

焙煎ピーナッツ×キャラメルの味わい、やみつきになる“ザクザク食感”をもっと多くの皆さまへ！

カンロ 7月20日を「ナッツボンの日」に制定

～ところでナッツボンの「ボン」って何？制定を記念した特別キャンペーンも実施！～

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、一般社団法人 日本記念日協会より認定を受け、7月20日を「ナッツボン（720）の日」として制定したことをお知らせします。また、これまで「ナッツボン」をご愛顧いただいた皆さまへの感謝と、そのおいしさをより多くの方に届けたいという思いを込めて、「ナッツボンの日」制定を記念した「ところでナッツボンの『ボン』って何!?キャンペーン」を、2026年7月13日（月）から実施します。



（「ナッツボン」ブランドサイト：[ナッツボン ブランドサイト - Kanro POCkET](#)）

《世代を超えて愛されるカンロのロングセラー商品！焙煎ピーナッツとキャラメルのクセになる“ザクザク食感”》

「ナッツボン」は、ピーナッツをキャンディで包むカンロ独自製法のクランチキャンディとして1968年に発売し、長年親しまれてきた商品です。ナッツボンならではの口いっぱいに広がるキャラメルの甘みと、焙煎したピーナッツの香ばしさが絶妙にマッチした味わいで、独自の3層構造により口の中で碎ける“ザクザク食感”を表現しています。

お客様からの熱い声にお応えし、2026年2月に「ナッツボンキャラメルピーナッツ味」をリニューアル発売。発売後のSNSでは「待ってました」「お帰り、ナッツボン」といった復活を喜ぶ声が続々と寄せられました。同年4月には「ナッツボン塩バター味」を発売。「ナッツボン」の味わいに対して、「甘くて香ばしくて美味しい」「クセになる食感」「ザクザク噛めるなんて最高」といった反響が広がるなど、発売当時を知る人だけでなく、“ザクザク食感”やその味わいに魅力を感じる新たなファンにも親しまれています。

こうした反響を受けカンロは、これまで「ナッツボン」をご愛顧いただいた皆さまへの感謝と、「ナッツボン」のおいしさをより多くの方に届け、これからも長く愛されるブランドであり続けたいという思いを込めて、商品名を数字に当てた“720（ナッツボン）”にちなんで、7月20日を「ナッツボンの日」として制定しました。

ほっと一息つきたいときや、仕事・勉強の合間のリフレッシュに、ピーナッツがぎゅっと詰まったザクザク食感の「ナッツボン」をぜひお楽しみください。「ナッツボンの日」をきっかけに、これからもより多くの方へ、そのおいしさを届けてまいります。

《ところでナッツボンの「ボン」って何!?「ナッツボンの日」制定を記念した特別キャンペーンを実施!》

「ナッツボンの日」の制定を記念し、2026 年 7 月 13 日（月）より「ところでナッツボンの『ボン』って何!?キャンペーン」を実施します。ナッツボンの「ボン」とは一体どういう意味なのか、X で投稿していただいた方の中から抽選で 72 名の方に「ナッツボンキャラメルピーナツ味」をプレゼント。ナッツボンを食べたことがある人も、これを機に食べてみたいと思う人も、自由な発想で「ボン」の意味を考えてみてください!

■「ところでナッツボンの『ボン』って何!?キャンペーン」概要



期間	2026 年 7 月 13 日（月） 12:00 ～ 2026 年 7 月 20 日（月） 23:59
応募方法	① カンロ公式 X(@kanro_pr)をフォロー ② カンロ公式 X のキャンペーン投稿をリポストして「#7月20日はナッツボンの日」とあなたが思う「ボン」の意味を入力してリプライ
賞品	ナッツボンキャラメルピーナツ味 1 箱（計 6 個入り）
当選者数	72 名

※キャンペーンの内容は予告なく変更となる可能性があります。
予めご了承ください。

《暑い夏にもぴったりな、ナッツボンのアレンジレシピを公開中!》

ナッツボンのブランドサイトでは、砕いたナッツボンを使用した「ナッツボンアイス」や、「ナッツボンクリームチーズサンド」といったアレンジレシピを公開しております。詳細は、下記のブランドサイトからご確認ください。

（ブランドサイト：[ナッツボン ブランドサイト - Kanro POCKET](#)）



■暑い夏にもぴったり! ナッツボンアイス

バニラアイスに砕いたナッツボンを混ぜるだけ!
キャラメル香る、ザクザク食感が楽しめるデザートに!



■優雅なおやつタイムに! ナッツボンクリームチーズサンド

砕いたナッツボンをクリームチーズと混ぜて、ビスケットでサンドするだけ!
ザクザク×なめらか食感のスイーツが完成!

■「ナッツボン」とは

「ナッツボン」は、ピーナツをキャンディで包む独自製法のクランチキャンディとして、1968 年の発売以来、多くのお客様に親しまれてきたカンロのロングセラー商品です。キャラメルの甘みと焙煎したピーナツの香ばしさが絶妙にマッチした味わいに加え、独自の 3 層構造による“ザクザク食感”が特長。2026 年からは、商品名を数字に当てた“720（ナッツボン）”にちなんで、7 月 20 日を「ナッツボンの日」として制定しました。



■商品概要

商品名 : ナッツボンキャラメルピーナッツ味
 参考価格 : オープン価格（想定小売価格 税込 257 円前後）
 内容量 : 70 g（個装紙込み）
 販売エリア : 全国
 特徴 : 香ばしいキャラメルピーナッツ風味とザクザク食感がクセになる
 ピーナッツ型のクランチキャンディ



商品名 : ナッツボン塩バター味
 価格 : オープン価格（想定小売価格 税込 257 円前後）
 内容量 : 70 g（個装紙込み）
 販売エリア : 全国
 特徴 : 焙煎したピーナッツをたっぷり使用した、ザクザク食感がクセになる
 ピーナッツ型のクランチキャンディの塩バター味



■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。

※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。