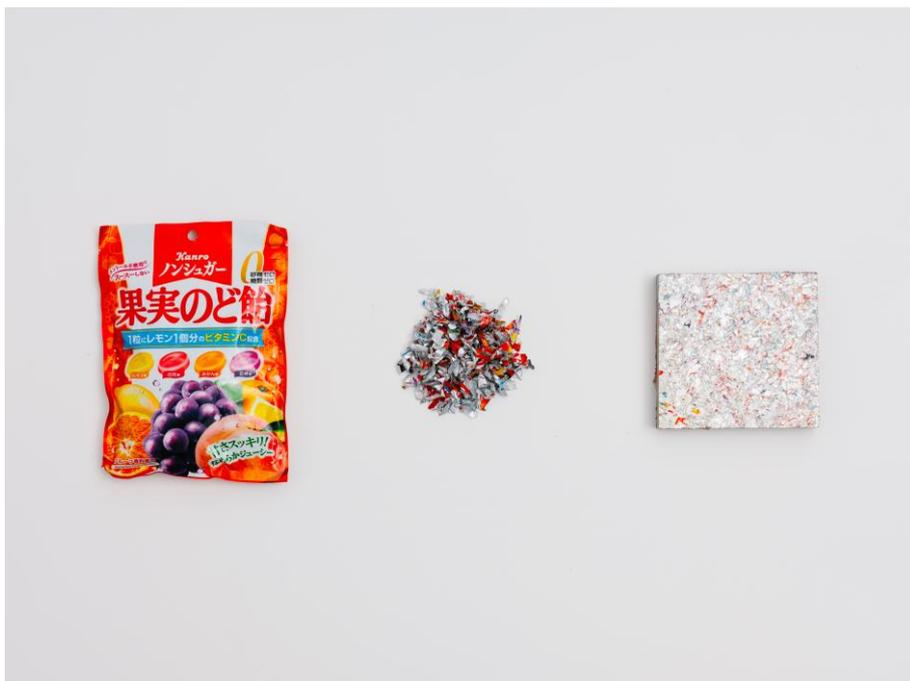


カンロ、REMARE との協業でアップサイクル什器を社内外に設置 ～年間で約 1,300kg 以上の廃棄包材を“使われる素材”へ～

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、株式会社 REMARE（本社：愛知県名古屋市、代表取締役：間瀬雅介、以下「REMARE」）との協業を通じて、廃棄包材の再資源化から活用促進までを一体で進めてきた取り組みの成果をお知らせします。



2025年1月から12月末までの1年間で、カンロはREMAREを通じて2,500kg以上の廃棄包材をマテリアルリサイクルしました。このうち約1,300kgは、すでにオフィス・大学・ホテルなどの内装空間において、テーブルやベンチといった什器として導入されています。

廃棄物を再生するだけでなく、実際に使われ、長期的に活用される場へとつなげることで、資源循環のプロセスが具体的な形として広がっています。

《Scope3（カテゴリ5・カテゴリ1）に寄与する循環モデルの構築》

製造工程で発生する廃棄包材は、これまで焼却や処理を前提とした「廃棄物」として扱われてきました。本協業では、そうした包材はREMAREを通じて、再生マテリアルとして活用することで、廃棄物処理そのものを回避しています。

このアプローチにより、Scope3 カテゴリ5（事業活動から発生する廃棄物）における排出を、処理段階ではなく発生段階から抑制することが可能となりました。

さらに、再生されたマテリアルを什器や建材として導入することで、導入先企業はバージンプラスチック由来製品の新規調達を代替。結果として、Scope3 カテゴリ1（購入した製品・サービス）における環境負荷の低減にもつながっています。

廃棄物の発生抑制から再調達、そして長期使用される空間への展開までを一貫して行うことで、サプライチェーン全体を見据えた環境負荷低減の実践例となっています。

《実装が進む空間事例》

本取り組みで生まれたマテリアルは、一例として以下のような空間で活用されています。

- こものいえ

洗面台の天板として採用

(設計:松尾祐弥/写真:Takuya Yamauchi)



- 早稲田大学「GCC Common Room」

(設計 : IOII architects / トイアーキテクト)

カウンター天板や腰板として採用され、学生や教職員が集う共用空間の一部として実装。



《クローズドリサイクルの実践》

さらに、外部空間だけでなく、社内で循環が完結するクローズドリサイクルの実践にも取り組んでいます。実際に飴を製造しているひかり工場（山口県）の社員食堂では、廃棄包材から再生された REMARE の板材をテーブルとして採用。製造現場で生まれた廃棄物が、同じ拠点内で日常的に使われる什器へと生まれ変わる循環が実現しました。社員からは、「工場内でどうしても廃棄せざるを得ない包材が、マテリアルリサイクルされ毎日使う食堂のテーブルとして循環しているのを見てとても嬉しく、サステナブルな意識が高まった。食堂テーブルの次は見学コースにも置いて見学する子供達にもこの取り組みを知ってもらいたい」といった声も寄せられています。



《今後の展望》

今後は、2025年にメインとして取り組んできたノンシュガー果実のど飴の廃棄包材に限らず、製造工程上どうしても発生してしまう各種廃棄包材を対象としたマテリアル開発へと取り組みを広げていきます。

カンロは、REMAREとの協業を通じて、カンロが掲げる長期ビジョン「Kanro Vision 2.0」の実現に向け、廃棄物削減・資源循環に加え、Scope3（カテゴリ5・カテゴリ1）を含むサプライチェーン全体での環境負荷低減を実現してまいります。

<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※「金のミルク」、大人向けガムの先駆けである「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。

国内ガ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。

※ 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

■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。