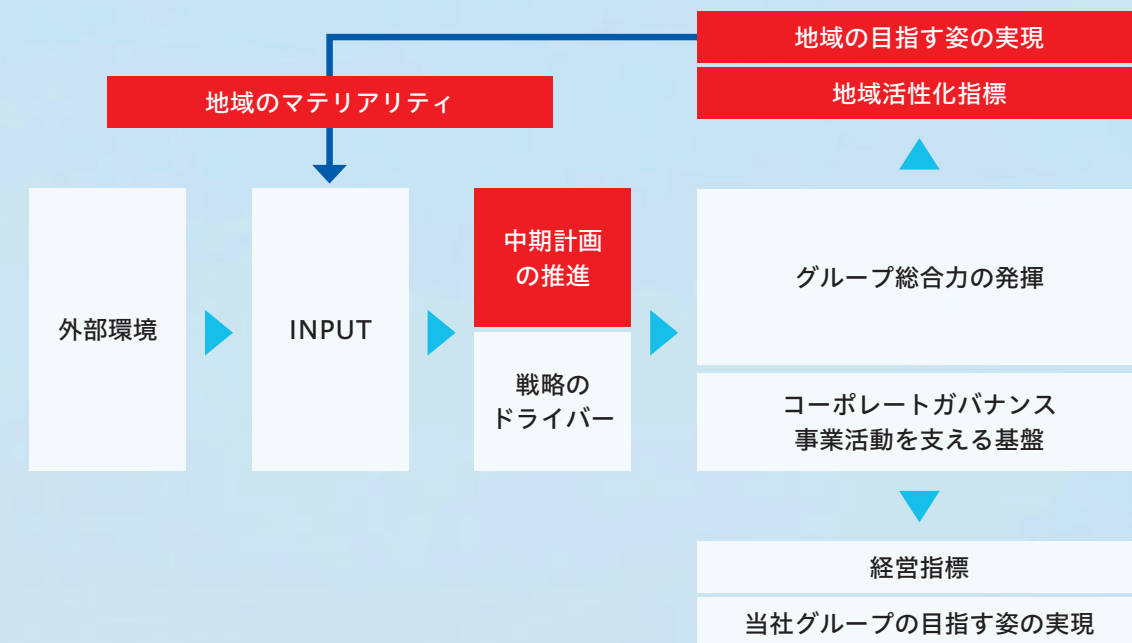


私たちはなぜ存在し、 どこへ向かうのか？

このセクションでご説明する価値創造ストーリー内の位置づけ



このセクションでお伝えしたいこと

- 当社のパーパスの浸透・実践に向けた取組み
- 当社のマテリアリティと特定プロセス

Contents

頭取メッセージ	23
パーパス・パーソナリティ	27
マテリアリティ	29
「中期計画2024」	31
特集01 未来をひろげる取組み — 未来創造タスクフォース・未来創造推進ワーキンググループ —	33

頭取メッセージ



広島銀行
代表取締役頭取

清宗 一男

広島銀行はグループ連携の中核として徹底して 地域とお客さまに向き合い、 信頼関係を一層強化してまいります。

変化の時代にこそ、 地域とともに進む

2025年3月期は、長らく続いたゼロ金利政策の転換により、「金利のある世界」への本格的な移行が始まった一年となりました。これにより、当行およびお客さまを取り巻く経済環境は大きく様変わりしました。この金利環境の変化は、当行にとって追い風であると同時に、これまでのデフレ環境下で業務を行ってきた私たちにとって、大きな転換点でもありました。

多くの従事者にとって、金利引き上げ交渉は未経験の領域でしたが、営業現場では一人ひとりが誠実にお客さまに向き合い、ご理解を得ながら粘り強く取り組んでくれました。頭取として、その真摯な行動と努力に心から感謝しております。その積み重ねの結果、貸出金利利息収入は着実に増加し、当行はグループの最高益達成を中核企業として力強く牽引することができました。

一方で、足元では、米国の政策見直しなど外部環境の不透明感が続いており、地域の基幹産業である自動車関連産業を中心に経済への影響が懸念されます。こうした中にあっても、当行は地域のお客さまに寄り添い、資金仲介機能を通じたお客さまの本業支援を着実に進めていきます。

資金仲介機能の発揮には、預金の着実な獲得が不可欠です。そうした認識のもと、当行では店頭窓口での営業活動にあらためて注力しています。お客さまとの接点の最前線である約150の店舗において従来支店長の不在であった小規模店舗にも支店長を配置する体制とし、営業力の底上げによる預金の増強を図っています。

また、IT化・デジタル化やサステナビリティといった領域をはじめとする非金融領域へのお客さまニーズが一層高まるなか、当行はひろぎんグループの中核として、地域やお客さまが直面するさまざまな課題

に真正面から向き合い、グループ内のリソースを連携させる「ハブ機能」としての役割のさらなる強化に取り組んでいます。

お客さまとのリレーション、資金仲介機能、そしてグループを挙げた多面的なソリューション提供力という当行の強みを最大限に活かし、地域社会にとって「なくてはならない存在」としての価値を一段と高めていきます。こうした取組みを着実に進めることで、2026年3月期においても2期連続の最高益達成を実現すべく、引き続きグループ全体の成長を力強く牽引してまいります。

地域とともに、 課題解決の伴走者として

当行の最大の強みは、お客さまを深く理解し、その課題に真摯に寄り添う力にあると考えています。とりわけ、その基盤となっているのが、他行に先駆けて取り組んできた「事業性評価」です。財務データだけでは見えないお客さまの本質や将来性を見極め、最適なソリューションを提案することで、強固な信頼関係を築いてまいりました。

法人分野においては、グループ内のリソースに加え、外部の専門機関やアライアンス企業とも連携することで、多様な経営課題に柔軟に対応しています。こうした対応力は、当行の競争優位の源泉であり、多くのお客さまから高く評価されていると実感しております。

当行では、従来から地域の主要産業への支援体制を強化しており、自動車、船舶、医療といった基幹産業ごとに専門人材を配置し、専門性に基づくきめ細かな支援を行っています。船舶分野においては、「船舶ファイナンス部」を設置し、瀬戸内海事クラスターのさらなる発展を支える体制を構築しています。自動車

頭取メッセージ

分野においては、ソリューション営業部内の法人ソリューション室に「自動車RM」を設置しており、地元自動車産業に関する長年の調査・分析に基づいた高度な知見を提供しています。

また、法人のお客さまニーズが一層多様化・高度化しているなか、当行では2025年4月に法人分野へ約40名増員し、課題解決に寄り添う体制強化を着実に進めています。具体的には、お客さまの経営が悪化する前に、早期に必要な支援を講じるため、2025年4月に「経営サポート室」を新設しました。また、デジタル技術の進展や人手不足への対応を背景に、地域企業においても業務効率化やビジネスモデル変革を目的としたIT化・デジタル化のニーズが急速に高まっているなか、ソリューション営業部内にDXコンサルティングラインを新設しています。

一方、個人分野では、対面での「顔の見えるコンサルティング」の高度化に取り組んでいます。具体的には、地域の幹事店にCA（コンサルティングアドバイザー）を集約し、従事者が切磋琢磨しながらノウハウを共有できる体制を整備することでサービスの向上を図るとともに、専門性の高いウェルスマネージャーを本部に配置しており、高度な資産運用コンサルティングを提供しています。

非対面チャネルの利便性向上にも注力しており、「ひろぎんアプリ」の登録者数は60万件を超え、多くのお客さまにご利用いただいています。

こうした取組みは、お客さまから一定の評価いただいていると実感しておりますが、今後は他行との競争がさらに激化することが見込まれます。その中で、引き続きお客さまに選ばれる存在であり続けるためには、「広島銀行の担当者の言うことなら信頼できる」と思っただけることが何よりも重要だと考えています。

もちろん、信頼関係は一朝一夕に築けるものではありません。私は、常にお客さまと同じ目線に立ち、真摯に向き合い、最適なソリューションを提案し続けることこそが、信頼関係を築く唯一の道であると考えています。

従事者一人ひとりのこうした日々の積み重ねこそが、「ひろぎんファン」を増やす最大の原動力です。この地道な取組みを通じて、私たちは地域やお客さまから「選ばれる企業」として、着実に成長を遂げてまいります。

人が育つ組織へ 一適材適所の配置に向けた人事制度の見直し

お客さまと強固な信頼関係を築くためには、従事者一人ひとりの成長が不可欠です。近年、金融ニーズにとどまらず非金融分野のニーズも高度化・多様化しており、そうした幅広いお客さまの期待に応えるためには、知識・スキル・対応力を備えた人財の育

地域への恩返しこそが、 私の変わらぬ原点



成が、これまで以上に重要となっています。

ひろぎんグループは、「中期計画2024」において、10年後の地域とグループの目指す姿を明確に示し、その実現に向けた取組みを進めています。この高い目標を実現するために、人財の育成と適材適所の配置を通じた組織力の強化を図るべく、2025年7月に人事制度の抜本的な見直しを実施しました。

具体的には、従来10段階に分かれていた資格区分を整理・統合し、年齢にとらわれず能力に応じた登用が可能となる、柔軟な制度へと刷新しました。もちろん、こうした制度改革には不安や戸惑いも伴います。そこで、上司と部下が定期的に対話を行う「1on1ミーティング」を制度化し、キャリアの方向性やスキルアップ、専門性向上の支援の場として位置づけています。また、上司が部下の私生活も含めた悩みに丁寧に寄り添うことで、モチベーションの向上や離職防止にもつながっています。

従事者が「明日も頑張ろう」と思えるような、日々のモチベーションを高く維持できる職場環境を整えることは、管理・監督職の重要な責務であると同時に、私自身の責任でもあると認識しています。今後も、多様な仕事観やライフスタイルに対応した柔軟な働き方を実現し、組織力の一層の向上に努めていきたいと考えています。

ステークホルダーへの メッセージ

私が改めて強く感じているのは、「地域に貢献することこそが、広島銀行の存在価値である」ということです。お客さま、そして地域全体の発展のために私たちに何ができるのか——その問いに真摯に向き合い、一つひとつの業務を通じてお客さまにとって「役立つ存在」であり続けることこそが、当行の持続的な成長につながると確信しています。そして、その積み重ねが最終的には株主の皆さまのご期待にお応えすることにもつながっていくと考えています。

私がこの職に就いたとき、強く思い出したのが、1990年代の金融危機です。株価の大幅な下落とともに、当行は存続の危機ともいえる厳しい状況に直面しましたが、そのようななかでも変わらずに支えてくださったのが、地域の法人や個人のお客さまでした。預金を預け替えることなく、株を買い支えてくださった皆さまへの感謝の気持ちは、今も私の中で決して色あせることはありません。

この想いを原点として、私はこれからも業務を通じて地域社会に貢献し続けたいと考えています。そしてその姿勢に従事者一人ひとりにも伝え、従事者一丸となって取り組んでいきます。

今後とも、変わらぬご理解とご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

一人ひとりの従事者の成長が、 地域社会の 「未来を、ひろげる。」力になる



■ パーパス・パーソナリティ

ひろぎんホールディングスは、当社グループのビジネスの拠りどころ・目的、当社グループ・従事者の回帰すべき原点として、2024年4月にパーパスを制定しました。

また、パーパス実現に向けて当社グループ・従事者が目指す“当社グループらしさ”を表すものとして、2024年9月にパーソナリティを制定しました。

■ ひろぎんグループのパーパス・パーソナリティ

パーパス

ひろぎんグループの存在意義
(自分たちはどうありたいか)

幅広いサービスを通じて、
地域社会と共に、
「**未来**を、ひろげる。」

パーソナリティ

ひろぎんグループらしさ
(ステークホルダーからどう見られたいか)

Be Reliable お客さまや地域社会と正面から向き合い、
もっとも信頼される 存在へ

Be Welcoming 地域の一人ひとりにとって身近で、
だれにでも開かれた 存在へ

Be Creative 業界初・地域初を切り拓いてきた
創造力に磨きをかけ、
独創的で魅力ある 存在へ

Be Proactive 私たち自身が地域の活力につながる、
前向きで活気あふれる 存在へ

Always with Integrity すべての起点として、
お客さまや地域社会、仲間に対して、
いつでも誠実な 存在へ

私たちひろぎんグループ従事者一人ひとりが、パーパス・パーソナリティを自分事化し、日々実践することで

ひろぎんグループファンを増やしていく！

■ パーパス・パーソナリティの浸透・実践に向けたこれまでの歩み

2024年
3月8日

3月23日

3月30日

4月3日・4月9日

4月～11月

8月～11月

8月～2025年3月

9月30日

12月4日

2025年
1月20日

パーパス・「中期計画2024」公表（2024年4月開始）

インフォメーションセッション（社内説明会）
→ 部谷社長と従事者代表（未来創造推進WGメンバー）が
パーパス・「中期計画2024」への想いを社内プレゼン

グループ全社会議（参加者：全社長・全支店長・全部長）

社長とのQ&Aセッション
→ 従事者が部谷社長に直接質問・意見できるWebセッション

A タウンホールミーティング
→ 役員が各職場を訪問し、パーパス・「中期計画2024」等について
ディスカッションを実施

B 役員へのリバースメンター
→ 有志（手挙げ制）の若手・中堅従事者が役員のメンターとなり、
3回の面談によりアドバイス・フィードバックを行う制度を導入

C 社外役員との意見交換会
→ 社外役員と従事者（若手・中堅等）とのディスカッションを実施

パーソナリティ・ブランドデザインの制定

社内IR（社内向け中間決算説明会）

未来創造推進ワーキンググループの役員プレゼン
→ 有志（手挙げ制）の従事者12名が、「パーパス具現化」等をテーマ
とした討議活動を行い、役員へ提言プレゼンを実施

A タウンホールミーティング
の実施回数

2024年度より
新たにスタート

2023年度 0 2024年度 55

B 役員へのリバースメンター
の参加従事者数

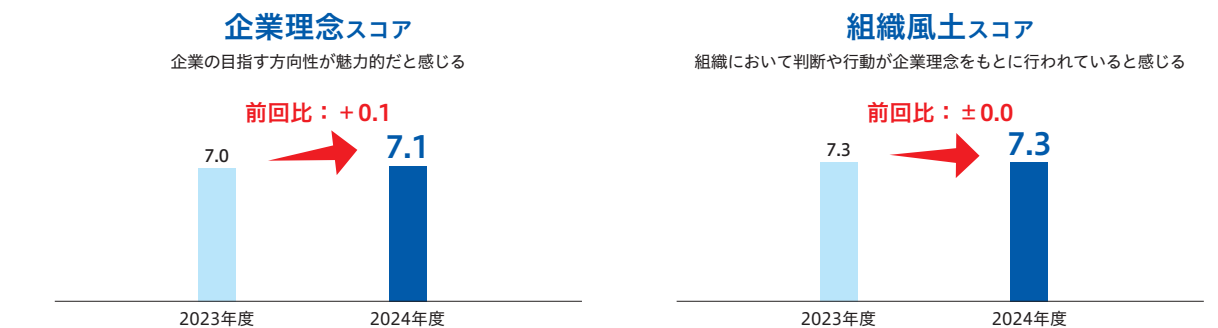
2023年度 11 2024年度 24

C 社外役員との意見交換会
の実施回数

2023年度 4 2024年度 6

経営陣と
従事者の
対話機会を
大幅に拡充

■ パーパス・パーソナリティの浸透度の定点観測（従事者エンゲージメント調査※）



※従事者エンゲージメント調査の概要
・対象者：ひろぎんグループの全従事者 ・回答総数：4,990名（昨年度：5,041名）
・実施期間：2024年11月6日～11月21日（昨年度：2024年1月30日～2月12日）
・スコア：10点満点（10点：「とても感じている」、8点「少し感じている」、5点「どちらでもない」、2点「あまり感じていない」、0点「全く感じていない」）

前回と比べて改善・向上幅は小幅に留まっており、これまでの対応策が大きな効果を挙げたとは言えない結果に・・・
パーパス・パーソナリティの浸透・実践に向けては、**まだまだ道半ば！**

■ パーパス・パーソナリティのさらなる浸透・実践に向けて

パーパス・パーソナリティ策定2年目となる2025年度においても、タウンホールミーティング、役員へのリバースメンター、社外役員と現場職員の意見交換会、社内IRなど、経営層と従事者の対話機会を引き続き拡充していくとともに、「現場が『主体的に考え動く』組織文化に変えていく」との考え方のもと、パーパス・パーソナリティのさらなる浸透・実践に向けた各職場・各従事者の創意工夫による自発的な取組みを加速させていきます。

■ 具体的施策①：ブランディング委員の任命

2025年5月より、各社・各地区・各部店単位でのパーパス・パーソナリティ浸透・実践の推進役として、計65名のブランディング委員を任命しました。

各ブランディング委員は、集合研修にてブランディングの考え方を学んだ後、車座・ワークショップ・対話型の勉強会等の様々な取組みを各職場にて実践しており、ボトムアップ型でのパーパス・パーソナリティ浸透・実践の取組みが進んでいます。



広島銀行尾道地区
ブランディングセミナー

広島銀行事務統括部 ブランディング委員会

■ 具体的施策②：パーパス・パーソナリティ
実践事例集の発行

有志の従事者12名（未来創造推進ワーキンググループ）が、「身の周りでパーパス・パーソナリティを体現している人」30名にインタビューを行い、「未来をひろげるインタビューレポート集」（パーパス・パーソナリティ実践事例集）を発行しました。

2025年4月の初版発行後、各職場から「この人も！」、「あの人も！」と追加のインタビューレポートが寄稿されており、パーパス・パーソナリティに関する対話の輪が広がっています。



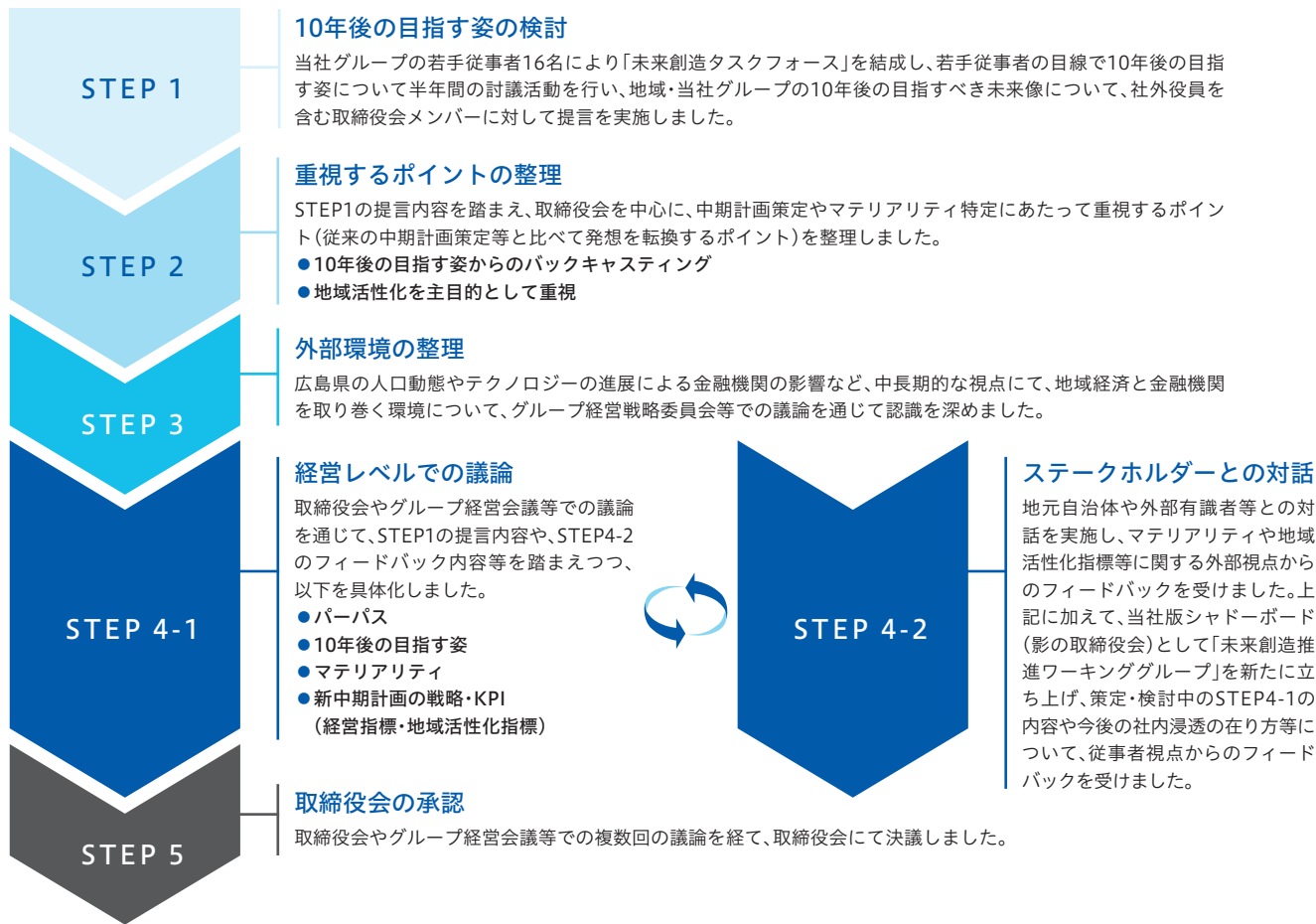
未来をひろげる
インタビューレポート集 表紙

若手職員による部谷社長への
マイパーパスインタビュー

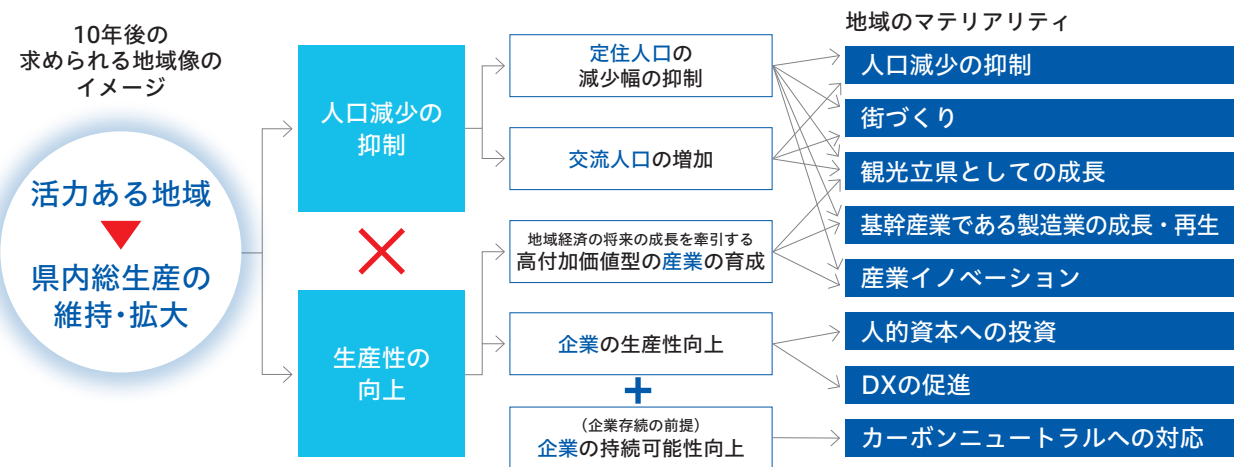
当社グループは、＜地域総合サービスグループ＞として、徹底した地域密着型経営のスタンスを取り、地元地域と共生共栄の関係にあるため、地域の経済規模が維持できないと、当社グループのビジネスは縮小均衡に入らざるを得ないという現状（As-Is）への危機感を有しています。

そこで、当社グループの持続的成長のために、地域活性化（県内総生産の維持・拡大）に対する取組みは必須であるという覚悟と決意のもと、「活力ある地域」という10年後の目指す姿（To-Be）の実現に向けた優先取組課題として8つのマテリアリティを設定し、「中期計画2024」における各種戦略・施策を展開しています。

マテリアリティ特定のステップ



特定したマテリアリティ



マテリアリティの解決に向けた取組み

地域のマテリアリティ	アクティビティ これまでの主な取組み	アウトプット 地域活性化指標の達成に向けた 当社グループの取組み (広島県における取組み)	アウトカム 「中期計画2024」における 地域活性化指標
①人口減少の抑制	➢東京ガールズコレクションを企画・制作する株式会社WTOKYOとの連携 ➢地元企業と若者をつなげるコンソーシアムづくり（ひろしまAI部等） ➢人材紹介事業の展開	「街づくり・地域開発への関与件数」 「環境ファイナンス実行額」 の5年間累計目標を 上方修正 人材紹介の件数 5年間累計目標 350件 年度計画達成 '23年度 11 '24年度 52 '25年度 52 '28年度 75 () 内は見直し前の目標値 上方修正 年度計画達成 '23年度 82 '24年度 82 '25年度 82 '28年度 270性 (120件)	広島県の人口社会増減 減少幅縮小 (2028年)
②街づくり	➢広島市中心部におけるエリアマネジメント団体への参画 ➢再開発事業への川上からの関与 ➢行政等との連携による地域インフラ整備に対する支援	観光業への投資総額 5年間累計目標 1,300億円 '24年度計画 242億円 '25年度計画 170 163 758 758 758 758 '23年度 '24年度 '25年度 '28年度	広島県の観光消費額 継続的な増加* (2028年)
③観光立県としての成長	➢せとうちエリアにおける高付加価値なインバウンド観光地づくり推進 ➢観光投資の促進	スタートアップ・ベンチャー支援の件数 5年間累計目標 800件 年度計画達成 '23年度 61 '24年度 131 '25年度 131 '28年度 150	広島県の温室効果ガス排出量 継続的な削減 (2028年)
④基幹産業である製造業の成長・再生	➢地域を超えた自動車産業支援の枠組みの構築 ➢船舶ファイナンスを通じた海事クラスターの成長支援	環境ファイナンス実行額 5年間累計目標 3,000億円 (1,800億円) 年度計画達成 '23年度 1,250 '24年度 1,250 '25年度 1,250 '28年度 1,250	
⑤産業イノベーション	➢「広島オープンアクセラレーター」や「広島デックプランター」の取組み ➢「TSUNAGU広島」（広島県内企業と全国のスタートアップ企業のマッチングイベント）の開催 ➢「Hiromalab」（コワーキングスペース）の運営		
⑥人的資本への投資	➢地域の「働く場所としての魅力」向上に我が事として取組む企業ネットワーク「HATAful」の立ち上げ		
⑦DXの促進	➢DXコンサルティング組織の新設 ➢地域のお客さまのサイバーセキュリティトレーニング施設「CYBERGYM広島アリーナ」の開設		
⑧カーボンニュートラルへの対応	➢環境ファイナンスの推進 ➢自動車産業のカーボンニュートラル実現に向けたコンサルティングの強化 ➢ボセイドン原則に基づく融資対象船舶のGHG排出量の計測等に向けた対話の実施		

「中期計画2024」の位置づけ・考え方

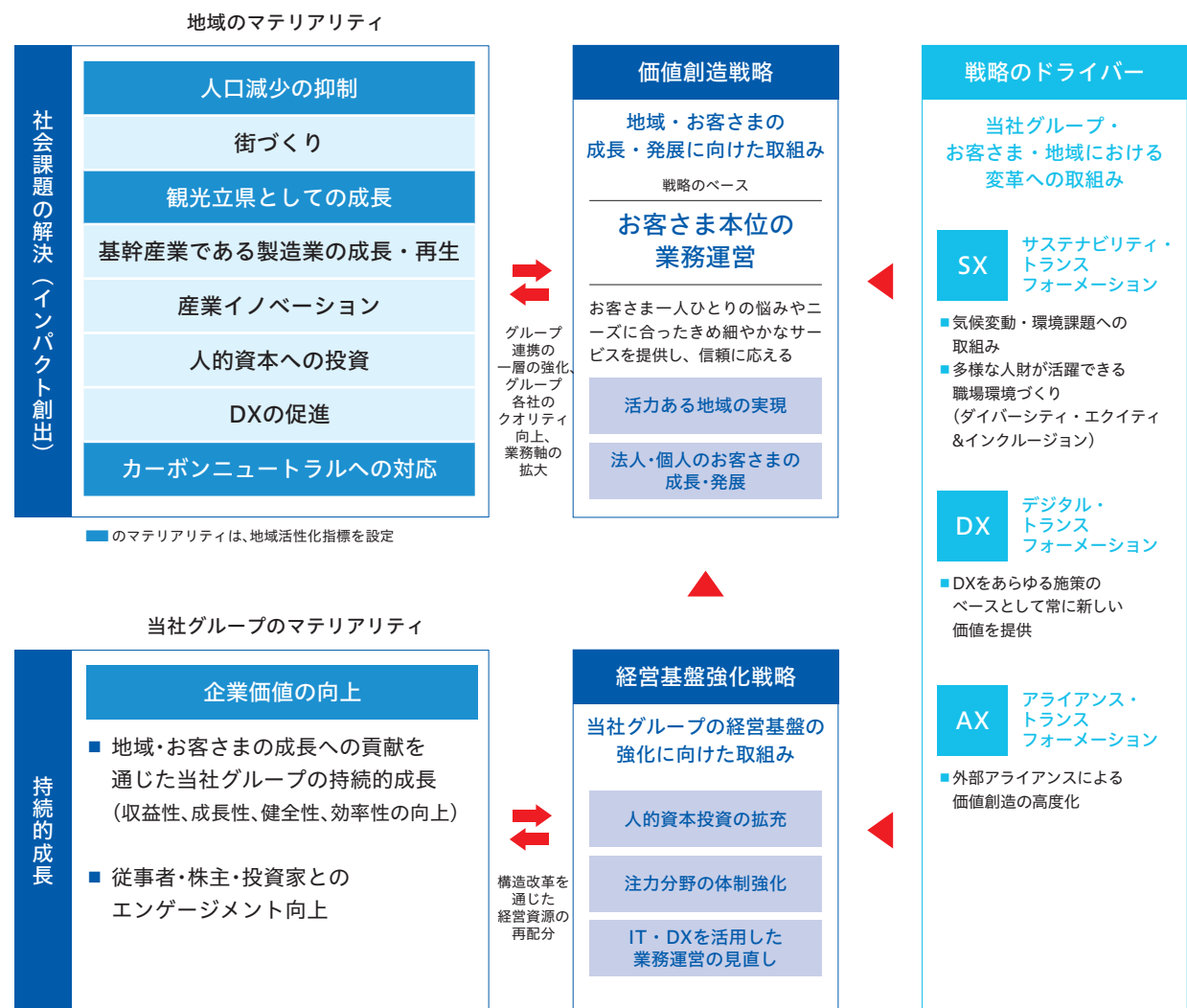
10年後における「地域」および「当社グループ」の目指す姿から、バックカスティングし、前半の5年間を計画期間とした「中期計画2024」を2024年4月から始動しました。

「地域」および「当社グループ」の目指す姿

「活力のある地域」（＝県内総生産の維持・拡大）の実現に向け、地域のマテリアリティを明確化し、その解決への取組みとして、業務軸の深化・拡大、人的資本の最大化を通じて「当社グループ」の目指す姿の実現を図っていきます。

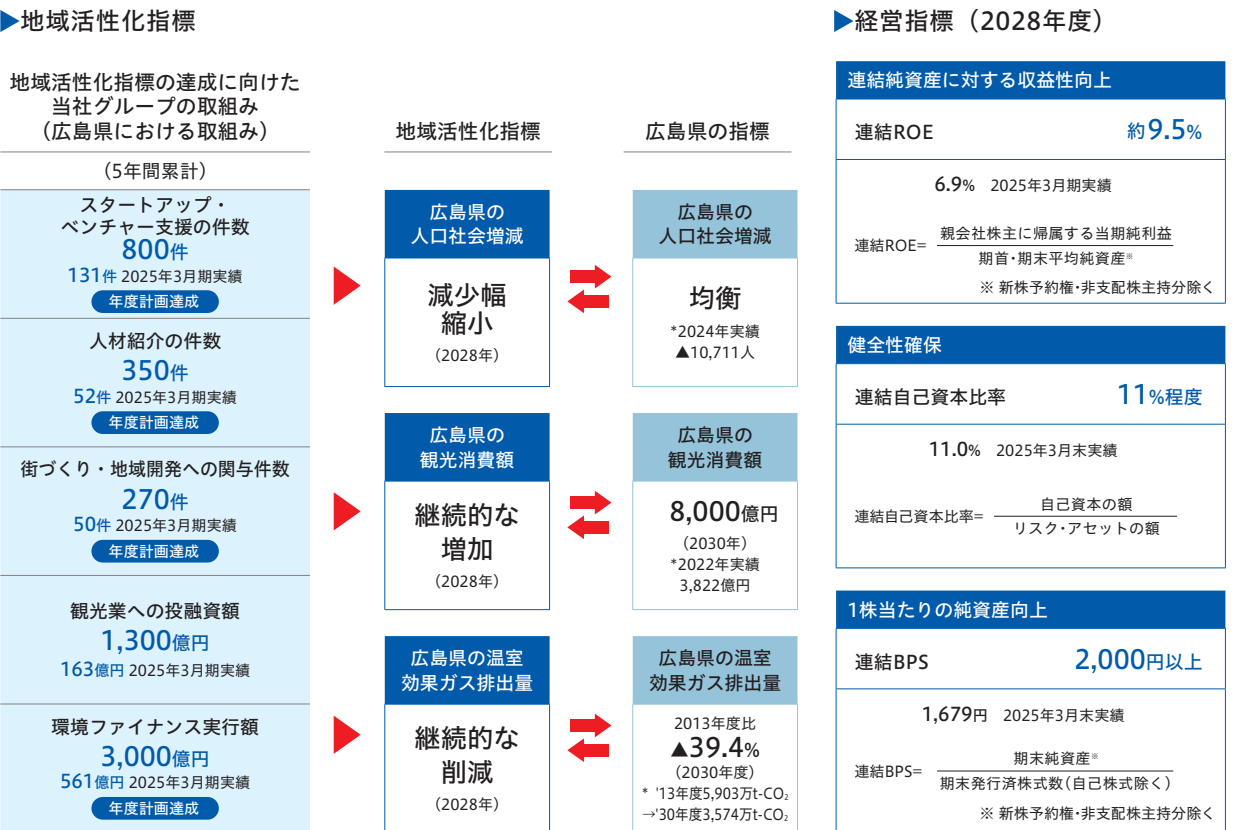
戦略の全体像

「価値創造戦略」「経営基盤強化戦略」「戦略のドライバー」を取組みの重要要素とし、「成長投資」「健全性」「株主還元」をバランスさせ、企業価値を更に高めていきます。



地域活性化指標と経営指標

地域課題の解決に向けた地域活性化指標と、当社グループの経営指標を定め、継続的かつ着実な利益（内部留保）の積上げと株主還元のバランスの取れた経営を展開していきます。



特集 01

未来をひろげる取組み

— 未来創造タスクフォース・未来創造推進ワーキンググループ —



当社グループでは、従事者が当事者意識と貢献意欲を持って、地域・当社グループの未来創造に向けてチャレンジする企業文化の醸成を図るため、幅広い世代の従事者が「経営陣に本気の提言をする」手挙げの機会を作っています。

未来創造
タスク
フォース

有志の20代若手従事者の提言から広がった“越境経験”の輪！

**タスク
フォース**

2023年3月、パーパス制定・「中期計画2024」策定から約1年前に遡ったこの時期に、有志の20代若手従事者16名からなる「未来創造タスクフォース」は、「地域・当社グループの目指したい／目指すべき10年後の未来像」について、社外役員を含む取締役会メンバーに提言プレゼンテーションを実施しました。

人口転出超過問題に悩まされる広島県にあって、「日本一、若者が集まる地域を目指したい!」という彼ら／彼女らが掲げる未来像は、「中期計画2024」における「10年後の目指す姿」やマテリアリティ（優先取組課題）を検討・議論していくうえでの礎となりました。

加えて、「この未来創造タスクフォースのような普段とは異なる仲間と、普段とは異なる場所で、普段とは異なるミッションを遂行していく“越境経験”の場をもっと増やし、地域や当社グループの未来を変えていくという当事者意識とチャレンジ精神を持った人を増やしたい!」という「未来創造タスクフォース」からのメッセージは大きな反響を呼び、新たな“越境体験”の手挙げ施策が次々と生み出されるキッカケとなりました。

部谷社長自ら再三に亘って訴えてきた「内ではなく外に目を向けて、失敗を恐れずチャレンジ」という意識改革のメッセージも現在では組織内で着実に浸透してきており、自ら手を挙げて日常の一步外に飛び出すことにチャレンジする“越境人財”が数多く生まれ始めています。



手挙げ制の主な”越境経験”施策

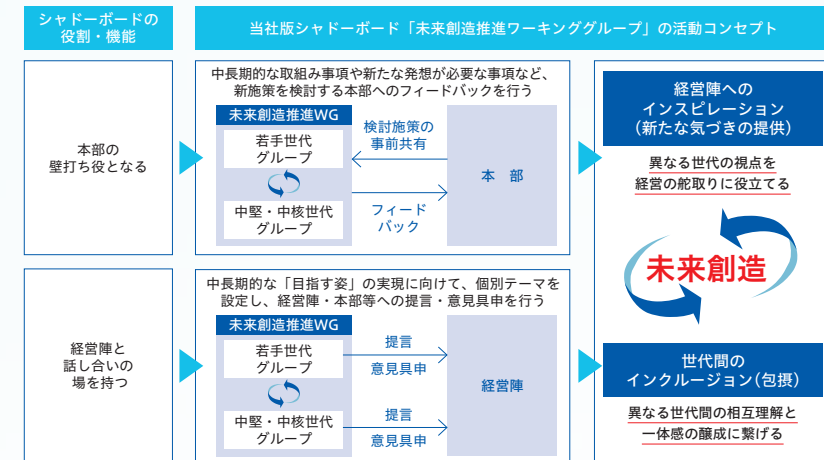
分類	名称	概要	2024年度実績
当社グループ 内での“越境”	未来創造推進ワーキンググループ (当社版シャドーボード)	経営テーマに関する討議活動を行い、経営陣に対して 直接提言・意見具申を行う仕組み	12名 未来創造タスクフォースの 提言から生まれた施策！
	役員へのリバースメンター	従事者が役員のメンターとなり、アドバイスやフィードバックを行う制度	24名 未来創造タスクフォースの 提言から生まれた施策！
	社内インターンシップ	興味・関心がある部署・グループ会社で、数日～10日間の業務体験をする制度	306名 2021年度比 約7倍！
当社グループ 外への“越境”	ひらめき☆1Days (越境業務体験制度)	自ら希望する部署・グループ会社・外部企業で、年間5日まで職場を離れて業務体験する制度	19名 (外部企業のみ) 未来創造タスクフォースの 提言から生まれた施策！
	はたフル®越境交流ワークショップ	ウェルビーイング、キャリア、ジェネレーションギャップのテーマ毎の1日開催型の越境交流ワークショップ	55名 (2025年度実績) 2025年度の新規施策！
	はたフル®クロスメンタリング	会社の枠を超えて、女性ロールモデルとのマッチングを行い、1on1面談等を行う越境プロジェクト	20名 (2025年度実績) 2025年度の新規施策！
	はたフル®Prideプロジェクト	ジェンダーダイバーシティの理解促進、LGBTQ当事者・アライの輪を広げる越境プロジェクト	4名 (2025年度実績) 2025年度の新規施策！
	はたフル®子育てプロジェクト	共働きビジネスパーソンがワークライフインテグレーションに関する提言を行う越境プロジェクト	10名 (2025年度実績) 2025年度の新規施策！

※はたフル：中国電力・マツダ・広島県等との連携による、地域の“旗振り役”となる、カラフルで魅力的な“はたらく”を創出する企業ネットワーク（詳細は、P.90）

未来創造推進
ワーキング
グループ

当社版シャドーボード躍動！幅広い世代の従事者の提言が次々と形に！

2023年7月、「未来創造タスクフォース」の取組みを単発施策で終わらせず、従事者の意見を経営に反映させるプロセスを継続的な仕組みとして当社グループ内に構築するため、「未来創造推進ワーキンググループ」を新設しました。

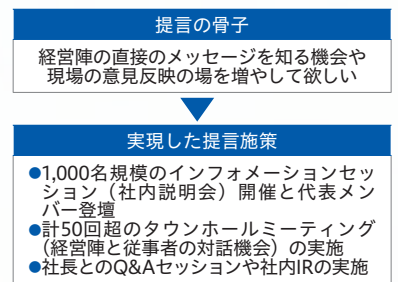


キンググループ」を新設しました。
「未来創造推進ワーキンググループ」は、毎年度、公募選抜された幅広い世代の有志の従事者が、経営陣・本部の「壁打ち役」として、検討中の戦略・施策等について定期的な話し合いの場を持ち、現場視点・従事者視点での提言・意見具申を経営陣に行うなど、シャドーボード（影の取締役会）としての役割を担う組織です。

2023年度 未来創造推進ワーキンググループ（第1期）の活動

2023年度の未来創造推進ワーキンググループ（第1期）は、「中期計画2024」の検討・策定プロセスに関与し、各戦略テーマの検討内容について、実際の取締役会資料等を基にした説明・共有を受け、「この内容が明日通達で出たら、どのように受け止める？」といった観点から、本部各所管部に対して、率直な意見・フィードバックを実施しました。

2024年1月には、活動の集大成として、経営陣に対する直接のプレゼンテーションの場を持ち、「新しい中期計画に相応しい、新しい社内伝達・浸透の在り方」について提言を行いました。提言を受けて、急遽、1,000人規模のコンサートホールを貸し切ったインフォメーションセッション（新中計社内発表会）の開催が決定し、未来創造推進ワーキンググループの代表メンバーが策定に携わってきた「中期計画2024」への想いを社長と並んでプレゼンテーションするなど、複数の提言施策が即実行に移され、従事者が経営陣の直接のメッセージを知る場や現場の意見反映の場が増えていくキッカケとなりました。



2024年度 未来創造推進ワーキンググループ（第2期）の活動

2024年度の未来創造推進ワーキンググループ（第2期）は、パーパス制定初年度として、「パーパスの具現化」をテーマとした討議活動と、「働きがい・従事者活躍」と「ブランディング（パーソナリティ）」という2つのサブテーマの分科会活動を併行して行い、「討議したことを各職場で実践して、その成果を持ち寄って、それを社内で広げるための方策を討議して・・・」という“実践志向”の活動を展開しました。

「パーパスの具現化」に向けては、「そもそもパーパスを具現化している人ってどんな人？」という素朴な問いから出発し、各メンバーがそれぞれ思い浮かべる“パーパス体現者”にインタビューを実施。最終的には、メンバーの志願により、部谷社長自身のマイパーパスのインタビューも敢行し、「未来をひろげるインタビューレポート集」（パーパス・パーソナリティ実践事例集）として社内刊行しました。

2025年1月の経営プレゼンテーションでは、パーパスの社内浸透状況について率直な現場実感を経営陣に共有するとともに、「パーパスの具現化」、「働きがい・従事者活躍」、「ブランディング（パーソナリティ）」の各テーマに関する具体的な施策提言を実施しました。

提言を受けて、2025年5月に、各社・各地区・各部店単位のパーパス・パーソナリティ浸透・実践の推進役として計65名のブランディング委員が新たに任命されたほか、2025年8月に、職場単位のエンゲージメント経営（働きやすく働きがいのある職場の実現）に関する表彰部門が新設されるなど、未来創造推進ワーキンググループの提言は着実に形になっており、当社グループが「10年後の目指す姿」の実現に向けて歩みを進めていく原動力になっています。

