

発売 70 周年の「カンロ飴」ブランドから、お客様の声にやさしく寄り添う新商品が登場！
カンロ「ちいさくなったカンロ飴」発売
～従来比約 60%（体積比）に小粒化＆小麦不使用のしょうゆでみんなにやさしく～

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、今年発売 70 周年を迎えるロングセラーブランド「カンロ飴」の粒を食べやすいサイズに小粒化した「ちいさくなったカンロ飴」を 2025 年 10 月 7 日（火）より全国で発売します。



《お客様の声から生まれた、お子様やご高齢の方も食べやすい“小さい粒サイズのカンロ飴”が登場！》

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てきました。70 周年を迎える今年、これまでの「昔懐かしい飴」という印象から「日本のやさしい飴」というブランドイメージのアップデートを図るべく、「カンロ飴 70 周年プロジェクト」として長年のご愛顧への感謝を含めたさまざまな取り組みを展開しています。

その一環としてこの度、「ちいさくなったカンロ飴」を発売します。長年愛され続けるカンロ飴ですが、「長い時間味が持続するのが魅力」「すぐになくならないのがうれしい」「食べ応えがあって良い」といったお声をいただく一方で、「高齢の父母や子どもに食べさせにくい」「休憩時間に舐め終われない」など、“小粒タイプ”の発売のご要望も多くいただいております。こうしたお客様からの声を受け、70 周年の節目の年に小粒化してより食べやすくなった「ちいさくなったカンロ飴」が誕生しました。

粒のサイズを従来比約 60%（体積比）と小さくし、お試しいたきやすいよう内容量も食べきりサイズにしました。さらに、使用するしょうゆは小麦不使用のものを採用し、素材を厳選。粒が小さくなくても満足できる味わいを追求しました。パッケージはドット柄の温かみあるかわいらしいデザインで小さくなったことや商品のやさしさを表現しています。お子様もご高齢の方も安心して食べられる“みんなにやさしい”カンロ飴となっています。

ほっとしたいときや気分転換したいときなどに、甘じょっぱい和のおいしさが広がる、お子様からご高齢の方まで楽しめる「ちいさくなったカンロ飴」をぜひお試しください。

■商品概要

商品名	: ちいさくなったカンロ飴
発売日	: 2025 年 10 月 7 日 (火)
参考価格	: 194 円 (税込) ※消費税 8%
内容量	: 50 g
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カンロ飴が小さくなった、 食べやすい粒サイズ



■発売中のカンロ飴シリーズ

商品名	: カンロ飴／塩カンロ飴 (70 周年マーク付パッケージ)
発売日	: 2025 年 9 月 1 日 (月)
参考価格	: 205 円 (税込) ※消費税 8%
内容量	: 140g
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



■「カンロ飴食堂」とは

2020 年にオープンした WEB サイト「カンロ飴食堂」では、カ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 などでは話題となり、2021 年 6 月にはカンロ飴を使った全 78 種類のレシピをまとめた書籍「カンロ飴食堂へようこそ」(小学館刊)を発売。2023 年からはカンロ飴食堂公式 Instagram アカウント(@kanroameshokudo)も開設し、さまざまなレシピを紹介しています。



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

<「カンロ飴食堂」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※1「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※2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。

※1 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

※2 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。