



潤う幸せを世界に

# 2025年度 第3四半期

(2025年4月～2025年12月)

## 事業報告書

---

2026年 2月

ハルナグループ



# 》目次《

- 会社概要 . . . 1
- グループ組織図 . . . 2

## 連結業績概況 . . . 3-10

- 連結P / L総括
- グループ業績概況
- 新商品トピックス

## 新規事業の取り組み . . . 11-15

- HARUNA France 日本茶カフェ「AiiRO」
- KOBEインターナショナル ワイン事業

## 2025年度通期見通し . . . 16-17

- 2025年度通期見通し

# 会社概要

(2025年12月末日現在)

## 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・DX・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

4億9530万円

## 従業員数

グループ全体 568名 ※社員・準社員（パート）合計

## グループ会社

ハルナプロデュース株式会社  
株式会社ハルナウォーター  
H A R U N A 株式会社  
HARUNA Asia(Thailand) Co., Ltd.  
HARUNA France SAS  
株式会社KOBЕインターナショナル

## 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

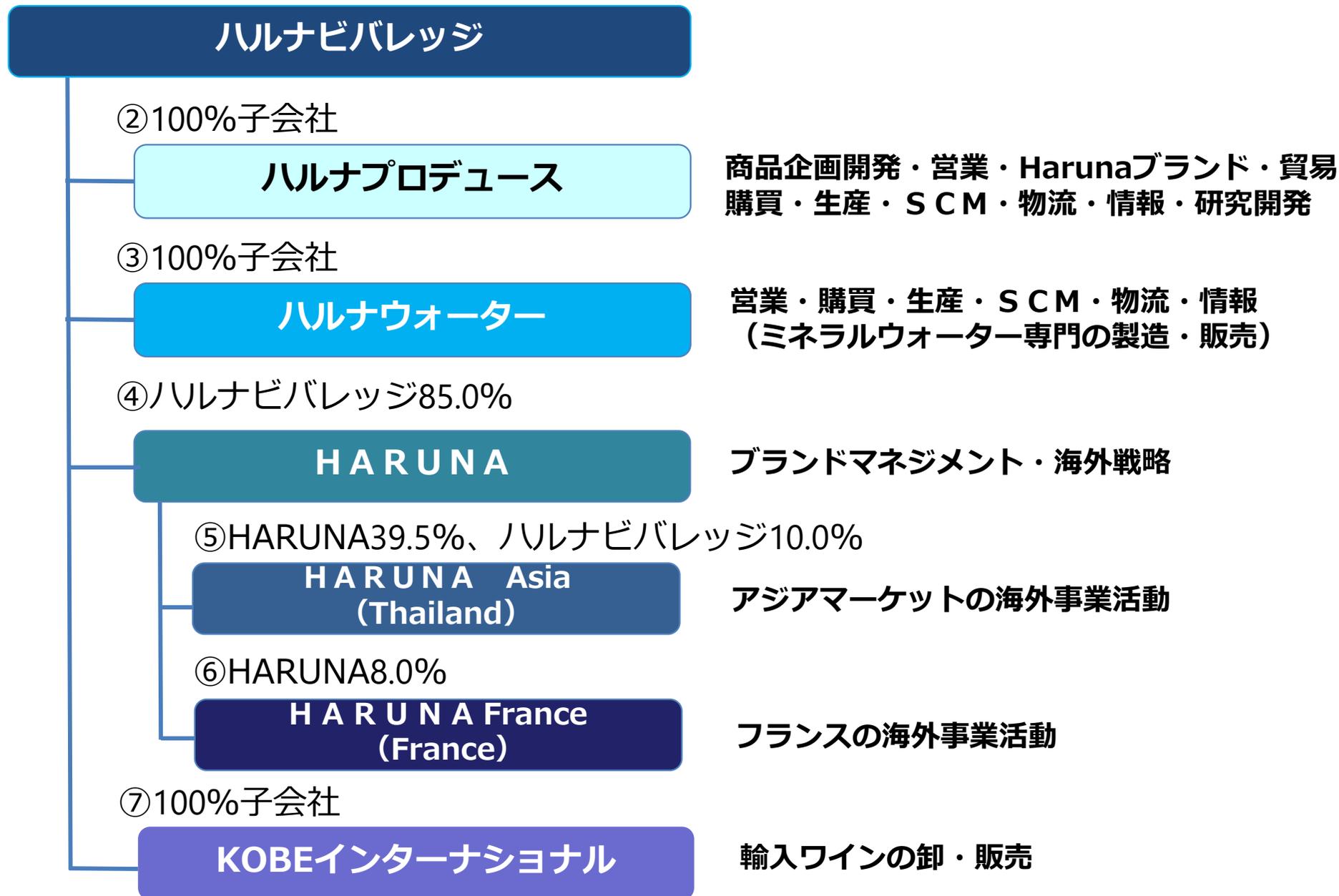
## ビジョン

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」を通じて皆様に信頼される企業グループを目指すとともに、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

## 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

## ①ホールディングカンパニー



# 連結業績概況

## 連結販売数量

前々期比  
+148  
(+3%)

前期比  
△122  
(△3%)

## 連結売上高

前々期比  
+1,802  
(+7%)

前期比  
+451  
(+2%)

## 連結営業利益

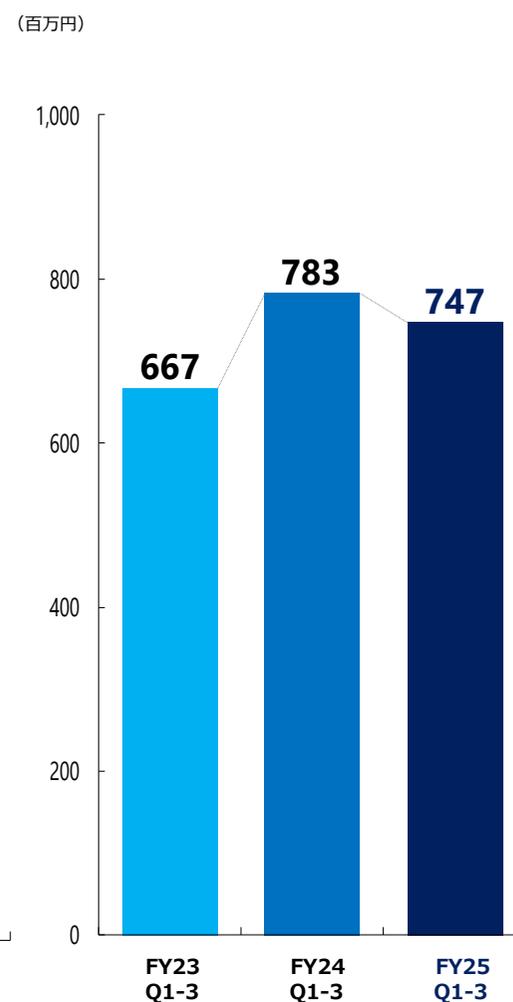
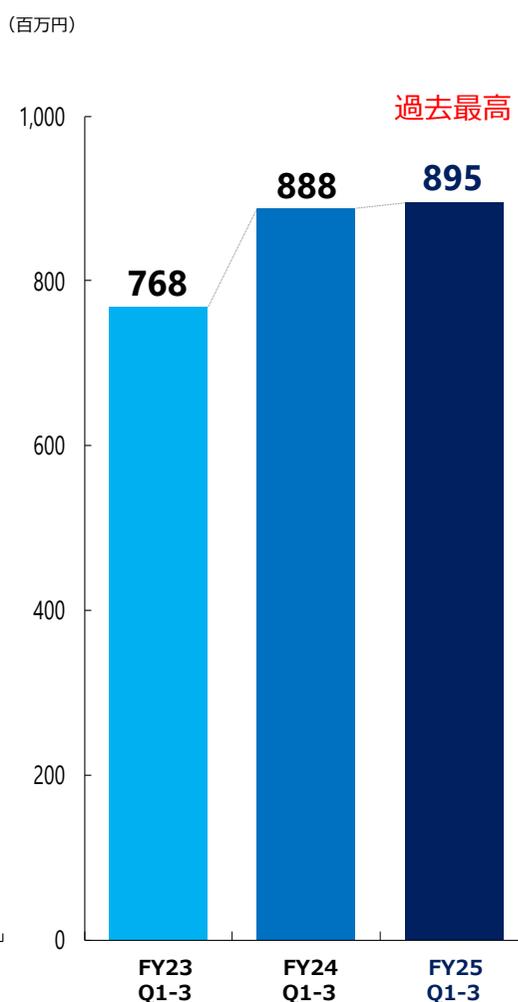
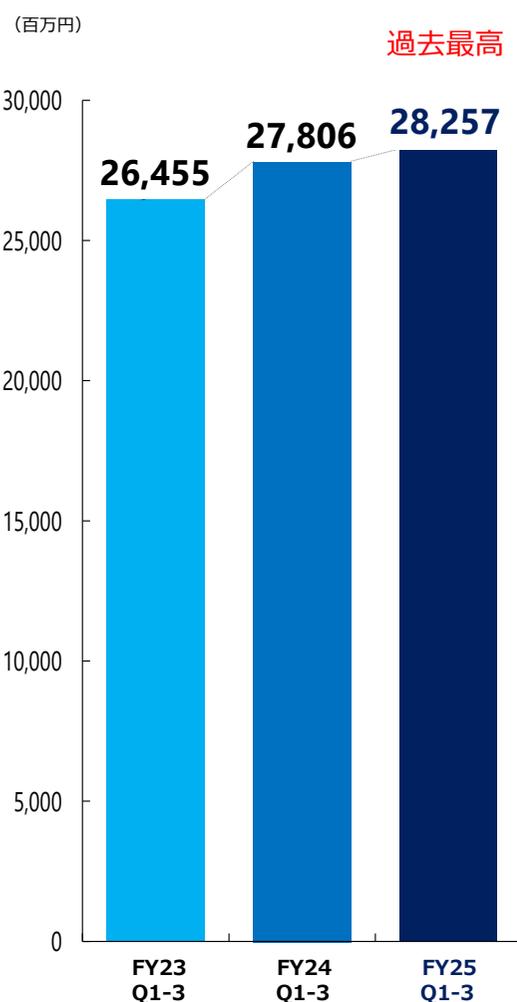
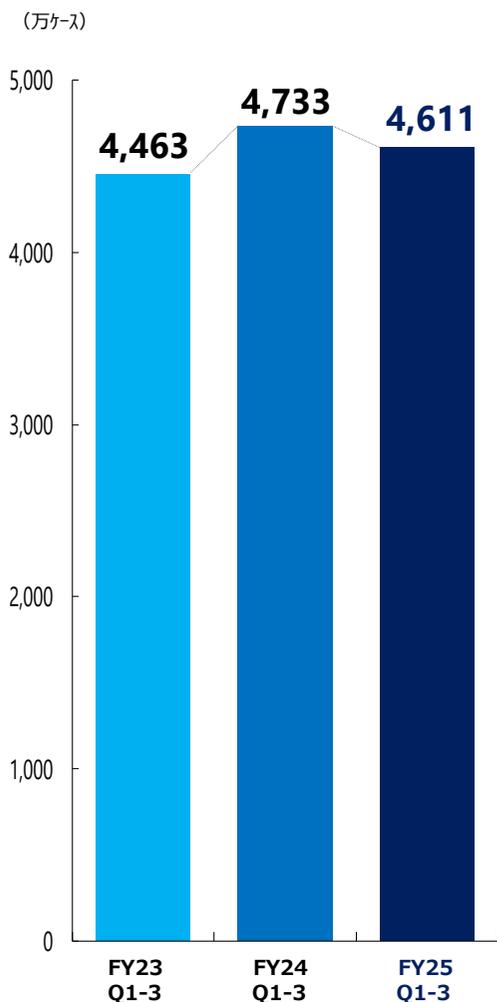
前々期比  
+127  
(+17%)

前期比  
+7  
(+1%)

## 連結経常利益

前々期比  
+80  
(+12%)

前期比  
△36  
(△5%)



※ 上記数値は、表示未満単位は全て四捨五入にて表記しております。

## 経済・市場環境

実質賃金が11ヶ月連続でマイナスとなり、賃金が物価高騰に追いつかない状況下、消費者の節約志向はより一層強くなり、NB（ナショナルブランド）の清涼飲料水の販売金額は、値上げが進んでいる中でも前期を下回る結果となった。

そのような中、PB（プライベートブランド）については、価格面に加え差別化した独自性にも注目が更に高まり、前期を上回る伸長となった。一方で、ミネラルウォーターを中心に同業他社の新設ラインの増設ラッシュとなったことや、大手飲料メーカーも販売鈍化から特売攻勢をかけ始めてきたこと等を背景に競争環境が更に激化。

## 当社グループの取り組み

清涼飲料市場の競争環境が激化する中、お客様毎の顕在的・潜在的なニーズにお応えする**One to Oneマーケティングを強化**し、健康配慮型商品や季節商品等の差別化した高付加価値の新規開発商品を60アイテム立ち上げたことで収益性が向上。コスト面においては、物流の合理化やエネルギーコストが安定してきたこと等によりコストが減少。また、社員に対する人財投資については、1人当たり150万円を超える賞与支給を2期連続で実現。

以上の結果、**第3四半期累計で過去最高の売上高・営業利益を達成。**

### スーパーマーケットにおける清涼飲料水販売金額伸長率

(百万円)

	販売金額		
	FY25/Q1-3	前期伸長率	前々期伸長率
NB計（ナショナルブランド）	46,054	△ 0.5%	+1.7%
PB計（プライベートブランド）	4,925	+4.1%	+16.4%
総販売額	50,979	△ 0.1%	+3.0%

出典：日経メディアマーケティング社が提供する「日経POSデータ」を基に当社が作成

## 国内飲料事業

## 【自社プラントでの飲料事業活動】

### 1. One to One マーケティングの徹底

One to Oneマーケティングの更なる深化により、お客様毎のニーズにお応えする取り組みを実行

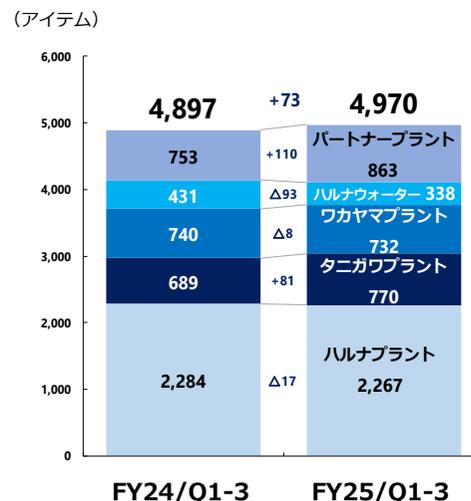
- 新規開発商品60アイテム立ち上げ
- 生産アイテム数の累計アイテム数も過去最高  
(前期比+73アイテム)
- 高付加価値帯のPBプレミアム・ハイスタンダードの商品の販売数量が増加

### 2. Harunaブランド戦略

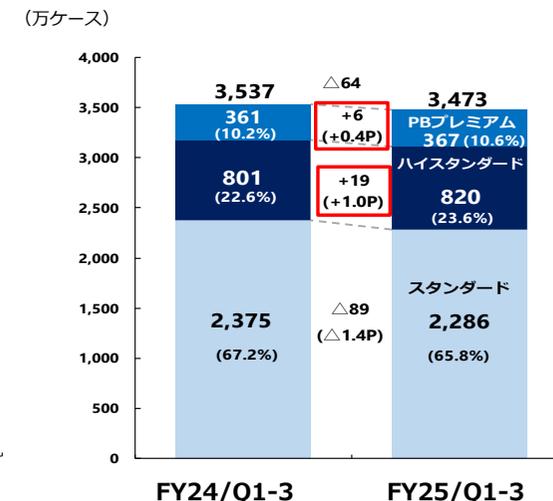
Harunaブランド販売数量 前期比+184万ケース増

- 「安曇野の自然が育んだ天然水」がカインズ様・ベイシア様等のお客様に対し継続的に支持をいただいたことで販売伸長。(前期比+176万ケース増)
- 物価高による節約志向のニーズに応えるべく、価格訴求型の商品として自社ブランドの「茶匠伝説」の大型容器を中心に販売が伸長。
- 来客時の提供等、オフィスシーンでの利用需要増によりオモテナシシリーズの販売も伸長。

プラント別  
生産累計アイテム数



価格帯別販売数量 (自社)



新規開発商品

- ブルーハワイ風味のゼリー飲料、ぷるっとした触感が楽しめる新感覚ドリンク
- 数種のトマトをブレンドし食塩無添加で仕上げたトマトジュース
- イタリア産のリング果汁・スペイン産のレッドグレープ果汁を使用した果汁炭酸飲料
- CHABAAシリーズと炭酸を掛け合わせ、果汁と炭酸を楽しんでいただけるドリンク



## 3. 品質向上対策の実行

- 小集団研修やOJT、次世代リーダー育成等を継続的に行い、社員のスキルアップと意識向上対策の実施
- 今期発生した工程起因ご指摘の対策履行状況確認の実施
- 外的要因リスク（防犯・フードディフェンス・オペレーション）に対する入退室管理、防犯設備、監視カメラ・FDカメラ等の管理が適切に実施（稼働）しているかの定期確認の強化

## 4. 物流サービス合理化による物流費の削減

**物流サービス向上と合わせた効率的な配送・保管対策を行ったことで、前期比で物流費削減を実現**

- 物流サービス向上を図ることで、お客様にご負担いただける物流費の配送単価の見直しを実施
- 各拠点（群馬・長野・和歌山）および全国パートナープラントも含めた配送・倉庫保管の最適化を行うことで拠点倉庫間の配送回数を抑えることで配送費用の抑制
- 既存の外部倉庫運用の見直しを実施し、安価な外部倉庫への集約化・新規外部倉庫開拓、2つの倉庫での2箇所積み削減等の取り組みによる外部倉庫費用・配送費用の削減

## 5. エネルギーコストの削減

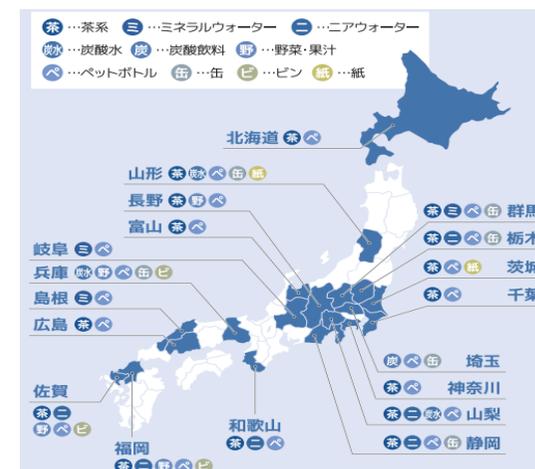
エネルギーコストの単価が安定してきたことに加え、環境配慮と合わせたエネルギー効率を高める取り組み（和歌山プラント倉庫への太陽光導入等）の実行により前期比でエネルギーコストを削減

## パートナー飲料事業

【全国のパートナープラントとの飲料事業活動】

パートナープラントとの連携強化により、通年での安定した供給体制を図るとともに、自社プラントで製造ができない「缶容器」「瓶容器」「炭酸飲料」等の高付加価値商品の生産も増加。

パートナープラントの分布図



## 協創事業

【パートナー企業との協創事業】

### ● マルサンアイ社とのソイミルク事業

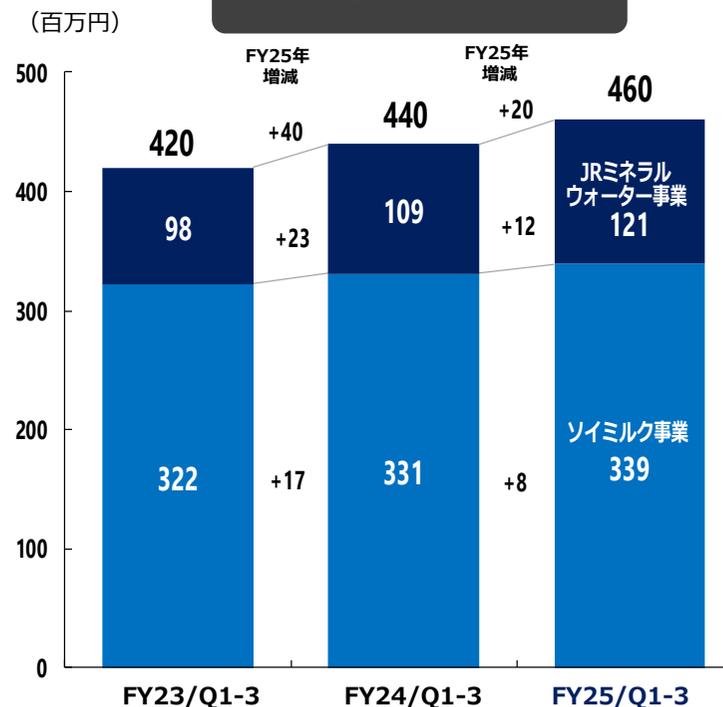
健康志向の高まりや植物性食品への関心がさらに広がり、無調整豆乳の需要が増加する中、安定した製造体制の構築やパートナーシップ向上を図り増収。

### ● JR東日本クロスステーション社とのミネラルウォーター事業

2025年4月より生産時間を2時間延長し、1日当たりの製造数量が増加。

また、ハルナプロデュース自社製品やプライベートブランド製品の製造を委託し、双方の更なる事業拡大を推進。

協創事業売上高推移



## 海外事業

【HARUNA Asia】

### 1. ASEAN飲料事業

MUJI（無印良品）社の炭酸飲料シリーズや前期に立ち上げたグミ・チョコレートといった食品が伸長。グミは機能性グミ3種類、新フレーバークミ2種類を新たに11月より発売。

Donki社については、紅茶シリーズと今期発売の抹茶ラテが好調。

Harunaブランドの茶匠伝説シリーズや安曇野の天然水のASEAN諸国への輸出販売が拡大。

また、ジャスミン茶葉・ルイボス茶葉等の茶葉原料やTipcoオレンジジュース等の日本への輸入を強化。

以上の取り組みの結果、売上高、営業利益ともに前期を上回り過去最高。

Donki社向け  
紅茶シリーズ

MUJI社向け  
機能性グミシリーズ3種・新フレーバークミ2種



ミルクティー



抹茶ラテ



ミックスベリー  
(ビタミンB)



ざくろ  
(コラーゲン)



ヨーグルト  
(食物繊維)



柚子

桃

amazon **by amazon**  
ラベルレス天然水 1L

谷川連峰の天然水  
**by From AQUA 1L**



NEW

持ち運びに優れ、旅行やアウトドアシーン等でも  
便利なサイズである、ミネラルウォーター1LのPB  
商品をAmazon様・JR様（NewDays様）  
向けに立ち上げ、現在発売中。今後さらなる  
販売拡大を目指しております。



**Le'café(ルカフェ) ティースパークリング**  
緑茶&シャルドネスパークリング 200ml  
紅茶&ベルガモットスパークリング 200ml

NEW

暮らしのアクセントになる多彩なお茶を展開する  
ルカフェブランドに新カテゴリーが登場。今までにない  
**緑茶・紅茶を使ったノンアルコールスパークリ  
ングドリンク。**

**2026年2月13日発売**

**緑茶&シャルドネスパークリング**

コクと程よい苦みのある静岡県産深蒸し緑茶を使用し、シャルドネ果汁でワインのようなフルーティに仕上げました。

**紅茶&ベルガモットスパークリング**

フルーティで上質な味わいから「紅茶のシャンパン」と呼ばれるダージリン茶葉を使用し、柑橘の爽やかなベルガモットエキスでバランス良く仕上げました。



# 新規事業の取り組み

## 海外事業

## HARUNA France 日本茶カフェ「AiiRO」オープン

日本茶の奥深さと美しさをヨーロッパ、そして世界へ伝えるをコンセプトに、フランス・パリにて日本茶を使ったドリンクやお菓子を提供するカフェ「AiiRO（アイイロ）」を2025年12月21日にオープン。

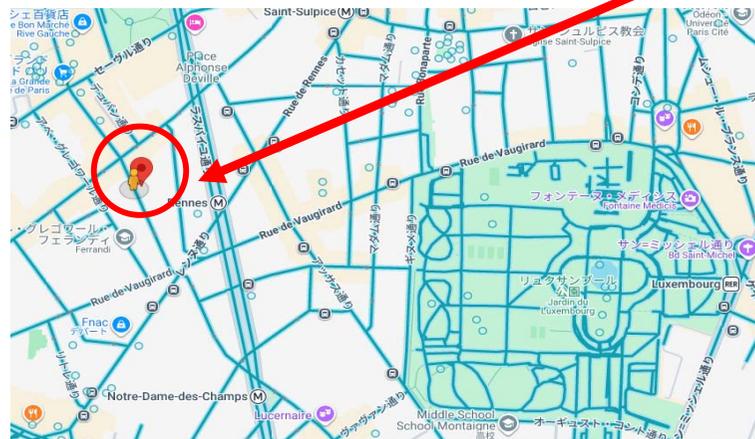
### 【コンセプト】

パリの静かで洗練された空間で、日本でも稀少な茶園のひとつで収穫された厳選された本格日本茶葉を使ったドリンクと、パティスリー（フランス菓子）が織りなす唯一無二の調和を体験していただけます。

### 【AiiROカフェ店舗詳細】

住所 (Address) :

[35 Rue Saint-Placide, 75006 Paris](https://www.aiiro.fr/)

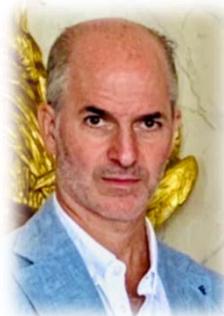


### 【AiiRO主要スタッフ】

ディレクター  
青木 日出生



ディレクター  
Randy  
YALOZ



パティシエ  
Jonathan  
BONNEH



青木日出生とRandy YALOZ氏は  
Haruna France SASの共同代表

ミシュラン2つ星レストランでの  
マネージャー経験もあるパティシエ



## 【取り扱いメニュー（一例）】

### ドリンクメニュー（一例）

- ・ 焙じ茶のリエジヨワ風ホットチョコレート
- ・ ヌアージュ・ココ（ココナッツの雲）抹茶ラテ ライム風味
- ・ ヌアージュ・焙じ茶ラテ（雲のように軽やかな焙じ茶ラテ）



### パティスリーメニュー（一例）

- ・ ココナッツと抹茶、パッションフルーツのアントルメ
- ・ キャラメルと焙じ茶のクッキー
- ・ レモンと抹茶のマドレーヌ



オープニングセレモニーでは店内を埋め尽くすほどの多くの方にご来場いただき、日本茶を使ったドリンクとパティスリーを楽しんでいただきました。オープン後も土曜日等の休日時には満席になる等、ご好評をいただいております。

今後は飲料やクッキー等をB to B向けに販売するような事業展開もしていきたいと考えております。



aiiroparis  
AiiRO

公式Instagramで最新情報を随時  
発信しております



## ワイン事業

### KOBEインターナショナルによる輸入ワイン販売

KOBEインターナショナルは、兵庫県神戸市に拠点を置くワインの輸入販売会社です。「食事に合わせやすく、飲み心地の良い、優しい味わいのワイン」にこだわり、ご紹介を続けています。

#### 【ここにしかない良いものを】

本当に良いものだけを厳選してお届けするために、海外の産地を訪れ、信頼関係を築いたワイナリーと直接取引を行っています。「ワイン造りは土壌から」という確固たる信念を持ち続け、その土地ならではのワイン造りに取り組む優れた生産者がいます。それらの生産者のワインを日本では当社だけが取り扱っています。まだ知られていない産地で作られた歴史ある高品質なワインがたくさんあることを皆様に知っていただき、楽しんでいただきたいです。



#### 【もっと気軽に、カジュアルに】

ワインは知識がなければ買いにくいと思われがちですが、好みの味わい、例えばすっきりした白ワインが飲みたいとか、あわせたい食事から気軽にワインを選んで楽しんで欲しいなという思いで、日々の食生活に寄り添ってくれる飲み心地の良いワインを紹介しています。ボトルワインと同じ品質のものを缶につめたプレミアム缶ワインも取り揃えているので、小容量でも良いものを楽しんで頂きたいです。



### 【いつもの食事に合わせて】

ワインをもっと楽しんでもらうために、すべてのワインについて料理との相性をご紹介します。イタリアン、フレンチはもちろん中には和食やエスニック料理に合うものなど、幅広いジャンルの料理に合うワインを取り揃えています。いつもの食事や食文化と合わせたワインの楽しみ方をこれからもご案内してまいります。ドイツ、ポルトガル、ハンガリー、アメリカオレゴン州などのワインをご紹介しますが、今後も生産国にとらわれず、デイリーに、ウィークエンドに、そして特別な日に、ライフスタイルを豊かに彩ってくれる「バリューの高いワイン」をご紹介します。いきたいと思います。



缶ワイン：アンダーウッド シリーズ



生産地  
ドイツ



生産地  
ポルトガル



生産地  
ハンガリー



生産地  
アメリカオレゴン州

2025年9月にグループ会社となり、ハルナプロデュースの既存顧客に対し積極的なマーケティング活動を通じて、市場開拓・販路拡大によるシナジー効果の創出に取り組んでおります。

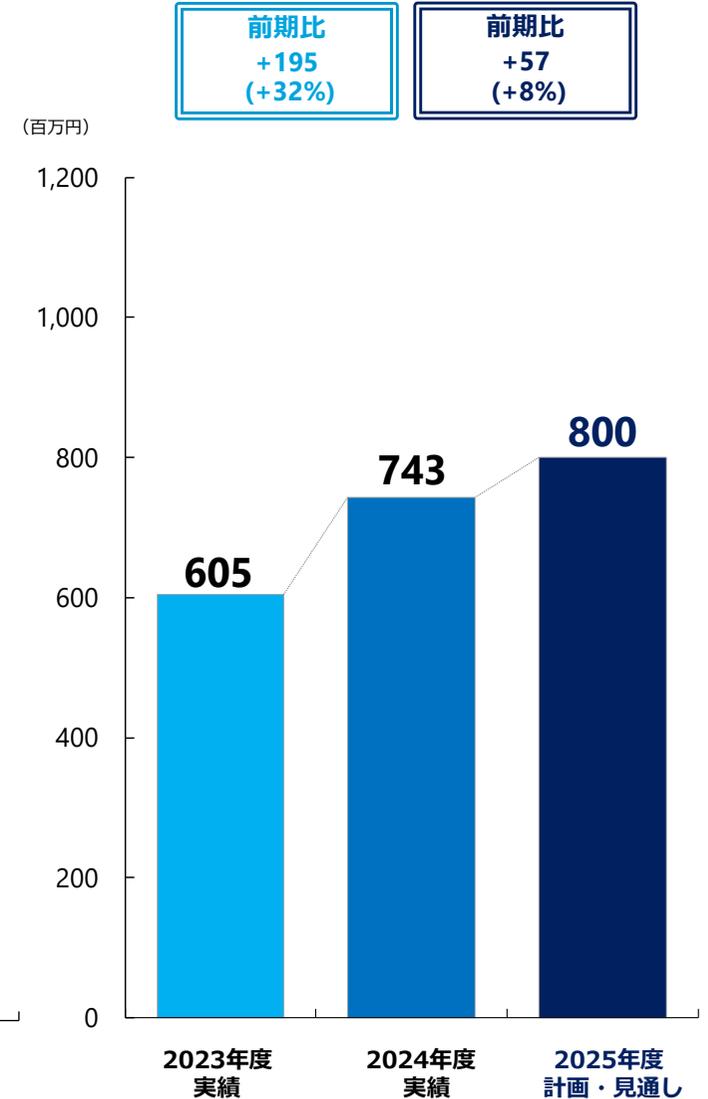
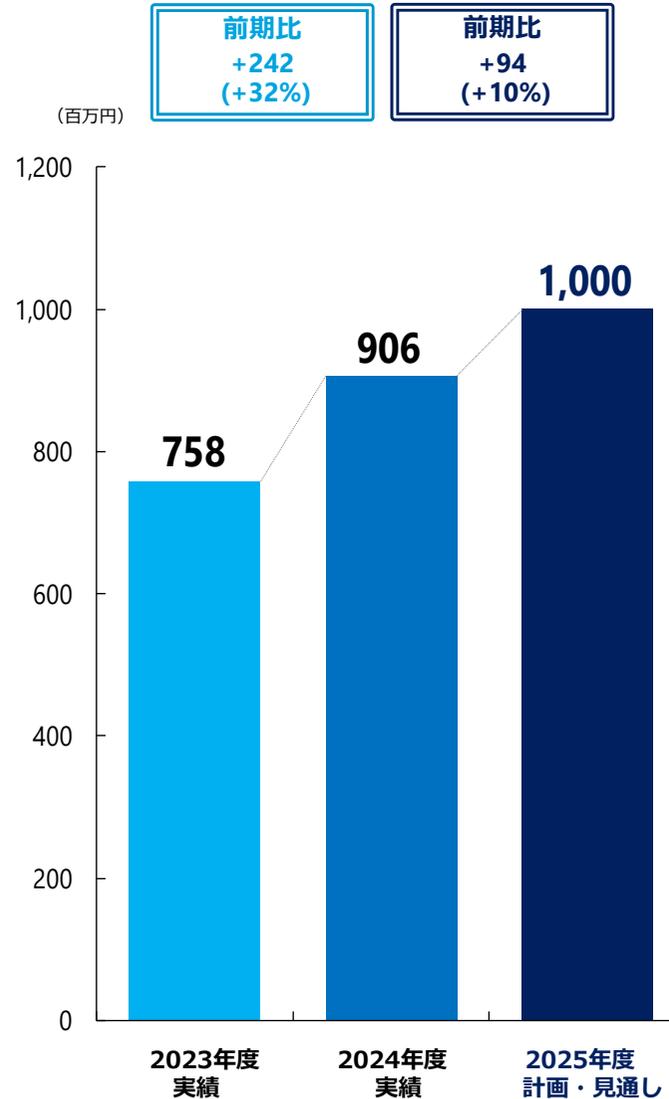
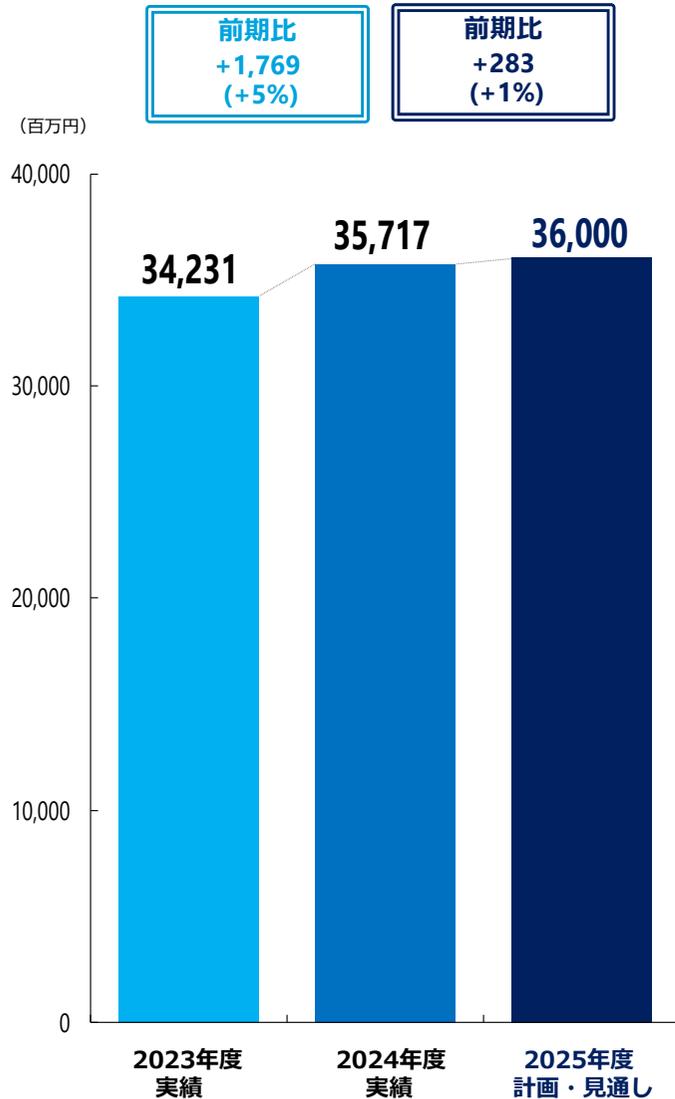
# 2025年度通期見通し

ハルナビジョン2026で掲げた営業利益10億円を目指す。

## 連結売上高

## 連結営業利益

## 連結経常利益





潤う幸せを世界に

ハルナビバレッジ株式会社 社長室  
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 : <https://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。





