



株式会社フリークアウト・ホールディングス

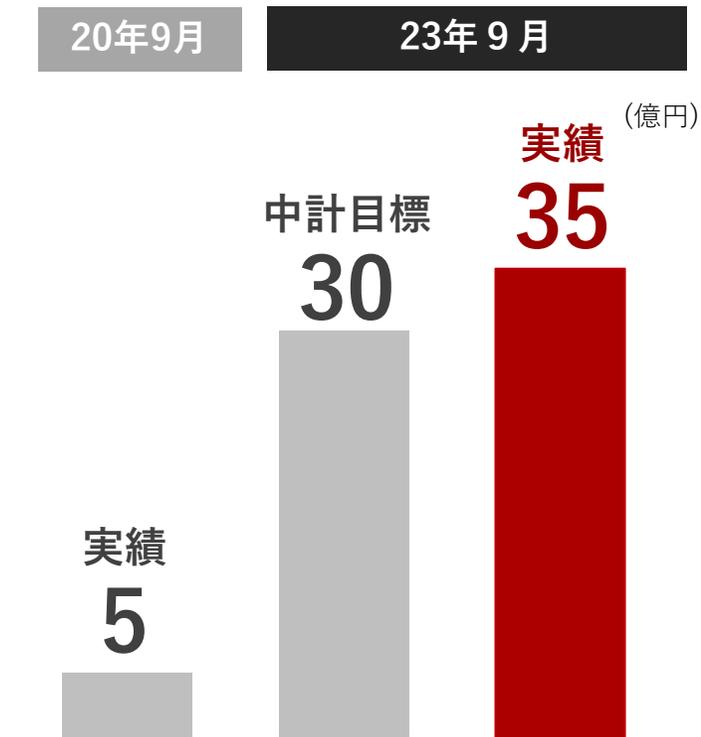
新・中期経営計画 (24.9期～26.9期)

2023年12月1日

前・中期経営計画（21.9-23.9）振り返り

- 定性面、定量面ともに目標を達成（Focus on the good stuffに沿って、最終年度EBITDA35億円で目標達成）
- 日本：収益構造の大幅な変化と改善を実現（ターゲティング依存ビジネスからの脱却）
- グローバル：主要市場である北米事業が収益の柱に。アジアも収益化。
- 新領域：Fin Tech（カムム）を売却。インフルエンサーマーケティング、GPなど次期中計に向けた仕込みを実施

定量 振り返り (EBITDA)



定性 振り返り

| | 達成事項 | 次期中計に向けての改善点 |
|------|---|---|
| 日本 | <ul style="list-style-type: none"> • 国産大手動画メディア向けサービス、タクシーサイネージIRISが収益の柱に成長 • EBITDA大幅改善（→16.5億円） • グローバルプロダクトGP立ち上げ | <ul style="list-style-type: none"> • 収益の柱となった両サービスの深耕 • GPの本格展開 |
| 海外広告 | <ul style="list-style-type: none"> • 主要な広告市場である北米が収益の柱に成長 • アジアのほぼすべての自社拠点が黒字化 | <ul style="list-style-type: none"> • マクロ市況の影響を受けて悪化した北米事業の回復と再成長 • GPの拡販等を通じてアジア拠点の再成長へ |
| 新領域 | <ul style="list-style-type: none"> • FinTech（カムム）の順調な成長と売却による投資資金確保 • 次期中計の柱となるインフルエンサーマーケティング領域へのアセットの入れ替えの実施 | <ul style="list-style-type: none"> • UUUMを中心とするインフルエンサーマーケティング事業の成長と利益貢献 |

新・中期経営計画（24.9～26.9）

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

“ 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

前・中期経営計画（21.9-23.9）

新・中期経営計画（24.9-26.9）

3PC規制、プラットフォームの方針変更、視聴環境の変化等の影響

変化への対応をチャンスと捉え、
以下の領域にフォーカス

コア事業の
着実な収益化・地盤固め

更なる成長に向けた
新たな仕込み

- ・ プロダクトのグローバル化
- ・ インフルエンサーマーケティング
- ・ Retail
- ・ 動画広告プロダクト

広告マーケティング
領域における
グローバルカンパニー
として更に進化

定量計画

26.9期 連結EBITDA：60億円

前中計を大きく超える新たな目標を目指す。

定性計画（戦略）

フォーカス領域

プロダクトのグローバル化

インフルエンサーマーケティング

Retail

動画広告
プロダクト

⇒グローバルマーケティングカンパニーとして更なる進化を目指す

グループ マネジメント

「グループ力」の強化

個別最適から全体最適へ
→ グループ全体の価値向上

グループ内
連携強化/
シナジー創出

グループ会社収
益力・マネジメ
ント強化

経営資源
(ヒト・モノ・カネ)
の配分最適化

資産入替
の推進

キャッシュ
フロー
改善・安定化

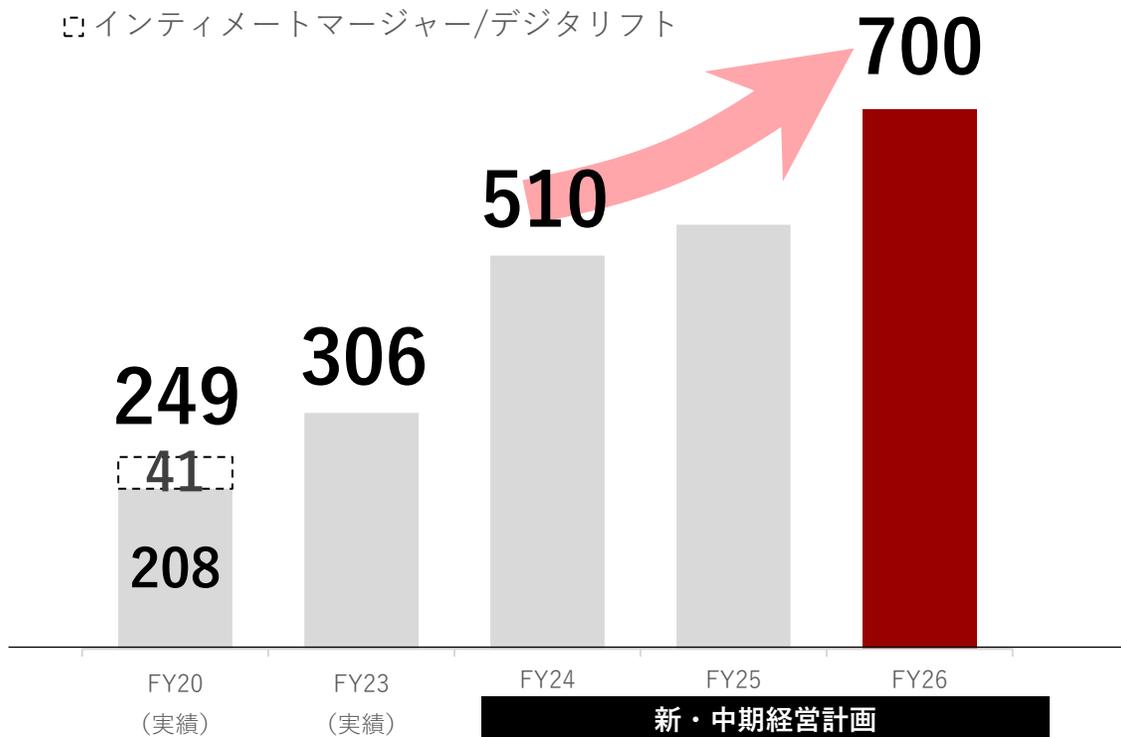
26.9期 連結EBITDA: 60億円

前中計を大きく上回るEBITDAを目指す。

売上

単位:億円

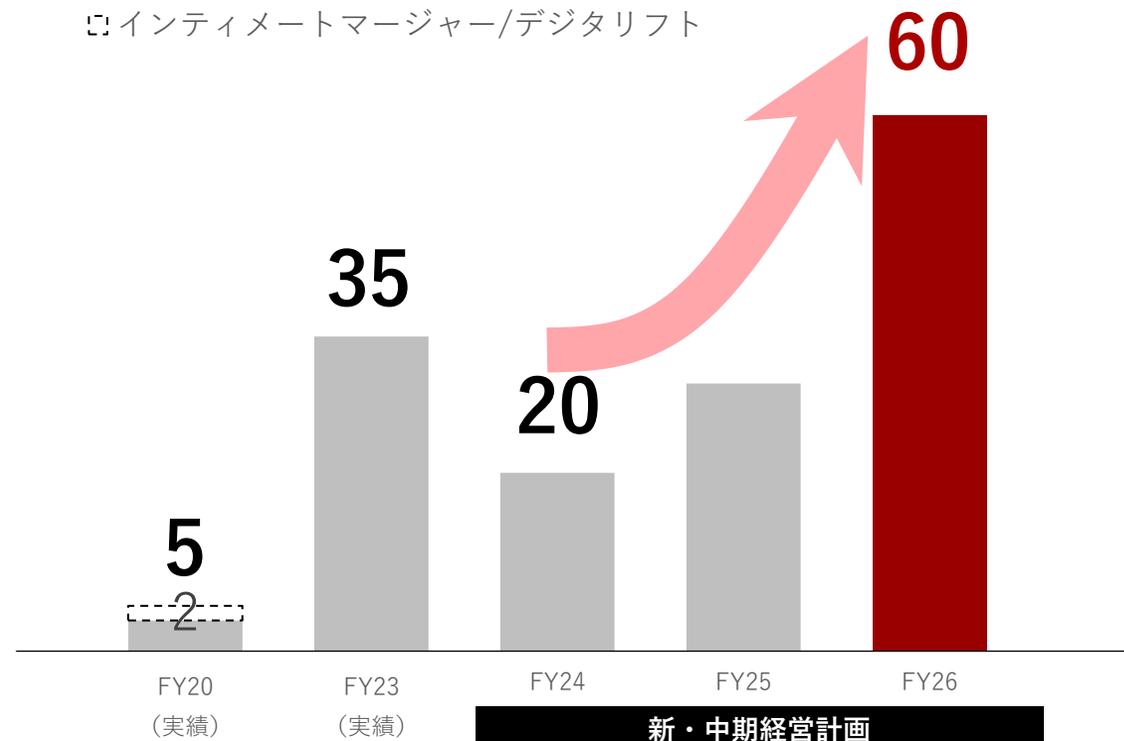
□ インティメートマージャー/デジタリフト



EBITDA

単位:億円

□ インティメートマージャー/デジタリフト



※投資事業は計画に含めず

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

前中計において、収益基盤の多角化・安定化を通じた地盤固めは達成。ここからより大きな成長機会を得るため、日本のデジタルマーケティングカンパニーとして、世界と戦っていく必要がある。

・・・そのためにはグローバルを前提としたマインドセットの変革等、これまでとは異なる変化が求められている。

“Accept change, transform yourself.”

(中期経営計画達成に向けたグローバル統一グループスローガン)

各フォーカス領域における事業戦略の概要

プロダクトのグローバル化

日本発のプロダクトを北米経由でグローバルへ展開

インフルエンサーマーケティング

グループ化したUUUMをコアに事業を展開し、プロダクトの開発とグローバル展開を目指す

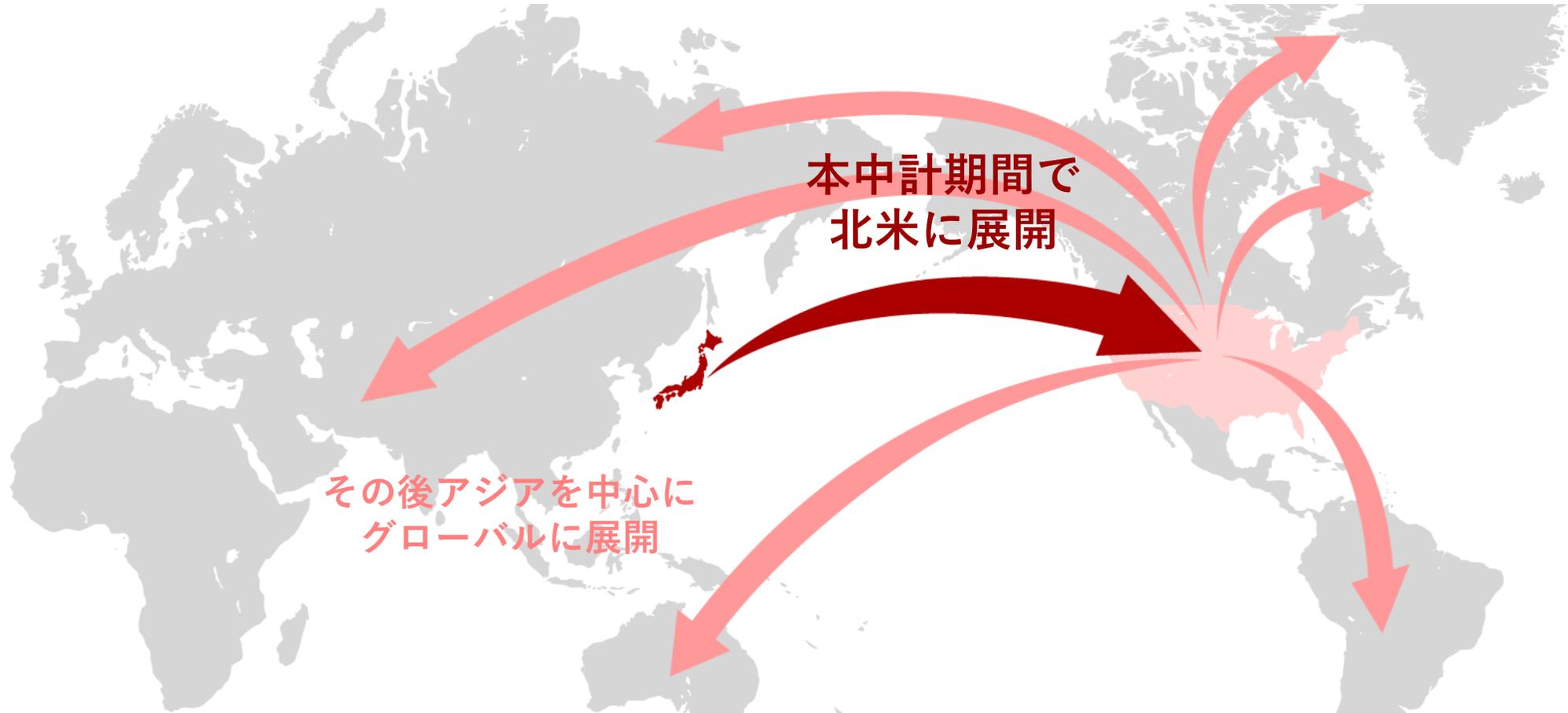
Retail

コンテンツ配信システムのソフトウェアから、サイネージのハードウェアまで、リテールメディアのインフラを一気通貫に提供、グローバルスタンダードを目指す

動画広告プロダクト

タクシーサイネージ、Scarlet等、既に収益の柱となっている事業の更なる拡大、GPの日本での拡大及びグローバル展開

自社プロダクトを日本発北米経由でアジア等にグローバルに展開
本中計期間では北米での展開を計画



インフルエンサーマーケティング領域の、売上・利益両面でのコア事業化 同領域でのプロダクトの開発とグローバル展開

UUUM × 卓越したエンジニアリング基盤を擁するFreakOutグループのリソース・ノウハウを投下

強力なクリエイター陣
(YouTubeチャンネル登録者数100万人超多数)

UUUM

- HIKAKINを筆頭に、トップクリエイターを多数抱えるクリエイターエコノミー市場のリーディングカンパニー



※2023.4.29~4.30 U-FES.2023の様子

圧倒的なエンジニアリング基盤

FreakOut
Holdings

- 超大手メディアとの独占契約の実績
- 日本No1.の広告プラットフォームベンダー


Red


Scarlet

Offline & Online店舗のメディア化を実現

ソフトウェア/ハードウェア、Offline/Onlineの垣根を超えてサービス提供
実店舗棚サインージにおけるグローバルスタンダードを目指す

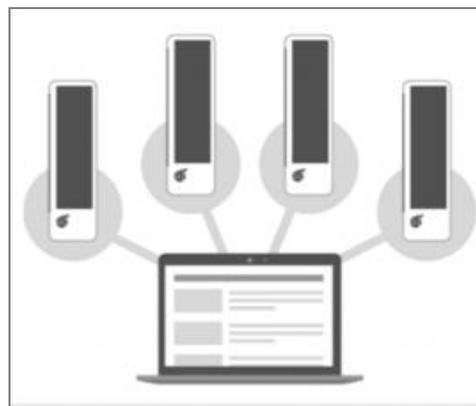
広告主のニーズと小売実店舗の課題に向きあい、「商品を手にする直前に目にするメディア」の価値を最大化



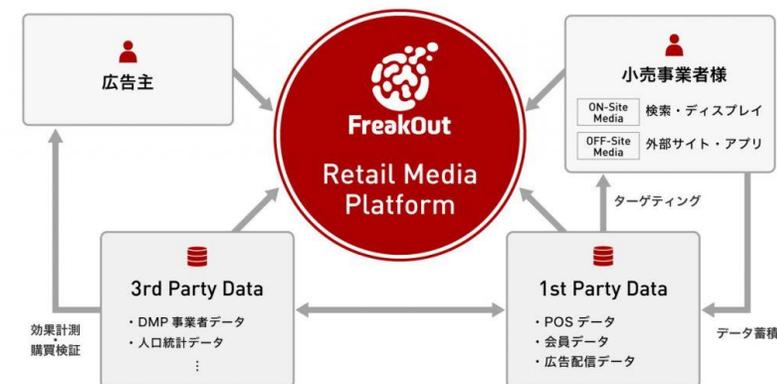
商品スペースを邪魔せず、
目線の位置にあり、棚前専用



サインージへのショックを
受け流し元の位置に戻る



配信内容をオンライン管理



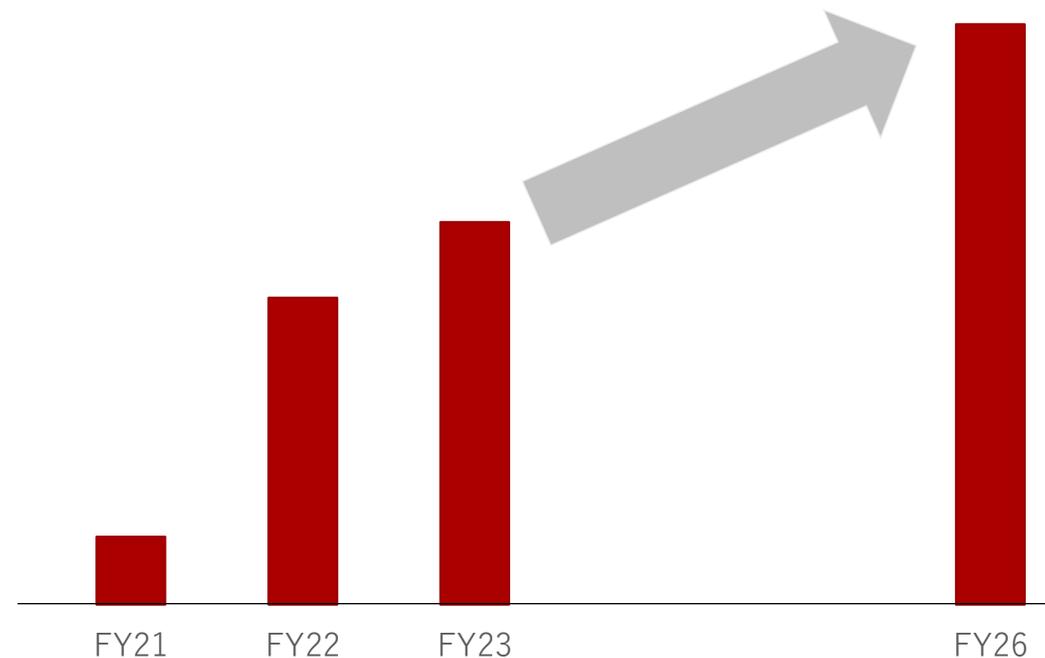
小売事業者向けオンラインメディア

動画広告技術を用いたプロダクトの収益拡大、グローバル拡大

Scarlet、タクシーサイネージ、GP

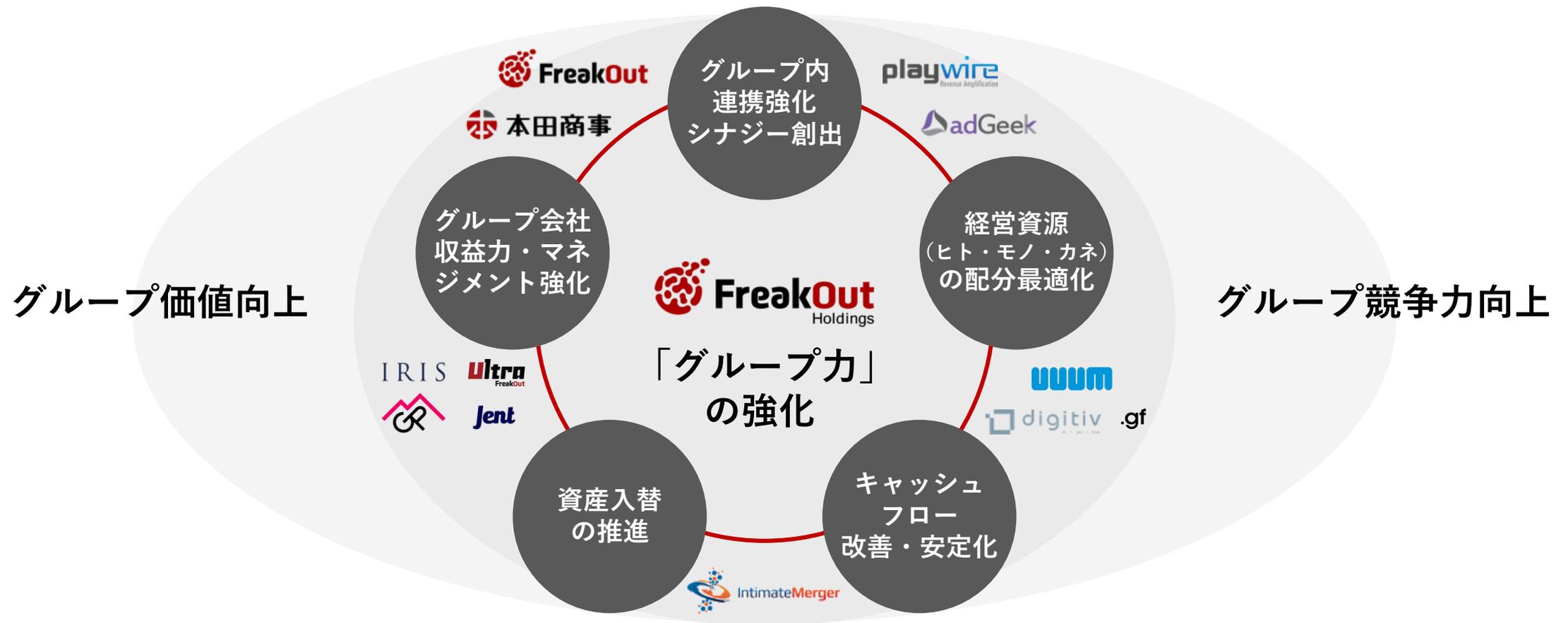


動画広告プロダクトで収益拡大を目指す



「グループカ」の強化

グループとしての全体最適をより意識した経営により、グループ全体の価値向上を目指す。成長領域への投資余力を高めるため、よりキャッシュフローを重視し、改善・安定化に努める。



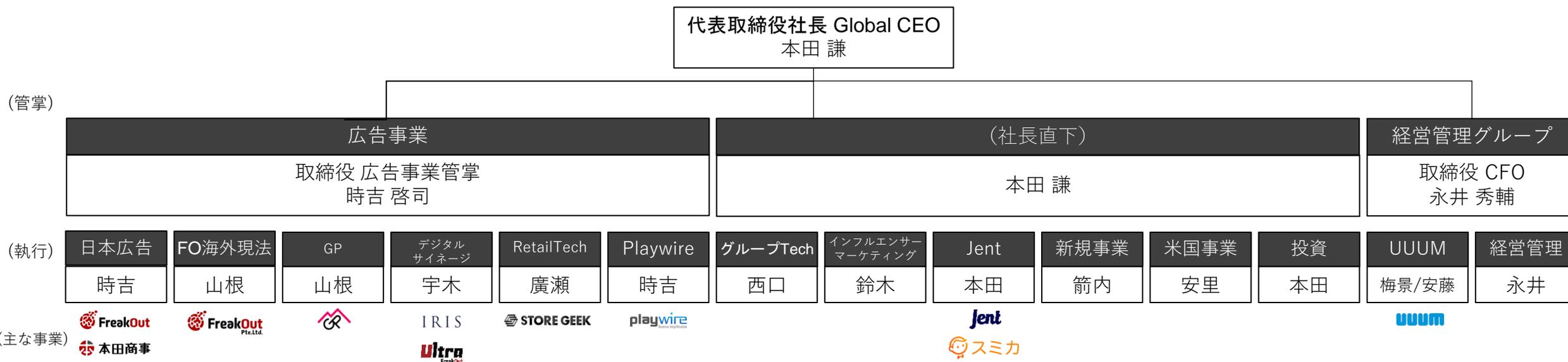
新中期経営計画の戦略実行のため、経営・執行体制および組織を変更

<取締役>

- 広告事業（北米、アジア含む）を時吉取締役に集約

<執行役員>

- インフルエンサーマーケティング領域の執行役員に鈴木が就任
- UUUM株式会社からも梅景/安藤両取締役にHDの執行役員に就任
- Retail領域の執行役員に廣瀬が就任



※取締役の選任については、2023年12月22日に開催予定の定時株主総会における承認をもって正式に決定される予定です。



FreakOut
Holdings

Give People Work That Requires A Person.