

カンロ「ピュレグミ」のアップサイクル原料を使用した シートマスク「サボリーノ」が新発売

～規格外のグミを独自の発酵原料へ。食品ロス削減と“タイパ”美容の両立を実現～

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)が展開する、フルーティーな味わいが特徴のグミ「ピュレグミ」と、株式会社スタイリングライフ・ホールディングス BCL カンパニー（本社：東京都新宿区、カンパニーエグゼクティブ プレジデント：大村 和重 以下 BCL カンパニー）が展開するタイパコスメ「サボリーノ」がコラボレーション。サステナブル企画「あますことなくいただきマスク」の第二弾として、「ピュレグミ」のアップサイクル原料を使用した高保湿シートマスクが、2026年6月2日（火）より数量限定で発売されます。



「サボリーノ」は、食品ロスの削減と、スキンケア開発を同時に実現した「がんばらないサステナブル」を提案しているブランドです。本製品は、カンロ、BCL カンパニー、そして独自の発酵技術を持つ株式会社ファームステーションの異業種 3 社の連携により実現いたしました。

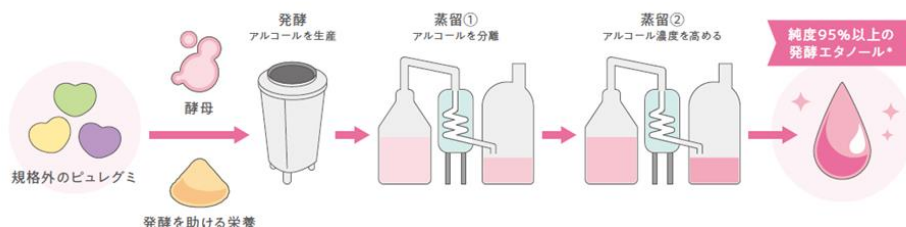
おいしい「残り」が、キレイを育む「シートマスク」に

カンロは、「サステナブル」と「well-being」をキーワードに、既存事業に捉われることなく、未来の市場、未来の顧客をデザインし創出するフューチャーデザイン事業を推進しています。「サボリーノ」のサステナブル企画「あますことなくいただきマスク」の、世の中の“もったいない”資源に光を当て、新たな価値を届けるプロジェクトに賛同し、コラボレーションが実現しました。

規格外の「ピュレグミ」から生まれた、独自成分の「発酵エタノール*」

本製品は、ファームステーションの高度な発酵・蒸留技術によって規格外の「ピュレグミ」が発酵原料として生まれ変わり、シートマスクの原料として配合されています。製造工程でどうしても発生してしまう規格外の「ピュレグミ」を、化粧品原料に仕上げるため酵母で発酵。「ピュレグミ」の特徴に合わせ最適化された発酵条件で、アルコールが生産されています。アルコール濃度を高める蒸留工程の効率に「もろみ」の泡立ちやすさが影響していたため、発酵条件とともに製法の改善を行い、純度95%以上の「発酵エタノール*」に生まれ変わりました。 *エタノール（基剤）

<図：原料のアップサイクル過程>



※イメージです。
*エタノール（基剤）

■商品概要

発売元	: 株式会社スタイリングライフ・ホールディングス BCL カンパニー
商品名	: サボリーノ 目ざまシート 高保湿タイプ N PG26 <フェイスマスク>
発売日	: 2026年6月2日(火)
価格	: 1,540円(税込)
内容量	: 30枚入り(288mL)



■ピュレグミから生まれた独自成分「発酵エタノール*」配合

製品にならなかつたピュレグミを酵母で発酵。幾重もの工程を経て生まれた、ピュレグミをイメージしたほんのりフルーティーな香りがする独自成分です。

■ピュレグミから着想を得た、うるおい成分でふっくら弾力肌に

白ブドウ果実エキス*1やグレープ発酵エキス*2、レモン果実エキス*3など、ピュレグミのフレーバーをイメージした植物由来成分を配合。

■中身も外装もサステナブル、環境に配慮したクリーン設計

成分には環境配慮型の「スクワラン(保湿)」を採用。さらに、パッケージ(袋)のプラスチック使用量を従来品より約15%削減するなど、肌への心地よさと地球環境への優しさを両立した設計にこだわりました。

■タイパ×高保湿 毎朝1分*4でスキンケアが完了

洗顔*5からスキンケア、保湿下地までがこれ一枚、1分で完了します。

*エタノール(基剤) *1ブドウ果実エキス(保湿) *2サッカロミセス/ブドウ発酵エキス(保湿) *3保湿 *4使用時間目安 *5ふきとりによる

■「サボリーノ」について

サボリーノは、2015年の誕生以来、ベストコスメ150冠獲得、累計販売枚数12億枚を達成した実績を持つタイパコスメブランドです。(2025年9月時点) 2024年のリニューアルでは新たにブランドメッセージ「がんばらなくてもいいジブン」を掲げ、「日々のスキンケアを諦めたくない」という声に応え、洗顔*5からスキンケア、保湿下地までを1つで完結する「朝用マスク」を中心に、忙しい毎日をサポートし、心にゆとりを生み出す商品を提供し続けています。

サボリーノ公式サイト: <https://www.bcl-brand.jp/shop/c/c10/>

BCL公式オンラインショップ: <https://www.bcl-brand.jp/shop/default.aspx>

■「あますことなくいただきマスク」について

世の中のもったいない!から生まれたフェイスマスクを提案するサステナブル企画。株式会社インターブランドジャパンとの共同企画として2026年1月に生まれ、「がんばらない」サステナブルな取り組みを提案するシリーズとして継続的な展開を予定しています。

※インターブランドは、1974年ロンドンでの設立以来約50年にわたり、常に世界をリードするブランディング専門会社として、戦略、クリエイティブ、テクノロジーの組み合わせにより、クライアントのブランドとビジネス双方の成長を促進する支援を行っています。

■「ファームステーション」について

食品工場の副産物などの未利用バイオマスをも、多様な微生物を駆使した発酵技術により、付加価値の高い素材へ変換するアップサイクルに取り組むバイオスタートアップ企業です。これまでにない食品の風味素材や、化粧品原料等の機能性素材を開発しています。 <https://fermenstation.co.jp/>

■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ずっぱいおいしさが広がり、食べた瞬間こころが晴れるように、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

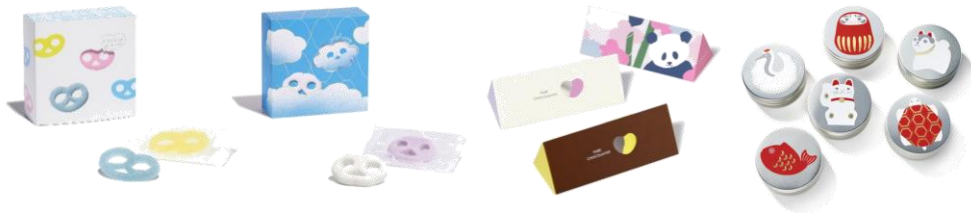
https://x.com/kanro_pure

公式 Instagram

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



■カンロ展開ブランド



■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※「金のミルク」、大人向けグミの先駆けである「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 心がひとつが、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。

※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

■ 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。