



Sweeten the Future

Kanro
心がひとつ、大きくなる。

2026年12月期 第2四半期（中間期）決算説明会

2026年7月31日

カンロ株式会社

（TSEコード：2216）

- 1 2026年度 上期連結決算概要
- 2 2026年度 通期連結業績予想
- 3 市場分析と戦略
- 4 成長戦略の進捗
- 5 最後に
- 6 Appendix



※ この資料内の「修正予想」は2026年7月31日公表値、「期初予想」は2026年2月13日公表値です。

※ 2025年12月期期末より連結決算を開始しております。連結対象である「Kanro America Inc.」の業績が連結決算に与える影響は軽微であるため、前年同期比較は2025年度上期単体財務諸表との増減額及び増減率を記載しております。

◆ 上期 売上高は前年同期比+4.4%、営業利益は△19.4%

- 2026年2月に公表した上期期初予想に対する達成率：売上高 97%、営業利益 93%
- 一部の飴商品にて価格改定を実施（2月、4月）

◆ 通期利益予想は下方修正

- 上期における中東情勢に起因する原材料価格やエネルギーコスト等の値上がりの影響などを背景に、通期利益予想は下方修正で前年比減益となる見込み

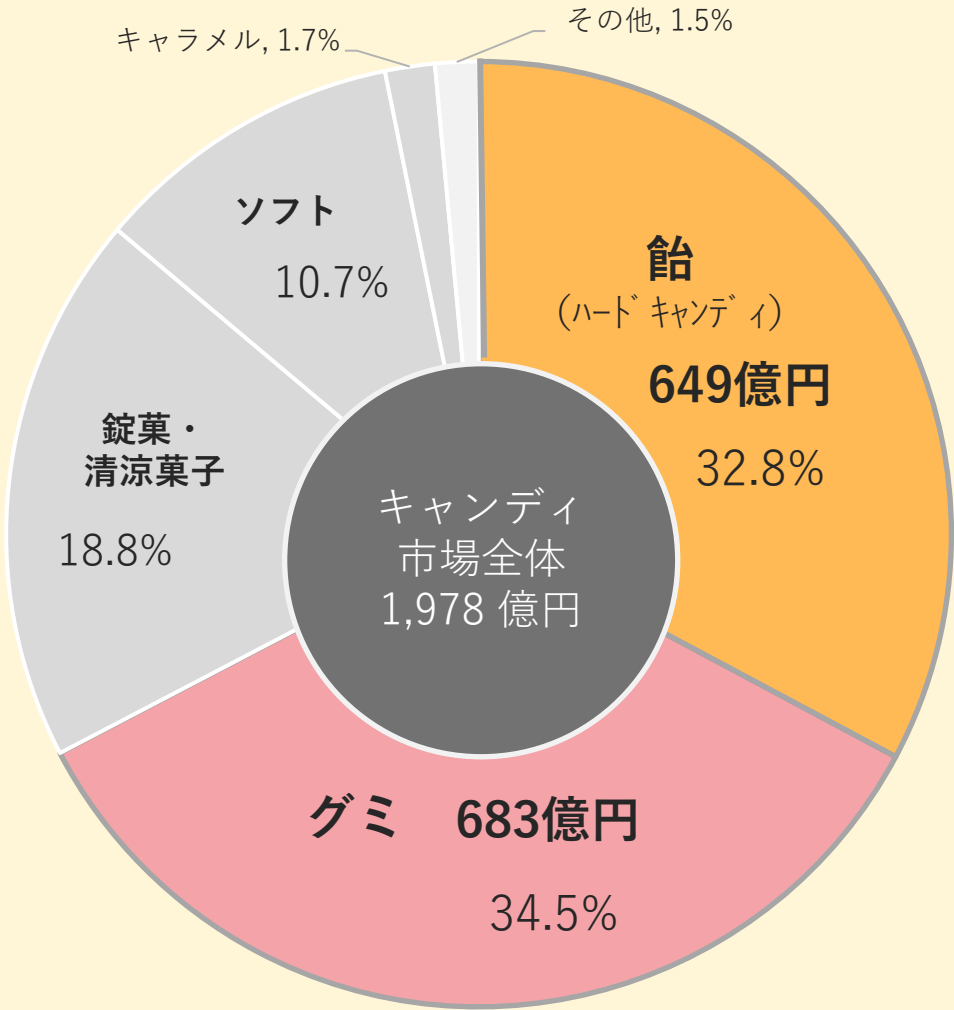
◆ 中東情勢によって想定される影響

- 調達面へのリスク：現在のところ大きな影響は無し。万が一に備えて調達先の分散化も検討
- コスト面へのリスク：主な原材料・資材・エネルギー価格高騰、物流コストの上昇
(通期損益への影響見通し：約4~5億円程度)

1. 2026年度 上期連結決算概要

組成別構成

飴は1.8%減、グミは2.8%増
グミ市場の伸長ペースは弱まったが引き続き成長



単位：億円

	2025/1-6	2026/1-6	増減率
トータル	1,932	1,978	2.4%
飴	661	649	-1.8%
グミ	665	683	2.8%
錠菓、清涼菓子	336	372	10.6%
ソフト	204	211	3.4%
キャラメル	33	34	1.1%
その他	33	29	-10.7%

※ インテージSRI+ キャンディ市場 2025年-2026年（各年1～6月計） 形態（組成）別販売金額・増減率

飴・グミともにカンロシェア増

キャンディ市場全体
メーカーシェア
12.2%（前年 11.8%）※1



飴（ハードキャンディ）メーカーシェア
21.2%※2（前年 19.5%）

グミ メーカーシェア
15.1%※3（前年 14.7%）

※1: インテージSRI+ キャンディ市場 2025年・2026年（各年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 2025年・2026年（各年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 2025年・2026年（各年1～6月計）形態（組成）別販売金額シェア



「ノンシュガーのど飴ブランド」 / 「健康のど飴ブランド」

- 市場でののど飴需要減少を受け、NSのど飴ブランド / 健康のど飴ブランドは、前年同期比減収

「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※）

- 季節限定の「金のミルクプレミアムショコラ」や「金のミルク塩ミルク」が貢献し前年同期比増収

※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「金のミルク ブランド」



「カンロ飴」

- 1955年に発売したロングセラーブランド。2025年に70周年を迎え、「カンロ飴70周年プロジェクト」を展開中。前年同期比増収

その他

- スティックは前年同期比増収／コンパクト形態商品は前年同期比減収





「ピュレグミ」

- － TVCMの展開（4月）なるも効果は限定的で、前年同期比減収

「カンデミーナグミ」

- － 他社との競争激化を受けて伸び悩み、ブランド全体で前年同期比減収



「マロッシュ」

- － 昨年7月からのリブランディングとPRも一時的効果となり
前年同期比減収



その他

- － 「カンロ ザ・ストロング」シリーズや期間限定・チャネル限定商品
も好調で、増収に寄与

「グミッツェル」（直営店舗「ヒトツブカンロ」 / 「Kanro POCKeT」）

- － 5月に伊勢丹新宿店がオープン。羽田空港等でのポップアップストアに
おいて売上伸長

単位：百万円

	2026年度 上期（連結）						2025年度 上期（単体）
	実績①	期初予想②	期初予想 増減 ①-②	期初 予想比	前年同期 増減 ①-③	前年 同期比	実績③
売上高	17,454	18,000	△545	△3.0%	+ 729	+ 4.4%	16,725
営業利益	2,146	2,300	△153	△6.7%	△518	△19.4%	2,664
経常利益	2,159	2,300	△140	△6.1%	△519	△19.4%	2,679
親会社株主に帰属する 中間純利益	1,554	1,600	△45	△2.8%	△319	△17.1%	1,874

※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。
 ※ 2025年12月期期末より連結決算を開始しております。連結対象である「Kanro America Inc.」の業績が連結決算に与える影響は軽微であるため、前年同期比較は2025年度上期単体財務諸表との増減額及び増減率を記載しております。

対期初予想 ： 減収・減益

- － 売上高：グミは微減だが、飴（のど飴）の減少幅が大きく全社でも計画未達
- － 営業利益：減収による限界利益減及び原材料費価格の値上がり等による原価率の悪化により計画未達

対前年同期 ： 増収・減益

- － 売上高：
 - ✓ 飴 ： のど飴の落ち込みをグルメカテゴリーがカバー、価格改定の影響は未だ限定的
 - ✓ グミ：他社との競争が激化する中、主力ブランドである「ピュレグミ」などが伸び悩んだが「カンロ ザ・ストロング」シリーズ等が好調に推移、「グミッツェル」も好調を継続
- － 営業利益 / 経常利益：増益要因 < 減益要因
 - ✓ （増益要因）増収による限界利益増
 - ✓ （減益要因）中東情勢の影響による材料費や燃料費等の増加、保管配送費率の上昇、広告宣伝費や人件費および新基幹システムの減価償却費を始めとするシステム関連経費等の一般経費の増加
- － 親会社株主に帰属する中間純利益：
 - ✓ 政策保有株式の縮減による特別利益を計上も減益

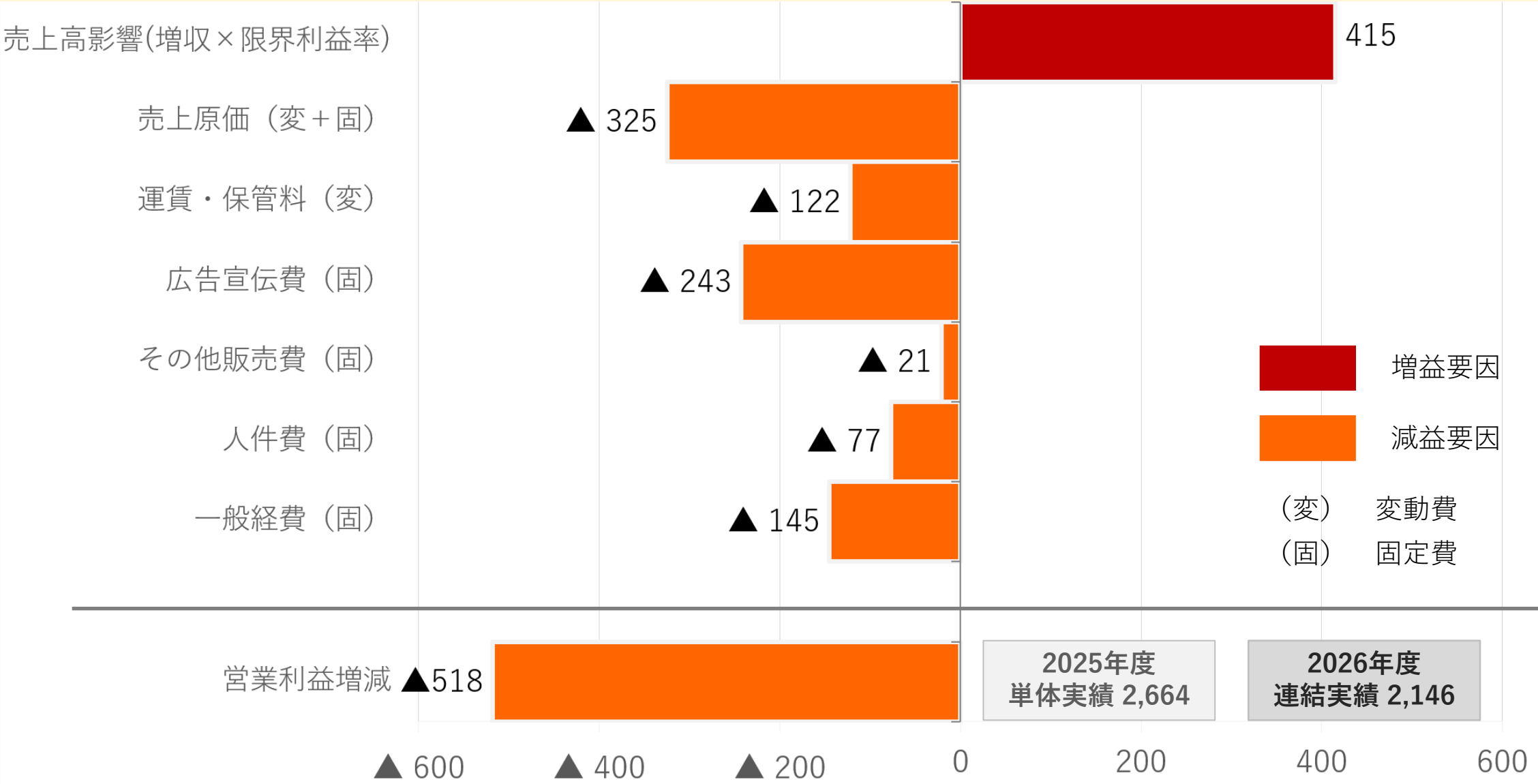
単位：百万円

	2026年度 上期（連結）				2025年度上期（単体）	
	実績	構成比	前年同期 増減	前年同期比	実績	構成比
売上高	17,454	100.0%	+ 729	+ 4.4%	16,725	100.0%
売上原価	10,165	58.2%	+ 594	+ 6.2%	9,570	57.2%
運賃・保管料	1,135	6.5%	+ 164	+ 16.9%	971	5.8%
広告宣伝費	535	3.1%	+ 243	+83.4%	292	1.7%
その他販売費	198	1.1%	+ 21	+ 12.1%	177	1.1%
人件費	2,057	11.8%	+77	+3.9%	1,980	11.8%
一般費	1,215	7.0%	+ 145	+ 13.6%	1,069	6.4%
営業利益	2,146	12.3%	△518	△19.4%	2,664	15.9%

※ 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。
※ 2025年12月期期末より連結決算を開始しております。連結対象である「Kanro America Inc.」の業績が連結決算に与える影響は軽微であるため、前年同期比較は2025年度上期単体財務諸表との増減額及び増減率を記載しております。

営業利益の増減要因（2025年度 上期単体実績 vs 2026年度 上期連結実績）

単位：百万円



2. 2026年度 通期連結業績予想

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。

対期初予想

－ 売上高：据え置き

- ✓ 飴・グミともに上期の減収を下期で挽回し、通期は据え置き
- ✓ プロモーション施策等による販売数量の増加
- ✓ 一部の飴・グミ商品の価格改定も寄与

－ 営業利益：下期増収により限界利益は増加するも、下記コストアップ要因を吸収できず減益

- ✓ 包材等原材料費率の上昇や、修繕費・エネルギーコスト等の製造固定費の増加による粗利率の悪化
- ✓ 物流関連コストの増加等による保管配送費率の上昇
- ✓ 広告宣伝費や一般経費等の増加

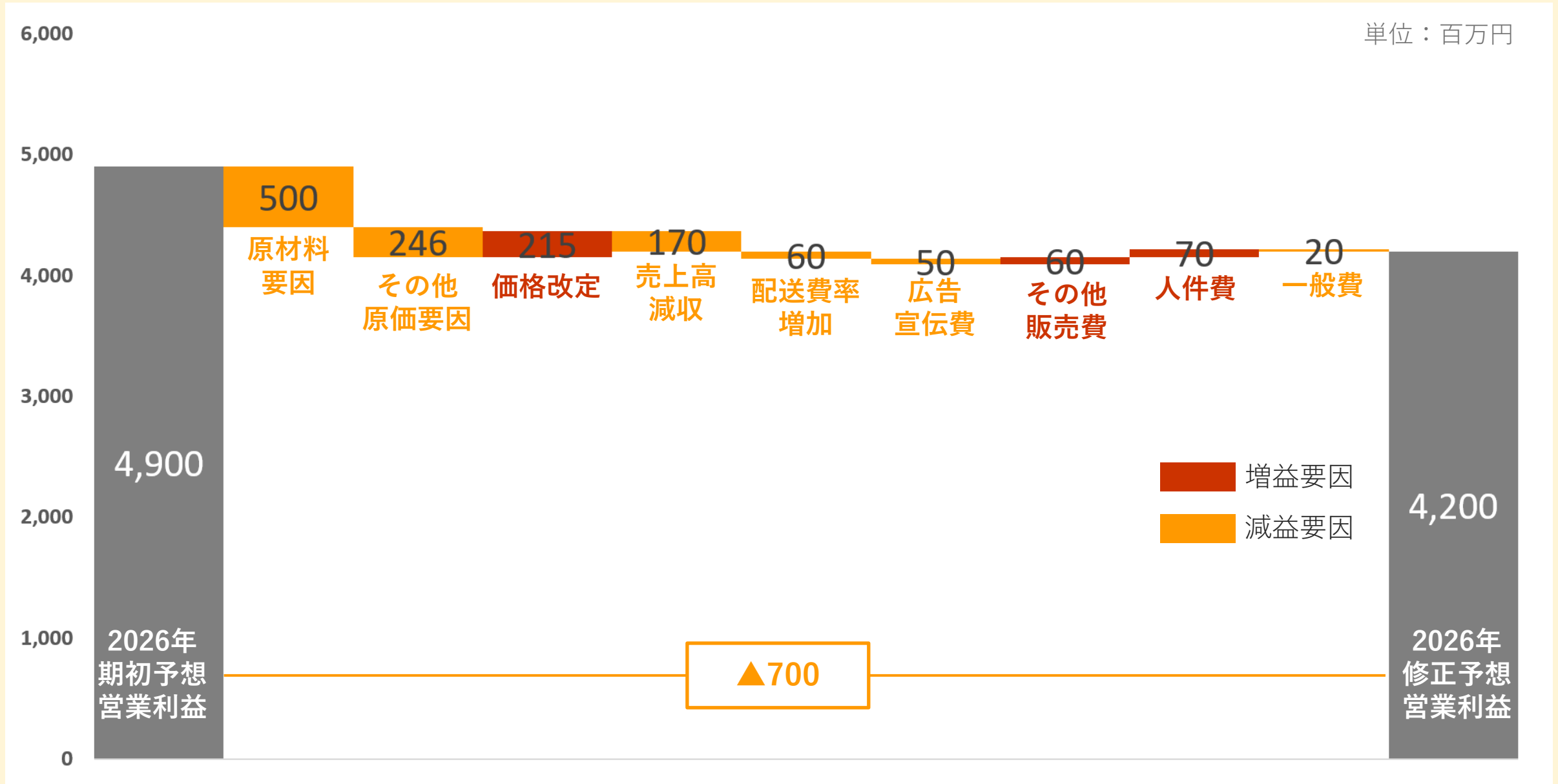
2026年度 通期連結業績 修正予想（売上高～営業利益の詳細 対期初予想）

単位：百万円

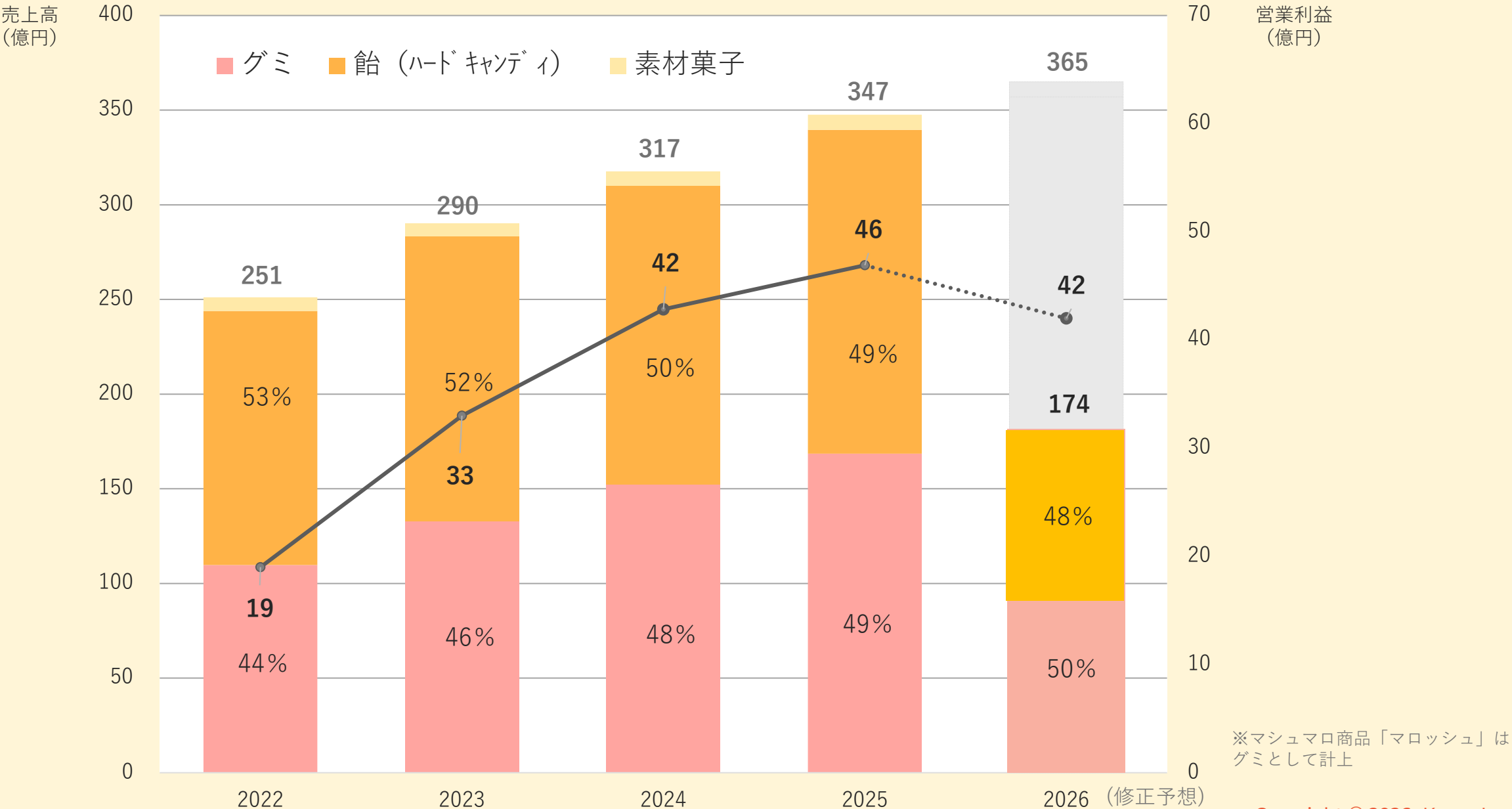
	2026年度 修正予想						2026年度	
	上期実績	下期修正予想	通期修正予想	構成比	期初予想増減	期初予想比	期初予想	構成比
売上高	17,454	19,046	36,500	100.0%	0	0.0%	36,500	100.0%
売上原価	10,165	11,535	21,700	59.5%	+ 700	+ 3.3%	21,000	57.5%
運賃・保管料	1,135	1,265	2,400	6.6%	+ 60	+ 2.6%	2,340	6.4%
広告宣伝費	535	465	1,000	2.7%	+50	+5.3%	950	2.6%
その他販売費	198	252	450	1.2%	△60	△11.8%	510	1.4%
人件費	2,057	2,193	4,250	11.6%	△70	△1.6%	4,320	11.8%
一般費	1,215	1,285	2,500	6.8%	+20	+0.8%	2,480	6.8%
営業利益	2,146	2,054	4,200	11.5%	△700	△14.3%	4,900	13.4%

※ 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。※下期の数値は単純差額です。

（ご参考） 営業利益の増減要因 （2026年度 期初予想 vs 修正予想）

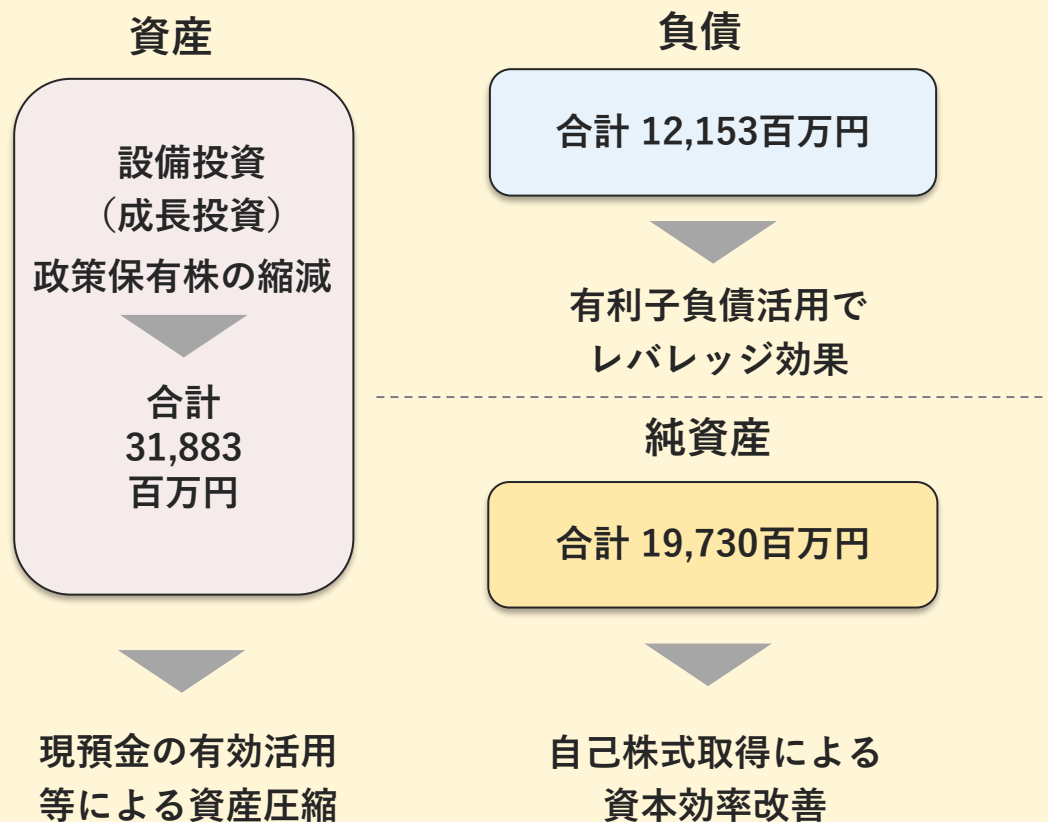


2022年～2026年：売上高／営業利益と売上構成比の推移

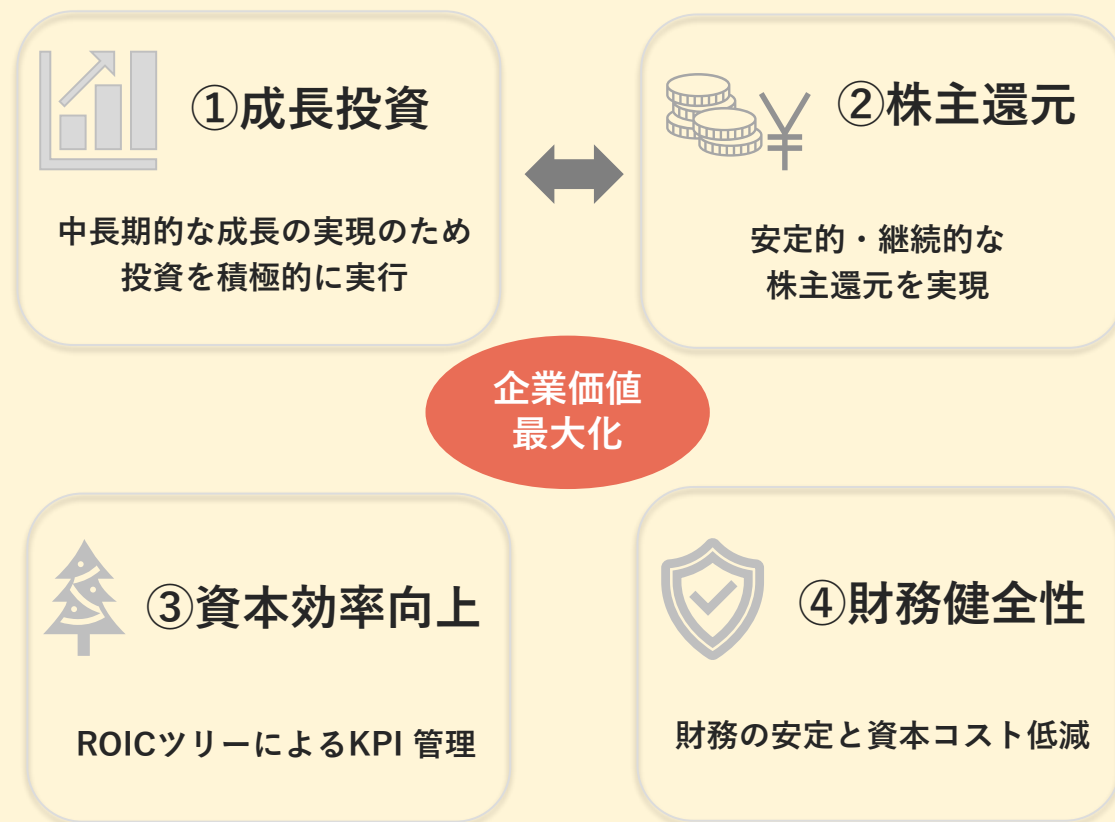


バランスシートを最適に管理し、資本効率向上を通じて
持続的な成長と企業価値向上を実現する

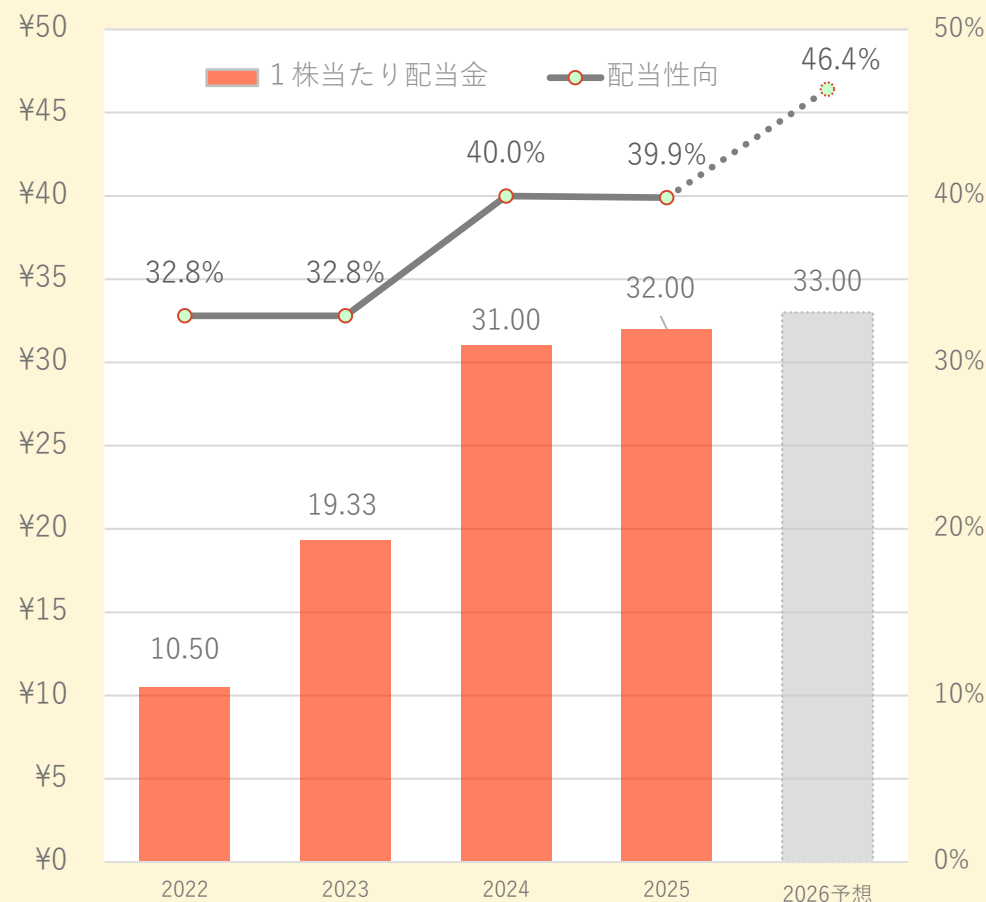
2026年上期末 バランスシート



バランスシートマネジメント



2026年は前年比減益予想であるが、期初予想の1株あたり年間配当金33円（期末配当金18円）の維持と自己株式の取得/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（上限）
 - 株式の取得価額の総額：1,400,000,000円（上限）
 - 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
 - 消却予定日：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](#)

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。

「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

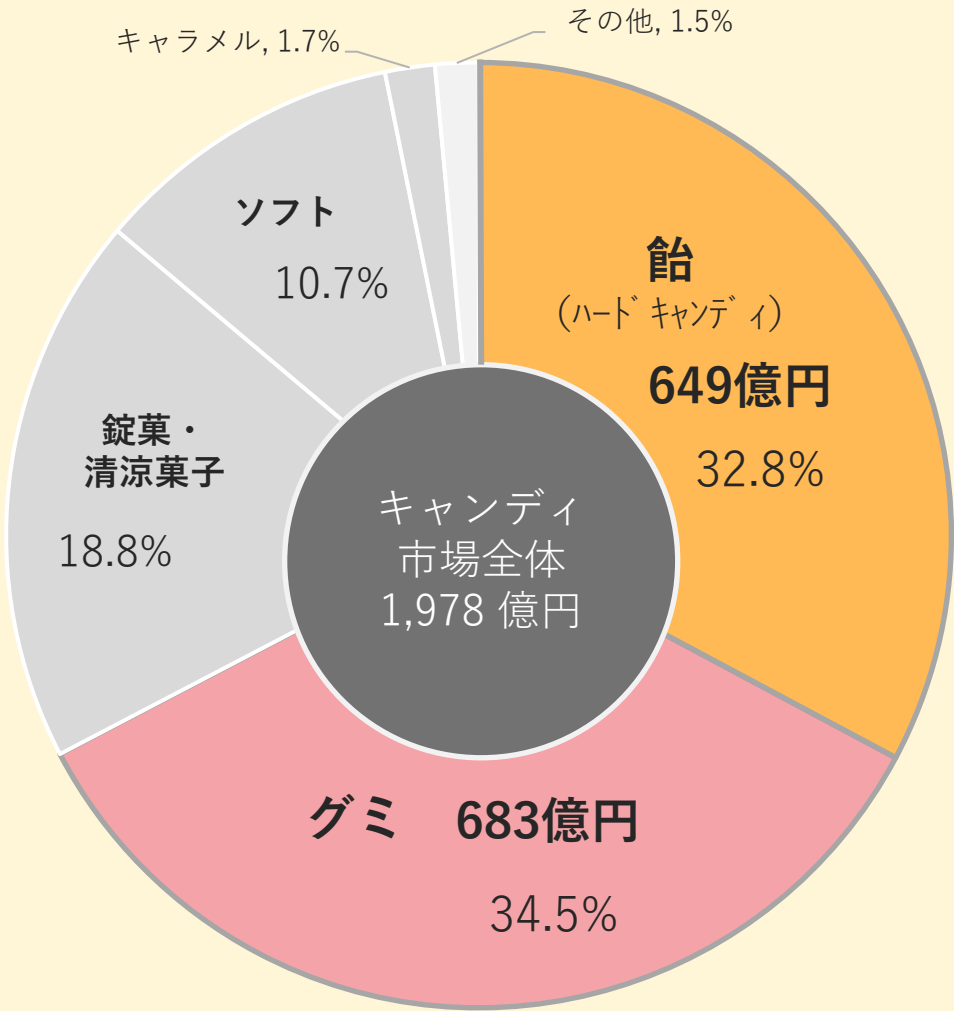
※より詳しい内容については、こちらをご覧ください

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

3. 市場分析と戦略

飴は1.8%減、グミは2.8%増
グミ市場の伸長ペースは弱まったが引き続き成長

組成別構成

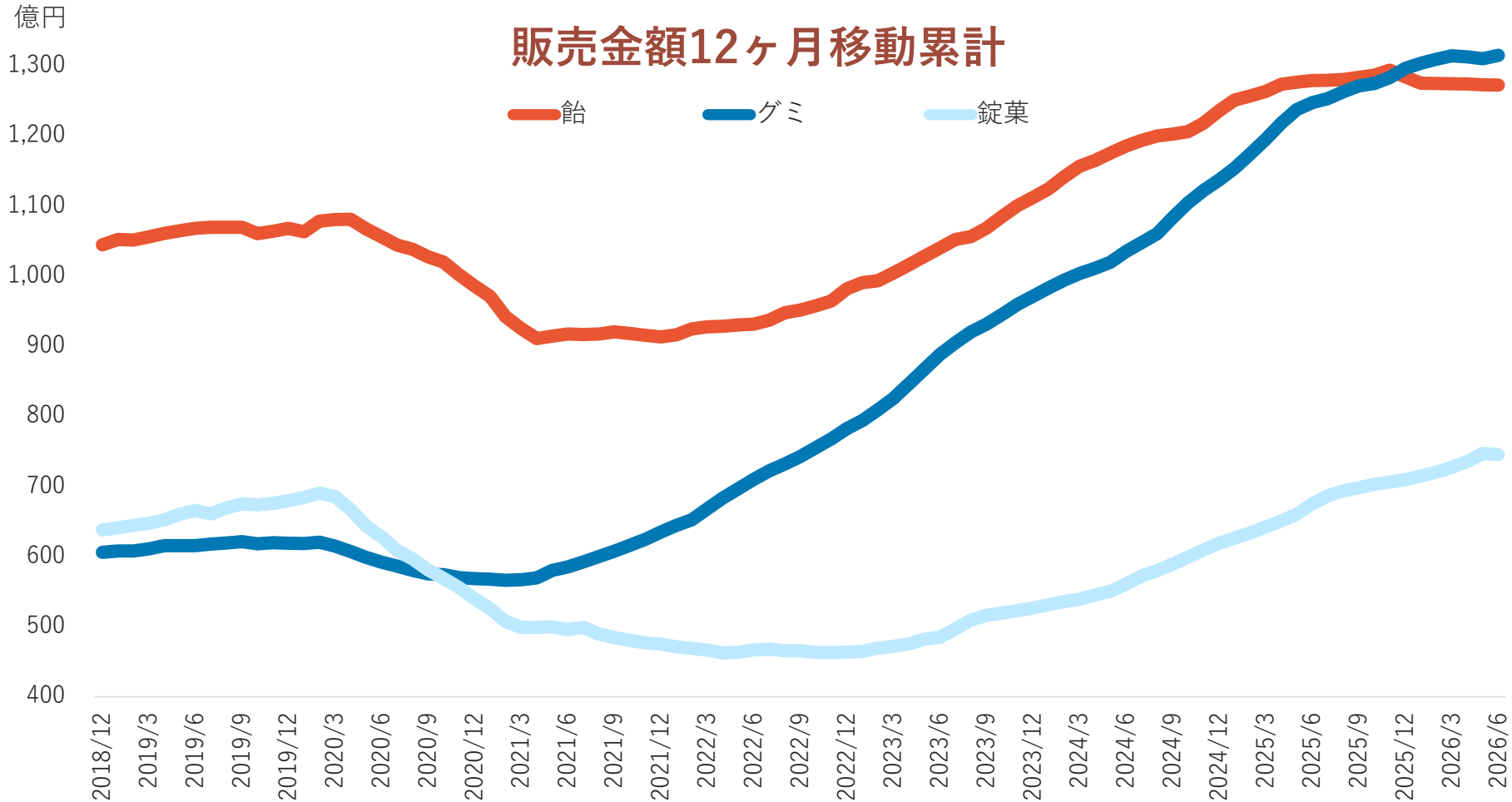


単位：億円

	2025/1-6	2026/1-6	増減率
トータル	1,932	1,978	2.4%
飴	661	649	-1.8%
グミ	665	683	2.8%
錠菓・清涼菓子	336	372	10.6%
ソフト	204	211	3.4%
キャラメル	33	34	1.1%
その他	33	29	-10.7%

※ インテージSRI+ キャンディ市場 2025年-2026年（各年1～6月計） 形態（組成）別販売金額・増減率

錠菓(タブレット)が伸長継続、飴グミともに緩やかな推移に



年間市場規模
(26年6月時点)

グミ

1,316億円
(前年比105.4%)

飴

1,273億円
(前年比99.5%)

錠菓

(タブレット)
746億円
(前年比110.4%)

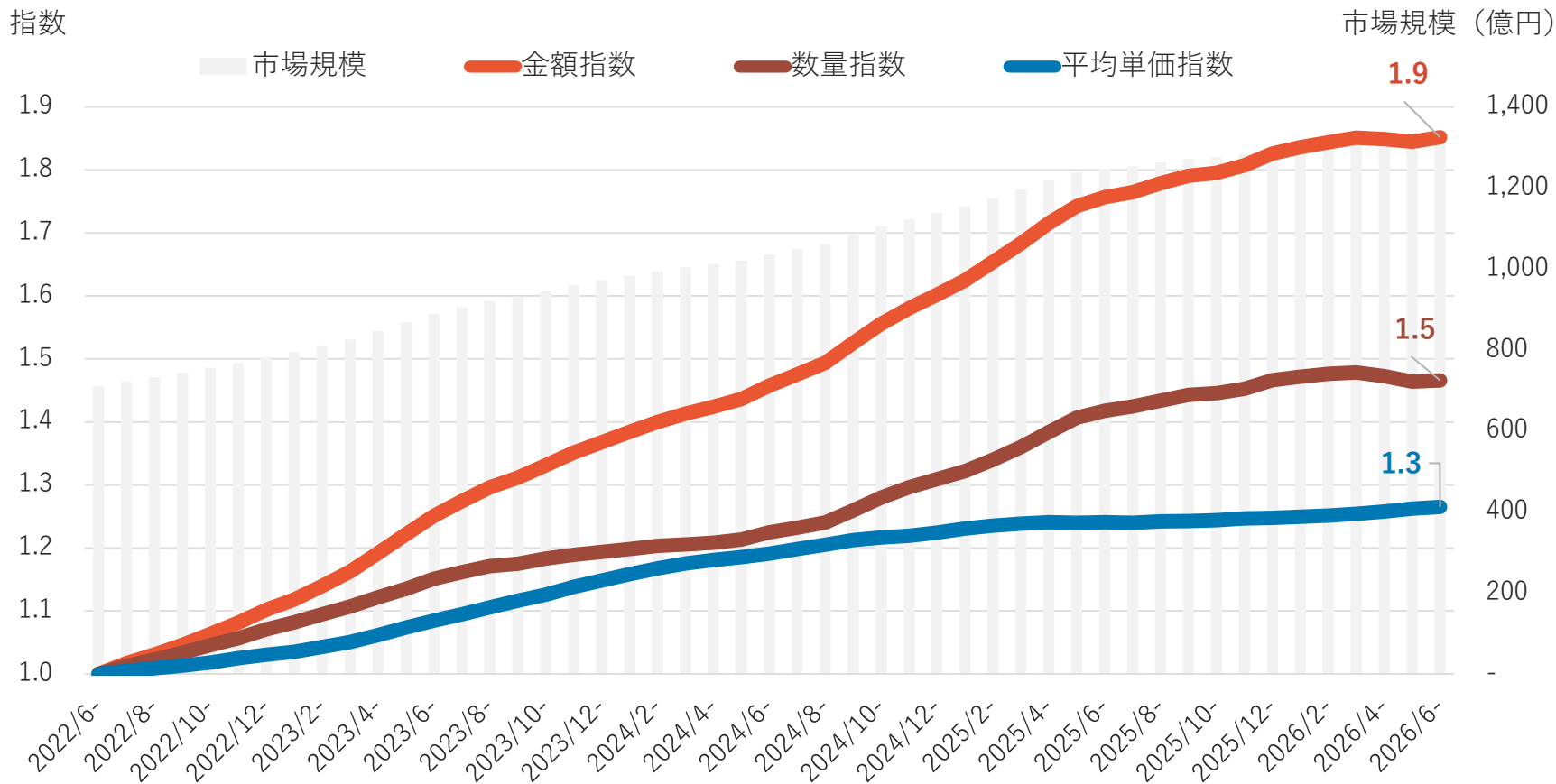
市場分析と戦略 グミ市場



直近伸長が緩やかになっているが、成長市場

5年間 指数変化【グミ】

※5年前の年間規模を1とした場合の指数



2026年6月時点
グミ市場 1,316億

直近1年伸長率

金額	105.4%
数量	103.4%
平均単価	102.0%

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

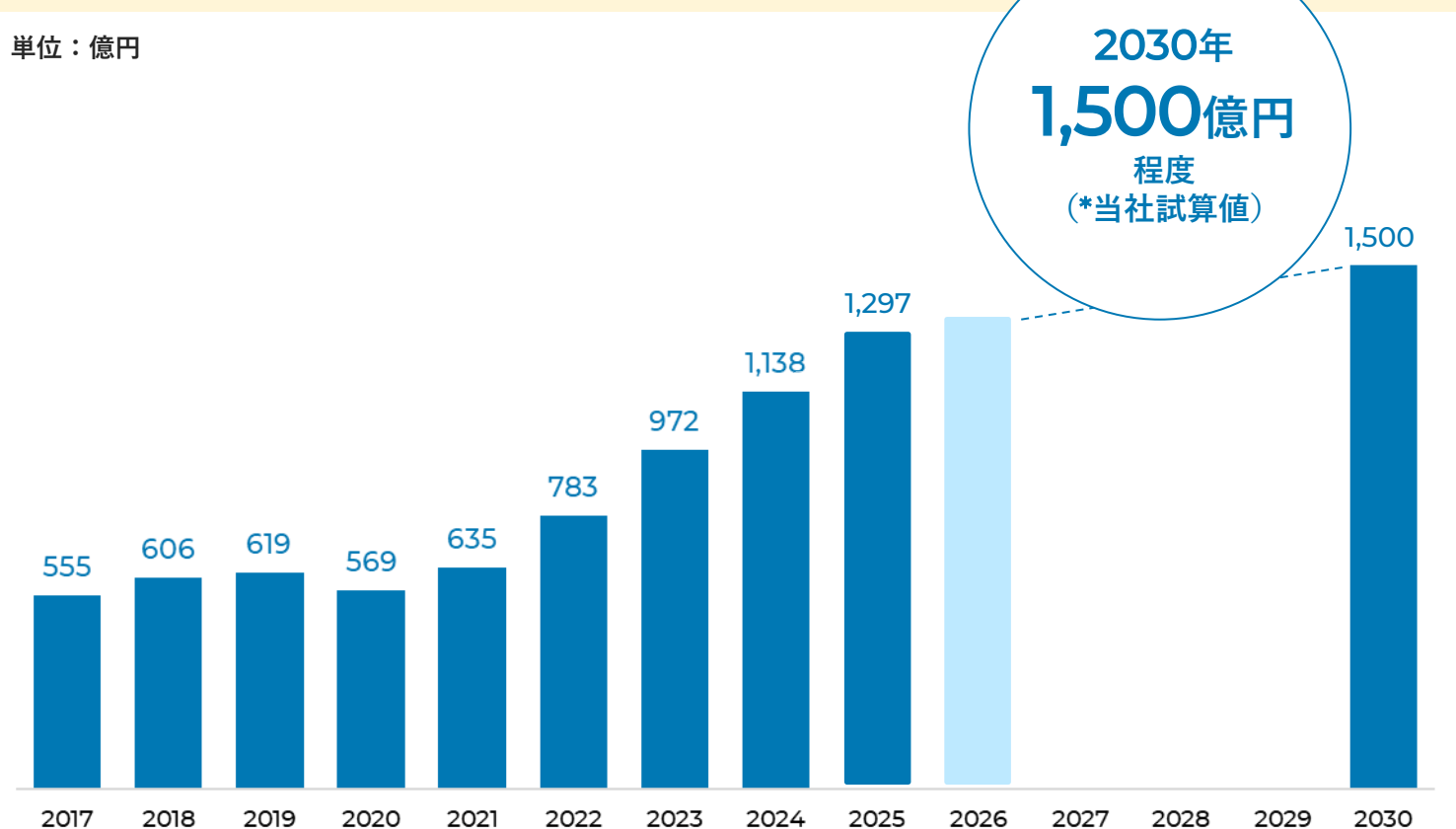
- 幅広い世代にグミ喫食人口が拡大
- コロナ禍の在宅需要がその後も定着
- ガム等の他カテゴリーからの流入
- 1人当たり購入額の増加

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



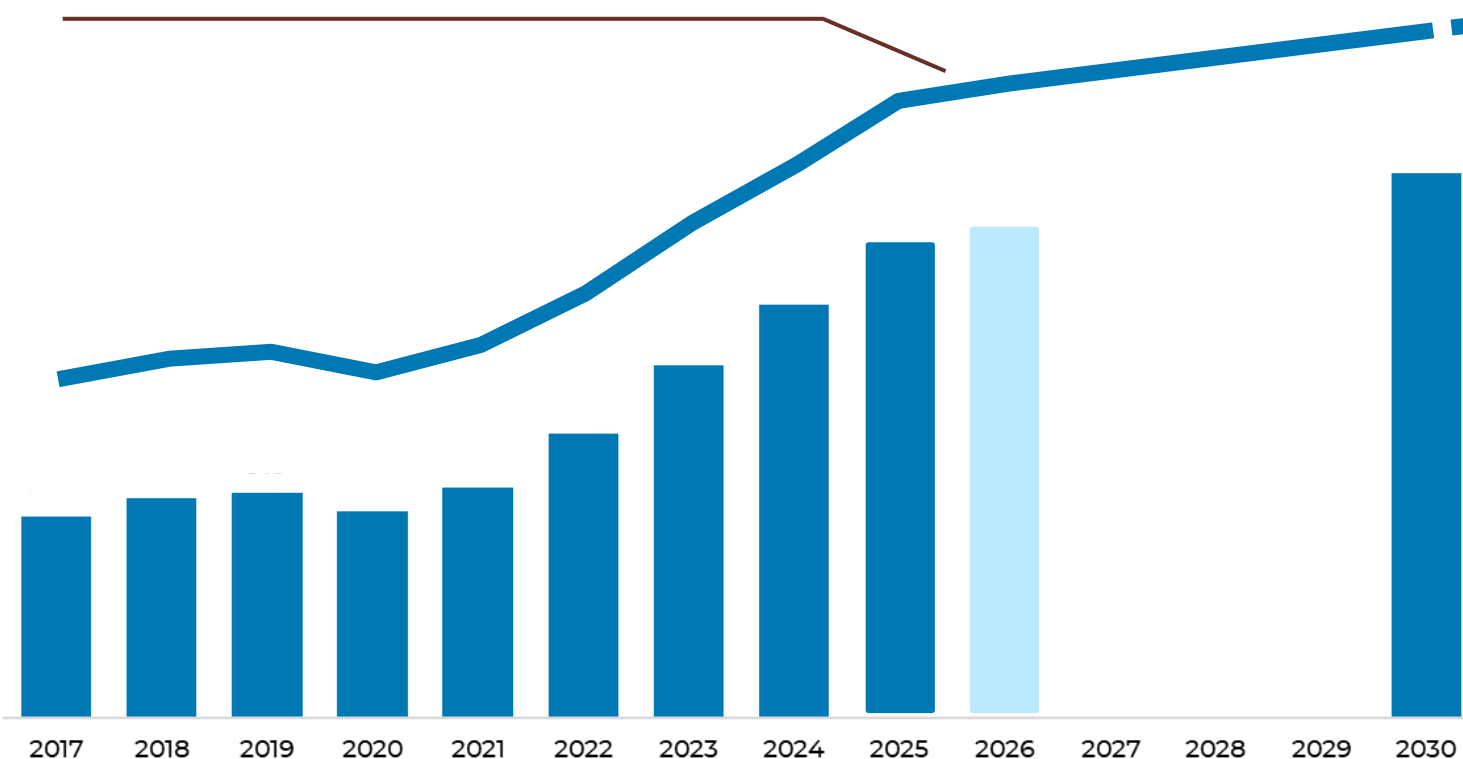
出所：実績はインテージSRI+将来予測は当社にて試算

Copyright © 2026 Kanro Inc.

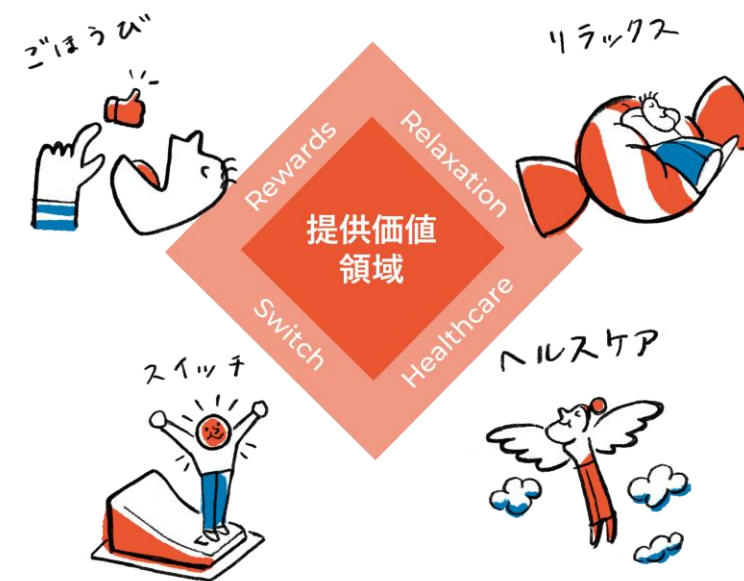
商品の選択肢が広がる中、提供価値を磨き続け、市場のさらなる成長を牽引する

【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



カンロは既存ブランドにおいては、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



Marosh
マロッシュ

Kanro THE カンロザ・ストロング
STRONG



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

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



+

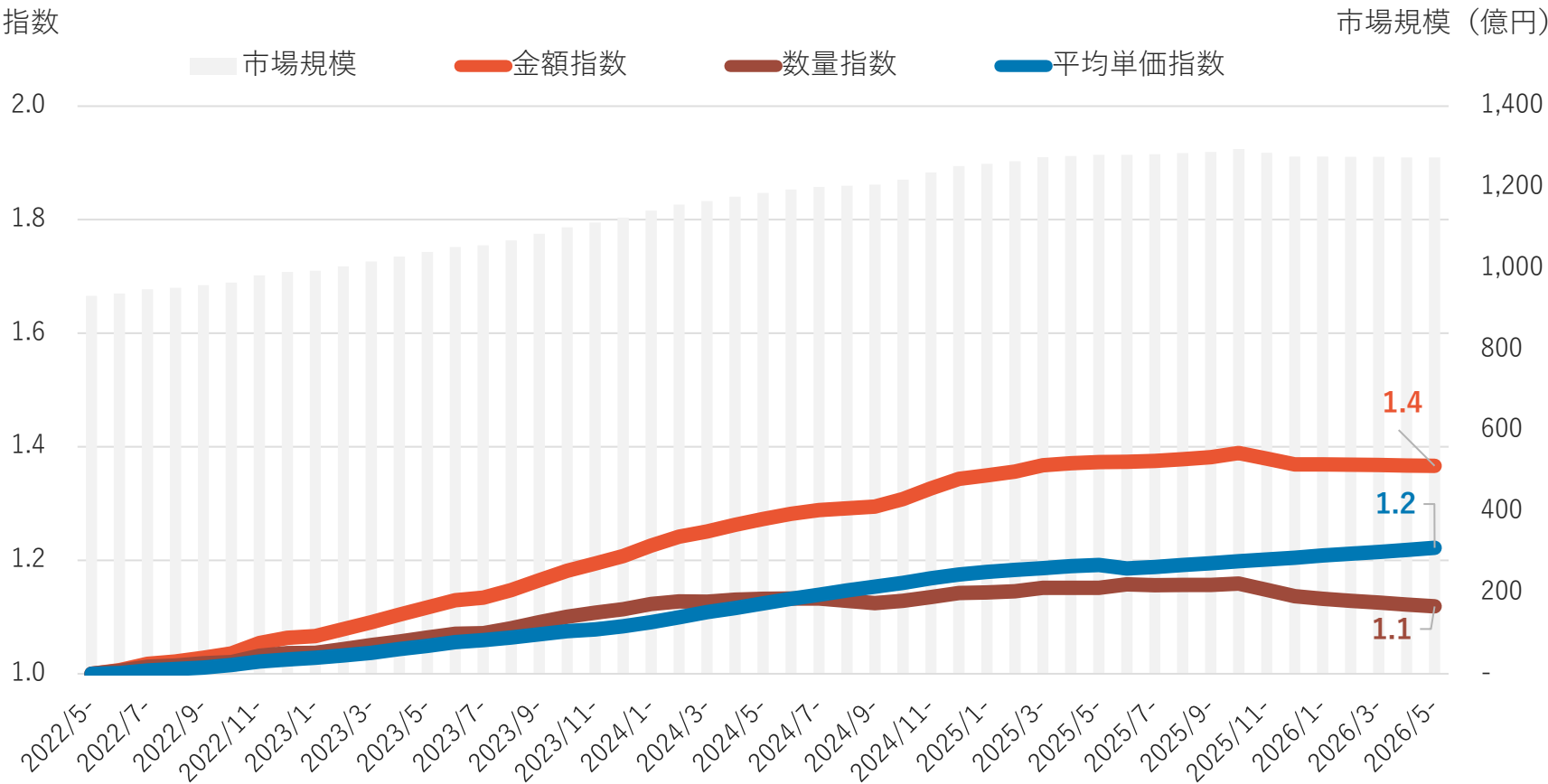
More to Come



直近1年は単価上昇するも、数量・金額ともにダウン

5年間 指数変化【飴】

※5年前の年間規模を1とした場合の指数



2026年6月時点
飴市場1,273億

直近1年伸長率

金額	99.5%
数量	97.2%
平均単価	102.5%

出所：インテージSRI+ 全国・業態計 期間：2021年7月～2026年6月（5年間推移）

市場分析と戦略

飴市場



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

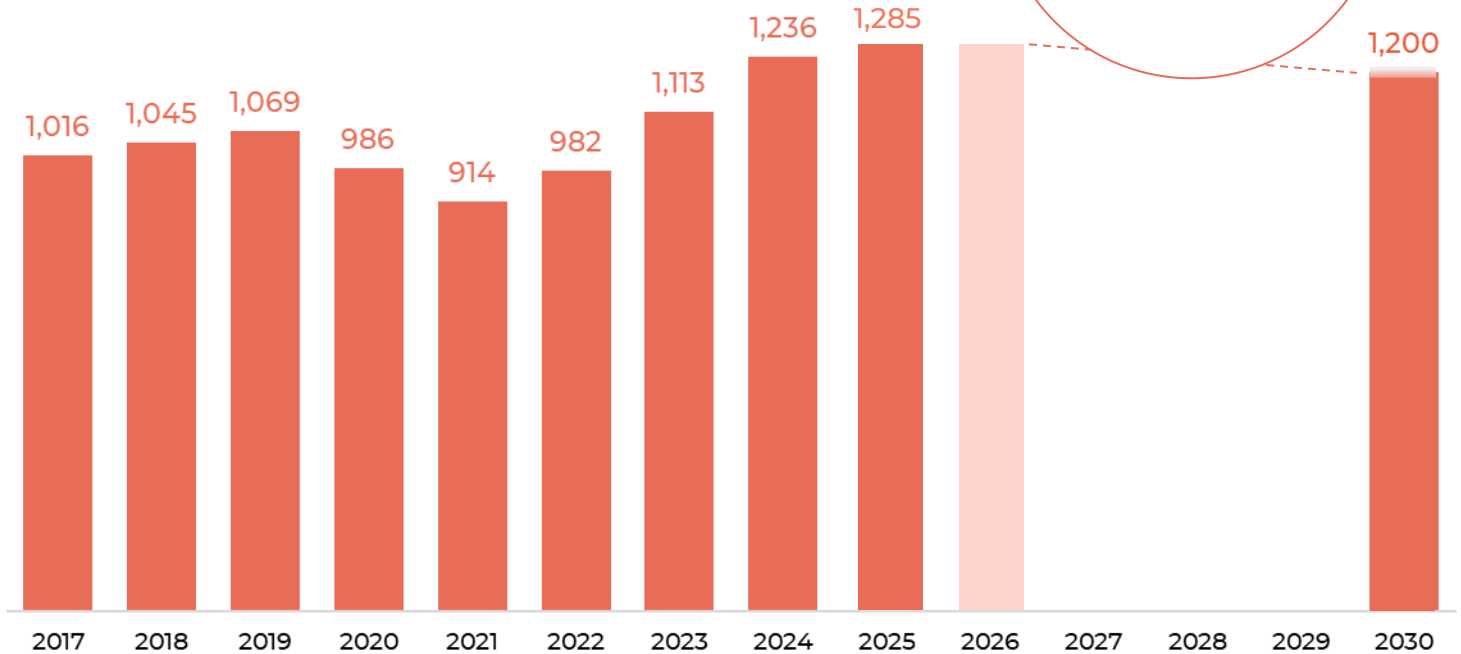
- ・ コロナ禍
マスク着用により飴喫食シーン減少
- ・ アフターコロナ
人流回復により飴需要全体が回復
- ・ 健康意識の高まりによるのど飴需要の増加

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.

外部環境の変化に左右されない、新しい価値の創出に挑む

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]



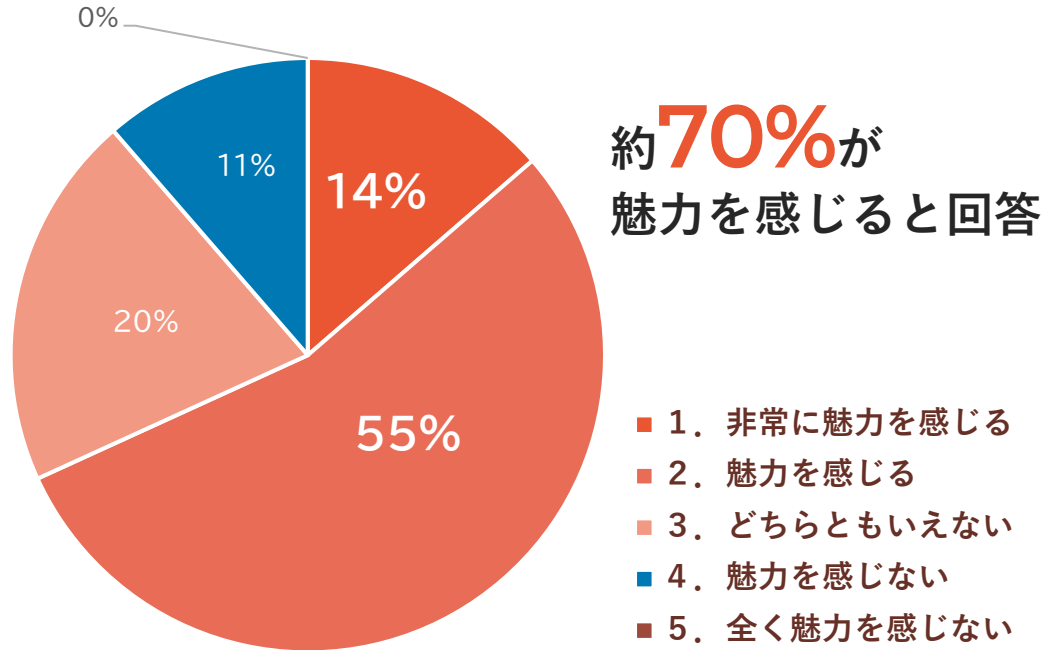
※一部現在生産を終了している商品もございます

Copyright © 2026 Kanro Inc.

“香り”にフォーカスした新感覚キャンディ「KAORITO(カオリト)」 錠菓に代わるリフレッシュ需要に応える商品としてテスト展開

コンセプト調査

強刺激に頼らない、自然の香りによる
リフレッシュに魅力を感じるか



「KAORITO(カオリト)」 シトラスウッド／ミスティレイク

- “香りだけ”を楽しめる独自技術
- 強い刺激に頼らない
森林浴のようなリフレッシュ体験
- 持ち歩きに特化した新形態
- 飴粒を小粒化(当社比約1/3)

5月にNewDaysの一部店舗で
テスト販売を実施し好感触を獲得

市場は自然流入から、価値の再定義が必要なフェーズへ

- グミ -

- ・トライアルの拡大から継続価値の創出へ
- ・新規性を追いかけるだけでなく、口寂しさや小腹満たし、気分転換などの価値を提供
- ・自然流入の鈍化を前提に提供価値を再定義

転換期を越え再び成長へ
ブランドを育成しマーケットを拡大

- 飴 -

- ・気温、乾燥、ウイルス流行の影響を受けやすい
- ・のどケア、季節需要は強いが波が大きい
- ・日常利用の意味づけに成長余地あり

外部環境の変化に左右されない
新しい価値を創出

気候要因やトレンドで市場の動きは変化
市場を追いかけるのではなく、生活者に選ばれる理由をつくる

4. 成長戦略の進捗

2027年7月の稼働に向けた新グミライン増設は順調に進捗 完成後の生産能力は約5割増強予定

【2026年7月撮影】



投資内容	増築棟建設、 グミライン新設、 自動倉庫新設等
設備投資額	約 130 億円
工場面積	延べ面積 6,916.75 m ²

工事進捗状況：25年10月に着工し、現在外壁工事中
稼働後を見据えた製造人員増強・育成にも着手

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

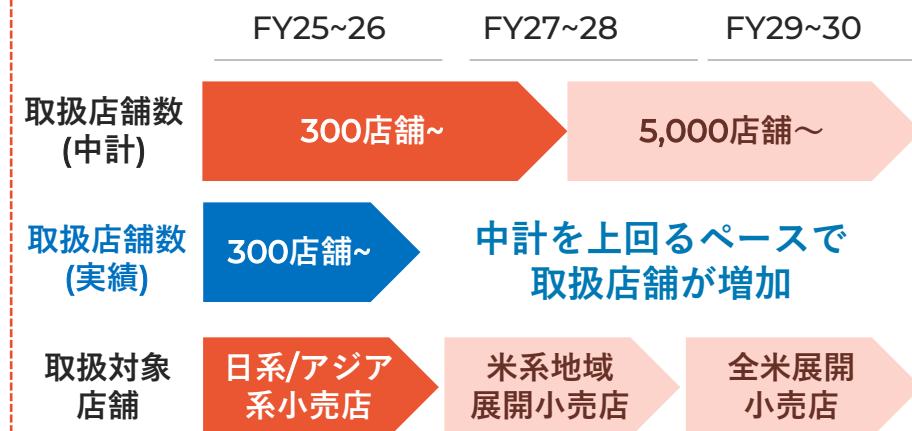
新フレーバーを
2品追加展開



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

FY30に全社売上高比率10%を目指す



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

今後の予定

■ イベント出展

8月 音楽イベント「Head in the Clouds」
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



伊勢丹新宿店へ常設店舗を新たに出店 9月中旬にはグランスタ東京店がリニューアルオープンし3店舗体制に



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

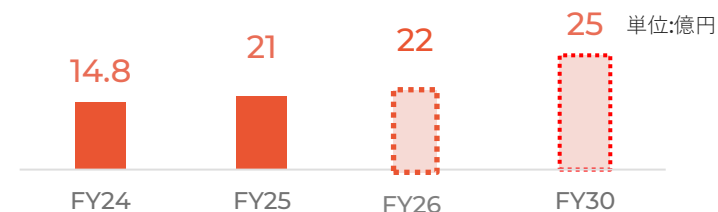


ギフトBOXネイビー
伊勢丹新宿店限定



ヒトツブカンロ事業

2030年売上高目標：25億円



※ヒトツブカンロ事業の売上高はグミ・飴等を含む

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



5. 最後に

2026年6月に桑田佳祐さんを起用した企業広告を実施 下期は商品ブランドへの広告投資で企業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
- ・ 「桑田佳祐 夏祭りツアー2026」に協賛
来場者に限定デザインのカンロ飴を配布
全国各地、親子三世代に向け
「カンロ」「カンロ飴」とのタッチポイントに



1 2026年度は前年比で増収、減益見込みではあるが
今回予想値を上回るべく取り組む

2 グミは提供価値を磨き、さらなる成長へ
飴は外部環境の変化に左右されない新価値の創出に挑む

3 グローバル事業はSKU増、店頭配荷を増やし
ブランド投資でメインストリームを狙う

6. Appendix

2026年度 通期連結業績修正予想（売上高～営業利益の詳細 対前年実績）

単位：百万円

	2026年度 修正予想						2025年度	
	上期実績	下期修正予想	通期修正予想	構成比	前年増減	前年比	実績	構成比
売上高	17,454	19,046	36,500	100.0%	+ 1,728	+ 5.0%	34,771	100.0%
売上原価	10,165	11,535	21,700	59.5%	+ 1,625	+ 8.1%	20,074	57.7%
運賃・保管料	1,135	1,265	2,400	6.6%	+ 250	+ 11.6%	2,149	6.2%
広告宣伝費	535	465	1,000	2.7%	△59	△5.6%	1,059	3.0%
その他販売費	198	252	450	1.2%	+ 55	+ 14.2%	394	1.1%
人件費	2,057	2,193	4,250	11.6%	+ 100	+ 2.4%	4,149	11.9%
一般費	1,215	1,285	2,500	6.8%	+ 246	+ 10.9%	2,253	6.5%
営業利益	2,146	2,054	4,200	11.5%	△491	△10.5%	4,691	13.5%

※ 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。※下期の数値は単純差額です。

主な商品価格改定および内容量変更実績と予定

※実際の小売り価格はオープン価格です ※最新の情報は当社HPをご覧ください。

改定月	主な対象ブランド (飴)	主な対象ブランド (グミ)	備考
2022年 9~10月	カンロ飴 / 金のミルクキャンディ 健康のだ飴 ノンシュガーのだ飴 など	ピュレグミ / カンデミーナグミ / マロッシュ	希望小売価格 3~10%程度の値上げ
2023年 3月	健康のだ飴 梅 もりもり山のくだもの飴 など	ピュレグミ / カンデミーナグミ / マロッシュ	希望小売価格 3~13%程度の値上げ
2024年 2月	金のミルクキャンディ	ピュレグミ / カンデミーナグミ	希望小売価格 3~16%程度の値上げ
2026年 2月/4月	ノンシュガーグルメ (珈琲・紅茶) ノンシュガーのだ飴 もりもり山のくだもの飴	—	希望小売価格 5~16%程度の値上げ
2026年 9月	カンロ飴 / 健康のだ飴 梅 ボイスケアのだ飴 など	カンデミーナグミスーパーベスト / カンロザ・ストロンググミソーダ など	店頭での想定改定率 4~15%程度
2026年 10月	—	ピュレグミプレミアム	内容量増量および 店頭での想定改定率 10~11%程度

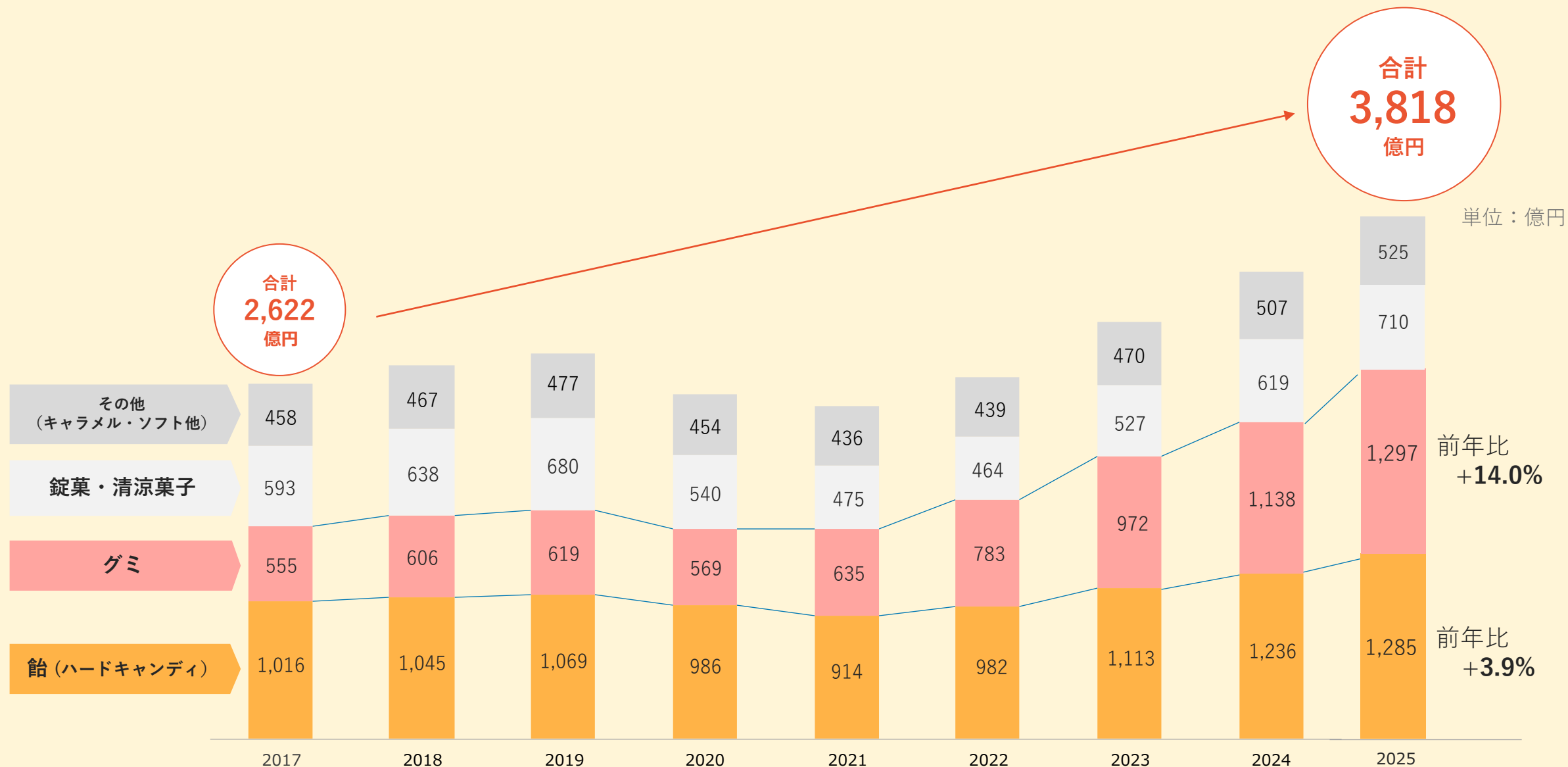


主力ブランド前年同期比（小売販売金額）

飴ブランド	2026年1-6月 実績	グミブランド	2026年1-6月 実績
健康のだ飴 	98.9%	ピュレグミ 	97.1%
ノンシュガーのだ飴 	103.1%	カンデミーナグミ 	97.1%
金のミルクキャンディ 	108.5%	-	-
カンロ飴 	104.5%	-	-

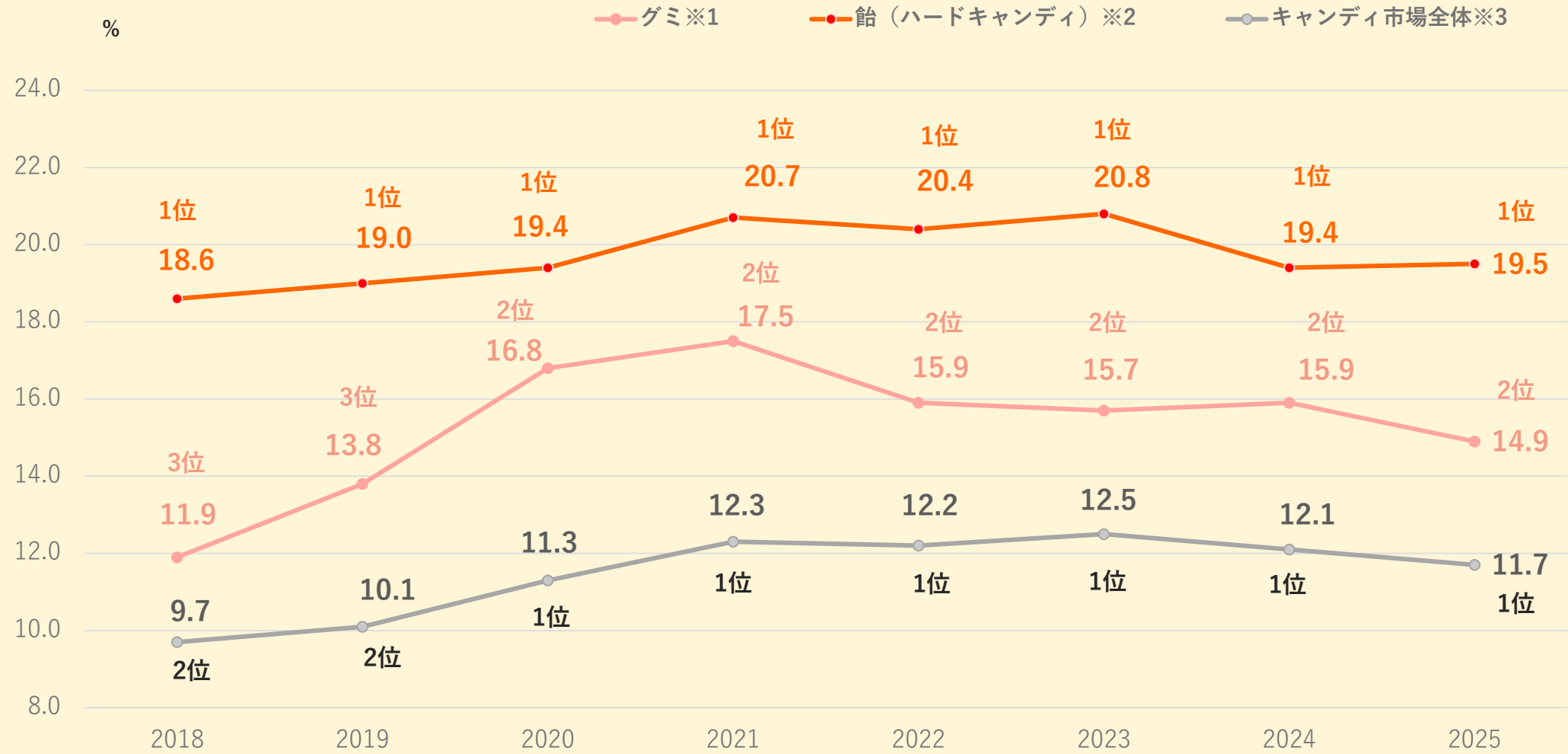
※インテージSRI+ハードキャンディ+グミ市場 2025年-2026年（各年1～6月計）推計販売金額

国内キャンディ市場規模推移（小売販売金額）



※インテージSRI+ 組成別・小売販売金額

当社メーカーシェア推移（小売販売金額）



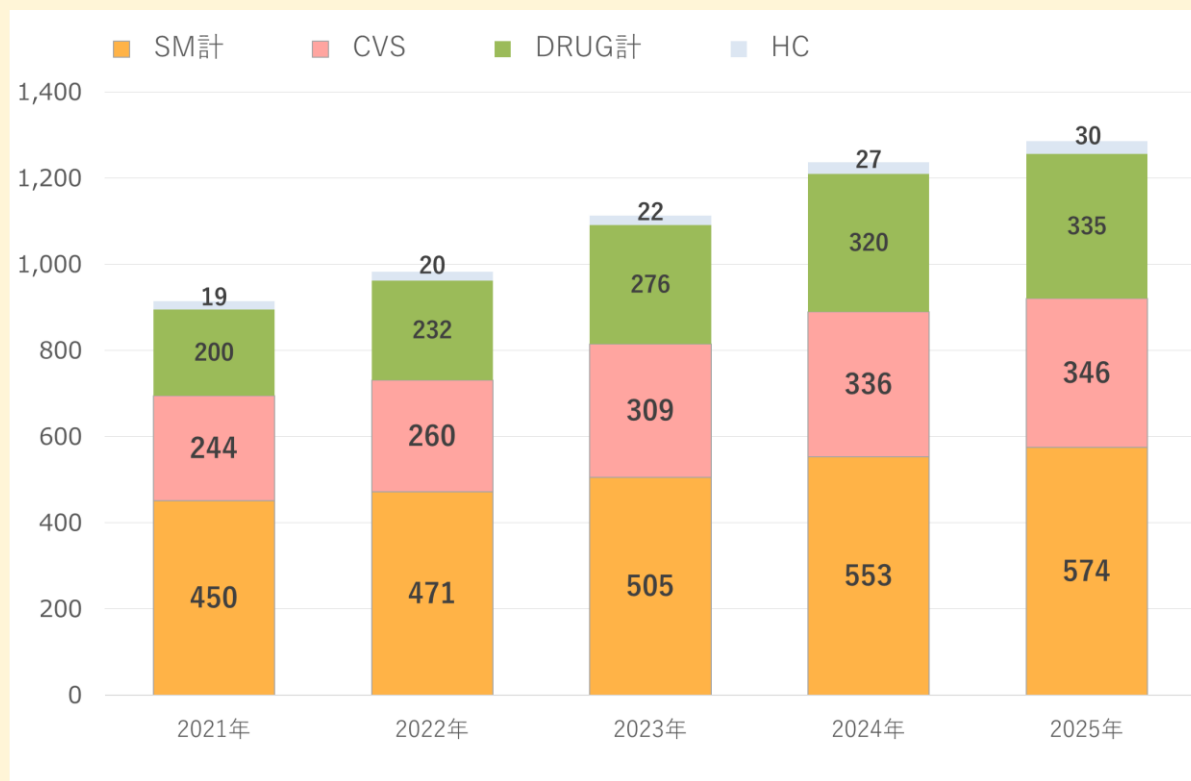
※1:インテージSRI+ グミ市場 2018年-2025年（各年1～12月計）形態（組成）別販売金額シェア

※2:インテージSRI+ ハードキャンディ市場 2018年-2025年（各年1～12月計）形態（組成）別販売金額シェア

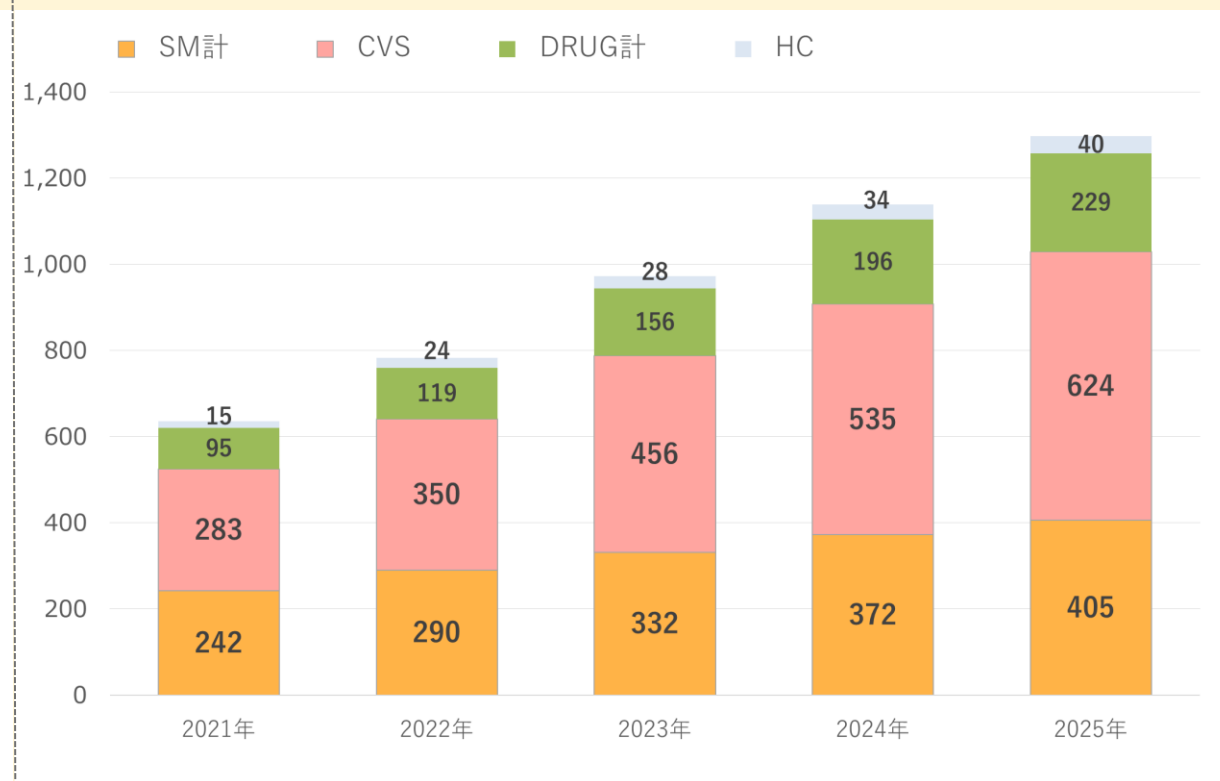
※3:インテージSRI+ キャンディ市場 2018年-2025年（各年1～12月計）販売金額シェア

飴（ハードキャンディ） / グミ市場 業態別販売金額推移

◆ 飴（ハードキャンディ）



◆ グミ



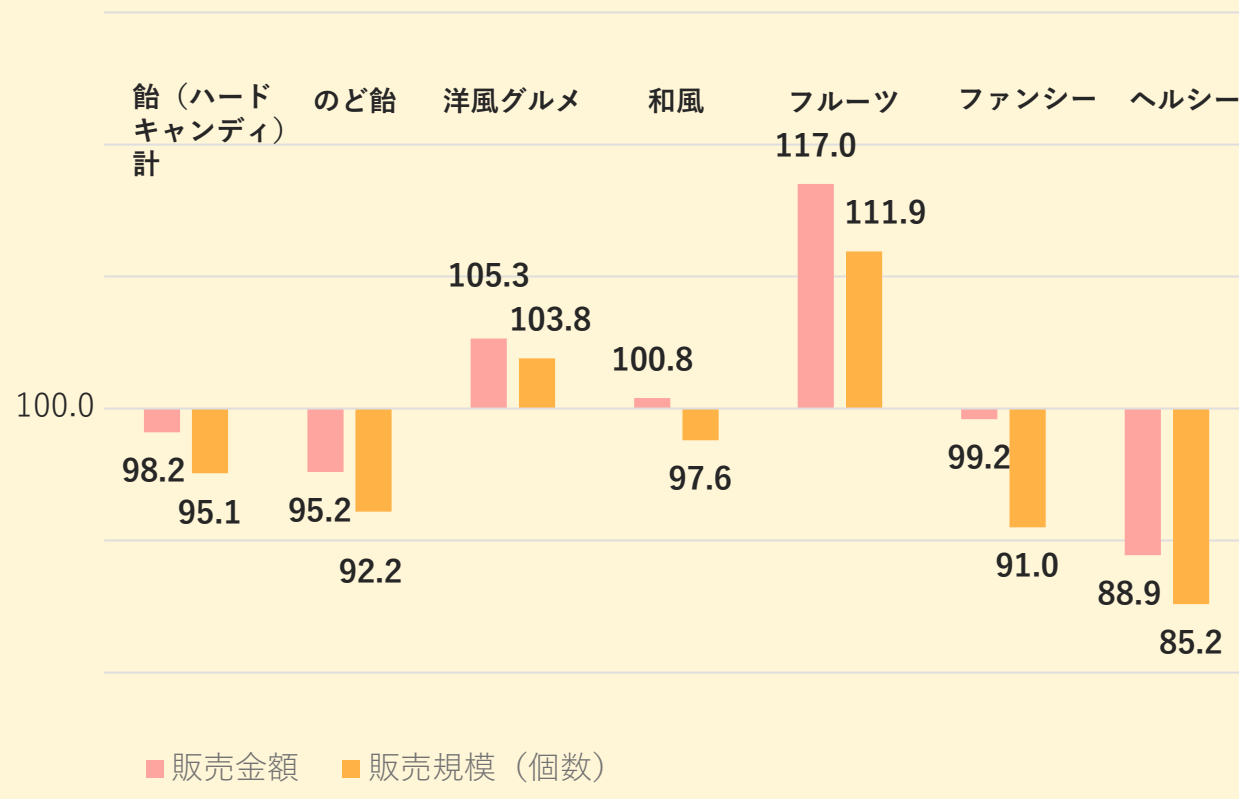
※:インテージSRI+ ハードキャンディ / グミ 2021年-2025年（各年1～12月計）業態別 販売金額推移

※:SM：スーパーマーケット、CVS：コンビニエンスストア、DRUG：薬局・薬店、HC：ホームセンター

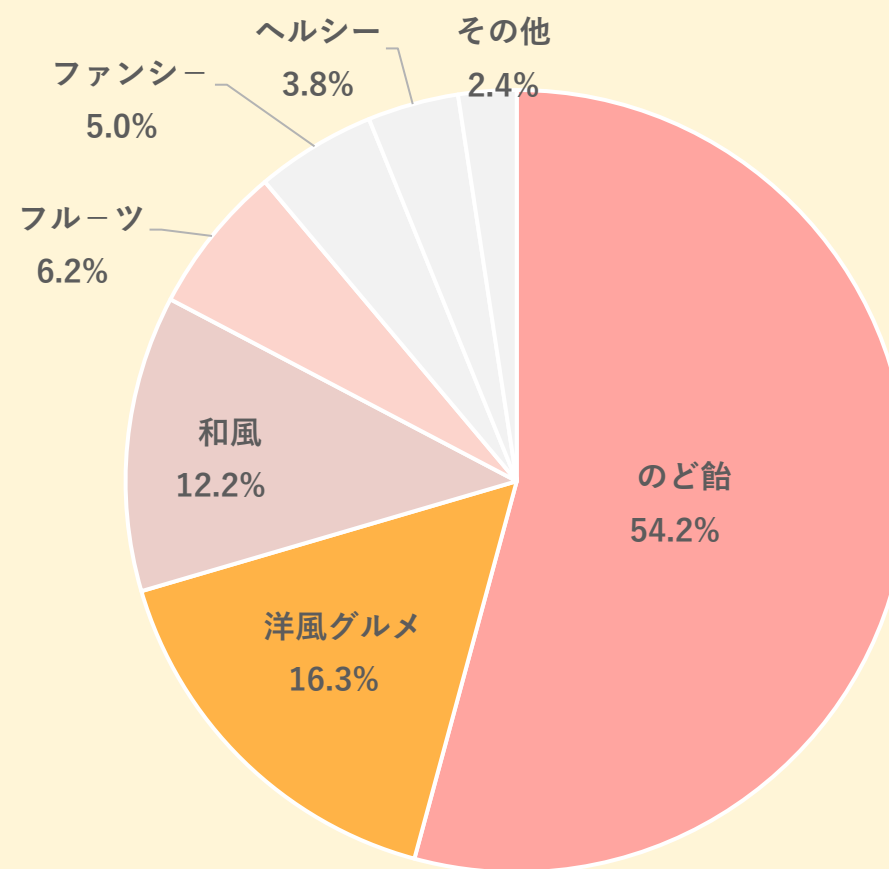
飴（ハードキャンディ）市場 カテゴリー別前年同期比（1-6月）

◆販売金額／販売規模（個数）前年同期比

単位：％



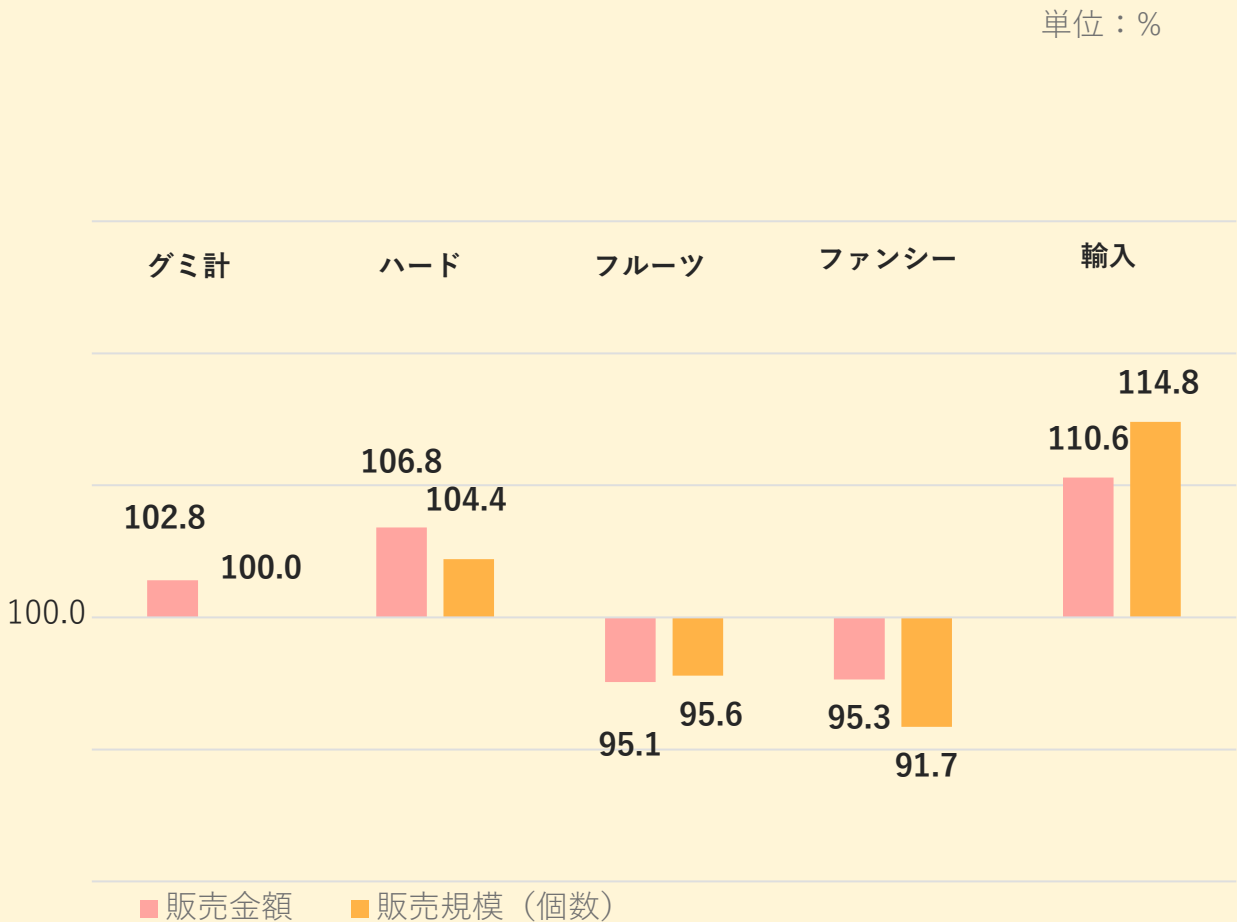
◆販売金額構成比



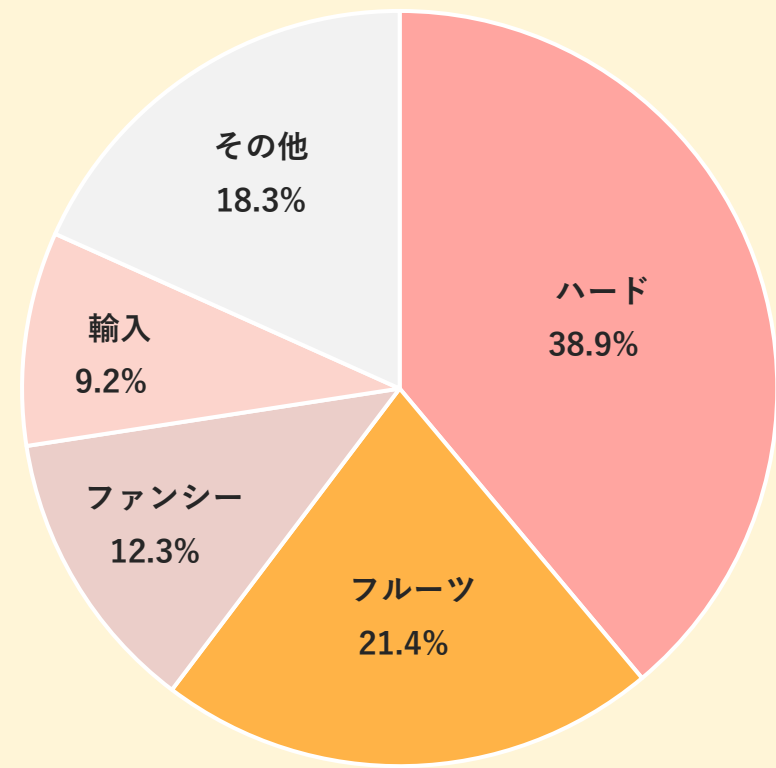
※イメージSRI+ 2025年-2026年（各年1～6月計）推計販売金額、推計販売規模（個数）

※組成内のカテゴリー分類についてはカンロ定義の分類によるものです

◆販売金額／販売規模（個数） 前年同期比



◆販売金額構成比



※イメージSRI+ 2025年-2026年（各年1～6月計）推計販売金額、推計販売規模（個数）
※組成内のカテゴリー分類についてはカンロ定義の分類によるものです



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

