

SNSで話題のボカロPら人気クリエイターとタッグ！ カンロ「ボイスケアのど飴」×「初音ミク」MV が本日公開 ～“声”にまつわる初コラボを記念して、特別なキャンペーンも実施～

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、国立音楽大学声楽科の教授監修による“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」と大人気バーチャルシンガー「初音ミク」とのコラボレーションパッケージ発売を記念し、2025年3月4日（火）よりコラボレーション MV を公開します。また、それに合わせ発売記念キャンペーンを実施します。



《人気クリエイターたちとタッグを組み、「ボイスケアのど飴」×「初音ミク」のオリジナル MV を公開》

バーチャルシンガーの「初音ミク」は、多くのクリエイターによる音楽やイラストなどの作品が創作され、グローバルな人気を集めており、ライブパフォーマンスも多くのファンに支持されています。声に特化したボイスケアのど飴との親和性が高いことから、今回ファンの方々が「3」と「9」の語呂合わせで「ミクの日」と呼んで盛り上げている「3月9日」に先駆けて“声”にまつわるコラボレーションが実現しました。

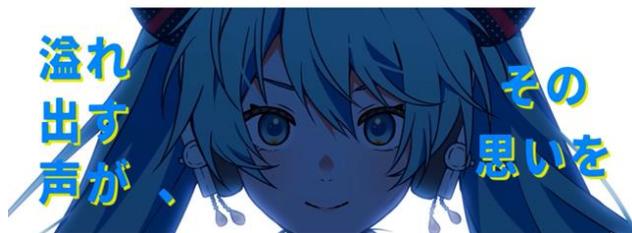
MV では、SNSなどで活躍するクリエイターたちとタッグを組み、ゲームや書籍などで活躍するイラストレーターの前屋 進さんがキャラクターデザインを、人気ボカロPのサツキさんがテーマソングを、活躍の場を広げる nApio さんが動画制作を手掛け、映像を通じて「イ声でいこう」という「ボイスケアのど飴」のメッセージを伝える内容となっています。また、キャンペーンサイト (<https://kanro.jp/pages/voicemiku>) では楽曲をより楽しんでいただけるよう歌詞も公開しています。

【MV 紹介】

「ボイスケアのど飴」は、従来ののど飴にはなかった「声をケアする」という価値を持つ商品として、日常的に「声」と「のど」を使う方の強い味方となっています。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科の学生へのインタビュー回答では、「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。

今回のコラボレーション MV では、応援する“推し”へ声援を送りたい全ての人に向けて、商品をイメージしたライブステージをテーマに、MV を通じて「イ声でいこう」という「ボイスケアのど飴」のメッセージを訴求しています。MV では、初音ミクが実際

に商品を持って登場し、「ボイスケアのど飴」と連動した歌詞で声援を送りたい“推し”がいる人を後押しする演出となっています。



▼ 「ボイスケアのど飴」コラボレーション MV 概要

- ・タイトル : Find your voice / サツキ feat. 初音ミク
- ・放映時期 : 2025年3月4日(火) 18時～
- ・配信先 : 初音ミク公式 YouTube チャンネル
ボイスケアのど飴キャンペーンサイト等で公開
- ・キャンペーンサイト : <https://kanro.jp/pages/voicemiku>

■ クリエイタープロフィール



サツキ

2019年から活動を開始するボーカロイドプロデューサー。
型にはまらない曲展開や重厚なサウンド、叙情的な歌詞が特徴的。

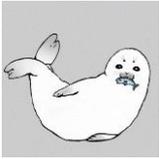
(制作楽曲一例)

- ・「メスマライザー / 初音ミク・重音テト SV」
- ・「オブソミート / 初音ミク・重音テト SV」
- ・「CIRCUS PANIC!!! / 初音ミク」

(コメント全文)

この度楽曲を制作させて頂いたサツキと申します。

いつも変な曲ばかり書いている自分にしては珍しく、真っ直ぐに誰かを応援する人・応援される人どちらにも寄り添えるような楽曲になったと思います。是非沢山聞いてください。



nApiio (なぴお)

イラスト、アニメーション制作、動画編集等を行う。
アザラシが好き。

(直近の制作実績)

- ・宮守文学/main dish が足りてない MV 作成
- ・初音ミクシンフォニー2024 横浜・神戸公演オフィシャルパンフレットイラスト作成

(コメント全文)

nApiio と申します。この度は MV 作成のお声がけをいただき、ありがとうございます。
こちらの楽曲・MV を通じて、喉の調子が気になる方や、声をメインに活動されている方々にエールをお届けできれば幸いです。のど飴もスッキリした味で、うるおいを感じます…興味が湧きましたら是非！

《コラボを記念して、ボイスケアのど飴やスマホ用壁紙が当たるキャンペーンも実施》

ファンの方々が「ミクの日」と呼んで盛り上げている「3月9日」に先駆けて、「ボイスケアのど飴」の初音ミクコラボパッケージ展開期間中に、カンロ公式 X(@kanro_pr) をフォローし、指定の投稿に「#イ声でいこうボイスケアのど飴」をつけて引用ポストすると、抽選で 50 名様に「ボイスケアのど飴」初音ミクコラボパッケージ 4 種セットが当たる特別なキャンペーンを実施します。(応募期間：2025 年 3 月 4 日 (火) ~ 3 月 9 日 (日))

また、パッケージに応じてイラストレーターの前屋 進さんによる描き下ろしの初音ミクが描かれたスマホ用壁紙も応募者全員にプレゼントします。



「ボイスケアのど飴」パッケージデザイン 4 種



人気イラストレーター前屋 進さん描き下ろしの初音ミク壁紙 4 種

■ クリエイタープロフィール



前屋 進 (まえや すずむ)

漫画家・イラストレーター

講談社コミック DAYS にて『メイドさんは食べるだけ』連載中

(コメント全文)

パッケージイラストと衣装デザインを担当させていただきました。

ボイスケアのど飴に入っている、ハーブやプロポリスが服の中に隠れていますので、よかったら探してみてください。
パッケージではいろんなポーズのミクさんを描きましたので、お気に入りのミクさんがいたら嬉しいです！

<キャンペーン概要>

【SNS キャンペーン】

期間	2025年3月4日(火) 18:00~3月9日(日) 23:59
対象商品	ボイスケアのど飴
応募方法	カンロ公式 X(@kanro_pr)をフォローし、指定の投稿に「#ボイスケアのど飴」をつけて引用ポスト
賞品	ボイスケアのど飴(初音ミクコラボ) 4種デザインセット
当選者数	抽選で50名様

【オリジナル壁紙プレゼントキャンペーン】

期間	2025年3月4日(火) 18:00~8月30日(日) 23:59 ※在庫がなくなり次第終了
対象商品	ボイスケアのど飴
応募方法	パッケージ裏面の二次元コードを読み込みアンケートに回答
賞品	前屋 進さん作画のスマホ用壁紙
当選者数	応募者全員

■商品概要

- 商品名 : ボイスケアのど飴(初音ミクコラボ)
発売日 : 2025年3月4日(火)
参考価格 : 162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 : 国立音楽大学声楽科教授が監修した
「声とのどを大切にしたい人」のためののど飴「ボイスケアのど飴」の初音ミクコラボパッケージ



■「初音ミク」とは (公式サイト: <https://piapro.net/>)

歌詞とメロディーを入力すると歌わせることができる歌声合成ソフトウェアとして、クリプトン・フューチャー・メディア株式会社が

2007年8月31日に開発。大勢のクリエイターが『初音ミク』で作った音楽をインターネット上に投稿したことで一躍ムーブメントとなり、今では「バーチャルシンガー」としても多方面で活躍している。

2014年から展開している初音ミクの世界ツアーシリーズ「MIKU EXPO」は、世界39都市にて計100公演を実施。ツアー開始から10周年を迎える2024年は、10周年記念プロジェクトの一環で北米17都市、欧州6都市、そしてシリーズ初となるNZ&豪州5都市のツアーを完走した。また、2024年7月には、2019年11月以来となる中国でのリアルライブツアー「MIKU WITH YOU（未来有你）2024」を開催し上海・北京・広州の3都市をツアーした。

国内においては、初音ミクたちのライブと創作の楽しさを体験できる企画展を併催したイベント『初音ミク「マジカルミライ」』が、2013年からの12年間で累計50万人以上を動員。2025年はOSAKA、TOKYOに初めてのSENDAIを加えた3都市で開催することが決定している。

他にも、富田勲の「イーハトーブ交響曲」「ドクター・コッペリウス」にプリマドンナとして出演、レディー・ガガの2014年北米ツアーでオープニングアクトを担当するなど、著名なアーティストとのコラボレーション実績もある。さらに、2024年には米国最大級の音楽フェス「コーチェラ」にも出演。国内外で様々な関連イベントが実施されている。

<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、菓子食品業界で初なのど飴となる「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。

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。

国内グミ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、人と社会の持続的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+ 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。