

挑む

モノづくり ヒトづくり



ハルナビバレッジ社長
青木 麻生氏

ハルナビバレッジ(群馬県高崎市)は、清涼飲料水のサプライチェーン(供給網)のデジタル変革(DX)を推し進めている。領域は「スマートファクトリー」「デジタルマーケティング」「働き方改革」。人とデジタルの融合による新たな価値の創造を目指す青木麻生社長に、戦略や展望を聞いた。

―(群馬支局長・藤卒裕謙)「HdX(ハルナビデジタル)」業務の効率化に役立つ

タル・トランスフォーメーション)1・0」の運用をスタートしました。

「サプライチェーンの情報を全従業員が共有できるデータ連携プラットフォーム(基盤)を構築した。混在していた各部門の情報を一元化しており、閲覧権限に応じてアクセスできる。清涼飲料水は天候の影響が大きく、需要変動が激しい。現場のPDCA(計画・実行・評価・改善)サイクルのスピードを上げるに導入効果を上げるには、従業員の意識改革が求められますね。

学び直してDXの効果上げる

と実感しつつあるようだ」

―2026年2月の創業30周年に向け、23年度からHdX2・0、HdX3・0へと移行する計画です。

「2・0では競合他社や市場の動向といった外部情報も取り込み、社内外のデータを分析して営業・マーケティング・商品開発などに活用できるようにする。人の気づきや思考をサポートし、新規事業の創造につながる。このためのリスクリング(学び直し)も始める。3・0では全国30社余りのパートナー工場と連携し、適時生産や物流の最適化に取り組む。また業務内容を分析し、プロセスの見直しや勤務・給与などの制度設計に生かす」

―人事データに基づいた人材育成計画にも活用できますね。

「従業員の一人ひとりをプロフェッショナルに育てたい。この多様なプロを束ねてマネジメントする人材も育成する。こうした人材が能力を発揮し、やりがいを持って働ける環境を整える。グループ全体で、顧客に新たな価値を提供したい。HdXはこのためのものであり、中心には人材がいる」