

70 年以上愛される「カンロ飴」の味わい×まろやかミルクの“みたらしミルクキャンディ”！

カンロ「ミルクのカンロ飴」

2026 年 10 月 5 日（月）発売

～北海道産生クリーム使用！和の甘じょっぱさがクセになるひと粒～

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、甘じょっぱいカンロ飴の味わいとまろやかなミルクの味わいが融合した「ミルクのカンロ飴」を、2026 年 10 月 5 日（月）より全国のトライアル・トライアル西友店舗（一部店舗を除く）で限定発売します。



《お客様からの熱いご要望にお応え！“みたらし×ミルク”のクセになる味わいが再登場》

1955 年に誕生した「カンロ飴」は、砂糖・水飴・しょうゆ・食塩を使ったシンプルな原材料からなる“和の甘じょっぱさ”で多くのお客様に親しまれ、2025 年に発売 70 周年を迎えました。カンロ飴を使ったさまざまなレシピを紹介するサイト「カンロ飴食堂」も好評で、長年愛され続けているカンロの代表商品です。

「ミルクのカンロ飴」は、そんな甘じょっぱい「カンロ飴」の味わいに、北海道産生クリームを使用した濃厚でまろやかなミルクの味わいを掛け合わせた商品です。2018 年の発売以来、どこか懐かしくもクセになる味わいで、多くのお客様に親しまれてきました。現在も「また食べたい」「ずっと探している」といった声が寄せられ、中には「他に代わりのきかない味わい」とのお声も。こうしたお客様からの熱いご要望を受け、このたび「ミルクのカンロ飴」を再びお届けします。

パッケージには、味わいを直感的に伝える「みたらし感じる、ミルクの味わい」のコピーを採用。飴粒は、「カンロ飴」とミルクの色合いが混ざり合ったマーブル模様が特長です。「しょうゆ」を生かした「カンロ飴」の甘じょっぱい味わいと、濃厚でまろやかなミルクのコクが絶妙に調和した、みたらし感のあるクセになる味わいに仕上げました。仕事や家事の合間などに、ほっとする和のおいしさをお楽しみください。



■商品概要

商品名	: ミルクのキャンロ飴
発売日	: 2026 年 10 月 5 日 (月)
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	: 62 g (個装紙込み)
販売エリア	: 全国のトライアル店舗・トライアル西友店舗 (一部店舗を除く) ※限定販売
特徴	: キャンロ飴の甘じょっぱさとミルクのまろやかさが広がる みたらし感じるミルクキャンディ



■キャンロ飴とは

1955 年発売のロングセラーブランド、キャンロ飴。2018 年にはアミノ酸を使わず、砂糖・水飴・しょうゆ・食塩というシンプルな原材料に配合を変更。2025 年には 70 周年を迎え、“やさしくありたい”というブランドメッセージのもと、あらゆる人に“やさしく”寄り添えるブランドとして、商品を展開しています。

【キャンロ飴ブランドサイト】<https://www.kanro.jp/kanroame/>

■発売中のキャンロ飴シリーズ

商品名	: キャンロ飴／塩キャンロ飴
参考価格	: オープン価格 (想定小売価格 税込 216 円前後)
内容量	: 140 g (個装紙込み)
販売エリア	: 全国
特徴	: 甘じょっぱい、和のおいしさを感じる飴



■「キャンロ飴食堂」とは

2020 年にオープンした WEB サイト「キャンロ飴食堂」では、キャンロ飴を使ったさまざまなレシピを紹介。お菓子である飴を料理に使う意外性から SNS などで話題となり、2021 年 6 月にはキャンロ飴を使った全 78 種類のレシピをまとめた書籍「キャンロ飴食堂へようこそ」(小学館刊)を発売。2023 年からはキャンロ飴食堂公式 Instagram アカウントも開設し、さまざまなレシピを紹介しています。

<「キャンロ飴食堂」公式サイト> <https://www.kanro.jp/kanroame/kanroameshokudo/>

<「キャンロ飴食堂」公式 Instagram> <https://www.instagram.com/kanroameshokudo>



■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」、大人向けガムの先駆けである「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「ヒットツプカンロ」では、「ひとからひとへ つながる ヒットツプ」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、企業パーパス「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。」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、人と社会の持続可能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、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、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。