



2024年第2四半期（中間期）決算説明会（2024年1月1日～6月30日）

2024年8月6日

カンロ株式会社

（TSEコード：2216）

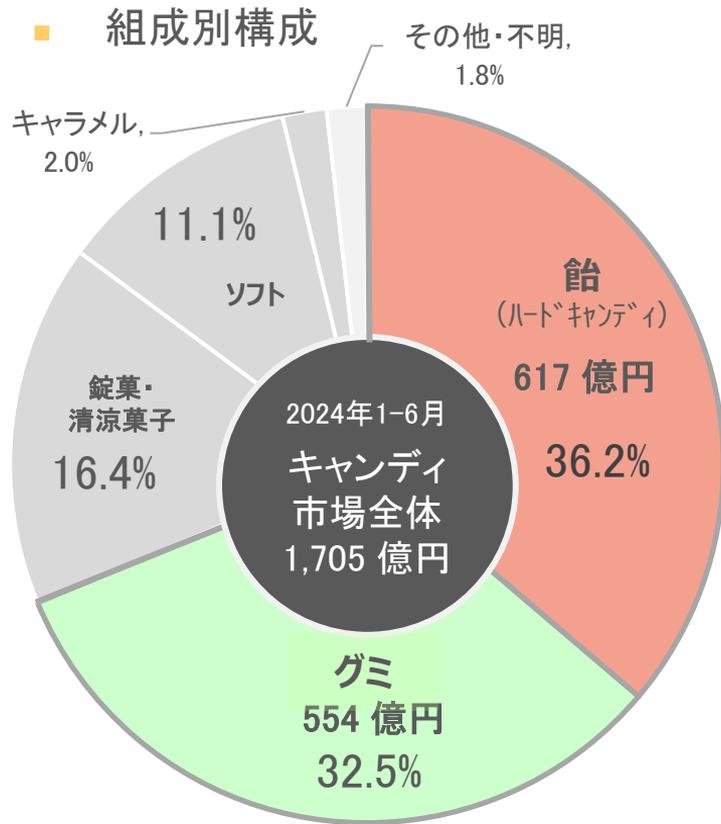
	スライドNo.
1. 2024年度上期レビュー	: 3-13
2. 2024年度通期業績予想	: 14-19
3. 2024年度下期戦略と中計進捗	: 20-28



※ 上期:1-6月、下期:7-12月

1. 2024年度上期レビュー

キャンディ市場推計販売金額(2024年1～6月)



■ 全カテゴリーで前年同期比販売金額増加

	2023/1-6	2024/1-6	前年同期比	
	億円	億円	%	
トータル	1,515	1,705	+12.6%	
ハード	544	617	+13.4%	カンロ ドメイン
グミ	490	554	+13.0%	
錠菓・清涼菓子	246	280	+13.9%	
ソフト	172	189	+9.4%	
キャラメル	32	34	+5.1%	
その他	29	31	+4.5%	

※ インテージSRI+ キャンディ市場 2023年-2024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 **12.5%**
(前年同期 13.2%) ※1



飴(ハードキャンディ)メーカーシェア **19.5%**※2
(前年同期 22.3%)

グミ メーカーシェア **16.6%**※3
(前年同期 15.9%)

※1 インテージSRI+ キャンディ市場

2023年・2024年(各年1月~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

2023年・2024年(各年1月~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

2023年・2024年(各年1月~6月計) 形態(組成)別販売金額シェア

◆市場環境

- 飴(ハードキャンディ)(前年同期比+13.4%)：高いのど飴需要の継続
- グミ(前年同期比+13.0%)：既存品・新製品共に好調、ハード系グミの伸長大

◆当社事業の状況(トピックス)

- 1月：組織・経営体制の変更(サステナビリティ推進体制強化、DX推進委員会新設、ブランドリーダー設置等)
- 価格改定および内容量変更実施
 - ✓ 2月：「金のミルク」、3月「ピュレグミ」・「カンデミーナ」、4月「ヒトツブカンロ」
- TVCM実施(3月：「金のミルク」、4月「ピュレグミ」)
- 4月：ヒトツブカンロ原宿店、情報発信拠点「Kanro POCKeT ラボ」オープン
- 6月：業績予想並びに配当予想の上方修正



ヒトツブカンロ原宿店

売上・利益ともに上半期過去最高を更新

単位：百万円

	2024年度 上期						2023年度 上期
	実績①	修正予想② ※1	増減 ①-②	修正 予想比	前年同期 増減 ①-③	前年 同期比	実績③
売上高	15,563	15,500	+63	+0.4%	+1,270	+8.9%	14,292
営業利益	2,343	2,230	+113	+5.1%	+570	+32.2%	1,772
経常利益	2,355	2,250	+105	+4.7%	+564	+31.5%	1,791
中間純利益	1,767	1,680	+87	+5.2%	+530	+42.9%	1,236

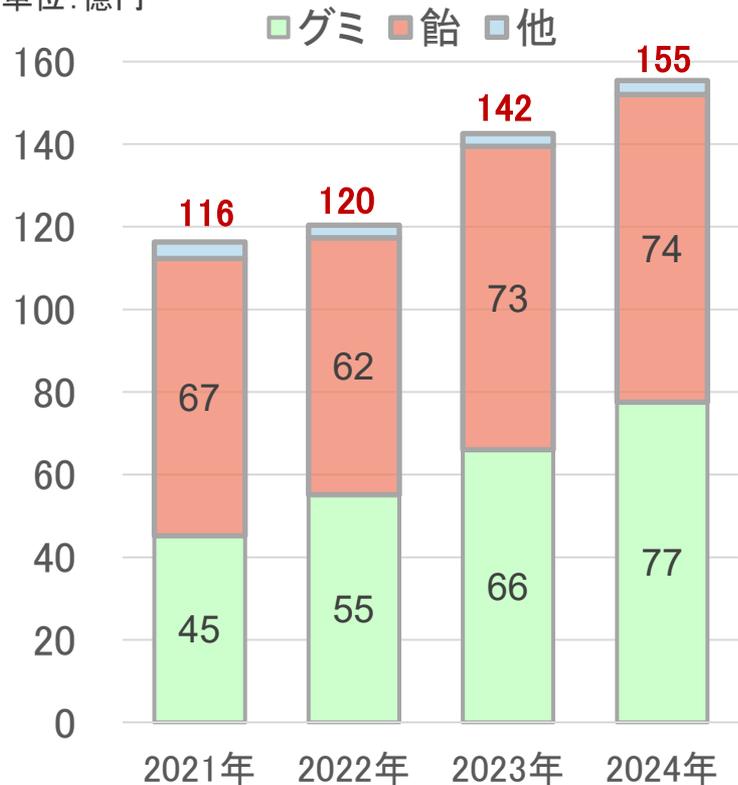
※ この資料の金額は、百万円単位未満を切り捨て表示しているため、内訳と合計金額等があわない場合があります。

※1: 2024年6月24日に公表

- **対修正予想 (※): 増収・増益** ※ 2024年6月24日公表
 - 売上高:グミの更なる伸長
 - 営業利益:増収に伴う限界利益の増加および下期への期ズレを含む販管費の減少
- **対前年同期: 増収・増益**
 - 売上高:
 - ✓ 飴 : (増収+1.4%):商品絞り込みと人員増強等の生産体制整備によりのご飴需要の増加に対応、「金のミルク」価格改定(2月～)も寄与。スティック形態は苦戦
 - ✓ グミ: (増収+16.9%):グミの販売額が飴の販売額を上回る
 - 主力ブランドが堅調に推移、「ピュレグミ」・「カンデミーナグミ」(3月～)の価格改定も寄与
 - 「グミツェル」(価格改定4月～)の好調継続
 - 営業利益 / 経常利益 / 中間純利益:
 - ✓ 原材料価格高騰・諸経費増加等を価格改定により吸収
 - ✓ 販売・生産増加による限界利益・粗利率の増加
 - ✓ 政策保有株式の縮減による特別利益の計上

売上高構成比推移(上期)

単位:億円



- 上半期で、グミ売上高 > 飴売上高 (当社史上初)
- グミを成長ドライバーとする事業戦略推進の成果

上期(1-6月)売上構成 対前年比

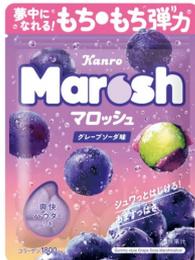
単位:百万円

	2023/1-6	2024/1-6	構成比	前期比
飴	7,346	7,449	47.9%	+1.4%
グミ	6,652	7,774	50.0%	+16.9%
素材菓子	290	331	2.1%	+13.9%
その他	2	7	0.0%	+276.6%
計	14,292	15,563	100.0%	+8.9%

主力商品の上期状況(飴) 対前年同期比:+1.4%



- 「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※)
 - グルメカテゴリー市場が伸び悩む中、価格改定(2月)とTVCMによる押し上げ効果により、前年同期比二桁増収
 - ※ (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」/「健康のど飴ブランド」
 - 健康志向の高まり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し、売上拡大
- スティック / コンパクト形態商品
 - スティック形態が苦戦で減収
- その他
 - 処理水問題の影響等で中国専用商品は計画未達
 - SKU絞り込みもあり、Z世代向け等のファンシー商品は減収



- 「ピュレグミ」
(2023年、グミカテゴリ年間売上No.1 ブランド ※)
※ (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
 - 価格改定(3月)とTVCMの展開(4月)、および新味/季節商品が好調に推移し、前年同期比で20%超の増収
- 「カンデミーナグミ」
 - ハード系グミの人気高まりを受け前年同期比二桁増加、価格改定(3月)も寄与
- 「マロッシュ」(マシュマロ商品)
 - 計画未達で減収
- 「グミッツェル」(直営店舗「ヒトツブカンロ」/「Kanro POCKeT」)
 - 好調継続、大幅伸長。類似品への注意喚起実施中

2024年度上期：営業利益の増減要因

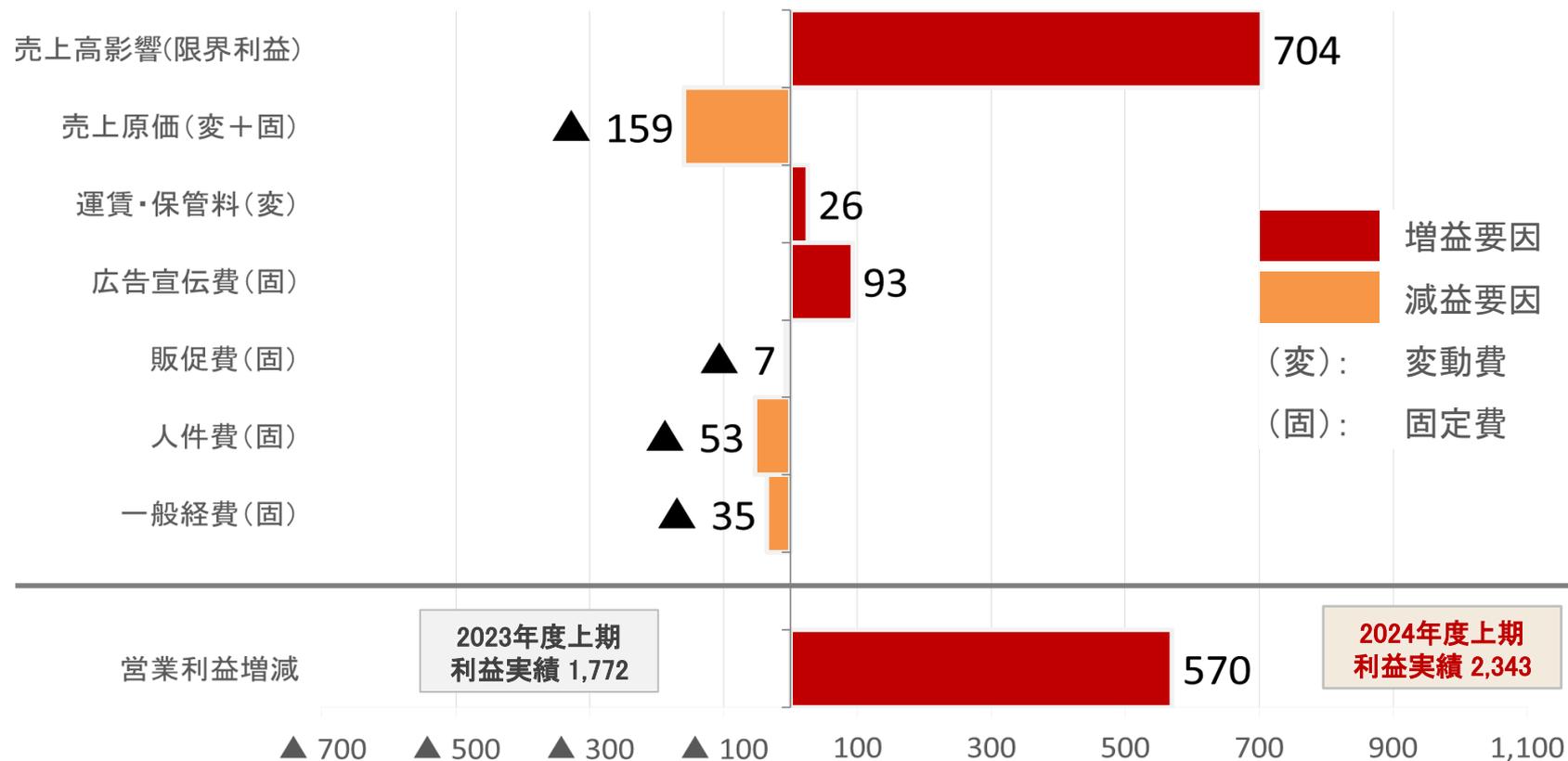
単位：百万円

	2024年度 上期			2023年度上期
	実績	前年同期増減	前年同期比	実績
売上高	15,563	+1,270	+8.9%	14,292
売上原価	9,021	+649	+7.8%	8,372
運賃・保管料	895	+48	+5.7%	847
広告宣伝費	331	▲93	▲22.0%	424
その他販売費	134	+7	+5.5%	126
人件費	1,895	+53	+2.9%	1,842
一般費	942	+35	+3.9%	906
営業利益	2,343	+570	+32.2%	1,772

※ 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。

営業利益の増減詳細 (2023年度上期 vs 2024年度上期)

単位: 百万円



2. 2024年度 通期業績予想

単位：百万円

	2024年度通期			2023年度通期
	修正予想 ※	前年増減	前年比	実績
売上高	30,800	+1,784	+6.1%	29,015
営業利益	3,810	+421	+12.4%	3,388
経常利益	3,830	+397	+11.6%	3,432
当期純利益	2,800	+337	+13.7%	2,462
1株当たり当期純利益 (単位：円)	199.74	+22.65	+12.8%	177.09

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。

※ 2024年6月24日公表数値

■ 対前年

- 売上高(増収): 飴・グミ主力ブランドの伸長
 - ✓ 生産体制整備(人員増強、松本工場グミ棟拡張)、価格改定の実施
- 営業利益/経常利益/当期純利益(増益):
 - ✓ 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(含む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

■ 対修正予想(6/24業績予想から修正無し)

- 営業利益/経常利益/当期純利益(下期下振れ要因と対応):
 - ✓ 原材料価格の期初想定を上回る上昇で、売上原価率が悪化
 - ✓ 上期からの期ズレ費用や来年度以降を見据えた施策経費増加
 - ⇒ 生産体制の整備を進め、下期の業績改善に努める

2024年度 通期業績予想: 営業利益(対期初予想 / 対前年)

単位: 百万円

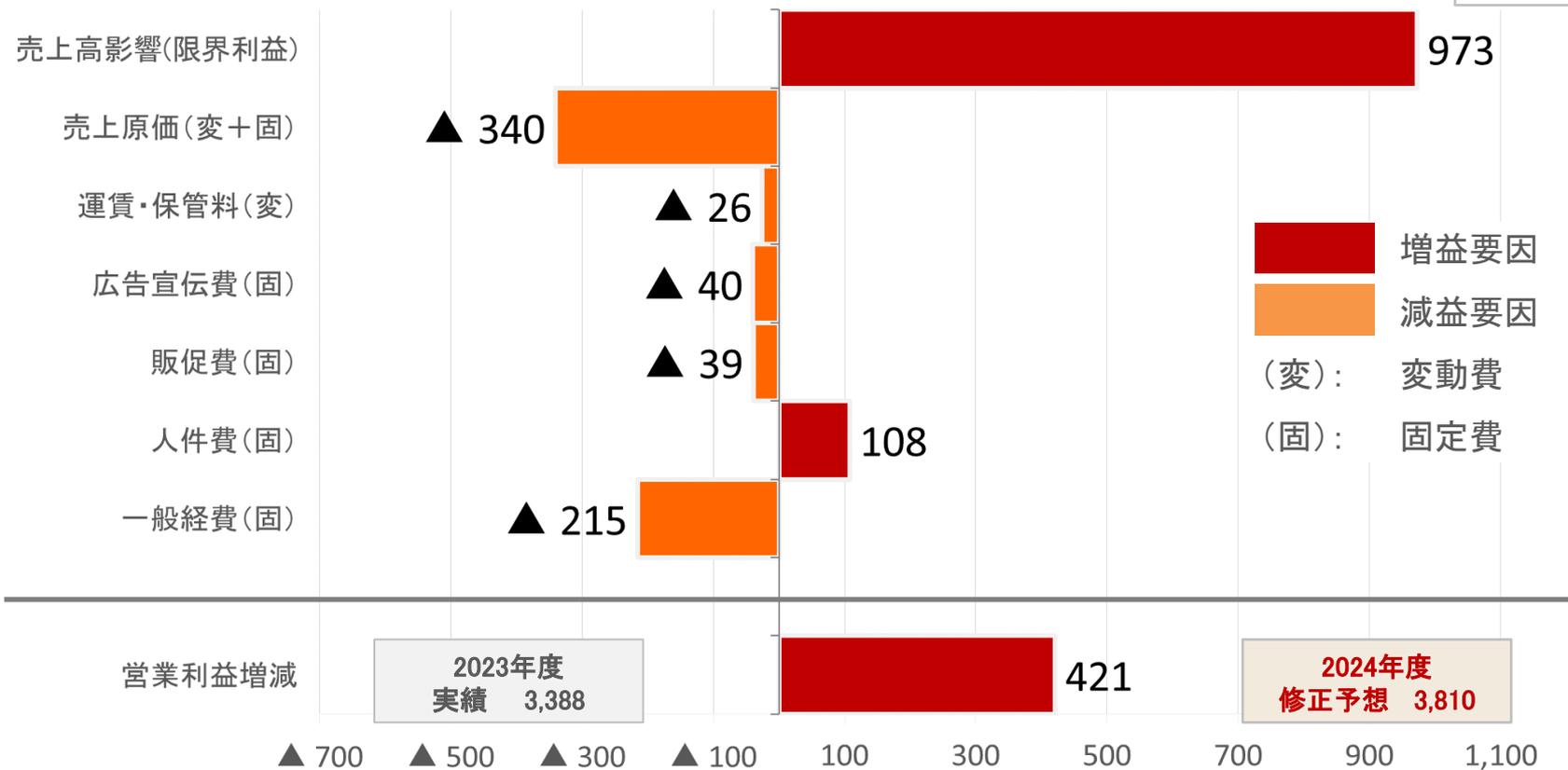
	2024年度				2023年度		
	予想 ※	期初予想	増減	期初比	実績	前年増減	前年比
売上高	30,800	30,300	+500	+1.6%	29,015	+1,784	+6.1%
売上原価	18,320	18,163	+157	+0.8%	17,277	+1,042	+6.0%
運賃・保管料	1,880	1,875	+4	+0.2%	1,746	+133	+7.6%
広告宣伝費	650	614	+35	+5.8%	609	+40	+6.5%
その他販売費	290	312	▲21	▲7.0%	250	+39	+15.8%
人件費	3,780	3,811	▲31	▲0.8%	3,888	▲108	▲2.7%
一般費	2,070	2,074	▲4	▲0.2%	1,854	+215	+11.5%
営業利益	3,810	3,450	+360	+10.4%	3,388	+421	+12.4%

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。

※ 2024年6月24日公表数値

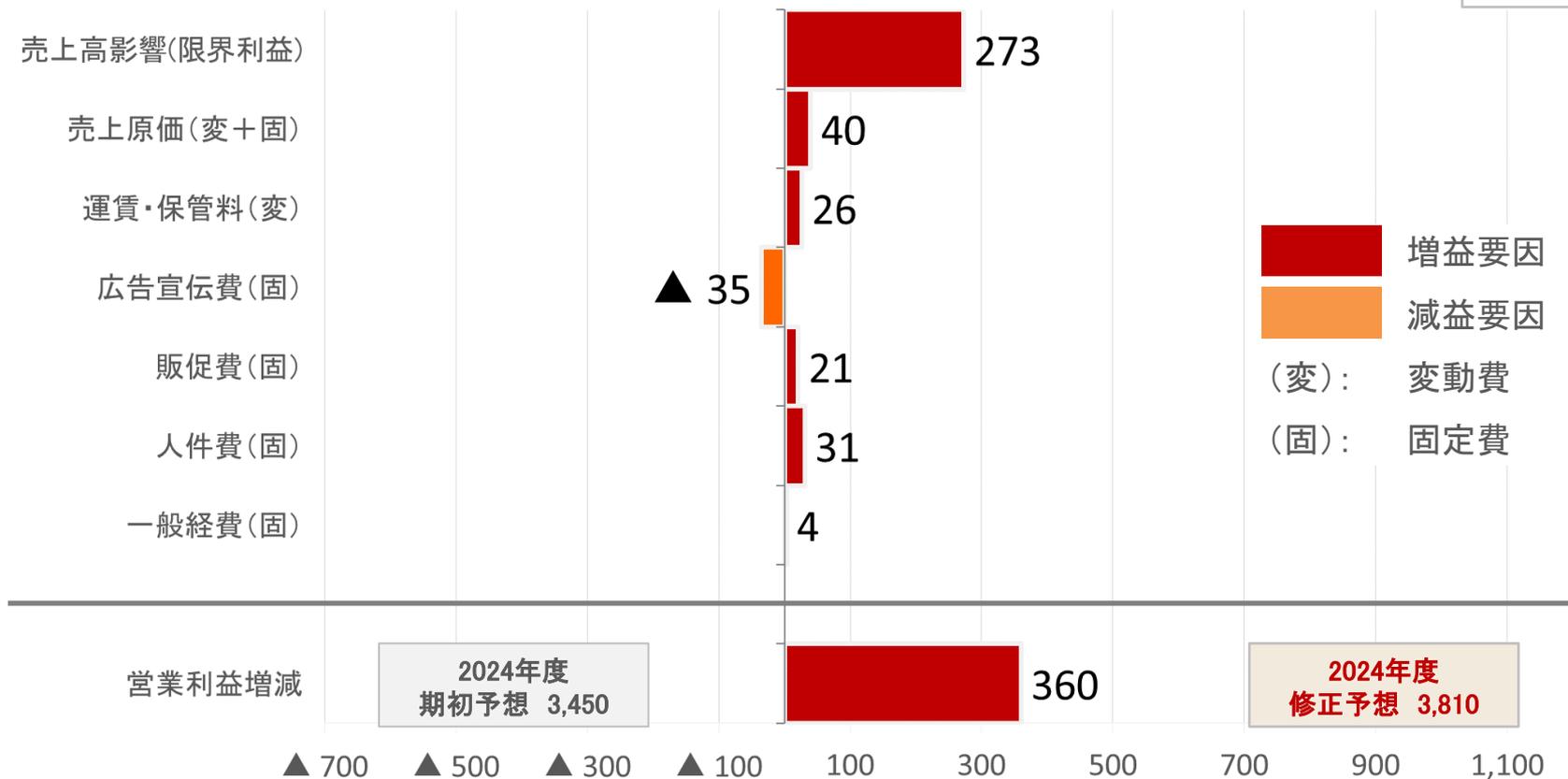
営業利益の増減詳細 (2023年度通期 vs 2024年度修正予想)

単位: 百万円



(参考) 営業利益の増減詳細 (2024年度期初予想 vs 2024年度修正予想)

単位: 百万円



3. 2024年度下期戦略と中計進捗

課題

打ち手

施策

シェア拡大に
向けた生販
体制強化

- ① 生産・販売の効率化 / 1品当たりの売上拡大
- ② 生産能力増強

- ①-1 販促施策集中による重点品の売上構成比率の引上げ
- ①-2 デジタル媒体を活用した店頭起点の営業活動
- ②-1 製造人員増強
- ②-2 松本工場グミ棟拡張（10月稼働予定）
- ②-3 KV2030中の生産規模拡大に向けたstudy

課題

打ち手

施策

事業領域拡大
の具現化・
スケール化

- ① 海外市場深耕と次期中計に向けた先行投資
- ② ヒトツブ事業販売強化とLTV向上
- ③ 共創先と連携した新規商品の上市と販路開拓

- ①-1 国・地域別販促実施による輸出の拡大
- ①-2 米国市場開拓に向けた戦略ブランドの選定・開発
- ①-3 中国市場へのAmos社との取り組み推進
- ② 顧客ニーズを捉えた商品開発・プロモーションの強化
- ③ 商品化に向けた市場受容性調査とOEM先の検討

■ 成長エンジン ゴミの生産体制強化

— (松本工場)ゴミ棟拡張工事実施中(10月稼動予定)

- ゴミ生産能力 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)

■ 環境保全に向けた取り組み

- 全生産工場にて購入電力を再エネルギー化
 - ・ 長野県 2 工場に加え、2024 年 5 月より山口県ひかり工場も再生可能エネルギー由来の電気に切り替え
- マテリアルリサイクルのスタートアップ企業「REMARE」と協業スタート
 - ・ 廃棄包材の再資源化を推し進め、サステナブル経営を強化



カンロ ひかり工場(山口県)



■ 人的資本経営

- 「健康経営優良法人 2024」に認定(3年連続)
- 「プラチナくるみん」認定(2024年5月)
～高水準の子育てサポート企業に





アニュアルレポート2023(英文)

「和」をテーマとし、花札がモチーフ。花札は、200年以上前から存在し日本の花鳥風月が描かれたカードゲーム。人々の生活に楽しみを与え、長く愛され続ける花札に、当社の目指す姿を重ねた。[00.pdf \(eir-arts.net\)](#)



統合報告書2024

カンロの強みや価値創造について財務・非財務の両方向からマルチステークホルダーに向けてメッセージ発信

[00.pdf \(eir-parts.net\)](#)

	中期経営計画 2024 (CAGR=年平均成長率)					長期ビジョン KV2030					
	2021年度 (実績)	2022年度 (実績)	2023年度 (実績)	2024年度 (KPI)	2024年度 (予想※)	25	26	27	28	29	2030年度 (目標)
売上高 (前年比)	215億円	251億円 (+16.3%)	290億円 (+15.5%)	—	308億円 (+6.1%)						500億円
4事業CAGR		+5%以上			+12.5%						—
コア事業CAGR		+3%以上			+11.8%						300億円
新規3事業CAGR		+30%以上			+33.9%						200億円
営業利益	12億円	19億円	33億円	—	38億円						—
営業利益率	5.8%	7.7%	11.7%	7.0%	12.4%						9%以上
当期純利益	8億円	13億円	24億円	—	28億円						—
ROIC	7.3%	10.9%	18.2%	7.5%以上	18.0%						10%以上
配当性向	32.0%	32.8%	32.8%	40%	40.1%						50%

※ 2024年6月24日公表数値

株主還元方針: 2024年度に配当性向を40%迄引き上げる

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	35	+15
期末配当	12.5	19	38	45	+ 7
年間配当	20	31.5	58	80	+22
配当性向	32.0%	32.8%	32.8%	40.1%	+7.3pt

2022年7月1日実施 株式分割後換算

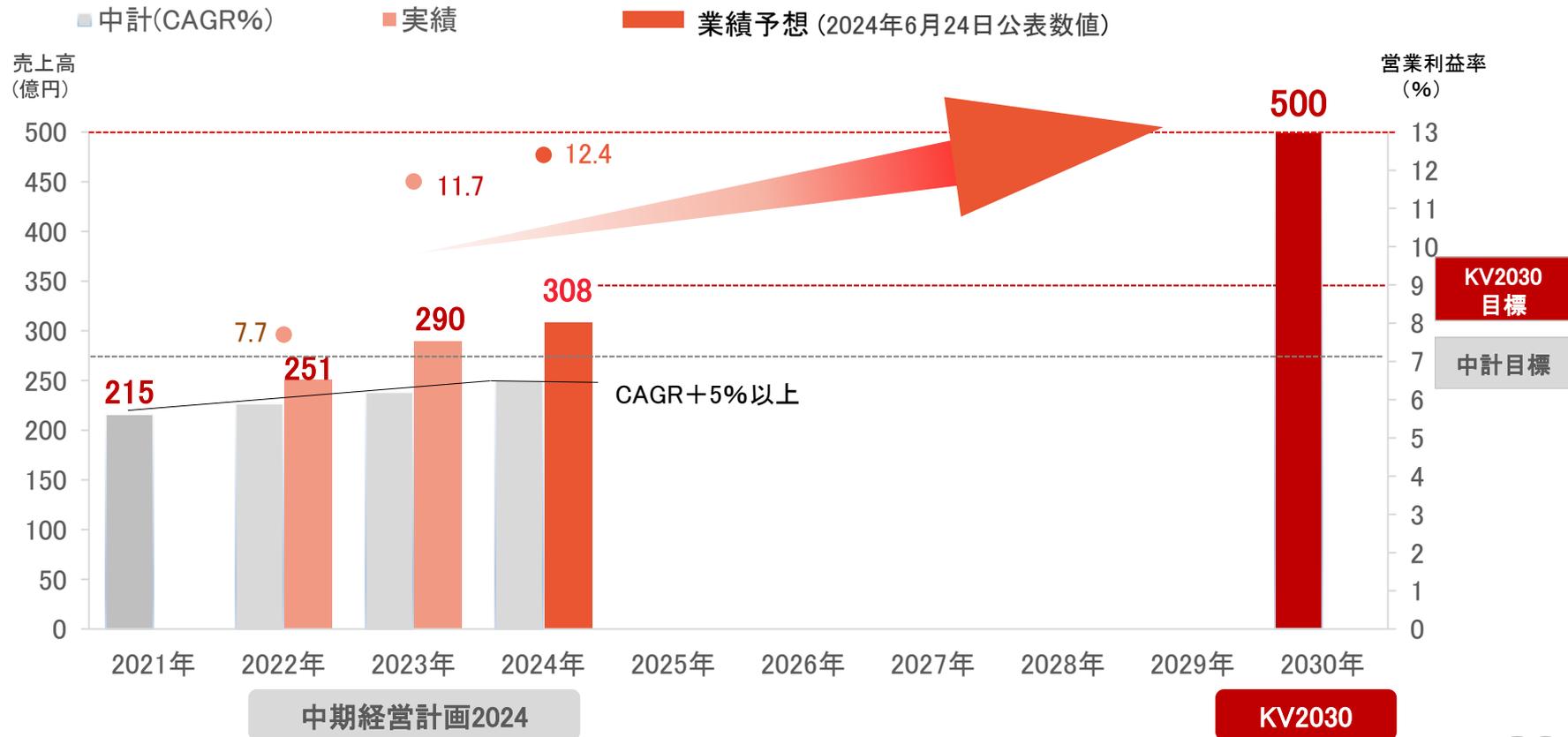
※ 2024年6月24日公表数値



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

