

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 12月11日

カンロ株式会社/代表取締役社長

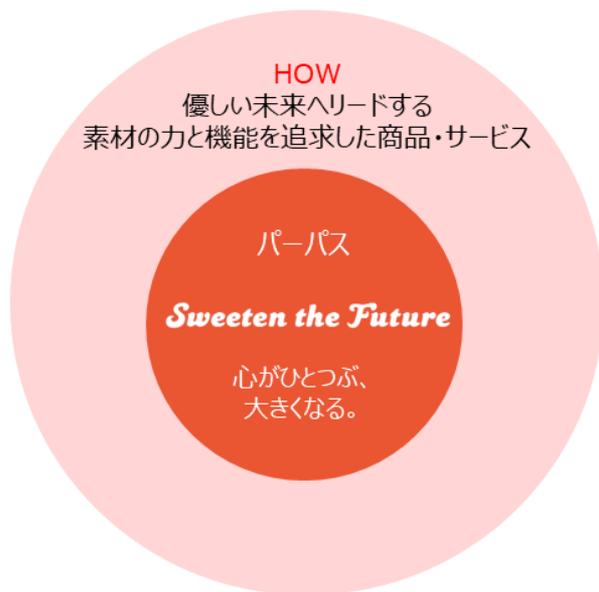
三須 和泰

証券コード: 2216



カンロのパーパス

カンロは、 「人と社会の持続可能な未来に貢献する」 パーパストリブン企業へ



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
2. 大切な人たちとの楽しい会話が
弾みますように
3. カンロの会社概要
・キャンディ市場・シェア
4. カンロの業績・長期ビジョン
・中期経営計画について
5. カンロの株主になると



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。

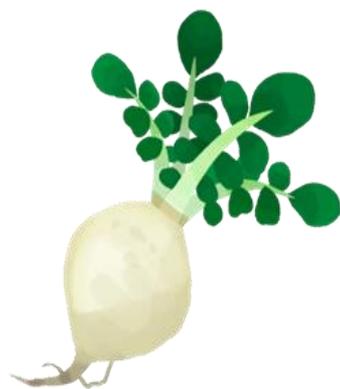


1. 糖はヒトの身体にとって不可欠な栄養素

キャンディの主な原料は糖（砂糖と水あめ）です。



北海道産の甜菜糖



糖の種類です。

炭水化物

食物繊維

糖質

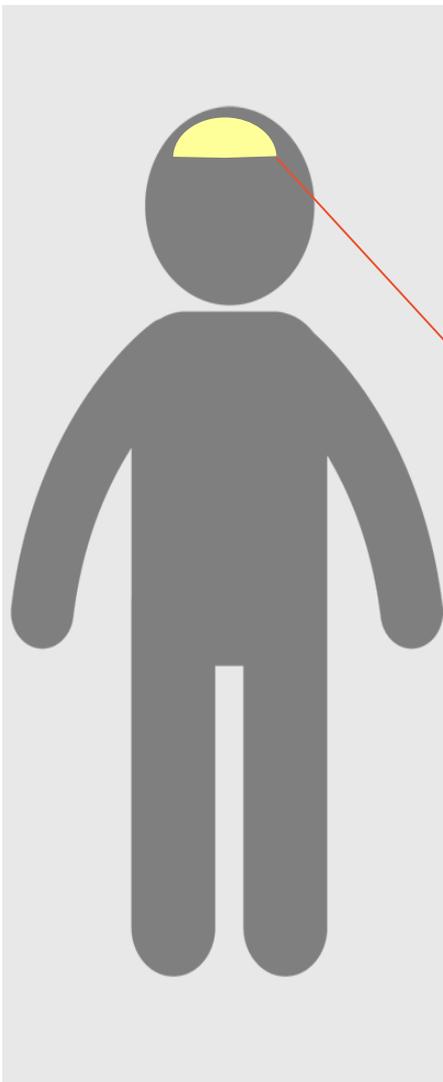
多糖類・
糖アルコール

糖類

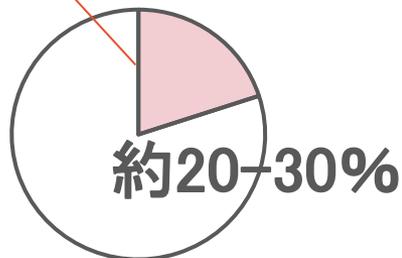
二糖類・
単糖類

- 糖質:「炭水化物」のうち「食物繊維」以外の部分
 - 「糖質」はぶどう糖まで分解されたのち、グリコーゲンという形に変化し筋肉や肝臓に貯蔵される。「糖質」を摂りすぎると脂肪になる。
 - 「多糖類」:グリコーゲン、でんぷんなど
 - 「糖アルコール」:キシリトール、マルチトールなど
- 糖類:『「糖質」から「多糖類・糖アルコールなど」を除いたもの』の総称
 - 「ブドウ糖、果糖、砂糖」など
 - 「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)など
 - 「単糖類」:
 - ブドウ糖、果糖(果実に含まれる)など

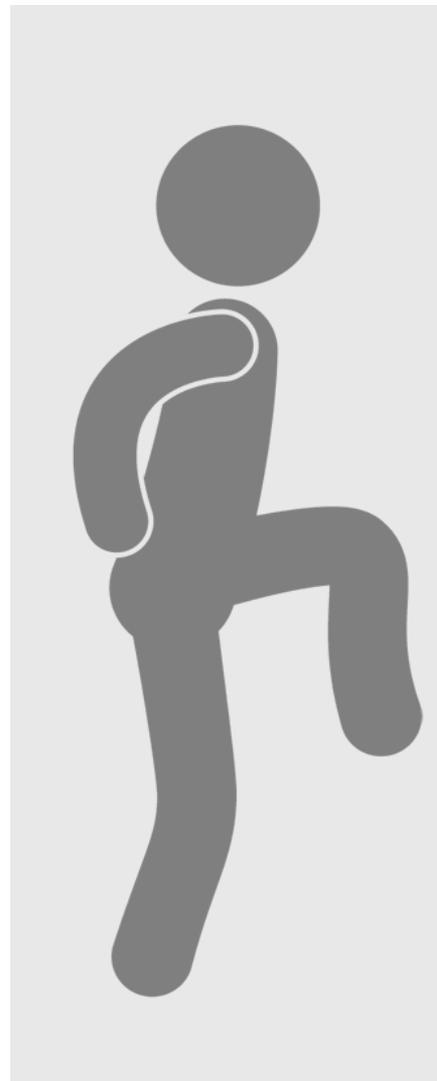
糖は身体にとって必要不可欠な栄養素です。



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。



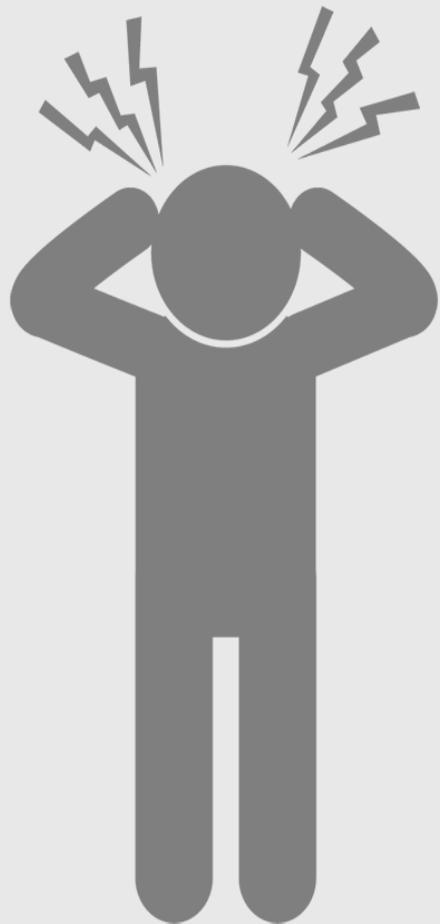
ブドウ糖は脳の
主要なエネルギー源。



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。

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。

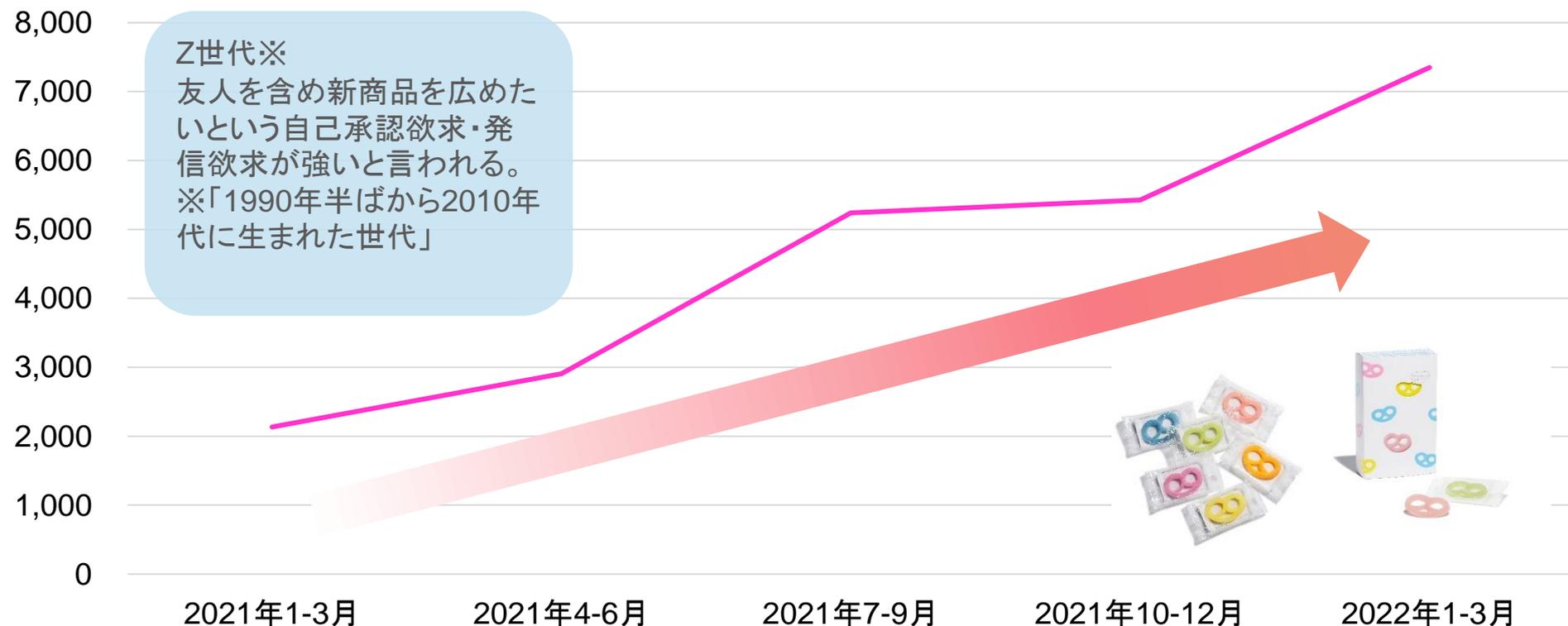


2. 大切な人たちとの楽しい会話が弾みますように

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・噛み心地も楽しめて機能性もあります。

キャンディは見た目もバラエティ豊かです。



素材を活かした美味しい商品をお届けしています。



■ 素材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
 - 2021年に書籍「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※)
 - ミルクそのまま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2021年4月～2022年3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」

「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を使わず、すっきりとした甘さ
- ノンシュガーで糖類ゼロ
- ノンシュガーハードキャンディ市場における

当社シェア40.0%

※(株)インテージSRI+ ノンシュガーハードキャンディ市場における販売金額比

期間2021年11月～2022年10月

「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



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

商品

グミに空気を抱き込ませ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。「日本食糧新聞社第40回食品ヒット大賞 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

160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)

機能性表示商品開発 → 健康意識の高まりを商品化しています。

商品



◆「ハーバルグッド いたわるザクロ&ローズヒップ」
キリングループの独自素材「プラズマ乳酸菌」を配合し、1日4粒で健康な人の免疫機能の維持をサポート！

◆「ハーバルグッド 整えるアロエ&ヨーグルト」

機能性関与成分である「ガラクトオリゴ糖」を配合し、1日4粒でビフィズス菌を増やし腸内環境を改善！

発売日	2022年9月13日(火)	
参考価格	300円(税込) ※消費税8%	300円(税込) ※消費税8%
内容量	40g(個包装込み)	40g(個包装込み)



3. カンロの会社概要・キャンディ市場・シェア

会社概要です。

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	617名 (2022年6月30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。

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。 創業100周年。
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。 創業110周年。



「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。



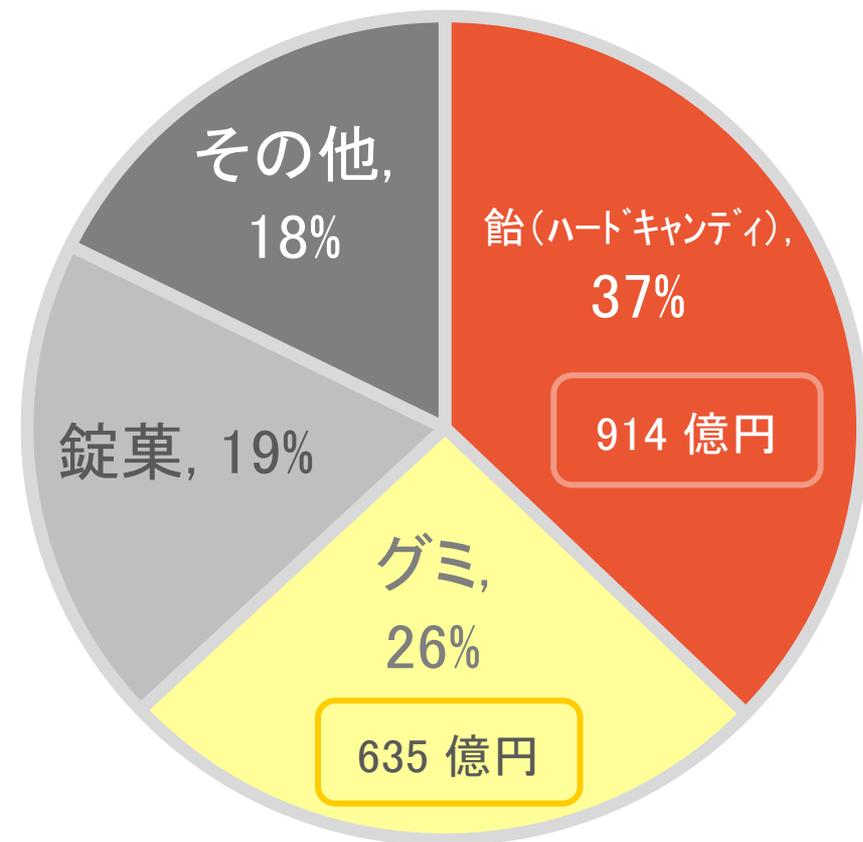
菓子食品分野で初「のど飴」発売

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**

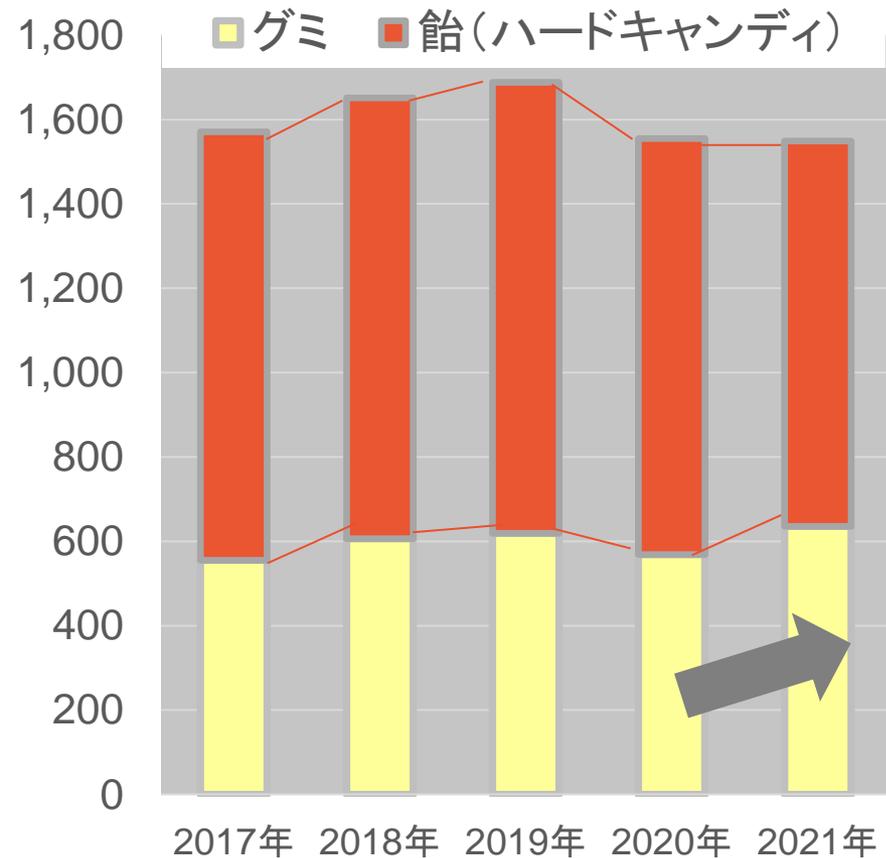


- 新型コロナウイルス禍の新しい生活様式において錠菓・飴(ハードキャンディ)を中心に前年割れ

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

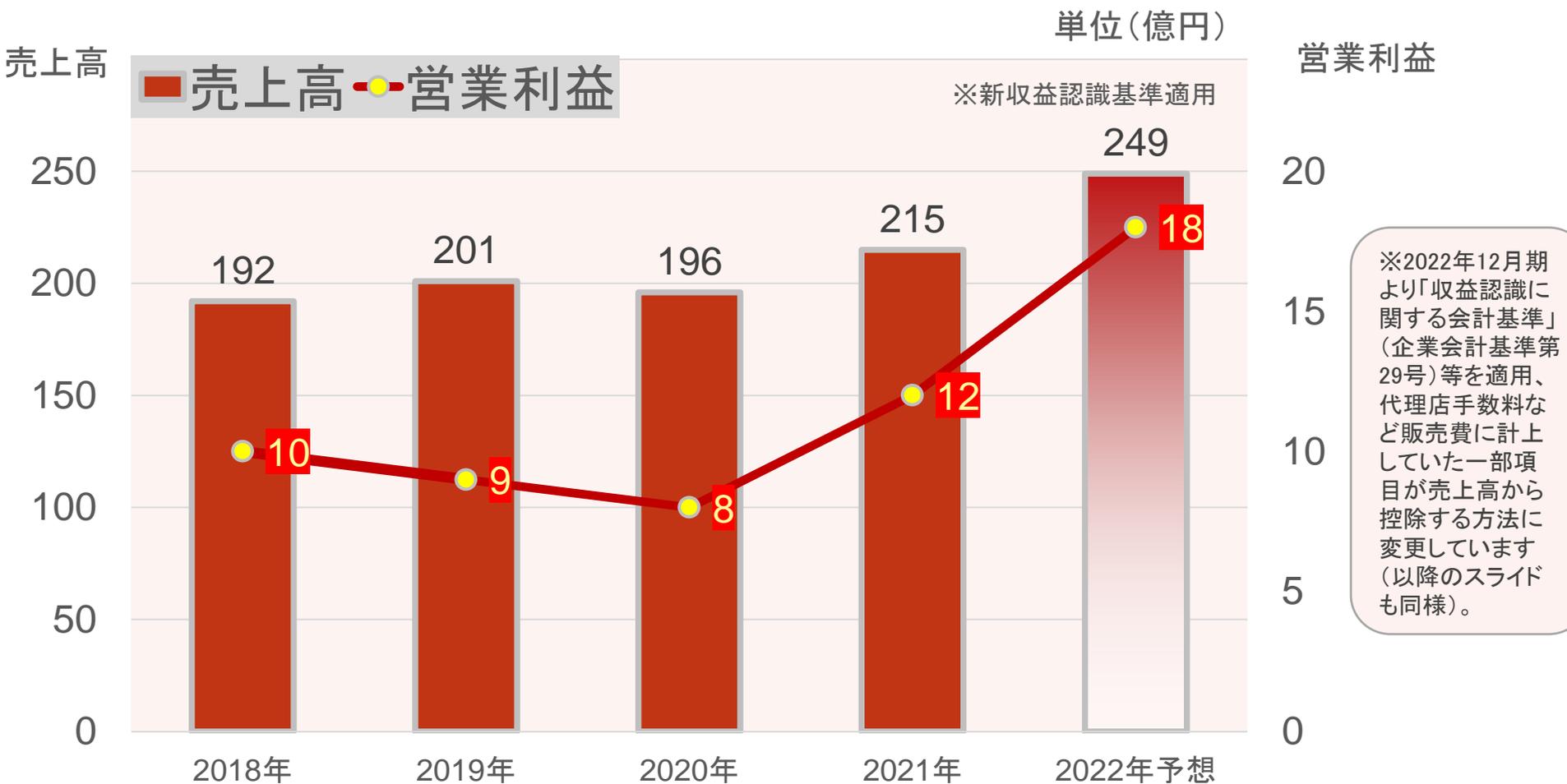
単位: 億円	2017	2018	2019	2020	2021
飴 (ハードキャンディ)	1,016	1,045	1,069	986	914
グミ	555	606	619	569	635
計	1,571	1,651	1,688	1,555	1,549

※ 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

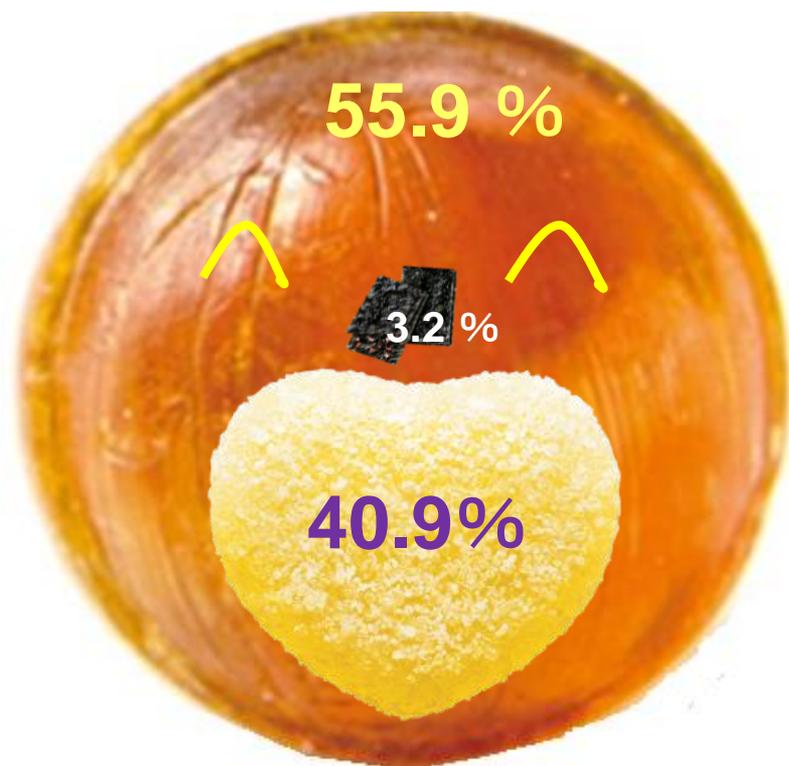


4. カンロの業績・長期ビジョン・中期経営計画について

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 第3四半期(1-9月)業績概要です。

単位:億円

	2022年度	2021年度		
	1-9月実績	1-9月実績	増減	増減比
売上高	179.2	148.4	+30.8	+20.8%
営業利益	12.9	5.1	+7.8	+151.5%
経常利益	13.5	5.4	+8.0	+148.4%
四半期 純利益	9.3	4.3	+4.9	+114.0%

通期業績見込みです。

単位：億円

	2022年度			2021年度		
	修正予想	従来予想※	増減率	実績	増減	増減率
売上高	249.5	242.0	+3.1%	215.8	+33.6	+15.6%
営業利益	18.3	15.3	+19.6%	12.5	+5.7	+45.8%
経常利益	19.0	15.9	+19.5%	12.9	+6.0	+47.1%
当期純利益	12.7	10.8	+17.6%	8.7	+3.9	+44.5%

※2022年4月28日公表

＜修正の理由＞キャンデー市場でのグミカテゴリーの力強い伸長は継続、当社においても主力ブランドおよび新製品が好調に推移。原材料価格や工場諸経費の増加に対し、販売数量の大幅な増加による限界利益の増加・生産性の向上と商品価格の改定が増益に寄与。

期末配当予想の修正(110周年記念配当実施)です。

単位:円

一株当たり配当金(円)	中間配当	期末配当	年間配当		配当性向
	(株式分割前)	(株式分割後)	(分割前換算)	(分割後換算)	
2021年12月期実績	—	—	40.0	20.0	32.0%
2022年12月期従来予想※	25.0	12.5	50.0	25.0	32.7%
2022年12月期(修正予想)	25.0	17.5	60.0	30.0	32.8%

※2022年5月27日公表

<修正の理由>

普通配当12.5円に加え1株につき5円の創業110周年記念配当を実施する方針を決議いたしました。尚、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%迄に段階的に引き上げる株主還元の拡充を定めております。

カンロの長期ビジョン Kanro Vision 2030 です。

Sweeten the Future
Kanro

2030年
Vision

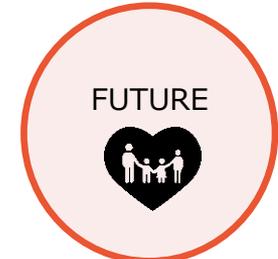
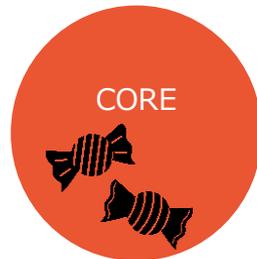
Sweeten the Future

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。

コア事業は既存ドメインを軸にイノベーションで新規ドメインを開拓
3事業で市場・チャネルを拡げ、新たな事業ドメインを構築する

製品(ドメイン)

		製品(ドメイン)		年平均成長率	
		既存	新規		
市場・チャネル	既存	 コア事業		3%以上	5%以上
	新規	 デジタルコマース事業	グローバル事業  フューチャーデザイン事業	30%以上	

詳しくは当社ウェブのIRニュース2022年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

新規事業トピックスです。

- デジタルコマース事業/新ブランド「アメージングカンロ」より

— 「ホシフリラムネBOXセット」※1

- 8月30日Kanro POCKeT オンラインショップ発売開始後
- 9日間で初回生産分完売/次回入荷は2022年12月中旬予定

- フューチャーデザイン事業/新ブランド「ヒトツブカンロ earth」より

— 「地球をあるくウエットティッシュ」※2

- 規格外で販売ができないカンロ飴と、未利用資源の田んぼのお米を発酵させて精製されたアルコールを使用(アルコールの全てがカンロ飴とお米由来ではありません)。9月14日発売
- サーキュラーエコノミー(循環型経済)への取り組み

- グローバル事業/中国向けオリジナルノンシュガー新商品

— 「0糖1刻」※3

- 9月よりテスト販売開始



※1



※2

※3



※来春リニューアル予定のパッケージデザイン

中期経営計画2024 財務数値目標です。

Sweeten the Future

Kanro

	2021年度	中期経営計画2024 CAGR=年平均成長率					KanroVision2030	
		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 **17.5円**(年間配当予想は30円になります)
 - 2022年度 配当性向予想は **32.8%**です。

- **株主優待を受け取ることができます。** ※詳細は後程のスライドでご説明

■ 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 1,130円(12月6日終値) × 100株 = 113,000 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 30円(直近予想数値)・100株保有の株主様では
 - 配当金計 30円 × 100株 = 3,000 円(別途20%の所得税がかかります)
 - 配当利回りは 3,000 円 ÷ 113,000 円 = 約 2.65 %になります。

株主優待(年度末株主様限定)は3コースです。

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:国連WFP協会への寄付
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。

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)

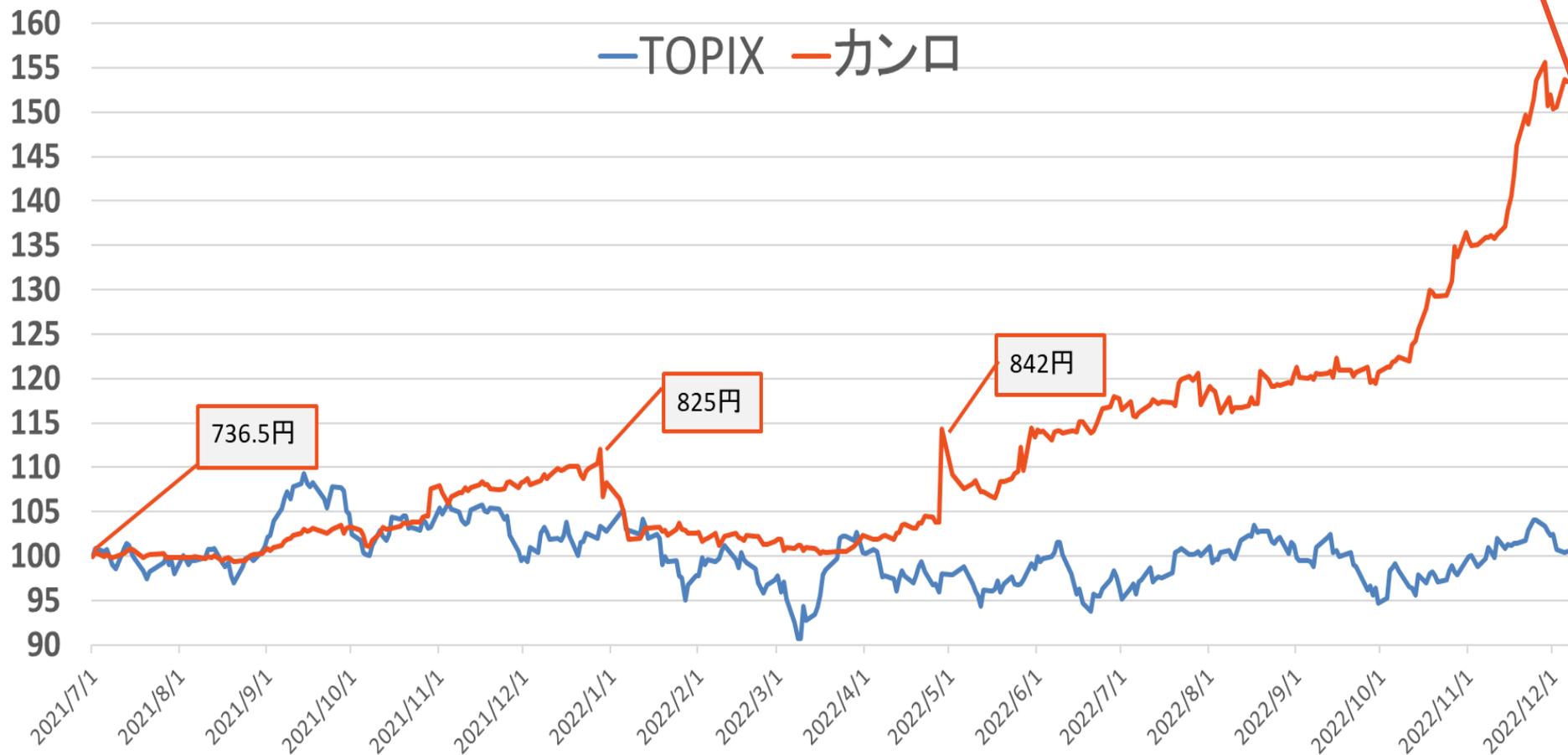
1,000株以上保有の場合

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コースの国連WFP協会への寄付も選べます。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



12/6終値 1,130円

Appendix

新社長 村田 哲也のプロフィールです。

村田 哲也(むらた てつや) 53歳



■ 自己紹介

出身:愛知県名古屋市

趣味:読書・スポーツ観戦

座右の銘:微差は大差

■ 経歴

1992年4月 三菱商事株式会社入社

2019年3月 当社社外取締役

2021年7月 当社執行役員グローバル事業担当
兼フューチャー事業担当(2021年6
月末日を以って当社社外取締役を
辞任)

2022年3月 当社取締役執行役員グローバル事
業本部長兼フューチャーデザイン
事業本部長兼経営企画本部長

2023年1月 代表取締役社長就任予定

創業110周年施策を展開します。

- 生活者の皆様へ商品を通じて感謝の気持ちを伝える
- 株主・投資家の皆様へ110周年記念配当に加えてデジタルを活用したインタラクティブなコミュニケーションを実施
- 地域の皆様へ商品寄贈、地元でのイベントを積極的に実施
- 地球へ向けた施策として、TCFDへの賛同を表明し気候変動に向けた取組みを加速
- 社員へ向けた施策として全社員分のパターンのカンロちゃんが誕生する「着せ替えカンロちゃん」とみんなでつくる気分がアがるオフィス空間の提供





「ヒトツブカンロ」グランスタ東京店

人気NO.1商品
「グミツツエル」

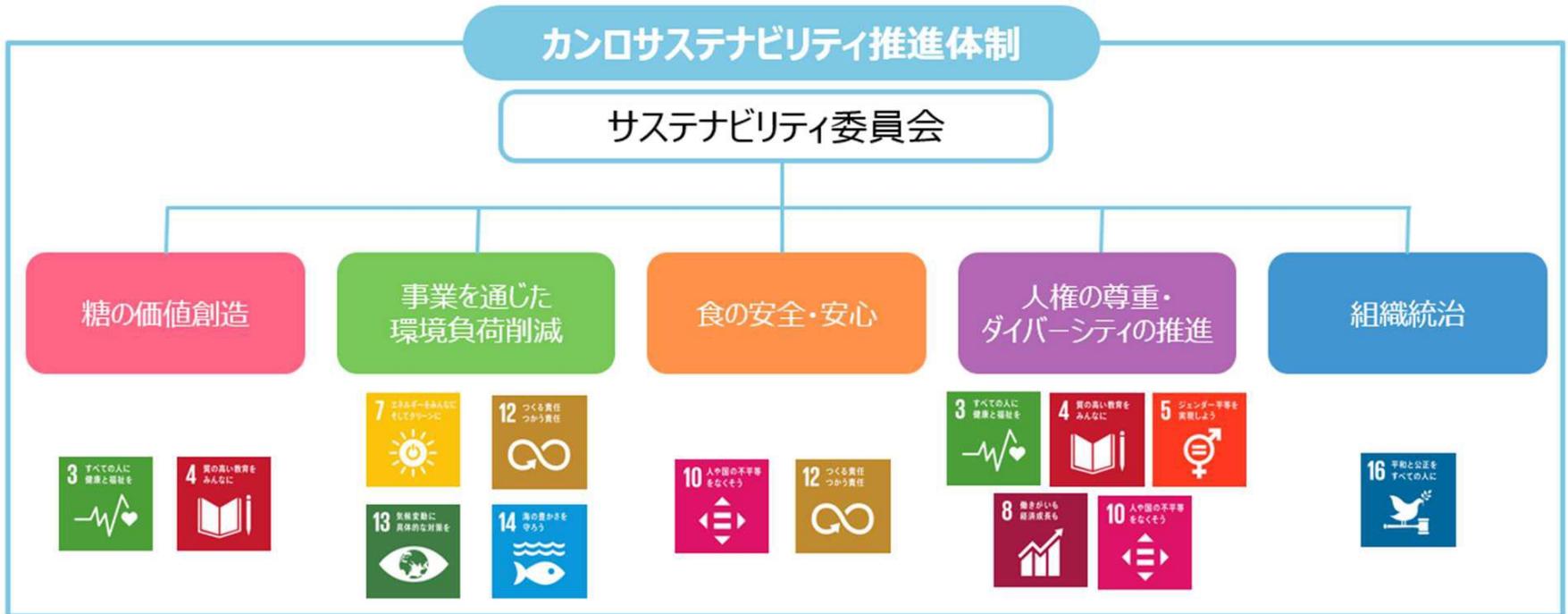


Kanro POCKeT ポケサブ!

- 商品の詳細情報やブランドサイトとEC機能が一体化し、商品について知ることから購入までの特別な体験ができるデジタルプラットフォーム「Kanro POCKeT」
- 1袋単位から商品を選び、自分好みのセットにカスタマイズできる、定期便サービス「ポケサブ!」を開始
- <https://kanro.jp/>

サステナビリティへの取り組みです。

- サステナビリティ委員会設置(2022年4月1日)
 - 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。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。



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
でサポート企業」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



(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) & 統合報告書 2022」を発刊しました。**Kanro**



「アニュアルレポート 2021(英文)」発刊

- ・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、世界に向けて未知の世界への挑戦・開拓を宇宙で表現
- ・**International ARC awards**で**世界最優秀部門 Grand award 2部門受賞**

URL(クリックください)

https://ssl4.eirparts.net/doc/2216/ir_material_for_fiscal_ym12/118788/00.pdf



「統合報告書 2022」発刊

- ・カンロの強みや価値創造について財務・非財務の両方向からマルチステークホルダーに向けてメッセージ発信

URL(クリックください)

https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir_material_for_fiscal_ym2/121410/00.pdf

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.