

人と社会の持続可能な未来に貢献するパーパストリブン企業へ
カンロ 中期経営計画 2024 発表会でパーパスを発表
「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」
～海外専用商品の開発や ESG 経営への本格着手など 4 つの事業のさらなる展開を発表～

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、2月10日、2022年度より新たに掲げる企業パーパスと2022年～2024年における中期経営計画2024についての発表を行いました。



■ パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」■

2021年、カンロでは、企業の価値創造、ESG経営、事業業域の拡大を重点戦略とした2030年の企業ビジョン「KanroVision2030」を掲げ、「Sweeten the Future」をテーマにコロナ禍での新しい生活様式に合うカスタマーコミュニケーションのひとつとして複合型オウンドメディア「Kanro POCKeT」の展開、さらにキャンディという枠を超えて新たな市場と製品の創造を目指すサステナブルな取り組みであるフューチャーデザイン事業についても積極的に推し進めてまいりました。

2022年度、カンロでは「KanroVision2030」を元に、変化が激しく、先行きが不透明・不確実な時代の中、カンロがこれまで歩んできた道程を確認の上、自分たちの未来への想いを言語化し、企業パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」を定めました。糖から未来をつくり、糖の力を引き出す事に挑み続けてきたカンロが企業活動の中で培った技術をさらに進化させることで、「心がひとつぶ大きくなる」瞬間を積み重ねて人と社会の持続可能な未来に貢献してまいります。

私たちカンロのパーパスは、
“Sweeten the Future”
心がひとつぶ、大きくなる。



私たちがつくる「ひとつぶ」は、口の中で溶けて消えてしまうもの。
けれどそれを口に入れている間、人はホッとしたり、キュンとしたり、
誰かを許せたり、ときには鼻歌が生まれたり。
心が少し大きくなっている。

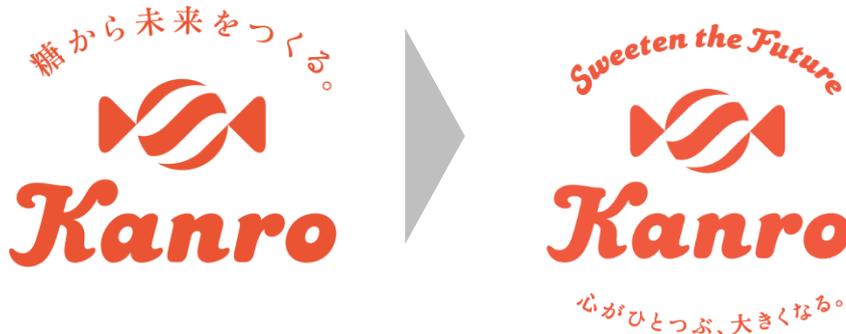
糖の力を引き出す事に挑み続けてきた私たちは、
その中で培った技術をさらに進化させることで、
「心がひとつぶ大きくなる」瞬間を積み重ねて
人と社会の持続可能な未来に貢献します。

■ 企業理念体系、コーポレートロゴマークも変更 ■

パーパス策定を機に、企業理念体系も見直しました。パーパスを起点に経営戦略やブランディングを実行し、パーパスドリブン企業に転換いたします。



企業ロゴも従来のコーポレートメッセージを記したデザインから、新たに策定したパーパスを記したデザインに変更いたします。



■ 中期経営計画 2024 ■

カンロは、企業パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」を起点に「Kanro Vision 2030」の実現に向けて、2022年からNew Chapter（新章）をスタートさせます。ファーストステップとなる2022年度12月期から2024年12月期までの3ヶ年を対象とする「中期経営計画2024」は、ビジョン実現に向けて新たな事業を起こしてまいります。



[中期経営計画 2024／重点戦略及び主要施策]

①価値創造

- ・イノベーション促進に向けた投資強化
- ・サステナブルを目指し「素材」「機能性」の追求強化
- ・デジタルを接点に生活者の声に傾聴
- ・グローバル視点による研究開発の強化

②ESG 経営

- ・SDGs 目標達成に向けた内部体制強化
- ・ダイバーシティ&インクルージョンの推進
- ・ガバナンス強化

③事業領域の拡大

- ・創造した価値を新しいエリア・新しいチャネルに展開しながら、生活者との接点を広げる基盤を構築
- ・2nd ステップでの成長投資に向け原価低減へ継続的な取り組み

[中期経営計画 2024／各事業部重点方針]

《コア事業本部》

永年向き合ってきたキャンディで生活者にエールを送る。ブランドごとに設定するパーパスを起点に、飴の Z 世代との新たな共創を実現し、商品・販売・プロモーションのマーケティングミックスによりグミ市場の成長を捉える

<2022 年具体施策>

●プラントベース商品開発への本格着手

ヴィーガンなどの食のバリアフリー実現に向けた安全な商品の提供を目指し、カンロはプラントベース商品開発へ本格着手いたします。

2022 年 3 月には開発期間 3 年を要した「植物ミルクのやさしいキャンディ、やさミル」を発売予定です。

こだわり製法で作られた豆乳原料を使用し、植物だからこそこのやさしい、なのに満足感のある濃い味わいを実現しました。



2022 年 3 月 発売

「植物ミルクのやさしいキャンディ、やさミル」
(コンパクトサイズパッケージ)

●飴の次世代を担う Z 世代に向けた価値提供

主に Z 世代に向けた新たな市場・顧客を創出していくことを目的として、複数の協業を通してイノベーション機能をプラスした変革商品の開発を行っていきます。2022 年 2 月 15 日から発売となる、感情がとけだすキャンディ「EMOTIONAL CANDY」を皮切りに、Z 世代のニーズをつかむ商品展開を予定しております。



《デジタルコマース事業本部》

●**ヒトツブカンロを足掛かりに事業の基盤を築き、健康と笑顔に満ちた未来を目指した EC 専用商品・サービスを世界を視野に提供することで事業を拡大する。**

デジタルコマース事業における販売戦略は、ヒトツブカンロ、Kanro POCKeT、OMO、越境 EC の 4 軸で構成していきます。

《グローバル事業本部》

●**グローバル化を推進し、カンロクオリティで世界の人々の笑顔あふれる豊かで健やかな生活に貢献する。**

中期経営計画 2024 では、海外現地生産も視野に入れたグローバルな生産拠点網の検討と中華圏での取引の深耕をはかることで、新規市場の開拓、取り組みの強化を行っていきます。

また、それに伴いグローバル対応への体制整備や人材拡充にも取り組んでいくことで、2028 年～2030 年にはグローバル売上高比率 25%を目指します。

《フューチャーデザイン事業本部》

●**「未来の市場・生活者」に向けて、地球にやさしい、「心がひとつぶ、大きくなる」商品・サービスをデザイン、創出する。**

中期経営計画 2024 では、サーキュラーエコノミーの取り組みへ着手するほか、「口」にまつわるプロダクトであるキャンディストローによるモノ発売・コト発信、さらに開発した商品のヒトツブカンロエコラインでの商品発売を行っていきます。

今後の事業推進によって 2030 年までにはフューチャーデザイン事業の売上高比率 5%以上を目指すとともに、「サステナビリティ」&「well-being」を実感できる健やかな生活をサポートしていきます。

<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 : コーポレートサイト <https://www.kanro.co.jp/>
KanroPOCKeT <https://kanro.jp/>

※KanroPOCKeTとは

オンラインショップ機能だけでなく、カンロの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。このサイトを通じてお客様と直接つながり、商品や新たな取り組みを通じて、特別な体験価値の提供を目指していきます。



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

2020年7月～2021年6月累計販売金額ブランドランキング