

移り変わる心や、混ざりあう想いを表現
Z 世代に食べてもらいたい
PLAZA×カンロ「EMOTIONAL CANDY」発売
～エモいがとけだす、新感覚キャンディ 3 種～

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、PLAZA を運営する株式会社スタイリングライフ・ホールディングス ブラザースタイル カンパニー（本社：東京都新宿区）と Z 世代をターゲットに共同開発したキャンディ「EMOTIONAL CANDY（エモーションナルキャンディ）」の「風をきってつぎへ」「恋だったなんていえない」「夜よ、おわらないで」の 3 種を、2022 年 2 月 15 日（火）より全国の PLAZA・MINIPLA および PLAZA オンラインストアで数量限定発売します。



《喜び、悲しみ、そして切なさ。エモいがとけだすキャンディ「EMOTIONAL CANDY」》

今回発売する「EMOTIONAL CANDY」は、インターネット上の絶大な発信力を持ち、次世代となる Z 世代をターゲットに、喫食目的だけではなく、共感やシェアする価値のある「コミュニケーションツール」としても飴を日常生活で選んでいただきたいという想いから、飴を溶かす時間と感情をリンクさせた新しいキャンディを開発しました。

カンロでは、「飴との接触機会が少ない Z 世代をターゲットとした新価値キャンディ×キャンディメーカー No.1 のカンロだからこそできる技術」という両面を持ち合わせた商品を 2 社共同にて企画。飴を舐めるという行為や時間の持つ、尊さやエモさ※という可能性に着目しました。

Z 世代とのインタビューや議論を重ねていく中で、“飴を溶かす時間”の中に、だれもが一度は感じたことのある、過ぎ去れば戻れない時間の儚さ、尊さなどの“感情”をストーリーとして表現出来たら、キャンディとして新しい・面白いのではないかという意見が生まれ、そこから今回の「風をきってつぎへ」「恋だったなんていえない」「夜よ、おわらないで」という 3 つのストーリーが完成しました。

「風をきってつぎへ」は、学校生活を通じた自身の成長を“爽やかに吹き抜ける青春の味”として表現。「恋だったなんていえない」は、楽しい恋から一転失恋してしまう様子を“切なく変化する恋心の味”として表現。「夜よ、おわらないで」は、煌めく夜の街で感じる“忘れられない夜の夢の味”として表現しています。

ゆっくりと溶かしながら、ひとつぶの飴に込められた感情＝EMOTIONAL(“エモさ”)を味わってみてください。

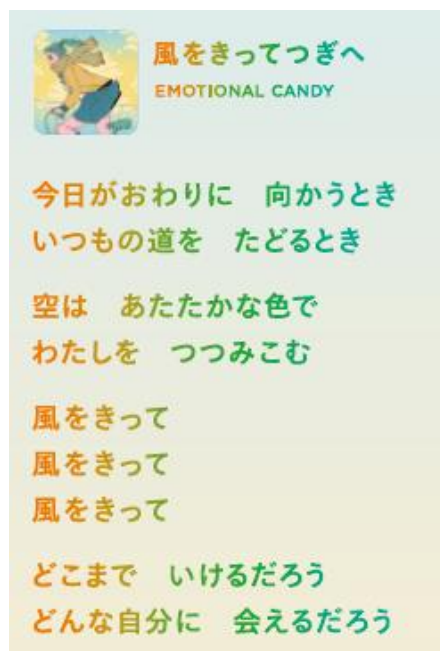
※エモさ：「emotional」由来。感情が動かされた状態や、感情が高まって強く訴えかける心の動きなどを意味する。

《人気イラストレーターNah さん担当！

音楽プレイヤーをイメージしたイラストパッケージでエモーショナルな世界観を表現》

パッケージは、音楽プレイヤーをイメージしたイラストとなっており、イラストは人気イラストレーターNah さんが担当。また裏面には音楽を想起させるような詩が書かれており、それぞれの詩に込められた喜びや悲しみ、せつなさなどの感情をPLAZAらしいポップさと繊細さを持ち合わせたイラストによって、エモーショナルに演出しています。

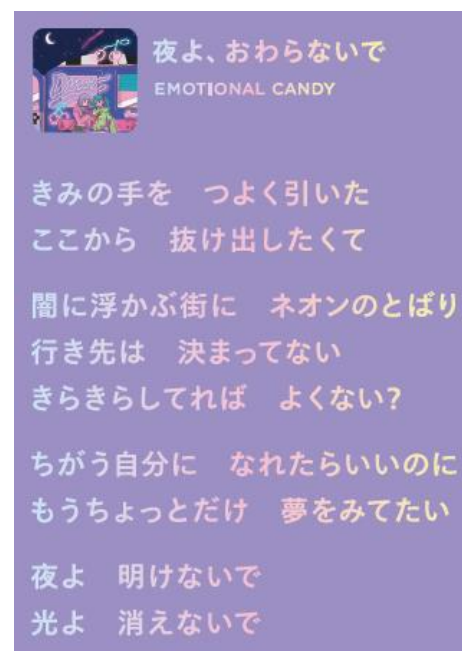
キャンディは味が変わっていくため、詩に込められたストーリーの変化を味覚でも感じることができ、1つの曲を聞いたあのような余韻を楽しめる設計になっています。キャンディをゆっくりと溶かしながら、パッケージと詩に込められた感情(EMOTIONAL)を味わう新感覚の商品を、ぜひお楽しみください。



▲「風をきってつぎへ」



▲「恋だったなんていえない」



▲「夜よ、おわらないで」

■商品概要

商品名	: EMOTIONAL CANDY 風をきってつぎへ／恋だったなんていえない／夜よ、おわらないで
参考価格	: 各 349 円（税込） ※消費税 8%
販売期間	: 2022 年 2 月 15 日（火）～（※数量限定）
販売エリア	: 全国の PLAZA・MINIPLA PLAZA オンラインストア https://www.plazastyle.com/ec/
特徴	: 感情を味わう新感覚キャンディ、詩に沿って味が変化していく

●「風をきってつぎへ」

<味説明>

テーマは「風」。

自分のなかにある迷いや不安を断ち切って、前へと進んでいく瞬間に吹き抜ける風を表現しました。その味の変化を、ぜひお楽しみください。



●「恋だったなんていえない」

<味説明>

テーマは「恋」。

恋のたのしさ、せつなさ、ほろにがさを一粒で表現しました。揺れ動く恋心のようになんか複雑に変化していく味わいを、ぜひお楽しみください。



●「夜よ、おわらないで」

<味説明>

テーマは「夜」。

夜の煌めきと非日常感を、ネオンのような色合いで表現しました。いつまでも終わって欲しくない夜のような刺激的な味わいを、ぜひお楽しみください。



■イラストレータープロフィール



Nah (ナー)

福岡を拠点に活動する 25 歳のイラストレーター。

特徴的な色使いで誰もが一度は憧れるような、一歩先を行く手の届かない女の子を繊細に描き、Z 世代を中心に人気を集めている。現在はアパレルブランドコラボやタレントグッズのデザイン、CD ジャケットや雑誌のアートワーク、企業広告など幅広く活動中。

■スタイリングライフ・ホールディングス プラザスタイル カンパニーについて

1966 年、東京・銀座に輸入生活雑貨店としてスタートしたプラザスタイルは、海外のさまざまな生活雑貨商品を日本の市場に紹介するとともに、その背景にある文化や「モノ」自体が持つ楽しさを伝えるのがミッションでした。以来、常に新しい商品や他所にないモノをご紹介します、独自の視点とスタイルで情報発信を続けています。「Always News」「たのしさ 探そう 手渡そう。」をスローガンに、いつも新しく楽しい商品にあふれ、宝探しのような商品との出会いを大切に、思わずシェアしたくなるようなモノ・文化・スタイルを紹介しています。

ホームページ : <https://www.plazastyle.com/company/>

■カンロについて

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
2020 年 7 月～2021 年 6 月累計販売金額ブランドランキング

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/>

<カンロ展開ブランド>



※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。

もっとワクワクするカンロ、はじまる。

日々の生活のなかに、もっとSweetな時間をつくりたい。
糖の可能性を追求した、今までにない製品に挑戦したい。
ファンの皆さまと一緒に、新しいおいしさをつくりたい。
そんな思いから、「カンロポケット」は生まれました。

おいしさや夢がギュッと詰まったあなただけのポケットのように、
ここにしかない特別な製品や、楽しい体験が盛りだくさん。
とびきりおいしいワクワクに出会える。
あなたとカンロがもっとつながる。

甘いものがいっだって、あなたを幸福な気持ちにできるように。
さあ、「カンロポケット」と、おいしく、楽しく、
すこやかな毎日へ。

**Kanro
POCKeT**