2026年11月17日

各　位

会　社　名　株式会社フリークアウト・ホールディングス
代 表 者 名　代表取締役社長 Global CEO　本　田　　謙
（コード番号：6094　東証グロース）
問 合 せ 先　取　締　役　C　F　O　永井　秀輔
（ TEL. 03-6721-1740）

2026年9月期 通期決算 質疑応答集

2026年11月13日（金）に公表いたしました2026年9月期通期決算および中期経営計画につきまして、同月17日（火）に決算説明会を開催いたしました。本資料は、当説明会において投資家の皆さまから頂戴した主なご質問と、当社からの回答を取りまとめたものです。

Q1.2027年9月期のEBITDA予想は32億円と、前期からほぼ横ばいである。それにもかかわらず、2029年9月期に60億円へ到達できるとする根拠は何か。

A： 2026年9月期のEBITDA31.5億円には、タレンティオ株式の売却益をはじめとする投資事業の利益と、2027年9月期に剥落する動画・Connected TV領域の粗利が、合わせて約8億円含まれております。これらを除いた実力ベースのEBITDAは約24億円です。2027年9月期は、この約8億円の剥落を各事業の増益で補う年と位置づけており、実力ベースでは約9億円の増益を見込んでおります。

2028年9月期以降は剥落要因がなくなり、各事業の増益がそのまま業績に表れる見通しです。2026年9月期の実力ベースから2029年9月期までの増益額として、プロダクト事業で17億円、クリエイター&アスリート事業で8億円、北米事業で11億円を計画しております。

Q2.前中期経営計画では、EBITDA60億円の目標に対して実績は31.5億円にとどまった。同水準の目標を再び掲げるにあたり、前回と何が異なるのか。

A： 主に2点ございます。1点目は、前中期経営計画の未達要因となった3つの課題について、解消の見通しが立ったことです。北米事業では直販領域の売上が回復し、第4四半期のEBITDAはドルベースで前年同期比43%増となりました。UUUMについては、完全子会社化およびUUUMマーケティングの分社化を完了し、増益基調に回復しております。また、動画・Connected TV領域の粗利減少については、2027年9月期の業績予想ですべて織り込んでおります。2点目は、前中期経営計画の期間中に、スミカ、HAWK、STORE GEEKといった、当初の計画になかった新たな収益の柱が育ったことです。

Q3.時価総額1,000億円という目標の根拠は何か。現在の時価総額は90億円前後である。

A： 2029年9月期の調整後当期利益35億円を前提とした目標であり、1,000億円は調整後当期利益の約28倍に相当します。現在の株価水準は調整後当期利益の7倍程度であり、目標の達成には、利益の成長と、その成長が持続するとのご評価をいただくことの双方が必要であると認識しております。一方で、2021年から2022年にかけての当社のPER水準を踏まえますと、十分に達成可能な水準であると考

えております。まずは利益目標を一つずつ達成し、AI エージェントをはじめとする成長領域の進捗を数値でお示しすることで、市場からの評価の回復に努めてまいります。

Q4.資本準備金を 25 億円減少させる目的は何か。自己株式の取得を予定しているのか。

A： 資本準備金の額の減少は、配当可能利益を確保し、今後の株主還元を含む資本政策の柔軟性および機動性を確保することを目的としております。純資産の部における勘定科目間の振替であり、純資産の額に変動はございません。なお、本件は 2026 年 12 月 24 日開催予定の定時株主総会において承認されることを条件としております。自己株式の取得を含む具体的な株主還元策について、現時点で決定した事実はございません。今後決定した場合には、速やかにお知らせいたします。

Q5.配当はいつ開始する予定か。

A： 株主還元の原資を示す指標として、調整後当期利益を経営指標に採用しております。2029 年 9 月期に調整後当期利益 35 億円を達成し、それ以降に安定的な株主還元を開始することを目指しております。一方で、これとは別に投資事業で実現した利益については、原則としてその 30%超を株主還元に充てる方針を維持しており、現在約 1.5 億円を財源としてプールしております。実施の方法および時期については、決定次第速やかにお知らせいたします。

Q6.2026 年 9 月期の営業利益は 8.5 億円と、2026 年 3 月に公表した業績予想に届かなかった。その理由は何か。

A： 営業利益は未達となりましたが、当社が経営指標として重視する EBITDA および調整後当期利益は業績予想を上回っており、グループ全体としては概ね当社の想定どおりに推移しております。営業利益の未達は事業ポートフォリオ間の進捗のばらつきによるもので、EBITDA には反映されるものの営業利益には反映されない持分法による投資利益が順調に推移した一方で、プロダクト事業や北米事業などが計画を下回りました。加えて、第 3 四半期および第 4 四半期に営業投資有価証券評価損（合計 1.2 億円）を計上したことも要因です。

Q7.第 4 四半期は 0.6 億円の最終赤字となっている。その要因は何か。

A： 為替差損 1.5 億円、ならびに一部の営業投資有価証券および投資有価証券の評価損、本社移転に伴う費用が重なったことによるものです。いずれも一過性の要因であり、これらを除いた第 4 四半期の調整後当期利益は 3.1 億円と、前年同期の 2 倍強となっております。

Q8.プロダクト事業は第 4 四半期に売上高が前年同期比 24.6%減、EBITDA が同 23.9%減の減収減益となった。事業が弱含んでいるのではないか。

A： 減少の大半は、中国・韓国事業をクリエイター&アスリート事業へ移管したことと、動画・Connected TV 領域の商流変更によるものです。これら 2 つの影響を除くと、売上高は前年同期比でほぼ横ばい、EBITDA は約 2.5 倍となっております。

Q9.クリエイター&アスリート事業の EBITDA が前年同期比で約 4 倍となっている。これは実力によるものか。

A： UUUM のコーポレート機能を本社へ移管した影響が約 3 億円含まれております。この影響と中国・韓国事業の移管による影響を除いても、EBITDA は前年同期の約 2.5 倍となっております。要因としては UUUM マーケティングの成長に加え、第 4 四半期から加わった UDN SPORTS が寄与しております。

Q10.北米事業は、第3四半期決算時に示した第4四半期の見通し（EBITDA2～3億円）に届かなかった。

A： 第4四半期のEBITDAは1.9億円となり、見通しをわずかに下回りました。一方で、円ベースで売上高は前年同期比19.9%増、EBITDAは同60.5%増となっており、利益率の高い直販領域の売上も回復しております。回復の方向性は見通しどおりに推移していると認識しております。

Q11.現預金が1年間で164億円から84億円へ減少している。資金繰りに問題はないのか。

A： 主な要因は、9月にコミットメントラインを設定したことに伴い、両建てとなっていた借入金と現預金を圧縮したことによるものであり、金利コストの削減を目的としております。これにより、有利子負債は約174億円から約108億円へと約66億円減少しております。純有利子負債は約24億円とEBITDAの0.8倍程度の水準であり、自己資本比率は約26%から約33%に上昇しております。

今後の成長を十分にカバーできる規模のコミットメントラインを設定しており、資金繰りに問題はございません。

Q12.本社コスト（その他セグメント）が増加しているのではないか。

A： UUUMのコーポレート機能を本社へ移管したことにより、四半期あたり約3億円の費用がクリエイター&アスリート事業から本社へ移っております。グループ全体としての費用が増加したものではございません。また、本社移転により、家賃および水道光熱費は前年同期と比べて減少しております。

Q13.2027年9月期の増益は、どの事業が牽引するのか。

A： プロダクト事業で約3億円、クリエイター&アスリート事業で約2億円、北米事業で約3億円、オフィス移転やAI活用を通じた効率化によるコスト減などで約1億円の増益を見込んでおります。主な取り組みとして、プロダクト事業ではAIエージェント、リテールサイネージおよびアジア事業の収益改善、北米事業では直販領域の強化とコストの最適化を進めてまいります。

Q14.動画・Connected TV領域の粗利減少は、いつ収束するのか。

A： 2027年9月期の業績予想に、残りの影響をすべて織り込んでおります。

Q15.2027年9月期は当期純利益が減益予想である一方、調整後当期利益は12億円から19億円に増加する見通しである。その理由は何か。

A： 2026年9月期の親会社株主に帰属する当期純利益には投資事業における売却益が含まれており、調整後当期利益においては、これを一過性の利益として除外しております。2027年9月期は、こうした一過性の影響を除いた事業本来の利益が増加することにより、調整後当期利益が増加する見通しです。

Q16.2027年9月期の業績予想における為替の前提はどうか。

A： 1米ドル＝145円を前提としております。

Q17.北米事業は前中期経営計画における最大の未達要因であった。11億円の増益計画は信頼できるのか。

A： 本計画の中心は、新たな成長ではなく収益力の正常化です。利益率の高い直販領域に注力するとともに、コストの適正化を進めてまいります。足元では直販領域の売上が前年を上回り、利益も回復しております。また、本社経営陣によるモニタリング体制も強化しております。

Q18.プロダクト事業の17億円の増益計画について、内訳を教えてほしい。

A： AIエージェントであるスミカおよびHAWKと、リテールサイネージのSTORE GEEKが中心となります。AIエージェントについては2029年9月期末にARR20億円規模、STORE GEEKについては2029年9月期に導入台数1万台規模を目指しております。

Q19.クリエイター&アスリート事業の8億円の増益は、何によって実現するのか。

A： 既存事業の成長に加えて、中期経営計画資料のフォーカス領域にも記載の通り、グッズやイベント等で培ったマネタイズのノウハウを、専属クリエイター以外の外部のクリエイターやIPにも提供してまいります。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され、結果として専属クリエイターとアスリートへの提供価値と満足度も上がる循環を構築してまいります。UDN SPORTSのアスリートとの連携も進めてまいります。

Q20.DOOHは現状それほど規模が大きくないが、なぜ注力領域と位置づけているのか。

A： 現時点の規模はまだこれからですが、STORE GEEKはすでに黒字化しており、ドラッグストア13流通に加え、ホームセンターへの導入も開始しております。また、広告の対象カテゴリも男性用化粧品や健康食品など広告費が高い領域にも拡張しております。

今後は店頭において標準的な地位を確立し、長期的な収益基盤に育てていく領域と位置づけているほか、市場が圧倒的に大きな北米への展開もテストを継続しており、今後極めて有望な領域と考えております。

Q21.中期経営計画にM&Aは織り込んでいるのか。

A： 買収・売却のいずれについても、現時点で確定したものはないため、中期経営計画には織り込んでおりません。

以上