

Contents

トップメッセージ.....	2
「潤う幸せを世界に」 ハルナグループ CEO / ハルナビバレッジ株式会社 代表取締役社長 青木麻生	
会社概要.....	6
・ ハルナグループ組織概要	6
・ ハルナグループのあゆみ	8
・ ハルナグループ企業行動基盤体系	12
・ ハルナビバレッジ	13
・ ハルナプロデュース	14
営業開発 Unit / 環境負荷低減への取り組み / ディストリビューション Unit / 製造 Unit / 品質保証 Unit 営業開発 Unit 商品創造 Sec / ウエルネスサイエンス研究所 / TOKYO LABO / 協創事業	
・ HARUNA	25
・ HARUNA Asia	26
2021 年度トピックス.....	28
ハルナグループのサステナビリティ価値創造プロセス.....	30
環 境 Environment	32
・ 社会貢献	32
・ 環 境	34
社 会 Social	36
・ 企業価値の源泉は「人財」	36
・ ステークホルダーエンゲージメント	40
・ ハルナグループのメセナ活動	42
・ ハルナデジタル・トランスフォーメーションの取り組み	44
ガバナンス Governance	46
・ ハルナグループ コーポレート・ガバナンス	46
・ ESG の経営について	47

トップメッセージ 潤う幸せを世界に

ハルナグループ CEO
ハルナビバレッジ株式会社
代表取締役社長
青木 麻生



2021 年、ハルナグループは「潤う幸せを世界に」をキャッチコピーとして制定しました。世界に幅広く必要とされる飲料、消費者の潜在ニーズに応える新たな飲料を創造し「飲む感動」「美味しさ」「喜び」「新しさ」「健康」を通じて皆様に信頼される企業グループを目指すとともに、すべてのステークホルダーの満足を追求し持続的な企業価値向上を図るグループビジョンの実現に向けて取り組んでまいりました。

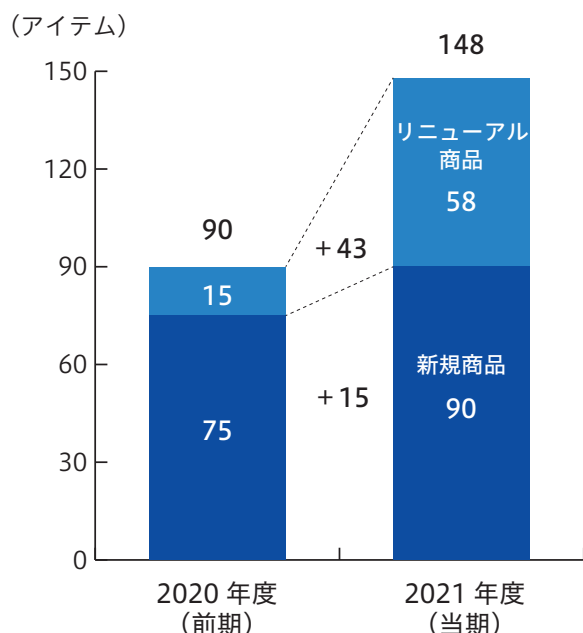
さて、世界的なパンデミックを契機に加速した社会環境や日常生活の変化がニューノーマル（新常態）な時代へと

なるなか、清涼飲料市場においては、外出が回復し需要が増加したこともあり、前年度比 3 % 増の成長となりました。しかし、コロナ禍前の水準にはまだ戻らず、2019 年度比では 6 % の減少となりました。

一方で、生活防衛意識の高まりによる価格訴求型商品と健康・美容・ストレス緩和を訴求する価値訴求型商品の 2 極化が鮮明になるなか、大手小売企業各社は食品、飲料の PB（プライベートブランド）商品の開発や販売活動の強化を図り、2019 年度比で販売金額が 15 % 増加しております。

このような状況下、当社グループは環境に配慮したラベルレスや軽量化ボトル、健康志向を背景にした付加価値の高い製品の企画開発提案を積極的に行い、新規開発商品とリニューアル商品が過去最高の148アイテムの採用となり、プライベートブランド飲料の成長に貢献するとともに製品物流、配送の効率化と適正な在庫管理の徹底により費用の削減を進めることができました。

新規・リニューアル開発採用商品アイテム数



また、パートナー企業様とともに取り組ませていただいている協創事業については、健康志向の高まりなどからマルサンアイ社豆乳飲料の製造が堅調に推移したほか、株式会社 JR 東日本クロスステーション社との協創事業である谷川山系のミネラルウォーター新生産ライン稼働に向けた取り組みも着実に進めることができました。

当社、海外事業会社である HARUNA

Asia Thailand ではタイ日系ディスカウントストアと共同開発した日本式紅茶シリーズやアジア最大のドラッグストアチェーンと谷川山系ミネラルウォーターおよび茶系飲料の共同開発が成功し、新たな主力商品として販売を開始しました。

また、ハルナブランドの緑茶や烏龍茶、スパークリングウォーター飲料の新たなチャンネルへの導入や販売拡大が進み、HARUNA Asia Thailand 単体として2013 年設立以来、初の黒字化を達成いたしました。



しかしながら、2022 年度初頭よりウクライナ情勢などによるエネルギー・食糧高騰や世界的な需給ひっ迫、および昨今の円安の急激な進行を受けた原材料市況の高騰、リサイクル PET ボトル等サステナビリティの取り組みに対するコスト上昇など、製造原価が大幅に悪化しており、企業努力だけでは吸収できるレベルを超えております。

このような環境下、当社グループは自
社内で生産・物流の効率化を徹底し、コ
スト削減、生産性の向上への取り組みを
最大限実行した上で、お客様にとっての
商品価値や付加価値向上の提案を実施さ
せていただき、ステークホルダーの皆様
とともに、この世界的な難局を乗り越え
ていく所存でございます。

2022 年度から 23 年にかけて、ハルナ
グループは以下の取り組みを実行してま
います。

〈マーケティング・商品開発〉

- ・「提案力の強化」「提案スピード向上」「お
客様との接点強化」を図ることを主な目
的として、4 月に東京開発室「TOKYO
LABO」を開設。消費者により近いところ
で常に刺激を受けながら、消費者目線
でニーズに的確に対応した商品の企画・
開発の実現。
- ・適正価格化へ向け、価値向上・サービ
ス向上と併せた提案活動の遂行。
- ・年間を通じた安定供給体制の実現に向
けたパートナープラントとの連携強化。
- ・株式会社 JR 東日本クロスステーション
社とのミネラルウォーター協創事業の安定
稼働と最大化の実現（2022 年 4 月稼働）。
- ・パートナー関係にある日本全国ならび
にアジア、欧州を拠点とした飲料メーカー
や企業との強固なアライアンス・パート
ナーシップの構築。
- ・SDGs の取り組み推進とデジタルマーケ
ティングによる持続可能な製品づくりと
販売活動の実現。

〈生産・品質・環境〉

- ・生産数量、ライン効率、歩留まりを向
上させ、製品の安定生産、安定供給体制
の確立。
- ・高品質商品の生産体制の強化とパートナ
ープラントとの生産・品質の最適化を図り、
顧客ニーズにお応えする生産体制の確立。
- ・全社員によるエネルギー高騰の抑制対
策と無駄のない高効率生産の実現。
- ・スマートファクトリーの実現に向け、
SDGs と DX の融合による持続的成長に
向けた検討。

〈物 流〉

- ・在庫の適正コントロールと外部倉庫の
効率的運用によるコスト削減。
- ・全国への製品供給体制の効率化と無駄
のない配送の実現によるコスト削減と
CO₂ 排出抑制。
- ・倉庫内作業の作業効率改善による生産
性の向上。
- ・スマートロジスティクスの実現に向け
た取り組みの検討。

〈海外事業〉

■アジア事業

- ・日系ディスカウントストアや日系スー
パーマーケットなど、ASEAN 地域に販
路を持つ既存取引先企業とさらなる連携
を図り、互いの機能を最大限活かしたマー
ケットの拡充。
- ・戦略的パートナーとしてタイ国の大手飲
料メーカーなどと商品の共同開発を行い、
飲料プロデューサーとしての地位を確立。

- ・ 開拓できていなかったトラディショナルトレード（タイ国内の小規模小売店への販売形態）および EC チャンネルの立ち上げによる販路拡大。
- ・ タイの優位性を活かした日本市場向けの新たな独創性ある飲料の開発・輸入の実現。
- ・ 円安が進行するなかで、タイ国で築いた販売網を活かし、日本で生産されたミネラルウォーターやお茶などの販売強化。
- ・ 原料が高騰するなかで、日本で使用する海外産茶葉を直接調達することによる原料費の抑制。

■ 欧州事業

- ・ ハルナヨーロッパ駐在員事務所をバルセロナに設立し、飲料・食品の市場調査と分析を徹底的に行い、欧州事業再構築の推進。
- ・ 日本国内で培った飲料の企画開発力・生産技術力を活かし、欧州メーカーとの戦略的パートナーシップの構築に向けた取り組みの推進。
- ・ 新規性のある商品・プライベート商品・トレーディング商品を軸に、日本・東南アジア・欧州それぞれの強みを活かし、シナジーを生むパートナーシップ事業の推進。

〈人 財〉

・「マネジメントコース」と「プロフェッショナルコース」のキャリア選択制度のさらなるブラッシュアップと社員エンゲージメントサーベイを分析し、社員一人ひとりが自分の会社で働くことに誇りを持ち、個性と能力を発揮しながら自己成長と豊かさにつ

なげられる取り組みの推進。

- ・ ワークとライフの双方のバランスをインテグレーション（統合）させて「仕事の質」と「生活の質」をともに向上させていく取り組みの推進。

〈ハルナデジタル・

トランスフォーメーション（HdX）〉

■ HdX1.0

各部門が作成している帳票・資料をポータルで一元管理し、プラットフォームを介してスムーズに情報を獲得することができる仕組みの構築。

■ HdX2.0

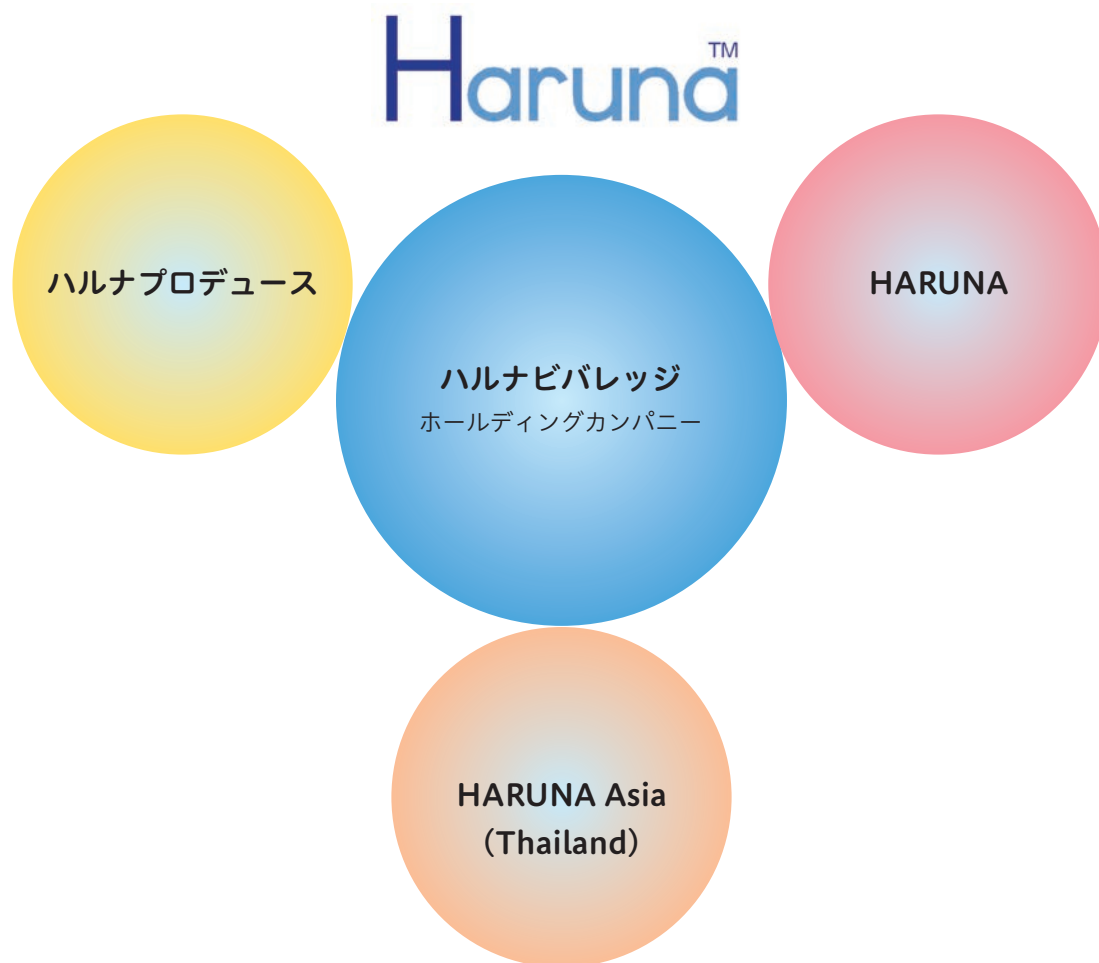
周辺システム等との連携を実現することで社内外のデータを収集し、解析、アウトプットを提供するためのデータ基盤の構築。

■ HdX3.0 ※中期目標

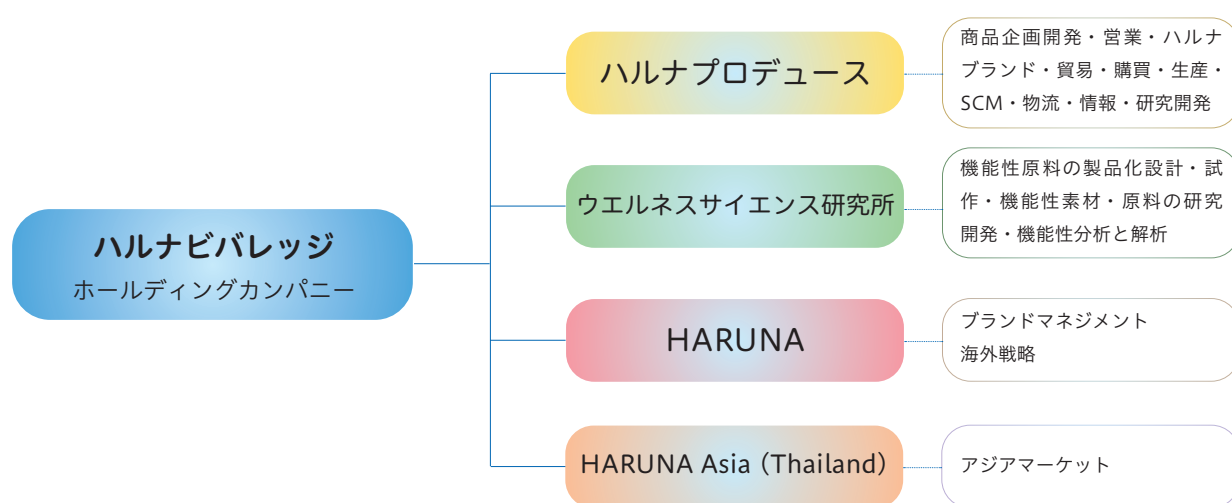
データを活用した新規事業・SDGsなどの社会活動を実現するためのデータ基盤を構築し、デジタルマーケティング・スマートファクトリー・スマートロジスティクスを実現し、サプライチェーン全体がデジタルでつながる世界の実現と社会環境変化に柔軟に対応できる働き方の実現。

これらの取り組みをハルナグループ役員、社員全員の知恵と創造性・独創性を結集し、持続可能な社会に貢献する製品と価値を提供するべく挑戦を続けてまいりますので、皆様のますますのご支援とご指導をよろしくお願い申し上げます。

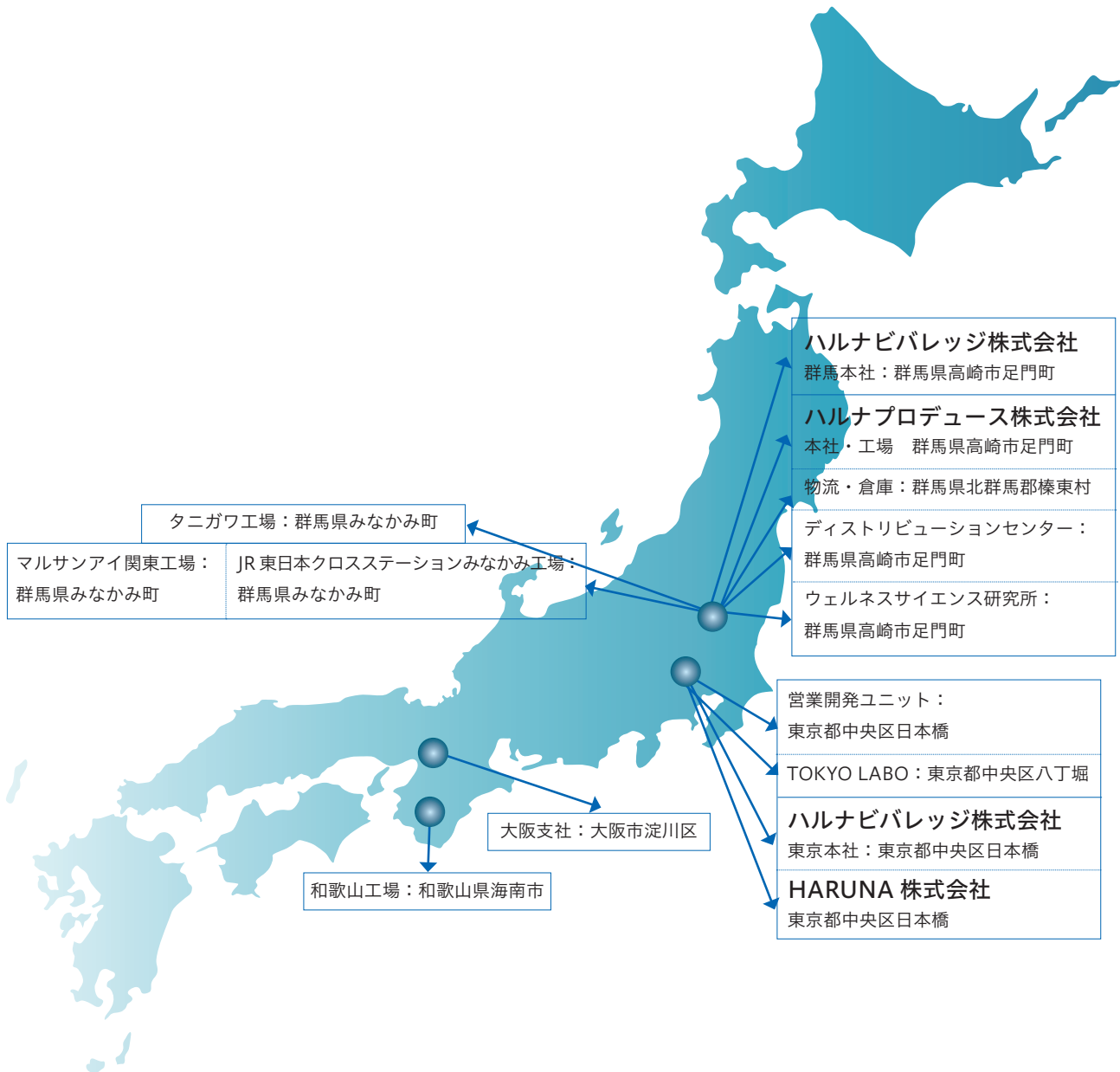
ハルナグループ



ハルナグループ事業



事業拠点



HARUNA 株式会社
Barcelona, SPAIN



HARUNA Asia (Thailand) Co., Ltd.
Bangkok, THAILAND

ハルナグループのあゆみ

〈受託業務を主として事業を拡大〉

草創期（1996 年～ 2000 年）

1996

2 月

平成 8 年 2 月 23 日に資本金 30 百万円でハルナビバレッジ株式会社を設立



第一工場稼働

5 月

第 1 回株式上場準備委員会開催

8 月

金融機関に対し月次決算の開示

11 月

東京にマーケティング本部設置

1997

3 月

従業員持株会発足

5 月

ハルナビバレッジ研究所設立

6 月

第二工場稼働

10 月

新日本監査法人による調査及び指導開始

2000

2 月

第三工場稼働

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

2001

5 月

新日本監査法人による第六期決算調査及び指導

8 月

第三工場が JAS 工場として認定

2002

2 月

リサイクルシステム協議会発足

3 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

5 月

新日本監査法人による第七期決算調査及び指導

8 月

四半期報告会を開催

2003

3 月

HACCP 認証取得に向け取り組み

4 月

環境会計導入

企業競争力の強化を図るため市場開発部門を設置

提案型企業への変革を目指し商品開発部門を設置

HACCP の考えを充実させるため「総合衛生管理委員会」発足

5 月

新日本監査法人による第八期決算調査及び指導



第三工場稼働

〈受託業務を主として事業を拡大〉

創成期（2001 年～ 2007 年）

8 月

中小企業経営革新計画承認（中小企業経営革新支援法）

10 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）

12 月

人財教育投資、生産合理化投資、総合衛生管理（HACCP）対応投資

第二工場において、クリーンルームと充填設備増設

2004

3 月

第 29 回国際食品飲料展 FOOD EX JAPAN2004 出展

10 月

人事基本理念制定

2005

3 月

物流関連企業ハルナロジスティクス株式会社設立

4 月

「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）

6 月

ハルナロジスティクス株式会社 第 3 倉庫完成 740 坪

10 月

緑地公園「ハルナコミュニティガーデン」を整備



ビジネススクール開講

2006

1 月

ハルナロジスティクス株式会社 第 4 倉庫完成 860 坪

全社 IT 化に着手

2 月

創業十周年記念会



4 月

ハルナエコロジー株式会社、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

9 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 0912001 号）

10 月

「地球市民ウィーク 2006 環境活動展」出展（主催：高崎市）

2007

3 月

国際食品飲料展 FOOD EX JAPAN2007 出展

4 月

ハルナエコロジー株式会社附属ウェルネスサイエンス研究所発足

ハルナエコロジー株式会社 EU 輸出用緑茶「YOSHI-GO」発表

6 月

オーパイ株式会社事業譲受契約締結 タニガワバレッジ株式会社準備開始

10 月

合併会社ハルナヨーロッパ設立

12 月

ハルナグループ全体会議開催開始

〈イノベーションと挑戦で新商品を生み出す〉

変革期（2008 年～ 2012 年）

2008

1 月

タニガワビバレッジ株式会社始動

4 月

ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社設立

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

群馬県初のプロ野球チーム群馬ダイヤモンドペガサスをパートナーシップスポンサーとして応援

6 月

CSR 報告書発行開始

ハルナロジスティクス株式会社第 5 倉庫完成

2009

1 月

タニガワビバレッジ株式会社 天然ガス設備稼働

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

2 月

ハルナロジスティクス株式会社 ハルナビバレッジ株式会社へ吸収合併

4 月

ハルナグループ組織再編スタート

ハルナマーケティング株式会社設立

2010

1 月

新規事業戦略センター設置

3 月

新商品開発プロジェクトチーム発足

5 月

「ハルナビジョン 2015」公表

7 月

ハルナグループ企業行動憲章・企業行動規範制定

2011

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

3 月

ハルナエコロジー株式会社より HARUNA 株式会社へ社名変更

4 月

ハルナビバレッジファクトリー株式会社がタニガワビバレッジ株式会社を吸収合併

6 月

エネルギー対策委員会発足

2012

1 月

ハルナビバレッジファクトリー株式会社タニガワ地区 G 倉庫完成
震災対策委員会発足

2 月

プラントシステムイノベーション「見える化」にてコントロール室完成



ハルナグループ歴史資料館新設

4 月

ハルナビバレッジ（株）がワイエスロジスティクス（株）の株式 100% を取得し、ハルナロジスティクス株式会社に社名変更

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）

第二変革期（2013 年～ 2017 年）

未来へ向けて（2018 年～）

2013

4 月

ハルナグループ 持株会社体制への移行に伴う組織再編スタート

7 月

HARUNA Asia Co.,Ltd 設立

2014

6 月

ビジネススクール榛名山麓研修所開所

10 月

ハルナジョイパック 自社ブローボトル成型機導入、稼働開始

11 月

ハルナロジスティクス タニガワ地域自社倉庫稼働開始

2015

2 月

HARUNA 国際食品飲料展 FoodexJapan2016 出展

7 月

国際的食品安全マネジメントシステムの「FSSC 22000」を取得

2016

1 月

創業者 青木清志が日刊工業新聞社主催の第 33 回優秀経営者顕彰「優秀創業者賞」を受賞

2 月

創業 20 周年記念彫刻「水滴」完成

4 月

ハルナプロデュース株式会社設立

ハルナジョイパック：小型容器飲料の生産が本格稼働

上毛新聞「心の譜」（ハルナグループ創業者・青木清志）連載

2017

2 月

群馬県の地域活性化キャンペーン「ぐんま愛 ここに生きる」を支援

12 月

経済産業省選定「地域未来牽引企業」に選定

2018

4 月

ハルナグループ組織再編スタート／長期経営ビジョン公表

12 月

日本経済団体連合会入会

2019

1 月

和歌山プラント LNG サテライト設備の導入

タニガワプラント蒸気供給共同スキーム事業の運用開始

3 月

スペイン販売会社と資本提携販売を開始

SDGs 私募債発行に伴う群馬県の県民基金へ寄付

11 月

テレビ番組「5 時に夢中！」内 TVCM 放送開始

2020

2 月

危機管理対策室委員会発足し、感染症対策や災害対策等を強化

3 月

群馬テレビ局との共同制作オリジナルプロモーションビデオ発表

高崎ディストリビューションセンター完成

SDGs 私募債（群馬銀行引き受け）発行額の一部をぐんま緑の県民基金へ寄付

4 月

ハルナトータル・リワードを運用開始／一般財団法人榛名美術設立

2021

2 月

創業 25 周年記念「Haruna Book」制作

3 月

ぐんま緑の県民基金へ寄付

4 月

FSSC22000（ハルナプラント）更新監査実施

11 月

お客様満足度調査を開始



2022

1 月

組織編成により、2 本部制から 4 本部制へ

2 月

社内公募企画にてキャッチコピーを決定

3 月

e- ラーニング研修制度の導入

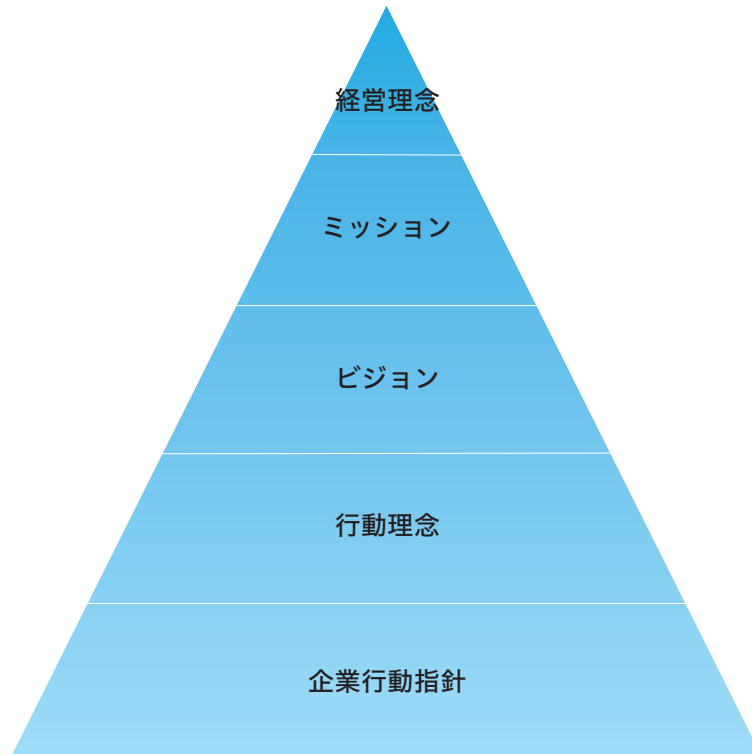
4 月

ウクライナへミネラルウォーターを支援

JR 東日本クロスステーション様との提携工場にて天然水ボトル

リング事業がスタート

ハルナグループ 企業行動基盤体系



経営理念

顧客志向を経営の核として
顧客評価に値する品質とは何かを問い
顧客思考を超える製造とは何かを考え
顧客歓喜の果実を己の収穫とする

ビジョン

ハルナグループの目指す姿

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

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

〈会社概要〉

ハルナビバレッジ

Haruna Beverage Inc.

創業：1996年2月23日	事業内容：持株会社・経営戦略・人事・財務経理																
資本金：4億5,390万円（発行済株式数9,543株）	連結売上高：254億円（2022年3月末）																
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2F 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																	
役員 <table><tr><td>Founder（創業者）</td><td>青木清志</td></tr><tr><td>代表取締役社長（CEO）</td><td>青木麻生</td></tr><tr><td>専務取締役（CSO）</td><td>栗原健一</td></tr><tr><td>取締役（COO）</td><td>中澤幹彦</td></tr><tr><td>取締役【非常勤】</td><td>小出信介</td></tr><tr><td>取締役【社外】</td><td>梅野匡俊</td></tr><tr><td>取締役【社外】</td><td>ピーター・トーマス</td></tr><tr><td>監査役【社外】</td><td>尾崎聖治</td></tr></table>		Founder（創業者）	青木清志	代表取締役社長（CEO）	青木麻生	専務取締役（CSO）	栗原健一	取締役（COO）	中澤幹彦	取締役【非常勤】	小出信介	取締役【社外】	梅野匡俊	取締役【社外】	ピーター・トーマス	監査役【社外】	尾崎聖治
Founder（創業者）	青木清志																
代表取締役社長（CEO）	青木麻生																
専務取締役（CSO）	栗原健一																
取締役（COO）	中澤幹彦																
取締役【非常勤】	小出信介																
取締役【社外】	梅野匡俊																
取締役【社外】	ピーター・トーマス																
監査役【社外】	尾崎聖治																



東京本社



群馬本社

〈会社概要〉

ハルナプロデュース

Haruna Produce Inc.

創業：2009年4月1日（設立：2016年4月1日）

事業内容：商品企画開発・営業・ハルナブランド・貿易・購買・生産・SCM・物流・情報・研究開発

所在地

本社・工場：

〒370-3531 群馬県高崎市足門町 39-1
TEL：027-372-6911 FAX：027-372-6912

マーケティング本部：

〒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 FAX：03-3275-0192

TOKYO LABO：

〒104-0032 東京都中央区八丁堀 2-15-11 YS ビル 1 F
TEL：03-6222-9187 FAX：03-6222-9188

大阪支社：

〒532-0011 大阪府大阪市淀川区西中島 6-7-3 第 6 新大阪ビル 903 号
TEL：06-6195-1755 FAX：06-6195-1775

工 場：

〒379-1307 群馬県利根郡みなかみ町政所 1011
TEL：0278-62-1111 FAX：0278-62-1144

〒640-0441 和歌山県海南市七山 711-1

TEL：073-486-0231 FAX：073-486-0210

物流・倉庫：

〒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

役 員

代表取締役社長	中澤幹彦
常務取締役	古市直也
常務取締役	山崎敦也
シニアマネージング エグゼクティブオフィサー	松下 護
シニアマネージング エグゼクティブオフィサー	三原修一
オペレーティングオフィサー	小池賢司
オペレーティングオフィサー	松井健一
オペレーティングオフィサー	中久保亨
オペレーティングオフィサー	清水秀憲

逆境に打ち勝ち価値創造！ 自助努力からチーム戦へ 社会貢献企業を目指そう！

2021 年度はまだコロナ禍であり苦労をしながらも、社員一同、心を一つにして難局に立ち向かい、結果、最高の成果につなげることができました。これもひとえにステークホルダーの皆様のご支援の賜物と存じます。心より感謝申し上げます。

そして、2022 年度は With コロナの時代に変わりつつあります。コロナとは共存しながら新しい社会活動として、どう変わり、どう向き合い、どう成長していくか、当社も未来創造への再スタートの一年と捉え、社会貢献企業として使命を果たしていく所存でございます。

そのような中ではありますが、2 月末にロシアがウクライナに侵攻し、世界に大きな影を落としました。エネルギー、原材料、包材などの価格がすべて高騰するなど、飲料業界を取り巻く環境は混沌としています。当社も飲料メーカーとして価値ある商品をお客様にお届けすることを目指すなかで、苦勞しながらも無駄のない生産、物流、販売を目指して取り組んでいます。本年はすべての業務で減量と価値創造が大きなポイントになると感じています。

この難しい 2022 年度をハルナプロデュース（株）はマーケティング本部、生産本部、ディストリビューション本部（新設）、協創事業本部（新設）の 4 本部制に組織再編いたします。

昨期は物流改革として、配送、在庫の無駄をなくすことで減量し、筋肉質の体質に変更することができました。2022 年度は本部を新設し、よりスリムな実務運営を目指します。

そして、新設組織として協創事業本部を立ち上げました。現在パートナー企業と様々な協創事業を行っておりますが、現在の世界情勢のなか、新規、協創事業を行うことでプラスの価値を生み出したいと考えています。飲料プロデューサーとして、新たな価値創造を目指してまいります。

また、東京に TOKYO LABO（商品開発）を新規開設いたしました。東京で開発試作することで新たな商品提案など、スピードを上げて取り組むことを目的にしております。よろしくお願いいたします。

今期は昨期以上の激動の 1 年が予見されます。そのなかで『自助努力とチーム力強化』『チャレンジと価値創造』『減量から体質改善』を推し進めて、明るい未来を目指したいと祈念しております。今後もハルナグループにご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

ハルナプロデュース株式会社
代表取締役社長
中澤 幹彦



営業開発Unit

環境の変化の中でさらなる価値向上を目指します

2021年度は新型コロナウイルス対応も2年目となり、移動制限やソーシャルディスタンス、テレワークの普及など新しい行動様式が定着しました。その中でも自社ブランド、顧客ブランドそれぞれの顧客層に対して積極的な課題解決型提案活動を展開することで、新規開発商品やリニューアル商品、環境配慮型商品を数多く立ち上げることができました。また、パートナープラントとの連携拡販強化もあり、過去最高のグループ販売数量を達成することができました。

今年度も今まで以上に、業界全体の課題やお客様の抱える課題に向き合ってまいります。新設した東京開発室「TOKYO LABO」による営業と開発が一体となったチーム型営業にて、徹底したお客様別One to Oneマーケティング戦略の実践とコーポレートブランドの展開強化を推進することで、お客様にとって必要とされる価値ある商品をこれまでになかったレベルとスピードで提案できる体制を目指します。「もっと新しいもの、もっと美味しいもの、もっとドキドキするもの、もっと感動するもの」を届け続ける活動を行ってまいります。

ハルナプロデュース株式会社
常務取締役
山崎 敦也

2022年度の取り組み

- ① 自社プラント年間安定受注環境の継続
- ② One to One マーケティングの掘り下げ
- ③ 環境配慮型商品の進化
- ④ コーポレートブランドの展開強化
- ⑤ 新規領域での市場創造



環境負荷低減への取り組み

ハルナグループは持続可能な社会を目指すために、環境にやさしいラベルレス商品やボトルの軽量化を進め、脱炭素化による環境負荷低減に取り組んでまいります。



ペットボトルの軽量化

商品容器（PET: ポリエチレンテレフタレート）の使用量低減による CO₂ 排出量の削減に取り組んでおります。

	2022年	2025年	2030年
軽量化による 目標削減量	大型PETボトル 5800万本 783 t 小型PETボトル 4000万本 160 t	大型PETボトル 6800万本 918 t 小型PETボトル 軽量化からリサ イクルへ	大型PETボトル 8900万本 1,202 t

商品のラベルレス化

商品に付随しているラベルのプラスチック素材をなくすことによる CO₂ 排出量の削減に取り組んでおります。



ディストリビューションUnit

お客様ごとに適切なソリューション及び物流サービスを提供

新型コロナウイルス後の経済活動復興の一翼を担うべく、個々の力をチーム力に変え、内部（社内）外部、両方のネットワークをフル活用し With コロナの1年を力強く進んでまいります。

ハルナプロデュース株式会社
シニアマネージング
エグゼクティブオフィサー
三原 修一



2022 年度事業方針

感染症、災害対策等、リスク対応力を強化し製品の安定供給を実現

2022 年度事業戦略（主要項目）

1) 物流企画 sec

- ① 配送時のトラック積載効率向上とリードタイム短縮を進め、お客様要請への対応力を進化させてまいります。
- ② コンビニエンスストア様向け配送に対し作業の改善を進め、消費者様の実態に近づく物流サービスを実行していきます。

2) 倉庫 sec

- ① 各拠点間の在庫情報共有と情報の活用に対し、自社倉庫の出荷率を向上させ外部コストを削減します。
- ② 外部倉庫の運用は、さらに合理的なオペレーションと横持ちコストの削減に取り組む。また、外部倉庫における製品品質も自社倉庫と同等を維持してまいります。

3) 業務環境改善の取り組み

- ① すべての物流業務に関し、環境配慮の対策を創案・実行し HdX 等による省力・省人設備導入等にて競争力のある物流部門として進化していきます。

2021 年度物流業務の取り組みについて

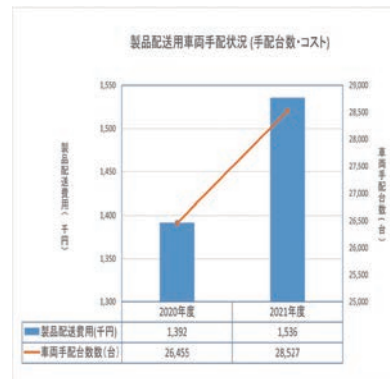
■ 大手流通様、コンビニエンスストア様の配送は全国各地域に拡大しましたが、個々の配送を適正に行うことで全体コストの抑制を実現しました。

■ 製品在庫のコントロールにおいて、2021 年度の総製品在庫数はやや多めの在庫数でスタート。GW 前の期間に出荷増となり、以降は前年度に対し 15%～20% 少ない在庫数で推移。群馬では、高崎ディストリビューションセンターの運用を改善し、無駄な横持ち費用の削減に成功しました。また、コスト影響の高い和歌山地区の外部在庫、横持ちも減少させたことで計画比で大幅なコスト抑制となりました。

〈外部倉庫費用の抑制〉



〈配送用トラックの低コスト確保〉



製造Unit

個人や組織の繋がりによるパートナーシップから生産性向上を図る

ハルナプラント・タニガワプラント・和歌山プラントの3つの自社生産拠点と、全国のパートナー工場が連携し、日本全国や海外のお客様へ PET 飲料をお届けしています。

With コロナにより、人々の意識や生活様式に大きな変化が起きている中で、清涼飲料水の需要にも大きな変化が起きている。

そのような状況から、新たな商品の導入に向け商品開発や設備対応を進め、2021 年度も新商品の生産を推進しました。これからも、より多くのお客様に安心して商品を購入していただくため、品質の高い商品を、より効率的に生産する取り組みを進め、皆様のご要望にお応えしてまいります。



ハルナプロデュース株式会社
製造統括 兼 製造 Unit
第 6 プラント統括責任者
オペレーティングオフィサー
小池 賢司

2021 年度の取り組み成果

■フル耐熱 2L ペットボトルとして、国内最軽量 47g の新型ボトルをボトルメーカーと協同開発

■新商品の生産に向けた設備対応を推進

- ・ EC で需要が高まっている 2L 飲料の 9 本入りケースを導入
- ・ CVS で需要が高まっている 1L 飲料の生産を開始
- ・ 健康志向による 1L 食酢飲料の生産プラントを増強（西日本でも生産開始）
- ・ リサイクルペットボトルの導入強化
- ・ 環境に配慮したラベルレス商品の増強
- ・ 段ボール軽量化に向けたショートフラップカートンの導入など



2022 年度の取り組み

- ①一人ひとりが知識や技術の専門性を深め、個人や組織の繋がりによるパートナーシップから生産性の向上を図り、多品種生産の対応力を強化します。
- ②多様化する消費ニーズを捉えた新たな液種や、SDGs も踏まえた新たな容器の導入を推進し、付加価値のある新たな需要に対応します。
- ③ HdX（ハルナデジタル・トランスフォーメーション）の推進により生産改革を図り、より効率的な生産と品質レベルの向上に取り組むことで、スマートファクトリーの構築に繋がります。

品質保証Unit

品質の高い、安全でおいしい製品を！！

2022 年度も新型コロナウイルスの感染は落ち着いた状況ではありますが、人々が対策を取りながら活動し前に進もうとしています。

私たちも品質の高い、安全でおいしい製品をお届けするために、食品安全マネジメントシステム FSSC22000 を効果的に運用し、PDCA サイクルを機能させ工場品質、製品品質の維持向上に取り組んでいます。

品質部門は年々、女性社員の比率が高くなってきています。今年度も昨年に続き女性新入社員を迎えるなど、組織の活性化にもつながっています。個人力や組織力向上のため、仲間とのコミュニケーションを大切に、SDGs やデジタル化の活動に、より新たな価値を創造し、安全な製品をお届けすることで社会へ貢献してまいります。



ハルナプロデュース株式会社
品質保証 Unit
オペレーティングオフィサー
清水 秀憲

組織と主な役割

品質保証 Unit は品質管理 Sec とテクニカルプロデュース Sec で構成されております。それぞれの主な役割についてご紹介します。

品質保証 Unit

品質管理 Sec

- ◆ 自社やパートナープラントで製造される製品の分析
pH や味、微生物などの検査を行い、製品の安全性を確認しています
- ◆ 製造環境の管理
衛生的な環境で安全な製品をつくるため、汚れや微生物などの管理をしています
- ◆ 製品基準書の作成
配合表や工程表などの基準書をもとに、品質の安定した製品がつくられます
- ◆ ご指摘対応
ご指摘・お問い合わせ品について調査し、お客様への報告書を作成しています
- ◆ FSSC 事務局
品質マネジメントシステム（FSSC22000）の運用管理のとりまとめをしています
食品安全の国際認証システムの運用により、安全な製品をお届けします

テクニカルプロデュース Sec

- ◆ パートナープラントとの協同作業
国内、国外のパートナーである工場に製造をお願いするにあたり、一緒に安全な製品をつくるため、生産立会や定期訪問などを行っています
- ◆ 技術サポート
新製品の開発や製造ラインへの落とし込みなど、グループの開発や営業部門、海外事業部門へアドバイスなどをし、スムーズに開発や製造、販売が進むように技術サポートを行っています

営業開発Unit 商品創造Sec

世の中にない商品を生み出す楽しさ
ワクワク感を大切にしたモノ・コト創りにチャレンジ

日々変化している環境・トレンド・ニーズを捉え、お客様のライフスタイルや価値観に合わせた「価値」ある商品作りをモットーに日々開発に取り組んでおります。2021年は、環境に配慮した商品や健康訴求商品の開発に力を入れてまいりました。2022年は、よりこだわりのあるオリジナル商品をスピーディーに開発し市場に送り出すとともに、美味しさだけでなくコミュニケーションを生み出せる話題性のあるモノ創りにチャレンジしてまいります。



ハルナプロデュース株式会社
シニアマネージング エグゼクティブオフィサー
(マーケティング本部)
松下 護

「お客様に選ばれ続ける商品」

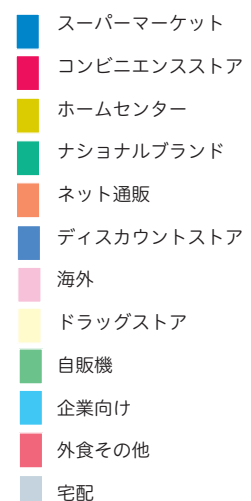
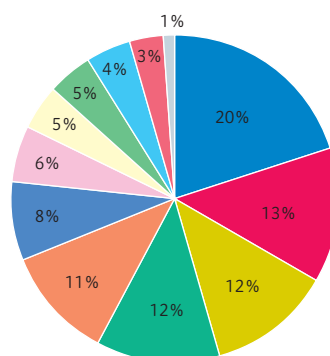
「感動を与える商品」創りに

チャレンジし続けます！



2021年度業態別 開発実績

業 態	件 数
スーパーマーケット	18
コンビニエンスストア	12
ホームセンター	11
ナショナルブランド	11
ネット通販	10
ディスカウントストア	7
海外	5
ドラッグストア	4
自販機	4
企業向け	4
外食その他	3
宅配	1
合計	90



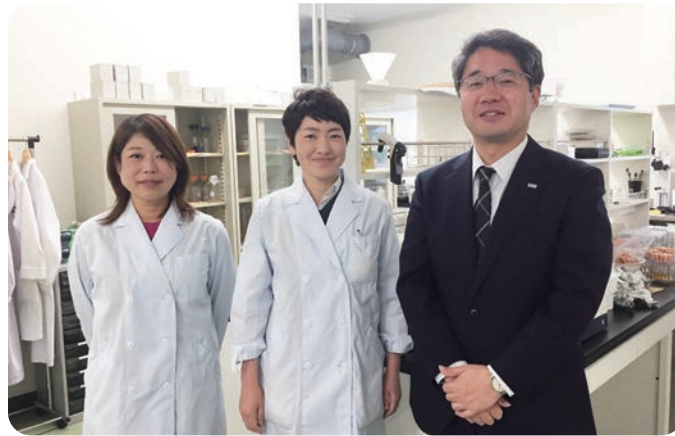
今後も様々な業態に向けて新しい価値を創造していきます！

ウエルネスサイエンス研究所

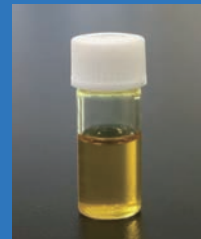
未来につなげる新しいを、カタチにする

ウエルネスサイエンス研究所では、「新しい」を合言葉に、未来につなげる研究開発を推し進めております。

昨年度は長年取り組んでまいりました抗菌物質の原料化に成功し、本年度から清涼飲料水の原料として利用を進めてまいります。また、健康に関わる商品については、常に新しいモノが求められており、そのような市場に対応した健康飲料、機能性飲料の研究開発も、引き続き強化し推し進めてまいります。



研究所では、これまでに 256 種の植物性抗菌原料のスクリーニングを行い、非常に抗菌性の高い成分としてアシタバカルコンを見出しました。しかし、アシタバカルコンは水に溶けない成分であったため、検討を重ね、独自技術で可溶化したものがアシタバエキス H（特許出願中）です。低濃度で抗菌性を示すため、飲料の風味を変えません。ぜひ、たくさんの飲料商品に利用していただきたいと思います。（開発主担当：渡辺夕子）



研究を進める中で、その一つにある抗菌研究については成果が出始めています。抗菌に関する研究成果は、商品の微生物的な問題を解決する手段として、ハルナグループとして大きな知的財産となっています。研究所を通じ、菌の安全性を考慮した商品化判断が可能となり、さらに天然物の抗菌原料探索から新規抗菌原料（明日葉）を見出し、商品に利用できるよう原料化を完成させました。本年度、本格的な展開を行っていきます。また、研究所の分析解析技術を用い、エビデンス創造による商品化を今年度は強化し推し進めてまいります。



所 長
邑上 豊隆

東京開発室「TOKYO LABO」開設！



より迅速にお客様のご要望にお応えできるよう、東京開発室を2022年4月に新設いたしました。場所は東京駅から徒歩15分、東京本社から5分の位置にあります。

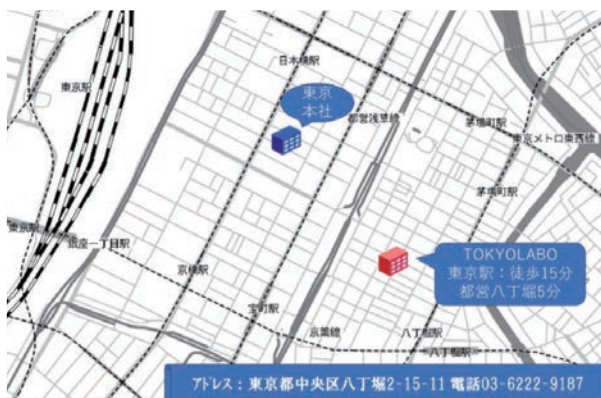
試作サンプルの作製設備も整えていますので、その場でご希望に合わせた風味の確認を進めることが可能となります。新商品立ち上げを、お客様とともに、これまで以上にスピーディーに行うことが可能となります！ぜひともお気軽にお立ち寄りくださいませ。

商談ルーム

商談スペース横に試作ルームがありますので、商談中にひらめいたアイデアをすぐに試作し、試飲することが可能となります！



ご希望の味をその場で実現いたします！



アドレス：東京都中央区八丁堀2-15-11 電話03-6222-9187

市場環境の変化スピードは加速しており、消費者の生活意識の変化や価値観が多様化している中、「お客様に喜んでいただける商品をスピーディーに市場に送り出す」をモットーに東京開発室をスタートいたしました。節約志向商品から潜在ニーズを捉えた商品まで、皆様に感動を与えるモノ創りを追求してまいります。

ハルナプロデュース株式会社
東京開発室セクション
リードオフィサー
神田 玲子



協創事業

アライアンスパートナーとの協創事業の拡大を進めます

ハルナグループは、これまでもタニガワプラント敷地において、マルサンアイ株式会社様の豆乳事業を始めとしたパートナー企業様と新たな価値の創出や価値向上を目的として、協創事業にご協力させていただいております。

今回、新たに群馬県みなかみ町において株式会社 JR 東日本クロスステーション様との協創事業である、みなかみ新工場での天然水ボトルリング事業がいよいよ今期スタートとなります。

From AQUA ブランドのさらなる価値向上と安定供給の実現に向け、社員一丸となって天然水ボトルリング事業に携わせていただき取り組みを進めてまいります。

また、引き続きマルサンアイ株式会社様を始めとしたパートナー企業様との取り組み強化、及び新規アライアンスパートナー様との新規事業の創出を進め、新たな価値創造を行ってまいります。

ハルナプロデュース株式会社

常務取締役 古市 直也

常務取締役 山崎 敦也

みなかみ新工場概要

名 称	JR 東日本クロスステーションみなかみ工場
住 所	群馬県利根郡みなかみ町月夜野深澤 2223 (上毛高原駅より徒歩約 10 分)
事業主体	株式会社 JR 東日本クロスステーション
事業内容	天然水「From AQUA」のボトルリング
稼働開始	2022 年 4 月～



〈会社概要〉

HARUNA

Haruna Inc.

創業：2008年4月1日

事業内容：ブランドマネジメント・海外戦略

所在地

〒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 F

TEL：03-3517-5745 FAX：03-3517-5759

役員

代表取締役社長

青木日出生

取締役【非常勤】

青木麻生

取締役【非常勤】

栗原健一

Haruna は「おいしさ」と「楽しさ」が詰まった
個性あふれるプロダクトを取り揃え、
皆さまにお届けいたします



〈会社概要〉

HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd.

創業：2013 年 4 月 22 日

事業内容：アジアマーケット

所在地

32/23, Sino-Thai Tower 2F., Sukhumvit 21 Rd. (Asoke), Klongtoey-Nua, Wattana, Bangkok,
10110 THAILAND
TEL : +(66) 2258-0937 FAX : +(66) 2258-0939

役員

代表取締役社長
取締役兼執行役員

青木日出生
松田貴之

HARUNA Asia は 2013 年の設立より、日本で培ってきた飲料ビジネスのノウハウ及び、プライベートブランドビジネスの経験を生かし、タイ現地で支持いただける商品の開発、営業展開を目指してきました。

また、ASEAN においては、タイをハブに周辺国への展開及び、日本とのビジネス展開を強化し、さらにブランド力を磨き、新たな商品・市場を創り出します。

そして、海外戦略を融合して日本、東南アジアを中心に、欧米市場にも目を向け、新たなビジネスモデルで躍進していきます。

HARUNA 株式会社
HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd.
代表取締役社長
青木 日出生



海外事業 Haruna Asia (Thailand)

Haruna Asia (Thailand) の 2021 年度については、タイを始めとした ASEAN マーケットにおいて新たなビジネスにチャレンジした年となりました。

主にチャレンジしたビジネスとして、

①タイ

日本から Haruna ブランド茶匠伝説の輸入を行い、タイの日系小売り企業や飲食店へ販売。

② ASEAN

日本コンセプトの紅茶シリーズ（ストレート、レモン、ミルク）の開発を行い、タイを始めとした ASEAN 地域（香港、台湾、シンガポール、マレーシア）に輸出販売。

③ ASEAN

日本のお茶メーカー：カネー言製茶の「一言茶」ブランドを使用した日本茶の開発を行い、日本から香港へ輸出販売。



Takashimaya、ドン・キホーテ、Suvarnabhumi Airport、MaxValuなどで販売中

様々な社会問題により、依然として世界情勢は不安定な状況が続いておりますが、タイにおいては、2021 年 11 月より観光客を隔離期間なしで受け入れを行い、今年 5 月からは、Test&Go（隔離免除プログラム）廃止や入国時の PCR 検査不要（ワクチン接種済みの場合）となり、社会が回復基調へと歩み始めております。

Haruna グループが日本で培ってきた価値を、まだ提供できていない国や販売チャンネルが多く存在するので、チャレンジを行い、海外ビジネスが拡大できるよう取り組んでいます。



HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd.
取締役兼執行役員
松田 貴之

2021 TOPICS

01

ウクライナへの支援としてミネラルウォーターを届けました

ロシアが開始したウクライナへの軍事侵略は5月現在でも、攻撃が激しさを増し、ウクライナ国土は破壊され、人道危機が深刻化しています。国民の水や食料も欠如しているところ、ハルナグループでは、当社のミネラルウォーター「水の故郷」500kg相当を、大使館や流通会社様のご協力のもと、ポーランド経由で輸送し支援いたしました。ウクライナをめぐる状況が1日も早く平和的に解決し、被災された方々の日常が取り戻されることをお祈り申し上げます。



ウクライナへ向け
成田空港を出荷



社会貢献活動の促進

02



ハルナグループでは、社会への貢献のため、国内、海外含めた視点で、寄付活動を行っています。国際 NGO 国境なき医師団や、SDGs 私募債発行に伴う県民基金へ寄付、環境保全助成の「ぐんま緑の県民基金」への寄付などを毎年行っております。

また、ポリオ根絶、平和の推進、地域社会の自立促進、教育の支援など、世界中の人々を支援するためにロータリー財団が行う活動にも寄付をしております。そしてこのたびロータリー財団評議員会、ジョン・F・ジャーム委員長より「世界の人々への支援に対して、より良い理解と友好関係を促進するための重要な支援に感謝します。」との証明書を授与されました。

03

オープンイノベーション 協創事業の推進

ハルナグループは、さまざまな企業様とも交流しながら、近未来の社会ニーズを満たす協創事業を広げております。マルサンアイ様との事業に続き、2022年度には、JR 東日本クロスステーション様との提携工場となる「みなかみ工場」にて、天然水ボトリング事業がいよいよスタートしました。



TOKYOLABO 開設

04



ハルナプロデュース株式会社 マーケティング本部として、東京本社近くに開発室を開設。従来の群馬県のアルナプラントに隣接する開発部門と、今回新設した東京開発室との連携により、提案力の強化と提案スピードの向上、お客様とさらなる接点の強化を図ることを目的としております。

05

キャッチコピー社内公募

創業から 25 年を迎え「ステークホルダーリレーションシップ改革」を積極的に取り組んでおります。役員・社員が隔たりなく楽しみながら参加でき、改めて自社について考えられる良い機会になることを願い、グループ全役員・社員が公募し審査ができるというプロジェクトとなりました。応募総数は 192 点。どれも当社の今後の 90 年、100 年の歴史をつなぐ想いが込められた素晴らしい作品ばかりでした。最優秀賞には倉持靖さんの「潤う幸せを世界に、ハルナグループ」が選ばれました。

潤う幸せを世界に、ハルナグループ

Haruna™

お客様満足度調査を開始

06



ハルナグループでは、ステークホルダーの皆様との「つながり」を大切にするため、お客様の声を業務や商品・サービスの改善につなげるため、2021 年 11 月にお客様満足度調査を開始いたしました。ステークホルダーの皆様の満足度の向上につなげる活動を継続的に行っています。

07

社内向けマナーブック発刊・勉強会開催

ビジネスマナーはステークホルダーの皆様との大事な「入口」です。お客様に信頼される会社になるために、ハルナグループではマナーブックを制作、定期的に勉強会を開催し社員のマナーの向上に努めております。



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

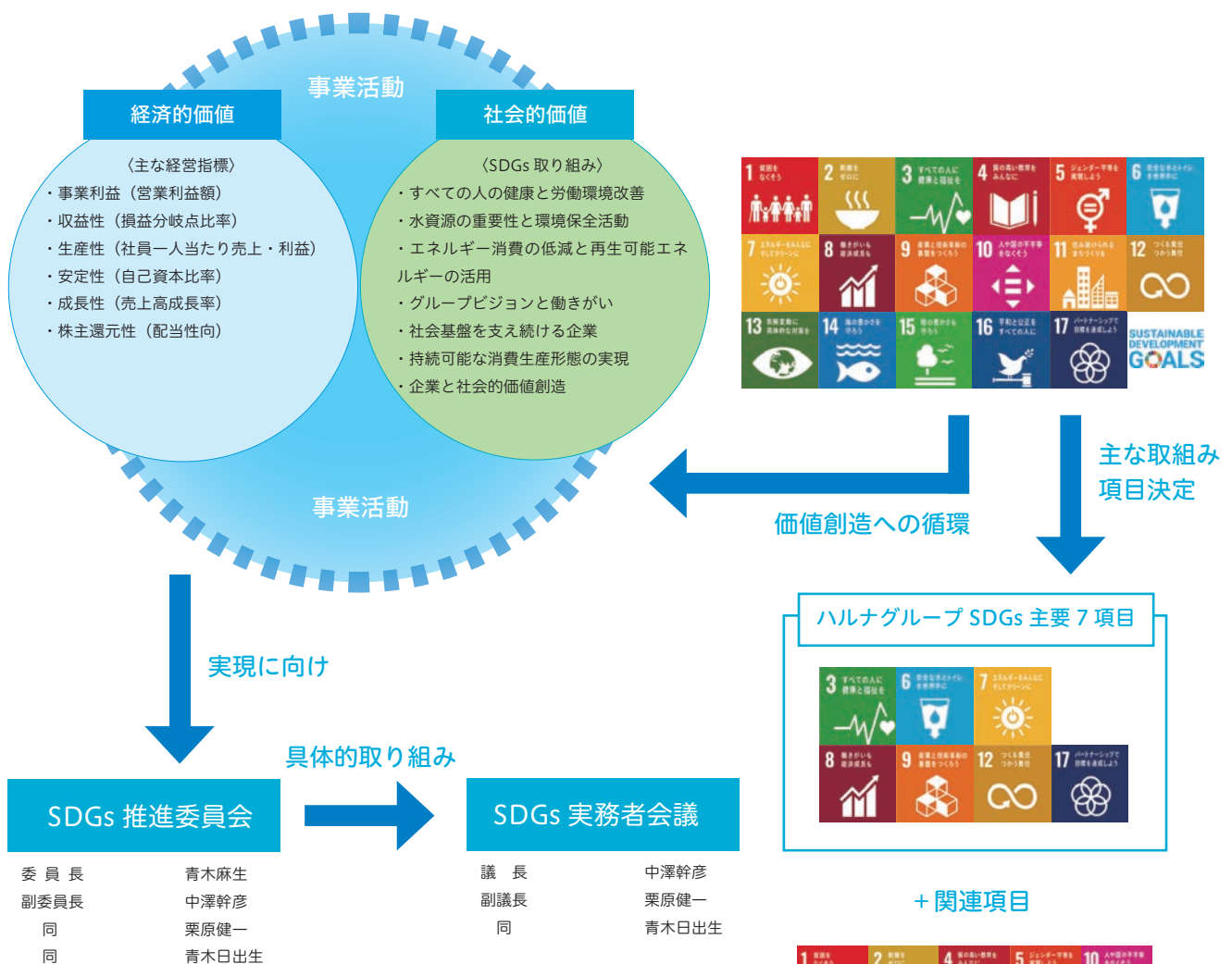


SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

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



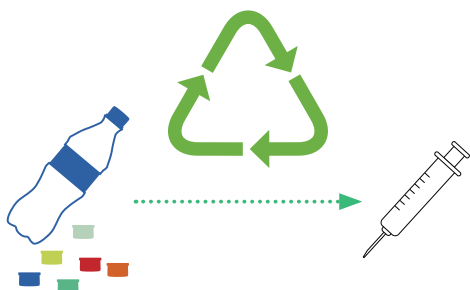
■ 地域清掃活動

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%



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

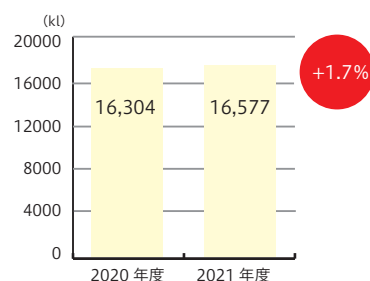
●リサイクルレジン使用ボトルへ変更→ 3R 活動

●ケース販売でのラベルレス製品

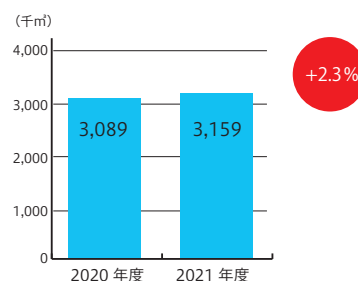


INPUT

エネルギー原油換算

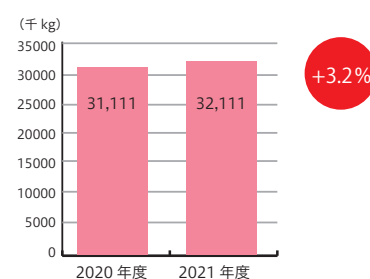


水資源

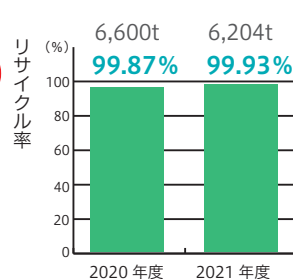


OUTPUT

二酸化炭素 (CO₂)



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 CO₂ 排出係数増加に伴い、CO₂ 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—

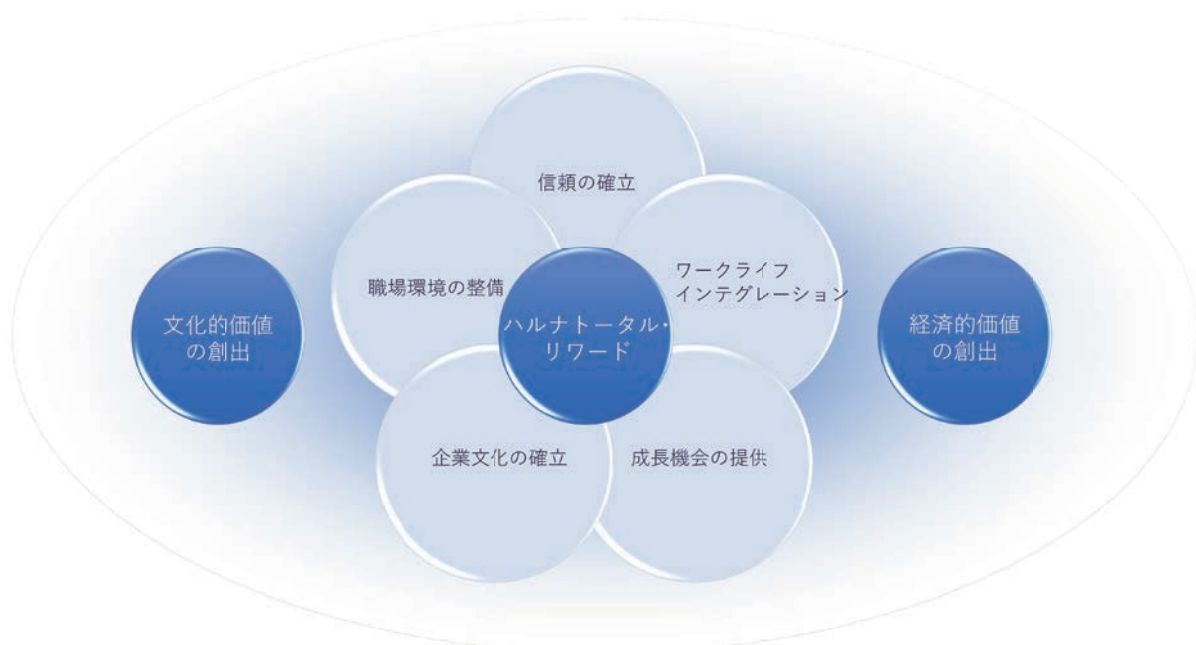
ハルナグループは「人財が企業価値の源泉」、「ダイバーシティ & インクルージョンの推進」の基本認識の下「ハルナトータル・リワード」を軸にして、「多様な社員全員が成長し活躍する会社」の実現を目指します。

- ・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。

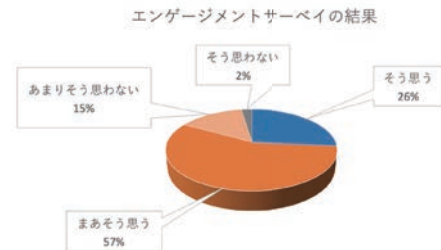


信頼の確立

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 ※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

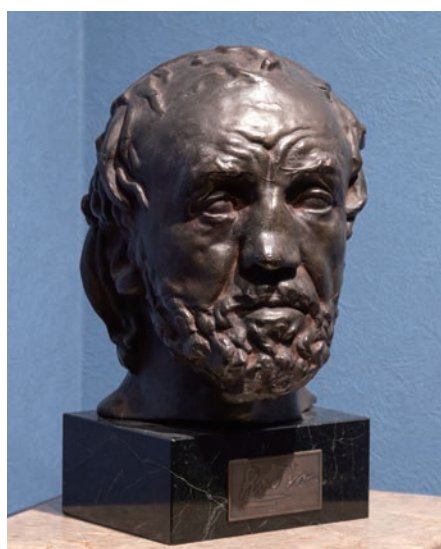
目的：豊かなライフデザインの支援や資産形成を支援する制度の拡充のため、「職場つみたて NISA」を導入しました。

■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。

ハルナグループのメセナ活動

地域の皆さまの身近な存在として

豊かな生活文化の発展に寄与するため、2020年に創業者の青木清志が代表となり、一般財団法人榛名美術を設立いたしました。創業の地・群馬県高崎市に、榛名美術記念公園「絵画の館」「彫刻の杜」を設立し、文化貢献活動に取り組んでいます。また、こうした活動を通じて、次代を担う方々の育成も目指しています。



〈鼻のつぶれた男〉
オーギュスト・ロダン／ブロンズ



〈麦わら帽子のマリアテレサ〉
パブロ・ピカソ／リトグラフ



館長 青木清志

2020年11月16日にオープンしました「榛名美術記念公園 絵画の館・彫刻の杜」では、2021年、2022年に企画展を開催してまいりました。多くの方々にご来園くださり、芸術をご堪能されました。

「絵画の館」では、常時約70点の作品が展示されています。「彫刻の杜」では、〈ゼウス〉を代表とする〈ギリシアオリュムポスの神々〉シリーズの彫刻作品が鎮座しています。

古今東西、様々な美術作品が、季節ごとに豊かな表情を見せる榛名の自然と相まって、ますます彩っております。皆様のご来園、心よりお待ちしております。



名 称	榛名美術記念公園「絵画の館」「彫刻の杜」
所在地	群馬県高崎市下室田町 2700-1



●高崎駅・群馬八幡駅より
 国道17号～国道406号～上里見信号右折～下村信号直進
 (お車で約30分)

ハルナデジタル・トランスフォーメーション 【HdX】の取り組み

社会や産業構造が大きく変わろうとするなか、企業の経営課題は一層複雑化・高度化し、加えて新型コロナウイルス（COVID-19）により、新たな消費者行動や働き方、価値観が定着するニューノーマルの時代においては、デジタルを手段とした変革が急務となりました。

当社グループは 2021 年 5 月に「HdX プロジェクト」として取り組みをスタートさせました。外部のコンサルティング会社にも参画していただき、まずはロードマップを策定し、現在は「HdX1.0」の構築と「HdX2.0」に向けた準備を進めているところです。

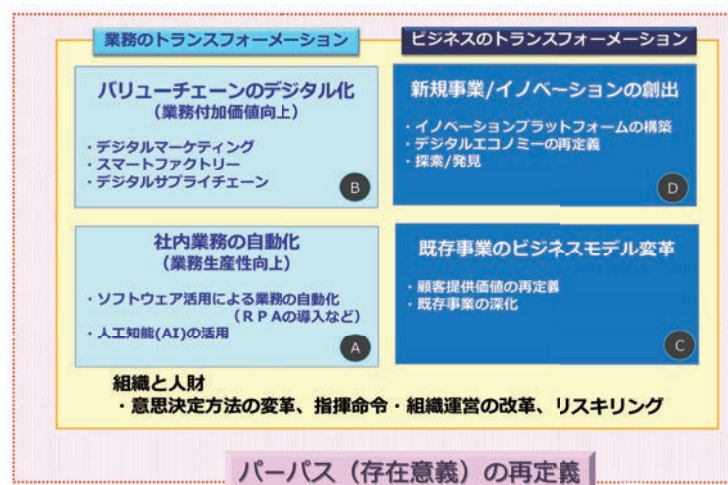
DX 化は単なるデジタル化ではありません。デジタルはあくまでも手段であり、デジタル「で」ビジネスや組織の活動を変革していくことを念頭に、顧客を起点とした価値を深耕し、真の付加価値を生み出してまいります。

1.HdX 全体像

中長期的に「企業のサステナビリティ」（企業の稼ぐ力の持続性）である経済的価値と「社会のサステナビリティ」（社会課題の解決と持続可能性）である社会的価値の両輪を創出できる新たなビジネスモデルの確立を目指しております。

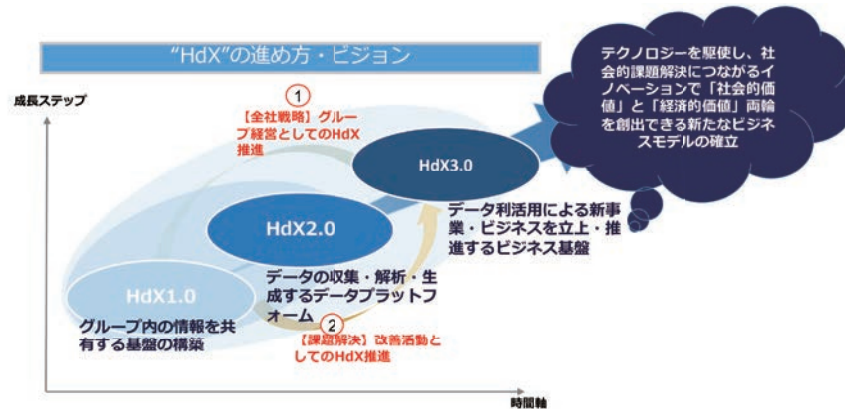


HdX の根底はパーパスに基づく「組織」と「人財」です。現在もこれからも主役は「人財」であり、その人財がデジタルを手段としながら業務のトランスフォーメーションとビジネスのトランスフォーメーションの両輪での競争優位性を確立してまいります。



2. 進め方とビジョン

HdX1.0 から HdX3.0 までのステップで推進してまいります。



■ HdX1.0

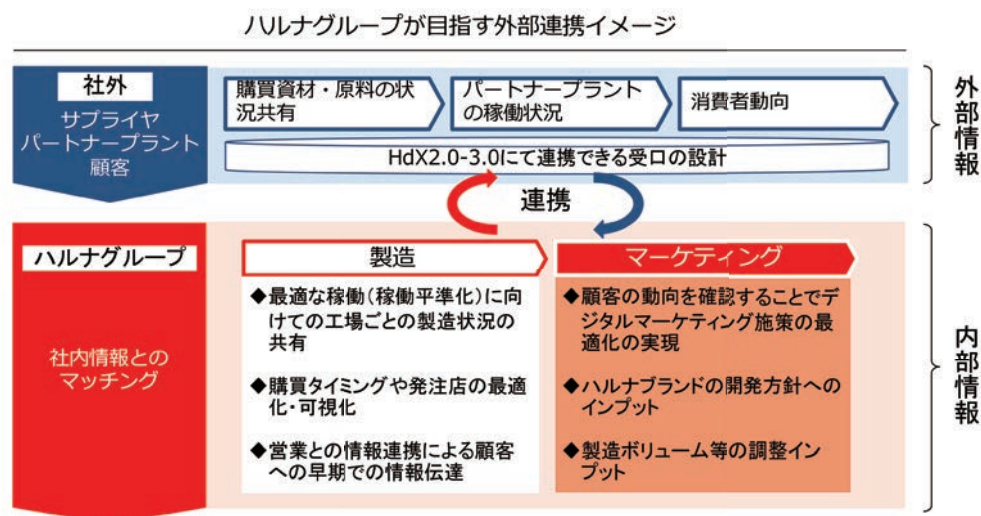
HdX1.0 では各部門が作成している帳票・資料を**ポータルで一元管理**し、他部門担当者がプラットフォームを介してスムーズに情報を獲得することができる仕組みの構築を目指します。

■ HdX2.0

周辺システム等との連携を実現することで社内外のデータを収集し、**解析、アウトプット**を提供するためのデータ基盤の構築を目指します。

■ HdX3.0

データを活用した新規事業・SDGsなどの社会活動を実現するためのデータ基盤を構築し、**デジタルマーケティング・スマートファクトリー・スマートロジスティクス**を実現し、**サプライチェーン全体がデジタル**でつながる世界を目指します。また、社会環境変化に柔軟に対応できる**働き方**の実現も併せて目指します。



ハルナグループ コーポレート・ガバナンス

ハルナグループは理念を実践することにより、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指しています。その実現のため、コーポレート・ガバナンスの充実を経営の最優先課題の1つと位置付け、グループ経営の強化、サステナビリティ経営の推進など社会との信頼関係の強化、ステークホルダーとのエンゲージメントの推進など企業の社会性・透明性の向上に積極的に取り組んでおります。また、取締役会において長期を見据えたメガトレンドの議論を進めることで、中長期の事業環境の変化に対する先見性を高め、あるべき事業ポートフォリオの実現を推進するなど、積極果断な経営を推進しています。ハルナグループは、コーポレート・ガバナンスの充実を推進するため、取締役会の実効性の持続的な向上に取り組めます。取締役会の定期的な実効性評価を行い、さらなる実効性向上のために対応すべき課題を認識し、改善していくことで、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図っています。

当社のコーポレートガバナンスに関して

企業にとってのコーポレートガバナンスは、不祥事や違法行為を防止することのみならず、激変する経営環境への即応や、長期的視点に立って企業価値を高めていくための施策提言が適切になされるよう、制定されるものであろう。地球環境を含めて、全てのステークホルダーにとって、企業価値が持続的に向上していく観点が重要となる。

ハルナグループにおいても、経営上の重要事項は経営執行会議に即時報告・対応指示されるとともに、毎月開催される取締役会を通じて、経営上の重要事項の報告および適切な経営監督体制が保持されている。また、監査役による監査の実効性も確保されているとともに、四半期報告の開示・監査法人によるレビューなど、法的規制以上の財務検証を行っている。

今後は、激変する経営環境において、時代のニーズに適した事業ポートフォリオ構築、グローバル展開のための人材育成と投資、PETボトルを主製品とする事業者としての環境への配慮対応など経営が挑むべき課題は多い中、全てのステークホルダーにとって、経営が適切に執行されるように、コーポレートガバナンスの役割はますます重要なものとなる。



小出 信介

ハルナビアレッジ株式会社
非常勤取締役
小出公認会計士・税理士事務所代表

当社の監査役体制について

近年の企業不祥事を見るにつけ、改めてガバナンスの重要性について認識を新たにするところです。規模が大きいため、世界的な企業だから、機関設計を監査等委員会設置会社や指名委員会等設置会社等に変えたから、といった見かけ上の要件は、不祥事と一線を画すのにあまり大きな役割を果たしていないことも分かります。形ではなく中身が重要ということだと思います。

そうした観点では、当社は昨年監査役事務局を新設し、事務局長並びにスタッフを配置し、会社を挙げて監査役、並びに監査業務をサポートする体制を強化しました。この体制により、昨年はコロナの状況には十分配慮しながらも、海外を除く全事業場に対する監査役ヒアリング（往査）を実施することができました。また、ヒアリングは単なるガバナンスチェックに止まらず、相互に有意義なコミュニケーションとなり、今後より健全な社風を醸成していく上でも有益なものになったと思います。

当社は社会との信頼、ステークホルダーとのエンゲージメントを大切にしながら、中長期的に企業価値を高め、同時に社会的責任を果たしてまいりたいと考えています。監査役としてもその一翼を担い、しっかり貢献してまいりたいと考えています。



尾崎 聖治

ハルナビアレッジ株式会社 社外監査役
元サッポロホールディングス株式会社
常勤監査役
応用地質株式会社 社外取締役

社外取締役からのご意見

ウクライナへのロシアの軍事侵攻がおり、原油や色々な物資が高騰しています。また、サプライチェーンが地球規模で構築され、1か所でも滞ると製品ができないという事態が頻発しています。産業によっては工場の国内回帰の動きもありますが、川上の原材料調達や川下の販売を考えると、ほとんどの産業は世界と密につながっています。弊社が開発、生産している製品も同様であり、今後も世界情勢の影響を強く受けると考えられます。

このような混沌とした状況で一番に求められるのは「イノベーション」です。イノベーションには、既存概念を超える新たな価値提案の「破壊的イノベーション」と、顧客が求める価値の向上提案の「持続的イノベーション」があります。両イノベーションとも保有している技術や人材などの経営資源をいかに高度化し組み替えていくか、経営に強く求められる点は共通です。

ハルナグループは小型 PET 飲料に果敢に取り組み、礎を築いてきました。今後も PET 容器の可能性をさらに追求するとともに、消費者に対し新たな飲用シーンの提案という価値創造へのチャレンジも求められます。これら「イノベーション」を実現していくためには、ステークホルダーやサプライヤー、取引先の流通企業との強い連携が必須であり、経営陣がオープンマインドを持ち経営にあたっていくことが今まで以上に求められます。



梅野 匡俊

ハルナビバレッジ株式会社 社外取締役
元キリンビール横浜支社長、原料資材部長
元横浜国立大学国際社会科学研究院、成長戦略研究センター客員教授
新潟県立大学 産官学金連携担当特任教授



ピーター・トーマス

ハルナビバレッジ株式会社 社外取締役
NVMAD 創業者兼代表取締役社長
Daymon Worldwide KK, 元 President
& CEO (Joint-venture with Aeon Co. Ltd.)

This year Haruna initiated an internal campaign to develop a tagline what would encapsulate the company's mission. 「潤う幸せを世界に、ハルナグループ」 was chosen and then later I collaborated with the CEO, Mr. Aoki to create an English version of this.

As we thought about this we reflected on Haruna's management philosophies of customer-orientation, quality based on customer evaluation, endeavoring to create a manufacturing platform that exceeds customer expectations and of course the importance of personal responsibility and joy of delivering service and products that delight our customers.

顧客志向を経営の核として
顧客評価に値する品質とは何かを問い
顧客思考を超える製造とは何かを考え
顧客歓喜の果実を己の収穫とする

We eventually decided on, "Giving the joy of refreshment to the World, Haruna Group" because we felt that it captured both the meaning and spirit of the original Japanese as well as the core of the company's management philosophies. It's no small feat to consistently deliver year over year this level of business performance and customer satisfaction. I'm honored to be a member of the Haruna Group's board of directors and look forward to working with the company and management to realize the future potential of the company.

ハルナグループは、会社のミッションを表すキャッチコピー企画を全社で実施し、「潤う幸せを世界に、ハルナグループ」が選ばれました。

その後、私は青木 CEO と英語版を検討いたしました。

英語版キャッチコピーを選定する上で重要視したことは、ハルナグループのマネジメントである経営理念です。

最終的に日本語版のキャッチコピーの想いと意味だけではなく、会社の方針も反映し "Giving the joy of refreshment to the World, Haruna Group" に決定しました。

目標達成と、顧客満足度を毎年一貫として満たすのは簡単なことではありません。

今後も将来性あるハルナグループに取締役として会社の経営に携わり、働くことが楽しみです。

ESG の経営について

新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) について、ワクチン普及による収束への期待が高まっているものの、変異ウイルスによる感染拡大などによる生産制約や物流の混乱によるサプライチェーンの停滞が長期化・深刻化するリスクは残っています。感染収束時に一気に需要が持ち直したことにより、需給バランスが崩れ資源価格が大幅に高騰したところに、ウクライナ情勢の緊迫化が拍車をかけ急激に価格が高騰しました。このように経済情勢に重大な影響を及ぼす事象の発生が待ったなしに続いており、今後も不透明な状況が続くことが想定されます。また、デジタル化による社会構造や消費者意識の変化、地球温暖化やプラスチックなどの環境問題は業界の垣根を越えた連携や技術革新が欠かせません。このような構造変化において、当社グループも様々な取引先との連携と協力をさらに強化し、新たな価値を創り出すオープンイノベーションを推進していくとともに、ESG (環境 : Environment、社会 : Social、企業統治 : Governance) を通じて LIFE (生命・生活) をどう守ることができるか。これから大きく変容する社会の中で社会における存在意義 (パーパス) を再認識し、短期・中期・長期のそれぞれの視点で取り組み、皆様に信頼される企業グループを目指してまいります。



ハルナビバレッジ株式会社
専務取締役
栗原 健一

編集後記

当社では、2008 年から「CSR 報告書」(Corporate Social Responsibility)を発行し、ステークホルダーの皆様へ情報開示を進めてきました。2010 年からは「SRR」(Stakeholders Relationship Report)として、企業の社会的責任を重要視し、企業活動を通じてステークホルダーの皆様と一緒に希望に満ちた未来を目指すハルナグループならではのレポートにいたしました。

2022 年 6 月現在、新型コロナウイルス感染症は、世界経済に大きな影響を及ぼしています。感染対策を徹底しながら経済活動を両立させる取り組みの中で、人々のワークライフバランスを大きく変えました。また、地球の気候変動による災害の激甚化は増加する傾向にあり、環境負荷軽減も大きな課題となっています。このような環境変化の中で何のために事業を行い、どのように未来と向き合っていくのが重要だと思っています。

ハルナグループは、環境問題への配慮、社員の健康、労働環境への配慮、自然災害などへの危機管理など、サステナビリティを巡る課題への対応は、重要な経営課題であると認識し、これらの課題に積極的に取り組むことを続けてまいります。

ハルナグループがお客様・社員・社会など、すべてのステークホルダーの皆様から選ばれ、必要とされる企業となることを目指して、できることから進めてまいります。

2022 年 6 月 15 日
SRR2022 編集委員会