

2022年11月21日

各位

株式会社 山口フィナンシャルグループ

新たなブランドコミュニケーションの展開について ～ブランドスローガン「この世界で。この街で。このじぶん。」～

山口フィナンシャルグループ（代表取締役社長CEO 椋梨 敬介）は、このたび、グループ共通のパーパス「地域の豊かな未来を共創する」の理念を表現するブランドスローガンを策定し、新たなブランドコミュニケーションを展開してまいりますので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 背景

当社は、経営の基軸として2021年12月にパーパス「地域の豊かな未来を共創する」を策定し、ビジョンである「地域に選ばれ、地域の信頼に応える、地域価値向上企業グループ」の実現に向け、「YMF G中期経営計画2022」のもと金融・非金融部門双方で事業活動を進めております。

こうした中、様々なステークホルダーの皆さまに、当社のパーパスの理念を広くご理解・共感いただくことを目的に、これまでのブランドコミュニケーションを一新し、ステークホルダーの皆さまとともに地域の豊かな未来を共創していく旗印として、ブランドスローガンを策定いたしました。

このブランドスローガンを新たなブランドコミュニケーションの中核と位置付け、また、あらゆる事業活動の原動力として、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを展開してまいります。

2. ブランドスローガン

（1）ブランドスローガン

この世界で。この街で。このじぶん。

ブランドスローガンは、「地域の豊かな未来を共創する」というパーパスを分かりやすく、様々なステークホルダーの皆さまが自分事に引き寄せやすいように表現し、次の想いを込めています。

①地域の可能性

「地域」という言葉が仕事や未来を限定するのではなく、むしろ可能性が無限に広がっている。この地域で生きている人々と共に新しい誇りを生み出したい、という想いを込めています。

②じぶんを考える

グローバルとローカルが融合する時代に、「この世界のじぶん」という立ち位置で、「この街のじぶん」を考える。そうすることで、「この街での人生が世界に影響を与えていく」ということを伝え、地域の豊かな未来に向け、「未だ見ぬ世界へ一緒に歩いていこう」というメッセージを込めています。

(2) ブランドコミュニケーションマーク

ブランドスローガンは、「YMFG」の文字をデザイン化したものと合わせた「ブランドコミュニケーションマーク」として発信します。

この世界で。
この街で。
このじぶん。

YMfg

YMFGの文字は、「f g」を小文字にすることや、文字の先端にアクセントを加えることで、視覚的な印象を強めるとともに、「前に進んでいく」「スピード感」を表現しています。

3. 新たなブランドコミュニケーションの展開

ブランドスローガンに込められた想いを「YMFGらしさ」として、わかりやすく表現したメッセージをもとに各種コミュニケーションを展開していきます。

(1) テレビCM

今回のテレビCMは、注目の若手俳優である袴キララさん、青木柚さんが出演し、地域を超えて羽ばたきたいと考えている若者の姿を描いています。

テーマ	わたしにはわたしの陽のあたる場所。	じぶんの物語をつまらなく感じたとき。
出演者	袴キララさん（ステッカー所属）	青木柚さん（ユマニテ所属）
シーン		
CM制作	TUGBOAT制作	
CM放映	山口県・広島県・福岡県の民放各局で放映（11月22日から）	
特設サイト	当社ホームページ内の特設サイトで、テレビCMのほか、WEB Movie（WEB限定ロングバージョン）、メイキング映像がご覧いただけます。 (https://www.ymfg.co.jp/about/brand/)	

(2) ブランドコミュニケーションブック

YMF Gの主要エリアである三都(山口・広島・北九州)をテーマとしたエリアマガジンを創刊しました。三都をビジネスエリアとして展開している当社ならではの目線で、三都の食、文化、芸術、スポーツ、歴史など魅力的なコンテンツや皆さまがまだ気付いていない魅力、YMF Gが目指す未来を分かりやすく、イメージしやすい形で紹介します。

「ブランドコミュニケーションブック」の展開を通じて、様々なステークホルダーの皆さまと想いを共有し、パーパスの浸透、地域価値向上を進めてまいります。

発行	年4回発行(予定)
企画・制作	株式会社マガジンハウス ※同社が地域金融機関とコラボレートするのは、初めてとなります。
創刊号	<表紙>  <一部ページ> 

4. その他

本件に関する詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上

【本件に関する問い合わせ先】

山口フィナンシャルグループ 総合企画部 広報・IR室

沖永 (082) 258-8480

竹内 (082) 258-7425

【添付資料】

新たなブランドコミュニケーションの展開について

2022年11月21日

山口フィナンシャルグループ
総合企画部 広報・IR室

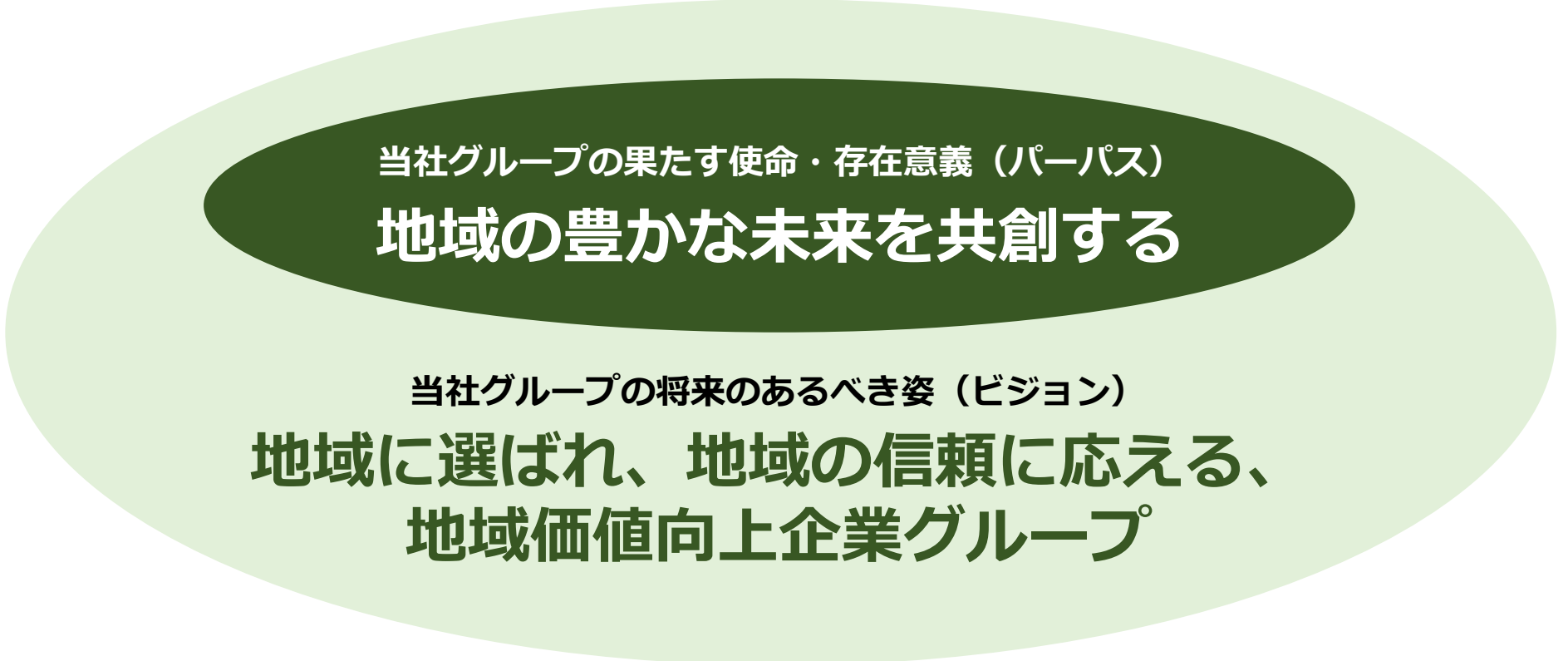
この世界で。

この街で。

このじぶん。

YMfg

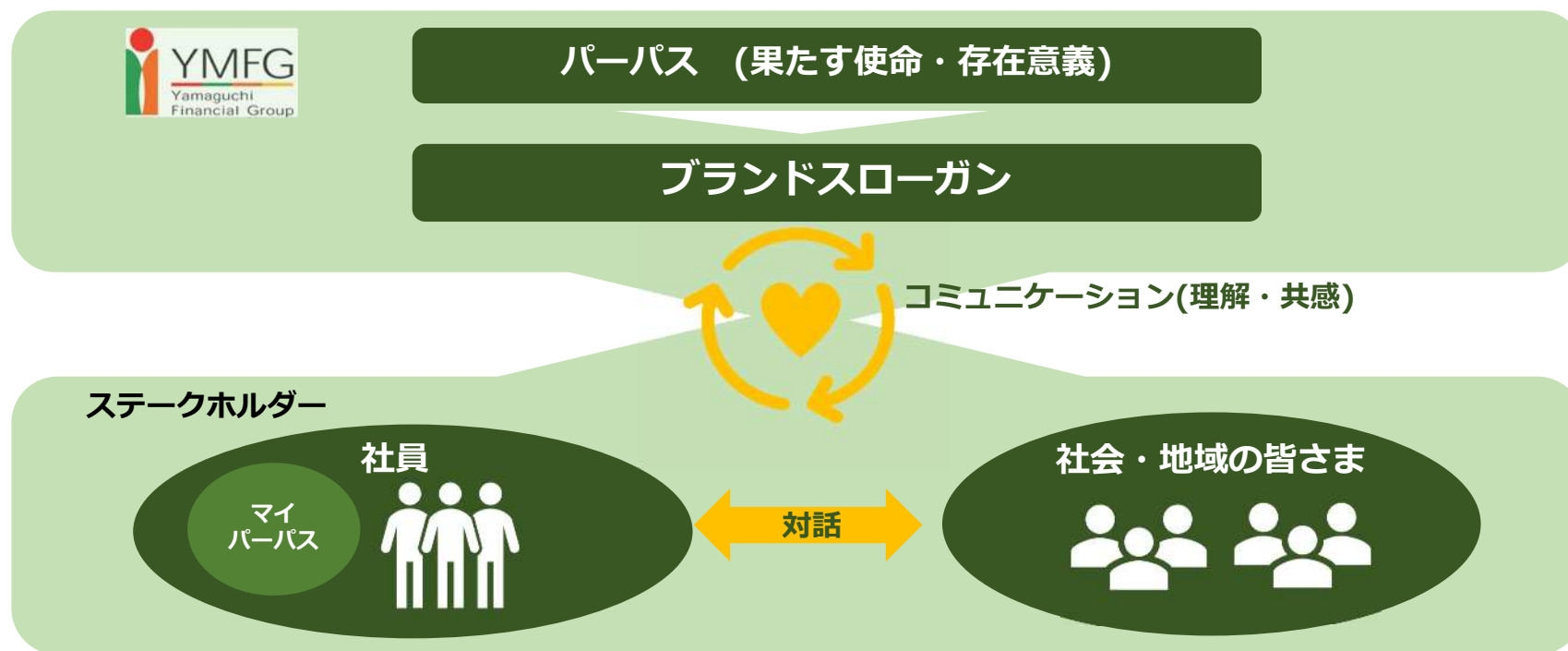
- ・ 2021年12月、パーパスを策定。
- ・ パーパスを経営の基軸とし、「地域価値向上企業グループ」の実現に向けて、金融/非金融の分野で挑戦を続ける。



当社グループの果たす使命・存在意義（パーパス）
地域の豊かな未来を共創する

当社グループの将来のあるべき姿（ビジョン）
**地域に選ばれ、地域の信頼に応える、
地域価値向上企業グループ**

- ・この度、様々なステークホルダーの皆さまにパーパスの理念を広くご理解・共感いただくことを目的に、皆さまとともに地域の未来を共創していく旗印として、ブランドスローガンを策定。
- ・ブランドスローガンを中核に位置付け、事業活動の原動力として、新たなコミュニケーションを展開。



この世界で。

この街で。

このじぶん。

ブランドスローガン/ブランドコミュニケーションマーク

- ・ ブランドスローガンは、パーパスを分かりやすく、様々なステークホルダーの皆さま一人ひとりが、自分事として引き寄せやすいよう、パーパスやビジョンのエッセンスを端的に表現。

ブランドコミュニケーションマーク

この世界で。

この街で。

このじぶん。

YMfg

込められた想い

①「地域」の可能性

- ・ 「地域」という言葉が仕事や未来を限定するのではなく、むしろ可能性が無限に広がっている。
- ・ この地域で生きている人々と共に新しい誇りを生み出したい、という想い。

②「じぶん」を考える

- ・ グローバルとローカルが融合する時代に、「この世界のじぶん」という立ち位置で、「この街のじぶん」を考える。
- ・ そうすることで、「この街での人生が世界に影響を与えていく」ということを伝え、地域の豊かな未来に向け、「未だ見ぬ世界へ一緒に歩いていこう」というメッセージ。

コミュニケーションの展開

- ・ ブランドスローガンに込められた想いを「YMFGらしさ」として表現したメッセージをもとに、コミュニケーションを展開。

CM/WEB Movie

- ・ 今注目の若手俳優である禰キララさん、青木柚さんが出演。
- ・ 地域を超えて羽ばたきたいと考えている若者の姿を描く。
- ・ CMは日本有数のクリエイターであるTUGBOAT様が制作。
- ・ 11月22日から本格的に、山口・広島・福岡でCMオンエア。
- ・ WEB限定ロングバージョン、メイキング映像などもYMFGホームページ「特設サイト」に掲載。

グラフィック

- ・ グラフィックは店頭ポスター、新聞広告などでも展開。

ブランド コミュニケーション ブック

- ・ YMFGの主要エリアである三都(山口・広島・北九州)をテーマとしたエリアマガジンを創刊。
- ・ 三都にある魅力的なコンテンツや、皆さまが気付いていない魅力とYMFGが目指す未来を分かりやすく、イメージしやすい形で紹介。
- ・ YMFGと地域の皆さまが情報を共有できる対話ツールとして活用し、パーパスの浸透、地域価値向上を目指す。
- ・ 年4回発行を予定。
- ・ マガジンハウス様とのコラボレート。(地域金融機関とは初めて)

CM/WEB Movie

「ユズとイノリ」

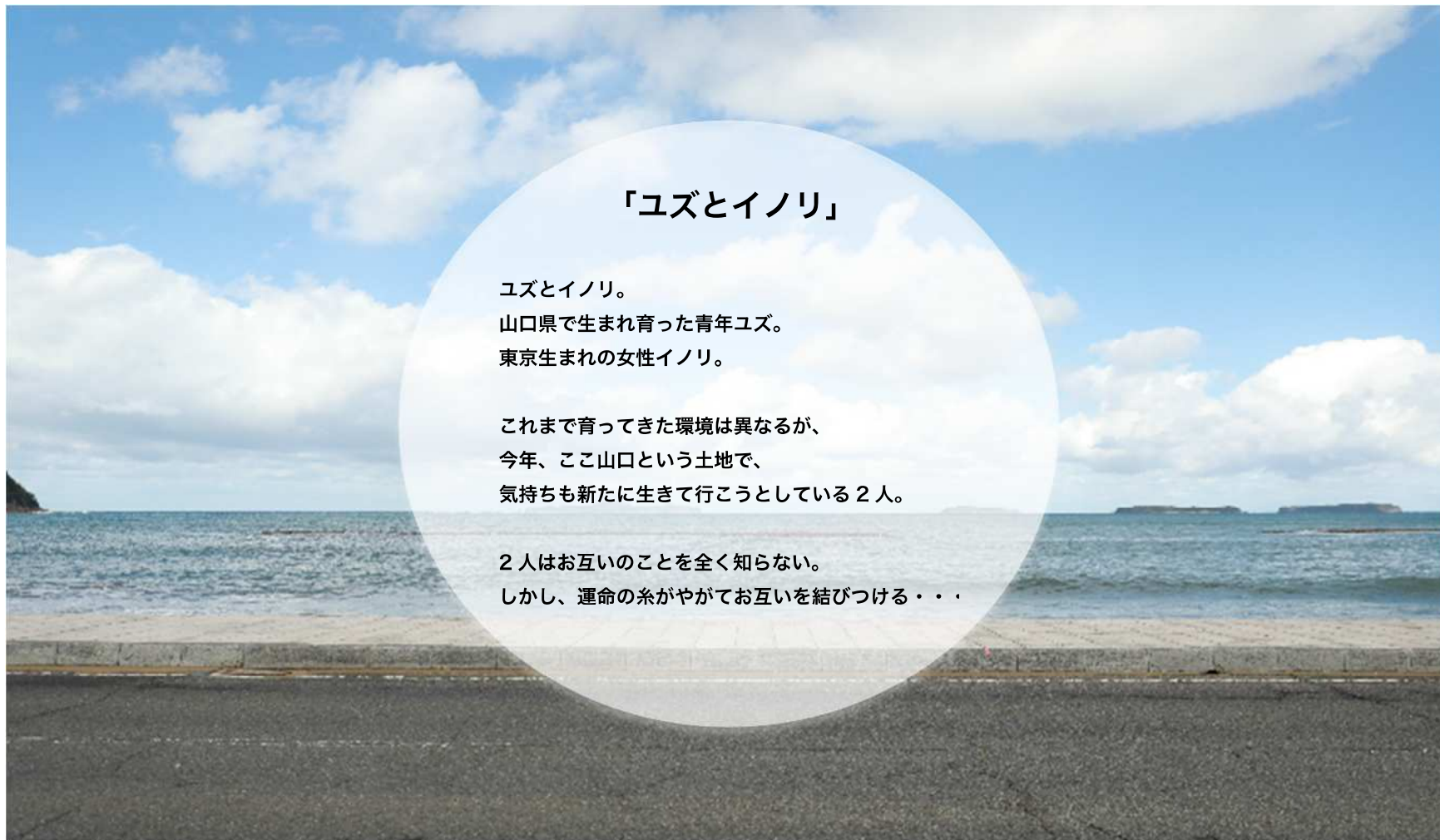
ユズとイノリ。

山口県で生まれ育った青年ユズ。

東京生まれの女性イノリ。

これまで育ってきた環境は異なるが、
今年、ここ山口という土地で、
気持ちも新たに生きて行こうとしている 2 人。

2 人はお互いのことを全く知らない。
しかし、運命の糸がやがてお互いを結びつける・・・



テレビCM・グラフィック出演 湊キララさん

イノリ
湊 キララ

22歳 ステッカー所属



2000年3月30日、大阪府出身。

2009年、映画『堀川中立売』（柴田剛監督）でデビュー。

その後『Dressing Up』（13年/安川有果監督）で初主演を果たす。

以降主な作品に『左様なら』（18年/石橋夕帆監督）、『アイネクライネナハトムジーク』（19年/今泉力哉監督）、『ファンファーレが鳴り響く』（20年/森田和樹監督）『サマーフィルムにのって』（21年/松本壮史監督）、東海テレビ『さくらの親子丼2』、読売テレビ『シロでもクロでもない世界で、パンダは笑う。』

テレビ東京『JKからやり直すシルバープラン』など。公開中の映画『やまぶき』（22年/山崎樹一郎監督）にヒロインとして出演中。

テレビCM・グラフィック出演 青木 柚さん

アオキ ユズ
青木 柚

21歳



2001年2月4日生、神奈川県出身。

2016 年、映画『14 の夜』（足立紳監督）で映画デビュー。

W主演を務めた映画『うみべの女の子』（21年/ウエダアツシ監督）で毎日映画コンクール新人賞にノミネート。

米映画『MINAMATA—ミナマター』（21年/アンドリュー・レヴィタス監督）では、ジョニー・デップと共演。

主な出演作品に、映画『アイスと雨音』（18年/松居大悟監督）、『スパゲティコード・ラブ』（21年/丸山建志監督）、『はだかのゆめ』（22年/甫木元空監督）、NHK『きれいのくに』、NHK連続テレビ小説『カムカムエヴリバディ』、Amazon Original『モアザンワーズ』ほか。

主演映画『まなみ100%』『神回』が23年公開予定。

栲 キララさん



こんにちは、
栲 キララです。

Y M f g のCMの主演に選んでいただき、とても嬉しかったです！

今回、自分の名前で出演でき、
本当に自分のことのようなストーリーのCMで
等身大の自分のまま演技ができた気がします。

撮影中、それぞれのシーンに合わせたかのように虹がでたり、風が吹いたり、日差しが差し込んだりして、とてもすごい経験をさせてもらいました。

今回のCMは私と同世代の方たちのココロに響いて、共感してもらえるストーリーになっていますので、この素敵なCMを沢山の方に見て頂いてY M f g のファンになっていただけたら幸せです。

青木 柚さん



こんにちは、
青木 柚です。

この度はY M f g のCMの主演に選んでいただき、
ありがとうございました！

今回、ユズ役で出演させてもらったのですが、
CMのコピーのように、僕自身、
「自分の物語をつまらなく感じる時」があったりもして、
このコピーを大切に演じさせていただきました。

撮影で初めて山口県を訪れたのですが、
すごく自分に馴染む感じで、初めて来た感じがしませんでした。

このCMは僕たちの世代に届くストーリーになっていて、
WEBサイトではWEBで見れる長尺版など、さらに見応え
があり、共感してもらえる映像もありますので、
是非、たくさんの方々に見ていただきたいです。

グラフィック

グラフィック (禰キララさん)

- ・ テーマは、「わたしにはわたしの陽のあたる場所。」



わたしにはわたしの 陽のあたる場所。

あなたのその場所、 いい場所ですね。
わたしと 替わって もらえませんか？
そんなわけには いかないですね。

陽のあたる人生を 歩きたいと思うけど。
じぶんが 何者かさえも
まだ わからなくて、
お日様だって
陽のあてようが ないでしょうか。

だけでも じぶんが 何者かなんて、
最後まで わからない気がする。
ただがんばりたいことを、
がんばれる場所で、
がんばりたい。

それはどこか？ どこでしょう。
それを探すが、
こしばらくの わたしの仕事。

この世界で。
この街で。
このじぶん。

山口銀行 もみじ銀行 北九州銀行

YMfg

- ・ テーマは、「じぶんの物語をつまらなく感じたとき。」



じぶんの物語を
つまらなく感じたとき。

地方都市に生まれた。
じぶんにとっては、真ん中だった街。

地方 と 意識したのは
いくつのときから だったのか。
世界の果てしなさを 知ったとき？
じぶんの物語を つまらなく感じたとき？
ああ そんなことは
誰にもあるよと、 人は言う。

それから いろいろありまして。
いま、 地方と世界は 近くなった。
きもちの問題 ではなくて、
望めば動けばそうなる 可能性。
望んで動くことが
リアルに大事に なってきた。

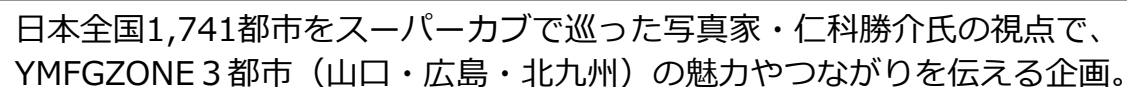
地方都市 という 言葉の響きさえも、
新たな響きへ。 さあどう生きる。

この世界で。
この街で。
このじぶん。

山口銀行 もみじ銀行 北九州銀行 **YMfg**

ブランドコミュニケーションブック

- ## <表紙>



マガジンハウス 西田 善太様

こんにちは、マガジンハウスの西田 善太です。
本できました。見てください、読んでみてください。
このブランドコミュニケーションブックはYMfgさんから相談を受けまして、僕らマガジンハウスの制作スタッフが数カ月かけて作ったものです。
これからも、年に4回出していくことになっています。

簡単に自己紹介。
僕は14年間、今年の3月までBRUTUSという雑誌の編集長を務めました。
322冊、さまざまなカルチャーを送り出してきて、やりきったということもあるので、今は雑誌ブランド全体の仕事、ノウハウを使って、このような本に力を注いでいこうと思っているときに来た仕事だったんで、とても楽しく作らせていただきました。

Q.ブランドコミュニケーションブックのコンセプトを教えてください。

3都市、3都の物語を第三者の視点で見ていくという、手法をとりました。
山口、広島、北九州という3都市を東京の目線で、一つに束ねて紡いでいくという編集手法です。自由に手探り、手づくりで、そして次世代の人たちを使ってあちこち見てもらってきました。例えば、広島の人が山口に関心を持つ、北九州の人が広島に関心を持つ。
まずはYMfgの中の人たちが自分のエリアが広がったことをわかって欲しい、という特集を作ってみました。

マガジンハウス 西田 善太様

Q.3都市のエリアの魅力をどのように引き出されましたでしょうか？

実は1年ほど前に仁科 勝介、「かつお」と呼ばれている写真家と知り合いました。

彼は1,700以上の全国の市町村をスーパーカブで原チャリで回って、写真集「ふるさとの手帖」という写真集を出した26歳の若者です。

彼は実は岡山、広島出身で広島の大学に行っていたんですけど、彼に1,000キロ以上の車の旅を3都市でしてもらいました。

彼自身が3都市をつなぎながら、写真を撮っていくというこのページですね。

そして、出会っていわゆる手探りです。

伝統的な僕らのマガジンハウスの編集の手法で、事前に調べることでよりその場で出会ったこと、会った人に次の店を聞いたり、次の場所、人を紹介してもらおうという手法で、濃密な取材をして3都市を結びつけてみたということをやりました。

魅力というのは、中の人がわかることもあるし、外から見てわかることもある。

でも、外の人の中の人、住んでいる人と話すことで、見つかることの方が喜びや驚きが大きいというのを改めて確認できた取材でした。

Q.今後の展開についてお聞かせください。

まだ0号なのでページ数も少ないんですが、次からは24ページに拡大して連載なども始めようと思ってます。

連載は2回で終わるものもあれば、10回20回続くこともあるかもしれないんですが、コラムがあったり、漫画も考えているし、そこにいる人々、漁港の人々とか商店街の人々をフィーチャーしたりとか、その3都市で僕らがどれだけの人に会えて、どれだけの体験ができるかというのを最大限にしていきます。

そのうち、3つの都市がなんとなくつながって見えてきたら御の字です。最初は3都市の中を仲良くさせたい、興味を持ち合ってほしい。

やがてその3都市の固まりが、全国の人にとっても注目を浴びるようにできたら、夢が叶うと思うので、ぜひ皆さん応援してください。

取材に行くこともあると思いますのでお話したくさん聞かせていただきたいと思います。

End Of File