



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)

2025年9月期 通期 決算説明資料

2025年11月14日

Section1 ハイライト

Section2 2025年9月期 通期決算の状況

Section3 事業/投資ポートフォリオと株主還元の考え方

Section4 業績予想及び次期中計の考え方

※ 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 ハイライト

売上高

134.2億円

前年同四半期比

▲5.4% (▲7.6億円)

決算期変更の影響除き*
+8.4% (+10.4億円)

通期累計

503.2億円

達成率

94.9%

EBITDA

5.8億円

前年同四半期比

+42.4% (+1.7億円)

決算期変更の影響除き*
+41.5% (+1.7億円)

通期累計

19.5億円

達成率

レンジ中央
で着地

* UUUMは前年第4四半期、決算期変更の影響で4か月取り込み

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

FY26 業績予想

売上高 550億円

EBITDA 25.0億円

調整後当期利益 9.5億円

経営指標
に追加**（第4四半期）売上はUUUMの決算期変更の影響を除くと増収、EBITDAは大幅増益**

・ 第4四半期単独での予算達成率は、売上が85%、EBITDAが70%程度（北米、インフルエンサーマーケティングのビハインドによる影響が主な要因）

（通期）売上未達（達成率94.9%）も、EBITDAベースでは業績予想の中央値で着地**（来期）増収増益を実現、次期中期経営計画策定中**

- ・ 日本事業の動画・Connected TVの商流変更で年間8億円程度の粗利減を見込むが、GP、スミカ、北米事業の回復等で粗利減をカバー
- ・ クリエイタービジネス（インフルエンサーマーケティング）は大きく組織を再編し、再成長へ（詳細は後述）
- ・ オフィス統合などコスト削減効果（約2.5億円）が後半から発現

(単位:億円)	売上高		EBITDA		ハイライト
	FY25 4Q	YoY	FY25 4Q	YoY	
全体	134.2	▲5.4%	5.8	+42.4%	（売上高）UUUMの決算期変更の影響を除くと+8.4%。北米事業は減少したものの、それ以外のセグメントでは前年同期比で成長を達成 （EBITDA）日本事業が好調でEBITDAをけん引（+41.8%）
北米	45.1	▲5.7%	1.2	▲22.2%	- 市場要因（<u>北米の広告需要期の月遅れ</u>）により、前年同四半期比マイナス - 来期以降（25年10月～）、ゲーム領域への再フォーカスの成果とグループシナジー創出により、本格的な回復フェーズに入る見込み（<u>第1四半期で4億程度のEBITDA見込</u>）
日本	19.8	+43.7%	4.8	+73.4%	- 動画・Connected TV領域に加え、GPなど主力プロダクトの成長、スミカの収益貢献などで<u>大幅な増収増益</u>を達成。IRISが復活、<u>過去最高のEBITDA</u>で着地 26年9月期は動画・Connected TV領域の売上/粗利減（8億円）を各プロダクトの成長でカバーし、相対的に影響を緩和できる見込み。次の大型提携検討中。
アジア	19.1	+6.5%	1.0	▲28.4%	- 第4四半期はEBITDAベースでやや不調も、大きな変動なく安定的に推移 26年9月期も、北米事業、インフルエンサーマーケティング事業とのグループシナジーで安定的な収益貢献を見込む
インフルエンサーマーケティング	53.5	▲18.1%	1.8	+15.9%	- 決算期変更の影響を除くと売上高+13.0%、EBITDA+17.9% - 詳細は8ページ参照 - グッズ販売、イベント事業が順調に成長し、<u>EBITDAが改善</u> - マーケティング領域の再成長のため、組織再編を実行（<u>10月～好調に開始</u>）
その他	▲3.4	-	▲3.1	-	

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

- 第3四半期末からの円高解消により、為替差益1.1億円発生（期初144.81円から期末148.88円）
- 来期のオフィス移転に関連して、想定より低コストで移転できる見通しとなったため、第3四半期に計上した特別損失4.0億円を取り崩し

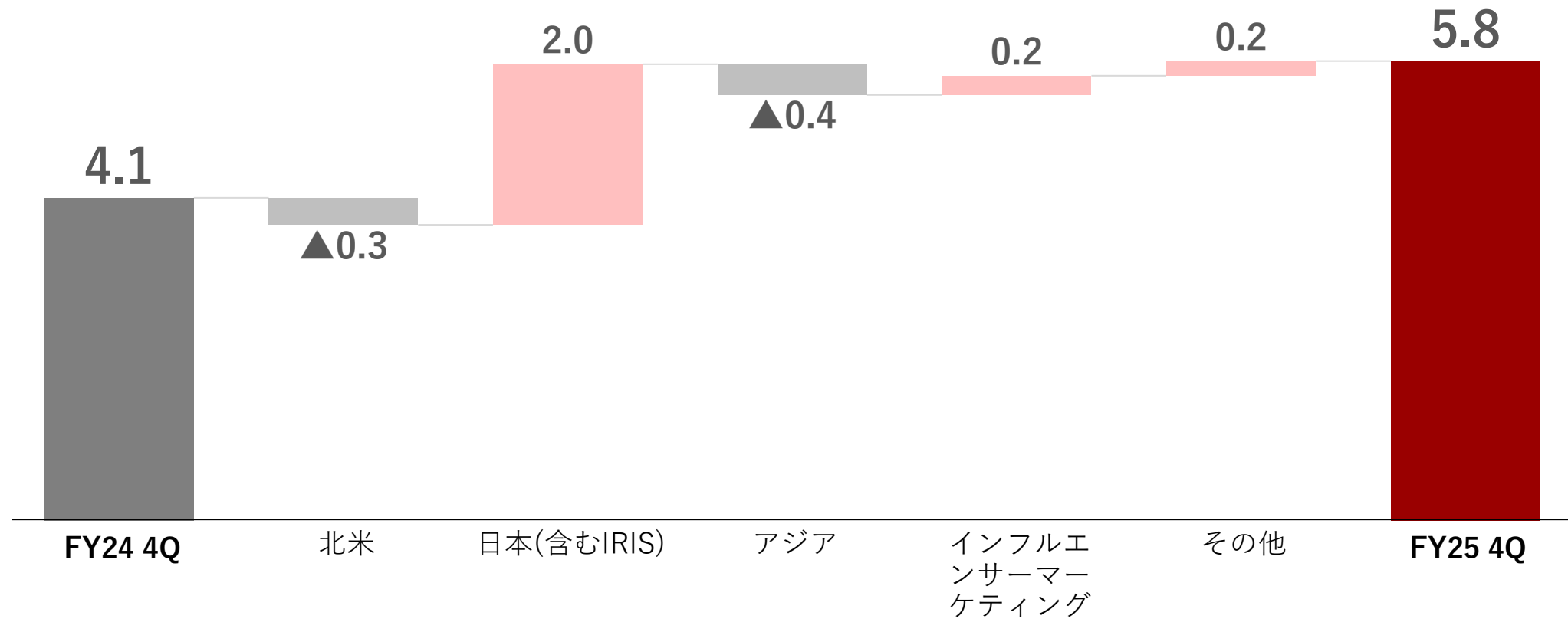
	FY25 4Q	FY24 4Q	YoY
売上高*1	134.2	141.8	▲5.4%
EBITDA	5.8	4.1	+42.4%
営業利益	1.0	0.6	+75.0%
経常利益	3.8	▲2.7	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	5.5	▲4.4	-

*1 UUUMの決算期変更の影響を除くと、YoY+8.4%

	FY25 通期	FY24 通期	YoY
売上高*2	503.2	517.1	▲2.7%
EBITDA	19.5	17.8	+10.0%
営業利益	1.0	0.0	+5,720.9%
経常利益	5.6	3.7	+53.9%
親会社株主に帰属 する当期純利益	2.8	▲31.9	-

*2 UUUMの決算期変更の影響を除くと、YoY+0.8%

EBITDA（セグメント別）では、日本事業（IRIS含む）が大きく利益貢献
全体として大幅増益で着地



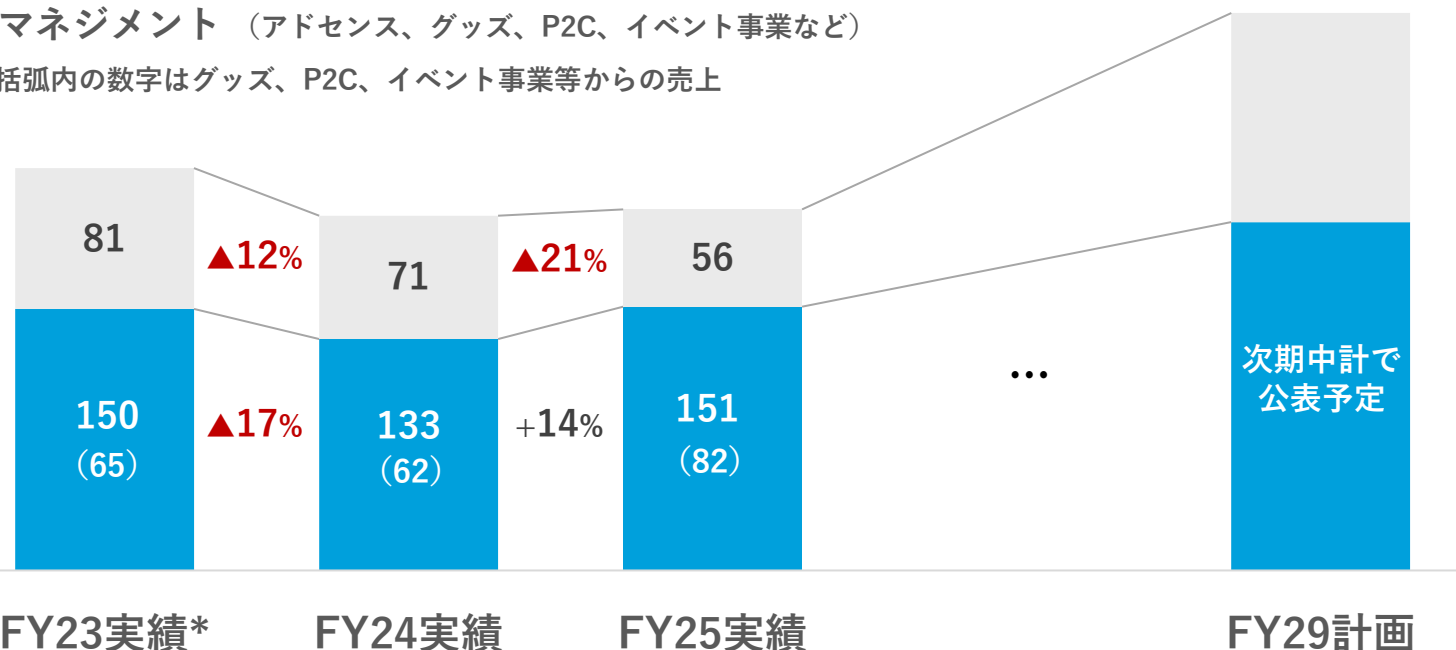
- 過去3年、マネジメント領域は堅調に推移（特に**グッズ、イベント事業大幅成長**）も、マーケティング領域は減少傾向が継続（25年9月期もYoYで▲21%）
- マーケティング領域の回復・再成長と、マネジメント領域の強化の両立を実現するため、大幅な戦略の刷新・戦略実行のための組織変更を実施（10月1日～）

売上高の推移

単位：億円

- マーケティング（タイアップ広告の販売など広告回りの事業）
- マネジメント（アドセンス、グッズ、P2C、イベント事業など）

※括弧内の数字はグッズ、P2C、イベント事業等からの売上



*FY23はUUUMの決算期変更前（5月期）の実績、FY24以降は9月期実績を表示

*FY24のアドセンスの売上対前年比減（▲14）は、一部クリエイター/クライアントとの契約条件変更に伴う減少

過去3か年の振り返り

マネジメント

- アドセンス収入に加えて、グッズやイベント等含めたマネタイズ手段の多様化により、FY25は大幅に成長。

マーケティング

- トップクリエイター依存の構造が続いたことで、マイナス成長が続く。
- 広告主への提案型営業への転換を推進。

- ✓ UUUMから広告営業機能を切り出した「UUUMマーケティング株式会社」を新設。単一会社内でのコンフリクトを解消。
- ✓ 来期以降、次期中計最終年度（FY29）に向けて、本格的な成長軌道への回帰を実現する。

- マネジメント：ソリューション（マネタイズプラン）の拡大、多様化を通じて成長を実現
- マーケティング：広告主からの多様なニーズに対応するため、グループシナジーを活かしつつ、広告ニーズにフォーカスした独立のグループ会社として成長を実現、**25年10月実績から売上前年比プラスに回帰**
- FY29に向けて大幅な増収・増益を実現（FY25からEBITDA+14億円、+86%）

主要な顧客

ソリューション

FY29に向けた取り組み

マネジメント (UUUM株)

- クリエイター

- マネジメント機能
- グッズ・P2C
- イベント
- ゲーム、eプリント等

提供機能のさらなる拡大

- ✓ 基盤となるマネジメント機能の強化/安定提供（クリエイター獲得）
- ✓ **ソリューションの拡大、多様化**
- ✓ グループシナジーによるプロダクト開発、リリース
- ✓ グローバルでのショート動画の収益拡大トレンドの日本伝播

マーケティング (UUUMマーケティング株)

- 広告主
- 広告代理店

- 専属クリエイター（タイアップ）
- 専属外クリエイター
 - YouTubeタイアップ
 - SNS（Instagram・TikTok等）
 - タテ型ショート
- 海外案件（インバウンド中心）

- ✓ 専属クリエイターを重視しつつ、**外部キャスティング機能大幅強化**
- ✓ 拡大する**マイクロインフルエンサーマーケットへの対応**
- ✓ グループシナジーによる広告サービスの拡大（インバウンド等）

- 米国の大手ゲーミングプラットフォーム「Roblox」と戦略的提携。PlaywireがPreferred Partnerとして、ゲーム内プレミアム広告の販売を担当
- アジアではフリークアウトが販売を担い、グループシナジーを活かしたアジア全域での展開を推進

AIによる環境変化

- Google検索のトップに「AI Overview」が表示。
- 情報系・ニュース系サイトを中心に、ウェブサイト全体のトラフィックが減少。



- AIの影響を受けにくいゲーミング領域での広告配信に強味。
- 当領域への注力を継続

ゲームフォーカス & グループシナジー例：Robloxとの提携

北米

- Playwireは、DAU1億1180万人を誇る**Robloxと戦略的提携**。
- 従来の広告では届かない高エンゲージメントユーザー層にリーチ可能。
- **成長市場での優位性を確立**。



アジア

- **フリークアウトがアジアでの拡販を担当**。
- アジア全域をカバーする販売チャネルを活かした展開。

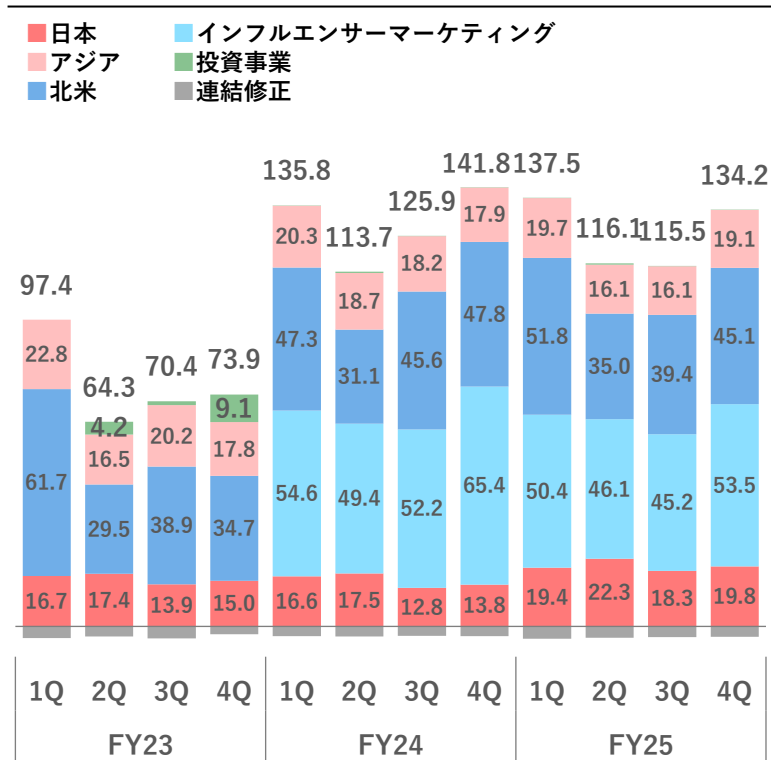


Section2 2025年9月期 通期決算の状況

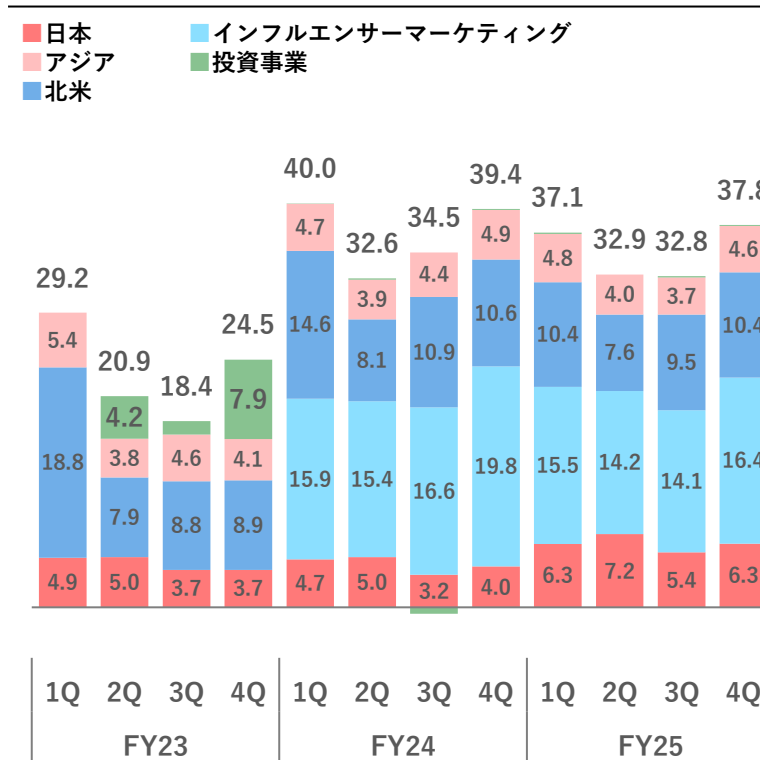
- UUUMの決算期変更の影響を除くと、全体として売上、利益ともに成長
- 日本事業が好調、IRISは過去最高のEBITDAで着地

単位：億円

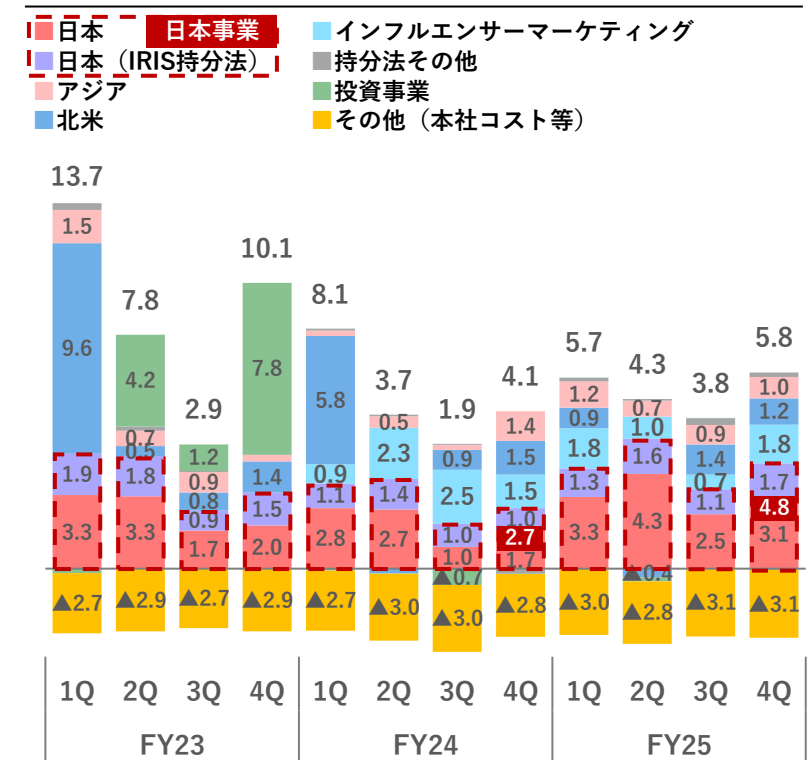
売上高



売上総利益



EBITDA

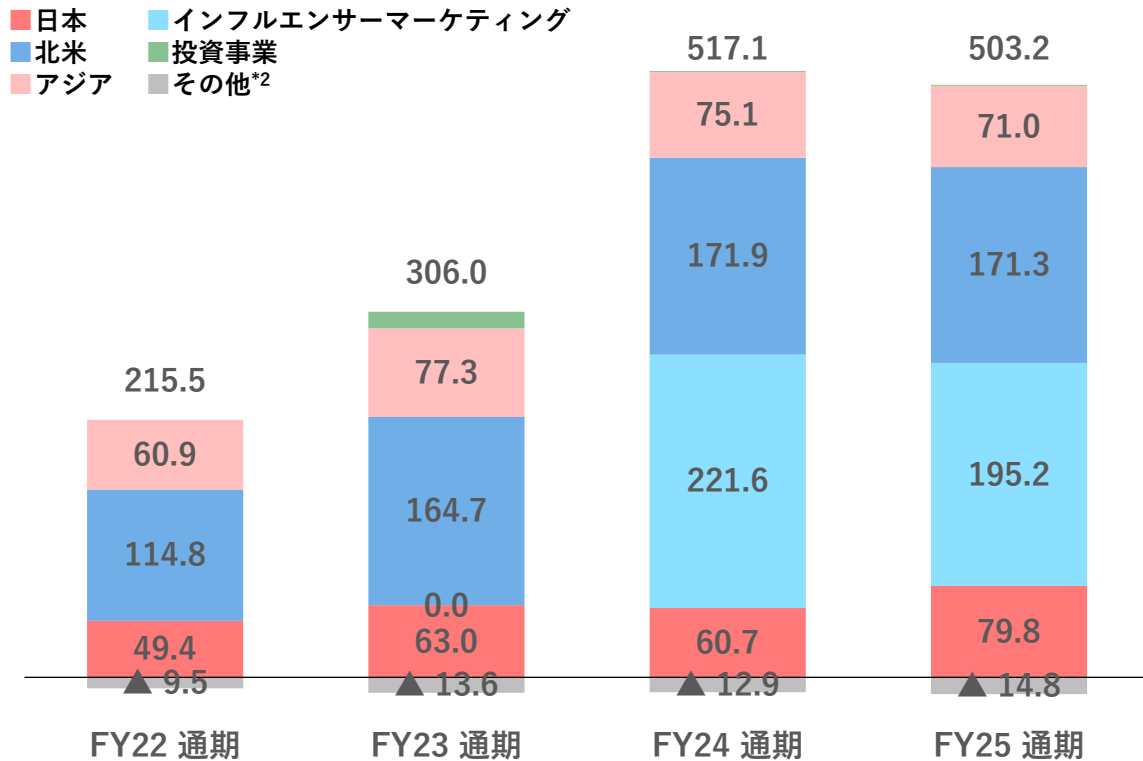


*変則決算によりUUUM（インフルエンサーマーケティング）の4カ月分（24年6月～9月）をFY24 4Qに計上

売上高、EBITDAともに日本事業が大きく成長。他事業の減少を補い、全体としても成長継続

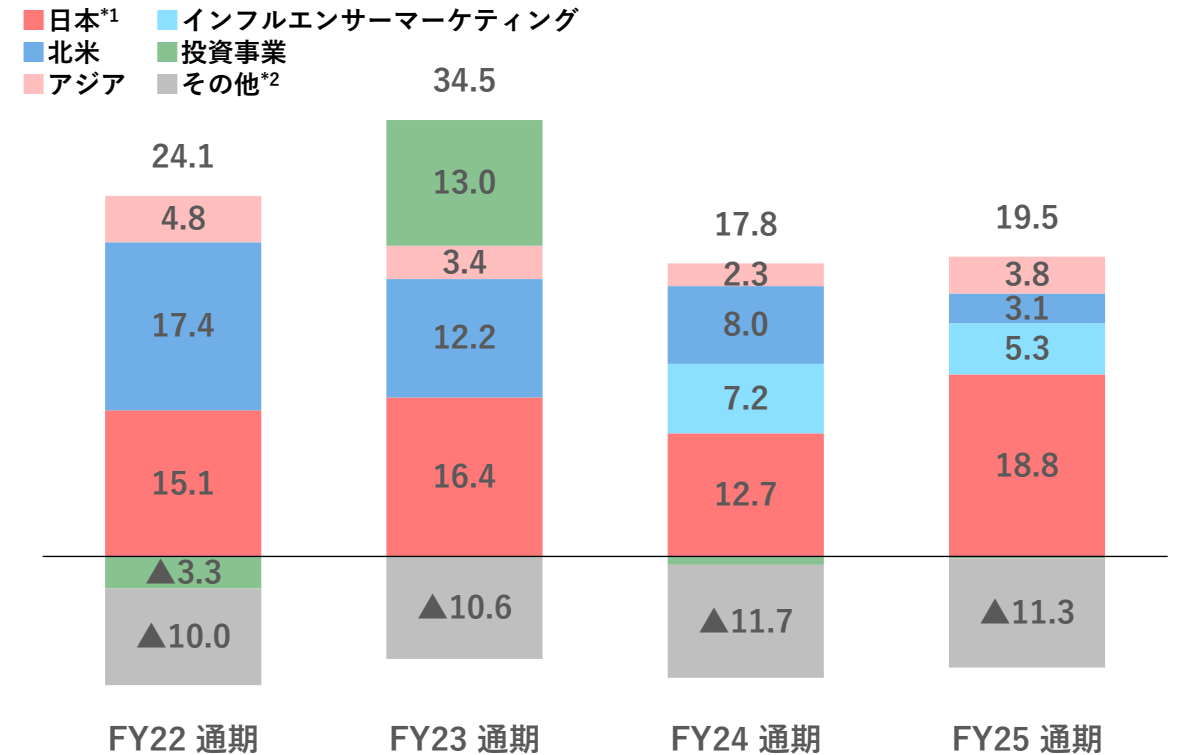
売上

単位:億円



EBITDA

単位:億円



*1.タクシーサイネージのIRIS（持分法適用会社）を含む

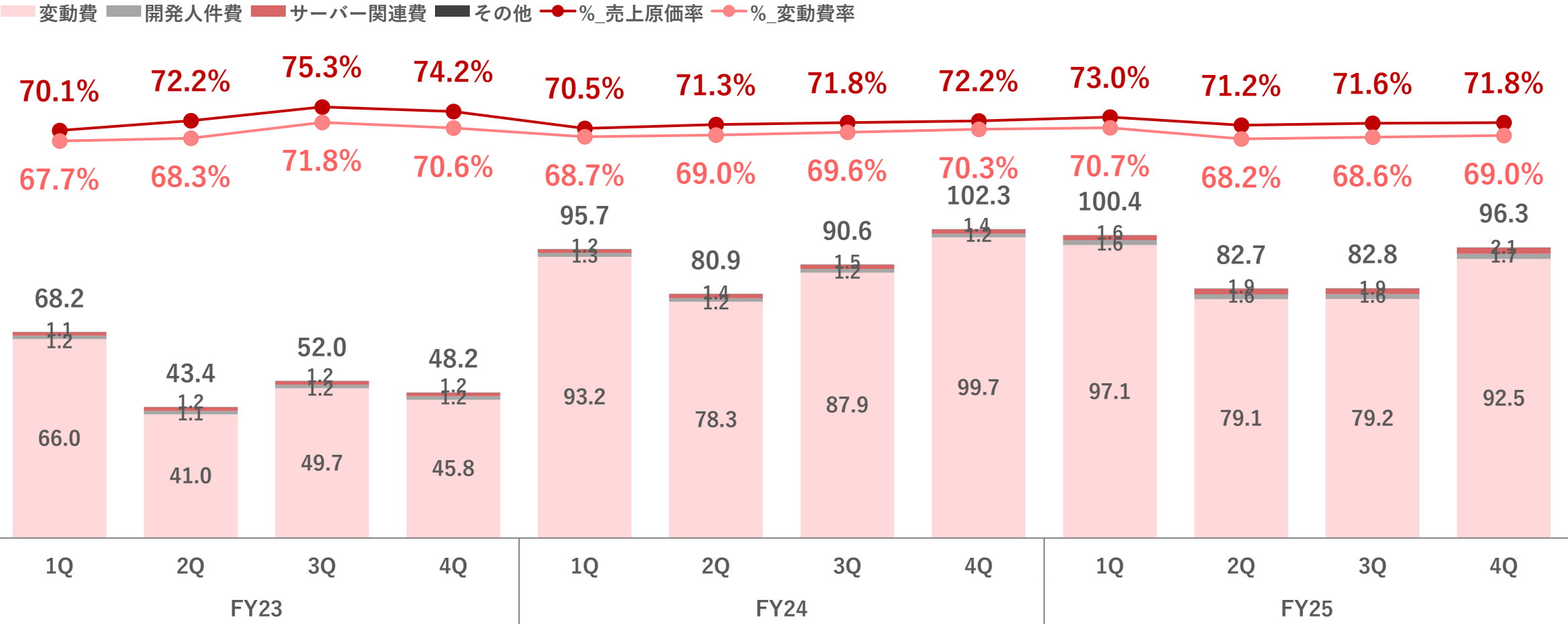
*2.その他は、連結修正（売上）、本社コスト（EBITDA）等の合算値

第3四半期に生じた急速な円高進行からの円安回帰により、為替差益（1.1億円）が発生

単位:億円	FY24				FY25			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
営業利益	3.7	▲2.0	▲2.2	0.6	1.6	▲0.4	▲1.3	1.0
持分法投資利益	0.8	2.3	1.3	1.0	1.3	1.8	1.9	1.6
のれん償却費	1.1	0.9	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
減価償却費	1.9	2.3	2.4	2.3	2.4	2.5	2.8	2.8
株式報酬費用	0.6	0.2	0.2	▲0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EBITDA	8.1	3.7	1.9	4.1	5.7	4.3	3.8	5.8
経常利益	2.0	2.9	1.5	▲2.7	5.7	▲2.2	▲1.9	3.8
為替差損益	▲2.1	2.3	2.5	▲4.6	4.0	▲2.7	▲1.5	1.1
経常利益（為替差損益除く）	4.1	0.6	▲1.0	1.9	1.7	0.5	▲0.1	2.7

プロダクト別の粗利率に大きな増減なし

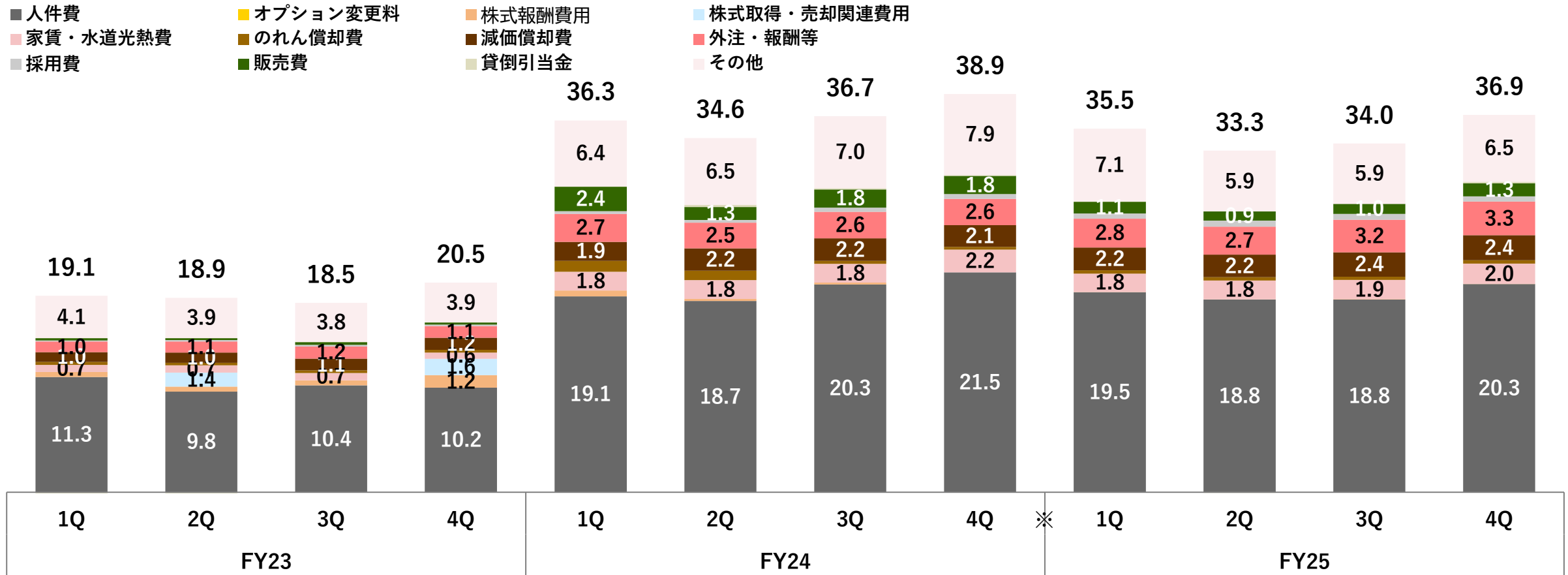
単位:億円



*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

連結販売管理費は円安の影響で増加も、その他は特に大きな変動はなく推移

単位:億円



※24年9月期第4四半期はインフルエンサーマーケティング事業が4か月分連結されているため、比較可能性の観点から同事業については7月～9月発生分のみを集計

人員数は特に大きな変動はなく推移

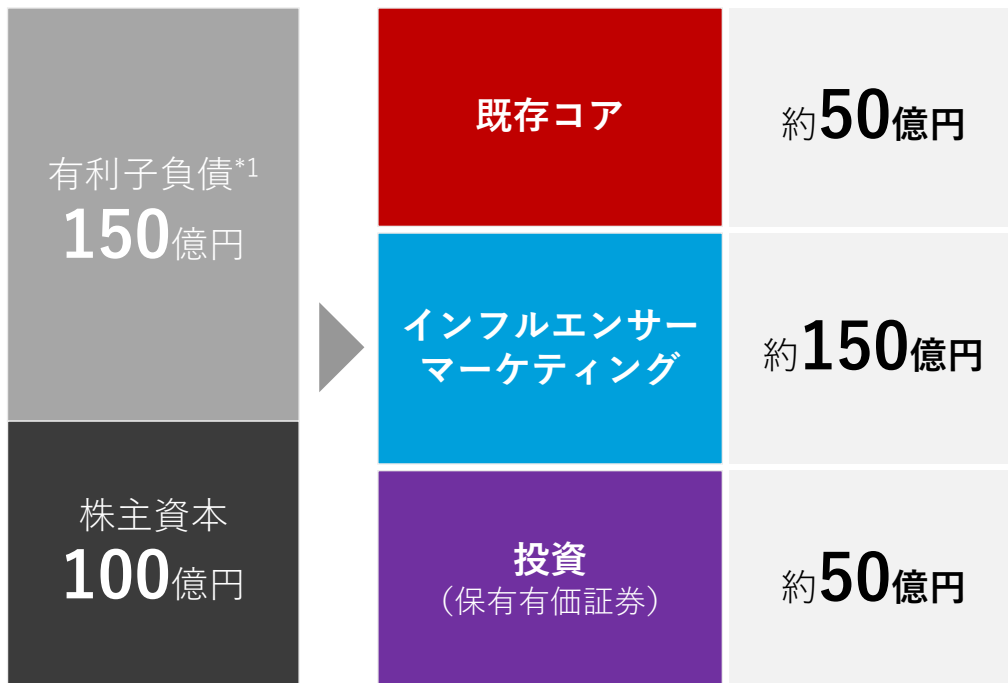
単位:人

	FY24				FY25			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
日本	112	118	124	163	163	166	176	184
北米	89	92	99	96	88	85	88	90
アジア	244	241	221	220	215	217	217	218
UUUM	537	519	519	502	494	503	527	513
その他（本社等）	43	45	40	44	48	50	55	62
グループ合計	1,025	1,015	1,003	1,025	1,008	1,021	1,063	1,067

Section3 事業/投資ポートフォリオと株主還元の考え方

- 課題認識：インフルエンサーマーケティング事業の収益性改善（低ROIC事業から高ROIC事業へ）と、投資事業からもたらされる利益の株主還元方針の明確化
- 投資事業からの実現利益については、原則として30%超を株主還元へ充当
- 株主還元に取り組みつつ、高ROIC/短期回収を狙える有望領域への成長投資は継続実行

投下資本/ポートフォリオ



*1 有利子負債から手元資金を控除した額

株主還元方針

高ROIC事業

コーポレートコスト等負担後の利益から
成長投資分を除いて株主還元

低ROIC事業（FY25は約2%）

今回の分社化のように、あらゆる施策を実施
収益性改善⇒高ROIC事業へ（+6%以上改善）

原則、実現利益の30%超を株主還元

残りは成長投資、ROIC改善のための借入返済へ
現時点で試算可能なもので100～150億円の資産価値

※FY22のカンム社売却（総額150億円）に類似するExitを一定の再現性で実現し、株主還元へ

今後重視する指標

FY26以降、EBITDAに加えて
株主還元の原資となる

調整後当期利益*2

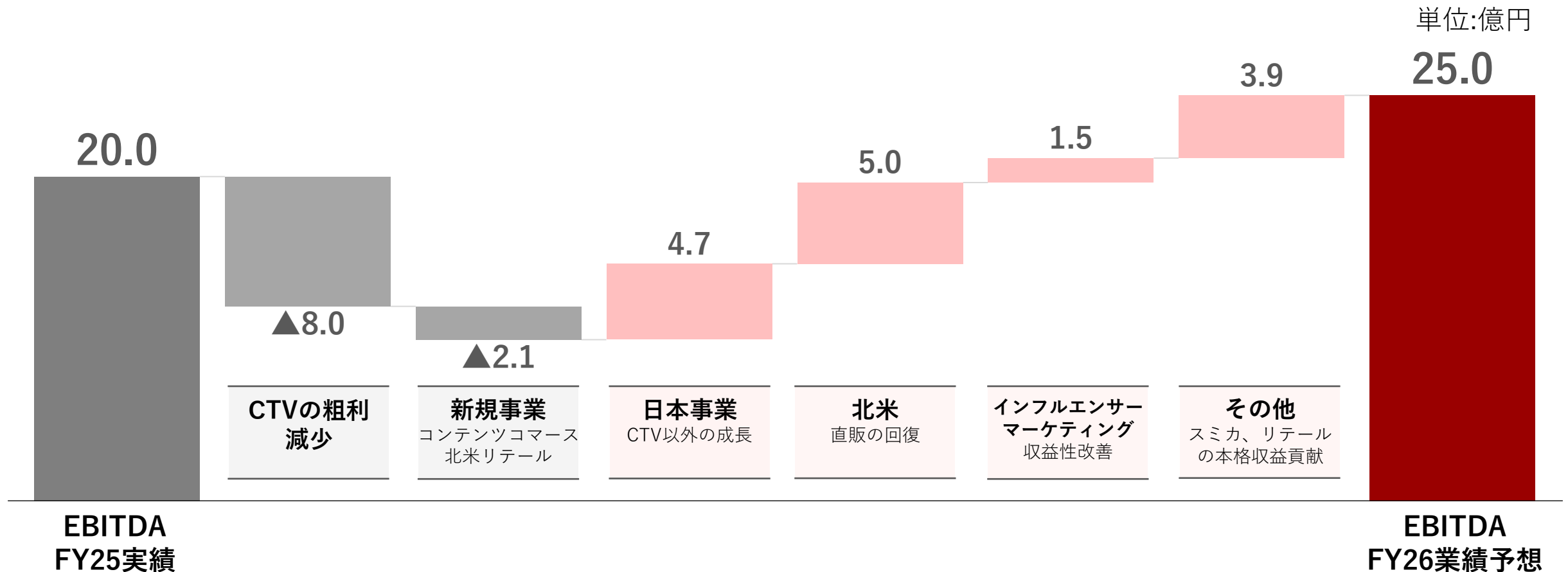
を経営指標として採用

FY25実績		FY26予想
EBITDA		
20億	▶	25億
調整後当期利益		
7億	▶	10億

*2 当期純利益からのれん償却費および買収に伴う無形資産償却費、株式報酬費用、一過性要因を除いた利益

Section4 業績予想及び次期中計の考え方

動画・Connected TV領域の粗利減少と、TikTokショップなどへの新規事業投資を行いつつ、各事業の増益により、全体として20%超のEBITDA成長を実現する



- FY26を最終年度とする現中期経営計画（EBITDA60億円）については、主に①北米事業の不振（▲15億円）、②インフルエンサーマーケティング事業のM&A時の計画と実績との乖離（▲10億円）、③動画・Connected TV領域の粗利減少（▲10億円）により未達の見込み
- 現在策定中のFY29中期経営計画で改めて同水準の達成を目指す方針

業績予想（各段階利益）

単位:億円

	FY25 実績	FY26 当初中計	業績予想
営業利益	1.0	非開示	7.0
持分法投資利益	+6.6		
減価償却費+のれん償却費	+11.8		
株式報酬費用	+0.1		
EBITDA	19.5	60.0	25.0
経常利益	5.6	非開示	10.0
当期純利益	2.8	非開示	5.0
M&A関連償却費	+4.4		
株式報酬費用	+0.1		
一過性の要因	-0.3		
調整後当期利益	6.9	非開示	9.5

中計との比較

2023年12月に公表した
中期経営計画（FY24～FY26）
最終年度目標 EBITDA **60億円**

今回業績予想 EBITDA **25億円**

差分▲35億円の内訳は以下の通り

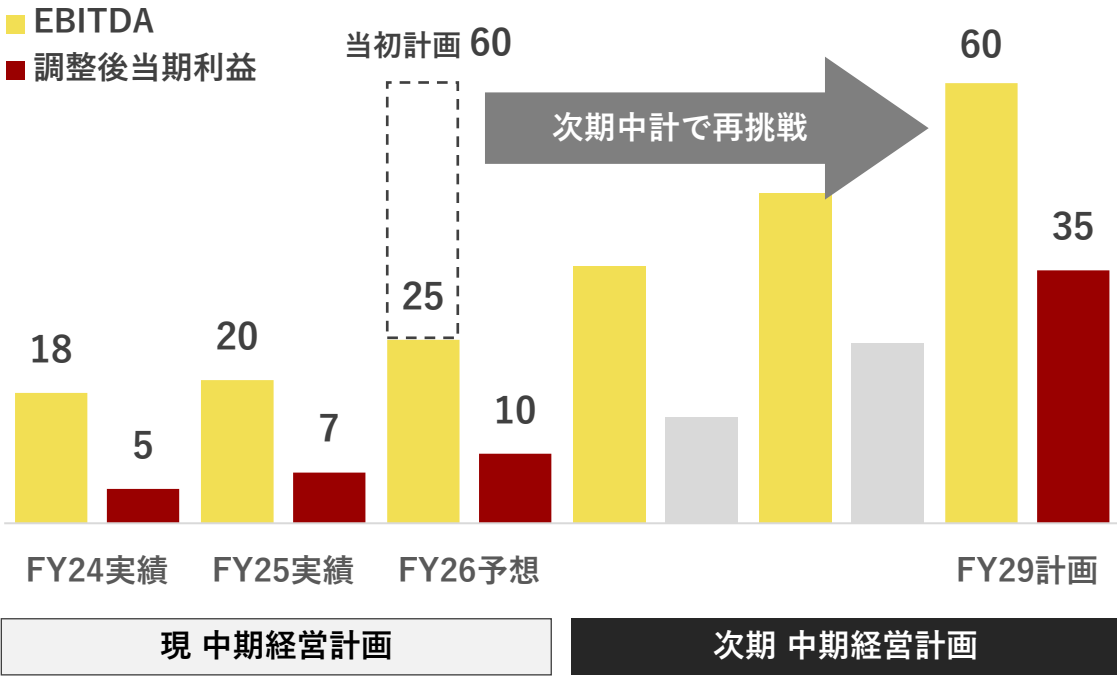
- 北米事業 ▲15億円
- インフルエンサー ▲10億円
- 動画・CTV ▲10億円

- ✓ FY26は既存事業の収益性改善、新たな成長事業の強化を推進。
- ✓ EBITDA60億の達成は、次期中計での実現を目指す。

- FY29を最終年度とする次期中計で、改めてEBITDA60億円、調整後当期純利益35億円の達成を目指す方針
- 中長期的な企業価値向上により、時価総額900億円（株価約5,000円）の実現へ
- UUUM買収前の株価倍率を踏まえると、FY29で時価総額900億円は合理的かつ実現可能な水準と思料

次期中計の定量計画

単位:億円



時価総額・株価イメージ

(ご参考) UUUM買収前

	FY21	FY22	...	FY25	FY29
EBITDA	13億円	24億円		20億円	60億円
調整後当期利益	6億円	9億円		7億円	35億円
	×	×		×	×
調整後利益倍率	約57倍	約26倍		約13倍	約26*倍
時価総額	約360億円	約230億円		約90億円	約900億円
株価	約2,000円	約1,300円		約500円	約5,000円

*UUUM買収前の水準を考慮し合理的な範囲で想定

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		37.15%
	伊藤忠商事株式会社		16.32%
	株式会社SBI証券		7.23%
	BBH(LUX) FOR FIDELITY FUNDS - PACIFIC POOL		4.07%
	スカパーJSAT株式会社		3.86%
	株式会社日本カストディ銀行（信託口）		2.67%
	海老根 智仁		1.63%

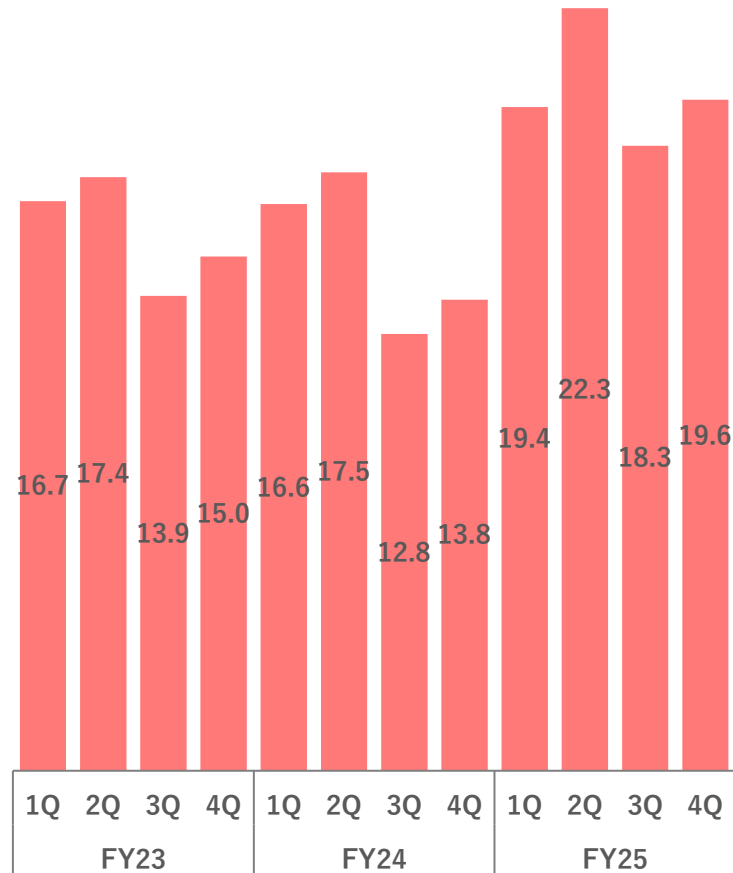
*1. 2025年9月末時点の主要株主の状況を記載、発行済株式（自己株式を除く）の総数に対する所有株式数の割合
*2. 代表取締役である本田謙氏は資産管理会社MOTHERS OF INVENTION PTE. LTD.を通じて当社株式を保有

Appendix 2

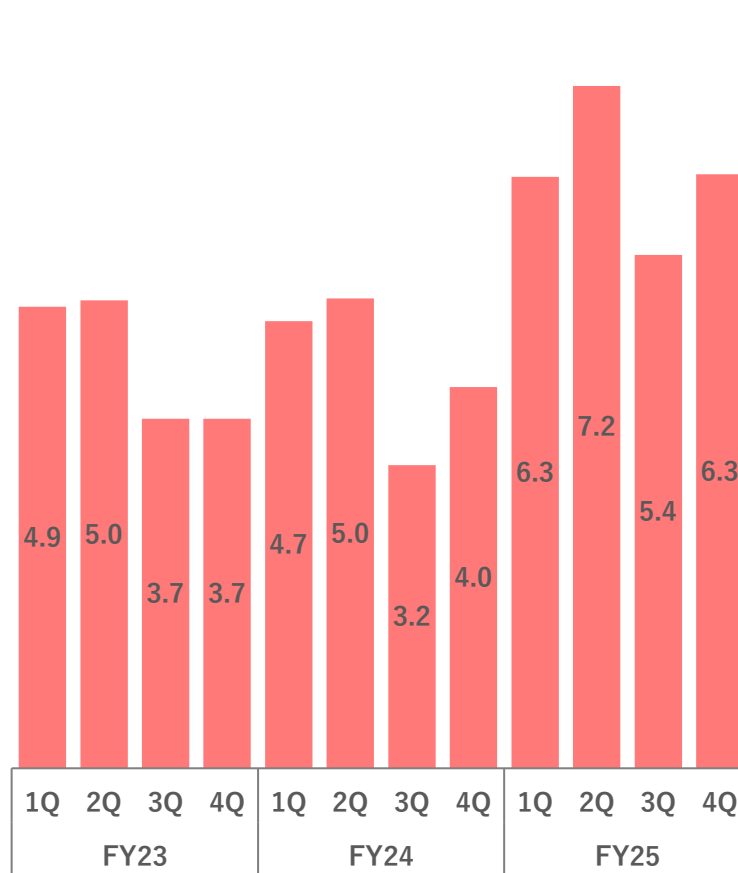
業績補足資料

単位:億円

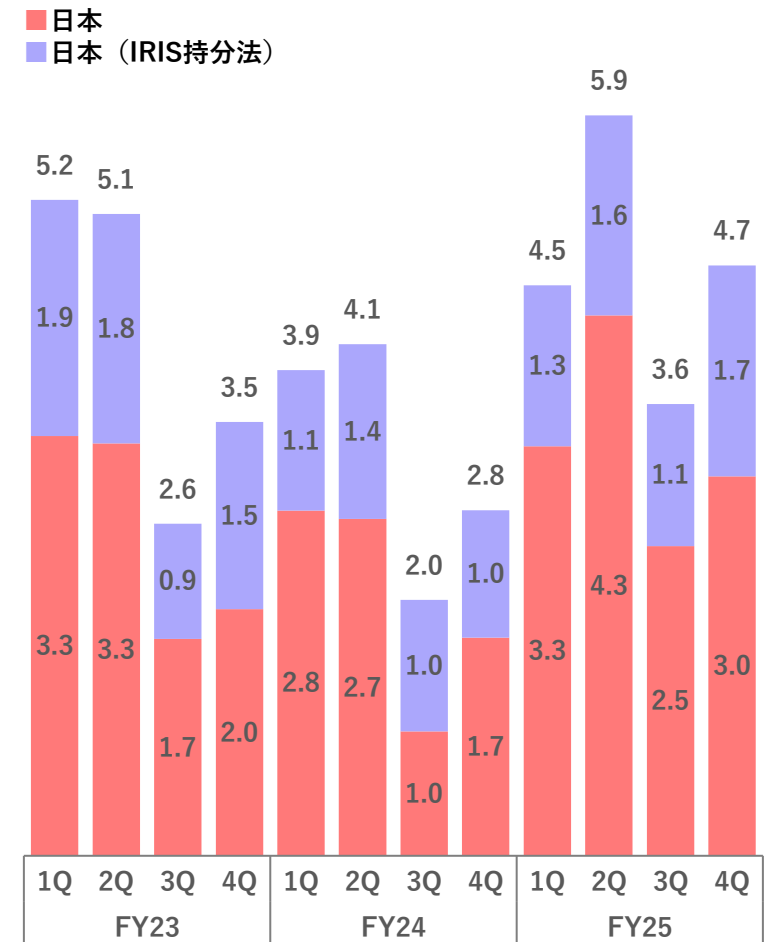
売上高



売上総利益



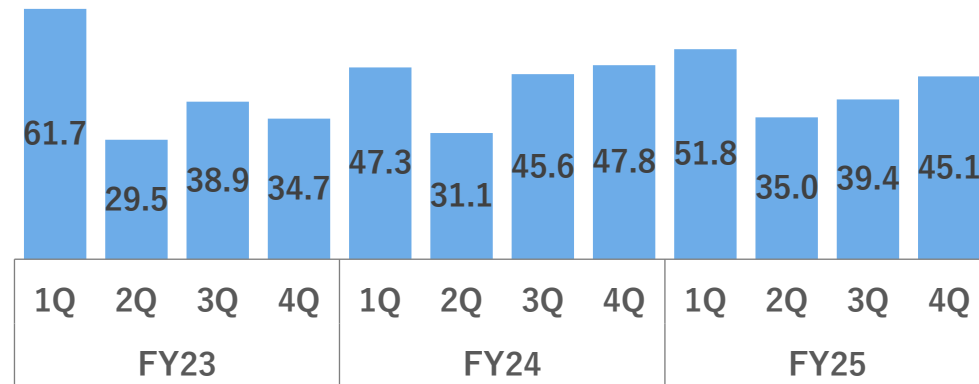
EBITDA



円ベース

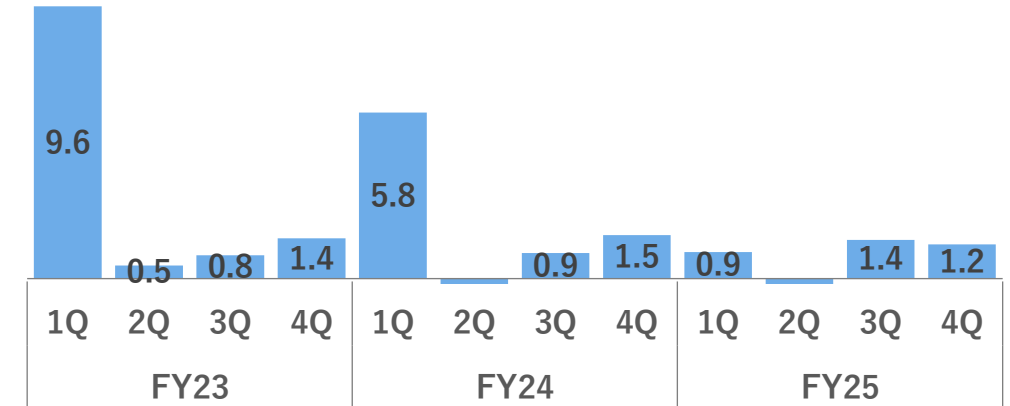
売上高

単位：億円



EBITDA

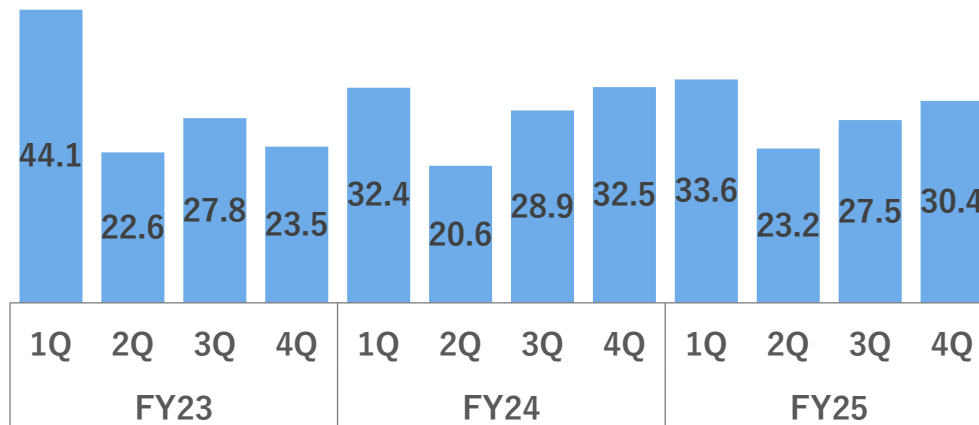
単位：億円



現地通貨 ベース

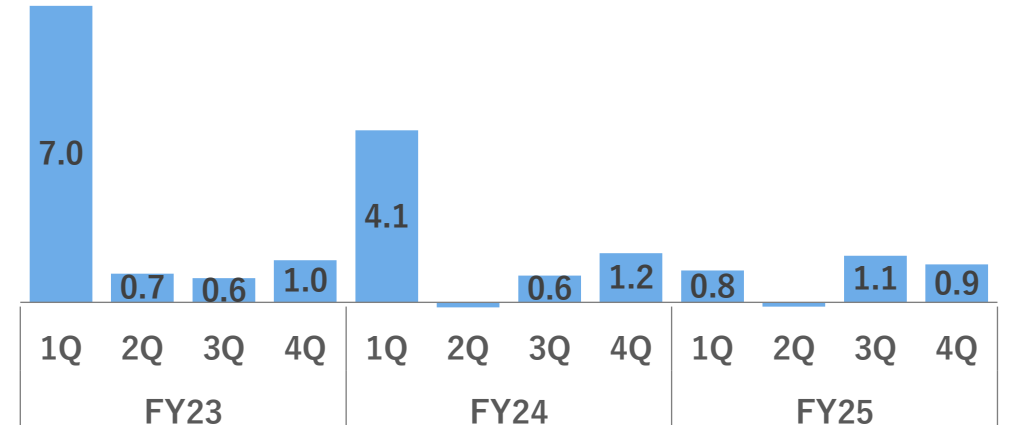
売上高

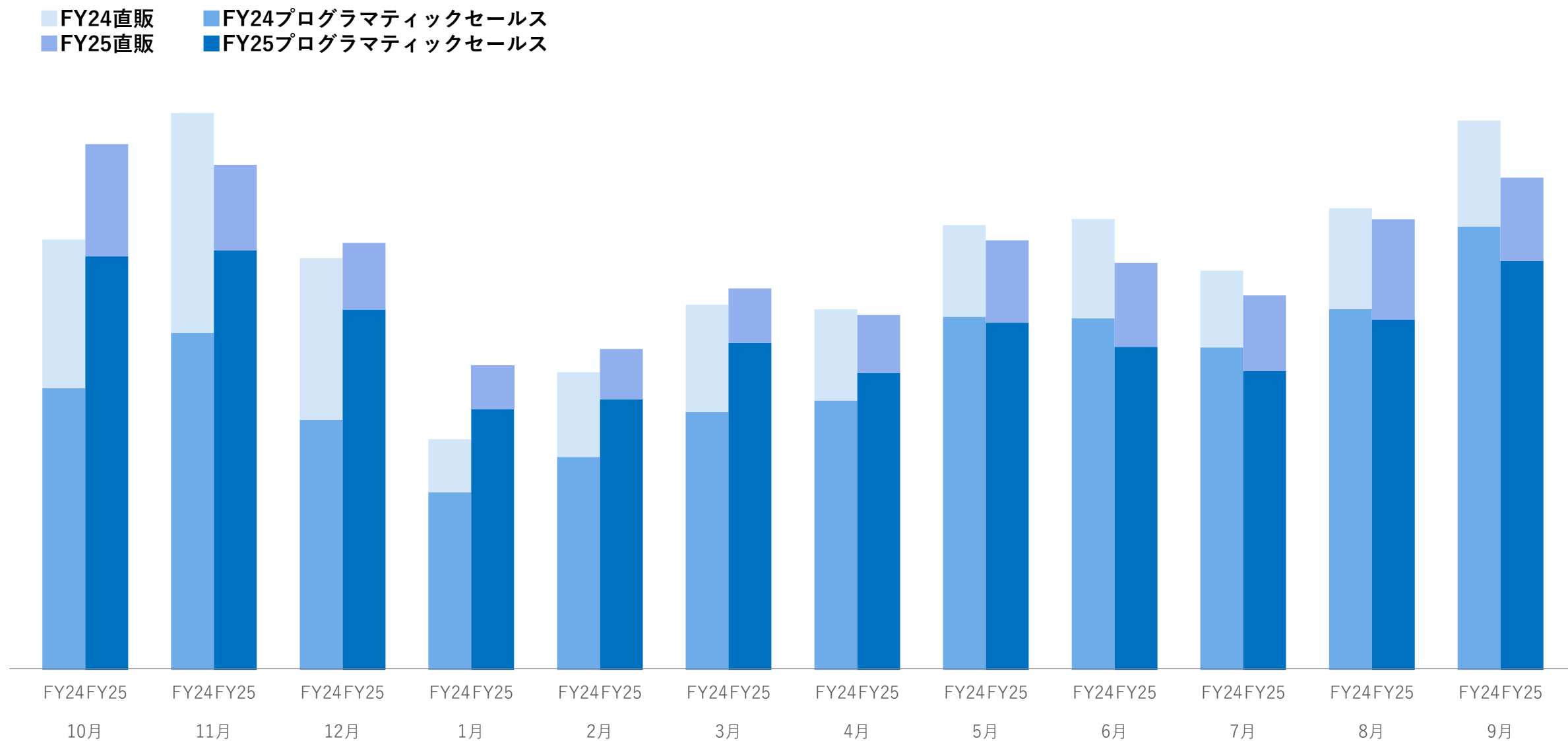
単位：百万USD



EBITDA

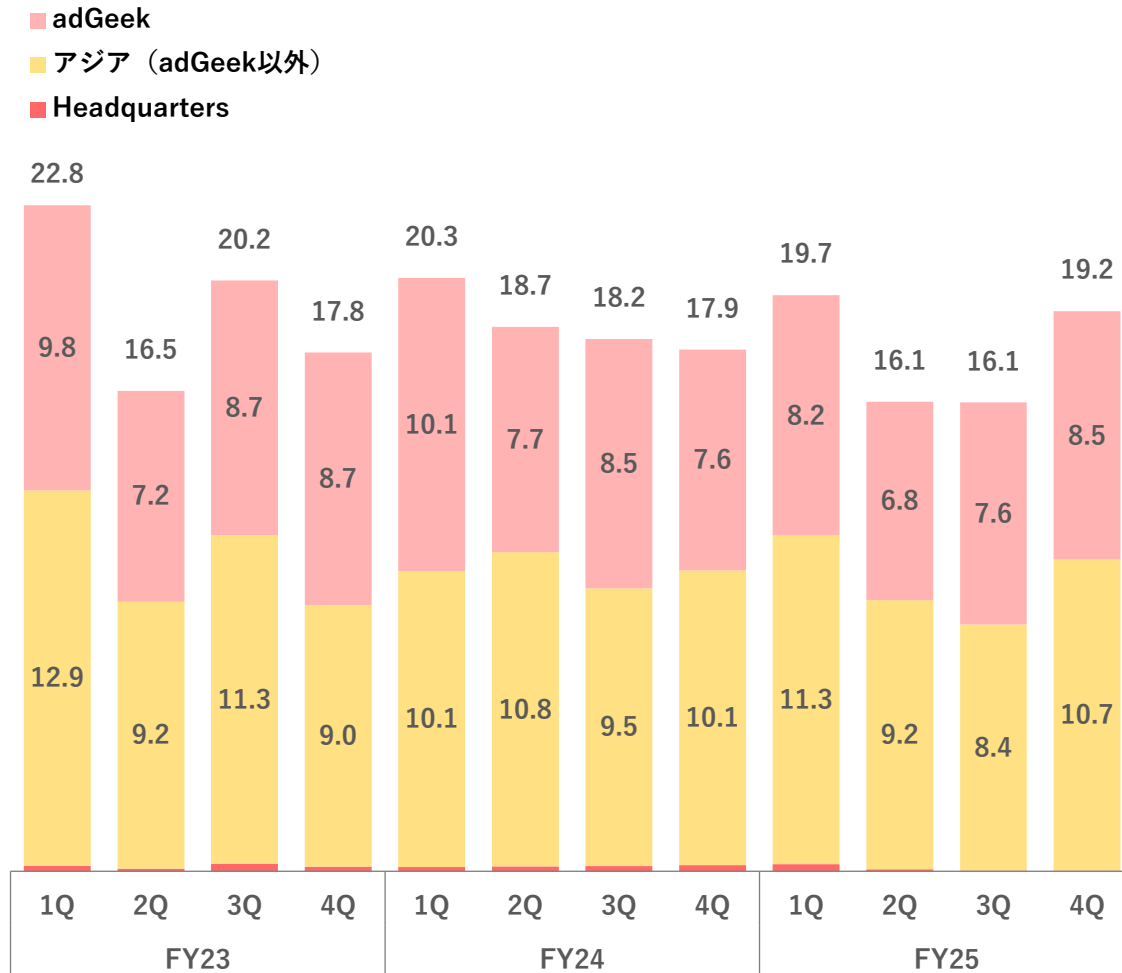
単位：百万USD





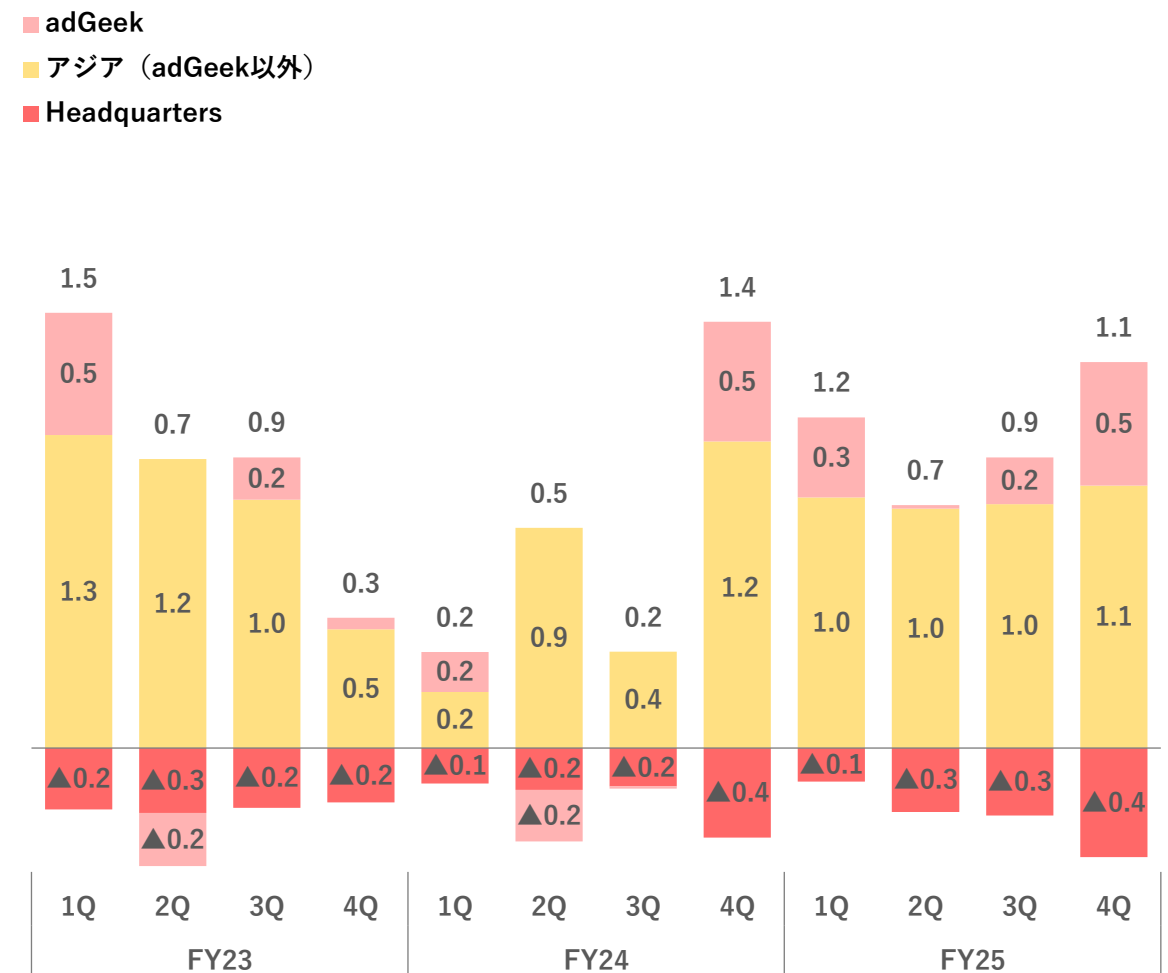
売上高

単位:億円



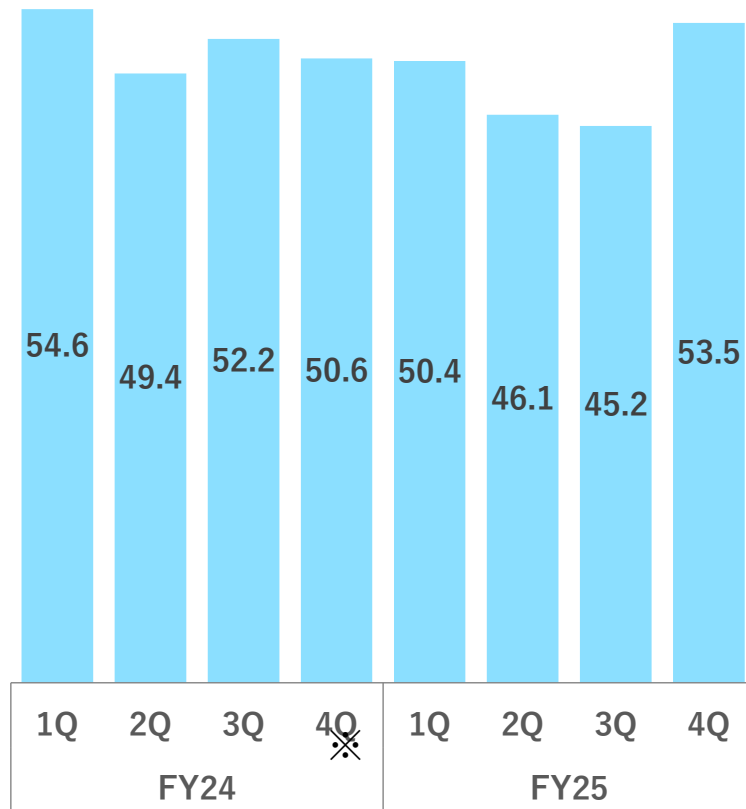
EBITDA

単位:億円

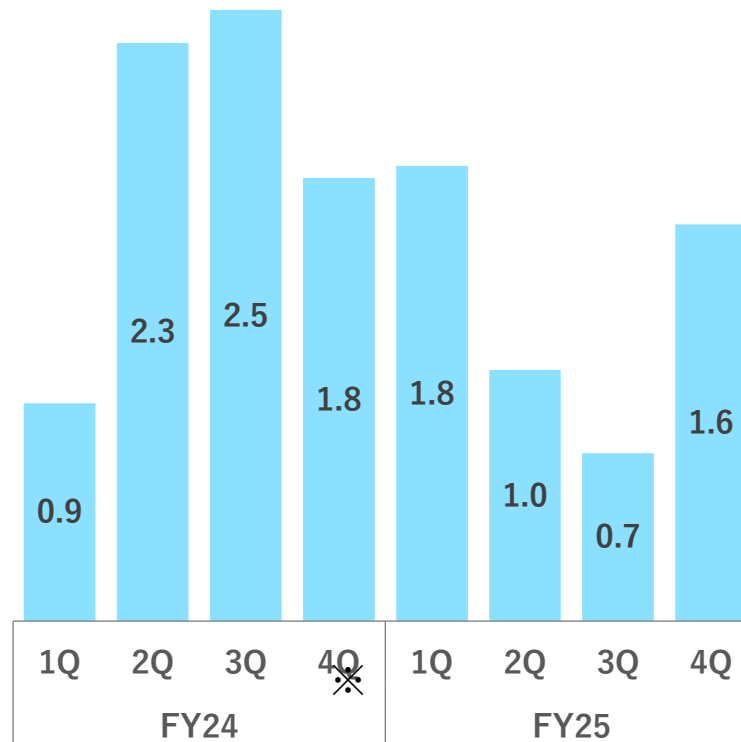


単位：億円

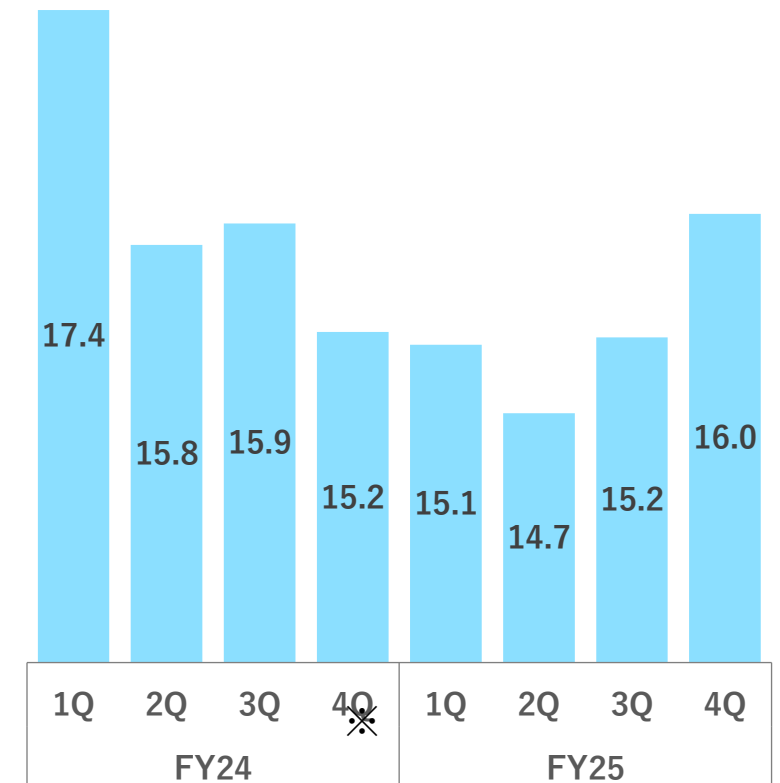
売上高



EBITDA



(参考)販管費



※24年9月期第4四半期は4か月分連結されているため、比較可能性の観点から7月～9月発生分のみを集計

（単位:百万円）

	FY25 4Q	FY24 4Q	前年Q比	FY25 3Q	直前Q比
変動費	9,250	9,967	▲7.2%	7,922	16.8%
	69.0%	70.3%		68.6%	
開発人件費	167	122	36.6%	164	1.8%
	1.2%	0.9%		1.4%	
サーバー関連費	208	141	48.2%	188	10.9%
	1.6%	1.0%		1.6%	
その他	1	1	90.3%	2	▲25.7%
	0.0%	0.0%		0.0%	
売上原価計	9,627	10,230	▲5.9%	8,276	16.3%
	71.8%	72.2%		71.6%	

※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・原価への影響は除く

（単位:百万円）

	FY25 4Q	FY24 4Q	前年Q比	FY25 3Q	直前Q比
人件費	2,032 15.1%	2,148 15.2%	▲5.4%	1,883 16.3%	7.9%
家賃・水道光熱費	199 1.5%	221 1.6%	▲9.7%	188 1.6%	6.2%
のれん償却費	32 0.2%	28 0.2%	15.0%	32 0.3%	▲0.0%
減価償却費	244 1.8%	211 1.5%	15.8%	238 2.1%	2.5%
外注・報酬等	328 2.4%	259 1.8%	26.7%	319 2.8%	2.9%
採用費	53 0.4%	46 0.3%	14.3%	56 0.5%	▲6.3%
販売費	128 1.0%	176 1.2%	▲27.5%	99 0.9%	29.6%
その他	590 4.4%	734 5.2%	▲19.7%	589 5.1%	0.1%
販管費計	3,606 26.9%	3,823 27.0%	▲5.7%	3,404 29.5%	5.9%

※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
503	19.5	1.0	2.8	95
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

売上高
(DSP、アドプラットフォーム等)

タクシーサイネージ
シェア (都内)*2

売上高

売上高

UUUM 売上高

80
億円



62.2%

171
億円

71
億円

195
億円

FY25

FY25

FY25

FY25

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



コンテクス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



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



Give People Work That Requires A Person.