

可愛いパッケージが SNS で話題！健康のど飴シリーズ人気商品が今年も登場 カンロ「健康のど飴桜」リニューアル発売

～受験生や頑張る人の背中を押す 6 種の応援メッセージ付き！ブルーとピンクの選べる 2 種のデザイン～

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 種をブレンドしたさくらんぼ味の「健康のど飴桜」を 2024 年 1 月 16 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。



《「佐藤錦」果汁使用のさくらんぼ味！受験生や新生活を迎える人など頑張る背中を後押し》

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 月には頑張る人の背中を押す、桜をテーマとした「健康のど飴桜」を発売。季節感のある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、SNS でも「可愛い」「パケ買いした」など好評の声が寄せられたことから、この度「健康のど飴桜」をリニューアルして発売します。

受験や新生活シーズンにぴったりな“桜”をテーマにした「健康のど飴桜」には、さくらんぼの王様ともいわれる「佐藤錦」の果汁を使用。さくらんぼの美味しい味わいが口に広がり、東洋ハーブを中心にトレンド素材も加えた 31 種のいたわり素材のハーブの効能感が感じられ、絶妙な味わいをお楽しみいただけます。

飴粒は組飴製法により、気分が上がる桜色の可愛い見目に仕上げています。

受験を控える学生や新生活を迎える人、春に向けて頑張る人など、寒い時期の体調管理に気を付ける人の気持ちとのに寄り添う“いたわり時間”を提供します。乾燥やのどの調子が気になるこの時期にぴったりな商品です。



《“舞い上がる春”をテーマに、健康のど飴が優しいエールを送る！前向きになれる2種のパッケージを展開》

今回のリニューアルでパッケージを一新。“舞い上がる春”をテーマに、桜が風によって舞い上がる姿をデザインすることで「舞い上がる桜のように上昇する気持ち」を表現しました。デザインは、抜けるような青空と舞い上がる桜が前向きな気持ちにさせてくれる「希望に満ちたブルー」と、満開の桜でピンクに染まった空が春の訪れを感じさせる「サクラサクピンク」の2種類。受験生や頑張る人に寄り添う健康のど飴からのエールとして、表面には「きっとサクラサクよ」というメッセージを添えました。

底面には前向きになれる応援メッセージを潜ませています。「明るい未来が、きっと待っている」「がんばれ、きっと大丈夫」「自分を信じて前を向こう」といった全6種のメッセージで、頑張る人に寄り添い、そっと背中を押します。



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
- 発売日 : 2024年1月16日(火)
- 参考価格 : 138円(税込) ※消費税8%
- 内容量 : 26g
- 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わる「桜」をテーマにした、さくらんぼ味ののど飴



■「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、現在は2023年9月に発売した「はちみつ柚子茶」のほか、レギュラー商品として「梅」「マヌカハニー」の3種類を展開しています。

最近では、「健康のど飴」を使った「のど飴ティー」も人気です。

<https://kanro.jp/pages/nodoame1115>

<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。

昨今は、中期経営計画 2024 で目指す姿として掲げる「人と社会の持続可能な未来に貢献する パーパスドリブン企業」の実現を目指し、戦略の中核に据えている「人材」への取り組みも強化しています。2023 年 3 月には健康経営への取り組みが評価され、経済産業省が推奨する「健康経営優良法人 2023」に認定されました。

※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

2022 年 4 月～2023 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 2022 年 1～12 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。