

事業計画及び成長可能性に関する
説明資料

Contents

- 01** グループ理念
- 02** 会社概要
- 03** 事業ポートフォリオと競争優位性
- 04** 当社グループの特徴・成長戦略
- 05** 財務ハイライトと成長計画
- 06** リスク情報

グループ理念

Group philosophy

01

01 グループ理念

体験がもたらす喜びを 人や社会に

フロンティアインターナショナルは、
生活者の皆様に価値ある「体験」を提供することで
企業が抱える様々なマーケティング課題を解決する
「体験創造」カンパニーです。

生活のあらゆる面でのデジタル化が進み、ライフスタイルそのものが
根底から変わっていくこの社会の中において、いつの時代においても
変わらずに人の心を揺さぶり続けるリアルな「体験」が持つ可能性を追及し
そしてそれを具現化し創り上げることで、人や社会に貢献し続ける会社を
目指しています。

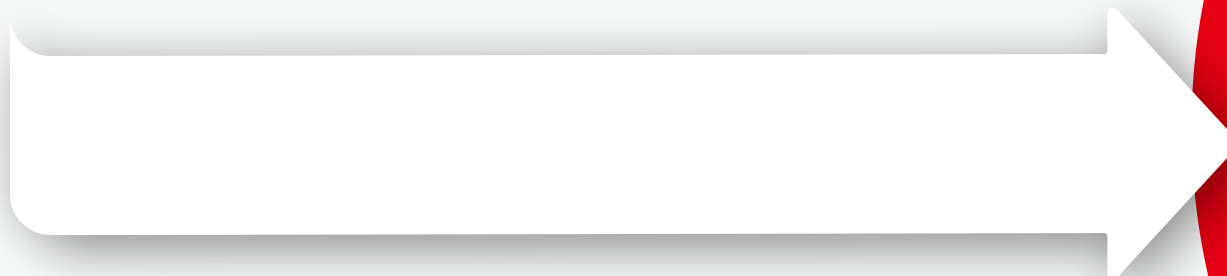
01 グループ理念

当社のミッション

フロンティア
インターナショナルは
ビジネスをドライブさせる

体験創造

COMPANY



会社概要

About us

02

02 会社概要

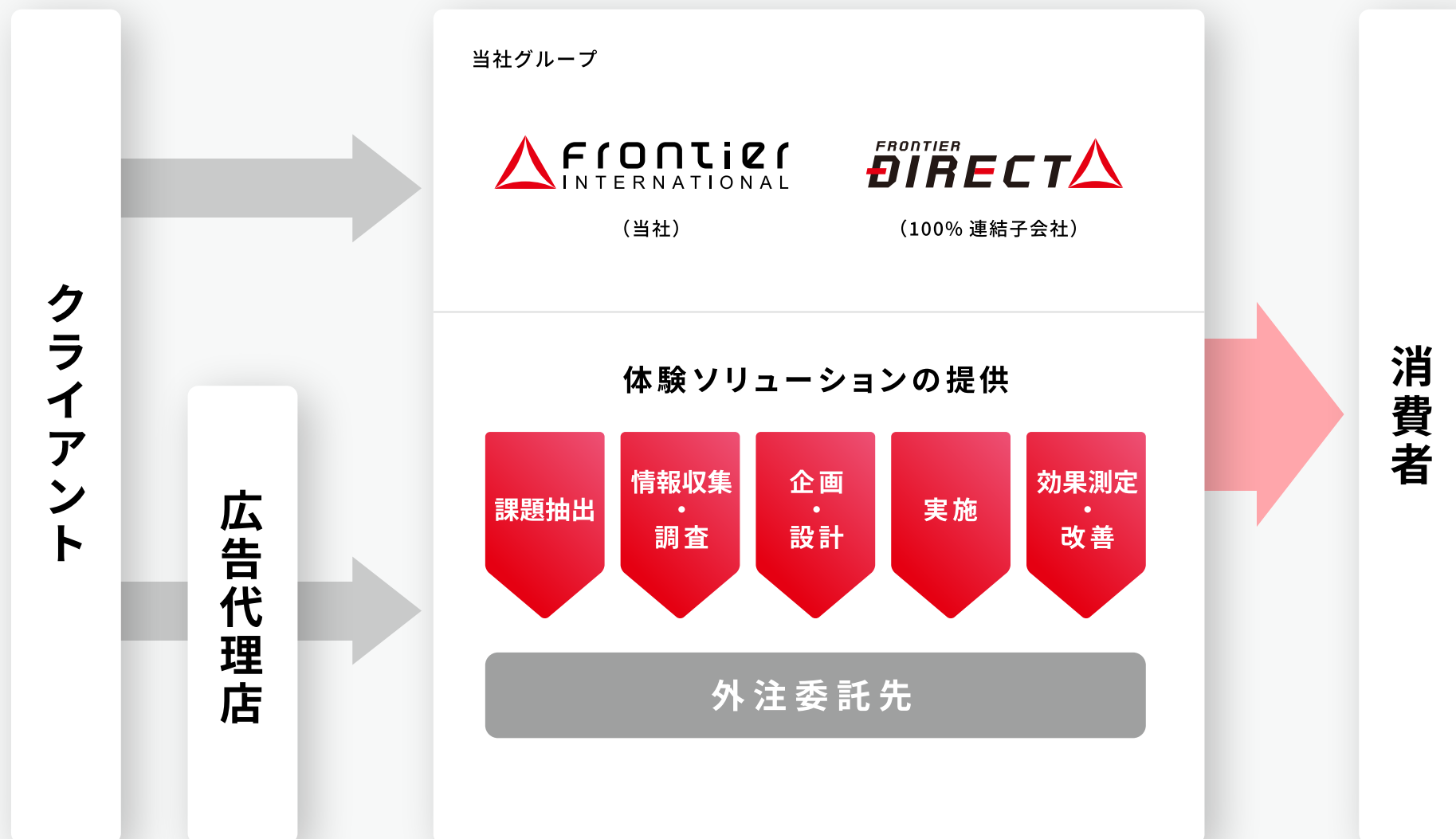
会社概要・沿革

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 3-3-5 NBF 渋谷イースト
主要拠点	国内：札幌、仙台、栃木、東京、千葉、金沢、 名古屋、大阪、広島、小倉、福岡、熊本、 静岡
正社員数	305人
契約社員	稼働 830人 / 登録 30,000名
子会社	連結子会社

- 1990.6 ■ 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
- 2001.7 ■ 現在地（東京都渋谷区渋谷）に、本社移転
- 2005.11 ■ 名古屋オフィスを新設
- 2008.2 ■ 大阪オフィスを新設
- 2009.5 ■ 福岡オフィスを新設
- 2010.8 ■ 中国に划劳通文化艺术咨询（上海）有限公司を設立
- 2013.4 ■ 店頭販売支援事業に特化したセルコム株式会社を設立
- 2013.5 ■ インドネシアに PT.FRONTIER INTERNATIONAL INDONESIAを設立
- 2018.2 ■ 札幌オフィスを新設
- 2018.5 ■ 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
- 2019.2 ■ 東証マザーズ上場
- 2021.6 ■ 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

02 会社概要

収益構造



事業ポートフォリオと競争優位性

Business portfolio and competitive advantage

03

03 事業ポートフォリオと競争優位性

事業ポートフォリオの 3セグメント全体像

マーケティング支援領域を中心としながら
非マーケティング領域まで手掛ける。
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。



03 事業ポートフォリオと競争優位性

当社の事業セグメントの構成

事業概要

サービス例



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(具現化)
による課題解決・サポートにより、
収益を得るビジネス



- 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



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



- 店頭販促支援
- 事務局機能
- 人材派遣



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



- イベント管理／分析
- イベントマッチングPF

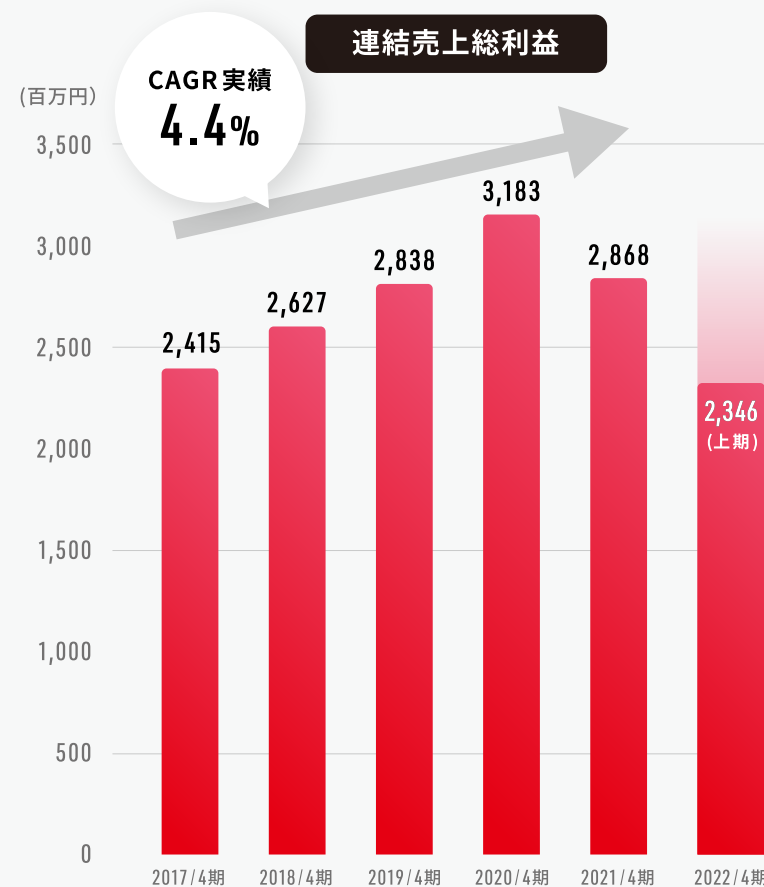
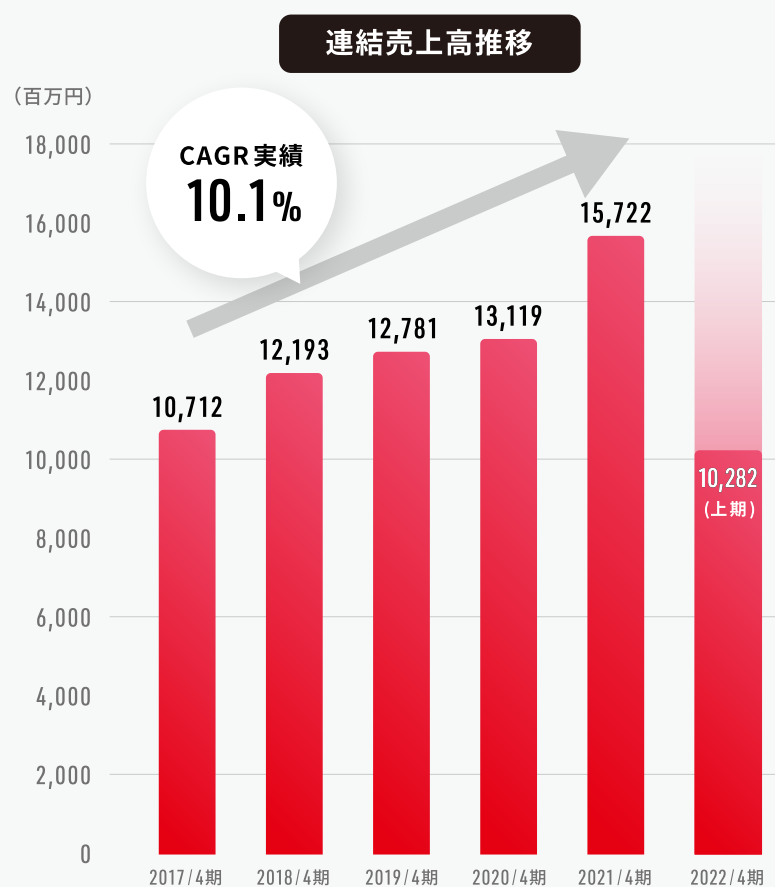


03 事業ポートフォリオと競争優位性

全社売上高の推移

売上高に関しては、2021/4期で16期連続増収を継続中。さらに、2021/4期までの5年間の売上高はCAGR10.1%と大きな伸び、2022/4期も好調に推移。

売上総利益は、2021.4期にコロナの影響を受けたが、これを加味してもここ5年の平均成長率は4.4%と成長を実現。



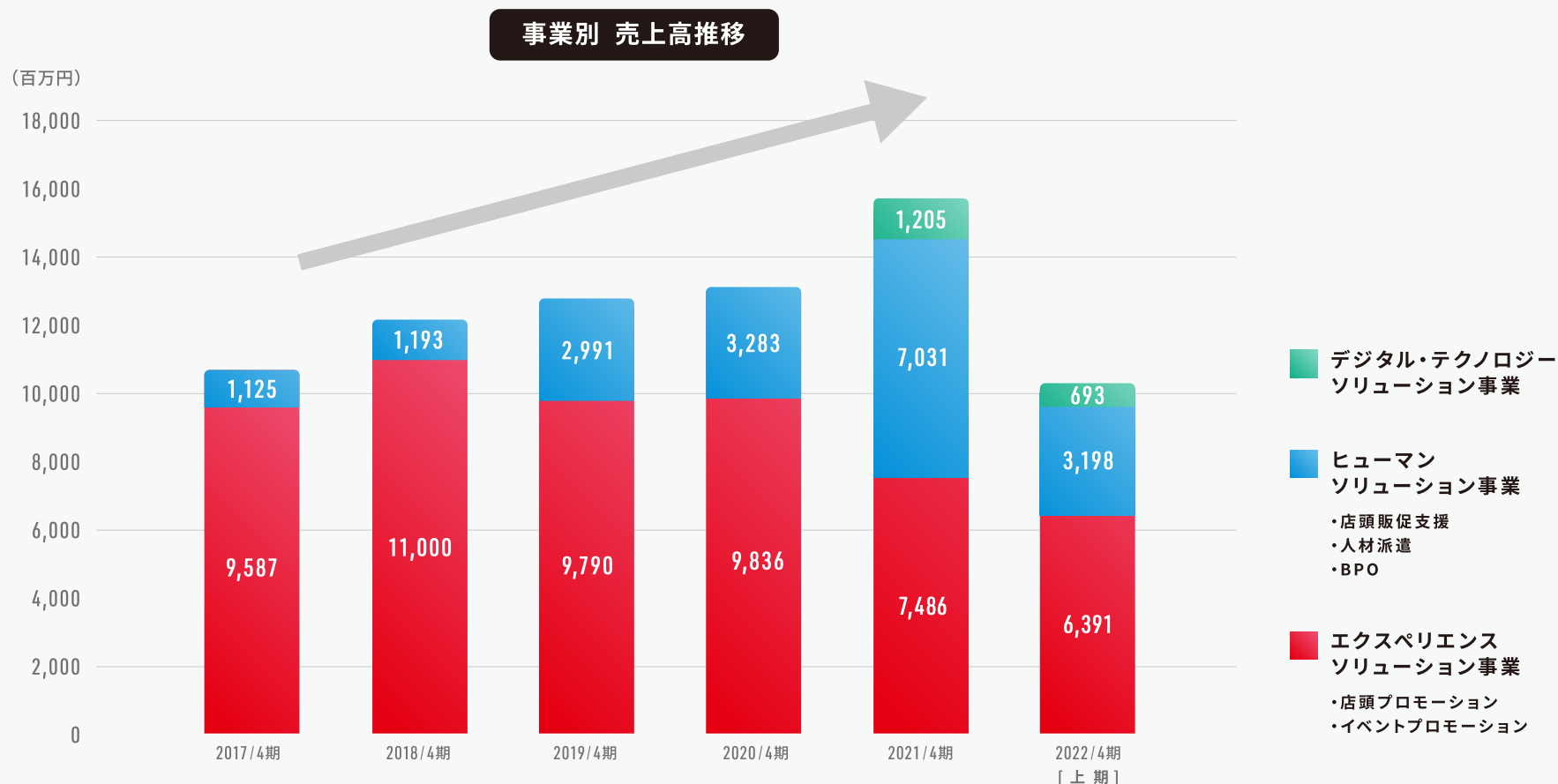
03 事業ポートフォリオと競争優位性

事業別収益の推移

「ヒューマンソリューション事業」が大型継続案件の受注もあり大きく成長している。

「エクスペリエンスソリューション事業」においては、2021年4月期では新型コロナウイルスによる影響を受けて一時的に下落したが、2022年4月期では堅調に推移する見込みである。




「デジタル・テクノロジーソリューション事業」は、2021年4月期にデジタル化を取り組む専門部署を設立し順調に売上を伸ばしている。



03 事業ポートフォリオと競争優位性

各事業セグメントの領域

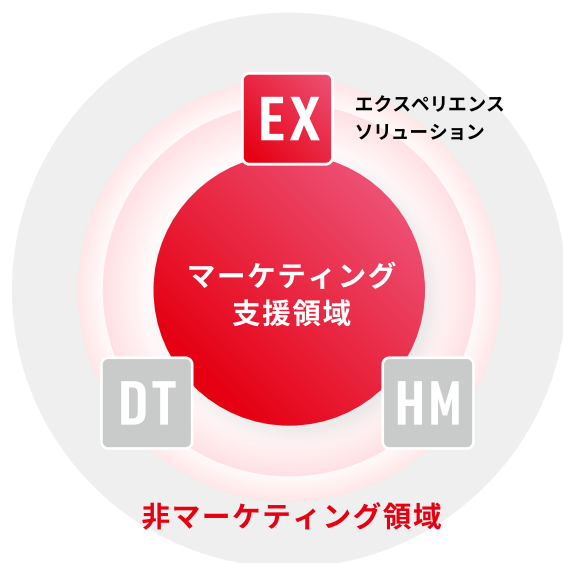
体験創造における

	情報	分析	戦略	企画	設計	実装	運営
 EX エクスペリエンスソリューション				●	●	●	
 HM ヒューマンソリューション						●	●
 DT デジタル・テクノロジーソリューション	●	●	●		●		

03 事業ポートフォリオと競争優位性

事業概要と収益モデル

EX 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

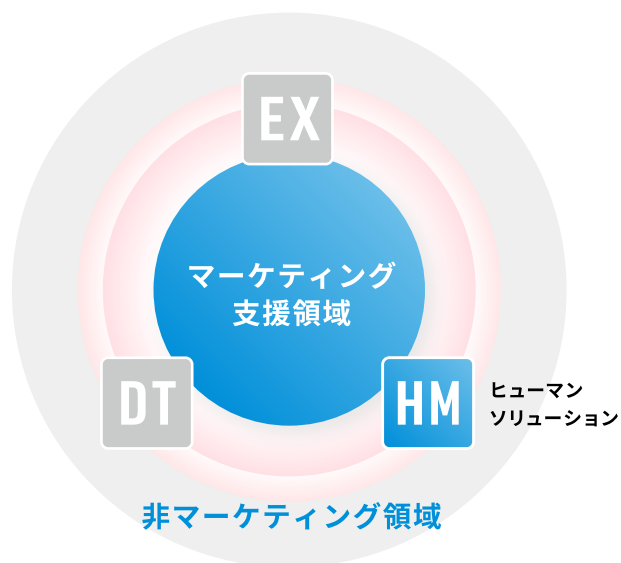
株主総会や社内表彰式、周年パーティー等の企業とステークホルダー／社員と特別な場を作ることで、体験を生み出す



03 事業ポートフォリオと競争優位性

事業概要と収益モデル

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

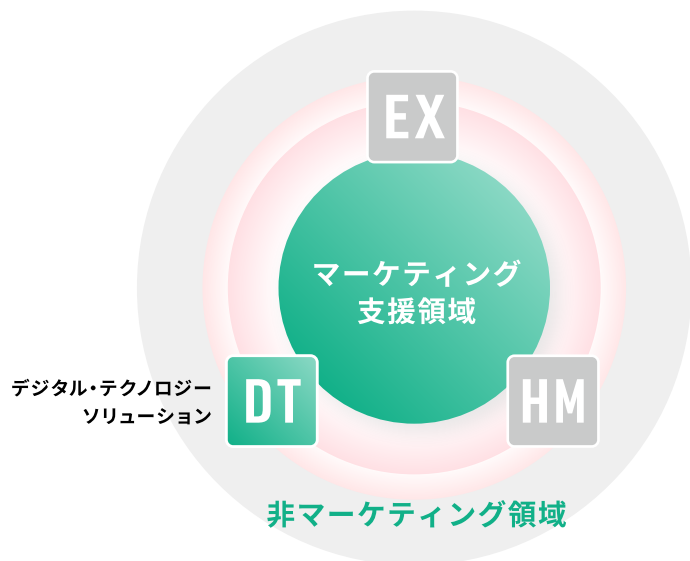


企画策定やスタッフ派遣、事務局運営など行政や公共組織と生活者
／企業／団体と特別な場を作ることで体験を生み出したり、日常的
な体験を拡大する

03 事業ポートフォリオと競争優位性

事業概要と収益モデル

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

マーケティング領域

非マーケティング領域

イベント管理・分析

イベントDX化を推進する「FORESTIS」はイベントコンテンツを一元化することでユーザーのデータ収集・分析により体験を拡大を促進する。



デジタル・オンラインプロモーション

デジタルコミュニケーション戦略からコンテンツ制作・運営迄、ツールやSNS等のデジタルによって体験を生み出す。



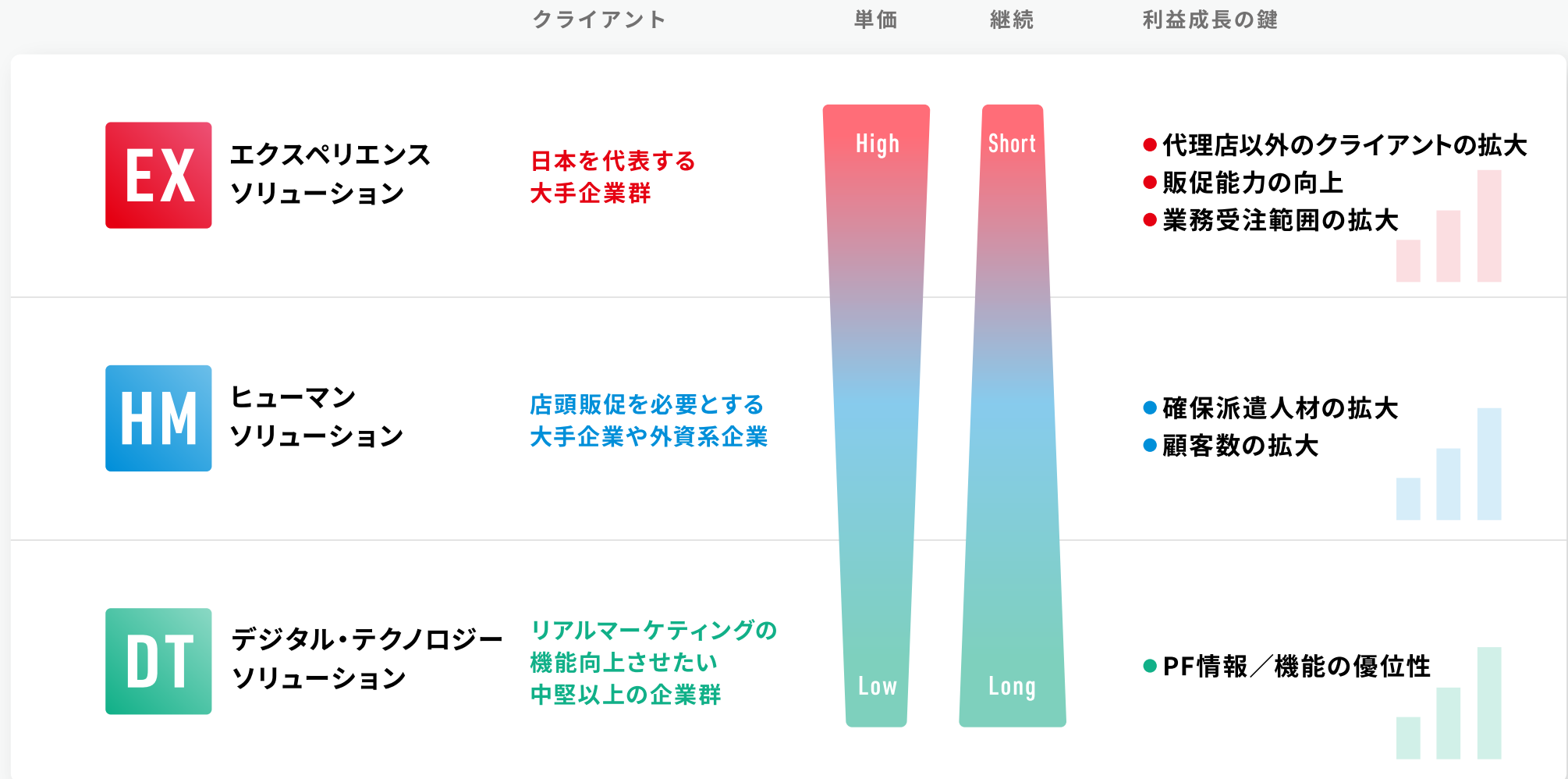
イベントマッチングPF

主催組織と協賛企業のイベントマッチングPF「yougo」は協賛募集するイベントを一元管理することで、体験創出を活発化する



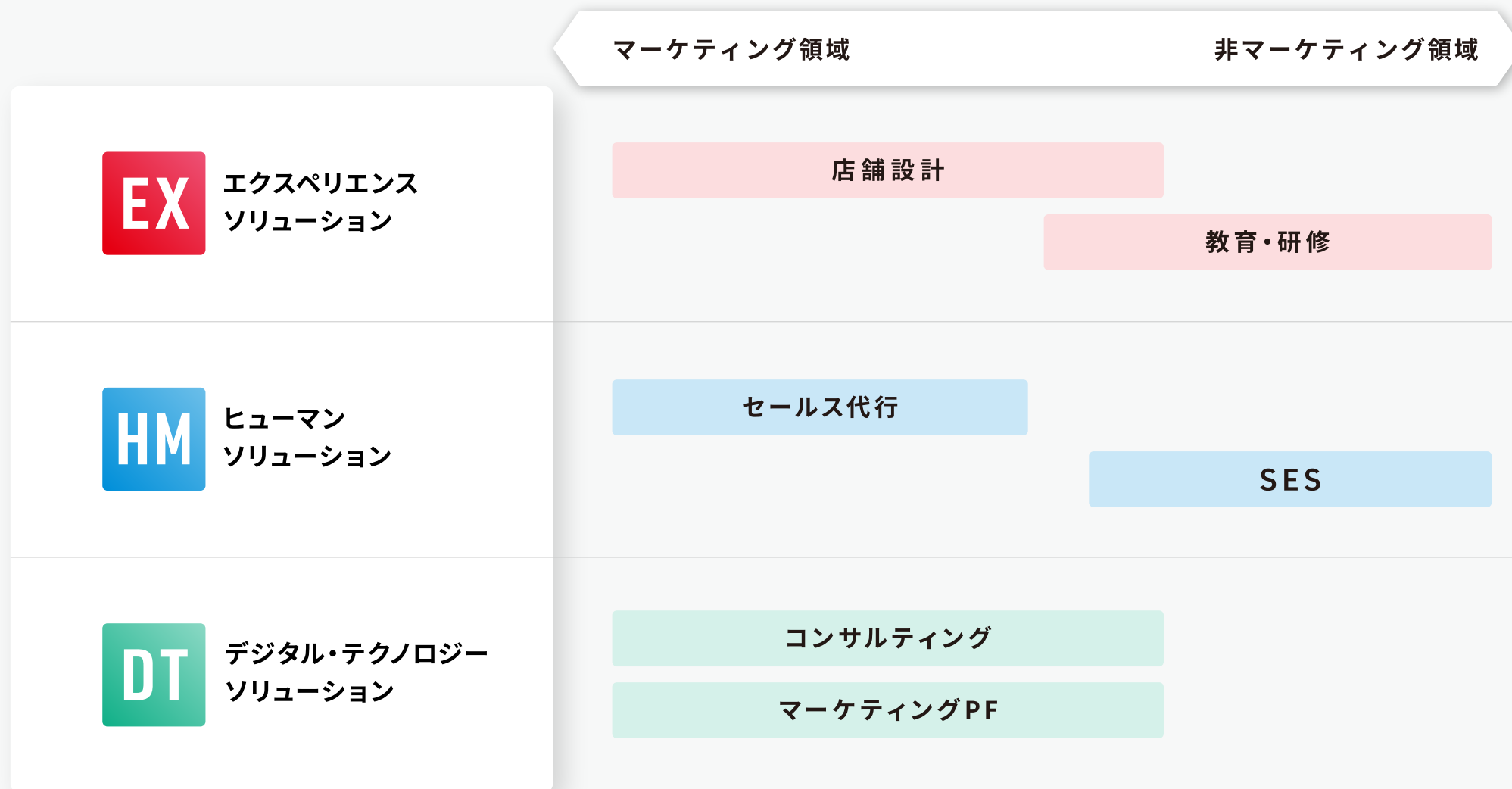
03 事業ポートフォリオと競争優位性

3 事業セグメントの収益モデル



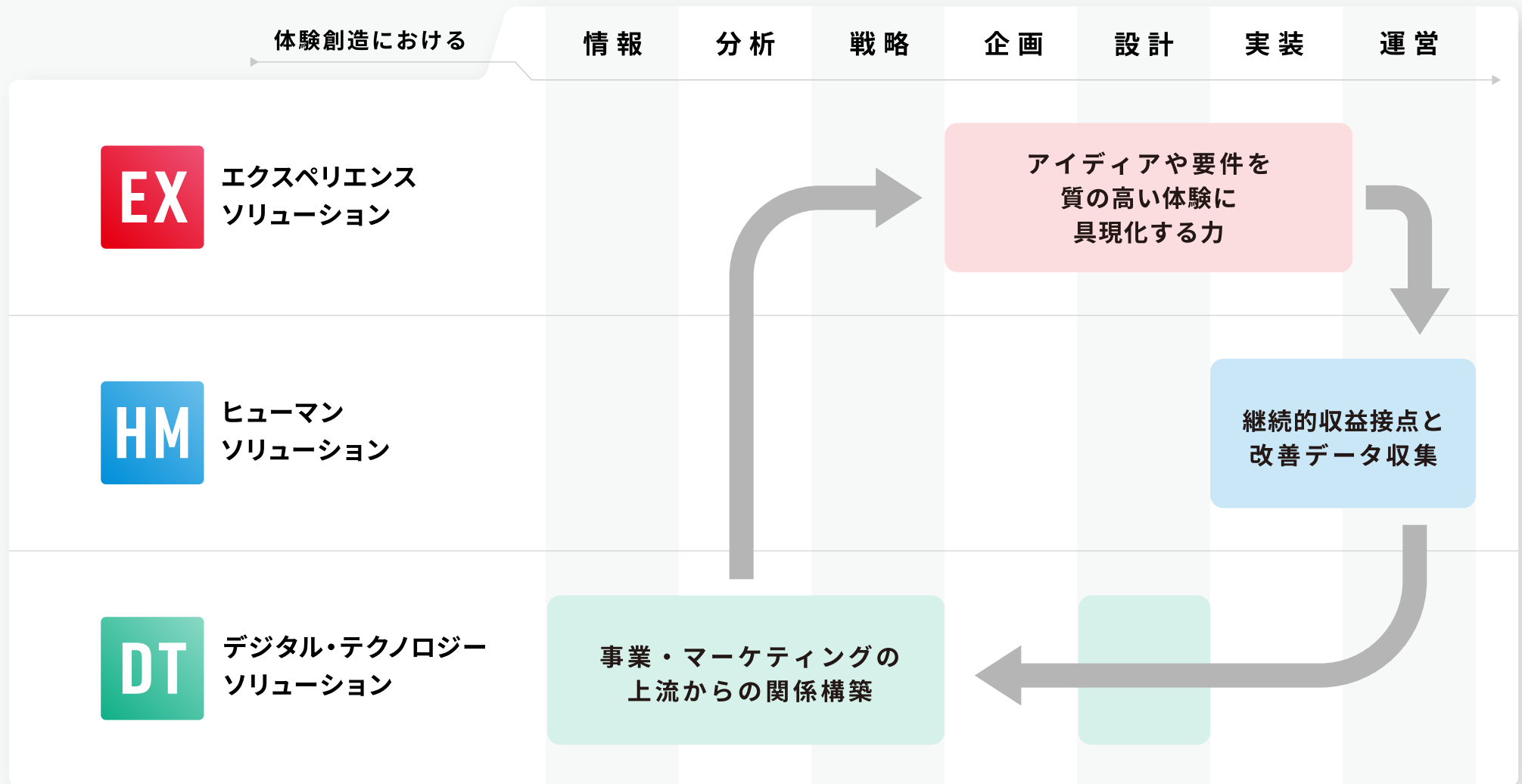
03 事業ポートフォリオと競争優位性

各事業セグメントの将来取組みサービス



03 事業ポートフォリオと競争優位性

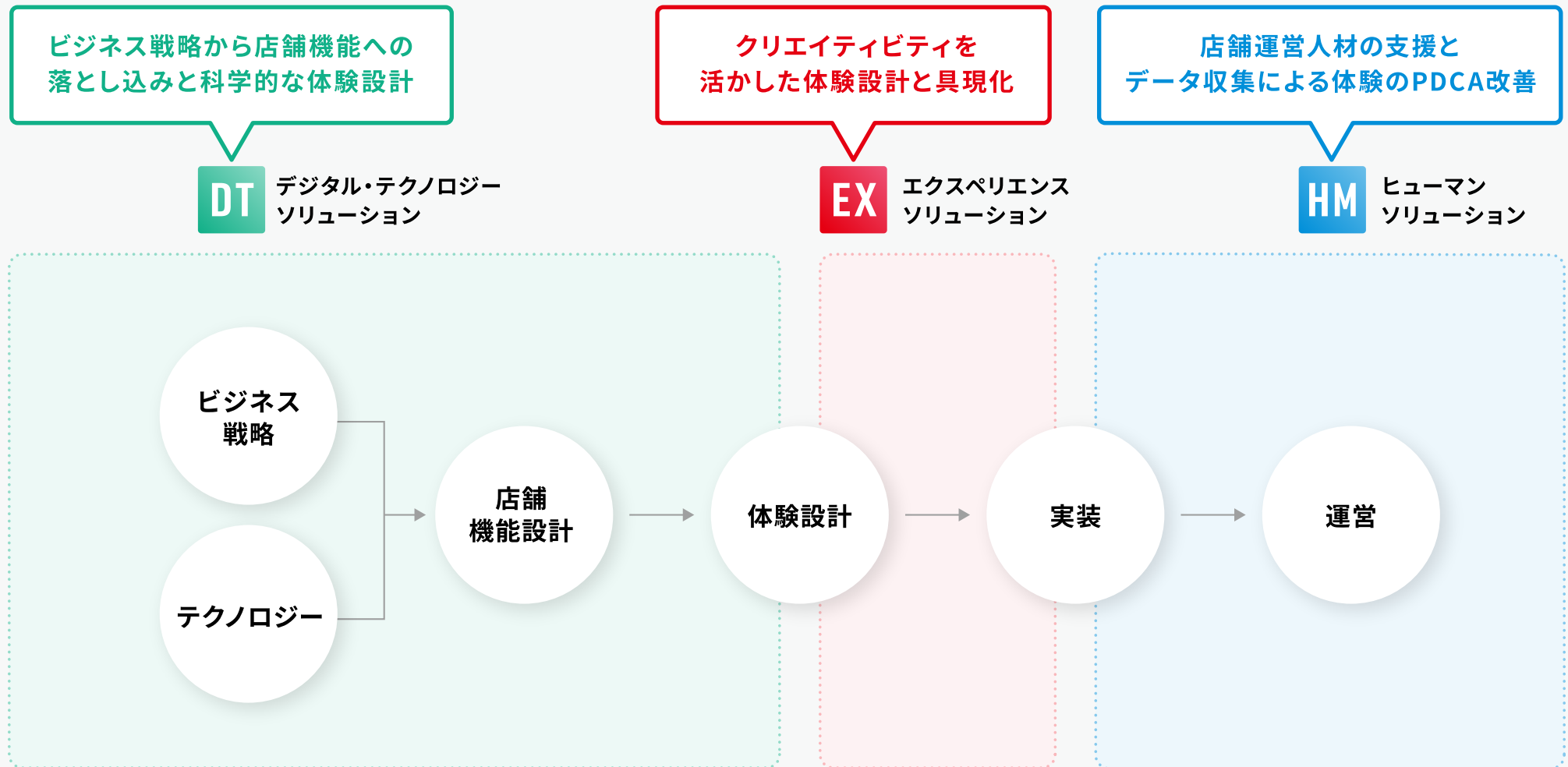
事業セグメント間のシナジー



03 事業ポートフォリオと競争優位性

競争優位の例

D2C ビジネス支援（店舗立ち上げ・運営）の場合



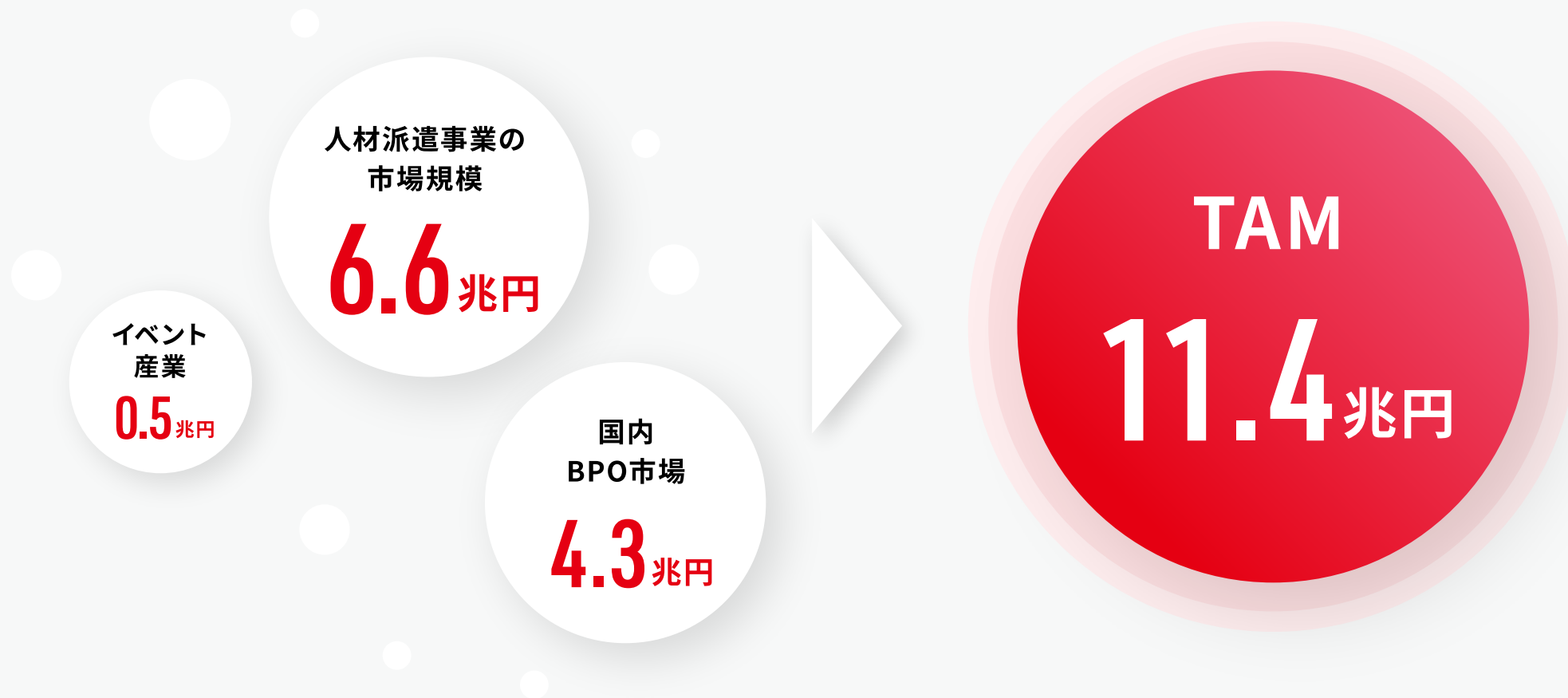
当社グループの特徴・成長戦略

Characteristics and growth strategy of the group

04

04 当社グループの特徴・成長戦略

市場環境

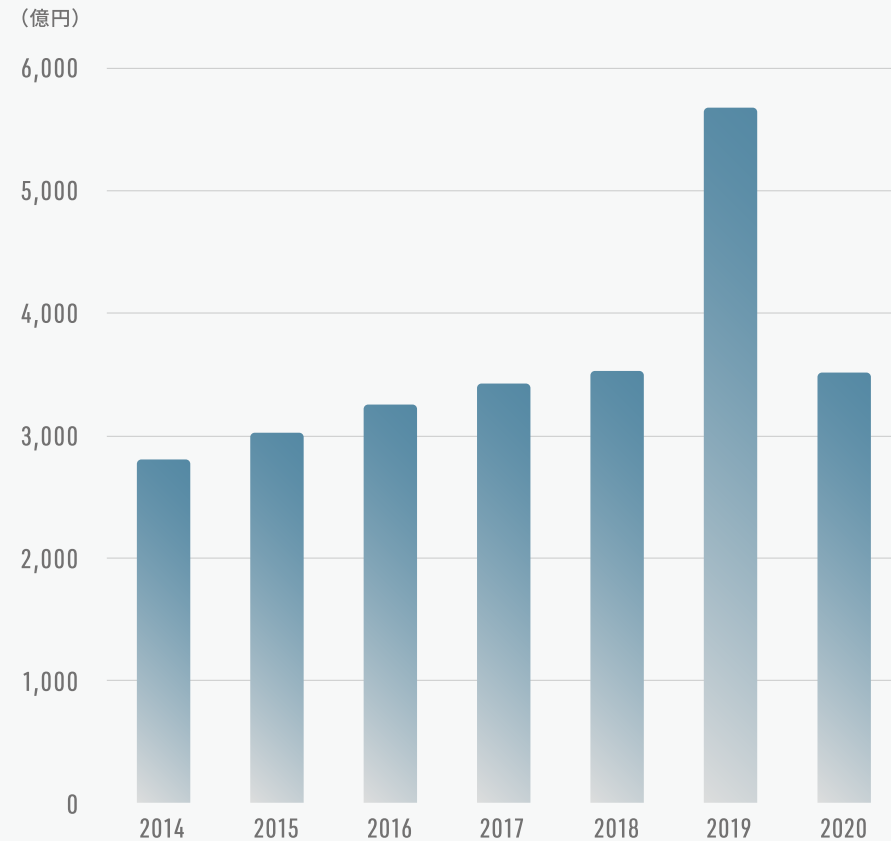


04 当社グループの特徴・成長戦略

イベントの市場環境

- 1 イベント産業自体は長期的なトレンドでは成長傾向にあり、2019年5610億円(5カ年CAGR14.8%)、2020年3473億円(5カ年CAGR2.6%)と成長している分野である。当社グループとしては体験を重視したプロモーションやイベントは消費者への提供価値が高く今後も成長余地が高いとみている。
- 2 新型コロナウイルス感染症による経済活動の制限を受けて、2020年はイベントは一時的に落ち込んだ。
- 3 「新型コロナウイルスの影響もあり、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の開催が急速に伸びている。

イベント運営費の推移



出典：電通「日本の広告費」

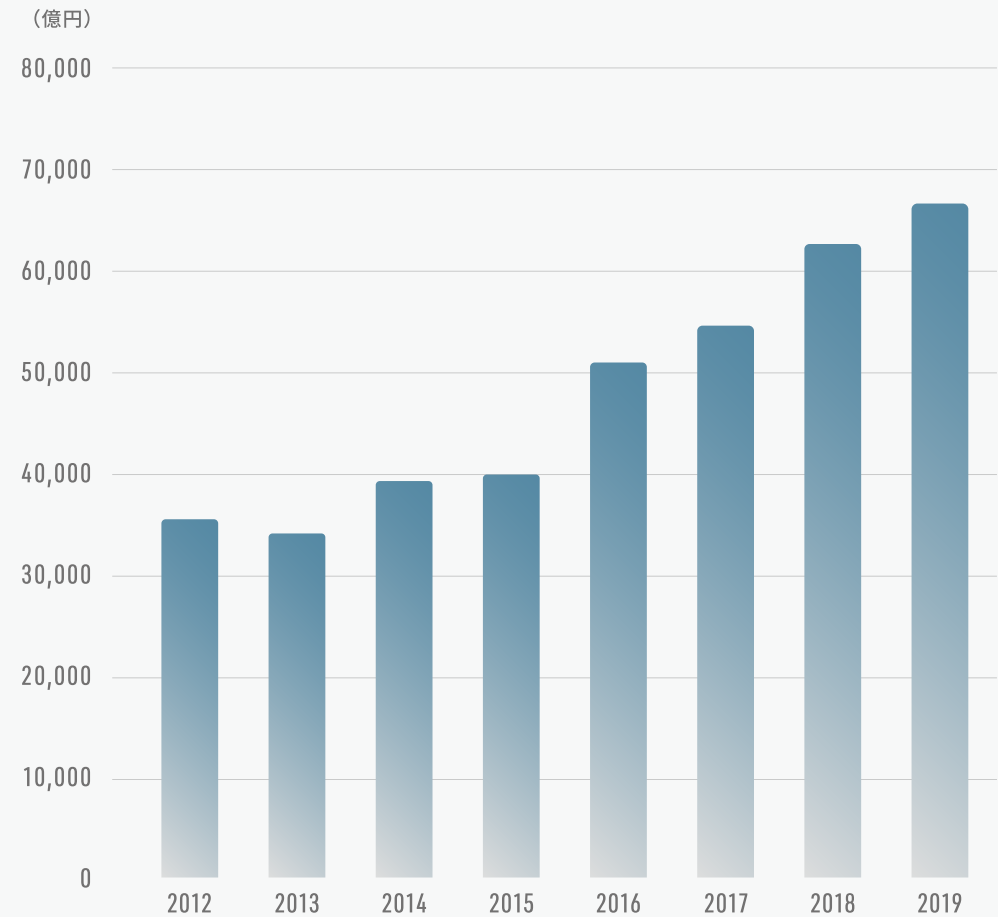
04 当社グループの特徴・成長戦略

人材派遣の市場環境

人材派遣の市場規模：2019年 6.6兆円

- 1 直近 2015年から2019年度までのCAGRは13.4%と伸長している。
- 2 人材派遣では在宅ワークや時短勤務など新しい働き方が浸透しはじめたことにより、育児や介護などで職を離れていた人材が戻ってくるなど人材確保が容易になってきている。
- 3 どの業界においてもハイクラス人材や高いITスキルを持つ人材需要は健在。

市場規模



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

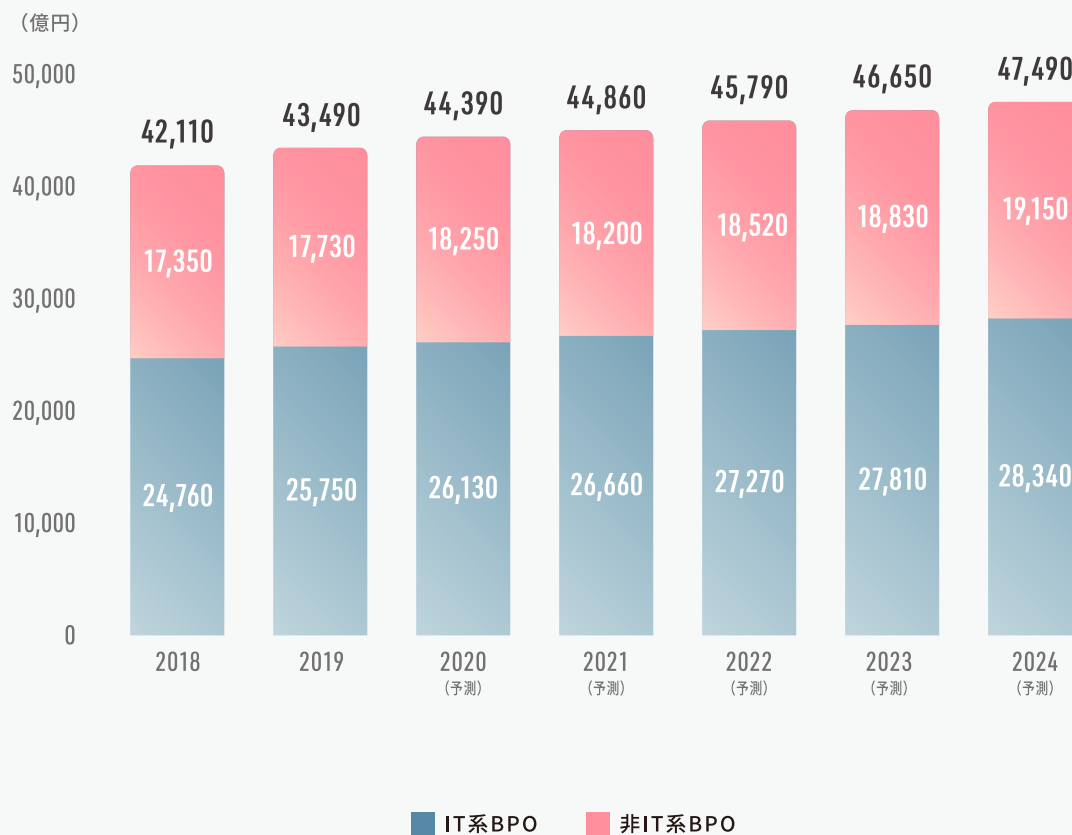
04 当社グループの特徴・成長戦略

BPOの市場環境

BPOの市場規模：2019年 4.3兆円
2020年 4.4兆円

- 1 BPOの市場規模は2018年度以降成長しており、今後も市場が拡大予測されている。
- 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 今後の人口減速や企業の生産性向上が喫緊の企業課題であり、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。

国内BPO市場規模推移予測



出典：矢野経済研究所「BPO市場の実態と展望」

04 当社グループの特徴・成長戦略

戦略全体像

体験創造能力の向上

良質な体験創造の再現性を高める
 為にメソドロジー・テクノロジー
 の開発をし、各事業体に付加価値
 をもたらす。



体験創造
 研究所

Experience Design Institute

マーケティング支援の高度化

リアルイベント領域から、マーケティングコミュニケーション
 全般に広げると共に、体験のリアル・デジタル融合し、
 クライアントのビジネス成果を高めるように進化する

事業開発 & 非マーケティング領域への進出

体験創造ナレッジを応用したビジネスや、コミュニケーション
 を必要とする各産業・業種に対して体験創造技術を注入す
 ることによって、付加価値をもたらす。

04 当社グループの特徴・成長戦略

体験創造におけるR&D

専門性能力獲得の開発投資

収益性向上



体験創造能力の向上

体験創造の研究組織の設立
と外部研究機関との提携

体験創造に関わるDBや
エンジニアリング技術獲得

体験可視化・改善ツールの
実験的導入




EX エクスペリエンスソリューション

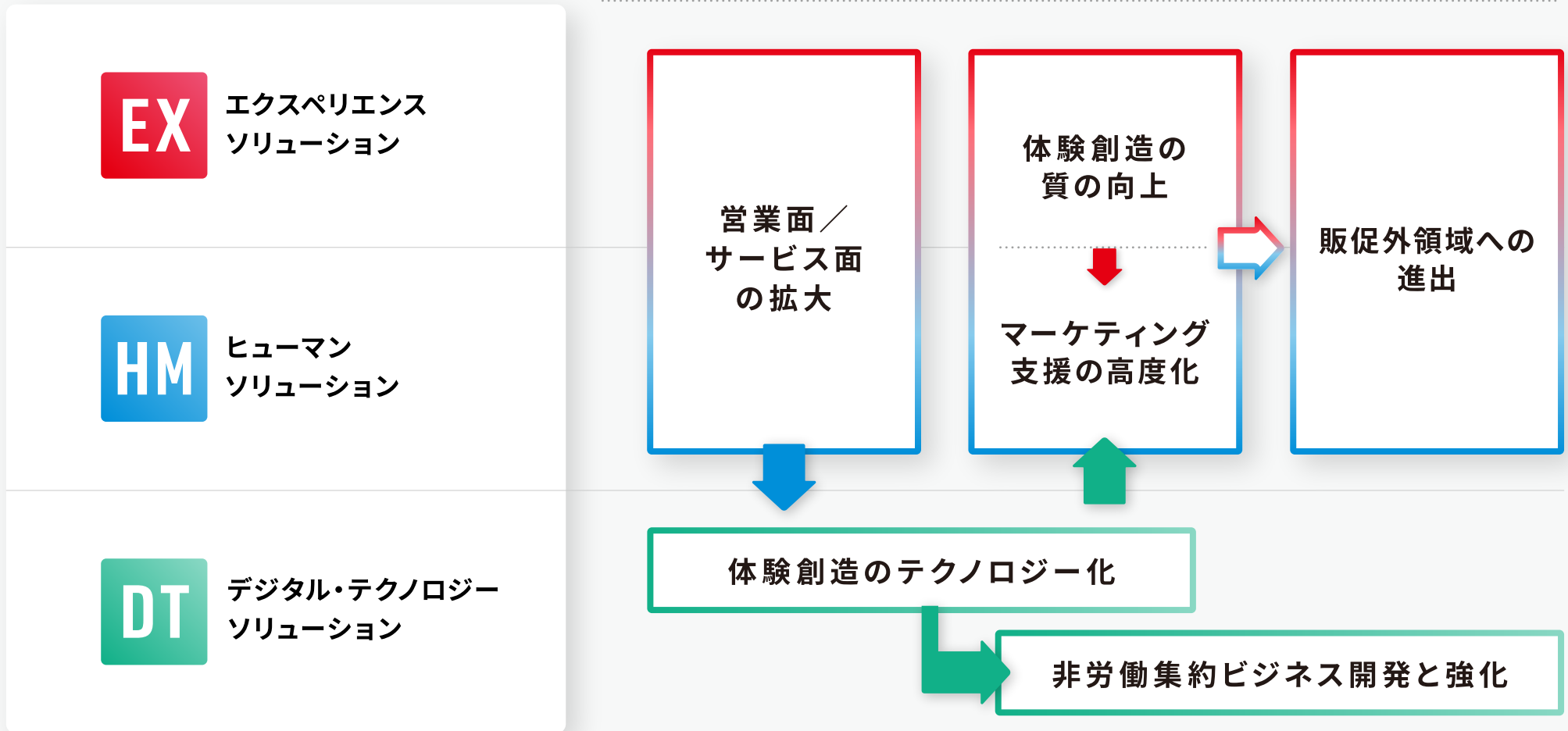
HM ヒューマンソリューション

DT デジタル・テクノロジーソリューション

04 当社グループの特徴・成長戦略

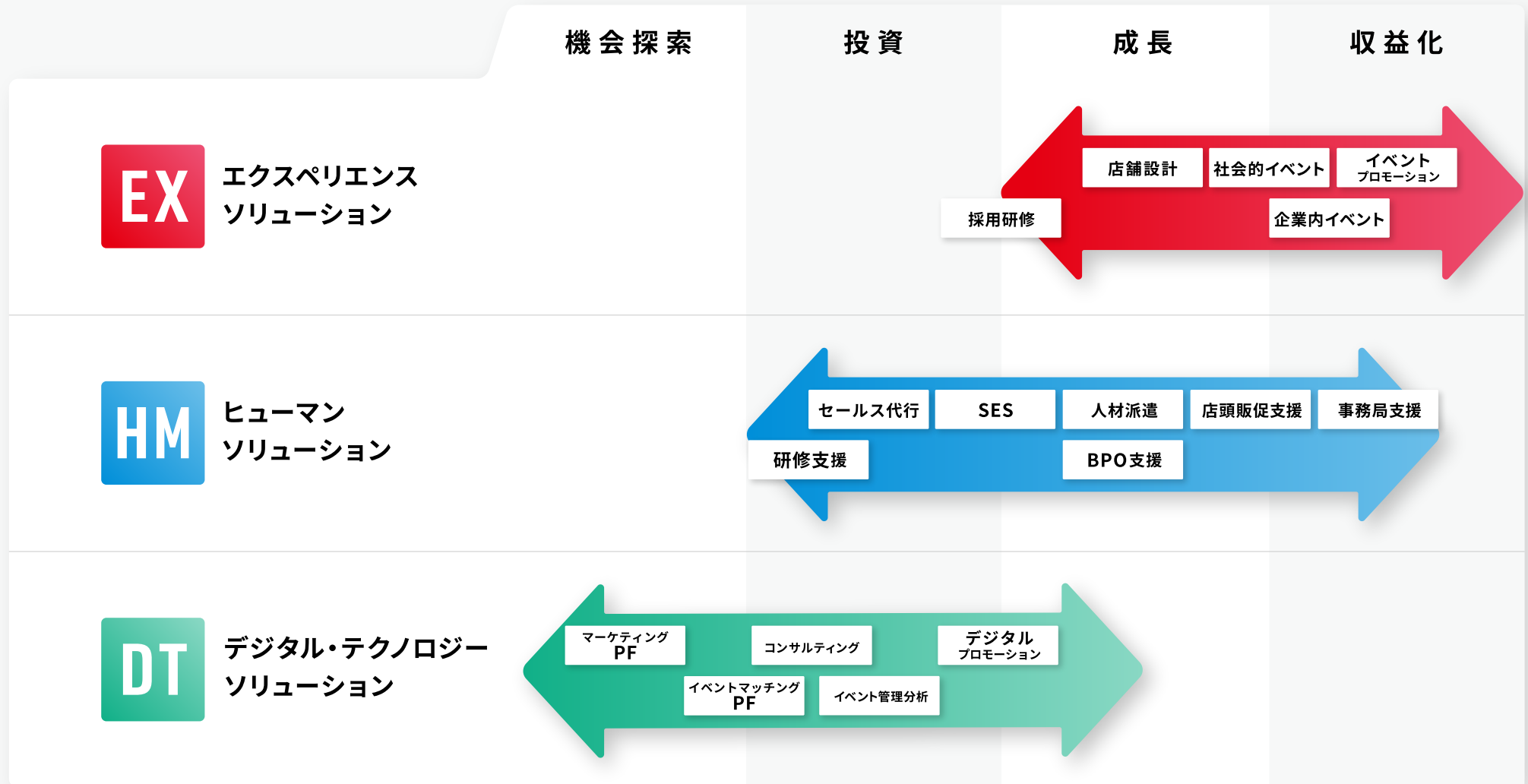
中期における取組プロセス全体像

2022



04 当社グループの特徴・成長戦略

各事業領域における収益環境の考え方



04 当社グループの特徴・成長戦略

中期戦略と施策 **EX** エクスペリエンスソリューション事業

体験創造能力
の向上

マーケティング支援の高度化

- 機能拡充

戦略検討機能の獲得

デジタル × 運用機能の強化

その他 BTL 機能の拡充

- 製品化

ソリューションのサービスパッケージ化

- 営業強化

ベンチャー支援への進出

事業開発 & 非マーケティング領域への進出

- 販促外イベントの強化

スポーツ／文化イベントの拡大

- 店舗分野への進出強化

店舗／D2C 領域への拡大

- 体験の応用分野

教育／研修分野への進出

医療／介護分野への進出

04 当社グループの特徴・成長戦略

中期戦略と施策 **HM** ヒューマンソリューション事業

体験創造能力
の向上

マーケティング支援の高度化

店頭販促業務における人材派遣領域の強化

心理学／脳神経科学を活かした販促強化のサービス化

自社店舗を活用した販促支援の模索



体験の可視化・予測・改善技術の確立



事業開発 & 非マーケティング領域への進出

- 高付加価値領域進出 コミュニケーショントレーニングを積んだ人材をSESへ投入
- 高付加価値化 販促以外の人材派遣領域（BPO・公示等）への実験的進出
- セールス代行／研修領域への進出

04 当社グループの特徴・成長戦略

中期戦略と施策 **DT** デジタル・テクノロジーソリューション事業

体験創造能力
の向上

マーケティング支援の高度化

コンサルティングビジネスへの進出



体験の可視化・予測・改善技術の確立

独自のソフトウェアエンジニアリング技術の獲得

DB 基盤の整備



事業開発 & 非マーケティング領域への進出

● イベント領域の強化

外部 IT 企業との共同事業開発

● マーケティング領域の強化

SaaS 型 PF 事業開発

マーケティング活動支援のビジネス PF のローンチ

財務ハイライトと成長計画

Financial highlights and growth plans

05

05 財務ハイライトと成長計画

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年4月期に連結売上高500億円、連結営業利益50億円を目標としている。営業利益については利益率10%超の水準を維持していくことを目標設定している。

単位：百万円

	2017/4期	2018/4期	2019/4期	2020/4期	2021/4期	2022/4期 (上期)	2027/4期 (目標)
売上高	10,712	12,193	12,781	13,119	15,722	10,282	50,000
営業利益	843	1,047	1,126	1,285	751	1,401	5,000
利益率	7.9%	8.6%	8.8%	9.8%	4.8%	13.6%	10.0%
経常利益	843	1,047	1,115	1,288	943	1,418	5,000
当期純利益	504	714	819	825	519	929	3,270

05 財務ハイライトと成長計画

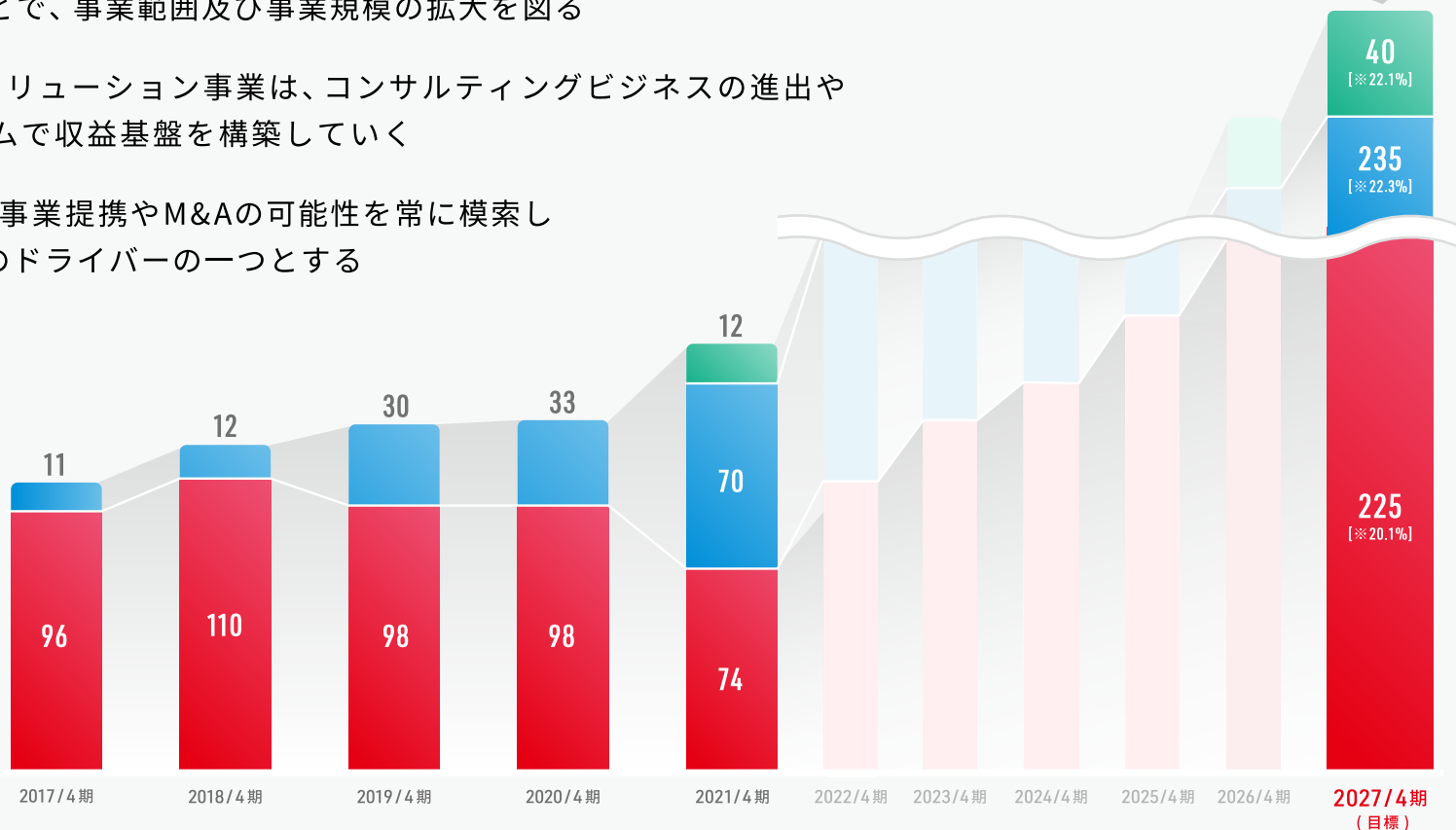
フロンティアインターナショナルグループの目標 (将来の事業構成)

- 1 エクスペリエンスソリューション事業は、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
- 2 ヒューマンソリューション事業は、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
- 3 デジタル・テクノロジーソリューション事業は、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
- 4 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

売上高目標 **500** 億円 [※21.3%]

セグメント売上構成

- 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



[※2021/4期を起点としたCAGR]

リスク情報

Risk Information

06

06 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

項目	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
[事業内容・提供サービス] 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	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。
[事業内容・提供サービス] 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
[事業内容・提供サービス] 新型コロナウイルス	新型コロナウイルスの感染拡大により、経済活動の再制限が行われた場合、エクスペリエ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	中	<ul style="list-style-type: none"> ● コロナ渦におけるコミュニケーションのあり方や社会構造の変化を見据えて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。 ● 非マーケティング領域のBPOなどに深耕することで安定した受注の確保に努めることで対応。

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、保証しておりません。

本資料のアップデートについて、次回は2022年7月を予定しております。今後、事業年度経過後を3ヵ月以内に開示を行う予定です。