

報道関係者各位
プレスリリース



2025年11月17日
カンロ株式会社

忙しい現代人の心をとかす、やさしいメッセージが電車内をジャック カンロ「金のミルクキャンディ」中づり広告掲出スタート ～上質な甘さに心がほどける、癒しのメッセージが7日間限定で登場～

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、厳選素材とこだわりのミルクのおいしさを楽しむプレミアムミルクキャンディ「金のミルク」シリーズの交通広告を 2025年11月17日（月）～23日（日）までの7日間、JR 東日本的一部車両内に掲出します。



《“忙しい現代人の心をとかす、一粒のやさしさメッセージ”をテーマにブランドの世界観を表現》

「金のミルクキャンディ」は、北海道産生クリームといった厳選素材を使用し素材の美味しさを活かして仕上げた、大人のためのプレミアムミルクキャンディです。2012年9月の発売以降、コクがありつつもあっさりとした後味などがご好評いただき、ミルクキャンディブランド NO.1 の売上※を獲得しています。“まろやかな時間をつくる、やさしいひと粒”というブランドパーソナリティと、そのやさしい上質な味わいとやさしく寄り添う情緒的価値を伝えることで、より多くの方に愛され日常のちょっとしたご褒美として欠かせない一粒になることを目指しています。

※株式会社インテージS R I + 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

今回、2025年11月17日（月）～23日（日）の期間限定で、JR 東日本的一部車両内の中づり広告に「金のミルクキャンディ」シリーズが登場。“忙しい現代人の心をとかす、一粒のやさしさメッセージ”をテーマに、「たまにはとろとろ、甘えてみませんか。」「たっぷりミルクで、じんわり心を包みましょう。」など、思わず心がほどけるような計8種類のメッセージを展開。飴のイラストや味わいのシズルが表現された、思わず食べたくなるような印象的なビジュアルも特徴です。仕事の合間や通勤のひとときにも、少しだけ肩の力を抜いて心を癒す時間を届けます。

【車内広告の一例】※全8種



【車内広告 詳細】

- ・掲出期間：2025年11月17日（月）～23日（日）
- ・掲出路線：JR 東日本京浜東北線・根岸線、埼京線・りんかい線、常磐線各駅停車、つくばエクスプレス、中央線快速、中央線・総武線各駅停車、青梅線・五日市線の一部車両

※運行期間は予定であり、予告なく変更・中止となる場合がございます。

※駅係員へのお問い合わせはご遠慮ください。

■発売中の金のミルクシリーズ

「金のミルク」シリーズとしてより統一感のあるパッケージデザインにリニューアル。背景にミルクを感じさせるデザインに一新しました。仕事や家事の合間に息抜きしたいときなど、プレミアムな味わいをぜひお楽しみください。

商品名：金のミルクキャンディ

参考価格：238円（税込）※消費税8%

内容量：80g（個装紙込み）

販売エリア：全国

特徴：北海道産生クリームを使用し、

素材そのままのおいしさが楽しめるプレミアムミルクキャンディ



商品名：金のミルクキャンディ抹茶ラテ

参考価格：238円（税込）※消費税8%

内容量：61g（個装紙込み）

販売エリア：全国

特徴：北海道産生クリームと香り高い宇治抹茶の

素材そのままのおいしさが楽しめるプレミアム抹茶ミルクキャンディ



商品名：金のミルクキャンディカフェラテ

参考価格：238円（税込）※消費税8%

内容量：61g（個装紙込み）

販売エリア：全国

特徴：北海道産生クリームと香り豊かな深煎り珈琲を使用した

素材そのままのおいしさが楽しめる本格カフェラテキャンディ



■金のミルクとは

『金のミルク』は2012年発売以降お客様に好評いただき、ミルクフレーバーキャンディ市場において売上No.1ブランド[※]となりました。「高級」「贅沢」をテーマに厳選した素材にこだわり、ミルクそのままの美味しさを実現。濃厚な味わいながら後味はしつこくない、大人の味わいプレミアムミルクキャンディです。

※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
金のミルクブランドサイト <https://kanro.jp/pages/kinmilk/>

■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^{※1}「金のミルク」、大人向けグミの先駆けでありグミの売上トップブランド^{※2}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「ヒップカンロ」では、「ヒトからヒトへつながるヒップ」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、企業パーサス「Sweeten the Future 心がひとつ、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。

※1 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

※2 株式会社インテージSRI+ グミ市場 2024年4月～2025年3月累計販売金額ブランドランキング

■パーサス「Sweeten the Future ~心がひとつ、大きくなる。~」

カンロは、2022年、企業パーサス「Sweeten the Future ~心がひとつ、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、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。