

Haruna™

2017年度
(2017年4月～2018年3月)

事業報告書

2018年6月21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 . . . 4-11

- 連結P / L 総括
- 連結B / S 総括
- 連結キャッシュ・フロー・連結EBITDA
- 営業利益乖離要因
- グループ総括

グループ各社総括 . . . 13-21

- ハルナプロデュース (マーケティング本部)
- ハルナプロデュース (商品開発)
- ハルナバリューネットワーク
- ハルナプロデュース (生産本部)
- ハルナジョイパック
- HARUNA/HARUNA Asia

課題と今後の取り組み . . . 23-31

- ハルナグループ
- ハルナプロデュース
- ハルナプロデュース (マーケティング本部)
- ハルナプロデュース (生産本部)
- HARUNA/HARUNA Asia

会社概要

(2018年4月1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・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

4億2890万円

従業員数

グループ全体 460名（2018年3月末）

グループ会社

ハルナプロデュース株式会社
H A R U N A 株式会社
HARUNA Asia(Thailand) Co., Ltd.

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

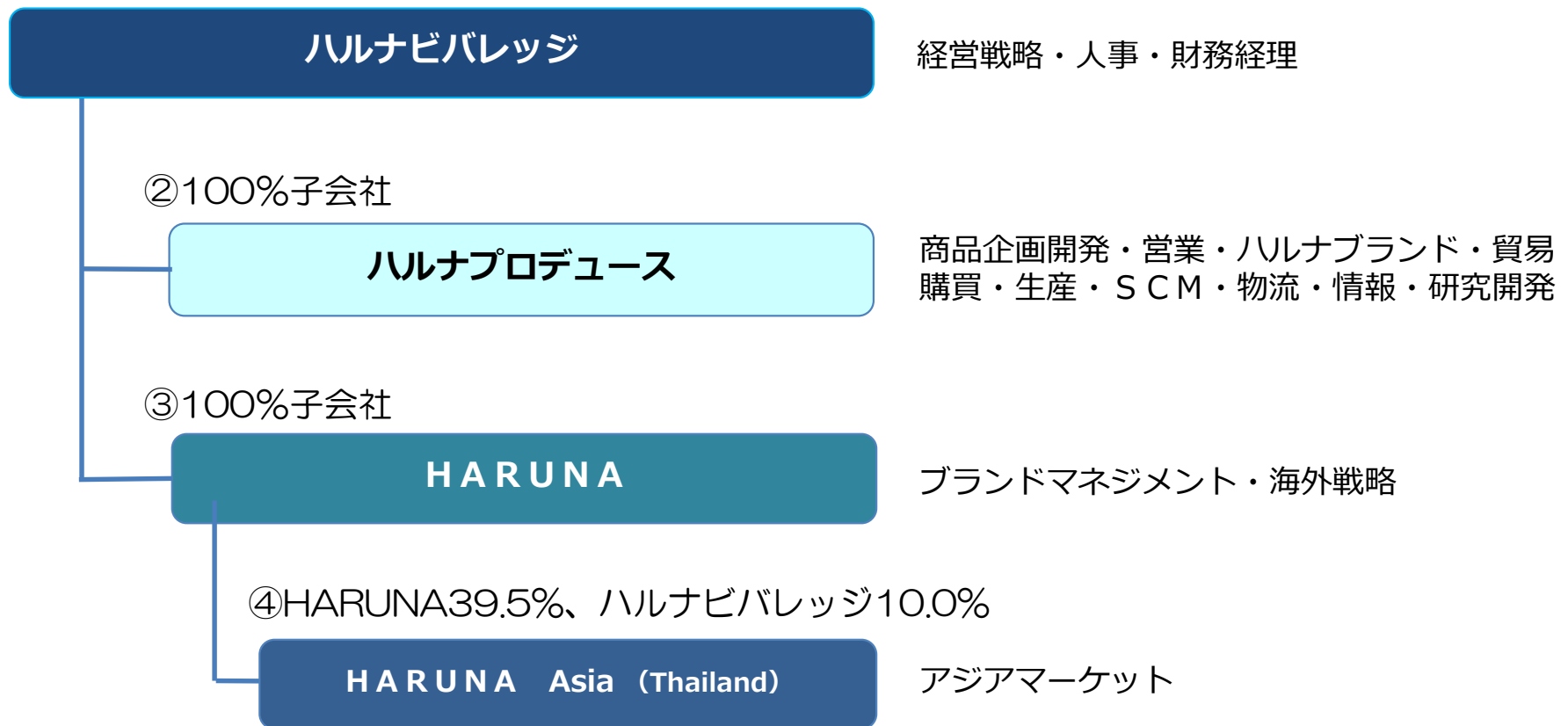
独創性ある飲料プロデューサーとして、
ステークホルダーの皆様から、大いなる
期待と満足を得られる企業へ

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

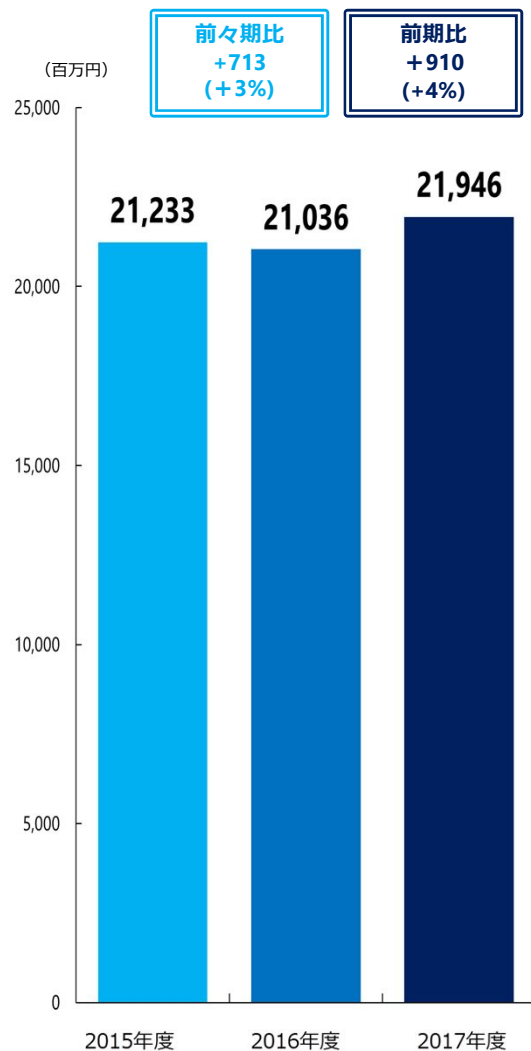
本年度より、従来の機能別組織体制から総合力を活かした機能集約型組織体制にさせていただいております。

①【持株会社】

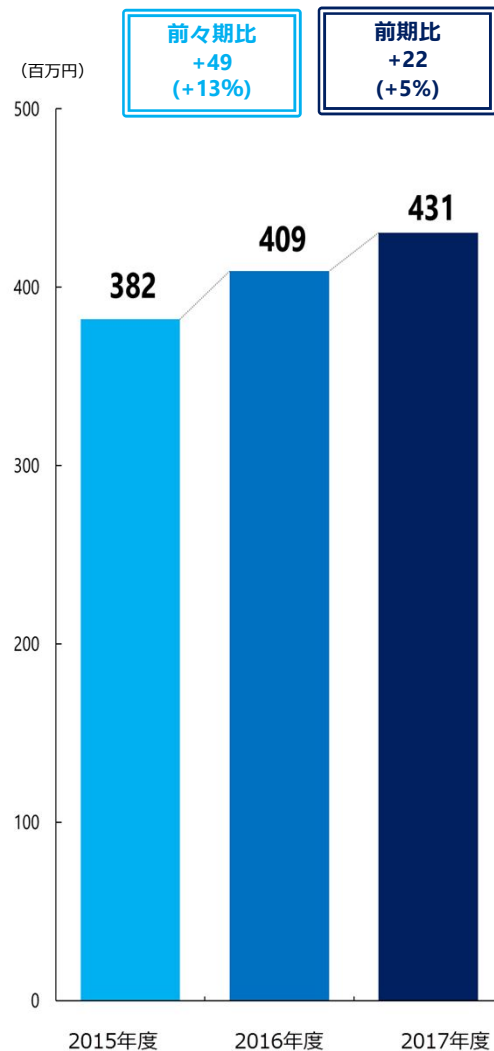


連結業績

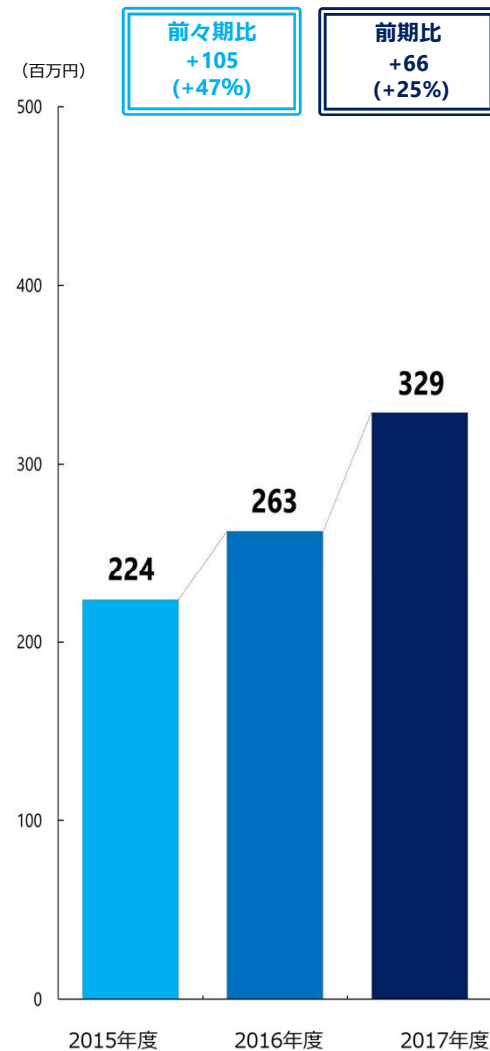
売上高



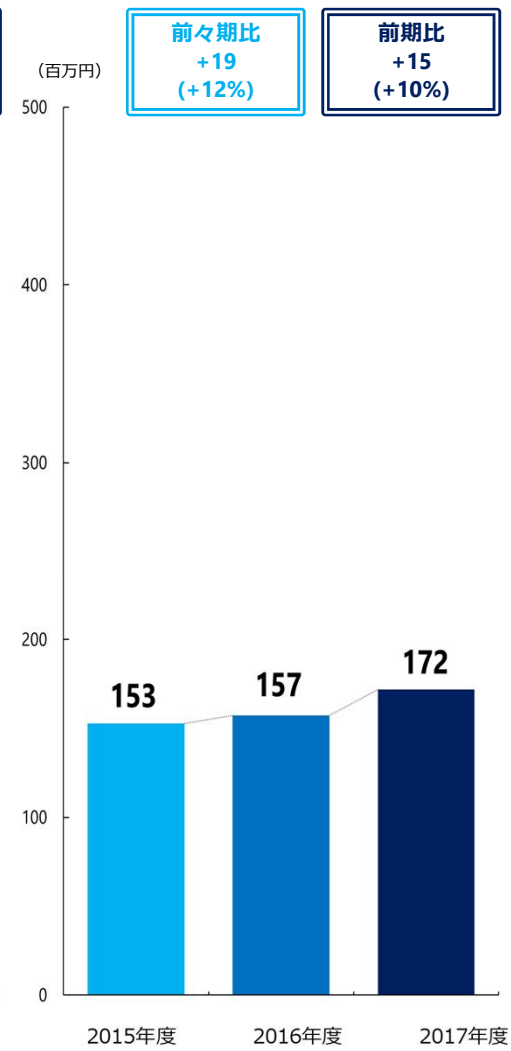
営業利益



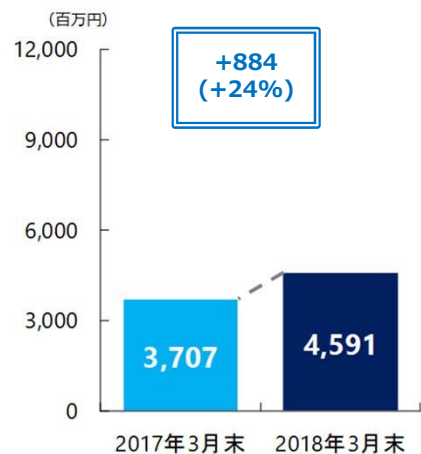
経常利益



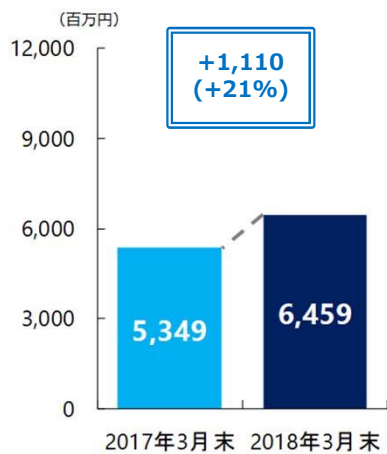
当期純利益



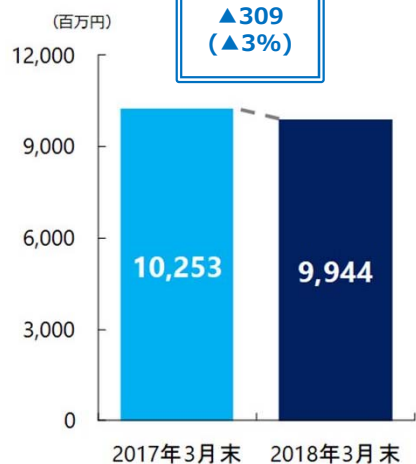
流動資産



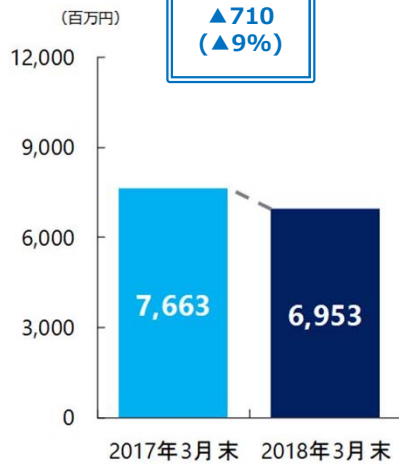
流動負債



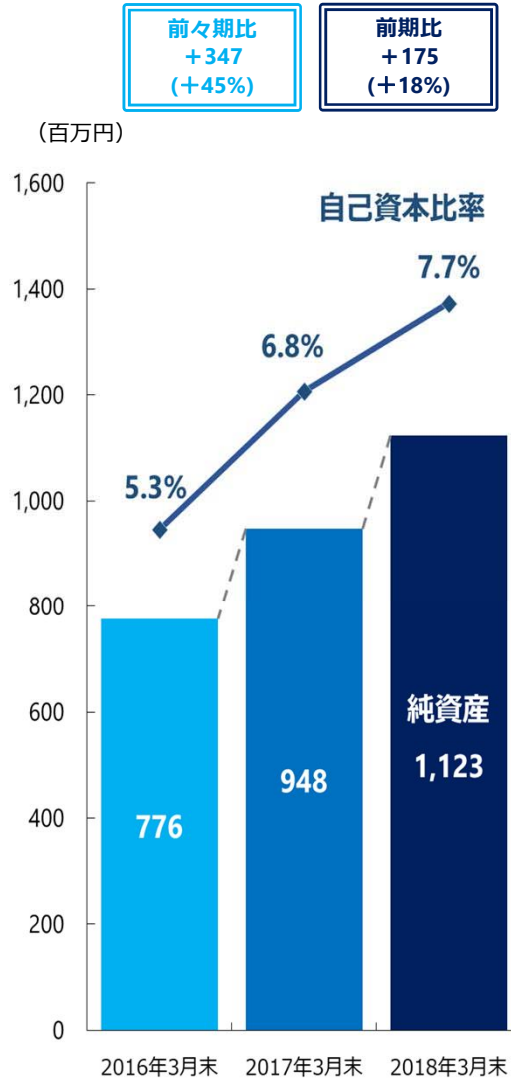
固定資産・繰延資産



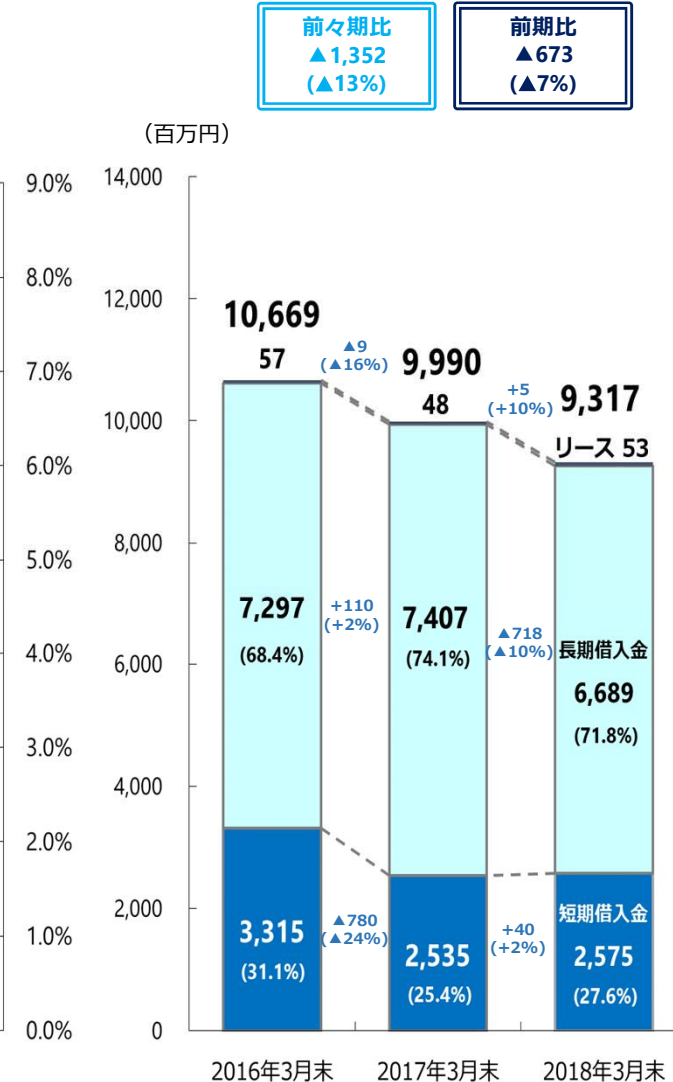
固定負債



純資産・自己資本比率



有利子負債残高



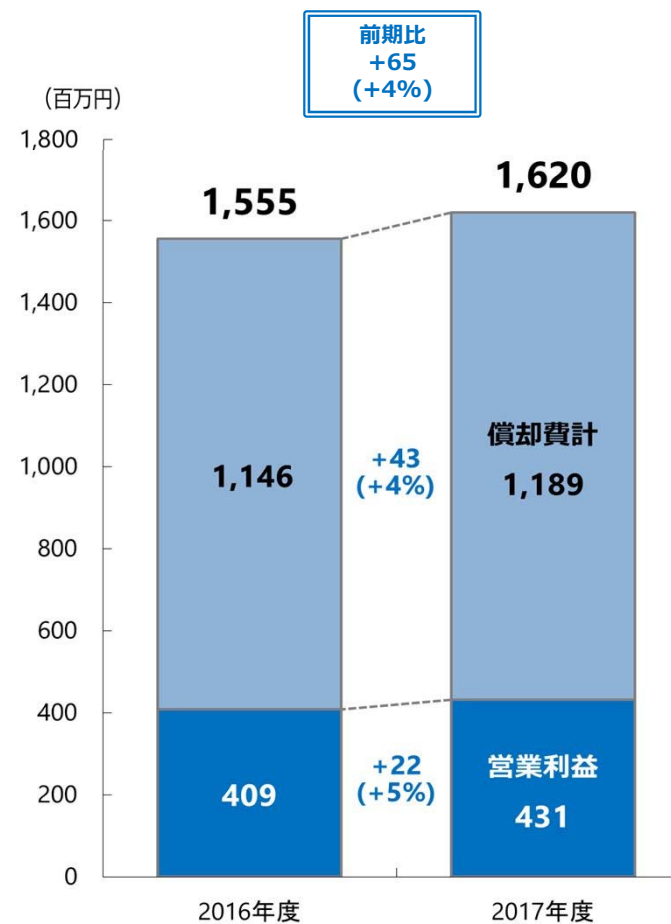
連結キャッシュフロー計算書 (要約)

(単位: 百万円)

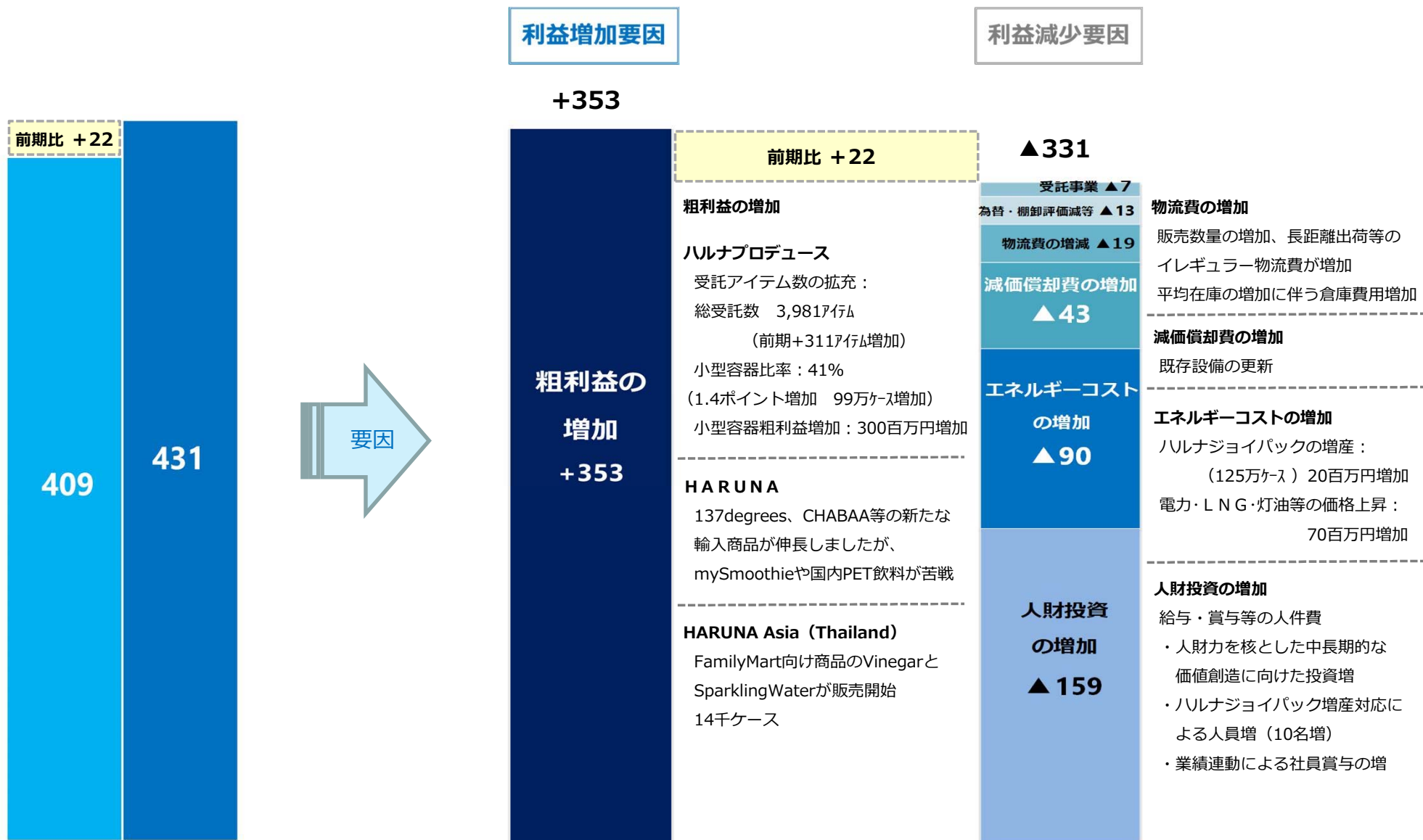
	2017年度
営業活動によるCF	1,574
税金等調整前当期純利益	329
減価償却費	1,189
売上債権の増減額	▲ 915
仕入債務等の増減額	1,121
投資活動によるCF	▲ 827
有形固定資産の増減額	▲ 805
フリーCF	747
財務活動によるCF	▲ 696
短期借入金の増減額	40
長期借入金の増減額	▲ 718
配当金の支払い額	▲ 17

※ 内訳は主な項目を記載

EBITDA



※ EBITDA = 営業利益 + 償却費 (減価償却費)



利益増加要因

+353

粗利益の
増加
+353

前期比 +22

粗利益の増加

ハルナプロデュース

受託アイテム数の拡充：

総受託数 3,981アイテム

(前期+3117アイテム増加)

小型容器比率：41%

(1.4ポイント増加 99万ケース増加)

小型容器粗利益増加：300百万円増加

HARUNA

137degrees、CHABAA等の新たな輸入商品が伸長しましたが、mySmoothieや国内PET飲料が苦戦

HARUNA Asia (Thailand)

FamilyMart向け商品のVinegarとSparklingWaterが販売開始
14千ケース

利益減少要因

▲331

受託事業 ▲7

為替・棚卸評価減等 ▲13

物流費の増減 ▲19

減価償却費の増加 ▲43

エネルギーコスト

の増加

▲90

人財投資

の増加

▲159

物流費の増加

販売数量の増加、長距離出荷等のイレギュラー物流費が増加
平均在庫の増加に伴う倉庫費用増加

減価償却費の増加

既存設備の更新

エネルギーコストの増加

ハルナジョイパックの増産：
(125万ケース) 20百万円増加
電力・LNG・灯油等の価格上昇：
70百万円増加

人財投資の増加

給与・賞与等の人件費
・人財力を核とした中長期的な価値創造に向けた投資増
・ハルナジョイパック増産対応による人員増(10名増)
・業績連動による社員賞与の増

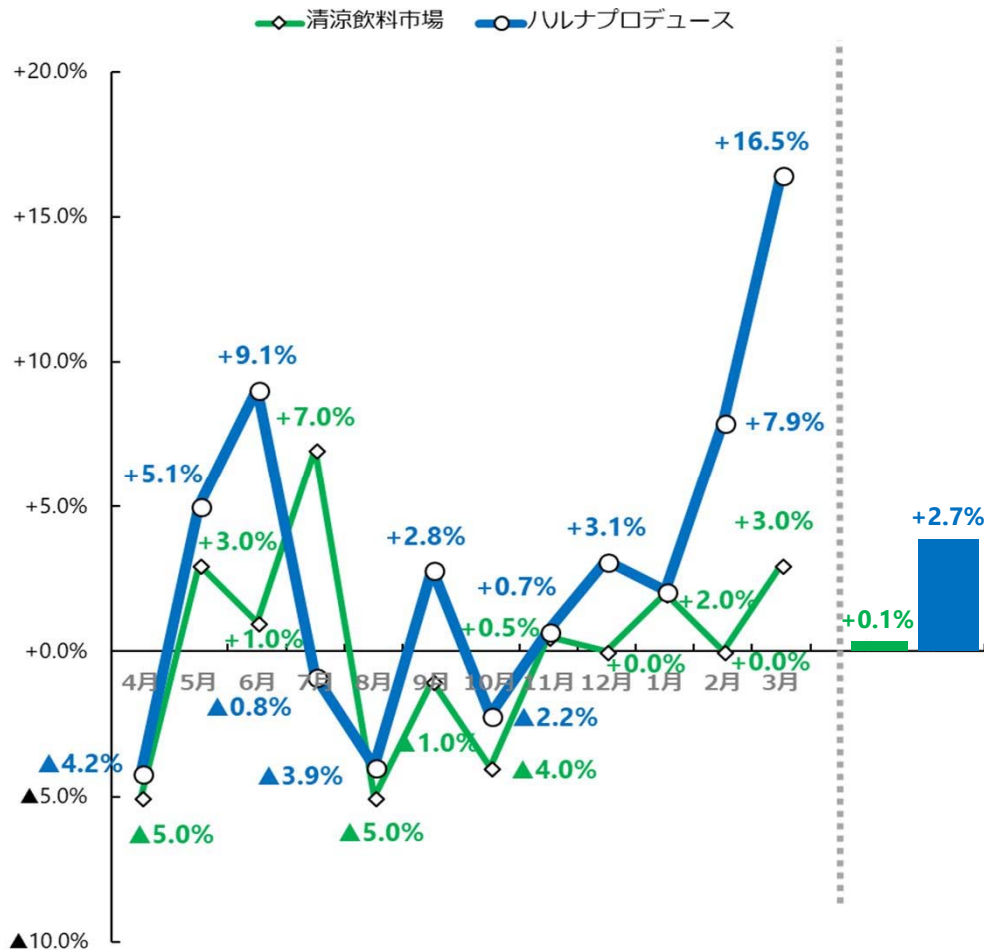


2016年度 2017年度

※ 粗利益 = 売上高 - 原材料
人財投資 = 人件費 (給与・賞与等)

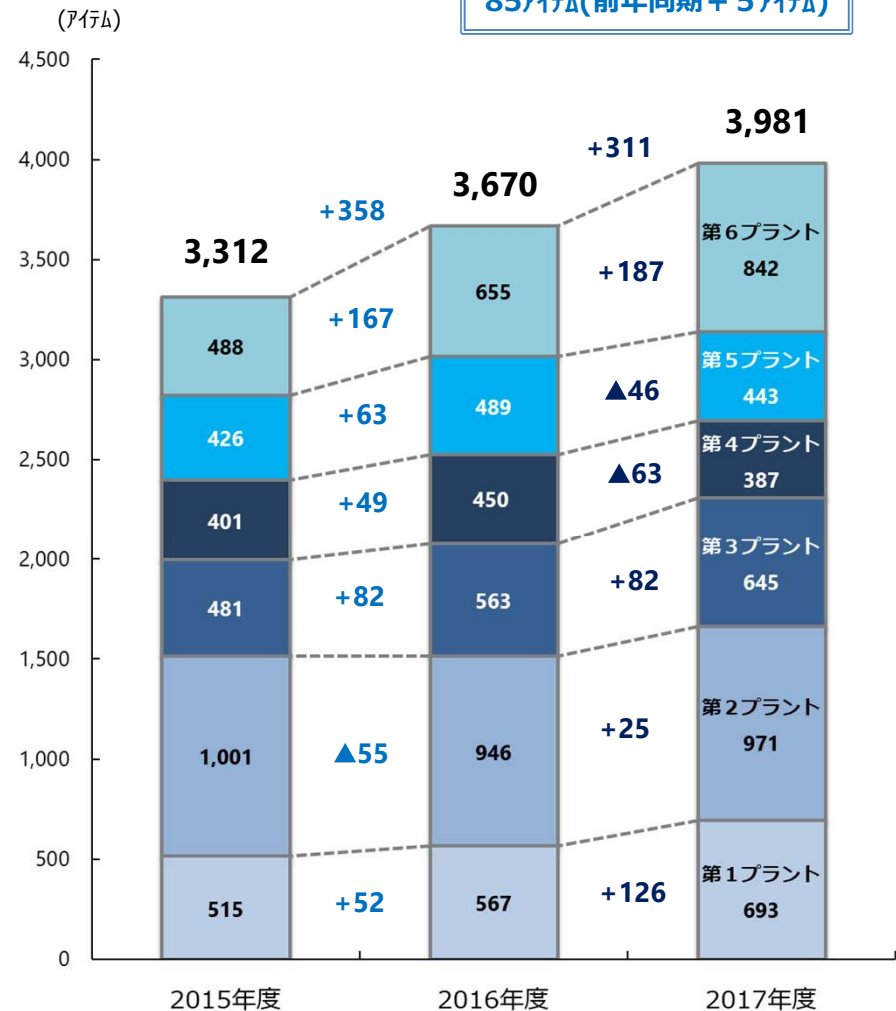
主要顧客基幹商品の受注伸長や新規企画共同開発商品の強化により、ハルナプロデュース総販売数量は前期比2.7%増の4,075万ケースと過去最高を更新。

前期伸長率



※清涼飲料市場の数値は飲料総研「飲料ビジネス」の出荷量データ

商品数累計



当事業年度における清涼飲料市場は、夏場前半は全国的に天候に恵まれたものの、8月以降は東日本を中心とした記録的な大雨や台風、冬場の寒波による影響もあり国内飲料市場は前年並みとなった。

このような状況下、当社ではこの数年継続し磨き続けてきました新商品の企画提案と開発・生産・販売・物流体制の更なる強化を図るとともに、変化に迅速に対応し1年を通じ受注が堅調に推移することができ、ハルナグループの販売数量は4,243万ケースと前年の過去最高を1%更新。収益面では、エネルギーコストや物流コストは増加しましたが、上記要因により粗利益額の増加がコストの増加を上回り3期連続で過去最高益を更新。

【経営改題に対する取り組みと成果】

1. 飲料事業持続的成長へのチャレンジ

多種多様・小ロット商品の効率生産によるコスト競争力と高い品質レベルを同時に実現し、年間受託アイテム数ならびに新規共同企画開発商品も増加し粗利益増加に寄与。

2. 自社プラント収益構造改革

自社プラントにおける小型容器製品比率が今年度は全体の41%と前年度を1.4ポイント上回り収益向上に寄与。

また、最適な生産計画を実現し自社6プラント合計での製造数量が3,075万ケースと初めて3千万ケース超。

3. 海外飲料プロデュース

2017年4月より合併会社としてスタートした、HARUNA Asia(Thailand)はタイ国にて日系コンビニエンスストア向けに、健康志向の強いフルーツビネガー2アイテムと炭酸水3アイテムのハルナブランド商品を発売。

4. 健康志向に新規性を加えた新ジャンルへの挑戦

Harunaらしい他社にはない「親しみやすさ」「驚き」「新しさ」を表現した、グリーンレイボスティーやタイ国から開発輸入した本格アーモンドミルク等の137Degrees、トロピカル果汁ドリンクCHABBAを発売し、新規需要の創造に取り組む。

5. アライアンス・パートナーシップの取組み

生産を委託している全国の協力提携工場との連携を強化し供給体制の充実を図る。

6. 顧客志向を迫及するグループ社員の育成

当社グループの企業価値の源泉は人財。各々の仕事の役割や責任を果たす場のみならず、その貢献や業績の向上に比例して賞与などに適切に反映し、社員の「生活の充実」と「仕事のやりがい」の両面での人財投資と人財育成に取り組む。

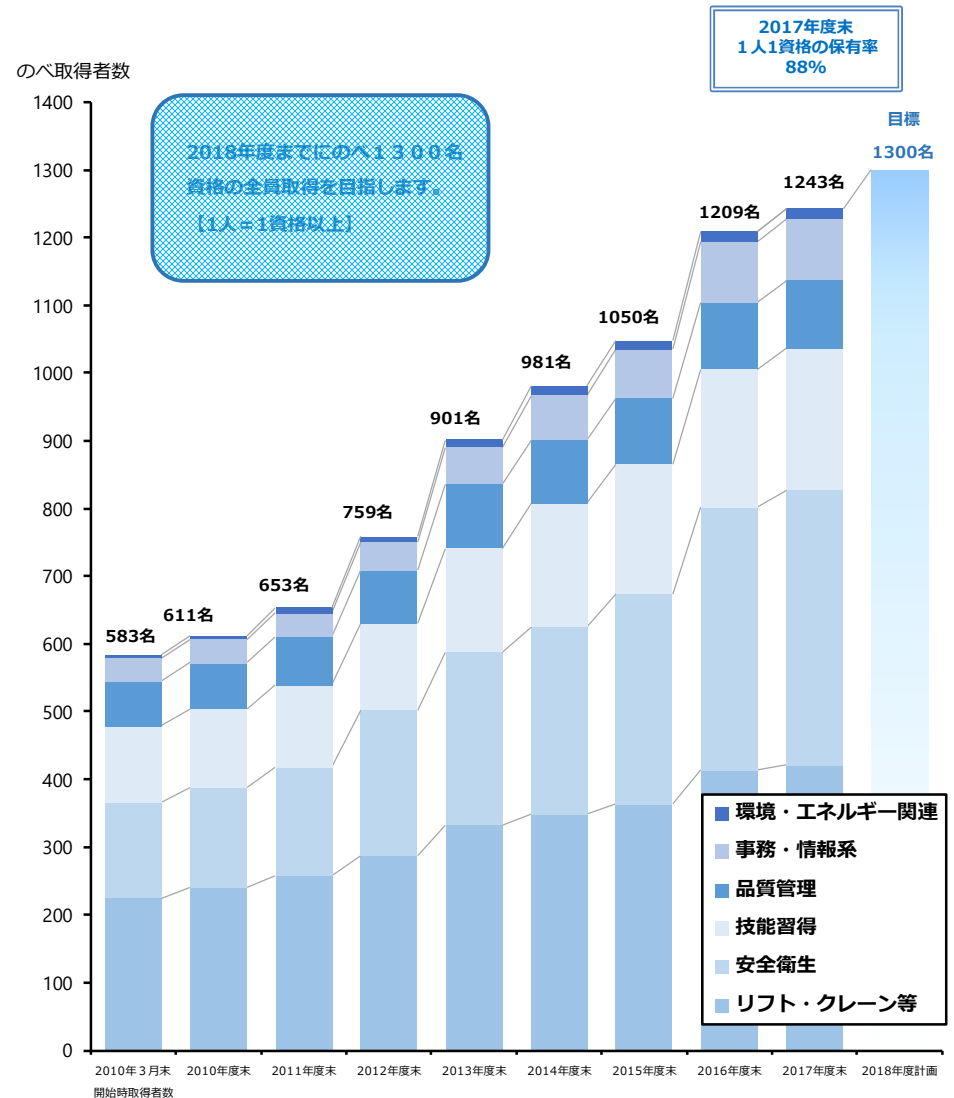
ビジネススクール受講者人数

2017年度受講人数

コース名	受講人数
エグゼクティブ（経営者養成）コース	173名
リーダーシップ養成コース	120名
プロフェッショナル養成コース	2,146名
経営・マネジメント養成特別コース（和歌山）	73名
2017年度 合計受講人数	2,512名

累計受講者数 **22,933名**
 （2005年開校より）

資格取得支援

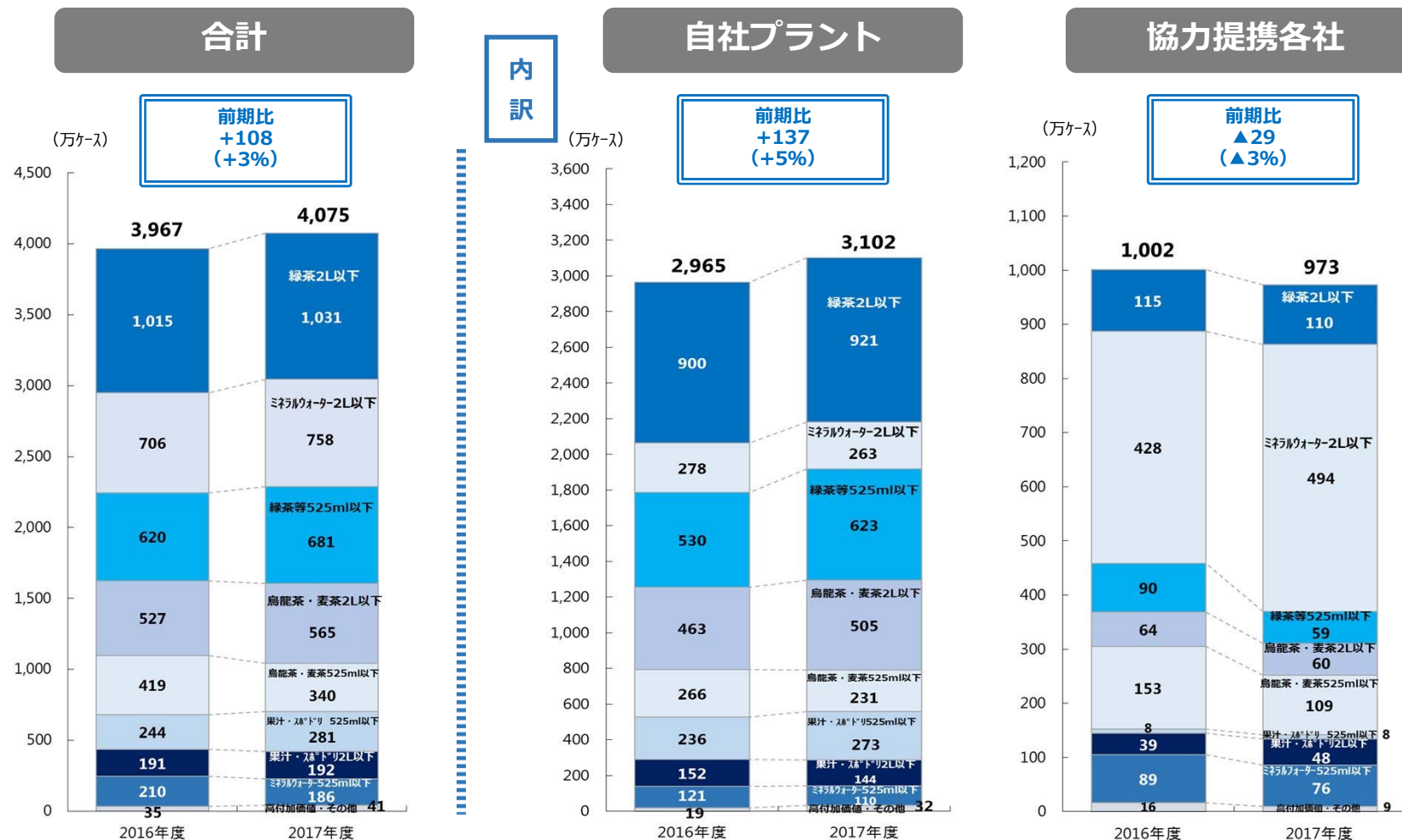


グループ各社総括

2017年度 総括

カテゴリー別販売数量

ハルナプロデュース（マーケティング本部）



・ 自社プラント：液種及びボトル容量の対応拡大

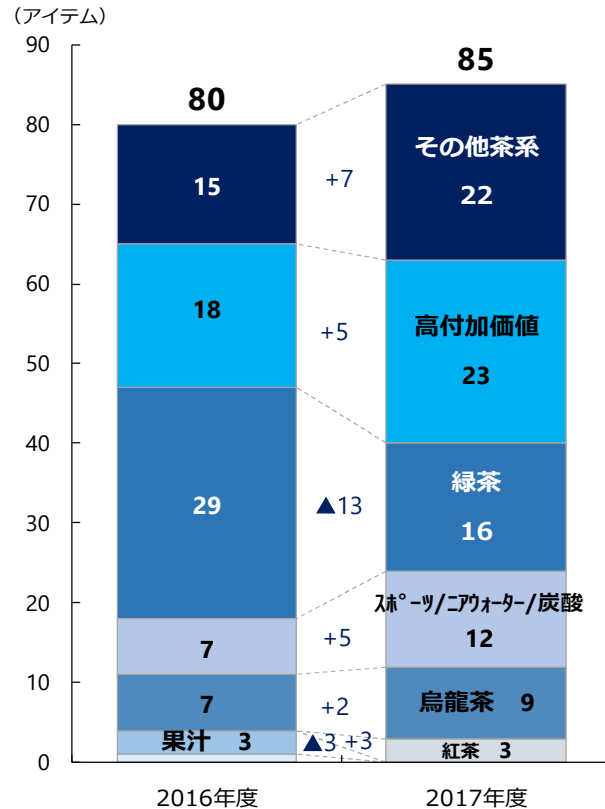
大型・小型容器とも麦茶、抹茶入り緑茶の需要が増加。逆にミネラルウォーターは減少傾向。増量ボトル対応（500ml⇒525ml）を更に拡大。3月末には600ml対応工事を実施。

・ 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進めつつ、収益性の低いミネラルウォーターを中心に外注対応。

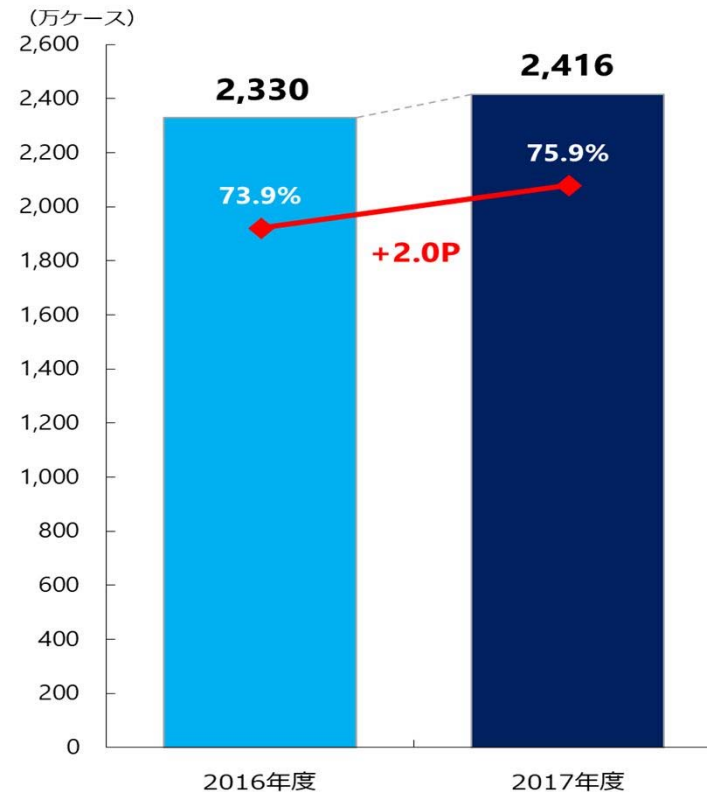
新規開発商品採用数

前期比
+5アイテム
(+6%)



顧客との共同開発商品販売数

前期比
+86万ケース
(+4%)



- 価格訴求商品と高付加価値商品（高粗利）について一方に隔たらない提案活動。
- その他茶系に分類される麦茶、ジャスミン茶の採用が目立ち、定番化通年化が広がる。

◆ From AQUA さくらんぼ

NEW

谷川連峰の天然水「フロムアクア」からフレーバーウォーターが登場。
さくらんぼの王様「佐藤錦」果汁と国産桜葉エキスがほのかに香る無糖のフレーバーウォーターです。

【こだわり】

健康志向にそった「無糖」のフレーバーウォーター。
フレーバーウォーターは甘い・喉が乾くといったお客様の声からうまれた新感覚の商品

2018年3月27日（火）から
エキナカ自販機で発売中
（数量限定・期間限定）



280ml 120円（税込み）

◆ 機能性表示食品

NEW

健康の維持や増進などに役立つ健康効果「機能性」をパッケージや広告などに表示できる食品。
お悩み・目的毎にお客様に「選択」していただき健康維持に役立てる商品です。

➤ 食事にススメルお茶

- ① 脂肪の吸収を抑える
- ② 糖分の吸収をおだやかに
- ③ おなかの調子を整える

トリプル
機能

➤ HERB WATER（レモングラス）

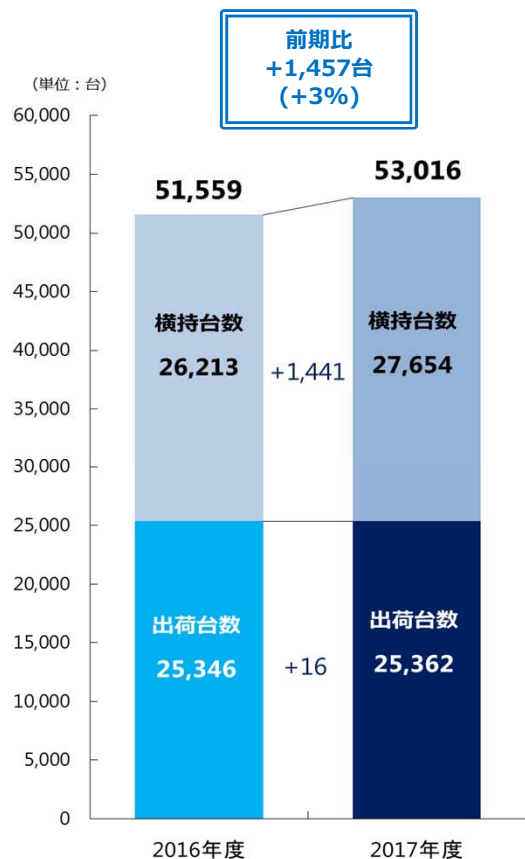
- ① 一過性のストレスを和らげる
- ② 起床時の疲労感・眠気を軽減

ダブル
機能

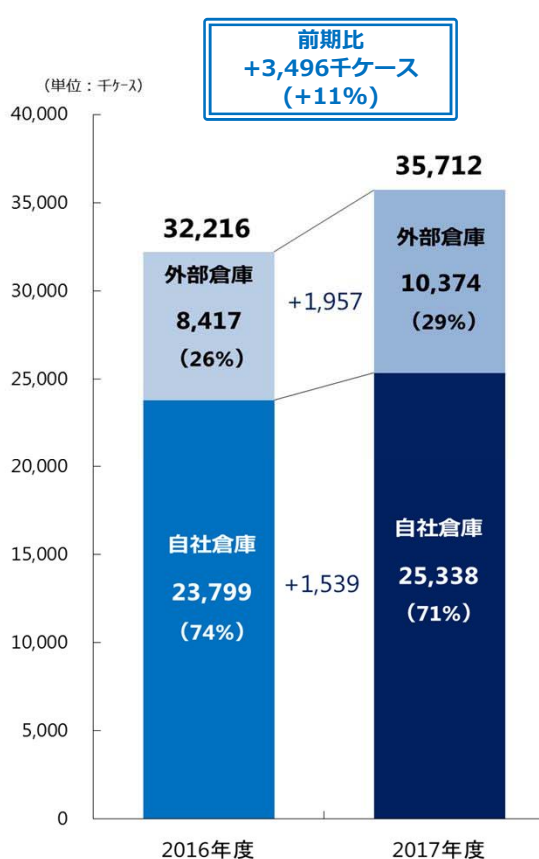


500ml 135円（税込み）

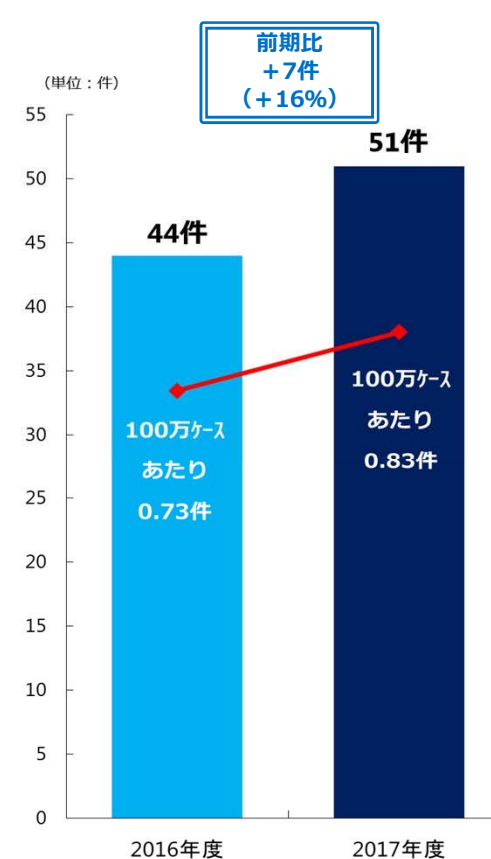
運輸配送車両台数



倉庫入庫推移



汚破損件数推移



車両配車状況

- ・ 2017年度はトータル台数は+3%。製品配送は1台当たりのケース数を増加策にて車両台数は減少傾向。
- ・ 横持ち台数が約6%増加。倉庫政策と併せて2018年度の重要課題。

在庫数増加

- ・ 和歌山プラントは在庫コントロールに苦戦。
- ・ 多段ラックの導入及び第3倉庫改修による内製化を中心に対策。
- ・ 群馬では簡易ラックの導入にて保管パレット数を15%増加。

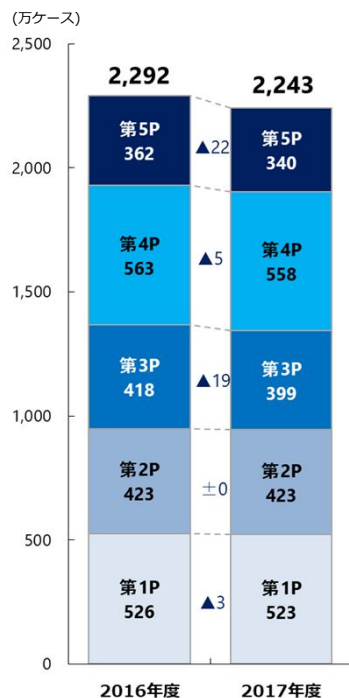
汚破損件数目標達成

- ・ 2017年度目標1.0件/100万c/sは達成。但し2016年度比は増加。
- ・ 複雑化する荷役業務にも無事故対応訓練を開始。

製造

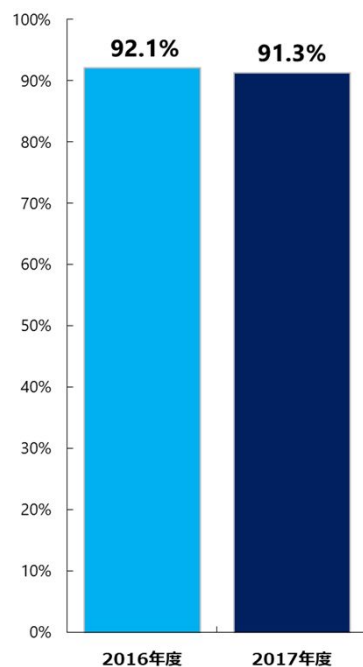
生産数量

前期比
▲49万ケース
(▲2%)



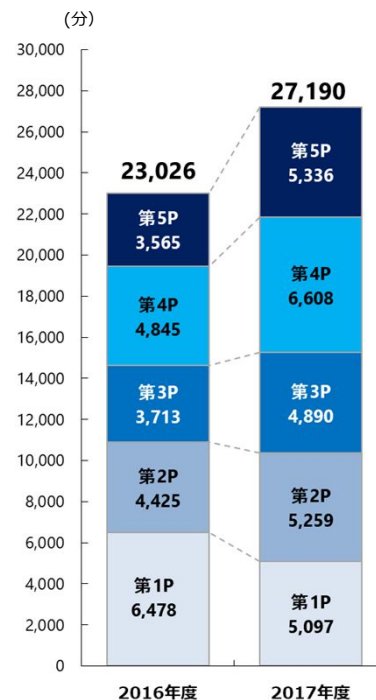
ライン効率

前期比
▲0.8P



トラブル停止時間

前期比
+4,164分
(+18%)



ご指摘発生割合

工程起因のご指摘
1件

	2016年度	2017年度
ご指摘受付数	133件	154件
前期比		+21件
内工程起因のご指摘	1件	1件
前期比	-	+0件
100万ケースあたり	0.04ppm	0.04ppm
前期比	-	+0.00ppm

(※ ppm : 100万分の1)

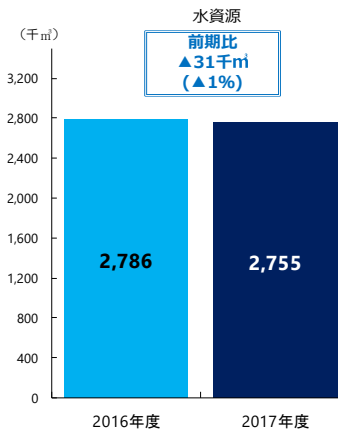
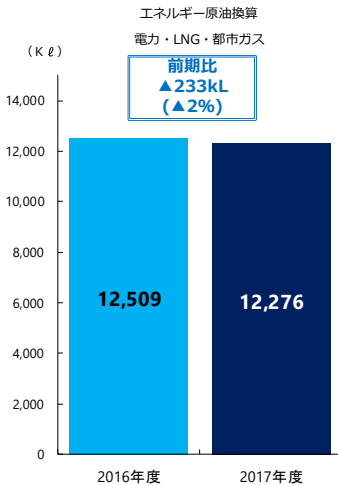
- ・生産数量：▲49万ケース(前期比)、ライン効率：▲0.8ポイント(前期比)、トラブル停止時間：4,164分増加(前期比)
- ・利益性は高いが製造に時間の掛かる製品の増加と、トラブル停止時間の増加により生産数量は減で着地。
- ・工程起因ご指摘1件(工程起因ご指摘発生割合：0.04ppm)。年間目標(0.16ppm以下)は達成。
- ・食品安全マネジメントシステムのFSSC22000監査や、顧客品質監査実施。重篤なご指摘なく、指摘事項は都度対応。

環境

インプット

活動内容

アウトプット



- ・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、エアー、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



チューブ式殺菌機の配管
(タニガワプラント)

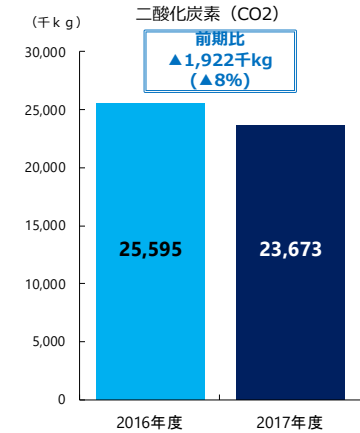
主な例
・ボイラー燃料の削減

蒸気の放熱ロスの対策
として熱源へ保温カバー
を取付け、ボイラー燃料
を削減

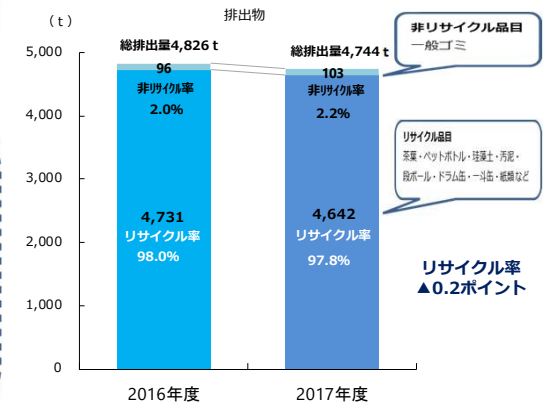


抽出温水用プレート
(タニガワプラント)

- ・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回実施。
実施日 5月9日、11月7日（ハルナプラント）
4月12日、11月28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）
地域清掃 11月2日（タニガワプラント）
3月16日（タニガワプラント）
- ・エコキャップ活動も継続中。



二酸化炭素換算値は、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。

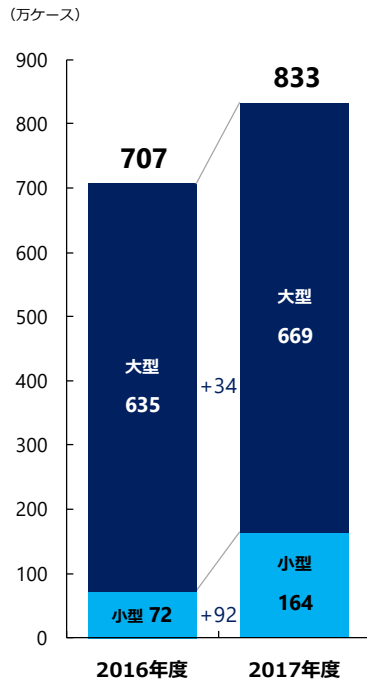


- ・インプット、アウトプットの増減要因
 - ・エネルギー使用量の多い製品の割合が増加したが、改善活動、生産数量減等によりエネルギー使用量、二酸化炭素排出量、水使用量は減少。
- ・活動内容
 - ・エネルギーコストの削減と環境に優しい経営をめざし、毎月委員会を開催。新エネルギーの検討や省エネ提案に基づく改善、省エネパトロールの実施と省エネ対策等の実施。
- ・社会貢献活動
 - ・献血、エコキャップ、地域清掃を各地域で継続的に実施。

製造

生産数量

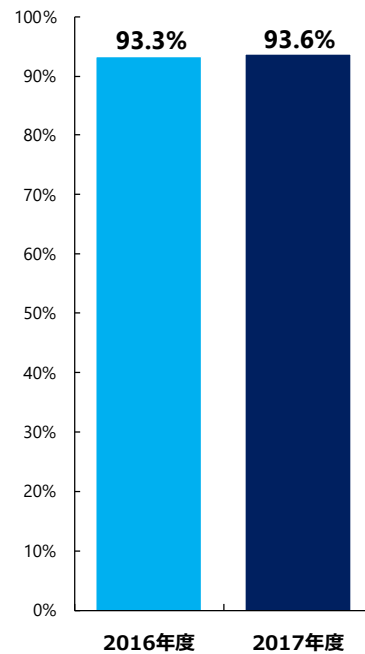
前期比
+126万ケース
(+18%)



※大型：2L、1.5L、900ML
小型：525ML、500ML

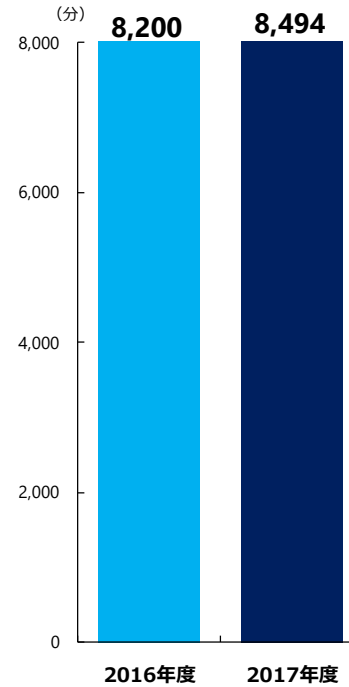
ライン効率

前期比
+0.3 P



トラブル停止時間

前期比
+294分
(+4%)



ご指摘発生割合

工程起因のご指摘
3件

	2016年度	2017年度
ご指摘受付数	35件	56件
前期比		+21件
内工程起因のご指摘	2件	3件
前期比	-	+1件
100万ケースあたり	0.28ppm	0.36ppm
前期比	-	+0.08ppm

(※ ppm : 100万分の1)

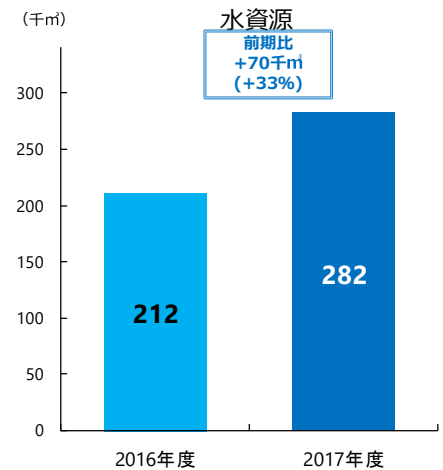
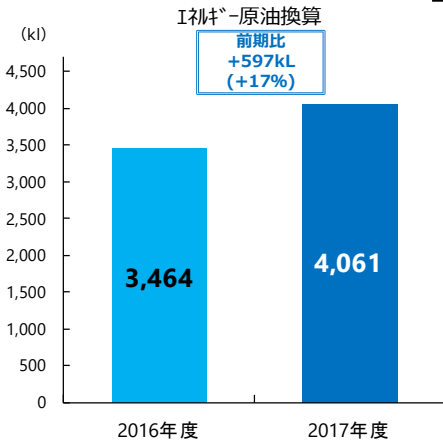
- ・ 2017年度は、土日を含む連続生産体制への移行により、生産数量：+126万ケース(前期比)増加。
- ・ 小型容器飲料の伸長により、小型容器飲料は全体の19.6%の生産実績。
- ・ 生産安定化にむけた改善取組によりライン効率は若干ではあるが前期より向上。
- ・ 工程起因ご指摘3件。再発防止対策は実施。
- ・ 認証取得した F S S C 2 2 0 0 0 の食品安全マネジメントシステムの運用による、製造品質の向上への取組み。

環境

インプット

活動内容

アウトプット



- ・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



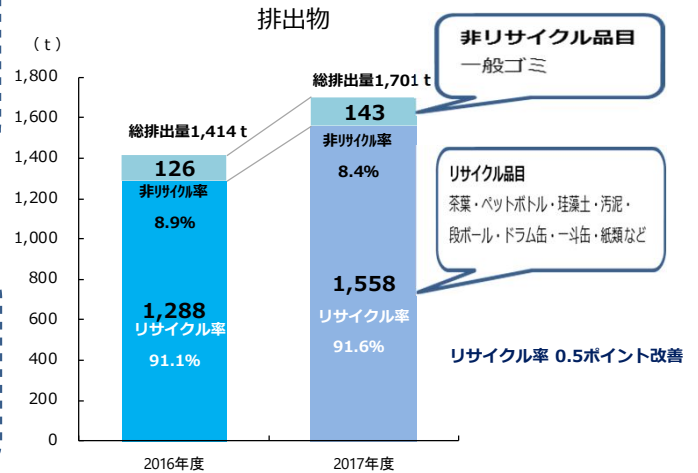
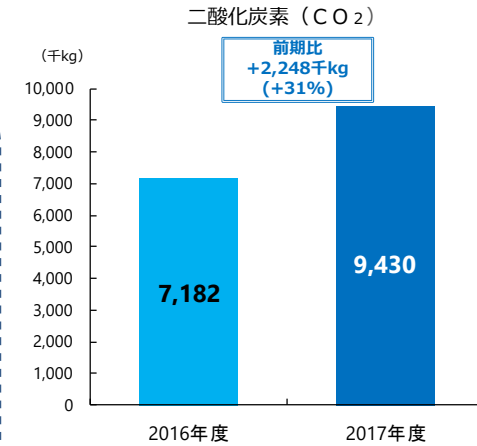
主な例

・水資源、電力の使用量低減

工場用水(井戸水)のくみ上げポンプについて、水の使用量に応じた制御機能を追加することで水と電力を節約。

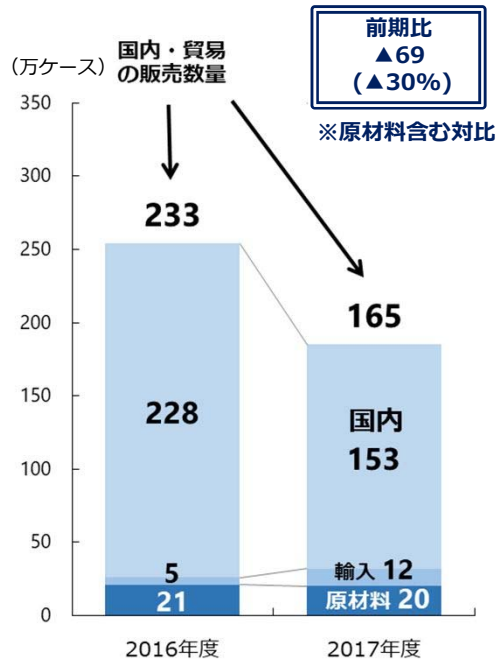
工場用水設備 (和歌山プラント)

- ・社会貢献活動(献血について) 実施日 4月5日
- ・地域清掃について 年2回実施 実施日 4月27日、11月27日



- ・エネルギー：生産数量(前期比: +17%)、生産アイテム(前期比+45アイテム)の増加に伴い、エネルギー使用量は増加。
- ・環境にやさしいプラントを目指し、CO2削減対策に取り組む。

販売数量



・輸入カテゴリ

下記アイテムを中心に積極的に展示会などのプロモーション活動を展開し、量販店に加え、業務用ニーズにも対応し、昨年実績から大きく伸長したCHABAAブランド

■ 1 L 果汁飲料



■ mySmoothie



■ 137degrees



■ コールドプレシャライズ



(国内)

- ・今期から販売の強化をしてきた輸入カテゴリで、タイ産CHABAAの100%・1 L 果汁飲料及び137degreesについては、昨年実績から大きく伸長、また、今期CVSにて販売をした「コールドプレシャライズ」も寄与し、販売数量、売上高については計画をクリアする事が出来たが、スムージーの販売減が響き、粗利益では未達。
- ・国内カテゴリについては、大型容器、小型容器の販売計画未達が響き、大手流通のPBの販売減を補う事が出来ず。粗利益では、大型PETで昨年実績はクリアしたものの、計画対比ではマイナスとなり、全体の業績としても大きな未達要因に。国内においては低価格商品及び小型容器の再強化（ブラッシュアップ）、輸入カテゴリについては、新たな商品の投入とプロモーションの連動に応じた営業強化が必要に。

(タイ)

- ・当初計画した自社商品の開発・販売が約5ヶ月遅れ2017年度11月スタートとなり、大きく計画を割る結果に。新商品は炭酸水3アイテム、ビネガー機能性飲料2アイテムを、現地ファミリーマートの限定品として販売開始。ビネガー飲料はタイでは新規商材のため、まだ購買の伸びが少ない現状だが、炭酸飲料は市場のパイも最も大きく、タイで今までに無いゼロカロリーを打ち出し比較的販売も伸張。更に、これから限定品のアイテムを2,3増やし、その他夏から秋に向けての新商品を、その他大手CVSとASEAN海外に繋げていく計画。

課題と今後の取り組み

2018年度は、今日まで各社が磨き上げてきた専門性を融合し、バリューチェーン一体で付加価値を高め、多様化、高度化する顧客ニーズに迅速に適応し企業価値の向上を目指す。

【具体的取り組み】

1. 飲料プロデューサーとしてのプラットフォーム戦略

パートナー関係にある日本全国ならびにタイ国を拠点とした飲料メーカーや企業との連携を強化し、自社の様々なノウハウと提携先・協力先の経営資源である人財やノウハウを有機的に結合させ、お客様に一貫した価値の提供できるオープンイノベーションの実現を目指す。

2. ロイヤルカスタマーの創造

お客様が抱えている「顕在的課題」と「潜在的課題」の両方を探求し、徹底したフォローとソリューションを提供することにより需要を創造できるコンサルティング営業力の強化を目指す。

3. 最強のマザーファクトリー

自社6プラントを「生産技術力」「多品種高効率生産力」「収益力」のあるマザーファクトリーへと磨き上げるとともに自社6プラントが全体最適となるような生産体制の再構築を目指す。

4. 海外飲料プロデュース

新合弁会社「HARUNA Asia(Thailand) Co.,Ltd.」となり2年目を迎え、販売・組織体制を強化するとともにニーズにマッチした「健康」で「おいしい」独自性ある商品の開発スピードの短縮化を実現させ、お客様満足の向上と海外事業の拡大を目指す。

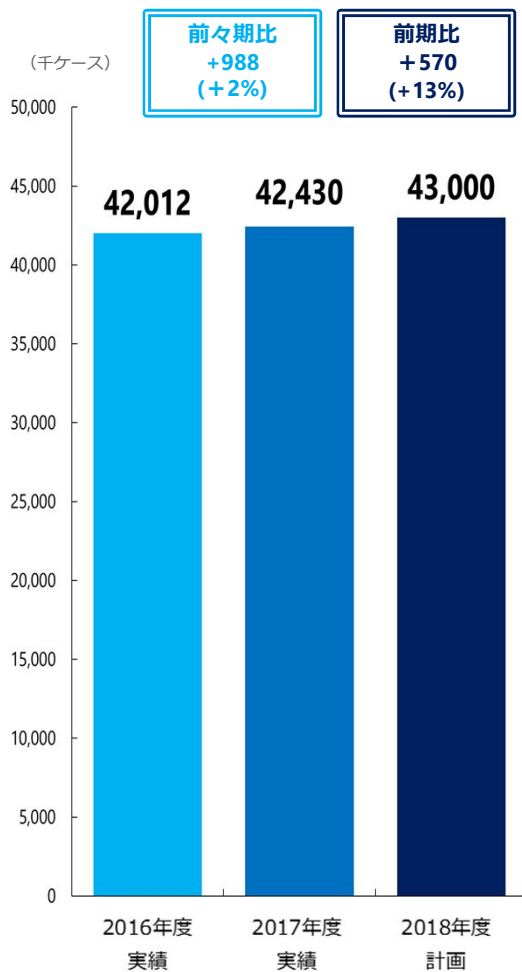
5. ブランドマネジメント

「Haruna」というコーポレートならびに商品のブランドイメージがとても重要となるため、Harunaブランドは他社にはない「親しみやすさ」「驚き」「新しさ」を表現し消費者の皆様から評価される商品へと育成し、競争優位性と収益化の実現を目指す。

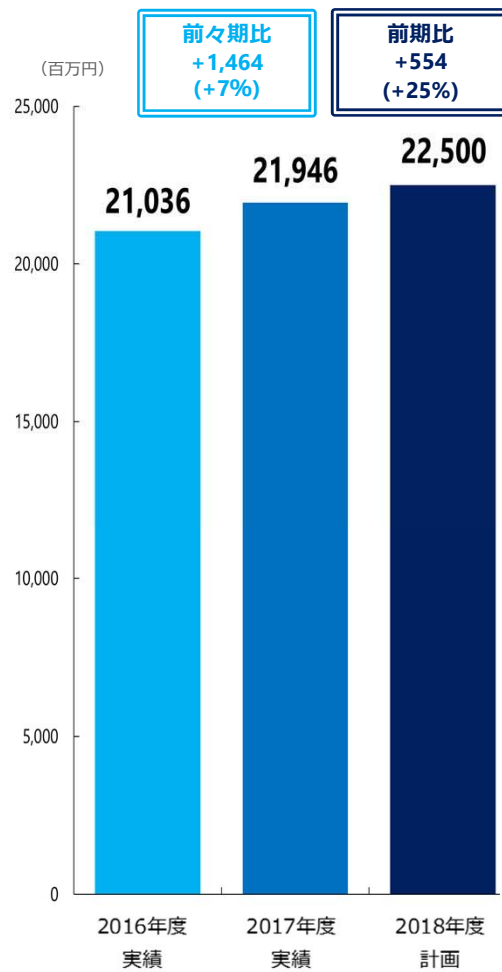
6. 人財育成と組織力（チーム力）の強化

「経営理念」「方針」「ビジョン」等を共有できる人財の育成と、様々な経験と自らの存在意義を表現できる組織づくりを徹底させ組織力の強化を図るとともに、継続して社員の「生活の充実」と「仕事のやりがい」の両面の実現を目指す。

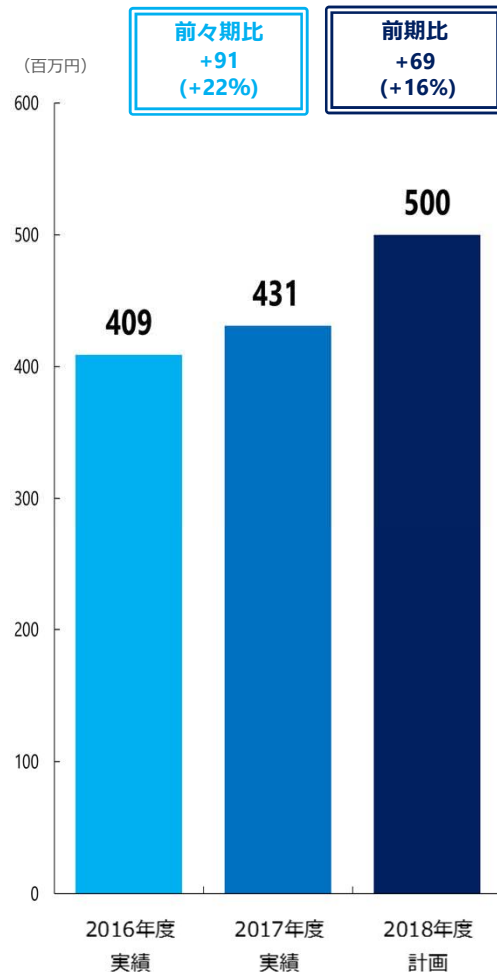
販売数量



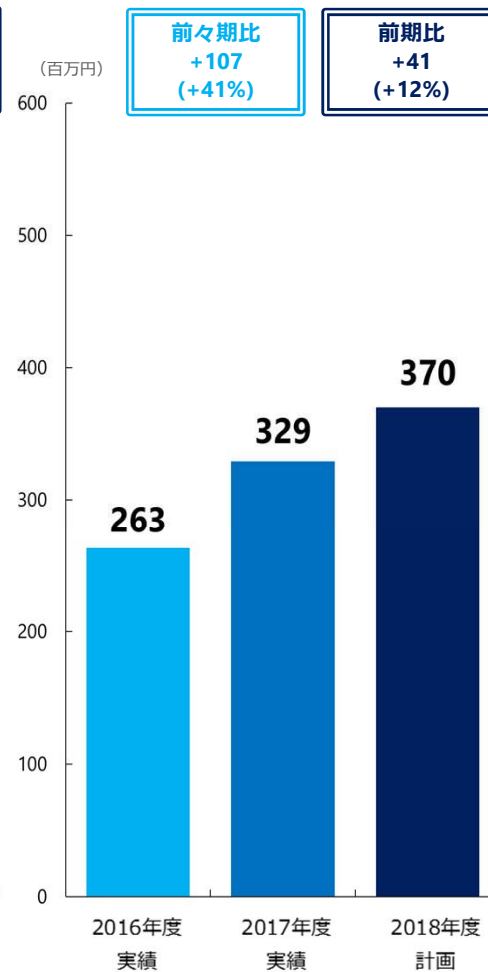
売上高



営業利益



経常利益



※販売数量については前期同条件で算出した数値

旧組織体制

- ハルナプロデュース（商品企画開発・営業・購買・製造・品質）
- HARUNA（ハルナブランド・貿易）
- ハルナジョイパック（製造・品質・ボトル成型）
- ハルナバリューネットワーク（SCM・物流・情報）
- ハルナビバレッジ（研究開発（ウエルネスサイエンス研究所））

磨き上げてきた
専門性の結合で
新たな価値創造

新生 ハルナプロデュース株式会社

« 組織の結合から繁栄の未来を実現する »
一人ひとりの努力、智慧、勇気、忍耐で未来を切り開く！

1. PBプロデューサーNo1の実現

- ・顧客の志向するビジョンや戦略を深く理解し、顧客ブランド別に課題解決型マーケティングを実践。
- ・これまでの質を落とさず原価を下げていく差別化ではなく、質とマーケティング力を高める差別化への転換により、顧客ブランドの価値最大化。
- ・注力カテゴリーである価値訴求型小型容器アイテムの一層の充実。

2. HARUNAブランドの価値向上

- ・商品価値を最大限伝えるコミュニケーションとパッケージ、コンセプト、ブランドガイドラインの再構築。
- ・共同開発で培ったノウハウや販路を有効活用し、新規顧客開拓を加速。
- ・国内PET新商品及び輸入新商品へのチャレンジ。
- ・ハルナファン獲得を意識したプロモーション強化や展示会の充実。

3. 更なる収益性の向上

- ・自社プラントの小型容器製品比率について40%超えを安定的に実現。
- ・原料、資材を中心としたコスト削減について検討範囲を広げ展開。
- ・自社倉庫拡充による欠品回避のための安全在庫確保と、外部倉庫への委託費の削減。

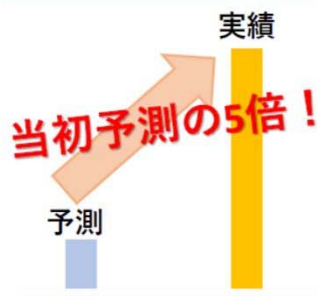
CHABAA ウォーターメロンジュース大好評爆売れ中！！



CVSから量販店、専門店と幅広い販路で売れ続けています！



品薄でご迷惑おかけしております！



予測以上の売行で
現在品薄状態！

※成城石井初週実績



1. 生産性向上と液種対応対策の実施

- ・SKU数の増加と新たな液種や容器対応により低下した生産性を向上し生産数量UP。
- ・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の実施による生産性向上。
- ・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。
- ・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(600mlボトル対応)。

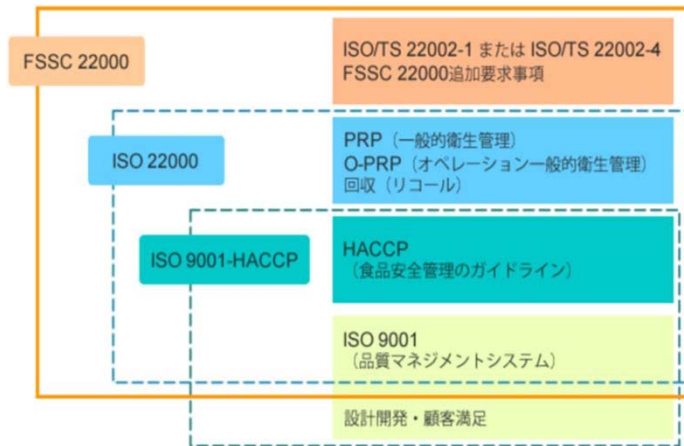
2. 工場品質の強化

- ・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工場環境、工場品質、製品品質の強化対策の継続的实施。
- ・工場監査や生産立会い等を通じた情報共有による自社及び協力工場の工場品質、製品品質の強化。
- ・ラインの安定管理とライントラブル発生時の適正処置による工程起因ご指摘発生防止。

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。総合的なエネルギー対策も含めた検討、実施と共に、一人ひとりの日々の活動による省エネ活動の継続。
- ・エネルギーロス(蒸気やエアリーク等)が発生しないためのパトロールや保守・点検実施・改善。

FSSC22000認証取得



ハルナプラント



タニガワプラント



和歌山プラント

LNGサテライト導入(和歌山プラント)



LNGサテライト設備（イメージ）

- ・自社プラント全て(ハルナプラント、タニガワプラント、和歌山プラント)でFSSC22000認証取得。
- ・今後も引き続き製品の安全・品質向上に向けて全社一丸となったマネジメントシステムの維持・管理・向上へ取り組み、安全な製品をご提供できるような、様々な取り組みを予定。

- ・和歌山プラントで、LNGサテライト設備の導入による、現状の灯油から天然ガスへのエネルギーの切り替え計画が進行中(2019年1月より切替予定)。合わせて、省エネ対策の実施も計画。
- ・これにより、ボイラー燃料はハルナプラントは都市ガス、タニガワプラントと和歌山プラントはLNGに。

1. 新生HPとしてHB（ハルナブランド）の販売強化とブランド育成

- ・タイとの連携を強化し、現販売商品のRNを含めたブラッシュアップ等、ブランド管理。
- ・SNS等を活用したプロモーションを強化、認知度の向上とハルナファンになって戴ける様に消費者に近い所での活動強化。

2. 新生HARUNAとして新たな商品の発掘&導入

- ・今後日本で販売に繋がるタイからだけではない輸入商品の発掘・サプライヤーの開拓。
- ・中長期を見据えた新規ビジネスの開拓・開発。

3. ハルナアジア2018

- ・現地ファミリーマート限定のハルナブランドをメインチャネルとして、ブランド認知と商品数7~8アイテムへ拡大。セブンイレブンへも、ハルナブランド2アイテム導入。
- ・タイ自社ブランド製造品をアセアン近隣国への販売開始。（ベトナム、カンボジア等）
- ・新たなPB商品の創出、および新規ジャンルの酒類共同販売の開始。



コーラライム

HBDに待望の
Newフレーバー
が登場！！





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。