

Haruna™

**2017年度**  
(2017年4月～2017年6月)

# 事業報告書

---

2017年 8月 2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 . . . 4-6

- 連結P/L総括
- 連結販売数量
- グループ総括

## グループ各社総括 . . . 8-18

- ハルナプロデュース
- HARUNA/HARUNA WEST/  
HARUNA Asia
- ハルナジョイパック
- ハルナバリューネットワーク

## 課題と今後の取り組み . . . 20-24

- ハルナプロデュース
- HARUNA/HARUNA WEST/  
HARUNA Asia
- ハルナジョイパック
- ハルナバリューネットワーク

## 連結業績見通し . . . 26

Haruna™

# 会社概要

(2017年8月2日現在)

## 会社名

ハルナビバレッジ株式会社

## 事業内容

グループ持株会社。当社グループにおける経営計画、  
人事・財務・経理・ウェルネスサイエンス研究所・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

4億2090万円

## 従業員数

グループ全体 443名 (2017年6月末)

## グループ会社

ハルナプロデュース株式会社  
HARUNA株式会社  
HARUNA WEST株式会社  
HARUNA Asia(Thailand) Co., Ltd.  
ハルナジョイパック株式会社  
ハルナバリューネットワーク株式会社

## 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

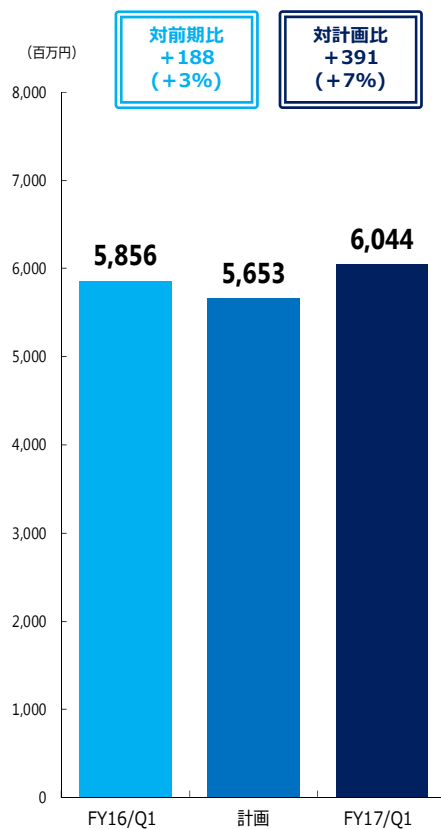
顧客満足なくして会社の繁栄はない  
会社の繁栄なくして社員の幸せはない  
社員の幸せなくして顧客の満足はない

# グループ組織図 (2017年8月2日現在)

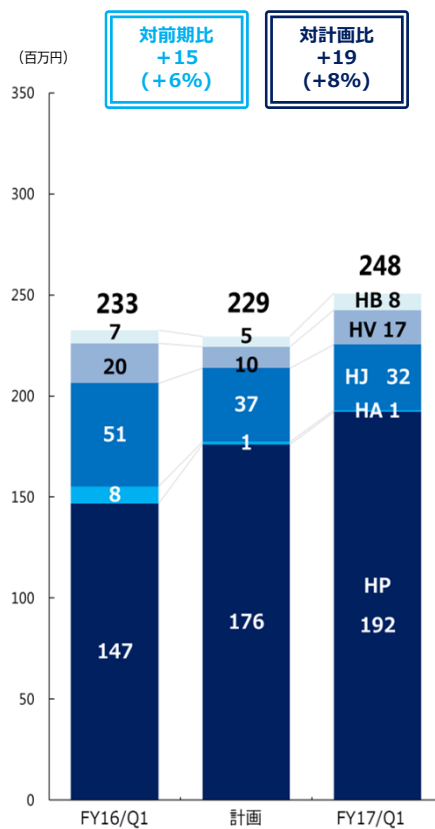


# 連結業績

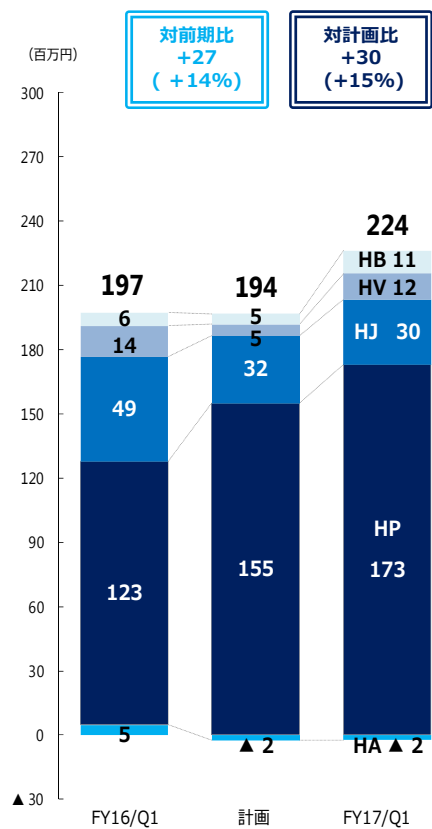
## 売上高



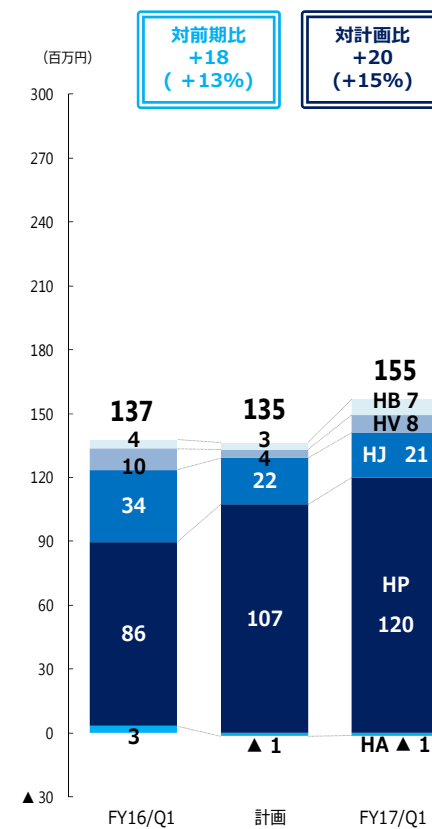
## 営業利益



## 経常利益

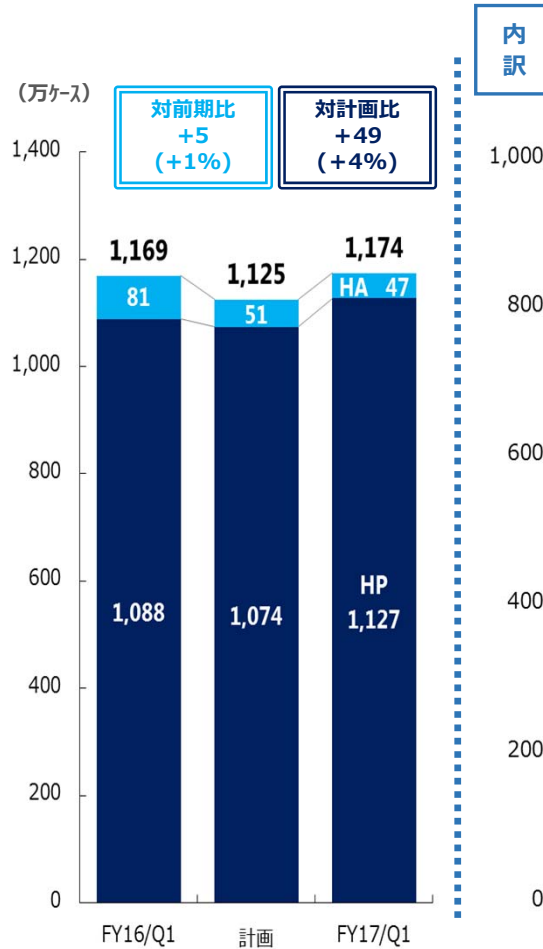


## 当期純利益

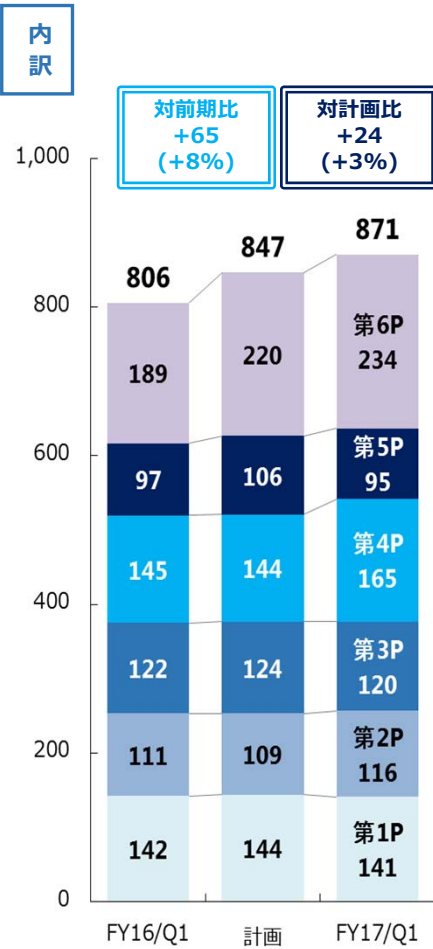


- ※ HP : ハルナプロデュース HA : HARUNA (WEST・Asiaを連結) HJ : ハルナジョイパック HV : ハルナバリューネットワーク HB : ハルナビバレッジ
- ※ 営業利益 : 連結処理を行っているため、単純合算とは合致しません。
- ※ 法人税等の計算は、実効税率30.69%で計算。

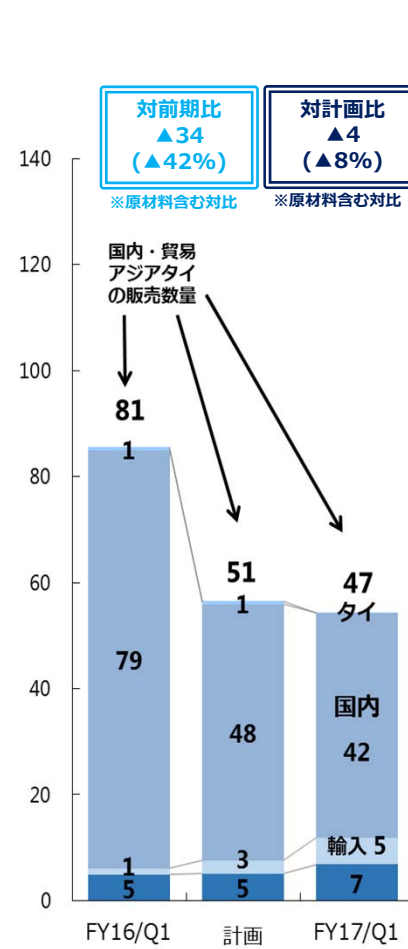
## グループ総販売数量



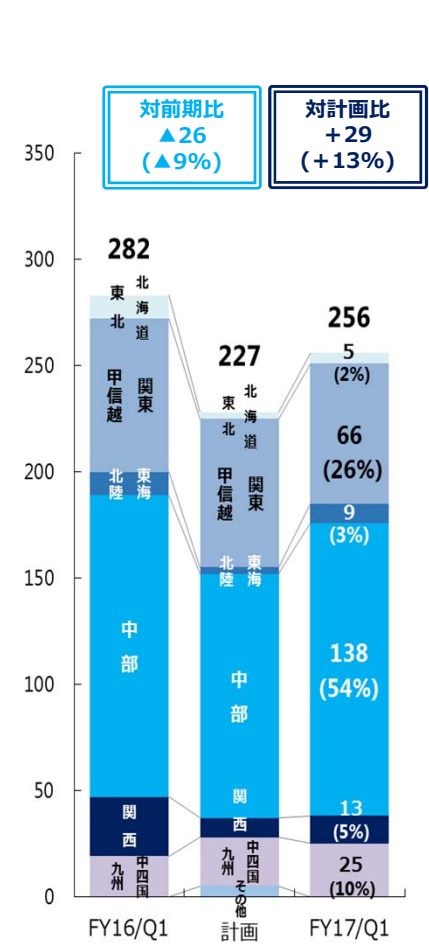
## 自社プラント



## HARUNA (HARUNA Asia含む)



## 協力提携各社



※ HP : ハルナプロデュース HA : HARUNA Pはプラント (工場) の略  
販売数量総計について、HARUNA(株)での原材料仕入れは表記単位の相違により含んでおりません。

(単位：百万円)

	前期	計画	実績	前期比	計画比
営業利益	233	229	248	+15	+19

**【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1012アイテム【前期実績929アイテム +83増加 前々期+139増加】

**2. 新規開発商品およびリニューアル商品の増加**

開発チームと営業チームが一体となり、マーケットインサイトによる顧客提案をスピーディーに実行。

当期実績134百万円【前期実績79百万円 +69%増】 アイテム数47【前期実績45 +4%増】

**3. 小型容器比率向上による粗利益額の増加**

ハルナジョイパックの小型容器設備もフル稼働となり、自社プラントの小型容器比率が向上。

小型容器比率40.8%【前期比0.8 P 増加】粗利益額871百万円【前期実績785百万円 +86百万円増加】

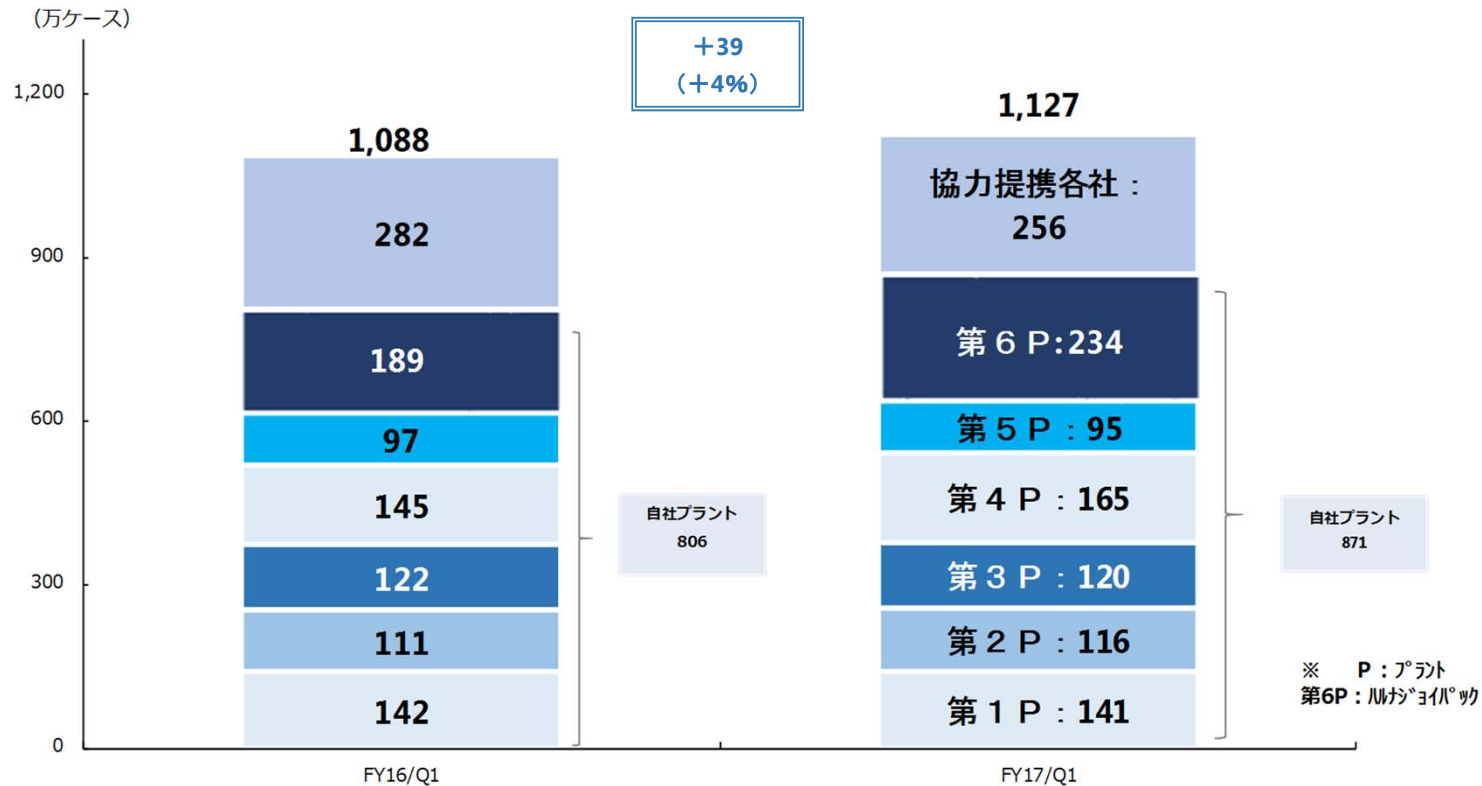
**4. HARUNA 輸入商品の拡充による粗利益額の増加**

前年度発売となったCHABAAや6月末に全国のファミリーマートで販売開始となった

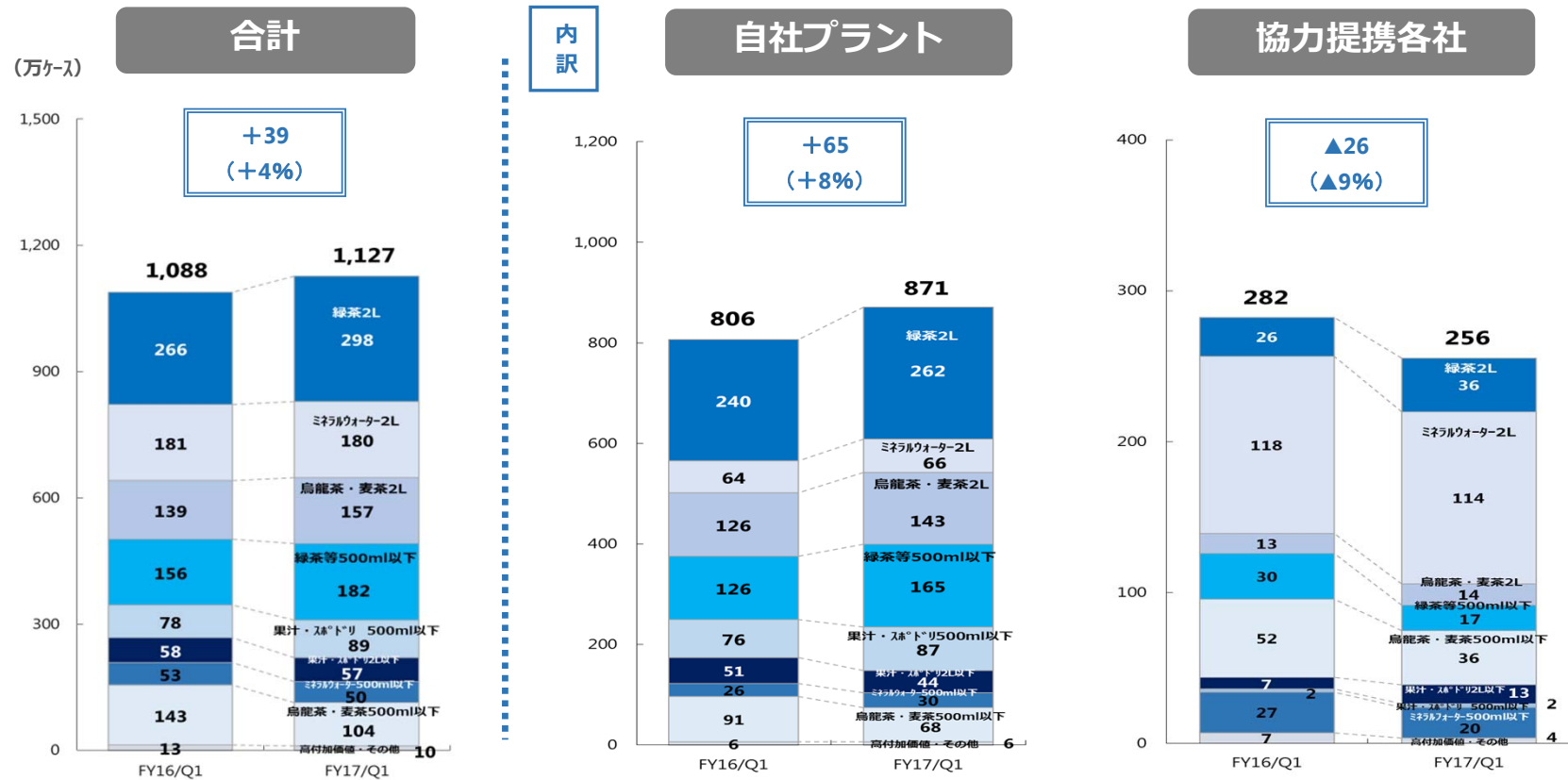
「コールドプレシャライズ」が利益増加に貢献。



# グループ各社総括



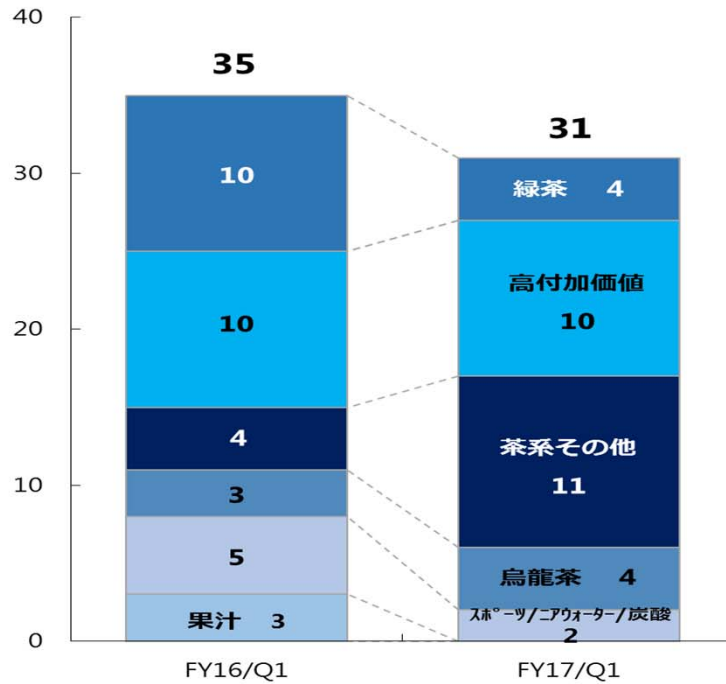
- 自社プラント：拠点間のバランス見直しにより効率最大化を目指す**  
 ハルナジョイパックの土日フル稼働開始、主力製品のリニューアルによる容器変更など変化に合わせて拠点間の製品バランスの見直しを実施。
- 外部協力工場：全体需要増及びニーズの多様化への対応強化**  
 新規液種や容器、更なる需要増を見越した対応を強化。



- 自社プラント**：緑茶は抹茶入りが増加、ノンカフェイン需要の高まりにより麦茶等が大きく伸長  
 緑茶は抹茶入りも含め伸長。  
 その他では麦茶、ルイボスティー等のノンカフェインタイプのニーズが増加。
- 外部協力工場**：全体的な収益性を考慮し、計画的な委託を実施  
 収益性の高い小型容器については自社への取り込みを強化し、収益性の低い大型容器を中心に外注対応。  
 その他顧客のニーズに合わせた、液種、容器を展開。

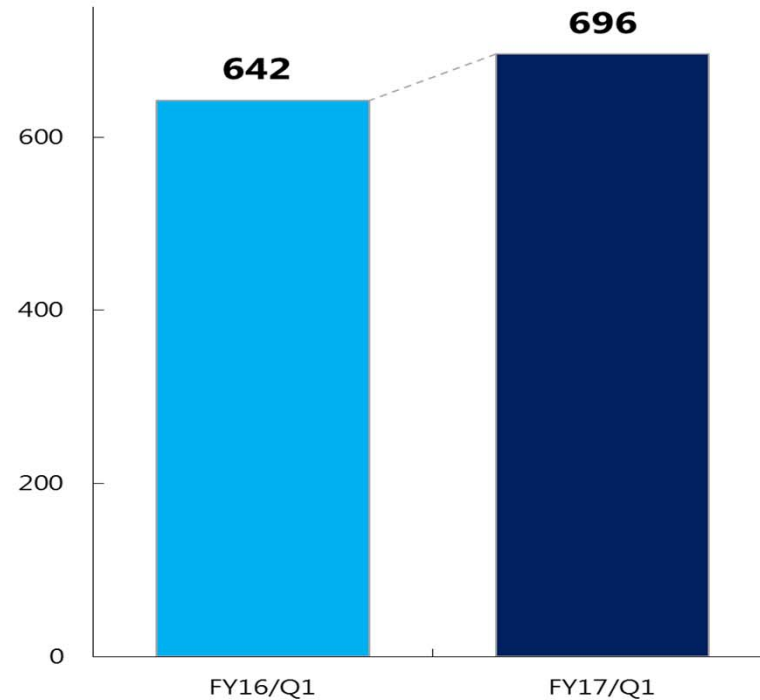
新規開発商品採用数

▲4



顧客との共同開発商品販売数

+54  
(構成比 : 59.0%→61.8%)

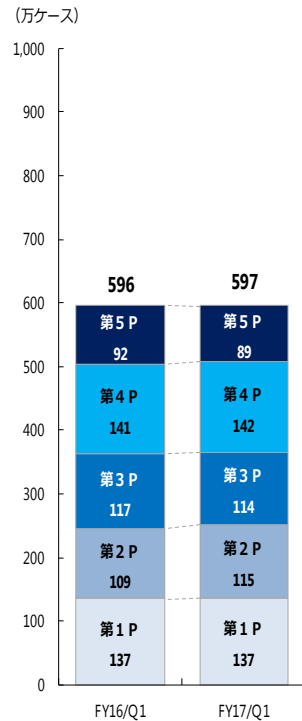


※ 構成比・・・総販売数に占める開発商品数の比率

- ・ 価格訴求商品と高付加価値商品（高粗利）の開発バランスを一方に隔たらないよう目標を組み商品開発を実施。
- ・ 自社のペットボトル製品のものに拘らず、新規な液種、容器に対応出来る外部協力工場も視野に入れた商品提案を推進。
- ・ 規採用商品トピックス：新ジャンル領域の介護食飲料（高齢化市場への対応）の商品化を実施。
- ・ 新規採用液種の傾向：麦茶の採用が顕著。

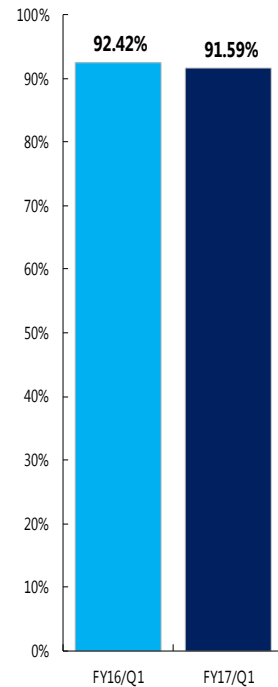
## 生産数量

+0%



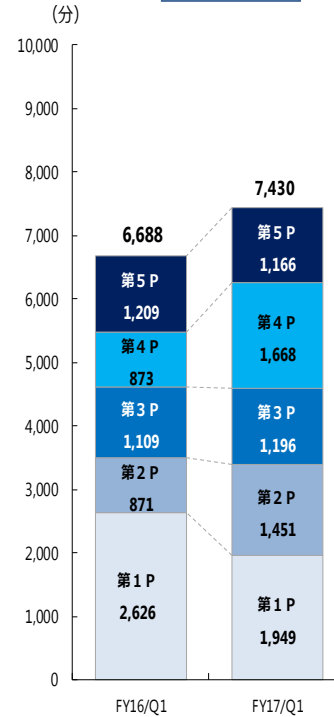
## ライン効率

▲0.83%



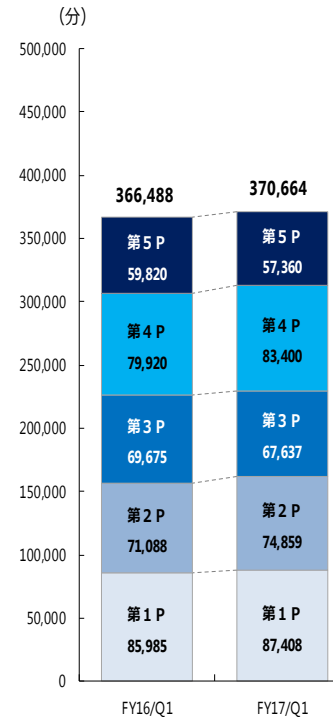
## トラブル停止時間

+11.09%



## 稼働時間

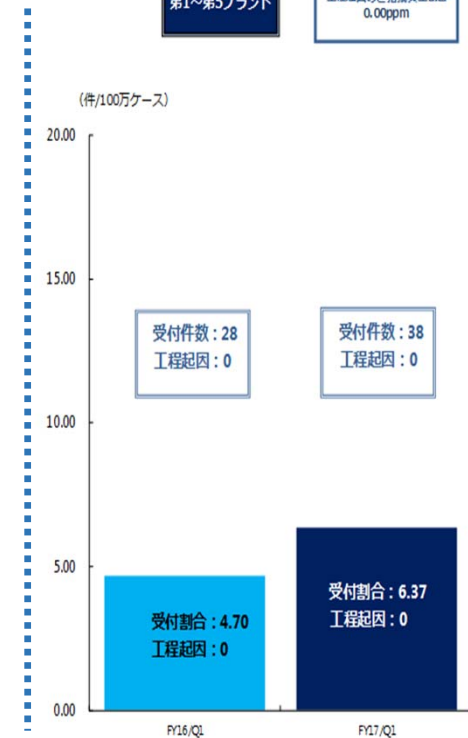
+1.14%



## ご指摘発生割合

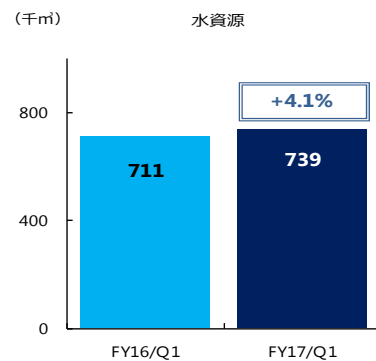
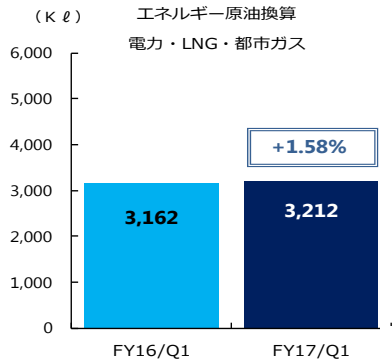
第1～第5プラント

工程始点のご指摘発生割合  
0.00ppm



- ・生産数量：+0%(前期比)、ライン効率：▲0.83%(前期比)、トラブル停止時間：+11.09%(前期比)、稼働時間：+1.14%(前期比)
- ・アイテム数増加に伴い製品切替回数は増加傾向であることからライン効率低下やトラブル停止時間増加となったが生産性向上の取組みを実施し生産数量は前期とほぼ同等で着地。
- ・第1四半期の工程起因ご指摘0件(工程起因ご指摘発生割合：0.00ppm)。年間目標の工程起因ご指摘発生割合：0.16ppm以下は達成。
- ・ハルナプラントとタニガワプラントでFSSC22000マネジメントシステムの定期監査実施。

## 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・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

### ・電力使用量の削減

第3プラントにおいて、水滴除去装置で使用  
するエアをコンプレッサ-エアから  
ブロー-設備を導入し変更。



### ・水の使用量の削減

第2プラントにおいて、抽出工程の制御変更  
により抽出器の水押し回数を削減。  
(第1、第3プラントは導入済み)



### ・社会貢献活動

献血について

ハルナ・タニガワ両地域とも毎年2回の献血を実施。

第1四半期 献血実施日 5月9日（ハルナプラント） 4月12日（タニガワプラント）

### ・地域清掃について

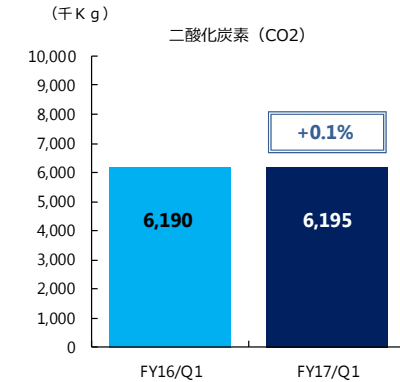
唐沢川清掃 5月22日（ハルナプラント）

みなかみ町政所 用水路清掃 4月28日（タニガワプラント）

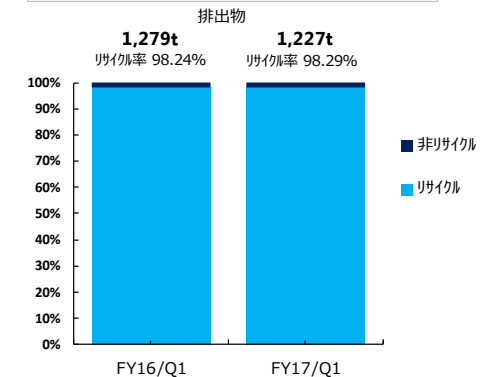
群馬GS「環境美化運動・清掃活動」5月13日（タニガワプラント）

### ・エコキャップ活動も継続中。

## アウトプット

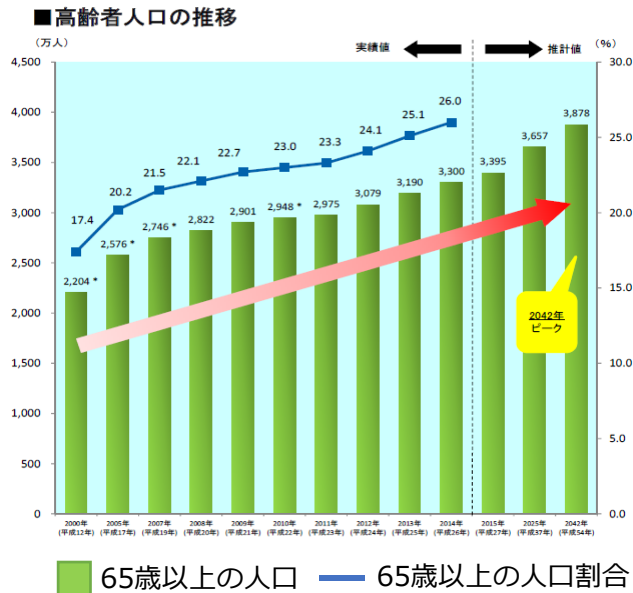


二酸化炭素換算値につきましては、関東経済産業局  
「エネルギー起源二酸化炭素排出量」の係数を使用しております。



- ・インプット・・・タニガワプラントで乳性飲料や緑茶製品増加によりエネルギーや水の使用量が増加。
- ・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、毎月エネルギー戦略委員会を開催し、新エネルギーの検討や省エネ提案に基づく改善やエネルギーロスの改善のためのパトロールの実施。
- ・アウトプット・・・製造液種によるエネルギー使用量の増加や低生産性製品増加によるエネルギーの増加に伴いCO2は増加。
- ・社会貢献活動・・・献血、エコキャップ、地域清掃を各地域で実施。

開発背景



【65歳以上の割合】

2035年には「4人に1人」から

**「3人に1人」に増加**

高齢者を対象とした商品を開発

商品特徴：低栄養対策・カラダを維持する成分の補給



バナナ味・いちご味・コーヒー味の3商品展開

エネルギー 200kcal



ご飯約1杯分の  
エネルギー量

カルシウム 200mg



プロセスチーズ2個分の  
カルシウム量

たんぱく質 10g



牛乳約コップ1.5杯分の  
たんぱく質量

食物繊維 5g



青梗菜約5株分の  
食物繊維量

中鎖脂肪酸油 2g



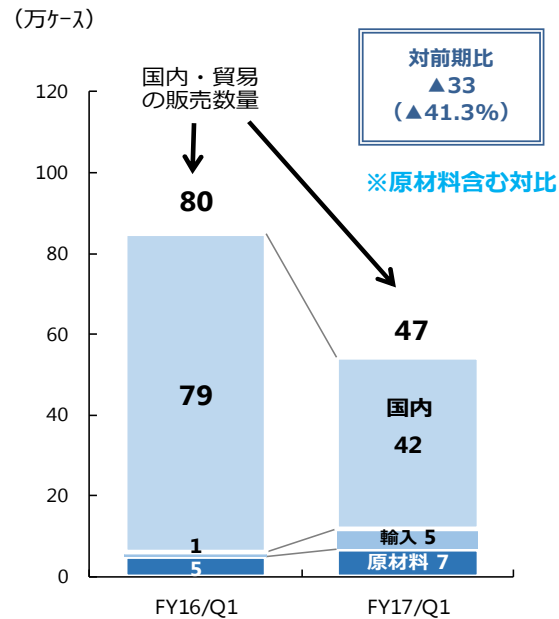
エネルギーになり易い  
脂質

カリウム 500mg



アーモンド57粒分の  
カリウム量

販売数量



コールドプレシャライズ

今までの日本での実績・経験を活かした新たなカテゴリーの商品（冷圧殺菌処理製法での製造）を日本で発売開始をいたしました。（画像 左側）



※instagram 抜粋

新商品投入（コールドプレシャライズ310ml 2アイテム）

今までの日本での経験を活かし、日本での新たなカテゴリーを創出すべく新たな製法で新商品を投入。 全国のファミリーマートで販売を開始。

CHABAA

輸入商品では、137℃アーモンドミルクに加え南国産フルーツを特徴とし、お求め安い価格帯で販売ができる200mlの果汁飲料を3アイテム追加、高価格からお求め安い価格帯までの商品のレンジを国内PET同様揃えました。（画像 右側）



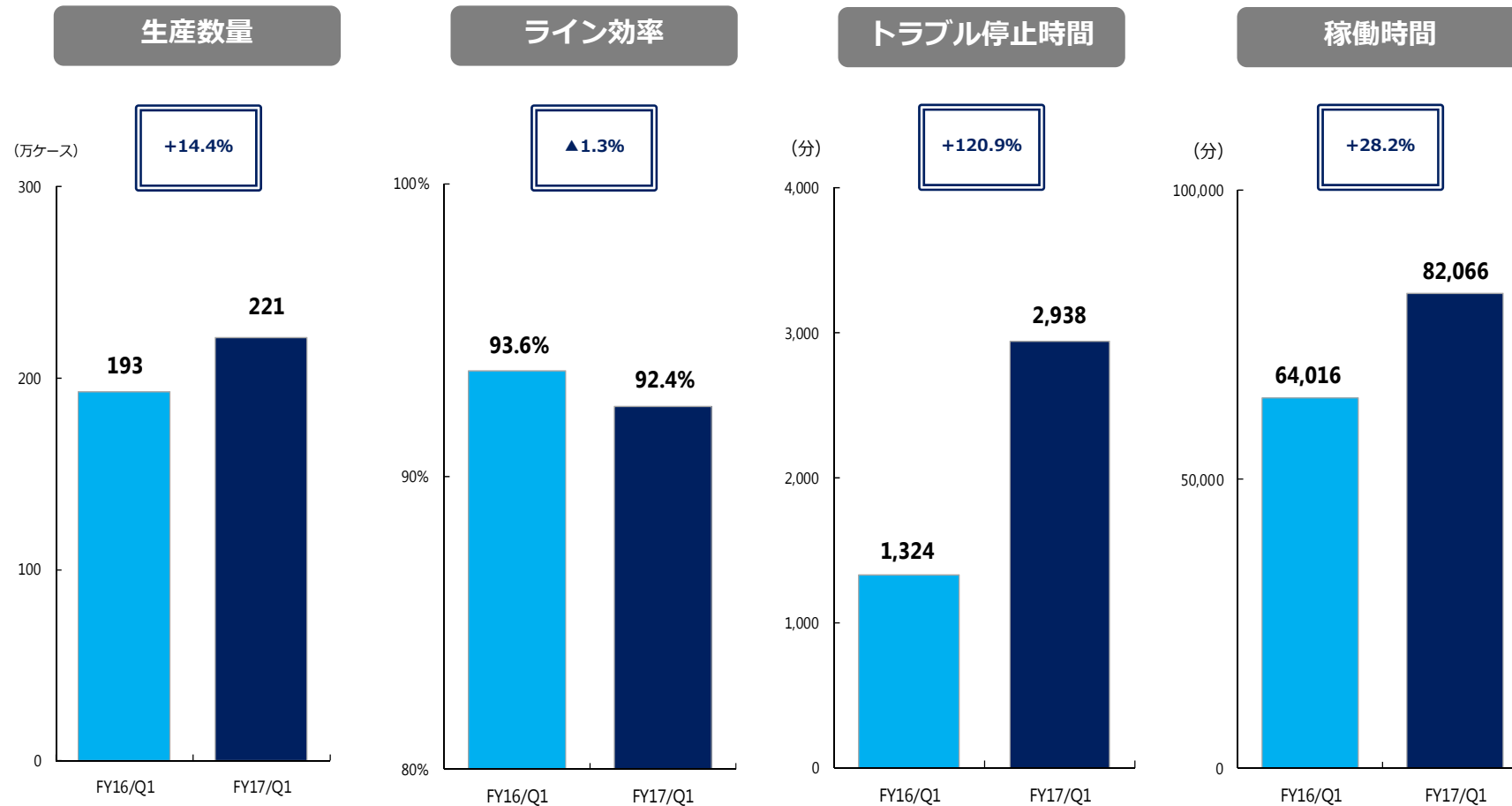
(国内)

- ・ 昨年大手流通の統合によるPB販売減を補うべく、新たに輸入カテゴリーの商品を強化。南国産のトロピカル果汁を使った小型紙容器飲料、及び果物のそのままの味わい、栄養素を損なわない新しい製法（冷圧殺菌処理 HPP）で製造した「コールドプレシャライズ」2アイテムを販売開始をし、計画対比では販売数量は未達だったものの、売上高、粗利益については計画を上回ることができた。
- ・ 一方で国内主要商品においては、昨年実績、計画対比では未達であり、低価格商品及び小型容器の拡販を上記輸入商品と同様に強化が必要。

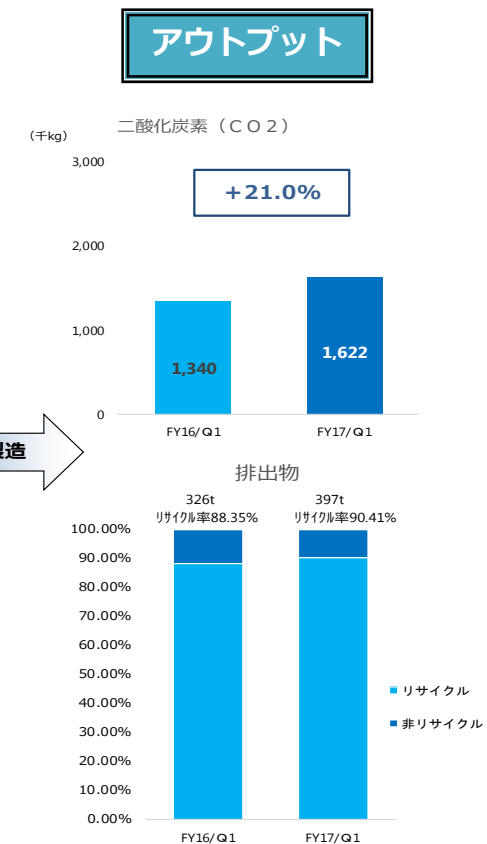
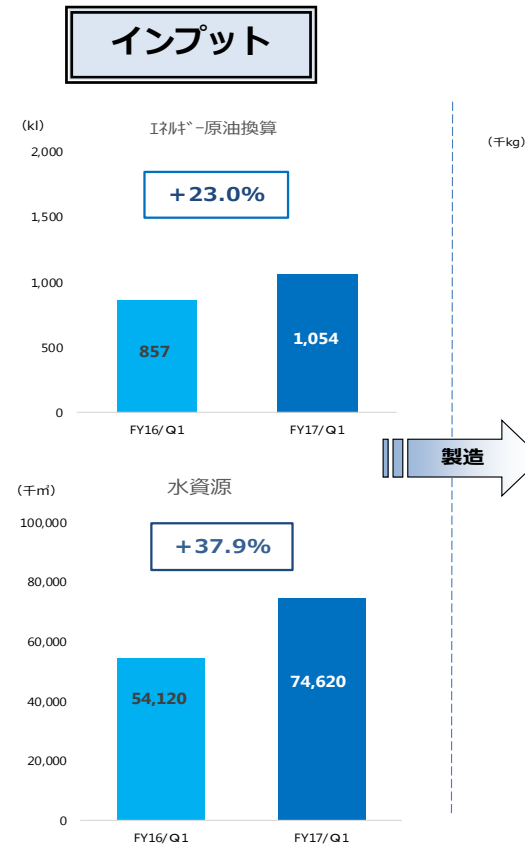
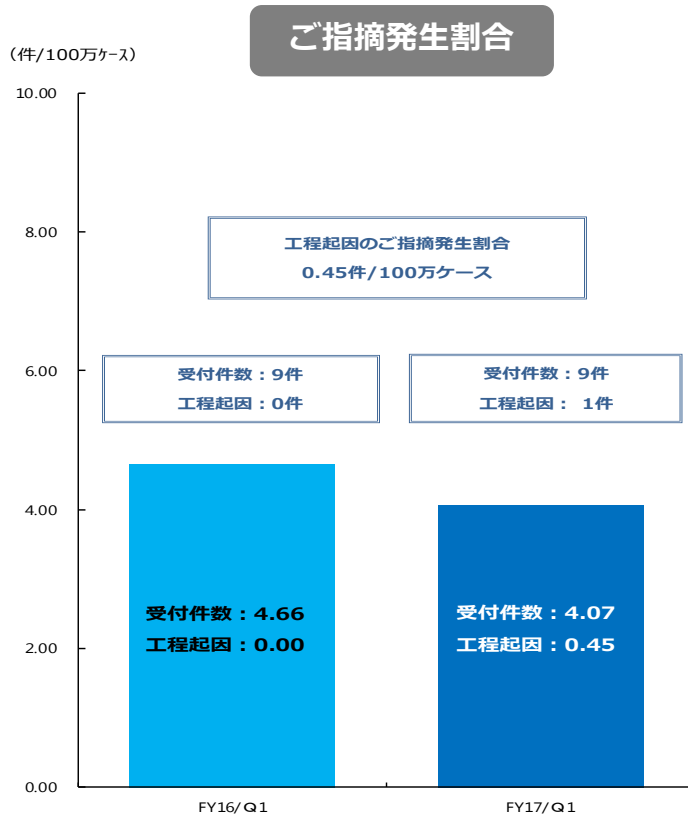
(タイ)

- ・ 大手コンビニエンスストア・スーパー向け自社商品およびPB商品の上市に向けての コンセプト・中身・ラベル・プロモーションと営業展開を集中。
- ・ マルサンアイ豆乳飲料の共同販売を牛乳の代わりに各学校へ営業、一部採用にいたる。





**・総括（飲料事業）**  
 2017年度、24時間連続生産体制に移行したことで、稼働時間が増加し生産数量も増加。  
 また小型容器飲料の本格生産が始まり、その生産数量比率は全体の16%を実績。  
 トラブル停止時間（ライン効率低下）も増加しており、課題として顕在化。



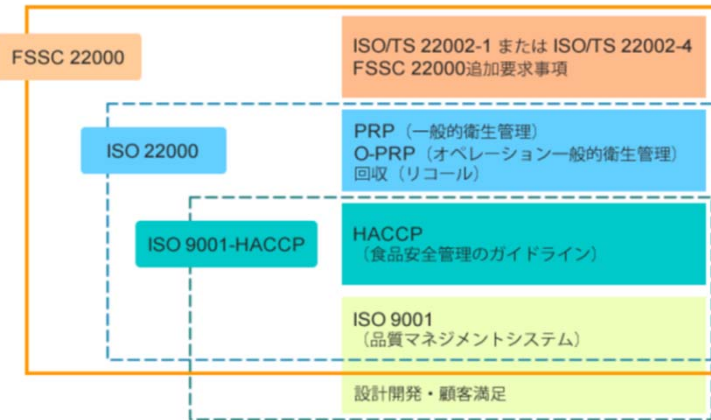
## ・品質向上

工程起因のご指摘は0.45件/100万ケース（目標：1件以下/100万ケース）  
FSSC22000システム（5月18日認証取得）を基本とした工場品質の向上に取り組む。

## ・エネルギー対策

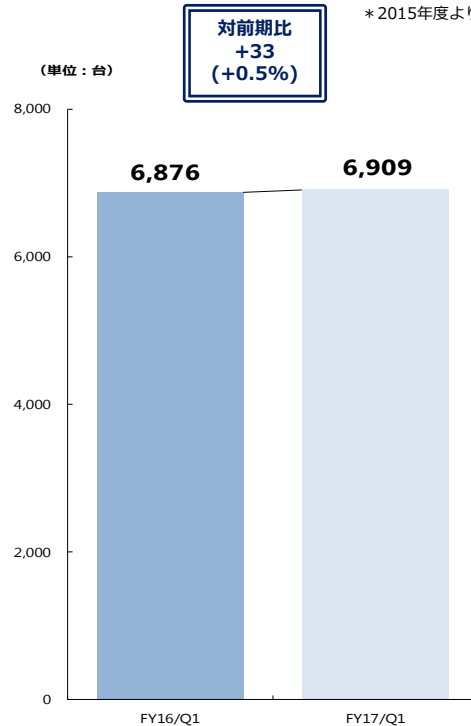
生産量、生産アイテムの増加及び、新規アイテム製造にむけたラインテストの増加に伴い、  
エネルギー使用量は増加。

## FSSC22000認証取得

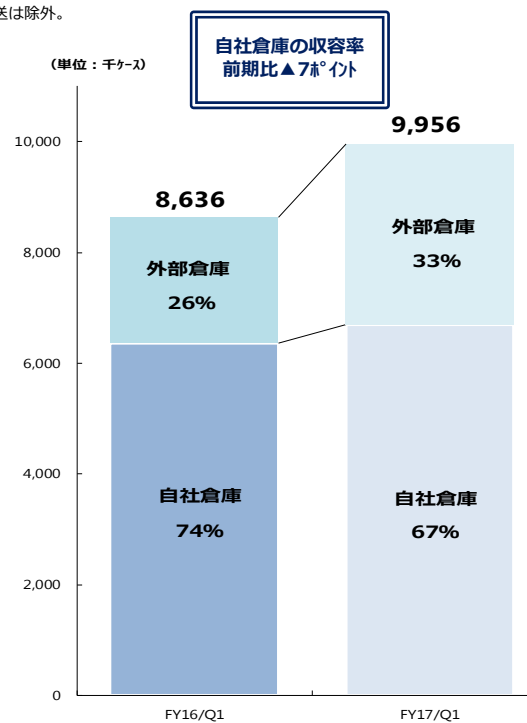


・ **FSSC22000認証取得**  
 国際規格ISO22000をベースとした、より確実な食品安全管理を実践するためのマネジメントシステム規格FSSC22000認証を5月18日付で取得。

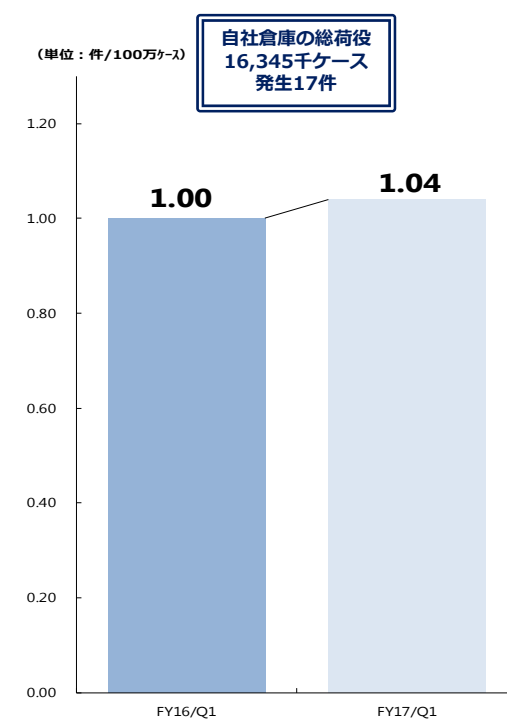
運輸配送車両台数



倉庫入庫推移



汚破損件数推移



・手配車両台数増加

出荷状況が堅調に推移したことに伴い、手配の細分化が膨張した事で運輸売上は増加。複数ヶ所積、運輸委託会社、運輸車種の比較選択、付帯作業（積み替えなど）の内製化で収益増。

・在庫数増加

前期末より全体在庫が多い状況で推移した事から外部倉庫保管数が増化し、自社倉庫比率が低くなった。榛東倉庫へ簡易ラックを導入・運用し倉庫保管効率を増強、自社倉庫保管比率を上げる取り組みを行う。

・汚破損目標未達成

自社倉庫間移動等、荷役物量が増加したことで汚破損件数、ケース数共に増加し目標未達成。これから最繁忙期に向けて、更に拠点間連携及び取り組みを強化し年間目標を達成する。

# 課題と今後の取り組み

### ・マーケティング本部

#### 1. 安定供給体制の更なる強化

- ・ 期初の想定と比較し、より需要が強まっている現状に対応する為、新規拠点の立ち上げなど、更なる供給力強化に取り組む。
- ・ 供給面の強化と共に各種コストの見直しも継続し、収益性を落とす事無く対応力の強化に取り組む。

#### 2. 顧客密着による新規需要の掘り起こし

- ・ マーケットインサイトによるアプローチにて潜在需要を発掘し、顧客の志向するビジョンや成長戦略とも合致した提案に繋げる。
- ・ テーマ別チームを編成し、開発と営業が一体となって提案内容のレベルアップをスピード感を持って進める。

#### 3. 閑散期に焦点を当てた商品提案の推進

- ・ 自社プラントを中心に、秋冬の閑散期に焦点を当てた商品提案を推進しつつ、外部委託先においても高収益案件への取り組みを進め、収益の上積みを図る。
- ・ 既存品のブラッシュアップについても引き続き取り組みを進め、閑散期の需要喚起を行う。

### ・生産本部

#### 1. 生産性向上と液種対応対策の実施

- ・製品切替回数はアイテム数増加に伴い増加傾向であるため、より効率的な生産計画を立案すると共にラインの安定稼働対策、予備品確保、非稼働時間削減対策等を実施し生産性を向上していく。また、新たな液種や容器対応により低下した生産性を向上する。
- ・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を行う。
- ・顧客の新たなご要望にお応えするため新たな液種対応や容器対応を検討、実施する。
- ・年未年始に計画しているオーバーホールに向けて目的を達成できるように準備を進める。

#### 2. 工場品質の強化

- ・FSSC22000マネジメントシステムを基本として安全な製品をお客様にご提供できるよう製品品質、工場品質の強化対策を継続的に実施。
- ・工場監査を通して自社及び協力工場の製品品質、工場品質を強化する。
- ・工程起因ご指摘の発生を防止し工程起因ご指摘発生：0件を達成する。

#### 3. エネルギー対策の実施

- ・エネルギー対策は重要且つ継続的な課題である。組織及び一人一人の日々の活動を積極的に行い新たなエネルギー対策を検討・実施し結果につなげる。
- ・エネルギーロス(蒸気やエアール等)が発生しないよう保守・点検を実施する。

### 1. 新規投入商品の安定稼働と国内PETの販売強化

- ・新規輸入商品の販売強化（CHABAA 1L・CHABAA200ml・137℃アーモンドミルク）
- ・国内既存PET商品大型・小型の販売強化。市場のニーズに合わせた低価格帯の商品の販売強化とルイボスティーを始めとしたニッチでもニーズの強い商品の小型容器の販売強化を同時に行なう。又、留め型、PBの獲得もHPとの連携をして協創としての取り組み強化。

### 2. 新商品のプロモーションと新たな新商品の開拓及び新たな販路開拓

- ・新たに販売開始をした輸入商品の消費者に近い所でのプロモーション強化。（試飲・試食会、SNSへの展開を最重要視。）
- ・下期に又は来期に向けた新規輸入商品のラインナップ強化。（トロピカル果汁以外のアイテムの開拓）
- ・業務用ルートの開拓の推進。

### 3. 下期に向けての自社商品およびPB商品化と営業開拓

- ・コンビニエンスストアおよび大手スーパーマーケットへのPB 5～8商品化へ向けての開発、営業集中。
- ・自社商品のビネガー飲料 2 アイテム、炭酸飲料 3 アイテム、豆乳スムージー 3 アイテムの販売に向けての全ての準備。
- ・マルサンアイ新商品の販売準備。
- ・上記に関連するSNSを活用したプロモーション準備。



### 1. 製品品質の向上

FSSC22000マネジメントシステムをベースとして、工程起因のご指摘発生0件を目指す。

- ・ 工程トラブルの再発防止活動を徹底。
- ・ 工程管理レベルの向上による流出防止強化。

### 2. 生産性向上とコスト競争力の向上

安定稼働によるエネルギー及び各消耗材の使用量（原単位）の削減に取り組む。

- ・ 非生産業務（型替え・切替え・CIP）の業務改善による非生産時間の削減。
- ・ エネルギー使用量（ボイラー燃料、電力）の原単位削減。
- ・ 省エネ活動の推進。

### 3. 人材育成と組織力の向上

個人のスキルを高め、多能工の養成取組と、マネジメント力の向上に取り組む。

- ・ 技能レベルの向上教育と、多能工要員を養成し現場改善活動を推進。
- ・ 層別毎マネジメント力の向上を目指した教育推進。

### 1. 「物流ローコスト化」推進

- ・ 自社倉庫保管能力増強策実施。
  - 1) 榛東自社倉庫簡易ラック導入（8月1日より本運用開始）
  - 2) ハルナジョイパック自走機能付多段ラック導入（9月中旬稼働開始予定）
- ・ 自社車両増車による横持ちコスト削減、グループ内搬送の効率化。
- ・ 汚破損防止対策の目標強化。施設見学等での社員スキル向上。

### 2. 製品配送会社ネットワーク拡大、倉庫を含めた各機能強化

- ・ 運輸ネットワークの拡大、配送形態再構築によるケース毎配送コスト減。
- ・ 多品種少量供給データのシステム化によるバリューサービスの進化。
- ・ 小口配送対応力の強化と中核サービスの拡充。

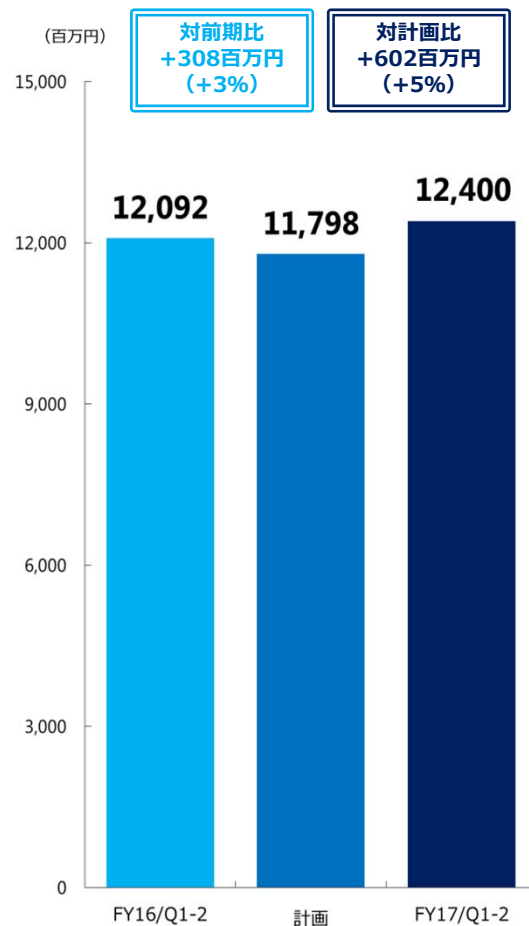
### 3. 未来志向、新しいロジスティクスへの挑戦

- ・ 新物流データベース運用による各アイテムライフサイクルデータの算出、分析。
- ・ 自動搬送、自動積込機の研究。物流IT技術の向上。
- ・ アナログデータ→デジタル変換による受発注業務効率化（OCR機構等検討）。
- ・ トラック待機時間、積込み所要時間短縮へのシステム補助研究。

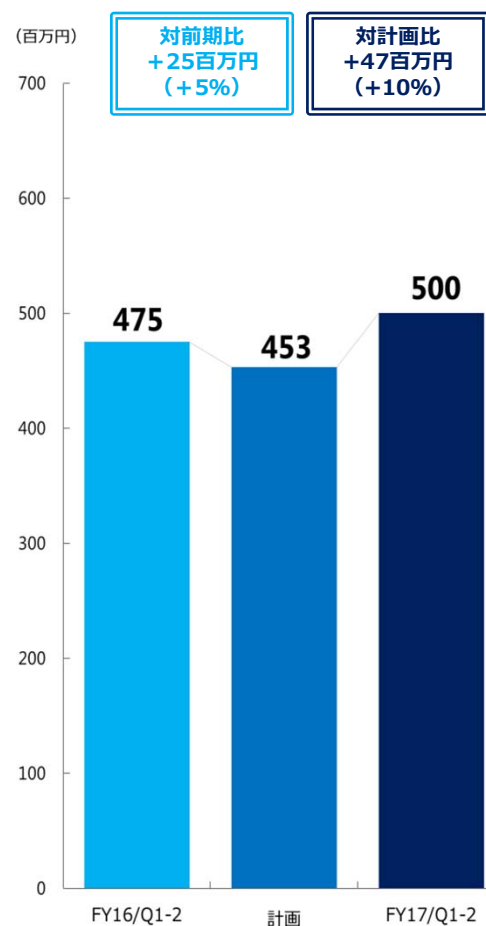
# 連結業績見通し

# 連結業績見通し (2017年上半期)

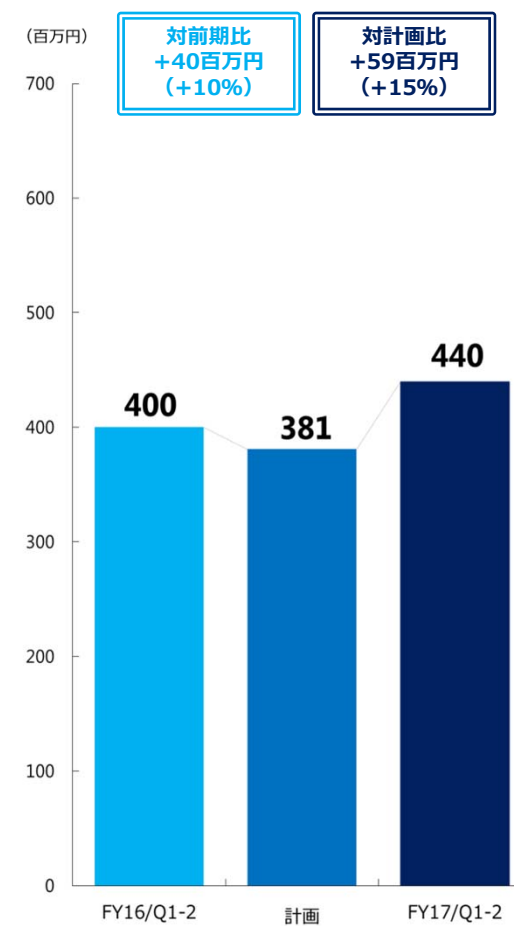
## 売上高



## 営業利益



## 経常利益



※ 数値は本日現在での見込み値のため、今後変動があります。  
 ※ 見通しは、2017年7月28日時点の数値を使用しております。

# お問い合わせ

---



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。

