

報道関係者各位  
プレスリリース



2025年11月11日  
カンロ株式会社

## SNSで毎回話題に！空想上の果実を表現した新感覚グミの第3弾が登場 カンロ「空想果実 イトピスの実」を発売 ～深海で発見された独特な食感で見た目も美しい果実を発見～

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、空想上の果実をグミで表現した「空想果実 イトピスの実」を2025年11月18日（火）より全国のセブン-イレブン限定で発売します。



### 《第1弾の「キラスピカの実」、第2弾の「ウチャチャの実」に続き、新たな空想果実を発見！》

グミ市場は年々拡大を続けており、様々なフレーバーや食感、自由な色使いや形など、多種多様な新商品が発売されています。カンロの「空想果実」シリーズはそんなグミの自由度の高さを活かし、空想上の果実の味や食感をグミで表現した、好奇心を刺激する、これまでにない体験型商品です。商品は公式サイトやSNSと連動しており、まるで本当に幻の果実が実在するかのような世界観を作り上げています。「空想果実」を口にする時、この“果実”は一体何ものなのか、今自分は何を食べているのか。イメージを膨らませながら、空想の世界とまだ見ぬ果実の味わいをお楽しみいただけます。

「空想果実」の第1弾では寒地に分布し神秘的な甘みとやや酸味のある味わいの“キラスピカの実”を、第2弾では熱帯に生育する濃厚で柔らかい果肉と酸っぱく硬い種を持つ“ウチャチャの実”をグミで再現。“空想の果実を食べられる”という夢のある世界観がSNSで話題となり、味の感想はもちろん、「発見者さんありがとうございます」「研究や調査、これからも頑張ってください」など、ユーザーからの世界観に共鳴するコメントも。シリーズのファンが着々と増え、空想果実のSNSフォロワー数は1万人を突破しました。新たな空想果実の発見を楽しみにお待ちいただいている声を受け、待望の第3弾を発売します。



## 《深海で発見された空想上の果実を表現！独特的な食感と美しい見た目の一粒》

「空想果実 イトピスの実」は、深海で発見された空想上の果実で、爽やかな酸味と程よい甘みが特徴の味わいをしています。外側は深海での果皮の状態を再現したパリッと食感、内部は果肉そのものの柔らかい食感をイメージしました。グミ粒は涙のような「しづく型」で、鮮やかな青色が見た目にも美しい一粒になっています。

パッケージに描かれている「イトピスの実」は実物の立体造形を撮影したもので、裏面には発見者の手記を掲載。果たしてこれは一体どんな果実なのか。パッケージやデジタル上で公開されている情報を手掛かりに、ストーリーをイメージしながら新たに発見された「イトピスの実」の味わいをお楽しみください。



### 空想果実 図鑑



No.00011

名称：イトピスの実【Ncptunus itopithii】

科属：アビッサ科ネブチュリ属

浅い海底に浮上すると急速に硬質化し、食用には適さず希少な宝石として流通していた。深海では硬質化が弱まることが分かり、空想果実ラボの技術によって地上でも深海の状態が再現可能となった。

※この果実はフィクションです。

### ■商品概要

商品名	空想果実 イトピスの実
発売日	2025年11月18日（火）
参考価格	248.40円（税込） ※消費税8%
内容量	33g
販売エリア	全国のセブン-イレブン店舗※一部取り扱いの無い店舗もございます
特徴	誰も知らない空想上の果実をグミで再現。 深海で発見された空想上の果実「イトピスの実」

公式サイト：<https://kanro.jp/pages/kusokajitsu>

公式X：[@kusokajitsu\\_lab https://twitter.com/kusokajitsu\\_lab](https://twitter.com/kusokajitsu_lab)



### <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)  
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「ヒップカンロ」では、「ヒトからヒトへ つながる ヒップ」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、企業パーサス「Sweeten the Future 心がひとつ、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 2024 年 4 月～2025 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 2024 年 4 月～2025 年 3 月累計販売金額ブランドランキング

## ■パーサス「Sweeten the Future ～心がひとつ、大きくなる。～」

カンロは、2022 年、企業パーサス「Sweeten the Future ～心がひとつ、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、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。