

個人投資家の皆様へ



糖から未来をつくり、 キャンディNo.1企業になる



2020年10月28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

Copyright ©2020 Kanro Inc.

1



創業108年。 あれもカンロ！これもカンロ！



Copyright ©2020 Kanro Inc.

2

皆様へ本日お伝えしたい3つのこと

1. 糖はヒトの身体にとって不可欠な栄養素
2. カンロは100年企業でも挑戦・変化する会社
3. 素材を大切にした商品づくり

Copyright ©2020 Kanro Inc.

3

1. 糖はヒトの身体にとって不可欠な栄養素

Copyright ©2020 Kanro Inc.

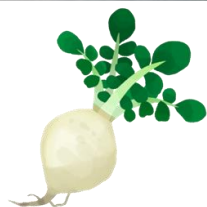
4

■ キャンディの原料は糖（砂糖と水あめ）

Kanro



北海道



5

Copyright ©2020 Kanro Inc.

5

■ 「糖」に対するイメージは？

Kanro

肥満

虫歯

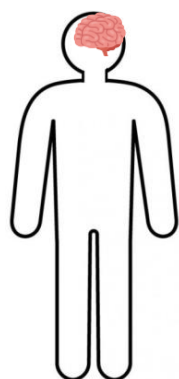
糖質
制限

Copyright ©2020 Kanro Inc.

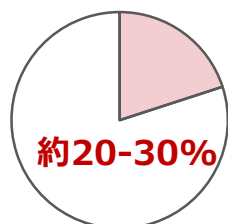
6

6

■ 脳の主要なエネルギー源はブドウ糖



- 脳の重さは体重の2%程
- 体全体のエネルギーの約20~30%を消費



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蓄できない

血液を通して常に循環し、供給される



運動直後にブドウ糖を含む食品（例：飴）を摂取すると、すばやく筋肉に取り込まれ疲労回復が早い

Copyright ©2020 Kanro Inc.

7

7

■ キャンディの可能性を追求するカンロ



場所を選ばず何処でも

形・味・噛むことの楽しさ

ゆっくりと糖を摂取

コミュニケーションツールにも

キャンディならではの機能

キャンディの専門家として、キャンディ（糖）の素晴らしさを発信

Copyright ©2020 Kanro Inc.

8

8

2. カンロは100年企業でも挑戦・変化する会社

Copyright ©2020 Kanro Inc.

9

■ 会社概要

Kanro

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
設立	1950年5月6日
資本金	28億64百万円
決算期	12月末日
2019年度業績	売上高：240億円 営業利益：9億円 当期純利益：6億円
従業員数	596名
単元株	100株
上場市場	東証二部（証券コード：2216）1962年（昭和37年）



Copyright ©2020 Kanro Inc.

2020年6月末時点

10

10

■ カンロの歴史 ①

Kanro

創業から100年以上の長きにわたり、「糖」の持つ可能性に向き合い歩み続けてきました

1912年（大正元年）創業



山口県光市にて創業。
よりよい商品を作るため
に努力を惜しまず挑戦す
る企業姿勢は当時から
顕在

1955年



隠し味は「しょうゆ」。
セロハン紙で個包装された
初のキャンディ



「素材そのもの」の美味しさは私たちのルーツ

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。

11

Copyright ©2020 Kanro Inc.

11

■ カンロの歴史 ②

Kanro

1981年



菓子食品分野で初となる
「のど飴」を発売

**飴ならではの機能で
ある「のど飴」**

のどへのケアとおいしさの両立
という課題をクリアし、菓子食
品分野で初の「のど飴」として
発売した「健康のど飴」。

1992年



ノンシュガーのど飴

**糖の新たな可能性
「ノンシュガー」**

「甘さ控えめ」などのニーズ
に応える砂糖不使用の「ノ
ンシュガー」タイプ商品を発
売。新たな「糖」の可能性
を示しました。

2002年



ピュレグミ

グミ市場拡大の一端を担う

「ピュレグミ」を発売。それまで子供
向けの菓子だったグミを大人の女性
に向けて発売し、グミの新たな購買
層を開拓しました。

2012年



金のミルク

「素材を活かした」おいしさ

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「金の
ミルク」。

12

Copyright ©2020 Kanro Inc.

12

■ カンロの歴史 ③

Kanro

2018年



本社オフィスを新宿区へ移転



フリーアドレスの導入



服装を自由化

現在



- ・健康経営宣言
会議室に椅子は無い
(取締役会が新聞記事に)
- ・「就業時間中禁煙」

Copyright ©2020 Kanro Inc.

13

13

■ 売上高構成

Kanro

グミを成長エンジンに、グミの比率を高めていく



当社の売上高構成

(2019年度/240億円)

- ハードキャンディ : 65 %
- グミ : 29 %
- 素材菓子※ : 6 %

ハードキャンディ 素材菓子 グミ

※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

Copyright ©2020 Kanro Inc.

14

14

■ 主カブランド:ハードキャンディ シェア No.1 ※1 19.3%

Kanro



- 「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 ※2)
- 「カンロ飴」(発売65年目のロングセラー)
「ヴィーガン認証マーク」取得
レシピサイト「カンロ飴食堂」開設
- 「健康梅のど飴」
- 「健康のど飴たたかうマヌカハニー」
「のど飴」カテゴリーはコロナ禍でも販売好調

※1 (株)インテージ SRI® 組成別市場 2019年1月～2019年12月 販売金額

※2 (株)インテージ SRI® ミルクフレーバーキャンディ市場 2019年5月～2020年4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」

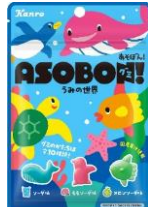
15

Copyright ©2020 Kanro Inc.

15

■ 主カブランド:グミ シェア No.3 ※1 13.5%

Kanro



- 「ピュレグミ」
果肉のような食感と甘酸っぱさを表現したグミ
2002年に大人の女性に向けて発売
- 「カンデミーナグミ」
ハードな弾力食感グミ
- 「あそぼん！グミ」
親と子をテーマにした新製品。販売好調
プロモーションテーマ「おうちであそぼん！」

※1 (株)インテージ SRI® 組成別市場 2019年1月～2019年12月 販売金額

16

Copyright ©2020 Kanro Inc.

16

■ 直営店(ヒトツブカンロ)

Kanro

ヒトから ヒトへ つながるヒトツブ

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
「ヒトツブカンロ」3店舗で展開

- ・2012年 GRANSTA東京店（東京駅構内）
- ・2015年 大阪ルクアイーレ店（梅田駅直結の商業施設）
- ・期間限定ストア 新宿ミロード店
- ・コロナ禍においてオンライン販売もトライアルし好評



「ピュレシコラティエ」



「グミツェル」



ヒトツブカンロ
GRANSTA東京店



ヒトツブカンロ
大阪ルクアイーレ店



期間限定ストア
新宿ミロード店

Copyright ©2020 Kanro Inc.

17

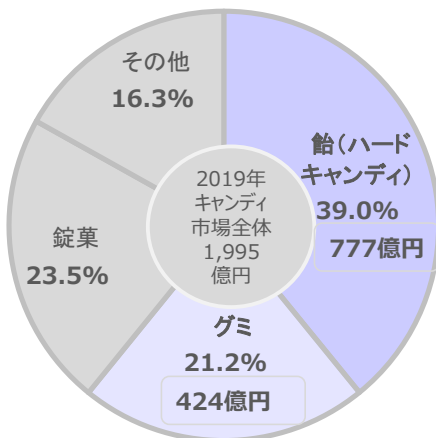
17

■ キャンディ市場

Kanro

市場環境（2019年度）

- － キャンディ市場全体は前年比+0.9%の増加
- － 「グミ」市場は成長足踏み、前年比-1.3%の減少



【2019年度】

単位：億円

	金額	前年比%	
飴（ハードキャンディ）	777	+0.3	当社の メイン 市場
グミ	424	-1.3	
錠菓（ラムネ含む）	469	+6.6	
その他（キャラメル含む）	325	-2.1	
トータル	1,995	+0.9	

（出所）(株)インテージ SRI® 組成別市場 2019年1月～2019年12月 販売金額のデータを基に作成

Copyright ©2020 Kanro Inc.

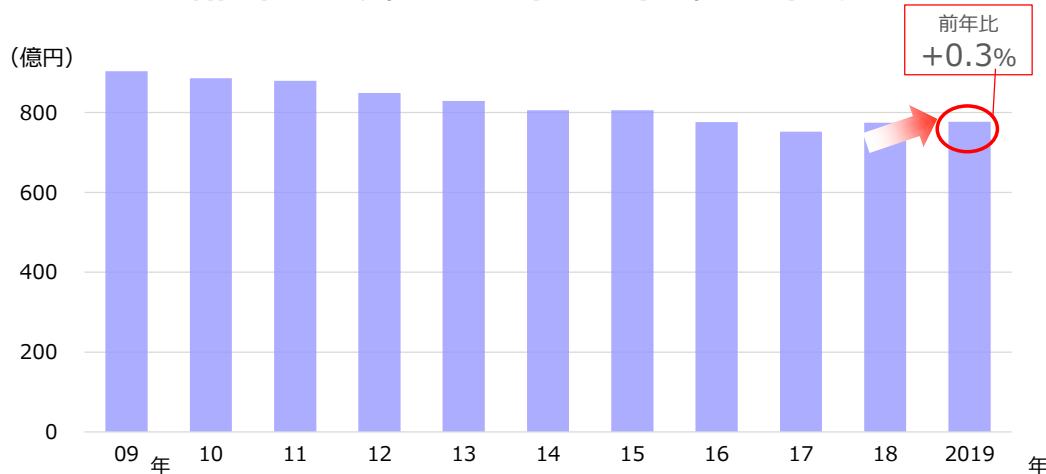
18

18

■ ハードキャンディ(飴) 市場推移

Kanro

のど飴の伸長により、2018年に10年ぶりに前年から上昇



(出所) (株)インテージ SRI® 組成別 (ハードキャンディ) 2009年1月～2019年12月 販売金額のデータを基に作成

Copyright ©2020 Kanro Inc.

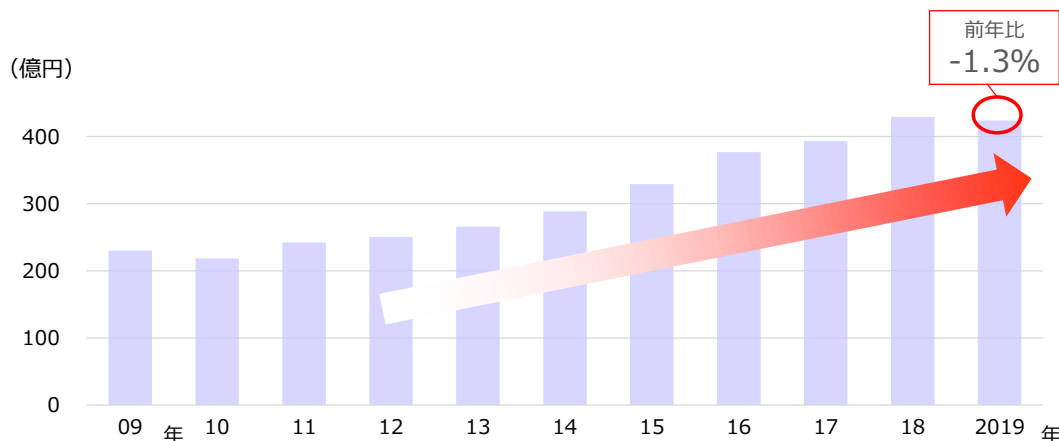
19

19

■ グミ 市場推移

Kanro

2019年は微減なるも近年急成長、グミを食べる世代が拡大



(出所) (株)インテージ SRI® 組成別 (グミ) 2009年1月～2019年12月 販売金額のデータを基に作成

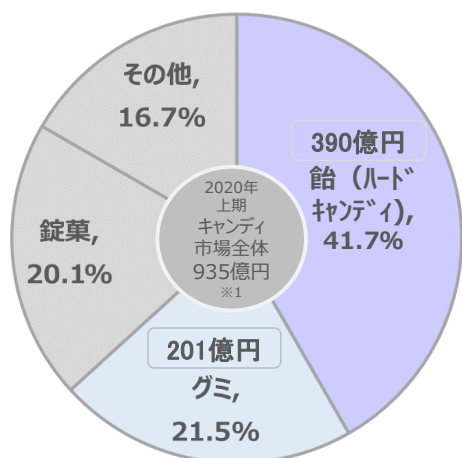
Copyright ©2020 Kanro Inc.

20

20

■ コロナ禍のキャンディ市場(2020年1-6月)

Kanro



市場環境 (2020年1-6月)

- 新型コロナウイルスの影響により、キャンディ市場は3月以降減少に転じ 前年比 -7.5%
- 「ハードキャンディ」：一転前年比 -2.4%へ (1-3月+2.6%)
- 「グミ」：市場縮小傾向継続 -7.8%
- 「錠菓」：減少著しく 前年比 -16.6%

【1-6月市場販売金額及び前年比】

単位：億円

	2019年※2	2020年※1	前年比	
餡(ハードキャンディ)	400	390	-2.4%	当社メイン市場
グミ	218	201	-7.8%	
錠菓 (ラムネ含む)	226	188	-16.6%	
その他 (キャラメル含む)	167	156	-6.7%	
トータル	1,010	935	-7.5%	

※1 (株)インテージ SRI 組成別市場 2020年1月～2020年6月 販売金額
※2 (株)インテージ SRI 組成別市場 2019年1月～2019年6月 販売金額

カンロのシェアは上昇

総合1位11.5% (前期2位10.5%)、ハードキャンディ1位19.9% (19.5%)、グミ3位14.9% (13.0%)

Copyright ©2020 Kanro Inc.

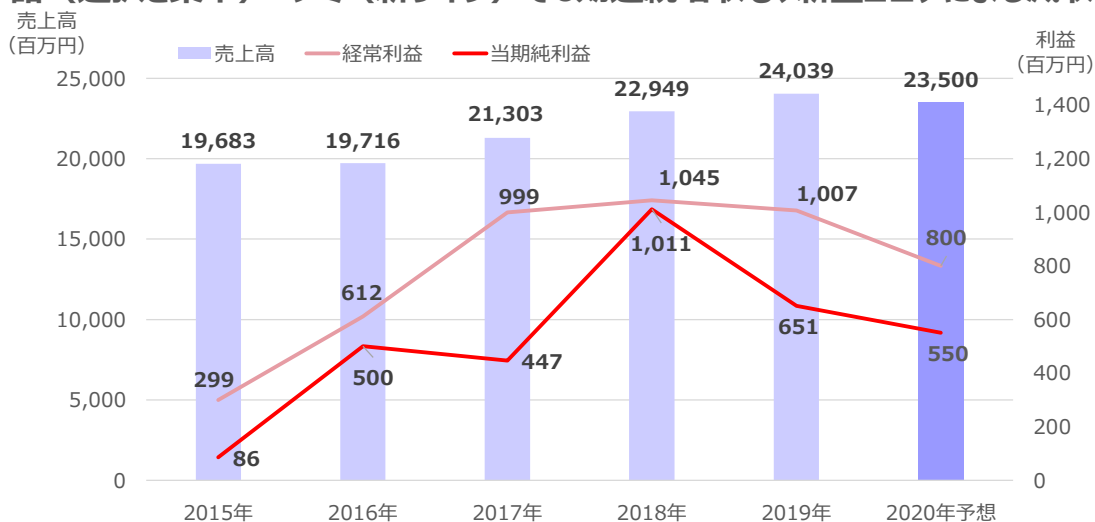
21

21

■ 業績推移

Kanro

餡(選択と集中)・グミ(新ライン)で6期連続増収も、新型コロナによる減収



Copyright ©2020 Kanro Inc.

※2017年度までは連結、2018年度以降は単体です

22

22

	2020/2/12 適時開示	2020/7/22 適時開示リリース以降	
New KANRO 2021	目指す姿：「キャンディNo. 1企業」 施策：「売上拡大（成長）戦略」「経営基盤の強化」の両輪		維持
	売上高：260億円	新型コロナウイルスの影響を見極めながら、 2021年2月に中長期のビジョン・戦略を発表する予定	
	ROE：10%以上		
	1株当たり配当30円+α	1株当たり配当30円+α ※2020年12月期32円の予想	変更なし

今後の取組方針

- 新型コロナウイルスによる新しい生活様式に対応した商品開発・事業戦略の策定
- 生産性の向上による売上拡大・原価低減
- 海外市場も視野に入れて、更なる成長を目指す

Copyright ©2020 Kanro Inc.

23

23

■ 「新しい生活様式」に対応した商品展開

■ <商品戦略> ブランド基軸経営+ウィズ・コロナ

“行動が制限されている生活者の不安をキャンディでサポートする”

- **（課題）ウイルスへの意識の高まり**
 - 対応①：「のど飴」シリーズで“のどへの潤い・のどケア強化”
- **（課題）増えたストレス**
 - 対応②：気分転換・楽しさの演出（**コラボ商品**）、噛み応えのあるグミや癒し感覚のあるグルメキャンディ
- **（課題）生活スタイルの変化**
 - 対応③：摂取カロリー意識や、**家庭内消費としての遊び心を満たすキャンディ・グミ**

「おなかの調子を整える」特保食品、素材を活かした新商品

Copyright ©2020 Kanro Inc.

24

24

「ピュレグミレモンポケモン」数量限定発売

Kanro



- 第二弾に続き第三弾の登場（10/27～）
- ピュレグミ定番のレモン味とピカチュウがコラボ
- 全部で8種類のかわいらしい限定パッケージ
- ピカチュウ型とハート型が約半分ずつ入り
- 「ピカピュレキャンペーン」実施中！

25

Copyright ©2020 Kanro Inc.

25

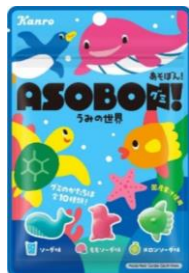
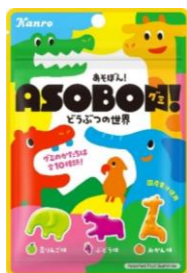
「ピュレグミ」「カンデミーナ」に続く第3の旗艦商品「あそぼん！グミ」**Kanro**

こどもの五感や好奇心を楽しく刺激する「お菓子なおもちゃ」

カタチ、美味しさ、安全にこだわり抜いた、知的好奇心をのばす『どうぶつの世界』『うみの世界』2つのテーマで発売

国産果汁使用

合成着色料、人工甘味料
不使用



コロナ禍では、ぬりえや迷路をブランドサイトからダウンロードして楽しめる「おうちであそぼん！」企画が好評



26

Copyright ©2020 Kanro Inc.

26

3. 素材を大切にした商品づくり

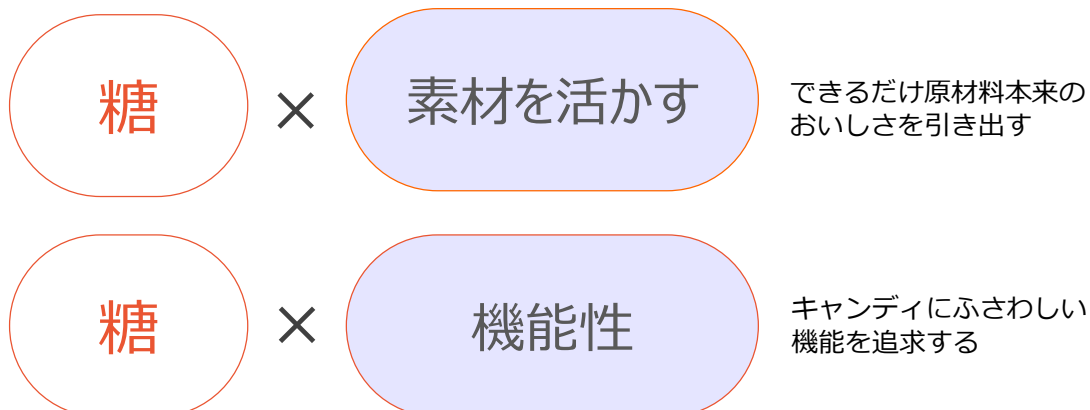
Copyright ©2020 Kanro Inc.

27

■ 素材を大切にした商品づくり

Kanro

「素材を活かす」・「機能性」を軸とする商品開発



Copyright ©2020 Kanro Inc.

28

28

■「素材を活かす」 ～カンロ飴～

Kanro

2018年、「カンロ飴」のレシピを大幅刷新。
調味料（アミノ酸）を添加せずにさらなる
美味しさを実現。
本年2月に「ヴィーガン認証マーク」を取得



原料は
砂糖＋水飴＋しょうゆ＋食塩

香料・着色料不使用

Copyright ©2020 Kanro Inc.

29

29

■「素材を活かす」 ～金のミルクキャンディ～

Kanro

「素材を活かした」おいしさ
ミルクそのものの濃厚なおいさを
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



こだわり素材を使用

北海道産
生クリーム

西尾の抹茶
* 金のミルク抹茶

香料・着色料不使用

Copyright ©2020 Kanro Inc.

30

30

■ 「機能性」～ノンシュガーシリーズ～

Kanro



人工甘味料不使用

糖類 0 (ゼロ)

甘くて美味しい

Copyright ©2020 Kanro Inc.

31

31

■ 「機能性」～おいしいオリゴトールキャンデー～

Kanro

ガラクトオリゴ糖が含まれており、ビフィズス菌を増やして腸内の環境を良好に保つので、おなかの調子を整えます



ガラクトオリゴ糖を使用

現在販売中のキャンデー
で唯一の特保食品

2020年9月4日調査時点

※食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

Copyright ©2020 Kanro Inc.

32

32

Appendix 1. 社会とともに歩む ～カンロの取り組み～

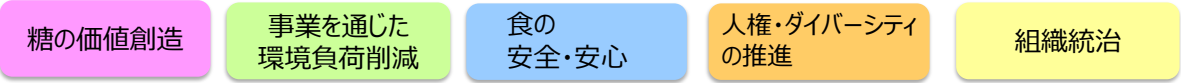
Copyright ©2020 Kanro Inc.

■ サステナブル経営の取り組み

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つのマテリアリティ



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Copyright ©2020 Kanro Inc.

■ ～カンロの取り組み事例～

食の安全・安心を守る

食品メーカーとして、食の安全・安心の実現は最重要の使命です。



ダイバーシティの推進

多様な社員が活いきと活躍できるように個性を尊重し、安全で働きやすい職場を実現します。

女性管理職比率：10%以上

役員2名

人事部・経理部・広報部・

ヒット事業部 部長

ダイバーシティ推進室長 は女性

環境を守る

のど飴に使われるハーブや「金のミルク」の原料となる乳製品など、カンロの製品づくりには自然の恵みが欠かせません。事業活動すべてのプロセスで、環境負荷の削減を目指し、地球環境を守ります。

子供たち、地域の方々との活動

カンロは、お菓子という「食」を扱う企業として、「食」の提供を中心とした様々な取り組みを通じて社会と共に発展する企業を目指します。



Copyright ©2020 Kanro Inc.

35

35

■ 「糖の価値創造」スポーツ支援



レノファ山口FC



東京ヴェルディ女子ホッケーチーム



シッティング
バレーボール
女子日本代表
「煌めきJAPAN」

「糖との正しい付き合い方」を広く伝える

+

地域創生

+

人材の多様性

+

スポーツを通じた
糖のさらなる可能性の探求

サステナブル経営のさらなる浸透に向け、2020年よりスポーツを通じた「糖」への取り組みを強化

- 施策としては、子供向けのサッカー教室やホッケー教室を通じ、糖に関する食育活動や試合やイベントを通じた糖とスポーツに関する啓蒙活動、商品サンプリング等を予定。
- 「煌めきJAPAN」には、日本パラバレーボール協会のスペシャルパートナーとして、大豆イソフラボン含有した「プチポリ納豆スナック」提供を含めたサポートを開始。

Copyright ©2020 Kanro Inc.

36

36

■ 「キャンディエール」の取組み開始

キャンディ
エール

Kanro

新型コロナ感染拡大・大規模自然災害の発生を受け、キャンディを通じて人々を応援していく

■ お客様へのエール！

- “エール缶”販売
 - ・ 自由にメッセージやイラストを描き足すことが可能
 - ・ 全国 5,000名の中高生に寄贈



■ 社会へのエール！

- あそぼん！グミの売上の一部から 緊急支援実施を決定
- 【ONE ZOO】を通して100万円を動物園へ寄付
 - ・ 動物園のどうぶつ達の様子をオンラインで見ることができるアプリ(全国 9 園と提携)



one zoo

■ 社員へのエール！

- 社員の健康と安全安心を第一にウィズ・コロナの時代に即した新しい働き方をスタート
- 健康サポート



Copyright ©2020 Kanro Inc.

37

37

Appendix 2. カンロの株主になると

Copyright ©2020 Kanro Inc.

38

■ カンロの株主になると (1/2)

Kanro

配当金

例： 投資単位 100株取得の場合

— 株価 1,512円 (10月20日終値) × 100株 = 151,200 円

(ただし別途売買手数料がかかります)

年間配当 (中間 + 期末) @ 32円 (2020年配当予想による)

— 配当金 32円 × 100株 = 3,200 円 (ただし別途20%の課税がかかります)

— 配当利回り 約2.12% (10月20日の株価で換算)

39

Copyright ©2020 Kanro Inc.

39

■ カンロの株主になると (2/2)

Kanro

株主優待

Aコース カンロバラエティセット



Bコース ヒトツブカンロ満喫セット



Cコース 寄付



※所有株数：100～599株：1,000円相当の商品、600～999株：2,000円相当の商品、1,000株以上：3,000円相当の商品となります。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。毎年4月上旬に送付予定です。

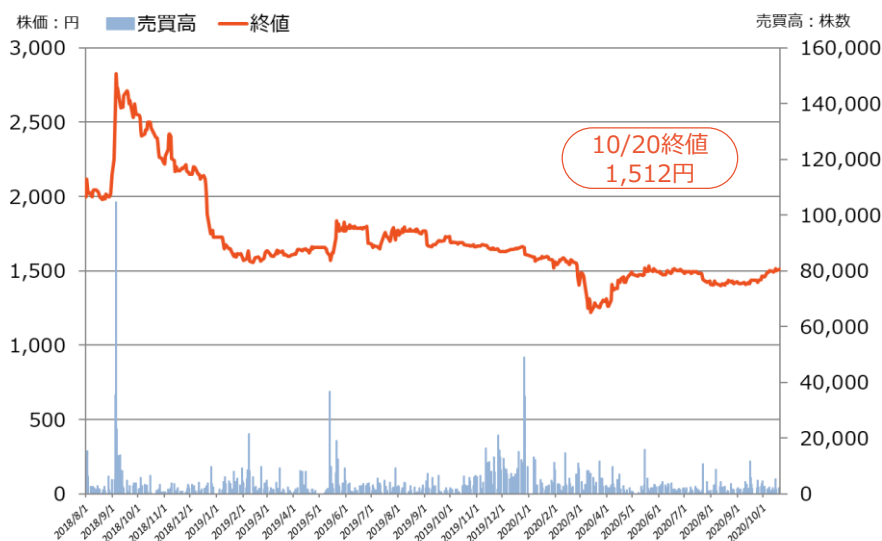
40

Copyright ©2020 Kanro Inc.

40

■ 株価の推移

Kanro



Copyright ©2020 Kanro Inc.

41

41

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"キャンディNo.1企業"になるため、グミを成長エンジンに海外市場も視野に入れて、更なる成長を目指しています。
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。
また、新型コロナウイルス感染拡大・大規模自然災害の発生を受け、キャンディを通じ人々を応援してまいります。

Copyright ©2020 Kanro Inc.

42

ご清聴ありがとうございました。

Copyright ©2020 Kanro Inc.

43



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。

Copyright 2020 Kanro Inc.

44

44

