

のども環境にもやさしい個包装のゴミが出ない環境対応パッケージ カンロ「ボイスケアのど飴」ラミジップタイプ発売

～共同開発した国立音楽大学の学生の声をふまえてラミジップタイプが登場～

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 三須 和泰、以下カンロ）は、国立音楽大学声楽専修の教授監修の「声とのどを大切にする人」のためののど飴「ボイスケアのど飴」を環境対応仕様にしたラミジップパッケージタイプを、2022年10月3日（月）より全国で発売します。



《のども環境にもやさしい！ヘビーユーザーに嬉しい個包装のゴミが出ない環境対応のラミジップ袋を採用》

「ボイスケアのど飴」は、国立音楽大学声楽専修の教授監修のもと学生の声を聞きながら、試作を繰り返してつくった「声とのどを大切にする人」のためののど飴です。のどを大切にすることの商品として原料にもこだわり、のどにやさしいハーブを使用しました。心地よい刺激に調整したプロポリスを配合することで、ほどよいメントール感のある味わいに仕上げました。

2010年に発売されてから、歌手や合唱など声を使う人たちを中心に話題となり、声のプロも認めるのど飴へと成長してきたことから、さらに「声を使う人を応援する」という新たなコミュニケーション価値を提供するため、一般社団法人全日本合唱連盟(以下、全日本合唱連盟)の協力のもと、全国の合唱団にエールを送るボイスケアプロジェクトを展開してきました。

今年もボイスケアプロジェクトを実施しており、その一環として歌を頑張る全ての人の「本番前夜の不安に寄り添うココロ」を表現した「#合唱前夜のおまじない」施策を始動しています。



「ボイスケアプロジェクト #合唱前夜のおまじない」特設サイト

https://kanro.jp/blogs/campaign/voice_omajinai

今回、「ボイスケアのど飴」の共同開発者であり、ヘビーユーザーも多い国立音楽大学声楽専修の学生にご協力をいただきアンケートインタビューを実施しました。

普段から“声”を使う国立音楽大学の学生にとって、のど飴はまさに“お守り”の役割を担うアイテム。インタビューの回答では、「ボイスケアのど飴」の満足ポイントとして「プロポリスやハーブが入っていて、救世主的な存在」「ハーブにこだわっている本格のど飴なのに、甘すぎずスースーしないので食べやすく美味しい」など好評をいただきました。

また、「連食しやすく、カバンに入れても中身が出ないジッパー付きのパッケージがいい」というご意見をいただいていたことや、近年、環境問題への関心が非常に高まっており、個包装を廃止することでプラスチックゴミを削減できることから、このたび個包装のゴミが出ないラミジップタイプを新発売することにいたしました。パッケージは、引き続き、音符や音楽記号を使ったグラフィック作品で有名なエリン・ヒートンのデザイン全5種で展開します。

カンロでは、SDGs 活動の一環としてもパッケージや包装の環境対策に引き続き取り組み、美味しく環境にもやさしい商品開発を行ってまいります。

「一般社団法人 全日本合唱連盟」とは

合唱の振興を目的として設立された歴史ある日本合唱界最大の組織。全国に広がる合唱団の活動を支え、合唱音楽の普及や芸術文化の発展のためにさまざまな活動をしています。

<エリン・ヒートンとは>

エリン・ヒートン (Erin Heaton)

アメリカ合衆国ミズーリ州セントルイス出身。

アーティスト、クリエイター、作家として音符や音楽記号を使ったグラフィック作品などを手がけています。



■商品概要

- 商品名 : ボイスケアのど飴(ラムジップタイプ)
- 発売日 : 2022年10月3日(月)
- 参考価格 : 268円(税込) ※消費税8%
- 内容量 : 90g
- 販売エリア : 全国・全チャネル
- 特徴 : 国立音楽大学声楽専修教授が監修した「声とのどを大切にする人」のためののど飴のラムジップパッケージ



<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 三須和泰
- 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
- URL : コーポレートサイト <https://www.kanro.co.jp/>
KanroPOCKeT <https://kanro.jp/>

当社は創業から百余年、社名になっている「カンロ飴」を始め、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」、菓子食品業界で初のだご飴となる「健康のだご飴」、大人の女性に向けたグミ市場を創り上げた「ピュレグミ」など、常に消費者の皆様から愛され続ける商品を創り続けてまいりました。2012 年からは直営店「ヒトツブカンロ」を運営し、「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います。

※株式会社インテージ S R I + ミルクフレーバーキャンディ市場
2021 年 4 月～2022 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。