

カンロ「2026 年度第 2 四半期決算説明会」を実施 今後の成長戦略やグローバル事業等の進捗を報告

カンロ飴やピュレグミなどでおなじみのカンロ株式会社(本社：東京都新宿区、代表取締役社長 村田 哲也、以下カンロ)は、2026 年 7 月 31 日(金)に、「2026 年度第 2 四半期決算説明会」を実施いたしました。



■ カテゴリートップメーカー※として市場規模の拡大に挑む

カンロは、大人向けグミの先駆けである「ピュレグミ」やハードな食感が特長の「カンデミーナグミ」などでグミ市場を牽引するとともに、社名でもある「カンロ飴」をはじめ、菓子食品業界で初ののど飴として発売した「健康のど飴」や、厳選素材による上質な味わいが特長のミルクキャンディ「金のミルク」など、時代やニーズに合ったさまざまな商品を生み出してきました。

市場環境が大きく変化する中で持続的な成長を続けるため、変化に柔軟に対応することや、ビジョンに一貫性が求められることから、2025 年には長期ビジョン「Kanro Vision 2.0」を発表。この実現に向けた「中期経営計画 2030」では、事業戦略の 4 つの骨子として、国内グミ事業を中心に更なる成長を実現するとともに、持続的成長のための事業領域拡大・ビジネスモデル拡張を進めます。

2026 年度上半期において、国内キャンディ市場におけるメーカーシェアで 1 位を獲得※¹。カテゴリー別では飴（ハードキャンディ）カテゴリーで 1 位※²、グミカテゴリーでは 2 位※³となりました。

※1:インテージ SRI+ キャンディ市場 2026 年 1～6 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 2026 年 1～6 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 2026 年 1～6 月計 形態（組成）別販売金額シェア

カンロは、国内キャンディ市場シェア No.1※を維持するも、市場環境は大きく変化し、競争も一層激しさを増しています。国内グミ市場は 2030 年に約 1,500 億円規模へ成長するとの予想のもと、さらなる成長を目指し、一過性の話題作りにとどまらず、顧客のニーズに即した価値ある商品の提供でマーケットの拡大に挑みます。

また、気温やウイルス流行の影響を受けやすい飴市場においては、外部環境の変化に左右されない新しい価値を創出に挑むことで、シェアのさらなる拡大を目指します。

《朝日工場グミライン新設の進捗》

国内グミ事業でさらなる成長を実現するための戦略投資である朝日工場の新グミライン新設は、2027年7月の稼働を目指して2025年10月に着工、順調に進捗しており、稼働に備えた製造人員の増強、育成も推進しています。



2026年7月時点の朝日工場の様子

《グローバル事業》

米国における取扱店舗数は400店舗を超え、中計でのミニマムターゲットを1年で達成しました。2026年8月から新フレーバーの「ピュレグミ ウォーターメロン」と「ピュレグミプレミアム ジャパニーズストロベリー」の2品を発売し、計6品体制で店頭配荷の強化を進めてまいります。

また、2026年7月2日(木)～5日(日)にはカリフォルニア州ロサンゼルスで開催された「Anime Expo 2026」に出展。来場者延べ40万人規模の北米最大級の日本アニメ・ポップカルチャーイベントにおいて、日本のカルチャーに関心の高い方々に向けたブランドの認知拡大に取組みました。

今後も8月にイベント参加を予定しているほか、米国系小売業への導入に向けたブランディング構築投資も進め、2027年以降の取扱い拡大を目指します。



8月から発売予定の米国ピュレグミ新フレーバー2種／「Anime Expo 2026」カンロブースの様子

《ヒトツブカンロ事業》

直営店「ヒトツブカンロ」は、2026年5月に新店舗「伊勢丹新宿店」がオープン。東急プラザ原宿ハラカドに店舗を構える「原宿店」と、9月中旬にリニューアルオープンを予定している「グランスタ東京店」と合わせて常設店3店舗の体制となり、2030年の売上げ目標25億円の達成を目指します。

また、各地へのポップアップストア出店も大変好評をいただいております。2026年6月10日(水)～6月23日(火)に阪神梅田本店に出店、2026年4月8日(水)から出店している羽田空港のポップアップストアにおいては3カ月の延長が決定し、10月7日(水)まで実施しています。



ヒトツブカンロ伊勢丹新宿店
2026年5月20日(水)開業
伊勢丹新宿店 本館地下1階

■カンロ展開ブランド



■カンロ会社概要

社名 : カンロ株式会社
 代表 : 代表取締役社長 村田 哲也
 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 37 階
 創業 : 1912 年(大正元年)11 月 10 日
 事業内容 : 菓子、食品の製造および販売
 上場市場 : 東証スタンダード市場 (証券コード 2216)
 URL : コーポレートサイト <https://www.kanro.co.jp/>
 KanroPOCKeT <https://kanro.jp/>



当社は 1912 年の創業以来、社名になっている「カンロ飴」を始め、菓子食品業界で初ののど飴となる「健康のど飴」、ミルクフレーバーキャンディ市場売上 No.1 ブランド※「金のミルク」、大人向けグミの先駆けである「ピュレグミ」など、生活者の皆さまから愛される商品を創り続け、成長してまいりました。直営店「ヒットツブカンロ」では、「ヒトからヒトへ つながる ヒトツブ」をコンセプトにキャンディの魅力を発信しております。

2025 年 2 月、「中期経営計画 2030」を策定し、新たに「Kanro Vision 2.0」を定めました。「Kanro Vision 2.0」は、企業パーパス「Sweeten the Future 心がひとつぶ、大きくなる。」の下、ビジョン「Sweet な瞬間を創り続けることで人々と社会に笑顔。」と 4 つのバリュー「Sweet な瞬間を創造する」「事業基盤を変革する」「未来へ紡ぐ」「創発的な組織の更なる進化」からなり、今後の当社の進む方向性を示したものです。

国内グミ事業を中心に更なる成長を実現するとともに、持続的成長のための事業領域拡大・ビジネスモデル拡張を進め、事業を通じて社会課題の解決に寄与しながら、企業価値を向上させることで、人と社会の持続可能な未来に貢献してまいります。 ※ 株式会社インテージ SRI+ ミルクフレーバーキャンディ市場 2024 年 4 月～2025 年 3 月累計販売金額ブランドランキング

■パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」

カンロは、2022 年、企業パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」を定めました。変化が激しく、先行きが不透明・不確実な時代の中、カンロがこれまで歩んできた道程を確認の上、自分たちの未来への想いを言語化したものです。糖から未来をつくり、糖の力を引き出す事に挑み続けてきたカンロが企業活動の中で培った技術をさらに進化させることで、「心がひとつぶ、大きくなる。」瞬間を積み重ねて人と社会の持続可能な未来に貢献してまいります。