

2021年12月期

第2四半期

決算説明会資料



2021年8月20日

カンロ株式会社

Kanro Inc.

(東証2部 :2216)

【目次】

		Page
■ カンロ株式会社 プロフィール	- コーポレートビジョン	- Profile-1
	- 企業概要・沿革	- Profile-2
■ 2021 年度上期決算説明会	(スライド 1-33)	- 1 - 17

コーポレートビジョン



Vision 目標像

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企業を目指します

糖に対する理解ある環境

おいしさや健康のために糖ができることを提案し、糖が人々の生活に必要な不可欠であると理解されている環境を作ります。

信頼のブランド

安全安心を第一に未来を見据えた研究開発に挑戦し、「カンロ」であるがゆえに選ばれる信頼の企業ブランドへと成長します。

社会との共生

事業活動を通じて社会の課題解決に通り組むとともに、すべてのステークホルダー満足の実現に努め、社会とともに発展します。

活力ある職場

役職員の健康促進に努めるとともに、キャンディに対する深い知見経験を踏まえた人材を育成します。また、個を尊重する企業風土を醸成し、自負や愛着が根付く企業を目指します。

グローバルな企業

私たちがつくるひと粒が世界中の人を笑顔にする、グローバルな企業に成長します。

企業概要

【会社概要】				2021年6月末時点	
会社名	カンロ株式会社（英訳名：Kanro Inc.）				
設立年月日	1950年5月6日	代表取締役社長	三須和泰		
本社所在地	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37F	代表電話番号	03(3370)8811（代表）		
事業内容	菓子、食品の製造及び販売	決算期	12月末		
上場市場	東京証券取引所 第2部（コード： 2216）	発行済み株式数	7,657,802（2019/7～）		
資本金	28億64百万円	自己資本比率	59.5%	従業員数	613人
直近業績(年間)	売上： 233億円 営業利益：8.4億円 経常利益：8.6億円 当期純利益： 6.1億円				
大株主(上位5名) 持株比率(自己株式除く)	三菱商事株式会社 約30%、カンロ共栄会 約7%、株式会社榎本武平商店 約6%、株式会社三井住友銀行 約5%、三井住友信託銀行株式会社 約5%、				

【沿革】	
1912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。
1950年	組織を株式会社に改め、資本金100万円をもって宮本製菓株式会社を設立。
1955年	「カンロ飴」発売。かくし味は「しょうゆ」。セロハン紙で個別包装された初のキャンディ。
1959年	長野県松本市に松本工場を新設。
1960年	社名をカンロ株式会社に改称。
1962年	本社を東京都豊島区に移転。東京証券取引所市場第2部に株式を上場。
1963年	本社を東京都中野区に移転。
1968年	山口県光市に新工場(第一期)を建設。
1972年	山口県光市に光製菓株式会社(旧ひかり製菓株式会社(連結子会社))を設立。
1973年	三菱商事株式会社と業務提携、販売総代理店契約を締結。
1981年	菓子分野で初となる「のど飴」を発売。
1982年	長野県松本市に新工場を建設し松本工場を移転。
1988年	山口県光市に島田工場を新設。(旧ひかり製菓株式会社へ貸与)
1989年	本社を東京都新宿区に移転。
1992年	砂糖不使用の「ノンシュガー」タイプの商品発売。
1995年	山口県光市に新工場を建設し、新設移転を機に、事業所名をひかり工場に改称。
2002年	「ピュレグミ」新発売。
2011年	長野県朝日村に朝日工場を新設。ISO14001(環境マネジメントシステム)をひかり工場(2000年)、松本工場(2001年)、朝日工場が認証登録し全工場で取得。
2012年	「金のミルク」新発売。
2012年	創業100周年事業として初の直営店「ヒトツブカンロ」を東京駅にオープン。
2015年	本社研究室を東京都江東区に移転、事業所名を豊洲研究所に改称。朝日工場がFSSC22000(食品安全規格)を取得。
2016年	新中期計画「NewKANRO2021」発表。
2018年	本社を東京都新宿区 東京オペラシティビルに移転。
2018年	ひかり工場がFSSC22000(食品安全規格)を取得。
2018年	連結子会社のひかり製菓株式会社を吸収合併。
2019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	屋内ハーブ農園 カンロファーム オープン。
2021年	「Kanro Vision 2030」発表。
2021年	経済産業省 令和2年度「新・ダイバーシティ経営企業 100選」選定。



2021年度上期決算説明会（2021年1月1日～6月30日）

カンロ株式会社

Copyright ©2021 Kanro Inc.

1

目次

Kanro

スライドNo(左下)

カンロ株式会社について	: 3- 7
1. 2021年度上期レビュー	: 8-13
2. 2021年度上期主カブランド状況	:14-17
3. 2021年度下期事業戦略	:18-22
4. 2021年度業績予想	:23-27
Appendix(その他)	:28-33



Copyright ©2021 Kanro Inc.

2

■ カンロ株式会社について(1/5)

Kanro

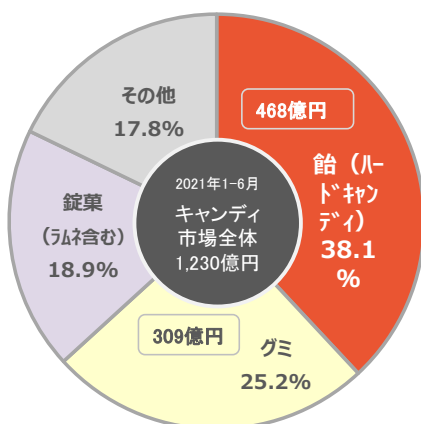
- カンロは「カンロ飴」・「健康のど飴」・「金のミルク」・「ピュレグミ」等のキャンディの製造・販売を中心とする菓子メーカーです。
- 「素材を活かす」・「機能性」を中心とした商品開発を行い、強いブランドを生み出す「ブランド基軸経営の深耕」と、糖を基盤とした事業を通じて、人々の健やかな生活に貢献し、持続可能な社会の実現に寄与する「サステナブル経営の深耕」、「デジタルマーケティングの推進」に取り組みながら「キャンディNo.1企業」を目指して成長してまいります。
- 2030年の将来像を描いた「Kanro Vision 2030」を策定、カンロが掲げる長期ビジョン・ミッションの実現に向けたストーリーを明示し、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。

Copyright ©2021 Kanro Inc.

3

■ カンロ株式会社について(2/5) キャンディ市場(2021年1-6月)

Kanro



■ 市場環境(2021年1-6月)

- 新型コロナウイルスの影響をフルに受け、キャンディ市場は前年比 -7.7%
- 「ハードキャンディ」: マスク生活によるのど飴需要減少等
- 「グミ」: オフィス需要・行楽需要減少継続するも、足元は回復基調にて前年比 +5.8%
- 「錠菓」: 喫食シーン減少等

【1-6月市場販売金額及び増減率】

単位: 億円

	2021年	2020年	増減率	
飴(ハードキャンディ)	468	536	-12.7%	当社メイン市場
グミ	309	293	+5.8%	
錠菓(ラムネ含む)	233	277	-15.8%	
その他(キャラメル含む)	219	227	-3.2%	
トータル	1,230	1,332	-7.7%	

※ インテージSRI+ キャンディ・キャラメル 形態別

※ 金額を四捨五入しているため、合計金額があわない場合があります

Copyright ©2021 Kanro Inc.

4

■ カンロ株式会社について(3/5) 売上高構成

Kanro



グミ(成長エンジン)の比率が上昇

(単位:百万円)

	2021年1-6月		2020年1-6月	
	金額	構成比	金額	構成比
売上高	11,640	100.0%	11,152	100.0%
ハードキャンディ	6,714	57.7%	7,316	65.6%
グミ ※1	4,519	38.8%	3,290	29.5%
素材菓子 ※2	406	3.5%	546	4.9%

※1 2021年1-6月は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

■ ハードキャンディ ■ グミ※1 ■ 素材菓子

Copyright ©2021 Kanro Inc.

5

■ カンロ株式会社について(4/5) 2021年1~6月市場シェア

Kanro



ハードキャンディメーカーシェア(1位) **20.7%** ※1
(前年同期 19.5%)

グミメーカーシェア(2位) **16.8%** ※2
(前年同期 15.2%)

キャンディ市場全体:メーカーシェア1位(12.1%)※3、(前年同期 メーカーシェア1位(11.2%))

Copyright ©2021 Kanro Inc.

※1 インテージSRI+ ハードキャンディ
※2 インテージSRI+ グミ
※3 インテージSRI+ キャンディ・キャラメル

6

菓子製造販売



直営店「ヒットツ カンロ」
 グランスタ東京店
 ポップアップストア 新宿ミロード店
 オンラインショップ
 こちらへ→<https://kanro.jp/pages/hitotubu>

「ヒトからヒトへ つながる ヒトツブ」をコンセプトに、アメをあげる楽しさやもらう楽しさをひと粒のキャンディに込めたギフトショップ。高付加価値商品、新商品のテストマーケティングなど、コーポレートブランドやプロダクトブランドに寄与することを目的としています。



大阪LUCUA1100店は2021年7月20日で閉店しました

Copyright ©2021 Kanro Inc.

1. 2021年度上期レビュー
 (2021年1～6月)

Copyright ©2021 Kanro Inc.

2021年度上期:市場環境・事業の状況

Kanro

◆市場環境

- ハードキャンディ(前年比-12.7%):オフィス・行楽消費の減少によりスティック・コンパクトサイズ*形態の減少が継続、加えてマスク生活常態化によるのど飴需要が落ち込み *小袋タイプのハードキャンディ
- グミ(前年比+5.8%):全販売チャネルで回復基調

◆当社事業の状況(トピックス)

- 2/10:中長期ビジョン「Kanro Vision 2030」発表
- 3/22:令和2年度「新・ダイバーシティ経営企業100選(経済産業大臣表彰)」に選定
- 6/24:2021年度通期業績予想上方修正(売上高:+0.4%、営業利益+3.6%、当期純利益+11.9%)
- 7/ 1:「Kanro Vision 2030」に掲げる事業領域拡大に向け、グローバル事業担当及びフューチャー事業担当役員を配置
- 8/ 5:次期中期経営計画公表延期一適正かつ合理的な算出が可能となった段階で、速やかに公表予定一
- 資本市場関連:政策保有株式縮減を継続



Copyright ©2021 Kanro Inc.

9

2021年度:上期業績概要(対期初計画・対前期)

Kanro

単位:百万円

	2021年度 上期					2021年度 上期	2020年度 上期
	実績	期初計画 増減※2	期初 計画比※2	前期増減	前期比	期初計画※2	実績
売上高	11,640	-59	-0.5%	+487	+4.4%	11,700	11,152
営業利益	436	+166	+61.7%	+92	+26.8%	270	344
経常利益	457	+177	+63.5%	+106	+30.3%	280	351
四半期純利益	367	+217	+145.2%	+128	+53.6%	150	239
1株当たり 四半期純利益 (単位:円)	52.17	+30.9	+145.3%	+18.22	+53.7%	21.27	33.95

※1 この資料の金額は、百万円単位未満を切り捨て表示しているため、内訳と合計金額等があわない場合があります

※2 2021年2月10日に発表した計画数値

Copyright ©2021 Kanro Inc.

10

2021年度上期:主要増減要因(対期初計画・対前期)

Kanro

■ 対期初計画(減収・増益)

- 売上高(減収): のど飴を中心にハードキャンディが苦戦するも、グミカテゴリーにおいて既存ブランド・新製品が好調に推移し微減収
- 営業利益/経常利益/四半期純利益(増益): 販管費圧縮、一部費用の下期への期ズレ、政策保有株縮減進捗に伴う売却益計上等により増益

■ 対前期(増収・増益)

- 売上高(増収): グミの増収 > ハードキャンディの減収
 - ・ グミ: 主カブランド「ピュレグミ」「カンデミーナ」、新商品「マロッシュ」等が貢献し、コロナ禍において増収を実現
 - ・ ハードキャンディ: マスク着用の常態化によるのど飴の減収、スティック・コンパクトサイズ形態の消費シーン減少等
- 営業利益/経常利益(増益): 増収による増益・売上原価率の低下 > 販管費の増加
- 四半期純利益(増益): 前年を上回る政策保有株式縮減に伴う売却益

Copyright ©2021 Kanro Inc.

11

2021年度上期:営業利益の増減要因

Kanro

単位: 百万円

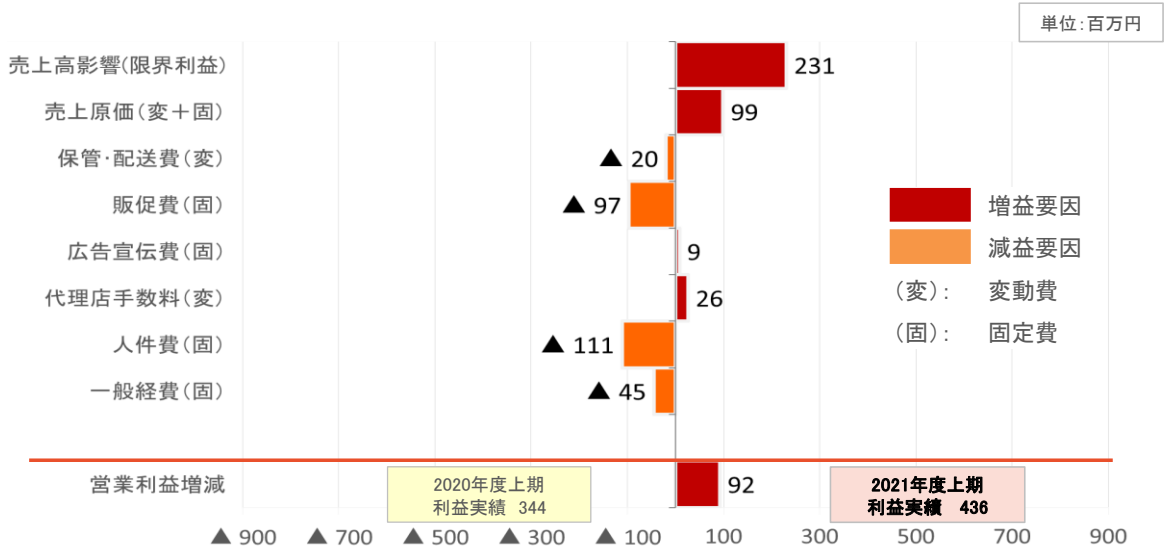
	2021年度上期					2021年度上期	2020年度上期
	実績	期初計画増減※	期初計画比※	前期増減	前期比	期初計画※	実績
売上高	11,640	-59	-0.5%	+487	+4.4%	11,700	11,152
売上原価	6,040	-	-	+62	+1.0%	-	5,978
運賃・保管料	686	-	-	+48	+7.7%	-	637
販促費(促進費)	402	-	-	+97	+32.1%	-	304
広告宣伝費	157	-	-	-9	-5.8%	-	167
代理店手数料	1,556	-	-	+39	+2.6%	-	1,517
人件費	1,605	-	-	+111	+7.5%	-	1,493
一般経費	754	-	-	+45	+6.3%	-	709
営業利益	436	+166	+61.7%	+92	+26.8%	270	344

※ 2021年2月10日に発表した計画数値

Copyright ©2021 Kanro Inc.

12

■ 営業利益の増減詳細（2020年度上期実績 vs 2021年度上期実績） *Kanro*



Copyright ©2021 Kanro Inc.

13

2. 2021年度上期主カブランド状況 (2021年1～6月)

Copyright ©2021 Kanro Inc.

14

主カブランド状況:ハードキャンディ

Kanro



厳選した素材にこだわり、高級感・贅沢感を追求した大人のためのプレミアムミルクキャンディ。



あまじょっぱい和のおいしさが、更にシリアルでやさしい味に。



カンロ飴に使用する醤油のこくと、室戸産海洋深層水の塩のほどよい塩味がマッチした味わい系塩飴。



4種類のフルーツのジューシーなおいしさが楽しめる、ノンシュガーのど飴。甘さスッキリ糖類0。人工甘味料不使用。



29種のハーブに加え、マヌカハニーとプロポリスを配合したのど飴。

- 「金のミルクキャンディ」(ミルクキャンディブランド売上No.1※)
 - CVSチャネルで販売落ち込み
 - ※(株)インテージSRFミルクフレーバーキャンディ市場2019年10月~2020年9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」
- 「カンロ飴」(発売66年目のロングセラー)
 - 小学館より「カンロ飴食堂へようこそ」発売
 - 新フレーバー「塩カンロ飴」販売中
 - ヴィーガン認証マーク取得
- 「ノンシュガー果実のど飴」
 - ノンシュガーなのに人工甘味料不使用
 - 計画比・前年比未達
- 「健康のど飴 たたかうマヌカハニー」
 - 昨年の反動減

Copyright ©2021 Kanro Inc.

15

主カブランド状況:グミ

Kanro



噛むほどクセになる、個性的な形状とハードな弾力食感が楽しめるグミ。



すっぱいパウダーと後から広がるグミの甘さで、あまじょっぱい果実の味わいが楽しめるフルーツグミ。



子どもはもちろん大人も楽しめるグミ。かわいグミの形は10種類。合成着色料不使用、国産果汁使用。

- 「ピュレグミ」
 - 3月にリニューアル実施、好調に推移し、前年比2桁増
 - 昨年に続きポケモンとのコラボ商品を継続
- 「カンデミーナ」
 - コロナ禍でも前年比2桁増の成長
 - 味・形・食感・エンタティメント性
- 「あそぼん! グミ」
 - 第3のブランドとして販売
 - 前年比増なるも計画未達

Copyright ©2021 Kanro Inc.

16

グミに空気を閉じ込める技術により
新たな食感を実現



- 6月より全国販売、好調に推移
- 新たな主カブランドへの成長を期待
- マシュマロ商品
- 人気俳優によるWEBCM公開中

口だけの良い爽快パウダーが表面にコーティングされており、口に入れるとパウダーが広がり爽快感を感じる一方で、噛むともっちりとした弾力で噛みごたえを感じられる、新感覚のマシュマロ。

Copyright ©2021 Kanro Inc.

3. 2021年度下期事業戦略

Copyright ©2021 Kanro Inc.

- <商品戦略>ブランド基軸経営+ウィズ・コロナ→飴の低調・グミの好調を受けて
 - のど飴苦戦の継続下、和風や洋風グルメを強化
 - ・ グルメキャンディ強化+機能性カテゴリー:「濃厚ほろにが塩キャラメルキャンディ」+「柿渋ケアキャンディ」
 - ・ 人工甘味料不使用で糖類ゼロの「ノンシュガーのど飴シリーズ」強化
 - 増えたストレスに対しファンシーカテゴリー対応(気分転換・楽しさの演出(コラボ商品)、噛み応えのあるグミ)
 - ・ 「色えんぴつキャンディ(バーバパパパッケージ第2弾)」・「ピュレグミ」ポケモン第4弾 「ピュレグミポケモン でんげきトロピカ味 パイルのみ風」・「華やくローズキャンディ(セーラームーンコラボ)」

- <営業戦略>マーケティング本部と連動し、提案のスピード UP + デジタル媒体を活用
 - 「4C 1 S」(Client, Customer, Competitor, Company + Store) 継続
 - SCGs (Sustainable Candy Goals) + キャンディエール

Copyright ©2021 Kanro Inc.

① 健康意識の高まり



※柿渋ケアキャンディ缶：直営店「ヒトツパン口」限定 2021年3月発売
柿渋ケアキャンディ：2021年7月発売

② 摂取カロリーへの関心
 (「カンロ ノンシュガー」シリーズの強化)



③ 家庭内消費・コミュニケーション



Copyright ©2021 Kanro Inc.

グルメキャンディ:「濃厚ほろにが塩キャラメルキャンディ」

Kanro

MONDE SELECTION[®]
International Quality Institute Since 1961



Noukou Horoniga Shio Caramel Candy
Kanro Inc.

- 2021年度モンドセレクション優秀品質賞商品
- 仕様
 - 7月20日リニューアル発売
 - 参考価格:216円(税込) ※消費税 8%
 - 内容量:70g(個装紙込み)
 - キャラメルの贅沢な味わいにロレーヌ岩塩のアクセントが効いた絶妙な味わい

※モンドセレクション:国際品質評価機関として1961年にブリュッセルに設立。食品の品質を証明する世界的な賞として、消費者にとって重要な官能分析、科学分析、法的アプローチをカバーする最大25におよぶパラメータで、各製品を個別に時間をかけて分析しています。審査員は、ミシュランスターシェフ、大学教授、科学技術者、栄養コンサルタントなどで構成されています。審査では、官能評価(味、視覚的な側面、後味、口当たり、匂いなど)と科学的評価(パッケージの表現と実際の表示内容などの品質)の観点から評価され、平均が60%~69%で銅賞、70%~79%で銀賞、80~89%で金賞、90%以上で最高金賞となります。※モンドセレクション 公式HPより参照

Copyright ©2021 Kanro Inc.

21

機能性キャンディ新商品:「柿渋ケアキャンディ」

Kanro



- 奈良県立医科大学と共同開発した「柿渋」を使った機能感とおいしさを両立
- 仕様
 - 7月6日新発売
 - ターゲット:機能感のある食品に敏感な40~60代男女
 - 柑橘ハーブ味の舐めやすい味わい
 - シェアしやすい個包装タイプ
 - 参考価格:298円(税込) ※消費税 8%
 - 内容量:26g(個装紙込み)

Copyright ©2021 Kanro Inc.

22

4. 2021年度業績予想 (2021年1～12月)

Copyright ©2021 Kanro Inc.

23

2021年度:業績予想

Kanro

	2021年度	期初計画増減		前期増減		2020年度
	業績予想	増減	計画比	増減	前期比	実績
売上高	24,700	+100	+0.4%	+1,378	+5.9%	23,321
営業利益	870	+30	+3.6%	+33	+4.0%	836
経常利益	900	+40	+4.7%	+39	+4.5%	860
当期純利益	660	+70	+11.9%	+49	+8.1%	610
1株当たり当期純利益 (単位:円)	93.60	+9.93	+11.9%	+7.02	+8.1%	86.58

※この資料の金額は、百万円単位未満を切り捨てて表示しているため、合計及び比率が合わない場合があります

Copyright ©2021 Kanro Inc.

24

2021年度:業績予想(対前期)

Kanro

■ 対前期

- 売上高(増収):
 - 好調なグミと「新しい生活様式」に対応した新商品により、のど飴等の減収をカバーして増収を図る
 - 下期売上計画は前期比+7.3%。
- 営業利益/経常利益(増益):
 - 通期では+4%の増益を目指す、下期の営業利益は前年比▲12%の計画(理由:①~③)。
 - ① 上期販管費の下期への期ズレ
 - ② ハードキャンディ新商品への挺入れによる広告宣伝費増加
 - ③ 原料(水飴等)価格の上昇
- 当期純利益(増益):
 - 特別利益増加

Copyright ©2021 Kanro Inc.

25

2021年度:営業利益予想(対2020年度)

Kanro

	2021年度		増減		2020年度	2019年度
	予想	前期増減	前期比	実績	実績	
売上高	24,700	+1,378	+5.9%	23,321	24,039	
売上原価	12,923	+466	+3.7%	12,457	12,680	
運賃・保管料	1,463	+110	+8.1%	1,353	1,385	
販促費	830	+149	+21.7%	681	838	
広告宣伝費	464	+104	+28.9%	360	384	
代理店手数料	3,301	+162	+5.2%	3,139	3,195	
人件費	3,245	+169	+5.5%	3,076	3,025	
一般経費	1,602	+187	+13.2%	1,415	1,604	
営業利益	870	+33	+4.0%	836	923	

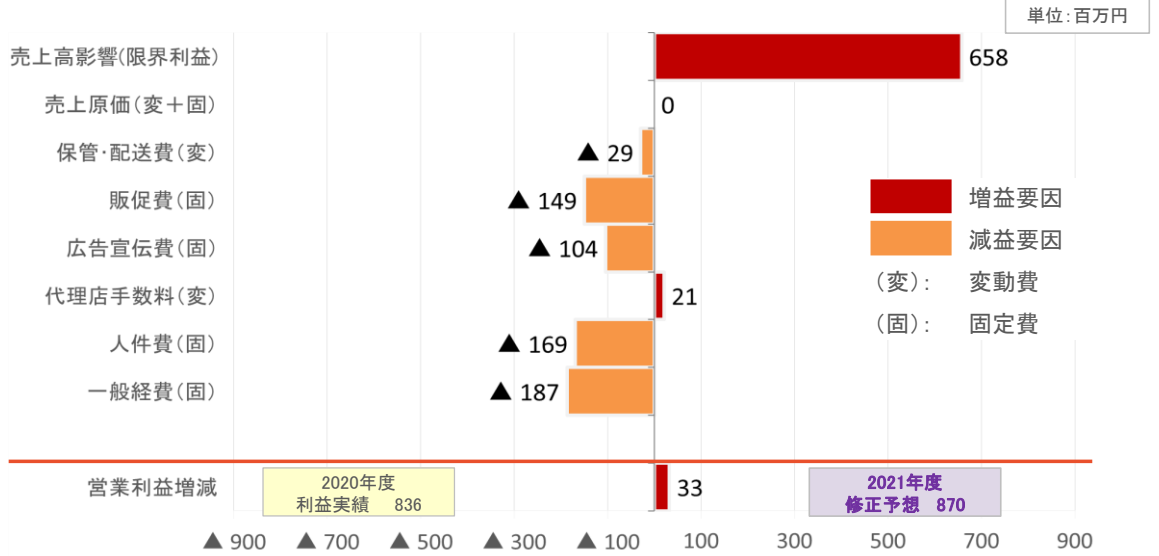
※この資料の金額は、百万円単位未満を切り捨てて表示しているため、合計及び比率が合わない場合があります

Copyright ©2021 Kanro Inc.

26

営業利益の増減詳細 (2020年度実績 vs 2021年度修正予想)

Kanro



Copyright ©2021 Kanro Inc.

27

Appendix
(その他)

Copyright ©2021 Kanro Inc.

28

もっとワクワクするカンロ、はじまる。

日々の生活のなかに、もっとSweetな時間をつくりたい。糖の可能性を追求した、今までにない製品に挑戦したい。ファンの皆さまと一緒に、新しいおいしさをつくりたい。そんな思いから、「カンロポケット」は生まれました。

おいしさや夢がギュッと詰まったあなただけのポケットのように、ここにしかない特別な製品や、楽しい体験が盛りだくさん。とびきりおいしいワクワクに出会える。あなたとカンロがもっとつながる。

甘いものがいつだって、あなたを幸福な気持ちにできるように。さあ、「カンロポケット」と、おいしく、楽しく、すこやかな毎日へ。

Kanro POCKET

- 「新デジタル・プラットフォーム」 “Kanro POCKET” 開設
- 商品詳細情報&ブランドサイトとEC機能が一体化
- EC専用商品(9月下旬予定) 9月27日(月) 発表会実施予定

— <https://kanro.jp/>

29

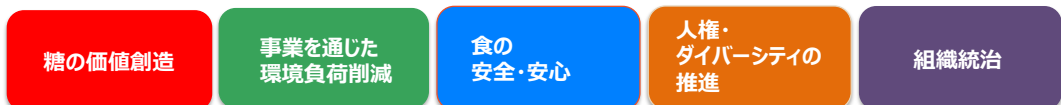
ESG/サステナブル経営について

Kanro

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

5つの重点領域



14個のマテリアリティ(重要課題)～次期中計においてKPIを含めブラッシュアップ予定

<ul style="list-style-type: none"> 健康福祉の増進 持続可能な消費と生産 	<ul style="list-style-type: none"> 排水・および廃棄物(フードロス) 持続可能な原材料の調達 気候変動(エネルギー) サプライヤー 	<ul style="list-style-type: none"> 商品の安全衛生 責任あるマーケティングと表示 	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティと機会均等 働きがいのある人間らしい仕事の推進(労働安全) 研修と教育 	<ul style="list-style-type: none"> ガバナンス コンプライアンス ステークホルダー・エンゲージメント
---	--	---	--	--

Copyright ©2021 Kanro Inc.

30

ダイバーシティ経営企業100選・くるみん・えるぼし

Kanro

- 多様性を認め、全社員が働きやすい、働きがいのある企業へ
2021年は複数の認定を取得しました



(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
企業として

Copyright ©2021 Kanro Inc.

31

カンロのスポーツ支援の一例「東京ヴェルディホッケーチーム」

Kanro



Copyright ©2021 Kanro Inc.

東京2020オリンピックホッケー女子日本代表「さくらジャパン」にカンロがコーポレートパートナーを務める東京ヴェルディホッケーチーム所属の瀬川 真帆選手(MF-写真左)・及川 葉選手(DF-写真右)が選ばれました。

支援企業としてカンロにも広告相乗効果見込めます。

©TOKYO VERDY HOCKEY

32

カンロのビジョン具現化に向けIR施策の一環としてARを初めて制作

- 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」
- 中長期ビジョン「Kanro Vision 2030」具現化
 - 外国人投資家へのアピール強化のため、グローバルステークホルダーに向け、必要かつ様々な情報を纏めた冊子を制作(6月発行)
- 世界最大規模のアンニュアルレポート・コンペティション「International ARC アワード」
 - 初出品カンロが6部門「Gold」受賞(詳細はニュースリリースご参照下さい)

- 「コーポレートレポート」より外国人投資家や海外の大口取引先等、海外のステークホルダーに特化した仕様
- 内容:トップメッセージ、ビジョン、ビジネスモデル、成長戦略、リスク情報、非・財務情報(サステナビリティ・ガバナンス)を網羅



外装は保冷バッグ仕様

Copyright ©2021 Kanro Inc.

<https://www.kanro.co.jp/ir/library/ir-ar/>



Copyright ©2021 Kanro Inc.



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・戦略等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、さまざまな重要な要素により、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り、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、予めご了承ください。

この資料に関するお問い合わせ先：カンロ株式会社 (TEL) 03 (3370) 8811(代)

■会社 URL : <https://www.kanro.co.jp/>

■上記 QR コード :

