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）

新・中期経営計画
（27年9月期～29年9月期）

2026年11月13日

© FreakOut Holdings

新・中期経営計画 – エグゼクティブ・サマリー

フリークアウトグループは、デジタルマーケティングの最前線でAIとテクノロジーを駆使して成長してきました。
さらにいま私たちの事業ポートフォリオには、AIには決して生み出せない「人だからこそ生み出せる熱狂」があります。

新中期経営計画では、AIの事業への実装を進めつつ、
熱狂を経済価値に変えるインフラとしての機能拡充をさらに加速させるとともに、
新たなグループスローガン ”Connect 29” の下、強力なグループシナジーを築き上げ、
あらためて、時価総額 1,000 億円企業を目指します。

新・グループスローガン

“ Connect 29 ”

定量計画
FY29.9 連結

EBITDA	調整後当期利益	時価総額
60 億円	35 億円	1,000 億円

定性計画
（戦略）

テクノロジー×AIを軸に、「熱狂」を経済価値に変える
インフラグループとして、唯一無二の価値を確立

フォーカス領域

- AIエージェント
- マネタイズプラットフォームの拡販強化
- DOOH

グループシナジーを基盤とした事業成長

新・グループスローガン

Connect 29

前中期経営計画では、掲げた目標を達成することができませんでした。経営を担う者として、この結果を重く受け止めています。一方で、この3年間に進めてきた事業や組織の変革によって、次の成長に向けた土台は着実に築かれてきました。今回の新中期経営計画では、前回届かなかった目標に、今度こそ到達する。その強い決意を持って臨みます。

新たなスローガン「Connect 29」には、グループ各社が持つ技術、知見、そして人の力をつなぎ、一社では生み出せなかった価値を創造するという意思を込めています。AIとテクノロジーを最大限に活用しながら、人にしか生み出せない「熱狂」を経済価値へと変えていく。それが、私たちの目指す次の姿です。

振り返れば、私たちの歩みは、業界の常識や歪みに異を唱え、変革に挑み続けてきた歴史でもあります。広告がどこに掲載されているかも見えないまま、その広告収益が海賊版サイトを支え、本来報われるべきクリエイターの利益を損なってしまう。そんな業界の構造に「NO」を突きつけ、自分たちの手で新しい仕組みをつくってきました。良いコンテンツに良い広告を届ける技術を開発し、クリエイターやアスリートを支える仲間を迎えてきたのも、その延長線上にあります。

こうした歩みと、今回の計画に込めた思いを全グループ社員に伝えるため、経営陣が奇妙な姿で登場する漫画まで制作しました[リンク]。少々ふざけた表現ではありますが、伝えたいことは至って真剣です。「人に人らしい仕事を」。この変わらぬミッションのもと、グループの総力を結集し、今度こそ結果で示していきます。

代表取締役社長 Global CEO
本田 謙



コーポレート・ミッション

人に人らしい仕事を。 Give People Work That Requires A Person.

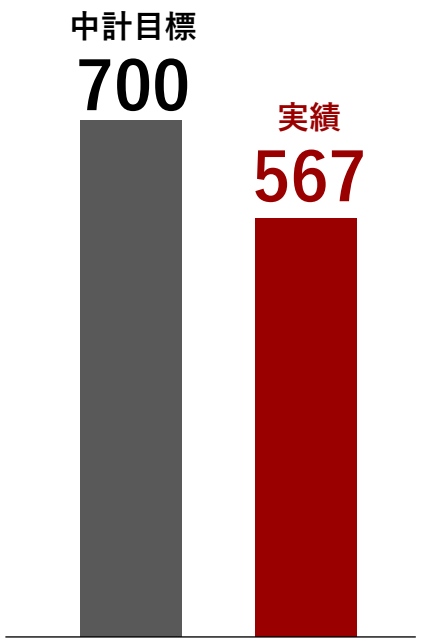
© FreakOut Holdings

前中期経営計画の振り返り – 定量・定性振り返り

前中計の最終年度（26年9月期）のEBITDAは約31億円（投資事業などリカーリングしない利益を除くと約24億円）となり、目標の60億円に対して大幅未達

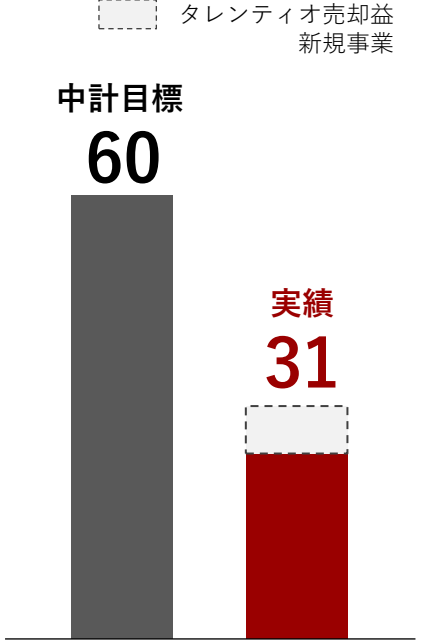
定量振り返り

売上



FY26 EBITDA*1

単位：億円



定性振り返り

Positive	Negative	計画対比（億円）
1 ストアギークサイネージによるリテール事業の黒字化	1 北米事業の回復・再成長の遅れ	▲15
2 UUUM の完全子会社化 UUUM Marketing 分社化による再成長基盤の構築	2 グループ化時点の計画値と比較した際の、UUUM回復・再成長の遅れ	▲10
3 UDN SPORTS のグループイン	3 Connected TV領域における粗利減と、それを補う事業創出の遅れ	▲10
4 AIエージェント事業の確立 投資事業（タレンティオ売却）		計画対比（億円） ＋6

1. EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費＋持分法による投資利益＋株式報酬費用＋M&Aに関する株式取得・売却関連費用。

© FreakOut Holdings

グループアイデンティティの再定義

フリークアウトグループは、
パートナーによって生み出される、AIに代替されることのない「熱狂」（＝人を引きつけ、動かす力）を、
培ってきたコア基盤である「テクノロジー×AI」によりあらゆる経済価値へと変換する、
唯一無二のグループです。

熱狂の発生源
||
Supply

クリエイター
アスリート
自社 / 提携メディア

「熱狂」が表出する舞台

- YouTube
- TikTok
- Instagram
- OpenWeb
- その他PF

「熱狂」を支える存在

クリエイター /アスリートマネジメント

UUUM　UDN SPORTS

「熱狂」を価値に変えるソリューション

デジタルマーケティング

FreakOut　UUUM Marketing

playwire　IRIS

デバイス・ハードウェア

STORE GEEK

グッズ・イベント・ゲーム

UUUM

「熱狂」に集まる需要 = Demand

広告主・代理店
広告・タイアップ・PR

リテーラー
デバイスの販売

ファン・ユーザー

熱狂を経済価値へと変化させるコア基盤となる「テクノロジー×AI」

コア基盤が可能にした異なる市場への展開

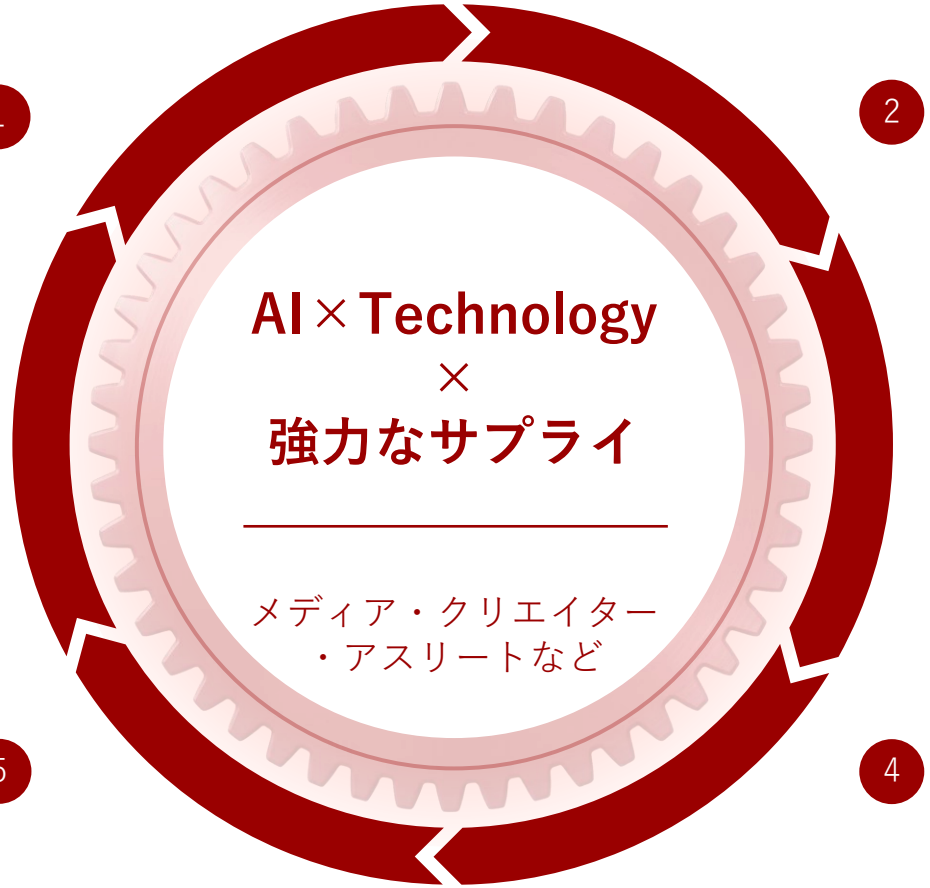
スミカ

賃貸仲介店舗

© FreakOut Holdings

フリークアウトグループの価値創造モデル

**フリークアウトグループは、テクノロジー× AIをコアとなる事業基盤、
最高水準の「熱狂」を生み出すサプライ（メディア・クリエイター・アスリート等）と、
そこからもたらされるデータ/ノウハウを競争優位の源泉として、
生み出す経済価値をAIの積極活用などによって循環的に増大させていきます。**



1 テクノロジー×AIが、マネタイズの単価と生産性を上げる

2 エンゲージメントが向上する（メディア・クリエイター・アスリートなど）

3 より多くのインターネットメディア・クリエイター・アスリートなどが集まる

4 強いサプライが、広告主・ファンを引き寄せる（デマンド集積）

5 データとノウハウが蓄積する

6 蓄積したデータをAIが学習し、プロダクト・サービス品質がさらに向上する

© FreakOut Holdings

新・中期経営計画 – 新・グループスローガン “Connect 29”

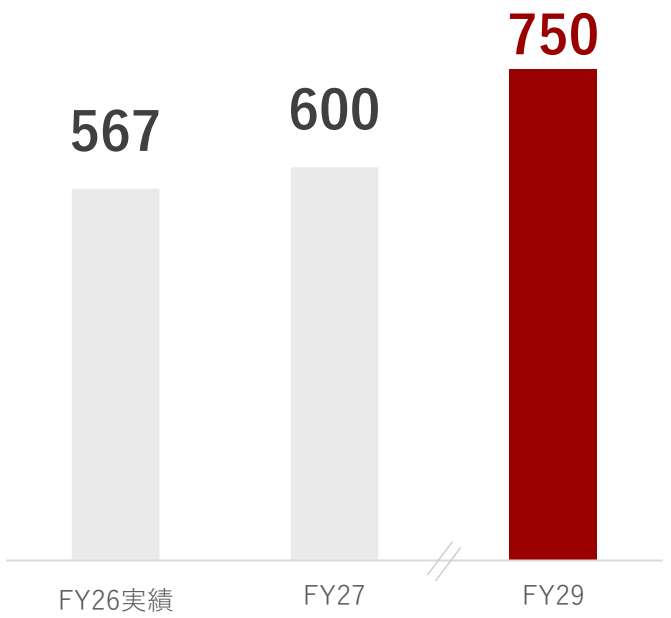


定量計画

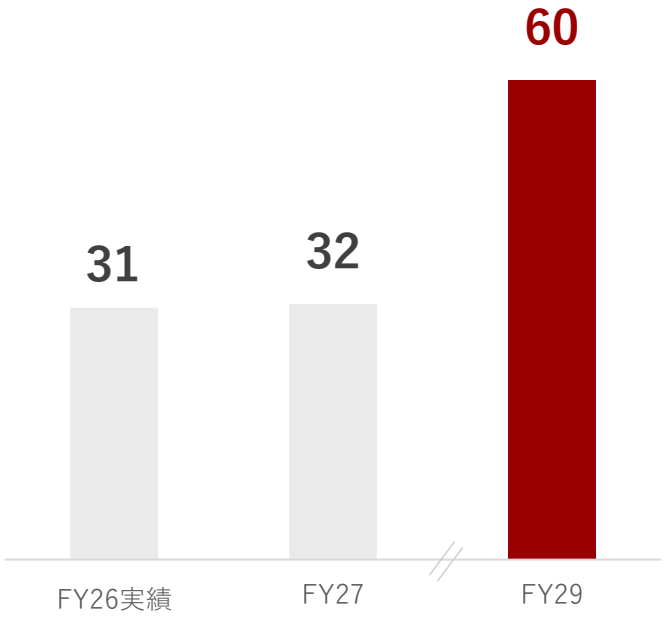
新中計最終年度の29.9 期に、連結で
EBITDA 60 億円 / 調整後当期利益 35 億円 / 時価総額 1,000 億円
を改めて達成するべく、グループ全社で再挑戦する

単位：億円

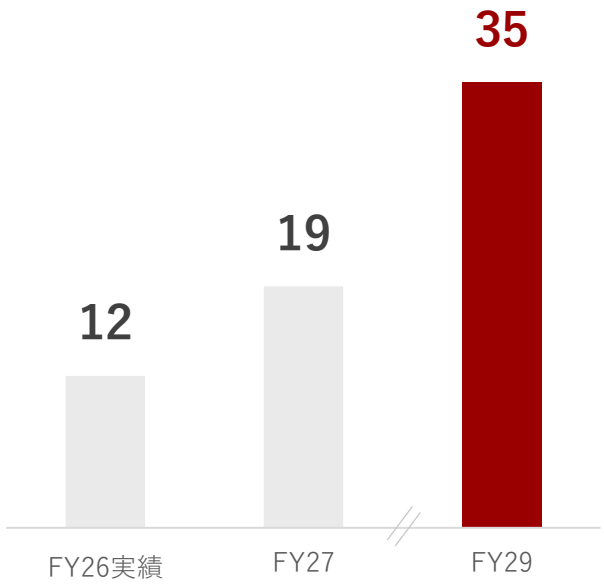
売上高



EBITDA[1]



調整後当期利益[2]

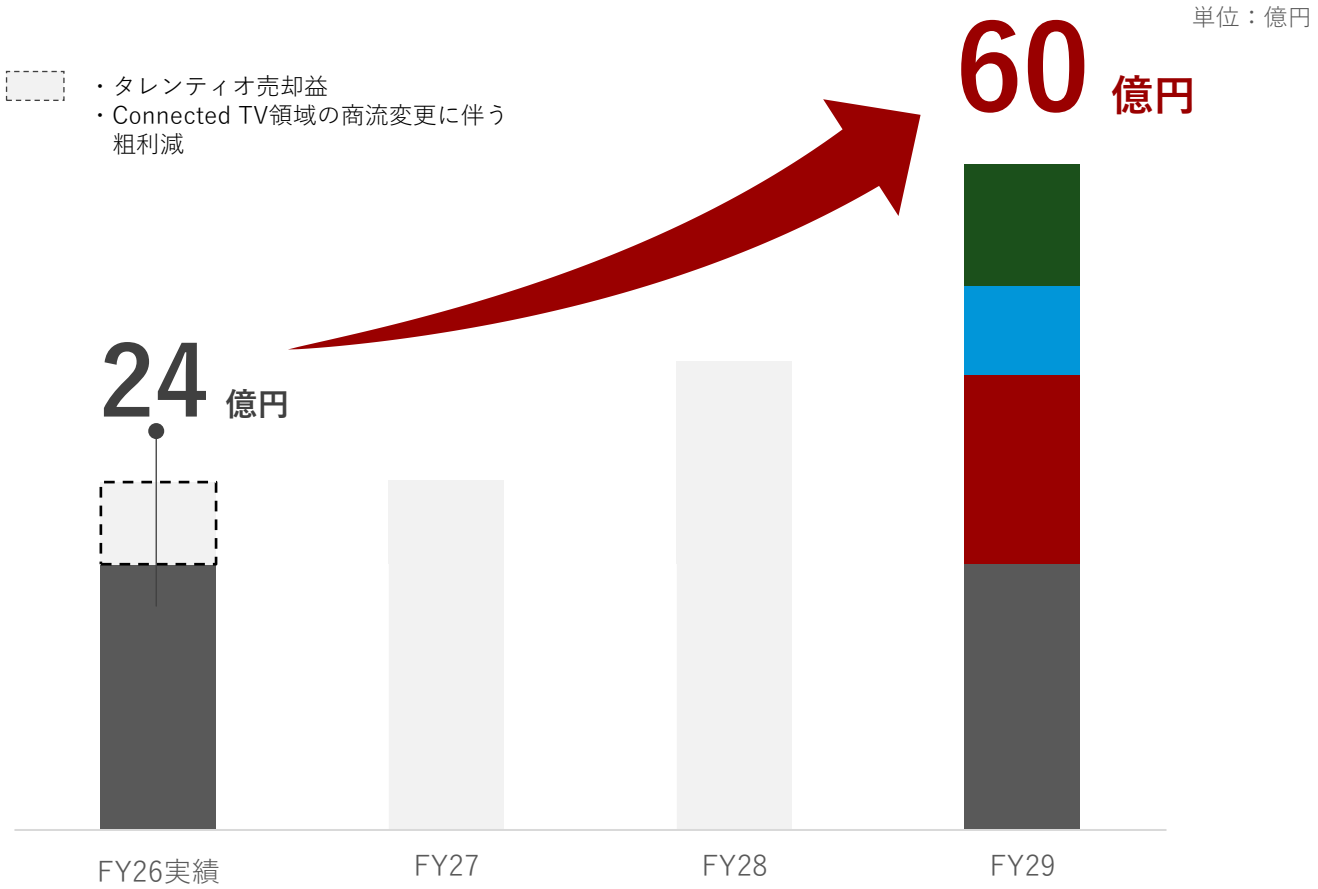


1. 営業利益＋減価償却費＋のれん償却費＋持分法による投資利益＋株式報酬費用＋M&Aに関する株式取得・売却関連費用
2. 親会社に帰属する当期純利益＋のれん償却費および買収に伴う無形資産償却費＋株式報酬費用±一過性の損益調整額

© FreakOut Holdings

定量計画 – セグメント別成長計画

各フォーカス領域の成長と、北米事業の回復・再成長を主な成長ドライバーとして、
29.9 期にEBITDA 60 億円 の達成を目指す



セグメント別成長計画＋主な成長ドライバー

プロダクト事業 +17億円
AIエージェント（HAWK・スミカの成長）
DOOH（ストアギークサイネージの拡大）

クリエイター&アスリート事業 +8億円
イベント・グッズ等、マネタイズプラットフォームの拡販強化

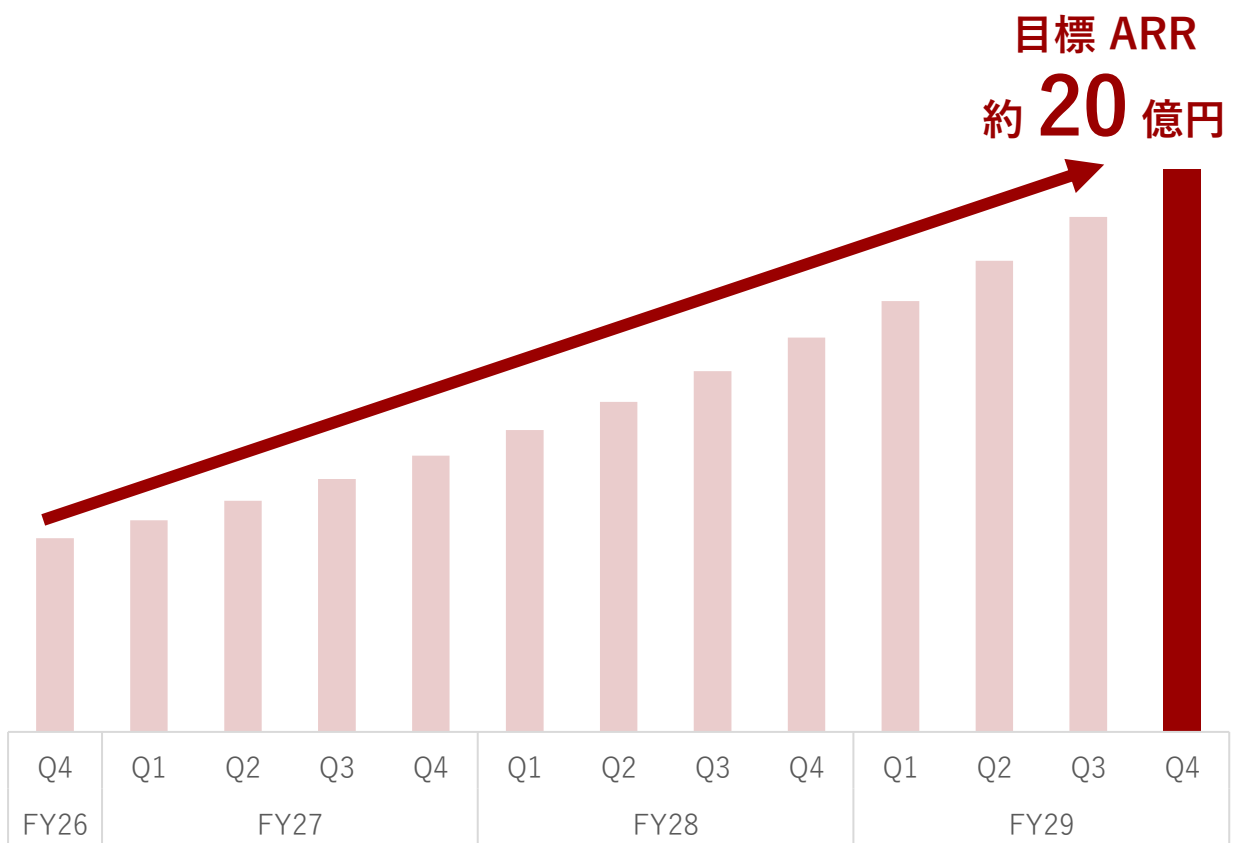
北米事業の正常化・再成長 +11億円
ダイレクトセールスへの注力、コスト適正化

29.9 期連結 EBITDA 60 億円達成へ

© FreakOut Holdings

定性計画 – フォーカス領域①　AIエージェント

スミカ / HAWKの事業拡大にコミットするとともに、新規プロダクトも継続導入
29.9 期終了時点で、ARR20億円規模の成長を目指す



※　各四半期末月の月次売上実績・予算×12による推計値

スミカ

事業内容	不動産領域の顧客対応・物件の広告運用等の煩雑なオペレーションを、AIを活用し、人の能力を大幅に拡張させたBPOチームが遂行
スミカの強み	不動産領域に徹底的に向き合い磨き上げてきたテクノロジーと、深い業界知見に基づいたオペレーション提供

HAWK

事業内容	SNS広告キャンペーンにおける見積もり作成～キャンペーン設定～モニタリング～レポーティングまでを自律実行
HAWKの強み	フリークアウトの広告技術と、UUUMのSNS知見/データを融合させた、他社には真似できない技術/データ基盤

© FreakOut Holdings

定性計画 – フォーカス領域②　マネタイズプラットフォームの拡販強化

グッズ・イベント事業等で培ったマネタイズのノウハウを、外部クリエイター・IPへ展開し収益機会を拡大
外部案件を通じてサービス品質と組織体制を高度化し、その成果を専属クリエイター・アスリートへ還元



案件を重ねるほど企画・製造・販売のデータとノウハウが蓄積し、
専属クリエイター・アスリートへのグループの提供価値と収益性が高まる循環を構築する

© FreakOut Holdings

定性計画 – フォーカス領域③　DOOH

インストアリテールメディア「ストアギーク サイネージ」が順調に拡大
IRISに続き、業界スタンダードのポジションを目指して事業拡大を進め、
DOOH領域をグループの長期的な収益基盤へと成長させていく

インストアリテールメディア「ストアギークサイネージ」

導入流通拡大

ドラッグストア各社
計 13 流通

＋

NEW
ホームセンター
CAINZ

＋

新たな業種への導入先拡大

配信カテゴリ拡大

オーラルケア
ヘアケア
スキンケア
ファブリックケア

＋

NEW 健康食品
男性化粧品

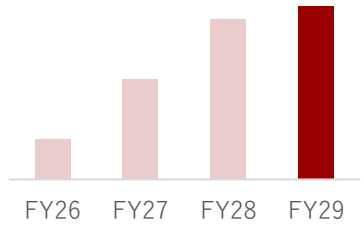
＋

新たな配信カテゴリの開拓

業界スタンダートを目指した規模の拡大

国内の導入数拡大

FY29 に1万台規模の導入を目指す



北米への展開加速



グループの
長期的な収益基盤へ

定性計画 - 北米事業の正常化・再成長

利益率の高い直販領域への注力とコストの適正化により、
新中計では収益力の正常化から再成長フェーズへ

直販領域への注力

＋

コストの適正化

本社経営陣の
モニタリング強化

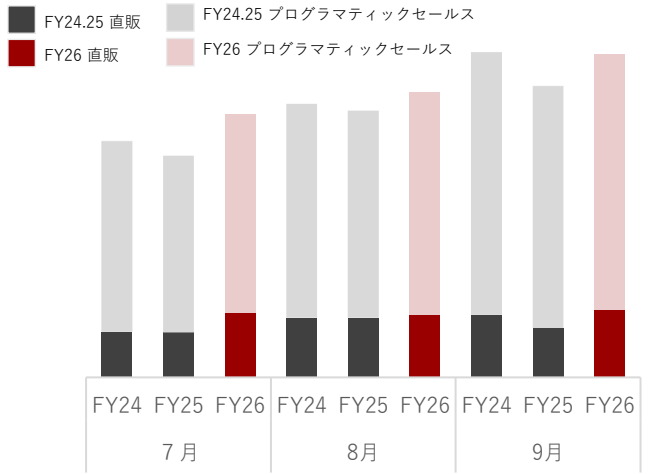
収益力を正常化し、再成長フェーズへ

足元の業績から、既に回復基調に

売上高 / 売上高構成 各期同月比較

トップラインの伸長にあわせて、
利益率の高い直販領域も正常化傾向

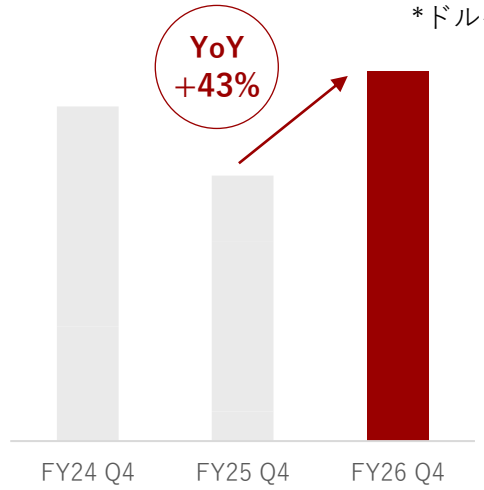
*ドルベース



FY26Q4（7～9月）EBITDA

利益ベースでも、前年同期比で大幅回復

*ドルベース



© FreakOut Holdings

事業/投資ポートフォリオと株主還元の考え方

- 各事業を「成長領域」「収益基盤領域」「正常化・再成長領域」の3区分で管理し、成長領域の拡大と、収益基盤の安定的な事業運営、正常化領域の収益回復を並行して進める。
- 投資事業は、実現利益の原則30%超を株主還元に充当する方針を維持（現在約1.5億円をプール）
- 調整後当期利益を株主還元の原資となる経営指標として採用し、FY29以降に安定的な株主還元の開始を目指す

事業ポートフォリオと株主還元方針

成長領域

AIエージェント / DOOH

マネタイズプラットフォームの拡販加速

収益基盤領域

IRIS / UUUM

正常化/再成長領域

FreakOut / playwire

投資事業

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

FY29.9 以降の安定的な株主還元の原資とする

今後重視する指標

引き続き、EBITDAに加えて
株主還元の原資となる
調整後当期利益*
を経営指標として採用

	FY26実績	FY29予想
EBITDA	31億	60億
調整後当期利益	12億	35億

*親会社に帰属する当期純利益＋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±一過性の損益調整額

© FreakOut Holdings



Give People Work That Requires A Person.