

2023年
第2四半期決算説明会
(2023年1月1日～6月30日)

2023年8月2日
カンロ株式会社
(TSEコード:2216)





	スライドNo
カンロ株式会社について	: 3- 4
1. 2023年度上期レビュー	: 5-12
2. 主力ブランド状況	: 13-16
3. 2023年度下期事業戦略	: 17-19
4. 2023年度通期業績予想	: 20-25
Appendix(中計進捗等)	: 26-33

※ この資料内では第2四半期累計＝上期と呼称いたします



カンロについて(1/2)

- 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。1912年(大正元年)の創業以来、その時代の社会背景やお客様のニーズを先取りした商品を数多く提供し、2022年11月に創業110周年を迎えました。
- 前中期経営計画(2017～2021年度)より、「素材を活かす」・「機能性」を軸とした商品開発方針の下、「キャンディNo.1企業」を目指し取り組んで参りましたが、コロナ禍での先行きが不透明な事業環境を受けて、2021年2月に2030年の「ありたい姿」である「Kanro Vision 2030」を策定しました。
- 2022年2月には企業パーパス「“Sweeten the Future” 心がひとつぶ、大きくなる。」を定め、「中期経営計画2024」を発表、「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」を目指す姿としました。本年(2023年度)は3ヶ年計画である「中期経営計画2024」の2年目として、引き続き重点戦略である「価値創造」・「ESG経営」・「事業領域の拡大」を推し進めます。



キャンディ市場全体
メーカーシェア: 13.2% ※3
(前年同期 12.4%)



飴(ハードキャンディ)メーカーシェア 22.4% ※1
(前年同期 メーカーシェア 20.8%)

グミメーカーシェア 16.0% ※2
(前年同期 メーカーシェア 16.3%)

※1 インテージSRI+ ハードキャンディ市場

※2 インテージSRI+ グミ市場

※3 インテージSRI+ キャンディ市場

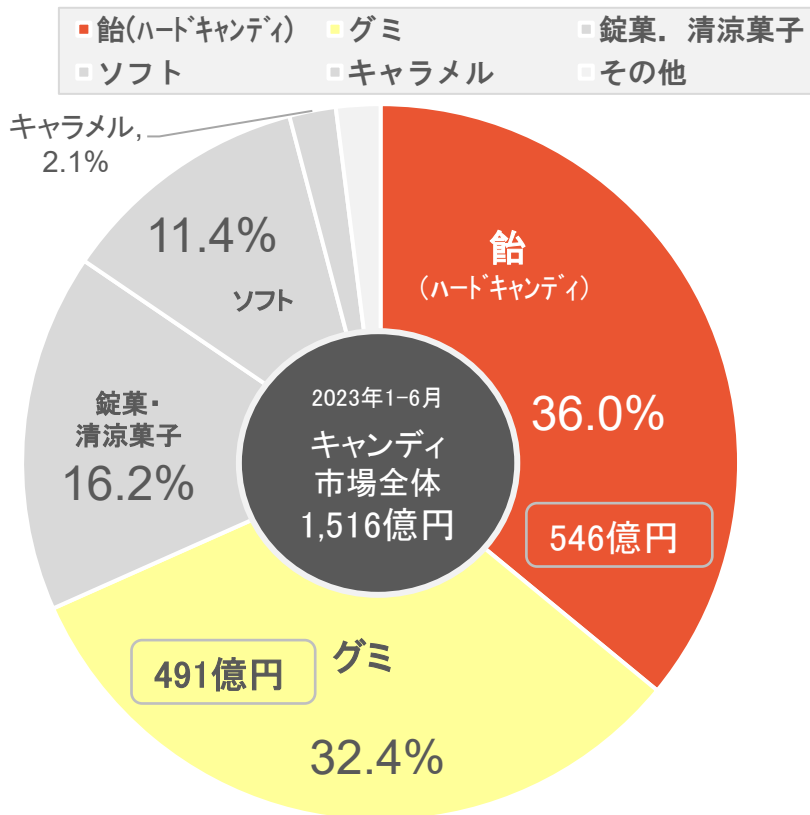
2022年・2023年(各年1月~6月計) 形態(組成)別販売金額シェア

2022年・2023年(各年1月~6月計) 形態(組成)別販売金額シェア

2022年・2023年(各年1月~6月計) 販売金額シェア

1. 2023年度上期レビュー (2023年1-6月)

キャンディ市場(2023年1-6月)



市場環境(前年同期比較)

	2022/1-6	2023/1-6	前年同期比	
	億円	億円	%	
トータル	1,321	1,516	+14.8%	
飴(ハードキャンディ)	486	546	+12.2%	カンロ ドメイン
グミ	385	491	+27.6%	
錠菓・清涼菓子	225	246	+9.4%	
ソフト	168	173	+3.0%	
キャラメル	30	32	+8.0%	
その他	28	30	+6.4%	

※ インテージSRI+ キャンディ市場 2022年・2023年
(各年1-6月計) 形態(組成)別販売金額・増減率

◆市場環境

- 飴(ハードキャンディ)(前年同期比+12.2%)：人流拡大による消費増、のど飴需要の高止まり
- グミ(前年同期比+27.6%)：既存品・新製品共に好調で市場は更に大きく拡大、ハード系・輸入グミの伸長大

◆当社事業の状況(トピックス)

- 1月：新経営体制スタート(村田CEO)
- 3月：グミカテゴリー、「健康のど飴 梅」等につき価格改定。一部商品の内容量変更を実施
- 3月：「Kanro TCFD Report」発行、TCFD コンソーシアムへの加盟
- 3月：「健康経営優良法人 2023」に認定(2年連続)
- 3月/4月：「健康のど飴」・「ピュレグミ」TVCM実施
- 4月：2023年度上期/通期業績予想並びに配当予想の修正を発表
- 5月：「アニュアルレポート」2022(英文)発行
- 6月：複合型オウンドメディア「Kanro POCKeT」にて「eギフト」サービス開始

2023年度上期：業績概要（対修正予想・対前年同期）

単位：百万円

	2023年度 上期						2022年度 上期
	実績	修正予想 ※1	修正予想 増減	修正 予想比	前年同期 増減	前年 同期比	実績
売上高	14,292	14,400	▲107	▲0.7%	+2,227	+18.5%	12,064
営業利益	※2 1,772	1,600	+172	+10.8%	+744	+72.4%	1,027
経常利益	※2 1,791	1,610	+181	+11.2%	+715	+66.5%	1,075
四半期純利益	※2 1,236	1,100	+136	+12.4%	+506	+69.3%	730

※ 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: 2023年4月28日に公表

※2: 上期過去最高益

■ 対修正予想(減収・増益)

- 売上高:(減収▲0.7%)一部商品の休売実施(需要増への安定供給確保の為)の影響等
- 営業利益/経常利益/四半期純利益:生産性向上・原材料価格上昇の後ズレ等による売上原価率の改善、経費期ズレ等による増益

■ 対前年同期(増収・増益)

- 売上高:
 - ✓ 飴:(増収+18.0%):のど飴及びZ世代向け商品を含むファンシーカテゴリー等の袋形態が増加。ウイズコロナへの本格移行に伴いスティック・コンパクトサイズ形態の需要も回復。
 - ✓ グミ:(増収+20.7%):発売20周年の昨年に大きく伸長した主カブランド「ピュレグミ」がテレビコマーシャルも功を奏し販売増、「カンデミーナグミ」も堅調に推移。「マロッシュ」は伸び悩み。
- 営業利益/経常利益/四半期純利益
 - ✓ 増収による限界利益の増加 > 原材料価格高騰の影響・工場諸経費・販管費増加等

2019年度上期 VS 2023年度上期：売上高構成比 ※1

- 「グミを成長エンジン」として、売上高は増加（グミの構成比が大きく拡大）

単位：百万円

	2019年度 上期 ※2	2023年度 上期
飴	—	7,346
構成比	65%	51%
グミ※1	—	6,652
構成比	29%	46%
素材菓子	—	290
構成比	6%	2%
その他	—	2
売上高計	11,788	14,292

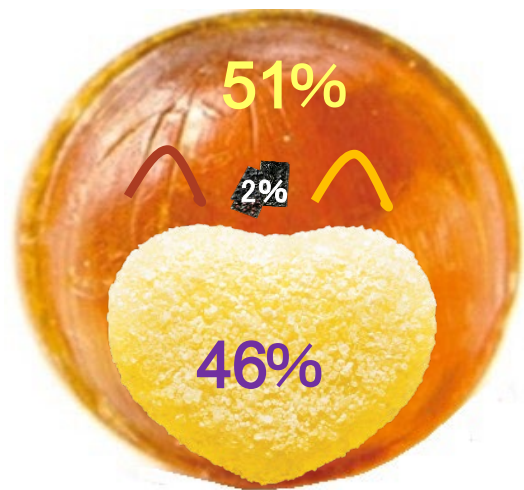
※1 マシュマロ商品はグミとして計上

※2 2019年度は新収益認識基準適用前数値

2019年度上期



2023年度上期



ハードキャンディ



グミ



素材菓子他

2023年度上期:営業利益の増減要因

Sweeten the Future

Kanro

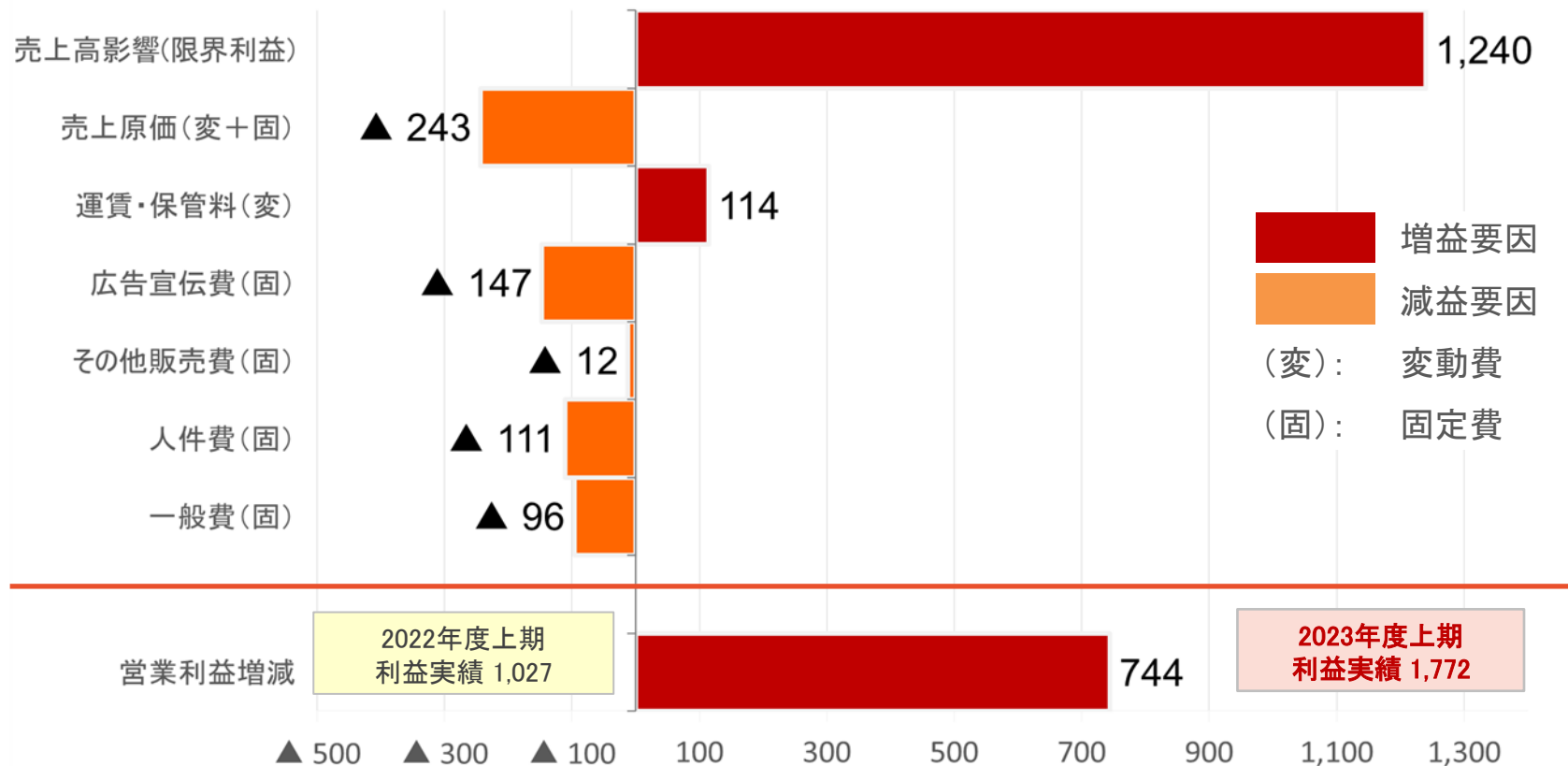
単位:百万円

	2023年度 上期						2022年度 上期
	実績	修正予想※	修正 予想増減	修正 予想比	前年同期 増減	前年同期比	実績
売上高	14,292	14,400	▲107	▲0.7%	+2,227	+18.5%	12,064
売上原価	8,372	—	—	—	+1,080	+14.8%	7,291
運賃・保管料	847	—	—	—	+35	+4.3%	812
広告宣伝費	424	—	—	—	+147	+53.2%	277
その他販売費	126	—	—	—	+12	+10.6%	114
人件費	1,842	—	—	—	+111	+6.5%	1,730
一般費	906	—	—	—	+96	+11.9%	810
営業利益	1,772	1,600	+172	+10.8%	+744	+72.4%	1,027

※ 2023年4月28日公表数値

営業利益の増減詳細 (2022年度上期 vs 2023年度上期)

単位: 百万円



2. 主カブランド状況 (2023年1-6月)

主カブランド状況：飴(対前年同期比 増収+18.0%)



厳選した素材にこだわり、高級感・贅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。

4種類のフルーツのジュシーなおいさが楽しめる、ノンシュガーのど飴。甘さスッカリ糖類0。



31種のいたわり素材(和漢素材)に加え、マヌカハニーを配合したスペシャルな健康のど飴。



- 「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※)
 - 堅調に推移し、前年同期比増加
- ※ (株)インテージSRI +ミルクフレーバーキャンディ市場2021年10月～2022年9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」
 - 健康志向・のど飴需要の増加を受け、「ノンシュガーのど飴シリーズ」前年同期比約3割増加
- 「健康のど飴シリーズ」
 - TVCMプロモーション実施
 - のど飴需要増もあり、一部商品で再値上げ実施するも、前年同期比大幅伸長



すっぱいパウダーと後から広がるグミの甘さで、あますっぱい果実の味わいが楽しめるフルーツグミ。



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。



口どけの良い爽快パウダーが表面にコーティングされており、口に入れるとパウダーが広がり爽快感を感じる一方で、噛むともっちりとした弾力で噛みごたえを感じられる新感覚のマシュマロ。

- 「ピュレグミ」
 - TVCM等のプロモーション実施
 - 前年同期比約3割増加
 - 2022年、グミカテゴリーの年間売上No.1 ※2

※2 (株)インテージSRI+グミ市場2022年1~12月累計販売金額ブランドランキング

- 「カンデミーナグミ」
 - 前年同期比2桁増の堅実な成長

- 「マロッシュ」
 - 競争激化による伸び悩み等で前年同期比減少

その他: 素材菓子／ヒトツブカンロ(直営店舗・EC)



素材菓子とは、梅・海苔・荳わかめ・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



ヒトツブ カンロ
earth



外側はパリッと、中側はしっとりとした次世代食感グミ「グミツツェル」。直営店「ヒトツブカンロ」・ECにて販売。

■ 「素材菓子」

- コンビニエンスストアのPB化が進み、減少傾向が続く。パッケージリニューアル実施も、前年同期比▲11.8%減少

■ 「ヒトツブカンロ」

- 「グミツツェル」好調継続
- デジタルプラットフォーム「Kanro POCKeT」でのEC販売も好調
- ヒトツブカンロ事業として前年同期比2桁増
- サステナブルブランド「ヒトツブカンロ earth」の雑貨類は伸び悩み

Kanro
POCKET

3. 2023年度下期事業戦略

1. 営業戦略(コア事業):ブランド価値向上、シェア・利益の最大化

- 安定供給の実現(一部商品休売による適正在庫の確保・生産体制の整備)
- プロモーションミックスの推進により、主力ブランドのシェア拡大を図る
- デジタル媒体を活用した「店頭起点の営業活動」強化

2. コスト上昇への対応

- 生産性の向上等によるコストアップ吸収
- 価格改定
 - ヒトツブカンロ 7/1より主要6品で実施
 - 素材菓子 9/1より一部商品(改定率 メーカー希望小売価格10~20%程度の値上げ)

3. 商品開発:機能価値+ Z世代向け商品開発を加速

- 当社独自の機能価値開発、技術を活かした付加価値の高い美味しさ開発
- Z世代飴の原体験共創プロジェクト:「透明なハートで生きたい」個包装タイプで全国展開へ
- インバウンド向けの商品開発

4. 事業領域の拡大施策継続

- (グローバル事業)中国専用ブランド「0糖1刻」強化と米国への展開検討
- (デジタルコマース事業)「Kanro POCKeT」でのステークホルダーとのコミュニケーション活性化
 - ファンミーティング実施、蓄積したデータをマーケティング活動に活用
 - EC専用商品の強化:「アメージングカンロ」シリーズの展開拡大(「シークラゲグミ」等)
- (フューチャーデザイン事業)他社との共創により、新視点での商品・サービスを展開
 - 廃棄包材のアップサイクル商品開発→クラウドファンディングで販売へ

4. 2023年度通期業績予想

2023年度:通期業績予想

	2023年度			2022年度
	修正予想 ※	前年増減	前年比	実績
売上高	27,700	+2,581	+10.3%	25,118
営業利益	2,450	+516	+26.7%	1,933
経常利益	2,470	+468	+23.4%	2,001
当期純利益	1,680	+333	+24.8%	1,346
1株当たり当期純利益 (単位:円)	121.13	+25.05	+26.1%	96.08

単位:百万円

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。

※ 2023年4月28日公表数値

■ 対前年

－ 売上高（増収）：

- ✓ 成長エンジンのグミ伸長に加えて、堅調なのだし需要によるだしの増加

－ 営業利益/経常利益/当期純利益（増益）：

- ✓ 原材料費・諸経費のコストアップ、業容拡大・新事業領域拡大に向けた施策経費等の増加あるも、販売数量の増加、昨年からの価格改定による増収による限界利益の増加により、前年比増益を見込む

■ 対修正予想（4/28業績予想から変更無し）

－ 営業利益/経常利益/当期純利益（下期下振れ要因と対応）：

- ✓ 原材料等の価格上昇トレンドは継続しており、売上原価率が悪化
- ✓ 上期からの経費期ズレや来年度以降を見据えた施策経費増加

⇒ 効率化投資や拡販に向けた生産体制の整備を進め、下期の業績改善に努める

2023年度通期業績予想：営業利益(対期初予想, 対前年)

Sweeten the Future

Kanro

単位：百万円

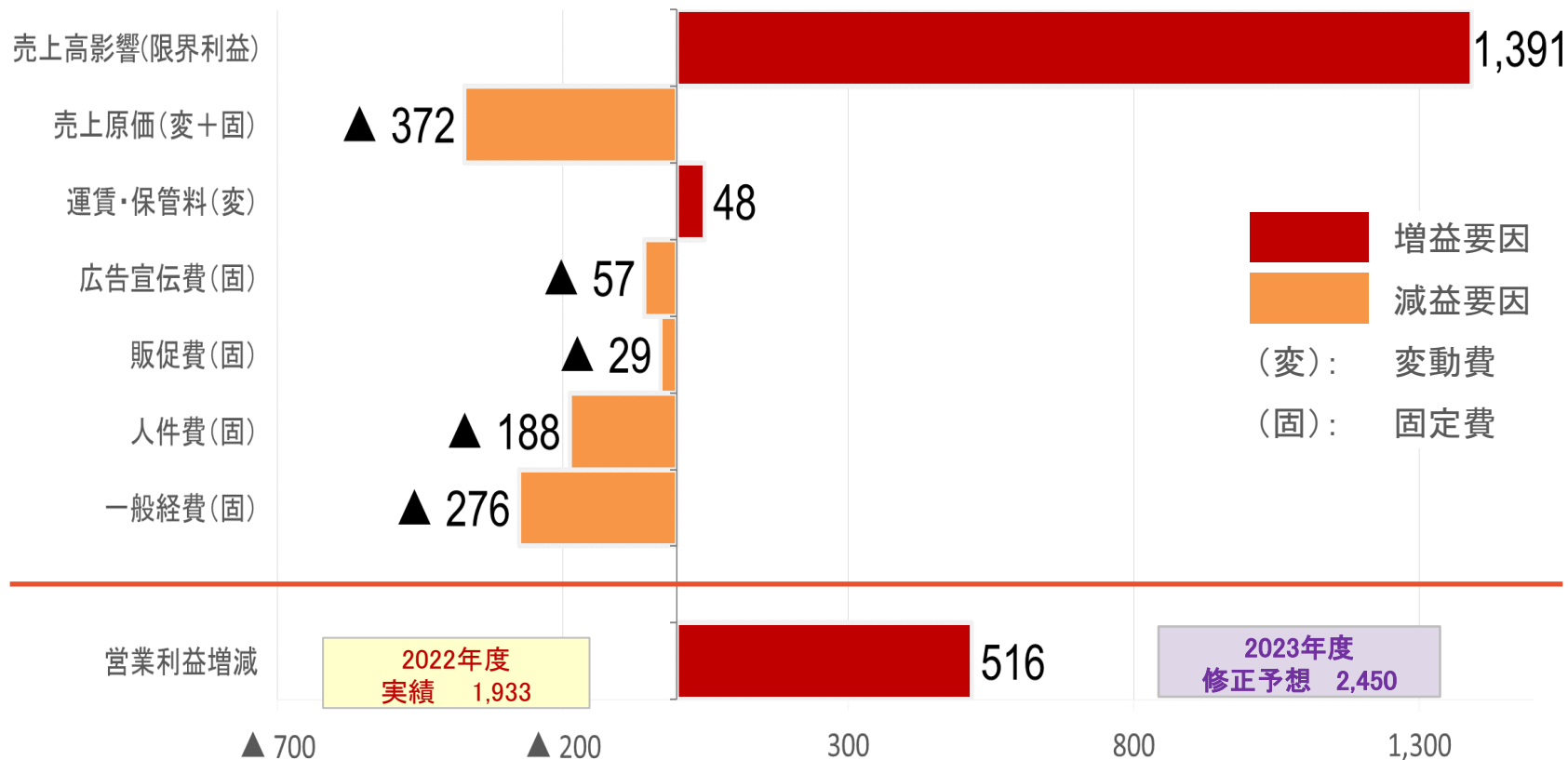
	2023年度				2022年度		
	修正予想 ※	期初予想	増減	期初比	実績	前年増減	前年比
売上高	27,700	26,900	+800	+3.0%	25,118	+2,581	+10.3%
売上原価	16,830	16,580	+249	+1.5%	15,444	+1,386	+9.0%
運賃・保管料	1,830	1,800	+30	+1.7%	1,703	+127	+7.4%
広告宣伝費	600	615	▲15	▲2.4%	542	+57	+10.5%
その他販売費	260	264	▲4	▲1.5%	230	+29	+12.8%
人件費	3,800	3,761	+39	+1.0%	3,611	+188	+5.2%
一般費	1,930	1,899	+31	+1.7%	1,653	+276	+16.8%
営業利益	2,450	1,980	+470	+23.7%	1,933	+516	+26.7%

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。

※ 2023年4月28日公表数値

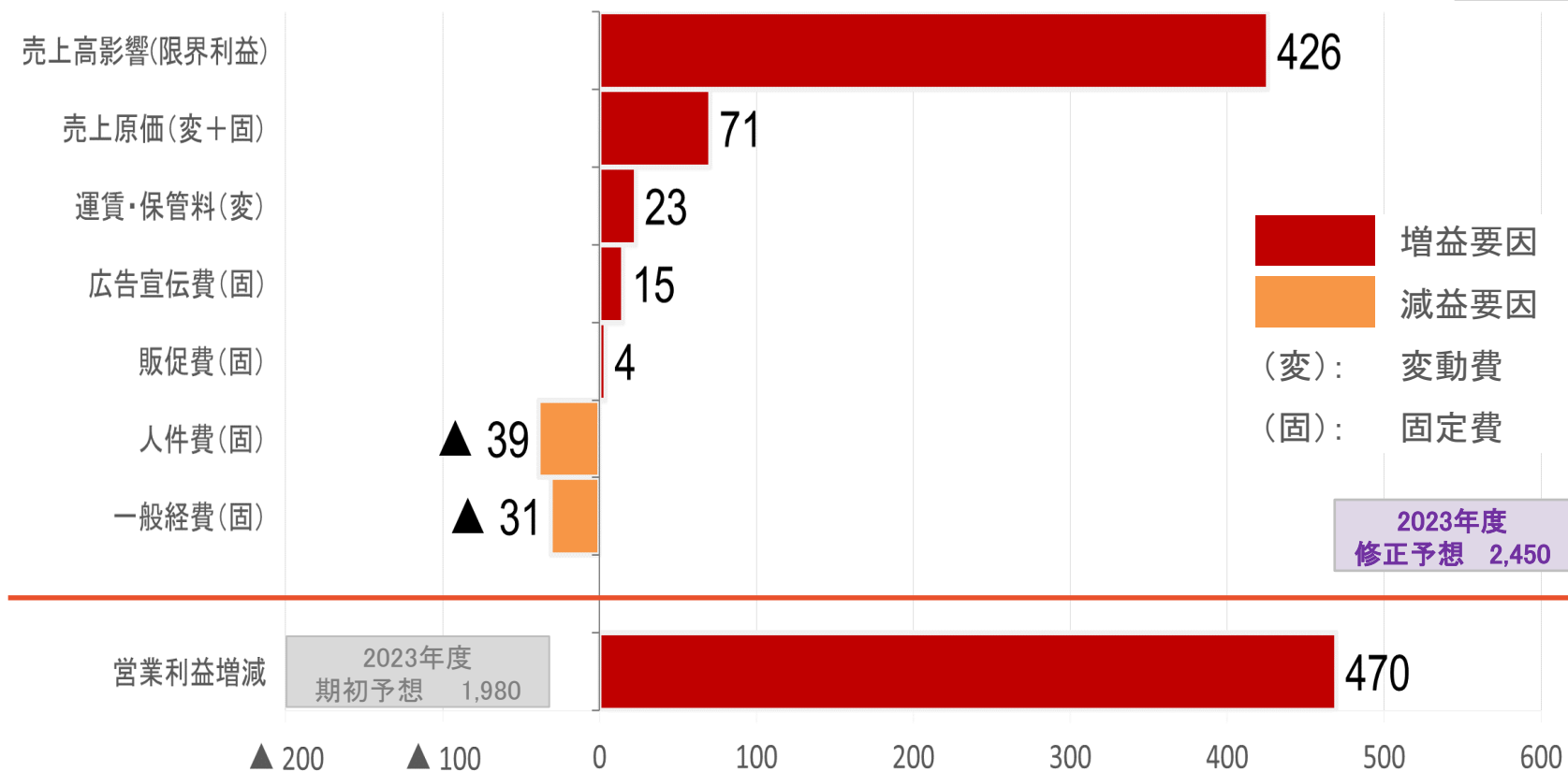
営業利益の増減詳細 (2022年度通期 vs 2023年度修正予想)

単位: 百万円



(参考) 営業利益の増減詳細 (2023年度期初予想vs 2023年度修正予想)

単位: 百万円



Appendix

- 中期経営計画2024進捗
- コア事業:生産能力増強への取組み
- 新規3事業(グローバル・デジタルコマース・フューチャーデザイン)
- ESG経営

中期経営計画2024進捗

Sweeten the Future

Kanro

(2023年7月27日時点)

中期経営計画 2024 ※CAGR= 年平均成長率

中長期ビジョン
KV2030

	2021年度 (実績)	2022年度 (実績)	2023年度 (修正予想)	2024年度 (KPI)	'25	'26	'27	'28	'29	2030年度 (目標)
										2030年度 (目標)
売上高	215.8億円	251.1億円 (+16.3%)	277.0億円 (+10.3%)	—						500億円
		CAGR = +13.3%								
4事業CAGR※			5%以上							
コア事業CAGR			3%以上							300億円
新規3事業CAGR			30%以上							200億円
営業利益	12.5億円	19.3億円	24.5億円	—						—
営業利益率	5.8%	7.7%	8.8%	7.0%						9%以上
当期純利益	8.7億円	13.4億円	16.8億円	—						—
ROIC	7.3%	10.9%	12.5%	7.5%以上						10%以上
配当性向	32.0%	32.8%	34.7%	40%						50%

■ 成長エンジン グミの生産体制強化

- (松本工場)グミ棟拡張工事実施中(2024年10月稼働予定)
 - グミ生産能力 約14%増加(全工場ベース2023年度比)



■ 長期:Kanro Vision 2030実現に向けて検討中



2030年までの新工場建設・稼働開始を目指す

- 生産規模の拡大
- AIとセンシング技術を活用したスマートファクトリーで働き方もスマートに
- 最適な物流網の構築を可能とするロケーション選定
- 海外の現地生産を視野に入れたグローバルな生産拠点網を確立
- 地球環境に配慮したサステナブルな生産 (CO2・フードロス・廃プラ・エネルギー等)

* 2021年2月発表Kanro Vision 2030より

オリジナル商品「0糖1刻」をもって 中国市場を深耕

米国への挑戦を足掛かりに 全世界へカンロを広める

中国における情報発信強化
⇒中国SNSアカウントの運用開始
2023年秋に新商品1アイテムを投入予定

既存商品ブランドの販売
（「ピュレグミ」、「金のミルク」、「健康のど飴梅」など）
3月、越境ECでの商品販売開始



テストマーケティングを重ね、
一般流通での販売を目指す

■ デジタルコマース事業：

- ヒトツブカンロ 原宿ハラカド店 2024年春オープン
- トrend発信地である原宿エリアに「ヒトツブカンロ」を出店し、新しいチャレンジや情報発信をすることによる企業価値向上と利益創出

■ フューチャーデザイン事業：

- 廃棄包材のアップサイクル開始
 - (株)ペーパーパレードとの共創による雑貨の開発
 - 8/28(月)にクラウドファンディングスタート
 - URL: https://camp-fire.jp/projects/690215/preview?token=13cq1t1s&utm_campaign=cp_po_share_c_msg_projects_preview



東急プラザ原宿「ハラカド」

東急不動産が中心となって開発している物件で、来年春開業、クリエイターが集まる、新しい文化を創造・発信していくことをめざした商業施設。原宿神宮前交差点に、2024年春に開業予定。ヒトツブカンロは1Fに出店。





— グリーンエネルギーの活用

- 2022年9月～松本/朝日工場で使用する電力を100% CO₂フリー電気※に切替
- 2024年10月～松本工場新グミ棟において太陽光発電拡充

※ CO₂フリー電気とは、「電気事業者ごとの基礎排出係数及び調整後排出係数の算出及び公表について」20210520産局第1号・20210528資庁第2号・環地温発第2106013号、改正された場合は改正に従う。）に従いメニュー別排出係数を算定した場合、当該排出係数がゼロとなるものであり、中部電力ミライズが調達した化石電源を主とする電気に、非化石証書の環境価値を付加することで、実質的にCO₂ゼロエミッションを実現しています。

— 健康経営優良法人2023

- 2023年3月、社員の健康保持・増進に関する健康経営の取り組みが評価され、経済産業省が推進する「健康経営優良法人」に2年連続認定

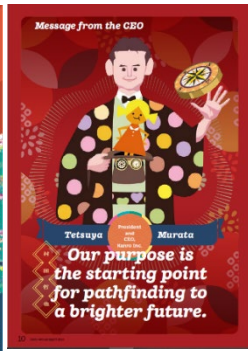


— 屋内ハーブ農園カンロファームの2拠点目オープン

- 2023年6月、「カンロファーム入間」をオープン
- 障がいのある方やシニア人材が活躍中
- 将来的にドライ加工したハーブをエキス化し、商品の原料としてお客様に届けることが目標



アニュアルレポート2022(英文) & 統合報告書2023発行



■ 「アニュアルレポート2022(英文)」発行

- Pathfinding(新しい未来を探索して切り開く)
- 110年の歴史と現在、そして未来のビジョン・パーパスを示す。時系列をボードゲームで表現することで当社への理解を促進するだけでなく、登場人物(CEO・CFO・カンロちゃん等)をボードゲームのコマとして実際に遊んで頂ける遊び心あふれる冊子
- URL : <https://www.kanro.co.jp/ir/library/ir-ar/>

■ 「統合報告書2023」発行

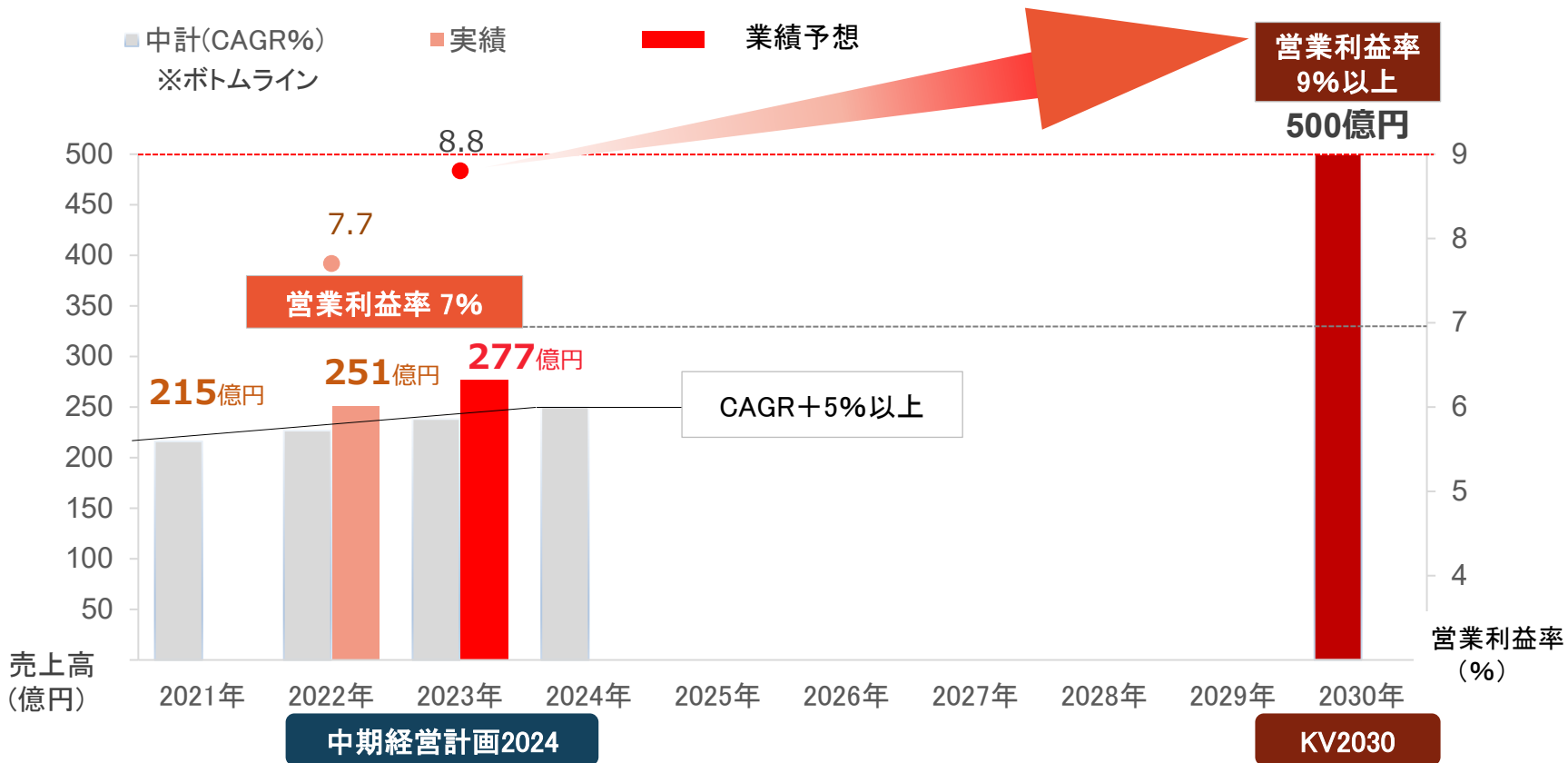
- カンロの強みや価値創造について財務・非財務の両面からマルチステークホルダーに向けてメッセージ発信
- URL : https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir_material_for_fiscal_ym2/138046/00.pdf



目指すは Kanro Vision 2030

Sweeten the Future

Kanro





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

