

第71期

# 定時株主総会

2021年3月26日(金) 午前10:00～

カンロ株式会社



招集ご通知 **22~27** ページ記載

*Kanro*

# 事業報告 対処すべき課題



- 重要な課題
- 2021年度経営方針と施策
- 2021年度事業計画
- Kanro Vision 2030



## 国内 キャンディ市場の縮小・競争激化



少子高齢化・人口減少

TPP/日EU・EPA

## 「企業の社会的責任」に対する要請への取組



環境負荷の増大

食の安全・安心

人権・働き方

経営の透明性

**感染拡大防止策の徹底**

商品の安定供給

社員の安全確保

**新たな生活様式・消費者心理に適応した商品開発**

消費者の生活環境の変容



**感染防止対策の徹底**

**新たな生活様式・消費者心理  
に適應した商品開発**

BCP(事業継続計画)の策定

全工場への外部者立ち入り原則禁止

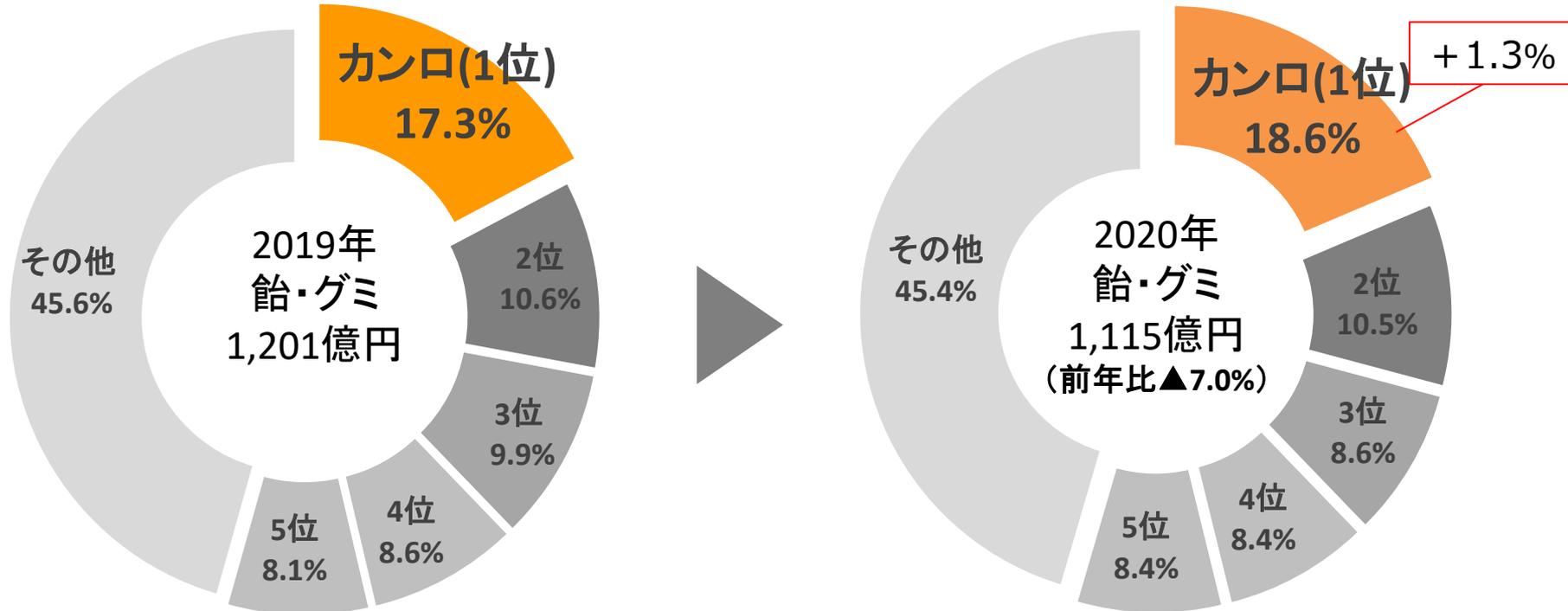
情報ネットワーク環境の整備による  
在宅勤務への移行

主カブランドの刷新・育成

新ブランドの開発



## 2020年は前年に比べ増加



DATA:インテージSRI 2019.1-2020.12

組成別(ハードキャンディ、グミ) 販売金額、前年比、メーカー別販売金額シェア

成長戦略

主カブランドの刷新・育成

新ブランドの開発

海外事業

経営基盤の強化

サステナブル経営

デジタルマーケティングの推進

成長戦略

主カブランドの刷新・育成

新ブランドの開発

海外事業

経営基盤の強化

サステナブル経営

デジタルマーケティングの推進

# 成長戦略 (主カブランドの刷新・育成)



商品企画部



ブランド開発部

第1ブランド室

ピュレグミ・カンデミーナ  
ブランド室

第2ブランド室

健康のだい・ボイスケア  
ブランド室

第3ブランド室

カンロ飴・金のミルク  
ブランド室



ノンシュガーブランド室





ノンシュガー



あそぼん!グミ



マロッシュ

Amos社と当社製品の中国における総販売店契約を締結  
2020年輸入を開始、2021年2月～輸出も開始し、包括的な取組みへ



成長戦略

主カブランドの刷新・育成

新ブランドの開発

海外事業

経営基盤の強化

サステナブル経営

デジタルマーケティングの推進

## サステナビリティ推進基本方針

カンロは、糖を基盤とした事業を通じて、人々の健やかな生活に貢献し、持続可能な社会の実現に寄与する



## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

### 5つの活動領域

#### 糖の価値創造



#### 事業を通じた 環境負荷削減



#### 食の 安全・安心



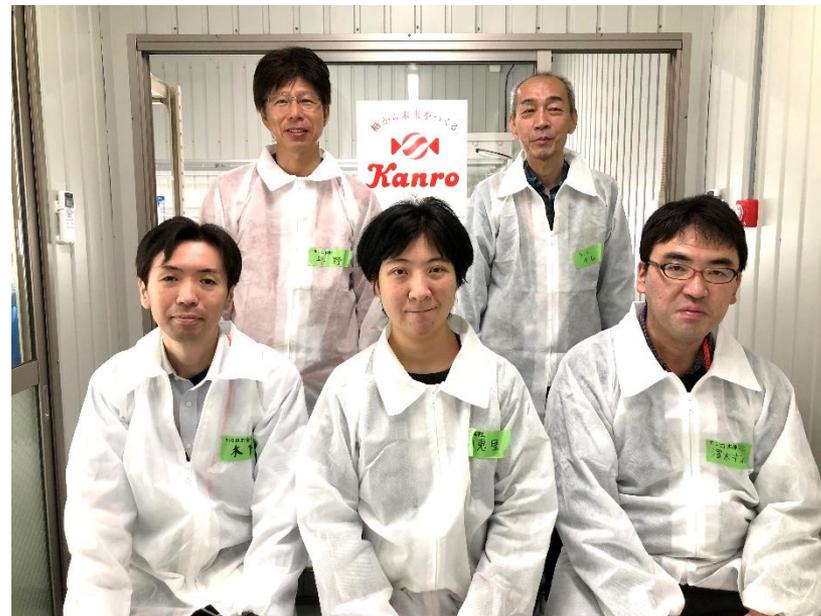
#### 人権・ダイバーシティ の推進



#### 組織統治



屋内ハーブ農園「カンロファーム」をオープン



令和2年度「新・ダイバーシティ経営企業100選」に選定



2021年3月22日  
経済産業省より発表



## 持続的な成長に向けた投資



成長戦略

主カブランドの刷新・育成

新ブランドの開発

海外事業

経営基盤の強化

サステナブル経営

デジタルマーケティングの推進

## デジタルマーケティングPTスタート

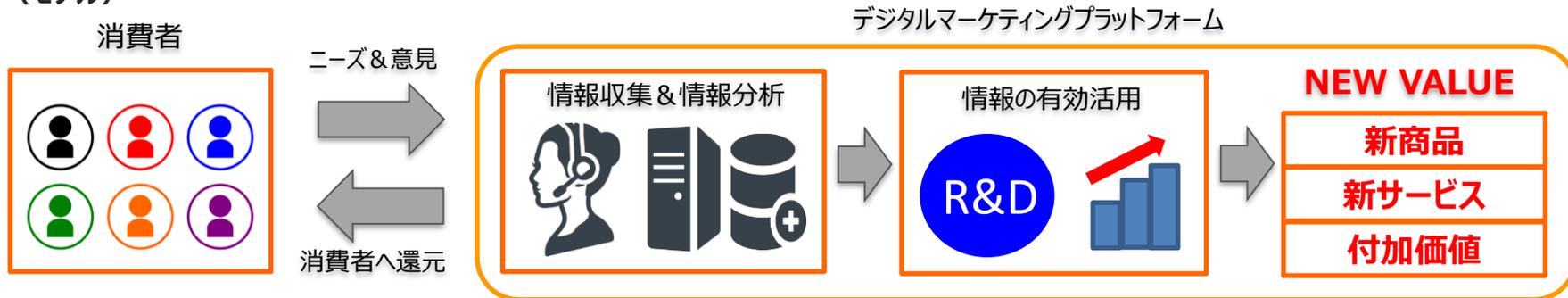
HOW

ECマースを含むオウンドメディアやSNSなどのデジタルを  
接点に消費者との統合的なコミュニケーションを図る

WHY

新たな生活様式や消費者心理の変容に伴い、  
多様化する消費者のニーズに対応する

(モデル)



売上高 **246億円**

営業利益 **8億4千万円**

経常利益 **8億6千万円**

当期純利益 **5億9千万円**

## Vision ステートメント

# Sweeten the Future

### ～健康と笑顔に満ちた未来の創造～

私たちはキャンディ事業を通じて人々の健やかな生活に貢献する企業を目指してきました。2030年に向けてもカンロは、素材を活かし、機能性の追求を軸とする商品開発方針を継続します。

そして、原点であり強みであるキャンディ事業をコアに、新たな市場の開拓と事業領域の拡大を実現し、健康と笑顔に満ちた生活により一層貢献してまいります。

さらに消費者とのエンゲージメントの強化・ESG経営により未来に向けて社会とともに成長、進化する企業へシフトします。



## Kanro Vision 2030 (2021年発表)

### Sweeten the Future

#### 3つの重点戦略とそれを支える人財組織



#### 価値創造

創業110年の歴史と伝統に  
 培われたキャンディへの情熱と  
 「素材」と「機能性」の追求で  
 新たな価値を創造し  
 人々の健やかな生活に貢献する企業

#### ESG経営

事業を通じて創造した価値により  
 社会課題の解決に取り組み、  
 社会と共生し  
 社会から必要とされる企業  
 人々から選ばれる企業

#### 事業領域の 拡大

国内キャンディ事業をコアに、  
 海外・デジタル・未来の市場を  
 視野に入れた多角的事業展開で  
 成長し続ける企業

## <事業領域 マトリックス>

		製品 (ドメイン)	
		既存	新規
市場・チャネル	既存	① CORE	
	新規	② GLOBAL	④ FUTURE
		③ DIGITAL	

## <事業パーパス>





# Kanro Vision 2030



		2021年 (予)	2030年 目標
財務 指標	売上高	246億円	コア事業350億円 新規事業200億円
	営業利益率	3.4%	8%以上
	ROIC	4.8%	10%以上
非財務 指標	CO <sub>2</sub> 排出量 (*) (Scope1,2,3 合計)	2019年 308.6 t/億円	2019年比 30%減
	糖の価値啓蒙活動	2019年 48 万人	1,500万人
	従業員 エンゲージメントスコア	2020年 47%	70%

Sweeten the Future



*Kanro*