

Contents

—— トップメッセージ	2
「持続可能な社会の実現に貢献するために 「飲料プロデューサー」としての挑戦とイノベーションを続けます」 ハルナビバレッジ株式会社代表取締役 グループ CEO 青木 麻生	
—— ハルナアートコレクション	6
ハルナグループ名誉会長 創業者 青木 清志	
—— ハルナグループ沿革	8
—— ハルナグループ会社概要	10
ハルナグループ体制／ハルナビバレッジ／ハルナプロデュース／ HARUNA／HARUNA Asia	
—— 非常勤取締役・社外取締役からのメッセージ…	24
—— コーポレートガバナンス体制	26
—— 環境・社会貢献	28
—— ビジネススクール	34
—— 働き方改革	36
—— 2018年度トピックス	38
—— 経団連への入会とSDGs達成に向けた取り組み…	39
—— サステナブル経営とSDGs	40
—— ステークホルダーのご意見	42
株式会社東和銀行 取締役専務執行役員 江原 洋 様	

トップメッセージ

持続可能な社会の実現に貢献するために

「飲料プロデューサー」としての挑戦とイノベーションを続けます

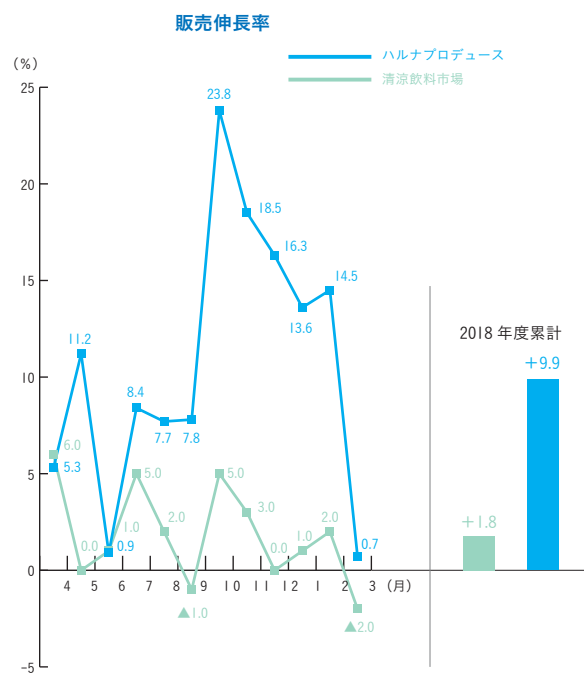
2018年度における清涼飲料市場は、猛暑や多くの自然災害による需要の増加や無糖化飲料やPETボトルコーヒーの伸長などもあり、国内飲料市場全体では前年比2%程度の成長となりました。しかし、災害により被災された工場やサプライチェーンの混乱等、清涼飲料市場において災害時の生産体制など課題を残す1年ともなりました。

このような状況下、当社におきましては、国内飲料事業をハルナプロデュース社に一本化する組織としたことで、変化に迅速に対応した企画提案から開発・生産・販売・物流体制の更なる強化を図ることができました。また、1年を通して主要顧客ブランドとの継続的な受注・生産・販売のサイクルが堅調に推移し、特に閑散期で例年販売が落ち込む第3四半期（10月～12月）、第4四半期（1月～3月）においても営業利益、経常利益ともに初めて黒字化を達成することができました。以上の結果、ハルナグループの販売数量は4,499万ケースと前年比10%増と過去最高を更新いたしました。収益面では、エネルギーコストや災害対応により物流コストは増加いたしました。上記要因により粗利益額の増加がコストの増加を上回り、4期連続での増収増益となりました。

2018年度 経営課題に対する取組み成果

①飲料プロデューサーとしてのプラットフォーム戦略とロイヤルカスタマーの創造

新生ハルナプロデュースは「商品企画開発」「6プラントの生産、品質マネジメント」「ディストリビューション」「マーケティング」「ハルナブランド商品」の総合機能を活かし、お客様へ価値の高い商品・サービスの提供にお応えする体制を整えてまいりました。その結果、お客様（ナショナルブランド、大手流通、小売企業、

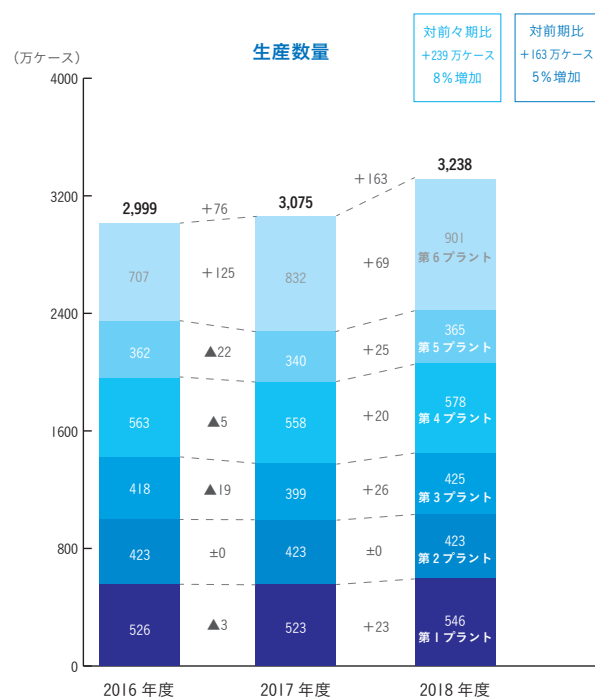
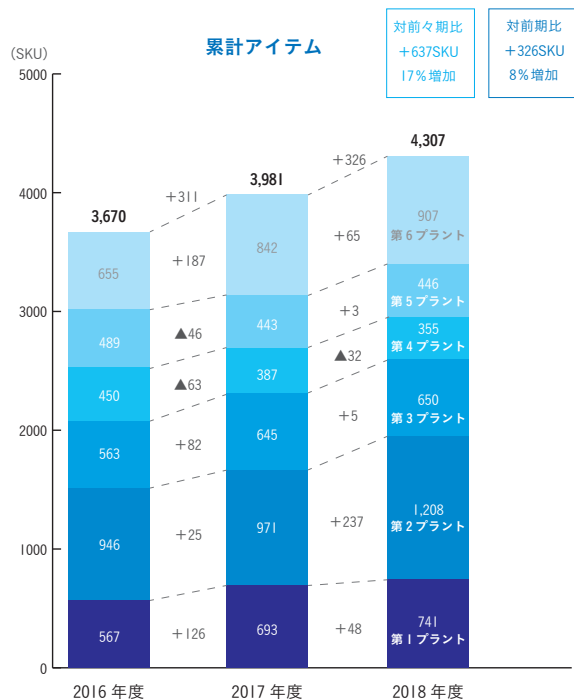


商社などの顧客プライベートブランド)からの年間累計受託アイテム数も前期比326アイテム増加し、およそ4,300アイテムにまでなりました。

②最強のマザーファクトリー

消費の多様化によるアイテム数の増加、中小ロットの生産とスピーディーな納期に対応していくため、各現場での生産性向上の取り組みにより自社6プラント合計での製造数量が前期比5%増の3,238万ケースと過去最高の生産数量となりました。

エネルギー対策においては、第4・5プラント（タニガワプラント）において、供給会社との共同事業による蒸気供給スキームを変更し、コスト削減に努めました。第6プラント（和歌山プラント）においては、2019年1月よりエネルギーを灯油からLNGへ転換し、環境へ配慮するとともにコスト削減を進めることができました。



③海外飲料プロデュース

新合弁会社「HARUNA Asia(Thailand) Co.,Ltd.」となり2年目となる今期は、タイ国にて日系コンビニエンスストア向けに、ハルナブランドのフルーツビネガー商品2アイテム、健康志向のスパークリング商品4アイテムと季節限定品2アイテムの計6アイテムを発売いたしました。

今後はタイ国内の有力新規販売先の更なる開拓とベトナム、マレーシアなどへの輸出、ハルナプロデュースとの共同開発による日本向け新商品の開発が課題となっております。また、スペインに日本茶の生産・輸出をスタートしました。

④ハルナブランドの育成

Harunaらしい「親しみやすさ」「驚き」「新しさ」を表現した、グリーンレイボスティーやタイ国から開発輸入しました本格アーモンドドリンク 137Degrees、

トロピカル果汁ドリンク CHABAA を発売し、新規需要の創造に取り組んでまいりました。特に夏場に発売させていただいた CHABAA スイカジュース 180ml は当初計画を大きく上回る結果となりました。

⑤アライアンス・パートナーシップの取組み

生産を委託している全国の協力提携工場との間で、互いの経営資源を活用しながら技術面、生産面、販売面などで補完し合える連携を強化し、お客様である大手プライベートブランドの安定供給体制の充実を図り、生産委託数は1,186万ケースと前期比25%増加し過去最高となりました。

今後もお客様から高い信頼を得られるアライアンス・パートナーシップを更に強化してまいります。

⑥人財育成と組織力（チーム力）の強化

当社グループの企業価値の源泉は社員＝人財であると

考えております。多様な個性を持つ人たちが同じ会社で働き、能力を発揮するためには、経営理念や経営戦略、ビジョンを共有し、仕事を通じて成果や目標の達成を分かち合うとともに、失敗や教訓など様々な経験を経て成長し、自己実現を成し得る職場にしていくことが大切であると考えております。

各々の仕事の役割や責任を果たす場のみならず、その貢献や業績の向上に比例して賞与などに適切に反映し、社員の「生活の充実」と「仕事のやりがい」の両面での人財投資と人財育成に取り組んでまいりました。

2019年度の経営方針について

ハルナグループは柔軟な発想と挑戦心を持つ人財を育成し、市場と顧客の変化に迅速に対応するとともに、商品の企画開発、マーケティング、製造、物流における一連のバリューチェーンを通じ、皆様が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。

2019年度は消費増税などの社会環境の変化や、多様化する顧客ニーズに迅速に適応し、グループビジョンである「独創性ある飲料プロデューサー」に磨きをかけてまいります。

また、2018年12月に経団連に入会したことを契機に、人の創造性・想像性を発揮し社会の課題を解決することに貢献する「ハルナグループSDGs行動宣言」を発表し、グループの事業活動を通じて経済的価値と社会的価値を同時に実現し信頼され続ける企業グループを目指すため、下記の取り組みを行ってまいります。

①飲料プロデューサーとしてのプラットフォーム戦略

パートナー関係にある日本全国ならびにタイ国を拠点とした飲料メーカーや企業との連携、提携を強化します。また、強固なアライアンス・パートナーシップを築き、ハルナプロデュースの総合機能である「商品企画開発」「生産、品質マネジメント」「ディストリビューション」「マーケティング」「ハルナブランド商品」をお客様へ提供し続け、ロイヤリティの高いお客様を増やしてまいります。

そのために、自社の様々なノウハウと提携先・協力先（日本・アジアのメーカー・商社・小売企業等）の経

営資源やノウハウを有機的に結合させ、新たな価値を創出し続けるため「戦略的オープンイノベーション」の取り組みを図ってまいります。

最終の消費者・顧客が考える顕在・潜在的課題を解決していくことで新たな需要を創造することが、当社独自のビジネスモデルに繋がると考えております。

②ロイヤルカスタマーの創造

当社にとって真の顧客とは、持続可能で健全かつ互いに利益を享受でき、社会的価値を共につくりあげていけるパートナーと考えております。そのような意味で捉えたロイヤルカスタマーとの関係性を更に深め、育成していくことが持続可能な経営に繋がると考えております。飲料業界の枠を超えて流通・小売企業や最終の消費者が抱えている「顕在的課題」と「潜在的課題」を探求し、徹底した分析と解決策の提案を可能にするCRM（Customer Relationship Management）を強化し、部門の枠を超えた幹部・社員のチームワークによるPDCAを実行することで理念である顧客評価に値する経営を実践してまいります。

③自社プラントの競争力強化

自社6プラントを業界でトップレベルの「生産技術力」「多品種高効率生産力」「収益力」のあるマザーファクトリーへと築き上げ、ロイヤルカスタマーのニーズと飲料市場の変化を先取りし、自社6プラントが全体最適となるような飲料カテゴリー・容器・容量ごとの生産体制の再構築を図ってまいります。

また、SDGsの一環として、下記の重要課題について取り組みを行ってまいります。

●「水資源の重要性と環境保全活動」

製造で使用する水の削減・リサイクルを徹底し、共有財産である「水」資源を守ります。

●「エネルギー消費の低減と再生可能エネルギーの活用」

エネルギー効率の改善と消費低減に努めるとともに、再生可能エネルギーについて検討します。

●「持続可能な消費生産形態の実現」

廃棄物の低減と資材のリサイクル化を推進します。

④海外飲料プロデュース

タイ国バンコクにある「HARUNA Asia(Thailand) Co.,Ltd.」では2名の日本人駐在員と3名の現地スタッフにより、独自ブランドならびにプライベートブランドの飲料をアジアの人々の潜在的ニーズである日本のモダンさと健康機能を付加した新たな商品企画開発を、よりスピード感と提案力を磨きながら有力な顧客層を獲得することで販売を軌道にのせ、収益化を実現してまいります。

また、日本市場向けの新たな独創性ある飲料の開発輸入へも積極的に取り組み、ハルナプロデュース社と連携し日本大手小売企業との取引を目指してまいります。欧州事業については、スペインに本社を置くパートナー企業と資本業務提携を締結し、欧州における健康志向で付加価値のある緑茶をはじめとする飲料をUMAICHAブランドならびに現地大手スーパーマーケット向けにはプライベートブランドでの展開も含め事業展開をスタートしてまいります。

⑤ブランドマネジメント

顧客である大手小売り・流通企業の独自ブランドの商品価値を持続的に上げ高い信頼を得ることで、選ばれ続ける会社にすることが高い信頼を生み持続可能な経営を実現します。

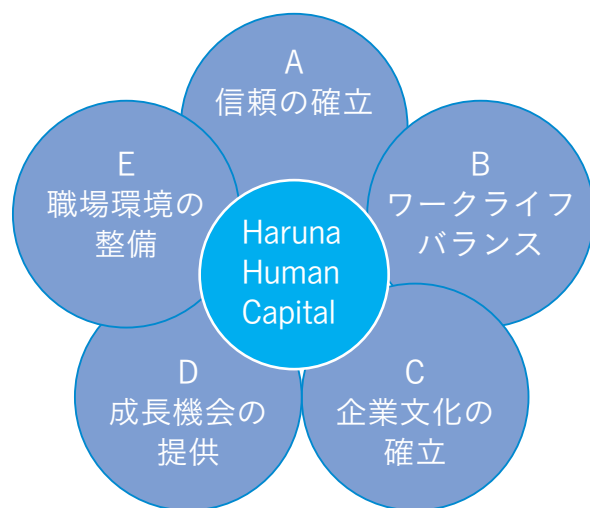
他方、独創性と特徴あるHarunaの自社商品ブランドイメージを上げていくことも重要になります。

Harunaブランドは「親しみやすさ」「驚き」「新しさ」を表現し、美味しさとコンセプトで大きく差別化し、消費者の皆様から評価される商品をしっかり育成し、独自の市場価値・ポジションを築いてまいります。

⑥人財育成と組織力（チーム力）の強化

多様な個性を持つ社員・人財が同じ会社で働くには、「経営理念」「方針」「ビジョン」を共有し、仕事を通じて成果や目標の達成を分かち合い、様々な経験を経て成長し自らの存在意義を表現する職場にしていくところこそが重要だと考えております。

2019年度より「Haruna Human Capital」と称して、社員とグループがともに豊かさを実感できる成長に向けて、専門家を交え規程等の見直しを行い、社員一人ひとりの成長機会を公平に、仕事を楽しみ、持っている能力を最大限に発揮できる環境を整えてまいります。



⑦グループ経営の強化

最後に、ホールディングカンパニーであるハルナビバレッジは2018年12月に経団連に入会し、国連の定める17の開発目標であるSDGs（持続可能な開発目標）を大きな指針とし、イノベーションの創出により新たな企業価値の創造に向けて取り組んでいかなければなりません。そのために、ハルナグループはマネジメントを更に強化し、経営水準を向上させホールディングカンパニーと事業会社のミッションと役割をより明確にすることで力強いグループ経営を推進し、人財・資金・知見を最大限に活用し盤石な経営基盤の強化を図ってまいります。

これからもハルナグループはステークホルダーの皆様とともに、互いの成長と発展を続けられるよう努力してまいります。



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

HARUNA ART COLLECTION



〈無題〉
モディリアーニ
リトグラフ

絵画は、人の感性を醸し、 美意識を鍛え、審美眼を生みだす

人との対話は何より大事です。

対話をする、人は自然に内面をさらけ出す機会があります。

そこからお互いの理解が深まっていき、対話が生きた言葉になる。

一連の流れを支配するのは、その人の持つ感性であると思います。

そして共感に遭遇する鍵は言葉ではなく、感性のすがたです。

「ものづくり」の歴史を振り返ると、何世紀にも及ぶ長い時間が過ぎております。

創造性が常に時代を先駆けて人類に貢

献してきましたが、想像力はどこから発揮されてきたのか、何がその真髄であったのか、ここにも、感性がものを左右したのだと思います。

魅力とは、言葉にならないもの、感ずるより他ないものです。

独自の価値「感性」を、世界の絵画から汲み取ってみませんか。

2019年6月

ハルナビバレッジ株式会社

創業者 青木清志

■ HARUNA ART COLLECTION in日本橋
■ HARUNA ART COLLECTION in高崎

寄贈 青木清志

■ HARUNA ART COLLECTION inタニガワ
■ HARUNA ART COLLECTION in和歌山



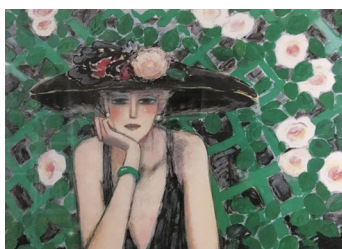
〈予感より〉
マリー・ローランサン
リトグラフ



〈ドン・キホーテと
サンチョパンサ〉
パブロ・ピカソ
リトグラフ



〈ヴァイオリンを弾く男〉
増田誠
油彩



〈バラ〉
J・P・カシニョール
リトグラフ



〈紅いコテージ〉
アンリ・ダンティ
油彩



〈月光薬師寺〉
平山郁夫
リトグラフ



〈薔薇〉
野間仁根
油彩



〈水辺の城〉
西村龍介
油彩



ハルナグループ沿革

年	主な出来事
1996	2月23日に資本金30百万円でハルナビバレッジ株式会社を設立 5月 第1回株式上場準備委員会開催 8月 金融機関に対し月次決算の開示 11月 東京にマーケティング本部設置
1997	3月 従業員持株会発足 5月 ハルナビバレッジ研究所設立 6月 第二工場稼働 10月 新日本監査法人による調査及び指導開始
2000	2月 第三工場稼働 5月 総合衛生管理製造過程（HACCP）取得に向けた合同委員会発足
2001	8月 第三工場がJAS工場として認定
2002	2月 リサイクルシステム協議会発足 8月 四半期報告会を開催
2003	4月 環境会計導入 4月 企業競争力の強化を図るため市場開発部門を設置 4月 提案型企业への変革を目指し商品開発部門を設置 4月 総合衛生管理委員会 発足 4月 中小企業経営革新計画承認（中小企業経営革新支援法） 10月 「デカテス」産学官共同プロジェクト（高崎健康福祉大学・群馬県） 12月 人材教育投資、生産合理化投資、総合衛生管理（HACCP）対応投資 12月 クリーンルームと充填設備増設
2004	3月 国際食品飲料展 FODEX JAPAN2004 出展 10月 人事基本理念制定
2005	3月 物流関連企業を設立 4月 ビジネススクールを開講 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 全社IT化に着手 9月 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 環境活動展に出展
2007	4月 ウェルネスサイエンス研究所発足 4月 EU輸出用緑茶「YOSHI-GO」発表 6月 オーパイ株式会社事業譲受契約締結 タニガワにて工場準備開始 10月 合併会社ハルナヨーロッパ設立 12月 ハルナグループ全体会議開催開始
2008	1月 タニガワ工場始動 4月 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応援 6月 CSR報告書発行開始

1996-2019

年	主な出来事
2009	1月 タニガワ工場天然ガス設備稼働 4月 ハルナグループ組織再編スタート
2010	1月 新規事業戦略センター設置 3月 新商品開発プロジェクトチーム発足 5月 ハルナビジョン 2015 公表 7月 ハルナグループ企業行動憲章・企業行動規範制定
2011	2月 創業 15 周年記念誌「はじめなければはじまらない」発刊 3月 ハルナエコロジー株式会社より HARUNA 株式会社へ社名変更 6月 エネルギー対策委員会発足
2012	1月 震災対策委員会発足 2月 プラントシステムイノベーション「見える化」コントロール室完成 2月 ハルナグループ歴史資料館新設 8月 ハルナ工場のエネルギー転換（A 重油から都市ガスへ転換）
2013	4月 ジョイパック社 ハルナグループ参画 7月 HARUNA Asia Co.,Ltd 設立 10月 自社ブローボトル成型機導入、稼働開始
2014	4月 ジョイパック社が 100% 子会社となる。ハルナジョイパックへ社名変更 6月 ビジネススクール榛名山麓研修所開所 10月 和歌山工場 自社ブローボトル成型機導入、稼働開始
2015	7月 国際的食品安全マネジメントシステムの「FSSC 22000」を取得
2016	1月 創業者 青木清志が第 33 回優秀経営者顕彰「優秀創業者賞」を受賞 2月 創業 20 周年記念彫刻「水滴」完成 4月 和歌山工場 小型容器飲料の生産が本格稼働 4月 上毛新聞「心の譜」（ハルナグループ創業者・青木清志）連載
2017	2月 群馬県の地域活性化キャンペーン「ぐんま愛 ここに生きる」を支援 12月 経済産業省選定「地域未来牽引企業」に選定
2018	4月 ハルナグループ組織再編スタート 4月 長期経営ビジョン公表 12月 日本経済団体連合会へ入会
2019	1月 和歌山プラント LNG サテライト設備の導入 1月 タニガワプラント蒸気供給共同スキーム事業の運用開始 3月 スペイン販売会社と資本提携販売を開始 3月 SDGs 私募債発行に伴う群馬県の県民基金へ寄付

ハルナグループ体制

ハルナビバレッジ株式会社 (持株会社・経営戦略・人事・財務経理)

ハルナプロデュース株式会社 (国内飲料事業会社)

ハルナウェルネスサイエンス研究所

HARUNA 株式会社 (HARUNA ブランドマネジメント会社)

HARUNA Asia(Thailand) Co.,Ltd. (海外飲料事業会社)

～長期経営ビジョン～

～グループビジョン～

- 多種多様な飲料を創造し飲む感動、美味しさ、喜び、新しさを通じて皆様に信頼される企業グループを目指す。
- 全てのステークホルダーの満足を追求し持続的な企業価値向上を図る。

ハルナビバレッジ

Haruna Beverage Inc.

持株会社・経営戦略・人事・財務経理

ハルナグループ長期経営ビジョンにあるように、社会に幅広く必要とされる飲料を創造し、「飲む感動」「美味しさ」「喜び」「新しさ」を通じてステークホルダーの皆様にご信頼される企業グループを目指します。

ホールディングカンパニーであるハルナビバレッジは2018年12月に経団連に入会し、SDGs（持続可能な開発目標）を大きな指針とし、イノベー

ションの創出により新たな企業価値の創造に向けて取り組んでいかなければなりません。

そのためにハルナグループはマネジメントをさらに強化し、経営水準を向上させホールディングカンパニーと事業会社のミッションと役割をより明確にすることで力強いグループ経営を推進し、人財・資金・知見を最大限に活用し盤石な経営基盤の強化を図ってまいります。

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	4億2,890万円（発行済株式数8,918株）
連結売上高	236億円（2019年3月末）
役員	取締役 名誉会長（創業者） 青木清志 代表取締役社長（最高経営責任者 CEO） 青木麻生 専務取締役（グループ経営戦略兼財務責任者 CSO） 栗原健一 取締役（海外事業・海外ブランド統括） 青木日出生 取締役【非常勤】 小出信介 取締役【社外】 須齋 嵩 取締役【社外】 岡 俊明 監査役【常勤】 菅谷重信 監査役【常勤】 小林欣司 監査役【社外】 小出亮介 執行役員 藤井 満

ハルナプロデュース

Haruna Produce Inc.

マーケティング本部（営業・ディストリビューション・ブランディング・商品開発・ハルナウェルネスサイエンス研究所）
生産本部（製造・品質保証・社会環境・業務管理）

創 業	2009年4月1日	資本金	4億円																						
所在地	<p>本 社 ・ 生 産 本 部 ： 〒 370-3531 群馬県高崎市足門町 39-1 TEL : 027-372-6911 (代) FAX : 027-372-6912</p> <p>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 TEL : 03-3275-0191 FAX : 03-3275-0192</p> <p>ディストリビューション：〒 370-3504 群馬県北群馬郡榛東村広馬場 3044-1 TEL : 0279-25-8385 (代) FAX : 0279-54-6115 〒 379-1307 群馬県利根郡みなかみ町政所 1011 TEL : 0278-62-1115 FAX : 0278-62-1718</p> <p>商 品 開 発 ： 〒 370-3531 群馬県高崎市足門町 39-3 TEL : 027-384-4747 (代) FAX : 027-310-0070</p> <p>購 買 ： 〒 370-3531 群馬県高崎市足門町 39-1 TEL : 027-372-6913 FAX : 027-372-5877 〒 379-1307 群馬県利根郡みなかみ町政所 1011 TEL : 0278-62-1112 FAX : 0278-62-1144</p> <p>ハルナプラント：〒 370-3531 群馬県高崎市足門町 39-1 TEL : 027-372-5875 (代) FAX : 027-310-0717</p> <p>タニガワプラント：〒 379-1307 群馬県利根郡みなかみ町政所 1011 TEL : 0278-62-1111 (代) FAX : 0278-62-1144</p> <p>和歌山プラント：〒 640-0441 和歌山県海南市七山 711-1 TEL : 073-486-0231 (代) FAX : 073-486-0210</p> <p>ウェルネスサイエンス研究所：〒 370-3531 群馬県高崎市足門町 39-3 TEL : 027-372-1230 (代) FAX : 027-372-1255</p> <p>大 阪 事 務 所 ： 〒 532-0011 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 (代) FAX : 06-6195-1775</p>																								
役 員	<table border="0"> <tr> <td>代表取締役社長兼最高執行責任者 (COO)</td> <td>中澤 幹彦</td> </tr> <tr> <td>取締役兼専務執行役員 (CTO)</td> <td>古市 直也</td> </tr> <tr> <td>取締役兼専務執行役員 (CMO)</td> <td>山崎 敦也</td> </tr> <tr> <td>常務執行役員</td> <td>三原 修一</td> </tr> <tr> <td>常務執行役員</td> <td>松下 護</td> </tr> <tr> <td>常務執行役員</td> <td>小池 賢司</td> </tr> <tr> <td>常務執行役員</td> <td>小川 啓治</td> </tr> <tr> <td>執行役員</td> <td>邑上 豊隆</td> </tr> <tr> <td>執行役員</td> <td>清水 秀憲</td> </tr> <tr> <td>執行役員</td> <td>山村 慎一</td> </tr> <tr> <td>執行役員</td> <td>浅野間 博文</td> </tr> </table>			代表取締役社長兼最高執行責任者 (COO)	中澤 幹彦	取締役兼専務執行役員 (CTO)	古市 直也	取締役兼専務執行役員 (CMO)	山崎 敦也	常務執行役員	三原 修一	常務執行役員	松下 護	常務執行役員	小池 賢司	常務執行役員	小川 啓治	執行役員	邑上 豊隆	執行役員	清水 秀憲	執行役員	山村 慎一	執行役員	浅野間 博文
代表取締役社長兼最高執行責任者 (COO)	中澤 幹彦																								
取締役兼専務執行役員 (CTO)	古市 直也																								
取締役兼専務執行役員 (CMO)	山崎 敦也																								
常務執行役員	三原 修一																								
常務執行役員	松下 護																								
常務執行役員	小池 賢司																								
常務執行役員	小川 啓治																								
執行役員	邑上 豊隆																								
執行役員	清水 秀憲																								
執行役員	山村 慎一																								
執行役員	浅野間 博文																								

ハルナプロデュース株式会社

マーケティング本部

営業 Unit
ディストリビューション Unit
ブランディング Unit
商品開発 Unit

生産本部

製造 Unit
品質保証 Unit
社会環境 Unit
業務管理 Unit

ハルナウエルネス
サイエンス研究所

『挑戦』ハルナビジョン 2026 チャレンジ

顧客ニーズを新価値創造へと昇華し、限界突破から未来創造のイノベーションを実現しよう！



ハルナプロデュース 株式会社
代表取締役社長兼
最高執行責任者 (COO)
中澤 幹彦

2018年度、ハルナプロデュース（株）は顧客ブランド、自社ブランドの営業活動の一本化と共に、和歌山のプラントと物流、運輸機能等の統合を図り、各部門が磨き上げてきた専門性を融合し新たな価値を創造することを目的としてまいりました。

組織改革の中、注力したのは、東京、大阪、和歌山、群馬の各現場で責任者との面談やBS講義としてリーダー向けの講義等を実施して徹底的な意識改革の実践や、我々の経営理念である「顧客志向を経営の核」と考えた際に、すべての社員、すべての部署と機能が、言葉や行動、商品やサービス、各機能の業務を通して

お客様に感動していただくことを目標に会社運営に力を尽くしてまいりました。

2018年度は西日本豪雨、関西・北海道の地震など多くの災害発生や猛暑等の気候変動により、協力工場を含めた製品供給体制の問題や製品運送車両の確保等、予期せぬ業務も多くございました。厳しい状況の中、その努力は各部署間で確実に向上し、社員一人ひとりや組織の活動を通して結果として表れてきていることを実感しています。

2019年度の方針につきましては、

『挑戦』ハルナビジョン 2026 チャレンジ

とさせていただきます。人財育成と組織力強化と共に、各拠点及び商品企画・開発・営業・生産・物流の融合効果をより強化することで、新たな価値創造の実現と感動経営を目指し、ハルナグループとステークホルダーの皆様の繁栄と発展を目指して努力精進してまいります。

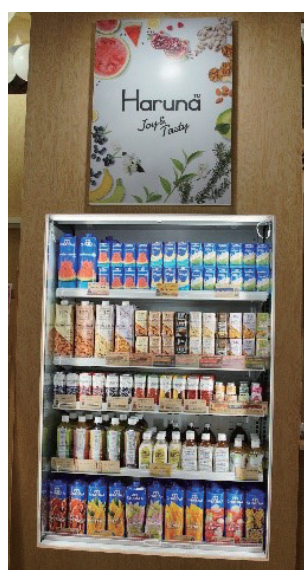


EVOLUTION of Haruna Brand

さらに美味しく、さらに楽しく、さらにエモーショナルにハルナブランドは進化しつづけます。

PROMISE——約束

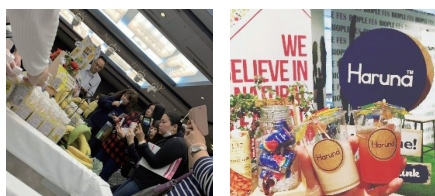
価格で勝負しない
でも無理のない範囲で購入できる
他では得られない満足感を得られる
輸入品も日本品質でしっかり管理
国内製造品も輸入品も
気軽に手軽に安心して楽しめる
棚の景色を変えるハルナ



PETボトル・テトラパック・瓶
様々な容器とデザイン性の高さ
で『棚の景色を変える』



タイ工場視察
現地との取り組み



EMOTION——情緒

ハルナのドリンクを飲んでいることを自慢したくなる
こんな商品を知っているよ、と友人に伝えたいくなる
飲むとなんだか健康になれる気がする
単なる止渴だけでない、プラスアルファの価値を
提供できるハルナ

PROMOTION 販促PR

2018年よりメディアの露出が
高まる。2019年は拡散の年に！

SNS フォロワー増



Instagram
6000名



Twitter
7800名



渋谷駅前
スクランブル交差点
大型ビジョンで
動画広告配信中！
(2019年4月～10月)



情報番組等の
テレビ番組での
取り上げ急増！



WEBニュース
での掲載多数

2019年5月21日
ハルナブランド初
大手 CVS 全国発売！

CHABAA



ウォーターメロンジュース

クリアバナナウォーター

COMMUNICATION——交流

まだまだ成長過程のハルナだからこそ応援したくなる
SNS やイベントを通じファンと直接交流できる
単なるフォロワーではなく、ファンに、そして仲間
お客様との関係性を大切に



SNS 強化中



イベントへの積極的出展
お客様の声を聞く

TASTE——美味しさ

どんなに健康的でも、美味しくなければ意味がない
美味しさはリピートに、幸せにつながるから
だからこそ、何よりもまず味にこだわるハルナ



PRODUCT——作品

ひとつひとつが様々なストーリーをもった「作品」



営業Unit

～ブランドの価値をさらに磨いていきます～

2018年度は地震や自然災害などが発生した状況の中で自社ブランド、顧客ブランド、それぞれの顧客層に対して営業活動を行い、多様化する顧客ニーズにお応えしてまいりました。

今年度もさらなる顧客接点を高め「ブランド価値をさらに磨き続け」、最終消費者の期待を上回る商品を提供し、自社ブランド、顧客ブランド双方に対して、HARUNA ファンの顧客に支持される活動を行ってまいります。

～2019年度の取り組み～

①安定供給体制の強化

- ・ 自社プラントの更なる生産効率化の推進
- ・ 外部協力工場との密接な連携と新規委託工場開拓と当社枠確保
- ・ 全国物流ネットワーク拡充による配車力増強

②コーポレートブランドの展開強化

- ・ マルチブランド戦略を継続する中で HARUNA ファンをさらに獲得していく
- ・ ハルナアジアとの連携をしながら、新ブランド商品の発掘



商品開発Unit

～美味しさと驚きでお客様を笑顔に～

商品開発 Unit では、お客様の嗜好やニーズに応える商品はもちろんのこと、「独創性ある飲料プロデューサー」として皆様に喜びと感動を与える商品作りに取り組んでおります。



■新商品トピックス

現在、市場の流行としてプロテイン飲料が注目をあびています。プロテインは、これまで粉末をシェーカーで溶かして摂取する方法が基本でしたが、すぐに飲める RTD (Ready To Drink) タイプのプロテイン飲料の人気が出ております。高濃度の RTD 商品は設計が難しい部分が多くありますが、弊社での経験をもとにその点を打破し、商品としてお客様にお届けすることが可能となっております。

■国内開発チーム

お客様の声や市場のニーズに対応した商品からトレンドの逆転発想商品まで、生活に欠かせない飲料をより個性的な飲料とするために、今日までの経験を基軸とし、個性あふれる開発員の自由な発想でお客様に楽しんでいただける商品開発に取り組んでおります。

■海外開発チーム

2018 年度より新たに海外に向けた商品開発チームを発足し、タイを拠点にした東南アジアでの飲料事業やヨーロッパへ「Made in Japan」のお茶飲料を輸出するなど、市場のニーズやお客様の嗜好を調査・研究し、「ハルナから世界へ」飲料を展開しております。

■技術開発チーム

新商品を創り出す上で、安心安全を確実にチェックすることはもちろんのこと、喜びと感動を与える商品を世に送り出すため、新たな素材や製法を日々研究し、商品をより魅力的なものに変化させるべく日々取り組んでおります。

お客様のご希望に沿う、市場にはないオリジナルな原料の作製を含め、
独自性のある商品開発・商品化をご提案いたします。

ディストリビューションUnit

～お客様と共に、課題に向き合い業務遂行～

2018年度は度重なる災害の発生、早い梅雨明けからの気温上昇等の影響による輸送量の増加、変動への対応が問われた1年でした。

2019年度は製品の保管、輸送の両方について計画的強化に取り組みお客様のご要望にお応えします。



～ 2019 年度事業方針～

製品の安定供給を具現化し、お客様の御依頼に対して常に前向きな姿勢で取り組んで参ります。

～事業戦略（主要項目）～

1) 物流営業 sec

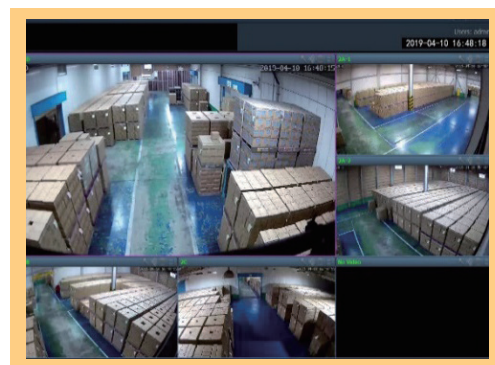
- ① 渉外チームを発足し車両手配を強化。お客様の出荷要請から実際の製品出荷に関する物量対応の安定化を進めてまいります。
- ② コンテナ便利用の促進等、1台当たり1ケース積数の高効率化と配送単価低減を継続し、物流コスト削減に努めてまいります。

2) 倉庫 sec

- ① 全拠点自社倉庫保管率の向上（2018年度比 +3%）
- ② 保管製品の汚破損防止目標強化（100万c/s 毎 0.8件以下、ケース数量目標 4ケース以下）
物流品質の向上に努めてまいります。

3) 物流情報の高度化促進

- ① 物流IT、IoTの推進。自働搬送機、省力化設備の企画、導入を推進。
- ② 物流データベースの統合による全拠点製品情報一元化推進。



倉庫 WEB カメラ（和歌山）

製造Unit

～ハイクオリティー・ローコストオペレーション体制の構築へ～

ハルナプラント、タニガワプラント、和歌山プラントと3つの生産拠点からなる生産体制を効率的に運営し、日本全国のお客様へPET 飲料を届けています。

2018年度は新たな製品の導入に向け設備投資を行い、昨年4月から600mlの茶系飲料、今年2月から1Lのお酢飲料の生産を開始しました。また、生産性向上に

取り組み、3拠点ともに年間生産数量を大幅に伸ばしました。

これからも、より多くのお客様に安心して商品を購入し続けていただくために、より品質の高い商品を、より効率的に生産する取り組みを進め、皆様のご要望にお応えしてまいります。

～2019年度の取り組み～

- ①新たな液種、新容器、新包材の導入を推進し、新たな需要や多様化する顧客ニーズに対応します。
- ②3つの生産拠点からなる結合力を活かし現場改善を推進することで、生産性の向上に取り組めます。
- ③ロボットやAI、IoTといった新技術の導入検討を進め、ハイクオリティー・ローコストオペレーション体制の向上に挑戦します。



第1プラント



第4、第5プラント

品質保証Unit

品質管理 Sec は群馬県の2拠点（ハルナプラント、タニガワプラント）、和歌山県の和歌山プラントそれぞれに人財、設備を整え活動しております。創業以来、独立した組織体制により、商品の安全性を維持、管理する体制を徹底しており、製造現場の衛生維持と管理向上、商品の安全性確認のための最終製品検査などをおこなっております。品質部門として3拠点にわたる活動をしておりま

すが、拠点間での情報共有やコミュニケーションをとりながら活動を行うことで、マネジメントシステムだけでなく、お客様のご要望やご指導についても全拠点で水平展開し、よりよい製品づくりに取り組んでおります。今後も従業員全員で取り組み意識や目標達成に向け一体感をもって活動し、お客様へ安全な製品と感動をお届けしてまいります。



ハルナプラント

タニガワプラント

和歌山プラント

～ 2018 年度に行った食品安全への取組み～

2015年のハルナプラントにおける食品安全マネジメントシステムのグローバルスタンダードであるFSSC22000の認証を取得を皮切りに2017年までの3年間でタニガワプラント、和歌山プラント含む3拠点全てにおける認証取得が完了しました。

マネジメントシステムを統括管理するテクニカルプロデュース Sec が事務局として中心となり、各拠点の食品安全チームメンバー含め日々活動しております。

また、フードディフェンスにも注視し活動しており、工場入口へ生体認証による入場システムも導入しております。ハルナプラント、タニガワプラントでの設置完了後、和歌山プラントにおいても設置へ向けた準備を進め設置および運用開始され、セキュリティーシステムにおいても全てのプラントにて設置・運用を実現しました。

FSSC 22000 とは

食品安全マネジメントシステムの国際規格であるISO 22000と、それを発展させたISO/TS 22002-1（またはISO/TS 22002-4）を統合し、国際食品安全イニシアチブ（GFSI）が制定したベンチマークの承認規格です。世界の大手食品流通様や大手食品製造企業様が取引先に認証取得を求めているグローバルスタンダードです。



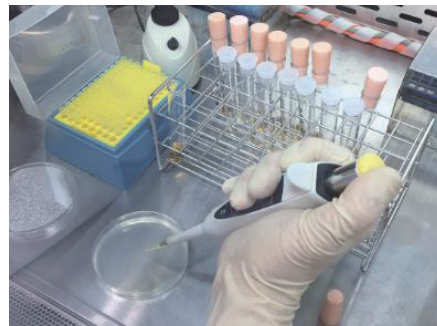
和歌山プラント
生体認証設備



拡大写真

ウェルネスサイエンス研究所

ウェルネスサイエンス研究所は、ハルナグループの将来を見据え自由の発想のもと、新しい価値を創造することを目的とする研究機関であります。社会的インパクトが高く、社内外に大きな影響をもたらすことができる組織として活動してまいります。



～研究事業内容～

■安全な飲料商品を提供するための原料探索

ペットボトル飲料の賞味期限は約6か月から1年間と、非常に長い期間保存することが可能であります。当社ではこれら長期間の保存に対して、お客様に安心安全な商品をご提供できるように努めております。特に継続的に研究開発を進めている内容として、商品の安全性担保のため、微生物の増殖を抑制する天然物由来原料を探索、開発を進めております。これまでの原料は化学合成品が多いため、天然物由来原料は商品イメージ向上にもつながると考えています。この研究開発によって、これまで自社工場では困難であった商品液種について商品化が可能となるとともに、その商品性も向上できるよう進めております。

■分析技術の確立

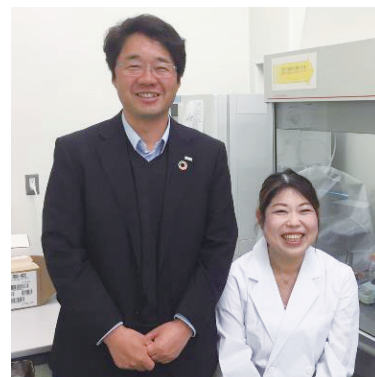
いろいろな商品の差別化を図るために、原料のこだわりや機能性などを付加した商品が多くなり、それら商品に対する科学的なエビデンスが必要になっております。そこで当研究所では栄養素や機能性物質を測定できる体制を整えております。

■機能性表示食品、特定保健用食品の研究開発

健康食品としての商品価値の向上を目指し、消費者庁の許可が必要な機能性表示食品や特定保健用食品に関しても研究所において、調査、申請業務を行っております。本年度も商品化に向けて申請手続きを実施しております。

■お茶に含まれる有益な成分の研究

普段飲んでいるお茶は、少し渋く苦い飲み物であることは、皆さんご存じであると思います。この苦味渋みの成分はタンニンと呼ばれており、その中でも有名なのはカテキンという成分です。カテキンはただ苦味渋みを与えるだけでなく、機能性物質としてヒトへ有益な作用を示すことがわかっております。その機能は抗菌性、抗酸化活性、抗糖化活性や腸内細菌叢改善においても役立つとされています。古来、ヒトは長い年月をかけてお茶がカラダに良いことを自然に理解し飲んできました。研究所ではお茶に含まれるヒトに有益な物質の研究も進めており、商品の品質向上、健康飲料開発へ繋げてまいります。



HARUNA

Haruna Inc.

Haruna ブランドマネジメント

創業	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
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】 中澤幹彦 監査役【非常勤】 青木清志

HARUNA Asia (Thailand)

創業	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 E-Mail info@haruna.co.th
役員	代表取締役社長 青木日出生 執行役員 松田貴之

2019年3月をもって、タイにて自社商品を立ち上げてから1年強が経過致しました。この間、3つの飲料カテゴリーで10商品の開発、販売を行ってきました。

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

ASEANにおいては、タイをハブに、周辺国への展開及び、日本とのビジネス展開を引き続き強化してまいります。

HARUNA株式会社
代表取締役社長
青木 日出生



欧州では茶系ブランドを持つスペインの会社へ出資を行い、製品の企画・日本での製造・品質管理・欧州での販売・マーケティングまでパートナーシップを組み、2018年度から販売スタート致しました。今後伸長しているオーガニック商品を中心に、スペイン・フランス等、西ヨーロッパをメインに活動を広げていきます。

Lineup



Lineup



コーポレートガバナンス

非常勤取締役、社外取締役からのメッセージ

ハルナグループは、経営監督機能の重要性を認識し、意思決定の透明性・公正性に努めるため、組織体制やしきみを整備し、すべてのステークホルダーとの信頼関係を構築することを経営上の重要課題としております。

ついでには企業統治の体制を図り、取締役・監査役にあたっては、幅広く候補者を人選し、優れた人格・見識と高い経営能力を有する方を取締役会で決定しています。

社外取締役は、各分野における豊富な経験・知見を有し、中長期的な企業価値向上の観点からの助言や経営の監督など、専門的かつ客観的な視点からその役割・責務をいただいています。今回は、非常勤取締役と社外取締役3名より今後のハルナグループへご意見をいただきました。

企業の持続的成長に向けて

少子高齢化、社会保障費の増大、国家財政問題による構造的税収不足を抱える現代の日本において、企業が持続的な成長を続けていくことは極めて困難な課題である。一説には、企業の10年後の生存率は6%、20年後の生存率は0.3%とも言われており、単純に生存していただくだけでも困難な状況が見て取れる。

そのような中で持続的な発展成長を続けるためには、事業の社会性、高度な経営管理、新たな価値の創造、という相反ともいべき経営課題を高度に高めていく必要がある。

ハルナグループでは、企業活動の細部に至るまで経営管理の目が行き届き、正確かつ緻密な事業活動が実践されていると思われる。一例を挙げれば、年間40百万ケース以上の製造数量でも製造に起因するクレームはほぼゼロであることが好例であろう。また、事業の社会性もPETボトル飲料水の提供は生活に不可欠な要素として定着している。

中期経営計画では、自社の経営資源だけでなく、他社との協業・アライアンスも含めて、新たな価値創造に取り組むことが明記された。これは経営を更に高度化させる契機であり、飛躍的な価値創造が生まれる期待感もある。

今後の新しい取り組みに大いに期待したい。



小出信介 様

非常勤取締役
小出公認会計士・
税理士事務所代表
ハルナビバレッジ（株）
元代表取締役社長

イノベーションの精神を堅持しよう



須齋 嵩 様

社外取締役
国立大学法人
群馬大学元教授
国立大学法人
宇都宮大学客員教授

人工知能（AI）やIoT等のデジタルイノベーションと国際化の進展は、従来の技術や思考の延長上でなく、破壊的な作用を持っている。イノベーションとは、組織の持つ労働力、資本、材料、情報等を基に、技術、製造、マーケティング、組織とマネジメント、投資やM&Aを駆使して価値の高い商品やサービスを提供するためのあらゆる変革を言う。

我が国の産業や技術の分野で、先進国のみでなく新興国から後れを取りはじめたのは、企業に限らず種々の組織の変革を嫌う風土が蔓延していたためである。

当社の方針でイノベーションによる改革の提示があるが、創業者を始め、トップリーダーの経営の根幹の一つに進取の精神があると理解している。顧客と作り手との共創、他企業とイコールパートナー精神^{*1}で提携するオープンイノベーション^{*2}の計画も特筆すべきことである。

これらの改革の推進には、社員の皆様の課題に対する読解力を有す高い能力の人材育成が最も重要であると共に、強力で推進できる組織構築であると考えている。

イノベーションの持続とは、「何を優先し」、「判断し」、「行動を起こす」ことと思っている。社員の皆様が各々高い目標を構築して、邁進されることを期待をしています。

*1：対等な関係で行う協力や提携。

*2：社内資源に依存せず、組織の枠組みを超え、他社、異分野の持つ知識、ビジネスモデル、商品開発等を創出する契機にする。

新時代に求められる経営



岡 俊明 様

社外取締役
サッポロビール飲料（株）
元代表取締役社長
大妻学院理事
国立大学法人群馬大学講師
日本オリーブ協会理事

平成時代の評価、論評はマスコミで広く取り上げられているが、熱気と激動の昭和に対し、熱気もさめ、バブル崩壊後の後始末に終始した停滞の平成であったと言えよう。

扱、新時代を迎え、グローバルイノベーションの進展、若年労働者の減少がもたらす労働市場環境変化への対応、長寿社会の到来と働き方改革、IT、AIを始めとするテクノロジーをどう味方につけるか、益々多様化する消費者ニーズへの対応等々マネジメントのポイントは多岐にわたる。

市場の飽和と人口減少の新時代は、我が国のかじ取りのみならず、企業経営そのものも大転換期を迎えることになる。

国家間の優劣、企業間の優劣が明確化されることになろう。

その中であって、新時代の競争優位は「イノベーション経営」の推進なくして実現は不可能と言える。

新しい技術開発、生産方法のみならず、新市場開拓、その他サプライチェーン改革を含むモノ、組織、仕組みを改革し新たな価値創造に資するイノベーションである。

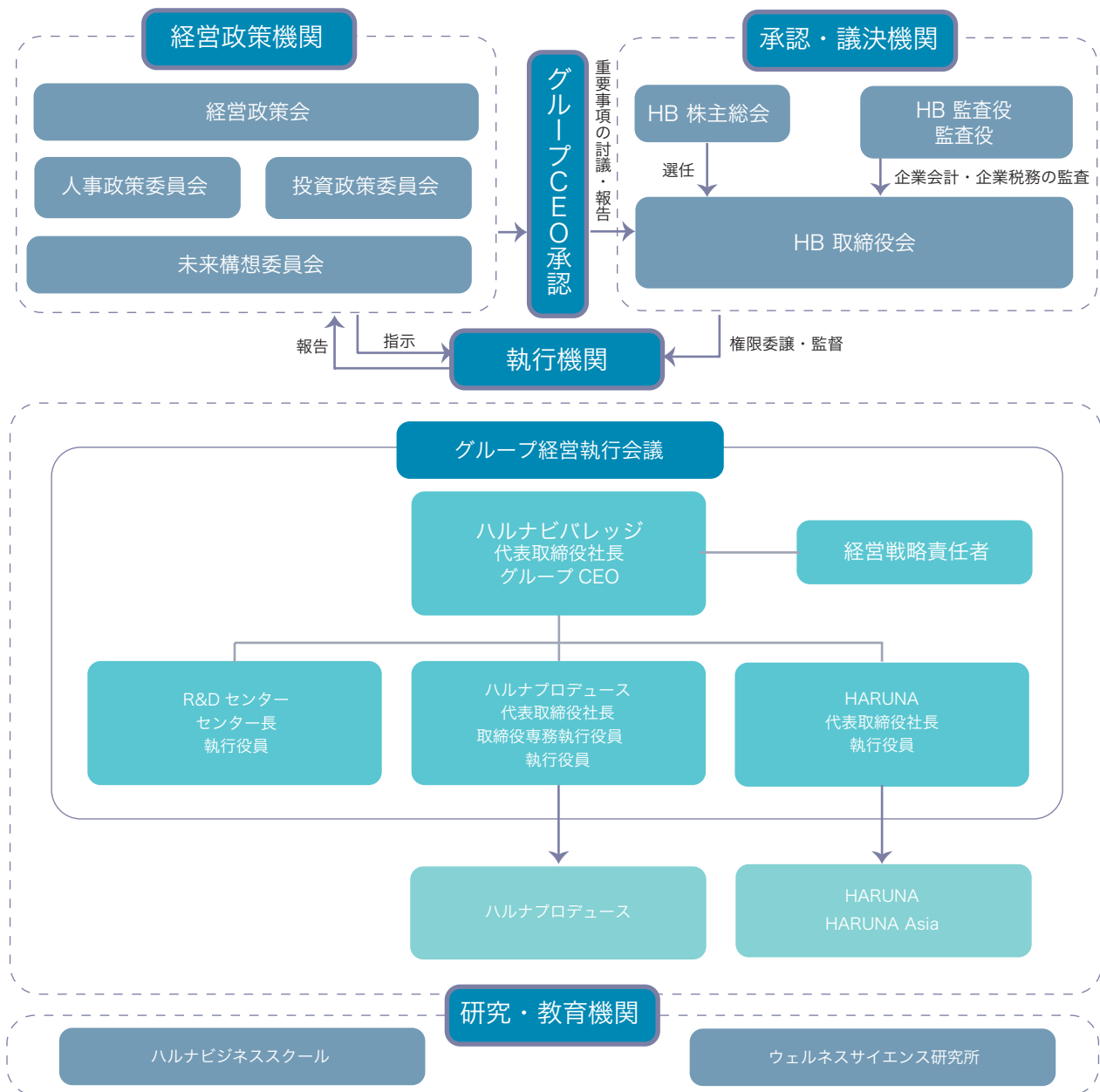
これまでは数人の個人の力量に依拠するところ大であったが、これからは多様な人材で構成されるグループから真のイノベーションを生み出すことになろう。

思考の多様性を高め、あらゆるニーズを的確につかみ、迅速な意思決定と行動力が特に求められることになる。

コーポレートガバナンス体制

ハルナグループは公平で透明度の高い経営を実現するため、適切な管理組織の構築に努めております。

企業理念に基づき、企業の社会的責任を果たすべく、コーポレートガバナンスの充実を経営上の重要課題の一つと位置付けています。当社ハルナグループの持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図るため、透明・公正かつ迅速な意思決定を実現する実効的な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。



■企業行動憲章

ハルナグループは「企業行動憲章」を制定し、人権尊重・関係法令・国際ルールの尊重とともに、社会的良識を持って事業活動を展開しています。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、社会倫理の遵守を全ての役員・社員の行動規範とする。

■経営を監査する体制

当社の監査役会は、社外監査役3名で構成されています。各監査役は「監査役監査基準」に従って、取締役会、経営会議およびその他重要な会議に出席し、必要があると認めるときは適法性などの観点から意見を述べるほか、本社および主要な事業所、工場ならびに各拠点において業務の状況などの調査を行い、また、代表取締役と定期的にあるいは随時会合により、意見交換も行っています。さらに、会計監査人とも密接な連携を取りながら、良質な企業統治体制の充実・強化に向け、取締役の職務執行を厳正に監査しています。



左より
小林欣司 様（群馬銀行元支店長、群馬キャピタル元取締役）
菅谷重信 様（日本コカ・コーラ（株）元工場長等を歴任）
小出亮介 様（小出公認会計士・税理士事務所）

環境経営

ハルナグループでは、「環境」を経営上の重要なテーマの一つとして、生産活動で使用する燃料や電力、および水資源の使用を節減するとともに、産業廃棄物の排出量削減及びリサイクル化、社会貢献活動を含めた環境経営の活動を積極的に進めております。現在、気候変動による影響が現れてきており、災害や環境問題が大きな課題になっております。ハルナグループでは、地球温暖化にかかわるエネルギー利用の改善を重要な課題と位置づけ、環境への負荷低減の考えからボイラー燃料を重油か

ら LNG や都市ガスへ燃料転換してきました。2018 年度に、和歌山プラントも灯油から LNG への燃料転換工事を終え、2019 年 1 月より稼働を開始しました。

ボイラーのより効率的な運転への改善、蒸気を使用する熱源からの放熱ロス削減対策、生産機器の運転効率の改善による電力使用量の削減、高効率な電力機器への更新などを行っております。今後も環境に配慮した生産活動の推進に向け、社員一丸となって取り組んでまいります。

～ 2018 年度に行った主なエネルギー使用改善対策の取組み～

■ 燃料転換及び総合省エネ（和歌山プラント）

和歌山プラントにおいて、ボイラー燃料を灯油から LNG に切り替える燃料転換プロジェクトを実施。あわせて総合省エネとして、高効率ボイラー、高効率ターボ冷凍機、インバーター式コンプレッサーの導入、温水回収などを実施しました。



LNG サテライト設置



LNG 高効率ボイラー設置



高効率ターボ冷凍機



インバーター式コンプレッサー

*高効率ターボ冷凍機は、オゾン層破壊係数ゼロ、地球温暖化係数 1 の新冷媒 HFO-1233zd を採用した冷凍機を導入しました。

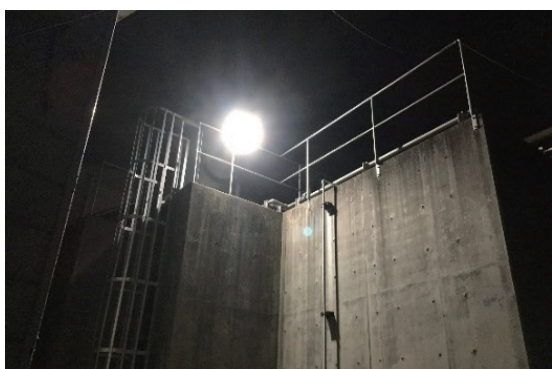
■ 電力使用量等の削減

タニガワプラントの自動倉庫内の水銀灯照明を LED 化することで、電力使用量の削減を進めました。



自動倉庫内照明の LED 化（タニガワプラント）

ハルナプラントと和歌山プラントの灯光器を LED 化し、電力使用量の削減を進めました。



灯光器の LED 化（ハルナプラント）

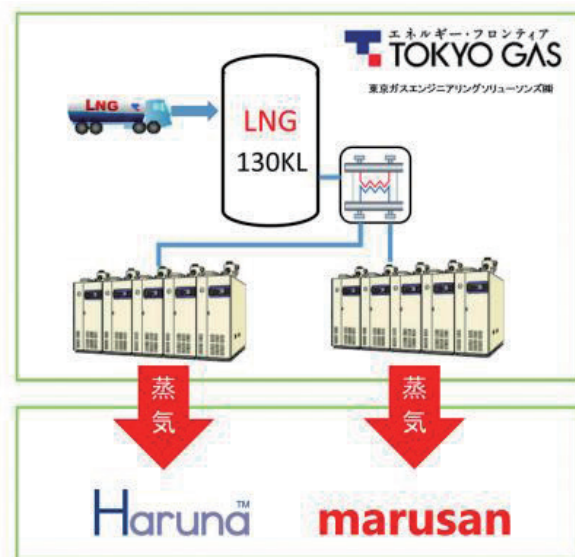


灯光器の LED 化（和歌山プラント）

■ 蒸気供給スキーム（タニガワプラント）

「蒸気供給スキーム」は、ハルナプロデュース、パートナー企業であるマルサンアイ様、東京ガス様の3社による新たな合同事業です。東京ガス様の管理するボイラーから供給された蒸気を生産に使用します。

東京ガス様によるボイラー設備管理・蒸気の供給を2019年1月より運用開始しました。

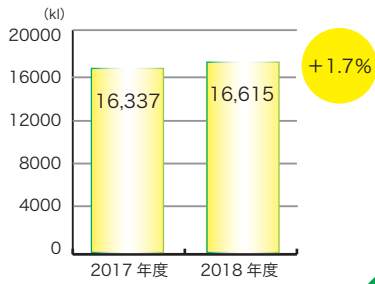


環境会計

※ハルナプラント、タニガワプラント、和歌山プラントの合計値です。

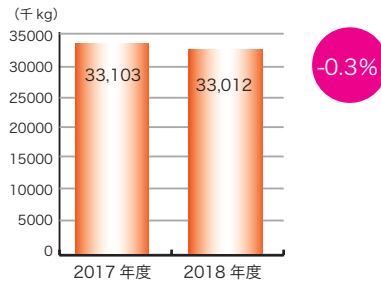
インプット

エネルギー・原油換算電力・LNG
都市ガス・灯油

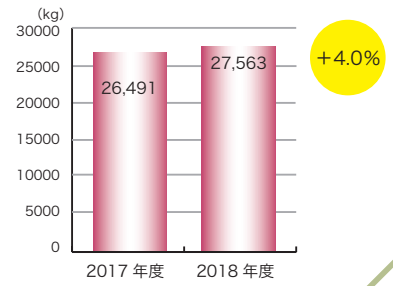


アウトプット

二酸化炭素 (CO₂)



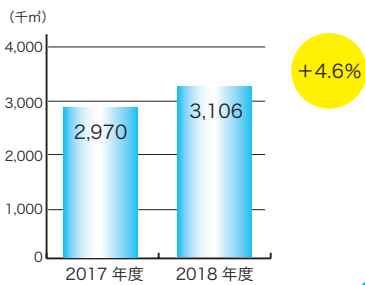
窒素酸化物 (NOx)



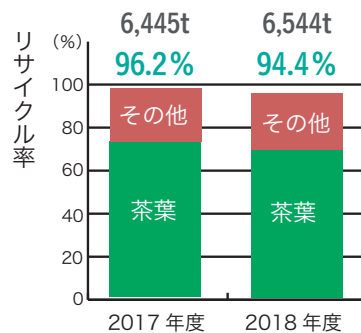
製造

*別途、Jクレジット制度利用により認証を受けたクレジット量 (過去分) : 30.658t・CO₂

水資源



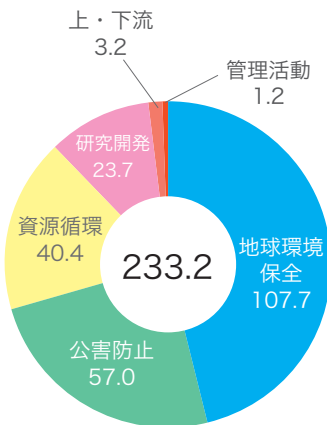
排出物



※その他には、汚泥、段ボール、可燃物・不燃物等が含まれます。

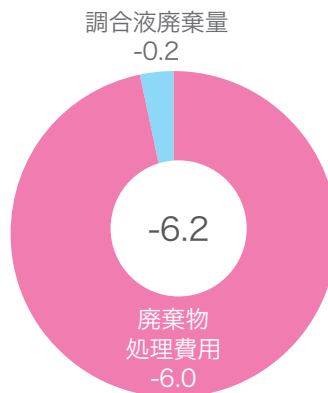
環境保全コスト

単位：百万円



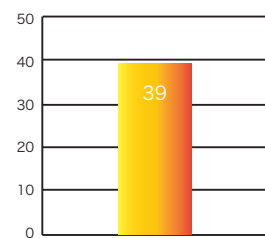
環境保全効果の金額換算

単位：百万円

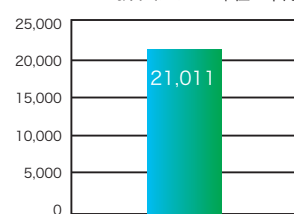


※原単位当たりの使用量から算出しています。

NOx 排出量 単位：千円



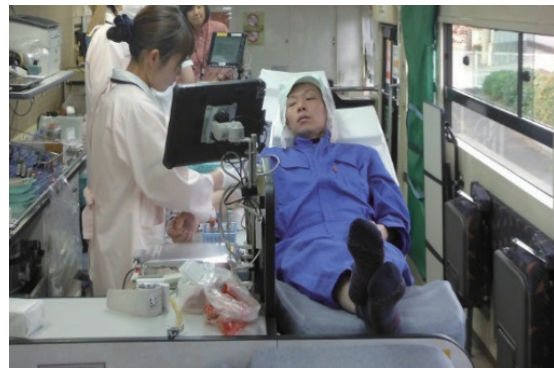
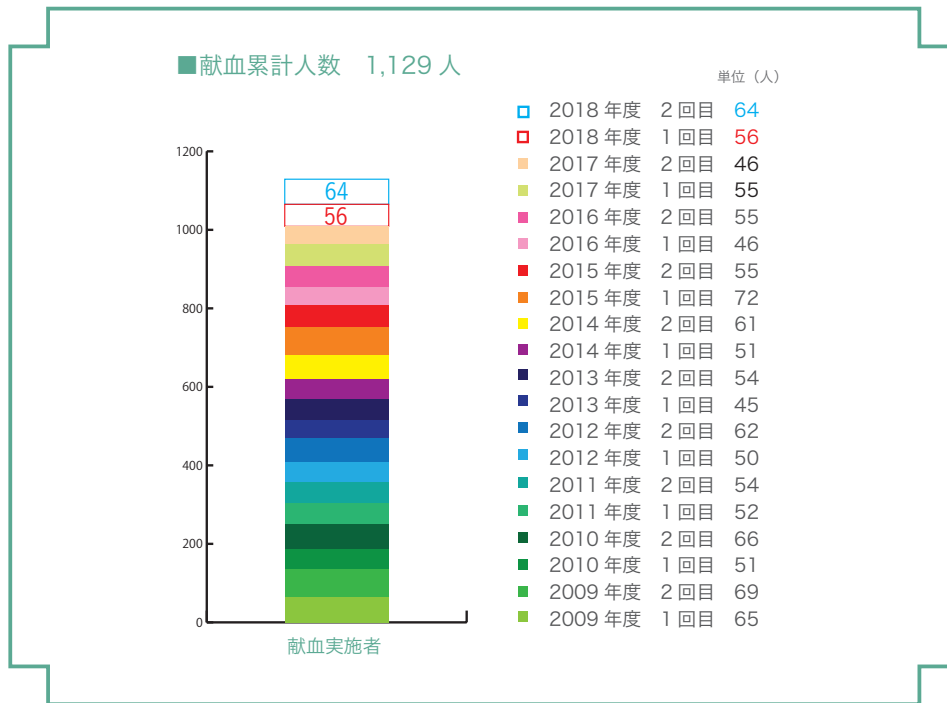
CO₂ 排出量 単位：千円



社会貢献

■ 献血活動

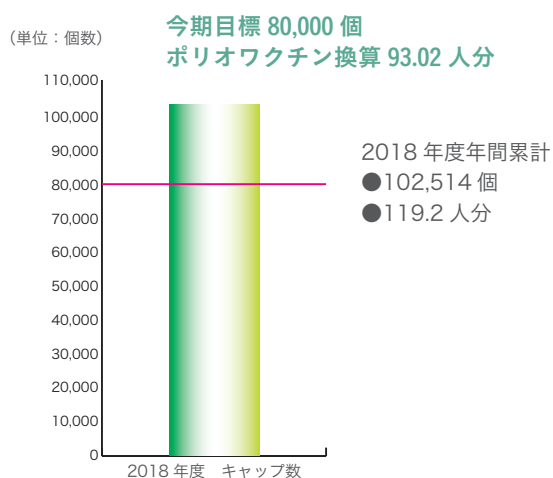
2009年度から群馬県赤十字血液センター様のご協力のもと、献血車による献血活動を開始し、2018年度までの累計で1,129人の献血を実施いたしました。今後も定期的に行ってきました。



社会貢献

■エコキャップ推進活動

ペットボトルのキャップで世界の子供たちを病気から守るエコキャップ活動に参加しています。2018年度までの累計で766,731個のキャップをNPO法人エコキャップ推進協会に寄付いたしました（キャップ860個でポリオワクチン1人分とすると、ポリオワクチン換算で891.5人分になります）。



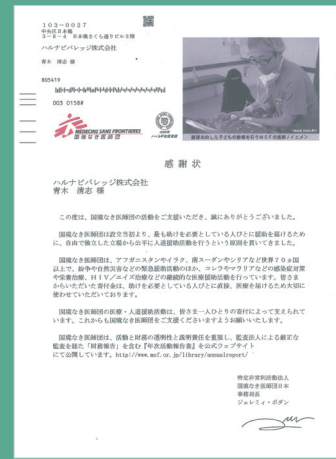
■地域清掃活動

地域環境保護の一環として、工場横の河川や用水路の清掃活動を行っています。



■国際 NGO 国境なき医師団と 特定非営利活動法人子どもに笑顔への寄付

紛争や自然災害の被害者や、貧困などさまざまな理由で保健医療サービスを受けられない人びとなどへ、地球環境保全や次世代育成支援を目的に、さまざまな活動に寄付など経済的支援を行っています。



■メセナ活動の推進

創業者で名誉会長の青木清志が 60 作品の絵画を寄贈。美への感性を継承していく活動を続けています。



■スポーツを通じて支援している団体

スポーツを通じて、地域の方々との共生による地域活性と豊かなまちづくりを支援しています。



群馬ダイヤモンドペガサスの支援活動

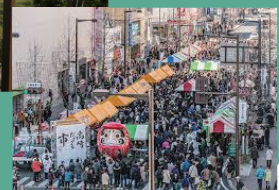


榛名山ヒルクライム in 高崎の支援活動

■地域貢献

本社敷地内の「ハルナコミュニティガーデン」を地元の皆様へご利用いただいています。

本社工場がある高崎市主催の高崎だるま市へ飲料の協賛をしています。



ビジネススクール

企業経営と人財を考える

社員が能力を発揮し、自己の成長と豊かさを実感して永く活躍できる企業へと変わっていくために、引き続き、人財育成に全力で取り組んでいます。

〈ハルナビジネススクールカリキュラム体系〉

- 経営者養成コース
- リーダーシップ養成コース
- プロフェッショナル養成コース
- 特別コース（和歌山）

〈2019年度新設コース〉

- 専門知識習得コース
- 特別コース（群馬）
- 英語力アップコース

■ 経営者養成コース

テーマ：100年企業に向けての次世代経営者の創出（3年コース）

- 1年目：経営者としての世界観を醸成する
- 2年目：アントレプレナーシップを広く身につける
- 3年目：対話型の講義を通し、経営力を高める

開講から15年目を迎える2019年は、3年計画で開催した「次世代経営者の創出」コースの最終年度となります。経営者養成コースの講師陣は、社内外から各テーマに最もふさわしい講師陣を招へいし開催しています。

〈2018年度カリキュラム〉

開催月	講師	テーマ
4月	青木 清志 ハルナグループ名誉会長	モノ、コト、ヒト、の未来が変わる
5月	中澤 幹彦 ハルナプロデュース社長 グループCOO	経営マネジメントについて①
6月	中澤 幹彦 ハルナプロデュース社長 グループCOO	経営マネジメントについて②
7月	小出信介取締役	企業経営戦略について
8月	麻生 麻生 ハルナグループCEO	長期経営ビジョンについて
9月	岡 俊明 氏 社外取締役 サッポロビール飲料(株)元社長	これからは創造力を養おうく事業創造とイノベーション>
10月	ピーター・トーマス 氏 ノマード・テクノロジー・ラボ Founder & CEO	トレーダージョーズから学ぶ、競争に勝ち抜く戦略
12月	梅野匡俊 氏 横浜国立大学客員教授 学長特任補佐講師	企業活動による社会価値創造
1月	古市 直也ハルナプロデュース取締役専務執行役員	組織再編によるハルナプロデュースのガバナンスの役割
2月	須齋 嵩 氏 群馬大学客員教授 宇都宮大学教授	ものづくりの革新の潮流とアントレプレナーシップの心
3月	青木 清志 ハルナグループ名誉会長	見えざる資産にこそ価値はある

〈リーダーシップ養成コース〉

〈プロフェッショナル養成コース〉

開催月	テーマ	開催月	テーマ
4月	商品改革のポイント	4月	エネルギー対策、省エネについて
5月	経営マネジメントのポイント	5月	食中毒について
6月	労働安全について	6月	労働安全について
7月	労務と法律について	7月	防虫・防鼠について
8月	リーダーの意思決定と判断のポイント	8月	HACCPとFSSC
9月	ディストリビューションについて	9月	作業ルール、記録の重要性について
10月	危機管理について	10月	食品衛生法、JAS法（有機）について
11月	企業の障害者雇用の重要性について	11月	食品添加物について
12月	マネジメントについて	12月	危機管理について
1月	アンガーマネジメント入門	1月	ハラスメントを防ごう
2月	リーダーシップとは	2月	廃棄物管理の重要性（3R含む）
3月	ハラスメントを防ごう	3月	工程改善について

〈特別コース（和歌山製造者養成コース）〉

〈特別コース（和歌山経営基礎コース）〉

開催月	テーマ	開催月	テーマ
4月	経営で成功するポイント		
5月	人から学ぶ		
6月	知識型経営		
7月	仕事で感動を創り出す方法		
8月	企業の障害者雇用の意味と意義①		
9月	企業の障害者雇用の意味と意義②		
10月	人間力と経営について	10月	経営マネジメントの基礎①
11月	知識型経営について	11月	経営マネジメントの基礎②
12月	知識型経営について	12月	経営マネジメントの基礎③
1月	不況を乗り越える不況型経営	1月	経営マネジメントの基礎④
2月	知識型経営	2月	経営マネジメントの基礎⑤
3月	“知識型経営 判断力と情報戦”	3月	経営マネジメントの基礎⑥
3月	“知識型経営 実証と成果”	3月	経営マネジメントの基礎⑦

■ 2019年度新設コース紹介

今年からリーダーシップ養成コース、プロフェッショナル養成コースのほかに、各執行役員が直々に、その専門性を活かした講義をする「専門知識修得コース」を新たに加えてスタートします。また、和歌山に重点を置いてきた特別コースを群馬地域にも拡充します。今後のグローバル化に向けて、英語力アップコースも企画中です。

● 専門知識修得コース

講師：各執行役員

テーマ：執行役員が、それぞれ身に付けている専門知識を活かした講義を行います。

● 特別コース（群馬）

講師：ハルナプロデュース社長 グループCOO 中澤幹彦

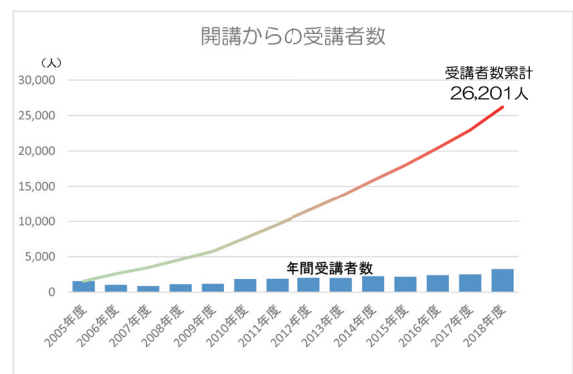
テーマ：知識型経営

● 英語力アップコース

テーマ：通学、通信による専門講義



テレビ会議システムを活用した7拠点での受講風景

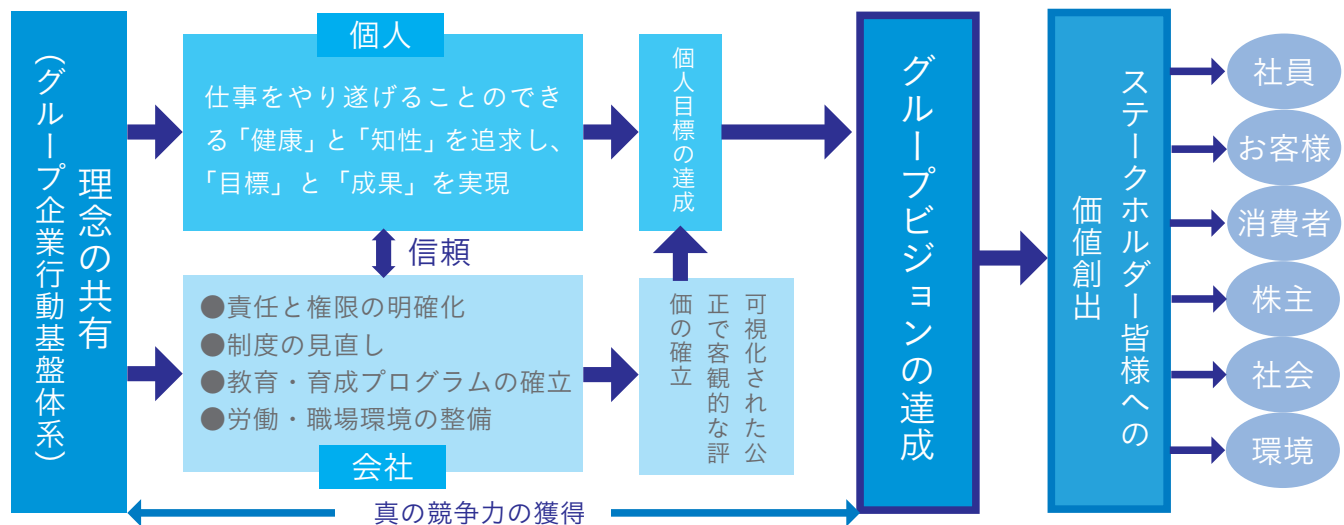


働き方改革 ライフプランの実現に向けて

■人財政策と価値発展

社員が個性と能力を発揮し、自己の成長と豊かさを実感して長く活躍できる企業へなっていくために「会社の目標を、個人の成果に」「個人の能力を、会社の業績に」結び付け、ステークホルダーの皆様の価値発展に向けた取り組みを行っています。

～協創価値創出の全体像 真の競争力の獲得に向けて～



■会社時間と個人時間

①残業時間低減に向けた月例会議

2015年から取り組んできた未来構想プロジェクトの第2次活動期間として、月に一度、すべての部門の代表者が集まり、実績報告とディスカッションを行っております。

●一人当たり平均残業時間 2017年度 35時間/月、2018年度 32時間/月（全社平均）

2019年度は、計画中の生産性向上策の実現ステージに入ります。

②有給休暇の取得推進運動

部門別、個人別取得計画を策定し、推進中。2019年度から、計画有休制度を導入。

●全社平均有給休暇取得率（取得数/年間付与数）2017年度 66%、2018年度 62%

今後は、100%取得が可能な職場の実現に向けた環境整備に取り組めます。

③フレックス制度の導入

フレックス制度の規程を整備し、労使協定による職場への適用を開始。トライアル期間での成果が現れている。

●フレックス職場の平均残業時間 制度適用前（12ヶ月平均）24時間/月→制度適用後（3ヶ月平均）17時間/月

④スライド勤務制度

既に導入済みの制度ですが、各職場での業務に応じ、柔軟に対応することで活用範囲を広げてまいります。

■ キャリアプランと人財育成制度支援

① 人事制度改革プロジェクト

"Haruna Human Capital" プロジェクトを立ち上げ、ひとりひとりのキャリアプランの実現を可能にする等級賃金制度の改訂を推進。マネジメントコースに加え、プロフェッショナルコースの新設を予定しています。

② 人財育成担当制度

長期的視点で人財育成をスケジューリングし、役員・社員が一丸となって進めていく体制を整備。すべての執行役員の重点的取組事項としました。

③ ライフプランセミナー

ライフプランや年金の知識について、生命保険会社からプロを招へいし講義していただきました。

④ 資格取得支援制度

年度別に推奨資格の取得候補者を指名し、費用を援助。自主的な資格取得者についても、全体総会にて優秀者を表彰しました。

■ コミュニケーション、リラックス、モチベーション

① E S 面談実施

年2回の自己申告書の内容分析により、職制を通じ、あるいは人事部門が場面に応じ面談対応しています。

② ハラスメント講習開催

専門家を社内に招いての管理職向けセミナー開講、加えて、従業員全員に対してビジネススクールを活用した講義、ハラスメント適用事例と相談窓口の周知も行いました。

③ ハルナサークル支援制度を制定

従業員自らが提案したサークル活動について、一定の要件を満たした場合、活動費の半額を補助。

- 2018年度に2サークルが登録→ハルナゴルフサークル、ハルナ球技サークル

④ 提携スポーツジムを無料開放

全国各地のスポーツジムと提携し、従業員の使用を無償化しています。

⑤ コミュニケーション費用援助

忘年会、新年会等を活用し、職場内のコミュニケーションが図れるよう、一人当たり3000円の費用を補助しています。

2018年度トピックス

Topics

日本経済団体連合会 への入会

人々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、広く社会に有用で新たな付加価値および雇用の創造など、ESG（環境・社会・ガバナンス）に配慮した経営の推進と社会的責任への取り組みを進めたいと存じております。

<http://www.keidanren.or.jp/newface.html>

（日本経済団体連合会ホームページ「新会員紹介」掲載ページ）

Topics

SDGs 私募債発行に伴う 県民基金へ寄付

東和銀行様の SDGs 私募債発行に伴う「ぐんま緑の県民基金」へ寄付をいたしました。これからはハルナグループは、国連の持続可能な開発目標（SDGs）の達成に貢献いたします。

Topics

海外事業の拡大

欧州では、スペインの販売会社と資本提携をし、日本で共同開発し製造した新しい茶系飲料の販売を開始しました。EU 市場へ商品開発を進め、同時に製造技術の提携も行っております。またアジアでは、ベトナムとカンボジアを中心に、HARUNAAsia の拠点となるタイで製造した自社ブランドの販売を開始しました。また他のタイ近隣国にも清涼飲料のプライベート商品の販売を開始し、同時に新規ジャンルとなる酒類の共同販売も進めています。

Topics

環境負荷低減への取組みとして 燃料転換 & 高効率ユーティ リティ設備の導入

和歌山プラントでは、ボイラー燃料を灯油から CO2 の排出量が少ない天然ガスへ切替を行いました（ハルナ・タニガワプラントは切替済）。また、高効率ユーティリティ設備導入により、和歌山プラント全体の省エネルギー化を図りました。

Topics

蒸気供給共同スキーム事業の運用

タニガワプラントでは、マルサンアイ様、東京ガス様の 3 社による共同事業を開始しました。タニガワプラント設置の LNG サテライトをマルサンアイ様と共同使用することにより、マルサンアイ様のボイラ燃料を重油から LNG に燃料転換しました。クリーンエネルギーを使用することで、環境負荷低減（二酸化炭素排出量削減）に繋げた事業となります。

経団連への入会と SDGs 達成に向けた取り組み

このほど、一般社団法人日本経済団体連合会様より今までの企業活動内容を評価していただき、サッポロホールディングス株式会社様と株式会社群馬銀行様のご推薦を賜り、2018年12月14日に正式に入会させていただきました。

ハルナグループは、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す経団連の企業行動憲章に賛同し、Society 5.0の実現を通じたSDGs（持続可能な開発目標）の達成に向け、取り組みを行ってまいります。

経団連の概要

名称	一般社団法人 日本経済団体連合会（略称：経団連） Japan Business Federation	
目的（定款第3条）	総合経済団体として、企業と企業を支える個人や地域の活力を引き出し、我が国経済の自律的な発展と国民生活の向上に寄与すること	
設立日	1946（昭和21）年8月16日	
代表理事	会長 中西 宏明 氏	事務総長 久保田 政一 氏

一般社団法人日本経済団体連合会（Japan Business Federation）は、日本の大手企業を中心に構成される団体。「財界総本山」とも称され、日本商工会議所、経済同友会と並ぶ「経済三団体」の一つで、三団体の中でもその影響力は際立って大きい。その使命は、総合経済団体として、企業と企業を支える個人や地域の活力を引き出し、日本経済の自律的な発展と国民生活の向上に寄与することにあります。このために、経済界が直面する内外の広範な重要課題について、経済界の意見を取りまとめ、着実かつ迅速な実現を働きかけています。同時に、政治、行政、労働組合、市民を含む幅広い関係者との対話を進めています。各国の政府・経済団体ならびに国際機関との対話を通じて、国際的な問題の解決と諸外国との経済関係の緊密化を図っています。

2018年12月新規会員

アマゾン ジャパン合同会社

代表者： 社長 ジャスパー チャン
所在地： 東京都目黒区
事業内容： インターネット等を利用した電子商取引事業

アマゾン ウェブ サービス ジャパン株式会社

代表者： 社長 長崎 忠雄
所在地： 東京都品川区
事業内容： コンピュータサービス事業

ターキッシュ エアラインズ

代表者： 東京支社長 メフメット アカイ
所在地： 東京都港区
事業内容： 航空運送事業

ハルナビレッジ株式会社

代表者： 社長 青木 麻生
所在地： 東京都中央区
事業内容： 清涼飲料、天然水など各種飲料製品の製造販売等

株式会社メルカリ

代表者： 社長 小泉 文明
所在地： 東京都港区
事業内容： リユース品を中心とした電子商取引事業等



サステナブル経営とSDGs

～Haruna Shared Valueの取り組み～

私どもは創業以来、基本的使命のひとつとして「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。

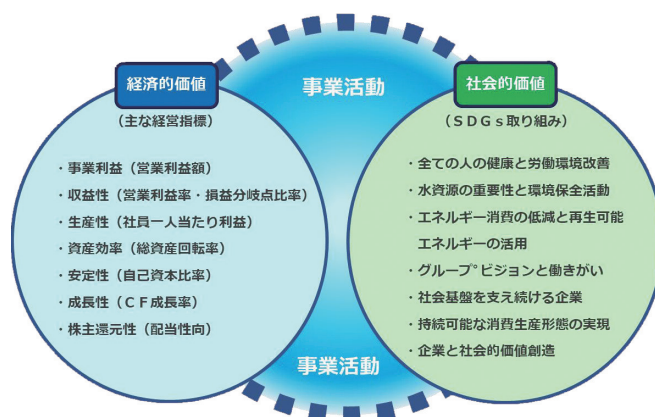
このたび「一般社団法人 日本経済団体連合会」（以下、経団連）に入会させていただいたことを契機に、皆様の暮らしや社会全体を最適化した未来社会の実現を目指した経団連の企業行動憲章に賛同し、Society 5.0の実現を通じたSDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けた取り組みを行わせていただくため、2019年4月に「ハルナグループSDGs行動宣言」としてまとめ、主に7つの取り組みを通じて実現を目指させていただくことになりました。



経済・社会および環境面での課題に対処するためのSDGsが目指す目標は、当社の企業理念そのものでありビジョンの土台となるものと考えております。

私どもはESG（環境・社会・ガバナンス）に配慮した経営の推進と社会的責任への取り組みを進めるため、一体化した目標を設定し「Haruna Shared Value」として価値創造の循環へとつなげ、ハルナグループの事業活動を通じて経済的価値と社会的価値を同時に実現させ、皆様に信頼され続ける企業グループを目指してまいります。

HARUNA Shared Value




～今後の取り組み～

SDGsが目指す目標は、当社の企業理念そのものであり、ESG（環境・社会・ガバナンス）に配慮した経営の推進と社会的責任への取り組みを進めるため、「ハルナSDGs推進委員会」を発足させ、「重要課題」を定め、事業活動を通じて社会的課題解決に持続的に貢献できるよう社員全員で取り組んでまいります。

■主な重要課題


まず、考えられる主な課題は下記のとおりです。

3 すべての人に健康と福祉を




飲料を通じ、消費者の皆様の健康的なライフスタイルの促進とバリューチェーン全体での労働環境の改善を目指して

6 安全な水とトイレを世界中に




製造で使用する水の削減・リサイクルを徹底し、共有財産である「水」資源の無駄を低減するとともに環境保全活動を推進

7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに




エネルギー消費を低減し、エネルギー効率を改善するとともに、再生可能エネルギー源に由来するエネルギーの活用を目指して

8 働きがいも経済成長も




ワーク・ライフ・バランス（WLB）を推進するとともに、個人目標とグループビジョンを同時に実現できる体制を構築し、全ての社員が働きがいを感じられる企業グループへ

9 産業と技術革新の基盤をつくろう




総合飲料プロデューサーとしてのプラットフォームを構築し、食品・飲料市場の活性化と安定化を図り、社会基盤を支え続ける

12 つくる責任つかう責任



生産とサプライチェーンにおいて発生する破棄物の低減とリサイクル化を促進するとともに、持続可能な消費の重要性についての理解を深め、持続可能な消費生産形態の実現を目指して

17 パートナーシップで目標を達成しよう



全てのステークホルダーと協働し、企業と社会的価値創造の結び付けの強化を目指して



ハルナビバレッジ株式会社
専務取締役
栗原 健一

ステークホルダーのご意見

貴社とは、2002年の工場用地を取得する際に、お取引をいただいて以来、永きにわたりご愛顧を賜り、心から御礼申し上げます。

私が2011年に高崎支店支店長に就任し、はじめて現名誉会長である青木清志様にお会いした時、飲料事業を通じてお客様やお取引先、地域社会とともに持続可能な成長を続けることを、創業時からの経営の根幹としていとお聞きしました。思い起こせば創業時からまさに、国連が提唱する「SDGs(Sustainable Development Goals)」に通ずる経営理念を、先駆けてお持ちであったということです。

また、貴社は「環境」を経営上の重要なテーマの一つとして環境経営の活動に積極的に取り組まれています。今年の4月には、SDGs活動の一環になるとのお考えから「東和SDGs私募債」を活用し、これに伴う寄付を「ぐんま緑の県民基金」にされました。ぐんま緑の県民基金は、豊かな水を育む森林を育成して後世に残していくもので、まさに水を材料にして飲料水を作る貴社の事業と繋がります。その活動の一助になれたことをとても光栄に思っております。

当行は、地域社会とともに持続可能な成長を目指す貴社の取り組みに対して、今後もお手伝いをさせていただければ幸いですと考えておりますので、よろしくお願い申し上げます。



株式会社東和銀行
取締役専務執行役員
江原 洋 様

～ご意見をいただいて～

この度はご寄稿ありがとうございました。今回のSDGs私募債を引き受けていただき、貴行とともに「ぐんま緑の県民基金」へ寄付をできたことについて改めて感謝申し上げます。貴行は「靴底を減らす活動」「雨でも傘をさし続ける銀行」「謙虚さのDNAを忘れない銀行」をモットーにした「TOWA お客様応援活動」をぶれることなく取り組んでおられ、貫くことの大切さを間近で感じさせていただいております。私どもも一貫した姿勢で事業活動を通じて経済的価値と社会的価値を同時に実現し、社会から皆様から信頼していただける存在であり続けられるよう努力してまいります。

ハルナビバレッジ株式会社
専務取締役
栗原 健一