

個人投資家の皆様へ

Sweeten the Future

心がひとつぶ、大きくなる。

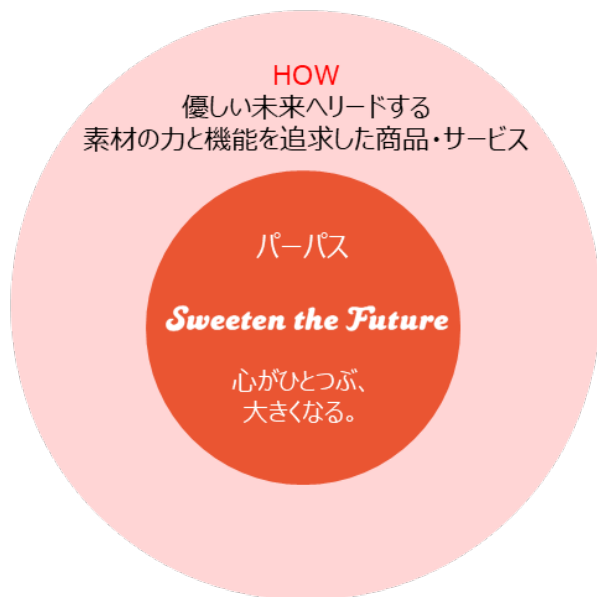
2022年 7月23日

カンロ株式会社/代表取締役社長
三須 和泰

証券コード: 2216



カンロは、 「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へ



私たちカンロのパーパスは、

“Sweeten the Future”

心がひとつぶ、大きくなる。

私たちがつくる「ひとつぶ」は、口の中で溶けて消えてしまうもの。

けれどそれを口に入れている間、人はホッとしたり、キュンとしたり、

誰かを許せたり、ときには鼻歌が生まれたり。

心が少し大きくなっている。

糖の力を引き出す事に挑み続けてきた私たちは、

そ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ます。

本日の内容

1. 糖はヒトの身体にとって
不可欠な栄養素

5



2. 大切な人たちとの楽しい会話が
弾みますように

13



3. カンロの会社概要

21

・キャンディ市場・シェア

4. カンロの業績・長期ビジョン

26

・中期経営計画について



5. カンロの株主になると

34



キャンディは

糖をゆっくり吸収することに適した食品です。

コミュニケーション・ツールにもなります。

見た目や味・噛み心地も楽しめます。



1. 糖はヒトの身体にとって不可欠な栄養素

キャンディの主な原料は糖（砂糖と水あめ）です。

Sweeten the Future

Kanro



北海道



炭水化物

食物繊維

糖 質

多糖類・ 糖アルコール

糖 類

二糖類・ 単糖類

- 糖質:「炭水化物」のうち「食物繊維」以外の部分
 - 「糖質」はグリコーゲンに変換されて筋肉や肝臓に蓄えられる
 - 「糖質」を摂りすぎると脂肪になる
 - 「多糖類」:グリコーゲン、でんぷん
 - 「糖アルコール」:キシリトール、マルチトール
- 糖類:「単糖類」または「二糖類」であって糖アルコールでないもの
 - 「ブドウ糖、果糖、砂糖」など甘いもの
 - 「二糖類」:
 - 砂糖(ショ糖=ブドウ糖+果糖)
 - 乳糖(ブドウ糖+ガラクトース。牛乳や乳製品に含まれる)
 - 「単糖類」:
 - ブドウ糖、果糖(果実に含まれる)

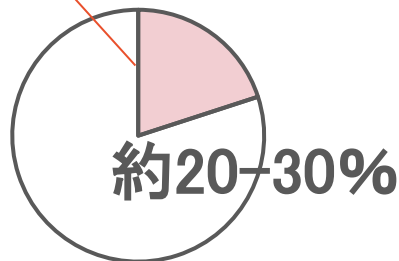
糖は身体にとって必要不可欠な栄養素です。

Sweeten the Future

Kanro



大人の脳の重さは
体重の約2%、
消費エネルギーは
体全体の約20～
30%を占める。



ブドウ糖は脳の
主要なエネルギー源。



脳内ではブドウ糖
は貯蔵できない。
血液を介して全身
に運ばれ、脳にも
供給される。

ブドウ糖は代謝が
早く、運動直後の
エネルギー補給に
有効。

「糖の価値創造」の視点から、
糖との正しい付き合い方を発信



レノファ山口FC
(オフィシャルプレミアムパートナー)



東京ヴェルディホッケーチーム
(コーポレートパートナー)



「株式会社忍 ism」

- プロ eスポーツチームである「忍 ism Gaming」とスポンサー契約を締結

SHINOBISM
GAMING



キャンディは糖質をゆっくり吸収できる食品です。 **Kanro**



糖質を短時間に多量に取ることによって起きる血糖値スパイク(血糖値の急上昇と急降下)は良くありません。
糖質はゆっくり摂取することが理想です。



キャンディは、なめることでゆっくりと糖質を摂取できる。
血糖値の上昇も比較的緩やかになります。

キャンディは

糖質をゆっくり吸収することに適した食品です。

コミュニケーション・ツールにもなります。

見た目や味・噛み心地も楽しめます。



2. 大切な人たちとの楽しい会話が弾みますように

Twitter(ツイッター)でも話題になりました。



話題を検索

設定

< ツイート



カンロPR【公式】

@kanro_pr

みなさん、#皆既月食見れましたか？

特に意味はないですが、カンロ飴を置いときますね
(つ・ω・)つ

午後9:39 · 2021年5月26日 · Twitter Web App

2,963 件のリツイート 131 件の引用ツイート 8,058 件のいいね

Q キーワード検索

Twitterを使ってみよう

今すぐ登録して、タイムラインをカスタマイズしましょう。



Appleのアカウントで登録

電話番号またはメールアドレスで登録

By signing up, you agree to the [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#), including [Cookie Use](#).

関連性の高いアカウント



カンロPR【公式】

@kanro_pr

フォロー

1912年創業。カンロ(株)が運営する公式アカウントです。キャンディ・グミの新商品情報やキャンペーン情報などをお届けします。基本的にダイレクトメッセージへのご返信・フォロー返しはしていません。お問い合わせは kanro.jp/pages/contact までお願いします。

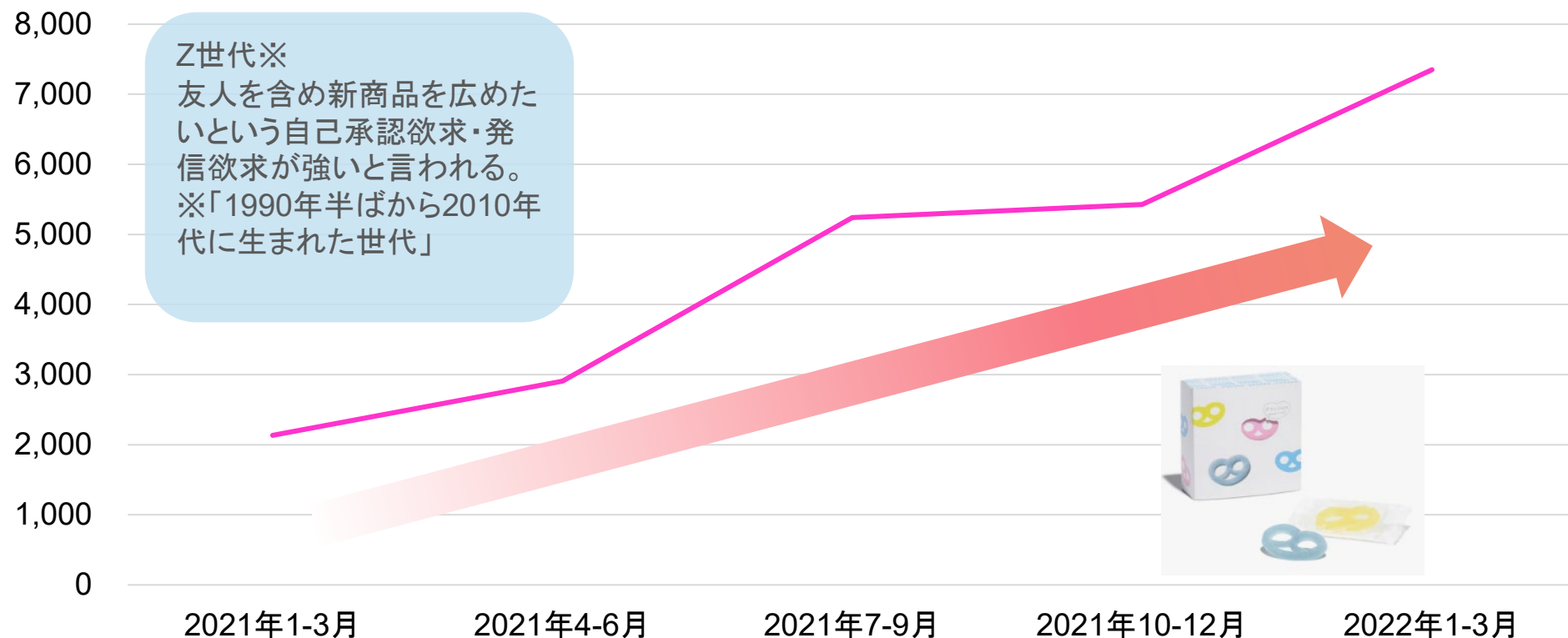
いまどうしてる？



SNSのコミュニケーションワードとして「グミ」が人気です。

Sweeten the Future
Kanro

Instagram「グミ」「#グミ」ワード投稿件数



データ元: ユーザーローカル Social Insightによる調査
対象SNS「Instagram」、検索ワード「グミ」「#グミ」、

期間 2021年1月～2022年3月

キャンディは

糖質をゆっくり吸収することに適した食品です。

コミュニケーション・ツールにもなります。

見た目や味・噛み心地も楽しめます。

キャンディは見た目もバラエティ豊かです。

Sweeten the Future
Kanro



素材を活かした美味しい商品をお届けしています。

Sweeten the Future
Kanro

■ 原料本来のおいしさを引き出す商品開発方針

— 「カンロ飴」(発売67年目のロングセラーブランド)

- 原料は砂糖＋水飴＋しょうゆ＋食塩
- 香料・着色料不使用
- 2020年に「ヴィーガン認証マーク」を取得
- 書籍「カンロ飴食堂へようこそ」(小学館刊)発売

— 「金のミルク」(ミルクキャンディブランド売上No.1※)

- ミルクそのものの濃厚なおいしさを香料・着色料を使わずに表現したプレミアムミルクキャンディ
- 北海道産生クリーム使用

※ (株)インテージSRI +ミルクフレーバーキャンディ市場2020年7月～
2021年6月累計販売金額ブランドランキング「金のミルク ブランド」



不思議な食感の「マロッシュ」と「BRAON(ブレオン)」です。**Kanro**

商品

グミに空気を閉じ込める技術により新たな食感を実現！食べているうちにマシュマロになる不思議な食感が特徴。「食品ヒット大賞」の「優秀ヒット賞」を受賞。



忍 ism Gaming と共同開発した、「糖」の力でeスポーツプレイヤーのパフォーマンスをサポート！「勝つためのエナジーグミ」



発売日

2021年6月～

4月26日(火)よりカンロオンラインショップ「Kanro POCKeT」にて販売開始

参考価格

151円(税込) ※消費税8%

BOXセット 2,000円(税込) ※消費税8%

内容量

50g

BOXセット 240g(30g×8本)

「ノンシュガーのど飴」・「ノンシュガー茶館」シリーズです。 **Kanro**

- 食品添加物の甘味料不使用
- ノンシュガーで糖類ゼロ
- 長く培った技術により、

ノンシュガー(袋・ハードキャンディ)市場シェア47.1%※

- ※(株)インテージSRI+ ノンシュガー(袋・ハードキャンディ)市場 2021年1月-12月計カンロ販売金額シェア

— 「ノンシュガーのど飴」シリーズ

- ・ 「ノンシュガーのど飴」発売30周年

— 「ノンシュガー茶館」シリーズ

- ・ 「珈琲茶館」・「紅茶茶館」・「抹茶茶館」・「ミルク茶館」の4種類発売





3. カンロの会社概要・キャンディ市場・シェア

会社概要

会社名	カンロ株式会社
事業内容	菓子、食品の製造及び販売
代表者	代表取締役社長 三須 和泰
創業	1912年(大正元年)11月10日 /創業110周年
設立	1950年5月6日
資本金	28億64百万円
決算期	12月末日
業績 (2021年度)	売上高: 215 億円 営業利益: 12 億円 当期純利益: 8 億円 (新収益認識基準)
従業員数	608名(2021年12月31日現在)
上場市場/ 上場年	東証スタンダード市場 (証券コード:2216)/ 1962年(昭和37年)/上場60周年



カンロの歴史です。

Sweeten the Future

Kanro

1912年(大正元年)

初代会長故宮本政一個人にて山口県光市に製菓業創始。

1955年(昭和30年)

「カンロ飴」発売。かくし味は「しょうゆ」。

1960年(昭和35年)

社名をカンロ株式会社に改称。

1962年(昭和37年)

東京都豊島区に本社移転。東証2部に株式を上場

1973年(昭和48年)

三菱商事株式会社と業務提携、販売総代理店契約締結。

1981年(昭和56年)

菓子食品分野で初となる「のど飴」を発売。

1992年(平成4年)

砂糖不使用の「ノンシュガー」タイプの商品発売。

2002年(平成14年)

「ピュレグミ」新発売。

2012年(平成24年)

「金のミルク」新発売。直営店「ヒトツブカンロ」を東京駅にオープン。

2018年(平成30年)

本社を東京都新宿区 東京オペラシティビルに移転。

2019年(令和元年)

松本工場に新グミラインが稼働。松本工場にてFSSC22000(食品安全規格)を取得。

2020年(令和2年)

屋内ハーブ農園 カンロファームオープン(多様な人材の活躍の場)。

2021年(令和3年)

「Kanro Vision 2030」発表。

2022年(令和4年)

「パーパス」・「中期経営計画2024」発表。東証スタンダード市場に移行。



「素材そのもの」の美味しさは私達のルーツ
しょうゆを使用し日本人の好む味として愛され、社名にもなっているロングセラー商品。発売後大ヒットし個包装用のラッピングマシンも導入。



菓子食品分野で初「のど飴」発売



発売当初のノンシュガーのど飴

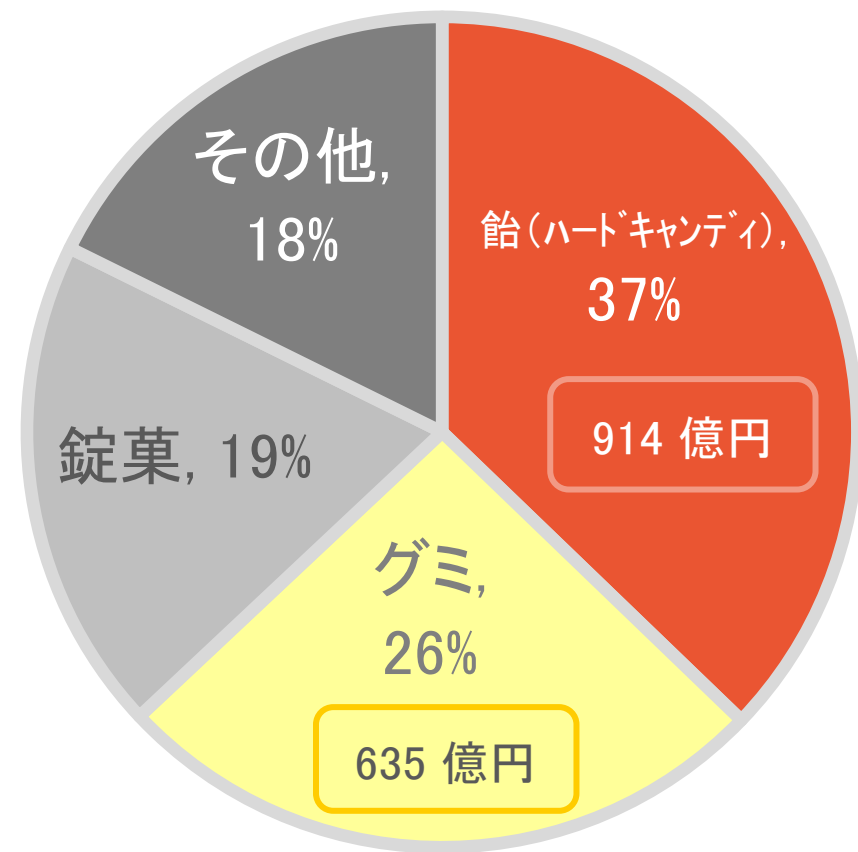


発売当初のピュレグミ



発売当初の金のミルク

2021年のキャンディ市場の大きさは約 **2,460** 億円です。**Kanro**

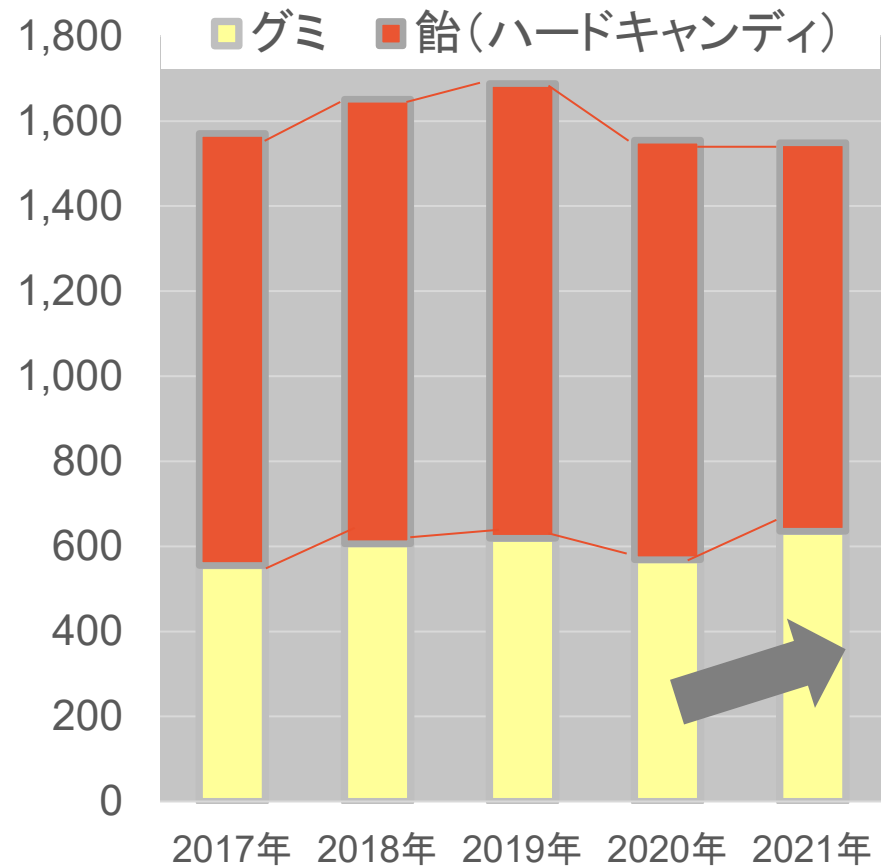


- 新型コロナウイルス禍の新しい生活様式において錠菓・飴(ハードキャンディ)を中心に前年割れ

単位: 億円	2021年	2020年	増減率	
飴(ハードキャンディ)	914	986	-7.4%	当社 メイン 市場
グミ	635	569	+11.7%	
錠菓	475	540	-12.0%	
その他	436	454	-4.0%	
計	2,460	2,549	-3.5%	

※ インテージSRI+ キャンディ市場
2020年・2021年(各年1～12月計) 形態別販売金額・増減率

当社メイン市場推移～グミは成長を回復しています。



- マスク生活定着で飴(ハードキャンディ)は前年割れ
- グミは在宅消費を捉えて成長基調を回復
- 2021年度のカンロのシェア
 - ✓ 飴(ハードキャンディ) : 20.7%(1位) ※1
 - ✓ グミ : 17.5%(2位) ※2
 - ✓ キャンディ全体 : 12.3%(1位) ※3

※1 インテージSRI+ ハードキャンディ市場

2021年(各年1月～12月計) 形態別販売金額シェア

※2 インテージSRI+ グミ市場

2021年(各年1月～12月計) 形態別販売金額シェア

※3 インテージSRI+ キャンディ市場

2021年(各年1月～12月計) 販売金額シェア

単位: 億円	2017	2018	2019	2020	2021
飴 (ハードキャンディ)	1,016	1,045	1,069	986	914
グミ	555	606	619	569	635
計	1,571	1,651	1,688	1,555	1,549

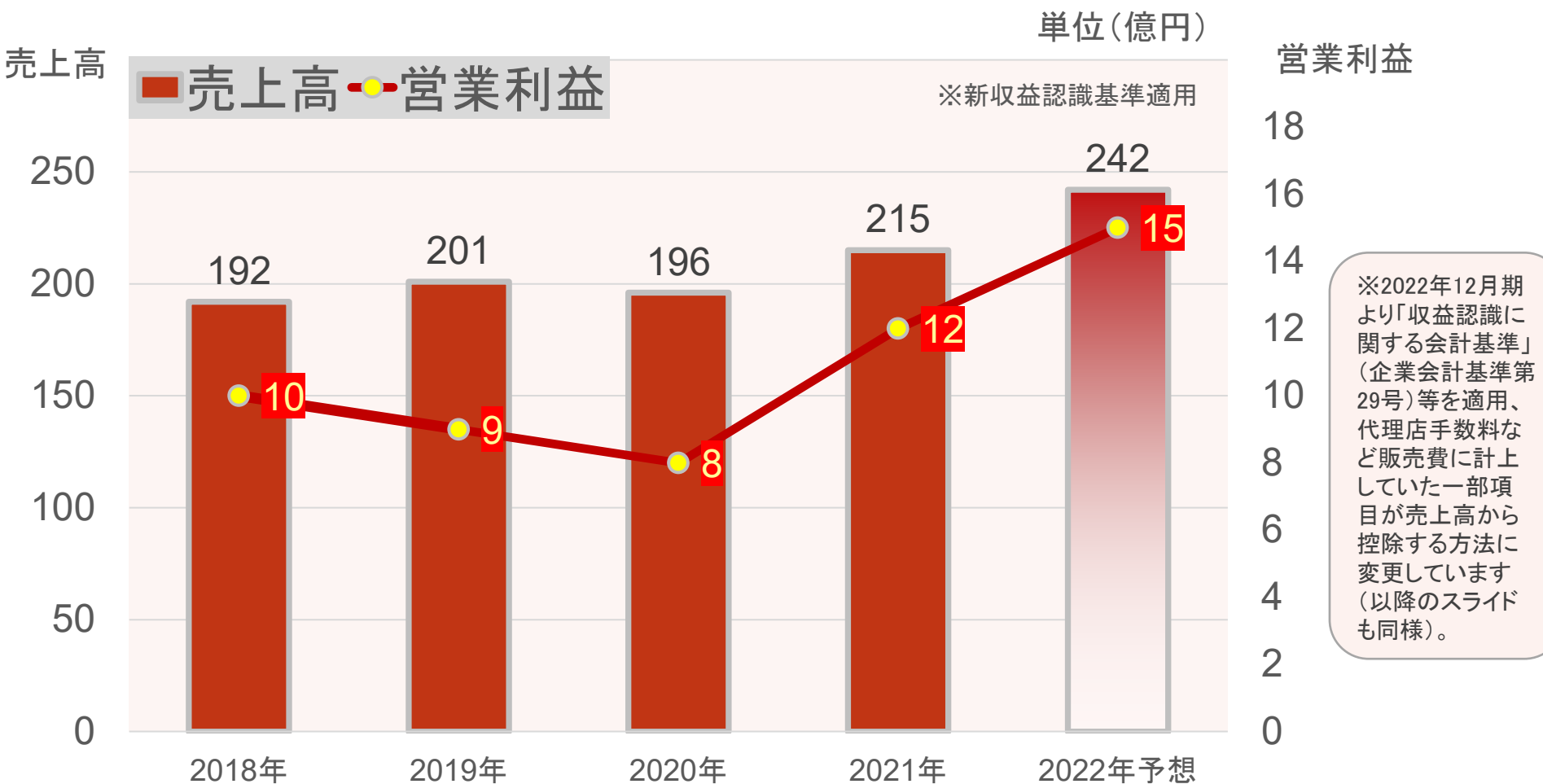
※ インテージSRI+ ハードキャンディ+グミ市場

2017年～2021年(各年1～12月計) 形態別販売金額

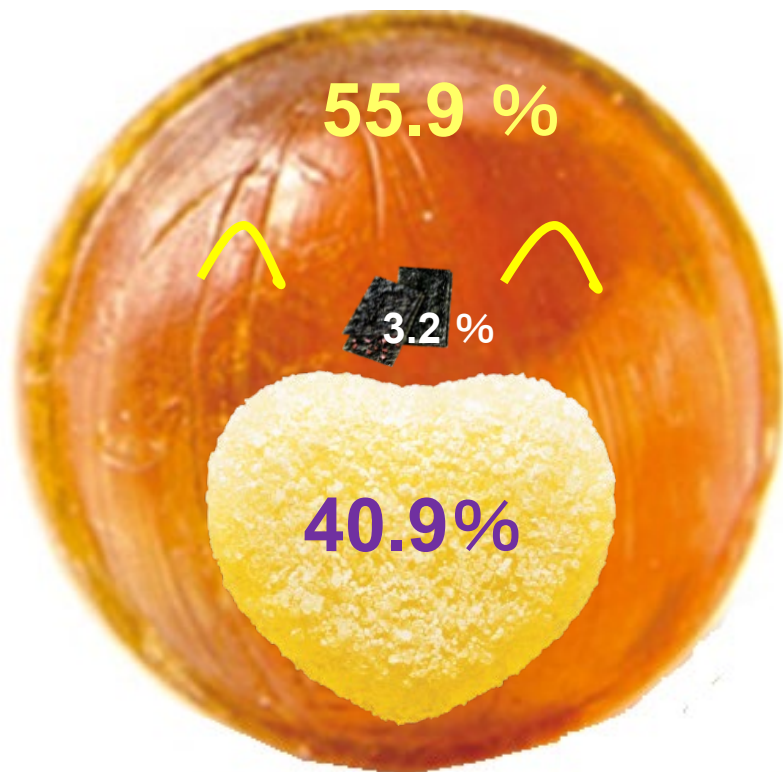


4. カンロの業績・長期ビジョン・中期経営計画について

2021年度は過去最高の売上高 **215** 億円でした。



売上高構成は飴(ハードキャンディ)・グミ・素材菓子の3つです。**Kanro**



■ 飴(ハードキャンディ)
 ■ グミ※1
 ■ 素材菓子※2

単位: 億円	2021年1-12月	
	金額	構成比
飴 (ハードキャンディ)	120.6	55.9%
グミ	88.2	40.9%
素材菓子	6.9	3.2%
計	215.8	100.0%

※新収益認識基準適用

※1 含むマシュマロ商品

※2 素材菓子: 梅・海苔・茎わかめ・納豆などの素材を食べやすく加工した手軽に食べられるヘルシーなお菓子

2022年度 業績予想修正(4月28日)

単位: 億円

	2022年度 上期			2022年度 通期			2021年度(前期)		
	期初 予想	(修正)	増減額	期初 予想	(修正)	増減額	上期	通期	'22/'21 通期増減額
売上高	106.0	119.0	+13.0	226.0	242.0	+16.0	97.8	215.8	+26.1
営業利益	2.8	9.0	+6.2	11.4	15.3	+3.9	4.4	12.5	+2.7
経常利益	2.9	9.5	+6.6	11.6	15.9	+4.3	4.6	12.9	+2.9
四半期 純利益	1.7	6.5	+4.8	8.2	10.8	+2.6	3.7	8.7	+2.0

※この資料の金額は、千万円単位未満を切り捨てて表示しているため、合計が合わない場合があります。

上期: 増収による限界利益の増加

通期: ウクライナ情勢等の影響による原材料費の上昇、工場諸経費の増加により、下期の営業利益率は低下するも
上期の増益インパクトが上回り通期でも増益となる。

配当予想(5月27日修正)

単位:円

	年間配当金			配当性向
	第2四半期末	期末	合計	
2021年12月期	15円	25円	40円	32.0%
2022年12月期 (株式分割前換算)	25円※1 (25円)	12.5円※2 (25円)	一円※3 (50円)	32.7%

株主への利益還元は重要な政策であり、「中期経営計画2024」においては、2024年度までに配当性向を40%まで段階的に引き上げる株主還元の拡充を掲げています。

※1:2022年12月期の第2四半期末の1株当たり配当金につきましては、株式分割前の株式数が対象となるため、1株当たり25 円の配当金となり、2022年4月28日公表の予想からの修正はありません。

※2:2022年12月期の期末の1株当たり配当金予想につきましては、2022年7月1日付の株式分割後の株式数を基準といたしますので、2022年4月28日公表の予想の25 円を2分の1とした 12.5 円 となります。

※3:1株当たりの年間配当金合計につきましては、株式分割の実施により単純計算ができないため表示しておりません。

2030年
Vision

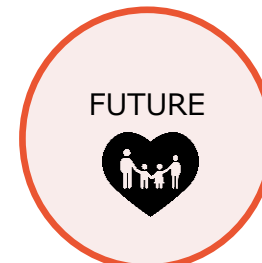
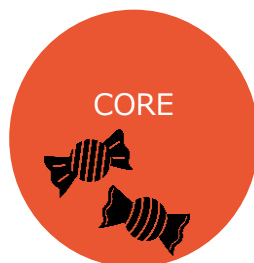
Sweeten the Future

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



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 500億円 営業利益率 9%以上 ROIC 10%以上

新しい中期経営計画2024で事業領域を拡大します。

詳しくは当社ウェブのIRニュース2月10日「「中期経営計画 2024」策定に関するお知らせ」をご覧ください

事業領域	重点方針	2024年度 KPI
コア事業	永年向き合ってきたキャンディで生活者にエールを送る。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（キャンディ市場でのトップシェアを維持・グミのシェアNO.1を目指す）	コア事業売上高 CAGR※ 3%以上 ※CAGR= 年平均成長率
グローバル事業	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。	コア以外3事業計売上高 CAGR 30%以上
デジタル コマース事業	ヒ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。	
フューチャー デザイン事業	「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。	
全社	＜目指す姿＞ 「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へ	売上高 CAGR 5%以上 営業利益率 7.0% ROIC 7.5%以上 配当性向 40%



中期経営計画2024 財務数値目標

Sweeten the Future

Kanro

		中期経営計画2024 CAGR＝年平均成長率						KanroVision2030
	2021年度	2024年度						2030年度
売上高	215.8億円	—						500億円
全体		CAGR 5%以上						全体
コア事業		CAGR 3%以上						コア事業 300億円
コア以外3事業		CAGR 30%以上						コア以外3事業 200億円
営業利益	12.5億円	—						—
営業利益率	5.8%	7.0%						9%以上
経常利益	12.9億円	—						—
ROIC	7.3%	7.5%以上						10%以上
配当性向	32.0%	40%						50%



5. カンロの株主になると

■ カンロの株主になって頂くと3つの権利があります。

- 経営に参画することができます。
 - 株主総会に参加することができます(3月/東京)。
 - 決議案に投票ができます(郵送・電子投票も可能)。

- 配当金を受け取ることができます。
 - 2022年 期末配当予想 **12.5円**(年間配当予想は25円になります)
 - 2022年度 配当性向予想は **32.7%**です。

- 株主優待を受け取ることができます。 ※詳細はスライド37、38へ

配当金についてご説明いたします。

- 例： 投資単位 100株取得の場合
 - 株価 866円(7月12日終値) × 100株 = 86,600 円
 - ただし証券会社に支払う売買手数料がかかります。
- 年間配当 一株当たり 25円(直近予想数値)・100株保有の株主様では
 - 配当金計 25円 × 100株 = 2,500 円(別途20%の所得税がかかります)
 - 配当利回りは 2,500 円 ÷ 86,600 円 = 約 2.89 %になります。

株主優待(年度末株主様限定)は3コースです。

Sweeten the Future
Kanro

100株～599株保有の場合



Aコース:カンロバラエティセット
(1,000円相当の当社商品)

Aコース・Bコース共に4月上旬にお届けいたします。

※上記のAコース・Bコースの写真は2022年4月に発送した株主優待です。詳細は当社ウェブページをご覧ください。写真は1,000円相当の場合のイメージであり、実際お届けする商品と異なる場合がございます。バスケットは付属致しません。

Bコース:ヒトツブカンロ満喫セット
(1,000円相当の当社商品)



Cコース:寄付
寄付金額 1,000円



飢餓から救う。
未来を救う。

WFP
国連世界食糧計画

株主優待(年度末株主様限定)は3コースです。

Sweeten the Future

Kanro

600株～999株保有の場合

Aコース:カンロバラエティセット

(2,000円相当の当社商品)



1,000株以上保有の場合

Aコース:カンロバラエティセット

(3,000円相当の当社商品)



Bコース:ヒトツブカンロ満喫セット

(2,000円相当の当社商品)



Bコース:ヒトツブカンロ満喫セット

(3,000円相当の当社商品)

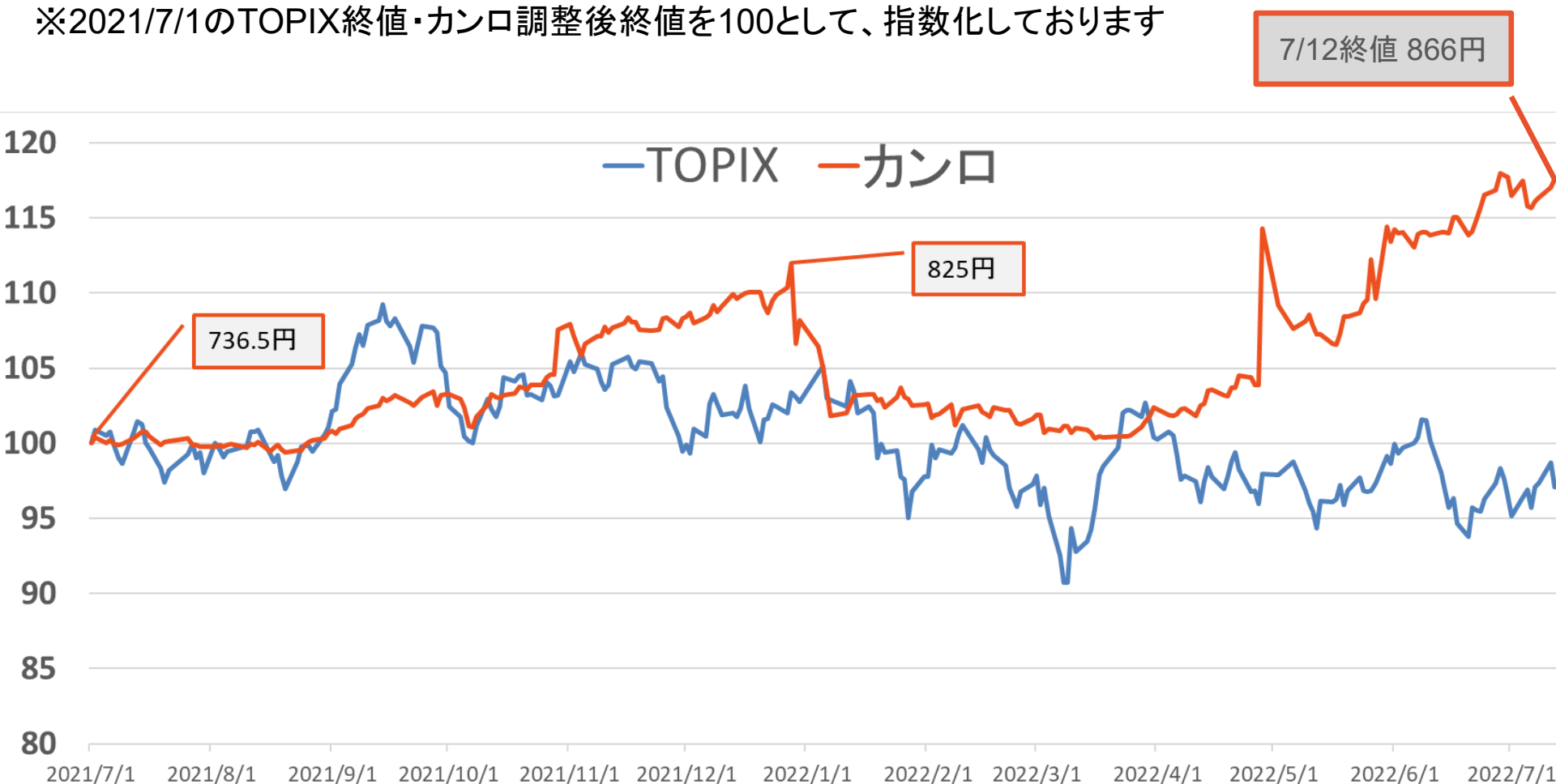


※Cコースの寄付も選べます。上記のAコース・Bコースの写真は2022年4月に発送した株主優待です。詳細は当社ウェブページをご覧ください。実際お届けする商品と異なる場合がございます。



当社株価とTOPIXの推移です。

※2021/7/1のTOPIX終値・カンロ調整後終値を100として、指数化しております



Appendix



価格改定

Sweeten the Future

Kanro

■ 価格改定理由

- ・ 原材料・資材の価格高騰、エネルギー費・物流費の上昇に対処
- ・ 生産効率化・合理化、経費削減等への自助努力の限界

■ 価格改定日

- ・ 飴:9月1日(木)出荷分より順次
- ・ グミ(マシュマロ含む):10月1日(土)出荷分より順次

■ 改定率

- ・ メーカー希望小売価格3～10%程度の値上げ

【飴】

9月1日(木) 出荷分より順次

カンロ飴 各種
金のミルクキャンディ 各種
健康のど飴 各種
ボイスケアのど飴
ハシシュガーのど飴 各種
ハシシュガー茶館 各種
もりもり山のくだもの飴
色えんぴつキャンディ
ミルフルッツキャンディ
ナッツボンキャラメルナッツクランチ
濃厚ほろにが塩キャラメルキャンディ

【グミ(マシュマロ含む)】

10月1日(土) 出荷分より順次

ピュレグミ 各種
ピュレリング 各種
マロッシュ 各種
あそぼん!グミ 各種
カンデミーナグミ 各種
ガミキング
4Dグミブロック

Kanro POCKeT

- キャンディの新たな魅力を広め、価値を高めていく直営店のキャンディショップ
- コロナ禍においてオンライン販売(ウェブサイトのプラットフォーム＝Kanro POCKeT)も好評
- <https://kanro.jp/>



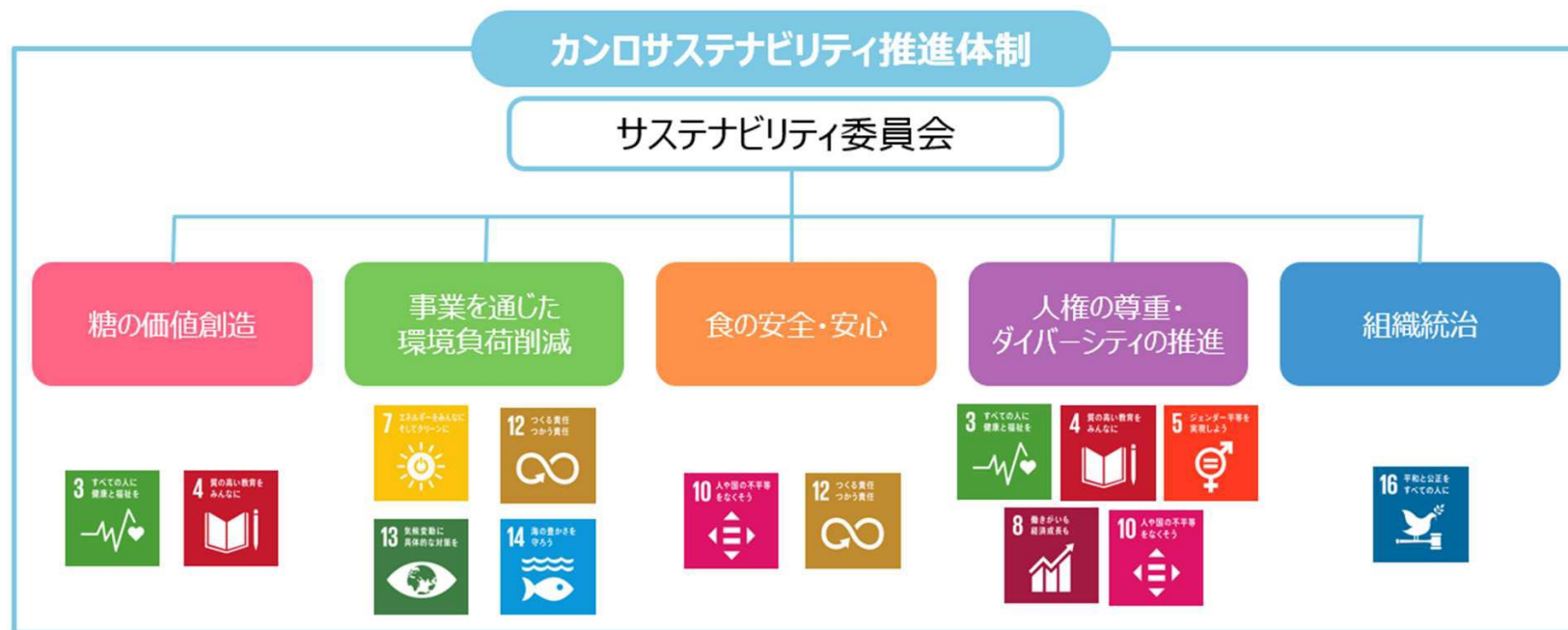
「ヒトツブカンロ」グランスタ東京店

人気NO.1商品
「グミッツェル」



■ サステナビリティ委員会設置(2022年4月1日)

- 2030年の将来像「Kanro Vision 2030」(KV2030)実現に向けた1st.ステップ「中期経営計画2024」において、全社員がサステナビリティへの意識をより一層高め、これまでの取り組みを深化させるため、組織横断の「サステナビリティ委員会」を新設しました。KV2030における重点戦略の1つ「ESG経営」を踏まえ、SDGs目標達成に向けた活動(サステナビリティ活動に必要な事項の協議・決定、各部門へのサステナビリティ活動施策の啓発・浸透)の推進を担います。



「食べられるストロー」



「廃棄飴※で作るウェットティッシュ」



※廃棄飴：形状等が販売商品としてふさわしくない飴。現在は肥料、
家畜の飼料になっています。

原材料領域まで踏み込んだ循環型経済(サーキュラーエコノミー)の実現に向けた取組み

てん菜繊維(ビートパルプ)の 新たな用途開発



◎繊維



◎紙

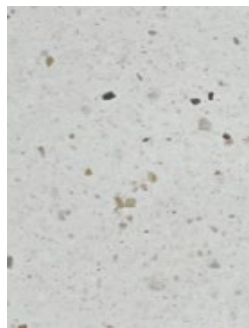


写真: 日本甜菜製糖株式会社より

果実の絞りカスを キャンディ・グミへ



◎キャンディ



◎グミ



写真: 果汁製造会社会社より

このような認定を頂いています。



(2021年3月)
経済産業省の
令和2年度「新・ダイバーシティ
経営企業100選」に選定



(2021年5月)
厚生労働大臣から
「くるみん」認定取得
次世代育成支援対策
推進法に基づく「子育て
サポート企業」として



(2021年5月)
厚生労働大臣から
(三つ星)認定取得
女性活躍推進法に基
づく優良企業に



(2021年11月)
総務省が主催
「テレワーク先駆
者百選」
に選定



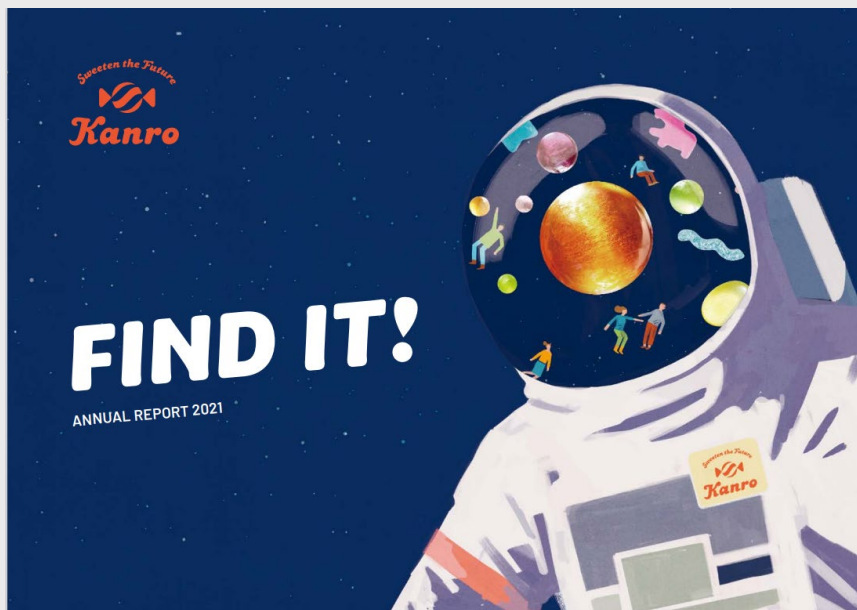
(2022年3月)
経済産業省主催
「経営優良法人
2022」に認定

- カンロは多様性を認め、全社員が働きやすい、働きがいのある企業を目指しており、多くの認定を取得しています。

アニュアルレポート2021(英文)を発刊しました。

Sweeten the Future
Kanro

- キーメッセージ: FIND IT! (カンロの魅力・可能性を見つけよう)
- ・ 国内コア事業だけでなく、グローバル・デジタルコマーンス・フューチャーデザイン事業への事業領域拡大を目指しており、未知の世界への挑戦・開拓を宇宙で表現



アニュアルレポート2020(英文)

昨年発刊。世界最大規模のアニュアルレポート・コンペティション「International ARC アワード」初出品。カンロがGold 6部門受賞に続き、世界最優秀部門「Grand Award」を2部門で受賞(詳細は2021/9/30 プレスリリースをご参照ください)

「金のミルク」を模した外装



[00.pdf \(eir-parts.net\)](http://00.pdf(eir-parts.net))

外装は保冷バッグ仕様

本日のまとめ

- 1.カンロが共に歩む「糖」は、ヒトの身体にとって必要不可欠であり、多くの可能性を有しています。
- 2.カンロは国内のキャンデー市場でのトップシェアを維持し、シェアNO.1を目指すグミを成長エンジンに海外市場も視野に、更なる成長を目指します。
- 3.カンロは皆様が、皆様のお子様・お孫様やご家族・ご友人に安心してお勧め出来る商品・ サービスを提供していきます。

ご清聴ありがとうございました。



免責事項

この資料に掲載されているカンロの現在の計画・見通しなどのうち歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報から得られたカンロの経営者の判断に基づいております。実際の業績は、さまざまな要素により、これら業績見通しとは大きく異なる結果になる場合がございます。実際の業績に影響を与え得る重要な要素は、事業活動を取り巻く個人消費動向を中心とした経済情勢および業界環境などですが、これらに限定されるものではありません。

この資料に掲載されている情報は、あくまでカンロをより理解していただくためのものであって、必ずしも投資をお勧めするためのものではありません。また、掲載されている情報は常に最新情報を反映しているものではなく、今後予告なしに内容変更または廃止される場合がありますので、あらかじめご了承ください。

We Sweeten the Future

to open hearts. It's our purpose.

In a moment of flavor, our confections
unleash feelings of relief, excitement,
forgiveness, sometimes even inspire
a whistle or hum.

Feelings that open hearts.

Championing sweetness, we apply
innovative technology to contribute
to a thriving tomorrow for humanity
and the Earth, opening hearts
and minds to possibilities.