

# FRONTIER INTERNATIONAL GROUP

2025年4月期第2四半期 決算説明資料

株式会社フロンティアインターナショナル

東証グロス [ 7050 ]

## エグゼクティブサマリー

- 1 前期の大型案件(当社主催の大型スポーツイベント、コロナ関連ワクチンBPO)と2024年1月連結子会社化した「ガイアコミュニケーションズ」の影響を特殊要因として除けば、前期比17.9%増収、71.9%増益と既存ビジネスは堅調。  
(参考)実績は、前期比4.2%増収、50.0%減益。  
※5ページで説明

- 2 第2四半期(5月～10月)業績は、売上高・営業利益ともに社内計画通りに進捗。

- 3 受注が堅調に推移していることに加え、2024年9月連結子会社化した2社(シネブリッジ、マックスプロデュース)の業績寄与もあり、通期会社計画業績は期初発表から変更なし。  
※11～14ページで説明



# CONTENTS

**01** | 2025年4月期第2四半期業績

**02** | 2025年4月期通期業績予想

**03** | 成長戦略の進捗

**04** | APPENDIX

0  
1

2025年4月期第2四半期業績

## 2025年4月期第2四半期業績

- 国内経済の成長に伴いマーケティング活動は活性化、イベントも増加しており、売上高は特殊要因を除けば17.9%の増収。
- 人々の外出機会増加に伴い当社イベント開催数は前期比6.5%増加、収益性も改善し、営業利益は特殊要因を除けば71.9%の増益。
- 第2四半期(5月～10月)業績は、売上高・営業利益ともに社内計画通りに進捗。

	実績		前年同期比	特殊要因を除く		前年同期比
	2024年4月期	2025年4月期		2024年4月期	2025年4月期	
	5月-10月	5月-10月		5月-10月	5月-10月	
売上高	8,301	8,650	4.2%	6,331	7,465	17.9%
売上総利益 (利益率)	1,931 23.3%	1,619 18.7%	△16.1%	1,363 21.5%	1,623 21.7%	19.1%
販管費	1,098	1,203	9.5%	1,099	1,168	6.3%
営業利益 (利益率)	832 10.0%	416 4.8%	△50.0%	265 4.2%	455 6.1%	71.7%
経常利益 (利益率)	850 10.2%	408 4.7%	△52.0%			
当期純利益	541	327	△39.5%			

※特殊要因については売上高、売上総利益を調整

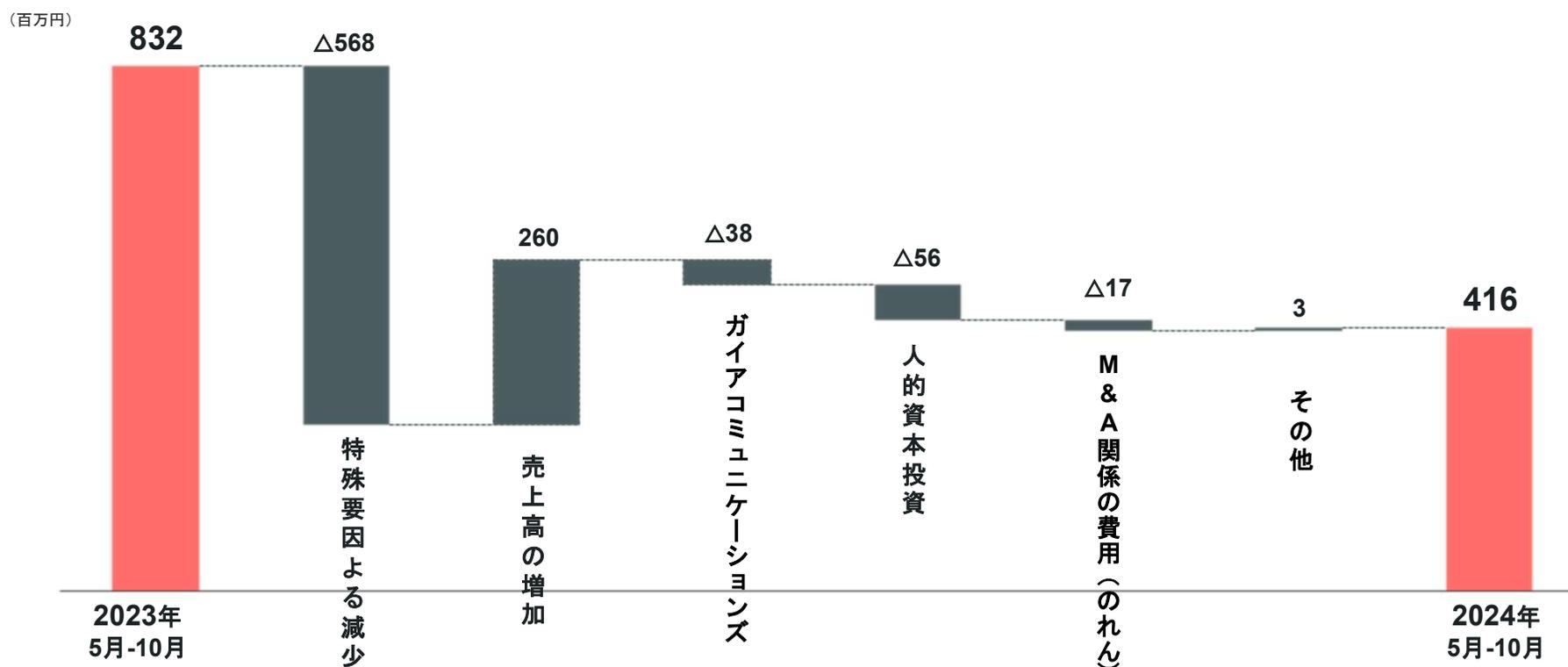
## 案件業種別売上占有率(業界別)

- スポーツ・ファッション(当社主催の大型スポーツイベントの反動減)や、官公庁・団体(コロナ関連ワクチンBPOの反動減)などが減収しましたが、企業のマーケティング活動におけるイベント需要の増加を背景に、情報・通信(EC企業の大型展示会が増加)や、食品(多くの企業が広報宣伝活動を回復)を中心に増収しました。

(百万円)	2024.4期		2025.4期		前期比	増減率
食品	1,020	12.3%	1,540	17.8%	520	51.0%
情報・通信	812	9.8%	1,474	17.1%	661	81.4%
官公庁・団体	1,673	20.2%	877	10.2%	△796	△47.6%
小売・家電	660	8.0%	731	8.5%	71	10.8%
その他団体	357	4.3%	643	7.4%	286	80.2%
ゲーム	579	7.0%	639	7.4%	60	10.3%
交通・レジャー	321	3.9%	638	7.4%	317	98.6%
嗜好品・化粧品	411	4.9%	636	7.4%	226	54.9%
不動産・住宅設備	286	3.4%	413	4.8%	126	44.1%
スポーツ・ファッション	1,310	15.8%	386	4.5%	△924	△70.6%
金融・保険	196	2.4%	326	3.8%	130	66.0%
自動車・関連品	506	6.1%	195	2.3%	△311	△61.4%
薬品・医療用品	124	1.5%	109	1.3%	△15	△12.3%
その他	46	0.5%	44	0.5%	△1	△2.9%
総計	8,301	100.0%	8,650	100.0%	349	4.2%

## 営業利益の増減分析

- 前期大型案件の反動減を既存ビジネスの伸びでまかないきれなかったことや、新規連結子会社化した「ガイアコミュニケーションズ」が来期黒字化を目指し統合プロセス(注)を実行中であること、持続的な成長に向けて、戦略的な人的資本投資(2024年4月31名入社)したことなどから減益。(注)PMI(ポスト・マージャー・インテグレーション)：M&A(買収)後の統合プロセス。



※特殊要因については売上総利益を調整

## 連結貸借対照表

(百万円)	2024.4期	2025.4期 10月末	前期末比
流動資産	9,280	<b>9,699</b>	419
現預金	6,434	<b>6,070</b>	△363
固定資産	2,342	<b>2,753</b>	410
負債	3,375	<b>3,962</b>	587
純資産	8,248	<b>8,490</b>	242
自己資本比率	70.6%	<b>67.1%</b>	△3.5%
総資産	11,623	<b>12,453</b>	829

- 現預金は前期末比▲3.6億円減少し、60.7億円。
- 固定資産はM&Aを実施した結果、のれんが2.8億円増加し、27.5億円。
- 負債はM&A先の短期借入金0.9億円、未払消費税・法人税が2.4億円増加し、39.6億円。
- 総資産は前期末比8.2億円増加し、124.5億円。
- 自己資本比率はM&A(シネブリッジ、マックスプロデュース)による総資産が増加し、前期比▲3.5%。

## 連結キャッシュフロー計算書

(百万円)	2024.4期 5月-10月	2025.4期 5月-10月	前年同期比
営業CF	334	71	△263
投資CF	△103	△323	△220
財務CF	△257	△189	68
配当支出	△257	△173	84
現金・現金同等物 増減額	△21	△441	△420
期末残高	3,967	4,742	775
FCF(営業CF+投資CF)	230	△252	△482

- 営業CFは、売上債権の増加と未成業務支出金の増加により、前年同期比▲2.6億円の減少。
- 投資CFは、投資有価証券、子会社株式の取得により、前年同期比▲2.2億円の減少。
- 財務CFは、配当金の支払額の減少により、前年同期比0.6億円増加。
- FCFは、▲2.5億円となり、前年同期比▲4.8億円の減少。

0  
2

| 2025年4月期通期業績予想

## 2025年4月期通期連結業績予想

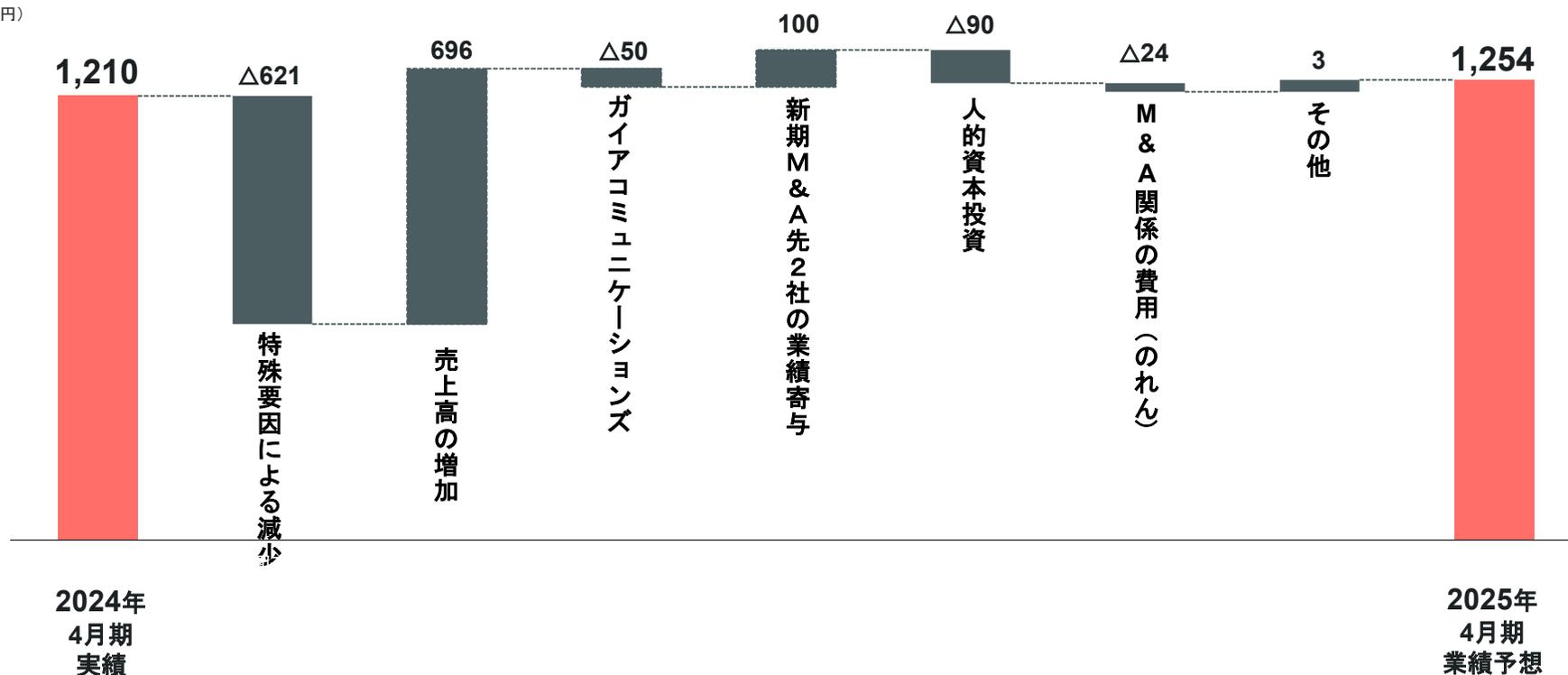
- 期初発表した会社計画業績から変更なし。
- 2025年下期は、前期の特殊要因の影響が小さくなることに加え、内需企業を中心にイベント需要は底堅く推移することが予想され、万博関連業務をはじめ既存ビジネスは堅調が見込まれる。

(百万円)	2024年4月期	2025年4月期	増減率
	通期実績	業績予想	
売上高	16,944	18,100	6.7%
売上総利益	3,470	3,652	5.2%
(利益率)	20.5%	20.2%	
販管費	2,260	2,398	6.1%
営業利益	1,210	1,254	3.5%
(利益率)	7.1%	6.9%	
経常利益	1,232	1,284	4.2%
(利益率)	7.3%	7.1%	
当期純利益	488	833	70.7%

## 営業利益の増減分析

- 前期の特殊要因の反動はあるが、リアル体験の需要を背景に既存ビジネスは堅調に推移することが予想されることや、2024年9月連結子会社化した2社(シネブリッジ、マックスプロデュース)も業績寄与することが見込まれる。

(百万円)



※特殊要因については、売上総利益を調整

## 受注残高

- マーケティングにおける「体験」のニーズは拡大しており、ゲーム関係のPRイベントや展示会、デジタルマーケティング支援など、2024年10月末現在の受注残高(受注+High+Midの合計)は前年同期比8.6%増と堅調。なお、2025年4月に開催される万博関連業務は収益性を重視し受注。

	2024年4月期	2025年4月期	
売上高(百万円)	(2023/10/31現在)	(2024/10/31現在)	差異
受注残高 (受注+High+Midの合計)	6,111	6,640	529
Lowの合計	3,164	3,064	△100

※ガイアコミュニケーションズ、シネブリッジ、マックスプロデュースは含まず

- 受注：金額、実施時期が決定している案件
- High：金額・実施時期に不確定要素のある案件(80%以上の確度)
- Mid：企画・提案案件のうち、受注する確度の高い案件(50%以上の確度)
- Low：企画・提案中の案件

## 新規連結子会社の状況

### ガイアコミュニケーションズ

- メディアリレーションと広告運用のノウハウ、デジタルマーケティング、WEB広告における制作・運用が強み。
- 案件の失注があり、業績悪化も、グループ間ネットワークによる新規営業の強化を行い、黒字化を達成させる。

(百万円)

出資比率：66.70%	連結子会社化した年月：2024年1月			
直近決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2024年2月期	3,122	△62	△49	△154
2025年2月期 (3月～8月)	1,181	△38	△33	△33

### シネブリッジ

- 伝統的なエンターテインメントの代表格である映画のインシアタープロモーション領域でシネアドやプロモーションが強み。

(百万円)

出資比率：76.47%	連結子会社化した年月：2024年9月			
直近決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2024年2月期	1,122	81	82	82

### マックスプロデュース

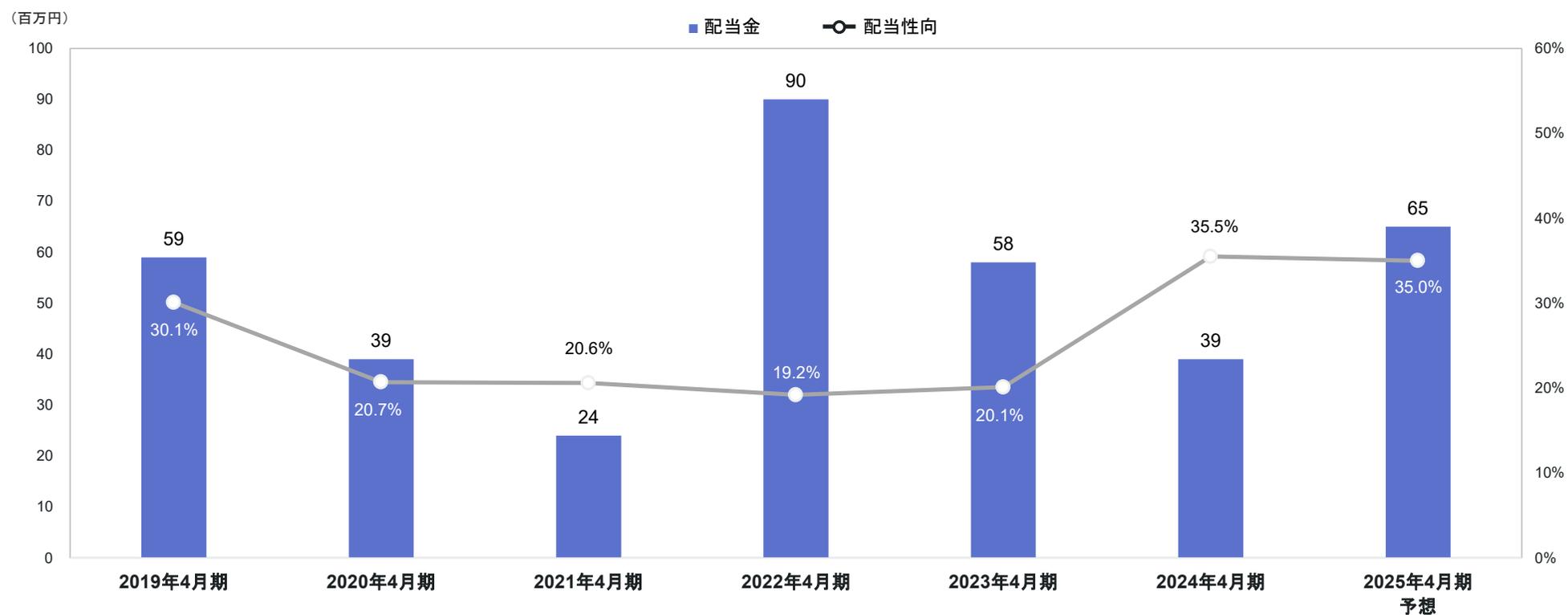
- 社内表彰式や社員総会といったインナーイベントを中心に映像企画や制作に強みがあり、代理店を経由しない大手クライアントを抱えている。

(百万円)

出資比率：100.00%	連結子会社化した年月：2024年9月			
直近決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2024年9月期	1,355	79	78	56

## 配当予想

- 当社グループは、株主の皆さまに対する利益還元を重要な経営課題と認識しており、経営成績及び財務状況、中長期的な事業拡大に必要な内部留保など、その見通しに応じた適切な利益還元策を柔軟に検討し、実施することを基本方針としております。
- 前年度24/4期より資本効率の改善を図るため、配当性向の目安基準を35%に引き上げました。



# 03

## 成長戦略の進捗

Purpose

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。

私たちの使命

未体験を開拓し、  
すべての人の  
経験にする。

第3次  
中期事業計画

2024年5月～2027年4月

人の創造力と実現力で、  
未来の可能性を切り拓く。

2027年4月期【売上高500億円 営業利益50億円】

第3次中期 重点施策

第35期 重点施策

ブランドの強化

人的投資の加速

M&Aの加速

収益モデルの多様化

企業グループ化の推進

グループ内外のネットワーク強化

戦略から実施迄の一貫体制確立

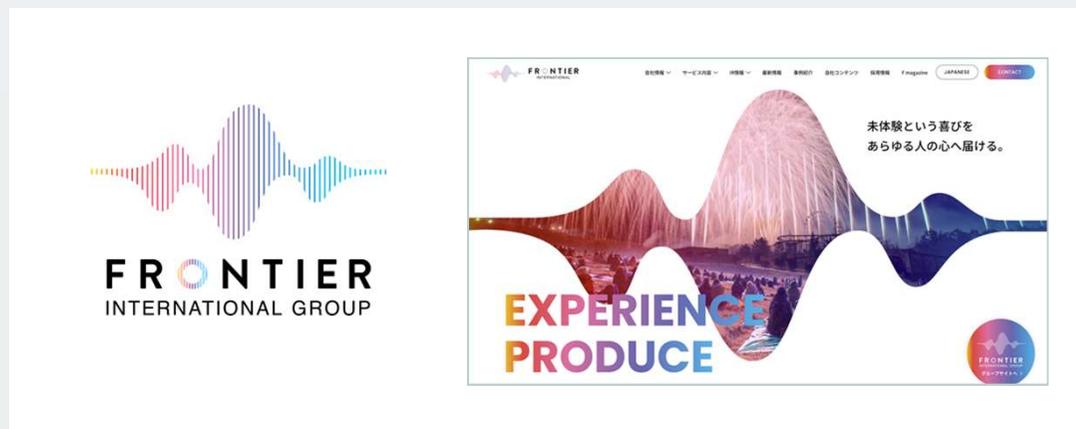
第35期  
事業計画

2024年5月～2025年4月

V字回復のための基盤を創る。  
【売上高181億円 営業利益12.5億円】

#### ブランドの強化

- VI(ビジュアルアイデンティティ)の刷新を行い、当社ブランドのよりよいトーン&マナーを整備し、求心力を高めていく
- グループ会社が増えていくことに基づき、グループの共通性と結束を指し示す
- HPのリニューアルによるブランド価値向上



#### 人的投資の加速

- 採用力向上による優秀な人材、新卒者を毎年50名採用目標、24/4期の新卒者の採用実績(31名)
- フロンティアグループの研修制度の体系化
- ベースアップ、働きやすさをはじめとする人事制度の刷新



## 35期重点施策

### M & Aの加速

- 2024年9月シネブリッジとマックスプロデュースをM&Aにより獲得
- 今後も精力的にM&Aを実施し、事業拡大を図る



### 収益モデルの多様化

- 2023年5月に設立したデジタル特化の株式会社イリアルは、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し、フロンティアダイレクトと同様にクライアントとの継続的な取引による収益モデルを拡大

eREAL

(百万円)  
( )内は前年同期比率

直近決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2024年4月期 (5月~10月)	486	13	13	9
2025年4月期 (5月~10月)	632 (29.9%)	32 (138.7%)	32 (141.2%)	20 (126.0%)

## 事例紹介

■ 某ゲーム5周年ファンイベント



■ グラングリーン大阪 開業プロモーション



■ 渋谷盆踊り



■ TOKYO GIRLS COLLECTION 2024 AUTUMN/WINTER



# 04

## APPENDIX

- Purpose、会社概要・沿革

— 私たちの未来

# OUR FUTURE

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。

私たちが創る体験によって、世界を喜びと感動で満たし、  
幸福の総量が増えていくことが私たちの願いです。

閉塞感がある現代において、物質的・機能的な充足だけでなく、  
精神的な充足や心が豊かであること、そして人生を前向きに進めていく生きることの  
喜びに溢れることが重要だと考えています。

— 私たちの使命

# OUR MISSION

未体験を開拓し、  
すべての人の経験にする。

私たちが目指すものは、人の生きがいを創造し、人生を意義あるものとし、  
すべての人の人生に貢献していくことです。そのために私たちがすべきことは、  
自分自身・顧客・世の中に未知の体験を創り続けることにより、  
人の心を動かし、それを人の経験にし、人々の価値観を変え、行動を変え、  
やがて社会がより良い方向に大きく変えていくことです。

## 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	380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 (株) シネブリッジ (株) マックスプロデュース

### 創業

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

2月

- 東証マザーズ  
上場

2019

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

2021

2022

2月

- ANOBAKA 3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

2023

5月

- 株式会社イリアル設立

2024

1月

- 株式会社  
ガイアコミュニケーションズ  
買収

9月

- 株式会社シネブリッジ、  
株式会社マックスプロデュース  
買収

# 04

## APPENDIX

- 事業ポートフォリオのソリューション全体像、ビジネスモデル

## 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



#### 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〕



#### 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〕



#### ヒューマン ソリューション事業

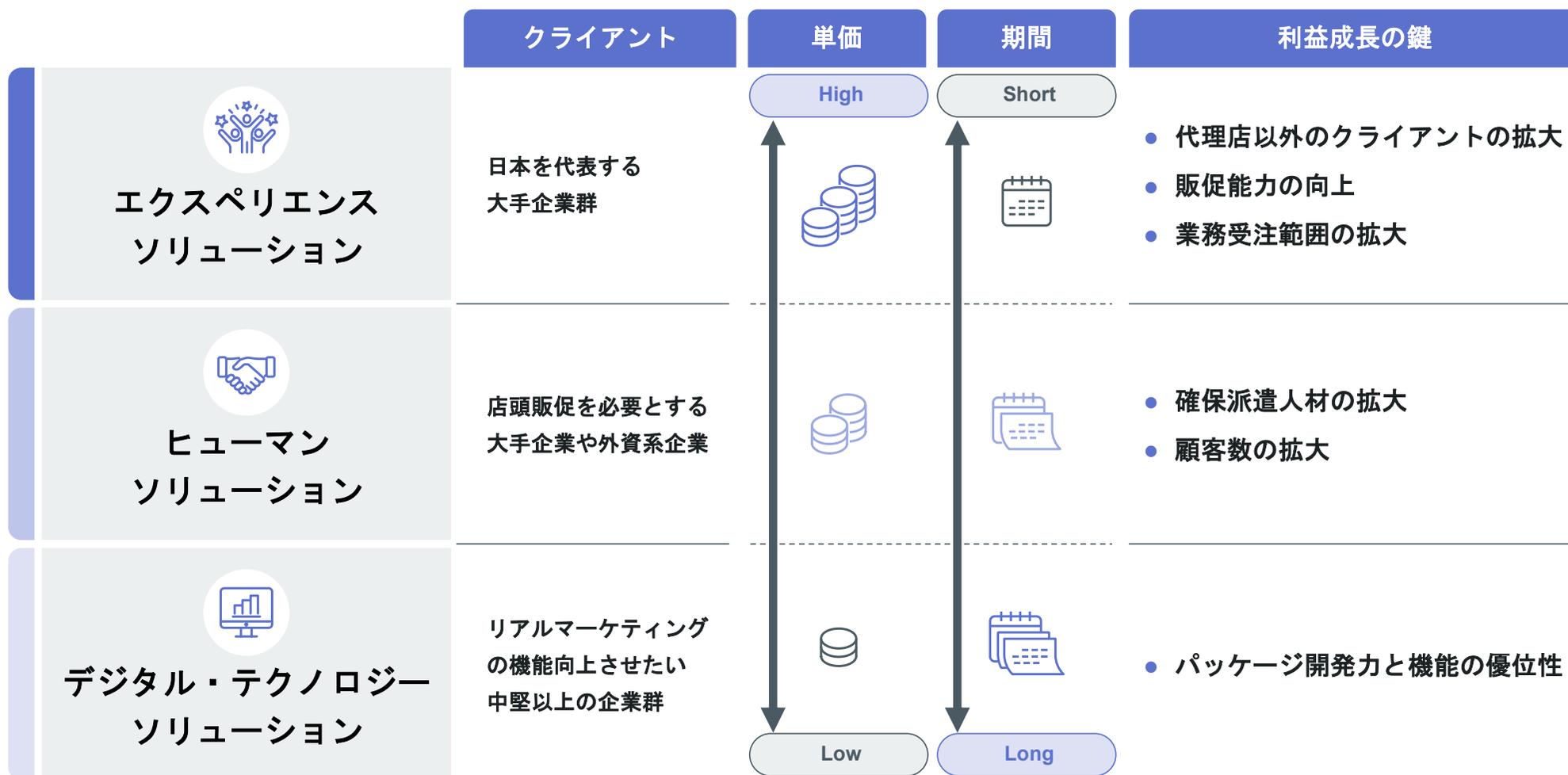
〔人のコミュニケーション  
能力で生み出す収益〕

### マーケティング 支援領域

## ソリューションのビジネスモデル

	事業概要	優位性	サービス例
 <p>エクスペリエンス ソリューション</p>	<p>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。</p>	<p>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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 店頭プロモーション</li> <li>● イベントプロモーション</li> <li>● アウター／インナーブランディング</li> </ul>
 <p>ヒューマン ソリューション</p>	<p>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。</p>	<p>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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 店頭販促支援</li> <li>● 事務局機能</li> <li>● 人材派遣</li> </ul>
 <p>デジタル・テクノロジー ソリューション</p>	<p>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。</p>	<p>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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● メディア&amp;コンテンツプロモーション</li> <li>● メディア運用支援</li> </ul>

## ソリューションの収益モデル



# 04

## APPENDIX

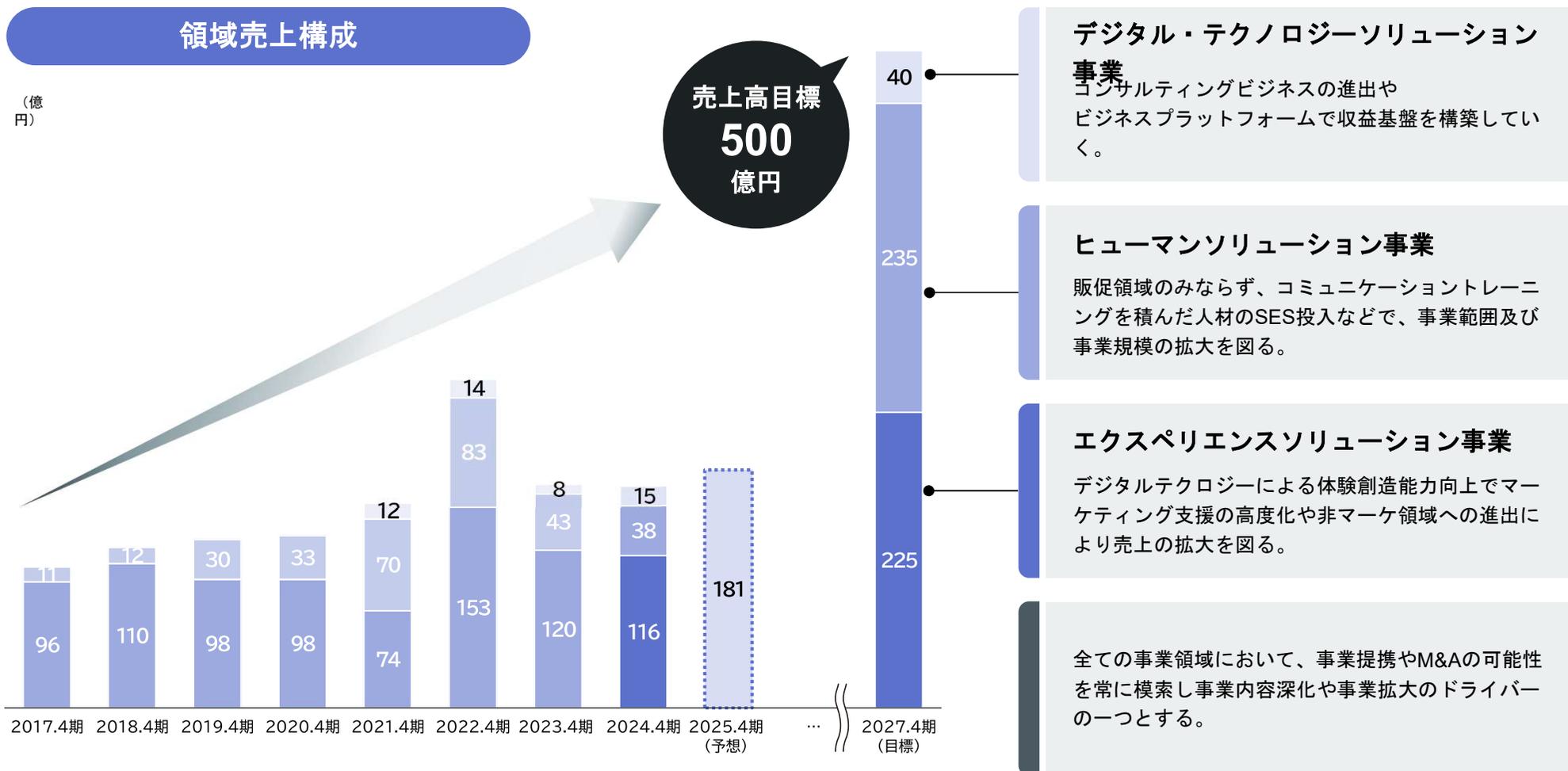
- フロンティアインターナショナルグループの目標(2027年4月期)

## 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)

### 領域売上構成

(億円)

売上高目標  
**500**  
億円



#### デジタル・テクノロジーソリューション事業

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。

#### ヒューマンソリューション事業

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。

#### エクスペリエンスソリューション事業

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。



お問い合わせ先



[info@frontier-i.co.jp](mailto: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及び適切性を検証しておらず、保証しておりません。

本資料のアップデートについて、次回は2025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。