

2026年3月30日

各位



池田泉州ホールディングスグループ 「ブランドパーソナリティ」「ブランドスタイル」の制定について

株式会社池田泉州ホールディングス（社長 CEO 阪口 広一）は、本日適時開示しました長期経営戦略の一環として、新たに池田泉州ホールディングスグループの「ブランドパーソナリティ」および「ブランドスタイル」を策定しましたので、お知らせいたします。

当社グループでは、2024年11月に「長期経営戦略策定プロジェクト」を立ち上げ、若手職員から公募したメンバーを中心に、パーパスおよび長期経営戦略の検討を開始しました。当プロジェクトでは、企業価値向上に向けた施策として「長期に亘って社内外に支持され信頼される、パーパスを起点としたブランド戦略の立案」をテーマの一つに掲げ、検討を進めてきました。

この「ブランドパーソナリティ」および「ブランドスタイル」を用いてブランディングを行うことで、ステークホルダーの共感獲得を通じた愛顧向上、役職員の一体感や帰属意識醸成によるエンゲージメント向上などの効果が発揮され、これらを通じた企業価値向上が期待できます。

なお、本日の適時開示では、これらのブランディングの基礎となったパーパス、タグラインについてもご説明していますので、合わせてご参照ください。

■ 「ブランドパーソナリティ」および「ブランドスタイル」について

パーパスを基軸に、社内外のステークホルダーからの共感獲得を目指し、新たに「ブランドパーソナリティ」および「ブランドスタイル」を制定しました。

・ ブランドパーソナリティ

パーパスをどのように体現するかを定義する「SIHD グループらしさ」

Human	地域の一員として、まっすぐな心で向き合う。
Ambitious	何事にも、覚悟と熱意を持って取り組む。
Progressive	未来を見据え、まっさきに挑戦する。
Original	共創の起点となり、独自の価値を生み出す。

- ・ **ブランドスタイル**

パーパスとブランドパーソナリティに基づき、ブランド像を可視化したデザイン

コンセプト：人と価値が融合し、進化する世界

池田泉州ホールディングスグループには、
人と人、産業と文化、異なる価値が出会い、交わり、溶け合うチャンスがある。
無数の点は、それぞれの人や企業、想いの象徴。
多様な個性やアイデアが響き合い、新しい可能性が生まれるとき、地域は進化する。
その融合の連続が、地域を、そして日本を動かしていく。



今後、「ブランドパーソナリティ」に基づいた考え方と、「ブランドスタイル」を用いた表現・デザインを通して、池田泉州ホールディングスグループのブランドを発信していきます。

- ・ **アイテムのイメージ**

