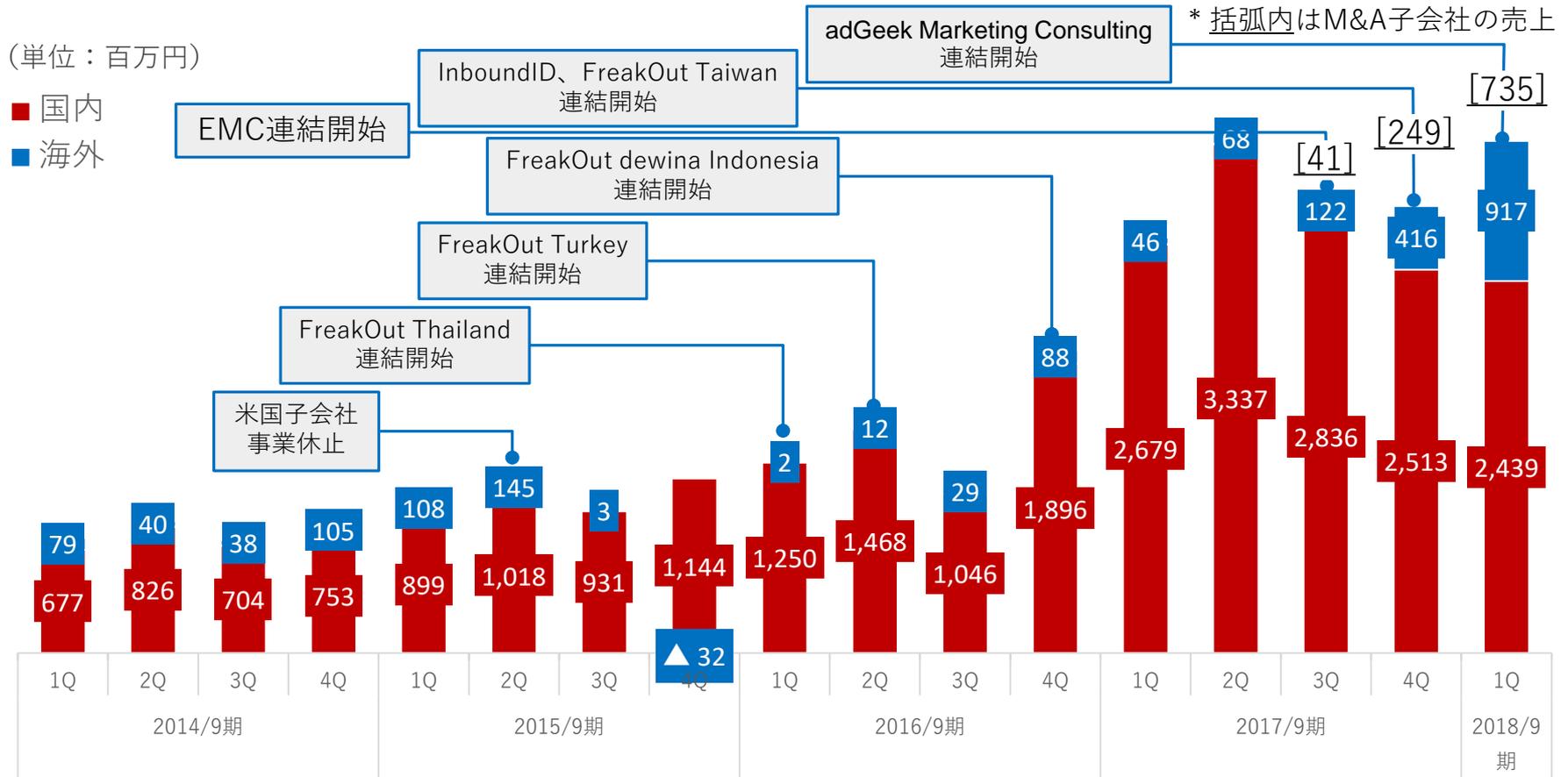
(単位：百万円)

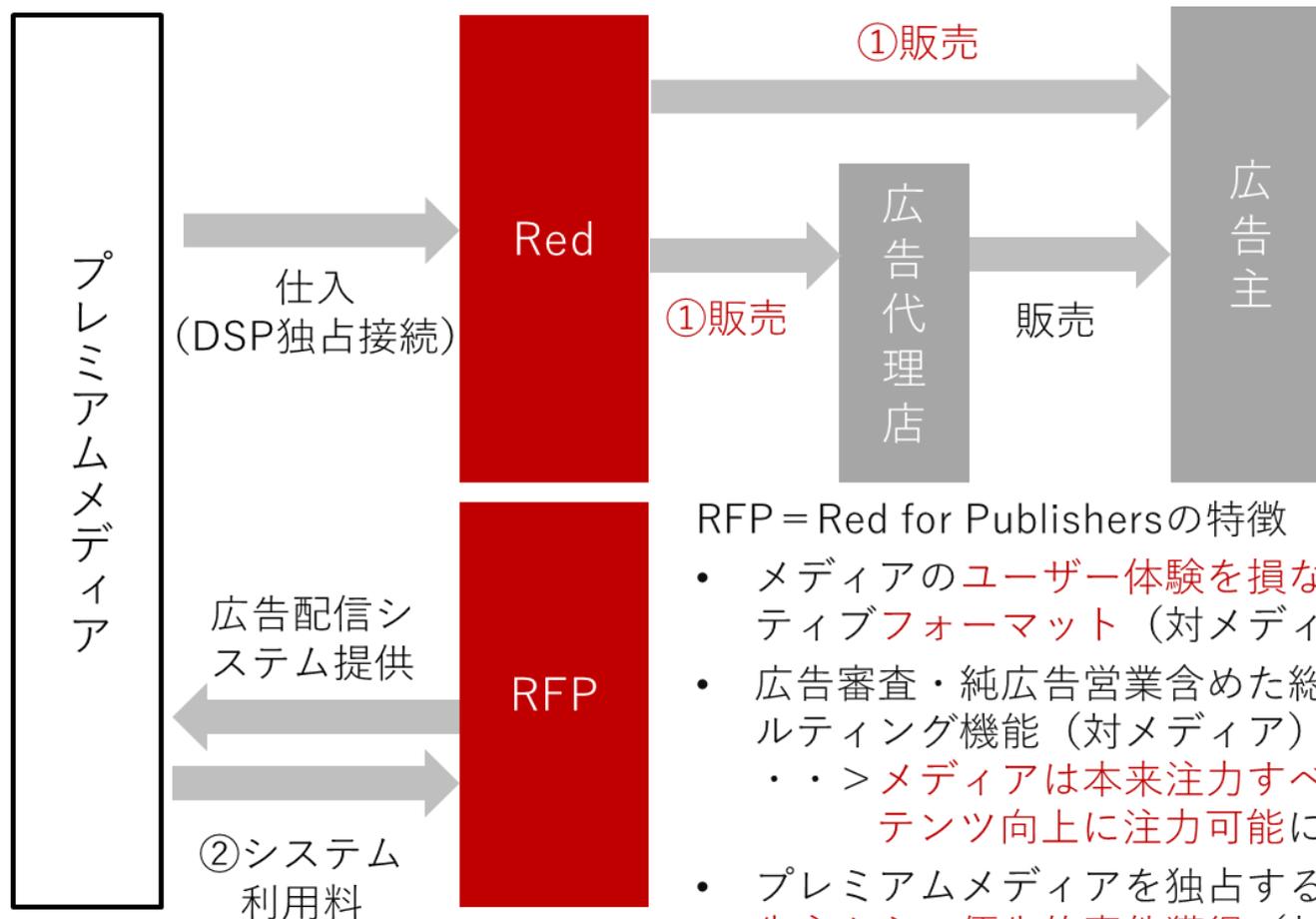
- 調整額
- その他事業
- DMP事業
- DSP事業



# 連結売上高（地域別） 四半期推移

- 国内売上は減少も、新プロダクトRed for Publishersが順調に成長中
- 海外は、設立子会社の堅調な事業進捗による売上増加に、2017年9月期にM&Aした子会社の売上が寄与し大幅増加（前年比20倍）





RFP = Red for Publishersの特徴

- メディアのユーザー体験を損なわないネイティブフォーマット（対メディア・広告主）
- 広告審査・純広告営業含めた総合的なコンサルティング機能（対メディア）
  - ・ ・ >メディアは本来注力すべき集客とコンテンツ向上に注力可能に
- プレミアムメディアを独占することによる広告主からの優先的案件的獲得（対広告主）

マネタイズポイント

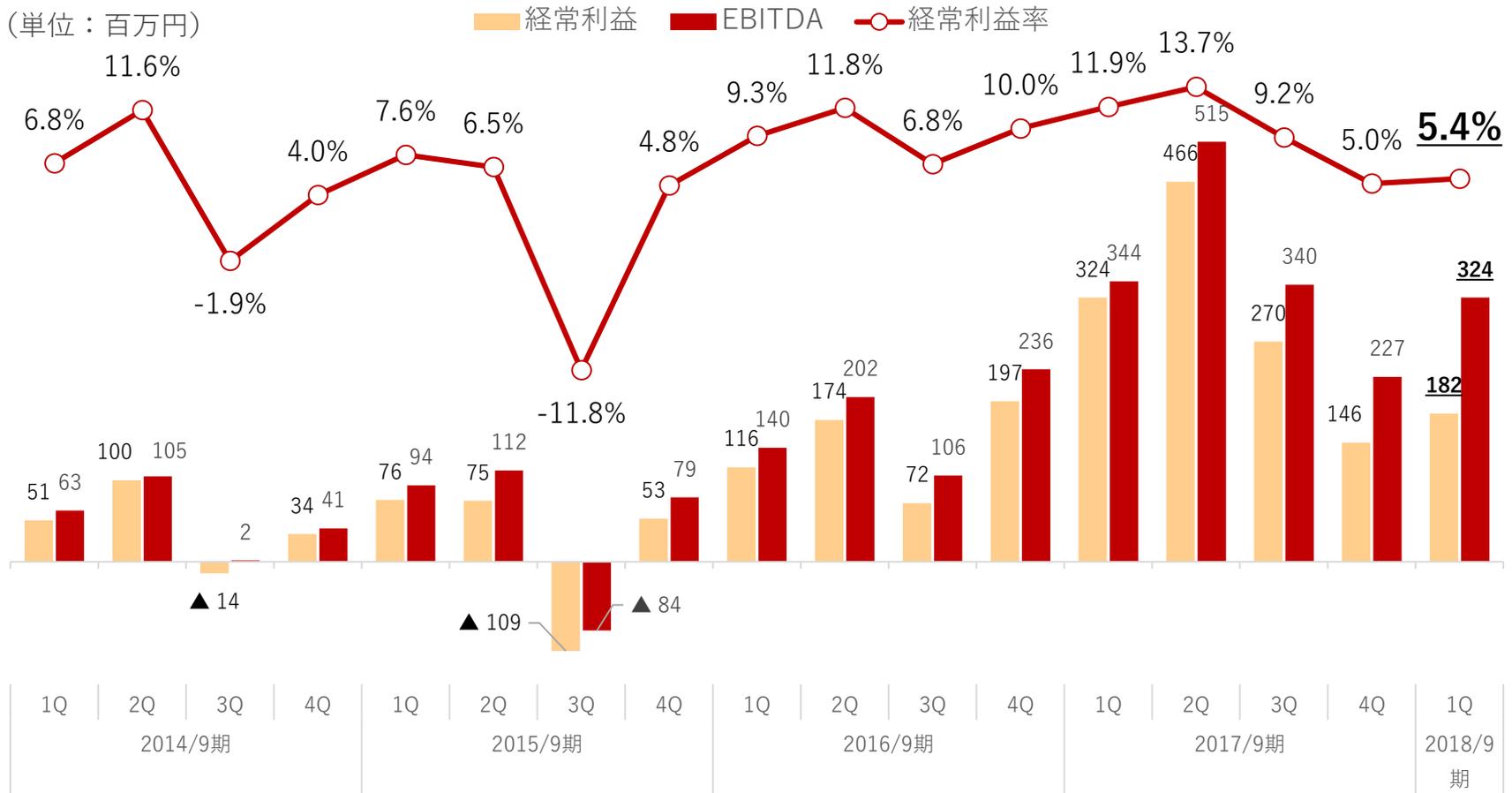
① DSPとしてプレミアムメディアに当社が独占接続⇒DSPとしての売上に貢献

② 広告配信システムをRFPが提供⇒システム利用料として売上貢献

※ 持分法を介さないため、すべての売上・粗利が当社収益に貢献

## 連結EBITDA 324百万円（前年同四半期比▲6.0%、直前四半期比+42.8%）

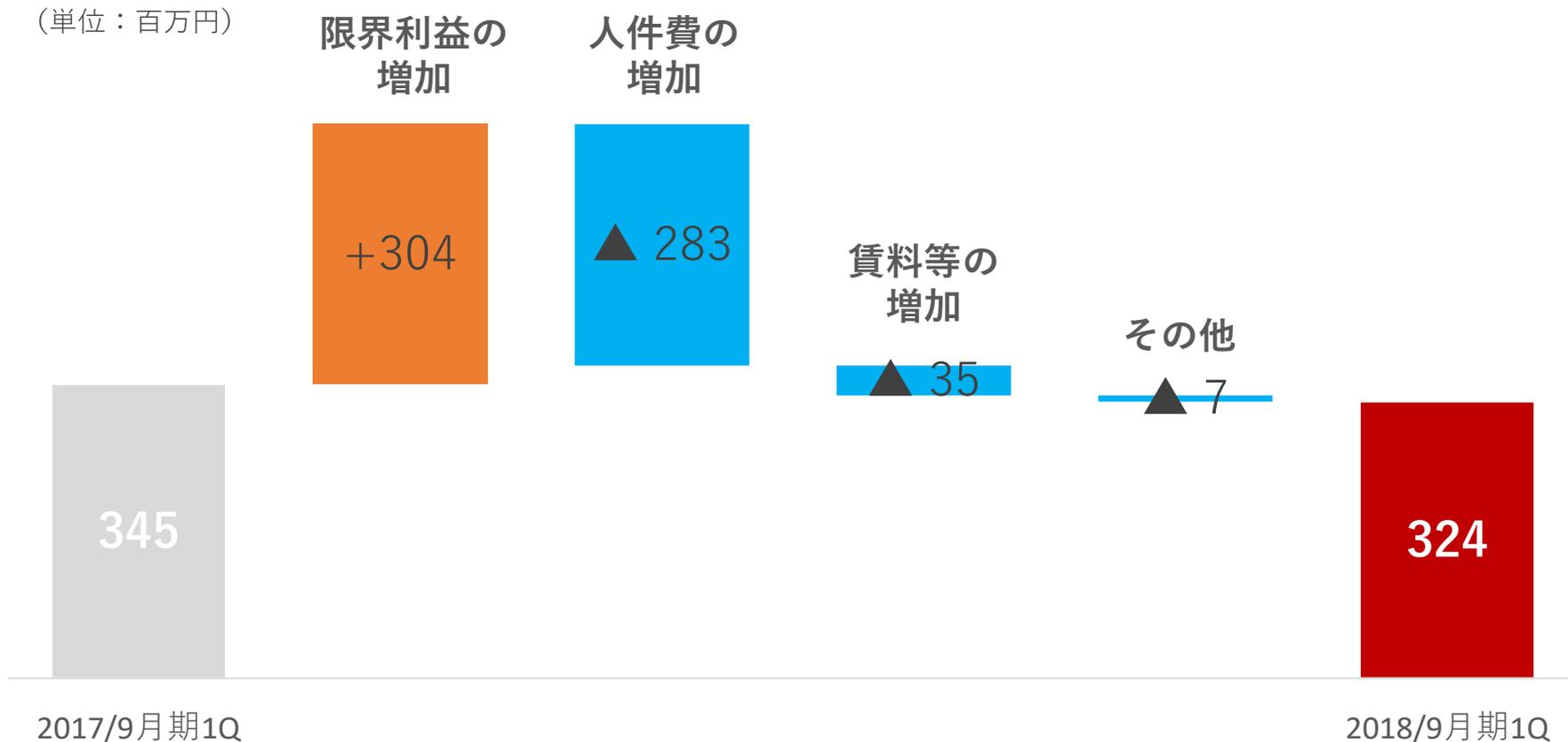
- 新規事業拡大のための子会社への先行投資を継続中
- M&A先を含む海外事業の収益貢献増大



## 連結EBITDA 324百万円（前年同四半期比▲6.0%）

- EBITDAの減少は、人件費の大幅な増加を中心とする、海外・新規事業への先行投資が主たる要因（従業員数は2016年9月末155人⇒2017年9月末417名へと大幅増）

（単位：百万円）



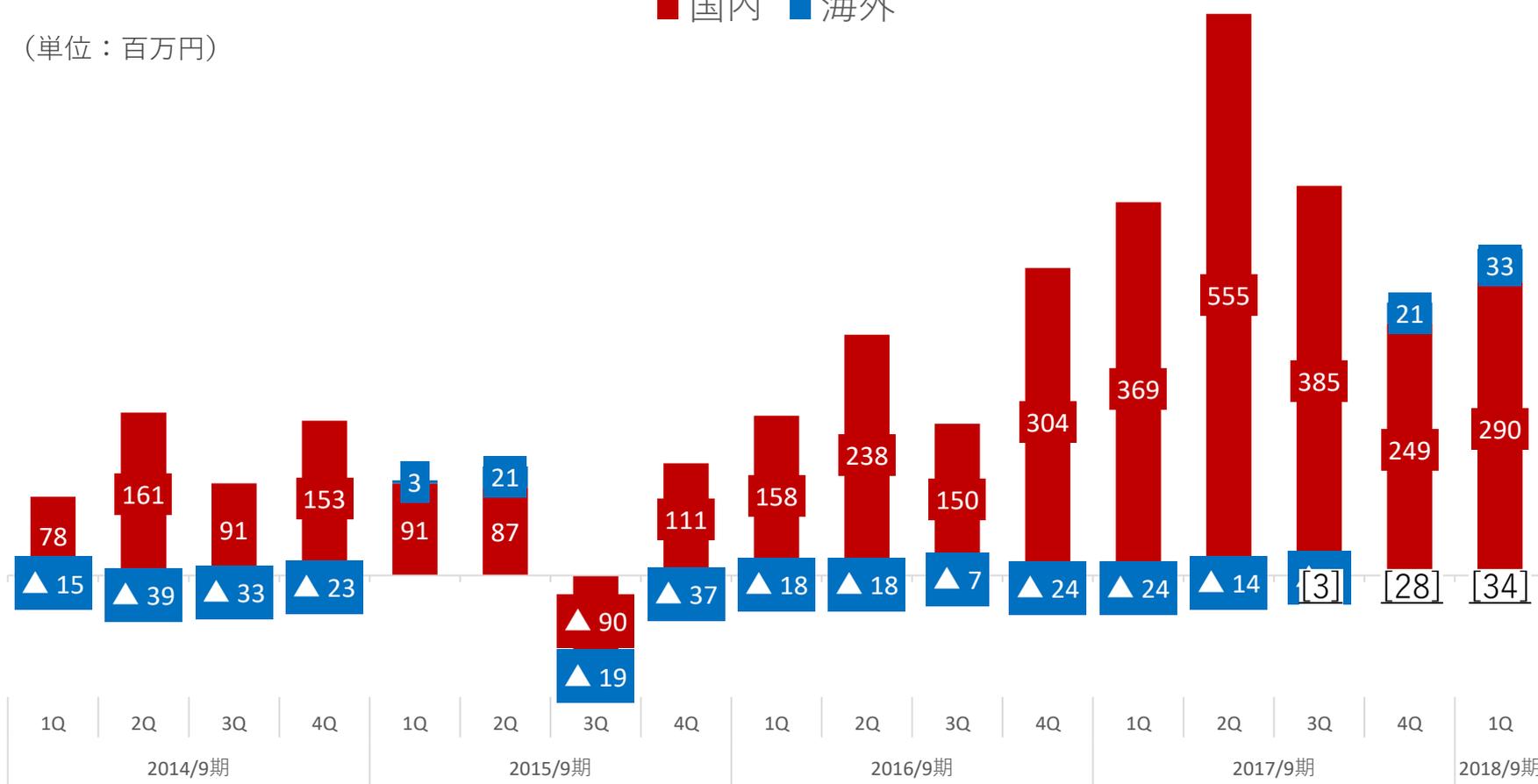
## 連結EBITDA 324百万円（前年同四半期比▲6.0%、直前四半期比+42.8%）

- 国内は新規事業拡大のための子会社への先行投資を継続中
- 海外はM&A連結子会社の貢献により、2018年9月期第1四半期からEBITDAベースで黒字化

\* 括弧内はM&A子会社の数値

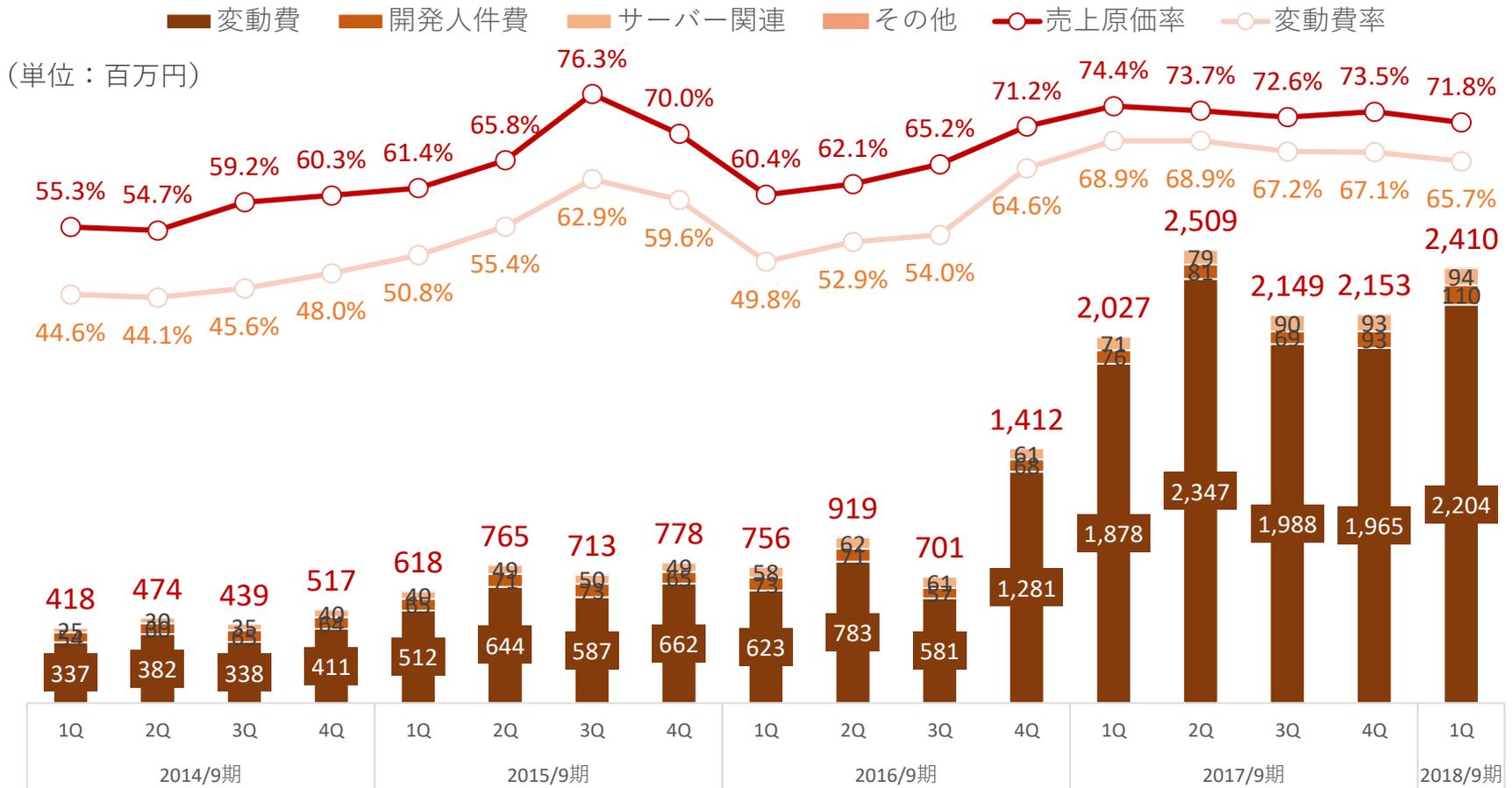
■ 国内 ■ 海外

（単位：百万円）



## 売上原価2,410百万円（前年同四半期比+18.9%、直前四半期比+11.9%）

- 売上増加に伴い変動費は増加するも、変動費率は改善
- 事業強化のためのエンジニア採用を継続し、人件費が増加

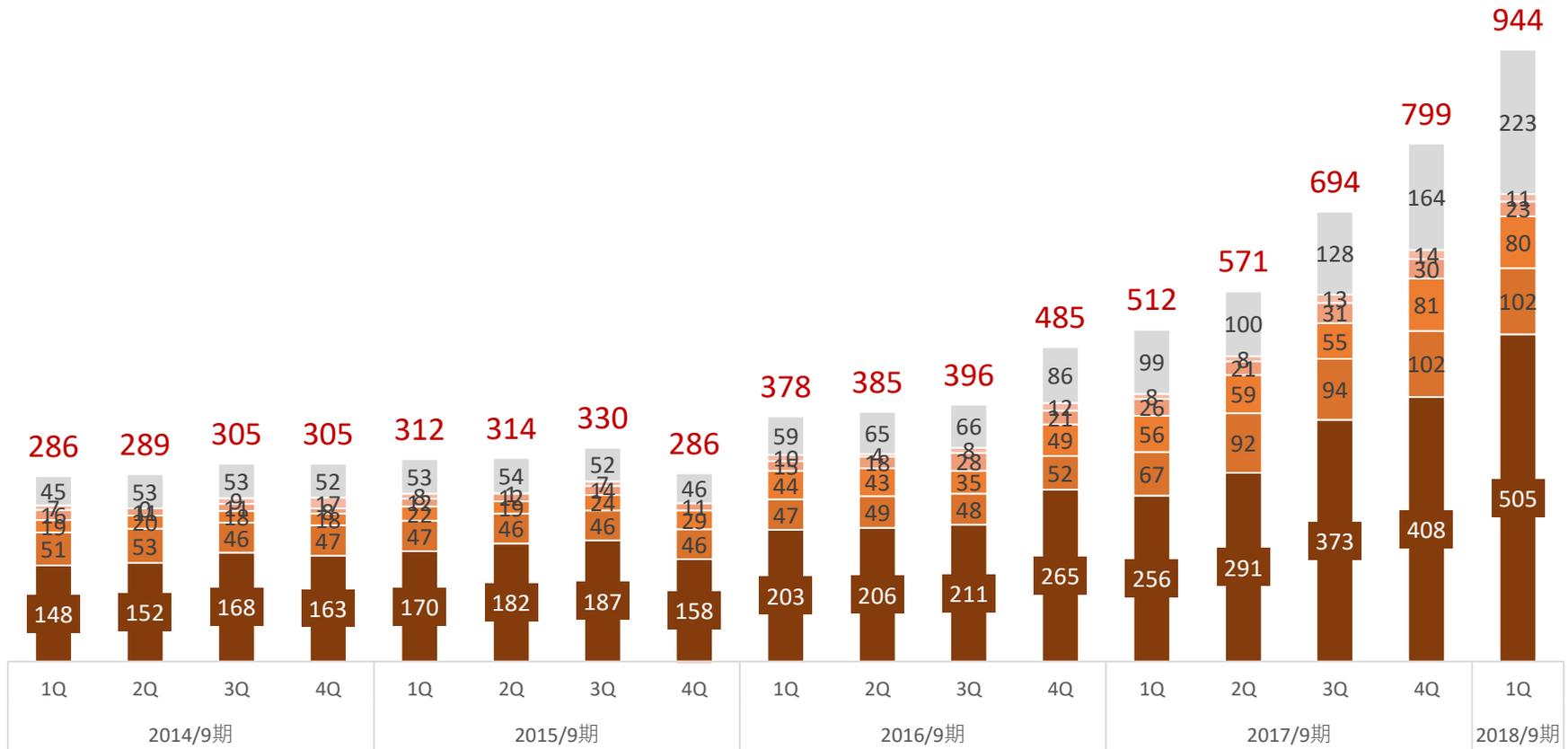


# 【ご参考】 連結販売管理費の推移

## 販売管理費944百万円（前年同四半期比+84.2%、直前四半期比+18.2%）

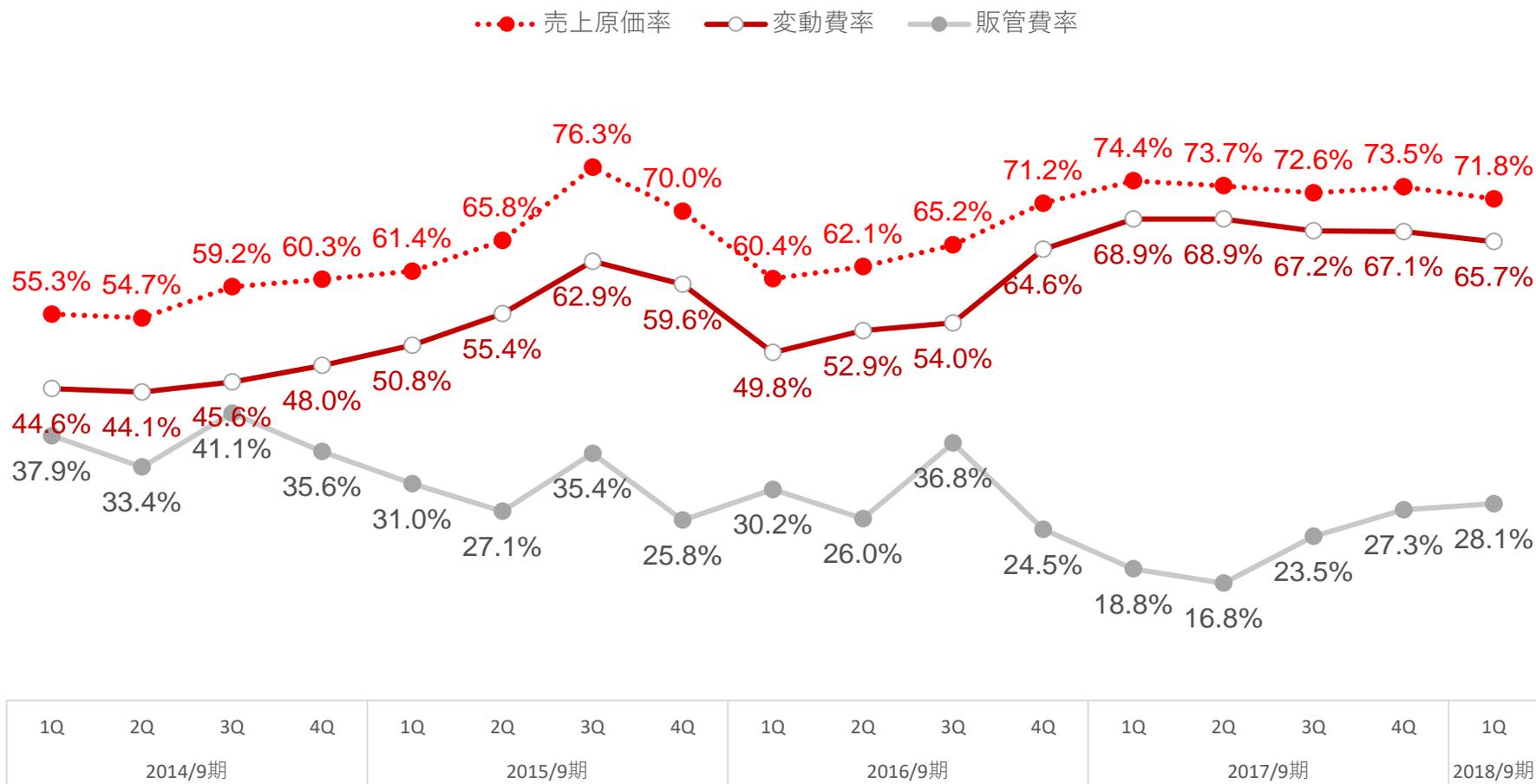
- 事業拡大に伴う従業員数の増加により、人件費は増加傾向
- M&Aによりのれん償却費が前年から大幅に増加（前期比+0.7億円）

（単位：百万円） ■ 人件費 ■ 家賃・水道光熱費 ■ 外注・報酬等 ■ 採用費 ■ 販売費 ■ その他



# 【ご参考】 連結原価率・連結販管費率の推移

- 変動費率 / 売上原価率は減少傾向
- 販管費率は人件費の増加等が寄与し、増加傾向



## Section2 事業の進捗

---

## ■ Visa プリカ、スマホウォレットサービスを提供するカムム社に出資



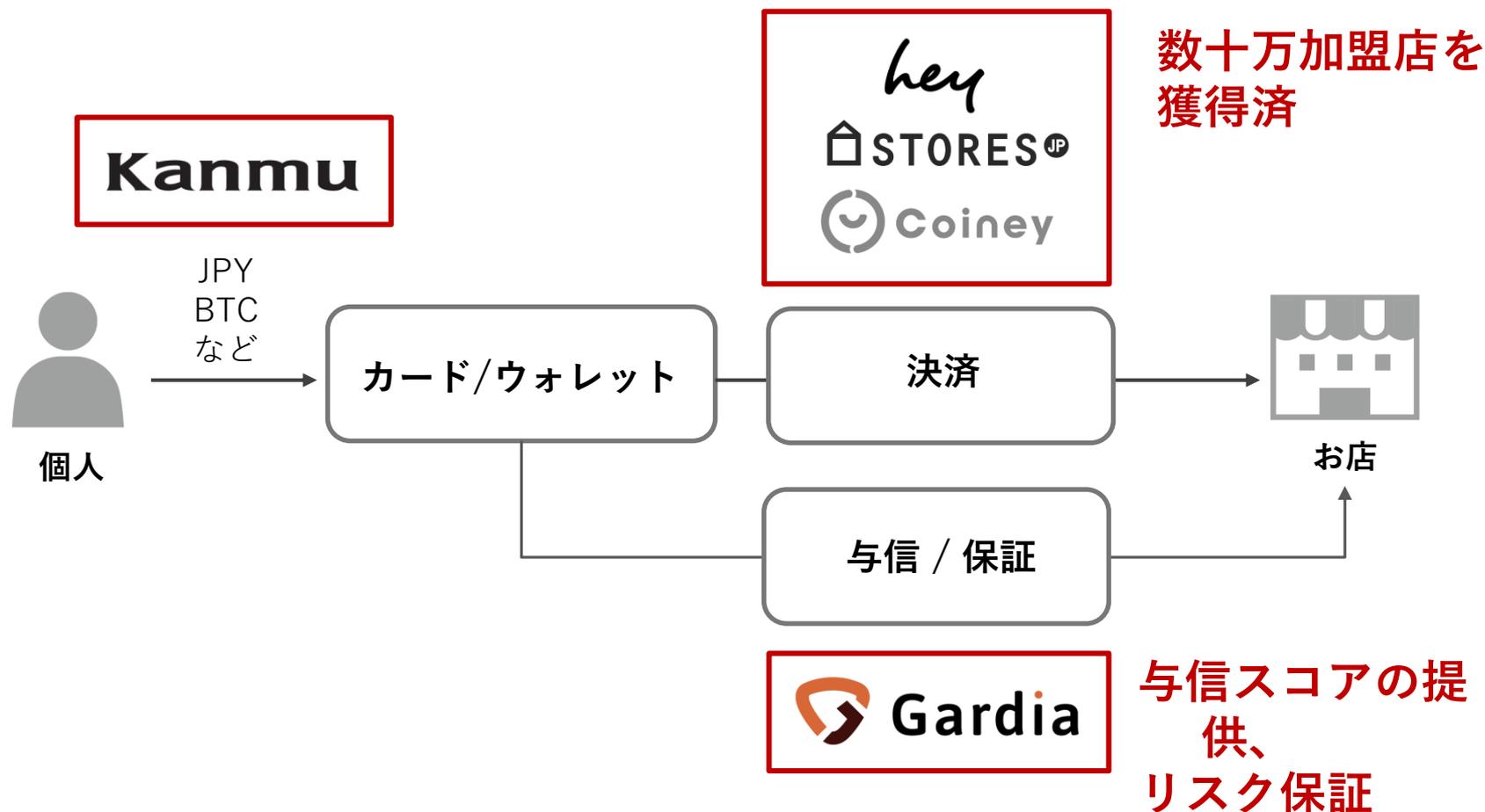
- アプリを入れて1分でVisa決済が可能なユーザー体験
- プロモ本格化前に数十万会員獲得/今期よりプロモ投資
- 代取 佐藤が取締役に就任予定・段階的に出資を続ける意向
- 仮想通貨交換業 登録申請済み

## ■ 決済サービス、ECサイト運営支援サービスを提供するヘイ社に投資



- ヘイ社はコイニー社、ブラケット社経営統合後の親会社
- 短期で1,000億円の流通総額を目指す（過去3年で10倍の成長）
- 約8億円の投資決議済み
- 代取 佐藤がヘイ社 代表取締役に就任予定

会員急成長中+プロモ強化  
今期取扱高数百億円ペースで進捗



- 損益分岐点を超え、黒字化（満稿状態が継続）
- 日本交通以外の東京拠点各社・地方中核都市での増設を近日中に予定
- 海外進出も東南アジア最大手の有力パートナーと試験導入に向けて準備中

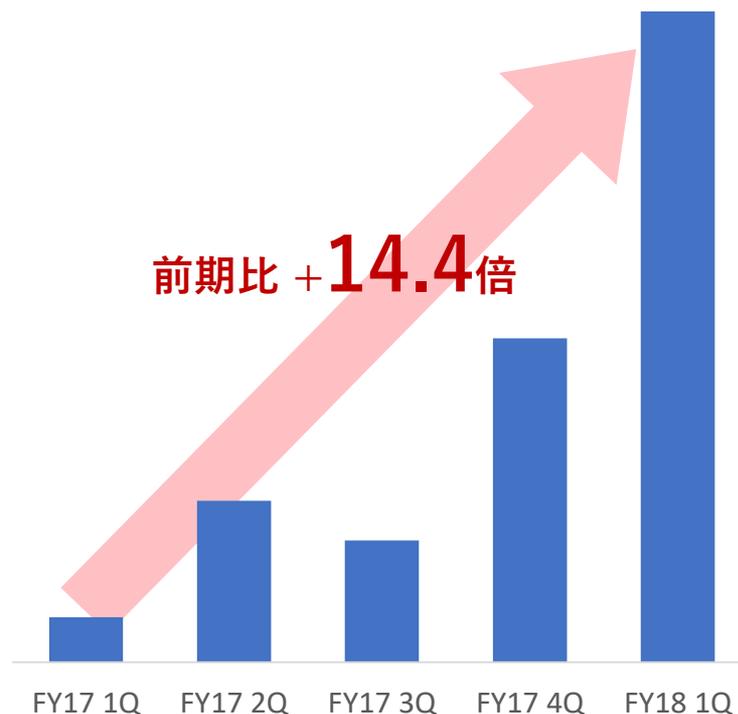
TOKYO PRIME

## 掲載実績

様々なブランド広告主様にご活用いただいております。

出典: Tokyo Prime 広告媒体資料

広告売上は想定を上回るペースで成長



## Section3 Message From CEO

---



# 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

---

単位：百万円	2017年12月末	2017年9月末	差異	増減率
流動資産	8,242	5,578	2,664	47.8%
（うち現預金）	5,609	3,153	2,455	77.9%
固定資産	5,246	4,413	832	18.9%
総資産合計	13,489	9,992	3,497	35.0%
流動負債	3,574	4,943	▲1,368	▲27.7%
固定負債	5,167	734	4,433	603.8%
純資産	4,746	4,314	432	10.0%
負債純資産合計	13,489	9,992	3,497	35.0%

単位：百万円	2018年9月期 第1四半期	2017年9月期 第1四半期	前年 同四半期比	2017年9月期 第4四半期	直前 四半期比
変動費	2,204 65.7%	1,878 68.9%	+17.4%	1,965 67.1%	+12.1%
開発人件費	110 3.3%	76 2.8%	+43.5%	93 3.2%	+18.5%
通信費	77 2.3%	57 2.1%	+35.1%	70 2.4%	+10.1%
減価償却費	16 0.5%	14 0.5%	+19.0%	23 0.8%	▲28.7%
その他	1 0.0%	1 0.0%	+19.4%	1 0.0%	+21.4%
売上原価計	2,410 71.8%	2,027 74.4%	+18.9%	2,153 73.5%	+11.9%

\* 括弧内は対売上高比

単位：百万円	2018年9月期 第1四半期	2017年9月期 第1四半期	前年 同四半期比	2017年9月期 第4四半期	直前 四半期比
人件費	505 15.1%	256 9.4%	+97.3%	408 14.0%	+23.6%
家賃・水道光熱費	102 3.0%	67 2.5%	+52.1%	102 3.5%	▲0.7%
採用費	80 2.4%	56 2.1%	+42.1%	81 2.8%	▲1.4%
外注・報酬等	23 0.7%	26 1.0%	▲12.0%	30 1.0%	▲23.1%
販売費	11 0.3%	8 0.3%	+38.5%	14 0.5%	▲20.5%
その他	221 0.0%	98 0.0%	+126.2%	161 0.0%	+37.4%
販管費計	944 28.1%	512 18.8%	+84.2%	799 27.3%	+18.2%

\* 括弧内は対売上高比



## 2. 会社概要

---

会社名	株式会社フリークアウト・ホールディングス			
設立	2010年10月1日			
資本金	11億7,337万円			
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Global CEO	本田 謙	取締役（常勤監査等委員）	柳澤 文夫
	代表取締役社長	佐藤 裕介	取締役（監査等委員）	片井 ふみ
	取締役Global COO	安倉 知弘	取締役（監査等委員）	渡辺 英治
	取締役CFO	永井 秀輔		
事業内容	グループ会社株式保有によるグループ経営戦略の策定・管理			
従業員数	417名（連結）			
発行済株数	13,156,400株			
主要株主	本田 謙			39.63%
	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社			12.73%
	ドイツ証券			8.41%
	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			4.33%
	日本マスタートラスト信託銀行株式会社			3.06%

2010年	10月	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社設立 2011年～2013年は、有価証券報告書をご参照ください</li> </ul>
2014年	6月	<ul style="list-style-type: none"> <li>東証マザーズに上場</li> <li>M.T.Burn株式会社がネイティブ広告プラットフォーム「AppDavis」（現「Hike」）をリリース。</li> </ul>
	10月	<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪に関西支社設立</li> </ul>
	12月	<ul style="list-style-type: none"> <li>タイ王国バンコク市に子会社 FreakOut (Thailand) Co.,Ltd.（現連結子会社）を設立。</li> </ul>
2015年	7月	<ul style="list-style-type: none"> <li>トルコ共和国イスタンブール市に子会社 FreakOut Bilişim Reklam ve İletişim Hizmetleri Anonim Şirketi（現 連結子会社）を設立。</li> </ul>
	10月	<ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社インティメート・マージャーを子会社化</li> </ul>
	12月	<ul style="list-style-type: none"> <li>インドネシア共和国ジャカルタ市にPT. FreakOut dewina Indonesia（現連結子会社）を設立。</li> </ul>
2016年	1月	<ul style="list-style-type: none"> <li>M.T.Burn株式会社がLINE株式会社と資本業務提携契約を締結。</li> </ul>
	5月	<ul style="list-style-type: none"> <li>モバイルマーケティングプラットフォーム「Red」をリリース</li> </ul>
	6月	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本交通とフリークアウトが合併会社「株式会社IRIS」を設立しIoT型デジタルサイネージ事業を開始</li> </ul>
	7月	<ul style="list-style-type: none"> <li>中華圏の拠点として台湾に子会社 FreakOut Taiwan Co.,Ltd.を設立</li> </ul>
	8月	<ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社電子広告社を連結子会社化</li> </ul>
2017年	1月	<ul style="list-style-type: none"> <li>持株会社制へ移行に伴い、株式会社フリークアウト・ホールディングスへ商号及び事業内容を変更</li> <li>新設分割により事業会社として株式会社フリークアウトを設立</li> <li>インドネシア国のPT Gema Teknologi Cahaya Gemilangを連結子会社化</li> </ul>
	3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>クラウド型採用管理システムを展開する(株)タレントィオを連結子会社化</li> </ul>
	7月	<ul style="list-style-type: none"> <li>東南アジアの拠点として、ベトナム・マレーシア・フィリピンに子会社FreakOut Vietnam Co., Ltd、FreakOut Malaysia Sdn. Bhd.、FreakOut Philippines Inc. を設立</li> <li>南アジア初の拠点として、インドに子会社FreakOut Technology Private Limitedを設立</li> <li>中東に子会社شركة كاوشگران نرم افزار فرید سهامی خاصを設立</li> </ul>
	9月	<ul style="list-style-type: none"> <li>adGeek Marketing Consulting Co.,Ltd.を連結子会社化、株式会社adGeekを設立</li> <li>媒体社への独自広告配信プラットフォーム開発・運用支援を目的とした新プロダクトRed for Publishersをリリース</li> </ul>

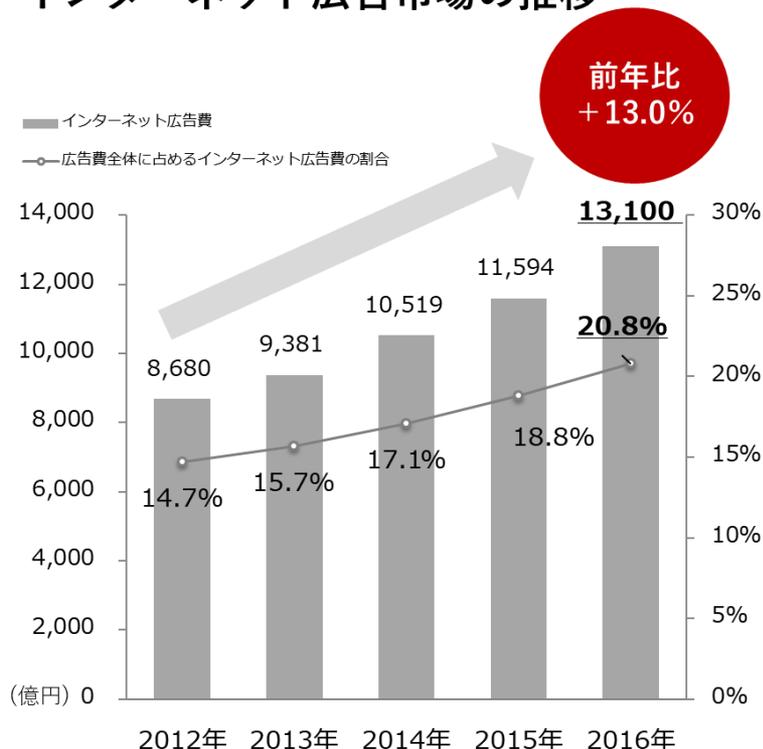


### 3. 市場規模

---

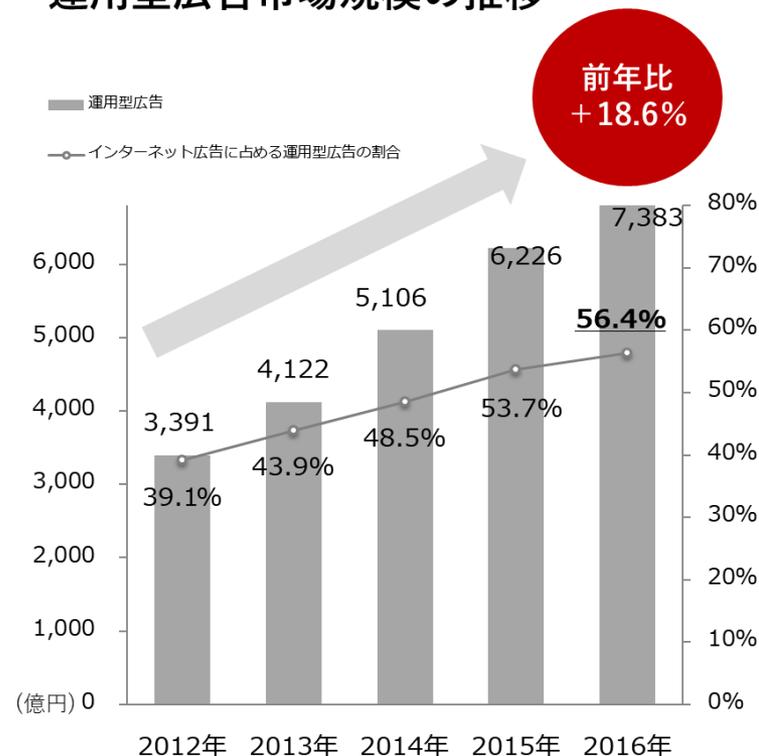
- 国内のインターネット広告市場は前年比+13.0%と継続的に拡大
- その中でも運用型広告<sup>\*1</sup>は、検索連動型・RTBを中心に前年比+18.6%と成長

## インターネット広告市場の推移



出所：電通「日本の広告費 2016」

## 運用型広告市場規模の推移

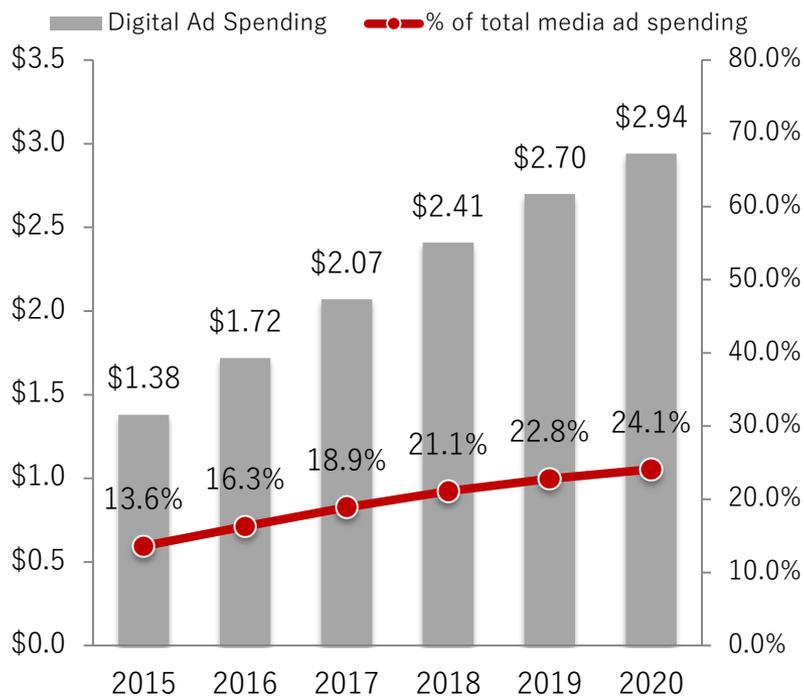


出所：電通「日本の広告費 2016」

\*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。

- 東南アジアにおけるデジタル広告市場は継続的に拡大
- 広告市場に占めるデジタル広告費の割合は上昇傾向

**Digital Ad Spending in Southeast Asia\*, 2015-2020**  
(billions and % of total media ad spending)



\* Southeast Asia: Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, Thailand and Vietnam.

**Digital Ad Spending Share of Total Media Ad Spending in Select Countries in Asia-Pacific, 2015-2020**  
(% of total media ad spending)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Taiwan	30.1%	35.8%	40.4%	44.6%	48.1%	51.0%
Singapore	16.9%	20.3%	23.8%	27.2%	29.6%	30.8%
Hong Kong	15.7%	18.4%	20.4%	21.8%	23.1%	24.0%
Malaysia	14.3%	17.0%	19.7%	22.3%	23.9%	25.2%
Philippines	13.1%	16.2%	18.7%	21.0%	22.9%	24.2%
Vietnam	13.0%	16.0%	18.4%	20.6%	22.5%	23.6%
Thailand	12.7%	15.1%	17.5%	19.8%	21.5%	22.7%
Indonesia	12.5%	14.8%	17.1%	18.8%	20.1%	21.5%



**FreakOut**  
Holdings