

# ハルナグループのサステナビリティ 価値創造プロセス

ハルナグループは当社の成長を通じ、持続可能な社会の実現にも貢献したいと考えています。ついては、適切なガバナンス体制のもと、SDGsで示されているグローバルな課題解決や、ESG（環境・社会・ガバナンス）に率先して取り組みながら、ステークホルダーの皆様との対話を通じて、適切な対応を行うことで社会への責任を果たすことを目的として活動しています。

社会からの「信頼」を得て、自らも持続的に成長し、社会的価値と経済的価値の同時創造を行うことで、未来社会の創造に貢献し続けることを目指しています。

| 課 題 | 環境（Environment） | 社会（Social）   | ガバナンス（Governance） |
|-----|-----------------|--------------|-------------------|
|     | 自然環境の影響         | 食の安全・安心への高まり | 各国の法規制への対応        |
|     | 気候変動による食糧不足     | 物流コストの上昇     | 食品に関する法規制の変化      |
|     |                 | 現在価格の高騰      | ガバナンス強化への要請       |



| ミッション | 環境負荷の低減 | グループ全体の社会環境マネジメントの強化 | 地域貢献・国際交流の推進    |
|-------|---------|----------------------|-----------------|
|       | 自然との共生  | 安心安全への取り組み           | ダイバーシティ・人権尊重の推進 |
|       | 地球温暖化防止 | 新価値創造                | 人財育成            |
|       |         |                      |                 |

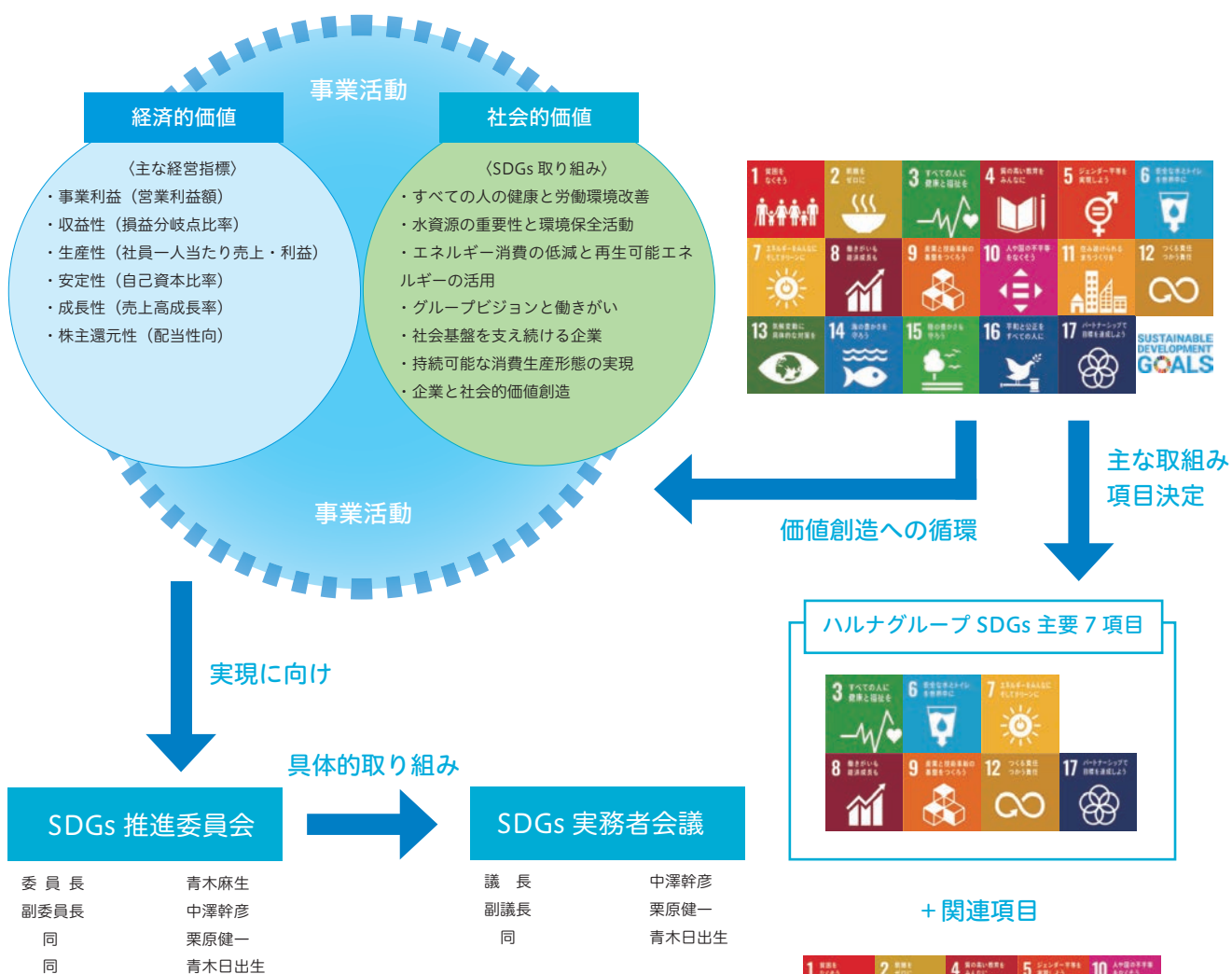


# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

## ハルナグループ SDGs 行動宣言

ハルナグループは、市場と顧客の変化に迅速に対応し、現在の顧客と新たな顧客に高品質な飲料製品の開発・製造・物流を通じて、顧客と消費者が感動し満足する価値の創出を継続していくことをグループの使命として活動してまいりました。私たちはこの活動をより強化するために、皆様の暮らしや社会全体を最適化した未来社会の実現を目指した経団連の企業行動憲章に賛同し、[Society 5.0\\* の実現を通じた SDGs の達成](#)に向けて取り組んでまいります。

### Haruna Shared Value



## 2021 年度 社会貢献

### ■ 献血活動



2009 年度から群馬県赤十字血液センター様のご協力のもと、献血車による献血活動を開始し、2021 年度までの累計で 1,491 人の献血を実施いたしました。今後も定期的に続けていきます。

2021 年度までの累計 1,491 人



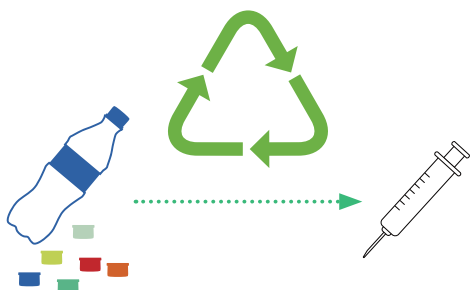
### ■ 地域清掃活動

4 拠点（ハルナ・タニガワ・和歌山・榛東）では、地域環境保護の一環として工場横の河川・用水路や道路の清掃活動を行っています。



## ■エコキャップ推進活動

ペットボトルのキャップで世界の子供たちを病気から守るエコキャップ活動に参加しています。2021 年度までの累計で 1,038,566 個のキャップを NPO 法人エコキャップ推進協会に寄付いたしました（キャップ 860 個でポリオワクチン 1 人分。これまでの累計はポリオワクチン換算で、1207.6 人分）。



キャップ 860 個でポリオワクチン 1 人分



2021 年度までの累計 1207.6 人分

### 今期目標

キャップ：80,000 個  
ポリオワクチン換算：93.02 人分



入社後、人の役に立ち、社会の発展に貢献できる喜びを感じて以来、献血やエコキャップ推進活動、地域清掃など、社会貢献活動の虜になってしまいました。職場で開催される献血活動に参加し、献血回数「目指せ 100 回！」を目標に頑張っています（笑）。エコキャップ推進活動も、自分と家族のみならず、知り合いにも声掛けし、多くのキャップを集めています。また、地域清掃（河川清掃）では、清掃中に会える沢カニなどの小動物に会えるのも、一つの楽しみとなっております。



ハルナプロデュース株式会社  
社会環境セクション  
オフィサー  
小金沢 伸介

## 環境

### ■目標

エネルギー消費（電力・ボイラー燃料・CO2 排出・水資源）  
前年度比原単位 -1%以上削減



#### 電力使用量の削減

- 第3アイスビルダーの冷凍機6台  
→2台停止し、間引き運転をすることで電力使用量を削減

- 工場内や敷地内の照明をLED化



第3アイスビルダー冷凍機

#### ボイラー燃料使用量の削減

RO 純粋装置の供給原水 23℃（処理水温度 16℃を蒸気加温）を 20℃  
に引き下げることで蒸気使用料を削減



23℃→20℃

#### CO2 排出削減

- 工場における燃料を重油や灯油から LNG、都市ガスへ転換



- 工場設備の稼働効率の改善、省エネルギー対策

2021 年度 CO2 排出量原単位 (kℓ /CO2-kg) :

2014 年比で **約 12.49% の削減。**



#### 水資源の有効活用

- 冷却水の再利用化・排水の適正管理による水質確保



- エネルギー戦略委員会の定期開催（毎月）、省エネ提案に基づく改善の実施、蒸気・エア・水・漏れパトロールの実施

- 「節水対策」（ハルナプラント）

軟化装置の制御を変更し、オーバーフロー水をさらに有効活用することで、ボイラーに使用する井水使用量の削減を実現



# 持続可能な消費形態の実現

## ■目標

廃棄物量の削減 前年度比 -1%以上削減

2030 年度リサイクル（再資源化）率 99.9%

12 つくも責任  
つかう責任



### 排出廃棄物量の低減

合計 6,204 トン

原単位 0.192kg/ ケース

前年比 3.0% 減少

### 環境配慮資材への取り組み・リサイクル化の推進

#### ●リサイクル率

2019 年度 92.7% 2020 年度 99.9%目標達成

2021 年度 99.93%まで向上

リサイクル品目：茶葉・ペットボトル・珪藻土・汚泥・段ボール・ドラム缶・一斗缶・紙類など



#### ●自社製品 Lecafe を既存ラベルからバイオマスラベル使用へ切り替え

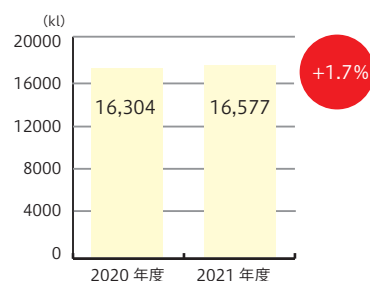
#### ●リサイクルレジン使用ボトルへ変更→ 3R 活動

#### ●ケース販売でのラベルレス製品

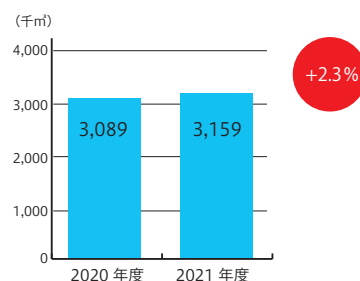


## INPUT

### エネルギー原油換算

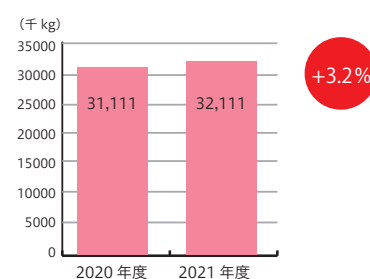


### 水資源

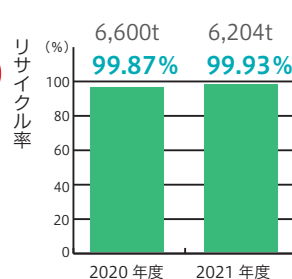


## OUTPUT

### 二酸化炭素 (CO<sub>2</sub>)



### 排出物



※インプット・アウトプットの増減要因…生産時間増加によりエネルギー使用量増加 (+1.7%)、群馬地域のボイラー燃料使用量増加、和歌山プラントの CO<sub>2</sub> 排出係数増加に伴い、CO<sub>2</sub> 排出量増加 (+3.2%)

# 企業価値の源泉は「人財」

## ダイバーシティ & インクルージョン (D&I) の推進

### —「幸せ」を感じられるインクルーシブで豊かな社会を共に創造します—

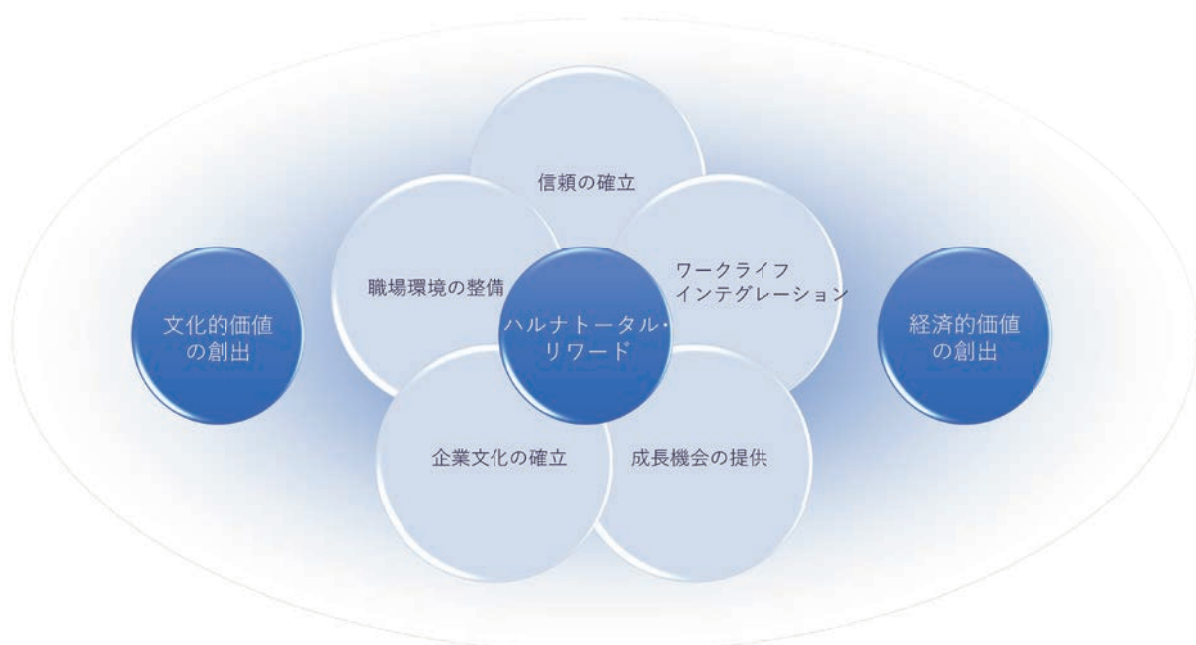
ハルナグループは「人財が企業価値の源泉」、「ダイバーシティ & インクルージョンの推進」の基本認識の下「ハルナトータル・リワード」を軸にして、「多様な社員全員が成長し活躍する会社」の実現を目指します。

- ・いきいきとやりがいを持って働くことで、揺るぎない信頼とたゆまぬ変革を生み出すハルナグループを創ります。
- ・一人ひとりが自らの強みを存分に発揮でき、その強みを最大限活かす職場づくりに取り組みます。
- ・「ダイバーシティ & インクルージョン」を新しい価値創造の源泉と考え、社員の多様性を大切にします。



## ハルナトータル・リワード

事業戦略に加え人事戦略を総合的に進めていくことで、企業価値の最大化を目指しています。社員を人財資源として、その文化的価値と経済的価値の創出を目指し、「ハルナトータル・リワード」としての活動を行っています。

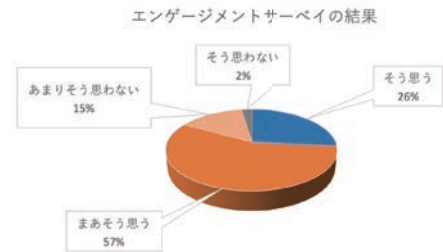


## 信頼の確立

社員と会社がお互いに感謝・信頼し、双方が共に成長していきます。

### ①エンゲージメント・サーベイ

ハルナグループでは、2020年にエンゲージメント・サーベイを始め、従業員エンゲージメントをスコア化すると共に、ポジティブ要因、ネガティブ要因を明確にしました。2021年度のアンケートの中で、「自分の会社で働くことに誇りを持っている」の質問に対し、「そう思う」「まあそう思う」を合わせた回答比率は83%であり、このスコアを100%にするために、エンゲージメント・サーベイの結果についてみんなで話し合い、詳細に分析し、ポジティブ内容を会社の取り組みに生かすアイデアを出しています。ネガティブな回答をした社員については、一人ひとりと面談を行い、その要因を明らかにすると共に、ポジティブ思考に変わっていけるよう、社員と共に職場改善を進めています。



### ②コミュニケーション補助の拡大

テレワークの活用が増加し、コロナ禍においては今まで同様のコミュニケーション方法を取ることはできませんが、コミュニケーションの取り方を工夫することで働きやすい職場づくりを推進しています。ハルナグループでは、年末年始に限っていた補助を拡大し、年間通しての補助として「コミュニケーション費用補助」を行っています。2021年度は、各拠点において数多くの社員に利用していただき、のべ1,000人弱の社員が制度を利用しコミュニケーションを実施しました。

## ワークライフインテグレーション

「仕事」と「生活」双方を充実させることで生活の質を向上し、生産性向上につなげます。

感染症拡大防止の政府の要請に従い開始したテレワークは、緊急事態宣言明け後もWithコロナとして運用を継続しております。この在宅勤務を今後生活に影響を与えてくるであろう「育児・介護」についても、柔軟な働き方の一つとしてつなげていけるよう、社員の声を聞くアンケートを実施し、準備を開始しております。

### ①テレワークの継続・有事の際の活用

東京本社では、多くの社員がテレワークの活用をしています。東京以外の各拠点でも、必要に応じてテレワークの活用を行っており、コロナウイルス感染症の拡大防止に寄与しています。今後は社員の育児・介護にも活用し、常態化を図っていきます。

〈例1〉 家族を含め、社員の周囲にコロナウイルス感染症の感染者・濃厚接触者が出ってしまった場合に、テレワークの実施をして感染拡大防止に活用しました。

〈例2〉 社員の子の通う学校でコロナウイルスの感染者が出るなどにより学級閉鎖になった際に、リスクヘッジとしてテレワークを活用しました。

### ②育児テレワークの活用

女性社員の出産後の就業継続と共に、男性社員も子育てに積極的に参加できる環境づくりの一つとして、育児休業と産後パパ育休と並行して、働きながら子育てに参加する「育児」テレワークを活用した男性社員も1名の実績となりました。

### ③残業時間の低減活動

一人当たり平均残業時間（全社平均）

2019年度 31時間／月、2020年度 31時間／月、2021年度 30時間／月

### ④有給休暇の取得推進運動

有給休暇取得率（取得日数／付与日数）（全社平均）

2019年度 75%、2020年度 68%、2021年度 68%

## 個人の成長機会の提供

社員一人ひとりのキャリアビジョンの実現に向けて、会社と個人が共に歩んでいきます。

### ①選べるキャリアパス

企業の組織目標の達成に向け、社員を束ね、数字を求める役割・コースを「マネジメントコース」とし、専門性を備えた上で、その知識やスキルを成果につなげていくコースを「専門職コース」として、これらをキャリアパスの選択肢に追加し、2021年4月から全体の13%にあたる56名の専門職が誕生し、制度運用が開始となりました。専門職としての目標設定、役割の理解、専門的な研修制度など、課題も見えてきましたので、より効果的な制度にするための必要な対策を検討し、進めています。

### ②人財育成【ビジネススクール】

ハルナグループでは、創業時より、「企業価値を生み出す人財」の育成に取り組んでおります。専門分野の体系的知識の習得とそれ以外の分野の見識も高めることを目的として、2005年4月にビジネススクールを開講いたしました。ビジネススクールでは、経営者養成コース、リーダーシップ養成コース（管理者養成コース）、プロフェッショナル養成コース（各現場のプロ養成）、英語力アップコース（外部講師との対面会話実習）、HG企業行動指針養成コース（新入社員）と階層別に全社員が参加することとしています。2021年度からこれまでの対面式に加え、e-ラーニングも開始いたしました。様々な形を通じて、「企業価値を創造する人財育成」を推進しています。

#### ■経営者養成コース

| 開催月 | 講 師                           | テーマ                                        |
|-----|-------------------------------|--------------------------------------------|
| 5月  | 中澤幹彦 ハルナプロデュース株式会社 代表取締役社長    | DX時代の経営について                                |
| 6月  | 渡邊隆之 氏 MID lab 代表、沖縄大学客員教授    | 「情報創造マーケティング」～お客様の記憶に残る会社～                 |
| 7月  | 尾崎聖治 ハルナビパレッジ社外監査役            | 「ハルナグループの将来構想構築に向けて」                       |
| 9月  | 須齋嵩 氏 群馬大学元教授 宇都宮大学元客員教授      | 企画と構想をシンプルに考える                             |
| 10月 | 深山隆 氏 F-LINE 株式会社 代表取締役社長     | 私が体得した実践・経営論                               |
| 11月 | ウインタースクール                     | 『Goal（グループ創業30周年）に向けて』アクションプラン「7つの重点取組」の実行 |
| 12月 | 梅野匡俊 ハルナビパレッジ社外取締役            | 新商品開発 その役割と手順、PB商品の開発                      |
| 1月  | 小出信介 ハルナビパレッジ非常勤取締役           | 経営者としての経営資質を磨くために                          |
| 2月  | 岡 俊明 氏 元サッポロビール飲料株式会社 代表取締役社長 | これからの飲料業界とハルナに望むこと                         |
| 3月  | 中澤幹彦 ハルナプロデュース株式会社 代表取締役社長    | 不況時の経営                                     |

#### ■リーダーシップ養成コース

| 開催月 | テーマ                            |
|-----|--------------------------------|
| 5月  | 企業におけるITリスクと組織ガバナンスについて        |
| 7月  | 労働安全について・マネジメントシステムによる改善活動について |
| 8月  | 商品企画について                       |
| 9月  | SDGsの取組み                       |
| 10月 | 不況時の発想法                        |
| 11月 | 職場の安全について                      |
| 12月 | 危機管理（災害対策）について                 |
| 1月  | 法令遵守について                       |
| 2月  | エネルギー、廃棄物について                  |
| 3月  | 物流について                         |

#### ■HG企業行動指針養成コース

| 開催月 | テーマ                            |
|-----|--------------------------------|
| 5月  | - 経営理念 -                       |
| 6月  | - 社会人としてのマナーとモラル -             |
| 7月  | I 基本的使命                        |
| 8月  | II お客様満足度最高レベルに向けて             |
| 9月  | III 情報開示・情報保護                  |
| 10月 | - 実例からみるクリエイティブ発想法 -           |
| 11月 | IV 地球環境保全への取組み                 |
| 12月 | V 健全な企業活動                      |
| 1月  | VI 人権の尊重・VII 職場環境づくり           |
| 2月  | VIII ハルナグループ組織人・IX 地域社会貢献      |
| 3月  | X 反社会勢力の排除・XI ハルナグループ企業行動指針の実践 |

#### ■英語力アップコース

| 開催月      | テーマ                                |
|----------|------------------------------------|
| 2021年8月～ | ECC オンラインレッスン 全40回<br>※2022年6月終了予定 |

#### ■プロフェッショナル養成コース

| 開催月 | テーマ                           |
|-----|-------------------------------|
| 4月  | 改善活動の目的について                   |
| 5月  | 防虫・防鼠の対策について                  |
| 6月  | 労働安全（熱中症、AEDなど）               |
| 7月  | 食中毒について                       |
| 8月  | 省エネ活動について                     |
| 9月  | デジタルトランスフォーメーションについて          |
| 10月 | 個人力と組織力について                   |
| 11月 | 安全職場の構築に向けて                   |
| 12月 | 危機管理（災害対策）について                |
| 1月  | HACCPとFSSCについて（CCP含む）         |
| 2月  | 衛生管理について                      |
| 3月  | “今”を取り巻くIT環境と、生活にも役立つセキュリティ講座 |

### 「e-ラーニング」システムの導入

社員が時間と場所を選ばずに、いつでもどこでも受講できるようにするために、「e-ラーニング」システムを新たに導入しました。それに合わせて、各事業所に専用のタブレット端末やモバイルPCを設置し、受講環境を整えました。まずは、オリジナルテキストと動画を作成し、デジタル人財育成のための「ICT入門」の研修を3月より開始しました。将来的には、ICTをさらに高度に活用し、業務改善を行っていくために、各分野、ステップごとに、レベルアップを図っていきます。

## 企業文化の確立

ハルナグループの企業文化を“ハルナイズム”と称し、経営理念、ミッション、ビジョンの浸透を図ります。

### ①企業行動指針の小冊子作成

創立 25 周年に、あらためて“ハルナグループ企業行動指針”の小冊子をサイズアップし、システム手帳とセットで使えるように改良し、全員に配布しました。この“ハルナグループ企業行動指針”には、4つの経営理念から始まり、ハルナグループのミッション、ビジョン、行動理念、行動指針が記載されています。また、ビジネススクールにおいては、「HG 企業行動指針養成コース」を新設し、企業文化の浸透を目指し、新入社員を中心とした社員の受講を開始しております。



## 職場環境整備

社員の心身両面での健康を追い求め、永く社会に貢献していける職場づくりを目指します。

### ①プラント改革会議

各種社員アンケートで明らかになった課題や、職場の身近な課題の解決については、個人面談により確認しています。その課題解決のために、“プラント改革会議”を立ち上げました。そこでは、毎月委員が集まって具体的な改善策の検討を行い、実施できることから進めています。

2021 年度の“プラント改革会議”の開催回数：20 回（全拠点合同）

### ②同一労働同一賃金

国の「同一労働同一賃金」の考え方にに基づき、社員と準社員の待遇差について見直しを実施しました。その結果 11 項目が変更となり、準社員の「家族手当の支給」や「深夜割増率の引き上げ」等を行い、社員と準社員の待遇差の改善を行いました。

### ③社員が働きやすい環境づくり

タニガワプラントの休憩室の改装を行い仮眠スペースを新設したり、一部の部署ではパワードスーツのテスト導入を行い、社員の身体的な負担軽減にも努めました。



タニガワプラント休憩室 仮眠エリア



リニューアルした休憩室

# ステークホルダーエンゲージメント

ハルナグループは、様々なステークホルダーとの関わりの上で事業活動を行うことができいております。ステークホルダーの皆様との良好な関係は、ハルナグループにとって大事な経営資源です。これからも持続的な成長を遂げていくため、ステークホルダーの皆様との良好な関係性・信頼関係を構築し、共に社会への価値を創出していくことが不可欠であると考えており、今回、取り組みと担当を明確にし、より一層の関係強化を図ってまいります。

## 体 制

ステークホルダーの皆様との円滑なコミュニケーションを図り、いただいたご意見を事業活動に迅速に反映させるため、それぞれのステークホルダーに適した担当を設置し窓口を明確にすることで責任体制の強化を図ってまいります。

## ステークホルダーとのコミュニケーション

ハルナグループでは「ハルナグループ企業行動指針」に基づき、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを図ってまいります。

| ステークホルダー    | 企業行動指針                                                                                                                                      | 目 的                                                                                                 |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 共 通         | 私たちは、常に“人”（ステークホルダーの皆様）と“地球”（環境）と“社会”（地域）の“三方よし”の精神を目指します。                                                                                  | すべてのステークホルダーの皆様とのコミュニケーションの基本窓口として、企業情報等を迅速に更新し、信頼関係を築いていくことを目的とします。                                |
| お客様・お取引先様   | 私たちは、すべてのことに熱意と誠意をもって対応し、お客様に信頼される会社を目指します。また、現状に甘んじることなく、常に顧客志向・顧客満足とは何かを考え続け、市場とお客様との変化に迅速に対応した商品・サービスを開発し、お客様に提供します。                     | お客様やお取引様の声に真摯に耳を傾け、「顧客満足」の向上を目指すとともに、期待を超え、感動する商品・サービスの提供を通じて、お客様・お取引様との長期的な信頼関係を築いていくことを目的としております。 |
| 社員とその家族     | 私たちは、「社員の幸せなくして顧客の満足はない」との考えのもと、社員の経済的・精神的・時間的なゆとりと豊かさを実現させ、企業の生産性と社員満足度双方の向上に努めます。また、社員一人ひとりの人権を尊重するとともに、一人ひとりが個性と意欲と能力を最大限に発揮できる職場を目指します。 | すべての社員がそれぞれの部署で生き生きと働きがいをもって活躍できる場を目指すとともに、公平・公正で安全に配慮した職場環境をつくり、エンゲージメントの向上を推進していくことを目的としております。    |
| 株主様・金融機関様   | 私たちは、ステークホルダーの方々とのコミュニケーションの充実を図ることを第一に、市場での事後評価を規律に委ね、企業活動の透明性をより鮮明に、適切かつタイムリーに開示いたします。                                                    | 信頼され期待される企業グループを目指す経営の実践と透明性の高い情報開示を徹底し、説明責任を果たすとともに、持続的な成長による企業価値の最大化に努めることを目的としております。             |
| 地域社会        | 私たちは、良き企業市民として、地域社会との交流を深め、地域の社会活動への参加を通じて、広く社会貢献に努めます。                                                                                     | 地域と共生し、地域の発展と環境保全活動を推進し、地域社会で信頼される活動の推進を目的としております。                                                  |
| 地球環境        | 私たちは、環境問題の重要性を認識し、資源の有効活用、資源のリサイクル、省エネルギー、クリーンエネルギーの使用、製造工程で発生する廃棄物の抑制などに積極的に取り組みます。また、環境汚染を発生させた時は、直ちに機械設備の稼働を停止させ、その原因を究明します。             | 生物多様性が保全された豊かな地球環境の実現に向け、サプライチェーン全体での環境負荷低減に取り組み、地球規模での社会的課題解決の推進を目的としております。                        |
| 国・行政機関・業界団体 | 企業活動において、各国および各地域の法令、国際ルールを遵守するとともに、社会規範・企業倫理ならびに、ハルナグループ“経営理念”“ミッション”“ビジョン”“行動理念”“企業行動指針”に則り節度ある行動をします。                                    | 政治や行政との健全かつ正常な関係を保持し、関連法規を遵守し公正な競争のもと、企業としての成長を実現することを目的としています。                                     |

## 2021 年度の取り組み

### キャッチコピー

目的：キャッチコピーは、企業そのものを端的かつ簡潔に表現し、ブランディングや価値の向上につながっていくものです。今回は当社の魅力を一言で表し、ステークホルダーにも「ハルナグループ」が伝わる当社の顔となるキャッチコピーの作成を目標として社員に募集をし、その中から選考しました。

結果：最優秀賞「潤う幸せを世界に、ハルナグループ」倉持 靖

最終応募数：192 点



最優秀賞のほか、優秀賞、準優秀賞、特別賞など、賞を複数設け、多くの社員からキャッチコピーのアイデアを募集し、表彰いたしました。

### 温泉施設提携

目的：社員の健康と、生活の質の向上・充実を図りながら、地域活性化にも寄与する目的で、全国の温泉施設と提携いたしました。

■ハルナグループの福利厚生の一環として群馬、和歌山、新潟の7つの温泉地をピックアップし、その中で8か所の温泉施設と提携しました。社員の気分転換やストレス解消、家族や友人、大事な人との時間に利用することができます。

■各温泉施設は、社員がお得に利用できる優待付きです。また、提携した温泉施設のある7つの温泉地はハルナグループの事業所がある地域であり、地域活性化に貢献していきたいと考えております。より気軽に利用できるようにするため、今後も提携先を増やしていく予定です。



### CS アンケート

目的：ステークホルダーリレーションシップ改革の一環として、ハルナグループの評価を知り、ハルナグループへの要望を知り、お客様の課題や取り組みを知り解決する目的で実施しました。お客様からの忖度なく率直なご意見をいただく目的で、今回は第三者機関であるリサーチ会社様を活用し実施いたしました。

結果：321 件を発送し、回答は 102 件（回答率：30%）

一般的な BtoB の回答率（10% 程度）と比較して、多くのステークホルダーにご回答いただくことができました。セグメント別の分析を実施し、各部署で今後どのような対応をしていくのかのアクションプランを作成し、内容をもとに 2022 年度政策へ反映いたしました。

### 職場つみたて NISA の導入

目的：豊かなライフデザインの支援や資産形成を支援する制度の拡充のため、「職場つみたて NISA」を導入しました。

■ハルナグループでは、従業員持株会制度、確定拠出年金制度およびその掛金を個人で上乗せする給与財源 DC 制度、財形貯蓄制度などで社員の資産形成を支援してまいりました。2021 年度は新たに、給与天引きで毎月積み立て投資を行う「職場つみたて NISA」を導入しました。導入に先立ち、ライフプラン教育と投資教育を、証券会社の研修部門と連携して行いました。今後も継続して研修を実施いたします。社員が豊かなライフデザインを実現するために、これをきっかけとして“金融資産”について学び、資産形成を実践する場にしたいと考えております。