

過去最大規模の 14 社が集結！

9 月 3 日「グミの日」は「グミニケーションしよう!!」 ～二子玉川で開催の「グミの家 2026」には、カンロブースも出展！～

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、日本グミ協会やグミメーカーから成る共創プロジェクト「GUMMIT（グミット）」に参画し、グミ市場の更なる発展のために活動しています。2026 年の「グミの日（9 月 3 日）」は、「グミニケーションしよう!!」をテーマに、二子玉川（東京都 世田谷区）でのオフラインイベントや、SNS キャンペーンなどを実施。カンロは「ピュレグミ」や「カンデミーナグミ」、「マロッシュ」や「カンロ ザ・ストロンググミ」といった商品の提供等で協力をしています。



《2026 年のテーマは、「グミニケーションしよう!!」 過去最大となる 14 社が集結！》

グミは味や色、形や弾力が自由で、持ち運びもできる多様性に溢れたお菓子です。「このグミかわいい!」「この新作食べた?」など、そのユニークさがきっかけとなり生まれる“グミニケーション”を合言葉に、これまで様々なプロモーションを通じて 9 月 3 日の“グミの日”を盛り上げてきました。2026 年は、過去最大規模となる計 14 社が「GUMMIT」へ参加。オフラインイベントやプレゼントキャンペーンなどを通して、誰かと一緒に“グミニケーション”を楽しむきっかけをお届けします。

《“グミつり”でカンロの人気商品がもらえる!「グミの家 2026」を二子玉川で開催!》

「二子玉川ライズスタジオ&ホール」にて、グミの体験型イベント「グミの家 2026」を開催します。今年は、過去最大となる 11 社のメーカーがブースを出展。各社の個性あふれるグミを楽しめる体験企画をはじめ、“利きグミ”や特別ゲストによるスペシャルステージなど、グミを食べて、見て、触れて楽しめる多彩な企画を展開します。

カンロブースでは「グミつり」を実施。さまざまなグミを釣り上げながら、多彩な食感や味、カンロならではの商品ラインナップに触れていただける体験型コンテンツです。参加者にはカンロの人気グミを 1 つプレゼント。ぜひ会場でお楽しみください。

※ブースの内容は変更となる可能性があります。予めご了承ください。

【開催概要】

- ・場所 : 東京都世田谷区玉川 1 丁目 14-1
二子玉川ライズ S.C.テラスマーケット 2F
二子玉川ライズスタジオ&ホール
- ・日時 : 2026 年 8 月 29 日 (土) 11:00~19:00
2026 年 8 月 30 日 (日) 11:00~17:00
※入場無料 (整理券優先 + 自由入場)



(「グミの家」詳細 : <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000012.000114304.html>)

《全 58 品からなる日本グミ協会公認「グミマップ 2026」を公開！》

GUMMIT に参加する 14 社のグミを、ソフト or ハード、自由 or 王道の 4 象限に分類。食べたことのあるグミや自分の好きなグミ、チャレンジしてみたいグミなど、商品選びの参考にしてみたいはいかがでしょうか。なお、グミマップは全国の小売店でも掲載予定です (一部店舗を除く)。



(グミの日特設サイト : <https://gummymysday.jp/>)

■ GUMMIT (グミット) とは

GUMMIT とは、日本グミ協会とグミ・キャンディーを扱う企業・ブランドからなる「グミのサミット」です。9 月 3 日の「グミの日」や、3 月 9 日の「裏グミの日」を通して、GUMMIT だけができる、グミならではの魅力の発信や、グミが作り出す人と人の繋がりがやコミュニケーション (グミニケーション) を届けています。

GUMMIT



特別協力 **SHISEIDO**
JAPAN

■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、人と社会の持続可能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。