



令和7年3月19日

株式会社 ちゅうぎんフィナンシャルグループ



若手社員による新聞広告の企画・撮影・掲載について

ちゅうぎんフィナンシャルグループ（岡山市北区丸の内一丁目15番20号 社長 加藤 貞則）では、若手社員が企画し、モデルとして出演する新聞広告を掲載します。

この取組みは、当社経営理念「地域・お客さま・従業員と分かち合える豊かな未来を共創する」の実践です。

「生き生きと社員と会社がコラボするちゅうぎん」の今後にご期待ください。

1. 掲載の詳細

掲載紙 : 山陽新聞朝刊

掲載日 : 令和7年3月20日(木)

掲載サイズ : 全15段(カラー)

デザインの意図 : 出たね、見たよ!と SNS でメッセージが飛び交い、お客さまとの次のご面談の際にこの話題で会話がほぐれる、ひいては「ちゅうぎんの若手社員楽しそうだね、ちゅうぎんいってみようか」となる波及効果を期待。

メッセージ内容 : ありのままの個性をお互いに認め合った上で、個性を活かした研鑽と対話を積み重ねることで、新しいアイデアや気づきを生み、未来に向けて挑戦していく力を得ることが出来ると表現しています。

2. 広告掲載まで経緯

- ・令和6年秋

ブランドムービー「やってみよう。」篇発表。

- ・令和6年10月21日(月)

次にどんな発信をしたいかと会社側から若手社員に投げかけて、立候補した若手社員11名と広告代理店若手社員6名でワークショップを開催。出たアイデア7案の中から多数の若手社員がモデルとして出演する企画に決定。

- ・令和7年2月19日(水)

社員モデルを公募したところ若手社員54名が賛同し、撮影を実施。

3. デザイン

この挑戦が、未来となる。
ちゅうぎんフィナンシャルグループ

まずは動いて考える **行動型**

多角的に物事を見つめる **客観型**

自分の意思をしっかりと持つ **主観型**

コツコツ粘り強く **計画型**

やってみよう。ありのままに。

同じ服でも、違う印象。同じ仕事でも、違うやり方。同じ趣味でも、違う目標。個性を出しましょうと人は言うけれど、同じになったら個性は無くなるのでしょうか。自分らしさは無理やり出すものじゃなく、おのずと積み重なっていくものだと思うのです。自分を作らなくていい。个性的に振る舞わなくていい。そのままできみは唯一無二なんだ。一人ひとりの多様なありのままの力を集めて。ちゅうぎんフィナンシャルグループの挑戦は今日もつづきます。

※この広告では、ちゅうぎんFGで働く社員54名にアンケートを実施し、その結果をもとに実際の社員を4つのタイプにグループピングしました。