

「ゲゲゲの鬼太郎（Hey,KITARO）」との初コラボが実現！ カンロ「カンデミーナグミ いったんもめんの味くらべ」新発売 ～見た目は同じでも味が違う！？食べてみないとわからない“いったんもめん型”グミ～

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、今回初めて「ゲゲゲの鬼太郎（Hey,KITARO）」とコラボレーションした「カンデミーナグミ いったんもめんの味くらべ」を 2022 年 3 月 8 日（火）より数量限定にて全国で発売します。



《カンデミーナグミ独自の形状から人気キャラクター「いったんもめん」にフォーカスしたコラボが実現！》

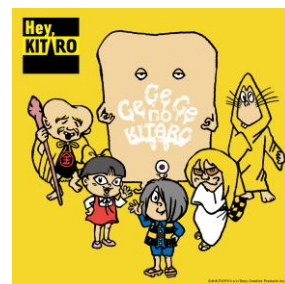
独特な形状から生まれる独自の弾力食感が人気のヤミツキハード食感カンデミーナグミが、このたび「ゲゲゲの鬼太郎」（Hey,KITARO）とコラボレーションした「いったんもめん型」のカンデミーナグミとして登場しました。

世代を超えて愛される「ゲゲゲの鬼太郎」ですが、2022 年は水木しげる先生の生誕 100 周年で、さらなる盛り上がりが見込まれます。

「ゲゲゲの鬼太郎」の新しいコンセプトシリーズである「Hey,KITARO」は、「ゲゲゲの鬼太郎」のおどろおどろしい妖怪の雰囲気ではなく、ポップで明るい世界観が魅力のコンテンツです。「Hey,KITARO」は、カンデミーナグミの明るく楽しい雰囲気にマッチしており、さらに、人気キャラクターである「いったんもめん」の形状とカンデミーナグミ独自の波型の形状が類似していることから、今回のコラボレーションが実現しました。

【Hey,KITARO とは？】

「Hey,KITARO」は、「ゲゲゲの鬼太郎」の新しいコンセプトシリーズ。
世代を超えて多くのファンに愛され続けている「ゲゲゲの鬼太郎」の魅力を伝えるオリジナルデザインを、ユーザーの趣味と興味に合わせたテーマに沿って、株式会社水木プロダクションと株式会社ソニー・クリエイティブプロダクツ が共同で開発しました。作品内の象徴的なセリフである「オイ、鬼太郎」を英語にしたブランド名に、多くのファンに愛される、魅力あるブランドになるという想いが込められています。



《食べてみないと味がわからない妖怪グミ！さらに QR コードを読み込むと AR 妖怪が出現・・・！》

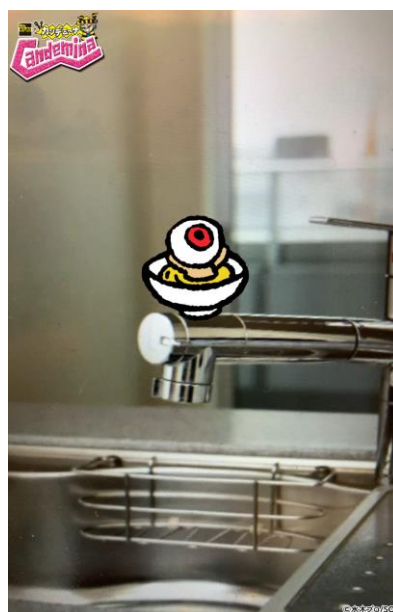
「カンデミーナグミ いっぱんもめんの味くらべ」は、“食べるまで味がわからない”という妖怪グミです。

スポーツドリンク味、レモンソーダ味、ヨーグルト味の 3 種類の味がランダムに入っていますが、見た目はすべて同じ形状。いったんもめんが何味に化けているかは食べてみてのお楽しみとなっています。

パッケージは、「Hey,KITARO」ならではの、ゲゲゲの鬼太郎を明るくポップにしたデザインとなっており、味の仕掛けがわかりやすい楽しいパッケージになっています。

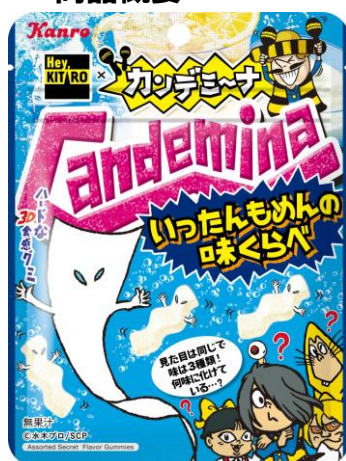
さらに、パッケージ裏面の QR コードを読み込むと、パッケージによって異なる AR 妖怪が現実世界に出現！AR 妖怪は全 15 種類。商品パッケージにより出てくる妖怪が違うので、どんな妖怪が出てくるのかお楽しみに！

【イメージ】



キャンペーンサイト https://sweeten.kanro.jp/candemina_ar/

■ 商品概要

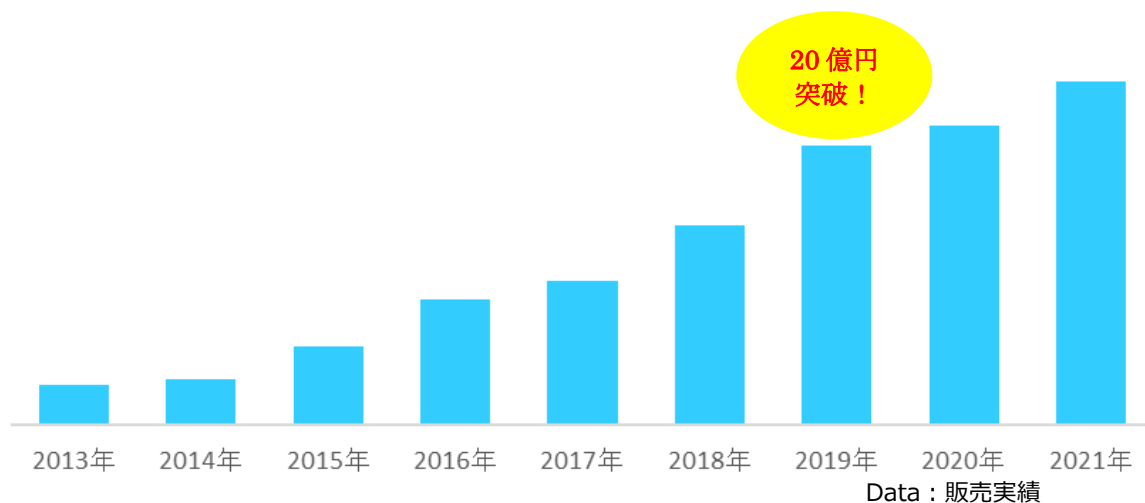


商品名	: カンデミーナグミ いっぱんもめんの味くらべ
参考価格	: 198 円 (税込) ※消費税 8%
内容	: 62g
販売エリア	: 全国・全チャネル
特徴	: 「ゲゲゲの鬼太郎 (Hey,KITARO)」とのコラボで生まれた いったんもめん型グミ。 見た目は同じでも「スポーツドリンク」味、「レモンソーダ」味、 「ヨーグルト」味の 3 種類。

■「カンデミーナ」とは

「カンデミーナ」は、他に類を見ない形でハードな食感を提案する、エンターテインメントグミ。2013 年の発売以来、ハード食感好きのグミユーザーに親しまれ売上が拡大し続け、2019 年にはブランド合計の販売金額が 20 億円を突破！カンロにおいてピュレグミに次ぐグミブランドとなると共に、グミ市場の成長にも貢献しております。

【「カンデミーナ」ブランド販売金額推移】



カンデミーナグミブランドサイト <https://kanro.jp/pages/candemina>

■「カンデミーナ」商品特徴

【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は、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

※一部特許製法以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！



「カンデミーナグミ超果実」

フルーツのジューシーな味わいを

ハード食感で噛みしめる！

<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/>

当社は創業から百余年、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

■パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」



カンロは、2022 年、企業パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」を定めました。変化が激しく、先行きが不透明・不確実な時代の中、カンロがこれまで歩んできた道程を確認の上、自分たちの未来への想いを言語化したものです。糖から未来をつくり、糖の力を引き出す事に挑み続けてきたカンロが企業活動の中で培った技術をさらに進化させることで、「心がひとつぶ大きくなる」瞬間を積み重ねて人と社会の持続可能な未来に貢献してまいります。