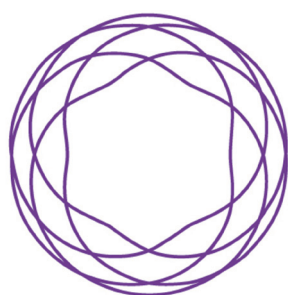


2017 年度トピックス

経済産業省「地域未来牽引企業」 に選定されました



地域未来牽引企業

経済産業省の「地域未来牽引企業」にハルナビレッジ株式会社が選ばれました。

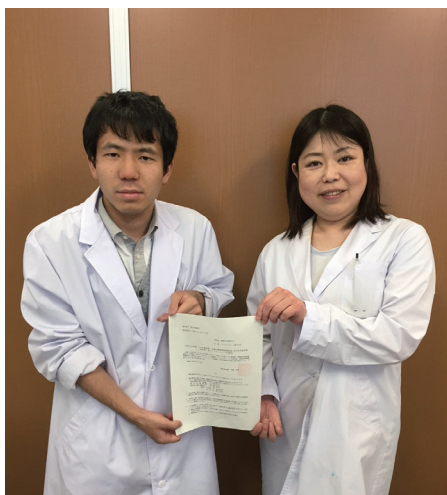
今回の選定の基準は、地域内外の取引実態や雇用・売上高を勘案し、地域経済への影響力が大きく、成長性が見込まれるとともに、地域経済のバリューチェーンの中心的な担い手、および担い手候補である企業が国により選ばれたものです。今後とも地域の牽引役として、地域経済の活性化に貢献できるよう努力してまいります。

全工場で国際規格FSSC22000 を認証取得いたしました

国際規格 ISO22000 をベースとした、より確実な製品安全管理を実践するためのマネジメントシステム規格 FSSC22000 の認証について、2015 年にハルナプラント、2016 年にタニガワプラントに続き、2017 年 5 月には和歌山プラントでも取得し、ハルナグループ全工場で取得いたしました。



研究所の天然抗菌剤の開発が、ぐんま新技術 新製品開発推進補助に認定されました

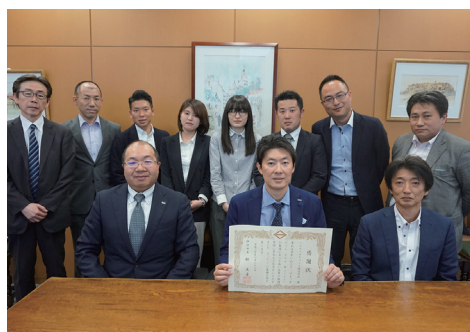


ハルナウェルネスサイエンス研究所が、清涼飲料水に使用する化学的ではない天然物の抗菌剤を開発し、群馬県から新技術として新製品開発推進に認証されました。

品質や安全性を評価され 横浜市より表彰されました

横浜市水道局のブランドで、当社で生産している「はまっ子どうし The Water」は、横浜市の水源のひとつである道志川の清流水のミネラルウォーターを使用しています。横浜市が水源保全の大切さや横浜の水源地、水源保全と良質な水との関係について理解していただくことを目的とし、売り上げの一部を地域貢献や国際支援に寄付している商品です。

今回は、長年生産してきた当社が品質の良さや安全性を高く評価され、横浜市から表彰されました。



経済産業省 METI ジャーナル 政策特集への掲載

ハルナビバレッジは、経済産業省の未来牽引企業に選定され、2018年5月11日より、経済産業省のホームページ、METI ジャーナル政策特集に当社紹介が公開されました。



2018年5月11日

地域未来牽引企業 vol.3

“後発中の後発” が大手の一角に 飲料受託製造企業のハルナビバレッジ

青木清志氏（ハルナグループ名誉会長・創業者）は当時、商社を定年退職したばかりの62歳だった。1996年、すでに多くの企業がひしめいていた飲料業界にゼロから参入。それから22年がたち、ハルナビバレッジ（群馬県高崎市）の売上高はすでに200億円を超えている。いまだ群雄割拠の飲料受託製造企業（パッカー）の中であって、「流通や小売りのプライベートブランド（PB）向けでは大手の一つ」（青木麻生社長）と言えるところまで成長した。

成熟市場でも成長続ける

同社は榛名山の麓を拠点とし、飲料メーカーや流通、小売りから飲料の製造を受託。大手のナショナルブランドや、大手コンビニエンスストアのPBなどを幅広く手がける。M&A（合併・買収）も進めたことで、現在は群馬本社にあるハルナプラント（3ライン）のほか、タニガワプラント（群馬県みなかみ町、2ライン）、ハルナジョイパック（和歌山県海南市）の合計6ラインで年間2999万ケース（2017年3月期）を生産。そのほか協力工場への委託も含めると4201万ケース（同）に達する。生産量は創業から右肩上がり続けており、2017年3月期は前期比7%増。国内の清涼飲料水市場は成熟しているが、業界を上回る成長を続けている。

「後発中の後発」（同）でありながら、同社が成長軌道に乗れたのは、創業時から小型ペットボトルの普及を確信していたからだ。海外では小型ペットボトルのミネラルウォーターは一般的だったが、日本で業界の自主規制が解禁されたのは1996年。創業と同じ年だ。商社時代から海外を飛び回っていた青木名誉会長は日本でも小型ペットボトルが普及することを確認し、立て続けに製造ラインを増強した。もともと飲料大手は自社工場に加え、傘下に受託会社を抱えるが、ペットボトル飲料の急成長に対応するため、ハルナビバレッジにも頼らざるを得なかったわけだ。



生産量は創業から右肩上がり続けている

提案営業で PB 向けを拡大

しかし現在の売上げ比は NB が 2 割で PB が 8 割と、流通、小売りの独自ブランド向けが圧倒する。現社長の青木麻生氏が父から社長を引き継いだのが 2009 年。そのころから PB への提案営業を強化する方向に転じた。「NB はスペックが最初から決まっており、高効率、低コストで生産するだけ。これでは商品企画から開発まで含めたメーカーとしての力がつかない」(同)と判断したからだ。ちょうど PB の存在感が高まり始めていたころで、企画から開発、生産、物流までのバリューチェーンをトータルで提案し、顧客を開拓していった結果が、現在の PB8 割につながっている。

青木麻生社長兼グループ CEO

後発である同社は NB でも新分野の小ロット品の受託からスタートしており、多品種少量の生産を得意としていた。しかし PB では生産品目がさらに多岐にわたる。同じ小売り向けでも、コンビニやスーパー、ホームセンター、ドラッグストアなど業種はさまざまで、必要とされる商品の価格帯も異なる。そのため同社では年間で 500 ～ 600 品目もの商品を作り分けている。青木社長が「10 年かけて磨いてきた」と自信を示すように、これだけの商品を高品質で効率良く生産し、顧客に届けるノウハウは一朝一夕にはできない。

付加価値高め質的成長へ

今後、同社ではさらに「マーケットイン、カスタマーインを追求する」(同)。茶葉や果汁など原料メーカーと提携することで、原料から商品のパッケージまでトータルで商品コンセプトを提案し、差別化につなげるほか、特定保健用食品(トクホ)や機能性表示食品の提案にも力を入れる。「市場はどんどん変化し、多様化する。それに幅広く対応し、付加価値を高める質的成長を目指す」と青木社長は意気込む。

10 年以上前から、同社は株主や地元の取引先、金融機関に対して、四半期ごとに事業報告会を開催している。上場は予定していないが、急成長を遂げてきただけにガバナンス強化も課題とする。加えて「ステークホルダーとともに成長する社会に開いた会社になりたい」と青木社長は話す。創業から 20 年を超え、すっかり地元に根付いてきた。

掲載 URL <https://meti-journal.jp/p/202>

ESGの取り組み

経営理念・ビジョン

■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、経営理念において、持続可能な社会づくりに貢献するため、CSRを経営の重要課題として位置付けています。

ESG（環境、社会、ガバナンス）の考え方をもとに「環境」「社会貢献」「顧客満足」「社員満足・未来構想」「コンプライアンス」をテーマに分類し、それぞれの領域で目標を掲げ、取り組みを積極的に推進しています。

経営理念のもと、イノベーションを発揮し続け、飲料事業を中心にその幅と深さを追求し、グループのシナジーを活かしたビジネスと価値創造に取り組みます。これからもさまざまな課題やご意見・ご要望に社員総意で取り組み、社会と共有できる新しい価値を創造します。

経営ハルナグループのESGについて

当社はESG(ENVIROMENT/SOCIAL/GOVERNANCE、環境・社会・企業統治)を経営に対する今後の取り組みとします。会社活動の多面的な非財務情報を評価、分析して持続的な企業価値の向上を果たしていく重要性を再認識しています。

- ①環境に配慮 低炭素、クリーンな商品やエネルギー対策
- ②社会責任に配慮 働きやすい職場、人財育成
- ③企業統治 経営の透明性、コンプライアンス遵守

