

## 改革路線を継続し、不透明な事業環境に負けない企業体質を確立

# カンロ 2022 年決算・2023 年事業発表会を実施

Z 世代と新時代のキャンディを共創、さらに世界最大のキャンディ市場・米国への挑戦も発表  
人気商品「ピュレグミ」と「マロッシュ」の“初コラボ”商品も

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 村田 哲也、以下カンロ）は、2月7日に2022年決算・2023年事業発表会を実施し、中期経営計画2024の進捗と、2023年度の経営方針を発表しました。

### ■ 企業パーパスの体現となる新規事業とコア事業の4輪駆動体制へ

キャンディメーカーとしてトップシェアを誇るカンロは、昨今のグミブームの後押しもあり、直営店ヒットツブカンロの「グミツツェル」や、グミ製法を応用したマシュマロの「マロッシュ」など、話題となる様々な商品を展開してきました。近年は新たなターゲットであり、“アメ離れ”が懸念されるZ世代への取り組みも本格始動しており、グミだけでなくキャンディにおいても多くの商品を生み出し、新規層にも好評をいただいております。

当社では、2021年に発表した「KanroVision2030」の実現に向けて、今年は今更なる経営方針を掲げた事業展開を行うことで、改革路線は継続しながらも、先行き不透明な事業環境に負けない企業体質の確立と持続的成長の実現を目指してまいります。



### 【中期経営計画 2024（2022-2024） 4 事業本部重点方針】



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。



ヒッ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。



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。



「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。

## 「コア事業」

### ● 中期的なユーザー拡大を目的に Z 世代との取り組みで新しい時代のキャンディの創造に着手

昨年から本格始動している Z 世代への取り組みのひとつとして、2022 年 8 月から「Z 世代の原体験共創プロジェクト」を発足しました。「Z 世代 原体験共創プロジェクト」では、キャンディのコアバリューを見つめ、新しい時代のキャンディの創造に着手しており、現役女子高生と共同開発した商品を 2023 年 5 月に発売を予定しております。

また、Z 世代に人気のある既存ブランドの活用として、昨年 20 周年を迎え成長を続けるヒット商品「ピュレグミ」と、Z 世代を中心に「グミなのか、マシュマロなのか」と SNS でも大きな話題を生んでいる大ヒットルーキー「マロッシュ」のコラボレーション商品「ピュレグミ×マロッシュレモン」を開発しました。

昨今グミが大きなトレンドとなる中、キャンディを代表する「ピュレグミ」と「マロッシュ」という 2 大商品の夢のコラボレーションを実現し、当社商品を魅力的に感じていただけるワクワクの最大化を目指します。



## 「グローバル事業」

### ● 中国市場の深耕、さらに世界最大のキャンディ市場である米国での展開も

グローバル事業では、輸出入業の基盤確立として、中国市場の深耕に加え、新市場・新チャネル開拓により事業規模の拡大を目指します。

中国市場に合わせた新商品ブランド「0 糖 1 刻（りんたんいーくう）」は日本で実績の高い商品をベースにしつつ、中国のオリジナルレシピで、現地にておいしいと感じていただける、味わい珈琲糖と枇杷味糖の 2 品の展開です。

「0 糖 1 刻」は、今年 3 月から本発売を開始、秋にはラインナップ拡充も予定しており中国での公式 SNS の立ち上げなど発売に向けた取り組みを行ってまいります。



また、新市場の開拓については、今年是世界最大※のキャンディ市場である米国市場に挑戦いたします。大きなチャレンジとなりますが、パートナーの選定を進め、既存商品ブランド（ピュレグミ、金のミルク、健康のど飴梅など）の展開からスタートします。

※ユーロモニターより

## 「デジタルコマース事業」

### ● キャンディを中心としたライフスタイルの提案

デジタルコマース事業本部では、EC サイト「Kanro POCKeT」を「Sweeten the Future 心がひとつぶ、大きくなる。」瞬間をつくるプラットフォームにしていくために、「心がひとつぶ、大きくなる。」ライフスタイルの提案を行ってまいります。

具体的な展開として、「心がひとつぶ、大きくなる。」ライフスタイルと一緒に作る複数ブランドとの協業や「心がひとつぶ、大きくなる。」ライフスタイルを体験できるリアルなポップアップストア出店を予定しています。

また、昨年 11 月に創業 110 周年を迎えた当社では、これまで当社を支えてくださった生活者の皆さまへ、商品を通じて感謝の気持ちを伝えたいという想いから、これまで寄せられた声をヒントに「日々の生活にひと味の彩り」を与えるキャンディ「Sweeten Style」を発売します。

「Sweeten Style」のパッケージは、110 周年を記念し、デザイナーのセキユリヲさんにデザインしていただきました。思わず部屋に飾りたくなるようなやさしい色合いのおしゃれなパッケージになっており、ライフスタイルに取り入れていただくことで「日々の生活にひと味の彩り」を与える商品になっています。



## Sweeten style

日々の生活に「ひと味」の彩りを



さらに、デジタルコマース展開のもう1つの取り組みとしてZ世代のインターンシップ制度の導入も予定しております。具体的にはヒトツブカンロ事業部において2023年から学校法人自由学園高等科の生徒の受け入れを開始します。高校生インターンを実際の現場に迎え入れ、高校生はもちろん幅広い社員の成長を目的とした取り組みを行なっていきます。

## 「フューチャーデザイン事業」

### ●未来の市場・生活者向け「心がひとつぶ、大きくなる。」生活を創出

当社ではこれまでフューチャーデザイン事業の取り組みとして、サステナビリティ・Well-being・原料領域・共創の4軸で異業種他社との協業を行ってきました。

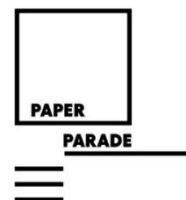
2023年はサステナビリティ軸でのさらなる取り組みとして未利用包材の活用に取り組んでいきます。未利用包材の活用では、デザイン会社、株式会社ペーパーパレード様と協業し、未利用包材をアップサイクルした雑貨の開発を行います。

これまで商品試作で使用した包材や終売商品の包材など年間約110トン(2021年実績)の資材が廃棄されていましたが、まずはこれをアップサイクルしたカードホルダーや名刺入れなどを社内で活用するところからスタートし、商品化の実現に向けて取り組んでまいります。



## 【株式会社ペーパーパレード】

デジタルとフィジカルの境界を横断しながら紙や印刷の新しい価値を生み出すことをテーマにし、産業構造の変化にとまどない、未来に引き継ぐことが難しくなっている技術をすくいあげ、新しい可能性を見出し、提案するデザインファーム。



## <カンロ展開ブランド>



## ■「カンロ」会社概要

社名：カンロ株式会社

代表：代表取締役社長 村田哲也

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/>

当社は創業から 110 年、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

2021 年 4 月～2022 年 3 月累計販売金額ブランドランキング

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



カンロはこの世界にもっと  
「心がひとつぶ、大きくなる。」瞬間を  
つくっていきます。

カンロは、2022 年、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。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たものです。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。