

報道関係者各位

プレスリリース



2026年1月19日

カンロ株式会社

大好評のアーミングカンロシリーズ第3弾 カンロ「スノーマロウ (snow mallow)」再販売決定 ～雪遊びしているような世界観に浸れる冬季限定商品～

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1月26日（月）12時より、「ショコラ」×「マシュマロ」でまるで雪遊びしているような世界観の「スノーマロウ (snow mallow)」を複合型オウンドメディア「Kanro POCKeT（カンロポケット）」にて再販売します。



イメージ写真

《予約販売分、一般販売分は完売！まるで雪遊びしているような世界観に浸れる冬季限定商品》

「スノーマロウ (snow mallow)」は、ショコラの雪に隠れた、もっちりマシュマロをコンセプトにした雪の世界観を詰め込んだこれからの季節にぴったりな冬季限定商品です。世界観や見た目のかわいらしさからSNSを中心に多くの反響をいただき、11月12日から予約販売を開始したところ、24時間以内に完売となりました。12月12日から一般販売を開始したところ、3日以内に予定数量に達しました。この度、非常にご好評いただいているスノーマロウの再販売を1月26日（月）12時より開始することを決定しました。

スノーマロウは、爽快パウダーをまとったマシュマロにホワイトショコラをたっぷりとコーティングした雪玉のような粒を、まるで雪のようなくちどけの粉雪ショコラでたっぷりと覆うようにスノーマロウ缶に入れてお届けします。付属のシルバーピックで粉雪ショコラの中に隠れている雪玉を探す「雪玉さがし」や粉雪ショコラをスプーンでくわくわ「スコップすくい」など、まるで雪遊びしているような世界観でお楽しみいただけます。同梱のリーフレットにはショートストーリー「A story of Snow Mallow」が描かれており、スノーマロウの世界観にたっぷり没入できる商品になっています。ティータイムや週末の贅沢など自分へのご褒美にはもちろん、友人や同僚などへの冬のプチギフトなど様々なシーンでお楽しみください。



■商品概要

商品名	スノーマロウ (snow mallow)
販売開始	2026年1月26日(月)12:00~ ※予定数量に達し次第、販売終了となります。
価格	2,480円(税込) ※消費税8%
内容量	115g(チョコがけマシュマロ:79g、チョコレートパウダー:36g)
販売ページ	https://kanro.jp/products/14903198548336
特徴	ショコラの雪に隠れた、もっちりマシュマロ
セット内容	<ul style="list-style-type: none">・チョコがけマシュマロ:79g(約11粒) / チョコレートパウダー:36g・スノーマロウ缶:1個・シルバーピック(缶の中に封入):1本・リーフレット(ショートストーリー「A story of Snow Mallow」付):1部



■KanroPOCKeTとは

オンラインショップ機能だけでなく、カンロの商品に関する情報を集約したインタラクティブな複合型オウンドメディアです。お客様と直接つながり、商品や新たな取り組みを通じて、特別な体験価値の提供を目指していきます。

**Kanro
POCKET**

■アーメージングカンロとは

カンロは2022年より、既成の商品概念にとらわれず、様々な味わいや食感・多彩な色や形・食べている時間の楽しさといったキャンディの魅力を存分に表現し、「おいしい、ワクワク体験」を提供する「アーメージングカンロ」シリーズを展開しています。満天の星空を手元に閉じ込めたような体験を楽しむ幻想的なラムネ「ホシフリラムネ」、癒しを詰めた、小さな海をコンセプトに非日常体験を楽しめるグミ「シークラゲグミ」、ショコラの雪に隠れた、もっちりマシュマロをコンセプトにした雪の世界観を詰め込んだ「スノーマロウ(snow mallow)」といった世界観に没入できる商品を展開しています。



<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
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「ヒップカンロ」では、「ヒトからヒトへ つながる ヒップ」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、企業パーカス「Sweeten the Future 心がひとつ、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 2024 年 4 月～2025 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 2024 年 4 月～2025 年 3 月累計販売金額ブランドランキング

■パーカス「Sweeten the Future ～心がひとつ、大きくなる。～」

カンロは、2022 年、企業パーカス「Sweeten the Future ～心がひとつ、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、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。