



新たな価値の創造

コメント

我々ハルナグループは「潤う幸せを世界に」という大変ハードルの高い大きなミッションを持っています。ただ単に「美味しい飲料を世界に」という表面的な課題より、心の琴線に触れる。つまり人の心を動かしたり、人々の人生をより豊かにする「潤い」を想像し企画・開発し、そして我々の生産供給販売のネットワークで、お客様までお届けする。

「ああ、美味しかった」という喝感を満すだけではなく、大自然が育んだ恵みを製品化して、何となく嬉しくなる、人として、きちんと生きていると思える幸せを提供したいと思っています。自分に気持ちのいいことをすると、地球や周りの人間にも気持ちのいいことをしたくなるからです。世界を変えるようなことではないかもしれません、我々ハルナグループは新たな価値の創造によって、みんなの暮らしに小さなハピネスを広げていけたらと思っています。人が生きるこの世界を、もっと美しく、もっと幸福にするために、「潤う幸せ」お届けをしたいと考えています。



ハルナビバレッジ株式会社 取締役
ハルナプロデュース株式会社 代表取締役社長
CMO ピーター・トーマス



ハルナグループは、東京アート社のミネラルウォーター事業を譲受いたし2023年7月より事業を開始いたします

ハルナグループは、すべての人々が飲料を通じて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あります。そして今回の新会社設立は、ミネラルウォーターの生産拠点をグループ化することにより、「安心」で「おいしい」ミネラルウォーターを安定的にお客様へご提供できる体制が整うと同時に、グループ戦略である「総合飲料プロデューサーとしてのプラットフォーム戦略」として、良い資源を活かしながら、商品生産機能の付加価値を増大させていくという相乗効果を期待しています。

☑ 生産拠点

松川プラント

業務	飲料水製造
設立	2009年
所在地	長野県北安曇郡松川村7064-200
採水地	長野県北安曇郡松川村7064-200(工場敷地内)
認証	FSSC22000(2009年1月認証)
対応容器サイズ	2L / 550ml / 500ml

長野県



安曇野プラント

☑ 名水のおいしさをお届けします

長野県の中央に位置する安曇野は、雄大な山々を背に、豊富な水を湛えた水田が日本の原風景ながら広がっています。安曇野には北アルプスに源を発する河川が形成した美しい扇状地があり、その末端では良質な天然水が湧き出します。



☑ 安曇野のミネラルウォーターの特徴

- 昭和60年に環境省選定の昭和の名水百選に「安曇野わさび田湧水群」が認証され、現在も日本の名水どころとして広く知られています。
- 安曇野の湧き水中のミネラル成分の大部分は、安曇野の森林の落ち葉や草などに由来するもので、自然界の生物がゆっくり時間をかけて分解し地層に磨かれ、ミネラルバランスのよい天然水となって地下水脈に辿りついたものを採水ポンプで汲み取っています。
- 日本人の味覚に適した硬度の低い軟水です。



新たな価値の創造 海外事業展開

✓ ASEAN戦略 Haruna Asia(Thailand)

ハルナプロデュースとHaruna Asia Thailandが連携を行い、タイと日本のみならず、ASEAN市場に対して、ハルナグループの強みを活かし、マーケティング活動及びビジネス拡大できるよう取り組んでいきます



Haruna Asia(Thailand)は、
2023年度タイからアジア全域へ事業拡大を推し進めます

△ タイ駐在 社長コメント △

HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd.
代表取締役社長 松下 譲

2023年3月よりハルナアジアに赴任いたしました。こちらに来てまず感じたのは確実に成長しているという実感とそのスピード感でした。どんどん広がる鉄道網とそれに合わせて開発されるショッピングセンターやオフィスビル、そこを様々な人種が行き交う様子は、大きなエネルギーと躍動感を感じます。日本からタイへ、そしてタイからアジアへ、ハルナアジアは飲料を通じて「アジアの元気」を皆様にしっかりとお届けします。



タイ国内では、既存商品である「HBD Sparkling」が新規取引先・店舗拡大を進めたことや新フレーバー発売により販売が伸長。また、Harunaブランド「茶匠伝説」について、タイ国内のスーパーマーケット等へ新規導入・店舗拡大したことや新規商品として11月より「黒烏龍茶」を導入し販売が伸長。さらに、Donkiにて今期2品目となる新商品「Strawberry milk」を導入。ASEAN地域においては、香港にてWatson's「一言茶」シリーズ(緑茶・烏龍茶・ほうじ茶)の販売が開始し、更に新規商品を追加導入しています。

茶匠伝説 黒烏龍茶500ml発売

タイでも販売が好調な茶匠伝説シリーズにラインナップのなかった黒烏龍茶500mlを商品化しタイにて発売。



Strawberry milk500ml新発売

タイでも人気の高いフレーバーいちご味でstrawberry milkをDonki専用に発売。



Lotus'sに新規導入

タイ大手リテール企業Lotus'sにHarunaブランド商品(HBD Sparkling & 茶匠伝説)が新規導入。



HBD Sparkling 梅、メロン新発売

HBD Sparkling 梅、メロンをCentral Group (Family Mart, Tops market, CENTRAL FOOD HALL)向けに専用発売。



茶匠伝説シリーズ 販売チャネル拡大

タイ国内の日系企業(小売、飲食店)をメインに販売しておりましたが、タイ現地大手小売り企業のCentral Group (Tops Market·CENTRAL FOOD HALL)やBig-Cなどに販売開始。



✓ ハルナヨーロッパ Haruna Europa

「潤う幸せを世界に」の一環として、ハルナの飲料プロデュース機能とアジア・日本・欧州の食伝統文化にFusion(融合)して飲食の新たな発見とカタチの提供によって、会社の新たなイノベーション源と収益源を創造していきます。

中長期の戦略

ヨーロッパ(フランスを中心にスペイン、イタリア等)にて欧州メーカーとのパートナーシップの関係作りを軸にトレーディングビジネスを再構築して日本市場へ新たな商材とヨーロッパ市場に日本・東南アジア製品を企画・市場開拓を行います。また欧州での製品・製造(販売力・地域市場性・製造技術)によるパートナーシップ作りの創出をすすめています。



活動拠点の移動の戦略

ヨーロッパ商業の中心フランス(パリ)にバルセロナから活動拠点の移転を計画しています。2023年4月初旬にはバルセロナからフランス(パリ)へ移転、スペインの駐在事務所は引き続き活用していきます。



今後の取り組み【アジア事業】

タイマーケットでの取り組み

- 新フレーバーを導入したHBD Sparklingの販売促進の強化。
- 「茶匠伝説」や「ルカフェ」といったHarunaブランド商品を輸入し、タイ国内の日系小売企業や飲食店へ向けた提案推進によるHarunaブランドの販売拡大。

ASEANマーケットでの取り組み

- アジア大手ドラッグストアチェーンに対し、2月から茶系飲料の新たなラインナップ商品導入を行うことによる販売拡大。
- Harunaブランド商品をASEAN各地域へも輸出販売することによる、ASEANマーケットでのHarunaブランド拡大。

ハルナプロデュースとの協創ビジネスの取り組み

- 海外原料が高騰するなかで、日本で使用する海外産茶葉を現地より直接輸入し、原材料費を抑制。

新たな価値の創造 ブランドの価値を高める

Harunaは「おいしさ」と「楽しさ」が詰まった
個性あふれるプロジェクトを取り揃え、皆さまにお届けいたします

✓ Harunaブランド

【輸入商品】

CHABA Aの小型はポメロやウォーターメロン等を中心に大人気商品です。また2023年の新商品「CHABA Aマンゴー180ml」や主力商品である「CHABA Aウォーターメロン」の大幅リニューアルを中心に新規提案を強化中です。

【国内商品】

9月に新規発売したTHE蜂蜜紅茶の販売が非常に好調。お客様から差別化されたPB化の要望もいただいている状況。また、10月より茶匠伝説をリニューアルした効果や、茶匠伝説のシリーズのタイ市場向けに出荷拡大中です。

THE 蜂蜜紅茶 絶好調！

市場のニーズ、トレンドをとらえ新規採用続々増加中！

ティーバッグで人気急上昇中の「蜂蜜×紅茶」の組合せ。
9月発売後「PETボトルで手軽に飲める、本格的な蜂蜜紅茶」として
スーパー・コンビニ、ネットショップ等で採用が続々増えています！



**ルカフェ
ルイボスオレンジティー**
トレンドの蜂蜜紅茶をPETで手軽に。
ルカフェでも人気の高いルイボス
ティーに果汁を加えたノンカフェイン
フルーツティー

新商品 販売開始!

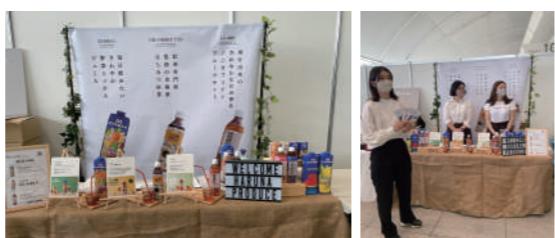
市場のニーズ、
トレンドに合わせた
個性的な新商品が
9月に発売！



✓ プロモーション

ファッションイベントでも好評！

2022年10月8日(土)幕張メッセで開催された、日本最大級のファッション&音楽イベント「Rakuten Girls Award 2022 AUTUMN/WINTER」の楽屋での出演者向けドリンクの提供を担当。THE蜂蜜紅茶、CHABA Aベジタブルミックス、ルカフェルイボスオレンジティーと新商品を中心に、モデルやアーティスト、芸能人の方々の控室でのドリンクとしてお楽しみいただきました。「おいしかった！」と何度もブースに立ち寄ってくださる方も多く、味もデザインも好評でした。



ハルナのSNSが取材されました！

2022年7月に開催したTwitterキャンペーンがトレンド入りしたことから、SNS支援会社のアライドアーキテクツ社より取材を受け、SNSの活用事例のお役立ち情報としてホワイトペーパーにまとめられました。



新たな価値の創造

ハルナデジタルトランスフォーメーション(HdX) の取り組み

ハルナグループは2021年に「HdXプロジェクト」として取り組みをスタートさせました。外部のコンサルティング会社にも参画していただき、まずはロードマップを策定し、現在は「HdX1.0」の構築と「HdX2.0」に向かって進めているところです。DX化は単なるデジタル化ではありません。デジタルはあくまでも手段であり、デジタルでビジネスや組織の活動を変革していくことを念頭に、顧客を起点とした価値を深耕し、真の付加価値を生み出しています。

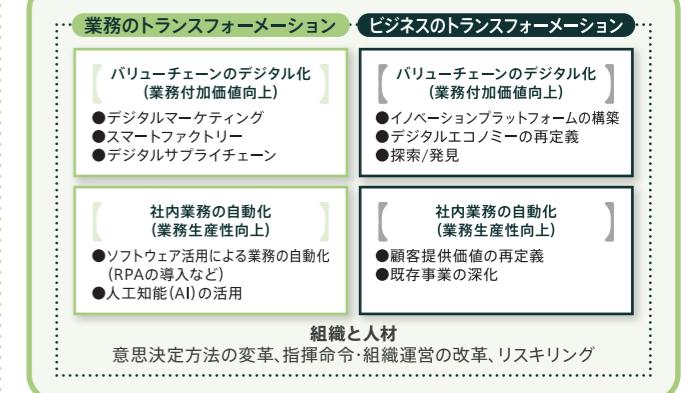
✓ HdX全体像

中長期的に「企業のサステナビリティ」(企業の稼ぐ力の持続性)である経済的価値と「社会のサステナビリティ」(社会課題の解決と持続可能性)である社会的価値の両輪を創出できるあらたなビジネスモデルの確立を目指しております。



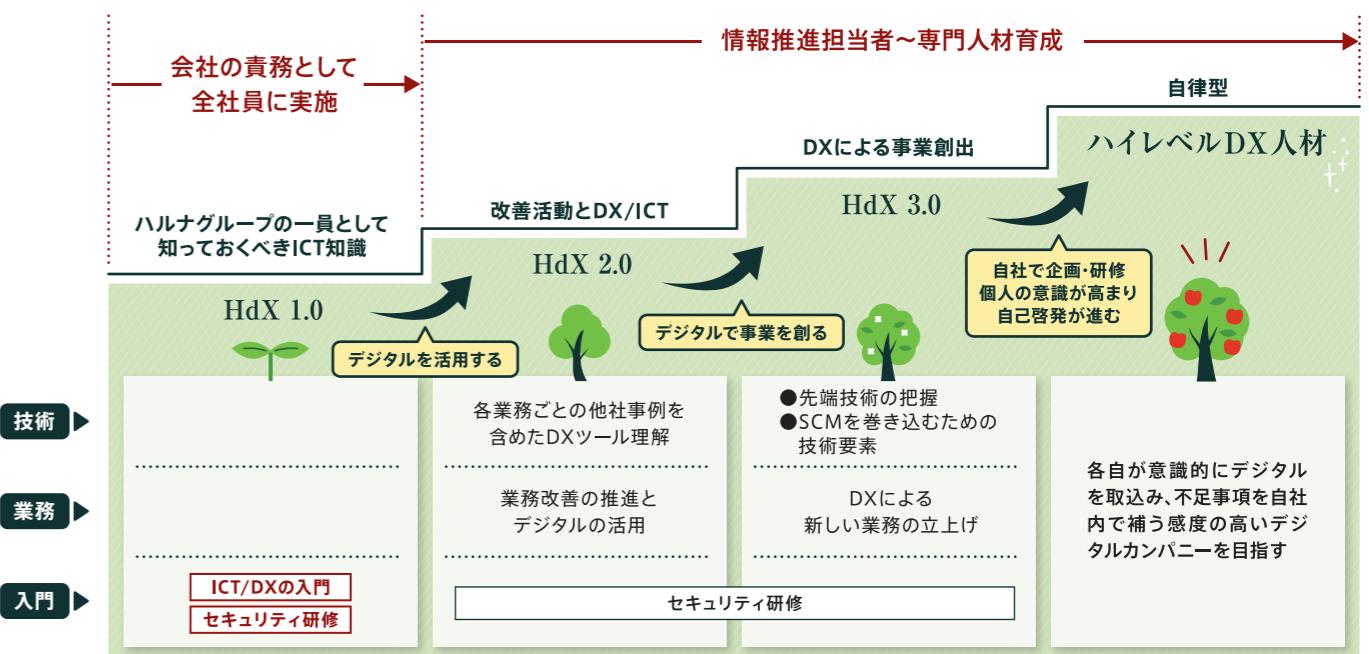
HdXの根底はパーカスに基づく「組織」と「人財」です。現在もこれからも主役は「人財」であり、その人財がデジタルを手段しながら業務のトランスフォーメーションとビジネスのトランスフォーメーションの両輪での競争優位性を確立してまいります。

パーカス(存在意義)の再定義



✓ デジタル教育 — リスキリング —

デジタル化の進展に伴い、多くの企業にとって働き手のリスキリング(学び直し)が急務となっています。従来の技能に加えて、社員のデジタル対応能力を磨かないとこれからの時代成長が見込めません。当社グループは、eラーニングシステムを用いて、全社員を対象にデジタル教育についてのリスキリングを2022年3月より開始いたしました。社員へのリスキリングは企業の責任でもあり、それが競争力にも結び付くものと考えております。

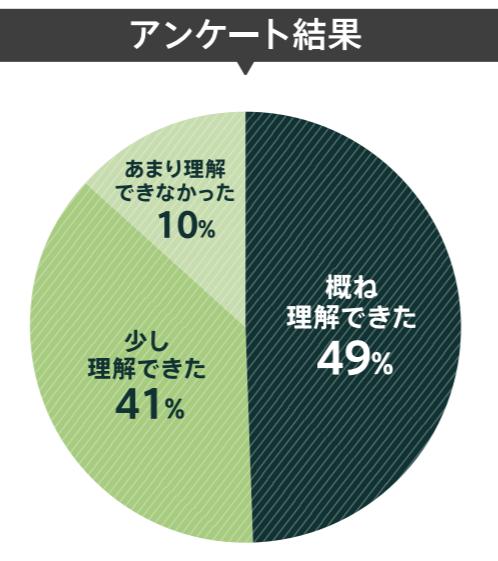


デジタル教育の実施・今後の方針

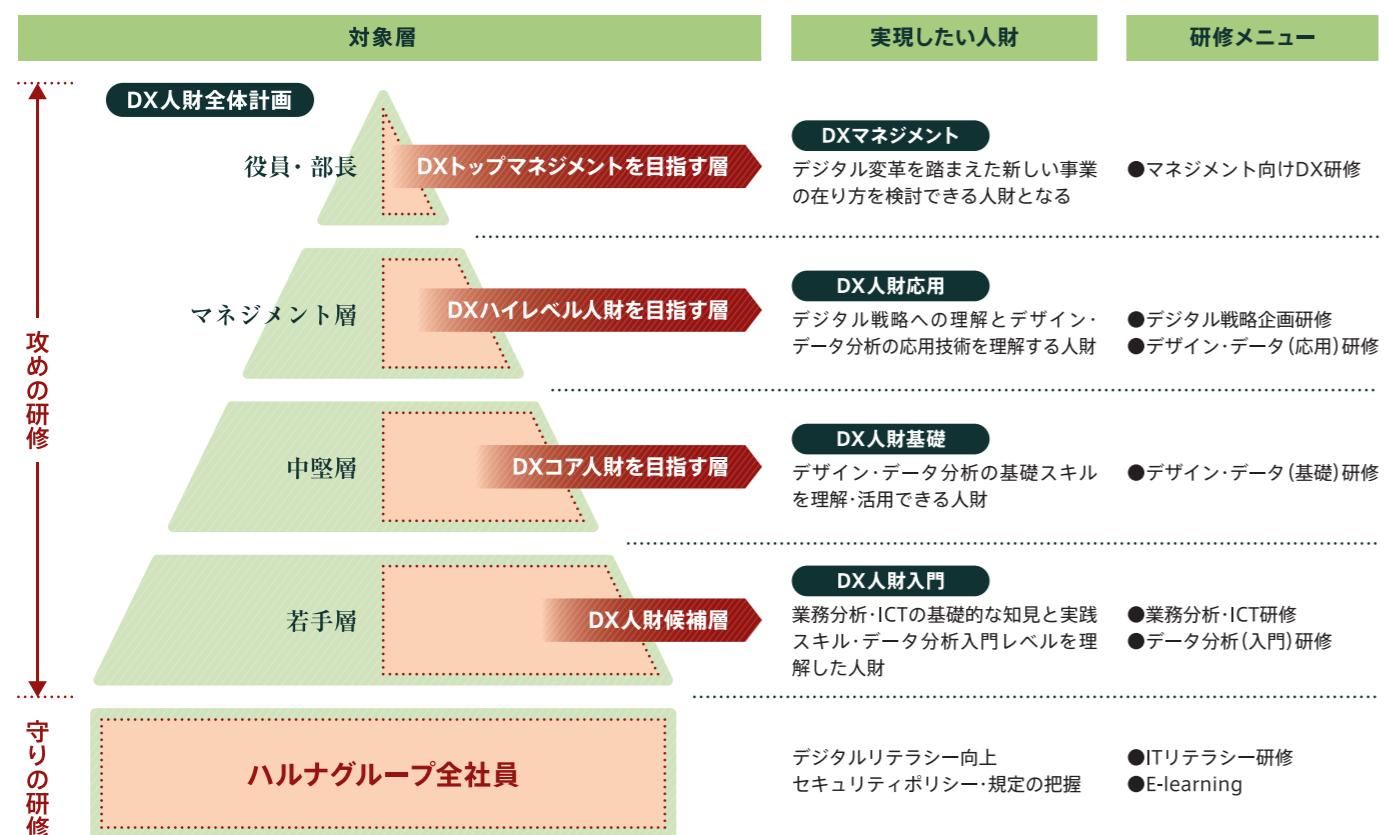
HdXの取組みとともに、
全社員を対象としたデジタル教育を実施

今回はICT入門、情報セキュリティ、DX入門のカリキュラムをeラーニングシステム【etudes】を用い、全社員を対象に2022年3月より開始。これまでに440名(97%)が受講完了いたしました。

デジタル教育実施後、各社員へアンケートを実施した結果、約9割の社員が今回のデジタル教育について理解を示す結果となりました。今後は、HdXプロジェクトの推進とともに各部門別での専門的な研修としてデータサイエンス等の「攻めの研修」に加えて、ハルナグループ全社員のデジタルリテラシー等の基本的な知識の向上を図る「守りの研修」の取組みを実施し、デジタル人財育成に向けて取り組んでいく方針です。



今後のデジタル教育の全体像



ハルナグループ創業者
青木清志 自伝『九十年の水痕』を発刊

青木 清志



1996年(平成8年)2月23日にハルナビバレッジ株式会社を設立。ハルナグループでは、ペットボトル飲料時代の到来を読み成長の礎を築いただけでなく、IoT(モノのインターネット)を見据えて工場のスマート化など一步先行く時代を先読みした経営手腕を發揮し、創業から25年で売上高250億円の企業グループに育てあげた。また、教育・社会貢献の推進にも積極的にとりくみ、経営者・起業者として、様々なステークホルダーとの交流を図るなか、大学や団体をはじめとする教育機関への講義、講演、委員として、社会貢献を積極的に行い、起業経験を活かし、受講頂く皆様へ「夢や希望を育み、高い志と明確な目的意識を持って進む力を育てたい。」という意志の基、社会活動を行い、現在は榛名美術記念公園「美術の館」「彫刻の杜」の館長として活動している。

1996年	2月23日にハルナビバレッジ株式会社を設立。
2002年 8月	四半期報告会を開始し「会社は公の器」の考え方のもと、ステークホルダーに対して情報開示を始めた。
2005年 4月	「ビジネススクール」を開講し、社内外から講師を招き、「人財育成」の一層の強化に取り掛かる。
2009年 4月	社内に「社会環境本部」を設置し、「環境経営」に乗り出す。
2012年 2月	「見える化/プラントシステムイノベーション」を開始、強い企業を構築。
2015年10月	社内に「未来構想委員会」を設置し、「健康経営」に乗り出す
2016年 1月	ペットボトル飲料の拡大など、潮流を読む経営の実践が評価されて日刊工業新聞社主催の第33回優秀経営者顕彰「優秀創業者賞」を受賞。
2020年 4月	一般財団法人榛名美術を創立。社員の「感性」や「創造力」を高め、また「審美眼」を養うために、各拠点に美術作品を展示する「ちいさな美術館」を設営。
2020年11月	榛名美術記念公園「美術の館」「彫刻の杜」を設立。

2023年6月 青木清志自伝『九十年の水痕』を発刊

