

カンロ「マロッシュ」のユニクロ「UTme!」を「ユニクロ 新宿本店」で限定発売 ～「没入感」をマロッシュらしく表現したオリジナルスタンプが登場～

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、ユニクロ 新宿本店の「UTme!」とコラボレーションし、2025 年 7 月にブランドリニューアルをした人気のグミ「マロッシュ」のオリジナルの T シャツとトートバッグを、7 月 18 日（金）より限定発売いたします。



カンロは、「UTme!」で作成できるオリジナルデザインの T シャツやトートバッグをお客様にお使いいただくことで、国内外を問わず多くの方にカンロを知っていただきたいと考え、昨年 10 月よりユニクロのグローバル旗艦店「ユニクロ 新宿本店」とコラボレーションしています。これは、カンロのパーパスである「Sweeten the Future ～心がひとつ、大きくなる。～」瞬間をお届けしたいとの思いによるものです。

今回、ユニクロ「UTme!」に新登場する「マロッシュ」は、もちもちとした弾力食感とシュワっと口どけるさわやかパウダーが特長のグミブランドで、“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にリニューアルいたしました。今回、「ユニクロ 新宿本店」とのコラボレーションにより、「マロッシュ」のオリジナルスタンプが「UTme!」に登場します。スタンプはグレープソーダ味のパッケージやロゴのほか、ふくよかで愛嬌のある形や、ポジティブな世界観で視覚的に表現したオリジナルデザインの全 14 種類。「マロッシュ」のオリジナルアイテムが作れる「UTme!」は、2025 年 7 月 18 日（金）より、東京都新宿区にある「ユニクロ 新宿本店」で販売いたします。

「ユニクロ 新宿本店」でしか手に入らない T シャツやトートバッグをお使いいただき、「好き」に夢中になれる時間をお楽しみください。

なお、新たなブランドメッセージを体現する TVCM マロッシュ「好きを信じるんだ」篇が 7 月 18 日(金)から放送されます。

【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 : 7 月 18 日(金)～27 日(日)に Short Ver.を放映
URL : <https://youtu.be/jYTGABcpe1E> (Short Ver.)



■販売商品 概要

- ・カンロ「マロッシュ」 コラボレーション T シャツ (S～LL) 各 1,990 円
- ・カンロ「マロッシュ」 コラボレーショントートバッグ (S,L) (S)1,990 円、(L)2,490 円 ※いずれも税込価格
- ・発売日 : 2025 年 7 月 18 日 (金)
- ・販売店 : ユニクロ新宿本店

■「ユニクロ 新宿本店」概要

- 住 所 : 東京都新宿区新宿 3-29-1
- 営業時間 : 10:00～22:00
- 売場面積 : 約 1,200 坪 (地上 1～3 階)
- 取扱商品 : ウィメンズ、メンズ、キッズ、ベビー



■「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さわやかパウダーが特長的な、ホイップ型の没入食感グミです。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。

ブランドサイト : <https://kanro.jp/pages/marosh>

■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 : もちり弾む食感とシュワっと広がる爽やかさが夢中を引き出す没入食感グミ



＜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。