

FRONTIER INTERNATIONAL GROUP

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]

— 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。



CONTENTS

01 | 会社概要

02 | 市場規模

03 | 成長戦略と進捗

04 | 資本政策と株主還元方針

05 | リスク情報

01

|

会社概要

01 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

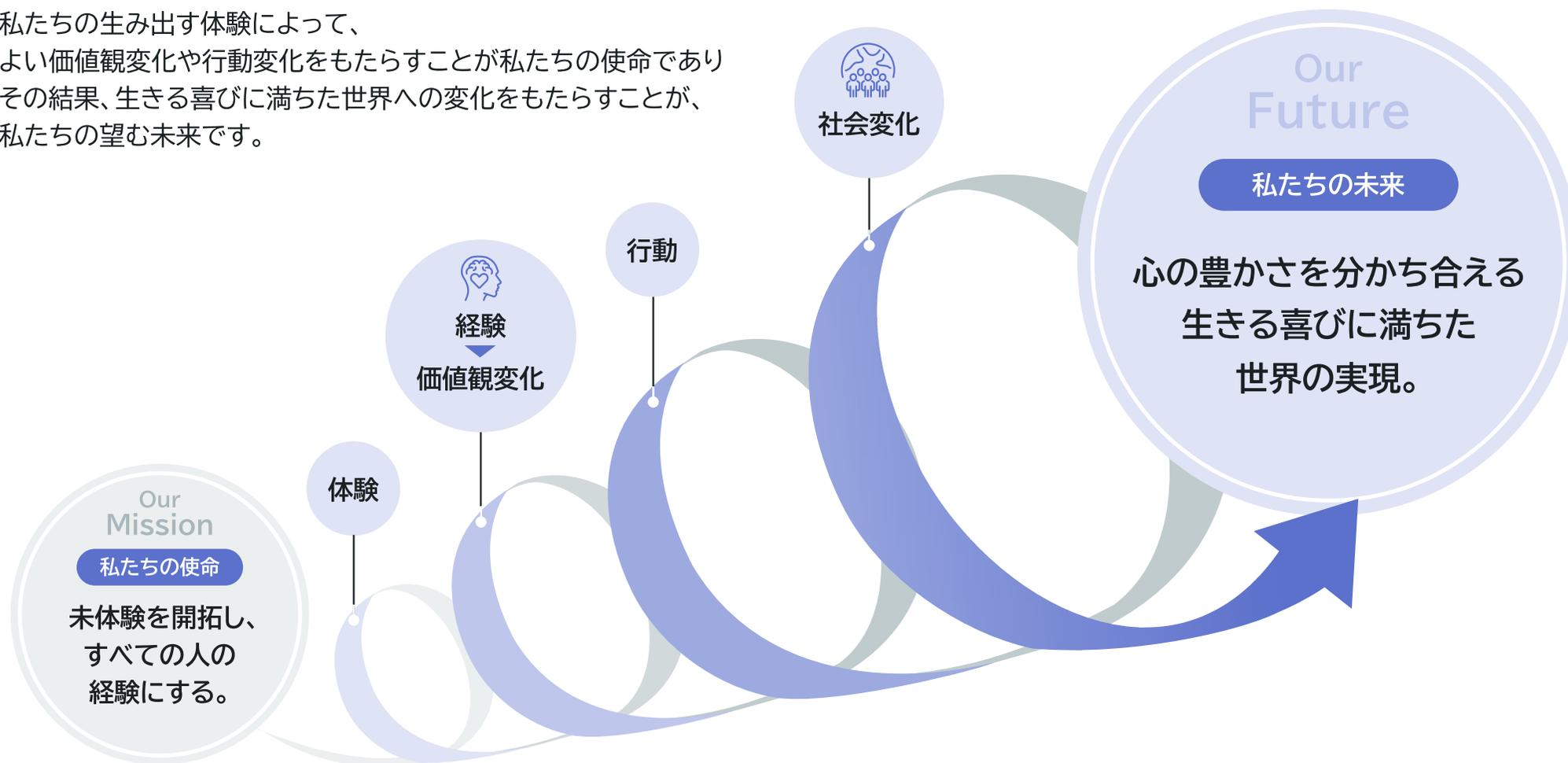
主要拠点 (国内)	札幌、仙台、東京、千葉、金沢、名古屋、大阪、広島、小倉、福岡
正社員数	340人
契約社員	1,430人
子会社	(株)フロンティアダイレクト (株)イリアル (株)ガイアコミュニケーションズ



01 Purpose

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。



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 〕



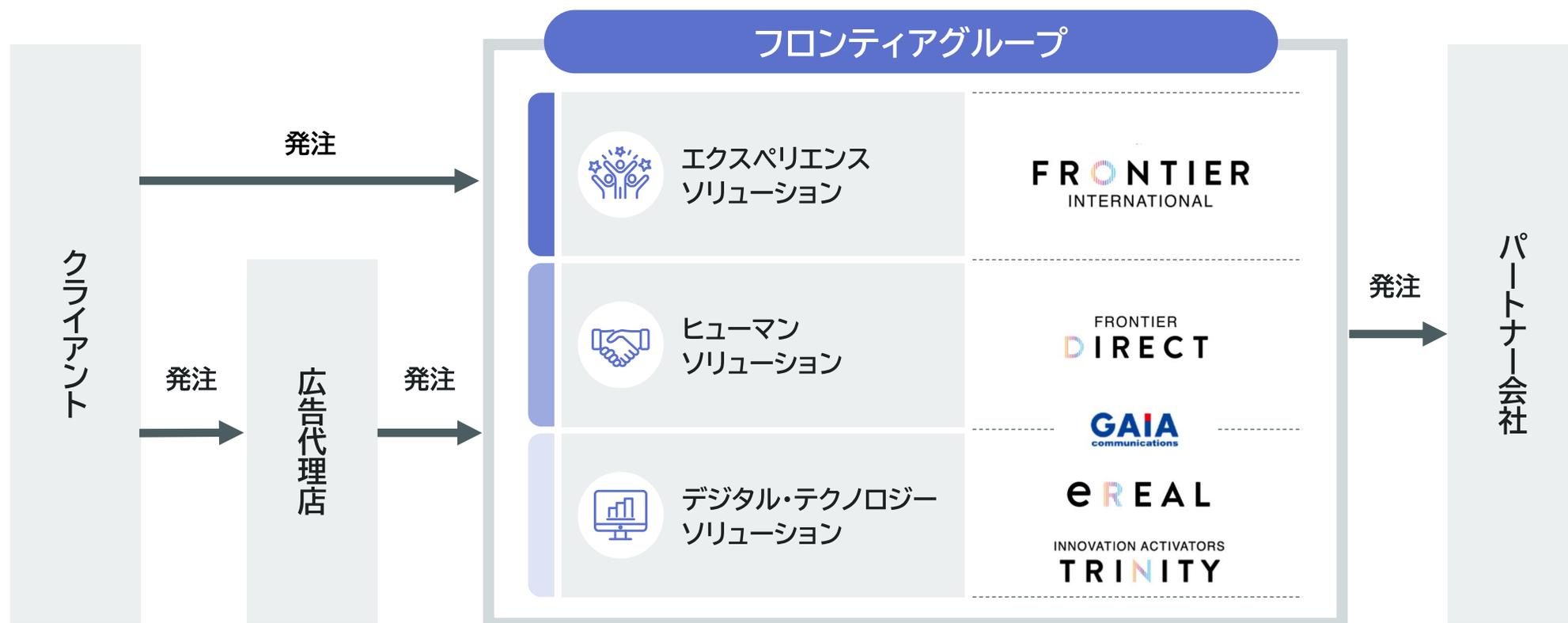
ヒューマン ソリューション事業

〔 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

収益構造

- 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。



3ソリューションの収益モデル

	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"> ● 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
 <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"> ● 店頭販促支援 ● 事務局機能 ● 人材派遣
 <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"> ● メディア&コンテンツプロモーション ● メディア運用支援

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
の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。

エクスペリエンス
ソリューション事業



01 会社概要

事業概要と収益モデル

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。



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

デジタル・テクノロジー ソリューション事業



コミュニケーションコンサルティング

オンラインを軸に、オフラインの接点設計も含めたオンオフ統合型のコミュニケーション戦略を立案・実施する。



メディア&コンテンツプロモーション

ターゲットの認知や興味関心、購買など目的に合わせて、メディアや各種コンテンツをプランニング&プロデュースする。

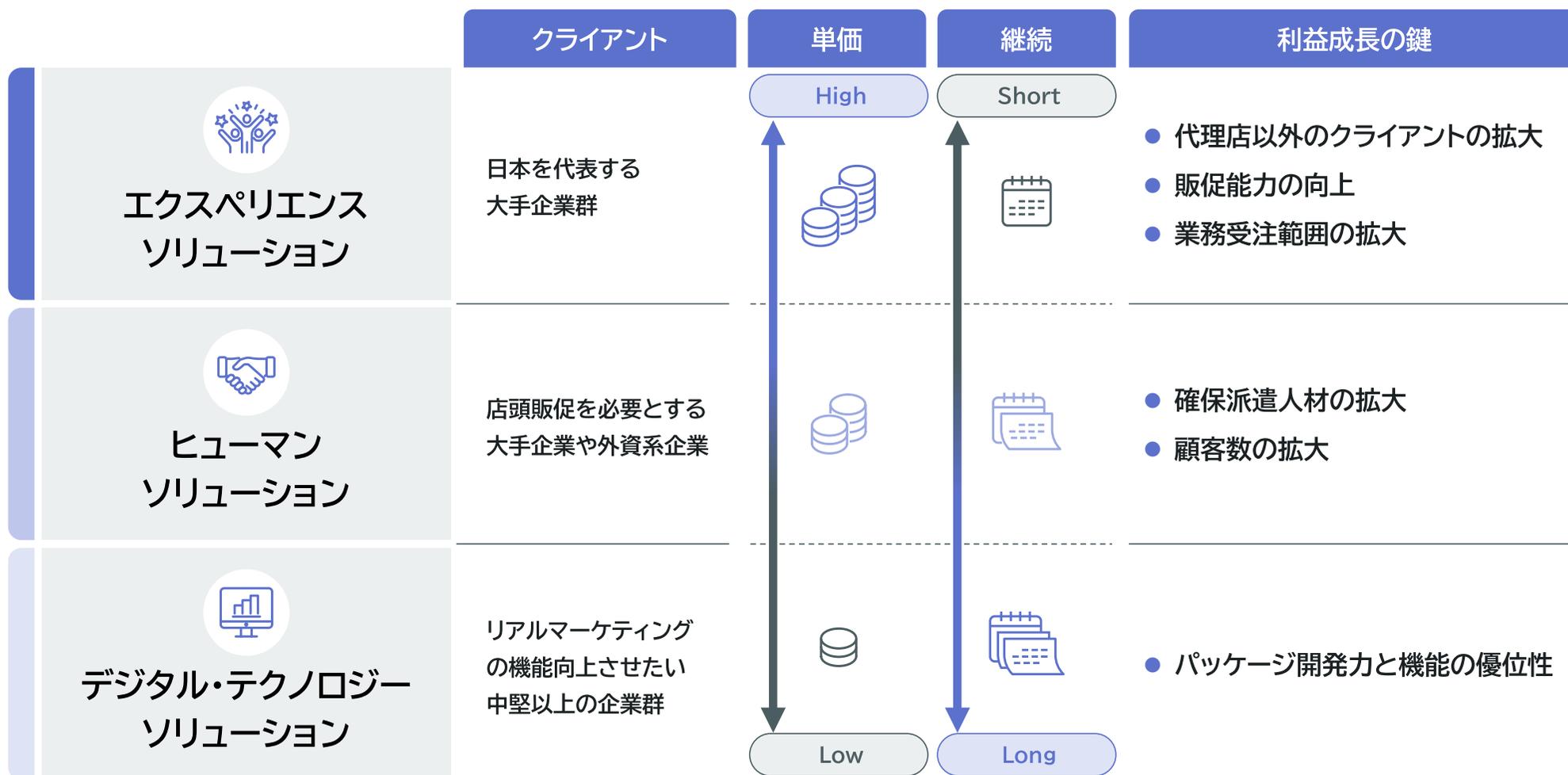


メディア運用支援

メディアの活用計画、コンテンツ/クリエイティブ制作、広告、分析など、オウンドメディア運用をトータルで支援。また、運用によって得たデータを他のコミュニケーションプランニングに活用する。



3ソリューションの収益モデル



02 | 市場規模

02 市場規模

市場環境

イベント

3,845 億円

※ 出展: 電通「日本の広告費」

人材派遣

9兆2,355億円

※ 出展: 矢野経済研究所調べ「国内人材ビジネス市場」

インターネット広告 (媒体費)

2兆9,340億円

※ 出展: 電通「日本の広告費」

デジタルマーケティング

2,828 億円

※ 出展: 矢野経済研究所調べ「国内デジタルマーケティング市場」

各領域の傾向・成長方針



エクスペリエンス ソリューション 領域

大型顧客イベント需要開拓

- マーケティングにおける「体験」のニーズが拡大
- より大型の顧客のマーケティングイベントを開拓



ヒューマン ソリューション 領域

顧客数の拡大

- 確保派遣人材の拡大
- 顧客数の拡大



デジタル・テクノロジー ソリューション 領域

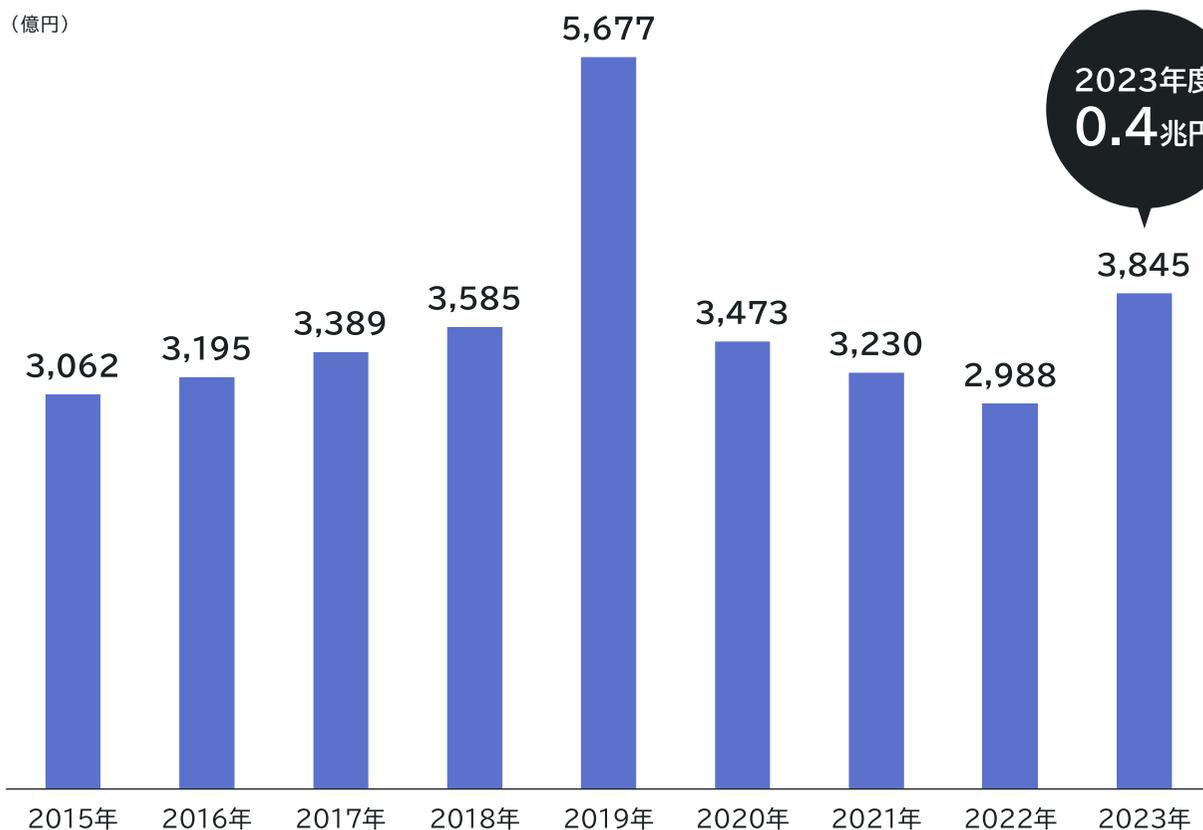
イベント連携強化

- デジタル単独でなく、リアルとの連携の需要増加
- ハイブリッドイベントを推進し市場開拓

イベントの市場環境

イベント運営費の推移

(億円)



※ 出典:電通「日本の広告費」

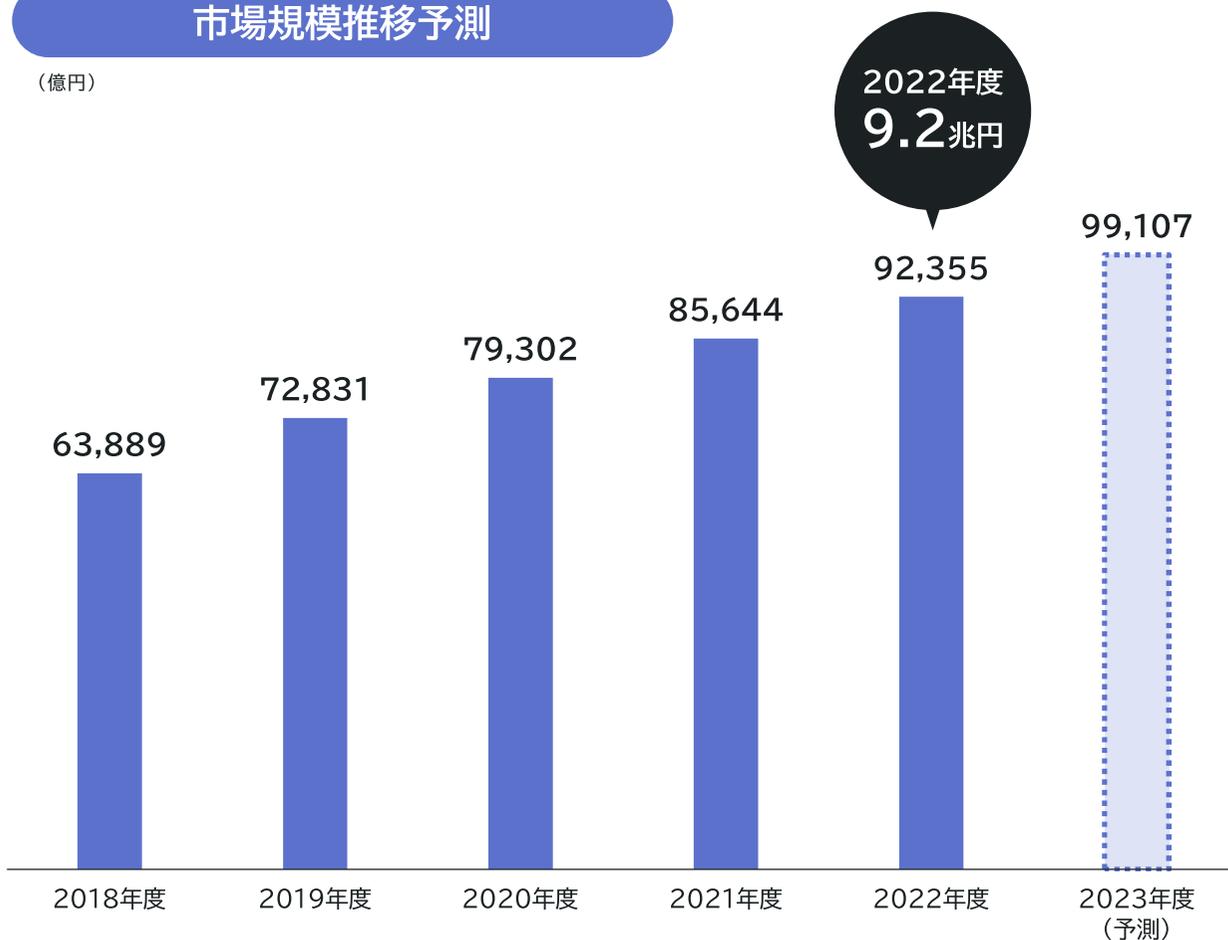
- 1 2023年度のイベント関連市場は3,845億円とコロナ禍で開催中止や小規模開催していたイベントが再開。
- 2 リアルイベントとオンラインイベントを同時開催するハイブリッドイベントや大型のイベント需要が増加した。
- 3 新型コロナウイルスの収束によって各種イベントが本格再開され、今後は制限のないリアル体験への強い需要から、イベント関連市場の成長が予想される。

02 市場規模

人材派遣の市場環境

市場規模推移予測

(億円)



※ 出典: 矢野経済研究所 人材ビジネス市場に関する調査(2023年)

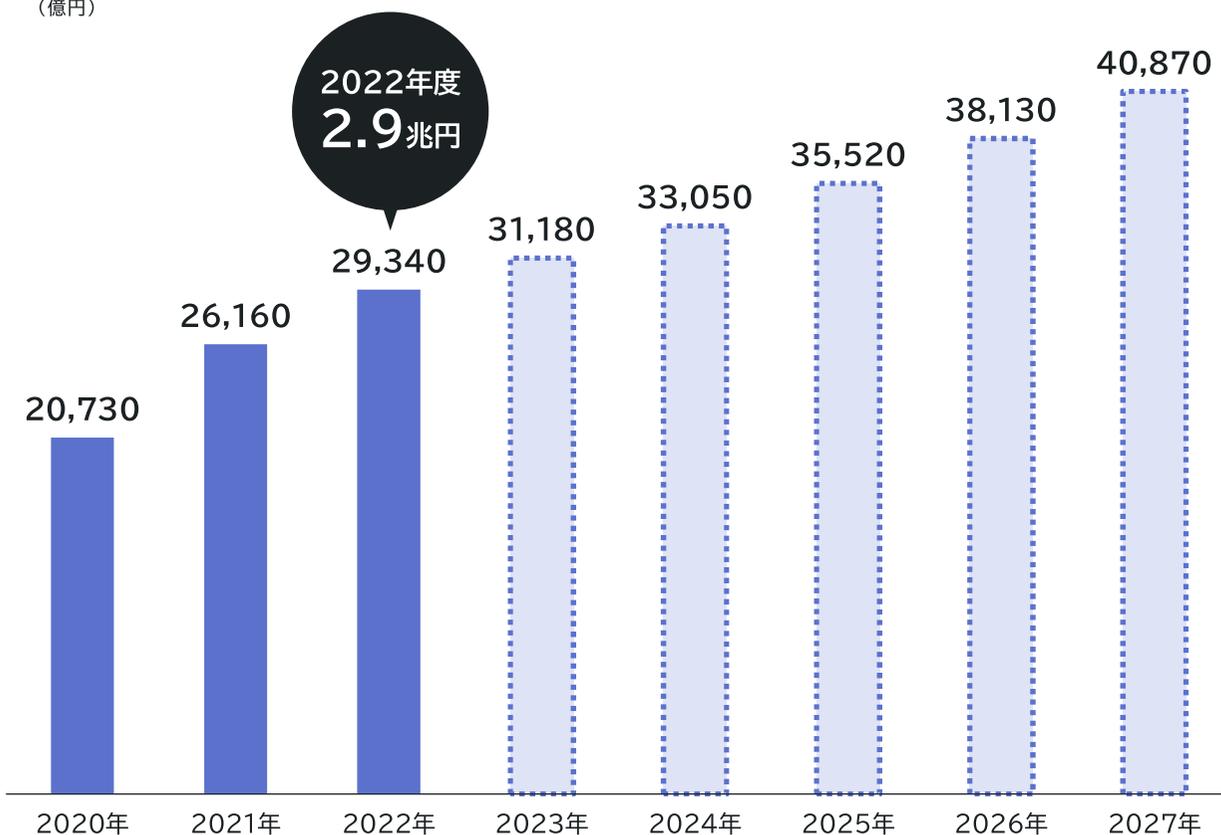
- 1 2018年以降成長を続けており、2023年度も市場拡大が予測される。
- 2 人材派遣では、あらゆる業界・業種において人材需要の高まりが堅調であり、更なる成長が期待される。
- 3 どの業界においてもハイクラス人材や高いITスキルを持つ人材の需要は健在。

02 市場規模

インターネット広告

市場規模推移予測

(億円)



※ 出典: 矢野経済研究所 インターネット広告市場に関する調査(2023年)

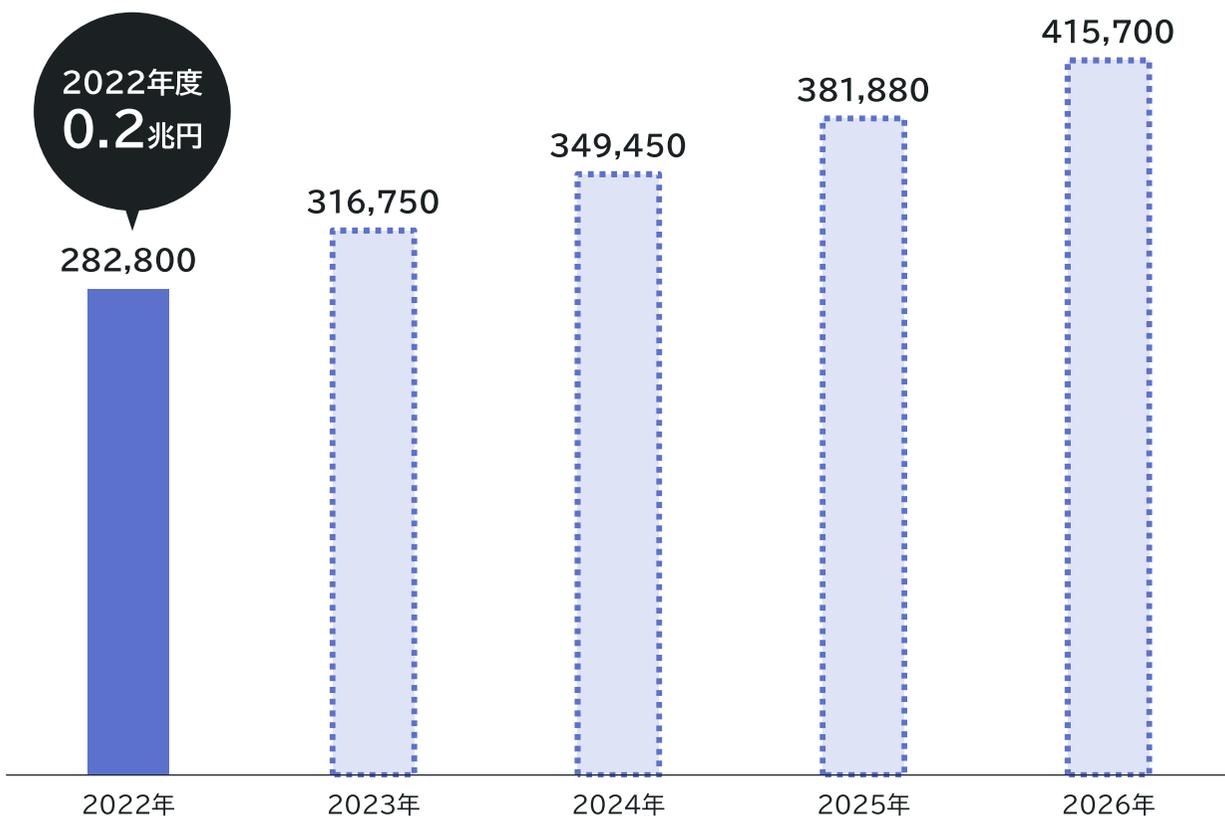
- 1 2022年度はコロナ禍の行動制限緩和により、広告主がコロナ禍で一時的にオンラインに振り向けた投資予算を再びオフラインへの投資予算に戻り、成長率は緩やかとなった。
- 2 今後も引き続き、他の媒体からインターネット広告へのシフトが進むと予測され、企業のDX化進展やEC化率の拡大により、市場は緩やかに成長する。
- 3 広告種類では、サーチ広告、ソーシャルメディア広告、動画広告の成長が市場を牽引する。

02 市場規模

デジタルマーケティング

市場規模推移予測

(百万円)



※ 出典: 矢野経済研究所 デジタルマーケティング市場に関する調査(2023年)

- 1 2022年度のデジタルマーケティング市場規模は2,828億円。
- 2 従来デジタルマーケティングに対して積極的に投資を実施してきた大企業に加えて、中小企業によるツール活用が進んでいる。
- 3 多くのベンダーで生成AIによるメール文の自動作成、分析のアシスト、レポートの自動作成など利便性の向上が期待され、デジタルマーケティングツールの導入は今後も加速していく。

03

成長戦略と進捗

03 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)

- 2027.4期に連結売上高500億円、連結営業利益50億円を目標とする。
- 当該目標の達成に向けては、足元の業績は将来に向けた戦略的投資を積極的に実施したため悪化しているが、既存ビジネスを拡張、拡大させながら、M&Aにより一気に規模の拡大、質の深化を図るという基本戦略に変更はない。

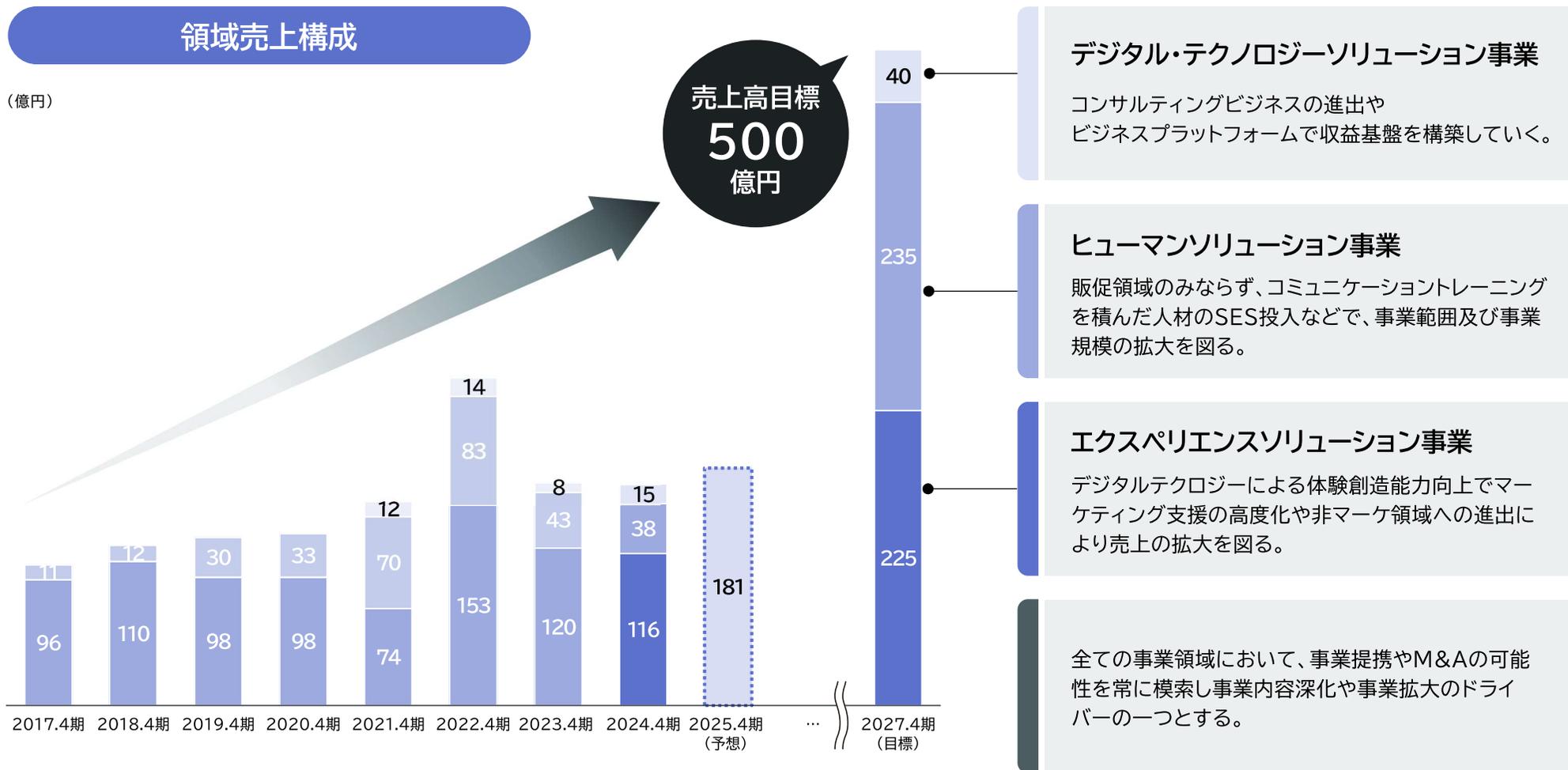
(百万円)	2019.4期	2020.4期	2021.4期	2022.4期	2023.4期	2024.4期	2025.4期 (予想)	2027.4期 (目標)
売上高	12,781	13,119	15,722	25,136	17,047	16,944	18,100	50,000
営業利益	1,126	1,285	751	3,131	1,875	1,210	1,254	5,000
利益率	8.8%	9.8%	4.8%	12.5%	11.0%	7.1%	6.9%	10.0%
経常利益	1,115	1,288	943	3,182	1,864	1,232	1,284	5,000
当期純利益	819	825	519	2,121	1,302	486	833	3,270

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ティング領域への進出に
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。

当社が目指す存在意義と位置づけ

当社の存在意義

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

当社の位置づけ

人の創造力と実現力で、**未来の可能性を切り拓く**

可能性を拓く対象

〔 社会の可能性 〕 〔 業界の可能性 〕 〔 企業の可能性 〕 〔 生活者の可能性 〕

世の中の可能性を拓く
事業テーマ

市場創造・活性化テーマ

ブランディングテーマ

人材活性化・活用テーマ

当社の強みとなる
ソリューション群

マーケティング・
ソリューション

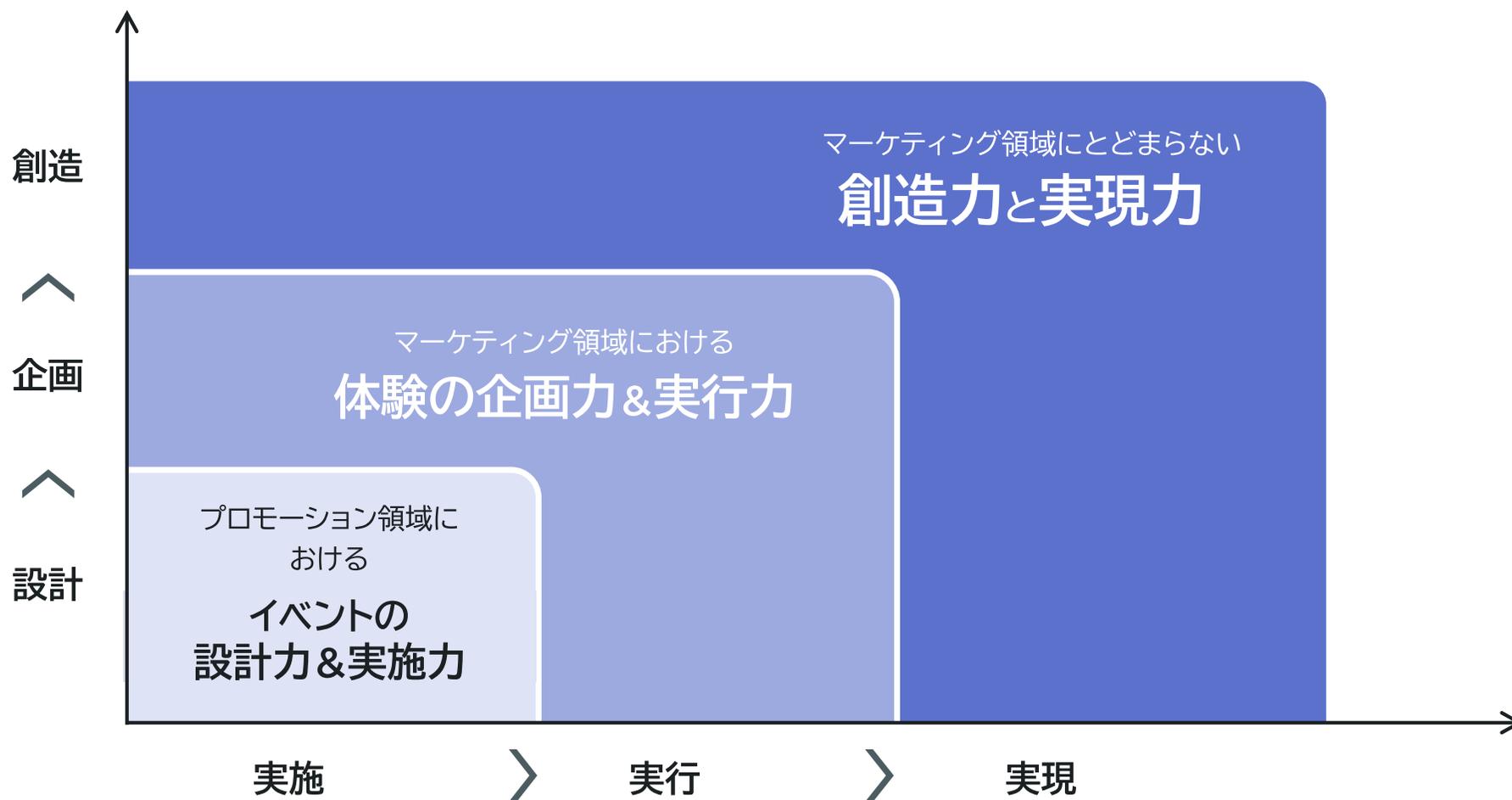
エクスペリエンス
ソリューション

デジタル・
ソリューション

ヒューマン・
ソリューション

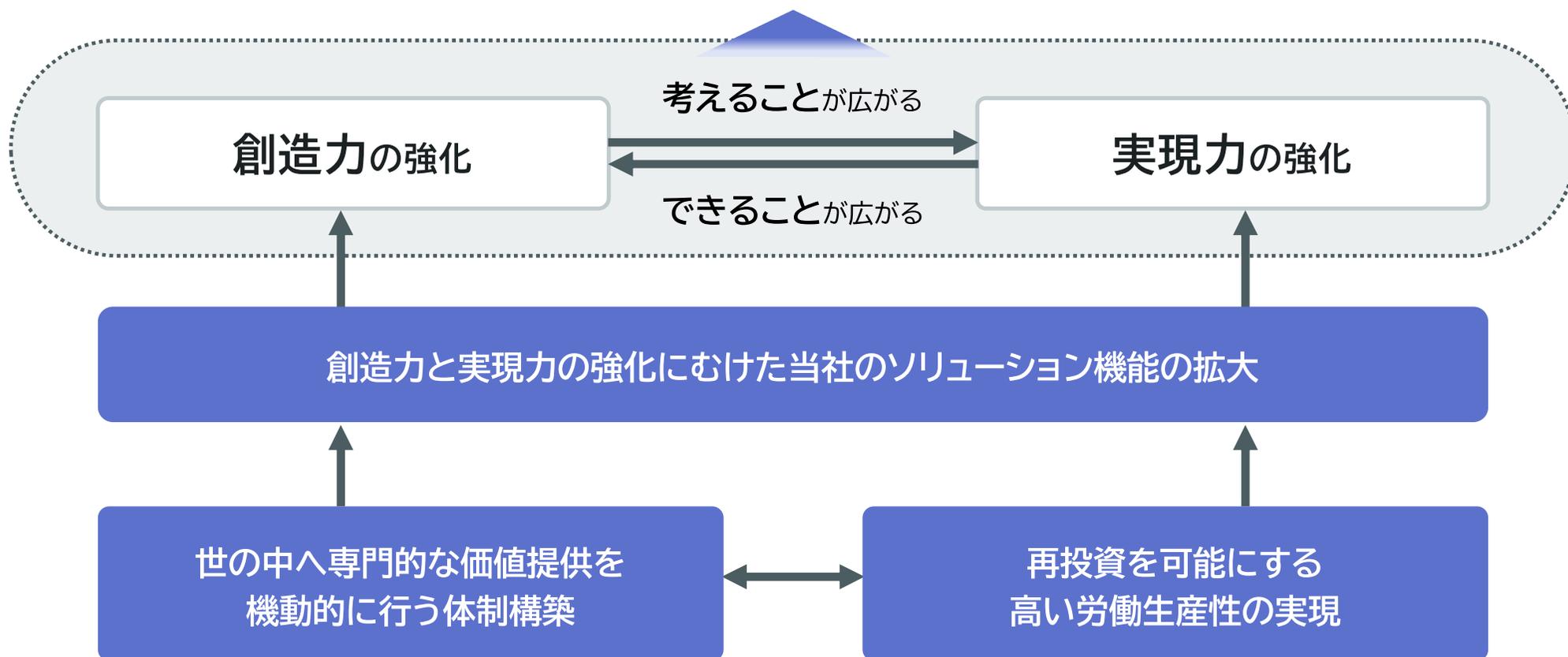
03 成長戦略と進歩

当社の進化の形

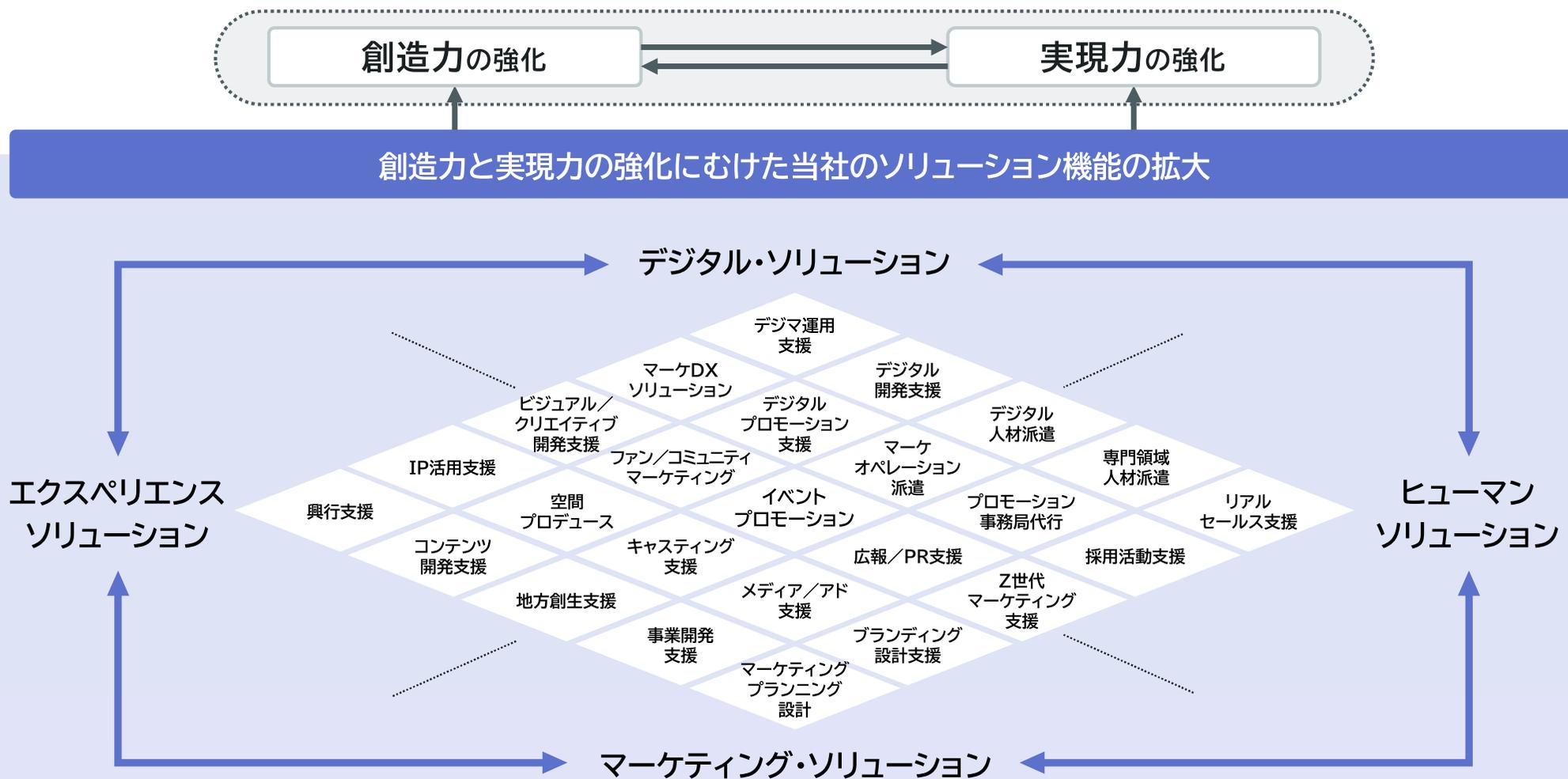


目指す姿に向けた成長戦略3方針

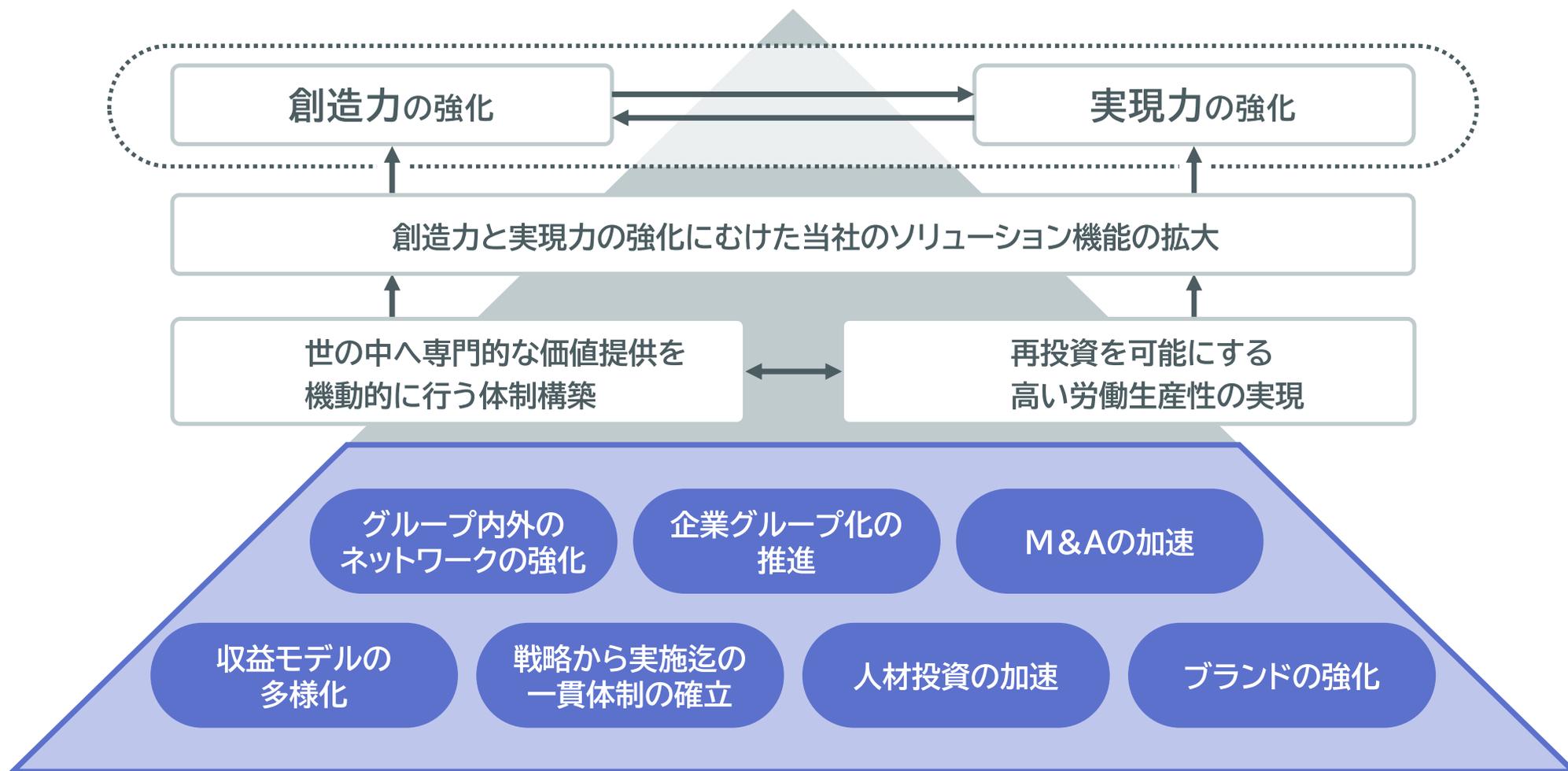
世の中の様々な領域における、前向きな可能性をもたらす存在としての価値提供



創造力と実現力を下支えする4方向のソリューション機能拡大



成長戦略を実現する7つの活動



創造力と実現力の強化にむけた当社のソリューション機能拡大

M & Aの加速

- 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、特にWEB広告における制作・運用機能を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



ブランドの強化

- VI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



専門的な価値提供を機動的に行う体制構築

アライアンス強化

- 自社単独のCVCを設立
- 前年度24/4期ではベンチャー企業へ2社へ出資
を実行
- 体験創造の進化を狙うと共に、中長期の新しい事
業の芽を探る



IPビジネス

- アニメ「エグミレガシー」の製作委員会に参画
- 国内のライセンス窓口として、商品化、催事化等
を積極的に推進



再投資を可能にする高い労働生産性の実現

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、24/4期の採用実績(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



イベント主催

- 当社が主催となって執り行うイベントにチャレンジ
- 主催者側から全体をプロデュースすることにより、高利益を実現可能とする
- 体験データの収集とともに、当社のプレゼンスを高める

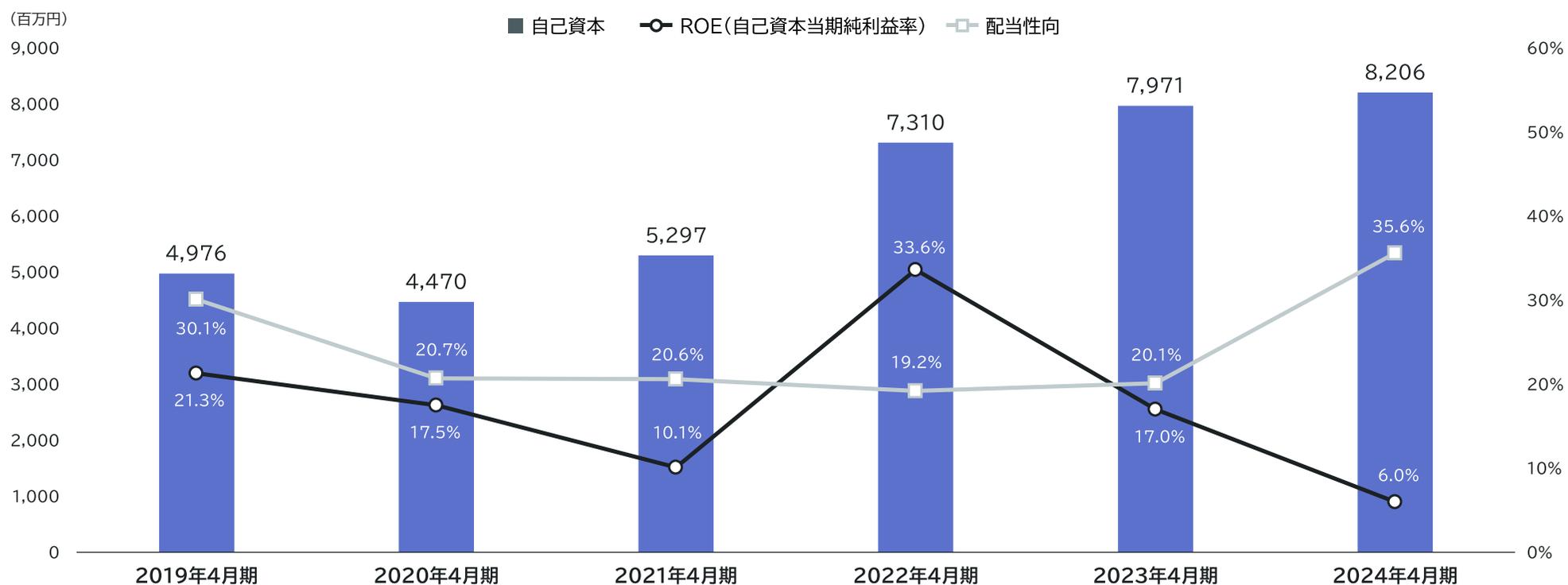


04

資本政策と株主還元方針

自己資本・ROE・配当性向の推移

- コロナ期間の利益の積み上げによる純資産の増加はあるものの、前年度24/4期より配当性向の目安基準を35%に見直し、資本効率の改善を図る



05 | 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

事業内容・提供サービス	主要なリスク	顕在時の可能性／時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。
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。
疫病発生に係るリスク	新型コロナウイルスが改めて流行した場合または未知の疫病が発生した場合、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	大	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。

※ 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。



お問い合わせ先



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2025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。