

大好評のシリーズが“さくらミルク味”になってリニューアル！

カンロ「健康のど飴桜」発売

～頑張る人の背中をそっと押す、情緒感あふれる 2 種のパッケージを展開～

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、和漢素材 31 種をブレンドしたロングセラーブランド「健康のど飴」シリーズの「健康のど飴桜」を 2026 年 1 月 13 日（火）より全国のコンビニエンスストアおよび駅売店で発売します。



《今年はさくらんぼ風味が引き立つ“さくらミルク味”！出会えたら幸運な「桜型」が入っているかも？》

1981 年の発売以来、多くの皆さまにご愛顧いただいているロングセラーブランド「健康のど飴」シリーズは、和漢ハーブを中心とした 31 種のいたわり素材（和漢素材）を使用し、原材料にもこだわった「日々の暮らしをちょっと心地よくする“いたわり”のど飴」として、多くの方々にご愛顧いただいています。

2023 年 1 月からは頑張る人ののどと気持ちをいたわるのど飴として、桜をテーマとした「健康のど飴桜」を展開。季節感のある情緒的なコンセプトと可愛いパッケージデザインが受け入れられ、「パッケージに惹かれて購入した」という声や、「今年もこの飴の時季がきた」と発売を心待ちにしていた声が聞かれるなど、大変ご好評をいただいています。

今年の「健康のど飴桜」は、さくらんぼの風味が引き立つ「さくらミルク味」。31 種のいたわり素材と合わせることで、「健康のど飴」らしい味わいに仕上がっています。飴粒はピンクと白で桜の儚さや風合いをイメージし、出会えたらプチハッピーなレア型として「桜型」が入っています。

受験を控える学生や新生活を迎える人、春に向けて新たな挑戦をスタートする人など、“頑張る人”の気持ちとのどに寄り添うのど飴です。これからの桜シーズンの定番として、ひと粒頬張って爽やかな春を感じながら“いたわり時間”をゆったりとお過ごしください。

《さまざまな桜の表情を切り取った情緒感あふれるパッケージ！気分で選べる 2 種のカラーを展開》

パッケージは“忘れたくないこの瞬間、無駄にならないこの一瞬が色褪せませんように”という願いを込めて、さまざまな角度で切り取った桜の写真をちりばめています。どこか見覚えのある桜のさまざまな表情が情緒的な気持ちを引き起こす、季節感あふれる美しいデザインに仕上げました。カラーは“答え合わせは花咲くころに”というキャッチコピーを添えた「サクラサクピンク」と、“雪が解けたら春になるよ”というメッセージをのせた「希望に満ちたブルー」の 2 種。底面に潜ませた「がんばれ、きっと大丈夫」「君のペースで、でも全力で」「アメの後には虹がかかる」といった前向きになれる 7 種の応援メッセージが、頑張る人に寄り添い、そっと背中を押します。気分に合わせて、お好みのデザインを選んでみてはいかがでしょうか。



サクラサクピンク



希望に満ちたブルー

■ 商品概要

商品名	: 健康のど飴桜
発売日	: 2026 年 1 月 13 日 (火)
参考価格	: 138 円 (税込) ※消費税 8%
内容量	: 26 g
販売エリア	: 全国 (コンビニエンスストア・駅売店)
特徴	: 頑張る人の、のどと気持ちに寄り添いたいわる「桜」をテーマにした、さくらミルク味ののど飴



■ 健康のど飴とは

菓子業界で初めて「のど飴」を作ったカンロから生まれた、こだわり素材で日々の暮らしをちょっと心地よくする“いたわりのど飴”です。和漢素材を中心に「ホップ」や「柿渋」などをブレンドした 31 種類のハーブを使用。安心のロングセラーブランドで、レギュラー商品として、「梅」や「たたかうマヌカハニー」を展開しています。

(ブランドサイト: <https://kanro.jp/pages/kenkounodo>)



<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。」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。