



株式会社フリークアウト・ホールディングス

2018年9月期 通期  
決算説明資料

2018年10月31日

## Section1 2018年9月期 通期決算の概要

- 1. 第4四半期実績
- 2. 通期実績

## Section2 事業の進捗

- 1. 国内広告事業
- 2. 海外広告事業
- 3. 投資関連

## Section3 業績予想

- 1. 2019年9月期業績予想

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

---

## Section1 2018年度9月期 通期決算の概要

### 1. 第4四半期実績

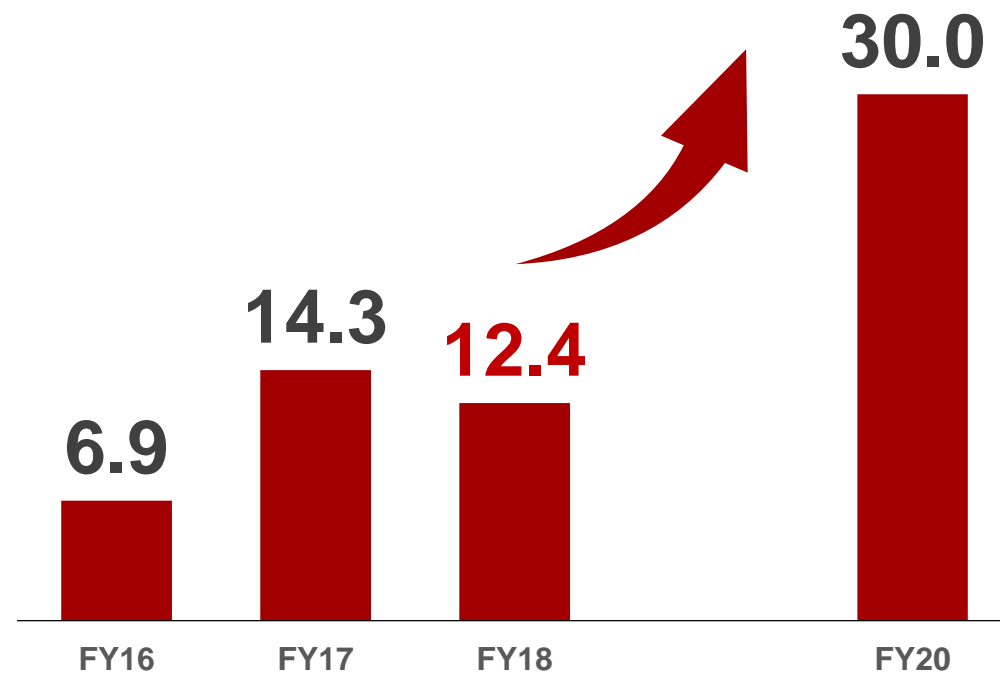
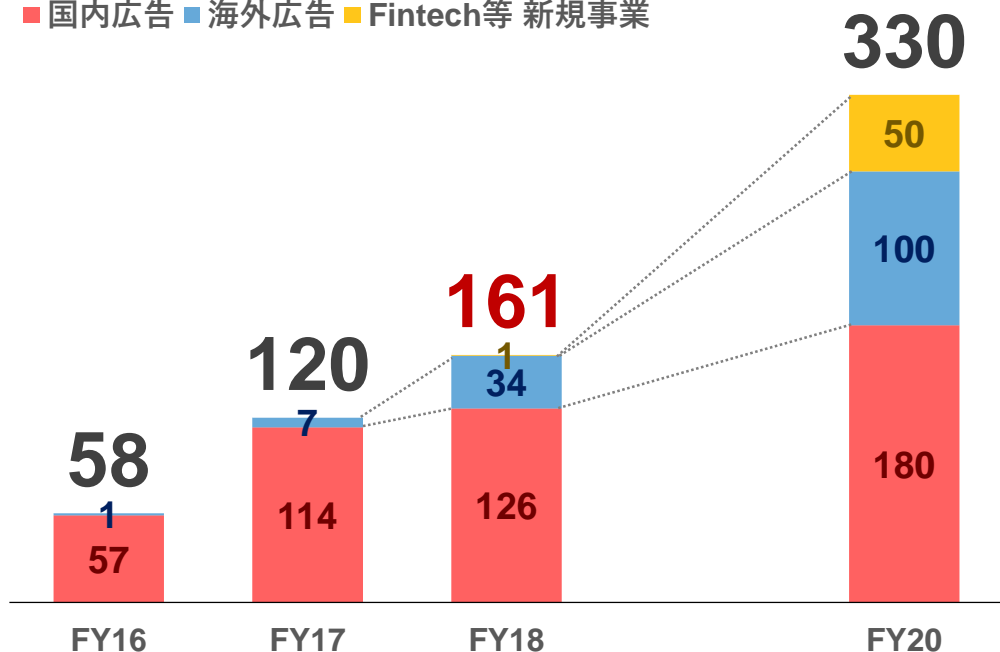
---

FY20 売上 330億円、EBITDA 30億円のグループへ  
 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

**41.7億円** (前年4Q比+12.5億円 +42.5% / 直前Q比+4.7億円 +12.6%)

(前年4Q比)40%以上の大幅成長を実現  
(直前Q比)海外広告事業が引き続き売上大幅成長

## 連結EBITDA

**1.2億円** (前年4Q比▲1.1億円 ▲47.1% / 直前Q比+0.4億円 +58.9%)

(前年4Q比)一過性のコストが約0.9億円程度発生して減益  
(直前Q比)同上の影響あるも海外広告事業の減益幅縮小で増益

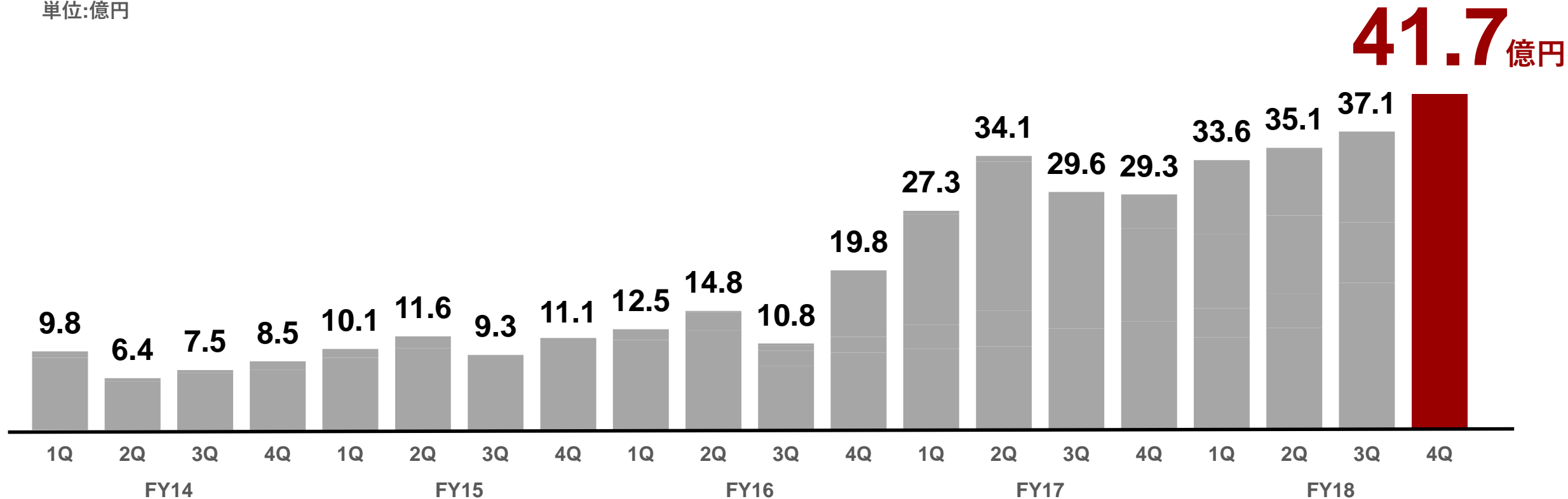
## 連結経常利益

**0.2億円** (前年4Q比▲1.3億円 ▲85.4% / 直前Q比+0.9億円)

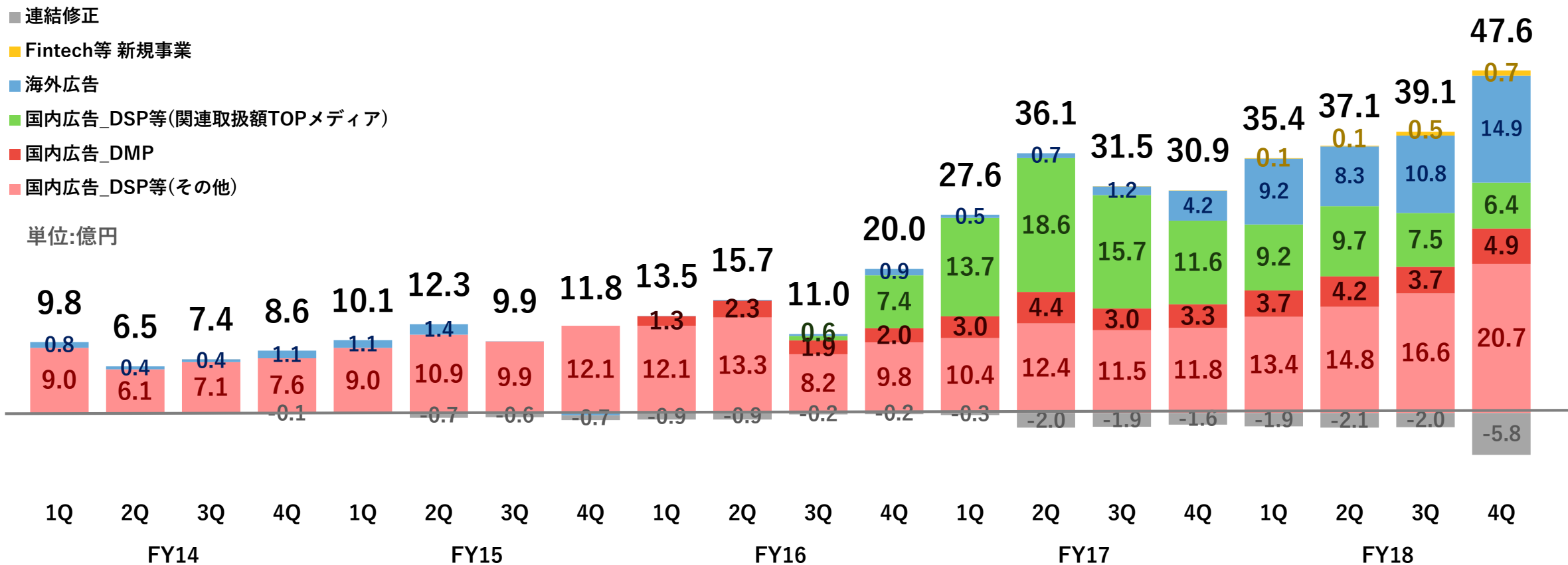
(前年4Q比及び直前Q比)同上

- 過去最高の四半期売上を引き続き更新

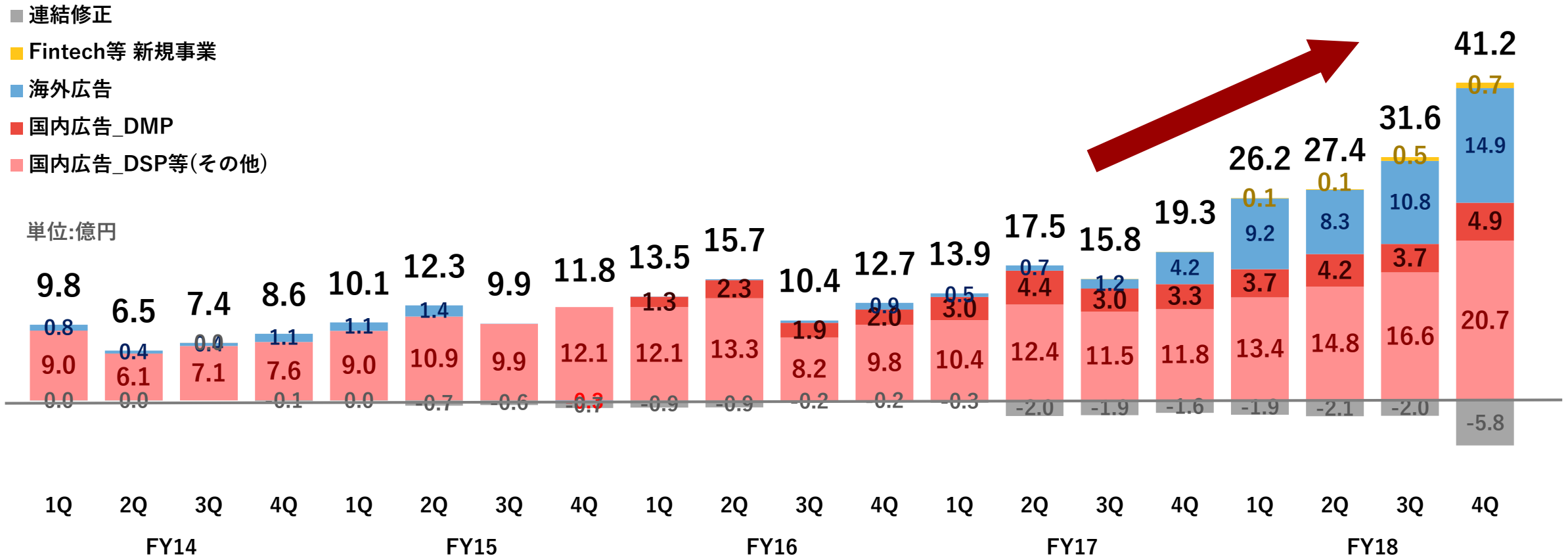
単位:億円



- 海外広告事業:YonYで+258%、QonQで+38%の大幅成長を継続
- 国内広告事業:売上貢献は来期以降もRed for Publishersで複数のプレミアムメディアへの提供が決定、テスト配信開始

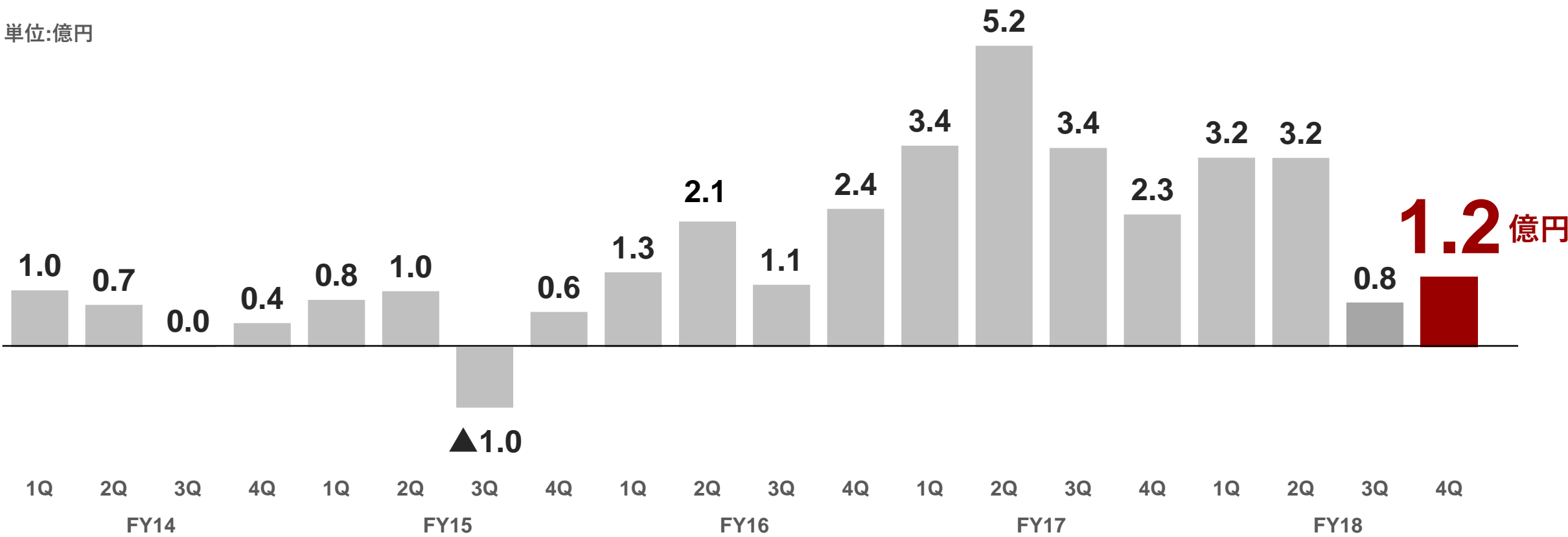


・ 関連取扱額TOPメディアを除く売上では、YonYで約2倍の成長

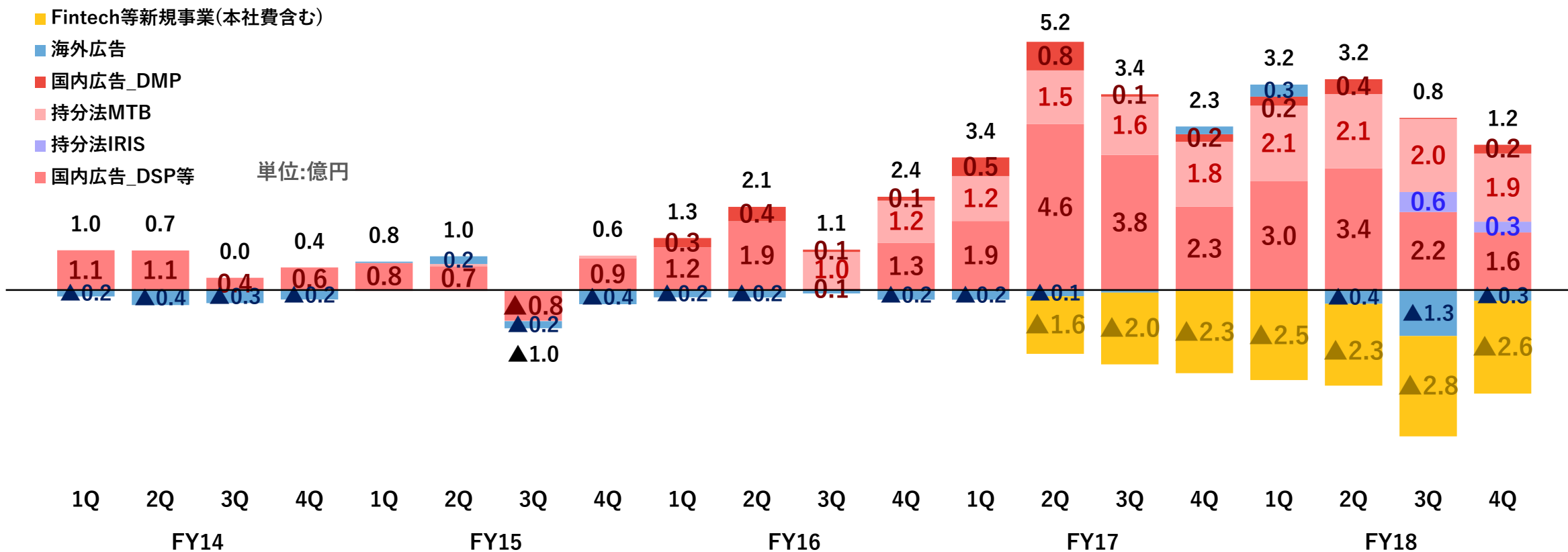




単位:億円

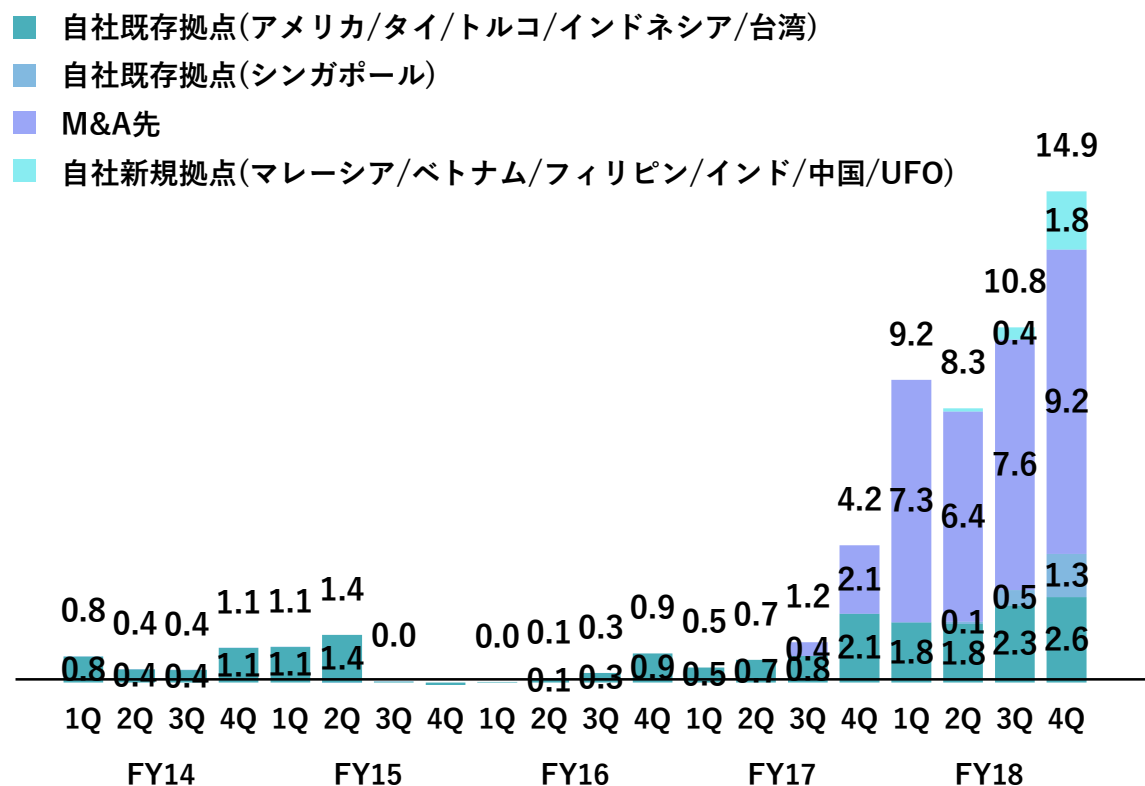


- **YoY**：一過性のコスト発生（0.9億円）、海外広告事業の投資により減益
- **QoQ**：国内広告事業が減益も、前四半期の一過性コスト消滅により回復

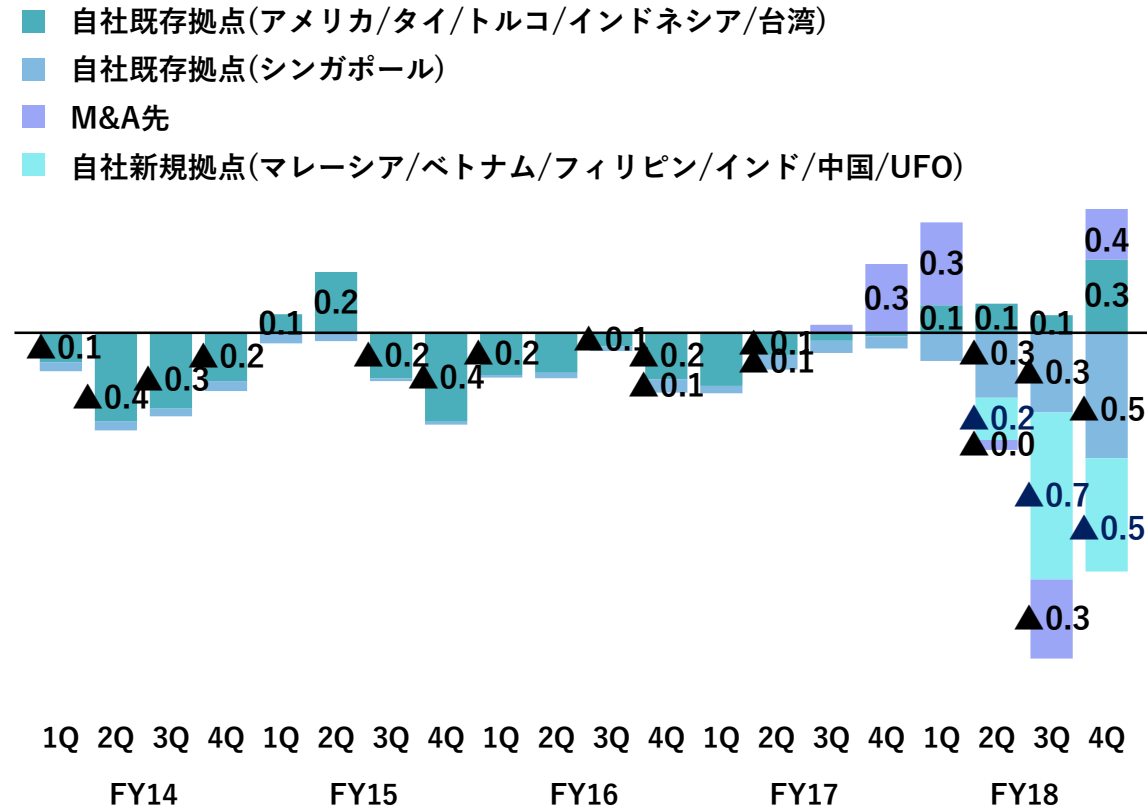


- 自社既存拠点(アメリカ/タイ/トルコ/インドネシア/台湾)は順調に推移(インドネシア黒字拡大、タイ・台湾四半期黒字化)
- シンガポールでグローバル企業のアジアリージョン広告予算獲得のため、人員増を中心とする先行投資が発生
- M&A先の一部で業績好調により賞与引当発生も、3Qの一過性コストの影響がなくなり黒字回復

## 売上 (単位:億円)



## EBITDA (単位:億円)

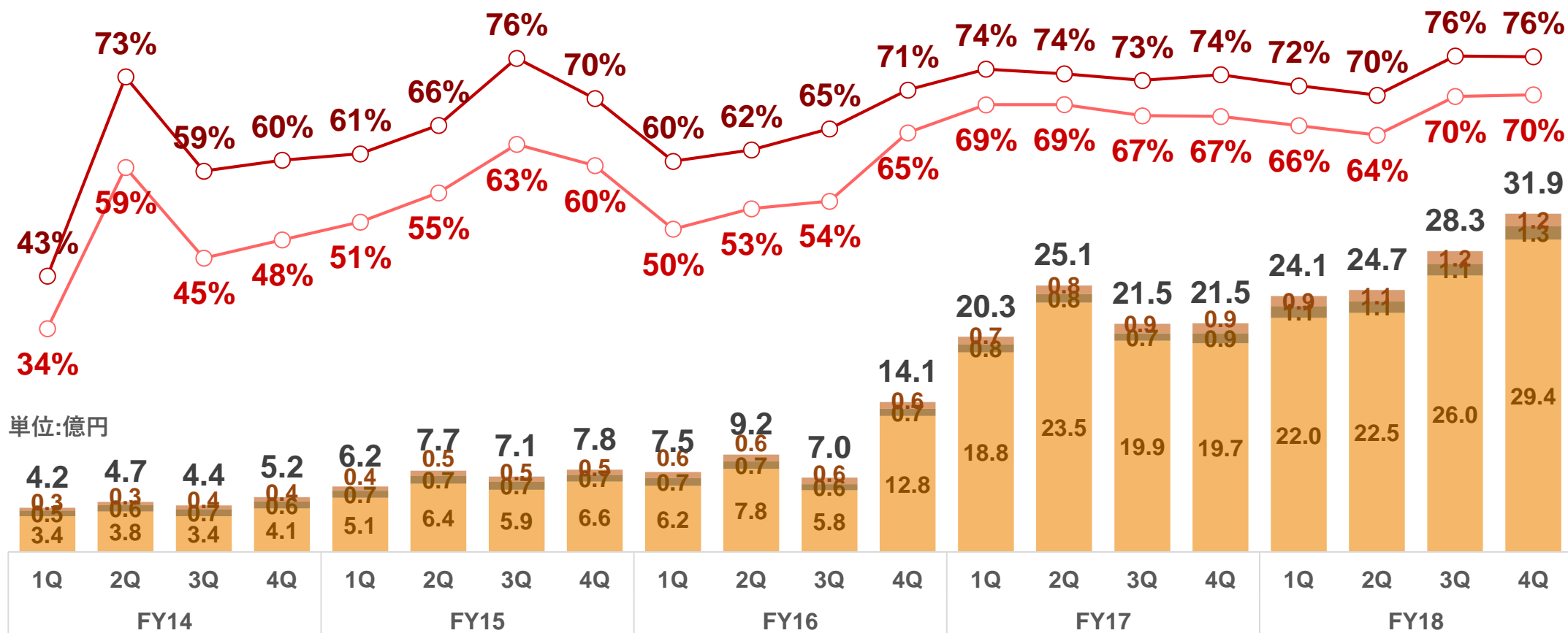


単位：百万円	FY17				FY18			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
営業利益	185	325	114	▲24	1	▲6	▲304	▲224
持分法投資利益	124	149	161	180	210	206	257	218
のれん償却費	12	12	32	36	83	92	88	88
減価償却費	23	29	33	35	30	33	34	38
EBITDA	345	516	341	227	324	324	76	120
のれん償却費	▲12	▲12	▲32	▲36	▲83	▲92	▲88	▲88
減価償却費	▲23	▲29	▲33	▲35	▲30	▲33	▲34	▲38
その他(為替差損益等)	15	▲8	▲5	▲9	▲29	▲27	▲23	27
経常利益	324	467	271	147	183	172	▲69	21
特別損失	▲0	▲0	▲21	▲12	0	0	▲1	▲193
税金等調整前当期純利益	324	467	250	135	183	172	▲70	▲172
法人税等	▲74	▲122	▲75	▲19	▲60	▲84	▲58	162
非支配株主に帰属する当期純利益	▲9	▲17	▲7	▲11	▲22	▲5	5	▲25
親会社株主に帰属する当期純利益	241	327	169	104	101	83	▲123	▲35

特別損失内訳	金額(億円)
過去の投資有価証券の減損	1.7
システム入替に伴う費用	0.2
合計	1.9

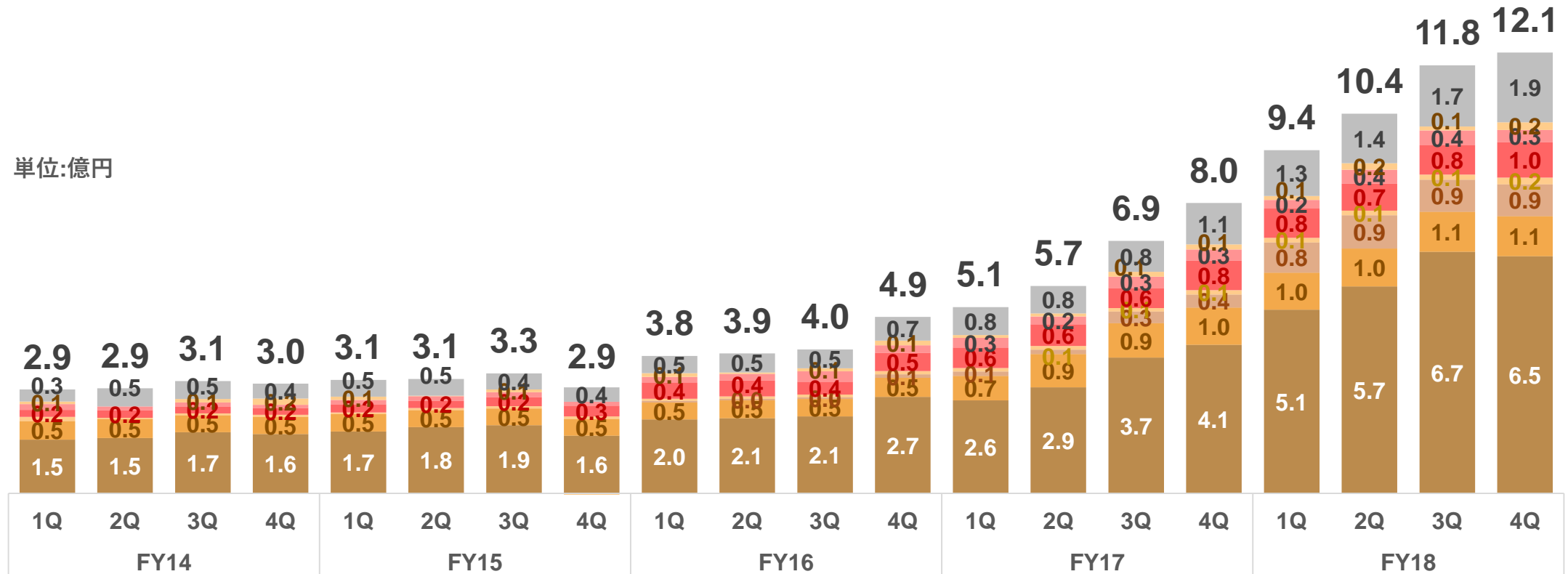
# 【参考情報】 連結売上原価の推移

■ 変動費   
 ■ 開発人件費   
 ■ サーバー関連費   
 ■ その他   
 ○ 売上原価率   
 ○ 変動費率



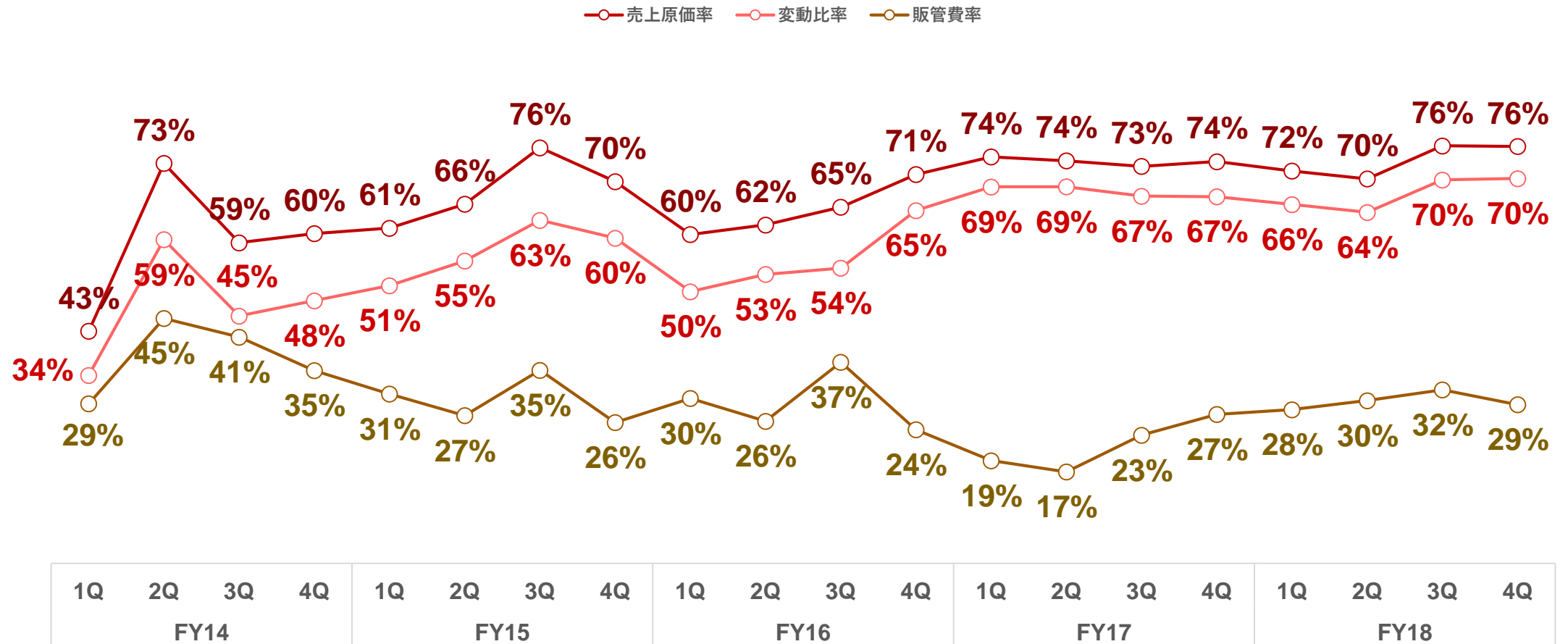
■人件費 ■家賃・水道光熱費 ■のれん償却費 ■減価償却費 ■外注・報酬等 ■採用費 ■販売費 ■その他

単位:億円



	FY17	FY18	FY18
	4Q	3Q	4Q
国内広告_DSP等	139	157	160
国内広告_DMP	29	34	37
海外広告_自社拠点	37	68	109
海外広告_M&A	166	247	262
Fintech等新規事業	21	32	25
本社	25	28	31
合計	417	566	624





---

## Section1 2018年度9月期通期決算の概要

### 2. 年間実績

---

連結売上高

**147.5億円** (前年比+27.3億円 +22.7%)

- 海外広告の成長が売上増に大幅貢献
- 過去最高の売上を更新

連結EBITDA

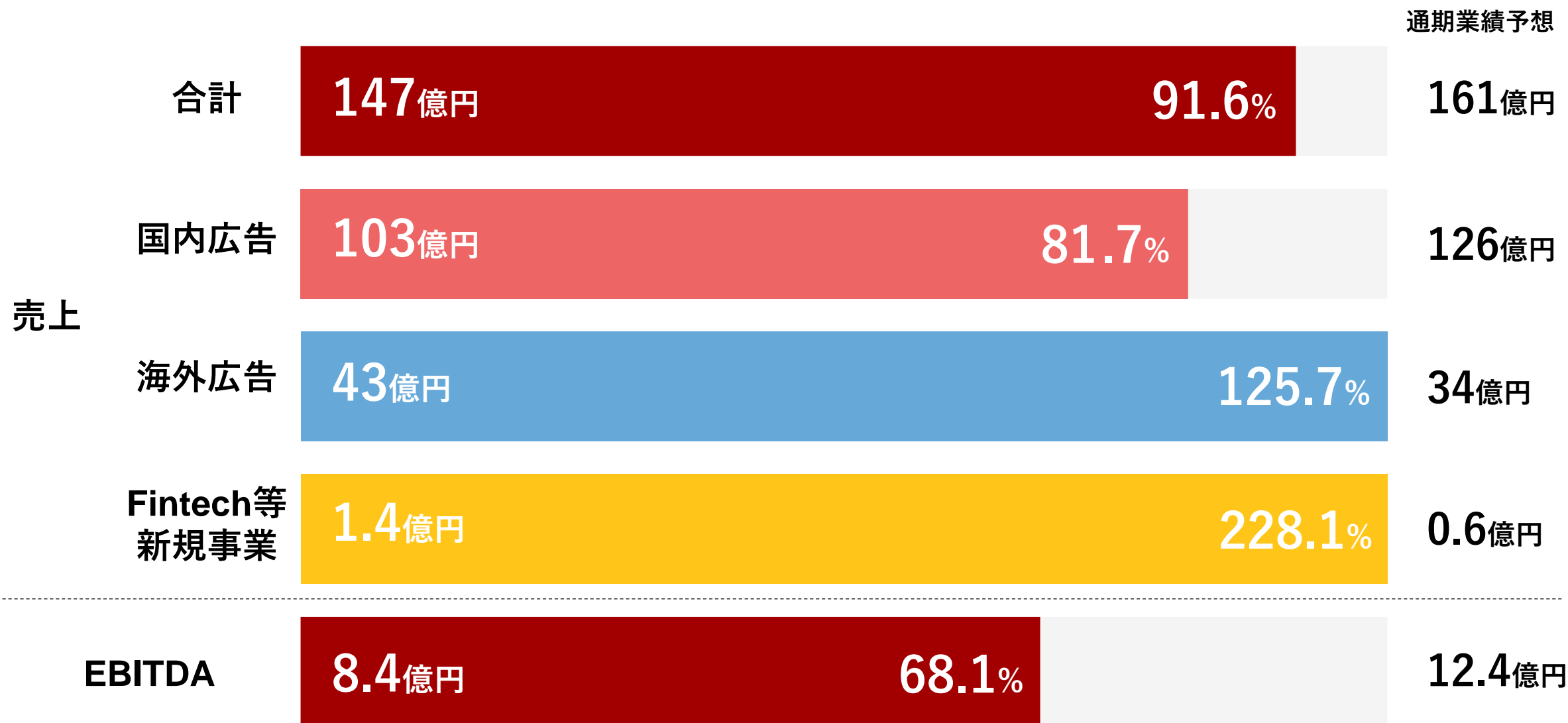
**8.4億円** (前年比▲5.8億円 ▲40.9%)

- 先行投資による影響で減収

連結経常利益

**3.1億円** (前年比▲9.0億円 ▲74.6%)

- 先行投資の他M&Aによるのれん償却費が増加(+2.6億円)



# 業績予想の差異要因

【売上】 海外広告事業は大幅に予算超過

【売上】 国内広告事業はRed for Publishersの収益貢献が遅れるも、

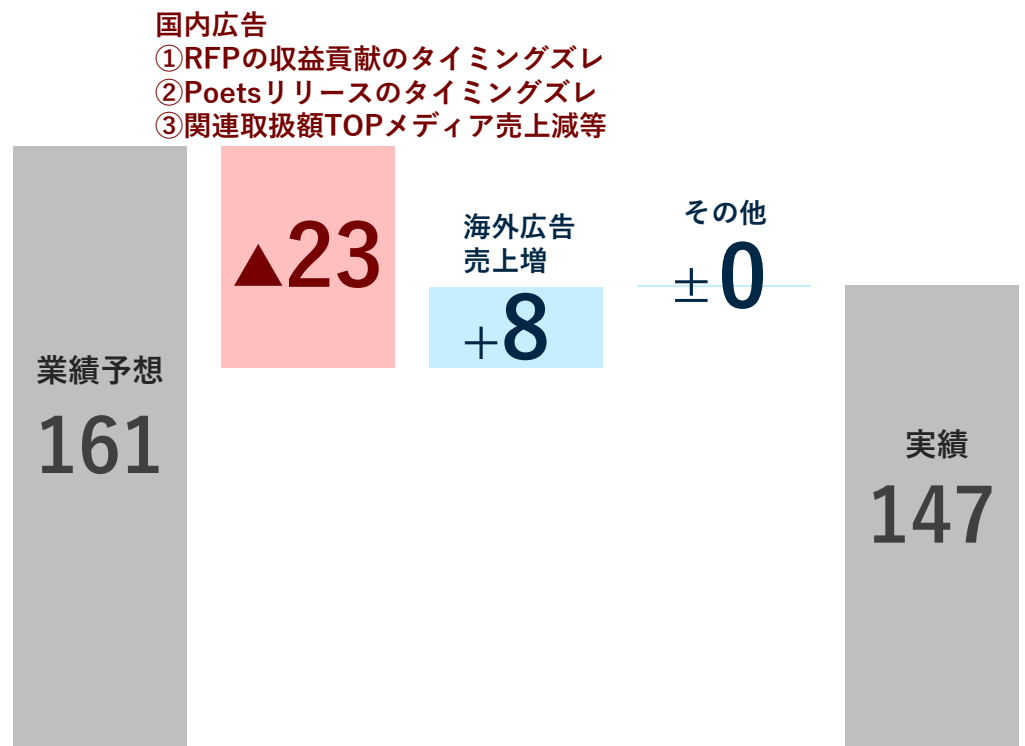
来期に向けて複数のプレミアムメディアへの提供が決定、テスト配信開始。

【EBITDA】 海外広告事業はシンガポールへの人員投資等の先行投資で予算未達

【EBITDA】 国内広告事業は売上と同様の理由で下振れ

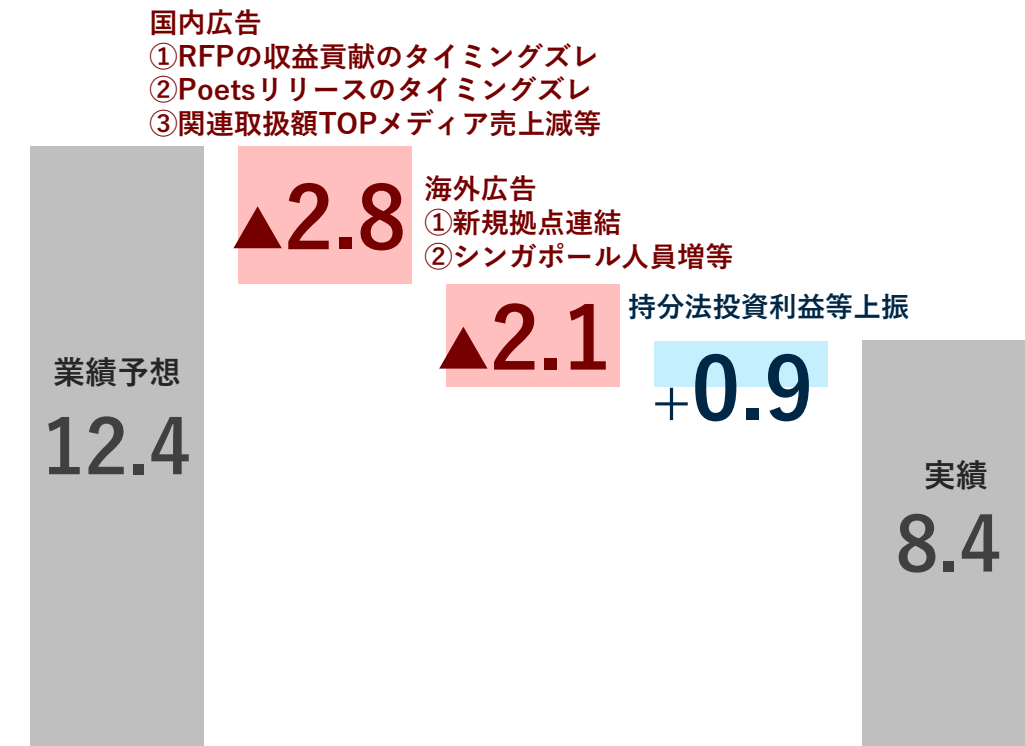
## 売上

(単位:億円)



## EBITDA

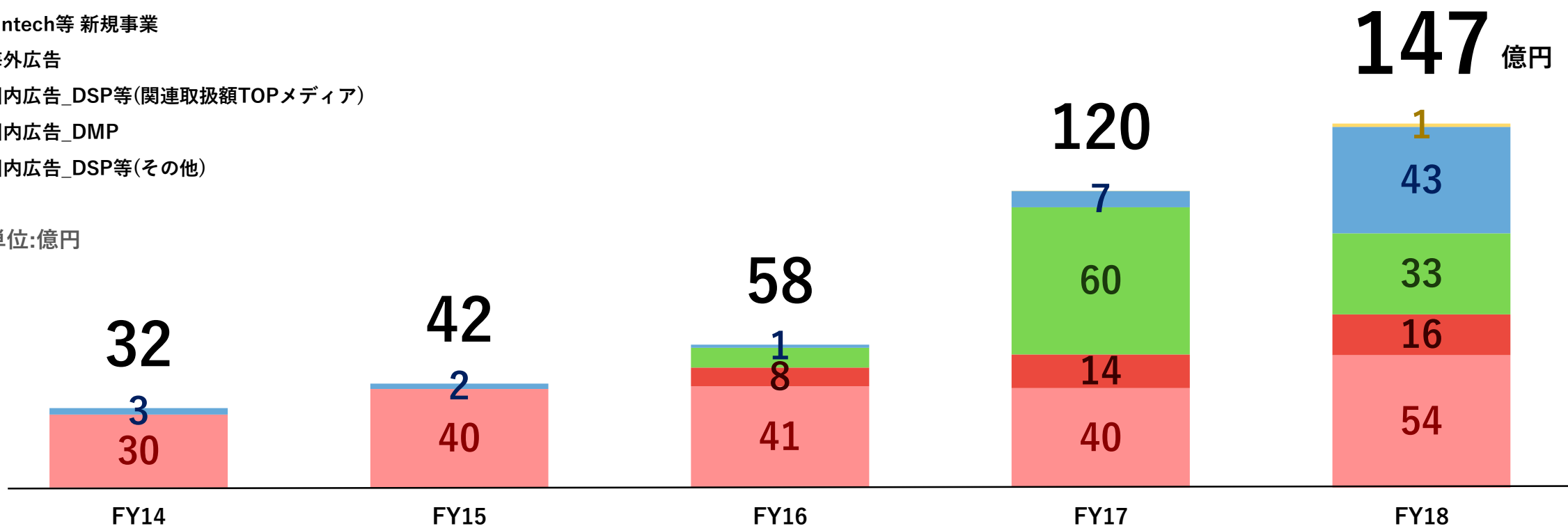
(単位:億円)



## 過去最高売上高更新。YoYで23%と継続成長

- Fintech等 新規事業
- 海外広告
- 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)

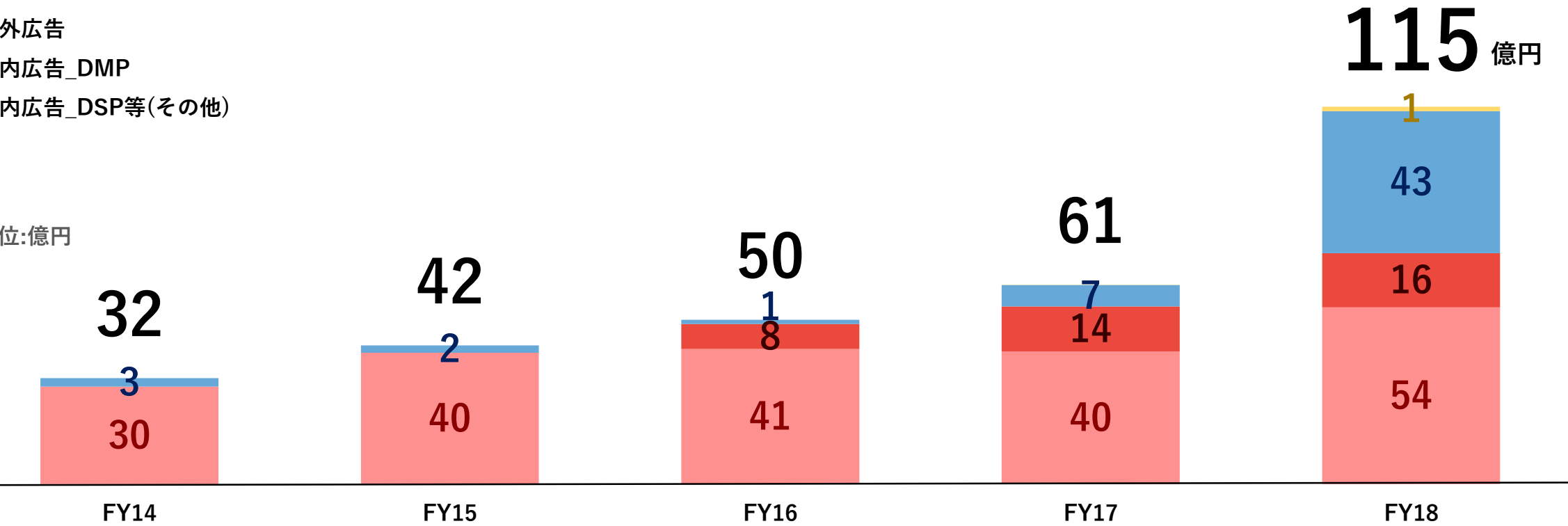
単位:億円



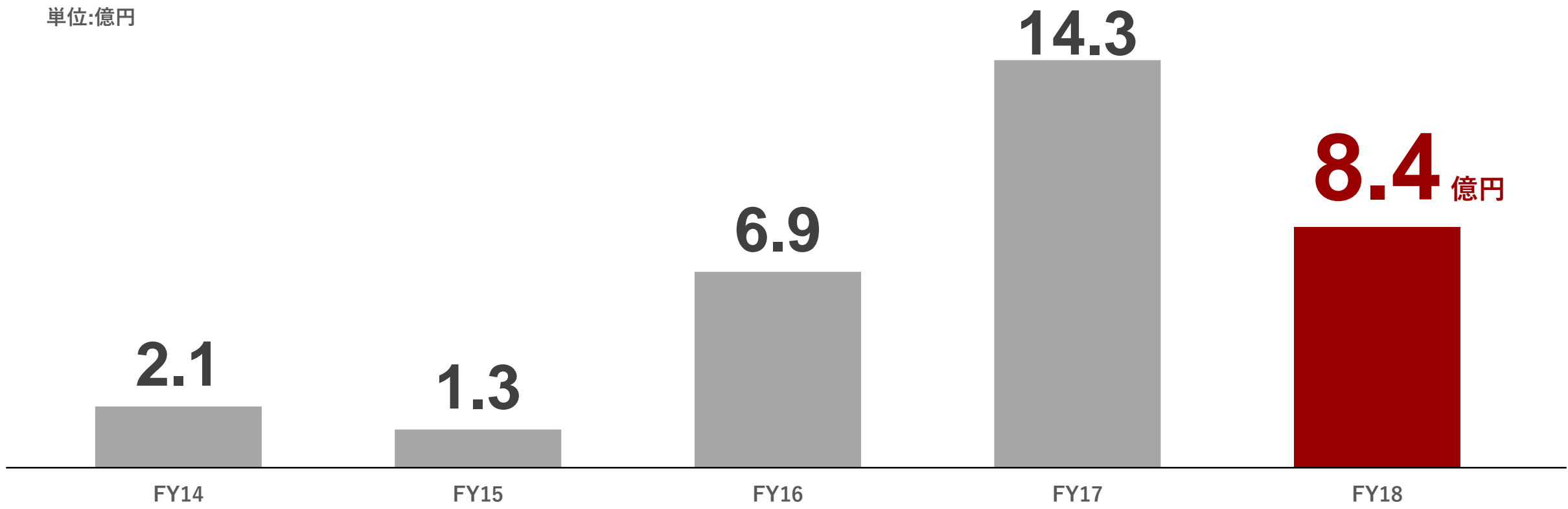
# 海外大幅成長、国内も成長を継続

- Fintech等 新規事業
- 海外広告
- 国内広告\_DMP
- 国内広告\_DSP等(その他)

単位:億円



単位:億円





■ Fintech等新規事業(本社費含む)

■ 海外広告

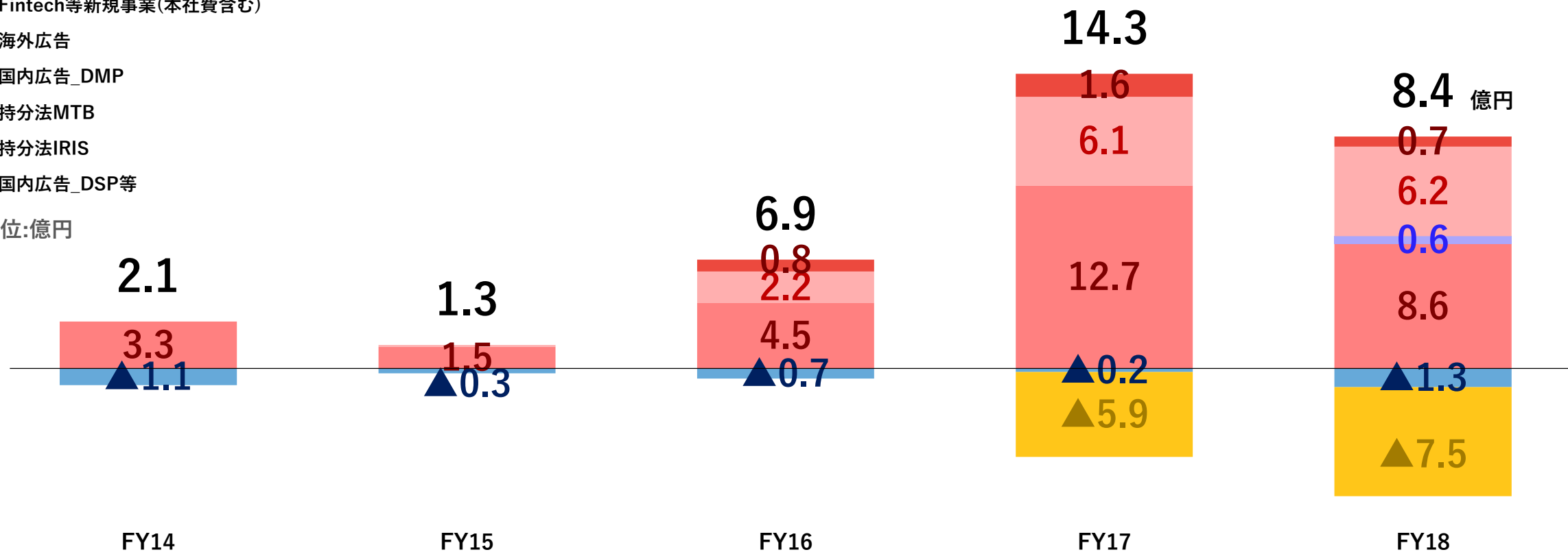
■ 国内広告\_DMP

■ 持分法MTB

■ 持分法IRIS

■ 国内広告\_DSP等

単位:億円



---

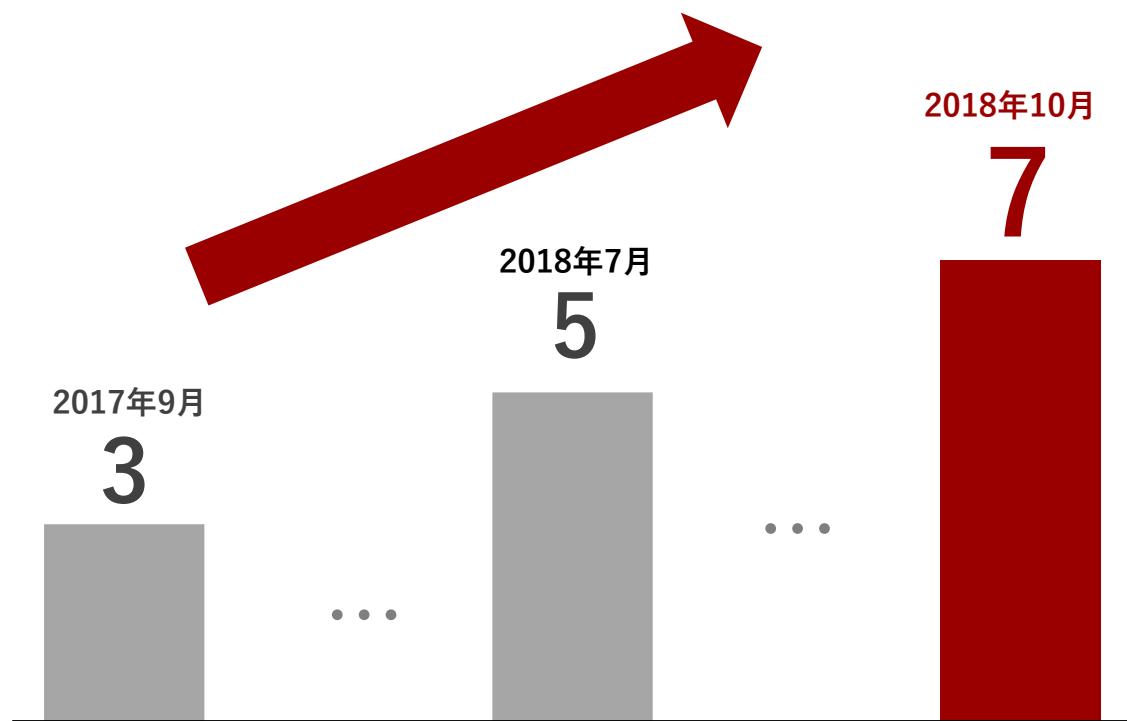
## Section2 事業の進捗について

### 1. 国内広告事業

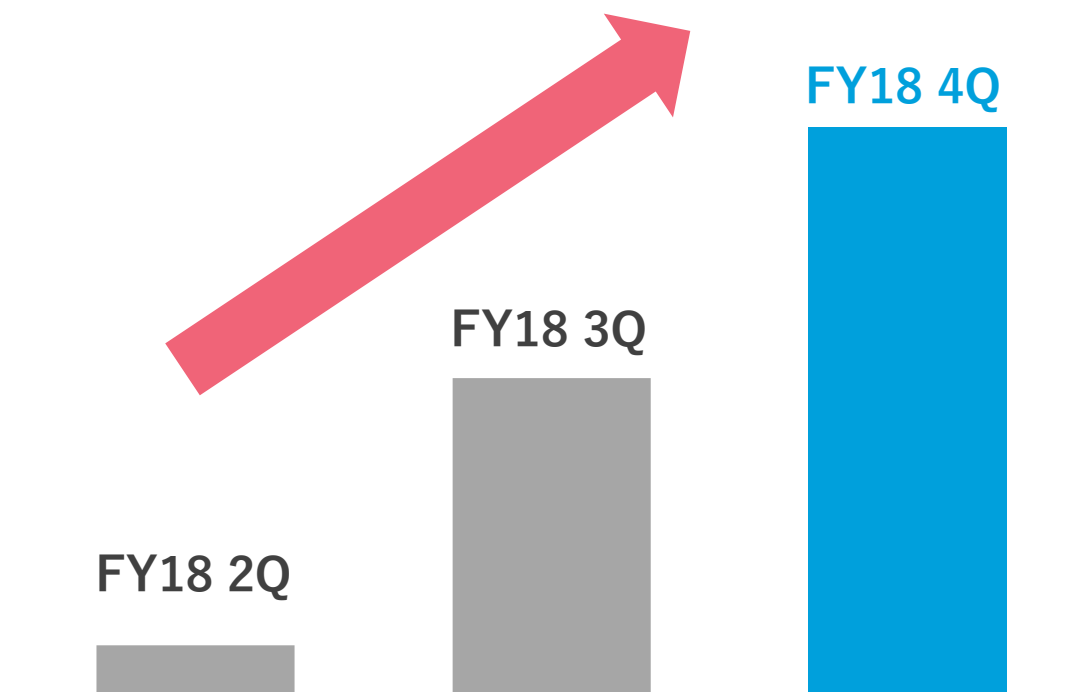
---



プラットフォーム提供数は、順調に推移  
 当初目標の10社には未達も、流通総額ベースでは  
 当初想定を超えるメディア獲得が進行  
 (収益貢献は来期以降)



サービス開始後順調に売上増



---

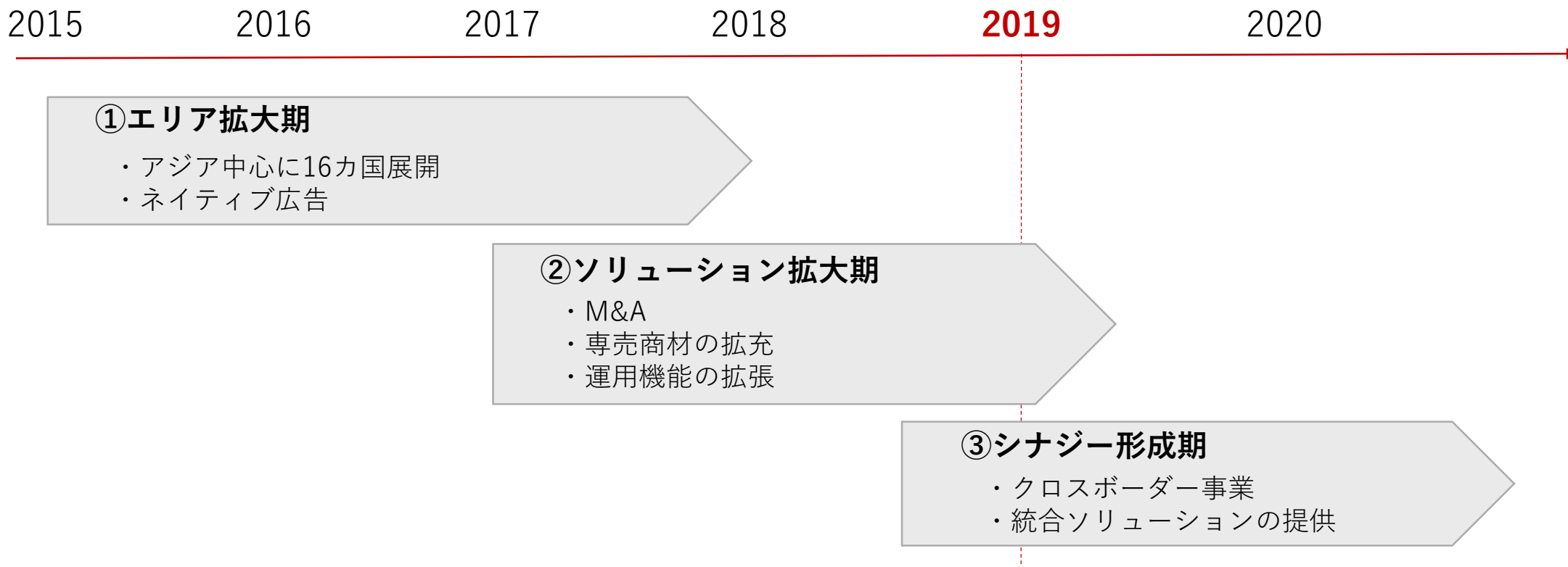
## Section2 事業の進捗について

### 2. 海外広告事業

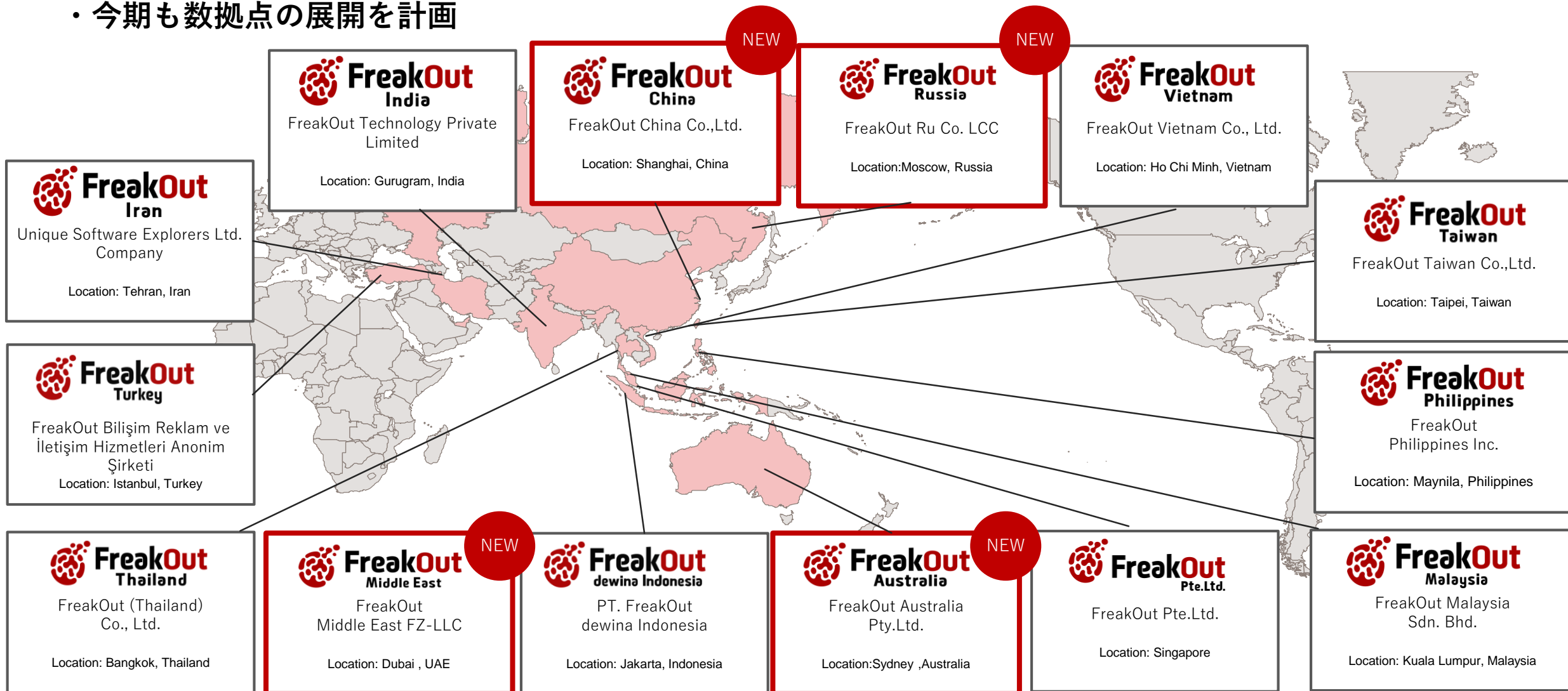
---

- ・ 15年以降アジアを中心にエリア拡大（16カ国にて展開済み）
- ・ 17年からは M&A やアライアンスを積極化してソリューションの拡大に注力
- ・ 今期からは様々なグループアセットを組み合わせでシナジー形成

## アジアを代表するデジタルマーケティング企業へ



- ・ロシア、アラブ首長国連邦、オーストラリアも事業開始
- ・アジア中心にグローバル16カ国にてサービスを提供
- ・今期も数拠点の展開を計画



- ・ 5社のローカルエージェントを買収を通じて、ローカル媒体の買い付け、運用機能を強化
- ・ 投資先であるインド SilverPush 社や関連会社 IRIS がシンガポールで提供する SPLIT を専売開始
- ・ Facebook や Google などのグローバル媒体を運用するセントラル拠点（Rigoletto）を開設

## M&A



## 専売商材の拡充



TV Sync DSP



タクシーサイネージ

## 運用機能の拡充



# アジアを代表するデジタルマーケティング企業へ

各セグメント領域において 1st Choice を目指し、  
アジア中に独自のデジタルマーケティングエコシステムを形成していく。



■ 自社グループの事業セグメント



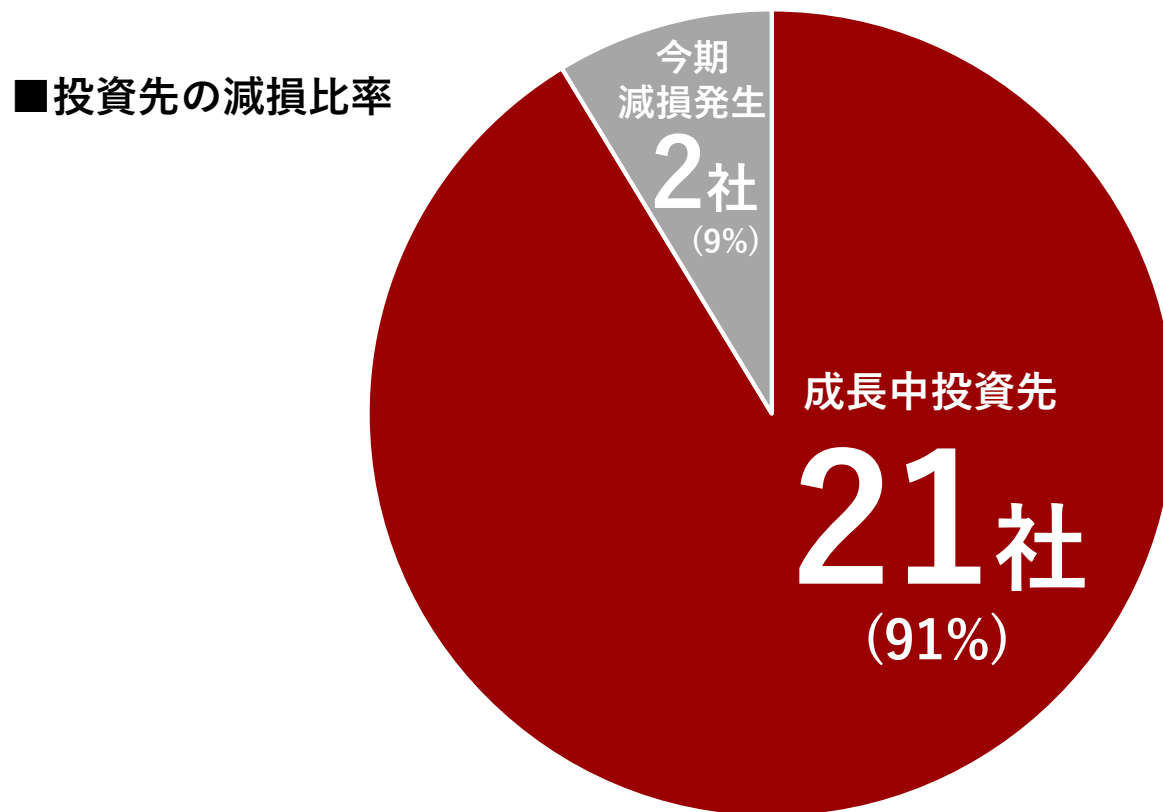
---

## Section2 事業の進捗について

### 3. 投資関連

---

- 今期減損損失を2社において計上したものの、総体としての投資のトラックレコードは極めて良好
- 過年度に減損した2社も現時点で黒字化達成
- 良好なトラックレコードを受けて、投資活動の事業化を検討中



---

## Section3 業績予想について

### 1. 2019年9月期

---

金額単位:億円	①2018年9月期 実績	②2019年9月期 業績予想	③=②-① 差異	④=③÷① 増減率	⑤2019年9月期 前回中期計画	⑥=②-⑤ 差異	⑦=⑥÷⑤ 増減率
売上	147	190	+43	29%	210	▲20	▲10%
EBITDA	8.4	14.0	+5.6	66%	16.8	▲2.8	▲17%
営業利益	▲5.3	1.0	+6.3	-			
経常利益	3.1	9.0	+5.9	193%			
当期純利益	0.3	5.3	+5.0	1,974%			

---

# APPENDIX

---

---

# APPENDIX 1

## 業績補足資料

---

単位：百万円	FY18 4Q	FY18 3Q	差異	増減率
流動資産	8,078	7,674	404	5.3%
（うち現預金）	3,174	3,648	▲ 473	▲ 13.0%
固定資産	7,557	5,893	1,660	28.2%
総資産合計	15,636	13,568	2,064	15.2%
流動負債	6,182	4,039	2,142	53.0%
固定負債	4,959	5,044	▲ 85	▲ 1.7%
純資産	4,495	4,483	7	0.2%
負債純資産合計	15,636	13,568	2,064	15.2%

単位：百万円	FY18 4Q	FY17 4Q	前年Q比	FY18 3Q	直前Q比
変動費	2,941 70.4%	1,966 67.1%	49.6%	2,602 70.2%	13.0%
開発人件費	125 3.0%	93 3.2%	34.3%	111 3.0%	12.5%
サーバー関連費	118 2.8%	94 3.2%	26.2%	119 3.2%	▲0.2%
その他	1 0.0%	1 0.0%	26.5%	1 0.0%	▲6.1%
売上原価計	3,185 76.3%	2,509 85.7%	27.0%	2,410 65.0%	32.2%



単位：百万円	FY18 4Q	FY17 4Q	前年Q比	FY18 3Q	直前Q比
人件費	653 15.6%	409 14.0%	59.7%	665 17.9%	▲1.9%
家賃・水道光熱費	111 2.6%	103 3.5%	7.5%	110 3.0%	0.2%
のれん償却費	88 2.1%	36 1.2%	146.7%	88 2.4%	▲0.2%
減価償却費	19 0.4%	12 0.4%	56.6%	15 0.4%	28.0%
外注・報酬等	97 2.3%	81 2.8%	19.4%	81 2.2%	20.7%
採用費	34 0.8%	31 1.0%	10.6%	40 1.1%	▲16.2%
販売費	21 0.5%	14 0.5%	46.3%	11 0.3%	87.0%
その他	192 4.6%	114 3.9%	68.5%	168 4.5%	14.1%
販管費計	1,213 29.1%	799 27.3%	51.8%	1,178 31.8%	3.0%

---

## 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	14億3,375万円			
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	代表取締役社長 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	13,320,900株			
主要株主	本田 謙			39.57%
	ドイツ証券株式会社			5.10%
	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)			4.39%
	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			4.32%
	BBH(LUX) FOR FIDELITY FUNDS PACIFIC FUND			4.27%

※2018年9月末時点

---

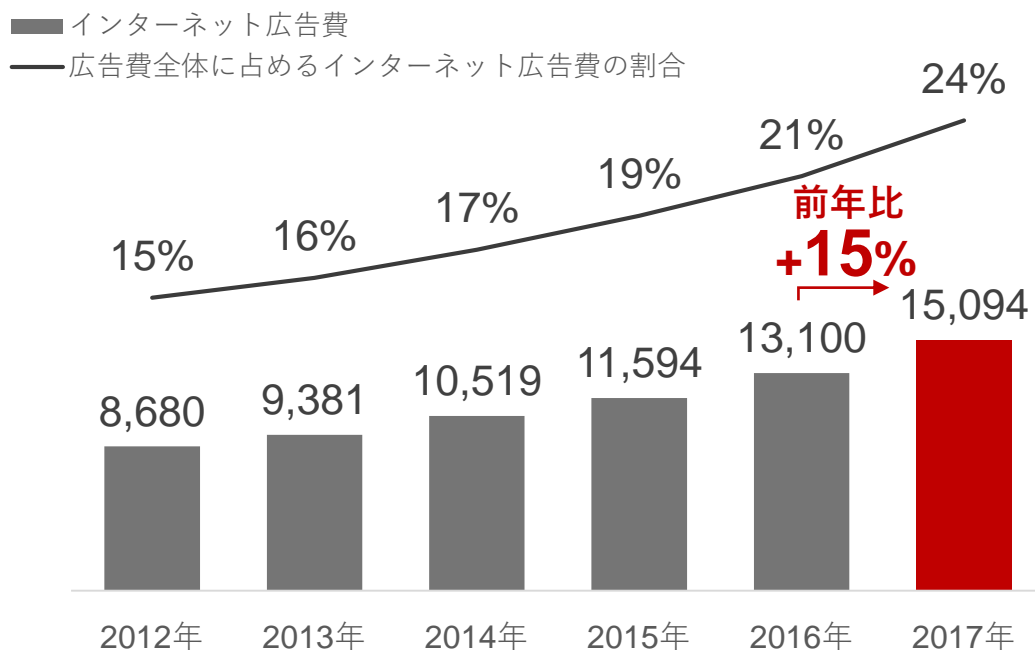
## APPENDIX 3

# 市場規模

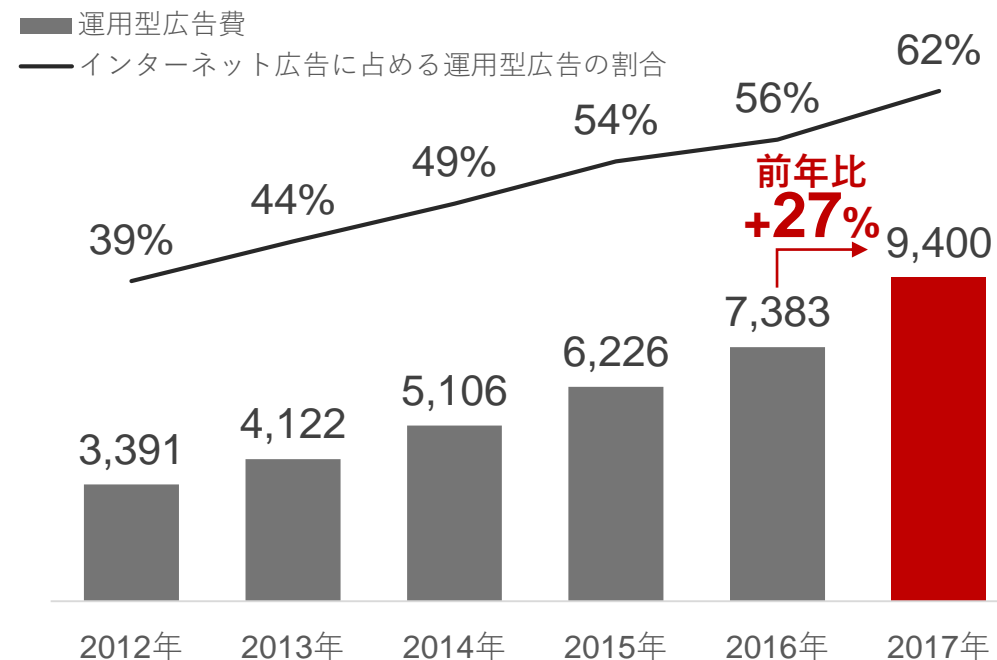
---

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)

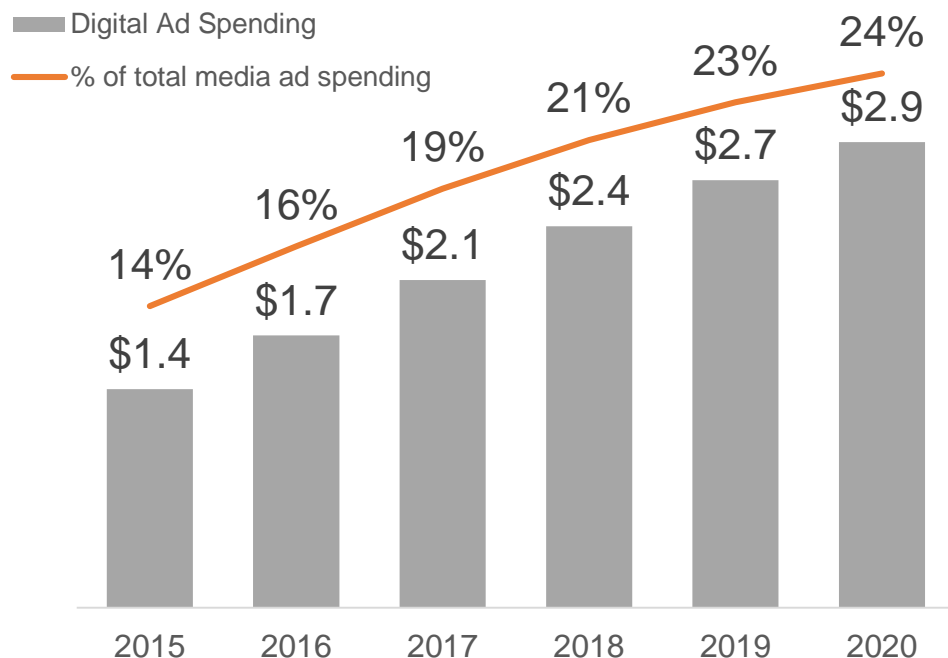


出所：電通「日本の広告費 2017年」

※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.