

Sweeten the Future  
  
**Kanro**  
心がひとつぶ、大きくなる。



**2024年12月期決算/中期経営計画2030 発表会**

**2025年2月7日**

**カンロ株式会社**

(TSEコード：2216)

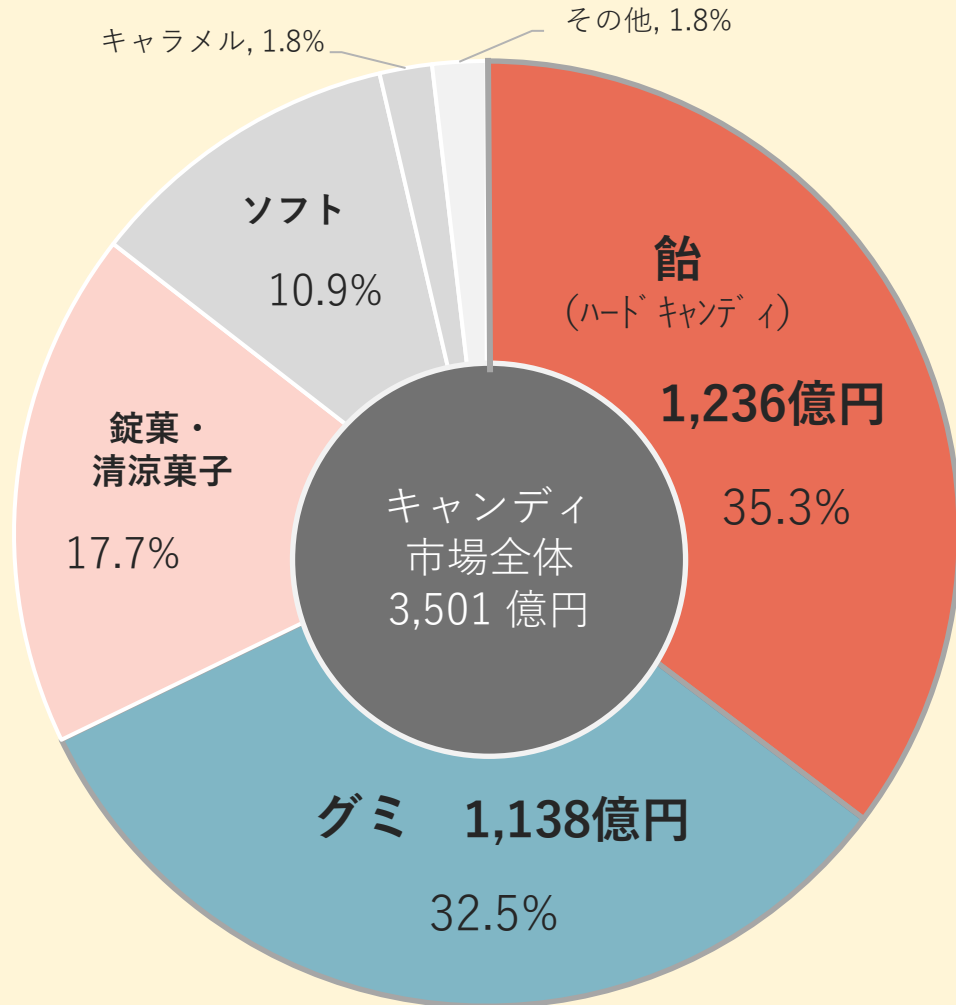
- 1 2024年度 決算概要
- 2 2025年度 業績予想
- 3 中期経営計画2030
- 4 2025年度 実施事項
- 5 本日のポイント
- 6 Appendix

# 1. 2024年度 決算概要

---

## 全カテゴリーで拡大、グミ市場規模が1千億円超え

### 組成別構成



単位：億円

	2023年	2024年	前年比
トータル	3,082	3,501	13.6%
<b>ハード</b>	<b>1,113</b>	<b>1,236</b>	<b>11.1%</b>
<b>グミ</b>	<b>972</b>	<b>1,138</b>	<b>17.1%</b>
錠菓・清涼菓子	527	619	17.5%
ソフト	346	380	9.7%
キャラメル	61	63	2.3%
その他	62	65	3.5%

カンロ  
ドメイン

※ インテージSRI+ キャンディ市場 2023年-2024年  
(各年1～12月計) 形態(組成)別販売金額・増減率



国内キャンディ市場で5年連続シェアナンバーワン



キャンディ市場全体  
メーカーシェア(1位)  
12.1% (前年 12.5%) ※1



飴（ハードキャンディ）メーカーシェア(1位)  
19.4%※2 (前年 20.8%)

グミ メーカーシェア(2位)  
15.9%※3 (前年 15.7%)

※1: インテージSRI+ キャンディ市場 2023年-2024年（各年1～12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 2023年-2024年（各年1～12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 2023年-2024年（各年1～12月計）形態（組成）別販売金額シェア

## ○価格改定および内容量変更実施

2月：「金のミルク」、3月「ピュレグミ」・「カンデミーナ」、4月「ヒトツブカンロ」、  
9月「健康のど飴(スティックタイプ)」等

## ○TVCM実施（3/12月：「金のミルク」、4月「ピュレグミ」、10/12月「健康のど飴」、12月「企業」）

1月：組織・経営体制変更（サステナビリティ推進体制強化、DX推進委員会新設、ブランドリーダー設置等）

4月：ヒトツブカンロ原宿店・情報発信拠点「Kanro POCKeT ラボ」オープン

6月：業績予想並びに配当予想の上方修正

9月：「じゅるるシャインマスカット」緊急休売実施

松本工場拡張グミ棟稼働開始

10月：「アニュアルレポート 2023」ARC Awards 2024にて世界1位に

12月：パーパスキービジュアル刷新



# 主力商品の状況（飴） 対前年比：+5.1%



## 「金のミルクキャンディ」（ミルクキャンディブランド売上No.1※）

- グルメカテゴリーが伸び悩む中、価格改定（2月）とTVCM（3月・12月）による押し上げ効果により、前年比増収

※（株）インテージSRI+ミルクフレーバーキャンディ市場2024年1月～2024年12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」



## 「ノンシュガーブランド」 / 「健康のだ飴ブランド」

- 健康志向の高まりによるのだ飴需要の増加を、人員増強等の生産体制整備にて対応し、前年比増収

## その他



- スティック／コンパクト形態商品は前年比減収
- 処理水問題の影響等で中国専用商品は計画未達
- SKU絞り込みもあり、Z世代向け等のファンシー商品は前年比減収



「ピュレグミ」  
(グミカテゴリ一年間売上No.1 ブランド ※)

※ (株)インテージSRI+グミ市場2023年10月～2024年9月累計販売金額ブランドランキング「ピュレグミ ブランド」

- 価格改定 (3月) とTVCMの展開 (4月)、「ピュレグミプレミアム」の伸長により前年比20%超の増収



「カンデミーナグミ」

- ハード系グミの人気高まりを受け前年比10%超の増収、価格改定 (3月) も寄与

「マロッシュ」 (マシュマロ商品)

- 上位2ブランドへの注力下、前年比減収も、将来に向けたプロモーションを実施。



「グミツツェル」 (直営店舗「ヒトツブカンロ」 / 「Kanro POCKeT」)

- 好調継続。類似品への注意喚起実施中



## 売上高・利益ともに過去最高を更新

単位：百万円

	2024年度						2023年度
	実績①	修正予想② ※1	予想対比 増減 ①-②	修正 予想比	前年対比 増減 ①-③	前年比	実績③
売上高	<b>31,778</b>	30,800	+ 978	+ 3.2%	+ 2,762	+ 9.5%	29,015
営業利益	<b>4,284</b>	3,810	+ 474	+12.4%	+ 895	+26.4%	3,388
経常利益	<b>4,315</b>	3,830	+ 485	+12.7%	+ 882	+25.7%	3,432
当期純利益	<b>3,260</b>	2,800	+ 460	+16.4%	+ 797	+32.4%	2,462

※ 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。

※1：2024年6月24日に公表

## 主要増減要因（対修正予想 / 対前年）

対修正予想（※）：増収・増益 ※ 2024年6月24日公表

- 売上高：グミ（ピュレグミプレミアム等）、飴（のど飴・じゅるる等）共に伸長
- 営業利益/経常利益：増収に伴う限界利益の増加 > 広告宣伝費・施策経費増加
- 当期純利益：賃上げ促進税制上乗せ要件達成による実効税率低下

対前年：増収・増益

- 売上高：
  - ✓ 飴：商品の絞り込みと人員増強等の生産体制整備によりのだらみ需要の増加に対応、「金のミルク」等の価格改定も寄与。スティック/コンパクト形態は苦戦
  - ✓ グミ：9月末に松本工場グミ棟の拡張完了
    - 「ピュレグミ」・「カンデミーナグミ」が堅調に推移、価格改定も寄与
    - 「グミッツェル」の好調継続（数量増加×価格改定）
- 営業利益 / 経常利益：増益要因 > 減益要因
  - ✓ （増益要因）販売増による限界利益増、価格改定、配送効率化による運賃・保管料率低減
  - ✓ （減益要因）原材料価格高騰・製造諸経費・広告宣伝費・業容拡大等に向けた一般費増加
- 当期純利益
  - ✓ 政策保有株式の縮減による特別利益の計上
  - ✓ 実効税率減少（賃上げ促進税制上乗せ適用等）

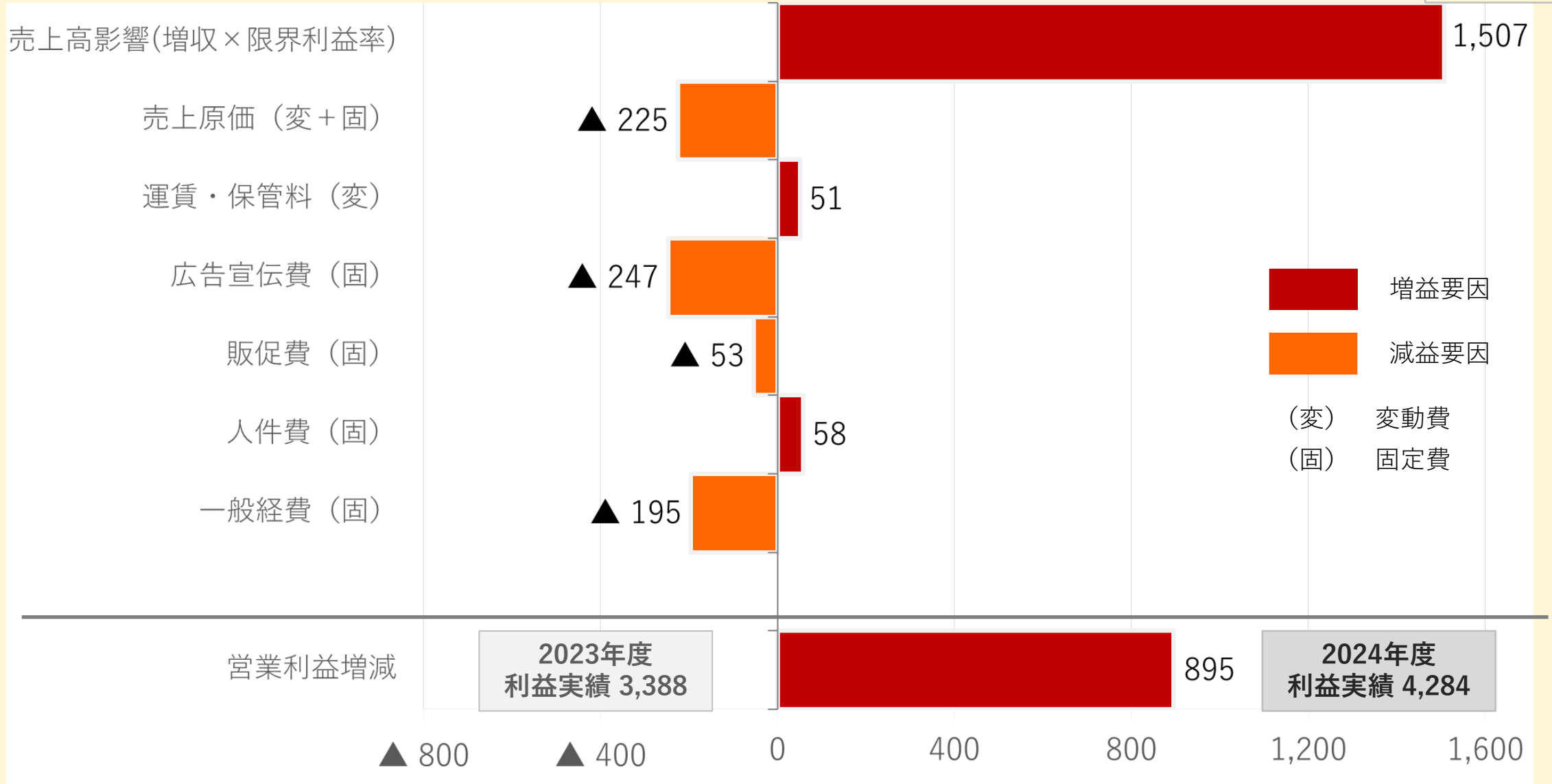
生産性向上実現により営業利益率1.8ポイントの上昇

単位：百万円

	2024年度				2023年度	
	実績	構成比	前年増減	前年比	実績	構成比
売上高	<b>31,778</b>	100.0%	+ 2,762	+ 9.5%	29,015	100.0%
売上原価	<b>18,592</b>	58.5%	+ 1,315	+ 7.6%	17,277	59.5%
運賃・保管料	<b>1,860</b>	5.9%	+ 114	+ 6.6%	1,746	6.0%
広告宣伝費	<b>857</b>	2.7%	+247	+40.6%	609	2.1%
その他販売費	<b>303</b>	1.0%	+ 53	+ 21.2%	250	0.9%
人件費	<b>3,829</b>	12.1%	△58	△1.5%	3,888	13.4%
一般費	<b>2,050</b>	6.5%	+ 195	+ 10.5%	1,854	6.4%
営業利益	<b>4,284</b>	<b>13.5%</b>	+ 895	+ 26.4%	3,388	<b>11.7%</b>

# 営業利益の増減要因 (2023年度 vs 2024年度)

単位：百万円





## 2. 2025年度 業績予想

---

## 売上高は過去最高を更新、利益項目は微増もしくは前年並み

単位：百万円

	2025年度			2024年度
	予想	前年増減	前年比	実績
売上高	<b>33,600</b>	+ 1,821	+ 5.7%	31,778
営業利益	<b>4,320</b>	+ 35	+ 0.8%	4,284
経常利益	<b>4,340</b>	+ 24	+ 0.6%	4,315
当期純利益	<b>3,260</b>	0	0.0%	3,260

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年度業績予想（対前年主要増減要因）

### 売上高（増収+5.7%）

- ✓ 生産体制整備（松本工場グミ棟拡張の通年稼働、人員増強等）
- ✓ 飴・グミ主力ブランドの伸長（SKUマネジメント）

### 営業利益（増益+0.8%） / 経常利益（増益+0.6%）：

増収による限界利益の増加と広告宣伝費の減少により、下記減益要因を吸収

- ✓ 包材等原材料価格の高止まり、賃上げ・人員増強等により売上原価率が上昇
- ✓ 物流コストの上昇（物流2024問題顕在化・保管スペース増強）
- ✓ 事業領域拡大・経営基盤整備に向けた人件費（含む賃上げ）・施策経費増加

### 当期純利益（0.0%）

- ✓ 更なる政策保有株式縮減実施（前年並みの特別利益計上）
- ✓ 実効税率悪化（前年特殊要因の反動）

## 2025年度業績予想（営業利益の詳細）

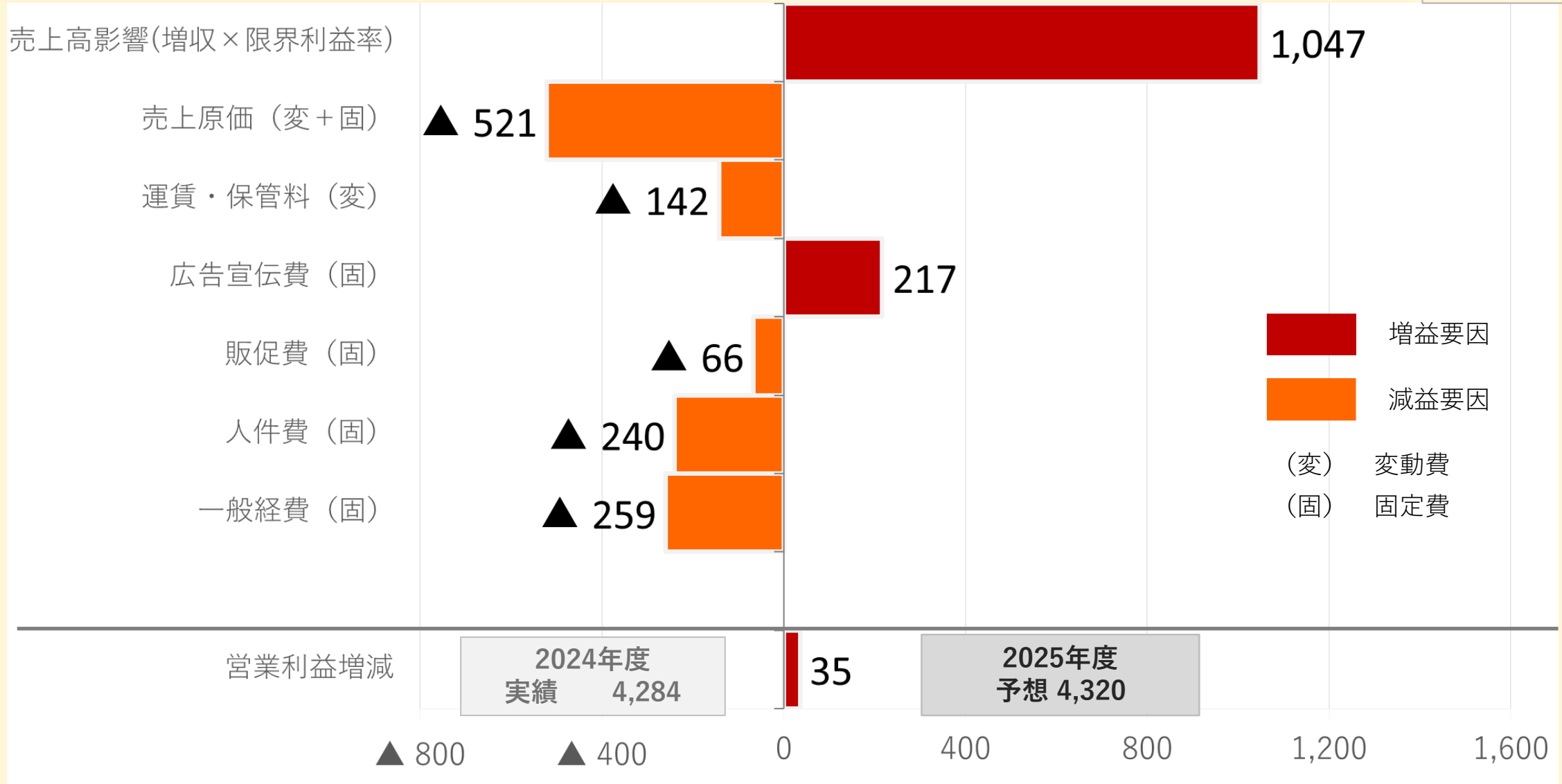
## 営業利益は過去最高益を更新予定、利益率は0.6ポイント減少

単位：百万円

	2025年度				2024年度	
	予想	構成比	前年増減	前年比	実績	構成比
売上高	<b>33,600</b>	100.0%	+ 1,821	+ 5.7%	31,778	100.0%
売上原価	<b>19,780</b>	58.9%	+ 1,187	+ 6.4%	18,592	58.5%
運賃・保管料	<b>2,110</b>	6.3%	+ 249	+ 13.4%	1,860	5.9%
広告宣伝費	<b>640</b>	1.9%	△217	△25.4%	857	2.7%
その他販売費	<b>370</b>	1.1%	+ 66	+ 22.0%	303	1.0%
人件費	<b>4,070</b>	12.1%	+ 240	+ 6.3%	3,829	12.1%
一般費	<b>2,310</b>	6.9%	+ 259	+ 12.7%	2,050	6.5%
営業利益	<b>4,320</b>	12.9%	+ 35	+ 0.8%	4,284	13.5%



単位：百万円



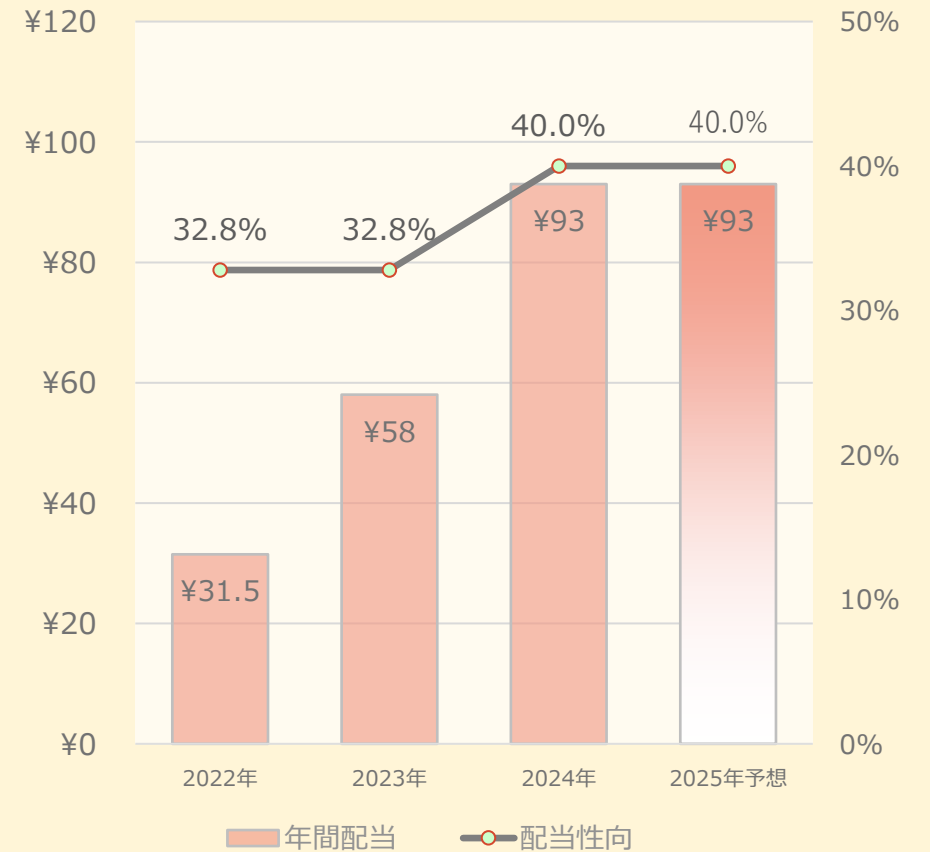
中期経営計画2024で定めた配当性向40%への還元拡充を実行  
次期中計では93円を下限に配当性向40%を継続し、成長投資との両立を図る

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	
配当金 (1株)	実績	実績	実績	予想	前年比
中間配当	12.5	20	35	45	+10
期末配当	19	38	58	48	△10
年間配当	31.5	58	93	93	0
配当性向	32.8%	32.8%	40.0%	40.0%	0pt

2022年7月1日実施 株式分割後換算

年間配当

配当性向

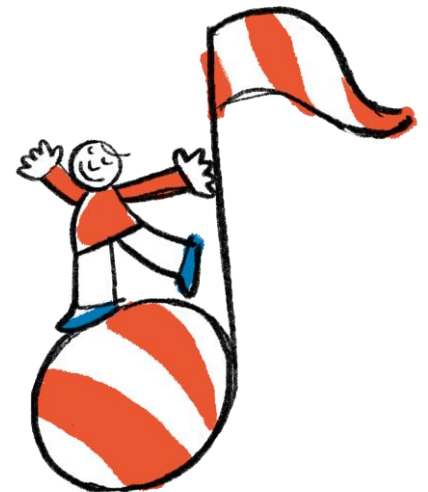




# 中期経営計画 2030

2025年2月6日 カンロ株式会社

抜粋版



# 中期経営計画 2030

1 中期経営計画2024の振り返り

2 事業環境認識

市場動向

当社の現状・課題

3 Kanro Vision 2.0

4 中期経営計画2030

事業戦略骨子

事業戦略

サステナビリティ・経営基盤

財務・資本戦略







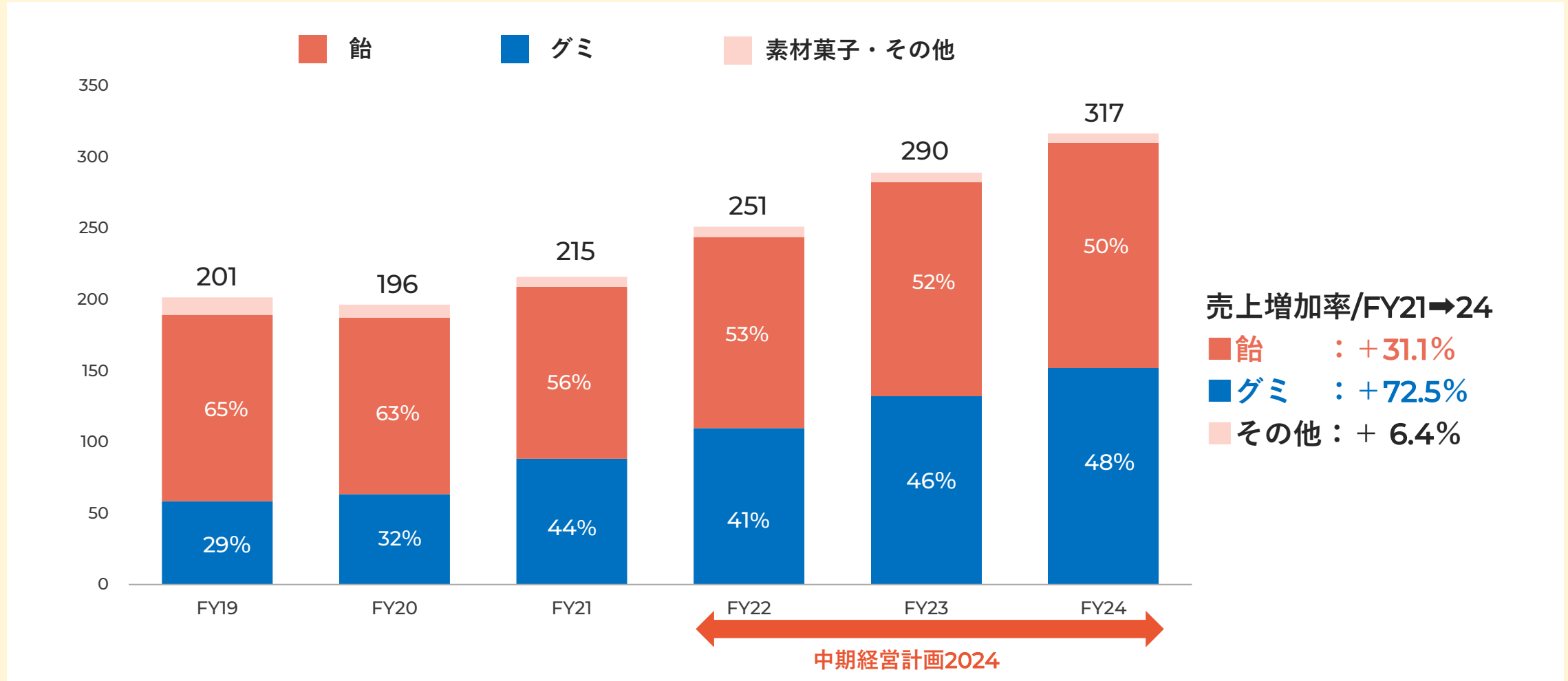
# 1. 中期経営計画2024の振り返り

財務指標は目標を大きく上回って達成、非財務指標は一部未達

分類	指標	中計2024目標	2024年実績
財務指標	売上高成長率 (年平均成長率)	5% 以上  ( コア 3%以上 他 30%以上 )	13.8%  ( コア 12.7% 他 40.9% )
	営業利益率	7%	13.5%
	ROIC	7.5% 以上	20.5%
非財務指標	CO <sub>2</sub> 排出量(*) (Scope1, 2, 3合計)	262.4 t-CO <sub>2</sub> /億円	309.3 t-CO <sub>2</sub> /億円
	糖に対する 正しい価値の訴求活動	800万人	939万人
	従業員エンゲージメントスコア	55%	51.9%

## グミを成長エンジンに、過去最高売上高を更新

売上・構成比推移 (億円)







## 2. 事業環境認識

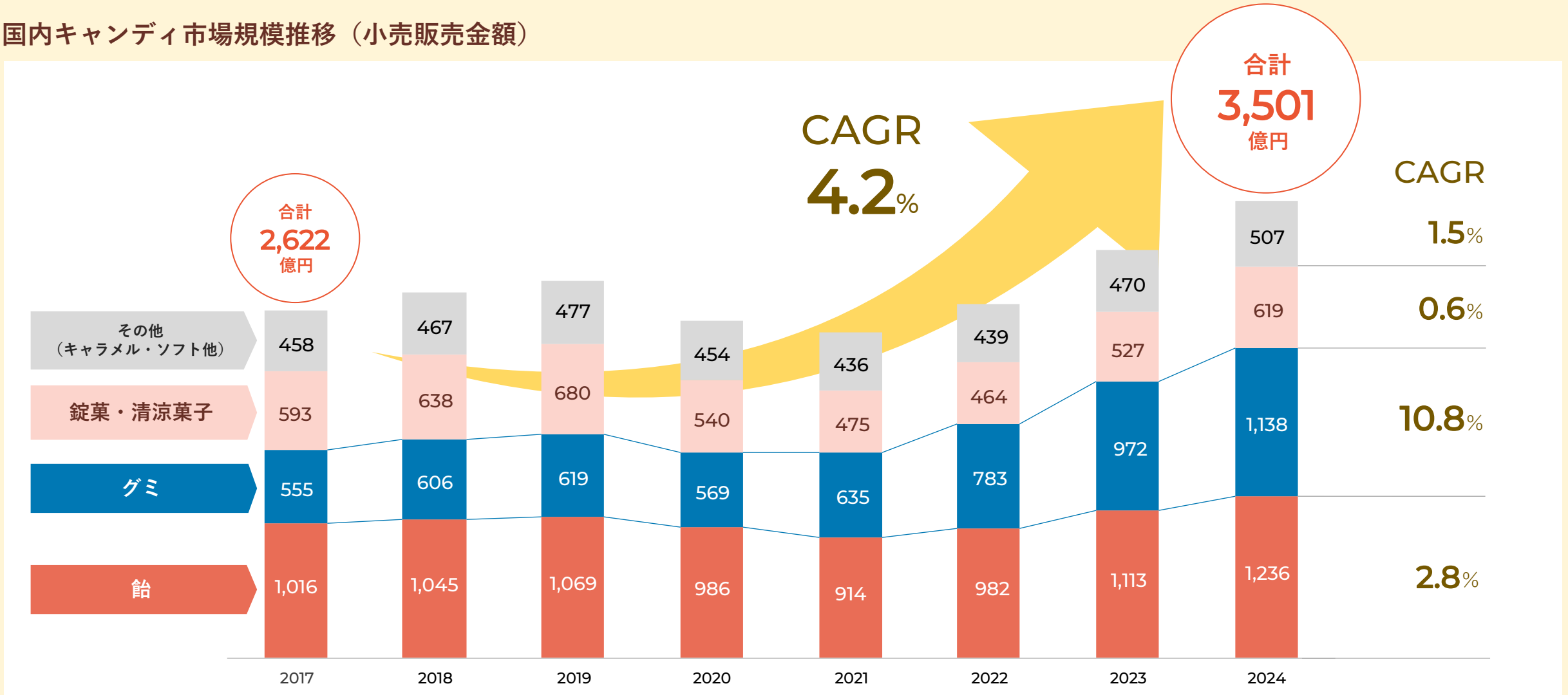
### 2-1. 市場動向

当社を取り巻く環境は目まぐるしく変わり続けている



## キャンディ市場はグミが牽引し、大きく拡大

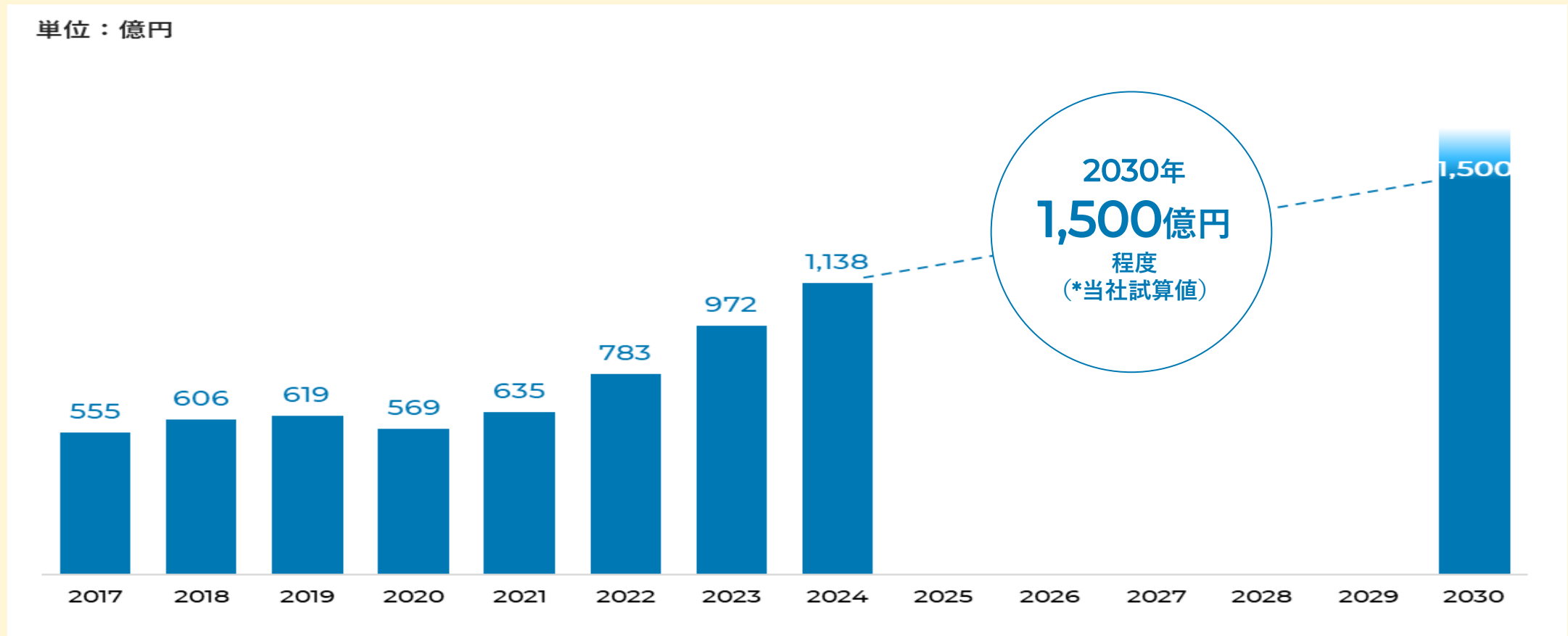
国内キャンディ市場規模推移（小売販売金額）





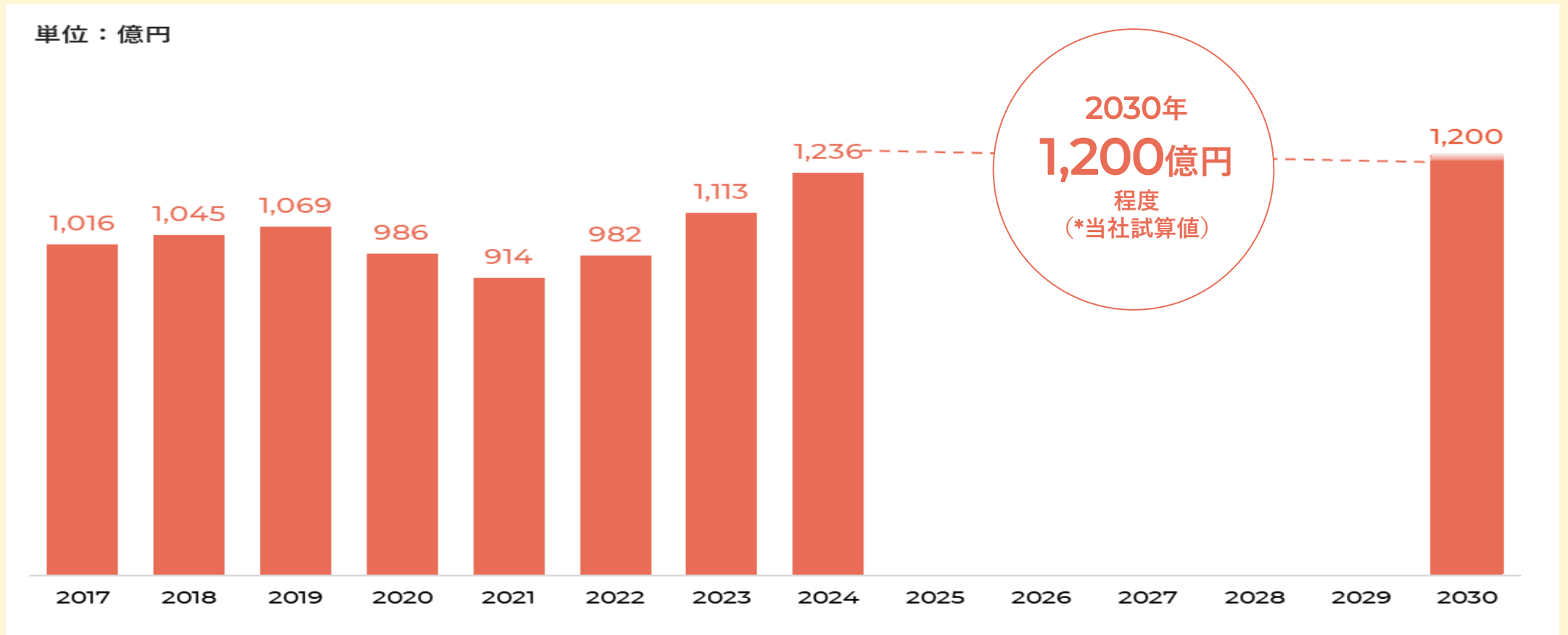
## グミ市場は2030年に1,500億円程度まで成長すると予測

### グミ市場規模の推移と将来予測（市場販売金額ベース）



## 飴市場は底堅いのだと飴需要により 2030年は1,200億円程度と予測

飴市場規模の推移と将来予測（市場販売金額ベース）





## 2. 事業環境認識

### 2-2. 当社の現状・課題

価値創造	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 松本工場拡張等によるグミ生産能力増強</li><li>・ 店頭起点の営業活動強化による主力ブランドの販売拡大</li><li>・ Z世代飴の原体験共創プロジェクト推進</li></ul>
ESG経営	<ul style="list-style-type: none"><li>・ サステナビリティ委員会の新設</li><li>・ 当社3工場の電力を再生可能エネルギーに切り替え</li><li>・ 人権ポリシー制定</li></ul>
事業領域の 拡大	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 中国専用商品の開発及び販売開始</li><li>・ ヒトツブカンロ事業の拡大（2024年原宿店オープン）</li><li>・ Kanro POCKeTを核とした新たなデジタルプラットフォーム構築</li></ul>
人財と組織	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 社内パーパス浸透施策の実行</li><li>・ 人財投資の強化（研修の充実）</li></ul>

## 国内シェア拡大に向けたグミ生産能力の増強と 更なる成長に向けた事業戦略の推進・人財戦略の遂行が課題

<p>価値創造</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 拡大する国内グミ市場の取り込み</li> <li>・ 新たな顧客ニーズを捉えた商品・サービスの提供</li> <li>・ デジタルとリアルの接点拡大</li> </ul>
<p>ESG経営</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 環境負荷低減に向けた施策の具体化、実行</li> <li>・ 人権デューデリジェンスの実施</li> </ul>
<p>事業領域の 拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ グローバル事業の拡大</li> <li>・ ECへの集客（自社サイト会員の増加施策の実行）</li> <li>・ 非連続含む更なる成長の追求</li> </ul>
<p>人財と組織</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ パーパスに基づく行動浸透度の更なる向上</li> <li>・ 事業戦略を支える人財の育成・確保</li> </ul>



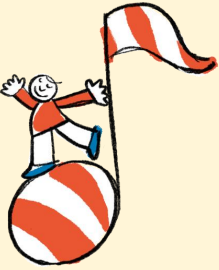


### 3. Kanro Vision 2.0



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。

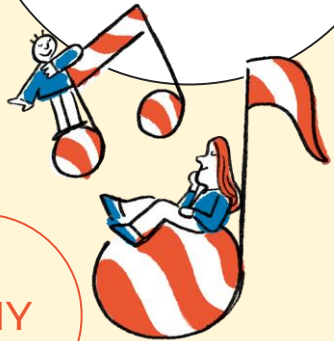


## ビジョンの実現に向けた4つのバリュー

顧客を起点にしたステークホルダーへの3つのプロミス

企業文化

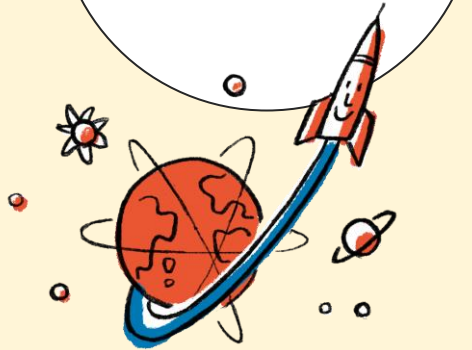
Sweetな瞬間を創造する



WHY

顧客起点により価値提供領域を4つに特定  
競争力の強化とイノベーション促進

事業基盤を  
変革する



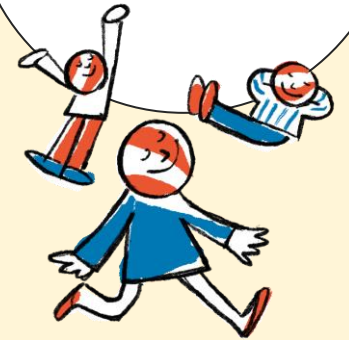
新たな市場機会の創出と事業モデルの構築

未来へ  
紡ぐ



持続可能な経済価値創出モデルの構築  
サステナブルな未来に貢献

創発的な組織の  
更なる進化



柔軟で適応力が高く、イノベーションや協創が促進されることで、変化の激しい環境でも迅速に成長し続ける

パーパス

ビジョン

バリュー

企業文化

“

**Sweeten the Future**

心がひとつぶ、大きくなる。

”

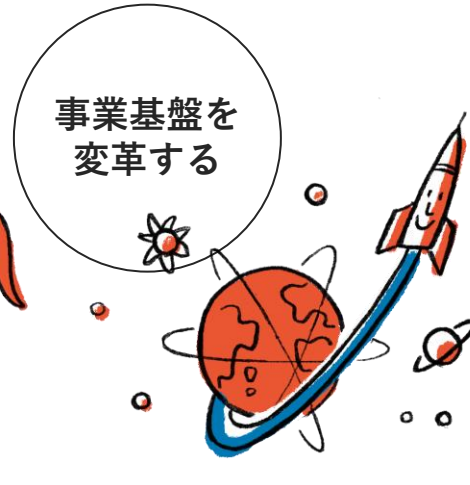
Sweetな瞬間を創り続けることで人々と社会に笑顔を。

顧客を起点にしたステークホルダーへの3つのプロミス

Sweetな  
瞬間を  
創造する



事業基盤を  
変革する



未来へ  
紡ぐ



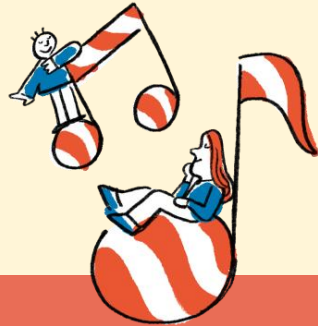
創発的な組織の更なる進化

A hand is shown from the bottom, holding a glowing orange sphere between the thumb and index finger. The sphere has a bright highlight on its left side, giving it a three-dimensional appearance. The background is a soft, light blue gradient.

## 4. 中期経営計画2030

### 4-1. 事業戦略骨子

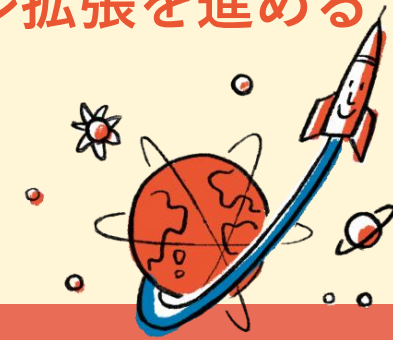
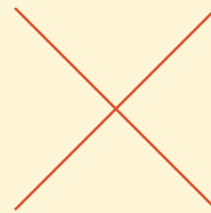
国内グミ事業を中心に更なる成長を実現するとともに、  
持続的成長のための事業領域拡大・ビジネスモデル拡張を進める



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



## 成長を支える戦略投資の実施：グミライン新設 (2ラインから3ライン体制へ：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)
工場面積	延べ面積 6,916.75 m <sup>2</sup>
設備投資額	約 130 億円
投資内容	増築棟建設、グミライン新設、 自動倉庫新設等
生産開始時期	2027年7月 (予定)





## 主に4つの提供価値領域で 顧客のSweetな瞬間をブランド基軸で創り続ける

### ごほうび

プチ贅沢な時間を提供する

自分へのご褒美

おいしい小腹満たし



Rewards

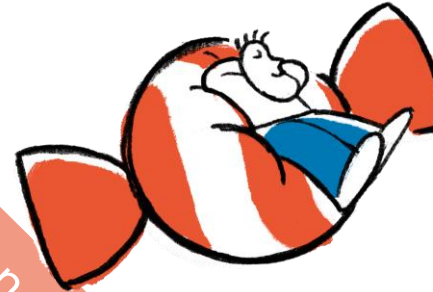
リラックスマ

### リラクゼーション

精神的な開放を提供する

心をほぐし、癒す

緊張からの解放



Relaxation

### スイッチ

気持ちを切り替える  
モチベーションを提供する

ワクワクする

リフレッシュする



Switch

ヘルスケア

### ヘルスケア

自己ケアへのサポートを提供する

自分をいたわる

心と体を整える



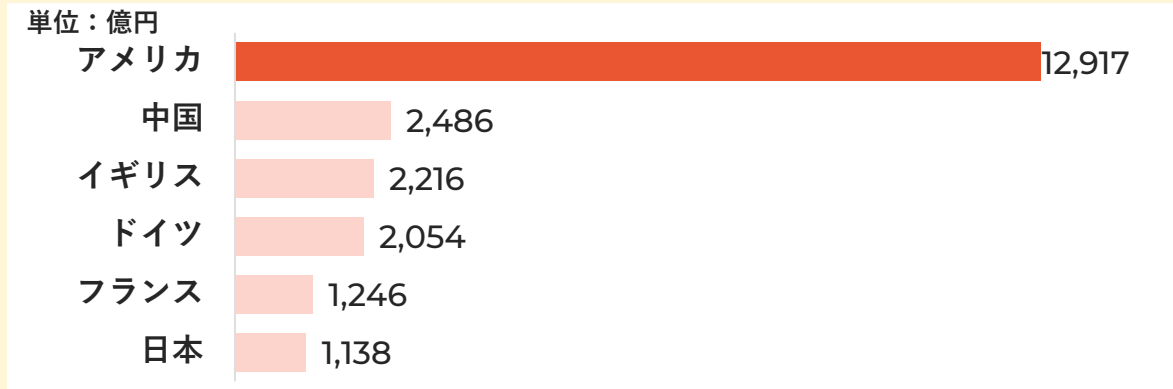
Healthcare

提供価値  
領域

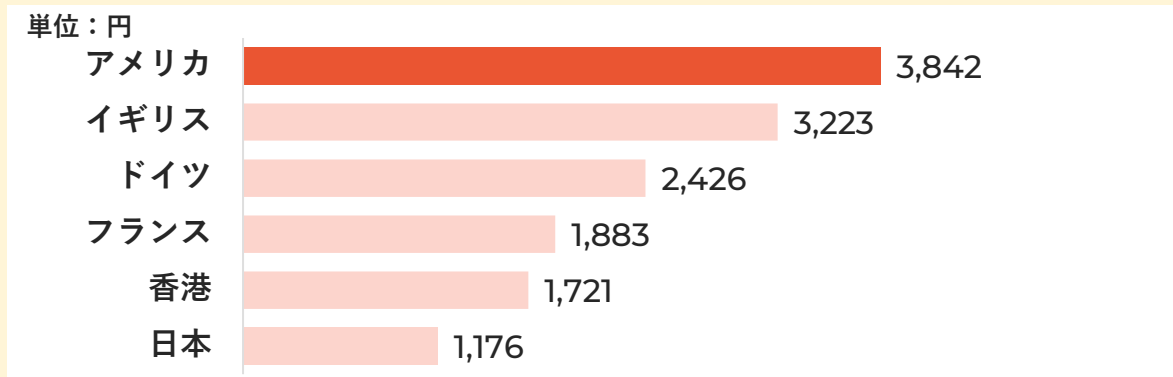


## 大きなグミ市場規模を有する米国に本格参入し ピュレグミで売上拡大を目指す

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)



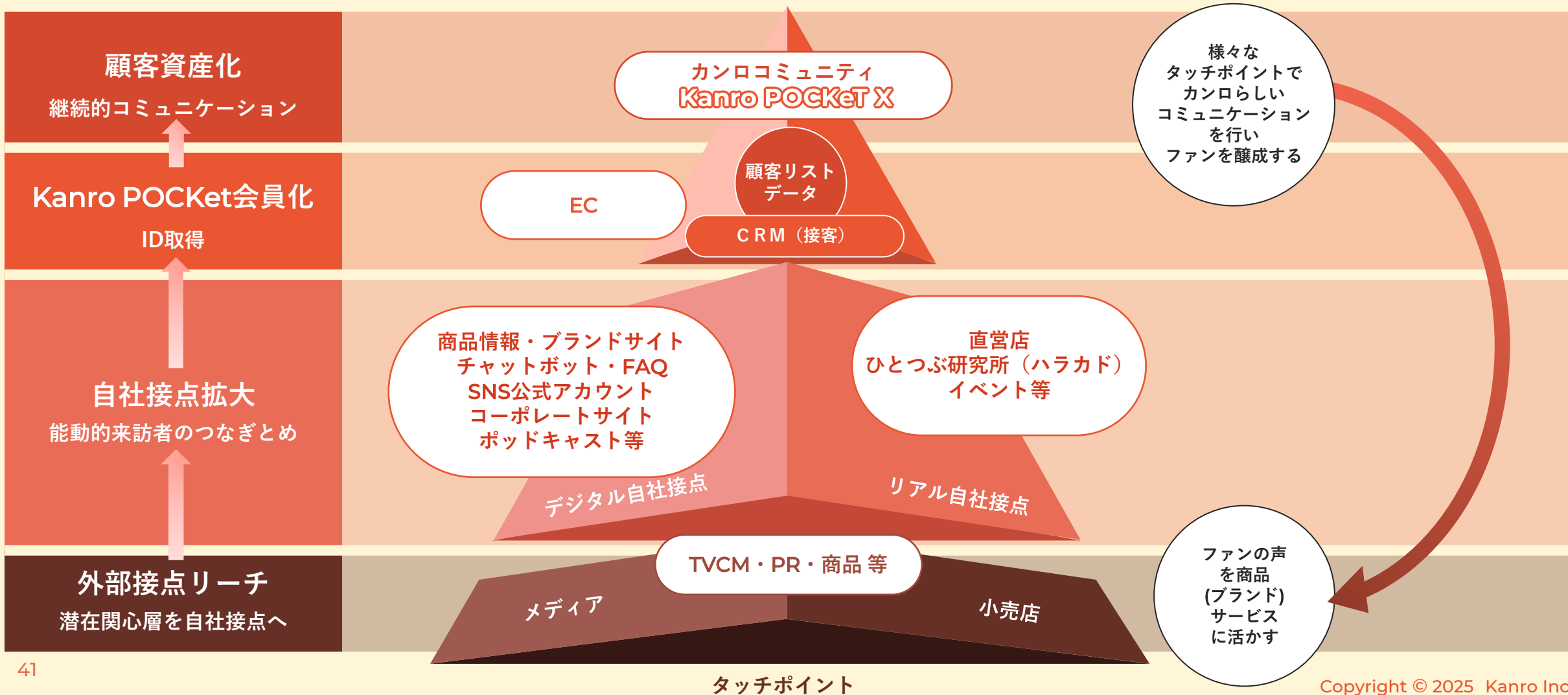
(\*) Sugar Confectioneryのうち「Pastilles, Gummies, Jellies and Chews」  
出所：Euromonitor International (2024年の平均為替レート円換算)  
国別グミ市場規模(2024年)の日本のみインテージSRI+





## ”顧客とのエンゲージメント強化”

統括的なコミュニケーションを行いカンロのファンを醸成するためCXを推進する



A close-up photograph of a hand holding a small, round, yellow, textured candy. The hand has red nail polish. The background is a soft, out-of-focus bokeh of warm colors like orange and yellow.

4. 中期経営計画2030

4-2. 事業戦略

“ Kanro Vision 2.0 ”の実現に向けて  
「顧客の拡張・深化」を通じて事業基盤を変革する

既存マーケット（国内）

新規マーケット

新規商品  
・  
新規チャネル

既存商品  
・  
既存チャネル



“ Kanro Vision 2.0 ”の実現に向けて  
「顧客の拡張・深化」を通じて事業基盤を変革する

既存マーケット（国内）

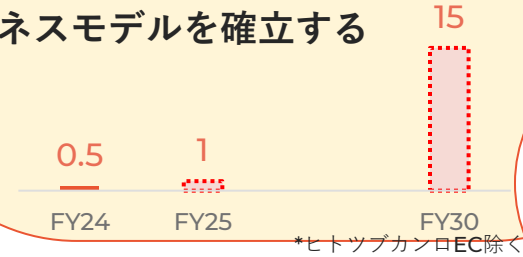
新規マーケット

新規商品  
・  
新規チャネル

既存商品  
・  
既存チャネル

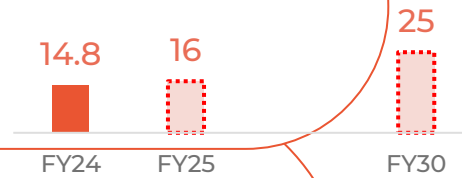
デジタル事業

収益性と売上成長を見据えた  
ビジネスモデルを確立する



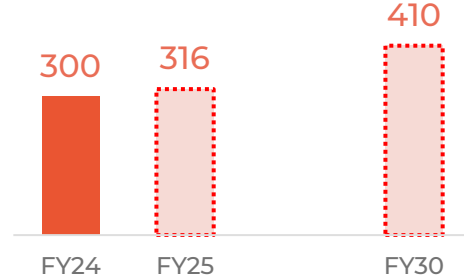
ヒトツブカンロ事業

FY30に売上高 25 億円を目指す



コア事業

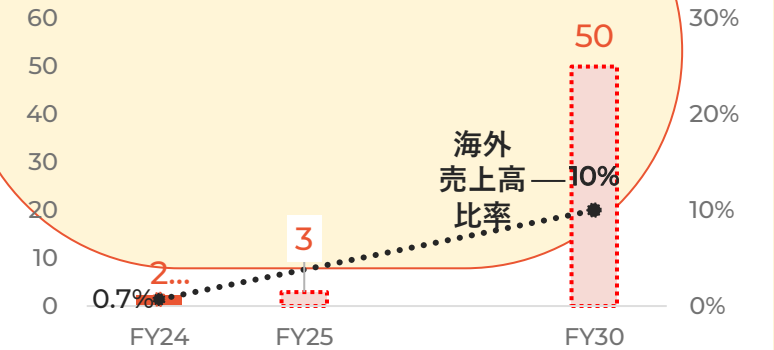
FY30に売上高410億円を目指す



※ヒトツブカンロ事業の売上高は、  
グミ・飴等を含む

グローバル事業

FY30に全社売上高比率10%を目指す



単位:億円



A hand holding a red, heart-shaped ring against a light blue background. The ring is made of a textured material, possibly a fruit slice or a candy, and is held between the thumb and index finger. The background is a soft, out-of-focus light blue.

## 4. 中期経営計画2030

### 4-3. サステナビリティ・経営基盤

事業を通じて社会課題の解決に寄与しながら、  
企業価値を向上させることで、人と社会の持続的な未来に貢献する

糖の価値創造・社会貢献

健康福祉の増進  
食の多様性への配慮

食の安全・安心

商品の安全衛生  
責任あるマーケティングと表示

事業を通じた環境負荷削減

温室効果ガス排出量の削減

人権の尊重・ダイバーシティの推進

人権の尊重  
多様な人材の活躍



## “ Kanro Vision 2.0 ”の実現に向けて 経営基盤強化・エンゲージメント向上のための施策を実行する

### 中期経営計画2030の実行のための 経営基盤強化

- 経営戦略、事業戦略に連動した**“人財戦略”**の遂行  
(グローバル・デジタル事業の拡大に向けた  
人財育成・確保)
- S&OP推進・生産性/競争性向上を実現する  
**“DX戦略”**の遂行

### エンゲージメントの向上

- パーパストリブン実践に向けた施策の実施
- チャレンジと成長を促す人事制度の整備
- 働き方や価値観の多様化に対応した  
自律的な働き方の推進
- ダイバーシティ & インクルージョンの更なる推進



## 4. 中期経営計画2030

### 4-4. 財務・資本戦略

2030年財務目標をアップデート(上方更新)



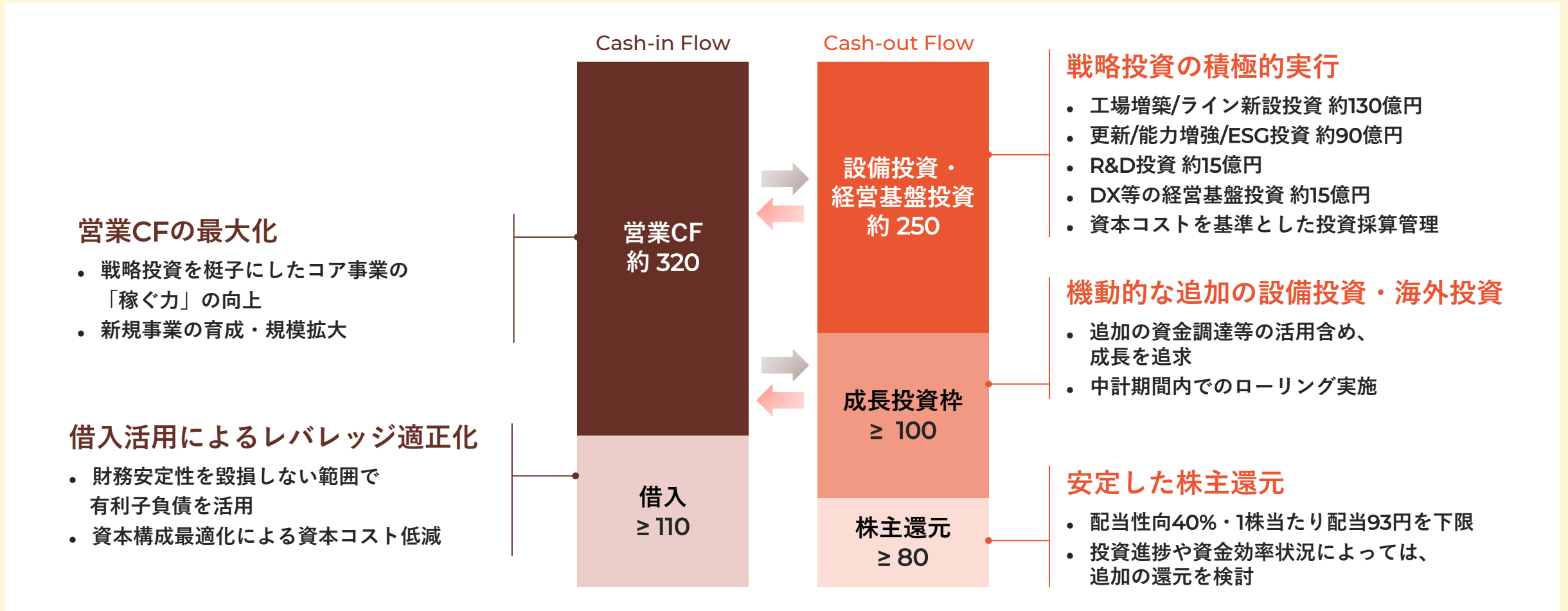
指標	2024実績	2025年予想	2030年目標
売上高	317 億円	336 億円	500 億円以上 (CAGR: 7.8%以上)
営業利益率	13.5 %	12.9 %	13 %以上
EBITDA <sup>(*)</sup>	57.8 億円	—	100 億円
ROIC	20.5 %	16.9 %	11 %以上
ROE	20.8 %	18.2 %	15 %以上

49 (\*)当社のEBITDAは営業利益+減価償却費と定義しております。

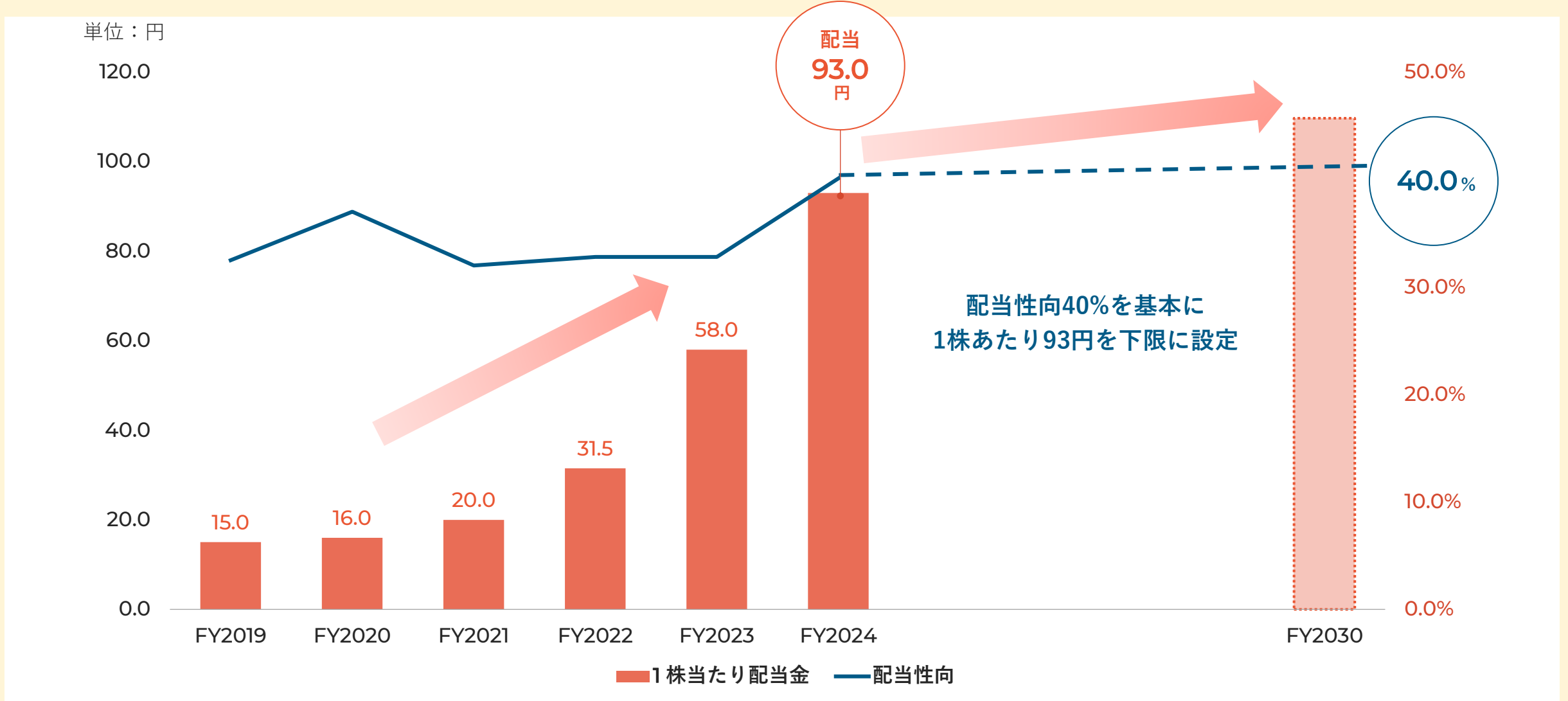


## グミライン新設等によるキャッシュフローの最大化を実現し、 更なる成長投資を加速する

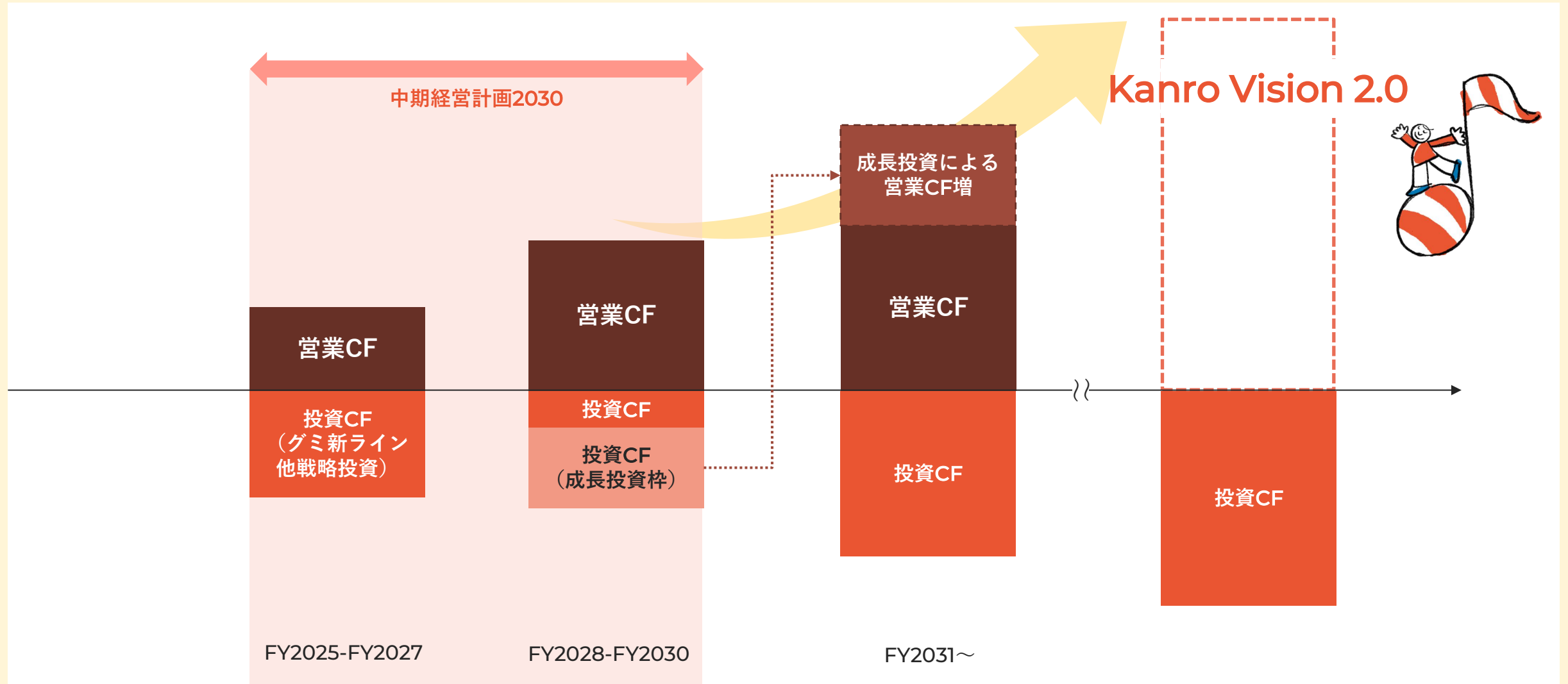
FY25~30の累計キャッシュフロー (単位: 億円)



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



## 成長投資枠の活用で Kanro Vision 2.0 実現に向けた非連続含む更なる成長を追求



## 4. 2025年度 実施事項

---



## 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



### 【実施予定】

- 米国輸出に向けた原料対応
- 現地法人設立
- 米国展示会出展





## カンロひとつぶ研究所プロジェクト始動

**Kanro**

*presents*

**ひとつぶ  
研究所**

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。  
人をホットさせたり、笑顔にしたり、  
口に入れた人の心をひとつぶ、大きくしてきました。  
これからも、「心がひとつぶ大きくなる」瞬間を  
生み出し続けてるために、  
みなさんと「キャンディの価値」を  
改めて考えるプロジェクトを始めます。

## 顧客との接点を増やすことでCX向上を目指す

①キャンディのあるシーンや感情を表現  
パーパスビジュアルを刷新



2025年2月中  
リニューアル予定

**Kanro**  
*presents*  
**ひとこが  
研究所**

②ファンとカンロがつながる場所  
コミュニティサイトグランドオープン



③リアルで体験できるスポット  
Kanro POCkETラボをリニューアル

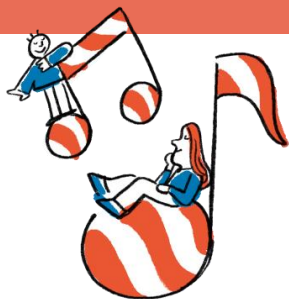
④日常の様々なシーンでの音声交流  
ポッドキャストの配信開始

and more

## 5. 本日のポイント

---

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 <sub>2</sub> Scope3 110,000 t-CO <sub>2</sub>
従業員エンゲージメントスコア	70%以上

1 2024年度は売上高、利益ともに過去最高を達成

2 新中計期間は新設ゴミラインと米国事業が成長ドライバー

3 2030年の目標は売上高500億円以上、営業利益率13%以上



# 6. Appendix

# 主カブランド前年比（小売販売金額）

※インテージSRI+ハードキャンディ+グミ市場 2023年-2024年（各年1～12月計）推計販売金額

ブランド	通期実績（前年比）
金のミルクキャンディ 	107.3%
健康のだ飴 	108.2%
ノンシュガーのだ飴 	109.8%
ピュレグミ 	126.2%
カンデミーナグミ 	106.3%

# 主な商品価格改定および内容量変更実績

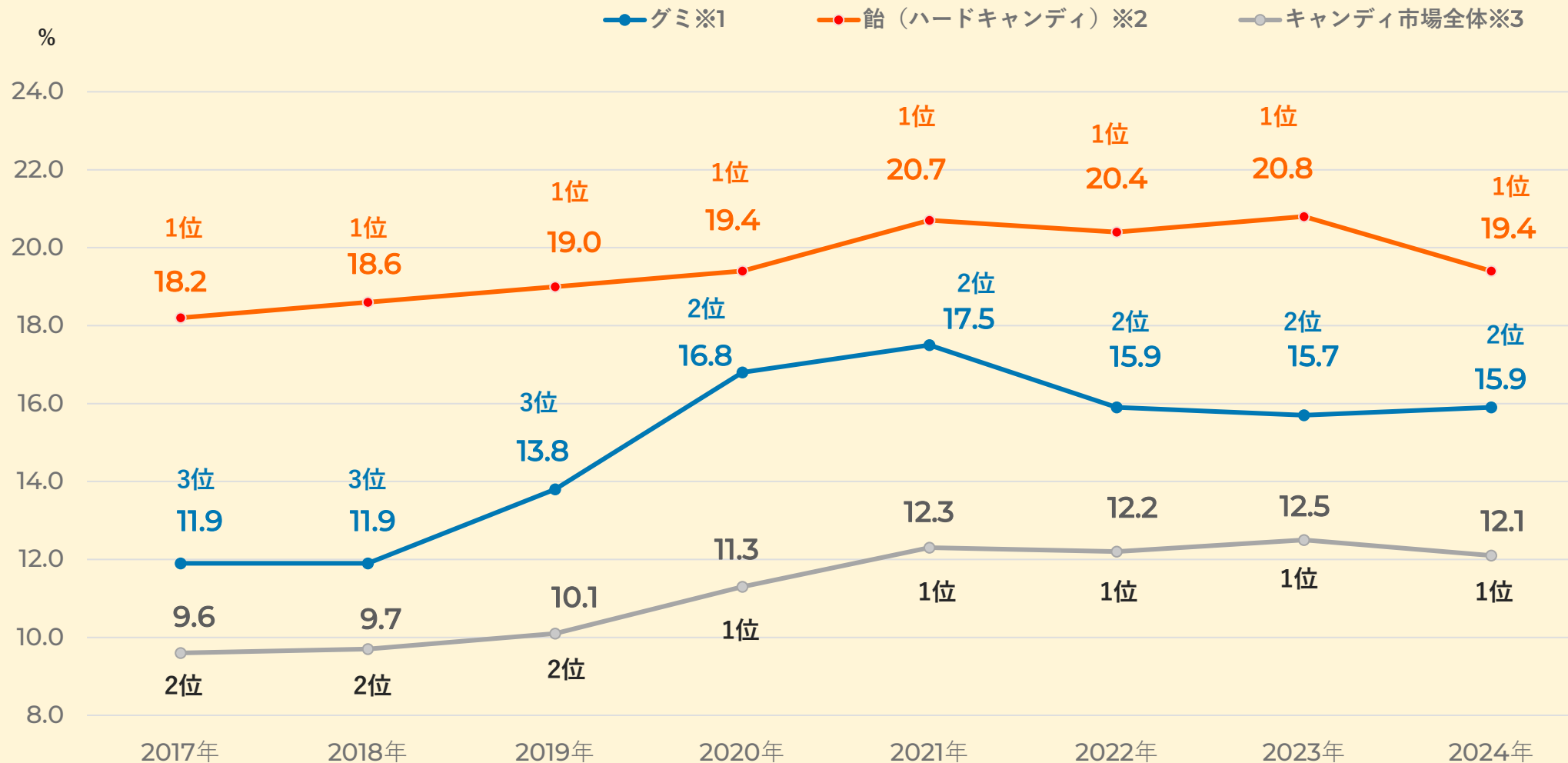
※実際の小売り価格はオープン価格です。

Sweeten the Future

**Kanro**

改定月	主な対象ブランド (飴)	主な対象ブランド (グミ)	備考
2022年 9~10月	カンロ飴 / 金のミルクキャンディ 健康のだ飴 ノンシュガーのだ飴 など	ピュレグミ / カンデミーナグミ / マロッシュ	希望小売価格 3~10%程度の値上げ
2023年 3月	健康のだ飴 梅 もりもり山のくだもの飴 など	ピュレグミ / カンデミーナグミ / マロッシュ	希望小売価格 3~13%程度の値上げ
2024年 2月	金のミルクキャンディ	ピュレグミ / カンデミーナグミ	希望小売価格 3~16%程度の値上げ
2024年 4月	—	ヒトツブカンロ商品 グミツツェル など	グミツツェルBOX 6個セット 900円→1,000円 他
2024年 9~10月	スティック形態 ・健康のだ飴梅 ・はちみつレモンCのだ飴 金のミルクキャンディ抹茶ラテ	—	一部の素材菓子も実施

# 当社メーカーシェア推移（小売販売金額）



※1: インテージSRI+ グミ市場 2017年-2024年（各年1～12月計）形態（組成）別販売金額シェア  
 ※2: インテージSRI+ ハードキャンディ市場 2017年-2024年（各年1～12月計）形態（組成）別販売金額シェア  
 ※3: インテージSRI+ キャンディ市場 2017年-2024年（各年1～12月計）販売金額シェア



## 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

