

キャンディの新しい体験価値を提案するファンイベント 「カンロが贈るとっておきの1日！カンロ祭 2025」を初開催 ～125名のファンが参加！社員と直接交流し、絆を深めたイベントレポート～

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、キャンディの新しい楽しみ方を体験できるファンイベント「カンロ祭 (まつり) 2025」を、2025 年 11 月 22 日 (土) に「LIFULL Table」(東京都千代田区) で初開催しました。



《お客様への感謝を込めて、キャンディの新たな魅力を体験できるファンイベントを初開催》

業界トップシェア※1 を誇るキャンディメーカーのカンロは 1912 年の創業以来、社名になっている「カンロ飴」や菓子食品業界で初ののど飴となる「健康のど飴」、グミ市場売上 No.1 ブランド※2 の「ピュレグミ」、次世代食感グミの「グミツェル」など、飴やグミを中心にキャンディの新たな魅力をお届けできる商品の開発に挑み続けてきました。近年はキャンディ市場の競争が激化する中で、「カンロのファン」を醸成する取り組みも推進しています。

※1 株式会社インテージ SRI+ キャンディ市場 2024 年 1 月～2024 年 12 月計 販売金額シェア

※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

その取り組みの一環として、カンロとファンの方の交流イベントを定期的に開催しており、日頃のご愛顧への感謝とファンとの絆を深める場として、企業活動や商品開発の裏側、ブランドの歴史を直接知っていただく機会を設けています。参加者からは「会社の歴史や取り組みを知り、もっとカンロが好きになった」「商品を深く知ることができて楽しかった」と好評をいただいています。今回は、イベントでの体験を通じてカンロ商品への理解を深めていただくため、キャンディに親しんでいただける多彩なコンテンツを用意。事前に応募をいただいた 125 名の皆さんにご参加いただきました。

《まるで宝箱！好きなグミを詰め合わせて作る「つくろう！わたしのひとつぶ BOX」など多彩な体験に大盛り上がり》

当日は、カンロ商品への理解を深め、キャンディに親しんでいただける多彩なコンテンツをご用意。「つくろう！わたしのひとつぶ BOX」では、現在大ブームの「グミ」を自分の好みや気分に合わせて詰め合わせられる体験企画を実施しました。「ピュレグミ」「カンデミーナ」「マロッシュ」といったカンロの大人気商品に加え、オンライン限定販売の「シークラゲグミ」などを準備。普

段は一緒に並ぶことがないラインナップに参加者は大盛り上がり！参加者と社員だけでなく、参加者同士の交流も行われるなどグミをきっかけにしたコミュニケーションがたくさん生まれました。思い思いにつくった世界に1つのオリジナルBOXを撮影するためのフォトスポットも大盛況でした。



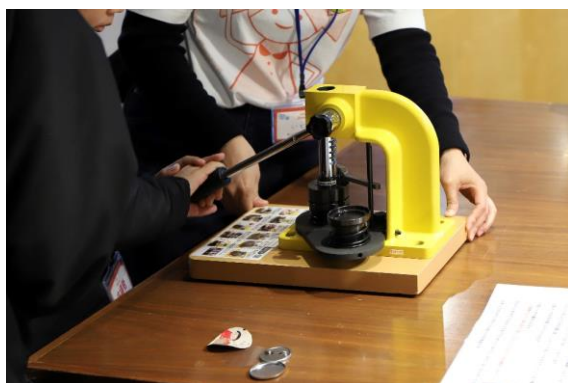
「つくろう！わたしのひとつぶBOX」

カンロの商品を使った軽食やスイーツ、飲み物を味わえる「カンロキッチン」では、カンロ飴を使った「悪魔のカンロ飴トースト」や「大学芋」、グミを使った「グミクラッカー」、「グミソーダ」、これからの時期に欠かせないのど飴を溶かした「ホットのだ飴ティー」を販売。カンロの飴やグミを楽しく味わいながらキャンディの新たな魅力を感じていただきました。

また、「オリジナル缶バッジ工房」では、ピュレグミやカンロ飴などの廃棄包材をアップサイクルした缶バッジ作りも体験。普段見ている商品のパッケージが缶バッジに変身すると驚きの声が上がりました。



「カンロキッチン」提供メニュー（調理過程）



「オリジナル缶バッジ工房」

「おかしなクイズ」コーナーでは、参加者がカンロ社員と交流しながらカンロにまつわるクイズに回答。「POPUPストア」では、ヒット商品やオンラインショップ限定商品を販売しました。

カンロは、今後もファンとの絆をさらに深めるべく、キャンディを通じてお客様との交流をより一層深化してまいります。



「おかしなクイズ」風景



「POPUPストア」

■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、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

■パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつ、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、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。