

報道関係各位



2017年11月14日

カンロ株式会社

カンロ、長期ビジョンを発表、 創業105年を迎えCI（コーポレート・アイデンティティ）を刷新 ～60年ぶりにカンロ飴をリニューアル。さらに海外事業を本格展開～

カンロ株式会社（所在地：東京都中野区、代表取締役社長：三須 和泰、以下カンロ）は、長期ビジョンの発表と併せて、このたびCI（コーポレート・アイデンティティ）を刷新することを決定しましたので、お知らせいたします。また新CIに基づき、カンロの主力商品であるカンロ飴を60年ぶりにリニューアルいたします。

創業から105年、キャンディを取り巻く環境は大きく変化しました。キャンディを通して糖に向き合ってきたカンロは、近年高まる糖質制限ブームや、消費者の糖に対する意識の変化を受けて、新しいカンロへ生まれ変わるべく、全社方針を新たに掲げました。「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する」ことを新たなミッションに、今後も「糖と歩む企業」として、事業を展開していきます。また、アジア圏を中心に海外展開を本格化し、売上拡大を目指します。

■長期ビジョン

カンロは、糖から未来をつくり、世界中の人を笑顔にするキャンディ No.1 企業になる

■3つの事業戦略

- (1) イノベーション
- (2) グローバリゼーション
- (3) サステナビリティ

■新コーポレートスローガン

糖から未来をつくる。／Sweeten the Future

■新コーポレートマーク



カンロの原点であり、これから進化させていくメイン商品である「キャンディ」をシンボルマークにし、カンロ飴のオレンジ色をコーポレートカラーとしました。包み紙のねじり製法を感じさせるストライプは、伝統に加え、親しみやすさも感じさせるデザインです。新しいシンボルと共に、カンロは糖から未来をつくっていきます。

■導入時期

2017年11月14日（火）より順次切り替えてまいります。

■WEBサイト

<https://www.kanro.co.jp/kanro-ci/>

カンロが掲げる3つの事業戦略について

長期ビジョンである「カンロは糖から未来をつくり、世界中の人を笑顔にするキャンディ NO.1 企業になる」を達成するために、以下の3つの方向性で、2037年までに国内の売上を3倍、海外の売上比率を50%に引き上げる目標を掲げます。

【1】イノベーション

商品開発の分野において、「素材」と「機能性」の2方向でイノベーションを起こし新市場の創造を行います。「素材」を活かす加工技術と新製法の開発を追求し、添加物の使用を極力抑え、「糖」の美味しさはもちろん、「素材」そのものの美味しさもご提供いたします。また「機能性」ではキャンディにふさわしい機能を発揮させる加工技術や新製法の開発を目指し、「のど飴」や「ノンシュガー」を進化させた新市場を構築していきます。

【2】グローバル化

今後キャンディ市場の拡大の可能性のある海外事業を再開し、本格展開いたします。市場規模を国民総生産で見ると、日本市場は世界市場の約6%にとどまっています（※1）。カンロは、成長が特に著しく、今後も発展する見込みの高いアジア圏を中心に海外展開を広げ、売上拡大を目指します。20年後の2037年を目途に50%まで当社の海外売上比率を伸ばします。

（※1）総務庁統計局「世界の国内総生産」データより引用

【3】サステナビリティ

「糖」を基盤とした事業を通じて全てのステークホルダーに健やかな生活をご提供いたします。2018年からは、「健康経営」への取り組みを開始するほか、ダイバーシティの推進を強化し、心身ともに社員が健康になれる支援を行います。その他、糖と向きあったキャンディや、糖に対する理解を深めるCSR活動などを通して、お客様や地域社会にも糖がキャンディになった時に起こる楽しさや驚きを広めていきます。

日本人の味のふるさと、「カンロ飴」を60年ぶりにリニューアル！

素材を活かしたものづくりで、美味しさと機能性を追求

ミルクキャンディ売上 No.1 の「金のミルク」が、カンロを代表する世界のブランドに！



「金のミルク」

天然素材にこだわり、香料・着色料不使用により「ミルクそのもの」の美味しさを実現しました。今後カンロが目指す「素材を活かしたものづくり」の方針に則ったシンボル商品として、2018年春以降はプロモーションを強化し、美味しさを皆さまに味わっていただく機会を増やします。



「カンロ飴」

追及された糖と素材の加工技術によって、素材本来の美味しさのご提供を実現した最初の商品。2018年秋からは、人の一生に寄り添うキャンディとして、新たなラインアップを追加していきます。

■カンロ株式会社について

代 表 : 代表取締役社長 三須 和泰
所 在 地 : 東京都中野区新井 2 丁目 10 番 11 号
創 業 : 1912 年 (大正元年) 11 月 10 日
設 立 : 1950 年 5 月 6 日
資 本 金 : 2,864 百万円 東証二部上場
事 業 内 容 : 菓子、食品の製造および販売

創業から 100 年余キャンディに取り組み、社名になっている「カンロ飴」を始めとして、ミルクキャンディ売上 No.1※「金のミルクキャンディ」や菓子食品業界で初となる「のど飴」、大人の女性に向けたグミ市場を作り上げた「ピュレグミ」など、多くのロングセラーヒット商品を発売し、キャンディ市場の発展に寄与しています。2012 年からは直営店「ヒトツブカンロ」を運営し、キャンディの魅力を発信しています。

※ (株) インテージ S R I ミルクフレーバーキャンディ市場 2014 年 10 月～2016 年 9 月累計販売金額アイテムランキング