

## 社員の健康保持・増進に関する取り組みが、2年連続で評価 カンロ「健康経営優良法人 2023」に認定

～健康で笑顔あふれる職場づくりをめざす、カンロ独自の取り組み～

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、社員の健康保持・増進に関する健康経営の取り組みが評価され、経済産業省が推進する「健康経営優良法人 2023」に認定されました。



2023  
健康経営優良法人  
Health and productivity

### 《社員の健康と会社の活力を高める健康経営》

「健康経営」とは、社員などの健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践することです。経営理念に基づき、社員の健康保持・増進に取り組むことで、組織の活性化や生産性の向上、企業価値の向上等の効果が期待されます。経済産業省と日本健康会議が進める「健康経営優良法人認定制度」は、社員などの健康管理を経営的な視点で考える「健康経営」を実践する法人を顕彰する制度です。認定された企業が、社員や関係機関から社会的に評価を受けることができる環境を整備することを目標としています。

カンロは、2020年7月に健康経営宣言を制定するとともに推進体制を明確化し、2021年には健康経営戦略マップおよびロードマップを作成しました。これに基づき、社員とその家族の健康づくりに向けた支援を積極的に推し進め、昨年、「健康経営優良法人 2022」に認定にされ、今年も昨年に引き続き「健康経営優良法人 2023」に認定されました。

「健康経営優良法人」としてカンロは、パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」のもと、今後も健康経営への積極的な取り組みを継続し、多様な人材が健康で生き活きと働ける環境を整え、心身共に健康でパフォーマンスが高い社員を増やし、より良い商品をお客様に提供していき、カンロの継続的な発展につなげていきます。

### 《カンロが行う健康経営の主な取り組み》

カンロでは、社員の健康づくりを支援するため、健康維持のための支援制度や健康増進につながる「ハード」と「ソフト」の整備などの従来の取り組みに加え、社員の健康状態の把握、社員同士のコミュニケーション促進、従業員の喫煙率低下、女性特有の健康関連課題に関する知識を得るための取り組みや、生活習慣病などの疾病の高リスク者に対する重症化予防などを重点的に取り組んでいます。

#### ◆社員の健康状態の把握、社員同士のコミュニケーション促進

社員の健康状態を把握するため、社員意識調査、エンゲージメント調査、ストレスチェックの実施を毎年しています。さらに、エンゲージメント経営プラットフォーム「TUNAG」を活用し、社員同士のコミュニケーションを促進し、体だけでなく心の健康にも寄与しています。

## ◆従業員の喫煙率低下

役員発案・発信による就業時間中禁煙の社内ルールを導入（就業規則へ規定）し、喫煙についての全社員向け e-ラーニングの実施や禁煙外来医療費補助などの継続した取り組みを実施。また、記名式の社内調査にて喫煙者を把握し個別にアプローチを行い、新たに禁煙外来医療費補助の希望者を増やすなど喫煙率低下に積極的に取り組み、2020 年は 20.8%だった喫煙率が、2022 年は 18.4%に減少しています。

## ◆女性特有の健康関連課題に関する知識を得るための取り組み

女性特有の健康関連課題に関する知識を得るため、参加者の性別や役職を限定せずにセミナーを実施し取り組んでいます。

## ◆生活習慣病などの疾病の高リスク者に対する重症化予防

特定健診の受診率は毎年 80%を超えています。特定保健指導実施率が低迷しているため、対象者に個別勧奨し、初回面談の事業所内（就業時間内）実施により保健指導実施率を向上させ、生活習慣病発生の予防に努めています。

カンロは今後も健康経営への積極的な取り組みを継続し、健康経営宣言に掲げている、健康で笑顔あふれる社員がつくる、心ときめく素敵なキャンディを世界中に届けることで、人々の笑顔に貢献していきます

## <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  
URL : コーポレートサイト <https://www.kanro.co.jp/>  
KanroPOCKeT <https://kanro.jp/>

当社は創業から 110 年、社名になっている「カンロ飴」を始め、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」、菓子食品業界で初ののど飴となる「健康のど飴」、大人の女性に向けたグミ市場を創り上げた「ピュレグミ」など、常に消費者の皆様から愛され続ける商品を創り続けてまいりました。2012 年からは直営店「ヒトツブカンロ」を運営し、「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います。

※株式会社インテージ S R I + ミルクフレーバーキャンディ市場  
2021 年 10 月～2022 年 9 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。～」



カンロはこの世界にもっと  
「心がひとつぶ、大きくなる。」瞬間を  
つくっていきます。

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。