

# 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3-3-5 NBF 渋谷イースト
主要拠点(国内)	札幌、仙台、東京、千葉 名古屋、大阪、広島、小倉、福岡
正社員数(連結)	464人(2025年4月末現在)
人材登録(連結)	約42,000名
グループ会社	株式会社フロンティアダイレクト 株式会社イリアル 株式会社トリニティ 株式会社ガイアコミュニケーションズ 株式会社シネブリッジ 株式会社マックスプロデュース 株式会社ヴァンクラフト

### 1990

創業

### 2001

### 2005

### 2008

### 2009

### 2010

### 2013

### 2018

### 2019

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

7月  
現在地(東京都渋谷区渋谷)に、  
本社移転

11月  
名古屋オフィスを新設

2月  
大阪オフィスを新設

5月  
福岡オフィスを新設

8月  
中国に划労通文化艺术咨询(上海)  
有限公司を設立

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

5月  
インドネシアにPT.FRONTIER  
INTERNATIONAL INDONESIAを設立

2月  
札幌オフィスを新設

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

2月  
東証マザーズ 上場

### 2021

6月  
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

9月  
株式会社ワールドパークへ出資

11月  
体験創造研究所を設立

### 2022

2月  
ANOBKA3号有限責任事業組合へ出資

4月  
名古屋オフィスを愛知県名古屋市中村区に移転

4月  
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

9月  
株式会社トリニティ設立

### 2023

5月  
株式会社イリアル設立

12月  
株式会社シックスティーパーセントへ出資

### 2024

1月  
株式会社ガイアコミュニケーションズ 子会社化

2月  
YADOKARI株式会社へ出資

8月  
株式会社GROWTH VERSEへ出資

9月  
株式会社シネブリッジ 子会社化  
フォッグ株式会社へ出資  
株式会社マックスプロデュース 子会社化

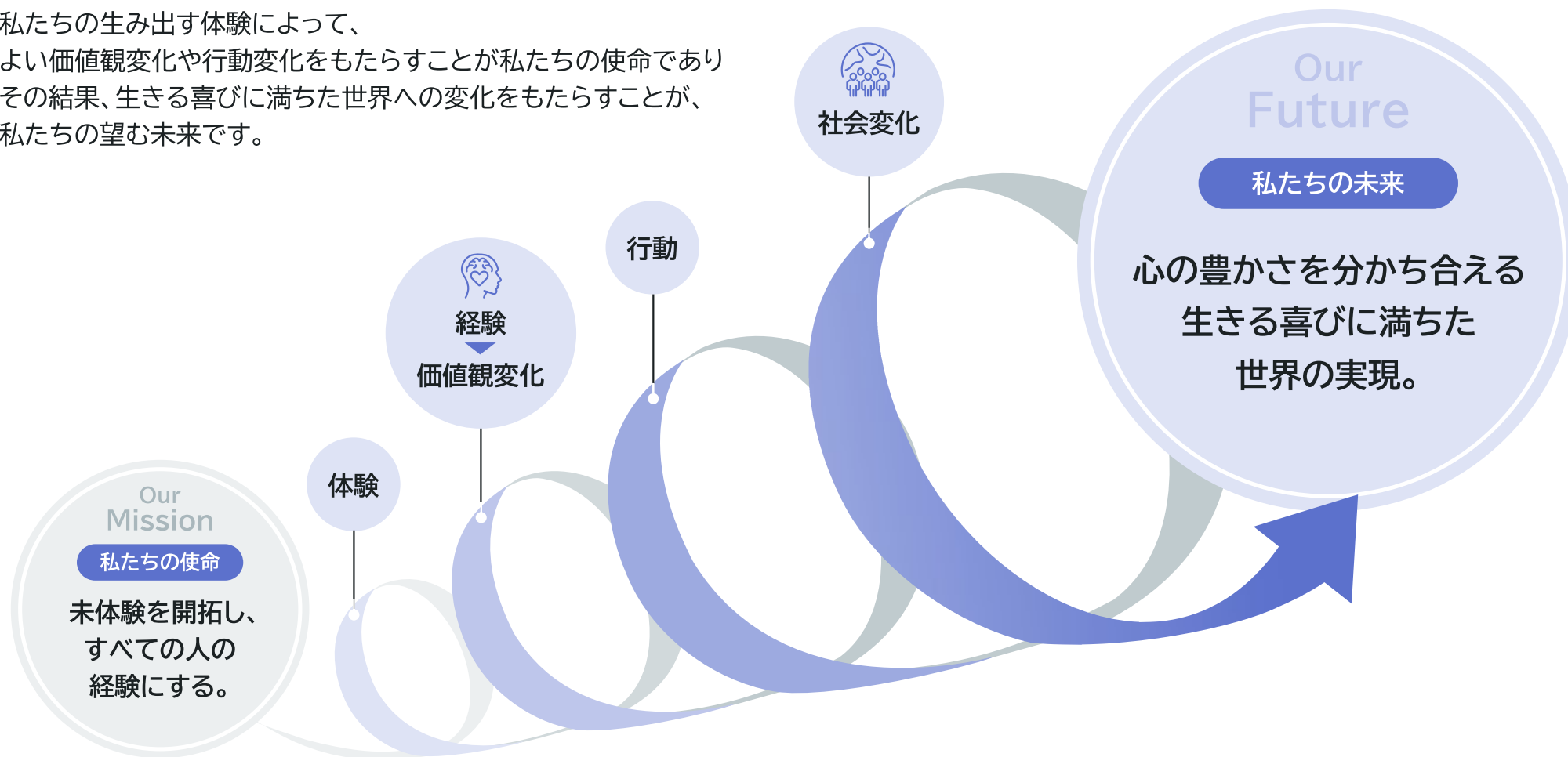
### 2025

4月  
株式会社ヴァンクラフト 子会社化  
株式会社KT Partners 関連会社化

# 01 会社概要

## 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 〕



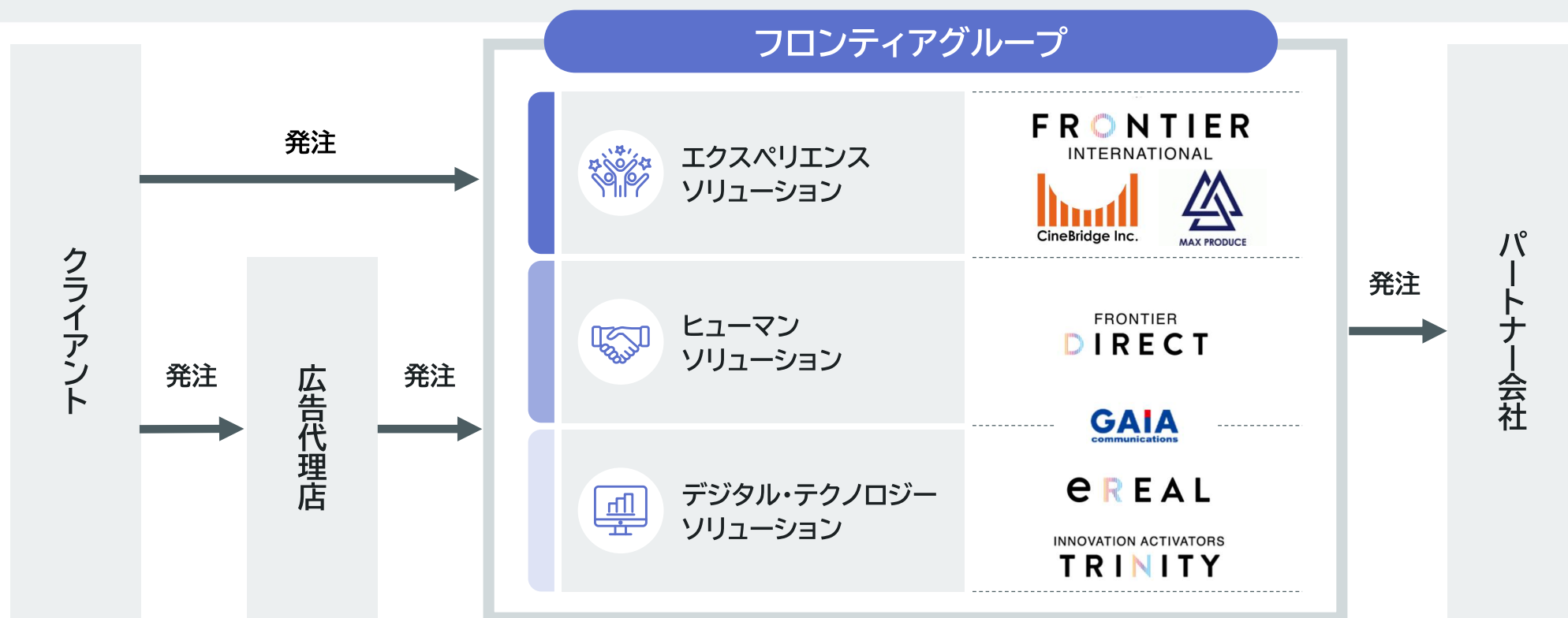
#### ヒューマン ソリューション事業

〔 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"> <li>● 店頭プロモーション</li> <li>● イベントプロモーション</li> <li>● アウター／インナーブランディング</li> </ul>
 <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"> <li>● 店頭販促支援</li> <li>● 事務局機能</li> <li>● 人材派遣</li> </ul>
 <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"> <li>● メディア&amp;コンテンツプロモーション</li> <li>● メディア運用支援</li> </ul>

## 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リ、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。



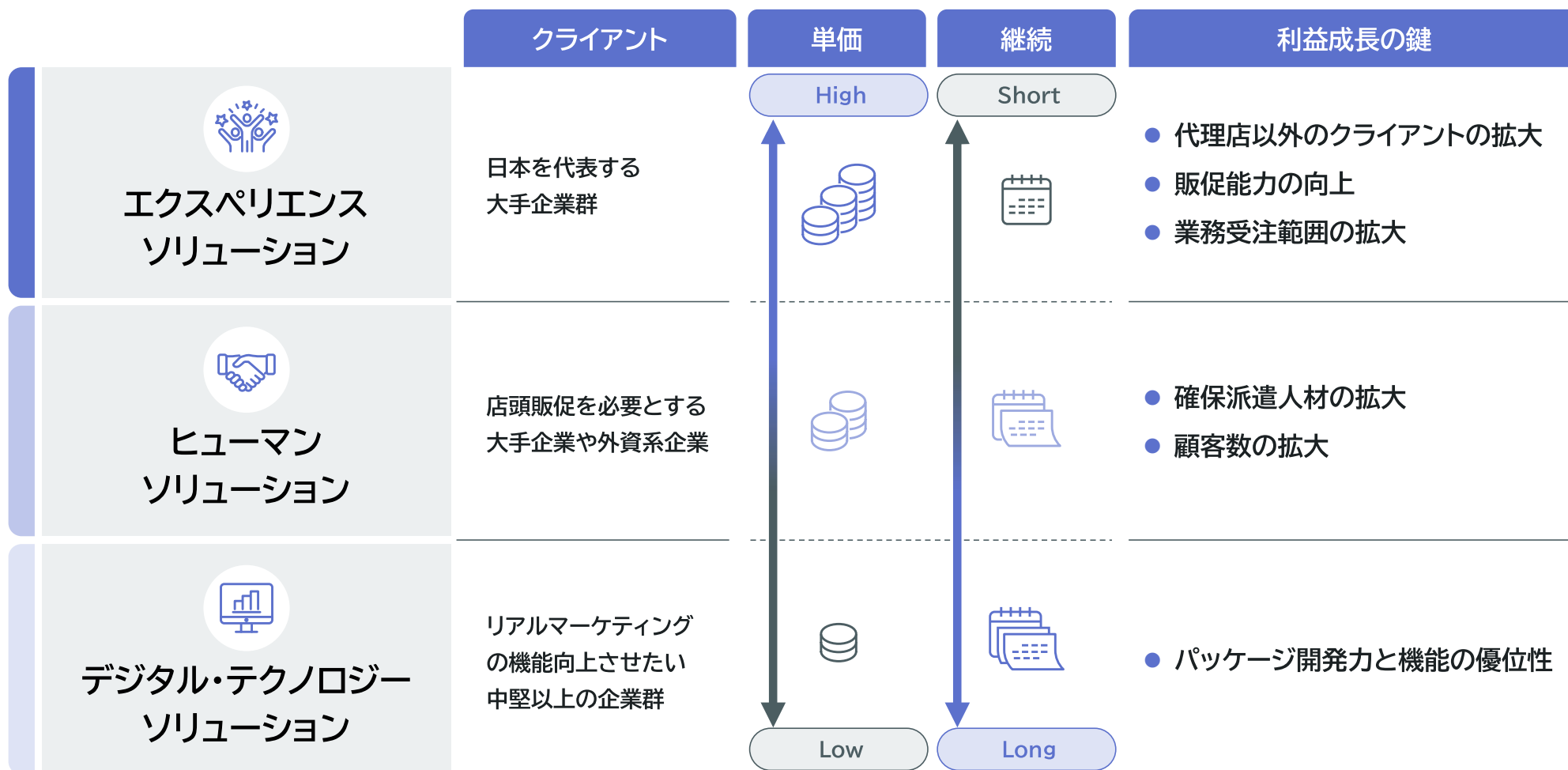
#### メディア運用支援

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

### 市場規模

#### イベント

4,269 億円

※ 出展: 電通「2024年 日本の広告費」

#### 人材派遣

9兆7,156 億円

※ 出展: 矢野経済研究所「人材ビジネス市場に関する調査(2024年)」

#### インターネット広告

2兆9,611 億円

※ 出展: 電通「2024年 日本の広告費」

#### デジタルマーケティング

3,019 億円

※ 出展: 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(2024年)」

### 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

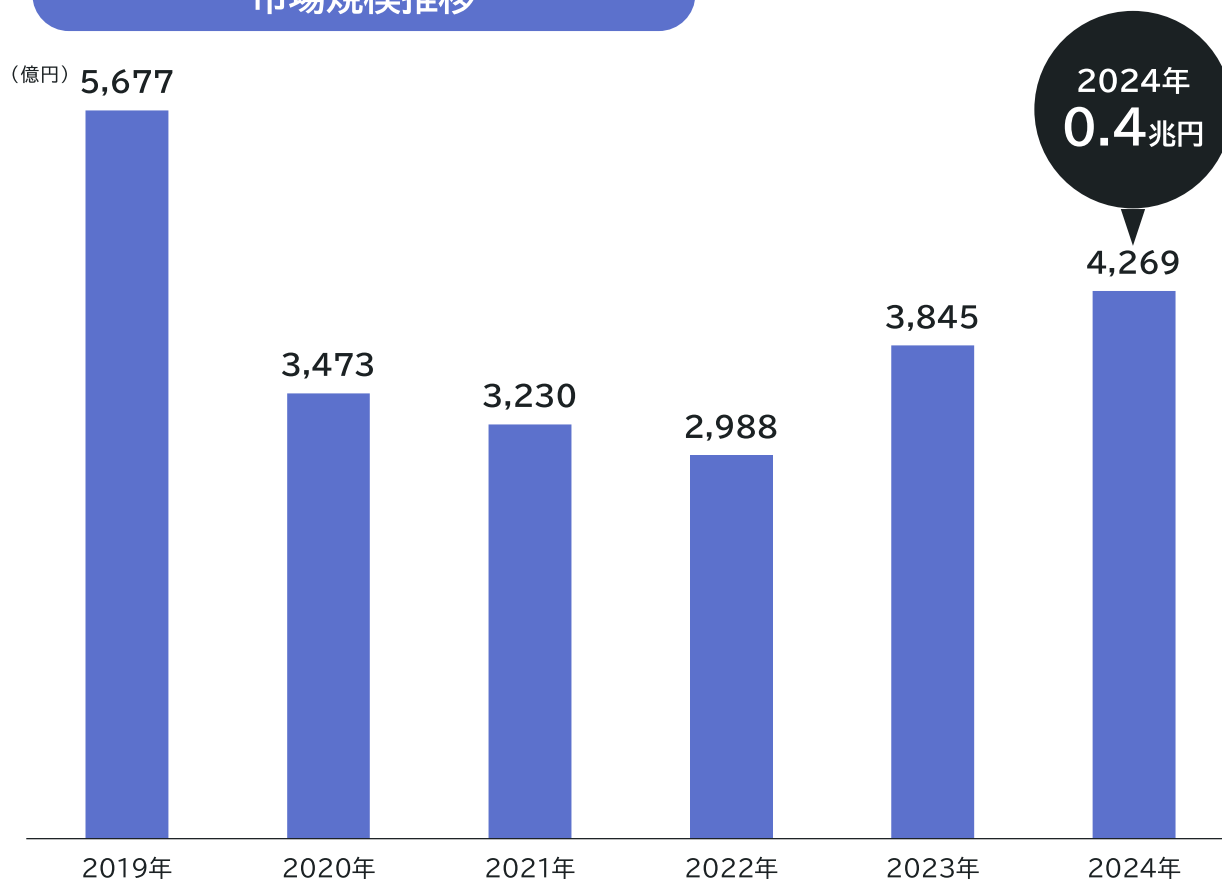
#### イベント連携強化

- 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

## 02 市場規模

### イベントの市場環境

#### 市場規模推移



※ 出典: 電通「2024年 日本の広告費 プロモーションメディア広告費<イベント・展示・映像ほか>」

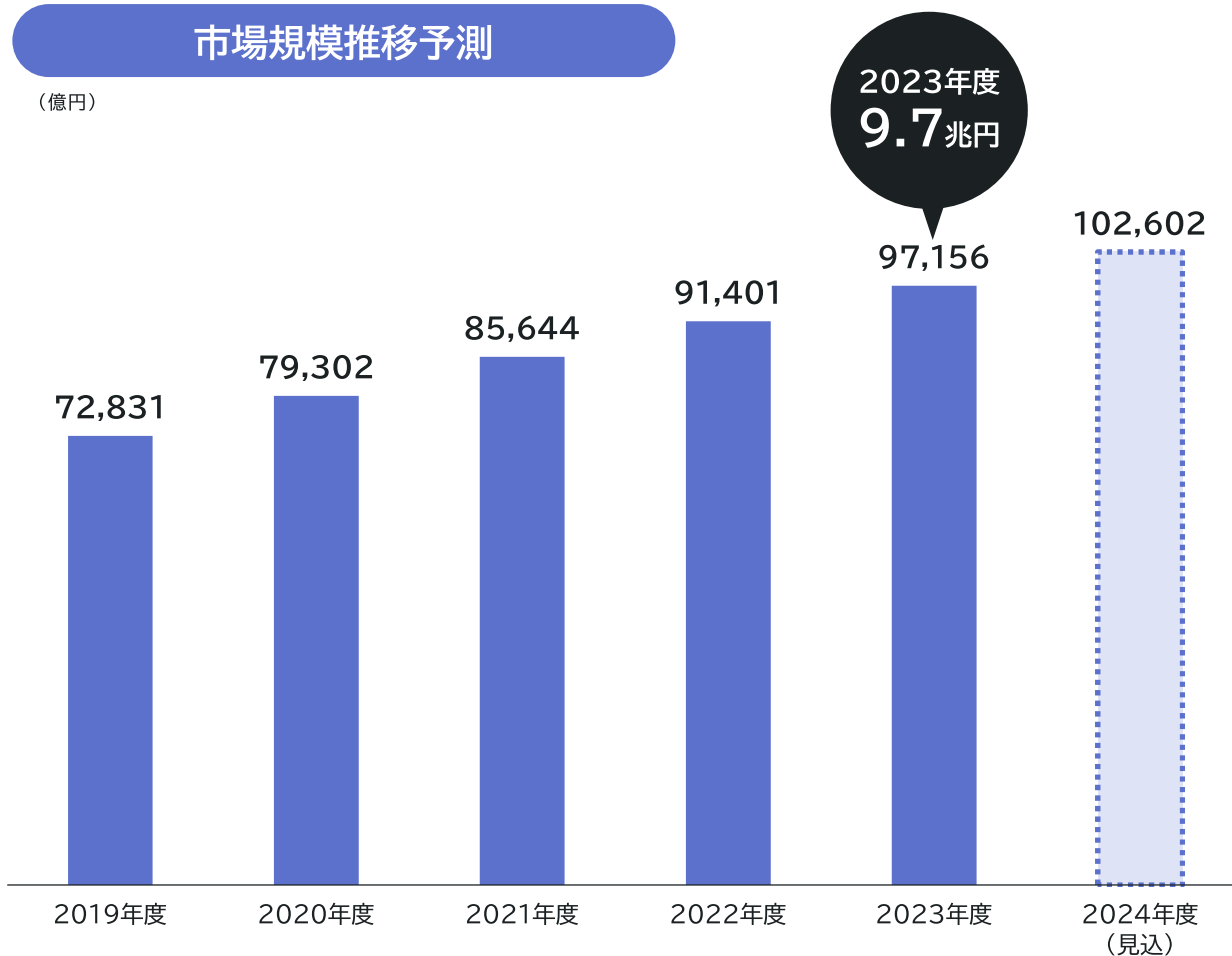
- 1 イベント領域は、メーカーの販促イベントや周年イベントなどは活発化したものの、一部大規模イベントが開催されなかったこともあり、2024年1,656億円(前年比△2.8%)と前年を下回った。
- 2 展示領域では、テーマパークへの大型投資が続き、専門店市場の海外アパレルブランド、ホテル、企業PR施設、自動車関連店舗の新装・改装需要やインバウンドなどの拡大が追い風となり、需要が回復した。
- 3 映像関連は、AIやDXなどの技術革新により、企業のマーケティング・プロモーション活動における動画映像の需要が高まった。オンライン展示会やウェブ講演会・セミナーなどに付随する配信動画、商品サービス紹介動画などへの制作需要が前年に続き高まった。

## 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(2024年)」

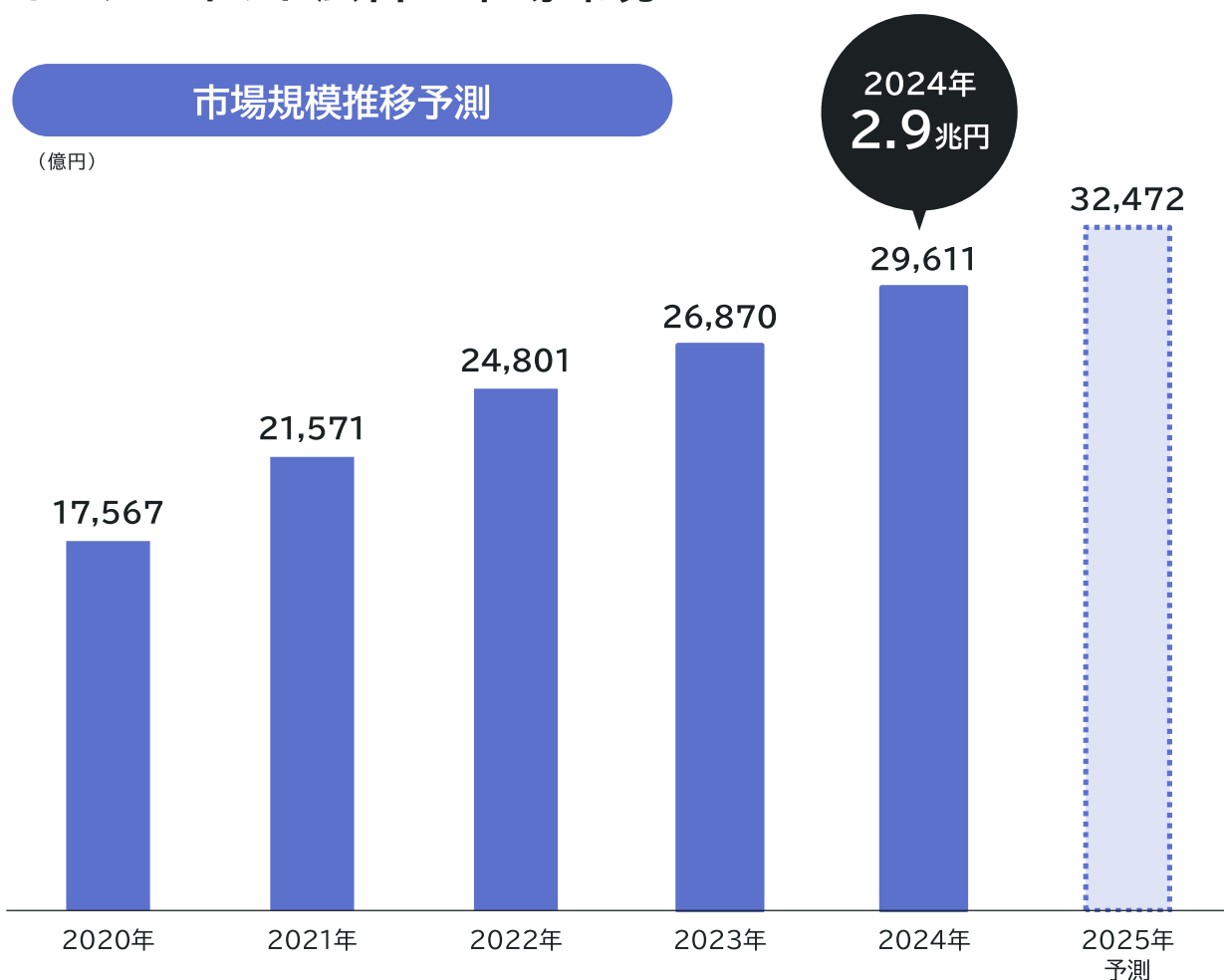
- 1 人手不足を背景に、引き続きサービス需要が高まっており、2024年度も市場拡大が予測される。
- 2 人材派遣では、あらゆる業界・業種において人材需要の高まりが堅調であり、更なる成長が期待される。
- 3 どの業界においてもハイクラス人材や高いITスキルを持つ人材の需要は健在。

## 02 市場規模

### インターネット広告の市場環境

#### 市場規模推移予測

(億円)



2024年  
2.9兆円

- 1 2024年も引き続き好調を維持し、二桁成長となった。特に動画広告が堅調で全体を押し上げた。
- 2 SNS上の縦型動画広告をはじめ、コネクテッドTV(インターネットに接続されたテレビ受像機)などの動画広告需要が一層高まり、市場全体の拡大に寄与した。
- 3 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。

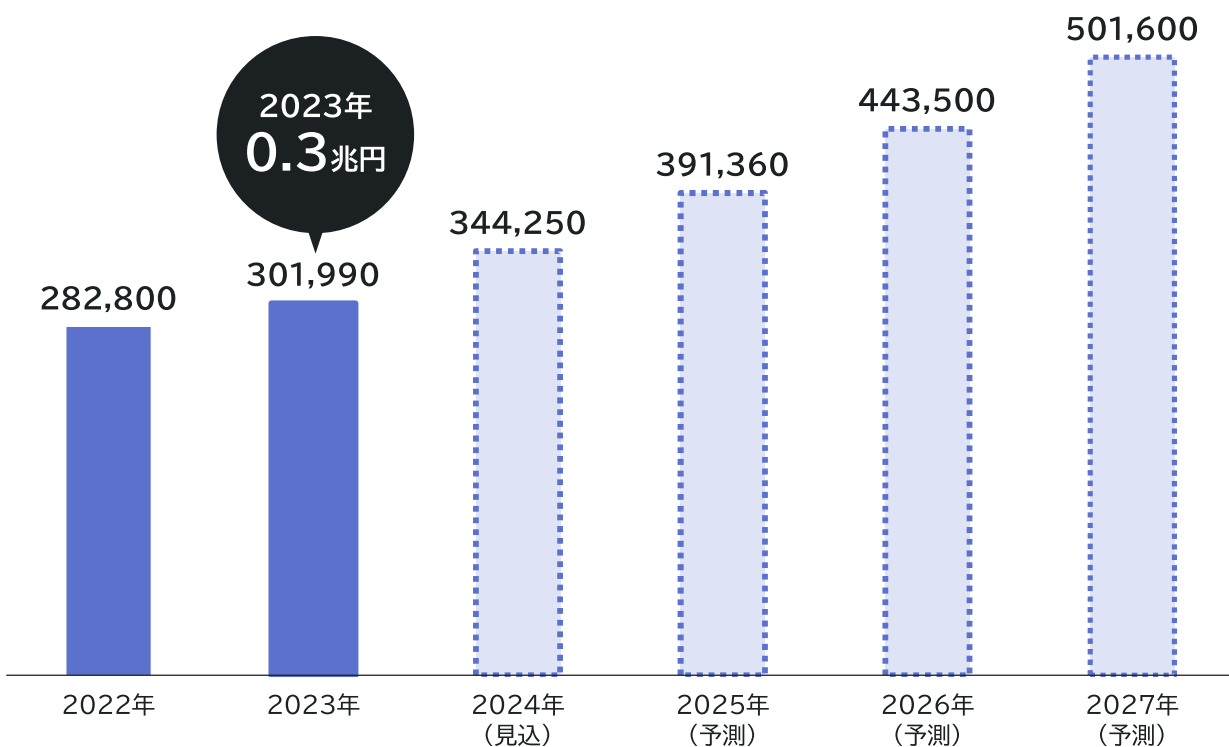
※ 出典:電通「2024年 日本の広告費 インターネット広告費<媒体費>」

## 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(2024年)」

- 1 2023年のデジタルマーケティング市場規模は3,019億円。
- 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



## フロンティアインターナショナルグループの目標(2028年4月期)

- 2028.4期に連結売上高500億円、連結営業利益43億円を目標とする。
- M&Aを積極的に推進しているが、M&AとPMIの体制を地固めしつつ実行していく方針であることから、売上高500億円の達成を2027.4期から2028.4期に変更。
- 当該目標の達成に向けては、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)	2020.4期	2021.4期	2022.4期	2023.4期	2024.4期	2025.4期	2026.4期 (予想)	2028.4期 (目標)
売上高 (うち、M&A※)	13,118	15,721	25,136	17,047	16,944	20,335	23,000	50,000 (21,080)
営業利益 (うち、M&A※)	1,285	751	3,131	1,875	1,210	1,277	1,550	4,281 (1,284)
利益率 (うち、M&A※)	9.8%	4.8%	12.5%	11.0%	7.1%	6.3%	6.7%	8.6% (6.1%)
経常利益	1,288	943	3,182	1,864	1,232	1,267	1,574	4,258
当期純利益	825	519	2,121	1,302	488	876	1,007	2,732

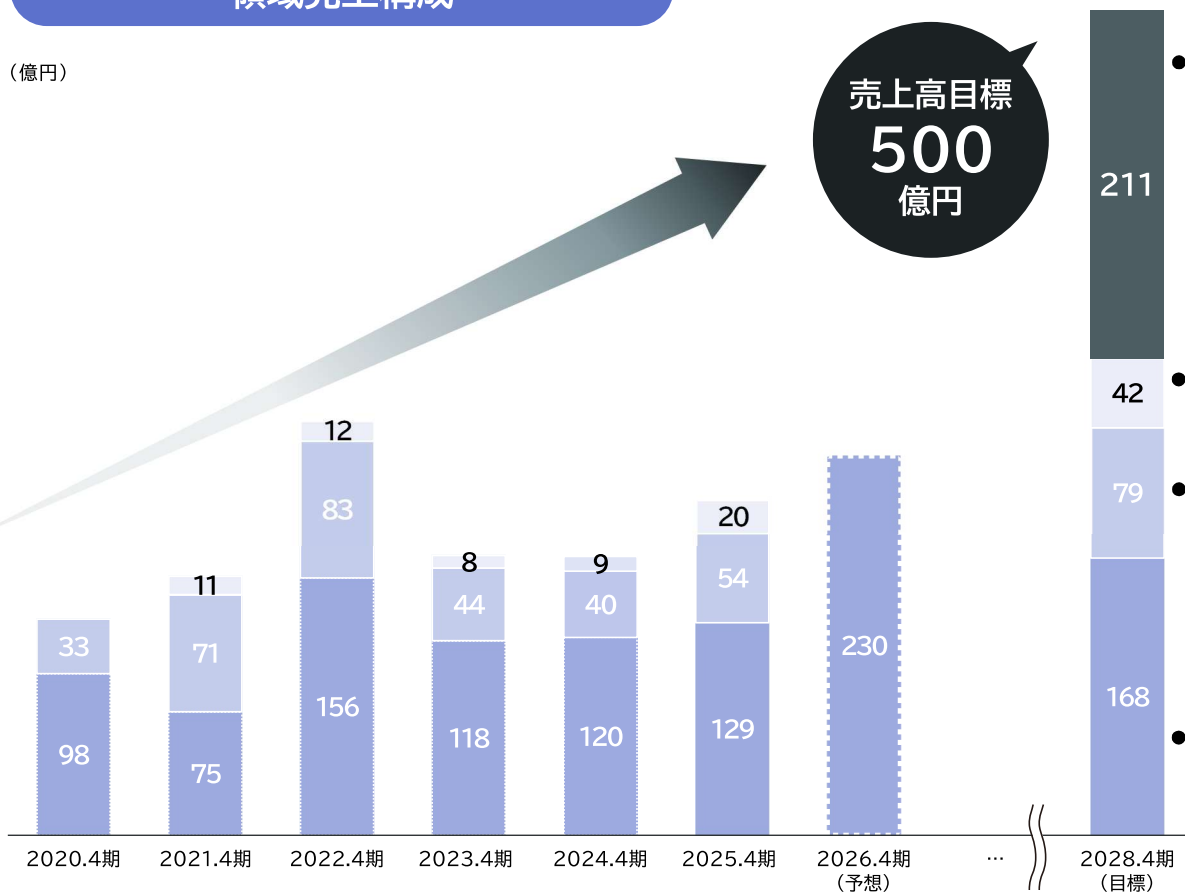
※2025.4期までにM&Aした子会社は含まない。2026.4期以降のM&A目標。

## フロンティアインターナショナルグループの目標(2028年4月期)

### 領域売上構成

(億円)

売上高目標  
**500**  
億円



#### ノンオーガニック(M&A※)

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。

#### 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領域への進出により売上の拡大を図る。

※2025.4期までにM&Aした子会社は含まない。2026.4期以降のM&A目標。

## 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

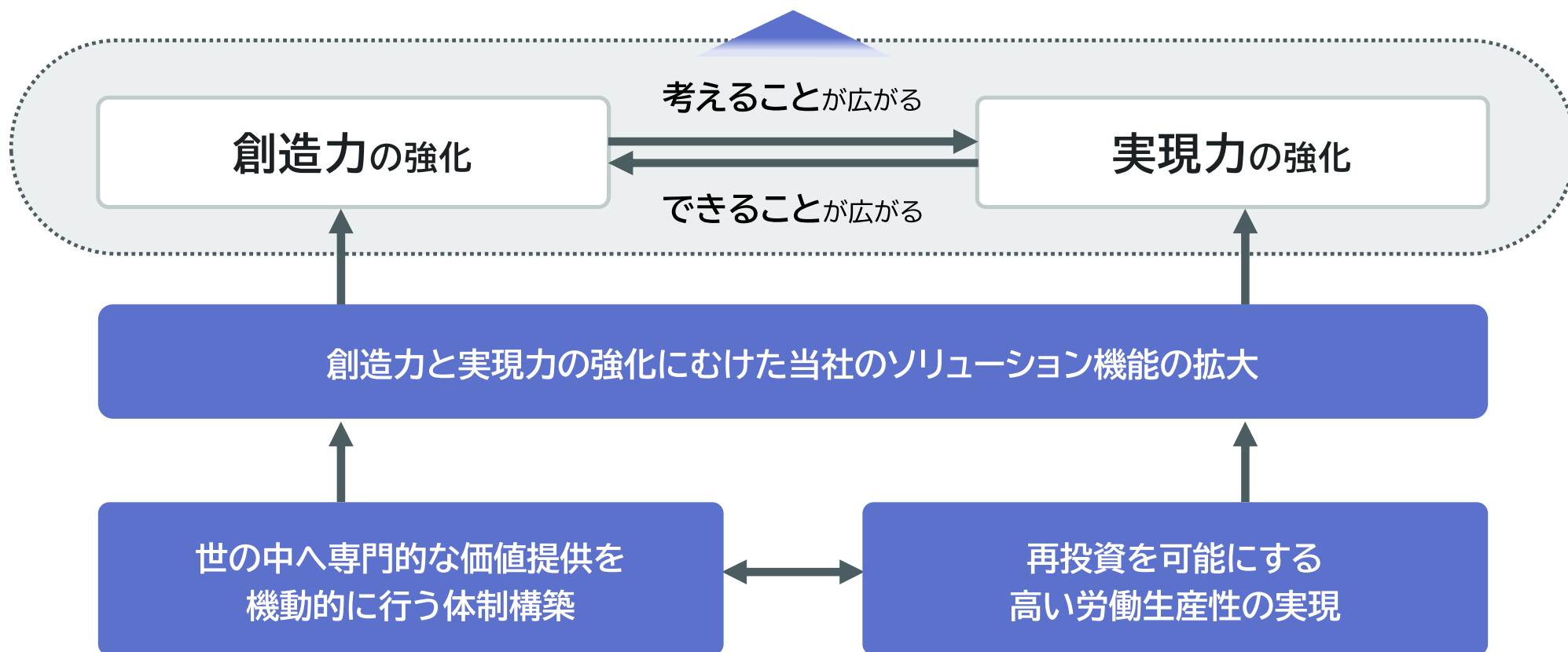
# 03 成長戦略と進歩

## 当社の進化の形

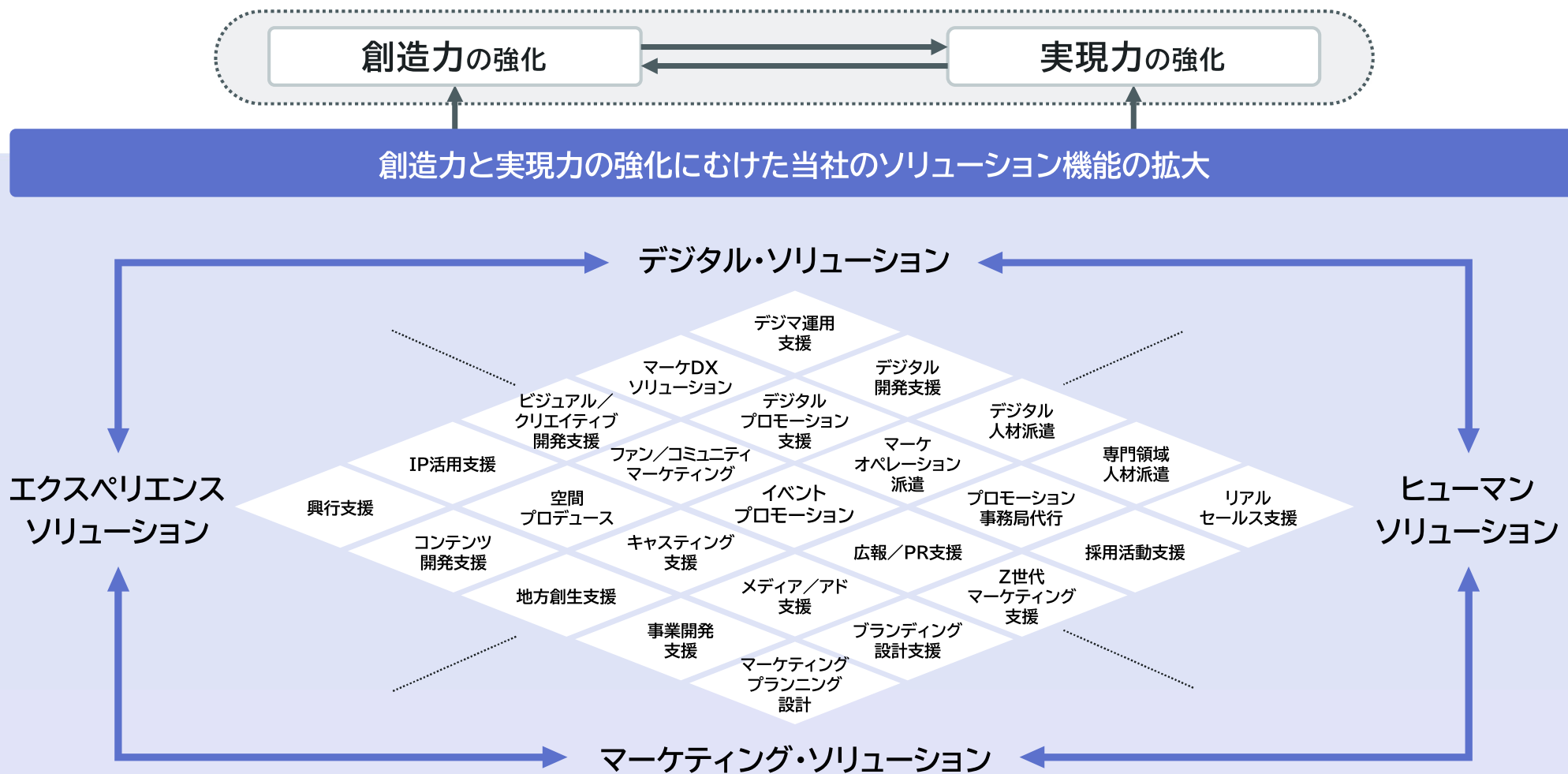


## 目指す姿に向けた成長戦略3方針

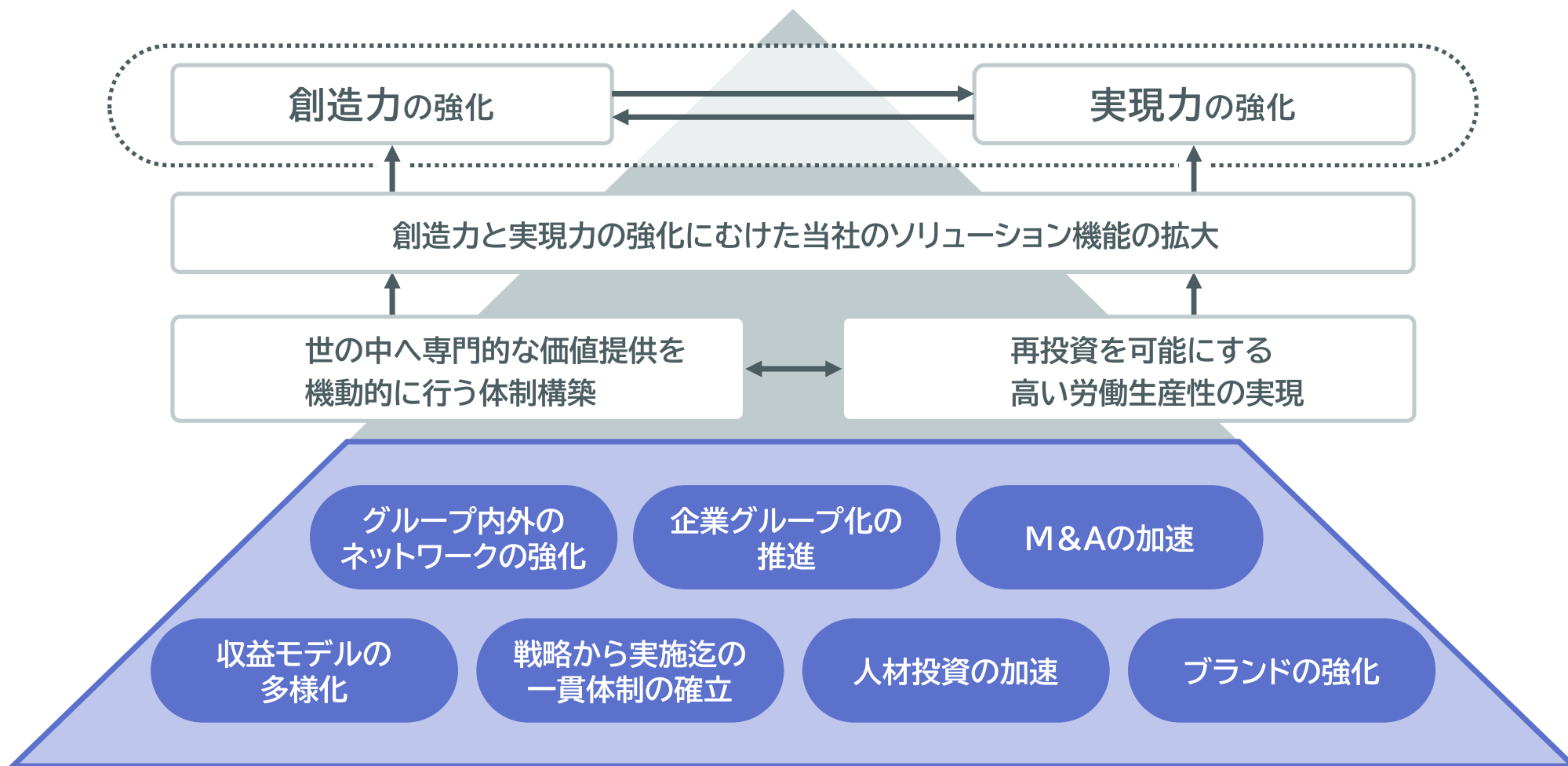
世の中の様々な領域における、前向きな可能性をもたらす存在としての価値提供



## 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

- 2024年9月、インシアタープロモーション領域でシネアドやプロモーションが強みのシネブリッジ、社内表彰式や社員総会といったインナーイベントを中心に映像企画や制作が強みのマックスプロデュースをM&A
- 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

- 昨年度のVI刷新に伴い会社紹介VTRも刷新し、採用力の強化、ブランド価値の向上、そしてビジネス機会の創出を図る
- HPのサステナビリティ情報をリニューアルし、フロンティアインターナショナルグループの環境への取り組みを発信



### 「考える」から「行動する」へ



FRONTIER INTERNATIONAL GROUP  
SUSTAINABILITY

私たちは、未来への想いをロゴに込めました。

地球を考えたデザインに求められたのは、私たちの「4つの宣言」をモチーフにした形。

各大陸に配置されたモチーフが、世界に広がる意思を象徴しています。このロゴは文化のマークではありません。環境負荷の低減、多様性の尊重、持続可能な未来への決意

——それらを形にした約束です。小さな一歩が、未来を変える大きな力になる。私たちは、その一歩を踏み出し続けます。

フロンティアインターナショナルグループとともに、持続可能な未来へ。



## 専門的な価値提供を機動的に行う体制構築

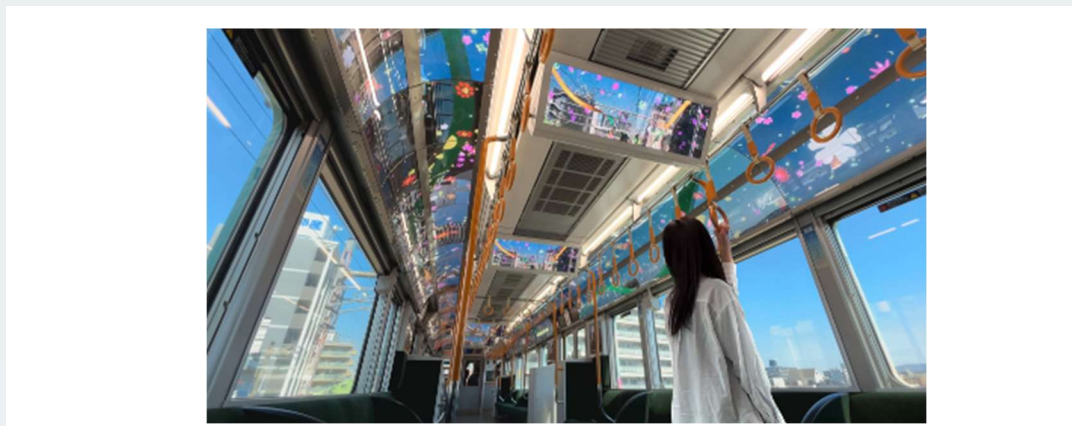
### アライアンス強化

- 2023年9月、自社単独のCVCを設立
- 前年度2025年4月期ではベンチャー企業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



### デジタルサイネージ

- デジタルサイネージアワード2025グランプリ受賞「JR WEST Parade Train」
- 大阪・関西万博までの移動時にも、世界各地からの来場者がパビリオンのように楽しんでいただけることを目的に「車内空間での没入感のある映像体験」を提供



## 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、2025年4月期の採用実績(46名)
- 2025年1月より、グループに所属する社員の給与水準を改定し、全体平均で約5%(最大8%)のベースアップを実施、2025年4月、大卒初任給をプロモーション業界初の30万円に引き上げ



### 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

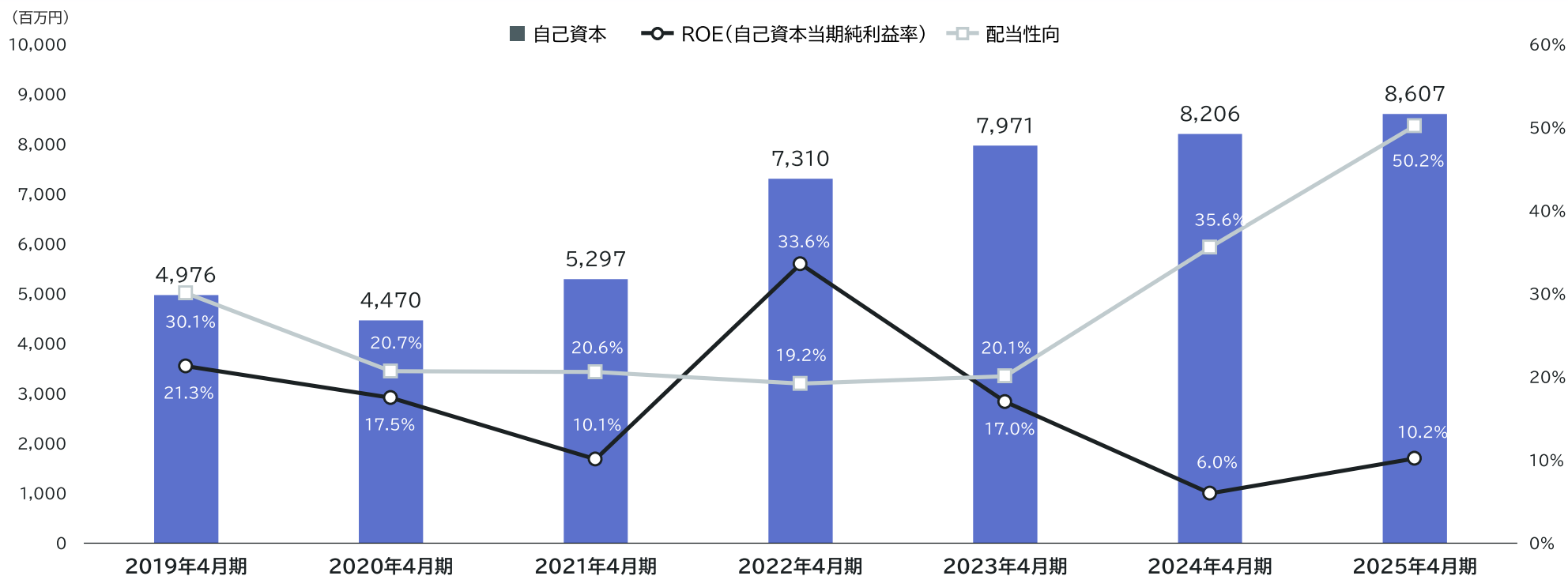


# 04

## 資本政策と株主還元方針

## 自己資本・ROE・配当性向の推移

- 当社グループは、株主の皆さまに対する利益還元を重要な経営課題と認識しており、経営成績及び財務状況、中長期的な事業拡大に必要な内部留保など、その見通しに応じた適切な利益還元策を柔軟に検討し、実施することを基本方針としている。
- 資本効率のさらなる向上を達成するため、2025年4月期より配当方針は「大型M&Aが発生しない場合には配当性向(連結)50.0%程度を目安」とした。
- ROEは2025年4月期に10.2%と2桁に回復。



# 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が一時的に縮小する可能性。	中／中長期	低	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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。</li> </ul>
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"> <li>● 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。</li> <li>● 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。</li> </ul>
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"> <li>● 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。</li> </ul>

※ 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](mailto: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、保証していません。

本資料のアップデートについて、次回は2026年7月を予定しております。