



コロナ禍の消費者意識への対応やダイバーシティ認定取得など積極的な取り組みを実施 カンロ 2021 年度下期の重点施策を発表

～新たなデジタル施策である複合型オウンドメディア「Kanro POCKeT」を本日よりオープン～

カンロ飴やピュレグミなどでおなじみのカンロ株式会社(本社：東京都新宿区、代表取締役社長 三須 和泰、以下 カンロ)は、2021 年度上期の実施施策と下期の重点施策についての発表を行いました。

カンロでは 2021 年、昨年から継続している成長戦略として「ブランド基軸経営の深耕」、さらに経営基盤の強化として「サステナブル経営の深耕」、また今年から新たに「デジタルマーケティングの推進」を掲げています。

この度、下期の重点施策として、2021 年 8 月 5 日よりオープンするデジタルプラットフォーム「Kanro POCKeT (カンロポケット)」をはじめ、デジタルを接点にしたコロナ禍での新たな取り組みを進めてまいります。

■ 2021 年度上期に行った実施施策 ■

1.ブランド基軸経営の深耕（成長戦略）

コロナ禍により消費者意識が変化する中、カンロでは下記 3 つのポイントごとに施策を行いました。

(1) 消費者意識の変化への対応

①健康意識の高まり

コロナ禍でのさらなる健康意識への高まりに対し、奈良県立医科大学との共同開発を行った「柿渋ケアキャンディ」を発売しました。3 月に直営店のヒトツブカンロで先行発売し、7 月には一般流通でも袋タイプを発売しています。昨今の先行き不透明な状況や健康意識の高まりの中で、少しでも当社のキャンディで不安の軽減に貢献できればと思っています。



②摂取カロリーへの関心

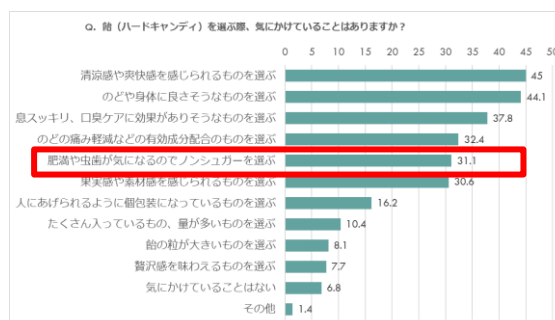
コロナ禍を受けた摂取カロリーへの関心の高まりに対しては「ノンシュガー商品」をブランドとして育成する体制を整えました。当社が 1992 年より販売しているこのシリーズは砂糖不使用でカロリー控えめ※なのはもちろんですが、人工甘味料を使用せず、さらに味わいへの評価が非常に高いのが最大の特徴です。2021 年 1 月より「ノンシュガーブランド室」を新設し、同シリーズブランドの育成を行っています。



6 月にカンロが行った調査では、飴（ハードキャンディ）を選ぶ際、ノンシュガーを意識的に選ぶ人は 31.1%という結果が出ており、マスク着用が日常化するなど口腔内が気になる状況が続いている中で、飴、特にノンシュガータイプの飴の需要がより高まると想定しています。

※一般的なキャンディ：1 粒(4.3g) 16.86kcal (文部科学省 日本食品標準成分表 2015 年版 キャンデー類 ドロップ)

カンロノンシュガー珈琲茶館 エスプレッソ味：1 粒(4.3g) 12.0kcal



※カンロ実施「コロナ禍でのマスク生活と口臭」についての調査

期間：2021 年 6 月 25～28 日

n=500 一都三県在住の 20～69 歳の男女

③家庭内消費・コミュニケーション

おうちで過ごす時間が多くなる中、昨年よりご好評をいただいているカンロ飴を使用したレシピサイト「カンロ飴食堂」は変わらず話題性を維持しています。2021年は書籍化が実現し、お菓子である飴を料理に使うというキャンディの新しい楽しみ方を引き続きご提案しています。

さらに飴、グミに続き「マシュマロ」という新たな領域に進出した商品「マロッシュ」を発売しました。不思議な食感からZ世代を中心に「ハマる」という声を多くいただいたマロッシュはSNSを中心としたデジタルコミュニケーションにより話題となり、2021年6月は販売計画比225%を達成しました。



2. サステナブル経営の深耕(経営基盤の強化)

(1) キャンディエール

新型コロナの影響を受けている皆様を、様々な方向から支援しキャンディを通してエールを送る「キャンディエール」プロジェクトでは、お客様、社会、社員それぞれに対して、さまざまな取り組みを進めました。



①お客様・社会へのエール

カンロの全8商品ブランドからのエールを実施。カンロオウンドメディア「Sweeten the Future」にて各ブランドからのエールを紹介しています。

【オウンドメディア Sweeten the Future】
<https://www.kanro.co.jp/sweeten/>



②社員へのエール

健康経営の元、安全・安心な環境で業務に従事できるよう、フィジカル面／メンタル面の双方から社員をサポートしています。感染拡大防止の観点から、電子承認システムの導入、ディスプレイ・プリンター貸与、コロナワクチン接種時には特休を付与するなどの取り組みを行ない、在宅勤務の推奨をしています。在宅勤務が増える中、メンタル面のサポートを拡充し、在宅環境においてもヒトとヒトの繋がりを確認できる環境を整備しています。

また、仕事と治療の両立支援と健康経営の観点から、近年注目度が上がっている3大疾病保障保険に加入し、万が一3大疾病を患った場合でも治療しながらの就労を可能にしています。



(2) 人権ダイバーシティの推進

多様性を認め、全社員が働きやすい、働きがいのある企業を目指し、2021年は複数の認定を取得しました。

【取得認定】

◆経済産業省「令和2年度 新・ダイバーシティ経営企業100選」に選定 (2021年3月)

カンロでは、長期ビジョン達成に向けて掲げるサステナブル経営の中でも、ダイバーシティを重要な位置づけと考へて取り組んでいます。幼い子供をもつ社員を集めた「パパママ café」の実施や、育児休暇明けの女性社員がリーダーとなるプロジェクトの立ち上げ、LGBT の社内研修の実施、障がいのある方やシニア人材の活躍を可能にした屋内ハーブ農園「カンロファーム」といったダイバーシティ推進への取り組みが評価され、「令和 2 年度 新・ダイバーシティ経営企業 100 選」に選定されました。



◆厚生労働大臣から「くるみん」認定取得（2021 年 5 月）

「くるみん」認定は、次世代育成支援対策推進法に基づき、従業員の仕事と子育ての両立のための行動計画を策定・実施するなど、一定の要件を満たした企業を子育てサポート企業として認定する制度です。カンロでは、育児休業、有休休暇の取得推進の他、社員の子どもが保護者の働く姿を見ることができる「子ども参観日」も評価いただきました。



◆厚生労働大臣から「えるぼし(三つ星)」認定取得（2021 年 5 月）

「えるぼし」認定は、女性の職業生活における活躍の推進に関する法律に基づき、一定基準を満たし、女性の活躍促進に関する状況などが優良な企業を認定する制度です。カンロでは、各種セミナーの実施や、家庭と仕事の両立支援、男女を問わない育児休業取得促進などが評価され、最高位である 3 つ星のえるぼし認定を取得しました。



■ 2021 度下期の新たな重点施策 ■

カンロでは、2021 年上期は新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、生活様式が大きく変わっていく中、商品開発やブランド戦略に注力したことで、人々のニーズや利用シーンに合致した商品を展開しておりました。2021 年下期は経営方針のひとつである「デジタルマーケティングの推進」の一環として、新たにデジタルプラットフォーム「Kanro POCKeT（カンロポケット）」を 8 月 5 日にオープンいたしました。

Kanro POCKeT

Kanro POCKeT URL <https://kanro.jp>

◆ヒトツブカンロ オンラインショップのご好評を受け、デジタルマーケティングへ着手

カンロでは、ご自宅にいながらも、「ヒトツブカンロ」の商品を楽しんでいただきたい、そして、大変な状況の中でも皆様の生活に少しでも潤いを与えられたらという想いから、コロナ禍の 2020 年 5 月 14 日～7 月 31 日まで、直営店「ヒトツブカンロ」のオンラインショップを期間限定で開設しておりましたが、僅か 1 週間で目標販売数量に達するご注文をいただくなど大変ご好評をいただきました。

そこで EC と SNS などのデジタル要素が合わさることで可能性が拡大することを認識し、デジタルマーケティングへの本格的な着手を行いました。

デジタルマーケティングへの最初の一步として、デジタルを接点にダイレクトに得られたお客様の声を活かし、特別な体験価値を創造・提供するコンテンツとして「Kanro POCKET」を開設し、デジタルだからこそ成しうるお客様とのコミュニケーションを実現してまいります。

◆複合型オウンドメディア「Kanro POCKET」

「Kanro POCKET」は、オンラインショップ機能を拡充し、商品に関する情報を集約したインタラクティブな複合型オウンドメディアです。商品詳細情報、ブランドサイトとEC機能が一体化しており、今後はカンロ商品についての認知から購入まで特別な体験ができる場所を提供していきます。またお客様が知りたい情報をすぐ知ることができるようお客様サポートページを強化。FAQの充実、24時間対応のチャットボットなどを整備し、双方向のコミュニケーションが可能となりました。さらにEC専用商品や、既存ブランドのEC展開なども予定しており、ここでしか購入できない商品や体験をお届けしてまいります。



もっとワクワクするカンロ、はじまる。

日々の生活のなかに、もっとSweetな時間をつくりたい。糖の可能性を追求した、今までにない製品に挑戦したい。ファンの皆さまと一緒に、新しいおいしさをつくりたい。そんな思いから、「カンロポケット」は生まれました。

おいしさや夢がギュッと詰まったあなただけのポケットのように、ここにしかない特別な製品や、楽しい体験が盛りだくさん。とびきりおいしいワクワクに出会える。あなたとカンロがもっとつながる。

甘いものがいつだって、あなたを幸福な気持ちにできるように。さあ、「カンロポケット」と、おいしく、楽しく、すこやかな毎日へ。

Kanro POCKET

<カンロ展開ブランド>



【会社概要】

社名 : カンロ株式会社
 代表 : 代表取締役社長 三須和泰
 所在地 : 東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号 東京オペラシティビル 37 階
 創業 : 1912 年(大正元年)11 月 10 日
 事業内容 : 菓子、食品の製造および販売
 URL : <https://www.kanro.co.jp/>

当社は創業から百余年、「糖と歩む企業」として、社名になっている「カンロ飴」を始め、ミルクフレーバーキャンディ市場売上 No.1 ブランド※「金のミルク」、菓子食品業界で初ののど飴となる「健康のど飴」、大人の女性に向けたグミ市場を創り上げた「ピュレグミ」など、常に消費者の皆様から愛され続ける商品を創り続けてまいりました。2012 年からは直営店「ヒトツブカンロ」を運営し、「ヒトからヒトへ つながる ヒトツブ」をコンセプトにキャンディの魅力を発信しています。

※株式会社インテージ S R I ミルクフレーバーキャンディ市場

2019 年 10 月～2020 年 9 月累計販売金額ブランドランキング