

モヤモヤしがちな季節をカンロのキャンディで応援！ カンロひとつぶ研究所「#ひとつぶスイッチ キャンペーン」実施 ～次の祝日まで心にひとつぶ寄り添う、お菓子セット 2.5 カ月分をプレゼント～

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 村田 哲也、以下カンロ)は、キャンディがもつ可能性を紐解き、様々なタッチポイントでその魅力を展開するプロジェクト「カンロひとつぶ研究所」の取組みのひとつとして、モヤモヤしがちな季節をカンロのキャンディで応援する「#ひとつぶスイッチ キャンペーン」を実施します。

オンラインでの限定セット販売のほか、2025年5月7日(水)～5月13日(火)の期間中、次の連休まで心にひとつぶ寄り添う、お菓子セット 2.5 カ月分をプレゼントする SNS キャンペーンを開催します。



《新生活や長期休暇明けなど、モヤモヤした気分に飴やグミで“ひとつぶスイッチ！” 次の祝日まで心にひとつぶ寄り添う、カンロ商品 2.5 カ月分プレゼントキャンペーンを実施》

「カンロひとつぶ研究所」は、若年層を中心に飴の喫食機会が減少傾向にある中、カンロの原点であり、主力商品である飴をはじめとしたキャンディが時代とともに共存していくため、新たな価値や可能性を様々な角度から探求することを目的に発足したプロジェクトです。カンロの企業パーパス「Sweeten the Future 心がひとつぶ、大きくなる。」にある通り、小さな飴のひとつぶには、心を落ち着かせたり、誰かの背中を押したり、ささやかな想いを伝えたりと、“心がひとつぶ大きくなる”瞬間を生み出す力があると信じています。

また、カンロは商品の価値提供領域を「ごほうび」「リラクゼーション」「スイッチ」「ヘルスケア」の4軸で定義しています。「#ひとつぶスイッチ キャンペーン」は、新生活や長期休暇明けなどでモヤモヤした気分を抱えやすい今の季節、気分を切り替える「スイッチ」として、皆さまの生活を応援します。

「#ひとつぶスイッチ キャンペーン」では、カンロ公式 X(@kanro_pr)で皆さまの「5月のモヤモヤエピソード」を募集します。自身のモヤモヤを発散しながら様々な“モヤモヤあるある”に共感し、前向きな一歩を応援できるよう、ご応募いただいたエピソードは特設サイトに掲載してまいります。(URL：<https://kanro.jp/blogs/campaign/moyamoya25>)

カンロはこれからもキャンディがもつ情緒的な価値で皆さまの生活に寄り添えるよう、様々な取組みを実施してまいります。

■「#ひとつぶスイッチ キャンペーン」概要

期間	2025年5月7日(水) 10:00 ~ 5月13日(火) 23:59
応募方法	① かんろ公式 X(@kanro_pr)をフォロー ② キャンペーン投稿に引用ポストで #ひとつぶスイッチ をつけて「5月のモヤモヤ気分エピソード」を投稿
賞品	かんろ商品 2.5 カ月分セット (ピュレグミ、金のミルク、カンデミーナグミ、マロッシュ、健康のど飴などかんろ商品 75 品セット)
当選者数	5 名

■ かんろの価値提供領域

かんろの商品が皆さまの生活の中においてどのようなシーンで寄り添い、どのような価値を提供できるか、「ごほうび」「リラクゼーション」「スイッチ」「ヘルスケア」の4つの価値領域で定義し、商品開発や価値の啓蒙に取り組んでいます。



- ・ごほうび : 自分へのご褒美やおいしい小腹満たしで、プチ贅沢な時間を提供する
- ・リラクゼーション : 心をほぐし癒したり、緊張からの解放で、精神的な開放を提供する
- ・スイッチ : ワクワク感や気分のリフレッシュで、気持ちを切り替えるモチベーションを提供する
- ・ヘルスケア : 自分へのいたわりや心と体を整える機能性で、自己ケアへのサポートを提供する

■ かんろ展開ブランド



■会社概要

社名 : カンロ株式会社
代表 : 代表取締役社長 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)
URL : コーポレートサイト <https://www.kanro.co.jp/>
KanroPOCKeT <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」、大人向けグミの先駆けでありグミの売上トップブランド※2である「ピュレグミ」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。

2025 年 2 月、「中期経営計画 2030」を策定し、新たに「Kanro Vision 2.0」を定めました。「Kanro Vision 2.0」は、企業パーパス「Sweeten the Future 心がひとつぶ、大きくなる。」の下、ビジョン「Sweet な瞬間を創り続けることで人々と社会に笑顔を。」と 4 つのバリュー「Sweet な瞬間を創造する」「事業基盤を変革する」「未来へ紡ぐ」「創発的な組織の更なる進化」からなり、今後の当社の進む方向性を示したものです。

国内グミ事業を中心に更なる成長を実現するとともに、持続的成長のための事業領域拡大・ビジネスモデル拡張を進め、事業を通じて社会課題の解決に寄与しながら、企業価値を向上させることで、人と社会の持続可能な未来に貢献してまいります。

※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 2023 年 4 月～2024 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+ グミ市場 2023 年 10 月～2024 年 9 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。