



Contents

Top Message

トップメッセージ	01
地球を、賢くも 慎ましい資本主義に明け渡すべきだ	

Profile

ハルナグループ概要	05
組織再編概要	
ハルナビパレッジ株式会社	
ハルナファクトリー株式会社	
ハルナマーケティング株式会社	
HARUNA株式会社	
ハルナロジスティクス株式会社	
ジョイバック株式会社	
2012年度を振り返って	13
ハルナビジョン2018	16
ハルナグループ沿革	23

Engagement

エンゲージメント	26
ビジネススクール	31

CSR

環境への取組みについて	33
環境への取組みについて	
社会貢献活動	

Stakeholder

第三者からのご意見	37
日本たばこ産業株式会社 飲料事業部製品企画部長 渡部 聡 様	
株式会社ミツバ 代表取締役会長 日野 昇 様	

青木 清志

ハルナグループ代表

地球を、賢くも慎ましい
資本主義に明け渡すべきだ

photo by Mana Kikuta



21世紀のいま、地球温暖化の影響は益々深刻な問題を地球の至る所につくりだしている。人類は内陸から拡張する砂漠と、陸に向かって膨張する海に挟み撃ちされ、人口が増加し続けているのに、地球上の居住可能地は縮小する一方だ。なかでも、海の膨張はこれから生態系すべてに更に複雑な懸念をつくりだす恐れがある。

ノルウェーの科学者が行った研究は、40年以内に北極海では夏季に氷が完全に消滅すると予測している。すでにグリーンランドを覆う氷床も溶け始めており、米国・テキサス州の3倍の

面積をもつグリーンランドの氷床の厚さは、場所によっては2キロメートルにも達する。科学誌「サイエンス」の研究論文では、もしこの氷床が全部融解したとすれば、世界中の沿岸都市と、アジアの重要な稲作地である河川氾濫原がことごとく水没していくことになるという警鐘を鳴らしている。

陸の山岳地帯においても、温暖化の影響を受けやすく欧州中南部に広がるアルプス山脈の氷河面積が2012年に1900平方キロメートルとなり、1960年代後半～1970年代前半の氷河面積はす

くなくとも3020平方キロメートルだったと推定されている。また、2013年5月に、50年間で40%近くの氷河が減少していると、スイスの複数の専門家が発表し、2000年以降も年間40平方キロメートルが失われ続けているとの研究結果もある。国連の気候変動に関する政府間パネルで対策を取らなければ、アルプスの氷河が消滅する恐れもあると警告している。

地球の生態変化が 世界経済に多大な影響を与える

これまでの、森林の減少、耕地の荒廃、漁場の崩壊など、環境の破壊と攪乱が経済に与える影響は局地的なものであったが、ダメージが蓄積し続ければ、やがては世界経済の先行きに影響をおよぼすのはまちがいない。

グローバル化の進展する21世紀の世界経済においては、局地的な崩壊も常に各国の経済活動に波及していき、地域経済の混乱を生み出してきた環境的因果関係は、益々地球の姿を変貌させており、深刻さは深まるばかりである。

日本政府は、早くも「20年の温暖化ガス排出量を1990年比25%削減する目標」を撤回している。さらに13～20年の第二約束期間は参加していない。2013年5月3日にボンで閉幕した「国連気候変動会議」では、20年以降の国際枠組みが、「義務」から「自主目標案」に落とさ

れた。この案の真意は、新興国を枠組みに参加させる狙いと思われるが、自主目標ともなれば削減水準の期待はできない。

しかし、中国が世界最大の温暖化ガス排出国で、新興・途上国の排出量が世界の過半数を占めている現実を考えると一歩踏み出させる知恵ともとれるが、残念ながら、この度の米国案は、先進国が常に繰り返してきた「責任回避案」の一つでしかなく、本質を捉えた解決への道に通じるものではない。

それは過去の歴史を思い出すまでもなく、欧・米が主導してきた近代化への歩み方が雄弁に物語っている。数億年前に堆積した化石燃料を、18世紀後半から産業革命以降わずか200年で、かくも大量消費をし、経済成長を無秩序に増幅してきた近代化への膨張の歴史こそが、ここまで劣化させた今日の地球の姿である。まさしく、欧・米が世界を支配していた19～20世紀半ばまでの産業経済の発展には、石油資源が果たしてきた役割は計り知れないものがあつたはずだ。

今日、欧・米を中心に日本を含む先進諸国は、潔く近代化に於ける歴史的責任を負う気概を持ち、「国連気候変動会議」など主要な環境会議で当事者責任を積極的に果たす行動をとるべき時である。決して遅くはない。

1970年代が鍵を握る

論点を更に明確にさせると、二つの近代の覇権史は何を現代に突き付けているのか、そして未来は誰の為にあるのか、この命題に行きつく。19世紀に始まる、英国・金融帝王ロスチャイルドの「パクス・ブリタニカ」は、20世紀初頭の第一次世界大戦を境に歴史の裏側に活動の場が移り、「覇権の歴史」は、米国・石油帝王ロックフェラーの「パクス・アメリカナ」の時代となっていく。かくして、世界の金融市場からはポンドが消え、ドルが基軸通貨となる。

金融、金、石油——この三つの繋がりが近代という歴史の鍵となり、欧州が400年かけて、米国が250年かけて、日本が130年かけて、近代化を成し遂げている。

近代史とは、アングロ・アメリカン体制下の金融覇権史でもあった。別の角度から見ると、二つの国際金融家グループの無秩序な資源獲得による「膨張の歴史」は、未来の利益をその時代に先取りした覇権者の貌でもあった。やがて第四次中東戦争が勃発し、1973年、石油輸出機構は米国への原油輸出を中断する行動にでた。こんな出来事は世界史上初めてのことで、欧米と産油国の対立を鮮明にする一方で、ドルの信認が厳しく問われていった。

米国は、冷戦下で対ベトナム戦争の泥沼から抜け出せず、膨大な戦費を浪費することで、ド

ルへの信認が損なわれていった。1970年代のドルは、インフレ経済に遭遇し、通貨としては極めて悪い市場環境下であり、1941年のブレトン・ウッズ協調体制以来の「金＝ドル」本位制が維持不可能となる。1971年、ニクソン米大統領が中断を発表。爾来、ドルは単なる紙幣にすぎない。

さて、1970年代を歴史の背景から追いかけると、71年米国は金ドル兌換制度の廃止、73年第四次中東戦争で米国がイスラエルに加担、73年第一次石油危機の勃発、75年米国がベトナム戦争で敗北、79年第二次石油危機の勃発。この五つの出来事は、大きな歴史の転換をつくりだすのに十分過ぎた。金融市場でのドル通貨への信認は失墜し、回復基調を取り戻せない時代がつづく。16世紀に誕生した、「近代資本主義」の成長プロセスもここまでで、実質的な終焉の歴史を刻むことになる。資源の高騰を視野にして、米国はドル貨幣への信認を再び復活させるべく金融市場を再構築する戦略を立てる。フリードマンが唱える新自由主義思想を抛り所とする、グローバル金融至上主義政策に転換を図る。

米国は、東西冷戦終焉により新たに動き出す世界の潮流を背景に、アングロ・アメリカン金融主導の外交地政学を巧みに駆使する政治力によって、自由度を高めた金融市場の再編を目指す。これは、紛れもなく手段を変えた「膨張の時代」の再現・延長を図る戦略であった。一

度、終焉した「近代」の引き延ばしでしかない。この制裁が、世紀末のITバブルになり、2001年のNY同時多発テロ事件、2008年の金融破綻の姿で現れることになる。

"いのち"を体感できる 「ホモ・スピリトウス」になる

近代以後の世界を支配してきた「国際金融資本家」の存在は、そもそも人類にとって何に貢献してきたのか。己の欲望を限りなく追いかけるオオカミの群れとさして違わない存在ではないだろうか。

人間の生き方には、欲望に振り回される人間「ホモ・ガストリスク」のレベルから、物事の善悪を心で理解できる知的人間「ホモ・サピエンス」、そして他者との絆や他生物との共生を「いのち」で体感できる悟性人間「ホモ・スピリトウス」の段階まである。せめて、「ホモ・サピエンス」の存在でありたい。

日本の近代が始まって今日までの人口の推移は、およそ4倍の姿になっているが、これからの半世紀で、8000万人レベルになると予測されている。50年という時間を考えると、さまざまな可能性が秘められた経過を辿れば、その時代には、「再生日本」が実現しているのではないと思う。人口の低下が反転していき、日本文化の粋が浸透した新しい文明が拓かれている

時代に、きつとなるだろうと想像している。その可能性を確実なものにするために、日本は、二度目の鎖国をしてみる必要がある。

1945年に敗戦を経験した国が60年を超えて、歴史家は「日本と日本人」をどのように位置づけているか。成長への判断基準を、経済活動の指標である、GDPの数値で評価するだけでは真実はでない。真の豊かさを実感しておられる日本人がどれだけ存在しているのか。常に疑問を感じている。

人としての「アイデンティティ」を疎かにし、鮮明にせず、あるいは無視してきた風習があると思う。鎖国とは、国を閉ざす意味ではない。成熟ともいえる経済規模の実態に穴を開け、日本を日本国という地域に閉じ込めて眼を当ててみる。半世紀を超えた時間で、どんな国を創ってきたのか。その事実を知らなくては未来への道筋が立てづらいものになる。

21世紀、日本はアジアとの共同体意識を大切にすべきだと思う。そのためには、個を磨き、自ら共同体意識を貴び、自然を愛する寛容が大切である。日本と欧・米とは、明らかな自然観の相違がある。「自然の征服」という捉え方は頷けない。地球の温暖化に対する基本姿勢が、そこに根差している気もする。

日本から旧来の経済学と生態学が結合した、「ホモ・スピリトウス」に相応しい「新しい経済学概念」が生まれる日を期待して。



Profile

2013年4月ハルナグループ組織再編

Reorganization



飲料業界で唯一無二の独創性ある飲料プロデューサーとして、グループおよびパートナー企業との利益ある成長と、顧客を中核としたステークホルダーの皆さまから、大いなる期待と満足を得られる企業グループになります。

3つのビジョン

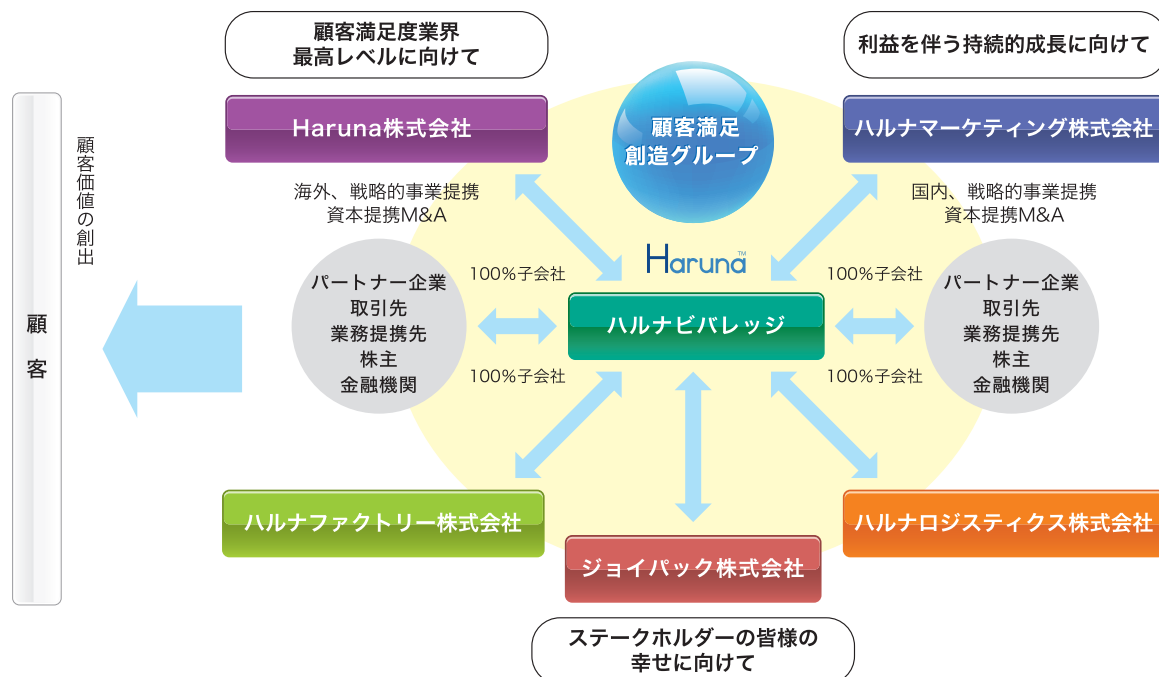
- 顧客満足度業界 最高レベルに向けて
- 利益を伴う持続的成長に向けて
- ステークホルダーの皆様の幸せに向けて

2013年4月ハルナグループ組織再編

現在までハルナグループは、飲料業界で唯一無二の独創性ある飲料プロデューサーを目指し、グループおよびパートナー企業様との利益ある成長と、お客様を中核としたステークホルダーの皆様から、大いなる期待と満足を得られる企業集団になるべく、日々取り組みを行っておりますが、今後、当社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お客様へ高品質な飲料製品の研究企画開発、マーケティング、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続けるため、持株会社体制へ移行することといたしました。これにより、グループ経営戦略の策定機能と業務執行機能を分離することで経営責任体制の明確化、経営の透明性を確保し、強固なグループガバナンス体制を構築してまいります。

ハルナグループは企業価値の向上と持続的成長を追求してまいります。



Profile

ハルナグループ各社機能

Company Function



	戦略	営業	商品開発	製造	品質保証	保管物流	経理
	内部統制	貿易	研究開発	環境・品質	原料資材購買	財務	人事・情報
ハルナビバレッジ株式会社 Haruna beverage Inc.	● ●					●	● ●
ハルナファクトリー株式会社 Haruna factory inc.				● ●			●
ハルナマーケティング株式会社 Haruna marketing Inc.		●	●		●		●
Haruna株式会社 Haruna Inc.		● ●	●		●		●
ハルナロジスティクス株式会社 Haruna logistic Inc.						●	●
ジョイパック株式会社 Joypack Inc.				● ●	●		

Profile

ハルナビバレッジ株式会社

Haruna beverage Inc.

持株会社：グループ戦略・人事・財務・経理・情報

ハルナグループは飲料業界で唯一無二の独創性ある飲料プロデューサーとして
グループおよびパートナー企業との利益ある成長と顧客を中核とした
ステークホルダーの皆様から大いになる期待と満足を得られる企業グループになります。



代表取締役社長

青木麻生

ハルナグループは市場と顧客の変化に迅速に対応し、現在のお客様と新たなお客様に高品質な飲料商品の開発、製造、物流を通じてお客様と消費者が感動し満足する価値の創出を継続し続けることをミッションとしております。そのために社員一人ひとりが顧客志向・顧客満足とは何かを考え続け、それを実現する人財育成を最重要テーマとして企業活動を行っております。

- ・顧客満足なくして会社の繁栄はない。
- ・会社の繁栄なくして社員の幸せはない。
- ・社員の幸せなくして顧客の満足はない。

これら3つをすべて追求していくのがハルナグループの基本的理念です。

ハルナグループは2013年4月より、ハルナビバレッジ株式会社を純粋持株会社とするホールディング体制となりました。これによりグループ事業会社の自律と持続的成長ならびにグループ全体のシナジー創出を目指した体制にしております。

また、新たにジョイパック株式会社がグループに加わり、西日本への飲料供給体制を拡充し安全・安心なもののづくりを更に磨いて地域社会の皆様にご貢献をしております。

今後ともご支援・ご指導のほど宜しく申し上げます。

■ 所 在 地	東京都中央区日本橋3-8-4 日本橋さくら通りビル2F TEL：03-3275-0191 FAX：03-3275-0192 群馬本社：〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-3 高崎支社：〒370-0841 群馬県高崎市栄町4番11号 原地所第2ビル9F TEL：027-387-0101 FAX：027-387-0102	
■ 法 人 設 立	1996年2月23日	
■ 資 本 金	4億2,090万円（発行済株式数8,718株）	
■ 連結売上高	183億円（2013年3月末）	
■ 事 業 内 容	経営戦略・経営指導・人事管理・資金調達及び資金管理、運用 会計業務・情報ネットワークの構築、管理	
■ グループ社員総数	308名（2013年3月末）	
■ 役 員	取締役グループ代表&CEO・Founder 代表取締役社長 取締役 取締役 取締役（社外） 取締役（社外） 取締役（社外） 最高監査役 青木 清志 青木 麻生（経営執行責任者） 栗原 健一（財務・人事・情報担当） 中澤 幹彦（生産・環境・品質・R&D担当） 有田 喜一（群栄化学工業（株）代表取締役社長） 須齋 嵩（宇都宮大学客員教授、群馬大学元教授） 岡 俊明（サッポロビール飲料（株）元代表取締役社長、長岡大学教授、群馬大学客員教授、大妻学院理事） 小出 信介（小出公認会計士税理士事務所代表）	



本社工場

本社工場

Profile

ハルナファクトリー株式会社

Haruna factory Inc.

生産・品質・環境

永遠の挑戦！ 限界突破し明るい未来を拓いていこう！



代表取締役社長

中澤幹彦

2013年4月より、ハルナファクトリー（株〔HF〕）と社名を変更し、ハルナグループの再編のスタートを切ることになりました。2013年も大きな変革の時代を迎えています。明るい未来を描き、皆様のお役に立ち、新しい価値を創造し、付加価値の高い企業経営を行うこともHFに問われている課題でもあります。

①エネルギー対策、効率の良い生産体制の構築他、様々な対策と実践を持って取り組んで参ります。②社員と共に努力を積み重ね、一人ひとりが成長し、仕事を楽しみ、新体制として最高の成果を達成いたします。③創造性の高い仕事を実施し、経営者に限らず、社員一人ひとりが「環境や状況をどう打破するか」考え、学び行動する集団として取り組みます。④新しいものを創り出すイノベーションこそHFの使命であり、どんな苦難、困難がこようと、社会的責任を果たし、問題を受け入れ、強い信念で乗り越えてまいります。

ハルナグループの発展繁栄と共に、ステークホルダーの皆様、すべての皆様に、仕事を通して幸せになっていただきたい。技術集団として常に前進し成長を重ね、仕事を喜びとし、明るい未来を信じ、無限界に成長を続ける！

『永遠の挑戦』をテーマに HF として限界突破を成し遂げ、社員一同、永遠のチャレンジャーとして『進化する企業』を目指し努力を重ねることをお約束いたします。

今後ともご支援、ご指導のほど宜しく願いいたします。

■ 所在地	本 社：〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-1 TEL：027-372-6911 FAX：027-372-6912 ハルナプラント：〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-3 TEL 027-372-5875 FAX 027-310-0717 タニガワプラント：〒379-1307 群馬県利根郡みなかみ町政所1011 TEL：0278-62-1111 FAX：0278-62-1144	
■ 法人設立	2009年4月1日	
■ 資本金	4億円	
■ 売上高	36億円（2013年3月末）	
■ 事業内容	生産・品質・環境	
■ 役員	代表取締役・Founder 青木 清志 代表取締役社長兼代表執行役員 中澤 幹彦 常務執行役員 古市 直也	



タニガワプラント

Profile

ハルナマーケティング株式会社

Haruna marketing Inc.

営業・商品開発・購買

顧客満足度 業界最高レベルになるために



取締役専務執行役

山崎 敦也

新生ハルナマーケティングは、各事業会社や全国提携協力工場と強い連携の下、従来の営業活動の延長線ではなく、本当に価値あるものを生み出すためにお客様と真摯に向き合い、顧客を先回りするような「市場のニーズを創り出す」視点に立ったマーケティング活動へと転換し、お客様やステークホルダーの皆様と新たな価値創造と価値共有を実現していきたいと考えております。

また、今期はハルナグループにジョイパックが参画したことにより、ハルナマーケティング大阪支社を新設いたしました。「ジョイパック」と「ハルナマーケティング大阪支社」は今後のハルナグループ成長に向け重要な役割の一翼を担うと考えておりますので、今後は大阪支社を中心に西日本エリアのマーケットを更に深耕・開拓し、ジョイパック社の受注数量の拡大や生産基盤の強化はもちろん、消費地に合わせた適地生産供給体制を強化し、グループシナジーの創出と最大化を目指し、一歩ずつ着実な成長を遂げたいと考えております。

■ 所在地	本社：〒103-0027 東京都中央区日本橋3-8-4 日本橋さくら通りビル2F TEL：03-3275-0191 FAX：03-3275-0192 大阪支社：〒532-0003 大阪市淀川区宮原2-14-14 新大阪グランドビル12階A TEL：06-6151-3020 FAX：06-6151-3021 商品開発：〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-3 TEL：027-384-4747 FAX：027-310-0070 購買：〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-1 TEL：027-372-6913 FAX：027-372-5877
-------	--

■ 法人設立 2013年4月1日

■ 資本金 3億5,000万円

■ 事業内容 営業・商品開発・購買

■ 役員 代表取締役社長 青木 麻生
取締役専務執行役員 山崎 敦也



大阪支社

Profile

Haruna株式会社

Haruna Inc.

営業・貿易・研究開発

HARUNAでは、飲料に関わるすべての「バリューチェーン」のノウハウと経験
そしてグループの利点を生かし、
国内外においても飲料食品事業を積極的にチャレンジしていきたいと考えます。



常務取締役兼代表執行役員

青木 日出生

HARUNAは、国内ではユニークで他にない美味しい飲料をお届けすることを中核とし、また、それぞれの国や地域の食文化やニーズを見据えた、新しい商品を提案しています。

100%天然素材のみ使用した海外産・国産スムージー飲料、自然な素材のみ使用した英国産エナジードリンク、健康に良いオリーブ等々を輸入しスーパーマーケット、輸入食材店、一部CVS、ホテル等々で好評を得ております。また、さまざまな茶系飲料とミネラルウォーターの製造販売も低価格高品質商品も拡大をしてきております。

近年、健康志向と安全性がより一層高まる中、科学的研究や品質管理技術を礎として健康・ライフサイエンス分野の事業として、ウェルネスサイエンス研究所を設立し、科学的な根拠による裏付けと徹底した品質管理に支えられた商品を創造し、安全で安心でき、ユニークなる商品を私たちがお届けできることで、人々が安心して健やかな生活を送れる事を願い、日々前進を続けていきます。ハルナグループの技術とユニークな飲料を世界に繋げていきたいと考えます。

■ 所在地	本社：〒103-0027 東京都中央区日本橋3-8-4 日本橋さくら通りビル2F TEL：03-3517-5745 FAX：03-3517-5759 ウエルネスサイエンス研究所：〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-3 TEL：027-372-1230 FAX：027-372-1255 海外事業所：HARUNA Asia(Thailand) Co.,Ltd. Room3004B 323 Silom Road,Bangrak,Bangkok10500 THAILAND
-------	---

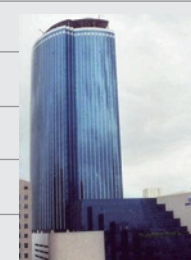
■ 法人設立 2002年7月29日

■ 資本金 2億円

■ 売上高 12億円（2013年3月末）

■ 事業内容 自社ブランド企画開発・営業・貿易・研究開発

■ 役員 代表取締役社長 青木 清志
常務取締役兼代表執行役員 青木 日出生



Haruna Asia Thailand

Profile

ハルナロジスティクス株式会社

Haruna logistic Inc.

物流・倉庫・SCM

未来へのACCESS

～つながりの全体最適と真の効率化の実現に向けて～



代表取締役社長兼
代表執行役員

栗原健一

ハルナグループも、今年度よりホールディング制となり、各社における経営の責任体制の明確化と経営の透明性の確保と共に、なお一層の効率的な事業運営が求められるようになりました。今までは、それぞれが生産性の向上やコストダウンといったテーマに取り組んできましたが、その活動は各社、各部門に限定された活動に留まってしまい、全体最適に結びつかないことが多く見受けられました。また、それぞれが目標を設定して管理を行っていても良い時でしたが、大量生産・大量消費から個別化という非連続的な流れに移行し、サービスの複雑化と高度化が更に進んだ現代では、自分たちの会社・部門だけの取り組みだけでは生き残りが難しくなってきました。各社の事業と業務のつながりを意識して全体最適の実現を図ってまいります。

ハルナロジスティクスでは、単にお客様の商品をお預かりし、正確にお届するだけの従来の物流業務からの脱却を図り、業務の川上から川下までをトータルに捉え、お客様からはじまり、営業、生産まで含めたトータルなコラボレーション（協働活動）戦略を実現すると共に、データ分析と迅速な情報発信を実現させ、ブルウィップ効果の抑制を図り、各々のキャッシュフローの最大化を実現させ、グループとしての永続的な発展を目指していきます。今後ともご支援・ご指導のほど宜しくお願い申し上げます。

■所在地 本社：〒370-3504 群馬県北群馬郡榛東村広馬場3044-1
TEL：0279-25-8385 FAX：0279-54-6115

タニガワ事務所：〒379-1307 群馬県利根郡みなかみ町政所1011
TEL：0278-62-1115 FAX：0278-62-1718

■法人設立 2005年10月1日

■資本金 1億円

■売上高 15億600万円（2013年3月末）

■事業内容 物流・倉庫・SCM

■役員 代表取締役・Founder 青木 清志
代表取締役社長兼代表執行役員 栗原 健一
取締役兼常務執行役員 三原 修一
執行役員 小川 啓治

Profile

ジョイパック株式会社

Joypack Inc.

生産・品質

ハルナグループ参画によるジョイパック（株）社員のモチベーション



代表取締役社長

坂上 勲

2013年4月1日をもちまして、ハルナグループ新体制の下、事業を開始致しましたことをご報告申し上げます。役員・従業員一同なお一層の努力をいたす所存でございます。何卒、今後もハルナグループ各社のご協力・ご支援とご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

ハルナグループとジョイパック株式会社は“お互いの経営資源を有効活用することによる、最大限のシナジー効果を発揮させ、事業規模の拡大と経済性による収益の改善を図り、お客様・社員・株主様及び全てのステークホルダーの方々への満足と企業の持続的成長を目的”とします。目的達成に向け、新しい期の挑戦（2013年4月～2014年3月）の一年になります。

日本経済は少しずつ上向いて来ていますが、飲料業界の経済環境は価格競争の激化が進んでおり、生産主体の経営は生産体制の強化が必要です。その為のローコストオペレーションの実施、高生産性、高稼働率、原料・資材の高歩留まり、高品質・技術力の実現に取り組めます。

◎経営方針（理念）

- ①「動機善なり、私心なかりしか」
- ②「全従業員の物心両面の幸福を追求する」

何があるうとも理念を最優先また大切にし、全社員一丸となって事業目標達成を目指します。今後ともご支援・ご指導のほど宜しくお願い申し上げます。

■所在地 本社：〒640-0441 和歌山県海南市七山711-1
TEL：073-486-0231 FAX：073-486-0210

大阪支社：〒352-0003 大阪府大阪市淀川区宮原2-14-14 新大阪グランドビル12階A
TEL：06-6151-3020 FAX：06-6151-3021

■法人設立 1991年4月12日

■資本金 1億円

■事業内容 生産・品質

■役員 代表取締役社長 坂上 勲
取締役執行役員 山本 宏
取締役執行役員 大嶋 勉
執行役員 坂上 寿



ハルナグループ1年のレビューと今後の経営について

2012年度における飲料業界の環境は大手小売企業間や大手飲料メーカー間の競争激化に伴うデフレの影響を受け単価の下落が進行した厳しい消費環境ながら、夏場以降の天候や残暑もあり前年比微増の着地となりました。

このような環境において当社は、2010年度に公表しました中期経営計画であるハルナビジョン2015の第一次三か年計画の最終年度にあたる12年度もハルナグループの経営ビジョンとして

- ① 顧客満足度業界 最高レベルに向けて
- ② 利益を伴う持続的成長に向けて
- ③ ステークホルダー皆様の幸せに向けて

の実現に向けて取組んでまいりました。

今年度は震災後の需要の反動もあったものの市場と顧客ニーズを捉えた商品開発・提案営業、新製品獲得ならびに効率的生産体制の向上・高いクオリティの維持改善活動をグループの総力を挙げて実行した結果、当社グループ販売数量は2958万ケース（前期比4%増）、グループ売上高183億円（前期比3.4%増）とも過去最高を記録しました。

今年度の特に強化した取り組みとして、

- （i）市場ニーズを捉えたプライベートブランド、新商品の継続的開発・生産・販売体制強化、ファブレス系ナショナルブランドの新商品継続的獲得
- （ii）ハルナオリジナルブランドの新商品企画



提案と小売りチェーンへの販売強化

（iii）エネルギーコスト増加を見据えた自社プラント生産効率向上

（iv）ロジスティクス業務改善と収益性向上

（v）持続的成長とシナジーを見据えた業務提携先との関係強化の5つであります

上記（i）につきましては、顧客に密着した提案営業により前期を2商品上回る、51の新商品を顧客と共同開発し全販売数量に占める共同開発商品の販売シェアは53%と初めて50%を上回りました。結果として前期を若干上回る自社プラント販売数量は2,177万ケース全国協力提携先販売数量は603万ケースのトータル2,778万ケースとなりました。

カテゴリー別ではウーロン茶系が減少し果汁系が増加いたしました。

上記（ii）につきましては、HARUNA株式会社において大手小売りチェーンプライベートブ



ランドミネラルウォーターの全国商品を受託が寄与し販売数量は195万ケース（前期比245%）、売上高 1,240百万円（前期比169%）と大幅に拡大いたしました。又、価格訴求ニーズに対応した小型茶系飲料の販売が前期比（133%）と伸ばすことができました。

上記（iii）につきましては、12年度8月よりハルナファクトリー本社工場にて燃料用重油より都市ガスへの転換に伴い年間1億円強のコストアップが発生しておりますがその対策として生産体制の合理化に取り組ましました。

また、プラントシステムイノベーション（現場の見える化システム）導入で工程改善、トラブル防止の成果として自社5プラントの平均ライン効率が過去最高の91.5%（前期90.3%）と向上しました。

上記（iv）につきましては子会社ハルナロジスティクスにて自社倉庫運用の最大化と新規顧客への製品配送業務の拡大と収益性の改善に取組み、売上高15億円（前期比114%）、営業利益32百万円（前期比112%）を達成しました。

上記（v）につきましては、これまで培ってきた協力提携先との信頼関係をより発展的な将来への成長とWIN/WINのシナジーに繋ぐM&Aとして関西地域での生産拠点と販売拠点の拡大を目的にジョイパック株式会社に90%の資本参加を2013年4月1日付で実施、13年度よりハルナグループとして活動を本格化いたします。

2013年4月1日よりハルナビバレッジ株式会社は純粋持株会社となりホールディング会社としてさらにハルナグループビジョンの実現に向けて邁進してまいります。

ステークホルダー皆様の幸せを追求

ハルナグループの経営ビジョンのひとつであります「ステークホルダー皆様の幸せの追求」は顧客をはじめ企業価値を創造していく社員のみならず長期的に投資をして頂いている株主の皆様やお取引先そして地域社会などステークホルダー皆様の満足と幸せを追求していく経営を目指すことであります。

これは財務的な価値とともに社会的な企業価値を向上させていくことでもあります。

しかし、そのためにはこれからの時代環境の変化や価値観の多様化に対応していける一人ひとり能力と組織能力を磨く努力をしていかねばなりません。

当社はまだ創業18年目に入ったところで中心となる役員、社員も30代から40代と若く様々な能力や個性を持ちながらも活力ある人財ですがそれを活かす環境、社風や企業文化を整えていきチームイノベーションを創出出来るようにしていきたいと考えております。

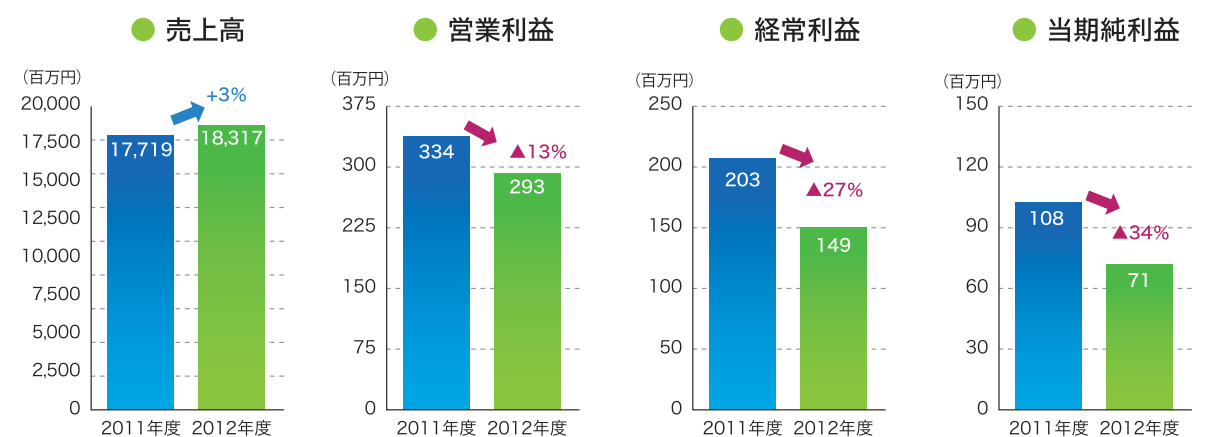
ハルナグループの目指すべきビジョンと方向性・戦略を共有し明確にしながらいかなる苦難や変化を乗り越え社会から信頼される企業になりたいと思います。

これからもステークホルダーの皆様のご支援とご指導を宜しくお願い申し上げます。

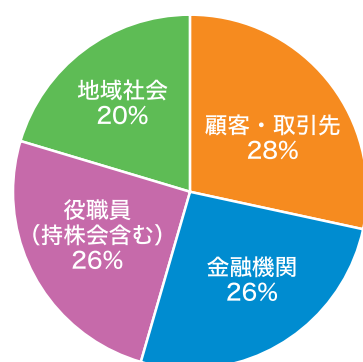
ハルナビバレッジ株式会社
代表取締役社長
青木麻生

IR報告

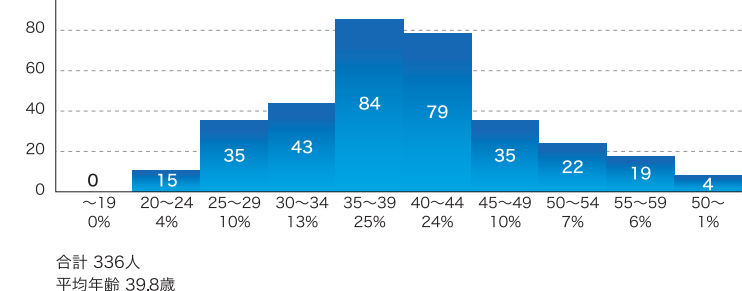
2013年3月期 ハルナグループ決算



● 株主構成比 (2013年5月現在)



● ハルナグループ年代別人員構成 (正社員・男女計) 2013.6.1現在

小出公認会計士税理士事務所代表
ハルナグループ最高監査役

小出 信介



2012年度、財務報告

ハルナビジョンは今年で3年目を迎えますが、今年の計画は達成しましたが、残念ながら増収・減益となりました。電力・重油をはじめとするエネルギーコストの上昇、および飲料市場の競争激化により、収益が圧迫されたのが大きな要因と思われます。今後、国内市場では高齢化が進み、またエネルギー環境も決して製造業にとってプラスに作用するものではないかと思われます。そのような環境において、打開のキーワードは常に「顧客」であり、「市場」であるように思います。顧客に新しい商品価値を提案していく、それには、顧客が気づいていないうちに、顧客が望むものを提案する企業努力がポイントではないでしょうか。今後のハルナビジョンの達成にあたっては、従来の業務をより高めていく努力と同時に、新しい市場、新しいニーズを開拓していく開拓者精神が必要になると思っています。現在の業務の遂行はもちろん大切ですが、同時に飲料市場の未来を創っていく気概をもって、新しい価値の提案、新しい市場の創造をしていってほしいと思います。

第2次中期経営計画 ハルナビジョン2018

HARUNA VISION

ハルナグループは創業より18年目を迎える2013年4月より組織再編を行い、ホールディングスのグループとなり、新たなるハルナビジョン2018を公表した。

■ 経営ミッション ～企業価値向上と持続的成長へ向けて～

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続けることをグループ企業の使命とする。

一人ひとりが顧客志向・顧客満足とは何かを考え続け、それを実現する人財の育成を最重要テーマとして企業活動を行う。

顧客満足なくして会社の繁栄はない。

会社の繁栄なくして社員の幸せはない。

社員の幸せなくして顧客の満足はない。

これらの3つがハルナグループの基本理念である。

1. グループ方針

2016年度中の株式上場計画を鑑みてグループ経営体制を強化する。

2013年4月よりハルナビレッジ株式会社を持株会社とするグループ事業会社の持続成長と自律、ならびにグループ全体最適なシナジーを最大化する新しい経営体制とする。

「各社別基本方針」

① ハルナマーケティングは自社プラントをはじめとした日本全国の提携・協力企業との強い連携の

下、唯一無二の独創性ある飲料プロデューサーとして、商品の企画・開発から、多品種少ロット効率生産、効率的なサプライチェーンの構築までグループすべての機能を統合し、競争優位な総合力であらゆる顧客ニーズを的確に捉え、新しい付加価値を創造することで顧客満足を最大化する企業活動を基本方針とする。

② 飲料の小売り現場は今後、EDLP (Everyday Low price) ならびに二極化の価格志向が一段と進むことが予測される環境下で、長期的に当社グループが飲料マーケットにおける存在価値を高める

Profile HARUNA VISION

ために顧客ニーズのメインストリームとなる価値あるNB商品とNB同等以上の品質で、低価格なPBのみならずNBに勝るとも劣らない健康・機能性あるPBの企画・開発・マーケティングを強化することを方針とする。

③ HARUNAは大手飲料メーカーと明確な差異性と戦略性のあるニッチな（狭くても強いニーズのある）海外開発飲料と自社国内開発飲料の「市場創造型・付加価値型ブランド」及び「価格訴求型ブランド」を企画・商品化し、流通小売・通販ネット業界に積極的にマーケティング展開し収益性をも追求する。

④ 東南アジア（タイ、シンガポール、香港、台湾、ベトナム）においてグループの経営資源である商品企画開発力・生産技術力・品質管理能力の総合力を活かし、ローカルな嗜好ニーズを汲み取った飲料を現地企業とのタイアップによりプロデュースする新しいビジネスモデルを展開する。

⑤ ハルナファクトリーは業界最高水準の高い生産効率、高い稼働率、高い品質レベル、高い生産技術力、高いコスト競争力をチームイノベーションの創出により実現し国内外の提携・協力工場のマザーファクトリーになる。そのためにはマネジメント層と第一線で活躍する現場リーダーの真剣な対話を通じて高い目標達成への計画・実行・分析・改善・再実行のPDCAを徹底し実行していくことである。

⑥ 持続的な成長とステークホルダーの幸せを実現するための財務方針としては成果に応じた役員・社員への報酬と株主への配当、有利子負債の削減、自己資本の充実を最重要取り組みとし経営成果の全体最適な配分を実行する。

⑦ CSR方針としてはステークホルダーとのリレーションの充実を図り、ハルナグループの事業活動



全体を通じて様々なステークホルダー（顧客、従業員、ビジネスパートナー、株主、地域社会）との共有する価値の創出を目指し、健全な取引活動や安全・安心の向上、環境保全、健康の促進や職場環境の向上に重点的に取り組む。

⑧ ハルナグループの将来を担う経営者・経営幹部層の人財育成を目的に経験・学識の深い講師陣を招き2015年までの期間、経営者養成コースを実施する。

Profile HARUNA VISION

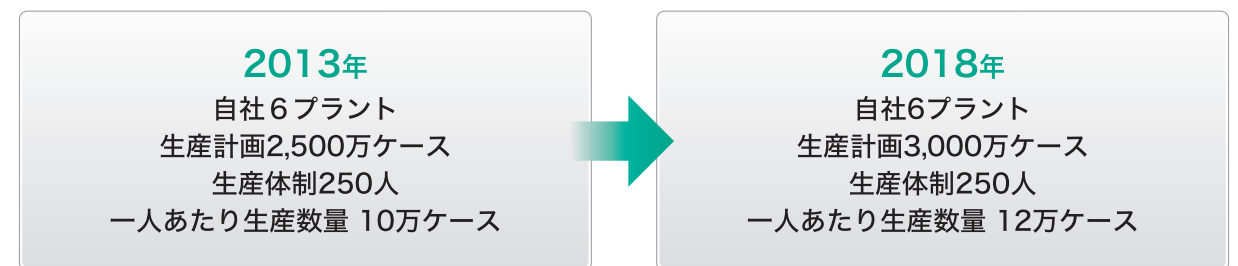


2. HARUNA社独自性の追求

- ハルナブランドの自社開発商品販売強化（茶系・フレーバー系・果汁系価値型新製品の企画販売強化）
- 中・高価格帯付加価値紙容器・チルド製品の自社ブランド企画化・販売提案強化
- 高品質・低コスト原料・茶葉国内・輸入調達ソースの確保とPB顧客提案強化

3. 自社プラントものづくり競争力強化

戦略的目標値自社6プラント3000万ケース生産数量に向けたローコスト・ハイクオリティ生産体制の確立。



マザーファクトリーとしての群馬工場を外部環境の変化に負けない人と技術が集結した一体的管理システム導入。

生産現場におけるイノベーションに求められる成果は、労働生産性（社員一人あたりの生産数量）を継続的に向上させ製造損益分岐を80%以下に引き下げること。

ジョイパック社自社成型大型ボトル設備投資によるコスト競争力と生産数量拡大・多品種高効率生産体制の確立。

4. 海外戦略 東南アジアへの強化

創業から培ってきた、飲料の企画・開発・マーケティング・生産ノウハウ・物流サプライチェーンの統合提案力を活かし、飲料市場年率二桁成長を続けるタイをハブとした東南アジアの現地及び日系大手小売企業へプライベートブランド飲料の提案、商品化、現地生産管理、物流ネットワーク、

納品までのバリューチェーン全体の構築による新たなビジネスモデルを創出し海外での飲料事業の更なる成長を目指す。

海外事業戦略

日本から世界へ。グローバル事業の展開

アジアの飲料市場は経済成長とともに大きく拡大しており、これからも成長が期待できる有望な市場です。ハルナグループは現在、タイに販売と生産機能を配置し、さらには今後開発予定の日本発ならではの研究開発新商品等の投入により、成長するアジアでのプレゼンスの拡大を図っています。

高付加価値商品の企画・ハルナグループの技術と研究、商品レシピのノウハウを国内外パートナーと共に創り上げていきたいと考えます。

少子高齢化・人口減少等による食品全般の市場縮小が進む中、飲料を中心としたビジネス展開を考え、現在東南アジアの新興国を中心に経済成長が高い市場、もしくはニーズがある国にターゲットを絞り積極的な販売、または業務協力・提携等をする必要があると考えます。輸出入の観点・飲料製造のノウハウによる技術提携、将来現地製造も視野に入れ、ビジネスチャンスを創造し、新規ビジネスを日本国内に限らずチャレンジすること

が今後HARUNA（株）の成長するひとつの大きな目標であり、使命だと感じております。またそれらのビジネスをひとつひとつ経験し、確実に重ねる事によるさまざまな事業の成長と拡大が図れると信じております。これらのビジネスを少しずつ成功させ企業価値を高め、ステークホルダーの皆様に魅力と夢ある企業体として大きく成長したいと考えております。

HARUNA株式会社
常務取締役 青木日出生

ハルナグループシナジー戦略の最大化 (HARUNA商品)

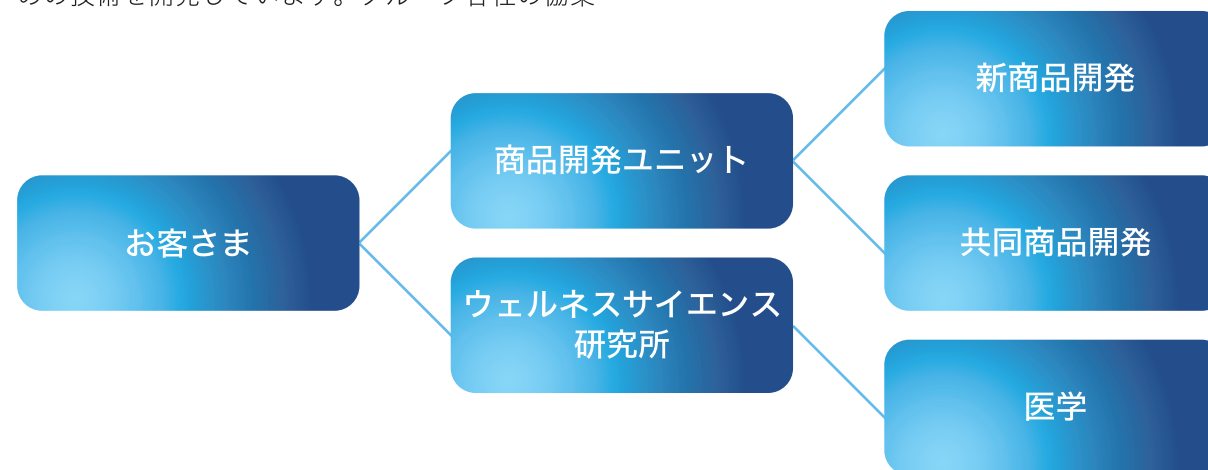


商品開発

グループ会社の研究開発においてシナジー効果を最大限発揮し、画期的な新商品の開発及び新規技術の創出に取り組んでいます。

ハルナグループでは、これまで開発してきた各カテゴリーをよりおいしく上質に進化させるための技術や、従来のカテゴリーに捉われないお客様へネフィットから発想した新しい商品を提供するための技術を開発しています。グループ各社の協業

により、独自性の高い商品開発と生産・品質技術で、国内のみならずアジア市場にも新しい商品を提供していきます。



お客様のご要望に応じた商品をお客様と協力して商品開発をさせていただきます。市場のニーズは日々変化しており、それに応じて商品開発もスピードと的確な開発力が求められます。ご希望の商品が一つでも多く商品化に繋がら

れるよう、これまでの蓄積されたノウハウと、日々の新しい情報を融合し、独創性のある商品開発業務を行なって参ります。

- 茶系飲料（緑茶、烏龍茶、混合茶、紅茶、麦茶）
- 果汁飲料（混濁及び0～100%果汁飲料、ネクター系飲料）
- 野菜飲料（0～100%野菜飲料、トマトジュース、果実野菜ミックスジュース）
- 乳性飲料（酸性乳性飲料＜脱脂粉乳、練乳、増粘剤等の原料＞）
- ニアウォーター（天然水で商品化も可能）
- 機能水・スポーツドリンク（各種ビタミン、ミネラル、アミノ酸等付加飲料）
- 天然水（ナチュラルミネラルウォーター）
- その他（炭酸飲料、豆乳飲料等）

Profile

ウェルネスサイエンス研究所

Wellness Science Research Institute

研究・開発

ハルナグループは、これまで培ってきた飲料生産のノウハウを生かし、未来志向の飲料づくりに取り組もうとしています。研究所では、日々の製品づくりに携わりながら、人々の健康で豊かな生活を実現する新たな価値を生み出すための研究を行っています。

■おいしさの追求のため

営業部門と連携して直接お客様の意見を聞きながら、今、必要とされている味とは何なのかについて追求しています。原料選びや配合など様々な角度からこだわった、お客様に満足していただける製品づくりを行っています。

■安全・安心な商品づくりのため

食に関わるメーカーとして、安全・安心な製品づくりは不可欠です。我々は、病原菌や腐敗菌、その他の菌の生育を制御する方法に関して研究を行い、より安全な製品づくりを目指しています。また同時に、乳化剤などの食品添加剤に代わる天然原料を探索し、お客様の要望に応えられる製品づくりを行っています。

■人々の健やかな生活のため

世界には多種多様な健康茶があり、人々は病気の治癒や健康増強にこれらを生活の中で利用してきた歴史があります。我々は、これらの健康茶を集めライブラリー化を行っています。植物の力を利用して、人が健康であるとする力をより引き出すことのできる製品づくりを目指します。

■環境にやさしい工場を目指して

人々の健康で豊かな生活には、良い環境が密接に関わってきます。我々は、社会環境部と連携し、工場で排出される茶殻の再資源化に取り組んでいます。

主任研究員 井上あやの

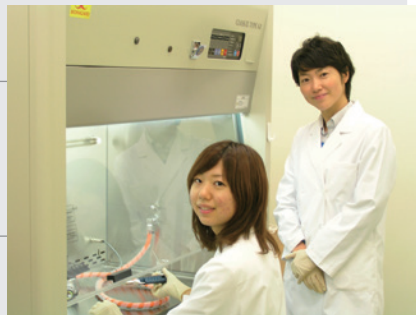
■所在地 本社：〒370-353 群馬県高崎市足門町39-3
TEL：027-372-1230 FAX：027-372-1255

■法人設立 2007年4月1日

■事業内容 機能性素材・原料の研究開発 機能性分析と解析
機能性原料と製品の臨床検査 機能性原料の製品化設計・試作

■理事 理事長 青木 清志
監査役 中澤 幹彦
理事 青木 日出生
理事 古市 直也
理事 邑上 豊隆

■研究員 主任研究員 井上 あやの
研究員 海老原 美帆



対 談

人々がいつまでも健やかで明るい日々をすごせるように ～これからの研究開発について～

ウェルネスサイエンス研究所は、将来活用できる技術や情報を追求し、更に皆様に喜んでいただける商品の研究開発に努めてまいりました。今回は、その現場で働く研究所主任研究員の井上あやのと、研究所理事でハルナマーケティング（株）商品開発ユニットユニットオフィサーの邑上豊隆が、現在の研究開発の状況や未来を見据えた研究所のあり方などを語り合いました。

研究所理事 博士（農 学）邑上 豊隆
主任研究員 博士（生命科学）井上あやの



邑上 研究所ではどのような研究を行っているのですか。

井上 今はおもに様々な健康茶の体に対する作用を見ています。その中でも健康茶の腸内環境に関する機能解明を進めています。

邑上 どういう研究をし、どういう結果が得られていますか。

井上 昨年度は、約 100 種類の世界の健康茶を集め、日和見感染菌に関する抗菌活性を調べました。また虫歯菌や大腸菌 O-157 等の病原菌や乳酸菌に対する健康茶の抗菌活性も調べています。

邑上 抗菌活性はどういう商品化につなげられるでしょうか。

井上 人が健康であるためには、栄養を十分に吸収し、それを有効に利用する力と、異物に対して抵抗する力が必要であると考えています。この異物の中で食品を取り込んだ時に最初に会えるのが、口や腸管にいる菌です。これらを制御し、腸内環境を良くする商品というのが目指すところであると考えています。

邑上 いわゆる健腸ですね。他に注目の原料はありますか。

井上 昨年度の研究結果から 2 種類の植物原料に注目しています。一般的に緑茶などは抗菌活性を持っており有名ですが、緑茶とは作用する菌に違いが見られます。こういった性質の違いは、作用点の違いにもつながっていると考えられますので、興味をもって調べているところです。

邑上 抗菌活性を持つ物質としては、例えば緑茶に含まれるカテキンが有名ですが、これらの植物原料でも強い活性があるのですか。

井上 まだ成分の同定まではできていませんが、例えば、同量の茶葉原料を使って同じ方法で抽出した場合には、緑茶と比較して 2 倍から 10 倍近くの活性が見られたものもありました。

邑上 これまでの結果を踏まえ、これからは何をしようとしているのですか。

井上 これまでの研究結果は、細菌そのものに対する健康茶の直接的作用を試験管内で調べてきました。この結果をもとに、実際にマウスにこれらの健康茶を投与し、腸内環

境の変化とそれに伴う健康機能に関して、検討を行いたいと考えています。また、マウスとヒトでは食生活が違うので、腸内細菌のバリエーションも違ってきます。この部分は、マウスだけでなく、人に対する作用も臨床試験を行い、調べてゆく必要があると考えています。



邑上 10 年後の研究所は、どういう形が理想ですか。

井上 飲料メーカーとしては商品に直接的に結び付く開発研究も重要ですが、独自の技術やノウハウなどを生み出すための技術開発も必要になります。そうすると、ある程度自由度をもった独立した形の研究所として、企業や大学と積極的に関わることのできる環境が望ましいと考えています。そこで現在、大学やその他それぞれの専門分野の先生方と積極的にコンタクトを取りつつ、産学連携の形を構築しているところです。

邑上 現在はグループの中でも、会社の一部として研究所があり、会社の方針などに研究所も対応した形ですが、発想を生む部署として、会社の枠を超えて存在したいということでしょうか。

井上 研究所としてハルナグループに貢献できているというのは、一つの使命であると考えています。それとは別に、ある分野では一番という研究所にしたいです。今、腸内細菌に対する健康茶の作用の研究を始めようとしています。遺伝子解析などの技術の進歩によって、これからますます新しい機能的な腸内細菌が発見されると思います。例えば長生き、肥満、病気に関わってくるものなどです。

邑上 それは腸内細菌がリンクしているということですか。

井上 はい。近年の研究により、腸内細菌数はヒトの細胞よりもはるかに多く、また遺伝子数も多いということが分かってきました。腸内細菌叢もヒトの体の一部として考えると、ヒトは、大部分菌でできているともいえます。この中で、ヒトと腸内細菌は共生関係にあって機能的にもリンクしているというのはごくごく自然であるのではないのでしょうか。その中で、今後の研究結果を有効に使ってゆく。また乳酸菌だけでなく他の菌に対する影響を調べてゆくことによって健康—健腸をキーワードとして人の健康を広めてゆけたら、と考えています。

Profile

ハルナグループ沿革

Haruna Group Corporate History

1996 ▶▶

2月 第1回第三者割当増資
5月 東京にマーケティング本部設置
7月 金融機関に対し月次決算の開示
8月 取締役会で株式公開することを決議
11月 第1回株式上場準備委員会開催
12月 平成8年2月23日に資本金30百万円でハルナビパレツジ株式会社を設立・第一工場稼動



1996年2月創業。当時社員たち

1997 ▶▶

2月 第3回第三者割当増資
3月 第1回新株引受権付社債発行
5月 第1回転換社債発行
6月 第二工場稼動
9月 ハルナビパレツジ研究所設立
12月 従業員持株会発足
第2回第三者割当増資

1998 ▶▶

5月 第2回転換社債発行
10月 新日本監査法人による調査及び指導開始
12月 第2回株式上場準備委員会開催

1999 ▶▶

2月 新日本監査法人による第四期決算調査及び指導
4月 第3回転換社債
5月 第4回第三者割当増資

2000 ▶▶

2月 新日本監査法人による第五期決算調査及び指導
5月 総合衛生管理製造過程（HACCP）取得に向けた合同委員会発足
第三工場稼動

2001 ▶▶ 2002 ▶▶

5月 第三工場がJAS工場として認定
8月 新日本監査法人による第六期決算調査及び指導
2月 四半期報告会を開催
3月 新日本監査法人による第七期決算調査及び指導
5月 第5回第三者割当増資及び役員社員に対しストックオプション付与
8月 リサイクルシステム協議会発足



HACCP取得に向け始動。2006年9月に承認を受ける

2003 ▶▶

3月 第二工場において、クリーンルームと充填設備増設
4月 人材教育投資、生産合理化投資、総合衛生管理（HACCP）対応投資
5月 「デカテス」産学官共同プロジェクト（高崎健康福祉大学・群馬県）
8月 四半期報告会開催（第1四半期〜第4四半期）
10月 中小企業経営革新新計画承認（中小企業経営革新支援法）
12月 新日本監査法人による第八期決算調査及び指導
HACCPの考えを充実させるため「総合衛生管理委員会」発足
提案型企業への変革を目指す商品開発部門を設置
企業競争力の強化を図るため市場開発部門を設置
環境会計導入
HACCP認証取得に向け取り組み



2002年より四半期報告会を開催

2004 ▶▶

3月 人事基本理念制定
5月 四半期報告会開催（第1四半期〜第4四半期）
8月 新日本監査法人による第九期決算調査及び指導
10月 第6回第三者割当増資
第29回国際食品飲料展FOODEX JAPAN2004

2005 ▶▶

3月 緑地公園「ハルナコミュニティガーデン」を整備
4月 四半期報告会開催（第1四半期〜第4四半期）
5月 ハルナロジスティクス株式会社 第3倉庫完成 七四〇坪
6月 新日本監査法人による第十期決算調査及び指導
8月 「製造者養成ビジネススクール」を開講（ハルナビパレツジ研究所附属）
10月 物流関連企業ハルナロジスティクス株式会社設立
第7回第三者割当増資

2006 ▶▶

1月 「地球市民ウィーク2006 環境活動展」出展（主催：高崎市）
2月 全工場（第一から第三工場）において、HACCP承認（厚生労働省発関厚第09120001号）
4月 四半期報告会開催（第1四半期〜第4四半期）
8月 ハルナビパレツジ株式会社、ハルナロジスティクス株式会社共に資本金5千万円に増資
10月 創業10周年記念会
ハルナロジスティクス株式会社 第4倉庫完成 八六〇坪・全社IT化に着手



2006年2月、創業10周年を迎えた

2007 ▶▶

2月 ハルナグループ全体会議開催
3月 合併会社ハルナヨーロッパ設立
4月 四半期報告会開催（第1四半期〜第4四半期）
6月 オーバイ株式会社事業譲受契約締結 タニガワビパレツジ株式会社準備開始
8月 ハルナビパレツジ株式会社EU輸出用緑茶「YOSHIGO」発表
10月 ハルナビパレツジ株式会社附属ウエルネスサイエンス研究所発足
12月 国際食品飲料展FOODEX JAPAN2007 出展
「食品衛生優良施設」として群馬県知事賞受賞



スムージー社社長と当社社員

ステークホルダーの皆様と当社グループ組織が一体となり、
双方の成長に貢献しあう関係

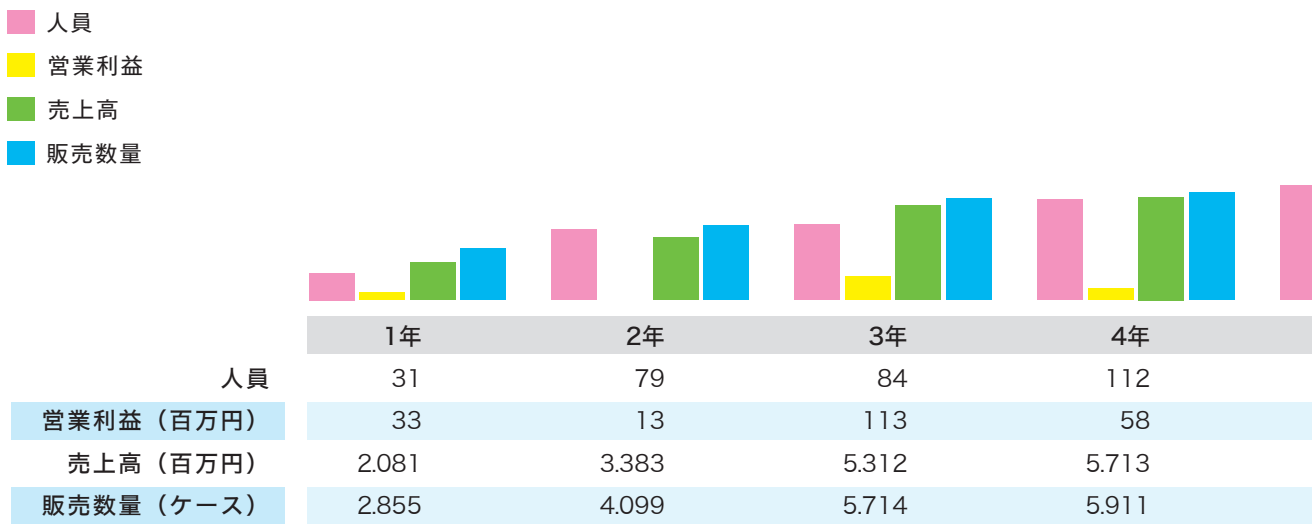
今回は、創業以来17年にわたり信頼される組織を目指し、当社がステークホルダーエンゲージメントに取り組んできた姿勢と社員がどう影響を受けてきたのか、17年間をご紹介します。

ハルナビバレッジ創業

創業以来、ハルナグループが最も重視してきた

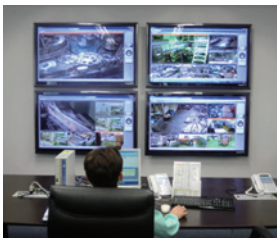
ことは、取引先顧客や消費者へ満足感を与え、信頼感を得て、安心と安全な商品を届けるために、社内仕組みの構築を図り徹してきた。また、地域社会に貢献し社員が楽しく、将来に夢を持つような企業創りを目指してきました。

【1996年～2012年（17年間）】



人員	31	79	84	112
営業利益（百万円）	33	13	113	58
売上高（百万円）	2,081	3,383	5,312	5,713
販売数量（ケース）	2,855	4,099	5,714	5,911

ハルナグループ組織再編 ハルナビバレッジ、ホールディング体制へ ジョイパック社に資本参加 ウエルネスサイエンス研究所に商品機能解析装置を設置 高崎誘致キャンペーンに参加 ハルナ工場のエネルギー転換（Ａ重油から都市ガスへ転換） 四半期報告会にてＥＢＩＴＤＡ指標を明記 労働環境の整備（社員弁当の見直し・健康診断チェック指導、面談の実施・資格取得支援）行う ハルナグループ歴史資料館建設 プラントイノベーションプロジェクト「見える化」で、コントロール室完成 ハルナロジスティクス株式会社 タニガワ地区にＧ倉庫完成	ハルナビバレッジファクトリー株式会社がタニガワバレッジ株式会社を吸収合併 ハルナエコロジー株式会社社名変更 ＨＡＲＵＮＡ株式会社へ ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社 資本金５千万円に増資 Ｙ・Ｓ・ロジスティクス株式会社 資本金３千万円に増資 ハルナグループ組織再編スタート Ｙ・Ｓ・ロジスティクス株式会社社名変更 ワイエスロジスティクス株式会社へ ハルナビバレッジ創業１５周年記念誌『はじめなければ はじまらない』発刊	ハルナグループ企業行動憲章・企業行動規範制定 「ハルナビジョン２０１５」公表 新商品開発プロジェクトチーム発足 新規事業戦略センター設置 ＣＳＲ報告書２００９発刊 ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社 資本金５千万円に増資 ハルナグループ組織再編スタート ハルナビバレッジファクトリー株式会社 資本金２億円に増資 ハルナロジスティクス株式会社 株式会社ハルナビバレッジへ吸収合併 第２回無担保私募債発行 ５億円 東和銀行全額引受 ハルナビバレッジ株式会社の経理・財務・人事部門・ハルナインテリジェンスネットワーク組織再編に伴いハルナ品質環境研究所をハルナビバレッジファクトリー株式会社へ商号変更 タニガワバレッジ株式会社天然ガス設備稼働	第１回無担保私募債発行 ５億円 東和銀行全額引受 ハルナロジスティクス株式会社 第５倉庫完成 ＣＳＲ報告書２００８発刊 株式会社ハルナ品質環境研究所 資本金５千万円に増資 群馬県初のプロ野球チーム群馬ダイヤモンドベガスをパートナーシップスポンサーとして応 株式会社ハルナビバレッジ研究所は株式会社ハルナ品質環境研究所へ商号変更 タニガワバレッジ株式会社資本金２億円に増資 第８回第三者割当増資及び役員、社員にストックオプション１５００株付与 タニガワバレッジ株式会社竣工式開催 タニガワバレッジ株式会社始動
---	--	---	---



「見える化」により、コントロール室が完成



■ 1996年8月

金融機関に対し月次決算の開示

現在、ディスクロージャーの必要性は、世間一般に広く理解されていますが、1996年当時は、ディスクロージャーという言葉さえ一般では使われなかった時代です。当社では、これからの時代は、経営内容を金融機関ヘディスクロージャーで競争する時代になると考え、自主的に金融機関ヘのディスクロージャーを実施しました。

■ 1996年11月

東京にマーケティング本部設置

企業活動のうち、顧客視点を重要と考え、お客様が真に求める商品やサービスを作り、その情報を迅速に届け、お客様がその商品を効果的に得られるようにする活動の拠点として、東京・日本橋に本部を設置しました。

■ 1997年3月

従業員持株会発足

創業1年目、創業者の考えで同族会社の対策も含め、社員の財産形成の支援や経営の参画意識でモチベーションアップを図るため、希望する社員全員のために従業員持株会を発足。その後2001年には役員、社員に対してストックオプションを付与しました。

■ 1998年10月

新日本監査法人による調査及び指導開始

今後の事業の拡大と顧客の信頼を満たすために、事業経営を把握することを重要と考え、会計監査を大手の新日本監査法人の指導を開始していただきました。

■ 2002年4月

四半期報告会を開催

1996年8月、金融機関に対し月次決算の開示以降、社外はもちろん社員への経営の透明化を考え、群馬県内企業では初めてともいえる四半期報告会を開催。

■ 2003年4月

環境会計導入

環境に関する社会的責任を果たしつつ、環境保全の活動を効果的・効率的に推進するためハル



山村 慎一

ハルナマーケティング株式会社
第一営業セクション
ゼネラルマネージャー

当時は、ハルナビパレッジとして、清涼飲料を製造する会社でしたが、現在の業務では製造や発送等の受託だけでなく、商品開発やデザインからお届けまで多岐に渡ります。単に既製品を製造し販売するのではなく、どのようなお客様に喜ばれているか、こういった場面で必要とされるかを想像しながら一つ一つの商品を生み出しています。また、社内においても関係部署との連携が重要で、いわゆる"プロデューサー"的な役割を担っていくことに当社の営業職としての面白さを感じています。

ナグループは10年前から環境会計を導入。社内でも環境保全の費用と効果を把握し、環境活動と経済活動を連係する環境経営手法として重要な役割となりました。

■ 2004年10月

人事基本理念制定

経営基本理念に基づき、自己責任をとるという“自立”を目指した人事基本方針を策定し、社員が共有すべき価値観や行動の指針を「人財理念」として制定。

■ 2005年4月

「製造者養成ビジネススクール」を開講

創業より企業価値を生み出す人材の育成にこだ



ハルナファクトリー株式会社
ハルナプラントチームリーダー

矢島 隆弘

総合衛生管理製造過程には食品の安全性を確保するためのHACCPシステムが組み込まれていますが、安全性以外にも、施設設備の保守管理と衛生管理・防虫防対策・製品回収時のプログラム等の一般的衛生管理を含めた総合的な衛生管理が必要です。お客様へ安全で安心の商品をお届けできるよう、全社あげて努力しています。

わり、体系的知識の習得と自己の専門分野以外への見識を高めることを目指してビジネススクールを開講。

■ 2005年6月

物流関連企業ハルナロジスティクス株式会社設立

複数の企業間で統合的な物流システムを構築し、経営の成果を高めるため親会社・子会社のような企業グループ内での関係に留まらず、対等な企業間で構築される物流システム、サプライチェーン・マネジメント会社を設立。

■ 2005年10月

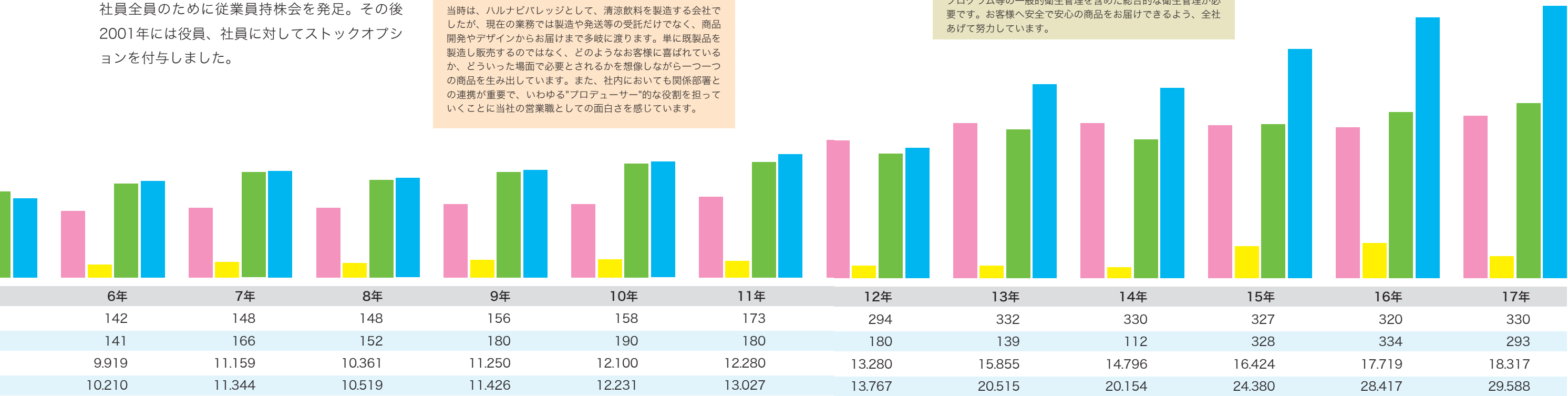
緑地公園「ハルナコミュニティガーデン」を整備

ハルナファクトリー本社工場のある高崎市足門町に四季折々に草木を楽しめる緑地公園を設置、緑を増やす活動のひとつとしても、地元のコミュニティエリアとしても活用しています。

■ 2006年9月

第1プラント～第3プラントHACCP承認

(厚生労働省発関厚第0912001号)



■ 2007年2月

「食品衛生優良施設」として群馬県知事賞受賞

2006年のHACCP承認に続き、安全で安心な美味しい飲料の製造にこだわり、長年に亘り「食品の安全・衛生管理」に努めた取り組みに対し群馬県より食品衛生優良施設として表彰を受けました。

■ 2007年4月

ウェルネスサイエンス研究所発足

おいしさとお客様の健康につながる付加価値の高い商品開発、常に安全・安心な商品をお届けするため高度な品質保証、持続可能な社会を目指す先進の環境提案を目標に、研究開発専門の研究所を発足。

■ 2007年12月

ハルナグループ全体会議開催

社員総会では、理念と共に進化し続けてきた歴を顧みながら、これからの未来を築いていく新しいアイデンティティを見出すきっかけを創ってきた。グループ一体となって、今一度目指すこれからのハルナビジョンを共有しています。

■ 2008年1月

タニガワビバレッジ株式会社設立

ハルナビバレッジ株式会社は2008年3月30日にオーパイ株式会社（本社：群馬県利根郡みなかみ町政所）事業譲渡契約を締結し、ハルナビバレッジ株式会社の100%子会社となる新会社タニガワビバレッジ株式会社（現在、ハルナファクトリー（株））として事業を開始。

■ 2008年11月

ハルナグループ組織再編を発表

「顧客満足の徹底」を主旨としたCRM組織となり、開発分野、品質管理、SCM、環境、海外輸入輸出販売に更なる強化を図る創造経営に変革を図り、お客様のニーズの対応をより適時に行う経営とするためにグループ各社を大規模に再編、各社がより相乗効果を発揮できるよう、2009年4月1日より新組織体制がスタートしました。

■ 2010年7月

ハルナグループ企業行動憲章・企業行動規範制定

誠意と創意をもって、健全な事業活動を推進し、社会の一員として責任を果たすことに努め、持続可能な社会の実現に貢献する企業として、企業行動の原則を定めました。

■ 2011年2月

創業15周年記念誌

『はじめなければ はじまらない』発刊

15年目を迎えたハルナビバレッジの今までの歩みを顧みながら企業の構想力、経営戦略、創業の理念の継承、創業者の未来への思想について、当社社外取締役であり大学教授の須齋嵩先生がご執筆の書籍を発刊。



ハルナファクトリー株式会社
品質管理セクション
大橋 愛

私は育児休業を取得することによって出産後、安心して育児に専念することが出来ました。育児休業終了後は子供が3歳になるまでの期間、時間短縮勤務を取らせてもらい、仕事も育児も常に余裕をもって取り組みました。出産して職場を離れることは不安でしたが、会社の充実した制度と職場の協力でスムーズに職場復帰することが出来たので大変感謝しています。是非多くの人に安心してこの制度を利用して欲しいと思います。

■ 2012年2月

プラントシステムイノベーション(PSI)
見える化にてコントロール室完成

当社の見える化は、生産現場で働く皆が自ら気づき、問題意識を高め、自ら改善する努力を促す仕組み。そのために現状を理解出来る情報を日ごろから見える状態にし、社員全員が協力、改善する職場風土をつくることから始まりました。

■ 2012年2月

ハルナグループ歴史資料館を創設

グループの将来の社業発展を期し、自社の歴史とその背景にかかわる諸資料を保存、展示し、企業理念をご理解いただけるように創業記念館を創設。

■ 2012年4月

労働環境の整備(社員弁当の見直・健康診断チェック指導、面談の実施・資格取得支援)行う

■ 2012年6月

四半期報告会にてEBITDA指標を明記

これからグローバルに活動する当社を見定め、多国籍企業の業績を評価や、他国の同業他社間で業績を比較する場合に有用な指標を使う事にいたしました。

■ 2012年8月

ハルナ工場のエネルギー転換
(A重油から都市ガスへ転換)

ハルナ工場のボイラー動燃料をA重油から都市ガスへ切り替え、温排水の潜熱利用効率も高め、効果はエネルギー使用効率6%を見込む。

先端性構想として経済産業省の「エネルギー合理化事業者支援事業」に採択。

■ 2012年10月

高崎誘致キャンペーンに参加

高崎市が主催する、東京・丸の内の「丸ビル」1階「マルキューブ」で「高崎ビジネス誘致キャンペーン」に参加。高崎市の立地の優位性や、高崎の都市ブランド強化、新しいビジネスの誘致・創造を図るキャンペーンを地元貢献として促進しました。



ハルナビバレッジ株式会社
経理・財務セクション シニアリーダー

悴田 祐紀

営業利益をしっかりと創出し、フリーキャッシュ・フローを積み上げ、ネットアッドを減らし、自己資本比率を高める事が今後の大きな課題となっております。そのために、事業活動で生み出す利益、マスカッシュの創出力を経年で評価する指標としてEBITDAを用いることとさせていただきます。

■ 2013年4月

ハルナグループ組織再編

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提供により、顧客と消費者が感動し満足する価値の創出を継続し続けるため、2013年4月1日より、ハルナビバレッジ株式会社を持株会社として、新しいグループ経営体制へ移行しました。

2005年に「製造者養成ハルナビジネススクール」としてスタートし今年で8年目を迎えます。
全社員が「企業価値を創造する人材」を目指し推進してきました。

そして2012年からは「経営者養成・管理者養成プログラム」を新たに開講し、
座学のみではなく、現場と現実そして未来を見据え、より実践的な方法でビジネス能力を
論理的かつ創造的にトレーニングするビジネススクールに生まれ変わりました。

経営者養成・管理者養成プログラムの2013年度テーマ

知識と人間性

■ 経営者

1. モノづくり真髄
2. お客様（Customer Relationship Management）
3. Unitの経営戦略
4. 企業法務&会計

■ ビジネススクール理事構成

理事長	青木清志 （ハルナグループ代表）
副理事長	菅谷重信 （ハルナビバレッジ㈱元取締役）
理事 校長	須齋嵩 （群馬大学元教授、宇都宮大学客員教授）
理事 客員教授	小出信介 （小出公認会計士税理士事務所代表）
専務理事	中澤幹彦 （ハルナファクトリー㈱代表取締役）
理事	青木麻生 （ハルナビバレッジ㈱代表取締役）
理事	栗原健一 （ハルナロジスティクス㈱代表取締役）



講師・客員教授（開講順・役職は講義時のもの）

群馬大学名誉教授 国士館大学教授	田村 泰彦 先生	群馬大学教授 大妻女子大学教授	寺石 雅英 先生
三菱商事株産業機械本部元本部長	佐野昭八郎 先生	㈱NHKコンピュータサービス元代表取締役社長	三浦 眞吾 先生
東京理科大学大学院 教授	松島 茂 先生	㈱ネットパートナーズ本部長	丹治 保積 先生
高崎健康福祉大学 教授	江口 文陽 先生	小出公認会計士税理士事務所代表	小出 信介 先生
サッポロビール飲料（株）元代表取締役社長 群馬大学客員教授	岡 俊明 先生	野村証券㈱元代表取締役専務	津田 晃 先生
群馬大学 客員教授 宇都宮大学 客員教授	須齋 嵩 先生	群馬大学教授	杉山 学 先生
中京大学 教授	岸田 考弥 先生	群馬工業高等専門学校教授	下田祐紀夫 先生
毎日新聞 東京本社 編集委員	岸井 雄作 先生	ジャーナリスト	野口 恒 先生
群馬県産業支援機構専務理事	長谷川奉彦 先生	群馬大学前学長 上武大学学長	鈴木 守 先生
人材形成研究所所長	水上 久忠 先生	横浜国立大学客員教授 青山学院大学客員教授	梅野 匡俊 先生
カゴメ㈱研究開発部部長	横田 哲也 先生	前橋工科大学教授	池永 裕 先生
群馬銀行元支店長	小林 欣司 先生	鹿島エレクトロ産業（株）代表取締役社長	鹿島 保宏 先生
丸紅マシナリー元代表取締役社長	森田 茂 先生	（株）和田マネイジメント代表取締役社長	和田 一廣 先生
経済ジャーナリスト	財部 誠一 先生	ハルナグループ代表 CEO	青木 清志
カゴメ㈱ユニットディレクター	杉山喜久雄 先生	ハルナビバレッジ（株）代表取締役社長	青木 麻生
ヨークマート㈱元代表取締役社長	杉 伸一郎 先生	ハルナファクトリー（株）代表取締役社長	中澤 幹彦
元群馬県議会議員	後藤 新 先生	ハルナロジスティクス（株）代表取締役社長	栗原 健一

■ 近年からご就任の講師客員教授

- 群馬大学前学長 / 上武大学学長

鈴木 守 先生



- 横浜国立大学 客員教授 / 青山学院大学 客員教授

梅野 匡俊 先生



- 前橋工科大学教授

池永 裕 先生



- 鹿島エレクトロ産業株式会社代表取締役社長

鹿島 保宏 先生



- 株式会社和田マネイジメント代表取締役社長

和田 一廣 先生

■ 受講者の声



近藤雄次郎
HARUNA株式会
社 営業Unit

私自身、大学・大学院において水産分野に関する研究のみをしてきました。そのため、今回のような商品の流通や競争戦略に関する分野は、非常に新鮮なものであったと思います。今回の講義において疑問にも思わなかった事柄に気づき、周囲の何気ない変化や流れに「懐疑的になる」ということの重要性を実感しました。さらに学生という期間を多く経験した私にとって、「顧客」とは何かという事柄は非常に新しいものであり、これから営業活動をしていく上での重要なキーワードとなってくるように感じました。自らが相手にする人間をよく理解し、その相手に対してどのような計画、行動、分析をしていくかを深く考えなくてはならないと実感したと同時に、相手に対する固定概念を取り去らなくてはならないと思いました。

今回の講義は私にとって初めてのビジネススクールでしたが、これからハルナグループで活動していく上での糧となると同時に、非常に有意義なものであったと思います。

（2012年6月28日「ケースで学ぶ競争戦略」講師：梅野匡俊先生 受講感想文より）

環境への取組みについて

環境への取組みについて

現在の主な地球環境問題として、下記の項目が採り上げられます。

- ・地球温暖化
- ・オゾン層の破壊
- ・酸性雨
- ・海洋汚染
- ・有害廃棄物の越境移動
- ・熱帯林の減少
- ・野生動物の減少
- ・砂漠化
- ・発展途上国での公害



これらの項目は一定地域だけで発生し、その地域だけで問題になるということではなく、国境を越えて様々な地域で問題となり、環境へ影響を与えています。これらの地球環境問題に対しては、国際的な枠組みでの対策とサステナビリティの考えが必要不可欠であると考えます。これらを念頭にハルナグループが取組むことが出来る地球環境問

題対策として、より環境負荷の少ないエネルギーへの転換や再生可能エネルギー（太陽光発電やバイオマスエネルギー等）の導入、省エネルギー設備の導入、廃棄物排出量の削減や再生利用等を推進していくと共に、社会貢献活動を含めた環境経営によるハルナグループの企業価値の継続的向上を引き続き行ってまいります。

事業活動によるCO2排出量の削減に向けて

地球温暖化の要因の一つであるCO₂の排出量削減対策として、ボイラー燃料で使用していたA重油から、よりCO₂排出量の少ない都市ガスへの切換えをハルナプラントで2012年8月に実施しました。併せてA重油焚き用ボイラーからガス炊き用ボイラーへの入替えと今まで分散していたボイラー設備の集約化も実施しました。また、A重油を燃料とした発電機からの電力供給も同時に終了しています。

このような活動推進として、これまで省エネ委員会において社員一人ひとりのアイディアに対し活発な議論によって実現していましたが、2011年度よりエネルギー政策は更なる重要課題と位置づけ、「エネルギー戦略会議」として再生エネルギー等将来に向けたエネルギー政策について検討・協議も進めています。

ガス炊きボイラー設置状況



ガバナー設置状況



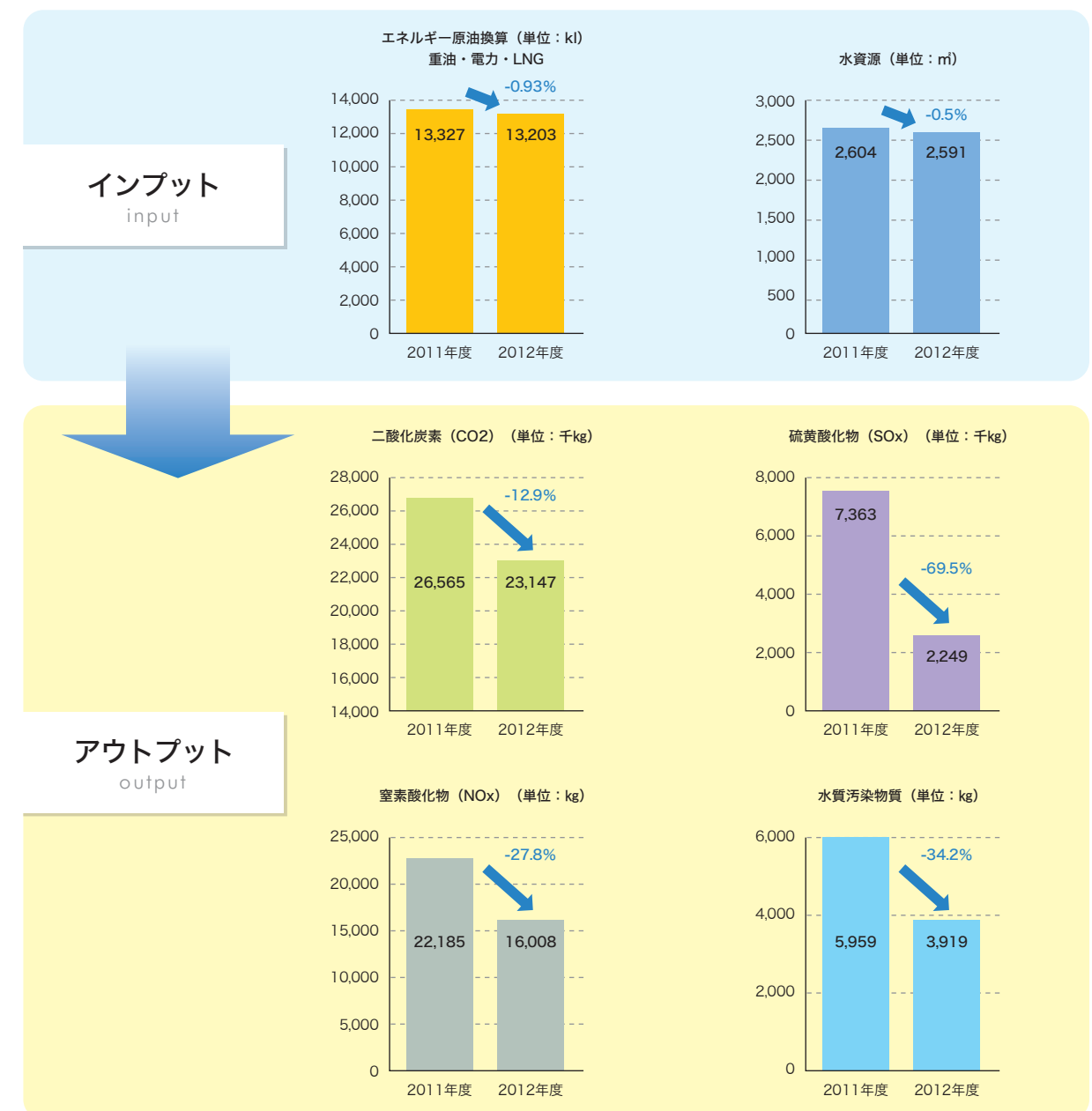
環境会計

環境会計

2012年度は省エネ活動の結果、エネルギーと水資源の使用量は減少しております。

ハルナプラントのボイラー動燃料をA重油から都市ガスへ切り替えることにより、ボイラー効率の

向上や温排水の潜熱利用効率の向上対策、日々の省エネ活動の継続的推進を行い、環境負荷の低減に努めてまいります。

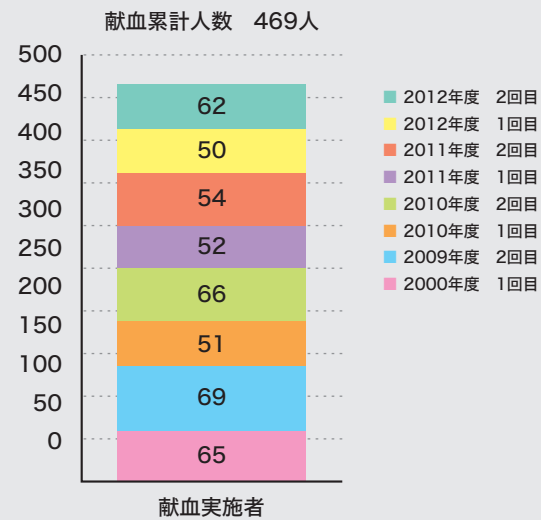


社会貢献活動

社会貢献活動

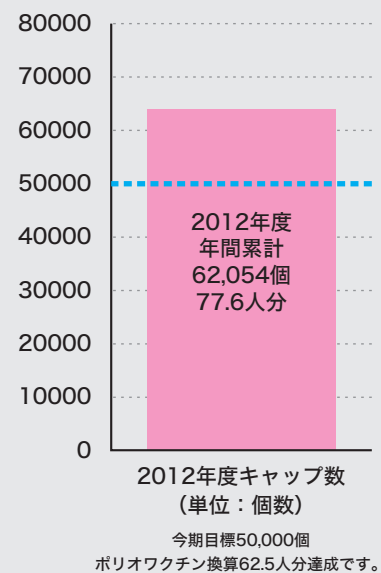
献血活動

2009年5月から群馬県赤十字血液センター様
ご協力のもと、献血車による献血活動を開始し
2012年度までの累計で469人の献血を実施い
たしました。今後も定期的に献血活動を実施し
ていきます。



エコキャップ活動

ペットボトルのキャップを回収し再資源化することで得られ
た売却益の一部を、開発途上国の子供たちへのポリオワクチ
ン代として寄付するエコキャップ活動に2009年5月から参加
しています。2012年度までの累計で234,680個（ポリオワ
クチン293人分）のキャップをお渡ししています。
（キャップ800個でポリオワクチン1人分）



社会貢献活動

社員一人一人が、地域貢献の精神を高め自然や環境に対して
感謝の意を込めながら地域の清掃活動に取り組んでいます。

河川清掃活動

ハルナプラントでは、自然環境保護の一環として工場横にある唐沢川の清掃活動に、地域
の方と一緒に参加しております。



地域清掃

タニガワプラントでは、地域環境保護の一環として工場横にある用水路の清掃活動を行って
います。



群馬GS活動

群馬県主催の春の環境美化月間「環境美化運動・清掃活動」に参加しています。
月夜野道路情報ターミナル周辺 利根川河川敷



Stakeholder

第三者からのご意見



日本たばこ産業株式会社
飲料事業部
製品企画部長

渡部 聡 様

モノづくりはヒトづくり

ニアウォーターとして新ジャンルを築き上げた「桃の天然水」。今年は久しぶりにTVCM展開をおこない、弊社でも期待の商品となっております。以前「桃の天然水」がブレイクした時には、私は品質保証の担当として、またこの4月からは調達、生産技術の担当としてハルナビバレッジ様と一緒に仕事できるのも、何か不思議なご縁を感じずにはられません。

さて、その間、事業を取り巻く環境は変化、消費者の方の品質に対する視線が厳しくなりました。食品工場においては、HACCP、新しい食品安全規格であるFSSC22000、フードディフェンス（食品防衛）等への取り組みが進んでおります。

ただ、「仕組みが整備されれば十分か？」というと必ずしもそうではありません。最後は「ヒト」です。「モノづくりはヒトづくり」。

私たちの飲料事業は、自社工場を保有しておりません。自社で開発した製品（レシピ）は、協力工場様の営業、購買、製造、品質管理等の各担当者（ヒト）と議論する中、量産化を進め、お客様に商品をお届けします。

その意味では、他にはないビジネススクールの開設を通じ、社員の「人財育成」に力を入れ、「ヒトづくり」を推進するハルナビバレッジ様との協働は、我々の事業運営にとってもたいへん重要で、強力なパートナーシップの構築に繋がるものと思います。

今後ともよろしくお願い申し上げます。



ご意見をいただいて

ハルナマーケティング株式会社
営業ユニット第1営業セクション
ゼネラルマネージャー

佐伯貴之

桃の天然水から、ご縁が始まり、その業界屈指のロングセラー商品と共に、現在に至っております。その間常に、製品品質のみならず、生産に携わるそれぞれの「ヒト」の役割り・考え方についても、ご指導いただいて参りました。今後も引き続き、ご指導いただきながら、「強力なパートナー」の評価をいただくべく、全社一丸で進化への取り組みを続けて参ります。



Stakeholder

第三者からのご意見



株式会社ミツバ
代表取締役会長

日野 昇 様

理念の実践から構築するCSR活動

ハルナビバレッジ様とは、弊社が事務局を仰せつかっている桐生機器工業協同組合の工場見学会にご協力いただいたことが縁で、ともに群馬に創業した企業として、有意義な情報交換をさせていただいております。

弊社は、自動車のワイパーモーターシステムやオートバイのスターターモーター等の開発、製造、販売など、輸送用機器関連事業を中核とした事業を行っています。グローバルに拠点を展開している弊社には、地球環境やコンプライアンス、また企業倫理など多様な課題への対応が求められています。

そのような環境の中で、企業が存続、発展していくためには、事業活動を行うすべての従業員がCSR活動の意義を理解し、行動することが基本になります。そのため弊社では、「世界の人々に喜びと安心を提供する」という基本理念の実践によって、社会から信頼される企業になることを目標にCSR活動を行っています。また、活動の行動規範である「私たちが守るべき行動」を策定し、経営者自らが率先垂範するとともに、日々の事業活動に生かしています。



本社社屋



ワイパーアームとリンクモーター

ご意見をいただいて

ハルナロジスティクス株式会社
取締役兼常務執行役員

三原修一

今回御縁が有り弊社の生産現場をご覧いただき率直な御意見を頂きました事、厚く御礼申し上げます。お言葉頂戴しました通り現場で従事する1人1人の理解の元、社会的に意義のある「ものづくり」を実践して行きたいと思います。ハルナグループはこれからもステークホルダー様とのコミュニケーションを深め、その期待を認識すると共に飲料事業を通じて社会に貢献し、「世界に通じる企業」を目指して参ります。





編集にあたり

ハルナグループは、2008年にCSR報告書（Corporate Social Responsibility：企業の社会的責任）を初めて発行しCSR活動を実践していくための基本的な指針「ハルナグループCSR活動」を報告いたしました。2010年からは、より多くのステークホルダーの皆さまを対象とした企業報告と、環境や社会活動のCSR報告をも含めた報告書に加え、今期の組織再編の意図や将来の展望を主に、皆さまへ理解をして頂けるものとしてコミュニケーションを図る目的でSRR（Stakeholder Relation Report）を発行しています。

そして本年、2013年は「人類の英知で、持続可能な地球経済を」というテーマで「企業」対「人」という関係性だけでなく「人」対「人」、また「人」と「地球」という関係を大切にし、信頼を築きながら未来へつなげていこうとする活動をご報告いたしました。

今後も皆さまの貴重なご意見を、可能な限り事業活動に反映させていきたいと考えていますので、是非ご意見いただきますようお願い申し上げます。

2013年6月19日

ハルナグループCSR推進室

黒澤 厚美

〒103-0027 東京都中央区日本橋3-8-4 日本橋さくら通りビル2階
kouhou@harunabev.co.jp



本誌は、古紙パルプ配合率100%の再生紙を使用しています。このマークは、3R活動推進フォーラムが定めた表示方法に則って自主的に表示しています。