

長期ビジョン「Kanro Vision 2.0」と2030年に向けた新中期経営計画を発表 カンロ「2024年決算・新中期経営計画」発表会を実施 ～グミライン新設と米国事業を成長ドライバーに事業を拡大～

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（金）に2024年決算・新中期経営計画発表会を実施いたしました。

■ 中期経営計画 2024 の最終年度に過去最高売上高を達成！

さらなる成長を目指した新たなビジョン「Kanro Vision 2.0」を発表

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、グミ市場売上 No.1 ブランド※のピュレグミや、カンデミーナグミなどで昨今急拡大しているグミ市場を牽引するとともに、ノンシュガーのど飴ブランドや健康のど飴ブランドなどでのど飴市場の拡大に貢献することで、中期経営計画 2024 の最終年度である 2024 年に過去最高の売上高、利益を達成しました。

市場環境が大きく変化する中で、長期的な成長を続けるために変化に柔軟に対応することに加え、ビジョンに一貫性が求められることから、新たな長期ビジョン「Kanro Vision 2.0」を発表しました。

「Kanro Vision 2.0」では、“Sweet な瞬間を創り続けることで人々と社会に笑顔を。”のビジョンを、「Sweet な瞬間を創造する」、「事業基盤を変革する」、「未来へ紡ぐ」、「創発的な組織の更なる進化」の4つのバリューで実現してまいります。

※株式会社インテージ SRI+ グミ市場 2023年4月～2024年3月累計販売金額ブランドランキング



パーパス

ビジョン

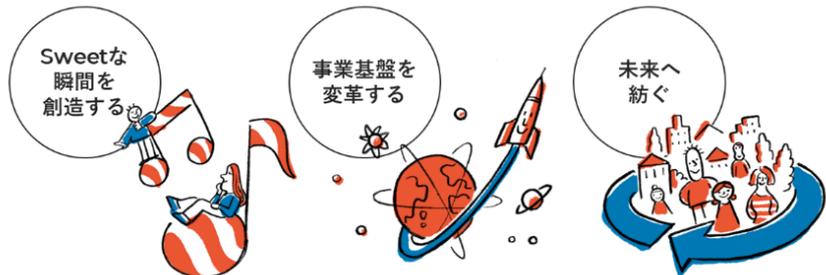
バリュー

企業文化

“ Sweeten the Future
心がひとつ、大きくなる。 ”

Sweetな瞬間を創り続けることで人々と社会に笑顔を。

顧客を起点にしたステークホルダーへの3つのプロミス



創発的な組織の更なる進化

■グミライン新設と米国事業を成長ドライバーに「中期経営計画 2030」の実現を目指す

「Kanro Vision 2.0」の実現に向けて 2030 年までの中期的な計画として「中期経営計画 2030」も発表しました。中期経営計画 2030 では、国内グミ事業を中心に更なる成長を実現するとともに、持続的成長のための事業領域・ビジネスモデル拡張を進めていきます。

《Sweet な瞬間を創造する》

●国内グミ事業で更なる成長を実現

昨今のグミ市場拡大に対するニーズに応えるべく、朝日工場を増築し、グミラインを新設いたします。現在の 2 ラインから 3 ライン体制にすることで生産能力を約 5 割増強いたします。2027 年 7 月の稼働を予定しており、生産能力を高めることで、グミ市場の活性化を目指します。

●商品開発強化と機能性付与による高価値化で国内飴・グミ事業を拡充

顧客起点を強化すべく、「ごほうび」、「リラクゼーション」、「スイッチ」、「ヘルスケア」の 4 つの提供価値領域を顧客起点で提供し、商品やサービス開発を通して顧客の Sweet な瞬間をブランド基軸で創り続けることを目指します。



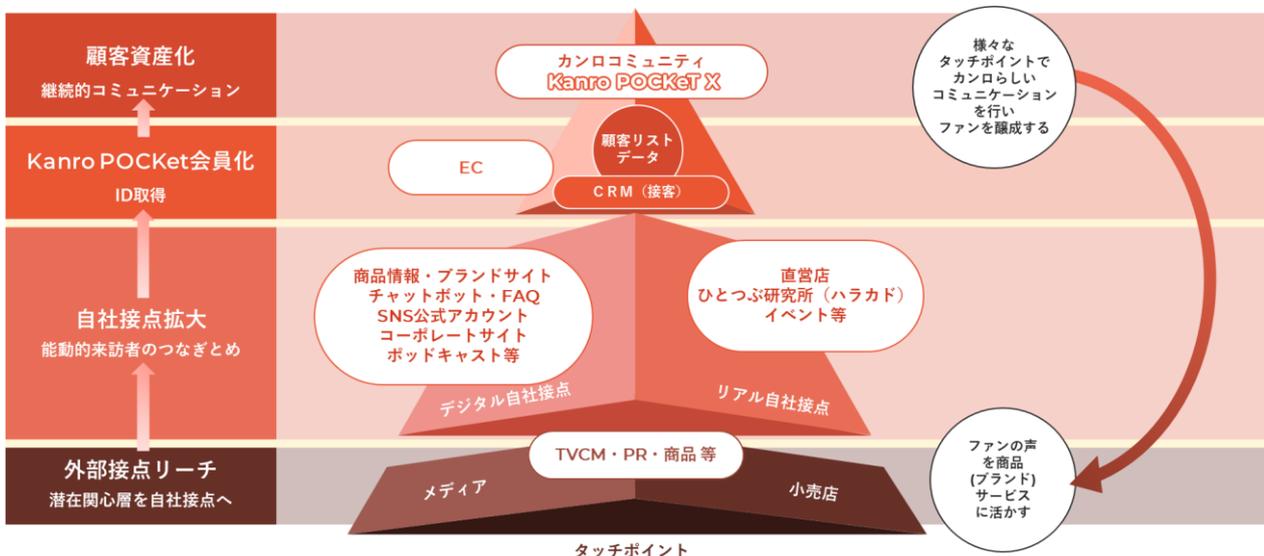
《事業基盤を拡張する》

●グローバル事業の拡大

大きなグミ市場規模を有する米国への本格参入を推進します。現地法人の設立を行い、米国へピュレグミの輸出を開始することで、売上拡大を目指します。

●マルチチャネル・DtoC 化の推進

顧客とのエンゲージメント強化を目指し、統括的なコミュニケーションで CX（顧客体験価値）向上させ、カンロのファンを醸成することで LTV 向上型モデル構築の実現を目指します。



《未来へ紡ぐ》

●事業を通じて社会課題の解決に寄与することで、人と社会の持続可能な未来に貢献する

サステナビリティに関する取り組みは、引き続き各マテリアリティに対する取り組みを推進していきます。「糖の価値創造・社会貢献」では、健康福祉の増進と食の多様性への配慮、「事業を通じた環境負荷削減」では、温室効果ガス排出量の削減、「食の安全・安心」では、食品の安全衛生と責任あるマーケティングと表示、「人権の尊重・ダイバーシティの推進」では、人権の尊重と多様な人材の活躍に取り組みます。

《創発的な組織の更なる進化》

●「Kanro Vision 2.0」の実現に向け、経営基盤強化・エンゲージメント向上のための施策を実行

経営基盤強化とエンゲージメント向上に取り組みます。経営基盤強化では、経営・事業戦略に連動した人財戦略とS&OP推進・生産性・競争性向上を実現するDX戦略を遂行します。エンゲージメント向上では、パーパスドリブン実践やチャレンジと成長を促す人事制度、自律的な働き方促進などの施策に取り組みます。

■2025年は、米国へのアプローチとキャンディの価値を改めて考えるプロジェクトを開始

●グローバル事業の拡大に向けて米国市場へのアプローチを開始

新規マーケットへの拡大を目指し、米国のグミ市場への参入のアプローチを開始します。すでに米国向けのサイト公開や展示会の出展を進めておりますが、現地法人の設立や米国輸出可能な原料対応を実施することで、ピュレグミの米国輸出を推進していきます。



●キャンディの価値を改めて考える「カンロひとつぶ研究所」プロジェクト始動

カンロのパーパス「Sweeten the Future 心がひとつぶ、大きくなる。」のもと、これからも「心がひとつぶ大きくなる」瞬間を生み出し続けていくために、「キャンディの価値」を改めて考える「カンロひとつぶ研究所」プロジェクトを始動します。パーパスビジュアルの刷新や、コミュニティサイトのグランドオープン、東急プラザハラカド 3階にある Kanro POCkET ラボのリニューアル、ポッドキャスト配信など通して、顧客との接点を増やしております。



<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おど飴となる「健康のおど飴」、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。

2025 年 2 月、「中期経営計画 2030」を策定し、新たに「Kanro Vision 2.0」を定めました。「Kanro Vision 2.0」は、企業パーパス「Sweeten the Future 心がひとつぶ、大きくなる。」の下、ビジョン「Sweet な瞬間を創り続けることで人々と社会に笑顔を。」と 4 つのバリュー「Sweet な瞬間を創造する」「事業基盤を変革する」「未来へ紡ぐ」「創発的な組織の更なる進化」からなり、今後の当社の進む方向性を示したものです。

国内グミ事業を中心に更なる成長を実現するとともに、持続的成長のための事業領域拡大・ビジネスモデル拡張を進め、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してまいります。

※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 2023 年 4 月～2024 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 2023 年 4 月～2024 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、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。