

## 「味がしない？」新感覚のど飴！ カンロ「ノンシュガーゼロフリーのど飴」新発売 ～甘味やフレーバーを極力抑えるカンロ独自製法で実現～

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）の「ノンシュガーのど飴」シリーズから、甘味やフレーバーを極力抑えるカンロ独自の“味のしない？”製法を用いた新感覚のど飴「ノンシュガーゼロフリーのど飴」が、2025年1月28日（火）から全国のローソン店舗で発売されることをお知らせいたします。



### 《“味がしない？”のに効能感がある新感覚のど飴を独自製法で実現！》

カンロは1912年の創業以来、飴の製造販売を行ってきた中で菓子食品業界初ののど飴“健康のど飴”や砂糖ゼロ・糖類ゼロでヘルシー志向のニーズを捉えた“ノンシュガーのど飴シリーズ”など喫食シーンやユーザーを拡大する商品を開発し、新たなカテゴリーを創出してきました。これまでの飴に関するノウハウを駆使した新たな取り組みとして、甘さやフレーバーを極力抑える製法を用いた商品「味のしない？飴」を2022年よりローソンにてテスト販売を行いました。これまでの飴は甘くてフレーバーがあるのが常識でしたが、口を潤したい・口寂しいといった飴の喫食シーンの中で甘いものが苦手な方や、香りが気になる場面など様々なユーザーやシーンで甘さやフレーバーを抑えた飴のニーズがあることが確認されました。

多くのお客様からのお問い合わせや再販を希望するお声をいただいたことを受け、この度、「味のしない？飴」にのど飴の要素を加えるなどのブラッシュアップを行い、「ノンシュガーのど飴」シリーズとして「ノンシュガーゼロフリーのど飴」を新発売します。1992年から発売している「ノンシュガーのど飴」シリーズは、飽きのこないすっきりとした味わいで、長年多くのお客様にご愛顧いただいております。また、コロナ禍以降の健康志向の高まりからも需要は増加し、2023年は過去最高売り上げを達成しました。

「ノンシュガーゼロフリーのど飴」は、カンロ独自の「味のしない？製法」で甘さやフレーバーを極力抑えた中で、ハーブエキスやメントールを配合することで味がしない？のに効能感がある新感覚のど飴を実現しました。口を潤したい・口寂しいけれども、甘味やフレーバーを求めている日常生活の様々なシーンでお楽しみいただける商品となっておりますので、ぜひお試しください。



## ■商品概要

- 商品名 : ノンシュガーゼロフリーのど飴  
 発売日 : 2025年1月28日(火)  
 参考価格 : 181円(税込) ※消費税8%  
 内容量 : 25g  
 形態 : コンパクトタイプ  
 販売エリア : 全国のローソン店舗※一部取り扱いの無い店舗もございます  
 特徴 : カンロ独自の「味のしない? 製法」により、  
 のど飴の效能感以外の甘味や味わいを極力排除したのど飴



## ■砂糖ゼロ・糖類ゼロでスッキリおいしい! ノンシュガーのど飴シリーズ

1992年の発売以来、長年多くのお客様にご愛顧いただいている「ノンシュガーのど飴シリーズ」は、4種のフルーツのジュシーなおいさが楽しめる「ノンシュガー果実のど飴」、のどや鼻をすっきりさせたい時におすすめな「ノンシュガースーパーメントールのど飴」、後味のスッキリしたコクのあるミルクの味わいが楽しめる「ノンシュガーマilkのど飴」、厳選した和漢ハーブエキスを使用した優しく、うるおい巡る「ノンシュガー和漢びわのど飴」などシーンに合わせた多様な商品をご用意しております。



ブランドサイト <https://kanro.jp/pages/nonnodo/>

## <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。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+ ミルクフレーバーキャンディ市場 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。～」

私たちカンロのパーパスは、  
"Sweeten the Future"  
心がひとつぶ、大きくなる。

私たちがつくる「ひとつぶ」は、  
口の中で溶けて消えてしまうもの  
けれどそれを口に入れていた間、  
人はホッとしたり、キュンとしたり、  
強さを許せたり、ときには鼻歌が生まれたり。  
心が少し大きくなっている。

糖の力を引き出す事に挑み続けてきた私たちは、  
そ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ます。



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。