



2019年10月1日
カンロ株式会社

日本人の味のふるさと「155g カンロ飴」 日経 POS セレクション平成売上 No.1 選出のお知らせ ～「懐かしいのに、新しい。」をコンセプトに、シリーズ品拡大～

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、日本経済新聞社の日経 POS 情報における調査より、カンロ飴 (155g) が袋入りハードキャンデーカテゴリーで「平成売上 No.1」に選出されましたのでお知らせいたします。また、コンビニエンスストア、レールチャネル限定にてシリーズ品「ミルクのカンロ飴 (コンパクトサイズ)」を2019年10月1日(火)より発売いたします。



※現在のパッケージ

《日経 POS セレクション 平成売上 No.1 ～155g カンロ飴選出～》

日本経済新聞社では、全国のスーパー、コンビニエンスストアなどから収集した販売実績データ(日経 POS 情報)を元に、1989年(平成元年)～2019年(平成31年)の平成31年間を通じての消費動向調査を実施。カテゴリー別に平成31年間の売上を集計し、この度カンロ飴(155g)が袋入りハードキャンデーカテゴリーにおいて「平成売上 No.1」に選出されました。当社ではこの受賞を励みとし、これからもお客様に最もご支持いただけるブランドとなるよう、より一層努力してまいります。

《カンロ飴とは》

カンロ飴の誕生は1955年。カンロ創業者宮本政一は、日本人が好む味わいのしょうゆ味の新商品を開発。煮詰めるとしょうゆが真っ黒に焦げるため、焦げにくいカンロ飴専用しょうゆを作るなど数々の課題を克服し、山口県内で発売。その後、販路も全国へ拡大、発売から3年も経たずに全国的なヒット商品となりました。また、2018年に初めてのレシピ変更を実施。素材本来の良さを生かすため、しょうゆに添加するアミノ酸を使わない新製法を開発。砂糖・水飴・しょうゆ・食塩という「素材」だけで変わらぬ美味しさの再現に成功しました。(※同時にパッケージ・手に取りやすい量目(140g)にリニューアル)

カンロ飴は発売から現在までの販売数は50億袋にのぼり、昭和から平成、現在においても多くの方に親しまれるキャンデーとなりました。

《シリーズ品拡大 ～「懐かしいのに、新しい。」～》

2018年9月、伝統あるブランドに新たな技術を加えた新規性のある「ミルクのカンロ飴」を新商品としてラインナップに追加、懐かしいけれども新しい、食べやすい味わいでご好評いただいております。今回は、持ち運びにちょうど良い、人気のコンパクトサイズにてコンビニエンスストア・レールチャネル限定で2019年10月1日(火)より発売いたします。

様々な味や形で展開し、昔から変わらない懐かしさや安心感のあるカンロ飴の味わいを、今後もより多くのお客様へお届けいたします。

■商品概要

商品名 : カンロ飴
 価格 : オープン価格
 内容量 : 140g
 販売エリア : 全国・全チャネル
 特徴 : しょうゆを隠し味に使用したまろやかな甘さとすっきりした後味



商品名 : ミルクのカンロ飴
 価格 : オープン価格
 内容量 : 70g
 販売エリア : 全国・全チャネル
 特徴 : カンロ飴とミルクのまろやかさが組み合わさった甘じょっぱい味わい



商品名 : ミルクのカンロ飴（コンパクトサイズ）
 発売日 : 2019年10月1日（火）
 価格 : オープン価格
 内容量 : 24g
 販売エリア : コンビニエンスストア、レールチャネル限定品
 特徴 : カンロ飴とミルクのまろやかさが組み合わさった甘じょっぱい味わい



■「糖と共に歩む」！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。おいしさや健康のために糖ができることを事業活動を通じて提案し、糖に対する理解ある環境を作り、皆さまの健やかな生活に貢献して参ります。

<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