

Haruna™

2018年度
(2018年4月～2018年12月)

事業報告書

2019年 2月 6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
- 連結販売数量
- 連結B / S 総括
- 連結キャッシュ・フロー・連結EBITDA
- 営業利益と経常利益の増減要因
- グループ総括

グループ各社総括 . . . 13-23

- 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 (ディストリビューション)
- ハルナプロデュース (商品開発)
- ハルナプロデュース (生産本部)
- ハルナプロデュース
- HARUNA Asia
- HARUNA

課題と今後の取り組み . . . 25-31

- 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 Asia
- HARUNA

連結業績見通し . . . 33

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 461名（2018年12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

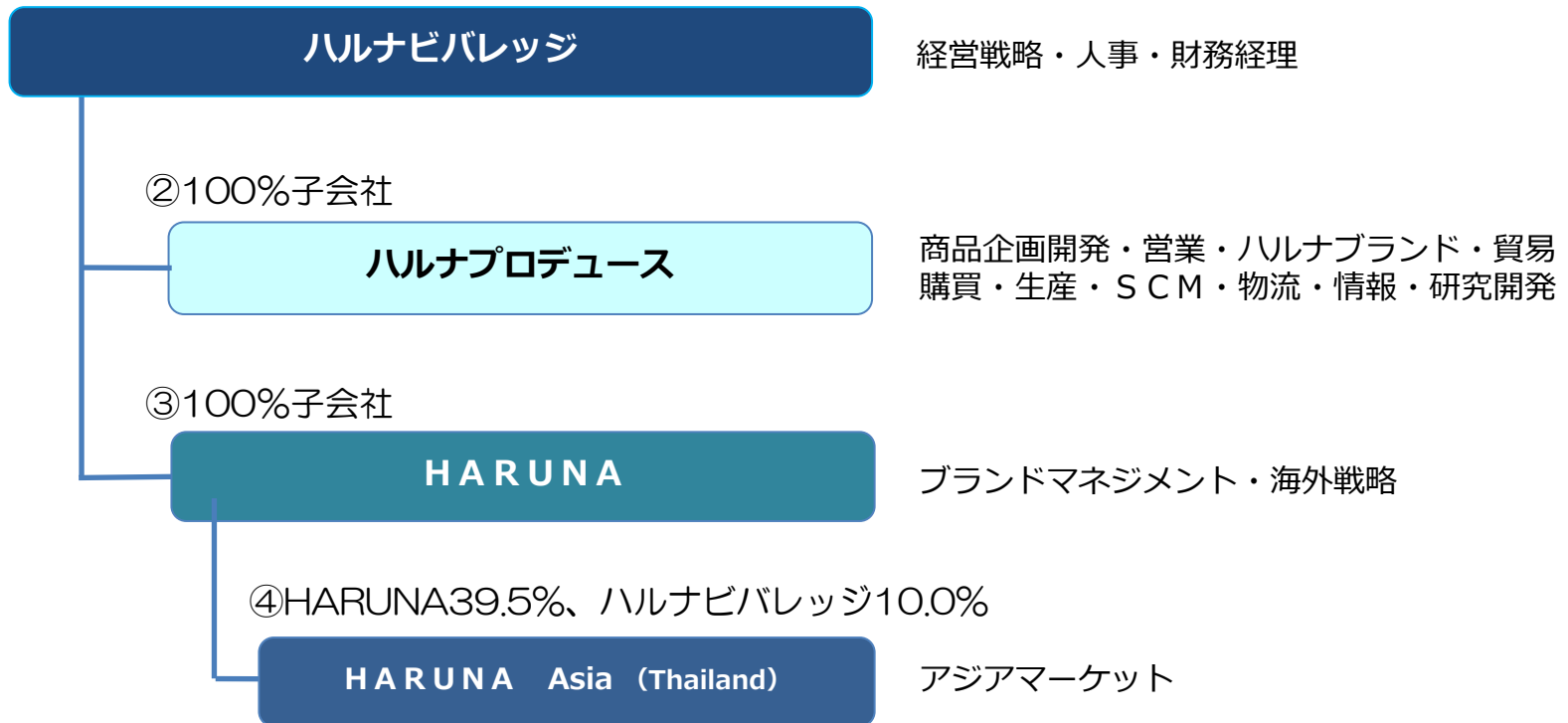
独創性ある飲料プロデューサーとして、
ステークホルダーの皆様から、大いなる
期待と満足を得られる企業へ

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

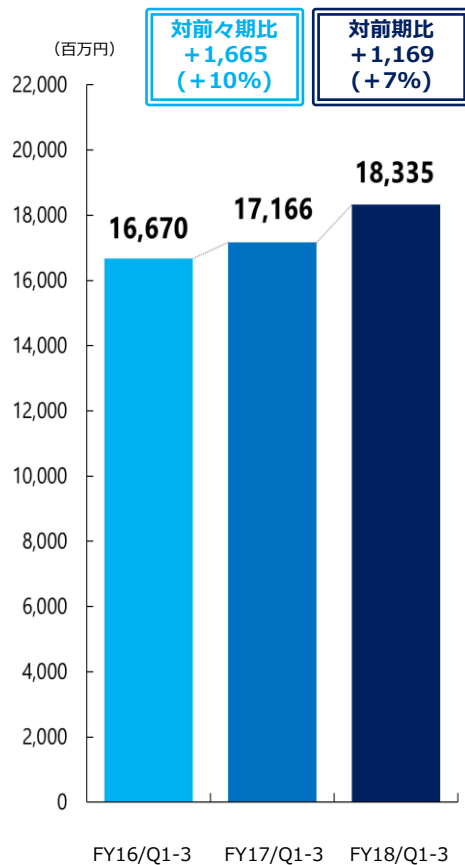
本年度より、従来の機能別組織体制から総合力を活かした機能集約型組織体制にさせていただきます。

①【持株会社】

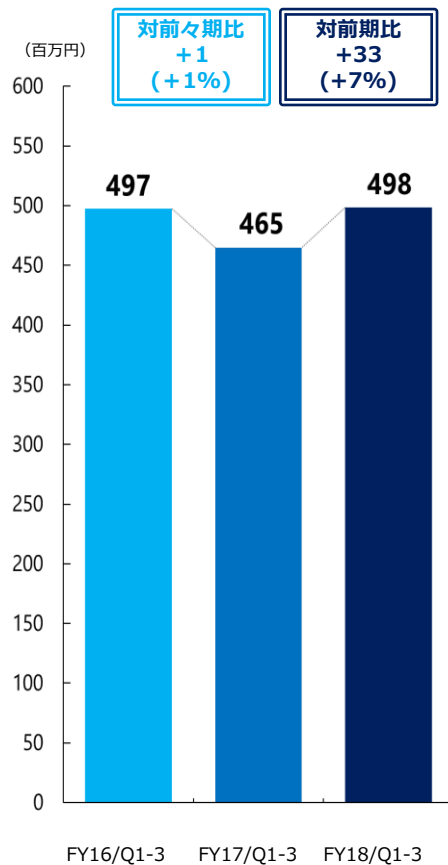


連結業績

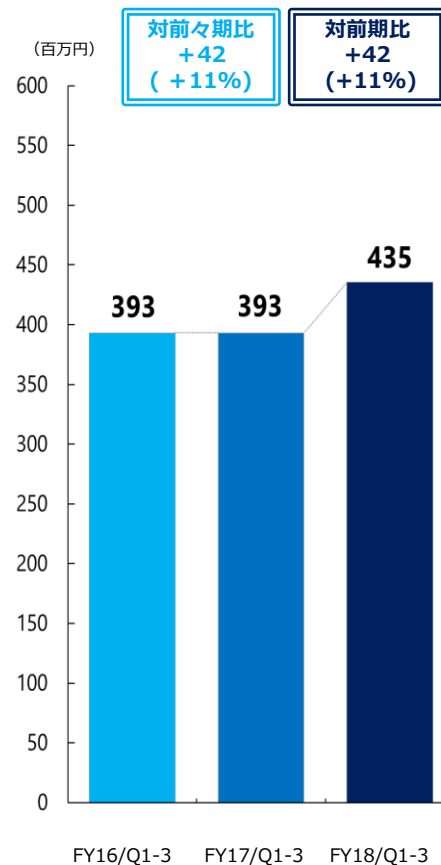
売上高



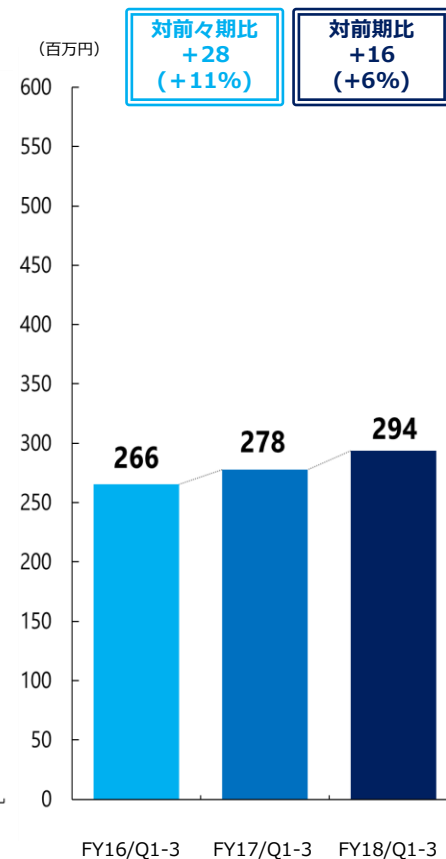
営業利益



経常利益



当期純利益



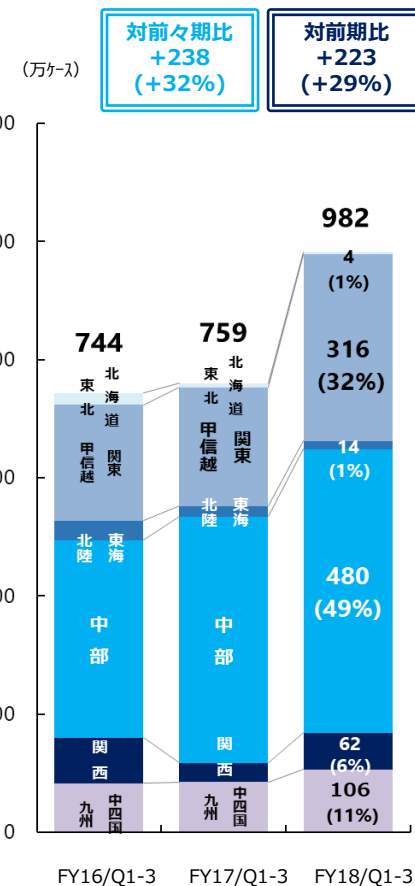
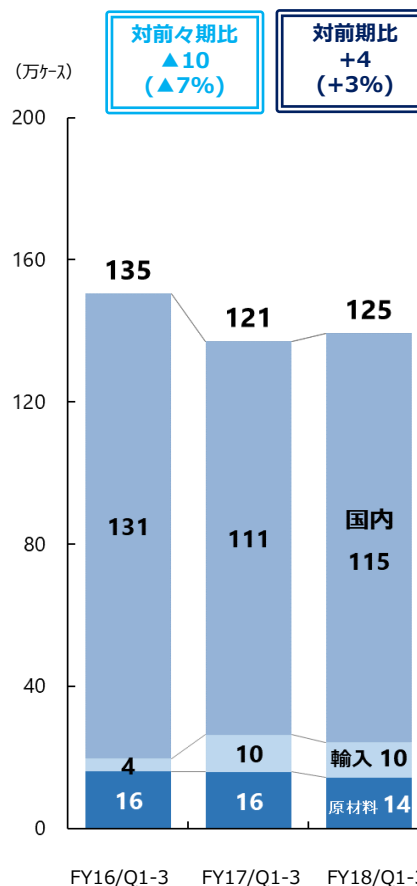
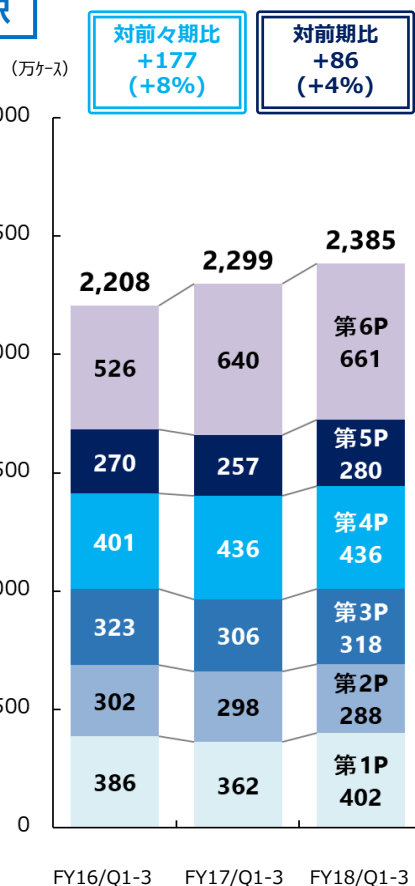
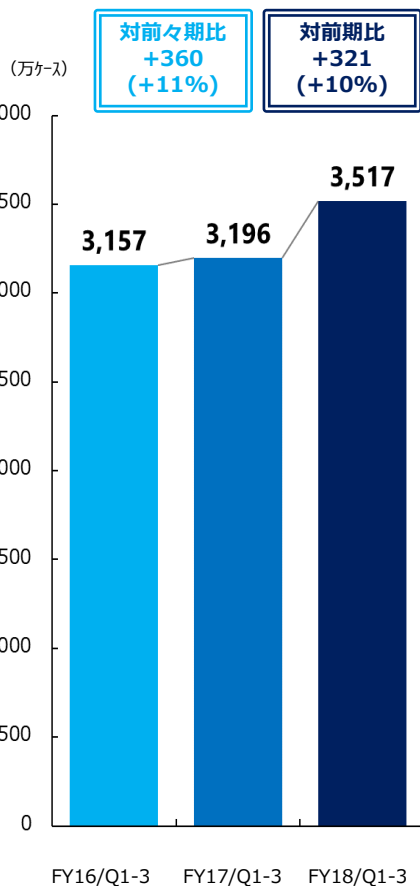
グループ総販売数量

自社プラント

HARUNAブランド

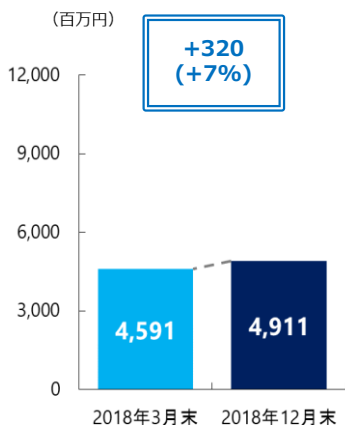
協力提携各社

内
訳

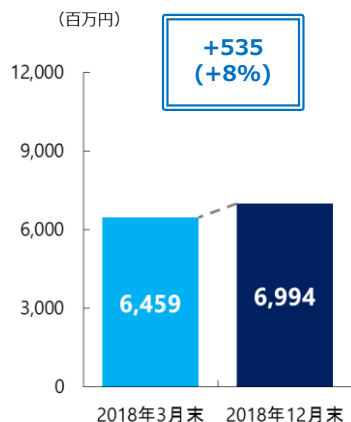


※ 販売数量総計について、前期・前々期の数量については、組織再編に伴いHARUNAブランドを相殺後の数量とさせていただきます。
 ※ 販売数量総計について、HARUNAブランドの原材料仕入れについては表記単位の相違により含んでおりません。
 ※ Pはプラント（工場）の略

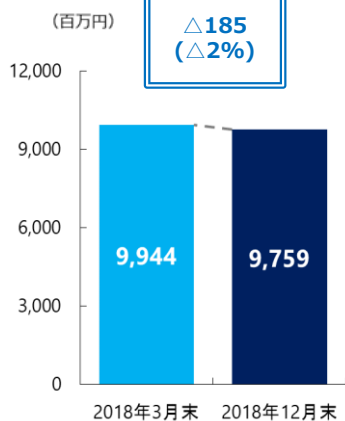
流動資産



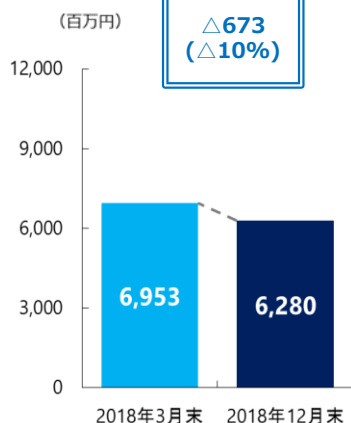
流動負債



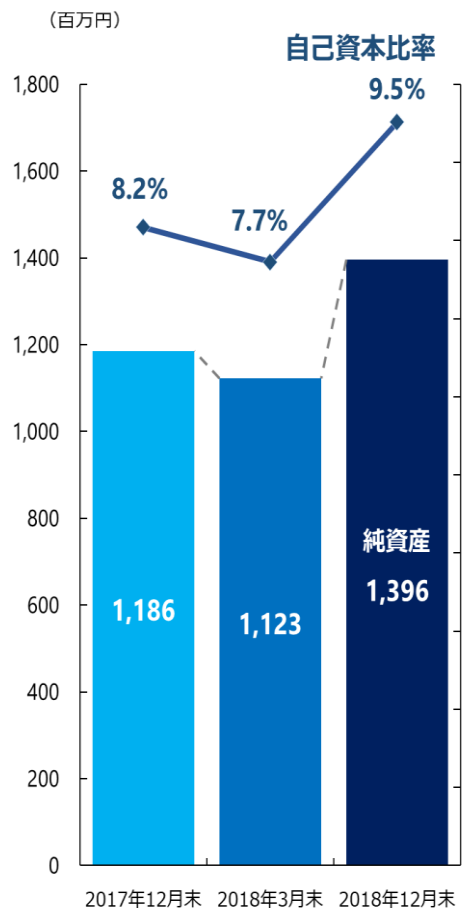
固定資産・繰延資産



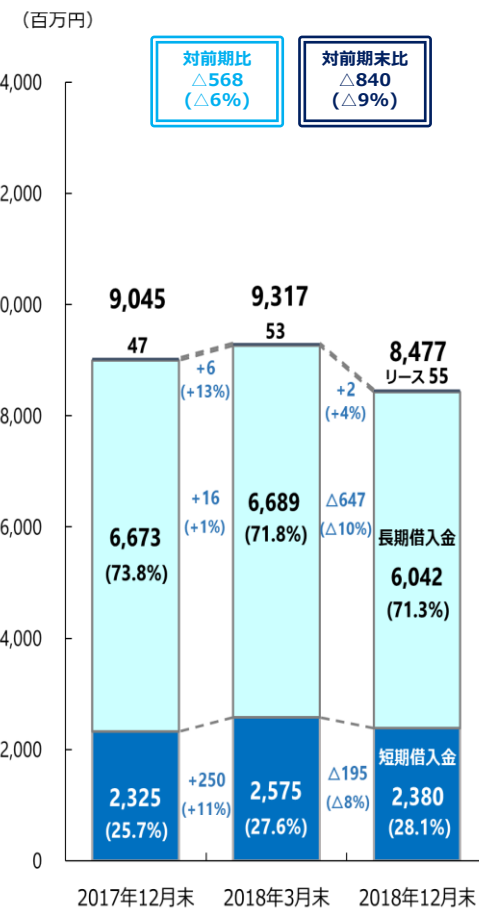
固定負債



純資産・自己資本比率



有利子負債残高



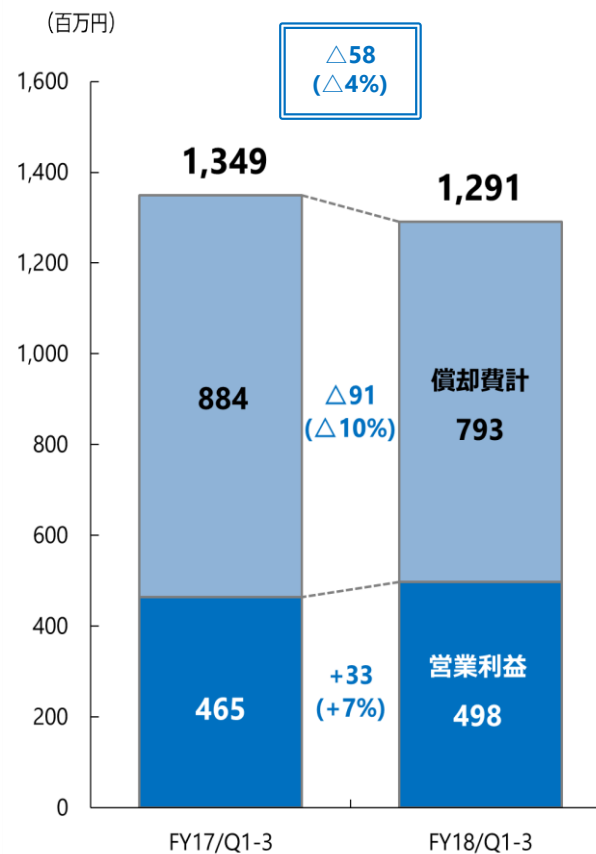
連結キャッシュフロー計算書（要約）

（単位：百万円）

	FY18/Q1-3
営業活動によるCF	1,518
税金等調整前当期純利益	435
減価償却費	793
売上債権の増減額	△ 326
仕入債務等の増減額	739
投資活動によるCF	▲ 617
有形固定資産の増減額	△ 597
フリーCF	901
財務活動によるCF	▲ 860
短期借入金の増減額	△ 195
長期借入金の増減額	△ 647
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）

営業利益増減要因

対前期比 +33百万円

(単位：百万円)

利益の増加要因	+164
粗利益の増加	+164
ハルナプロデュース 販売数量 : 3,514万ケース (+319万ケース) 受託アイテム数: 3,213アイテム (+236アイテム) 小型容器粗利益: ケース単価が前期比+11円上昇 HARUNAブランド: CHABAA大型、CHABAA小型のウォーターカン、PET大型、グリーンバナナスミージー等新商品の伸長	
HARUNA Asia(Thailand) 販売数量: 3万ケース (+1万5千ケース) < HAT販売概況 > 炭酸飲料2アイテムを追加した全6アイテムが販売され2万7千ケースと伸長 Vinegar飲料は終売とし、新たにThai Tea (茶系飲料)の新商品2アイテムを導入	
コストの減少要因	+32
減価償却費の減少等	+32

コストの増加要因	▲163
物流費の増加	▲39
上半期は豪雨や猛暑等の影響もあり、出荷数量が大幅に増加し、車両確保が一時困難な状況が発生 10~12月に関しても、夏場の影響対応や年末年始の割増運賃等のイレギュラー対応により、配送費用が増加	
エネルギーコストの増加	▲85
都市ガス・LNG等の価格上昇による影響: 30百万円増加 灯油価格の上昇(和歌山)による影響: 34百万円増加 < 対策 > 和歌山プラント、灯油からLNGへ燃料転換	
人財投資の増加	▲39
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加 ・災害等の対応による人件費増加 ・賞与の支給平均月数の引上げ	

※ 粗利益 = 売上高 - 原材料

※ 人財投資 = 人件費(給与・賞与等)

経常利益増減要因

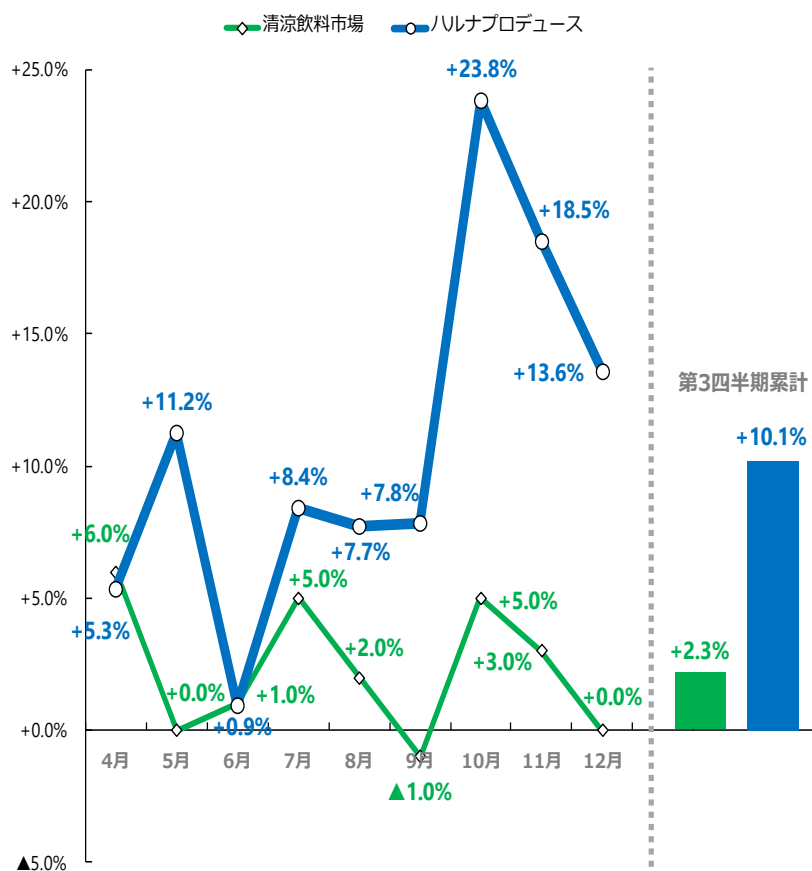
対前期比 +42百万円

◎ 金融コストの減少 ▲16百万円

- ・借入金の削減: ▲576百万円(前年同期比)
- ・資金管理の徹底と調達金利の見直し

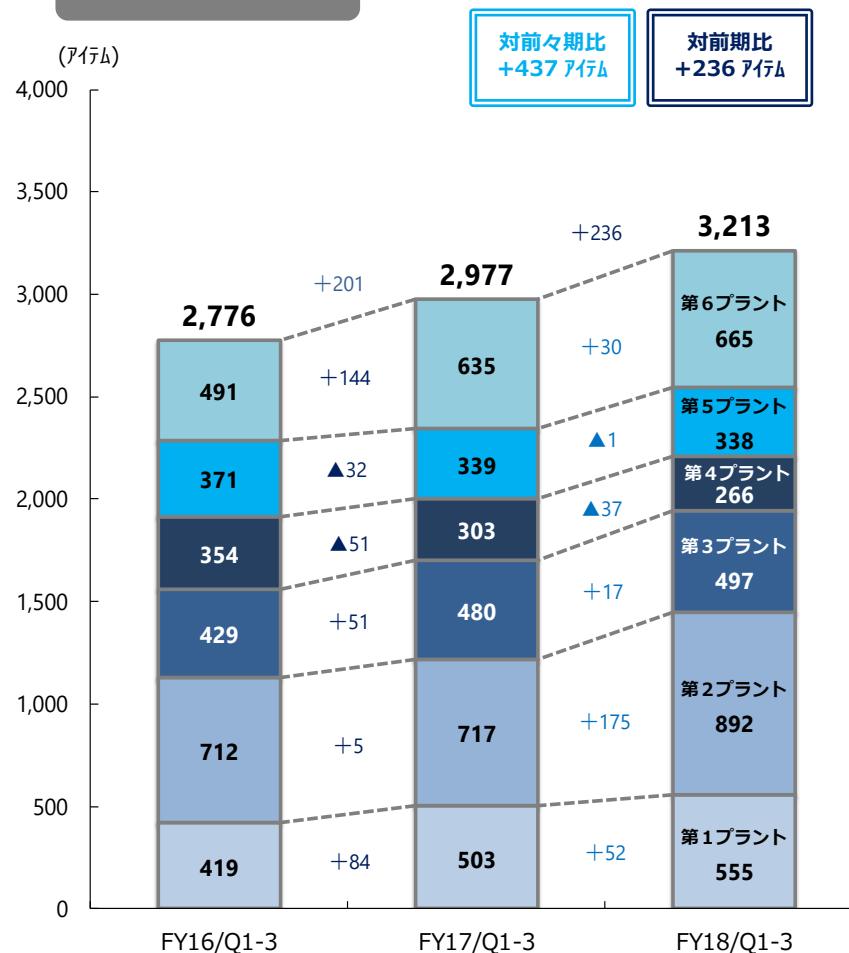
主要顧客基幹商品の受注伸長や新規企画共同開発商品数の増加により、ハルナプロデュース総販売数量は前期比10%増となる。

前期伸長率



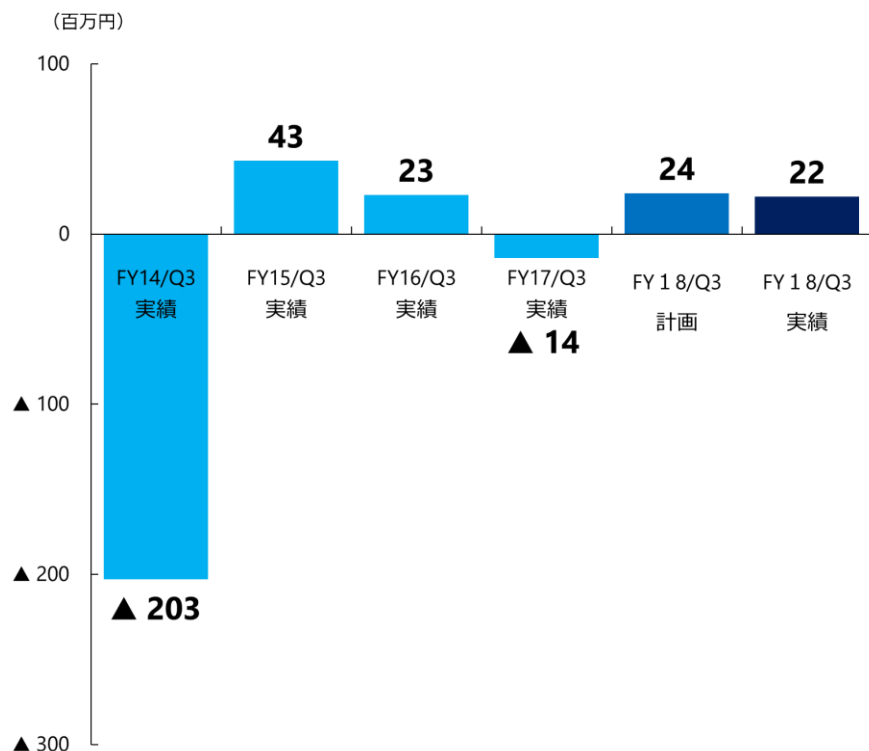
※ 清涼飲料市場の数値は飲料総研「飲料ビジネス」の出荷量データ

商品数累計

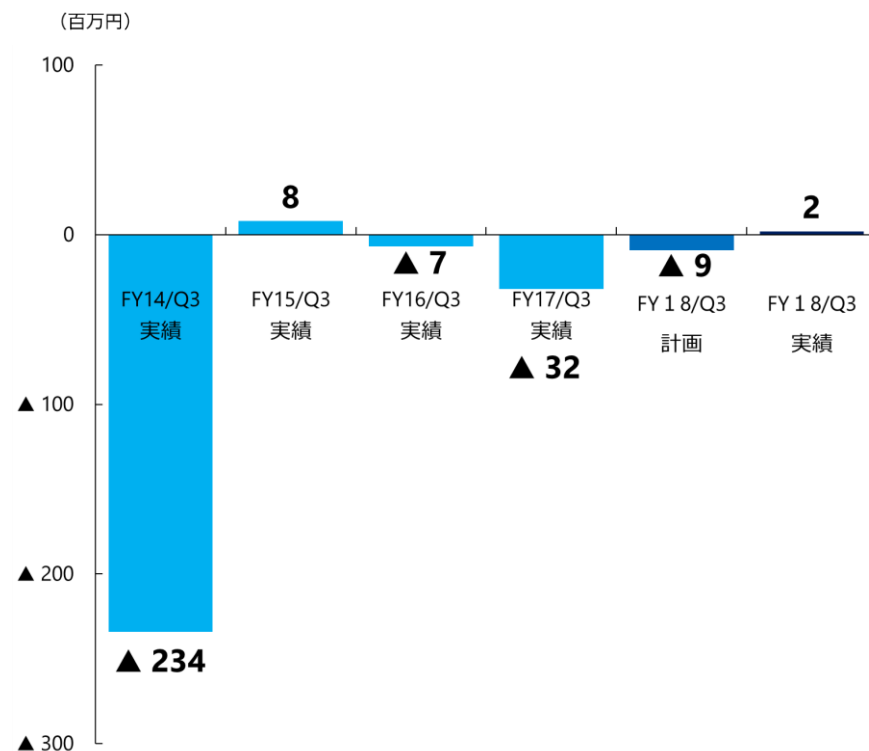


第3四半期（10月～12月）3ヶ月で営業利益、経常利益ともに黒字化を達成

連結営業利益推移 第3四半期（3カ月）



連結経常利益推移 第3四半期（3カ月）



上半期は「大阪府北部地震」、平成最悪の水害と言われた西日本を中心とした「平成30年7月豪雨」、「記録的猛暑」等多くの自然災害が発生し、甚大な被害をもたらしました。

このような状況下、災害等による供給を最優先し取り組みを行ってまいりましたが、想定を超える出荷と物流網の混乱もあり業績的には**前年並み**となりましたが、第3四半期は夏場の影響と受託アイテム数の拡充やHARUNAブランドの拡充等、販売数量も大きく伸長し、第3四半期（10～12月）3ヶ月で営業利益が前期比**+36百万円増加**し、**営業利益、経常利益ともに黒字化**を達成することができました。

【主な増加要因】

・受託アイテム数の拡充

第3四半期累計実績**3,586**アイテム【前期実績アイテム**3,204** **+382**増加 前々期**+406**増加】

・ニーズに対応した付加価値商品の拡充

小型商品のケース当たりの粗利益が上昇【前期比**+11円**上昇 全体でも**+3円**上昇】

・HARUNAブランド商品粗利益額の増加

CHABAAウォーターメロンやPET飲料商品の販売も好調に推移し粗利益が上昇

【前期比**+50百万円**増加】

【主な減少要因】

・原料・資材・エネルギー価格の上昇

原料やボトル・カートンをはじめとする資材包材価格の上昇【前期比**+20百万円**増加】

都市ガス・LNG・灯油価格の上昇【前期比**+85百万円**増加】

・物流費の上昇

災害対応等による物流コストの上昇【前期比**+39百万円**増加】