

2020年1月20日

各位

会社名 株式会社フロンティアインターナショナル
代表者名 代表取締役社長 河村 康 宏
(コード番号：7050 東証マザーズ)
問合せ先 取締役管理本部長 清 水 紀 年
(電話：03-5778-3500)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

開催状況

開催日時	2020年1月20日 15:30～16:30
開催方法	対面による実開催
開催場所	東京都千代田区丸の内1-7-12 サピアタワー4～6階 ステーションコンファレンス東京 503C+D
説明会資料名	2020年4月期第2四半期決算説明資料

【添付資料】

投資説明会において使用した資料

以上



2020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
2020年1月
東証マザーズ 7050



01	Company Profile 会社概要	P.2
02	Financial Summary 決算概要	P.6
03	Topics トピックス	P.15
04	Appendix アペンディクス	P.18

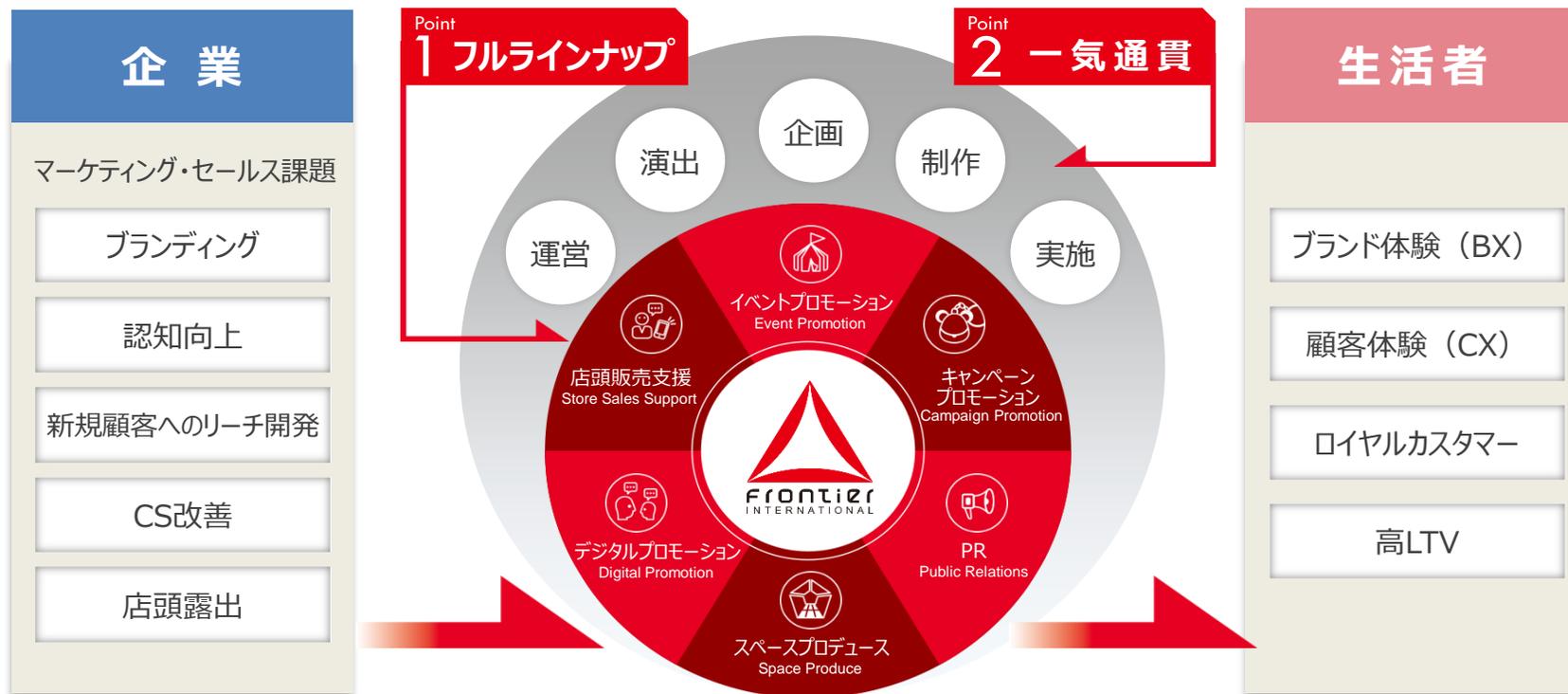
01

Company Profile
会社概要



社名	株式会社フロンティアインターナショナル	1990年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
事業内容	プロモーション事業 ・イベントプロモーション ・キャンペーンプロモーション ・PR ・スペースプロデュース ・デジタルプロモーション ・店頭販売支援	2001年7月	● 現在地（東京都渋谷区渋谷）に、本社移転
代表取締役	河村 康宏	2005年11月	● 名古屋オフィスを新設
設立	1990年6月	2008年2月	● 大阪オフィスを新設
資本金	33,675千円（2019年10月末時点）	2009年5月	● 福岡オフィスを新設
所在地	東京都渋谷区渋谷3-3-5 NBF渋谷イースト	2010年8月	● 中国に划劳通文化艺术咨询（上海）有限公司を設立
主要拠点	国内：東京、名古屋、大阪、福岡、札幌 海外：上海、ジャカルタ	2013年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
正社員数	230人 （2019年10月末時点・連結（国内））	2013年5月	● インドネシアにPT.FRONTIER INTERNATIONAL INDONESIAを設立
子会社	○セルコム株式会社 ○株式会社フロンティアダイレクト ○划劳通文化艺术咨询（上海）有限公司 ○OPT.FRONTIER INTERNATIONAL INDONESIA	2018年2月	● 札幌オフィスを新設
		2018年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
		2019年2月	● 東証マザーズ上場
		2019年7月	● 仙台、横浜、広島、小倉にサテライトオフィスを出店し、国内9拠点に

当社グループが実装する種々の機能により生成される『 Total Promotion 』



Corporate Philosophy

企業理念

「体験がもたらす喜びを、人や社会に」

02

Financial Summary
決算概要



2020/4期（上期）の実施案件の一例

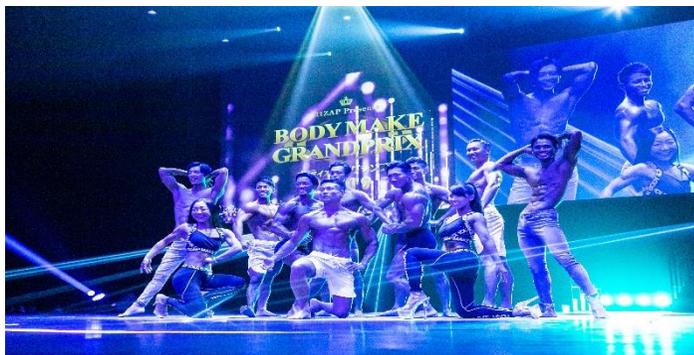
ニュージーランド政府観光局イベント

ラグビーワールドカップに先駆けて、同国首相やオールブラックス前主将も駆け付けてニュージーランドの文化・風土を紹介



RIZAP BODYMAKE GRANDPRIX2019

全国5か所の予選会を勝ち抜いた優勝者が結集して、コンテスト形式で全国大会を実施



テレビ局夏祭りイベント

某テレビ局本社社屋にて2014年から毎年夏に開催している大型イベント



人気漫画のスピノフイベント

人気漫画の映画化を記念して、漫画の世界観を表現したレストランを場所非公開、期間限定、予約のみで実施



2020/4期(上期)決算概要 (損益計算書_連結)

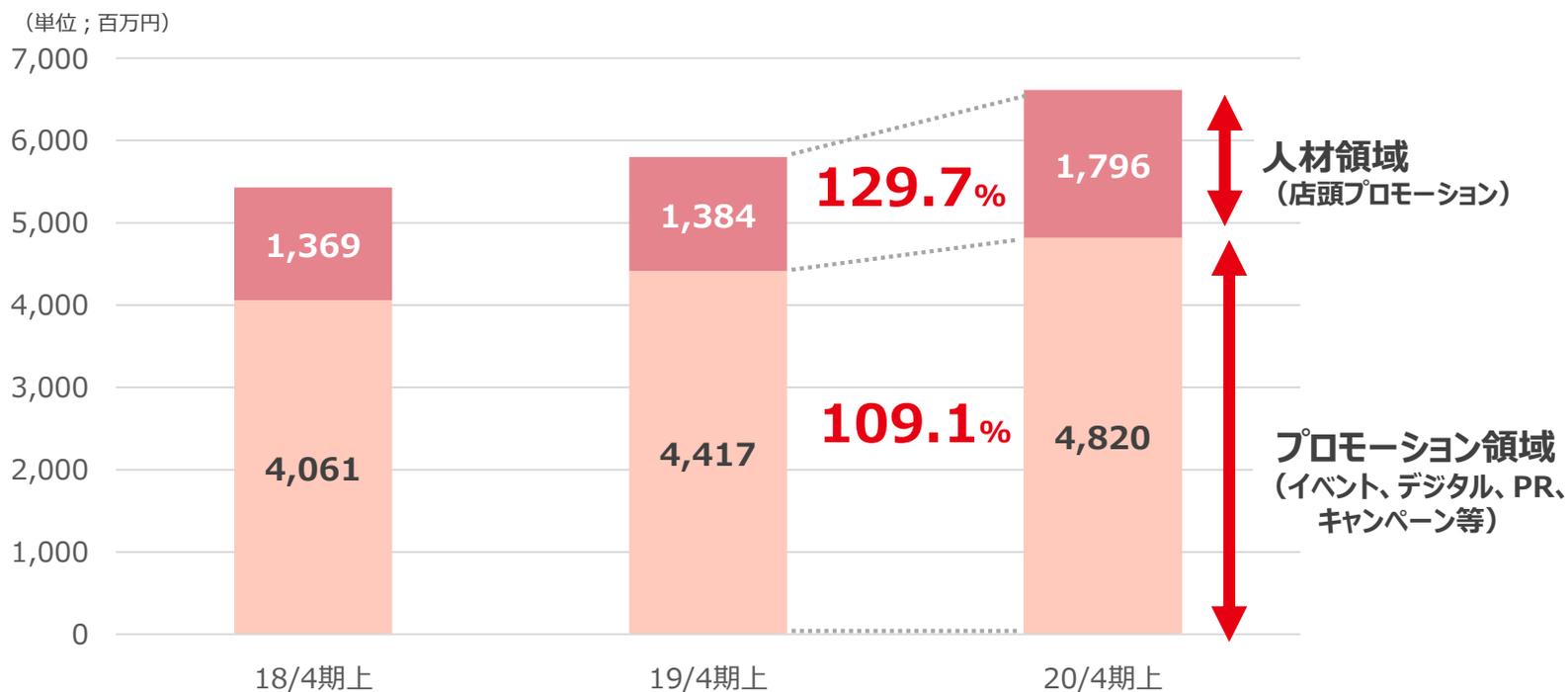
全ての項目で上期過去最高を更新。通期での15期連続増収、7期連続経常増益に向けて弾み。

【連結決算概要 (P/L)】

(単位:百万円)	19/4期(上期)	20/4期(上期)		差異	
	実績	期初予想 (2019/6公表)	実績	前年同期比	期初予想比
売上高	5,832	6,052	6,462	110.8%	106.8%
売上原価	4,471	-	4,862	108.7%	-
売上総利益	1,360	-	1,599	117.6%	-
販管費	822	-	915	111.3%	-
営業利益	538	553	684	127.1%	123.7%
経常利益	540	549	685	126.9%	124.9%
当期利益	355	358	444	124.9%	124.1%

プロモーション領域、人材領域共に伸長も、特に人材領域が大きく牽引

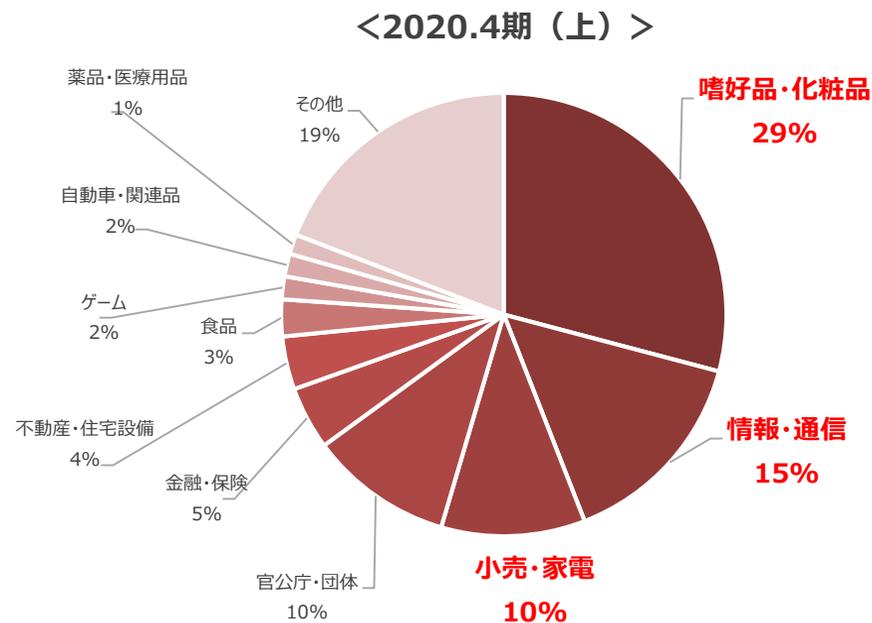
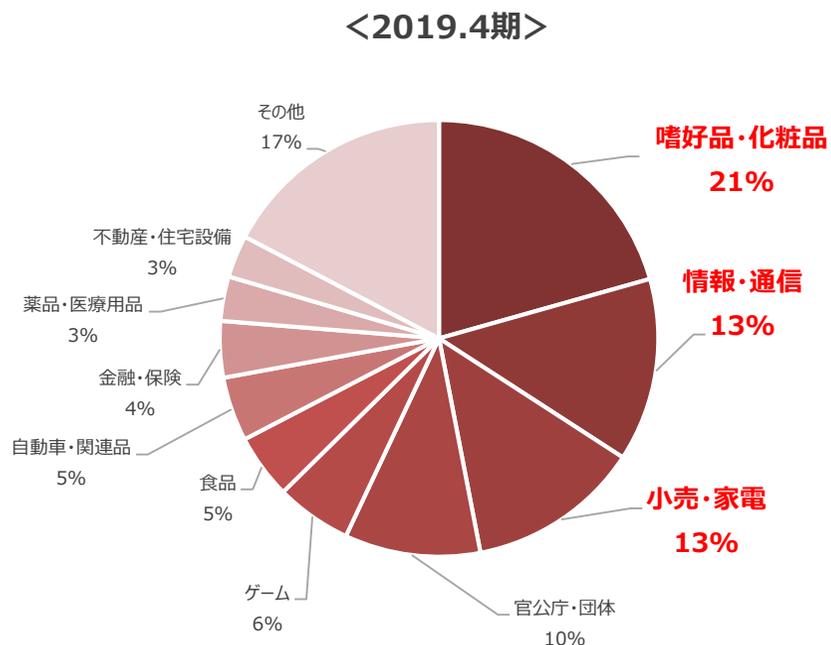
【機能別連結売上高推移】



(※：国内子会社のみ、連結調整前の単純合算値で集計)

「嗜好品・化粧品」が大きく伸ばしたが、TOP3の業界は変わらず継続的に受注

【案件業種別連結売上占有率推移】

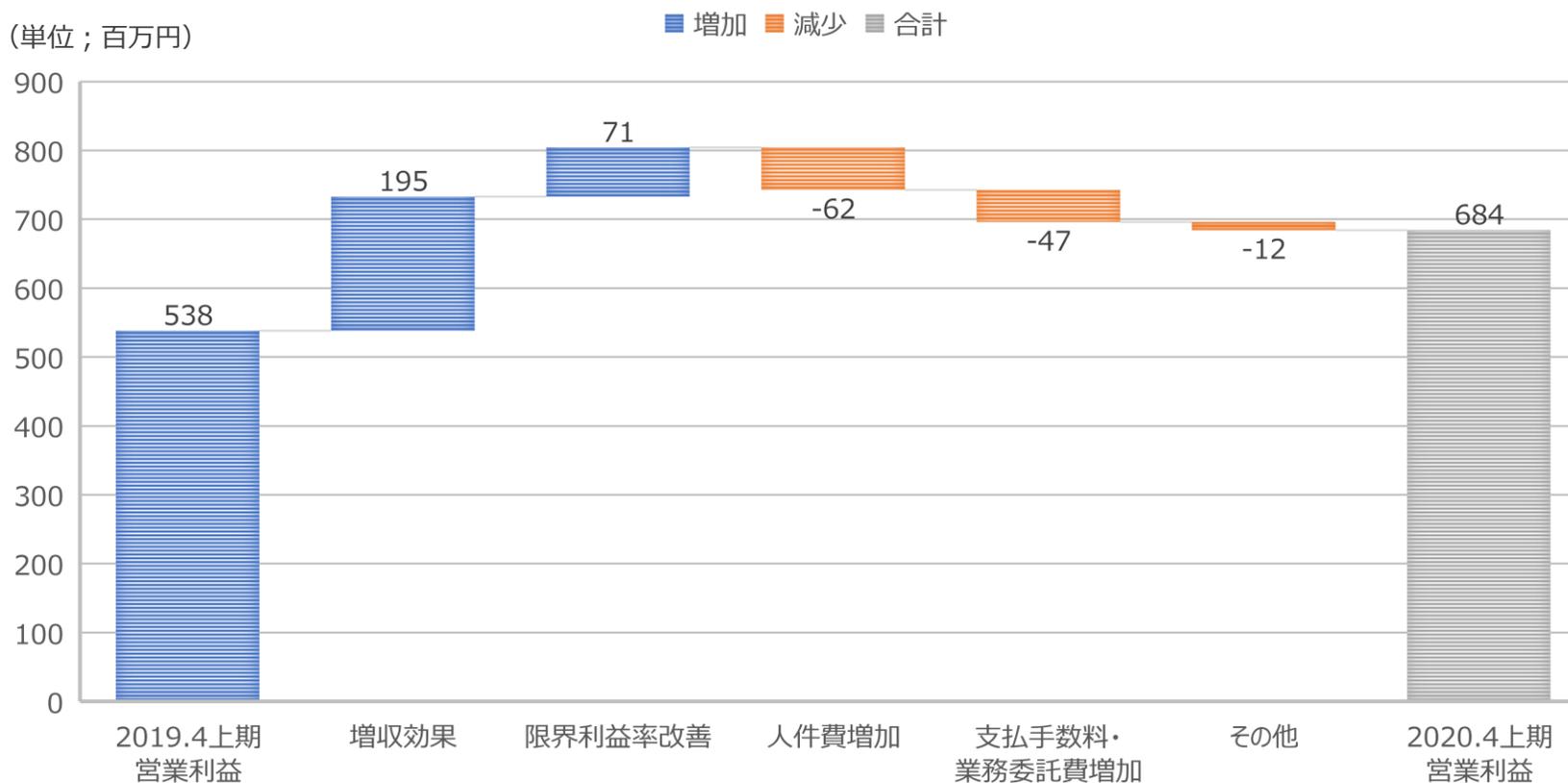


営業利益の増減分析（連結）

リソース確保のためのコスト増加分を、増収・利益率改善施策をもって余裕で回収

【連結営業利益の増減要因】

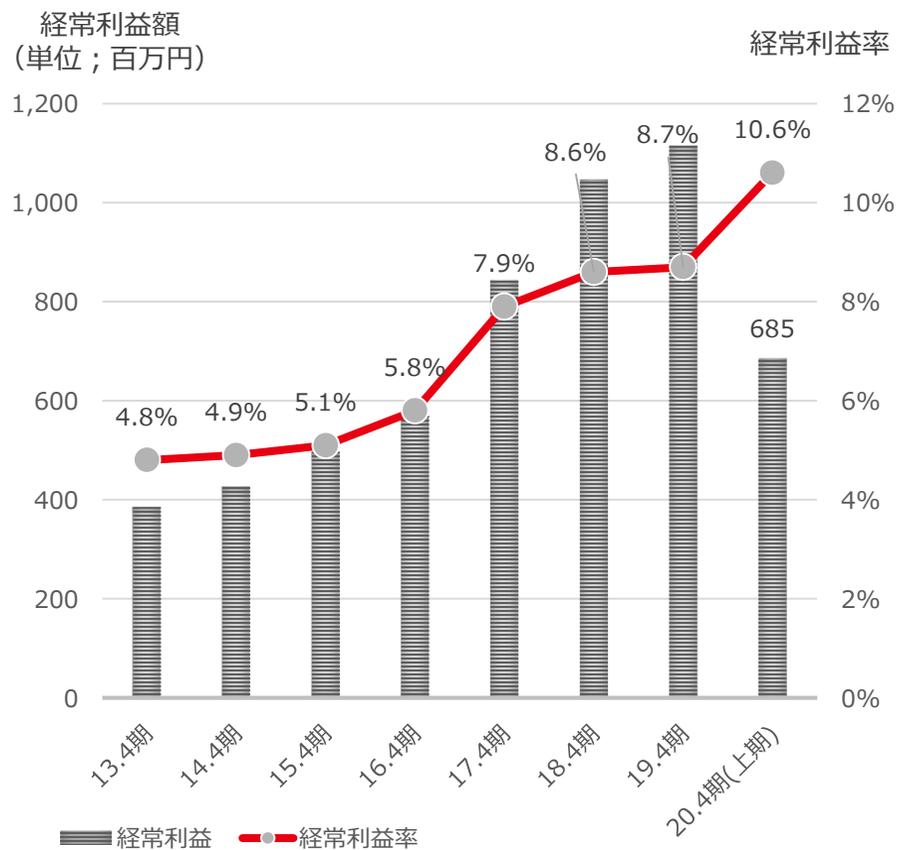
(単位；百万円)



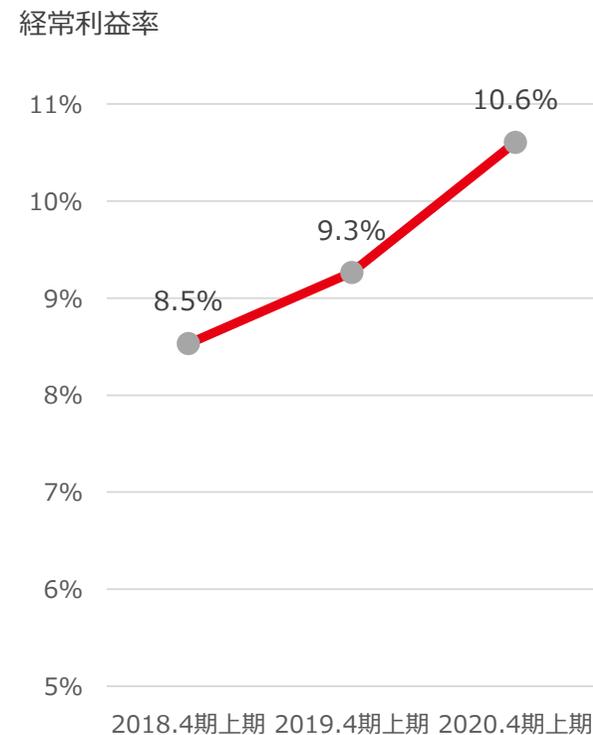
経常利益の推移（連結）

経常利益率も初の10%の大台に到達

【連結経常利益・経常利益率の推移】



【参考】経常利益率の推移(上期のみ)】



2020/4期(上期)決算概要 (貸借対照表_連結)

総資産は微減、大型案件の納品タイミングの都合で未成業務支出金が一時的に大きく増加

【連結決算概要 (B/S)】

(単位：百万円)	2019/4期(期末)	2020/4期(上期末)	増減
	実績	実績	
流動資産	6,779	6,692	-87
現預金	3,468	2,777	-691
売掛金	3,077	3,254	177
未成業務支出金	106	507	401
固定資産	843	765	-78
有形固定資産	56	53	-3
総資産	7,623	7,458	-165
負債	3,153	2,838	-315
有利子負債	-	-	-
純資産	4,470	4,619	149

2020/4期(上期)決算概要 (CF計算書_連結)

各段階CFはマイナスも一時的な原因によるもので、下期には一気に挽回予定

【連結決算概要 (C/F)】

(単位：百万円)	19/4期(上期)	20/4期(上期)	増減
	実績	実績	
営業CF	515	-472	-987
税金等調整前利益	543	683	140
売上債権の増減	472	-178	-650
未成業務支出金の増減	-188	-400	-212
仕入債務の増減	-11	-70	-59
法人税等支払額	-174	-297	-123
投資CF	-52	-47	5
FCF*	463	-519	-982
財務CF	-20	-254	-234
配当支出	-26	-254	-228
期末残高	1,236	1,878	642

※ FCF (フリー・キャッシュ・フロー) : 営業キャッシュフロー+投資キャッシュフロー

03

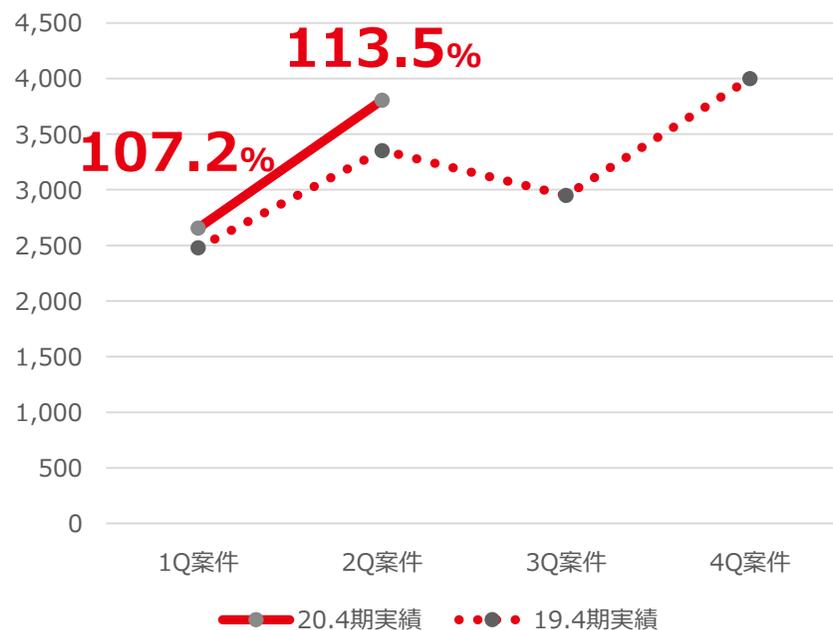
Topics
トピックス



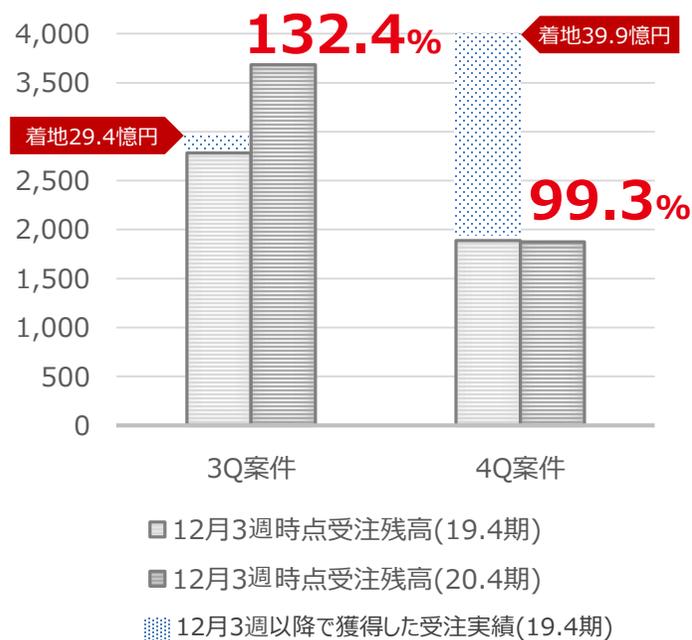
2020/4期決算見通し（連結）

3Qは力強い動き、4Qも今後大型国際イベント案件の本格受注を迎える中、好調だった前期水準で推移

各四半期の売上実績



12月3週時点での3Q・4Q受注状況



目的	効果	テーマ	当社グループの取組み内容
売上 拡大	短期～ 中期	エリア	<ul style="list-style-type: none"> ● IR、万博で注目される関西エリアへのリソース拡充 ● 当社の強みである拠点数（全国9拠点）を活用した全国案件の開発
		機能	<ul style="list-style-type: none"> ● 上流進出のフックとなるPR、デジタル等の機能への投資 ● デジタルサイネージ等のハードウェア事業の拡大
		スペース	<ul style="list-style-type: none"> ● 常設会場の開発等、場を押さえる取組みの推進
	中期～ 長期	データ	<ul style="list-style-type: none"> ● ビーコン、カメラ等でリアルの場における消費者行動のデータ収集と専門企業との提携を模索 ● 自社アプリによる店頭販売データ取得・蓄積に着手
利益率 改善	短期～ 中期	標準化・ システム化	<ul style="list-style-type: none"> ● 指定サプライヤ制度等の原価管理制度の適用範囲の拡大 ● 得意先への見積り工程のシステム化・標準化の推進

04

Appendix
アペンディクス



特徴・強み① 国内外拠点数 / ② 直接取引の存在とボリューム

- 水平展開された各拠点

当社グループの国内外拠点



国内外拠点数

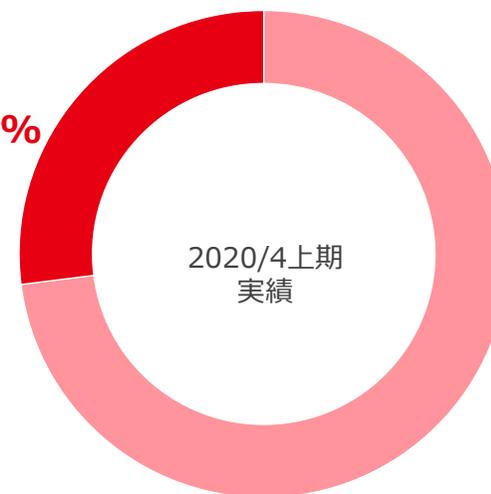
- ローカライズ（特に海外）
- 国内全国案件、海外・国内連携案件対応
- 海外拠点をハブとした世界ツアー案件対応
- 国を超えた顧客接点データ

- 一定規模の直接取引の存在

得意先別売上構成比

直接取引

28%



広告代理店

72%

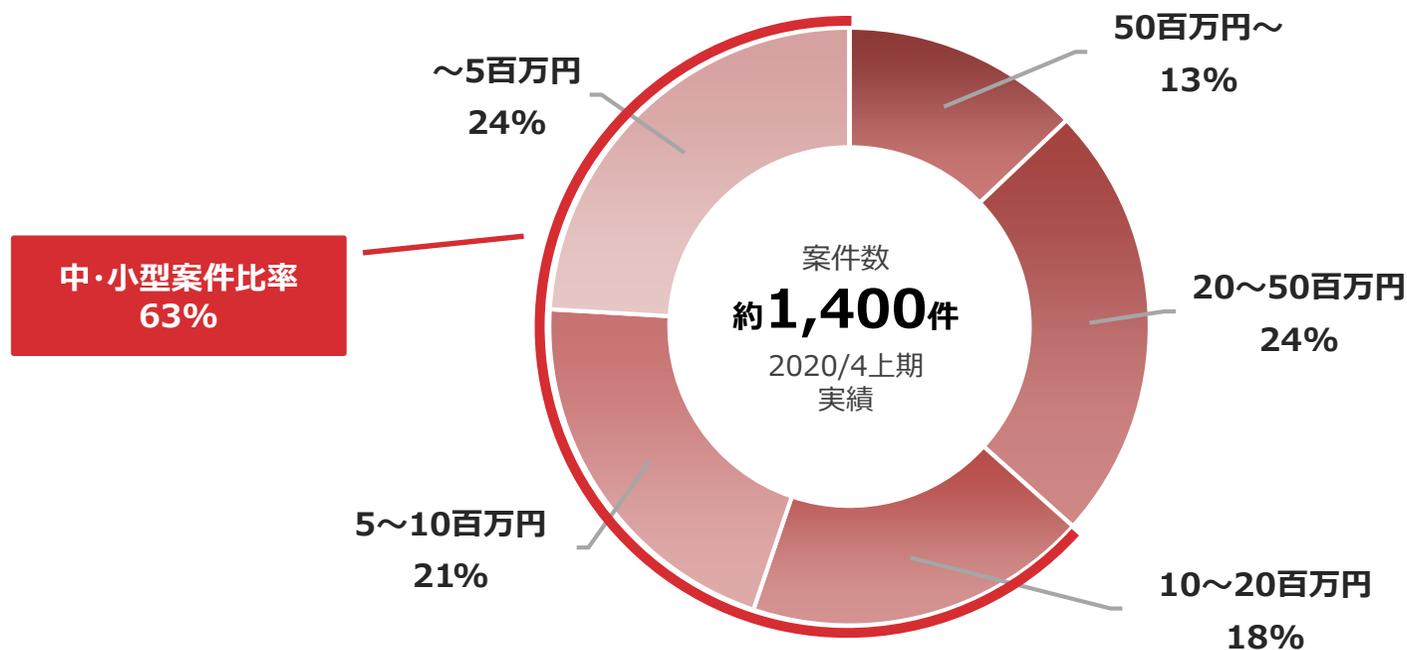
直接取引の存在とボリューム

- クライアントデータへ直接アクセス
- 採算性（中抜き）
- 上流工程へのドメイン拡張性

特徴・強み③ 顧客接点のVolumeとVariety

- 数多くの案件と幅広い案件規模

案件数及び、案件規模別売上高構成比



顧客接点のVolumeとVariety

- 顧客からの信頼と実績
- 顧客接点データの量と質（多様性）

