

待望の「桜」がパワーアップして今年も登場！ カンロ「健康のど飴桜」発売

～桜と青空を表現した「ピンク×ブルー」の飴に美しい桜を写真に切り取ったようなデザイン～

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 2025 年 1 月 14 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。



《“さくらんぼの王様”「佐藤錦」果汁使用！効能感×春を感じる「さくらソーダ味」がやさしくのどを潤す》

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、毎年、発売を心待ちにする声も聞かれるなど、大変ご好評をいただいています。

今年の「健康のど飴桜」は、さくらんぼの王様ともいわれる「佐藤錦」の果汁を使用した「さくらソーダ味」。さくらんぼの美味しい味わいととも、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る絶妙な味わいをお楽しみいただけます。飴粒はさくらと青空をイメージした「ピンク×ブルー」の飴で、見た目にも可愛らしく爽やかなひと粒に仕上げています。



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い、“いたわり時間”を演出します。桜シーズンの定番として、乾燥やのどの調子が気になるこの時期に、ひと粒頬張って春を感じながらやさしくのどを潤してください。

《忘れたくないこの瞬間が色褪せないように——。桜の美しさを切り取った“カメラフォーカス”のデザイン》

今年の「健康のど飴桜」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。」と願いを込めて、桜の美しさを記録するようなカメラフォーカスをイメージした、爽やかで季節感のあるパッケージデザインとなっています。カラー展開は2色で、“雪が解けたら春になるよ”というキャッチコピーを添えた「希望に満ちたブルー」と、“答え合わせは花咲くころに”というメッセージを付けた「サクラサクピンク」からお選びいただけます。

底面には、「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」など、6種の前向きになれる応援メッセージを潜ませました。

春にぴったりで気分が明るくなるエモーショナルなパッケージデザインとなっております。桜の花一つひとつをアップで切り取ったピンクと、風によって花びらが舞う美しい姿を写し出したブルーの2つのパッケージから、お好みのデザインをお選びください。



希望に満ちたブルー

サクラサクピンク

■商品概要

- 商品名 : 健康のど飴桜
- 発売日 : 2025年1月14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いわる「桜」をテーマにした、さくらソーダ味のど飴



■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」「たたかうマヌカハニー」を展開しています。

<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だらみとなる「健康のだらみ」、ミルクレーパ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。2024 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 2024」、5 月には高水準の子育てサポート企業として「プラチナくるみん」認定を受けました。

※1 株式会社インテージ SRI+ ミルクレーパーキャンディ市場

2023 年 4 月～2024 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 2023 年 4 月～2024 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。