

KanroVision2030 実現を目指し 3つの経営方針を発表

カンロ 2023 年決算・2024 年経営方針発表会を実施

今春の「ヒトツブカンロ」原宿出店に向けた高校生との取り組みや ファンコミュニティ形成への新施策、サステナビリティ推進のための組織再編成も

カンロ飴やピュレグミなど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8日に2023年決算・2024年経営方針発表会を実施し、2024年度の経営方針を発表しました。

2024年度は新たな組織体制で、「ブランド基軸経営と顧客起点」「サステナビリティ推進」「経営基盤強化」の3つのキーワードを軸に、事業を展開していきます。

■ブランド基軸経営と顧客起点、サステナビリティ推進、事業基盤強化をキーワードに KanroVision2030 実現を目指す

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「ヒトツブカンロ」で大人気の次世代食感グミ「グミツツェル」や発売10周年を迎えた「カンデミーナグミ」など様々な商品を展開してきました。昨年には「アメ離れ」が懸念されるZ世代と共同開発したキャンディを発売するなど、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。

「中期経営計画 2024」の最終年度となる本年は、“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”を再確認すると共に、成長にドライブをかける2025年からのセカンドステップの準備を進め、2021年に策定した「KanroVision2030」の実現を目指してまいります。



【KanroVision2030】

2030年 Vision	Sweeten the Future 素材と機能性を軸とする商品・サービスで 健康と笑顔に満ちた未来を創造する
重点戦略	価値創造・ESG経営・事業領域の拡大
事業領域	CORE GLOBAL DIGITAL FUTURE
カンロの強み	信頼・ブランド・研究開発力・品質保証体制
財務目標※	売上高 500億円 営業利益率 9%以上 ROIC 10%以上

※新収益認識基準により売上高・営業利益率にステート

「ブランド基軸経営と顧客起点」

●顧客起点を強化、ヒトツブカンロ原宿店オープンに向けて高校生インターンと共に店舗づくりを進行

国内キャンディ市場はパイの奪い合いとなる中、インバウンドの大幅増、キャンディ輸出入増、国内 EC 市場規模も増加の予測となり、当社を取り巻く環境は大きく変化しています。カンロでは、変化に敏感になり、柔軟に対応すべく、顧客を知り、提供価値を高めることが必要と考えております。顧客を拡げる「拡張」と、顧客との関係を深める「深化」の2軸で顧客起点を強化し、当社資産の基幹ブランドと高付加価値ブランドの開発技術力を生かした『ブランド基軸経営』を実現する体制に変革します。

2024年4月17日には東急プラザ原宿「ハラカド」1階に「ヒトツブカンロ」を出店し、新しいチャレンジや情報発信による企業価値向上と利益創出を目指します。「ヒトツブカンロ 原宿店」では「FUN & CHOICE」をコンセプトに、人気商品の「グミツベル」や飴商品など普段箱入りで販売されている商品が1個から購入可能で、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。

オープンに向けて、学校法人自由学園のインターンカリキュラム「飛び級社会人」を通じ高校生の声を取り入れながらオープニング企画を準備しております。



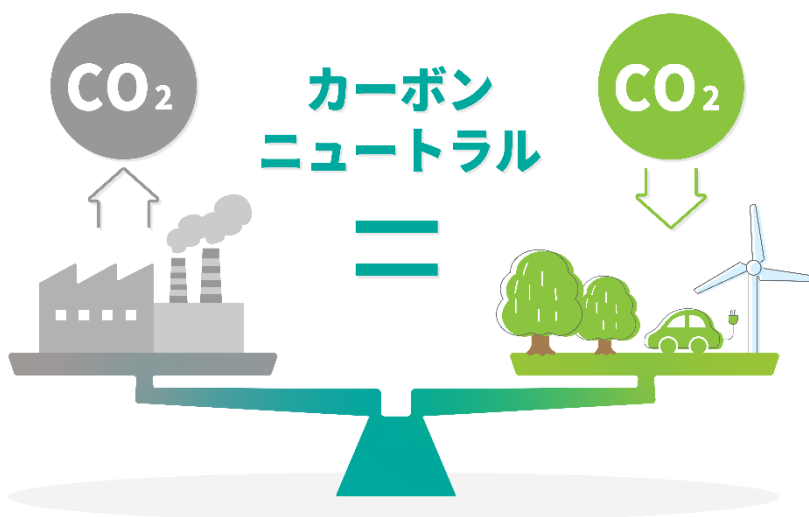
また同ビル3階には、情報発信プラットフォーム「KanroPOCKeT ラボ（カンロポケットラボ）」もオープン。カンロの複合型オウンドメディア「KanroPOCKeT」との連動により、会員向けにファン同士の交流も促すなど、オンラインをオフラインと融合する施策も進めてまいります。

「サステナビリティ推進」

●2050年温室効果ガス排出実績ゼロ（カーボンニュートラル）実現を目指します

当社では、これまでもサステナビリティを経営の根幹に置き、企業パーパス「Sweeten the Future」心がひとつ、大きな。の下、事業を通じて社会課題の解決に寄与しながら、人と社会の持続的な未来への貢献にすることを目指してきました。2024年は組織を再編成し、よりスピード感をもってオールカンロで動く体制に強化しました。2050年には温室効果ガス排出実績ゼロ（カーボンニュートラル）を目指して組織を再編成し強化してまいります。サステナビリティ委員会の分科会のトップに役員を据え、施策の実行部隊としてサステナビリティ推進部を経営企画本部傘下に新設。また、サプライチェーン全体を考えた商品設計など事業活動と連携し、サステナブルを基盤としたシン・スタンダードの時代における施策を推進します。

2024年は具体的な環境配慮施策として、GHG（温室効果ガス）排出量精緻化や商品設計基準の見直しを実施。さらに人権施策、スポーツや教育支援、工場のある長野県や山口県への地域貢献、品質基準の検討など、維持・循環型社会につなげるための幅広い取り組みを展開してまいります。



「経営基盤強化」

● 全社横断の DX 推進委員会を新設し IT デジタルの推進体制を強化。

パーパスのさらなる浸透に向けて人的資本経営も推進

IT・デジタル分野では、これまでも RPA 導入や工場におけるデジタルツール導入により業務効率の向上を図ってきました。2024 年は全社横断 DX 推進委員会を新設しました。2024 年春には基幹システムを刷新し、さらに DX を推進してまいります。

また、持続的な発展を続け、未来を創るために最も重要な資産である人財については、事業戦略と同期した人事戦略の遂行が重要と考えます。特に、経営、デジタル、グローバルなど、事業領域拡大に向けたビジネスモデルや経営戦略に資するストーリーある人財育成を強化します。

「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」、大人向けグミの先駆けでありグミの売上トップブランド※2 である「ピュレグミ」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「人財」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+ グミ市場 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、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。