

S R R

Stakeholder Relation Report



潤う幸せを世界に、ハルナグループ

Haruna™

| | |
|-----------------------------------|----|
| トップメッセージ | 02 |
| ハルナビバレッジ株式会社 代表取締役社長/グループCEO 青木麻生 | |
| 価値創造プロセス | 06 |
| ハルナグループの取り組み | |
| SDGs達成に向けた取り組み | 08 |
| すべての人に健康と福祉を | 10 |
| 水資源の重要性と環境保全活動 | 12 |
| 省エネルギーと再生可能エネルギーの活用 | 13 |
| グループビジョンと働きがい | 14 |
| 社会基盤を支え続ける企業へ | 18 |
| 持続可能な消費生産形態の実現 | 19 |
| 企業と社会的価値創造 | 20 |
| 新たな価値の創造 | 22 |
| 新会社 株式会社ハルナウォーター創立 | 23 |
| ステークホルダーの皆様との「協創」 | 24 |
| パートナー企業との協創 | 25 |
| 海外事業展開 | 26 |
| ブランドの価値を高める | 28 |
| HdXの取り組み | 29 |
| 創業者 青木清志 自伝『九十年の水痕』発刊 | 31 |
| 会社概要 | |
| ハルナグループ | 32 |
| 会社概要 | 34 |
| ハルナグループのあゆみ | 36 |
| コーポレート・ガバナンス | 40 |
| コンプライアンスの推進・役員情報 | 41 |
| 事業報告 | 42 |

Top Message
トップメッセージ
...



ハルナビバレッジ株式会社 代表取締役社長
グループCEO 青木 麻生

15年間の経営の変貌

2008年当時のグループCEO青木清志は1年の企業活動を幅広いステークホルダーの皆様にご理解いただけるよう、はじめてCSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) 報告書を発刊いたしました。15年前、青木が情熱を注いでいた経営の中核として

- 1 次世代を創る経営層の育成
- 2 新しい市場・顧客の創造
- 3 持続可能な環境対策
(CO2とエネルギーコストの低減)
- 4 自然災害などのリスクマネジメント

といった社会的責任と顧客思考、収益性、将来の利益を生む投資など経済的価値の追求とのバランス経営の大きなテーマに取り組んでまいりました。

そして2009年にその志を引継ぎ、私が代表取締役社長に就任した1年目にSRR (STAKEHOLDER RELATION REPORT) としてステークホルダー(従業員、顧客、取引先、社会、株主)との関係性をより深める機会を創造していきたいという思いを込めタイトルを新たにいたしました。

経営を継承して、今年でちょうど15年目の節目であります。創業者の掲げた経営の中核をいつも考え、悩み、乗り越え、前に進みながら経営チーム、従業員と共に一つひとつの課題を解決し成長をつづけてこられたのも、ステークホルダーの皆様のご支援の賜物と改めて感謝申し上げたいと存じます。

2022年振り返り

さて、2022年はポストコロナへの移行期、ウクライナ情勢、世界的インフレ等による原材料、エネルギーの高騰、など企業経営に大きな影響を与えました。国内の飲料市場は前年比2%成長しましたが、コロナ前の2019年と比較すると4%のマイナスとなり、消費環境の変化が見られます。

このような中、ハルナグループは前年比9%増、2019年比10%増と業界を大きく上回る成長で売上高は過去最高の293億円を記録しました。



1. プライベートブランド飲料市場の拡大

上記の複合的な要因により、物価上昇が続く中、価格的にも品質的にも価値を上げ続けている大手中小売、流通企業のプライベートブランド(PB)飲料は消費者からの支持や評価が向上し、その市場規模は拡大しております。

ハルナグループは顧客思考の商品企画開発と新たな原料、規格、製法、容器に対応可能な製造技術力、品質を高めて、全国のお客様へ届ける物流・配送体制を築きながら、お客様に最大限の価値を提供し続けることに

取り組み実績を積み上げてまいりました。

また、全国エリア毎に15社以上のパートナープラントとの連携を図り、生産拠点、カテゴリー、アイテム毎に最適な生産体制を構築、1,766万ケースの生産を委託し販売の拡大に繋げることが出来ました。

2. パートナー企業との協創事業

マルサンアイ社との協創事業であるソイミルク飲料の生産は健康志向の拡大で堅調に推移しました。また昨年からはスタートしたJ R東日本クロスステーション社との谷川ミネラルウォーター生産事業も需要増加により堅調に推移いたしました。

2023年度は人員を増加、生産体制をさらに強化しソイミルク、ミネラルウォーターともに増産を計画、実行いたします。

3. アジア飲料事業の成長

2023年3月期は2013年設立以来、はじめての黒字化を達成し、今期はタイ・マレーシア・シンガポール・香港の日系CVS、ディスカウントストア、ローカルスーパーマーケットと共同開発した日本式紅茶飲料・茶系飲料や、健康志向の高まりから無糖天然フレーバー炭酸飲料が堅調に推移しました。また、円安の状況を鑑み、日本よりHarunaブランド「茶匠伝説」をタイ国内の日系小売企業・飲食店で輸出版売するなどハルナプロデュースとの協創事業も強化することができ大幅な収益増となりました。



新生 株式会社ハルナウォーター

ハルナグループは、東京アート社のミネラルウォーター事業について、ハルナビバレッジ100%出資の新会社を設立し事業を譲り受けることとなりましたのでご報告いたします。

日本はアジアの国々の中でも、特筆して自然に恵まれております。この度、新会社 ハルナウォーター社で製造する水は長野県安曇野市、北アルプスからの雪解け水が湧き出る清らかで豊富な水であり、環境省から「名水百選」に認定され、国土交通省からは「水の郷」にも認定されました。

譲り受ける2つの工場では安曇野のナチュラルミネラルウォーターの280mlから2ℓまで無菌充填のペットボトル製品を製造しております。



清涼飲料市場もアフターコロナの環境変化の中、ミネラルウォーターの需要は成長を続けており、今後ますます「安全・安心」で「美味しい」ミネラルウォーターを安定的に供給できる体制づくりが急務となっております。また、エネルギー・原材料など、あらゆるコストが

急激に増加するなか、最適なプロダクトポートフォリオと自社プラントにおける生産性向上による利益改善が併せて急務となっております。中期経営計画ハルナビジョン2026の達成のためには、重要なグループ戦略のひとつ「総合飲料プロデューサーとしてのプラット

ハルナグループ人財力

グループの企業価値の源泉は「人財」です。社員に真摯に向き合い続け、個人の成長が「組織」の「グループ」の成長につながる仕組みを創ります。

2005年4月に開校し、今年で18年目になるハルナビジネススクールはグループ全体の多様な人財育成の柱として以下の7つのコースのプログラムを実施します。

- 1 トップマネジメント追求コース
- 2 ミドルマネジメント実践コース
- 3 企業文化研究コース
- 4 ものづくり探求コース
- 5 英語力養成コース
- 6 HdX (ハルナデジタルトランスフォーメーション) 推進コース
- 7 サマー&ウィンタースクール

フォーム戦略」であるパートナー企業の持つ経営資源を活かし、自社の収益源となる商品、生産機能の付加価値を増大させて相乗効果を発揮していくことが必要であると判断し事業を譲り受けることといたしました。

また、日々の業務執行では各現場のチーム体制でのPDCAサイクル(計画、改善策、実績と成果の確認、フォローアップ)の実施を継続してまいります。

グループ社員およそ500人がそれぞれの専門性と得意分野を磨き、学び続けると共に、各チームのリーダーが高い目標や課題の解決に向けて主体的にリーダーシップを発揮し、メンバーとともに意欲的に挑戦し、失敗や成功を繰り返しながら成長することで強い組織となります。

これからも一人ひとりが成長する機会・チャレンジングな仕事の提供を続け、多様性を尊重し、すべての社員が個々の能力を発揮できるダイバーシティ&インクルージョンの推進を重要な経営課題として取り組んでまいります。

これからも皆様とともに驚きと新しさと潤いある商品を、誠心誠意のコミュニケーションを通じて、期待に応えられる企業グループを創りあげていきたいと思っております。

Process
価値創造プロセス

外部環境課題

環境 Environment

- 自然環境
- 気候変動による食糧不足

社会 Social

- 食の安全、安心の高まり
- 物流コストの上昇
- 原材料価格の高騰

ガバナンス Governance

- 各国の法規制への対応
- 食品に関する法規制の変化
- ガバナンス強化への要請

ミッション(企業の使命)

「潤う幸せを世界に」

環境 Environment

- 環境負荷の低減
- 自然との共生
- 地球温暖化防止

社会 Social

- 地域貢献・国際交流の推進
- ダイバーシティ・人権尊重の推進
- 人財育成

ガバナンス Governance

- グループ全体の社会マネジメントの強化
- 安心安全への取り組み
- 新価値創造

Haruna Shared Value

経済的価値

- 事業利益
- 収益性
- 生産性
- 安定性
- 成長性
- 株主還元性



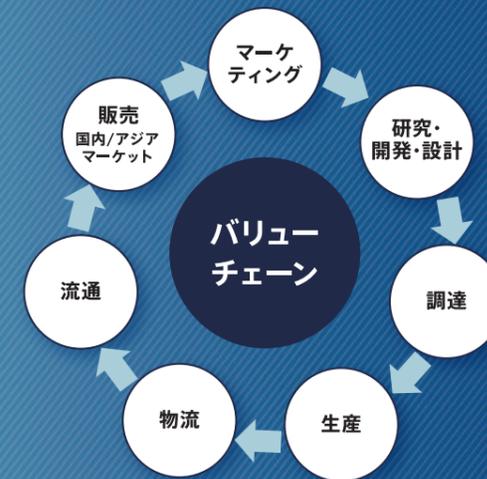
社会的価値

ハルナグループSDGs主要7項目

- 全ての人の健康と労働環境改善
- 水資源の重要性と環境保全活動
- エネルギー消費の低減と再生可能エネルギー活用
- グループビジョンと働きがい
- 社会基盤を支え続ける企業へ
- 持続可能な消費生産形態の実現
- 企業と社会的価値創造



企画・マーケティングから、開発、生産、販売、物流までバリューチェーン全体に対応し飲料をプロデュースし独自のビジネスモデルを展開

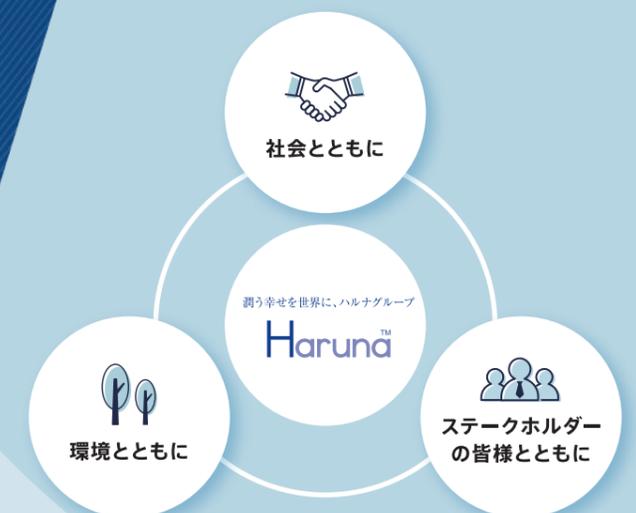
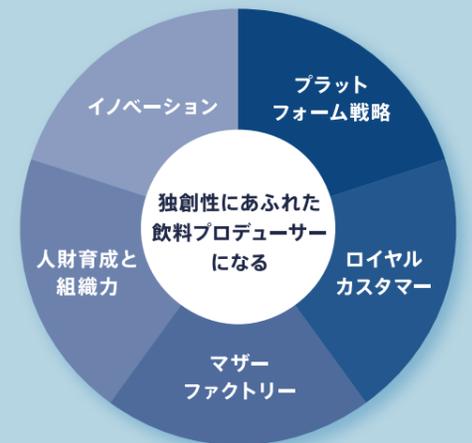


経営戦略 **ゴール達成のための重点戦略**

- 付加価値化と差別化したONE to ONEプライベートブランドの開発
- 様々な企業との協業によりオープンイノベーションの実現
- 独創性・オンリーワンのハルナブランドの販売拡大と消費者ブランドロイヤリティの確立
- 主要顧客の水、お茶など主力商品の生産ニーズに応える全国供給生産体制の最適化
- エネルギーコストダウン対策
- 多様化・高度化する顧客ニーズに対応できるメンバー・リーダー層・専門職の最強チーム創り
- 自社・パートナーブランド・顧客への配送システムの効率化
- 海外飲料事業収益基盤の確立

ビジョン(目指す姿)

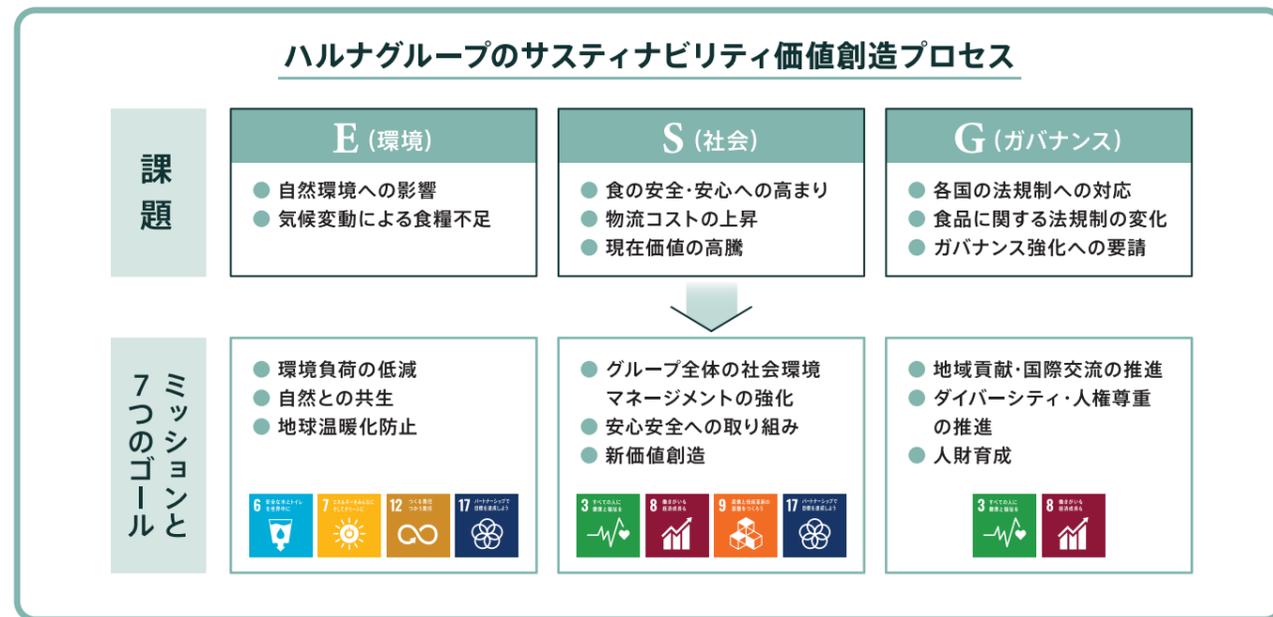
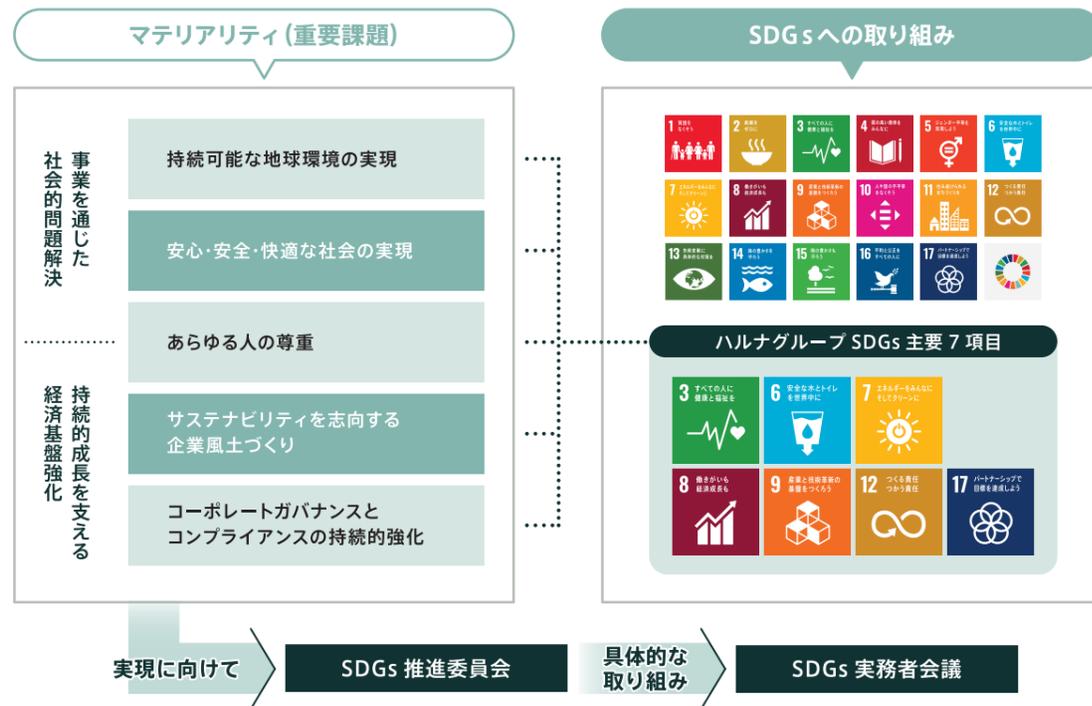
- 独創性ある飲料プロデューサーとして、ステークホルダーの皆様から大いなる期待と満足を得られる企業へ
- 顧客満足度最高レベルに向けて・ステークホルダー皆様の幸せに向けて
- 利益を伴う持続的成長に向けて



ハルナグループの取り組み SDGs 達成に向けた取り組み

社会・環境課題に対するハルナグループの果たすべきビジョン

ハルナグループは創業以来、「人と地球環境と地域社会の健康のために」を掲げ、環境整備活動や環境会計を導入してCO₂の削減やリサイクル化の向上、教育や福祉を通じた社会貢献活動など様々な活動を行ってまいりました。そして2018年、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、SDGs(持続可能な開発目標)の達成に向けた取り組みを行わせていただくため、「ハルナグループSDGs行動宣言」として主に7つの取り組みを通じて実現を目指して活動しています。



外部機関からの評価

2022年12月に横浜銀行様とふくおかフィナンシャルグループの100%子会社である株式会社サステナブルスケール社様が連携し、企業のSDGsに関する取り組みを評価する「サステナブル・スケール・インデックス (SSI)」にてハルナグループを評価していただきました。

具体的なスコア結果等は開示することはできませんが、当グループの取り組みについてレビューをしていただき、下記のとおり17項目に対して全ての取り組みを実行しているという高い評価をいただきました。



| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> CSR/サステナビリティ関連部署の設置 SDGsに関する研修、廃棄物管理(3R)に関する研修、人事制度とエンゲージメントに関する研修 統合報告書等の社外向けレポートの発行 | <ul style="list-style-type: none"> 3拠点の燃料転換や再生エネルギー導入を行ってきました 照明器具のLED化 環境配慮型の製品やサービスの提供 |
| <ul style="list-style-type: none"> 寄付活動の実施 コミュニティ投資の実施 不正競争防止規程の策定 | <ul style="list-style-type: none"> コンプライアンスやハラスメントに関する相談窓口や通報窓口の設置 コミュニティ投資の実施 不正競争ぼうし規程の策定 |
| <ul style="list-style-type: none"> 健康食品、有機食品等の取扱 地域産資源の積極使用 材料・調達に関する環境基準の策定 | <ul style="list-style-type: none"> BCP計画の策定 |
| <ul style="list-style-type: none"> 安全衛生方針の策定 材料・調達に関する環境基準の策定 | <ul style="list-style-type: none"> 化学物質のリスクアセスメントの取り組みを実施している 材料・調達に関する環境基準の策定 前年度廃棄物排出量原単位-1%削減、チャレンジ目標-2%削減 |
| <ul style="list-style-type: none"> 従業員の研修及びキャリア開発をサポートする会社方針の策定 地域の教育に貢献する活動の実施 | <ul style="list-style-type: none"> エネルギー削減を省エネ改善や省エネパトロールを行いCO₂削減に繋げている |
| <ul style="list-style-type: none"> ジェンダー平等に関する方針の策定 コンプライアンスやハラスメントに関する相談窓口や通報窓口の設置 | <ul style="list-style-type: none"> 河川も清掃による河川に住む生物への影響軽減、ホテルを守る取り組み活動の実施。 定期的(1回/月)に外部検査機関で排出量の検査を実施し、その検査データに基づき削減を行っている 前年度排水量原単位-1%削減、チャレンジ目標-2%削減 |
| <ul style="list-style-type: none"> どのプラントもほぼ地下水を使用しており、原単位で削減目標を立て実施している 水の使用効率に関する目標の設定 水の再利用実施 | <ul style="list-style-type: none"> 河川も清掃による河川に住む生物への影響軽減、ホテルを守る取り組み活動の実施 |
| <ul style="list-style-type: none"> エネルギー削減を省エネ改善や省エネパトロールを行っている。 エネルギー使用効率目標の設定 | <ul style="list-style-type: none"> 法令順守の徹底 汚職・賄賂取行為を禁止する社内規定の策定 社会貢献活動に関する会社方針の策定 |
| <ul style="list-style-type: none"> フレックスタイム制の導入 人権に関する基本方針の策定 障がいを持つ従業員の採用 | <ul style="list-style-type: none"> 地元人材の積極的採用 地域の産業振興に関する事業の参画 地域の福祉・スポーツ・芸能活動に対し、協賛・寄付や活動の実施 |

行動宣言から4年の今、SDGs推進目標と成果、具体的な取組みを当報告書10ページ~21ページにてご報告いたします。



すべての人に健康と福祉を

目標項目

2022年度成果

| | |
|--|---|
| <p>【労働環境の健全化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・酒気帯び運転の根絶 ・麻薬乱用やアルコールの有害な摂取を含む、薬物乱用の防止・治療を強化する | <ul style="list-style-type: none"> ・飲酒運転0件 ・ハルナグループ全拠点アルコールチェッカー導入 |
| <p>【交通事故根絶】</p> <p>自動車社会における通勤の安全性確保</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・安全衛生委員会の取り組み ・通勤労災0件達成 |
| <p>【社会貢献】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・エコキャップ活動における社会貢献 ・主に開発途上国に影響を及ぼしている感染性および非感染性疾患のワクチンおよび医薬品の研究開発を支援する | <ul style="list-style-type: none"> ・2022年度支援数104.6名分(89,926個) ・世界の子どもへワクチン累積支援数1312.2名分 |
| <p>【健康経営】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社員の健康リスクの軽減と支援 ・健康経営優良法人の認定取得(大規模法人部門) ・健康リスクの早期警告、リスク緩和およびリスク管理のための能力を強化する | <ul style="list-style-type: none"> ・健康診断再検者の再検実施率向上の啓蒙活動として、重点項目(血圧)への再検勧奨し、全員の返答確認終了 ・健康経営優良法人取得についての調査票取得、内容精査中 |

具体的な取り組み

● 労働環境の健全化

● 交通事故根絶

- ハルナグループ全拠点アルコールチェッカー導入
- 通勤労災0件を維持
- 四半期ごとの啓蒙活動実施



▲ アルコールチェッカー

掲示物による啓蒙活動の実施

● エコキャップ推進活動

ペットボトルのキャップを収集し、そのリサイクルで発生した利益を、発展途上国の子ども向けワクチン代として寄付することを掲げているペットボトルキャップ支援活動を推進しています。



▲ エコキャップ活動

成果

2022年度までの累計で **1,128,492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。

2022年までの累計 **キャップ 1,128,492個** = **子供ワクチン 1,312.2人分**

(キャップ860個で子供ワクチン1人分。これまでの累計はポリオワクチン換算で、**1,312.2人分**)

● 健康経営

ハルナグループは全ての従業員が健康で能力を最大限に発揮できる職場環境を整え、一人ひとりがプロフェッショナルとして高い品質の価値提供に努めることで持続的な成長を目指します。

社員の健康保持・増進を経営課題の一つと捉え、これまで取り組んできた健康増進に向けた施策を発展させながら、“生産性の高い組織”を維持すべく健康経営に取り組んでいきます。

成果

高崎地区において、産業医を中心に、健康診断と、職場巡視、健康相談を組み合わせた総合的な健康管理システムを構築しました。

健康相談では、職場への専用車両派遣により、産業医とのテレビ相談が可能になりました。

担当コメント



エグゼクティブエキスパート
ハルナプロデュース株式会社
ディストリビューション本部
小川 啓治

健康的なライフスタイルの促進を目指し、社会問題になっている飲酒に起因する自動車社会の交通事故の根絶に取組み、法令を遵守する準備と実行ができた等、2022年度に取組んだ項目は約8割の達成を実現しました。また2009年からはじめたエコキャップ活動における子供ワクチン支援も年100人分を達成し、累計1,300人の支援が実現できたことを喜びとし、まずは2025年度目標の達成に向け、これからも活動を継続してまいります。



水資源の重要性と環境保全活動

目標項目

2022年度成果

・水を効率的に使用
・限りある水資源を持続的に使用する為
・生産効率向上等による使用水の削減

・2014年度比 -13.46%
・2022年度ハルナプラント節水対策
リンサー外部洗浄水ノズル改良 30m³/日
リンサー水の再利用(第3プラント)実施 400m³/日
ハルナプラント節水対策結果: 前年比 -5.5%削減 (-70,539m³)

・排水適正管理による環境負荷低減
・下流域環境に与える影響を抑制し飲用水や農業等の水資源確保に努める

排水基準逸脱なし

・水資源の保全
・水に関連する生態系の保護

・ハルナ唐沢川清掃実施
・ハルナ地域清掃
・タニガワ水路清掃実施
・タニガワ地域清掃
・和歌山地域清掃実施 (延べ56名の協力を得て実施)
・榛東地域地域清掃実施
・リフレッシュ瀬戸内清掃活動に参加

具体的な取り組み

● リンサー水と抽出冷却水の再利用

第1~3プラントでは再利用を行い、また第3プラントでは抽出冷却水の再利用を開始いたしました。

成果

ハルナプラント節水対策を優先的に取り組みました。すすぎ洗浄水や抽出冷却で使用した水の品質を確認し再利用することで、環境への影響を軽減しています。

● 河川、地域清掃による環境保護活動の実施(地域清掃活動)

当社工場のある榛東地域、足門地域、みなかみ地域、和歌山地域の清掃作業活動を実施。またリフレッシュ瀬戸内清掃活動に参加 6月26日(和歌山14名参加)

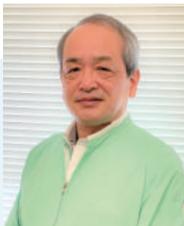


河川、地域清掃による環境保護活動の実施(地域清掃活動)

担当コメント

ハルナプロデュース株式会社 社会環境 Unit
エグゼクティブ エキスパート

浅野 博文



ハルナグループは、事業活動に欠かせない自然資源の水を有効活用し、地球環境を持続可能な形で次の世代へ引き継いでいくことを重要な使命と捉えています。水資源の保護と豊かな水資源を次世代へ引き継ぐため、事業活動における水の使用量の削減・再利用を徹底し、下流域環境に与える影響を抑制し飲用水や農業等の水資源確保のため、排水の適切な処理に努めると共に河川や地域清掃を実施し、共有財産である「水」資源の重要性について提言するとともに環境保全活動を推進します。



省エネルギーと再生可能エネルギーの活用

目標項目

2022年度成果

【エネルギー消費の低減と再生可能エネルギーの活用】
・温冷排水を利用したエネルギー消費削減
・高効率設備導入によるエネルギー消費削減
・循環型社会の構築

・2022年度CO₂削減: 14年度比 -26.65%
・太陽光発電: 2023年1月稼働開始
(ハルナプラント、タニガワプラント、和歌山プラント)
・高効率モーターへの入替を随時実施
・LED照明化の推進(タニガワプラント・和歌山プラントのユーティリティ施設、ハルナプラントの通路や階段等)

【エネルギー資源、地球温暖化防止】
・エネルギー効率向上の為、コージェネシステムを検討
・電力の安定供給と災害時の生産活動の維持と地域への貢献

エネルギー効果等の情報収集と検討を進め、来期申請に向け進行中

【エネルギー効率を向上させる】
生産効率見直しによるエネルギー効率改善(生産性向上対策)

・2019年度比: 0.4%UP(+129,075c/s)
・充填スピードアップ、生産ボトルネックの改善、製品切替や型替時間の短縮、CIP回数や日付切替回数の削減など非稼働時間削減対策

具体的な取り組み

● 再生エネルギーの活用

ハルナプロデュース株式会社のハルナプラント、タニガワプラント、和歌山プラントで自家消費型太陽光発電システムによる再生可能エネルギー電気の供給を2023年1月より開始しました。

国内工場3ヶ所それぞれの屋根に自家消費型太陽光発電システムを設置し、オンサイトPPAモデルを採用したことで、再生可能エネルギー電気の使用が可能となりました。年間発電電力量は合計約137万kWh、発電した電力の全量を自家消費することで、合計約603トンのCO₂排出量を削減できる見込みです。太陽光発電システム導入に関わる初期投資が不要であるほか、電力需要の変動や燃料問題に左右されない長期にわたる安定電源の確保にもつながります。また、定置用蓄電池を併設しており、停電時にも太陽光発電システムから必要な電力を供給することができるため、脱炭素化とBCP対策の両方に対応しています。

※PPA(Power Purchase Agreementの略:電力購入契約)



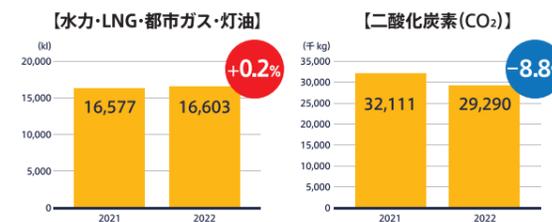
▲ ハルナプラント

▲ タニガワプラント



▲ 和歌山プラント

インプット&アウトプット



二酸化炭素(CO₂)推移



※インプット・アウトプットの増減要因…生産数量増加によりエネルギー使用量増加(+0.2%)、太陽光発電導入等によりCO₂排出量減少(-8.8%)

担当コメント

ハルナプロデュース株式会社 製造統括
オペレーティングオフィサー

小池 賢司



地球温暖化防止や環境負荷低減の実現に向け、エネルギー消費の低減と再生可能エネルギーの活用によりCO₂削減に取り組んでおります。昨年度は、太陽光発電を自社の生産拠点3拠点すべてに導入し、CO₂の削減による地球環境の負荷低減と合わせ、高騰するエネルギー費用の改善にも繋げています。また、照明のLED化を増強、高効率モーターへ入替など、エネルギー効率の改善も進めています。引き続き、スマートファクトリーの実現に向け、積極的な取り組みを進めてまいります。



目標項目

2022年度成果

| | |
|-----------|--|
| 有給休暇取得促進 | 有給取得率:73.4% |
| 時間外労働時間削減 | 時間外労働時間29.8h/月平均 |
| 障害者雇用の推進 | ・2022年度:法定雇用率 1.43%(6.0人/420.0人) ・「群馬県」障害者テレワーク雇用支援アドバイザー事業に参画し、社外のアドバイザーを迎えた、プロジェクトチームを結成し、障害者テレワーク業務の洗い出し、採用活動を実施 |
| 介護休業制度の拡充 | ・2022年度実績:介護離職者0 継続 ・介護を理由した離職希望者に対し、「業務分担」と「テレワークの推奨」を行い、継続勤務となる |

【障害者雇用の推進】

ハルナグループでは、常にチャレンジ精神をもって、積極的に企業活動を推進しています。そして、障がいをお持ちの方が働きがいのある職場環境のなかで活躍しています。

私たちは、「社員の幸せなくして顧客の満足はない」との考え方のもと、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。

【健康・安全】

ハルナグループの企業理念およびビジョンの実現に向けて、会社と社員が共に成長を遂げるためには、社員の心と体の健康・安全が不可欠であると考えています。全ての社員が安全に就業し、健康を保持・増進するための環境づくりに積極的に取り組むことをここに宣言します。

●●●

≡ 担当者コメント ≡

2022年度は、群馬県主催の「障害者のテレワーク支援事業」に、「令和4年度モデル企業」として推薦を受け、「障がい者のテレワーク雇用」の導入を進め、新たな仲間をお迎えしました。あらゆる人が自分自身の能力や希望に応じて、社会参加ができる「共生社会」を実現していくこと、「障害」と考えるのではなく、「個性」や「特性」をお持ちであるという考え方のもと、「できること」に目を向け、能力・スキルを活かして活躍できる環境を用意し、成果を出していただくことを期待しています。障がい者が能力・スキルを発揮できるよう改善された職場は、他の従業員にとっても安全で働きやすいものにつながり、企業の生産性の向上にもつながっていくと考えております。



ハルナビパレッジ株式会社 人財戦略Unit
プリンシパルオフィサー
相川 浩之

制度・取り組み

概要

| | |
|-----------|---|
| 在宅勤務制度の活用 | 感染症拡大防止として本格稼働となった在宅勤務制度ですが、現在では、「障害者フルテレワーク雇用」など、新しいスタイルでの雇用が社内で進められました。また、仕事と家庭の両立を支援する制度として、オフィスワークとテレワークのよさを、状況に応じて、使い分けながら選択できるような制度として今後も活用していきます。 |
| 長時間労働対策 | 長時間労働者に対する医師面接を実施し、事後措置対象者には、上長と連携し、個別対策を徹底しています。また、長時間労働を抑制するために、年間所定外労働時間の上限設定、有給休暇取得促進にも取り組んでいます。 |
| がん対策 | 女性が罹るがんの中で第1位の乳がんの早期発見を目的に、婦人科検診については、補助金対象外であっても、希望者全員(社会保険加入者)に対して、毎年、マンモグラフィー、乳腺エコー検診全額会社負担にて受診が可能。子宮頸がんも同様に毎年全額会社負担にて受診が可能。 |
| 禁煙推進 | 定年制廃止に向けた準備として、健康面、職場環境、労働環境、個人のスキル、老後の経済面など様々な切り口で検討しております。特に必要なのは、永く働ける健康な体であり、その環境と制度作りとして2017年10月1日より、勤務時間内において会社の建物・敷地内、および近隣に迷惑のかかる場所での全面禁煙と就業規則に定め、積極的な禁煙推進を図っています。 |
| 心の健康づくり | ストレスチェックを実施し、高ストレス者・高ストレス組織に対しては個別のフォローを実施しています。(2022年度ストレスチェック受検率94.7%)面談希望者は産業医との面談、カウンセリング受診を実施しています。さらに、エンゲージメント調査の実施により、心身の状態変化を早期に把握、対応する体制を整えています。(2022年度エンゲージメント調査結果「自分の会社で働くことに誇りを持っている回答:89%」)。 |
| 職場復帰プログラム | 傷病による療養休暇や休職に対する円滑な復職と再発防止を目的として、職場復帰プログラムを運用しています。このプログラムに基づき、主治医による意見を確認し、現状の評価と問題点を洗い出し、復職先の職場上長、人事担当にて、体調不良者の復職中におけるフォロー・復職判定・復職後のフォローを実施しています。 |

ハルナグループは、ワーク・ライフ・バランスの推進と社員の長時間労働の削減に取り組んでいます。働き方に関する意識変化や法改正など、社会の変化を迅速に把握するよう努めるとともに、制度の改善や運用方法の見直しなどにより、柔軟かつ適切な対応を取ることを目指しています。

【育児・介護休暇
残業時間低減など労働慣行】

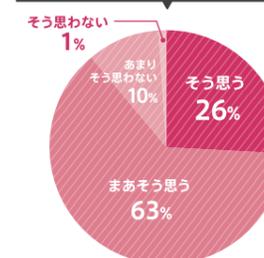
● 仕事と家庭の両立を支援する制度の充実

ハルナグループは社員が仕事と家庭を両立するための柔軟な制度を整えています。育児・介護支援については、短時間勤務をはじめとする勤務面での配慮をしています。産休前相談および育児休業からの復職前相談、キャリア面談などを実施するとともに、介護を行う社員に対しては、在宅勤務制度の利用、フレックスタイム制度を活用した勤務時間の調整など、社員の状況に合わせた柔軟な働き方を運用しています。

【社員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、社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。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くよう、社員と共に職場改善を進めています。

エンゲージメントサーベイの結果



自分の会社で働く誇りを持っているか

- 働きやすい・働きがいのある職場の提供
- 社員の能力を最大限に発揮できる制度・教育の充実
- 社員とその家族の安定した生活の確保

✓ 企業の源泉は「人財」

温泉施設提携

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。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、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。

社内公募フォトコンテスト開催

全社員が日々の業務以外でも、自身の趣味や特技を活かすことで、当社のイメージ向上にご協力いただける企画を進めています。第1回社内公募は2021年度に「キャッチコピー」を開催し、2022年の第2回目の社内公募では公式ホームページへ掲載する「フォトコンテスト」を開催いたし、143点もの応募がありました。その中から6点が選ばれ公式ホームページへ掲載しています。当社の事を考え楽しみながら作品を創り、当社グループへの参画意識を高め、社員が業務の延長上としてではなく、全社員が隔たりなく楽しみながら参加でき、自社への理解を強化できるコンテストになりました。



▲ 3作品受賞した社員 ▲ 授賞式

職場つみたてNISAの導入

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。昨年より新たに、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、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。

社内報

ハルナグループでは2020年度からコミュニケーションの活性化や、モチベーションアップにもつながるように社内報を発行しています。社員インタビューなどの企画では、個人としてや社員として大事にしていることなどを公表し社員同士の交流に活かしています。また企業文化を伝えることも大切にしています。



▲ 社員インタビューの様子

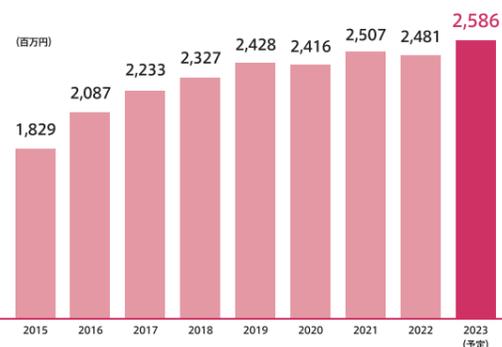
✓ ベースアップについて

● 目的と背景

ハルナグループは「人財は最も重要な財産」と位置付けております。新しいイノベーションを生み出し、持続的な成長を遂げていくために、人財の確保や社員が常にチャレンジできる環境づくり、多様な人財が意欲を持って能力を発揮できる組織の構築を目指しております。現在、物価高騰が続く中、通常の昇進・昇給に加え社員がより安心して生活ができる環境をつくるため、給与水準の引き上げ（ベースアップ）を行うこととしました。以下のベースアップに加え、会社に貢献した、積極的に新しいことにチャレンジしたなどの成果に対する昇給率を2.0%とし、合わせて約4.0%の引き上げ率を予定しております。

- 対象者** 全社員(正社員および準社員)
- 引き上げ額**
- 正社員 / 一人あたり月額5,000円増額 平均昇給率1.9%
 - 準社員 / 一人あたり時間単価20円増額 平均昇給率2.0%

人財投資額



【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。そして2023年度は新たな広い分野の見識を高め、また専門分野の体系的知識を習得すること目的として、2005年度よりハルナビジネススクールが 始まり、一定の成果を上げて参りました。2023年度からは、ビジネススクールを広くハルナグループ 全体の人財育成の柱ととらえ、従来の内容に加え、次世代人財の育成や、企業文化の醸成、HdX人財の育成などについても織り込み、一本化していきます。

≡ 理事長コメント ≡

企業にとって人財の育成は、重要な取り組みであり継続的に行われなければなりません。ハルナグループが将来に向かって更なる発展を遂げていくためにも、人財育成は重要な経営のテーマであり、長年にわたりビジネススクールとして取り組みをおこなってきました。ハルナグループには創業時からの「変化をおこす力」が、組織としての強さとして内包しています。一方、急速に変わりつつある社会の「変化を感じ取れる力」も求められ、二つの力が相まってハルナは発展していくと考えます。2023年度からのビジネススクールでは、各層の社員が「変化をおこす力」を再認識し、あわせて「変化を感じ取れる力」を身に付けることを目指してまいります。



ハルナグループ ビジネススクール
理事長 梅野 匡俊

コース

概要

| | |
|-------------------|--|
| トップマネジメント追究コース | ハルナグループの経営者として、社会や世界の動きを知り、視野を広げます |
| ミドルマネジメント実践コース | ハルナグループの次世代を担う人財に対して、全社的な視点で事業運営、経営を行っていくうえで 必要な基本的な考え方を身に付けることを目指します。特に、チーム運営力と問題解決能力を高めることを目指します |
| 企業文化研究コース | 経営理念、ミッション、ビジョンについて、役員の講義を受け、各自咀嚼します |
| ものづくり探求コース | ハルナグループの持つ製造力を、知識技能の面からバックアップします |
| 英語力養成コース | 今後さらなる国際化を目論み、英語力の底上げを行います |
| HdX推進コース | HdX人財を育成するために継続して研修に取り組む中で、2023年度を2022年度に行った全社員向けのICT入門、情報セキュリティ、DX入門の次のステージとして、「守りの研修」、「攻めの研修」および「新任管理者向け研修」をプログラムに取り込みます |
| サマースクール&ウインタースクール | 全社の方針に則り各部署で検討した取り組みについて発表し、ディスカッションをすることにより、各部署の活動が全社の方針とどのように関わっているかを各人が考える機会とします。また、発表ごとに、他のチームのメンバーとの意見交換やディスカッションをすることで部門連携を図るとともに、意見を聞き、今後の全社活動につなげていきます |

ハルナグループの取り組み 社会基盤を支え続ける企業へ

目標項目

2022年度成果

| | |
|--|--|
| イノベーションの創出:他社企業との協業事業の取り組み | <ul style="list-style-type: none"> ・JR東日本クロスステーション社みなかみ工場の本製造開始:4製品全ての製造開始→日産目標:5,000ケース達成 ・ライン効率:単日では85%を達成 ・JR東日本クロスステーション社みなかみ工場がFSSC22000の取得を目指し、ハルナグループ技術サポート開始 |
| 海外との取り組み:飲料のみならず付加価値をつけた商品を市場へ展開する | <ul style="list-style-type: none"> ・円安環境下で、日本からの輸出案件に注力する体制にシフト→日本から商品を輸出し海外の産業の発展へ ・当社茶系飲料(ドバイ、中国、エストニア向けにて成約) ・北海道の食材(スープ、ドレッシング等タイ向けに提案) ・果汁飲料(北海道、山形等からタイ向けに提案) |
| 海外との取り組み:タイ国との国際資源を用いた商品開発を進め、日本で商品化を行う | <ul style="list-style-type: none"> ・海外ならではの商材を発掘し提案を実施 ・卵麺(タンパク質の獲れる麺)の新規輸入を検討中 ・レトルトタイプのタイカレー(グリーン、バターチキン)を提案し活動を継続中 |
| 持続的な企業価値向上:新たな提携国との取り組み | <ul style="list-style-type: none"> 中国・香港・アメリカに追加して、マレーシア・シンガポール・イギリス・ドバイ・エストニア・ベトナムへ茶系飲料、炭酸飲料を提案中。→市場開拓により、新たな提携国を追加 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・イノベーションの創出 ・持続的な企業価値向上 ・持続可能なインフラ開発や改良と産業改善 | <ul style="list-style-type: none"> ・プラットフォームの構築が完了。従業員への説明会を終え運用開始。HdX2.0の進捗と共に活用の拡大を行っていく ・HdX働き方改革・デジタルマーケティング・スマートファクトリー(スマート物流含む)のプロジェクトの立上げ準備開始。→スマートファクトリー/デジタルマーケティング/人材教育/セキュリティの4プロジェクトを発足。それぞれ事業ごとに計8つの分科会に分かれて運営を開始 |

具体的な取り組み

Case1 日本のお茶をアジアへ



Case2 日本テイストをタイで展開



Case3 世界の原料を日本へ



当社のルイボスティは海外から品質の良い茶葉を使用しています

Haruna Asia (Thailand)はタイと日本のみならず
アジア全域の懸け橋となるべく日々の活動を通して社会基盤の更なる発展を目指します

担当者コメント

JR東日本社とのミネラルウォーターの生産活動も2年目を迎え、次のフェーズに進むべく更なる生産性の向上のサポートを強化して参ります。またこれからも、Haruna Asia Thailandとの共創事業として、海外からのワクワクするような商品の開発から輸入・販売と、国内の自社とパートナー企業様で企画製造した商品の開発を行い、国内外を問わずパートナー様とともに社会基盤を支え続ける企業へ成長して参ります。

ハルナプロデュース株式会社
マネージングエグゼクティブオフィサー **松井 健一**



ハルナグループの取り組み 持続可能な消費生産形態の実現

目標項目

2022年度成果

| | |
|--|--|
| 【環境配慮資材への取り組み】 <ul style="list-style-type: none"> ・バイオマスラベルの開発 ・ラベルレスへの取り組み ・ボトル軽量化の開発 ・リサイクルボトルへの取り組み ・カートン軽量化(ショートフラップタイプ)・軽量(減容)キャップ使用によるCO₂削減 | 【バイオマスラベル】 自社商品大型、小型を切り替え 実績:106,204ケース、前年比:129% 【ラベルレス商品】 顧客ブランド採用件数増加 実績:1,772,333ケース、前年比:231% 【ボトル軽量化】 ・2Lホットバック最軽量47gを採用 全プラント展開 実績:52,115,784本 ・525mlボトル 22g:2022年8月から切替え 実績:23,864,400本 ・FTRリサイクル、メカニカルリサイクル100%の採用 実績:1,603,999本、前年比:145% 【カートン軽量化】 ショートフラップ軽量化数量増。実績:2,979,623ケース、前年比:206% 【軽量キャップ】 実績:75,192,300個、11.3t削減 |
| 【フードロス廃棄物削減】 廃棄資材の再利用 | ・継続(情報収集、施策立案)*社会環境ユニットとの連携検討中 ・茶殻は肥料化として再利用中 |
| 【資源循環】 ペーパーレス化 | X-point上で使用できる帳票の充実を随時行っていきペーパーレス化を推進し10%削減 |
| 海外技術支援・環境保全支援 | 取り組み継続中 |

具体的な取り組み

● バイオマスラベルの開発と導入

2022年度16万ケースの切り替えて、約1,080kgのCO₂削減効果ができました。また2L製品も追加となり着実に使用量が伸びています。



自社製品Le'caféをバイオマスラベルへ切り替え

● ラベルレスへの取り組み

ケース販売製品でのラベルレス導入2,000,000ケース達成! 認知度は上がって来ており各アイテムの販売数量の増加と共に顧客ブランドの増加も進んでいます。



● 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排出量の削減を目指し、2Lボトル47g軽量化・525mlボトル22gへ軽量化にとりくみました。



左から525ml、2Lボトル

- 2Lボトル→24%軽量化!
- 525mlボトル→15%軽量化!

● リサイクルレジン使用ボトルへ変更による3R活動の推進

6月よりFTR30%へ切り替わり、リサイクル量が増進しました。



限りある資源を大切に!

● ペーパーレス化

グループ内で使用している紙は、環境配慮資材(FSC認証紙)へ2022年度で全て採用となり、森林保護に寄与しています。また各業務については電子化を進めペーパーレス化を促進しています。

担当者コメント

昨年度、発売いたしました「ハルナTHE蜂蜜紅茶」と「ルカフェイボスオレンジ」では、植物性由来の原料を一部使用したバイオスマーク対応ラベルと、100%再生PET樹脂使用のリサイクルPETボトルを採用しております。また、ハルナオリジナルの100%リサイクルPETボトルマークを商標登録いたしました。ペットボトル飲料の工場をもつ会社として、取り組んでいくべき責任を感じています。今後も現状に満足せず、他の資材にも目を向け率先して取り入れていきたいです。



ハルナプロデュース株式会社
ハルナブランドセクション
アシエイト **松村 明奈**



目標項目

2022年度成果

自らの社会貢献活動の習慣化と地域社会に向けSDGs普及活動による多様性かつ、包摂性のある社会の実現

・ウクライナへの支援として当社ミネラルウォーターを届けた
・1年間で4回の寄付実施
・ロータリー財団で功績が認められ評議員会ジョン・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」の証明書と授与

・メセナ活動として、榛名美術の来場者は累計1,263名
2022年11月の企画展では121名の来館にて、レセプションでは庭園にて食事会を開催し、地域社会貢献活動の一環となった

様々な指標の"見える化"による情報発信を通し、ESGプロセスの着実な進捗を実現

・横浜銀行様を通じて、初めて外部から当社のSDGsの取り組みに対して評価をいただき、当社の取り組みの出来ている部分、出来ていない部分を明確化
・ESGファイナンスの実行については、引き続きの検討課題

社会貢献：生産活動の見学会や職場体験の提供を通じ、会社の認知度を高め、地域社会との繋がりを深める

地域の中学生の職場体験学習の積極的な受入れで、地域社会との繋がりを深めた
(タニガワプラント：薄根中学校職場体験(6月))
(和歌山プラント：海南市立南中学校企業見学会実施(10月))

社会基盤を支え続け社会的価値創造として、自社及びパートナープラントにおいて品質の維持向上により安定的に品質の高い製品を提供し続ける

・パートナープラントでの年間指摘数：認証監査にて8件/5監査=1.6件(1監査当たり)、顧客品質監査にて17件/8監査=2.1件(1監査当たり)で目標達成
・パートナープラントでの工程起因ご指摘：3件(発生率0.17ppm)で目標未達
・新規パートナープラントとの提携による委託アイテムの拡大と製造数量を増加(安定供給に向けた取り組みを実施)

担当コメント

目標17「パートナーシップで目標を達成しよう」は、世界中の国家だけでなく、企業、市民、学術界などが一丸となって積極的に取り組むことにより、開発途上国を含むすべての人々が平和に暮らせる環境づくりを目指しています。世界の人々を直接支援することはなかなか難しいながらも、足元でできる事を掲げ、地道に取り組んでいます。

2022年度はウクライナへの支援をはじめ、奨学生の支援、自然保護に関する寄付活動なども行いました。今後もハルナグループで働く人たちが仕事を通じ、広く世界に目を向け、平和を願ってこの活動に取り組んで行けるよう、積極的に推進して参りたいと思います。



ハルナビレッジ株式会社 人財戦略Unit
エグゼクティブエキスパート

藤井 満

具体的な取り組み

● 寄付活動

ハルナグループは役員社員自らの社会貢献活動の習慣化と地域社会に向けSDGs普及活動による多様性かつ、包摂性のある社会の実現に向けて寄付活動を行っています。

2022年はウクライナへの支援としてミネラルウォーターをお送りしたことをはじめ、年間で4回の寄付活動を行いました。

成果

ロータリー財団では今までの功績が認められ表彰状を授与され、また2023年3月には「ぐんま緑の県民基金」の支援を続けたことから群馬県知事より感謝状を授与されました。



▲ 群馬県知事より授与された感謝状

● メセナ活動

ハルナグループは社会文化活動を通じて地域の発展に貢献するために、創業の地となる群馬県高崎市に2019年「榛名美術館」と「榛名美術記念公園」を設立いたしました。いままで累計1,263名の方をお迎えしています。2022年11月の企画展では121名のお客様にご来場いただき、レセプションでは庭園にて食事会を開催。ご近所の方々もご参加され社会貢献活動の一環となりました。

榛名美術館の企画展 ▶



● 職場体験

学生の皆さんの社会科学習の一環として、職場体験学習の受け入れをしています。現場での仕事を体験することで、生徒たちが働くことの楽しさや意義を体感してもらえることを願っています。コロナの影響で受け入れが難しかったですが、2022年6月には和歌山プラントで中学校の皆さんを迎えて職場体験を行いました。

職場体験の様子 ▶



● 社員へのSDGs普及啓発・情報発信

ハルナグループでは、社員一人一人がSDGs普及啓発の担い手となることを企図し、全社員がSDGsを理解し実践できるよう理解度促進の施策を展開しています。

SDGsの目標達成につながる活動を実践できるよう、2018年のSDGs行動宣言の策定時には、ハルナグループのビジネススクールで、取り組み内容や数値目標について、ディスカッションを行いました。そしてSDGs委員会を設置し、毎月委員会を開催し、審議された事項が会議などに定期的に付議・報告され、幅広く連携できる体制を構築しています。

また2019年1月からはSDGsバッジ着用がスタートしました。この取り組みはこれからも広がっていきます。



▲ SDGsバッジ

Topics



新たな価値の創造

コメント

我々ハルナグループは「潤う幸せを世界に」という大変ハードルの高い大きなミッションを持っています。ただ単に「美味しい飲料を世界に」という表面的な課題より、心の琴線に触れる。つまり人の心を動かしたり、人々の人生をより豊かにする「潤い」を想像し企画・開発し、そして我々の生産供給販売のネットワークで、お客様までお届けする。

「ああ、美味しかった」という喝感を満すだけではなく、大自然が育んだ恵みを製品化して、何となく嬉しくなれる、人として、きちんと生きていと思える幸せを提供したいと思っています。自分に気持ちのいいことをすると、地球や周りの人間にも気持ちのいいことをしたくなるからです。世界を変えるようなことではないかもしれませんが、我々ハルナグループは新たな価値の創造によって、みんなの暮らしに小さなハピネスを広げていけたらと思っています。人が生きるこの世界を、もっと美しく、もっと幸福にするために、「潤う幸せ」お届けをしたいと考えています。



ハルナビレッジ株式会社 取締役
ハルナプロデュース株式会社 代表取締役社長
CMO ピーター・トーマス

新会社 株式会社ハルナウォーター創立

—ハルナグループが取り組む新規事業—



ハルナグループは、東京アート社のミネラルウォーター事業を譲受いたし2023年7月より事業を開始いたします

ハルナグループは、すべての人々が飲料を通じて感動し満足していただける価値の創出を継続し、「人と環境と地域社会の健康」のための取り組みを企業の使命としております。そして今回の新会社設立は、ミネラルウォーターの生産拠点をグループ化することにより、「安心」で「おいしい」ミネラルウォーターを安定的にお客様へご提供できる体制が整うと同時に、グループ戦略である「総合飲料プロデューサーとしてのプラットフォーム戦略」として、良い資源を活かしながら、商品生産機能の付加価値を増大させていくという相乗効果を期待しています。

生産拠点

松川プラント

| | |
|---------|---------------------------|
| 業務 | 飲料水製造 |
| 設立 | 2009年 |
| 所在地 | 長野県北安曇郡松川村7064-200 |
| 採水地 | 長野県北安曇郡松川村7064-200(工場敷地内) |
| 認証 | FSSC22000(2009年1月認証) |
| 対応容器サイズ | 2L / 550ml / 500ml |



長野県



安曇野プラント

| | |
|---------|---------------------------------|
| 業務 | 飲料水製造 |
| 設立 | 2007年 |
| 所在地 | 長野県安曇野市穂高有明7378-6 |
| 採水地 | 長野県安曇野市穂高有明7378-6(工場敷地内) |
| 認証 | FSSC22000(2009年1月認証) |
| 対応容器サイズ | 2L / 1L / 550ml / 500ml / 350ml |

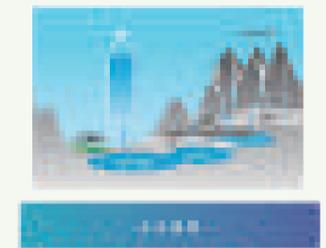
名水のおいしさをお届けします

長野県の中央に位置する安曇野は、雄大な山々を背に、豊富な水を湛えた水田が日本の原風景さながらに広がっています。安曇野には北アルプスに源を発する河川が形成した美しい扇状地があり、その末端では良質な天然水が湧き出します。



安曇野のミネラルウォーターの特徴

- 昭和60年に環境省選定の昭和の名水百選に「安曇野わさび田湧水群」が認証され、現在も日本の名水どころとして広く知られています。
- 安曇野の湧き水中のミネラル成分の大部分は、安曇野の森林の落ち葉や草などに由来するもので、自然界の生物がゆっくり時間をかけて分解し地層に磨かれ、ミネラルバランスのよい天然水となって地下水脈に辿りついたものを採水ポンプで汲み取っています。
- 日本人の味覚に適した硬度の低い軟水です。



ステークホルダー皆様との「協創」

☑ イノベーションセンタープロジェクト

ハルナグループは、すべてのステークホルダーと「協創」していきたいと考えています。対話から潜在ニーズを掘り起こし、協創を生み出す場として、2024年12月完成を目指しプロジェクトを進めています。発想を促進する快適な空間と体験型の当社コア技術の展示、さらに分野を超えた対話や議論ができるミーティングスペースもご用意しています。



④ イノベーションセンター完成イメージ

【設立方針】

1. 獨創性、独自性あるプライベートブランド・ハルナオリジナルブランドの開発
2. 幅広い流通様・小売企業様への提案型商品のコンセプト・ストーリーをラインナップし業界オンリーワンの飲料プロデューサーとしての活動
3. 研究開発・企画を担う新しい人材の獲得と現メンバーのスキルと創造性向上の計画策定
4. 多種多様な茶原料、研究、製法、調達を極め、業界トップクラスのお茶製品レシピのラインナップを揃える場として、また機能性分野の飲料開発
5. サステナブル、コスト、品質で優位な飲料容器・共同開発
6. オープンイノベーション戦略に従い、幅広い取引企業との人財、技術、知見の連携、提携関係のパートナー選定と協議、契約、取り組み、目標設定
7. 研究開発室、マルチテストプラント、コラボルームなど、必要機器、設備のリストアップ

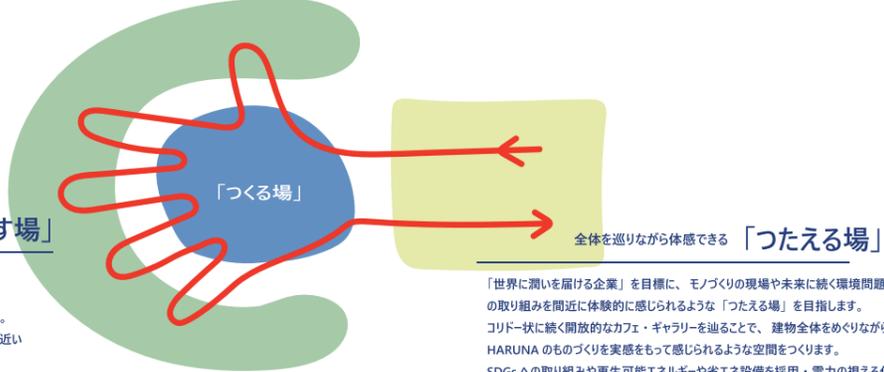
コミュニケーションと共創を重視した開放的な「つくる場」

社内・社外の人のコミュニケーションが活発に行われるような活気と隣あった「つくる場」を目指します。

建物1階の中心に「つくる場」を集約することで、設備の更新や作業性を考慮すると同時に、ギャラリーやカフェなどの発信の場とオープンなつながりを持ち、いろいろな場所でコミュニケーションが誘発され、新たな視点から共創していく開放的なゾーニングとします。



3つの場を行き来して生まれる創造的なものづくり



明るく緑豊かで建物のどこからでも自然を感じられ、いつでもフレッシュな感性で働くことのできる環境を作ります。五感が触発され、創造的な発想に満ちた「うみだす場」を目指します。東西に細長い建物形状で、南北に大きな緑地帯を設け、より自然に近いような建物配置・周辺環境を整備します。緑地帯は、清々しい芝生や自然林の明るい憩いの場とします。



全体を巡りながら体感できる「つたえる場」

「世界に誇りを届ける企業」を目標に、モノづくりの現場や未来に続く環境問題への取り組みを身近に体験的に感じられるような「つたえる場」を目指します。コリドー状に続く開放的なカフェ・ギャラリーを巡ることで、建物全体をめくりながらHARUNAのものづくりを実感をもって感じられるような空間をつくります。SDGsへの取り組みや再生可能エネルギーや省エネ設備を採用・電力の見える化など環境問題への意識を積極的に伝えられるような施設にします。



☑ TOKYO R&D LAB

お客様をご招待してイベントを開催

2022年にオープンしたTOKYO R&D LABでは、お客様をご招待し、海外で人気の小売企業の開発、戦略やイノベーションの秘訣などを一緒に勉強しながら試飲・試食イベントを開催しました。成功事例や発想、代表的なPB商品を参考にしながら、当社の今後の新商品の開発に向けたディスカッションやご提案をさせていただきます。今後も開発部門と営業、マーケティング部門が一体となってお客様とさらなる接点を強化した取り組みを行なってまいります。



≡ 担当者コメント ≡

2022年4月に開設した「TOKYO R&D LAB」に続き、さらにオープンイノベーションの取り組みを積極的に発信しジャンルを超えた新しい価値を創造する場として、2024年12月には群馬県高崎市足門エリアに「イノベーションセンター」を設立いたします。お客様はもちろんの事、地域の方々やステークホルダーの皆様にもハルナグループをもっと知っていただき、「飲む感動」「美味しさ」「喜び」「新しさ」を身近に触れていただきたいと考えております。



ハルナプロデューサー株式会社
営業開発Unit第1営業セクション
ジュニアオフィサー
樋口 琢巳

パートナー企業との協創

—ハルナグループが取り組む協創事業—

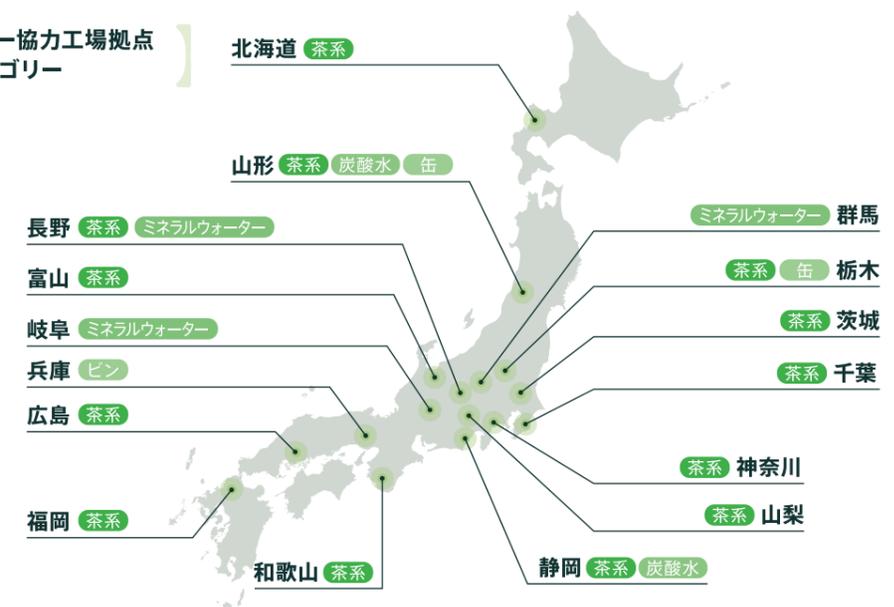
【協創事業の推進】

ハルナグループは、さまざまな企業様と交流しながら、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。

☑ 全国のパートナー協力工場

ハルナグループは、品質と生産能力を担保するために、国内の北は北海道から南は九州まで協力工場とパートナーシップを結んでいます。大量生産に対応可能な生産能力の向上と品質の安定化を図っています。信頼関係が結ばれた協力工場の方々とのコミュニケーションによって品質は強固に担保され、難易度の高い要望にも柔軟に対応することが可能です。

全国のパートナー協力工場拠点と生産飲料カテゴリ



☑ 協創事業企業との協業の深化

マルサンアイ社様とは2004年より東日本の豆乳生産を協創し2019年には『タニガワプラント蒸気供給共同スキーム事業』を導入。タイでもアジア向けの新製品開発を共に創造しています。2023年度もさらなる豆乳の事業の強化やソイミルク事業の増産体制の構築を実施してまいります。



④ 左から調製豆乳200ml・1000ml・毎日おいしい無調整豆乳1000ml



④ 左からFrom AQUA550ml・300ml acure mine From AQUA6.5L ⑤ JR東日本クロスステーションみなかみプラント

新たな価値の創造

海外事業展開

☑ ASEAN戦略 Haruna Asia(Thailand)

ハルナプロデュースとHaruna Asia Thailandが連携を行い、タイと日本のみならず、ASEAN市場に対して、ハルナグループの強みを活かし、マーケティング活動及びビジネス拡大できるよう取り組んでいきます



Haruna Asia (Thailand) は、
2023年度タイからアジア全域へ事業拡大を推し進めます

今後の取り組み【アジア事業】

タイマーケットでの取り組み

- 新フレーバーを導入したHBD Sparklingの販売促進の強化。
- 「茶匠伝説」や「ルカフェ」といったHarunaブランド商品を輸入し、タイ国内の日系小売企業や飲食店へ向けた提案推進によるHarunaブランドの販売拡大。

ASEANマーケットでの取り組み

- アジア大手ドラッグストアチェーンに対し、2月から茶系飲料の新たなラインナップ商品導入を行うことによる販売拡大。
- Harunaブランド商品をASEAN各地域へも輸出販売することによる、ASEANマーケットでのHarunaブランド拡大。

ハルナプロデュースとの協創ビジネスの取り組み

- 海外原料が高騰するなかで、日本で使用する海外産茶葉を現地より直接輸入し、原材料費を抑制。

≡ タイ駐在 社長コメント ≡

HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd. 代表取締役社長 松下 護



2023年3月よりハルナアジアに赴任いたしました。こちらに来てまず感じたのは確実に成長しているという実感とそのスピード感でした。どんどん広がる鉄道網とそれに合わせて開発されるショッピングセンターやオフィスビル、そこを様々な人種が行き交う様子は、大きなエネルギーと躍動感を感じます。日本からタイへ、そしてタイからアジアへ、ハルナアジアは飲料を通じて「アジアの元気」を皆様へしっかりとお届けします。

タイ国内では、既存商品である「HBD Sparkling」が新規取引先・店舗拡大を進めたことや新フレーバー発売により販売が伸長。また、Harunaブランド「茶匠伝説」について、タイ国内のスーパーマーケット等へ新規導入・店舗拡大したことや新規商品として11月より「黒烏龍茶」を導入し販売が伸長。さらに、Donkiにて今期2品目となる新商品「Strawberry milk」を導入。ASEAN地域においては、香港にてWatson's「一言茶」シリーズ(緑茶・烏龍茶・ほうじ茶)の販売が開始し、更に新規商品を追加導入しています。

茶匠伝説 黒烏龍茶500ml 発売

タイでも販売が好調な茶匠伝説シリーズにラインナップのなかった黒烏龍茶500mlの商品化しタイにて発売。



Lotus's に新規導入

タイ大手リテール企業Lotus'sにHarunaブランド商品(HBD Sparkling & 茶匠伝説)が新規導入。



Strawberry milk500ml新発売

タイでも人気の高いフレーバーいちご味にてstrawberry milkをDonki専用に発売。



一言茶 抹茶入り緑茶 新発売

アジア最大手ドラッグストアチェーンであるWatson'sが香港で販売している一言茶シリーズに新たに抹茶入り緑茶を発売。

製造工場:ハルナブランド



HBD Sprkling 梅、メロン新発売

HBD Sparkling 梅、メロンをCentral Group (Family Mart, Tops market, CENTRAL FOOD HALL) 向けに専用発売。



茶匠伝説シリーズ 販売チャネル拡大

タイ国内の日系企業(小売、飲食店)をメインに販売していましたが、タイ現地大手小売り企業のCentral Group (Tops Market・CENTRAL FOOD HALL) やBig-Cなどに販売開始。



☑ ハルナヨーロッパ Haruna Europa

「潤う幸せを世界に」の一環として、ハルナの飲料プロデュース機能とアジア・日本・欧州の食伝統文化にFusion(融合)して飲食の新たな発見とカタチの提供によって、会社の新たなイノベーション源と収益源を創造していきます。

中長期の戦略

ヨーロッパ(フランスを中心にスペイン、イタリア等)にて欧州メーカーとのパートナーシップの関係作りを軸にトレーディングビジネスを再構築して日本市場へ新たな商材とヨーロッパ市場に日本・東南アジア製品を企画・市場開拓を行います。また欧州での製品・製造(販売力・地域市場性・製造技術)によるパートナーシップ作りの創出をすすめていきます。

活動拠点の移動の戦略

ヨーロッパ商業の中心フランス(パリ)にバルセロナから活動拠点の移転を計画しています。2023年4月初旬にはバルセロナからフランス(パリ)へ移転、スペインの駐在事務所は引き続き活用していきます。



ブランドの価値を高める

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

✓ Harunaブランド

【輸入商品】

CHABAAの小型はボメロやウォーターメロン等を中心に大人気商品です。また2023年の新商品「CHABAAマンゴー180ml」や主力商品である「CHABAAウォーターメロン」の大幅リニューアルを中心に新規提案を強化中です。

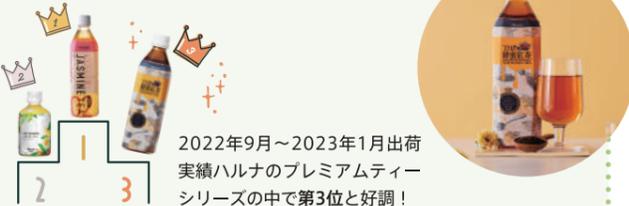
【国内商品】

9月に新規発売したTHE蜂蜜紅茶の販売が非常に好調。お客様から差別化されたPB化の要望もいただいている状況。また、10月より茶匠伝説をリニューアルした効果や、茶匠伝説のシリーズのタイ市場向けに出荷拡大中です。

THE 蜂蜜紅茶 絶好調!

市場のニーズ、トレンドをとらえ新規採用続々増加中!

ティーバッグで人気急上昇中の「蜂蜜×紅茶」の組合せ。
9月発売後「PETボトルで手軽に飲める、本格的な蜂蜜紅茶」としてスーパーやコンビニ、ネットショップ等で採用が続々増えています!



2022年9月~2023年1月出荷実績ハルナのプレミアムティーシリーズの中で第3位と好調!

新商品 販売開始!

市場のニーズ、
トレンドに合わせた
个性的な新商品が
9月に発売!



CHABAA
ベジタブル&フルーツミックスジュース
CHABAA初の野菜ミックスジュース。タイらしいトロピカルフルーツをブレンドした飲みやすい味わいが特徴。



ハルナ
THE 蜂蜜紅茶
トレンドの蜂蜜紅茶をPETで手軽に。UKティーアカデミー日本校代表・スチュワード麻子氏監修。



ルカフェ
ルイボスオレンジティー
ルカフェでも人気の高いルイボスティーに果汁を加えたノンカフェインフルーツティー

✓ プロモーション

ファッションイベントでも好評!

2022年10月8日(土)幕張メッセで開催された、日本最大級のファッション&音楽イベント「RakutenGirlsAward 2022 AUTUMN/WINTER」の楽屋での出演者向けドリンクの提供を担当。THE蜂蜜紅茶、CHABAAベジタブルミックス、ルカフェルイボスオレンジティーと新商品を中心に、モデルやアーティスト、芸能人の方々の控室でのドリンクとしてお楽しみいただきました。「おいしかった!」と何度もブースに立ち寄ってくださる方も多く、味もデザインも好評でした。



ハルナのSNSが取材されました!

2022年7月に開催したTwitterキャンペーンがトレンド入りしたことから、SNS支援会社のアライドアーキテツ社より取材を受け、SNSの活用事例のお役立ち情報としてホワイトペーパーにまとめられました。



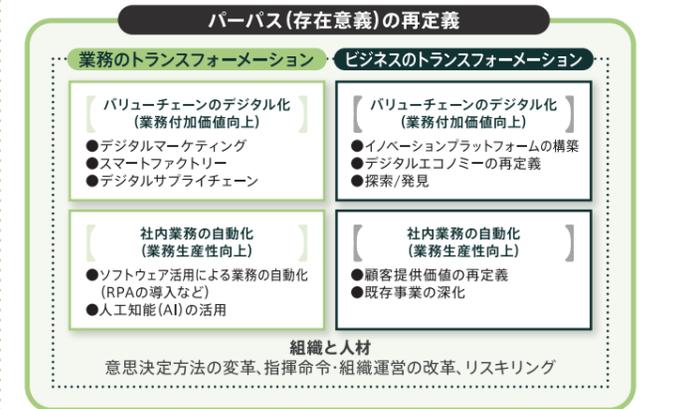
ハルナデジタルトランスフォーメーション(HdX)の取り組み

ハルナグループは2021年に「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掘りし、真の付加価値を生み出していきたいと思います。

✓ HdX全体像

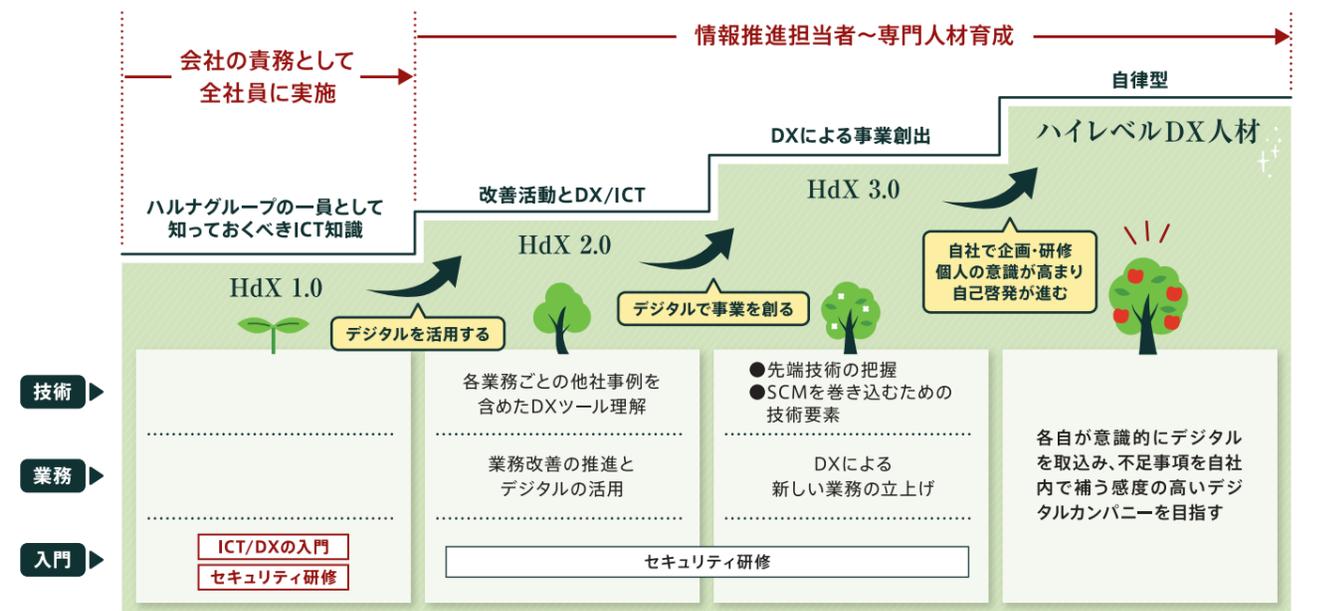
中長期的に「企業のサステナビリティ」(企業の稼ぐ力の持続性)である経済的価値と「社会のサステナビリティ」(社会課題の解決と持続可能性)である社会的価値の両輪を創出できるあらたなビジネスモデルの確立を目指しております。

HdXの根底はパーパスに基づく「組織」と「人材」です。現在もこれからも主役は「人材」であり、その人材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。



✓ デジタル教育 — リスキリング —

デジタル化の進展に伴い、多くの企業にとって働き手のリスキリング(学び直し)が急務となっています。従来の技能に加えて、社員のデジタル対応能力を磨かないとこれからの時代成長が見込めません。当社グループは、eラーニングシステムを用いて、全社員を対象にデジタル教育についてのリスキリングを2022年3月より開始いたしました。社員へのリスキリングは企業の責任でもあり、それが競争力にも結び付くものと考えております。



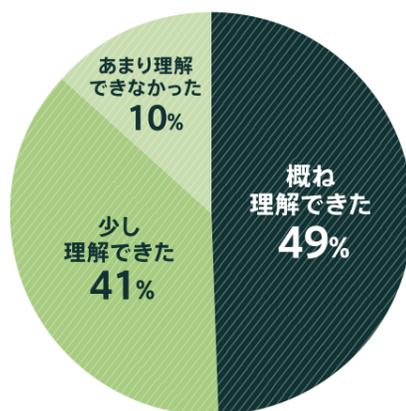
☑ デジタル教育の実施・今後の方針

HdXの取組みとともに、
全社員を対象としたデジタル教育を実施

今回はICT入門、情報セキュリティ、DX入門のカリキュラムをeラーニングシステム【etudes】を用い、全社員を対象に2022年3月より開始。これまでに440名(97%)が受講完了いたしました。

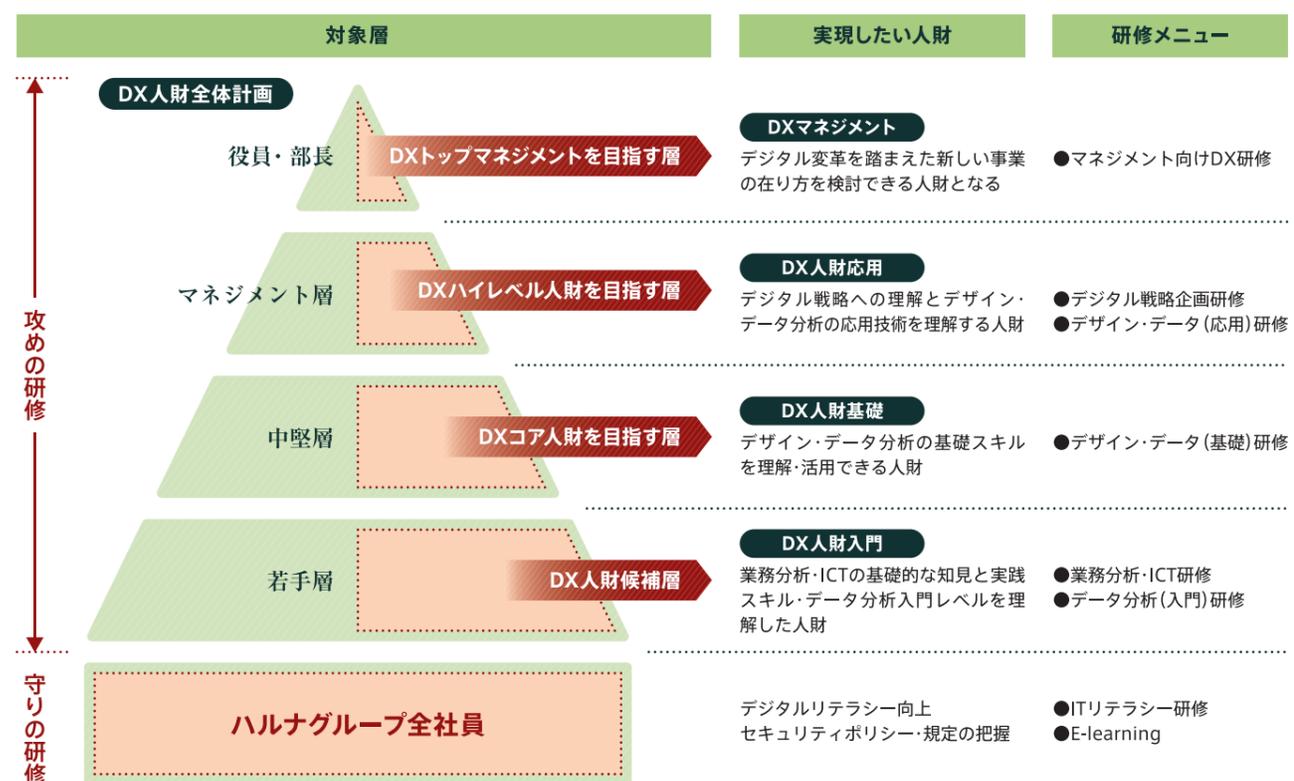
デジタル教育実施後、各社員へアンケートを実施した結果、約9割の社員が今回のデジタル教育について理解を示す結果となりました。今後は、HdXプロジェクトの推進とともに各部門別での専門的な研修としてデータサイエンス等の「攻めの研修」に加えて、ハルナグループ全社員のデジタルリテラシー等の基本的な知識の向上を図る「守りの研修」の取組みを実施し、デジタル人材育成に向けて取り組んでいく方針です。

アンケート結果



※全く理解できなかったは0%

今後のデジタル教育の全体像



ハルナグループ創業者
青木清志 自伝『九十年の水痕』を発売



青木 清志

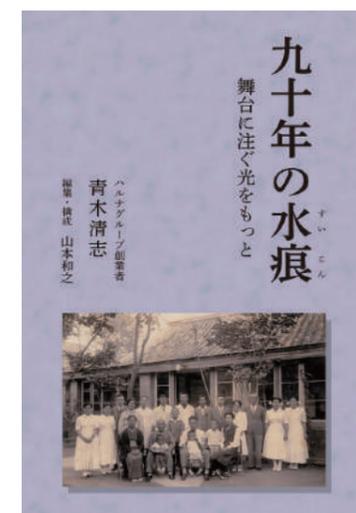
1996年(平成8年)2月23日にハルナビバレッジ株式会社を設立。ハルナグループでは、ペットボトル飲料時代の到来を読み成長の礎を築いただけでなく、IoT(モノのインターネット)を見据えて工場のスマート化など一歩先行く時代を先読みした経営手腕を発揮し、創業から25年で売上高250億円の企業グループに育てあげた。また、教育・社会貢献の推進にも積極的にとり組み、経営者・起業家として、様々なステークホルダーとの交流を図るなか、大学や団体をはじめとする教育機関への講義、講演、委員として、社会貢献を積極的に行い、起業経験を活かし、受講頂く皆様へ「夢や希望を育み、高い志と明確な目的意識を持って進む力を育てたい。」という意志の基、社会活動を行い、現在は榛名美術記念公園「美術館」「彫刻の杜」の館長として活動している。

- 1996年 2月23日にハルナビバレッジ株式会社を設立。
- 2002年 8月 四半期報告会を開始し「会社は公の器」の考えのもと、ステークホルダーに対して情報開示を始めた。
- 2005年 4月 「ビジネススクール」を開講し、社内外から講師を招き、「人材育成」の一層の強化に取り掛かる。
- 2009年 4月 社内に「社会環境本部」を設置し、「環境経営」に乗り出す。
- 2012年 2月 「見える化/プラントシステムイノベーション」を開始、強い企業を構築。
- 2015年10月 社内に「未来構想委員会」を設置し、「健康経営」に乗り出す
- 2016年 1月 ペットボトル飲料の拡大など、潮流を読む経営の実践が評価されて日刊工業新聞社主催の第33回優秀経営者顕彰「優秀起業家賞」を受賞。
- 2020年 4月 一般財団法人榛名美術を創立。社員の「感性」や「創造力」を高め、また「審美眼」を養うために、各拠点に美術作品を展示する「ちいさな美術館」を運営。
- 2020年11月 榛名美術記念公園「美術館」「彫刻の杜」を設立。

2023年6月 青木清志自伝『九十年の水痕』を発売



▲ 榛名美術館



▲ 青木清志自伝『九十年の水痕』

会社概要
ハルナグループ

ハルナグループ / 企業概要

持株会社

| | |
|--------------|-------------------------------|
| ハルナビバレッジ株式会社 | グループにおける経営戦略・人事・財務経理・ビジネススクール |
|--------------|-------------------------------|

事業会社

| | |
|-----------------------------------|--|
| ハルナプロデュース株式会社 | 商品企画開発・営業・Harunaブランド・貿易・購買・生産・SCM・物流・情報・研究開発 |
| 株式会社ハルナウォーター | ミネラルウォーターの製造、販売・その他清涼飲料水の製造、販売・PET容器の成形加工・倉庫業・不動産の賃貸業務 |
| ハルナプロデュース株式会社 ハルナウェルネスサイエンス研究所 | 機能性原料の製品化設計・試作・機能性素材・原料の研究開発・機能性分析と解析 |
| HARUNA株式会社 | ブランドマネジメント・海外戦略 |
| HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd. | アジアマーケットへの飲料事業 |

ハルナグループ / 国内ネットワーク

NAGANO

株式会社ハルナウォーター

- 本社 安曇野プラント (長野県安曇野市)
- 松川プラント (長野県北安曇郡)



▲ 安曇野プラント

OSAKA

ハルナプロデュース株式会社

- 大阪支社 (大阪市淀川区)



▲ 和歌山プラント

WAKAYAMA

ハルナプロデュース株式会社

- 和歌山プラント (和歌山県海南市)

GUNMA

ハルナビバレッジ株式会社

- 群馬本社 (群馬県高崎市)

ハルナプロデュース株式会社

- 本社工場 (群馬県高崎市足門町)
- 物流・倉庫 (群馬県北群馬郡)
- ディストリビューションセンター (群馬県高崎市・群馬県北群馬郡)
- タニガワプラント (群馬県みなかみ町)
- JR東日本クロスステーション みなかみプラント (群馬県みなかみ町)

ハルナウェルネスサイエンス研究所

(群馬県高崎市足門町)



▲ タニガワプラント



▲ JR東日本クロスステーション みなかみプラント

TOKYO

ハルナビバレッジ株式会社

- 東京本社 (東京都中央区日本橋)

ハルナプロデュース株式会社

- 営業開発Unit・TOKYO R&D LAB (東京都中央区日本橋)

HARUNA株式会社

(東京都中央区日本橋)

ハルナグループ / グローバルネットワーク

FRANCE

HARUNA株式会社

(Paris,FRANCE)



▲ フランス

SPAIN

(Barcelona,SPAIN)

THAILAND

HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd.

(Bangkok,THAILAND)



▲ HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd.

会社概要
会社概要

ハルナビバレッジ株式会社

| | | |
|-------|--|--|
| 商号 | ハルナビバレッジ株式会社 | |
| 創業 | 1996年2月23日 | |
| 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 | |
| 資本金 | 資本金:4億7,350万円(発行済株式数10,033株) | |
| 連結売上高 | 連結売上高:293億円(2023年3月末) | |
| 役員 | 代表取締役社長(CEO) 青木 麻生 専務取締役(CFO・CHO) 栗原 健一 取締役(CMO) ピーター・トーマス 取締役【非常勤】 小出 信介 取締役【社外】 梅野 匡俊 監査役【社外】 尾崎 聖治 | |

ハルナプロデュース株式会社

| | | |
|------|--|--|
| 商号 | ハルナプロデュース株式会社 | |
| 創業 | 2009年4月1日(設立:2016年4月1日) | |
| 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2F TEL03-3275-0191 FAX 03-3275-0192 【TOKYO R&D LAB】 〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-15-11 YSビル1F 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 【工場】 〒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 | |
| 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 | |
| 役員 | 代表取締役社長(CMO) ピーター・トーマス 専務取締役(COO) 山崎 敦也 専務取締役(CPO) 中澤 幹彦 取締役(品質・環境・エネルギー) 古市 直也 取締役(生産・物流) 三原 修一 マネージングエグゼクティブオフィサー(営業統括兼第2営業Sec) 松井 健一 オペレーティングオフィサー(製造統括 和歌山第6プラント) 小池 賢司 オペレーティングオフィサー(第3営業Sec) 中久保 亨 オペレーティングオフィサー(第1営業Sec) 松田 貴之 オペレーティングオフィサー(製造統括 群馬第1~第5プラント) 松尾 正人 | |

ハルナウェルネスサイエンス研究所

| | | |
|------|--|--|
| 商号 | ハルナプロデュース株式会社 | |
| 創業 | 2007年4月1日 | |
| 所在地 | 〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-3 TEL:027-372-1230 FAX:027-372-1255 | |
| 事業内容 | 機能性原料の製品化設計・試作・機能性素材・原料の研究開発・機能性分析と解析 | |
| 役員 | 理事長 青木 麻生 理事 ピーター・トーマス | |

株式会社ハルナウォーター

| | | |
|------|---|--|
| 商号 | 株式会社ハルナウォーター | |
| 創業 | 2023年4月12日 | |
| 所在地 | 【本社:工場】 〒399-8301 長野県安曇野市穂高有明7378-6 TEL:0263-83-8632 FAX:0263-83-5172 【支店】 〒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 【工場】 〒399-8501 長野県北安曇郡松川村 7064-200 TEL:0261-61-1210 FAX:0261-61-1103 | |
| 事業内容 | ミネラルウォーターの製造・販売/その他清涼飲料水の製造・販売/PET容器の成型加工/倉庫業/不動産の賃貸業務/前各号に付帯関連する一切の業務 | |
| 役員 | 代表取締役社長 青木 麻生 取締役 中澤 幹彦 取締役 土屋 勝 取締役 櫻井裕太郎 | |

HARUNA株式会社

| | | |
|------|--|--|
| 商号 | HARUNA株式会社 | |
| 法人設立 | 2008年4月1日 | |
| 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2F TEL:03-3517-5745 FAX:03-3517-5759 | |
| 事業内容 | ブランドマネジメント・海外戦略 | |
| 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 Asia (Thailand) Co.,Ltd.

| | | |
|------|--|--|
| 商号 | HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd. | |
| 法人設立 | 2013年4月22日 | |
| 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 | |
| 事業内容 | アジアマーケットへの飲料事業 | |
| 役員 | 代表取締役社長(タイ駐在) 松下 護 | |

ハルナグループのあゆみ



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

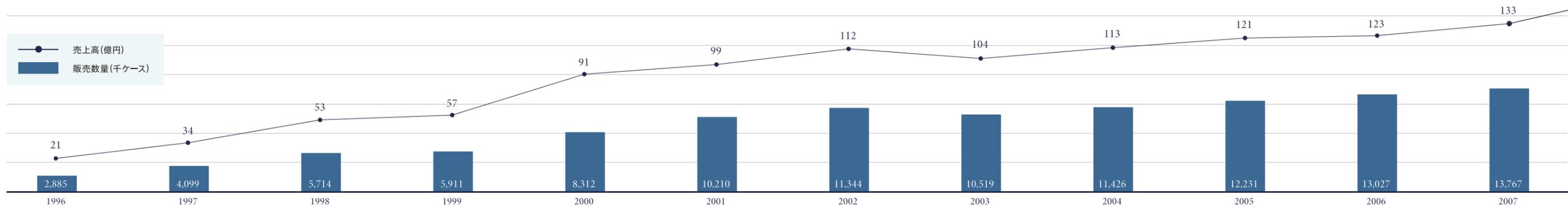
受託業務を主として事業を拡大

草創期 / 1996 - 2000

- 顧客拡充・積極的設備投資による量的拡大と小型ペットボトル解禁による成長機会の利用

草創期 / 2001 - 2007

- 人財教育の徹底とエネルギー対策・環境問題への取り組み



1996

- 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創業者青木清志が設立
- 第一工場稼働
- 東京にマーケティング本部設立



▲ ハルナビバレッジ株式会社を設立

1997

- ハルナビバレッジ研究所設立
- 第二工場稼働

2000

- 第三工場稼働



▲ 第三工場

2001

- 第三工場がJAS工場として認定

2002

- リサイクルシステム協議会発足
- 新日本監査法人による第7期決算調査及び指導
- 四半期報告会を開催

2003

- HACCP認証取得に向け取り組み
- 環境会計の導入

2004

- FOOD EX 出展
- 人事基本理念制定

2005

- 物流関連
- ハルナロジスティクス(株)設立
- 製造者養成ビジネススクール開講
- 緑地公園「ハルナコミュニティガーデン」を整備



▲ 製造者養成ビジネススクール

2006

- 創業10周年記念会
- ハルナエコロジー(株)、ハルナロジスティクス(株)に資本金5千万円に増資
- 全工場にてHACCP承認



▲ 創業10周年記念会

2007

- 国際食品飲料展FOODEX JAPAN出展
- ハルナエコロジー(株)ウェルネスサイエンス研究所発足
- 合併会社ハルナヨーロッパ設立
- ハルナグループ全体会議開催

イノベーションと挑戦で新商品を生み出す

価値ある商品を生み出す

変革期 / 2008 - 2012

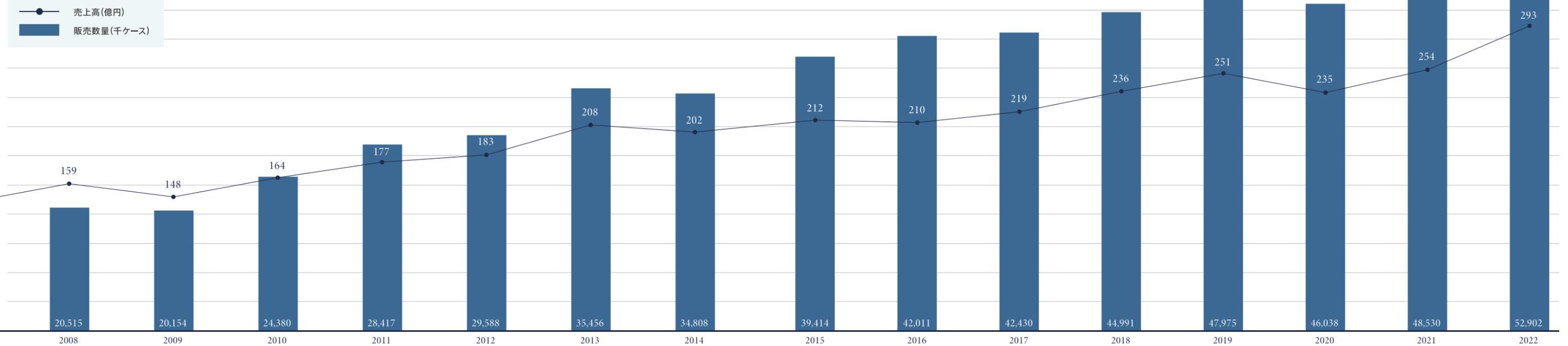
第二変革期 / 2013 - 2018

未来へ向けて / 2019 -

● M&Aによる事業基盤の拡充と人材育成

● M&Aによる事業基盤の拡充とアジア事業の展開

● 企業価値の持続的発展に向けて



2008

- タニガワビバレッジ株式会社始動
- ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社設立
- 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

2009

- タニガワビバレッジ(株)天然ガス設備稼働
- ハルナロジスティクス(株)ハルナビバレッジ(株)へ吸収合併
- 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)設立



▲ タニガワビバレッジ株式会社

2010

- 「ハルナビジョン2015」公表
- ハルナグループ企業行動憲章・企業行動規範制定

2011

- 創業15周年記念誌「はじめなければはじまらない」発刊
- ハルナエコロジー(株)よりHARUNA(株)へ社名変更
- ハルナビバレッジファクトリー(株)がタニガワビバレッジ(株)吸収合併

2012

- ハルナビバレッジ(株)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)へ社名変更
- 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



▲ コントロール室完成

2013

- HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd. 設立

2014

- ビジネススクール榛名山麓研修所開所
- ハルナジョイパック自社プロボトル成型機導入、稼働



▲ ビジネススクール榛名山麓研修所開所

2015

- HARUNA 国際食品飲料展FOODEX Japanに出展
- 国際的食品安全マネジメントシステム「FSSC22000」取得



▲ 展示会の風景

2016

- 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
- ハルナプロデュース株式会社設立

2017

- 経済産業省選定「地域未来牽引企業」に選定

2018

- 和歌山プラントLNGサテライト設備の導入
- スペイン販売会社と資本提携販売を開始
- SDGs 私債発行に伴う群馬県への県民基金への寄付



2019

- ハルナグループSDGs行動宣言

2020

- 危機管理対策委員会を発足し、感染症対策や災害対策を強化
- 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制作
- 高崎ディストリビューションセンター完成
- ハルナトータルリワード運用開始
- 一般財団法人榛名美術設立



▲ ディストリビューションセンター

2021

- 創業25周年記念「Haruna Book」制作
- ぐんま緑の県民基金へ寄付
- お客様満足度調査を開始



▲ JR東日本クロスステーション様との提携工場オープン

2022

- 組織編成により2本部制から4本部制へ
- 社内公募企画によりキャッチコピー決定
- eラーニング制度の導入
- 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リング事業がスタート
- TOKYO R&D LAB開設



▲ TOKYO R&D LAB

2023

- 東京アート(株)ミネラルウォーター事業の事業譲渡契約締結

コーポレート・ガバナンス

ハルナグループは、「創業の精神」「企業理念」「ハルナグループ企業行動指針」に基づき、持続的な成長と企業価値の向上を図るとともに、公正かつ透明な企業活動を行うために、権限と責任を明確にした意思決定とこれを監視、評価する体制を整備し、より良いコーポレート・ガバナンスを追求し、その充実に継続的に取り組んでおります。

ハルナグループは、株主およびお客様、社員、取引先、地域社会等のステークホルダーの皆様との間において、良好な関係を維持するとともに企業としての社会的責任を果たすためコーポレート・ガバナンスの充実に努めます。

ハルナグループは、財務情報等の会社情報の適切な開示を通じて、企業経営の透明性確保に努めるとともに、コーポレート・ガバナンスを創造的に進化させ、企業価値の向上に努めます。

経営理念・ビジョン

ハルナグループの役員・社員は下記の経営理念およびビジョンを共有し、実現に向けて継続的に取り組むこととする。

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

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

ハルナグループはビジョンに掲げた理念の実践のため、ハルナグループ企業行動指針に基づき法令遵守、社会倫理の遵ハルナグループはビジョンに掲げた理念の実践のため、ハルナグループ企業行動指針に基づき法令遵守、社会倫理の遵守を全ての役員・社員の行動規範とする。

ハルナグループ責任者・事業会社役員



山崎 敦也 ● ハルナプロデュース株式会社 専務取締役(COO)
お客様にとって必要とされる価値ある企業となるよう、これまでになかったレベルとスピードで信頼いただける体制を目指し、「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参ります。



古市 直也 ● ハルナプロデュース株式会社 取締役(品質・環境・エネルギー)
限りある資源やエネルギーなどを有効に活用すると共に地球温暖化防止対策、再生可能エネルギーの活用、自然環境保護等を行い、地球環境を持続可能な形で次世代へ引き継いでいくことを重要な使命と捉えています。事業活動において環境負荷低減に取り組むとともに、持続可能な社会の実現に貢献できるよう取り組んでまいります。



三原 修一 ● ハルナプロデュース株式会社 取締役(生産・物流)
生産本部では組織構造改革・オペレーション改革・デジタル改革から聖域なく現状を見直すことで、徹底したローコストオペレーション体制の実現により、マザーファクトリーとしての存在を確立し、パートナープラントとの協力体制を強化します。



中澤 幹彦 ● ハルナプロデュース株式会社 専務取締役(CPO)
● 株式会社ハルナウォーター 取締役
7月1日株式会社ハルナウォーターがスタートします。ハルナグループでは「潤う幸せを世界に」という考えのもと、ステークホルダーの皆様が安曇野の水をお届けしてまいります。日本の水を世界へとの思いは創業の思いでもあり原点でもあります。ミネラルウォーターは災害時のライフラインとして、また、美味しい水は生活に欠かせない物です。安曇野の水事業を通して新たな価値の創出を目指してまいります。



青木 日出生 ● HARUNA株式会社 代表取締役社長
海外事業を本格化し10年が経ちました。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し、さらにブランド力を磨き、新たな商品・市場を創り出しています。そして、海外戦略を融合して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。またグローバル事業展開に際し、新たに直面するリスクに適切に対処するため、グローバル・グループ・ガバナンス態勢を構築し取り組んでいきます。

コンプライアンスの推進・役員情報

ハルナグループは、「企業理念」に基づき、事業を遂行する上で守るべき遵法精神・企業倫理に則った行動の規範として、コンプライアンス活動の中核を成す「企業行動規範」を制定しています。また、経営陣も含めた社員一人ひとりの業務活動におけるより具体的な行動の判断基準として「コンプライアンス行動指針」を定めています。取締役はこれら企業理念や企業行動規範、コンプライアンス行動指針に従い、確固たる遵法精神と倫理観に基づく誠実かつ公正な行動を率先垂範するとともに、その社員への浸透を図っています。

また、取締役会は定期的な事業遂行状況の報告を受けることにより、ESGの観点も含むリスクの早期把握に努めているほか、社内での意思決定の過程における相互牽制、各種会議体での審議、社内規程に基づく平時からの危機管理体制の整備等により、企業活動の遂行に当たってのリスクの認識と回避策を徹底するとともに、リスク発生時の損失による影響の最小化を図っています。

2023年5月31日現在

ハルナビバレッジ役員情報

青木 麻生

取締役会議出席率 / 100%



● ハルナビバレッジ株式会社 代表取締役社長
● ハルナグループCEO

生年月日 / 1969年3月10日(東京都出身)
経歴
2005年 ハルナビバレッジ株式会社入社
2005年 ハルナビバレッジ株式会社執行役員兼営業本部長
2008年 ハルナビバレッジ株式会社代表取締役常務
2009年 ハルナビバレッジ株式会社代表取締役社長(現任)
2023年 株式会社ハルナウォーター代表取締役社長(現任)

栗原 健一

取締役会議出席率 / 100%



● ハルナビバレッジ株式会社 専務取締役
● ハルナグループ CFO・CHO

生年月日 / 1967年9月16日(群馬県出身)
経歴
2004年 ハルナビバレッジ 財務本部長
2004年 ハルナビバレッジ 執行役員経営戦略本部長
2005年 ハルナビバレッジ 取締役執行役員(財務・人事・IT担当)
2008年 ハルナンテリジェンスネットワーク 代表取締役社長
2010年 ハルナビバレッジ 代表取締役常務
2013年 ハルナロジスティクス 代表取締役社長
2014年 ハルナマーケティング 代表取締役常務
2015年 ハルナビバレッジ 常務取締役
2019年 ハルナビバレッジ 専務取締役(現任)

ピーター・トーマス

取締役会議出席率 / 100%



● ハルナビバレッジ株式会社 取締役
● ハルナプロデュース株式会社 代表取締役社長(CMO)

生年月日 / 1973年1月28日(アメリカカ州出身)
経歴
2000年～2015年 Daymon Worldwide, Division Vice President
Daymon Worldwide KK, President & CEO
(Joint-venture with Aeon Co. Ltd.)
2015年1月～2020年12月 Hikari Miso International, Inc. 社外取締役
2015年～2018年 株式会社ZOZOテクノロジーズDirector of Global Expansion
2015年1月～現在 NVMAD 創業者兼代表取締役社長 New York City Area
2021年6月～ ハルナビバレッジ株式会社 社外取締役就任
2022年10月～現在 ハルナビバレッジ株式会社 取締役 Chief Marketing Officer(現任)
2023年 ハルナプロデュース株式会社代表取締役社長(現任)

小出 信介

取締役会議出席率 / 100%



● ハルナビバレッジ株式会社 非常勤取締役

生年月日 / 1970年6月7日(東京都出身)
経歴
1996年 4月 ハルナビバレッジ株式会社 創業に参画
2003年 6月 同社取締役就任(営業担当)
2006年 6月 同社代表取締役社長就任
2010年 6月 同社非常勤取締役就任(現任)
2010年 6月 明光監査法人代表社員(2018年6月退任)
2010年 6月 小出公認会計士・税理士事務所代表(現任)
2010年 7月 株式会社スプリング・パートナーズ 代表取締役社長(現任)
2015年11月 株原製菓株式会社 非常勤取締役(現任)
2016年 9月 株式会社INGS 監査役(現任)
2020年11月 株式会社鎌名記念の家 監査役(現任)
2023年 3月 医療法人社団親月会 理事(現任)
資格
2002年 4月 公認会計士登録(現任)
2010年 3月 税理士登録(現任)

梅野 匡俊

取締役会議出席率 / 100%



● ハルナビバレッジ株式会社 社外取締役

生年月日 / 1952年11月10日(奈良県出身)
経歴
1977年 4月 キリンビール入社、主に経営企画部門、マーケティング部門で勤務
マーケティング部副部長、横浜支社長、原料資材部長、三菱広報委員会部長
2010年 4月 横浜国立大学 大学院国際社会科学部 客員教授
成長戦略研究センター 客員教授
2014年 8月 横浜バイオテクノロジーズ株式会社(横浜国立大学発ベンチャー) 創立に参画、取締役(現任)
2017年 4月 横浜国立大学 学長特任補佐(産学連携担当)
2020年12月 新潟県立大学 国際産業経済研究センター 客員教授
2021年 6月 ハルナビバレッジ株式会社 社外取締役(現任)
2022年 4月 新潟県立大学 地域連携推進センター 特任教授(産官学金連携担当)(現任)

尾崎 聖治

取締役会議出席率 / 100%



● ハルナビバレッジ株式会社 社外監査役

生年月日 / 1955年8月17日(岡山県出身)
経歴
1979年 4月 サッポロビール(株)入社
2005年 3年 同社ワイン洋酒事業部長兼 サッポロワイン(株) 取締役
2006年 3月 兼 (株)恵比寿ワインマート 代表取締役社長
2007年 10月 同社中国本部長
2010年 3月 同社執行役員 東海北陸本部長
2012年 3月 サッポロ飲料(株) 常勤監査役 兼 サッポロビール(株) 監査役
2013年 3月 ポッカサッポロフード&ビレッジ(株) 常勤監査役
2015年 3月 サッポロホールディングス(株) 常勤監査役
2019年 3月 応用地質(株) 社外取締役(現任)
2020年 6月 ハルナビバレッジ株式会社社外監査役(現任)

役員のスキーマトリックス

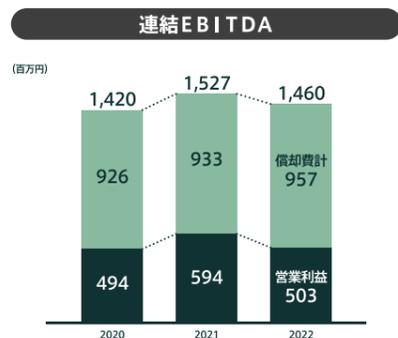
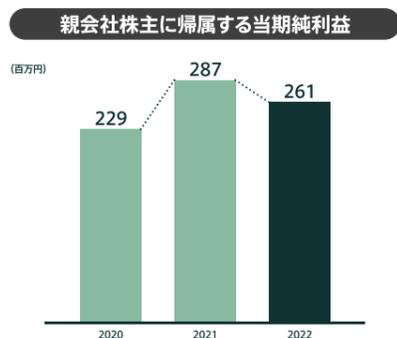
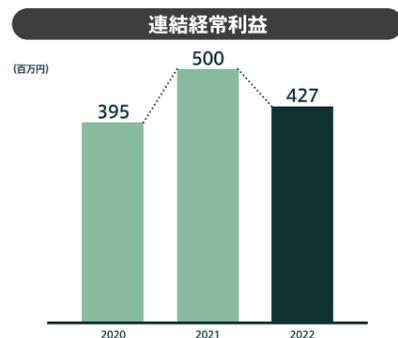
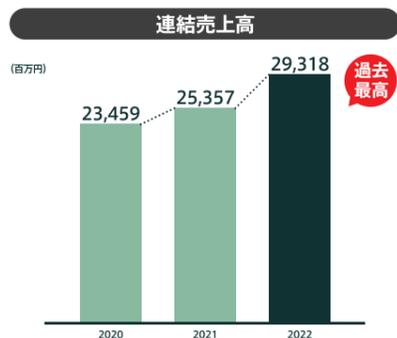
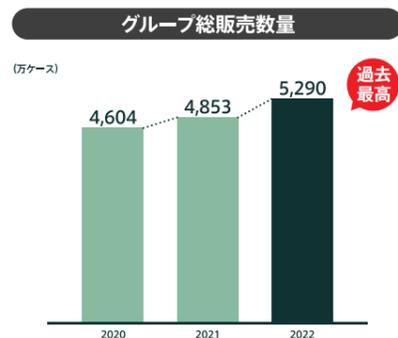
ハルナグループは顧客志向を経営の核として、飲料の領域で国内のみならずグローバルな事業展開による持続的な成長と、中長期的な企業価値の向上を統括する体制として、持株会社制を採用しステークホルダーにとって透明性高いガバナンス体制を維持し、重要案件の最終意思決定を行うとともに、経営に対する監督機能の強化を図っています。また、機動的に戦略を実行する執行責任を明確にするため執行役員制度を導入しています。グループ経営、事業の経験・能力・専門性が求められるため下記のスキーマトリックスを表記し、各役員の有する豊富な経験、高い見識や高度な専門性を生かし、当社経営に貢献が期待される分野に○を付しています。

| 氏名 | 役職 | 経営・事業戦略 | グローバル経営 | サステナビリティ | 法務・リスク | 財務・会計 | 人事・人材戦略 | 研究・開発 | Hdx・知財 |
|-----------|---------|---------|---------|----------|--------|-------|---------|-------|--------|
| 青木 麻生 | 代表取締役社長 | ● | ● | ● | | | ● | ● | ● |
| 栗原 健一 | 専務取締役 | ● | | ● | ● | ● | ● | | ● |
| ピーター・トーマス | 取締役 | ● | ● | ● | | | | ● | ● |
| 小出 信介 | 非常勤取締役 | ● | | ● | ● | ● | | | ● |
| 梅野 匡俊 | 社外取締役 | ● | | ● | | | ● | ● | ● |
| 尾崎 聖治 | 監査役 | ● | | ● | ● | | ● | | ● |

Report 事業報告

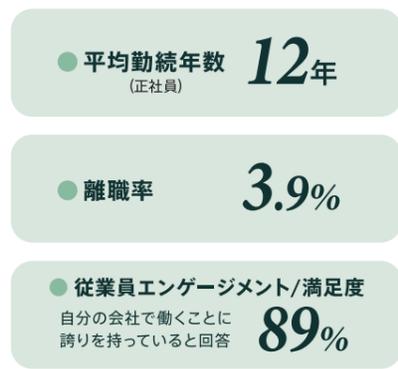
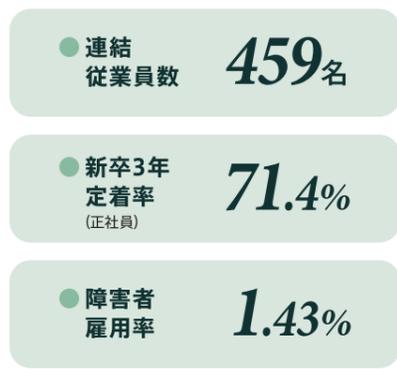
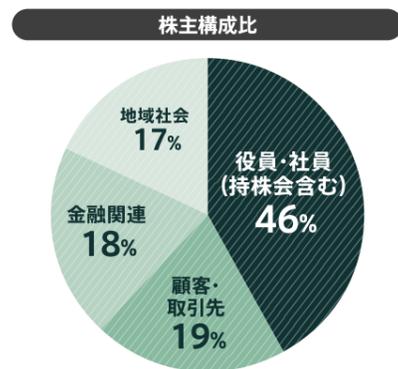
☑ 連結 P/L 総括・連結 EBITDA

※下記数値は、表示未満単位は全て四捨五入にて表記しております



※EBITDA=営業利益+償却費(減価償却費)

(2022年度)



● ハルナビバレッジ



☑ 財務戦略 — 担当役員メッセージ —



ハルナグループCFO・CHO
ハルナビバレッジ株式会社 専務取締役 栗原 健一

ハルナビジョン2026(創業30周年にむけて)

昨今、事業環境を見通すことは大変難しい時ですが、このような時だからこそ明確なビジョンの下、全員の英知を結集し、変化する環境に能動的に適応しスピードをもって主体的に取り組んで行くことが必要であると考えています。今期もインフレ対応によるコスト増加など多くの課題が残されていますが、その環境変化を活用し、自らが未来を主体的に創造し掲げた目標に対して変化に柔軟に対応しながら確実に達成してまいります。

2023年度経営計画について

今期は長野県のミネラルウォーターの生産拠点とその社員が同志となり「株式会社ハルナウォーター」が7月より事業開始となります。また、役員・幹部社員の役割を見直し意識決定がスピーディーに行われる組織改革と構造改革を実行し、一人当りの生産性を高め全てのセグメントの利益創出を目指します。今年も物価高騰が続く中、通常の昇進・昇給に加え社員がより安心して生活ができる環境をつくるため、給与水準の引き上げ(ベースアップ)を実施し定期昇給と併せて4%アップを目指すとともに、賞与についても、業績と連動し冬季賞与は過去最高の支給を目論みます。

ハルナビジョン2026

KPI (Key Performance Indicators) 最重要数値目標

- 売上高 **300** 億円
- 営業利益 **10** 億円
- 経常利益 **9** 億円
- 自己資本比率 **20%**
- 時間外労働時間 **20** 時間未満(一人あたり月平均)
- 有給休暇取得率 **100%**
- 賞与一人平均支給額 **150** 万円【総額 6 億円】
※一人あたりの成果報酬を継続的にアップ

グループ連結売上高については、ハルナビジョン2026で掲げた300億円を前倒しで達成させ、グループ連結営業利益を前期比1億円増の6億円を目論んでおります。1億円の利益を創出するため下記の取り組みを行ってまいります。

| | 2022 年度実績 | | 2023 年度計画 | |
|---------------|-----------|--------|-----------|------|
| | ① | ② | ②-① | ②/① |
| 連結売上高 (百万円) | 29,318 | 30,000 | +682 | 102% |
| 連結営業利益 (百万円) | 503 | 600 | +97 | 119% |
| 連結経常利益 (百万円) | 427 | 480 | +53 | 112% |
| 連結販売数量 (千ケース) | 52,902 | 56,000 | +3,098 | 106% |

● 構造改革

当社事業の柱である、「国内飲料事業」「パートナー飲料事業」「協創事業」の構造改革と更なるパートナーシップを築くことより、「顧客」に対し圧倒的な付加価値を創出し、「社員」「パートナー企業」「当社グループ」三方良しの発展を目指します。

● ハルナウォーター

ミネラルウォーターの需要が拡大していくなか、当社グループもお客様のご要望にお応えできる「良質な水」と「確かな品質」を兼ね備えた「安心」で「おいしい」ミネラルウォーターの安定供給を目指すとともに自社生産プラントとパートナープラントを含め、利益の最大化を目指したプロダクトミックス戦略の立案・実行をしてまいります。

編集後記



本報告書を最後までお読みいただき、誠にありがとうございました。

ハルナグループでは、2008年に「CSR 報告書」(Corporate Social Responsibility: 企業の社会的責任)をはじめて発行し、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2009年からは「SRR報告書」として、CSRを含めステークホルダーの皆様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。

飲料業界は社会の進化、地球環境の変化と切り離しては語れません。常により広い範囲でのコミュニケーションを心掛け、誠実な情報発信と対話に努め、柔軟な発想でものづくりを考え、社会の期待に応えられる会社に育ちたい、そうした思いをこめて報告書を編集しています。今後は成果とさらなる取り組みを報告してまいりたいと思います。

今後も皆様からの貴重なご意見を賜りながら、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。

以上

2023年6月14日

ハルナグループ
SRR2023編集委員会

潤う幸せを世界に、ハルナグループ

HarunaTM