

人気の「りんご味」が復活！まるで“ドライフルーツ食感”のうす〜いピュレグミ カンロ「ピュレスライス りんご」 2026 年 10 月 21 日(水)より順次発売

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、ドライフルーツのような食感が楽しめる「ピュレスライス」シリーズから、「ピュレスライス りんご」を 2026 年 10 月 21 日(水)より順次、全国のセブン-イレブン店舗で限定発売します。



《再販のご要望に応え、「りんご味」が復活！ぎゅっと噛みしめるほどに、りんごの甘ずっぱさが広がる》

「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ず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、幅広い世代にご愛顧いただいております。

「ピュレスライス」は、従来の「ピュレグミ」よりも薄く仕上げることで、さらにドライフルーツに近い食感を追求した「ピュレグミ」です。2023 年から不定期でシリーズ商品を展開しており、これまでにりんご味やマンゴー味、いちご味を発売しました。中でも「ピュレスライス」第 1 弾として発売したりんご味は、現在も再販のご要望が多く寄せられる人気フレーバーです。

この度、お客様からの声にお応えし、りんごが旬を迎える秋に合わせ、「ピュレスライス りんご」を発売します。

「ピュレスライス りんご」は、通常の「ピュレグミ」よりも薄く平たい形状で、よりドライフルーツに近い食感を目指しました。グミ粒は「ピュレグミ」の特徴であるゆるやかなハート型で、大粒で満足感のある食べ応えに。ぎゅっと噛みしめるほどに、りんごの甘ずっぱさが口に広がります。

日常のおやつや小腹満たしはもちろん、仕事の合間や頑張った自分へのご褒美として、「ピュレスライス りんご」をぎゅっと噛みしめながら、一息ついてみてはいかがでしょうか。



■商品概要

商品名	: ピュレスライス りんご
発売日	: 2026 年 10 月 21 日 (水) より順次
参考価格	: 214 円 (税込)
内容量	: 52 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	: 従来よりも薄く仕上げることで ドライフルーツのような食感が楽しめるピュレグミのりんご味



■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／実りのベリー
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	: レモン、グレープ、マスカット 各 56g／実りのベリー 52g
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
参考価格	: オープン価格（想定小売価格：各税込 214 円前後）
内容量	: 各 58 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。」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 2025 年 9 月～2026 年 8 月累計販売金額シリーズランキング

■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。