

## 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 ～お菓子って何のためにあるの？～

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。

4 回目となる今回は初の山口市での開催となり、12 月 5 日(木)に山口市立白石小学校の小学 5 年生（児童 114 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 J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。



### ■母校に凱旋し、後輩に学びを届ける Jリーガーと子どもたちの交流

当日は、白石小学校卒業生である末永透瑛選手が参加し、小学生時代の思い出やサッカーを始めたきっかけなどの話に加え、食生活で気を付けていることやお菓子を食べるタイミングなどアスリートの食事への意識などを子どもたちに伝えました。また、末永選手がリフティングやシュート練習を披露し、質問コーナーでは、子どもたちから「試合で意識していること」や「サインに込められた想い」といった質問があがるなど交流を深めました。



## ■ 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」を多く含む間食を食べるときに気を付けたいところや、反対に嬉しい役割は何かを子どもたちと一緒に考えました。講義は子どもたちに質問を投げかけながら実施し、たくさん手が上がりました。このような食育教室を実施することによって、将来を担う子ども達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、講師はカンロ社内にて公募で選出いたしました。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。



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、地元の子どもたち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」に取り組んでいます。

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。7月6日(土)の今年度の大会には、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、糖の食育クイズ大会や輪投げゲームの実施や、工場の製造工程で生じた廃棄包材を使用した缶バッジの販売を行い、当日の売上はセーブ・ザ・チルドレン・ジャパンを通して全額寄付しております。

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。



2024 年度の様子



## ■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。