



2025年12月 期

第2四半 期

決算説明資料

2025年8月7日

株式会社セプテーニ・ホールディングス

Copyright ©2025 SEPTENI HOLDINGS CO., LTD. All rights reserved.

- 01 2025/12期 2Q累計期間連結決算概要
- 02 四半期連結決算概要
- 03 マーケティング・コミュニケーション事業
- 04 ダイレクトビジネス事業
- 05 データ・ソリューション事業
- 06 業績予想に対する進捗状況
- 07 補足資料

ファクトシートのダウンロードは[こちら](#) (xlsx形式)

2023年12月期より、IPプラットフォーム事業を非継続事業に組替表示しているため、収益、営業利益、Non-GAAP営業利益は非継続事業を除いた継続事業の金額を表示しております

2016年9月期より、従来の日本基準に替えてIFRSを適用しております

従来の「売上高」は参考情報として任意開示とする一方、IFRSに基づく指標として「収益」を開示しております

マーケティング・コミュニケーション事業およびダイレクトビジネス事業の大半を占める広告代理販売における収益は、マージン部分のみの純額計上となります

事業の実態をより適切に表現するため、「Non-GAAP営業利益」を任意で開示しております

Non-GAAP営業利益とは、IFRSに基づく営業利益から、買収に伴う無形資産の償却費、M&Aに伴う費用等の買収行為に関連する損益

及び株式報酬費用、減損損失、固定資産の売却損益等の一時的要因を調整した恒常的な事業の業績を測る利益指標です

本資料の数値は、単位未満を四捨五入して表示しております

FY2025/2Q累計実績

- 1Qは好調、2Qはダイレクトビジネス事業の収益貢献に加え、対売上高収益率の改善により累計実績としては**増収増益**、対業績予想進捗率も50%を超え、順調な推移
- 前期の子会社一部株式譲渡に伴う株式売却関連益計上による一過性要因を除いた、継続事業からの中間利益も前期比で**増益**

FY2025 下期見通し

- 上期折り返し地点における通期業績モメンタムとしてはオーガニックおよび電通協業での新規獲得・既存拡大の業況を踏まえ、下期も堅調な業績で通期業績予想に対しては順調な見通し
- 業績予想達成に向け、引き続き既存案件の拡大、新規顧客の獲得によるトップライン成長の実現と採用数コントロールと生産性改善、および「**フォーカス&シナジー**」に基づく各戦略の実行により、通期での増収増益を見込む

01

2025/12期 2Q累計期間連結決算概要

05 FY2025/2Q累計（1-6月）ハイライト

- 収益、Non-GAAP営業利益は前期比で**増収増益**、対業績予想進捗も50%を超え順調な進捗
- 対売上高収益率の改善に向けた取り組みが結実し、
収益は売上高の成長率を上回る成長となり、Non-GAAP営業利益も二桁増益

		金額	前年同期比	対業績予想進捗
収 益		15,207百万円	+8.7%	50.2%
Non-GAAP営業利益		2,065百万円	+16.8%	51.6%
親会社の所有者に帰属する 中間利益		1,856百万円	-53.7%	48.8%
1株当たり中間利益（EPS）		8.95円	-10.38円	-
【参考】	売上高	75,389百万円	+2.4%	-
	対売上高収益率	20.2%	+1.2Pt	-

06 FY2025/2Q累計（1-6月）ハイライト（セグメント別）

- マーケティング・コミュニケーション事業：増収増益、計画に対して順調に進捗
- ダイレクトビジネス事業：オフライン広告案件を中心に拡大し大きく増収増益
- データ・ソリューション事業：1Qにおける一部案件の終了により減収となるも増益

	(単位：百万円)	2024年12月期 2 Q 累計	2025年12月期 2 Q 累計	前年同期比	対業績予想進捗
マーケティング・ コミュニケーション	収 益	10,156	10,903	+7.4%	50.5%
	Non-GAAP営業利益	2,490	2,779	+11.6%	52.4%
	【参考】売上高	62,495	64,101	+2.6%	-
ダイレクトビジネス	収 益	2,341	3,169	+35.4%	54.6%
	Non-GAAP営業利益	540	607	+12.4%	50.5%
	【参考】売上高	9,764	10,841	+11.0%	-
データ・ ソリューション	収 益	1,576	1,551	-1.5%	45.6%
	Non-GAAP営業利益	235	250	+6.3%	49.9%

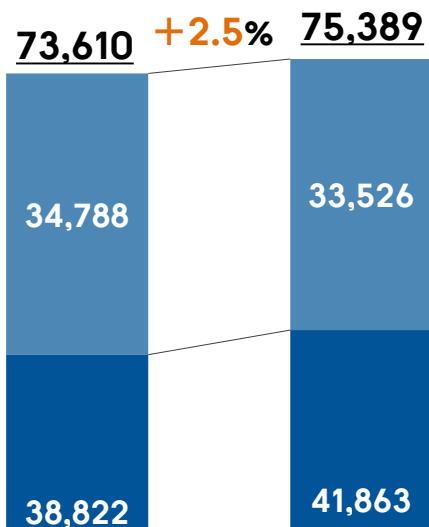
子会社の一部株式譲渡に伴う株式売却関連益計上による前期の一過性要因
を除き、継続事業からの中間利益は増益

(単位：百万円)	2025年 12月期 2 Q 累計				2024年12月期 2 Q 累計		
	金額	対売上高比率	対収益比率	前年同期比	金額	対売上高比率	対収益比率
収 益	15,207	20.2%	100.0%	+8.7%	13,989	19.0%	100.0%
売上総利益	11,549	15.3%	75.9%	+2.3%	11,288	15.3%	80.7%
販売管理費	9,522	12.6%	62.6%	-0.6%	9,577	13.0%	68.5%
Non-GAAP営業利益	2,065	2.7%	13.6%	+16.8%	1,767	2.4%	12.6%
営業利益	2,024	2.7%	13.3%	+16.2%	1,742	2.4%	12.5%
持分法投資利益等	697	0.9%	4.6%	-9.7%	772	1.0%	5.5%
継続事業からの中間利益	1,852	2.5%	12.2%	+4.0%	1,781	2.4%	12.7%
非継続事業からの中間利益	—	—	—	—	2,210	—	—
親会社の所有者に帰属する 中間利益	1,856	2.5%	12.2%	-53.7%	4,005	5.4%	28.6%
【参考】売上高	75,389	100%	—	+2.4%	73,610	100%	—

収益成長と販管費のコントロールで、Non-GAAP営業利益は
+16.8%の二桁増益、Non-GAAP営業利益率も前期比**+1.0Pt**の改善

■ 1Q ■ 2Q （単位：百万円）

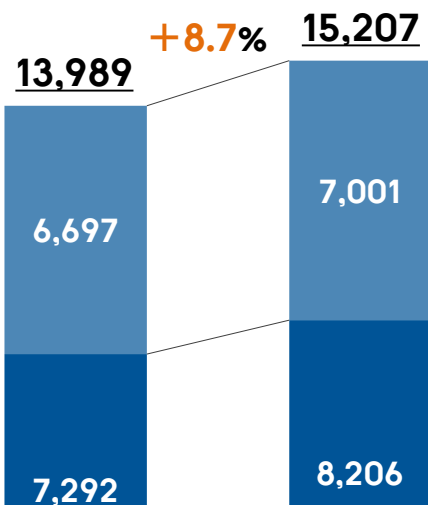
売上高



24/2Q累計

25/2Q累計

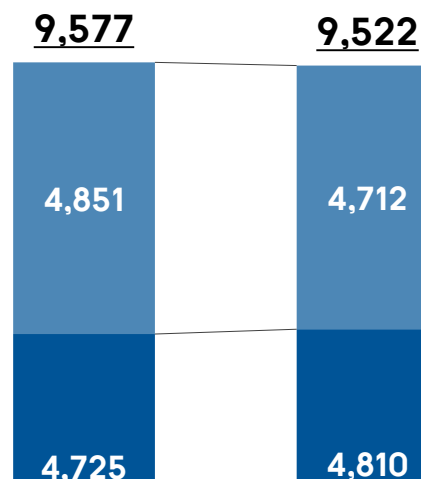
収益



24/2Q累計

25/2Q累計

販管費

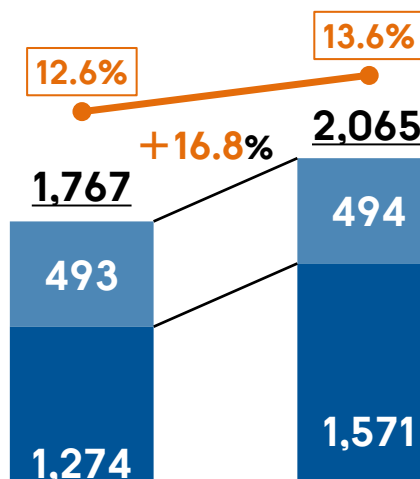


24/2Q累計

25/2Q累計

Non-GAAP営業利益

● 営業利益率（対収益）



24/2Q累計

25/2Q累計

02

四半期連結決算概要

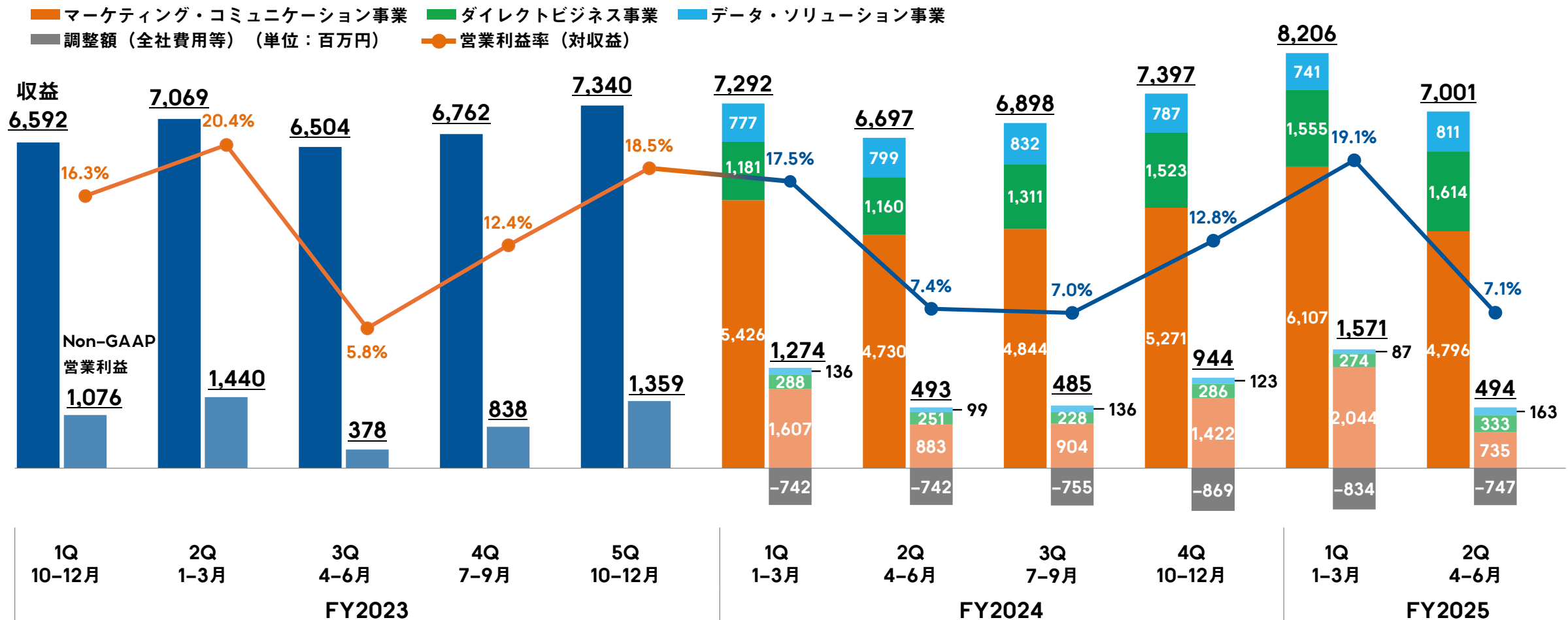
10 FY2025/2Q（4-6月）連結P/L

- マーケティング・コミュニケーション事業における一部顧客影響により売上高は前期比で減収となるも、対売上高収益率の改善により増収
- ダイレクトビジネス事業、データ・ソリューション事業を中心に増益し、Non-GAAP営業利益は前期比で増益を確保

(単位：百万円)	2025年 12月期 2 Q				2024年12月期 2 Q		
	金額	対売上高比率	対収益比率	前年同期比	金額	対売上高比率	対収益比率
収 益	7,001	20.9%	100.0%	+4.5%	6,697	19.3%	100.0%
売上総利益	5,186	15.5%	74.1%	-2.3%	5,306	15.3%	79.2%
販売管理費	4,712	14.1%	67.3%	-2.9%	4,851	13.9%	72.4%
Non-GAAP営業利益	494	1.5%	7.1%	+0.0%	493	1.4%	7.4%
営業利益	467	1.4%	6.7%	-3.1%	482	1.4%	7.2%
持分法投資利益等	155	0.5%	2.2%	-0.8%	157	0.5%	2.3%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	332	1.0%	4.7%	-35.8%	516	1.5%	7.7%
【参考】売上高	33,526	100%	—	-3.6%	34,788	100%	—

11 連結業績四半期推移（非継続事業組替え後）

マーケティング・コミュニケーション事業での一部顧客影響がありながらも、
ダイレクトビジネス事業の貢献により前期比で**増収、増益を確保**



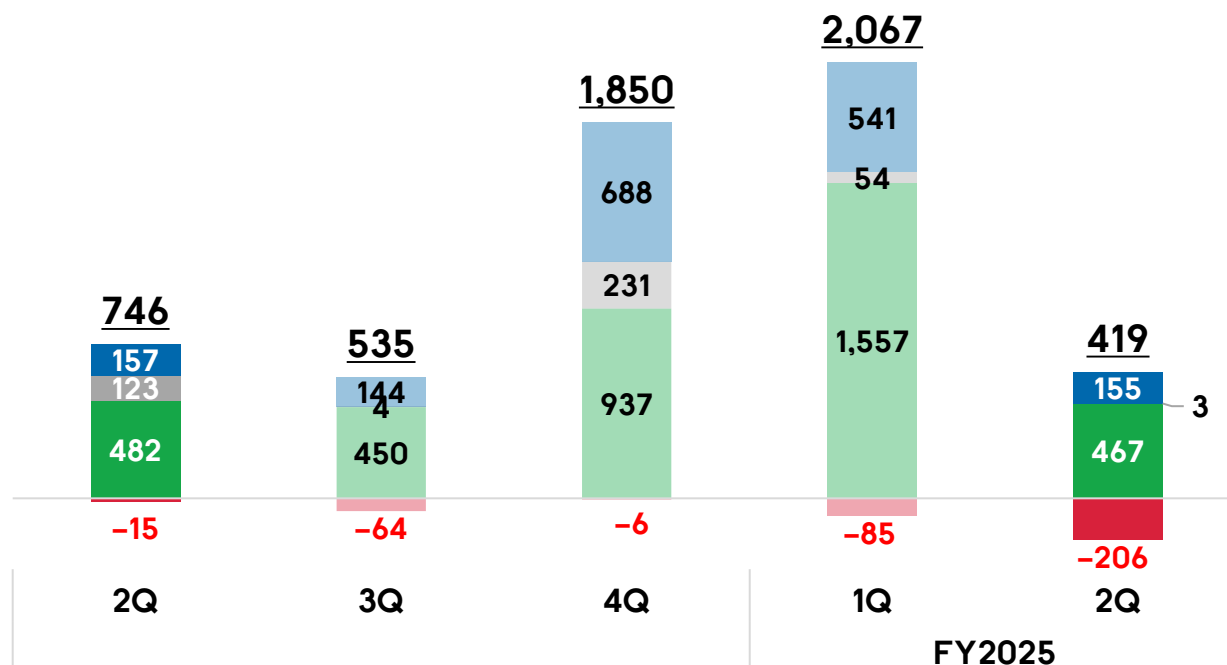
* その他事業、セグメント間収益の消去分の記載を省略しているため、各事業収益の合計と連結収益（下線付数値）は一致しない

12 連結 税引前当期利益 四半期推移 (非継続事業組替え後)

電通デジタルからの持分法投資利益は季節性に沿って堅調に推移

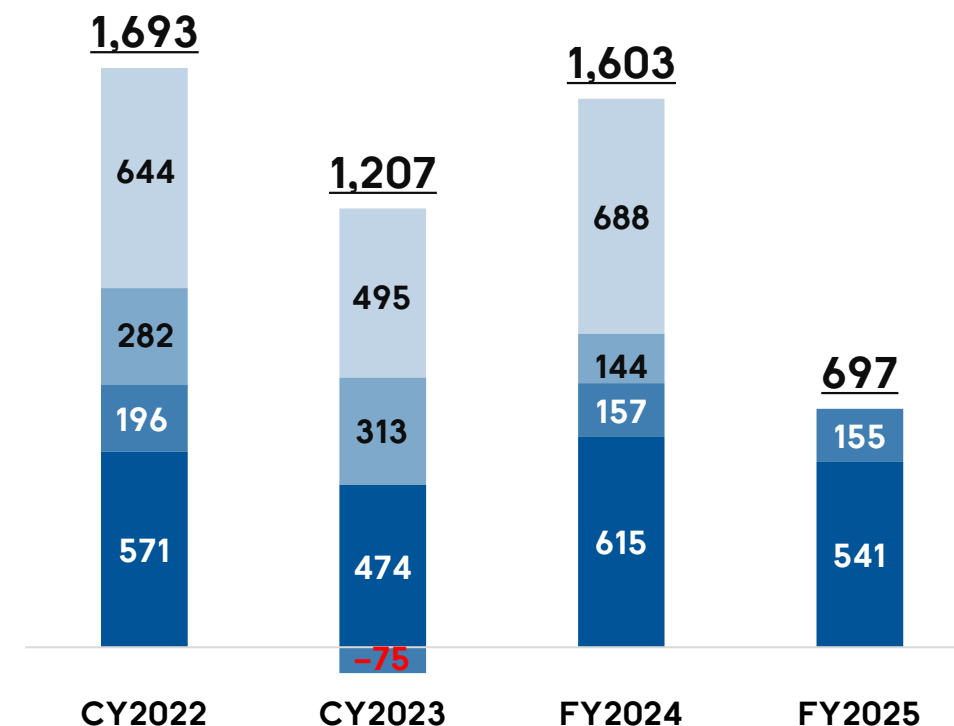
四半期推移

IFRS営業利益
持分法投資利益
金融収益
税引前当期利益
金融費用
(単位：百万円)



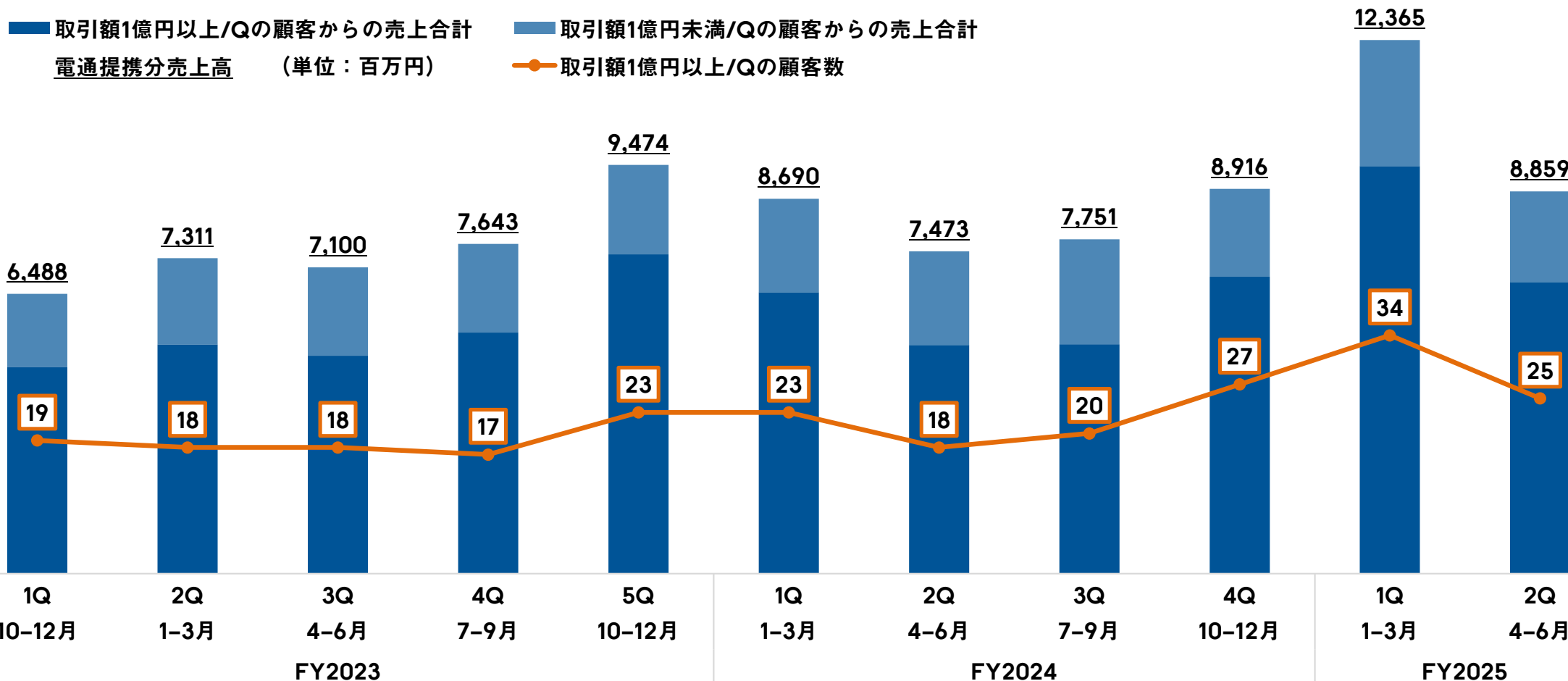
持分法投資利益・通期推移

1Q 2Q 3Q 4Q 合計 (単位：百万円)



13 電通グループとの業務提携の進捗

四半期取引額1億円以上の顧客との取引が顧客数、金額ともに前期比で増加し、
提携売上高も前期比**+18.6%**と順調に拡大

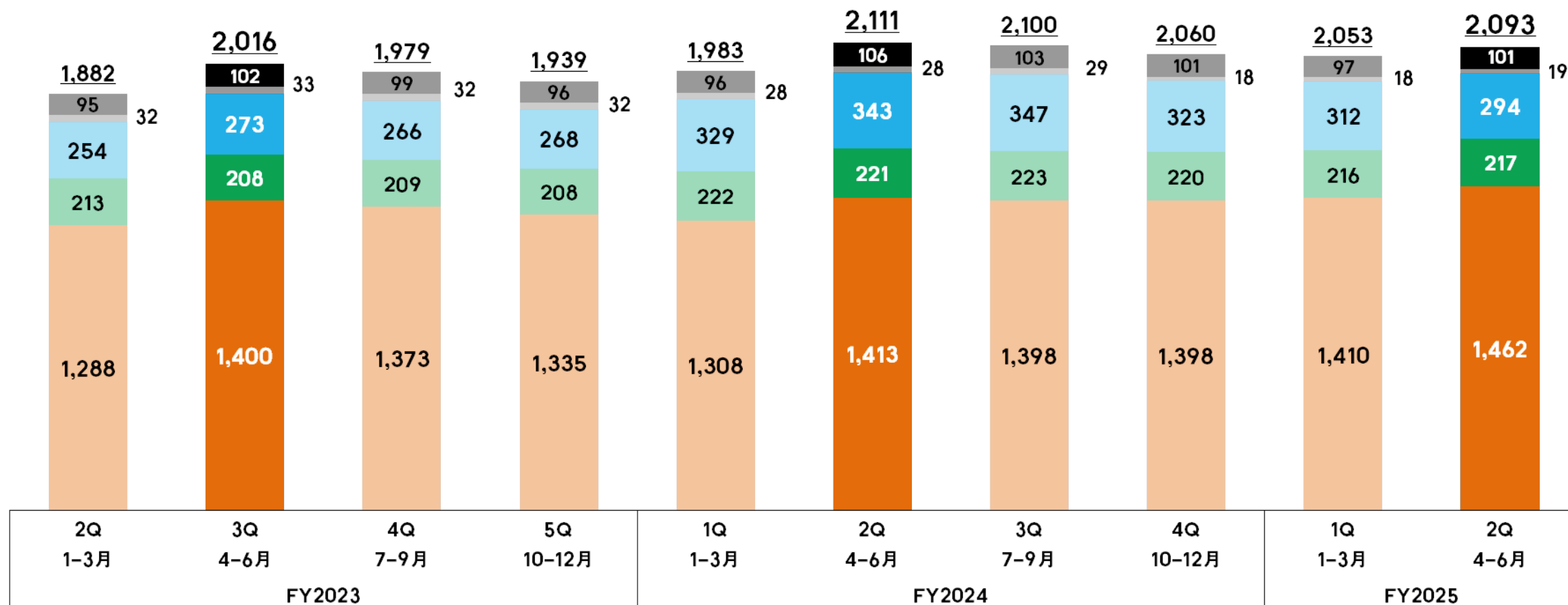


*FY2025/1Qの提携売上高、取引額1億円以上/Qの顧客数を遡及修正

14 連結従業員数推移

4月に新卒社員81名が入社、採用数をコントロールし早期の生産性向上を目指す

■ マーケティング・コミュニケーション事業 ■ ダイレクトビジネス事業 ■ データ・ソリューション事業 ■ その他事業（HRテクノロジー、新規事業開発） ■ 持株会社（単位：名）



03

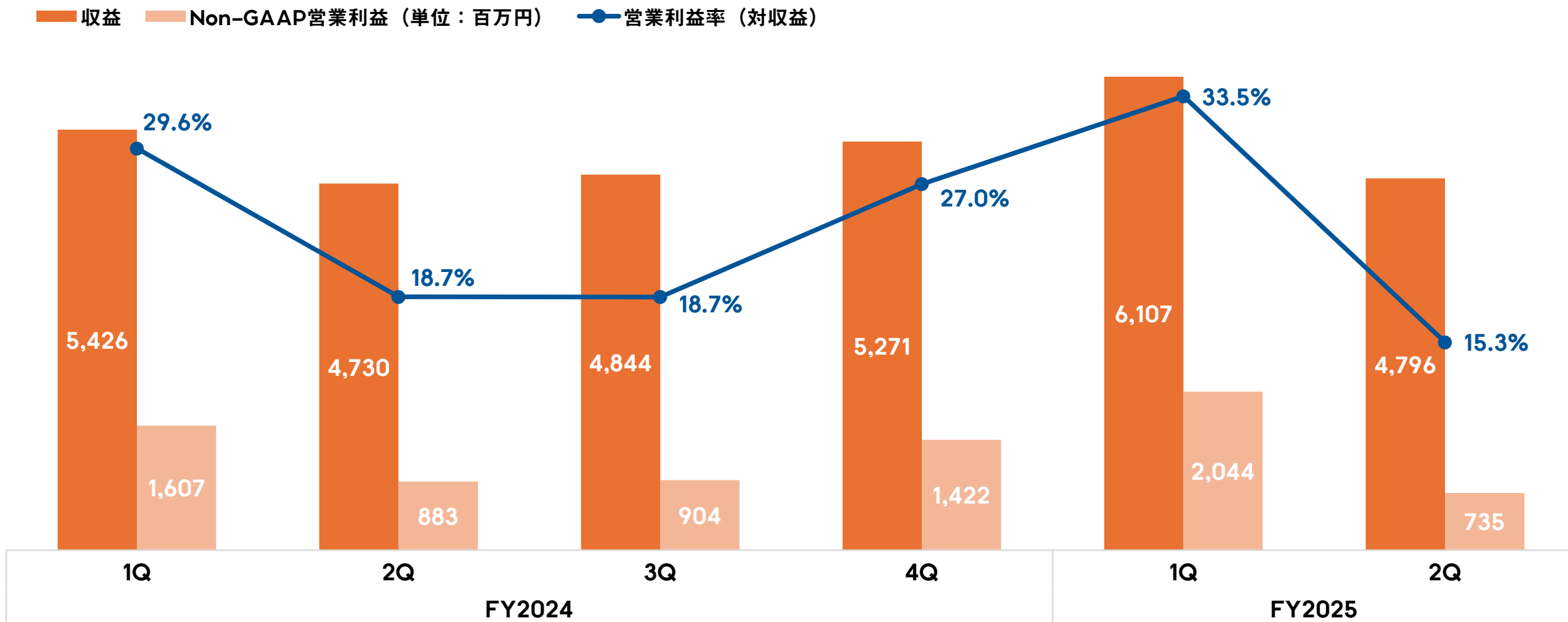
マーケティング・コミュニケーション事業

一部の大手顧客影響を受けたものの、オーガニックおよび電通協業を中心に
新規案件の獲得が進み、増収を確保

(単位：百万円)	2025年12月期 2Q				2024年12月期 2Q		
	金額	対売上高比率	対収益比率	前年同期比	金額	対売上高比率	対収益比率
収 益	4,796	17.3%	100.0%	+1.4%	4,730	16.1%	100.0%
売上総利益	3,833	13.9%	79.9%	-2.4%	3,928	13.3%	83.0%
販売管理費	3,104	11.1%	64.7%	+1.8%	3,050	10.4%	64.5%
Non-GAAP 営業利益	735	2.7%	15.3%	-16.8%	883	3.0%	18.7%
【参考】 売上高	27,649	100.0%	—	-6.0%	29,426	100.0%	—

17 マーケティング・コミュニケーション事業 四半期業績推移

新規獲得、既存拡大にて増収を確保するも新卒採用等の費用を含め減益
一方で、新規獲得および既存拡大の推進により3Qでは増収増益を見込む

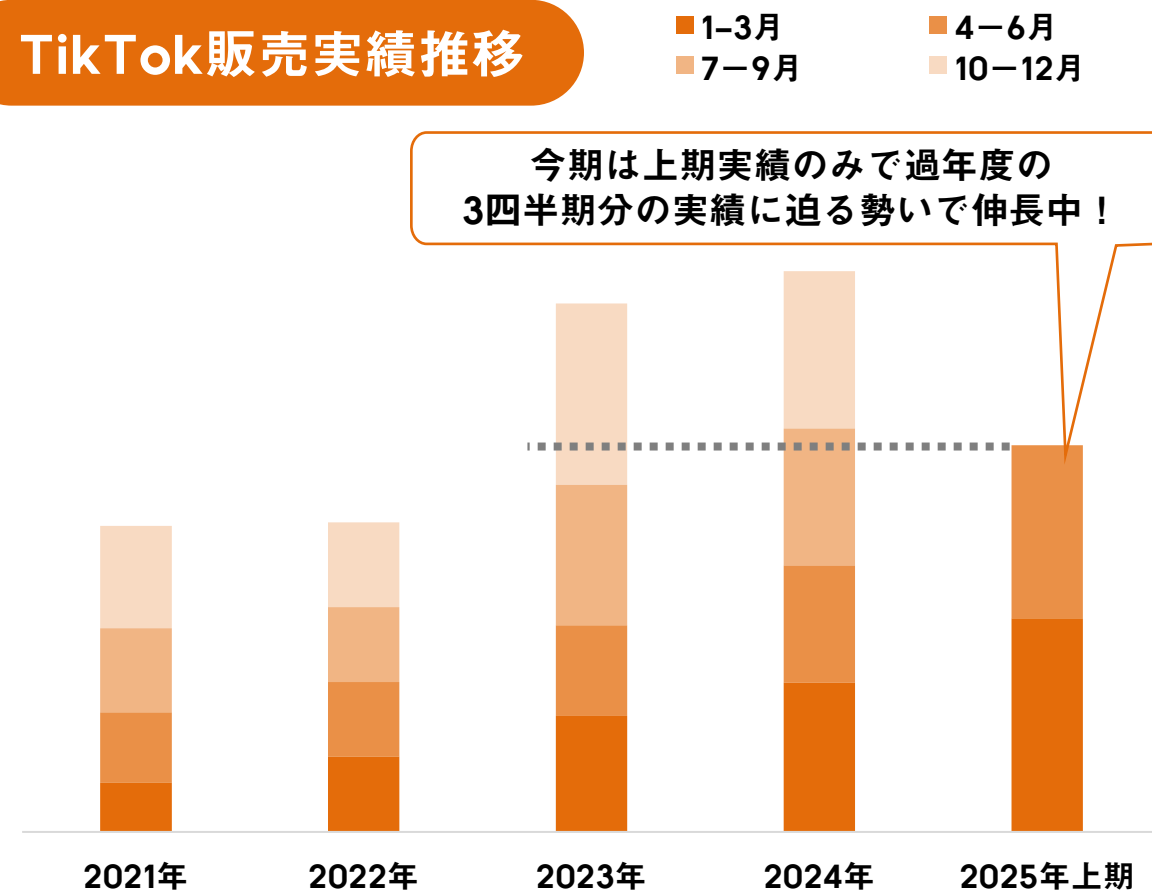


TikTok内で商品の購入・販売が可能となる「TikTok Shop」の日本展開開始 とともに、TikTok Shop出店支援サービスを提供開始

これまでの主な取り組み



TikTok販売実績推移



Septeni Ad Creative社の縦型バーチャルプロダクションとグループ内のAIソリューションを掛け合わせ、広告効果の高い縦型動画を制作

縦型バーチャルプロダクション

- ・バーチャルプロダクション：LEDディスプレイに背景を投影して撮影する手法
- ➡縦型動画に特化した自社スタジオを設置し、工数やコストを削減しながら短時間で多くの素材撮影が可能に



odd.AI

- ・AIによる広告効果予測を行い、高効果の背景素材を撮影前/中に特定可能



AI画像生成

- ・背景素材を生成AIで作成、ストックすることで企画決定～撮影までの時間を短縮



FUKURO AI

- ・デライトチューブ社が提供するフェイススワップにより高効果のクリエイティブを量産

04

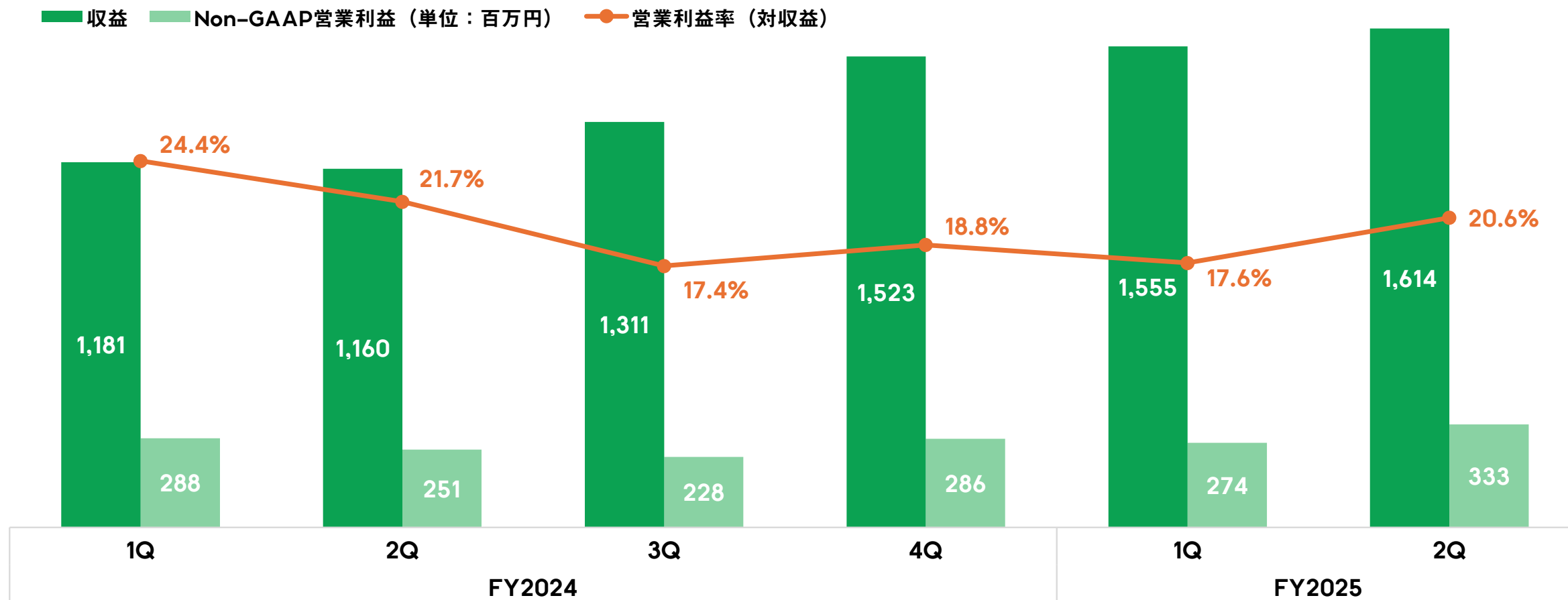
ダイレクトビジネス事業

オフライン広告を中心とした案件が拡大し、収益は前期比+39.2%、
Non-GAAP営業利益は+32.4%と大きく増収増益

(単位：百万円)	2025年12月期 2Q				2024年12月期 2Q		
	金額	対売上高比率	対収益比率	前年同期比	金額	対売上高比率	対収益比率
収 益	1,614	28.6%	100.0%	+39.2%	1,160	25.1%	100.0%
売上総利益	923	16.3%	57.2%	+11.7%	826	17.9%	71.2%
販売管理費	603	10.7%	37.4%	+3.1%	585	12.7%	50.5%
Non-GAAP営業利益	333	5.9%	20.6%	+32.4%	251	5.4%	21.7%
【参考】 売上高	5,651	100.0%	—	+22.3%	4,619	100.0%	—

22 ダイレクトビジネス事業 四半期業績推移

前期比、前四半期比ともに増収増益、制作原価が増加し始めた
FY2024/3Qを底にNon-GAAP営業利益率も徐々に改善



D2C事業の強化を目的にフードテック事業を展開するAuB社と資本業務提携契約を締結、共同での商品開発推進やマーケティング強化を行う

提携の 目的

ダイレクトビジネス事業における顧客との商品開発や販売代行、プライベートブランド商品の開発・販売、パートナーとの事業立ち上げ等のD2C事業の強化を図る

dentsu direct

ダイレクト通販市場における知見、優位性

AuB Inc.

科学的根拠に基づいた商品開発

業務提携 イメージ

- ・両社の知見を掛け合わせた商品開発
- ・当社グループのマーケティング力の活用を活かした拡販
- ・AuB社が持つデータと当社のデータ分析・活用ノウハウの掛け合わせによるデータドリブンなソリューションの開発

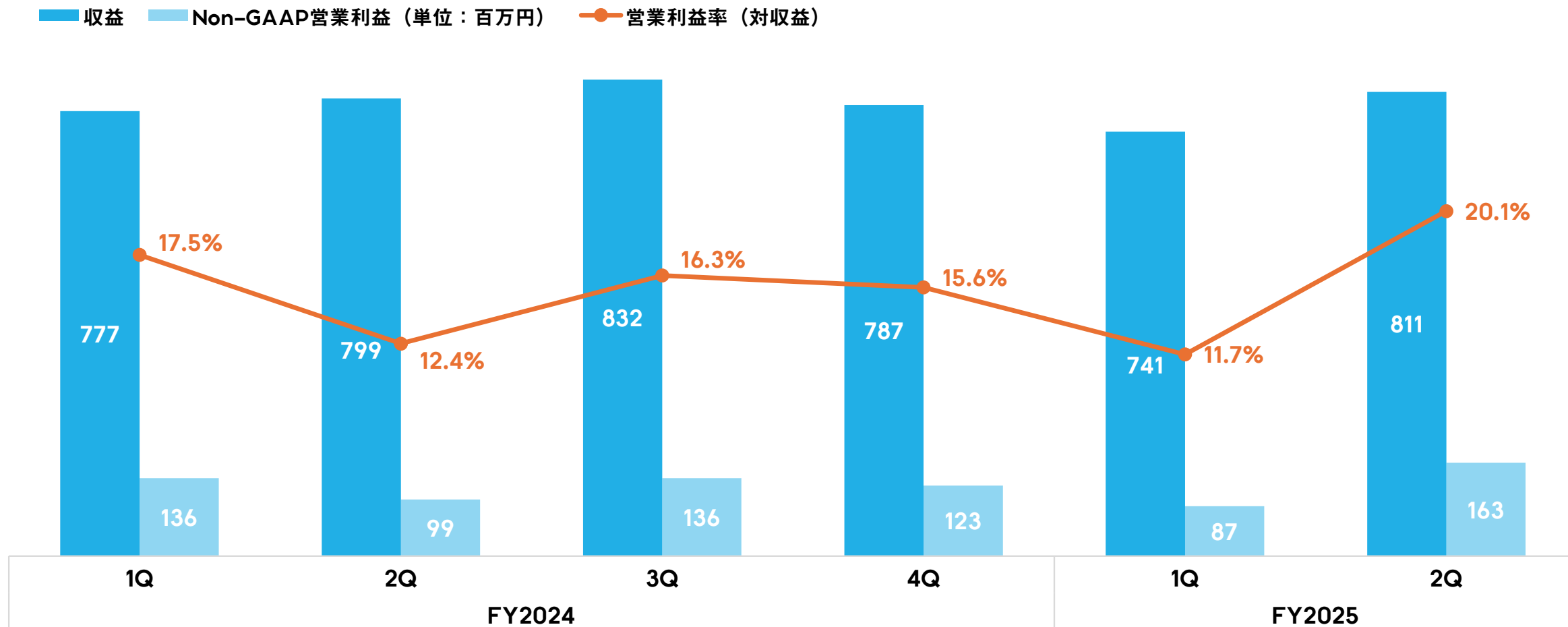
05

データ・ソリューション事業

新規開発案件の増加により増収、
粗利率改善効果もあり、前期比+64.7%の大幅増益

(単位：百万円)	2025年 12月期 2 Q			2024年 12月期 2 Q	
	金額	比率	前年同期比	金額	比率
収 益	811	100.0%	+1.5%	799	100.0%
売上総利益	521	64.3%	+14.8%	454	56.8%
販売管理費	359	44.2%	+1.0%	355	44.5%
Non-GAAP営業利益	163	20.1%	+64.7%	99	12.4%
【参考】 売上高	811	100.0%	+1.5%	799	100.0%

生産性向上に向けて海外拠点を中心に人員数の適正化を図り、
Non-GAAP営業利益率が大きく改善



FLINTERS社の長年にわたる広告運用自動化の知見と技術力を基盤に、ディスプレイ広告の運用自動化システム「ADPILOT」の提供を開始

顧客課題

- ・ 広告運用業務が属人化している
- ・ 休日や深夜などの運用は人的リソースではカバーしきれない
- ・ 複数の広告媒体を横断的した把握や管理が難しい

ADPILOT

1. 24時間365日、30分間隔の高頻度自動運用
2. 社内運用担当者が持つ高度な運用ロジックや判断基準をルール登録し体系化
3. 複数の広告媒体の一元管理と柔軟なルール設定

➡ 広告パフォーマンスの最大化と運用業務効率化をサポートし、顧客のマーケティングDX支援と持続的な事業成果向上に貢献



06

業績予想に対する進捗状況

収益性、生産性向上を実現し増収、営業増益転換によるV字回復を目指す

(単位：百万円)		2024年12月期実績	2025年12月期予想	予想成長率 (前期比)
収 益		28,284	30,300	+7.1%
Non-GAAP営業利益		3,197	4,000	+25.1%
親会社の所有者に帰属する当期利益		5,526	3,800	-31.2%
継続事業のみ		3,303		+15.0%
1株当たり当期利益（EPS）（円）		26.65	18.32	-8.33
継続事業のみ		15.93		+2.39
【参考】	売上高	145,996	153,000	+4.8%
	対売上高収益率	19.4%	19.8%	+0.4pt

30 2025年12月期 通期業績予想（セグメント別・再掲）



マーケティング・コミュニケーション事業を中心とした成長と、ダイレクトビジネス事業のモメンタム回復、データ・ソリューション事業の着実な成長により増収増益の達成を目指す

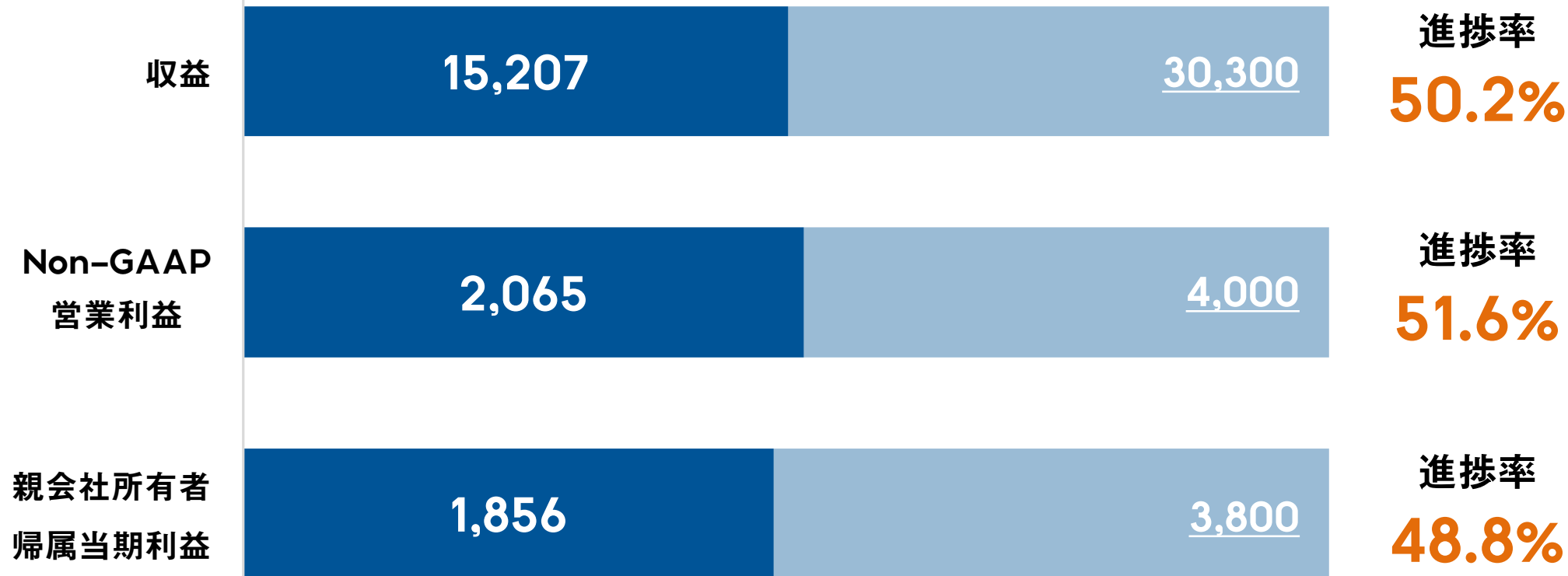
(単位：百万円)	収 益			Non-GAAP営業利益			
	FY2024 実績	FY2025 予想	前期比	FY2024 実績	FY2025 予想	対収益 営利率	前期比
マーケティング・ コミュニケーション	20,271	21,600	+6.6%	4,817	5,300	24.5%	+10.0%
ダイレクトビジネス	5,175	5,800	+12.1%	1,054	1,200	20.7%	+13.8%
データ・ソリューション	3,195	3,400	+6.4%	494	500	14.7%	+1.3%
その他事業	832	500	-39.9%	-59	0	—	(+59)
消去・全社	-1,188	-1,000	—	-3,109	-3,000	—	—
連 結	28,284	30,300	+7.1%	3,197	4,000	13.2%	+25.1%

※各事業のFY2024実績は参考値

31 業績予想に対する進捗状況（連結）

上期終了時点で進捗率は50%程度と順調な進捗、業績予想達成に向けて引き続き
トップラインの創出と収益性改善・生産性向上による利益の積み上げを目指す

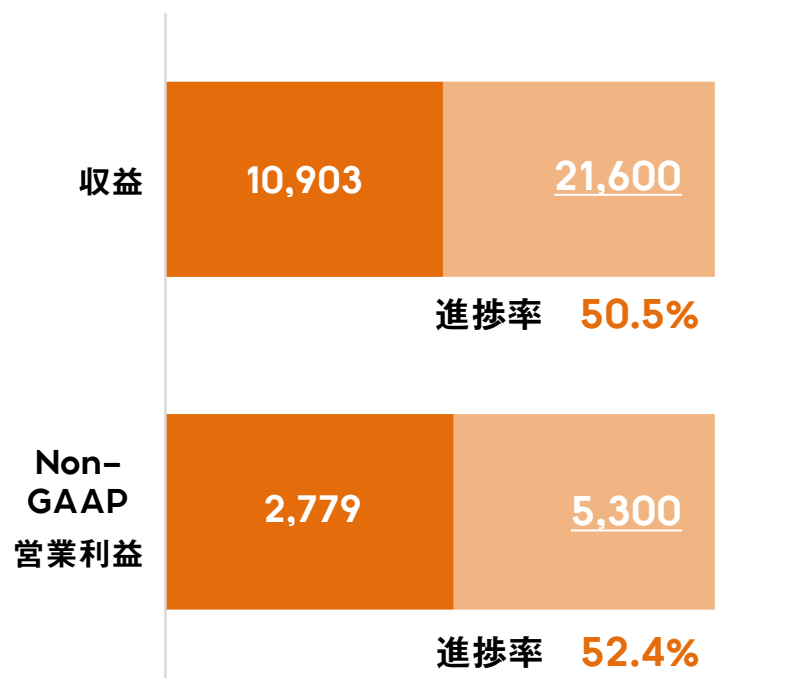
（単位：百万円）



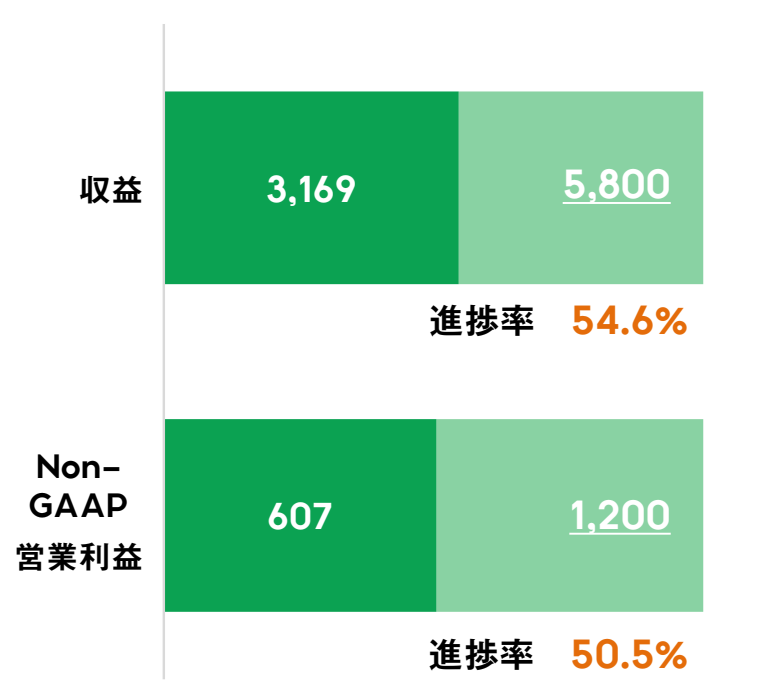
32 業績予想に対する進捗状況（セグメント別）

各セグメントにおいて計画に沿って順調に進捗

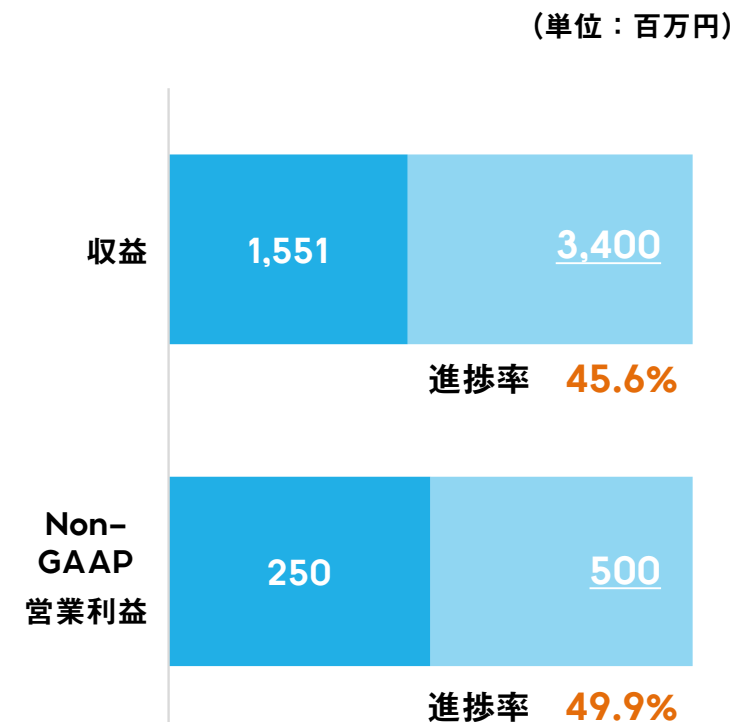
マーケティング・コミュニケーション事業



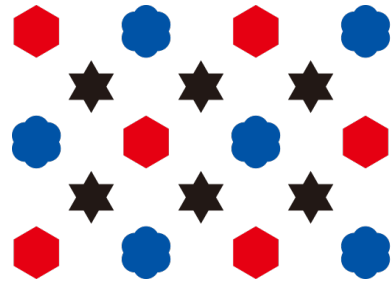
ダイレクトビジネス事業



データ・ソリューション事業



本日はありがとうございました



SEPTENI

お問い合わせ先

セプテーニ・ホールディングス CEOオフィスIR部

www.septeni-holdings.co.jp

E-mail : ir@septeni-holdings.co.jp

このプレゼンテーション資料に記載された弊社の将来に関する意見や予測及び計画は、2025年8月7日現在の弊社の判断であり、その正確性を保証するものではありません
世界情勢の変動に関わるリスクやその他様々な不確定要因により、実際の業績が記載の予測と大きく異なる可能性があります

07

補足資料

35 報告セグメントの変更（再掲）

領域経営のさらなる推進を目的に、組織体制と情報開示におけるセグメント区分を一致させる形で報告セグメントを変更

変更前

報告セグメント

デジタルマーケティング事業

マーケティング・コミュニケーション領域

ダイレクトビジネス領域

データ・ソリューション領域

メディアプラットフォーム事業

領域経営の推進

変更後

報告セグメント

マーケティング・コミュニケーション事業

マーケティング・コミュニケーション領域

スポーツ&エンターテインメント領域

コンサルティング領域

コンテンツ&IP領域

ダイレクトビジネス事業

データ・ソリューション事業

ポートフォリオの見直し・
シナジー創出に向けた再区分



その他事業

36 連結費用構成（IFRS・非継続事業組替え後）

(単位：百万円)	FY2024				FY2025		QonQ	YonY
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q		
売上原価合計	1,310	1,392	1,668	1,712	1,842	1,816	-1.4%	+30.5%
人件費	422	443	430	472	447	454	+1.7%	+2.5%
外注費	592	606	932	960	1,115	1,045	-6.3%	+72.5%
その他	296	343	305	280	280	317	+13.2%	-7.5%
販管費合計	4,725	4,851	4,759	4,760	4,810	4,712	-2.0%	-2.9%
人件費 ※1	3,227	3,334	3,236	3,171	3,194	3,195	+0.0%	-4.2%
従業員賞与 ※2	177	130	156	174	195	182	-6.8%	+39.7%
賃借料等	266	266	267	271	280	276	-1.4%	+3.6%
販促費・広告費	180	198	193	140	126	139	+10.3%	-29.6%
システム利用料	266	289	296	321	312	294	-5.8%	+2.0%
租税公課	104	102	102	92	95	93	-2.6%	-9.2%
その他	506	532	508	590	607	533	-12.1%	+0.2%

※1 Non-GAAP営業利益への調整項目である株式報酬（BIP信託）を人件費として見積計上 ※2 業績連動賞与の見積も含む

37 四半期連結P/L（セグメント別）

（単位：百万円）

	FY2024								FY2025			
	1 Q		2 Q		3 Q		4 Q		1 Q		2 Q	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率
マーケティング・コミュニケーション事業												
収 益	5,426	100.0%	4,730	100.0%	4,844	100.0%	5,271	100.0%	6,107	100.0%	4,796	100.0%
売上総利益	4,623	85.2%	3,928	83.0%	3,918	80.9%	4,385	83.2%	5,134	84.1%	3,833	79.9%
販売管理費	3,020	55.7%	3,050	64.5%	3,015	62.2%	2,969	56.3%	3,092	50.6%	3,104	64.7%
Non-GAAP営業利益	1,607	29.6%	883	18.7%	904	18.7%	1,422	27.0%	2,044	33.5%	735	15.3%
【参考】売上高	33,069	—	29,426	—	29,608	—	31,139	—	36,452	—	27,649	—
ダイレクトビジネス事業												
収 益	1,181	100.0%	1,160	100.0%	1,311	100.0%	1,523	100.0%	1,555	100.0%	1,614	100.0%
売上総利益	863	73.1%	826	71.2%	804	61.3%	885	58.1%	887	57.0%	923	57.2%
販売管理費	589	49.9%	585	50.5%	586	44.7%	609	40.0%	627	40.3%	603	37.4%
Non-GAAP営業利益	288	24.4%	251	21.7%	228	17.4%	286	18.8%	274	17.6%	333	20.6%
【参考】売上高	5,145	—	4,619	—	5,021	—	5,609	—	5,190	—	5,651	—
データ・ソリューション事業												
収 益	777	100.0%	799	100.0%	832	100.0%	787	100.0%	741	100.0%	811	100.0%
売上総利益	452	58.2%	454	56.8%	476	57.3%	451	57.3%	449	60.6%	521	64.3%
販売管理費	316	40.7%	355	44.5%	341	40.9%	329	41.8%	362	48.9%	359	44.2%
Non-GAAP営業利益	136	17.5%	99	12.4%	136	16.3%	123	15.6%	87	11.7%	163	20.1%

(単位：百万円)

	2025年12月期 2Q期末	2024年12月期 期末	増減
流動資産合計	39,069	45,978	-6,908
非流動資産合計	50,916	51,660	-744
資産合計	89,985	97,637	-7,652
流動負債合計	24,078	26,211	-2,133
非流動負債合計	901	1,472	-570
負債合計	24,979	27,683	-2,703
資本合計	65,006	69,955	-4,949
負債及び資本合計	89,985	97,637	-7,652

39 グループ理念体系



SEPTENI

グループ理念体系

ビジョン

新しい時代をつくる人が育つ場となる
クリエイティビティとテクノロジーによって、
なめらかな未来へつながるドアを広げる

複雑化した世の中を、
デジタルの力で明るくシンプルに

ミッション

ひとりひとりの
アントレプレナーシップで
世界を元気に

バリュー

つよく、やさしく、おもしろく。

社是

ひねらんかい



グループ理念からミッションとビジョンをサステナビリティ方針として採用し、マテリアリティの見直しを実施

サステナビリティ方針

- ひとりひとりのアントレプレナーシップで世界を元気に
新しい時代をつくる人が育つ場となる
- クリエイティビティとテクノロジーによって、なめらかな未来へつながるドアを広げる
複雑化した世の中を、デジタルの力で明るくシンプルに

サステナビリティ活動の推進

気候変動への対応

新しい時代をつくる人の
育成による企業価値の向上

クリエイティビティと
テクノロジーによる
なめらかな社会の実現

非連続成長を支える
先進的なガバナンス
体制の構築

「FTSE Blossom Japan Index」構成銘柄に初選定、 「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」には2年連続の選定

両指数について

- グローバルインデックスプロバイダーであるFTSE Russellにより構築され、環境、社会、ガバナンス (ESG) のグローバル基準を満たす日本企業のパフォーマンスが反映されるように設計
- 世界最大規模の年金基金であり、ESGを考慮した投資を推進する年金積立金管理運用独立行政法人 (GPIF) のESG指数として採用

* 「FTSE Blossom Japan Index」および「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」について
<https://www.lseg.com/en/ftse-russell/indices/blossom-japan>



FTSE Blossom Japan Index



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

持続可能な社会および当社のミッション・ビジョンの実現に向けて 特定した4つのマテリアリティに沿った活動を推進

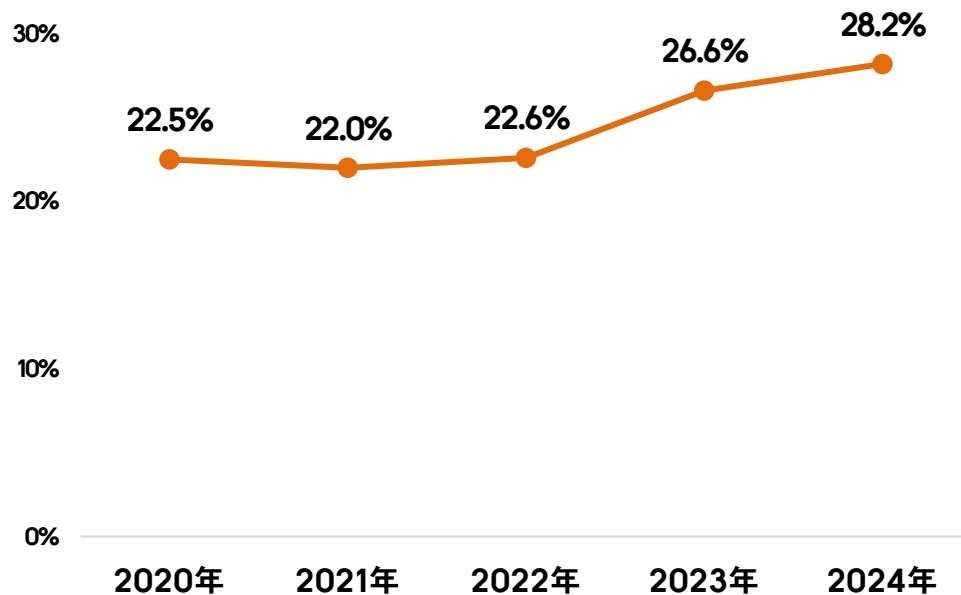
マテリアリティ	マテリアリティの小区分	主なKPI
- 新しい時代をつくる人の育成による企業価値の向上 - クリエイティビティとテクノロジーによるなめらかな社会の実現	- デジタルHRによる再現性のある人材育成 - DEI（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン） - アントレプレナーシップの民主化 - 人権の尊重 - なめらかな社会につながる価値創造	2030年までに女性管理職比率を30%に向上 - 人権リスクへの適切な対応
気候変動への対応	GHG排出量の削減とTCFD提言に沿った情報開示	2030年までにスコープ1・2の排出量を70%削減
非連続成長を支える先進的なガバナンス体制の構築	- 非連続の成長のための取り組み - リスク低減のための取り組み	- 事業ポートフォリオ経営推進による経営指標の改善 - エグゼクティブセッション継続実施 - 実効性評価継続実施

43 人的資本経営における取組みと進捗

当社グループにおいて特に優先度の高いマテリアリティである
Socialのなかでも人的資本関連のKPIを設定し、各種施策を推進

女性管理職比率※

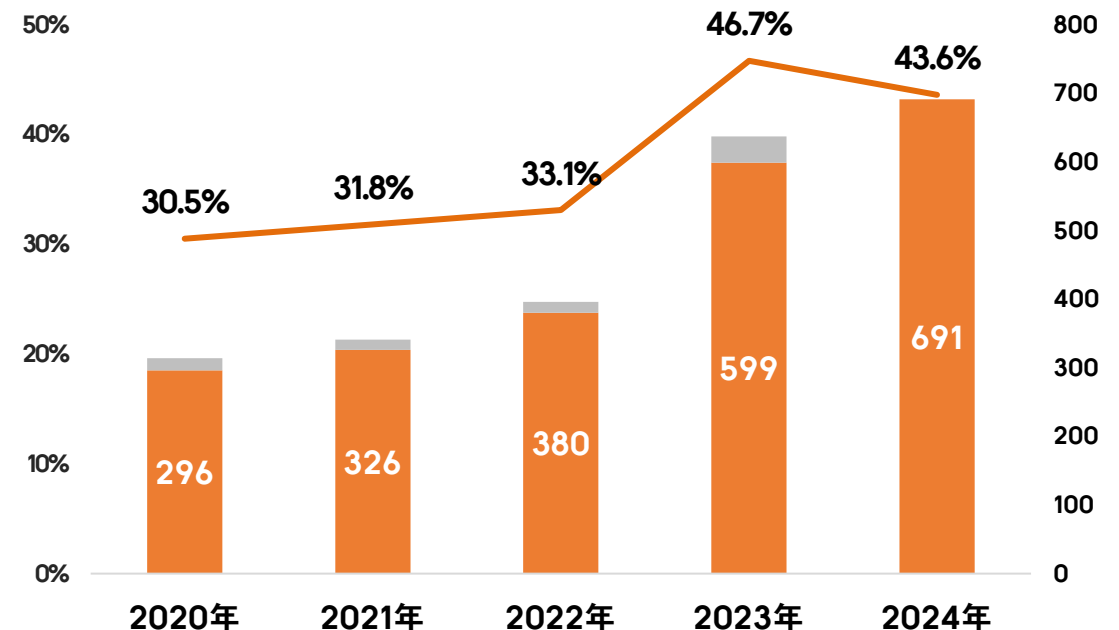
目標：2030年までに女性管理職比率30%（国内全体）



従業員持株会入会者推移

目標：前年比増

■ 入会者数 ■ 入会者数（旧グループ会社）（単位：名）
— 入会比率（対・対象会社正社員）



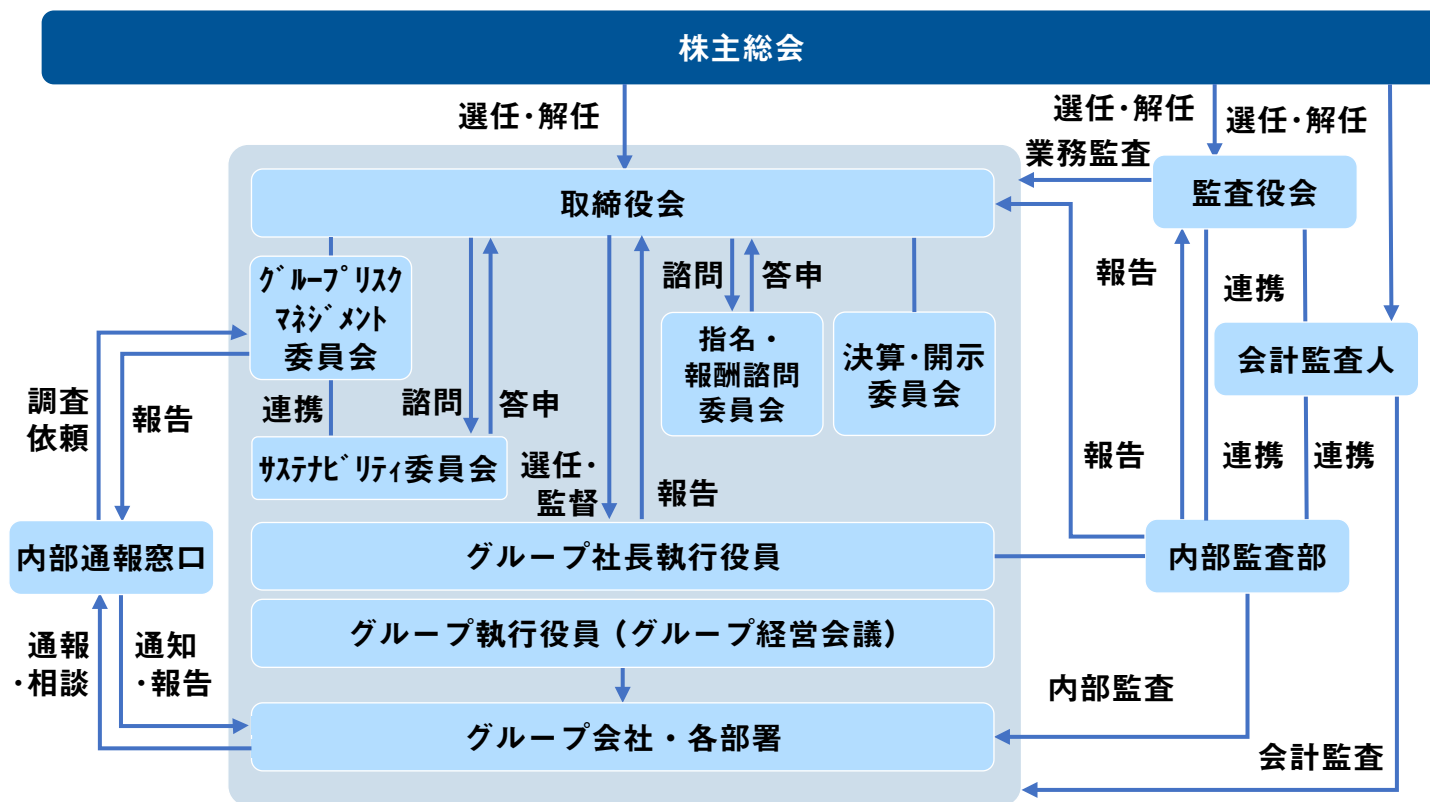
*サステナビリティ情報はこちらをご覧ください：<https://www.septeni-holdings.co.jp/csr/data.html>

※2023年までは国内主要会社、各年10月時点。2024年は国内グループ会社、12月末時点

44 コーポレートガバナンスの強化

企業理念に基づく行動及び透明公正で効率的な意思決定に加え、法令遵守と企業業績の適切な監督を目的とした体制の整備・運用に注力

コーポレートガバナンス体制図



ガバナンス改革の変遷

- | | |
|--------|--|
| FY2015 | ・ 社外取締役を指名 |
| FY2016 | ・ 取締役会実効性評価を導入
・ 各種委員会設置によるチェック機能の強化
・ 買収防衛策の廃止 |
| FY2017 | ・ 役員向け業績連動型株式報酬制度導入
・ 委任型執行役員制度の導入
⇒監督と執行の分離 |
| FY2022 | ・ サステナビリティ委員会の設置、ESGへの取り組み強化
・ 取締役の独立性・多様性をさらに強化
社外比率：4名 / 7名、女性取締役：1名 / 7名
(決算発表日時点) |
| FY2023 | ・ 指名・報酬諮問委員会を設置 |

45 事業区分別 主要グループ会社

2025年8月7日現在



マーケティング・コミュニケーション事業



ダイレクトビジネス事業

dentsu
direct

dentsu
elfto architect

データ・ソリューション事業

FLINTERS

TRICORN

Septeni
Cross Gate

その他事業

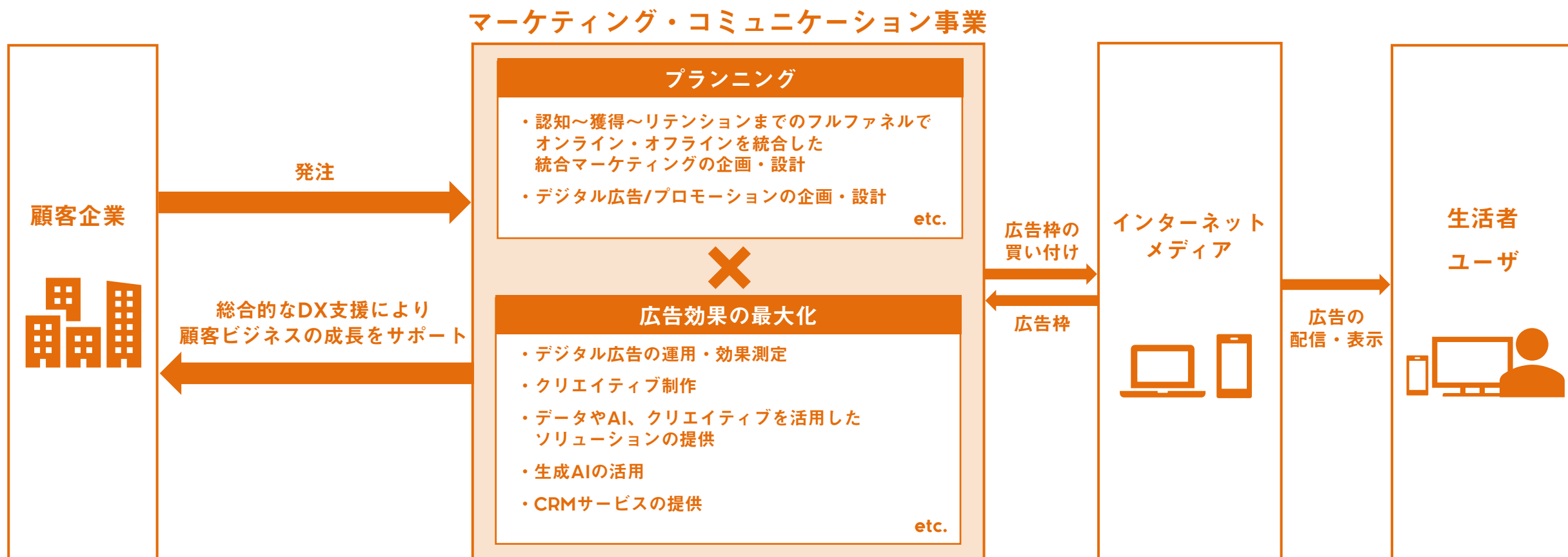
vivivit Human Capital Lab SEPTENI
INCUBATE

持分法適用関連会社

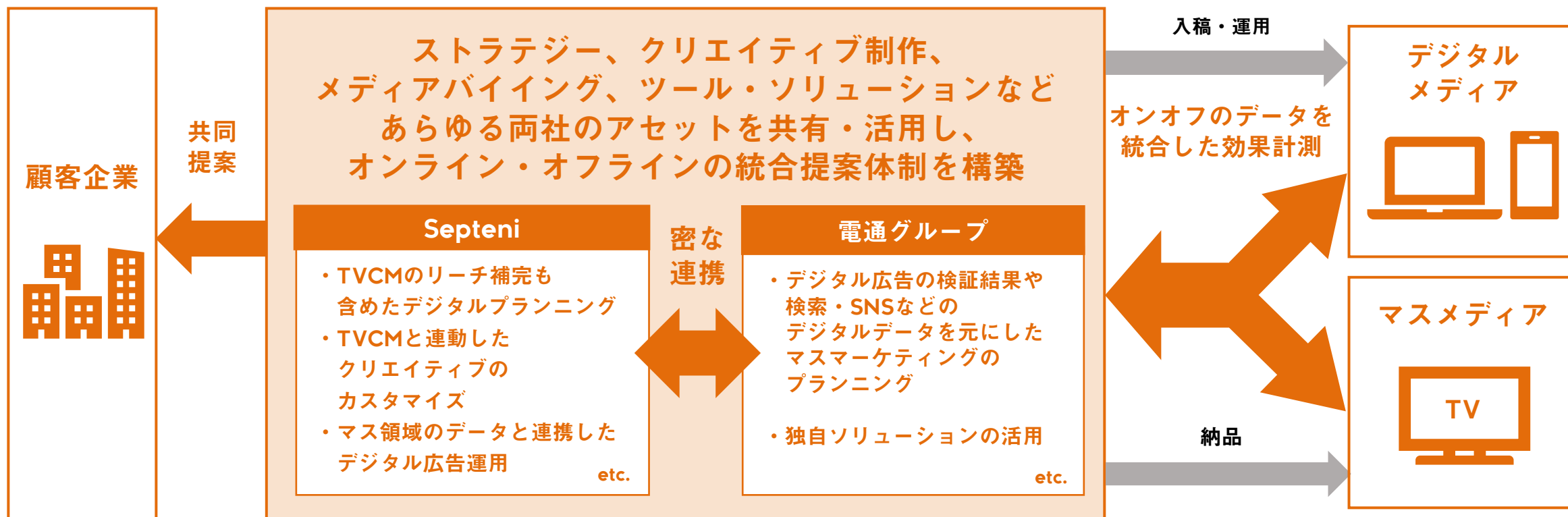
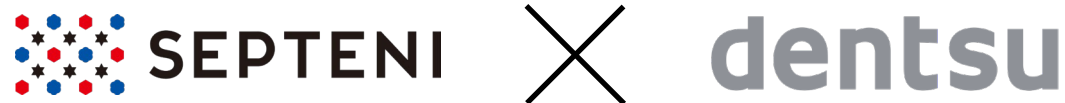
DENTSU DIGITAL PRIMECROSS Sports IT Solution
& and factory COMISMA

セプテーニ・ホールディングス（持株会社）

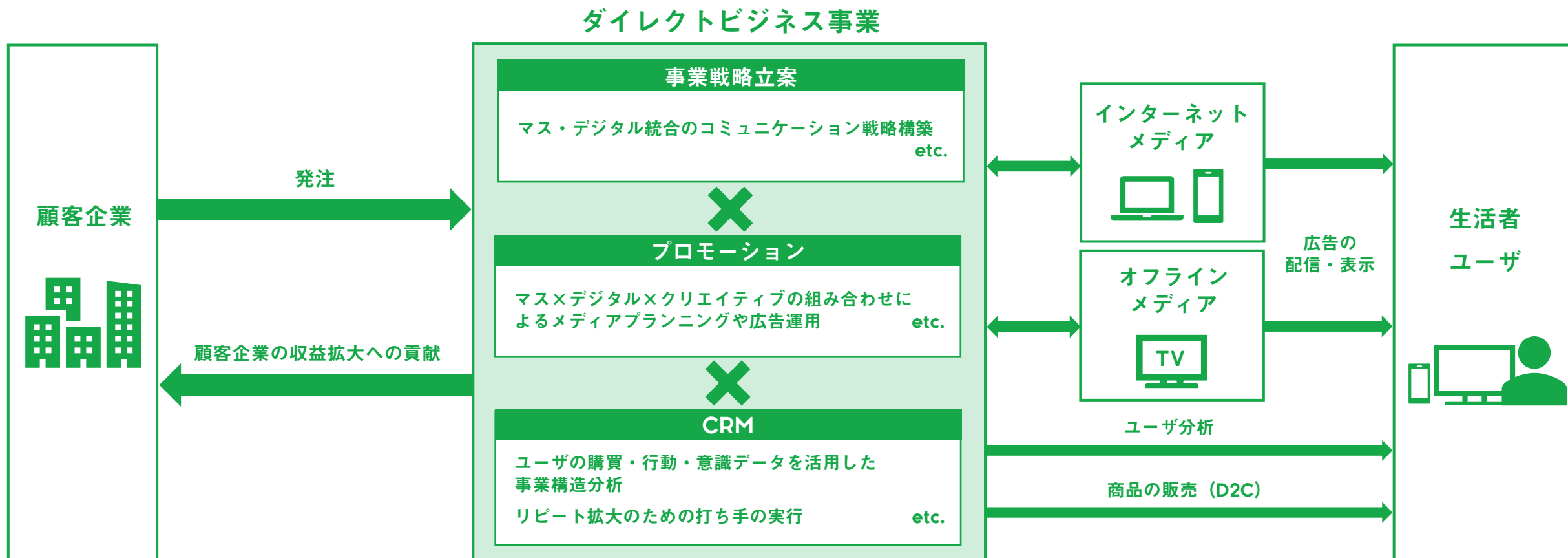
デジタル広告の販売と運用を軸とした 統合マーケティングサービスの提供により、企業のDXの総合的な支援を行う



両社の顧客基盤を活用したオンライン・オフライン広告の 統合マーケティング提案（イメージ）

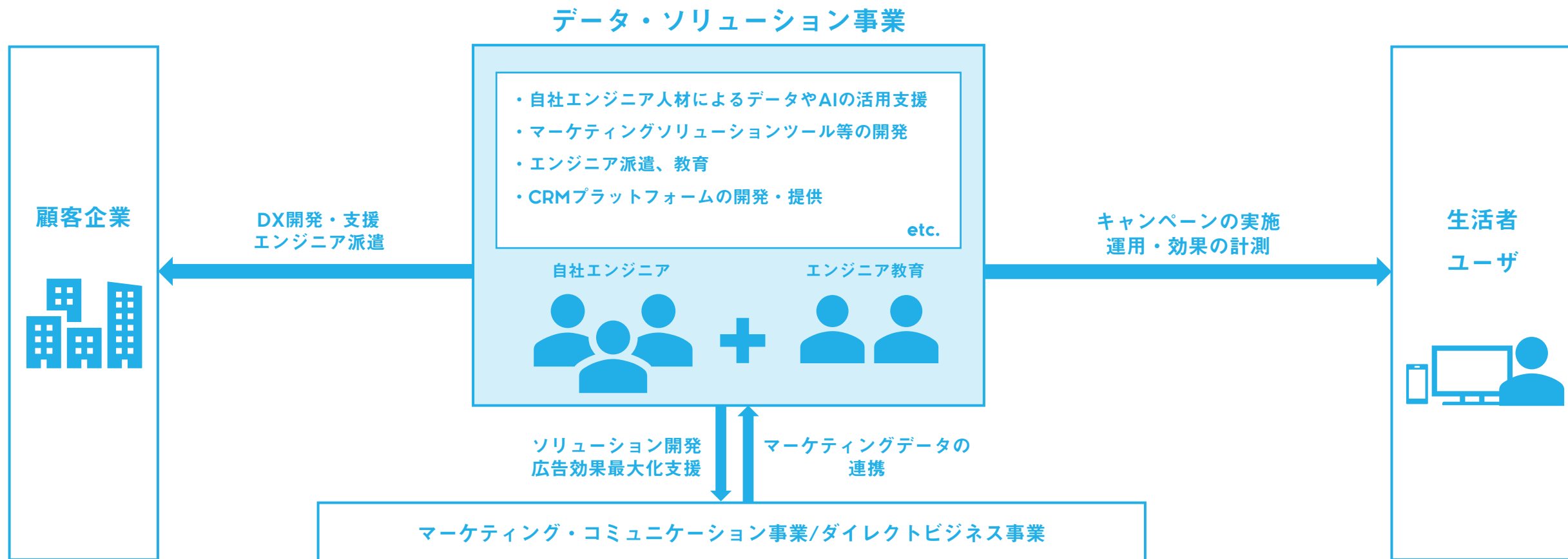


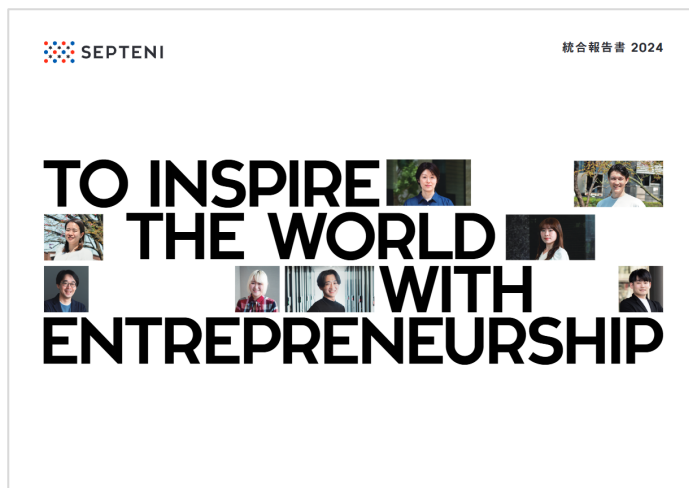
BtoC、BtoB領域において事業戦略立案からダイレクトレスポンス手法による
プロモーション、CRMまで一気通貫で実行することで
オフラインメディアとデジタルを統合した顧客支援を行う



49 データ・ソリューション事業 ビジネスモデル

デジタルマーケティング領域で長年蓄積された知識・ノウハウを生かし、データの収集・統合・活用や、データやAIを活用したソリューションの開発・提供、顧客の開発支援やエンジニア人材の派遣を提供





統合報告書2024

2024年度版統合報告書を発刊しました
中期テーマである「フォーカス&シナジー」を軸に
どのように「中長期で目指したい姿」を実現していくのか
マネジメントメッセージや従業員の声を紹介しています

詳細は当社ウェブサイト（https://www.septeni-holdings.co.jp/ir/library/integrated-report/integratedreport2024_ja.pdf）
もしくは右のQRコードからご覧ください



セプターニグループ公式発信

人やカルチャーにまつわる様々な取組みを発信する公式note内に
「IR マガジン」を開設し、株主・投資家の皆さまに向けた情報を発信しています
その他の公式SNSとあわせて、ぜひご覧ください

公式note： https://note.com/septeni_group

公式X： https://x.com/Septeni_PR

セプターニ スポーツ公式X： https://x.com/SEPTENI_SPORTS

公式Facebook： <https://www.facebook.com/septenigroup>