

ミルクキャンディ売上 No.1 ブランド※から、ブランド史上初となる“塩フレーバー”が登場！ カンロ「金のミルクキャンディ 塩ミルク」発売

～アルペンザルツ塩を使用した、暑い日々にもぴったりのプレミアムな味わい～

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による上質な味わいのミルクキャンディ「金のミルク」シリーズから、「金のミルクキャンディ塩ミルク」を2026年6月2日（火）より全国で発売します。



《暑い日々にも美味しく塩分補給！北海道産生クリーム×コク深いアルペンザルツ塩の上質な味わい》

「金のミルクキャンディ」は厳選素材の美味しさを活かした、大人のためのプレミアムな味わいの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。“まる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パスのもと、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

2026年4月、気象庁は最高気温 40℃以上の日を指す名称として新たに「酷暑日」を発表。年々塩飴の需要が増加傾向にあるなか、今年も速いペースで暑さが厳しくなることが予想されています。こうした市場背景を受け、ブランド史上初の“塩フレーバー”として、「金のミルクキャンディ塩ミルク」を発売します。素材そのままの美味しさにこだわる「金のミルク」だからこそ、厳選素材の美味しさを活かした“塩フレーバー”が提供できると考えました。

「金のミルクキャンディ塩ミルク」は、北海道産生クリームとコク深い味わいが特長の「アルペンザルツプレミアム」を使用。ドイツアルプスの岩塩である「アルペンザルツプレミアム」の粒々を練り込み、まるやかなミルクとコク深い岩塩が溶け合う上質な味わいに仕上げました。パッケージは、「金のミルク」の世界観を表現した高級感のあるデザインはそのままに、アルプスの山々を背景に描いた涼やかさを感じる仕上がりとなっています。ちょっとした外出時の塩分補給や、仕事や家事の合間などに、「金のミルク」シリーズだからこそ提供できる“塩ミルク”の味わいをぜひお楽しみください。

■商品概要

- 商品名 : 金のミルクキャンディ塩ミルク
発売日 : 2026年6月2日(火)
参考価格 : オープン価格(想定小売価格:税込238円前後)
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ドイツ産の岩塩「アルペンザルツプレミアム」を使用した
素材そのままのおいしさが楽しめるプレミアム塩ミルクキャンディ



■発売中の金のミルクシリーズ

- 商品名 : 金のミルクキャンディ
参考価格 : オープン価格(想定小売価格:税込238円前後)
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上質な味わいのミルクキャンディ



- 商品名 : 金のミルクキャンディ抹茶ラテ
参考価格 : オープン価格(想定小売価格:税込238円前後)
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を使用した
素材そのままのおいしさが楽しめる上質な味わいの抹茶ラテキャンディ



- 商品名 : 金のミルクキャンディカフェラテ
参考価格 : オープン価格(想定小売価格:税込238円前後)
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、上質な味わいの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。」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。

国内ガ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。

※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

■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。