

2022年4月期

決算説明会資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

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

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

グループ理念

Group philosophy

01

01 グループ理念

私たちの使命と未来

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。

Pioneering the unexperienced
and Make it an experience for all.

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。

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

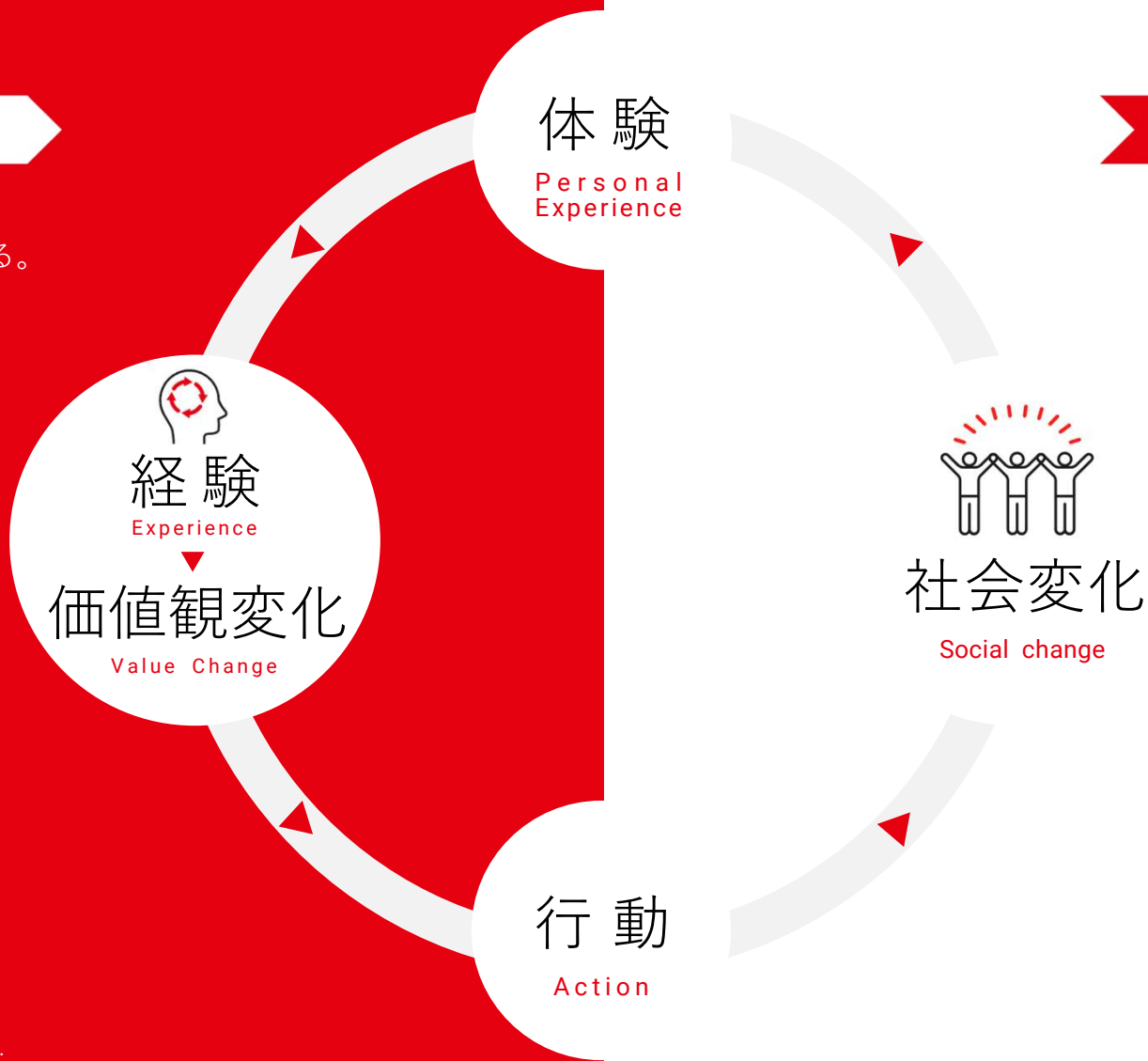
私たちの使命と未来

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 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。



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。

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3-3-5NBF 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 |

- 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 ■ 中国に划券通文化艺术咨询（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
- 2021.9 ■ 株式会社ワールドパークへ出資
- 2021.11 ■ 体験創造研究所を設立
- 2022.2 ■ ANOBAKA 3号有限責任事業組合へ出資
- 2022.4 ■ 名古屋オフィスを愛知県名古屋市中村区に移転
- 2022.4 ■ 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

02 会社概要

事業ポートフォリオの 3ソリューション全体像

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。



02 会社概要

当社のソリューションの構成

事業概要

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（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



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



- 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



- イベント管理／分析
- イベントマッチングPF



業績ハイライト

Performance highlights

03

03 業績ハイライト

エグゼクティブサマリー

17期連続増収を達成、売上高及び各段階利益の全てで過去最高を達成

- コロナ禍でリアルイベント単独での開催が縮小する中でも、当社グループの強みであるコンテンツ企画力を通じて、オンラインとオフラインを融合したハイブリッド案件が順調。その影響もあり、売上高1億円以上の大型案件が45件と大きく伸長。
- 幾多の大型案件の実施実績、3万人超の登録人材、全国の会場ネットワークDB、最短時間でのプロジェクト組成ノウハウ等の当社グループの優位性が評価され、国際的スポーツ案件や国策のBPO案件についても指名受注を獲得、主に2Q以降の業績で底上げに貢献。

営業利益率が改善し、ROEが大きく向上

業容の拡大、大型案件の増加による生産性の向上、及び販管費の適切なコントロールにより営業利益率は12.4%にまで改善、ROEも水準値を大きく上回る33.6%まで向上。

大手旅行代理店との取引開始。また、官公庁案件の入札を開始

- BPO案件での取引を通じて、従来大手広告代理店に加え、新たに大手旅行代理店との取引実績を創出。新たな戦略的営業先の拡充を実現。
- 官公庁向けの取引実績も積み上がったことから、官公庁案件の直接入札も開始。

03 業績ハイライト

エグゼクティブサマリー

ベンチャーファンド、パークPFI企業への出資を実行

- 最先端テクノロジー、ソリューションを有するベンチャー企業とのネットワークを構築して協業を進めると共に新たな営業先として開拓すべく、スタートアップ企業を投資先とするANOBACAファンドに出資。
- 公共資産の活性化施策の一つとして注目されるパークPFIにおいて、稲毛海浜公園施設リニューアル整備・運営事業の代表事業者である㈱ワールドパークに出資、大規模公園の物理的な『場』としての可能性に加え、パークテック等の実験の『場』としても活用を企図。

更なる財務状況の健全化の実現

- 無借金経営を継続しながら、手元現預金は60億円台に到達。
- CVC投資、M&Aによる新規事業投資を通じて、ポートフォリオ経営の実現を目指す。

企業理念体系を刷新

CX・UXのキーワードに代表される顧客体験が注目される昨今のプロモーションにおいて、当社としても、イベント制作会社から体験創造カンパニーへと飛躍すべく、あらゆる体験機会の情報をストックし、科学・分析することで、より良い体験価値を創造し、プロモーションに留まらない事業の拡張可能性を明確にすべく、理念体系を刷新。

03 業績ハイライト

連結P L（通期累計）

デジタルプロモーションやオンラインイベント・国際的なスポーツ案件・BPO案件などにより、売上高は過去最高の251億円となり17期連続増収の売上高を達成。各段階損益でも過去最高を更新。

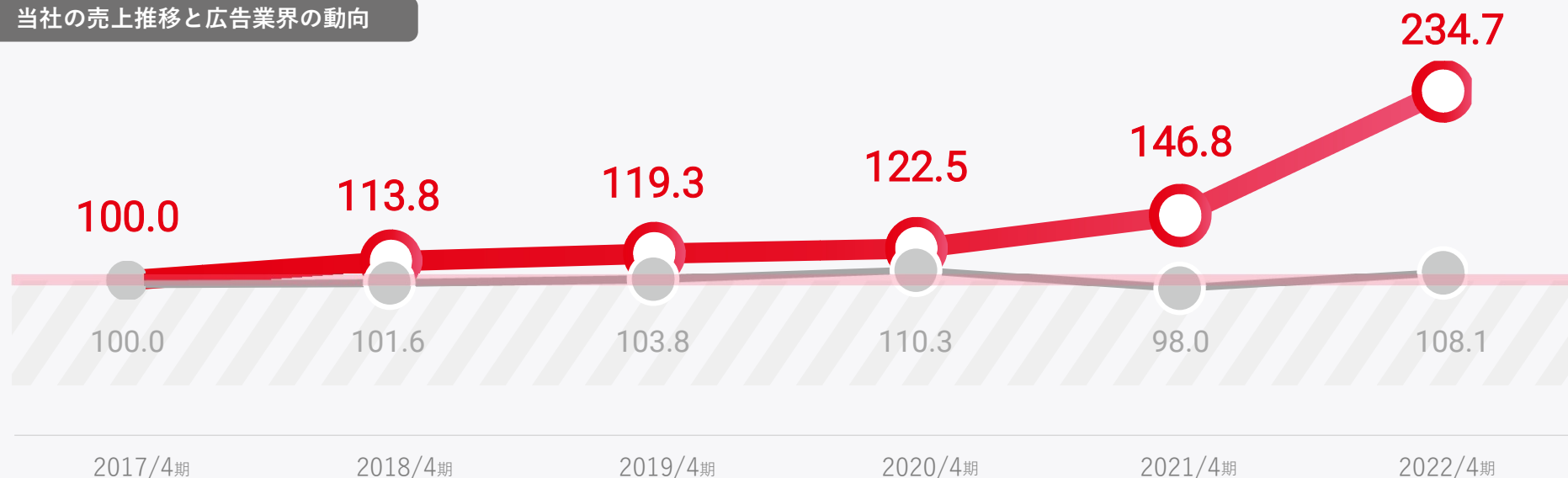
| 単位：百万円 | 2022.4期 | 2021.4期 | 増減率 |
|-------------------|---------------------------------|---------------|--------------------------|
| 売上高 | 過去最高 25,136 | 15,721 | 59.9% |
| 営業利益 | 過去最高 3,131 | 751 | 316.9% |
| 経常利益 (利益率) | 過去最高 3,182 (12.7%) | 943 (6.0%) | 237.4% (+6.7%) |
| 親会社に帰属する 当期純利益 | 過去最高 2,121 | 519 | 308.4% |

03 業績ハイライト

当社の売上高と日本の総広告費の推移

- 広告業界は、2020年度は新型コロナウイルスの影響を受けて10%以上の前年割れを喫したが、2021年度は大きく回復した。
- 当社グループは、これまでも広告業界を大きく上回る成長を継続しており、2017年4月期を起点とした場合、インターネット広告を含めた業界全体の2.1倍の成長を実現。

当社の売上推移と広告業界の動向



 当社売上高
 日本の総広告費

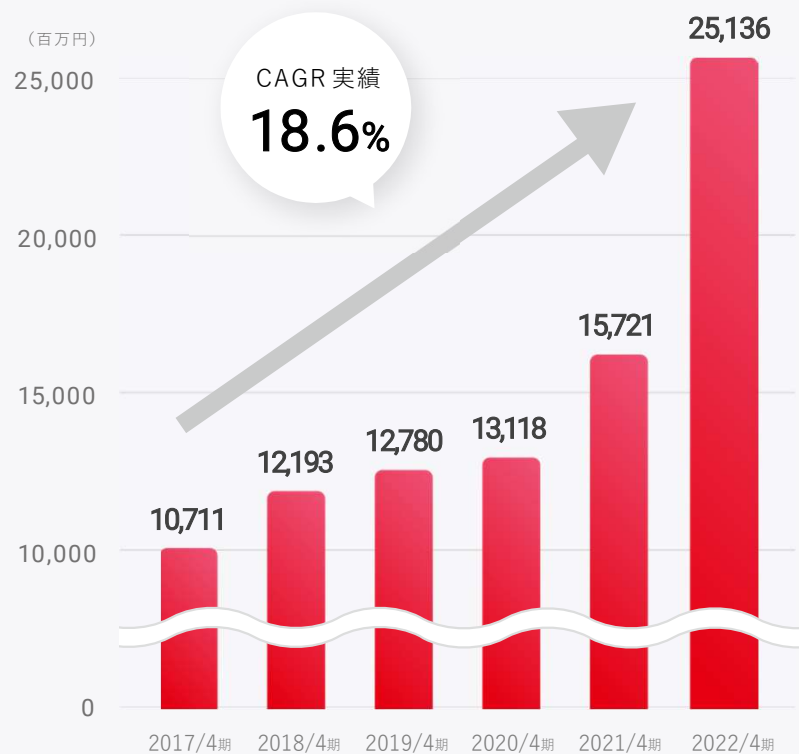
・グラフは2017年4月期を100とした場合の売上の推移を表示
 ・日本の総広告費の参照元：「2021年日本の広告費」株式会社電通調べ

03 業績ハイライト

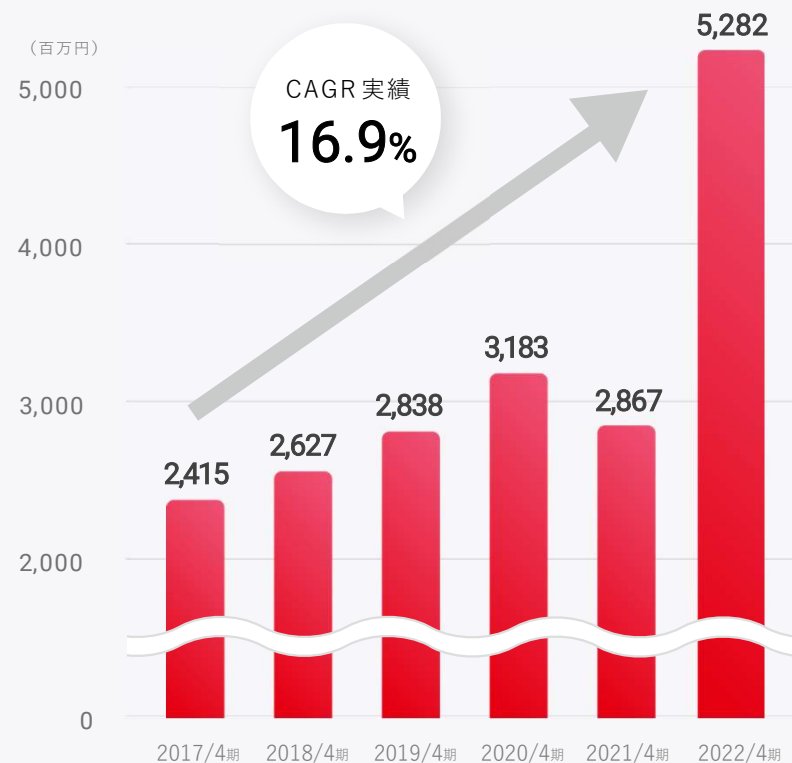
全社売上高の推移

2022/4期で17期連続増収を継続した。さらに、直近6年間の売上高の年平均成長率（CAGR）は18.6%と大きく伸長した。また、売上総利益についても、コロナの影響で2021/4期は減益となったものの、ここ6年の年平均成長率は16.9%と成長を実現。

連結売上高推移



連結売上総利益



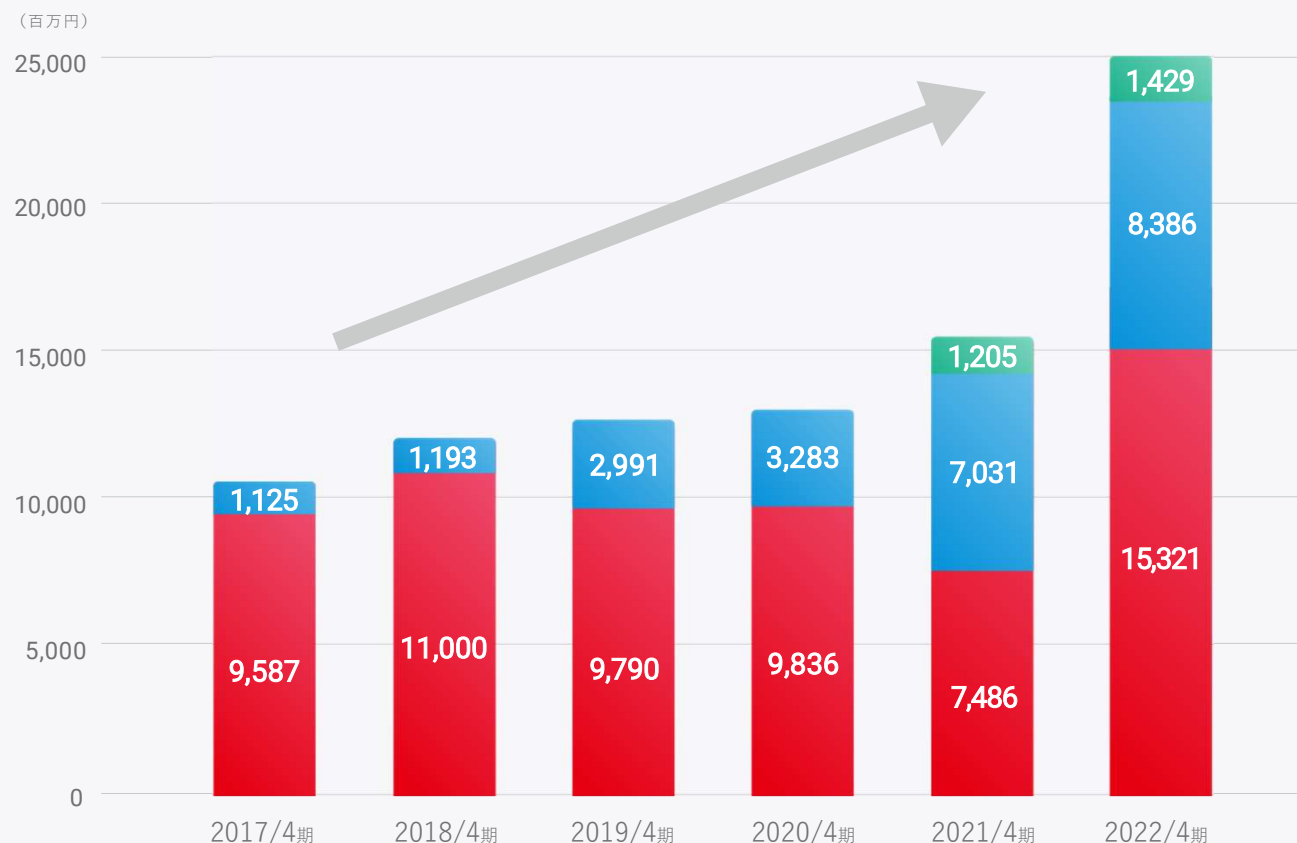
03 業績ハイライト

ソリューションの ポートフォリオ (連結)

- エクスペリエンスソリューションでは、配信を伴うリアルオンラインのハイブリッド案件の増加、国際的なスポーツ案件、BPO案件の堅調な推移により売上高が大幅増加。
- ヒューマンソリューションでは、継続案件が下支えしたことに加えて、新たにBPO案件が貢献したことにより、売上高が伸長。
- デジタル・テクノロジーソリューションでは、ゲーム業界をはじめとしたオンラインイベントなどが堅調に推移し全体を牽引。

ソリューション別 売上高推移

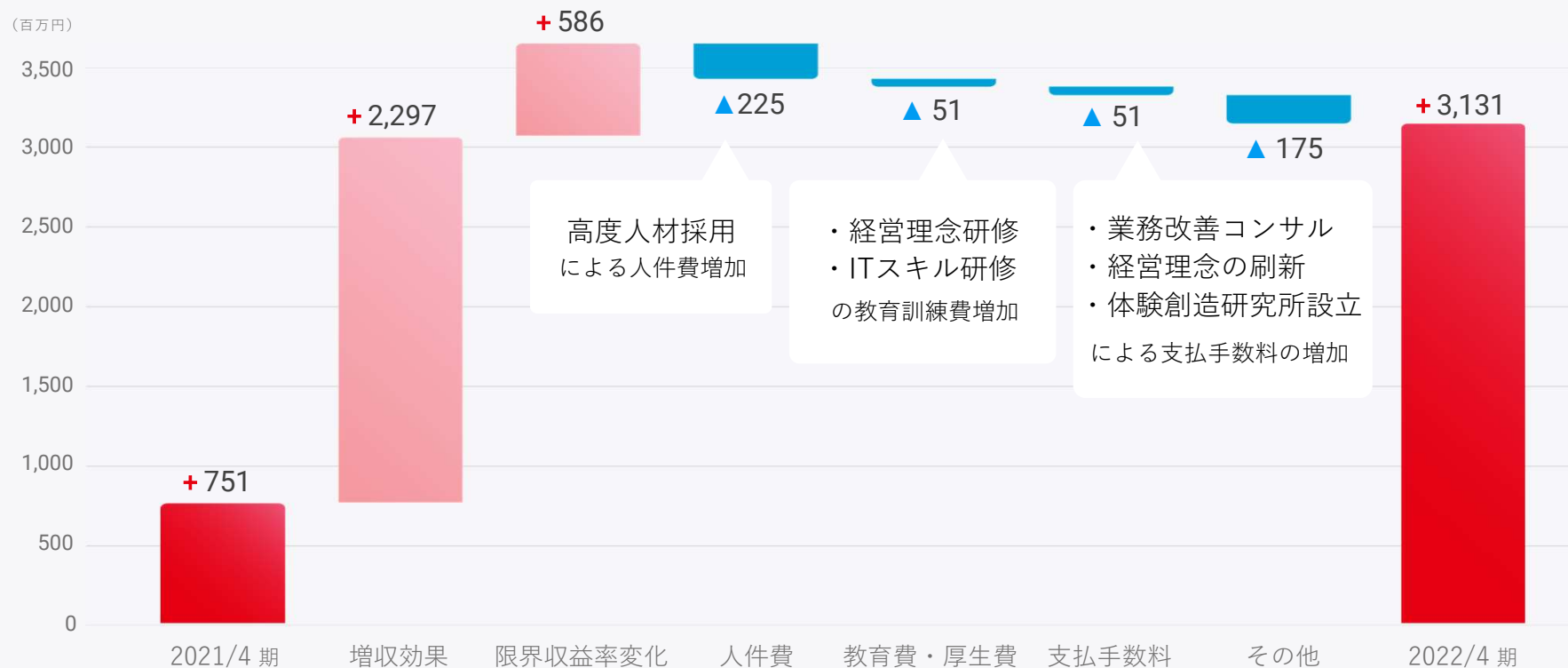
- デジタル・テクノロジーソリューション事業
- ヒューマンソリューション事業
 - ・ 店頭販促支援
 - ・ 人材派遣
 - ・ BPO
- エクスペリエンスソリューション事業
 - ・ 店頭プロモーション
 - ・ イベントプロモーション



03 業績ハイライト

営業利益の増減分析（連結）

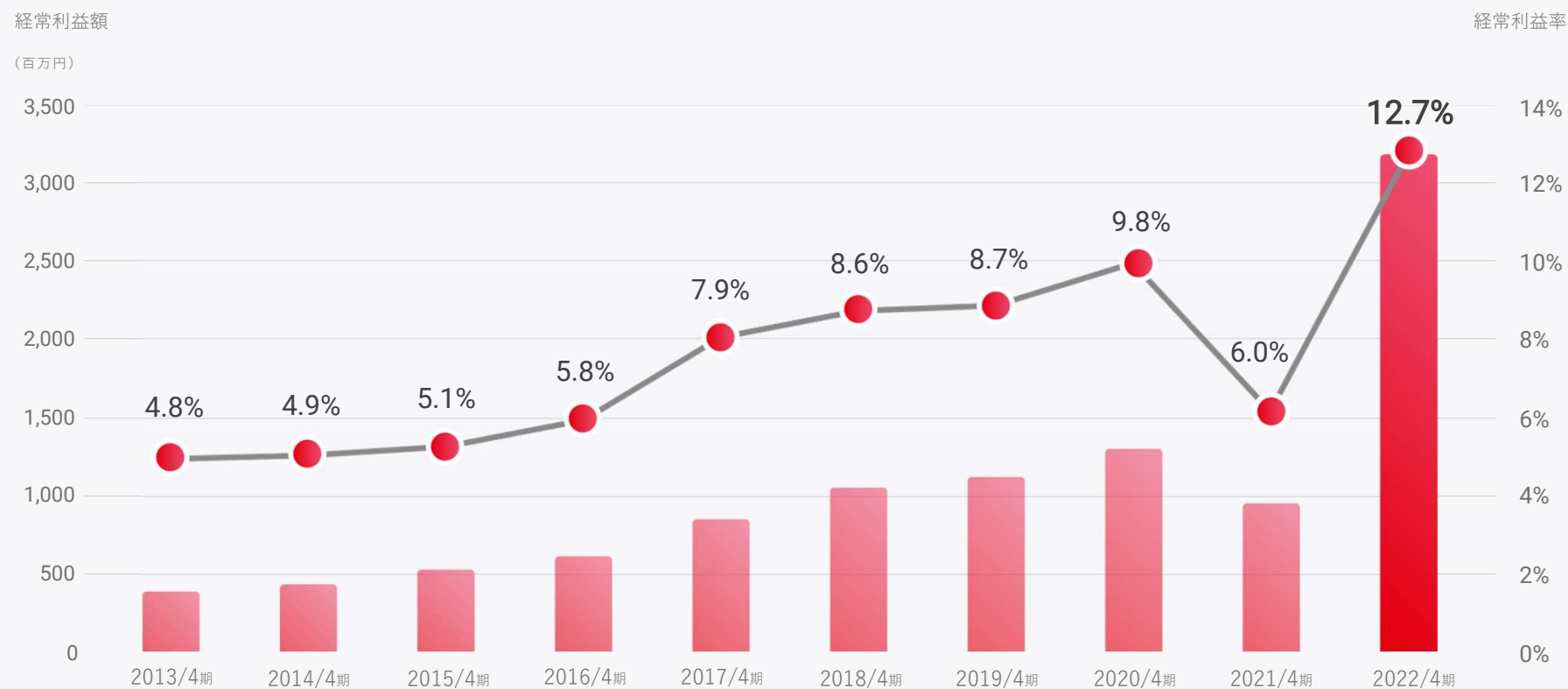
- 「増収効果」ならびに「利益率変動」のプラス効果が営業利益増加に大きく貢献。
- 高度人材の採用に伴う投資で人件費が増加。
- 経営理念浸透のための全社研修やITスキル研修等で教育訓練費が増加。
- 業務改善コンサル・経営理念の刷新・体験創造研究所の設立などで支払手数料が一時的に増加。



03 業績ハイライト

経常利益の推移（連結）

- 21.4期は新型コロナウイルスの影響により、一時的に利益率は下がったもののトレンドとしては利益率が向上している。
- 22.4期は十分な投資を実施する中で過去最高の利益水準を実現。



03 業績ハイライト

2022/4期 決算概要

(貸借対照表_連結)

- 現預金が前期末比28億円増加して69億円台に到達。
- 売上高や受注残高の増加で、売掛金や未成業務支出金等が増加し、総資産は126億円となる。財務面でのコントロールを実施して、有利子負債はゼロと財務面は良好な水準を維持。
- 自己資本比率の低下は、売上高の増加により、受取手形および売掛金と買掛金が増加していることが主な要因。

| 単位：百万円 | 2021.4末 | 2022.4末 | 前期末比 |
|--------|---------|---------|--------|
| 流動資産 | 6,978 | 11,536 | 4,557 |
| 現預金 | 4,093 | 6,974 | 2,881 |
| 固定資産 | 852 | 1,160 | 307 |
| 負債 | 2,531 | 5,375 | 2,843 |
| 純資産 | 5,300 | 7,321 | 2,021 |
| 自己資本比率 | 67.6% | 57.6% | -10.0% |
| 総資産 | 7,831 | 12,696 | 4,865 |

03 業績ハイライト

2022/4期 決算概要

(CF計算書_連結)

- 売上高の増加により運転資金はやや増加しているものの、大幅増益により、営業CFも前期比大幅な増加。
- 投資CF、財務CFもコントロールした結果、現金及び現金同等物期末残高は50億円に到達。
- 投資CFは、事業面での協業を重視した出資の実行と定期預金よりも利回りの良い金融商品に一部スイッチ。
- 各ソリューションのキャッシュフローの改善に伴い、FCF*も29億円となり前年から大幅増。

| 単位：百万円 | 2021.4期 | 2022.4期 | 増減額 |
|-------------|---------|---------|-------|
| 営業CF | 625 | 3,124 | 2,499 |
| 投資CF | -69 | -223 | -154 |
| 財務CF | -235 | -108 | 126 |
| 配当支出 | -175 | -108 | 66 |
| 自己株式の取得 | -70 | - | 70 |
| 現金・現金同等物増減額 | 320 | 2,792 | 2,471 |
| 期末残高 | 3,105 | 5,897 | 2,792 |
| FCF* | 556 | 2,900 | 2,344 |

※FCF：営業CF-投資CF

トピックス

Topics

03 業績ハイライト [トピックス]

出資による営業対象先の拡充



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

ANOBAKA3号ファンドへの出資

シード期のITスタートアップ企業を対象としたベンチャーキャピタルファンドを運営するANOBAKA社のANOBAKA 3号有限責任事業組合へ2022年2月に出資。

当社が今後CVC設立を検討するに際し、ベンチャー企業への投資ナレッジやベンチャー企業のニーズ把握等の業務知識の獲得を目的とする他、ベンチャー企業との事業シナジーの模索やベンチャー企業を対象としたサービス開発・提供を開始。

ANOBAKA

03 業績ハイライト [トピックス]

PFI領域進出による体験創造領域の拡張



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

ワールドパーク社への出資による公園敷地活用開始

稲毛海浜公園内SUNSET BEACH PARK IMAGEを運営し、パークPFI事業に強みを持つ株式会社ワールドパークに2021年9月に出資。

PFI事業全体が上昇基調になる中、体験創造ナレッジを活用し、施設外の体験創造や地方創生への参画と価値提供を模索。本件では、広大な敷地と体験創造フィールドとして可能性を持つ公園敷地を当社独自のソリューションを提供できる拠点として活用開始。既に多数の引合いが発生。



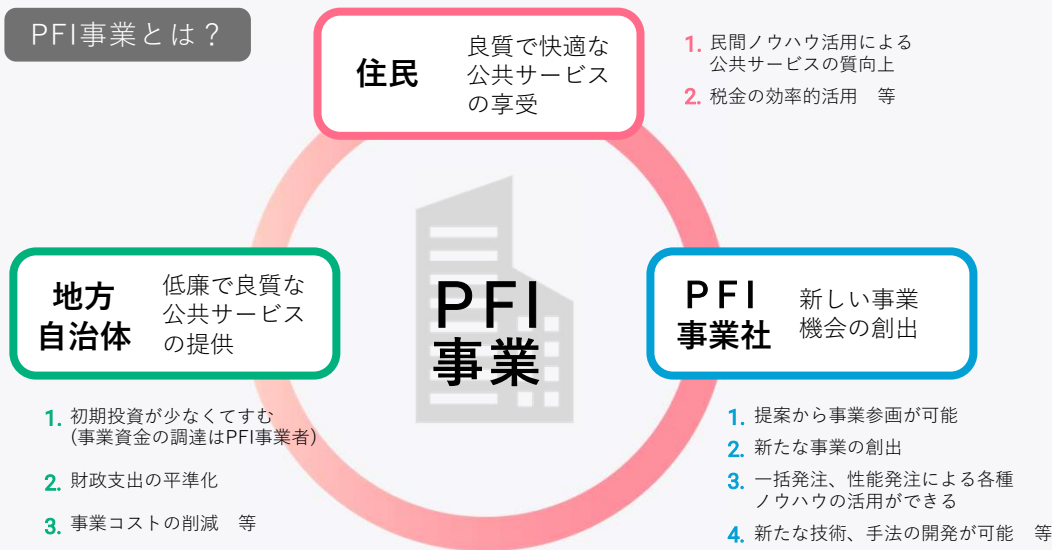
SUNSET BEACH PARK IMAGE

03 業績ハイライト [トピックス]

補足資料

PFI領域進出による体験創造領域の拡張

PFI事業の推移



ABOUT SUNSET BEACH PARK INAGE 稲毛海浜公園

チル・寛ぎ・サスティナブル・ウエルビーイングをテーマとしたユニークアーバンパーク。千葉県千葉市美浜区にある総合公園であり東京湾を望む長さ約3km、面積約83ha。

公園内には、野外ライブ等ができる広場や、栈橋がある白砂の海岸エリア、大人が楽しめるプールのほか、グランピングエリア等を整備。ウェディングやドッグラン等、多様なニーズに対応できる。

03 業績ハイライト [トピックス]

競争入札への本格参入開始



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



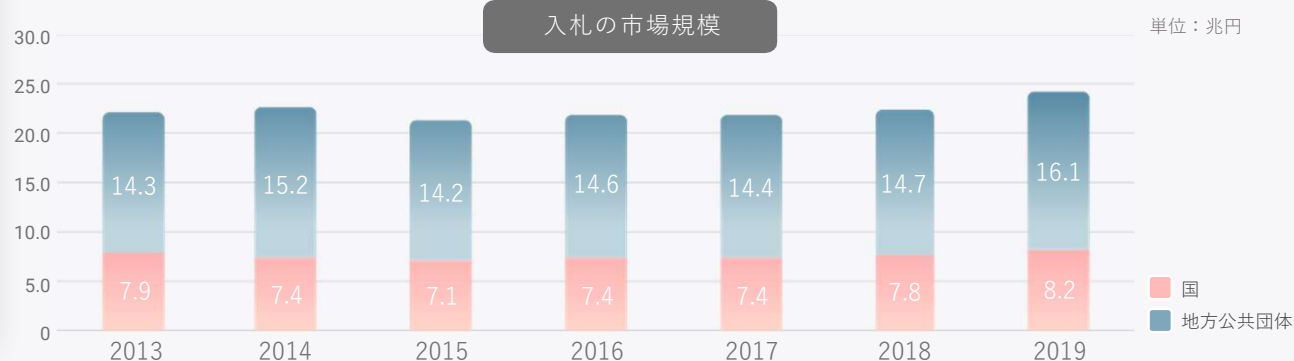
DT デジタル・テクノロジー
ソリューション

国・地方公共団体の競争入札への参画

BPO領域への進出・業務ノウハウ獲得に伴い、国・地方公共団体における競争入札への本格参画を開始。

順次、入札資格を取得できたエリアについて、調査・イベント・人材派遣領域・各種制作領域を中心に応札。既に数千万円単位の案件を落札。

案件数の定常的な拡大と安定を目指す。



出典：中小企業庁「官公需契約の手引」

03 業績ハイライト [トピックス]

広島大学やBBStone心理学研究所との 共同研究や共同開発の開始



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

広島大学脳・こころ・感性科学研究センターとの 体験評価指標づくりの共同研究開始

2021年11月に提携した広島大学脳・こころ・感性科学研究センターと2022年4月より共同研究を開始。まずは、個人毎に異なる為に一律の評価が難しかった体験評価軸の設定を目的とし、体験評価手法の調査方式から研究を開始した。

(株) BBStoneデザイン心理学研究所と 購買特性分類ツールを開発

(株) BB STONEデザイン心理学研究所がもつ独自のデザイン心理学メソッドを活用し、さまざまな場面における生活者の購買行動特性のパターン分類法を開発。

現在、店頭/イベントでの活用・販売に向けたソリューション化を実施中。



03 業績ハイライト [トピックス]

デジタル領域の拡大



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

デジタル広告運用やデジタル人材派遣を開始

デジタル広告運用人材の教育・採用を強化し、社内での運用体制を強化し、企業へのマーケティング支援体制を拡大。
また、ニーズが高いWebサービスやWebsite等の開発ができるエンジニア人材を社内で教育し、クライアント企業に派遣を開始。

スポット業務であるイベント受注だけでなく、定常的な支援となる広告運用や人材派遣等を通じて、クライアントとのコミュニケーション拡充することにより、更なる支援レベルの向上と業務拡大を目指す。



03 業績ハイライト

2023/4期決算見通し（連結）

2023年4月期の連結業績予想につきましては、リアルなイベントが増加する可能性がある一方で国策のBPO案件の業績寄与度に不確実な状況が存在しているため現時点では合理的に算定することが困難である為、未定とさせていただきます。

業績予想につきましては、今後開示が可能になった時点で速やかに公表いたします。




事業ポートフォリオと競争優位性

Business portfolio and competitive advantage

04

04 事業ポートフォリオと競争優位性

各ソリューションの領域

| 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 | ● | ● | ● | | ● | | |

04 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

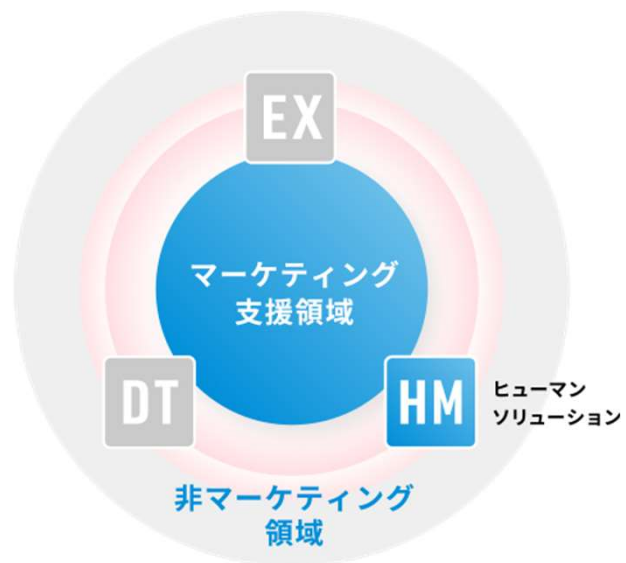
株主総会や社内表彰式、周年パーティー等の企業とステークホルダー／社員と特別な場を作ることで体験を生み出す。



04 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

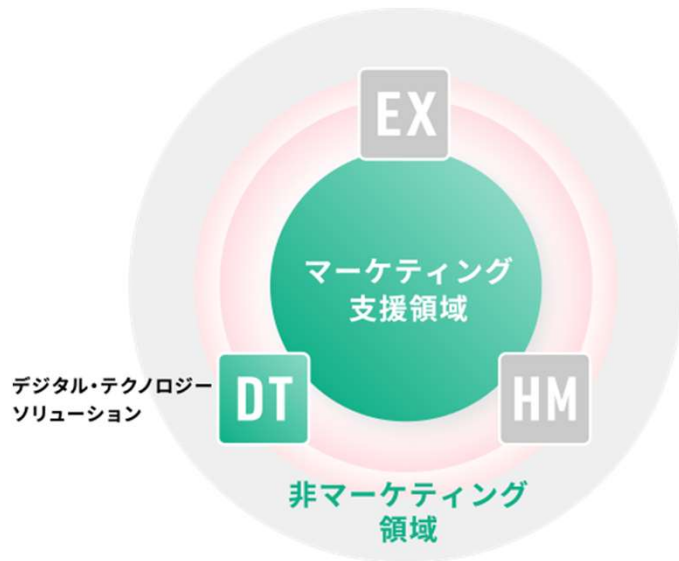


企画策定やスタッフ派遣、事務局運営など行政や公共組織と生活者／企業／団体と特別な場を作ることによって体験を生み出したり、日常的な体験を拡大する。

04 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。



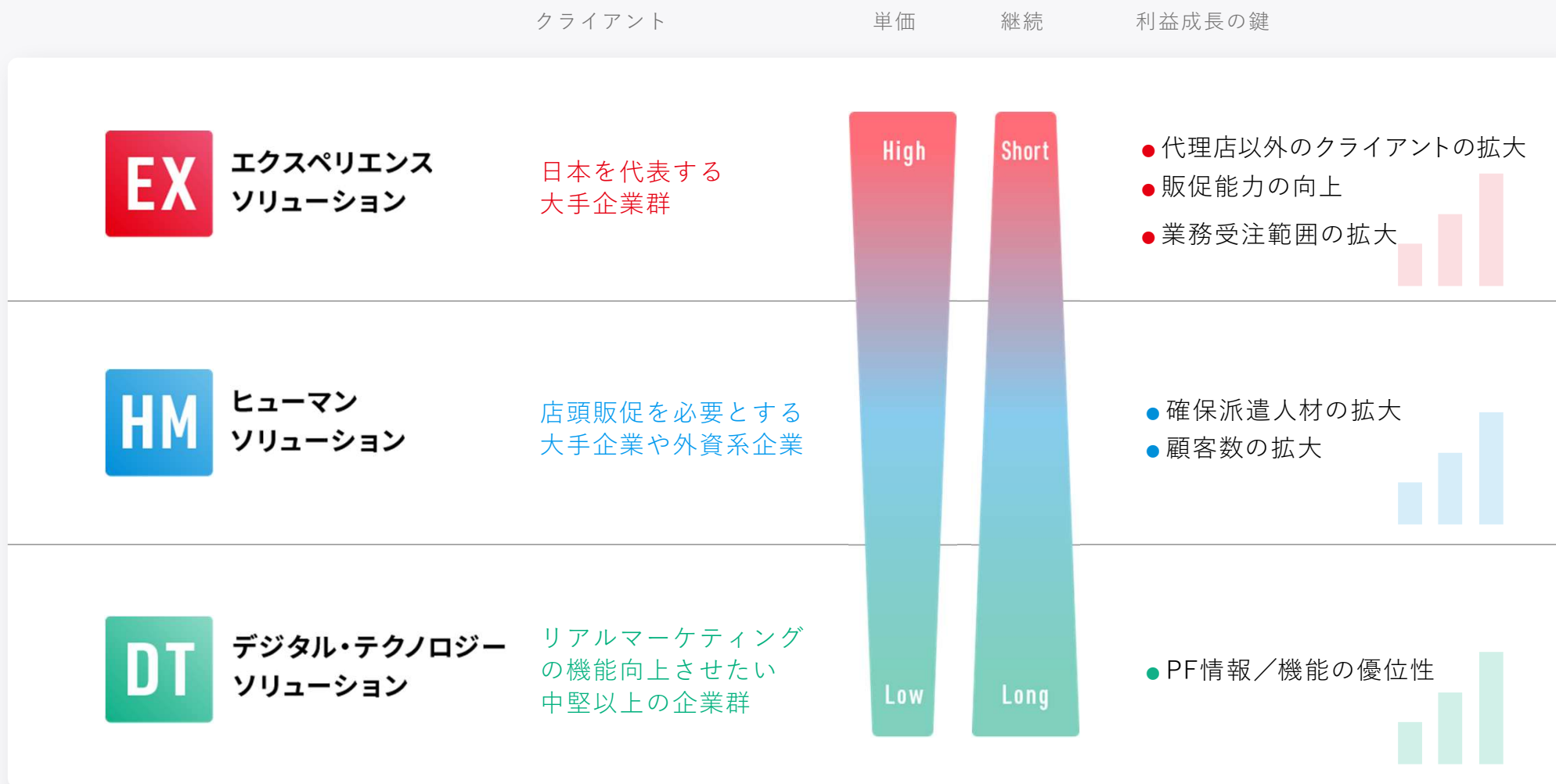
イベントマッチングPF



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。

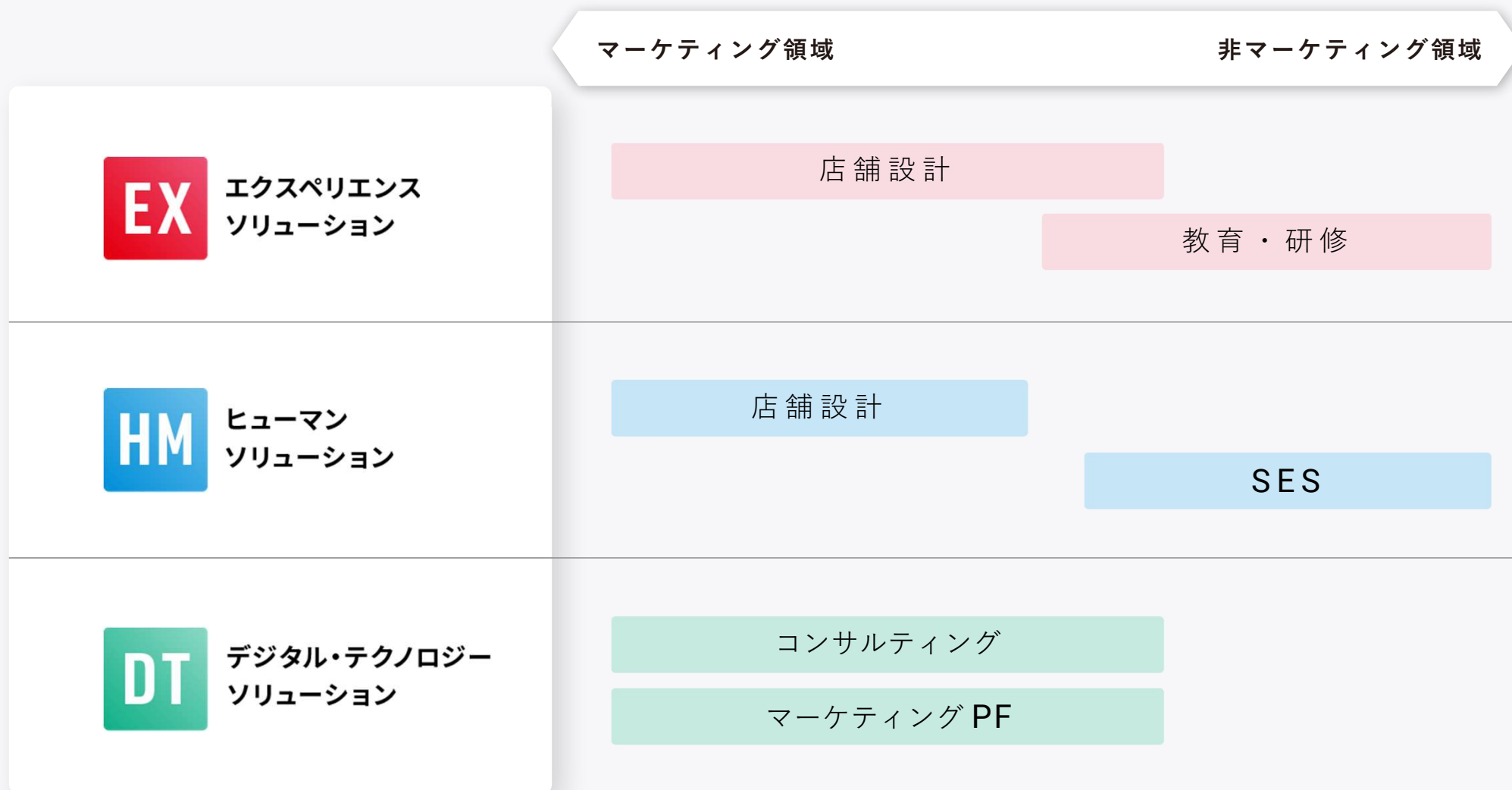
04 事業ポートフォリオと競争優位性

3 ソリューションの収益モデル



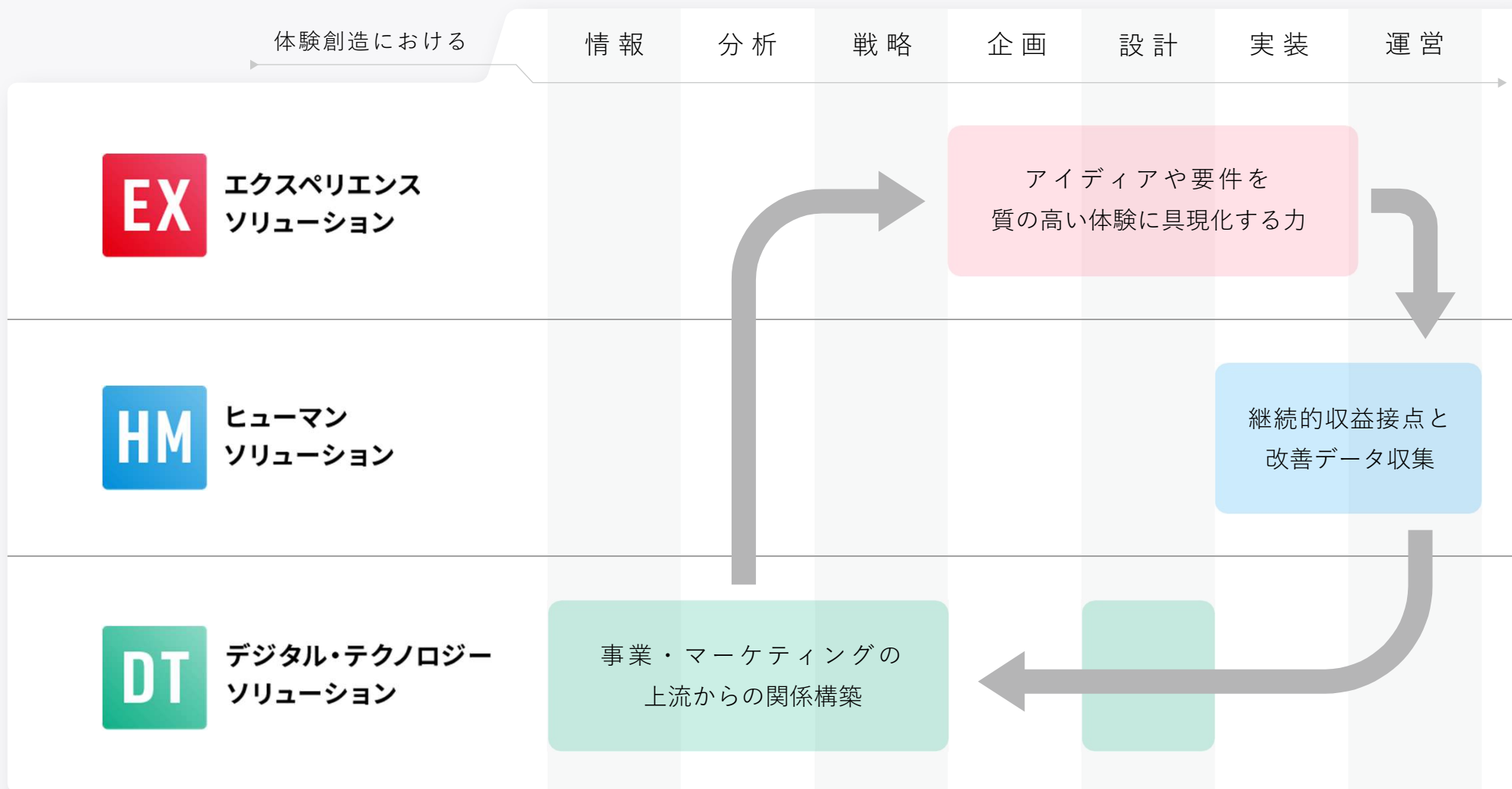
04 事業ポートフォリオと競争優位性

各ソリューションの将来取組みサービス



04 事業ポートフォリオと競争優位性

ソリューション間のシナジー



当社グループの成長戦略と進捗

Growth strategy of the group and progress

05

05 当社グループの成長戦略と進捗

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 | 2027/4期 (目標) |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------|
| 売上高 | 10,712 | 12,193 | 12,781 | 13,119 | 15,722 | 25,136 | 50,000 |
| 営業利益 | 843 | 1,047 | 1,126 | 1,285 | 751 | 3,131 | 5,000 |
| 利益率 | 7.9% | 8.6% | 8.8% | 9.8% | 4.8% | 12.5% | 10.0% |
| 経常利益 | 843 | 1,047 | 1,115 | 1,288 | 943 | 3,182 | 5,000 |
| 当期純利益 | 504 | 714 | 819 | 825 | 519 | 2,121 | 3,270 |

05 当社グループの成長戦略と進捗

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）

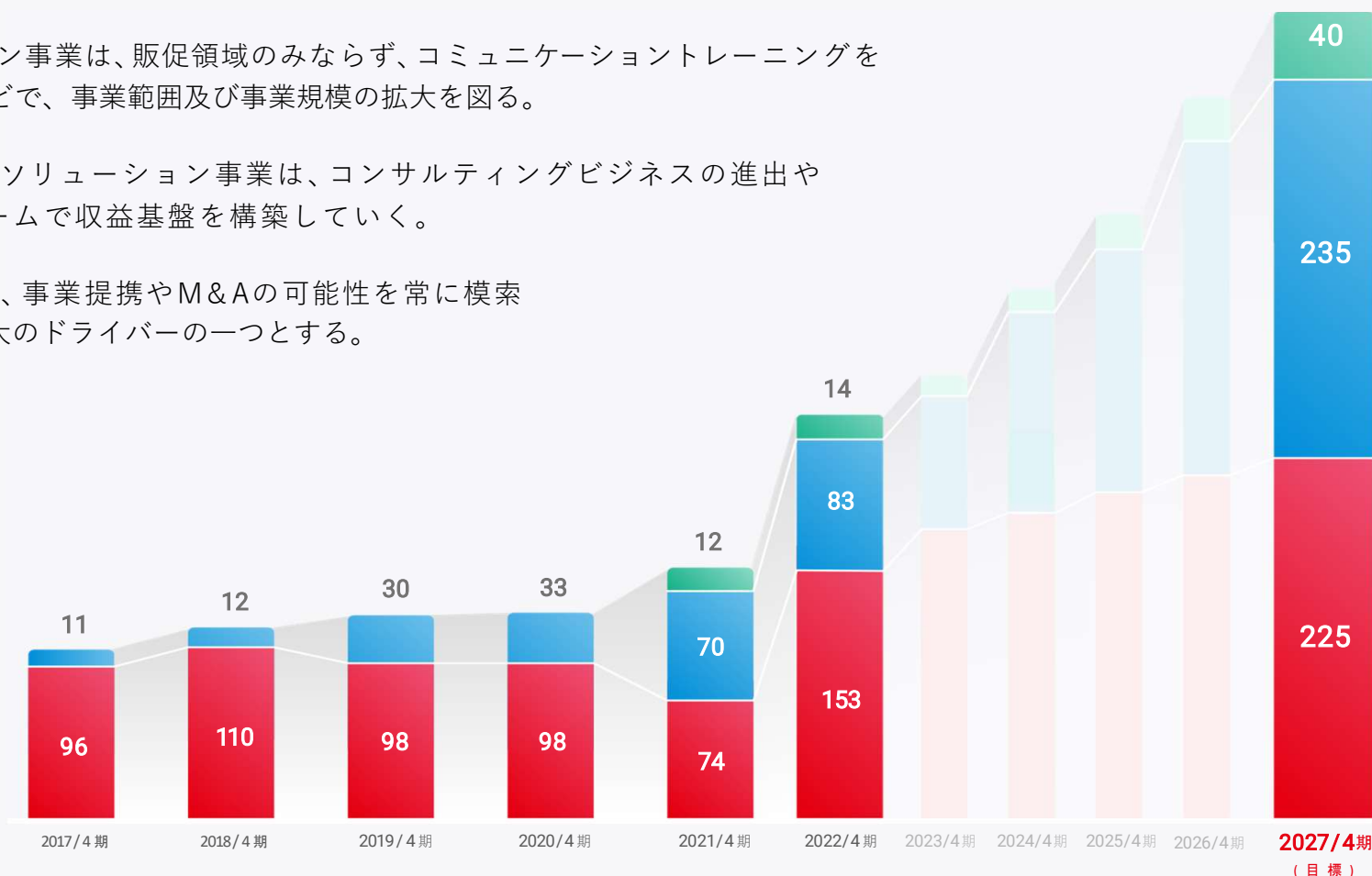
売上高目標

500 億円

- 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。

領域売上構成

- 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



05 当社グループの成長戦略と進捗

市場環境



05 当社グループの成長戦略と進捗

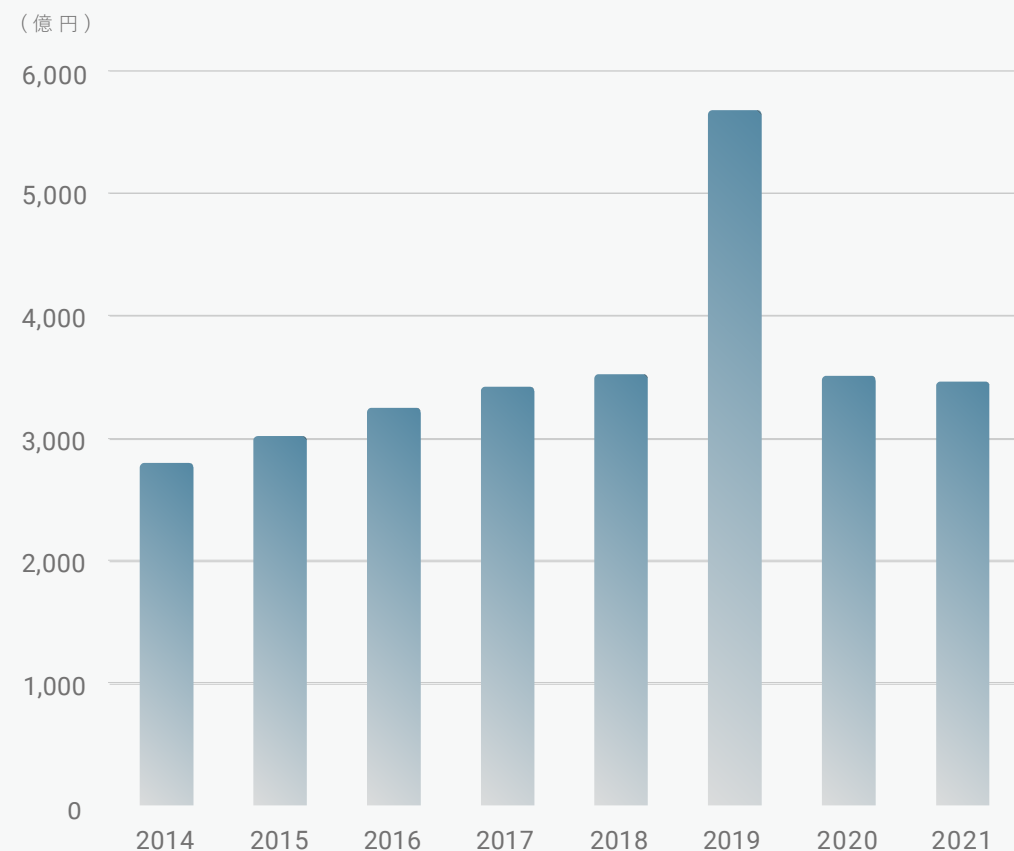
イベントの市場環境

1 2020年 3,473億円、2021年3,230億円と2021年は微減しているものの、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、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」

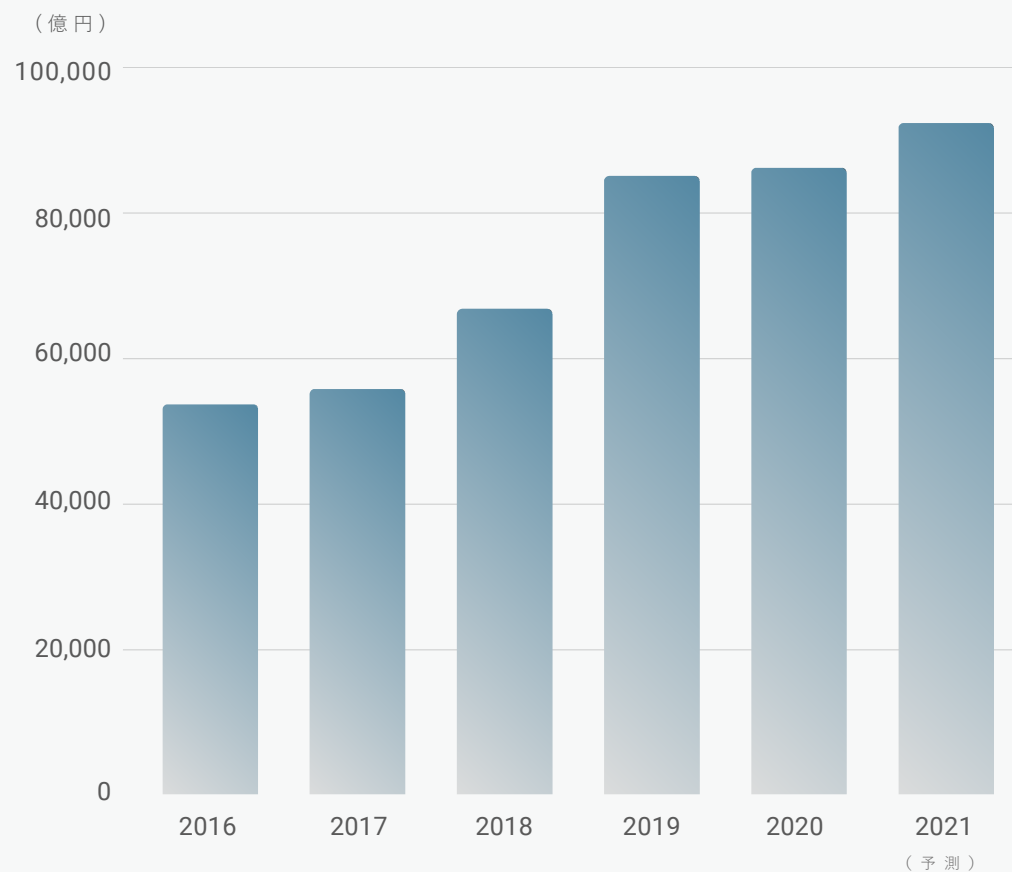
05 当社グループの成長戦略と進捗

人材派遣の市場環境

人材派遣の市場規模：2020年8.2兆円

- 1 直近2016年以降成長しており、2021年度も伸びる予測である。
- 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

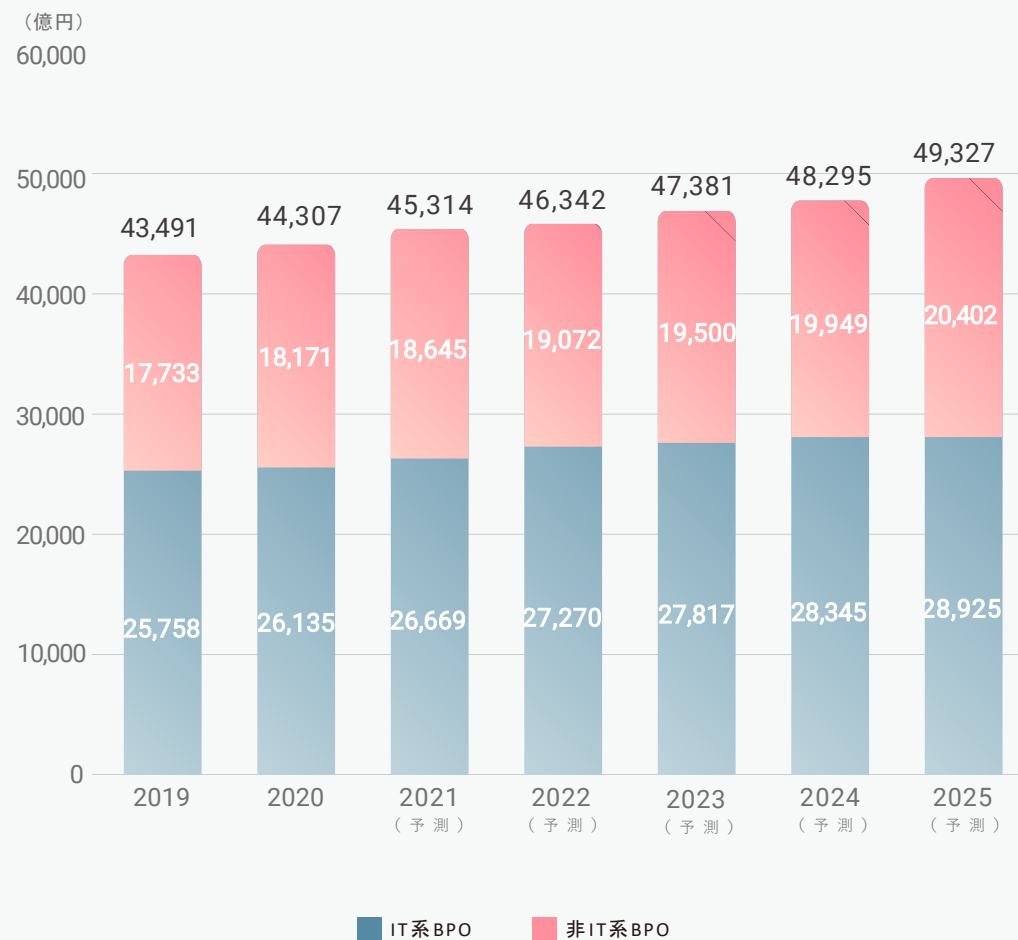
05 当社グループの成長戦略と進捗

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2019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」

05 当社グループの成長戦略と進捗

体験創造能力について

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。

05 当社グループの成長戦略と進捗

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

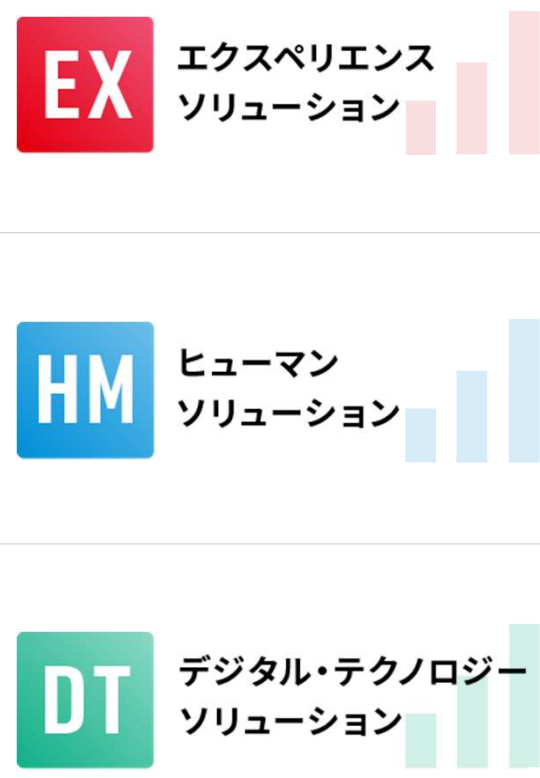


体験創造能力の向上

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

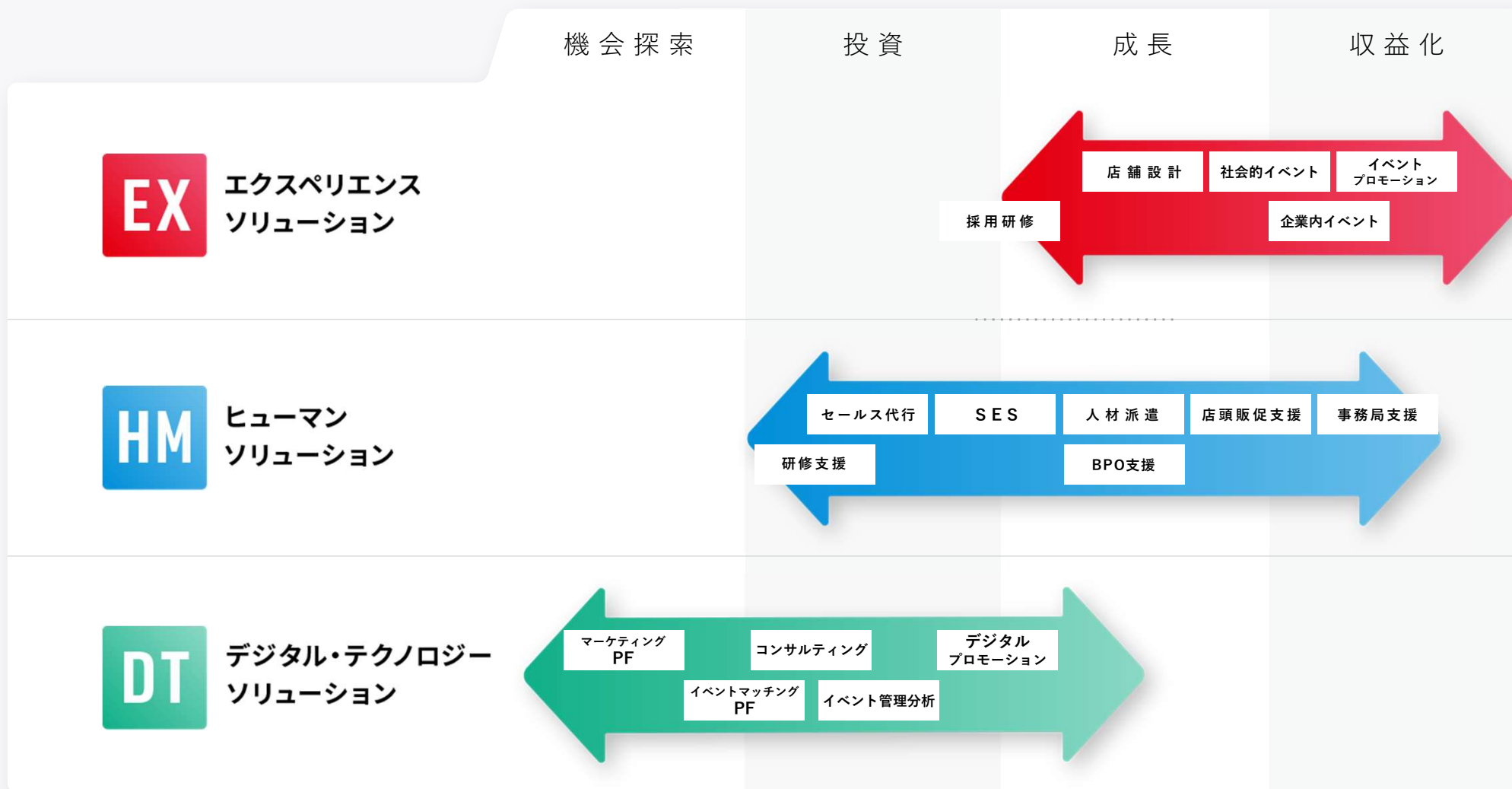
EX エクスペリエンスソリューション

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

05 当社グループの成長戦略と進捗

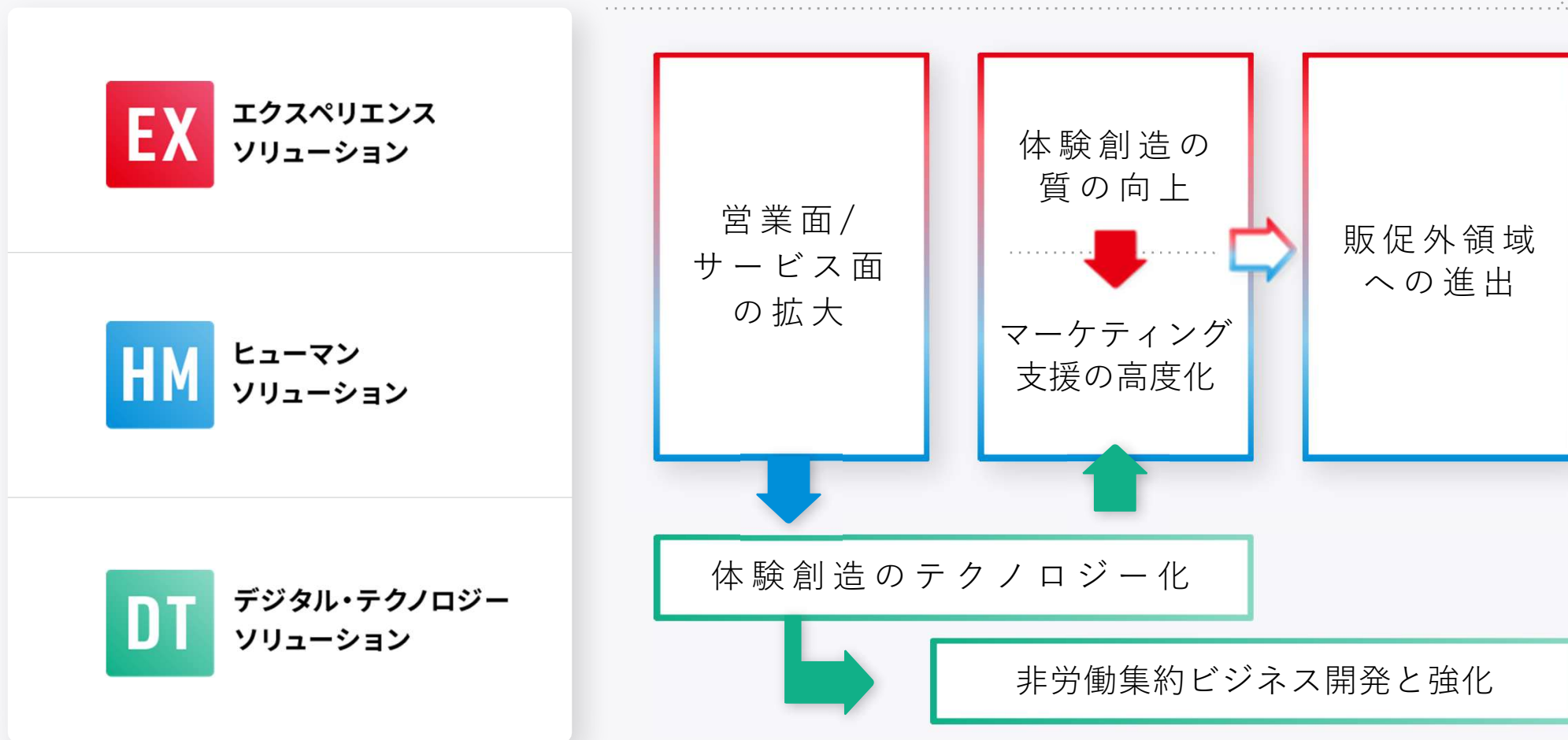
各事業領域における収益環境の考え方



05 当社グループの成長戦略と進捗

中期における取組プロセス全体像

2022



05 当社グループの成長戦略と進捗

中期戦略と施策の進捗 **EX** エクスペリエンスソリューション事業

マーケティング支援の高度化

- 機能高度化** 高度人材の採用に伴いマーケティング戦略に特化した専門部署を新設、クライアントのマーケティング施策全般に戦略面から貢献しうる提案能力を実装

- ソリューションパッケージ化** 稲毛海浜公園等の当社独自のコンテンツを利用したソリューションのパッケージ化を推進

- ベンチャー企業との連携強化** ANOBAKAファンドへの出資を通じて、今後のCVC実装に向けた研究を開始した他、出資先のベンチャー企業とのネットワーキングを開始

事業開発 & 非マーケティング領域への進出

- 販促外のイベントメニューの拡販** 花火イベントやマラソンイベント等、地方創生に寄与しうるソリューションの営業強化を推進

05 当社グループの成長戦略と進捗

中期戦略と施策の進捗

HM ヒューマンソリューション事業

マーケティング支援の高度化

●人材派遣領域への進出

コールセンター等の販促以外のマーケティング領域に対する支援人材派遣サービスを開始

●アカデミック起点のソリューション開発

(株) BBStone心理学研究所と共同で、デザイン心理学を用いた消費者の購買傾向を分析可能にするソリューションの開発に着手

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

●人材ビジネスの高付加価値化

エンジニア派遣 (SES) 事業への進出を視野に入れて、エンジニア人材・デジタルマーケティング人材の採用、教育研修を開始

●公共事業、部門への営業深耕

当社の企画・実装力を生かして官公庁案件の競争入札への直接入札を開始既に落札を実現。社内に営業専門チームを新設、当社のソリューションパッケージの開発を進めると共に営業ノウハウの蓄積を開始

05 当社グループの成長戦略と進捗

中期戦略と施策の進捗

DT デジタル・テクノロジーソリューション事業

マーケティング支援の高度化

● 広告運用領域への進出

デジタルプロモーション部署において、デジタル広告の出稿及び運用を専門に扱うセクションを新設し、サービス提供を開始

● ビジネスコンサルティング領域への進出

クライアントのマネジメントレベルの課題に向き合い、新たなビジネスチャンスを創造するコンサルティングビジネスへの進出に向けて、人材の採用、ソリューションメニューの開発に着手

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 | 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。 |

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、保証しておりません。

本資料のアップデートについて、次回は2023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。