

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

カンロ

2216 東証 2 部

企業情報はこちら >>>

2017 年 3 月 31 日 (金)

執筆：フィスコアナリスト

清水さくら

FISCO Ltd. Analyst **Sakura Shimizu**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 収益構造	01
2. 決算と 2017 年 12 月期業績予想、単元株式数の変更及び株式併合の発表	01
3. 中期経営計画「NewKANRO 2021」：2021 年 12 月期に売上高 260 億円、 経常利益 26 億円を目指す	01
4. 海外展開の可能性	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 主な商品の推移	04
■ 事業概要	05
1. 収益構造	05
2. 強みと競合状況	05
3. 事業リスク	06
■ 菓子市場動向	06
1. 国内菓子市場の動向	06
2. カンロの販売金額シェア	07
3. キャンディの輸出動向	09
■ 中期経営計画「NewKANRO 2021」	09
1. 目指すところと損益目標	09
2. 売上拡大戦略	10
3. 経営基盤の強化	10
4. 海外展開の可能性	11
■ 業績動向	11
1. 2016 年 12 月期連結決算	11
2. 過去の業績	13
■ 今後の見通し	14
1. 2017 年 12 月期会社予想	14
2. 単元株式数の変更及び株式の併合	14
■ 株式需給	15
● 所有者別株式数の割合と大株主の状況	15
■ 株主還元策	16
● 2017 年 12 月期配当予想	16

■ 要約

苦難の時を乗り越えて 2021 年 12 月期経常利益 26 億円に挑む

カンロ <2216> は、飴やグミなどの製造販売を行うキャンディメーカー。創業は大正元年の 1912 年で、キャンディ業界の老舗と言える。1955 年に発売開始したしょうゆを隠し味に使用したカンロ飴が大ヒット。最近では、「金のミルクキャンディ」シリーズや「ピュレグミ」が有名。

1. 収益構造

安定的な国内キャンディ事業を基軸とし、成長著しいグミも積極的に取り込んでいる。2016 年 12 月期連結売上高における飴の割合は 6 ～ 7 割程度、グミは 2 ～ 3 割弱と推定。三菱商事 <8058> と業務提携及び総販売代理店契約を締結しており、販売高の多くは同社を通じて行っているのが特徴で与信管理上のメリットがある。砂糖と水あめが飴の主原材料であるため新規参入障壁が低いが、同社は高付加価値商品を市場投入することで差別化に取り組んでいる。

2. 決算と 2017 年 12 月期業績予想、単元株式数の変更及び株式併合の発表

2016 年 12 月期の連結業績は売上高が前期比 0.2% 増の 19,716 百万円、経常利益が同 104.2% 増の 612 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 476.0% 増の 500 百万円。新商品や素材菓子の売上減もあったが、「金のミルクキャンディ」シリーズ及びグミの売上げの伸長で微増収の着地となった。利益面では、製造ラインの稼働率の上昇、工場における改善活動、廃棄損の減少、物流コストの削減、効率的な販売促進活動により販売コストの削減などが費用減に寄与し、大きく増益。親会社株主に帰属する当期純利益は、前期の特別損失の反動減や受取保険金、繰延税金資産の計上に伴う法人税等調整額の計上などで前期比では大きな伸びとなった。また、決算発表時に単元株式数の変更（1,000 株→ 100 株）と株式の併合（5 株を 1 株に併合）も発表。2017 年 3 月開催予定の定時株主総会において原案どおり可決承認されれば、2017 年 7 月 1 日をもって効力が発生する。

3. 中期経営計画「NewKANRO 2021」：2021 年 12 月期に売上高 260 億円、経常利益 26 億円を目指す

2016 年 8 月に中期経営計画「NewKANRO 2021」を発表。キャンディ No.1 企業として、品質、ブランド力、売上げ・利益で No.1 となり、社員満足度、株主満足度・社会的責任においてもトップクラスとなり、売上拡大戦略と経営基盤の強化で、2021 年 12 月期に売上高 260 億円、経常利益 26 億円、経常利益率 10% を目指す。売上拡大戦略では、飴において工場のフル稼働と付加価値商品を展開し、グミでは既存ブランドの育成のほかに新商品のグミを積極投入することで 2021 年 12 月期においてグミの売上げを 2016 年比 2 倍とする。経営基盤の強化では、ムダの排除、売上原価の低減、人事制度の充実、情報システム環境の整備、品質保証体制の充実、CSR 活動の推進を施策として挙げている。また、損益目標を達成時には増配も検討するようだ。

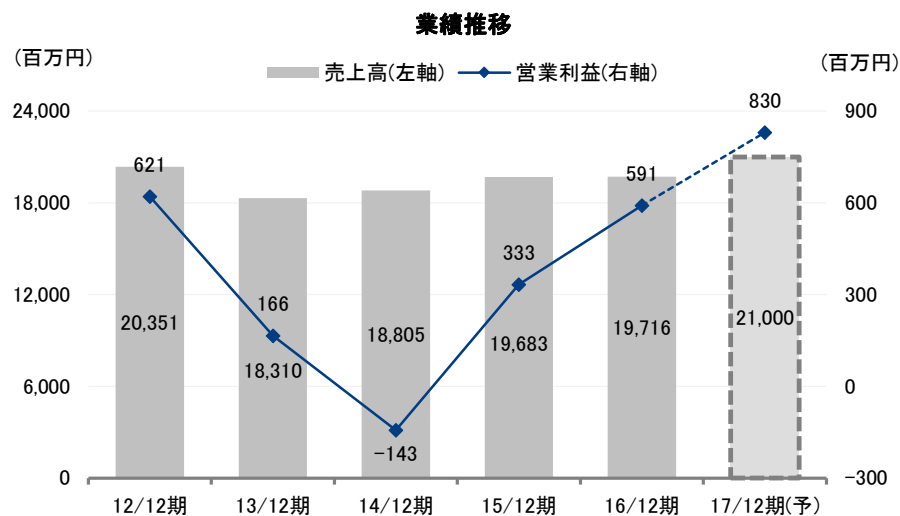
カンロ | 2017 年 3 月 31 日 (金)
2216 東証 2 部 | https://www.kanro.co.jp/ir/

4. 海外展開の可能性

以前にカルピス（株）の商標権使用ライセンス契約の解約の申し入れによるカルピスブランドの販売中止などで大幅に売上が減少する局面があり、海外事業を当時の中期経営計画から一旦取り下げたという経緯があり、現行の中期経営計画においても海外展開の可能性については触れられていない。国内の人口減という環境下で飴という安定的な事業を軸にグミで成長を獲得するのは有益であるが、同社の高付加価値キャンディがアジアの人々に受け入れられる可能性が高いことや、また長期的に考えると成長の著しい海外、特にアジア市場の成長を取り込んでいくのは必須ではないだろうか。今後、早い段階で同社から何らかの戦略を聞けることを期待したい。

Key Points

- ・国内市場で飴とグミなどを製造販売する老舗のキャンディメーカー。参入障壁は低いが、高付加価値品の投入で商品の差別化に取り組む。
- ・2016 年 12 月期においてはグミと「金のミルクキャンディ」シリーズの売上が伸長、利益面でも、工場の稼働率の上昇や工場における改善行動、廃棄損の減少、物流コストの削減、販売コストの削減などが費用減に寄与し、大きく増益を達成。単元株式数の変更と株式の併合も発表。
- ・中期経営計画「NewKANRO 2021」において、売上拡大戦略と経営基盤の強化により、2021 年 12 月期に売上高 260 億円、経常利益 26 億円を目指す。目標達成時には増配も。



出所：有価証券報告書及び決算短信よりフィスコ作成

会社概要

大正元年創業のキャンディ業界の老舗

1. 会社概要

同社は、飴やグミなどの製造販売を行うキャンディメーカー。創業は大正元年の 1912 年で、キャンディ業界の老舗と言える。1955 年に発売開始したしょうゆを隠し味に使用したカンロ飴が大ヒットし、現在の会社名もこの商品名に由来する。1980 年代にはのど飴の発売、1990 年代のグミやノンシュガー飴などを上市、最近では、「ピュレグミ」や「金のミルクキャンディ」シリーズが有名。

なお、本稿においては、特段の記載がない限り、キャンディ＝飴菓子（ハードキャンディ、ソフトキャンディ、キャラメル）＋グミと定義している。

2. 沿革

同社は、1912 年に初代社長である宮本政一（みやもとまさいち）氏が個人で山口県光市に製菓業「宮本製菓所」を始めたのが起源。戦後の 1950 年「宮本製菓株式会社」に株式会社化、1959 年に長野県松本市に松本工場を新設した。1955 年に上市したカンロ飴が大ヒット、同社は 1960 年にこの商品名をもとに「カンロ株式会社」に改称した。1962 年には東京証券取引所第 2 部に株式を上場、工場の新設なども続いた。1973 年には三菱商事と業務提携及び販売総代理店契約を締結している。1980 年以降も事業拡大は続き、1982 年に松本工場、1995 年に光工場を移転、2011 年に長野県朝日村に朝日工場を新設するなど生産設備も拡大した。2015 年 5 月には本社研究室を東京都江東区に移転し、事業所名を豊洲研究所に改称している。

沿革表

年月	
1912年11月	初代会長故宮本政一個人にて山口県光市に製菓業創始
1950年 5月	組織を株式会社に改め、資本金 100 万円をもって宮本製菓株式会社を設立
1959年 4月	長野県松本市に松本工場を新設
1960年 9月	社名をカンロ株式会社に改称
1962年 9月	東京証券取引所第二部に株式を上場
1969年 8月	山口県光市に新工場を建設
1972年 5月	山口県光市に光製菓株式会社（現ひかり製菓株式会社）を設立
1973年 5月	三菱商事株式会社と業務提携、販売総代理店契約を締結
1982年 6月	長野県松本市に新工場を建設し松本工場を移転
1995年 8月	山口県光市に新工場を建設し、光工場を移転
2011年 2月	長野県朝日村に朝日工場を新設
2015年 5月	本社研究室を東京都江東区に移転し、事業所名を豊洲研究所に改称

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

カンロ | 2017 年 3 月 31 日 (金)
2216 東証 2 部 | <https://www.kanro.co.jp/ir/>

会社概要

3. 主な商品の推移

創業時は、梅鉢・銀世界・焼物を取り扱っていたが、1955 年に発売開始された、しょうゆ味を隠し味にした「カンロ飴」が大ヒットとなった。その後も、美容ガム「ピンクレディー」、「頭脳ガム」、「カンロ黒飴」、「ナッツボン」、「金字糖」、「バナナチップス」、「カティサーク」と続いた。1981 年には菓子食品分野で初となる「のど飴」を発売、「健康のど飴」も続いた。1991 年には「ジューシーグミ」を発売開始、翌 1992 年には「ノンシュガーのど飴」、1998 年には「ノンシュガー果実のど飴」、2001 年には「ノンシュガー珈琲茶館」が上市された。2001 年は「焼き梅」が発売開始され、素材菓子シリーズがスタートした年でもある。翌 2002 年には「ピュレグミ」及び「海苔と梅のはさみ焼き」などが発売されている。その後も、生活を彩るキャンディの新商品の投入が続き、2012 年には同社の主要商品である「金のミルクキャンディ」シリーズが顧客の支持を受けた。直近では、2017 年 3 月 6 日に「ピエール・エルメの新味覚キャンディ「イスパハン」」が発売開始されている。

主な商品



出所：ホームページより掲載

ピエール・エルメの新味覚キャンディ「イスパハン」



出所：リリースより掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 事業概要

「キャンディ市場」は寡占が進んでいない

1. 収益構造

同社は、菓子食品事業の単一セグメント。カテゴリー別の売上高では、飴、グミ、素材菓子の 3 つに分類される。最も構成比が高いのが飴で、2016 年 12 月期の連結売上高の 60 ～ 70% を占めると推定、次に 20 ～ 30% 弱のグミが続く。素材菓子の構成比は小さい。

売上高は、顧客である問屋への卸売価額が計上される。同社は直接販売も行っているが、多くは三菱商事を通じて得意先（問屋）に販売している。三菱商事を通すことで与信管理の手間が省け、リスクコントロールの観点から同社にもメリットがある。また、原材料の一部も三菱商事より購入している。売上原価には原材料費が多く占めると推測されるが、このほかに重油価格（もしくは原油価格と為替レート）が収支を考えるうえで重要な要素となるだろう。石油価格は燃料という意味だけでなく、パッケージなどの包材価格の変動要因となるためだ。販管費の主なものには、代理店手数料、給料及び手当・賞与、運賃・保管料、広告宣伝費、退職給付費用、賞与引当金繰入額、役員退職慰労引当金繰入額があり、2015 年 12 月期においては代理店手数料が 2,642 百万円、給料及び手当・賞与が 1,410 百万円であった。

同社の生産設備は国内 3 ヶ所で、ひかり工場（山口県光市）と松本工場（長野県松本市）においては飴を、朝日工場（長野県東筑摩郡朝日村）ではグミを生産している。2016 年 12 月期においてはグミの売上高が大きくなり、朝日工場では従業員が残業してまで生産に対応していたようだ。なお、理想的な工場稼働率は 85 ～ 90% 程度のように、2016 年 12 月期の水準はこれよりやや低かったようだ。

2. 強みと競合状況

飴に関しては、水あめと砂糖が主成分であるため、新規参入障壁が低いと言える。このような環境下で、同社は付加価値の高い商品を市場に投入している。例えば、「ボイスケアのど飴」は音楽大学声楽科と共同開発、プロの声楽家などに愛用されている。発売は数年前だったが、カラオケ愛好者など購買者層が広がり、この商品の売上げは増加している。のど飴と言えば、同社が 1981 年に初めて発売した「健康のど飴」に代表されるように、風邪などによるのどの痛みに対して使うものというイメージがあったが、仕事や趣味の場においてのどを酷使する際の用途を提案した例と言える。また、同社はカロリーを気にする購買者層をターゲットとしたノンシュガーの飴も幅広く取りそろえており、ノンシュガーでありながら、飴の味わいを犠牲にせず美味しさを保っているのが特徴と言える。また、2017 年 3 月 6 日に発売されたピエール・エルメとのコラボ商品である「イスパハン」の飴は、日本の飴文化とフランスの砂糖菓子文化の組み合わせでオシャレや食に意識の高い消費者の目を引くだろう。このように、同社は差別化戦略を推進していることが分かる。

事業概要

全日本菓子協会の統計によると、飴・グミなどから成るキャンディの 2015 年の市場規模は小売金額では 2,510 億円、生産金額では 1,790 億円となり同社の販売額は 1 割程度と考えられる。「金のミルクキャンディ」ですら、ミルクキャンディのうち 1/4 程度のシェアと見られ、拡大余地はまだあると同社は見ている。国内の菓子市場については次の市場動向の項に説明を譲る。

3. 事業リスク

主な事業リスクとしては、菓子業界における競合、品質、災害、風評などが考えられる。特に、小売店舗における頻繁な商品の入れ替えや、小売業のプライベートブランド商品の積極的な販売展開などは、メーカー間の競争をさらに熾烈なものとしている。品質については、2015 年に製品自主回収が発生しており、売上減少という直接的な影響への対応だけでなく、同社のブランドを守る上からも適切な再発防止策が徹底され適切な対応がされなければならないだろう。

菓子市場動向

飴が連結売上高の 60 ～ 70% を占める

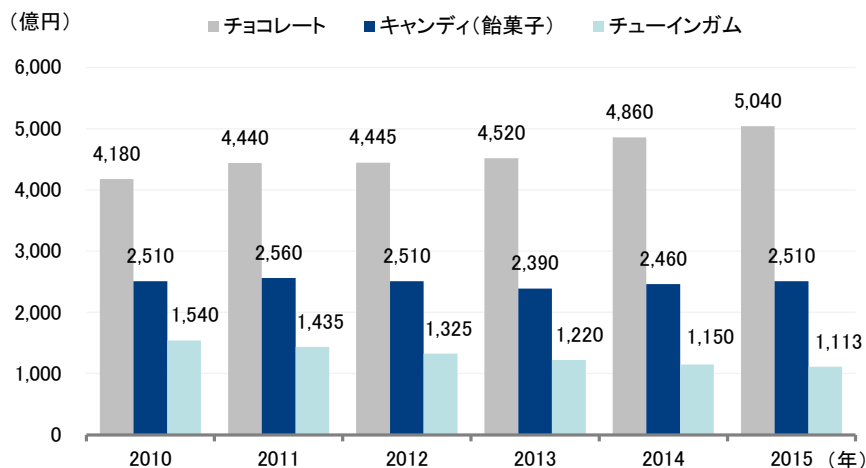
1. 国内菓子市場の動向

全日本菓子協会によると、国内市場においてチョコレートの 2015 年の販売金額は、2010 年比で 20.6% 増加、キャンディ（飴菓子）は同 0%、ガムは同 27.7% 減となっている。生産数量で見ると、チョコレートが同 12.9% 増なのに対し、キャンディ（飴菓子）が同 3.3% 減、ガムが同 26.1% 減で、チョコレートは生産数量の増だけでなく、販売単価も大きく増加、キャンディ（飴菓子）はチョコレートよりは劣るものの販売単価が上昇していることが分かる。飴は比較的安定的に推移している一方、最近の小売店における陳列棚のチョコレート商品が多くなったことからもうかがえるように、チョコレートにおいては購買者の意欲を沸き立てるようなマーケティングや販売方法ができてきているようだ。

カンロ | 2017 年 3 月 31 日 (金)
2216 東証 2 部 | <https://www.kanro.co.jp/ir/>

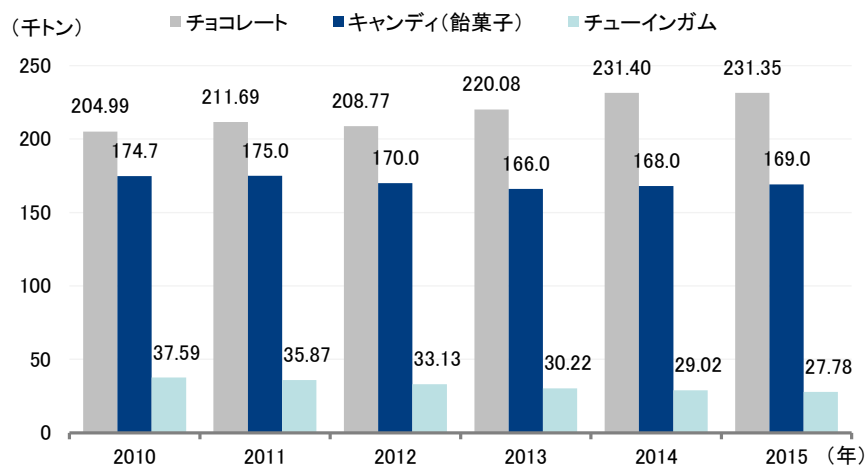
菓子市場動向

菓子ジャンル別小売金額



出所：日本菓子協会統計資料よりフィスコ作成

菓子ジャンル別生産数量



出所：日本菓子協会統計資料よりフィスコ作成

2. カンロの販売金額シェア

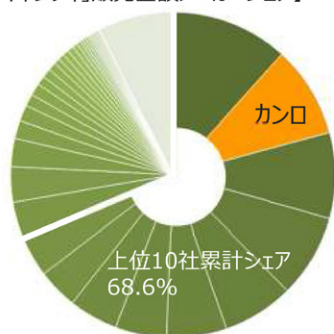
2016 年の飴とグミなどから成るキャンディ市場は 2510 億円で過去 6 年で見てても長期で見てても同等の水準を保っており、同社の主戦場となっている。同年のキャンディ市場における同社の 2016 年の販売金額メーカーシェアは 1 割程度、飴販売金額メーカーシェアは 1 割強と見られる。上位 10 社累計シェアはそれぞれ 68.6%、66.5% で、スナック市場とは異なり、キャンディ・飴市場ともに寡占化は進んでいないようだ。

カンロ | 2017 年 3 月 31 日 (金)
2216 東証 2 部 | <https://www.kanro.co.jp/ir/>

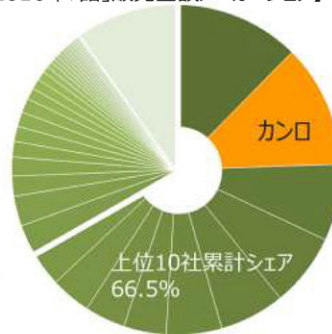
菓子市場動向

「キャンディ」市場販売金額メーカーシェア

【2016年「キャンディ」販売金額メーカーシェア】



【2016年「飴」販売金額メーカーシェア】



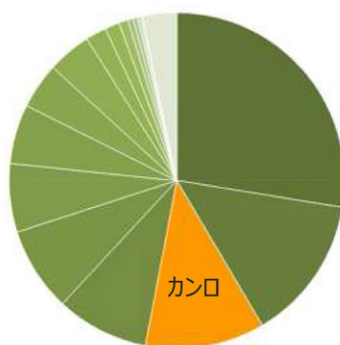
「キャンディ」市場は、寡占化が進んでいない

出所：決算説明会資料より掲載

(株) インテージの SRI (全国区小売店パネル調査) が提供している直近 5 年間の販売金額推移によると、2016 年の飴の販売金額は 2012 年比で 94 億円減少したのに対して、グミは同 112 億円増加している。また、グミは飴に取って替わる規模ではないが、単価は同 16% 上昇、商品が高価格帯も含めて多様であることと、小売業においても陳列棚の占める割合は拡大しているが地方や小規模小売店において構成比はいまだ低く、拡大余地はあるのが特徴と言える。グミが商品として世に出てから 20 年弱が経過しており、高齢者にも浸透してきたと同社は考えている。また、2016 年グミ販売金額メーカーシェアにおいても同社は 1 割強と見られる。

「グミ」市場直近動向

【2016年「グミ」販売金額メーカーシェア】

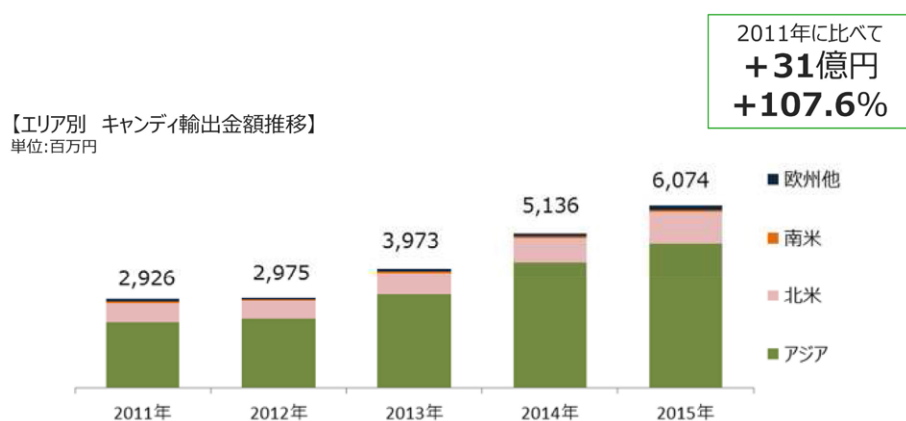


出所：決算説明会資料より掲載

3. キャンディの輸出動向

飴とグミなどから成るを含むキャンディのエリア別輸出金額推移については、特にアジアが著しい伸びを示しており、2015 年は 2011 年比で +107.6%、金額にして 31 億円増加している。

「キャンディ」輸出状況



出所：決算説明会資料より掲載

■ 中期経営計画「NewKANRO 2021」

21/12 期に売上高 260 億円、経常利益 26 億円を目指す

1. 目指すところと損益目標

2016 年 8 月に中期経営計画「NewKANRO 2021」を発表、キャンディ No.1 企業として、品質、ブランド力、売上げ・利益で No.1 となり、社員満足度、株主満足度・社会的責任においてトップクラスになるという目標を打ち出している。

積極的な設備投資を計画しており、グミ製造ラインの新設、新製法設備、品質向上のための設備、情報システムなどに 5 年間で約 60 億円の投下を予定している。

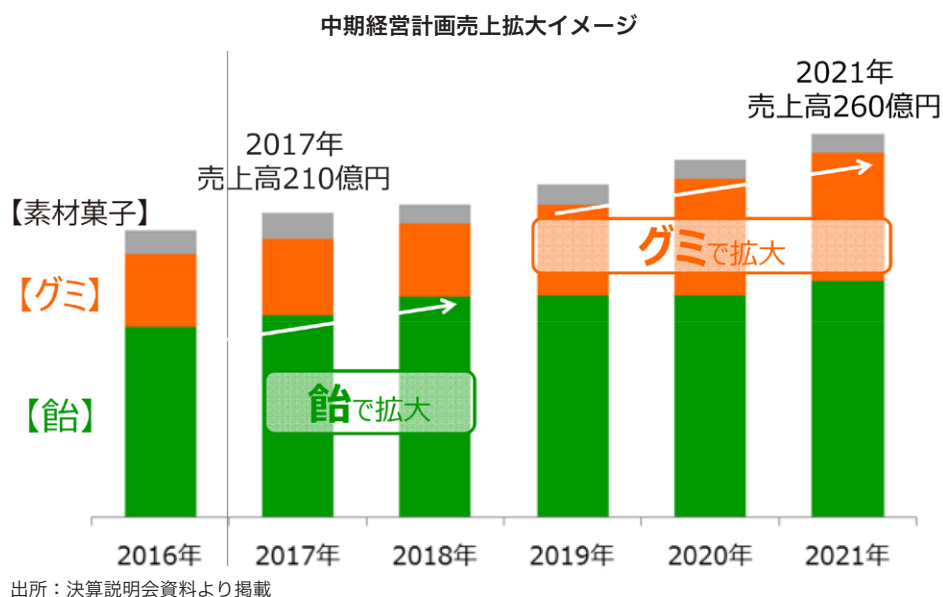
これらにより、同社は 2021 年 12 月期に売上高 260 億円、経常利益 26 億円の目標を掲げている。これらが達成すれば、経常利益率は 10% になる計算となっている。

カンロ | 2017 年 3 月 31 日 (金)
2216 東証 2 部 | <https://www.kanro.co.jp/ir/>

中期経営計画「NewKANRO 2021」

2. 売上拡大戦略

売上拡大戦略では、販売量の大幅アップを目標にしている。現在の中期経営計画においては、グミを成長エンジンと捉え設備投資を行う一方で、飴では、主力品育成と新製品の開発の二本立てで行う。同社が開示している売上拡大イメージにおいては、飴は工場のフル稼働に加え、高付加価値で商品を展開していくようだ。



飴の売上拡大における付加価値については、体に良いなどの高付加価値機能性の追求、「金のミルクキャンディ」シリーズに代表されるような、まったく新しい美味しさの展開を目指す。チョコレート菓子のように、いかに違う切り口を展開し、消費者の間口を広げることができるかが課題となろう。スナック菓子と比べて寡占化が進んでいないため、差別化は可能と見ている。シェア 1 位を目標としている。

グミについては製造ラインを新設し、2021 年に 2016 年比 2 倍の売上げを狙う。同社はグミの成長の確実性は高いと見ており、積極的に展開していく方針である。具体的には、「ピュレグミ」や「カンデミーナグミ」などの既存ブランドの育成のほかに、新グミを開発する。豊洲研究所を 2015 年設立しており、これを基軸に商品開発に注力する。飴より幅広い材料や工程に工夫できる余地があると考えているようだ。ピュレジュレのフレーバーの充実などが期待される。

3. 経営基盤の強化

経営基盤の強化においては、施策として、ムダの排除、売上原価の低減、人事制度の充実、情報システム環境の整備、品質保証体制の充実、CSR 活動の推進を掲げている。

4. 海外展開の可能性

同社がほとんど輸出していないことや、海外市場に進出していないことには驚かされる。同社は、前中期経営計画において一旦、海外事業を取り下げているが、あきらめたわけではないようだ。国内市場での No.1 の地位もちろん重要だが、人口増加の著しい海外、特にアジア市場の攻略なしには、売上高 260 億円達成後の姿を描きにくい。同社も海外展開を拡大していきたいという意識はあるが、進行中の中期経営計画には数字を入れていないとのこと。同社は、国内市場で No.1 になってから海外に行きたいということ、また、品質の問題を先に解決しておきたいという意向だ。早い段階で、同社より海外市場への展開戦略を聞けることを期待したい。

業績動向

販売コストの削減に成功、営業利益は 77.4% 増で着地

1. 2016 年 12 月期連結決算

(1) 業績動向

2016 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 0.2% 増の 19,716 百万円、営業利益が同 77.4% 増の 591 百万円、経常利益が同 104.2% 増の 612 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 476.0% 増の 500 百万円となった。飴の主力商品である「金のミルクキャンディ」シリーズ及びグミの売上げは伸びたが、新商品の売上げが減少したことや素材菓子が前期比 8.2% の減少になったことなどから、売上高は微増となった。「ジュレピュレ」や「カンデミーナグミ」の好調な販売を背景にグミの売上高は前期比 10.6% 増となり、グミの好調さが際立つ内容。主力ブランド売上増による製造ラインの安定稼働、工場における改善活動、廃棄損の減少で売上原価率は前期比 0.5 ポイント改善できた。さらに、販売管理費において、ケースサイズの縮小や配送業者の見直しによる物流コストの削減や、効果的な販売促進活動により販売コストの削減が実を結び、販売管理費率は前期比 0.8 ポイント改善となり、営業利益は同 77.4% 増と大幅増益を達成した。親会社株主に帰属する当期純利益の前期比伸び率が営業・経常利益より大きいのは、前期に発生した製品関連回収費用 99 百万円の反動減と、製品回収関連費用の一部として受取保険金 100 百万円を特別利益に計上したこと、社宅と寮の売却処分決定による減損損失 217 百万円を特別損失に計上したこと、繰延税金資産の計上に伴う法人税等調整額 360 百万円を計上したことによる。

(2) 財務状態及びキャッシュ・フローの状況

2016 年 12 月末時点の資産合計は前期末比 602 百万円の 17,947 百万円で、現預金が同 1,270 百万円増の 2,375 百万円となったことが主因。有利子負債は同 227 百万円減の 1,737 百万円となったが、流動負債が増加し負債は同 282 百万円増の 8,210 百万円となった。最終利益の計上に伴い純資産は同 319 百万円増の 9,736 百万円になり、自己資本比率は 54.3% と前期から変更なし。

カンロ | 2017 年 3 月 31 日 (金)
2216 東証 2 部 | https://www.kanro.co.jp/ir/

業績動向

営業活動では、法人税等の支払額 107 百万円の支出、受取保険金 100 百万円の支出、たな卸資産の増加 77 百万円はあったものの、減価償却費 999 百万円、税金等調整前当期純利益 490 百万円、減損損失 217 百万円、賞与引当金の増加額 176 百万円などで営業キャッシュ・フローは 1,970 百万円となった。投資活動においては、有形固定資産の取得による支出が 414 百万円にとどまったことなどから、投資キャッシュ・フローは 213 百万円の支出となった。財務活動においても、長期借入金の返済による支出 227 百万円及び配当金の支払額 216 百万円のほかに大きな変動はなく、財務キャッシュ・フローは 486 百万円の支出となり、期末の現金及び現金同等物の残高は前期比 1,270 百万円増の 2,305 百万円となった。

簡易連結損益計算書

(単位：百万円)

	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期	16/12 期	17/12 期 (予)
売上高	20,351	18,310	18,805	19,683	19,716	21,000
前期比	0.1%	-10.0%	2.7%	4.7%	0.2%	6.5%
売上原価	11,331	10,353	10,695	11,047	10,966	
前期比	1.4%	-8.6%	3.3%	3.3%	-0.7%	
売上総利益	9,019	7,956	8,109	8,635	8,750	
前期比	-1.4%	-11.8%	1.9%	6.5%	1.3%	
販管費	8,398	7,790	8,252	8,301	8,158	
前期比	2.1%	-7.2%	5.9%	0.6%	-1.7%	
営業利益	621	166	-143	333	591	830
前期比	-33.1%	-73.3%	-	-	77.4%	40.3%
経常利益	670	239	-80	299	612	850
前期比	-26.8%	-64.2%	-	-	104.2%	38.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	301	46	-495	86	500	510
前期比	-25.0%	-84.7%	-	-	476.0%	1.9%

出所：有価証券報告書及び決算短信よりフィスコ作成

簡易連結貸借対照表

(単位：百万円)

	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期	16/12 期
流動資産	7,074	6,502	7,890	7,011	8,417
現預金	1,143	875	2,009	1,105	2,375
受取手形及び売掛金	4,797	4,656	4,760	4,812	4,829
たな卸資産	662	625	730	705	782
固定資産	10,683	10,151	10,144	10,333	9,529
有形固定資産	9,732	9,081	9,250	9,480	8,409
資産合計	17,758	16,654	18,035	17,344	17,947
流動負債	4,546	4,006	6,632	4,230	4,951
買掛債務	1,675	1,570	1,400	1,443	1,454
短期性借入金	400	400	2,700	227	490
固定負債	2,445	2,134	1,697	3,697	3,259
長期性借入金	800	400	-	1,737	1,247
負債合計	6,992	6,141	8,330	7,927	8,210
(有利子負債)	1,200	800	2,700	1,965	1,737
純資産合計	10,766	10,512	9,705	9,416	9,736

出所：有価証券報告書及び決算短信よりフィスコ作成

業績動向

簡易連結キャッシュ・フロー計算書

(単位: 百万円)

	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期	16/12 期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	1,635	1,088	600	1,469	1,970
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-627	-480	-1,082	-1,365	-213
財務活動によるキャッシュ・フロー	-727	-874	1,615	-1,008	-486
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	1,007	607	-481	104	1,756
現金及び現金同等物の期末残高	1,073	805	1,939	1,035	2,305

出所: 有価証券報告書及び決算短信よりフィスコ作成

2. 過去の業績

2012 年 12 月期までは 20,000 百万円を超える売上高を上げていたが、2013 年 12 月期に 18,310 百万円まで急落。2014 年 12 月期も売上高は回復せず、営業損失を計上した。この急激な売上減には、競争激化や猛暑の影響もあったが、カルピスの商標権使用解約の申し入れによるカルピスブランドの販売中止及び「荖わかめ」の販売休止が大きな売上減少につながった。特に前者については、もともとカルピスブランドを使用したグミやソフトキャンディ商品を同社が製造及び販売していたが、カルピスの株式が 2012 年に味の素 <2802> よりアサヒグループホールディングス <2502> に譲渡されたのに伴い、このライセンス契約が解約となったことに起因する。同社は新商品の開発及び販売で補おうとしたものの、急には補いきれず、また新商品の試作で工場の設備利用率の低下などにより営業損失に陥った。これらの危機に対応するため、前述した前中期経営計画で当初計画に織り込まれていた海外事業及び新商品の開発は一旦、取り下げることになったのだ。同社は、2016 年 12 月期の連結売上高及び営業利益水準でさえ回復途上で、定常状態で達成できる売上高及び利益に達していないと認識している。今回の中期経営計画でその定常状態で達成できる売上高及び利益を超えて、真の意味での回復及び成長を遂げたいという同社の意思が感じられる。

■ 今後の見通し

「金のミルクキャンディ」シリーズの更なるシェア拡大を図る

1. 2017 年 12 月期会社予想

2017 年 12 月期連結業績予想は、売上高が前期比 6.5% 増の 21,000 百万円、営業利益が同 40.3% 増の 830 百万円、経常利益が同 38.9% 増の 850 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 1.9% 増の 510 百万円としている。

売上高は、主力商品の強化と新市場の創造に主眼を置いており、具体的には、同社の主力商品である「金のミルクキャンディ」シリーズの更なるシェア拡大（2016 年のシェアは 24.3%）のほか、2017 年 3 月 6 日に発売開始となる同社とピエール・エルメのコラボレーションとなる「イスパハン」飴でキャンディの多様な魅力を表現・提案するきっかけにしている。グミにおいては、「ひと粒リフレッシュ」をキーコンセプトに、3 月 6 日に発売分からパッケージデザインの変更や、新しいフレーバーの投入などでブランドを強化すると同時に、グミの新しい楽しみ方を提案し、需要の底上げを図るとしている。また、営業体制も見直すようだ。売上原価低減も重要な課題と認識しており、2017 年 1 月から担当役員を設置し、全部門で連携して売上原価の低減を図る方針だ。

2. 単元株式数の変更及び株式の併合

同社は、2016 年 12 月期決算と同時に、単元株式数の変更及び株式の併合を発表している。単元株式数の変更は、現行の 1,000 株から 100 株に変更するもので、全国証券取引所が市場利用者の利便性の向上等を目的として売買単位を 100 株に統一する動きに沿ったものである。株式の併合については、単元株式数を変更するに当たり、中長期的な株価変動等を勘案しつつ投資単位を適切な水準に調整することを目的として同社株式について 5 株を 1 株に併合を行うこととしている。2017 年 3 月 29 日開催予定の定時株主総会に株式の併合について付議することとしており、同総会において株式の併合に関する議案が原案のとおり承認可決されれば、2017 年 7 月 1 日をもって効力が発生する。なお、これらが株主総会において原案のとおり承認可決される場合、定款も一部変更される。

カンロ | 2017 年 3 月 31 日 (金)
2216 東証 2 部 | <https://www.kanro.co.jp/ir/>

株式需給

三菱商事が 27.77% を所有する筆頭株主

● 所有者別株式数の割合と大株主の状況

2015 年 12 月末時点の同社株式の所有者別割合は、金融機関が 20.56%、金融商品取引業者が 0.47%、その他の法人が 41.65%、外国法人等が 1.76%、個人その他が 35.56% という構成になっている。大株主の状況を見ると、業務提携関係及び販売総代理店である三菱商事が 27.77% を所有し、筆頭株主となっている。なお、同社は自己株式を 1,025 千株（発行済株式総数の 5.35%）所有している。

所有者別株式数の割合（2015 年 12 月末時点）

(%)	政府及 地方公共団体	金融機関	金融商品 取引業者	その他の 法人	外国 法人等	個人 その他	計
所有株式数の割合	-	20.56	0.47	41.65	1.76	35.56	100.00

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

大株主の状況（2015 年 12 月末時点）

順位	氏名または名称	持株数 (千株)	発行済株式総数 に対する所有株 式数の割合 (%)
1	三菱商事株式会社	5,317	27.77
2	カンロ共栄会	1,174	6.13
3	株式会社榎本武平商店	1,127	5.88
4	株式会社三井住友銀行	865	4.51
5	株式会社みずほ銀行（常任代理人 資産管理サービス信託銀行株式会社）	860	4.49
6	三井住友信託銀行株式会社（常任代理人 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社）	808	4.22
7	東京海上日動火災保険株式会社	605	3.16
8	株式会社山口銀行（常任代理人 日本マスタートラスト信託銀行株式会社）	400	2.08
9	宮本真也	220	1.14
10	井村屋グループ株式会社	220	1.14
	合計	11,596	60.57

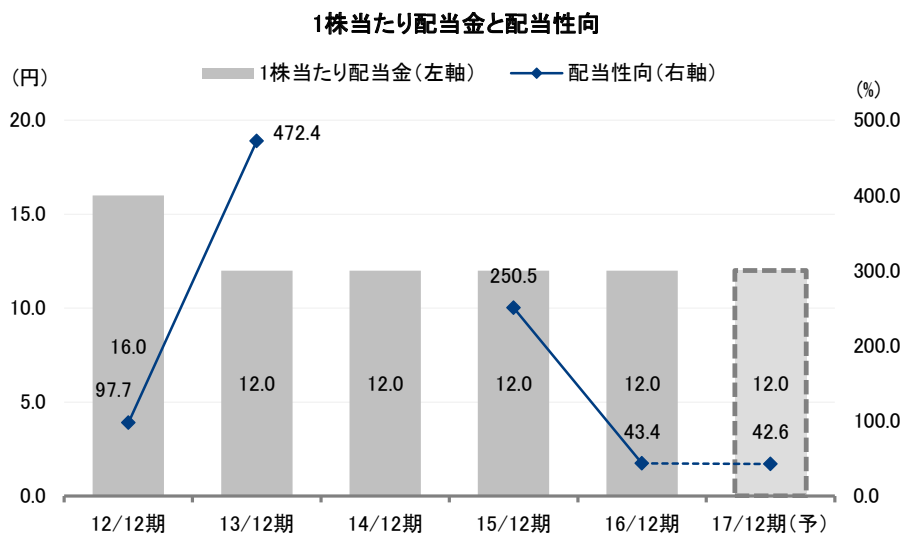
出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

株主還元策

17/12 期も 12.0 円配を予定

● 2017 年 12 月期配当予想

2016 年 12 月期は 1 株当たり 12 円の配当を実施した。配当性向は 43.4% だった。2017 年 12 月期の 1 株当たり配当予想額は同額の 12 円を予定している。同社は、継続的且つ安定的な配当を行うことを目指しているとしており、過去において利益が大幅に減少したときや最終損失を計上したときでも減配及び無配は行わなかったことがその証左と言える。また、中期経営計画では損益目標を達成時には増配を検討しているようだ。



出所：有価証券報告書及び短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ