

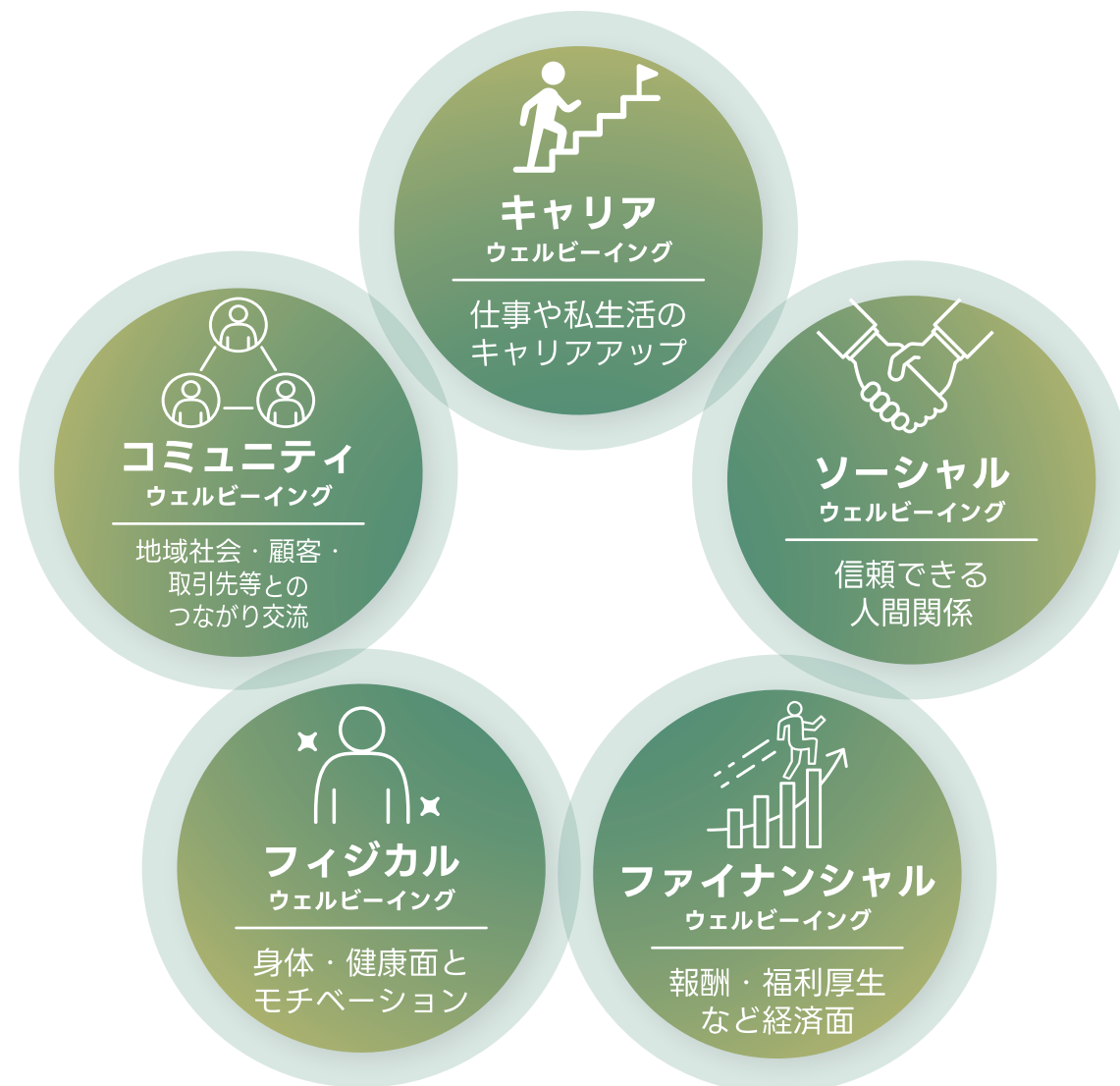
イノベーションの創出

現代の変化に迅速に対応し持続的な成長を続けていくためには、イノベーションの創出が欠かせません。

今回、ハルナイノベーションセンターをハブとしたグループ全拠点の新設、リニューアル、リノベーション、デジタル投資により社内外のコラボレーション、コミュニケーションを促進し、社員の働き方と将来の事業成長、企業価値の向上に繋がるためにハルナグループは投資をさせていただきました。

イノベーションは単に新しい技術や製品を生み出すことに留まらず、企業や社会の未来を形作る重要な力です。しかし、イノベーションが真に価値を持つためには、それが関わる人々の生活の質を向上させるものでなければなりません。今日、企業が追求すべきイノベーションの本質は、「人々のウェルビーイング(幸福)を向上させること」であり、それはただの経済的な成功を超えた、新しい価値の創造を意味します。

ウェルビーイング5つの要素



ウェルビーイングの向上に向け、社員一人ひとりが豊かにそして個人の成長が会社の成長に結びつくような※1CRE (Corporate Real Estate)戦略を実行してまいります。

更なる差別化を図るための
バリューポジションの拡大

新規ビジネスモデルの創出

※2EEと※3CXのGoodサイクルによる
イノベーションの創出

知識創造行動を促す
クリエイティブオフィスプロセスの推進

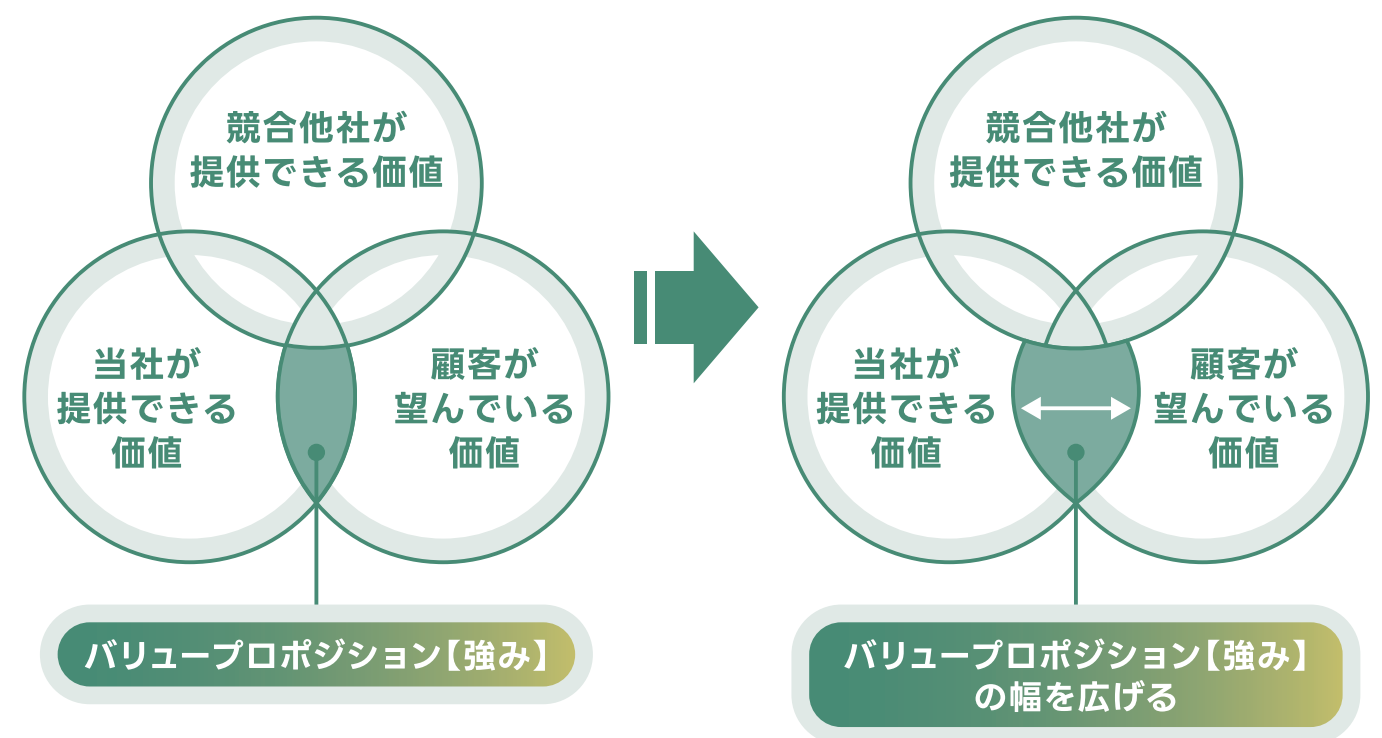
地域社会の一員としての貢献活動

- ※1 CRE(Corporate Real Estate)戦略とは
企業不動産について、「企業価値向上」の観点から経営戦略的視点に立って見直しをおこない、不動産投資の効率性を最大限向上させていこうという考え方
1. 不動産を単なる財産ではなく企業価値を最大限向上させるための(経営)資源として捉え、企業価値にとって最適な選択を行おうということ。
 2. ITを最大限活用していこうということ
 3. 従来の管財的視点と異なり全社的視点に立った「ガバナンス」「マネジメント」を重視すること。
- ※2 EE:Employee Engagement の略
社員エンゲージメント
- ※3 CX:Customer Experienceの略
顧客価値

更なる差別化を図るためのバリューポジションの拡大

顧客価値を向上させていくためには、今まで以上にスピーディに多種多様な商品を開発できる体制と施設が必要です。ハルナグループの強みの一つでもあります商品企画力に、最新の研究開発設備が加わることによって、顧客の要望に迅速にお答えするだけでなく、顧客とともにイノベーションを起こし、まだ気づいていない「顕在的ニーズ」を掘り起こしてまいります。

また、多種多様な商品企画・開発から生産・品質管理・物流まで、自社で一気通貫したサービス提供と共に、全国のパートナープラントと協創することによって様々な顧客の要望に沿った価値を提供できる強みを十分に活かし、他社との差別化を明確にして顧客価値の創出に貢献し続けてまいります。



ロイヤルカスタマー・顧客価値

comment

ハルナグループ CMO/ハルナプロデュース株式会社 専務取締役 山崎 敦也

ロイヤルカスタマーを中心に、バリューポジションをさらに拡大し、お客様の価値創出に一層貢献していく所存です。市場の変化に対応し、革新を追求する中で、お客様の期待を超えるサービスや製品の提供を目指していきま

す。これにより、長期的な信頼関係を築き、持続的な成長を実現するとともに、ロイヤルカスタマーの競争力を一層強化していきます。



One to Oneマーケティング

お客様一人ひとりのニーズに合わせた価値やサービスを提供する「One to Oneマーケティング戦略」を実践し、よりパーソナライズされた体験をお届けいたします。この戦略により、以下のような施策を実施していきます。

パーソナライズされたサービスの提供

お客様の過去の購入履歴や関心に基づき、個別に最適化された商品やサービスを提案いたします。



一人ひとりに合わせたコミュニケーション

「One to Oneマーケティング戦略」の一環として、お客様のご要望やお困りのことに対応するため、パーソナライズされたコミュニケーションを行います。メール、電話、またはチャットサポートを通じて、お客様一人ひとりに寄り添った対応をさせていただきます。



私たちは、ロイヤルカスタマーとの信頼関係を大切に、今後もよりパーソナライズされたサービスを提供していきます。お客様一人ひとりの声を反映させることを最優先に、個別対応を強化し、さらにご満足いただける体験をお届けできるよう尽力いたします。

商品価値向上と合わせた価格戦略の実行

単純な価格改定でなく、商品をブラッシュアップする事による付加価値向上と合わせた価格戦略を実行しています。物価高騰の影響で生活防衛意識の高まる中、デザインのリニューアルをしたオモテナシシリーズに新たに天然水を導入し、更なる提案の強化を行い、販路を拡大いたしました。

HARUNAブランド オモテナシシリーズ ラインナップ拡充

ハルナ オモテナシ天然水 300ml

豊かな自然に恵まれた谷川連峰。その湧き出た天然水は硬度約25度の軟水で、まろやかな味わいが楽しめます。清潔感あるさわやかなデザイン。飲みきりサイズでの商品展開。



【採水工場】
JR東日本クロスステーションみなかみ工場

ハルナ オモテナシシリーズ 280ml / 300ml

HARUNAブランドのオモテナシシリーズはこれまで緑茶のみの展開から新たに4種(天然水・ほうじ茶・無糖紅茶・レッドルイボスティ)の商品が拡充。



オモテナシ
天然水



オモテナシ
ほうじ茶



オモテナシ
無糖紅茶



オモテナシ
レッドルイボス

One to Oneマーケティング

お客様の声を積極的に取り入れ、サービスや製品の改善に役立てるように、文化の変化を予測し、価値観や期待にリアルタイムで対応します。そしてハルナブランドはお客様とのつながりを築き信頼を得て、持続的な成長とブランド価値の向上を目指しています。

具体的な政策

- 新たな市場を創造すべくハルナThailandとの共創による新規輸入商材の開拓
- 情報発信や展示会への参加等を通して、ハルナファンとのコミュニケーション強化を目指しています。

2024年度・報告

タイの有名ジュースブランド Tipcoの100%ストレートオレンジジュースを Harunaブランドとして日本国内で販売

タイの自然豊かなチェンマイで育ったオレンジを直接調達し自社工場で搾り、パック詰めしたストレートジュース。
濃厚で酸味を抑え甘みが強い、今までに味わったことのないジュースとなります。

商品名: Tipco プレミアムオレンジ100%
ストレートジュース

容量: 200ml(2月発売)
1000ml(4月以降発売予定)
容器: 紙パック



8月17日・18日開催「SUMMER SONIC2024」 のピーチブースに出展

新商品を含めたLecafe3種とTHE蜂蜜紅茶、CHABAAジュース4種を販売。
ピーチエリアにぴったりのトロピカルな色合いが太陽と砂浜にも映え、また、CHABAAのマンゴージュースを使用したかき氷はジュシーかつ冷たいと一時は長蛇の列の大人気でした。



3月11日～14日「東京ビッグサイト」にて アジア最大級の食品・飲料の国際展示会 「FOODEX JAPAN2025」に出展

海外からのお客様もたくさん立ち寄っていただきOEMや輸出に関する内容の案件が多数みられました。試飲数は3,500杯でした！



Z世代に向けた飲料を共同企画・共同開発

ベイシア様と共愛学園前橋国際大学様と3者で連携し、共同企画・共同開発したZ世代向けの飲料を10月17日より発売。



商品名: 共愛果茶 容量: 500ml

価格: 119円(税抜)
白桃ティーエード/白ぶどうティーエード
グレープフルーツティーエード



comment

ハルナプロデュース株式会社 常務執行役員(第1・第2営業UNIT 責任者兼PB・HBブランドマネジメント担当) 松田 貴之

お客様志向の商品やサービスの開発、ブランド価値の向上、プロモーション戦略の構築など、多岐にわたるマーケティング活動を推進しています。

これらの取り組みを通じて、ブランドマネジメントを戦略的に推進し、市場での競争力強化を図っています。



新たなビジネスモデルの創出

comment

ハルナグループCIO/Haruna Co-Create/ハルナプロデュース株式会社 専務取締役 **ピーター・トーマス**

ハルナグループの人財、専門知識、イノベーションセンターへの投資を基盤とし、自社プラントやパートナープラントと連携し、エンドツーエンドの「共創（協創）」サービスを提供する「Haruna Co-Create」を立ち上げます。この包括的なソリューションは、コンセプトの発案・配合から試作品開発、商業化プロセスの最適化、ブランディングと市場戦略に至るまで顧客の進化するニーズにお応えしてまいります。

我々は、グローバルプロダクトデザインの知識と経験、最先端のテクノロジー、そしてフレーバー、原材料、デザイン、製造、マーケティングにおける高度な専門性を融合させ、貴社のお茶、飲料、食品のアイデアを協創します。飲む喜びの忘れられない瞬間を創り出し、幸せと感動を共有することで、深い愛着と持続可能なブランドロイヤリティを共に育むイノベーションを創出します。



食品・飲料分野に特化した、グローバル市場対応のイノベーションコンサルティングサービス

01

エンドツーエンドのイノベーション

企画から商品化までの包括的なソリューションを提供し、製造の専門知識とパートナーシップを最大限に活用します。

02

イノベーションセンターと工場の統合

最先端のイノベーションセンター、自社工場、パートナー工場を活用し、開発を最適化、コストを削減、事業の実現性を確保します。

03

アジャイルR&Dとオープンイノベーション

アジャイルR&Dとオープンイノベーションに基づくプロセスで、市場でのリーダーシップを実現する迅速かつ協力的なソリューションを提供します。

04

グローバルな経験とローカルな知識

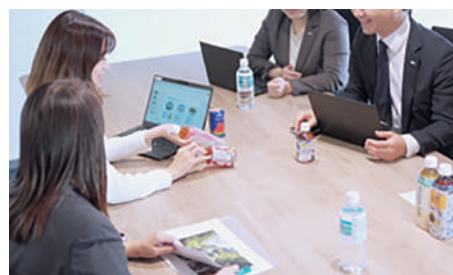
日本の職人技と現代のイノベーションを融合させ、独自性と差別化を実現する専門家集団です。

05

柔軟なパートナーシップモデル

リタイナー契約、商品ごとの開発、またはロイヤリティベースのモデルを通じて、柔軟なコラボレーションを提供します。

Haruna
CO-CREATE



食品・飲料の未来を 今ここで創造する

30年にわたる商品開発と製造の専門知識を持つハルナ・コークリエイトは、食品・飲料分野でのエンドツーエンドのイノベーションを実現する信頼のパートナーです。

ハルナ・コークリエイトは、「協創」という理念を体現し、パートナーと共に飲料や食品の未来を形作ることを目指しています。私たちは、未来を切り開く鍵は「真の付加価値」の創造にあると信じています。それは、消費者が初めて本当に美味しいと感じ、感動と喜びを覚える瞬間です。このような瞬間が、商品やブランド、購入したお店に何度でも足を運びたいような体験を生み出します。この体験を私たちは「潤う幸せ」と呼んでいます。

ハルナグループは、「真の付加価値」の提供を通じて、世界と消費者の暮らしをより美しく、より豊かにすることを目指しています。これこそが、お客様にとっての長期的な競争優位性の源泉になると確信しています。私たちは、イノベーション、エンジニアリング、マーケティングを通じて、お客様とその消費者の夢や願いを実現するために全力を尽くします。

私たちの価値観顧客志向

私たちは、すべての活動の中心にお客様を据えています

顧客第一

お客様を最優先とし、期待を超えるカスタマイズされたソリューションを提供します。

日本の匠の精神

精密さ、品質、そして熟練を追求し、すべての業務に反映させます。

伝統と革新の融合

伝統的な技術と最先端テクノロジーを融合させ、未来を見据えたソリューションを創出します。

信頼と協創

お客様やパートナーとの信頼とオープンなコミュニケーションを通じて、協創による成功を目指します。

持続可能な価値創造

環境への影響を最小限に抑えながら、長期的な価値の創造に取り組めます。

包括的なイノベーション

消費者洞察から製品設計、スケールアップ、商業化まで、一貫したソリューションを提供します。

統合された製造専門知識

イノベーションセンター、8つの自社工場、グローバルネットワーク、コスト削減、品質の確保、市場投入のスピードを加速します。

グローバルな経験、日本の匠

日本茶調合・抽出技術を活かし、職人技と現代のイノベーションを融合。唯一無二の価値を生み出します。

インサイトをイノベーションへ

私たちは、職人技、グローバルな専門知識、最先端技術を融合し、安全・安心なお茶・飲料・食品のアイデアを形にします。コンセプトの協創から精密な製造まで、革新を生み出し、喜びと感動を届け、ブランドの持続的なつながりを築きます。

エキスパートチーム

料理技術、食品科学、マーケティング、製造の専門家が、業界における豊富な商品開発の経験と確かな実績を持ち、最適なソリューションを提供します。

イノベーションインフラ

日本のイノベーションセンター、8つの自社工場、グローバルネットワーク、独自技術を活用し、競争を上回る差別化されたソリューションを提供します。

イノベーションセンター

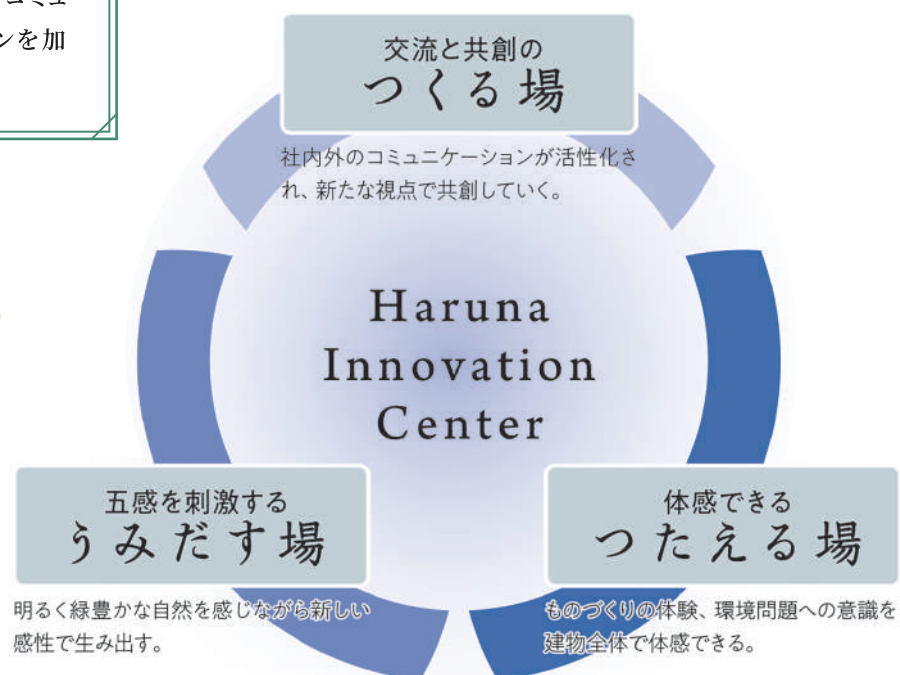
ハルナイノベーションセンター

2024年12月
設立
オープン

概要・コンセプト

お客様と地域の皆様、社内外問わずコミュニケーションを活性化、イノベーションを加速し新たな価値を創造していく場所

3つの場を 行き来して生まれる 創造的なものづくり



4つのZoneを通して飲料体験



Zone 01「Welcome to Haruna」
当社の歴史、取り組みを紹介



Zone 02「かんがえる」
飲料の企画開発のプロセス説明、オリジナルラベルの作成



Zone 03「つくる」
飲料の製造工程をアニメーションでご紹介



Zone 04「てにとる」
皆様のお手元に届くシチュエーションを再現

建築デザインについて

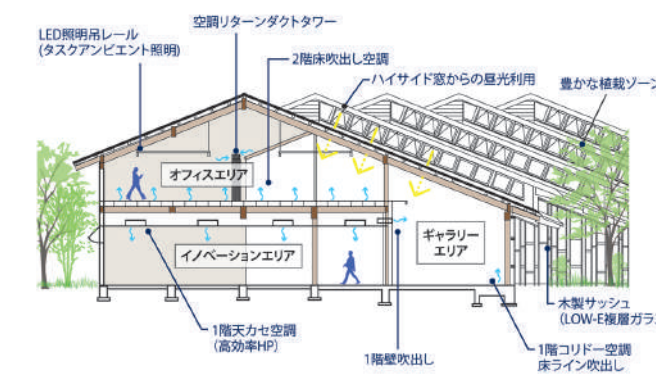
豊かな自然と調和するデザインで、創造性と快適さを両立した建築に。
榛名山の自然美を取り入れた上毛三山・榛名山の山並みを模した切妻屋根のデザイン屋根の隙間から差し込む自然光がどこにいても感じられ、豊富な自然とやわらかく温かく素材に囲まれて、フレッシュな感性で働くことのできる環境を目指しました。

森の中に佇む小屋のような建築

周囲にはせせらぎの水路やたくさんの木々や植物を植え、自然豊かな環境作りをしました。フレッシュな感性で働くことのできるイノベティブな場として、森の中に佇む木造の小屋のような、温もりのある建築を考えました。

快適で地球環境にやさしい温もりのある安心安全な施設

安心安全な耐火性を備えた木造建築を計画しました。
高性能の断熱材による外皮、Low-E複層ガラスによる高断熱サッシ、床吹き出し空調による効果的な居住域空調、トップサイドライトによる自然光利用天井吊りのタスクアンビエントのスポット照明、浸透トレンチによる雨水浸透設備、など、快適かつCO₂削減に配慮した地球環境に優しい施設をつくりました。



ビジョン

新設までの想い(CEO)

2026年2月に迎える創業30年の節目を一つのゴールとしたハルナビジョンの取り組みを続けるなかで、その先10年、20年と持続可能な成長を遂げていくグループになるには、何が最も重要なのか、それは社員・顧客・取引先・地域社会などすべての人を中心とするステークホルダーとの繋がりを深めていくことではないかと考えました。

我々を取り巻く経済環境は複雑化し、嗜好の多様化や消費トレンドの変化が激しい飲料食品市場においては、社員・顧客・取引先・地域社会とのコミュニケーションとコラボレーションにより、イノベーションを創出し価値ある商品の企画開発、提案、商品化が可能となります。

そのためには、ハルナグループの存在を広め、One to Oneマーケティングでお客様の潜在的ニーズを引き出し、より独自性のある商品をスピーディに世の中へお届けするため、アイデア創造の場として、そして試作開発エリアにおいては社内外のコミュニケーションが新たな価値や独創性ある飲料をオープンイノベーションで生み出していく、全く新しい空間をつくることにしました。

緑豊かな自然に囲まれたオープンなカフェテリアスペースは憩いの場所としても、また、ギャラリーゾーンは、地域の方々に当社のものづくりの楽しさを体感していただきたいと願っております。



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

comment

Q. イノベーションセンター新設までに苦労したことは？



ハルナプロデュース株式会社
営業開発Unit
リードオフィサー
神田 玲子

構想立案からプロジェクトメンバーとして参加し、経験のない建築工程では建築用語も分からない中で、タイトなスケジュールのもと次々と判断を求められる場面が多く、非常に苦労しました。専門外の分野で不安も大きかったのですが、建築チームの皆さんが忙しい中でも時間を割いて、丁寧にわかりやすく説明してくださり、理解できるまで根気強く向き合っていたことに心から感謝しています。佐藤建築研究所様、佐田建設様、環境セービング建設様、東栄電工様、熊井戸工業様、八木造園様、丹青社様、皆様の支えがあったからこそ、無事にセンターを完成させることができました。普段の業務では得られない経験をさせていただき、非常に学びの多いプロジェクトとなりました。



ハルナビパレッジ株式会社
財務・経営戦略Unit
リードオフィサー
尾形 大希

構想案の立案から、実際の建設、資金調達に至るまで一貫して携わらせていただきましたが、掲げた夢を形にする事の難しさを痛感する毎日でした。図面をもとに建築工事を実際に進めていく過程で、仕様変更や追加投資額等の様々な課題点が発生する中で、建築工程に支障が出ないよう逐一関係者へと情報展開し、確認を取りながら進めて参りましたが、プロジェクトメンバーや佐藤建築研究所様、佐田建設様、環境セービング建設様、群馬銀行様、東和銀行様を初めとした沢山の方々の支えで無事に竣工することができました。苦労も沢山ありましたが、自らの力でこのような素敵な建物を無事に建てられたという達成感を強く感じております。



ハルナビパレッジ株式会社
社室
オフィサー
岩織 由布子

ギャラリー部の内容制作や紹介動画、パンフレット制作、社内外の内覧会企画、などをメインに携わりました。工事と並行しながら竣工直後に迫る施設オープンに向けての準備はスピード感を持って判断を重ね、確実に進めるという点で不安も大きくありましたがプロジェクトメンバーや関係者の皆さまのおかげで進めることができました。完成までに尽力してくださった佐藤建築研究所様、佐田建設様や八木造園様、丹青社様、他オフィス設計、動画制作など関わってくださった皆さまには多々変更にご対応いただき感謝しかありません。美しい開放的な建築と植栽に癒され、当社のことを知る場所としてご利用いただけたらと思っています。

内覧会の実施

イノベーションセンター竣工後にステークホルダーの皆様向けに内覧会を開催し、お客様・お取引先様・金融機関様、株主様など約100名の方にお越しいただきました。1階ギャラリー、開発エリア、2階オフィスをご見学いただき自社商品のオリジナルブレンドレシピの試飲などお過ごしいただきました。



社員向けにファミリーデー企画

社員には完成間近の見学会の他に、自身の家族も見学に来られるようにファミリーデーを3日間に分けて実施し、約100名来場しました。家族が働いている職場や会社を知る機会として、またオリジナルラベルの作成とブレンドレシピの試飲を体験して楽しんでもらいました。また、外ではキッチンカーを呼んで昼食や地域の方にもご利用いただけるようにしました。



一般公開

4月より、近隣住民や地域企業の方や小中高など学生の方にもご来場いただけるように一般公開をいたしました。当社の取り組みや商品企画の流れや製造がどのようにされているかをご紹介、オフィスも一部見学いただけます。カフェスペースや外の植栽もゆっくりご覧いただきお過ごしください。



1Fイノベーション(開発)エリア

開発・研究機能を新たにハルナイノベーションセンターへと移管し、新たな機器等も導入することで、飲料や食品の開発・研究の更なる幅を広げていきます。

新製品の研究・開発に
欠かせないラボ用殺菌装置



飲料用
UHT殺菌機



食品用
レトルト殺菌機

既存商品の試作レベルUPと開発スピードの迅速化

ハルナイノベーションセンターでは、新たな設備(殺菌機)の導入により実製造ラインと同等の開発レベルの実現が可能となります。また、お客様に新商品の試飲・ラベルサンプル等をその場でご確認いただき、味の改良依頼があれば即座に改良品を作ることが可能となります。また、実店舗でどのように見えるかなどの確認もギャラリー「手にとる」部分にて商品陳列イメージについても確認し、ラベルの改良依頼があればラベル印刷機で即座に改良品をご提示できるよう取り組んでまいります。

これまでの開発工程:3ヶ月~6カ月



新たな設備導入

開発工程の5%の短縮効果
お客様満足の上昇

新設設備の導入による拡大領域

新たな設備導入により自社プラントで製造できない容器形態や、飲料だけでなく中性食品カテゴリの開発が可能になります。飲料はもちろんレトルト容器や缶、カップ容器での商品開発・試作検証、また今まで開発が困難であった中性ミルク飲料やスープ/出汁、スイーツ、完全栄養ドリンクなどの開発/検証も可能となります。

例:レトルト容器や缶、カップ容器での試作検証が可能に



レトルト食品

カレー、惣菜、肉/魚料理など



缶飲料・食品

ミルクたっぷりコーヒー・スープ
液体ミルク・非常食など

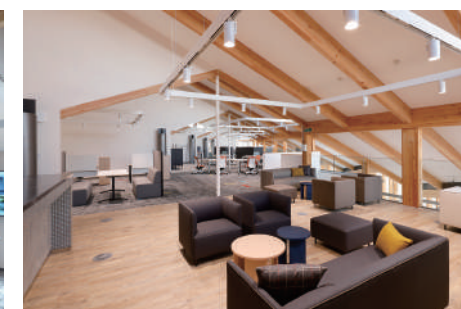


カップ食品

プリン、ゼリー、スープ、など

2Fオフィスエリア

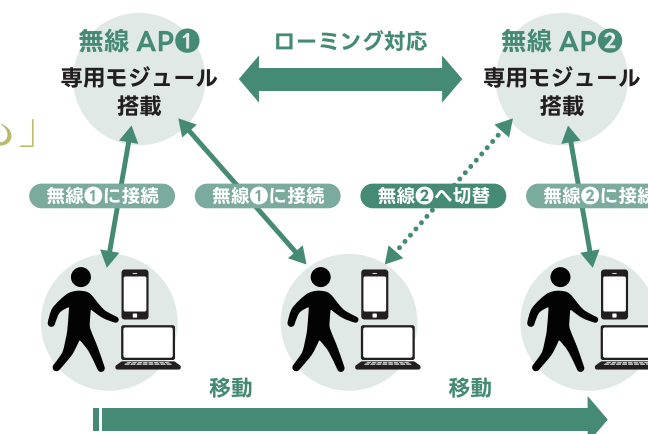
2Fにはフリーアドレスで役職・部署関係なく社員が自由にコミュニケーションを活性化させながら業務が可能なオフィスエリア。遠隔からでも製造現場を見ながら、業務を出来るようにし、デジタルを融合した最先端の働き方も実現できるような場所に。このオフィスエリアを通じて、創発・対話・体系・実践の機会を社員に提供し、クリエイティブオフィスプロセスの実現を目指していきます。



デジタルの活用

「だれでも」「いつでも」「どこでも」

時間と場所を選ばず
どこでも同じ環境で作業
IP電話導入による柔軟性確保
(電話線からの脱却)



テレビメディアで紹介されました!

群馬テレビの「ビジネスジャーナル」にてイノベーションセンターの概要や設立にいたるまでの特集を取材、放送していただきました。

取材撮影風景



▲群馬経済研究所「ぐんま経済」の「現場訪問!」にて取材していただきました

サステナブルなオフィスリノベーションの推進

持続可能な働き方を支えるオフィス環境の再構築

ハルナグループでは、持続可能な成長と社員の多様な働き方を支援するため、各拠点においてオフィスのリノベーションを実施しました。今回の改修では、快適で機能的な職場環境の整備を図るとともに、柔軟なワークスペースの設計や、社員同士のコミュニケーションを促進する空間づくりに取り組みました。これらの取り組みにより、業務効率の向上とともに、社員の創造性を高める職場環境の実現を目指しています。

コミュニケーションの活性と社員が自分自身でメリハリを持った様々な働き方を選択できる職場の実現

休憩室を含むリフレッシュエリアを整備し、現場で働く社員がより良い休息時間を確保できるようにすることで、疲労軽減やエンゲージメントの向上

お手洗いや更衣室の整備等、ジェンダーや衛生面に配慮することで、品質面の向上や社員の離職率低下

具体的な取り組み

東京本社 2024年10月実施



ハルナプロデュース株式会社 営業開発Unit
リードオフィサー 株本 萌子
アソシエイト 長坂 海穂

comment

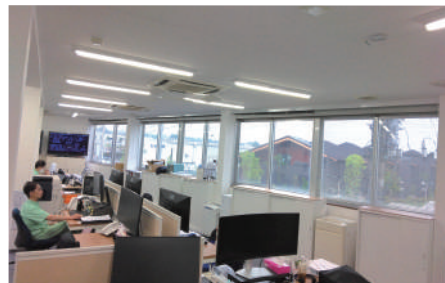
オープンスペースが増えたことで、部を超えたコミュニケーションが自然に生まれるようになりました。ちょっとした相談やアイデアの共有がしやすくなり、チーム全体の連携も強まっています



ハルナプラント 2025年4月実施



〈担当〉
ハルナプロデュース
製造Unit生産技術Sec
プリンシパルエキスパート
小池 賢司



タニガワプラント 2025年1月実施



〈担当〉
ハルナプロデュース
製造Unit生産技術Sec
エキスパート
星野 清



和歌山プラント 2025年1月実施



〈担当〉
ハルナプロデュース
業務推進Unit業務支援Sec
オフィサー
坂上 勝美



ハルナウォーター 2025年4月実施



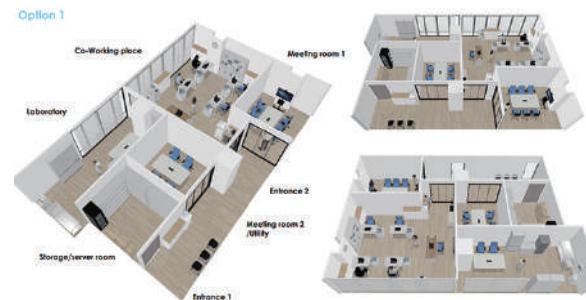
comment

株式会社ハルナウォーター
業務推進Unit エキスパート 岡村 厚志

今回のオフィス改修にあたって、安曇野プラント、松川プラント、安曇野流通センターで働く各拠点の社員の声を汲み取り、部署や職種を越えたコミュニケーションが自然に生まれるよう、オープンスペースや共有エリアの設計に工夫を凝らしています。フリーアドレスも活用し、周りの人とも会話も増えたと実感しています。今後も、働く環境の質を高めることで、社員一人ひとりが最大限のパフォーマンスを発揮できる職場づくりを進めていきたいと考えています。

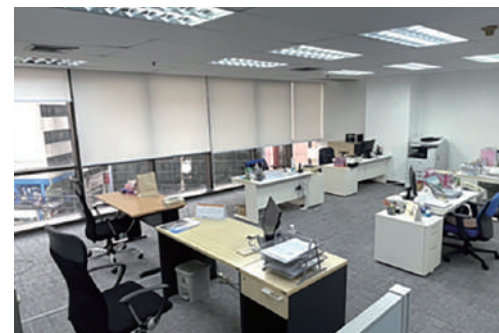


HARUNA Thailand 2024年12月実施



▲ 会議室

▲ 研究ラボ室



comment

HARUNA Asia (Thailand)
オフィサー Pavares Prayoonhong

今回のリノベーションは、社員の意見が随所で反映されていたのが印象的でした。単に見た目が良いだけでなく、私たちの日々の働き方を理解して設計された空間だと実感しています

