

# カンロ、脱炭素行動促進プログラムに参画 「みんなで減 CO2（ゲンコツ）プロジェクト 2026」 始動 ～生活者の脱炭素行動変容をめざして～

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、生活者の脱炭素への意識・行動変容を促すことで企業の脱炭素の取り組みを加速させ、脱炭素社会を構築することを目指して、株式会社日本総合研究所が主催する「チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム（Challenge Carbon Neutral Consortium）」(以下「CCNC」/注1)に2024年度から参画しています。

この度、カンロを含む小売流通やメーカーなど民間企業 21 社で構成する CCNC は、全国の 16 自治体・団体と連携して、生活者に対して脱炭素行動変容を促す「みんなで減 CO2（ゲンコツ）プロジェクト 2026」（以下「本プロジェクト」）を始動します。



## 《本プロジェクトの概要》

昨年度の活動では、エコラベルやカーボンフットプリント（CFP）に関する学習コンテストと、店舗での環境配慮商品の販促キャンペーンを通じて、以下の示唆を得ることができました。

- ▶「教育啓発」と「販促購買」を組み合わせることで、割引や還元に頼らなくても「学び」が動機となって、普段の買い物からエコラベルを確認する「目利き」ができる生活者を増やせる
- ▶環境配慮商品の目印となるエコラベルに係る教育啓発を通じて、来店誘導から環境配慮商品の認知につながり、さらにはそうした商品の初回購入率や、単価・個数、継続購買率が高まる

この成果を更に発展させるべく、本プロジェクトは、①学習サポートハンドブック＆コンテスト「エコラベルハンター 1.5°C大作戦」の規模拡大による社会的なムーブメント形成の加速、②学びの質の追求による行動変容の拡大と定着、③広範な購買行動データ等の分析を通じた脱炭素行動変容に関する理解の深化、を注力施策として展開します。

本日、これらの施策の一つとして、児童が楽しみながら脱炭素を学べる学習サポートハンドブック＆コンテスト「エコラベルハンター 1.5°C大作戦」の特設ウェブサイトを開示し、応募受付を開始しました。

### 「エコラベルハンター 1.5°C大作戦」特設ウェブサイト

<https://www.greenmarketing-lab.com/genco2/event/2026ecolabel/index.html>

## 《カンロの役割》

カンロは、生活者に近い企業として、国が推進する脱炭素政策における「需要側の行動変容」を後押しする役割を担い、本プロジェクトに参画しています。昨年度までに CFP 算定製品を全 6 品へ拡大し、生活者が脱炭素型製品を選択するきっかけづくりを進めてきました。また、CCNC が実施する施策に対して CFP 算定製品の提供を行い、生活者との接点を通じた脱炭素行動の促進に取り組みました。さらに、「CO2 モンスターデザインコンテスト 2025」では、自社の廃棄包材をマテリアルリサイクルしたオリジナル楕の提供を行いました（マテリアルリサイクルの協業パートナーである株式会社 REMARE に制作を委託）。これらの取り組みにより、生活者の関心を高め、行動につなげるための機会創出に寄与してまいりました。

今年度は、CCNC が実施する施策において、商品提供に加えて本プロジェクトに連動する各種催事へ現地で直接参加するなど、リアルな場での関与を強化し、行動変容をより力強く後押ししていきます。カンロは、企業としての発信力とブランド接点を活かし、本プロジェクトを通じて国の政策が目指す脱炭素製品の需要創出に貢献してまいります。

### ■「CO2 モンスターデザインコンテスト 2025」に提供したオリジナル楕



(注1) CCNC 参画企業や連携自治体の一覧、活動内容の詳細は下記 URL をご覧ください。

チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム特設ウェブサイト

<https://www.greenmarketing-lab.com/ccnc/index.html>

### ■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」、大人向けグミの先駆けである「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。

※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。