バラエティ豊かなラインナップ
チョコエッグ
本物のおいしさ
セコイヤチョコレート
フルタ製菓株式会社
〒544-0023　大阪市生野区林寺6-7-22

菓子・食品・パン関連資材専門紙　流通記者会加盟紙
菓業食品新聞
The Journal of confectionery
URL:http://okashi.info　e-mail:okashi@nespe.com
平成30年　7月22日（日曜日）
（毎月12、22日発行）第2191号
昭和41年7月2日第3種郵便物認可
発行所　〒553-0003 大阪市福島区福島 1-2-12-605
TEL 06(6458)2045 FAX06(6458)6520
株式会社菓業食品新聞社
支社・京都
発行人　狩野　智子　　一ヵ年　8,400円

カンロ

秋季新商品発表会
主力のカンロ飴刷新
「ミルク」や「ハーブ」を配合

三須社長

カンロ㈱（三須和泰社長）は、7月12日（木）午前11時より東京都新宿区の本社オフィスにて、2018年秋季新商品発表会を開催した。

初めに、三須社長が「当社は、中期経営計画『New KANRO 2021』で掲げた『キャンディNo.1企業』を目指し、売上拡大戦略・経営基盤の強化を両輪の施策として、変化を恐れず様々な改革を推進している」と挨拶した。続いて、今秋の新発売商品を発表した。

商品開発の方向性の一つである、「素材を活かす」という観点から、社名の「カンロ飴」の製法を63年ぶりに見直し、添加物（アミノ酸）を使用せず、素材そのものの美味しさを引き出すことに成功。砂糖、ミルクが加わり、大人から子どもまで楽しめる味わいにした。（70g 約16粒、9月より発売）。

リニューアルした4品

さとすっきりとした後味とCIを真ん中にぱいカンロ飴から感じるに配置し、同すっきりとしたハーブが社の代表商品クセになる味わい。（70g 約15粒、SM・DSは9月、CVS他は10月より発売）この2商品は30～40歳代をターゲットとし、カンロ飴のさらなるユーザー拡大を狙う。

また、「ハーブのカンロ飴」は37年前の菓子業界初、「健康のど飴」に配合し、最先端ののど飴として進化させ、のどの奥でじんわりと体感するのど飴として完成した。（50g 約15粒 SM・DSは9月、CVS他は10月より発売）今後も、のど飴の商品開発を重ね、同社はのど飴市場1位を目指すと宣言。

最後に、「糖とともに歩む企業として、キャンディの可能性を信じてより良いものを追い求め、中期経営計画及び長期ビジョン達成のために、社員一丸となって前進していきたい。これからも当社に期待してほしい」と意気込みを語った。

杉本屋、大学と連携
まけんグミを開発

杉本屋製菓㈱は、大同大学経営情報専攻と連携し、商品のデザインから販売までの工程を授業として行い、グミキャンディー「大同大学オリジナルまけんグミ」を開発を行った。

4月から商品開発をカウントを作成し、懸賞品などを使って情報が拡散されるよう取り組んだ。同社が1万800個を製造し、1個15gで80円（税込）で販売予定であり、大学での販売やネット通販などでの販売を予定している。

共同開発した4品

その後専用のSNSア

行い、デザイン作りから商品の納品、販売までを行った。一人ひとりが商品開発の責任者であるという自覚のもと、消費者に対するニーズやどのような条件であれば納品が可能なのかなど学生自らが主体的となって商品開発を行った。

3～5面　不二家、明治、グリコ
6面　美しい街づくりセミナー
10面　菓匠会　菓子展示

糖から未来をつくる。
Kanro
健康な心と体。新たなひらめき。そして、人と人がつながるきっかけ。
私たちがつくるその小さなひと粒には、これからやってくる未来を変える力がある。
その信念を胸に、私たちは糖と向き合い、
まだこの世界にない新たなキャンディを生み出し続けていきます。