

トップメッセージ

潤う幸せを世界に ハルナグループ

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



2023年7月、ハルナグループに新しい仲間が加わりました。

長野県安曇野の北アルプスの麓に位置する、株式会社ハルナウォーターです。これまでパートナー企業としてナチュラルミネラルウォーターの供給をいただいておりますが、成長する市場で約90名のメンバーと共に更なる成長と発展を目指すことで思いを一つにいたしました。

創業者の青木清志は還暦を過ぎた頃、人生のすべてをそそぐ価値のある仕事とは何か、模索する中で結論を見いだしたのは「誇るべき日本の水」を世界に発信していくことでした。

2023年7月、90年の人生の幕を閉じました。
このタイミングとご縁は何かの運命だと思わざるを得ませんでした。

2008年に群馬県谷川岳にありますタニガワプラントがグループに加わったことでミネラルウォーターの生産を開始しました。現在ではミネラルウォーターをはじめお茶や果汁など1千万ケースを超える生産実績を誇ります。

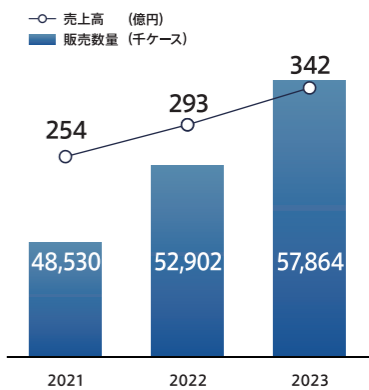
また2013年には和歌山県海南市にあります和歌山プラントも加わり、西日本エリアの重要な飲料生産拠点となり1千万ケースを超えるお茶製品を供給しております。

現在、当社グループの社員数は500人を超え、自社プラントでの生産能力は概ね5千万ケースになりました。

ハルナグループは常に、市場環境の変化、激動をチャンスと捉え商品企画、開発力、生産技術力、品質管理能力、市場創造力を磨き、顧客、取引先と共に持続的な成長を目指す経営を実践してまいりました。

2026年創業30年をひとつのゴールとした「ハルナビジョン2026」で掲げましたグループ売上高300億円の目標につきましては、前年度(2023年度)グループ売上高が342億円となり3年前倒しで達成することができました。

ハルナグループ売上高・販売数量

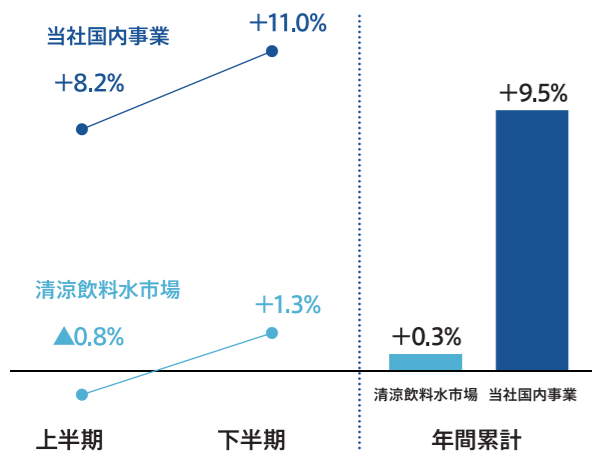


今年度、清涼飲料市場においてはPB(プライベートブランド)飲料が節約志向の強まる消費者に支持が広がり伸長しました。なかでもコロナ禍を経て個人の健康を重視する動きが加速し、砂糖不使用、カロリーオフなどの飲料製品が伸長しました。

特にミネラルウォーターは、季節を問わず水分摂取の重要性が高まったことに加え、小さいころから「水」を購入することに慣れ親しんだ「ミネラルウォーター・ネイティブ世代」が大人になったこともあり、1人あたり年間消費量が40.2リットル(前年比6.6%増)と過去最高となるなど「水」を買う習慣が定着し、採水地や環境配慮などにもこだわった「水を選んで買う」時代となりました。

このような状況下、当社グループでは消費者目線での商品企画・開発を徹底するとともに、「商品力」と「供給力や高い品質」の付加価値向上と価格戦略を併せて推進してまいりました。また2023年7月から「ハルナウォーター」が事業を開始し、ミネラルウォーターの安定供給が実現したことに加え、全国のパートナープラントとの協創を更に強化し、販売数量と売上高は4月から3月まで12か月連続で過去最高となりました。

当社国内事業・清涼飲料市場の販売伸長率



出典:みずほ証券株式会社(月次動向調査)

人的資本経営の推進

世界的なインフレ、物価高により生活コストの上昇する中、グループ社員がより安心して生活ができる環境を鑑み、1人あたり月額5千円(平均昇給率1.9%)のベースアップを行い、定期昇給と併せて3.6%の昇給を実施するとともに、賞与も夏季・冬季合計で1人あたり平均支給額130万円と過去最高の支給をいたしました。

企業価値を創り出す源泉は「人財」です。社員と向き合い、個人の成長が「組織」「グループ」の成長につながる仕組み、それは1人ひとりが持つ個性や能力を最大限発揮して、イノベーションの創出につなげていくことです。様々な社員の意見に耳を傾け、多様性を認め合い、それぞれが活躍できる魅力ある環境を整え経営に活かしていくことが重要となります。

職場におけるDiversity【ダイバシティ】(多様性) Equity【エクイティ】(公平性) Inclusion【インクルージョン】(受容性)を推進し、Belonging【ビロンギング】(相互信頼・帰属意識)の醸成を目指す「DEI&B」を人財戦略の柱の一つとして取り組み、社員一人ひとりのウェルビーイングの向上を目指してまいります。

また、2024年度より年間休日数を116日から122日へ6日間増やし、社員のモチベーション向上とオンとオフを明確にした働き方にしていきます。

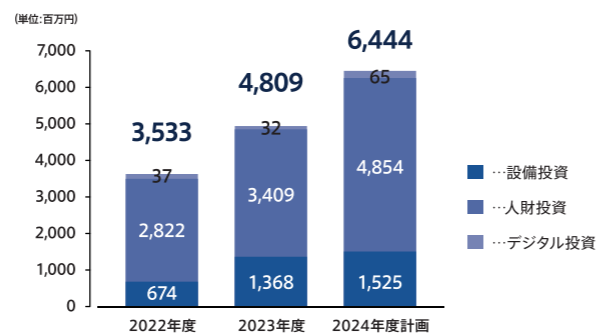
グループの人的・設備投資の実績と計画



ハルナグループが市場の変化に柔軟に対応し、持続的な成長を続けていくため、「人財投資」「設備投資」「デジタル投資」を組み合わせたポートフォリオ戦略が重要な手段の一つと考えております。

特に、社員への人財投資、育成、職場環境への投資を最優先し、また、市場、顧客ニーズを捉えた生産性向上、技術の進化に対応した、設備へ重点的に投資していく計画です。

ポートフォリオ推移グラフ



PB(プライベートブランド)の成長

国内スーパーマーケット(SM)における清涼飲料水の販売ではPB商品が前期比18.6%増とNB商品(ナショナルブランド:大手メーカー品)と比較し大きく伸長しました。消費者の「節約志向」を背景にNB商品よりも安価で同等以上の品質であるPB商品を購入される消費者が増加したこと、SM各社が付加価値型のPB商品の開発を強化したことも大きな要因となりました。

当社グループの販売商品カテゴリーも、ミネラルウォーターと茶系飲料のカテゴリーが大きく伸長いたしました。「価格訴求型」の商品だけでなく、健康や環境に配慮した商品など「価値訴求型」の商品についても積極的に企画・提案を行い、高付加価値帯の商品構成が高まり、提案型付加価値商品の採用が増加しております。

国内スーパーマーケットの清涼飲料水販売金額

	販売金額	
	2023年度	対前年度伸長率
PB計(プライベートブランド)	4,089	+18.6%
NB計(ナショナルブランド)	39,176	+5.0%
総販売額	43,265	+6.2%

※NB計:大手飲料メーカー7社
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

ハルナグループ アジア戦略

ハルナグループは2013年にタイ、バンコクに現地法人HARUNA Asia (Thailand) を設立し今年で10年を迎えました。成長著しいアジア各国に向けて、ローカルニーズを捉えた商品開発と販売活動を実施しその成果が表れております。

自社ブランドのスパークリング飲料について、新フレーバー「巨峰」を加えるなど販売強化を図るとともに、日系ディスカウントストア(タイDONKI等)向けの紅茶商品のブラッシュアップや天然水の立ち上げなど取り組みを推進してまいりました。11月には新規取引先としてタイならびに香港のMUJI(無印良品)向けに炭酸水フレーバーも立ち上げることができました。

また、円安の状況下、ハルナプロデュースハルナブランドで製造したHarunaブランド「茶匠伝説」茶系飲料を輸出、タイ有力チェーン店舗や日系小売企業・飲食店で販売するなどハルナプロデュース社との協創事業も強化しております。



▲タイ・香港向けMUJI(無印良品)炭酸水8フレーバー



DONKI 紅茶ブラッシュアップ商品 ●
DONKI 天然水商品

ハルナグループは独創性ある飲料プロデューサーとして社会に幅広く必要とされる飲料やお客様の潜在的なニーズを発掘し、「飲む感動」「美味しさ」「喜び」「新しさ」「健康」を通じた新たな飲料を創造し信頼される企業グループを目指し、ステークホルダーの皆様の期待に応えられるよう社員とともに邁進してまいります。

沿革ハルナグループのあゆみ

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

受託業務を主として事業を拡大

イノベーションと挑戦で新商品を生み出す

草創期 1996-2000

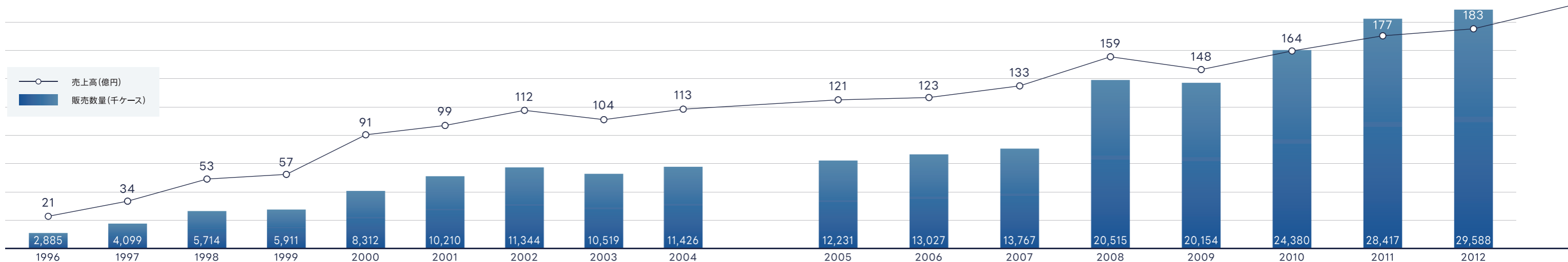
顧客拡充・積極的設備投資による量的拡大と小型ペットボトル解禁による成長機会の利用

草創期 2001-2007

人財教育の徹底とエネルギー対策・環境問題への取り組み

変革期 2008-2012

M&Aによる事業基盤の拡充と人財育成



1996

- ☑ 平成8年2月23日に資本金30百万円でハルナビパレヅ株式会社を創業者青木清志が設立
- ☑ 第一工場稼働
- ☑ 東京にマーケティング本部設立



▲ ハルナビパレヅ株式会社を設立

1997

- ☑ ハルナビパレヅ研究所設立
- ☑ 第二工場稼働

2000

- ☑ 第三工場稼働



▲ 第三工場

2001

- ☑ 第三工場がJAS工場として認定

2002

- ☑ リサイクルシステム協議会発足
- ☑ 新日本監査法人による第7期決算調査及び指導
- ☑ 四半期報告会を開催
- ☑ HACCP認証取得に向け取り組み

2003

- ☑ 環境会計の導入
- ☑ FOODEX出展

2004

- ☑ 人事基本理念制定
- ☑ 物流関連ハルナロジスティクス(株)設立

2005

- ☑ 製造者養成ビジネススクール開講
- ☑ 緑地公園「ハルナコミュニティガーデン」を整備
- ☑ 創業10周年記念会



▲ 製造者養成ビジネススクール



▲ 創業10周年記念会

2006

- ☑ ハルナエコロジー(株)、ハルナロジスティクス(株)に資本金5千万円に増資
- ☑ 全工場にてHACCP承認
- ☑ 国際食品飲料展FOODEX JAPAN出展

2007

- ☑ ハルナエコロジー(株)ウェルネスサイエンス研究所発足
- ☑ 合併会社ハルナヨーロッパ設立
- ☑ ハルナグループ全体会議開催
- ☑ タニガワパレヅ株式会社始動

2008

- ☑ ハルナインテリジェンスネットワーク株式会社設立
- ☑ 群馬県初のプロ野球チーム群馬ダイヤモンドヘガサスをパートナーシップスポンサーとして応援
- ☑ タニガワパレヅ(株)天然ガス設備稼働



▲ タニガワパレヅ株式会社

2009

- ☑ ハルナロジスティクス(株)ハルナビパレヅ(株)へ吸収合併

2010

- ☑ ハルナグループ組織再編スタート
- ☑ ハルナマーケティング(株)設立
- ☑ 「ハルナビジョン2015」公表
- ☑ ハルナグループ企業行動憲章・企業行動規範制定
- ☑ 創業15周年記念誌「はじめなければはじまらない」発刊
- ☑ ハルナエコロジー(株)よりHARUNA(株)へ社名変更

2011

- ☑ ハルナビパレヅファクトリー(株)がタニガワパレヅ(株)吸収合併
- ☑ ハルナビパレヅ(株)ワイエスロジスティクス(株)の株式100%を取得し、ハルナロジスティクス(株)へ社名変更
- ☑ プラントシステムイノベーション「見える化」にてコントロール室完成



▲ コントロール室完成

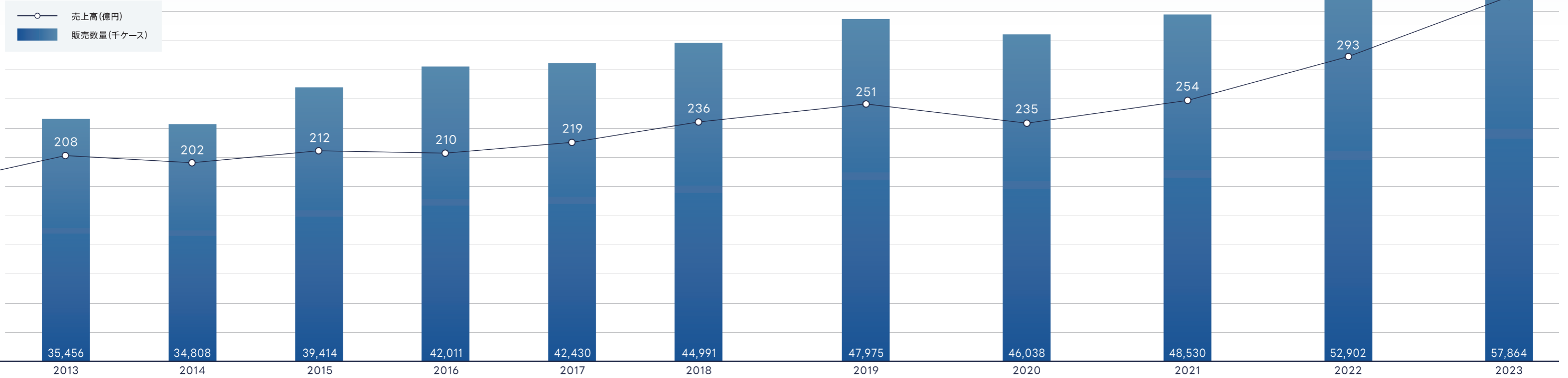
2012

- ☑ ハルナ工場のエネルギー転換(A重油から都市ガスへ)

イノベーションと挑戦で新商品を生み出す

第二変革期 2013-2018

M&Aによる事業基盤の拡充とアジア事業の展開



価値ある商品をプロデュース

未来へ向けて 2019-

企業価値の持続的発展に向けて

2013

- ☑ HARUNA Asia (Thailand) Co.,Ltd. 設立

2014

- ☑ ビジネススクール榛名山麓研修所開所
- ☑ ハルナジョイバック
- ☑ 自社プロローボトル成型機導入、稼働
- ☑ HARUNA 国際食品飲料展 FOOD EX Japanに出展



▲ ビジネススクール榛名山麓研修所開所



▲ 展示会の風景

2015

- ☑ 国際的食品安全マネジメントシステム「FSSC22000」取得
- ☑ 創業者青木清志が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

2016

- ☑ ハルナプロデュース株式会社設立

2017

- ☑ 経済産業省選定「地域未来牽引企業」に選定

2018

- ☑ 和歌山プラントLNGサテライト設備の導入
- ☑ スペイン販売会社と資本提携販売を開始
- ☑ SDGs 私債発行に伴う群馬県への県民基金への寄付



2019

- ☑ ハルナグループSDGs行動宣言
- ☑ 危機管理対策委員会を発足し、感染症対策や災害対策を強化
- ☑ 群馬テレビ局との共同制作オリジナルプロモーションビデオ制作
- ☑ 高崎ディストリビューションセンター完成
- ☑ ハルナトータルリワード運用開始
- ☑ 一般財団法人榛名美術設立

2020

- ☑ ハルナトータルリワード運用開始
- ☑ 一般財団法人榛名美術設立
- ☑ 創業25周年記念「Haruna Book」制作
- ☑ ぐんま緑の県民基金へ寄付



▲ ディストリビューションセンター

2021

- ☑ お客様満足度調査を開始
- ☑ 組織編成により2本部制から4本部制へ
- ☑ 社内公募企画によりキャッチコピー決定
- ☑ eラーニング制度の導入

2022

- ☑ ウクライナへミネラルウォーターを支援
- ☑ JR東日本クロスステーション様との提携工場にて天然水ボトリング事業がスタート
- ☑ TOKYO R&D LAB開設



▲ TOKYO R&D LAB



▲ JR東日本クロスステーション様との提携工場オープン

2023

- ☑ 東京アート(株)ミネラルウォーター事業の事業譲渡契約締結により(株)ハルナウォーター設立
- ☑ 創業者青木清志のお別れの会を執り行った
- ☑ ハルナウォーターが松川村と災害時協定を締結
- ☑ 能登半島地震へのミネラルウォーター支援
- ☑ 新Harunaロゴデザインの刷新および商標登録完了
- ☑ 社内公募企画によりハルナグループのキャラクターが決定



▲ 創業者青木清志のお別れの会



▲ 松川プラント



▲ 安曇野プラント

2024

- ☑ 持続的成長に向けた組織改革を実施
- ☑ 高崎・タニガワ・和歌山・松川 4プラントに太陽光発電を設置



▲ 新Harunaロゴデザイン



▲ ハルナグループのキャラクター「ブルーベリー」