

2023年12月期決算説明会 (2023年1月1日～12月31日)



2024年2月16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年度レビュー	: 5-12
2. 主力ブランド状況	: 13-16
3. 2024年度業績予想と ROIC経営進捗	: 17-23
4. 2024年度事業戦略	: 24-34
Appendix(中計進捗等)	: 36-40

※この資料内では第4四半期累計＝通期と呼称します



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、創業112年目を迎えました。
- 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、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、ROIC経営の下、「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(2024年度)は3ヶ年計画である「中期経営計画2024」の最終年度として、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。

カンロについて(2/2) 2023年1-12月市場シェア



キャンディ市場全体
メーカーシェア: 12.5%(1位)
※1 (前年12.2%)



飴(ハードキャンディ)メーカーシェア 20.8%(1位)
※2 (前年 20.4%)



グミメーカーシェア 15.7%(2位)
※3 (前年 15.9%)

※1 インテージSRI+ キャンディ市場

※2 インテージSRI+ ハードキャンディ市場

※3 インテージSRI+ グミ市場

2022年・2023年(各年1月～12月計) 販売金額シェア

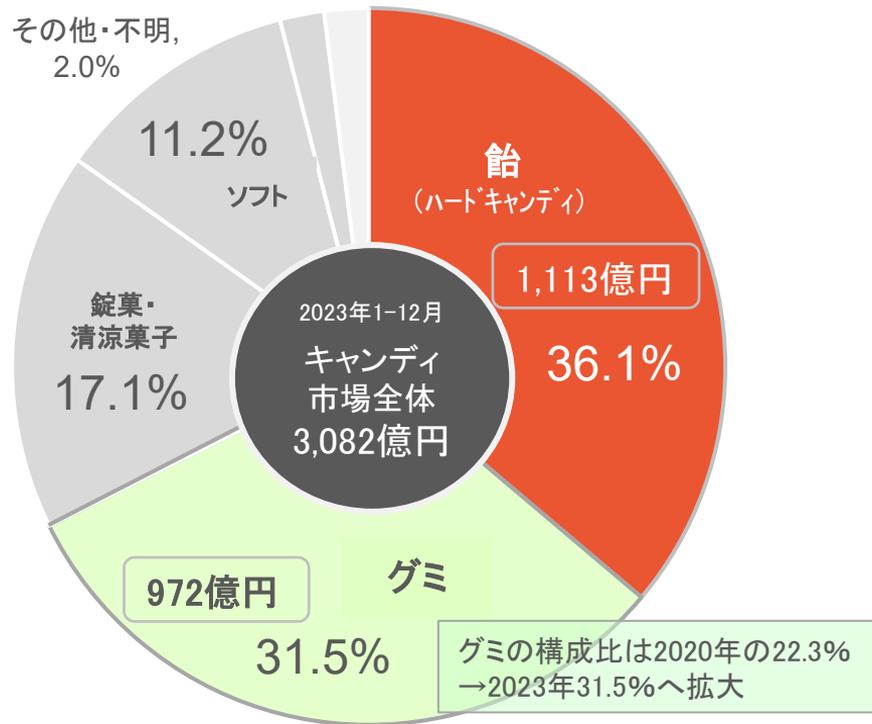
2022年・2023年(各年1月～12月計) 形態(組成)別販売金額シェア

2022年・2023年(各年1月～12月計) 形態(組成)別販売金額シェア

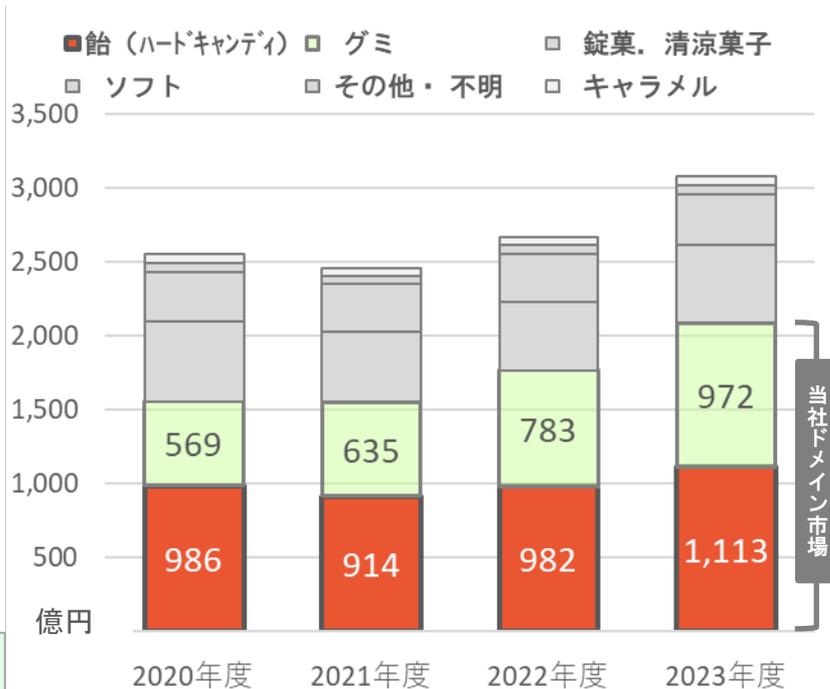
1. 2023年度レビュー (2023年1～12月)

キャンディ市場(2023年1-12月:前年比+15.5%)

組成別構成



市場推移(2020-2023年/1-12月)



※ インテージSRI+ キャンディ市場 2020年-2023年
(各年1~12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)(前年比+13.3%)：人流拡大による消費増、のど飴需要の高止まり
- グミ(前年比+24.1%)：既存品・新製品共に好調、価格の上昇と併せて市場は大きく拡大
- 原材料価格・工場諸経費の高騰

◆当社事業の状況(トピックス)

- 価格改定等：(3月)グミ・「健康のど飴 梅」等、(7月)「ヒトツブカンロ」商品、(9月)「まるごとおいしい干し梅」等
- 一部製品の休売・終売実施(3月～)
- 1月：新経営体制スタート(村田CEO)
- 3月：「健康経営優良法人 2023」に認定(2年連続)
- 3月：「健康のど飴」、4月：「ピュレグミ」TVCM実施
- 5月：「アニュアルレポート」(英文)発行(ARC awards 5部門でGold受賞、2部門で世界最優秀賞受賞)
- 11月：「カンデミーナグミ」第53回「食品産業技術功労賞」※を受賞



※日本の食品産業の発展に著しく貢献した企業、または個人、団体を顕彰するアワード。食品産業新聞社主催で1971年に制定し53回目

2023年度通期：業績概要（対修正予想・対前年比）

単位：百万円

	2023年度 通期						2022年度 通期
	実績	修正予想 ※1	修正予想 増減	修正 予想比	前年比 増減	前年比	実績
売上高	※2 29,015	28,500	+515	+ 1.8%	+3,897	+15.5%	25,118
営業利益	※2 3,388	2,940	+448	+15.3%	+1,455	+75.3%	1,933
経常利益	※2 3,432	2,970	+462	+15.6%	+1,431	+71.5%	2,001
当期純利益	※2 2,462	2,050	+412	+20.1%	+1,116	+82.9%	1,346

※ 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10月27日に公表

※2: 過去最高売上高・利益

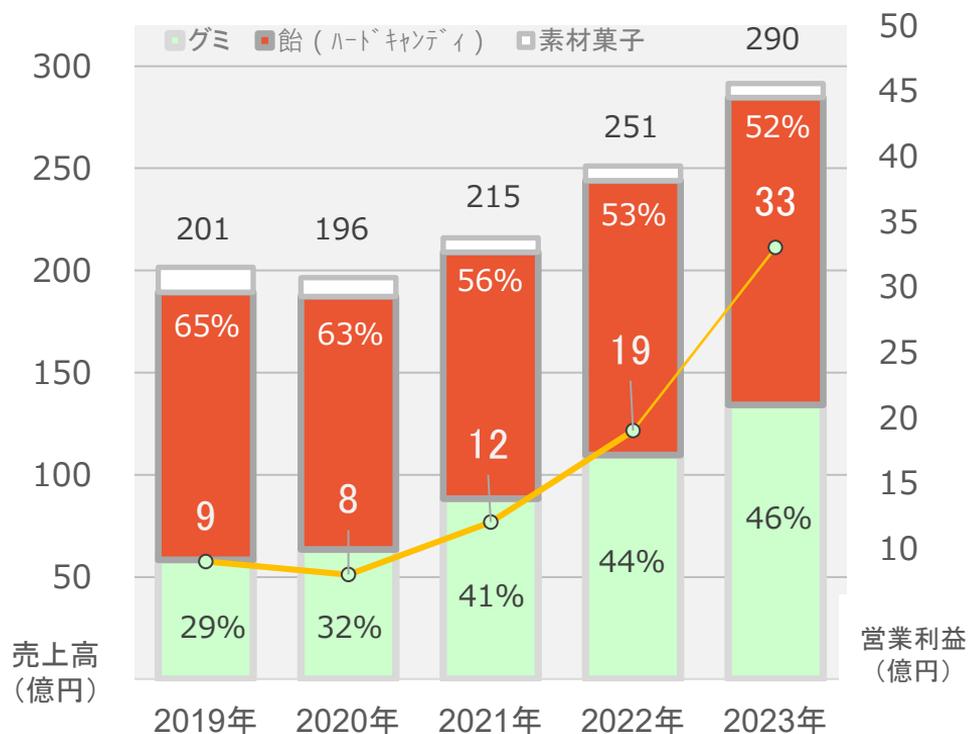
■ 対修正予想(増収・増益)

- 売上高：(増収+1.8%) 増産体制整備(人員増等)による需要取り込み実現
- 営業利益／経常利益：増収による限界利益増加、生産性向上等による利益率好転、経費期ズレ等による増益
- 当期純利益：賃上げ促進税制適用による実効税率低下

■ 対前年比(増収・増益)

- 売上高：
 - ✓ 飴：(増収+12.1%)：需要増による のど飴カテゴリー好調、
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+21.2%)：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」・「グミツツェル」も堅調に推移。「マロッシュ」は伸び悩み
- 営業利益／経常利益
 - ✓ 増収による限界利益の大幅増加 + 価格改定 > 原材料価格高騰の影響・工場諸経費・販管費増加等
- 当期純利益：賃上げ促進税制適用による実効税率低下

2023年度：過去最高の売上高290億円・営業利益33億円



- (売上高) 2019年に松本工場にグミラインを増設。グミを成長エンジン(グミの構成比率拡大)に のど飴需要の回復と共に大きく伸長。
- (営業利益) 増収に伴う限界利益の増加、生産性向上・価格改定による原材料費・諸経費高騰の吸収により、過去最高益を更新。

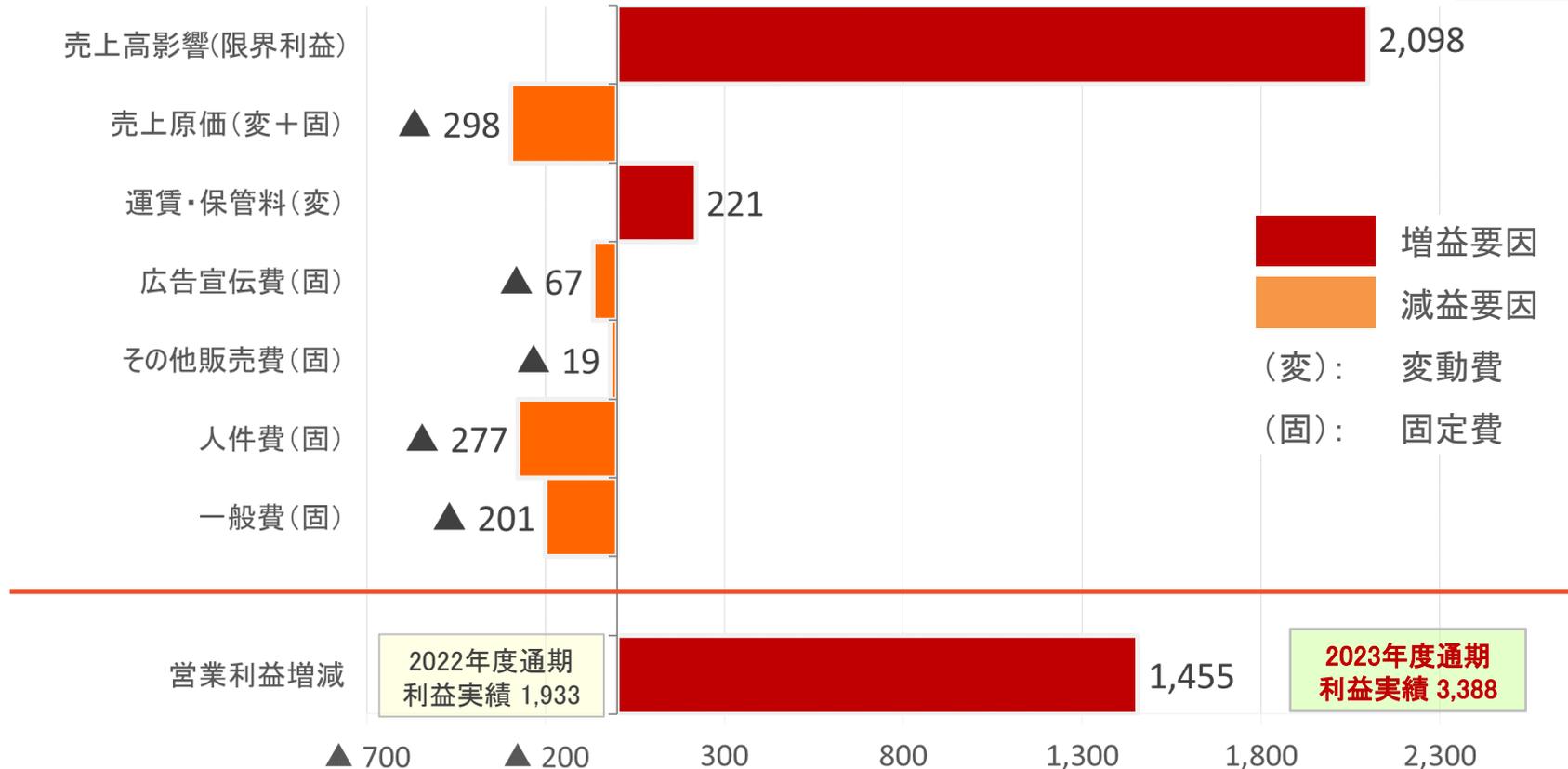
2023年度：営業利益の増減要因

単位：百万円

	2023年度			2022年度	2021年度
	実績	前年増減	前年比	実績	実績
売上高	29,015	+3,897	+15.5%	25,118	21,589
売上原価	17,277	+1,833	+11.9%	15,444	13,236
運賃・保管料	1,746	+42	+2.5%	1,703	1,504
広告宣伝費	609	+67	+12.4%	542	471
その他販売費	250	+19	+8.6%	230	204
人件費	3,888	+277	+7.7%	3,611	3,359
一般費	1,854	+201	+12.2%	1,653	1,558
営業利益	3,388	+1,455	+75.3%	1,933	1,254

営業利益の増減詳細（2022年度通期 vs 2023年度通期）

単位：百万円



2. 主カブランド状況 (2023年1-12月)

主カブランド状況：飴(対前年比 増収+12.1%)



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。甘さスッキリ糖類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※)
 - グルメ系飴が伸び悩む状況下、堅調に推移し前年比増加

※ (株)インテージSRI + ミルクフレーバーキャンディ市場2022年4月～2023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」前年比大幅増加
- 「健康のど飴シリーズ」
 - TVCMプロモーション実施(3月)
 - 一部商品で価格改定(3月)
 - 市場の伸びを上回って前年比大幅増加

主カブランド状況：グミ※1（対前年比 増収+21.2%）

※1 含むマシュマロ商品



すっぱいパウダーと果肉食感により
甘ず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・価格改定実施
- 市場の伸びを上回って前年比増加
- 2023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2023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」

- 前年比増加 / 価格改定実施
- 第53回「食品産業技術功労賞」受賞

■ 「マロツシュ」

- 休売・競争激化による伸び悩みで前年割れ
- 価格改定実施

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・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



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」
 - 前年比減少。インバウンド需要取り込みによる売上増加を目指す

- 「ヒトツブカンロ」
 - 「グミツツェル」好調継続(直営店舗での整理券販売実施中)
 - ヒトツブカンロ事業として前年比二桁増
 - デジタルプラットフォーム「Kanro POCkET」でのEC販売も好調

Kanro
POCKET

3. 2024年度業績予想とROIC経営進捗

2024年度：業績予想（通期）

単位：百万円

	2024年度			2023年度
	業績予想	前年増減	前年比	実績
売上高	30,300	+1,284	+4.4%	29,015
営業利益	3,450	+61	+1.8%	3,388
経常利益	3,470	+37	+1.1%	3,432
当期純利益	2,500	+37	+1.5%	2,462

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（増収＋4.4％）：**
 - － 顧客起点による主力ブランドのシェア拡大
 - － 生産体制整備：人員増強と第4四半期からの松本工場グミ生産能力拡充
 - － 2月から一部商品の価格改定及び内容量変更を順次実施
 - － Z世代向け並びに生活者のニーズに応える商品開発を加速

- **営業利益（増益＋1.8％） / 経常利益（＋1.1％） / 当期純利益（増益＋1.5％）：**
 - － 増収及び価格改定による限界利益の増加により、下記コスト増加を吸収
 - ✓ 原材料価格・労務費・諸経費の上昇
 - ✓ 松本工場グミ棟拡張等による減価償却費増加
 - ✓ 事業領域拡大含む業容拡大に向けた施策経費増加
 - － 政策保有株式の更なる縮減実施
 - － 賃上げ促進税制適用による税メリット享受

2024年度：営業利益増減要因（対2023年度）

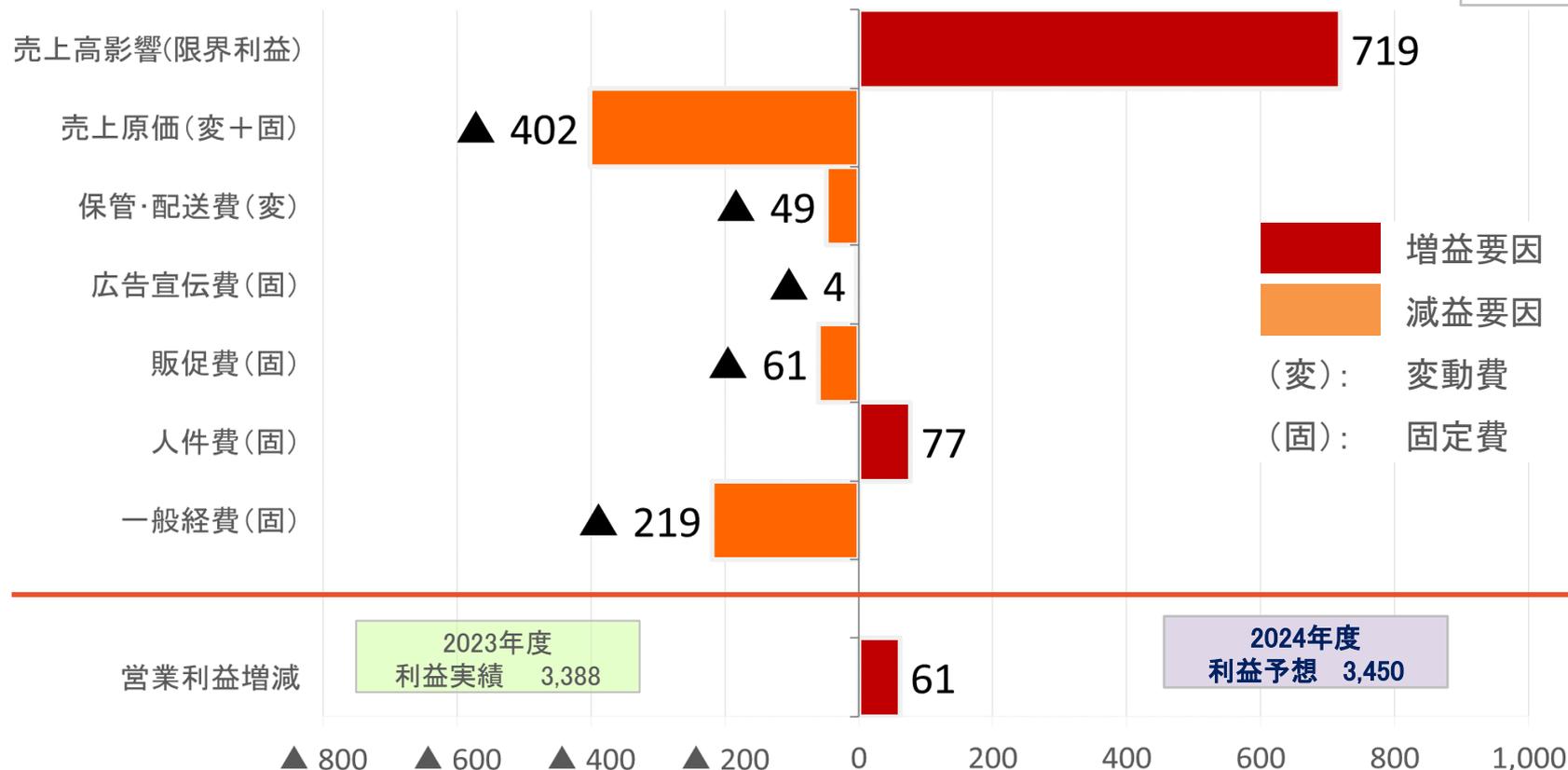
単位：百万円

	2024年度	増減		2023年度
	予想	前年増減	前年比	実績
売上高	30,300	+1,284	+4.4%	29,015
売上原価	18,163	+885	+5.1%	17,277
運賃・保管料	1,875	+128	+7.4%	1,746
広告宣伝費	614	+4	+0.7%	609
その他販売費	312	+61	+24.6%	250
人件費	3,811	▲77	▲2.0%	3,888
一般費	2,074	+219	+11.8%	1,854
営業利益	3,450	+61	+1.8%	3,388

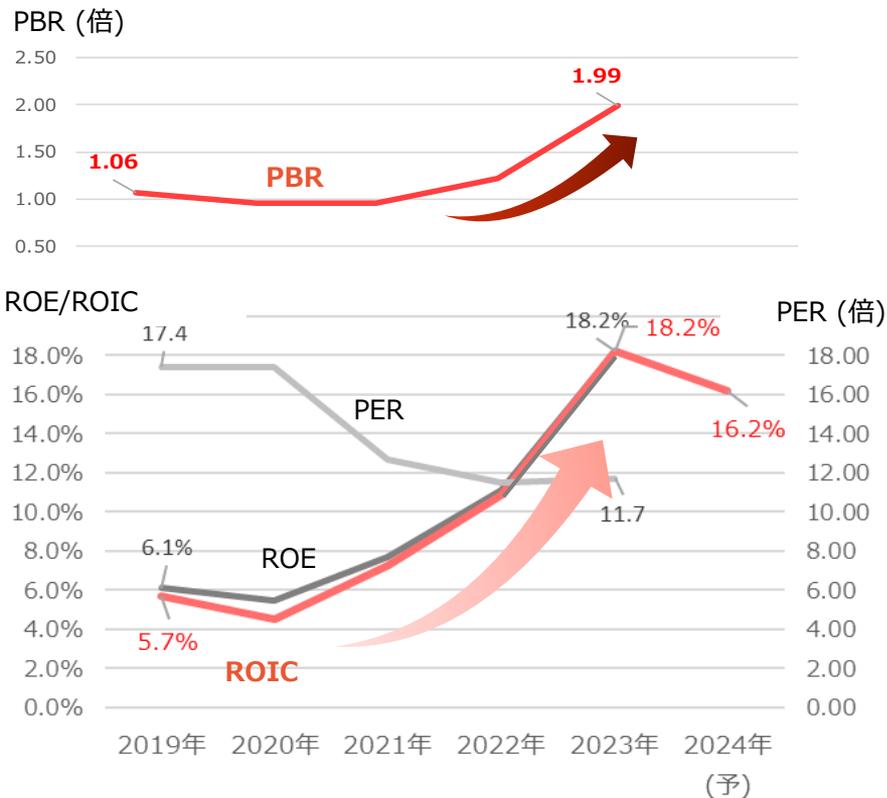
※この資料の金額は、百万円単位未満を切り捨てて表示しているため、合計及び比率が合わない場合があります

営業利益の増減詳細 (2023年度通期実績 vs 2024年度通期予想)

単位: 百万円



ROIC経営（資本コストや株価を意識した経営）の進捗



現状認識

- ROIC経営施策(下記)の実行下、PBR上昇
 - KanROICツリーによるKPI管理
 - B/Sマネジメント(政策保有株式縮減)
 - 資本コストを基準とした投資採算基準運用
 - 事業ポートフォリオマネジメントへの活用
- ROICは、資本コストを越える中計目標値7.5%以上を上回って推移

今後の取組み

- ROIC経営による規律ある成長投資の実行（次期中期経営計画においてKV2030実現に向けた成長ストーリーを発信）
- 経済価値と社会価値の同時実現
- 株主・投資家との対話推進及び情報開示の拡充

配当について

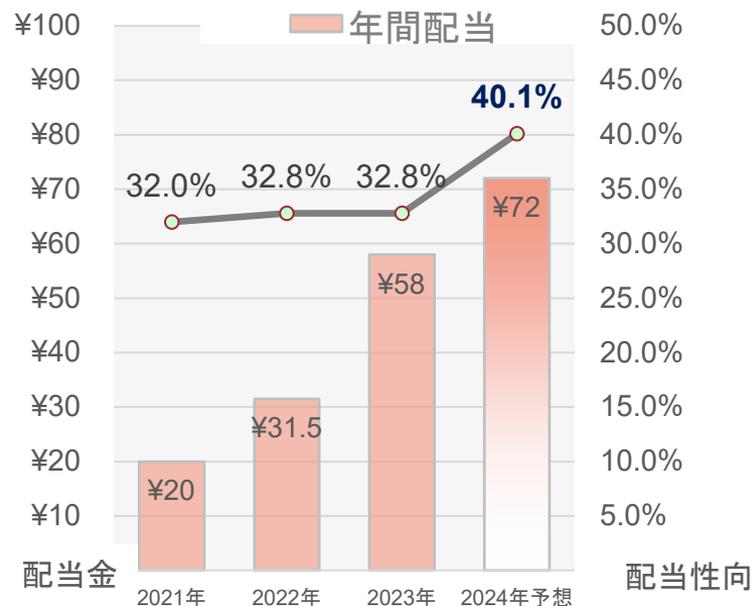
単位:円

配当金 (1株)	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	
	実績	実績	①実績	②予想	前年比 ②-①
中間配当	7.5	12.5	20	30	+10
期末配当	12.5	19	38	42	+4
年間配当	20	31.5	58	72	+14
配当性向	32.0%	32.8%	32.8%	40.1%	—

※2022年度7月1日実施株式分割後換算

<株主還元方針>:

株主への利益還元は重要な政策であり、「中期経営計画 2024」において、2024年度までに配当性向を40%迄に段階的に引き上げる株主還元の拡充を定めております。



4. 2024年度 事業戦略

1. ブランド価値向上、シェア・利益の最大化

- 「ブランド基軸経営と顧客起点」により主カ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
- 生産体制整備
 - 松本工場グミ棟拡張(10月稼働予定)→年間のグミ生産能力+14%UP
 - 人員増強 + 自動化・省人化の推進
 - 更なるグミ増産への検討
- コスト上昇への対応
 - 生産性向上(含むSKU絞り込み)によるコストアップ吸収
 - 価格改定
 - 原材料価格上昇、エネルギー・物流費諸経費の上昇に対処し、適正な利潤を確保するため、価格改定および内容量の変更を実施(2023年12月25日プレスリリース参照)

https://www.kanro.co.jp/files/topics/3410_ext_05_0.pdf

2. 商品開発：カンロ独自の機能価値＋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を開発
- Z世代に向けた情緒的価値を重視した商品開発を更に強化

3. 事業領域の拡大

- (グローバル事業)輸出の拡大、多面的アプローチによる事業拡大検討
- (デジタルコマース・ヒットブカンロ事業) ヒットブカンロ原宿店・KanroPOCKeT ラボオープン予定(2024年4月)
- (フューチャーデザイン事業)他社との協創により、新視点での商品・サービスを展開

4. 経営基盤の強化(ESG経営：サステナビリティ推進)

- サステナビリティ委員会機能強化
 - 脱炭素への取組：2050年カーボンニュートラル宣言、2030年KPI再設定
 - サステナブル起点の商品開発メソッドへ革新・DXを利用した商品開発業務改革
- 経営戦略と同期した「人材育成方針」・「社内環境整備方針」に基づく人的資本経営の推進
- IT・DX：新基幹システム稼働、全社横断のDX推進委員会新設

顧客起点を強化し『ブランド基軸経営』を実現する体制に変革する



■ 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用い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)

対象商品		対象商品売上高	改定内容
金のミルクシリーズ (100円ショップ専用品含む)		<p>2023年度 売上高 約 120億円</p>	<p>希望小売価格 3~16%程度の値 上げ or 内容量 8~14% の減量 ※実際の小売り 価格はオープン 価格です。</p>
ピュレグミプレミアムシリーズ			
ピュレグミシリーズ (100円ショップ専用品含む)			
ピュレリングシリーズ			
カンデミーナグミシリーズ			

■ 現況

- 中国向け専用商品「0糖1刻」は「処理水問題」により苦戦
- 米国含む各国規制への対応も課題

■ 今後の展開

- 市場調査やテストマーケティングに基づく海外展開ブランド戦略の策定、検証
- 多面的アプローチによる事業拡大を検討
- グローバル人財の確保・育成



在中国会員制スーパー
「サムズ・クラブ」
14店舗にて2023年
9～11月で「0糖1刻」販売

売価6個 59元(約1,200円)

■ デジタルコマース・ヒトツブカンロ事業:

- 4月17日開業東急プラザ原宿「ハラカド」に2拠点オープン
 - (1F) ヒトツブカンロ 原宿店
 - (3F) KanroPOCKeT ラボ



■ フューチャーデザイン事業:

- アップサイクル商品で新たな市場を開拓し、売上をつくる
- 廃棄包材のアップサイクル実施

※東急プラザ原宿「ハラカド」
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4月17日
(水)に開業予定。

糖の価値創造・社会貢献



レノファ山口FC公式
戦カンロ冠マッチで
食育イベント実施
(2023年9月)

事業を通じた環境負荷削減



クラウドサービスを用
いてGHG排出量を精緻
化(2023年～)

食の安全・安心

“ カンロは、お客様にご満足いただける
安全で安心できる商品やサービスをお届けし
人々の健やかな生活に貢献します ”

品質方針をコーポレートサイトに開示
(2023年8月)

人権の尊重・ダイバーシティの推進



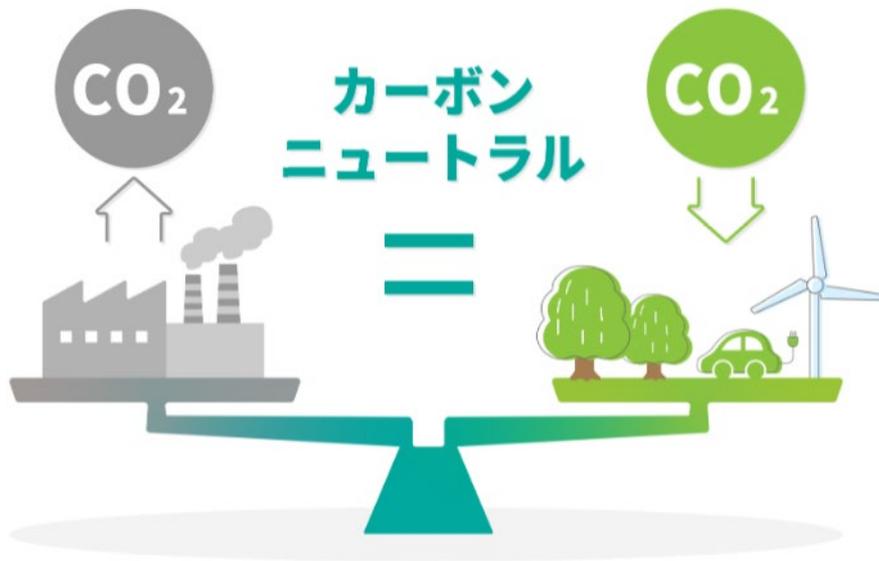
屋内ハーブ農園
カンロファームの
2拠点目
「カンロファーム入間」
オープン(2023年6月)

サステナビリティ主要指標進捗

	実績		中期経営計画	2030年	
	2022年	2023年	2024年		
事業を通じた 環境負荷削減	・温室効果ガス総排出量の削減 <small>二酸化炭素に換算した重量で算出(t-CO₂)</small>	268.3 t-CO ₂ /億円 ※	306.4 t-CO ₂ /億円 ※	262.4 t-CO ₂ /億円 ※	Scope 1, 2 6,523 t-CO ₂ (2019年比50%減)
	・食品廃棄物の削減 (売上原単位)	5.29 t/億円	4.62 t/億円	4.12 t/億円	Scope 3 41,756 t-CO ₂ (2019年比30%減) 3.24 t/億円 (2019年比30%減)
人権の尊重・ ダイバーシティの推進	・女性管理職(課長職以上)比率	14.5%	15.6%	20.0%	30.0%台
	・障がい者雇用比率	2.3%	2.6%	3.0%	3.0%継続
	・従業員エンゲージメントスコア	49.7%	52.5%	55.0%	70.0%
糖の価値創造	・糖に対する正しい価値の普及活動	累計 659万人	累計 805万人	累計 800万人	累計 1,500万人

※ 売上高原単位・Scope1～3での目標設定

カンロは2050年
温室効果ガス排出実質ゼロ(カーボンニュートラル)の実現を目指し、
「オールカンロ」で取り組みます



グリーンエネルギーの活用
2024年10月～松本工場新ゴミ棟で
太陽光発電拡充

Appendix

- 中期経営計画2024進捗状況
- 株主数(単元株主)推移
- 投資部門別 株式数構成比の推移

中期経営計画2024進捗

Sweeten the Future

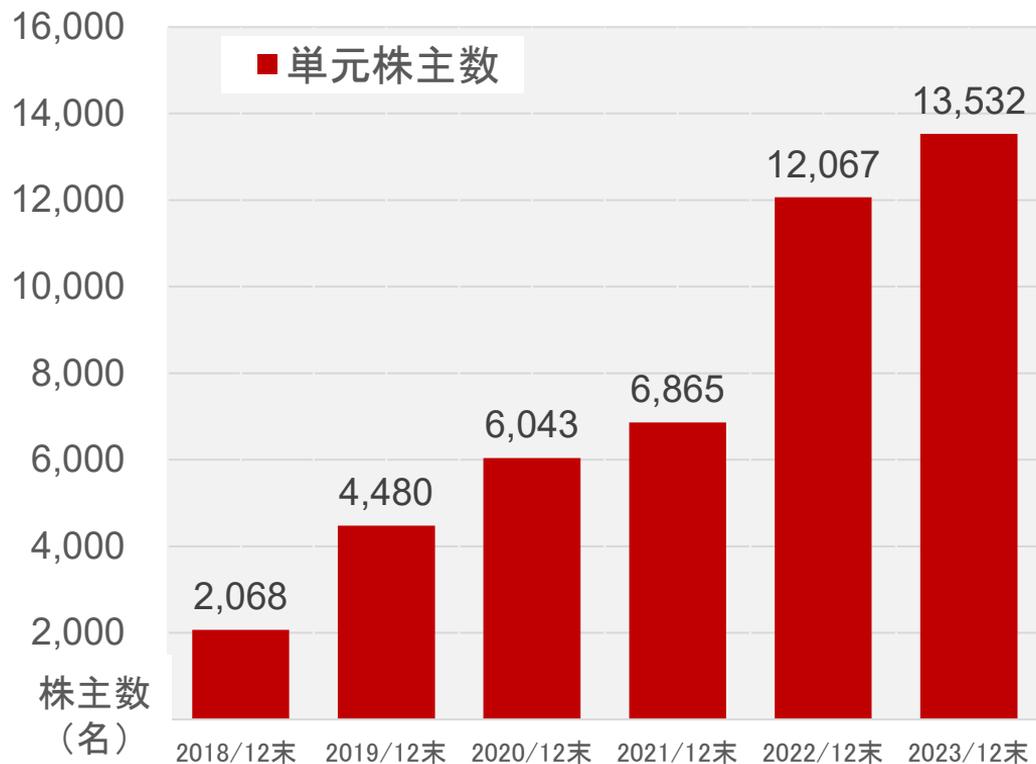
Kanro

(2024年2月8日時点)

		中期経営計画 2024										中長期 KV2030
	2021年度 (実績)	2022年度 (実績)	2023年度 (実績)	2024年度 (KPI)	2024年度 (業績予想)	'25	'26	'27	'28	'29	2030年度 (目標)	
売上高	215億円	251億円 (+16.3%)	290億円 (+15.5%)	—	303億円 (+4.4%)						500億円	
4事業CAGR※			+5%以上		+12.0%						—	
コア事業CAGR			+3%以上		+10.9%						300億円	
新規3事業CAGR			+30%以上		+41.7%						200億円	
営業利益	12億円	19億円	33億円	—	34億円						—	
営業利益率	5.8%	7.7%	11.7%	7.0%	11.4%						9%以上	
当期純利益	8億円	13億円	24億円	—	25億円						—	
ROIC	7.3%	10.9%	18.2%	7.5%以上	16.2%						10%以上	
配当性向	32.0%	32.8%	32.8%	40%	40.1%						50%	

※CAGR=年平均成長率

株主数(単元株主)推移 2018年～2023年



- 2019年に専門部署を設置し、IR活動を拡充(決算説明会・投資家向け説明会・開示の拡充等を実施)
- 「パーパス」・「中期経営計画2024」下の好業績と、株式分割含むIR施策、メディア露出増加のPR施策効果で個人株主を中心に大幅に株主数が増加

投資部門別 株式数構成比の推移 2019年 → 2023年

※(自己株式除く)

	金融機関	金融商品 取引業者	その他 法人	外国 法人等	個人・ その他※	自己株式	合計
2019年末 所有株式 割合(%)	21.21	0.43	40.93	0.71	30.16	6.56	100.00
2023年末 所有株式 割合(%)	14.21	1.13	39.56	4.68	34.40	6.02	100.00
変動	▲7.00	+0.70	▲1.38	+3.97	+4.25	▲0.54	±0

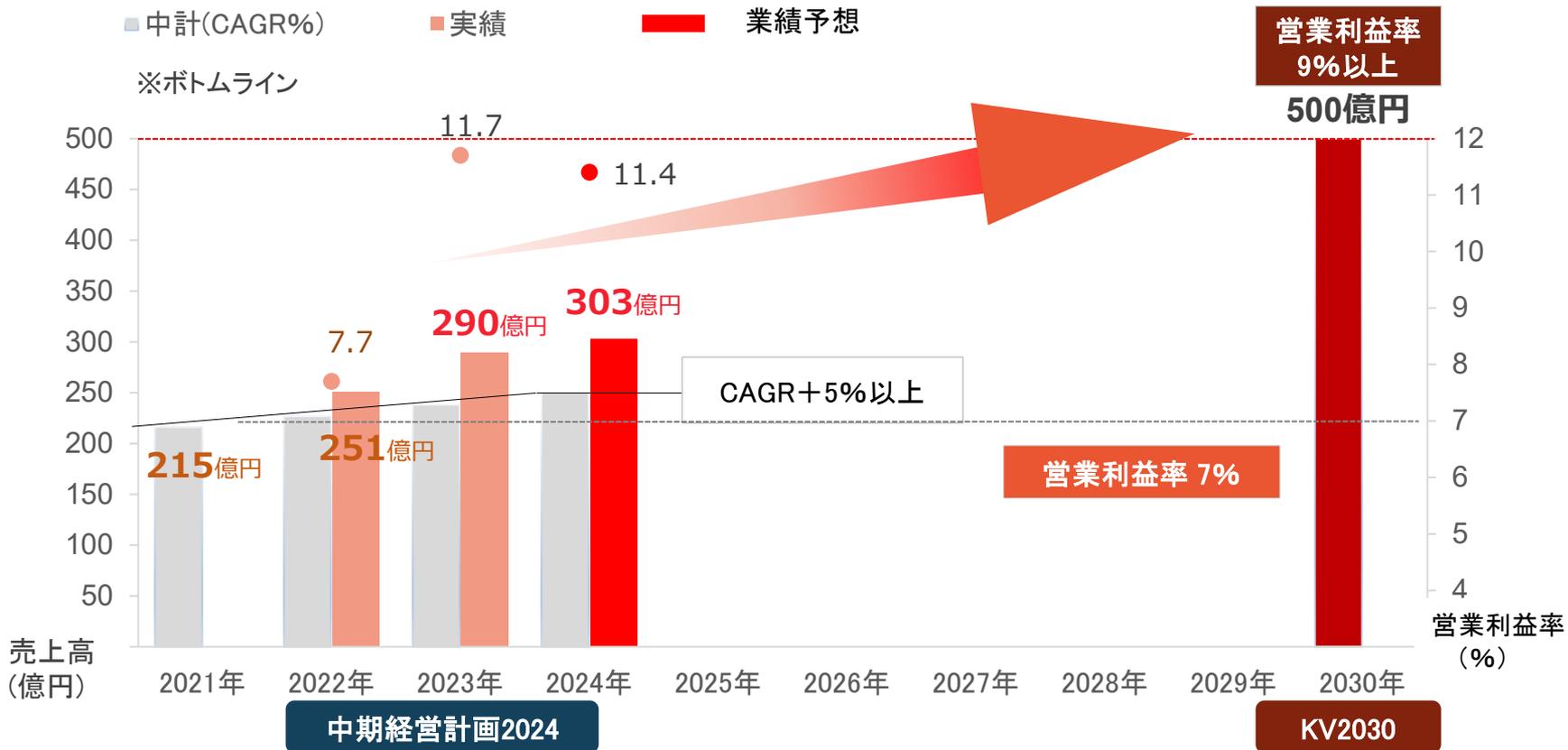
- 2020年より英文開示拡充(英文Annual report)等を実施 → 外国法人等の構成比率上昇



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

