

こころ晴れる。
甘ずっぱさ。

Puré

ピュレグミ



2024年 11月 16日
カンロ株式会社 東証 STD (2216)
代表取締役社長 村田 哲也

本日の内容

カンロの主要商品

1. 会社概要

2. カンロの強み

3. 更なる成長に向けて

4. カンロの株主になると

「ピュレグミ」

2023年度グミカテゴリーの年間売上No.1 ※

※(株)インテージSRI+グミ市場2023年1月～12月累計販売金額
ブランドランキング





1. 会社概要



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 村田 哲也
創業	1912年（大正元年）11月10日
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 （2023年度）	売上高：290 億円 営業利益：33 億円 当期純利益：24 億円
事業所・工場等	本社：東京都新宿区 研究所：R&D豊洲研究所 工場：ひかり工場（山口県光市）松本工場（長野県松本市）朝日工場（長野県朝日村） 支店：全国8支店
従業員数	639名 （2023/12/31現在）
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）
主要株主	三菱商事(株) 他

大正元年(1912年)の創業以来、 多くの方に永く愛される商品を生み出し続けています

1955 「カンロ飴」

1981 「健康のど飴」

1992 「ノンシュガーのど飴」

2002 「ピュレグミ」 **2023年グミカテゴリー年間売上No.1** ※1

2012 「金のミルク」「グミッツェル」

2017 新CI導入「糖から未来をつくる。」

2021 「マロッシュ」

2022 企業パーパス「Sweeten the Future 心がひとつぶ、大きくなる。」



「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
初となる「のど飴」発売



発売当初のピュレグミ



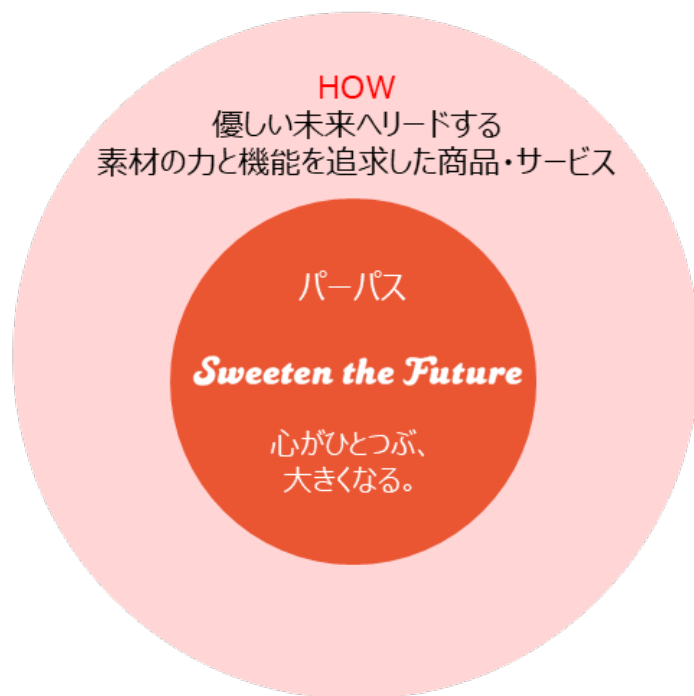
「グミッツェル」



※1 (株)インテージSRI +グミ市場2023年1月～12月累計販売金額ブランドランキング



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。

お客様の支持を受け、2023年キャンディ市場シェアトップ^{※1}

キャンディ市場全体
メーカーシェア：12.5 %（1位）^{※1}
（前年 メーカーシェア 12.2 %）



飴（ハードキャンディ）メーカーシェア20.8 %（1位）^{※2}
（前年 メーカーシェア 20.4 %）

グミメーカーシェア 15.7%（2位）^{※3}
（前年 メーカーシェア 15.9 %）

※1 インテージSRI+ キャンディ市場 2022年・2023年（各年1月～12月計） 販売金額シェア
※2 インテージSRI+ ハードキャンディ市場 2022年・2023年（各年1月～12月計） 形態（組成）別販売金額シェア
※3 インテージSRI+ グミ市場 2022年・2023年（各年1月～12月計） 形態（組成）別販売金額シェア



過去最高売上高、利益を達成見込み

単位：百万円

	2024年 通期修正予想 ※ 1	2023年度 通期実績	前年比 増減率	2024年 1-9月実績	2023年 1-9月実績	前年同期比 増減率
売上高	30,800	29,015	+6.1%	22,679	20,609	+10.0%
営業利益	3,810	3,388	+12.4%	3,147	2,235	+40.8%
経常利益	3,830	3,432	+11.6%	3,169	2,262	+40.1%
当期純利益	2,800	2,462	+13.7%	2,334	1,551	+50.5%
総資産	-	25,839	-	26,276	23,205	+13.2%
純資産	-	14,533	-	15,892	13,630	+16.6%
ROIC	18.0%	18.2%	-	-	-	-

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
※1：2024年6月24日公表値

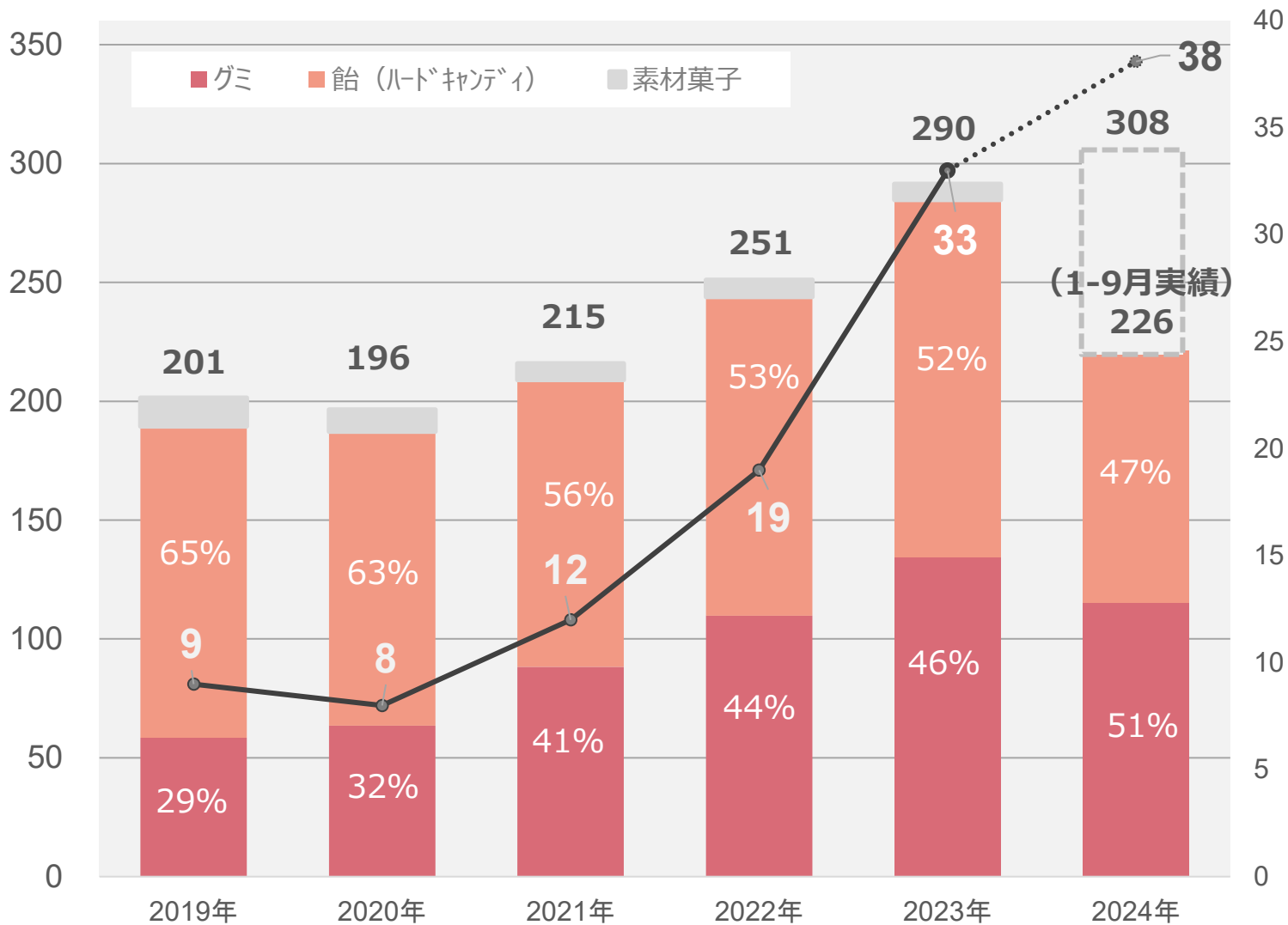


2019年～2024年：売上高／営業利益と構成比推移

※マシュマロ商品「マロッシュ」はガミとして計上

売上高（億円）

営業利益（億円）



予想 (2024/6/24公表値)



2. カンロの強み



1

食の安全:品質保証体制
国際食品安全規格
「FSSC22000」※を全3工場で認証取得

2

**キャンディ（糖）と永年向き合って培った
研究（商品）開発力**

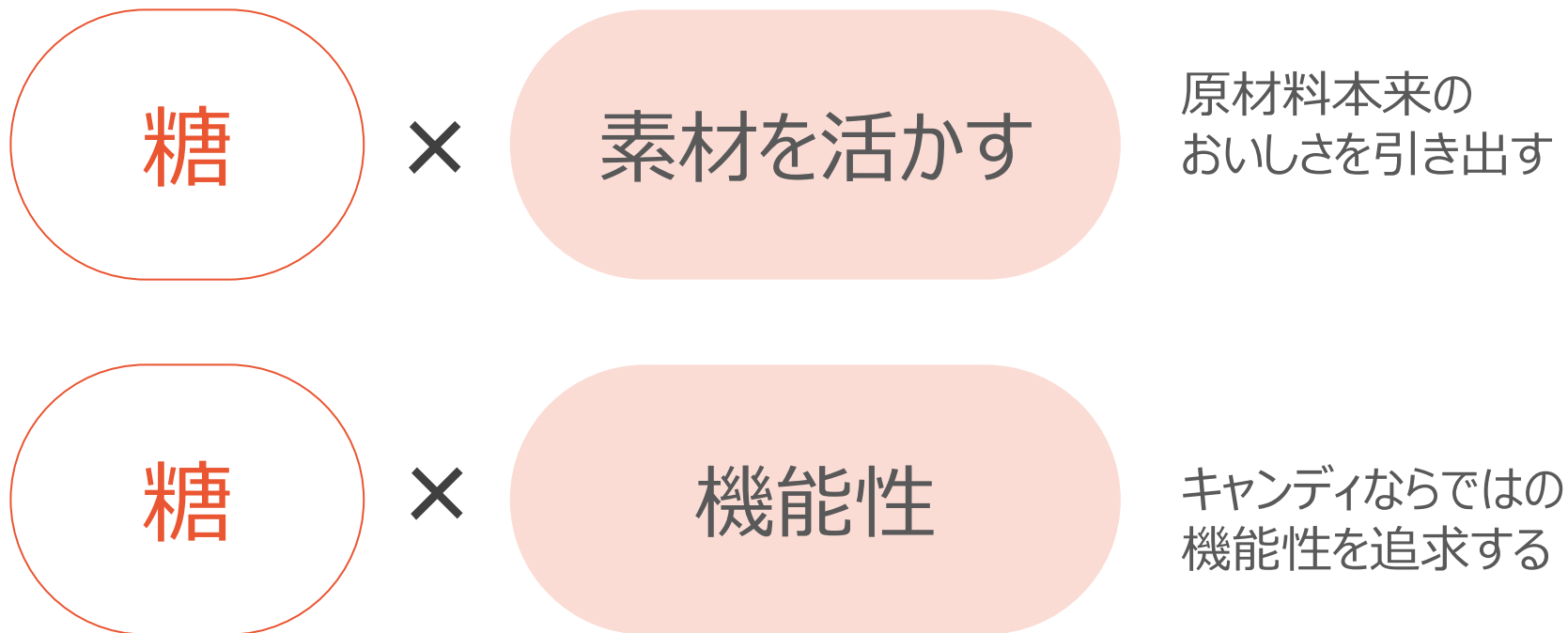
3

**112年の歴史で育んだ
ブランド力**

※安全な食品を消費者に届けるための国際的に定められた食品安全マネジメントシステム。食品を消費者の元に届ける過程における衛生、及び品質管理のために 必要なマニュアルに沿った安全管理が出来ていると認められた事業者にのみ認証登録される。



「素材を活かす」・「機能性」を軸とする商品開発方針



「心がひとつぶ、大きくなる。」瞬間を、「糖」の力で具現化

「金のミルク」(ミルクキャンディブランド売上No.1※)



- ◆ ミルクや素材の濃厚なおいしさを引き出した
プレミアムミルクキャンディ
- ◆ 香料・着色料不使用
- ◆ 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2023年4月～
2024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」

「カンロ飴」(1955年発売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



「健康のど飴」シリーズ

- ◆ 発売から40年以上の
ロングセラーブランド



「マロッシュ」

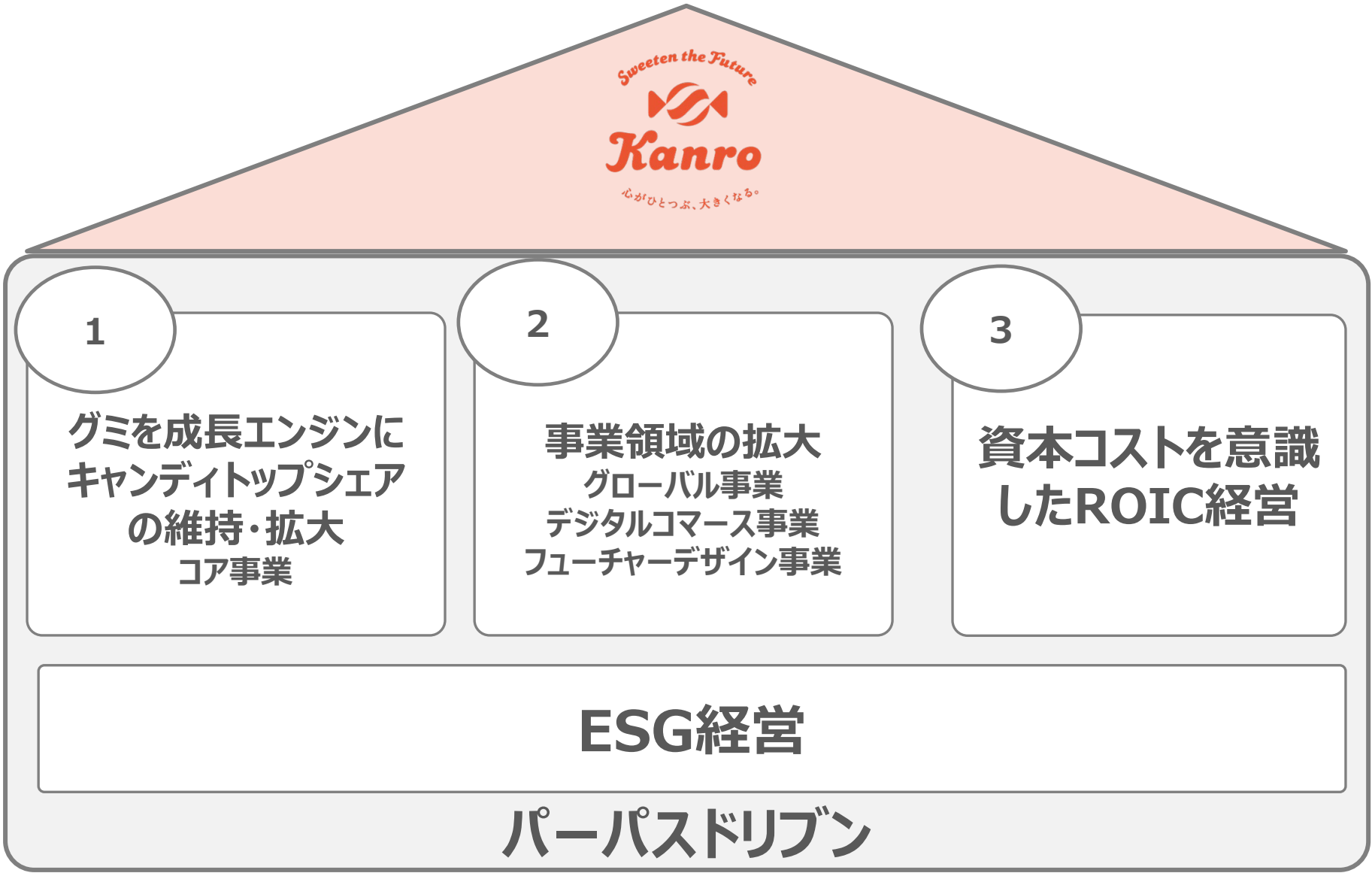
- ◆ 生地には空気を抱き込ませる技術
により新食感のマシュマロとして開発



3. 更なる成長に向けて

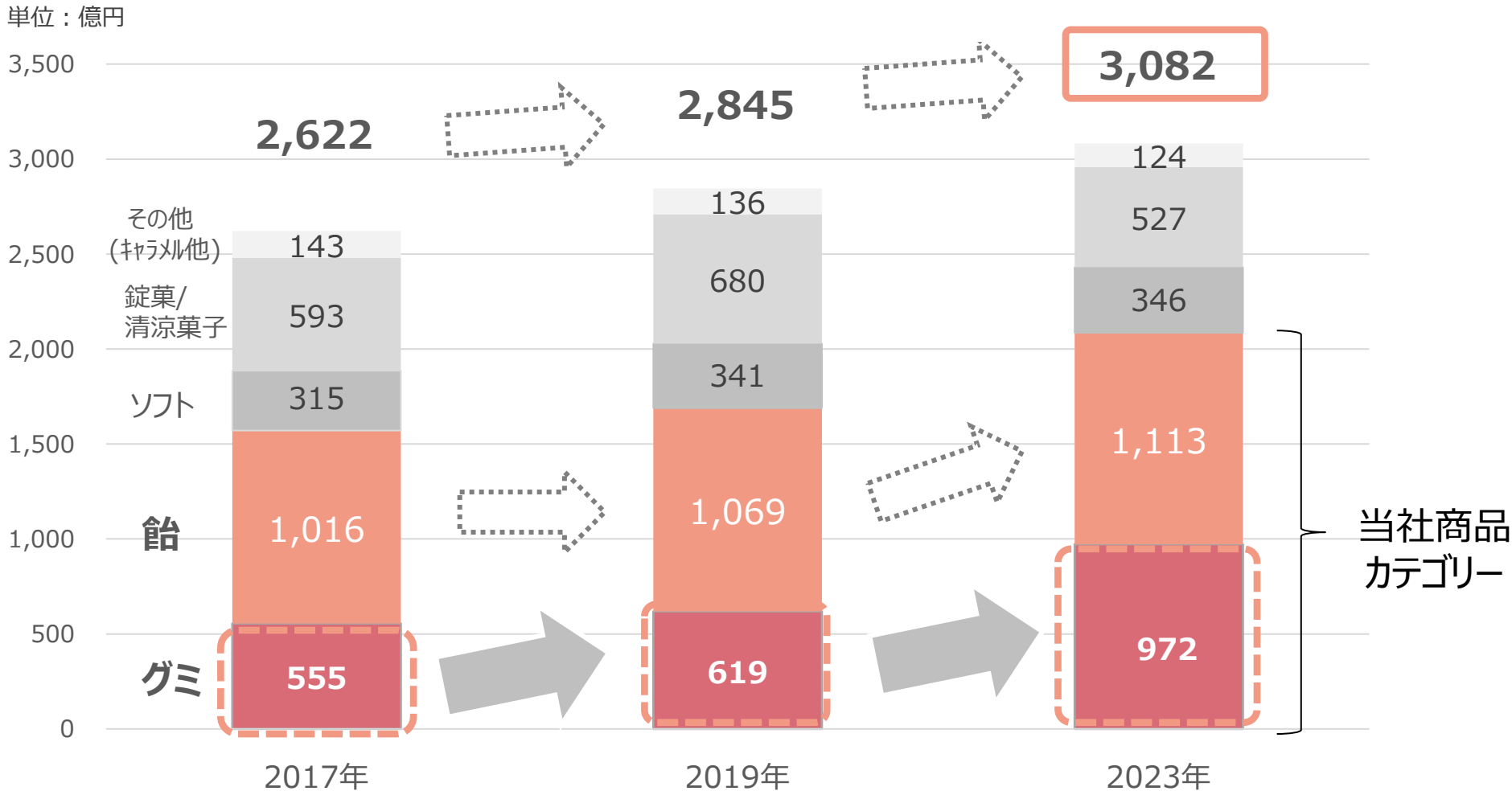


2030年 Vision	Sweeten the Future 素材と機能性を軸とする商品・サービスで 健康と笑顔に満ちた未来を創造する
重点戦略	価値創造・ESG経営・事業領域の拡大
事業領域	CORE GLOBAL DIGITAL FUTURE
カンロの強み	信頼・ブランド・研究開発力・品質保証体制
財務目標	売上 500億円 営業利益率 9%以上 ROIC 10%以上





キャンディ市場について



- ◆ 飴（ハードキャンディ）：セルフケア意識の高まりによるのど飴需要増加
- ◆ グミ：成長顕著（喫食人口増加・他カテゴリーからの流入）

※ インテージSRI+ キャンディ市場 2017年、2019年、2023年（各年1～12月計） 形態（組成）別販売金額

グミの魅力はいろいろ
味、香り、色や形、食感、音など、楽しみ方は多彩
またコミュニケーションツールとしても活用

◆例：音を楽しむ ASMR動画
【直営店：ヒトツブカンロ】ASMR・グミツエル
公式咀嚼音
<https://www.youtube.com/watch?v=uXu8nme1x8E>

リフレッシュ、集中、ストレス発散などを目的に
喫食される方の増加

SNS・メディアで話題化

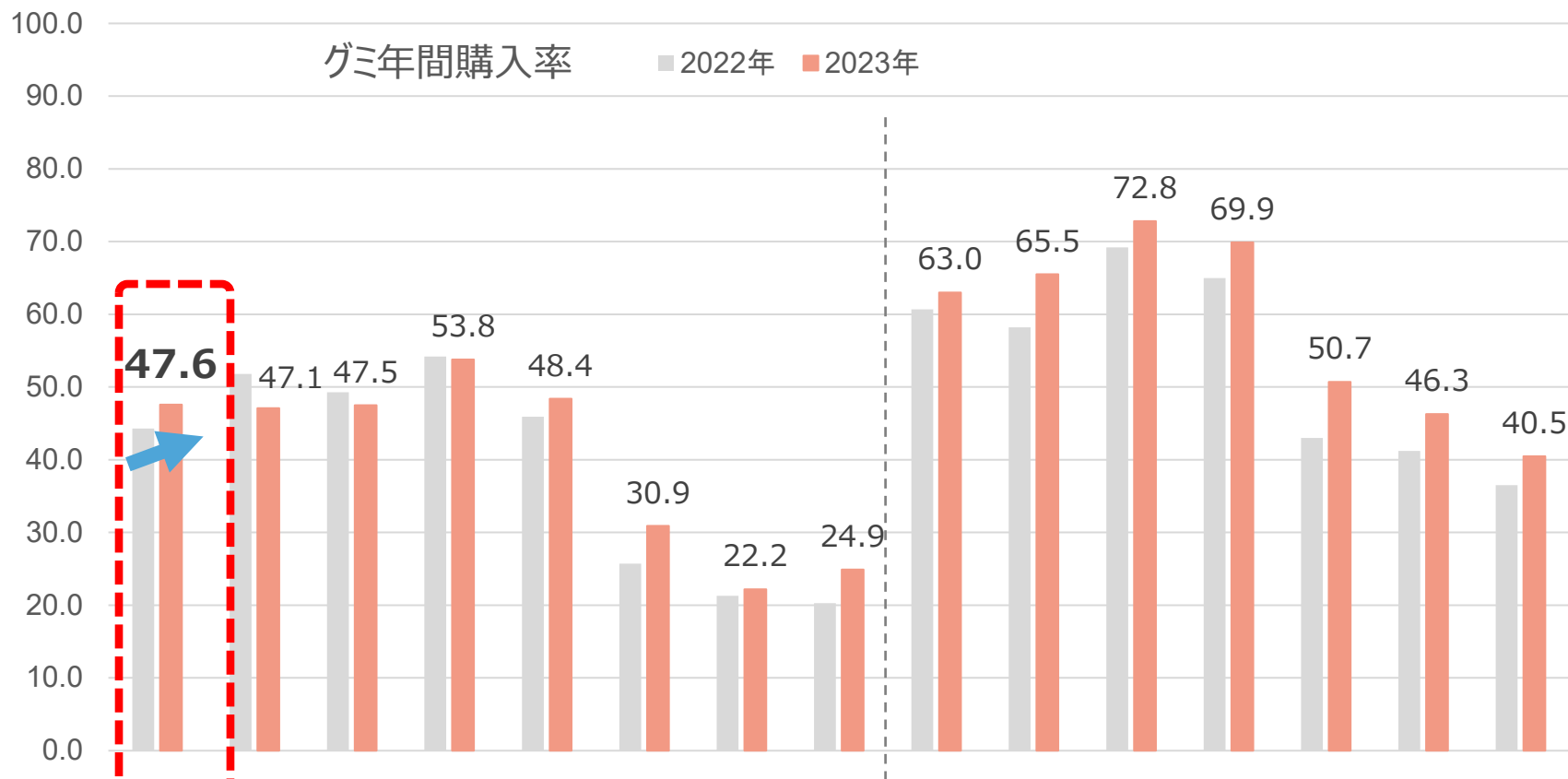
他カテゴリーからの流入

相次ぐ新商品・グミ売り場の拡大



単位：％

ゴミの年間購入率は未だ5割未満、今後も拡大の余地あり



	トータル	男性 10代	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	男性 60代	男性 70代	女性 10代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	女性 60代	女性 70代
購入率%	47.6	47.1	47.5	53.8	48.4	30.9	22.2	24.9	63.0	65.5	72.8	69.9	50.7	46.3	40.5
前年差pt	+3.3	-4.7	-1.8	-0.4	+2.5	+5.2	+0.9	+4.6	+2.3	+7.3	+3.6	+4.9	+7.7	+5.1	+4.0

※インテージSCIデータ（期間：2023年1月～12月）を元にカンロにて作成



ピュレグミの強み

1

フルーツのおいしさを引き出す独自の
“すっぱいパウダー”と“果肉食感”

2

カラーパッケージや底面のメッセージなど
細部までこだわった情緒的価値の提供

3

ブランドエクステンションで
ユーザー拡大



2023年度グミカテゴリーの年間売上No.1 ※

※(株)インテージSRI+グミ市場2023年1月～12月累計販売金額 ブランドランキング



ゴミ市場の成長を捉える生産能力の増強

- ◆ 2019年 松本工場において新ゴミラインが稼働
- ◆ 2023年 朝日工場増強 ⇒ ゴミ生産能力約6%増加(2022年度比)
- ◆ 2024年 9月末 松本工場にてゴミ棟拡張工事完了・稼働開始
⇒ **ゴミ生産能力約14%増加 (2023年度比)**
- ◆ Kanro Vision 2030実現に向けてさらなる生産能力増強を検討中



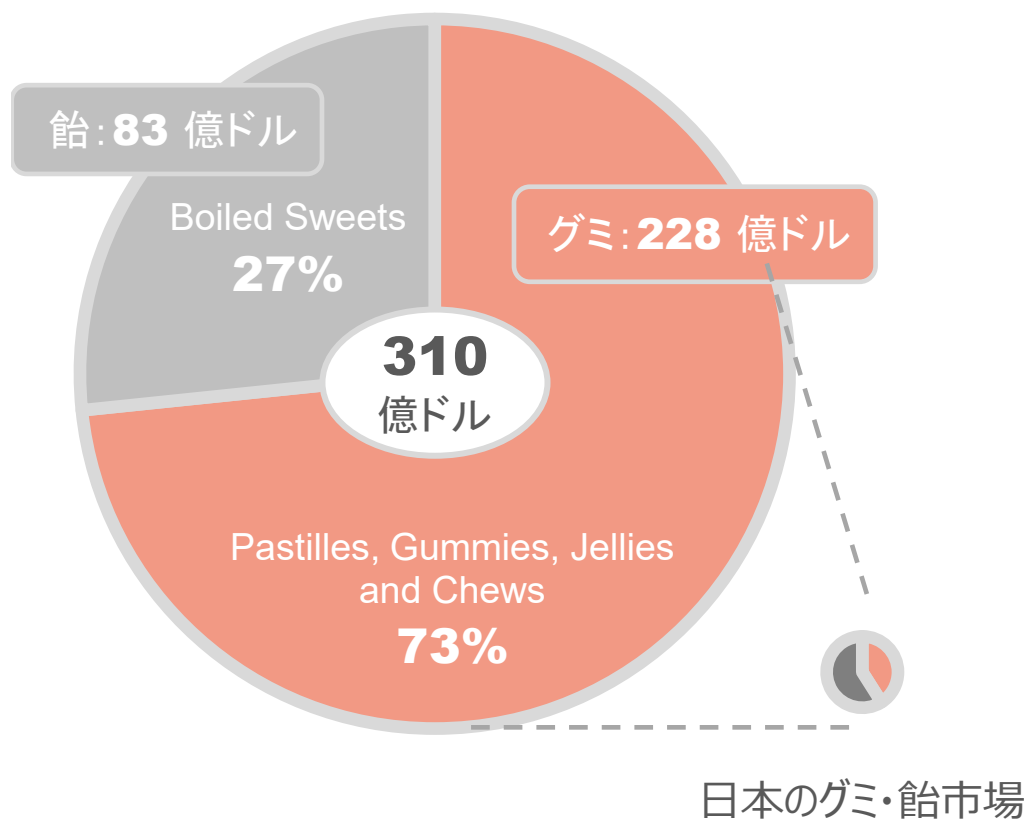
2030年までの新工場建設・稼働開始を目指す

- 生産規模の拡大
- AIとセンシング技術を用いたスマートファクトリーで働き方もスマートに
- 最適な物流網の構築を可能とするロケーション選定
- 海外の現地生産を視野に入れたグローバルな生産拠点網を確立
- 地球環境に配慮したサステナブルな生産 (CO2・フードロス・廃プラ・エネルギー等)

* 2021年2月発表Kanro Vision 2030より

世界のグミ・飴市場は壮大なスケール

世界のグミ・飴市場



世界のグミ・飴市場：約**310億ドル**（4.5兆円）

日本のグミ・飴市場（11億ドル）の**約 29 倍**

世界のグミ：飴 ≡ 73%：27%

日本のグミ：飴 ≡ 41%：59%

単位：百万ドル（1USD=145円で換算）
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

		2017年	2021年	成長率
世界	グミ	21,336	22,766	+6.7%
	飴	9,462	8,268	-12.6%
	合計	30,798	31,034	+0.8%
日本	グミ	383	438	+14.4%
	飴	701	630	-10.0%
	合計	1,083	1,068	-1.4%

※出典：Euromonitor International/
Sugar Confectionery category

◆ グローバル事業：中国市場へのアプローチ継続、米国市場への挑戦

中国：パートナーであるAmos社との取り組み推進

米国：市場開拓に向けた戦略ブランドの選定・開発。部門横断の社内プロジェクトの立ち上げ

◆ カンロ直営店「ヒトツブカンロ 原宿店」と情報発信拠点「Kanro POCKeT ラボ」オープン

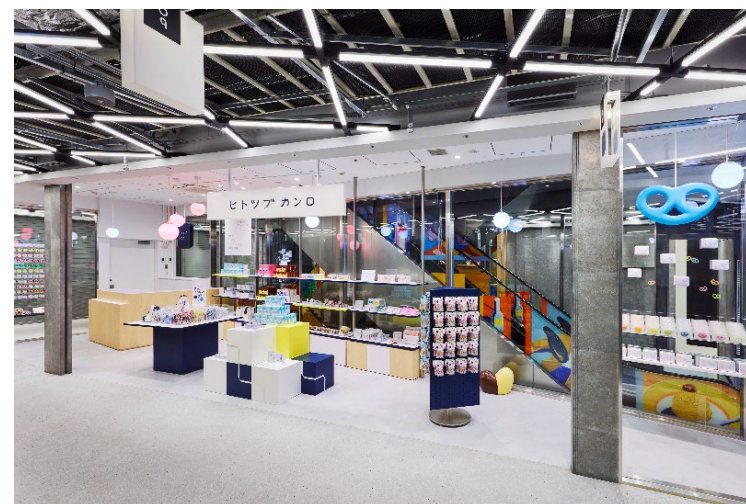
「グランスタ東京店」に続く常設店の2号店として、若者と多彩な文化の街である原宿に出店



「グミツツエル」

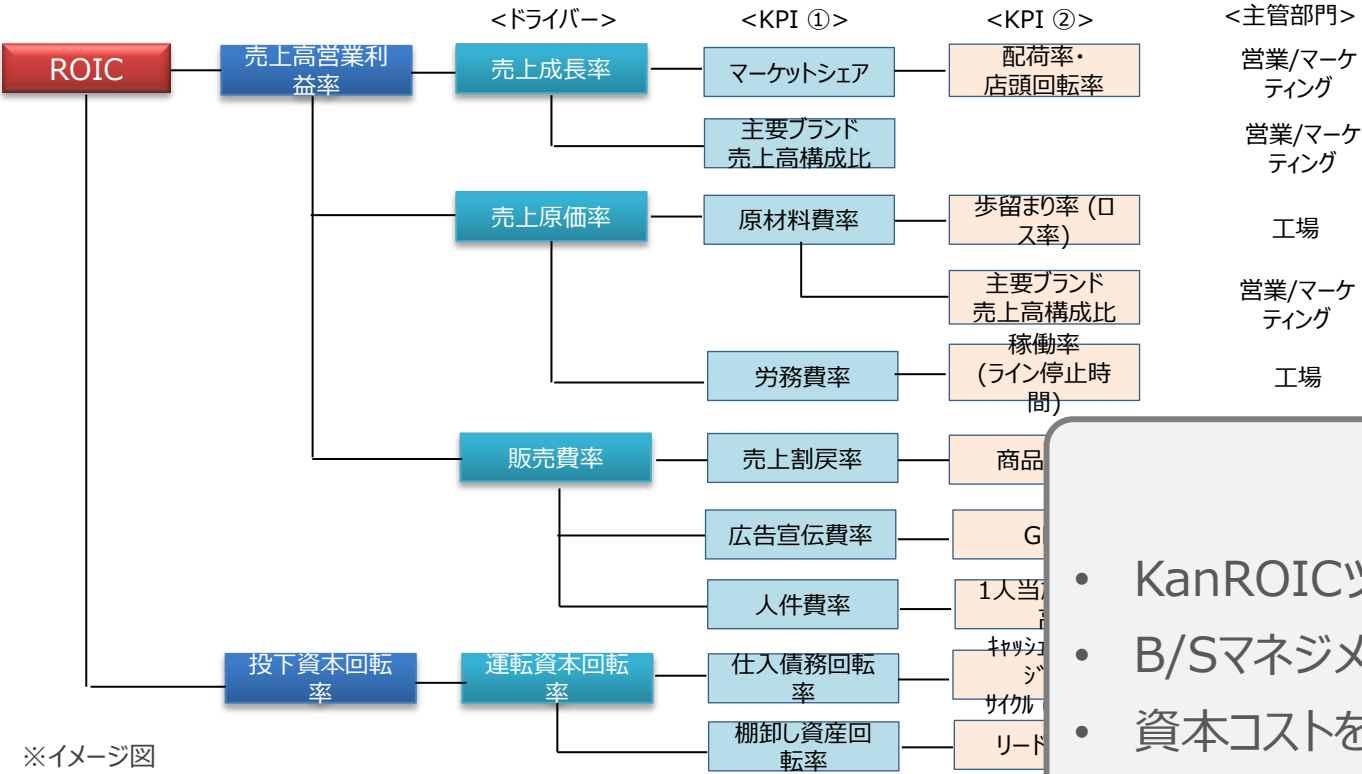
ヒトツブカンロ人気 No.1 商品

独自の食感を5年かけて開発



資本コスト（ROIC） 経営を基盤とする財務戦略

資本効率（資本コスト）を意識した「ROIC経営」を推進



ROIC経営施策の一例

- KanROICツリーによるKPI管理
- B/Sマネジメント（政策保有株式縮減）
- 資本コストを基準とした投資採算基準
- 事業ポートフォリオマネジメントへの活用

◆環境保全に向けた取り組み

- 全生産工場にて購入電力を再エネルギー化
 - 長野県 2 工場に加え、2024 年 5 月より山口県ひかり工場も再生可能エネルギー由来の電気に切り替え
- マテリアルリサイクルのスタートアップ企業「REMARE」と協業スタート
 - 廃棄包材のアップサイクルを推し進め、サステナブル経営を強化



カンロ ひかり工場(山口県)



◆人的資本経営

- 「健康経営優良法人 2024」に認定（3年連続）
- 「プラチナくるみん」認定（2024年5月）
～高水準の子育てサポート企業に





アニュアルレポート2023（英文）

「和」をテーマとし、花札がモチーフ。花札は、200年以上前から存在し日本の花鳥風月が描かれたカードゲーム。人々の生活に楽しみを与え、長く愛され続ける花札に、当社の目指す姿を重ねた。[00.pdf \(eir-arts.net\)](https://ssl4.eirparts.net/doc/2216/ir_material_for_fiscal_ym12/164933/00.pdf)

★世界最大規模のアニュアルレポートコンペティション「ARCアワード2024」にて
世界1位に！最高賞を初受賞！

https://ssl4.eirparts.net/doc/2216/ir_material_for_fiscal_ym12/164933/00.pdf



統合報告書2024

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

[00.pdf \(eir-parts.net\)](https://ssl4.eirparts.net/doc/2216/ir_material_for_fiscal_ym12/164933/00.pdf)



		中期経営計画 2024 (CAGR = 年平均成長率)									長期ビジョン KV2030
	2021年度 (実績)	2022年度 (実績)	2023年度 (実績)	2024年度 (KPI)	2024年度 (予想 ※)	'25	'26	'27	'28	'29	2030年度 (目標)
売上高 (前年比)	215億円	251億円 (+16.3%)	290億円 (+15.5%)	—	308億円 (+6.1%)						500億円
4事業CAGR		+5%以上			+12.5%						—
コア事業CAGR		+3%以上			+11.8%						300億円
新規3事業CAGR		+30%以上			+33.9%						200億円
営業利益	12億円	19億円	33億円	—	38億円						—
営業利益率	5.8%	7.7%	11.7%	7.0%	12.4%						9%以上
当期純利益	8億円	13億円	24億円	—	28億円						—
ROIC	7.3%	10.9%	18.2%	7.5%以上	18.0%						10%以上
配当性向	32.0%	32.8%	32.8%	40%	40.1%						50%

※ 2024年6月24日公表数値



4. カンロの株主になると

株主優待は3コース

【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)



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協会の
「学校給食支援」への寄付
寄付金額 1,000円



※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。詳細は当社ウェブページをご覧ください。



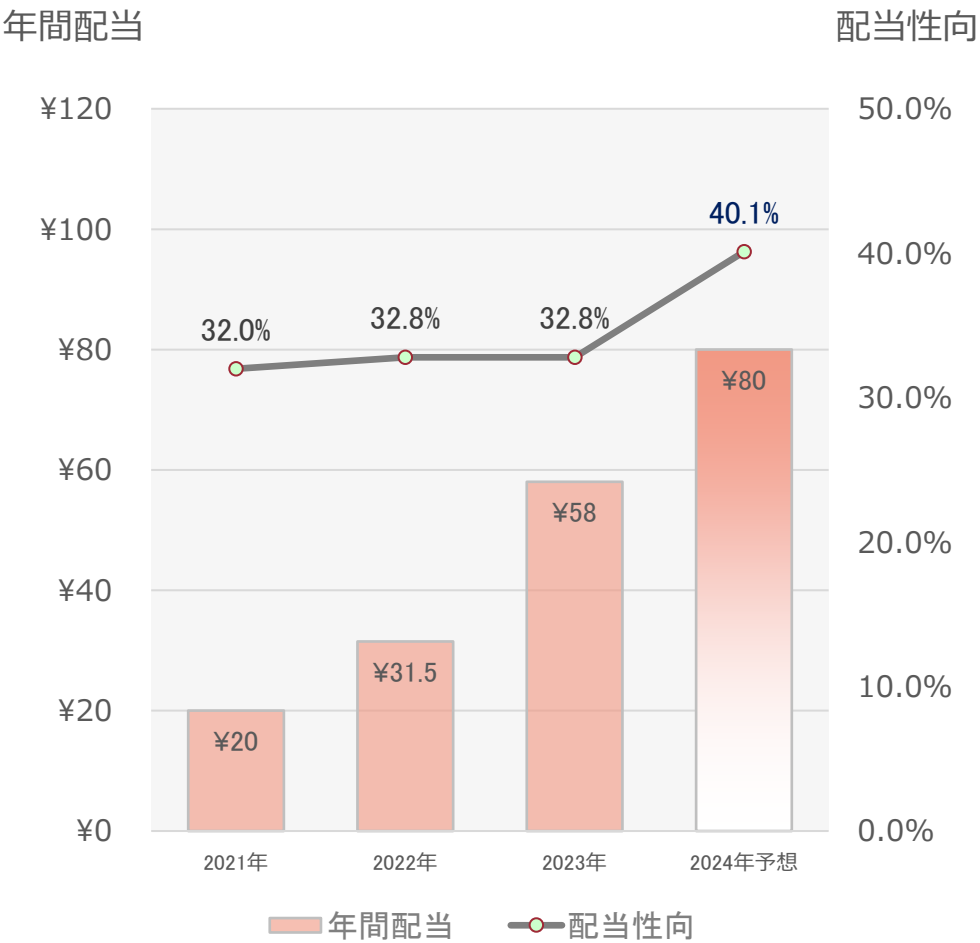
株主還元方針：2024年度に配当性向を40%迄引き上げる

単位：円

	2021 年度	2022 年度	2023 年度	2024年度	
配当金 (1株)	実績	実績	①実績	②予想 ※	前年比 ②-①
中間配当	7.5	12.5	20	35	+15
期末配当	12.5	19	38	45	+ 7
年間配当	20	31.5	58	80	+22
配当性向	32.0%	32.8%	32.8%	40.1%	+7.3pt

2022年7月1日実施 株式分割後換算

※ 2024年6月24日公表数値

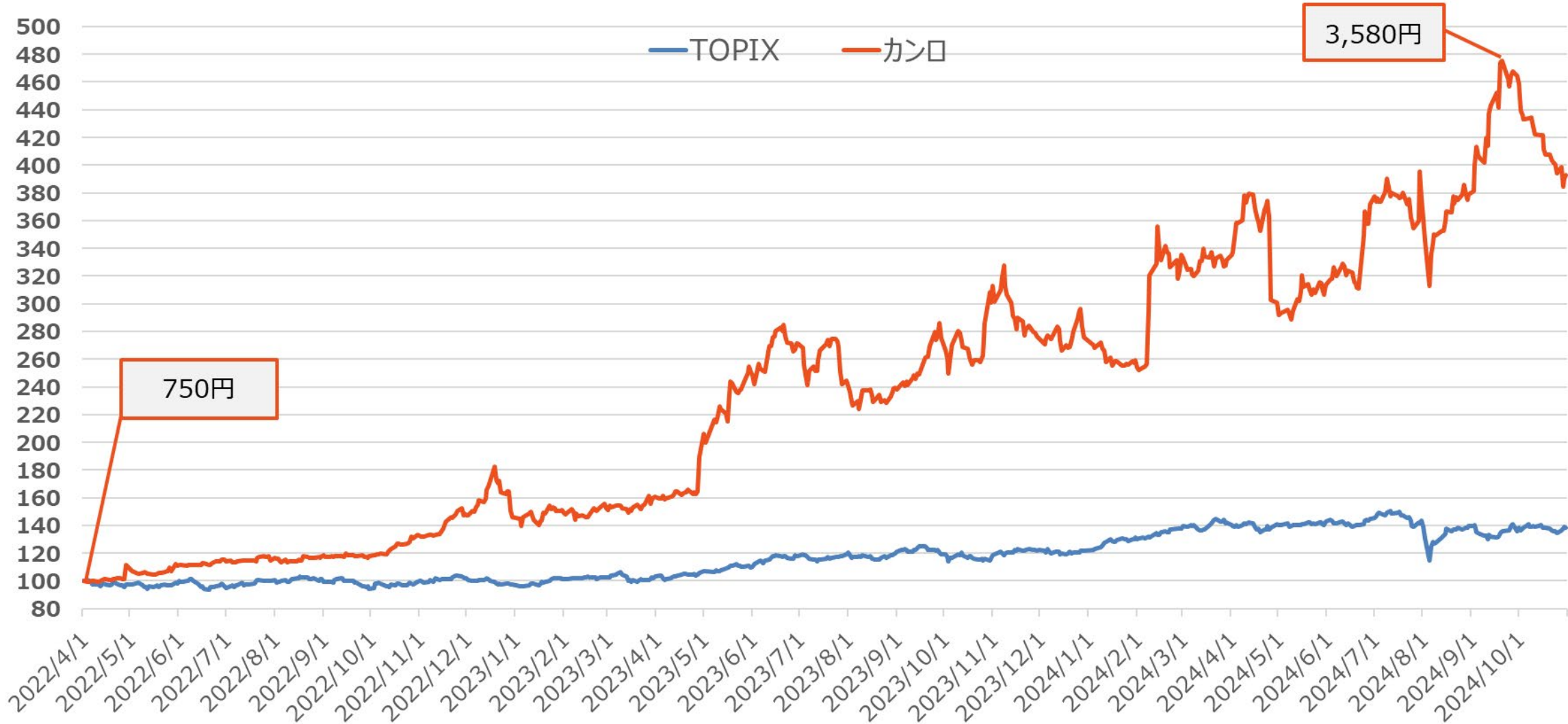




株価とTOPIXの推移

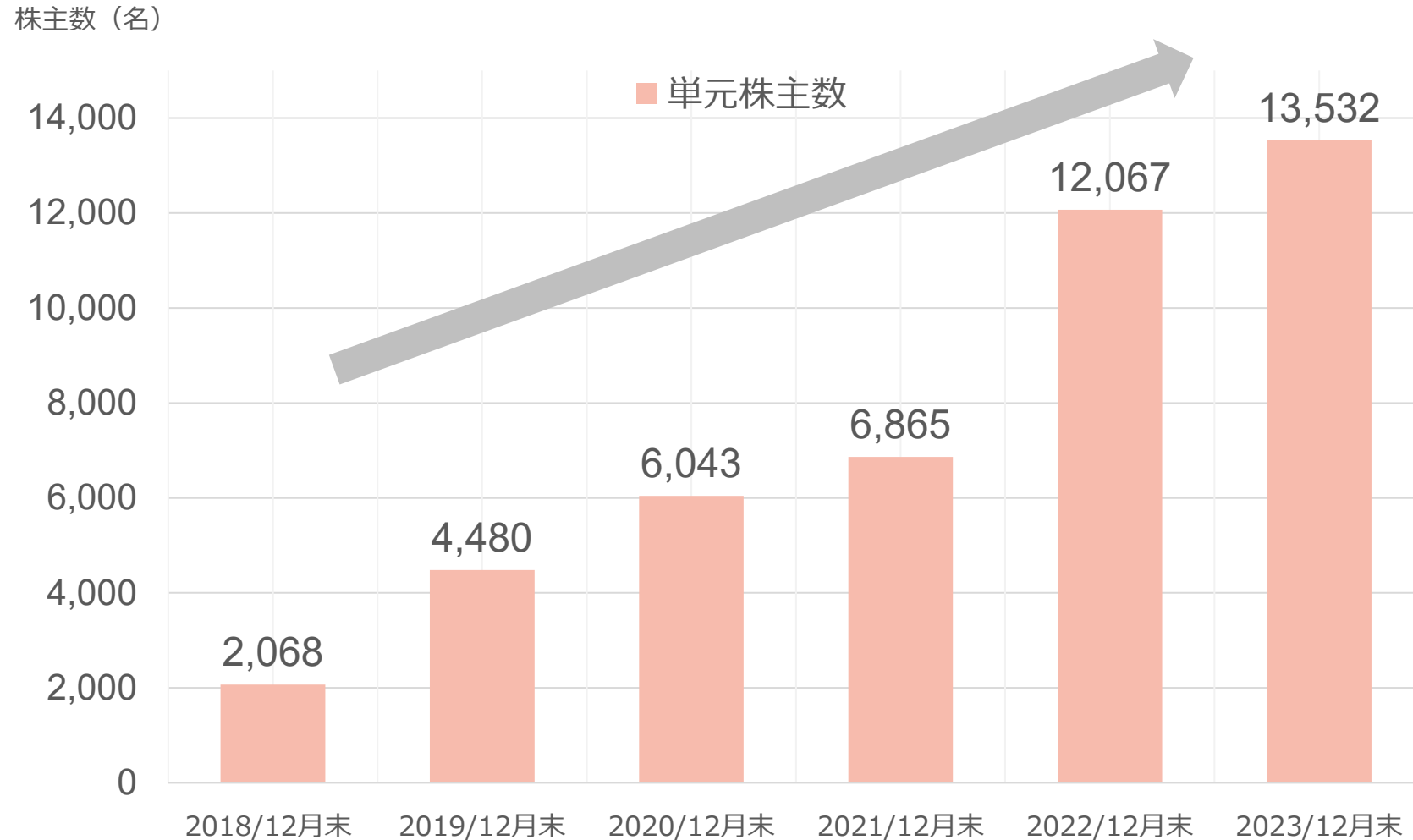
※2022/4/1のTOPIX終値・カンロ調整後終値を100として、指数化しております

10/31 終値 2,959円





好調な業績と積極的なIR活動で株主数が大幅に増加



本日のまとめ

1. カンロは、国内では、キャンデイ市場でのトップシェアを維持・拡大し、グミを成長エンジンに、今後も市場のニーズをつかみながら、皆様に笑顔と楽しいひと時を提供していきます。
2. カンロは、自社の強みを最大限に活かすことにより、海外を含む新たなチャネルや領域に事業を拡大し、KV2030実現を目指します。
3. 企業パーパス「Sweeten the Future 心がひとつぶ、大きくなる。」瞬間を積み重ね、事業を通じて社会・地球の課題の解決に寄与し、企業価値を向上させます。

～次期中期経営計画もご期待ください！～

ご清聴ありがとうございました

最新の情報は、当社ホームページのIRサイトをご覧ください

<https://www.kanro.co.jp/ir/>



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。