

2216

カンロ

糖から未来をつくる。

Kanro

代表取締役社長
三須 和泰氏



糖から未来をつくり、キャンディNo.1企業になる

製品主原料「糖」は身体に不可欠

- **キャンディの主原料「糖」は人間に不可欠な栄養素**
 - キャンディの主原料「糖」のイメージ「肥満」や「虫歯」の原因や健康を害するイメージであるが、過度の摂取が問題であり、日本人の「糖」の摂取量は健康増進効果レベル
平均摂取量は適量(1日27g:厚生労働省調べ)
 - **糖の効果**
 - 脳の主要エネルギーとなるブドウ糖以外に「お腹の調子を整える」(オリゴ糖)、「虫歯の原因にならない」(キシリトール)、「糖の消化・吸収を穏やかにする」(L-アラビノース)等、巷の糖のイメージとは異なる作用を示す糖もある
 - **当社はキャンディ専門家として「糖」の可能性を追求**
 - 「キャンディ」は、場所を選ばず何処でもゆっくりと、形・味・噛むことを楽しめる「スロースイーツ」
 - 当社のミッションは、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すること

100年企業でも挑戦・変化する

- **1912年創業、100年以上「糖」の可能性を追求**
 - 1912年(大正元年): 山口県の現・光市で創業
 - 1955年: 隠し味「しょうゆ」を使用した「カンロ飴」を発売、大ヒット。現「社名」の由来に
- **1962年、東証2部に株式上場**
- **「糖」の可能性を追求する商品を次々に発売**
 - 菓子食品分野初「のど飴」(1981年)、「ノンシュガーのど飴」(1992年)、大人の女性向けグミ市場を開拓した「ピュレグミ」(2002年)、「金のミルク」(2012年)
- **2012年直営店「ヒトツブカンロ」(東京)オープン**
- **2017年、新CI導入。2018年、本社を西新宿に移転**
- **全国に3工場、東京・豊洲にR&Dセンター**
 - 2019年: 松本工場新ライン稼働(グミ生産能力倍増)

当社の事業について

- **売上高構成(2019年度上期)**
 - ハードキャンディ: 65%、グミ: 29%、素材菓子: 6%
- **主力事業**
 - ①ハードキャンディ(シェアNo.1 ※19.1%)
「金のミルク」「カンロ飴」「健康梅のど飴」「ノンシュガー果実のど飴」「ボイスケアのど飴」等
 - ②グミ(シェアNo.3 ※11.7%)
「ピュレグミ」「ジュレピュレ」「カンデミーナ」等
 - ③素材菓子(※協力工場で生産)
「まるごとおいしい干し梅」「プチポリ納豆スナック」等
※㈱インテージSRI®組成別市場
2018年1月~2018年12月 販売金額
- **素材を大切に商品づくり**
 - 「素材を活かす」・「機能性」を軸とする商品開発
糖 X 素材を活かす X 機能性
 - ①「素材を活かす」: 原材料本来のおいしさ
「カンロ飴」「金のミルク」
 - ②「機能性」: キャンディにふさわしい機能を追求
「ドクタープラス」: 「医師の確認済み商品」に認定
「おいしいオリゴトールキャンデー」:
特定保健用食品表示許可

業績動向・中計・株主還元など

- **業績動向: 増収増益を予想**
 - 2018年度:
売上高: 22,949百万円、経常利益: 1,045百万円
 - 2019年度予想:
売上高: 24,500百万円、経常利益: 1,070百万円
- **中期経営計画 NewKANRO 2021: 計画上回る推移**
 - 2021年度数値目標コミットメント:
売上高: 260億円超、ROE: 10%超
- **株主還元:**
 - 年間配当(中間・期末の2回): 2019年度30円(予想)
配当利回り約1.7%(2019年8月末株価で計算)
 - 株主優待: 自社商品の提供、国連WFPへの寄付