



株式会社フリークアウト・ホールディングス

2018/9期 第2四半期
決算説明資料

2018年4月27日

Section1 2018年度9月期第2四半期決算の概要

- 1. 四半期実績
- 2. 上期実績

Section2 事業の進捗について

- 1. デジタルサイネージ事業 IRIS
- 2. 海外事業
- 3. 国内広告事業

※今回の決算説明会の内容につきましては、弊社HPにて近日中に公開予定でございます。

Section1 2018年度9月期第2四半期決算の概要

1. 四半期実績

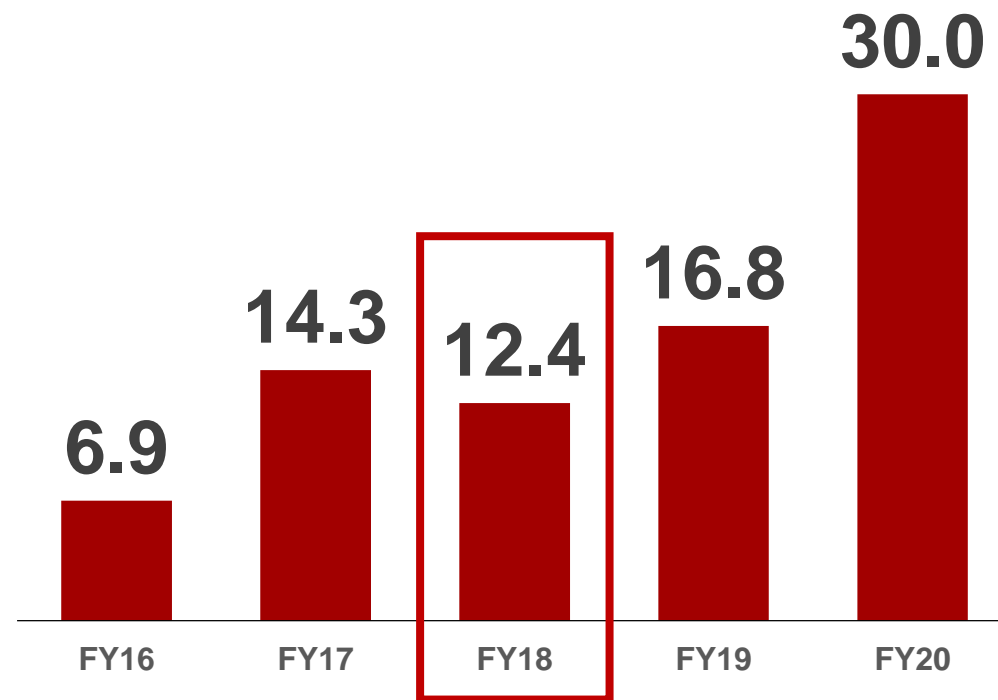
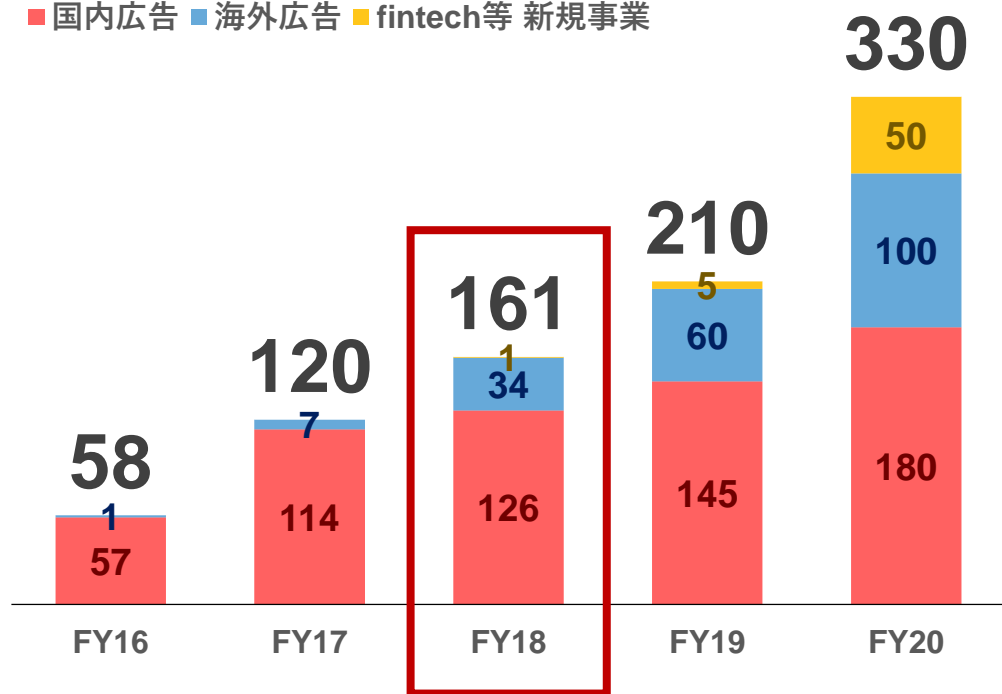
※今回の決算説明会の内容につきましては、弊社HPにて近日中に公開予定でございます。

**FY20 売上 330億円、EBITDA30億円のグループへ
FY18はFY20の数値達成に向けた投資フェイズ**

売上 (単位:億円)

EBITDA (単位:億円)

■ 国内広告 ■ 海外広告 ■ fintech等 新規事業



連結売上高

35.1億円 (前年2Q比+1.1億円 +3.1% / 直前Q比+1.5億円 +4.5%)

- (前年2Q比)過去最高四半期売上更新
- (前年2Q比)海外広告の新規M&A先が売上増に貢献
- (直前Q比)国内広告が順調に売上増、海外M&A先の売上減

連結EBITDA

3.2億円 (前年2Q比▲1.9億円 ▲37.2% / 直前Q比▲0.0億円 ▲0.1%)

- (前年2Q比)新規拠点展開等の先行投資による影響で減収
- (前年2Q比)関連取扱額TOPメディアの売上減の影響により減益
- (直前Q比)海外M&A先が減益

連結経常利益

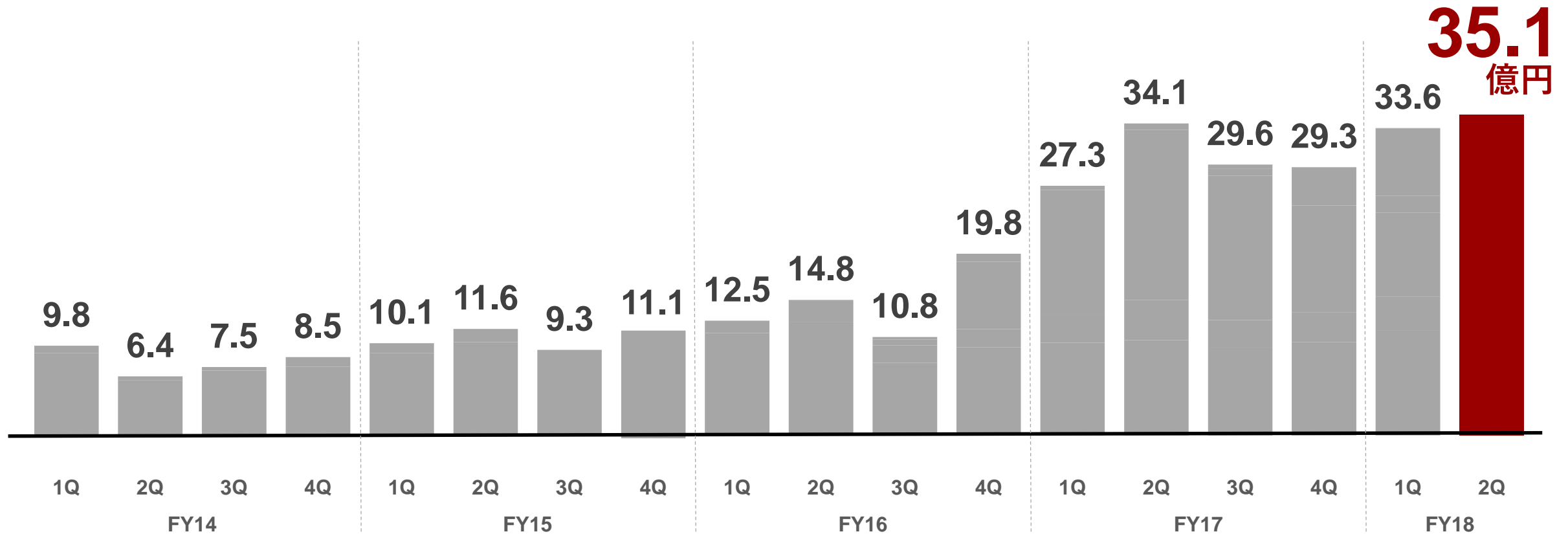
1.7億円 (前年2Q比▲2.9億円 ▲63.1% / 直前Q比▲0.1億円 ▲5.7%)

- (前年2Q比)上記先行投資の他M&Aによるのれん償却費が増加(+0.8億円)
- (直前Q比)上記連結EBITDAの減益要因により減益

**1.重要性の増に伴い海外子会社(マレーシア法人)の
新規連結開始**

2.M&Aを実施したDigitiv、DotGFの新規連結開始

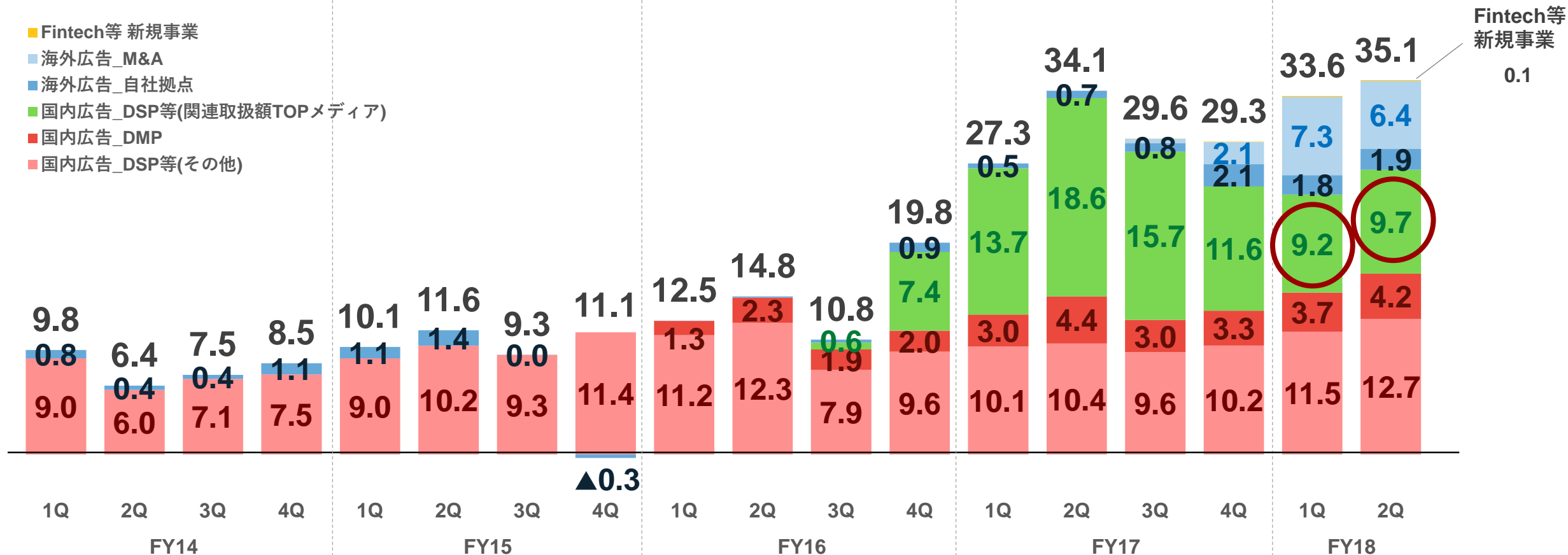
過去最高の四半期売上を記録



※中期計画値の区分に合わせているため、有価証券報告書のセグメント数値と一致しません

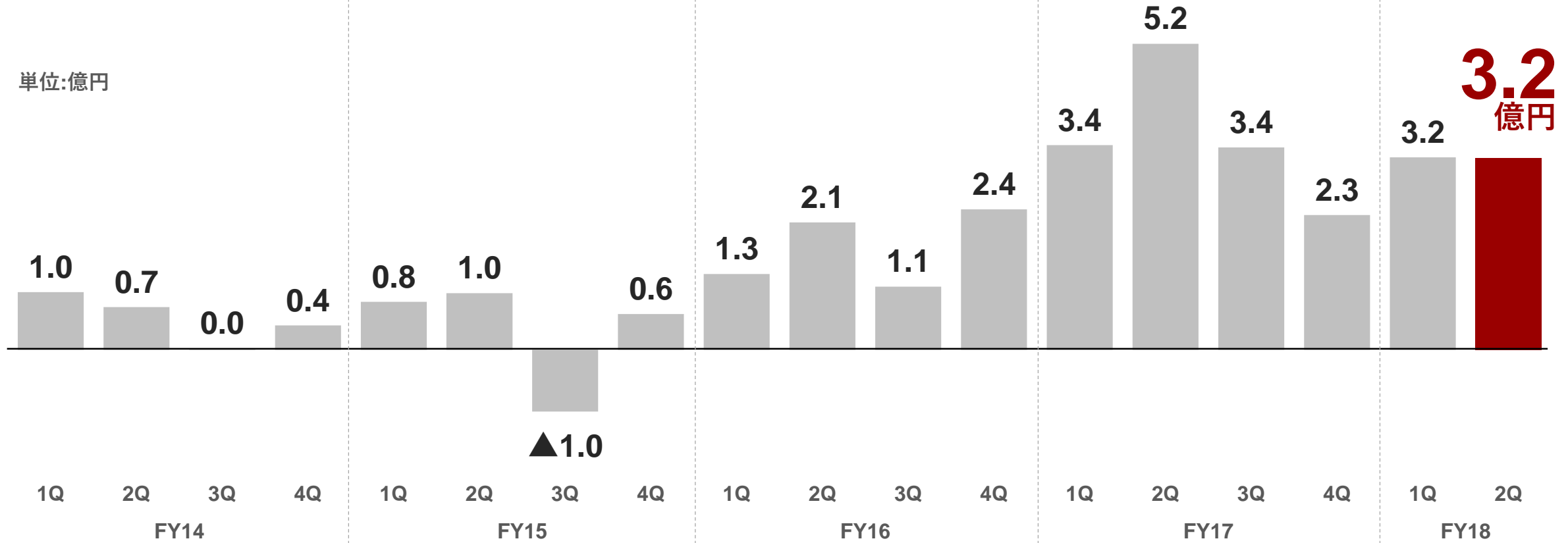
単位:億円

- Fintech等 新規事業
- 海外広告_M&A
- 海外広告_自社拠点
- 国内広告_DSP等(関連取扱額TOPメディア)
- 国内広告_DMP
- 国内広告_DSP等(その他)



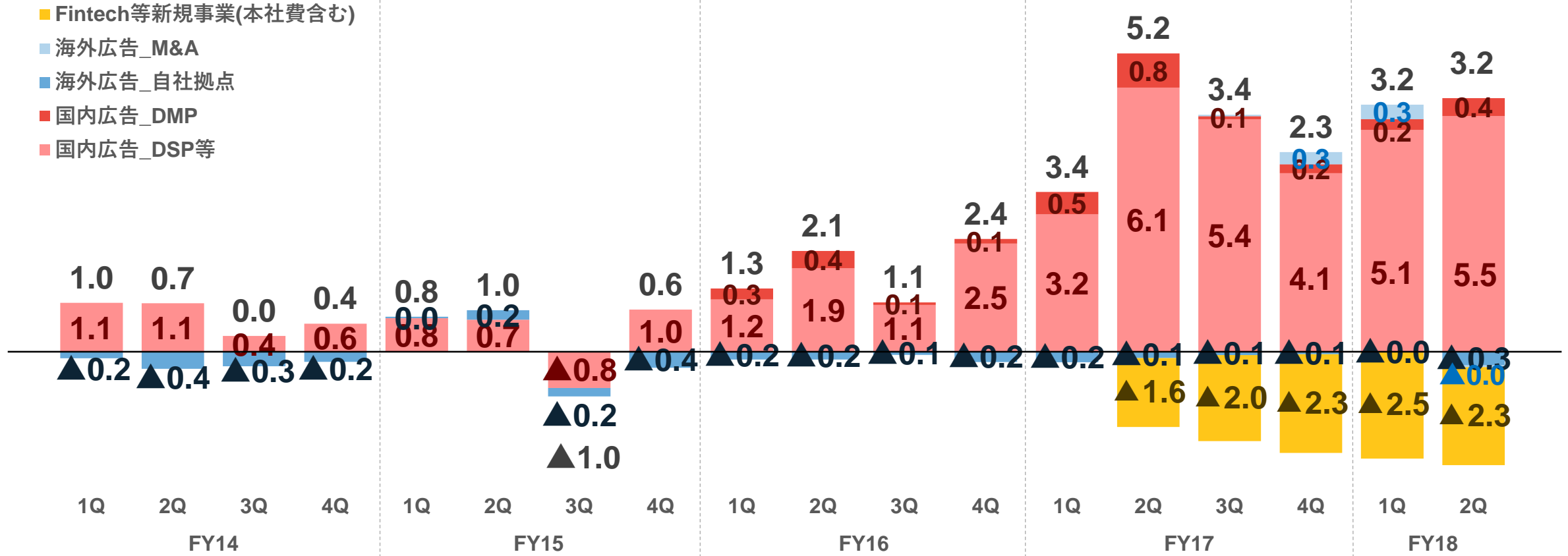
※中期計画値の区分に合わせているため、有価証券報告書のセグメント数値と一致しません
 ※海外広告_M&Aのうち、当四半期から連結したDigitiv、DotGFの売上が合計で1億円強貢献

単位:億円

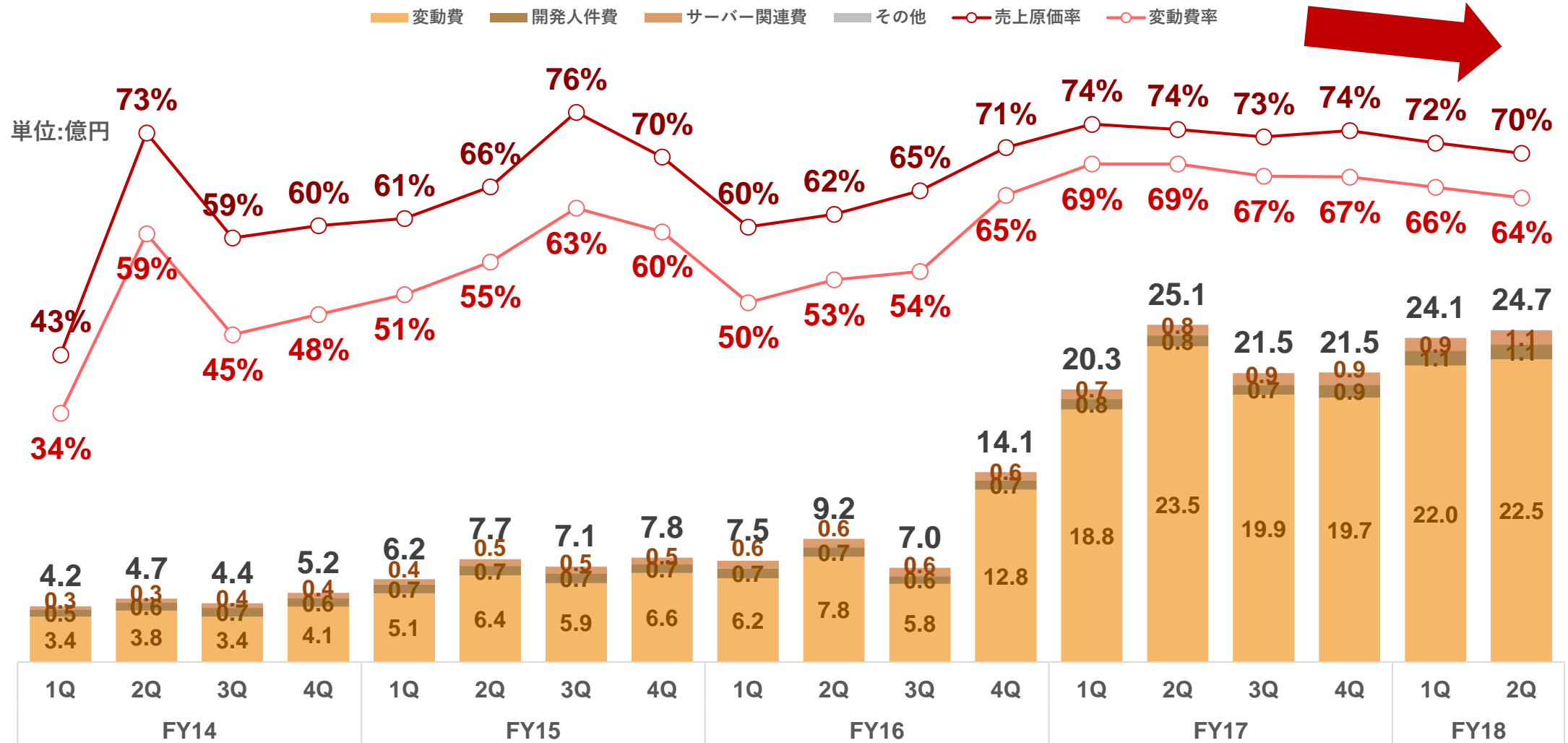


連結EBITDA（セグメント別/地域別） 四半期推移

- Fintech等新規事業(本社費含む)
- 海外広告_M&A
- 海外広告_自社拠点
- 国内広告_DMP
- 国内広告_DSP等



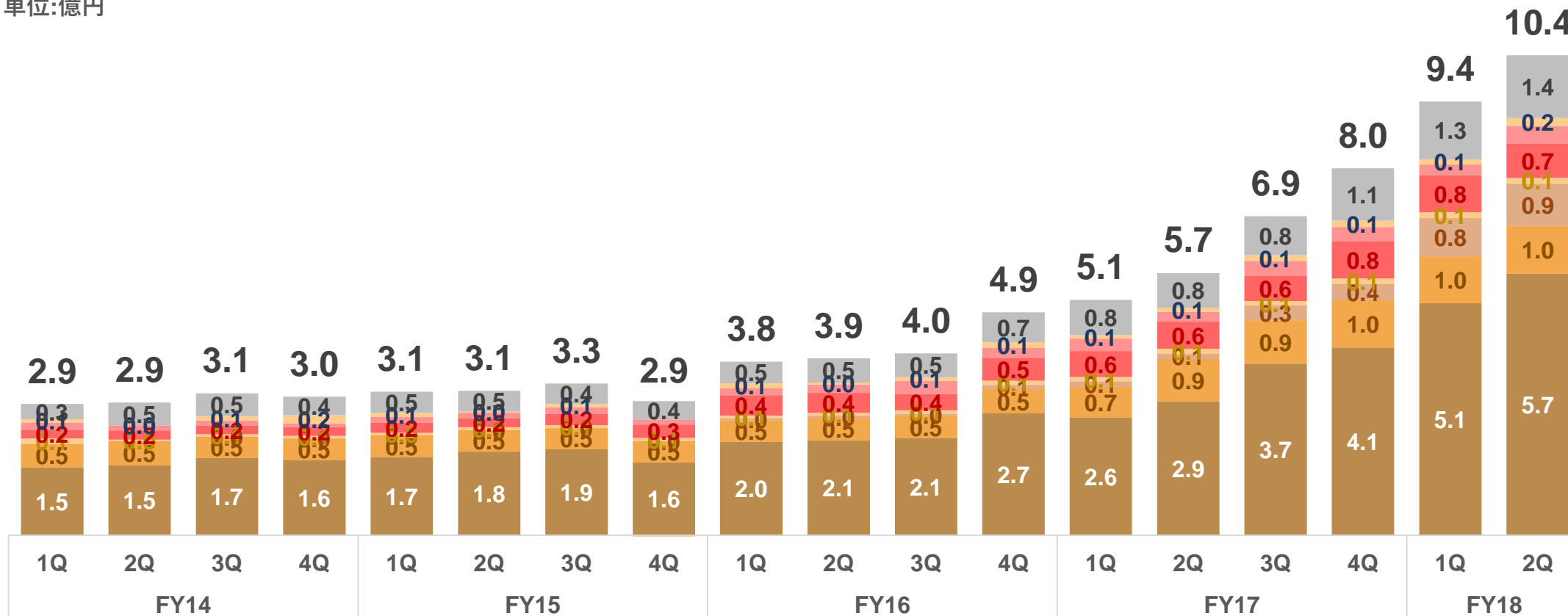
【ご参考】 連結売上原価の推移



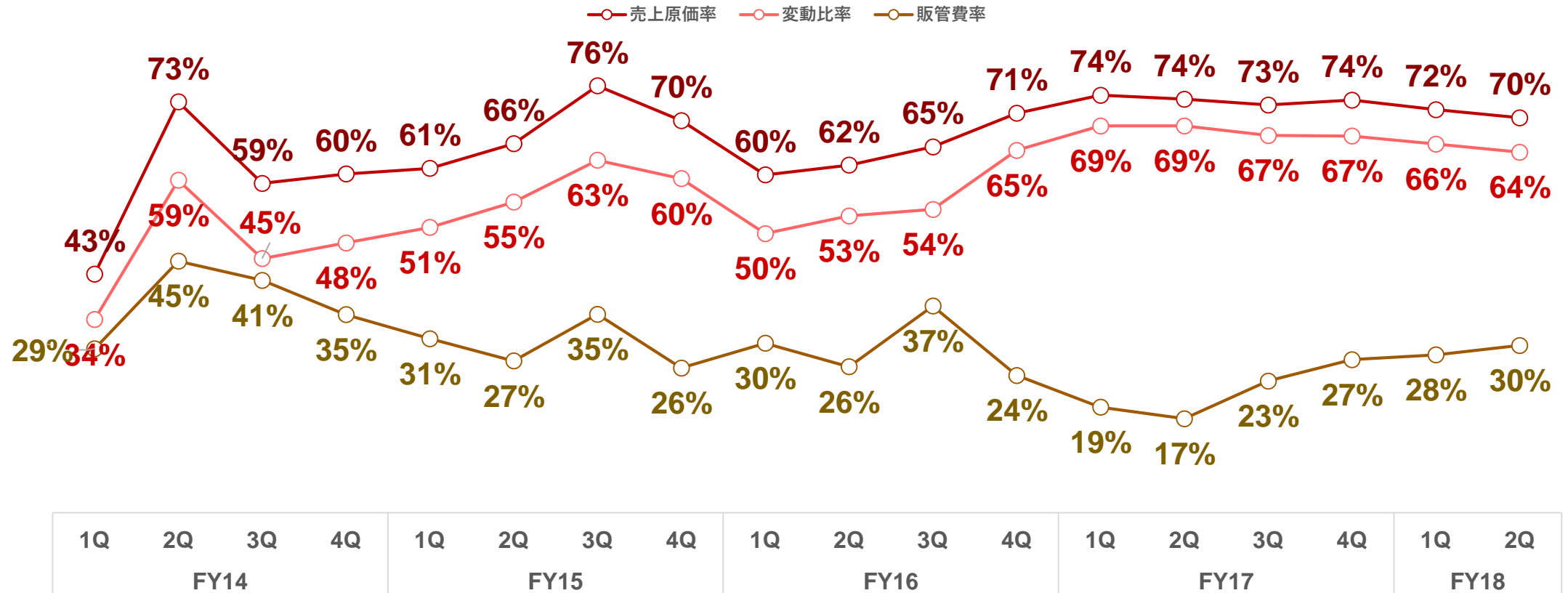
M&Aにより償却費（のれん）/人件費等が増

単位:億円

■人件費 ■家賃・水道光熱費 ■のれん償却費 ■減価償却費 ■外注・報酬等 ■採用費 ■販売費



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



単位：百万円	FY17				FY18	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
営業利益	185	325	114	▲24	1	▲6
持分法投資利益	124	149	161	180	210	206
のれん償却費	12	12	32	36	83	92
減価償却費	23	29	33	35	30	33
EBITDA	345	516	341	227	324	324
為替差損益	16	▲4	▲5	▲5	▲7	▲24
支払利息	▲1	▲2	▲3	▲5	▲6	▲5
資金調達費用	0	0	0	0	▲19	0
のれん償却費	▲12	▲12	▲32	▲36	▲83	▲92
減価償却費	▲23	▲29	▲33	▲35	▲30	▲33
その他	1	▲2	4	1	3	2
経常利益	324	467	271	147	183	172

Section1 2018年度9月期第2四半期決算の概要

2. 上期実績

※今回の決算説明会の内容につきましては、弊社HPにて4月27日(金)に公開予定でございます。

連結売上高

68.6億円（前年上期比+7.3億円 +11.9%）

- ・ 海外広告の新規M&A先が売上増に貢献
- ・ 過去最高売上更新

連結EBITDA

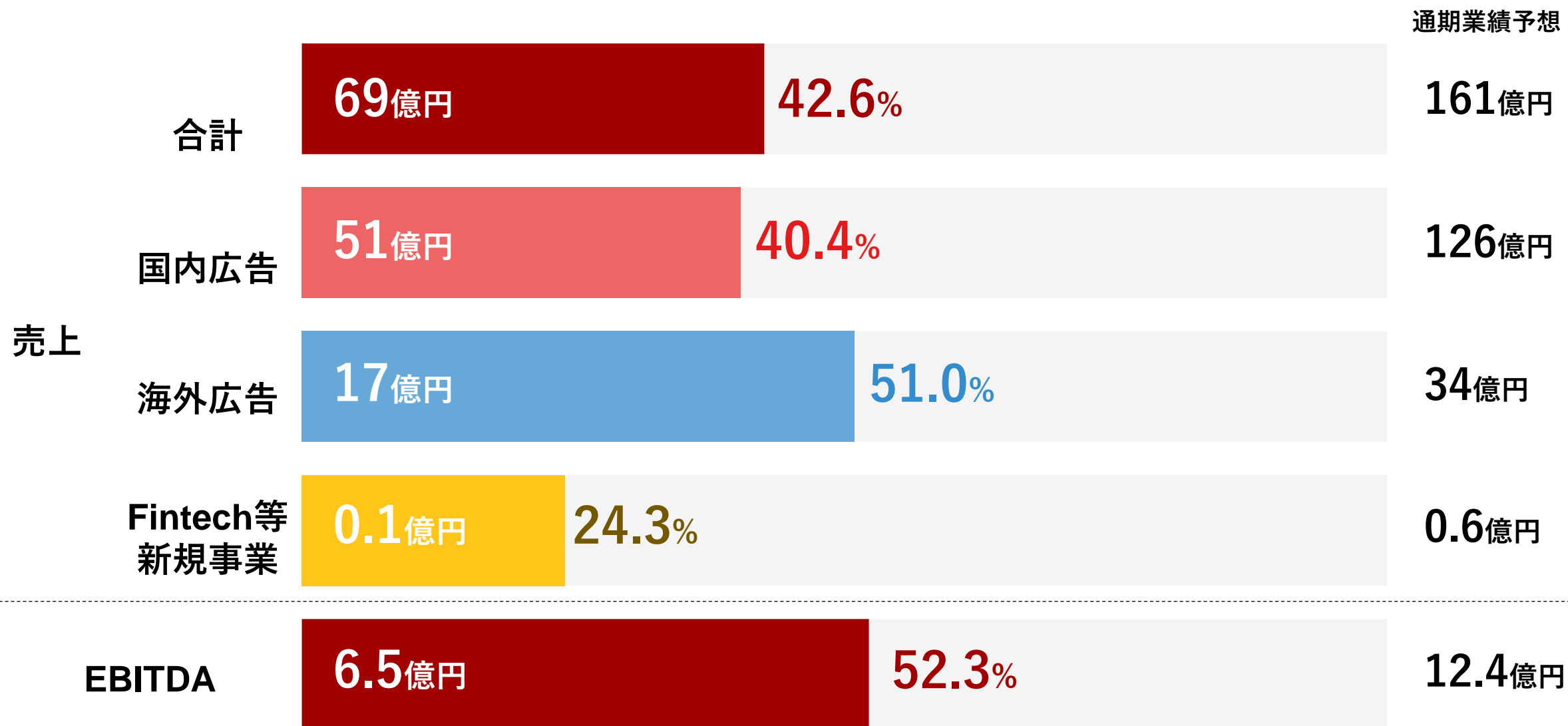
6.5億円（前年上期比▲2.1億円 ▲24.7%）

- ・ 先行投資による影響で減収
- ・ 予算進捗は予測通り

連結経常利益

3.6億円（前年上期比▲4.4億円 ▲55.1%）

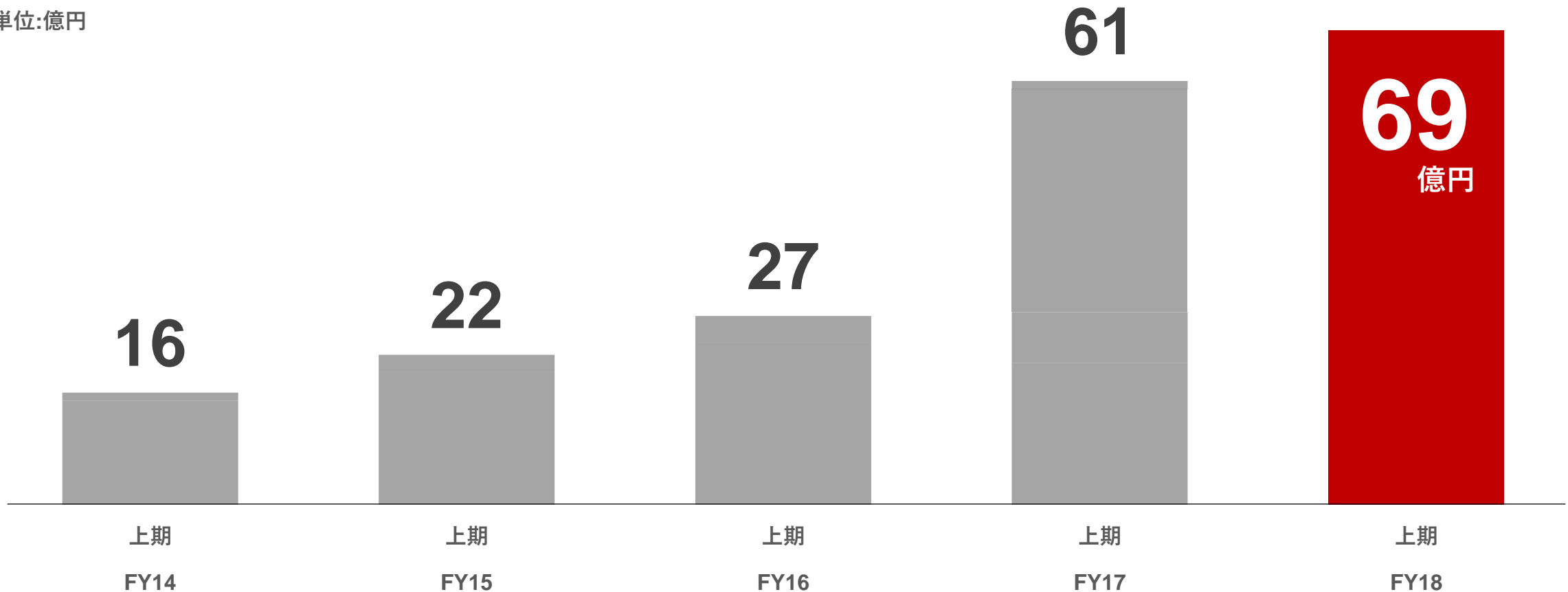
- ・ 上記先行投資の他M&Aによるのれん償却費が増加(+1.5億円)



連結売上高 **69**億円（前年比+7.3億円/+11.9%）

過去最高売上高更新

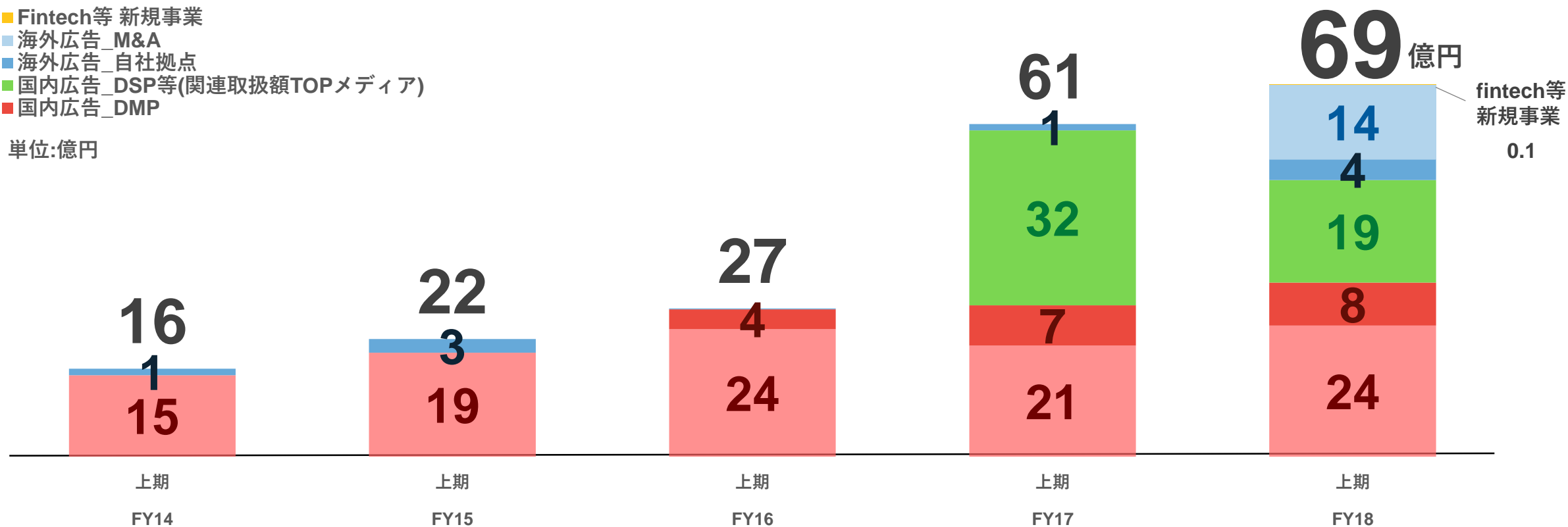
単位:億円



海外広告が大きく売上増に貢献 国内広告_DSP等（その他）は堅調に推移

- Fintech等 新規事業
- 海外広告_M&A
- 海外広告_自社拠点
- 国内広告_DSP等(関連取扱額TOPメディア)
- 国内広告_DMP

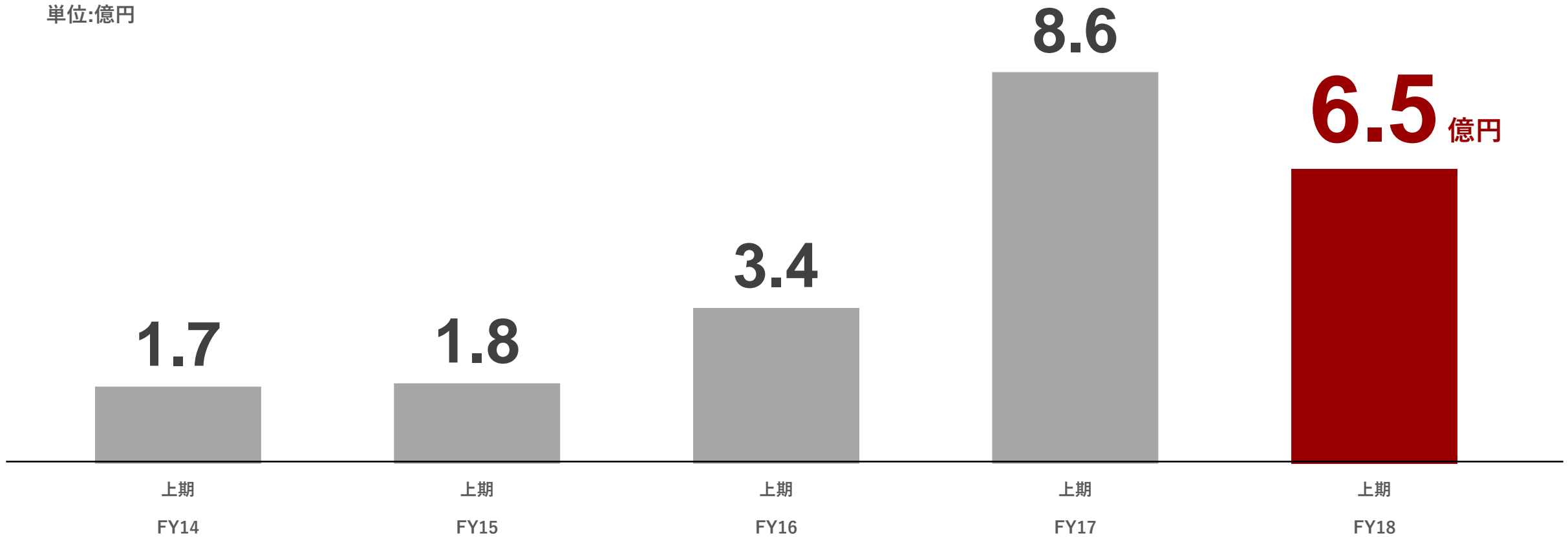
単位:億円



※中期計画値の区分に合わせているため、有価証券報告書のセグメント数値と一致しません

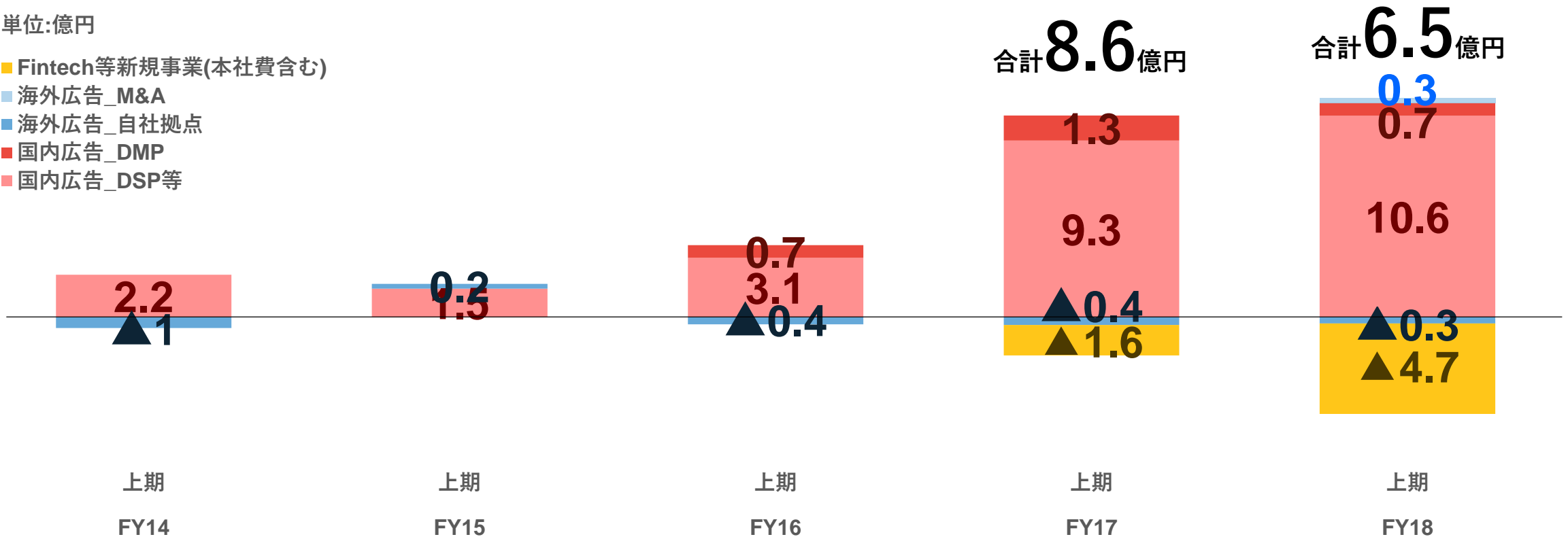
連結EBITDA 6.5億円（前年比▲2.1億円/▲24.7）

単位:億円



単位:億円

- Fintech等新規事業(本社費含む)
- 海外広告_M&A
- 海外広告_自社拠点
- 国内広告_DMP
- 国内広告_DSP等



※中期計画値の区分に合わせているため、有価証券報告書のセグメント数値と一致しません
 ※FY17上期のFintech等新規事業(本社費含む)はHD化後の2Q数値のみを集計

Section2 事業の進捗について

1. デジタルサイネージ事業 IRIS

※今回の決算説明会の内容につきましては、弊社HPにて近日中に公開予定でございます。

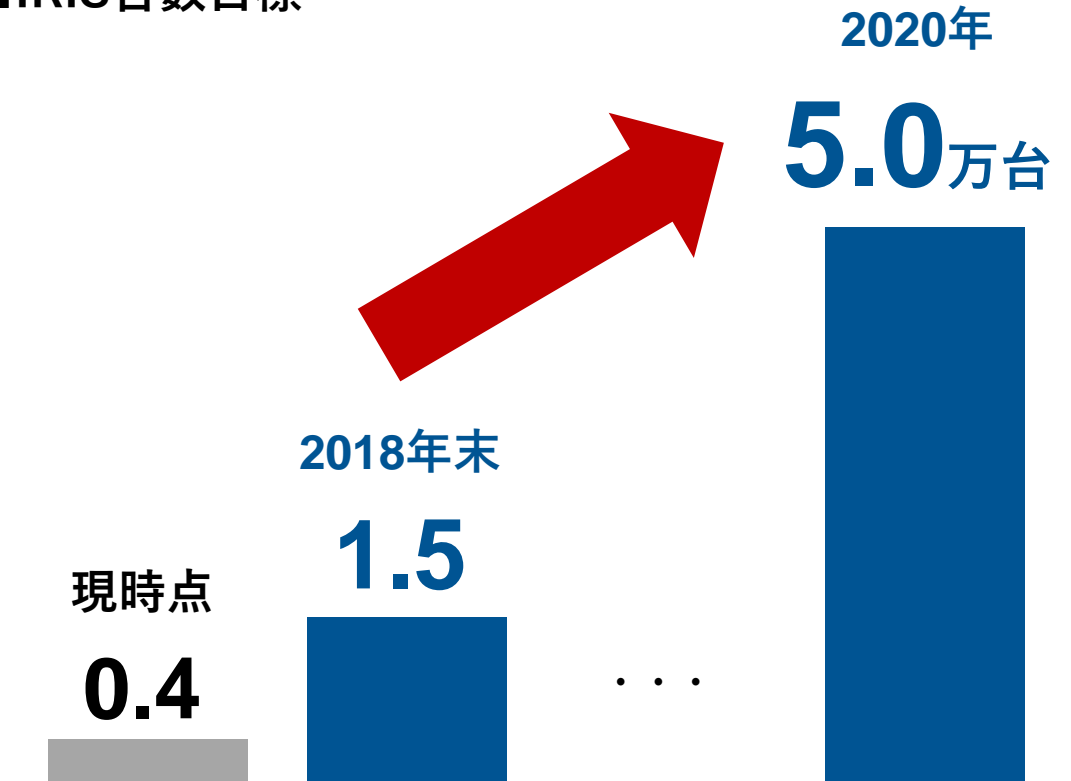
将来的な持分法(49%保有)を通じた収益貢献を予定 (※現時点では持分法非適用)

■ IRIS 直近の事業進捗

- ◀ 18年3月
Google社提供の
広告配信システム接続
- ◀ 18年4月
日経電子版配信開始
- ◀ 18年6月
全国展開開始



■ IRIS台数目標



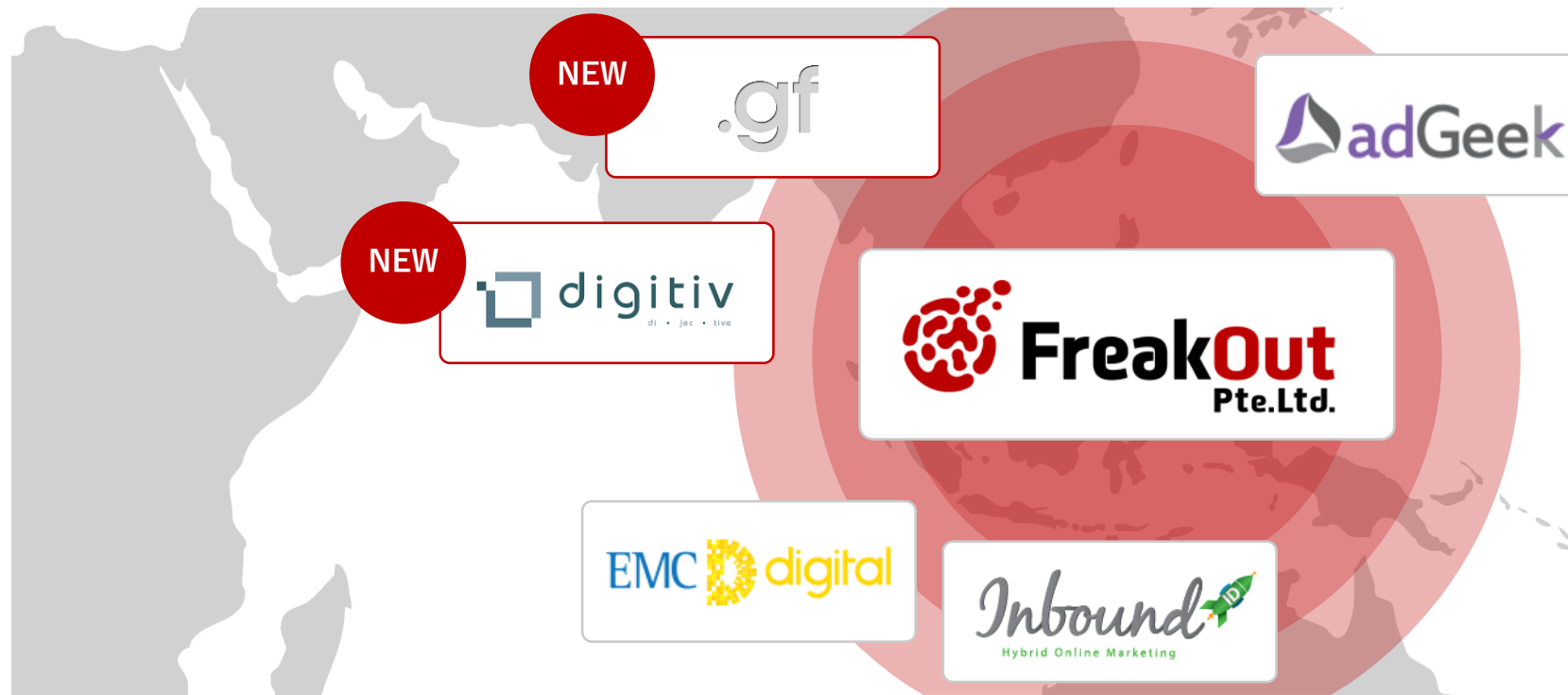
Section2 事業の進捗について

2. 海外事業

※今回の決算説明会の内容につきましては、弊社HPにて近日中に公開予定でございます。

タイにて、総合デジタルマーケティング事業を展開する Digitiv、Dot gf の 2社の買収を完了
台湾 adGeek、インドネシア EMC、InboundID と合わせて、東南アジア全域及び台湾にて、デジ
タルマーケティングに関する様々なソリューションの提供が可能となりました。

引き続き買収活動を積極的に展開していく予定です。

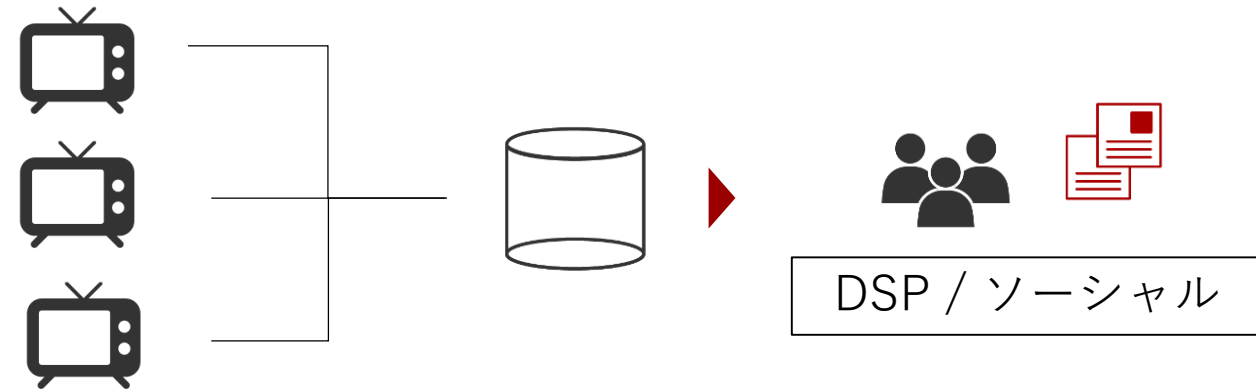


インド投資先である SilverPush プロダクトについて、
フリークアウトグループが東南アジアにおける独占販売契約を締結。

ブランド広告需要の強い市場にて、テクノロジーを強みとしたテレビ CM 連動型プラットフォーム
を東南アジアで展開し、投資先の海外展開にも寄与していきます。



SilverPush が提供する、TVCM 連動配信プラットフォームは、フィンガープリント技術を用いた動画、音声解析に、自社開発の機械学習エンジンを搭載し、高性能でリアルタイムな TVCM 連動配信を実現するプラットフォームです。



自社・競合の TVCM 出稿をリアルタイムに検知し、
数秒～数分後にデジタル広告を出稿。

Section2 事業の進捗について

3. 国内広告事業

※今回の決算説明会の内容につきましては、弊社HPにて近日中に公開予定でございます。



【Red for Publishers】 独自広告プラットフォーム構築/販売支援

<インターネット広告業界で生じている事象>

- ・ アドフラウド問題等、配信先媒体の信頼性に関する疑義が顕在化
⇒ 広告主のプログラマティック広告一般に対する目線は厳しくなる。

<当社強み>

- ・ アドフラウドとは隔絶されたプレミアム媒体への独自広告プラットフォーム構築の圧倒的な技術と実績

<足元の状況>

- ・ プレミアム媒体との深い協働関係構築のため、販売開始までのリードタイムは長くなっているものの、市場ニーズは高く、実績含め先行して動いている優位性あり

【Poets】 ネイティブSSP



<プロダクトの概要>

- ・ Q2 よりリリース
- ・ RFPに準じた品質の高いコンテンツを提供する媒体に絞りパートナーシップ推進中
- ・ RFP がカバーする独自広告商品の開発、展開に加えて、より低コストかつユーザー体験を阻害しない形で収益化を目指す媒体社ニーズに向けた製品。

<当社強み>

- ・ 関連会社M.T.Burnを通じて得た圧倒的な知見・ノウハウを活用

<足元の状況>

- ・ リリース直後ながらも急速に売上成長し、3Q以降の売上をけん引する見込み。

APPENDIX

APPENDIX 1

業績補足資料

単位：百万円	FY18 2Q	FY18 1Q	差異	増減率
流動資産	7,936	8,242	▲ 305	▲ 3.7%
（うち現預金）	5,025	5,609	▲ 583	▲ 10.4%
固定資産	5,653	5,246	407	7.8%
総資産合計	13,590	13,489	101	0.8%
流動負債	3,838	3,574	263	7.4%
固定負債	5,110	5,167	▲ 56	▲ 1.1%
純資産	4,641	4,746	▲ 105	▲ 2.2%
負債純資産合計	13,590	13,489	101	0.8%

単位：百万円	FY18 2Q	FY17 2Q	前年Q比	FY18 1Q	直前Q比
変動費	2,252 64.2%	2,347 68.9%	▲4.1%	2,205 65.7%	2.1%
開発人件費	107 3.1%	82 2.4%	31.1%	110 3.3%	▲2.6%
サーバー関連費	106 3.0%	79 2.3%	34.3%	94 2.8%	13.0%
その他	2 0.1%	1 0.0%	95.0%	1 0.0%	34.4%
売上原価計	2,467 70.4%	2,509 73.7%	▲1.7%	2,410 71.8%	2.4%

*金額の下に記載している%は対売上高比

単位：百万円	FY18 2Q	FY17 2Q	前年Q比	FY18 1Q	直前Q比
人件費	569 16.2%	292 8.6%	95.3%	505 15.1%	12.7%
家賃・水道光熱費	104 3.0%	92 2.7%	13.3%	102 3.0%	2.2%
のれん償却費	92 2.6%	12 0.4%	656.4%	83 2.5%	9.9%
減価償却費	13 0.4%	10 0.3%	25.3%	13 0.4%	0.2%
外注・報酬等	74 2.1%	59 1.7%	25.5%	80 2.4%	▲7.4%
採用費	38 1.1%	22 0.6%	78.2%	24 0.7%	63.0%
販売費	18 0.5%	9 0.3%	100.3%	11 0.3%	57.9%
その他	136 3.9%	75 2.2%	80.7%	126 3.7%	8.3%
販管費計	1,045 29.8%	571 16.8%	83.0%	944 28.1%	10.6%

*金額の下に記載している%は対売上高比

APPENDIX 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
	取締役国内広告事業管掌 兼 新領域事業管掌	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	13,310,900株			
主要株主	本田 謙			39.17%
	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)			7.75%
	ドイツ証券株式会社			5.09%
	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			4.28%
	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)			2.83%

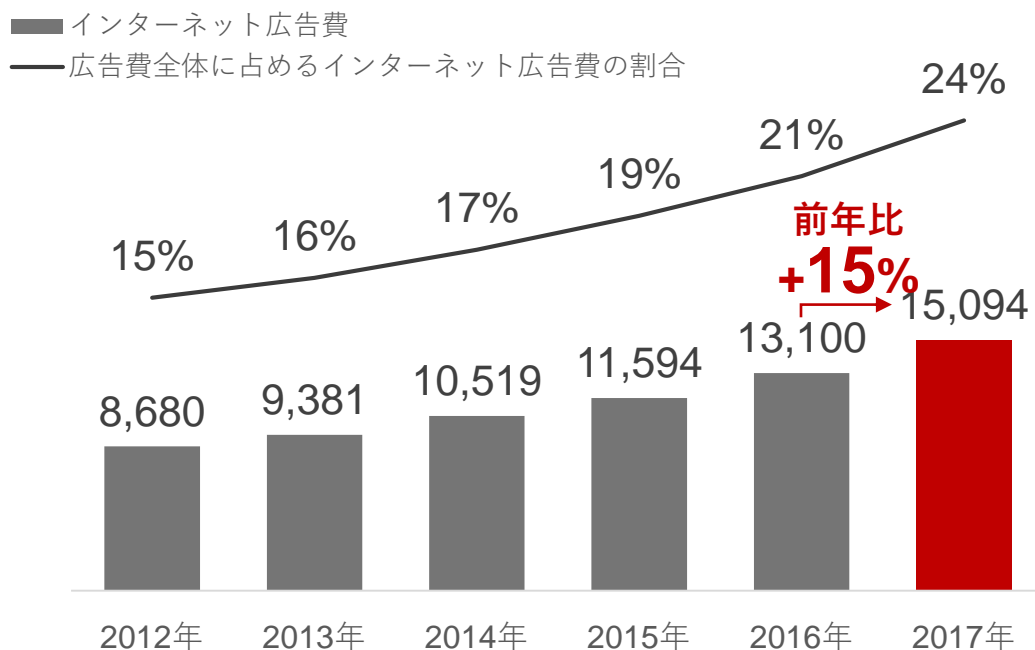
2010年	10月	<ul style="list-style-type: none"> 当社設立 2011年～2013年は、有価証券報告書をご参照ください
2014年	6月	<ul style="list-style-type: none"> 東証マザーズに上場 M.T.Burn株式会社がネイティブ広告プラットフォーム「AppDavis」（現「Hike」）をリリース。
	10月	<ul style="list-style-type: none"> 大阪に関西支社設立
	12月	<ul style="list-style-type: none"> タイ王国バンコク市に子会社 FreakOut (Thailand) Co.,Ltd.（現連結子会社）を設立。
2015年	7月	<ul style="list-style-type: none"> 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。
	10月	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社インティメート・マージャーを子会社化
	12月	<ul style="list-style-type: none"> 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。
2016年	1月	<ul style="list-style-type: none"> 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。
	5月	<ul style="list-style-type: none"> 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
	6月	<ul style="list-style-type: none"> 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
	7月	<ul style="list-style-type: none"> 中華圏の拠点として台湾に子会社 FreakOut Taiwan Co.,Ltd.を設立
	8月	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社電子広告社を連結子会社化
2017年	1月	<ul style="list-style-type: none"> 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 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 インドネシア国のPT Gema Teknologi Cahaya Gemilangを連結子会社化
	3月	<ul style="list-style-type: none"> 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
	7月	<ul style="list-style-type: none"> 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 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 中東に子会社شركة كاوشگران نرم افزار فريد سهامی خاصを設立
	9月	<ul style="list-style-type: none"> adGeek Marketing Consulting Co.,Ltd.を連結子会社化、株式会社adGeekを設立 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

APPENDIX 3

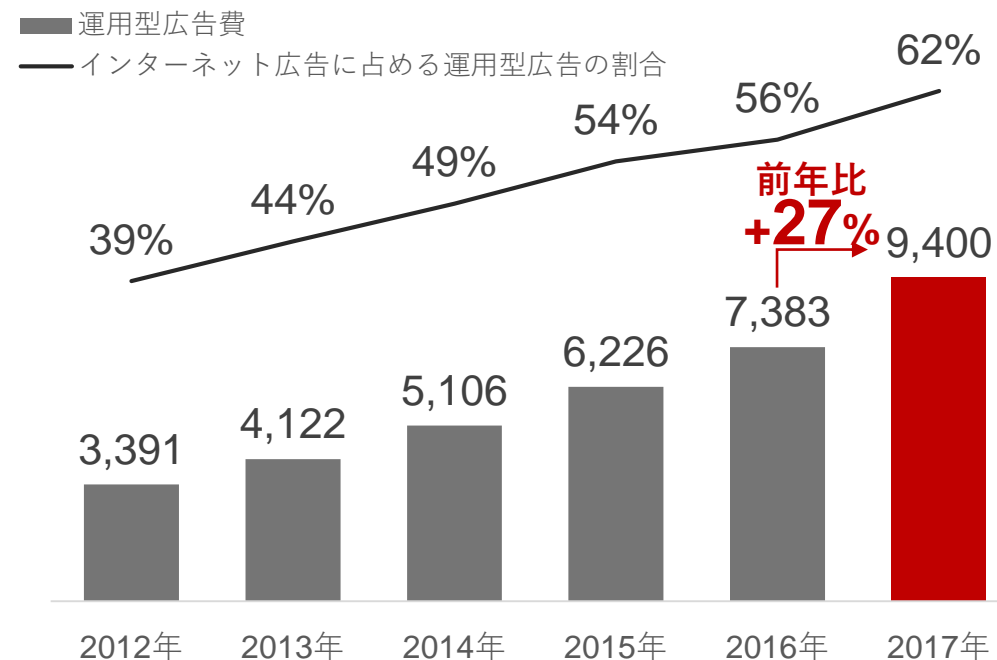
市場規模

国内インターネット広告市場は前年比+15%と継続的に拡大
 その中でも運用型広告は検索連動型・RTBを中心に前年比+27%と成長

インターネット広告費推移 (単位:億円)



運用型広告費 (単位:億円)

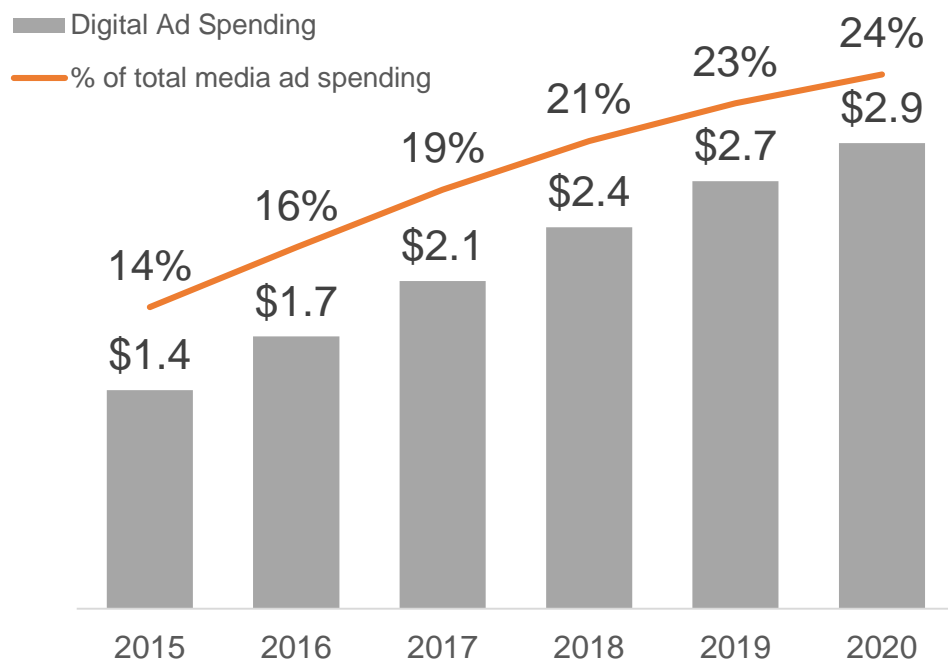


出所：電通「日本の広告費 2017年」

※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。検索型広告や一部アドネットワークが含まれる他、新しく登場してきたDSP/アドエクスチェンジ/SSP等が典型例。なお、枠売り広告、タイアップ広告、アフィリエイト広告等は、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)



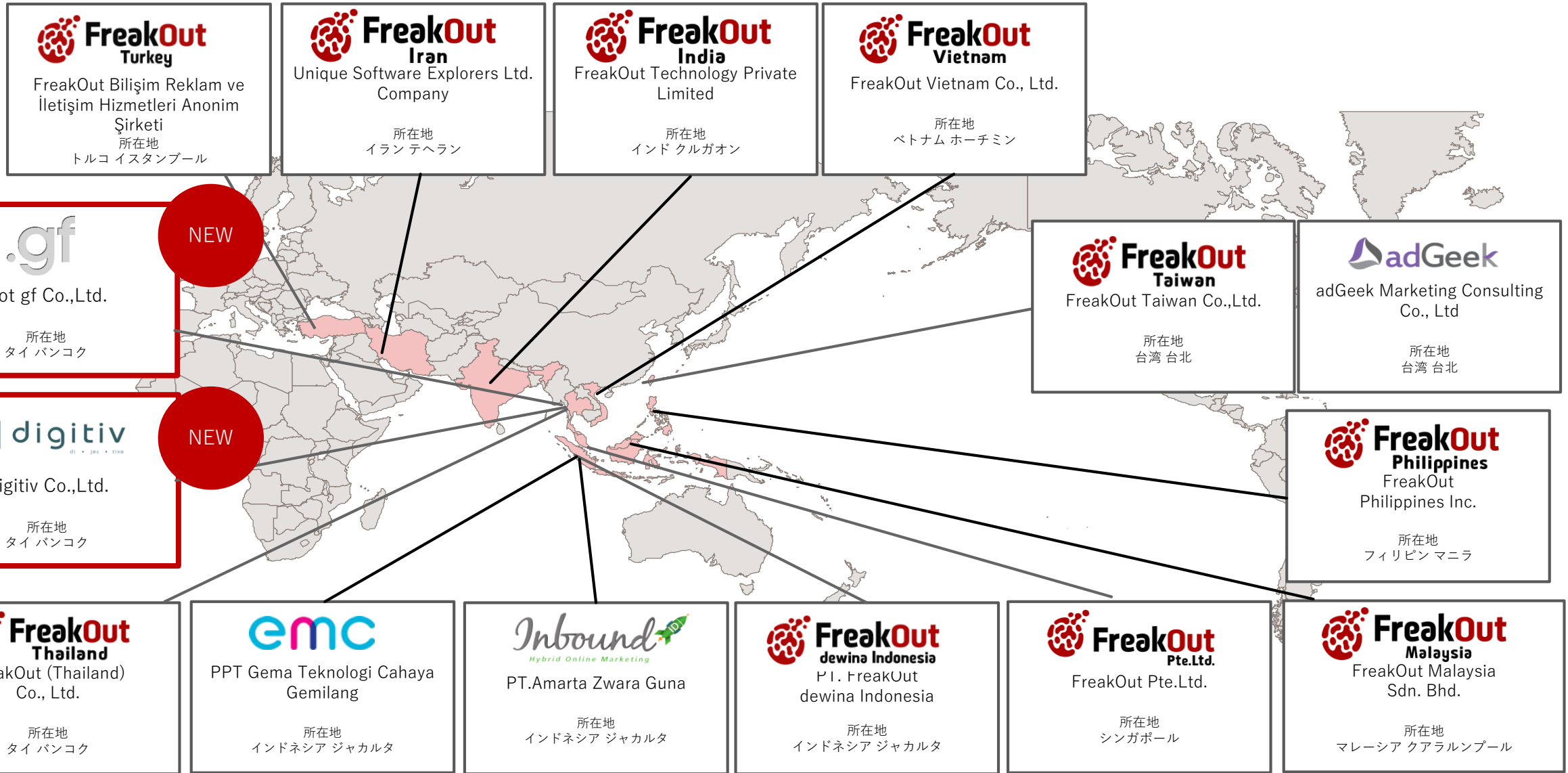
* Southeast Asia: Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, Thailand and Vietnam.

出所：eMarketer and IAB Singapore “Southeast Asia Ad Spend Forecast”

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%

出所：eMarketer and IAB Singapore “Ad Spending in Southeast Asia”





FreakOut
Holdings

Give People Work That Requires A Person.