

## Contents

<b>Group Profile</b> .....	2-3
ハルナビバレッジ株式会社概要	
ハルナグループ概要	
<b>Top Message</b> .....	4-7
トップメッセージ ハルナグループ 代表 青木清志 「希望の文明へ——自然と人類が共存できる世界——」	
<b>Greeting</b> .....	8
ごあいさつ ハルナビバレッジ株式会社 代表取締役社長 青木麻生	
<b>Strategic Management</b> .....	9
グループ経営戦略	
<b>Company Profile</b> .....	10-15
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／ハルナジョイパック株式会社／IR 報告	
<b>Company History</b> .....	16-21
沿革／創業者の想い	
<b>Review/Creating Shared Value/Product Development</b> .....	22-27
2013 年度を振り返って／共通価値の創造／お客様とともに～商品開発・品質管理～	
<b>Commodity/Study</b> .....	28-29
商品紹介 HARUNA Asia Co.,Ltd. /ウェルネスサイエンス研究所	
<b>Human/Business School</b> .....	30-33
人づくり／ビジネススクール	
<b>Environment/CSR</b> .....	34-37
環境・社会貢献	
<b>Stakeholder</b> .....	38-39
第三者からのご意見 株式会社 J ホールディングス 代表取締役 福留淳吉 様 細谷工業株式会社 代表取締役 細谷可祝 様	

# HG<sup>TM</sup> ハルナビバレッジ 株式会社

Haruna Beverage Inc.

グループ戦略・経営企画・生産革新・商品開発・財務経理

当社は、1996年に自然豊かで美味しい水の地、群馬県で清涼飲料水の製造販売会社として創業しました。飲料メーカーによるナショナルブランド（NB）製品や、大手流通業などが展開するプライベートブランド（PB）製品の受託生産を手がけ、お客様へ高品質な飲料製品をお届けしてきました。

現在では、群馬県内に複数のラインを設け、和歌山県では自社ブランドを含め、数多くのブランドを製造。また、製造のみならず、研究企画開発、マーケティング、物流といった分野をプロデュースし、全国に協力会社のネットワークを構築しました。そして、2013年よりASEAN地域での飲料プロデュース事業を開始し、本格的な海外事業も行っています。



群馬本社



■所在地 ●東京本社 〒103-0027 東京都中央区日本橋3-8-4 日本橋さくら通りビル2階  
TEL.03-3275-0191 (代) FAX.03-3275-0192

●群馬本社 〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-3  
TEL.027-387-0101 (代) FAX.027-387-0102

■法人設立 1996年2月23日 ■グループ社員数 404名 (2014年3月末)

■資本金 4億2090万円 (2014年3月末現在) ■連結売上高 208億円

■役員	グループ代表CEO (創業者) 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 栗原 健一 中澤 幹彦 有田 喜一 (群栄化学工業㈱代表取締役社長) 須齋 嵩 (群馬大学元教授・宇都宮大学客員教授) 岡 俊明 (サッポロビール飲料(株)元代表取締役・長岡大学元教授・群馬大学特別講師・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)
-----	---	--

## ハルナグループ会社構成

ハルナグループ組織・事業相関図  
HARUNA Group



### HG<sup>TM</sup> ハルナビバレッジ 株式会社

- グループ戦略 ●経営企画 ●生産革新
- 商品開発 (新企画開発・新商品開発・技術開発)
- 財務経理 (人事管理・総務企画・IR 戦略・秘書室)
- 〈ビジネススクール〉

### ハルナファクトリー 株式会社

- 生産 (生産設計技術・第1～5プラント・ボトル成型・バルク・紙ライン)
- 品質社会環境 (品質管理・社会環境・外部委託・品質システム)
- リ・エンジニアリング

### ハルナマーケティング 株式会社

- 営業 ●購買 (購買・調達・計量)

### HARUNA 株式会社

- 営業 (ネット販売事業・商品管理会計)
- 国際事業 (営業企画・商品企画開発・製造品質)
- 〈ウェルネスサイエンス研究所〉
- 〈HARUNA Asia co.,Ltd〉 ●海外事業

### ハルナロジスティクス 株式会社

- バリューネットワーク (情報推進)
- 物流 (倉庫・運輸・ハルナキャリアネクスト)

### ハルナジョイパック 株式会社

- 生産 (製造・品質) ●経営管理

## トップメッセージ



Photo by Takashi Ishimoto

ハルナグループ代表  
青木清志

希望の文明へ  
——自然と人類が共存できる世界——

暮らしのなかの“見えない水”を想像すると、人は改めて“水”の大切さに気づく。食料や日用品のかたちで間接的に消費する水は、Virtual Water（仮想水）と呼ばれているが、例えば、牛肉1kgの生産に必要な仮想水は、飲む水、飼料を栽培するための水、飼育場の清掃の水など雨水も含み、1万5497リットルの水量が算出されている。同じくトウモロコシ1本は909、コーヒー1杯なら140である。だが、仮想水の量以上に重要なのは、持続的に利用できる水が生産地にあるかどうかに関わる。日本は食糧自給率が40%

前後の水準であるため、輸出量の15倍もの仮想水を輸入しており、その差が世界で最も多いことを考えると、水資源の有効活用の面でもったいない課題を残していることになる。このような仮想水の概念が生まれたのは、1990年代初頭にオランダのトエンテ大学とユネスコの研究者たちが試算したとされている。

他方、産業分野のエネルギーとして活用されてきた“化石燃料”は、さまざまな代替が可能で、暮らしの“水”はそれが不可能である。今日、世界の水をめぐる状況は日本人の想像以上に深刻化して

いる。中国内陸部に雨が降らず、偏西風に乗って飛来する黄砂が増加し続けている。関東平野のほぼ真ん中にある榛名山麓の海拔350mの山荘の庭では、黄砂の季節になると、車のボンネット一面に黄砂が張り詰める。10年を超えて見ているが、量も少し増えてきた気がする。家の中に入ってくるだけならまだしも、農作物への被害が心配だ。ある研究所の調査では、大気中のマンガンやヒ素などの数値が通常より高い濃度が検出されている。異常気象が雨を穀倉地帯に降らせなくさせ、地域によっては水不足が食糧生産に及ぼし、その影響がしだいに大きくなっているという記録もある。中国やインドなどの工業化がさらに進めば、農業用水と工業用水の奪い合いが激化することは必至であろう。

### IPSS 総会の報告書を踏まえて

水の惑星ともいわれる地球上には、およそ14億立方kmもの水資源がある。そのなかで淡水はわずか3%前後に過ぎず、しかも極地の氷や地下水で利用しやすい河川や湖の地表水は、淡水の0.3%しかなく分布地域も限られている。人口増による砂漠化の広がりや水源が枯渇している水資源の未来を考えると、地球温暖化の影響による気候変動の姿を繰り返すことで、生態系すべてにますます深刻な打撃が懸念される。

世界気象機関と国連環境計画が1988年に設立した「気候変動に関する政府間パネル」(IPCC)の総会が、日本で初めて横浜市で3月25日に開幕された。各国から推薦された研究者らが500人ほど、さらに政府関係者も参加して「温暖化影響はもはや仮定の話ではない」と述べられ

たことに印象を深くした。報告書では、水資源や農作物、生態系など「すべての大陸と海岸で影響が現れている」とも指摘され、前回の「影響を受けつつある」という表現よりも一段と断定的になった。その上で食糧や水、健康など8つを主要なリスク分野として挙げ、影響の深刻さを予測している。さらには内戦など暴力的衝突を増加させ、国家の安全保障政策にも影響を及ぼすと、強く世界にメッセージを促した。

世界の平均気温は、いまのペースで温室効果ガスの排出が続くと、今世紀末には4.8度上がると見られている。想定を辿ると、農産物の減産による世界的な食糧不足、大幅な海面上昇、極地の氷床消失、ある種の生物種の絶滅など、「深刻かつ不可逆な影響が起こる可能性が高まる」懸念が避けられない。

温暖化対策の国際交渉では、「途上国で適応策を進めるためには毎年700億～1000億ドルが必要」と説明されたが、支援が膨れるのを恐れた先進国側の反対意見で、報告書からは削られている。気温上昇の限度として国際的に合意された摂氏2度を超えても、広範な地域や分野で効果的な対策を打てない現状から、4度を超える事態は絶対に避けるべきだ。

IPCCのパチャウリ議長の発言にあるとおり、「地球上の誰一人として温暖化の影響を受けない人はいない。適応策と温室効果ガスの削減でリスクは下げられる」はずで、その行動が何より求められている今日である。

### 「過剰な欲望」が文明を歪ませる

2014年は、20世紀初頭の第一次世界大戦からちょうど一世紀にあたるが、この

短い時間のなかで、先進国は貴重な地球の有限資源を消費し尽くしてきた。そのために人類は、なんと多くの戦争をつくってきたことか！ しかも今日、100年を過ぎても未だに殺し合いが絶えない地球だ。なぜ人類は安寧に平和な暮らしができないのだろうか。現代文明が私たちを育ててきたことは事実であるが、近代に入ってその弊害は実に大きくなり、目に余る歴史を重ねている。

人類史を辿ると700万年前頃までは単純な動物にすぎなかったが、広い意味の「文化」をもち、はじめて「人類」に進化し、それまでになかった道を歩み始めている。その文化は5000年前に「文明」へと変化し新たな時代に広がっていった。しかし、16世紀以降「大航海時代」に始まる500年間で、人類は世界の自然を破壊し尽くしてしまう。21世紀の現代文明を視座すると、文明もその極に達した感を深くする。新しい文明に変換する時期が、今、来ている。

ここまで変化してきた最大の理由は、「過剰な欲望」の働きにある。15世紀の後半以後、近世の歴史的な列強の取奪戦の凄まじさは、今日も止むどころか強まるばかりだ。先進国、新興国、途上国を横断して至る所に「格差社会」を生み出しており、地域社会での取奪ばかりか、地球からの取奪も繰り返し、まさに留まることを知らない欲望の根深さである。この「過剰な欲望」が文明そのものを歪ませた！

19世紀の終盤では、列強に倣って日本もその世界の仲間となり「屈辱の歴史」をつくったが、今日その記憶を覚醒させるのが中国が掲げる「中華政策」であろう、大航海時代以降の「近代文明」という取奪性の強い文明が世界を巻き込み、それ

が現代に延長され、新自由主義思想のもと、金融至上主義のイデオロギーが国境を越え、世界の市場を巧みに動かしている姿がそれを物語っている。

中国は、500年に亘る欧・米の「取奪の歴史」を現代に持ち込み、新たに歴史を塗り替える位置に立ち、繰り返すべきでない「屈辱の歴史」のページを開いた。この春ベルリンで、中国国家主席・習近平が、メルケル独首相を横にして「中華政策」の一端を語った中に重要な言葉があった。曰く、「19世紀のアヘン戦争の屈辱を中国は忘れない」。この一言を、何故に防衛費の増加を長年続けるのか、と尋ねるメディアの質問の中で答えている。EUの中枢ベルリンで口に出すことは、十分に準備された考え方になる。

### 地球の人口増加と資源争奪が今世紀に起こる懸念

地球の人口が増え続けている。現在の70億を越す趨勢は、世紀末には90億～100億になる推測もあるが、ここまで膨張していく前に、「資源枯渇化」の深刻な事態が現実のものとなり、産業革命以来の資本主義経済体制とグローバル化市場体制がしだいに衰退していく可能性が強いと考える。

工業文明は、2020年代後半から成長力が減衰し、2030年代から40年代になると、この文明は成立が難しくなる。その根拠は、現在の推移でいくと化石燃料・金属資源等のほとんどが2020年代の後半には、生産の頂点を過ぎるピーク時に入ることが予測される事態から推論できる。ことに世界の石油生産が頂点を過ぎて減少し始める「ピークオイル」の時期は、2012年～14年と予測する研究が大多数である。

国際エネルギー機関によれば、現在採掘中の既存油田の在来型石油の生産は既に頂点を過ぎ、25年には生産量が50%減少、35年には75%減少すると予測されている。非在来型のオイルサンドなどを含む石油生産の全体でも、2010年代の後半過ぎにはピークを迎えるだろう。

次に「天然ガス・石炭」の生産量は、2020年代中頃にピークとなり、2050年頃には25%減少すると予測されている。さらに「金属資源」では、インジウム・アンチモン・金・銀は2020年代に、銅・鉛・亜鉛は2030年代前後に枯渇するとの予測があるが、新興経済諸国の需要が増加するために、2050年までの期間に世界の総需要が採掘可能な埋蔵量をも超えてしまい、ほとんどの金属資源が枯渇する可能性も予測されている（注1）。

エネルギー資源と金属資源の新規の採掘が世界的に困難となると、世界経済の拡大は自ずと低下する。経済はマイナス成長が続く、「恒久的な縮小経済化」に陥ってゆく。それに加えて、異常気象による食糧不作の懸念がある。経済損失が増大すれば、世界人口が増加していく背景が大きく変化していくだろう。一方で、先進国は米国を除いて、ことごとく人口減少を辿るが、東南アジア地域とアフリカ地域では増える。ことにアフリカは異常な伸びが推測されている。限りある地球資源の争奪が一段と過激になり、宗教や民族の違いばかりでなく国益を理由に巧みな取奪を図り、果ては戦争に至る懸念を深くする。

2020年代への時間は決して多くはない。この時期になると諸資源の需給が逼迫し、価格が高騰する。理由は、人口増加・新興国の成長・気候変動・環境劣化など複合する環境危機にある。資源の高騰で中・

低所得者の生活水準がさらに下がり、内戦や侵略戦争を引き起こす。おそらく地球を覆うすべての地域に広がると推察され、最近の中東動乱やアフリカ動乱では終わらない。これからの10～15年間の限られた時間で、この事態を解決していく選択があるのか。2013年の一年間、日本の為政者からはその政策を示されていない。

### 地球環境への貢献を果たす！

未来への洞察を欠かしては世界が見えなくなる。第二次世界大戦の原因の一つは石油であった。地球資源をめぐる第三次世界大戦の勃発という予測もあるだろうが、そんなことは避けるべきで、日本には超・省エネ技術の開発分野に高次元の潜在性があり、脱石油型モデルの環境システムを構築して石油需給の逼迫を世界的に緩和させることができれば、低環境負荷をめざす社会の実現に向けて、世界に大きく貢献できる。金属資源の枯渇は深刻になる可能性があるが、すでに進んでいる日本近海の海洋資源の探査に努力を集中している現在の方向はその一助になる可能性が高い。実用化へさらに投資と研究をすべきである。しかも資源の範囲も広く、埋蔵もかなりの可能性がある。

2013年度“SRR誌”の表紙に「人類の英知で、持続可能な地球経済を」と表し、一年が過ぎた。2014年度も、企業活動を通じて「地球環境への貢献」に関心を持ち続けていく企業グループでありたい。小さな歩みでもいい！

(了)

(注1) <http://www.greensophia.org>

## 独自の飲料プロデュース力を活かし、 お客様や社会へ貢献！

ハルナグループは、飲料市場が大きな変革期にありながら、これからのマーケットニーズに適応し、高品質な飲料製品の開発、製造、物流を通じて、現在、あるいは新たな顧客や消費者が感動し、満足する価値の創出を継続し続けること、また、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の育成を経営ミッションとしております。

現在、グループ従業員は400名を超え、事業会社5社、自社プラント6ラインの規模に成長してまいりました。その経営資源をさらに活かして、小さくともイノベーションを創出し、独創性ある「飲料プロデューサー」として、ステークホルダー皆様から大いなる期待と満足を得られる企業グループを目指し、微力ながらも社会に貢献していきたいと考えております。

これからも多種多様な新たな飲料ブランド製品をグループ商品開発力、生産技術力、マーケティング力によって、顧客志向を核として、いかにして新たな価値を生み出すかを考えたいします。当社独自のバリューチェーンネットワークである、全国の協力工場様、容器・原料メーカー様、設備機械メーカー様など、すべてのパートナー企業様の知恵を結集し、プロデュース能力を磨き、お客様に貢献してまいります。

そして、ハルナグループ中期経営計画である「ハルナビジョン2018」を一つひとつ着実に実現し、ステークホルダー皆様に信頼され、支持されるよう挑戦し続けてまいります。今後とも皆様のご指導、ご支援の程、よろしくお願い申し上げます。



役員集合写真



ハルナビバレッジ株式会社  
代表取締役社長  
青木 麻生

## この時代を、成長のチャンスに！

経済の成熟とともに、消費者のニーズや競争環境の変化が、一段と厳しい時代になってきました。私どもはこの時代を、またとない成長のチャンスと捉えております。自らの領域に閉じこもらず、常識的な発想から抜け出し、社員一人ひとりが自立を尊ばれる厳しさのなかから、仕事を通じて成長し続けられるよう努めて参ります。皆様に新たな価値を創出し続けられる企業を目指し、これからも歩んでいきたいと考えております。

### 中長期戦略

ハルナグループでは、一貫したビジョン「独創性ある飲料プロデューサーとして、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へ」を継続して掲げてまいります。具体的なグループ戦略は下記の通りです。



ハルナマーケティング株式会社 代表取締役常務  
ハルナビバレッジ株式会社 経営企画・SR・財務担当 取締役  
栗原 健一

#### 1) 国内営業提案の強化

- ①大手ナショナルチェーン・地域有力小売企業への新たなプライベートブランドの提案強化
- ②中部・西日本エリアマーケティングの強化
- ③消費者ニーズの変化を捉えた高品質・低コスト大型ペット容器飲料の販売拡大と付加価値型小型プレミアム新製品提案の強化
- ④協力提携先無菌充填工場での生産委託によるミネラルウォーター販売拡大
- ⑤飲料ブランドオーナーからの大型・小型ペット容器飲料の継続的受注獲得

#### 2) 自社ブランドの強化

- ①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）
- ②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
- ③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) 自社におけるものづくり競争力の強化

- ①戦略的目標数値である自社6プラント3000万ケースの生産数量に向けたローコスト・ハイクオリティ・ハイテクノロジーな生産体制の確立
- ②マザーファクトリーの役割を担う群馬工場へ、外部環境の変化に対応する、組織と技術の一体管理システムを導入
- ③生産現場に求められるイノベーションの成果として、労働生産性（社員1人あたりの生産数量）の継続的な向上と製造損益分岐点80%以下の達成
- ④ハルナ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～東南アジアへの展開～

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、現在、飲料市場で年率2ケタ成長を続けるタイをハブとした東南アジアにおいて活かします。現地企業および、大手小売企業に対し、PB飲料の提案・商品化・生産管理・物流ネットワークから納品までのバリューチェーン全体の新たなビジネスモデルを創出し、海外での飲料事業をさらなる成長へのエンジンといたします。

#### 5) さらなる成長への投資

設備・ハードへの積極投資から、飲料事業の基盤強化と持続的な成長を目指し、国内外での飲料事業の取得やパートナー企業への資本参加、業務提携など、人と事業を成長シナジーへと結び付ける投資にシフトします。また、フリーキャッシュフローと利益の持続的創出により財務バランスの健全化と自己資本の充実を目指します。

# ハルナファクトリー 株式会社

Haruna Factory Inc.

生産・品質・環境



代表取締役社長 兼 代表執行役員

中澤 幹彦

**常に努力への道を歩め！ 常識を逆転し、忍耐、努力、ヒットの積み重ねにより成功と勝利を掴み取る**

ハルナファクトリーの会社設立から5年！ 現在は大きな変革の時代であり、それらに対応するためには、本質的な「策」としての改革が必要となります。産業革命以来、電力は非常に大きな役割を担ってきましたが、3.11震災以降、電力の3割を突然断たれ、いまだ先行きが不透明である日本は、エネルギー政策の遅れから、様々な部分に無駄が生じています。

また、政治体制ではアベノミクスを実施していますが、まだ道は遠く、坂道を登っている状況でもあります。我々は厳しい時代を耐え、自らの手で、忍耐と努力を積み重ね、時代の変化に対応し、新しき時代、未来を目指して参ります。

勤勉で、積極的であり、明るく、健康で、ステークホルダーの皆様へ感謝の心を持ち、常に努力への道を歩んでまいります。飲料事業を通じて世界中の皆様の幸せに貢献したい。人の成長、企業の成長から『新たなチャレンジ』『未来創造へ！』常に最善で、最高の製品とサービスを多くの人々に提供し、新たな価値創造に取り組んで参ります。

- ① PSI～MYT活動の実施（ものづくり競争力の強化）PSI（見える化システム）による業務の見える化からMYT（視る、読む、解く）成果へ
- ② 一体管理システムの導入、新たなステージへ。独創性ある飲料プロデューサーに向けて、生産、品質、環境、安全管理システムのイノベーションを実施して参ります。
- ③ 忍耐、努力、ヒットを積み重ね、成功へつなげていこう！

- 所在地 ●本社 〒370-3531 群馬県高崎市足門町 39-1  
TEL.027-372-6911 (代) FAX.027-372-6912
- ハルナプラント 〒370-3531 群馬県高崎市足門町 39-1  
TEL.027-372-5875 (代) 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 (代) FAX.0278-62-1144

■法人設立 2009年4月1日

■資本金 4億円

■役員  
代表取締役 青木 清志  
代表取締役社長兼代表執行役員 中澤 幹彦  
取締役兼常務執行役員 古市 直也



# ハルナマーケティング 株式会社

Haruna Marketing Inc.

営業・購買

**グループシナジーの創出と最大化を目指す！**

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の強い連携の下、従来の営業活動の延長ではなく、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ます。

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たいと考えております。

また、今期は、新生「ハルナジョイパック」の受注数量拡大や生産基盤の強化に向け、西日本エリアのマーケットをさらに深耕・開拓し、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て参ります。



取締役 兼 代表執行役員

山崎 敦也

- 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 2階  
TEL.03-3275-0191 (代) FAX.03-3275-0192
- 大阪支社 〒532-0003 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 (代) FAX.06-6151-3021
- 購買 〒370-3531 群馬県高崎市足門町 39-1  
TEL.027-372-6913 (代) FAX.027-372-5877
- 〒379-1307 群馬県利根郡みなかみ町政所 1011  
TEL.0278-62-1112 (代) FAX.0278-62-1144

■法人設立 2013年4月1日

■資本金 3億5000万円

■役員  
代表取締役社長 青木 麻生  
代表取締役常務 栗原 健一  
取締役兼代表執行役員 山崎 敦也

# HARUNA 株式会社

Haruna Inc.

自社ブランド開発・営業・貿易・研究開発



常務取締役 兼 代表執行役員  
青木 日出生

## ユニークな美味しい飲料で 世界とつながる

HARUNA(株)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、国内だけではなく海外にも飲料食品事業を展開し、積極的にチャレンジして参ります。

また、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、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。

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ております。100%天然素材のみを使用した輸入品のスムージー飲料、自然な素材のみを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を輸入販売し、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。

加えて、さまざまな茶系飲料とミネラルウォーター、季節性と付加価値がある飲料の製造・販売も高品質商品を目指し拡大しております。



マイスムージー各種

■所在地	●東京本社	〒103-0027 東京都中央区日本橋 3-8-4 日本橋さくら通りビル 2 階 TEL.03-3517-5745 (代) 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 (代) FAX.027-372-1255
	●HARUNA Asia(Thailand) Co.,Ltd.	United Center Building Room3004B 323 Silom Road,Bangrak,Bangkok10500 THAILAND TEL.+(66)2635-5488 FAX.+(66)2635-5487

■法人設立 2002年7月29日

■資本金 2億円

■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  
取締役 栗原 健一



# ハルナロジスティクス株式会社

Haruna Logistics Inc.

物流・倉庫・SCM

## 従来の物流業務からの脱却！ 「情報推進」部門を導入

ハルナロジスティクス(株)が、近年掲げてきました「従来の物流業務からの脱却」を今年度もさらに推進して参ります。

2014年度より西日本地域への拠点拡大をステップとして、サービスエリアの拡大を図り、「運輸」「倉庫」の中核事業に「情報推進」部門を加えます。

また、EDIシステム導入、製品動向の情報化等、お客様サービスの“量”と“質”の両面を常に改善・改革します。

ハルナグループのバリューチェーン最終セクションとして物流システムの進化を目指し、高い品質、低コストサービスを両立させ、ハルナグループの競争力に貢献できるよう、成長を続けて参ります。



取締役 兼 代表執行役員  
三原 修一



■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 (代) 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 (代) FAX.0278-62-1718

■法人設立 2005年3月1日

■資本金 1億円

■役員  
代表取締役社長 青木 清志  
取締役兼代表執行役員 三原 修一  
取締役 中澤 幹彦

# ハルナジョイパック株式会社

Haruna Joypack Inc.

生産・品質



代表取締役社長 兼 代表執行役員

坂上 寿



本社

## 新生「ハルナジョイパック」のスタート年！

2013年4月1日よりハルナグループの仲間入りを果たし、この1年間、行動面において邁進して参りました。

さらに、2014年4月1日からは100%子会社化に伴い「ハルナジョイパック」と社名も新たに名実共に、ハルナグループの一員としてのスタート年となります。

あらゆる面において、真価が問われる重要な1年であることを再認識すると共に、新たなる「スタート年」を全社一丸となり、「がむしゃら」に突き進む所存です。

さらに、「経営方針」にあります「全ての顧客様に感動し満足して頂ける価値の創出」がグループのミッションであり、購買・製造・物流のすべてが一体となったバリューチェーンからの価値の創出のために、全社一丸となり「考動 (Think Act) 力」に1年間こだわり続けたいと考えます。

最後になりますが、今後とも皆様のさらなるご支援・ご指導のほど宜しくお願いいたします。

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

■法人設立 1991年4月12日

■資本金 1億円

■役員 代表取締役社長兼代表執行役員 坂上 寿  
取締役兼執行役員 小川 啓治  
執行役員 山本 宏

## IR 報告

### 年度を振り返り

ハルナビジョンは今年で4年目を迎えますが、残念ながら増収・減益となりました。原因は前期と同様ですが、飲料市場の競争激化による低価格化の進展、および電力・重油をはじめとするエネルギーコストの上昇により、収益が圧迫されたのが大きな要因です。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状況が続いていくと思われます。つまり、競争激化による低価格化と、エネルギーコストの上昇という、2つの収益圧迫要因は今後も継続していくものと思っておいた方がよいと思われます。

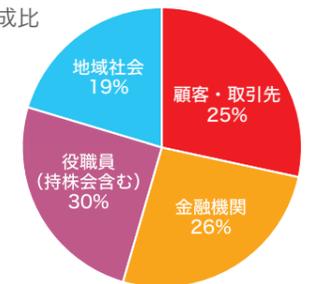
そのような環境において、打開のキーワードは常に「顧客」であり、「市場」であるように思います。今後のハルナビジョンの達成にあたっては、従来の業務をより高めていく努力と同時に、新しい市場、新しいニーズを今まで以上に捉えていく必要があると思われます。とりわけ、海外市場への展開、高付加価値商品の開拓比率向上、関連市場における新規事業の開拓、などがキーワードとなってくると思います。そのような「顧客」を中心として、新しい価値、新しいニーズ、新しい市場の開拓に、今まで以上に挑戦してほしいと思います。そこに創業者利益と創業者精神が存在するものだと思います。



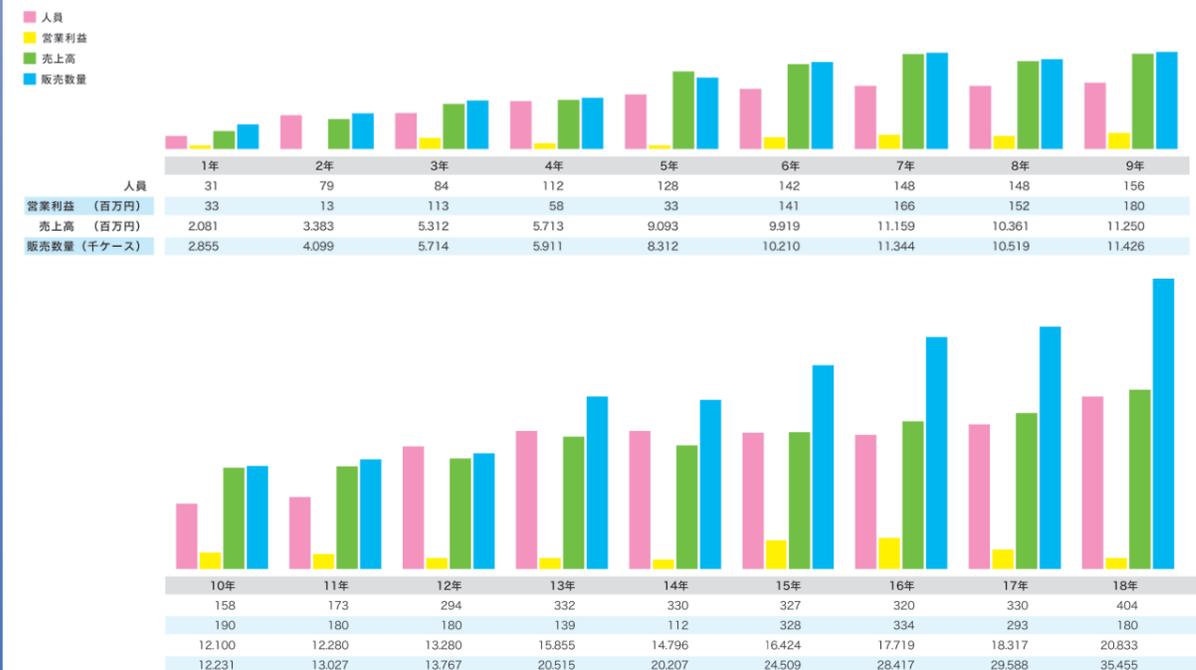
小出公認会計士税理士事務所代表  
ハルナグループ最高監査役

小出 信介

●株主構成比



顧客志向経営史  
【1996年～2013年(18年間)】



## ハルナグループ 沿革

1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
<p>2月 5月 7月 8月 11月</p> <p>東京にマーケティング本部設置 金融機関に対し月次決算の開示 取締役会で株式公開することを決議 第1回株式上場準備委員会開催 第1工場稼働 資本金300万円でハルナビパレヅ株式会社を設立</p>  <p>1996年2月創業。当時の社員たち</p>  <p>現在の社員たち</p>	<p>3月 5月 6月 9月</p> <p>第1回転換社債発行、第1回新株引受権付社債発行 第2工場稼働 ハルナビパレヅ研究所設立 従業員持株会発足</p>	<p>5月 10月</p> <p>新日本監査法人による調査及び指導開始 第2回株式上場準備委員会開催</p>	<p>10月</p> <p>「10年後の売上高伸び率ランキング」第2位（週刊ダイヤモンド掲載）</p>	<p>2月 5月</p> <p>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3工場稼働</p>	<p>8月</p> <p>第3工場がJAS工場として認定</p>	<p>2月 3月 8月</p> <p>四半期報告会を開催 役員、社員に対しストックオプション付与 リサイクルシステム協議会発足</p>  <p>2002年より四半期報告会を開催</p>

### 創業者の想い 談=ハルナグループ代表 青木清志 聞き手=奈良のりえ

FMぐんま放送（2014年3月6日放送）  
「チャレンジ・ザ・ドリーム～群馬の明日をひらく～」 ※一部、編集し直しています。

#### 創業までの道程

— 青木代表はハルナビパレヅを62歳で創業したそうですね。それまではどんなお仕事を？

**青木** 商社に勤めていました。いろいろな国に行って商品開発をしたり、日本市場のために輸出入をやってきました。

— お若い頃は何をされたかったのですか。

**青木** 父と兄は医者なんですが、私は医者にはあまり興味がなかった。それで、父に黙って違う大学を受験したんですね。母が賛成してくれまして、自分の希望の道へ行った。それが演劇なんですね。

そこで勉強しながら、夜は演劇学校に通いました。私が何になりたかったかということ、シェークスピアの演出家でした。シェークスピアを学び、20代は修業をずっとしてきました。ただ、病のために、それも途中でできなくなりました。

— 休養後、商社にお勤めになったわけですね。

**青木** はい、30年間続けていました。50代の10年間、たまたま私は食品・食料を担当してまして、飲料の原

料など、ことに果汁等を扱っていました。それが一つのきっかけになったわけです。ふと、60歳前後のときに、「何かやり残してるな」という気がしました。ものづくり、製造業というのは経験がなかったものですから、「よし、それをやろう」という気持ちが、そのころから生まれてきました。

— 飲料メーカーを起業しようと思われたきっかけは？

**青木** 水なんですよ。仕事で海外へ赴いたとき、水が湧き出る現場に遭遇しました。何となくそれがヒントになり、水というテーマで事業を考えたいですね。

水の稀少性といいますか。日本の場合、森林の中で水が育まれてきました。そういうことは、アジアの中でも非常に少ないですね。ですから、日本の資源として水を据えると、ビジネスの展開はいろいろ考えられる、というふうに思ったんですよ。

— 製造業を始めると、準備が大変だったのでは？

**青木** そうなんですね。今、思い返しますと、非常に楽しい思い出ですが、当時はやはり真剣でした。まず、この地、群馬は素晴らしい水量と水質、それから地理的な

条件、すべてを備えておりますが、私の友人・知人が全くここにはおりませんでした。

関東をはじめ、山梨県や静岡県といった富士山の周囲も、いろいろ調べましたね。しかし、地理的に、まず関東の中心、それからこの大きな森林という背景。さらに考えますと、お客さまが水を想像されたときに、その水を飲みたくなるという動機もビジネスには非常に重要です。群馬の地を選んだんです。

— やはり人脈が大事だったのでしょうか。

**青木** そうです。製造業の重要なポイントは何かということ、まず買っていただけるお客さまがいらっしゃる。つまり、顧客・お客さまを大事にすること、誰のためにつくっているかということ、これらをしっかり念頭に置けば、必ず仕事は順調に回るだろうという判断もあって、顧客志向を非常に重要視しました。そのために、お金を使って投資をする前に、顧客をお訪ねして、実はこんなことをやりたいんです、という事業化の話を約10ヶ月にわたって、説明したんですね。まだ何も無い状態、設計図だけの段階です。

私は大企業、上場企業ばかりをターゲットにしました。そして、創業の1年前くらいに、10社くらいをお訪ねして、3社からは前向きな回答をいただきましたよ。お金

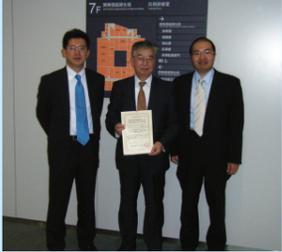
が先じゃないんです、私は。お金はそれからなんです。

#### ペットボトルへの確信

— 創業した当初は、バブル経済が崩壊した後ということで、景気も厳しいですし、ご苦労が多かったのでは？

**青木** いえ、悪い時代だったからこそ、私は仕事がやりやすかった。なぜかという、失敗をしたくないという気持ちがありますね。そうするとやはり真剣に考えますよ。そして、真剣に交渉します。一方、社会はというと、100年を超えた企業もどんどんつぶれていった時代です。金融機関は、おそらく大変な状況でその時代を迎えておられたと思います。

しかし、お金を動かして使っていくのが金融機関であるわけですから、私はその時代の中で、どういう確信を持って事業をやっていくのかということが一番大事だろう、というふうに思い、飲料はどういう成長の道をたどっていくのかを考えました。ことにペットボトルは、今やもう当たり前のように普及していますが、そのころ容器率の20パーセントでしかありませんでした。缶が60パーセント、そういう時代でした。でも、私はペットを選んだ。ペットと缶がひっくり返るだろう、ペットが間違いなく成長していくだろう、と展望していたんです。

2003		2004		2005				2006			2007					
3月	4月	3月	10月	3月	4月	6月	10月	1月	9月	10月	2月	3月	4月	6月	10月	12月
<p>環境会計導入</p> <p>HACCP 認証取得に向け取り組み</p>		<p>人事基本理念制定</p> <p>国際食品飲料展「FOODEX JAPAN 2004」に出展</p>		<p>緑地公園「ハルナコミュニティガーデン」を整備</p> <p>ハルナロジスティクス(株) 第3倉庫完成 740坪</p> <p>「製造者養成ビジネススクール」を開講(ハルナビバレッジ研究所附属)</p> <p>物流関連企業ハルナロジスティクス(株) 設立</p>				<p>「地球市民ウィーク2006 環境活動展」出展(主催・高崎市)</p> <p>(厚生労働省発関厚第0912001号)</p> <p>全工場(第1から第3工場)において、HACCP 承認</p> <p>全社一丁化に着手</p> <p>ハルナロジスティクス(株) 第4倉庫完成 860坪</p>			<p>ハルナグループ全体会議開催</p> <p>合併会社ハルナヨーロッパ設立</p> <p>オーバイ(株) 事業譲受契約締結、タニガワヒバレッジ(株) 準備開始</p> <p>ハルナエコロジ(株)、EU輸出用緑茶「YOSHIGO」発表</p> <p>ハルナエコロジ(株) 附属ウエルネスサイエンス研究所発足</p> <p>国際食品飲料展「FOODEX JAPAN 2007」に出展</p> <p>「食品衛生優良施設」として群馬県知事賞受賞</p>					
<p>第2工場において、クリーンルームと充填設備増設</p> <p>「テカテス」産学官共同プロジェクト(高崎健康福祉大学・群馬県)</p> <p>中小企業経営革新計画承認(中小企業経営革新支援法)</p> <p>総合衛生管理委員会発足</p> <p>商品開発部門を設置</p> <p>市場開発部門を設置</p>		<p>2005年4月、ビジネススクール開講</p>  <p>2005年10月、ハルナコミュニティガーデンを整備</p> 		<p>2006年2月、創業10周年を迎えた</p>  <p>HACCP 取得に向け始動。2006年9月に承認を受ける</p>  <p>FOODEX JAPAN に出展</p> 												

— どうしてそう思われたんですか。

**青木** 中身が見えている容器というものの強みですよ。そのころ、まだ本当の意味でペットは一般的になっていませんでした。大型の2リットルだけです。小型は、ヨーロッパから入ってきているエビアン、その他の水が日本で売られていました。しかし、日本はまだリサイクルの問題で、小型化はスタートしていませんでした。

将来は間違いなく、小型のペットも日本の中で登場する時代が来るだろう。そこで缶の時代は終わって、ペットの時代が来る。私はそう確信したんですよ。ですから、96年の創業時、ペットだけの投資をしました。

— 改めまして60代で起業をしたということ、この年齢については、青木代表はどうお考えですか。

**青木** 全然関係ないですよ。私にはその意識もありませんでした。そもそも、それまでやってきたことの延長であれば、60というのは大変な意味があり、重みもあったでしょう。あるいは、周りから見ると安心感もあったと思う。私にしてみますと、経験していないことをやろうとしているのですから、60歳だろうが、50歳だろうが関係ないんです。

ただ、やりたいという意欲と、それから体力ですね。おかげさまで体力だけは、おそらく10年ぐらいは若かつ

たんだと思います。ですから多少は苦勞をしても、へこたれないという自信があった。ただそれだけです。「経験もないのにね、よくやったな」と言われて、「いや、経験がないから面白いんですよ」ということは、いつも申し上げておりますけどね。

— 実際に稼働し始めたとき、どんなお気持ちでした？

**青木** いやあ、うれしかったですよ、それは。でもね、失敗もしましたよ。ただ、大きな失敗はしませんでした。その理由は、私は製造業の経験がないので、非常に慎重に、なおかつ、いろいろな部門の専門家をお呼びして、そしてスクラムを組んでいただいたからです。全国から5名集め、社宅に住んでいただき、ご家族にも来ていただきました。それで、その方たちに、私は「ノー」は言わない。ただ、感覚的におかしいと思ったら、明確にお伝えはしますけどね。そういう専門家の方たちが非常に力になってくださいました。今振り返っても、あの方法はよかったです。専門家を招いて、専門家にお任せしたという点がね。私はそれを演出していった。つまり、演出家なんですよ(笑)。

こちらは主役の役者をちゃんとそろえて。そして、いかに楽しい舞台にするか。楽しいということは、喜んで飲んでいただくお客さま、イコール、楽しい舞台という考え方です。私は「演劇的経営」というような言い方を

して、「皆さんは主役、だから舞台の上にお客さまを喜ばせてください」と。そういう経営で始まりました(笑)。

### 組織づくりと人づくり

— 人づくりにも大変力を入れていらっしゃいます。

**青木** ええ、それは目指すものは何かということです。私は、「この会社はファミリービジネスにはしない。公共財として、会社の株式を公開していく。だから、上場していく。そういうつもりでみんな、臨んでほしい」ということを、創業の年に役員会で話しました。そのためには、やはり少なくとも仕事をやっていく上での生きがいを感じられる、それから、いろいろな競争の中に耐えられる、そういう人材をみんなで勉強しながらつくっていかなくては行けない。やはり、どうしても社内の勉強の場が必要だと思ひましてね。最初は何人かの同好会みたいな形で始めたんですが、まもなくそれを全部整理しました。

群馬大学をはじめ、外からさまざまな優れた方をお招きして、上司が教え切れない、あるいは上司の知識を超えたものを講義していただいて、なかなか仕事を通して得られないような勉強をし、そしてディスカッションし

て、みんながお互いにわかり合えるような場をつくったんですね。ですから、これは会社が成長するためには必要なことだったなと今も思いますね。もう10年になりますが、大変大きな意味があったと思っておりますね。

— 創業7年目から四半期説明会を始めていますけれども、これはどういったお考えからだったんですか。

**青木** それは、短い時間の中で経営の判断をあまりしてはいけないというメッセージですね。さまざまなステークホルダー、株主、金融機関の皆さんに、このハルナビバレッジの将来の考え方をご理解していただくという意味において、四半期というのは非常に短いわけです。ですが、短い期間で何が起きようとしているのか、あるいは、「どうか短期的な成績にあまりこだわらないでください」とお伝えすることで、長期的な歩みを見据えていただきたいという考えがあります。同時に、四半期報告会を行うのは、社員の教育でもあるんです。

外部の方たちは、もちろんさまざまなご経験と、いろいろな実績のある方たちばかりです。しかし、社員はまだ井の中の蛙ですから、そういった四半期の経過を垣間見ながら、あるいは、つぶさに研究してもらい、そして自分たちの意識の変革をしていただく。つまり、社員教育の一環でもあるということです。



## 2013年度を振り返って

当事業年度における市場は小売企業間および大手飲料メーカー間で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環境となりましたが、全般的に天候に恵まれ飲料業界全体の販売数量は前期比4%増となりました。

このような環境下、当社グループは2013年4月にハルナビレッジ株式会社を純粋持株会社としハルナファクトリー（株）、ハルナマーケティング（株）、HARUNA（株）、ハルナロジスティクス（株）に新たに子会社化したジョイパック（株）（現ハルナジョイパック（株））を含めた5事業会社での新たなグループ経営体制をスタートいたしました。

第2次中期経営計画である「ハルナビジョン2018」の初年度にあたる当事業年度につきましても、引き続きハルナグループの経営ビジョンとして掲げております、①顧客満足度業界最高レベルに向けて、②ステークホルダー皆様の幸せに向けて、③利益を伴う持続的成長に向けての実現に取り組んでまいりました。また、グループ戦略として当事業年度は下記の取り組みを強化してまいりました。

下記（i）につきましては、大手小売企業グループ向けを中心に新商品100アイテムを開発、ハルナマーケティング社の販売数量は過去最高の3,277万ケース（前期比118%）と大きく伸長いたしました。しか

### （i）国内提案営業の強化

- ・大手小売企業グループ・地域有力小売企業（中部・西日本エリア）へのプライベートブランド新商品の継続的開発提案。
- ・飲料ブランドメーカー新商品の継続的受注獲得。

### （ii）自社ブランドの強化

- ・ハルナオリジナルブランド飲料の新企画商品販売強化と輸入飲料製品販売拡大。

### （iii）自社におけるものづくり競争力の強化

- ・エネルギーコストの増加を見据えた自社プラントの生産性向上。
- ・ジョイパック社生産数量の大幅増加。

### （iv）海外事業戦略

- ・グループの強みである飲料プロデュースノウハウ（商品企画開発、生産技術、物流のトータル提案力）を活かしアジア（タイ、マレーシア、香港）大手小売企業との共同開発商品の実現。

しながら、低価格帯の商品ニーズに対応したことにより粗利益単価が比較的安い商品の販売構成比が高くなり粗利益全体を押し下げる結果となりました。

また、繁忙期の受注が自社工場能力を超え、計画的ではない協力提携先工場生産分が増えたことで委託費、物流費などのコストが増加し収益に影響を与えました。他方、飲料ブランドメーカーからの受注は計画通りでした。

（ii）につきましては、HARUNA社にて、オリジナルブランド茶系飲料の販売は前期比160%大きく伸長いたしましたが付加価値型飲料の新商品や高価格帯プレミアム輸入飲料が計画を下回り同社の売上高は1,687百万円（前期比135%）、営業利益は33百万円（前期比88%）の増収減益となりました。

（iii）につきましては、ハルナファクトリー社での工場稼働に伴う電力量、都市ガス・LNG調達コストの上昇によりエネルギーコストは前期比約1億円増加し利益減少要因となりました。その対策としてプラントシステムイノベーションによる人員適正化と省エネルギー活動による一定の成果を上げることが出来ました。また、多品種少ロット化が進行する顧客ニーズの変化に対応しながら高効率、高稼働、高品質の維持を目指した生産改善活動によりハルナファクトリー社5プラントの生産実績は過去最高の2,200万ケース、生産効率91.8%を達成しました。

今年度よりグループ子会社となったジョイパック社はマーケティング社による営業活動の成果もあり生産数量を前期比154%の377万ケースと大きく伸長することが出来ました。

iv）につきましては、当事業年度にHARUNA社100%出資によりタイにHARUNA ASIA THAILAND CO.,LTDを設立。タイに現地駐在員を派遣するとともに海外事業チームを立ち上げタイを中心にマレーシア、香港の大手小売企業グループとのプライベートブランド共同開発商品の提案活動を本格的に開始致しました。

13年度はタイにある飲料製造工場、原料メーカーの調査、選定、市場調査、顧客ニーズの把握に努め、14年度中の商品化、販売・事業開始を計画しております。以上の結果、ハルナグループ連結ベースでの販売数量は3,545万ケース（前期比120%）、連結売上高208億円（前期比114%）となりました。

ハルナグループはCSR方針として“人”（ステークホルダーの皆様）と“地球環境”と“地域社会”の健康のために“三方よし”の精神を目指しながら、ハルナビジョンである独創性ある飲料プロデューサーとして皆様から大いなる期待と満足を得られる企業グループに向けてこれからも努力してまいります。



ハルナビレッジ株式会社  
代表取締役社長  
青木 麻生

## Creating Shared Value 「共通価値の創造」

当社の企業理念を達成するために、日々、企業活動を行っており、誰のために存在し、その方々にどのような価値を提供するために存在しているか。また、当社が存在することで、顧客のどんな課題を解決しているのか？を常に問うています。

環境にも社会にもステークホルダーの皆様にも、そして当社にも、一方的な提供側と受ける側の関係だけでなく、すべての物や人々が Win-Win の関係で、共に成長し、社会的価値と経済的価値を同時に実現することを目標にしております。

当社では、本来の CSR を忘れずに、CSV（共通価値の創造）に取り組むことが新たな市場を創出し、製品やサービスに付加価値を生み出す可能性につながる。そこから企業価値と社会価値の同時の創造で、社会課題や経営課題を解決できたらと願います。そこで、現在、CSV を目標に取り組んでいる事項をご報告いたします。

- ①お客様とともに～商品開発～
- ②安心安全なモノづくり～品質管理～
- ③ステークホルダーとともに～ひとづくり～
- ④環境とともに～地球環境～
- ⑤社会とともに～社会貢献～

### ①付加価値商品市場に対応した商品開発戦略

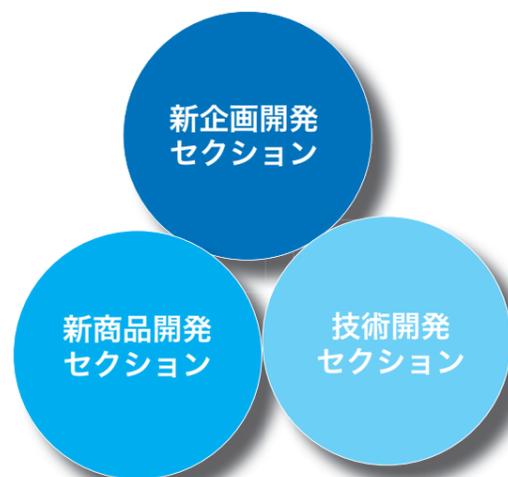
今年度より商品開発ユニットは、ハルナマーケティング株式会社からハルナビバレッジ株式会社に移行し、これまで以上にグループ各社の業務を横断して対応できる体制作りを視野に入れております。市場では、単純な安く品質の良いものから、付加価値の高いこだわりのある商品を好まれるようになってきています。これまでの一般的な商品開発作りとは異なった新たな発想をもって、商品開発に取り組む必要があります。

そこで、その市場に対応すべく、新組織として大きく3つのセクションに再編しています。



ハルナビバレッジ株式会社  
商品開発ユニット  
ユニットオフィサー  
邑上 豊隆

付加価値商品の創出にはこれまで以上に商品企画部分が重要となります。さらに商品企画内容にこだわれば、商品の中身の開発及び工場での商品化が複雑化してきます。よって各分野を分科して、細かく対応できる組織作りの強化を図っています。



## 商品開発の流れ

### ① 新企画開発セクション

商品の企画案を創造するセクションとなります。お客様よりヒアリングを行い、商品に期待される内容とこれまでの経験、市場の動向を組み合わせ、商品企画案を作り出しご提案を行います。企画倒れにならないよう、飲料市場の動向を加味した商品提案を心がけております。



特に昨今は、機能性飲料に興味をもたれるお客様が多くなってきております。多種の機能性原料について探索を行っており、サンプル収集、溶解性、感応とともに知見を増やし、お客様のご相談に対応できる体制を整えております。

### ② 新商品開発セクション

企画化された商品案を具体的に商品設計し、レシピを作り出すセクションとなります。清涼飲料水ではやはり、味の部分が一番重要となることから、お客様のご希望にある価格帯で最も美味しい商品を作り出すことを心がけております。以下の液種内容について対応が可能でありますので、お気軽にご相談ください。



#### ■商品開発液種一覧：

- ・国産茶系飲料（緑茶、ブレンド茶、玄米茶、麦茶、宇治緑茶、濃い緑茶、国産ウーロン茶）
- ・ウーロン茶（鉄観音、色種、黄金桂、凍頂、東方美人）
- ・ジャスミン茶（特級茶葉、春風、銀豪）
- ・紅茶（無糖紅茶、レモンティ、フレーバーティ、その他果汁入り紅茶、ハーブティ）
- ・外国産茶（マテ茶、ルイボス茶、ブレンド茶、麦茶、豆茶）
- ・スポーツドリンク（ハイポトニック、アイソトニック、熱中症対策用、ミネラル含有）
- ・機能性・エネルギー・美容飲料（ビタミン高含有、アミノ酸含有、新規機能性原料）
- ・ニアウォーター（果汁又はエキス入り、天然水仕込み）
- ・果汁・野菜飲料（透明混濁0～100%果汁・野菜飲料、ネクター飲料、スムージー）
- ・カルピス風味飲料（酸性乳性飲料）
- ・ミネラルウォーター（天然水）
- ・特定保健用飲料、炭酸飲料、豆乳飲料、パウチゼリー飲料、粉末飲料、大型コーヒー

### ③ 技術開発セクション

付加価値商品の創出において、これまでになかった商品を作り上げていくことがポイントになってきます。技術開発セクションは、新たな製法や新規ジャンル商品の立ち上げを行っていくセクションとなります。付加価値のある新しい商品を提供できるよう努力しております。



## ②品質管理体制

創業以来、品質管理部門を設け、科学的な検査体制をはじめ、商品の安全性に責任を持つ管理体制を徹底しています。2000年には総合衛生管理製造過程（HACCP）取得に向けた合同委員会を設立し、2006年にはハルナプラントにおいてHACCP承認を取得、翌年には食品衛生優良施設として群馬県知事賞を受賞。飲料の製造工場としての安全性を確保しています。



### ■高品質な水

生産拠点であるハルナプラント（高崎市）・タニガワプラント（みなかみ町）では、製品に使用する『水』を、敷地内にある専用井戸から採取し使用。震災以降定期的に、放射能測定（核種のセシウム137、セシウム134、ヨウ素131）を第三者機関において行っておりますが、現在まで問題ありません。

今後も引き続き国や自治体等の放射能に関する情報収集に努めるとともに、使用水の定期的な検査を行い、品質管理の一層の強化に努め、お客様に安心いただける商品をお届けします。



### ■徹底した衛生管理

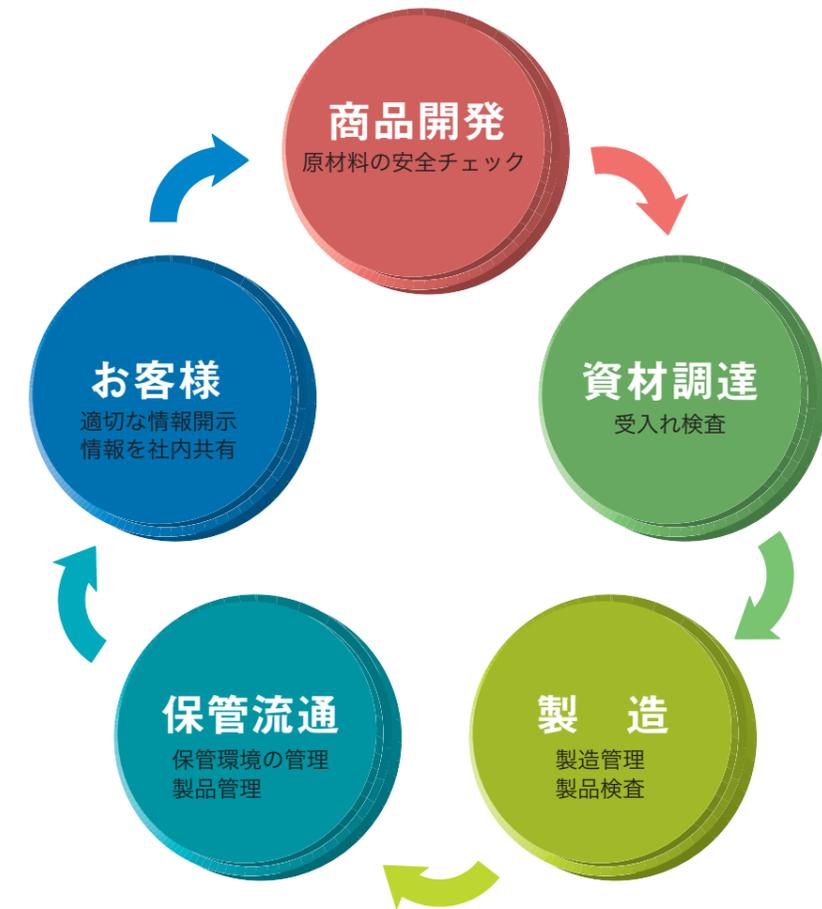
製品の製造過程での製造ラインや使用器具の定期的な洗浄・殺菌はもちろん、工場で働く従業員の健康状態もチェックするなど、すべてにおいて衛生管理を徹底し、常に清潔な状態が保たれています。



### ■原材料の品質調査

多くの原材料を使用して製造していますが、その入手先は国内だけでなく海外にも及んでいます。本当に安全で安心な原材料のみを利用する仕組みを整備しています。

## 製品開発から販売までのプロセス



## 品質管理担当者より管理の徹底について

工場では総合衛生管理製造過程における管理の下、安心、安全な製品を製造しております。品質管理においても、総合衛生管理製造過程を基盤として工場の衛生管理に努めております。

衛生管理と言いましても、その管理範囲は大きく、製品が流れるライン・設備、従業員、防虫管理など多岐にわたる対応が必要です。品質管理ではそれらをもれなく、しっかりと維持管理すべく製造部門など関係部署と細部にわたり協力しながら、日々の管理に取り組んでおります。

また、工場で製造された製品の最終検査も担当しており、品質に問題がない製品であることも確認しております。これからもお客様に安心、安全で心より喜ばれる製品をご提供できるよう、従業員一同で取り組んで参ります。



ハルナファクトリー 株式会社  
ハルナプラント 品質・社会環境 Unit  
ゼネラルマネージャー (GM)  
清水 秀憲

## 商品情報

HARUNA 株式会社は、ユニークで高品質な飲料・食品を通して元気な笑顔とスタイリッシュなライフスタイルを提案しています。

## ■輸入商品

スウェーデンやイギリスなどからの天然素材の飲料をはじめ、食品や酒類など各国から輸入し、販売しています。

## ■自社商品

さまざまな茶系飲料やミネラルウォーター、さらに、季節性と付加価値のある飲料をお届けしています。



日本ならではの美味しい飲料をお届けすることはもちろん、それぞれの国の食文化やニーズを見据えた新しい商品の提案を目指し、他社とは差別化した商品を展開しています。

## HARUNA Asia Co.,Ltd.

ハルナアジア株式会社

海外事業

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外パートナーとともに創り上げていきます。

日本では、少子高齢化・人口減少による市場縮小が進む中、飲料を中心としたビジネス展開を考え、現在、東南アジアのハブとしてタイに、ハルナアジアタイランド株式会社を設立いたしました。経済成長がこれからも高く見込まれる ASEAN・中国・香港へ、積極的な飲料ビジネスを創出することが必要と考えています。

輸出入の観点・飲料製造のノウハウによる技術提携、または将来、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、今後ハルナグループの成長する1つの大きなチャンスと捉えております。

■所在地 United Center Building  
Room3004B 323 Silom Road,Bangrak,Bangkok10500 THAILAND  
TEL.+(66)2635-5488 FAX.+(66)2635-5487

■法人設立 2013年7月

■役員 代表取締役社長 青木 日出生  
取締役 青木 清志  
取締役 中澤 幹彦



## ウェルネスサイエンス研究所

Wellness Science Research Institute

研究・開発

創業の翌年1997年、ハルナビバレッジ研究所として正式に設立いたしました。当初は顧客志向を念頭に「安全で安心な商品」をご提供するため、お客様に喜んでいただける商品の調査、品質の管理から始めました。

その後、医師や博士、研究者等、専門分野のアドバイザーを迎え、医学、薬学、農学、物質科学、生命科学、生産技術といった基盤技術研究についても着手いたしました。大学などの社外の研究機関との共同開発により、革新的な商品や技術の開発、生産技術と原料を融合させた機能性素材の開発、機能性食品・健康食品の商品開発における付加価値のある商品の研究開発を行っています。

そして、現在、国内では高齢化社会や、資源・エネルギー等の社会問題にも対応できる商品の研究開発や、グローバル化の広がりに伴うアジアやヨーロッパにおいての、高付加価値商品のための研究開発活動も積極的に行っております。

■所在地 〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-3  
TEL.027-372-1230(代) 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



### ③人づくり

創業から18年間、顧客満足を経営の理念としてまいりましたハルナグループでは、お客様から信頼され、すべての社員が誇りを持って働ける会社を目指しています。まずは社員の成長が会社の成長となると考えて、社員一人ひとりが能力を最大限に発揮できるように、そして、自己の夢を持つ社員やステークホルダーを支援できる環境づくりに努めています。

#### ■豊かな社会のために

##### 中学生の体験学習の推進

毎年、ハルナファクトリーでは、地域の中学生の体験学習のお手伝いをしています。実際の「ものづくり」の現場を実習することで、子どもたちの豊かな人間性や、自ら学び考える力など、生きる力の基盤を創造し、子どもたちの成長を望んでいます。

#### ■新入社員教育

入社後の1ヶ月間は、仕事に対する基本姿勢および仕事の進め方を習得するための教育期間と位置付けています。入社後2週間は、ビジネスの実務基礎を身につける目的で、主に会社の仕組み、財務諸表の読み方、人事諸制度、社員行動規範、必要知識の習得に当てています。

引き続き約2週間の体験学習を行います。品質管理教育、生産管理教育などを通じて「仕事に対する基本姿勢」と「仕事の進め方」を学びます。また、学生から社会人への意識改革を図り、規律や礼儀を身につけます。配属後すぐに職場で生かせるように、名刺交換、電話対応、来客対応などのビジネスマナーを実践学習し、ビジネスにおける礼節を考え、身につけます。

そして、清涼飲料水製造過程における基礎知識から生産設計技術や、ペットボトルの特性と殺菌・法規定について品質向上に加えて、高品質維持への取り組みについて、事故や商品ロスを未然に防ぐ活動の重要性を学びます。

##### 研修後のレポート（2011年10月入社社員より）

ハルナグループについて理解できるプログラムになっており、現場の皆様から直接教えていただき大変わかりやすかったです。飲料の基礎知識やHACCPについてもお話を伺うことができ、勉強になりました。皆様が大変丁寧に接していただき、このような親切な方々と同じ会社で働けることをとても嬉しく思いました。社員の皆様と同じ目標を持ち、会社の役に立てるよう日々努力していきたいと思えます。

##### 東洋大学の卒論のインタビュー

当社の求める「顧客満足」を提供できる協力会社として、ますます成長していくために、さまざまな育成策を推進しています。2013年には、東洋大学経営学部の学生様からのご希望により、卒業論文作成のため、創業者の青木清志がインタビューを受けました。大学の客員教授を務めたこともある青木は、「卒業論文は就職活動のみに関わるものではなく、その後の人生を構想していくことにも繋がる。学生さんには重要な事であり協力したい」と考えています。



インタビューに答える代表の青木清志



社内研修の様子

#### ■モノづくりのプロを育てるために

##### リ・エンジニアリング

高い専門性を有する社員は、専門能力に見合う処遇を実現するリ・エンジニアリングセクションで、伝統を継承し続ける存在であるインストラクターとして活躍しています。

私たちを取り巻く社会は、目まぐるしく変化しています。この社会の状況の中で、いかに企業力を磨き、成長を続けるには社員一人ひとりが、経験を積み、知識や技術力、行動力を身につけなければなりません。個人の成長なくして企業の成長はないと思っています。私は今までの人生の過程の中で、自分が培ってきた経験を通して、自分自身が身につけた知識や技術を共有化し、継承していくために教育・指導を行っています。

一人ひとりが学びながら経験し、知識や技術を身につけていけば、成長を実感し、自分を豊かにします。それぞれが財産となり、いろいろな問題や改善に目標意識をしっかりと持ち、チャレンジできる人材になることを私は望んでいます。私たちリ・エンジニアリングの部署でも、今までのような機能別でなく、組織横断的な効率化、高性能化を図るため、目標に向けて全力で取り組んでいます。



ハルナファクトリー株式会社  
リ・エンジニアリング  
テクニカルインストラクター  
中曽根 盛英

#### ■ビジネスキャリアの開拓を総合的にサポート

##### キャリアネクスト

会社で成長を遂げた熟年層が、意欲と能力のある限り働き続けられるような環境を整え、活力ある企業体質をつくることを目的とし、定年後の再雇用制度を導入しています。熟年層から次世代の社員への技術やノウハウの伝承を図り、60歳以降も働きがいのある仕事に取り組んでもらうために、ビジネスキャリアの開拓を総合的にサポートしています。

また、グループ全体で障がい者雇用に対する理解を深め、雇用を維持し続けるとともに、全社員がやりがいをもって働くことのできる職場環境を整備しています。

##### 青木文庫の設置

経営や経済に関する教育活動の増進、将来を担う人材の育成に貢献すべく、グループ代表の青木清志より約700冊の文庫が寄贈されました。

#### ■社員とともに

ハルナグループでは、社員が健康で安心して働ける職場づくりをめざし、社員のワーク・ライフ・バランスを重視し、さまざまな制度を導入しています。また、安心して仕事と育児を両立できる職場環境をめざした行動計画を策定しています。2012年からは、組織活性化プロジェクトを進め、急速な環境変化に的確に対応し、社員自身が仕事を楽しみ、前向きになり、顧客への歓喜を生み、継続的な利益を生み出すとともに動機付けとして忠誠心を共に養ってまいります。

##### 組織活性化プロジェクト

——新しいロイヤリティと継続的な利益創出に向けて——  
双方のロイヤリティの構築を図り、個人の発展と組織の継続的な利益創出に向けて、下記の取り組みを行っております。

##### ハルナトータルリワード

- 金銭的報酬
  - ・給与体系の見直し・各種手当整理統合
  - ・モデル賃金設定
  - ・資格リスト作成と手当創設
- 非金銭的報酬
  - ・スポーツ施設提供（スポーツジムが無料で使用可能）
  - ・婦人科検診の実施（希望者全員に無料受診）
  - ・ワークライフバランスの充実（有給休暇の取得推進、入社時に有給休暇付与）
  - ・育児介護休業制度の充実（育児時間外、介護休暇など追加）
  - ・健康相談窓口（メンタルヘルスなど）
  - ・食事の栄養バランスの管理（弁当の選定）
  - ・休憩室の環境改善（快適環境整備予定）
- 人事考課見直し
  - ・評価と育成のバリエーションを目指して成果連動型+業績連動型

##### 人事情報データベース

- ・従業員の特性（コンピテンシー）を記録
- ・人材育成プログラム・個人のキャリアプランの作成に活用

## ビジネススクール

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9年目を迎えるハルナグループのビジネススクールは、階層別・職能別教育と選抜型教育があります。新入社員から管理職まで、各階層の社員に求められる能力やマインドを身につけるためのもので、全社員を対象に実施しています。経営者養成コースは、経営戦略の視点からさまざまな経営判断や意思決定の力を磨くプログラムです。設立以降、大学の教授陣を講師とする経営、経済、マーケティング等の講座から社内講師や社員同士のディスカッション等もあり、修了者はグループの社長候補となります。

### ■ 2014年度 ビジネススクール組織体制

理事長：青木 清志  
 校長：須齋 嵩  
 副理事長：菅谷 重信  
 専務理事：中澤 幹彦



### 客員教授紹介 (講義開催順、役職は当初)

田村 泰彦 様	国立大学法人群馬大学名誉教授、国士館大学経営学部教授
松島 茂 様	通商産業政策史編纂委員・編纂副主幹、東京理科大学大学院イノベーション研究科教授
岡 俊明 様	サッポロ飲料株式会社元代表取締役社長 国立大学法人群馬大学客員教授、長岡大学教授、アイ&オーマーケティング代表、
須齋 嵩 様	国立大学法人群馬大学教授、国立大学法人宇都宮大学教授
後藤 新 様	群馬県議会議員
財部 誠一 様	経済政策シンクタンク ハーベイロード・ジャパン代表、経済ジャーナリスト
岸井 雄作 様	毎日新聞社東京本社編集局編集委員
杉 伸一郎 様	株式会社イトーヨーカ堂元常務取締役、株式会社ヨークマート元代表取締役社長
津田 晃 様	野村證券株式会社元代表取締役専務、株式会社ジャフコ元代表取締役副社長、 日本ベンチャーキャピタル株式会社 元代表取締役社長
三浦 眞吾 様	NHK コンピューターサービス株式会社元代表取締役社長
杉山 学 様	国立大学法人群馬大学社会情報学部教授
跡田 潔 様	ハルナグループ技術顧問、株式会社ハルナビレレッジ研究所元代表取締役社長
小林 欣司 様	ハルナビレレッジ株式会社元監査役、群馬銀行元支店長、群馬キャピタル株式会社元取締役
野口 恒 様	フリージャーナリスト兼ライター、群馬大学社会情報学部特任講師、情報化白書編集専門委員、 日経事業出版社の編集顧問などを歴任
小出 信介 様	小出公認会計士税理士事務所代表
鈴木 守 様	国立法人群馬大学前学長・医学部長、国立大学法人群馬大学顧問・名誉教授、上武大学前学長
井口 征昭 様	株式会社西友元取締役、株式会社スミス元代表取締役社長、株式会社そごう元取締役、 食品流通研究会会長
梅野 匡俊 様	国立大学法人横浜国立大学大学院国際社会科学研究院成長戦略研究センター客員教授、 青山学院大学理工学部客員研究員
池永 裕 様	公立大学法人前橋工科大学工学部生物工学科元教授
下田祐紀夫 様	公立大学法人前橋工科大学工学部地域連携推進センター特任教授
鹿島 保宏 様	鹿島エレクトロ産業株式会社代表取締役社長
和田 一廣 様	株式会社和田マネージメント代表取締役社長
有田 喜一 様	群栄化学工業株式会社代表取締役社長
青木 清志 様	ハルナグループ代表 (創業者)

### ■ 講座内容

#### 経営者養成コース

経営管理・経営理論から人間形成まで、経営トップに求められる洞察力・思考力・判断力を総合的に学ぶコースです。

#### AOKI SEMINAR

#### 中堅社員コース

基本能力を身につけた中堅層のためのスキルアップコース。責任者が講師となり基本動作から専門能力、指導能力まで習得していきます。

#### プライマリーコース

食品製造の基本となる衛生管理や危機管理から環境法規やエネルギーまで多岐にわたり学習します。

### ■ 2014年度開催予定カリキュラム ※一部

開催月	カテゴリー	テーマ	講師
4月	20周年記念・AOKI SEMINAR	「企業統治・公開」	青木清志
5月	20周年記念・AOKI SEMINAR 経営者養成コース	「ハルナの現在形から、未来像を考察」 企業リスク論①「企業に求められる危機管理とは」 ・企業を取り巻くリスク ・危機管理の進め方 ・危機管理体制構築のポイント など	青木清志 エグゼクティブパートナーズ
6月	20周年記念・AOKI SEMINAR	「地政学的な国際秩序の基で、今日の世界経済の実態は如何に」	青木清志
7月	経営者養成コース	企業リスク論②「企業に求められる危機管理とは」 ・企業を取り巻くリスク ・危機管理の進め方 ・危機管理体制構築のポイント など	エグゼクティブパートナーズ
8月	20周年記念・AOKI SEMINAR	「1970年代で終焉した金融資本主義の残滓がいまだに延命」	青木清志
9月	経営者養成コース	営業・マーケティング理論①	梅野 先生
10月	20周年記念・AOKI SEMINAR	「経営におわりはない」	青木清志
11月	経営者養成コース ウインタースクール	営業・マーケティング理論②	梅野 先生 有田 先生・須齋 先生・岡 先生
12月	20周年記念・AOKI SEMINAR	「経済性と地球環境への重視は同軸である」	青木清志
1月	経営者養成コース	商品開発論①	池永 先生
2月	20周年記念・AOKI SEMINAR	「経営者の精神高揚と自己犠牲」	青木清志
3月	経営者養成コース	商品開発論②	池永 先生

### ■ ビジネススクール 榛名山麓研修所

ハルナグループではビジネススクール開講より9年間、さまざまな研修会やセミナーを各地で実施してきました。2014年6月には、より教育の効率化、徹底を図るため、榛名山麓研修所を開設しました。社員が集中して資質能力の向上を図ることができるよう、教育・訓練に集中するのはもちろん、講師や他受講生と、自然に囲まれた当社の創業の地である榛名山の麓で、共に時間を共有することで信頼や共感を育む、安らぎの場所ともなることを目的としています。



榛名山麓研修所にて、研修の様子

#### ④環境への取り組みについて

現在、地球上では気候変動などの環境問題や公害問題が深刻化しています。ハルナグループでは、「環境」を経営上の重点項目の一つに位置づけ、より環境負荷の少ないエネルギーへの転換や省エネルギー設備の導入、廃棄物排出量の削減を推進していくとともに、社会貢献活動を含めた環境経営による『人と生態系との共存』を基本理念とする「環境方針」の下、社員一丸となって『その実践に向けての挑戦』に取り組んでおります。



ハルナファクトリー株式会社  
取締役 兼 常務執行役員  
古市 直也

#### ■環境への取り組みの考え方

- ① 地球環境にやさしい企業であるために、エネルギー対策を推進し地球温暖化防止対策に努めます。
- ② 資源・エネルギー使用の無駄をなくし、効率よく資源・エネルギーを使用するための改善を推進します。
- ③ ハルナグループの環境に対する基本理念を常に意識し、社会貢献活動に積極的に取り組みます。

#### 省エネのための蒸気の有効利用

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、ボイラ燃料で使用していたA重油からCO2排出量の少ない都市ガスへの切り換えをハルナプラントで2012年8月に実施しました。あわせて今まで分散していたボイラ設備の集約化も実施しました。2013年度は、ハルナプラントとタニガワプラントで蒸気効率を高めるためにバルブや配管等に保温ジャケットを取り付ける省エネ対策を実施しています。



蒸気バルブ等の保温化対策



LED照明設置状況（工場内）



LED照明設置状況（駐車場）

#### 工場内のLED化と駐車場のLED化

電力使用量削減対策として2013年度に工場内の照明を水銀灯から電力使用量が少ないLED照明に変更いたしました（ハルナプラント、タニガワプラント）。また、ハルナプラントでは駐車場照明もLED照明に変更いたしました。LED照明への変更により電力使用量を削減しております。

2011年度よりエネルギー政策を重要課題と位置づけ、「エネルギー戦略会議」として将来に向けたエネルギー政策について、社員一人ひとりのアイデアも含め検討・協議し、エネルギー対策を進めています。

#### 環境会計

2013年度は省エネ活動の結果、2012年度に比べてエネルギー（都市ガス、LNG、電力の合計）の使用量が減少しております。水使用量につきましては、若干の増加となりました。引き続きエネルギー使用量や水使用量の削減に向けて、日々の省エネ活動等を継続的に推進し環境負荷の低減に努めてまいります。

#### インプット



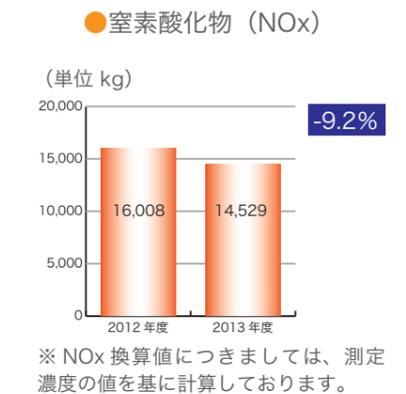
#### ●水資源



#### アウトプット



#### 製造



## ⑤ 社会貢献活動

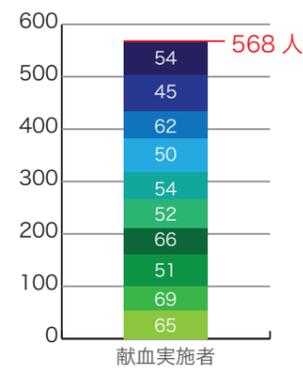
### 献血活動

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2013年度までの累計で568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。



■ 献血累計人数



- 2013年度 2回目
- 2013年度 1回目
- 2012年度 2回目
- 2012年度 1回目
- 2011年度 2回目
- 2011年度 1回目
- 2010年度 2回目
- 2010年度 1回目
- 2009年度 2回目
- 2009年度 1回目



### エコキャップ活動

2009年5月から、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参加しています。2013年度までの累計、361,110個（ポリオワクチン451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）。



健康で豊かな社会の実現に貢献し、社会から信頼され感動を共有することをめざして、一人ひとりが地域の皆様との協力の下、活動を行っています。

### 用水路清掃（ハルナファクトリー活動内容）

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。



### 地域清掃（ハルナファクトリー活動内容）

地域環境保護の一環として清掃活動を行っています。



### 群馬 GS 活動参加（ハルナファクトリー活動内容）

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（みなかみ町政所地内利根川河川敷）。



## 第三者からのご意見



株式会社  
Jホールディングス  
代表取締役  
福留 淳吉 様

## Creating Shared Value (共益の価値創造) への発展

飲料業界を取り巻く環境は、少子高齢化、定価販売の崩壊、ライフサイクルの大幅な短縮化、エネルギー・人件費コストの増大、採用難、環境への配慮等、年々厳しさを増しています。

一方、弊社の顧客である小売りチェーン等においては、ますますPB商品の位置付けが重要視され、当面は、拡充・拡販を推進していく模様です。

しかし、PB商品とは言え、過去に繰り返されてきたNB商品の模倣では、消費者の皆様継続的には支持されず、近年は、廉価版から高級版まで幅広く取り揃え、消費者のニーズにきめ細かく対応し、新たな価値も提案されています。

これらはすべて各社の顧客データをベースとした、MD政策が実践されており、商品開発・改廃のスピードも上がっております。

このような状況下において、供給側であるハルナグループや弊社においては『顧客志向』というキーワードを大前提に、共通認識を持ちながら、永続的に消費者の変化に対応していくことが重要であると信じております。

その対応への努力の結果として、消費者や顧客への価値の提供、利益の還元を可能にすることができれば、ステークホルダーの皆様、地域社会、環境保全等にも貢献できると考えております。

今後も、両社のWin-Winの関係を継続しながら、Creating Shared Value (共益の価値創造) へと発展させていき、さらにはグローバルな視点で精神的、物的イノベーションを可能にしていると期待しております。



## ●ご意見をいただいて

福留社長はじめ、Jホールディングスグループ各社社長や社員の皆様のお人柄や親しみやすさや取引先を大切に社風のおかげで、信頼関係を育みながら強固な協力体制を構築し、PB市場成長ステージにおいて少しずつではありますが、着実に前進することができました。業界を取り巻く環境は厳しくなりましたが、今後も魅力ある商品づくりに欠かすことのできない重要なパートナーとしてWin-Winの関係をさらに進化させていけるように努力してまいります。引き続きお力添え、何卒宜しくお願いいたします。



ハルナマーケティング株式会社  
取締役 兼 代表執行役員  
山崎 敦也

## 第三者からのご意見



細谷工業株式会社  
代表取締役  
細谷 可祝 様

## 「価値創造への挑戦」

ハルナビレッジ様創業時より深いご縁とご厚情を賜り、ユーティリティ設備工事やメンテナンスで安心安全な食品製造の環境づくりや消費エネルギー削減による環境貢献のお手伝いをさせて頂いております。今日までの長きにわたるご愛顧とご指導、ご鞭撻を心よりお礼申し上げます。

私がいつも、とても素晴らしいと感じることは、青木代表のお考えが社内に浸透し、スタッフお一人おひとりが常に学ばれ、現状に満足せず改善改革に取り組み、品質向上、事業の発展と社会的価値の創造に挑戦し続けていらっしゃる事です。また、私たち取引先との関係をととても大事に考えて下さり、共に発展・永続できるよう期待や課題を投げかけて下さいます。

これからも日常のお困り事やニーズに対応するにとどまらず、期待以上の技術と提案でグループ様のCSV活動の一役を担えるステークホルダーと成り得るよう、たゆまぬ努力を続けて参る所存でございます。

ハルナグループ様の更なるご発展と皆様のご健康を心よりお祈り申し上げます。



## ●ご意見をいただいて

弊社の創業時よりご縁が始まり、空調設備を主とした機械設備導入から日々のユーティリティ設備管理まで常にご協力いただき、ありがとうございます。

また、難しい要望や工事の場面などでは、一緒に考えながら最善策をご提案いただく姿勢に感謝するとともに勉強させていただいております。

今後とも引き続き、ご指導とご協力をいただく中で、生産活動の向上に努めて参ります。



ハルナファクトリー株式会社  
製造ユニット ユニットオフィサー  
小池 賢司

# Haruna<sup>TM</sup>

## 編集にあたり

---

ハルナグループは、グループ全体で継続的に取り組んでいる社会的側面、環境的側面、経済的側面の活動について、ステークホルダーの皆さまにご理解していただくため、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を制定いたしました。そして2010年からはSRR報告書として、CSRを含め当社の考え方や活動に関する情報を公開して、ステークホルダーの方々とのコミュニケーションを図る目的で発行しております。

そして本年、2014年は「希望の文明へ——自然と人類が共存できる世界——」をテーマに企業活動を通じて「地球環境への貢献」に関心を持ち続けながら、ステークホルダーの皆さまと一緒に共通価値の創造ができる企業となるための活動をご報告いたしました。

今後も皆さまからの貴重なご意見を、CSR活動や報告書の継続的改善に活用させていただきたいと考えていますので、ご意見・ご感想をお寄せいただければ幸いです。

2014年6月20日  
ハルナグループ  
CSR推進室 黒澤厚美



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。