



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 (FY21-23)

2020年11月17日

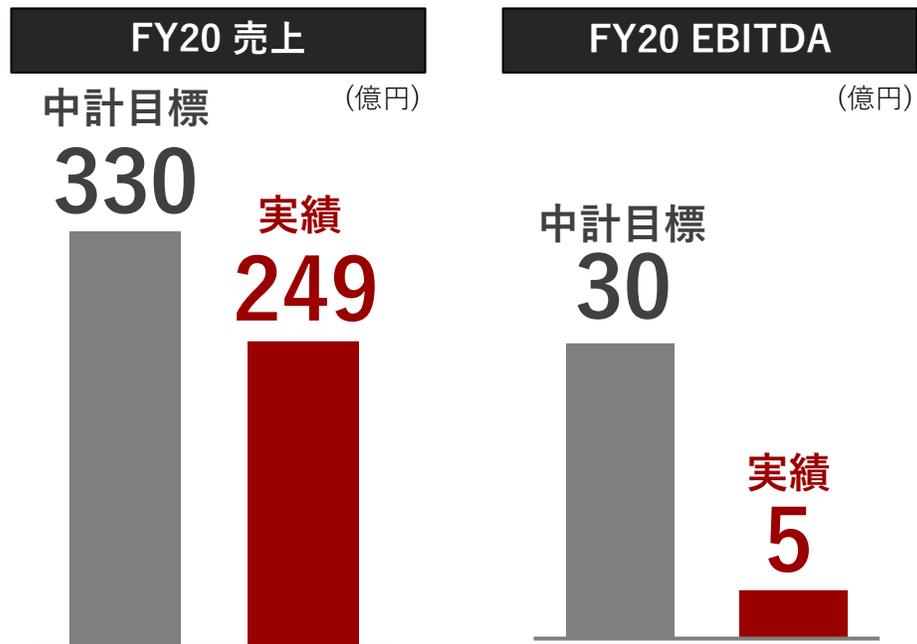
前・中期経営計画（FY18-20）振り返り

定量目標（FY20 売上330億円・EBITDA 30億円）は未達。

一方、次の収益の柱となり得る事業（Playwire、カンム等）の仕込みはできた。

懸案であったCB償還も完了し、新中計（＝前中計の延長戦）に挑む準備を整えた。

定量 振り返り



主な未達要因

- ① 大規模メディアとの提携解消
- ② 新領域事業の収益化遅れ
- ③ 新型コロナによる影響

定性 振り返り

	反省点	達成事項
国内広告	<ul style="list-style-type: none"> ・大規模メディアとの提携解消により収益力が低下 ・回復の兆しが見えたタイミングで新型コロナが発生し、一部で影響を受ける 	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな有力動画メディア(TVer)の広告システム開発受注 ・タクシーサイネージ事業収益化 ・インティメート・マージャー上場
海外広告	<ul style="list-style-type: none"> ・急速な拡大戦略(縮小/撤退損) ・M&A案件でのPMIの遅れ 	<ul style="list-style-type: none"> ・中計売上目標の達成(136億円) ・Playwire買収 & 収益貢献開始 ・大胆な事業体制見直し(再編・縮小・撤退)の実行による海外事業全体での収益化実現
新領域	<ul style="list-style-type: none"> ・複数領域で投資実行するも組織的な事業育成ができず、収益貢献に至らず 	<ul style="list-style-type: none"> ・FinTech事業(カンム)の順調な成長 & IPO準備

新・中期経営計画（FY21-23）

人に人らしい仕事を。 Give people work that requires a person.

昨今、DXというキーワードの流行により、企業はより一層のデジタルシフトが求められるようになりましたが、我々フリークアウトとしては、IT企業がテクノロジーを駆使して顧客の仕事効率を高めることは、当たり前のことと考えています。

人ができることを機械に置き換えるのがDXとするなら、我々が目指すのは、人にはできなかったことを機械が行う、つまり「**新しい仕事の創造**」であると再認識させるきっかけとなったのが、この言葉の流行でした。

「**人に人らしい仕事を**」とは、DXをDXで終わらせないための我々のミッションです。

代表取締役社長 Global CEO
本田 謙

「前・中期経営計画の延長戦」… 未達に終わった前中計の目標にあらためて挑む。
前中計を仕込みの期間と位置付け、新中計では**収益化・地盤固め**の期間とする。

前・中期経営計画 (FY18-20)

新・中期経営計画 (FY21-23)

事業の仕込み

選択と集中

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

定量計画

FY23 連結EBITDA：30億円

未達に終わった前・中期経営計画の最終年度利益目標をあらためて目指す。

定性計画（戦略）

フォーカス戦略

1. 広告・マーケティング

ターゲティングデータ偏重ビジネスからの脱却

プレミアム 媒体支援	動画広告 技術	デジタル サイネージ	次世代型 チャット
---------------	------------	---------------	--------------

2. FinTech

個人向けスマホ決済/金融事業への注力 → 収益化

スマホ 決済/金融 (カヌム)

グローバル戦略

1. 米国 及び APACフォーカス

2. グローバルプロダクト拡販

米国 (Playwire)	APAC (adGeek等)	動画広告 プロダクト (SilverPush)
------------------	-------------------	-------------------------------

グループ マネジメント 戦略

「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

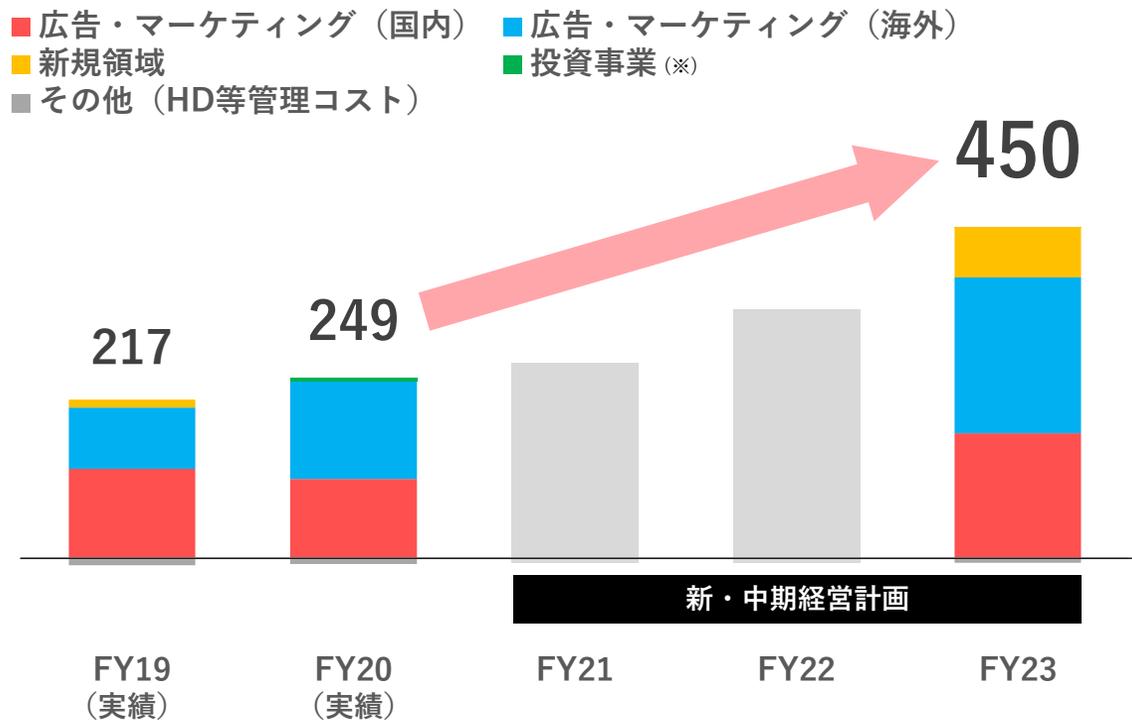
グループ内 連携強化/ シナジー創出	グループ会社収 益力・マネジメ ント強化	経営資源 (ヒト・モノ・カネ) の配分最適化	資産入替 の推進	キャッシュ フロー 改善・安定化
--------------------------	----------------------------	------------------------------	-------------	------------------------

FY23 連結EBITDA: 30億円

未達に終わった前中計の利益目標をあらためて目指す。

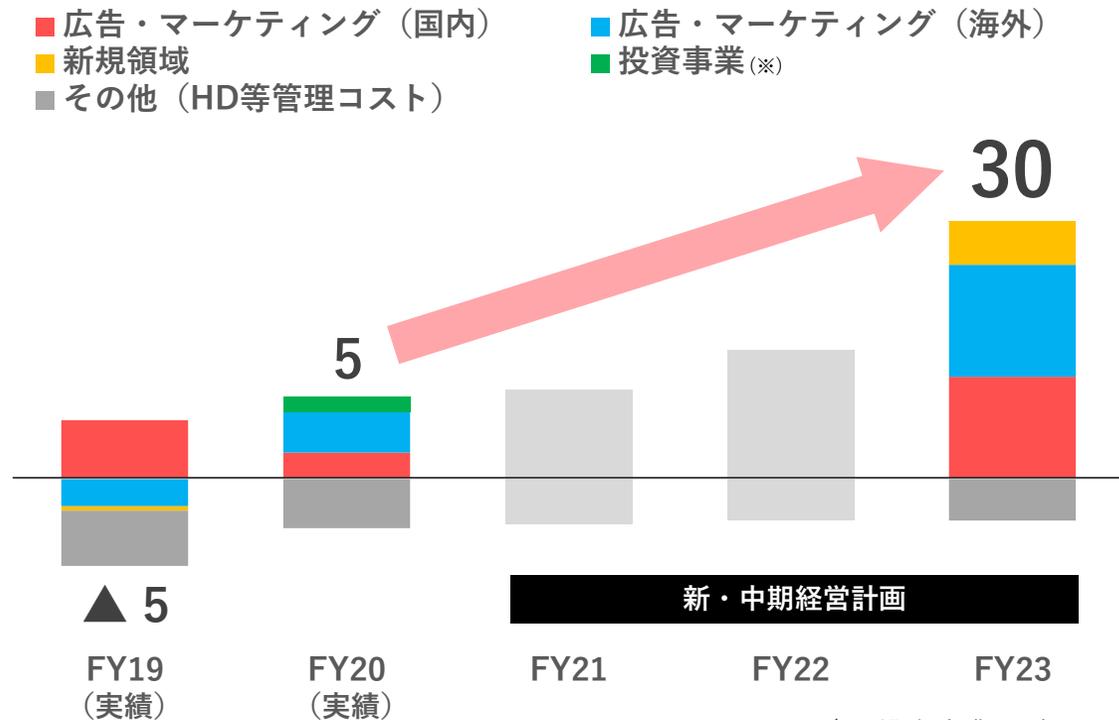
売上

単位:億円



EBITDA

単位:億円



(※ 投資事業は計画に含めず)

ターゲティングデータ偏重ビジネスからの脱却

プライバシー保護に対する意識の高まりや、プラットフォームの方針により、例えば「リターゲティングで品質の低い媒体を高く売る」ことが難しくなるなど、ユーザーデータを使ったターゲティング広告は今後ますますやりづらくなっていく。
・・・このような状況下、これからの広告事業者は、どのような方針でどれだけの準備ができていくか？が問われている。



“Focus on the good stuff”

(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)

プレミアムな媒体と優良なクライアントにフォーカスした商品/サービスの開発・提供

プレミアム媒体支援

優良な広告主が求める優良媒体を支援するハイレベルな広告プラットフォームの提供

動画広告技術

AIを活用した動画コンテキストマッチ広告など、ユーザーデータに依存しない高度なターゲティング技術の研究開発・事業化

デジタルサイネージ

タクシーに続く新たなプレミアムなサイネージ広告枠の開発

次世代型チャット

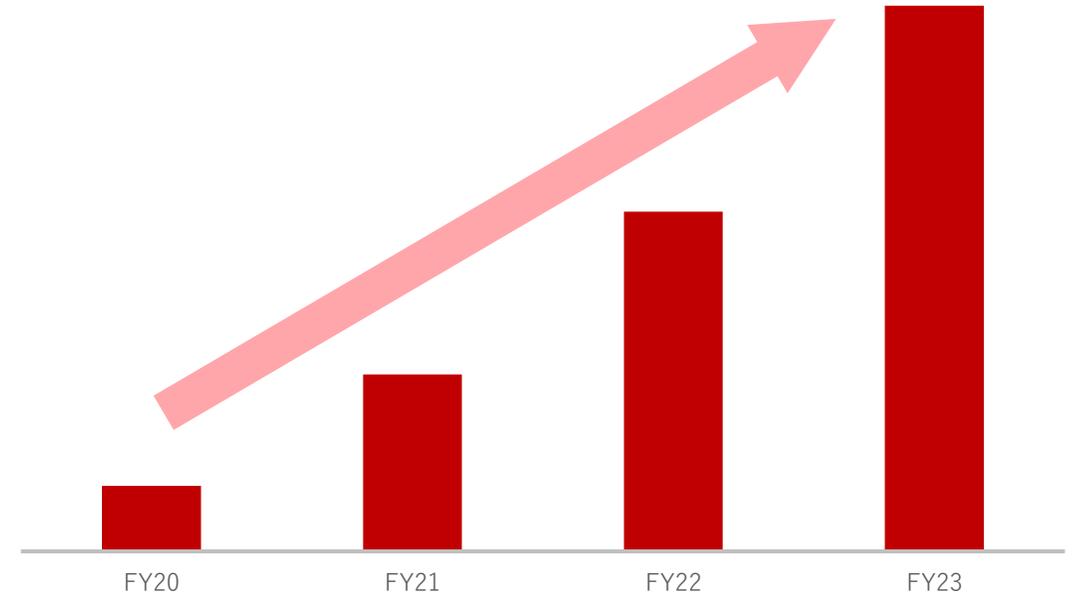
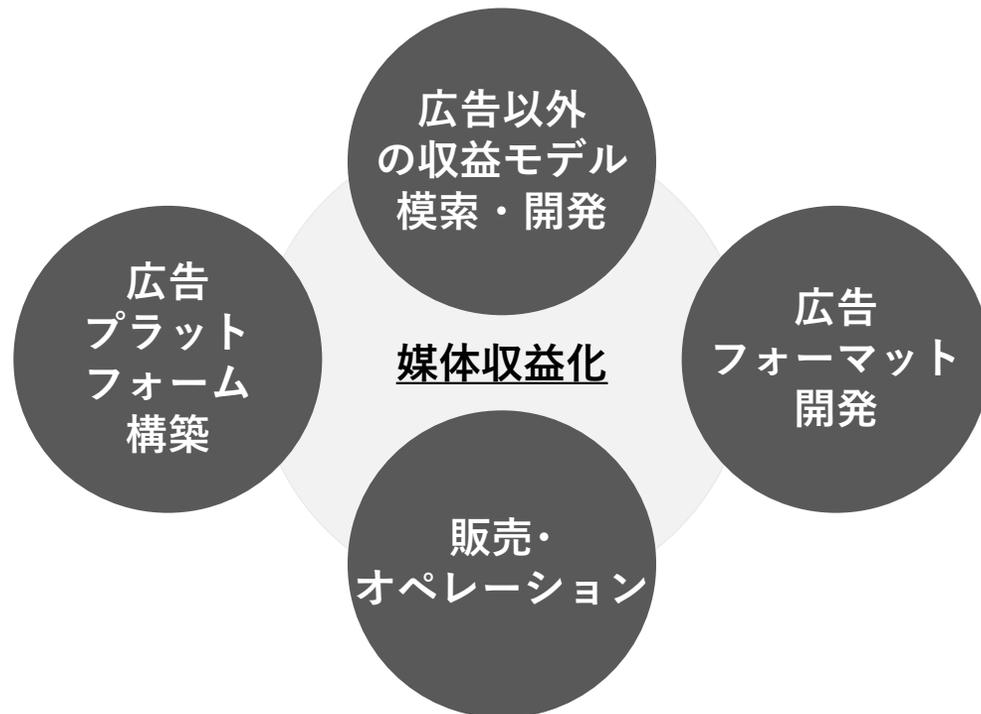
リターゲティング広告の代替としてチャットが当たり前になる中、より高度な「接客」レベルの顧客対応を可能とする次世代型チャット技術への投資・事業化

媒体社の収益化を総合的に支援

新しい媒体開発、広告フォーマット開発、広告以外の収益モデルの開発など、媒体社が抱える様々な課題を総合的に解決し、収益化を支援。

高度なテクノロジーと販売・オペレーション
ノウハウで、媒体社の課題解決を総合的に支援

媒体支援事業全体で年200%成長を目指す



SilverPush “Mirrors”による動画メディアへのコンテキストマッチ広告の提供

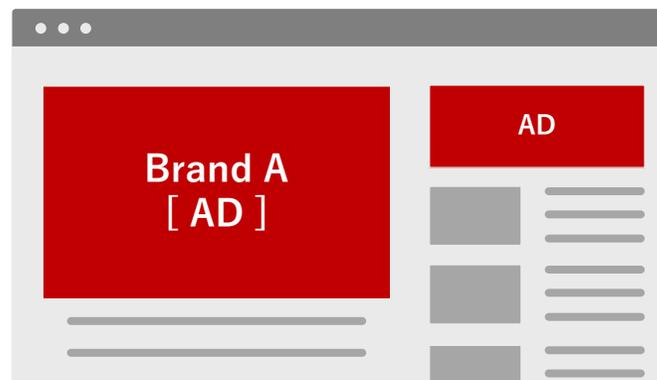
拡大する動画広告市場で、ユーザデータに依存しない高度なターゲティングを実現

- AIを活用した動画解析技術により、ロゴ、人物、表情など、OTT動画メディア広告の機能を補完する定義で配信が可能
- コンテンツ上での最適な広告コミュニケーションを実現、ブランドセーフティにも利用可能
- 日本市場での本格展開開始 及び 東南アジアでの協業推進

例：YouTube内一般動画



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



Connected TV/ 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キ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。

フリークアウト・サイネージ配信技術で新たなサイネージ市場を開拓。
タクシーサイネージの収益最大化とあわせ、デジタルサイネージを中核事業に。

IRIS タクシーサイネージの収益最大化

国内最大規模のサイネージメディアに成長

全国 約5万台



TOKYO PRIME

都内 約1.9万台



• Tokyo Primeの収益最大化

- コロナ影響からの回復と再成長
- デジタルサイネージ分野の収益基盤に

• 広告商品開発

- 魅力的な広告商品によるアップセル

 プレミアムな
新サイネージメディアの開発

自社サイネージ配信技術を活かした事業開発

• 新市場開拓/様々な領域へのビジネス展開

- 広告効果の高い分野への進出
- 動画メディアにおける「視聴人数」「視聴時間」「視聴の質」を重視

• 有機的連携によるパートナーシップ構築

- 特定領域/産業に強い事業会社とのアライアンスを積極推進
- 互いの経営資源やノウハウなどを持ち寄ることによる有機的な連携を図る



次世代型チャット技術への投資・事業展開

企業にとって、チャットが消費者接点のスタンダードとなる将来を見越し、旧来型のシンプルなチャットボットに留まらない、より高度な「接客」レベルの顧客対応を可能とする技術への投資・事業化。



接客DX

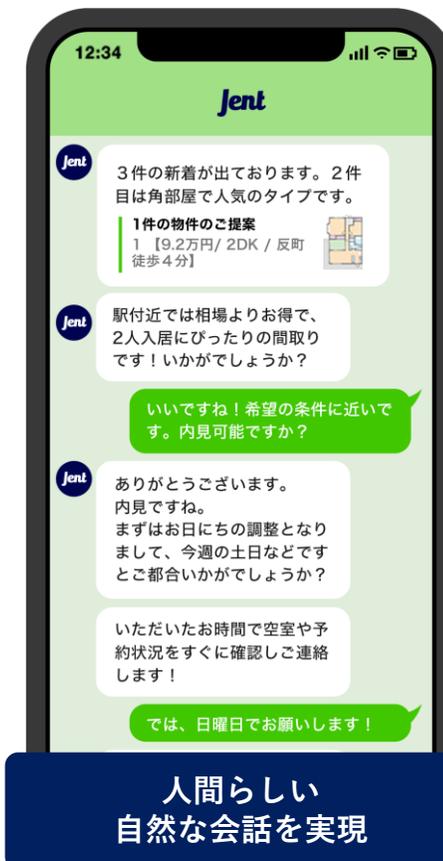
(チャットボット + ビデオ通話)

- チャットボットとビデオ通話を活用し、店舗接客をデジタル化するソリューション
- コロナ禍での来店を敬遠する顧客に対し、チャットボットから接客のプロとのビデオ通話に繋ぐ
- 関連会社（持分法適用会社）



ハイブリッド型チャット (ボット + 有人)

- 既に不動産分野においては、従来のチャットボットでは不可能であった内見予約までの接客対応が可能
- 1人の在宅オペレーターが1時間で平均40人の顧客対応を可能にする高度な会話エンジンを独自開発
- 今後、100%完全子会社化を目指す



人間らしい
自然な会話を実現

引き続きの順調な成長により、新しい収益の柱へ

2017年より継続的に出資（計30億円超）。今後、収益化に至ったタイミングで連結子会社化を予定。

「“心理的unbanked”をソフトウェアで解決」

- クレジットカードを持ってない/持とうとしない層向けに誰でも作れるVisaプリペイドカード「バンドルカード」を提供。
- 「ポチッとチャージ」で、後払いによるチャージも可能。



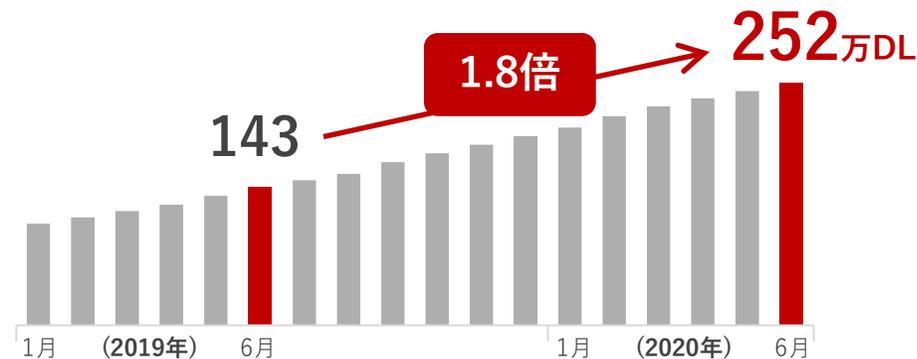
- 1 誰でもすぐつくれる
- 2 すぐ確認できる
- 3 後でもはらえる

Kanmu



ダウンロード数、LTVともに順調に成長

- コロナを追い風に、累計ダウンロード数は252万(6月末)に増加。
- LTVが獲得コストを明確に上回るレベルに到達。



- 2020年8月セブン銀行から11.3億円を調達。当該資金を原資に引き続き広告宣伝費を投下して、更なる会員数の増加を目指す。

米国事業 及び APAC事業の収益力拡大にフォーカス 動画広告プロダクト (SilverPush) のグローバル展開

APAC



- サービスメニュー拡充（メディア、プロダクト、コンサルティング）による基礎収益力の強化
- APAC事業における中核会社に



- 米国市場及び日本市場への本格展開開始
- フリークアウト現地法人による東南アジア市場での販売強化



- 選択と集中（国・地域、プロダクト）
- グループシナジー推進と収益貢献

米国



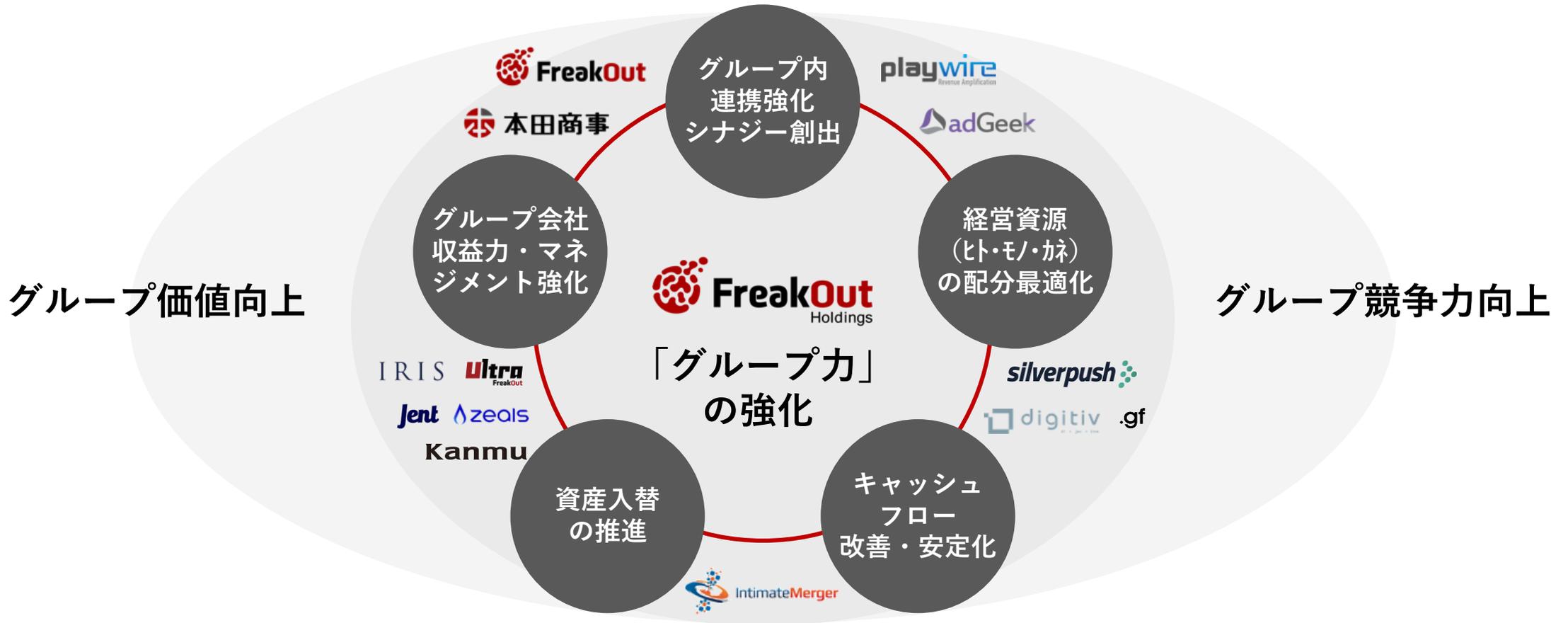
- Webメディア収益化支援事業が好調に成長中
- エンタメ・教育等、得意分野のオーガニック成長に加え、対象メディア分野の拡大とアプリ向け事業の立ち上げにより、大きな成長を図る
- FY21は一定の利益を確保しつつも成長に向けた仕込みの年とし、FY22～23での飛躍を計画



- 将来の米国NasdaqでのIPOも視野に
- 同社を足がかりに、長期的にはフリークアウトグループとして米国市場での本格的な事業領域拡大を目指す

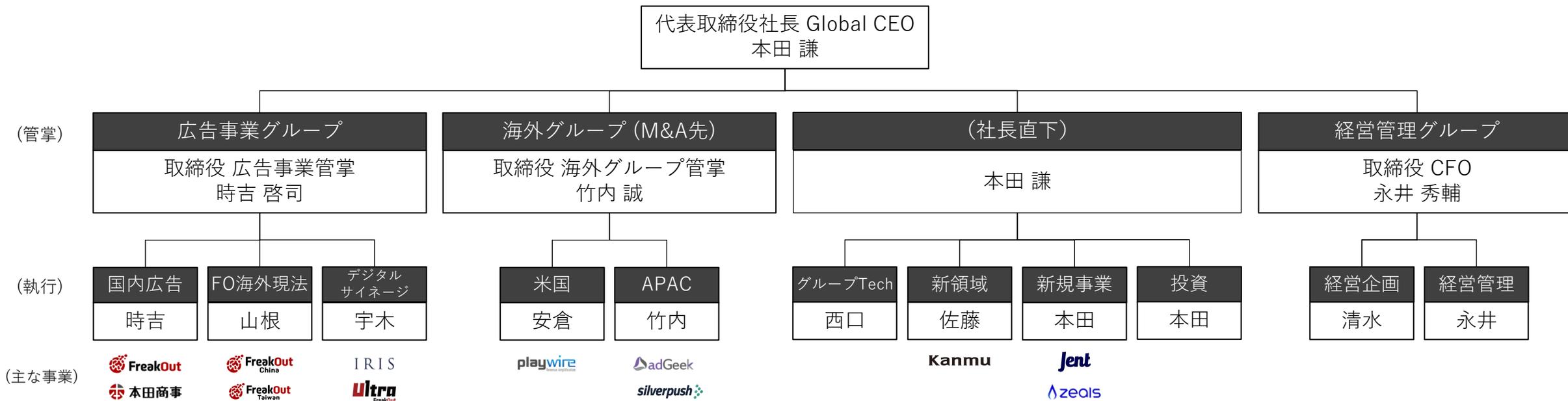
「グループカ」の強化

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。



新中計の着実な達成のため、経営・執行体制及び組織を変更

- **新取締役による各領域管掌の強化**※
 (時吉：創業期から国内外アドテク事業に従事/竹内：伊藤忠出身で海外マネジメント経験豊富)
- **重点領域における執行役員体制の強化** (佐藤が新領域、安倉が米国事業にそれぞれ専念 等)
- **経営管理体制の強化** (伊藤忠商事からのノウハウ・人材の受け入れ)



※取締役の選任については、2020年12月23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。



FreakOut
Holdings

Give People Work That Requires A Person.