

飴なのに香りや甘さを極力抑えた不思議な味わい！
カンロ「ノンシュガー味のしない？ のど飴」発売
～この味、あなたならどう表現する？ 発売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、長年多くのお客様にご愛顧いただいている「ノンシュガーのど飴」シリーズから、香りや甘さを極力抑えるカンロ独自の「味のしない？ 製法」を用いた「ノンシュガー味のしない？ のど飴」を2025年9月23日（火・祝）より全国で発売します。



《香りも味も気にならない？ 不思議な味わいで話題の“のど飴”が個包装タイプで登場》

カンロは1912年の創業以来、飴の製造販売を行ってきた中で菓子食品業界初ののど飴「健康のど飴」や、砂糖ゼロ・糖類ゼロ※¹でヘルシー志向のニーズを捉えた「ノンシュガーシリーズ」など喫食シーンやユーザーを拡大する商品を開発し、新たなカテゴリーを創出してきました。

これまでの飴に関するノウハウを駆使した新たな取り組みとして、2022年に香りや甘さを極力抑えた「味のしない？ 飴」をテスト販売。飴は甘くてフレーバーのある商品が大半ですが、甘いものが苦手な方や香りが気になる喫食シーンなど、テスト販売を受けてさまざまなユーザーやシーンに合った飴のニーズがあることが分かりました。2025年5月には、のど飴の要素を加えた「ノンシュガー味のしない？ のど飴」を、コンパクトサイズの商品形態で発売。SNSでも「ずっと売り続けてほしい」「これは革命」といった熱い声をお寄せいただきました。

これまでの好評を受け、この度「ノンシュガー味のしない？ のど飴」を個包装タイプにて発売します。1992年から発売している「ノンシュガーのど飴」シリーズは、飽きのこないすっきりとした味わいで、長年多くのお客様にご愛顧いただいております。

飴は通常、砂糖と水飴が主原料なのに対し、「ノンシュガー味のしない？ のど飴」はカンロ独自の「味のしない？ 製法」で食物繊維をベースとすることで、甘さやフレーバーを極力抑えました。飴粒は5月に発売したコンパクトタイプの「碁石型」から「両えくぼ型」へ変更し、舐め心地をブラッシュアップ。砂糖・糖類ゼロで、味も、甘さも、香りも気にならない「すーっと、体感だけ」を実現した「ノンシュガー味のしない？ のど飴」は、のどを潤したい・口寂しいけれど、甘味やフレーバーを求めている日常生活のさまざまなシーンでお楽しみいただけるのど飴です。

※¹ 食品表示基準に基づき、100g 当たり糖類 0.5g 未満を「糖類ゼロ」としています。



《みんなで“味”をつくろう！『味のしない？のど飴』ってどんな味？キャンペーン」を実施》

「ノンシュガー味のしない？のど飴」の発売に合わせ、『味のしない？のど飴』ってどんな味？キャンペーン」を実施します。
“味のしない”とはどんな味なのか、実際に召し上がっていただいた皆様ご自身の言葉で表現していただくキャンペーンです。ご応募いただいた方の中から、最優秀賞に選ばれた1名様には「感覚リセット？の旅」ペア宿泊券をプレゼント。また抽選で計63（6＝無、3＝味）名様に、“？”をテーマにした話題の商品を進呈します。さらに、ご応募いただいた味わい表現は、今後の新パッケージに採用される可能性も…？「ノンシュガー味のしない？のど飴」の“味”を皆さんで作りに上げてください！

■『味のしない？のど飴』ってどんな味？キャンペーン」概要

期間	X 応募第1弾：2025年9月22日（月）～9月30日（火） X 応募第2弾：2025年10月15日（水）～10月24日（金） WEB 応募：2025年9月22日（月）～10月24日（金）
応募方法	【X 応募方法】 ① カンロ公式 X(@kanro_pr)をフォロー ② カンロ公式アカウントの本キャンペーン投稿を味のしない？のど飴の『味』の表現コメントを付けて、引用ポスト 【WEB 応募方法】 ① 本キャンペーンサイト（ https://sweeten.kanro.jp/ajinosinai/ ）にアクセス ② サイト上の応募専用フォームから必要事項入力
賞品	・最優秀賞：「感覚リセット？の旅」ペア宿泊券 1名様 ・X 第1弾：「どんな味？」お菓子セット 21名様（抽選） ・X 第2弾：「味わい無限大？」セット 21名様（抽選） ・WEB：「味が濃い？」キャンディセット 21名様（抽選）

■商品概要

商品名	： ノンシュガー味のしない？のど飴
発売日	： 2025年9月23日（火・祝）
参考価格	： 298円（税込） ※消費税8%
内容量	： 35g（個装紙込み）
販売エリア	： 全国
特徴	： カンロ独自の「味のしない？製法」により、 香りや甘さを極力抑えたノンシュガーのど飴



■「ノンシュガーのど飴」とは

カンロの「ノンシュガーシリーズ」は、独自の技術ですっきりとした味わいに仕上げた糖類ゼロのキャンディです。「ノンシュガーのど飴」は、ジューシーな果物の味わいが楽しめる「ノンシュガー果実のど飴」、強烈なメントールが特徴の「ノンシュガースーパーメントールのど飴」、コク深いミルクにほんのりミントが香る「ノンシュガーミルクのど飴」、ハーブの香りで優しくうおう「ノンシュガー和漢びわのど飴」の4種類を展開しており、1992年の発売以来、長年多くのお客様にご愛顧いただいております。

ブランドサイト <https://kanro.jp/pages/nonnodo/>



<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※² 金のミルク」、大人向けグミの先駆けでありグミの売上トップブランド※³ 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。

※² 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

※³ 株式会社インテージ SRI+ グミ市場 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。