

【イベントレポート】

**没入食感グミ「マロッシュ」が学生の“好き”応援するブランドへ
リニューアル発表会を開催！多摩美大生と共創した新 CM 初公開
学生たちが作品への想いを語り、coalowl 氏・KANA-BOON からの応援メッセージも**

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）は、人気グミブランド「マロッシュ」のリニューアルに伴い、2025年7月3日（木）に報道関係者向け発表会を開催しました。

当日は、ブランドの新たなメッセージである「没入食感で“好き”を応援する」に込めた想いや、リニューアル商品の紹介、全国の高校生～大学生 500 名を対象に実施した意識調査結果の発表、さらには学生との共創による新 CM の初披露とトークセッションも行われました。多角的にブランドの世界観を発信する場となり、“没入食感”を通じて「好きに向き合う感覚」や「一歩踏み出すきっかけ」を届ける、マロッシュのブランド価値への理解を深める機会となりました。



<マロッシュが“没入食感”で学生の「好き」を応援するブランドへ>

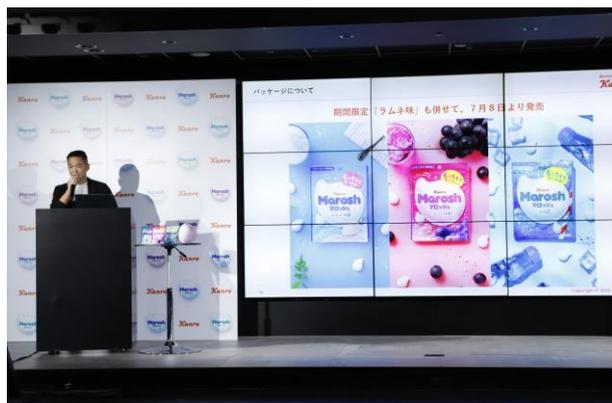
冒頭では、カンロ株式会社 マーケティング本部 ブランド開発部 部長・高島稔昭氏が登壇し、今回のリブランディングの背景と狙いを紹介しました。

マロッシュは、もちもちとした弾力食感と、シュワッと口どけるさわやかパウダーが特長のグミブランドです。2021年の発売以来初となるベース配合の見直しに加え、パッケージデザインやブランドの世界観も大きく刷新しました。

このリニューアルでは、「夢中で食べ進めてしまう感覚」を「何かに没頭する時間」に重ね合わせ、若者が“好き”に夢中になれる時間や、迷いながらも夢や目標に突き進む人たちを応援するブランドへと進化。もちもちとしたグミの形状や、ポジティブな世界観を視覚的に表現した新デザインも、感覚に没入するひととき＝「自分自身と向き合う」きっかけとして再設計されています。

また、商品も、より爽やかで後引くような味わいにブラッシュアップ。思わず次々手が伸びてしまうようなフレーバー設計により、「没入食感」がさらに進化しています。

さらに、数量限定で先行販売された「マロッシュ ラムネ味」が、好評の声をを受けて2025年7月8日（火）より季節限定フレーバーとして全国発売されることも発表され、会場では一足先に新パッケージもお披露目されました。



<多摩美術大学の学生と共創した新 CM「好きを信じるんだ」篇を初公開>



会場では、新たなブランドメッセージを体現する 60 秒 CM マロッシュ「好きを信じるんだ」篇が初披露されました。イラストレーターの coalowl 氏と、多摩美術大学の学生 16 名による“共創型プロジェクト”として制作された本作は、「没入」をテーマにしたアニメーション CM です。

KANA-BOON の代表曲「シルエット」と、声優・竹内順子さんによるナレーションが重なり、観る人の感性に深く訴える映像作品として、来場者からも高い注目を集めました。

【CM 概要】

タイトル : カンロ マロッシュ「好きを信じるんだ」篇

放映時期 : 2025 年 7 月 3 日(木)から WEB にて先行公開

7 月 5 日(土)に 60 秒 Ver.を TVCM 放映、

7 月 18 日(金)~27 日(日)に 15 秒 Ver.を放映

URL : <https://youtu.be/jYTGABcpe1E> (15 秒 ver.)

<https://youtu.be/Rh3G1bT9wME> (60 秒 ver.)

<“好き”を信じて、表現を続ける — 登壇学生が語る今のリアル>

CM 制作に参加した学生の中から代表 4 名 (まるやまさくらさん、岩淵帆乃香さん、Wang Yiling さん、Yo Oyama さん) が登壇し、各自の作品紹介や、“好き”と向き合った制作エピソードを語りました。

登壇した学生たちは、いま自分の「好き」にまっすぐ取り組み、表現することができている一方で、その“好き”を社会にどう届けるか、どう需要と合致させるかというテーマに、日々向き合っています。今できる表現を模索し、真剣に作品と向き合う姿からは、“好き”を信じて進む力強さを感じられました。

Oyama さんは、自身が「没入」している DJ を題材とした作品を制作。「没入」することで表情が明るく変化していく様子に注目してほしいと語りました。

Wang さんは、じゃがいもをテーマに作品を制作。「好きを信じる」「没入」といったマロッシュのブランドイメージに重ねながら、テーマ設定を行ったと語りました。

岩淵さんは、過去に制作した「風の又三郎」を題材とした作品が、作品の持つ「開放感」とマロッシュの「没入感」が合致することから、今回の CM で起用されることになったと説明。アナログで描かれたアニメならではの風の表現が魅力だと語りました。

まるやまさんは、「没入前」「没入後」で全く異なる世界観の作品を制作。普段は静かなイメージの作品を多く描いていますが、今回は CM 用にポップで可愛い世界観を意識して制作したと語りました。自己表現とクライアントからの要望に応えること、両方の楽しさを感じたといいます。

また、Wang さんは今回のプロジェクトを振り返り、「普段の自分の作品はいろいろな人に受け入れられるものではないが、今回は誰もが好きになってくれる作品が作れた。できないと思っていたことに挑戦し、打ち破ることができた」と語りました。無理だと感じていた作品づくりに取り組んだことで、自信につながり、今後の創作意欲にも影響を与えたそうです。



<coalowl 氏と KANA-BOON が学生に応援メッセージ！「マロッシュ 1 年分」をサプライズ贈呈>

トークセッションの最後には、登壇した学生たちに“マロッシュ 1 年分”がサプライズで贈られました。さらに、アーティストの coalowl 氏と KANA-BOON から寄せられた、「好き」を応援する熱いメッセージが代読され、学生たちにエールが送られました。

学生代表として Oyama さんは、高島さんやアーティストのお二人からのサプライズ演出を受けて「自分のやりたいことや好きなことに、もっと前進していこうと思い、元気づけられました」と喜びを語りました。



■商品概要

- 商品名 : マロッシュ グレープソーダ味/ヨーグルトソーダ味/ラムネ味 (季節限定)
 発売日 : 2025年7月8日(火)
 参考価格 : 171円(税込) ※消費税8%
 販売エリア : 全国
 特長 : もっちり弾む食感とシュワッと広がる爽やかさが夢中を引き出す没入食感ガミ



■「マロッシュ」について

「マロッシュ」は、もちもち弾み食感とシュワッと口どけの良いさわやかパウダーが特長的な、ホイップ型の没入食感ガミです。口に入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、次第に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。

■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/>



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もど飴となる「健康のもど飴」、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 10 月～2024 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。