

芸術の秋、ゴッホの『ひまわり』やモネの『睡蓮』など印象派絵画をパッケージに採用 カンロ「絵画をめぐるピュレグミ ラ・フランス」を発売 ～芳醇なラ・フランスがとろけるおいしさ！食べて・鑑賞して・楽しむ秋のピュレグミ～

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 村田 哲也、以下カンロ)は、印象派絵画の限定パッケージで贈る、ピュレグミ秋の新商品「絵画をめぐるピュレグミ ラ・フランス」を2025年9月9日(火)より全国で発売します。

《カンロのグミでは初、パッケージに有名絵画を採用 芳醇なラ・フランスがとろける、秋の新味》

ピュレグミは、独自の“すっぱいパウダー”によるフレッシュな甘ずっぱさと、心地よい果肉食感が特徴の、カンロを代表するグミブランドです。2002年の発売以来幅広い世代の方々からご愛顧いただき、グミ市場売上 No.1 ブランド※として市場を牽引しています。

※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

そんなピュレグミから、モネの『睡蓮』、ゴッホの『星月夜』、『ひまわり』の3つの印象派絵画をパッケージに採用した「絵画をめぐるピュレグミ ラ・フランス」を発売します。

梨系フレーバーはこれまでに発売した秋味の中でも人気が高く、ラ・フランスは絵画のモチーフとして用いられることも多いフルーツです。グミ粒は洋梨の色味をイメージした白と黄緑のツートンカラーで、ラ・フランス果汁の芳醇でとろけるような味わいに仕上げました。ピュレグミおなじみの出会えたらラッキーなレア型として「ラ・フランス型」と「星型」を潜ませています。



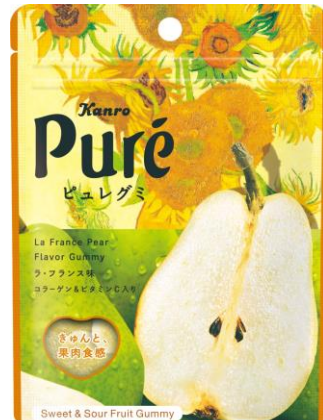
思わず眺めたくなる“印象派絵画”のパッケージとともに贈る、芸術の秋にぴったりなピュレグミです。小腹がすいたときや、ひと息ついてリラックスしたいとき、食べて・鑑賞して・楽しめる「絵画をめぐるピュレグミ ラ・フランス」をお楽しみください。



『星月夜』
フィンセント・ファン・ゴッホ



『睡蓮』
クロード・モネ



『ひまわり』
フィンセント・ファン・ゴッホ

■商品概要

商品名 : 絵画をめぐるピュレグミ ラ・フランス
発売日 : 2025 年 9 月 9 日 (火)
参考価格 : 162 円 (税込) ※消費税 8%
内容量 : 52 g
販売エリア : 全国
特徴 : 印象派絵画を用いたパッケージの濃厚なラ・フランス味のピュレグミ



■発売中のピュレグミシリーズ

商品名 : ピュレグミ レモン／グレープ／マスカット
参考価格 : 各 162 円 (税込) ※消費税 8%
内容量 : 各 56 g
特徴 : “すっぱいパウダー”と果肉食感により噛むほどにフルーティーなピュレグミ

商品名 : ピュレグミプレミアム 山梨産白桃／シャインマスカットスパークリング／
ふじりんごスパークリング (季節限定)
参考価格 : 各 194 円 (税込) ※消費税 8%
内容量 : 各 54 g
特徴 : 果実がとろけるプレミアムなピュレグミ

商品名 : ピュレリング／ピュレリングソーダ
参考価格 : 各 194 円 (税込) ※消費税 8%
内容量 : 各 63 g
特徴 : ハートのリング型をした、すっぱさひかえめのピュレグミ



■ピュレグミについて

『ピュレグミ』は、2002 年の発売以来、幅広い世代の方からご支持いただいているカンロの人気商品です。フルーツのおいしさを引き出す“すっぱいパウダー”と独自の“果肉食感”により、噛むほどにフルーティーな甘すっぱいおいしさが広がり、食べた瞬間ころろが晴れるように、ちょっとハート（気持ち）があがるハート型のグミです。

ブランドサイト

<https://kanro.jp/pages/pure/>

公式 X

https://x.com/kanro_pure

公式 Instagram

https://www.instagram.com/kanro_pure_photo/



■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 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「ヒットツブカンロ」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、人と社会の持続的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。