



2025年12月期 決算説明会

2026年2月13日

カンロ株式会社

(TSEコード：2216)

Copyright © 2026 Kanro Inc.

- 1 2025年度 決算概要
- 2 2026年度 通期連結業績予想
- 3 2026年度 経営方針
- 4 Appendix



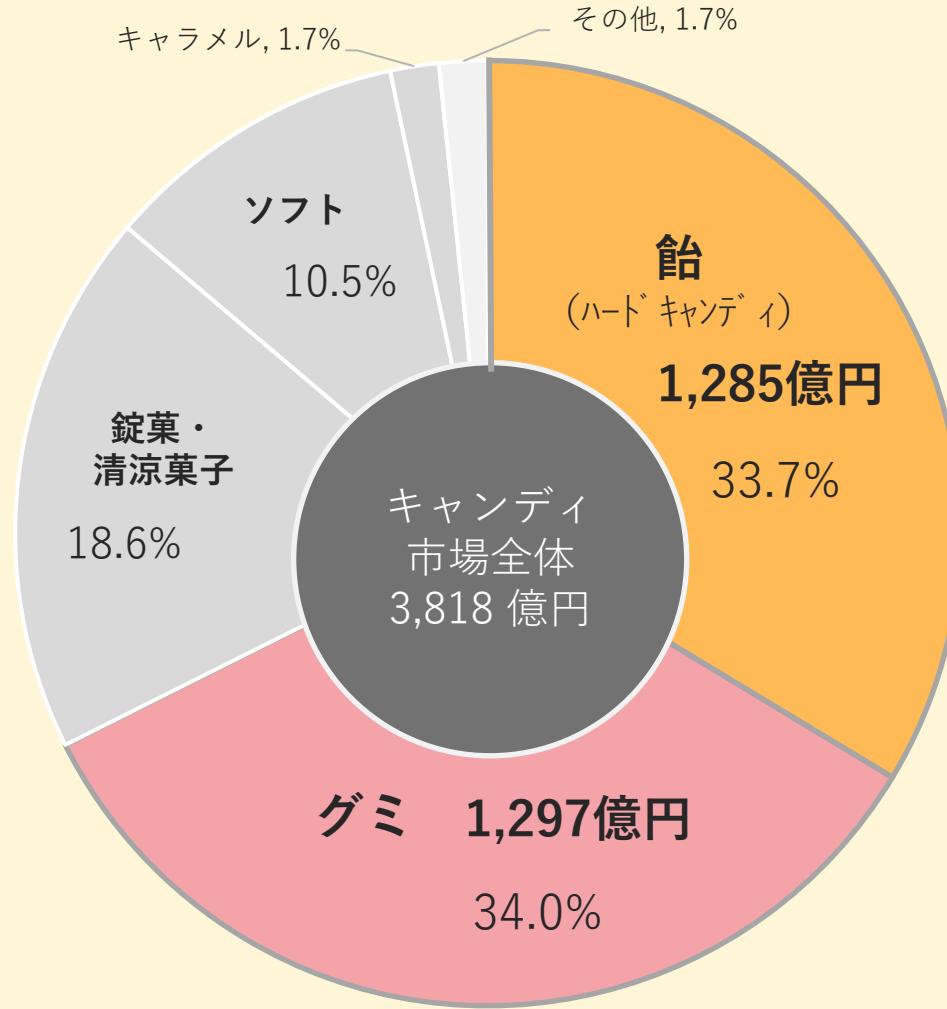
※ この資料内の「修正予想」は2025年7月29日公表値です。

※ 2025年12月期期末より連結決算を開始しております。連結対象である「Kanro America Inc.」の業績が連結決算に与える影響は軽微であるため、前年との比較は2024年12月期単体財務諸表との増減額及び増減率を記載しております。

# 1. 2025年度 決算概要

---

## 組成別構成



主なカテゴリーで前年比増加、グミは14%増  
飴の販売金額 < グミの販売金額 となる

単位：億円

	2024/1-12	2025/1-12	増減率
トータル	3,501	3,818	9.1%
ハード	1,236	1,285	3.9%
グミ	1,138	1,297	14.0%
錠菓・清涼菓子	619	710	14.7%
ソフト	380	399	5.0%
キャラメル	63	63	0.9%
その他	65	63	-2.2%

※ インテージSRI+ キャンディ市場 2024年-2025年（各年1~12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  
11.7%（前年 12.1%）※1



飴（ハードキャンディ）メーカーシェア  
19.5%※2（前年 19.4%）



グミメーカーシェア  
14.9%※3（前年 15.9%）

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

- 2月：長期ビジョン「Kanro Vision 2.0」及び「中期経営計画2030」、朝日工場グミライン新設を発表
- 3月：「ピュレグミ」CM放映
- 5月：米国現地法人「Kanro America Inc.」設立
- 6月：当社初のIR Day（事業説明会）開催、NYで開催された「Summer Fancy Food Show 2025」に出展
- 7月：株式分割効力発生（1株 → 3株）、「マロッシュ」ブランドリニューアル実施
- 9月：「カンロ飴70周年プロジェクト」スタート、当社サイトリニューアル実施、  
米国にて「ピュレグミ」販売開始
- 10月：統合報告書2025が世界最大規模のアニュアルレポートコンペティションにて  
「Chairman's/President's Letter」部門で世界最優秀部門賞を受賞
- 11月：桑田佳祐さん「明日へのマーチ」を起用した、カンロの企業CMを公開





## 「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、前年比△0.4%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4月～2025年3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」

## 「ノンシュガーのど飴ブランド」 / 「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のど飴ブランド / 健康のど飴ブランドは、それぞれ前年比+10% / +1%増収

## 「カンロ飴」

- 1955年に発売したロングセラーブランド。2025年に70周年を迎え、各種PR・イベントを実施

## その他

- スティック／コンパクト形態商品は前年比増収



## 「ピュレグミ」

- 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+9%の増収



## 「カンデミーナグミ」

- 定番の「スーパーべスト」は他社との競争激化を受けて苦戦するも、ブランド全体では前年比+0.7%増収



## 「マロッシュ」

- 上期は他社との競争激化を受けて前年比減収。下期は7月からのリブランディングとPR効果で伸長

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

- 伸長継続、サブスクリプションサービス「グミツツェル for me」が好調に推移

## 過去最高の売上高・利益を達成

単位：百万円

	2025年度 (連結)						2024年度 (単体)
	実績①	修正予想②	修正予想 増減 ①-②	修正 予想比	前年増減 ①-③	前年比	
売上高	34,771	34,100	+ 671	+ 2.0%	+ 2,993	+ 9.4%	31,778
営業利益	4,691	4,400	+ 291	+ 6.6%	+ 407	+ 9.5%	4,284
経常利益	4,746	4,450	+ 296	+ 6.7%	+ 431	+ 10.0%	4,315
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,378	3,300	+ 78	+ 2.4%	+ 118	+ 3.6%	3,260

※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。

※2025年12月期期末より連結決算を開始しております。連結対象である「Kanro America Inc.」の業績が連結決算に与える影響は軽微であるため、前年との比較は2024年12月期単体財務諸表との増減額及び増減率を記載しております。

## 対修正予想：増収・増益

- 売上高：飴（のど飴）、グミ（「ピュレグミ」）が共に伸長
- 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：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」）が好調に推移。
  - ✓ グミ：他社との競争が激化する中、主力ブランドである「ピュレグミ」販売増「グミツツェル」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
  - ✓ （減益要因）原材料価格の高止まり、広告宣伝費、人件費やシステム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
- 親会社株主に帰属する当期純利益
  - ✓ 政策保有株式の縮減による特別利益の反動減、実効税率上昇等があるも増益

単位：百万円

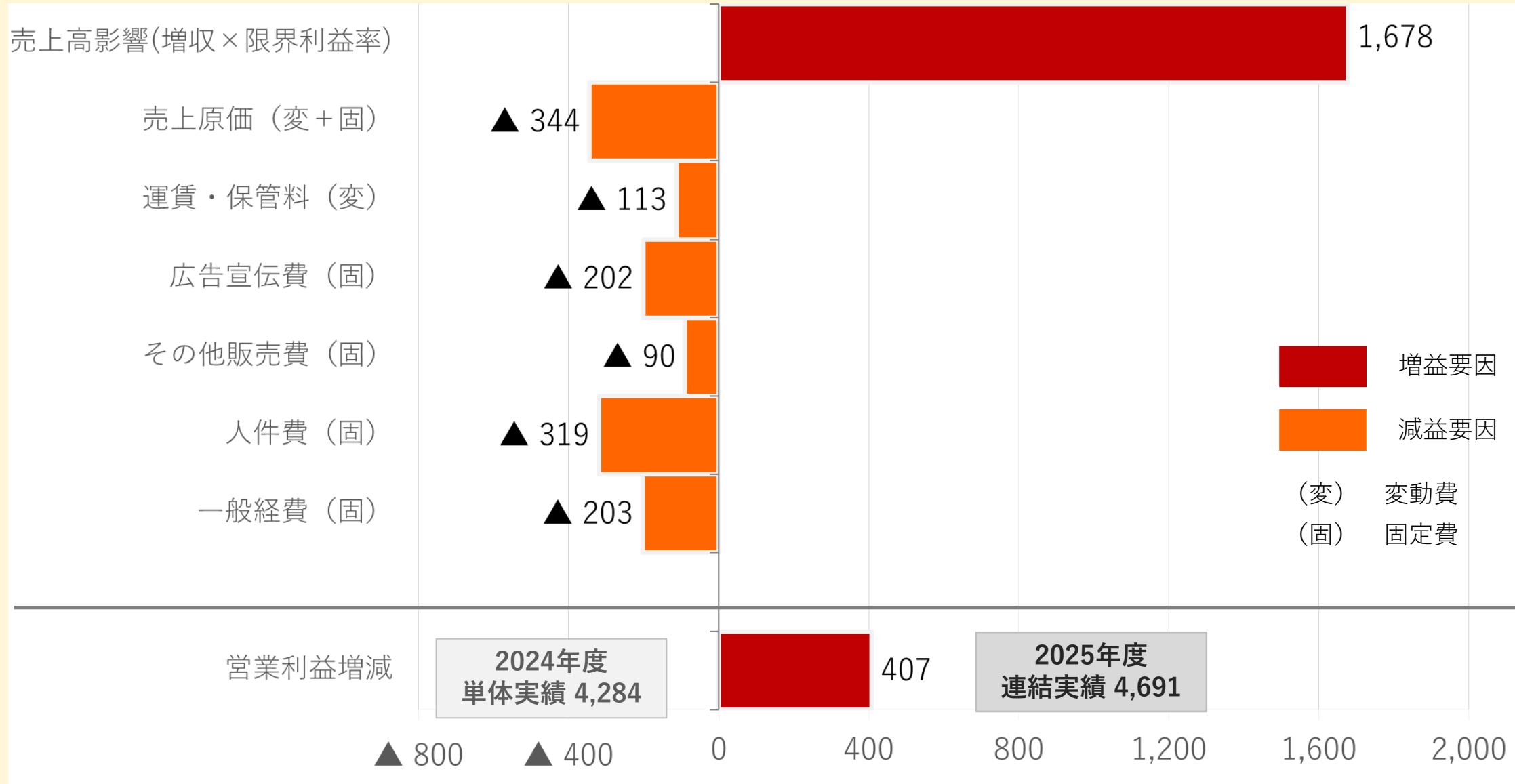
	2025年度（連結）				2024年度（単体）	
	実績	構成比	前年 増減	前年比	実績	構成比
売上高	<b>34,771</b>	100.0%	+ 2,993	+ 9.4%	31,778	100.0%
売上原価	<b>20,074</b>	57.7%	+ 1,481	+ 8.0%	18,592	58.5%
運賃・保管料	<b>2,149</b>	6.2%	+ 288	+ 15.5%	1,860	5.9%
広告宣伝費	<b>1,059</b>	3.0%	+ 202	+ 23.6%	857	2.7%
その他販売費	<b>394</b>	1.1%	+ 90	+ 29.9%	303	1.0%
人件費	<b>4,149</b>	11.9%	+ 319	+ 8.4%	3,829	12.1%
一般費	<b>2,253</b>	6.5%	+ 203	+ 9.9%	2,050	6.5%
営業利益	<b>4,691</b>	13.5%	+ 407	+ 9.5%	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。

※ 2025年12月期期末より連結決算を開始しております。連結対象である「Kanro America Inc.」の業績が連結決算に与える影響は軽微であるため、前年との比較は2024年12月期単体財務諸表との増減額及び増減率を記載しております

# (ご参考) 営業利益の増減要因 (2024年度 単体実績 vs 2025年度 連結実績)

単位：百万円



## 2. 2026年度 通期連結業績予想

## 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。

## 売上高 (+5.0%の增收)

- ✓ 餅・グミの主力ブランドを中心に伸長
- ✓ 生産体制の整備（生産設備の更新、人員増強等）
- ✓ 一部の餅商品の価格改定も寄与

## 営業利益 (+4.4%の増益)

增收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、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）
- ✓ 事業領域拡大・経営基盤整備に向けた人件費および施策経費の増加

## 親会社株主に帰属する当期純利益 (+2.1%の増益)

- ✓ 政策保有株式の縮減による特別利益の反動減

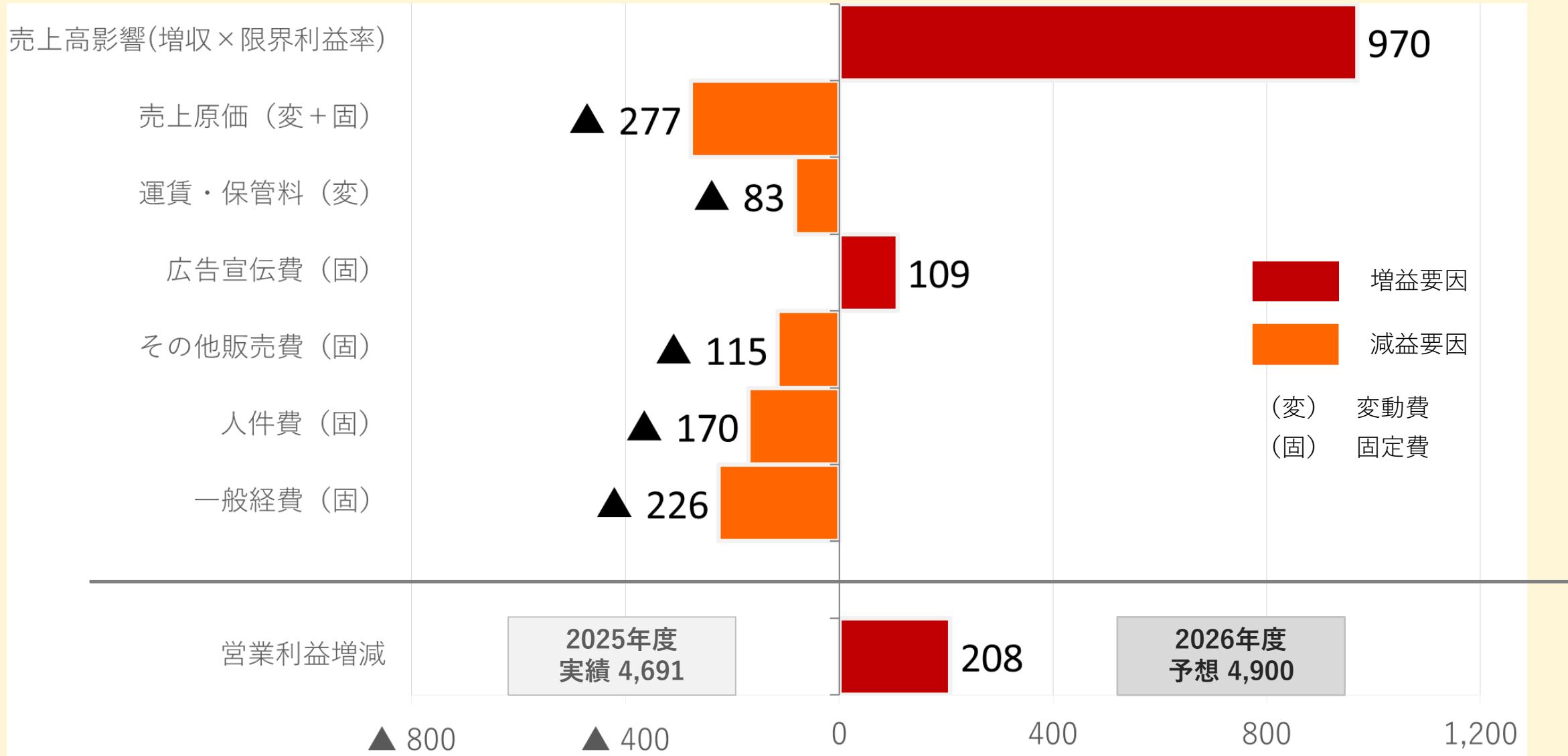
## 中長期的な企業価値向上・成長に資する費用は増額するも、増益予定

	予想	2026年度			2025年度	単位：百万円
		構成比	前年増減	前年比		
売上高	<b>36,500</b>	100.0%	+ 1,728	+ 5.0%	34,771	100.0%
売上原価	<b>21,000</b>	57.5%	+ 925	+ 4.6%	20,074	57.7%
運賃・保管料	<b>2,340</b>	6.4%	+ 190	+ 8.9%	2,149	6.2%
広告宣伝費	<b>950</b>	2.6%	△109	△10.3%	1,059	3.0%
その他販売費	<b>510</b>	1.4%	+115	+29.4%	394	1.1%
人件費	<b>4,320</b>	11.8%	+ 170	+ 4.1%	4,149	11.9%
一般費	<b>2,480</b>	6.8%	+ 226	+ 10.1%	2,253	6.5%
営業利益	<b>4,900</b>	13.4%	+ 208	+ 4.4%	4,691	13.5%

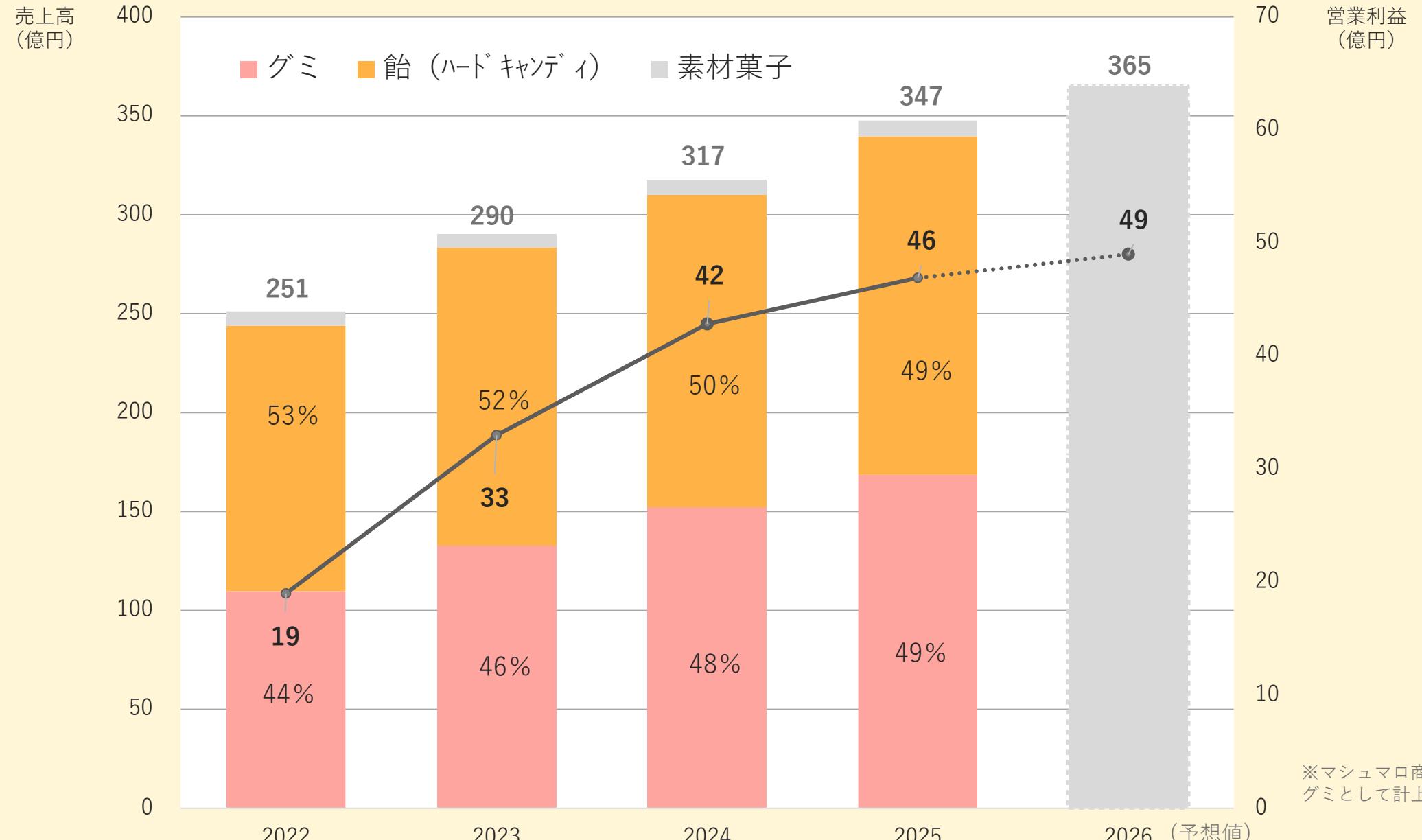
※ この資料の金額は、百万円単位未満を切り捨て表示しているため、内訳と合計金額等があわない場合があります。

# 連結営業利益の増減要因 (2025年度 実績 vs 2026年度 予想)

単位：百万円



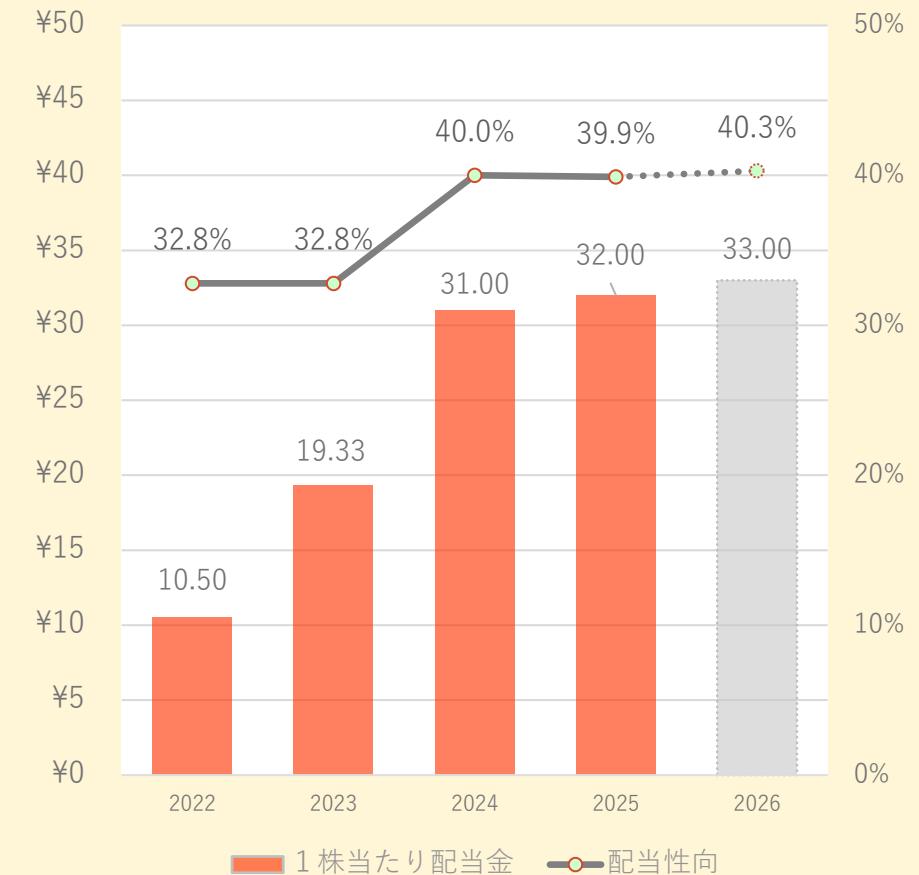
# 2022年～2026年：売上高／営業利益と売上構成比の推移



## 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

	2022	2023	2024	2025	2026	
					実績	実績
1株当たり年間配当金(円)	10.50	19.33	31.00	32.00	33.00	+1.00
配当性向(%)	32.8	32.8	40.0	39.9	40.3	+0.4pt

※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 <sup>(*)</sup>	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。

# 資本コストや株価を意識した経営への取組み

## 当社の取組みが東京証券取引所の事例集で紹介されました

- ① 繼続的なP D C Aサイクルの仕組みを構築し、  
R O I C 経営の実効性を確保

KPIは四半期ごとに進捗を確認、  
経営会議にて  
未達項目について原因と対策を報告

### ◆年間スケジュール

2月 前期実績報告 5月 Q1 実績報告 8月 Q2 実績報告 11月 Q3 実績報告 12月 翌年目標設定

- ② 繼続的な社内IR活動により、  
R O I C 経営を自分ごと化

社内Webや説明会を通じてR O I Cの定義や企業価値向上との関係をわかりやすく説明。  
現場のK P IとR O I Cのつながりを丁寧に解説し、  
日々の改善活動が企業価値向上に直結することを共有



※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](#)

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ります

## 2025年12月期の主なIR活動

対象	施策	主な対応者	備考
国内（海外） 機関投資家	決算説明会（2回）	代表取締役社長 CFO	資料、動画、スクリプト、質疑応答をIRサイトにて公開 <a href="#">IRライブラリー   カンロ株式会社</a>
	IR Day（1回）	管掌役員	資料および質疑応答をIRサイトにて公開 <a href="#">IRイベント   カンロ株式会社</a>
	スモールミーティング（1回）	代表取締役社長	社長との対話機会の創出
	個別面談（185件）	代表取締役社長 CFO、IR部門	IR部門対応の面談は、内容/事後アンケートをマネジメントへ報告
個人投資家	会社説明会（3回）	代表取締役社長	説明会資料、動画はIRサイトにて公開 <a href="#">個人投資家向けイベント   カンロ株式会社</a>
海外機関投資家	英文開示	—	IRサイトにて公開、今後も英語での開示を拡充したい <a href="#">IR Information   Kanro Inc.</a>
全ての方	IRサイトのリニューアル	—	投資家・株主が欲しい情報を最短で検索でき、より見やすいようにリニューアル <a href="#">IR情報   カンロ株式会社</a>

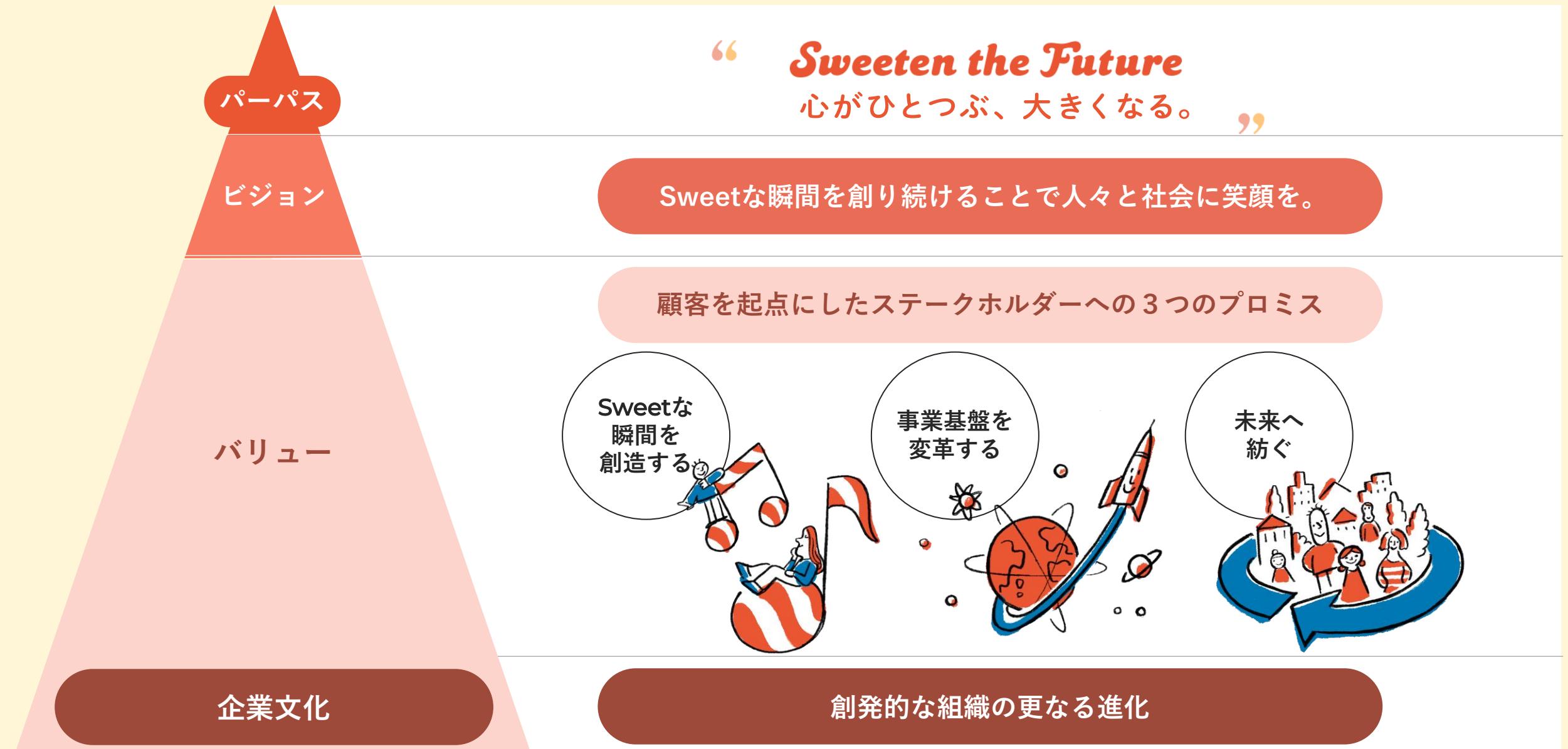
※より詳しい内容については、こちらをご覧ください。[IR情報 | カンロ株式会社](#)

### 3. 2026年度 経営方針

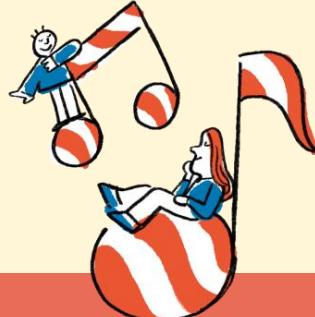
---

A young man with dark hair, wearing a dark suit, white shirt, and patterned tie, stands in profile facing right. He is looking out over a city skyline with numerous skyscrapers. The background is slightly blurred, showing autumn-colored trees and a clear sky.

# 中期経営計画2030進捗



## 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

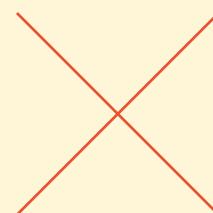


### Sweetな瞬間を創造する

— 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

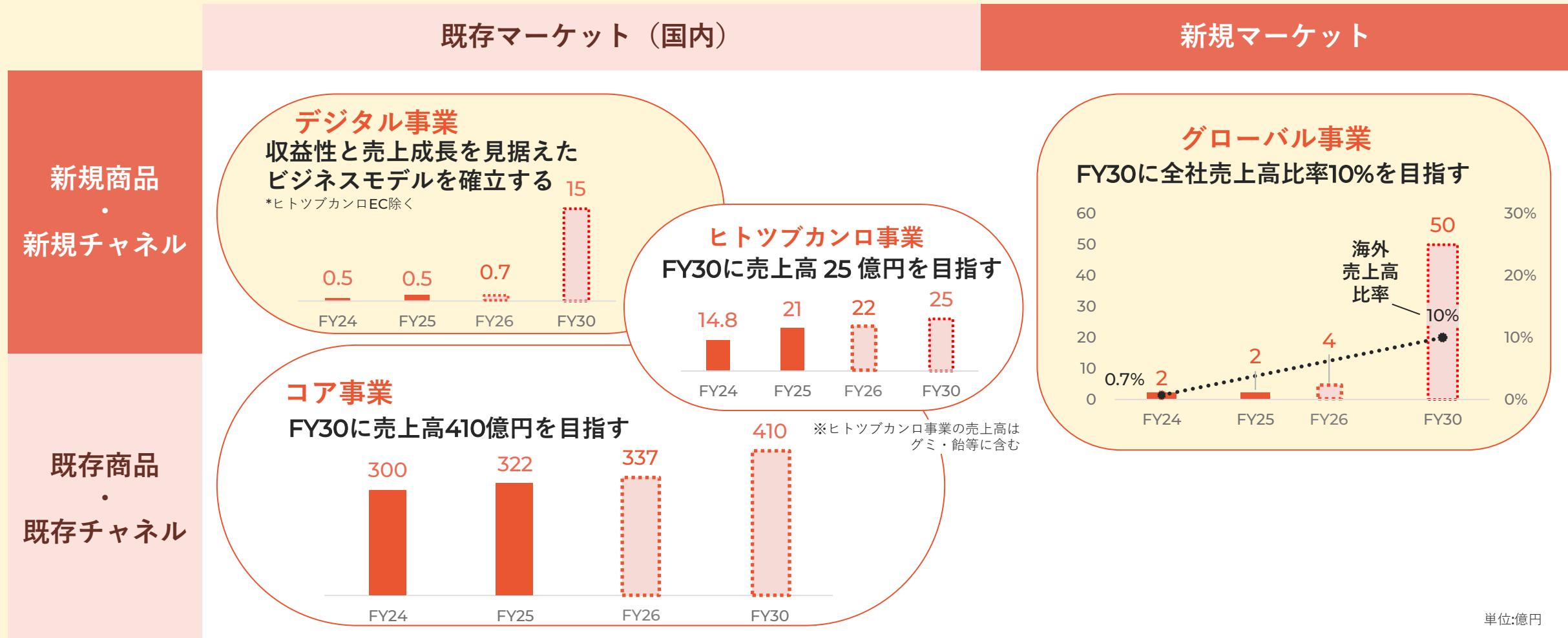
ヒップ・デジタル事業を更に拡大  
顧客接点を増やし、コアファン醸成に向けたCX推進

## 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。

# “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



A photograph of three young women laughing together outdoors. They are sitting on a set of wooden steps. The woman in the center is holding a bag of chips. They are all dressed in casual, colorful clothing. The background shows a brick building and some greenery.

# 2026年度 経営方針

2026年は設備等への先行投資に加え、国内市場の更なる競争激化が想定されることから、経営資源を最大限効率的に活用し、オールカンロで企業価値、ブランド価値のさらなる向上に取組む

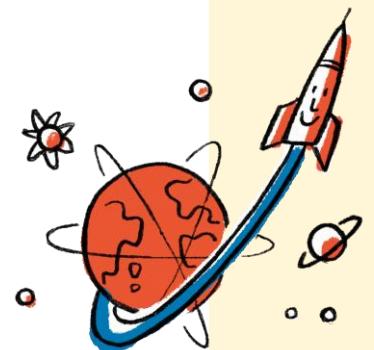
- POINT -

中期経営計画2030に基づく戦略的投資

新グミライン稼働に向けた商品開発の加速と広告投資による成長基盤の強化

グローバルおよび新規事業の基盤整備

成長投資拡大下でのコスト最適化とデジタル活用による経営効率向上

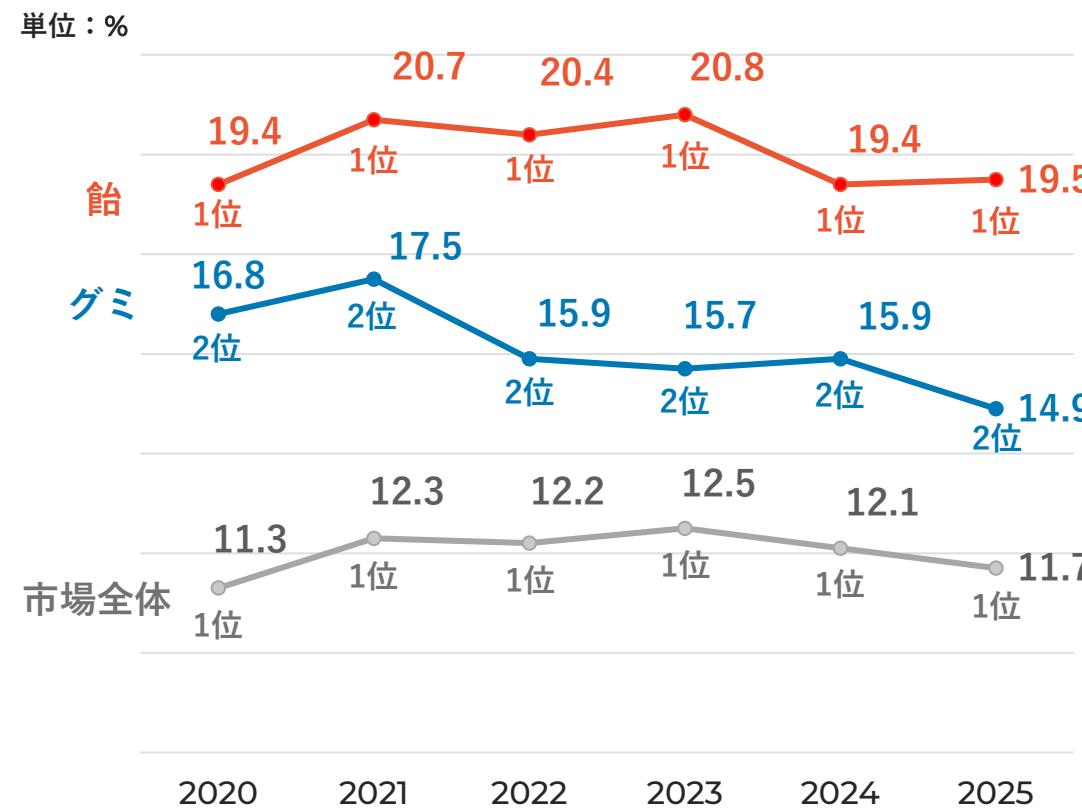


## 戦略的投資と経営基盤の強化

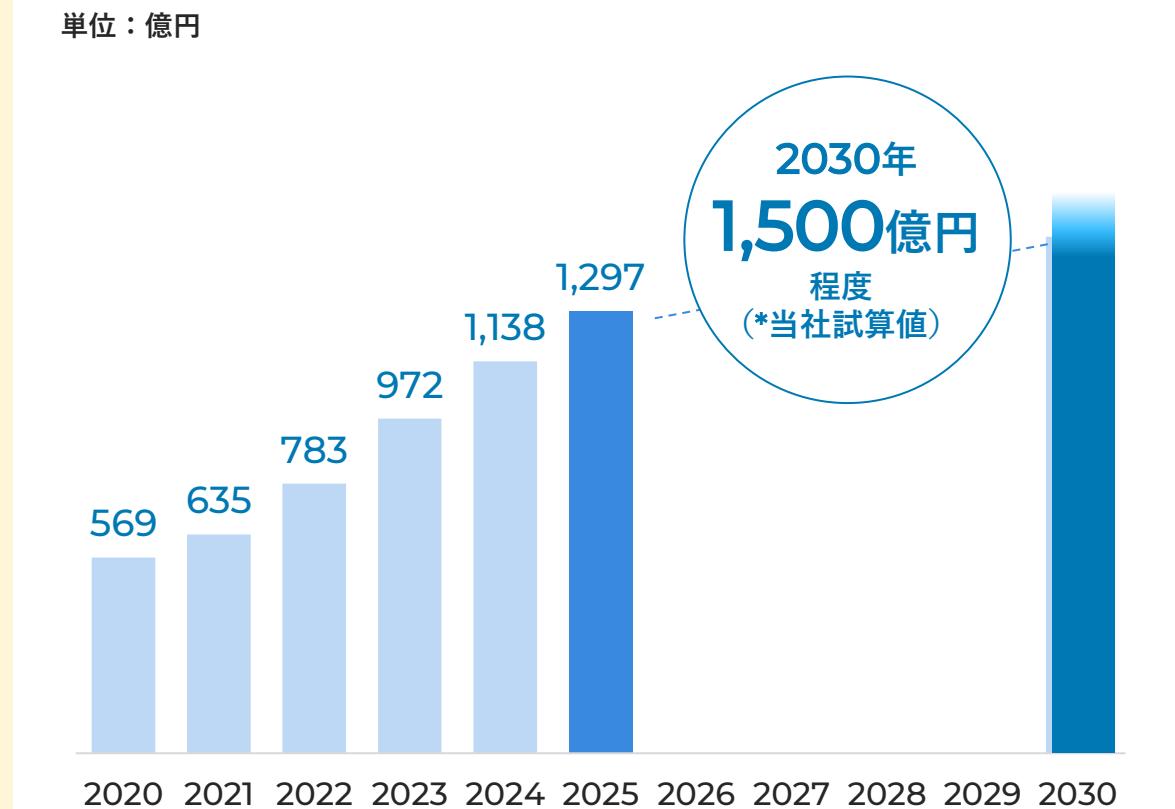


キャンディ市場シェアNo.1を維持するも市場の競争は激化  
飴はもちろん、拡大するグミ市場においてもシェアNo.1を目指す

国内キャンディ市場 当社シェア推移



グミ市場規模の推移と将来予測





戦略的投資と経営基盤の強化  
成長基盤の強化

2027年7月の稼働に向けた新グミライン増設は順調に進捗  
効率化や主力商品の増産に向けた設備も各工場に導入予定



工事進捗状況：10月に着工し現在基礎部分を施工中

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

チーズな時間を提供する

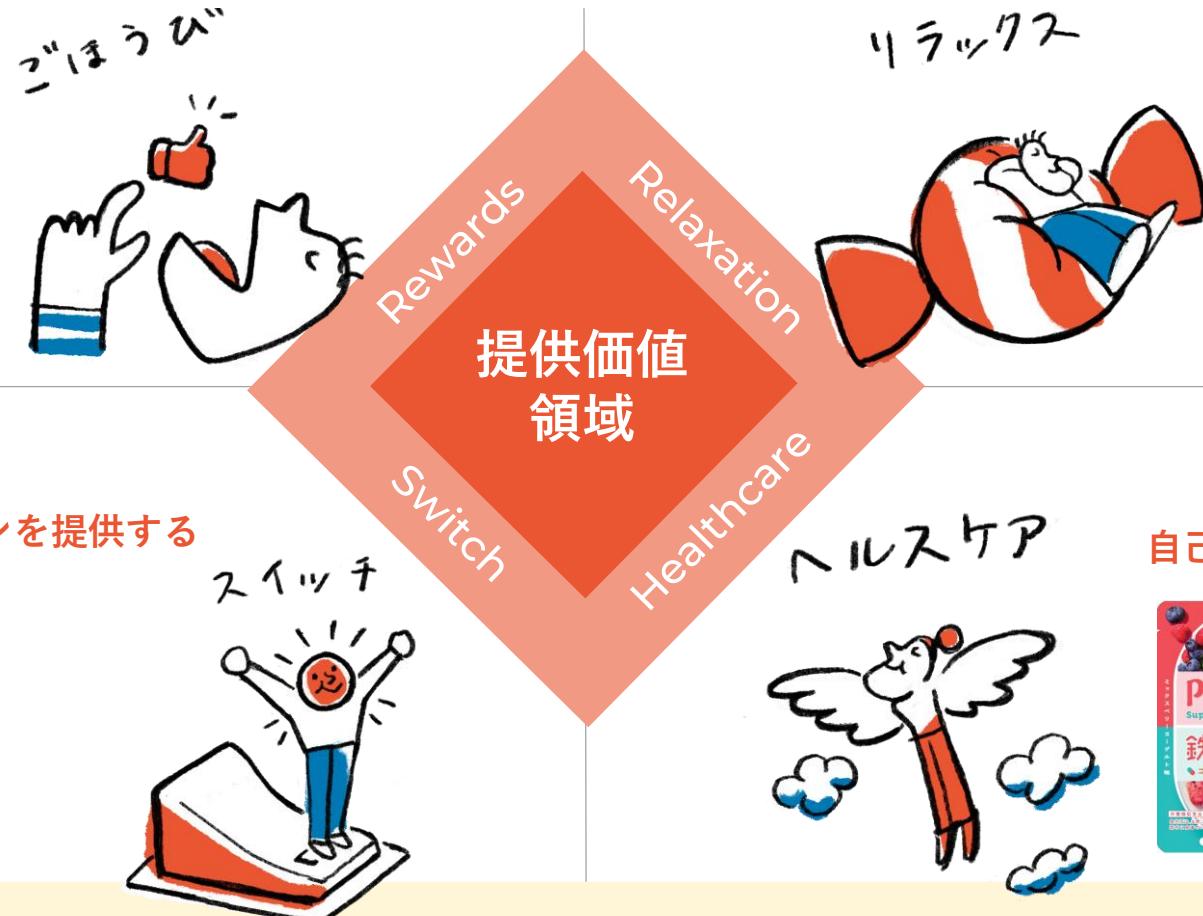


スイッチ

気持ちを切り替えモチベーションを提供する



4つの価値領域×2025年新商品



リラクゼーション

精神的な開放を提供する



ヘルスケア

自己ケアへのサポートを提供する



## 企業ブランド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

2025年末に企業CMを投下  
クリエイティブ調査で好感触



FY~24

企業ブランド  
の明確化

FY25~26

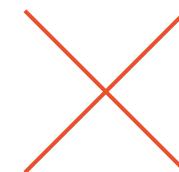
企業広告強化

FY27~28

FY29~30

*Sweeten the Future*  
**Kanro**

心がひとつ、大きくなる。



**カンロ飴**

**Puré**  
ピュレグミ

健康のど飴  
31種のいたわり素材

**金のミルク**  
濃い贅沢  
**Candemina**

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



戦略的投資と経営基盤の強化  
グローバル事業

## 現地法人を設立し米国市場でピュレグミの販売を開始

2025年1月

Kanro America Inc.の  
米国サイトをオープン



Winter Fancy Food  
Show 2025に出展



5月

米国に現地法人を設立

来場者数約12,000人  
バイヤーや  
ディストリビューターが  
味わいやデザインを高評価

6月

Summer Fancy Food  
Show 2025に出展



Puré Gummy  
Instagramを開設

9月

米国での販売を開始



西海岸のイベント  
(Super Girl Surf  
Festival) やUCLA  
キャンパス内で  
サンプリングを実施

10月

南カリフォルニア  
最大級の  
日本文化イベント  
OC JAPAN FAIR  
に出展

11月

*Stay tuned for updates!*  
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  
ジュレ入りのピュレグミプレミアムが特に好評



Winter Fancy Faire 2026

場所：米国カリフォルニア州サンディエゴ  
期間：2026年1月11日(日)～13日(火)  
来場者数：約1万人



2月には大学生協の展示会  
**CAMEX**  
**Campus Market Expo**  
に参加するなど売り場拡大に向けて  
引き続き精力的に活動

## Kanro America.Inc 販売エリア拡大と 基盤整備を推進

2025年  
カリフォルニア州から開始

2026年  
カリフォルニア州+隣接州へ  
現地での雇用拡大など  
基盤整備を推進  
新フレーバーなど展開商品を拡充



# 戦略的投資と経営基盤の強化 新規事業



## グミツツェルがブランドをけん引し ヒツブカンロは過去最高売上を更新

### グミツツェル

販売好調に加え生産効率化を推進



「抽選式」デジタル整理券を導入

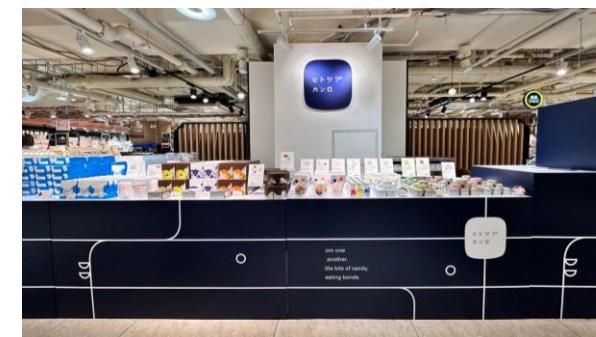


### ポップアップ出店

1月 松本パルコ



4月 阪神梅田本店



### ECサービスの強化

お中元ギフト



グミツツェル for me 会員1万人以上



伊勢丹 新宿本店に「ヒツヅブカンロPOPUPストア」を初出店  
初日動員約450名、計画を上回る売り上げを達成する好実績



期間：2026年2月7日(土)～15日(日)

場所：伊勢丹 新宿本店 地下1階 フードコレクション

## Kanro POCKeT会員を起点とし ファンエンゲージメントの循環を創出



既存資産を横断的に活用し、商品販売にとどまらない  
体験価値モデルの事業創出・事業拡大を図る

デジタル事業領域を  
フューチャーデザイン事業部に統合

2026年～

「商品を売る」  
+  
「体験を育てる」

IP、EC、デジタル基盤など  
現在の資産を  
活かしながら進化

2021年～

サステナビリティ  
Well-being



## 地域貢献の取り組み



## 生産工場がある山口県・長野県を中心に 糖の価値創造と地域貢献を通じた活動を推進

### 主な取り組み

- 1月 松本あめ市
- 5月 東京ヴェルディ カンロデー
- 6月 レノファ山口FC 冠マッチ
- 7月 職業体験EXPO
- 8月 鉢盛山登山マラソン
- 9月 朝日村大博覧会
- 10月 朝日村 うまいもん 秋の味覚まつり
- 11月 創業記念キャンディ寄贈  
朝日村文化祭  
カンロ飴食堂のまち 意見交換会
- 12月 レノファ山口FC食育教室
- 通年 キャンディブーケ作りイベント

• • • etc



山口県地域

光市との連携事業

「カンロ飴食堂のまち ひかり」

2026年春実施



長野県地域

地元サッカーチーム

松本山雅FCと

オフィシャルパートナー契約を締結

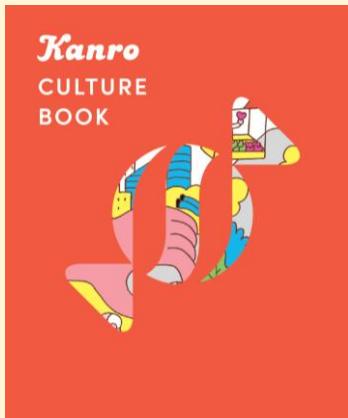
MATSUMOTO  
**Yamaga F.C.**

3月7日(土)ホーム初戦を  
松本市のサンプロアロヴィンで応援！

## パーソナルドリブン経営に向けて

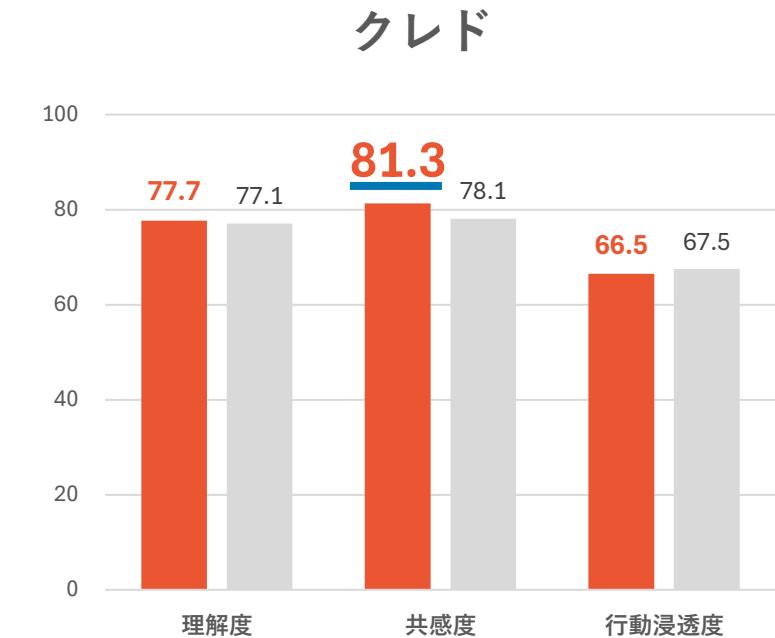
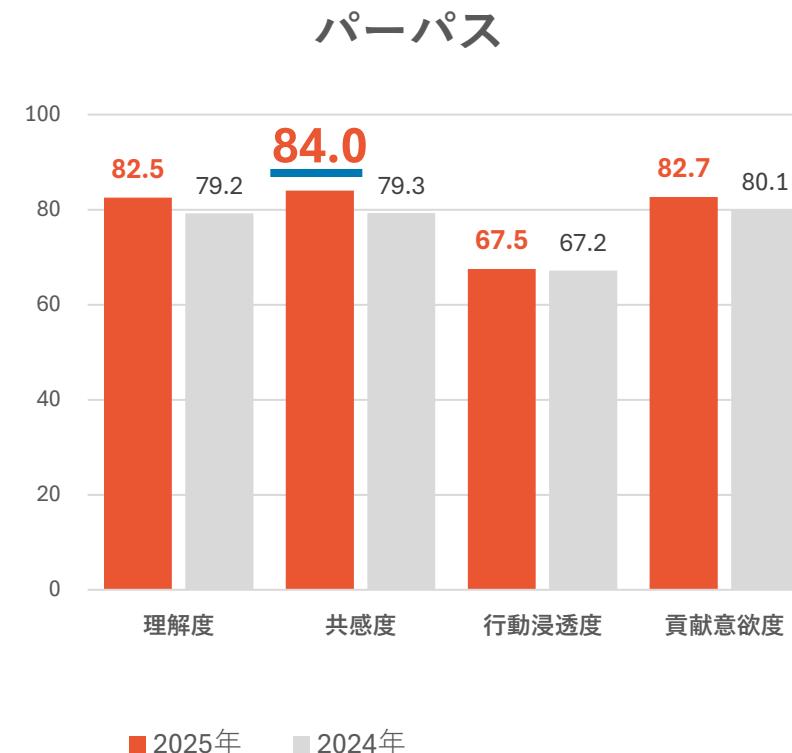


ワークショップの実施等によりパパスおよびクレドの共感度は80%以上  
創発的な組織づくりに向けた次のフェーズへ



2025年  
全拠点でMyパ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



「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。



1

2025年度は売上高、利益ともに過去最高を達成  
2026年度も前年実績を上回る成長を目指す

2

国内市場の更なる競争激化を想定し、  
戦略的投資で企業価値・ブランド価値のさらなる向上に取り組む

3

顧客の拡張と深化を通じて、  
グローバル事業および新規事業の基盤を強化する

*Sweeten the Future*



**Kanro**

心がひとつ、大きくなる。

# 4. Appendix

# 主力ブランド前年比（小売販売金額）

飴ブランド	通期実績 (前年比)	グミブランド	通期実績 (前年比)
健康のど飴	100.3%	ピュレグミ	107.0%
ノンシュガーのど飴	103.9%	カンデミーナグミ	100.0%
金のミルクキャンディ	102.1%	-	-
カンロ飴	100.5%	-	-

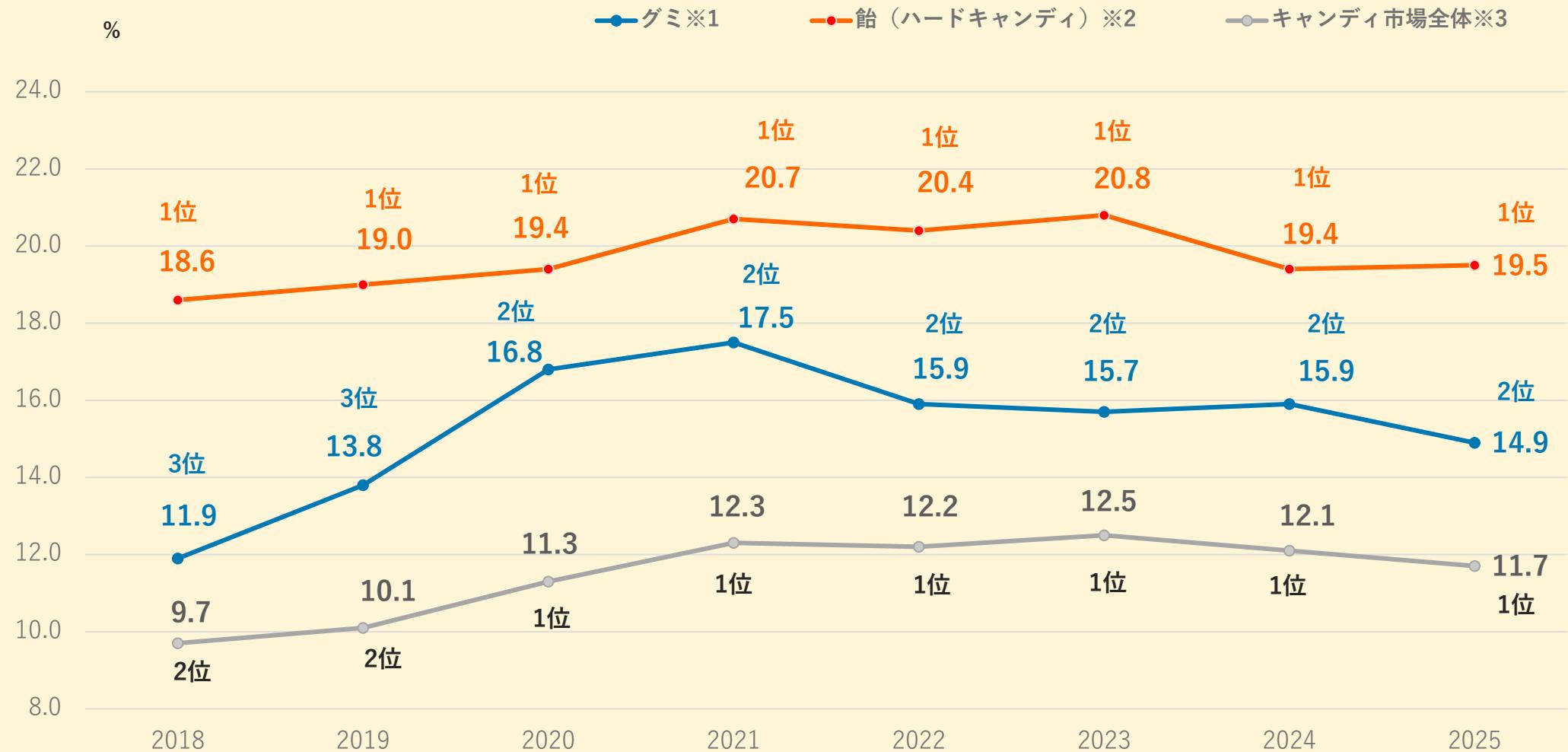
※インテージSRI+ハードキャンディ+グミ市場 2024年-2025年（各年1～12月計）推計販売金額

# 主な商品価格改定および内容量変更実績

※実際の小売り価格はオープン価格です ※最新の情報は当社HPをご覧ください。

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 健康のど飴 ノンシュガーのど飴 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	健康のど飴 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	一部のスティック形態 金のミルクキャンディ抹茶ラテ	—	一部の素材菓子も実施
2026年2月	ノンシュガーグルメ（珈琲・紅茶） もりもり山のくだもの飴	—	希望小売価格 5~16%程度の値上げ
2026年4月	ノンシュガーのど飴 (果実・スーパーメントール 和漢びわ・ミルク)	—	希望小売価格 5~16%程度の値上げ

# 当社メーカー・シェア推移（小売販売金額）



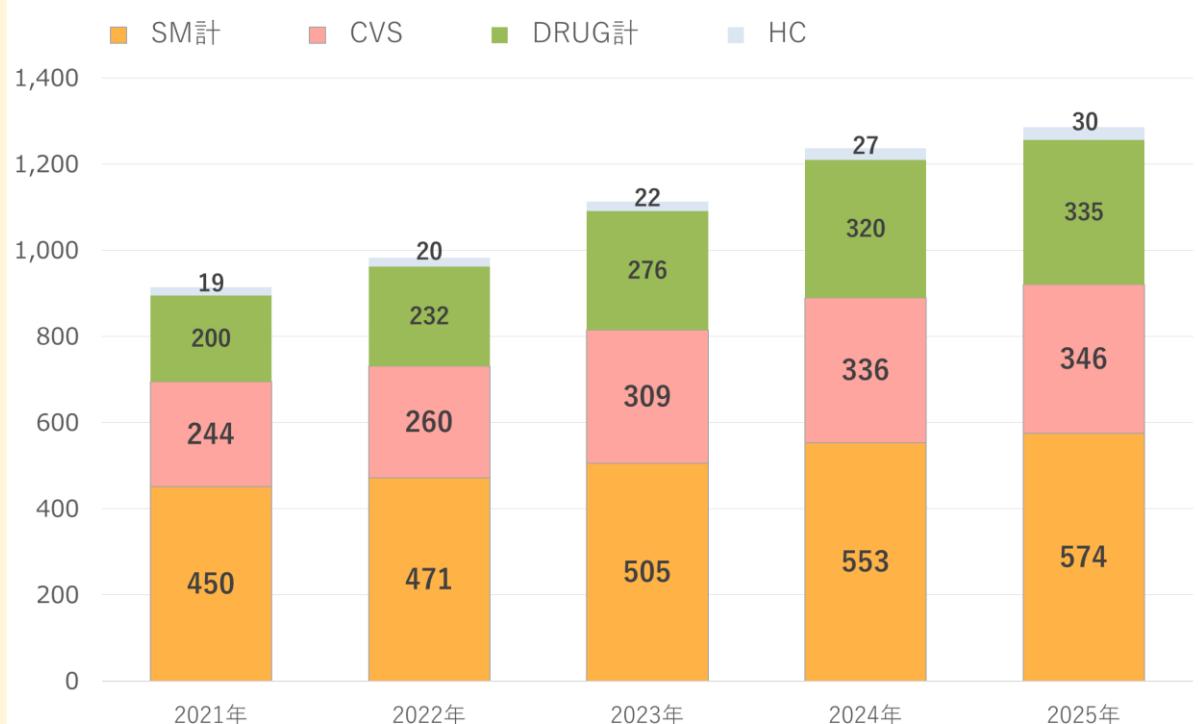
※1:インテージSRI+ グミ市場 2018年-2025年（各年1~12月計）形態（組成）別販売金額シェア

※2:インテージSRI+ ハードキャンディ市場 2018年-2025年（各年1~12月計）形態（組成）別販売金額シェア

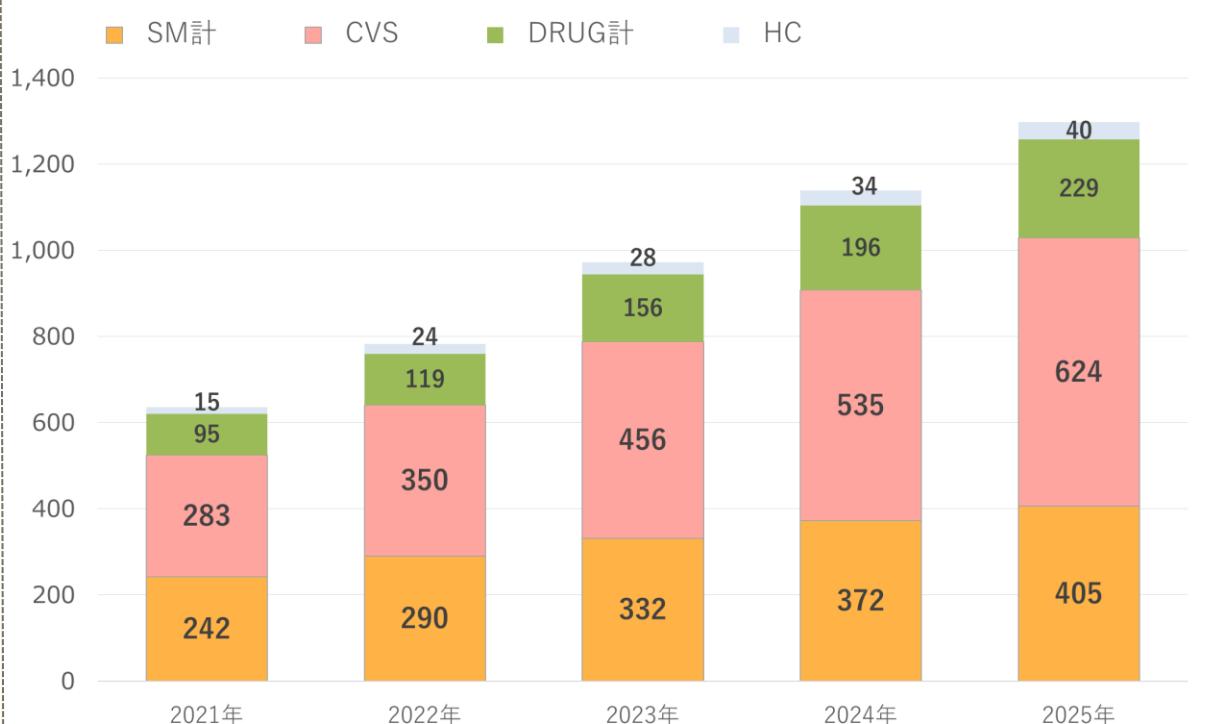
※3:インテージSRI+ キャンディ市場 2018年-2025年（各年1~12月計）販売金額シェア

# 飴（ハードキャンディ）/ グミ市場 業態別販売金額推移

## ◆ 飴（ハードキャンディ）



## ◆ グミ



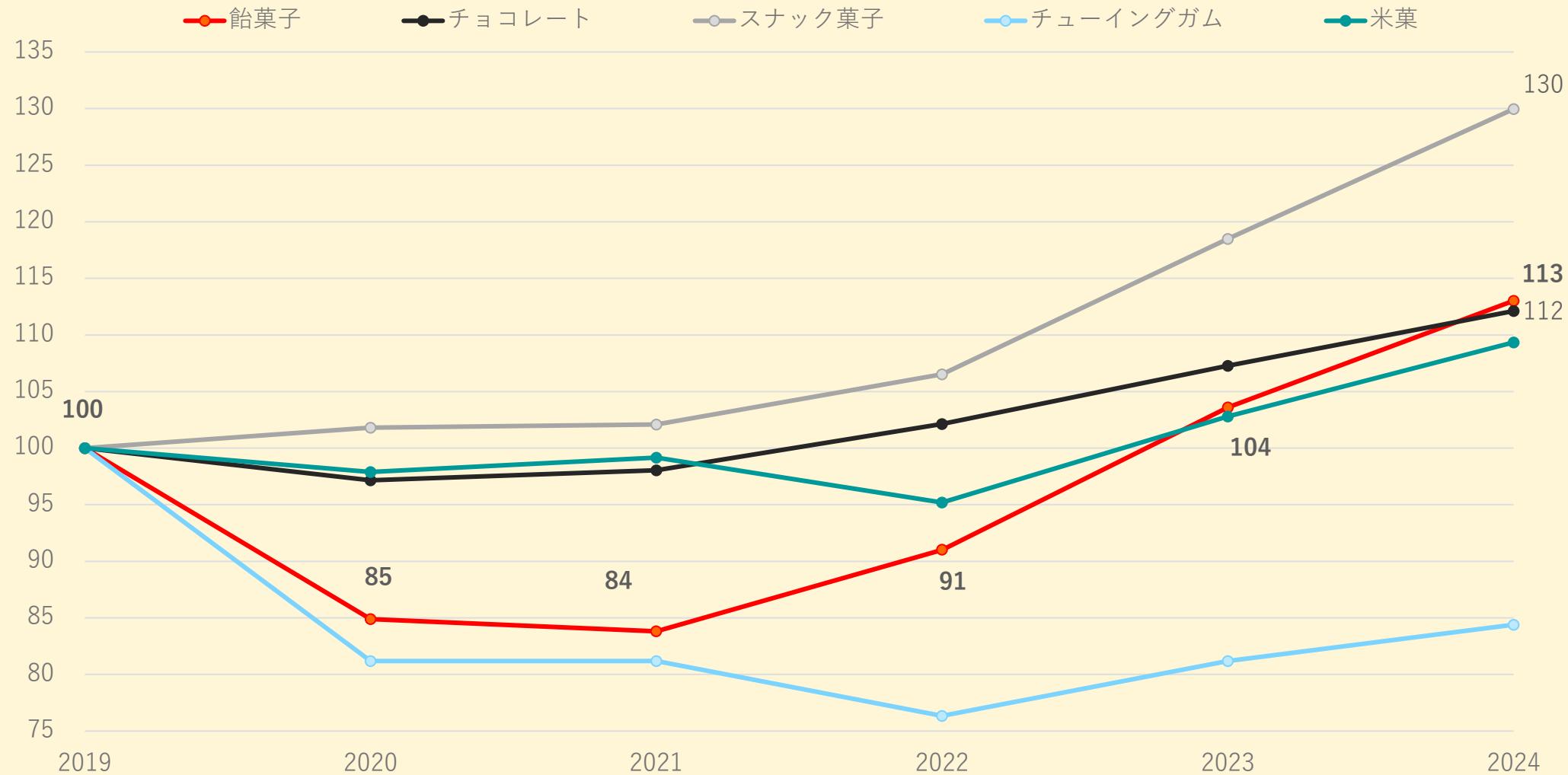
※:インテージSRI+ ハードキャンディ / グミ 2021年-2025年（各年1~12月計） 業態別 販売金額推移

※:SM:スーパーマーケット、CVS:コンビニエンスストア、DRUG:薬局・薬店、HC:ホームセンター

# 菓子市場規模 (2019年以降)

※2019年的小売金額を100として指数化しております

Sweeten the Future  
**Kanro**



※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

- ◆ 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\\_material\\_for\\_fiscal\\_ym14/187910/00.pdf](https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir_material_for_fiscal_ym14/187910/00.pdf)

[https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir\\_material\\_for\\_fiscal\\_ym14/187912/00.pdf](https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir_material_for_fiscal_ym14/187912/00.pdf)

- ◆ 統合報告書2025 が世界最大規模のアニュアルレポートコンペティションにて

「Chairman's/President's Letter」部門で世界最優秀部門賞を受賞

[https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1760606716/files/topics/1409\\_ext\\_2\\_0.pdf](https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1760606716/files/topics/1409_ext_2_0.pdf)

- ◆ 「マロッシュ」ブランドリニューアル

[https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1758249591/files/topics/623\\_ext\\_2\\_0.pdf](https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1758249591/files/topics/623_ext_2_0.pdf)

- ◆ 「カンロ飴70周年プロジェクト」スタート

[https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1758249590/files/topics/605\\_ext\\_2\\_0.pdf](https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1758249590/files/topics/605_ext_2_0.pdf)

- ◆ 企業CM「あなたへとどく、ひとつぶを。はじまる」篇を公開

[https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1761837722/files/topics/1417\\_ext\\_2\\_0.pdf](https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1761837722/files/topics/1417_ext_2_0.pdf)

- ◆ 超軽量太陽光発電パネルを採用した国内最大級の太陽光発電を導入

[https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1766127456/files/topics/1462\\_ext\\_2\\_0.pdf](https://kanro-corp.g.kuroco-img.app/v=1766127456/files/topics/1462_ext_2_0.pdf)



心がひとつ、大きくなる。

## 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

