

ロシアのウクライナ侵攻や円安などに伴う生産コストの高騰は、経営に大きな影響を与えましたが、昨年上半期は過去最大の売り上げを達成できました。企業努力でコストを抑えるのはもちろん、「One To Oneマーケティング」を掲げ、お客さま個人のニーズに応えることで、商品の価格以上の付加価値を提供したことが結果に結び付いたと自負しています。

プライベートブランド(PB)の売り上げは堅調で、2022年度上半期は

コロナ禍前の19年度比で16%増となった

お麻生氏 青木

社長・CEO

ハルナビグループ



ています。消費環境のトレンドを柔軟に捉えながら、商品のデザインやコンセプトをブラッシュアップ。健康志向の原料や環境に配慮したりリサイクルペ

けでなく海外にも「Harunaブランド」を定着させようとマーケティングを行っています。ユズやウメなど日本風のフレーバーを楽しめる炭酸水を

外の需要を満たし、食文化の懸け橋として役割を果たしたい考えです。今後もPBの強みや海外拠点の活用を通じ、パートナー企業と共に成長し

食文化の懸け橋を担う

ットボトルを使った飲料など差別化した商品を展開する「プロダクトイノベーション」に取り組んでいます。

主力に、昨年は日本の茶葉を使った「一言茶」シリーズの販売を香港で開始しました。新規商品を追加で導入しながら、販売チャンネルも拡大中です。国内

ていきたいと考えています。お客さまに安心して手に取ってもらえる商品作りを目指し、引き続き徹底した品質管理にまい進してまいります。

当社はタイにも拠点を置き、国内だ

ら、販売チャンネルも拡大中です。国内

理にまい進してまいります。