

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

**2025年12月期 第2四半期（中間期）決算説明会**

2025年7月29日

**カンロ株式会社**

(TSEコード：2216)

- 1 2025年度 上期決算概要
- 2 2025年度 通期業績修正予想
- 3 中期経営計画2030
- 4 2025年度 下期注力施策
- 5 Appendix

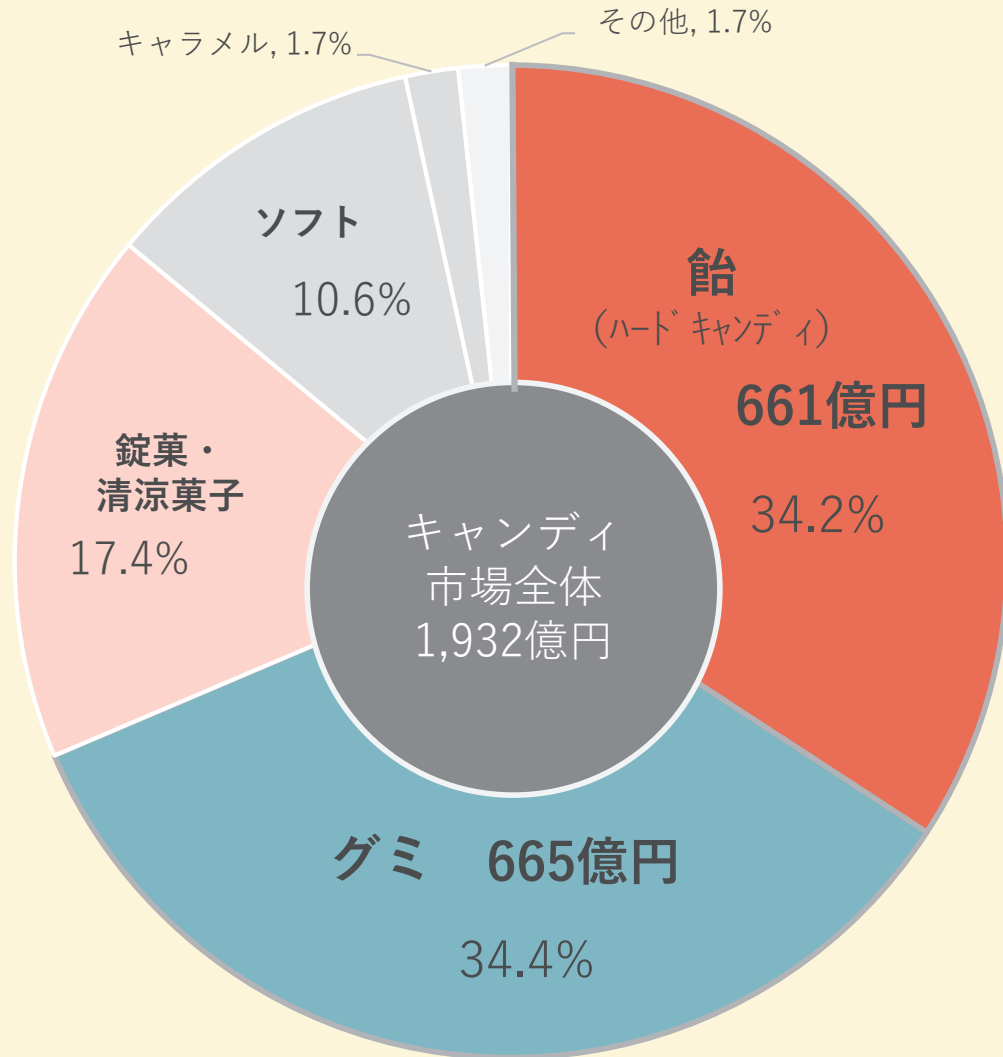
※この資料内の「予想」は2025年2月6日公表値、「修正予想」は2025年7月29日公表値です。

# 1. 2025年度 上期決算概要

---

## 主なカテゴリーで前年同期比増加、特にグミは約20%増

### 組成別構成



単位：億円

	2024/1-6	2025/1-6	増減率
トータル	1,705	1,932	13.3%
<b>ハード</b>	<b>617</b>	<b>661</b>	<b>7.0%</b>
<b>グミ</b>	<b>554</b>	<b>665</b>	<b>19.9%</b>
錠菓・清涼菓子	280	336	20.2%
ソフト	189	204	8.2%
キャラメル	34	33	-0.6%
その他	31	33	6.1%

※ インテージSRI+ キャンディ市場 2024年-2025年（各年1～6月計） 形態（組成）別販売金額・増減率



キャンディ市場全体  
メーカーシェア  
11.8% (前年同期 12.5%) ※1



飴 (ハードキャンディ) メーカーシェア  
19.5%※2 (前年同期 19.5%)

グミ メーカーシェア  
14.7%※3 (前年同期 16.6%)

※1: インテージSRI+ キャンディ市場 2024年-2025年 (各年1~6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1~6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1~6月計) 形態(組成)別販売金額シェア

# 主力商品の状況（飴）前年同期比：+7.8%



## 「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み、前年同期比△2%減収

※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」 / 「健康のど飴ブランド」

- 健康志向の高まり、花粉などの外部環境によるのど飴需要の増加を、人員増強等の生産体制整備にて対応。NSブランド / 健康のど飴ブランドは、それぞれ前年同期比+9% / +7%増収



## 「カンロ飴」

- 1955年に発売したロングセラーブランド。今年70周年を迎え、発売初期のパッケージデザインをアレンジした「カンロ飴復刻版」発売



## その他

- スティック / コンパクト形態商品は前年同期比増収

# 主力商品の状況（グミ） 前年同期比：+6.4%

## 「ピュレグミ」

（グミカテゴリー年間売上No.1 ブランド ※）

※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」

- TVCMの展開（4月）、「ピュレグミプレミアム」の伸長により前年同期比+7%の増収。



## 「カンデミーナグミ」

- ハード系グミの人気の高まりで前年同期比+3%の増収。
- 定番の「スーパーベスト」は他社との競争激化を受けて苦戦。



## 「マロッシュ」

- 他社との競争激化を受けて前年同期比△35%の大幅な減収。7月からブランドのリニューアルを実施、ブランドの提供価値を訴求。

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

- 好調継続。製造過程で生じてしまう変形やヒビにより販売できなかった製品を「グミツツェルU」としてオンラインショップにて販売開始（不定期）。



上期過去最高の売上高・利益を達成

単位：百万円

	2025年度 上期						2024年度 上期
	実績①	予想②	予想増減 ①-②	予想比	前年同期 増減 ①-③	前年 同期比	実績③
売上高	<b>16,725</b>	16,300	+ 425	+ 2.6%	+ 1,162	+ 7.5%	15,563
営業利益	<b>2,664</b>	2,140	+ 524	+24.5%	+ 320	+13.7%	2,343
経常利益	<b>2,679</b>	2,150	+ 529	+24.6%	+ 323	+13.7%	2,355
中間純利益	<b>1,874</b>	1,520	+ 354	+23.3%	+ 107	+6.1%	1,767

※ 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。



## 主要増減要因（対予想 / 対前年同期）

対予想（※）：増収・増益 ※ 2025年2月6日公表

- 売上高：のど飴および「ピュレグミ」等の好調を受け、予想値を上回って着地。
- 営業利益：主に商品構成の変化による粗利の増加等により増益

対前年同期：増収・増益

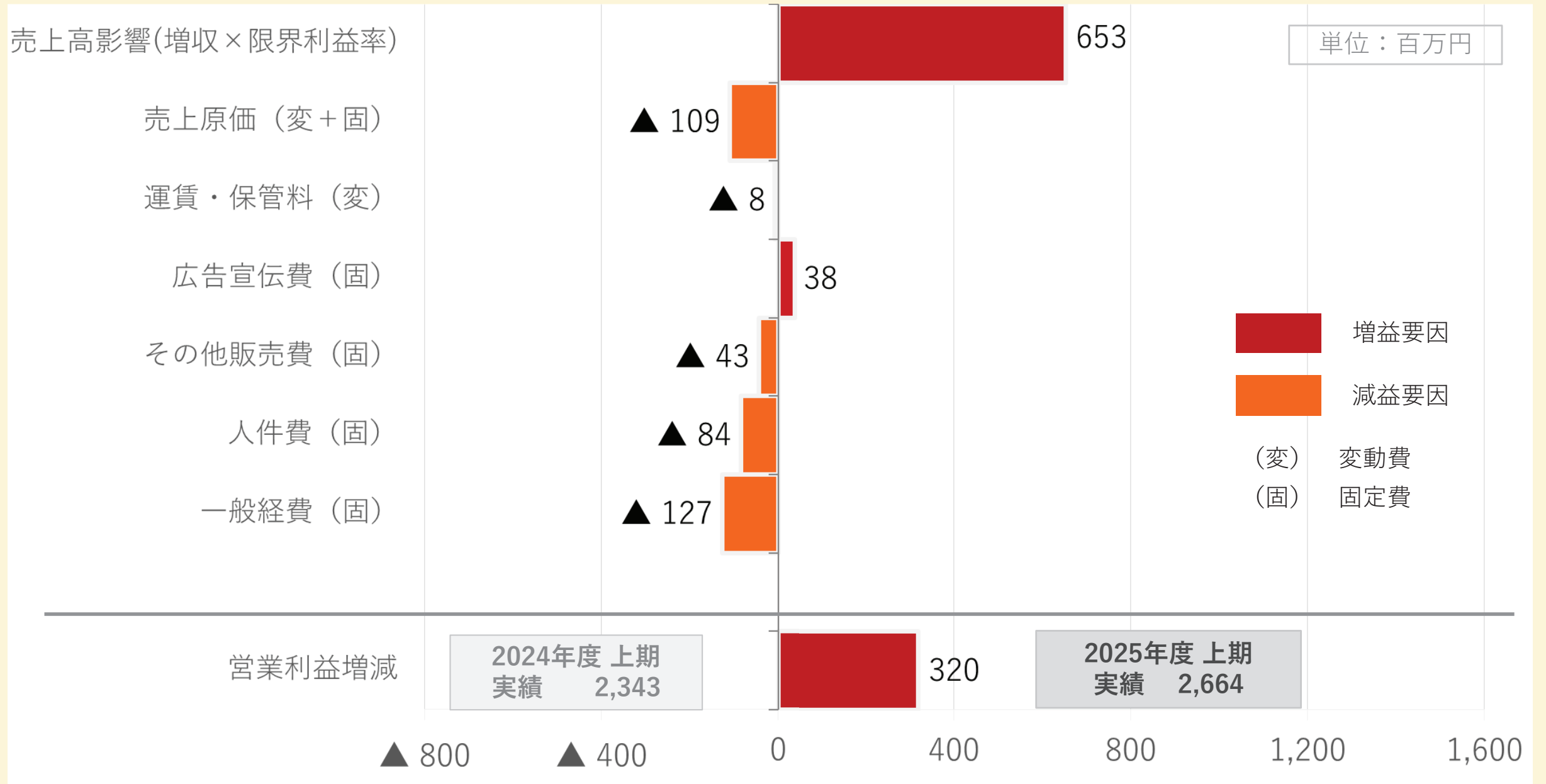
- 売上高：
  - ✓ 飴：のど飴（「健康のど飴」シリーズ、「ノンシュガーのど飴」シリーズ）及びグルメ系製品（「じゅるるシャインマスカット」）が好調に推移。
  - ✓ グミ：他社との競争が激化する中、主カブランドである「ピュレグミ」シリーズ及び「カンデミーナグミ」シリーズが販売増  
「グミッツェル」の好調継続
- 営業利益 / 経常利益：増益要因 > 減益要因
  - ✓ （増益要因）販売増による限界利益増、広告宣伝費の減少
  - ✓ （減益要因）原材料価格の高止まり、人員増加及び賃上げによる人件費やD X 関連経費及び米国進出等の事業領域拡大に向けた施策経費などの一般管理費の増加
- 中間純利益
  - ✓ 政策保有株式の縮減による特別利益の反動減があるも増益

## 増収および生産性向上により営業利益率0.8ポイントの上昇

単位：百万円

	2025年度 上期				2024年度 上期	
	実績	構成比	前年同期 増減	前年同期比	実績	構成比
売上高	<b>16,725</b>	100.0%	+ 1,162	+ 7.5%	15,563	100.0%
売上原価	<b>9,570</b>	57.2%	+ 549	+ 6.1%	9,021	58.0%
運賃・保管料	<b>971</b>	5.8%	+ 75	+ 8.4%	895	5.8%
広告宣伝費	<b>292</b>	1.7%	▲ 38	▲ 11.8%	331	2.1%
その他販売費	<b>177</b>	1.1%	+ 43	+ 32.3%	134	0.9%
人件費	<b>1,980</b>	11.8%	+ 84	+ 4.5%	1,895	12.2%
一般費	<b>1,069</b>	6.4%	+ 127	+ 13.6%	942	6.1%
営業利益	<b>2,664</b>	<b>15.9%</b>	+ 320	+ 13.7%	2,343	<b>15.1%</b>

# 営業利益の増減要因 (2024年度 上期実績 vs 2025年度 上期実績)



## 2. 2025年度 通期業績修正予想

---



## 売上高・利益ともに2月公表の予想を上方修正

単位：百万円

	2025年度						2024年度
	修正予想	予想	予想増減	予想比	前年増減	前年比	実績
売上高	<b>34,100</b>	33,600	+500	+1.5%	+ 2,321	+ 7.3%	31,778
営業利益	<b>4,400</b>	4,320	+80	+1.9%	+ 115	+ 2.7%	4,284
経常利益	<b>4,450</b>	4,340	+110	+2.5%	+134	+3.1%	4,315
当期純利益	<b>3,300</b>	3,260	+40	+1.2%	+39	+1.2%	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 通期業績修正予想（対前年 主要増減要因）

### 売上高（+7.3%の増収）

- ✓ 引き続き飴・グミとも主力ブランドを中心に伸長
- ✓ 生産体制の整備（松本工場グミ棟拡張の通年稼働、人員増強等）

### 営業利益（+2.7%の増益）

増収による限界利益の増加により下記コストアップ要因を吸収

- ✓ 包材等原材料価格の高止まり、賃上げ・人員増強等による製造固定費の増加
- ✓ 物流関連コストの上昇（物流2024問題顕在化・保管スペース増強）
- ✓ 広告宣伝費の増額（ブランドおよび中長期的な企業イメージの向上を目的とした企業広告を予定）
- ✓ 事業領域拡大・経営基盤整備に向けた人件費（含む賃上げ）および施策経費の増加

### 当期純利益（+1.2%の増益）

- ✓ 更なる政策保有株式縮減実施
- ✓ 実効税率上昇（前年の特殊要因の反動）

# 2025年度 通期業績修正予想（売上高～営業利益の詳細 対前年）

## 中長期的な企業価値向上に向けた広告施策を打ちつつ増益を確保

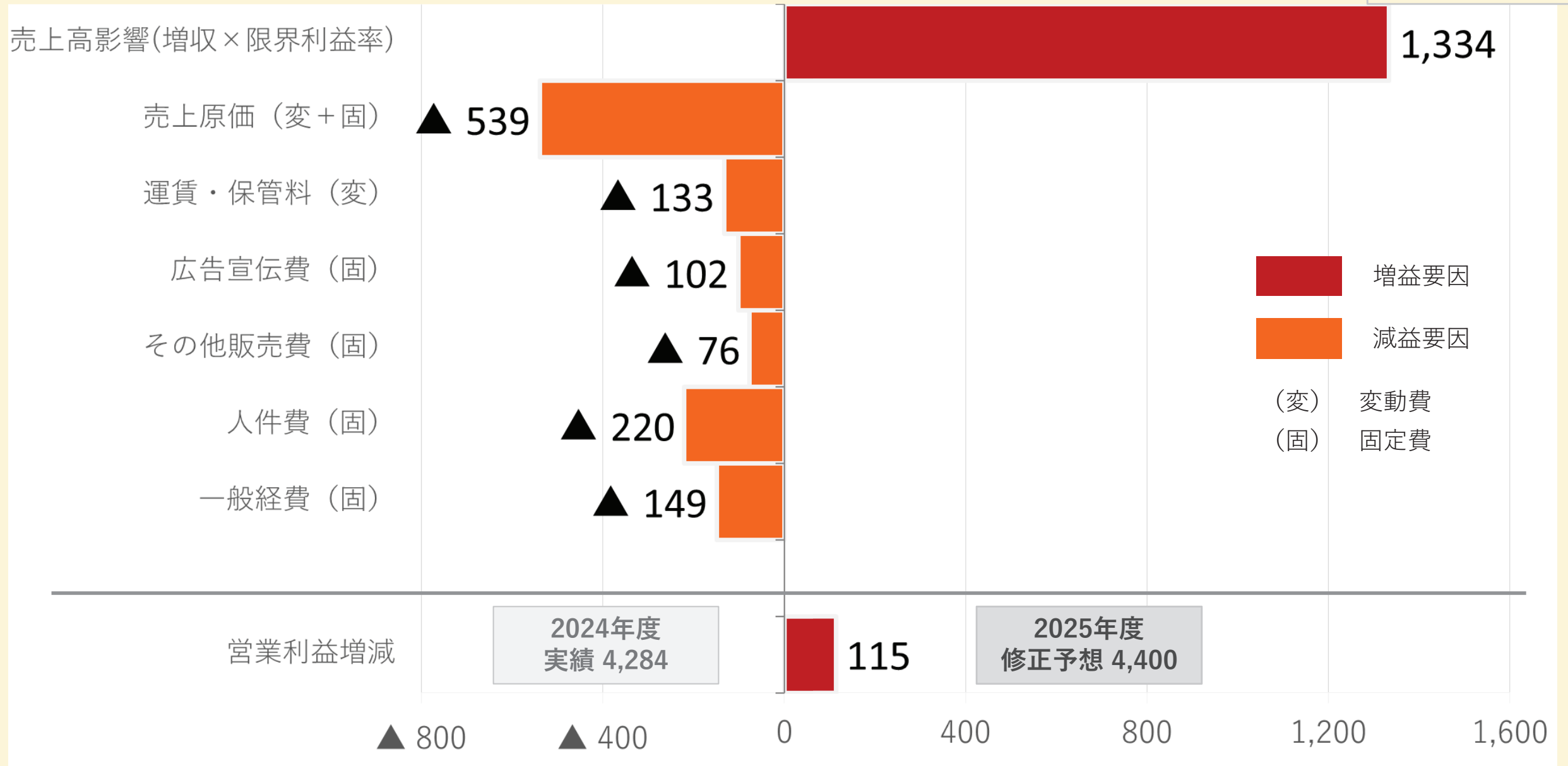
単位：百万円

	2025年度				2024年度	
	修正予想	構成比	前年増減	前年比	実績	構成比
売上高	<b>34,100</b>	100.0%	+ 2,321	+ 7.3%	31,778	100.0%
売上原価	<b>19,980</b>	58.6%	+ 1,387	+ 7.5%	18,592	58.5%
運賃・保管料	<b>2,130</b>	6.3%	+ 269	+ 14.5%	1,860	5.9%
広告宣伝費	<b>960</b>	2.8%	+102	+12.0%	857	2.7%
その他販売費	<b>380</b>	1.1%	+ 76	+ 25.3%	303	1.0%
人件費	<b>4,050</b>	11.9%	+ 220	+ 5.8%	3,829	12.1%
一般費	<b>2,200</b>	6.5%	+ 149	+ 7.3%	2,050	6.5%
営業利益	<b>4,400</b>	12.9%	+ 115	+ 2.7%	4,284	13.5%

※ 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。

# 営業利益の増減要因 (2024年度実績 vs 2025年度修正予想)

単位：百万円





## 2025年度 通期業績修正予想（営業利益の詳細 対予想）

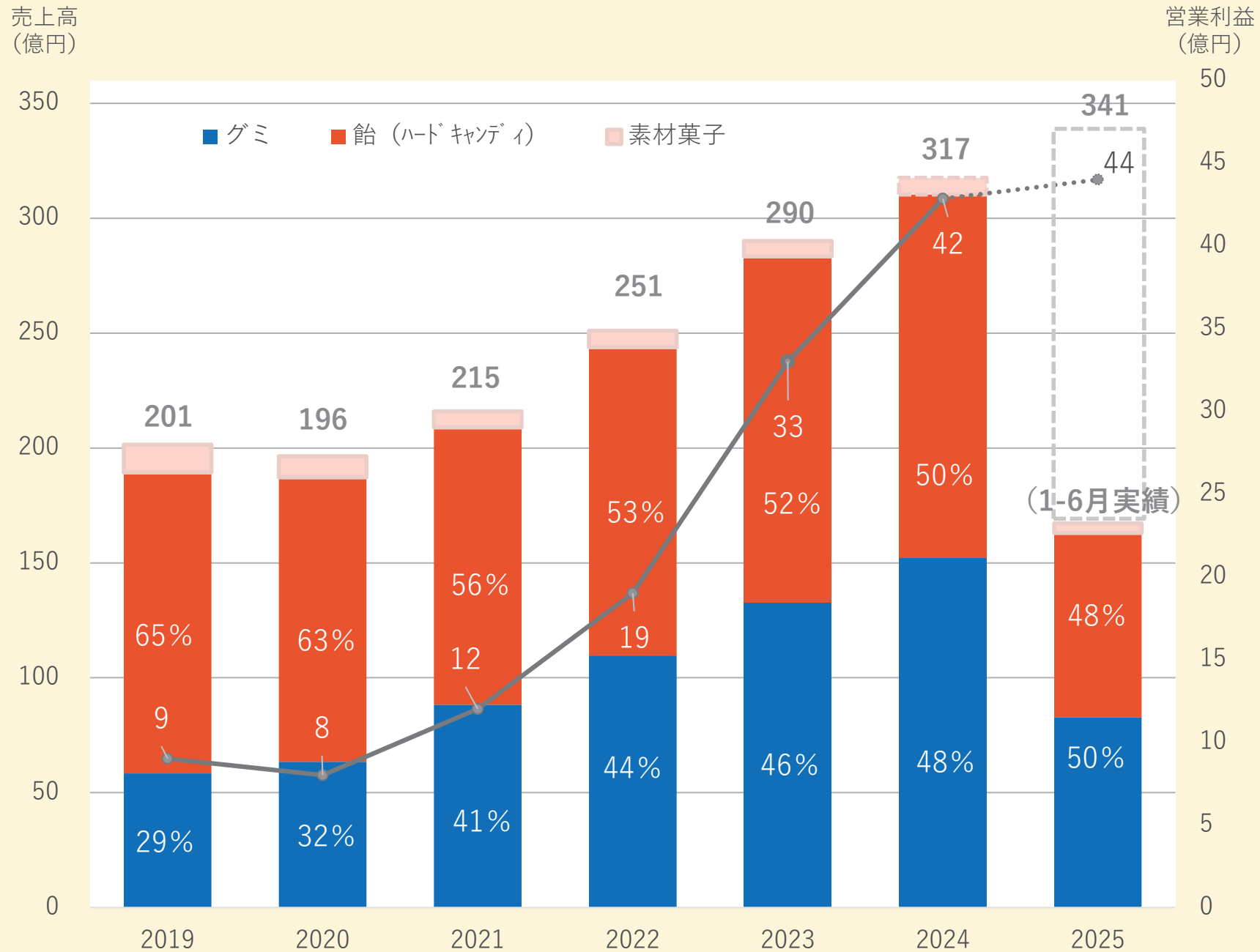
単位：百万円

	2025年度 修正予想						2025年度	
	上期実績	下期修正予想	通期修正予想	構成比	予想増減	予想比	予想	構成比
売上高	16,725	17,374	<b>34,100</b>	100.0%	+ 500	+ 1.5%	33,600	100.0%
売上原価	9,570	10,409	<b>19,980</b>	58.6%	+ 200	+ 1.0%	19,780	58.9%
運賃・保管料	971	1,158	<b>2,130</b>	6.3%	+ 20	+ 0.9%	2,110	6.3%
広告宣伝費	292	667	<b>960</b>	2.8%	+320	+50.0%	640	1.9%
その他販売費	177	202	<b>380</b>	1.1%	+ 10	+ 2.7%	370	1.1%
人件費	1,980	2,069	<b>4,050</b>	11.9%	△20	△0.5%	4,070	12.1%
一般費	1,069	1,130	<b>2,200</b>	6.5%	△110	△4.8%	2,310	6.9%
営業利益	2,664	1,735	<b>4,400</b>	12.9%	+ 80	+ 1.9%	4,320	12.9%

※ 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。※下期の数値は単純差額です。

# 2019年～2025年：売上高／営業利益と売上構成比の推移

※マシュマロ商品「マロッシュ」はグミとして計上

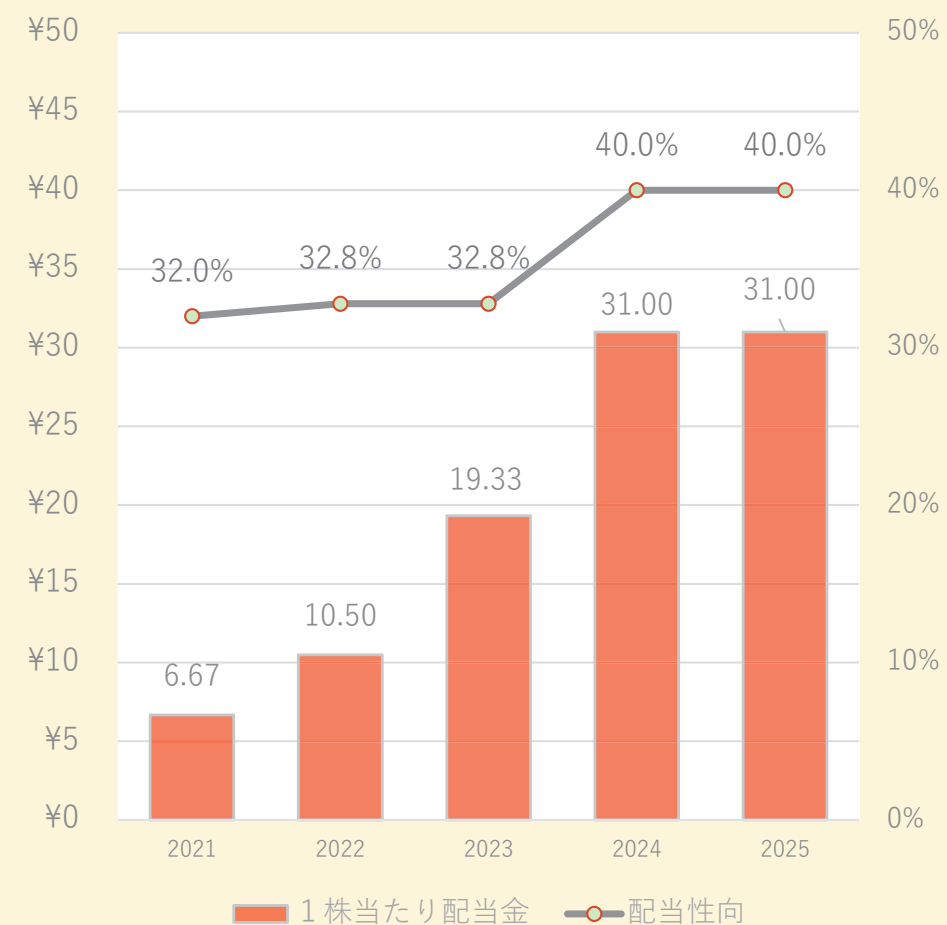


※2025年は修正予想値

## 株式分割（1株 → 3株）を実施（7/1効力発生日） 中期経営計画2030で定めた配当性向40%を基本に成長投資との両立を図る

	2021	2022	2023	2024	2025	
	実績	実績	実績	実績	修正 予想	前年比
1株当たり 年間配当金 (円)	6.67	10.50	19.33	31.00	31.00	0
配当性向 (%)	32.0	32.8	32.8	40.0	40.0	0pt

※2025年7月1日実施 株式分割後換算



## 中期財務目標達成に向けて順調な滑り出しとなる見通し

指標	2024年実績	2025年修正予想	2030年目標
売上高	317 億円	341 億円 (前年比+7.3%)	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	60.1 億円	100 億円
ROIC	20.5 %	16.5 %	11 %以上
ROE	20.8 %	18.3 %	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。

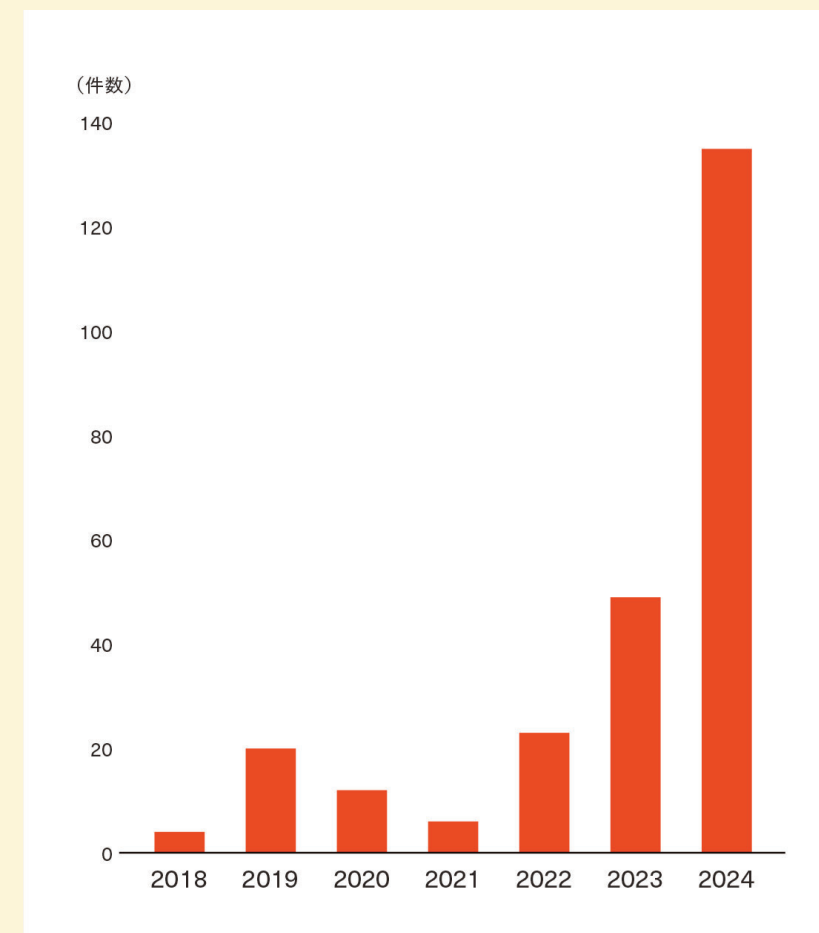


## IR/SR活動を強化し、投資家との対話機会の積極拡大と開示資料の拡充で当社事業の理解促進を図る

### 主要IR施策

	主要IR施策	備考
個人投資家向け	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 会社説明会開催（CEO登壇）</li> <li>・ 潜在株主アンケート調査</li> <li>・ メディアへの出演</li> </ul>	説明会資料と動画は当社IRサイトにて開示 <a href="#">個人投資家向けイベント   Kanro株式会社</a>
国内機関投資家向け	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 個別面談（CEO/CFO/IR部門）</li> <li>・ 決算説明会開催（年2回）（CEO/CFO 登壇）</li> <li>・ IR Day 開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 決算説明会は資料、動画、スクリプト、質疑応答を開示 <a href="#">IRライブラリー   Kanro株式会社</a></li> <li>・ IR Dayは資料、質疑応答を開示 <a href="#">PowerPoint プレゼンテーション</a></li> <li>・ 面談内容および事後アンケートをマネジメントへ報告、資本市場からの要望への対応を促進</li> </ul>
海外機関投資家向け	英文開示	当社IRサイトにて開示 <a href="#">IR Information   Kanro Inc.</a>

### 年間個別面談件数



※より詳しい内容については、こちらをご覧ください。

[Management that is Conscious of Cost of Capital and Stock Price\\_ja.pdf](#)

## 3.中期経営計画2030

---

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。



パーパス

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

ビジョン

Sweetな瞬間を創り続けることで人々と社会に笑顔を。

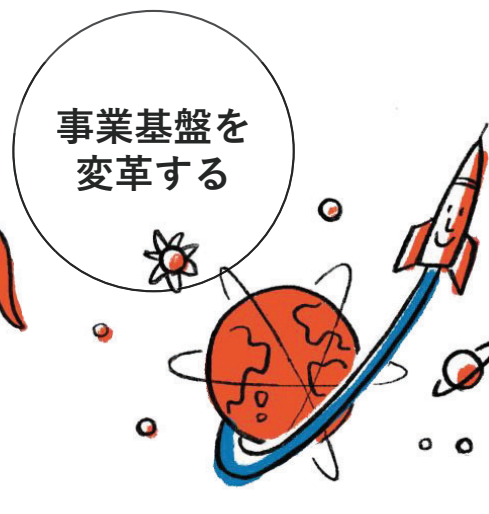
バリュー

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

Sweetな  
瞬間を  
創造する



事業基盤を  
変革する



未来へ  
紡ぐ

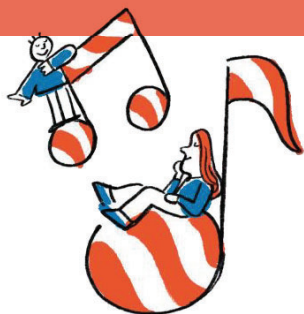


企業文化

創発的な組織の更なる進化

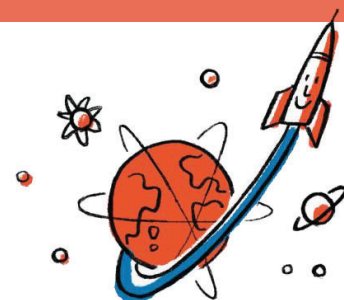


## 主要施策サマリー



### 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

- ・ パーパスドリブンの実践
- ・ 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

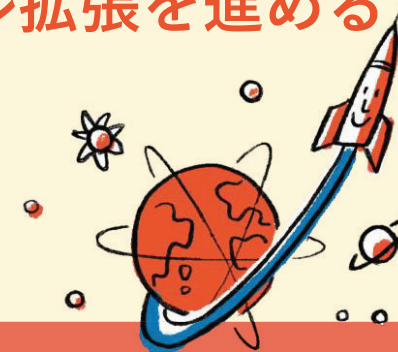
国内グミ事業を中心に更なる成長を実現するとともに、  
持続的成長のための事業領域拡大・ビジネスモデル拡張を進める



## 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 —

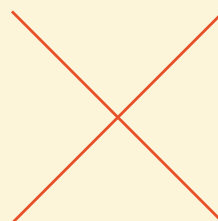
- 1 国内グミ事業で更なる成長を実現  
継続的な新商品投入とキャパシティ拡大により、  
市場の更なる活性化とシェア拡大を目指す
- 2 商品開発強化と機能性付加による  
高価値化で国内飴・グミ事業を拡充



## 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





1月：ファンとカンロがつながれるコミュニティサイト「Kanro POCKeT ×」 グランドオープン

2月：長期ビジョン「Kanro Vision 2.0」及び「中期経営計画2030」を発表 (3月にリニューアルしたピュレグミ)

2月：朝日工場グミライン新設を発表

3月：「ピュレグミ」CM放映 (3/27よりWEB先行公開・4/4よりTVCM放映)

3月：「じゅるるシャインマスカット」数量限定で再販 (3/31より)

5月：株式分割（1株→3株）、株主優待制度の一部変更を発表（効力発生日7/1）

5月：米国現地法人「Kanro America Inc.」設立

6月：統合報告書 2025（日・英）発行

6月：当社初のIR Day (事業説明会) 開催

6月：NYで開催された「Summer Fancy Food Show 2025」に出展



(統合報告書)



顧客起点のブランドリニューアルで  
マロッシュがもつ“体験価値”をターゲットにアプローチ

成長鈍化の要因

新奇性のある競合品の増加

生産ライン状況を踏まえた  
チャネル限定および休売

2025年7月～

特徴的な食感  
+  
情緒的価値の強化

2024年4月～



2021年発売



POINT

味わいを見直し  
パッケージを刷新

“没入体験”で前向き  
な気持ちを後押し

学生とのCM共創で  
メッセージを発信

リニューアルとCMの効果で  
好調な滑り出し

## 4. 2025年度 下期注力施策

---

A hand with red nail polish holds a small, yellow, heart-shaped candy. The background is a soft, out-of-focus bokeh of warm colors.

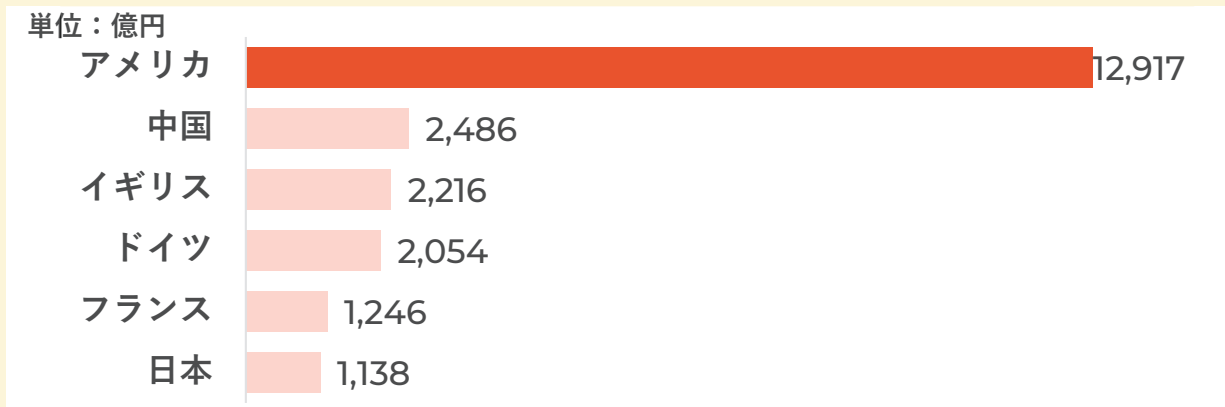
2025年度 下期注力施策

# ①グローバル事業の進捗

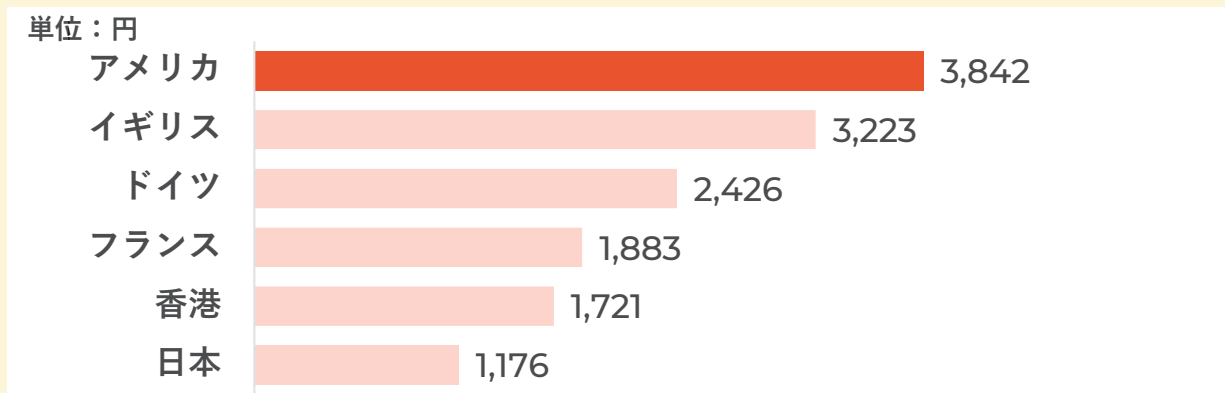


## 大きなグミ市場規模を有する米国に本格参入し ピュレグミで売上拡大を目指す

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+







## ピュレグミでの米国市場本格参入に向け バイヤーや消費者に向けたアプローチを継続展開中

2025年1月  
Kanro Americaの  
サイトをオープン



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



2025年5月  
アメリカに  
現地法人を設立

2025年6月  
グローバル向け  
公式Instagramを開設


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

and more...





## 2025年6月からグローバル向けの公式Instagramを開設・運用開始 Webサイトも内容を充実させ、BtoB問い合わせフォームを設置



**Puré Gummy**

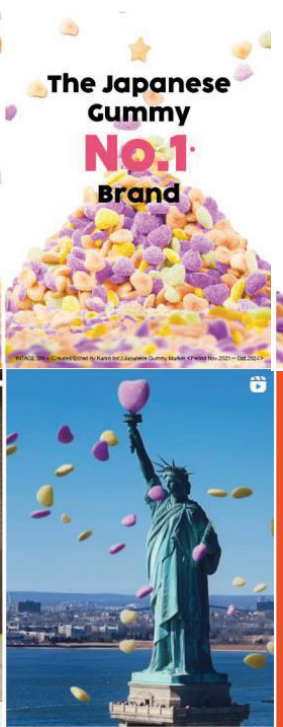

- 🇯🇵 Japan's #1 Gummy Brand
- 🌟 Fruity, chewy & sour – meet Puré Gummy
- 📍 Now in the U.S.
- 💛 Need a mood boost? Grab a Puré Gummy!

🔗 [kanroamerica.com/pages/puregummy](https://kanroamerica.com/pages/puregummy)

**The Japanese Gummy NO.1 Brand**

**Growth Rate 192%**

**Born in 2002**


**CLASSIC Flavor**

**Puré Gummy**

1. Gummies with a pulpy texture

2. Sour powder

3. Real fruit

4.

**LEMON**

**Nutrition Facts**

Serving size: 8 pieces (20g)

Calories 100




**CLASSIC Flavor**

**GRAPE**

**Nutrition Facts**

Serving size: 8 pieces (20g)

Calories 100



**PURÉ Gummy**

**Hakuto Peach (White Peach)**

Coming soon!

**PURÉ Gummy**

**Shine Muscat Sparkling**

Coming soon!







## 2025年6月29日～7月1日 ニューヨークで開催された 東海岸最大級の食品展示会に出展



来場者数約29,000人  
バイヤーやディストリビューターが  
味わいやパッケージデザインを高評価



### Summer Fancy Food Show 2025

期間：2025年6月29日～7月1日

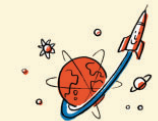
場所：米国・ニューヨーク州 The Jacob K. Javits Convention Center

商品：ピュレグミレモン／グレープ

ピュレグミプレミアム山梨産白桃／シャインマスカットスパークリング

目的：販路拡大のための営業活動



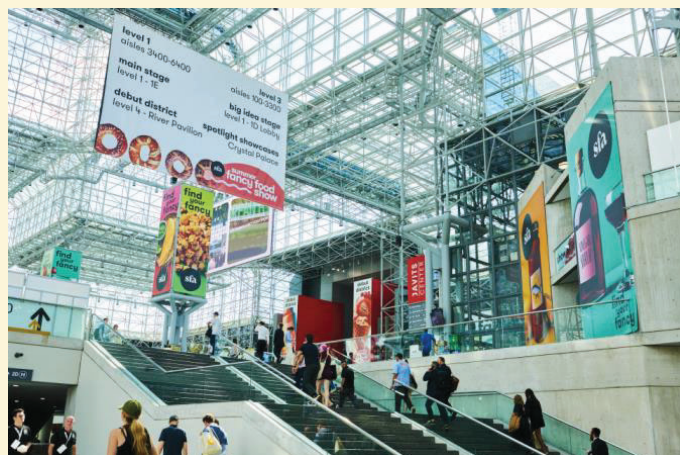


来場者のリアクション

すっぱさと  
甘さのバランスが◎

ハート型のグミ粒や  
コンセプトがかわいい！

ピュレグミプレミアムが  
ジューシーで美味しい！





A hand holding a golden sphere against a light blue background. The sphere is held between the thumb and index finger, and it has a bright reflection on its surface. The background is a soft, out-of-focus light blue.

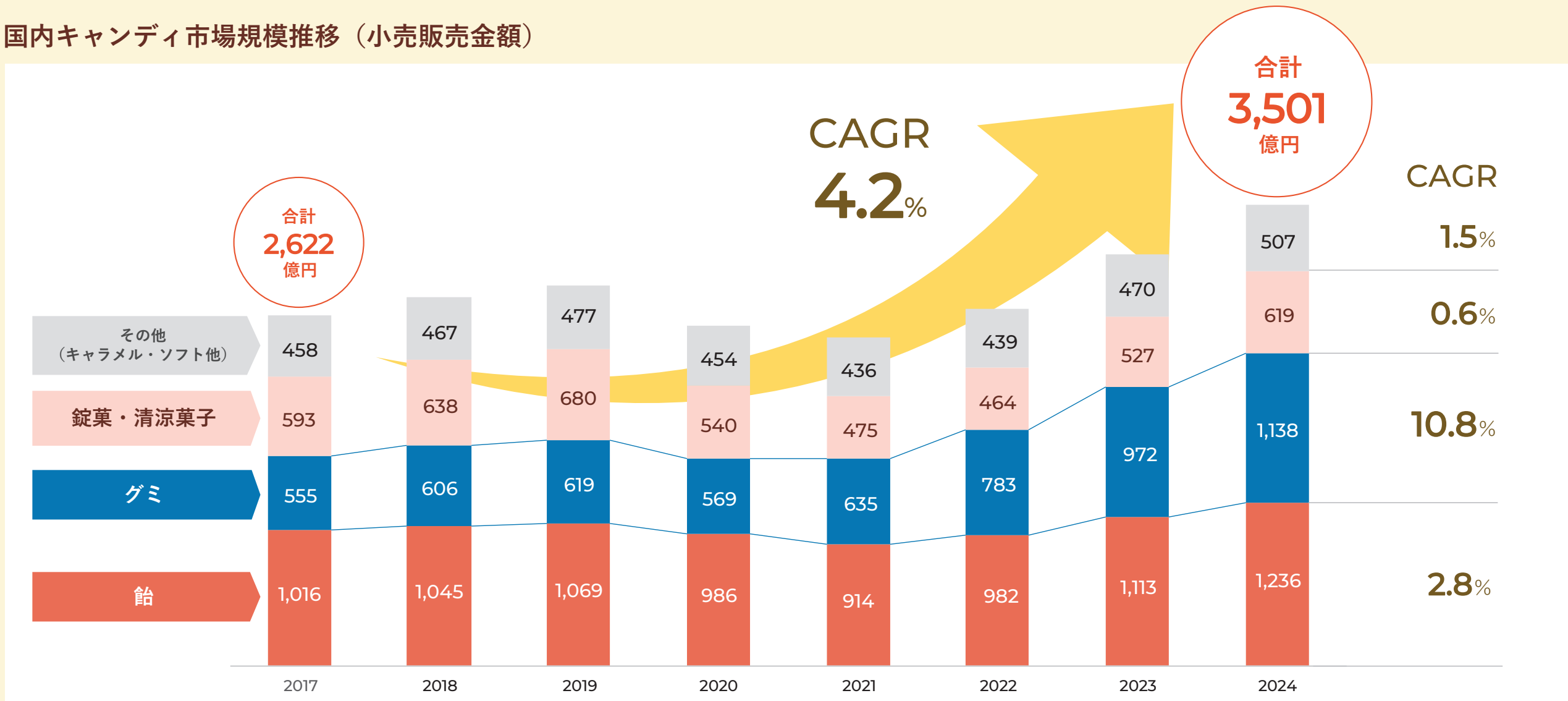
2025年度 下期注力施策

## ②国内における成長戦略



## 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

国内キャンディ市場規模推移（小売販売金額）

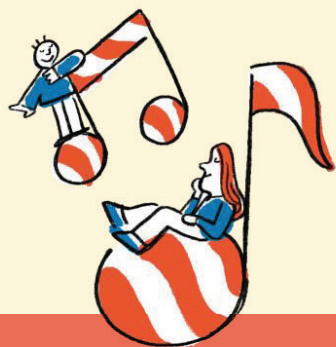


出所：インテージSRI+ 組成別・小売販売金額 ※「ハードキャンディ」は本資料中ではすべて「飴」と表記

Copyright © 2025 Kanro Inc.



## 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

#### カンロ飴70周年

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

#### のど飴（健康のど飴／ノンシュガーのど飴）

秋以降の最需要期に向けプロモーションを強化



### 企業ブランド強化

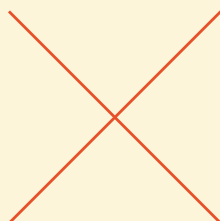
#### CXの推進による「カンロのファン」醸成

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







## 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

2024年末に企業CMを投下  
クリエイティブ調査で好感触





“商品が売れる”のではなく「カンロが好きだから手に取る」状態を目指し  
カンロをゆるぎないNo.1ブランドへ

【CX深化・浸透】

企業ブランドの信頼・共感が  
最大化

STEP

03

~2030

【基盤構築】

CX指標の導入 共感づくりスタート



STEP

01

~2026

STEP

02

~2028

【CX拡張】

ファンの増加  
体験とブランドが一体化



1

2025年度は売上高、利益ともに  
過去最高を達成見込み

2

世界最大のグミ市場である米国に本格参入し  
ピュレグミで売上拡大を目指す

3

商品ブランド・企業ブランドへの広告投資を実施し  
カンロをゆるぎないNo.1ブランドへ

# 5. Appendix

# 主カブランド前年同期比（小売販売金額）

飴ブランド	上期実績 (前年同期比)	グミブランド	上期実績 (前年同期比)
健康のど飴 	104.2%	ピュレグミ 	109.7%
ノンシュガーのど飴 	104.8%	カンデミーナグミ 	98.9%
金のミルクキャンディ 	100.3%	-	-
カンロ飴 	92.8%	-	-

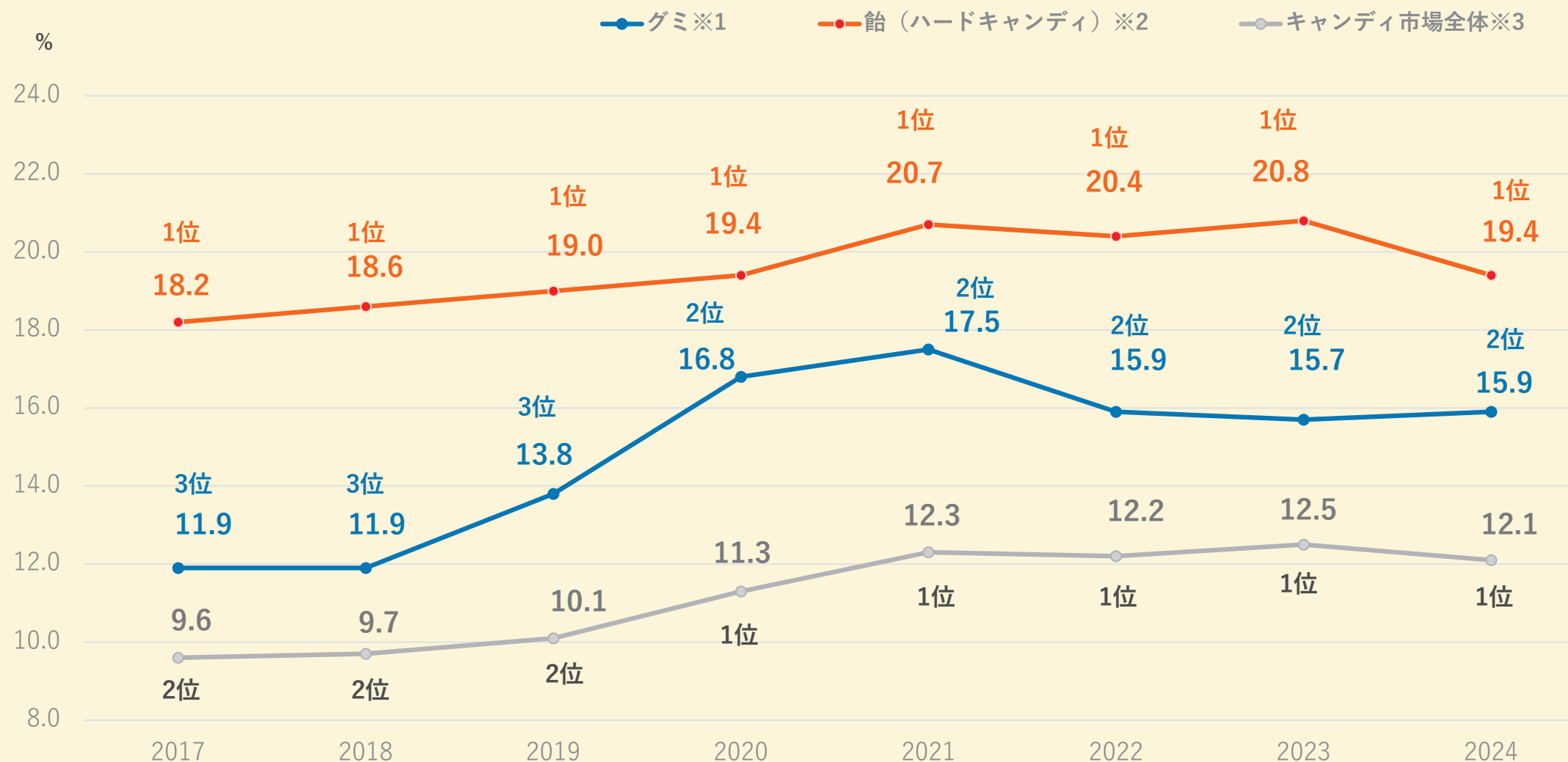
※インテージSRI+ハードキャンディ+グミ市場 2024年-2025年（各年1～6月計）推計販売金額

# 主な商品価格改定および内容量変更実績

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



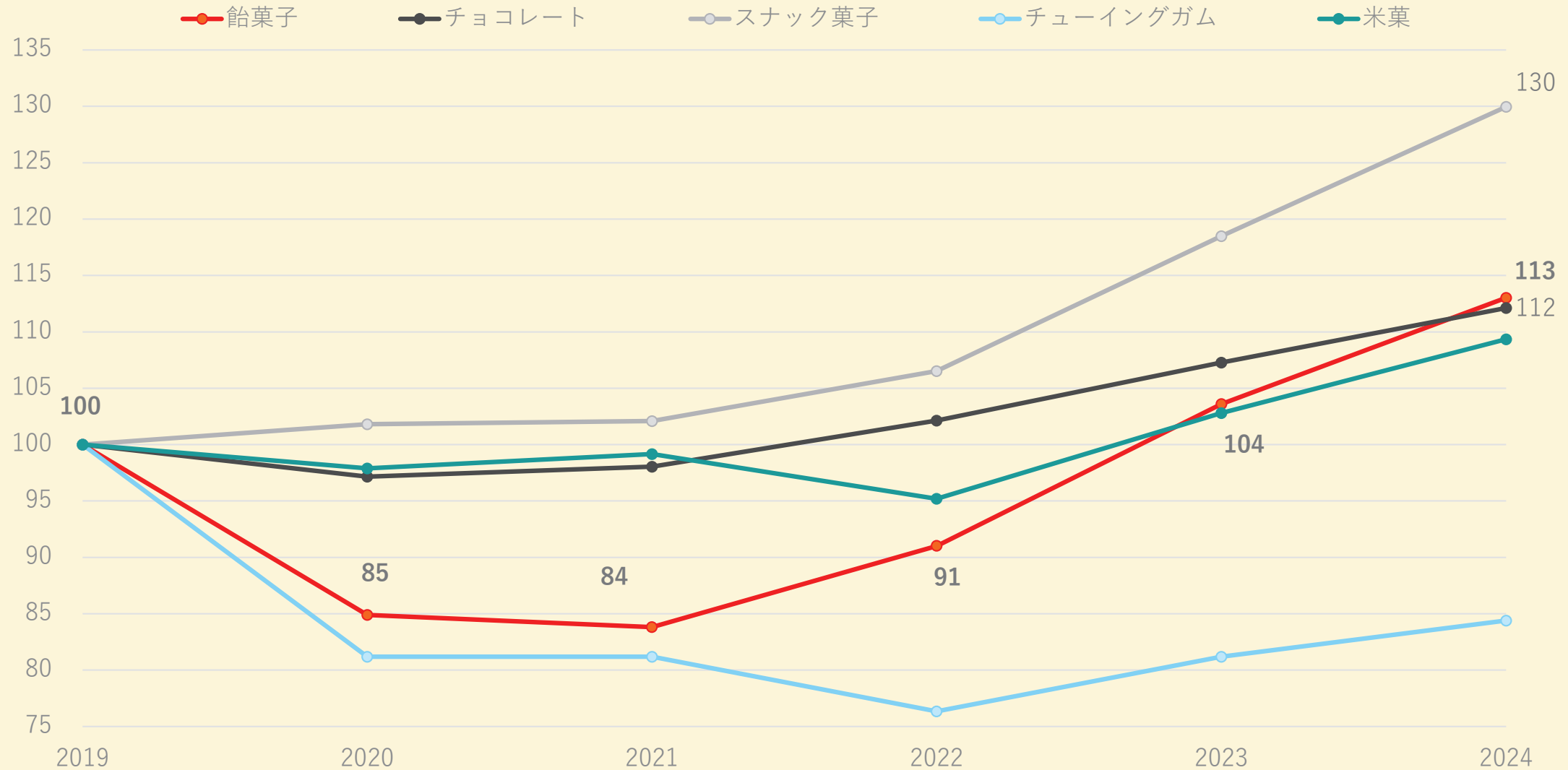
# 当社メーカーシェア推移（小売販売金額）



※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

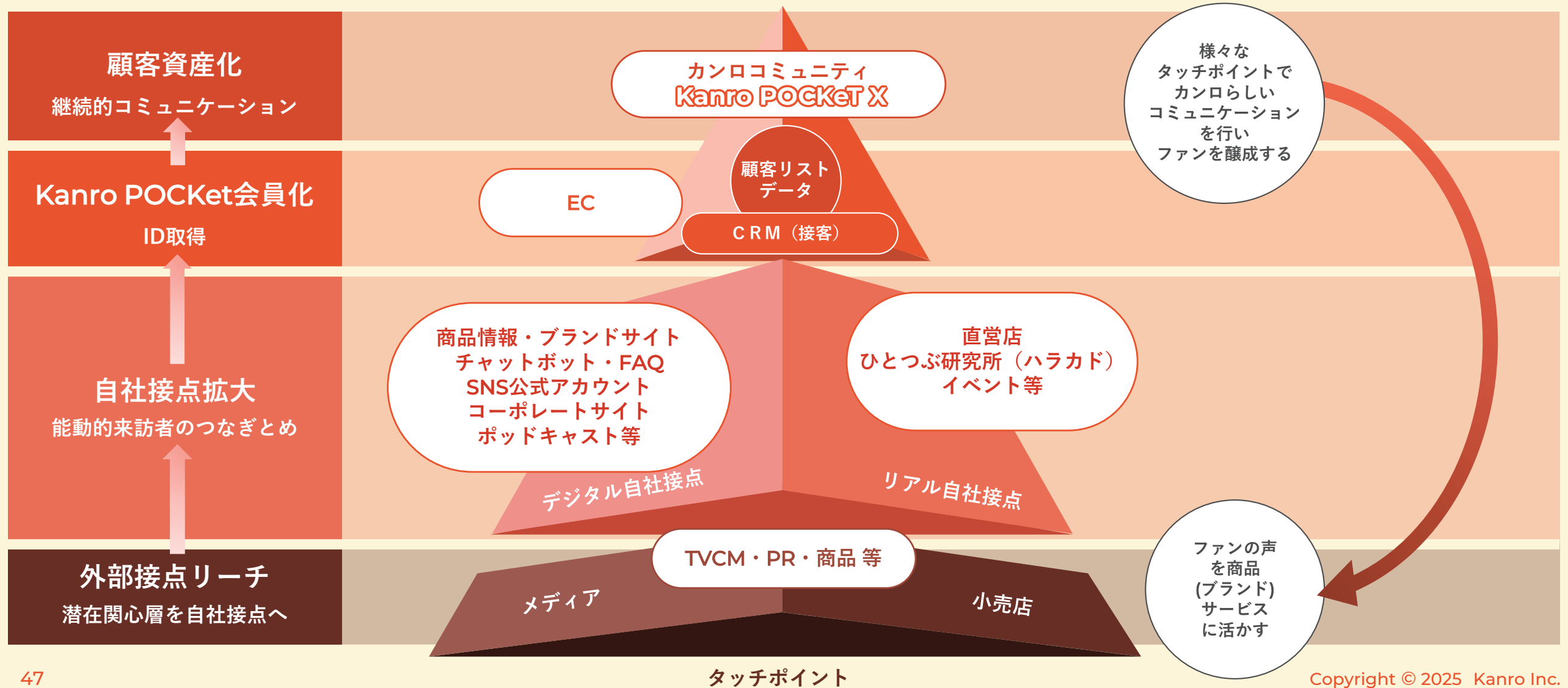
# 菓子市場規模 (2019年以降)

※2019年の小売金額を100として指数化しております



※飴菓子…キャンディ、キャラメル、グミ、錠菓、マシュマロ、ゼリーを含む 出所：全日本菓子協会 菓子統計

“顧客とのエンゲージメント強化”で統括的なコミュニケーションを行い  
商品単体ではなく「カンロのファン」を醸成するためCXを推進する



# 主なIRニュース/プレスリリースのご案内

- ◆ 米国現地法人「Kanro America Inc.」設立

[https://www.kanro.co.jp/files/topics/3790\\_ext\\_05\\_0.pdf](https://www.kanro.co.jp/files/topics/3790_ext_05_0.pdf)

- ◆ 株式分割及び定款の一部変更並びに配当予想の修正、

株主優待制度の一部変更に関するお知らせ

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/tdnet/2624719/00.pdf>

- ◆ 統合報告書2025 発行

[https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir\\_material\\_for\\_fiscal\\_ym2/181038/00.pdf](https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir_material_for_fiscal_ym2/181038/00.pdf)

- ◆ IR Day グミ事業説明会資料・質疑応答

[https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir\\_material2/254277/00.pdf](https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir_material2/254277/00.pdf)

[https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir\\_material2/254278/00.pdf](https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir_material2/254278/00.pdf)

- ◆ ヒトツブカンロ「グミッツェルU」（サステナブル商品）販売開始

[https://www.kanro.co.jp/files/topics/3808\\_ext\\_05\\_0.pdf](https://www.kanro.co.jp/files/topics/3808_ext_05_0.pdf)

- ◆ 「マロッシュ」ブランドリニューアル

[https://www.kanro.co.jp/files/topics/3812\\_ext\\_05\\_0.pdf](https://www.kanro.co.jp/files/topics/3812_ext_05_0.pdf)

- ◆ 米国向けブランドサイトリニューアルおよびSNSアカウント新設

[https://www.kanro.co.jp/files/topics/3815\\_ext\\_05\\_0.pdf](https://www.kanro.co.jp/files/topics/3815_ext_05_0.pdf)



## 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

