



株式会社フリークアウト・ホールディングス  
(東証グロース：6094)

2024年9月期 通期  
決算説明資料

2024年11月14日

**Section1 業績ハイライト**

**Section2 2024年9月期 第4四半期決算の状況**

**Section3 事業別の進捗**

**Section4 UUUMの完全子会社化について**

**Section5 2025年9月期 業績予想及び2026年9月期目標数値（EBITDA）  
の修正について**

※ 本決算説明資料の基礎データの一部は、IRライブラリからExcelファイルでダウンロードいただけます。  
(ダウンロードリンクは[こちら](#))

---

# Section1 業績ハイライト

---

売上高	前年同四半期比	通期累計	達成率
<b>141.8</b> 億円	<b>+ 91.7%</b> (+67.8億円)	<b>517.1</b> 億円	<b>101.4%</b>

EBITDA	前年同四半期比	通期累計	達成率
<b>4.1</b> 億円	<b>▲59.7%</b> (▲6.0億円)	<b>17.8</b> 億円	<b>104.5%</b>

※前年投資事業収益7.8億円を  
除いて比較すると+75.3%  
(+1.7億円)

## FY24~FY26 中計スローガン

“ Accept change,  
Transform yourself. ”

グローバルマーケティングカンパニーとしての更なる進化世界に通用するモノづくり（ソフトウェア、ハードウェア）企業へ

## FY24 実績

売上高 517億円  
EBITDA 17.8億円

## 北米売上高増、EBITDA回復途上

- ・新規メディアが引き続き順調に収益貢献
- ・直販が苦戦中、稼ぎ時の来期1Qは完全復活を見込めず、来年度業績予想にも影響

## IRISが苦戦、アジア事業が7四半期ぶりにEBITDA1億円超

- ・25年9月期内でIRISの立て直しを遂行
- ・日本事業は、一部子会社やDSPが苦戦も、Connected TV、GPは順調に成長（25年9月期に向けてポジティブな状況）

## 2025年9月期業績予想と中計修正

- ・FY25売上高560億円、EBITDA21~26億円
- ・中計最終年度FY26の目標を売上高600~700億円、EBITDA30~45億円に修正

(単位:億円)	売上高		EBITDA		ハイライト
	FY24 4Q	YoY	FY24 4Q	YoY	
全体	141.8	+91.7%	4.1	▲59.7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>前年度は投資事業により+7.8億円のEBITDAが発生。当該影響除けば+2億円程度のEBITDA増加。</li> <li>第3四半期決算発表後にはEBITDAベースで5~6億円程度を見込んでいたものの、北米の回復が当初想定を下回ったことと、IRISの不調などの影響により、4.1億円で着地</li> </ul>
北米	47.8	+38.0%	1.5	+8.3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>第3四半期に引き続き、プログラマティック売上高のドルベースでの高成長により、高増収が継続</li> <li>直販の売上回復に営業体制の再構築を要していることなどから、利益(EBITDA)については増益も第3四半期決算発表時見込みほどには至らず。(来期第1四半期も苦戦が継続する見込み)</li> </ul>
日本	13.8	▲8.4%	2.8	▲20.4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>IRIS (EBITDAで前年比▲0.5億円)、DSP、及び一部子会社で前年対比マイナスが発生し、トータルでも前年対比でマイナス成長</li> <li>動画・Connected TV領域、GPが引き続き成長(売上10億円弱に到達)</li> <li>来期以降は、成長軌道に乗ったGPに加えて、High Impact広告の収益貢献、ASEの回復などにより再成長フェイズへ</li> </ul>
アジア	17.9	+0.6%	1.4	+344.2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国事業含めた主要拠点の改善、adGeekの利益水準回復(4Q単体で0.5億円)によって、大幅な利益水準の改善を実現(7四半期ぶりにEBITDA1億円超)</li> </ul>
インフルエンサーマーケティング	65.4	-	1.5	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>利益貢献を継続、本日公表のとおり完全子会社化に向けたTOBを実施</li> </ul>
その他	▲3.1	-	▲3.1	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>前年比省略、前年同四半期投資事業売上高9.1億円、EBITDA7.8億円計上のため</li> </ul>

\*その他は、投資事業、連結修正(売上)、その他持分法投資先、本社コスト(EBITDA)等の合算値

- ✓ (第4四半期) 売上高は+91.7%の高成長。投資事業(昨年7.8億円)を除くと、EBITDAも順調に回復。一方で、為替差損の影響(▲4.6億円)で経常利益は▲2.7億円
- ✓ (通期) 売上高は+69.0%の高成長、各段階利益は減益(北米、IRIS、投資事業等の影響)

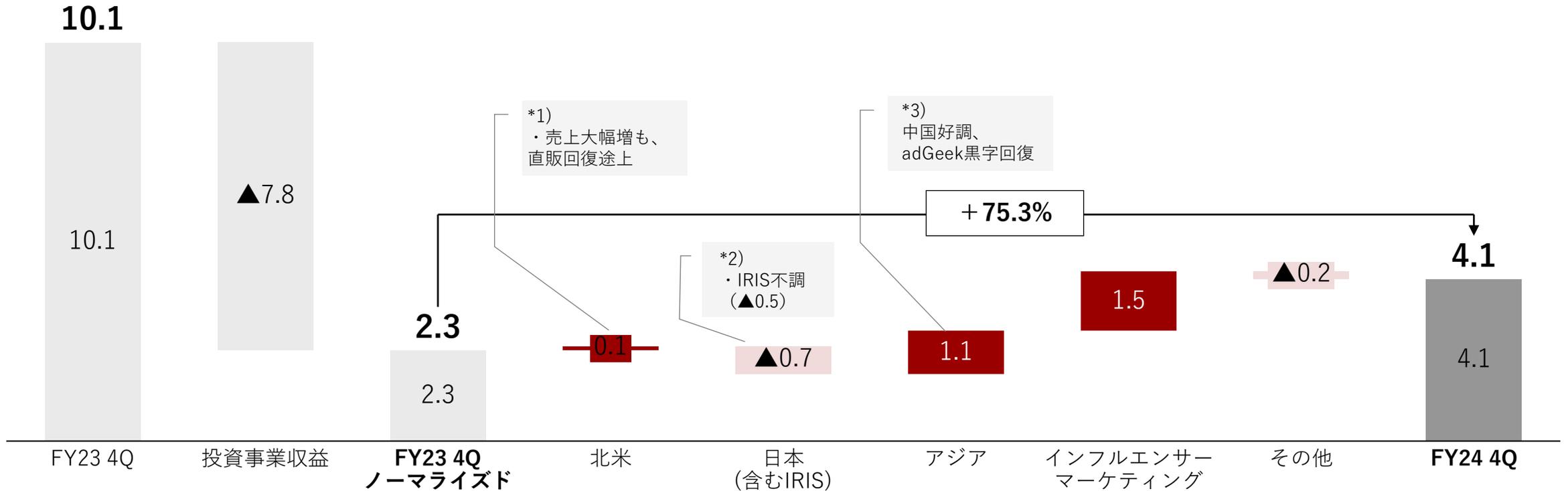
単位:億円

	FY24 4Q	FY23 4Q	YoY比
売上高	<b>141.8</b>	73.9	+91.7%
EBITDA	<b>4.1</b>	10.1	▲59.7%
営業利益	<b>0.6</b>	4.1	▲85.8%
経常利益	<b>▲2.7</b>	6.1	-
親会社株主に帰属する当期純利益	<b>▲4.4</b>	▲3.4	-

	FY24 通期	FY23 通期	YoY比
売上高	<b>517.1</b>	306.0	+69.0%
EBITDA	<b>17.8</b>	34.5	▲48.6%
営業利益	<b>0.0</b>	16.1	▲99.9%
経常利益	<b>3.7</b>	23.4	▲84.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	<b>▲31.9</b>	78.7	-

投資事業の影響を除くノーマライズされたEBITDAでは、昨年の2.3億円から各事業（IRISなど日本除く）が回復、インフルエンサーマーケティング（UUUM）の収益貢献により、EBITDAは順調に回復

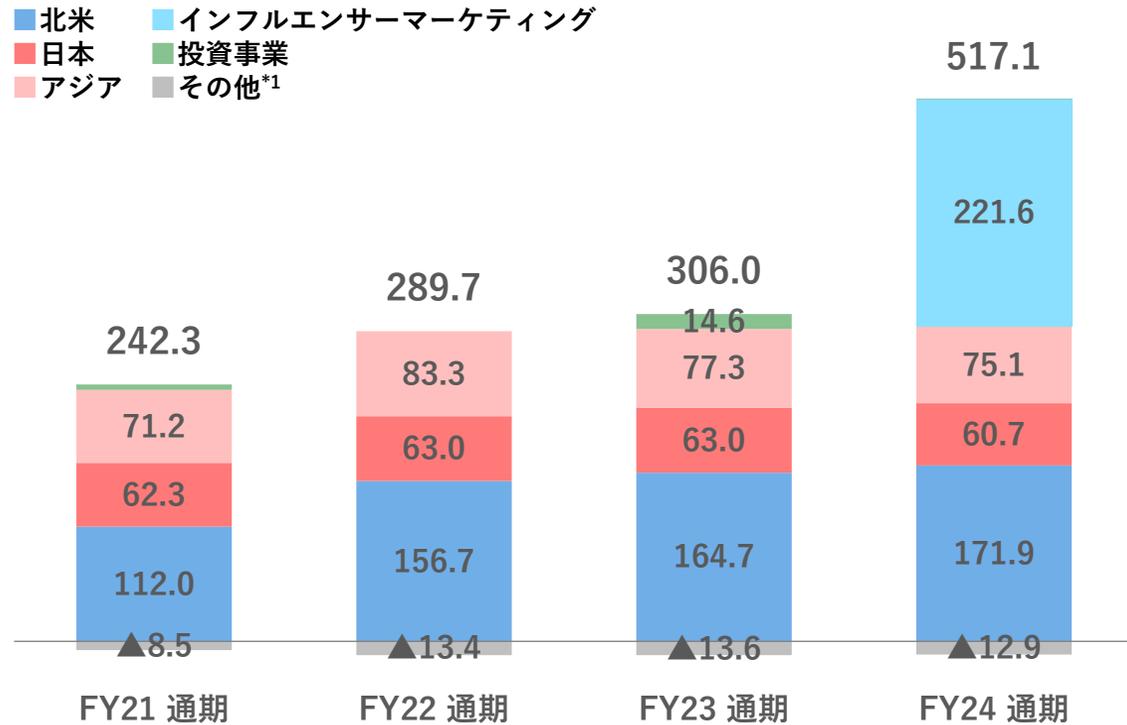
単位:億円



- 売上高) UUUMの連結開始により、過去最高額を大幅に更新
- EBITDA) UUUMが利益貢献も、北米、日本 (IRIS)、アジアの各事業が減益
- 来期に向けては、上記各事業の立て直しを通じてEBITDA21~26億円がターゲット

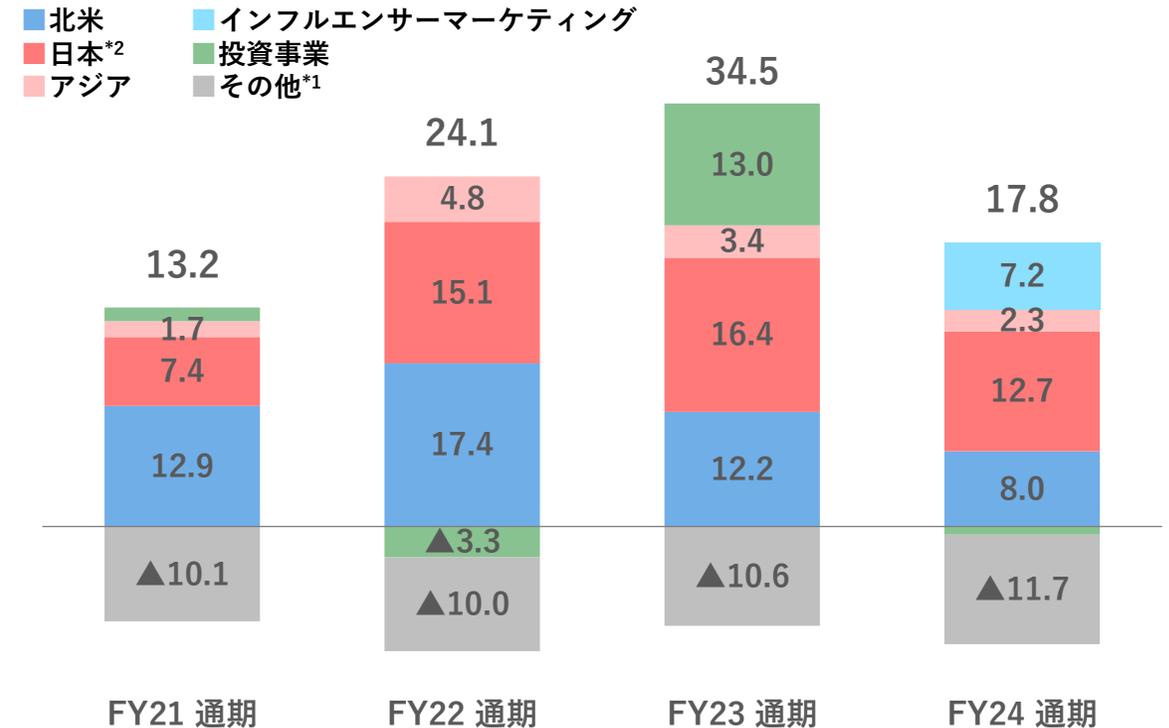
## 売上

単位:億円



## EBITDA

単位:億円



\*1.その他は、連結修正 (売上)、本社コスト (EBITDA) 等の合算値

\*2.タクシーサイネージのIRIS (持分法適用会社) を含む

---

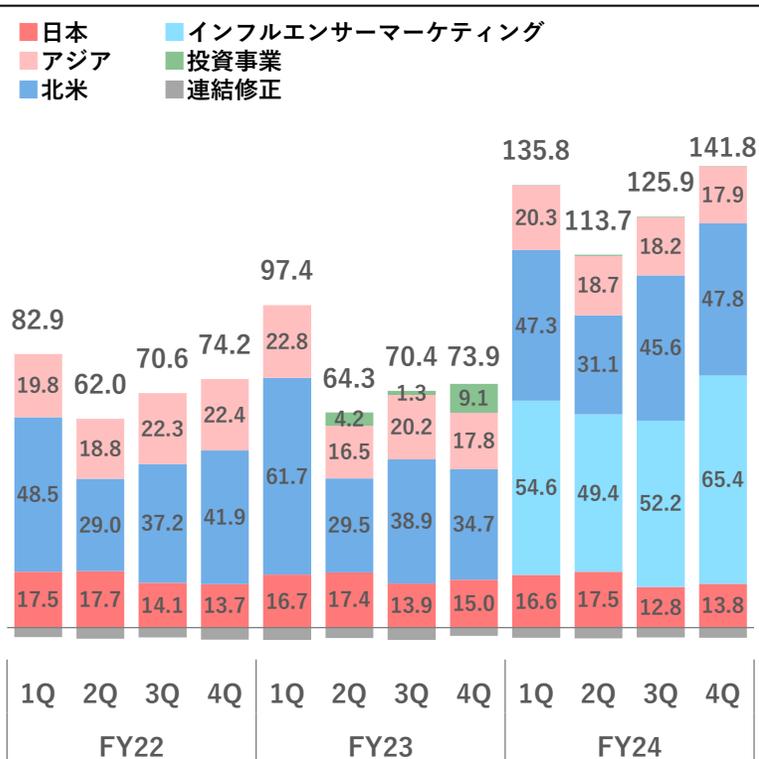
## Section2 2024年9月期 第4四半期決算の状況

---

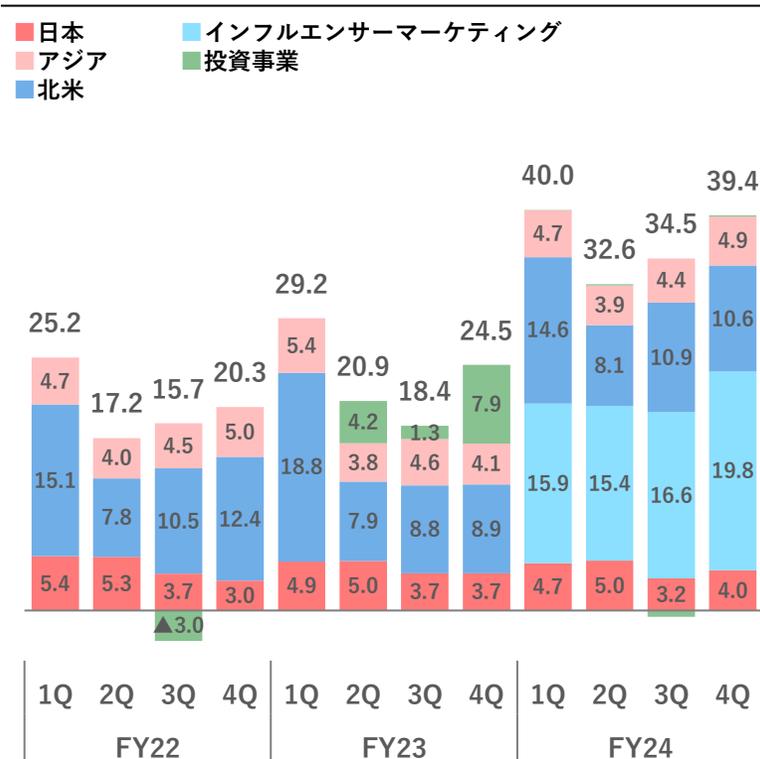
- UUUMの連結子会社化、北米の売上回復の影響で、過去最高売上高を更新（同四半期売上は大幅に過去最高を更新）
- 日本は一部子会社やIRISの苦戦で、売上高・EBITDAともに前年同四半期比で減少
- adGeekのコスト改善などにより、アジアが7四半期ぶりにEBITDAベースで1億円超

単位：億円

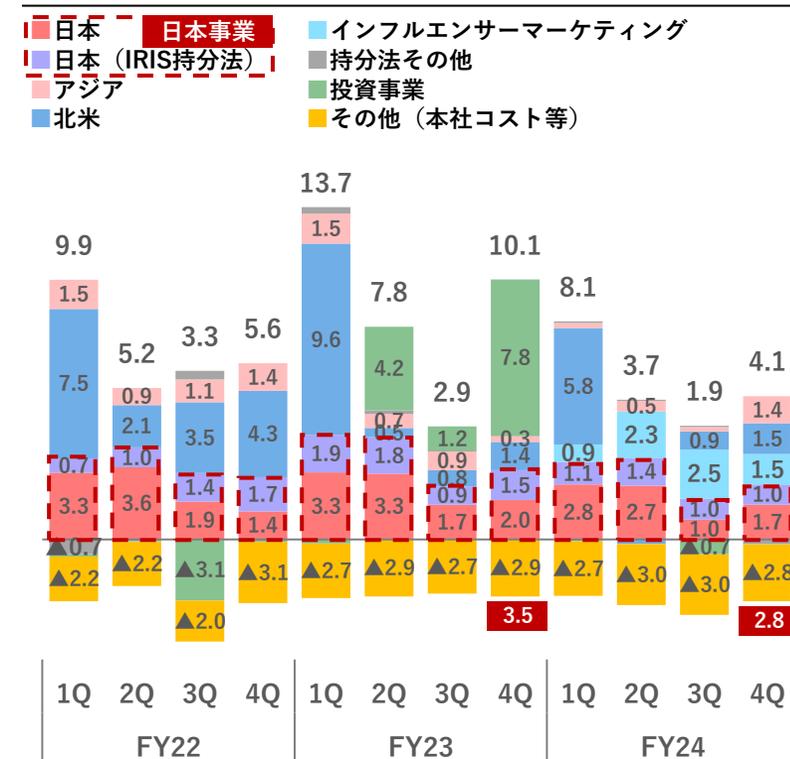
## 売上高



## 売上総利益



## EBITDA



\*変則決算によりUUUM（インフルエンサーマーケティング）は4カ月分（24年6月～9月）をFY24 4Qに計上

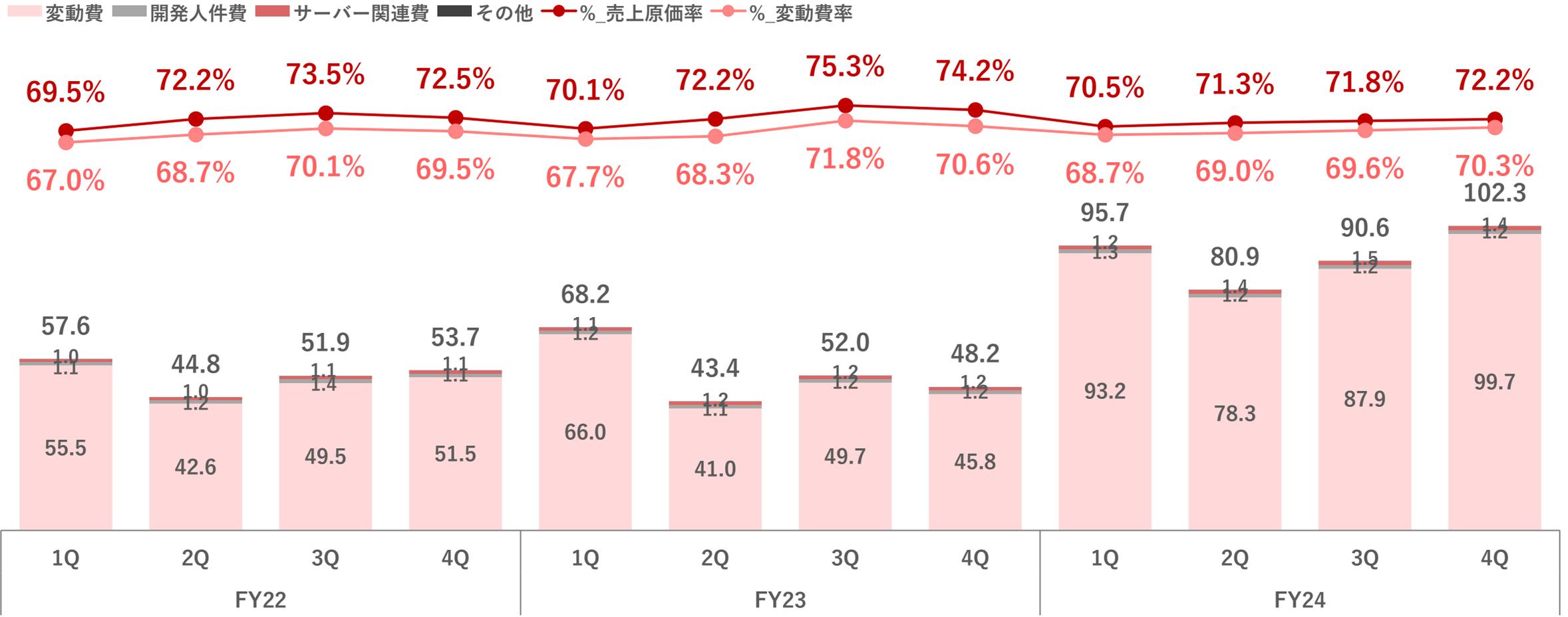
円高(6月末1ドル161円から9月末1ドル142円に)の影響により為替差損が4.6億円発生(なお、24年11月時点では再び1ドル150円程度に回帰しているため。25年9月期において相当額の為替差益が発生する見込み)

単位:億円	FY23				FY24			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
<b>営業利益</b>	10.1	2.0	▲0.1	4.1	3.7	▲2.0	▲2.2	<b>0.6</b>
持分法投資利益	1.8	2.5	1.0	1.6	0.8	2.3	1.3	<b>1.0</b>
のれん償却費	0.3	0.3	0.3	0.3	1.1	0.9	0.3	<b>0.3</b>
減価償却費	1.0	1.1	1.2	1.3	1.9	2.3	2.4	<b>2.3</b>
株式報酬費用	0.5	0.5	0.5	1.2	0.6	0.2	0.2	<b>▲0.0</b>
株式取得・売却関連費用 <sup>*1</sup>	-	1.4	-	1.6	-	-	-	-
<b>EBITDA</b>	13.7	7.8	2.9	10.1	8.1	3.7	1.9	<b>4.1</b>
<b>経常利益</b>	8.2	4.9	4.2	6.1	2.0	2.9	1.5	<b>▲2.7</b>
為替差損益	▲3.6	0.4	3.4	1.3	▲2.1	2.3	2.5	<b>▲4.6</b>
<b>経常利益(為替差損益除く)</b>	11.8	4.5	0.9	4.8	4.1	0.6	▲1.0	<b>1.9</b>

\*1. 株式取得・売却関連費用はM&A(取得・売却)に伴って発生する費用の集計

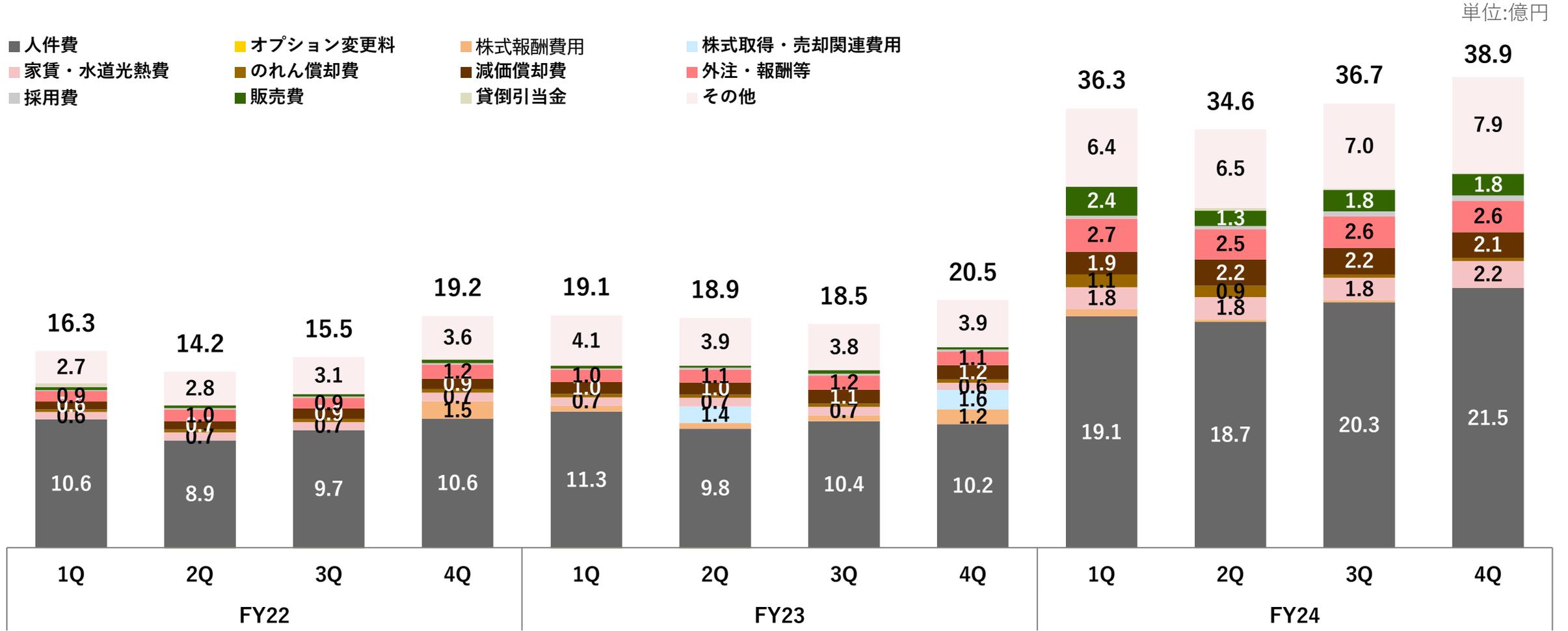
## プロダクト別の粗利率に大きな増減なし

単位:億円



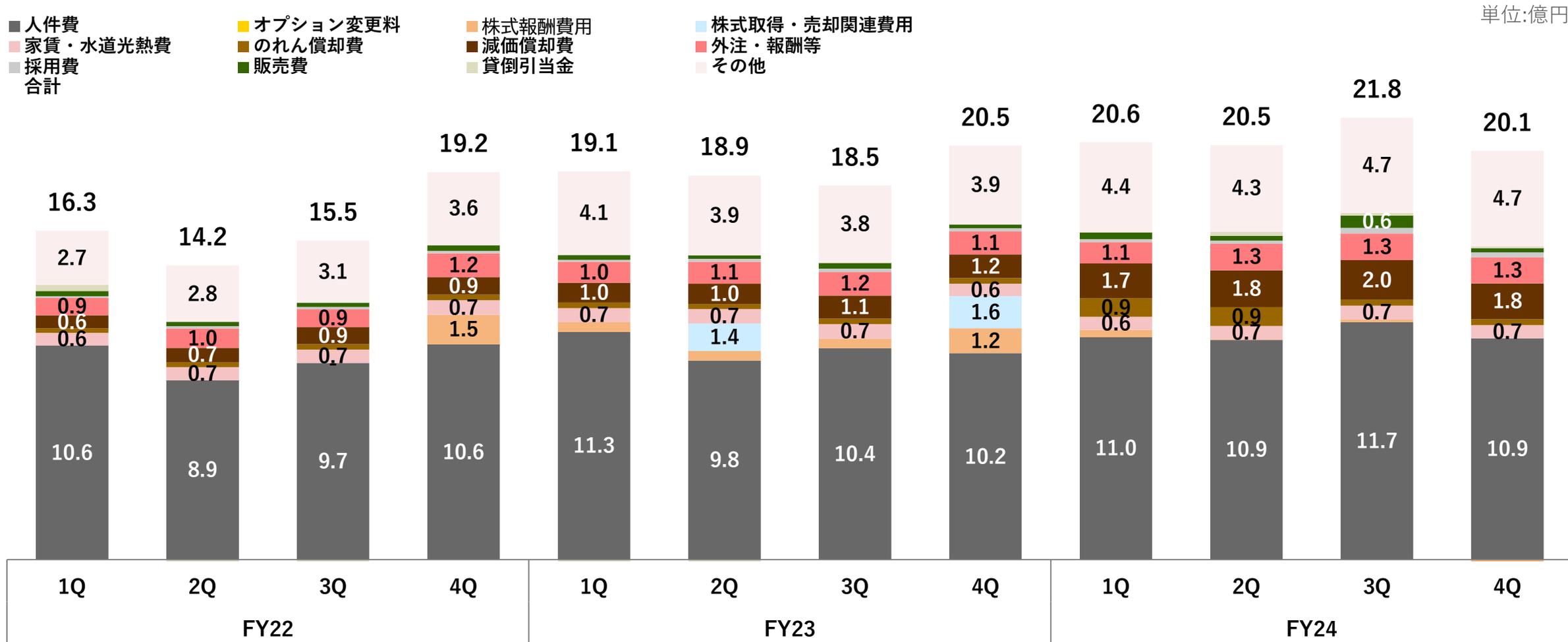
\*主要事業の売上原価を比較するために、投資事業による売上高・原価への影響を除いた

比較可能性のため詳細は次スライドを参照



# 連結販売管理費の推移（インフルエンサーマーケティング事業除く）

- 第3四半期と比較して、一過性のコストの影響（約1億円）がなくなったこと、円高の進行により北米を中心に円ベースでのコストが低くなったことから連結販売管理費は減少
- 今後も為替相場に大きな変動がない限りは、概ね20億円前後の販管費で推移する見込み



- UUUMの人員最適化が完了（当初目標500人で概ね着地）
- 日本的人员増（124⇒163名の+39名）は、スミカ連結子会社化によるもの。

単位:人

	FY23				FY24			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
日本	109	112	115	113	112	118	124	<b>163</b>
北米	91	97	93	91	89	92	99	<b>96</b>
アジア	242	243	238	229	244	241	221	<b>220</b>
UUUM				574	537	519	519	<b>502</b>
その他（本社等）	44	43	42	47	43	45	40	<b>44</b>
グループ合計	486	495	488	1,054	1,025	1,015	1,003	<b>1,025</b>

---

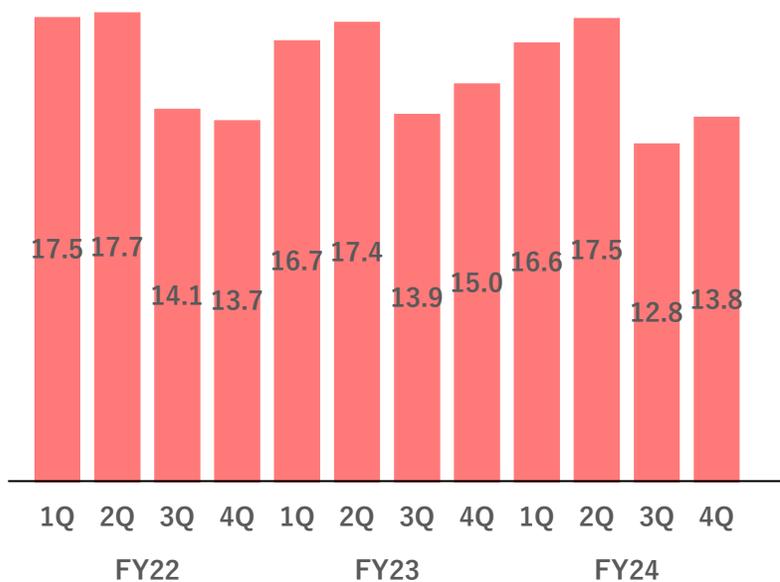
## Section3 事業別の進捗

---

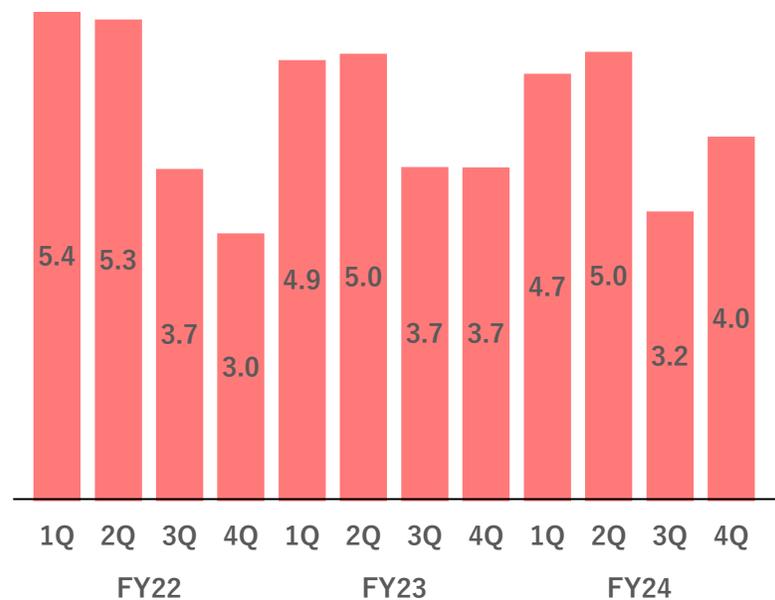
- 動画・Connected領域が順調に成長したほか、GPも売上2億円を突破するなど順調に成長
- 一方で、3rd Party CookieをベースとするDSPやIRISを含むその他グループ会社の苦戦により売上・EBITDAともに前年対比でマイナスで着地
- IRISの改善と、GP、High Impact広告の成長を中心に25年9月期以降再成長フェイズへ

単位:億円

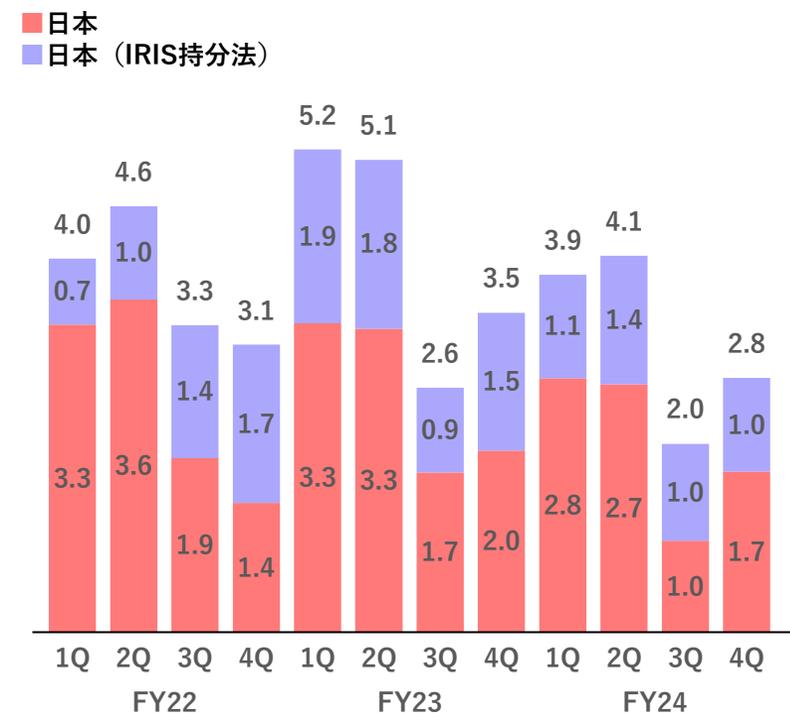
## 売上高



## 売上総利益



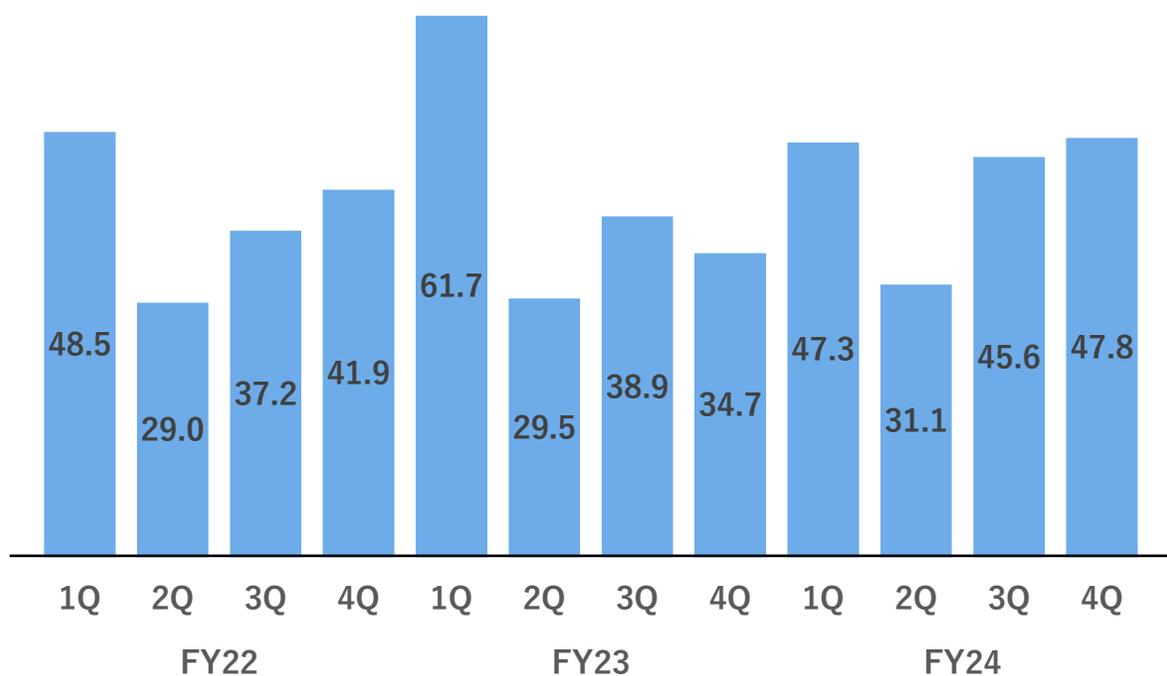
## EBITDA



- 詳細は現地通貨ベースを参照（次ページ）
- ドルベースでの売上高回復によって、第4四半期は過去同四半期最高水準へ回復

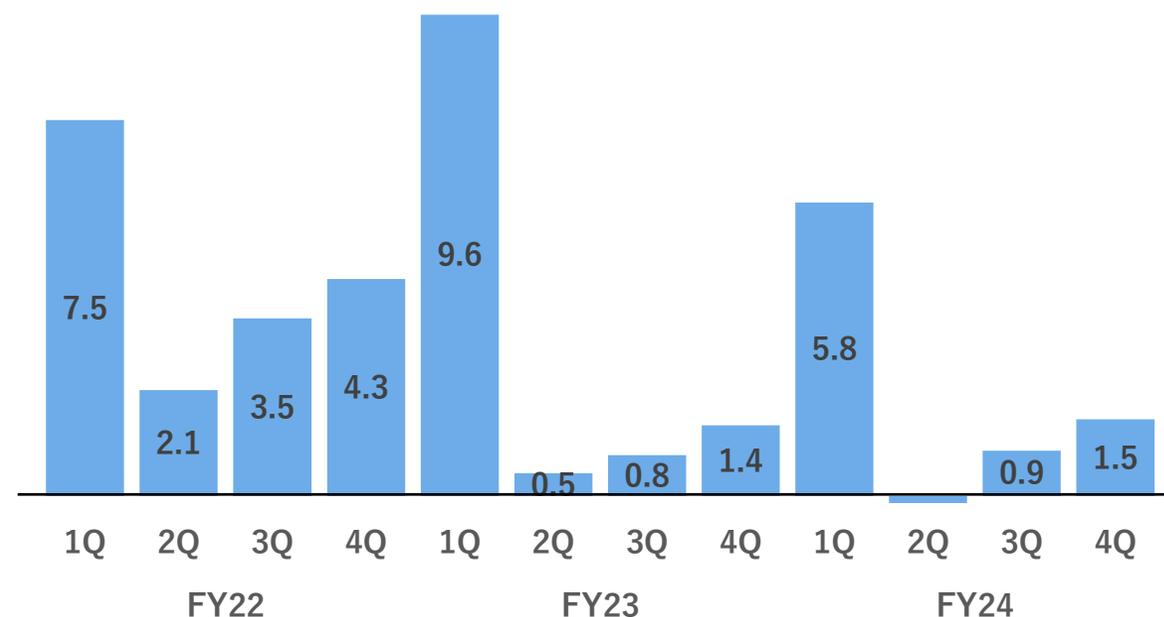
## 売上高

単位：億円



## EBITDA

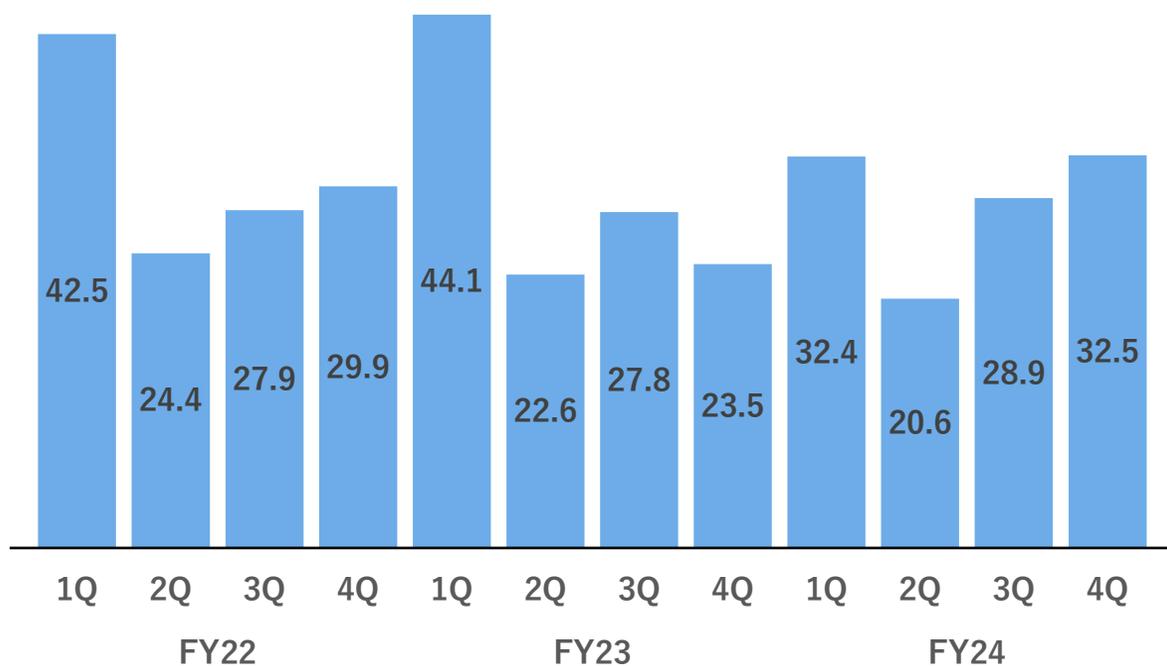
単位：億円



- 売上は前年対比+38.3%の32.5百万USDと大きく成長。
- (次ページ詳細) Direct Salesが引き続き回復に時間がかかっており、EBITDAベースでは前年比で微増程度。
- 来期第1四半期も引き続き苦戦を見込み、第2四半期以降回復を目指す。

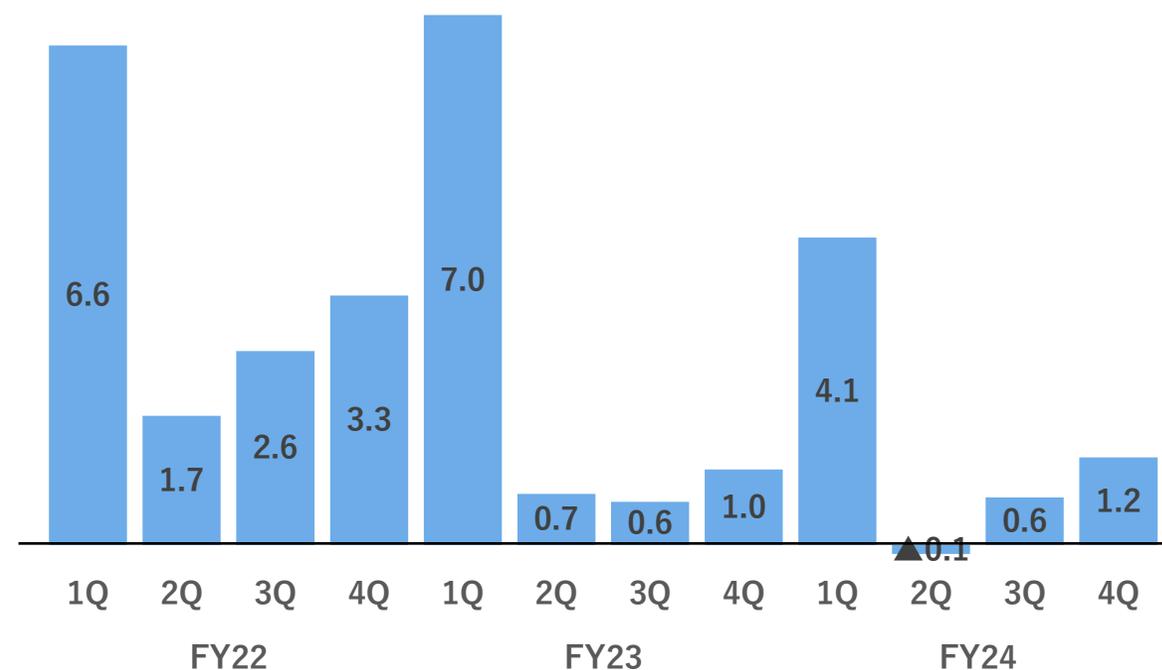
## 売上高

単位：Million USD



## EBITDA

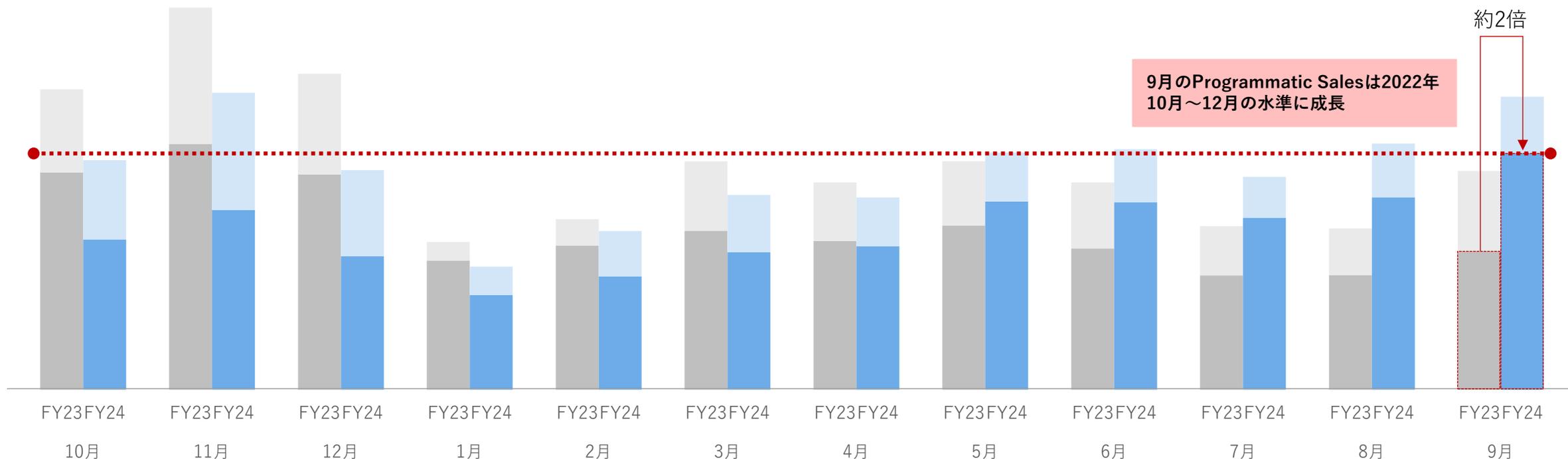
単位：Million USD



先行指標であるProgrammatic Salesの売上の再成長が顕著。好調かつ繁忙期であった2022年10月～12月の水準と遜色がない水準まで9月の売上が成長

■ 2023年 直販  
■ 2023年 プログラマティックセールス

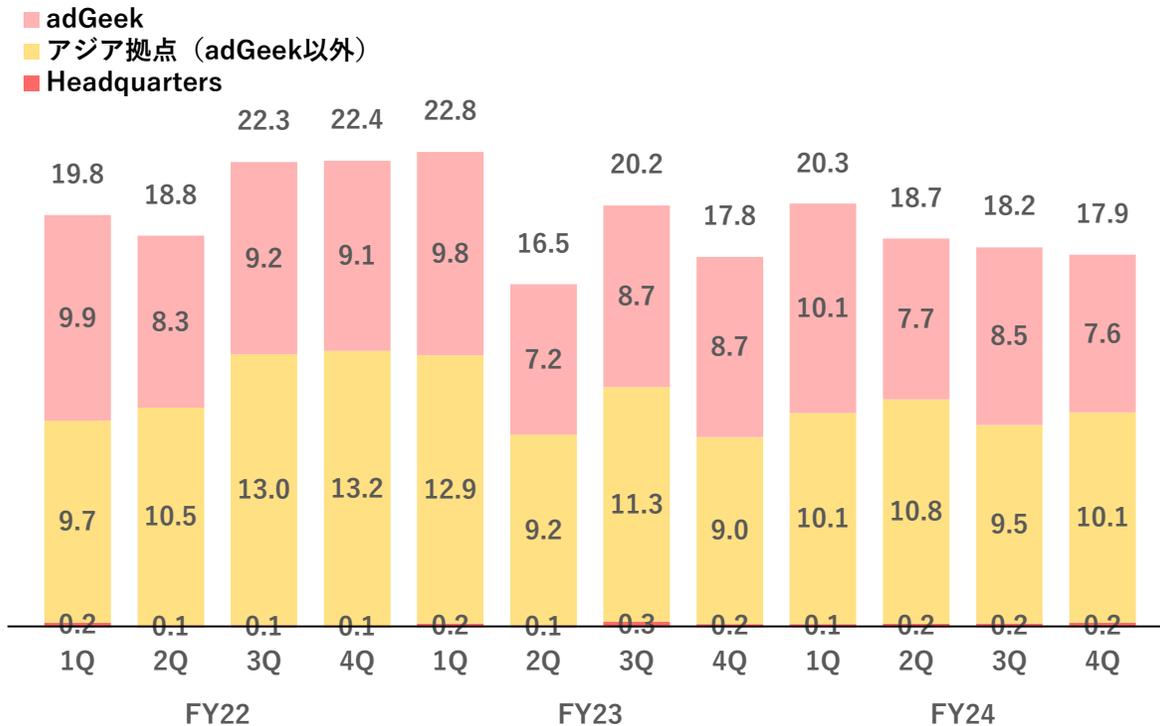
■ 2024年 直販  
■ 2024年 プログラマティックセールス



adGeekのコスト適正化による黒字回復、中国事業の改善などによって、7四半期ぶりに単独四半期で1億円超のEBITDAに回復

## 売上高

単位:億円



## EBITDA

単位:億円



- 売上高減少が引き続きの課題
- 人員最適化による販管費削減等を通じて単体黒字に回復

単位:億円

		2023年6月～9月	24年9月期 5,6Q (2024年6月～9月、4カ月)	注
UUUM単体 決算	売上高	72.2 <small>24年5月期1Qに23年9月単月を単純合算</small>	65.7	当社4Q決算に6月～9月の4カ月分を連結計上、単月売上高減が引き続き課題
	販管費	- <small>決算期変更により比較対象期間の数字はない</small>	18.9	
	営業利益	-	1.0	
連結による 当社業績への インパクト	UUUM子会社化に伴い 発生した償却費	-	1.1	24年3月のれん減損前の1.7億円/四半期より減少
	営業利益	-	▲0.0	
	親会社株主に帰属する 当期純利益	-	▲0.9	

---

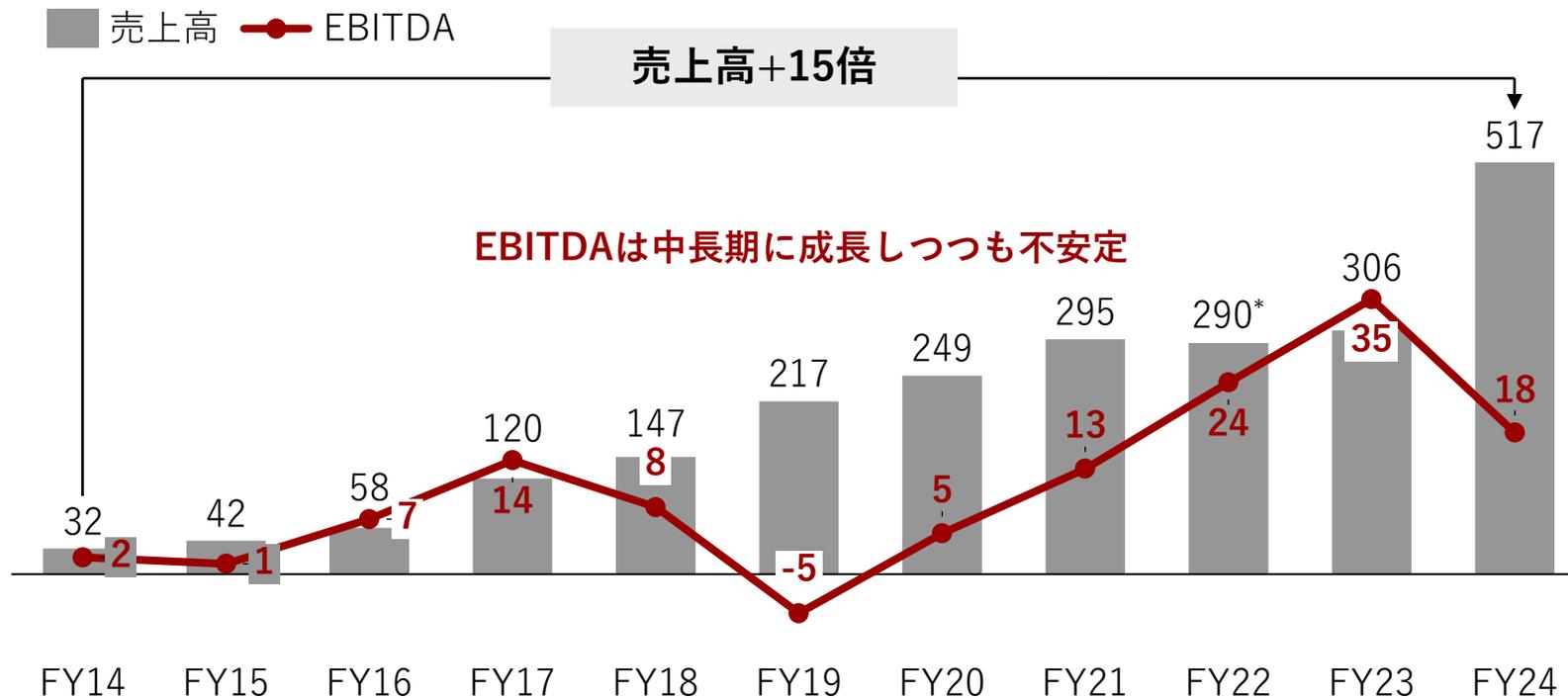
## Section4 UUUMの完全子会社化について

---

業界構造と技術・プロダクトの移り変わりが激しい環境下で、  
安定的な収益成長基盤を築きたい

上場以来売上高・EBITDA推移

単位:億円



売上高+15倍

EBITDAは中長期に成長しつつも不安定

\*FY22年から新収益認識基準を適用した

UUUMをグループの中核的な会社とし、  
クリエイターエコノミー市場での多様なマネタイズモデルを通じて、  
中長期な収益の安定成長を実現していく

1

## 追加のコスト削減

上場維持コスト削減、オフィス統合

数億円

Cashフロー増加

2

## M&A、資本業務提携の推進

少数株主との利益相反解消

非公開

3

## ビジネスシナジー効果の最大化

人財最適配分、チーム統合

非公開

4

## 適切な株価のタイミングで実施

資金の効率的活用

十数億円

前回TOB価格で完全子会社化の場合と比較

## 1. TOB実施

当社が買付前に所有  
(50.97%)

その他少数株主様、  
新株予約権者様



- TOBによる買付予定株数の下限は、完全子会社化の要件（総議決権の3分の2以上）を満たせるように設定
- 新株予約権も買付対象
- 完全子会社化を目的としているため、買付予定株数の上限はなし

## 2. クロージング

 **FreakOut**  
Holdings

その他  
少数株主様

66.7%~100%



- 必要資金（約53億円、1月8日決済予定）はすべて手元資金により充当する予定
- TOB成立後に、100%子会社にするための一連の手続き（いわゆるスクイーズアウト手続き）を実施する予定

## ■ タイムライン

公表日（本日） 公開買付開始

公開買付終了

決済開始日

スクイーズアウト手続きを  
経て上場廃止

11/14

11/15

12/26

1/8

3月以降

---

# Section5 2025年9月期 業績予想及び2026年9月期 目標 数値（EBITDA）の修正について

---

- 25年9月期上期は、北米が引き続き厳しく、前年対比でマイナスを利益を想定
- 日本、アジアがポジティブなものに加え、下期以降は北米・UUUM含めた再成長へ
- 上記を踏まえ、25年9月期は、売上高560億（8%成長）、EBITDA21~26億円（18~46%成長）を予想

## 北米

- 第1四半期は直販の回復遅れで、対前年同四半期比でEBITDAベースでかなり減少を見込む
- 第3四半期以降はコストの適正化を中心に、直販回復が遅れたとしても通年前年比やや減程度での着地を目指す。

## 日本

- 成長軌道に入ったGP、High Impact広告の収益取り込みによる成長を見込む。
- IRIS（持分法）は、25年9月期内に体制を立て直し、26年9月期以降に正常なEBITDA水準へ。
- 次期主力事業と見込むRetail Tech（インスタサイネージ）の先行投資が発生。
- 上記踏まえて、増益を見込む。

## アジア

- 各国事業の回復、adGeekの収益改善などにより24年9月期からプラス成長を見込む。

## 投資事業

- 時期が未定のため、業績予想には含まず。

## UUUM

- トップラインの減少が継続も、コストカットの影響が通年寄与でほぼ横ばいでの着地を想定。
- 26年9月期以降トップライン・EBITDAともに再成長へ。

- Retail Tech事業を中心に減価償却費が増加
- 為替相場の変動が不明瞭のため、現時点では経常利益以下は非開示

単位:億円

	FY24 実績	FY25 業績予想
<b>EBITDA</b>	<b>17.8</b>	<b>21.0~26.0</b>
持分法投資利益	▲5.4	▲5.5
減価償却費+のれん償却費	▲11.4	▲12.5
株式報酬費用	▲0.9	▲1.0
<b>営業利益</b>	<b>0.0</b>	<b>2.0~7.0</b>
持分法投資利益	5.4	5.5
その他（為替差損益等）	▲1.7	?
<b>経常利益</b>	<b>3.7</b>	<b>非開示</b>

- 中計最終年度26年9月期のEBITDAを60億円から30～45億円のレンジに修正
- レンジ上限への上振れ要因としては、①北米の直販売上回復による収益性回復、②UUUMの完全子会社化によるコスト削減と再成長、③Retail事業の早期収益化などを想定

単位:億円

当初計画 (23.12.1発表)	FY24	FY25	FY26		実績/修正計画	FY24 (実績)	FY25 (予想)	FY26 (修正計画)
売上高	510	-	700	▶	売上高	517.1	560	600~700
EBITDA	20*	-	60		EBITDA	17.8	21~26	30~45

\*2024年8月9日開示の「業績予想の修正」においてEBITDA17億円に修正

---

# 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	35億5205万円		
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） 井出 博之
	取締役 CFO	永井 秀輔	取締役（監査等委員） 高田 祐史
	取締役 広告事業管掌	時吉 啓司	取締役（監査等委員） 松橋 雅之
	取締役	大元 伸一	
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	18,022,924株		
主要株主*1	本田 謙*2		35.70%
	伊藤忠商事株式会社		16.32%
	株式会社SBI証券		5.52%
	スカパーJSAT株式会社		3.86%
	BBH(LUX) FOR FIDELITY FUNDS - PACIFIC POOL		3.84%
	株式会社日本カストディ銀行（信託口）		3.38%
	日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）		2.02%

\*1. 2024年9月末時点の主要株主の状況を記載、発行済株式（自己株式を除く）の総数に対する所有株式数の割合

\*2. 代表取締役である本田謙氏は資産管理会社MOTHERS OF INVENTION PTE. LTD.を通じて当社株式を保有

---

## Appendix 2

# 業績補足資料

---

(単位:百万円)

	FY24 4Q	FY23 4Q	前年Q比	FY24 3Q	直前Q比
変動費	9,967 70.3%	4,582 70.7%	117.5%	8,792 69.6%	13.4%
開発人件費	122 0.9%	117 1.8%	4.3%	122 1.0%	0.3%
サーバー関連費	141 1.0%	117 1.8%	20.3%	146 1.2%	▲3.6%
その他	1 0.0%	1 0.0%	24.9%	1 0.0%	7.2%
売上原価計	10,230 72.2%	4,817 74.3%	112.4%	9,061 71.8%	12.9%

※金額の下に記載している%は対売上高比。主要事業の売上原価を比較するために、投資事業による売上高・原価への影響を除いた。

（単位:百万円）

	FY24 4Q	FY23 4Q	前年Q比	FY24 3Q	直前Q比
人件費	2,148 15.2%	1,020 13.8%	110.5%	2,029 16.1%	5.9%
家賃・水道光熱費	221 1.6%	61 0.8%	264.2%	183 1.5%	20.5%
のれん償却費	28 0.2%	28 0.4%	1.9%	28 0.2%	▲0.0%
減価償却費	211 1.5%	118 1.6%	79.2%	220 1.8%	▲4.4%
外注・報酬等	259 1.8%	114 1.5%	127.5%	260 2.1%	▲0.4%
採用費	46 0.3%	15 0.2%	206.3%	41 0.3%	11.7%
販売費	176 1.2%	19 0.3%	833.3%	177 1.4%	▲0.2%
その他	799 5.6%	673 9.1%	18.7%	734 5.8%	8.8%
販管費計	3,887 27.4%	2,046 27.7%	89.9%	3,673 29.2%	5.8%

※金額の下に記載している%は対売上高比。

---

## Appendix 3

# フリークアウトグループ - At a Glance

---

# 人に人らしい仕事を。

## Give People Work That Requires A Person.

近年、AI技術の躍進により、企業はデジタル変革への取り組みをより一層強化しています。しかし、我々フリークアウトは、AI技術による変革の核心は、単に既存の業務効率を向上させるだけではなく、新たな価値を生み出すことにあると考えています。すなわち、我々が目指すのは、AI技術による効率化で生まれた新しい時間、考え方によって、今までにない新しい価値を人が作り出す、「**人らしい仕事**」の**創造**です。これにより、AI技術の進歩が、仕事を奪われるというネガティブなものではなく、人々にとって希望に満ちたものとなることを願っています。

これからも我々フリークアウトは、「**人に人らしい仕事を**」をミッションに、AI技術の躍進の波に乗りながらも、人間が持つ創造性や感性を大切にしていきます。それによって、単なる効率化だけでなく、独自の要素や革新的なアイデアを社会に対してもたらすことができるでしょう。フリークアウトは、AI技術を最大限活用しつつ、人間が持つ独自性と共存・共栄する未来を実現することを目指しています。

代表取締役社長 Global CEO  
本田 謙

売上高	EBITDA	営業利益	当期純利益	時価総額*1
517	17.8	0.0	▲31.9	125
億円	億円	億円	億円	億円

広告事業

インフルエンサー  
マーケティング事業

日本	北米	アジア
<p>売上高 (DSP、アドプラットフォーム等)</p> <p>61 億円</p> <p>FY24</p>	<p>タクシーサイネージ シェア (都内)*2</p> <p>62.2%</p>	<p>売上高</p> <p>172 億円</p> <p>FY24</p>
		<p>売上高</p> <p>75 億円</p> <p>FY24</p>



参考：売上高222億円  
(2024年9月期実績)  
※変則決算16カ月

1) 2024年9月30日終値で計算  
2) 分子は都内のIRIS社タクシーサイネージ導入タクシー台数、分母は都内のタクシー台数

- ・ アドテク業界のトップテクノロジーベンダーとして、多方面へプロダクトを展開
- ・ 日本をはじめアドテク最大市場である米国、アジアにグローバル展開

## 広告事業

### 広告事業（日本）

#### 広告主向け



国内最大級の広告在庫を保有するDSP



位置情報マーケティングプラットフォーム



デジタル広告コンサル・運用サービス



コンテキストチュアルターゲティングによるYouTube広告枠買付

#### 広告主 & メディア向け



コンテンツUIと親和性の高い広告フォーマットによるアドネットワーク

#### メディア向け



広告枠の開発・販売・運用まで広告プラットフォームの構築を一気通貫で支援するソリューション



プレミアムなデジタルサイネージ（タクシー）広告



Maroon

デジタルサイネージ配信システム

#### リテール向け



定番棚設置型リテールメディアサービス



小売事業者向けインターネット広告配信プラットフォーム

### 広告事業（海外）

#### 北米



メディア収益最大化を支援するプラットフォームサービス

#### アジア



(台湾)

MAプラットフォームを活用したトレーディングデスク、メディア収益化支援



(中国・インドネシア・台湾 など)

フリークアウト海外拠点によるグループプロダクト販売、アプリディベロッパー向けマーケティング支援

## インフルエンサーマーケティング事業



国内最大級のコンテンツクリエイターネットワークを保有するインフルエンサーマーケティングカンパニー

## 新領域事業・投資事業

### ベンチャー投資



複数ファンドの運営等

### 次世代型チャット



ボット+有人のハイブリッド型チャット接客

本資料の内容ならびに説明についてご質問等がございましたら、下記までお問い合わせください。

## お問い合わせ先

お問い合わせフォーム：<https://www.fout.co.jp/contact/company/>

お問い合わせの種類：IR関連



**FreakOut**  
Holdings

Give People Work That Requires A Person.