

トップメッセージ

潤う幸せを世界に

ハルナグループ CEO
ハルナビバレッジ株式会社
代表取締役社長
青木 麻生



2021年、ハルナグループは「潤う幸せを世界に」をキャッチコピーとして制定しました。世界に幅広く必要とされる飲料、消費者の潜在ニーズに応える新たな飲料を創造し「飲む感動」「美味しさ」「喜び」「新しさ」「健康」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、すべ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グループビジョンの実現に向けて取り組んでまいりました。

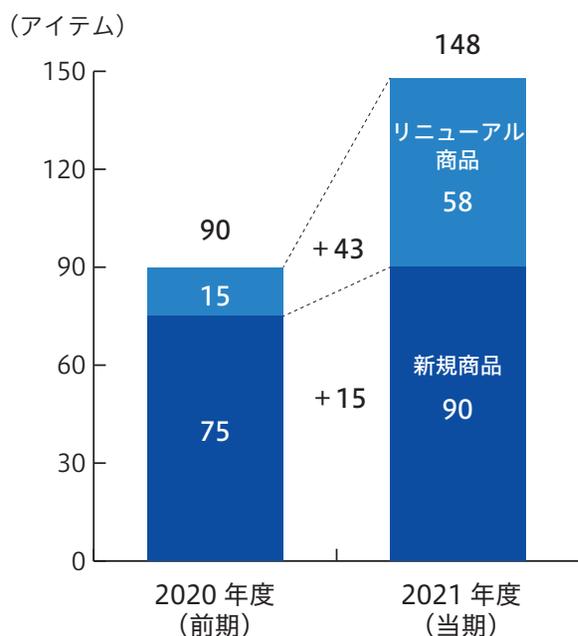
さて、世界的なパンデミックを契機に加速した社会環境や日常生活の変化がニューノーマル（新常态）な時代へと

なるなか、清涼飲料市場においては、外出が回復し需要が増加したこともあり、前年度比3%増の成長となりました。しかし、コロナ禍前の水準にはまだ戻らず、2019年度比では6%の減少となりました。

一方で、生活防衛意識の高まりによる価格訴求型商品と健康・美容・ストレス緩和を訴求する価値訴求型商品の2極化が鮮明になるなか、大手小売企業各社は食品、飲料のPB（プライベートブランド）商品の開発や販売活動の強化を図り、2019年度比で販売金額が15%増加しております。

このような状況下、当社グループは環境に配慮したラベルレスや軽量化ボトル、健康志向を背景にした付加価値の高い製品の企画開発提案を積極的に行い、新規開発商品とリニューアル商品が過去最高の148アイテムの採用となり、プライベートブランド飲料の成長に貢献するとともに製品物流、配送の効率化と適正な在庫管理の徹底により費用の削減を進めることができました。

新規・リニューアル開発採用商品アイテム数



また、パートナー企業様とともに取り組ませていただいている協創事業については、健康志向の高まりなどからマルサンアイ社豆乳飲料の製造が堅調に推移したほか、株式会社 JR 東日本クロスステーション社との協創事業である谷川山系のミネラルウォーター新生産ライン稼働に向けた取り組みも着実に進めることができました。

当社、海外事業会社である HARUNA

Asia Thailand ではタイ日系ディスカウントストアと共同開発した日本式紅茶シリーズやアジア最大のドラッグストアチェーンと谷川山系ミネラルウォーターおよび茶系飲料の共同開発が成功し、新たな主力商品として販売を開始しました。

また、ハルナブランドの緑茶や烏龍茶、スパークリングウォーター飲料の新たなチャンネルへの導入や販売拡大が進み、HARUNA Asia Thailand 単体として2013年設立以来、初の黒字化を達成いたしました。



しかしながら、2022年度初頭よりウクライナ情勢などによるエネルギー・食糧高騰や世界的な需給ひっ迫、および昨今の円安の急激な進行を受けた原材料市況の高騰、リサイクルPETボトル等サステナビリティの取り組みに対するコスト上昇など、製造原価が大幅に悪化しており、企業努力だけでは吸収できるレベルを超えております。

このような環境下、当社グループは自
社内で生産・物流の効率化を徹底し、コ
スト削減、生産性の向上への取り組みを
最大限実行した上で、お客様にとっての
商品価値や付加価値向上の提案を実施さ
せていただき、ステークホルダーの皆様
とともに、この世界的な難局を乗り越え
ていく所存でございます。

2022年度から23年にかけて、ハルナ
グループは以下の取り組みを実行してま
います。

〈マーケティング・商品開発〉

- ・「提案力の強化」「提案スピード向上」「お
客様との接点強化」を図ることを主な目
的として、4月に東京開発室「TOKYO
LABO」を開設。消費者により近いとこ
ろで常に刺激を受けながら、消費者目線
でニーズに的確に対応した商品の企画・
開発の実現。
- ・適正価格化へ向け、価値向上・サービ
ス向上と併せた提案活動の遂行。
- ・年間を通じた安定供給体制の実現に向
けたパートナープラントとの連携強化。
- ・株式会社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協創事業の安定
稼働と最大化の実現（2022年4月稼働）。
- ・パートナー関係にある日本全国ならび
にアジア、欧州を拠点とした飲料メーカー
や企業との強固なアライアンス・パート
ナーシップの構築。
- ・SDGsの取り組み推進とデジタルマーケ
ティングによる持続可能な製品づくりと
販売活動の実現。

〈生産・品質・環境〉

- ・生産数量、ライン効率、歩留まりを向
上させ、製品の安定生産、安定供給体制
の確立。
- ・高品質商品の生産体制の強化とパートナ
ープラントとの生産・品質の最適化を図り、
顧客ニーズにお応えする生産体制の確立。
- ・全社員によるエネルギー高騰の抑制対
策と無駄のない高効率生産の実現。
- ・スマートファクトリーの実現に向け、
SDGsとDXの融合による持続的成長に
向けた検討。

〈物 流〉

- ・在庫の適正コントロールと外部倉庫の
効率的運用によるコスト削減。
- ・全国への製品供給体制の効率化と無駄
のない配送の実現によるコスト削減と
CO₂排出抑制。
- ・倉庫内作業の作業効率改善による生産
性の向上。
- ・スマートロジスティクスの実現に向け
た取り組みの検討。

〈海外事業〉

- アジア事業
- ・日系ディスカウントストアや日系スー
パーマーケットなど、ASEAN地域に販
路を持つ既存取引先企業とさらなる連携
を図り、互いの機能を最大限活かしたマー
ケットの拡充。
- ・戦略的パートナーとしてタイ国の大手飲
料メーカーなどと商品の共同開発を行い、
飲料プロデューサーとしての地位を確立。

- ・ 開拓できていなかったトラディショナルトレード（タイ国内の小規模小売店への販売形態）および EC チャンネルの立ち上げによる販路拡大。
- ・ タイの優位性を活かした日本市場向けの新たな独創性ある飲料の開発・輸入の実現。
- ・ 円安が進行するなかで、タイ国で築いた販売網を活かし、日本で生産されたミネラルウォーターやお茶などの販売強化。
- ・ 原料が高騰するなかで、日本で使用する海外産茶葉を直接調達することによる原料費の抑制。

■ 欧州事業

- ・ ハルナヨーロッパ駐在員事務所をバルセロナに設立し、飲料・食品の市場調査と分析を徹底的に行い、欧州事業再構築の推進。
- ・ 日本国内で培った飲料の企画開発力・生産技術力を活かし、欧州メーカーとの戦略的パートナーシップの構築に向けた取り組みの推進。
- ・ 新規性のある商品・プライベート商品・トレーディング商品を軸に、日本・東南アジア・欧州それぞれの強みを活かし、シナジーを生むパートナーシップ事業の推進。

〈人 財〉

「マネジメントコース」と「プロフェッショナルコース」のキャリア選択制度のさらなるブラッシュアップと社員エンゲージメントサーベイを分析し、社員一人ひとりが自分の会社で働くことに誇りを持ち、個性と能力を発揮しながら自己成長と豊かさにつ

なげられる取り組みの推進。

- ・ ワークとライフの双方のバランスをインテグレーション（統合）させて「仕事の質」と「生活の質」をともに向上させていく取り組みの推進。

〈ハルナデジタル・

トランスフォーメーション (HdX)〉

■ HdX1.0

各部門が作成している帳票・資料をポータルで一元管理し、プラットフォームを介してスムーズに情報を獲得することができる仕組みの構築。

■ HdX2.0

周辺システム等との連携を実現することで社内外のデータを収集し、解析、アウトプットを提供するためのデータ基盤の構築。

■ HdX3.0 ※中期目標

データを活用した新規事業・SDGsなどの社会活動を実現するためのデータ基盤を構築し、デジタルマーケティング・スマートファクトリー・スマートロジスティクスを実現し、サプライチェーン全体がデジタルでつながる世界の実現と社会環境変化に柔軟に対応できる働き方の実現。

これらの取り組みをハルナグループ役員、社員全員の知恵と創造性・独創性を結集し、持続可能な社会に貢献する製品と価値を提供するべく挑戦を続けてまいりますので、皆様のますますのご支援とご指導をよろしくお願い申し上げます。