

FRONTIER INTERNATIONAL GROUP

2024年4月期 および 2025年4月期 業績見通し

株式会社フロンティアインターナショナル

東証グロース [7050]



CONTENTS

01 | 2024年4月期業績

02 | 2024年4月期業績見通し

03 | APPENDIX

01

| 2024年4月期業績

エグゼクティブサマリー

財務

売上高はわずかに減収に甘んじたが、
コロナ関連のBPO案件以外では
36%の増収

- コロナ関連のBPO案件が減少した影響はあったものの、リアルイベント解禁の潮流をとらえ大型イベント案件が増加したほか、世界的なハイブランドからの展示会、発表会等の指名受注案件が増加して、全体としてはほぼ前期並みの売上高を確保した
- 受託案件に留まらず、当社が主催となって執り行うイベントの実施といったチャレンジを実施

案件種別

スポーツ・ファッション、
ゲーム関係が好調に推移

- プロモーションの案件種別では、スポーツ・ファッションからの受注が好調に推移。特に、ファッションでは世界的ブランドからのイベント受注も増加するなど、当社の企画・制作力が高く評価され、今後の伸びを期待できる
- コロナ渦でも行われていた国内のゲーム会社からのオンラインでのファンイベント案件に加え、外資系ゲーム会社からのプロモーションイベント案件等が増加

エグゼクティブサマリー

デジタル化推進

デジタル新会社を設立し、
デジタルマーケティング支援を本格化

- 従来のデジタルプロモーションに加え、Web広告案件、SNS運用案件を通じてデジタルマーケティング支援への本格参入を果たすと共に、垂直立ち上げを実現するためにデジタル特化の株式会社イリアルを設立
- イリアル社では、大型の運用案件を獲得し、単発案件に依拠しない安定的な事業構造を構築

戦略的投資・資本提携

自社CVC設立し、2社出資を実行
M&Aも推進し、1社買収へ

- CVC準備室を設立し、スタートアップ、ベンチャー企業へ2社へ出資を実行
- 総合プロモーション事業、総合人材事業を展開する株式会社ガイアコミュニケーションズを買収し、子会社化を実現
- 今後においても戦略的投資を精力的に進め、当社グループの事業ドメイン拡大を図ると共に、当社グループの提案の幅とクオリティを一気に高める

事例紹介

■ パリサンジェルマンジャパンツアー2023 (イベント主催、試合運営、演出などの全体総括)



■ 貝印 YEAR END PARTY AND KAI AWARD (式典の企画推進・運営制作)



■ 麻布台ヒルズプロモーションイベント (オープニングパーティーの進行・運営制作)



■ 富士山花火 by FUJI MOTOR SPORTS FOREST2024 (イベント主催、全体総括)



■ モンスターストライク DREAMDAZE 2023 (イベント企画制作運営)



2024年4月期 通期連結業績

- 売上高はほぼ前期並みの水準を確保したが、特定案件での不採算の発生や人的資本投資、M&A関連費用等の来期以降に向けた戦略的投資の影響で営業利益は1,210百万円で着地

売上高

16,944 百万円

前期比 $\Delta 0.6\%$

営業利益

1,210 百万円

前期比 $\Delta 35.5\%$

経常利益

1,232 百万円

前期比 $\Delta 33.9\%$

親会社株主に帰属する当期純利益

488 百万円

前期比 $\Delta 62.5\%$

1株当たり当期純利益

109円 69銭

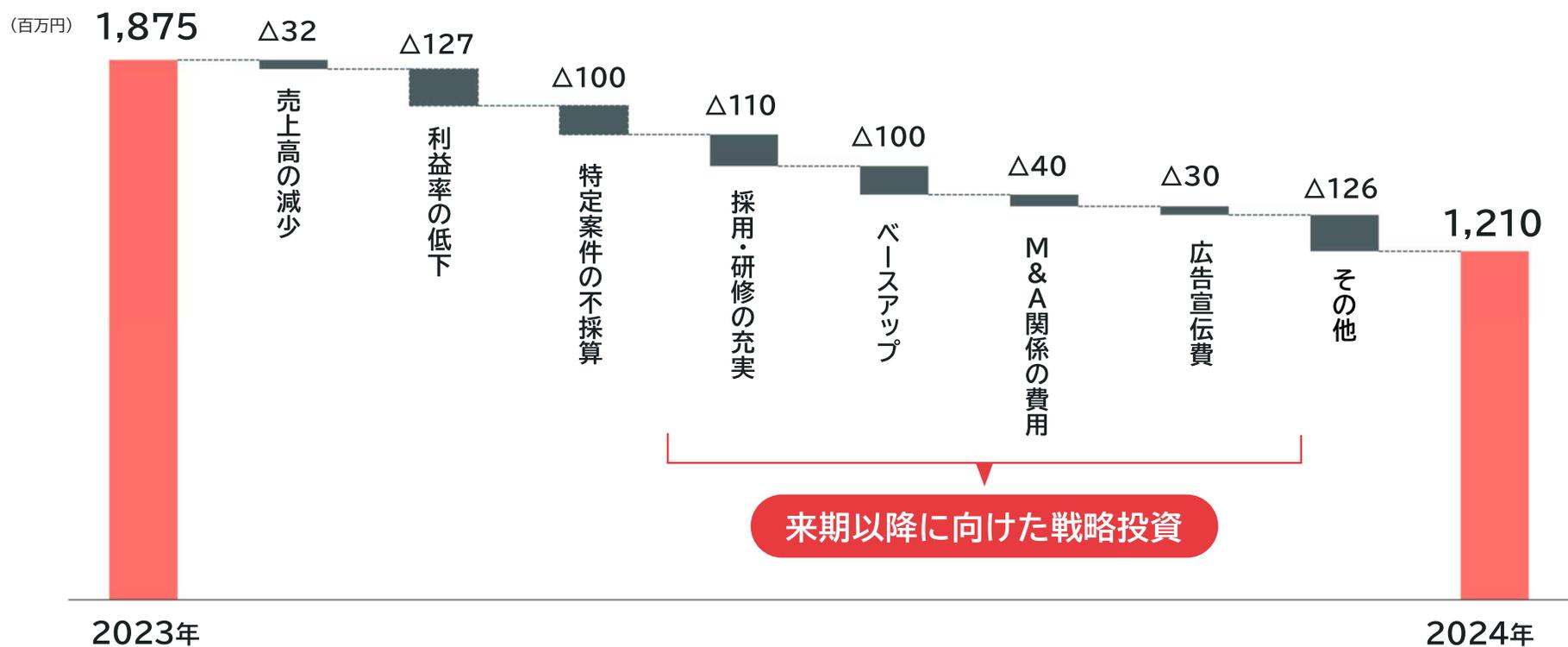
案件業種別売上占有率(業界別)

- 財団・協会・その他団体関係は式典、行事などの指名受注が好調
- スポーツ・ファッション関係はリアルイベント、世界的なハイブランドからの指名受注が好調に推移
- ゲーム関係は国内だけでなく、外資系ゲーム会社からの引き合いが活況

| (百万円) | 2023.4期 | | 2024.4期 | | 前期比 | 増減率 |
|-------------|---------|--------|---------|--------|--------|--------|
| 官公庁 | 5,410 | 31.7% | 2,846 | 16.8% | △2,565 | △47.4% |
| 小売・家電 | 1,689 | 9.9% | 2,183 | 12.9% | 493 | 29.2% |
| 食品 | 1,803 | 10.6% | 1,909 | 11.3% | 106 | 5.9% |
| 財団・協会・その他団体 | 990 | 5.8% | 1,545 | 9.1% | 555 | 56.1% |
| スポーツ・ファッション | 543 | 3.2% | 1,497 | 8.8% | 954 | 175.6% |
| 情報・通信 | 1,837 | 10.8% | 1,492 | 8.8% | △346 | △18.8% |
| ゲーム | 862 | 5.1% | 1,275 | 7.5% | 413 | 48.0% |
| 不動産・住宅設備 | 555 | 3.3% | 774 | 4.6% | 219 | 39.5% |
| 嗜好品・化粧品 | 570 | 3.3% | 769 | 4.5% | 199 | 35.0% |
| 自動車・関連品 | 1,000 | 5.9% | 552 | 3.3% | △448 | △44.8% |
| 交通・レジャー | 482 | 2.8% | 504 | 3.0% | 23 | 4.7% |
| 金融・保険 | 622 | 3.6% | 360 | 2.1% | △262 | △42.1% |
| 薬品・医療用品 | 130 | 0.8% | 168 | 1.0% | 38 | 29.5% |
| その他 | 555 | 3.3% | 1,072 | 6.3% | 517 | 93.1% |
| 総計 | 17,048 | 100.0% | 16,944 | 100.0% | △104 | △0.6% |

営業利益の増減分析

- 特定案件での不採算の発生に伴う利益率の低下はあったものの、採用・研修の充実、ベースアップに加え、M&A関係の費用等の来期以降に向けた戦略投資を積極的に実施



01 2024年4月期業績

連結貸借対照表

| (百万円) | 2023.4期 | 2024.4期 | 前期末比 |
|--------|---------|---------|-------|
| 流動資産 | 9,258 | 9,280 | 22 |
| 現預金 | 5,100 | 6,434 | 1,334 |
| 固定資産 | 1,856 | 2,342 | 486 |
| 負債 | 3,119 | 3,375 | 256 |
| 純資産 | 7,995 | 8,248 | 253 |
| 自己資本比率 | 71.7% | 70.6% | △1.1% |
| 総資産 | 11,114 | 11,623 | 509 |

- 現預金は前期末比13.3億円増加し、64.3億円
- 固定資産はM & Aを実施した結果、のれんが3.2億円増加
- 負債はM & A先の長期借入金が2.9億円増加
- 総資産は前期末比5.0億円増加し、116億円
- 自己資本比率は前期末比▲1.1%

01 2024年4月期業績

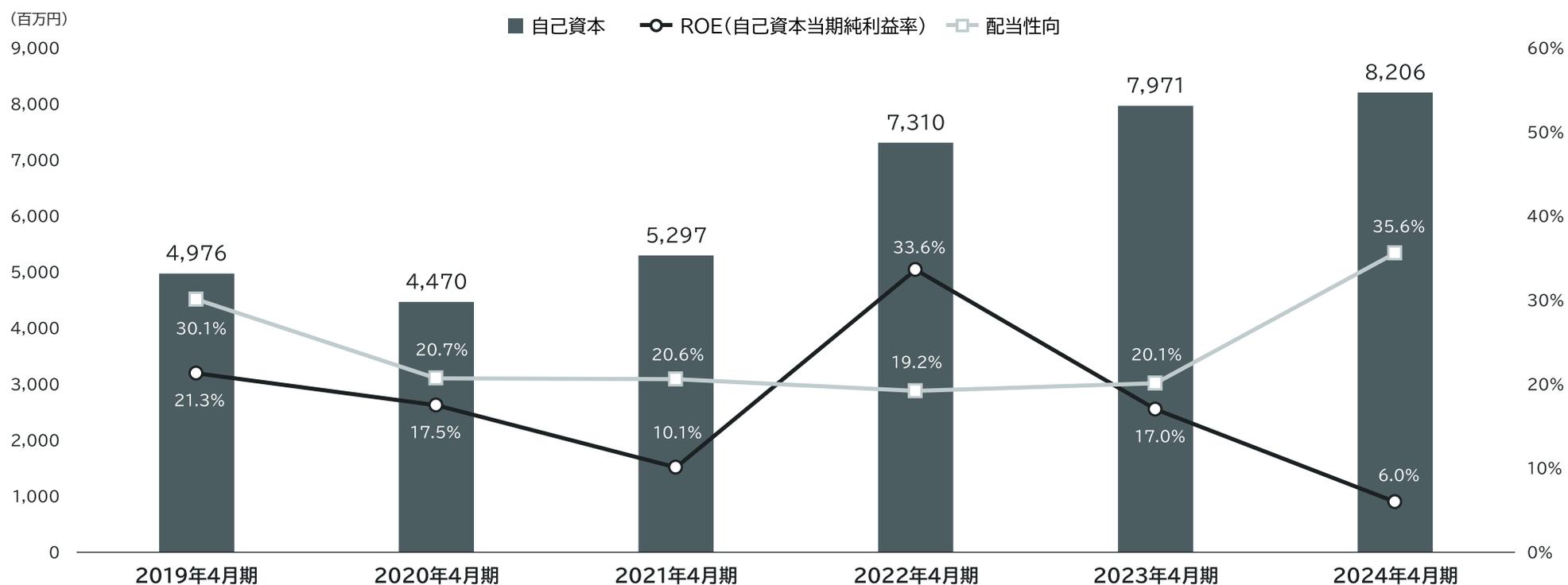
連結キャッシュフロー計算書

| (百万円) | 2023.4期 | 2024.4期 | 前期末比 |
|-----------------|---------|---------|-------|
| 営業CF | △578 | 1,541 | 2,119 |
| 投資CF | △803 | △42 | △761 |
| 財務CF | △575 | △312 | 263 |
| 配当支出 | △407 | △258 | 149 |
| 現金・現金同等物 増減額 | △1,958 | 1,195 | 3,153 |
| 期末残高 | 3,939 | 5,184 | 1,245 |
| FCF | △1,381 | 1,499 | 2,880 |

- 営業CFは、売上債権の減少と法人税の支払い減少により、前期末比21.1億円の増加
- 投資CFは、出資金払込の減少により、前期末比7.6億円の減少
- 財務CFは、配当金の支払額の減少により、前期末比2.6億円の増加
- FCFは、14.9億円となり、前期末比28.8億円の増加

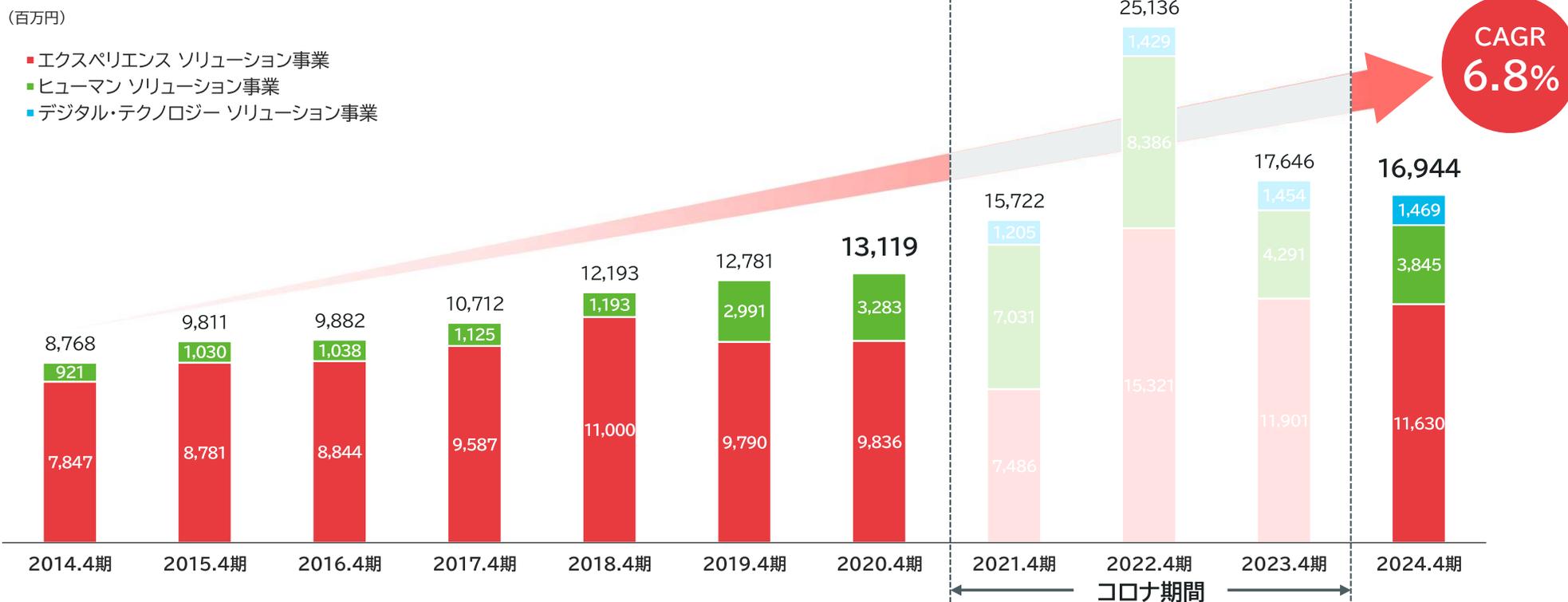
自己資本・ROE・配当性向の推移

- コロナ期間の利益の積み上げによる純資産の増加はあるものの、今期より配当性向の目安基準を35%に見直し、資本効率の改善を図る



ソリューションのポートフォリオ推移

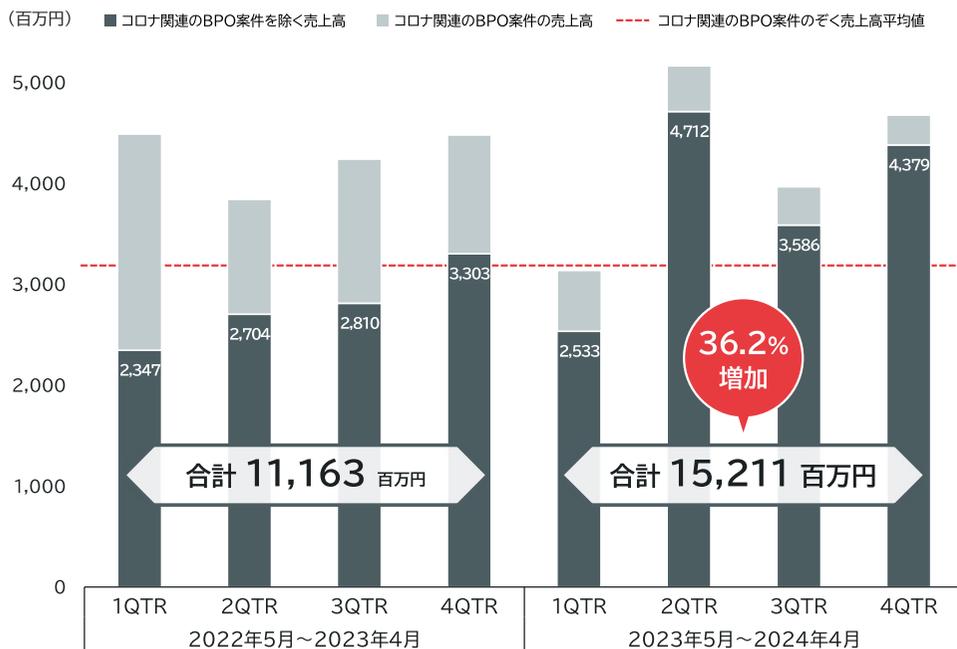
- 当社グループの連結売上高は、コロナ期間の大きな変動はあったものの、ここ10年で年平均成長率(CAGR)6.8%と安定的な成長を持続
- デジタル・テクノロジー領域の売上高は14.69億円と順調に拡大



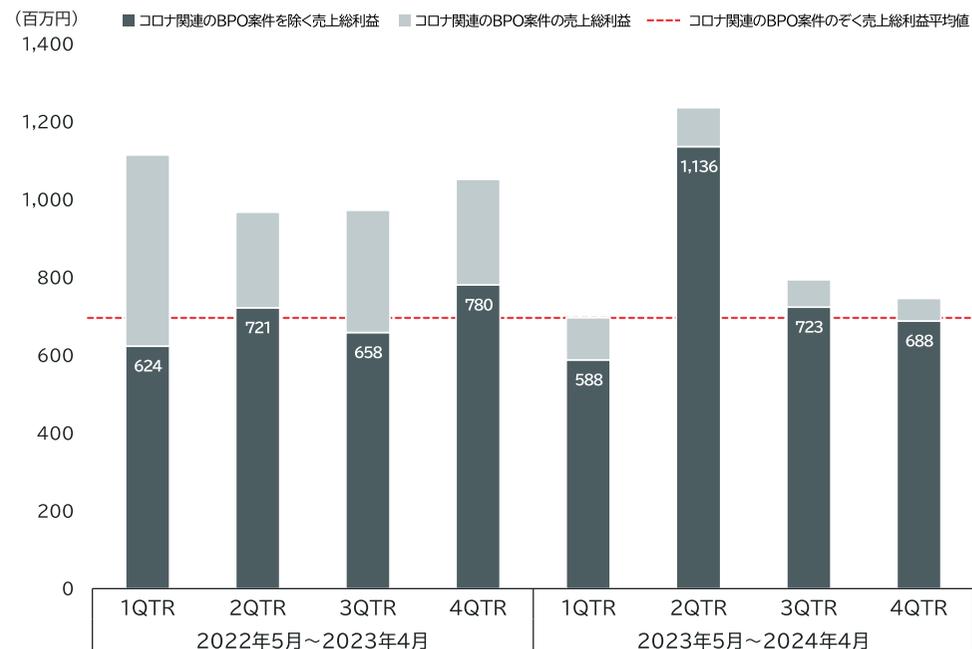
前年度 売上高・売上総利益の推移(四半期)

- 売上高については、1QTRこそコロナ関連のBPO案件の縮小が目立ったが、2QTR以降はコロナ関連のBPO以外の案件が力強く回復
- コロナ関連のBPO以外の案件では、前期比36.2%の伸びを実現

売上高



売上総利益



02

| 2025年4月期業績見通し

2025年4月期 通期連結業績予想

- 広告市場全体の市場規模は、コロナ前の水準まで戻る想定でありますが、万博やイベント会場の不足問題といった懸念要素があるため、一定の不確実性があると見込んでおります。
- 業種別としては、官公庁は減収も、飲料、食品、小売、ファッション、団体関係の増収を見込んでおります。
- 新卒採用を加速させ、将来に向けた戦略投資を継続。

売上高

18,100 百万円

前期比 6.7%

営業利益

1,254 百万円

前期比 3.5%

経常利益

1,284 百万円

前期比 3.8%

親会社株主に帰属する当期純利益

833 百万円

前期比 70.7%

1株当たり当期純利益

187円 20銭

03 | APPENDIX

03 APPENDIX

会社概要・沿革

| | |
|-------|---|
| 社名 | 株式会社フロンティアインターナショナル |
| 事業内容 | エクスペリエンスソリューション事業 ヒューマンソリューション事業 デジタル・テクノロジーソリューション事業 |
| 代表取締役 | 河村 康宏 |
| 設立 | 1990年6月 |
| 資本金 | 429,766千円（資本準備金含む） |
| 所在地 | 東京都渋谷区渋谷3-3-5NBF 渋谷イースト |

| | |
|--------------|---|
| 主要拠点 (国内) | 札幌、仙台、東京、千葉、金沢、名古屋、大阪、広島、小倉、福岡 |
| 正社員数 | 340人 |
| 契約社員 | 1,430人 |
| 子会社 | (株)フロンティアダイレクト (株)イリアル (株)ガイアコミュニケーションズ |



6月

イベント・キャンペーンの企画、制作、
運営を目的として
東京都港区六本木に
当社設立

1990

2001

7月

－ 現在地(東京都渋谷区渋谷)に、本社移転

2005

11月

－ 名古屋オフィスを新設

2008

2月

－ 大阪オフィスを新設

2009

5月

－ 福岡オフィスを新設

2010

8月

－ 中国に
划劳通文化艺术咨询
(上海)有限公司を
設立

2013

4月

－ 店頭販売支援事業に特化したセルコム株式会社を設立

5月

－ インドネシアに
PT.FRONTIER INTERNATIONAL INDONESIAを設立

2018

2月

－ 札幌オフィスを新設

5月

－ 株式会社フロンティアインターナショナルの店頭販売支援事業を
2018年5月1日付けで分社化し新会社「株式会社フロンティアダイレクト」を設立

2月

－ 東証マザーズ
上場

2021

6月

－ 仙台、千葉、金沢、広島、
小倉、熊本、静岡に
サテライトオフィスを
出店し、国内13拠点に

9月

－ 株式会社ワールドパーク
へ出資

11月

－ 体験創造研究所を設立

2022

2月

－ ANOBAKA3号有限責任事業組合へ出資

4月

－ 名古屋オフィスを愛知県名古屋市中村区に移転
－ 東京証券取引所の市場区分の見直しにより、
東京証券取引所マザーズからグロース市場に移行

5月

－ 株式会社イリアル設立

2023

1月

－ 株式会社
ガイアコミュニケーションズ
買収

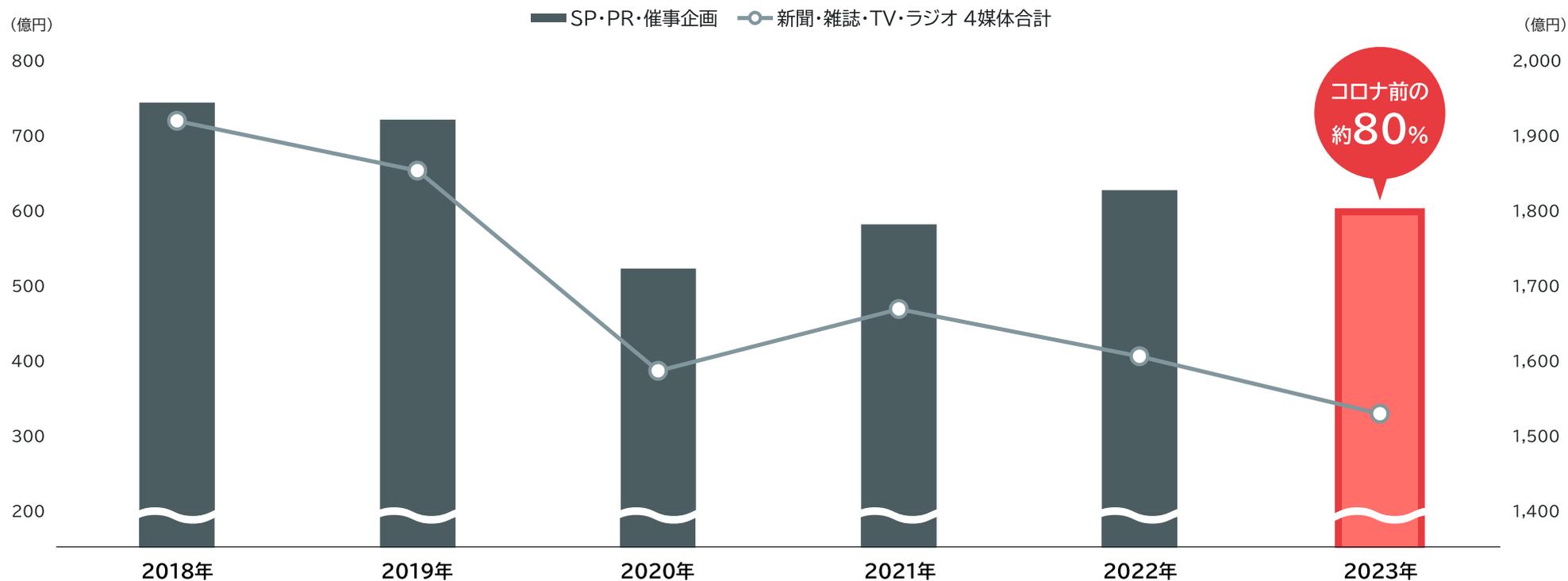
2024

3ソリューションの収益モデル

| | 事業概要 | 優位性 | サービス例 |
|------------------------------|---|--|--|
| EX エクスペリエンス ソリューション | 体験の 企画・設計や実装 による課題解決・サポートにより収益を得るビジネス。 | イベントにPRやスペースプロデュース、デジタル等を絡めた総合的な体験設計が可能。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 店頭プロモーション ■ イベントプロモーション ■ アウター／インナーブランディング |
| HM ヒューマン ソリューション | 人が集まる体験接点やビジネスの場に 人材を提供 することにより収益を得るビジネス。 | 3万人の登録人材と先進の内部研修制度により、販促からSESまで幅広い領域を網羅。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 店頭販促支援 ■ 事務局機能 ■ 人材派遣 |
| DT デジタル・テクノロジー ソリューション | 体験創造の基盤を デジタル・テクノロジーを通じて提供 することにより収益を得るビジネス。 | オフライン体験を組み込んだ統合コミュニケーションプランニングやSNS運用に強み。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ メディア&コンテンツプロモーション ■ メディア運用支援 |

市場の動向

- 広告市場のなかでも、新聞・雑誌・TV・ラジオ 4媒体は縮小している一方で、デジタルが伸びている中、SP・PR・催事企画はコロナ前の80%の水準にまで回復が見られる



※ 出展: 経済産業省 特定サービス産業動態統計調査「広告業」



お問い合わせ先



info@frontier-i.co.jp

● 本資料に関する注意事項

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。将来予想に関する記述には、既知及び未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予想とは大きく異なる可能性があります。
- これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社グループが事業展開する業界の動向等が含まれますが、これらに限定されるものではありません。
- また、当社グループ以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。