



2025年 5月 18日

カンロ株式会社 東証STD (2216)

代表取締役社長 村田 哲也

Agenda



- 01 会社概要
- 02 カンロの成長ストーリー
- 03 カンロの株主になると

01. 会社概要



会社名

カンロ株式会社

代表者

代表取締役社長 村田 哲也

資本金

28億64百万円

創業・設立

創業：1912年11月10日

設立：1950年5月6日

業績

売上高：317億円

営業利益：42億円 (2024年度)

事業所

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

直営店：東京2店舗

決算期

12月末日

従業員数

678名 (2024/12/31現在)

証券コード

2216 (東証スタンダード)

主要株主

三菱商事(株)

社名にもなった
しょうゆを使用した飴

1955年
カンロ飴



1992年
ノンシュガーのど飴



5年をかけて開発した
メディアでも話題のグミ

2012年
グミツツェル



特許製法による
独自の形状と食感のハードグミ

2013年
カンデミーナ



1981年
健康のど飴

菓子食品分野で
初となる「のど飴」発売



2002年
ピュレグミ

2024年グミカテゴリー
売上No.1ブランド ※1



2012年
金のミルク

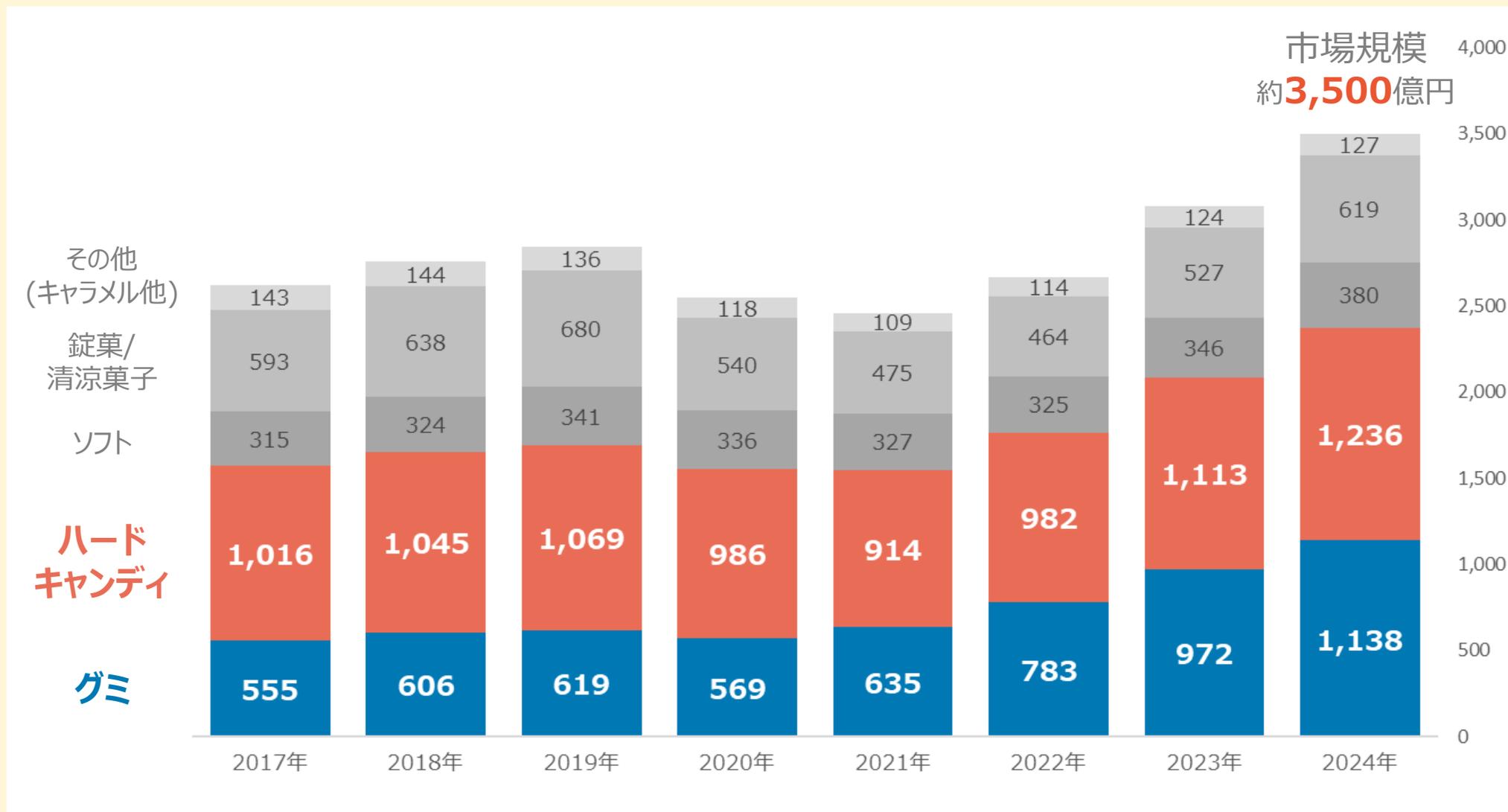
ミルクキャンディ
売上No.1ブランド ※2



2021年
マロッシュ

のど飴・グミが市場を牽引し、伸長を続ける

単位：億円



お客様の支持を受け、2024年キャンディ市場シェアトップ°

12.1%

(前年 12.5%)



キャンディ市場シェア ^{※1}

No.1

19.4%

(前年 20.8%)



飴市場シェア ^{※2}

No.1

15.9%

(前年 15.7%)



グミ市場シェア ^{※3}

No.2

※1 インテジSRI+ キャンディ市場 2023年・2024年（各年1月～12月計） 販売金額シェア

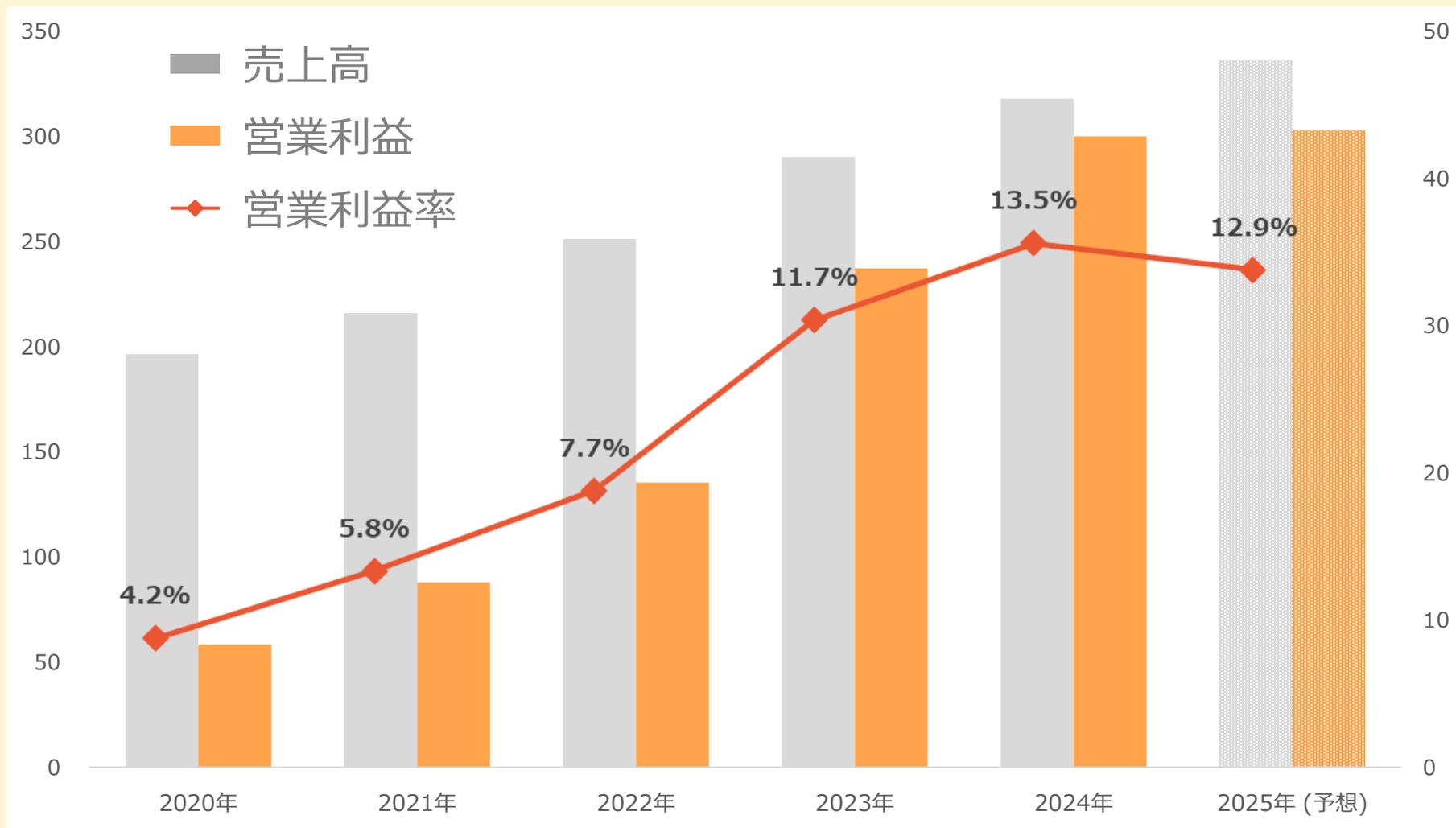
※2 インテジSRI+ ハードキャンディ市場 2023年・2024年（各年1月～12月計） 形態（組成）別販売金額シェア

※3 インテジSRI+ グミ市場 2023年・2024年（各年1月～12月計） 形態（組成）別販売金額シェア

ゴミを成長エンジンに売上・利益が大きく伸長

売上高：億円

営業利益：億円



利益を維持しながら、積極投資を行う計画

単位：百万円

	2025年 通期予想	2024年 通期実績	前年比増減	
			金額	率
売上高	33,600	31,778	1,822	106%
営業利益	4,320	4,284	36	101%
経常利益	4,340	4,315	25	101%
当期純利益	3,260	3,260	0	100%
総資産	-	29,106	-	-
純資産	-	16,831	-	-
ROIC	16.9%	20.5%	-	-

A close-up photograph of a hand holding a small, round, green and white striped seed or bean between the thumb and index finger. The background is a soft, out-of-focus landscape of rolling green hills under a pale sky. The overall tone is natural and serene.

02. がんの成長ストーリー

長期的な成長を続けるには変化に対応する柔軟性と ビジョンに基づく一貫性が求められる

「Sweetな瞬間を創り続けることで人々と社会に笑顔を。」



私たちカンロは、
不透明で決して明るいことばかりではない
いま、それから未来においても
常に生活者に寄り添いニーズに応える柔軟性と
ゆるぎないビジョンに向かいSweetな瞬間をつくり笑顔を生み出す企業を目指します。

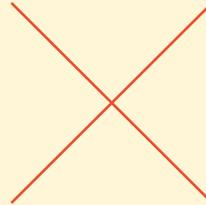


国内グミ事業を中心に更なる成長を実現するとともに、 持続的成長のための事業領域拡大・ビジネスモデル拡張を進める

Sweetな瞬間を創造する

— 国内グミ市場をドライバーとした売上・利益成長 —

- ① 国内グミ事業で更なる成長を実現
継続的な新商品投入とキャパシティ拡大により、
市場の更なる活性化とシェア拡大を目指す
- ② 商品開発強化と機能性付加による
高価値化で国内飴・グミ事業を拡充



事業基盤を変革する

— 事業領域の拡大・ビジネスモデルの拡張 —

- ③ グローバル事業の拡大
米国へ集中して輸出拡大
本格進出のための事業基盤構築
- ④ マルチチャネル・D to C 化の推進
ヒトツブ・デジタル事業を更に拡大
顧客接点を増やし、コアファン醸成に
向けたCX推進

成長投資を加速し、売上と事業規模の拡大を図る

指標	2024実績	2025年予想	2030年目標
売上高	317 億円	336 億円	500 億円以上 (CAGR: 7.8%以上)
営業利益率	13.5 %	12.9 %	13 %以上
EBITDA ^(*)	57.8 億円	—	100 億円
ROIC	20.5 %	16.9 %	11 %以上
ROE	20.8 %	18.2 %	15 %以上

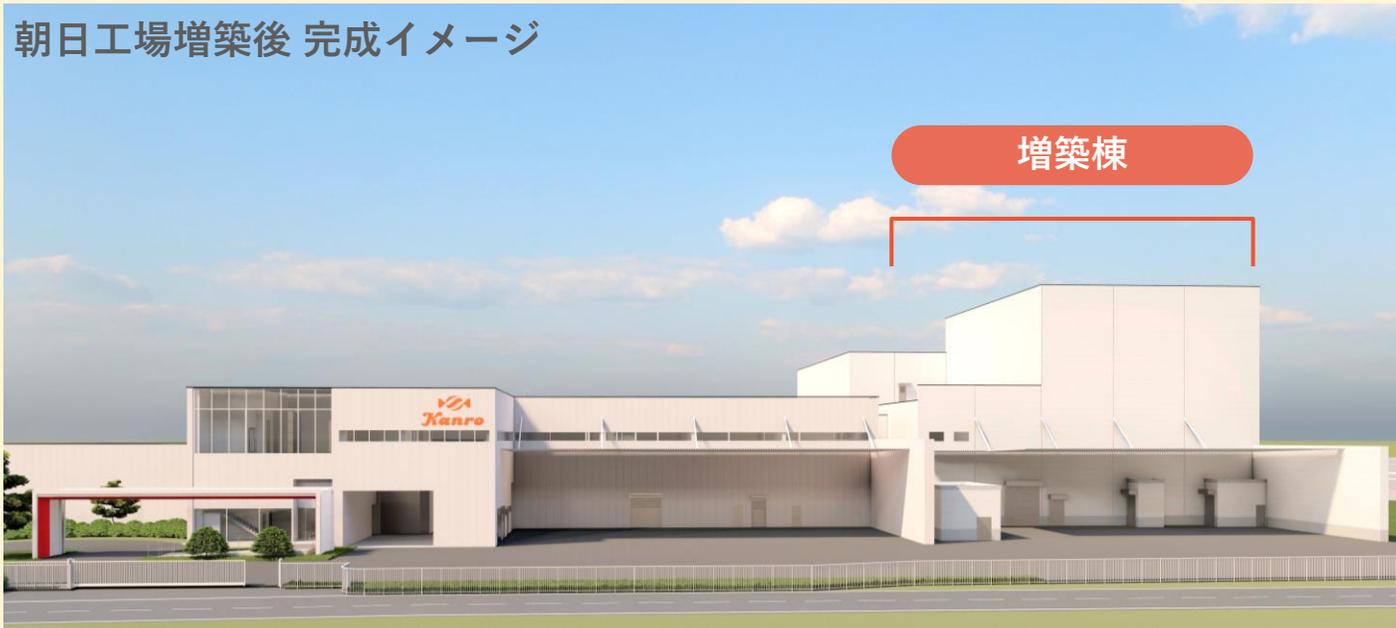
(*)当社のEBITDAは営業利益+減価償却費と定義しております。



02-1. 国内事業戦略

戦略投資の柱であるゴミライン新設で生産能力約5割増強

朝日工場増築後 完成イメージ



所在地	長野県東筑摩郡朝日村 大字古見字柳久保2216-1 (当社 朝日工場敷地内)	投資内容	増築棟建設、 ゴミライン新設、 自動倉庫新設等
		設備投資額	約 130 億円
工場面積	延べ面積 6,916.75 ㎡	生産開始時期	2027年7月 (予定)

- **2010年**
朝日工場を新設
- **2019年**
松本工場で新ゴミラインが稼働
- **2023年**
朝日工場増強
⇒前年比 生産能力約6%増加
- **2024年9月末**
松本工場ゴミ棟拡張
⇒前年比 生産能力約14%増加
- **2027年7月**
新ラインが朝日工場稼働予定
⇒生産能力約5割増強見込み

グミ市場は2030年に1,500億円程度まで成長すると予測

グミ市場規模推移の背景

需要側 要因

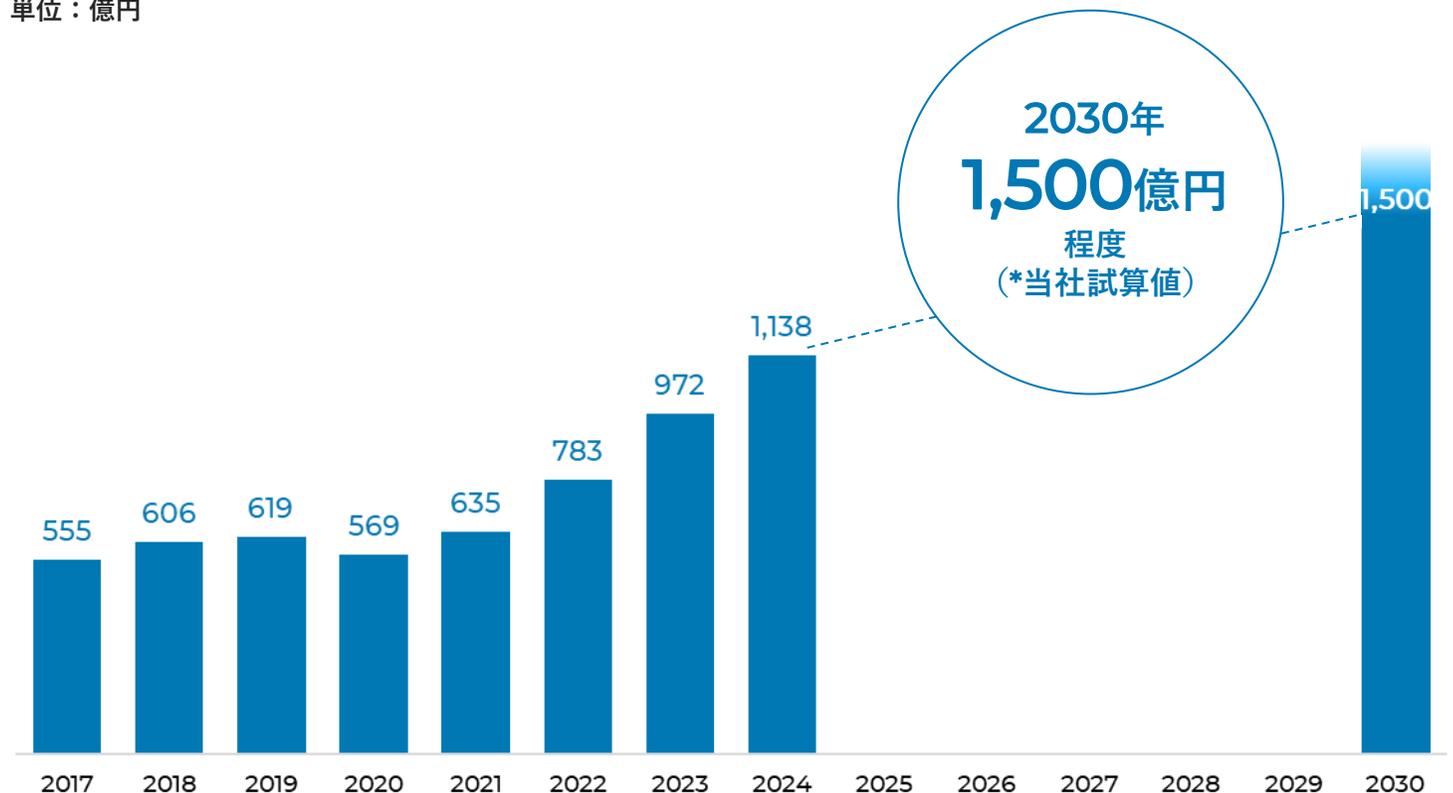
- 幅広い世代にグミ喫食人口が拡大
- コロナ禍の在宅需要がその後も定着
- ガム等の他カテゴリーからの流入
- 1人当たり購入額の増加

供給側 要因

- 国内メーカーの積極的な新商品投入
- 国内メーカーの生産体制増強
(当社も2019年松本工場新グミライン稼働、2024年同工場を拡張)
- 輸入グミの販売拡大

グミ市場規模の推移と将来予測（小売販売金額ベース）

単位：億円

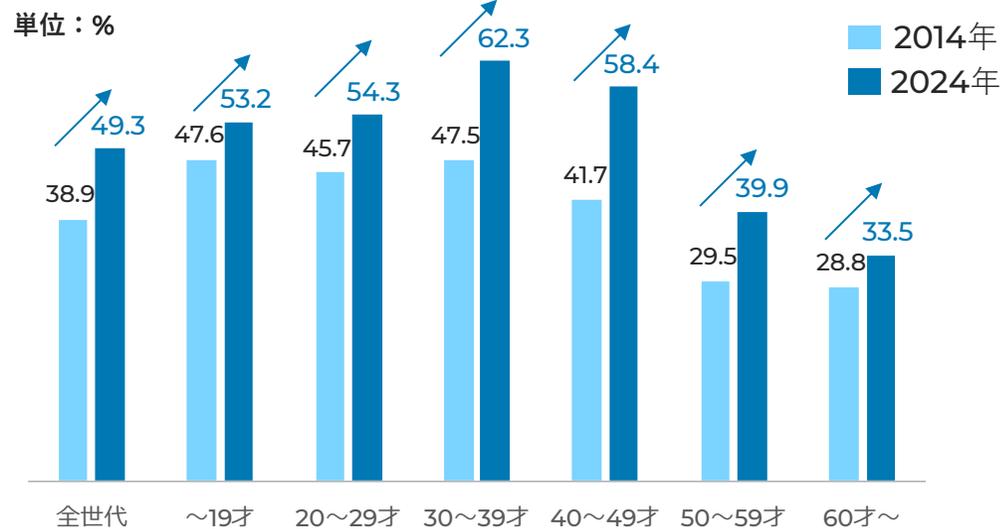


世代効果によるグミ喫食人口の増加に加え、 1人当たりグミ消費金額も増加

グミ市場の拡大

世代効果によるグミ喫食人口の増加

世代別購入率



1人当たりグミ消費金額の増加

年間購入額（1人当たり）



Puré

ピュレグミ

2024年販売金額100億円達成 3年連続グミ売上No.1ブランド※



01

フルーツのおいしさ



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”で差別化

02

情緒的価値の提供



選べる5色のパッケージや
季節限定のフレーバーなど
シーンに合わせた価値を提供

03

ブランドエクステンション



高付加価値のプレミアムや
親子向けのピュレリングなど
ターゲットを細分化し
ユーザーを拡大

ブランドエクステンションによりユーザーとシーンを拡大



ピュレグミプレミアム



大人女性を中心に自分へのプチご褒美需要へ訴求



ピュレリング



「すっぱさひかえめやさしいピュレ」で親子で楽しめるように



アソートパック



小分けや友人とのシェア需要などみんなで分け合うピュレ



Puré Gummy



海外展開に向けてグローバル基準対応のピュレグミを開発



飴市場は底堅いのだ飴需要により 2030年は1,200億円程度と予測

飴市場規模推移の背景

需要側 要因

- コロナ禍
マスク着用により飴喫食シーン減少
- アフターコロナ
人流回復により飴需要全体が回復
- 健康意識の高まりによるのだ飴需要の増加

供給側 要因

- 業界再編による製造メーカーの減少
- ロングセラー商品の終売

飴市場規模の推移と将来予測（小売販売金額ベース）

単位：億円



飴の価値向上施策

キャンディNo.1企業として、継続的に飴の価値を高めていく

シリーズ商品のブランド価値向上

じゅるる シャインマスカット



飴の中心にとろりとしたジュレを配合した高級感ある一品

第43回食品ヒット大賞
優秀ヒット賞受賞

市場での人気に供給が
追い付かなかったが
3/31～数量限定で再販



飴の新たな価値提案

ノンシュガー味のしない? のど飴



※5/19～限定販売

味のしない? 不思議な飴

甘さを求めない方、
口内を潤す効果だけほしい方など
お客様からの問い合わせ多数

チャネル限定で販売し
新たなニーズを開拓中



ヒトツブカンロ事業

2030年売上高目標：25億円

KPI

	FY24実績	FY30目標
延べ来店客数	256万人	480万人
ヒトツブブランド認知率	15.4%	40%

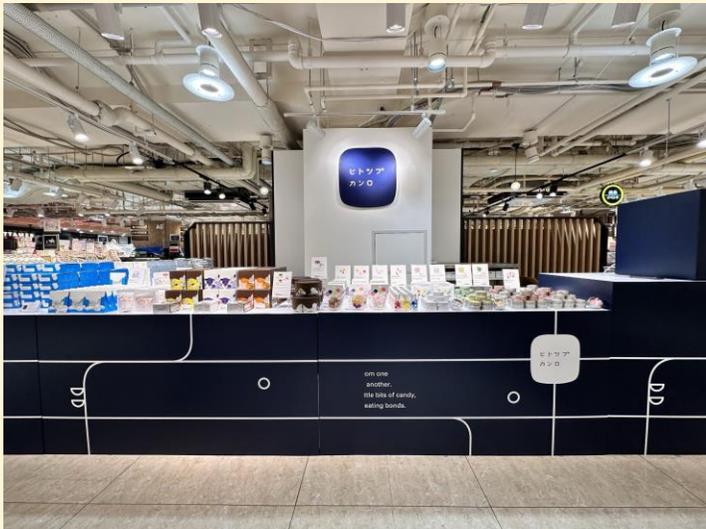
デジタル事業

2030年売上高目標：15億円

KPI

	FY24実績	FY30目標
KanroPOCKeT会員数	24万人	150万人
KanroPOCKeT顧客ロイヤリティ(NPS®) (*)	—	FY2024スコアに対し+10

4.16 - 4.22 ポップアップストア (阪神梅田本店)



コミュニティサイト「Kanro POCKeT ×」オープン



02-2. 海外事業戦略

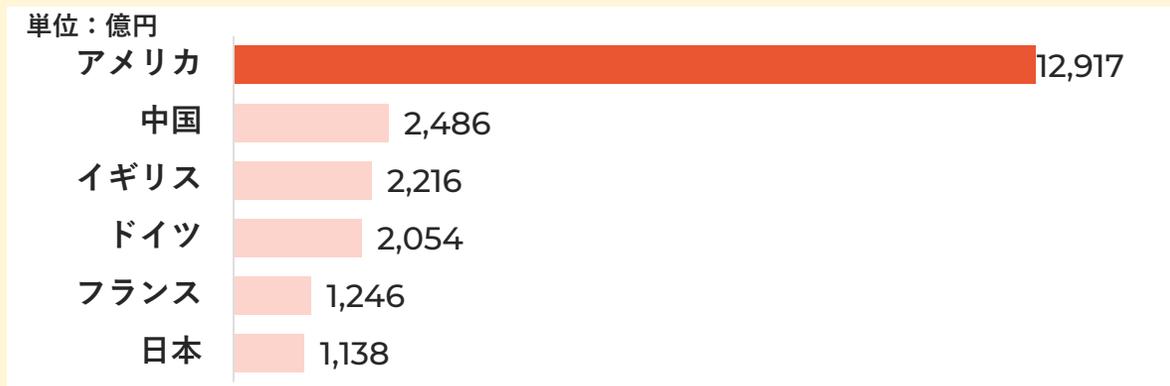


米国を軸足としたグローバル事業展開を促進

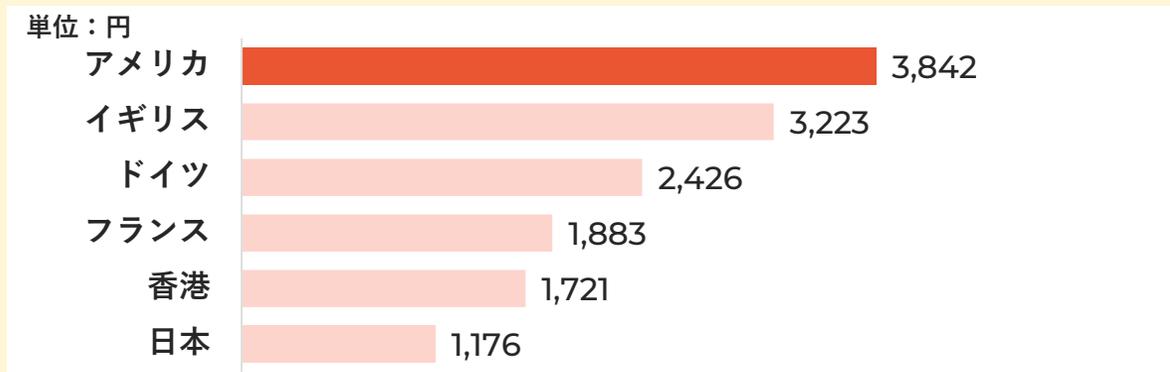


大きなグミ市場規模を有する米国に本格参入し ピュレグミで売上拡大を目指す

国別グミ(*)市場規模 (2024年)



国別グミ(*) 1人あたり消費金額 (2024年)



(*) Sugar Confectioneryのうち「Pastilles, Gummies, Jellies and Chews」
出所：Euromonitor International (2024年の平均為替レート円換算)
国別グミ市場規模(2024年)の日本のみインテージSRI+



グローバル事業拡大に向けた米国市場へのアプローチ開始

【実施済】

2025年1月
米国向けの
サイトオープン



2025年1月19～21日
Winter Fancy Food
Show 2025 出展



2025年3月
ピュレグミ原料対応



現地法人の設立で事業展開を加速

【実施予定】

～2025年5月末
米国現地法人
「Kanro America Inc.」
登記完了

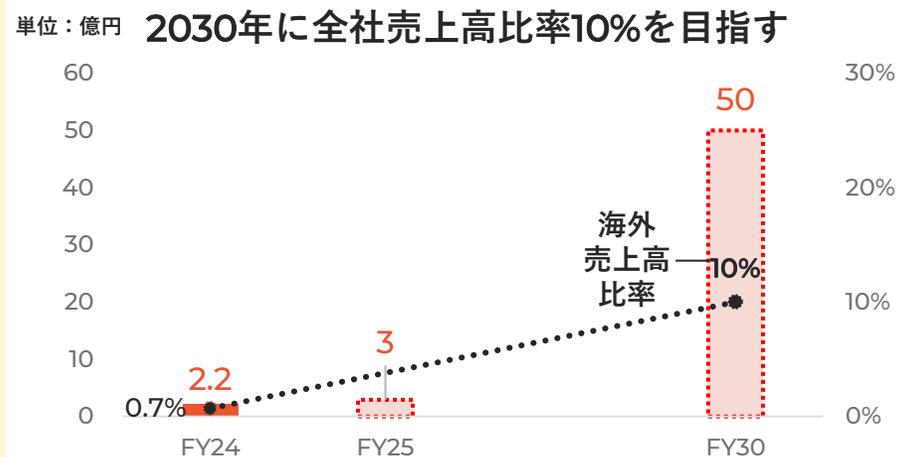
2025年6月29日～7月1日
Summer Fancy Food
Show 2025 出展

「Kanro America Inc.」概要
社名 : Kanro America Inc.
登記州 : 米国デラウェア州
設立時期 : 2025年5月
(5月末日までに登記完了予定)
事業内容 : 菓子の輸入販売、広告宣伝、
販売促進、顧客サポート ほか

主催 : Specialty Food Association
場所 : The Jacob K. Javits Convention
Center (429 11th Avenue
New York, NY 10001)

米国市場における更なる成長のための事業基盤を確立し、 全社売上高に占める海外売上比率10%を目指す

定量目標(事業別売上)



ロードマップ



施策

1

米国へ集中して 輸出拡大

- 米国グミ市場への参入をスピードアップする
- 国内品と同等品質の商品を展開する
- まずは西部エリア中心に進出する

2

米国における 販売体制の構築

- 現地法人を設立し、販売活動を推進する
- ブランド認知向上のマーケティング活動を本格化する
- 現地流通業者へのアプローチを開始する

3

中国・アジア 向け販売拡大

- 中国市場を開拓する戦略ブランドを決め、集中展開する
- 台湾・香港等への販促活動を充実し、ブランド認知度を向上→売上拡大を目指す

中期経営計画2030サマリー

主要施策サマリー



Sweetな瞬間を創造する

- ・ イノベーション促進に向けた投資
工場増築/ライン新設投資、R&D投資
- ・ 顧客起点による4つの価値を提供
ごほうび/スイッチ/ヘルスケア/リラクゼーション
- ・ ブランド基軸経営の推進
(高価値化×高収益商材比率のUP)



事業基盤を変革する

- ・ グローバル事業の拡大
- ・ ヒトツブカンロ事業の拡充
- ・ ECによる高収益事業スキームの確立
- ・ リアルとデジタルの融合による
カンロファンの醸成・LTV向上



未来へ紡ぐ

- ・ 糖の正しい知識の普及活動の推進
- ・ 環境負荷低減策の推進
- ・ 食の安全・安心
- ・ 人権の尊重・ダイバーシティの推進
- ・ 持続可能な経済価値創出モデルの構築



創発的な組織の更なる進化

- ・ パーパストリブンの実践
- ・ チャレンジと成長を促す人事制度の整備
- ・ 働きがいのある職場環境の整備と業務効率化の推進



財務指標 2030年目標

売上高	500 億円以上 (CAGR: 7.8%以上)
営業利益率	13 %以上
EBITDA	100 億円
ROIC	11 %以上
ROE	15 %以上

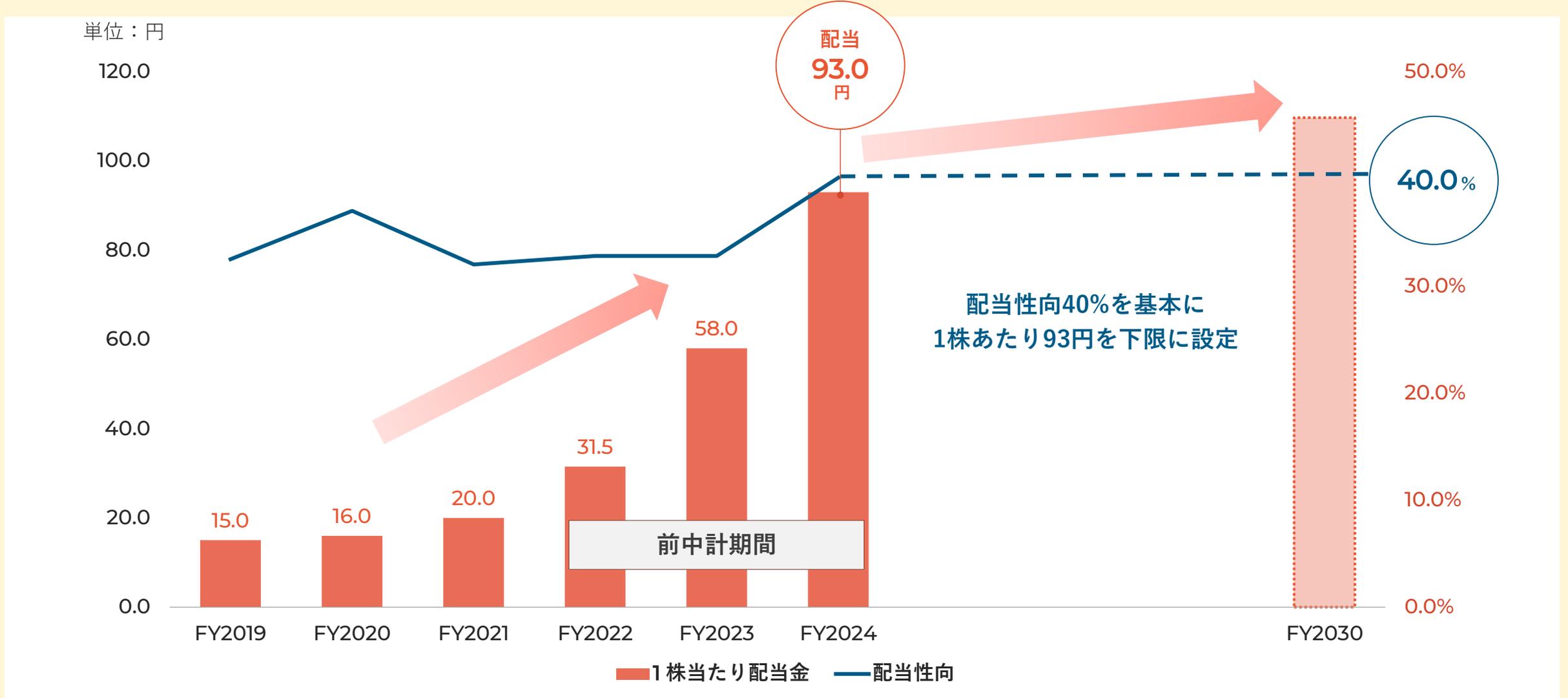
非財務指標 2030年目標

糖に対する正しい知識の普及活動	累計 1,500 万人
温室効果ガス排出量 (Scope1-3)	Scope1-2 10,000 t-CO ₂ Scope3 110,000 t-CO ₂
従業員エンゲージメントスコア	70 %以上

A close-up photograph of a hand holding a single, translucent yellow softgel capsule between the thumb and index finger. The capsule is oval-shaped and appears to contain a liquid or gel. The background is a soft, out-of-focus green and blue, suggesting an indoor setting with natural light. The overall mood is clinical and focused on the subject of the capsule.

03. がんの株主になると

営業キャッシュフローの伸長により、成長・戦略投資と安定配当を両立



【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

【600株～999株保有の場合】 2,000円相当



【1000株以上保有の場合】 3,000円相当



- 01 | **稼ぐ力の向上と戦略投資の両立**で、収益性の向上と売上・利益の成長に繋げる好循環を構築する

- 02 | **新グミラインの増設**で生産能力を飛躍的に増強し、市場活性化とシェアの拡大を目指す

- 03 | **米国を軸足としたグローバル展開**で持続的成長のための事業領域の拡大を行っていく

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。

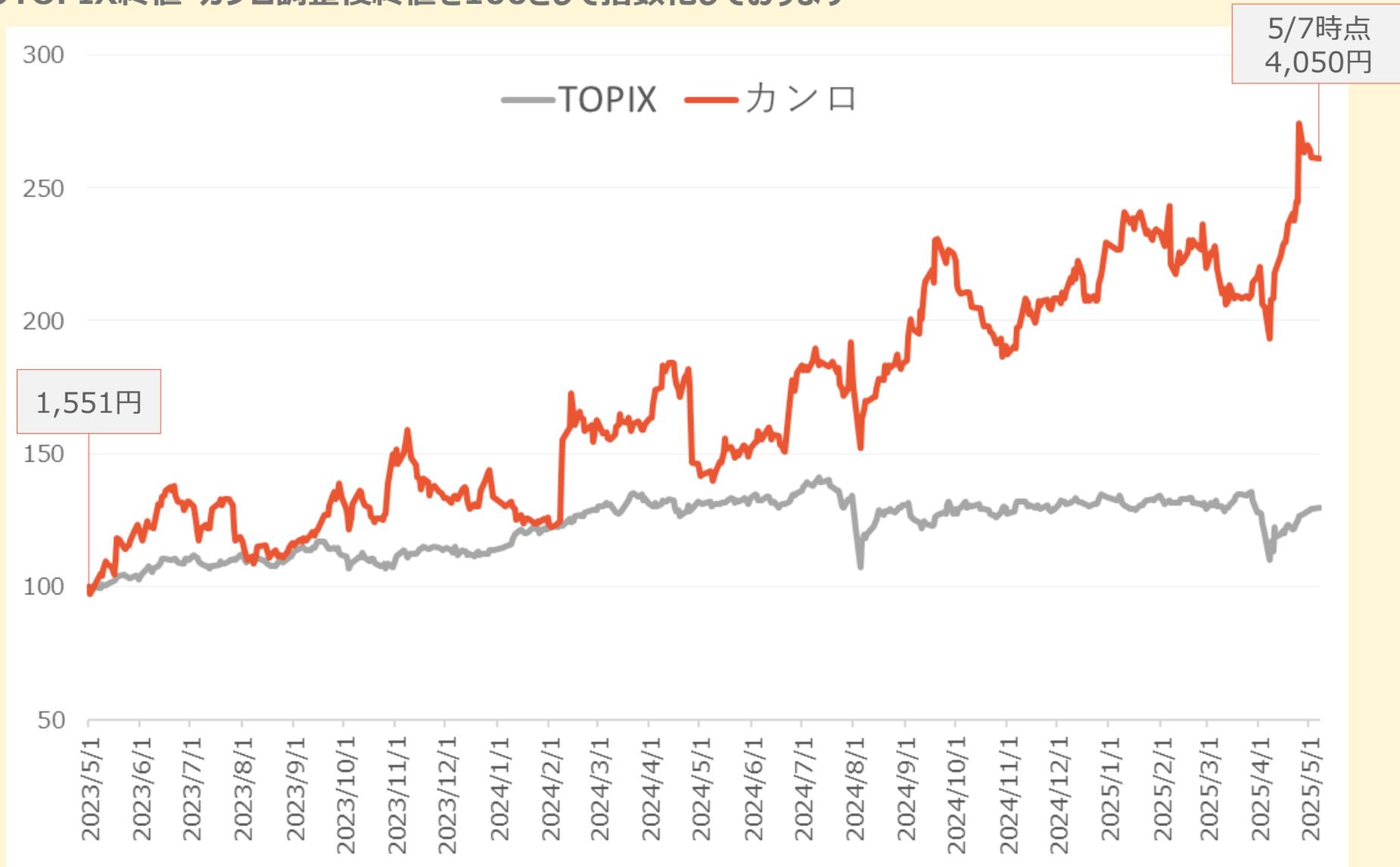
この資料に掲載されている情報は、あくまでカンロをより理解していただくためのものであって、必ずしも投資をお勧めするためのものではありません。

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。

Appendix

株価とTOPIXの推移

※2023/5/1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



菓子市場規模 (2019年以降)

※2019年の小売金額を100として指数化しております

