

カンロ参画脱炭素プログラム「チャレンジ・カーボン・ニュートラル・コンソーシアム（CCNC）」 「みんなで減 CO2（ゲンコツ）プロジェクト 2025」を開始

～エコラベルを探して、脱炭素に配慮した購買行動を考える～

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す「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」）に 2024 年からメンバーとして参画しています。

カンロを含むメーカーや小売流通など 15 社で構成する CCNC は、「教育啓発」と「販促購買」に一气通貫で取り組むことで生活者の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 2025」（以下「本プロジェクト」）の活動を開始しましたので、お知らせします。



《プロジェクトの狙い》

現在、多くの企業は脱炭素社会の実現に向けてさまざまな取り組みを進めています。しかし、脱炭素を自分ごととして捉える生活者は、まだまだ多くありません。実際、「環境」や「脱炭素」に配慮しているからという理由で商品を購入したり、そうした商品を扱う企業を応援したり、具体的な行動に移している人は少ないのが現状です。そこで「脱炭素の取り組みに触れて認知を広げ、学びを通して楽しみ、興味をもって自分ごと化する機会を用意し、生活者と共に脱炭素社会の実現に挑戦する」という趣旨のもと、本プロジェクトはそのきっかけとなる役割を担います。

《プロジェクトの概要》

本プロジェクトを主催する株式会社日本総合研究所（本社：東京都品川区、代表取締役社長：内川 淳）が連携する 2 府 2 県 1 政令市（大阪府、兵庫県、奈良県、京都府、横浜市）と協力し、同自治体内の全小学校等に通う 4～6 年生約 53 万人 と、その保護者を中心とした生活者に対して、「教育啓発」と「販促購買」に一气通貫で取り組むことで脱炭素行動変容を促します。

注力施策の一つとして、エコラベルやカーボンフットプリント（以下「CFP」）について学べる学習キット & 自由研究コンテンツ「エコラベルハンター2025」を実施し、児童が家庭や店舗でのエコラベル・CFP の探索を通じて、楽しみながら環境配慮商品について学ぶ機会をつくれます。これに伴い、7 月 2 日に「エコラベルハンター2025」特設ウェブサイトを公開しました。

「エコラベルハンター2025」特設ウェブサイト

<https://www.greenmarketing-lab.com/genco2/event/2025ecolabel/index.html>

特設ウェブサイトでは、児童たちが見つけたエコラベル・CFPを記録し、自身の探索成果として可視化できます。そして、夏休みの自由研究課題としてより多くのエコラベル・CFP を見つけた児童を自治体別に表彰する応募コンテンツの開催を通じて、脱炭素学習を促します。

また、「エコラベルハンター2025」の取り組みと連動する形で、CCNC の参画企業が協力して CFP 算定商品やエコラベル表示商品を対象としたキャンペーンも展開します。具体的には、株式会社万代の全 169 店舗でのマストバイキャンペーンと、株式会社スギ薬局が運営する「スギ薬局アプリ」を用いたクイズキャンペーンを実施します。学習キットなどで学んだことを日常的に実践できる場を用意することで、生活者の脱炭素対応商品を「目利き」できる力を養い、購買行動の定着を図ります。

《カンロは CFP 商品の展開を推進します》

カンロは、マテリアリティとして特定した「気候変動」の中心課題である「温室効果ガスの削減」の取組みとして、主力商品の CFP 算定を進めてきました。昨年までのカンロ飴、健康のど飴、たかまなハニー、カンデミーナグミスーパーベストの 3 商品に加え、本年は新たに金のミルクキャンディ、ピュレグミグレープの CFP を算定し、合計 5 商品の CFP が算定済みです。多くの商品と温室効果ガス排出量が紐づくことで排出量削減の優先ポイントがより明確になることから今後も更なる算定商品の拡大ならびに数値の精緻化を進めてまいります。本プロジェクトを通じて、弊社の CFP に関する取り組みを、より多くの消費者の皆様にも広くお伝えしていく予定です。

《カンロの対象商品について》

本プロジェクトでは、下記 3 品の CFP 算定マークおよびエコラベル商品を展開いたします。

■商品概要

商品名 : カンロ飴
参考価格 : 205 円（税込） ※消費税 8%
内容量 : 140 g



<減 CO2 ポイント>

アスエネ CFP 算定ラベル／NPO 法人ベジプロジェクトジャパン ヴィーガン認証

減 CO2 を目指し、原材料調達から廃棄・リサイクルまでの CO2 排出量を見える化しました。

ヴィーガン認証商品は、畜産による温室効果ガスの排出に加担しないため、気候変動対策に貢献しています。

商品名 : 金のミルクキャンディ
参考価格 : 238 円（税込） ※消費税 8%
内容量 : 80 g



<減 CO2 ポイント>

CFP 算定（自社算定）／ECO マーク

減 CO2 を目指し、原材料調達から廃棄・リサイクルまでの CO2 排出量を見える化しました。（自社算定）

パッケージ（外袋）の 14.8%に、ペットボトルからリサイクルした原料を使用しています。

商品名 : ピュレグミグレープ
参考価格 : 162 円（税込） ※消費税 8%
内容量 : 56 g



<減 CO2 ポイント>

CFP 算定（自社算定）／バイオマスマーク

減 CO2 を目指し、原材料調達から廃棄・リサイクルまでの CO2 排出量を見える化しました。（自社算定）

パッケージには、再生可能な資材である生物由来のバイオマスインキを一部使用しています。

■カンロ展開ブランド



■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。

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、人と社会の持続的な未来に貢献してまいります。

※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 10 月～2024 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、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。