

2021年9月27日 カンロ株式会社

グミカテゴリー初の e スポーツプレイヤーと共同開発商品カンロ「BRAON(ブレオン)グミ」数量限定販売開始!

~e スポーツ選手のストイックな生活が明らかに!新商品発表会イベントレポート~

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、e スポーツプレイヤーが所属する株式会社忍 ism(東京都豊島区、代表取締役社長 百地 祐輔 以下 忍 ism)と共同開発を行なった、頭脳で戦う人のパフォーマンスをサポートするブレインフード「BRAON(ブレオン)」を 9月27日(月)よりカンロオンラインショップにて数量限定販売します。また、9月28日(火)からカンロゲーミングセットが当たる SNS キャンペーンも実施いたします。



《「糖」の力で e スポーツプレイヤーのパフォーマンスをサポート!ブレインフード「BRAON(ブレオン)グミ」》

「キャンディならではの機能性」を開発方針の 1 つとして、これまでのど飴や特定保健用食品など様々な商品を開発してきたカンロが、"脳"をテーマとして、グミカテゴリーで初めて※e スポーツプレイヤーと共同開発した商品が「BRAON(ブレオン)グミ」です。

e スポーツは年齢・性別・国籍を越えて、誰もが参加することができるコミュニケーションツールであり、コロナ禍においてオンライン上での交流機会として急激に市場が伸びています。日本ではプレイするだけでなく優秀なプレイヤーの競技を見ることもエンターティンメントとして楽しまれています。

高度な操作テクニックをもって見る人を魅了する e スポーツプレイヤーは常にゲーム優先の生活を送るため、長時間にわたりパフォーマンスを発揮することが求められます。そこで糖を通じたスポーツ支援活動を行うカンロが、糖の力で日々脳を酷使する e スポーツプレイヤーをサポートしたいと考え、忍 ism 社にお声がけしたことで今回の共同開発が実現いたしました。

「BRAON(ブレオン)グミ」は、一瞬の集中力の差を戦い抜くプロ e スポーツプレイヤーとカンロが共同開発を行い、"勝つためのエナジーグミ"をコンセプトに生まれた商品です。「速攻」と「持続」に着目し、ぶどう糖とパラチノース®の 2 種類の糖を配合しており、頭脳で戦う人のパフォーマンスをサポートする"ブレインフード"となっています。

《ストイックなプレイヤーの生活を徹底ヒアリング!一瞬の集中力の差を戦い抜く「勝つためのエナジーグミ」》

今回の共同開発では、カンロが e スポーツプレイヤーのライフスタイルを徹底的にヒアリング。1 日 10 時間以上に及ぶこともあるほど練習を行い、ゲーム中は「糖」を意識的に摂取するというストイックな生活を送るプレイヤーに寄り添えるように、e スポーツプレイヤーに必要な 2 つの糖(ぶどう糖・パラチノース®)を配合。小粒で歯切れのよい食感のグミにすることで、プレイ中の隙間時間での糖分補給を可能にしました。また、コントローラーを扱う手を汚さずに済むように片手で扱える容器タイプを採用することで、試合前や練習中などシーンを選ばず手軽にグミを食べることができます。

まるで電化製品のように高級感のある箱に入った8本のボトルは、eスポーツプレイヤーの生活スタイルに馴染むよう黒を基調とし情報を省いたスタイリッシュなデザイン。片手で手を汚さず、流し込むように食べられる新スタイルを実現しました。味は、ソーダ味とブルーベリーソーダ味の2種類を展開。起動ボタンを想起させる電源型のグミ粒は、ペクチンを配合することで、程よい硬さがありながら、歯切れの良い食感になっています。



《「BRAON 新商品発表会」イベントレポート》

「BRAON(ブレオン)」発売を記念して開催された新商品オンライン発表会では e スポーツの世界感を感じさせる雰囲気の中、社長の三須より、販売戦略や今後の展望についてお話しいたしました。また今回の開発にご協力いただいた「忍 ism」の代表で、e スポーツで世界の頂点に 3 度立った経験を持つ e スポーツプレイヤー・ももちさんとのトークセッション、e スポーツプレイヤーでありももちさんの奥様でもあるチョコブランカさんとももちさんとの e スポーツ夫婦対決が実現しました。



▼プロ e スポーツプレイヤーのストイックな生活とは

ももちさんとカンロの開発担当のトークセッションでは、e スポーツプレイヤーの普段の生活についてお伺いしました。

ももちさん、チョコブランカさんのライフサイクルを見てみると、圧倒的な練習時間の多さが目立ちます。ももちさんは、昼食を抜いて練習しているほど。「プロeスポーツプレイヤーとして取り組んでいるため、日々のストイックな練習は欠かせないです」とお話ししており、お二人のeスポーツに向き合う真剣な姿勢が伺えました。

また、BRAON について、「プレイ中に集中力を保つのに糖は不可欠。 BRAON は味も美味しいため、ゲーム中だけでなく、日常にも取り入れていき たい と商品を気に入っていただいている様子が印象的でした。



最後に、お二人からカンロの開発担当に「商品開発のみならず、e スポーツ大会も一緒に盛り上げていきましょう」とのメッセージが。BRAON を起点に、今後の e スポーツを盛り上げる施策にもご注目ください。

▼「ももちさん VS チョコブランカさん」e スポーツガチ夫婦対決!強力な仲間として社長・三須も参戦!

さらに、その後は e スポーツプレイヤーであり、ももちさんの奥様であるチョコブランカさんが登場。e スポーツ夫婦対決で激闘を繰り広げました。プロならではの高度なテクニックで視聴者を魅了しつつ、結果はももちさんの勝利で幕を閉じました。

今回は惜しくも敗北を喫したチョコブランカさんですが、「ここで引き下がるわけにはいかない!」と、強力な仲間として社長の三須が参戦することに。「学生時代はゲームセンターに頻繁に通い、喫茶店のテーブルゲームで徹夜した経験もあります。ゲーム歴は長いです!」と意気込む三須。第二回戦として、ももちさんと三須の激闘が繰り広げられました。



気になる結果は、やはり世界の頂点に立つ e スポーツプレイヤー、ももちさんが勝利。三須は「負けてしまったが、世界チャンピオンから一本先取できて光栄。非常に楽しく、e スポーツにどんどんはまっていきそう」と、互いの健闘を称え合い、注目の対決は終幕を迎えました。

《BRAON 発売記念ゲーム大会&優勝者予想キャンペーン開催!》

BRAON の発売を記念して、開発の協力をしていただいたプレイヤー達によるゲーム大会「BRAON PRESENTS ゲームが本当に一番上手いやつは誰だ!? Nidhog ゲーミング下剋上!」を 10 月 10 日(日)18:00~YouTube「シノビチャンネルももチョコ」にて生配信いたします。大会に先立ち、「勝つのは誰だ優勝者予想キャンペーン」をカンロ公式 Twitter(@kanro_pr)にて実施します

◇キャンペーン詳細

キャンペーン名	「勝つのは誰だ 優勝者予想キャンペーン」
応募期間	2021年9月28日(火)10:00~10月4日(月)23:59
応募方法	カンロ公式アカウント(Twitter:@kanro_pr)をフォローし、 Twitterのカンロ公式アカウントから投稿されるカンバセーションカード投稿に、優勝すると 思うプレイヤーのハッシュタグを選んで投稿することで応募完了。
当選人数	1名
賞品	忍 ism Gaming Limited、Victric Pro FS、 BRAON グミ 1 箱

■商品概要



商品名: BRAON (ブレオン) グミ

販売価格 : 2,000 円 (税込) ※消費税 8%

内容量 : 240g (30g×8本)

販売形式 : 「Kanro POCKeT」オンラインショップにて販売

https://kanro.jp/pages/braon/

特徴:プロeスポーツプレイヤーとの共同開発により生まれた

"勝つためのエナジーグミ"

<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: コーポレートサイト https://www.kanro.co.jp/

KanroPOCKeT https://kanro.jp/

※KanroPOCKeT とは

オンラインショップ機能だけでなく、カンロの商品に関する情報を集約したインタラクティブな複合型オウンドメディア。 このサイトを通じてお客様と直接つながり、商品や新たな取り組みを通じて、特別な体験価値の提供を目指していきます。



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SRI ミルクフレーバーキャンディ市場

2020年4月~2021年3月累計販売金額ブランドランキング