

2019 年 12 月期
(第 2 四半期)
決算説明会資料



2019 年 8 月 8 日 (木)

カンロ株式会社

Kanro Inc.

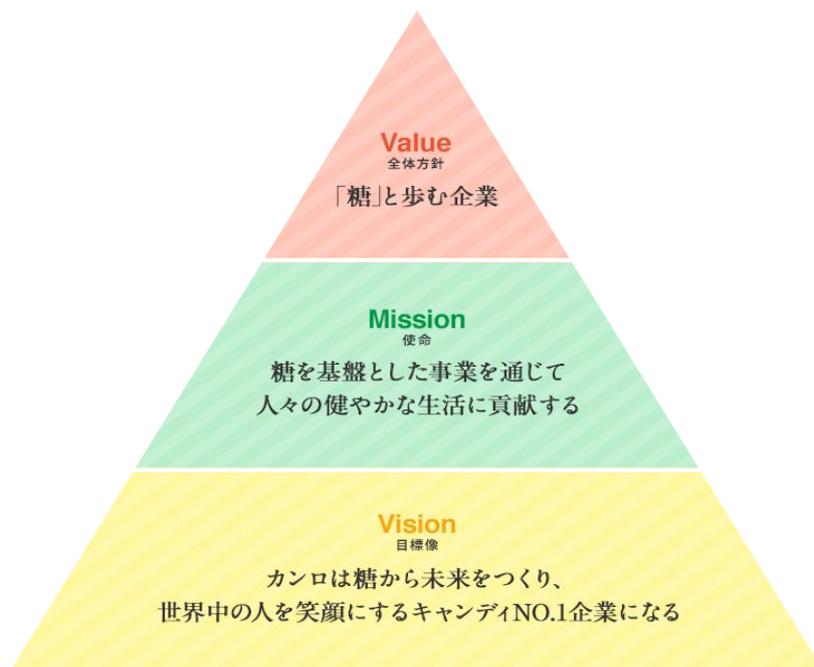
(東証 2 部 :2216)

【目次】

		Page
■ カンロ株式会社 Profile	- コーポレートビジョン	- Profile-1
	- 企業概要・沿革	- Profile-2
	- 決算ダイジェスト	- Profile-3
■ 2019 年度上期※決算説明会	(スライド 1-36)	- 1 - 18

※上期(2019 年度 1~6 月)：この資料上では、中間期あるいは第 2 四半期累計と同一の意味です。

コーポレートビジョン



Vision 目標像

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企業を目指します

糖に対する理解ある環境

おいしさや健康のために糖ができることを提案し、糖が人々の生活に必要不可欠であると理解されている環境を作ります。

信頼のブランド

安全安心を第一に未来を見据えた研究開発に挑戦し、「カンロ」であるがゆえに選ばれる信頼の企業ブランドへと成長します。

社会との共生

事業活動を通じて社会の課題解決に通り組むとともに、すべてのステークホルダー満足の実現に努め、社会とともに発展します。

活力ある職場

役職員の健康促進に努めるとともに、キャンディに対する深い知見経験を踏まえた人材を育成します。また、個を尊重する企業風土を醸成し、自負や愛着が根付く企業を目指します。

グローバルな企業

私たちがつくるひと粒が世界中の人を笑顔にする、グローバルな企業に成長します。

企業概要

【会社概要】		2019年6月末時点(発行済み株式数・直近業績除く)	
会社名	カンロ株式会社 (英訳名: Kanro Inc.)		
設立年月日	1950年5月6日	代表取締役社長	三須和泰
本社所在地	東京都新宿区西新宿3丁目20番2号東京オペラシティビル37F	代表電話番号	03(3370)8811 (代表)
事業内容	菓子、食品の製造及び販売	決算期	12月末
上場市場	東京証券取引所 第2部 (コード: 2216)	発行済み株式数	7,657,802 (2019/7~)
資本金	28億64百万円	自己資本比率	58.1%
		従業員数	562人(2019年6月末時点)
直近業績(年間)	売上: 229億円 営業利益: 10億円 経常利益: 10億円 当期純利益: 10億円 (2018年12月末時点)		
大株主(上位5名)	三菱商事株式会社 約30%、カンロ共栄会 約7%、株式会社榎本武平商店 約6%、株式会社三井住友銀行 約5%、三井住友信託銀行株式会社 約5%		

【沿革】	
1912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。
1950年	組織を株式会社に改め、資本金100万円をもって宮本製菓株式会社を設立。
1955年	「カンロ飴」発売。かくし味は「しょうゆ」。セロハン紙で個別包装された初のキャンディ。
1959年	長野県松本市に松本工場を新設。
1960年	社名をカンロ株式会社に改称。
1962年	本社を東京都豊島区に移転。東京証券取引所市場第2部に株式を上場。
1963年	本社を東京都中野区に移転。
1968年	山口県光市に新工場(第一期)を建設。
1972年	山口県光市に光製菓株式会社(旧ひかり製菓株式会社(連結子会社))を設立。
1973年	三菱商事株式会社と業務提携、販売総代理店契約を締結。
1981年	菓子分野で初となる「のど飴」を発売。
1982年	長野県松本市に新工場を建設し松本工場を移転。
1988年	山口県光市に島田工場を新設。(旧ひかり製菓株式会社へ貸与)
1989年	本社を東京都新宿区に移転。
1992年	砂糖不使用の「ノンシュガー」タイプの商品発売。
1995年	山口県光市に新工場を建設し、新設移転を機に、事業所名をひかり工場に改称。
2002年	「ピュレグミ」新発売。
2011年	長野県朝日村に朝日工場を新設。ISO14001(環境マネジメントシステム)をひかり工場(2000年)、松本工場(2001年)、本社・支店(2003年取得、2014年返上)に加え、朝日工場が認証登録し全事業所で取得。
2012年	「金のミルク」新発売。
2012年	創業100周年事業として初の直営店「ヒトツブカンロ」を東京駅にオープン
2015年	本社研究室を東京都江東区に移転、事業所名を豊洲研究所に改称。朝日工場がFSSC22000(食品安全規格)を取得。
2016年	新中期計画「NewKANRO2021」発表。
2018年	本社を東京都新宿区 東京オペラシティビルに移転。
2018年	ひかり工場がFSSC22000(食品安全規格)を取得。
2018年	連結子会社のひかり製菓株式会社を吸収合併。
2019年	松本工場に新グミライン本稼働。松本工場にてFSSC22000(食品安全規格)を取得。

決算ダイジェスト

四半期

単位: 百万円												
決算期	2018年度					2019年度(実績・修正計画)					前期比	
	第1四半期	第2	第3	第4	通期	第1四半期	第2	第3	第4	通期	上期	通期
売上高	5,691	5,583	4,836	6,839	22,949	5,943	5,845			24,500	+4.6%	+6.7%
営業利益	511	91	-153	554	1,003	399	100			1,020	-17.0%	+1.6%
経常利益	514	104	-136	563	1,045	398	108			1,070	-18.1%	+2.3%
四半期純利益	291	380	-67	407	1,011	254	-17			640	-64.7%	-36.6%

※ 2018年度第2四半期迄は連結で、2019年度は単体ですが、ご参考として比較しております。また、3か月間の業績は単純差額です。

半期

単位: 百万円									
決算期	2018年度			2019年度(実績・修正計画)			前期比		
	上期実績	下期実績	通期	上期実績	下期計画	通期計画	上期	下期	
売上高	11,274	11,675	22,949	11,788	12,712	24,500	+4.6%	+8.9%	
営業利益	602	401	1,003	499	521	1,020	-17.0%	+29.9%	
経常利益	618	427	1,045	506	564	1,070	-18.1%	+32.1%	
四半期純利益	671	340	1,011	237	403	640	-64.7%	+18.5%	

※ 2018年度第2四半期迄は連結で、2019年度は単体ですが、ご参考として比較しております。また、下期業績は単純差額です。





2019年度上期決算説明会

(2019年1月1日～6月30日)

2019年8月8日 カンロ株式会社
東証2部: 2216



Copyright © 2019 Kanro Inc.

■ 目次

糖から未来をつくる。
Kanro

	スライドNo
カンロ株式会社について	: 3- 6
1. 2019年度 上期レビュー	: 7-14
2. 2019年度 上期主カブランド状況	: 15-18
3. 2019年度 下期プレビュー	: 19-23
4. 2019年度 通期業績予想	: 24-28
5. 中期経営計画進捗	: 29-34
6. サステナブル経営への取組み	: 35

Copyright © 2019 Kanro Inc.

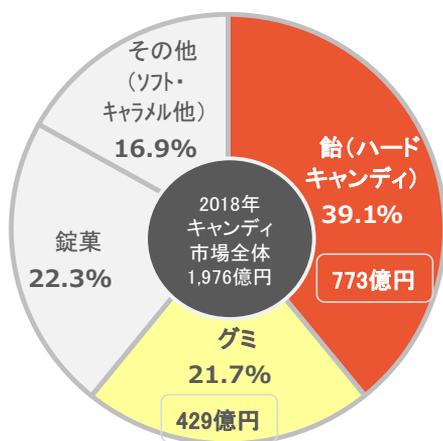
■ カンロ株式会社について(1/4)

- カンロは「カンロ飴」・「健康のど飴」・「金のミルク」・「ピュレグミ」等のキャンディの製造・販売を中心とする菓子メーカーです。
- 「素材を活かす」・「機能性」を中心とした商品開発を行い、強いブランドを生み出す「**ブランド基軸経営**」と、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「**サステナブル経営**」に取り組みながら「**キャンディNo.1企業**」を目指して成長してまいります。

3

■ カンロ株式会社について(2/4) 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%の伸長
 - 「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	

※ (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

4

■ カンロ株式会社について(3/4) 当社シェア



19.1%

ハードキャンディ シェア※(1位)



11.7%

グミキャンディ シェア※(3位)

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

Copyright © 2019 Kanro Inc.

■ カンロ株式会社について(4/4) 当社の事業

「キャンディ」の製造・販売、「素材菓子」の販売



直営店「ヒトツブ カンロ」
(東京GRANSTA店・大阪LUCUA1100店)

「ヒトからヒトへ つながる ヒトツブ」をコンセプトに、アメをあげる楽しさやもらう楽しさをひと粒のキャンディに込めたギフトショップ。

高付加価値商品、新商品のテストマーケティングなど、コーポレートブランドやプロダクトブランドに寄与することを目的としています。



Copyright © 2019 Kanro Inc.

1. 2019年度 上期レビュー (2019年1～6月)

7

Copyright © 2019 Kanro Inc.

■ 上期(2019年1-6月) 市場環境・事業状況

糖から未来をつくる。
Kanro

◆市場環境

- ハードキャンディ市場は伸長(+2.6%)、グミ市場は横ばい(-0.8%)

◆当社事業の状況

- 設備投資:松本工場 新グミライン稼働 → 生産能力拡大(2月稼働:2ヶ月遅延)
- 人財投資:新人事制度導入 → 成長に向けた人材確保
- 資本市場への対応:
 - 自己株式取得(2月22日) → 株主還元
 - 株式分割実施(7月1日) → 株式流動性向上

8

Copyright © 2019 Kanro Inc.

■ 上期業績概要(対期初計画・対前期)

単位:百万円

	2019年度		増減			2019年度		2018年度	
	上期実績	計画増減	計画比	前期増減	前期比	期初上期計画	前期上期(連結)		
売上高	11,788	-311	-2.5%	+513	+4.6%	12,100	11,274		
営業利益	499	-80	-13.9%	-102	-17.0%	580	602		
経常利益	506	-73	-12.7%	-112	-18.1%	580	618		
四半期純利益	237	-142	-37.6%	-434	-64.7%	380	671		

※ 2018年度上期実績は連結であり、2019年度上期は単体ですが、ご参考として比較しております。

営業利益は計画比・前期比共に減益、特別損失計上により四半期純利益は減益幅拡大

9

■ 上期業績の主要増減要因(対期初計画・対前期)

- 期初計画対比
 - 売上高(減収):新グミライン稼働遅れによる機会損失の発生、新製品発売の遅れ
 - 営業利益/経常利益(減益):減収による限界利益減
 - 四半期純利益(減益):土地関連減損損失発生

- 前期比
 - 売上高(増収):新グミライン稼働によるグミ販売増加
:ハードキャンディのCVS向け新形態(※コンパクトサイズ)商品伸長
 - 営業利益/経常利益(減益):人財・設備投資による固定費増加 > 増収による限界利益増加
 - 四半期純利益(減益):前期「固定資産売却益」の反動減

※CVSでの小袋タイプのハードキャンディ 10

■ 上期営業利益の増減要因

※「スライド25・26に上期・通期の固変分解を掲載

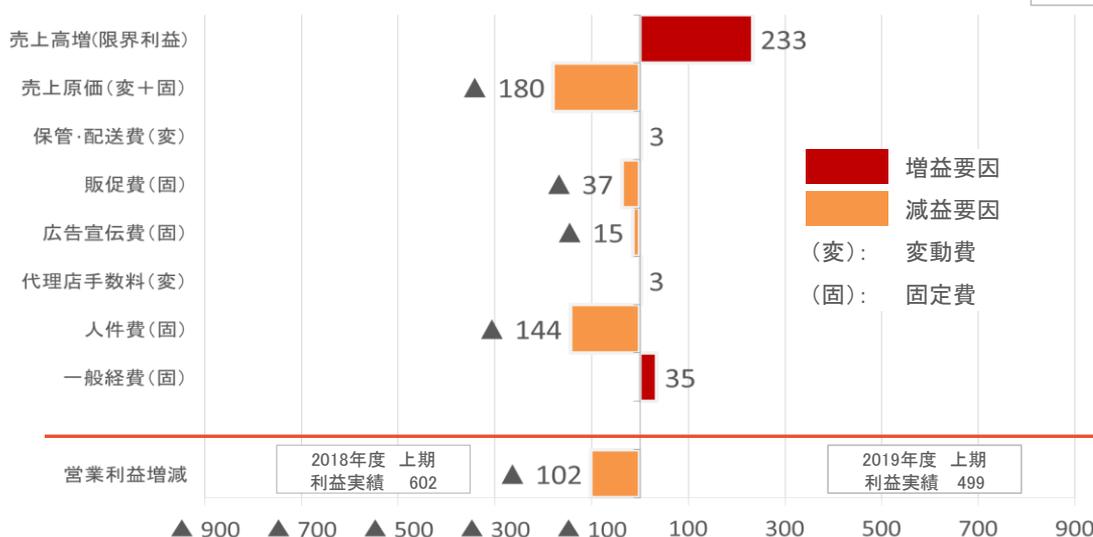
単位：百万円

	2019年度		増減			2019年度		2018年度	
	上期実績	計画増減	計画比	前期増減	前期比	期初上期計画	上期(連結)	上期(連結)	
売上高	11,788	-312	-2.5%	+513	+4.6%	12,100	11,274	11,274	
売上原価	6,211	—	—	+362	+6.2%	—	5,848	5,848	
運賃・保管料	666	—	—	+25	+4.0%	—	640	640	
販促費(促進費)	379	—	—	+37	+11.1%	—	341	341	
広告宣伝費	213	—	—	+15	+7.9%	—	197	197	
代理店手数料	1,571	—	—	+65	+4.4%	—	1,505	1,505	
人件費	1,481	—	—	+143	+10.8%	—	1,337	1,337	
一般経費	767	—	—	-35	-4.4%	—	802	802	
営業利益	499	-81	-13.9%	-102	-17.0%	580	602	602	

※ 2018年度上期実績は連結であり、2019年度上期は単体ですが、ご参考として比較しております。11

■ 営業利益の増減詳細 (2018年度上期実績 vs 2019年度上期実績)

単位：百万円



■ 上期 特別損失について

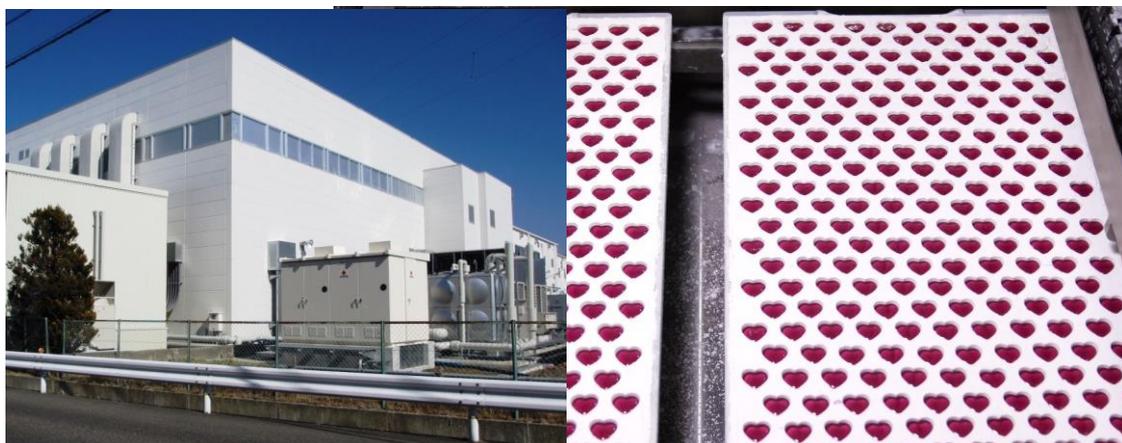
- 特別損失(減損損失): 1億26百万円
 - 旧ひかり製菓宛貸与土地に関わる減損損失: 1億 8百万円
 - その他設備減損損失等: 18百万円

(参考)前年度上期特別損益: 3億70百万円

- 特別利益(旧本社ビル「固定資産売却益」): 5億 1百万円
- 特別損失(「固定資産除却損・減損損失」等): 1億31百万円

13

■ 松本工場 グミの新ライン稼働



2019年2月竣工・稼働 新ライン設備投資額(約30億円)
→グミが2ライン生産体制に(朝日工場+松本工場)

14

2. 2019年度 上期主カブランド状況 (2019年1～6月)

15

Copyright © 2019 Kanro Inc.

2019年度上期売上構成について

糖から未来をつくる。

Kanro



当社の売上高構成

(2019年度上期/117億円)

- 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

16

Copyright © 2019 Kanro Inc.

主カブランド状況:ハードキャンディ



コンパクトサイズ

厳選した素材にこだわり、高級感・養沢感を追求した大人のためのプレミアムミルクキャンディ。

着色料不使用、じっくり漬込んだ梅はちみつ、のやさしくまるやかな味わいののど飴。

あまじょっぱい和のおいしさが、更にシンプルでやさしい味に。

国立音楽大学声楽科の教授監修のもと学生の声を聞きながら、試作を繰り返してつくった、「声とのを大切に作る人」のためののど飴。

- 「金のミルク」(ミルクキャンディブランド売上No.1※)
 - 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

※(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

主カブランド状況:グミ



すっぱいパウダーと後から広がるグミの甘さで、あまじょっぱい果実の味わいが楽しめるリフレッシュグミ。

外側のグミと内側のとろりとしたジュレにより、1袋で2種類の食感の変化の味わいが楽しめるグミ。

噛むほどクセになる、個性的な形状とハードな弾力食感が楽しめるグミ。

- 「ピュレグミ」
 - 計画未達なるもCMも投入し前期比増
 - 「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」
 - 勢いあり急成長 前期二桁増の成長率

3. 2019年度 下期プレビュー (2019年7～12月)

19

Copyright © 2019 Kanro Inc.

■ 下期:グミの販売増加と新製品投入

糖から未来をつくる。
Kanro

- 下期売上は前期比約9%増収見込み(上期 +4.6%)

<打ち手>

- グミラインの通年稼働化
- 商品戦略
 - ハードキャンディ:
 - 「**素材を活かす**」→ 人工甘味料を用いない美味しい「**ノンシュガー**」商品
 - 「**機能性**」 → AskDoctors「**医師の確認済み商品**」に認定
 - グミ:
 - 踊り場感の「**グミ市場**」を新製品で活性化(**植物性グミ**)

20

Copyright © 2019 Kanro Inc.

「素材を活かす」 “ノンシュガー茶館シリーズ” Renewal !!

人工甘味料不使用でおいしいグルメキャンディを「ノンシュガー茶館シリーズ」としてRenewal !!

糖類0(ゼロ)



ノンシュガー珈琲茶館



ノンシュガー紅茶茶館



ノンシュガー抹茶茶館



ノンシュガーミルク茶館

発売月
/9月

キャンディのベースの「還元水飴※」の甘さを活かし、素材やその他原料の選定と配合量の調整・組み合わせにより、ノンシュガー※なのに人工甘味料を使わなくてももしっかり甘さを感じられるおいしいキャンディに仕上げました。カンロが長年ノンシュガーと向き合い培ってきた、製造技術・配合技術の結晶です。

※ 還元水飴：水飴に水素を添加し製造した低カロリー食材。甘さは砂糖の約60%。
 ※ ノンシュガー：食品表示法上「糖類の含有量が0.5%未満」の量である商品。

「機能性」のど飴商品 “ドクタープラス” Renewal !!

2019年9月 Renewal



健康のど飴
ドクタープラス
【現行品】



- ・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



ドクタープラス
のど直感すっきり飴



ドクタープラス
のど直感じんわり飴

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のみ付与されるマークです。



植物性原料「ペクチン」を使用した新食感グミ” “コトットグミ”

9月新発売 ペクチン配合



歯切れのよい
ゼリーのような食感

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

【商品特徴】

- 隠し味に“はちみつ”を加えた、甘く濃厚な味わいのこだわりグミ
- “さくっ”と歯切れて“とろっ”と口に広がる、独特な食感を生み出す2層構造グミ
- 白桃果汁/ミックスベリー果汁使用
- 1粒へのこだわりを感じさせるしずく型

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

4. 2019年度 通期業績予想 (2019年1～12月)

2019年度通期(7月29日発表業績予想進捗・対前期)

糖から未来をつくる。

Kanro

単位:百万円

	2019年度		進捗・増減			2018年度/ 通期 前期
	業績予想	上期実績	進捗率	前期増減	前期比	
売上高	24,500	11,788	48.1%	+1,550	+6.8%	22,949
営業利益	1,020	499	48.9%	+16	+1.6%	1,003
経常利益	1,070	506	47.2%	+24	+2.4%	1,045
当期純利益	640	237	37.0%	-371	-36.7%	1,011

※ 2018年度実績は連結であり、2019年度は単体ですが、ご参考として比較しております。

25

Copyright © 2019 Kanro Inc.

通期予想営業利益(7月29日発表業績予想進捗・対前期)

糖から未来をつくる。

Kanro

単位:百万円

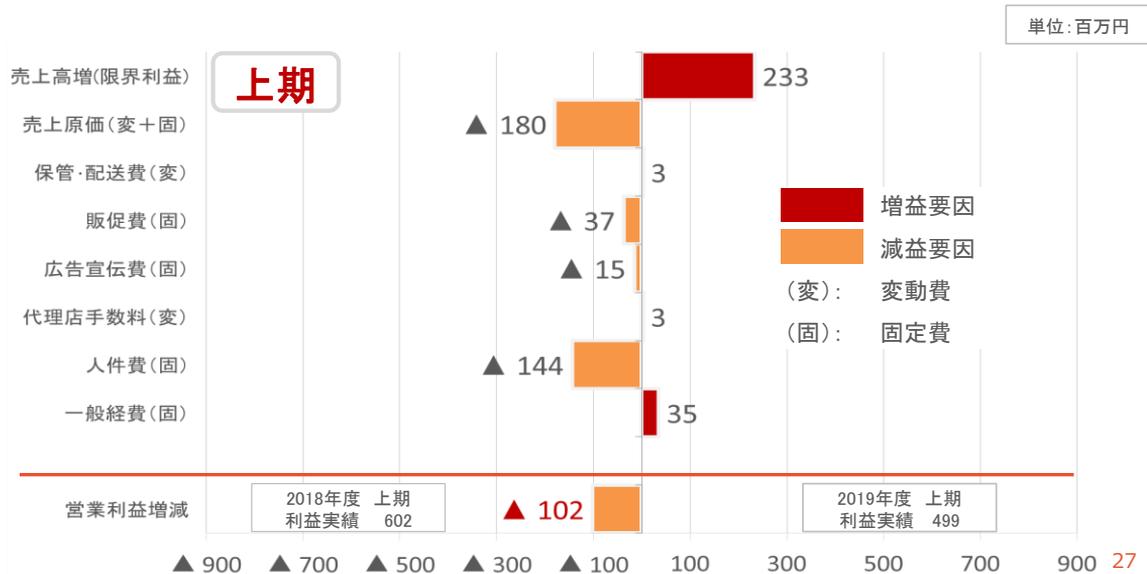
	2019年度		進捗・増減			2018年度/ 通期 前期
	業績予想	上期実績	進捗比	前期増減	前期比	
売上高	24,500	11,788	48.1%	+1,551	+6.8%	22,949
売上原価	12,836	6,211	48.3%	+820	+6.8%	12,016
保管・配送費	1,440	666	46.2%	+112	+8.5%	1,328
販促費	845	379	44.8%	+101	+13.5%	744
広告宣伝費	397	213	53.6%	-30	-7.0%	427
代理店手数料	3,244	1,571	48.4%	+202	+6.6%	3,043
人件費	3,039	1,481	48.7%	+255	+9.2%	2,783
一般経費	1,679	767	45.6%	+74	+4.6%	1,606
営業利益	1,020	499	48.9%	+16	+1.7%	1,003

※この資料の金額は、百万円単位未満を切り捨て表示しているため、内訳と合計金額等があわない場合があります。

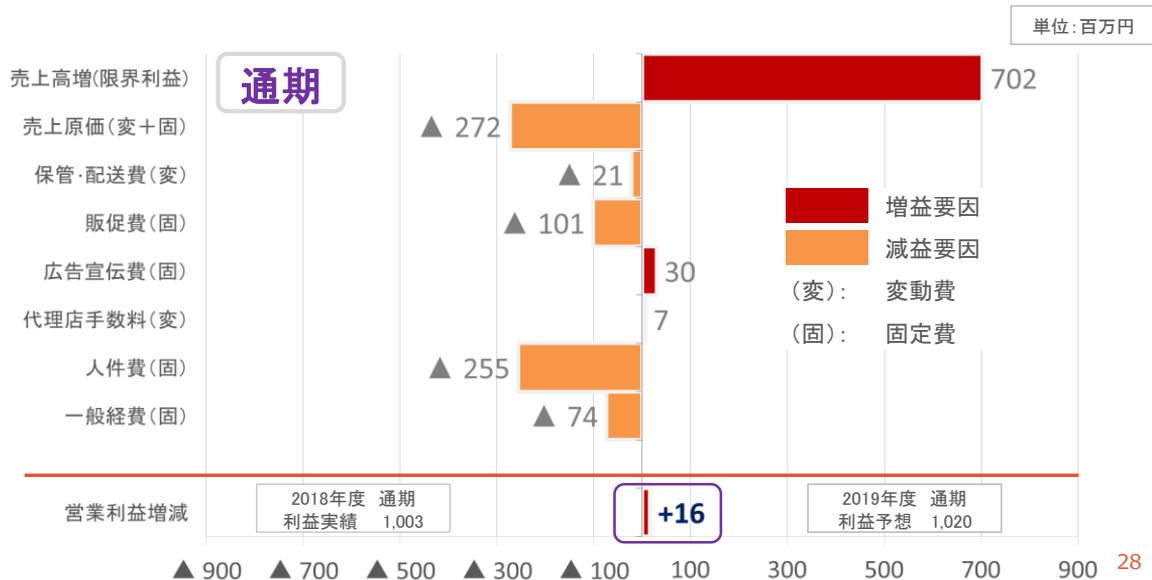
26

Copyright © 2019 Kanro Inc.

(再掲) 営業利益の増減詳細 (2018年度上期実績 vs 2019年度上期実績)



営業利益の増減詳細 (2018年度通期実績 vs 2019年度通期業績予想)



5. 中期経営計画 進捗 (NewKANRO 2021)

29

Copyright © 2019 Kanro Inc.

■ 中期経営計画 NewKANRO 2021 (1/5) 骨子

糖から未来をつくる。
Kanro

発表日: 2016年8月9日

- **目指す姿: キャンディNo.1企業**
 - 強固な経営基盤を築き、品質、ブランド力、売上、利益、全ての面でNo.1となり、あらゆるステーク・ホルダーから“キャンディ No.1”企業と評される企業を目指す
- **施策: 「売上拡大戦略」と「経営基盤強化」**
 - 「売上拡大戦略」
 - **グミを成長エンジンに:** 成長しているグミ市場を市場機会と捉え、設備投資により売上倍増を狙う。
 - **キャンディは主力商品育成と新製品開発で増加させる:** 現有設備を最大活用し、生産効率を高める。
 - **設備投資:** キャンディNo.1企業に向け、5年間で約60億円の積極的な設備投資を計画。
 - 「経営基盤強化」
 - ムダの排除・売上原価低減・人事制度充実・情報システム環境整備・品質保証体制の充実・CSR活動の推進
- **数値目標: 2021年売上高260億円、経常利益26億円、ROE10%以上、配当30円+α**

30

Copyright © 2019 Kanro Inc.

■ 中期経営計画 (2/5) 進捗① 業績推移

- 売上高は、計画を超える成長を実現
- 経常利益は、設備・人財投資の加速による固定費増加を吸収して、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



■ 中期経営計画 (3/5) 進捗② 固定費

○成長の加速化に向けた設備・人財投資の前倒しにより固定費は増加

単位: 億円

		2019	2020	2021
NewKANRO2021	固定費内訳			
	製造原価(減価償却費含む)	40	44	46
	販管費(人件費含む)	44	46	46
	小計	84	90	92
現状見通し	製造原価(減価償却費含む)	43	—	—
	販管費(人件費含む)	51	—	—
	小計	94	—	—
	上記固定費増加分	+10	—	—

■ 折り返し総括

- 「売上拡大戦略」: ゴミ生産能力の倍増実現、ハードキャンディは選択と集中で成長
- 「経営基盤強化」: 新人事制度導入完了
全工場で食品の安全国際規格FSSC22000認証取得
- 数値目標: 2019年度迄は計画を上回って推移

■ 今後の取組方針

- 次期中計も見据え、ヒト・モノ・情報に対する投資は、緩めることなく継続していく
- 更なる固定費増をカバーすべく、売上拡大・原価低減を進めていく

33

Copyright © 2019 Kanro Inc.

NewKANRO 2021

新たに設定する2つのコミットメント

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

34

Copyright © 2019 Kanro Inc.

6. 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



35



36



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・戦略等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、さまざまな重要な要素により、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り、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、予めご了承ください。

この資料に関するお問い合わせ先：カンロ株式会社 (TEL) 03 (3370) 8811(代)

■会社 URL : <https://www.kanro.co.jp/>

■上記 QR コード :

