



2026年 6月 20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 カンロの強み

03 カンロの成長ストーリー

04 株主還元

※2025年12月期期末より連結決算を開始しております。2024年以前の数値は単体となります。
※資料内の「予想」は2026年2月13日公表値です。

01. 会社概要

カンロは、 「人と社会の持続可能な未来に貢献する」 パーパスドリブン企業へ



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。



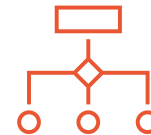
創業

1912年



従業員数

705名
(2025/12/31現在)



主要拠点

生産拠点：3工場

営業支店：8支店

直営店舗：2店舗

子会社：1社



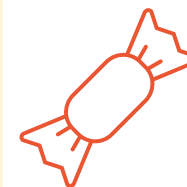
売上高

347億円
(2025年12月期)



営業利益率

13.5%
(2025年12月期)



キャンディ市場
シェア

※
No.1

カンロの商品について

Sweeten the Future

Kanro

飴

カンロ飴



1955年発売

健康のと飴

31種のいたわり素材



1981年発売

ノンシュガー のと飴シリーズ



1992年発売

金のミルク 濃い贅沢



2012年発売

素材菓子



グミ

Puré ビュレグミ



2002年発売

カンデミーナ Candemina



2013年発売

Marosh マロッシュ



2021年発売

ヒトツツ カンロ

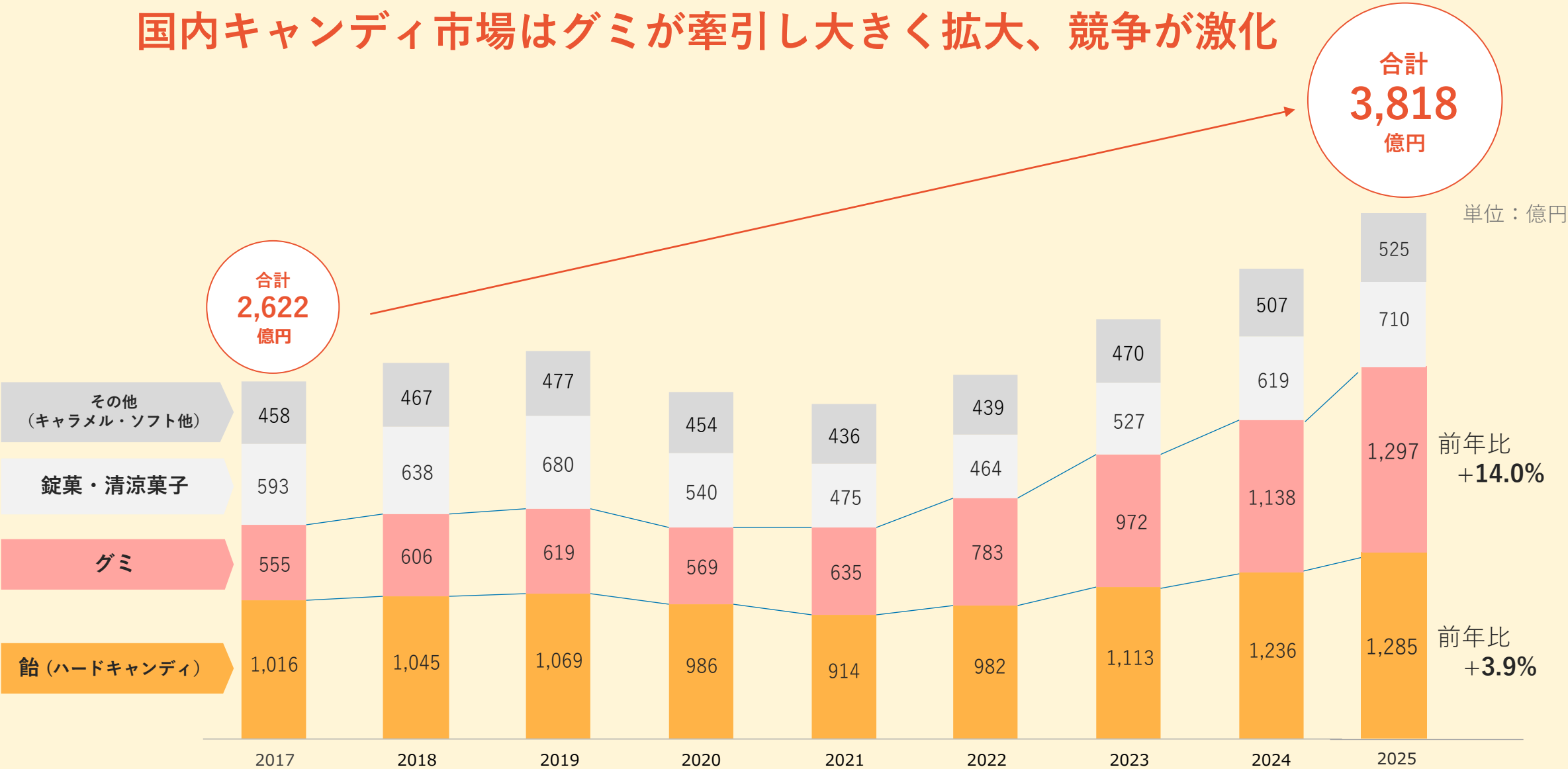


2012年発売

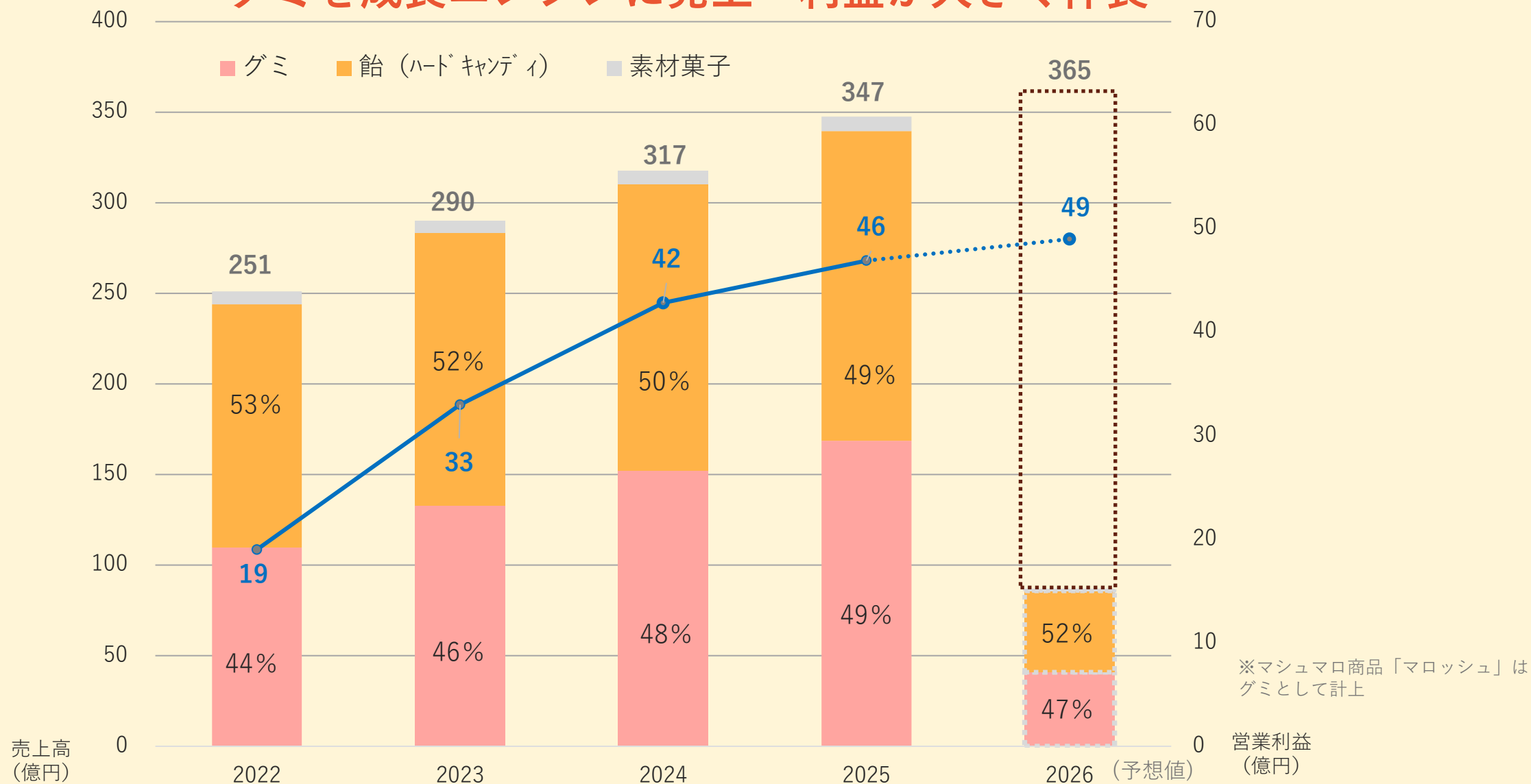
その他



国内キャンディ市場はグミが牽引し大きく拡大、競争が激化



グミを成長エンジンに売上・利益が大きく伸長



売上高・利益ともに過去最高を更新予定

単位：百万円

	2026年度			2025年度
	予想	前年増減	前年比	実績
売上高	36,500	+ 1,728	+ 5.0%	34,771
営業利益	4,900	+ 208	+ 4.4%	4,691
経常利益	4,900	+153	+3.2%	4,746
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,450	+71	+2.1%	3,378

※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。
※2025年12月期期末より連結決算を開始しております。※「予想」は2026年2月13日公表値です。

02. カンロの強み

01

キャンディ（糖）と永年向き合って培った
研究・商品開発力

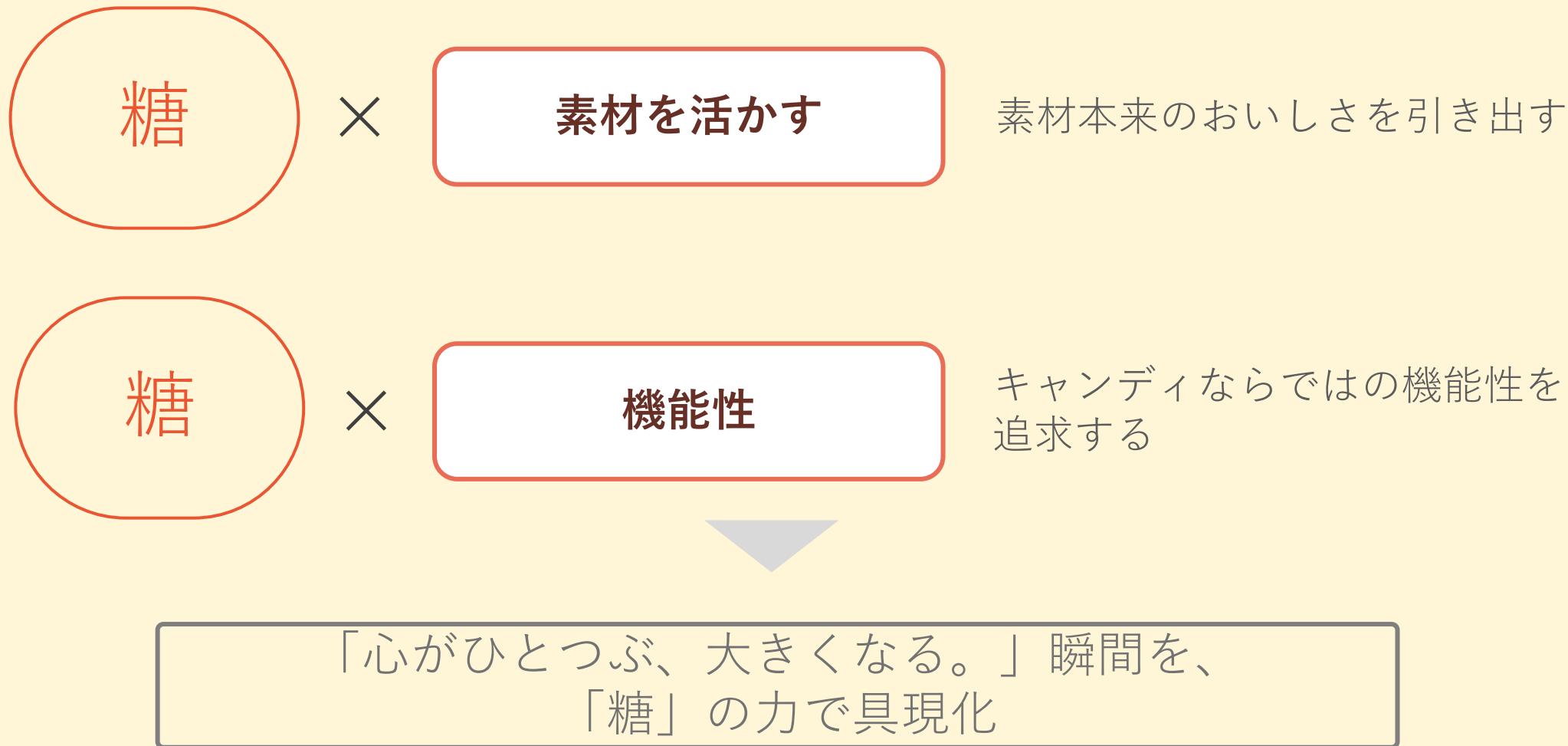
02

100年以上の歴史で育んだブランド力

03

全国展開する販売拠点をベースとした
販売力・営業力

「素材を活かす」・「機能性」を軸とする商品開発方針



競争激化するマーケットに対し、周年や需要期を迎えるブランド強化のほか
企業ブランドの強化で対応



プロダクトブランド強化

ピュレグミ

春の新商品発売に合わせ、ブランドの世界観を
イメージした新CMを制作

カンロ飴70周年

25年9月以降年間施策でブランドを盛り上げ

金のミルク

ディスプレイコンテストや
プロモーション施策で露出を拡大

※一例です



企業ブランド強化

CXの推進による「カンロのファン」醸成

様々なタッチポイントで
カンロらしいコミュニケーションを行い
ファンを醸成する

企業ブランドの強化を通じて

カンロ全体をリフトアップ

企業ブランド像の明確化や広告投資を強化

プロダクトブランドの強化 ～主力ブランド ピュレグミ～

Sweeten the Future
Kanro

Puré
ピュレグミ

“咲け、ときめく私。”をキーマッセージに、
新生活シーズンに自分らしく一歩踏み出す
気持ちを応援します！

(3/24よりWEB先行公開、4/3よりTVCM放映)

[詳細はこちら](#)

ブランドサイト→[ピュレグミ ブランドサイト - Kanro POCKeT](#)



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

企業ブランディングへの広告投資を強化し
“カンロ”というブランドを盤石化することで全体をリフトアップ

FY~24

FY25~26

FY27~28

FY29~30

企業ブランドの
明確化

企業広告強化



カンロ飴

Puré
ビュレグミ

健康のど飴
31種のいたわり素材



金のミルク
濃い贅沢



ノンシュガー
のど飴シリーズ

ノンシュガー
茶館シリーズ

ボイスケア
のど飴

Marosh
マロッシュ

お客様の支持を受け、2025年キャンディ市場シェアトップ

11.7%

(前年 12.1%)



キャンディ市場シェア^{※1}

No.1

19.5%

(前年 19.4%)



飴市場シェア^{※2}

No.1

14.9%

(前年 15.9%)



グミ市場シェア^{※3}

No.2

※1 インテージSRI+ キャンディ市場 2024年・2025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 2024年・2025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 2024年・2025年（各年1月～12月計） 形態（組成）別販売金額シェア

03. カンロの成長ストーリー

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。



中期財務目標達成に向けて順調に推移する見通し

指標	2025年実績	2026年予想	2030年目標
売上高	347 億円	365億円 (前年比+5.0%)	500 億円以上 (CAGR : 7.8%以上)
営業利益率	13.5 %	13.4 %	13 %以上
EBITDA (*)	62.9 億円	65.6 億円	100 億円
ROIC	18.3 %	16.0 %	11 %以上
ROE	18.9 %	17.2 %	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。 ※2030年ROICは成長投資が投下資本に含まれる関係により数値は一時的に低下しております。

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

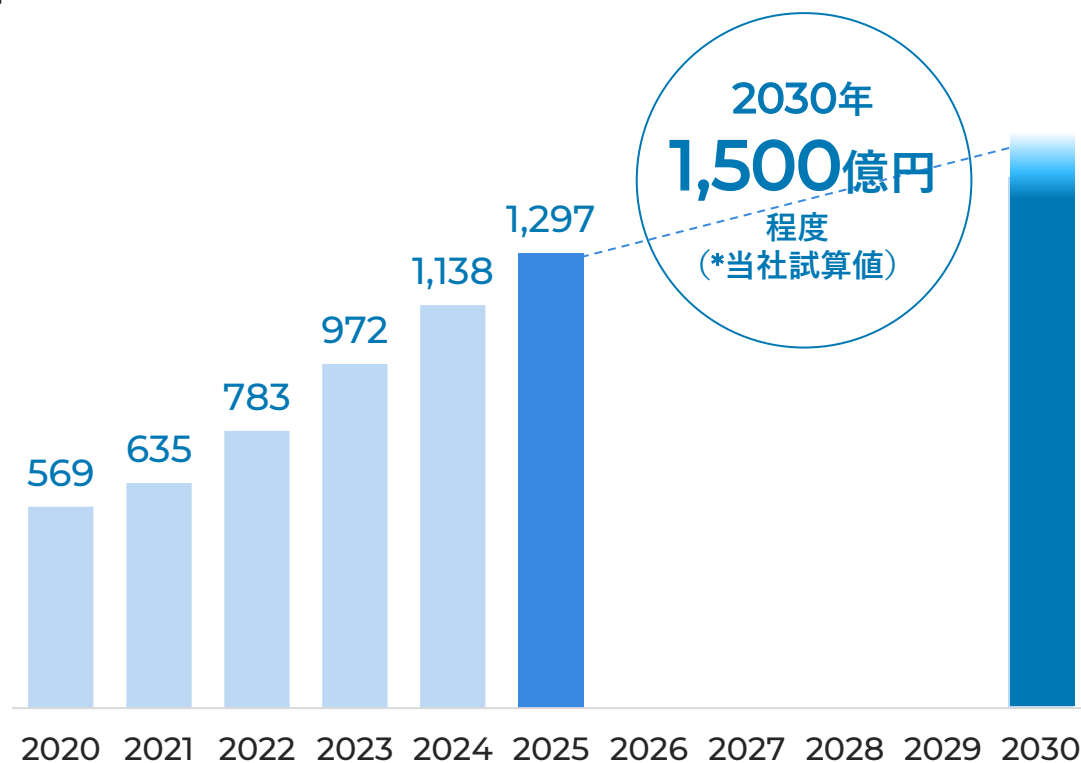
- 幅広い世代にグミ喫食人口が拡大
- コロナ禍の在宅需要がその後も定着
- ガム等の他カテゴリーからの流入
- 1人当たり購入額の増加

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



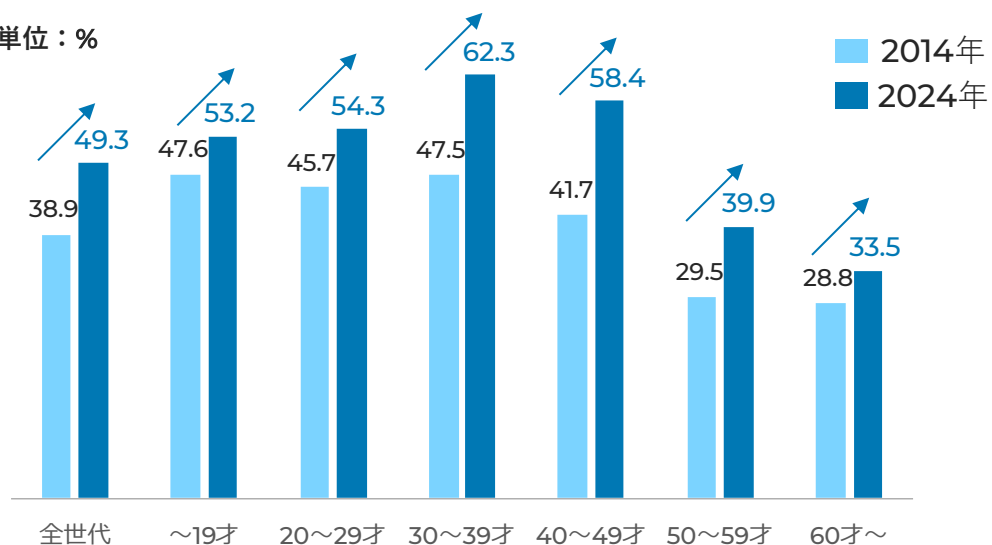
世代効果によるグミ喫食人口の増加に加え、 1人当たりグミ消費金額も増加

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

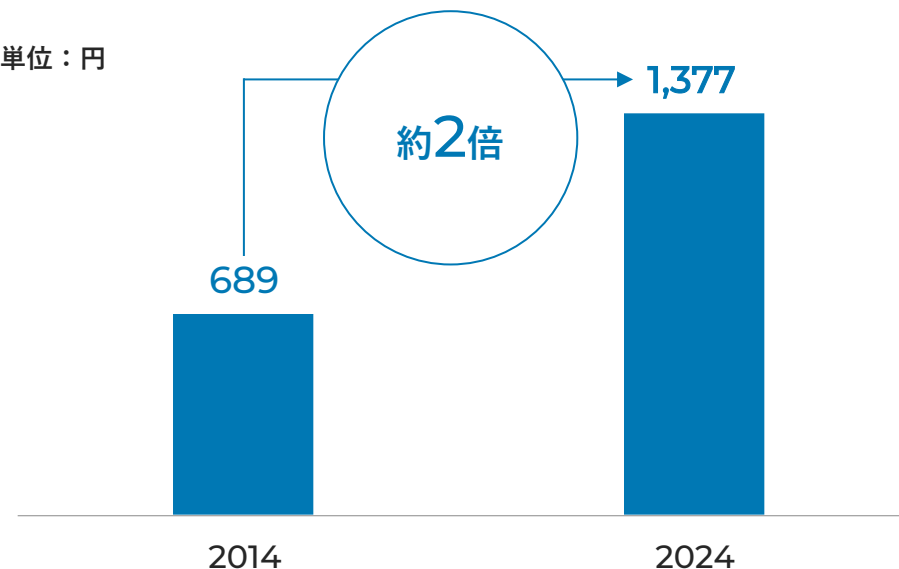
単位：%



1人当たりグミ消費金額の増加

年間購入額（1人当たり）

単位：円



戦略投資の柱であるグミライン新設で生産能力約5割増強
稼働に向けて順調に進捗

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、 グミライン新設、 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
松本工場で新グミラインが稼働
- 2023年
朝日工場増強
⇒前年比 生産能力約6%増加
- 2024年9月末
松本工場グミ棟拡張
⇒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

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

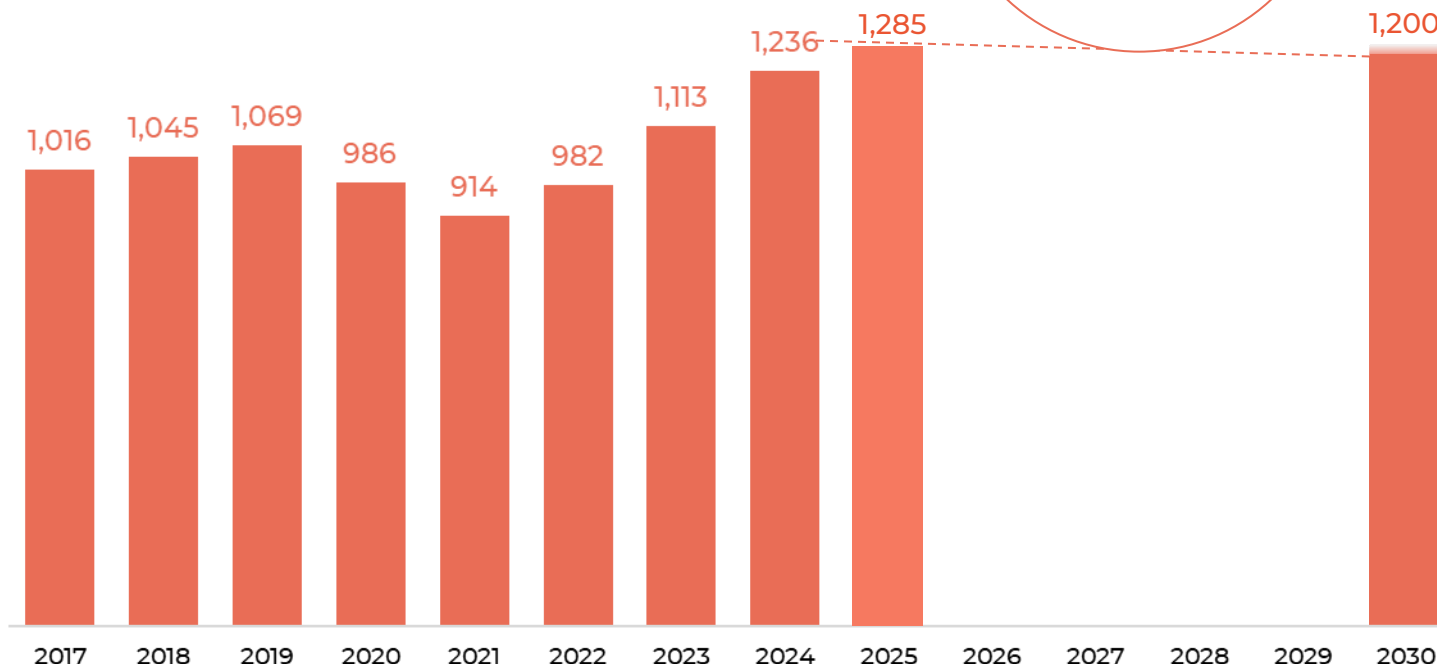
- ・ コロナ禍
マスク着用により飴喫食シーン減少
- ・ アフターコロナ
人流回復により飴需要全体が回復
- ・ 健康意識の高まりによるのだ飴需要の増加

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



2030年
1,200億円
程度
(*当社試算値)

キャンディ No.1 企業として飴の価値向上に取り組む

日常に寄り添う飴の価値を、次の時代へ
Z世代の“飴離れ”に挑む産学連携プロジェクト



専修大学商学部 増田ゼミとの共創商品
「#チョコじゃねーよアメだよ」と「さくらりん」

グミのトレンドが伸長する中、若年層の飴（ハードキャンディ）の喫食機会が減少傾向にあることに危機感をもち、Z世代をターゲットにした飴の商品開発に積極的に取り組んでいます

「じゅるる」シリーズ



本物の果物を食べているかのような美味しさが楽しめるジュレ入りプレミアムフルーツキャンディ。ジュレのおいしさやネーミングなど、大変ご好評いただいているシリーズ

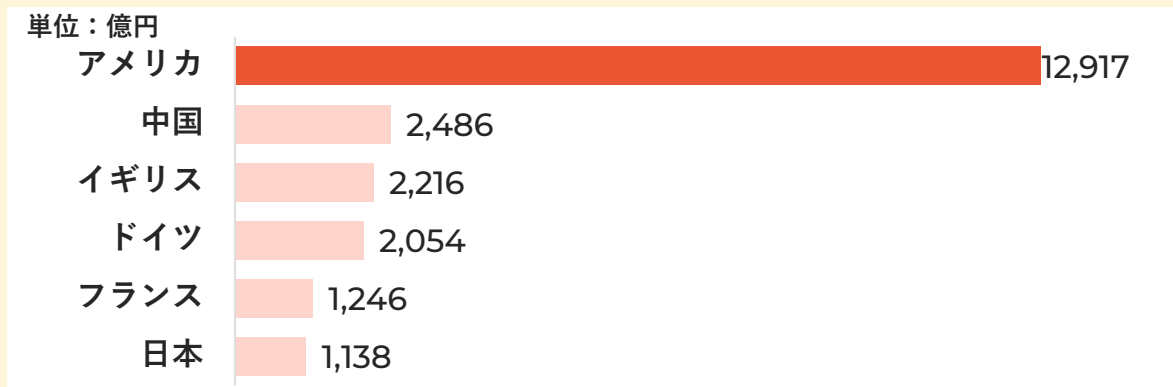
「味のしない？ のど飴」



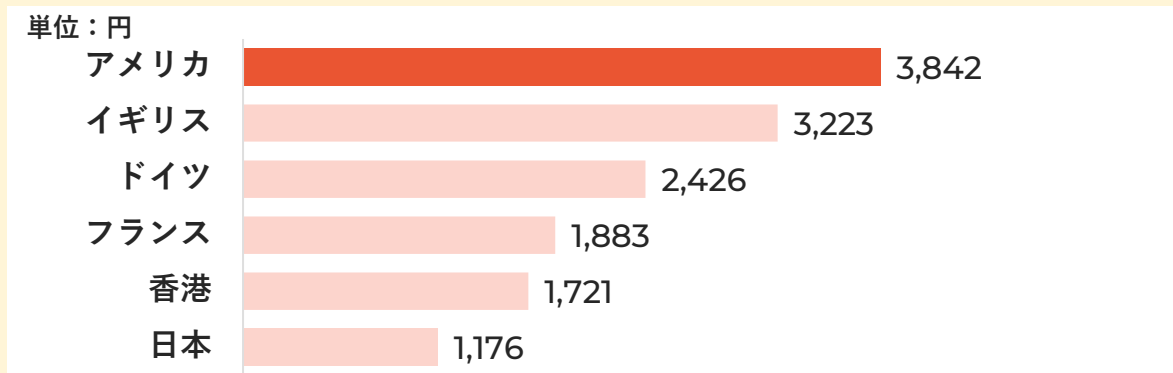
飴なのに香りや甘さを極力抑えた不思議な味わい！
カンロ独自の「味のしない？製法」で甘さやフレーバーを極力抑えた中で、のど飴の效能感のみを体感できるのど飴

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+



取扱店舗数300店舗を超え、中計でのミニマムターゲットを1年でクリア

2025年5月

米国に現地法人
Kanro America Inc.
を設立

9月

米国でのピュレグミ
販売を開始



11月

ピュレグミプレミアムの
販売を開始



2026年1月

Winter Fancy Faire
2026に出展

2月

大学生協の展示会
CAMEX-
Campus Market Expo
に出展

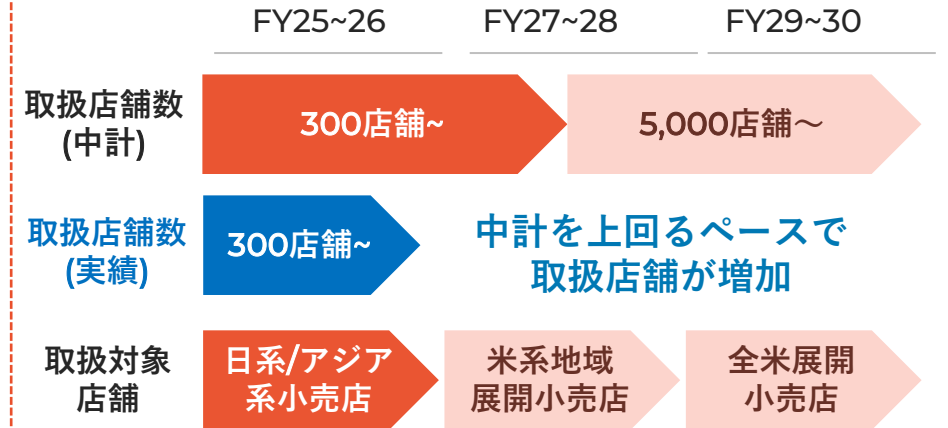
4月

OC JAPAN FAIR 2026
に出展

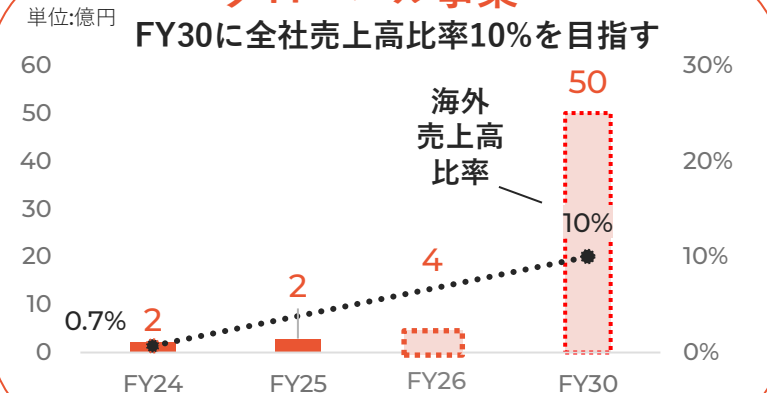
取扱店舗一例（26/3末）

日系（東京セントラル、ミツワマーケットプレイス、ダイソー）
アジア系（Hマート）、大学生協（UCLA）等

ロードマップ



グローバル事業



Kanro America Inc. 販売エリア拡大と 基盤整備を推進

今後予定している諸施策

- イベント出展
 - ・ 7月 アニメエキスポ 2026
 - ・ 8月 音楽イベント Head in the Cloudsサンプリング実施でピュレグミの認知度拡大
- ブランド施策
 - ・ 商品ラインナップの充実
 - ・ 米系小売への導入商談に向けたリブランディング



日系／アジア系小売・
キャンパスストアは
カリフォルニア州に加え
全米へ拡大すべく活動中

事業と人事の戦略をしっかり結びつけ、一人ひとりの一歩で、創発的な組織へ

事業戦略

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
- 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
- ④ マルチチャネル・D to C 化の推進



人事戦略

事業基盤を更に強固なものとし成長する

変革を続け新しい価値を創造する



事業戦略と連動した人財の育成・確保、そして更なる先へ

人的課題

- ✓ 未来を担う経営人財の育成・確保
- ✓ デジタル強化に伴う人財の育成・確保
- ✓ グローバル事業の展開に沿った必要人財の育成・確保
- ✓ 生産・供給体制の拡充に向けた人財の育成・確保
- ✓ 研究開発力の向上のための専門性の強化

施策

- ✓ 採用 必要人財の要件を明確に
- ✓ 育成 研修体制をクリアにしキャリアステップの明確化
- ✓ 人事制度（評価）の整備
- ✓ **カンロカルチャーの醸成（クレドの浸透）**
- ✓ 求める人財像（スキル）の明確化
- ✓ 職場環境の整備

取組事例の紹介

2025年：全拠点でMyパーパスワークショップを実施

2026年：カルチャーブックを活用し行動変容を促進



“カンロらしさ”を
まとめた社内向けの冊子、
カルチャーブック

デジタル化で目指す姿はデータに基づく意思決定ができる会社への変革
デジタルスキルを活用した課題解決を実現できる人材を確保

取組事例の紹介



1 生成AIによる業務改革と創造性の強化

生成AIの活用により、定型業務の効率化や業務負荷の軽減を進め生産性の向上を図る。

併せて、アイデア創出や企画立案などの場面において社員の創造性を支援し、一人ひとりの付加価値向上を実現する。



2 工場設備のIOT化
～予知保全で実現する安定稼働～

設備データをリアルタイムに把握し、生成AIを活用したデータ分析・対処をすることで、予知保全の取り組みを推進。故障停止リスクを低減し、安定した生産を実現する。

モニターによる生産状況の可視化と異常の表示

HOME	2号ライン			3号ライン			4号ライン			5号ライン		
カウンタ	製袋数	49782袋	停止中	製袋数	31558袋	運転中	製袋数	41826袋	運転中	製袋数	48120袋	運転中
	良品数	43780袋		良品数	27335袋		良品数	38017袋		良品数	45501袋	
	良品率	87.9%		良品率	86.6%		良品率	90.9%		良品率	94.6%	
	停止回数	36回		停止回数	25回		停止回数	44回		停止回数	21回	
包装機												

プログラム作成に生成AIを活用



トラブルへの対処のスピード化を実現。
過去データの推移をグラフ化し新たな課題の発見につなげる

伊勢丹新宿店へ常設店舗を新たに开店し、ギフト需要が見込まれる百貨店業態にて、既存顧客とは異なる層の獲得を狙うとともに、“カンロ”の認知度拡大も目指す



開業日：2026年5月20日

場所：伊勢丹新宿店 本館地下1階

https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1776408986/files/topics/1541_ext_2_0.pdf

「A Little Sweeter Time.」をコンセプトに、いつもの時間をちょっとだけ上質に過ごしていただける商品や、お店づくりを目指します。



伊勢丹新宿店限定セット

ポップアップストア
出店中

<ヒトツブカンロ 羽田空港店>

2026年4月4日～7月7日

羽田空港第1ターミナル 2階マーケットプレイス
「羽田スタースイーツ」内

https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1773649455/files/topics/1526_ext_2_0.pdf

<ヒトツブカンロ 阪神梅田本店>

2026年6月10日～6月23日

阪神梅田本店 地下1階 スイーツイベント

https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1779089747/files/topics/1557_ext_2_0.pdf

04. 株主還元

【300株～1,799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

【1,800株～2,999株保有の場合】



2,000円相当

【3,000株以上保有の場合】



3,000円相当

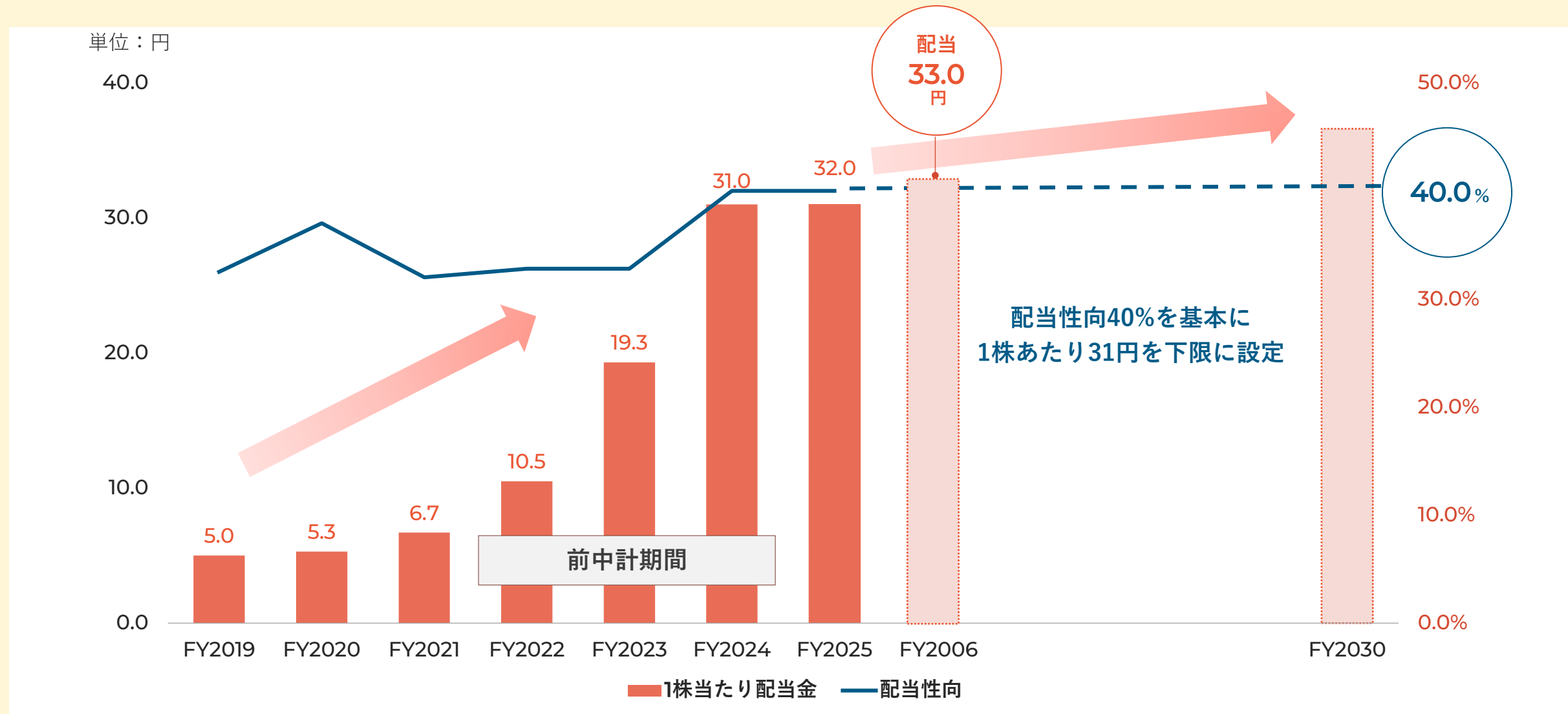
長期保有株主様へのご優待

【3,000株以上を3年以上保有】

5,000円相当

※写真はイメージであり、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。

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



- 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



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。