

夏の風物詩“塩スイカ”をピュレグミで表現 カンロ「ピュレグミすいすい塩スイカ」発売 ～みずみずしいスイカの甘みを塩が引き立てる、夏限定フレーバー～

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、みずみずしいスイカの夏らしい味わいが楽しめる「ピュレグミすいすい塩スイカ」を2026年6月23日(火)より全国で発売します。



《塩味がスイカの甘味を引き立てる！見つけたらハッピーなレア型3種にも出会えるかも》

「ピュレグミ」は、フルーツのおいしさを引き出す“すっぱいパウダー”と独自の“果肉食感”により、噛むほどにフルーティーな甘すっぱいおいしさが広がり、食べた瞬間ころが晴れるように、“ハート(気持ち)があがる”ハート型のグミです。2002年の発売以来、幅広い世代にご愛顧いただいております。

このたび、夏の風物詩“塩スイカ”をピュレグミで表現した「ピュレグミすいすい塩スイカ」を発売します。スイカ果汁を使用したみずみずしい味わいに、甘さ引き立てる塩を配合。外側はすっぱいパウダーでコーティングし、あと引くおいしさに。甘さと塩味が暑い季節にぴったりな、爽やかな味わいに仕上げました。グミ粒は完熟のスイカをイメージした赤いハート型。出会えたらハッピーなレア型として、夏の水辺がテーマの「かに型」「貝がら型」「いるか型」の3種を潜ませました。

パッケージは「真夏の水遊び」をイメージした5種のデザインを展開します。フレッシュでみずみずしいスイカをメインに、バックにはきらめく水が涼やかなプールや海などの景色を配置。裏面には、「はしゃぐ夏を眺めながら木陰でひとやすみ。『なにもしない』をするのもいいね。」といった情緒的なメッセージを添えています。さらに、底面には「ステキな夏になりますように」「たまにはゆっくり過ごそう」などの前向きになれるメッセージも。

日常のおやつや小腹満たしにはもちろん、職場や学校でのコミュニケーションツールにもぴったりです。夏を彩る季節限定フレーバーをぜひご賞味ください。

■商品概要

- 商品名 : ピュレグミすいすい塩スイカ
発売日 : 2026年6月23日(火)
参考価格 : オープン価格(想定小売価格 税込 162円前後)
内容量 : 52g
販売エリア : 全国
特徴 : みずみずしいスイカの甘さを塩が引き立てる夏らしい味わいのピュレグミ



■ピュレグミについて

『ピュレグミ』は、2002年の発売以来、幅広い世代の方からご支持いただいているカンロの人気商品です。フルーツのおいしさを引き出す“すっぱいパウダー”と独自の“果肉食感”により、噛むほどにフルーティーな甘すっぱいおいしさが広がり、食べた瞬間こころが晴れるように、ちょっとハート(気持ち)があがるハート型のグミです。

ブランドサイト

<https://kanro.jp/pages/pure/>

公式 X

https://x.com/kanro_pure

公式 Instagram

https://www.instagram.com/kanro_pure_photo/



■発売中のピュレグミシリーズ

- 商品名 : ピュレグミ レモン/グレープ/マスカット
参考価格 : オープン価格(想定小売価格:各税込 162円前後)
内容量 : 56g
特徴 : “すっぱいパウダー”と果肉食感により噛むほどにフルーティーなピュレグミ

- 商品名 : ピュレグミプレミアム 山梨産白桃/シャインマスカットスパークリング/塩ライチ/沖縄産パイナップル
北海道産ダブルメロン(北海道限定)
参考価格 : オープン価格(想定小売価格:各税込 194円前後)
内容量 : 各 54g
特徴 : 果実がとろけるプレミアムなピュレグミ

- 商品名 : ピュレリング/ピュレリングソーダ
参考価格 : オープン価格(想定小売価格:各税込 194円前後)
内容量 : 各 63g
特徴 : ハートのリング型をした、すっぱさひかえめのピュレグミ



■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※「金のミルク」、大人向けガムの先駆けである「ピュレガム」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 心がひとつづつ、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。

国内ガム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 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

■パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつづつ、大きくなる。～」

カンロは、2022 年、企業パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつづつ、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、「心がひとつづつ、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。