

濃密ジュレが入ったご褒美シリーズに、春の新味が仲間入り カンロ「ピュレグミプレミアム シチリア産レモンのピンクレモネード」発売 ～プレミアム初のレモン系フレーバー！ドリンク型のシークレットで“しあわせの乾杯”を～

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、グミでご褒美時間を提案するピュレグミプレミアムシリーズから、「ピュレグミプレミアム シチリア産レモンのピンクレモネード」を2025年3月4日（火）より、全国で発売します。



《さっぱりした味わいのグミ×レモンのピール感が強い濃密ジュレが相性抜群！》

「ピュレグミプレミアム」は、「果実がとろける、ご褒美の一粒。」をコンセプトにした、まるで本物の果実のような贅沢な味わいが楽しめる「ピュレグミ」の人気シリーズです。自分の心と身体をいたわる「プチご褒美消費」の高まりなどを背景に、年々人気が増えています。「ピュレグミ」ならではのすっぱいパウダーと果肉食感グミ、さらに濃密なジュレによって一体となったプレミアムな味わいが特徴です。

本商品は、プレミアムシリーズでは初となるレモン系フレーバーを採用しました。シチリア産レモン果汁とピンクグレープフルーツ果汁を配合し、ジューシーで春らしい、華やかな味わいに。外側の果肉食感グミはさっぱりとした柑橘系のフレーバーで、中からとろけだす濃密ジュレにはピール感の強いレモン果汁を使用しています。また、出会えたらラッキーなシークレット型には「星型」のほか、見つけたら乾杯したくなるような「ドリンク型」を潜ませました。

頑張った自分へのご褒美や、おいしいものでほっと一息つきたい時などに、これからの季節にぴったりなひと粒を食べて、ゆったりと贅沢なひと時をお過ごしください。

■商品概要

- 商品名 : ピュレグミプレミアム シチリア産レモンのピンクレモネード
発売日 : 2025年3月4日(火)
参考価格 : 194円(税込) ※消費税8%
内容量 : 54g
販売エリア : 全国
特徴 : シチリア産レモンとピンクグレープフルーツ果汁を配合した、春にぴったりなレモネードフレーバーのプレミアムなピュレグミ



■発売中の「ピュレグミプレミアム」シリーズ

- 商品名 : ピュレグミプレミアム 山梨産白桃
参考価格 : 194円(税込) ※消費税8%
内容量 : 54g
販売エリア : 全国
特徴 : 山梨産白桃果汁を配合した、果実がとろけるプレミアムなピュレグミ



- 商品名 : ピュレグミプレミアム シャインマスカットスパークリング
参考価格 : 194円(税込) ※消費税8%
内容量 : 54g
販売エリア : 全国
特徴 : 爽快なスパークリンググミと濃密果実ジュレのハーモニーが楽しめる、プレミアムなピュレグミ



■ピュレグミについて

『ピュレグミ』は、2002年の発売以来、幅広い世代の方からご支持いただいているカンロの人気商品です。フルーツのおいしさを引き出す“すっぱいパウダー”と独自の“果肉食感”により、噛むほどにフルーティーな甘すっぱいおいしさが広がり、食べた瞬間こころが晴れるように、ちょっとハート（気持ち）があがるハート型のグミです。

ピュレグミブランドサイト <https://kanro.jp/pages/pure/>

ピュレグミ公式 X (旧 Twitter) @kanro_pure https://X.com/kanro_pure

ピュレグミ公式 Instagram @kanro_pure_photo https://www.instagram.com/kanro_pure_photo/



■カンロ展開ブランド



■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/>

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、
 口中で溶けて溶かすよりも
 けれどそれを口に入れている間、
 人懐っこくしたり、キュンとしたり、
 誰かを助せたり、ときどき感動が生まれたり、
 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。



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」、大人向けガムの先駆けでありガムの売上トップブランド※2 である「ピュレガム」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を。」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。

国内ガム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、人と社会の持続可能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 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+ ガム市場 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。