

もちもち弾力食感の「マロッシュ」と「ずっと真夜中でいいのに。」がコラボレーション！

カンロ「ずとマロッシュ」9月下旬発売決定

～パッケージはイラストレーター「coalowl」氏描き下ろしの「にらちゃん」と「うにぐりくん」～

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、もちもち弾力食感とシュワっと口どけの良い爽快パウダーが特徴的なホイップ型の新感覚お菓子「マロッシュ」と、ネットだけでなく LIVE シーンでも高い注目を集めている音楽バンド「ずっと真夜中でいいのに。」のコラボレーション商品「ずとマロッシュ」を、全国のセブン-イレブン限定※で2024年9月下旬に発売します。 ※一部取り扱いの無い店舗もございます



《YouTube 動画総再生回数 11 億超え※

「ずっと真夜中でいいのに。」ともちもち弾力食感の「マロッシュ」がコラボレーション》

「マロッシュ」は、噛みごたえのあるもちもち弾力食感と、シュワっと口どけの良い爽快パウダーが特徴の新感覚お菓子です。もちもちと弾力があるのに、時間が経つとふわっと口の中で溶けていく不思議な食感が話題となり、発売から1年半でシリーズ年間販売額 20 億円を突破。現在ではカンロの定番ブランドのひとつとして展開しています。SNS では「無心で食べちゃう」「食べる手が止まらない」「気づいたら食べきっていた」など、「マロッシュ」の弾力食感に没入するファンが増えています。

そんな「マロッシュ」はこの度、YouTube 動画総再生回数 11 億を超える※、注目の音楽バンド「ずっと真夜中でいいのに。」（通称・ずとまよ）とのコラボレーション商品「ずとマロッシュ」を発売します。作詞作曲ボーカルを担当する ACAね（あかね）さんは、SNS でも「マロッシュ」好きを公言しており、理想の「マロッシュ」を目指し、フレーバーやパッケージデザインを検討するため、カンロの R&D 豊洲研究所にも足を運んでいただきました。「ずとまよ」の世界観とこだわりが詰まった特別な「マロッシュ」は、2024年9月下旬の発売です。 ※2024年9月1日時点

さらにパッケージは、『弾力最適解』の WebCM をご担当いただいた人気イラストレーター「coalowl（コールアウル）」氏が「にらちゃん」と「うにぐりくん」のイラストを描き下ろしたスペシャルデザインで進行中です。

パッケージの全貌やフレーバーのほか、発売に合わせた施策も準備しておりますので、続報を楽しみにお待ちください。

■ ずっと真夜中でいいのに。

作詞・作曲・ボーカルギター“ACAね”による、特定の形をもたない音楽バンド。

YouTube チャンネル登録数 260 万人、楽曲総再生回数は 20 億回を超えている。

これまでにオリコン週間アルバムランキング、Billboard JAPAN HOT ALBUMS 1 位を獲得。

退廃的で熱量のある世界観、アナログに拘った生演奏(時には家電も)で、LIVE は国内外から注目されている。

2024年10月からは 20 万人動員のホール&アリーナツアーを開催。

■ coalowl (コールアウル)



フリーのイラストレーター、アニメーション作家。
少しのユーモアとエモーションを武器に、女の子とゆるいキャラクターを描く。

■「マロッシュ」について

「マロッシュ」は、もちもち弾力食感とシュワっと口どけの良い爽快パウダーが特徴的な、ホイップ型の新感覚お菓子です。口に入れると酸パウダーの爽快感が広がる一方で、噛むともっちりした弾力を感じ、ふわっと口の中で溶けていきます。食べているうちに変化する不思議な食感が話題となり、発売から約1年半でブランド年間売上20億円を達成するなど、カンロの新たな定番ブランドに成長しました。思わず夢中になる連食性でファンを獲得しています。

マロッシュブランドサイト <https://kanro.jp/pages/marosh>

<発売中商品>

商品名：マロッシュ グレープソーダ味
：マロッシュ ヨーグルトソーダ味
参考価格：171円(税込) ※消費税8%
販売エリア：全国



■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。

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 パーパストリブン企業」の実現を目指し、戦略の中核に据えている「人財」への取り組みも強化しています。2024 年 3 月には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 2022 年 4 月～2023 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 2022 年 10 月～2023 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。