

2019 年 12 月期

決算説明会資料



2020 年 2 月 19 日 (水)

カンロ株式会社

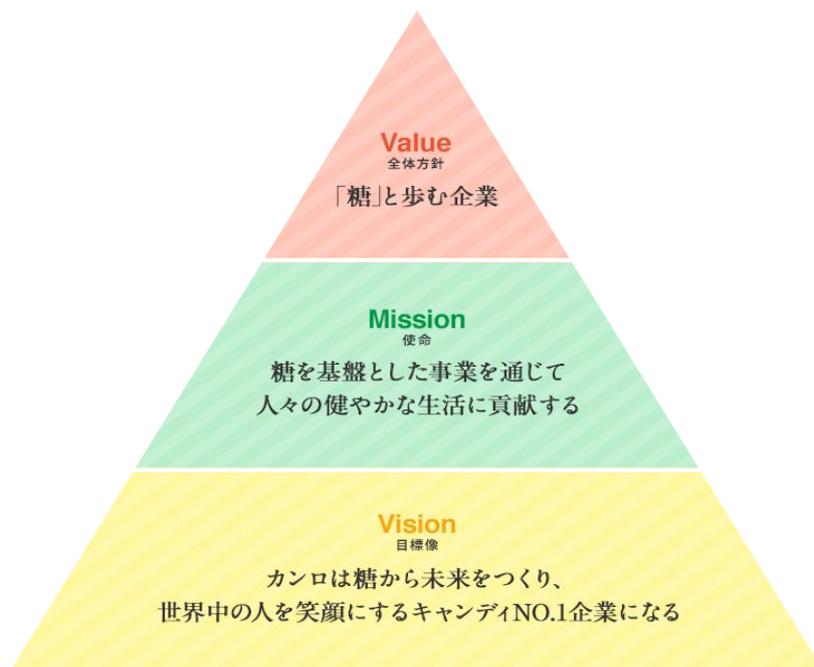
Kanro Inc.

(東証 2 部 :2216)

【目次】

		Page
■ カンロ株式会社 プロフィール	- 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 年度決算説明会	(スライド 1-38)	- 1 - 38

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12月末時点	
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	56.5%	従業員数	578人
直近業績(年間)	売上： 240億円 営業利益：9億円 経常利益：10億円 当期純利益： 6億円				
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)					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	4,835	6,839	22,949	5,943	5,845	5,082	7,167	24,039	+4.6%	+4.7%
営業利益	511	90	-152	554	1,003	399	100	-194	618	923	-17.0%	-8.0%
経常利益	514	104	-135	562	1,045	398	107	-124	626	1,007	-18.1%	-3.6%
四半期純利益	291	380	-67	407	1,011	254	-17	-88	503	651	-64.7%	-35.6%

※ 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			前期比		
	上期実績	下期実績	通期	上期実績	下期実績	通期	上期	下期	
売上高	11,274	11,674	22,949	11,788	12,250	24,039	+4.6%	+4.9%	
営業利益	602	401	1,003	499	424	923	-17.0%	+5.6%	
経常利益	618	426	1,045	506	501	1,007	-18.1%	+17.5%	
四半期純利益	671	340	1,011	237	414	651	-64.7%	+22.0%	

※ 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、下期実績は単純差額です。

単位:百万円									
決算期	2019年度			2020年度(計画)			前期比		
	上期実績	下期実績	通期	上期	下期	通期	上期	下期	
売上高	11,788	12,250	24,039	12,200	12,800	25,000	+3.5%	+4.5%	
営業利益	499	424	923	400	680	1,080	-20.0%	+60.3%	
経常利益	506	501	1,007	400	700	1,100	-21.0%	+39.7%	
四半期純利益	237	414	651	250	490	740	+5.4%	+18.1%	

※ 下期実績は単純差額です。

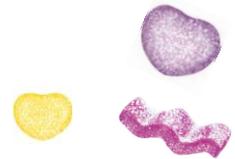




2019年度決算説明会

(2019年1月1日～12月31日)

2020年2月19日 カンロ株式会社 東証2部: 2216



Copyright ©2020 Kanro Inc.

1

目次



	スライドNo
カンロ株式会社について	: 3- 7
1. 2019年度レビュー	: 8-15
2. 2019年度主カブランド状況	:16-18
3. 2020年度事業戦略	:19-22
4. 2020年度業績予想	:23-29
5. 中期経営計画進捗	:30-33
6. Appendix(その他)	:34-37

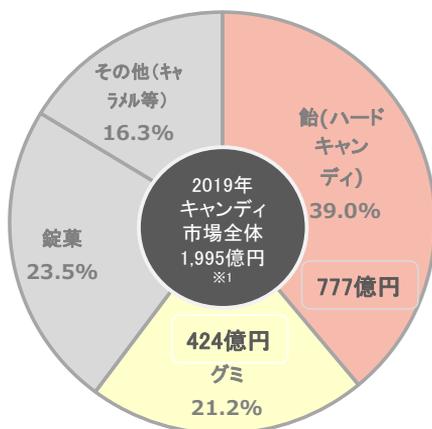
Copyright ©2020 Kanro Inc.

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。
- 「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。

Copyright ©2020 Kanro Inc.

3



■ 市場環境(2019年)

- キャンディ市場全体は前年比+0.9%の伸長
- 「グミ」市場は成長の足踏み 前年比-1.3%
- 「錠菓」がラムネの伸びにより伸長

【1-12月市場販売金額及び前年比】

単位:億円

	2018年※2	2019年※1	前年比	
飴(ハードキャンディ)	775	777	+0.3%	当社メイン市場
グミ	429	424	-1.3%	
錠菓	440	469	+6.6%	
その他(キャラメル等)	332	325	-2.1%	
トータル	1,976	1,995	+0.9%	

※1 (株)インテージ SRI 組成別市場 2019年1月~2019年12月 販売金額
 ※2 (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 ©2020 Kanro Inc.

4

■ カンロ株式会社について(3/5) 売上高構成

Kanro



■ 当社の売上高構成(2019年度/240億円)

- 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

■ ハードキャンディ ■ 素材菓子 ■ グミ

Copyright ©2020 Kanro Inc.

5

■ カンロ株式会社について(4/5) 当社シェア

Kanro



ハードキャンディシェア(1位) **19.3%** ※1
(前期19.2%) ※2

グミキャンディシェア(3位) **13.5%** ※1
(前期11.7%) ※2

Copyright ©2020 Kanro Inc.

※1「株インテージ SRI キャンディ市場「形態:ハード・グミ」タイプ 2019年1~12月計 累計販売金額シェア」
※2「株インテージ SRI キャンディ市場「形態:ハード・グミ」タイプ 2018年1~12月計 累計販売金額シェア」

6

「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」
(東京グランスタ店・大阪ルクアイーレ店)

「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 ©2020 Kanro Inc.

1. 2019年度レビュー (2019年1～12月)

Copyright 2020 Kanro Inc.

◆市場環境

- ハードキャンディ市場は伸長(+0.3%)、グミ市場は足踏み(-1.3%)

◆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・人員増強 → 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

Copyright ©2020 Kanro Inc.

単位:百万円

	2019年度		増減				2019年度		2018年度	
	実績	計画増減	計画比	前期増減	前期比	期初計画※	実績			
売上高	24,039	-560	-2.3%	+1,089	+4.7%	24,600	22,949			
営業利益	923	-176	-16.0%	-79	-8.0%	1,100	1,003			
経常利益	1,007	-92	-8.4%	-37	-3.6%	1,100	1,045			
当期純利益	651	-98	-13.1%	-359	-35.6%	750	1,011			
1株当たり当期純利益 (単位:円)	92.36	-12.31	-11.8%	-48.83	-34.6%	104.67	141.19			

※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
 ※2019年2月7日に発表した期初業績予想数値。ただし、1株当たり純利益は2019年7月に実施した株式分割を考慮

Copyright ©2020 Kanro Inc.

2019年度:主要増減要因(対期初計画・対前期)

Kanro

■ 対期初計画

- 売上高(減収):新グミラインの稼働遅れ及びグミ市場成長足踏みによる計画未達
- 営業利益/経常利益(減益):グミ減収による
- 当期純利益(減益):土地関連減損損失発生

■ 対前期

- 売上高(増収):過去最高売上・6期連続増収(単体)
 - ・ グミ:新グミライン稼働により、市場前年比マイナスなるも当社はプラス: **SRIシェア 13.5%(前期11.7%)**
 - ・ ハードキャンディ:CVS向け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
- 当期純利益(減益):前期「固定資産売却益」の反動減

Copyright ©2020 Kanro Inc.

11

2019年度:営業利益の増減要因

Kanro

単位:百万円

	2019年度	増減				2019年度	2018年度
	実績	計画増減	計画比	前期増減	前期比	期初予想※	実績
売上高	24,039	-560	-2.3%	+1,089	+4.7%	24,600	22,949
売上原価	12,680	—	—	+664	+5.5%	—	12,015
運賃・保管料	1,385	—	—	+57	+4.3%	—	1,327
販促費(促進費)	838	—	—	+94	+12.7%	—	744
広告宣伝費	384	—	—	-41	-9.8%	—	426
代理店手数料	3,195	—	—	+153	+5.0%	—	3,042
人件費	3,025	—	—	+241	+8.7%	—	2,783
一般経費	1,604	—	—	+0	-0.1%	—	1,605
営業利益	923	-176	-16.0%	-79	-8.0%	1,100	1,003

※ 2019年2月7日に発表した期初業績予想数値

Copyright ©2020 Kanro Inc.

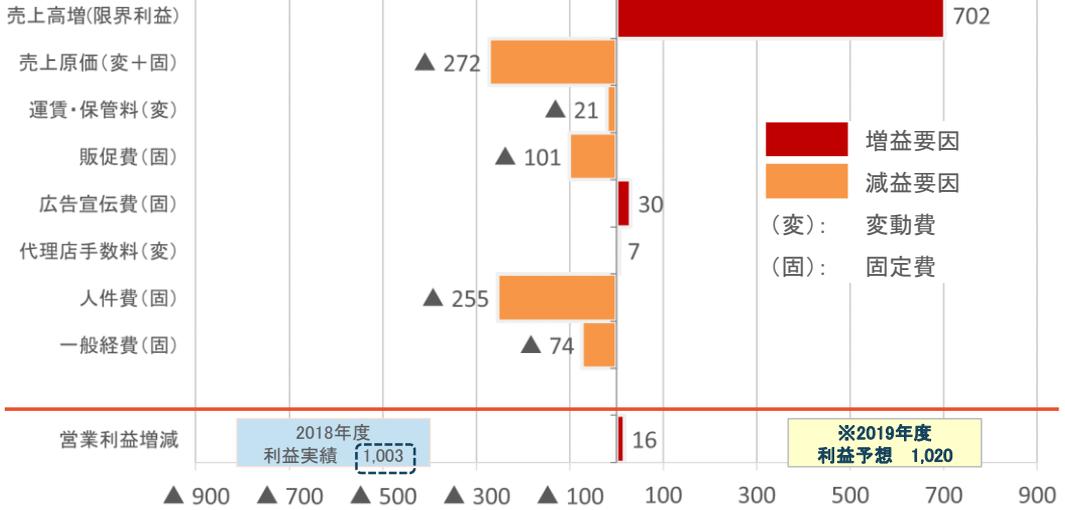
12

(再掲) 営業利益の増減詳細(2018年度実績 vs 2019年度修正予想※)

前期 vs 修正予想※

※2019年7月29日に開示した修正予想

単位:百万円



Copyright ©2020 Kanro Inc.

13

営業利益の増減詳細 (2018年度実績 vs 2019年度実績)

前期 vs 当期実績

単位:百万円



Copyright ©2020 Kanro Inc.

14

■ 特別損益: ▲1億26百万円

(主な内訳)

- 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 : ▲28百万円
- 投資有価証券売却益 : 10百万円

cf. 前年度特別損益: + 2億73百万円

(主な内訳)

- 旧本社ビル売却益「固定資産売却益」 : 5億 1百万円
- 旧ひかり製菓関連資産減損「減損損失」: ▲1億79百万円
- その他減損損失等 : ▲49百万円

Copyright ©2020 Kanro Inc.

15

2. 2019年度主カブランド状況 (2019年1~12月)

Copyright 2020 Kanro Inc.

16

主カブランド状況:ハードキャンディ

Kanro



コンパクトサイズ

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。



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。



着色料不使用、じっくり漬けた梅はちみつのやさしくまるやかな味わいのど飴。



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、「声とのを大切にしたい人」のためのど飴。

「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

※(株)インテージSRIミルクフリーバーキャンディ市場2018年9月～2019年8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」

■ 「カンロ飴」(発売65年目のロングセラー)

— 「ミルクのカンロ飴」SNSで話題に

■ 「健康梅のど飴」

■ 「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

Copyright ©2020 Kanro Inc.

17

主カブランド状況:グミ

Kanro



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」

— 前年実績・計画数値には届かず

— 「ジュレピュレ」

- 内側のとろりとしたジュレがあるグミ
- 2種アソート発売

■ 「カンデミーナ」

— 勢いあり急成長 前期比約4割増の成長率

— 味・形・食感・エンタティメント性

Copyright ©2020 Kanro Inc.

18

3. 2020年度事業戦略

Copyright 2020 Kanro Inc.

19

■ 2020年度事業戦略:グミの販売増加と新製品投入

Kanro

- <商品戦略>ブランド基軸経営の更なる強化 →ターゲット別商品開発
 - **グミを成長エンジンに**
 - ユーザー拡大戦略
 - 既存商品のリニューアルとエクステンションによるシェア拡大
 - グミの特性である食感とターゲット別の開発を行い、次世代を担う新ブランドを創出
- <営業戦略>当社営業の競争優位性であるカテゴリーマネジメント※の強化
 - ※ メーカーが棚割りを包括的に提案する主導権的ポジションを任されること

Copyright ©2020 Kanro Inc.

20

2020年度 グミ ユーザー拡大戦略

Kanro



Copyright ©2020 Kanro Inc.

21

「ピュレグミ」「カンデミーナ」に続く第3の旗艦商品「あそぼん!グミ」 Kanro



● 美味しさと安全・安心にこだわり、国産果汁を使用。「どうぶつの世界」では青りんご味、ぶどう味、みかん味、「うみの世界」では、ソーダ味、ももソーダ味、メロンソーダ味、のそれぞれ3種の味を楽しめます。さらに合成着色料・人工甘味料を使っていないため、安心してお子様へお渡しいただけます。

New
3月

カタチ、美味しさ、安全にこだわり抜いた、知的好奇心をのばす『どうぶつの世界』『うみの世界』2つのテーマで発売。

- ・発売日：2020年3月～
- ・参考価格：138円(税込)
- ・販売エリア：全国
- ・全10種類



Copyright ©2020 Kanro Inc.

22

4. 2020年度業績予想 (2020年1～12月)

Copyright 2020 Kanro Inc.

23

2020年度：業績予想

Kanro

単位：百万円

	2020年度	増減		2019年度	2018年度
	業績予想	前期増減	前期比	実績	実績
売上高	25,000	+960	+4.0%	24,039	22,949
営業利益	1,080	+156	+16.9%	923	1,003
経常利益	1,100	+92	+9.2%	1,007	1,045
当期純利益	740	+88	+13.5%	651	1,011
1株当たり当期純利益 (単位：円)	104.94	+12.58	+13.6%	92.36	141.19

※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

Copyright ©2020 Kanro Inc.

24

■ 前年度対比

- 売上高(増収):過去最高売上・7期連続増収(単体)を計画
 - ゴミの販売増加を中心に増収見込み
- 営業利益/経常利益(増益):
 - 増収による限界利益増加 > 人員増加・新規設備投資による固定費増加
 - 包材変更等によるコスト削減 →売上原価率を低減
- 当期純利益(増益):
 - 経常増益 + 前期減損損失による反動増

Copyright ©2020 Kanro Inc.

単位:百万円

	2020年度	増減		2019年度	2018年度
	予想	前期増減	前期比	実績	実績
売上高	25,000	+960	+4.0%	24,039	22,949
売上原価	12,942	+262	+2.1%	12,680	12,015
運賃・保管料	1,459	+74	+5.3%	1,385	1,327
販促費	909	+70	+8.4%	838	744
広告宣伝費	402	+17	+4.5%	384	426
代理店手数料	3,307	+112	+3.5%	3,195	3,042
人件費	3,197	+172	+5.7%	3,025	2,783
一般経費	1,703	+98	+6.1%	1,604	1,605
営業利益	1,080	+156	+16.9%	923	1,003

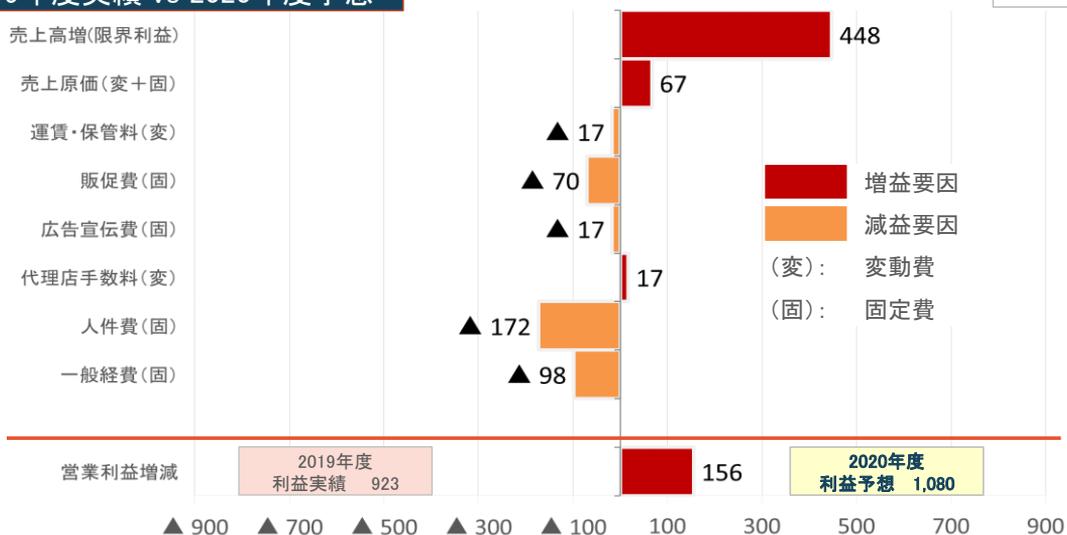
※この資料の金額は、百万円単位未満を切り捨てて表示しているため、合計及び比率が合わない場合があります

Copyright ©2020 Kanro Inc.

営業利益の増減詳細 (2019年度実績 vs 2020年度予想)

2019年度実績 vs 2020年度予想

単位:百万円



Copyright ©2020 Kanro Inc.

27

2020年度:配当予想

単位:円

	年間配当金			配当性向
	第2四半期末	期末	合計	
2019年12月期	15円	15円	30円	32.5%
2020年12月期(予想)	15円	17円	32円	30.5%

※2019年7月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施した後の1株当たり配当金を記載

<配当政策>

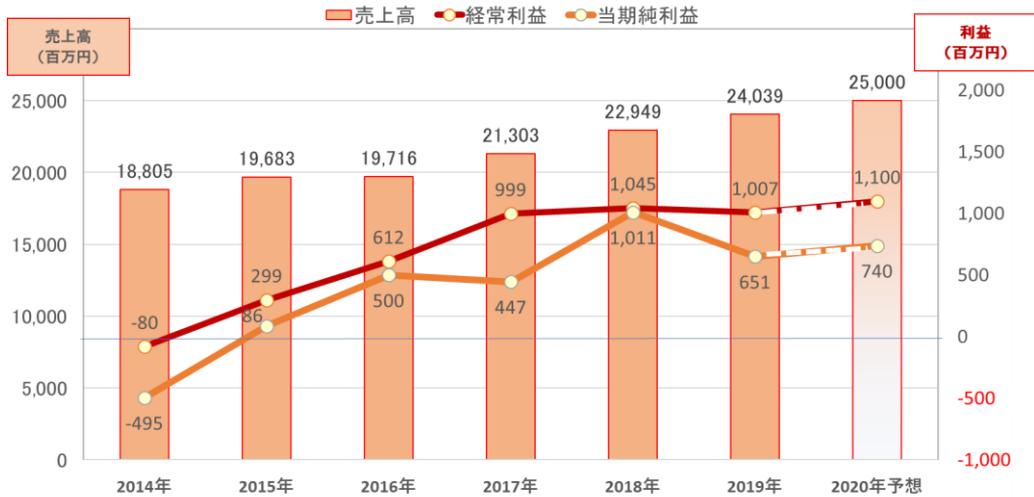
- 株主への利益還元は重要な政策であり、継続的かつ安定的な配当を行うことを基本方針としている
- 2020年は当期純利益の増加に伴い、増配を予定するもの

Copyright ©2020 Kanro Inc.

28

業績推移（2014年度～2020年度予想）

Kanro



※ 2017年度までは連結・2018年度からは単体です。

Copyright ©2020 Kanro Inc.

29

5. 中期経営計画進捗 (NewKANRO 2021)

Copyright 2020 Kanro Inc.

30

■ 中期経営計画 NewKANRO 2021 (1/3)

Kanro

発表日:2016年8月9日→更新日:2020年2月12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:「成長戦略」と「経営基盤強化」

- 「成長戦略」

- ・ **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、ROE10%以上、配当30円+α

Copyright ©2020 Kanro Inc.

31

■ 中期経営計画 (2/3) 進捗

Kanro

- ・売上高は計画を超える成長を実現
- ↓
- ・更なる業容拡大に向けて成長投資(設備・人財)を加速
- ↓
- ・固定費増加により足許の経常利益水準は低下
- ↓
- ・ROEに数値目標を一本化し、次期中経策定に繋げる

単位:億円

年度	2017	2018	2019	2020	2021
	実績	実績	実績	業績予想	New KANRO 目標
売上高(中計)	209	215	229	246	260億円
売上高(実績・直近業績予想)	213	229	240	250	-
経常利益(実績・直近予想)	10	10	10	11	-
ROE	6.1%	※9.8%	6.1%	-	10%以上

※ 一過性特別利益の計上によるもの



Copyright ©2020 Kanro Inc.

32

NewKANRO 2021

2021年度 中期経営計画目標数値

	2016/8/9 中期計画発表時	2020/2/12 適時開示リリース以降	
New KANRO 2021	売上高:260億円	売上高:260億円	変更なし
	ROE :10%以上	ROE :10%以上	変更なし
	経常利益:26億円	新たな経常利益の数値については2020年度の 決算公表時(2021年2月)迄に開示予定	
	1株当たり配当30円+ α	1株当たり配当30円+ α ※2020年12月期32円の予想	変更なし

■ 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

Copyright ©2020 Kanro Inc.

33

Appendix (その他)

Copyright 2020 Kanro Inc.

34

■ サステナブル経営の取り組み

Kanro

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

5つのマテリアリティ

糖の価値創造

事業を通じた
環境負荷削減

食の
安全・安心

人権・ダイバーシティ
の推進

組織統治

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Copyright ©2020 Kanro Inc.

35

■ 「糖の価値創造」スポーツ支援

Kanro



レノファ山口FC



TOKYO VERDY HOCKEY
東京ヴェルディ女子ホッケーチーム



シッティング
バレーボール
女子日本代表
「煌めきJAPAN」

「糖との正しい付き合い方」を広く伝える

+

地域創生

+

人材の多様性

+

スポーツを通じた
糖のさらなる可能性の探求

サステナブル経営のさらなる浸透に向け、2020年よりスポーツを通じた「糖」への取り組みを強化しています。

- 施策としては、子供向けのサッカー教室やホッケー教室を通じ、糖に関する食育活動や試合やイベントを通じた糖とスポーツに関する啓蒙活動、商品サンプリング等を予定しています。
- 「煌めきJAPAN」には、日本パラバレーボール協会のスペシャルパートナーとして、大豆イソフラボン含有した「プチポリ納豆スナック」提供を含めたサポートを開始します。

Copyright ©2020 Kanro Inc.

36

■ 2019年度 単元株主数 倍増

— 2019年度12月末 **4,480**名 (2018年度12月末 **2,068**名 → +**2,412**名増加 **+116%**)

— 要因

- IR室発足(1月)によるIR活動開始
- 2019年7月1日株式分割実施

■ 「IRサイト」最優秀企業

— 全上場企業 3,807社中 総合表彰「最優秀サイト」(173社)に選出

- 食品企業では上位5社に

日興アイ・アール
(<http://www.nikkoir.co.jp/>)



Copyright ©2020 Kanro Inc.



Copyright 2020 Kanro Inc.



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：

