

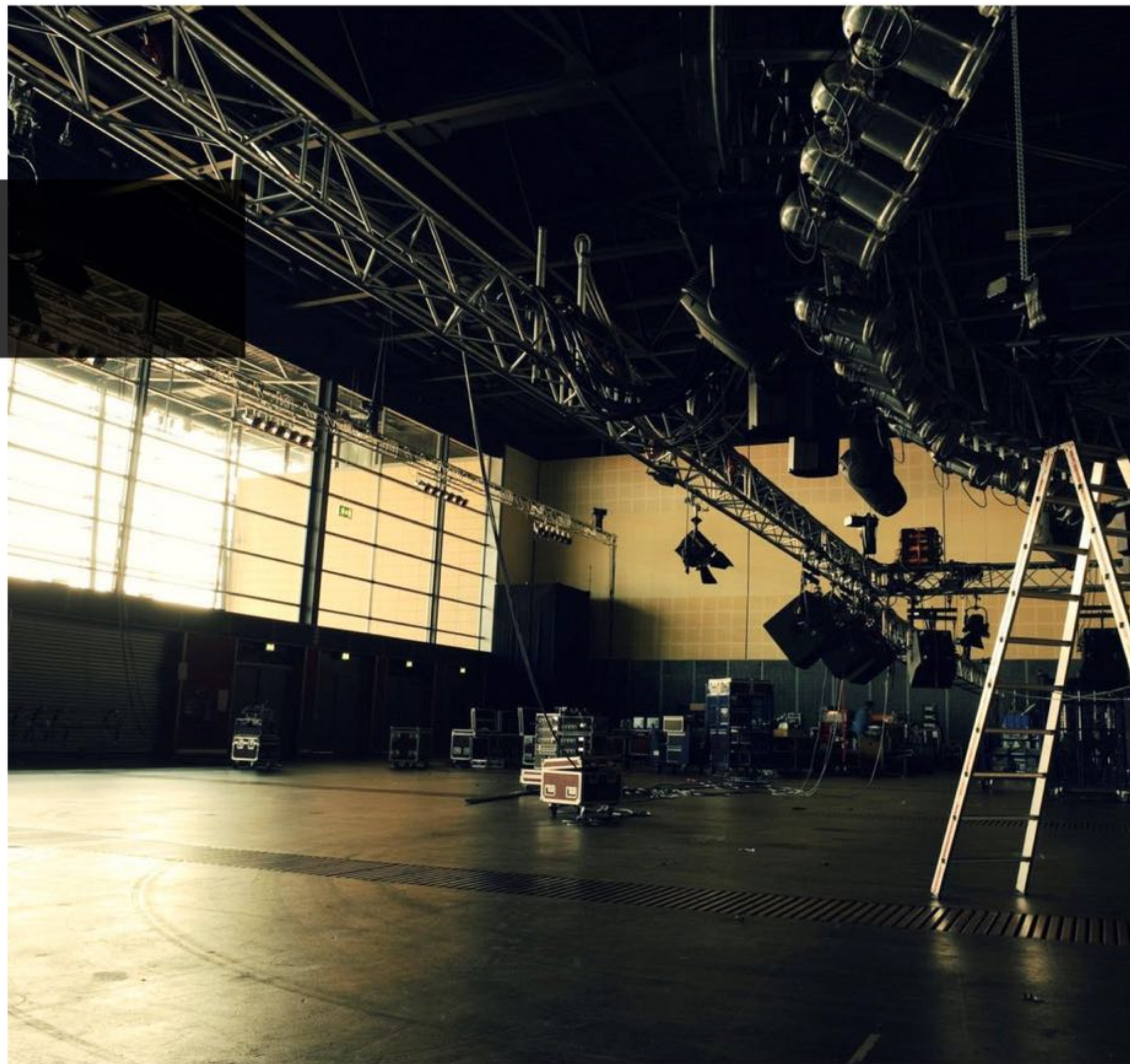
成長可能性に関する説明資料

株式会社フロンティアインターナショナル
2019年2月28日



01

Company Profile
会社概要



Total Promotion Company

当社は、幾多のプロモーション案件の実施により培った
人の心を動かすノウハウを通じて、
生活者に良質なブランド体験を届けることで、
企業が抱えるマーケティングやセールスに関するあらゆる課題を解決する
『Total Promotion Company』です。

会社概要・沿革



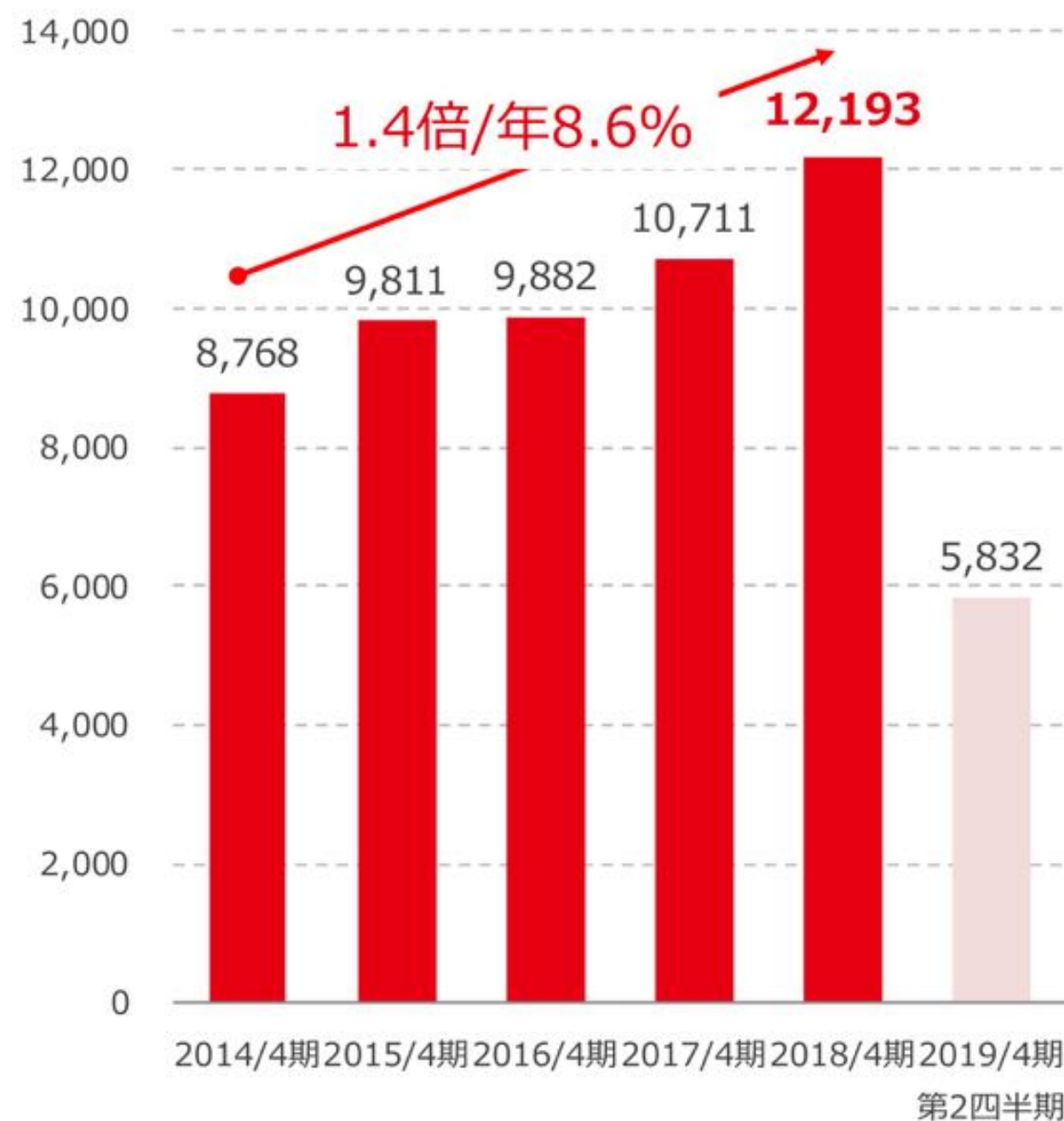
社名	株式会社フロンティアインターナショナル	1990年6月	● イベント・キャンペーンの企画、制作、運営を目的として、東京都港区六本木に当社設立
事業内容	プロモーション事業 ・イベントプロモーション ・キャンペーンプロモーション ・PR ・スペースプロデュース ・デジタルプロモーション ・店頭販売支援	2001年7月	● 現在地（東京都渋谷区渋谷）に、本社移転
代表取締役	河村 康宏	2005年11月	● 名古屋オフィスを新設
設立	1990年6月	2008年2月	● 大阪オフィスを新設
資本金	33,675千円（2018年12月末時点）	2009年5月	● 福岡オフィスを新設
所在地	東京都渋谷区渋谷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
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
従業員数	192人（2018年12月末時点・連結）	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

連結業績ハイライト

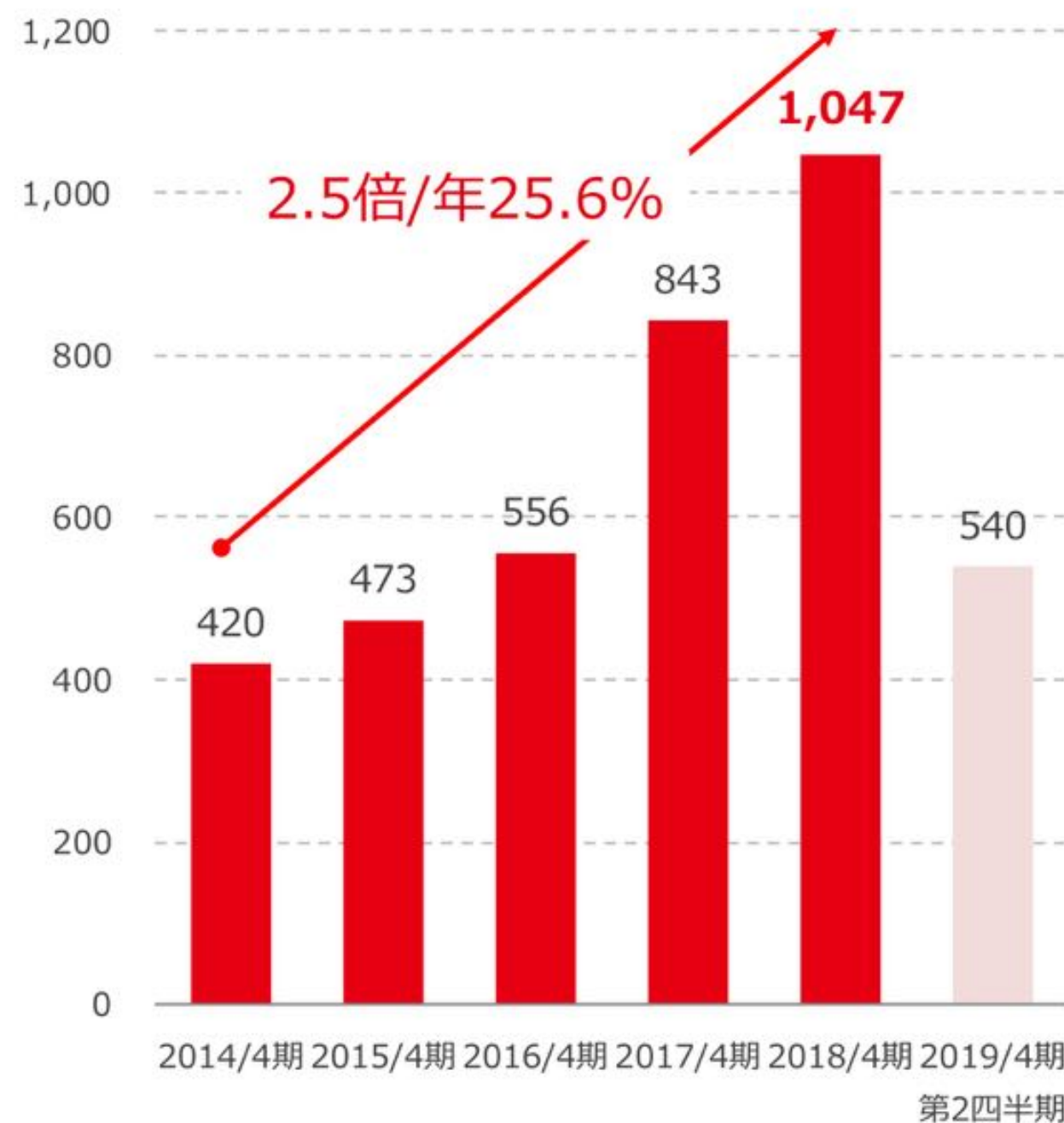


2018年4月期で連結売上高は13期連続増収

売上高の推移 (単位: 百万円)

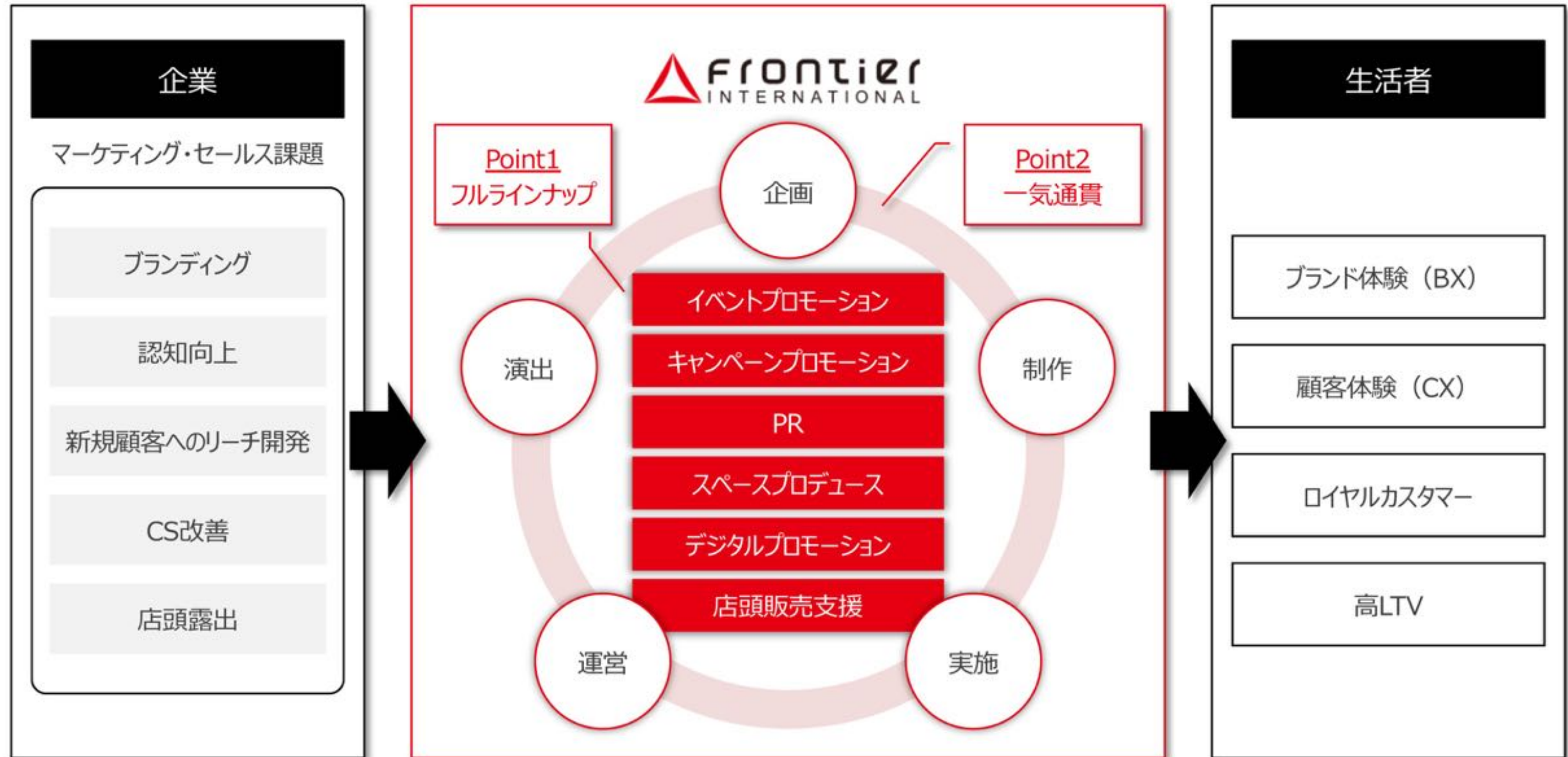


経常利益の推移 (単位: 百万円)



ビジネスモデル

当社が実装する種々の機能により生成される『 Total Promotion 』



02

Case Study
事例紹介



事例① TOKYO GIRLS COLLECTION

事例：イベントプロモーション

企業 W TOKYO 実施期日 2018年9月 担当領域 企画・運営 実施会場 さいたまスーパーアリーナ

展開内容 「日本のガールズカルチャーを世界へ」をテーマに2005年から年2回開催している史上最大級のファッションフェスタ。今をときめくトップモデルが登場するランウェイステージの制作から、来場者のタッチポイントとなる協賛企業ブースの企画・運営をプロデュース。2018 SPRING/SUMMER コレクションでは、動員数延べ32,000人を記録した。



事例② 東京マラソンEXPO

事例：イベントプロモーション + スペースプロデュース

企業 東京マラソン財団 実施期日 2018年2月 担当領域 企画・施工・運営 実施会場 東京ビックサイト

展開内容 東京マラソンに付随するレギュラーイベント。東京マラソンのフィニッシュ地点である東京ビックサイトにて、スポンサーや一般出展社が集結して最新のランニング総合展示会を実施。3日間で10万人超の集客があり、世界各国からメディアが取材に訪れる。



03

Business Environment

事業環境



市場ドメイン・動向

広告市場は低成長・多様化、リアルな体験価値の重要性が増しイベント市場は大きく成長

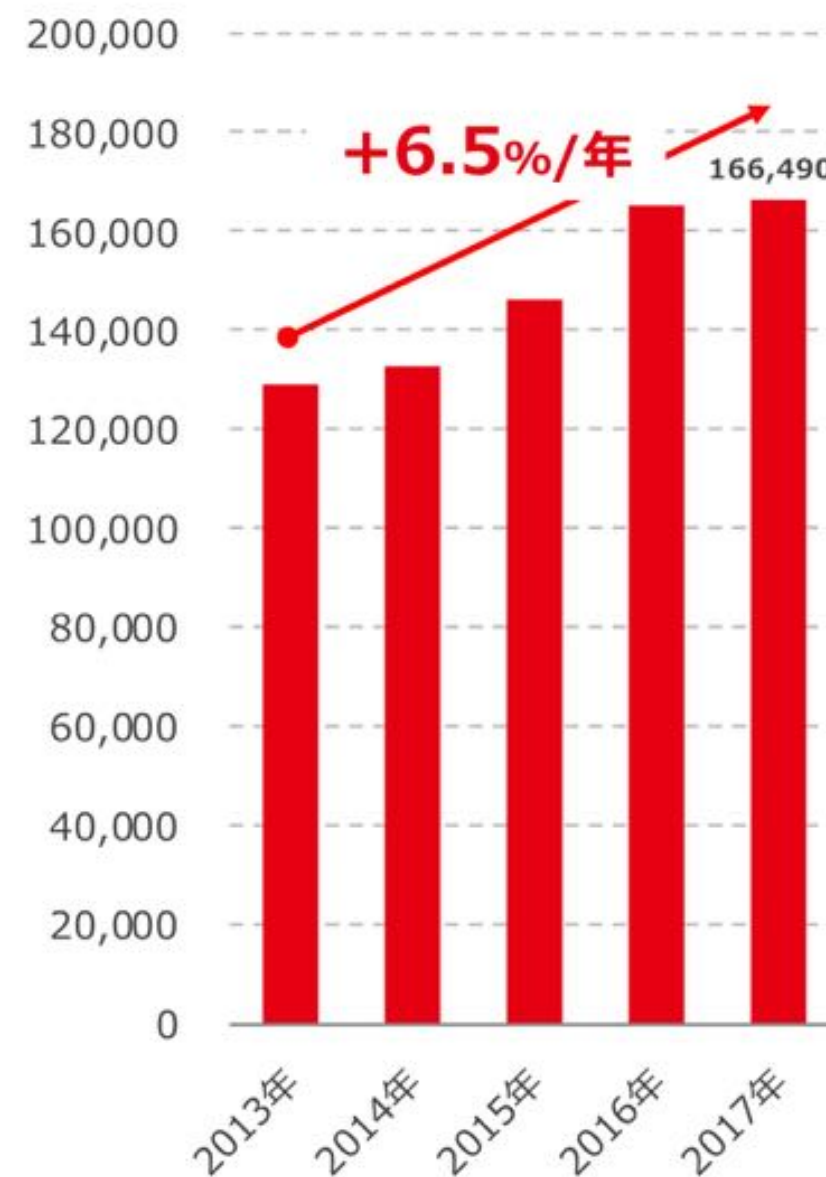
当社の事業ドメイン



広告市場の推移※1 (単位：億円)



イベント市場の推移※2 (単位：億円)



※1出所：電通「日本の広告費」

※2出所：日本イベント産業振興協会「イベント市場規模推計報告書」

04

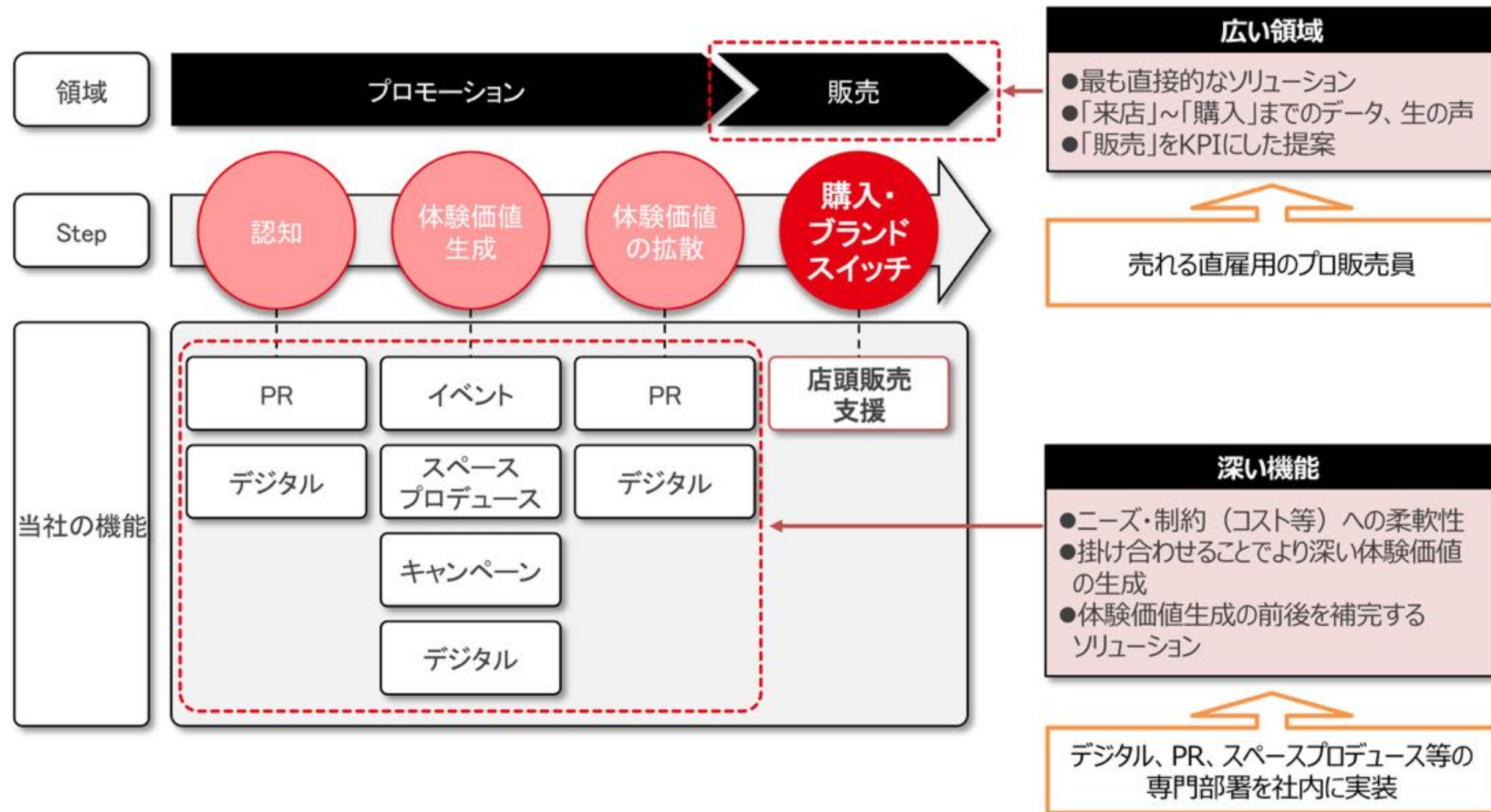
Our Features and Strengths

当社の特徴・強み



特徴・強み① ソリューションのカバー範囲

“広い”領域で“深い”機能を実装



特徴・強み② 国内外拠点数 / ③ 直接取引の存在とボリューム

水平展開された各拠点

一定規模の直接取引の存在

当社の国内外拠点

■ 国内 5拠点

■ 海外 2拠点

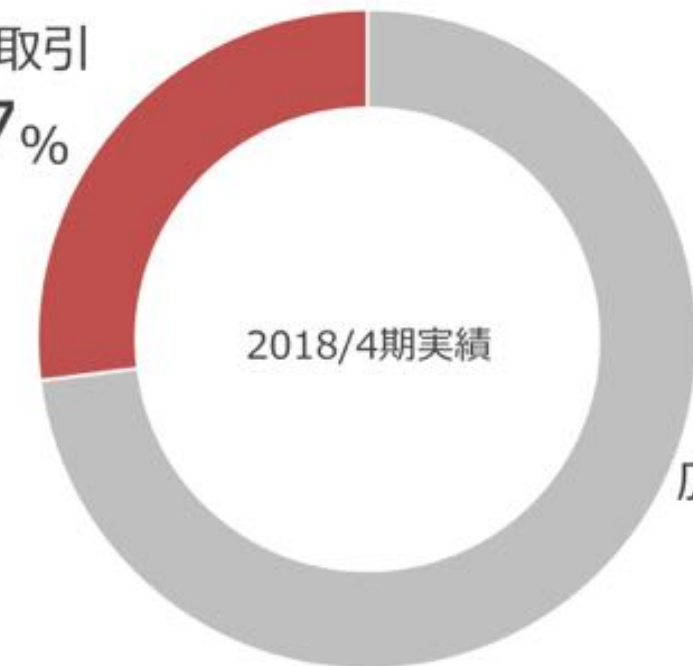


国内外拠点数

- 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

得意先別売上構成比（単位：％）

直接取引
27%



2018/4期実績

広告代理店
73%

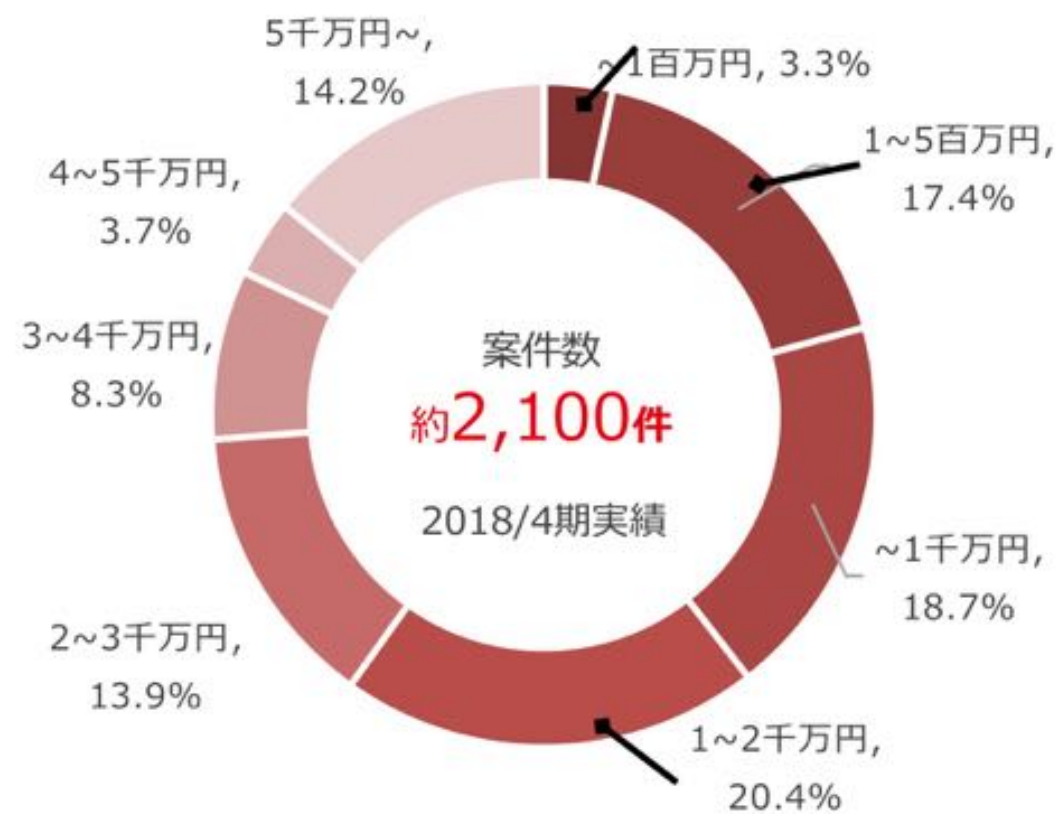
直接取引の存在とボリューム

- 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

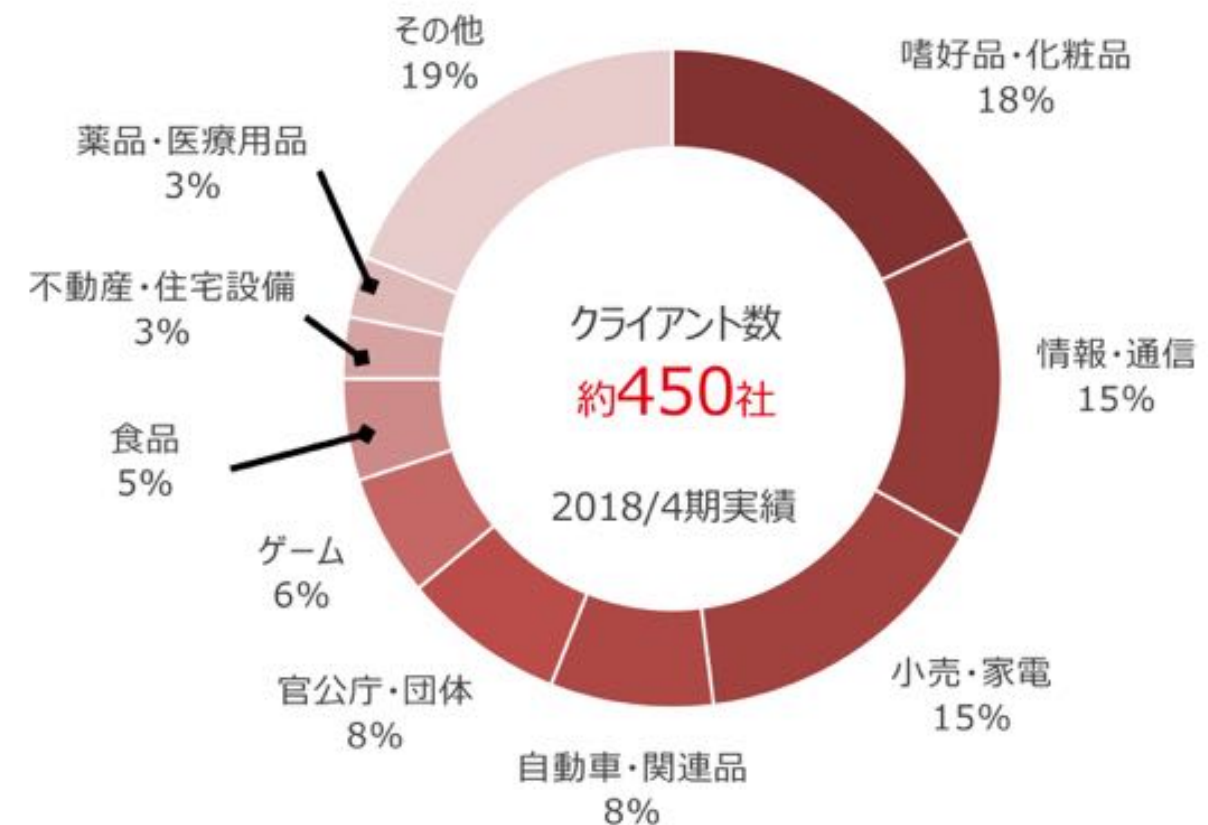
特徴・強み④ 顧客接点のVolumeとVariety

多くの案件、クライアント数と種々のクライアント業種

案件数及び、案件規模別売上高構成比



クライアント属性別売上構成比



顧客接点のVolumeとVariety

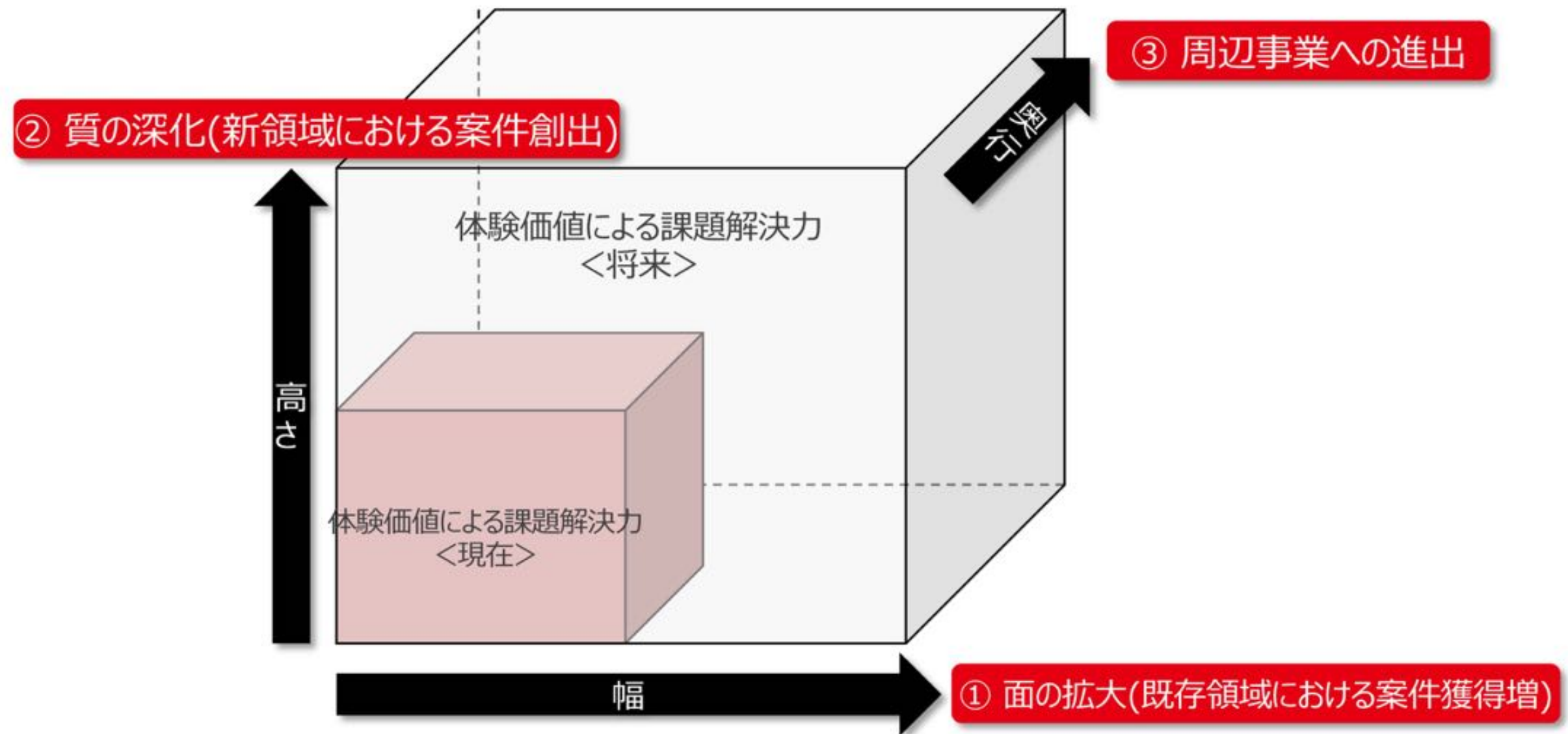
- 顧客からの信頼と実績
- 成功事例の横（異業種）展開
- 顧客接点データの量と質（多様性）

05

Growth Strategy
成長戰略



当社の有する体験価値による課題解決力について、複合的な成長を目指す



① 面の拡大（既存領域における案件獲得増）

①-1 ソリューションメニューの拡大

新規ソリューションの開発を進めて、
新たな生活者との接触ポイントを獲得

【当社のソリューションメニュー】



①-2 新規拠点進出

当社の店頭販売領域を先駆けとして、
国内外の主要都市への進出を計画、
消費者との継続的な接触ポイントの拡大を実現

進出予定（国内）

- 進出検討 (赤ピン)
- 既存拠点 (黒ピン)



② 質の深化（新領域における案件創出）

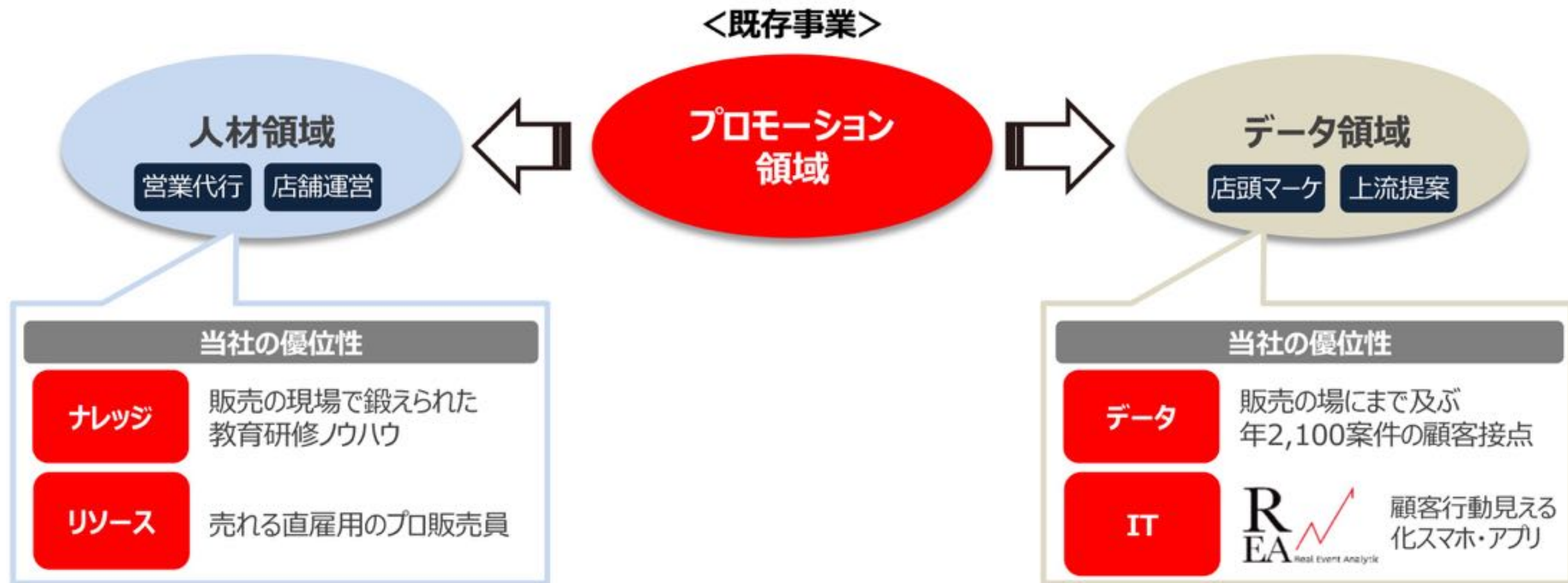
コンテンツ拡充

年間2,000件の案件実施で得た経験値による自社コンテンツの発掘と、多数の提携サプライヤとの関係を活用したサプライヤのデジタルコンテンツのパッケージ化



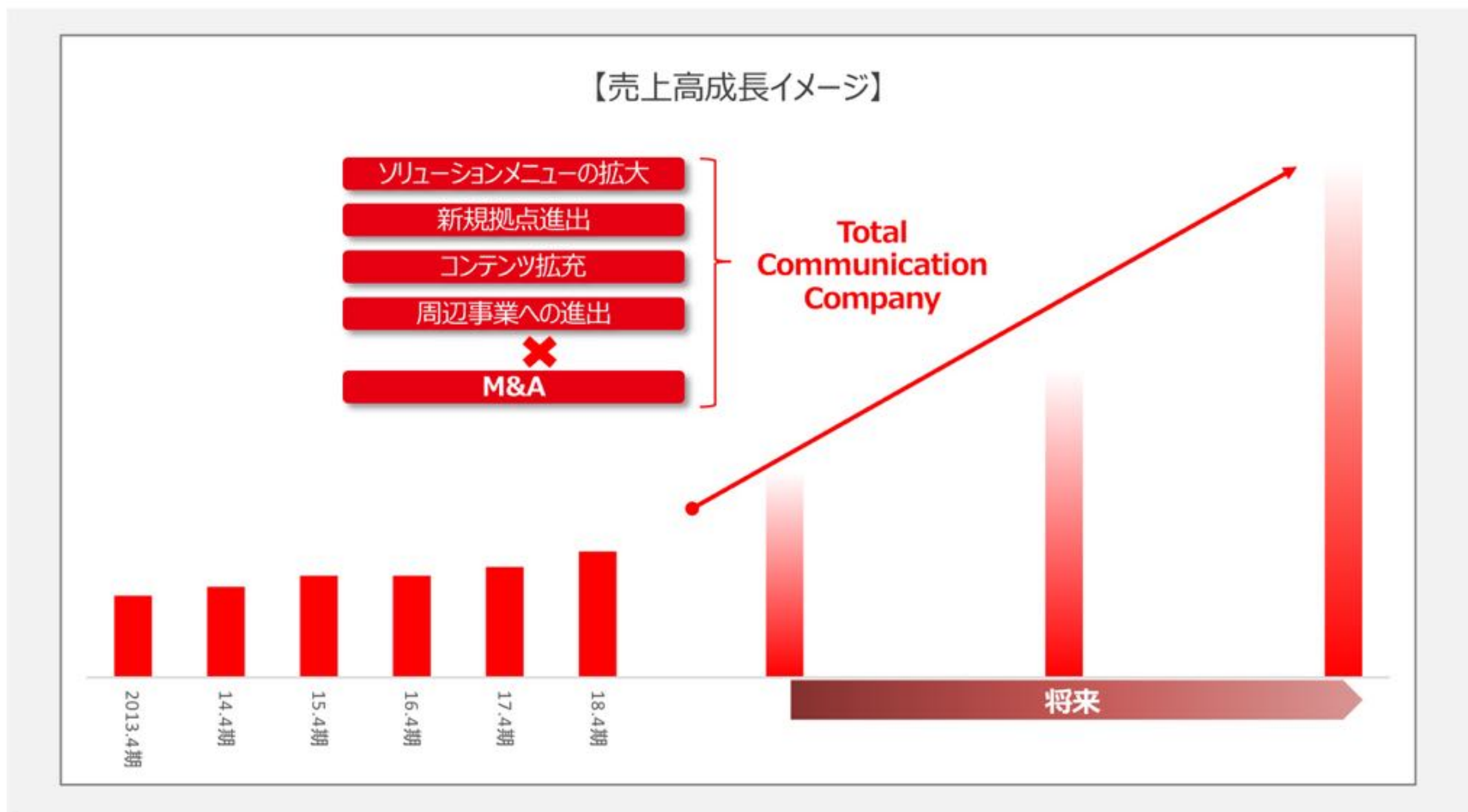
③ 周辺事業への進出

当社の事業優位性を活かして、店頭顧客行動に基づいたデータマーケティング
当社の人材ノウハウを活かした人材領域への展開等を通じて、事業ドメインを拡大



成長戦略④ 長期イメージ

前述の施策に加え、中長期的には、特にM&Aをアクセラレーターとして、『Total Communication Company』として成長・拡大を継続



本資料は情報提供を目的としたものであり、当社株式等特定の商品についての募集、投資勧誘、営業等を目的としたものではありません。

本資料には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点の仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。

様々な要因により、実際の業績が本資料の記載と著しく異なる可能性があります。

本資料で提供している情報は万全を期していますが、その情報の正確性、完全性を保証するものではありません。また、予告なしに内容が変更または廃止される場合がありますので、あらかじめご了承ください。

本資料は投資家の皆様がいかなる目的にご活用される場合においても、ご自身のご判断と責任において、ご活用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。