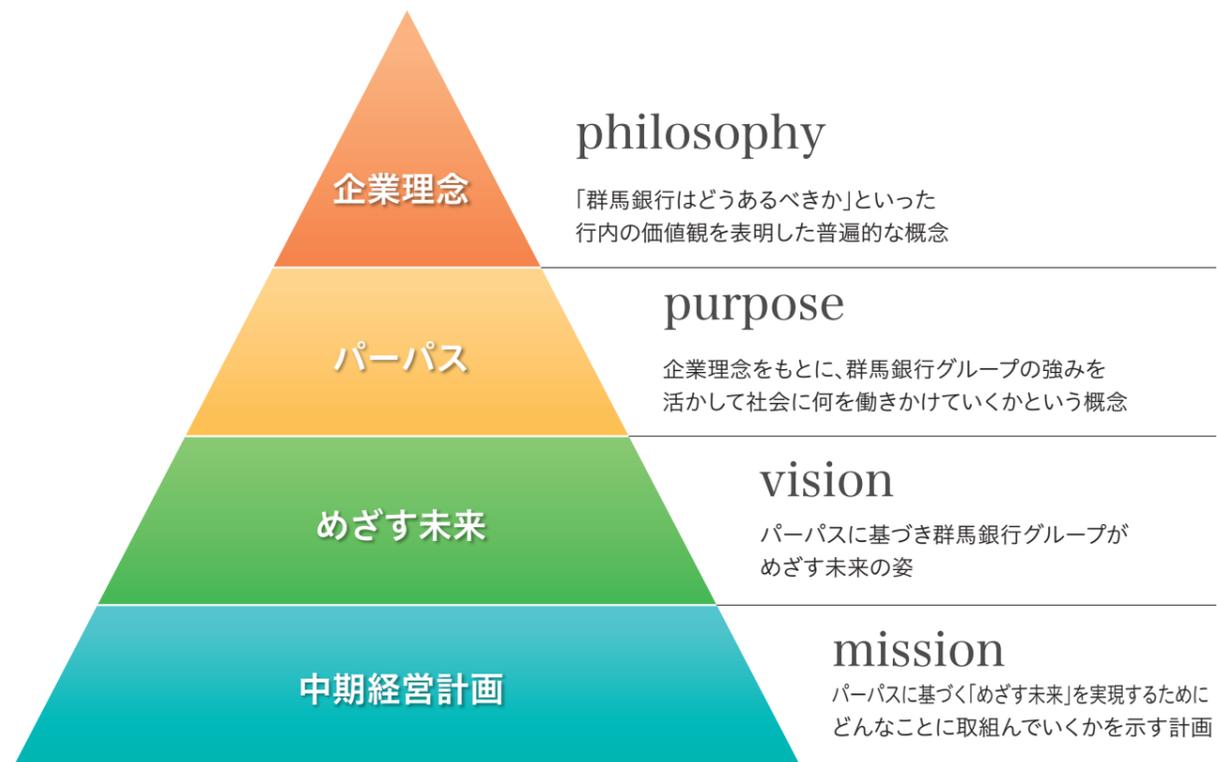


# 企業理念 / パーパス / めざす未来 / 中期経営計画



## 企業理念

地域社会の発展を常に考え行動すること これが私たちの事業です  
 お客さまとの創造的な関係を深めること これが私たちの仕事の原点です  
 よき企業人であるためによき市民であること これが私たちの活動の基本です  
 一人ひとりの顔が見える表情豊かな組織であること これが私たちの大切にしている企業風土です

## パーパス

私たちは「つなぐ」力で 地域の未来をつむぎます

## めざす未来

地域社会と群馬銀行グループの持続的な発展

## 中期経営計画

Innovation for“Purpose” (計画期間：2022年4月～2025年3月)

# 群馬銀行グループ「パーパス」

## 私たちは「つなぐ」力で 地域の未来をつむぎます

群馬銀行グループは2021年11月20日、「パーパス」を制定しました。多くの社会課題に直面する中、「私たちは社会において何のために存在し、社会の未来に向けてどのような働きかけができるのか」という思いのもと、自分たちの存在意義を見つめ直し、パーパスとして定めました。

### 「つなぐ」力で

1932年に群馬大同銀行として誕生した私たちの原点は、お金の貸し手と借り手を「つなぐ」こと。すなわち、お金をお預かりし、それをお貸しして経済を循環させることであり、これからも私たちの主要な役割であり続けます。

さらに、お金(金融)だけではなく、地域・企業・人々を「つなぐ」ことや、私たちが持つサービスや情報などの資源を地域・企業・人々に「つなぐ」ことを通して、さまざまな価値と価値をつないだり、新たな価値を生み出したりすることが、社会から期待されていると考えています。

こうした社会からの期待に応えるために、これまでに培ってきた私たちならではの強みを活かしつつ、私たち

一人ひとりが「つなぐ」ことに取組んでいきます。例えば、私たちのネットワークや情報力を活かして、私たちが持つ資源をお客さまに「つなぐ」ことで経営課題を解決したり、後継者が未定のお客さまに次世代の担い手を「つなぐ」ことでお客さまや地域の未来を持続的にしたり、世界の投資機会をお客さまに「つなぐ」ことでお客さまの未来を豊かで安心にする、といったことが挙げられます。ひとつひとつの「つなぐ」は小さなことかもしれませんが、たくさんの「つなぐ」が、やがて利根川のように大きな流れとなり、地域の豊かな未来につながっていきます。

### 地域の未来をつむぐ

「地域」とは、私たちが本店を置く群馬県だけを表現するのではなく、私たちのネットワークがおよぶ地域や企業・人々といったステークホルダー全般を表現しています。

私たちが「つなぐ」力をもとに目指すべき「未来」は、経済的な豊かさだけでなく、地球環境の保全や、高齢化・人口減少など社会課題への取組みを通じた持続可能な社会です。

「つむぐ(紡ぐ)」という言葉は、繭(まゆ)から取出した織

維をより合わせて糸を作ることを意味しますが、私たちが本店を置く群馬県は、世界遺産である富岡製糸場に象徴される繊維産業を中心に発展してきた地域です。

こうした郷土の歴史を大切にしつつ、地域の豊かな未来をつむいでいく存在でありたいと考え、「つむぐ」という言葉に思いを込めました。

私たち群馬銀行グループは、「つなぐ」力で、地域のみならず、豊かな未来をつむいでいきます。

## 制定目的

### 判断軸の共有

社会的な存在意義であるパーパスを定めることで、当グループおよび役職員の判断の軸を共有して変化に対応していくため。

### 一人ひとりの仕事のやりがい

業務が多様化・複雑化する中で、パーパスを通じて、「なぜ自分はこの業務を行うのか」を明確にし、仕事のやりがいに繋げていくため。

### ステークホルダーとの共感

対外への積極的なパーパスの発信やパーパスの体現を通じて、お客さま、地域社会、株主、役職員といったステークホルダーとの共感や信頼関係を、より高めて企業活動を行っていくため。

## パーパス経営のステップ

### 【設定】2021年11月

- パーパス検討にあたり、グループ役員から①～③について意見を募集し、755件の応募があった。
  - ① 当グループの本質的な強み
  - ② 社会から期待されていること
  - ③ 当グループの存在意義
- 意見をもとにディスカッションを重ね、半年以上検討して決定。
- 動画を作成し頭取が全役員に発表。



深井頭取と若手行員によるパーパス策定に向けた意見交換会

### 【浸透】2021年11月～

- 個人
  - ・パーパスに基づき、行員一人ひとりが「個人パーパス」を設定。
  - ・個人パーパスは部店内で共有、実現に向けて相互支援。
  - ・個人パーパスをもとに目標設定。
- 地区、支店
  - ・パーパスに基づき「地域戦略」を策定。
  - ・パーパスと地域戦略に基づき各営業店が「中期営業店経営方針」を策定。
- 浸透ツール
  - ・頭取が説明する行員向け動画の発信
  - ・営業店、本部でのポスター掲示
  - ・名刺への掲載、新聞広告

### 【実践】2022年4月～

- パーパスを軸とした中期経営計画「Innovation for“Purpose”」を策定。

収益目標に加え、パーパス実現に向けた計数目標である「つなぐKPI」やパーパス実現に向けた活動(プロセス)を評価・表彰。

「社会的価値」と「経済的価値」を両立する銀行グループへ