

報道関係 各位

2026年2月17日
カバヤ食品株式会社

『タフグミ』、圧倒的な“ウマさ”を訴求する ブランドコミュニケーションに刷新

同時に製品ラインアップを見直し、2月17日（火）より順次展開

カバヤ食品株式会社は、代表ブランド『タフグミ』が持つ独自の価値である圧倒的な“ウマさ”とその理由をより分かりやすく直感的に伝えるため、新たなブランドコピーとして“**噛むほどウマい、この弾力。**”を掲げ、ブランドコミュニケーションを刷新します。これに伴いパッケージデザインの刷新をはじめとする各種コミュニケーション施策の実施や期間限定フレーバーの発売など、2月17日（火）より順次展開すると同時に、製品ラインアップを見直します。

『タフグミ』は、“**噛みごこちの良い高弾力食感**”と“**サワーパウダーの刺激**”が生み出す“**噛み続けたくなる、やみつきのウマさ**”という唯一無二の価値を持つグミブランドです。

2014年の発売当初は男性をメインターゲットとしていましたが、独特の高弾力食感の認知拡大やフルーツフレーバー製品の展開、新しい喫食シーンの提案などを通じて、現在では「集中したい時」に喫食するグミとしてのポジションを確立し、年齢や性別を問わず幅広い層に支持されています。こうした取り組みの結果、主力製品『タフグミ』は2年連続グミ市場販売金額No.1※1を獲得するなど、成長著しいグミ市場の拡大を牽引しています。

※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-2025年3月）

近年、グミ市場は拡大を続ける一方で、食感や味わいのほか、「集中したい時」などの訴求軸が近しい製品も増え、生活者にとって各メーカーの製品特長の違いが瞬時に伝わりにくい環境になっています。こうした市場環境を背景に、当社は改めて『タフグミ』が支持されている理由を見つめ直した結果、ブランドの核となる価値は他とは一線を画す“ウマさ”にあると再定義しました。

<ブランドコミュニケーション刷新>

1. 新ブランドコピー “**噛むほどウマい、この弾力。**”

『タフグミ』ならではの高弾力食感とやみつきになる味わいが生み出すウマさを、“**噛むほどウマい、この弾力。**”というコピーで表現し、お客様が店頭で瞬時に価値を理解できる表現へと深化させています。



2. ロゴの変更としする感ある動的なパッケージデザインへ

『タフグミ』ブランドらしさを象徴する黒を基調にゴールドのロゴを際立たせたデザインは踏襲しつつ、店頭での視認性と独自価値の伝わりやすさを高めるため、ロゴは見やすさ・読みやすさ・認知しやすさの向上を目的に書体変更とカタカナ表記を大きくしています。

また高弾力食感やサワーパウダーの刺激といった特長を、食感と味わいが直感的に想起していただける“しする感”のある動的なデザインとして採用しました。



3. 『タフグミ』新ブランドページ公開

今回の刷新に合わせ、新しいブランドページを2月17日（火）10時より公開予定です。

<https://www.kabaya.co.jp/catalog/tough/>

4. グローバルボーイズグループ・川尻蓮(J01)さんを『タフグミ』ブランドパートナーに起用

『タフグミ』は、グローバルボーイズグループ・川尻蓮(J01)さんを『タフグミ』ブランドパートナーに起用します。川尻蓮さんは日頃から『タフグミ』を好んで喫食されており、その実体験を通じて『タフグミ』の圧倒的な“ウマさ”を説得力をもって伝えられる存在として、グミファンからノンユーザーの方々まで魅力を幅広く届けるべく今回の起用に至りました。



<製品ラインアップの見直し>

1. 期間限定フレーバー『タフグミ グレフルフィーバー』発売

当社は、『タフグミ グレフルフィーバー』を2月17日（火）より期間限定で発売します。男性だけでなく女性からの人気も高いグレープフルーツを、『タフグミ』らしいサワーパウダーの刺激的な爽快感とあわせました。ほろ苦さと酸味が効いたホワイトグレープフルーツ風味の“グレープフルーツα”と、フルーティーな甘みが特長であるピンクグレープフルーツ風味の“グレープフルーツβ”的2種アソートで楽しめます。



2. 新たな顧客接点を創出。『タフグミ mini』の展開を拡大

『タフグミ mini』は、『タフグミ』の“噛み続けたくなる、やみつきのウマさ”はそのままに、女性など口が小さい・顎の力が弱い方でも食べやすいように、小粒サイズにしたグミです。「食べやすいサイズで歯ごたえも感じられて良い」、「一口で食べることが苦手でも『タフグミ』らしさを楽しめる」といった好評を受け、一部コンビニエンスストアで先行発売していた『タフグミ mini ソーダ&マスカットデュオ』を、このたび展開エリアおよび業態を拡大し、3月31日（火）より全国のスーパーマーケット、ドラッグストア等でも販売します。



『タフグミ』ブランドは今後も、あと少しタフに頑張りたい人の相棒グミとして、さまざまなシーンに寄りそう形状・フレーバー・成分のラインアップを通じて、ファンはもちろん、これまで『タフグミ』やグミを喫食してこなかった方々にも、“噛み続けたくなる、やみつきのウマさ”を提案してまいります。

<参考:『タフグミ』ブランド 製品ラインアップ詳細> ★全製品価格は「オープン」

◆『タフグミ』シリーズ



『タフグミ』



『同 グレーピーパンチ』



期間限定フレーバー
『同 グレフルフィーバー』



『同 MEGA』

【製品特長と概要】

- ・高弾力で厚みのあるキューブ型による食べごたえ、食べ始めに感じるサワーパウダーのパンチと程よい甘みをアソートで楽しめる、やみつきのウマさ

種類別名称・内容量	グミキャンディ・100g ※『タフグミ MEGA』は203g
販売エリア・業態	全国のスーパー・マーケット・コンビニエンスストア・ドラッグストア等

◆『タフグミ mini』シリーズ



『タフグミ mini
レモン&ソーダデュオ』

【製品特長と概要】

- ・『タフグミ』のウマさの秘訣はそのままに、食べやすい小粒サイズ
- ・ジューシーでパンチの効いたレモンとソーダの2種アソート

種類別名称・内容量	グミキャンディ・80g
販売エリア・業態	全国のコンビニエンスストア

※3/31～スーパー・マーケット、ドラッグストアなどで販売開始

◆『タフグミ PRO』シリーズ



『タフグミ PRO カフェイン
ジンジャーレモン』

【製品特長と概要】

- ・『タフグミ』のウマさの秘訣はそのままに、原料設計の工夫により、口に入れた時の刺激性は通常の『タフグミ』の約2倍※2

※2:『タフグミ』に入っているソーダ味との比較

種類別名称・内容量	グミキャンディ・100g
販売エリア・業態	全国のスーパー・マーケット・コンビニエンスストア・ドラッグストア等

◆『タフグミ BAR』シリーズ

【製品特長と概要】

- ・『タフグミ』のウマさの秘訣はそのままに、“噛みちぎる”感覚を味わえるバー形状のグミ
- ・グミ1本の重量は40g（1製品あたり1本入り）。ガツンと腹を満たす食べごたえ
- ・最後まで飽きずに食べられる、1本に2つのフレーバーの“2in1製法”



『タフグミ BAR コーラ&ソーダ』



『同 BAR グレープ&マスカット』

種類別名称・内容量	グミキャンディ・1本
販売エリア・業態	全国の一部コンビニエンスストア

『タフグミ』ブランドページ…<https://www.kabaya.co.jp/catalog/tough/>

『タフグミ』Xアカウント …https://x.com/kabaya_tough