

ポケットに忍ばせて“きゅん”をシェア 気持ちに寄り添う透明なハート型キャンディ
カンロ「透明なハートで生きたい」
シェアに最適な個包装タイプが新フレーバー追加で登場
～Z世代プロジェクト第2フェーズは“飴ちゃん文化”の魅力を訴求～

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 村田 哲也、以下カンロ）は、現役高校生と新たな飴を共同開発する「Z世代 飴の原体験共創プロジェクト」から生まれた「透明なハートで生きたい」に2種類のフレーバーを追加し、シェアに最適な個包装タイプの新商品を2023年7月18日（火）より全国で発売いたします。コンビニエンスストアおよび駅売店で先行発売後、秋以降スーパーマーケットなどで順次展開いたします。

《常識にとらわれない、新しい視点の商品開発で
心のゆらぎにそっと寄り添う、飴本来の魅力を訴求》

「透明なハートで生きたい」は、日常の中で誰もが直面する悩みや葛藤、孤独感などの“心のゆらぎ”に対し、“一定時間かけてじんわり溶け出す”飴ならではの特性で気持ちに寄り添い、一粒舐めれば心がほっと和らぐような、飴本来の魅力を再認識してほしいという思いから誕生した商品です。

本商品の開発には、特に飴の喫食機会が減少傾向にある10代を代表し、現役高校生でモデル/タレントの3名を『キャンディディレクター』として迎え入れ、商品のコンセプトやメッセージ、飴のフレーバーからパッケージに至るまで、半年間に渡るディスカッションを重ね共同開発しました。（Z世代 飴の原体験共創プロジェクト）

《ポケットに忍ばせた飴がつながるきっかけに
気軽だけどきゅんとする、飴ちゃんコミュニケーション》

2023年5月に発売したコンパクトタイプの「透明なハートで生きたい」は、飴を自分のために購入する機会が減少している層に対し、まずは飴との接点を持ってもらうため、飴に興味がない人でも手に取りたくなるような商品名やデザイン、食べきりやすく持ち歩きに適したパッケージ形態で展開しました。結果、見た目には惹かれてご購入いただいた方々からも「味も美味しい」「懐かしさを感じる」「気分が上がった」と味やポジティブな気持ちの変化を実感するお声を多くいただきました。（※コンパクトタイプは店舗により完売している可能性があります）



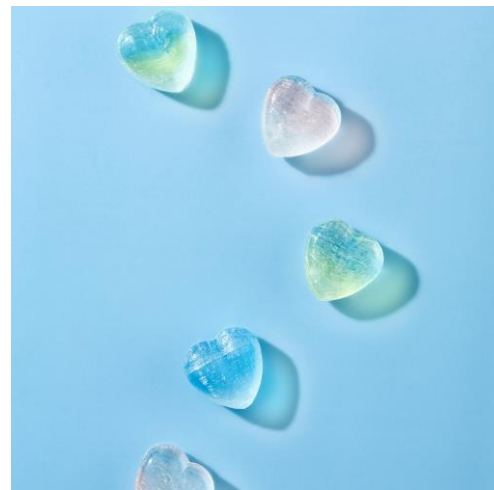
この度発売する個包装タイプは、コンパクトタイプの商品を通じて、飴を舐めることで心がほっと和らぐ情緒的な価値や、飴粒のかわいさといった飴本来の魅力を実感した層に対し、飴を通じたコミュニケーションの魅力を訴求するために開発しました。

日常生活で伝えたいちょっとした感謝の気持ちや、落ち込む相手を思いやる差し入れなど、もらう相手に気をつかわせずに気持ちを伝える気軽なコミュニケーションとして、個包装の飴は長く親しまれてきました。そんな自分も他人もきゅんとさせる“飴ちゃん文化”は、後世に残したい大切なコミュニケーションツールのひとつです。ポケットに忍ばせているだけで心が弾み、もらえば心が丸くなる、「透明なハートで生きたい」を、心がつながるきっかけ作りのツールとして提案してまいります。

《飴粒はポケットに忍ばせたくなるクリアハート型 3種類のフレーバーで気持ちの変化に寄り添う》

飴粒は心がクリアになるような透明感を再現するため 120 回に及ぶ試作を繰り返し、コンセプトの体現はもちろん、写真を撮りたくなったり、持ち歩いているだけで心がきゅんと弾むようなクリアなハート型に仕上げました。

フレーバーの選定では「どんな味が食べたいか」ではなく、「飴を舐めてどんな気持ちになりたいか」という飴本来の魅力に向き合ったブレインストーミングを実施し、「クリア」「ピュア」「チル」という 3 つのキーワードに辿りつきました。それらのキーワードに味を当てはめたのが、青春を思い出すホワイトソーダ味の「CLEAR」、気持ちときめくピンクグレープフルーツソーダ味の「KYUN」、安らぎを味わうハニーオレンジソーダ味の「CHILL」の 3 種類のフレーバーです。



■商品概要

商品名	: 透明なハートで生きたい
発売日	: 2023年7月18日(火)
参考価格	: 227円(税込) ※消費税8%
内容量	: 69g
販売エリア	: 全国(コンビニエンスストア・駅売店)
特徴	: ゆらぐ気持ちに寄り添う、透明なハート型キャンディ

■Z世代 飴の原体験共創プロジェクトについて

幼少期における飴の喫食経験が少なく、飴に対する興味が薄れてしまっている 10 代に対し、「飴の原体験を作りたい」という想いから、飴の価値を上げるべく発足したプロジェクト。現役高校生を開発現場に迎え、飴のプロであるカンロのノウハウと、高校生ならではの新鮮なアイデアを掛け合わせてひとつの商品を共同開発。“飴をなめる時間が自分にとって意味のある時間になる”ような、“ポジティブな気持ちの変化が生まれる飴”をコンセプトに「透明なハートで生きたい」を発売。

■キャンディディレクターについて

「Z世代 飴の原体験共創プロジェクト」でカンロ社員と共にコンセプトのブラッシュアップやネーミング、パッケージやフレーバーのアイデアを共創したプロジェクトメンバー。現役高校生*でモデル/タレントの市ノ瀬アオさん、大塚萌香さん、神谷侑理愛さんの3名。*開発当時



<カンロ展開ブランド>



■「カンロ」会社概要

- 社名 : カンロ株式会社
 代表 : 代表取締役社長 村田哲也
 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
 上場市場 : 東証スタンダード市場 (証券コード 2216)
 U R L : コーポレートサイト <https://www.kanro.co.jp/>
 Kanro POCKET <https://kanro.jp/>

当社は 1912 年の創業以来、社名になっている「カンロ飴」を始め、菓子食品業界で初ののど飴となる「健康のど飴」、ミルクフレーバーキャンディ市場売上 No.1 ブランド※1「金のミルク」、大人向けガムの先駆けでありガムの売上トップブランド※2である「ピュレガム」など、生活者の皆さまから愛される商品を創り続け、成長してまいりました。直営店「ヒトツブカンロ」では、「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おります。

昨今は、中期経営計画 2024 で目指す姿として掲げる「人と社会の持続可能な未来に貢献する パーパスドリブン企業」の実現を目指し、戦略の中核に据えている「人財」への取り組みも強化しています。2023 年 3 月には健康経営への取り組みが評価され、経済産業省が推奨する「健康経営優良法人 2023」に認定されました。

※1 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 2022 年 4 月～2023 年 3 月累計販売金額ブランドランキング

※2 株式会社インテージ SRI+ ガム市場 2022 年 1～12 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。