

FRONTIER INTERNATIONAL

決算説明会資料
事業計画及び成長可能性に関する事項

2023年4月期

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

目次

01

グループ理念

P.3

02

会社概要

P.6

03

業績ハイライト

P.14

04

当社グループの
成長戦略と進捗

P.24

05

リスク情報

P.38

01

グループ理念

01 グループ理念

私たちの使命と未来

Our Mission

私たちの使命

未体験を開拓し、
すべての人の経験にする。

Pioneering the unexperienced
and Make it an experience for all.

Our Future

私たちの未来

心の豊かさを分かち合い、
生きる喜びに満ちた世界の実現。

Realization of a world filled with the joy of living
where people can share the richness of their hearts

01 グループ理念

私たちの使命と未来

私たちの生み出す体験によって、
よい価値観変化や行動変化をもたらすことが私たちの使命であり
その結果、生きる喜びに満ちた世界への変化をもたらすことが、
私たちの望む未来です。

Our
Future

私たちの未来

心の豊かさを分かち合える
生きる喜びに満ちた
世界の実現。



行動



価値観変化

体験

Our
Mission

私たちの使命

未体験を開拓し、
すべての人の
経験にする。



02

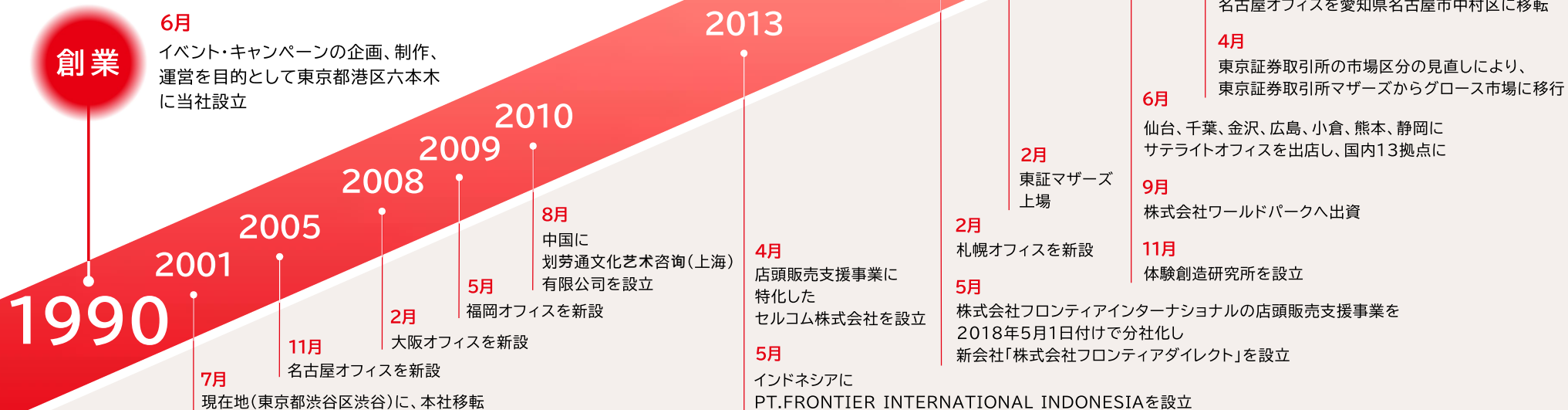
会社概要

02 会社概要

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	263人
契約社員	稼働 965人 / 登録 約32,000名
子会社	(株)フロンティアダイレクト



02 会社概要

事業ポートフォリオのソリューション全体像

体験を基軸としたマーケティング支援を中心としながら、各産業・業種・業務機能に対して体験創造ナレッジを応用する非マーケティング領域まで手掛ける。

非マーケティング領域



EX EXPERIENCE ソリューション事業

体験創造で生み出す収益



DT デジタル・テクノロジー ソリューション事業

テクノロジーやデジタルで
生み出す収益



HM ヒューマン ソリューション事業

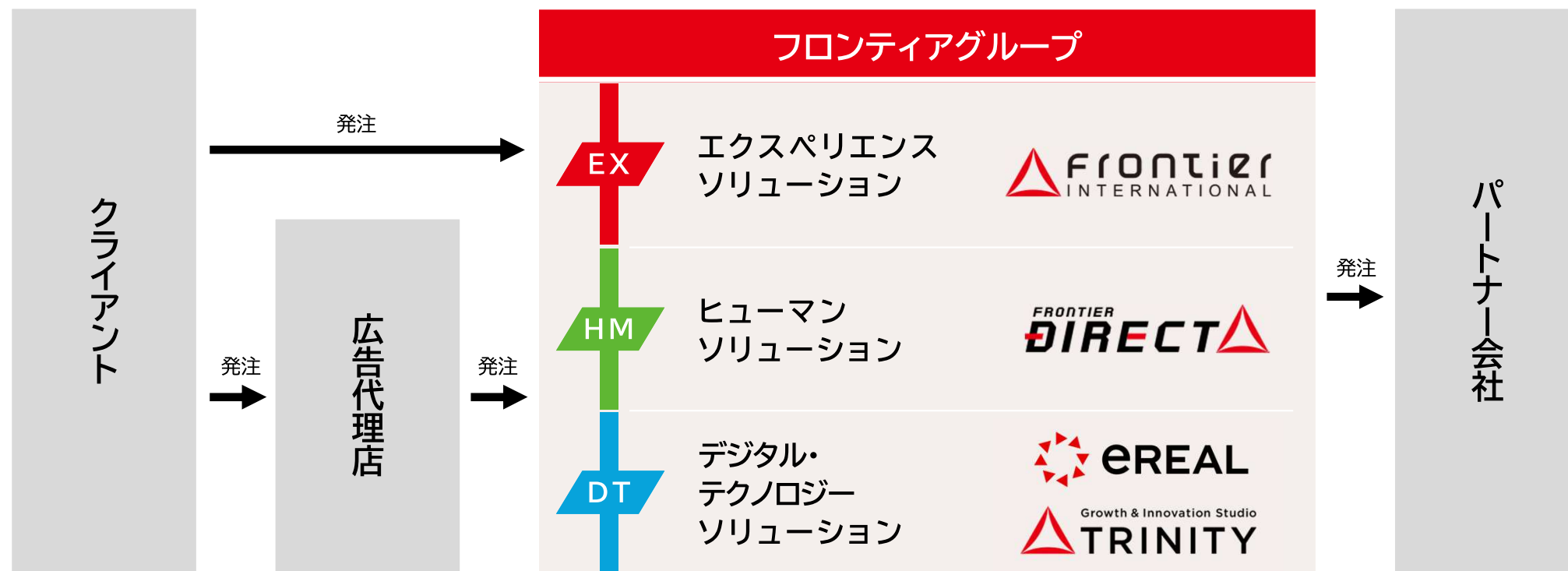
人のコミュニケーション
能力で生み出す収益

マーケティング 支援領域




02 会社概要

収益構造

体験を基軸としたマーケティング支援を中心としながら、
各産業・業種・業務機能に対して
体験創造ナレッジを応用する
非マーケティング領域まで手掛ける。



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

02 会社概要

事業概要と収益モデル

エクスペリエンス ソリューション事業

体験創造で生み出す収益

マーケティング領域

非マーケティング領域



イベントプロモーション

ポップストアサンプリング等の企業と生活者と特別なリアルな場を作ることで体験を生み出す。



店頭／店舗プロモーション

店舗でセールスからブランディング迄、販促キャンペーンや店舗デザイン等の店舗における企業と生活者の日常的な体験を拡大する。



社会的(スポーツ・文化・地域)イベント

オリンピックや地方自治体年間広報活動等の行政や公共組織が生活者に向けて芸能文化発信・場を作ることで体験を生み出す。



アウター／インナーブランディング

株主総会や社内表彰式、周年パーティー等の企業とステークホルダー／社員と特別な場を作ることで体験を生み出す。

02 会社概要

事業概要と収益モデル

ヒューマン
ソリューション事業

人のコミュニケーション能力で生み出す収益

マーケティング領域

非マーケティング領域



店頭販促支援

店頭POP制作やブース運営など店舗における企業と生活者の日常的な体験を拡大する。



人材派遣

販売スタッフ派遣やスタッフ研修、店頭管理ラウンダーなど企業と顧客／生活者の体験の場を構成する。



事務局機能

コールセンターやスタッフ管理、SNS運営など企業と顧客／生活者のより円滑な体験を生み出す。



BPO支援

企画策定やスタッフ派遣、事務局運営など行政や公共組織と生活者／企業／団体と特別な場を作ることで体験を生み出したり、日常的な体験を拡大する。



テクノロジーやデジタルで生み出す収益

デジタル・テクノロジー ソリューション事業

マーケティング領域

非マーケティング領域



コミュニケーションコンサルティング

オンラインを軸に、オフラインの接点設計も含めたオンオフ統合型のコミュニケーション戦略を立案・実施する。



メディア&コンテンツプロモーション

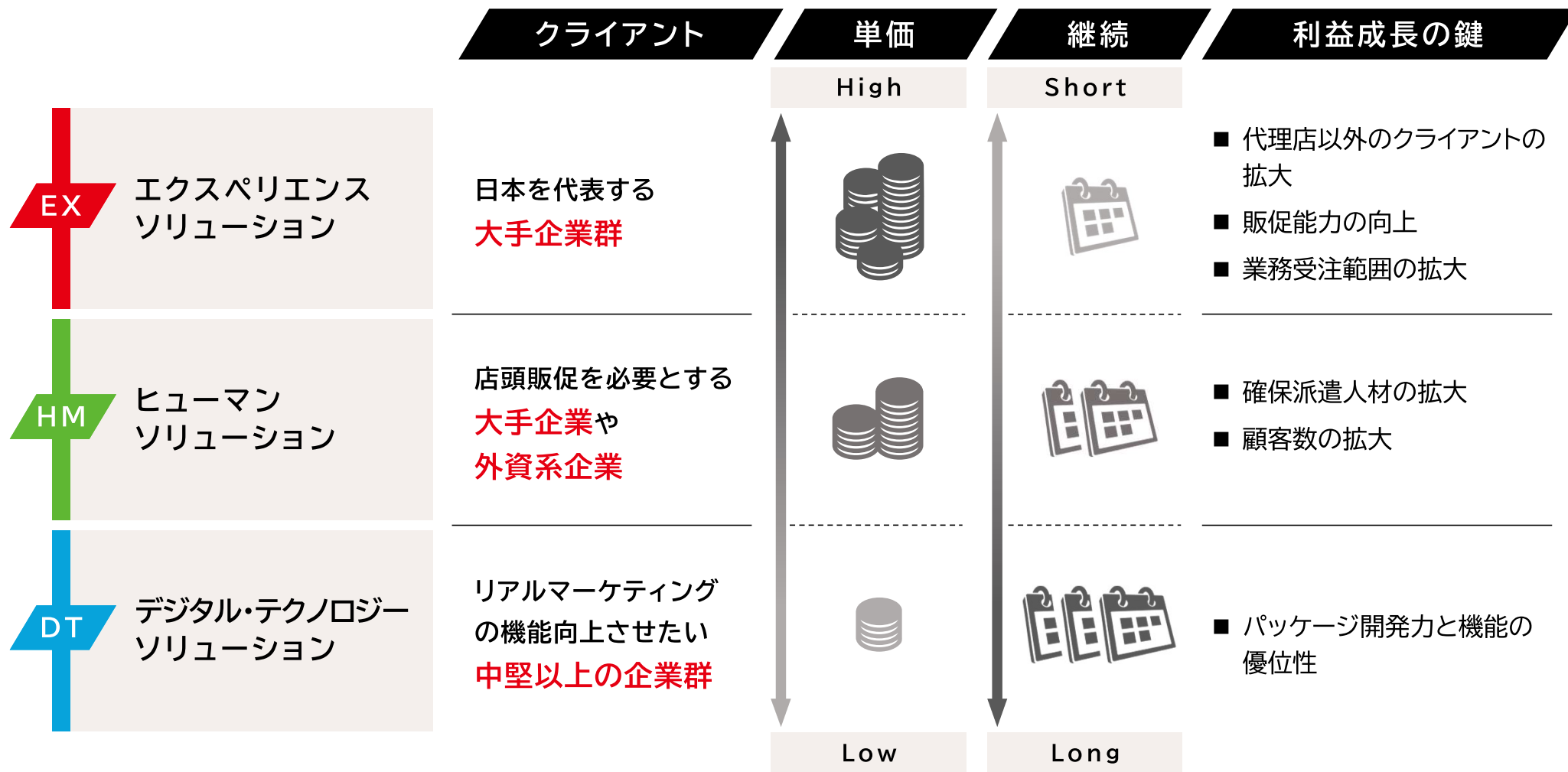
ターゲットの認知や興味関心、購買など目的に合わせて、メディアや各種コンテンツをプランニング&プロデュースする。



メディア運用支援

メディアの活用計画、コンテンツ/クリエイティブ制作、広告、分析など、オウンドメディア運用をトータルで支援。また、運用によって得たデータを他のコミュニケーションプランニングに活用する。

3ソリューションの収益モデル



03

業績ハイライト

03 業績ハイライト

エグゼクティブサマリー

財務

コロナ特需の収束で
17期連続増収は一旦途切れるも、
営業利益率は昨年水準を**堅持**

- ▶ 2022.4期の世界的イベントやコロナ関連のBPO案件の減少の影響で17期連続増収は一旦途切れるも、2024.4期においてはコロナ禍を抜けリアルイベントの本格化、デジタル化の更なる推進を実現して更なる業務拡大を狙う。
- ▶ なお、採算面においては、厳しい経営環境の中、各種支出のコントロールを行い11.0%の営業利益率を堅持した。

案件種別

自動車、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、自動車関連、特に外資系の自動車メーカーからの受注が好調に推移。プロモーションの内容としては、新車発表会のプレスカンファレンス、ファンミーティングの企画・運営、車種別SNS運用と多岐に渡った。
- ▶ また、コロナ禍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オンラインでのライブ中継案件やWebCM制作案件等が増加した。

03 業績ハイライト

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といった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し、グループ全体でのデジタル化を一気に加速させる。

戦略的投資・資本提携

自社CVC設立準備に着手
M&Aも推進し、事業規模拡大へ

- ▶ 2022.4期に行ったVCへのLP出資、パークPFI企業への出資に始まり、当期は新たに自社CVCの設立準備に着手。
- ▶ これに加えて、M&A推進を強力に推し進め、グループシナジーを早期に実現し、事業規模を一気に拡大させる。

事業投資

イベントへの事業投資を実施

- ▶ 大規模なスポーツイベントへの事業投資を実施。イベント制作者としてのレバニユー以外の財源を確保するとともに、主催者でしか得られない種々のデータにリーチすることで体験データの収集を進める。合わせて、当社のプレゼンスを強化する。

03 業績ハイライト

連結PL（通期累計）

- ▶ 前期の国際的スポーツイベントやコロナ関連のBPO案件の減少の影響で売上高は170億円に留まり、17期連続増収は一旦途切れることとなった。なお、採算面においては、厳しい経営環境の中、各種支出のコントロールを行い11.0%と最低限の営業利益率を堅持した。
- ▶ また、2024.4期においてはコロナ禍を抜けてリアルイベントの本格化、デジタル案件の拡大を実現して更なる業務拡大を狙う。

(百万円)	2023.4期	2022.4期	増減率
売上高	17,047	25,136	-32.2%
営業利益 (利益率)	1,875 (11.0%)	3,131 (12.5%)	-40.1%
経常利益 (利益率)	1,864 (10.9%)	3,182 (12.7%)	-41.4% (-1.7%)
当期純利益	1,302	2,121	-38.6%

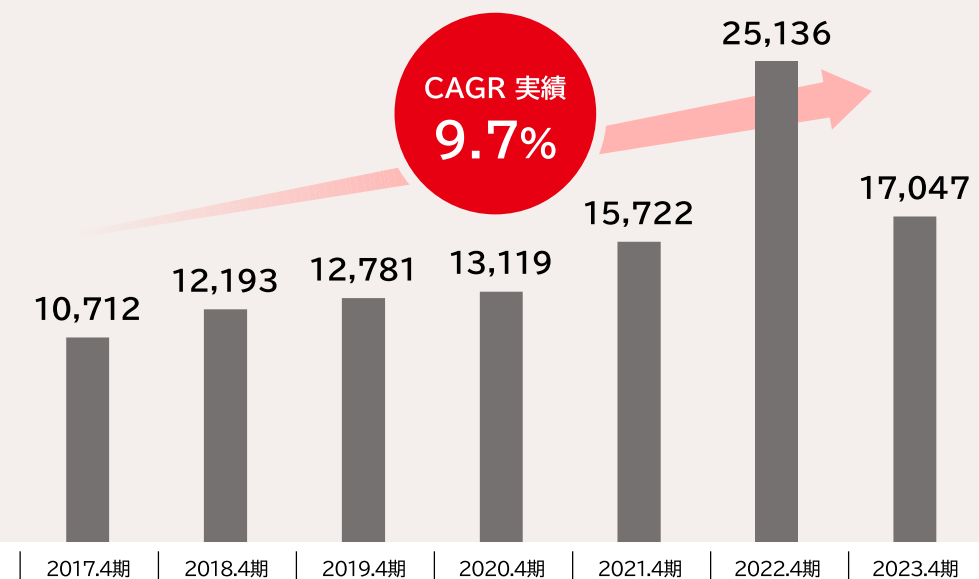
03 業績ハイライト

全社売上高の推移

- ▶ 売上高、売上総利益は共に前期を下回ったものの、それぞれ過去7期の平均成長率(CAGR)は9.7%、11.2%を記録。過去2番目の業績を実現して中期的な成長トレンドは維持した。
- ▶ なお、売上総利益率は21.0%から24.1%に改善した。

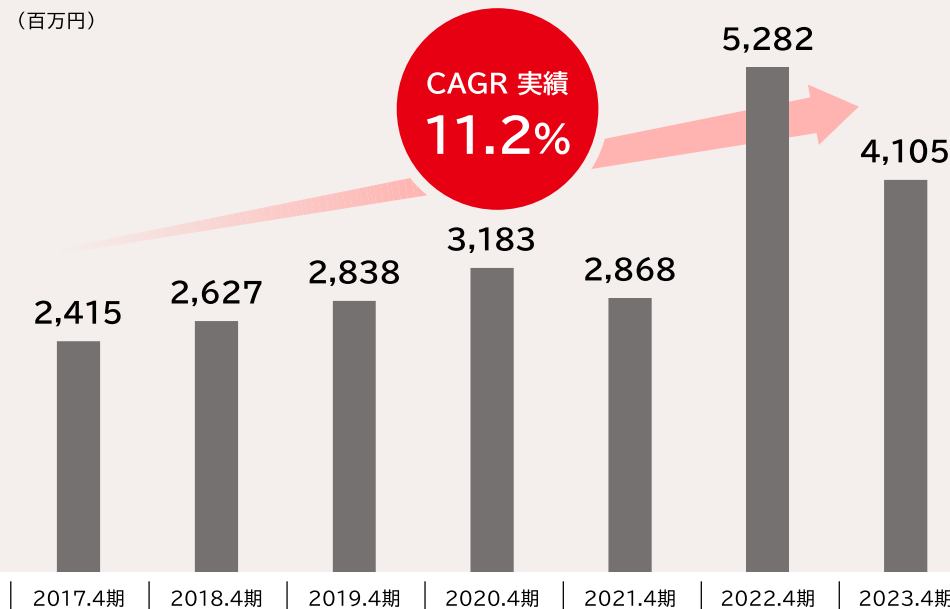
連結売上高推移

(百万円)



連結売上総利益

(百万円)



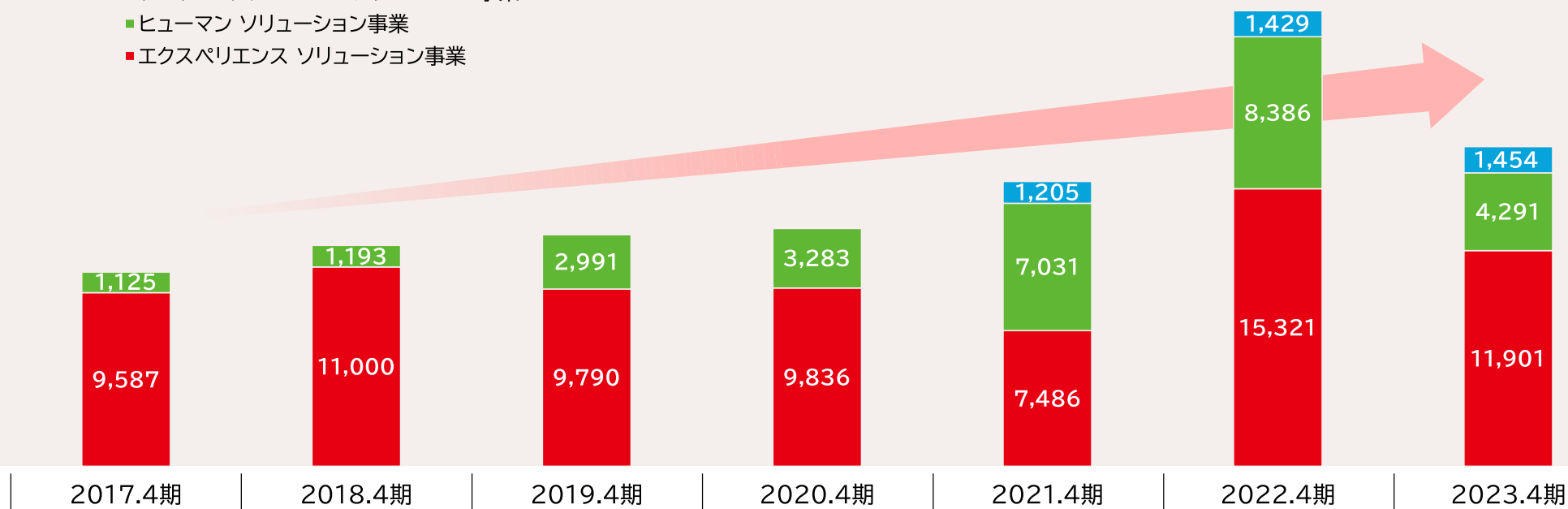
03 業績ハイライト

ソリューションのポートフォリオ（連結）

- ▶ 国際的スポーツイベントやコロナ関連のBPO案件の減少は、主にエクスペリエンスソリューションとヒューマンソリューションに影響を与えた。
- ▶ デジタル・テクノロジーソリューションでは、デジタル広告案件や、オンライン・配信イベントの伸びに支えられ、比較的堅調に推移した。

(百万円)

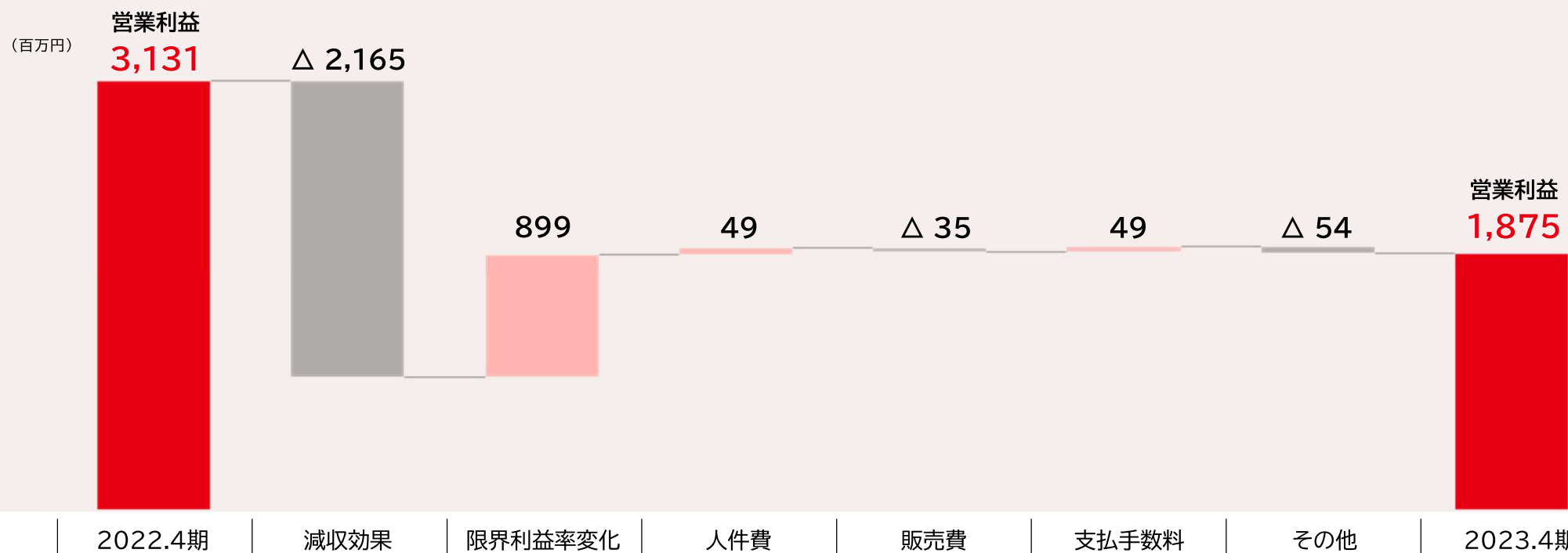
- デジタル・テクノロジー ソリューション事業
- ヒューマン ソリューション事業
- エクスペリエンス ソリューション事業



03 業績ハイライト

営業利益の増減分析（連結）

- ▶ 減収による営業利益への影響(▲21.65億円)を限界利益率の改善(※)による営業利益への影響(8.99億円)で補うことができず、営業利益は前期比で大きな減少となった。(※)前期の大手通信会社に対する低採算の大型案件の終了に伴う収益性の改善。
- ▶ なお、販管費に関しては、業績賞与の減少による人件費の減少、コロナ明けの提案活動の活性化に伴い販売費が増加する等の影響が生じた。

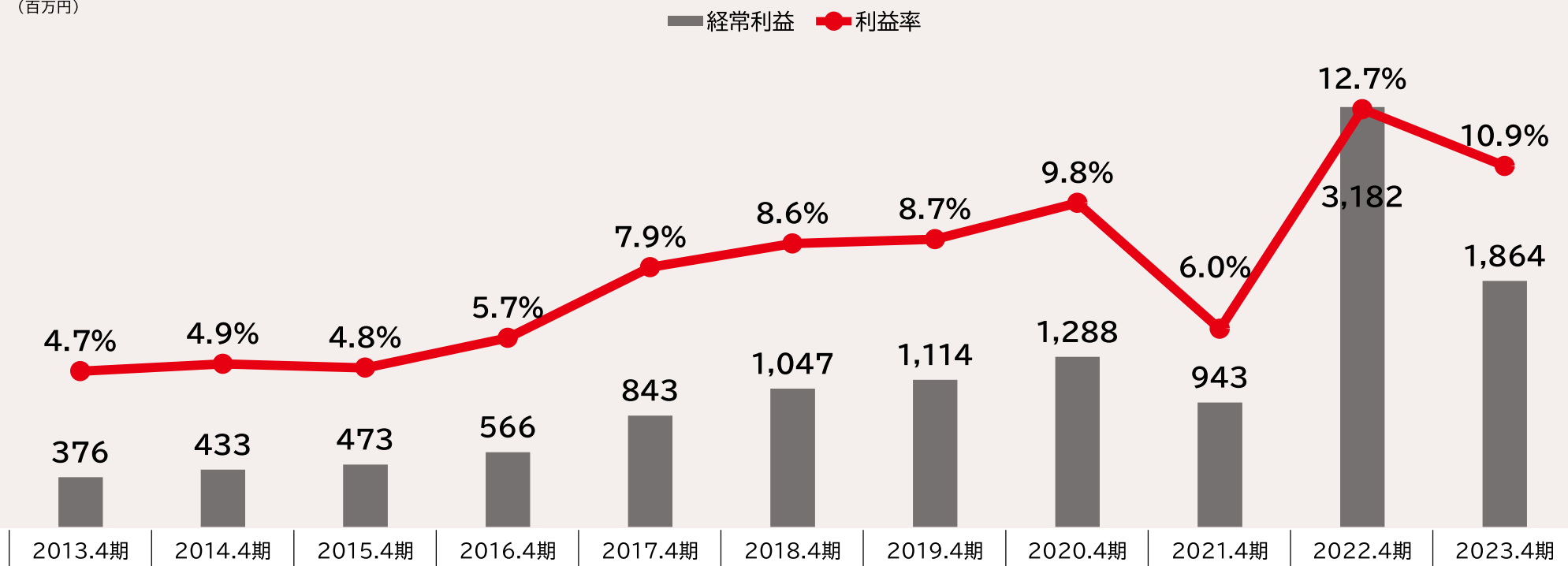


03 業績ハイライト

経常利益の推移（連結）

- ▶ 2023.4期については10.9%の経常利益率となった。
- ▶ 2021.4期にコロナの影響の直撃を受け大きく沈んだ利益水準であったが、2022.4期で大きく伸ばし2023.4期においても10%以上を実現して、中期的な改善トレンドを維持した。

(百万円)



03 業績ハイライト

2023年4月期決算概要（貸借対照表一連結）

- ▶ 現預金は法人税の支払、事業投資による出資金払込等により、前期比18億減少し、51億円となる。
- ▶ 売上高、受注残の減少により、売掛金や未成業務支出金等が減少した結果、総資産は111億円となる。財務面では、有利子負債は継続してゼロと良好な水準を引き続き維持。
- ▶ 売上高の減少に伴い、受取手形及び売掛金と買掛金が減少したことにより、自己資本比率が向上。

(百万円)	2022.4期	2023.4期	前期末比
流動資産	11,536	9,257	-2,279
現預金	6,974	5,100	-1,874
固定資産	1,160	1,856	696
負債	5,375	3,118	-2,257
純資産	7,321	7,995	674
自己資本比率	57.6%	71.7%	14.1%
総資産	12,696	11,114	-1,582

03 業績ハイライト

2023年4月期決算概要（CF計算書一連結）

- ▶ 営業CFは、売上高の減少に伴う売上債権の減少と法人税の支払により、前期から大幅減少。
- ▶ 投資CFの主な内訳は、イベントへの事業投資と子会社設立によるもの。
- ▶ 財務CFは、配当金の支払と機動的な資本政策のための自己株式取得によるもの。
- ▶ FCFは、積極的な事業投資により、一時的に減少。

(百万円)	2022.4期	2023.4期	増減額
営業CF	3,124	-578	-3,702
投資CF	-223	-803	-580
財務CF	-108	-575	-467
配当支出	-108	-407	-299
自己株式の取得	0	-167	-167
現金・現金同等物増減額	2,792	-1,958	-4,750
期末残高	5,897	3,939	-1,958
FCF※	2,900	-1,381	-4,281

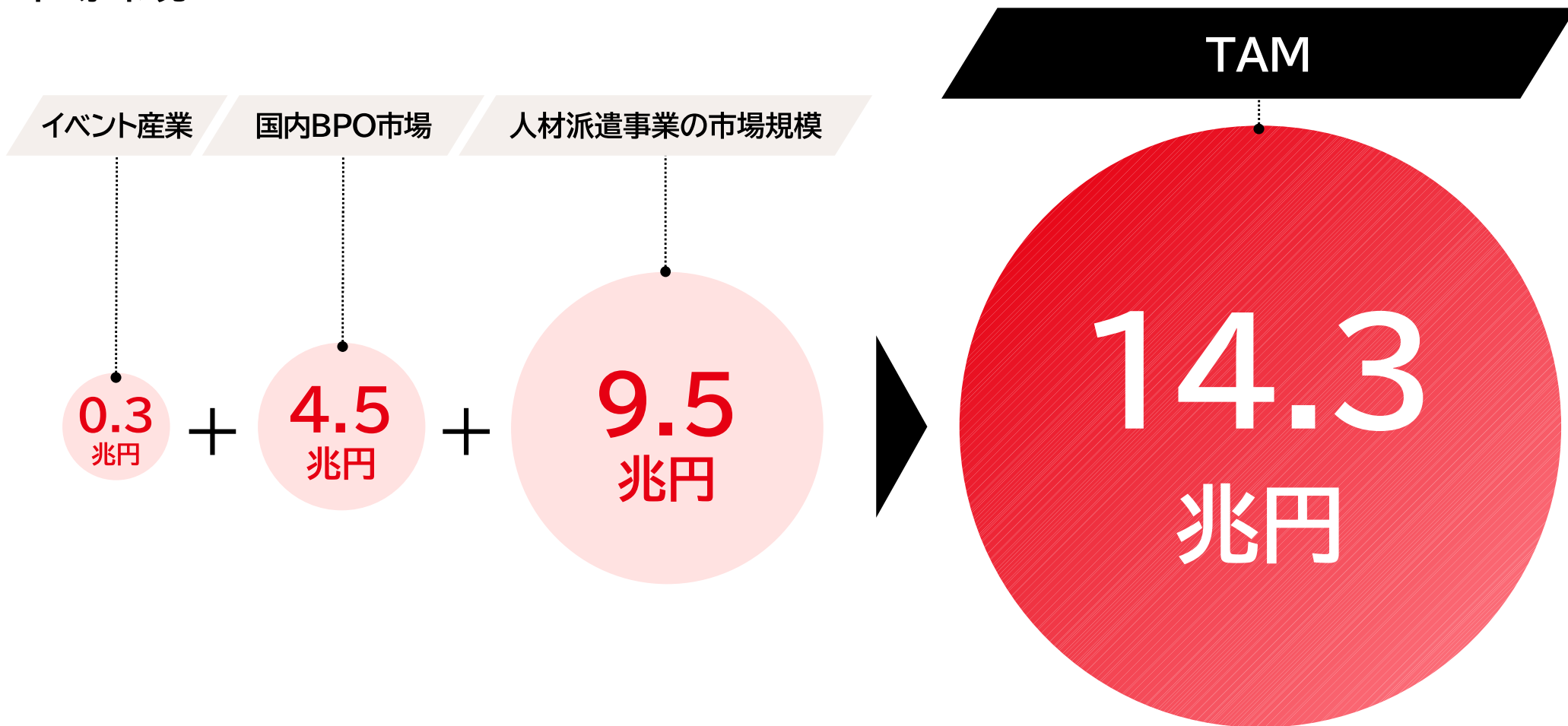
※ FCF:営業CF+投資CF

04

当社グループの成長戦略と進捗

04 当社グループの成長戦略と進捗

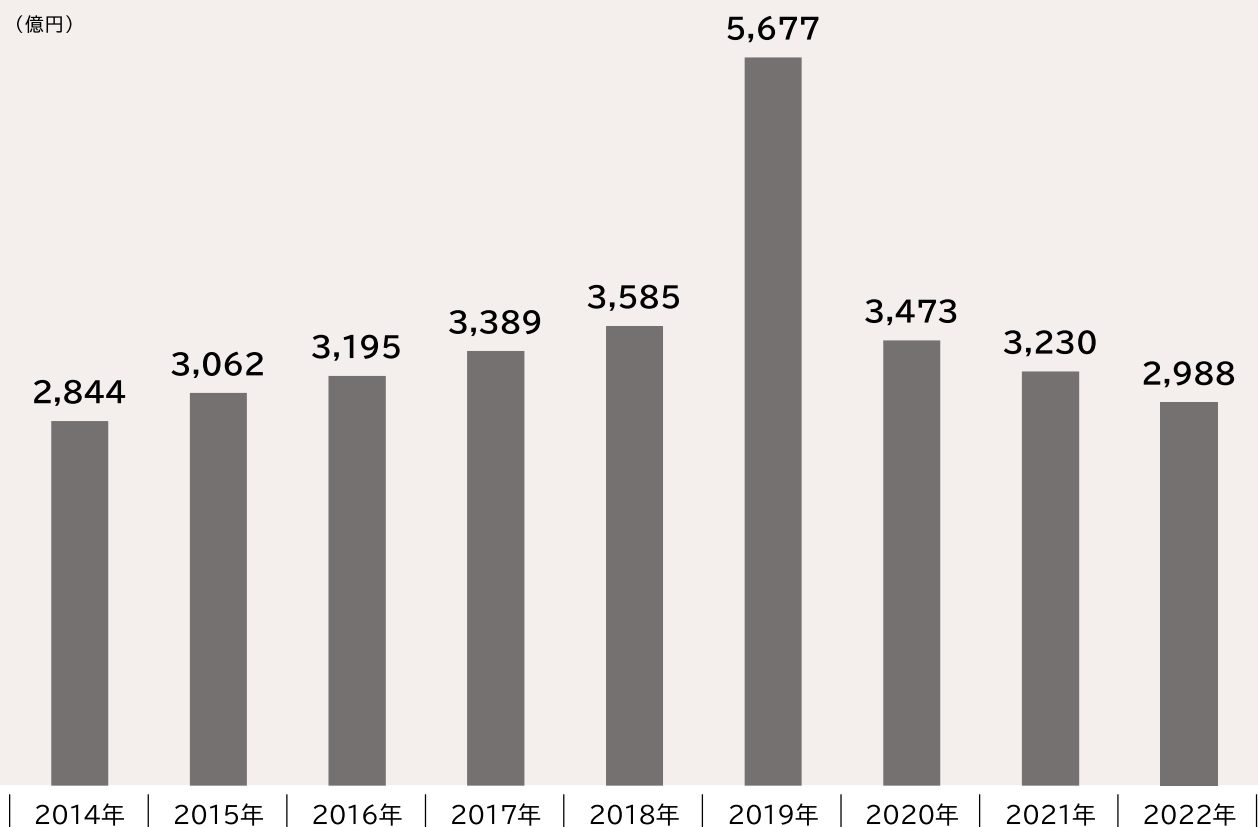
市場環境



イベントの市場環境

イベント運営費の推移

(億円)



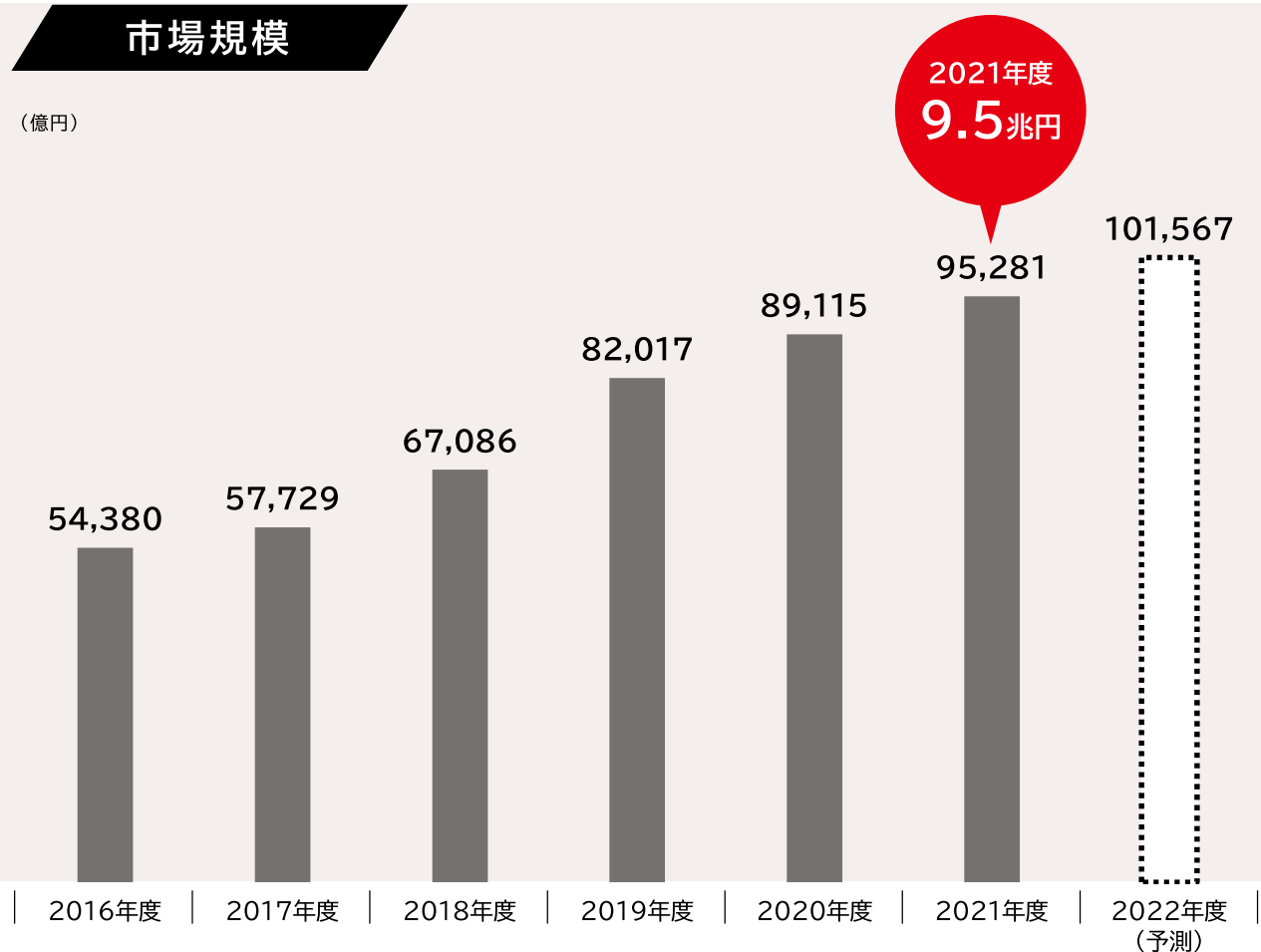
※ 出典:電通「日本の広告費」

- 1 2022年のイベント関連市場は2,988億円と、東京オリンピック・パラリンピックの反動で2021年の3,230億円から減少した。
- 2 昨年に引き続き、新型コロナウイルスの影響から、オンラインイベントや、リアルイベントとオンラインイベントを同時開催するハイブリッドイベント需要が増加した。
- 3 新型コロナウイルスの収束によって各種イベントが再開しつつあり、今後は制限のないリアル体験への強い需要から、イベント関連市場の大きな成長が予想される。

人材派遣の市場環境

市場規模

(億円)



※ 出典:厚生労働省統計他各種統計及び矢野経済研究所調査による推定

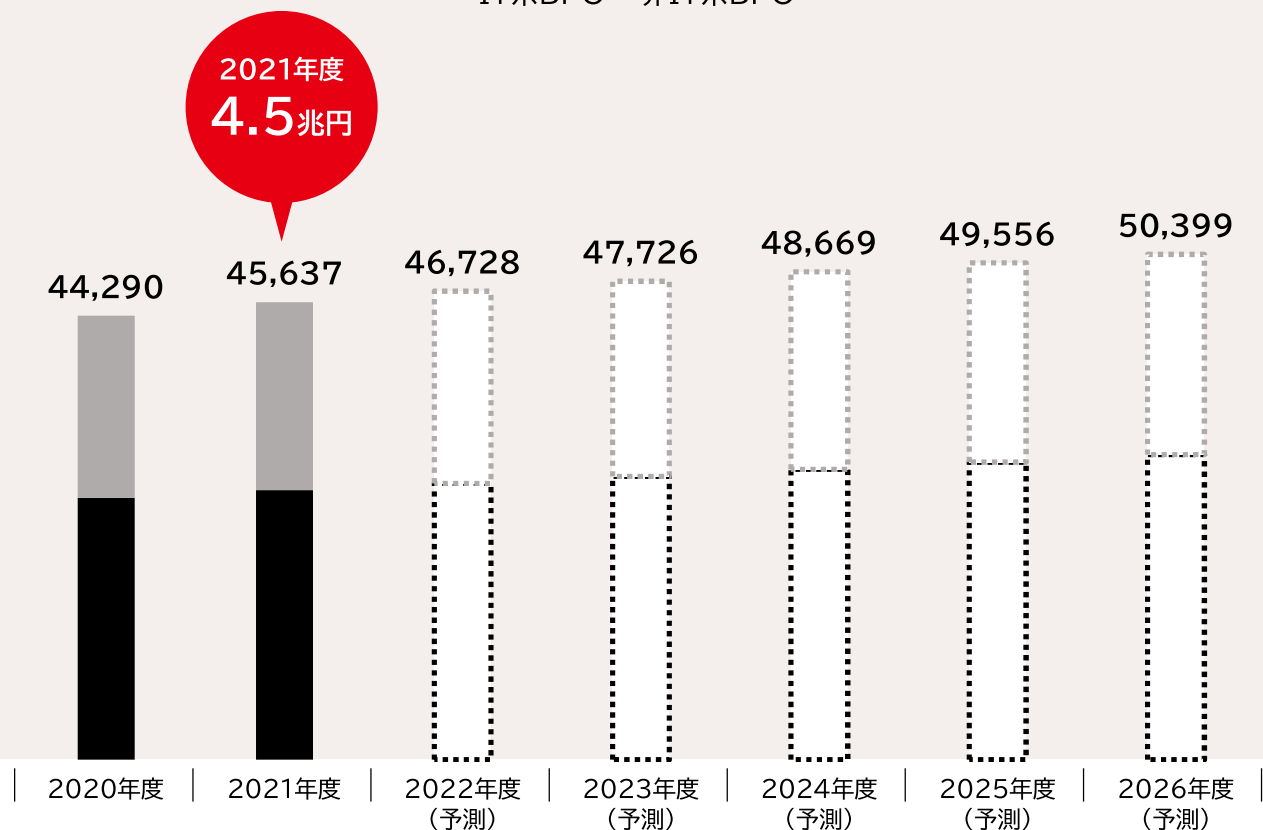
- 1 2016年以降成長を続けており、2022年度も市場拡大が予測される。
- 2 人材派遣では、コロナ禍による経済へのダメージがありながらも、単価の上昇や雇用維持の動きによって市場拡大を続けており、経済活動の回復によって、更なる成長が期待される。
- 3 どの業界においてもハイクラス人材や高いITスキルを持つ人材の需要は健在。

BPOの市場環境

国内BPO市場規模推移予測

(億円)

■IT系BPO ■非IT系BPO



※ 出典: 矢野経済研究所「BPO市場の実態と展望」

- 1 BPOの市場規模は2020年度以降成長しており、今後も市場拡大が予測されている。
- 2 当社の事業ドメインである非IT系や営業BPOの市場も拡大をしている。
- 3 人口減少や企業の生産性向上が企業の喫緊の課題であり、当社としてはプロジェクト型のアウトソーシングもニーズが高くなると予想している。

04 当社グループの成長戦略と進捗

当社グループの持続的成長戦略

フロンティアグループの3つの成長方針



専門人材育成／マーケティングノウハウ提供

デジタル人材育成／サービス開発

- ▶ 前期より本格的にデジタル人材派遣事業を開始し、数十名規模の人材を育成・派遣。初年度はデジタルマーケティングやWeb開発人材派遣に注力。また、育成した人材を中心にWEBサイト開発受託事業も開始。
- ▶ 今後システム開発人材派遣(SES)にも注力予定。



事業投資・コンテンツ投資による既存事業強化

イベントへの事業投資の強化

- ▶ サッカークラブ「パリ・サン＝ジェルマン」初となる日本でのプレシーズンツアー「ジャパンツアー2022」の全体統括を担当。
- ▶ 2023年は「パリ・サン＝ジェルマン ジャパンツアー2023」の実行委員会に参画し、主催者側から全体をプロデュース。体験データの収集とともに、当社のプレゼンスを高める。



事業戦略テーマへの対応による上流進出

株式会社トリニティを設立

- ▶ 2022年9月に株式会社トリニティを設立し、コンサルティングビジネスに進出。ビジネス・クリエイティブ・テクノロジーの三位一体で変革をアクティベートするサービスを開始。
- ▶ クライアントのマネジメント課題に向き合い、新たなビジネスチャンスを創出する。



運用型/伴走型ソリューションの強化

株式会社イリアルを設立

- ▶ 2023年5月に子会社の株式会社イリアルを設立し、デジタルマーケティング支援へ本格参入。
- ▶ デジタル広告やSNS運用の対応強化と共に、オンオフの体験融合による独自性あるデジタルマーケティング支援を加速。



営業体制の強化

新規事業と営業体制の構築推進

- ▶ 新規人材ソリューション事業として、プロフェッショナル人材の力で企業成長を後押しする「プロパス」を準備。専門部署を立ち上げ、体制を整備。
- ▶ 今後、採用・人事、営業強化、IT・システムなど幅広い経営課題に対し人材ソリューションを提供し、新規顧客を開拓する。



テクノロジー・ビジネストレンド収集

CVC設立準備の加速

- ▶ 昨年のVCへのLP出資に続き、本年度は自社単独のCVCを設立予定。VCから責任者を迎え入れ、投資体制を整備中。
- ▶ 体験創造の進化を狙うと共に、中長期の新しい事業の芽を探る。



体験ナレッジの体系化

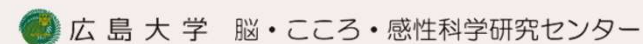
体験情報DBの開発推進

- ▶ 国内イベントを中心に世の中の体験に関する情報を収集し、先進事例の分析を実施。より良い体験づくりに活用するためのデータベース開発に着手。
- ▶ 定期的に情報を収集しデータベースとして整理するシステム構築を完了。テスト運用を開始。

体験の科学的研究の強化

体験創造研究所の研究推進

- ▶ 体験創造研究所と広島大学脳・こころ・感性科学研究センターとの共同研究により、体験評価に関する基礎調査を行い、仮説を構築。
- ▶ 体験創造ビジネスでの実装に向けた検証に着手。



2024年4月期決算見通し（連結）

- ▶ 2024.4期の連結業績予想については、ワクチン関連のBPO案件は減少に向かうものの、インバウンドによる訪日外国人観光客の増加、イベントの各種制限撤廃により、イベント実施は増加傾向に転じるものと見込んでいる。一方で、イベント開催には準備から実施まで一定のリードタイムを要するため、イベントの本格的な回復は2023年の夏以降になると予想。
- ▶ なお、業績予想値については、当社が現時点で入手可能な情報に基づいて判断したものであり、実際の業績は様々な要因により予想数値と異なる可能性がある。

2024.4期通期連結業績予想

期間：2023年5月1日～2024年4月30日

単位：%表示は対前期

売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 当期純利益		1株当たり 当期純利益
百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
17,100	0.3	1,740	△7.2	1,720	△7.7	1,100	△15.5	247.20

フロンティアインターナショナルグループの目標（2027年4月期）

2027.4期に連結売上高500億円、連結営業利益50億円を目標とする。

当該目標の達成に向けては、コロナの影響で足元の業績は浮沈みが出ているが、既存ビジネスを拡張、拡大させながら、M&Aにより一気に規模の拡大、質の深化を図るという基本戦略に変更はない。なお、2027.4期の営業利益率を10%と現状よりも多少保守的においているのも、買収先の統合効果実現に多少の時間を要すると想定していることによるもの。

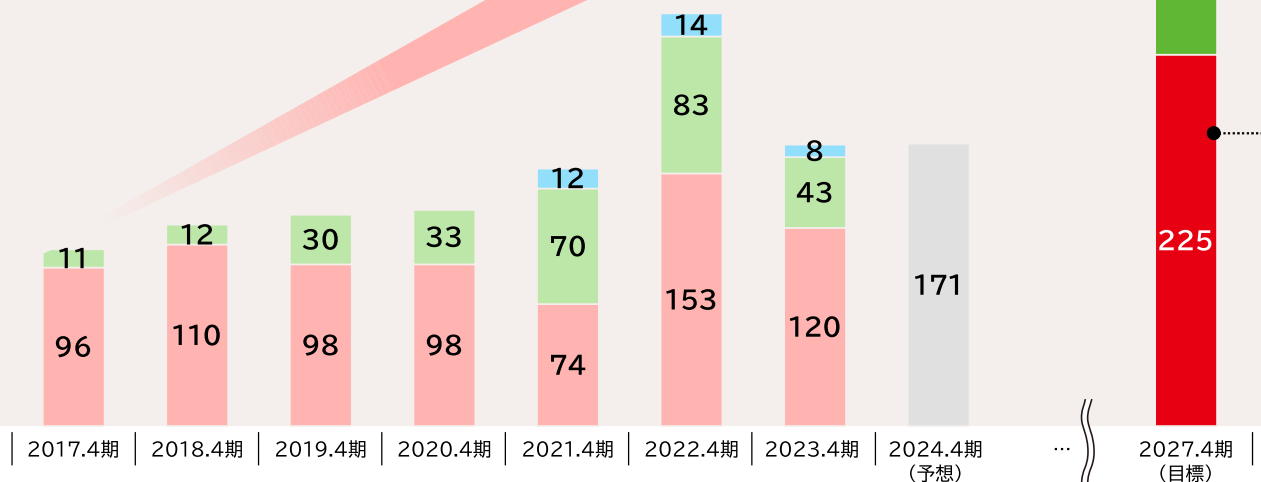
(百万円)	2017.4期	2018.4期	2019.4期	2020.4期	2021.4期	2022.4期	2023.4期	2024.4期 (予想)	2027.4期 (目標)
売上高	10,172	12,193	12,781	13,119	15,722	25,136	17,047	17,100	50,000
営業利益	843	1,047	1,126	1,285	751	3,131	1,875	1,740	5,000
利益率	7.9%	8.6%	8.8%	9.8%	4.8%	12.5%	11.0%	10.2%	10.0%
経常利益	843	1,047	1,115	1,288	943	3,182	1,864	1,720	5,000
当期純利益	504	714	819	825	519	2,121	1,302	1,100	3,270

フロンティアインターナショナルグループの目標（将来の事業構成）

領域売上構成

- (億円)
- デジタル・テクノロジー ソリューション事業
 - ヒューマン ソリューション事業
 - エクスペリエンス ソリューション事業

売上高目標
500億円



コンサルティングビジネスの進出や
ビジネスプラットフォームで収益基盤を構築し
ていく。



販促領域のみならず、コミュニケーション
トレーニングを積んだ人材のSES投入などで、
事業範囲及び事業規模の拡大を図る。



デジタルテクノロジーによる体験創造能力向上
でマーケティング支援の高度化や非マーケ領
域への進出により売上の拡大を図る。



全ての事業領域において、事業提携やM & Aの
可能性を常に模索し事業内容深化や事業拡大の
ドライバーの一つとする。

※ 2021/4期を起点としたCAGR

05

リスク情報

フロンティアインターナショナルグループの認識するリスク

事業内容・提供サービス	主要なリスク	顕在化の可能性／時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
ヒューマン事業	クライアントの内製化や競合先により売上が一時的に縮小する可能性。	中／中長期	低	<ul style="list-style-type: none"> 当社の大型案件の対応能力とイベントやプロモーション領域のノウハウや体験データを活用することで既存クライアントの深耕、ならびに新規顧客の開拓を推進することで対応。
人材の確保及び育成	必要な人員の確保及び育成が計画通りに進まなかった場合、競争力の低下や今後の事業拡大に制約が生じる可能性。	中／中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> 既存事業においてはマニュアルや社内データベースの整備等、組織として能力を補完する体制を整備し、一定の質を有する人材の確保と育成に努めていくことで対応。 新規事業においては、優秀な人材の確保する組織文化や体制の整備ならびに既存社員へのテクノロジーの教育を実施することで対応。
疫病発生に係るリスク	新型コロナウイルスが改めて流行した場合または未知の疫病が発生した場合、エクスペリエンスソリューション事業の一部案件においてイベントの中止もしくは規模の縮小の影響を受ける可能性。	中／不明	大	<ul style="list-style-type: none"> イベント配信や動画制作案件の対応やオンラインとオフラインを併用したイベント開催の要望に対応。

※ その他のリスクについては有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照ください。

問い合わせ先

株式会社フロンティアインターナショナル



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。

本資料のアップデートについて、次回は2024年7月を予定しております。今後、事業年度経過後を3カ月以内に開示を行う予定です。