

狂奔 と理性文明へ

ハルナグループ創業者CEO

青木清志



私はこの度の悲劇的な災害に接して、あらためて<日本国>を考えてみよう、かねてから胸中にあった想いに馳せてみました。歴史を読むと、日本の国名が始まるのは7世紀の末頃です。この時代に国名が<倭国>から<日本国>に変わっております。爾来、海で囲まれた列島に1300年を越える歴史を創ってきました。その歴史のなかで、比類のないほど永い平和の時代を経験している国は他にありません。平安時代のおよそ400年、江戸時代の266年、二つの時期でおよそ700年に及ぶ平和の時代があり、日本史の過半は穏やかな歴史であったと記録されております。これほどの永い平和の時間がどうして享受できたのか、かねてより疑問に思っておりました。列島が、ユーラシア大陸と海で離れている事で地政学の条件に抛る理由だったのか、その時代の人々が応仁の乱から戦国時代にかけての内乱を経て、列島が一つの国に収まっている歴史から学びとった知恵であったかも知れません。

しかしこの時代は、世界的には自然な振る舞いだけで国の平和が維持されていく時代では決してなかったはずで、人間は、争い事に明け暮れているか、穏やかな時間を楽しむかでは、人生が違ってきます。平和な700年を経験し、それぞれの世代で累々と継承していく膨大な時間の集積は、日本人の性格、感覚、感性、嗜好、なかならず人間性にも、少なからず遺伝子として伝わってきたことと思います。17世紀-18世紀の戦乱の世界で、国を鎖国し日本列島に独特な粋の文化を創りだした江戸時代は、特質すべき日本文明の夜明けを感じるものです。それが洗練された庶民文化の歴史の始まりでした。この時代に遡ることで、日本人の一つの原型を成してきた背景が想像されてきます。19世紀の後半に起きた<明治維新>の革命は、それからの日本の潮流を劇的に変えてしまいました。列強の英、仏は幕府の開国政策に乗じた内乱の拡大で、日本の植民地化を意図していましたが、大政奉還によって阻止されます。内乱を収めた後、この時代の為政者は列強の植民地政策を視野にいれ富国強兵の戦略に狂奔していくこととなります。まさに近代化への道筋はひたすら軍拡の道でした。20世紀の初頭には日清、日露戦争があり植民地支配への政策に傾斜していきこの歴史に終止符が打たれたのは、80年後の第二次世界大戦での敗戦を迎えた時期でした。1世紀近く外国と幾つもの戦争を交え、日本の文明史としては経験のない<狂奔の世紀>でしたが、それまでの3世紀に及ぶ<穏やかな>世紀で培われた独特な精神文化の伝承は、狂奔の世紀を越えて今日の日本人に残されております。その一つに<謙譲の精神>という美意識がありますが、これは他の文明のどことも異なる固有な<徳>で、人への配慮の心です。人が生きていく場の一つである企業活動も、この配慮が働けば社会への貢献がぶれないと思うのです。実は、この度の災害時に幾つものこうした行為を目にしましたが、言葉だけではなく、身に付いた自然の行為は本当に素晴らしいものです。

これまで日本人が創りだしてきた文化の集積である文明の視点から考えて、<穏やかな世紀>と<狂奔の世紀>のどちらに現代の日本人は関心を持っているでしょうか。どちらが、日本の未来に相応しいのでしょうか。この選択は日本の未来を構想する時、極めて重要な要になる事です。1950年に勃発した朝鮮戦争は、それ以後の世界の冷戦構造を作り出す出来事でした。その意味では歴史的な転換点といえます。同時に日本の経済復興が勢いを増す画期的な時期でもありました。この時代の日本で最も注目すべき事は、<社会規範の民主化と国家政策の非軍事化>という二つの選択があったことです。日本国の安全保障は<日米安全保障条約>を基本に非核三原則のもとで、専守防衛に徹する国防戦略を策定しております。自国の<安全保障>を他国に委ねる戦略がはたして是か、非か。日本の為政者は国民的議論を十分にしないまま冷戦の崩壊を目の当りにしても、日本は変わろうとしませんでした。非軍事国を標榜する傍らで、ひたすら経済の極大化を追求するばかりでした。そして<ノ連の崩壊>と時期を同じくして金融・経済の崩壊の歴史を創り出してしまいます。

しかしながら、中産階級主導型の社会をめざす日本の歴史をつくってきた事は極めて画期的な事でした。19世紀に頂点を迎えたヨーロッパ文明が、結果的に植民地支配につながっていったのは、階級社会の権力保持と資産形成の力の信仰に抛ることにありましたが、他のどの文明にもない<庶民が主役>になる文明は、まさに世界に類をみない試みでした。階級対立を極力排する精神から生まれた、いわば挑戦の歴史として評価されるべき事でした。歴史的な新しい試みでの社会の形成過程で、経済活動の負の側面が顕在化していき、活発な企業活動が地域に深刻な公害問題を引き起こしてき

ましたが、この経験が無駄にせず企業のR&Dへの執念は、73年のエネルギー危機に遭遇した時期に、次元を変えて環境技術の分野で競争力を一段と高める成果を実現しております。しかしながら、70年代における真の危機は<経済成長のあり方>を見直す議論が十分になされず、80年代に先送りした事にあります。価値判断を避け経済が量的拡大に暴走する姿を目前にして、歯止めを掛ける事に市場は無関心でした。むしろ支持者としての行動をしてきました。

金融破綻も必然の結果であったと思います。1950年に始まる、第三の文明の歴史がここで同時に破綻の憂き目に遭遇し、<庶民の文明>は脆くも崩れ去ります。70年危機の背景には、シカゴ学派のミルトン・フリードマン教授が掲げる<新・自由主義>イデオロギーと<原油の地政学>的リアリズムの深謀が働いていたと考えられます。危機の時代をどう乗り切るのか、当然ながら変革を遂げていく行動が何より肝要なことで、これまでの<成長追求>モデルの経済運営を<成長活用>のモデルへと政策基本を変える事が必要でした。そうして<質の経済成長>の実現に向かって歩みだしていれば、産業市場のグローバル化の洗礼を受けても、一定の時間で社会の構造変化を吸収できたと思います。

最大の失態は、バブルの崩壊で資産の暴落が起きているデフレーションのさなか、1993年に平岩レポートなる政策理念が提示されたことです。インフレ対策のヴィジョンである<新・自由主義>の理念に基づくものを、デフレ下の日本に示す構造改革案としては、考えられない政策です。さらにこの路線が2001年の小泉政権の構造理念に繋がり、爾来20年に至る経済社会の閉塞感を続けている要因の一つがここにあります。冷戦の終焉は、世界が多極化していく画期的な状況でしたが、東西の市場が拡大し、金融市場のグローバル化で、ランシス・フクヤマが<歴史の終わり>で述べている「市場経済が進めばその先に必ず民主主義があり、やがて世界は一つになり小さな紛争はあっても平和と自由の進展がある」とする主張はまったく幻想の世界でした。今日、その対極の世界が眼前に広がり、未来への懸念が益々高まりつつあるのは、多くの国がこのイデオロギーの呪縛から解き放されていない現実を物語っている証だと思えます。アメリカは国境を越え<自由と民主主義>の理念を盾に、桁外れな軍事費を消費して一極化の世界を進めてきましたが、アメリカは再び<テロとの戦い>という挑戦を受けることになり、この先の混迷の度合いは深まるばかりだと思われま。しかし、バクス・アメリカーナは静かに幕を下ろしていくでしょうが、アメリカ国はやがて違う<貌>をして見事な再生を図るのではないかと想像しています。

さて、日本の<未来>はどうなるのか。

20世紀半ばから、21世紀初頭までの歴史を俯瞰してみると、日本人の精神文化の中核になってきた芯の一つが、抜けていたのではないかと思いがしてなりません。新憲法の法解釈で、自由と民主主義を社会の軌範にして、国の骨格は非軍事を柱とする<理念の時代>を過ごしてきました。しかし、この国をどんな立国にしたいのか、それには何が必要で、何が欠けているのか、その問いかけを曖昧にしたまま、経済の再生に翻弄されてきました。いわば、形而上の精神文化の<伝承と創造>への熱意を、形而下の経済問題に置き替えられてしまった今日の状況に、私は、極めて強い危機感を覚えるものです。社会を構成する全ての分野を横断して世論を喚起させるエネルギーを国民は必要としています。

21世紀、人々の地球環境への配慮は明らかに意識が変わってきており、省資源の対策も細やかに気を使う社会環境ができつつあります。人々は善良な<市民意識>を持ち続けているにもかかわらず、<政・官・財>に広がる日本の為政者らの指導力欠如は、長期的な国家戦略を不確実にし、国家安全保障政策は依然として旧弊なまま改めず、何よりも国の経営健全化のマネージメントが紆余曲折するばかりです。トップの資質低下、政府の短命化の弊害など、政治における統治権の劣悪さに、国民は幾度となく警鐘を鳴らすも政治は変わらず、警告の数が、しだいに無党派を増加させる情けない現実をつくっております。<政治と経済>は同床同夢であるべきで、これほど二つが離れた活動をしている国は少ないと思われま。英国の歴史家A・J・トインビーによれば、(文明は逆境で生まれ、自然的環境や人間的環境からの挑戦に人々の応戦が成功した時に興る。)と述べています。この時代をバネにしたい思いです。さて、<始まっている未来>を9項目の課題にまとめてみました。

- 1, 10年計画で世紀末からの20年間に及ぶデフレ経済社会環境への対応を、政治と経済の一体化の中で挑戦する。
- 2, 2050年を目標に10年の段階的な計画で<超科学技術立国>構想に着手する。
- 3, 日本の<安全保障>の自立的構想を10年以内に実現を目論み国内にあるすべての米軍基地を10年以内に日本に返還。
- 4, 世界の主要国と3年以内に2国間交渉でFTAを完了し、更に広く各国との<安全保障>枠組みと核拡散の条約を締結する。
- 5, 自然、再生エネルギーの社会づくりを2050年を目標に5年計画を重ね再生可能なエネルギーを極める。しかし原子力発電は安全対策の技術を極限まで高め22世紀を目論む。ただし2020年迄にF項目を可能とする中核の新技术をサポートする。
- 6, 国の継続的存在を可能にする戦略として<核の抑止力>をより高度なR&Dにより実現する。
- 7, <日米安保条約>は地位協定をはじめ基本的な刷新をして継続する。
- 8, 2050年の人口の想定を9500人-1億人として未来の国づくりの構想に着手する。
- 9, 国の存在は国民のためにある、存立条件の最大の優先事項は、人々の幸せの実現に叶う事を第一とする政策であること。

日本文明の歴史は<創世記><穏やか記><狂奔期>を経て1950年の朝鮮戦争を挟み新しい扉が開けられました。私はこの1950年からはじまり、いま、そして将来へと続く約1世紀を<理性の文明>と名付け、2050年に駆けて緩やかに時間をかけながら<理性の世紀>が実現されて行くことを願っています。どんな日本にするかは、次の世代の選択にあります。地球の中でも独自性のある文化を創ってきた国として、これからも平和に貢献できる日本であってほしい事につきます。



対談

ハルナグループ創業者CEO 青木清志 / 群馬県議会議員(当時) 後藤新氏

1.新しい日本文明を作る

青木:今の日本は、新しい日本文明を作る過程の時だと思うのです。1990年代、バブルの破綻と同時に経済が大きく破綻し、苦しい時代が今日まで続きました。戦後、アメリカの占領戦略のうでで作られた憲法からはじまり、ずっと高度成長の中で日本が約半世紀過ぎきて、日本人が本当に目指すべきものを考える時なのです。7世紀からの日本を考えると、約1300年間も培われ育まれてきたひとつの日本人の生き方があります。しかし戦後の日本文化は、他者から与えられたものであり、その間は日本文化の潜在力に結びついていなかったと思います。自由、平等、人権などだけでなく、もっと高い価値があるはずです。そこに至ることなく、ずっと一国平和主義の中で経済をひたすら追求してきました。しかし、その先のもっと高い価値、例えば人間の美意識、高い理想、友情、人類愛が重要なのです。この20年間、日本経済がなかなか立ち上がれず、国民の生活は辛抱と我慢の連続でした。そこを真剣に考えなければなりません。この度、東北が大変な災害となり、災害を通じて様々な問題が浮上しました。震災時にいち早く行動された後藤さんはどうでしたか。

2.大震災から立ち上がるために

後藤新氏:私はまず群馬県の中で災害が大きかった桐生市へ伺いました。震災翌日の3月12日でしたが、玄関や門扉、屋根が壊れていました。前橋より被害は大きいものの、幸いにも損害は少なかったです。しかし東北地方では、地震、津波、原発、風評被害、と次から次へと困難が襲いかかっています。私は東北へ早く伺いたかったのですが、あまり早くても現場を混乱させるだけと思い、あえて報道されていない岩手県北部へ向かいました。岩手は若い頃に2年間お世話になった場所です。伺った久慈市は、市民約3万6千名のうち亡くなった方は3名で、被災地の中では比較的被害が少なかった場所でした。堤防が決壊する寸前で抑えられたなどの運もありましたが、久慈市の被害が最小で防げた理由のひとつに、日頃からの防災訓練が徹底されていたことが挙げられます。堤防をいかに建設するかなど、ハードの部分も重要ですが、ソフトな部分で抑えられるということもあるのですね。とくに人災を避けられたのは日頃の訓練が大きかったと感じました。一方野田村は約4千名のうち37名の方が亡くなられていて、400人が未だに避難されている状況です。皆

さんは9か所の避難所に分かれ暮らしていますが、本来は10か所の避難所がありました。1か所は山にぶつかり逆流した津波に襲われたのです。想定外といえばそうですが、避難所が避難所として機能できていなかったのです。

復旧だけではなく、新生することができなければ、大きな痛手を受けた人にとって新しい立ち直りにならないのではないかと私は考えています。「何ももたないところからの出発ほど豊かなものはない」という言葉があるように、代表の言われる新しい価値、また日本の元来の価値を追求し、日本人が皆で頑張る必要がある。そうしなければ本当の意味での出発にならないと思います。

青木:私は今回、政治の無力さを痛感しました。災害と原子力の事故を別の問題として考える必要があると思っています。三陸沖は過疎という問題を抱えながら、高齢者の方々が長年大切に守ってきた土地です。そしていくたびか地震や津波も経験してきた。そこを「想定外」という言葉で片付けてしまうのは酷な話ではないでしょうか。いま地域は無残な姿となり、避難所での雑魚寝が3ヶ月を超えています。その中で、人間が生活していくうえでの配慮にもっと強く政治が介入するべきです。原子力の問題は、長年の積年の問題を感じます。行政と東電の連帯の中で、優れた知識と知恵、技術、判断力を全部透過していくという動きがない。私はすぐにチェルノブイリなどの事故で得たデータベースや知恵を活かし、世界の優れた科学者をお呼びして、どこからどう一番に手を打つべきかを相談するべきだと思います。迅速な情報公開と謙虚な気持ちで、皆さんと一緒に考えていくという行動が必要だったと思います。結果はご存知の通り、近隣の国に説明もなく、汚染水を海上に棄てるという最悪の事態を招いてしまった。なぜ日本には優れた人材がいるのに、彼らの知恵を政策に反映できないのか。なぜすべてを東京電力の一企業の中に閉じ込めてしまったのか。私は疑問を感じています。

3.改めて問う政治の役割

後藤新氏:確かに東電の企業責任は免れませんが、やはり政治の責任を大きく感じます。縦割りや横割りを解き放ち、いまこそ政治主導をこのような時に発揮するときです。そうすれば世界の英知を集めることも出来ます。オープンではない国柄ではありますが、政治の貧困を感じます。党を問わず実行してほしいと思います。

青木:政治の役割は社会にとって非常に大きなものです。今日の日本の政治を考えると、この国をどう引っ張っていきたいのか、どう創りたいのかが見えてきません。この20年間、どれだけ日本経済が苦勞し、企業が過酷な条件の中で生きてきたか、認識している政治家が果たしているのでしょうか。1ドル80円を切る円高のなかで、経済界は歯を食いしばり、人々は無駄を省き、技術開発をとことんやり、様々なところで大変革を行ってきました。かなり厳しい状況にも関わらず、2010年3月時点で上場企業のキャッシュフローは約121兆円(税抜)。円高にも関わらず、これだけの成果を残しているのは、苦しい期間を通じ筋肉質に鍛えられたことが大きいです。ただ製造業でみると、上場企業813社を45万社の中小企業が支えるピラミット型となっていたのが、この20年間で20%の約10万社以上が消えてしまいました。この800社の上場企業は、為替の問題を抱えているため、製造現場を中国などアジアや地球の裏側へと移転せざるを得なくなったからです。結果、10万社程があつという間になくなったのです。なくなったというのは雇用が失われたということ。製造業に変わるサービス業も生まれましたが個人消費の低迷もあり上手くいかない。そして雇用の流動が発生し、不安定な派遣労働が増えました。製造業に派遣が入ることで、技術の伝承や現場を創るという連帯感が欠如し、ただ時間を売るだけの現場になってしまいました。これが日本の「ものづくり」には大きな打撃となりました。

もうこれ以上日本の製造業が広がるとは思えない。日本は戦後、製造業の勢いで高度成長を続けてきました。しかしバブルが崩壊し困難な状況に直面しました。その時、「ものづくり」の未来像を掴む必要があったものできませんでした。そして世界の需要の問題と常に直面し、新しいあり方を設計しなくてはならないのにそれができず今日を迎えています。東北の災害に際し、日本人の献身な連帯感の中で共鳴する姿を私は経験し、日本をもう一度再設計する時期に来ていると思うのです。仮に途上国であれば、社会の安定を求めるために経済成長を追求することが優先されますが、すでに基盤があるため、置かれている立場が途上国とは違います。日本は世界と比べて実収入が高いものの、豊かさを実感する人が少ないという矛盾があります。実際今の政治家の中に、生活に窮する国民の実情を理解している人が何人いるのでしょうか。そのギャップが日本の貧困さを更に深刻にしています。経済活動は政治とリンクしているのです。巨大なビルを作り、大きな資本を創り出していく中に人間としての満足があるわけではなく、元来日本人は非常に繊細で、生活の中の優美な物を愛好する国民なのです。例えば建物にしても、日本の伝統的な木と紙と土を使い活かすということは、何時の間にか片隅になりました。本来の日本的価値を現代の中で育み、活かすことができれば、日本は生まれ変わるのではないのでしょうか。その意味で、日本の新しい文明の大きな変わり目になっていると思うのです。

4.日本の価値をいま一度見つめる

後藤新氏: 今回の大震災を受け、今が日本の転換点だと思えますし、そうしなければいけないと思えます。代表が言われるように、脱経済成長社会が大事だと人々も気づき始めました。これからはGNPの時代ではなく、GNH(Gross National Happiness)の時代と言われています。でもどうしていいのかわからないのが現状です。それには2つ越えなければいけないことがあり

ます。一つはアメリカ型の金融資本主義を越えていかななくてはいけない。与えられた民主主義を越える転換点なのです。二つ目は日本の原点である「ものづくり」に回帰すること。そこには眼に見える付加価値があるからです。江戸時代の鍛冶屋さんや豆腐屋さんもそうでした。高利貸屋が落としめられたのは何も生んではいないからです。日本の資本主義の父と言われる渋沢栄一は、株式会社を作る際「経済は徳が伴わなければいけない」と言っています。それは徳を忘れてはいけないということで商売の原点なのです。ところが金融資本主義はそうではないマネーゲームです。日本の築いてきた歴史や文化にはそぐわない。日本はアメリカを真似してはいけないと思うのです。

青木: 経済と政治の基盤になるのは、その国の精神的文化なのです。そこを目指さないと政治も経済も成り立たない。日本は精神文化をおろそかにしてきたのではないのでしょうか。

後藤新氏: 与えられた民主主義の中で、確かに「自由」「平等」「表現の自由」は新しい風で、戦後は息苦しさからの解放になったと思います。ただ一方で義務を果たさず権利の主張ばかりになってしまった。

青木: いま一度、国が建つ由縁はなにか問いただすことが大切です。日本は均質と言われるが単一民族ではない。日本の文化が長い年月をかけ作られてきて、大きな精神文化の基盤として構築されているものを、ないがしろにしてはいけません。

後藤新氏: 代表が言われた自己犠牲や献身や愛は日本の価値であり、一言で突き詰めれば共同体の力だと思えます。その共同体の原点は家族。大家族にも問題がありますし、地域社会の息苦しさもあると思うのですが、それを価値と捉えるべきです。今回の震災で農業や漁業は壊滅的ですが、農業や漁業という考え方ではなく、

「農村力」や「漁村力」という考え方が大切です。夏目漱石は、私の個人主義という有名な講演の中で、日本はこれから個人主義が必要と論じました。しかし対照的に、晩年最後に書いた書は「則天去私」だったのです。天に則り私を去るという意味ですが、いま日本が目指す所だと思えます。

5.日本の自立から文明は生まれる

青木: これからの日本をどのような国にするべきか考えた時、文化と精神文化を大事にすることが重要だと思います。その中で日本文明とはどんな文明になるのか。極めて対極にある西ヨーロッパの文明は永続性のあるストックの文明です。300年、400年と石の建築を造り王宮を歴史の中で大切に権威を残し、遺産として受け継ぎ、観光に活かしています。対して日本はストックに対しフローの文明であると思います。フローは極めて短命ですが、常に創造と破壊を繰り返す一つの文明を創り出してきました。これからもそうだと思います。そして日本文明は庶民大衆性の中に文明が培われてくると思うのです。それは新しいものを受け入れ、同化しさらに新しいものにする新陳代謝が大きく働く文明なのです。西洋文化とは成り立ちが違う。そこに目覚めるべきです。アメリカは日本に介入することで、安全保障の問題と地政学からくる問題を巧みに使いこなし今でも日本を属国にしている。日本を自立させない形にしています。日本の文明を本当の意味で作り上げていくことです。精神的な基盤を大事にしていくことができれば、明るい未来がくると思えます。

後藤新氏: だからこそ、今もなお日本人の心に平家物語の諸行無常は響くのでしょう。方丈記の「ゆく河の流れは絶えずして、しかももとの水にあらず」という言葉が多く引用されることからわかります。今回の災害で数多くの場所が破壊されましたが、また改めて建設しなければ

いけない。破壊と建設を繰り返してきたこの国ですし、これからも災害はあります。夏目漱石の三四郎でも、「あらゆる所に破壊と建設がくりかえされる」とありますが、建設の部分がものすごく大切なのでしょう。

青木: 私は群馬に来て16年目になります。後藤さんともう10年、色々な場面で接する機会がありました。感銘することが多いですね。今日の言葉でも共感することがありました。政治の力は、新しい文明に入る国には極めて重要なことです。後藤さんはまだ若い年齢でいらっしゃる、将来はぜひ首相になっていただきたい人です。トップの夢を持ってほしい。やはり日本のトップをめざすことに期待しています。

後藤新氏: 首相は政治家としてのトップですからやはり夢は持っていたいです。夏目漱石は三四郎の中で、日露戦争後日本は発展すると言われていた中「滅びる」と言っている。「熊本より東京は広い、日本はもっと広い、そして世界はもっと広く、世界より人間の頭の中のほうが広い」と言い、囚われてはいけないとも言っている。戦争に勝利したからこそ駄目になり、今回はダメージがあるからこそ再生できると思えます。

青木: この20年間は、80年代の有頂天な時代からどん底へと下る時代でした。いまこそ歴史を振り返り、新しい文明を出発させることが大切です。災害を目の前にして、そんな考えを持ちました。



HarunaTM

ハルナグループ 組織



ハルナビジョン2015の達成へ向けて次のステージへ。
2010年度からの中長期経営計画を確実に達成してグループの総合力を
発揮し、独創性ある飲料プロデューサーへ飛躍していきます。

ハルナグループは創業20周年にあたる2015年度を一つの目標点と捉えた中長期経営
計画「ハルナビジョン2015」を昨年発表しました。2010年度は初年度として計画を上
回る業績を出すことが出来ましたが、未だスタート地点に過ぎません。

2011年度、ハルナグループは3つの目標を掲げました。

- ①お客様満足業界ナンバーワン志向の徹底
- ②各現場における、リスクマネジメントの向上
- ③顧客ニーズを捉えた商品開発力の向上

これらを実現し、企業の競争力と経営基盤を強化してまいります。また、ハルナグループは
ミネラルウォーター、お茶、フルーツジュースをはじめとしたペットボトル飲料という生活に
密着した商品を生産・販売しております。最終的なお客様は消費者であり、お客様の視点
に常に立ち、商品開発から、品質・生産管理、製品の配送までサプライチェーン全体の
隅々まで目を配り、消費者がいつでも安心して美味しく弊社製品を飲んでいただける
よう最善を尽くすことをお約束し、皆さまのご満足とご支援にお応えするべく精励して
まいりますので何卒、宜しくお願い申し上げます。

ハルナビバレッジ株式会社
代表取締役社長

青木 麻生

ハルナビバレッジ株式会社

Haruna Group Company Profile

● 法人設立	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丁目8-4 日本橋さくら通りビル2F Phone: 03-3275-0191 Fax: 03-3275-0192 高崎本社: 〒370-0841 群馬県高崎市栄町4番11号 原地所第2ビル9F Phone: 027-387-0101 Fax: 027-387-0102 SCM Unit: 〒370-3504 群馬県北群馬郡榛東村広馬場3044-12 Phone: 0279-55-1241 Fax: 0279-20-5780 商品開発Unit: 〒370-3504 群馬県北群馬郡榛東村広馬場3044-12 Phone: 0279-30-6345 Fax: 0279-55-6676
● 資本金	4億2,090万円(発行済株式数8,718株)
● 連結売上高	164億円(2011年3月末)
● 社員総数	280名
● 事業内容	●グループ戦略 ●グループ財務経営 ●営業活動 ●市場開発 ●商品開発 ●共同購入活動 ●SCM
● 役員	取締役グループ最高経営責任者(創業者) 青木 清志 代表取締役社長兼代表執行役員 青木 麻生 代表取締役常務兼常務執行役員 栗原 健一 取締役常務執行役員 中澤 幹彦 取締役 有田 喜一【群栄化学工業㈱代表取締役社長】 取締役 須齋 嵩【群馬大学・宇都宮大学教授】 取締役 三浦 眞吾【NHKコンピュータサービス前代表取締役社長】 最高監査役 小出 信介【小出公認会計士・税理士事務所 代表】 監査役 杉山 学【群馬大学 社会情報学部 准教授】 常務執行役員 山崎 敦也【営業Unit】
● 執行役員	



経営方針 2011年「Creativeな発想で自らの使命を果たそう!」

- 成功からも失敗からも、プラスの結果を導いていこう。
- 未知なるものを否定せず、未知なるものを追い求めていこう。
- 謙虚さを忘れず日々努力、精進を心がけよう。
- 安全・安心・品質重視、顧客満足No.1の製品作りを実施しよう!

このたびの東日本大震災により被害を受けられた皆さまに、心よりお見舞いを申し上げます。また、お亡くなりになられた皆さまのご冥福を心よりお祈り申し上げます。ハルナビバレッジファクトリー(株)は北関東の地で大きな被害も無く当日稼働を再開することができました。我々の使命は被災地支援、首都圏に安全な飲料をお届けすることであり、今後も災害復興の支援活動と、お年寄りからお子様まで安心してお飲みいただける飲料をお届けしてまいります。

飲料業界につきましても、厳しい環境の中、他社との差別化と、業務の合理化が急務であり、最適な業務と戦略が必要です。また、実行するためには明確な目標を立て、達成に向け『常に考える集団』『大局観を磨く』『顧客マインドを磨く』『強みと弱みを知る』『仕事に付加価値を求める』ことが重要であると考えます。

ハルナビバレッジファクトリー株式会社とタニガワバレッジ株式会社は共通する事業分野(生産・品質・環境)領域を持つ法人でありますので、それぞれの経営資源を統合し、個人の能力を最大限に引き出せる体制を構築し、経営の効率化と収益力の強化を図るため2011年4月1日に統合し、【ハルナビバレッジファクトリー株式会社】としてスタートいたしました。タニガワバレッジ株式会社としてお世話になった皆さまに厚く御礼申し上げます。ハルナビバレッジファクトリー株式会社と

して、変わらぬご愛顧を宜しくお願い申し上げます。

今回の再編は、ピラミッド型組織からフラット型組織へと変革を果たし、自身の役割を自覚し、責任、貢献を明確にし、社員の意識改革を目的とし、業務再編を実施してまいります。社員一人ひとりの労働生産性を高め、ハルナグループの「利益を伴う持続的な成長」と「顧客満足度ナンバーワン」実現を目指します。社員一人ひとりが、成功からも失敗からも大切なものを生み出し、謙虚さを忘れず日々、努力精進を心がけ、厳しい環境下ではありますが、常にお客様の視点にたち「Creativeな発想で自らの使命を果たそう!」を経営方針とし、今後も全力で取り組んでまいります。

ハルナビバレッジファクトリー株式会社 代表取締役社長 **中澤 幹彦**

ハルナビバレッジファクトリー株式会社

Haruna Group Company Profile

- 法人設立 2009年4月1日
- 所在地 本社 ハルナ工場:〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-1
Phone:027-372-6911 Fax:027-372-6912
- タニガワ工場:〒379-1307 群馬県利根郡みなかみ町政所1011
Phone:0278-62-1111 Fax:0278-62-1144
- 資本金 4億円(ハルナビバレッジ100%出資)
- 連結売上高 35億円
- 事業内容 ●清涼飲料水の製造販売 ●品質管理 ●天然水製造販売 ●豆乳受託事業 ●ペットボトル容器成型 ●共同事業
- 社員数 273名
- 役員 代表取締役会長 青木 清志
代表取締役社長 中澤 幹彦(ハルナビバレッジ 生産・品質・環境担当執行責任者)
取締役 青木 麻生(ハルナビバレッジ 経営執行責任者)



アブダクティブ インテリジェンス カンパニーへの飛躍

今年(2011年)の2月でハルナグループも創業15周年を迎えることができました。今日までグループでは、常に変化を認識し「顧客視点から組織を考える」を念頭に、組織再編・改革を実行してまいりました。今年の4月に2回目の再編が完了し、機能別組織が完成いたしました。この組織をいかに合理的・効率的に機能させ、グループ全体最適を導けるかが今後の課題となります。

今後持続的に成長し、地球の環境と社会に貢献していくため、AIC(アブダクティブ インテリジェンス カンパニー)への飛躍を目指し取り組んでいきたいと考えております。

●HRI(ハルナリスクインテリジェンス)の構築

ハルナリスクインテリジェンスでは中長期経営目標を達成する(目的)のために、その障害となる可能性のあるリスクや「収益機会の減少」も含め、能動的・継続的に管理し対策を講じ実行していきます。

●決して誤ってはいけないプライオリティー

やはり企業は、特に非常事態が起きたときはプライオリティーを決して誤ってはいけないということを感じました。我々には素晴らしい「経営理念」「行動憲章」「行動規範」があります。また、2月に創刊された15周年記念誌「はじめなければ はじまらない」も創業者 青木代表の経営に関する考え方や志し、いかにして我々がもがいて苦しんでここまでたどり着いたかが記されています。我々の一番のプライオリティーは「顧客であり、社員を含むステークホルダー」であります。

●情報こそが全ての原点

今回の東日本大震災を受け、特に感じたことは、リーダーシップの弱さもそうですが「情報伝達の一元対応とタイミング」がとても大事であると改めて感じさせられました。企業活動も色々な情報が飛び交う中、的確な情報を迅速に把握し、「分析」→「判断」→「対策」→「業績向上」→「働く喜び」につなげていく体制づくりを築かなければいけないと強く感じました。

今後、人の「知恵」とITを駆使したデータベースと伝達の仕組みの構築を目指します。

ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社 代表取締役社長 **栗原 健一**

ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社

Haruna Group Company Profile

- 法人設立 2008年4月1日
- 所在地 本社:〒370-0841 群馬県高崎市栄町4-11 原地所第二ビル 9F
Phone:027-387-0101 Fax:027-387-0102
- 資本金 5,000万円(ハルナビバレッジ100%出資)
- 事業内容 ●人事管理 ●資金調達及び資金管理・運用 ●会計業務 ●情報ネットワークの構築・管理 ●人材教育
- 社員数 16名
- 役員 代表取締役社長 栗原 健一(ハルナビバレッジ 財務・人事・情報担当執行責任者)
取締役 青木 麻生(ハルナビバレッジ 経営執行責任者)



ハルナグループでは、長年培ってきた飲料製造の「ものづくり」のノウハウとグループの利点を生かし、海外においても飲料食品事業を積極的に展開していきます。

HARUNA(株)では、日本ならではの美味しい飲料をお届けすることはもちろん、それぞれの国や地域の食文化やニーズを見据えた、新しい商品を提案しています。

スウェーデンより100%天然素材を使用したスムージー飲料と自然豊かなオーストラリア産の果実のみを使用したストレート果汁を輸入し国内でも好評を得ています。

また、さまざまな茶系飲料の製造販売も低価格高品質を目指し、差別化した商品を徐々に拡大してきております。

近年、健康志向が高まる中、科学的研究や品質管理技術を礎として健康・ライフサイエンス分野の事業として、ウェルネスサイエンス研究所を設立しました。科学的な根拠による裏付けと、徹底した品質管理に支えられた商品を創造し、安全で安心できる商品を私たちがお届けすることで、世界中の人々が健やかな生活をおくれる事を願い、日々前進を続けていきます。

ハルナグループの理念である「顧客志向」を、世界に広げていきたいと考えております。

■海外戦略

- ・高付加価値商品の拡大・新製品上市に向け、日本市場はもちろん海外事業を計画します。
- ・少子高齢化・人口減少などによる食品全般の市場縮小が進む中、飲料を中心としたビジネス展開を考え、現在アジアを軸に経済成長率が高い市場もしくはニーズがある国にターゲットを絞り、積極的な販売展開または業務提携などをする必要があると考えます。新しい試みですが、輸出入の観点・飲料製造のノウハウによる技術提携または将来現地製造も視野に入れ、ビジネスチャンスを創造し、新規ビジネスを日本国内に限らずチャレンジしていくことが今後HARUNA(株)の成長する1つの大きな目標であり、使命だと感じております。またそれらのビジネスを1つ1つ経験し、確実に重ねる事でさまざまな事業の成長と拡大が図れるものと信じております。これらのビジネスを各々成功させ企業価値を高め、ステークホルダーの皆さまに魅力と夢のある企業体として大きく成長したいと考えております。

HARUNA株式会社
取締役兼常務執行役員(D&MO) 青木 日出生

HARUNA株式会社

Haruna Group Company Profile

- 法人設立 2002年7月29日
- 所在地 本社：〒103-0027 東京都中央区日本橋3丁目8-4 日本橋さくら通りビル2F
Phone: 03-3517-5745 Fax: 03-3517-5759
- 資本金 1億円(ハルナビレッジ100%出資)
- 連結売上高 6億3,700万円
- 事業内容
 - ・飲料製品の輸出・販売
 - ・飲料製品の輸入・販売
 - ・飲料製品の製造・販売
 - ・飲料製品の企画・開発
 - ・飲料原料の研究・開発
 - ・特許・実用新案・商標の開発
 - ・海外市場の調査・マーケティング
 - ・酒類の輸入販売
- 社員数 10名
- 役員

代表取締役社長	青木 清志
取締役兼常務執行役員(D&MO)	青木日出生【担当】貿易・営業・開発

世界中の美味しいを、皆さまへ。
私たちは、日本中に笑顔をお届けします。

HARUNA株式会社は
ユニークで高品質なドリンクを世界中から探しています。
私たちが選りすぐった商品は、美味しさだけでなく、
元気な笑顔と食卓のちょっと贅沢を演出します。
美味しさづくりは、笑顔づくり。私たちの挑戦は続きます。

スウェーデン

スウェーデンからは、砂糖・保存料・添加物を含まない100%フルーツミックスジュース“マイスムージー”と、6世代以上にわたり家族でビールを造り続けてきた“KRÖNLEINS”社の“ストックホルム”及び“クロコダイル”ビールをお届けします。(ビールは限定発売)

日本

日本の緑茶は世界中で健康に良い食品として注目されています。伝統の茶葉製法と抽出方法をもとに、いつでもお茶を楽しんでいただけるように“ルカフェ”は作られました。味覚を魅了する香り貴きお茶をお楽しみください。

オーストラリア

オーストラリア大陸の北部では、マンゴーやグアバなどのトロピカルフルーツ、南部ではりんごなどの果物が沢山作られています。“マウンテンフレッシュ”はこのオーストラリア産の果物だけを使用した100%ストレートジュースです。りんごは皮ごと絞った生搾り。濃縮還元ではないフルーツ本来の美味しさを実感してください。

食でみんなを
元気にしたい。



果実そのまま ぎゅっとフルーツ1日分

A Swedish Beauty

mySmoothie

マイスムージー



ブルーベリー さくら アサイ ラズベリー マンゴー ピーチ ストロベリー



味覚を魅了する香り貴きお茶

Le cafe
PREMIUM TEA SELECTION



ルカフェ



果実そのまま搾っただけ、だからおいしい100%ストレート

MOUNTAIN FRESH
FRUIT JUICES
CLEAN & GREEN
Made from
100%
AUSTRALIAN FRUIT



オレンジアップル アップルマンゴー アップルグアバ

マウンテンフレッシュ
フルーツジュース



Haruna™

水の故郷
NATURAL MINERAL WATER
ナチュラルミネラルウォーター
奥軽井沢
おく かる い ざわ

高原の風を感じる
清らかな水



失われた水分・ミネラル分を
素早く補給



食と健康、研究開発 ウェルネスサイエンス研究所

ハルナグループは2007年「人々の健康と人間の幸せに寄与する」という方針に基づき研究所を発足致しました。ステークホルダーの皆さまから望まれる、安心して安全な飲料のものづくりはもちろん、これからの食と健康に関して、心身共に健やかな社会のため医学、薬学、農学の専門知識を活かし研究活動も行っています。

商品化に向けて、研究開発ユニットを始め、営業マーケティングユニット、品質管理、社会環境、海外事業部など、全ての部署と連携しながら、皆さまに喜ばれる身体に良い製品を研究しています。



すべて、始めは危険だ。
しかし、とにかく
始めなければ始まらない。

Friedrich Wilhelm Nietzsche
1844年—1900年
19世紀ドイツのギリシア哲学者

ハルナグループ創業15周年記念誌「はじめなければはじまらない」創刊 ハルナグループ創業者 青木清志の経営の神髄と温故知新 著者 須齋嵩

1996年2月、飲料製造業で始まったハルナビレヅジは本年2月23日、おかげをもちまして15周年を迎えることができました。創業当時はバブル経済の終焉と共に年々厳しくなる経済状況の中からスタートして、15年間多くの皆さまに支えられて今日を迎えることができました。これもひとえに皆さまの温かいご支援の賜物と、深く感謝申し上げます。

この15年の節目を記念して、日頃より支えていただきました関係各位の皆さまに感謝の心を込めて、未来に繋げられる記念誌を創刊いたしました。

今までの歩みを顧みながら企業の構想力、経営戦略、創業の理念の継承、未来への思想についてを、当社社外取締役であり、群馬大学教授の須齋嵩先生にご執筆いただきました。膨大な情報を読み解き、学殖豊かな須齋教授のすぐれた論稿により、個的な法人の歴史でありながら、将来への起業、経営、社会への創造に役立ち、現在そして将来へ勇気を与える本として注目されています。

著者略歴
須齋 嵩様
早稲田大学理工学部卒業
三菱重工業株式会社
三洋電機株式会社 環境システム副事業部長
中国大連三洋空調公司董事長、他董事
エコエネシステム研究所所長
群馬大学共同研究イノベーションセンター教授
知的財産戦略副本部長 群馬県産業支援機構理事などを歴任
専門：燃料電池など環境エネルギー開発論、技術経営論など
現在：国立大学法人宇都宮大学と群馬大学の客員教授



日刊工業新聞 書評より 2011年5月24日掲載

榛名山ろくろの風光明媚なところを拠点に1996年から清涼飲料事業を展開しているハルナグループ。創業15周年を迎える当たって、ハルナグループ代表&CEO、創業者、青木清志氏を中心にまとめた経営社史。青木氏が60歳の時、それまでなら関係のなかった群馬の地に降り立って企業を起した。その際の経営理念とは？経営戦略とは？……などなど、世の経営者やこれから起業家を志す人々に勇気を与えるはず。「企業の活動は、人の幸せの実現にあり、望ましい環境の基で、付加価値の創造活動が続けること。よって経営は、人の成長が生み出す果実の競いといえる」が経営理念の原点、に。

ウェルネスサイエンス研究所

Haruna Group Company Profile

- 設立 2007年4月1日
- 所在地 〒370-3531 群馬県高崎市足門町39-1
Phone:027-372-1230 Fax:027-372-1255
- 事業内容
 - 機能性素材・原料の研究開発 ●機能性分析と解析 ●機能性原料と製品の臨床検査
 - 機能性原料の製品化設計・試作
- 所長 医学博士 免疫学系 青木 陽生
- 医療アドバイザー 医療法人 病院長 五島 知郎
医学博士 循環器系 伊谷野 克佳
医学博士 薬学系 韓 涛(中国北京中医薬大学准教授、医師)
- 主任研究員 農学博士 農業系 中信 光義

ハルナグループ 沿革

年月	ハルナグループ 項目
1996	2月 平成8年2月23日に資本金3,000万円でハルナビパレヅ株式会社を設立 第一工場稼働
	5月 第1回株式上場準備委員会開催
	7月 取締役会で株式公開することを決議
	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
12月 第1回第三者割当増資	
1997	2月 第2回第三者割当増資
	3月 従業員持株会発足
	5月 ハルナビパレヅ研究所設立
	6月 第二工場稼働
1998	9月 第1回転換社債発行 第1回新株引受権付社債発行
	12月 第3回第三者割当増資
	5月 第2回株式上場準備委員会開催
1999	10月 新日本監査法人による調査及び指導開始
	12月 第2回転換社債発行
2000	2月 第3工場稼働
	3月 第3回転換社債
	5月 新日本監査法人による第四期決算調査及び指導
2001	2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 新日本監査法人による第五期決算調査及び指導
	5月 新日本監査法人による第六期決算調査及び指導
2002	8月 第三工場がJAS工場として認定
	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
	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) 四半期報告会開催 (第1四半期~第4四半期)
	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 人材教育投資、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FOODEX JAPAN2004出典 第6回第三者割当増資
	5月 新日本監査法人による第九期決算調査及び指導
	8月 四半期報告会開催 (第1四半期~第4四半期) 10月 人事基本理念制定
2005	3月 第7回第三者割当増資 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(ハルナビパレヅ研究所附属)



1997年 研究所設立



2003年 環境会計導入



2004年 四半期報告会開始



2005年 ビジネススクール開講

年月	ハルナグループ 項目
2005	5月 新日本監査法人による第十期決算調査及び指導
	6月 ハルナロジスティクス株式会社 第3倉庫完成 740坪
	8月 四半期報告会開催 (第1四半期~第4四半期)
	10月 緑地公園「ハルナコミュニティガーデン」を整備
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10周年記念 記念式典開催
	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5,000万円に増資
	8月 四半期報告会開催 (第1四半期~第4四半期)
	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	2月 「食品衛生優良施設」として群馬県知事賞受賞
	3月 国際食品飲料展FOODEX JAPAN2007出典
	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 オーバイ株式会社事業譲受契約締結 タニガワパレヅ株式会社準備開始
	8月 四半期報告会開催 (第1四半期~第4四半期) 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
2008	1月 タニガワパレヅ株式会社始動
	3月 第8回第三者割当増資及び役員、社員にストックオプション1,500株付与 タニガワパレヅ株式会社資本金2億円に増資
	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 株式会社ハルナビパレヅ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ベガスをサポート
	5月 株式会社ハルナ品質環境研究所 資本金5,000万円に増資
	6月 CSR報告書2008発刊 ハルナロジスティクス株式会社第5倉庫完成
	7月 第1回無担保私募債発行 5億円 東和銀行全額引受 9月 ハルナグループ次世代エネルギー委員会開設
2009	1月 タニガワパレヅ株式会社 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 ハルナビパレヅファクトリー株式会社へ商号変更
	2月 ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社本社移転
	3月 第2回無担保私募債発行 5億円 東和銀行全額引受 ハルナロジスティクス株式会社 ハルナビパレヅ株式会社へ吸収合併 ハルナビパレヅファクトリー株式会社資本金2億円に増資
	4月 ハルナグループ組織再編スタート
	5月 ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社 資本金5,000万円に増資
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 Y・S・ロジスティクス株式会社社名変更 ワイエスロジスティクス株式会社へ
	3月 ワイエスロジスティクス株式会社 資本金3,000万円に増資 ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社資本金5,000万円に増資
	4月 ハルナエコロジー株式会社社名変更 HARUNA株式会社へ ハルナビパレヅファクトリー株式会社がタニガワパレヅ株式会社を吸収合併



2006年 創業10周年記念式典開催



2006年 HACCP承認



2007年 海外事業本格化



2008年 タニガワパレヅ(現在、第4第5プラント)稼働



2009年 グループ組織再編



2011年 15周年記念誌創刊

ハルナグループの一年を振り返って
ハルナビジョン2015の実現へ向けて

2010年度はハルナグループ中長期経営計画「ハルナビジョン2015」初年度の年でありステークホルダーの皆さまからの期待に応える重要な年でありました。グループの経営ビジョンである

- 1) 顧客満足度業界ナンバーワン
- 2) 利益を伴う持続的な成長の実現
- 3) ステークホルダーの皆さまの幸せの追求

の3つの目標に向けてグループ各社がチームの結束力を発揮しそれらの成果の追求に邁進してまいりました。

その結果、グループ連結販売数量は2,450万ケース(前年度比117%)、連結売上高164億円(前年度比111%)、利益も前年度を大幅に上回り、創業15年目にして過去最高の業績を残すことが出来ました。



中することではじめて持つ能力・知恵が発揮されます。かつその能力を最大限活用し、組織の成果として結果を引き出すのが経営トップであり、幹部社員であります。その自覚と責任をしっかりと持ち続けてこれからの明るい未来を創造していきたいと考えております。

但し、当社グループはこれからの変化の激しい経営環境に於いても、健全な経営で持続的に発展していけるよう今後のさらなる営業の提案力、生産の現場対応力、品質の管理能力、商品の開発力を磨き、顧客志向を経営の核として常に考える企業になるよう不断の努力で取り組んでまいります。

最後になりますが、2010年度大変お世話になりましたお客様、お取引先様、株主をはじめとしたステークホルダーの皆さまへの感謝を申しあげるとともに、2011年度もご期待とご満足いただける企業活動に精励致す所存でございます。

飲料業界ではメーカー間の合従連衡や、プライベートブランドへの新規参入による競争激化などこれからのマー

ハルナビレッジ株式会社 代表取締役社長 青木 麻生



2010年度 ハルナグループ総括報告

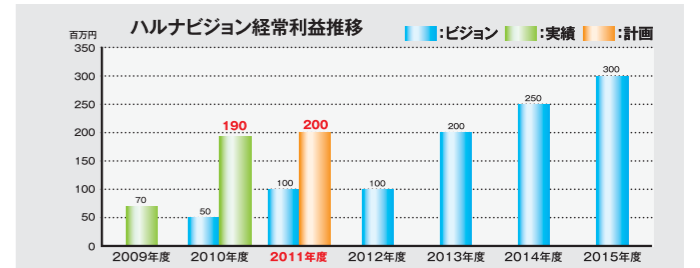
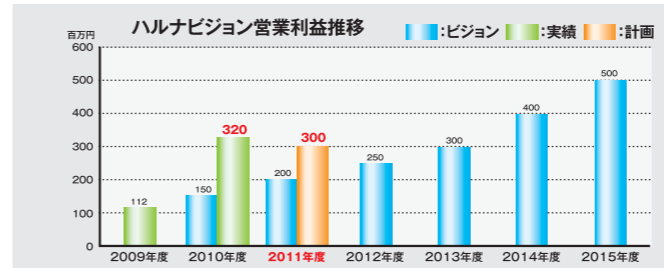
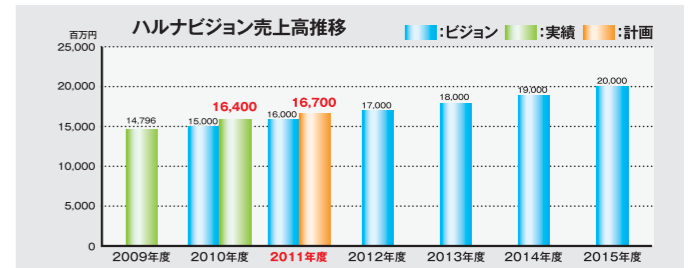
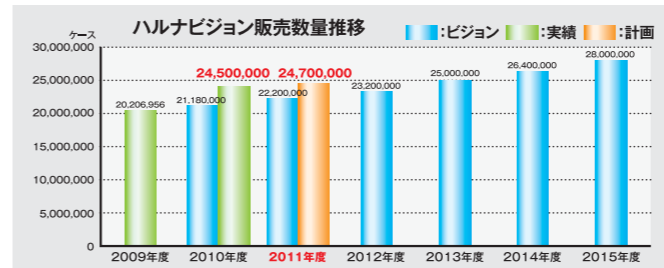
粗利益増加

- ① 販売数量の大幅増
2010年度自社工場販売数量が前年比113%増となり、粗利益が3億8,200万円増加いたしました。提案営業による商品開発、多品種小ロットの効率生産とグループの総合力を発揮することができました。
- ② 生産効率の向上
品種の切替時間・非生産時間の短縮、資材ロスなどの生産指標の改善に取り組み、生産効率の向上を図ることができました。
- ③ 資材調達コストの削減
グループで調達している資材、原材料、消耗品などの購買価格の見直し及び自社製PETボトルの活用により、3,700万円を削減することが出来ました。
- ④ 協力工場販売数量万ケース増
全国協力工場12社へ生産を委託し、2010年度の協力工場販売数量は前年比223%の297万ケースとなりました。
- ⑤ HARUNA(ハルナエコロジー)自社ブランド飲料販売増
自社PETボトル飲料新商品の導入による販売増と輸入果汁飲料の新規顧客開拓及び、利益率の改善、飲料原料の堅調な販売などにより2010年度の粗利益は前年比5,700万円増(159%)となりました。

コスト合理化対策

コスト合理化により前年比-8,000万円削減

- ① 組織の合理化と飲料工場としての責任
「組織の活性化と個人能力の最大活用」をテーマに、社員教育の徹底を行い、組織の合理化を行うとともに、飲料工場である責任と自覚を徹底させるため、派遣社員から正規社員へ積極的なシフトを行い品質の強化を努めることができました。
 - ② 無駄なコストの聖域なき見直し
人件費以外の全ての経費について聖域なく見直しを行い、固定費の削減を図ることができました。
 - ③ 物流コスト削減
ワイエスロジスティクスが2年目となり、物流・倉庫業務を政策的に移管することにより、倉庫と物流の一体管理が可能となり、お客様満足の向上を図ることができました。また、新規自社倉庫であるA倉庫稼働等に伴い、さらに一体管理が徹底され、物流コストについては、前年比-3,500万円の削減となりました。
- | | | |
|----------|--------|-----|
| 自社倉庫使用比率 | 2009年度 | 77% |
| | 2010年度 | 81% |



最高監査役からのご意見

「ハルナビジョン2015の初年度を振り返って」

ハルナビレッジ株式会社 最高監査役
小出公認会計士 税理士事務所
代表 小出 信介

「ハルナビジョン2015」は初年度から計画を大きく上回り、順調にスタートできました。これは
① 業務改善による固定費比率の引き下げ
② 商品開発の積極的展開による商品アイテム数の増加
③ 設備投資の峻別によるフリーキャッシュフローの増加
の3点に要因が集約できるものと思います。
このような業務改善は短期的な業績改善よりも、これを継続することによる中長期的な企業体質、財務体質の強化につながるものと思います。
来期以降も、全員の努力により継続して企業価値を高めていってほしいと思います。

ステークホルダーの皆さまのために！

私たちが目指すもの

昨年ハルナグループでは、ハルナビジョン2015を発表しました。
そのハルナビジョンでは「私たちが目指すもの」として
『顧客満足度ナンバーワンになるために』『利益を伴う持続的成長のために』そして、
『ステークホルダーの皆さまの幸せのために』の3つを掲げました。
今回はこの3つの目標に向かい、前進している社員を特集しました。



私たちが目指すもの

お客様満足のために 営業・SCM Unit



お客様への「想い」を大切にする営業

ハルナグループの営業活動は、ご要望通りの商品やサービスを提供することはもちろん、今までの製造受託の豊富な経験から、大切なお客様が、どのような商品を作られたいかじっくりとおお客様の「想い」を商品化できる

ように原料から品質、機能性、ボトルデザイン、ラベルやキャップのデザイン、納期、価格、流通方法まで、お手伝いさせていただきます。

お客様と一緒に考えます	お客様のご要望をお聴きします	原料の品質性は安全か？ 製造できる商品か？	原料の調達から配合では安全か？	商品の衛生や品質は安全か？	商品の賞味期限は安全か？
商標は万全か？	市場のニーズにあった商品か？	ボトルはどんな形が適するか？	ラベルはどんなデザインが良いか？	どのくらいの在庫が必要か？	どこまでどのように流通経路にするか？



Staff Voice

お客様の満足のために！

ハルナビバレッジ株式会社
営業Unit 第3営業Section チームリーダー 松田貴之

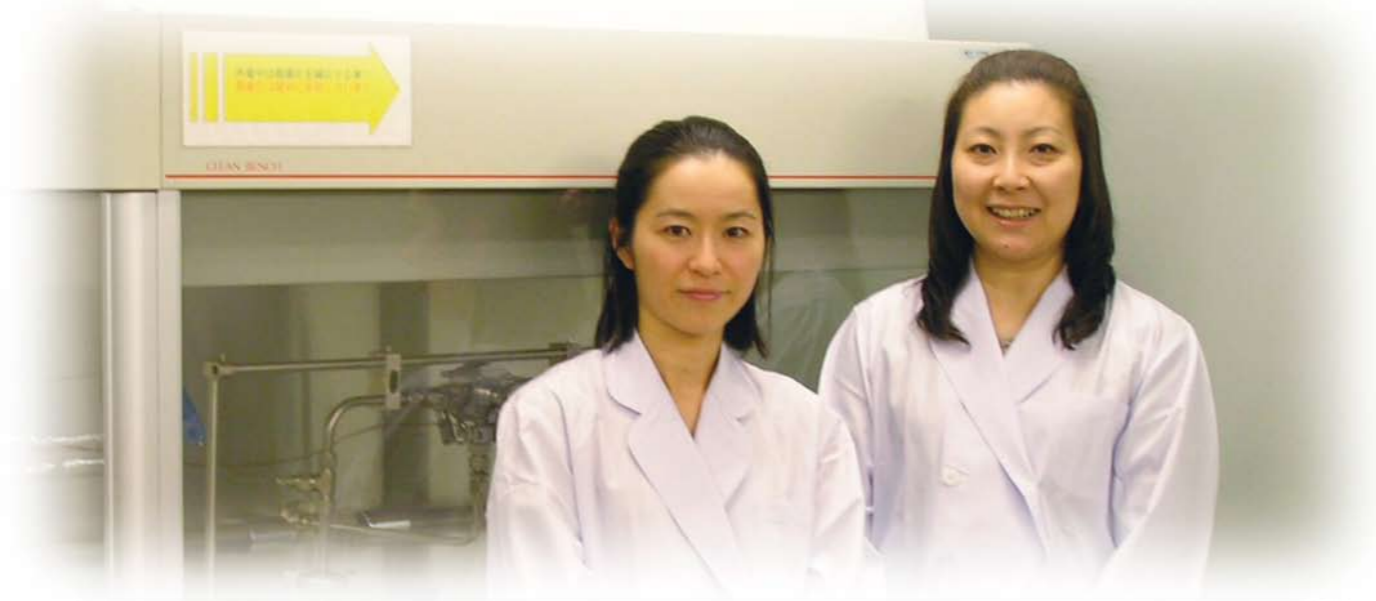
商品を作ればモノが売れる時代は終わり、現代は提案営業やコンサルティング営業と言われています。当社でも提案営業を導入して数年が経ちますが、実際に提案営業を経験してみると、大切なことはまずはお客様から信頼をいただく事です。それには、全体のプロセスを把握する事ももちろんですが、心を持ち接する事だと思います。ただの商談ではなく、お客様の気持ちに立ち希望される商品をイメージして一緒に商品を作り上げるまでの責任を持って対応させていただいております。これからは、お客様の欲求にあった商品を提供するだけでなく、企画開発の中身から、デザイン、生産、物流までの全体をプロデュースし、顧客の満足を創り出すことを目標としたマーケティング活動を行っていきます。

Haruna
Vision
2015

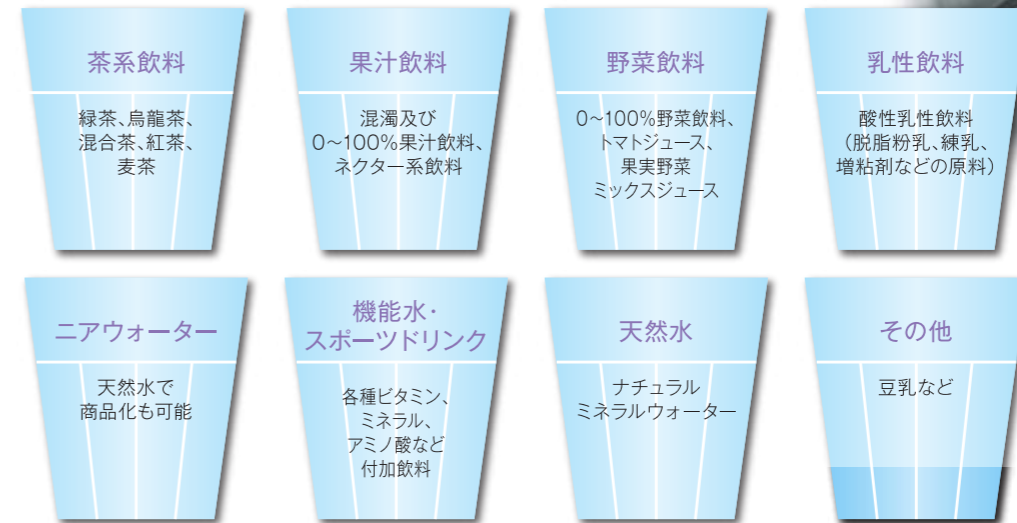
私たちが目指すもの

健やかな未来のために

商品開発Unit



企画開発商品例



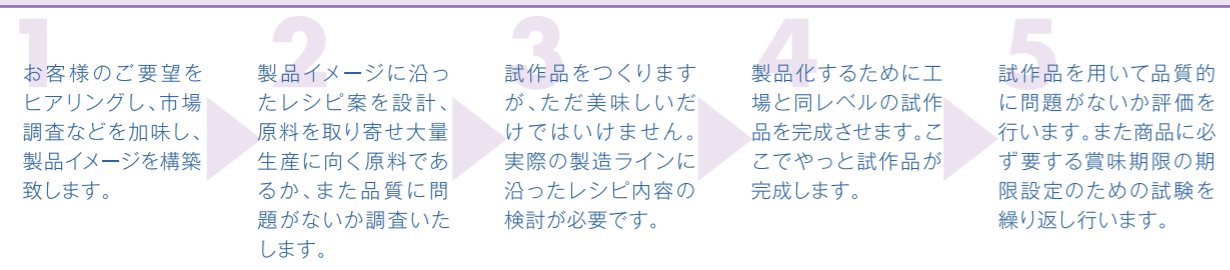
開発部基本理念

新しい技術・製品を創造することは人の暮らしを豊かにし、それは企業の発展につながり、未来を豊かにする。

お客様のご希望に沿ったプランニングを提案する
新商品企画開発セクション

美味しくて喜ばれる商品試作案を提供する
共同商品開発セクション

- お客様の立場に立ち、お客様のニーズに基づいた商品開発を進めています。
- 営業、研究開発、商品企画、製品開発、生産、品質、物流、環境全ての部門が緊密に連携した商品化を進めております。



美味しく安全な商品を生産

- ✓商品開発に必要なチェック項目
- ✓茶葉や果汁、水などの原料の安全性、適用性
 - ✓生産上の適用性、量産体制、品質管理、供給体制
 - ✓ラベル表示の商標、原材料表示、成分表示等の適正

顧客満足度 No.1 商品を目指して。

ハルナビバレッジ株式会社
 商品開発Unit 新商品企画・開発Section 神田玲子

Staff
Voice

新商品企画・開発セクションでは、ハルナグループから「オリジナル商品」を市場に発信すべく、さまざまな種類の飲料企画開発に取り組んでいます。飲料市場の調査、時事ニュースなどからどのような商品が求められているのか検討し、「お客様が喜んで手にしていただける商品」の企画開発を心がけております。また、人が健康に過ごす為に重要な「食の安全」をお客様に届けるスタート地点に位置するセクションでもありますので、商品に使用する原料の調査・分析を行い、お客様に「安心・安全」をお届け出来るように心がけております。今後もハルナグループの一員として「顧客満足度No.1商品」を発信出来るよう、日々「チャレンジ精神」をモットーに開発を進めていきたいと考えています。



皆さまを笑顔に出来る商品づくりを！

ハルナビバレッジ株式会社
 商品開発Unit 共同商品開発Section 山本広美



Staff
Voice

共同開発セクションではお客様のご要望に応じた商品を、お客様と協力して開発しております。お客様のニーズは日々変化しており、それに応じて商品開発もスピードと的確な開発力が求められます。それに伴い、ご依頼戴いた商品が一つでも多くの製品化に繋げられるよう、蓄積されたノウハウを生かし、新しい情報を吸収し勉強しながら開発業務を行っております。自社工場で製造可能な液種に限らず、未開発分野の開発も目指しております。入社後初めて製品化が実現した時は大変嬉しく思い、感動しました。この感動をお客様へも繋げ、ご満足戴けるような商品作りを目指すとともに、また商品を手にして戴いた皆さまを美味しい飲料で笑顔に出来るような商品の開発を進めて参ります。お客様とハルナグループ全社員と共に成長していきたいと思っております。



私たちが目指すもの

喜ばれるものづくりのために 製造Unit

2011年4月度からのハルナビバレッジファクトリー法人統合により製造現場では第1～第5プラントまでを1つの企業として成長、発展して行くため、グループ全体の企業活動方針である「ハルナビジョン2015」の

基本構想を核とし、「顧客満足志向の徹底」を基軸としたハルナファクトリー経営方針を日々想起し、組織としての「現場力」を高め、今期もしっかりとご評価いただける成果を上げていきたいと思っております。

2011年度ハルナビバレッジファクトリーの製造方針

■常にお客様の視点に立ち「納得していただける製品」「喜んでいただける製品」を生産してまいります。マニュアルを超えた製造を心がけ作業中の「気づき」により工程起因でのご指摘は「ゼロ件」を目指します。また、高効率の生産のために社員1人1人が定められた手順やルールに対し

- ① ルールの定められた理由は何（何故）か？
 - ② ルールが守られない場合のリスクは何か？
 - ③ そのルールは今のままで良いのか？
- などをしっかりと再認識し工程トラブルを根絶していきます。

■その他、ものづくりの現場として命題であります「コスト削減」への取り組み、そして3月度の震災を期に改めて再構築をはじめております「危機管理体制の強化」についてCreativeな発想を念頭に置き、ひらめきや改善アイデア創出について喜びと誇りを感じながら、常に前向きに考え「現場改善と災害リスクの低減」に挑戦してまいります。

Staff Voice

製品1本1本に自信と思いを込めて。

ハルナビバレッジファクトリー株式会社
製造Unit 第2Plant 代表チームリーダー 松浦邦彦

製造Unitハルナ工場では製造業務と検査業務及びPlant場内機器の清掃・メンテナンスを製造オペレーターが一貫して実施しています。自分たちの手で常に品質意識を持ち、造り上げた製品1本1本に対し、自信を持って提供できるよう取り組んでいます。また環境改善の取り組みも同時に行なっています。弊社では通常、製品の殺菌工程に多量の蒸気を使用しております。蒸気の消費を抑えるために、断熱性の保温カバーを取り付ける事で重油などのエネルギー使用量削減と夏季の暑さ対策といった両方の利点を生む取り組みを実施・展開しております。これからも消費者の皆さまに喜ばれるものづくりを心掛け、ハルナの豊かな水脈から抽出された良質な水で造られる製品を、日本各地の皆さまのお手元へ今日もお届け致します。

ハルナグループ各工場 環境のご紹介

東日本大震災により被害を受けられました皆さまに心よりお見舞いを申し上げます。被災地の一日も早い復興をお祈り申し上げます。

ハルナグループは安全で安心な飲料をご提供するという責任をもち、当社工場は豊かな自然に恵まれた群馬県に位置し、美味しい水が湧き出る場所にこだわり施設を建設しています。この度の東日本大震災による原発事故より、皆さまから放射性物質で汚染されていないかというお問い合わせが多く寄せられています。ハルナグループは、工場にある専用の地下水脈から直接採取された地下水を浄水処理して給水しています。

2011年6月現在、日本食品分析センターでの検査結果においても、全工場にて核種のセシウム及びヨウ素は検出されておられません。また工場所在地の群馬県の測定値結果でも現在のところ、測定値は「長期にわたり摂取した場合の健康影響を考慮して設定した指標値」を大きく下回っており、飲用に支障はございません。また、「乳児用調製粉乳を水道水で溶かして乳児に与えるなど、乳児による水道水の摂取を控える指標値」からも大きく下回っており、こちらも飲用に支障はありません。ハルナグループでは生産者責任として、今後も水質濃度の変動を引き続き監視し、公表してまいります。



Staff Voice

谷川の水の美味しさを、世界に発信していきたい。
ハルナビバレッジファクトリー株式会社
製造Unit 第4第5Plant
チームリーダー 吉池拓也

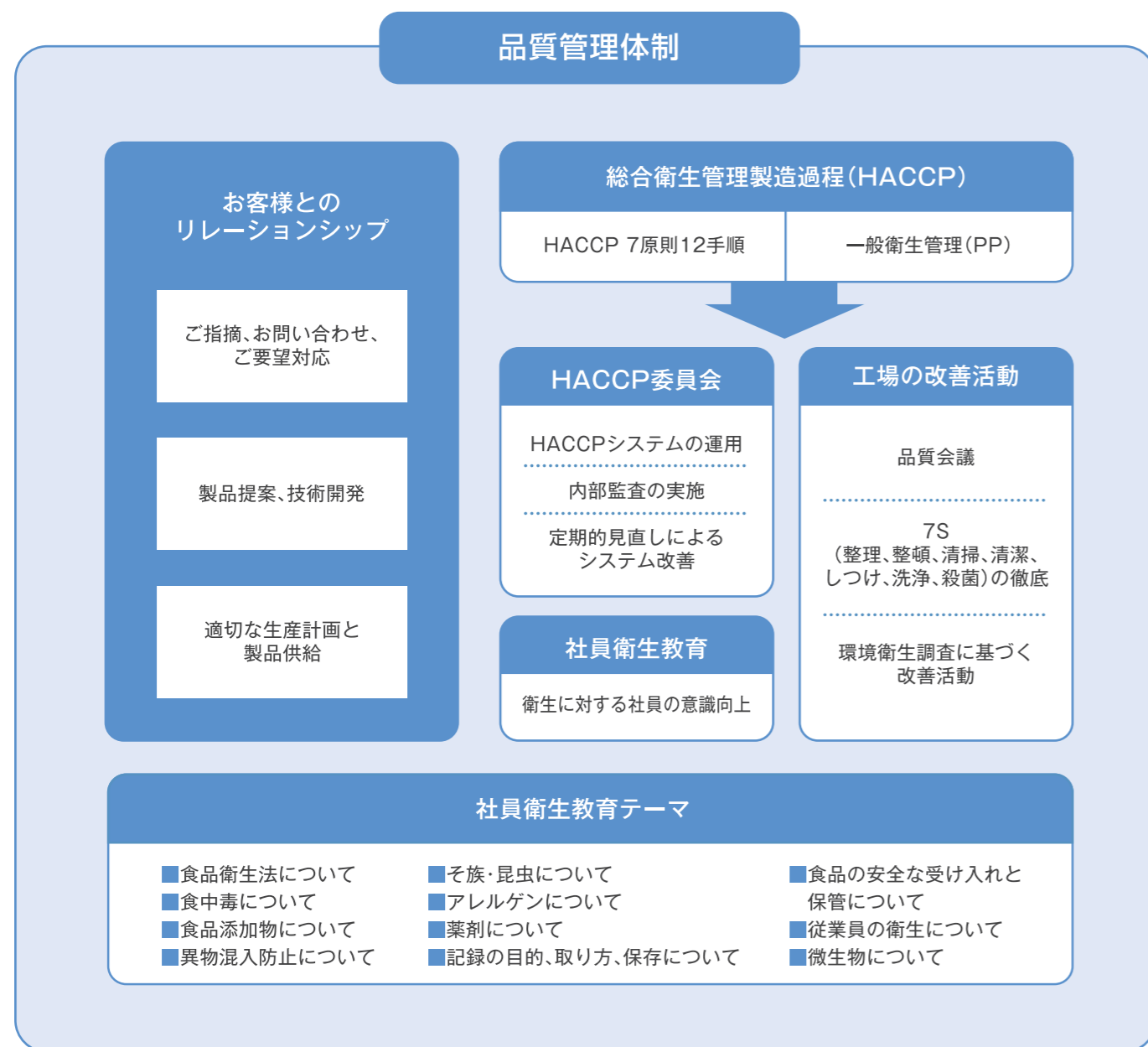
私は20歳過ぎまで神奈川県で生まれ育ち、縁あって谷川の土地に移り住んだのですが、最初に抱いた印象はとにかく何処を見渡しても山と川があるということでした。谷川連峰に囲まれた壮大な自然環境の良さに圧倒され、とにかく水資源が豊富で水が美味しいという印象を持ちました。谷川の美味しい水のヒミツを自分なりに調べてみたのですが、日本でも珍しい6層の地層の中でミネラル分を吸収しながら浸透し、長い年月を得て濾過され天然水として湧き出ているのがその理由のようです。谷川の水を愛され飲用されている皆さまに、さらに付加価値を付けご提供できるよう日々みなで試行錯誤し努力しています。今後は日本の天然水の良さを海外にも発信し、飲みやすい軟水の良さをわかっていただき、またこの良い水を飲料分野にとらわれず有効利用し役立てていきたいと思っております。



私たちが目指すもの

安全・安心な商品のために 品質管理Unit

「HACCPシステム」を品質管理の基軸として、品質管理・改善活動に取り組み、品質管理に必要な不可欠な従業員教育を計画的に実施していくことともに、お客様のご意見・ご要望を反映させ、お客様にご満足いただける「安全・安心な商品」をご提供致します。



HACCPとは 食品の製造・加工工程のあらゆる段階で発生する恐れのある微生物汚染などの危害をあらかじめ分析(Hazard Analysis)し、その結果に基づいて、製造工程のどの段階でどのような対策を講じればより安全な製品を得ることができるかという重要管理点(Critical Control Point)を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理手法。総合衛生管理製造過程は、このHACCP手法の概念を取り入れた食品の製造過程であり、平成7年、食品衛生法の改正により営業者の任意の申請による厚生労働大臣の承認制度として創設(当社2006年9月承認)

主な品質管理業務内容

「安全・安心な製品」をお客様にご提供するために、品質管理Unitは様々な業務を日々行っています。



Staff Voice

お客様の目線から、安全・安心を追求する。 ハルナビパレツジファクトリー株式会社 品質管理Unit 品質Section シニアリーダー 中村洋一

品質管理Unitでは、総合衛生管理製造過程(HACCP)の管理、理化学分析・官能、微生物検査、ご指摘・お問い合わせへの対応、環境衛生調査などを行っており、お客様に安心して安全という満足をお届けするために日々の業務にあたっています。私たちは、総合衛生管理製造過程を主軸とした品質の維持向上を目指し、より高い技術や知識の習得を念頭に、検査・分析の精度向上、迅速化を目指しています。また、工場の衛生・環境を高めるために環境調査を定期的に行い、工場の衛生環境の継続的な改善にも取り組んでいます。私たちが生産する商品を手にしてくださるお客様が、満足出来るような製品品質をご提供するため、顧客目線での評価を基本とし、今後も徹底した品質管理に取り組んでまいります。



私たちが目指すもの

働きやすい環境のために ————— 人事Section

「動く」から「働く」へ

業務に慣れが生じると“当たり前”のことに気づかなくなってしまうことが多く、また緊張感が薄れてしまうのと同時に、ただ目の前の仕事をこなすために、単純に一生懸命「動いている」にすぎなくなってしまうことがあります。「動く」にニンベンが入ると「働く」となり、はじめて人が行う行為となります。つまり主体性をもって自分の意思で仕事を行うことです。

「働く」行為には常に「問題意識」が働き、今、何を行わなくてはいけないのかを考える意識となり、気の利いた仕事が出来ようになります。一生懸命やっても、主体性がなく、人間としての意思、意欲、判断がない行動は単に動いているにすぎません。今後は全ての人が「働く」組織づくりを目指します。

スポンジK3人間

2009年12月に生まれたスポンジ人間。はじめから拒まず、なんでも積極的に吸収し、挑戦しつづける人材を目指すために生まれました。

- S スピーディーに
- U 後ろ(過去)にとらわれず
- P ポジティブに
- O 思いやりを忘れず
- N 逃げず
- Z 全力を常に出し切る気持ちで
- I 言い訳せず

さらに、「気づき」「気配り」「気遣い」の3Kをプラス!
今までの業務の中から、どうも何かが足りないと感じていましたが、工場火災を受け「気づく」ことの大切さを思いしらされました。いくらルールがしっかりしていたとしても、ただ単純に行っているだけでは意味がありません。その本人が異変に気づかなければリスクを未然に防ぐことはできないのです。そう考えると、「お前は気が利かないな」と言うような、個人的な問題だからと甘く見ることは決して出来ないとします。そこで、スポンジ人間に「気づき」「気配り」「気遣い」のK3が加わりました。



Staff Voice

社員一人一人が、ゆとりと豊かさを持てる環境へ。 ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社 人事情報企画Section 岡本貴之

大学を卒業後、ハルナグループへ入社しました。入社してから今日まで、厳しい事も多くありましたが、私は常に「優しい人たち」に囲まれておりました。現在人事情報企画に配属され、少しでも恩返しができるように、業務をしております。今後は顧客志向を考えるとともに、社員の志向とは何かを聞いていきたいと考えます。私が考える職場環境づくりで最も重要な事は、社員の安全と健康・活力(元気)だと考えております。社員が健康であれば会社も健康でいられる。社員に活力(元気)があれば、会社も繁栄できるのではないのでしょうか。社員一人一人にゆとりと豊かさを持っていただく事が重要であると考えます。そのためには、社員の家族まで豊かさ持たせていただけるように福利厚生をはじめ、社員の家族を巻き込む程の活動が必要になってくると考えております。

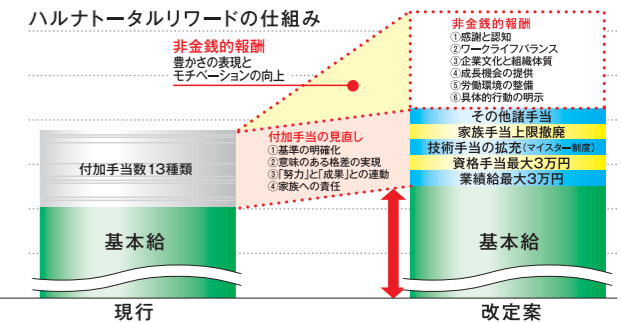
「努力と成果に報いるハルナトータル・リワード」の構築に向けて

昨今の厳しい企業間競争のもとでは、モノによる差別化ではなく、「人が生み出す独自の付加価値」による差別化が必要となってくる時代となりました。そのためには社員一人ひとりの能力を伸ばし、人と組織を活性化させていく必要があります。人と組織を活性化させるには、社員一人ひとりの仕事の成果と努力に対し、公

正に報いる制度の導入が必要不可欠となってきます。今回、報酬制度の見直しにあたり、「人は何のために働くのか」をテーマに、「公正」「意味のある格差」「豊か」をキーワードに、「金銭的報酬」と「非金銭的報酬」を組み合わせた総合的な報酬制度の構築を行っていきたいと考えております。

■構築要旨

今回の「報酬制度イノベーション」は、従来の「金銭的報酬」のイノベーションに加え、「人は何のために働くのか」と言うことを問い、「仕事」と「労働環境」における「非金銭的報酬」とトータルに捉え、全体最適を目指した制度の構築を目指します。



1) 金銭的報酬

給与水準が高ければ高いほどやる気を起こすかというところでもなく、給与が大幅にアップしたときは、「こんなに上げてもらったから一生懸命やらなければ」という気持ちになりますが、いずれはその給与に慣れてしまい、いくら上げても十分ということはありません。社員のやる気を引き出し「意味のある格差」をつけるためには、給与の決定水準を明確にし、「仕事の結果」「仕事のやり方」「能力」を基準に、社員に対しては「能力向上」を中心に考え、管理職レベルに対しては、より「成果」を中心とした給与にします。給与に意味のある格差をつけることによって、社員の能力と意欲を向上させる目的もあります。また、基準給(基本給ベース)の底上げや家族手当の拡充など「個人の豊かさ」も併せて追求します。

2) 非金銭的報酬

下記の非金銭的報酬の6要素についての検討を行い、モチベーションの向上と組織が活性化する仕組み創りを目指します。

A(Acknowledgement):感謝と認知

「会社が好きだ。好きだからもっとよい会社になりたい」という社員が会社を大切に思う気持ちと、「社員はもっとよい会社になることを望んでいる。その希望が実現できればもっとよい会社になるし、社員も働きやすくなる」と会社が社員を大切に思う気持ちが交流し、双方向的に働かすことのできる仕組み創りを目指します。

- 本人誕生日にスモールプレゼント(休暇・花束・食事券・図書カードなど)
- 奥様の誕生日にスモールプレゼント
- 福利厚生の充実(軽食自販機の設置・ATMの設置など)

B(Balance of work and life):ワークライフバランス(仕事と私生活の両立)

社員の私生活を尊重することが企業の業績向上に繋がると考えております。そのためには、従来良いと思っていた業務の見直しを図り、多くの無駄を省き、改善レベルの問題ではなく、今まで考えてもみなかった仕事の手順や過程、方法を創造的に創り出していくことが必要となります。これによって、生産性を向上させ、同時に私生活にもゆとりのある時間を持てるようになり、企業と社員双方の望む目標が達成できる仕組み創りを目指します。

C(Culture):企業文化と組織の体質

経営理念・ビジョン・企業行動憲章・企業行動規範とハルナグループ組織人としての、目的・考え方を共有・明文化することにより、企業文化を浸透させ全役員・社員が同じベクトルで丸となる仕組み創りを目指します。

- 企業行動憲章及び企業行動規範の制定
- 経営理念・企業行動憲章などをリーフレットにして、常に携帯させ浸透させる
- 定期的(四半期ごと、全体会議など)に役員と社員のコミュニケーションの場を設定

D(Development[Career/Professional]):成長機会の提供

ビジネススクール・資格支援制度・マイスター制度を充実させ、社員の成長を図ってまいります。また、各個人ごとにキャリアプランを構築し、成長の機会を公平に与えることのできる仕組み創りを目指します。

- ハルナHCM[Human Capital Management]の構築
- 各マイスター基準の構築

E(Environment[Work place]):労働環境の整備

各ファクトリーと安全衛生委員会との連携、個人健康診断結果、各個人の意見などを勘案し、効率的で働きやすく職場環境への改善を目指します。

F(Frame):具体的行動の明示

企業行動規範は全役員・社員の共通のフレームですが、部署ごとで仕事の進め方などのフレームを構築し、仕事における行動の明確化を目指します。



ハルナグループ CSR 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

お客様へ満足いただけるよう私たちは進化し続けます

ハルナグループ コーポレートガバナンス基本方針

ハルナグループは、すべてのステークホルダーの皆さまから、「価値ある企業」として支持され続けることが、コーポレートブランド「ハルナグループ」の価値向上につながるとの認識のもと、コーポレートガバナンスの強化及び経営の透明性の向上に、積極的に取り組んでおります。グループ全体として、グループ政策委員会、グループ監査委員会及びグループアドバイザー委員会、また

本年度よりハルナリスクインテリジェンス委員会を設置し、グループ全体のガバナンスの強化と相乗効果の創出を図ってまいります。また、執行体制として、監督機関である取締役会と執行機関である執行会を設置し、監督と執行の分離を図り、業務執行の迅速性と経営判断の慎重性の両立を図ってまいります。

コンプライアンスへの取り組み

ハルナリスクインテリジェンスの構築と委員会の設置について

企業は常にリスクにさらされており、様々なリスクについて未然に防止し、発生してしまった時においても損失を最小限に抑えられる体制づくりが必要となってきます。ただし、様々な無数・無限にあるリスクを全てコントロールしようとするれば、成長性を失う可能性が高くなってしまいます。そこで、中長期的に見て自らの存続・発展にとって大きな阻害要因となるいくつかのリスクを見つけ出し、その

リスクについて経済的かつ合理的な対策を講じていくことが必要となってきます。これからリスクマネジメントを全社的に取り組むのであれば、グループ全体のリスクをトータルに捉え、損失だけを考える受身の体制から、将来を見据えた能動的なトータル管理が行える体制づくりを目指していきたくと考えています。

リスクインテリジェンスについて

リスクマネジメントでは、会社の破綻を防ぐ危機管理的な要素が強調されていましたが、リスクインテリジェンスではリスクを単なる脅威としてではなく、同時に成長と収益拡大をもたらすものとして、従来よりも広い視野でとらえ直し、目的を「企業の目標達成」とすることで、前向きなリスク管理を目指します。また、リスクインテリジェンスでは中長期経営目標を達成する(目的)のために、その障害となる可能性のあるリスクや「収益機会の減少」も管理していきます。これは、現有資産の保護と将来の成長目標の強化の両方を対応するこ

収益を生むリスクと生まないリスク

リスクインテリジェンスは、市場機会を予測しそれに対応していく能力を、深刻な業務の混乱という潜在的可能性に対する備えと同じくらい重要なものと考え、「既存価値の保護」を行い、損失を防ぐリスクマネジメント活動(バリュー・プロテクション)のみならず、「収益機会の確保」のためのリスクマネジメント活動(バリュー・クリエーション)があって初めて企業の目標達成が盤石なものになります。

収益を生むリスク = 収益機会の確保と創出(バリュークリエーション)

収益を生まないリスク = リスクヘッジと損失回避(バリュープロテクション)

ハルナリスクインテリジェンス

ハルナリスクインテリジェンスとは市場・顧客の変化と機会を予測し、収益の確保と創出を図ると共に、潜在的な広範囲にわたるリスクを適切にマネジメントすることで、発生しうる損失を回避させ、ハルナ経営ビジョンの目標を確実に達成させることを言います。

目的 ハルナ経営ビジョンの目標達成と損失の回避

マネジメント範囲 現在と将来の収益機会の確保と創出及び損失リスクの回避

ハルナリスクインテリジェンス(HRI)体制

グループ各社がそれぞれ自分たちのリスクを把握するとともに、相互に連携を図りながら潜在リスクの発生予防と顕在化したリスクへの対応、そしてグループビジョンの実現に向け委員会を設置し取り組みを行ってまいります。



とになります。マイナス面の低減を望むだけでなく、プラス面の成果も盛り込み、リスクをマイナス方向の脆弱性としてではなく、プラス方向の積極的な備えとしてとらえていきます。

	リスクインテリジェンス	今までのリスクマネジメント
主な目的	企業の目標達成	企業の破綻や損失の回避
管理範囲	損失と収益機会減少 (現在及び将来のリスクと機会)	損失 (現在すでにあるリスク)
体制	能動的・継続的	受身

リスクの抽出

ハルナビジョン2015をより確実に実行していくため、今後考えられるリスクを全て織り込んだリスクマップの構築を行いたいと考えております。リスクマップの基本的構成は以下のとおりです。

1) バリュー・クリエーション項目

① 戦略と計画に関するリスク

1. 企業の責任と持続可能性 2. 外的要因 3. 経営戦略・計画

② 業務運営と経営インフラに関するリスク

1. 会社資産 2. 財務と会計 3. 人事・教育 4. 情報システム
5. 法務 6. 開発 7. 販売・マーケティング 8. 生産・環境・品質
9. コミュニケーション 10. サプライチェーン

2) バリュー・プロテクション項目

① 災害・事故

1. 自然災害 2. 事故 3. IT

③ コンプライアンス

1. コンプライアンス

② ガバナンス

1. コーポレートガバナンス・倫理観

④ 開示と報告

1. 開示と報告

社会貢献

東日本大震災復興支援に向けた取り組みについて

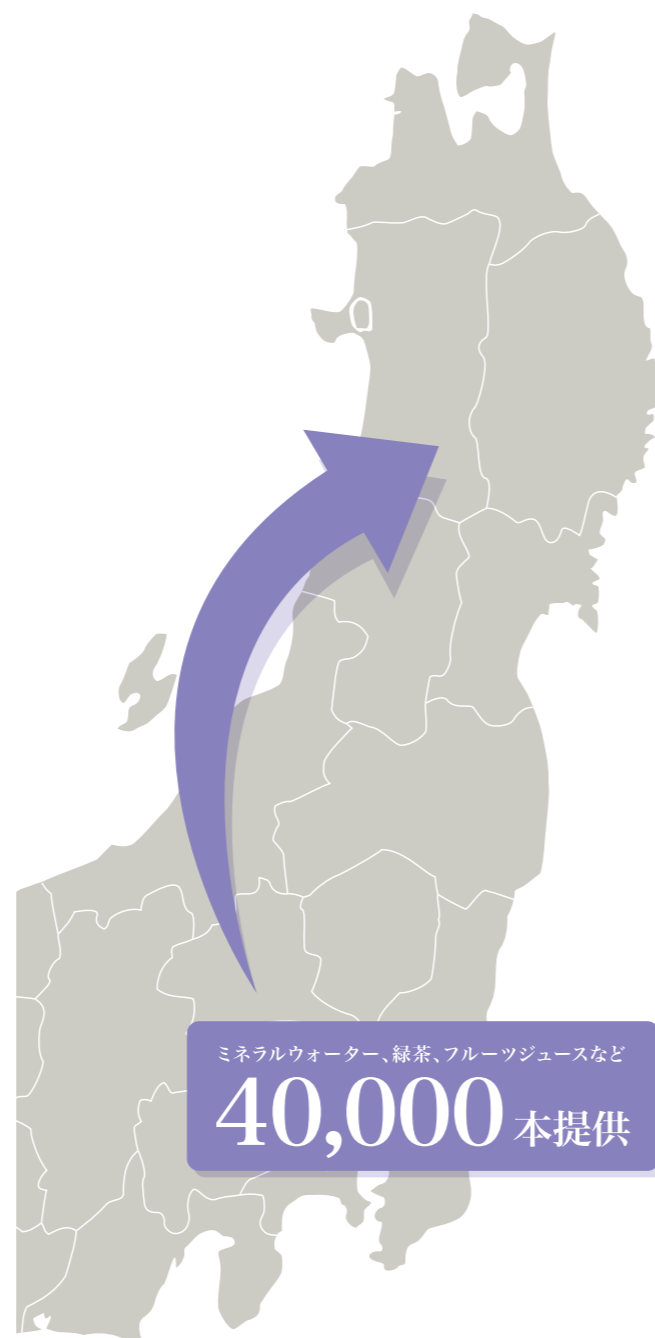
2011年3月11日に発生した東日本大震災により、亡くなられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに、被災された皆さま、そのご家族の方々に対しまして、心よりお見舞い申し上げます。一日も早い復旧復興をお祈り申し上げます。

ハルナグループでは、東日本大震災の被災地の復興支援活動に微力ながらもお役立てていただきたいという思いから、まずミネラルウォーター・緑茶・フルーツジュースなど、飲料の提供と義援金を寄付させていただきました。

しかし、今回の震災被害は過去に例を見ない甚大なものであり、被災地の復興・再生についても長期化が予想されています。これからもハルナグループとして出来る支援について新たな復興支援も検討し、引き続き全力を尽くしていきます。



上毛新聞社 代表取締役社長 高橋康三様を通じて義援金を寄附させて頂きました。



群馬県内の各避難所へも物資をご提供。

ハルナグループでは、当社工場のある群馬県内へ避難された3,000名の方々へ一刻も早く支援物資をお届けしたいという思いから、下記の避難所へ直接伺い、

飲料と、ハルナグループの家族のボランティアから寄せられた衣料品やランドセルなどの支援物資をお届け致しました。

群馬県内23カ所の避難所へ
支援物資を提供

- ① みなかみ町総務課役場
- ② 前橋市いきいき生活課グリーンドーム前橋
- ③ 榛東村建設課本庁舎
- ④ 東吾妻町建設課町民体育館
- ⑤ 太田市商業観光課市役所
- ⑥ 館林市農業振興課市役所農業振興課
- ⑦ 明和町環境水道課社会体育館
- ⑧ 千代田町総務課役場
- ⑨ みどり市社会福祉課笠懸庁舎
- ⑩ 桐生市社会係総合福祉センター
- ⑪ 安中市福祉課市役所
- ⑫ 沼田市社会福祉係ふれあい福祉センター
- ⑬ 藤岡市企画課市役所防災センター
- ⑭ 邑楽町福祉課福祉センター寿荘
- ⑮ 中之条町総務課役場
- ⑯ 高山村総務課役場
- ⑰ 和村総務課温泉センター昭和の湯
- ⑱ 伊勢崎市社会福祉課市役所
- ⑲ 高崎市工業振興課高崎市計量検査所
- ⑳ 大泉町安全安心課大泉町保健福祉総合センター
- ㉑ 草津町総務課役場
- ㉒ 片品村保険福祉課文化センター
- ㉓ 川場村総務課役場
- その他市町村



ハルナグループは復興に向けて、これから先も私たちにできることは何かを考え、微力ながらも災害復興の支援となる活動を引き続き行ってまいります。まずは、「元気」や「健康」の源となる、安心で安全な飲料をつくり皆さまへお届け

けることで貢献していきたいと考えております。被災地の皆さまに、謹んでお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復興を社員一同、心よりお祈り申し上げます。

ハルナグループの地域社会貢献活動

エコキャップ推進活動

～Ecocap Movement～ペットボトルのキャップを回収して再資源化することで得られた売却益の一部を、開発途上国の子供たちへのポリオワクチン代として寄付する運動です。ハルナグループでは2009年5月より、一人の女子社員の『地球と世界の子供たちを救おう』という声から活動を始めました。



実績 2010年度の目標30,000個をクリアし、合計80,000個に達しました!

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
個数	5,156	21,930	5,841	11,193	7,339	6,041	7,887	5,388	3,712	2,577	1,870	3,705	82,639
ポリオワクチン 換算	6.4人分	27.4人分	7.3人分	13.9人分	9.1人分	7.5人分	9.8人分	6.7人分	4.6人分	3.2人分	2.3人分	4.6人分	103.2人分

ポリオワクチンにして103人の子供の命が救われました。(エコキャップ800個で1人の子供の命が救えます)

集められたキャップは、NPO法人エコキャップ推進協会へお渡し致しました。(61,000個) 10月29日受け渡し完了時点。

献血活動

2011年1月、日本赤十字社の推計結果より「少子高齢化で16年後には約100万人の血液が足りなくなる」と発表されました。がんや手術などで輸血が必要な50歳以上の高齢者が増えるにもかかわらず、献血できる若者の数が減る。厚生労働省は、献血者が減り続けている10代の若者の協力呼びかけを強化している現代です。当社では、定期的に献血活動を実施し「ささえあう心」を大切にしています。



	HF (第1～第3プラント)			HF (第4～第5プラント)			合計
	7月14日	12月2日	小計	5月31日	11月25日	小計	
協力者	33人	53人	86人	27人	31人	58人	145人
実施者	29人	45人	74人	22人	21人	43人	117人

今後も継続して活動し皆さまのお役に立てればと考えています。



ピンクリボン活動

乳がん治療と予防研究機関であるNational Breast Cancer Foundationへの継続的な寄付を通じて、Estee LauderやFordといったグローバル企業と同等のPlatinum Partnersとしてピンクリボン活動を通じて、乳がんの防止、予防研究に貢献しています。こうした活動を支援するため、日本総代理店である当社もNPO法人「乳房健康研究会」にピンクリボンパートナーとして、プレストケア募金を通じてピンクリボン活動を応援しています。



ちびっこ大学への支援

ハルナグループの拠点となる群馬県にある国立大学法人群馬大学では、子供たちが体験学習を通じ科学を楽しく学ぶ教室「群馬ちびっこ大学」を開催しています。今年は教室に使用するペットボトルを当社より提供させていただきました。ハルナグループも将来を担う子供たちの健やかな成長を応援していきます。



地域への公園提供

ハルナグループは、地域の方々へ喜んでいただけるように、そして子供たちの健全な育成を願い、2005年に「ハルナコミュニティガーデン」を設置しました。地元の方々の交流の場となる「人に優しい美しい公園」「環境に配慮した公園」「防犯防災に配慮した安全な公園」として、地元の方々が、屋外で気持ちよく遊ぶためのお手伝いできればと考えています。



河川清掃活動

ハルナグループでは、ハルナ工場付近の唐沢川の清掃活動に参加しており、早くも11年が経ちました。社員一人一人が、地域貢献の精神を持ち、自然や環境に対して感謝の意を込めながら積極的にボランティア活動を行っています。

工場周辺地域の河川掃除の実施



ハルナビジネススクール

ハルナグループでは、創業時より、企業価値を生み出す人材の育成にこだわり、ずっと力を注いでまいりました。そして、体系的知識の習得と自分の専門分野以外への見識の向上を目的として、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、客員教授による特別講義、社内講師による通常講義、合宿制のウィンタースクールなど、さまざまな形を通じて、「企業価値を創造する人材育成」を推進しております。

2005年4月から2010年12月までに111講座を開催し、受講人数は2,551名、外部の講師は20名を超えました。そこで過去5年間の講義内容をご紹介します。

講師名	講座名	講座内容分類	実施年
ハルナグループ 最高経営責任者 青木清志	新しい時代への製造業構想	経営論	H.17年
	グループ経営とアライアンス戦略	経営論	H.19年
	強い企業の実現に向けて+aが成功の基	経営論	H.19年
	ハルナグループの将来構想(2) 経営者の時代	経営論	H.19年
	グループ経営のための戦略①	経営論	H.20年
	グループ経営のための戦略②	経営論	H.20年
	グループ経営のための戦略③	経営論	H.20年
	地球環境の課題と対策(時代認識)	政治・経済・情勢	H.21年
	貨幣を超えるもの	経営論	H.22年

講師名	講座名	講座内容分類	実施年
群馬大学 名誉教授 国士舘大学 経営学部教授 田村泰彦様	ネットワーク組織論(1)(場面情報とその連結)	経営論	H.17年
	ネットワーク組織論(2)(変容する社会と企業)	経営論	H.17年
	ネットワーク組織論(総括論)	経営論	H.17年
	ナレッジマネジメント入門I(知識創造企業を目指す経営学)	経営論	H.18年
	ナレッジマネジメント入門II(知識創造企業を目指す経営学)	経営論	H.18年
	日常業務における「場」のセッティングと知識伝承について	経営論	H.19年
	経営情報システム①	経営論	H.20年
	経営情報システム②	経営論	H.20年
三菱商事㈱ 元産業機械本部長 佐野昭八郎様	経験からのメッセージ 製造業の重要性(1)	工場経営/技術	H.17年
	経験からのメッセージ 製造業の重要性(2)	工場経営/技術	H.17年
	経験からのメッセージ 製造業の重要性(3)	工場経営/技術	H.17年
	米国飲料業界に学ぶ(1年間留学経験総括)	工場経営/技術	H.18年
	米国飲料業界に学ぶ①	工場経営/技術	H.20年
	米国飲料業界に学ぶ②	工場経営/技術	H.20年
東京理科大学 大学院 イノベーション 研究科教授 松島茂様	競争力の源泉(1)事業システムの構造力	経営論	H.17年
	競争力の源泉(2)なぜトヨタはフォードに勝ったのか	工場経営/技術	H.17年
	競争力の源泉(3)経営資源	経営論	H.17年
	競争力の源泉(4)企業の成長とアントレプレナーシップ	工場経営/技術	H.17年
	課題の事例研究I(ハルナグループのケーススタディー)	経営論	H.18年
	課題の事例研究II(ハルナグループのケーススタディー)	経営論	H.18年
	企業家のビジョン 浅沼技研、昭芝製作所のケース	工場経営/技術	H.19年
	組織の中のアントレプレナーシップ	工場経営/技術	H.19年
	ケーススタディー・企業経営	工場経営/技術	H.19年
	キリンビールラガーの生ビール化	工場経営/技術	H.20年
	トヨタに見る販売・製品・生産の相互発展のダイナミズム	工場経営/技術	H.21年
高崎健康福祉大学 健康福祉学部教授 江口文陽様	産官学提携の重要性とその実践	健康学	H.17年
	きのこに学ぶ 変化する社会への対応	政治・経済・情勢	H.17年
	産学連携のケーススタディー	健康学	H.18年
サッポロ飲料㈱ 元代表取締役社長 森田茂様	市場環境変化とマーケティング	マーケティング/営業	H.17年
	企業発展に向け求められること	マーケティング/営業	H.18年
	これからの会社はどうあるべきか	工場経営/技術	H.19年
	飲料・食品業界に於ける市場変化と消費動向	マーケティング/営業	H.20年
	飲料・食品業界に於けるこれから求められる商品とものづくりの視点	工場経営/技術	H.20年
	ハルナグループの集団発展に向けて「顧客視点の研究開発とマーケティング」	マーケティング/営業	H.20年
	業態の変遷と今なぜPB商品か	マーケティング/営業	H.21年
	儲かる商品はどこで開発するかー商品開発の基礎知識	マーケティング/営業	H.21年
	流通業のマーチャンダイジングと飲料業界	マーケティング/営業	H.21年

講師名	講座名	講座内容分類	実施年
群馬大学 宇都宮大学教授 須賀嵩様	物創り技術の伝統をどう 環境にやさしいエネルギー	工場経営/技術	H.17年
	技術者が修得すべき技術開発経営	工場経営/技術	H.18年
	企業とグローバル化	工場経営/技術	H.18年
	イノベーション経営改革を ものづくり今・未来	経営論	H.19年
	プロジェクト活動でイノベーションを	経営論	H.19年
	技術経営	工場経営/技術	H.19年
	技術開発と技術経営	工場経営/技術	H.20年
	コストダウン(コスト開発力)	工場経営/技術	H.20年
	技術経営について	工場経営/技術	H.20年
	創業者の精神の継承とは ブレークスルーの強い気持ちを持ってたゆまぬ努力を	経営論	H.21年
	企業のリスクマネジメントと安全文化・安全風土	工場経営/技術	H.17年
	作業者の作業意欲と動機付け	工場経営/技術	H.18年
	参加型人間工学と改善	工場経営/技術	H.18年
毎日新聞 東京本社編集委員 岸井雄作様	町工場を取材してー物創りの現場で見た課題 中小企業の生き道、活動への期待(大企業との役割分担)	工場経営/技術	H.17年
	報道現場から見た「食の安全について」	情報/IT	H.21年
群馬県産業支援 機構 専務理事 長谷川泰彦様	群馬県の産業構造の特徴と課題~これまでとこれから~ 経営の創造性を高める~元気企業に学ぶ経営革新の着眼点~ ケーススタディー~自社の強み・弱み分析からの経営革新の方向付け~	政治・経済・情勢	H.17年
人材形成研究所 水上久忠様	管理者の人材形成 人材形成戦略	人づくり	H.17年
	野菜と健康	健康学	H.17年
カゴメ㈱ 部長 横田哲也様 課長 末田隆司様	創業者から学んだもの	その他	H.17年
丸紅マシナリー 元代表取締役社長 森田茂様	自己意識改革と自己実践 会社を活性化させるためには何が必要か	人づくり	H.18年
経済ジャーナリスト 財部誠一様	ハルナグループ代表CEO青木との会談~経営論~ 勝者の思考ー良い仕事をして良い人生を送るために グループ経営のための戦略	経営論	H.18年
	Think Global	政治・経済・情勢	H.19年
	Think Global	経営論	H.20年
	Think Global	経営論	H.21年
カゴメ㈱ ユニットディレクター 杉山喜久雄様	植物性乳酸菌ラブレについて	工場経営/技術	H.19年

講師名	講座名	講座内容分類	実施年
ヨークマート㈱ 元代表取締役社長 杉伸一郎様	小売業から見たお客様 小売業の実態と改善	マーケティング/営業	H.19年
	企業の成功例・失敗例I	マーケティング/営業	H.19年
	企業の成功例・失敗例II	工場経営/技術	H.20年
群馬県議会議員 後藤新様	人づくり・組織づくり 組織の運営	人づくり	H.19年
	人づくり組織づくり	人づくり	H.19年
大妻女子大学 キャリア教育 センター教授 寺石雅英様	企業価値評価 投資経済分析 資本市場の論理を知る 利益構造のデザイン手法	財務経理	H.20年
	先読みのセンスを磨く	財務経理	H.20年
	メディアとこれからの経営者	情報/IT	H.21年
	危機管理 動かないシステムと向き合う	情報/IT	H.21年
	緊急報道について	情報/IT	H.21年
㈱NHKコンピューター サービス 元代表取締役社長 三浦眞吾様	ネットビジネスの現状と今後 ~お客様に満足を得るために~	情報/IT	H.20年
㈱ネットパートナーズ 本部長 丹治保樹様	財務分析①	財務経理	H.20年
小出公認会計士 税理士事務所 代表 小出信介様	財務分析② ハルナグループ中期財務 基本方針の解説	財務経理	H.20年
野村証券㈱ 元代表取締役専務 津田晃様	企業の成長と存続 ベンチャービジネスと共に歩んで 2010年の経済・株式の展望 たかが営業されど営業I	マーケティング/営業	H.21年
	たかが営業されど営業II	マーケティング/営業	H.22年
群馬大学 社会情報学部 准教授 杉山学様	生産計画と利益の最大化(1)モデル化と解法 生産計画と利益の最大化(2)最善案の検討 新しい時代に生きる人材としての必要条件 ~イノベーションのための発想法~ 顧客満足度業界ナンバー1になるために ~人材育成のための人事評価の事例紹介~	経営論	H.21年
	生産計画と利益の最大化(1)モデル化と解法	経営論	H.21年
	生産計画と利益の最大化(2)最善案の検討	経営論	H.21年
	新しい時代に生きる人材としての必要条件 ~イノベーションのための発想法~	人づくり	H.22年
	顧客満足度業界ナンバー1になるために ~人材育成のための人事評価の事例紹介~	人づくり	H.22年
群馬工業高等専門学校 機械工学科 教授 下田祐紀夫様	企業の競争力を高める	工場経営/技術	H.22年
ジャーナリスト 経済評論家 野口恒様	ものづくり経済学(日本のものづくりの神髄)I ものづくり経済学(日本のものづくりの神髄)II 現場発のものづくり経営 ~ものづくりのクリエイティブマネジメント革命~	工場経営/技術	H.22年
	現場発のものづくり経営 ~ものづくりのクリエイティブマネジメント革命~	工場経営/技術	H.22年
上武大学学長 群馬大学元学長 鈴木守様	水媒介性伝染病ー熱帯医学と国際協力	医学	H.22年
ハルナビ・バレージ㈱ 代表取締役社長 青木麻生	マーケティング戦略について	マーケティング/営業	H.21年

(会社、学校及び役職は講師の最新講義当時のものです)

ハルナビジネススクール2011年度のカリキュラム

コース ()は略称	エグゼクティブコース Executive Course (EC)	営業・マーケティングコース Marketing・R&D Management Course (M・R&D)	経営実務コース Administration Management Course (AC)
受講対象者	社長・取締役・執行役・ユニットオフィサー	営業ユニット・商品開発ユニット	ハルナインテリジェンスネットワーク㈱及び事務担当者幹部、社員その他の希望者
受講場所	東京・高崎	東京	高崎
受講時間	開催頻度:月1回 時間:90分	開催頻度:月1回 時間:90分	開催頻度:月1回 時間:90分

コース ()は略称	技術経営コース Technical,Quality Control Management Course(TM・QC)	製造技術者養成コース Technician Training Course(TT)
受講対象者	ユニットオフィサー・アシスタントオフィサー・マネージャー・ゼネラルマネージャー・プラントマネージャー・マネージャー以下及びその他の希望者	ユニットオフィサー・ゼネラルマネージャー・プラントマネージャー・マネージャー・テクニカルインストラクター・チームリーダー及びその他の希望者
受講場所	足門・谷川	足門・谷川
受講時間	開催頻度:月1回 時間:90分 HBF:第2月曜日 TBF:第2火曜日	開催頻度:月1回 時間:90分

コース ()は略称	ミドルマネジメントコース Middle Management Course(MM)	プライマリーコース Primary Course(PC)
受講対象者	チームリーダー・シニアリーダー及びその他の希望者	チームリーダー・シニアリーダー・リーダー・社員及びその他の希望者
受講場所	足門・谷川	足門・谷川
受講時間	開催頻度:半年1回(1テーマ、年3回発表会)	開催頻度:月1回 時間:60分以内(月に3回講義)

新コースのご案内 ~製造技術者養成コース~

技術者として、リーダーとしての視点から、執行会議記録や社員の経験を通して、仕事の本質を技術者目線から考え、本来の使命や動機、意義を明確にし、将来に向けた技術、経験を通じた人間論を実践につながるテーマで学びます。講師は、ハルナビ・バレージファクトリー株式会社 代表取締役社長中澤幹彦が担当します。

2011年度年間カリキュラム予定	
4月:2010年総括と2011年ファクトリー統合をむかえて	10月:人間性向上と成果(リーダーとしての人間性とは)
5月:ビジネススクール(学習)の意義と意味について	11月:組織規模・組織の人材養成
6月:仕事の理由(動機・存在意義【仕事を通して考える】)	12月:社会貢献の重要性
7月:技術者・リーダーとしての使命感と達成感、必要な要素	1月:顧客満足度NO.1を達成するには①【感動と情熱】
8月:決断力と意志の力【トラブル対応時の重要性】	2月:顧客満足度NO.1を達成するには②【自社中心からお客様目線へ】
9月:技術者の基礎力の重要性	3月:2011年総括(ビジネススクールの勉強内容を通じた実務総括)

社会環境

エネルギーの今後の展開について

ハルナグループでは環境保全政策も重点取り組みのひとつとして、社会環境Unitを設置し、生産における省資源化から、CO₂排出量削減、工場の省エネルギー化、化学物質管理、工場の順法管理、オフィスの省エネルギー政策、

ロジスティクスCO₂削減、リサイクル活動、環境会計の政策などを積極的に行ってまいりました。今後はさらに進化した「人と地球にやさしい技術開発」にチャレンジしていきます。

地球環境問題

地球温暖化

オゾン層の破壊

酸性雨

海洋汚染

発展途上国の公害

熱帯林の減少

野生生物の減少

砂漠化

有害廃棄物の越境移動

エネルギーについての基本的な考え

ハルナグループが取り組むことが出来る、上記地球環境問題対策と、環境経営によるグループの企業価値の継続的向上を行う。

- 化石燃料をはじめとする再生不可能なエネルギーから再生可能エネルギー利用への転換
- エネルギー使用時の環境負荷のないまたは環境負荷の少ないエネルギーへの転換
- 省エネルギー対策の継続的実施によるエネルギー使用量の削減
- 環境対策と経済効果の両立(低コスト化)
- 環境会計の進化
- より効果的で効率的な環境経営実施のための環境マネジメントシステムの構築(社員教育、廃棄物対策、省エネ対策など)



今後の検討、取組み内容

環境負荷の少ないエネルギー利用、省エネ対策

天然ガス利用、燃料電池、ヒートポンプ、コージェネレーションシステム

再生可能エネルギーの積極的導入

太陽光発電、風力発電、バイオマスエネルギー

環境マネジメントシステムの構築・運用

環境にも安心の天然ガスを導入しています。



ステークホルダーの皆さまの幸せのために

ハルナグループは飲料業界で唯一無二の独創性ある飲料プロデューサーとして、

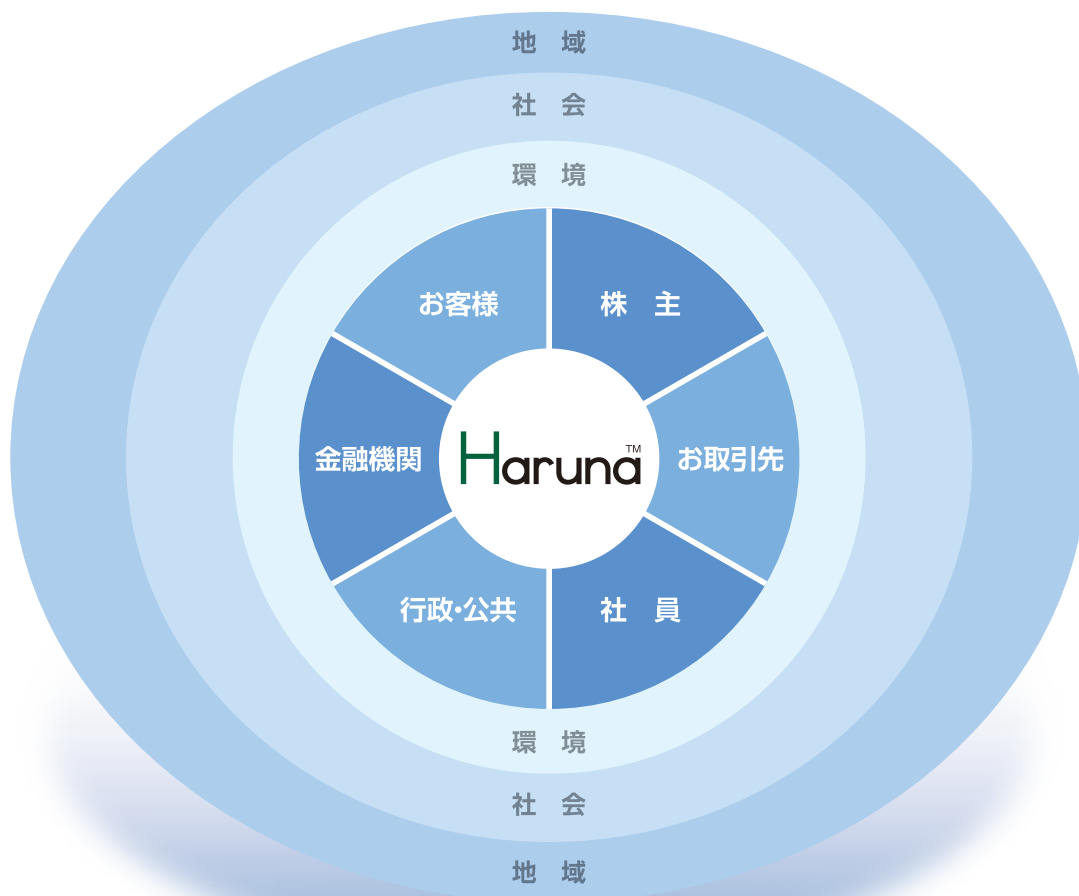
グループおよびパートナー企業との利益ある成長と、

お客様を中核としたステークホルダーの皆さまから大いなる期待と満足を得られる企業集団になります。

社会から必要とされる企業グループであり続けるためには、ステークホルダーの皆さまから何を期待され、

何を求められているかを知り、生産・サービス・品質向上に活かしていくことが重要と考えています。

今回はステークホルダーの中からお二人の方にご意見をいただきました。



ステークホルダーの皆さまとともに

東日本大震災の影響と 私たちが学んだこと

株式会社JR東日本ウォータービジネス
代表取締役社長

田村修様



私たちの主力事業は、JR東日本のエキナカで展開する飲料自販機事業です。現在、自販機業界は、震災以降の電力需給逼迫の影響もあり、厳しい状況にあります。しかし、飲料を便利に買えるだけでなく、時にはライフラインとして提供できる自販機の存在価値は、今後も変わりないと思います。もっとも、単に自販機を増やせばいいという時代は終わり、これからはむしろ質が問われることになると思います。自販機の大きな強みであるスピード決済を最大化する電子マネー対応の推進、さらにはネットワーク化などの業態改革なくしては、コンビニエンスストアなどの業態間競争の中で埋没してしまうのではないかと危惧します。そんなこともあり、私たちは、エキナカという優良立地で展開できるという恵まれた事業環境を生かし、自販機のイノベーションを継続する必要性を感じています。



一方、自販機事業を支えるのは商品の確保です。震災で飲料の確保が困難になった事態を受け、このことを痛感しました。特に、今回の震災では原発の問題もあり、ミネラルウォーターの確保が大きな課題でした。ミネラルウォーターの中でも「フロムアクア～谷川連峰の天然水～」は私たちの主力商品で、この製造維持・継続が私たちにとっては死活的に重要でした。幸いなことに、マチナカの小売店などでミネラルウォーターが欠品する中でも、エキナカでは「フロムアクア」をほぼ欠かさずに提供し続けることができました。実は、「フロムアクア」はハルナビバレッジ様に製造していただき、ハルナビバレッジ様の最大限のご協力を得ることができたことから、この提供を継続できたのです。「フロムアクア」は、国鉄時代に始まったミネラルウォーター「大清水(おおしみず)」にそのルーツがあり、私たちにとっては特別な意味を持つ商品です。震災後も、「フロムアクア」を安定提供できたことは、ハルナビバレッジ様とのパートナーシップの賜物と深く感謝しております。今後も、ハルナビバレッジ様のご協力を得て、「フロムアクア」のブランド価値向上に努めてまいりたいと思います。

この震災を通じ、自販機イノベーションの継続と「フロムアクア」安定提供の必要性、そして、ハルナビバレッジ様とのパートナーシップの重要性を学びました。

ステークホルダーの皆さまとともに

進む道

マルサンアイ株式会社
代表取締役社長

青木春雄様



変化の激しい世の中で、私ども食品メーカーとして、生命の根源である食を通じて、多くの人々との繋がりを持てる事が企業運営の上で励みであります。しかし、日本の少子高齢化による人口減少と高齢化社会への移行、そして洋風化による食生活の変化に警鐘を鳴らす学者も少なくありません。拡大する世界の人口増加と食料問題を考えた時に取り上げられる問題として、牛肉と「大豆」の単位面積当たりのタンパク質を比較すると、「大豆」は牛肉の約10倍近い量の収穫が得られます。一般的に植物性タンパク・ミネラル・ビタミンなどの栄養バランスと、コレステロール・乳糖を含まず畑の肉とも言われる栄養価の高い「大豆」を主原料とした加工食品の良さを、海外の方に広める事も重要であり我々企業の使命と考えています。このことから、マルサンアイは「大豆が明日のあなたにできること。」をテーマに、【心を込めた商品で世界の人々に豊かな食生活を提案する企業となる】というメッセージを本年度の基本方針に定め、人々の健康を願う企業として日々活動を行なっています。

マルサンアイは、「大豆」を主原料とするみそ、豆乳及び無菌充填技術を生かした飲料類、その他食品の製造販売を行い、創業以来ずっと「おいしさ与健康」をテーマに「大豆」へのこだわりを持ちつづけています。これからも自然の恵み「大豆」の可能性を探求し、社員が一丸となり、「100年目も、大豆でありたい。」の合い言葉で企業活動を行っていきます。この活動の豆乳生産におきまして、東日本の生産拠点を担っていただいているのがハルナビバレッジ株式会社様であり、早7年が経過しました。今後も企業間の繋がりを強固な物として、ハルナビバレッジ様と共に発展してまいりたいと思います。



食でみんなを
元気にしたい。

HarunaTM

編集にあたり

この度の東日本大震災により、亡くなられた方々のご冥福をお祈り申し上げるとともに、被災された皆さまには、心からお見舞い申し上げます。

ハルナグループは、皆さまのご健康と被災地の復興を心よりお祈り申し上げます。

2011年3月11日、この日を境に一変した日本。それまでの「安全な国、日本」のイメージが揺らいでいる今、飲料をご提供する私たちには大きな責任があります。そこで私たちができること、それは「食でみんなを元気にしたい」という思いでした。今年度のSRR報告書は、ステークホルダーの皆さまと、力を合わせて明るい復興へ新たな一歩を踏み出したい。未来をみつめて食でみんなを元気にしたい。という切なる想いで作成いたしました。

ハルナグループCSR推進室
2011年6月22日

ハルナグループCSR推進室
〒103-0027 東京都中央区日本橋3-8-4 日本橋さくら通りビル2階
kouhou@harunabev.co.jp

