

キャンディを通してエールを送る！ かんろ「キャンディエール」プロジェクト

全 8 商品ブランドからのエールを開始！

「家族へ“ありがとう”を伝えよう」キャンペーンもスタート

～世界に 1 つだけのメッセージ入りキャンディエール缶を 300 名様プレゼント～

かんろ飴やピュレグミなどおなじみのかんろ株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長 三須 和泰、以下かんろ）は、キャンディを通してエールを贈る「キャンディエール」プロジェクトの一環として、かんろが持つ全 8 商品ブランドからのエール施策を開始します。またそれに先立ち、2021年3月9日（火）より「家族へ“ありがとう”を伝えよう」フォロー＆引用 RT キャンペーンもスタートし、家族への感謝のメッセージを募集します。抽選で 300 名の方には、応募いただいたメッセージのシールを貼った、世界で 1 つだけのキャンディエール缶をプレゼントします。

キャンペーンサイト：https://www.kanro.jp/thankyou_candy



かんろは、「糖から未来をつくる。」というコーポレートスローガンのもと、糖という素材をベースに様々な商品・サービスを展開し、「世界中の人を笑顔にするキャンディ No.1 企業になる」ことを目指しています。昨今の新型コロナウイルスという、人々の命や生活を脅かす世界的なパンデミックの発生に加え、大規模な自然災害などの出来事を受けて、キャンディを通して社会にエールを贈る「キャンディエール」プロジェクトを 2020 年 8 月より実施しています。

「キャンディエール」プロジェクトでは、かんろの直営店であるヒトツブかんろにおいて「キャンディエール缶」を中高生に寄付したり、離れたところにいる方に手軽にエールを贈れる「ポストイングミツメル」の販売などを進めてきました。

この度、かんろが持つ全 8 つの商品ブランド（かんろ飴、金のミルク、健康のど飴、ボイスケアのど飴、ノンシュガー、ピュレグミ、カンデミーナグミ、あそぼん！）からも、エール施策を開始します。各ブランドが元々持っている価値が、今の社会に向けてどんな意義を示せるのかを検討し、4 月より毎月 1 ブランドずつ、実施するエールの施策を公開していきます。



<ブランドからのエール一例>

<p>【ボイスケアのど飴】</p> 	<p>【金のミルク】</p> 	<p>【あそぼん！】</p> 
<p>全日本合唱連盟と「ところをつなごうリモート合唱リレー」を制作。全国の合唱団から課題曲「マイバラード」の歌唱動画を募集し、1曲の作品にします。当たり前の日常が訪れる日を願って、皆の想いを歌にのせて、日本中に響かせます。</p>	<p>今は会えない大切な人に「癒し」や「小さな幸せ」を届けるお手伝いをする、キャンペーンを実施します。</p>	<p>動物園の叶えたい夢を実現する、お客様参加型の寄付企画を実施。別途実施する「あそぼん！ なりたいどうぶつ総選挙」の投票数（応募数）に応じて、参加する動物園が希望する夢を実現します。</p>

《コロナ禍で家族へ向けて素直に言えない「ありがとう」をテーマにしたキャンペーンを実施》

コロナ禍でさまざまな困難に見舞われている今、世の中が変わり在宅時間が増えたことで、家族の絆が深まったという人、逆に家族の間に壁ができてしまったという人など、家族のカタチに変化があった人は少なくありません。

カンロでは、家族に会いたいけど会いに行けないもどかしい気持ちや、家族と一緒にいすぎて煩わしいと感じる気持ちなど、さまざまなストレスを「一粒のキャンディがもつ『ありがとう』という名の糖分で解消してほしい」と考え、家族の間に生まれそうになる壁を一粒のキャンディで溶かすことができるという思いから、新聞広告を通じてメッセージを発信しました。

【2021年3月9日(火) 朝日新聞※ 朝刊に掲載されている広告】

※掲載紙配布エリア：東京都、神奈川県、埼玉県、静岡県、千葉県、栃木県、群馬県、茨城県

感謝の言葉は、
自粛しないでください。

世の中が変わり在宅時間が増えたことで、
家族の絆が深まったという人がいます。
一方で、逆に家族の間に壁が
できてしまったという人もいます。
家族もずっと一緒にいたら、
イライラしたり寂しいと思うのは当然。
そんなストレスを溶かしてあげるもの、
それは「ありがとう」という名の糖分です。
家族の絆が溶かされたとしても、
まだしばらくは、壁や通ごす日が続くでしょう。
けれど、長い人生の中でこれほど
家族と同じ空間、同じ時を共有できる機会が
もうないかもしれない。
だからこの貴重な時を、ぜひ家族に使ってください。
一言のありがとう、一粒のキャンディで、
家族の間に生まれそうになる壁を
溶かして癒かしながら。



糖から未来をつくる。
Kanro

大切な人へ、感謝の一言を贈ろう。 https://www.kanro.jp/thankyou_candy/



【広告メッセージ内容】

感謝の言葉は
自粛しないでください。

世の中が変わり在宅時間が増えたことで、
家族の絆が深まったという人がいます。
一方で、逆に家族の間に壁が
できてしまったという人もいます。
家族もずっと一緒にいたら、
イライラしたり煩わしいと思うのは当然。
そんなストレスを最も解消してくれるもの、
それは「ありがとう」という名の糖分です。
もし緊急事態宣言が解除されたとしても、
まだしばらくは、家で過ごす日々が続くでしょう。
けれど、長い人生の中でこれほど
家族と同じ空間、同じ時を共有できる機会は
もうないかもしれない。
だからこの非常時を、ぜひ有意義に使ってください。
一言のありがとうと、一粒のキャンディで、
家族の間に生まれそうになる壁を
静かに溶かしながら。

そしてこのメッセージ発信を皮切りに、8つの商品ブランドからのエールに先立ち、2021年3月9日（火）より3月22日（月）まで「家族へ“ありがとう”を伝えよう」フォロー＆引用RTキャンペーンをスタートします。期間中、カンロ公式Twitterアカウント（@Kanro_PR）をフォローの上、キャンペーン対象となる投稿にハッシュタグ「#ヒトツブメッセージ」を付けて家族への感謝の気持ちを投稿いただき、投稿してくださった方から抽選で300名様に投稿メッセージのシールが貼られた世界に1つだけのオリジナルキャンディエール缶6缶をプレゼントいたします。
キャンペーンサイト：https://www.kanro.jp/thankyou_candy



糖から未来をつくる
Kanro

家族へ“ありがとう”を伝えよう

フォロー＆引用RTキャンペーン

大切なあの人に、
感謝の一粒を贈ろう。

ヒトツブメッセージ

を付けて、家族ひとりひとりに
感謝の言葉をツイートで伝えよう。

あなたのメッセージをプリントしたシールが貼られた
『世界に1つだけのオリジナルキャンディエール缶』6缶を
抽選で300名様にプレゼント

キャンペーン期間
2021年3月9日～3月22日

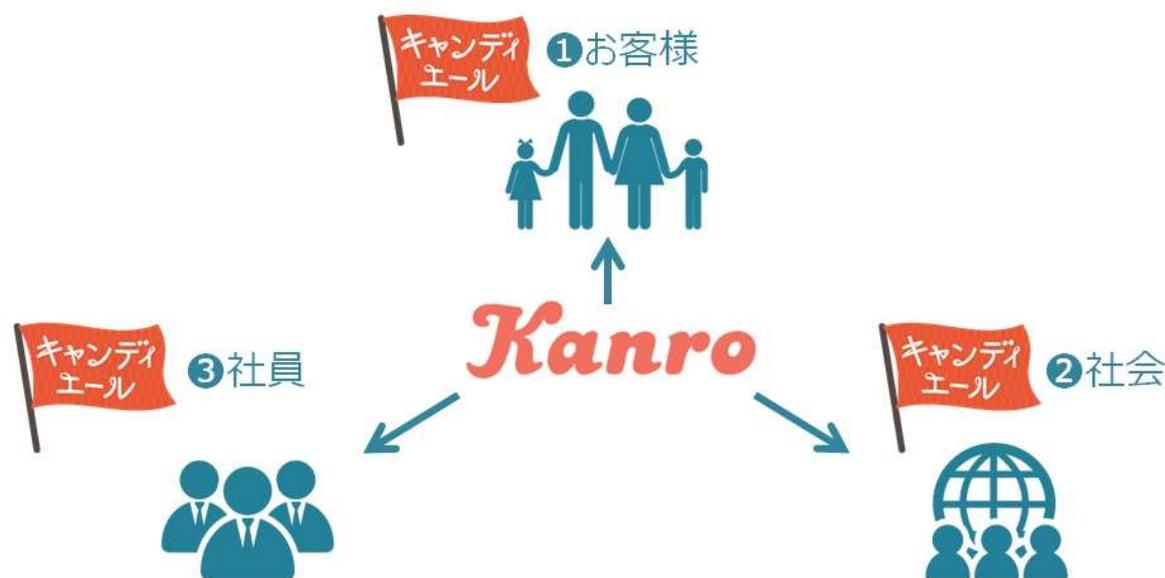
<キャンペーン概要>

期間	2021年3月9日(火)~3月22日(月) 23:59
応募方法	カンロ公式 Twitter アカウント (@Kanro_PR) をフォローの上、キャンペーン対象となる投稿にハッシュタグ「#ヒトツブメッセー」を付けて家族への感謝の気持ちを投稿してください。
当選者数	300名
賞品	世界に1つだけのオリジナルキャンディエール缶(6缶) ※当選者の発表は賞品の発送をもって代えさせていただきます。

《キャンディエールプロジェクトとは?》

「キャンディエール」プロジェクトは、新型コロナウイルス感染拡大などを受け、影響を受けている皆様を様々な方向から支援しエールを送るプロジェクトです。2020年8月よりスタートし、当社を取り巻くステークホルダーである「お客様」「社会」「社員」それぞれへのエールの3軸で実施しています。

キャンディエールサイト：<https://www.kanro.jp/candyell/>



【お客様へのエールの一例】

●キャンディスマイルプロジェクト



カンロは、「糖から未来をつくる。」というコーポレートスローガンのもと、糖という素材をベースに様々な商品・サービスを展開し、「世界中の人を笑顔にするキャンディ No.1 企業になる」ことを目指してきました。その中で経営方針として「サステナブル経営の深耕」を掲げ、SDGsの指針に則った活動を進めております。

キャンディスマイルプロジェクトは世界中の子どもたちが笑顔になる活動を支援する目的のプロジェクトです。対象商品の売上の1%を「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」に寄付することで世界中の子どもたちを応援しています。活動自体は2015年に開始しておりますが、昨今の世界情勢を踏まえて今後はより一層積極的な活動を行ってまいります。

【社会へのエールの一例】

●医療従事者への商品寄贈

2020年より、「金のミルクキャンディ」を累計 38,400 袋寄贈いたしました。今後も医療従事者への商品寄贈を継続して行ってまいります。

【社員へのエールの一例】

●在宅勤務を後押しする制度の拡充

2021年2月10日現在、当社は原則在宅勤務を実施しておりますが、ポストコロナを見据え、2021年以降においても在宅勤務率を70%で維持していきます。食を取り扱う企業として、社員の健康を第一に考えた就業環境を整えることを目的としています。また、在宅勤務手当の支給や、通勤費支給の体制見直しにより、より一層の在宅勤務を推奨してまいります。



■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。

■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10月～2020年9月累計販売金額ブランドランキング