

ハルナグループ SDGs/ESG

ハルナグループは当社の成長を通じ、持続可能な社会の実現にも貢献したいと考えています。については適切なガバナンス体制のもと、SDGsで示されているグローバルな課題解決や、ESG（環境・社会・ガバナンス）に率先して取り組みながら、ステークホルダー皆様との対話を通じて、適切な対応を行うことで社会への責任を果たすことを目的として活動しています。自らも持続的に成長し、社会的価値と経済的価値の同時創造を行うことで、未来社会の創造に貢献し続けることを目指しています。

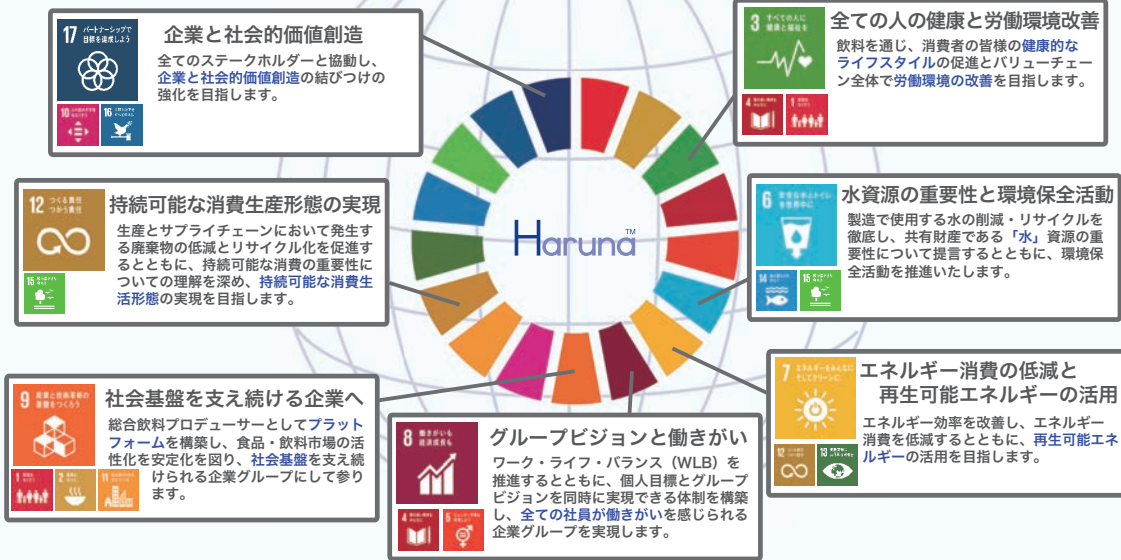


ハルナグループ SDGs への取り組み

ハルナグループは市場と顧客の変化に迅速に対応し、現在の顧客と新たな顧客に高品質な飲料製品の開発・製造・物流を通じて、顧客と消費者が感動し満足する価値の創出を継続していくことをグループの使命として活動してまいりました。私たちはこの活動をより強化するために、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の達成に向けて取り組んでまいります。



2030年に向けて
世界が合意した
「持続可能な開発目標」です



具体的な取り組み

取り組み内容	関連する SDGs のゴール	取り組み内容	関連する SDGs のゴール
【FSC® 認証紙への転換】 法律を守り、管理された森林から提供される紙原料を使い、認証工場で加工された商品の使用を開始しました。		【ユニバーサル・デザイン】 ハルナグループから情報発信する様々な誌面に、ユニバーサル・デザインを取り入れています。	
【寄付活動】 社会への貢献のため、国内、海外を含めた視点で、毎年寄付活動を行っています。		【献血活動】 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3拠点で継続的に実施しています。2020年度実績：125人	
【エコキャップ活動】 ペットボトルのキャップで世界の子どもたちを病気から守るエコキャップ活動に継続的に参加しています。2020年度実績：92,738個（ポリオワクチン換算 107.8人分）		【河川、用水路の清掃活動】 国内3拠点（高崎市、みなかみ町、海南市）において、環境保護活動として、毎年従業員が近隣河川、用水路、道路に出て、清掃活動を行っています。	
【水資源の有効活用】 製造過程における使用水をリサイクルすることで、共有財産である水資源の使用量を削減しました。		【エネルギー消費の低減と再生エネルギーの活用】 既存設備の省エネタイプへの積極的な更新や、各種照明のLED化などにより、電力使用や燃料の削減をしました。	
【障害者雇用の促進】 働く人それぞれにあわせた職場環境の整備と、業務の洗い出しによる調整で就業機会を創出する取り組みを行っています。2020年度も、新たな雇用を生み出しました。		【災害時の飲料提供による被災地支援】 地域別のリスク分析と、災害想定に基づく配送シミュレーションを行い、物流体制の構築を目指しています。	
【フードロスの低減に向けた提案】 賞味期限の年月表記や設定期間の延長、工場より排出されるお茶の絞りかすの再生紙への利用等に取り組んでいます。		【開発途上国とのパートナーシップ】 諸外国のパートナー企業に、当グループの生産、品質管理ほか様々な技術の供与を行い、現地の生産性を高める取り組みを検討しています。	

環 境

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、工場から排出される廃棄物の排出量削減および3R化（リデュース、リユース、リサイクル）に努め、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います。

「ハルナグループSDGs 行動宣言」を行い、「環境」に配慮した取り組みを強化しています。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問題になっています。

ハルナグループでは、地球温暖化に関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灯油・重油からLNG・都市ガスへ燃料転換してきました。また、継続してボイラーのより効率的な運転改善、蒸気を使用する熱源からの放熱ロス削減対策、生産設備の運転効率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。

併せて海洋プラスチック問題についても取り組みを進めています。脱プラスチック化や環境配慮型素材への切り替えのため、一部リサイクルボトルやラベルレス生産を実施、自社製品の一部にボタニカルインキ（植物由来成分を含有する環境配慮型インキ）の使用を行っています。これまで継続してきた廃棄物への対策と併せて、活動を強化しています。

これからも環境の負荷低減に取り組み、持続可能な社会づくりに社員一丸となって取り組んでまいります。



ハルナプロデューズ株式会社
常務取締役
古市直也

担当者コメント

ハルナグループは、「顧客志向」を経営理念に掲げており、全ては理想実現のために持続的成長を目標としています。この延長線上に、Society 5.0を通じたSDGsの達成が存在し、経済面のみならず社会的にも価値のある企業へと変革しつつあります。

SDGsの活動により気付いたことは、個人のみ注目していくと会社組織と分断されますが、マクロ的視点を持つことで一人ひとりの零のような仕事が最終的には大河の一部となり、多くの顧客の生活を潤すことに繋がるという事実です。

これからは顧客満足と従業員の誇りを守るために、SDGsの達成に向けて取り組んでまいります。



ハルナプロデューズ株式会社
社会環境 Sec シニアアソシエイト
宮本あやか

2020 年度に行った主なエネルギー使用改善対策の取り組み

電力使用量の削減

製品液を仕上げる際に冷たい純水を加水しています。この純水を冷却するために使用しているアイスビルダー（冷却設備）のチルドポンプの運転見直しを行い、停止することが可能となったことで電力使用量の削減に繋がりました。



冷凍機の外観（ハルナプラント）

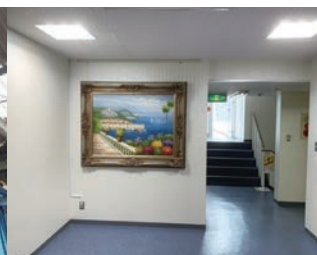
工場内や事務所内の照明を LED 化し、
電力使用量の削減を進めました。



工場内室照明更新
(タニガワプラント)



出荷設備周辺照明 LED 化
(タニガワプラント)



フロア照明 LED 化
(タニガワプラント)

水の再利用（ハルナプラント）

抽出液を冷却するために熱交換された水を受水槽に回収し、包装工程にて再利用することで水使用量の削減を進めました。



受水槽 工場排水の回収と再利用
(ハルナプラント)

節水対策（ハルナプラント）

「水の再利用」を開始したことで、熱回収タンクからのオーバーフロー水が増加しました。制御を変更することで、この捨てられていた水をボイラー供給水へ使用し、節水へと繋がりました。



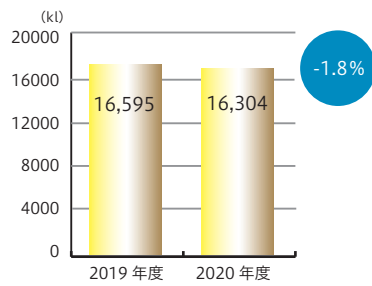
ボイラー軟水タンク バックアップ井水の節水
(ハルナプラント)

環境会計 2020 年度の実績

※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。

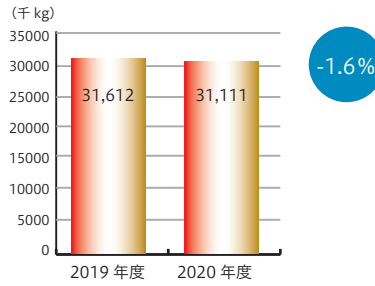
インプット

エネルギー原油換算電力・LNG
都市ガス

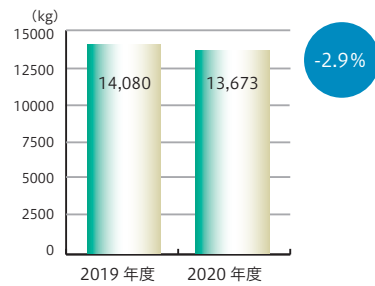


アウトプット

二酸化炭素 (CO₂)

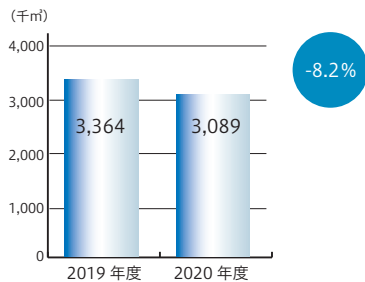


窒素酸化物 (NOx)

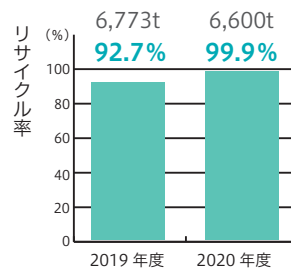


製造

水資源

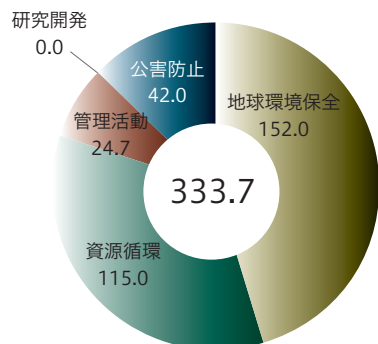


排出物

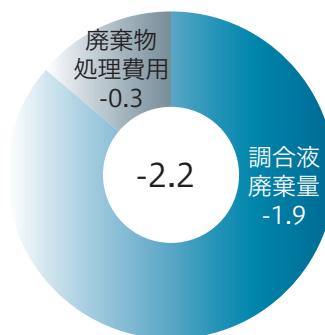


※排出物には茶葉、汚泥、段ボール、可燃物・不燃物等が含まれます。

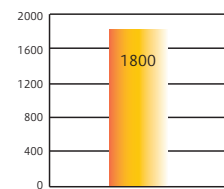
環境保全コスト (単位：百万円)



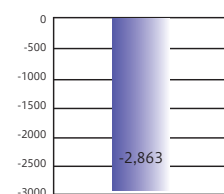
環境保全効果の金額換算 (単位：百万円)



NOx 排出量 (単位：円)



CO₂ 排出量 (単位：千円)

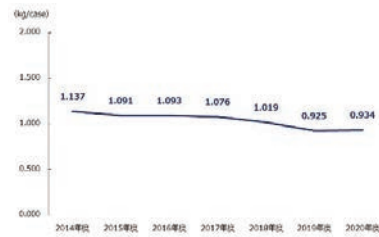


環境会計 2020 年度の実績

エネルギー消費の低減

CO₂ 排出削減を目的に工場における燃料を重油や灯油から LNG、都市ガスへ転換しています。また、エネルギー消費の低減、工場設備の稼働効率の改善、省エネルギー対策によって、2020 年度 CO₂ 排出量原単位 (CO₂-kg/ ケース) は、2014 年比約 17.9% の削減となりました。さらなる CO₂ 削減に向けて、再生エネルギー等の導入など進めてまいります。

1 ケースあたり CO₂ 排出量の推移



廃棄物再資源化率の推移



持続可能な消費形態の実現

廃棄物の低減とリサイクル化の推進、環境配慮資材への取り組みを促進することで、持続可能な消費形態の実現を目指します。当初、2030 年度までにリサイクル率 99.9% を実現することが目標でしたが、2020 年度に目標達成に成功しました。今後も目標達成を継続させ、より環境へ配慮した処理方法へと高めてまいります。

2020 年度に実施した、プラスチック対策

- ・ 100% リサイクルボトルでの製品 (350ml)



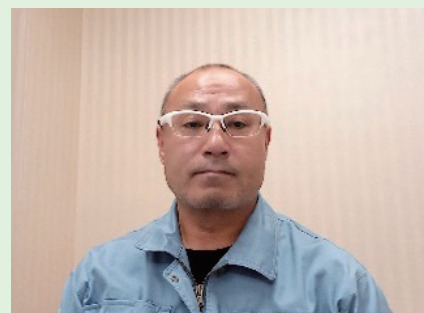
- ・ ケース販売でのラベルレス製品



担当者コメント

ハルナグループ SDGs 行動宣言の下、社員一丸となり環境負荷低減に向けた改善活動に取り組んでいます。2020 年度取り組みとして、「ハルナグループ SDGs 行動宣言」の一つ、「水資源の重要性と環境保全活動」をテーマにハルナ第 2 プラントでの「水の再利用」に向けた改善活動を行っております。早期での運用に向け活動を継続いたします。

今後も社員全員参加で積極的に取り組み、「チャレンジ心」を持ち、環境負荷低減活動をしていきます。



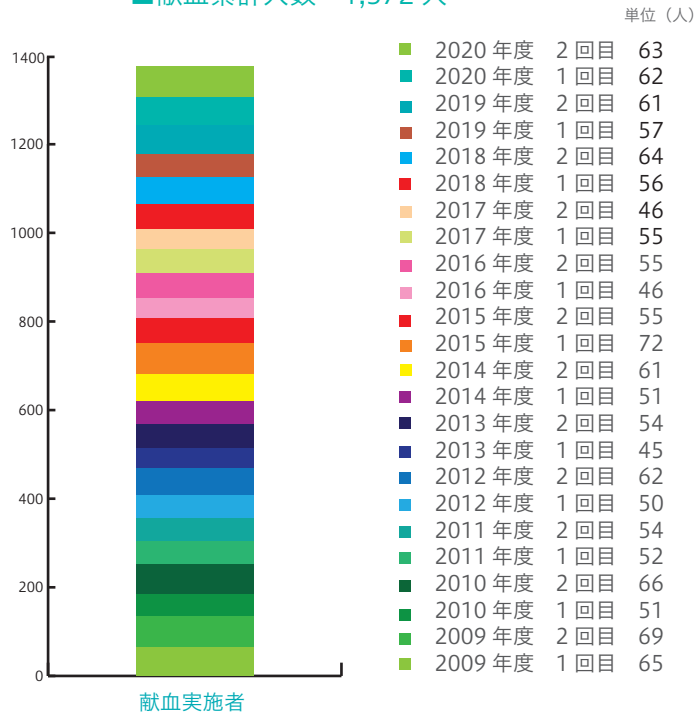
ハルナプロデュース株式会社
社会環境 Sec オフィサー
酒井誠一

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、2020年度までの累計で1,372人の献血を実施いたしました。今後も定期的に続けていきます。

■ 献血累計人数 1,372人



担当者コメント

街で呼び込みの方に声を掛けられたのがきっかけで、20歳前後で初めて200ml献血をしました。ここ8年ほどはヘモグロビン濃度が基準を下回り献血ができず、会社の皆さんに協力をお願いする担当者として心苦しく思っていたのですが、昨年会社で実施した献血で400mlの基準を初めてクリアし、献血することができました。献血できたことが嬉しくて触れ回ったほどです(笑)。

献血回数は今回で78回になりました。血液は医学が日々進歩している現代においても人工的につくることができず、生きた細胞であるために長期保存することができません。そのため献血は一人ひとりの善意に頼らざるを得ません。

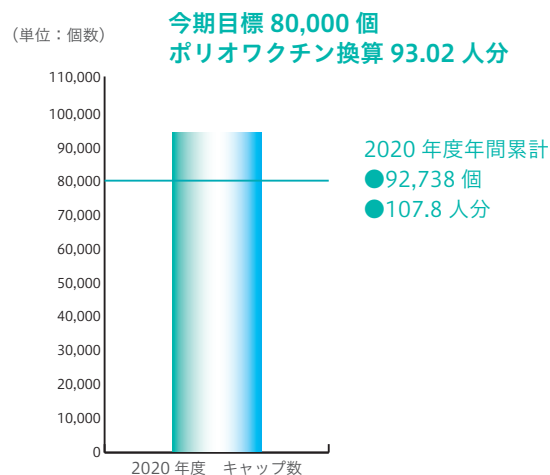
血液を必要とする患者さんに安定的に供給することができるよう、献血活動を継続していきたいと思えます。



ハルナプロデュース株式会社
社会環境 Sec シニアアソシエイト
高井綾子

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。2020年度までの累計で947,397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。これまでの累計はポリオワクチン換算で、1101.6人分）。



地域清掃活動

3拠点（ハルナ・タニガワ・和歌山）では、地域環境保護の一環として工場横の河川・用水路や道路の清掃活動を行っています。



ハルナグループでは、従来の働き方改革やワークライフバランスへの取り組みを進めてきた中で、働く人の価値観の多様化や、ライフスタイルの変化に直面しました。そこで、仕事そのものの面白さや働きやすい職場環境、組織文化、能力・キャリア開発、福利厚生、ワークライフバランスなどを文化的価値として、従来の経済的価値と合わせて、総合的な価値創出（Total Reward）を行っています。

エンゲージメント向上への取り組み

エンゲージメントについて、「社員の一人ひとりが会社の掲げる戦略・目標を適切に理解・共感し、会社に対して誇りや愛着心を持ち、自発的に自分の力を発揮する貢献意欲」と定義し、全社的にこれを高めていく取り組みを始めました。

エンゲージメントサーベイ

独自にエンゲージメントスコアを設定し、年1回全社員にアンケート調査を始めました。そこで得られたエンゲージメントスコアを分類し、解析しています。エンゲージメント面談として、職場ごとに対象者をピックアップして、なるべく多くの従業員の声を聞き、悩みの解消とともに今後の施策に生かす取り組みをしています。

エンゲージメント向上の目的

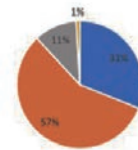
- ・個人のモチベーション向上
- ・生産性の向上
- ・人材リテンション etc.



ハルナビバレッジ株式会社
人事総務 Unit エグゼクティブエキスパート
藤井 満

2020年10月調査

Q. 自分の会社で働くことに誇りを持っていますか。



■そう思う ■まあそう思う ■あまりそう思わない ■そう思わない

質問項目とエンゲージメントスコア

〈そう思う：4 まあそう思う：3 あまりそう思わない：2 そう思わない：1〉

■全体	・自分の会社で働くことに誇りを持っていますか？ ・グループと組織全体の戦略目標を理解していますか？
■戦略と使命	・会社がその目標やゴールを達成するために、自分が何をすべきかわかっていますか？
■職務	・自分のチームは会社の目標やゴールを体現できたと感じますか？ ・職務を通してやりがいを感じられていますか？
■自己成長	・この1年間に仕事上で学び、成長する機会を持てましたか？ ・会社に貢献するあなた自身の中長期の目標を明確に持っていますか？
■認知	・成果や貢献に見合った評価がなされていると思いますか？ ・自分の意見や発言を周囲の仲間には聞いてくれますか？
■風土・環境	・仕事の仲間（上司・部下・同僚等）とは良好な関係が築けていますか？ ・給与や福利厚生など公正に報酬を得ていると思いますか？

■ポジティブ回答の例

- ・飲料メーカーとして生活に必要な商品を社会に供給していること
 - ・自社の手掛けた商品を店頭で見かけること
 - ・コロナ禍でも製造を続けていること
 - ・自分の仕事に誇りを持ち、知識を発揮できていること
- ポジティブ回答を参考にリスクマネジメントを推し進め、あらゆる事態でも商品を供給できる体制を構築していくことを目指しています。

■ネガティブ回答の例

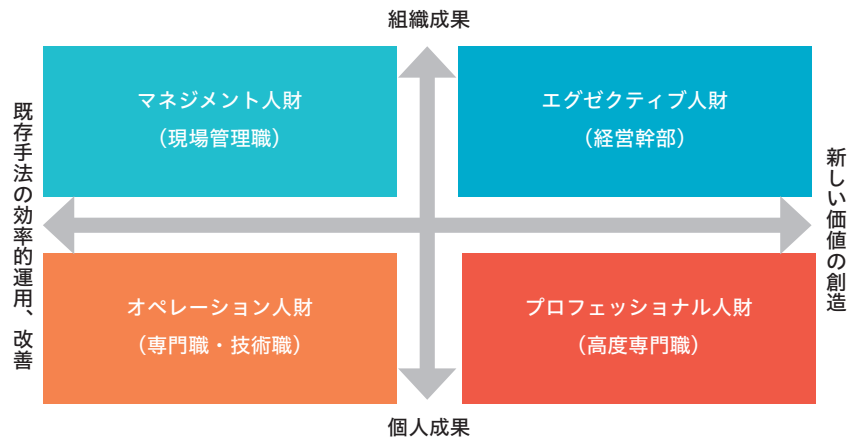
- ・働き方改革の実態が伝わってこない
 - ・人手不足により仕事が大変、つらい
 - ・給与の額の決定基準が不明確
- ネガティブ回答については、重要意見をピックアップして、上司が個別にコミュニケーションし、話を聞く機会を設けています。

ポジティブ回答とネガティブ回答双方に耳を傾けて、エンゲージメントスコア向上を目指して全社で取り組みを実行しています。

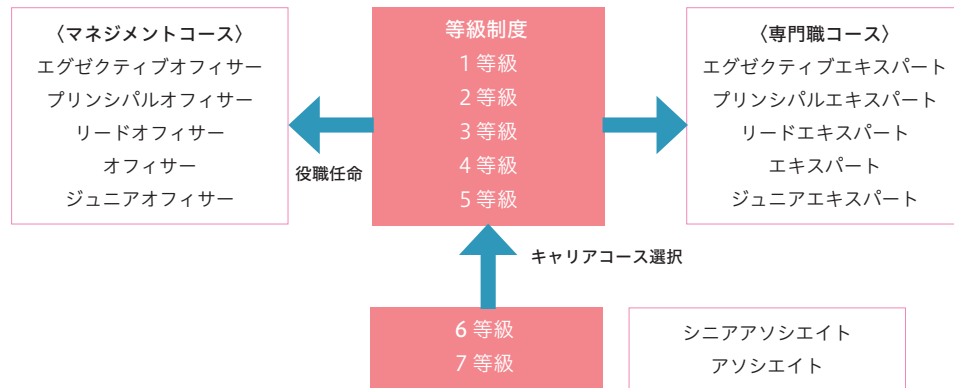
専門職コースの本格稼働

世の中のニーズが多様化し、社会構造も複雑化する中で、企業の運営に高度な知識と技術が、以前より増して求められるようになりました。将来に向けて、ハルナグループにおける理想の人財ポートフォリオを設定し、実現に向けて専門職コースを本格稼働しました。

人財ポートフォリオの体系



企業の組織目標の達成に向け、社員を束ね、数字を求める役割・コースを「マネジメントコース」とし、専門性を備えた上で、その知識やスキルを成果につなげていくコースを「専門職コース」として、キャリアパスの選択肢に追加しました。2021年4月からの新組織体制におきまして、全体の13%にあたる56名の専門職が誕生しました。今後につきましては、各種教育制度やジョブローテーションなどで、個人別のキャリアプランに沿ったきめ細かなフォローを行ってまいります。



各コースの位置付け

マネジメントコース
「組織管理者」として、組織の目標達成に向けて人を束ね教育をし、PDCAを回していくことで、担当する部門の数値目標を達成する責任と役割を持つ
専門職コース
「専門職人財」として自身の知識、技能を磨いて個人業績を達成するとともに、自身の担当業務の遂行に限らず、専門領域内で広く提案を行い、人財育成も行うことで組織のパフォーマンス向上に寄与する

専門職のコース

専門領域	専門分野	関連項目
管理系	ストラテジー	経営戦略
	ファイナンシャル	財務戦略
	ヒューマンマネジメント	人事戦略
技術・製造系	BCP	事業継続
	IT / DX	情報技術
	プロデュース	生産技術
営業・企画系	SCM	サプライチェーン
	エコ&エネルギー	環境エネルギー
	グローバルイゼーション	海外展開
	フード R&D	研究開発
	マーケティング	商品開発
	プロダクトディベロップメント	企画マーケティング
セールス	営業販売	
マテリアルバイイング	調達購買	

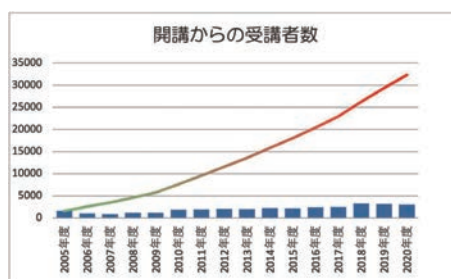
ビジネススクール

—知識を得る楽しみ、成長を実感する喜び—

2005年に始まりましたビジネススクールも、16年の月日を経て、受講者の累計も3万人を超えました。日々の業務を離れて、ゆっくり学ぶ時間を少しだけ確保することで、知識を得る楽しみ、成長をする喜びを実感してもらっています。これが、自ずとハルナグループの人材力の源泉になることを信じて、16年目に突入します。

■ 2020年度カリキュラム（実績）

- ・ 経営者養成コース
- ・ リーダーシップ養成コース（管理者養成コース）
- ・ プロフェッショナル養成コース（各現場のプロ養成）
- ・ 英語力アップコース（外部講師との対面会話実習）



■ 経営者養成コース

（※講師の役職は開催当時）

開催月	講師	テーマ
7月	ピーター・トーマス氏 NVMAD 創業者兼代表取締役社長	パンデミック時代の新しいライフスタイルと消費
8月	津田晃氏 野村証券株式会社元代表取締役専務	たかが営業されど営業一営業は人生の如しー
9月	岡俊明氏 元サッポロビール飲料株式会社代表取締役社長	コロナに学ぶ、企業経営
10月	梅野匡俊氏 横浜国立大学客員教授 学長特任補佐	不透明な時代のマーケティング
11月	ウインタースクール	新型コロナを踏まえ運営方法を検討する
12月	深山隆氏 F-LINE 株式会社代表取締役社長	物流業界の課題と F-LINE が描く「超・物流」戦略
1月	須齋嵩氏 群馬大学元教授 宇都宮大学元客員教授	袖のごとし
2月	青木清志 ハルナグループ名誉会長（創業者）	夜明けがまだ来てない 前編
3月	青木清志 ハルナグループ名誉会長（創業者）	夜明けがまだ来てない 後編

■ リーダーシップ養成コース

開催月	テーマ
9月	防虫・防鼠について
10月	商品開発（国内・海外）について
11月	危機管理（災害対策）について
1月	コロナ禍の中、営業型組織に変わろう
2月	エネルギー、廃棄物について
3月	物流について

■ プロフェッショナル養成コース

開催月	テーマ
4月	アレルゲン管理について
5月	SDGs の取組み（7項目）について
6月	労働安全（熱中症、AED など）
7月	防虫・防鼠の対策について
8月	食中毒について
9月	食品添加物について
10月	改善（PDCA サイクル運用）について
11月	食品衛生法、有機 JAS について
12月	危機管理（災害対策）について
1月	食品工場従事者の基本について
2月	HACCP と FSSC について（CCP 含む）
2月	薬剤の取り扱い方について
3月	記録（目的、取り方、保存）について
3月	挟まれ・巻き込まれ災害防止

■ 英語力アップコース

開催月	講師
2019年8月 ～2020年6月	ECC オンラインレッスン 第1クール （基礎会話コース）
2020年7月 ～現在	ECC オンラインレッスン 第2クール（中級）

TOPIC

新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、ハルナグループでは Web・テレビ会議システムを使用し、遠隔でのビジネススクールを実施いたしました。従来の会社の各拠点に集合し受講するスタイルから、自宅から各社員が受講する分散型の受講スタイルに切り替え、社員の学習機会を確保いたしました。



ZOOM・テレビ会議システムを用いた受講の様子

働き方改革

—新しい働き方・繋がり方—

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と変わっていくために「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。

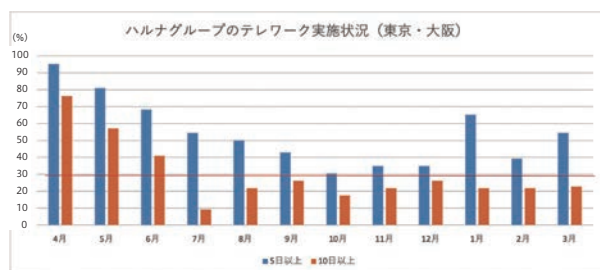
新しい働き方・繋がり方

在宅勤務の継続実施によるワークライフバランスの実現

ハルナグループでは感染症拡大防止の政府の要請に従い、テレワークを開始し、緊急事態宣言明け後も、WITH コロナとして、継続的にテレワークを運用しております。

東京・大阪においては緊急事態宣言を受け、テレワークの運用を開始し、およそ3割の社員が1ヶ月あたり5日程度継続的にテレワークを行っています。

現在、新しい働き方としてテレワークの運用が広がっており、仕事のスタイルは変わりつつあります。



ハルナビバレッジ 株式会社
人事総務 Unit プリンシパルオフィサー
相川浩之



ハルナビバレッジ 株式会社
人事総務 Unit
魚本夏希

担当者コメント

2020年入社の私は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、新入社員研修をWeb会議システムで受講しました。当時、新入社員の入社を延期する企業が多かった中、Web会議システムを活用することで新入社員研修を受講することができた点について、学びの機会喪失にならず良かったと思っています。

業務の中では、新卒採用の場でWeb会議システムを活用しオンライン会社説明会を実施しました。説明会に参加し採用となった新入社員の中には、関西にお住まいの方もおり、4月から東京本社へ入社をしています。対面式の説明会のみではお会いすることが難しい人材にお会いできたことは、非常に大きな成果でした。

会社時間と個人時間

①残業時間の低減活動

一人当たり平均残業時間（全社平均）2018年度 32時間/月、2019年度 31時間/月、2020年度 31時間/月

②有給休暇の取得推進運動

有給休暇取得率（取得日数/付与日数）（全社平均）2018年度 63%、2019年度 75%、2020年度 68%

③今後の重点課題

仕事と育児、仕事と介護の各種両立支援/高齢者・障害者の雇用機会の拡大
非正規社員のスキルアップと待遇改善/アウトソーシングによる事務効率化

Well-Being への取り組み

社員一人一人を大切な財産と考えています

ハルナグループは、社員一人一人が心身ともに健康であり、ハルナグループで働くことで自身の成長や幸福を感じ、自律的に高いモチベーションで仕事に取り組める組織を目指しています。そして皆が心身ともに健康で、最高の状態で実力を発揮することが、お客様への価値につながると考えています。

大切な言葉

「やってみよう（目標と成長）」 「なんとかなる（努力・前向き）」

「ありがとう（つながり・感謝）」 「あなたらしく（更なる挑戦）」

※慶應義塾大学大学院 前野隆司教授「幸福度を高める4つの因子」より

■ Positive emotion

幸福感や満足感
(心と体の健康)

■ Relationship

他者との友好的な関係
(良好な人間関係)

■ Accomplishment

目標を達成し成功する
(自身のパーパス/存在意義を知る
成長と感謝)

■ Engagement

相手に対する愛着心や思い
(コミュニティへの帰属)

■ Meaning

信じられる存在に属し、
生きる意味を見出す
(目標・モチベーションアップ)

※幸福に関する理論、米国ペンシルベニア大学
マーティン・セリグマン博士、PERMAモデルを基
に作成

社員の「幸福」について考え、Well-Beingの実践の第一歩を踏み出すために下記の取り組みを行っています。

- ・ ストレスチェック・健康診断・長時間労働の見直しプロジェクト・書籍の貸出・メセナ活動・匿名の社内アンケートの実施
- ・ オフィス環境の整備・福利厚生（フィットネスクラブ・サークル活動・会員制ホテル利用等）など

さらに 2020 年度は下記を導入しました

- ◆ 食生活の改善 ◆ 職場環境の改善 ◆ コミュニケーションの充実 ◆ エンゲージメントサーベイ

* オフィスランチ制度で健康的な食事を安価にとれるようにいたしました。また、手作り弁当の補助金制度もあります。

* エンゲージメントサーベイ従業員満足度調査を実施。

* 職場環境の改善を考慮しフリーアドレス化。

* 職場の衛生管理の促進（執務フロアの土足厳禁、ハイブリッド加湿器やハイブリッド空気清浄機の使用、自動体温測定器の設置など）

* SNS や社内報、交流時の食事代補助などでさらなる社員同士のコミュニケーションの充実を図りました。

担当者コメント

部門を超えての社員同士のコミュニケーションがしやすく、活発になるきっかけとしてまずは社内報を制作しました。今後は、社内報以外にもオンラインイベントなど参加型企画を検討しています。社員一人ひとりがこれまでより、さらに前向きで自由闊達に意見交換ができる文化醸成のサポートになるよう取り組んでいきたいと思っています。



ハルナビパレッジ株式会社
社長室
秘書・リレーションシップ
マネジメント
シニアアソシエイト
岩織由布子

新型コロナウイルス感染症対策

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、各国で非常事態宣言がなされるなど、世界中で人々の健康が脅かされ、世界経済は急減速し、国際社会はこれまで経験したことのない環境変化に直面しています。そして日本においても、東京オリンピックの延期、様々な活動の自粛が求められる中、ハルナグループではまず何よりも“全社員の健康”を守ることが第一というトップの指導のもと、感染拡大に併せて随時、在宅勤務の活用、海外出張の自粛や弾性勤務（時差勤務／フレックスタイム制等）など、対策の基本的な考え方を社内に徹底しました。こうした取り組みのほか、さまざまな分野で新型コロナウイルスへの対応を実施しています。

社内的な取り組み

新型コロナウイルス感染症対策室を早期に立ち上げ、社員と家族の感染予防に取り組み、生活に欠かせない飲料の安定供給にも取り組んでおります。



テレビ会議システムとWEBによる対策室委員会開催風景

- テレワーク
 - 休暇取得支援
 - 事務所や休憩室などの3密防止対策
 - 検温等の健康状態記録
 - 不要不急の外出自粛
 - ご来場者の制限
 - 事務所内の消毒
 - 定期的な換気
- etc.

様々な取り組み

- マスク着用の徹底
- オフィスのフリーアドレス化
- オフィスランチ制度
- 職場の衛生管理の促進
- 執務フロアの土足厳禁
- ハイブリッド加湿器やハイブリッド空気清浄機の使用
- 自動体温測定器の設置

消毒用アルコールを各所へ増設し社員、ご来場者の手指殺菌を強化



地域社会への取り組み

■ 国境なき医師団への寄付

新型コロナウイルスのワクチン・治療薬に役立てていただくため。

■ 群馬県へのマスク寄贈

地域の方々のマスク不足を少しでも解消していただくため。

■ 飲料 UMAICHA をスペイン・バルセロナの病院へ寄贈



デジタルイノベーションの取り組み

ハルナ“らしさ”を加速させるデジタルイノベーションへ

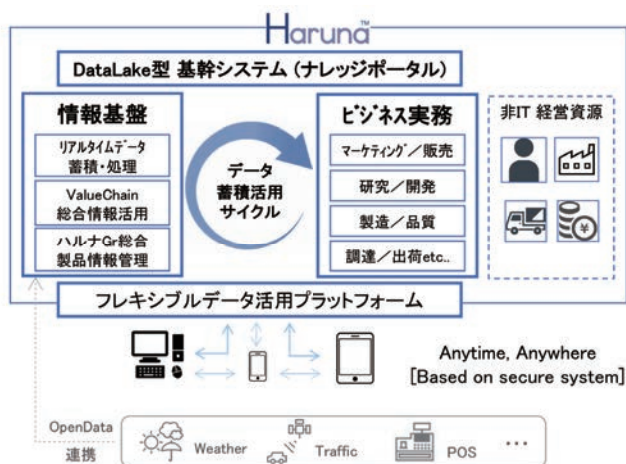
情報推進チームでは、ハルナグループ DX 改革プロジェクトを通し、『社会的価値の創出』と『新たな顧客満足の提供』に向けて全力で取り組んでおります。

～世の中に同種の企業は数あれど、ハルナグループのビジネスモデルは唯一無二～



ハルナプロデュース 株式会社
情報推進担当オフィサー
宮腰亮多

私たちの市場優位性をより成長させるため、「ビジネス実務改革」を通じたプロセスエンジニアリングと共に、「DataLake 型ナレッジポータル」を構築し、リアルタイムなデータ蓄積活用サイクルを実現してまいります。市場環境の劇的な変化に対し、各事業が迅速かつ最適な意思決定ができるよう、自社のナレッジと外部のオープンデータとの連携を行い、“利益の最大化”と“ロス最小化”を通して経済的・社会的価値の向上に貢献してまいります。



～ Society5.0 ベースの創造性あふれる組織・社会づくりをサポートする～



情報推進チームでは、上記のような社内の課題解決と共に、Society5.0 をベースとした未来創造活動にも取り組んでおります。

飲料というコアコンピタンスを軸に、全てのステークホルダー様と驚きや感動というフィジカル体験をサイバー環境で共有できるプラットフォームを構築し、相互創発の場づくりを目指します。

～持続可能な社会の実現に向けて。デジタルを通してできることを考える～

飲料製造という社会インフラを担う仕事に携わることは非常に誇りに思うと同時に、その社会的責任を全うすべく、自ら考え、行動し続ける必要があります。

デジタルを通して何ができるか、規模の大小にかかわらず SDGs へ向けた取り組みを継続してまいります。

サステナブル経営に向けて

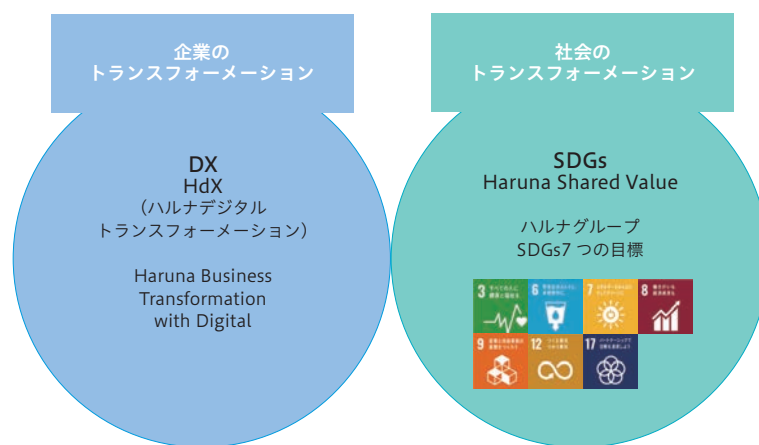
新型コロナウイルスを契機に人とモノの流れが止まり、世界経済に大きなダメージを与えました。新型コロナウイルスのワクチンが普及し始めましたが、今後も自粛と緩和を繰り返すことが想定されます。感染者数が落ち着いた後もコロナ禍によるトラウマと日常生活の急変は、デジタル化を一気に加速させ、社会構造や消費に対する考え方も大きく変えました。今回の件で、感染症の恐ろしさを正しく認識し、様々なケースを想定して対策を講じておく必要性はもちろんですが、有事に対し被害を最小限に抑え、速やかに対応できる**組織力**と**人財力**が重要であることを改めて痛感させられました。

また、ここ数年続いている異常気象（酷暑・水害・風災等）や南海トラフ地震対策なども検討・準備しておかねばならない課題です。このように気候変動、コロナ禍、デジタル化などの技術革新により不確実性が増す中、社会に対するサステナビリティの要請が高まっています。当社グループも5年、10年という長期の時間軸で、「**企業のサステナビリティ（企業の稼ぐ力の持続性）**」と「**社会のサステナビリティ（将来的な社会の姿や持続可能性）**」の同期化に向けた取り組みを行ってまいります。

ハルナサステナビリティ・トランスフォーメーション（HSX）

DX と SDGs を融合させたハルナサステナビリティ・トランスフォーメーション（HSX）

ハルナサステナビリティ・トランスフォーメーション（HSX）



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す取り組みを開始しました。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**であり、現在だけでなく未来に対する責任でもあります。ここにDXの取り組みと**ハルナデジタル・トランスフォーメーション（HdX）**を融合させ「**企業のサステナビリティ（企業の稼ぐ力の持続性）**」と「**社会のサステナビリティ（将来的な社会の姿や持続可能性）**」を同期化させていきたいと考えております。

ハルナデジタル・トランスフォーメーション (HdX)

HdXは業務のトランスフォーメーションだけでなく、ビジネスのトランスフォーメーションの両輪を実現させていきます。デジタル化を手段として、多面的・重層的にこれまでの延長線上にない本質的な変革を行っていく必要があります。ステークホルダーや社会全体といった第三者視点から自社の果たすべき役割を俯瞰しつつ、「**自社が社会にどのように働きかけ、どのような社会の実現を目指すのか**」をしっかりと再定義し取り組んでまいります。



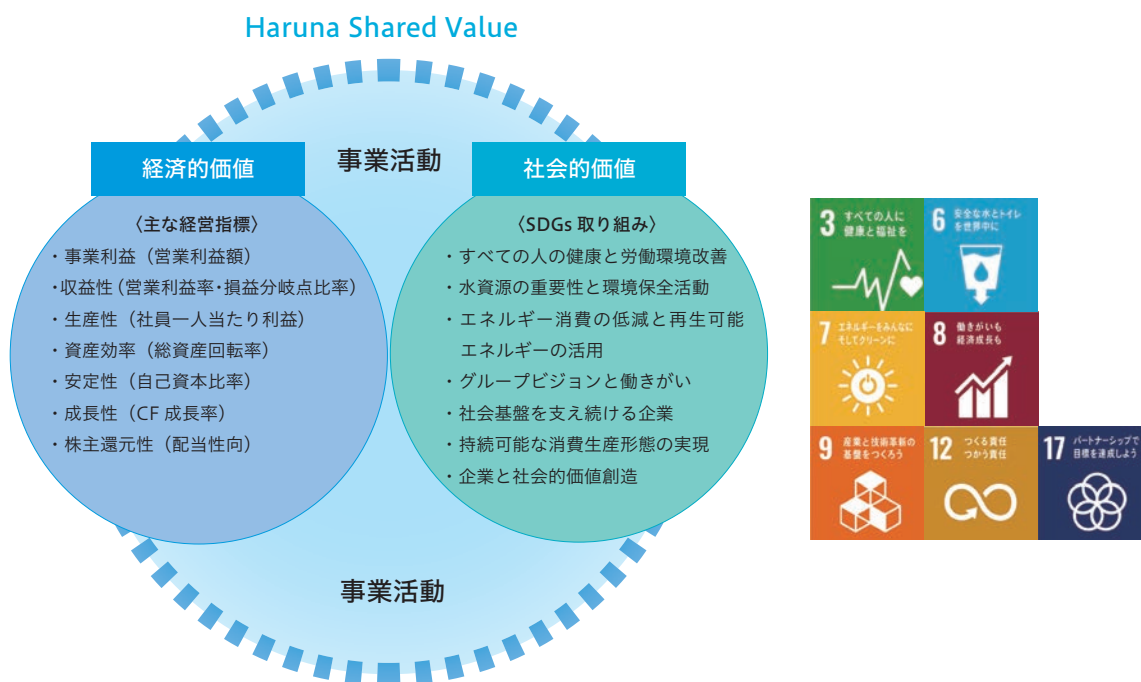
パーパス (存在意義) の再定義

現在のような時代の転換点においては、既存の製品・サービスの斬新的な改善という次元を超えて、顧客や社会の課題解決に貢献していく必要があります。ステークホルダーや社会全体といった第三者的視点から自社の果たすべき役割を俯瞰しつつ、社会にどのように働きかけ、どのような社会の実現を目指すのか。

「**ぶれない軸 = 大義**」としてパーパス (存在意義) を確固たるものとして再定義することは、新たな経営モデルの構えの根幹部分をしっかりと確立するうえで最も大事なこととなります。

Haruna Shared Value の取り組み

ハルナグループは 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、
 一元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、信頼され続ける企業グループを目指します。



ハルナビジョン

コロナ禍においても、創業 30 年（2026 年 3 月期）のハルナビジョン達成に向け、本質価値を全員でしっかりと共有し、目標達成に向け取り組んでおります。

KPI (Key performance indicator) 最重要数値目標	
売上高	300 億円
営業利益	10 億円
経常利益	9 億円
自己資本比率	20%
時間外労働時間一人当たり月平均 20 時間未満	
有給休暇取得率	100%
賞与一人平均支給額	130 万円



ハルナビバレッジ株式会社
 専務取締役
 栗原健一