



2026年 9月 15日

カンロ株式会社 東証STD (2216)
代表取締役社長 村田 哲也

Agenda

- 
- 01 会社概要
 - 02 カンロの強み
 - 03 カンロの成長ストーリー
 - 04 トピックス
 - 05 株主還元

※2025年12月期期末より連結決算を開始しております。2024年以前の数値は単体となります。
※資料内の「期初予想」は2026年2月13日公表値、「修正予想」は2026年7月31日公表値です。

01. 会社概要

カンロは、 「人と社会の持続可能な未来に貢献する」 パーパストリブン企業へ



私たちカンロのパーパスは、

“Sweeten the Future”

心がひとつぶ、大きくなる。

私たちがつくる「ひとつぶ」は、口の中で溶けて消えてしまうもの。

けれどそれを口に入れている間、人はホッとしたり、キュンとしたり、

誰かを許せたり、ときには鼻歌が生まれたり。

心が少し大きくなっている。

糖の力を引き出す事に挑み続けてきた私たちは、

そ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ます。



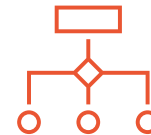
創業

1912年



従業員数

705名
(2025/12/31現在)



主要拠点

生産拠点：3工場

営業支店：8支店

直営店舗：2店舗

子会社：1社



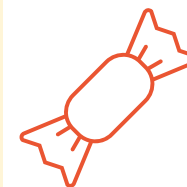
売上高

347億円
(2025年12月期)



営業利益率

13.5%
(2025年12月期)



キャンディ市場
シェア

No.1[※]

カンロの商品について

Sweeten the Future

Kanro

飴

カンロ飴



1955年発売

健康のど飴

31種のいたわり素材



1981年発売

ノンシュガー のど飴シリーズ



1992年発売

金のミルク 濃い贅沢



2012年発売

素材菓子



グミ

Puré ビュレグミ



2002年発売



2013年発売

Marosh マロッシュ

※



2021年発売

Kanro THE カカロチ-ストロイ STRONG



2020年発売

ヒトツパ
カンロ



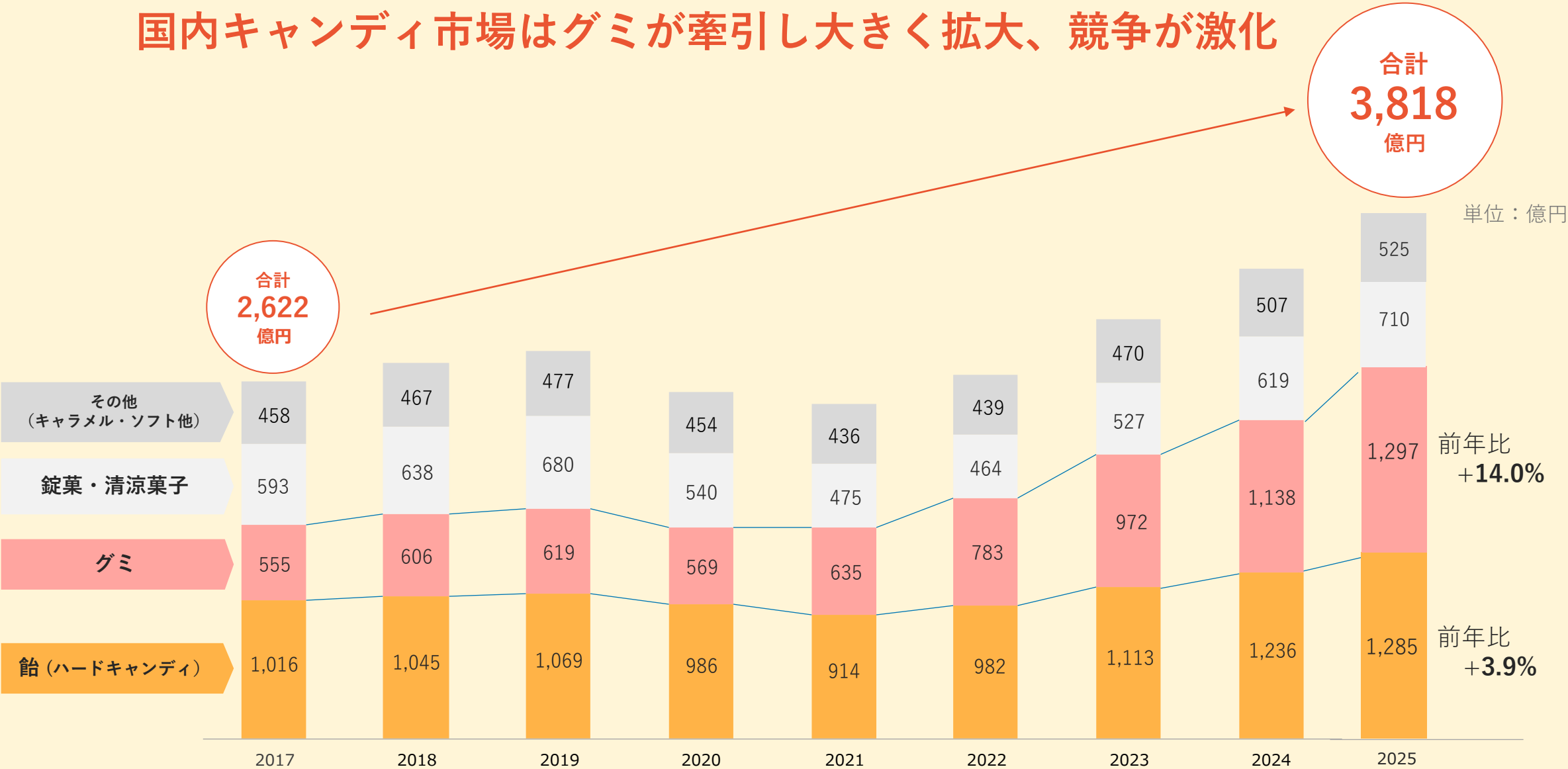
2012年発売

その他

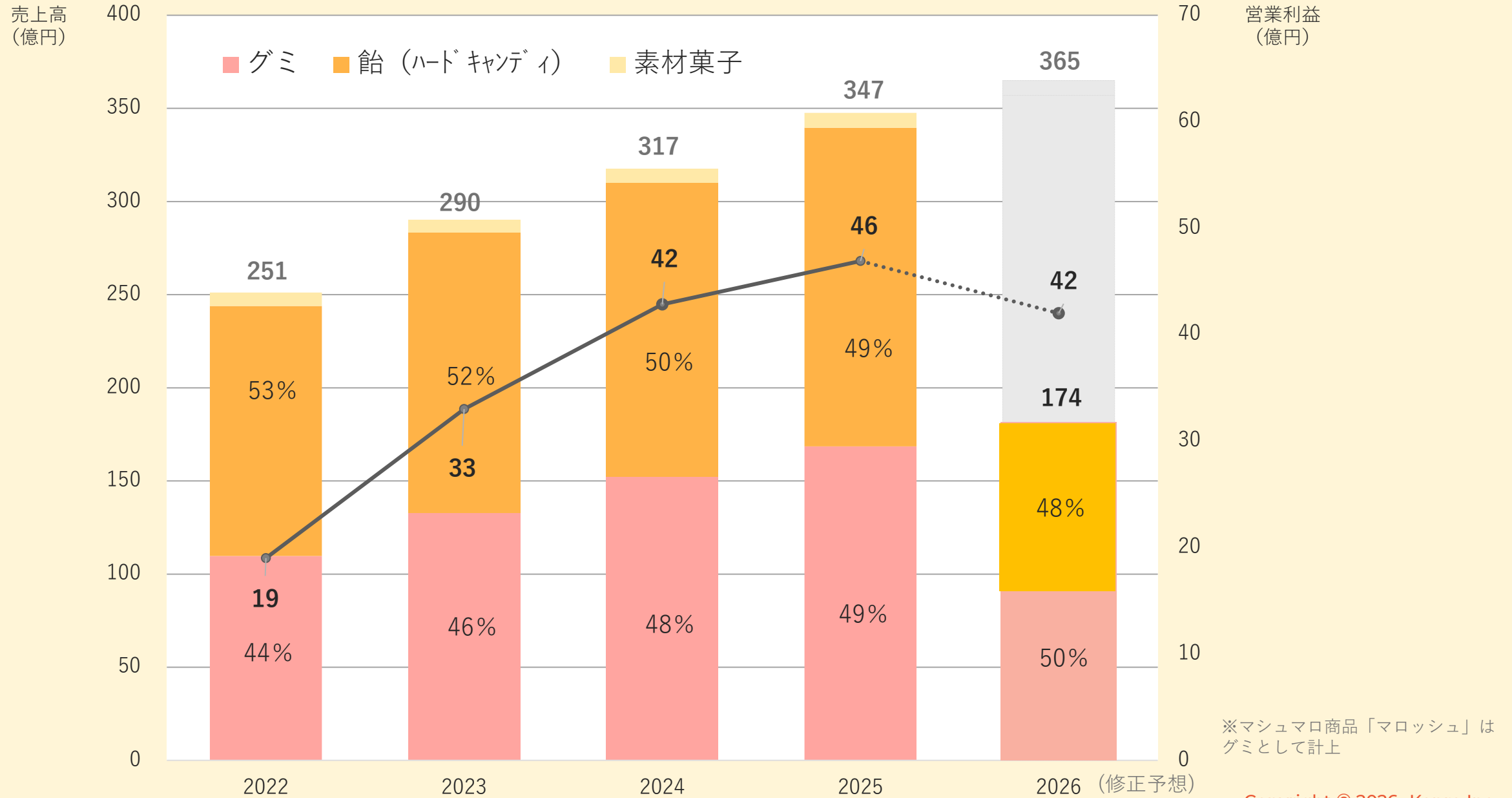
廃棄包材をアップサイクルした
雑貨の販売 など



国内キャンディ市場はグミが牽引し大きく拡大、競争が激化



2022年～2026年：売上高／営業利益と売上構成比の推移



売上高は据え置き、利益は2月公表の期初予想を下方修正

単位：百万円

	2026年度						2025年度
	修正予想	期初 予想	期初 予想増減	期初 予想比	前年増減	前年比	実績
売上高	36,500	36,500	0	0.0%	+ 1,728	+ 5.0%	34,771
営業利益	4,200	4,900	△700	△14.3%	△491	△10.5%	4,691
経常利益	4,200	4,900	△700	△14.3%	△546	△11.5%	4,746
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,000	3,450	△450	△13.0%	△378	△11.2%	3,378

※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。

02. カンロの強み

01

キャンディ（糖）と永年向き合って培った
研究・商品開発力

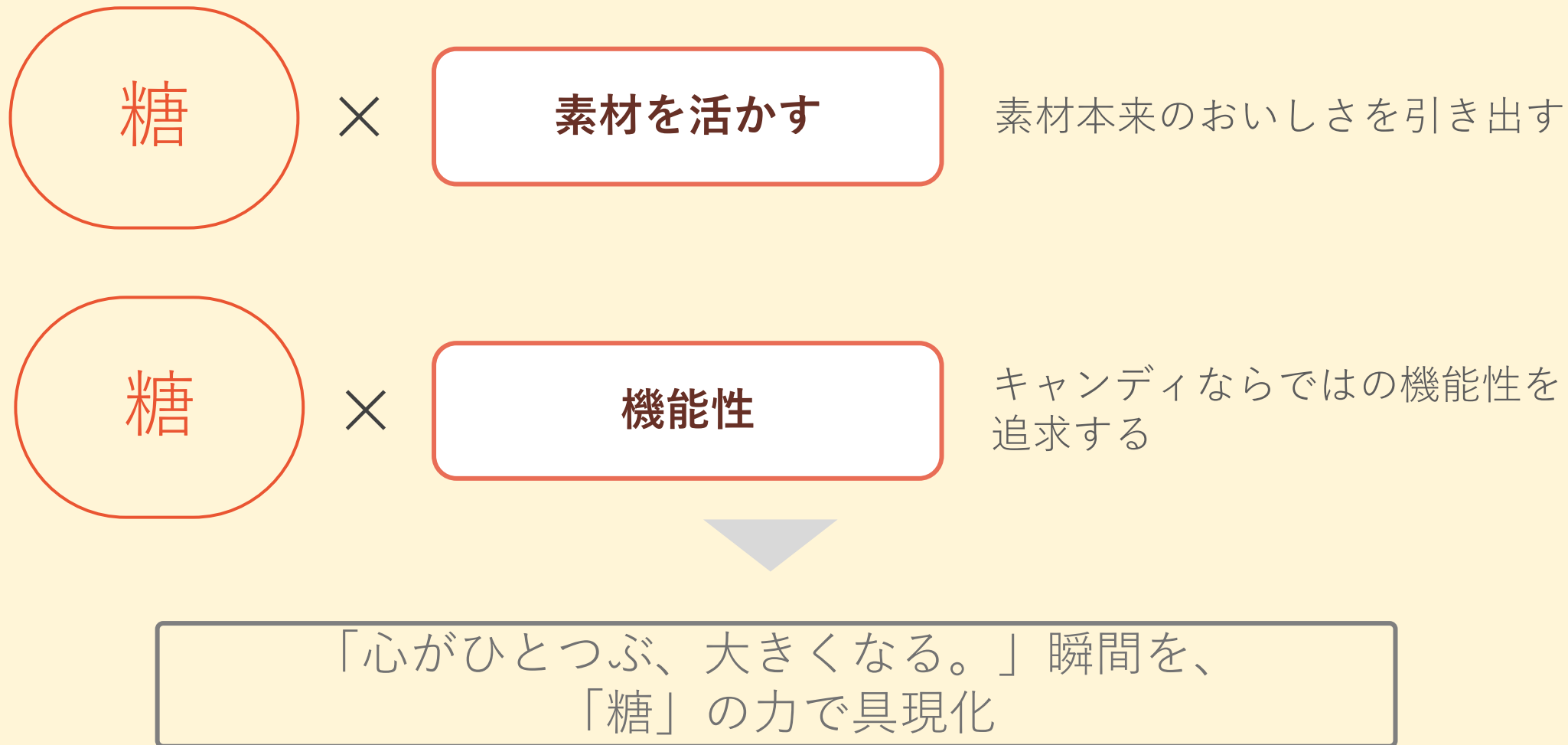
02

100年以上の歴史で育んだブランド力

03

全国展開する販売拠点をベースとした
販売力・営業力

「素材を活かす」・「機能性」を軸とする商品開発方針



競争激化するマーケットに対し、周年や需要期を迎えるブランド強化のほか
企業ブランドの強化で対応



プロダクトブランド強化

ピュレグミ

春の新商品発売に合わせ、ブランドの世界観を
イメージした新CMを制作

カンロ飴70周年

25年9月以降年間施策でブランドを盛り上げ

金のミルク

ディスプレイコンテストや
プロモーション施策で露出を拡大

※一例です



企業ブランド強化

CXの推進による「カンロのファン」醸成

様々なタッチポイントで
カンロらしいコミュニケーションを行い
ファンを醸成する

企業ブランドの強化を通じて

カンロ全体をリフトアップ

企業ブランド像の明確化や広告投資を強化

プロダクトブランドの強化 ～主力ブランド ピュレグミ～

Sweeten the Future
Kanro

Puré
ピュレグミ

“咲け、ときめく私。”をキーメッセージに、
新生活シーズンに自分らしく一歩踏み出す
気持ちを応援します！

ブランドサイト→[ピュレグミ ブランドサイト - Kanro POCKeT](#)



01

フルーツのおいしさ



フルーツのおいしさを
引き出す独自の
“すっぱいパウダー”と
“果肉食感”で差別化

02

情緒的価値の提供



選べる5色のパッケージや
季節限定のフレーバーなど
シーンに合わせた価値を提供

03

ブランドエクステンション



高付加価値のプレミアムや
親子向けのピュレリングなど
ターゲットを細分化し
ユーザーを拡大

企業ブランディングへの広告投資を強化し
“カンロ”というブランドを盤石化することで全体をリフトアップ

桑田佳祐さんを起用し
書き下ろしの「カンロソング」でCMを制作

「カンロ」とのタッチポイントを創出

◆ 特設サイト：
<https://kanro.jp/pages/anatae>



お客様の支持を受け、2025年キャンディ市場シェアトップ

11.7%

(前年 12.1%)



キャンディ市場シェア^{※1}

No.1

19.5%

(前年 19.4%)



飴市場シェア^{※2}

No.1

14.9%

(前年 15.9%)



グミ市場シェア^{※3}

No.2

※1 インテージSRI+ キャンディ市場 2024年・2025年（各年1月～12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 2024年・2025年（各年1月～12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 2024年・2025年（各年1月～12月計） 形態（組成）別販売金額シェア

03. カンロの成長ストーリー

長期的な成長を続けるには変化に対応する柔軟性と
ビジョンに基づく一貫性が求められる

「Sweetな瞬間を創り続けることで人々と社会に笑顔を。」



私たちカンロは、
不透明で決して明るいことばかりではない
いま、それから未来においても
常に生活者に寄り添いニーズに応える柔軟性と
ゆるぎないビジョンに向かいSweetな瞬間をつくり笑顔を生み出す企業を目指します。



グミ市場は次なる成長への転換期 ～2030年1,500億円市場に向けて～

※2025年発表「中期経営計画2030」市場規模予測

グミ市場規模推移の背景

需要側 要因

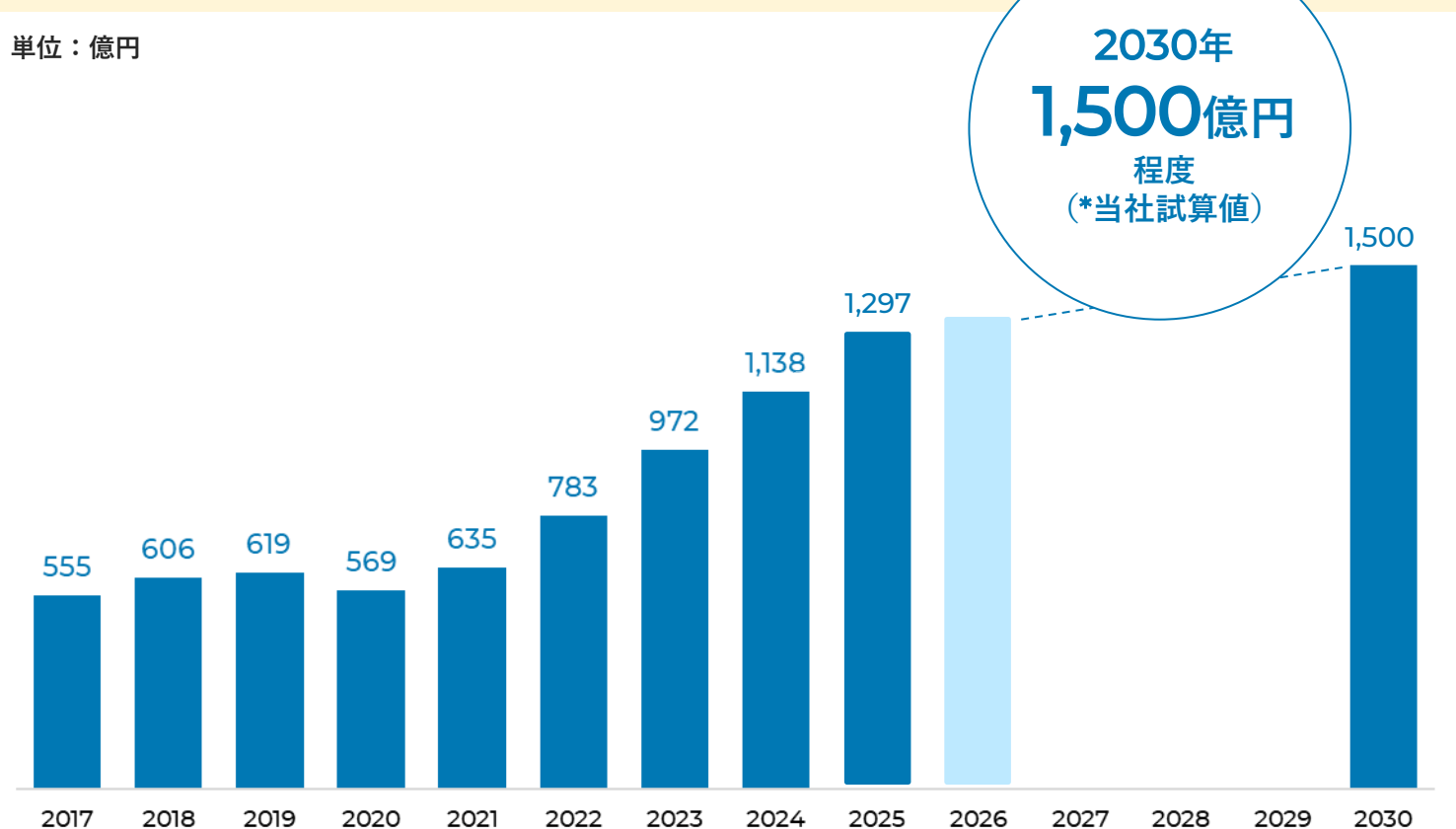
- 幅広い世代にグミ喫食人口が拡大
- コロナ禍の在宅需要がその後も定着
- ガム等の他カテゴリーからの流入
- 1人当たり購入額の増加

供給側 要因

- 国内メーカーの積極的な新商品投入
- 国内メーカーの生産体制増強
(当社も2019年松本工場新グミライン稼働、2024年同工場を拡張)
- 輸入グミの販売拡大

グミ市場規模の推移と将来予測（小売販売金額ベース）

単位：億円



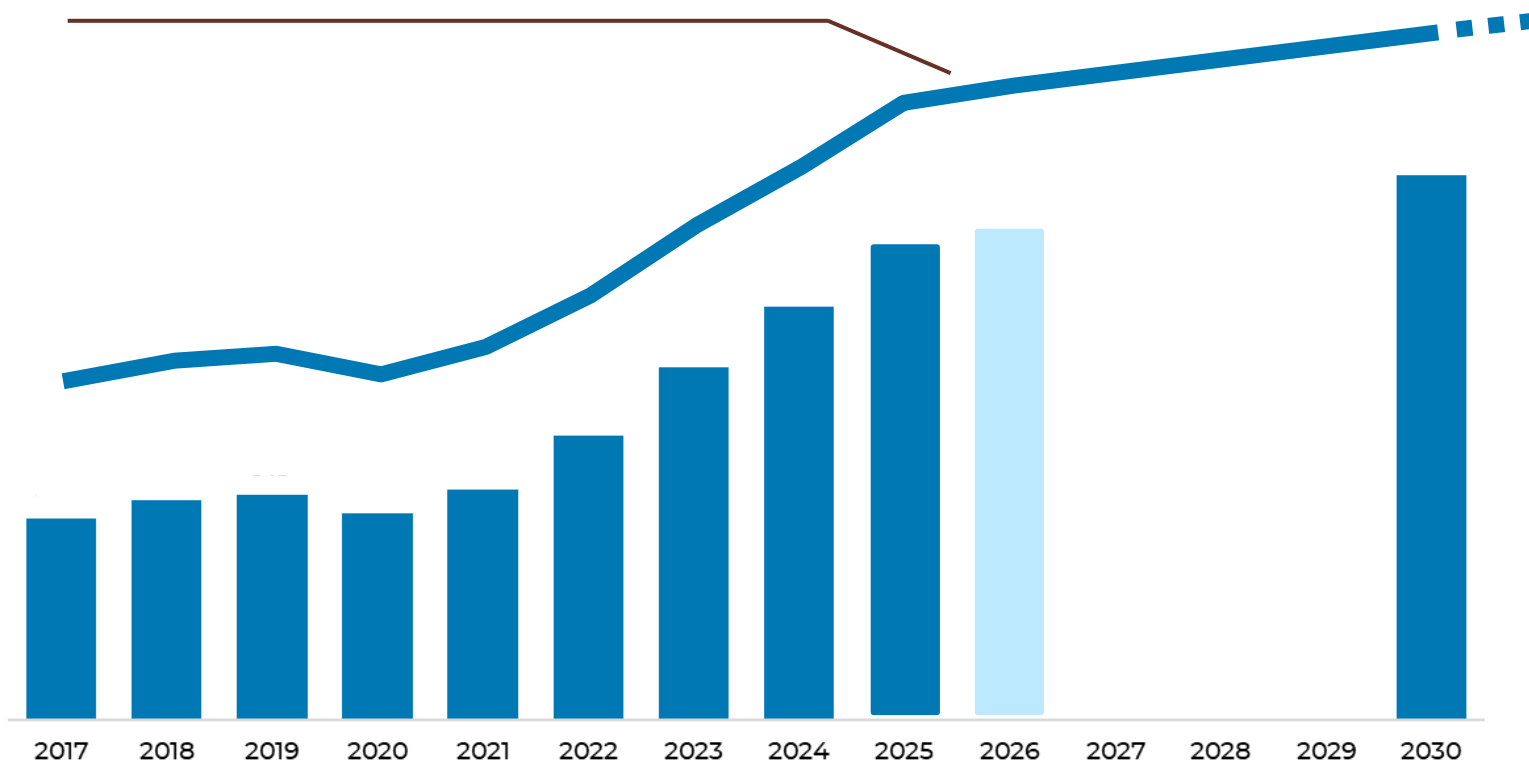
出所：実績はインテージSRI+将来予測は当社にて試算

Copyright © 2026 Kanro Inc.

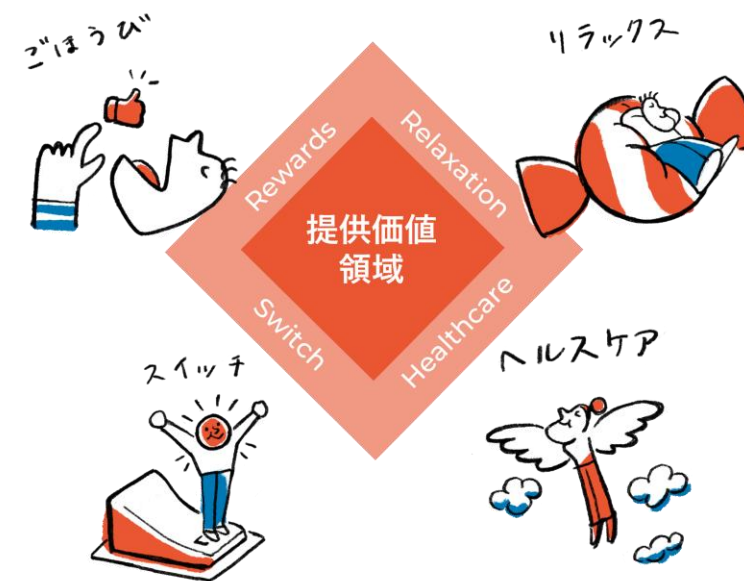
商品の選択肢が広がる中、提供価値を磨き続け、市場のさらなる成長を牽引する

【現状分析】

- ・SKU増加により、新規性だけでは継続購入につながりにくい市場環境に



提供価値を磨くことで
さらなる成長へ



～既存ブランド～

顧客起点と提供価値の差別化により市場を牽引

Puré
ピュレグミ

“ライフタイムピュレ”の提案と高価値化で
国内No.1はもちろんグローバルブランドへ



独自の食感訴求や提供価値の差別化により
ブランド地位を確立する



Marosh
マロッシュ

Kanro THE カンロザ・ストロング
STRONG

～新規ブランド～

生産体制の強化に合わせテスト商品を段階的に拡大

様々な食感や体験の商品を開発



+

More to Come

※一部現在生産を終了している商品もございます

Copyright © 2026 Kanro Inc.

外的要因の影響が非常に大きいカテゴリー
市場自体は横ばい傾向の中、さらなるシェア拡大を目指す

※2025年発表「中期経営計画2030」市場規模予測

飴市場規模推移の背景

需要側
要因

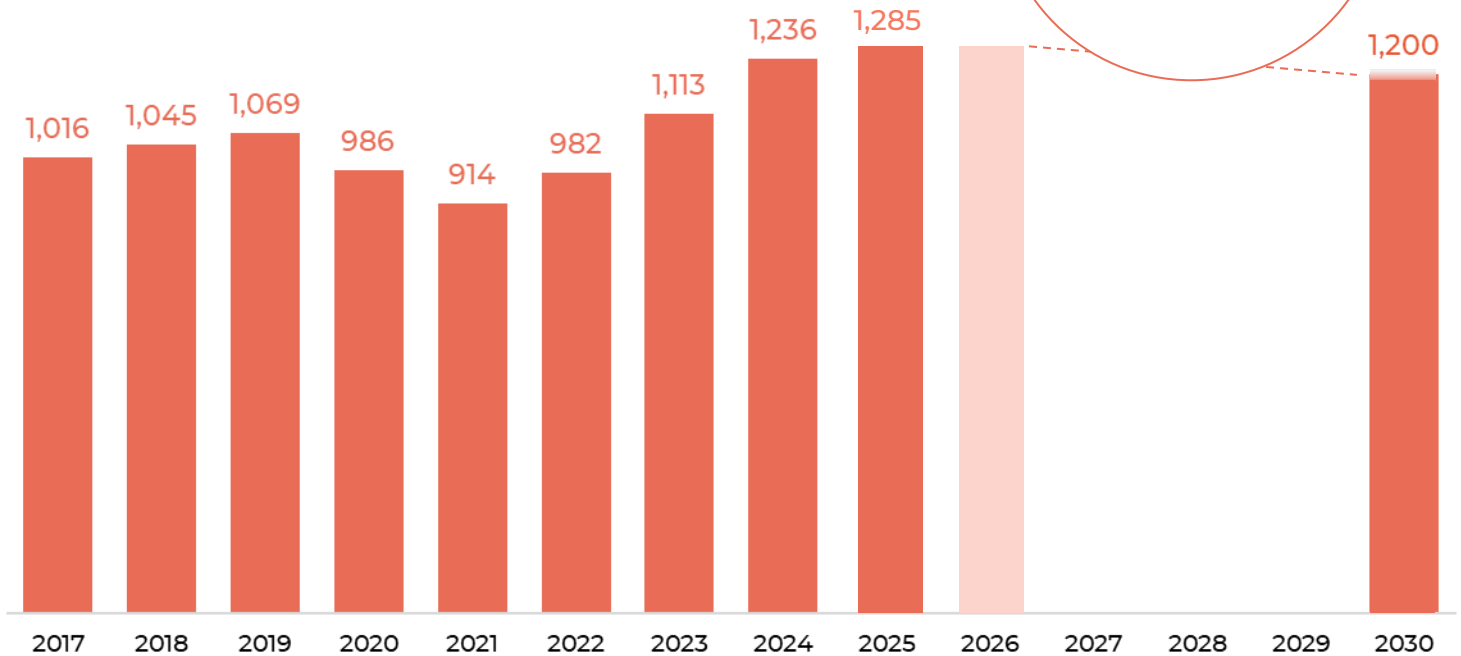
- ・ コロナ禍
マスク着用により飴喫食シーン減少
- ・ アフターコロナ
人流回復により飴需要全体が回復
- ・ 健康意識の高まりによるのど飴需要の増加

供給側
要因

- ・ 業界再編による製造メーカーの減少
- ・ ロングセラー商品の終売

飴市場規模の推移と将来予測（小売販売金額ベース）

単位：億円



2030年
1,200億円
程度
(*当社試算値)

出所：実績はインテージSRI+将来予測は当社にて試算

Copyright © 2026 Kanro Inc.

キャンディ No.1 企業として飴の価値向上に取り組む

若年層との飴の価値共創

専修大学商学部 増田ゼミとの
共創プロジェクト

Z世代 飴の原体験共創
プロジェクト



2023年
透明なハートで
生きたい



2024年・2025年
#チョコじゃねーよ
アメだよ



2026年
さっくりん

商品の高価値化



新たな価値の創出

「味のしない? のど飴」に需要があるという新たな
発見から着想した「香り特化」の飴をテスト展開

[New]



※一部現在生産を終了している商品もございます

Copyright © 2026 Kanro Inc.

戦略投資の柱であるグミライン新設で生産能力約5割増強
コスト面の超過、スケジュールも遅延なく、予定通り進行中

朝日工場増築後 完成イメージ



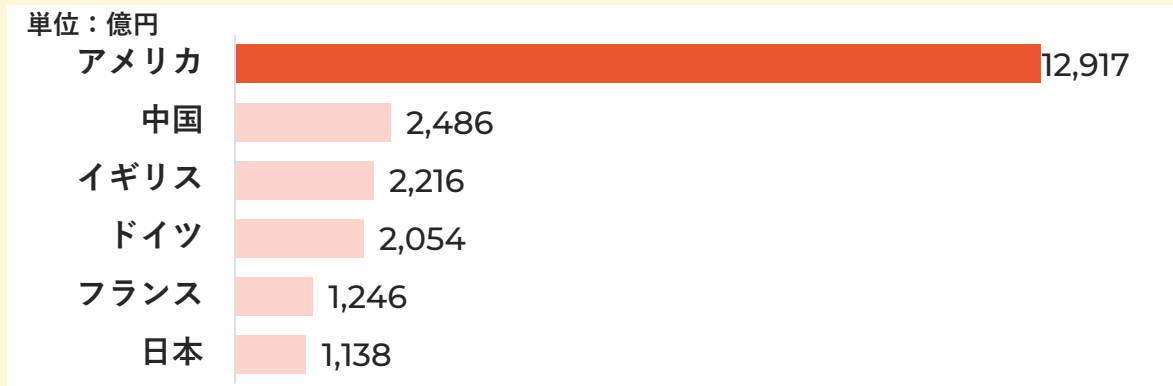
投資内容	増築棟建設、 グミライン新設、 自動倉庫新設等	【工事進捗状況】 25年10月に着工、稼働に備えた人員増強 および育成も実施中
設備投資額	約 130 億円	
生産開始時期	2027年7月（予定）	



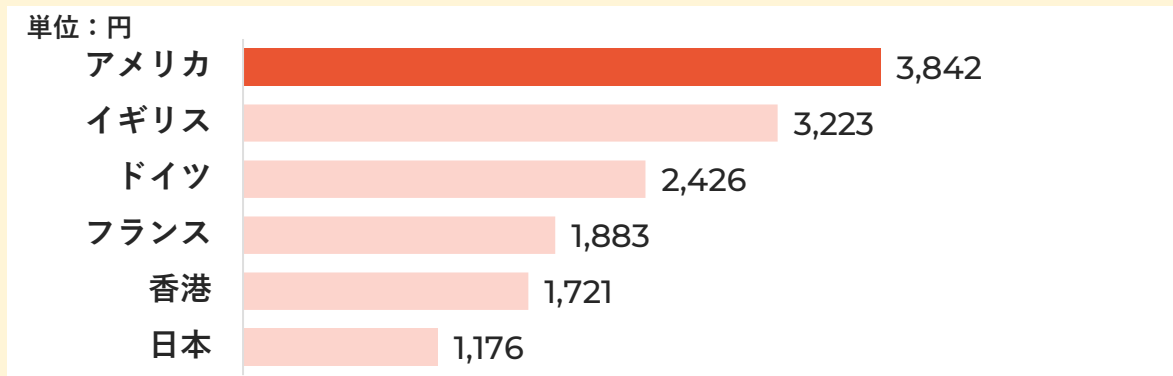
- 2010年
朝日工場を新設
- 2019年
松本工場で新グミラインが稼働
- 2023年
朝日工場増強
⇒前年比 生産能力約6%増加
- 2024年9月末
松本工場グミ棟拡張
⇒前年比 生産能力約14%増加
- 2027年7月
新ラインが朝日工場稼働予定
⇒生産能力約5割増強見込み

大きなグミ市場規模を有する米国に本格参入し ピュレグミで売上拡大を目指す

国別グミ^(*)市場規模 (2024年)



国別グミ^(*)1人あたり消費金額 (2024年)



(*) Sugar Confectioneryのうち「Pastilles, Gummies, Jellies and Chews」
出所：Euromonitor International (2024年の平均為替レート円換算)
国別グミ市場規模(2024年)の日本のみインテージSRI+



取扱店舗数は400店舗を超え、中計でのミニмумターゲットを1年でクリア

2025年5月

米国に現地法人
Kanro America Inc.
を設立

9月

米国でのピュレグミ
販売を開始



11月

ピュレグミプレミアムの
販売を開始



2026年7月

Anime Expo
2026に出展



8月

新フレーバーを
2品追加展開



11月

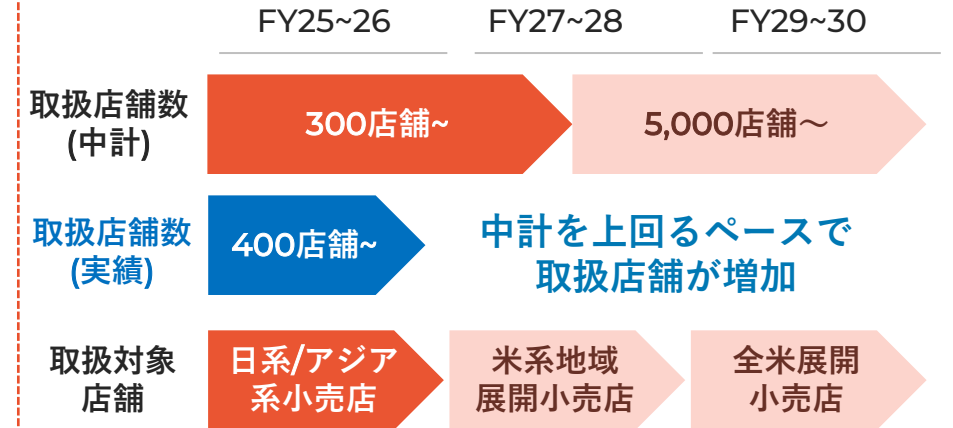
-期間限定商品
を追加予定
-Amazon USでの
販売開始予定



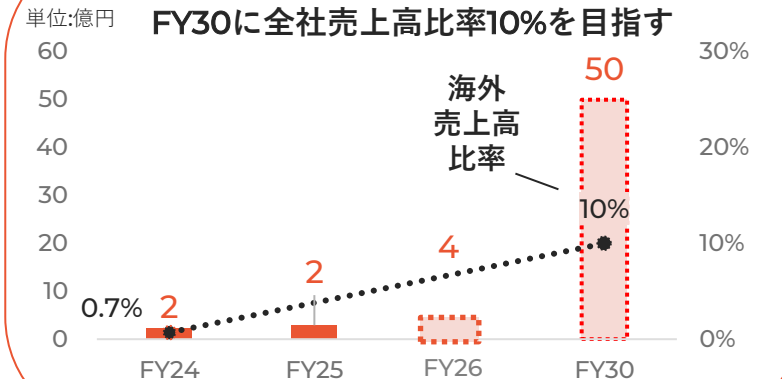
取扱店舗一例

日系（東京セントラル、ミツワマーケットプレイス、ダイソー）
アジア系（Hマート）、大学生協（UCLA）等

ロードマップ



グローバル事業



北米最大級の 日本アニメ・ポップカルチャーイベント 「Anime Expo 2026」に出展

LA Convention Center 2026年7月2日～5日
来場者延べ40万人規模



puregummyusa ...

Puré Gummy

投稿98件 フォロワー1.1万人 フォロー中2人

インスタフォローを条件に
サンプリングを実施
フォロワー1万人を突破

2026年11月より Amazon USでの販売開始予定

AmazonのECプラットフォームを活用し、
全米で消費者がピュレグミを購入できる環境を整備
販売実績や消費者レビューをマーケティングに活用

Puré
Gummy

販売商品
ラインナップ

CLASSIC
Flavor



Lemon



Grape

PREMIUM



White Peach



Shine Muscat



Watermelon



Strawberry



Japanese Pear

Kanro America Inc. 販売エリア拡大と 基盤整備を推進するとともに、ブランディングにも投資

今後予定している諸施策

- イベント出展
サンプリング実施でピュレグミの認知度拡大
- ブランド施策
米国系小売への導入商談に向けブランディングに投資
2027年以降、メインストリームでの取扱いを目指す



2026年11月
Amazon USでの販売開始により
全米のどこでも
ピュレグミが購入可能

日系／アジア系小売・
キャンパスストアは
カリフォルニア州に加え
全米へ拡大すべく活動中



事業と人事の戦略をしっかり結びつけ、一人ひとりの一歩で、創発的な組織へ

事業戦略

Sweetな瞬間を創造する

— 国内グミ市場をドライバーとした売上・利益成長 —

- ① 国内グミ事業で更なる成長を実現
- ② 商品開発強化と機能性付加による高価値化で国内飴・グミ事業を拡充

事業基盤を変革する

— 事業領域の拡大・ビジネスモデルの拡張 —

- ③ グローバル事業の拡大
- ④ マルチチャネル・D to C 化の推進



人事戦略

事業基盤を更に強固なものとし成長する

変革を続け新しい価値を創造する



事業戦略と連動した人財の育成・確保、そして更なる先へ

人的課題

- ✓ 未来を担う経営人財の育成・確保
- ✓ デジタル強化に伴う人財の育成・確保
- ✓ グローバル事業の展開に沿った必要人財の育成・確保
- ✓ 生産・供給体制の拡充に向けた人財の育成・確保
- ✓ 研究開発力の向上のための専門性の強化

施策

- ✓ 採用 必要人財の要件を明確に
- ✓ 育成 研修体制をクリアにしキャリアステップの明確化
- ✓ 人事制度（評価）の整備
- ✓ **カンロカルチャーの醸成（クレドの浸透）**
- ✓ 求める人財像（スキル）の明確化
- ✓ 職場環境の整備

取組事例の紹介

2025年：全拠点でMyパーパスワークショップを実施

2026年：カルチャーブックを活用し行動変容を促進



“カンロらしさ”を
まとめた社内向けの冊子、
カルチャーブック

デジタル化で目指す姿はデータに基づく意思決定ができる会社への変革
デジタルスキルを活用した課題解決を実現できる人材を確保

取組事例の紹介



1 生成AIによる業務改革と創造性の強化

生成AIの活用により、定型業務の効率化や業務負荷の軽減を進め生産性の向上を図る。

併せて、アイデア創出や企画立案などの場面において社員の創造性を支援し、一人ひとりの付加価値向上を実現する。



2 工場設備のIOT化
～予知保全で実現する安定稼働～

設備データをリアルタイムに把握し、生成AIを活用したデータ分析・対処をすることで、予知保全の取り組みを推進。故障停止リスクを低減し、安定した生産を実現する。

モニターによる生産状況の可視化と異常の表示

HOME	2号ライン			3号ライン			4号ライン			5号ライン		
カウンタ	製袋数	49782袋	停止中	製袋数	31558袋	運転中	製袋数	41826袋	運転中	製袋数	48120袋	運転中
	良品数	43780袋		良品数	27335袋		良品数	38017袋		良品数	45501袋	
	良品率	87.9%		良品率	86.6%		良品率	90.9%		良品率	94.6%	
	停止回数	36回		停止回数	25回		停止回数	44回		停止回数	21回	
包装機												

プログラム作成に生成AIを活用



トラブルへの対処のスピード化を実現。
過去データの推移をグラフ化し新たな課題の発見につなげる

中期財務目標達成に向けて邁進

指標	2025年実績	2026年修正予想	2030年目標
売上高	347 億円	365億円 (前年比+5.0%)	500 億円以上 (CAGR : 7.8%以上)
営業利益率	13.5 %	11.5%	13 %以上
EBITDA (*)	62.9 億円	58.5 億円	100 億円
ROIC	18.3 %	13.2 %	11 %以上
ROE	18.9 %	15.2 %	15 %以上

(*)当社のEBITDAは営業利益＋減価償却費と定義しております。

04. トピックス

ブランドの世界観が体験できるフラッグシップストアとして 9月16日にグランスタ東京店がリニューアルオープン



ヒトツブカンログランスタ東京店

開業日：2026年9月16日

場所：JR 東日本東京駅B1F

グランスタ東京（丸の内改札内）



5月オープン

ヒトツブカンロ伊勢丹新宿店

場所：伊勢丹新宿店 本館地下1階



好評につき3カ月延長！

ヒトツブカンロ

羽田空港ポップアップストア
～10/7(水) 期間限定オープン

羽田空港第1ターミナル 2階
マーケットプレイス「羽田スタースイーツ」内



「中期経営計画2030」達成に向けた、当社の取り組み・考え方へのご理解を深められる内容を掲載



表紙にて海外進出を果たすカンロの「ピュレグミ」が、世界中の人々に愛される様子表現

CEOメッセージでは中計初年度の手応え、課題への対応等を含めたCEOの思い・考えをご説明

執行、監督、資本市場、それぞれ異なる立場からのカンロの成長の原動力および中長期的な成長ストーリーをテーマに率直な意見交換を実施

【その他のコンテンツ】CFOメッセージ、グローバル事業、人事／デジタル戦略 等を掲載しています

※より詳しい内容については、こちらをご覧ください

https://ssl4.eir-parts.net/doc/2216/ir_material_for_fiscal_ym15/206748/00.pdf

05. 株主還元

【300株～1,799株保有の場合】



Aコース
カンロバラエティセット
(1,000円相当の当社商品)



Bコース
ヒトツブカンロ満喫セット
(1,000円相当の当社商品)



Cコース：国連WFP協会の
「学校給食支援」への寄付
寄付金額 1,000円

【1,800株～2,999株保有の場合】



2,000円相当

【3,000株以上保有の場合】



3,000円相当

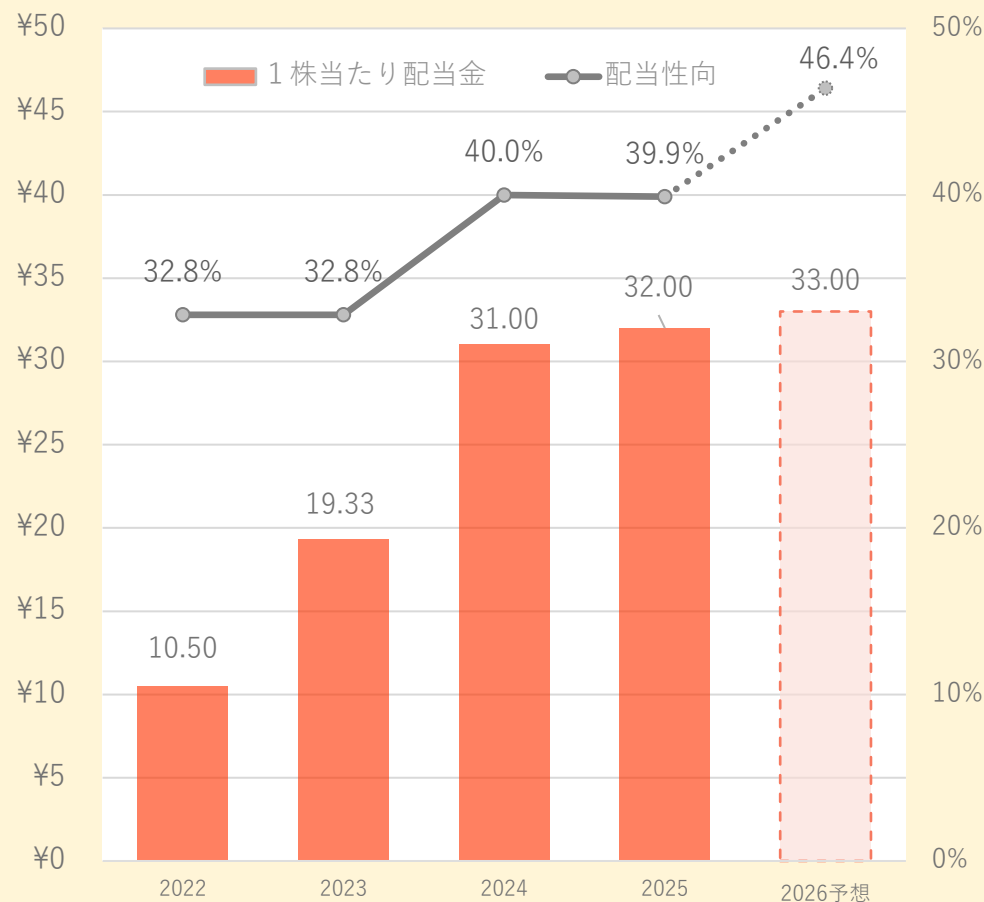
長期保有株主様へのご優待

【3,000株以上を3年以上保有】

5,000円相当

※写真はイメージであり、実際お届けする商品と異なる場合がございます。詳細は当社ウェブページをご覧ください。

2026年は前年比減益予想であるが、1株あたり年間配当金33円を維持
自己株式の取得/消却を通じて株主還元を強化



※2025年7月1日実施 株式分割後換算

配当金

33円／年（期初予想を維持）

自己株式の取得および消却

- ✓ 株主の皆様への直接的な還元と資本効率の改善
- ✓ 取得の内容：
 - 株式の種類：当社普通株式、取得株式の総数： 1,100,000株
 - 株式の取得価額の総額： 1,210,000,000円
 - 取得日：2026年8月3日
- ✓ 自己株式の消却の内容：
 - 株式の種類：当社普通株式、消却株式の数： 3,000,000株
 - 消却日：2026年8月31日

※詳細はこちらをご確認ください→[IR情報](#) | [カンロ株式会社](#)

- 01 | **稼ぐ力の向上と戦略投資の両立**で、収益性の向上と売上・利益の成長に繋げる好循環を構築する
- 02 | **新グミラインの増設**で生産能力を飛躍的に増強し、市場活性化と国内シェアの拡大を目指す
- 03 | **米国を軸足としたグローバル展開を推進し、**
グローバル事業を今後の成長戦略の柱として確立するとともに、事業領域の拡大を通じて持続的な成長を実現する

ご清聴ありがとうございました



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・見通しなど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って、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、あらかじめご了承ください。

質疑応答

