

## 長期ビジョン「KanroVision2030」達成に向けて顧客起点を強化

# カンロ 2023 年中間決算説明会を実施

ヒトツブカンロ常設店が原宿に新オープン！

ピュレグミの廃棄包材で出来たバッグをはじめアップサイクルから生まれる雑貨の詳細も発表

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 村田 哲也、以下 カンロ）は、7月27日に2023年中間決算説明会を実施し、2023年中間決算報告と長期ビジョン「KanroVision2030」達成に向け顧客起点の施策を強化することを発表しました。

### ■長期ビジョン「KanroVision2030」達成に向けて顧客起点を強化

業界トップシェアを誇る老舗キャンディメーカーであるカンロは、昨今のグミブームのなかで話題になった直営店ヒトツブカンロの「グミツェル」や、グミ製法を応用したマシュマロの「マロッシュ」など、様々な商品を展開しています。また昨年から“飴離れ”の傾向にあるZ世代に飴の魅力を伝えるプロジェクトを進行し、高校生と共同開発を行なった商品「透明なハートで生きたい」を今年5月に発売、発売当初よりメディアやSNSで話題となりました。近年はZ世代をはじめ新たなターゲットへの発信も積極的に行い、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。



カンロでは、2021年に発表した「KanroVision2030」の達成に向けて、パーパスドリブン経営のもと、今後更なる顧客起点の強化を図ってまいります。顧客を広げる「拡張」と、顧客との関係を深めてLTV<sup>※</sup>を向上し競争力を高める「深化」の2方向で、顧客起点の強化を各事業部の取り組みにより目指してまいります。

※Life Time Value（顧客生涯価値）：一人の顧客が、特定の企業やブランドと取引を始めてから終わりまでの期間（顧客ライフサイクル）内にどれだけの利益をもたらすのかを算出したもの。

## ◇顧客起点施策 直近トピックス

### 【拡張】～顧客を広げる～

#### ●中国 SNS 開設。広報活動をスタートし中国市場の深耕を開始

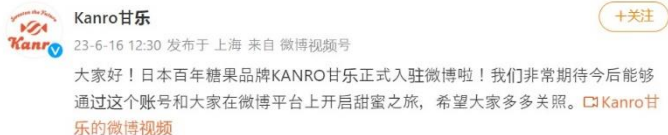
グローバル事業では、中国 Amos 社との連携により、輸出入業の基盤を確立いたします。

今年3月から中国市場に合わせた新商品ブランドとして「0糖1刻（りんたんいーくう）」を展開。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品の展開しております。今年3月から本発売を開始しており、秋にはラインナップ拡充も予定していることから、中国における情報発信の強化を図ってまいります。



▲「0糖1刻（りんたんいーくう）」

中国における情報発信として、中国で人気のSNS、Weibo（ウェイボー）や紅小書（レッド）の公式アカウントの立ち上げと運用、中国国内での広報活動をスタートさせました。



日本国内においては、Amos 社の 4D グミブランドの販売を強化します。  
4D グミ独特の成形技術を元に、カンロが企画したオリジナル企画商品を販売し、インバウンドの獲得も視野に入れております。



## ●2024 年春、ヒトツブカンロ常設店オープン

2024 年春、直営店の「ヒトツブカンロ」の常設店を新たにオープンします。ヒトツブカンロ新店舗は、2024 年春に開業予定である「東急プラザ原宿「ハラカド」」1 階への出店を予定しております。

「ヒトツブカンロ 原宿ハラカド店」は、「FUN & CHOICE」をコンセプトとし、人気商品の「グミツェル」や飴商品など普段箱入りで販売されている商品を 1 個から購入が可能となり、お好きな商品をボックスや袋に詰めることで自分だけのギフトをカスタマイズする楽しさも提供します。

新店舗はトレンド発信地である原宿エリアに「ヒトツブカンロ」を出店することで、新しいチャレンジや情報発信をすることによる企業価値向上と利益創出を目的としており、KanroPOCKeT と連動したオンラインをオフラインと融合する OMO（Online Merges with Offline）施策や、インバウンド取り込みによるグローバルへのブランディング強化も進めてまいります。



### ※東急プラザ原宿「ハラカド」

東急不動産が中心となって開発している物件で、来年春開業、クリエイターが集まる、新しい文化を創造・発信していくことをめざした商業施設。原宿神宮前交差点に、2024 年春に開業予定。

ヒトツブカンロは 1F に出店。

## ●廃棄包材を活用したアップサイクル雑貨の発売開始

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・ウェルビーイングの 2 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廃棄包材の活用に取り組んでおり、デザイン会社である株式会社ペーパーパレード様と共創し、廃棄包材をアップサイクルした雑貨の開発を行っています。

製造工程上どうしても出てしまう、廃棄包材は 2022 年実績で年間約 73 トンに及びます。この廃棄包材を活用し、アップサイクルした雑貨としてバック、サコッシュ、ペンケースを開発しました。

各種アップサイクル雑貨は 8 月 28 日よりスタートするクラウドファンディングにプロジェクト参加予定です。



クラウドファンディング「CAMPFIRE」内カンロページ

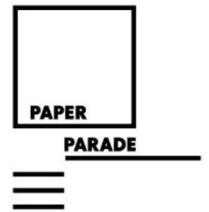
[https://campfire.jp/projects/690215/preview?token=13cq1tls&utm\\_campaign=cp\\_po\\_share\\_c\\_msg\\_projects\\_preview](https://campfire.jp/projects/690215/preview?token=13cq1tls&utm_campaign=cp_po_share_c_msg_projects_preview)



## 【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独自の世界観を創出するデザインファーム。

「紙や印刷の新しい価値を生み出す」をテーマに、新しい表現の実験やコンセプトを探求する中で、紙、印刷、素材の価値観を変えるようなデザインを追求している。

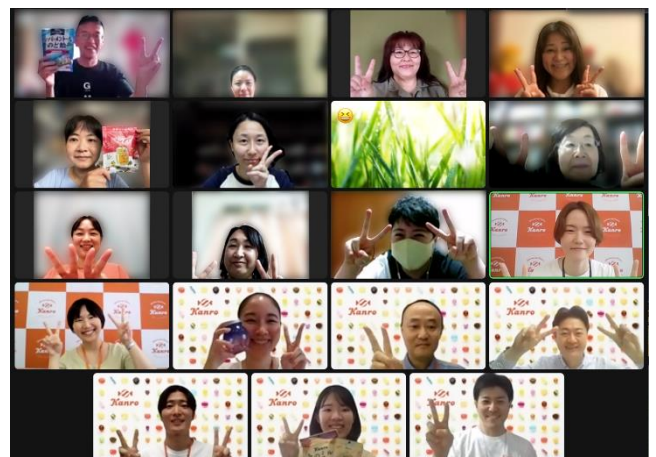


## 【深化】～顧客との関係を深めて LTV を向上し、競争力を高める～

### ●デジタルマーケティング進化

オウンドメディア「KanroPOCKeT」を中心にステークホルダーとのコミュニケーションを設計し、蓄積したデータをマーケティング活動(商品開発・改善、プロモーション) に活用するデジタルマーケティングを行ってまいります。

2023 年 7 月には、デジタルマーケティングの中の「共有」フェーズにあたる施策として、ファンミーティングを初めて実施し、カンロへの期待やファン同士の共感の意見を多数いただきました。今後も「カンロのファン」との相互コミュニケーションの場となるファンミーティングの実施などを通して、更なるファンを生み出し、激化する市場においても選ばれるブランドへと成長してまいります。



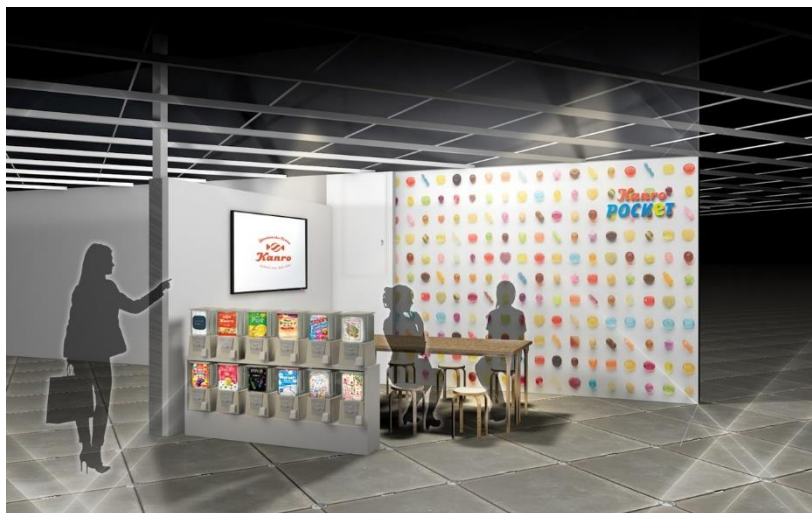
▲2023 年 7 月実施 ファンミーティングの様子

## ● オウンドメディアとリアルとの連動による情報発信の拠点「KanroPOCKeT ラボ」

リアルな「深化」の取り組みとして、オウンドメディアである「KanroPOCKeT」と連動した情報発信プラットフォーム「KanroPOCKeT ラボ」をオープンします。

「KanroPOCKeT ラボ」は、「ヒトツブカンロ ハラカド店」のある東急プラザ原宿「ハラカド」の3階に2024年春オープンを予定しており、「心がひと粒大きくなるライフスタイルを提案する」ためのプラットフォーム KanroPOCKeT のラボラトリーであり、オウンドメディアとの連動によりリアルな情報発信の拠点となります。

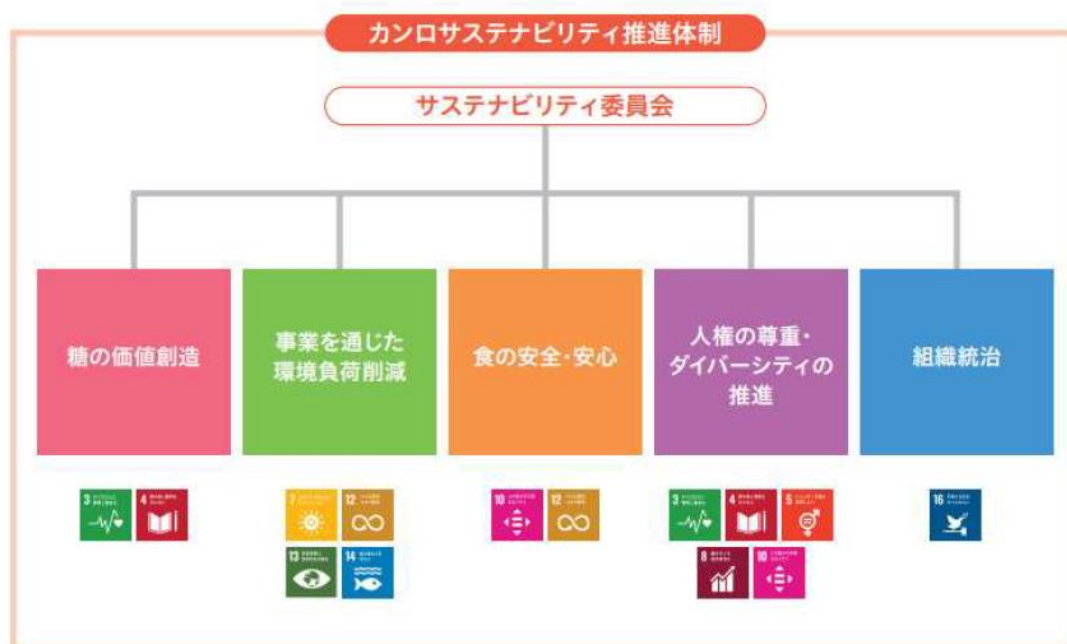
「KanroPOCKeT ラボ」では、開発商品を一般の方にモニターいただけるテストマーケティングや各ブランドの認知向上施策などのライブマーケティングを行ってまいります。顧客との直接の接点を活用し、商品を見て・触って、深く知ってもらう機会にするだけでなく、お客様のリアルな反応を、スピード感のある商品開発に活かす取り組みにまいります。



## 【ESG 経営 : SDGs 目標達成に向けた推進体制の構築】

カンロは、企業パーパス「Sweeten the Future」心がひとつぶ、大きくなる。」の下、事業を通じて社会課題の解決に寄与しながら、企業価値を向上させることで、人と社会の持続的な未来に貢献することを目的に、カンロサステナビリティ推進体制を構築。サステナビリティ委員会のもと5つの活動領域を定めています。

この5つの活動領域において2023年下期では新たなる取り組みを実施してまいります。



## ●糖の価値創造：カンロ冠マッチ（レノファ山口 FC 公式戦、光市ホームタウンデー）実施など



当社は、2020年よりJリーグプロサッカーチームレノファ山口FCのオフィシャルプレミアムパートナーとなっており、スポーツ時の糖の正しい摂取方法を学び、その後サッカー教室でそれを実践する食育プログラムの実施をするなど様々な企画でチームを盛り上げ、地域社会の活性化に取り組んでおります。

この度、更なる活動強化としてレノファ山口FCの冠マッチ開催を決定いたしました。

### 【冠マッチ概要】

実施日：9月3日（日）

開催場所：維新みらいふスタジアム（レノファ山口FCホーム）

内容：

来場者プレゼントや、スタジアム全体を使った楽しく糖の知識が学べる企画、カンロ創業の地である山口県光市のカフェ「発信キッチン」にて生み出されたオリジナル商品「パコーン」をカンロ飴食堂のアレンジで限定販売するなど、スタジアム内外で様々な企画を実施予定です。

他にも、糖の価値創造領域の取り組みとして、教育イベントへの出展や小売業とのイベントなどを通じて、糖についての正しい理解を促しています。

## ●事業を通じた環境負荷削減：グリーンエネルギー活用の推進

当社は、事業を通じた環境負荷削減領域での基本方針として、気候変動に対応するためCO<sub>2</sub>排出量削減を目指しています。また、資源循環型社会実現に貢献すべく、食品廃棄物や使用するエネルギーの削減にも取り組んでいます。

当社が事業の基盤としている「糖」の原料は、テンサイ（砂糖大根）やとうもろこし等の農産物です。また「健康のど飴」に使われるハーブや「金のミルクキャンディ」の原料に用いられる乳製品など、商品づくりには自然の恵みが欠かせません。将来にわたってお客様に商品をお届けするためには、地球環境を守り、育むことが重要であると考えています。

また、商品の製造にあたっては、空調設備や原料の煮詰め・冷却などで多くのエネルギーを必要とします。キャンディを包む資材も欠かせません。効率の良い生産を行い、原料や資材を適切に使用し、廃棄物を極力出さないように努め、地球環境に対する負荷を削減することも、メーカーとしての重要な責務だと考えています。

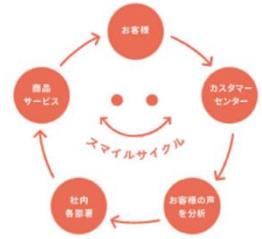
今期においては、KPIに設定しているCO<sub>2</sub>排出量を2030年までに2019年比30%削減（scope1～3にて算出）の達成へ向け、グリーンエネルギーを活用を推進してまいります。2022年9月から松本工場、朝日工場で使用する電力を100%CO<sub>2</sub>フリー電気※に切り替え、2024年10月からは松本工場の新設するグミ棟において太陽光発電を拡充いたします。

※CO<sub>2</sub>フリー電気とは中部電力ミライズが調達した化石電源を主とする電気に、非化石証書の使用により環境価値を付加することで、実質的にCO<sub>2</sub>ゼロエミッションを実現しています。

## ●食の安全・安心：CS 向上委員会を開かれた会議体へ

食品の安全・安心に関わる取り組みは、食品メーカーである当社にとって、商品の安全性確保はお客様の喜びと信頼、安心につながる大切な取り組みです。商品の企画から製造・流通・販売に至るすべてのプロセスで、関連する法令を遵守するとともに、品質第一のものづくりを目指します。

さらに、お客様が正しい知識に基づいて商品を選択するためのサポートとなるよう、商品および食の安全・安心に関する適切な情報の発信やコミュニケーションにも積極的に取り組んでいきたい考え、CS 向上委員会を設置。CS 向上委員会では、スマイルサイクルの方針の下、お客様の声を源泉とし商品改良等を行うことで企業の成長に役立てることを目的としています。



今期においては、CS 向上委員会の会議体を参加者の間口を広げることで、部門を問わずお客様の声が届く体制にいたします。CS 向上委員会は役員主体で開催し、全国の部門長以上が参加可能となります。

## ●人権の尊重・ダイバーシティの推進：社員一人一人の成長と多様な個性の尊重による組織全体の成長

当社では、人権の尊重・ダイバーシティの推進領域において、社員一人ひとりが成長し、仕事への誇りを持てるように多様な個性を尊重して、組織全体の成長を目指しています。2023年3月には社員の健康保持・増進に関する健康経営の取り組みが評価され、経済産業省が推進する「健康経営優良法人」に2年連続で認定されました。

また、2023年6月からは、屋内ハーブ農園カンロファームの2拠点目「カンロファーム入間」をオープン。障がいのある方や、シニア人材が活躍中です。

引き続き、多様な個性を尊重し、全ての社員がライフ（個人の生活）とワーク（仕事）のバランスを取りながらいきいきと活躍できる活力ある職場の実現を目指してまいります。

## <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

上場市場：東証スタンダード市場（証券コード 2216）

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

KanroPOCKeT <https://kanro.jp/>

当社は 1912 年の創業以来、社名になっている「カンロ飴」を始め、菓子食品業界で初ののど飴となる「健康のど飴」、ミルクフレーバーキャンディ市場売上 No.1 ブランド※1「金のミルク」、大人向けガムの先駆けでありガムの売上トップブランド※2 である「ピュレガム」など、生活者の皆さまから愛される商品を創り続け、成長してまいりました。直営店「ヒトツブカンロ」では、「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おります。

昨今は、中期経営計画 2024 で目指す姿として掲げる「人と社会の持続可能な未来に貢献する パーパスドリブン企業」の実現を目指し、戦略の中核に据えている「人材」への取り組みも強化しています。2023 年 3 月には健康経営への取り組みが評価され、経済産業省が推奨する「健康経営優良法人 2023」に認定されました。

※1 株式会社インテージ SRI+ ミルクフレーバーキャンディ市場 2022 年 4 月～2023 年 3 月累計販売金額ブランドランキング

※2 株式会社インテージ SRI+ ガム市場 2022 年 1～12 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。