

一粒で果実まるごと！“種まで食べる”新体験のピュレグミが登場

カンロ「タネピュレ さくらんぼ」 2026年8月21日(金)発売

～やわらかな果肉食感と“タネ食感”、異なる食感で噛むほど楽しい～

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、やわらかな果肉食感と“タネ食感”の 2 つの食感を組み合わせた、まるで果実をまるごと食べるような新体験のピュレグミ「タネピュレ さくらんぼ」を 2026 年 8 月 21 日(金)より全国のセブン-イレブン店舗で限定発売します。



《さくらんぼの果肉と種の食感を一粒で表現！果実をまるごと味わうような、2 層食感の新しいピュレグミ》

「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、食べるところが晴れるような、噛むほどにフルーティーな甘すっぱいおいしさが広がる、ハート型のグミです。2002 年の発売以来、200 種以上の商品を発売し、ご褒美時間を提供する、濃密なジュレが入った「ピュレグミプレミアム」や、すっぱさ控えめで親子で楽しめる「ピュレリング」などのシリーズを展開。幅広い世代にご愛顧いただいております。

そんな「ピュレグミ」シリーズから、やわらかな果肉食感と、ハードな“タネ食感”が一粒になった、果実をまるごと“種まで食べる”新体験のピュレグミ「タネピュレ さくらんぼ」を発売します。ハードなグミをフルーツの種に見立てることで、ピュレグミならではのフルーティーなおいしさはそのままに、グミならではの“食感の楽しさ”を追求。変化する食感や、ハードな噛み応えをお楽しみいただける、新シリーズが誕生しました。

食感のコントラストをお楽しみいただけるよう、外側の果肉食感グミは通常の「ピュレグミ」よりもやわらかい食感に。さくらんぼ果汁を配合し、ジューシーで濃密な味わいに仕上げました。外側のパウダーは舌触りが滑らかな、すっぱさ控えめのパウダーを使用しています。グミ粒はふっくらとしたハート型で、丸みのある果実感を表現しました。パッケージは、さくらんぼの実の中から“タネ”が覗く、ピュレグミらしい世界観の中に、「タネピュレ」ならではのユニークさを詰め込んだ遊び心のあるデザインです。

やわらかな果肉食感から“タネ食感”へと変化する、噛むほど楽しい「タネピュレ」。ピュレグミらしいジューシーなフルーツの味わいと、思わず誰かとシェアしたくなる、新体験をお届けします。

■商品概要

- 商品名 : タネピュレ さくらんぼ
発売日 : 2026 年 8 月 21 日(金)
参考価格 : 194 円 (税込)
内容量 : 54 g
販売エリア : 全国のセブン-イレブン店舗 ※一部取り扱いの無い店舗もございます
特徴 : やわらかな果肉食感と、ハードな“タネ食感”が一粒になった、
果実をまるごと“種まで食べる”新体験のピュレグミ



■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、食べるところが晴れるような、噛むほどにフルーティーな甘すっぱいおいしさが広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 : 各 56 g
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／ダブルキウイスパークリング／幸水梨（8 月 25 日(火)新発売）
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 54 g
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 63 g
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だんごとなる「健康のだんご」、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。