



2025年2月5日

各 位

会 社 名 株式会社 筑波銀行
 代 表 者 名 取締役頭取 生田 雅彦
 (コード番号 8338 東証プライム)
 問 合 せ 先 執行役員
 総合企画部長兼未来創造室長
 岡野 信裕
 (TEL. 029-859-8111)

「パーパス」および「筑波銀行 未来戦略デザイン」の策定について

株式会社筑波銀行（頭取 生田 雅彦）は、当行グループの「パーパス」を策定するとともに、将来目指す姿を明確にするため「筑波銀行 未来戦略デザイン」を策定しましたので、概要を下記のとおりお知らせいたします。

記

1. パーパス（存在意義）

～地域のために 未来のために～

筑波銀行が将来目指す姿（長期ビジョン）である「未来戦略デザイン」の策定にあたり、改めて当行の存在意義を見つめ直すとともに、全役職員が心を一に『あゆみ』続けるため、これまでの経営理念や各種キャッチフレーズなどを『筑波銀行グループ経営理念体系図』のとおり明確にしました。

筑波銀行グループ経営理念体系図



PURPOSE 存在意義

地域のために 未来のために

VISION&MISSION 目指すべき銀行像



VALUE 全役職員が心がける行動規範

「小回り」と「質」による“とことん支援”

MIND 根底にある精神

『筑波PRIDE』

2. 「筑波銀行 未来戦略デザイン」の策定（実現時期：2034年3月期）

環境変化の激しいVUCA時代のなか、パーパス ～地域のために 未来のために～ の実現に向け、未来を見据えた「筑波銀行 未来戦略デザイン」（長期ビジョン）を新たに策定しました。

（1）経緯

当行は、資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて「企業価値の向上に向けた取組み」を公表し、ROEの向上、株主資本コストの改善に取り組むこととしています。

この取組みを実現するために、2023年10月に持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指し、組織横断的で深度ある協議・検討を行う目的で創設した「未来創造室」（若手・中堅・中核世代の従事者）において、当行の目指す10年後の未来像について協議・検討を繰り返し行い、またその内容については、適宜、社外取締役を含む役員が出席する取締役会においても複数回議論を重ねることで、本件策定に至りました。

（2）コンセプトフレーズ

『GO BEYOND ～その先の未来へ～』

当行の企業価値向上、ひいてはマルチステークホルダーにとってウェルビーイングな企業にステップアップすることを目指すなかで、当行の財務上の課題といえる公的資金の返済についての時間軸を中心に3つのフェーズを設定し、各フェーズを“超えて行く”というイメージで「コンセプトフレーズ」については、『GO BEYOND～その先の未来へ～』としました。

当行の10年後に目指す姿である「筑波銀行 未来戦略デザイン」を起点とし、バックキャスト思考で設定した3つのフェーズをそれぞれ3年間ずつの中期経営計画で具現化してまいります。

フェーズ	中期経営計画	期間	成長エンジン
第1フェーズ	第6次中期経営計画 「Rising Innovation 2028」	2025年4月～2028年3月	“始動”
第2フェーズ	第7次中期経営計画 「Rising Innovation 2031」	2028年4月～2031年3月	“加速”
第3フェーズ	第8次中期経営計画 「Rising Innovation 2034」	2031年4月～2034年3月	“シンカ” (深化・真価・新化)

（3）インパクト指標

財務指標		2034年3月期
10年後のポートフォリオ		目指す姿
収益性	当期純利益	100億円以上
	ROE	8%以上
残高	貸出金+預金+預り資産	6兆円以上

〈株主還元方針〉

当行は、公的資金返済後、市場動向・業績見通し等を勘案し、内部留保の充実も考慮しつつ、総還元性向40%程度を目指してまいります。

3. その他

詳しい内容は別添をご参照ください。

以上

パーパスの策定

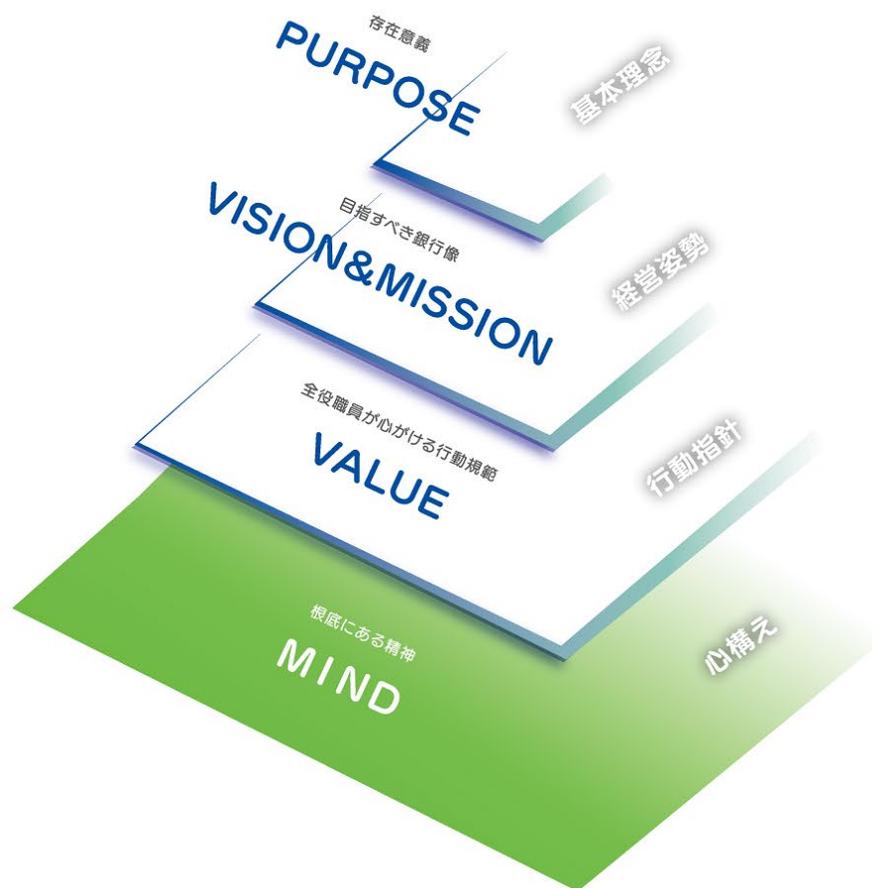


1. パーパスの策定

➤ 新たな「未来戦略デザイン」の策定にあたり、経営理念体系として、パーパス、ビジョン&ミッション、バリュー、および土台となる『筑波PRIDE』の位置づけを整理

➤ 今後の発展も期待できる自然豊かな地域とともに、持続可能な社会の構築に貢献すること。

筑波銀行グループ経営理念体系図



PURPOSE 存在意義

地域のために 未来のために

VISION&MISSION 目指すべき銀行像



VALUE 全役職員が心がける行動規範

「小回り」と「質」による“とことん支援”

MIND 根底にある精神

『筑波PRIDE』

1 - 1. PURPOSE

筑波銀行グループの「存在意義」

～地域のために 未来のために～

パーパスに込められた想い

- 今般、当行の存在意義を改めて見つめ直すとともに、全役職員が心を一つに『あゆみ』続けるため、経営の基軸である「パーパス」を明確にしました
- 当行が『何のために存在するのか（＝意義）』を端的に言い表した言葉であり、判断、行動の拠り所として、明るくサステナブルな未来を創ります

パーパスが必要とされる背景とパーパスの期待効果

背景

- 企業・地域を取り巻く環境が大きく変化
- 社会的意義が重視される潮流
- ダイバーシティの高まり
- 不確実性の高い時代
- SDGs/ESG

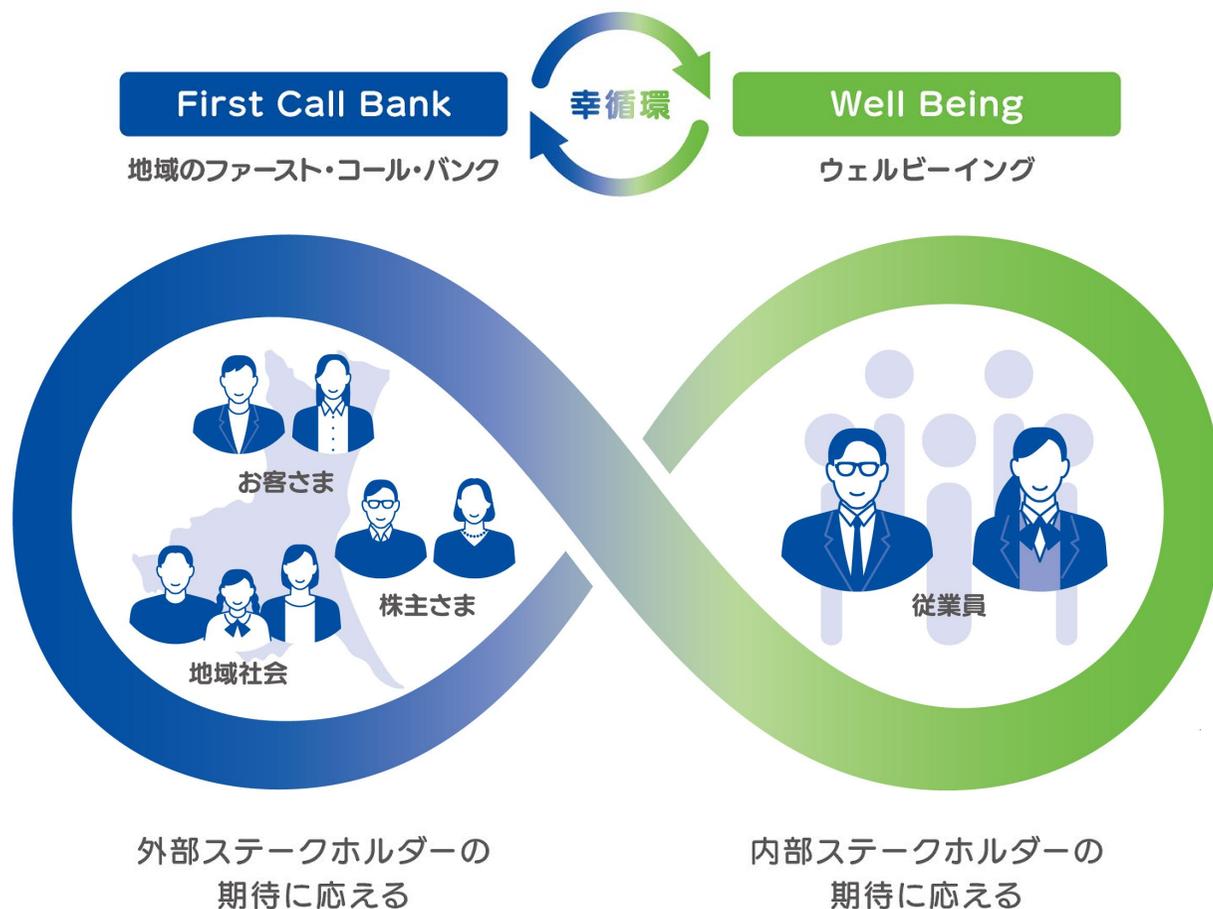
期待効果

- パーパスに共感するステークホルダーの拡充
- パーパスに共感する人財のエンゲージメント向上
- 多様性をつなげる組織の一体感を醸成
- 経営に求められる一貫性・スピード感・柔軟性の高まり
- 社会・環境面でのインパクト創出

1 - 2. VISION & MISSION ~目指すべき銀行像~

共通価値創造の「幸福循環サイクル」を創出

- マルチステークホルダーとのつながりを通じ、「地域のファースト・コール・バンク」と「ウェルビーイング」の両立による幸福循環サイクルの創出を拡げる



1 - 3. VALUE

当行のビジネスモデル

- 「地域のお客さまに寄り添い“とことん支援”する」という当行のビジネスモデル
- 「地域復興・振興支援プロジェクト『あゆみ』」等の取組みで培ったノウハウを活かし、地域密着型によるきめ細かな営業力と質の高い提案力により、お客さまを徹底的に支援します

『小回り』

による差別化

+

『質』

による差別化

もっと身近で気軽に相談したい

- 顧客接点の「量」による差別化
- きめ細かな対応による差別化

もっと有益な情報を得たい

- ソリューションの「提案力」による差別化
- 多様なネットワークの活用

1 - 4 . 根底にある精神(マインド)

筑波PRIDE



筑波PRIDE
とは

どんなときも、問題解決に向けて、親身になって相談に乗ってくれる銀行

すなわち、これまで培ってきた「小回り」と「質」を強みとし、手間暇を惜しまず「地域のお客さまに寄り添い」とことん支援”」することに信念と自信を持って取組む姿勢

筑波銀行 未来戦略デザイン

GO BEYOND

～その先の未来へ～



1. 営業エリアの特長

- 当行が主な地盤とする営業エリアは、将来性豊かな、大きなポテンシャルを秘めた地域
- 主要営業エリアである「茨城県・千葉県・栃木県」などの恵まれたマーケットを活かして、地域の産業や、文化・自然・歴史を大切に、これからも『地域価値の共創』につなげていく

■ 経済データ



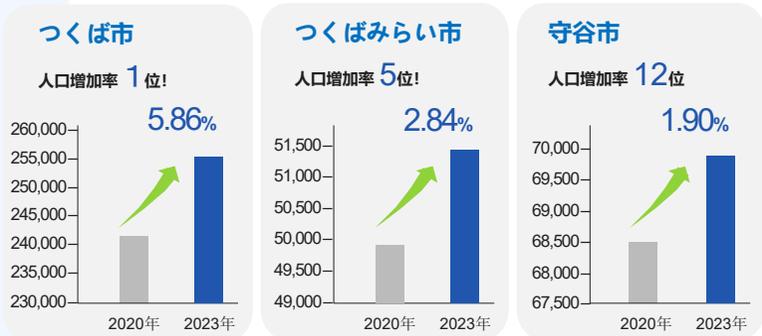
■ 全国に誇る主要農林水産物



■ 利便性が高く充実した
交通インフラ

■ 発展する県南地域の人口 ※国勢調査 各年10月1日現在

つくばエクスプレス沿線の「つくば市」「つくばみらい市」「守谷市」は、全国の中でも人口増加率が上位
特に、「つくば市」は2023年の人口増加率が全国792市のなかで**1位**



■ 自然豊かで魅力ある観光資源



2. 未来戦略デザイン（「長期ビジョン」）の「コンセプトフレーズ」

筑波銀行 未来戦略デザイン（「長期ビジョン」）

- 当行の企業価値向上、ひいてはマルチステークホルダーにとってウェルビーイングな企業に前進することを旨とするなかで、3つのフェーズを設定
- これまでに培ってきた「小回り」と「質」を強みとし、『地域のお客さまに寄り添い“とことん支援”する』という当行のビジネスモデルの持続可能性を高める

今回の「コンセプトフレーズ」に込めた想いは、

次の各Phaseを **“超えて行く”** というイメージで…

第1 ph（成長エンジン **“始動”**）：公的資金返済への足固め

第2 ph（成長エンジン **“加速”**）：公的資金返済に向けて

第3 ph（成長エンジン **“シンカ”**）：公的資金返済後

GO BEYOND

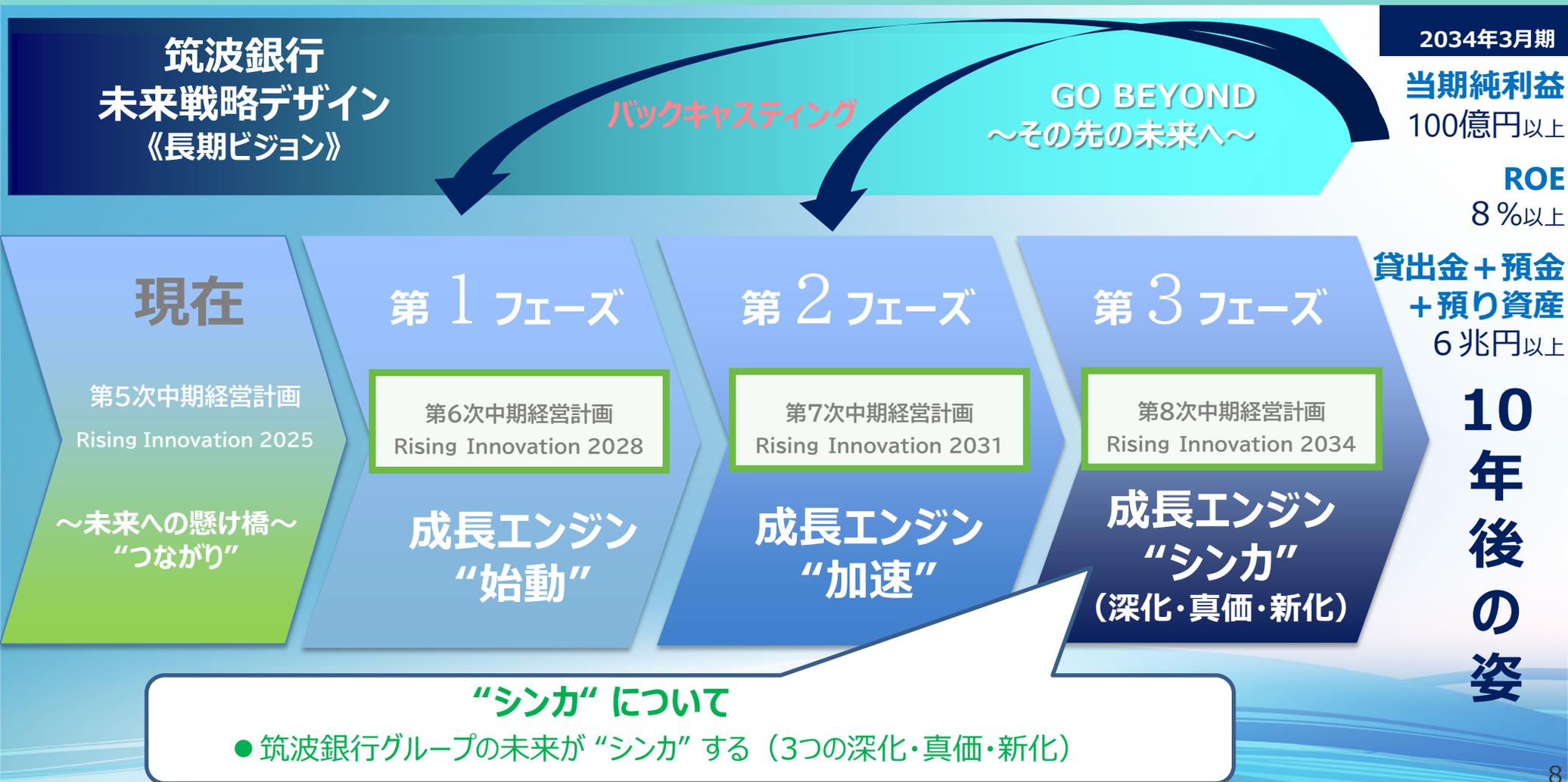
～その先の未来へ～

3. 「未来戦略デザイン」と「中期経営計画」の位置づけ

- 環境変化の激しいVUCA時代のなか、パーパス『地域のために 未来のために』実現に向けて、未来を見据えた筑波銀行「未来戦略デザイン」を策定

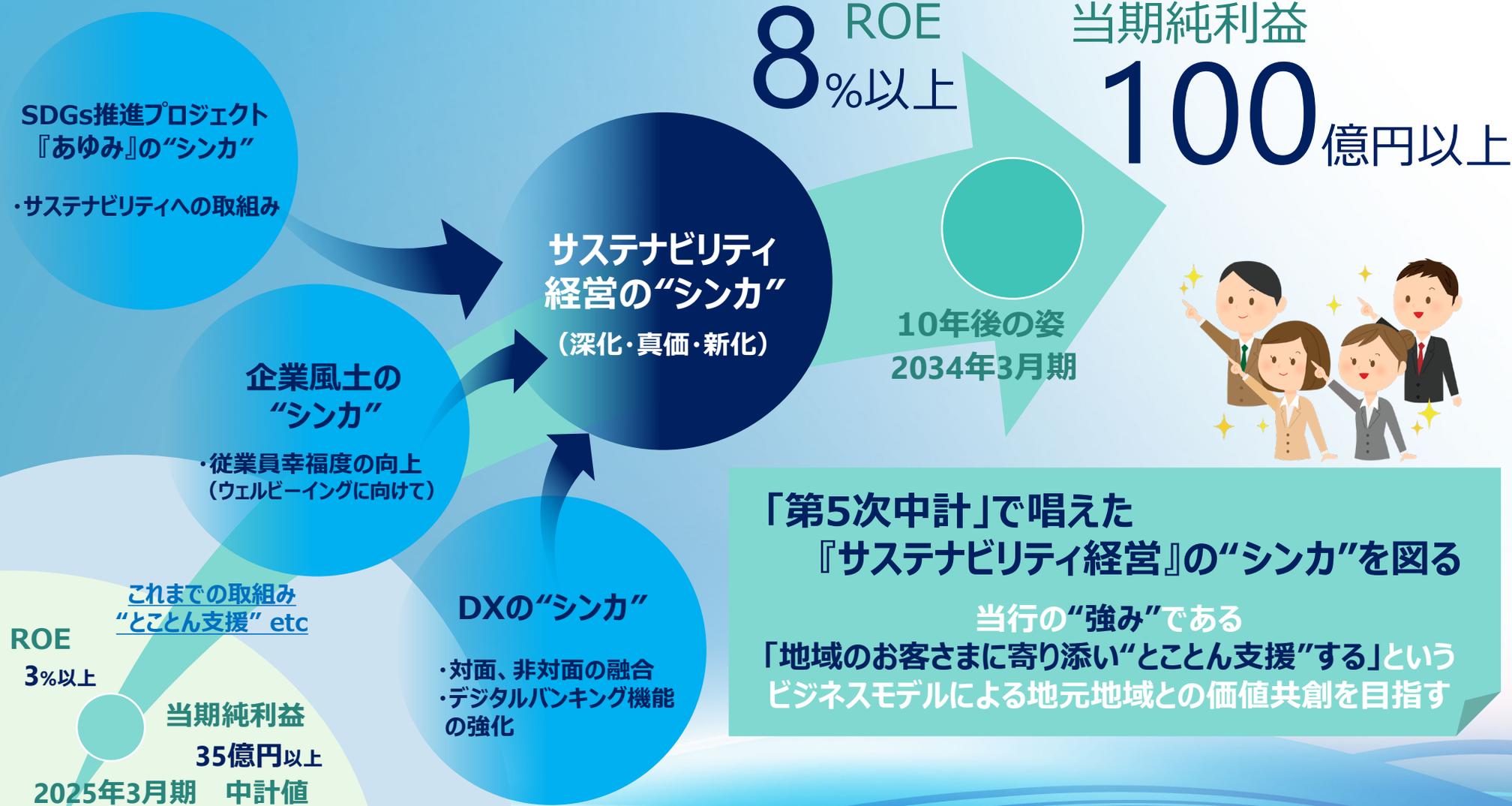
* VUCA : 「Volatility:変動性」「Uncertainty:不確実性」「Complexity:複雑性」「Ambiguity:曖昧性」

- 「第6次中期経営計画」は「未来戦略デザイン」の第1フェーズとして位置づける



4. 「未来戦略デザイン」の概要 ～目指す姿～

➤ 10年後の目指す姿（2034年3月期）を設定し、役職員一人ひとりが“筑波PRIDE”を持って積極的にチャレンジし続ける文化を醸成



“筑波PRIDE” が土台

5. マテリアリティ（重要事項）

「未来戦略デザイン」実現のためのマテリアリティ

- 中期経営計画の諸施策を通じて、優先すべきマテリアリティを経営戦略に組み込むことで、「未来戦略デザイン」の実現性を高める

1 持続可能な
地域環境づくり

環境

経済

2 地域価値の共創

社会

ガバナンス

3 金融サービスの
高度化

4 多様性の尊重・
エンゲージメント向上

筑波銀行
マテリアリティ

6. インパクト指標

想定する財務指標・10年後のポートフォリオ

財務指標 10年後のポートフォリオ

2034年3月期
目指す姿

収益性

当期純利益

100億円以上

ROE

8%以上

残高

貸出金 + 預金 + 預り資産

6兆円以上

7. 株主還元方針

中長期的な観点から柔軟な株主還元方針の検討

～株主還元方針～

- 当行は、銀行業としての公共性と健全性に鑑み、将来にわたって地域の皆さまの信頼にお応えするため、収益基盤の強化に向けた内部留保の充実に努めるとともに、安定的な株主還元を継続することを基本方針としています

「公的資金返済後、市場動向・業績見通し等を勘案し、内部留保の充実も考慮しつつ、

総還元性向40%程度を目指します」

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれております。こうした記述は将来の業績を保証するものではなく、リスクと不確実性を内包するものであります。将来の業績は、経営環境の変化等により異なる可能性があることにご留意下さい。

