

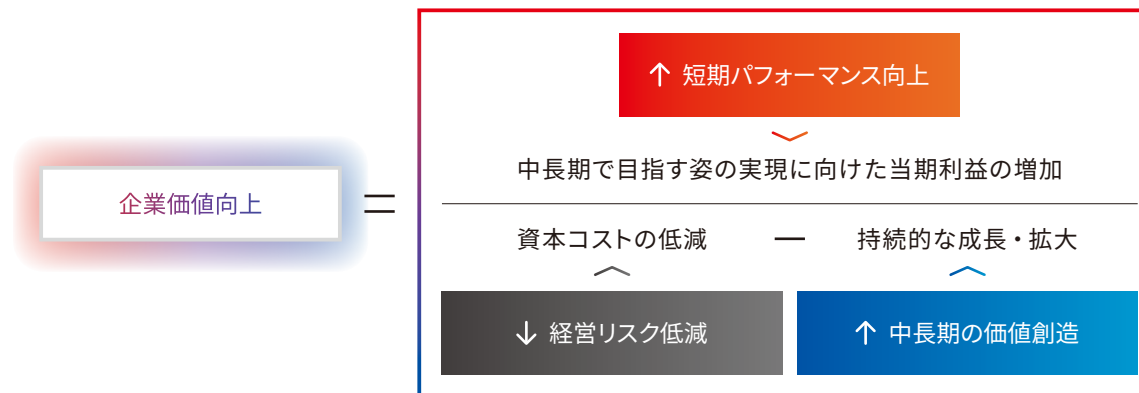
# セプターニグループ の価値創造

変化の激しい時代において、私たちがどのような未来を描き、いかにして「世界をもっと元気に」していくのか。独自の強みを源泉とした「価値創造プロセス」を紐解くとともに、ミッションの実現と持続的成長に向けた中長期の道のりを説明しています。



# Envisioning our value

セプターニグループの価値創造	12
VISION 2030	13
私たちの強み	14
サステナビリティ経営の推進	15
セプターニグループのマテリアリティ	16



# セプテーニグループの価値創造

当社グループの価値創造の源泉は「当事者意識が高くアントレプレナーシップあふれる人材」にあります。外部環境の変化にあわせてマテリアリティや中期経営計画を常に最適化しながら、コアバリューである人的資本が事業活動を通じて、顧客への提供価値を拡大・最大化させることで、「VISION 2030」、グループビジョンの達成、そしてミッションの実現へ向けて、歩みを進めています。

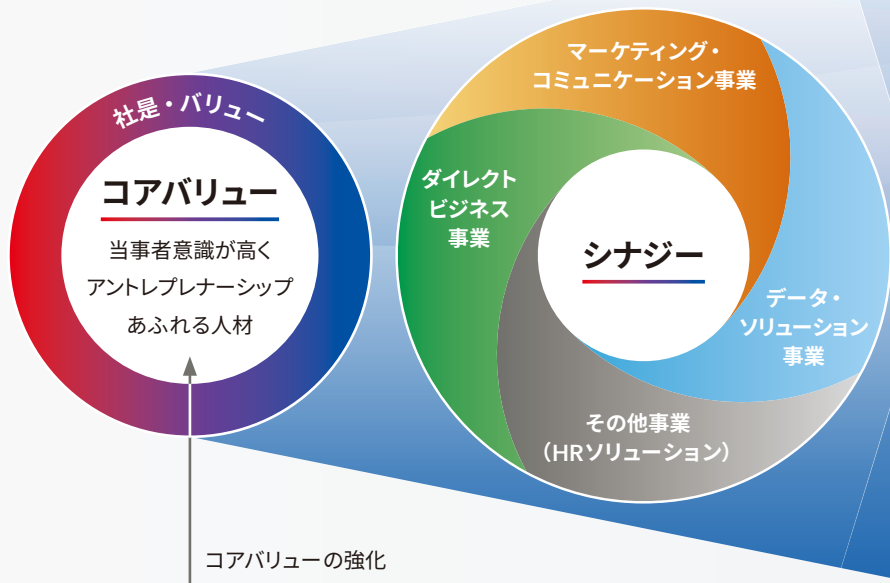
## 外部環境変化、市場ニーズ

### マテリアリティ P.17

- 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
- 気候変動への対応
- 非連続成長を支える先進的なガバナンス体制の構築

### 中期経営計画 (FY2026-2028) P.19

1. 事業の深化
2. 事業の探索
3. 経営基盤強化
4. キャピタルアロケーション



## 顧客への提供価値

### 経済的価値

収益性向上

成長性向上

効率性向上

### 社会的価値

人的資本強化

社会資本醸成

## GROUP MISSIONの実現

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

## GROUP VISION の達成

## VISION 2030



顧客の企業価値  
最大化を実現

Non-GAAP 営業利益 **100** 億円


当期利益 **100** 億円

# VISION 2030

当社グループでは、グループミッションの実現の過程として「VISION 2030」を掲げました。2030年に向けて、社会と時代が変化する中でも、顧客の企業価値最大化につながるあらゆる事業成果にグループ全体で向き合い、さらに「世界を元気に」する企業体になるべく、「VALUE MAXIMIZER」を標榜しています。

## 市場環境と現状認識

労働人口の減少やAIをはじめとしたテクノロジーの急速な進化が進む中で、当社グループの主力であるデジタルマーケティングの事業領域においては、消費行動の多様化によって今まで以上に顧客ニーズの高度化や複雑化が進むとともに、企業の成長や持続的な収益創出のためのマーケティング活動におけるデジタルシフトが続いていくと予想されています。

 労働人口	<p><b>機会</b> 多様な人材の活躍</p> <p><b>脅威</b> 労働力不足の深刻化</p>
 テクノロジー	<p><b>機会</b> AIの進化と普及</p> <p><b>脅威</b> IoT*の急速な普及</p>
 顧客・消費者ニーズ／市場動向	<p><b>機会</b> 広告予算のデジタルシフト</p> <p><b>脅威</b> ニーズの高度化・複雑化</p>

\* Internet of Everythingの略で、あらゆるものがインターネットに接続されている状態

このような事業環境のもと、これまでは当社の各事業がそれぞれの顧客に対して専門性・優位性を発揮し、顧客課題解決を支援してきました。また、既存事業磨き込みのための組織再編・セグメント変更や、ポートフォリオマネジメントの徹底、シナジー創出の強化を推進し、グループ経営の基盤を強化してきました。

## VISION 2030



社会と時代の変化を成長のエンジンに変えながら、顧客の**企業価値の最大化**を実現し、世界をもっと元気に

中長期で  
目指したい姿

2030年までに**当期利益100億円**を創出し、**高成長と高還元**の両立を実現する企業体を目指す

外部環境の変化が進む中で、2025年2月に公表した「中長期で目指したい姿」の実現に向けて、当社グループが進んでいくべき方向性やありたい姿をより具体的に言語化し、「VISION 2030」として掲げました。2030年に向けては、顧客に対してより幅広いサービス・価値を提供し、事業成果の先にある顧客への提供価値、そして顧客の企業価値最大化にグループ全体で向き合う、包括的な価値提供ができる企業体を目指します。この当社グループが目指したい組織の在り方を表した言葉が「VALUE MAXIMIZER」です。顧客の企業価値の最大化を実現できるパートナーとなること、そして2030年までにNon-GAAP営業利益、当期利益ともに100億円を創出し、高成長と高還元の両立を実現する企業体となることを目指します。

高成長	高還元
<p>2030年までに</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Non-GAAP営業利益 <b>100億円</b></li> <li>当期利益 <b>100億円</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1株当たり年間配当金総額の方針</li> <li>どちらか高い方 <b>下限18円 or 配当性向50%</b></li> <li>配当金基準日</li> <li>期中に実施する剰余金配当：<b>6月末</b></li> <li>期末配当：<b>12月末</b></li> <li>株主優待制度の導入</li> <li>初回基準日：<b>2026年12月末</b></li> </ul>


## 私たちの強み

### 強みの源泉は、アントレプレナーシップ。

当社グループにおけるアントレプレナーシップとは、一般的に訳される「起業家精神」に加え、ひとりひとりに言葉の解釈を委ねている点に特徴があります。例えば、社内で広く共感されている解釈の一つに、ハーバード・ビジネス・スクールにおける定義「コントロール可能な資源を超越して機会を追求すること」があります。「会社が人をつくるのではなく、人が会社をつくる」という価値観のもと、ひとりひとりがそれぞれの形のアントレプレナーシップを見出して日々実践することで、「批判より提案」「変化の大きい方を選ぶ」「逆境は機会」といったポジティブな行動変容が生まれてきました。

このように、ひとりひとりのアントレプレナーシップが組織の目指す方向性と重なり合うことで、社会と時代の変化を「成長のエンジン」へと変えていくことこそが、当社グループの強みの源泉です。

2026年4月に公開した「SEPTENI STORY」は、まさしくそうした個人の挑戦が積み重なり、組織を変革してきた35年の歩みを記した記録です。私たちの「強みの源泉」がいかんにして育まれてきたのか。その背景にある物語を、ぜひ本コンテンツを通じてご覧ください。

 「SEPTENI STORY」はアーカイブサイトをご覧ください。  
<https://story.septeni-holdings.co.jp/>



## 生み出されたケイパビリティ

### Keep Young

～新しい世代、新しい時代をつくる人に「信じて託す」～

「Keep Young」とは、常に挑戦する情熱と、自らが物事を動かすという当事者意識にもつながるマインドです。創業者が掲げた「同族経営をしない」という誓いのもと、私たちは役職や経験に関わらず、次世代の可能性を信じて託すことで変化を乗り越えてきました。託す側は未来を信じて機会を提供し、託された側はその想いに応えて新しい価値を創造する。この信頼の好循環が、人と組織を共に成長させ、当社グループの未来をつくる力となっています。

### 逆境は機会

～迷ったら変化の大きい方へ～

社は「ひねらんかい(知恵を出そう、工夫しよう)」の精神は、変化をリスクではなく機会と捉える企業風土を育みました。私たちにとって「逆境は機会」であり、市場環境が大きく動く局面こそが、他社との違いを創る好機となります。その行動指針となるのが、「迷ったら変化の大きい方へ」という判断軸です。現状に安住せず、あえて変化を選び続けてきたからこそ、社会や時代の変化を「成長のエンジン」とし、当社グループの非連続な進化を支えています。

### 何をやるかよりも誰とやるか

～仲間との信頼がパフォーマンスを最大化する～

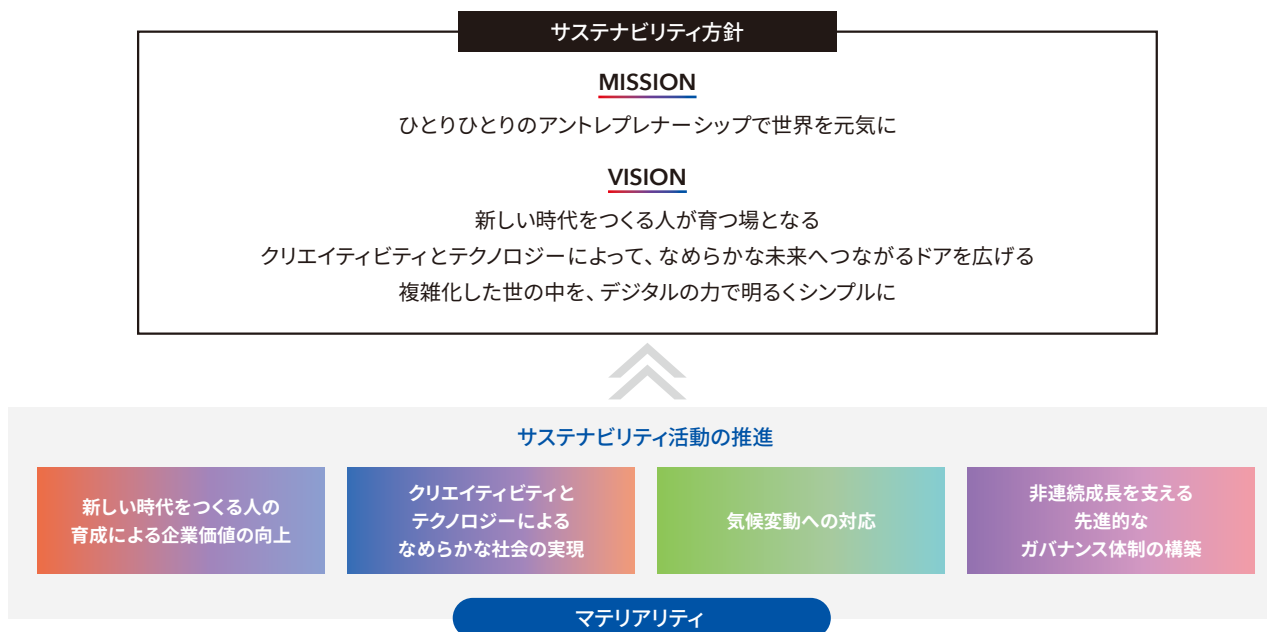
当社グループでは何に取り組むかということ以上に、共に働く仲間を重視する価値観を大切にしています。どんなに困難な状況であっても、心から信頼し、高め合えるチームとなら乗り越えられると考えるからです。「この仲間と一緒になら、きっとおもしろいことができる」。そんな想いを持つ多様な個性が、互いの独自性を尊重し、困難な局面こそ背中を預け合って突破する。この信頼の絆こそが、不確実な時代において当社グループのパフォーマンスを最大化させる資産です。

# サステナビリティ経営の推進

## サステナビリティ方針

当社グループは、企業活動を通じて社会課題の解決に貢献することが、当社グループのミッション「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」の実現に向けて、そしてグループビジョンの達成に向けて、ステークホルダーの皆様から求められていることだと考え、サステナビリティ活動を推進しています。当社グループのミッション、ビジョンをサステナビリティ活動における基本方針として掲げ、グループの持続的成長、企業価値の向上、そしてサステナブルな社会の実現を目指し、積極的に活動を推進しています。

## サステナビリティ活動の全体像



## サステナビリティ推進体制

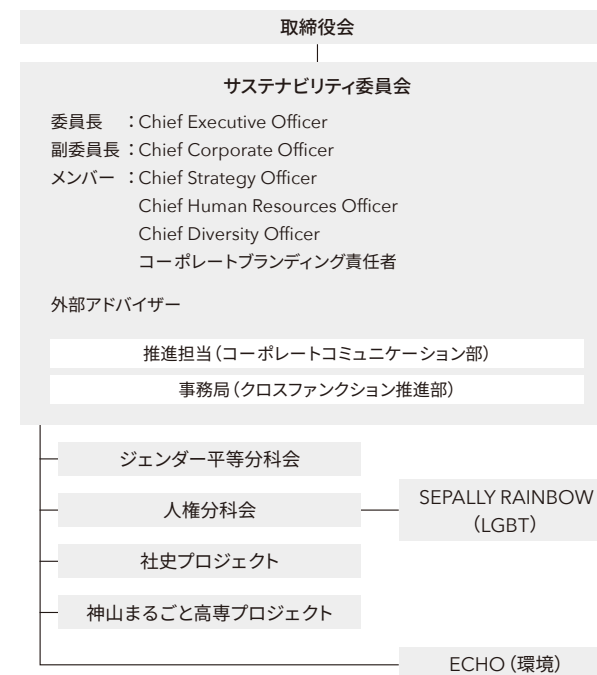
当社グループのサステナビリティ活動推進の中核となるのが、取締役会の任意の諮問機関であるサステナビリティ委員会です。CEOが委員長、CCOが副委員長を務めることで、経営戦略とサステナビリティ推進の連動を強めています。

また、私たちの最大の資本である「人的資本」の取り組み、開示を推進するため、CSO、CHRO、CDO、コーポレートブランディング責任者、外部アドバイザーがメンバーとして参加しています。

サステナビリティ委員会配下には、ジェンダーギャップ改善に向けて取り組む「ジェンダー平等分科会」、人権に関わる課題に取り組む「人権分科会」、創業35周年を迎えた当社グループの過去を紐解くことでDNAを明らかにし、未来へつなげることを目的とした「社史プロジェクト」、スカラーシップパートナーとして参画する神山まるごと高専との取り組みを主導する「神山まるごと高専プロジェクト」を委員会配下に設置しています。

体制変更によって委員会の実効性を強化するとともに、グループ内外でのサステナビリティ活動をいっそう推進していきます。

## サステナビリティ委員会体制図



# セプテーニグループのマテリアリティ

## マテリアリティの進捗

当社グループは、2022年10月のグループ理念改定に伴いマテリアリティの再定義を行って以来、4つのマテリアリティを軸に取り組みを進めています。

2025年度においては、アントレプレナーシップの民主化に向けたサーベイ項目の変更、そして人権の尊重の基盤となるグループ全域での人権デュー・ディリジェンス等を実施しました。

今後もサステナビリティ委員会では、4つのマテリアリティに紐づく各KPIの進捗を四半期ごとにモニタリングし、事業環境の変化に即した目標設定の確認・見直しやKPI達成に向けた取り組みの検討・実行を推進していきます。

## 2025年度のサステナビリティ委員会実績

開催月	主な議題
四半期に1回 (1月、4月、8月、10月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>委員会体制の変更に関する報告</li> <li>マテリアリティに係るKPIの改定、追記事項の報告</li> <li>「SEPTENI STORY」(社史)制作に関する審議、ワークショップの実施</li> <li>サステナビリティ活動の社内広報/巻き込み施策審議</li> <li>ESG評価の結果報告と対応審議</li> <li>マテリアリティに関する取り組みおよび各種KPIの進捗報告</li> </ul>

過去のサステナビリティ委員会での主な議論内容はコーポレートサイトをご覧ください。  
<https://www.septeni-holdings.co.jp/csr/policy.html>

## マテリアリティと企業価値の関連性

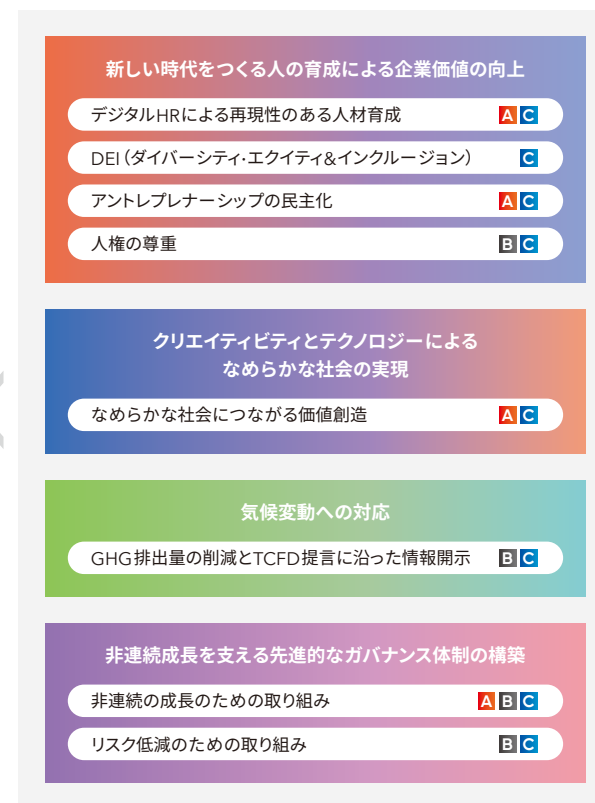
下記の図は、各マテリアリティとその小区分が当社グループの企業価値とどのように関連しているかを示したものです。当社グループの企業価値向上は、「中長期で目指す姿の実現に向けた当期利益の増加」を分子とし、「資本コストの低減」から「持続的な成長・拡大」を差し引いた値を

### マテリアリティと企業価値のつながり



分母とする数式によって表されると考えています。4つのマテリアリティは、この数式の各要素に働きかけ、企業価値を最大化させるためのドライバーです。

今後も4つのマテリアリティに取り組むことで、当社グループのビジョンの達成、そしてミッション「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」の実現を目指します。



# セプテーニグループのマテリアリティ

## マテリアリティとKPI

マテリアリティ	マテリアリティの小区分	KPI	目標	達成時期	進捗
<p><b>新しい時代をつくる人の育成による企業価値の向上</b></p> <p>グループビジョンの一文節目に「新しい時代をつくる人が育つ場となる」を掲げているように、セプテーニグループで最も価値ある資産は人です。新しい時代をつくる人を育成するため、四つのテーマに積極的に取り組んでいます。</p> <p>一つ目はHRテクノロジーを用いた再現性のある人材採用・配置・育成によるひとりひとりの価値向上。二つ目はDEI推進によるひとりひとりが自分らしく活躍するための環境整備。三つ目は、ひとりひとりのアントレプレナーシップを育み、根付かせるアントレプレナーシップの民主化。四つ目は、人が育つ場の土台として重要、かつ社会的責任に根ざした人権尊重の取り組み。</p> <p>これらによって人的資本価値を向上させ、新しい時代をつくる人を育成し、企業価値の向上を目指します。</p> <p>なおDEIにおいては、マイノリティの中のマジョリティである女性に関する取り組みを重点的に行うことが、他の属性へのエクイティとインクルージョンの実現につながることから、ジェンダーギャップの解消を目指し女性管理職比率をKPIに設定しています。</p>	デジタルHRによる再現性のある人材育成	HRバリューチェーンの運用と精度の向上	継続実施	毎年	開示情報の拡充
	DEI (ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)	女性管理職比率	30%	2030年	28.3% (2025年12月末時点)
	アントレプレナーシップの民主化	アントレプレナーシップを発揮しやすい環境づくり	アントレプレナーシップを発揮する機会づくり	2025年	サーベイの項目に「アントレプレナーシップ」を導入
	持株会入会者数	前年比増	毎年	662名 (2025年12月時点)	
人権の尊重	人権リスクへの適切な対応	人権デュー・ディリジェンスの体制構築	2025年	当社グループにおける負の影響(リスク)の特定・分析・評価を実施	
<p><b>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</b></p> <p>グループビジョンの二文節目では「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」を掲げています。社員ひとりひとりがクリエイティビティを発揮し、テクノロジーを活用して新規事業・サービス・IPなどの新たな価値を創造し、産業や人々への機会提供を広げることで、なめらかな未来の実現を目指します。</p>	なめらかな社会につながる価値創造	事業・サービスによって社会に価値・機会を提供する	価値の受け取り手の増加	2030年	社内外向けDEI啓発コンテンツを制作・公開
<p><b>気候変動への対応</b></p> <p>気候変動によって地球の未来が脅かされています。企業は、持続可能で健全な地球・社会が存在してはじめて事業運営が可能であることから、気候変動への取り組みは重要度が高く、同時に社会・ステークホルダーから広く求められていることでもあります。気候変動に対して継続的に行動することで、脱炭素社会の実現を目指します。</p>	GHG排出量の削減とTCFD提言に沿った情報開示	スコープ1・2の排出量	70%減	2030年	82%減
<p><b>非連続成長を支える先進的なガバナンス体制の構築</b></p> <p>非連続の成長を追求する攻めのコーポレート・ガバナンスと、リスク低減を追求する守りのコーポレート・ガバナンスの両面からアプローチすることで、新しい時代をつくる先進的なコーポレート・ガバナンス体制を構築し、なめらかな未来を実現する場となることを目指します。</p>	非連続の成長のための取り組み	事業継続基準の継続運用による事業創造・撤退の新陳代謝促進	事業ポートフォリオ経営推進による経営指標の改善	毎年	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新会社2社を設立</li> <li>• グループシナジーの最大化と経営資源の集約を目的に、2社を合併</li> <li>• 事業継続基準に基づき、2社を清算/売却</li> </ul>
	リスク低減のための取り組み	適切なリスクマネジメントの実行とコンプライアンスの徹底	研修受講率100%	毎年	100%達成
		取締役会の実効性確保と向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>• エグゼクティブ・セッション継続実施</li> <li>• 実効性評価継続実施</li> </ul>	毎年	実施
	サクセッションプランニング議論	継続実施	毎年	次世代リーダーを積極的に登用した新たな役員体制を構築	