

Kanro Vision 2030 達成に向けた 1st ステップ「中期経営計画 2024」の最終年度 カンロ「2024 年中間決算説明会」を実施 顧客起点強化に向けた「拡張」と「深化」への新たな取り組み施策も発表

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29日（月）に2024年中間決算説明会を実施し、2024年中間決算報告と中期経営計画2024の進捗状況、2024年の経営方針「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」に関するトピックスについて発表しました。

■ブランド基軸経営の推進でキャンディ市場をけん引

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、「金のミルク」や「健康のど飴」、「ピュレグミ」といった主力ブランドを中心に飴とグミ市場の拡大に貢献しています。また、直営店「ヒトツブカンロ」で販売しているグミツツェルや専修大学と共創した「#チョコじゃねーよアメだよ」など、既存のキャンディの概念に捉われない商品開発も積極的に行うことで、キャンディの価値向上を目指しています。



中期経営計画2024の最終年度である本年は、「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」を経営方針に事業を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、「Kanro Vision 2030」の実現を目指しています。

≪ブランド基軸経営と顧客起点≫

カンロは、顧客を広げる「拡張」と顧客との関係性を深める「深化」の2つの軸から顧客起点を強化することで、「ブランド基軸経営」を推進しています。

●【拡張】顧客に体験価値提供を目指した商品の発売

“おいしい、ワクワク体験”を提供する商品やサービスとして立ち上げた「アメージングカンロ」シリーズは、第一弾「ホシワラムネ」（2022年発売）、第二弾「シークラゲグミ」（2023年発売）と展開してきており、それぞれのコンセプトを体験できる商品としてご好評いただいております。この度、シークラゲグミのシリーズ品として、「シークラゲグミ アカクラゲ」を2024年8月27日に発売することを発表しました。今冬には、第三弾商品の発売も予定しており、今後も新たな体験価値を提供していきます。



●【深化】ファンとのつながりを強化するコミュニティサイト「Kanro POCKeT ×」をオープン

複合型オウンドメディア「Kanro POCKeT」では、購入情報や属性などのデータを活用してきましたが、コミュニティサイト「Kanro POCKeT ×（カンロポケットクロス）」を新たにオープンし、顧客とカンロのつながりを強化していきます。「Kanro POCKeT ×」は、顧客とカンロが掛け合わさることで、新しい何かを創造したいという想いを込めています。



＜＜サステナビリティ推進＞＞

カンロは、企業パーパス「Sweeten the Future」心がひとつ、大きくなる。」の下、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。2024 年はサステナビリティの推進力をより高めていくべく、社長が委員長を務め、「事業を通じた環境負荷削減」「糖の価値創造・社会貢献」「食の安全・安心」「人権の尊重・ダイバーシティの推進」の4つの分科会のリーダーを執行役員が務める体制とし、さらに「サステナビリティ推進部」を新設しました。執行役員が各分科会のリーダーを務めることで、よりスピード感をもち、全役職員でのサステナビリティ推進に取り組んでいます。

●糖の価値創造・社会貢献

オフィシャルプレミアムパートナーを務めるJリーグプロサッカーチーム「レノファ山口 FC」とカンロ冠マッチを開催し、糖の食育クイズ大会や輪投げゲームなどで地域の皆様を中心に交流を実施。他にも、2024年7月には昨年引き続き教育イベント「職業体験 Expo2024」（主催：職業体験 EXPO 実行委員会／株式会社バリュースフュージョン）への出展や、山口県光市のひかり工場の見学などを通して、糖についての正しい理解を促す活動を行っています。

●事業を通じた環境負荷削減

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 CO₂排出量削減を目指しています。「チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム」（株式会社日本総合研究所主催）への参画やカーボンフットプリント対応、TCFD、CDP の開示対応などを進めています。さらに、当社の全生産工場で再生可能エネルギー由来の電気へ切り替えや松本工場拡張グミ棟に太陽光パネルを設置などを実施しています。

●食の安全・安心

サステナビリティな品質基準の検討を進めてまいります。包材使用量の削減に向けた取り組みの検討など具体的な検証も行っています。

●人権の尊重・ダイバーシティの推進

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て仕事への誇りを持てるように多様な個性を尊重し、組織全体の成長を目指しています。調達ポリシー策定や人権デューデリジェンスの実施を本年中に取り組む予定です。

＜＜経営基盤強化＞＞

●IT・デジタル

あらゆるデータを活用して業務改革を推進する人財やデジタルと業務・経営を総括して考えることのできる人財を育成するため、2024年にはe-Learning やオフライン研修を実施。また、Microsoft Copilot のテスト活用を開始するなど、AI 生成ツールの活用も始めております。



●生産体制

拡大しているグミ市場に対応すべく、グミの生産体制を強化し松本工場のグミ棟を約 700 平方メートル増築する拡張工事を進めております。拡張部分は 2024 年 10 月から稼働予定で、これによる松本工場のグミ生産能力は約 30%増を見込んでおります。



<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「人財」への取り組みも強化しています。2024 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 2024」、5 月には高水準の子育てサポート企業として「プラチナくるみん」認定を受けました。

※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 10 月～2023 年 9 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。