

カンロ、自社工場のある松本市と朝日村に カンロ飴やピュレグミなど人気商品 8,640 個を寄贈！ ～「心がひとつぶ、大きくなる。」瞬間を～

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、2024 年 11 月 5 日に長野県松本市と朝日村にてカンロ商品寄贈式を実施いたしました。創業 80 周年の 1992 年より記念事業として、工場のある 3 拠点（長野県松本市、長野県朝日村、山口県光市）にカンロ商品を寄贈しており、毎年多くの方に喜んでいただいています。33 回目となる今年は、カンロ飴やピュレグミなど 8,640 個を、保育園や幼稚園、高齢者施設、福祉施設など計 116 か所にお届けしました。



2024 年度の寄贈式の様子
松本市役所(左)、朝日村役場(右)

■カンロ工場がある松本市と朝日村に糖の価値を普及し、地域との結びつきを強化

カンロは、「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、毎年、工場のある自治体にカンロの人気商品を寄贈しています。事業の中核となる強みである“糖”についての正しい情報を発信し、糖を基盤にお客様のニーズや課題にソリューションを提供することで、社会貢献することを目指しています。

寄贈式当日は、松本市から副市長の中野嘉勝様、朝日村からは村長の小林弘幸様にご参加いただきました。松本市役所では藤本敬二・松本工場長が「カンロが松本の皆さまに支えられていることを実感している。」と日頃の感謝の気持ちを伝えたのに対し、副市長の中野嘉勝様より「是非、松本に根を張ってほしい。」と返答いただき、カンロと松本市とのつながりを確認したほか、近年のキャンディ市場の動向や、松本市での雇用状況などについて対話を行いました。朝日村役場では、村長の小林弘幸様と山本隆・朝日工場長が、今年、地元の小学 3 年生の社会科見学で工場を訪れたことについて意見交換をいたしました。山本工場長は、「工場見学は子どもの好奇心を育み、モノづくりを体感してもらえる機会となります。普段、身近にある工場でどの商品を作っているか知ってもらえると嬉しいです、将来カンロで働きたいと思ってもらえると嬉しい。今後も行っていきたい」と語りました。

■長野県に生産拠点を置くカンロ 地域住民の雇用機会の創出や食育及び食の安全推進への取り組み

長野県は内陸性気候で沿岸部より湿度が低く、気候がアメの生産に向いており、カンロ商品の約半分が信州で生産されています。松本工場では健康のど飴やピュレグミ、朝日工場ではキャンデーナグミやマロッシュ、グミツェルを生産しており、1 日あたりの生産量はアメがおよそ 17 トン、グミがおよそ 32 トンにも上ります。長野県内の工場は、同社にとって重要な拠点であるとともに、多くの若手社員が活躍する場でもあります。工場では約 300 人が活躍し、目標を達成するためにコミュニケーションをとりながら協力しながら働いています。

長野県に進出して約 65 年、カンロは「松本あめ市」への参加や地元の子どもたちの工場見学の受け入れなどを通じて、地域とのつながりを深め、地域住民の健康増進や食育及び食の安全推進を目的に「糖に対する正しい知識の普及」に取り組んでいます。

毎年 1 月に開催される「松本あめ市」では、カンロ社員が出展ブースに立ち、公式キャラクターのカンロちゃんのグリーティングでお迎えしたり、輪投げコーナーなどでイベントを盛り上げ、地域の方との交流を図っています。



2024 年「松本あめ市」の様子

また、2024 年は地域の小学校からの要望により、朝日小学校ほか 2 施設の工場見学を朝日工場で行いました。朝日工場には見学通路がありませんが、生産現場と会議室をオンラインでつなぎ、グミができるまでの一連の工程を学習してもらったほか、グミ作りを体験してもらうなど工場見学を実施いたしました。これからも、地域との連携を強化し「心がひとつづ、大きくなる。」瞬間を積み重ねてまいります。



2024 年 朝日工場での工場見学の様子

■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。

昨今は、中期経営計画 2024 で目指す姿として掲げる「人と社会の持続可能な未来に貢献する パーパスドリブン企業」の実現を目指し、戦略の中核に据えている「人材」への取り組みも強化しています。2024 年 3 月には健康経営への取り組みが評価され、経済産業省が推奨する「健康経営優良法人 2024」、5 月には高水準の子育てサポート企業として「プラチナくるみん」認定を受けました。

※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 2023 年 4 月～2024 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 2023 年 4 月～2024 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。