

3年半をかけて開発した「ゼラチン」不使用のグミが登場！

カンロ「コトットグミ はちみつ仕立てのピーチ味/はちみつ仕立てのベリー味」新発売

～果物とはちみつをコトコト煮込んだ味わいのさくっと食感グミ～

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 三須 和泰、以下 カンロ)は、2019年9月24日(火)より、植物性原料の「ペクチン」を使用した新感覚グミ「コトットグミ はちみつ仕立てのピーチ味」、「コトットグミ はちみつ仕立てのベリー味」の2種類を全国で発売します。



《日本のグミの常識を変える「ペクチン」原料のグミ》

近年、国内グミ市場は拡大傾向にあります。これまで一般的に市場で取り扱われているグミは動物由来の「ゼラチン」を使用したものが主流となっていました。今回発売する「コトットグミ」は、ゼラチンを一切使用せず、植物由来の「ペクチン」を使用したゼリーのような食感のグミです。

柑橘類などに含まれる食物繊維の一種であるペクチンは、酸で固まりやすいことや吸湿しやすいこともあり、取り扱いが難しいと言われてきました。

「専門店や百貨店で販売されている高級ゼリーやパートドフレイなど、ペクチンを使用したおいしいお菓子の味わいを手軽に楽しめるようにしたい」という想いから、ペクチンを使ったグミを3年半かけて開発し、独自の技術を確認することでコンビニエンスストアやスーパーマーケットなど一般流通菓子市場での販売を可能にしました。

ペクチンは歯切れがよく香り立ちがよい特徴があり、「コトットグミ」は口の中に香りが広がる濃厚な味わいを堪能でき、デザート感覚で楽しめるグミになりました。また、歯ごたえもこれまでのグミより柔らかいので、小さなお子様からご高齢の方まで幅広い年代の方にも楽しんでいただけます。

《「ペクチン」を使用したグミの可能性》

動物性原料のゼラチンを一切使わず、植物性原料である「ペクチン」を使用したグミは、ゼラチンアレルギーなどで今までグミを食べられなかった人にも楽しんでいただけます。また、「ペクチン」を原料としたグミは海外では多く流通しているため馴染みやすいものであり、インバウンド需要にも応えることができます。

今後カンロは、「ペクチン」原料を使用したグミによりお客様の選択肢を広げる新しいおいしさを提供していきます。

《濃厚で 1 粒でも大満足！ 2 層構造のさくっとろ食感でコクが引き立つこだわりグミ》



「コトットグミ」の名前の由来は『コトコト煮込んだ、濃い味わい』から。口いっぱい広がる 2 層構造で 1 粒へのこだわりを感じさせる“しずく型”になっています。

ピーチ果汁・ベリー果汁をたっぷり使用し、「隠し味」としてはちみつを配合することでよりコクを引き立たせています。果物とはちみつをコトコト煮込んだ濃厚な味わいで、さくっとろ食感の他にはないこだわりグミです。また、大粒なので 1 粒でも満足感があり、デザート感覚で食後や仕事後のリラックスタイムに食べるご褒美グミとしてもぴったりです。

■ 商品概要

商品名	: コトットグミ はちみつ仕立てのピーチ味 / コトットグミ はちみつ仕立てのベリー味
発売日	: 2019 年 9 月 24 日 (火)
価格	: オープン価格
内容量	: 58g
販売エリア	: 全国・全チャネル
特徴	: 果物とはちみつをコトコト煮込んだ濃い味わいのこだわりグミ

■ グミを成長エンジンに！ カンロの挑戦

カンロは近年高まる糖質制限ブームや、消費者の糖に対する意識の変化を受けて、新しい会社へ生まれ変わるべく、2017 年に **40 年ぶりとなる CI (コーポレート・アイデンティティ) の刷新**を行ない、「糖から未来をつくり、世界中の人を笑顔にする **キャンディ No.1 企業になる**」という長期ビジョンを掲げました。

近年、グミは種類の豊富さや見た目の可愛さに加えて、ヘルシーな(罪悪感のない)お菓子・子どもにも安心して与えられるとお菓子であるという理由からグミ市場は継続的に成長しています。当社はこれを市場機会と捉え、積極的投資を行い、No.1 企業への成長エンジンとし、今後は「ピュレグミ」や「カンデミーナ」のような既存ブランドの進化とともに、新しいグミの開発も積極的に行って参ります。

<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 三須和泰
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 : <https://www.kanro.co.jp/>

当社は創業から百余年、「糖と歩む企業」として、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だらみとなる「健康のだらみ」、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
2016 年 9 月～2018 年 8 月累計販売金額ブランドランキング