

## 世界最大規模のアニュアルレポートコンペティション「International ARCアワード2025」 カンロ統合報告書2025「Beyond the Sweetness」 「Chairman's/President's Letter」部門で世界最優秀部門賞を受賞

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、2025年6月に発行した統合報告書を世界最大規模のアニュアルレポートコンペティション「International ARCアワード2025」に出品し、「Chairman's/President's Letter」および「PDF Version of Annual Report」の2部門でGoldを受賞しました。なお、「Chairman's/President's Letter」においては、世界最優秀部門賞であるGrand Awardsを受賞しました。「カンロ統合報告書 2025」はカンロオフィシャルサイト内「IRライブラリ」(<https://kanro-corp.g.kuroco-front.app/ir/library/>)からご確認いただけます。



### 《企業パーサス「Sweeten the Future 心がひとつ、大きくなる。」の実現を目指す》

カンロは、2025年6月に「統合報告書 2025」(日本語版／英語版)を発行しました。本報告書では、2025年2月に策定した「中期経営計画2030」について、施策内容やビジョン達成に向けた思いを社員インタビューを中心とした構成でわかりやすく解説することに努めました。



### 《世界最大規模のコンペティションにて世界最優秀部門賞を受賞》

2021年から引き続き、英語版においては世界最大規模のアニュアルレポートコンペティション「International ARC アワード2025」に出品しました。結果、「Chairman's/President's Letter」および「PDF Version of Annual Report」の2部門でGoldを獲得しました。

なお、そのうち「Chairman's/President's Letter」においては世界最優秀部門賞であるGrand Awardを受賞しました。

#### 【「International ARC アワード」受賞部門】

Chairman's/President's Letter	:Grand Award
	:Gold
PDF Version of Annual Report	:Gold



## ■「International ARC アワード」とは

「International ARC Awards」は、米国の独立評価機関であるMerComm, Inc.が主催する世界最大規模のアニュアルレポートコンペティションで、今年で開催 39 回目を迎えています。特定の業界、広告主やスポンサーの影響を受けることなく、世界各国から、金融業界・一般企業の担当者・制作業界など幅広い分野から集められた 200名近い審査員によって、公正に評価・審査され、総合、表紙デザイン、トップメッセージ、写真、インテリアデザインなどの部門（カテゴリー）毎に Gold 賞、Silver 賞、Bronze 賞、Honors 賞が選出されます。中でもGold 賞は、各評価項目の合計100点満点中、平均 90 点以上が必要となる難関な賞で受賞作品は全体の 5 %程度です。毎年世界中の企業や、NGO、政府系機関などから多くの応募があります。2025年、ARC Awardには 28ヶ国から 1,375 件のエントリーが寄せられました。

ARCアワード サイト:[ARC Awards | Category Winners \(mercommawards.com\)](https://mercommawards.com)

## ■ カンロ展開ブランド



## ■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喉飴となる「健康の喉飴」、ミルクフレーバーキャンディ市場売上No.1ブランド<sup>※1</sup>「金のミルク」、大人向けグミの先駆けでありグミの売上トップブランド<sup>※2</sup>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、企業パーソナリティ「Sweeten the Future 心がひとつ、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を。」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、人と社会の持続的な未来に貢献してまいります。

※1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

※2株式会社インテージSRI+ グミ市場 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、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、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、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。