

**形はシークレット！SNSでも人気のカンデミーナグミシリーズに
未知との遭遇を楽しめる“謎の”グミが登場！
「カンロ カンデミーナグミ ある日森の中でハニーレモンソーダ」新発売
～めったに出会えない『幻！？』のレア型も！～**

カンロ飴やピュレグミなど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11月26日(火)より、独自の形状から生まれるハード食感が噛むほどにクセになる「カンデミーナグミ」シリーズの新商品「カンデミーナグミ ある日森の中でハニーレモンソーダ」を全国で発売します。



《何が出るかは手に取るまでヒミツ！めったに出会えない幻の形も登場》

ユニークな形状でSNSでも話題となっているカンロの人気商品「カンデミーナグミ」。独自の形状から生まれる弾力食感
は、若年層を中心に、ビジネスパーソンのオフィスでのおやつとしても好評をいただいております。

お正月に人気の福袋やカプセルトイなど、「何が出てくるかわからない」ワクワク感やドキドキ感は大人から子どもまで多くの人
を魅了します。

今回、新発売する「カンデミーナグミ ある日森の中で ハニーレモンソーダ」は、どんな形のグミが出てくるのか手に取るまでわ
からない、謎に包まれたインパクトのあるグミです。

グミの形は、基本となるクマ型の他、シークレットで7種類の森の仲間の形のグミが入っているので、どんな形と遭遇するの
か、食べるたび手に取るまでわからないワクワクドキドキ感を楽しめます。

中には、森の中でめったに出会うことができない“幻！？”のレア型も！思わず誰かに教えたくなる、個性的でフォトジェニック
なグミです。

《食べ方や噛み方次第で楽しみ方は無限大！》



今回発売する「カンデミーナグミ ある日森の中で ハニーレモンソーダ」は、食べ方次第、噛み方次第で、楽しみ方も自由自在。

味は1度食べたらやみつきになる甘酸っぱいハニーレモンソーダ味。カンロ独自のすっぱいパウダーでコーティングされており、カンデミーナ特有のハード食感と甘酸っぱさが一度に楽しめるグミになっています。

■商品概要

商品名	: カンデミーナグミ ある日森の中で ハニーレモンソーダ
参考価格	: 130 円(税込) ※消費税8%
内容量	: 40g
販売エリア	: 全国・全チャンネル
特徴	: 形状から生まれる独特なハード食感と、何が出てくるかわからない形状が楽しいカンデミーナグミ

■カンデミーナとは

『カンデミーナ』は、他に類を見ないカタチでハードな食感を提案する、エンターテインメントグミ。

【特徴1】3D食感なグミのカタチ

波型、パズル型、矢印型、カ型、これまでに類を見ない3Dなグミ型が作り出すどこか不思議な食感、食べた人を虜にすること間違いなし！？



※写真は過去発売したカタチを含んでいます。

【特徴2】遊べるグミのカタチ

子どもの頃に食べ物で遊んではいけない、と言われた人も堂々と楽しむことができる！？食のエンターテインメントを提案。

【特徴3】実はすごいグミのカタチ

特許製法だからこそ！？のユニークなカタチとクセになる食感。

- 特許番号 : 特許第6137530号
 - 発明の名称 : グミキャンディ成型用のスターチ押し型およびグミキャンディの製造方法
- ※一部特許製造製造外の商品もあります。

<カンデミーナシリーズ>



「カンデミーナグミスーパーベスト」
クネクネ？ナミナミ？3つの味でワクワク！



「組んでカンデミーナグミ」
組み合わせると何の味？衝撃の変化にドキドキ！

■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のど飴となる「健康のど飴」、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