

2月15日 カンロ株式会社

大人気商品「ピュレグミ」と「マロッシュ」、夢のコラボレーションが実現! カンロ 「ピュレグミ×マロッシュ レモン」新発売

"果肉食感"דもぎゅふわ食感" が一粒になった新食感グミ「ピュレマロ」

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、ピュレグミの"果肉食感"とマロッシュの"もぎゅふわ食感"を一粒で体験できる新食感グミ「ピュレグミ×マロッシュ レモン」を、2023年2月20日(月)より全国で発売します。



《カンロの大ヒット商品「ピュレグミ」と「マロッシュ」のハイブリッドが誕生!》

グミブームが続く中、カンロを代表する人気商品「ピュレグミ」と、食べているうちにマシュマロになるという新感覚で SNS でも大きな話題を生んでいる「マロッシュ」が初めてコラボレーションし、「ピュレグミ×マロッシュ レモン」として発売します。

「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昨年発売 20 周年を迎えました。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ずっぱいおいしさが広がるハート型のグミです。それまで子ども向けの商品が中心だったグミ市場に大人の女性をターゲットとしたグミとして新たなユーザーを獲得。20 年間でブランド累計 10 億袋以上販売するなど、グミ市場拡大を牽引してきました。

「マロッシュ」は、食べているうちにマシュマロになる、口に入れると新しい感覚を覚えるもぎゅふわ食感が特徴のお菓子で、口どけの良い酸パウダーが表面にコーティングされており、口に入れるとパウダーが広がり爽快感を感じる一方で、噛むともっちりとした弾力で噛みごたえを感じられるのが特徴です。2021年の発売以降、「これってマシュマロなの?」「それともグミなの?」と注目を集め、SNSで大いに話題となりました。



そんなカンロの人気商品がコラボした「ピュレグミ×マロッシュ レモン」は、「ピュレグミ レモン」と「マロッシュ レモンスカッシュ」が一粒で楽しめる新食感グミです。ピュレグミとマロッシュの二層製法で、ピュレグミの果肉食感とマロッシュのもぎゅふわ食感を一粒で堪能できます。

《ピュレマロってナンダ!? Twitter キャンペーンを実施》

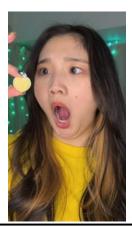
「ピュレグミ×マロッシュ レモン」の発売を記念し、「ピュレマロってナンダ!?キャンペーン」を Twitter にて実施します。下記方法によりご応募頂いた方から、抽選で 10 名様に『ピュレグミ×マロッシュ レモン 6 袋』をプレゼントいたします。

■「ピュレマロってナンダ!? Twitter キャンペーン」概要

期間	2023年2月15日(水) 10:00~2月21日(火) 23:59
応募方法	① Twitter でピュレグミ公式アカウント(@kanro_pure)をフォロー ② ピュレグミ公式アカウントの指定の投稿からハッシュタグを選んでツイート
当選者数	合計 10 名様
賞品	ピュレグミ×マロッシュ レモン 6袋

《人気クリエイターアヤノダガネ、メラニーと TikTok でコラボ!》

今回の発売にあわせ、Z 世代に人気のクリエイター アヤノダガネさん、メラニーさんとコラボレーション。オリジナル楽曲「離れないピュレマロのうた」に合わせて、「ピュレマロ」の商品特徴をポップに紹介する動画を TikTok で 2 月17 日(金)20 時より公開予定です。







アヤノダガネ

TIKTOK フォロワー数 110 万人超。思い切った変顔や表現力を生かし、 ジャンルにとらわれない個性的なメイク、歌やダンス等ライフスタイルを発信。 名古屋在住で映像の制作会社で働きながら、クリエイターとして活動中。



メラニー

SNS 総フォロワー数 550 万人。

華やかなビジュアルからの変顔、おもしろ動画を投稿するギャップが特徴。明るく元気な姿がファンを魅了する。モデルもこなすハーフ美女。

■商品概要

商品名: ピュレグミ×マロッシュ レモン発売日: 2023 年 2 月 20 日 (月)

参考価格 : 192 円(税込) ※消費税 8%

内容量: 55g

販売エリア: 全国・全チャネル

特徴: ピュレグミとマロッシュが夢のコラボ!

「果肉食感×もぎゅふわ食感」の2層新食感グミ!



■ピュレグミとは

「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ず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 Twitter @kanro_pure https://twitter.com/kanro_pure ピュレグミ公式 Instagram @kanro_pure_photo https://www.instagram.com/kanro_pure_photo/

■マロッシュとは

2021 年 6 月に全国で販売を開始した「マロッシュ」は、口に入れると新しい感覚を覚えるお菓子の新ブランドで、食べているうちにマシュマロになるもちっと新食感が特徴のお菓子です。口どけの良い爽快パウダーが表面にコーティングされており、口に入れるとパウダーが広がり爽快感を感じる一方で、噛むともっちりとした弾力で噛みごたえを感じられます。「マロッシュ」でしか味わえない、もぎゅっとした弾力からふわっとした口どけに変わる「もぎゅふわ食感」を、3 種それぞれのフレーバーでお楽しみいただけます。







<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

URL: コーポレートサイト https://www.kanro.co.jp/

KanroPOCKeT https://kanro.jp/

当社は創業から 110 年、社名になっている「カンロ飴」を始め、ミルクフレーバーキャンディ市場売上 No.1 ブランド※「金のミルク」、菓子食品業界で初ののど飴となる「健康のど飴」、大人の女性に向けたグミ市場を創り上げた「ピュレグミ」など、常に消費者の皆様から愛され続ける商品を創り続けてまいりました。 2012 年からは直営店「ヒトツブカンロ」を運営し、「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います。

※株式会社インテージ S R I + ミルクフレーバーキャンディ市場 2021 年 10 月~2022 年 9 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。