

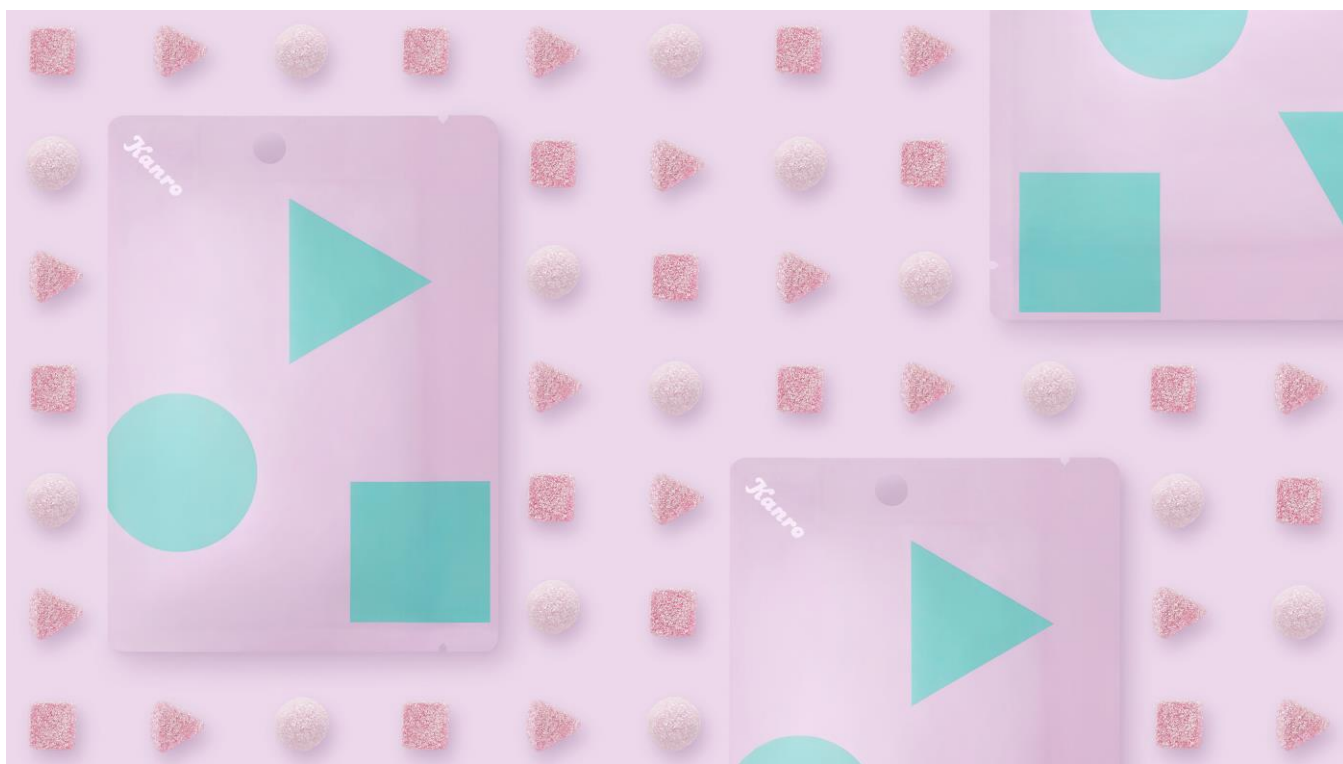
デザインオフィス nendo と初コラボ！商品名がない!?話題沸騰のグミ

「ふわ もち かし」3つの食感が楽しいグミ

「カンロ ○△□グミ」新発売

～横から開ける新発想パッケージ～

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、2020年12月1日（火）より、佐藤オオキ氏率いるデザインオフィス nendo とコラボした、一袋で3つの異なる食感が楽しめる「カンロ ○△□グミ（マルサンカクシカクグミ）」を全国のコンビニエンスストア限定で発売します。

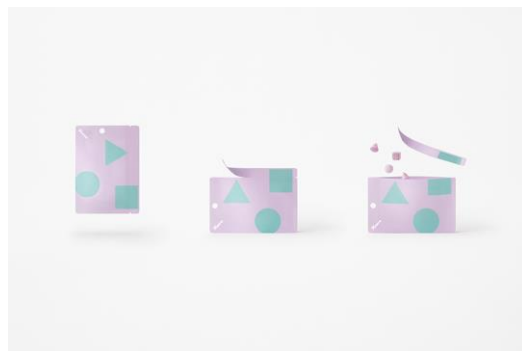


《デザインオフィス nendo とコラボ！まるで雑貨のようなパッケージのグミが登場》

今回、発売される「カンロ ○△□グミ」は、佐藤オオキ氏率いるデザインオフィス nendo との初となるコラボレーションのもと開発されました。佐藤オオキ氏は「世界が尊敬する日本人 100 人」に選出される世界的有名デザイナーで、食品パッケージなど数々のプロダクトデザインを手掛けています。この度のコラボレーションは、グミに多大な可能性を感じていた佐藤オオキ氏と新たな挑戦を行いたかったカンロのマッチングにより実現。デザインオフィス nendo との共同開発のもと、従来のお菓子のイメージを覆すような趣向を凝らしたカンロにとってチャレンジングな本商品が誕生しました。

パッケージには本来は必須とされている商品名や味の説明がなく、文字情報を省いたデザインとなっています。○△□の幾何学模様だけの、従来のパッケージとは一線を画すシンプルさは、発売前から SNS を中心に話題となっています。まるで雑貨のようで、店頭でも目を引く装いです。

また、ありそうでなかったサイドフック型のパッケージを採用。縦方向にジッパーを付けることで間口が広くなり、手を入れやすく、グミを簡単に取り出すことができます。見た目だけではなく、食べやすさも追及したパッケージです。



《一袋で3つの食感楽しめる「食感エンターテイメントグミ」》



パッケージだけではなく、グミ粒にも珍しさが満載。一袋に3つの食感のグミ粒が入ったアソートタイプです。○型はふんわり食感、△型はさくもち食感、□型はかちっと食感となっています。デザインオフィス nendo が3Dプリンターで成形したモックで形と弾力との関係性による食感の違いを検証、カンロとの試作を繰り返すことで生まれた、3つの異なる食感を楽しむことができる「食感エンターテイメントグミ」です。気分に応じて好きな食感のグミを選べ、一袋で様々な楽しみ方ができます。

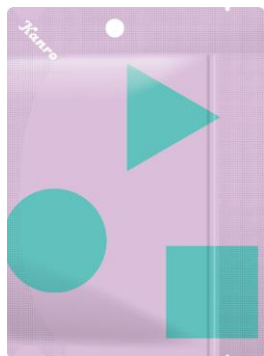
《デザインオフィス nendo によるコンセプト動画を WEB 公開中》

本商品の発売に際し、デザインオフィス nendo によるコンセプト動画を WEB にて公開します。○△□グミの世界観を十分に味わうことができます。カンロ公式 Twitter (@kanro_pr) でも随時配信していきます。



カンロ○△□グミコンセプト動画：<https://youtu.be/FJyEC9nIMtI>

■商品概要



商品名	: カンロ ○△□グミ グレープ
発売日	: 2020年12月1日(火)
参考価格	: 216円(税込) ※消費税8%
内容量	: 50g
販売エリア	: 全国(コンビニエンス限定)

■デザインオフィス nendo

佐藤オオキ氏を中心に2002年に設立されたデザインオフィス。東京とミラノに拠点を持ち、建築、インテリア、プロダクト、グラフィックと多岐に渡るデザインを手掛けています。



佐藤オオキ氏

1977年カナダ生まれ。2002年早稲田大学大学院建築学専攻修了、同年、デザインオフィス nendo 設立。

Newsweek 誌「世界が尊敬する日本人100人」に選出され、EDIDA「Designer of the Year」(2012年)を始めとする世界的なデザイン賞を数多く受賞。代表的な作品は、ニューヨーク近代美術館(米)など世界中の美術館に収蔵されている。近年では、ボンマルシェ(仏)の2020年ゲストアーティストに選出された他、2024年稼働予定のフランスの高速鉄道TGV新型車両の内外装デザインを手掛ける。

これまで出演したテレビ番組は、「プロフェッショナル 仕事の流儀(NHK)」、「アナザースカイ」(日本テレビ系)など。主な著書に「佐藤オオキのボツ本」(日経BP)、「コップってなんだっけ?」(ダイヤモンド社)、「ネンドノオンド」(日経BP)など。

■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

2019年5月～2020年4月累計販売金額ブランドランキング