

報道関係 各位

2026年8月25日
カバヤ食品株式会社**『タフグミ』ブランドパートナー 川尻 蓮 (J01) さん
タイアップキャンペーン第2弾****2026年8月25日(火)より実施
～「タフグミの日」の9月7日からマストバイキャンペーン開始～**

カバヤ食品株式会社は、“噛むほどウマイ、この弾力。”『タフグミ』ブランドパートナー、J01・川尻 蓮さんとのタイアップキャンペーン第2弾を、『タフグミ アップルインパルス』の発売に合わせ、8月25日(火)より実施しますので、お知らせします。



『タフグミ』ブランドは、噛みごこちの良い高弾力食感のキューブ型グミによる食べ応ごたえと、パンチの効いたサワーパウダーの刺激が生み出す、唯一無二の“噛み続けたくなる、やみつきのウマさ”が特長です。2025年度の『タフグミ』ブランド年間売上高は、当社の製品ブランドとして初めて100億円を突破したことに加え、同ブランドの主力製品『タフグミ』は、3年連続でグミ市場単品売上金額ナンバーワン※1の称号を獲得し、拡大を続けるグミ市場において、確固たるポジションを築いています。

※1:インテージ SRI+ グミ市場累計販売金額 単品ランキング(2023年4月-2026年3月)

2026年2月に『タフグミ』ブランドパートナーに就任した川尻 蓮さんは、大のグミ愛好家として知られています。就任前から、最も好きなグミに『タフグミ』を挙げるなど、自身の実体験を通じてブランドの魅力を語られており、『タフグミ』と相思相愛の関係にある存在です。今年2月に実施したタイアップキャンペーン第1弾では、『タフグミ』ブランド独自の価値である圧倒的な“ウマさ”を、TBP(『タフグミ』ブランドパートナー)として、川尻さん自身のSNSやコラボ動画で広く発信しされ、大反響をよびました。

今回実施するタイアップキャンペーン第2弾では、川尻さんが『タフグミ』の袋の中から現れ、頑張る人たちが思わず笑顔になるようなメッセージを届ける動画を、『タフグミ』ブランド公式X、TikTokから発信します。さらに、「タフグミの日」である9月7日(月)から10月7日(水)までの期間、コラボグッズなどが当たるマストバイキャンペーンを実施します。

<特設サイト>

- ◆『タフグミ』ブランドサイト : <https://www.kabaya.co.jp/products/catalog/tough/>
- ◆『タフグミ』ブランド公式Xアカウント : https://x.com/kabaya_tough
- ◆『タフグミ』ブランド公式tiktokアカウント : https://www.tiktok.com/@kabaya_tough

<『タフグミ』マストバイキャンペーン>

- ◆実施期間：9月7日（月）～10月7日（水）23時59分まで
- ◆応募方法：『タフグミ』を購入したレシートを撮影し、マストバイキャンペーン公式サイトにて応募
- ◆対象製品：『タフグミ』ブランド全製品※
 - ※・『タフグミ』シリーズ
 - ・『タフグミ mini』シリーズ
 - ・『タフグミ』PROシリーズ
 - ・『タフグミ』BARシリーズ
- ◆賞品と当選者数：A賞…音楽が聴けるキーホルダー(10名様)
 B賞…缶バッジ2個セット(30名様)
 C賞…ステッカー(50名様)
 D賞…QUOカード(500円円分)(50名様)



<参考：川尻 蓮さん（J01）プロフィール>



1997年生まれ、福岡県出身。
 グローバルボーイズグループJ01のメンバー。
 2020年3月にデビュー。
 2026年7月にはドームツアー『J01DER SHOW 2026 ‘EIEN 永縁’』を完走。10月には全米デビューと北米ツアーを控えており、グローバルに活躍を拡げている。
 高いダンススキルと表現力を武器に、グループのパフォーマンスを支える存在として活躍。一見クールな雰囲気をもとながらも、よく笑う柔らかな一面とのギャップも魅力で、多くのファンを惹きつけている。