

「第35回 サントリー1万人の第九」本番会場にて

1万通りの限定デザイン ボイスケアのど飴を差し入れ

カンロは、頑張る1万人の「声」を最後まで応援します！

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:東京都中野区、代表取締役社長:三須和泰、以下 カンロ)は、ボイスケアのど飴を通じて、大規模なコンサートである「サントリー1万人の第九」を2017年も応援。1万人の合唱団の皆さんの第九にかける想いのサポートができるよう、「1万通りの限定デザイン ボイスケアのど飴(非売品)」を本番会場にて差し入れをいたします。この活動を通して、お客様と交流できる機会を増やし、ボイスケアのど飴ファンの方はもちろん、“声を大切にする皆さん”をこれまでより以上に応援していきます。

■デザインパターンは1万通り！世界でひとつだけの限定パッケージ

サントリー1万人の第九の合唱参加者に、もっと寄り添いたいという気持ちから、ボイスケアのど飴のデザインパターンを1万通りに展開。凸版印刷株式会社が提供する、一枚のデザインから異なる複数のデザインのバリエーション展開を実現する「トッパン FP (Flexible Packaging) デジタルソリューション」により、実現いたしました。

■第九合唱の歌詞をデザイン

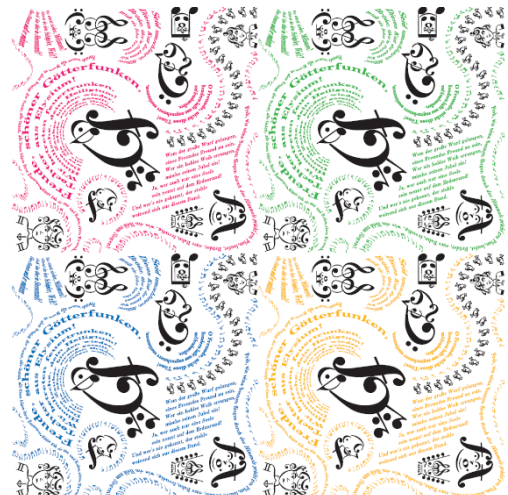
限定パッケージの元となるシードデザインには、交響曲第九番合唱の歌詞を一曲分あしらいました。そのデザインから生まれた“1万通り”のパッケージが本番会場で一堂に会することを、“1万人”の合唱団の皆さんが一つの第九を作り上げることと重ね合わせ、本番までそばで応援するという想いを込めました。また、シードデザインに描かれた第九の歌詞は4色に分かれており、「ソプラノ」「アルト」「テノール」「バス」の4つのパートをイメージしています。

■ボイスケアのど飴差し入れについて

2015年より差し入れ活動をスタートし、今年で協賛3年目。「声を大切にする人の役に立ちたい」という、商品開発当時の想いは変わらず、1万人の合唱団との更なる関係作りをめざし、応援を続けていきます。



(1万通りの限定デザイン ボイスケアのど飴)



(シードデザイン)

■「サントリー1万人の第九」について

今年で35周年を迎える、歴史ある世界最大規模のコンサート。一般から募集した1万人の合唱団が一堂に会し、ベートーヴェンの交響曲第九番を歌う、世界でも類を見ない大規模なコンサートです。1万人の合唱団は約3か月の練習を行い、その中で規定の回数を欠席をすると脱落するという厳しい条件の中で、本番を迎えます。1万人で第九を歌いあげる、という他では体験できない感動を味わえるためか、参加希望者が後を絶たない人気のクラシックコンサートです。総監督・指揮者：佐渡裕氏

サントリー1万人の第九 <http://www.mbs.jp/daiku/>

■ボイスケアのど飴について

『ボイスケアのど飴』は、2010年の発売以来、声を大切にする人たちにご愛用いただいております。国立音楽大学声楽科教授とその学生と共に何度も試作を繰り返して作りあげました。のどへの使用感と毎日食べても食べ飽きない味が特徴です。全国のスーパー、コンビニ、ドラッグストア及び、カンロネットショップでも販売しております。



ブランドサイト <https://www.kanro.jp/voice/>
公式 Twitter <https://twitter.com/voicecarenodo/>
Facebook カンロ公式ページ <https://www.facebook.com/kanro.co/>
カンロネットショップ <http://www.kanroshop.jp/>

■『ボイスケアのど飴』のこれまでの活動

- ・2014年より、合唱を頑張る人の応援をスタート
- ・2014年／ラジオ番組タイアップによる合唱部応援企画
- ・2015年・2016年／全国の合唱部へ差し入れサンプリング実施、
および第九など合唱イベントへの協賛

また、2015年には声優応援の為、声優コラボインタビュー企画を実施
※様々な場所でのサンプリング活動を定期的に実施しております。

■ボイスケアのど飴ファンのための会員サイト「ボイスケア応援隊」

「ボイスケア応援隊」では、「ボイスケア差し入れ隊」のほか、“声を大切にする皆さん”を応援する、会員限定のモニターや特別な体験を企画・発信していきます。

ボイスケア応援隊：<https://www.kanro.jp/kanro/voice/>

■のど飴のパイオニア カンロ

1981年に菓子・食品業界で初めて「のど飴」として発売されたのが「カンロ健康のど飴」です。そのきっかけは、当時の社長が軽い風邪を引き近くの診療所に行った際に、医者から「お宅のカンロ飴や黒飴を舐めておけばいい」と言われた何気ない一言でした。その一言が、なぜか頭から離れずあるとき「のどに優しい飴」に着想し、開発がスタートしました。のどにも良く、嗜好品に不可欠な美味しさを表現するのは至難の業でしたが試作を繰り返し、これまでにない大人向けの味わいのキャンディが出来上がりました。当時の販売価格は100g入り250円。当時のカンロ飴の倍に相当する価格でした。価格が高いうえに、独特のクセがあり、ハーブの認知度も低い。未知のキャンディを根付かせていくことは、困難が予想されましたが、80年代の健康ブームに乗り、「カンロ健康のど飴」は着実にファンを増やしていきました。

■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 : 東京都中野区新井 2 丁目 10 番 11 号
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 : <https://www.kanro.co.jp/>

創業から 100 年余キャンディに取り組み、社名になっている「カンロ飴」を始めとして、ミルクキャンディ売上 No.1※「金のミルクキャンディ」や菓子食品業界で初となる「のど飴」、大人の女性に向けたグミ市場を作り上げた「ピュレグミ」など、多くのロングセラーヒット商品を発売し、キャンディ市場の発展に寄与しています。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
2014 年 10 月～2016 年 9 月累計販売金額アイテムランキング