

カンロ×レノファ山口 FC×山口市 公民連携イベント 「糖に関する食育教室～食育とレノファでつながるまち～」を開催 ～お菓子の『ウラ』には何が書いてあるの??～

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、山口県山口市と、カンロがオフィシャルプレミアムパートナーとして支援しているレノファ山口 FC を運営する株式会社レノファ山口（所在地：山口県山口市、代表取締役社長 渡部 博文、以下 レノファ山口 FC）と 3 者で「糖に関する食育教室～食育とレノファでつながるまち～」を開催いたしました。

5 回目となる今回は昨年に続き山口市での開催となり、12 月 11 日(木)に山口市立小郡小学校の小学 5 年生（児童 65 名）を対象に実施いたしました。



■カンロ創業の山口県で、糖に対する正しい価値を伝えるとともに、地域との結びつきを強化

山口市とレノファ山口 FC は地域の活性化や住みよいまちづくりを推進するため、2017 年より「オール山口」リーグで地方創生、まちづくりパートナーシップ包括連携」に関する協定を締結しています。本企画では、中長期戦略「Kanro Vision 2030」

（2021 年発表）で ESG 経営の促進を重点戦略のひとつに掲げているカンロが参画することで、地域住民の健康増進、食育及び食の安全の推進を共通の目的としています。今後も継続して公民で連携をして笑顔を創出していきます。



■母校で後輩に学びを届ける元でしこ代表選手と子どもたちの交流

当日は、山口市立小郡小学校の卒業生であるレノファ山口 FC レディース田中陽子選手が参加し、どのような小学生時代を過ごしてきたのか、お菓子を食べるタイミングのほか、「糖は大事な栄養素。不足していると試合で走ったり考えてプレーできなくなるので、練習前など事前に摂取するよう心掛けています」とアスリートとしての意識を子どもたちに伝え、プロを目指すきっかけについてもお話をしました。質問コーナーでは、子どもたちから好きなグミを聞かれると「カンデミーナ。硬いグミ、ハード食感の！」と答え、和やかな雰囲気の中で交流を深めました。子どもたちとの交流後、田中選手は「体の健康は食べるものから出来ているので、幼いころからこうして糖について学んでバランスのとれた栄養を取って元気に健康に過ごしてほしい」と、子どもたちへの想いを語りました。



■お菓子の意義を小学生とともに考える食育プログラム

カンロの企業紹介・歴史を紹介した後、近年、健康の敵であるようなイメージが強い「糖」を多く含む間食をとるときに気を付けたいことなど、商品パッケージを見ながら考えました。子どもたちは普段からパッケージの裏面を見ているようで、たくさん手が上がり、栄養に関する学びを深めました。このような食育教室を実施することによって、将来を担う子どもたちに向け健康増進や食育及び食の安全推進に取り組んでいます。また、講師は CSR 活動に積極的に取り組んでいる社員が担当いたしました。児童の皆さまに食育の大切さを伝える経験を、カンロ社員のキャリアパスにもつなげています。



2020 年からカンロは、レノファ山口 FC のオフィシャルプレミアムパートナーとなっており、2023 年より、糖の価値創造と地域社会の活性化を目的とした「カンロ冠マッチ」を開催しています。2025 年の冠マッチには、カンロひかり工場の社員とその家族約 90 名を招待しました。当日は先着 1,000 名限定で合言葉を言ってオリジナルタオルを配布する来場者プレゼント企画、チャリティ企画のカンロオリジナルわなげゲーム、カンロ飴を使用したグルメ企画「Kanro-1 グランプリ」、レノファ山口 FC 選手による「飴・グミブレゼン王決定戦！」などで会場を盛り上げました。当日行われた企画の売上はセーブ・ザ・チルドレン・ジャパンを通して全額寄付しています。

レノファ山口 FC の最速での J2 復帰に向け、引き続き応援するとともに地域活性化を図り、地域振興に寄与してまいります。



2025 年度の様子

カンロは山口県光市で創業して 110 年以上となります。「光まつり」への協賛・ブース出展をはじめ、地域住民の健康増進や食育及び食の安全推進を目的に、地元の子どもの工場見学の受け入れや食育講座の開催をするなど様々な取り組みを行いながら地域とのつながりを深め、「糖に対する正しい知識の普及」に取り組むほか、創業 80 年を迎えた 1992 年より記念事業として、毎年創業記念日の 11 月 10 日に合わせ、工場のある 3 拠点（山口県光市、長野県松本市・朝日村）の自治体に、「糖に対する正しい知識の普及」と「カンロにゆかりのある地域への貢献、ブランド価値の向上」を目的に、当社の人気商品の寄贈を行っており、2025 年は合計 8,640 個を寄贈いたしました。

また、カンロ飴発売 70 周年を迎え、カンロ飴 70 周年プロジェクトの一環として、まちぐるみで「カンロ飴を使ったメニュー」を提供し、光市にお越しの方に「食」を楽しんでいただく事業「カンロ飴食堂のまち ひかり」を開始しています。

これからもカンロは地域との連携を強化し「心がひとつぶ、大きくなる。」瞬間を積み重ねてまいります。

■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※1「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※2 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、人と社会の持続可能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。