

女性投資家の皆様へ



糖から未来をつくり、 キャンディNo.1企業になる



2019年9月7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

VTRをご覧ください



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

1. 糖はヒトの身体にとって不可欠な栄養素

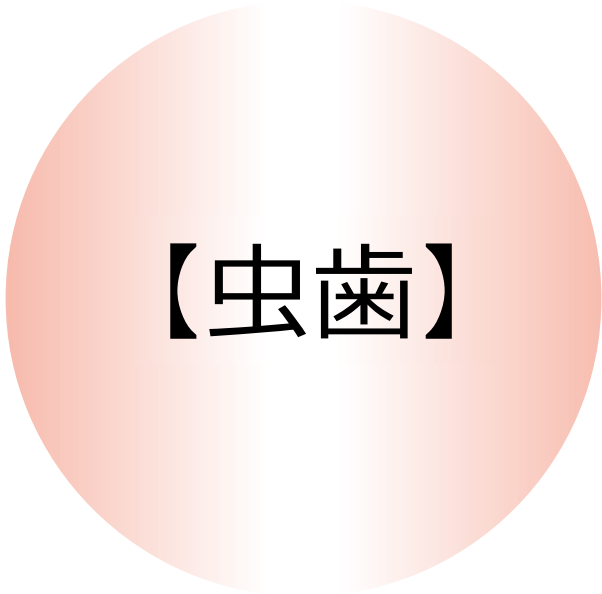
キャンディの原料は主に砂糖と水あめ



■「糖」に対する一般的なイメージは？

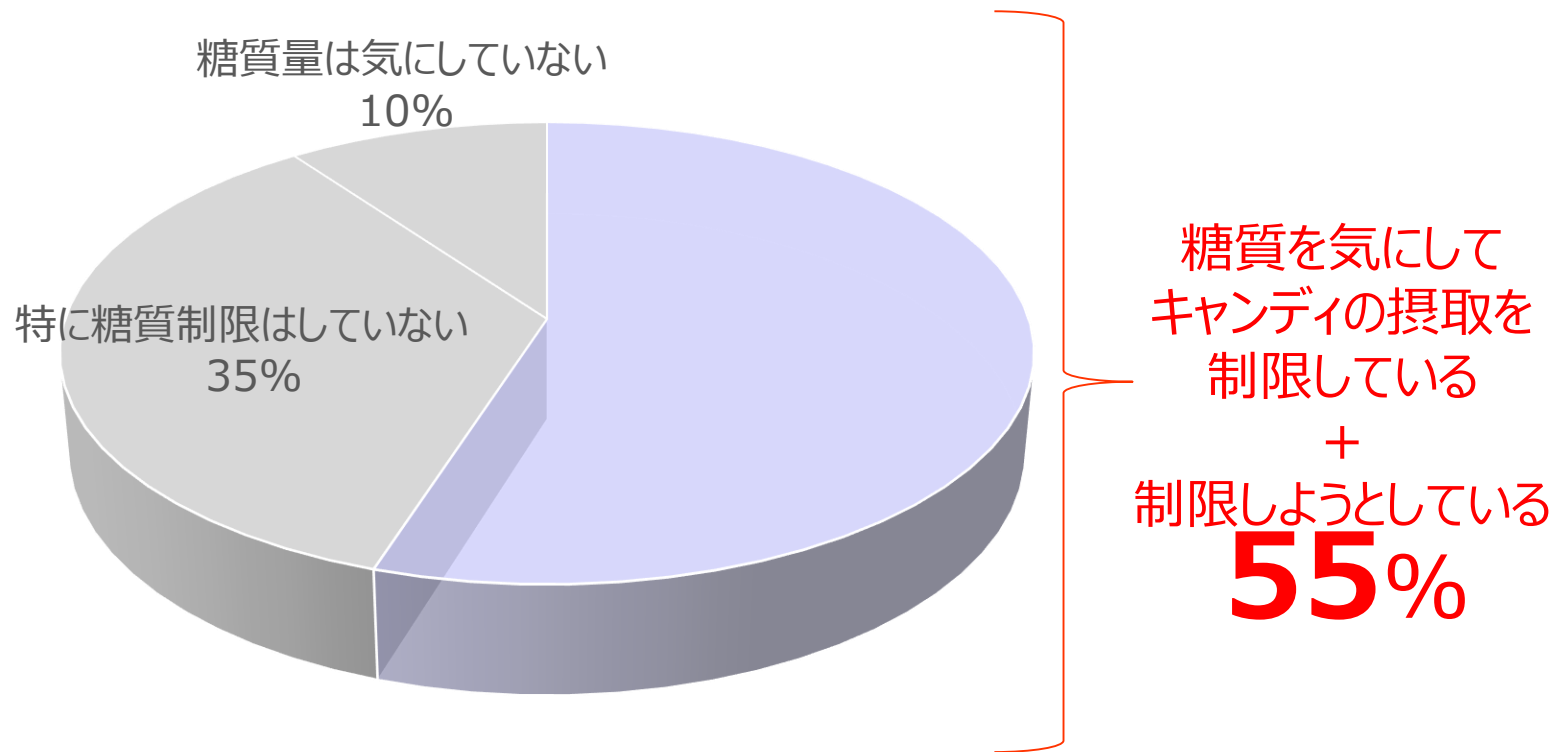


【肥満】

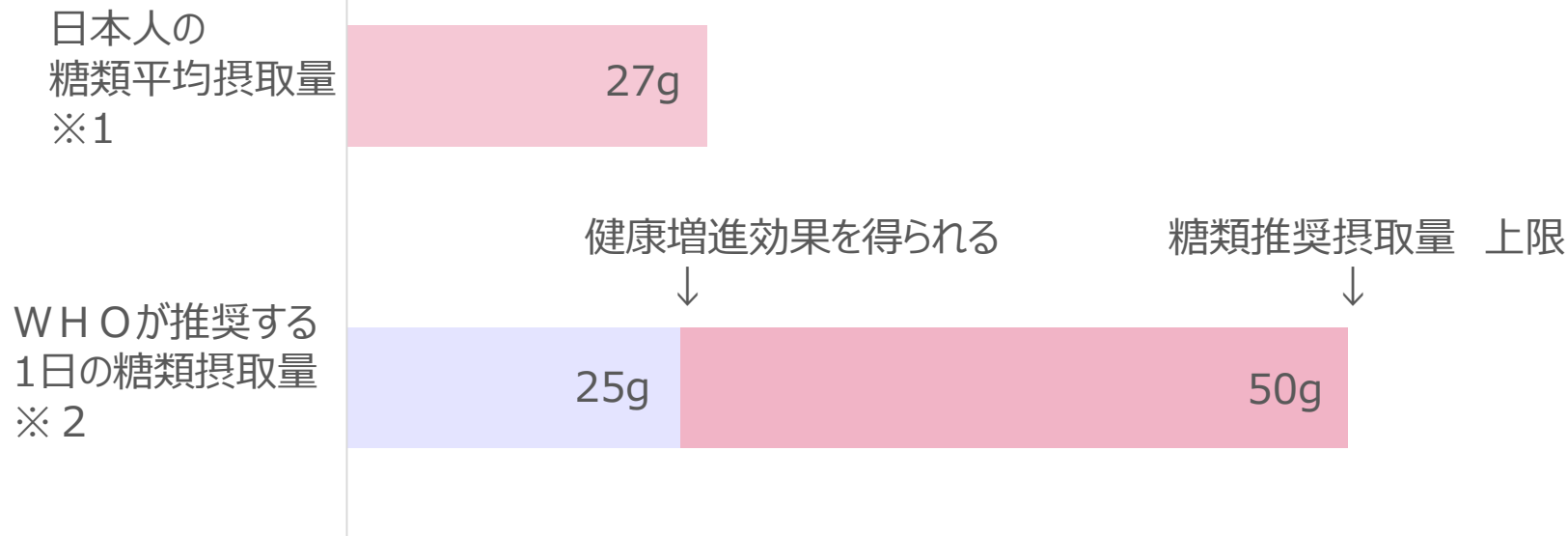


【虫歯】

キャンディを食べるときに糖質量が気になりますか？



平均的日本人は「糖」を摂り過ぎていない



※1

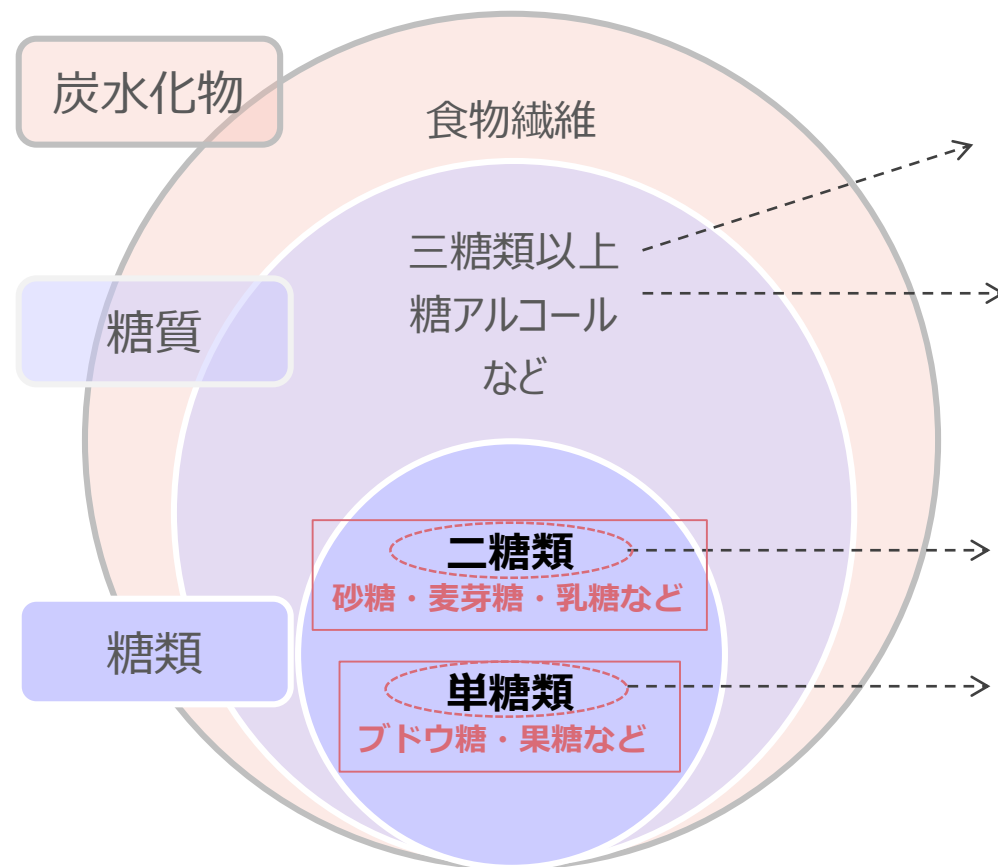
炭水化物＝糖類(砂糖)とした場合の平均摂取量
砂糖、菓子類、嗜好飲料類の
炭水化物の合計

※2

WHOが肥満や虫歯を予防するために提示している1日の糖類摂取量
推奨：1日のエネルギー摂取量の10%(日本人の場合 50g)
ただし、5%(25g)より低ければ、さらに健康増進効果を得られるとしている

※厚生労働省 平成26年度国民健康・栄養調査結果のデータを基に作成

糖の種類

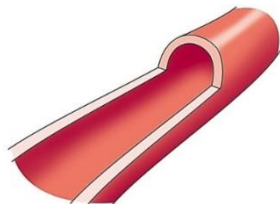


関与成分	特定保健用食品として許可を受けた表示内容※
オリゴ糖	お腹の調子を整える
キシリトール	むし歯の原因にならない
マルチトール	歯の健康保持、虫歯になりにくい
パラチノース	むし歯の原因にならない
Ｌ-アラビノース	糖の消化・吸収を穏やかにする 血糖値の気になる方に

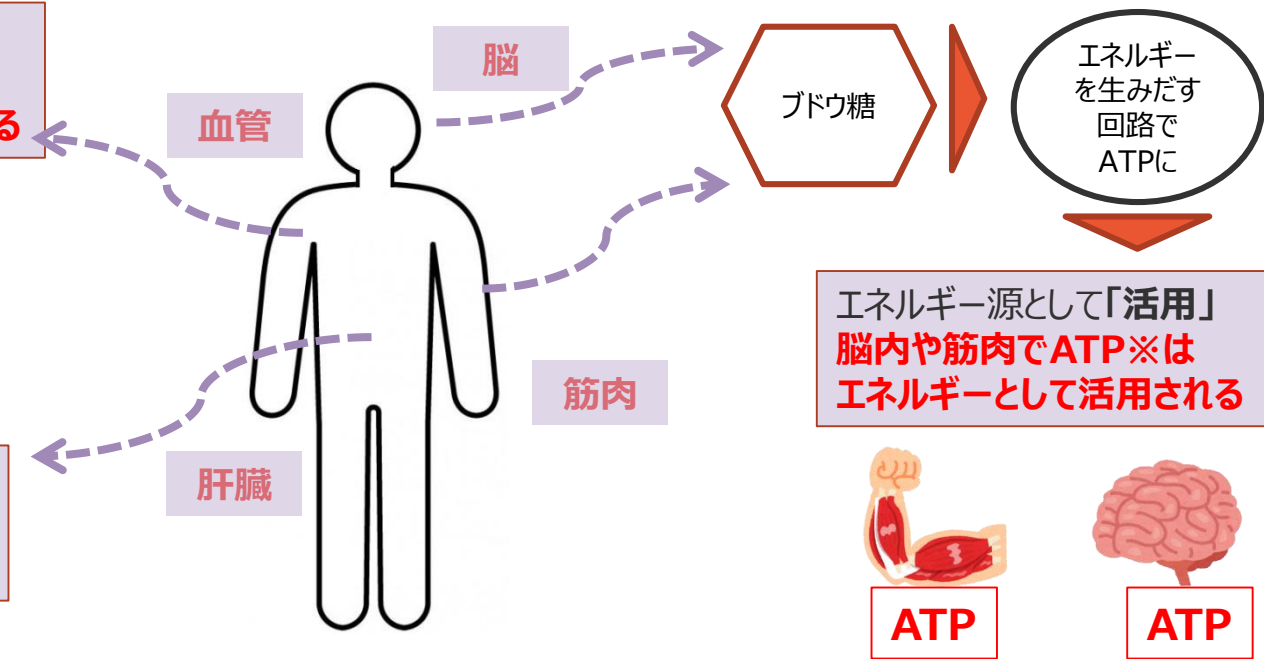
※消費者庁 特定保健用食品許可品目一覧のデータを基に表を作成

エネルギー源としてのブドウ糖について

エネルギー源として「循環」
脳内ではブドウ糖は貯蓄出来ない
血液を通して常に循環し、供給される



エネルギー源として「貯蓄」
ブドウ糖は筋肉中で「グリコーゲン」
として貯蓄されている



エネルギー源として「活用」
脳内や筋肉でATP※は
エネルギーとして活用される



ATP



ATP

運動直後に飴（ブドウ糖）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**

※ATP=アデノシン三リン酸：すべての生物の細胞内に存在するエネルギーを発生させる分子。「生体のエネルギー通貨」とも形容される。

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

ゆっくりと糖を摂取

形・味・噛むことの楽しさ

コミュニケーションツールにも

2. カンロは100年企業でも挑戦・変化する会社

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 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
2018年度業績	売上高：229億円 営業利益：10億円 当期純利益：10億円
従業員数	575名
単元株	100株
上場市場	東京証券取引所 第二部 （証券コード：2216）

■ カンロの歴史 ①

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。

カンロの歴史 ②

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」。

■ カンロの歴史 ③

2017年



40年ぶりに新 C I 導入

2018年



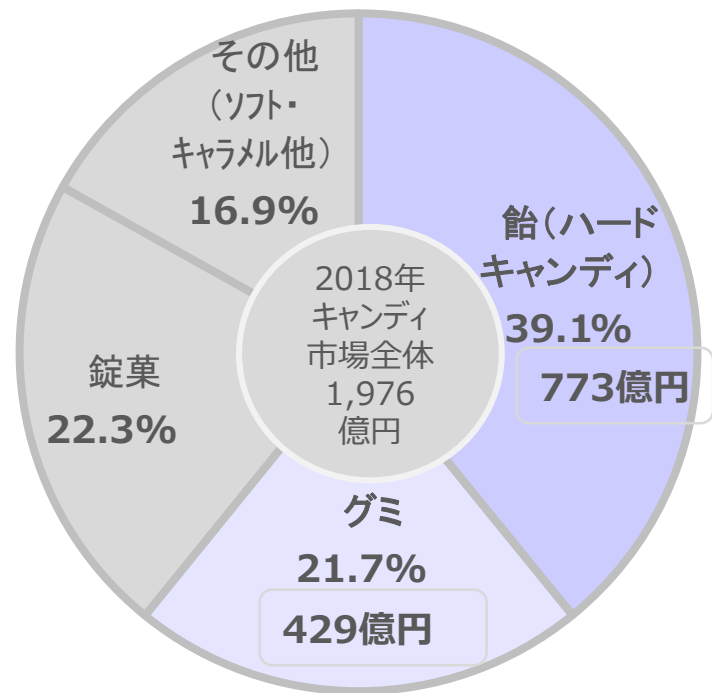
本社オフィスを新宿区 東京オペラシティへ移転

事業所一覧

- 本社
- 支店・営業所
- 工場
- R&D センター（研究所）
- ヒトツブカンロ



キャンディ市場



■ 市場環境 (2018年度)

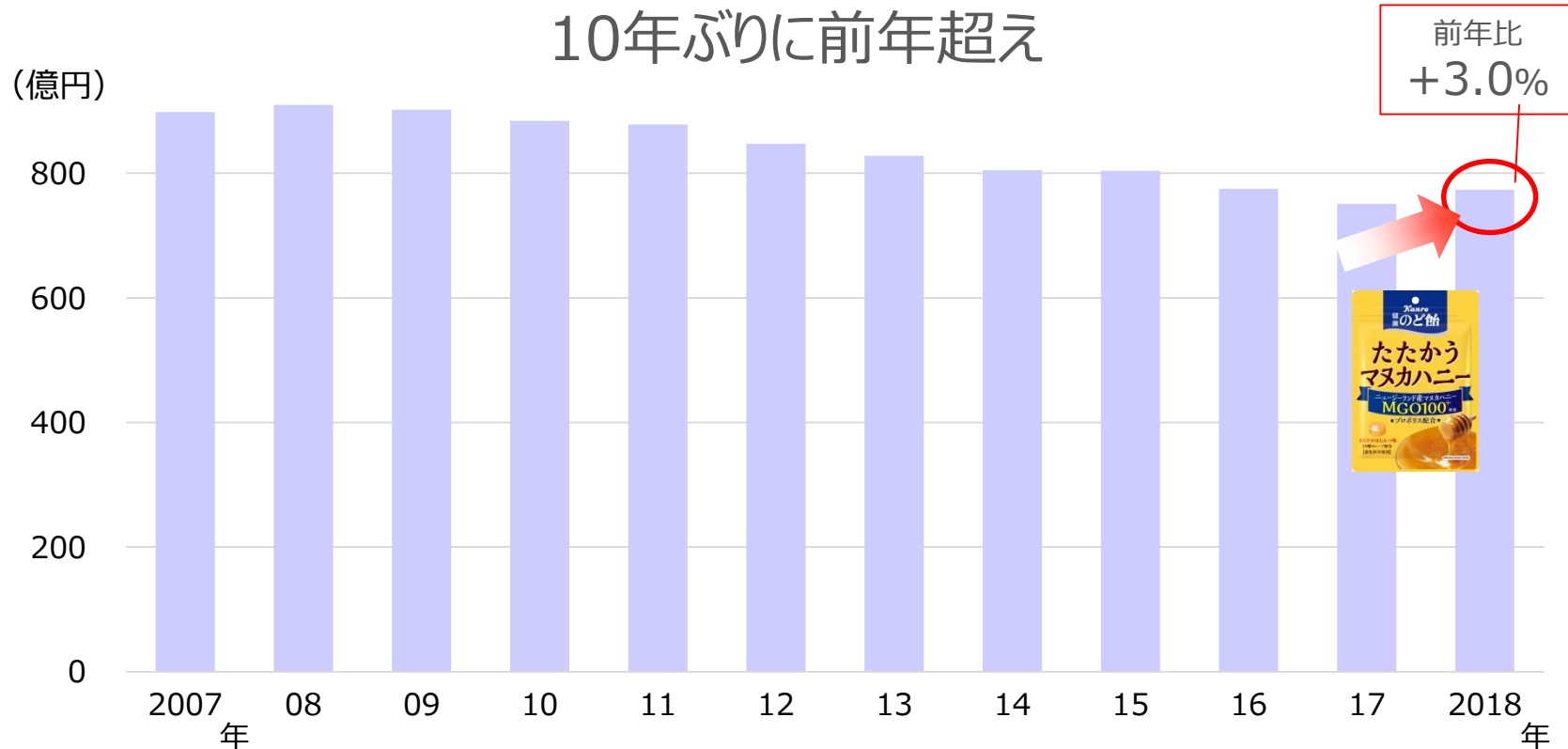
- キャンディ市場全体は前年比+5.1%の増加
- 「グミ」が前年比+ 9.0%と伸長を牽引

2018年度 DATA

カテゴリー	金額	前年比%	
飴 (ハードキャンディ)	773億円	+3.0	当社の メイン 市場
グミ	429億円	+9.0	
錠菓	440億円	+8.0	
その他 (ソフト・キャラメル他)	334億円	+1.9	
キャンディ市場 全体	1,976億円	+5.1	

(出所) (株)インテージ SRI® 組成別市場 2018年1月～2018年12月 販売金額シェアのデータを基に作成

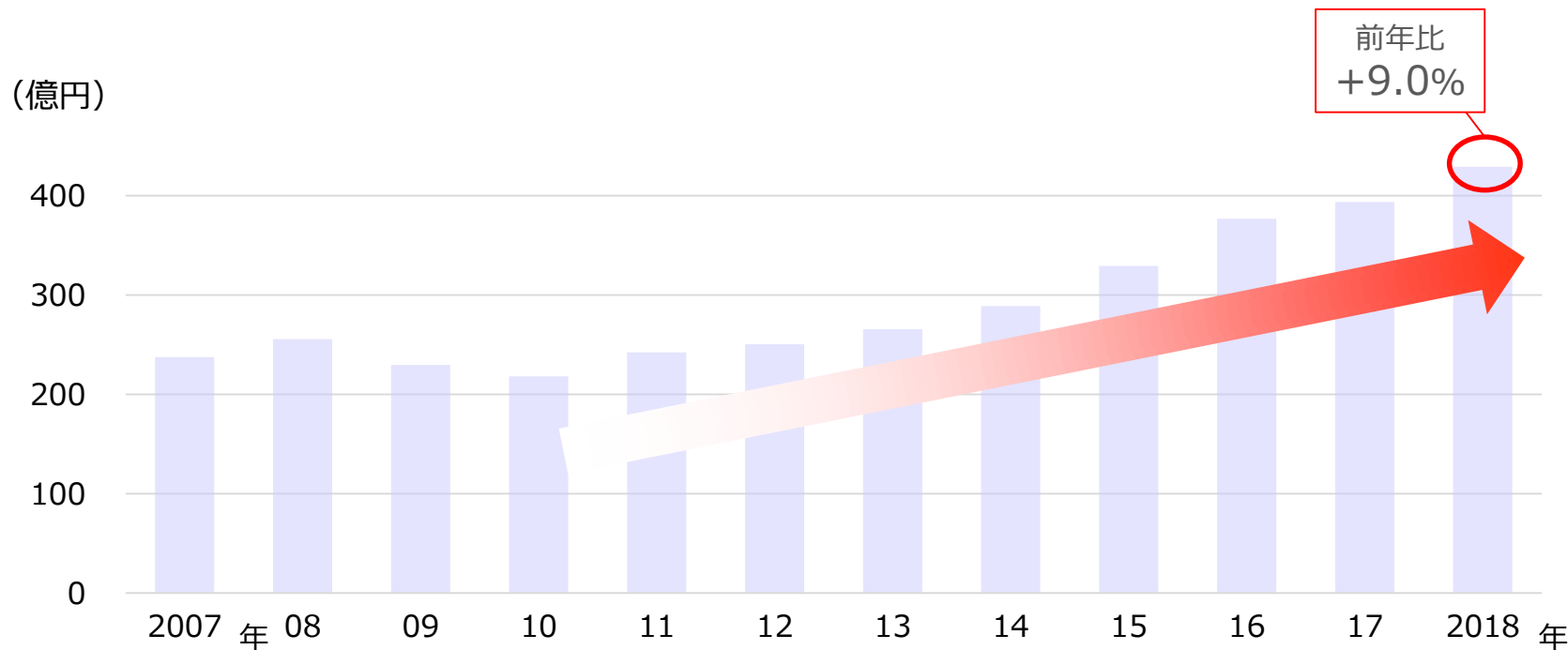
ハードキャンディ(飴) 市場推移



(出所) (株)インテージ SRI® 組成別 (ハードキャンディ) 2017年1月～2018年12月 販売金額のデータを基に作成

グミ 市場推移

拡大継続



(出所) (株)インテージ SRI® 組成別 (グミ) 2017年1月～2018年12月 販売金額のデータを基に作成

売上高構成



ハードキャンディ



素材菓子



グミ

当社の売上高構成

(2019年度上期数値)

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

※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

主カブランド:ハードキャンディ シェア No.1※1 19.1%



- 「金のミルク」(ミルクキャンディブランド売上No.1※2)
 - コンパクトサイズ定番化と共に好調
- 「カンロ飴」(発売64年目のロングセラー)
 - 「ミルクのカンロ飴」と2品で消費者ニーズ拡大
- 「健康のど飴」
- 「ボイスケアのど飴」(国立音楽大学声楽科教授監修)
 - 2018年9月リニューアル後、販売好調

※1 (株)インテージ SRI® 組成別市場 2018年1月～2018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 2016年9月～2018年8月 累計販売金額ブランドランキング

主カブランド:グミ シェア No.3※1 11.7%



- 「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
 - 「ジュレピュレ」
 - 内側のとろりとしたジュレがあるグミ
 - 新展開：2種アソート新発売
- 「カンデミーナ」
 - ハードな弾力食感グミ

※1 (株)インテージ SRI® 組成別市場 2018年1月～2018年12月 販売金額

その他: 素材菓子



「まるごとおいしい干し梅」

- 甘ずっぱくてやわらかい干し梅
- 他にもまるごとおいしいかりかり梅、やわらかはちみつ梅も販売

「プチポリ納豆スナック」

- 納豆をフリーズドライして味付け
- ポリポリ手軽に食べられるヘルシー納豆スナック

「海苔のはさみ焼き 梅味」

- 有明海産海苔に「紀州産南高梅の粒々」をはさんで焼き上げたヘルシーおやつ※

※ カンロ（株）と（株）山本海苔店の共同開発商品

直営店(ヒトツブカンロ)

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」を
2012年より東京GRANSTA店
2015年より大阪LUCUA1100店
2店舗にて展開。



「ピュレショコラティエ」



「グミツツエル」

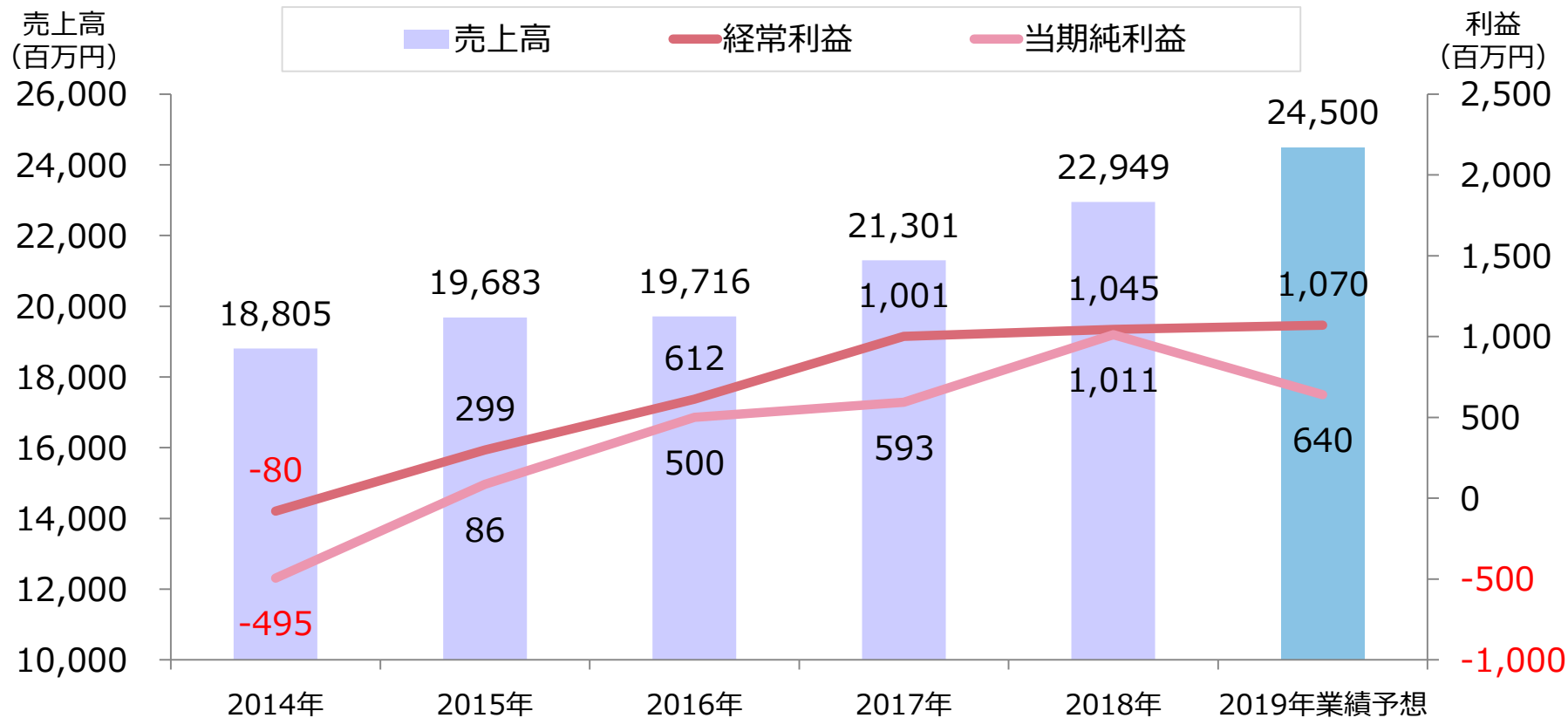


ヒトツブカンロ
東京GRANSTA店
〒100-0005
東京都千代田区丸の内
1-9-1 J R東京駅構内B1F
グランスタ内



ヒトツブカンロ
大阪LUCUA 1100店
〒530-0001
大阪府大阪市北区梅田3-1-3
LUCUA 1100 2F

業績推移



※2017年度までは連結、2018年度以降は単体実績

■ 中期経営計画 NewKANRO 2021 骨子

発表日: 2016年8月9日

目指す姿

キャンディNo.1企業

施策

成長戦略

ブランド基軸経営への進化

経営基盤の強化

サステブル経営への深化

数値目標

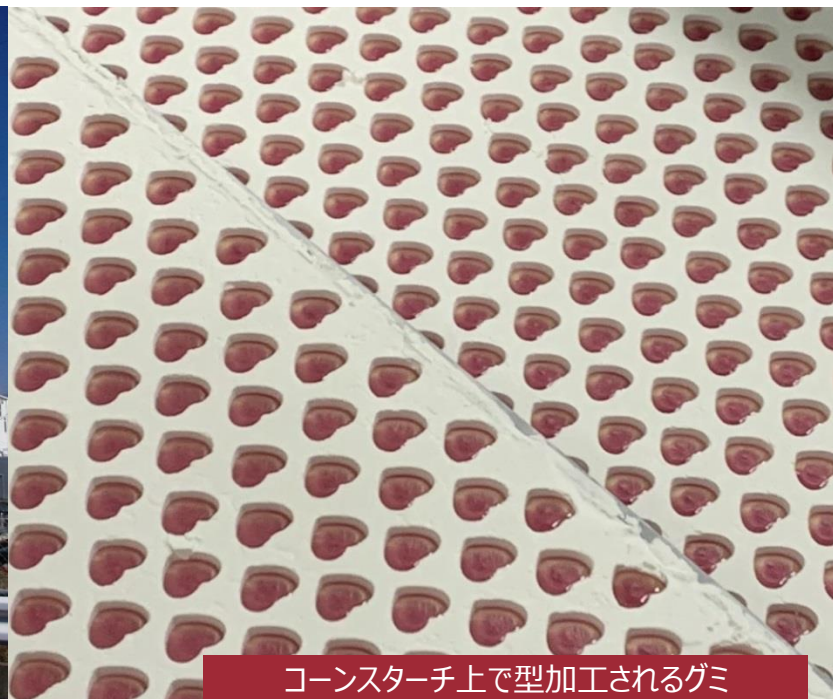
売上高260億円

経常利益26億円

ROE 10%以上

配当30円 + α

松本工場 ゴミの新ライン稼働



コーンスターチ上で型加工されるゴミ

2019年2月竣工・稼働

新ライン設備投資額（約30億円）

→ゴミが2ライン生産体制に（朝日工場と松本工場）

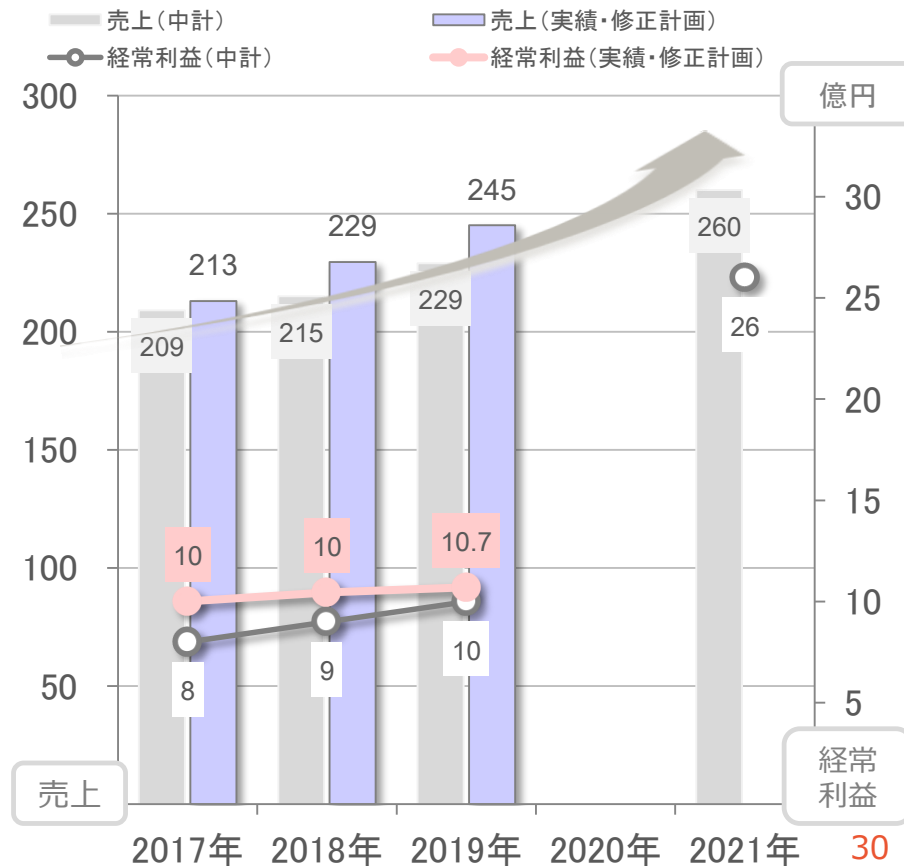
中期経営計画 進捗

売上高、経常利益ともに計画を上回って推移

単位：億円

年度	2017	2018	2019	2020	2021
	実績	実績	通期 業績 予想		NewKANRO 中期損益 目標
売上高	213	229	245		260
経常利益	10	10	10.7		26
ROE	6.1%	※9.8 %	—		10%以上
配当（株式分割後）一株当たり配当/30円+α					

※ 一過性特別利益の計上によるもの



2021年度

売上高： **260億円超**

ROE： **10%超**

- ・ 将来に向けた投資と足許の収益性をバランスさせた成長を実現する
- ・ そのキーとなる2つの「コミットメント」を新たに設定

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. 素材を大切にした商品づくり

素材を大切にした商品づくり

「素材を活かす」・「機能性」を軸とする商品開発

糖

×

素材を活かす

できるだけ原材料本来の
おいしさを引き出す

糖

×

機能性

キャンディにふさわしい
機能を追求する

「素材を活かす」 ～カンロ飴～

昨年、「カンロ飴」のレシピを大幅刷新。
調味料を添加せずにさらなる美味しさを実現。



**調味料（アミノ酸）
不使用**

**原料は
砂糖＋水飴＋しょうゆ＋食塩**

香料・着色料不使用

「素材を活かす」 ～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



香料・着色料不使用

こだわり素材を使用

北海道産
生クリーム

西尾産抹茶
* 金のミルク抹茶

9月新発売

「素材を活かす」 ～コトットグミ～

ペクチン配合



歯切れのよい
ゼリーのような食感

植物性原料「ペクチン」
を使用した新食感グミ

ゼラチン+ペクチン配合



果実のような食感

ゼラチン配合



弾力のある
噛み応えある食感

配合による多様な食感表現

グミの主原料について

- ・動物性由来「ゼラチン」：弾力性に優れ、噛み応えあり
- ・植物性由来「ペクチン」：歯切れが良く、香り立ち良い

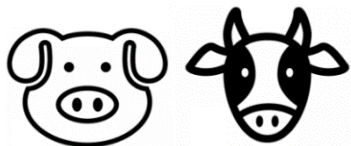
グミについて

新しいおいしさを消費者の選択肢を広げる

グミマーケットの主流

ゼラチン

- 原料
豚や牛など

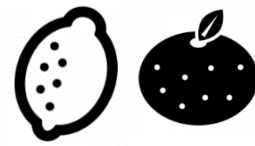


- 特徴
弾力性に優れ噛み応えのあるグミ

新しい提案

ペクチン

- 原料
レモンやオレンジなど



- 特徴
歯切れの良い、香り高いグミ

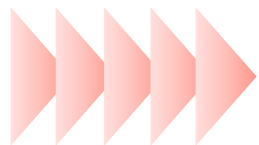
「機能性」～ドクタープラス Renewal !～

1981年菓子食品分野で初となる「のど飴」を発売、
「のど飴」のパイオニア企業である当社の知見を結集し開発



健康のど飴
ドクタープラス

【現行品】



ハーブエキス123種
からホップエキスを選定

大学との共同開発

- ・体感を軸にしたラインナップ追加
- ・伝わり易いパッケージデザイン

AskDoctors「医師の確認済み商品」に認定



※「AskDoctors」とは国内医師の9割(27万人以上)の医師会員を有する日本最大級の医療従事者向け専門サイト「m3.com」を運営するエムスリー株式会社による評価サービス。企業が持つ健康に良い商品に対し、会員医師による商品の客観的評価を行い、一定基準を満たした場合にのみ付与されるマークです。

「機能性」～ノンシュガー茶館シリーズ～Renewal！

ノンシュガーなのに人工甘味料不使用、一層おいしく生まれ変わりました



人工甘味料不使用

糖類0（ゼロ）

甘くて美味しい

「機能性」～特定保健用食品表示許可～



商品名

おいしいオリゴトールキャンデー

関与成分

ガラクトオリゴ糖

許可表示

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。

※食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

特定保健用食品表示許可日：2019年8月28日 41

Appendix 1. 社会とともに歩む ～カンロの取り組み～

■ 社会とともに歩む ～カンロの取り組み～

基本方針

キャンディNo.1企業として、持続可能（sustainable）な社会を
すべてのステークホルダーと共創することにより、
皆様から愛され、信頼される企業になることを目指しています。

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。

取り組み例



国際的な食品安全規格
FSSC22000を全自社工場で認証取得

分単位での生産履歴の管理

お客様からのご意見を
品質・商品・サービスへ反映

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、
当社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。

取り組み例



環境に配慮した生産活動
全自社工場でISO14001認証取得

太陽光発電パネルの設置

フードロス（食品廃棄物）の削減

ダイバーシティの推進

多様な社員が生き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。

取り組み例

女性管理職比率：10%

役員2名

人事部・経理部・広報部・ヒトツブ事業部 部長

ダイバーシティ推進室長 は女性



女性の活躍推進

育児休暇・有休休暇の取得促進

家庭と仕事の両立支援

子どもたち、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地域社会と共に発展する企業を目指します。

取り組み例



世界の飢餓を撲滅する活動への参加

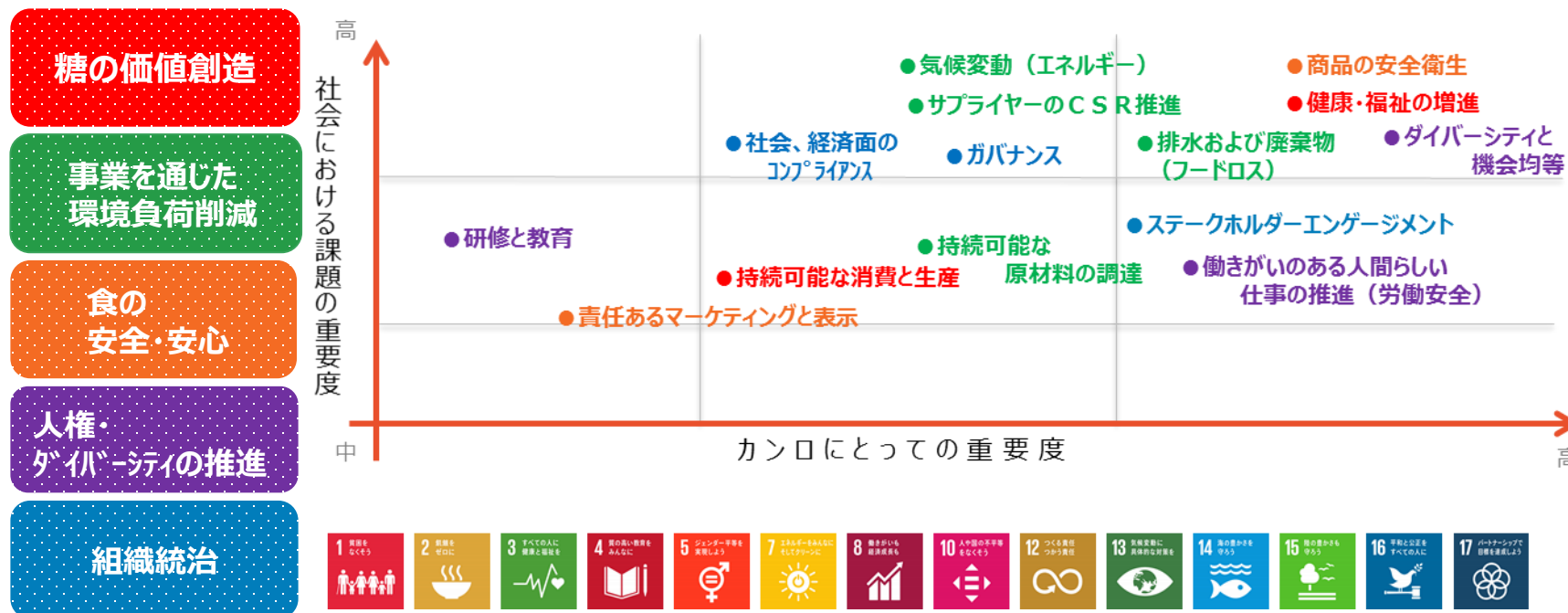
子ども向け教育プログラムの開発

地域社会へのイベント参加

サステナブル経営への取り組み

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



Appendix 2. カンロの株主になると

■ カンロの株主になると 2-1

経営への参画（株主総会）

配当金（年2回）

株主優待（年1回）

■ カンロの株主になると 2-2

配当金

例： 投資単位 100株取得の場合

— 株価 1,770円（8月30日終値） × 100株 = 177,000 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） @ 30円（2019年配当予想による）

— 配当金 30円 × 100株 = 3,000 円

（ただし別途20%の課税がかかります）

カンロの株主になると 2-3

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



地球の飢餓を救え。

WFP

国連世界食糧計画

※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。バスケットは付属致しません。毎年3月末に送付予定です。

株価の推移



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。

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。