

Haruna™

**2018年度**  
(2018年4月～2018年6月)

# 事業報告書

---

2018年 8月 8日



**ハルナグループ**

# 目次

- 会社概要 . . . 1
- グループ組織図 . . . 2

## 連結業績 . . . 3-4

- 連結P / L 総括
- グループ総括

## グループ各社総括 . . . 6-15

- ハルナプロデュース（マーケティング本部）
- ハルナプロデュース（商品開発）
- ハルナプロデュース（ディストリビューション）
- ハルナプロデュース（生産本部）
- HARUNA/HARUNA Asia

## 課題と今後の取り組み . . . 17-21

- ハルナプロデュース（マーケティング本部）
- グループ商品開発
- ハルナプロデュース（生産本部）
- HARUNA/HARUNA Asia

## 連結業績見通し . . . 23

会社名	ハルナビバレッジ株式会社（持株会社）
事業内容	当社グループにおける経営戦略・人事・財務経理・ビジネススクール
創業	1996年2月
本社	群馬県高崎市足門町39-3
資本金	4億2890万円
従業員数	グループ全体 464名（2018年6月末）
グループ会社	ハルナプロデュース株式会社 H A R U N A 株式会社 HARUNA Asia(Thailand) Co., Ltd.

## 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

## ビジョン

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

## 行動理念

顧客満足なくして会社の繁栄はない  
会社の繁栄なくして社員の幸せはない  
社員の幸せなくして顧客の満足はない

本年度より、従来の機能別組織体制から総合力を活かした機能集約型組織体制にさせていただいております。

## ①【持株会社】

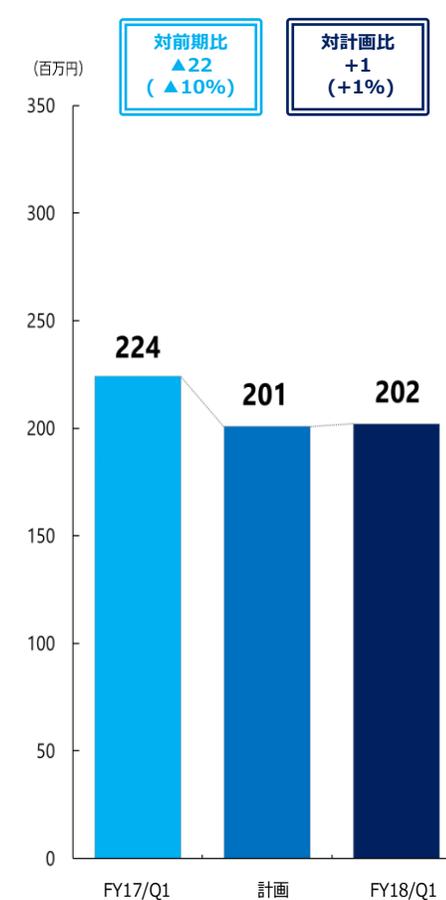
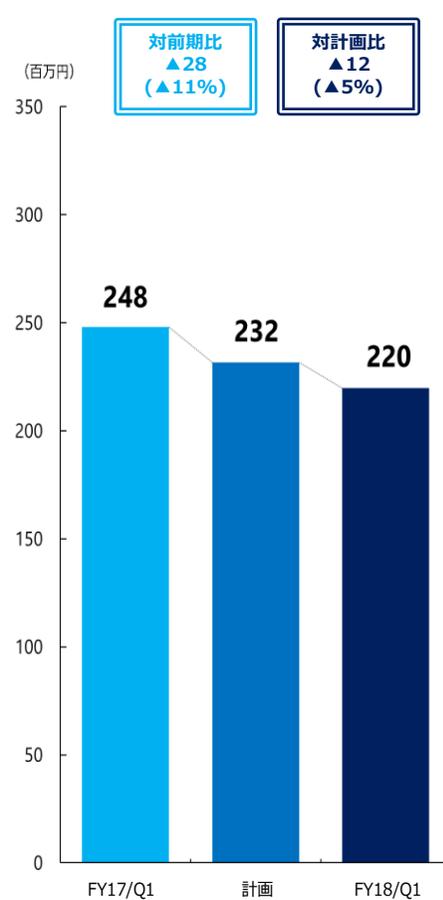
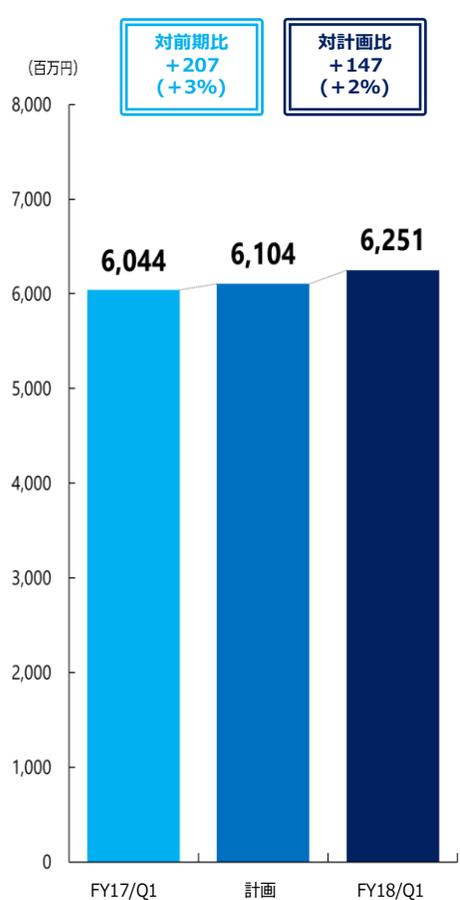
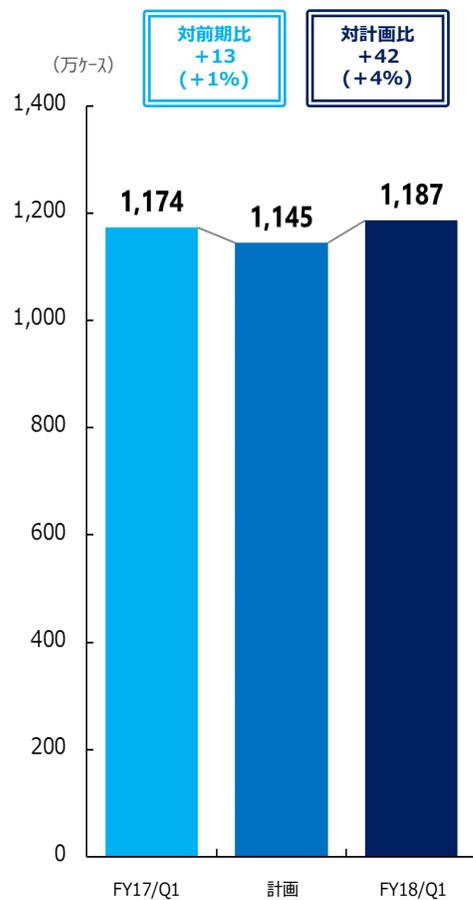


グループ総販売数量

売上高

営業利益

経常利益



(単位：百万円)

	前期	計画	実績	前期比	計画比
営業利益	248	232	220	▲28	▲12

【主な増加要因】

1. 受託アイテム数の拡充

受託アイテム数の拡充により、全プラントの受託層が厚くなり安定稼働に繋がる。

当期実績1,079アイテム【前期実績アイテム1,012 +67増加 前々期+150増加】

2. 小型容器比率向上による粗利益額の増加 ※ 粗利益 = 売上高 - 原材料

自社プラントの販売数量は前期を下回りましたが、小型容器比率が向上し粗利益額が増加。

小型容器比率41.9%【前期比1.1 P 増加】粗利益額915百万円【前期実績871百万円 +44百万円増加】

3. HARUNAブランド商品粗利益額の増加

今年発売となったCHABAAウォーターメロンの販売が好調に推移し粗利益額が増加。

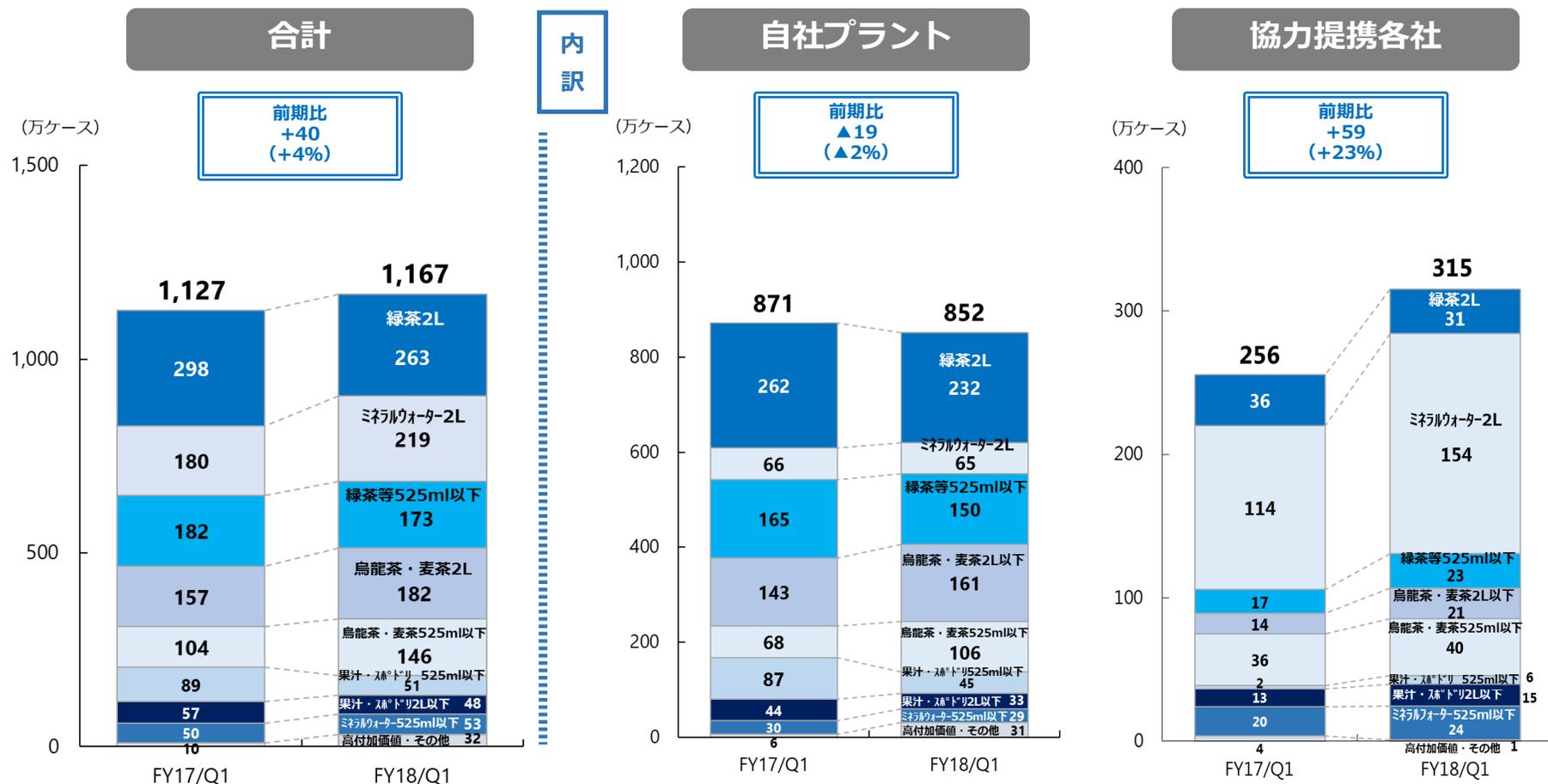
【主な減少要因】

1. 原料・資材・エネルギー価格の上昇

原料やボトル・カートンをはじめとする資材包材価格の上昇。【前期比28百万円増加】

都市ガス・LNG・灯油価格の上昇。【前期比20百万円増加】

# グループ各社総括



・ **自社プラント：小型容器アイテムの拡充**

抹茶入り緑茶及び麦茶の新規アイテムが小型容器中心に伸長。600ml新規アイテム製造開始。機能性食品表示対応製品や原料の産地に拘った製品など、高付加価値製品の立ち上げに注力。

・ **外部協力工場：ミネラルウォーター需要増に対応**

ミネラルウォーターについて大型容器アイテムの追加により大幅伸長。自社からの移管案件ではあったが、結果的には純増。その他顧客のニーズに合わせた、液種、容器を展開。

## CHABAA

### ●CHABAA 1 L

小売店に加え業務用ニーズにも対応



### ●CHABAAウォーターメロンジュース

当初予定の5倍の売れ行き。SNSで「話題のジュース」と取り上げられている



展示会、WEB-CM、SNSを中心に積極的なプロモーションを展開。

## Le café

### ●ルカフェ オモテナシ緑茶

オフィス・来客需要に特化した新しいPET緑茶。  
今後もクローズドマーケットで積極的に提案を行う。



### ●137ディグリーズ

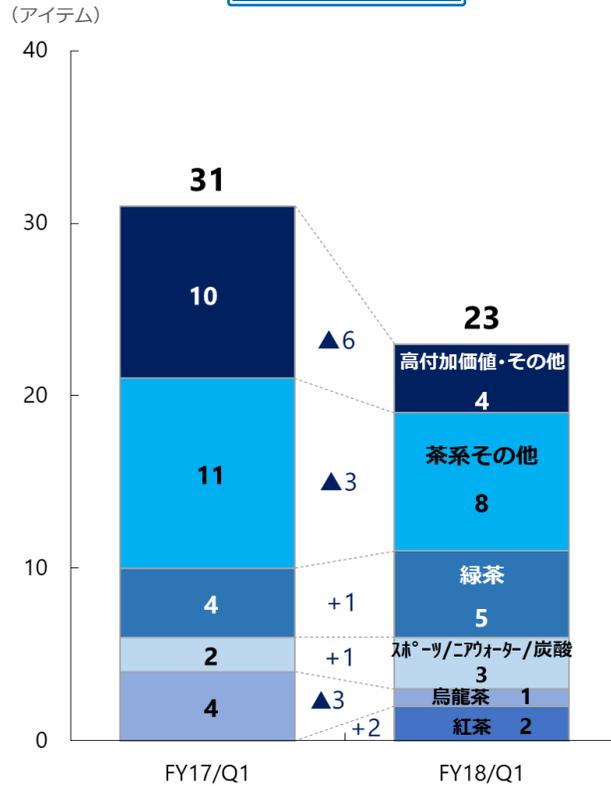
小売店以外にベーカリーや業務用といった新規市場への取り組み強化

## Harunaブランド販売状況

- ・輸入カテゴリについてはCHABAA 100% 1 L 果汁飲料及び5月29日発売のCHABAAウォーターメロン180mlが、大きく数量を伸ばし全体をけん引したものの、前期CVSにて販売を行い、今期は一部客先向けの留型製品となった「コールドプレシャライズ」及びスムージーの数量減をカバーするには至らず、販売数量については前期を下回る着地に。粗利益単価の改善により粗利益は前期からアップ。
- ・国内製造についても、オフィス需要等を見込み開発した「おもてなし緑茶280ml」など、小型容器製品の強化を行い、販売数量は前期を下回ったものの、粗利益は前期を上回る着地となった。

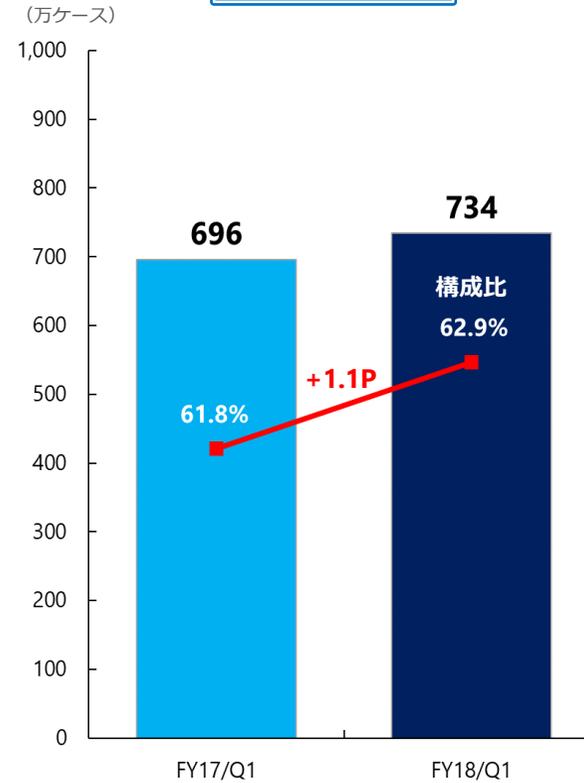
新規開発商品採用数

前期比  
▲8アイテム  
(▲26%)



顧客との共同開発商品販売数

前期比  
+38万ケース  
(+5%)



- ・新規開発商品採用数の減少要因については、前期3月度への前倒し立上げによる影響。
- ・採用される茶系カテゴリーについては、麦茶が1番人気カテゴリー、緑茶は安定した人気、烏龍茶は下降（市場と連動）。

## ◆ JR東日本

NEW



2018年5月15日 (火) から  
長野エリア自販機  
オンラインで発売中



お客様の支持を得て  
長野県産蕎麦そばの実を100%使用  
大容量にて新発売

蕎麦そばの  
ルチンが普通のそばの約120倍！  
体内のめぐりをサラサラに

500ml 150円

2018年6月5日 (火) から  
エキナカ自販機・オンラインで発売中  
谷川連峰の天然水「フロムアクア」から  
「無糖」の“甘くない”すっきりとした  
味わいのフレーバーウォーター・第2弾  
が登場。



愛媛県産  
甘夏みかん & ミント



280ml 120円

## ◆ 八千代コーヒー

NEW

ブラジル産のレインフォレスト・アライアンス認証  
農場で取れた豆を100%使用した深煎りタイプの  
微糖コーヒー

搾乳牛の餌にこだわった八千代牛乳100%使用



←レインフォレスト・アライアンス  
認証マーク

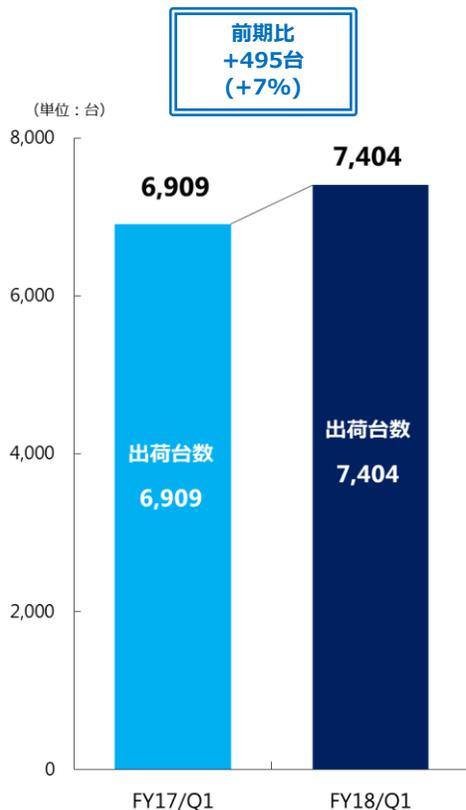
農家がより持続的な農業慣行に従い  
よい地域社会を築きながら、森林、  
河川、土壌、野生生物を保護してい  
ることを意味しています。

また、労働者が適正な賃金と、尊厳  
のある生活環境、健康管理、および  
子供達の教育へのより良いアクセス  
を確保するのを助けています。

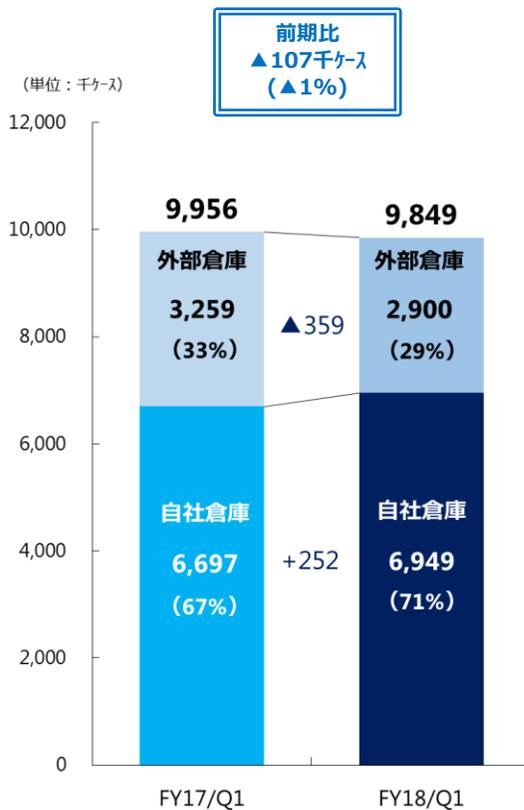


195g 125円

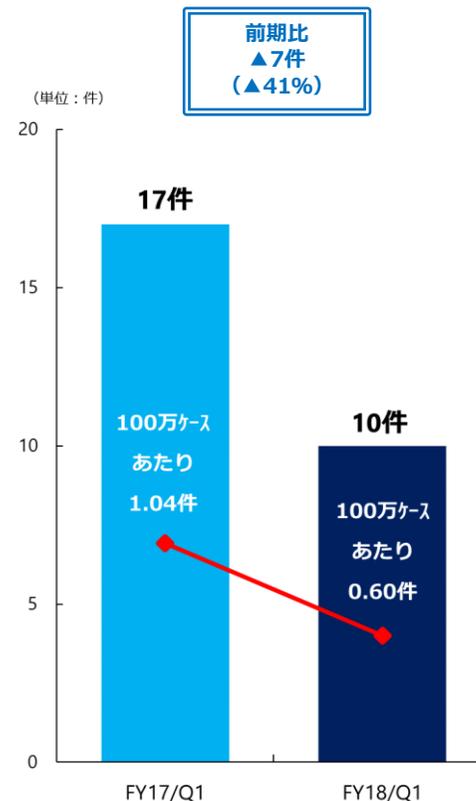
## 運輸配送車両台数



## 倉庫入庫推移



## 汚破損件数推移



### 運輸配送手配の車両台数

- ・ HPトータル販売数量の増加と連動し車両手配台数は増加。(前期比107%)
- ・ 1台当り積載量増加や車種変更(コンテナ利用促進)等で一般(大型)車両台数は抑制方向。
- ・ 納期変更、配送小口化等の業務負担増を新システム運用で吸収。  
データベースはタニガワプラントへ展開。多様なニーズへの対応力強化。

### 自社倉庫保管数増加

- ・ 「和歌山・第3倉庫改修、自社利用化」「榛東・簡易ラック運用効率向上」が効果を上げ自社倉庫保管数が約5%増加。
- ・ 取扱アイテムの増加、全体の在庫数も増加する中、自社倉庫保管比率は前期比プラス4ポイント。
- ・ 各拠点の連携により、自社倉庫のさらなる効率的な運用を実現へ。

### 汚破損件数目標達成

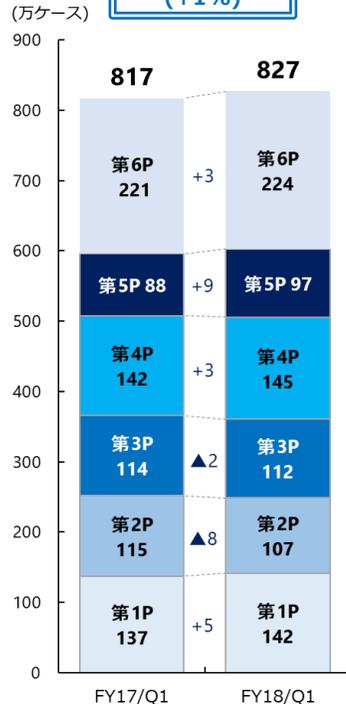
- ・ 汚破損発生件数はマイナス7件。(17件⇒10件)
- ・ 製品混載作業増加等、条件は厳しくなる中100万ケースあたり換算値でも目標達成。
- ・ 年間目標を達成するために、危険予知トレーニングの強化等による意識の向上策実施中。

## 製造

## 品質

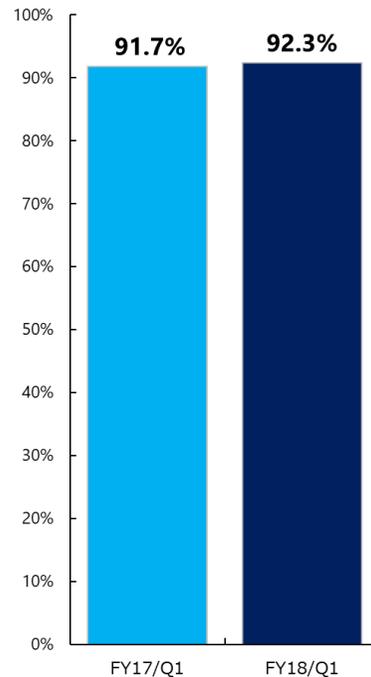
### 生産数量

前期比  
+10万ケース  
(+1%)



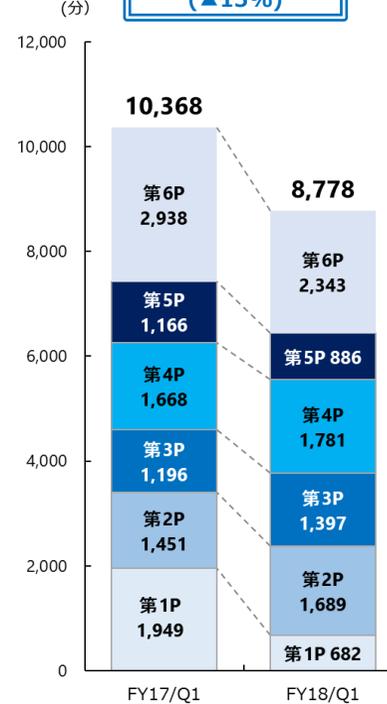
### ライン効率

前期比  
+0.6P



### トラブル停止時間

前期比  
▲1,590分  
(▲15%)



### ご指摘発生割合

工程起因のご指摘  
0件

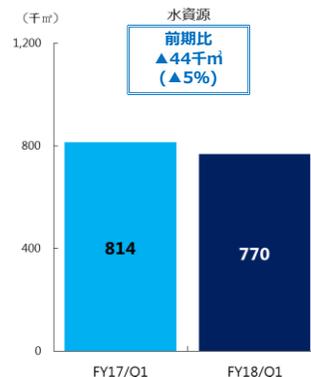
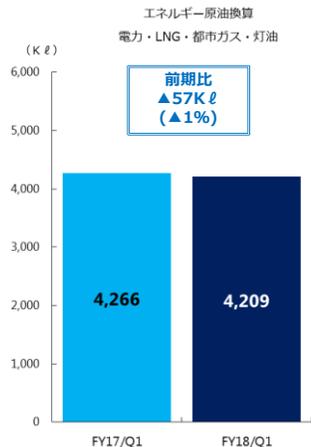
	2017年度	2018年度
ご指摘受付数	47件	41件
前期比		▲6件
内工程起因のご指摘	1件	0件
前期比	-	▲1件
100万ケースあたり	0.12ppm	0.00ppm
前期比	-	▲0.12ppm

(※ ppm : 100万分の1)

- ・ 生産数量 : +10万ケース(前期比)、ライン効率 : +0.6P(前期比)、トラブル停止時間 : 1,590分減少(前期比)
- ・ ライン効率の向上と、トラブル停止時間の削減により生産数量は、前期に対して増で着地。
- ・ 工程起因ご指摘0件(工程起因ご指摘発生割合 : 0.00ppm)。年間目標である工程起因ご指摘発生割合 : 0.15ppm以下達成。
- ・ 食品マネジメントシステムであるFSSC22000更新・定期監査や、顧客品質監査実施。重篤なご指摘はなく、指摘事項に対しては都度対応。

## 環境

### インプット



### 活動内容

- ・エネルギー戦略委員会の定期的開催（毎月）
- ・省エネ提案に基づく改善の実施・蒸気、エアー、水漏れパトロールの実施
- ・新エネルギーの検討 ・設備の定期保守点検

主な例 ・電力使用量の削減  
従来より茶粕圧送時間とコンプレッサー使用時間の両方が短縮され電力使用量の削減。



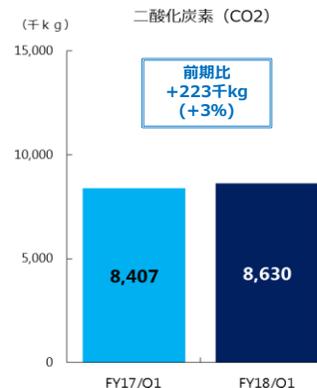
茶粕圧送ポンプの更新  
(タニガワプラント)



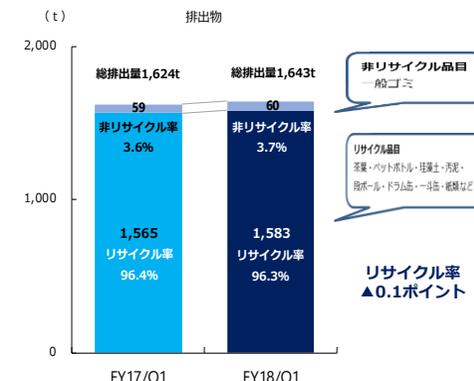
灯光器のLED化  
(和歌山プラント)

- ・社会貢献活動（献血について）ハルナ・タニガワ・和歌山地域とも毎年2回計画。  
実施日 5月31日（ハルナプラント）  
4月25日（タニガワプラント） 4月16日（和歌山プラント）
- ・地域清掃について  
みなかみ町政所 用水路清掃 4月20日（タニガワプラント）  
群馬GS「環境美化運動・清掃活動」 5月19日（タニガワプラント）  
地域清掃 4月27日（和歌山プラント）
- ・エコキャップ活動も継続中。

### アウトプット



二酸化炭素換算値は、関東経済産業局「エネルギー起源二酸化炭素排出量」の係数を使用しております。



・インプット、アウトプットの増減要因・・・

エネルギー使用量の多い製品の割合が増加したが、改善活動、生産数量減等によりエネルギー使用量、水使用量は減少。

・活動内容・・・エネルギーコストの削減と環境に優しい経営をめざし、毎月委員会を開催。新エネルギーの検討や省エネ提案に基づく改善、省エネパトロールの実施と省エネ対策等の実施。

・社会貢献活動・・・献血、エコキャップ、地域清掃を各地域で継続的に実施。

- 6月下旬以降、大阪地震、西日本水害と西日本エリアを中心に災害が発生した影響によりミネラルウォーターの需要が急増し、また、その後関東エリアにおいて観測史上最速の梅雨明け及び連日の猛暑と、飲料全般の需要拡大が顕著となっており、全プラントフル操業体制の中、より需要の高いアイテムを優先的に供給するべく各部署全力で対応中。
- 西日本水害以降、特に西日本エリアの物流網の復旧が遅れており一部車両の確保も難しい状況の中、各お取引先様に対して納期調整や通常エリア外へのイレギュラー物流対応をしつつ優先的に供給中。ミネラルウォーターや茶系飲料など一部被災地への直送も実施。
- 需要の急増により大手飲料各社がミネラルウォーター、スポーツドリンク、茶系を中心に出荷調整を開始し、当社の主力カテゴリーである顧客との開発商品に需要が集中する結果に。
- 上記需要増要因の影響もあり、7月、8月とも前年及び計画を上回る水準で推移。引き続き顧客対応に注力。



長期保存水



出典：ウェザーニュース

# CHABAA ウォーターメロンジュース さらに売れてます！



- SNSでは「品薄」「大人気」のスイカジュースとして話題に！
- 当初予算の**5倍**の出荷数達成予定！
- 雑誌掲載**6社**以上！



**過去最大のヒット商品「CHABAAウォーターメロンジュース」の実績を活かし、第2四半期以降他ブランドの売上増につなげてまいります。**



ナッツミルク「137ディグリーズ」  
「ワールドビジネスサテライト」  
で取り上げられました！



放映後問い合わせ多数！他社差別化商品として秋冬需要を取り込むべく、PRに注力いたします。

人気の「ルイボスグリーン」  
ラベルリニューアル

商品の特徴をわかりやすく表現することでターゲット層の拡大及び売上増を狙います。



**秋冬向け国内自社製造商品も開発中！**

ハルナブランドのプロモーション

現地（タイ）のファミリーマート及びスーパーマーケットのTopsをメインチャネルとして、ブランド認知・向上を目指し、以下のようなプロモーション活動に注力。



■店舗内電子広告板



■店舗内POP



■展示会展



<ビネガー 2アイテム>



<炭酸 4アイテム>



販売数量

8,330ケース (FY18/Q1)

240ケース (FY17/Q1)

商品

Vinegar (ビネガー)

Sparkling Water (炭酸)

marusan (豆乳)

TRUE Coffee向け

(オレンジジュース)

海外事業（タイ）販売状況

- ・炭酸4アイテム、ビネガー機能性飲料2アイテムを、現地ファミリーマート限定品として販売。
- ・炭酸に関しては、現地スーパーのTopsでも販売をスタート。
- ・計画した店舗配荷率を下回ったこと及びブランド認知力がまだ高くない為、販売数量・売上・粗利ともに計画未達。  
一方で、店舗でのPOP、展示会への出展及びSNSでの販促を行い、ブランド認知活動を今年行った結果、徐々にではあるが販売数量も伸長。
- ・タイで最も高いマーケットシェアは炭酸が占める為、このカテゴリーに注力すべく、今後ファミリーマートとTops限定で季節限定フレーバーを2アイテム増やし、ブランド認知及び販売増に尽力。
- ・その他、ASEAN近隣諸国へハルナブランド商品を展開する予定。

# 課題と今後の取り組み

## 1. PBプロデューサーNo1に向けて

- ・顧客の志向するビジョンや戦略を深く理解した上で、顧客の潜在需要を掘り起こし、顧客ブランド毎に具体的な提案推進。
- ・閑散期に焦点を当てた新規提案や、既存品のブラッシュアップを推し進め、全体需要の底上げ。
- ・引き続き価値訴求型小型容器アイテムの拡充に注力。

## 2. Harunaブランドの認知度拡大

- ・マルチブランド戦略によるHarunaブランドの認知度拡大を加速。
- ・国内PET新商品及び輸入新商品の導入を進め、閑散期の需要活性化。
- ・自社WEBショップのリニューアルやSNSを最大限活用したプロモーション活動を強化し、更なるハルナファン獲得。

## 3. 安定供給体制の強化及び収益性の向上

- ・自然災害等による想定以上の需要増に対応するべく、新規拠点の追加やアイテムの拡充を進め、自社プラントを含めた製造供給体制の最適化。
- ・原料、資材を中心としたコスト削減対策の更なる推進。
- ・自社倉庫拡充による倉庫費用の圧縮及び安全在庫の確保。

## 1. 国内商品開発事業

- ①特定保健用食品（トクホ）、機能性表示食品の開発
  - ・機能性表示食品 1 アイテム消費者庁受理（緑茶・脂肪吸収抑制 & 血糖値抑制 & 整腸）
  - ・特定保健用食品 1 アイテム消費者庁認可（麦茶・血糖値上昇抑制）
  - ・2018年度機能性表示食品1アイテム申請予定、2019年度トクホ商品 2 アイテム開発進行中
- ②ユーグレナ新商品、天然水ニアウォーター飲料、新ジャンル穀物茶の開発
- ③自社商品開発

## 2. 海外商品開発事業（タイ・ヨーロッパ）

- ①タイ及び近隣国向け商品開発（現地タイ開発員による配合設計、開発）
  - ・炭酸飲料開発（2アイテムFDA申請済）
  - ・CSストア向けの季節限定商品の開発（2アイテムFDA申請済）
- ②ヨーロッパ向け商品開発
  - ・欧州の人々の嗜好に合わせた茶系飲料等の開発

## 3. 研究事業（ウエルネスサイエンス研究所）

- ①天然抗菌原料の開発：2017年度からの継続研究事業
- ②風味改善の研究開発：清涼飲料水の風味改善技術の確立（茶系飲料の苦味渋みを抑制する方法）
- ③腸活原料の研究開発：腸内細菌叢に影響する機能性物質の探索

### 1. 生産性向上と液種対応対策の実施

- ・ アイテム数の増加と新たな液種や容器対応により低下した生産性向上対策の実施。
- ・ 製造スピードUP対策や非稼働時間削減対策等の更なる実施による生産数量UP。
- ・ 生産設備の保守点検強化による早期対策の実施や、予備品確保によるトラブル時間短縮。
- ・ 新規需要獲得のための製造技術向上と、設備対応の検討・実施。

### 2. 工場品質の強化

- ・ FSSC22000マネジメントシステムを基本とした工場環境(特に防虫・防鼠)、工場品質、製品品質の強化対策の継続的实施。
- ・ 工場監査や生産立会い等を通じた情報共有による自社及び協力工場の工場品質、製品品質の強化対策の検討・実施。
- ・ ライントラブル発生時の適正処置による不良品流出防止(工程起因ご指摘発生の防止)。

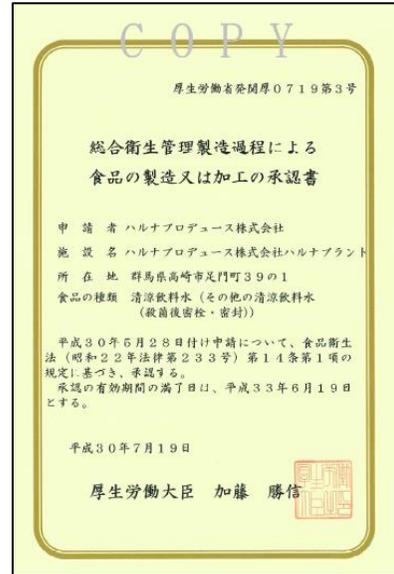
### 3. エネルギー対策の実施

- ・ 和歌山プラントでの燃料転換(灯油 ⇒ LNG)に向けた工事対応(省エネ対策含む)。
- ・ 各プラントの省エネ対策と、エネルギー費削減対策の継続。
- ・ エネルギーロス(蒸気やエアリーク等)が発生しないためのパトロールや保守点検の実施・改善。

## FSSC22000認証更新



## 総合衛生管理製造過程 (HACCP) 認証更新



## LNGサテライト導入(和歌山プラント)



ハルナプラント

LNGサテライト設備（イメージ）

- ・ハルナプラントにおいてFSSC22000（食品安全マネジメントシステム）および総合衛生管理製造過程(HACCP)の更新監査が行われ認証継続。
- ・タニガワプラントおよび和歌山プラントにおいてFSSC22000（食品安全マネジメントシステム）の定期監査が行われ、現在認証機関の審査中。
- ・今後も引き続き製品の安全・品質向上に向けて全社一丸となったマネジメントシステムの維持・管理・向上へ取り組み、安全な製品をご提供できるよう取り組みを継続。

- ・和歌山プラントで、LNGサテライト設備の導入による現状の灯油から天然ガスへのエネルギーの切り替え計画。2019年1月からの切り替えに向けて対応中。
- ・合わせて、省エネ対策も計画しており実施に向けて対応中。
- ・ハルナプラント、タニガワプラント、和歌山プラント全体でエネルギー対策を検討、実施。

## 1. HARUNA商品のブランド育成と新たな商品の発掘&導入

- ・ 現行商品のリニューアル・ブラッシュアップ等およびそれらのブランド管理。
- ・ 今後日本での販売に繋がるタイからだけではない輸入商品の発掘、サプライヤーの開拓。

## 2. 中長期に向けた新規事業の創出

- ・ アジアを中心に、海外と日本にて中長期を見据えた新規ビジネスの開拓・開発。
- ・ 欧州での新たな茶系飲料の販売提携または製造技術の提携の創出。

## 3. ハルナアジア第2四半期

- ・ 現地ファミリーマート限定のハルナブランドをメインチャネルとして、ブランド認知と第2・3四半期に商品数7~8アイテムへ拡大と新たなカテゴリーおよび販路を強化。
- ・ タイ自社ブランド製造品をASEAN近隣国への販売開始。(ベトナム、カンボジア等)
- ・ 新たなPB商品の創出、および新規ジャンルの酒類共同販売の実現。

# 連結業績見通し

7月度 業績概況見通し

	単位	前期	計画	見通し	前期比		計画比	
販売数量	千ケース	4,555	4,394	4,622	+67	+1%	+228	+5%
営業利益	百万円	94	92	104	+10	+11%	+12	+13%
経常利益	百万円	84	81	93	+9	+11%	+12	+15%

※ 2018年8月2日現在での見通し値となります。

8月度 受注状況

	単位	前期	計画	見通し	前期比		計画比	
第1プラント	千ケース	436	453	462	+26	+6%	+9	+2%
第2プラント	千ケース	366	367	367	+1	+0%	+0	+0%
第3プラント	千ケース	378	400	401	+23	+6%	+1	+0%
第4プラント	千ケース	498	468	538	+40	+8%	+70	+15%
第5プラント	千ケース	276	350	363	+87	+32%	+13	+4%
第6プラント	千ケース	811	778	848	+37	+5%	+70	+9%
協力提携プラント	千ケース	1,167	1,237	1,200	+33	+3%	▲37	▲3%
H B 商品	千ケース	182	199	202	+20	+11%	+3	+1%
計	千ケース	4,114	4,252	4,381	+267	+6%	+129	+3%

※ 2018年8月2日現在での見通し値となります。



ハルナビバレッジ株式会社 広報室

群馬県高崎市足門町39-3

群馬本社：027-387-0101

東京本社：03-3275-0191

U R L : <http://www.harunabev.co.jp/>

## 免責事項

本資料に記載させていただいている財務資料は、当社に利害関係を有する関係者各位の皆様が当社に対するご理解を深めていただく為に、参考資料として作成したものです。

財務諸表に関連する箇所につきましては、原則として正規の決算手続きを準用してはおりますが、各種引当金の計算などの必要な手続きを行っておりません。

また、記載内容、記載書式とも正規報告書と異なり、当社任意で記載しております。従いまして、正規の報告書ではなく、当社任意書式の財務報告としてご利用下さい。

本資料に記載されている業績目標等はいずれも、現時点での予測値であり、これらは経営環境の動向などに伴い変化し得る可能性があります。従いまして、実際の業績等は、この配布資料に記載されている予測と異なる可能性があります。