



株式会社フリークアウト・ホールディングス

2020年9月期 第2四半期
決算説明資料

2020年5月15日

Section1 概況（新型コロナウイルスの影響等）

Section2 2020年9月期 第2四半期決算の概要

Section3 事業の進捗（広告事業）

Section4 総括（新型コロナウイルスの影響を強く受けた事業の状況等）

Section1 概況（新型コロナウイルスの影響等）

事象	影響を受ける事業	影響
1. インターネットメディアのView数大幅増	国内広告 (Poets: ネイティブ広告)	ポジティブ 3月以降の粗利増
2. 「おこもり」ニーズの発生	海外広告 (自社拠点、アプリデベロッパー向け広告)	ポジティブ 中国法人を中心に、3月以降の粗利増
3. 広告主需要減による広告単価のダウン	FinTech (非連結 カンム)	ポジティブ オーガニック + 最小限の広告宣伝費での成長 ※短期的な個人資金ニーズも発生
4. 外出の抑制	国内広告 (位置情報を活用した来店促進系プロダクト)	ネガティブ 3月以降の粗利大幅減
	IRIS (タクシー内デジタルサイネージ)	ネガティブ 4月以降IRIS関連の売上、持分法投資利益大幅減

主に3の事象により、主力の国内広告(DSP)や海外広告については3月の売上・粗利が落ち込み、4月中旬以降は国や業種の差はあるものの徐々に回復基調に。

1. ファンダメンタルの業績の回復・成長

2Qは海外の広告閑散期であり、社内予算は若干のEBITDA赤字を想定

3月の新型コロナウイルスの影響を受けても2QはEBITDA黒字で着地

2. 新型コロナウイルスのネガティブインパクトの緩和

ネットィングするとネガティブが見込まれるも、Poets・中国事業・FinTech事業の成長により、影響は緩和

いずれも現在の中計期間中に新たに取り組んできた事業であり、事業ポートフォリオの多様化が有効に機能

Section2 2020年9月期 第2四半期決算の概要

連結売上高

61.7億円 (前年Q比+15.1億円 +32.3% / 直前Q比▲12.6億円)

(前年Q比)海外広告を中心に、大幅成長

(直前Q比)海外広告の季節要因による売上減、新型コロナウイルスの影響、前Qから投資事業売上減により、直前Q比で減少

連結EBITDA

1.2億円 (前年Q比+1.3億円 / 直前Q比▲2.4億円)

(前年Q比)不採算拠点整理等で海外広告・その他(本社コスト等)が収益改善

(直前Q比)売上高記載の要因で減少も、ブレイクイーブンの社内予算数値を大幅に超過して推移

連結経常利益

▲0.6億円 (前年Q比+1.6億円 / 直前Q比▲3.9億円)

(前年Q比・直前Q比)

・ EBITDAと同様の要因に加え、為替差損 (0.7億円) 等が発生

上記とは別途、The Studio by Ctrl Shift の早期撤退等に伴う関係会社整理損失引当金計上(▲0.5億円)等により親会社に帰属する当期純利益は▲1.9億円

社内予算上は第2QはEBITDAでブレイクイーブンでの着地を想定
 コロナ影響を受けたうえでなお順調に推移

	第1Q (10~12月)	第2Q (1~3月)	第3Q (4~6月)	第4Q (7~9月)
国内広告_DSP等	○	○	△	△
海外広告	◎	×	○	○
投資事業	不定期	不定期	不定期	不定期
合計	◎	△	○	○

正常収益力ベースのEBITDAでは、 通期業績予想数値5億円を上期で達成

(単位:億円)

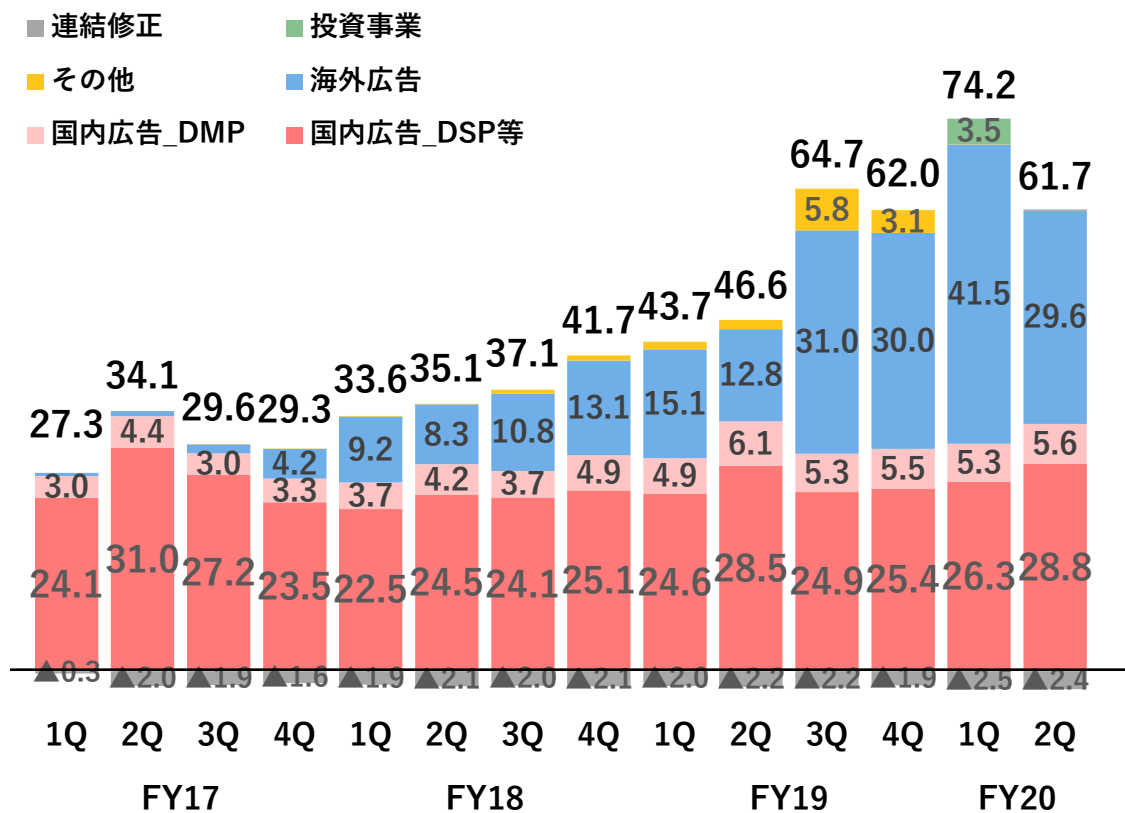
	① 2Q 実績		② 新型コロナ影響額		①+②=③ 正常収益力	
	売上	EBITDA	売上	EBITDA	売上	EBITDA
国内広告_DSP等+DMP※1	34.3	2.1	4.1	1.4	38.4	3.6
海外広告※2	29.6	0.4	0.7	0.7	30.4	1.1
その他(本社コスト等)	▲2.3	▲1.2	-	-	▲2.3	▲1.2
合計	61.7	1.2	4.8	2.1	66.5	3.4

※1：3月の広告需要期の受注キャンセル等を集計

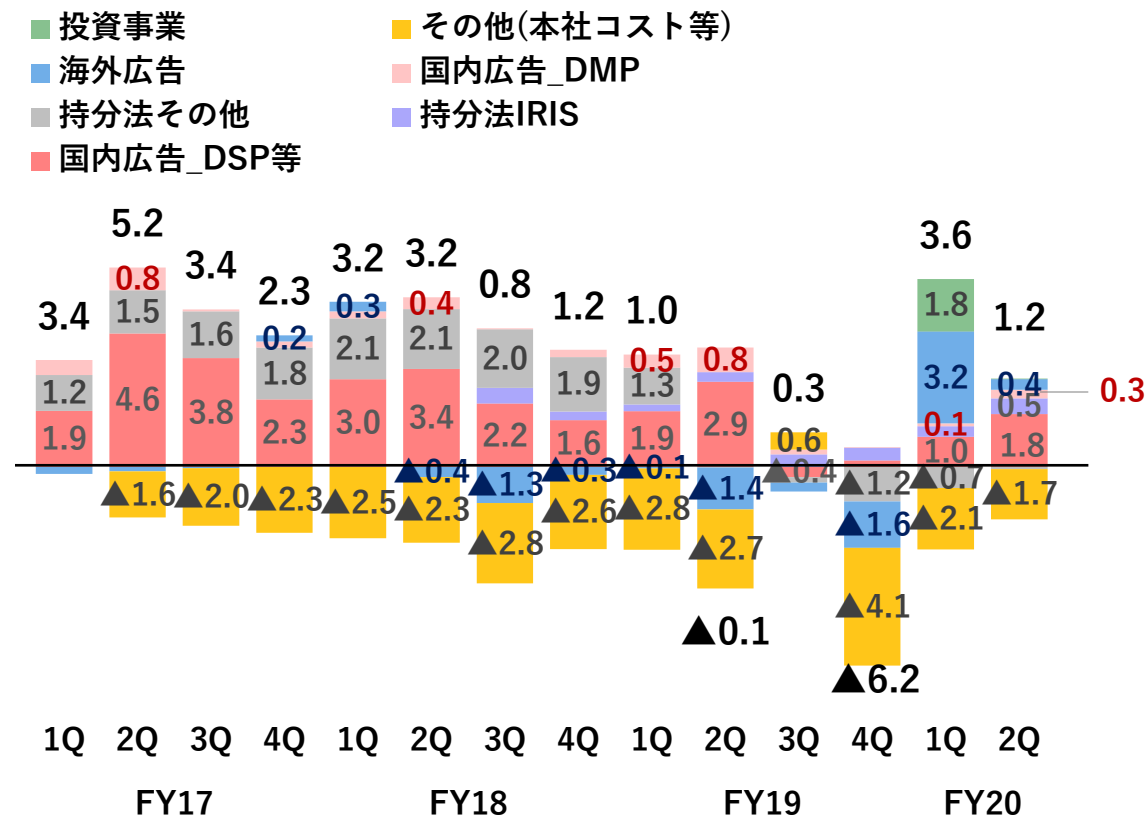
※2：Playwire・adGeekのネガティブインパクト、中国法人のポジティブインパクトを集計・相殺

各事業EBITDA黒字を達成 (国内広告_DSP等の収益性が回復、海外広告も黒字で着地)

売上 (単位:億円)

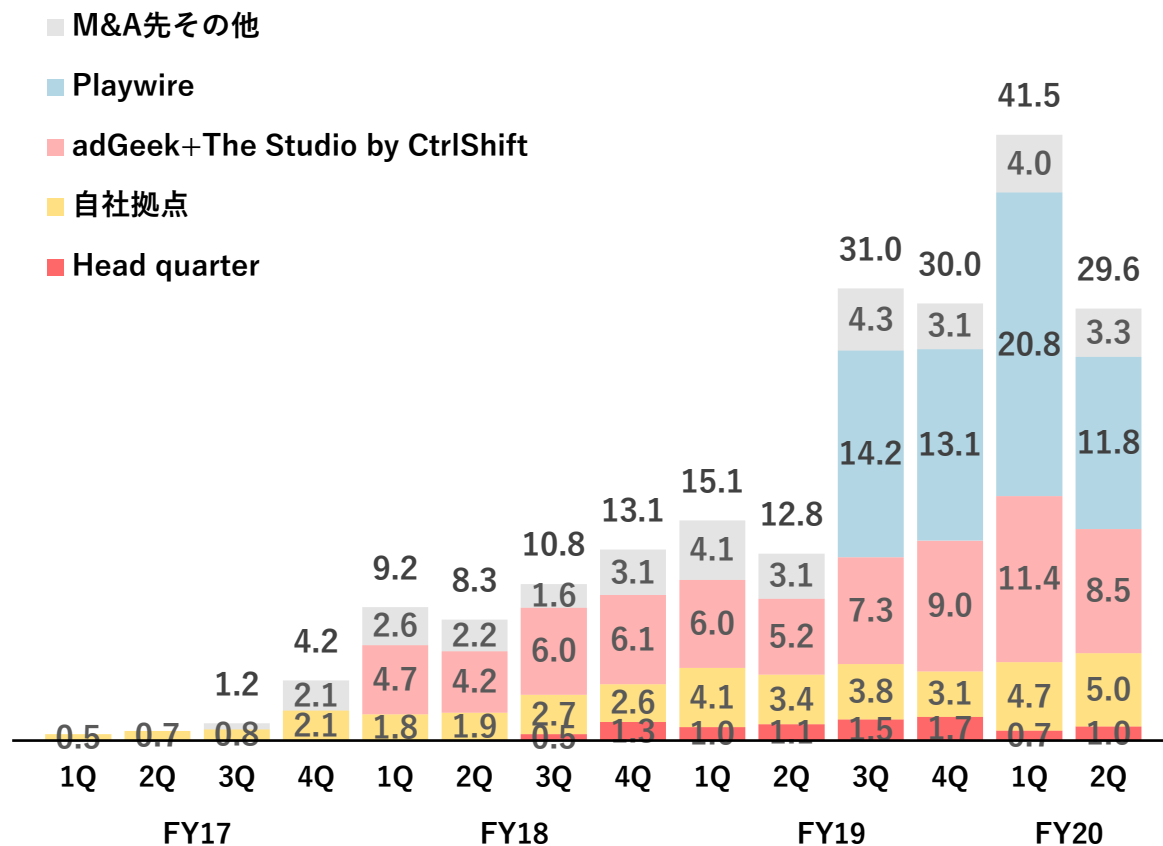


EBITDA (単位:億円)

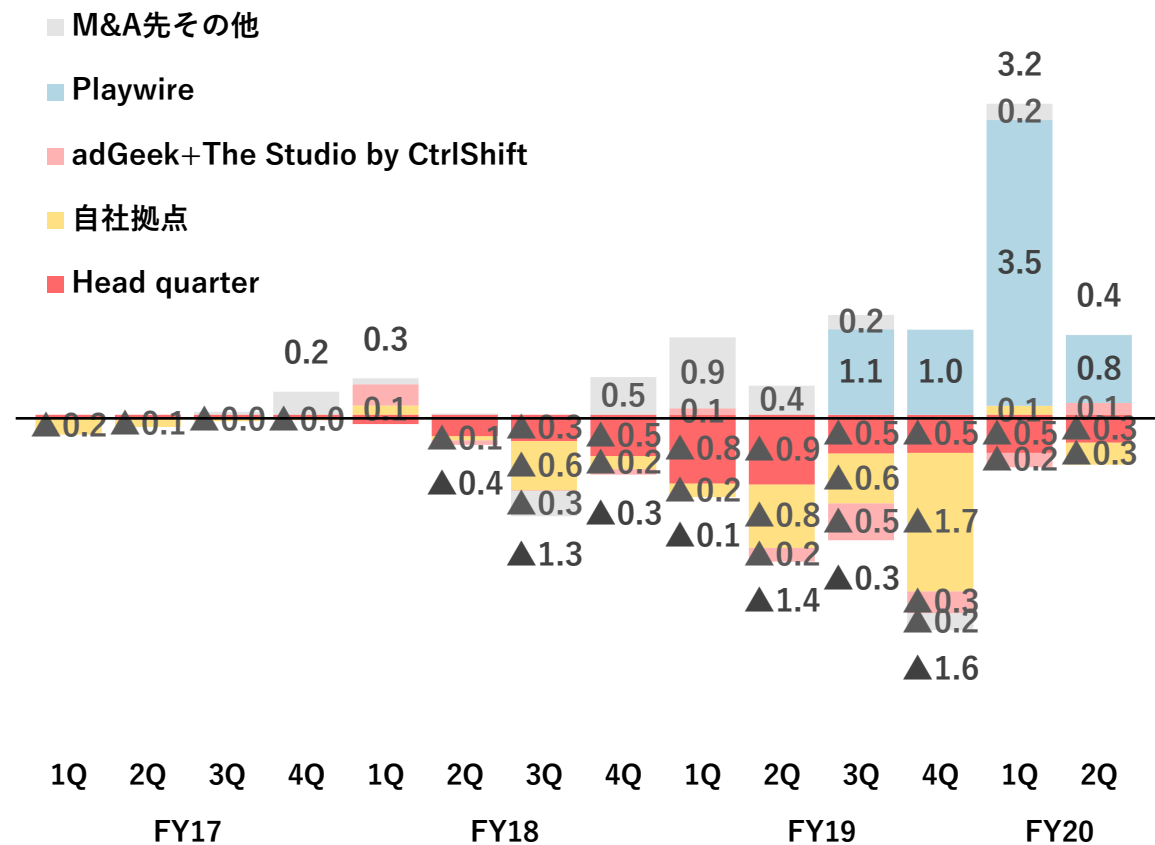


adGeekがコスト改善により黒字着地(The Studio by CtrlShiftは清算へ)

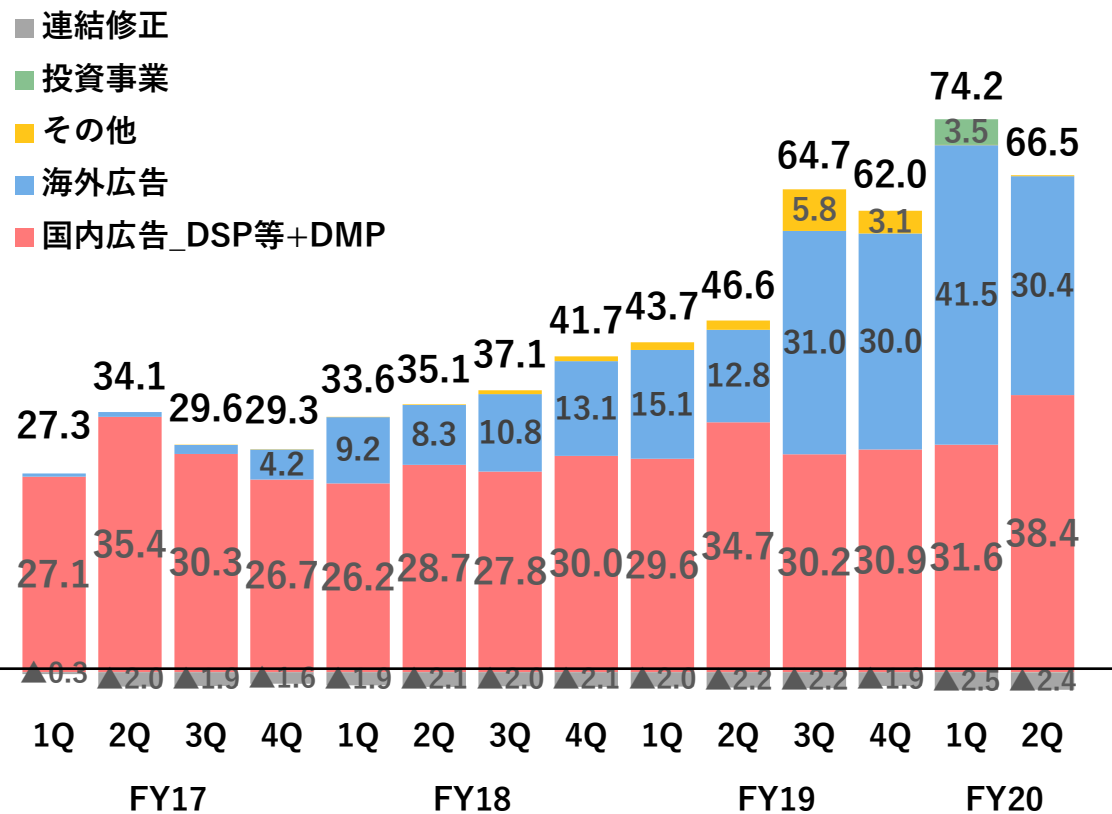
売上 (単位:億円)



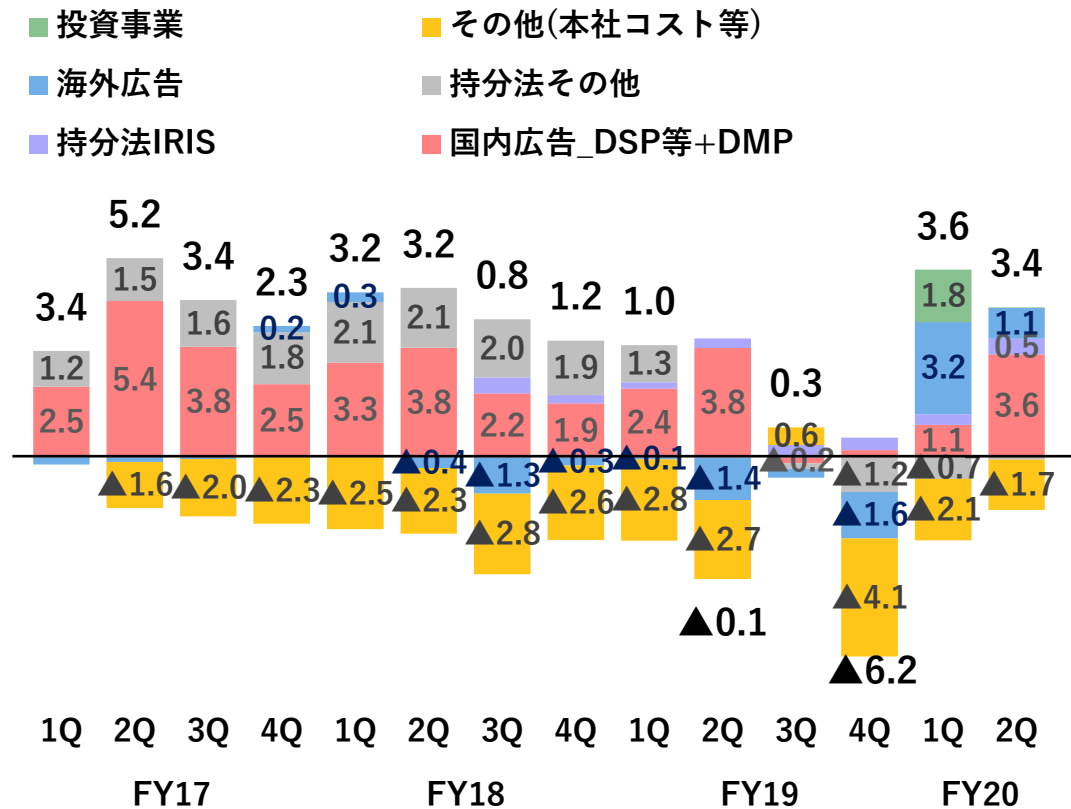
EBITDA (単位:億円)



売上 (単位:億円)

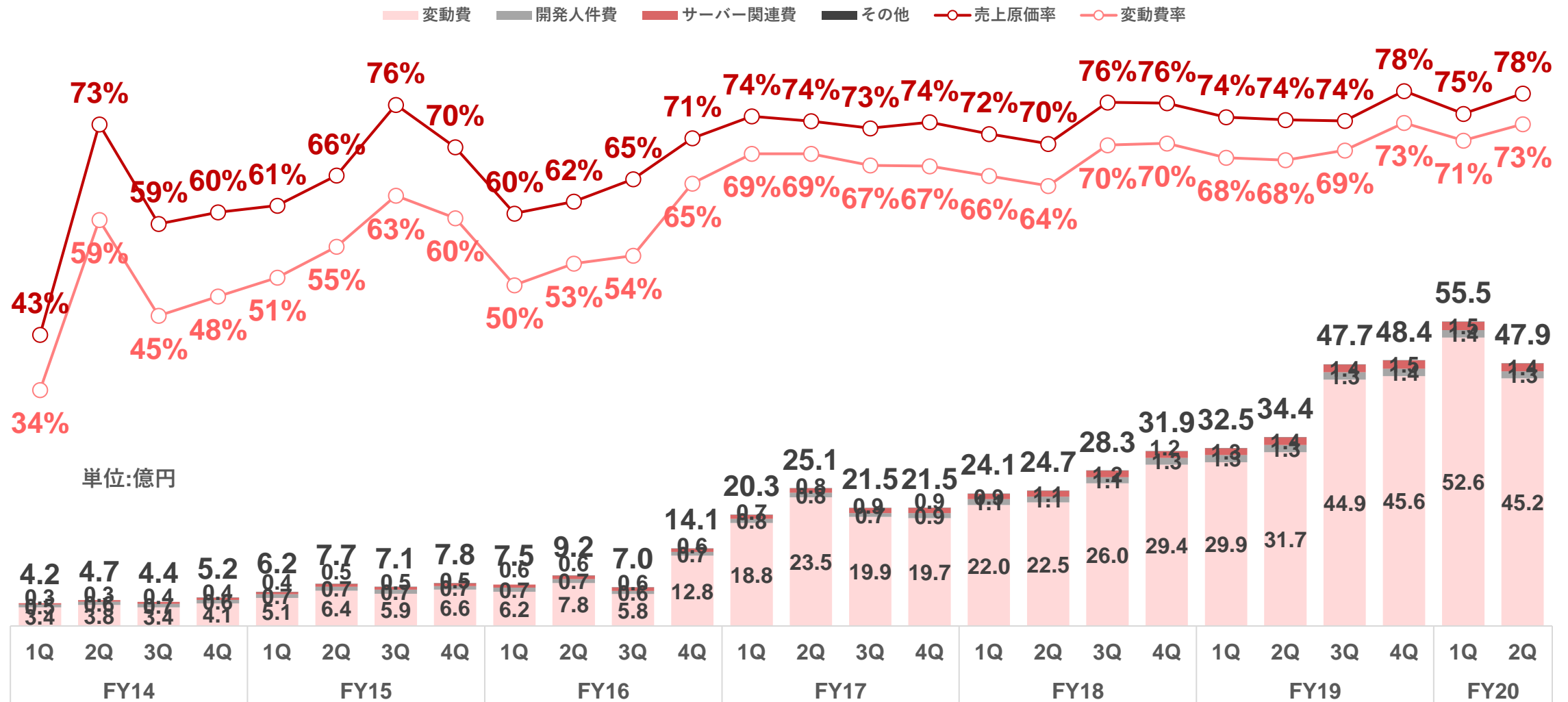


EBITDA (単位:億円)



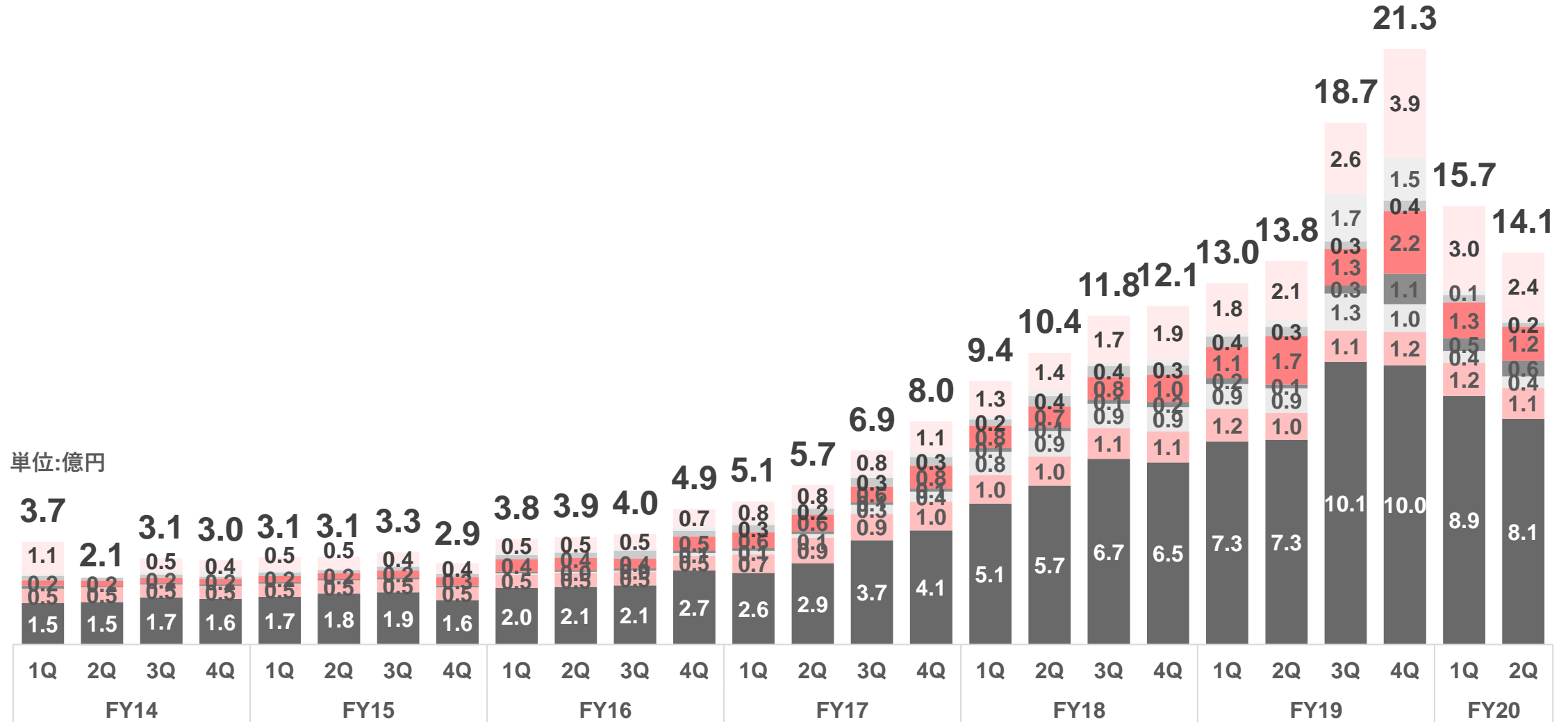
単位:百万円

	FY19				FY20	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
営業利益	▲171	▲157	▲168	▲774	302	▲33
持分法投資利益	151	32	25	▲70	▲36	51
のれん償却費	88	87	132	99	42	41
減価償却費	34	29	45	126	56	65
EBITDA	102	▲8	34	▲619	364	125
のれん償却費	▲88	▲87	▲132	▲99	▲42	▲41
減価償却費	▲34	▲29	▲45	▲126	▲56	▲65
その他(為替差損益等)	▲45	▲99	▲193	▲26	62	▲80
経常利益	▲65	▲223	▲337	▲872	329	▲62



【参考情報】 連結販売管理費推移

■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

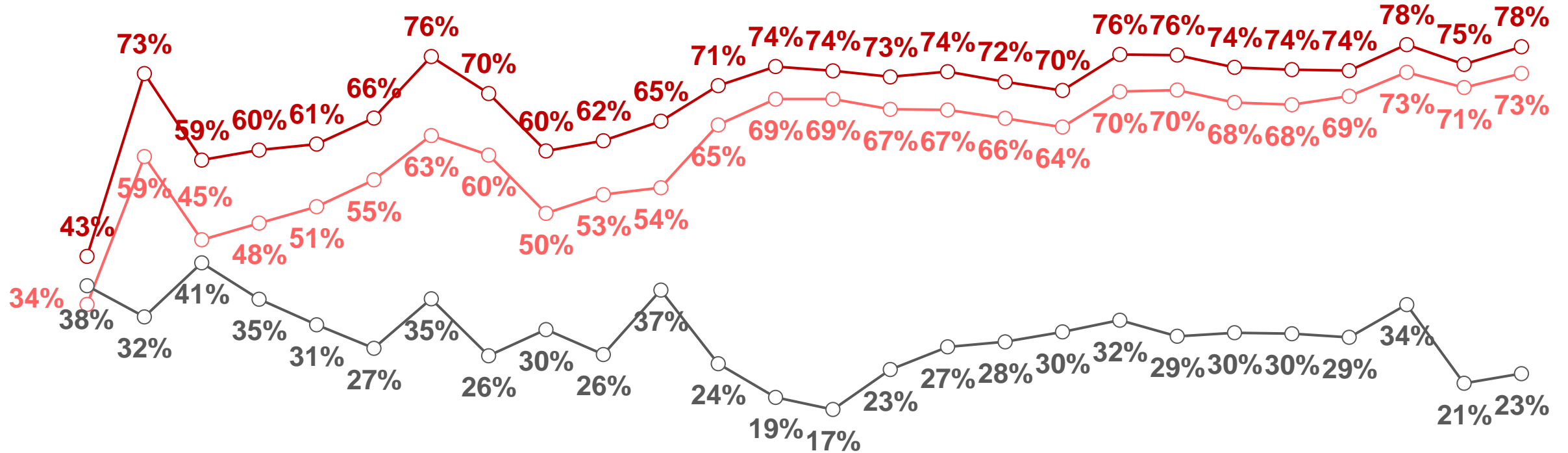


単位:人

	FY19	FY19	FY19	FY19	FY20	FY20
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
国内広告_DSP等	161	167	159	165	169	167
国内広告_DMP	39	38	32	43	43	39
海外広告_自社拠点	124	115	113	114	90	91
海外広告_M&A	271	362	356	366	321	248
その他	62	67	63	63	31	31
合計	657	749	723	751	654	576

【参考情報】 連結原価率・連結販管費率の推移

● 売上原価率 ● 変動比率 ● 販管費率



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
FY14				FY15				FY16				FY17				FY18				FY19				FY20	

連結売上高

135.9億円（前年比+45.6億円 +50.5%）

（前年比）海外広告を中心に、大幅成長を引き続き継続

連結EBITDA

4.9億円（前年比+3.9億円 +420.6%）

（前年比）不採算拠点整理や投資事業で有価証券の売却を行い増益

連結経常利益

2.7億円（前年比+5.6億円）

（前年比）

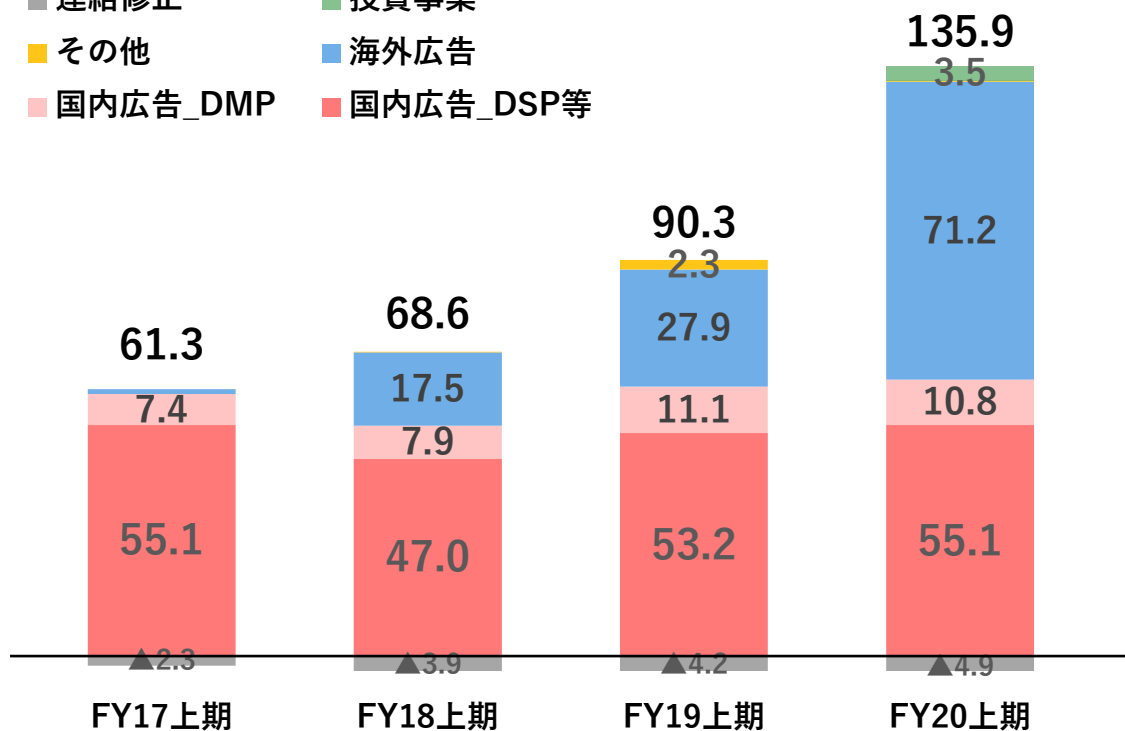
・ EBITDAと同様の要因に加え、資金調達費用の削減等で増益

売上：海外広告が大きく増収し前年比+50%成長
EBITDA：不採算拠点整理により海外広告事業黒字化

売上

(単位:億円)

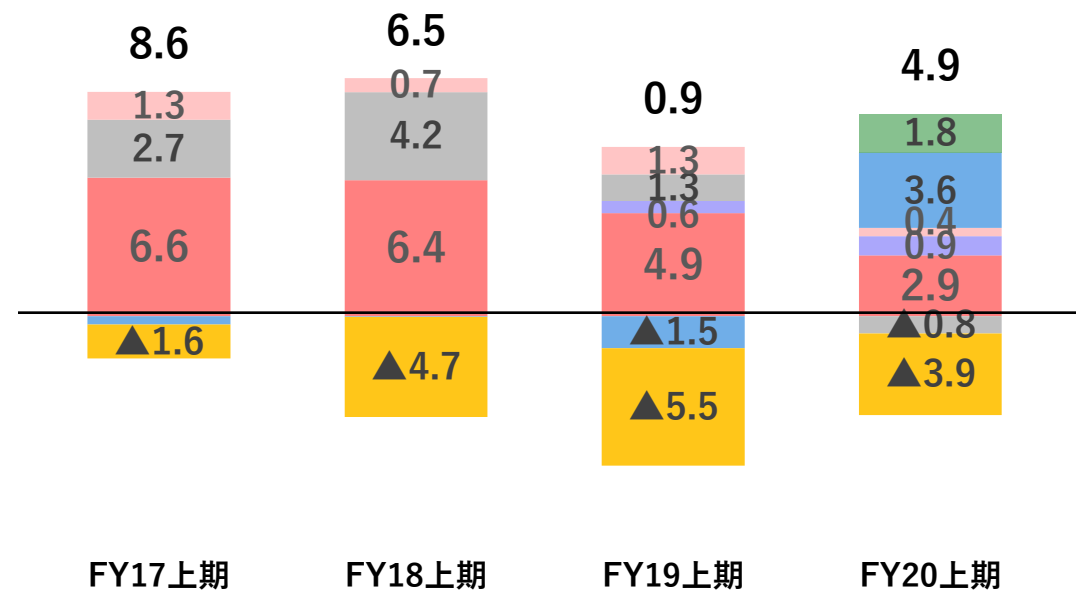
- 連結修正
- その他
- 国内広告_DMP
- 投資事業
- 海外広告
- 国内広告_DSP等



EBITDA

(単位:億円)

- 投資事業
- 海外広告
- 持分法その他
- 国内広告_DSP等
- その他(本社コスト等)
- 国内広告_DMP
- 持分法IRIS

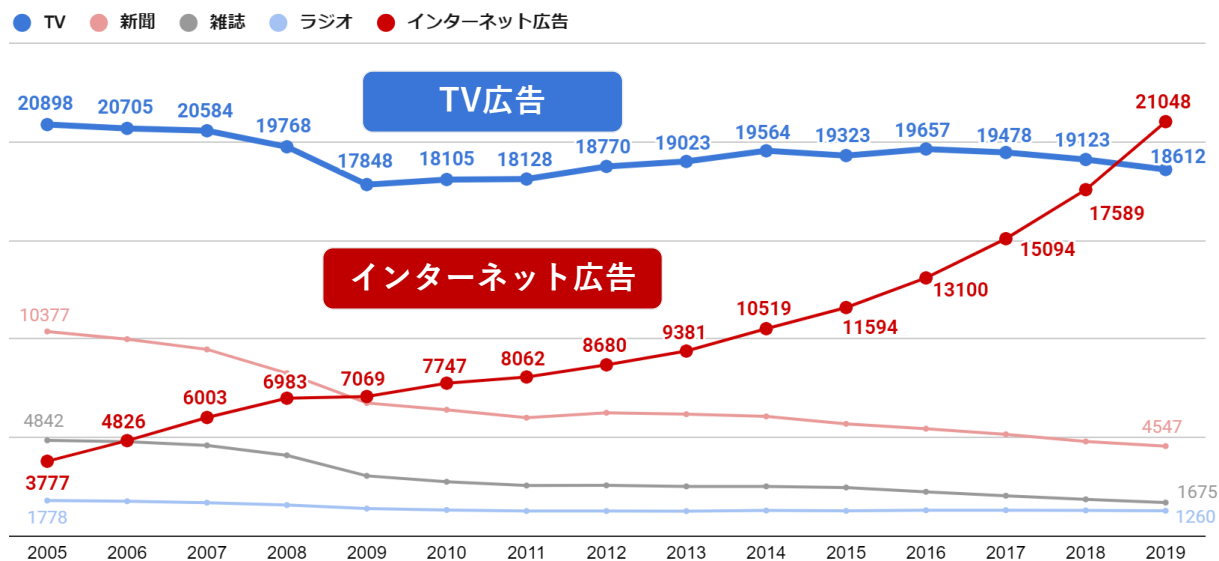


Section3 事業の進捗（広告事業）

ブランドコミュニケーションの中心が「マス」から「インターネット」に完全移行する未来に向け、インターネット動画市場の課題を解決する技術開発に、多面的に取り組んでいます。

- ・インターネット広告がTV広告を抜きトップメディアへ
- ・スマホ、ソーシャルメディアに続く滞在メディア変化トリガーとしてのOTTの普及
- ・インターネット動画広告市場の課題は「安全」「ユーザー体験」「スケーラビリティ」

日本の媒体別広告費 ※(株)電通「2019日本の広告費」より



提供サービスと解決課題

提供サービス	面	解決課題
TVerPMP	新規面	安全 ユーザー体験 スケーラビリティ
Mirrors	既存面 (Youtube等トップメディア)	安全 ユーザー体験
Trendi	既存面 (バーティカルメディア)	安全 スケーラビリティ

新規動画メディアの発展を共創し、
安心してブランドコミュニケーションがとれる
新しい場を提供していく広告技術開発に取り組んでいます。

- ・ 上半期は事業規模を作るにあたっての基盤構築に最注力
- ・ DSP 各社との接続を進め入札数最大化を推進、自社含め5社 DSP との接続を完了
- ・ 在庫を拡充しリクエスト数最大化を推進、在阪キー局が参画し在庫を拡充

DSP

Red

DSP4社



TVer PMP

+

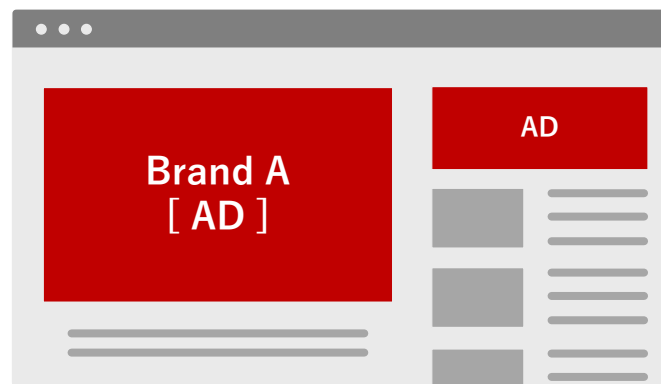
※テレビ大阪は現在接続準備中です

特定動画メディア上でのブランドコミュニケーションをより安全に効率的効果的に実現させていく広告技術開発に取り組んでいます。

- ・ ロゴ、特定人物、表情など、YouTube のデフォルト機能では補完しきれない定義で配信が可能
- ・ ターゲティングのみならず、ブランドセーフティ（除外セグメント）にも利用可能
- ・ 東南アジアでフリークアウトと包括的協業、日本事業も下半期に開始予定



動画内のオブジェクトを認識し定義



コンテンツに沿った広告を配信



ConnectedTV/ Mobile/Desktop/Tabletに配信可能



顔

MIRRORの顔検出機能により、コンテンツ連動型広告を各デバイス・配信プラットフォームにまたがって配信可能。



ロゴ

コンテンツ連動型広告を配信し、人目を集めるトレードマークをブランドの認知と販売促進につなげます。



商品

同じ業種・商品カテゴリのコンテクストリッチな広告を販売促進につなげます。

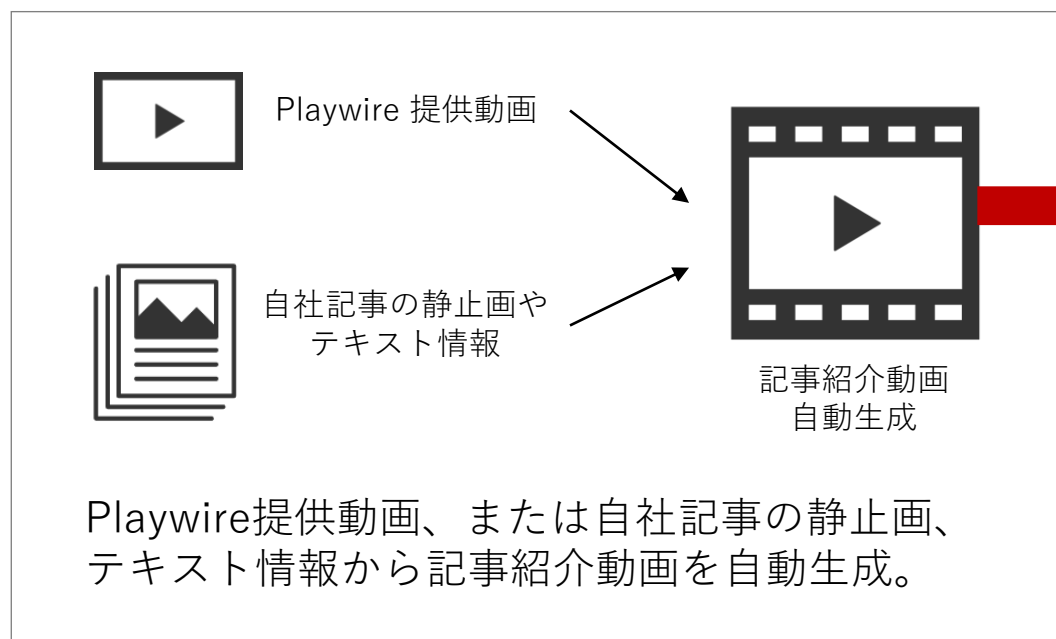


背景

画面の背景に沿った内容のメッセージを発信。

既存メディア内に動画コンテンツを自動生成し
 動画でブランドコミュニケーションがとれる場を
 スケーラブルに増やしていく広告技術開発に取り組んでいます。

- ・ 静止画中心のWEBメディアにとって動画コンテンツの量産は収益性が合わない
- ・ 自社コンテンツを活用して、新たな動画コンテンツ枠をエフォートレスに自動生成
- ・ 記事に関連した自動生成動画を記事内に設置し、インストリーム広告を配信して新たな収益源に



読んでいる記事に関連した自社記事
 紹介動画を配信し、
 同一面で動画広告も配信する。

Playwire が独占的に収益化

Section4 総括

(新型コロナウイルスの影響を強く受けた事業の状況等)

**「人を動かす」ことがコアバリューである ASE にとって、
非常事態宣言下における自粛要請は根幹を揺るがす外部環境の変化。**

■ 現在進めている対応策

基本機能を活用した提案活動

広告出稿に消極的でないブランド広告主に向けて、
位置情報から推定できるペルソナ情報を活用した
オーディエンスターゲティング配信の提案。

営業リソースの再配分

営業リソースは DSP 等他商材と共通しているため、
TVer PMP や Poets など新たに発生している事業
機会に関わる提案活動に比重をあげる。

**基本方針としては、外出自粛中は提案リソースを他商材に比重を寄せつつ、
パンデミックの状況をみながら徐々に営業活動を再注力していく。**

表示回数課金メニューを追加
Tokyo Primeならではのメニューを増やし他社との差別化を図る

大型ビジョン・電車内サイネージ広告

Tokyo Prime

イメージ



乗車者がいなければ広告非表示

視聴数の測定



利用者の乗車に関係なく広告配信されるため正確な視聴数の測定が困難



利用者の乗車時のみ広告が配信され正確な視聴数の測定が可能

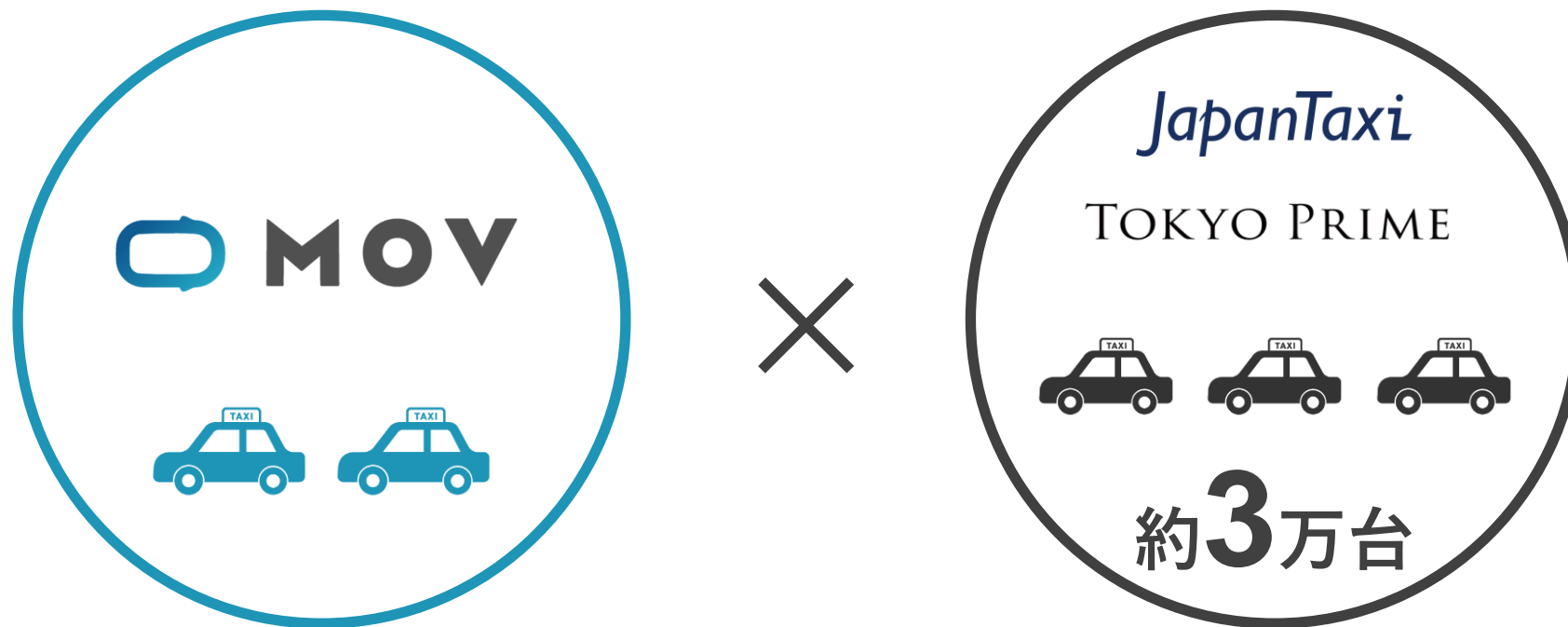
新型コロナウイルスにより 医療従事者の方々の乗車が増えている事態に対して 弊社だからこそできるCSR活動を実施



※TokyoPrimeでの配信画面(画面は武井壮さん)：5月11日撮影

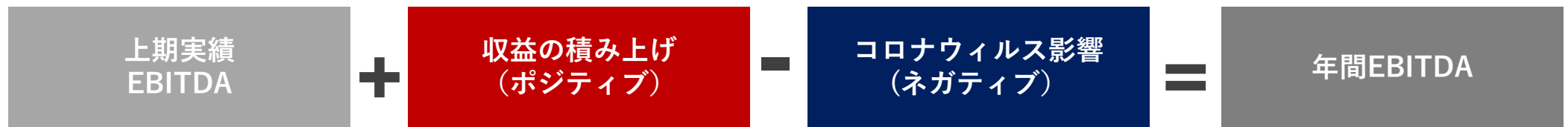
JapanTaxiのMOV統合により

- ①サービス提供台数増 ②夏ごろをめどに新商品メニューの発表予定
さらなる事業拡大を推進



統合後は**5万台**を超える見込み

上期だけで通期業績予想数値にほぼ追いつくが
 コロナウィルス影響が不透明な部分があるので
 現時点では業績予想修正は実施せず



APPENDIX 1

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	23億3,645万円			
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 新領域事業管掌	佐藤 裕介	取締役 (監査等委員)	高田 祐史
	取締役 広告事業管掌	安倉 知弘	取締役 (監査等委員)	渡辺 英治
	取締役CFO	永井 秀輔	社外取締役	堀内 真人
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			
発行済株数	15,910,700株			
主要株主※	本田 謙			30.16%
	伊藤忠商事株式会社			17.98%
	ドイツ証券株式会社			6.12%
	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			3.61%
	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)			3.36%

※2020年3月末時点の主要株主の状況を記載しております。

APPENDIX 2

業績補足資料

単位：百万円	FY20 2Q	FY19 2Q	前年Q比	FY20 1Q	直前Q比
変動費	4,515 73.2%	3,168 68.0%	42.5%	5,259 70.9%	▲14.1%
開発人件費	130 2.1%	132 2.8%	▲1.4%	139 1.9%	▲6.5%
サーバー関連費	145 2.3%	141 3.0%	2.9%	150 2.0%	▲3.2%
その他	1 0.0%	1 0.0%	▲12.8%	1 0.0%	▲9.2%
売上原価計	4,791 77.7%	3,442 73.9%	39.2%	5,549 74.8%	▲13.7%

*金額の下に記載している%は対売上高比

単位：百万円	FY20 2Q	FY19 2Q	前年Q比	FY20 1Q	直前Q比
人件費	808 13.1%	734 15.8%	10.0%	891 12.0%	▲9.3%
家賃・水道光熱費	112 1.8%	97 2.1%	15.8%	119 1.6%	▲5.5%
のれん償却費	41 0.7%	87 1.9%	▲52.6%	42 0.6%	▲1.6%
減価償却費	56 0.9%	13 0.3%	334.3%	47 0.6%	20.2%
外注・報酬等	121 2.0%	174 3.7%	▲30.4%	127 1.7%	▲5.1%
採用費	15 0.2%	34 0.7%	▲55.3%	27 0.4%	▲44.6%
販売費	9 0.1%	25 0.5%	▲64.3%	14 0.2%	▲38.1%
その他	243 3.9%	212 4.5%	14.8%	304 4.1%	▲20.1%
販管費計	1,405 22.8%	1,375 29.5%	2.2%	1,572 21.2%	▲10.6%

*金額の下に記載している%は対売上高比



FreakOut
Holdings

Give People Work That Requires A Person.