

## 価値創造の実践

「世界をもっと元気に」するための挑戦を、いかに具現化していくか。中期経営計画で掲げる4つの基本方針に基づき、事業の深化と探索、経営基盤の強化、キャピタルアロケーションの各重要施策を解説します。各事業の担当役員によるメッセージや象徴的な成果の紹介を通じ、価値創造の加速に向けた、着実な実践の軌跡と未来への展望を詳しくお伝えします。

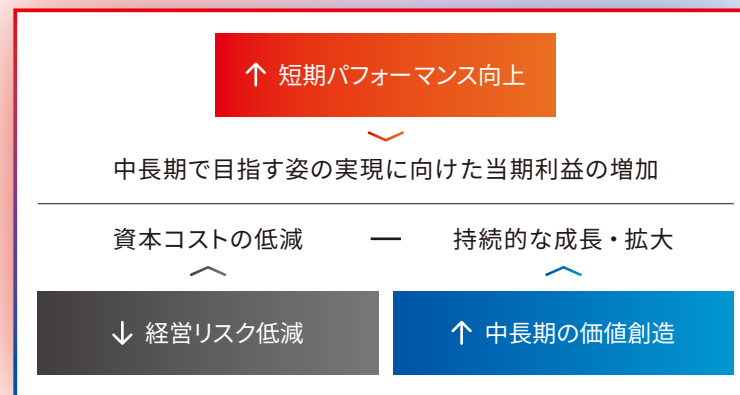


# Accelerating our value

中期経営計画 (FY2026-2028) の概要	19
事業戦略	20
<b>特集</b> 「シナジー&コラボレーション」で未来を描く	26
事業の探索：HRテクノロジー領域	29
人的資本経営	30
ガバナンス強化	35
AI戦略推進	36
キャピタルアロケーション	37

企業価値向上

=



# 中期経営計画 (FY2026-2028) の概要

## 基本方針ならびに重要施策

VISION 2030に向けた最初の3年となる2026～2028年度の中期経営計画を策定し、4つの基本方針とそれに紐づく重要施策を設定しました。

一つ目の「事業の深化」では、2025年度まで取り組んできた「フォーカス&シナジー」に一定の成果が確認できたことから、会社・事業の垣根を越えた共創を促進するべく、「シナジー&コラボレーション」によってさらなる事業の深化を推進します。二つ目の「事業の探索」では、次なる収益柱への投資を加速させ、顧客の企業価値向上への貢献を強める事業ポートフォリオの構築を目指します。三つ目は「経営基盤強化」として、人的資本強化、ガバナンス強化、AI戦略推進に取り組みます。そして、四つ目の「キャピタルアロケーション」の方針のもと、高成長・高還元の両立を目指す方針です。

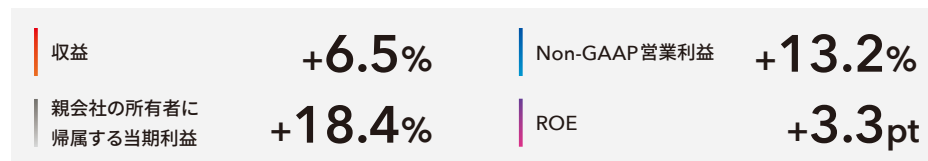
基本方針	重要施策
1. 事業の深化	<b>シナジー&amp;コラボレーション</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業内、事業間、電通協業、外部パートナーとシナジー創出</li> <li>AI活用による生産性向上</li> <li>組織再編の推進とポートフォリオマネジメント</li> </ul>
2. 事業の探索	<b>未来の収益柱への投資加速</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>HRテクノロジー、スポーツ、エンタメ、コンサル、IP等から提供価値拡大余地の模索</li> <li>HaKaSeブランドとのシナジー創出が可能な領域への積極投資</li> </ul>
3. 経営基盤強化	<b>人的資本強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>次世代の育成に向けた人材開発委員会</li> </ul> <b>ガバナンス強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>役割明確化(シナジー強化)のためCxO制導入</li> </ul> <b>AI戦略推進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>AI推進体制、戦略の構築</li> </ul>
4. キャピタルアロケーション	<b>成長投資と高還元の両立</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>既存事業、HRテクノロジー領域を含め、3か年の投資予定枠として約250億円を設定</li> <li>1株当たり年間配当金18円を下限として配当</li> </ul>

## 2026～2028年度の定量目標

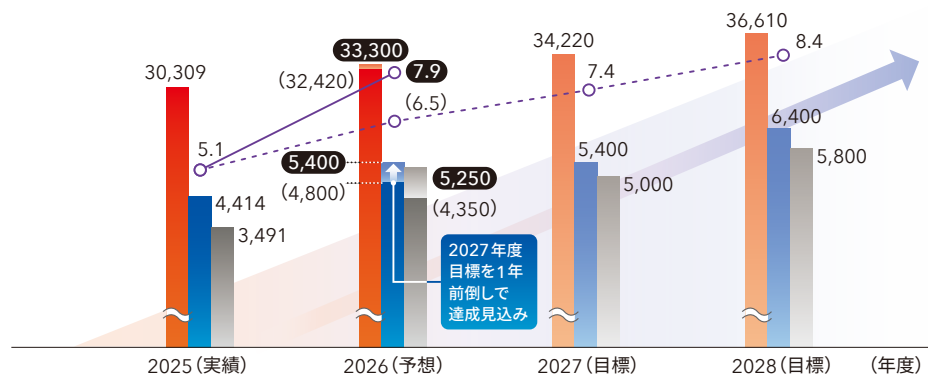
2030年にNon-GAAP営業利益、当期利益ともに100億円の創出を目指すにあたり、既存事業のオーガニック成長を前提として次の3か年における定量目標を定めました。初年度となる2026年度は第1四半期時点での好調な実績と足元の状況を踏まえて通期業績予想を上方修正しており、利益項目においては2027年度の目標数値を1年前倒して達成することを見込んでいます。これまで取り組んできた収益性・生産性の改善施策を継続してオーガニック成長を加速させることで、過去最高業績の更新を続けていきます。

さらに、次の3年でM&A等の成長投資によるインオーガニック成長を加えることで、早期でのROE二桁台への改善と、2030年に向けた定量目標の達成を目指します。

### 2025年度-2028年度 CAGR (年平均成長率)



■ 収益(百万円) ■ Non-GAAP営業利益(百万円) ■ 親会社の所有者に帰属する当期利益(百万円)  
○-○- ROE (%) ※ 2026年度 (0000) : 期初業績予想 (0000) : 修正後業績予想 (ROEは概算値)



※ 2026年度通期予想については、適時開示をご覧ください。

2026年12月期通期連結業績予想の修正に関するお知らせ  
[https://www.septeni-holdings.co.jp/ir/news/Re\\_260513.pdf](https://www.septeni-holdings.co.jp/ir/news/Re_260513.pdf)

# 事業戦略

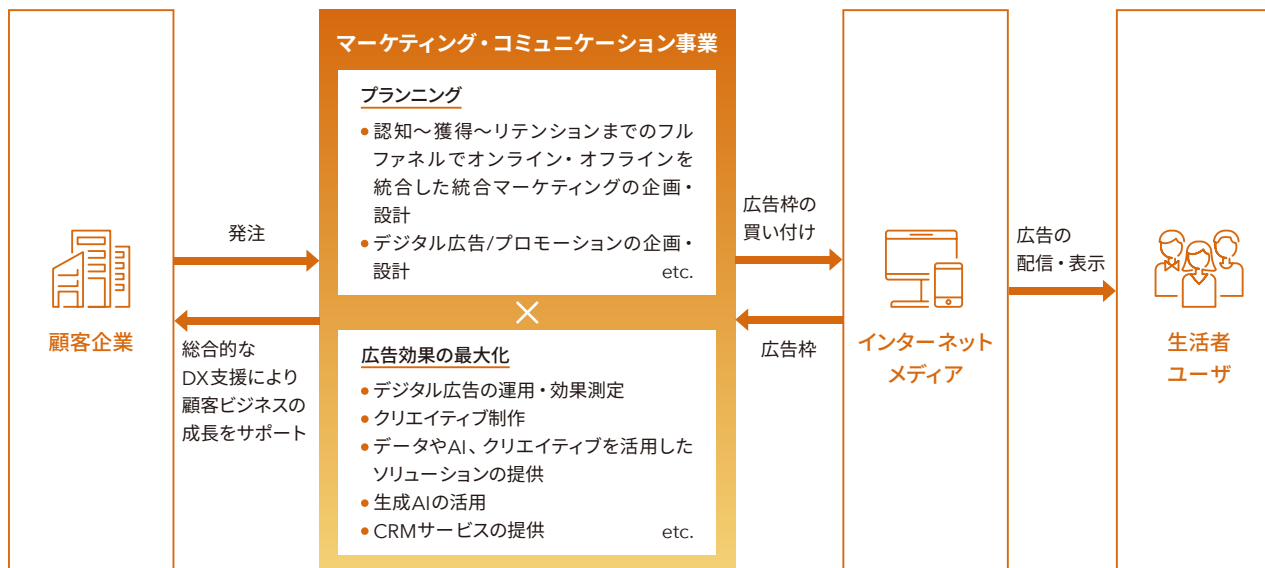
## マーケティング・コミュニケーション事業

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っています。

### グループ会社一覧



### ビジネスモデル



### 中期経営計画 (FY2026-2028)における戦略

該当する基本方針：1.事業の深化

#### テーマ

デジタル広告の圧倒的な実行力に外部パートナーとの戦略的シナジーを掛け合わせ、組織やデータの分断を解消する「統合マーケティング」を完遂することで、顧客の収益性と成長性の向上を牽引する

#### 事業戦略

- 01 独自の統合マーケティング構想「MXONE」(マキシワン)の提供
- 02 統合マーケティングを提供、実践できる人材強化
- 03 高粗利のソリューション領域強化
- 04 顧客課題に対し幅広いソリューション提供を目的に隣接領域でのケイバビリティ拡張推進
- 05 AIソリューションの活用によるオペレーションコストの抑制

#### VALUE MAXIMIZERへ向けて

##### 他事業とのシナジー

- 顧客アセットの最大化、他事業への繋ぎ込み
- グループ内で連携し、AI最適活用
- 顧客体験変革を支援するソリューションを強化

##### 事業成果

CV<sup>\*1</sup>最大化  
LTV<sup>\*2</sup>最大化

##### 顧客への提供価値

収益性向上  
成長性向上

※1 商品購入や会員登録など、サイト上での最終的な成果 ※2 顧客が生涯を通じて企業にもたらす利益の総計

## 事業戦略

### 担当役員メッセージ

株式会社セプテーニ・ホールディングス  
取締役  
グループ統括執行役員  
Chief Product Officer

清水 雄介



インターネット広告市場は着実な拡大を続けていますが、その裏側で顧客が抱える課題はかつてないほど複雑化しています。私たちが現場で強く実感しているのは、企業内における様々な「分断」です。策定した戦略と現場の実行にタイムラグが生じて好機を逃してしまったり、部門間の壁が理想的なユーザ体験の提供を妨げたりなど、本来の顧客の企業価値最大化が損なわれている場

面を数多く目にしてきました。多くの企業が全体最適を目指していますが、実態はダッシュボードの整備や施策管理などに留まってしまうことも多くあります。今、私たちに求められているのは、これらの分断を解消し、マーケティング活動の全体を繋ぎ合わせる「統合力」とであると確信しています。

中期経営計画において、私たちは独自の統合マーケティング構想である「MXONE (マキシワン)」を柱に据えました。MXONEは、単なる広告手法の名称ではなく、人とAIの共創によって企業のマーケティング活動におけるあらゆる「分断」をつなぎ、事業成長の最大化を目指すための包括的なフレームワークです。その名称には、マーケティング成果の最大化(Maximize)と、バラバラになったものをひとつにする(One)という強い意志を込めています。

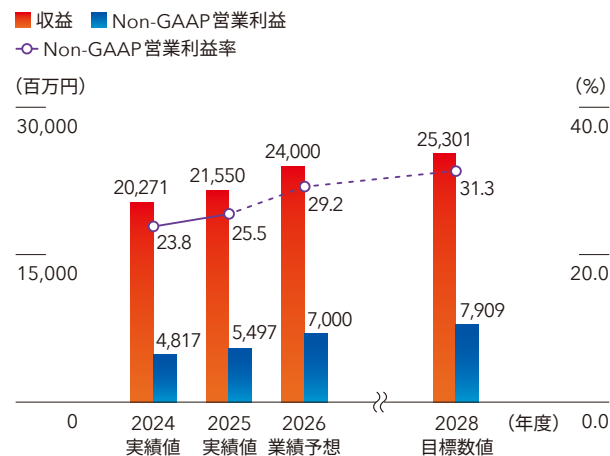
この構想を具現化するのが、「戦略・実行・接合」という3つのフェーズと、それらを支える6つのコンポーネントです。マーケティング戦略の策定から顧客獲得・育成までの各フェーズにおいて、これまで培ってきたノウハウや知見を活かした実行力と実現性を持ったソリューションを展

開し、当社独自のアプローチで顧客企業の持続的な事業成長を支援します。ひいては、私たちが目指す姿である「VALUE MAXIMIZER」を体現できると考えています。

昨今、市場には人を介在させない過度にAIドリブンなソリューションが溢れ、かえって顧客側の混乱やマーケティングの停滞を招いているケースも散見されます。生成AIの飛躍的な進化により、広告運用や制作のハードルが下がり、広告代理店の存在意義が問われているのも事実です。しかし、私たちはAIを「人を置き換えるもの」ではなく、「人と共創するもの」と定義しています。AIで定型的なオペレーションを徹底して効率化・自動化し、そこで捻出されたリソースを、人間でなければ成し遂げられない「戦略的判断」や「複雑な課題の接合」へとシフトさせます。

人とAIが真に共創し、分断されたマーケティングを「つなぐ」ことで、顧客ビジネスの成長を力強く支援する唯一無二の「VALUE MAXIMIZER」へと進化を遂げてまいります。

収益・Non-GAAP営業利益の推移 ※ 2026年5月13日時点



3つのフェーズ | 6つのコンポーネント

「MXONE」の詳細はサービスサイトをご覧ください。  
<https://mxone-ai.com/>

### 戦略フェーズ

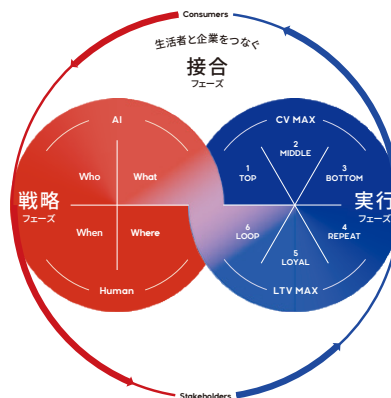
速度と精度を両立しマーケティング成果を最大化する戦略設計ソリューション

### 実行フェーズ

ファンネルごとの顧客獲得・育成を実現する、CV・LTV最大化ソリューション

### 接合フェーズ

企業と生活者、戦略と組織の接続を支援する共創型デザインソリューション



# 事業戦略

## ダイレクトビジネス事業

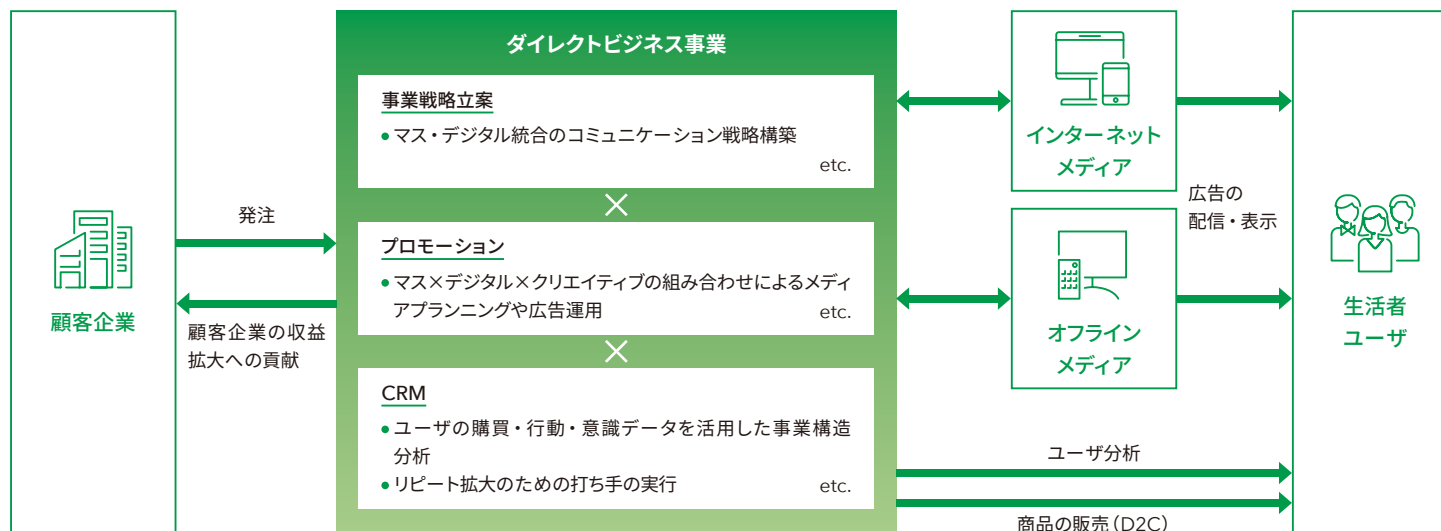
BtoC、BtoB領域において事業戦略立案からダイレクトレスポンス手法によるプロモーション、CRMまでをワンストップで実行することで、オフラインメディアとデジタルを統合した顧客支援を行っています。

### グループ会社一覧

dentsu  
direct

dentsu  
elfto architect

### ビジネスモデル



### 中期経営計画 (FY2026-2028)における戦略

該当する基本方針：1.事業の深化

テーマ

オフラインとデジタルの統合知見にグループ内外の共創シナジーを融合し、既存の広告モデルに捉われない「新たな収益モデル」を構築・実行することで、顧客の収益拡大と事業成長を直接的に実現する

#### 事業戦略

- 01 マーケティング・コミュニケーション事業、電通グループとの連携によるセールス・デジタル領域の強化
- 02 シニアの活動領域を主軸とした成長業界への新規アプローチ
- 03 AIを活用した、ミドル・ボトムファンネル領域のクリエイティブ強化
- 04 企業版ふるさと納税事業参入による、地方×広告以外の収入源の強化
- 05 M&Aも含めたD2C領域の強化

#### VALUE MAXIMIZERへ向けて

##### 他事業とのシナジー

- デジタル領域のソリューション強化
- 既存広告モデルに捉われない新たな収益モデル構築

##### 事業成果

CV<sup>\*1</sup>最大化  
LTV<sup>\*2</sup>最大化

##### 顧客への提供価値

収益性向上  
成長性向上

※1 商品購入や会員登録など、サイト上での最終的な成果 ※2 顧客が生涯を通じて企業にもたらす利益の総計

## 事業戦略

### 担当役員メッセージ

当社  
グループ統括執行役員  
Chief Alliance Officer

株式会社電通ダイレクト  
代表取締役

近藤 一成



ダイレクトビジネス事業が事業展開する通販・ECモール市場は、デジタルシフトによる伸びしろはありながらも、インターネット広告市場と比較すると市場成熟期を迎えつつあります。しかし、この環境下でこそ、私たちがダイレクト領域においてこれまで蓄積してきたノウハウと優位性が真価を発揮すると考えています。ダイレクト領域の顧客は、売上に直結するコンバージョン、そして一度きりのユーザ獲得だけでなく、ユーザにとって魅力的な商品の開発支援や、獲得したユーザが顧客企業の商品を継続的に利用することで生まれるLTVの最大化を強く求めています。このような顧客ニーズに対して、オフラインとデジタルの統合知見を武器に、顧客の収益拡大と事業成長を直接的に実現する「VALUE MAXIMIZER」となることを目指してまいります。

市場が成熟する中でも、高齢化が進む日本社会では、ダイレクト領域と相性の良いシニア層を主軸とした成長

領域へのアプローチに大きな機会があります。また、AIの活用により、ミドルファンネル(比較・検討層)からボトムファンネル(獲得直前層)へのクリエイティブを強化し、事業成果の精度を高めていきます。

これらの取り組みに加えて、中期経営計画において私たちが果たすべき重要な役割は、グループ内外の共創シナジーを融合し、オフラインとデジタルの統合的なソリューション力を底上げすることにあります。オフライン領域においては、電通グループとの関係性を活かし、当社グループでは従来提案できなかったTV広告の提供といった選択肢の幅がすでに広がりつつあります。さらに、他事業とのシナジー創出を通じて、デジタル領域のソリューションのさらなる強化を図ります。認知から獲得、そしてファン化に至るまでのフルファンネルでの支援体制を構築し、グループ全体で顧客への提供価値を最大化する体制を実現していきます。

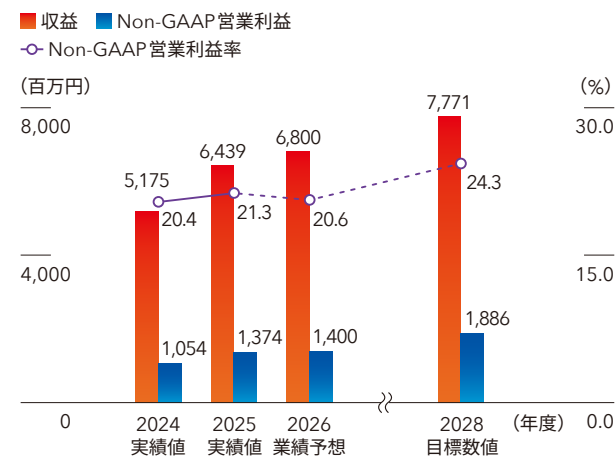
既存の広告モデルに捉われない「新たな収益モデル」の構築も加速させます。私たちの強みを活かしやすいD2C領域では、M&Aなどのアライアンスも検討しながら強化を図ります。自らが事業主体に近い立場でリスクを取り、実証したノウハウを顧客のマーケティング活動にも還元していく考えです。また、(株)電通ダイレクトでは地方に拠点を置く顧客との取引も多く、近年は事業を通じた地域社会貢献活動への関心が高まっていると感じていました。自治体ネットワークやEC事業の運営ノウハウを持つ(株)サイバーレコードと、企業版ふるさと納税支援事業を展開する合併会社(株)リジライズを設立し、広告以外の収入源として確立させていきます。これらの

新たな収益モデルへの先行投資が発生する局面もありますが、既存の枠組みに安住することなく、新たな領域へ挑戦し続けることで、持続的な企業価値の向上と、社会に対する新たな価値の創出を実現してまいります。



当社グループの広範な顧客基盤と(株)サイバーレコードが持つ自治体ネットワークや事業運営ノウハウを融合し、企業と自治体の持続的な共創関係を促進するプロジェクトの伴走・支援を通じて、地域貢献と持続可能な地域社会の実現を両面から支援いたします。

### 収益・Non-GAAP営業利益の推移 ※2026年5月13日時点



# 事業戦略

## データ・ソリューション事業

デジタルマーケティング領域で長年蓄積されてきた知識・ノウハウを活かし、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サービスを提供しています。

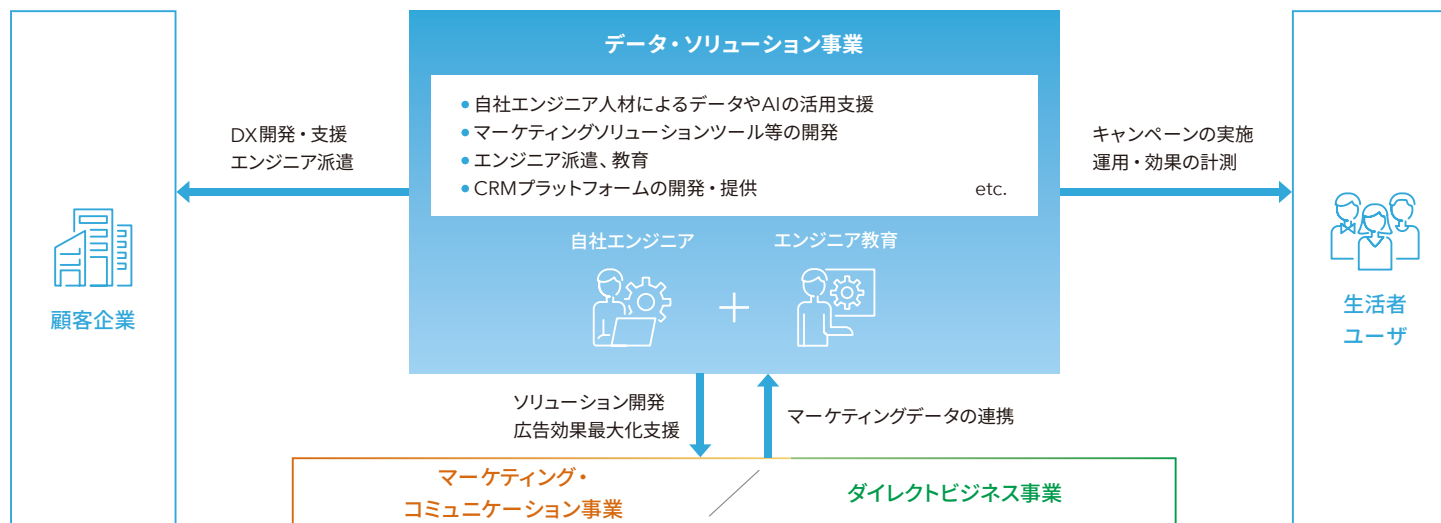
### グループ会社一覧

FLINTERS

TRICORN

Septeni  
Cross Gate

### ビジネスモデル



### 中期経営計画 (FY2026-2028)における戦略

該当する基本方針：1.事業の深化

テーマ

複数拠点に分散するエンジニア組織の連携を強化し、蓄積した技術力とノウハウを結集。独自のDXソリューション開発と外部パートナーとの連携推進により、マーケティングの運用効率を最適化し、顧客の事業生産性向上に寄与する

#### 事業戦略

- 01 AI活用を前提とした新たな開発プロセスの構築
- 02 AIを中心とするプロダクト開発の強化、組織体制の変更
- 03 電通グループと連携した大型開発案件の開拓、SI案件の拡大
- 04 インハウス顧客に向けた、運用自動化・マーケティングBI<sup>\*1</sup>エージェントの拡販

#### VALUE MAXIMIZERへ向けて

##### 他事業とのシナジー

- 全社のAI活用強化
- マーケティング内製化ニーズの顧客支援

##### 事業成果

業務効率化  
LTV<sup>\*\*2</sup>最大化

##### 顧客への提供価値

効率性向上  
収益性向上

\*1 Business Intelligenceの略で、データに基づいた情報分析・意思決定支援 ※2 顧客が生涯を通じて企業にもたらす利益の総計

## 事業戦略

## 担当役員メッセージ

当社  
グループ統括執行役員  
Chief AI Officer

株式会社セプテーニ・  
データ・ソリューションズ  
代表取締役

高野 真行



現在、AI技術の進化は加速度的に進み、マーケティング領域におけるデータの重要性はかつてないほど高まっています。市場全体では、自社のマーケティング基盤をより強固なものにしたいというニーズが、中小企業を含め幅広い層で顕在化しています。私たちは、複数拠点に分散するエンジニア組織の筋肉質化を進め、これまで蓄積してきた技術力とノウハウを結集させることで、この変化を大きな事業機会と捉えて、事業成長につなげていきたいと考えています。

具体的には、AI活用を前提とした独自のDXソリューション開発へのニーズが高まっています。特に、自社主導でのデジタル活用を志向される顧客からは、運用の自動化や、高度な意思決定を支援するマーケティングBI (Business Intelligence) エージェントへの期待が寄せられています。

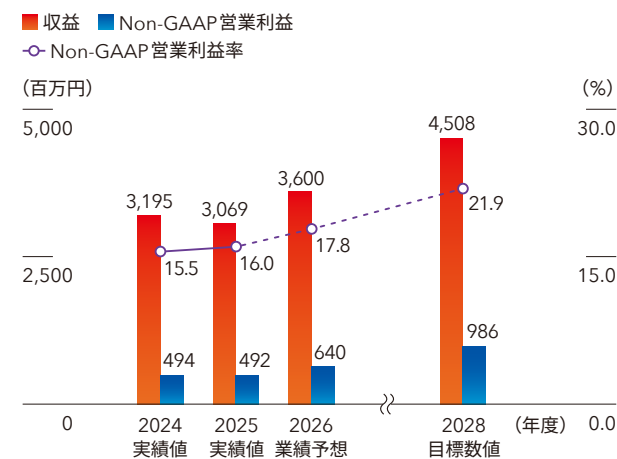
私たちが、顧客の事業生産性向上に直接寄与できるパートナーとして選ばれるように、組織力強化や外部パートナーとの連携推進に取り組んでまいります。

グループとして「VALUE MAXIMIZER」への進化を掲げる中、当事業は技術やデータといった基盤面からその変革を牽引します。まず一目の戦略として、時代の変化に合わせたAI活用を前提とする新たな開発プロセスの構築は不可欠です。AIを中心としたプロダクト開発を強化するとともに、それに最適化した組織体制へと変化することで、当社グループが提供する価値の質とスピードの向上を後押しする考えです。また、電通グループとの強固な連携を通じて、マーケティング領域における大規模なシステム開発案件や戦略的なSI案件の開拓を加速させます。課題となるのは、AI活用を前提とした開発スキルを持つエンジニアの確保と、AIガバナンス整備です。これらを着実に推進し、効率性の先にある「収益性向上」までコミットする体制を整えてまいります。

AIの進化に合わせた変化は当社グループ全体においても重要です。当社でも広告事業における生成AIの活用と並行して業務効率化に向けた施策が動き出す中、当事業が提供する生成AI研修などを通じ、全社のAI活用強化を技術面から強力にバックアップします。生成AI研修はすでに顧客向けにも提供を開始していますが、今後は、AI人材の育成に向けた研修や、各種グループウェアの活用を軸としたAIコンサルティングなど、エンジニアリング領域を超えたソリューションの提供を構想しています。

また、他事業とも密接に連携してシナジー創出を加速させます。特に期待されるのが、他事業の営業担当者が顧客に販売できるようなプロダクトの開発への取り組みです。長年当社グループ内のマーケティング領域において培ってきたエンジニアリングの知見を、広告運用データとAI技術の掛け合わせに応用することで、顧客にとっても魅力的なプロダクト開発を推進できると考えています。私たちは、AIという強力なエンジンを最大限に活用し、グループ全体、そして顧客の効率性、収益性を向上させる「VALUE MAXIMIZER」として、持続的な成長を実現してまいります。

収益・Non-GAAP営業利益の推移 ※ 2026年5月13日時点



## 「シナジー&コラボレーション」で未来を描く

中期経営計画の1つ目の基本方針として、「シナジー&コラボレーション」によるさらなる事業の深化を目指します。

グループ内や電通協業、外部パートナー、顧客とともにこれまで創出してきたシナジーや、事業の垣根を越えて始動した新たなコラボレーションをご紹介します。

### Synergy 01

## 4社のシナジーで 最新生成AI活用動画広告プロモーションを実施

～「マス広告とデジタル広告のハイブリッド戦略で広告効果を改善」～

ディップ(株)は、2024年10月にスポットのバイトサービス「スポットバイトル」をローンチし、テレビCMを中心に、マス広告・デジタル広告を展開。その結果、サービス名の認知において一定の効果が得られました。しかし、ターゲットによっては認知率が低い層も存在し、認知拡大に向けた新たな施策を求められていました。そこで、(株)セプテーニと(株)電通、そして生成AI動画制作を担うaicrew(株)は、ターゲット別にクリエイティブを用意し出し分けるOTT広告(ストリーミングTV広告)を配信し、テレビCMで築いた広い認知を土台に、OTT広告でより深い認知、共感を獲得しにいく戦略をご提案いたしました。

施策においては、まず、学生・主ふ・社会人・フリーターの4つのターゲットを対象にデプスインタビューを実施し、

定量調査では見えないターゲットごとのインサイトを徹底的に抽出しました。すると、ターゲットによってまったく異なる本音が見えました。

#### ターゲットごとのデプスインタビュー結果

ターゲット	サービス利用の背景	重視しているポイント
学生	空いた時間を穴埋めをしたい	時間効率(拘束時間の短さ)重視
主ふ	社会との接点を増やしたい	家庭外の時間にも価値を感じている
フリーター	欲しいものがあり、すぐ稼ぎたい	即金性を重視
社会人	違う仕事で気分転換したい	金銭以外の動機あり

Septeni Japan 株式会社

統合マーケティング領域  
統合コミュニケーション  
プランニング部

松原 有梨沙



このインサイトをもとに、生成AIを活用し、4つのターゲット別動画を約2週間で制作・納品しました。従来の動画制作では1本あたり3～5ヶ月かかることもあるので、大幅な短縮となりました。また、制作コストにおいても、従来(約200万円/1本)の約1/6に抑えることができました。

施策の結果、AI制作動画によるブランドリフト(認知)は+2.4ポイントを記録。またサービス認知率は、既存のタレント起用テレビCMとの相乗効果により、施策前と比較して+5.8ポイントと、大幅に改善することができました。

今後もマス広告とデジタル広告それぞれの強みを組み合わせた「ハイブリッド戦略」によって同様の課題を抱える企業のマーケティングを支援していきたいと思えます。

## 「シナジー&amp;コラボレーション」で未来を描く

## Synergy 02

## 自社実践で磨いた「AI自走文化」をグループの原動力、 そして社会の変革へ。

(株)FLINTERSでは、社内でのAI活用の経験による深い知見を強みとするAI研修サービスを提供しています。私たちは2024年から、自社のエンジニアを含めた従業員が「Dify」を徹底活用し、業務効率化を追求するという実践経験を積み重ねてきました。この試行錯誤から生まれた「現場で本当に役立つ実効性の高いノウハウ」こそが私たちの強みであり、AI研修の質を支える土台となっています。この専門的な知見を社内へ波及させるべく、(株)セプテーニ・ホールディングス、(株)FLINTERS、(株)デライトチューブの3社連携のもと、バックオフィス部門の生産性を向上させるプロジェクト「PJ1000」を始動しました。当社は、コーポレート部門の非エンジニア約100名に対し「Dify研修」を提供した上で、その後のDifyを含む生成AIの活用支援を行っています。日々の定型業務などにかかる時間をセプテーニ・ホールディングス全体で月間1000時間削減し、社員がより創造的で付加価値の高い業務にシフトすることを目指しています。

AIを「思考のパートナー」として活用し、現場の課題を知る社員自らがAI活用を推進することで、始動4ヵ月目で月間約820時間\*の業務時間を削減するという大きな成果が出ています。研修参加者の約96%が活用イメージを具体化できたと回答しており、研修後には241個ものユースケースが生まれました。まさに現場の実務にAIを適切に組み込んだ結果であり、グループ内に「AI自走文化」という共通言語を確立できたことは、大きな手応えとなりました。



株式会社FLINTERS BASE

教育本部教育部  
教育1課

原田 圭悠



こうした社内実践を通じて磨き上げられた提供価値は、現在、グループ外のクライアント企業へも展開しています。2026年3月には、新卒および入社2年目の若手社員を対象とした「【若手社員向け】自走型AI人材育成研修」の提供を開始しました。本研修では、AIの出力結果を鵜呑みにせず、業務の目的に照らし合わせて適切に判断し、主体的にAIと協働する「自走型AI人材」の育成を支援します。

一人ひとりがAIを味方につけて、自分たちの手で業務をアップデートできるようになったことは、当社グループの新たな強みだと思います。自社での成功体験を「価値」として社会に還元し、お客様の変革に並走していくことで、誰もがAIを活用できる社会の実現を目指してまいります。

\*2026年3月時点

📄 取り組みの詳細は当社グループ公式noteをご覧ください。  
[https://note.com/septeni\\_group/n/n937b4f79553](https://note.com/septeni_group/n/n937b4f79553)

## 「シナジー&amp;コラボレーション」で未来を描く

## Collaboration

AIとクリエイティブの融合を推進する新会社  
「AIクリエイションラボ」を設立

(株)AIクリエイションラボは、デジタルマーケティング支援事業を手がける(株)セプターニと、ダイレクトマーケティング支援事業を手がける(株)電通ダイレクトの合弁会社として2026年3月に設立いたしました。

ブランド広告における伝統的なクリエイティブ知見と最先端の生成AI実装力を高度に融合させた「AI対応型クリエイティブディレクター (AI Centric CD)」の組織化を核とし、次世代のクリエイティブ戦略を設計・推進してまいります。

AI CRE8ION LAB

そして、このAI Centric CDを中心に、「MiD AI Studio」や「即効ジェネレーティブ」といった独自プロダクトを活用しながら、高品質なクリエイティブをスピーディーに数多く制作し、中価格帯で展開。著作権や品質に関するリスクを考慮しながら、TVCMやコネクテッドTVでのブランド認知広告をはじめとした実務面でのAI活用を推進いたします。

AIは、私たちの仕事を奪う敵ではなく、私たちを解放してくれる最高の相棒です。

AIクリエイションラボは、単なる制作拠点ではなく、技術と知見を掛け合わせ、アイデアとアウトプットを無限に拡張させる実験室です。



株式会社AIクリエイションラボ

代表取締役

田中 聡志

AIと人の創造性が響き合う場所で、次世代のクリエイティブを生み出し、クリエイティブ領域のさらなる進化を図ってまいります。



時間もコストも半分に。表現力は2倍に。

## MiD AI Studio

バーチャルプロダクション(VP)と生成AIの掛け合わせによる、高品質・低コスト・短納期な認知動画制作スキーム。



驚くほど早く、はばひろく。

## 即効ジェネレーティブ

撮影を含めない制作を早急に行う。絵コンテ、Vコン、ナレーション、キャラクター、音楽、サウンドロゴなどをAI生成。

# 事業の探索：HRテクノロジー領域

該当する基本方針：2.事業の探索 

当社グループは中期経営計画の二つ目の基本方針「事業の探索」において、未来の収益柱への投資を加速させていきます。特に、HRテクノロジー領域においては、当社独自の「運用力」と「科学的アプローチ」を掛け合わせ、新たな採用・育成モデルの構築を目指します。

## 採用・人材市場の変化と目指す姿

近年、労働人口の減少や価値観の多様化により、HR市場は大きな転換期を迎えています。これまでは多くの候補者を集めて「選ぶ」というマーケティング型モデルが主流でした。ところが、2050年にかけて生産年齢人口が約30%減少すると予測される中、AI・IoTの普及やZ・α世代による「自分らしさ・共感」の重視など、デジタル化と価値観の変化が加速しています。これらの市場変化と、当社が培ってきたHRテクノロジー領域の知見を活かし、限られた人材の中から少量を「活かす」というプロデュース型モデルへの転換を図り、持続可能な採用モデルの確立を目指します。

## セプテーニ独自の価値提供

当社グループの主力である広告事業の運用力をベースとした「集める」力と、社内で長年蓄積してきた人材データベースとそれを活かすテクノロジー・技術の開発を通じて獲得した「活かす」力を融合し、HRテクノロジー領域での事業立ち上げを推進しています。

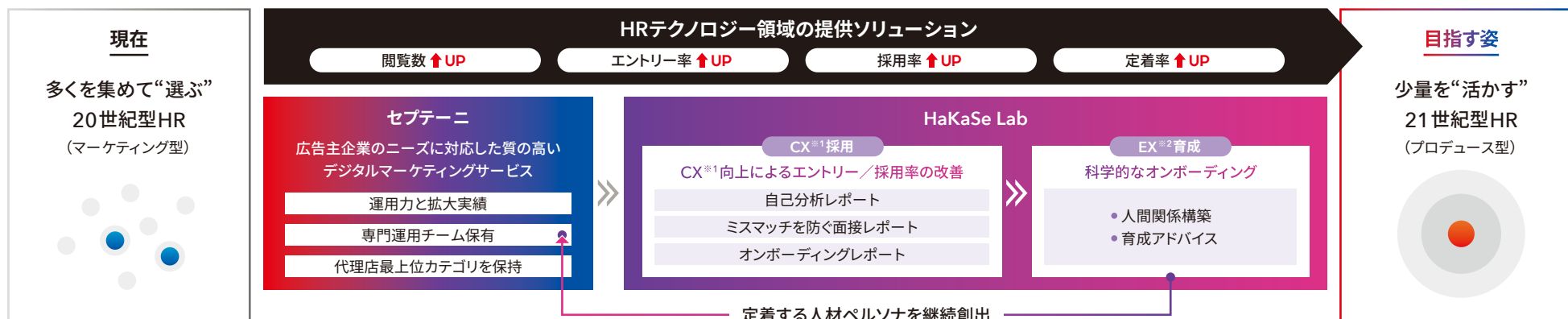
求人閲覧数やエントリー率、採用率、定着率などの各KPI達成に向けた個別の施策だけではなく、HRバリューチェーン全体をカバーした一気通貫ソリューションの提供により、顧客の人的資本強化、ひいては企業価値の最大化を支援します。

### 集める：Indeed最上位カテゴリパートナー

(株)セプテーニを中心に求人広告専門の運用チームを組成し、Indeedの求人広告をはじめとした広告運用で培ってきた豊富な実績とノウハウを活かすことで、企業のニーズに対応した質の高いデジタルマーケティングサービスを提供します。

### 活かす：HaKaSe Lab

20年以上社内ですべてきた人材データベースの活用に向けてこの知見を顧客企業に提供することを目的に、2021年に(株)人的資産研究所を設立しました。すでに外部顧客向けにも提供している採用・育成・コンサルティング等のサービスを活用し、テクノロジーの力で採用・育成の体験(CX：候補者体験/EX：従業員体験)を向上させ、蓄積したデータで顧客企業にカスタマイズした人事DXを実現します。



※1 Candidate Experienceの略で、候補者体験を指す ※2 Employee Experienceの略で、従業員体験を指す

# 人的資本経営

該当する基本方針：3.経営基盤強化 

中期経営計画の4つの基本方針のうち、「経営基盤強化」の重要施策として「人的資本強化」を設定しています。

人的資本強化の全体方針としては、「アントレプレナーシップの民主化」、「デジタルHRによる再現性のある人材育成」、「DEI」の3つを人的資本経営におけるベースの取り組みとしながら、外部環境の変化に合わせた施策を組み合わせせていきます。

加えて、2026年度より人材開発委員会を発足し、次世代のグループ経営を担う人材の育成・登用を強化します。

## As is 現在の状況と課題

### • 外部環境の変化

当社がインターネット広告事業を開始した2000年以降は市場発展とともに事業拡大を続けてきた一方で、当該事業領域のような成長産業においては即戦力となる人材の獲得競争は激しくなっています。このような事業環境下においては、いかにポテンシャルの高い人材を採用・育成し、定着させるかが企業競争力を大きく左右する要素だと捉えています。

### • 現在の状況

当社グループは、アントレプレナーシップを当社価値創造の源泉と位置づけ、ひとりひとりのアントレプレナーシップ発揮を促進する施策に注力しています。コロナ禍を経て、1人当たり生産性の低下や1人当たり社内ネットワーク量の減少等の課題が見られたことから、ひとりひとりのアントレプレナーシップ発揮にむけた施策を見直し、生産性向上やグループ全体で一体感を醸成するための施策に取り組んできました。

具体的には、オフィス出社増加に伴う社内コミュニケーション・ネットワークの増強、新卒採用のみに依存しないフレキシブルな採用体制構築、グループ間異動・出向の増加・推進などの施策を展開しました。

これにより、生産性指標の改善傾向が見られただけでなく、従業員ひとりひとりのスキルアップや関係性構築を推進する社内環境が整備されています。

## Action (GAP解消)

## To be ありたい人材の姿

- 変化の激しい業界で成長を続ける
- Keep Young
- アントレプレナーシップの最大発揮

## 中期経営計画 (FY2026-2028)における人的資本強化方針

### 短期

これまで進めてきた「フォーカス&シナジー」をベースに、グループ間の人材交流や採用管理強化によって、人員数・人件費増加以上の収益性向上を目指します。

また、20年以上にわたり蓄積した人材データベースとそれを解析するテクノロジーを掛け合わせることで、従業員ひとりひとりの能力最大発揮を促進し、主体的な行動としてアントレプレナーシップ発揮が強化されるような支援を継続的に実施していきます。

### 中期

VISION 2030に向けて掲げる「シナジー&コラボレーション」のもと、今後はより一層、事業セクションを超えたネットワーク形成が重要になるため、顧客の企業価値最大化に貢献できるグループ全体の体制づくりに注力します。

事業セクションに関わらないコミュニケーション活性化を進め、チーム内外でのシナジー・コラボレーション創出を促進します。また、コラボレーションの幅を拡大していくために、若手〜ミドル層〜シニア層まで、多様な経験・スキルを持つ人材の採用・育成を推進し、人的資産の強化を図ります。

加えて、将来のグループ経営を担う人材プール構築について、これまで以上に積極的に投資し、発掘・育成・登用のための社内体制を整備します。具体的には、2026年度より人材開発委員会を発足し、グループ全体での人材開発を推進します。

## 人的資本経営

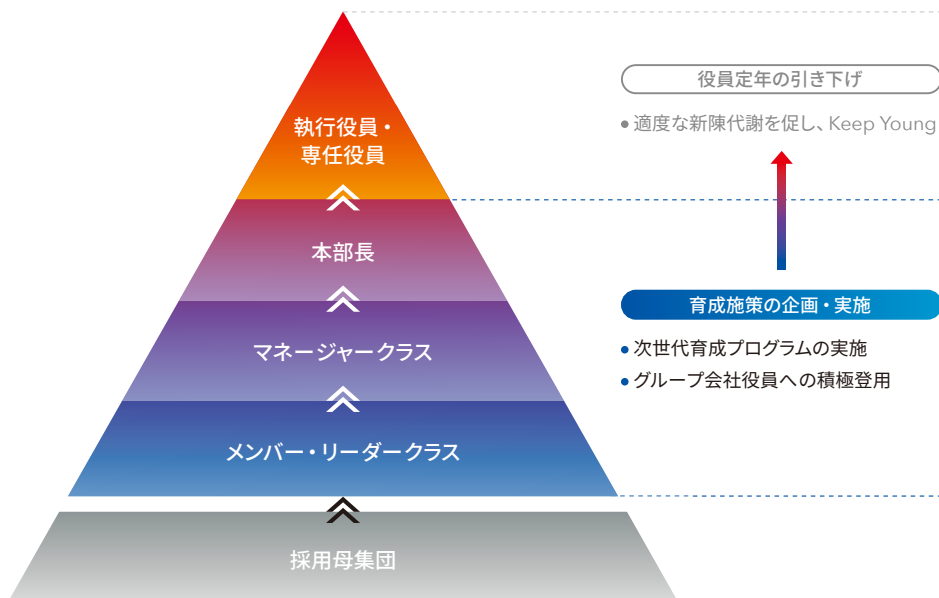
### 人材開発委員会

#### 背景・目的

セプターニグループでは、変化の激しい業界で成長を続けるために、これまでも経営・組織の「Keep Young」を前提に、若い人材が早期に活躍・登用される環境を整備してきました。これが、アントレプレナーシップが当社価値創造の源泉となっている1つの重要なファクターとなっています。

今後も、経営陣は適度な新陳代謝で世代交代してゆき、次世代の経営を担う人材がアントレプレナーシップを最大限に発揮していくことで、継続的な企業価値向上を目指していきます。そのために、会社からの積極的な機会提供によって経営経験のある人材の数を増やしていくことを目的として、人材開発委員会を発足しました。

#### 人材開発の仕組み



#### 委員会概要

人材開発委員会では、グループ社長執行役員が議長を務め、次世代経営陣に必要となる人材要件・育成方針を協議し、その候補者の選定やモニタリング、アサインメント方法の検討を行っていきます。

次世代候補者の選定や育成においては、デジタルHRによるアセスメントを活用し、各種施策の実効性向上に取り組めます。

次世代候補者の育成状況については、指名・報酬諮問委員会に定期レポートを行い、グループサクセッションへ連動する体制を整えています。

人材開発委員会の発足とあわせて、経営層の「Keep Young」を維持するために役員定年の引き下げを予定しています。これにより、経営陣の適度な新陳代謝を促し、若い世代への機会創出を進めます。

#### 育成施策

次世代候補者に対しては、1年間の入れ替わり制で抜擢型研修を実施します。経営知識のインプットとアウトプットを通じて、経営者としての視座を醸成するプログラムを提供します。

また、実践機会としてグループ会社役員に積極登用し、実際に経営経験を積むことで育成効果の向上を図っています。2026年度においても、グループ全体での次世代経営人材の底上げとシナジー創出強化を目指し、役員未経験の21名を含む次世代リーダーを積極的に登用しました。新たな役員体制を構築し、「経験を増やす」ための機会を提供していきます。

## 人的資本経営

### 人材の最適配置

当社グループでは、「デジタルHRによる再現性のある人材育成」を掲げ、20年以上にわたり蓄積してきた人材データベースと、それを解析するテクノロジーを掛け合わせることで、最適な育成施策を実施し、個々の成長を加速する取り組みを行ってきました。

これらの取り組みは外部機関からも高く評価され、2025年8月に発表された「第10回HRテクノロジー大賞」においては、AIマッチングを活用したグループ内人材流動化によるシナジー創出へ向けた取り組みが「人事マネジメント部門優秀賞」を受賞しました。

今後も、これらの仕組みを基盤にマネジメントを強化し、人材の活躍を推進するとともに、グループ会社である株式会社人的資産研究所を通じてテクノロジーを活用した施策を外部にも提供していくことで、当社の競争力強化とあらゆる企業の持続的成長に貢献する方針です。

### 取り組みの内容

本取り組みでは、組織再編や事業ポートフォリオの最適化などのコーポレートアクションの一環として、AIを活用した人材の最適配置のためのマッチング技術を開発しました。この技術を活用してグループ内の人材流動化を促進させることにより、組織間の知見共有や新たな連携による、グループ間でのシナジー創出と人的資本の最大化を目指しています。当社グループではこれまで、人事領域におけるテクノロジーの活用を積極的に行ってきましたが、その知見を活かして異動後の活躍度を予測するAIモデルを新たに開発しました。

### 受賞理由

グループを跨いだシナジー創出と人的資本の最大化を目的に、戦略的人材流動化(人材の最適配置)を促進するためのシステムを構築。独自AIモデルにより、組織適性と個人の成長可能性を分析し、最適な人材配置を提案。AI活用による定量的な人材選定と、人による定性的支援を融合させた、効率的なグループ内の人材流動化を促進させるシステムとして、シナジー創出に寄与する可能性がある優れた取り組みであると高く評価されました。



### — タウンホールミーティングの実施

当社グループにおいては、SEPTENI CORE (株)が福岡、宮崎、沖縄に拠点を展開、Septeni Ad Creative (株)が札幌を拠点に事業活動を行うなど、国内にニアショア拠点を開設しています。

2025年度においては、これらのニアショア拠点で働く従業員への全社方針の浸透やエンゲージメントの向上を目的として、タウンホールミーティングを実施しました。計4回開催された対面イベントでは、グループ執行役員が従業員からの質問に答えるQ&Aセッションや、事業責任者を中心としたトークセッションが行われ、ニアショア拠点ならではの悩みや事業現場のリアルな声を経営に反映する機会となりました。



2025年7月に行われたタウンホールミーティングの様子  
(Septeni Ad Creative (株)札幌オフィス)

### 各拠点の参加者の声

中長期目線で役員が想い描く未来を直接聞くことができ、今後の会社の方向性が今まで以上に掴めた



グループ全体と事業会社ごとの両軸から多角的な話があり、自分たちの役割や挑戦すべきことの解像度が上がった



普段は関わりの少ない役員からも各社に向けた意見やコメントを聞いたことで、各事業会社のことも大切に考えていることが伝わってきた



オンラインではなく直接会ってその熱量を感じる事ができ、多くの刺激を受けた



VOICE

## 人的資本経営

関連するマテリアリティ  
新しい時代をつくる人の育成による企業価値の向上

### 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

当社グループでは、会社が提供するイベントや取り組みへの参加だけでなく、大小問わず様々なチャレンジを仕掛けられるような環境をつくることで「アントレプレナーシップの民主化」を目指していきたいという思いがあります。

2025年度においては、人事評価における360°サーベイの評価項目を見直し、アントレプレナーシップの発揮を評価項目に追加しました。今後はこのスコアをトラッキングし、人的資本価値のさらなる向上施策に繋がります。

#### グループキックオフ 年間MVP MVV部門の新設

2025年度、年間の各種優秀プロジェクトを表彰する「年間MVP」のAward体系を大幅にリニューアルし、新たに「MVV部門」を設立しました。

売上や利益といった当期の業績への貢献を称える賞を「事業部門」として継続しつつ、新設されたMVV部門では、従業員一丸となって企業価値を高めていくという考えのもと、数字に表れる成果だけではなく、その裏側にある挑戦のプロセスや、ミッション・ビジョン・バリュー (MVV) の体現をより重視しています。

目に見える結果のみならず、ひとりひとりが内なる意志を持ち、アントレプレナーシップを発揮して組織にポジティブな変化をもたらす。そうした「未来の価値」を創り出す姿勢を称賛し、グループ全体に挑戦のカルチャーをより一層醸成していくことを目指し、本部門を新設しました。



社内キックオフイベント  
年間MVP MVV部門  
授賞式の様子

### オーナーシップの醸成

当社グループでは、企業価値の向上に向けて、従業員がオーナーシップを持ち、事業活動にコミットする環境づくりに取り組んでいます。オーナーシップの醸成を図る取り組みの一つとして、従業員持株会制度を導入しています。2025年度においては、新卒社員をメインターゲットとした、当制度の網羅的説明を行うウェビナーや、より幅広い従業員の金融リテラシー向上に向けたウェビナーを実施しました。今後も、従業員ひとりひとりのオーナーシップ意識を醸成し、企業価値向上への一体感を高めることを目指します。

#### MVV部門 アントレプレナーシップ賞 受賞者コメント



Septeni Japan  
株式会社

オペレーション  
テクノロジー領域  
データマネジメント部  
4課

竹内 悠馬

私は、顧客向けの広告成果レビュー資料作成を自動化し、1分で作成することのできるプロダクトを開発した取り組みを表彰いただきました。

かつて営業として現場にいた際、膨大なデータ集計工数と資料品質のバラつきが、本来注力すべき「顧客への次なる提案」の障壁になっていたと感じておりました。私はこの課題を解決すべくエンジニアへ転身し、自らプロトタイプの開発に着手。単なるツールの提供に留まらず、全社展開を見据えて専門性を持つメンバーへ直談判し、チームを組成しました。現場の声を即座に反映させることで、月間約700時間もの工数削減を見込めるオペレーション変革の実現に至っております。

営業時代の当事者意識をエンジニアの技術で形にし、組織を巻き込み浸透させるまで一気通貫で挑んだこのプロセスこそが、私の体現したアントレプレナーシップです。営業利益に寄与するプロジェクトとして、今後さらにグループの企業価値向上に役立てていきたいです。

VOICE

## 人的資本経営

### DEI (ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)

#### DEIに関する取り組み

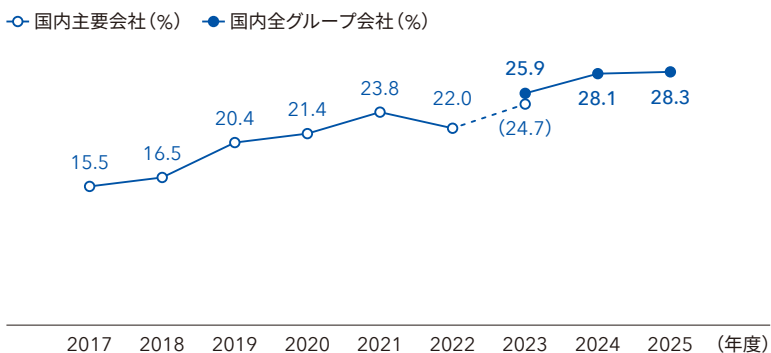
当社グループでは、DEI推進によるひとりひとりが自分らしく活躍するための環境整備に取り組んでいます。

中でも、マイノリティにおける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に注力しています。女性管理職比率をKPIに設定しており、「2030年12月までに女性管理職比率30% (対象：国内グループ会社)」という目標を掲げ、その達成に向けて、研修の実施や環境整備に取り組んでいます。

また、SOGI、LGBTに関しては、グループ横断のLGBT&アライネットワーク「SEPALLY RAINBOW」を組成し、様々な取り組みを行っています。その結果、一般社団法人work with Prideが策定した、職場におけるセクシュアル・マイノリティに関する取り組み指標「PRIDE指標」において、8年連続で最高評価のゴールドを受賞しています。



#### 女性管理職比率\*



\* 2022年までは9月末時点、国内主要会社を対象に集計  
2023年以降は12月末時点、国内グループ会社を対象に集計  
記載のデータは2026年2月時点の集計に基づき更新しています。

関連するマテリアリティ  
新しい時代をつくる人の育成による企業価値の向上

#### アンコンシャス・バイアスの啓発を目的にショートドラマを制作・公開



資料作成編  
<https://www.youtube.com/shorts/TtM4UikiwJc>

会議編  
<https://www.youtube.com/shorts/v5w9C4pnF1Y>

ランチ編  
<https://www.youtube.com/shorts/I9QWgDTiIMA>



株式会社セブテニ・ホールディングス  
CEOオフィス  
コーポレート  
コミュニケーション部

田中 晴子

アンコンシャス・バイアスの啓発を目的に、『みんなで考えるショートドラマ「悪気はないけど」』を制作しました。DEIというテーマはどうしても「他人ごと」に捉えられがちです。どうすれば「自分ごと」として向き合ってもらえるか。「やらされ感」ではなく、自ら「見たい」「知りたい」と思ってもらえるコンテンツは何かと考え、行き着いたのが、当社事業の強みでもある「ショートドラマ」でした。

社内向けに先行公開すると、2カ月で900回以上再生されました。動画を視聴した社員からは、「自分もやっつけてしまっているな、と振り返りきっかけになった」「あの動画のシーンって、アンコンシャス・バイアスだったんだね」という声をいただき、狙いとしていた「気づき」や「対話」につながっていると実感できました。ショートドラマはDEI推進に取り組む企業や団体の皆様に広くご活用いただけるよう、一般公開しています。

VOICE

# ガバナンス強化

該当する基本方針：3.経営基盤強化

ステークホルダーからの信頼を獲得し、経営の透明性・公正性を確保しながら、持続的な企業価値向上の実現に向けて、「攻め」と「守り」の両面からガバナンス強化を目指します。

## 「攻め」のガバナンス

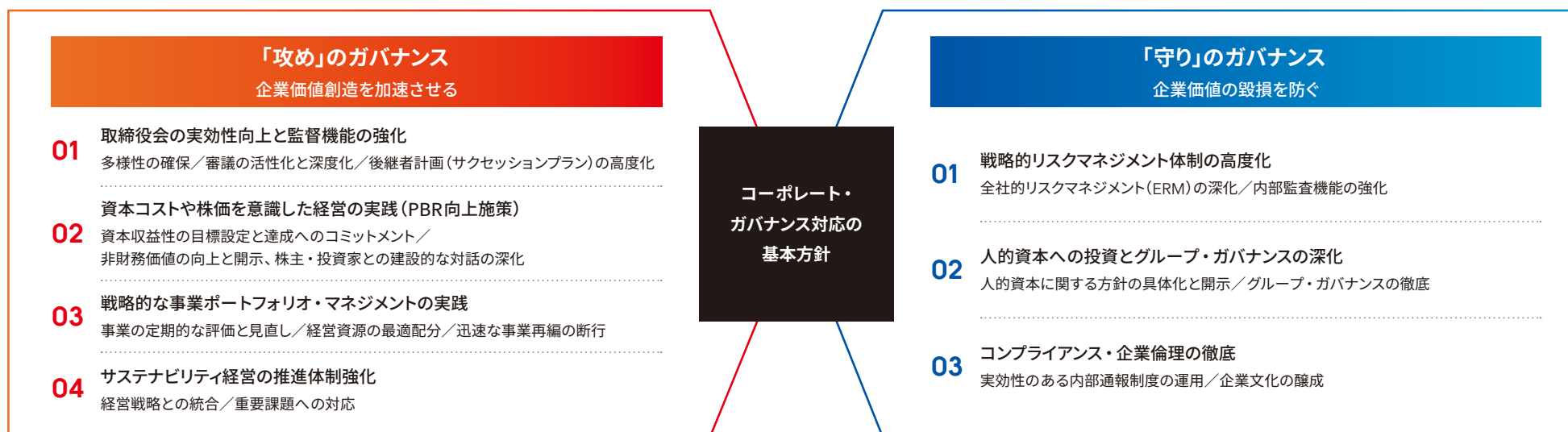
企業価値創造を加速させるための取組みとして、4点掲げています。特に、「資本コストや株価を意識した経営の実践」や「戦略的な事業ポートフォリオ・マネジメントの実践」はグループ経営においてこれまで以上に高い水準で取り組んでいきます。企業価値向上の実現に向けては、資本コストを上回るリターンを持続的な創出が極めて重要であるとの考えのもと、WACCを上回るROICを実現するための利益水準を意識した予算策定、モニタリングを行っています。この実現に向け、本中計期間において、早期にROEを二桁台にする目標を掲げるとともに、社内で定める事業継続基準の運用による事業ポートフォリオ・マネジメントに取り組んでいます。

## 「守り」のガバナンス

企業価値の毀損を防ぐため、大きく3つの取組みを進めていきます。当社グループには約2,000人の役職員が在籍しており、各役職員がコンプライアンスをさらに徹底していくことが不可欠です。内部通報制度を実効性高く運用しながら、企業倫理の徹底を促す企業文化の醸成、インテグリティの浸透を目的とした各種施策を実行しています。また、人的資本の強化とそれによるグループ・ガバナンスの徹底を推進します。

## 監督と執行の分離

当社グループは持株会社体制を採用し、持株会社によるグループ横断の経営管理機能と個別事業の執行機能を分離することで、事業会社への権限委譲による意思決定の高速化と持株会社による客観的な事業評価と適切な資本配分の両立を目指しています。加えて、当社取締役会はモニタリング型を志向し、その過半数を社外取締役が占めることで、独立性・客観性と説明責任を確保しています。また、グループ執行役員においては役割の明確化とシナジー創出の強化を目的に「CxO制」を導入しました。



# AI戦略推進

該当する基本方針: 3.経営基盤強化

「顧客への価値創出」と「社内業務の変革」によって「人とAIの協働による価値共創」を目指すとともに、人材育成、組織体制構築、AI活用統制の3つの基盤整備に取り組んでいます。

## 全体方針

当社グループでは2024年に生成AIツールを全社導入して以降、広告運用プロセスへの組み込み、顧客への新たなソリューション提供、業務効率改善など、幅広く生成AIの活用を進めてきました。AIが人を代替するのではなく、人とAIの協働によって価値共創することこそが顧客への提供価値最大化に資するという考えのもと、今後3年間は、AIを「単なるツール」として活用するフェーズから、事業基盤としてAI活用を前提としたオペレーションへの再構築を目指します。

具体的には、3つの軸でAI利活用を推進します。「顧客への価値創出」においては、既存事業における自社プロダクトやサービスへのAI機能の実装・連携とともに、新たな事業・AIソリューションの開発を進めます。「社内業務の変革」では、AI利活用の加速度的推進と、これによる従業員あたり生産性水準の引き上げに取り組めます。さらに、「AI活用基盤の整備」によって、社内の環境整備と顧客へのソリューション提供の強化を図ります。

## VISION 2030 | VALUE MAXIMIZER

### 人とAIの価値共創

#### 顧客への価値創出

##### 既存事業の強化

- 自社プロダクトやサービスへのAI機能の実装・連携

##### 新たな事業・AIソリューションの開発

- 自社の顧客基盤や知見を活かしたAIソリューション開発
- AIを核とした新たな領域への進出

#### 社内業務の変革

##### AIの利用浸透

- グループ共通のAI利用環境を整備
- ベストプラクティスの共有と組織学習の加速

##### 生産性の最大化

- 業務プロセスの再設計と自動化
- 個人業務の高度化

### AI活用基盤の整備

#### 人材育成

- AI専門人材の育成と各社への展開支援

#### 組織体制の構築

- グループ横断のAI推進委員会の組成

#### AI活用統制

- ツールやユースケースに応じたリスクを特定・評価し、安全なAI活用環境を整備

## AI推進委員会の組成

スピーディな意思決定とリスク低減を両立しながら、AI時代を前提とした業務変革・組織変革をリードできる人材の育成を目的に、グループ横断でAI推進に取り組む「AI推進委員会」を組成しました。まずは4段階の取り組みステップに沿って、ガイドラインの運用や全社教育、各ソリューションの徹底活用を推進することで、人材育成の土壌を整えていく方針です。

また、AI人材の要件を4つのレベルで定義し、各レベルにおいてモニタリング指標を設定した上で、人材育成の進捗をトラッキングしていきます。グループ全体のAIリテラシーを業界最高水準に引き上げることで、全社でAI変革を実現し、事業価値・企業価値向上へ繋がります。

## 取り組みステップ

- STEP 1** ガバナンスの確立とAIガードレールの整備
- STEP 2** 導入・検証プロセスの迅速化
- STEP 3** ドメイン特化ユースケースの創出
- STEP 4** 成功モデルの全社展開と仕組み化

## 当社におけるAI人材要件

- LEVEL 1** 対話型AIを日常的に使いこなし、資料作成や要約などの個人タスクを効率化
- LEVEL 2** 簡易エージェント(Gemなど)や独自データを活用し、複数工程にわたる特定業務の半自動化を推進
- LEVEL 3** AIワークフローを自ら構築し、複雑な業務の自動化とプロセス全体の最適化を実現
- LEVEL 4** 業務データとAIを高度に融合させ、既存の枠組みを超えたAIネイティブな業務変革を牽引

# キャピタルアロケーション

該当する基本方針：4.キャピタルアロケーション

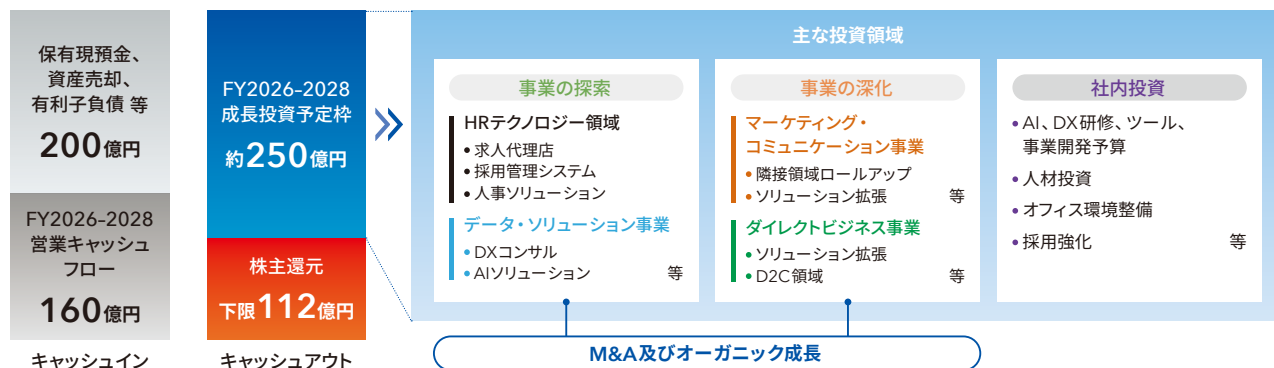
## 成長投資と高還元の高立

2030年までに当期利益100億円を創出し、高成長と高還元の高立を実現する企業体を目指すにあたり、3カ年のキャピタルアロケーション方針を策定しました。本方針に基づき、積極的な成長投資による収益力の強化と持続的な株主還元の充実を同時に推進することで、早期のROE二桁台への到達を目指します。

## キャッシュイン

次の3カ年では360億円程度のキャピタルアロケーション原資の確保を見込んでいます。営業キャッシュフローとしては「事業の深化」による収益性改善に加え、「事業の探索」に向けた成長投資加速によって、稼ぐ力の最大化を目指します。また、保有現預金の効率的な活用や資産売却、最適な資本構成を維持する範囲内での有利子負債の活用を戦略的に組み合わせ、あらゆる成長投資の機会を逃さないための資金流動性を確保します。

## キャピタルアロケーション



## 成長投資

確保した原資のうち約250億円を、中長期的な収益力強化に向けた成長投資および社内投資枠として設定しました。事業ポートフォリオマネジメントを徹底しながら、投資機会を積極的に探し、投資を実行していきます。

事業の探索	顧客の企業価値向上に資するケーパビリティ拡張のための投資
事業の深化	既存事業の競争力強化のための投資
社内投資	AI、人的資本、社内環境整備等

## 株主還元強化

当社は、株主の皆様への利益還元を経営の最重要課題の一つと認識しています。本中計期間においては、配当による株主還元のパトムラインを、累計112億円と設定しています。

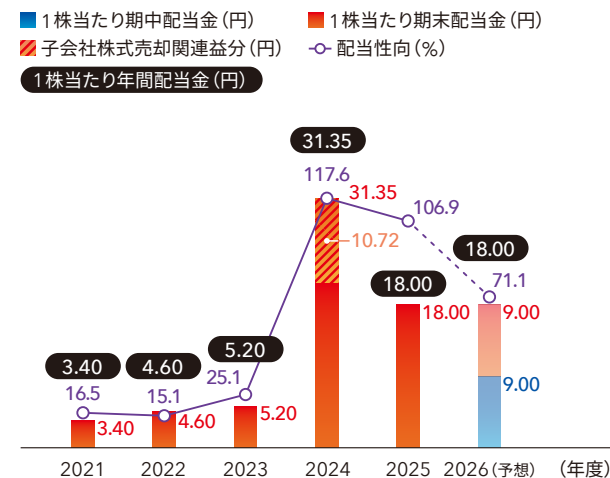
## 配当方針

1株当たり年間配当金の下限を18円とし、親会社株主に帰属する当期利益の50%がこれを上回る場合には、その50%相当を配当する方針です。これにより、配当の継続性・安全性にも配慮し、当社の分配可能額の範囲内で利益還元を実施します。

## 還元の機動性と機会の拡充

2026年度より期中に実施する剰余金配当を導入し、年2回の剰余金の配当を行います。あわせて株主優待制度を新設し、中長期的に当社株式を保有いただくための投資魅力を高めていきます。自己株式の取得については市場・経営環境等を総合的に勘案の上、機動的に検討する方針です。

## 1株当たり年間配当金推移 ※2026年5月13日時点



株主還元の詳細はコーポレートサイトをご覧ください。  
株主還元

<https://www.septeni-holdings.co.jp/ir/stock/dividend.html>