

ピュレグミの「果肉食感」×マロッシュの「もっちり没入食感」がひと粒に！

カンロ「ピュレマロ！ピーチ」発売

～コラボレーション第4弾！ピーチ味×ピーチスパークル味の春を感じるフレーバー～

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“もっちり没入食感”を一粒で体験できる、カンロの人気商品がコラボレーションした2層構造の新食感グミ「ピュレマロ」から、新フレーバー「ピュレマロ！ピーチ」を2026年2月24日(火)より全国で発売します。



《春にぴったりなピーチ味！果肉食感×没入食感が出会う、年に1度の人気コラボ企画第4弾》

「ピュレマロ」は、カンロを代表する大人向けグミの先駆け「ピュレグミ」と、シュワとした爽快感ともちもちとした独特の食感で新たなファン層を獲得している「マロッシュ」がコラボレーションした商品です。2023年にピュレグミ発売20周年を記念して「ピュレグミ×マロッシュ レモン」を発売したところ、「上下で歯触りが違うのはおもしろい感覚」「どちらの面を下に食べるかで食感変わるからおもしろい」など、これまでにない新感覚の食感が受け入れられ、大変好評をいただきました。

2024年には第2弾として「ピュレマロ？グレープ」、2025年には第3弾の「ピュレマロ？マスカット」を発売し、「ピュレグミとマロッシュの良いとこどり」「どちらも大好きだからコラボがうれしい」「おいしすぎてリピートした」など好評の声が寄せられ、年に1度のコラボレーションをお楽しみいただいています。

この度、第4弾として発売する「ピュレマロ！ピーチ」は、ピュレグミ部分の果汁感のある甘ずっぱいピーチ味と、マロッシュ部分の爽やかなピーチスパークル味が織りなす、春にぴったりな甘ずっぱい味わいをお楽しみいただけます。

ピュレグミやマロッシュファンはもちろん、新しい食感のグミを求めている方にもぴったりな商品です。コラボレーションで実現した特別な2層の食感と、春を感じる味わいをご堪能ください。

■商品概要

- 商品名 : ピュレマロ! ピーチ
発売日 : 2026年2月24日(火)
参考価格 : 192円(税込) ※消費税8%
内容量 : 55g
販売エリア : 全国
特徴 : ピュレグミ×マロッシュの夢のコラボ第4弾
“果肉食感×もちもち没入食感”が楽しめる
ピーチ味の2層構造グミ



■ピュレグミについて

「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、食べた瞬間と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。



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

公式 X https://x.com/kanro_pure

公式 Instagram https://www.instagram.com/kanro_pure_photo/

■「マロッシュ」について

「マロッシュ」は、もちもち没入食感としゅわっと甘ずっぱい味わいが特長的な、グミです。口に入れると酸味のある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。思わず夢中になる独特な食感でファンを獲得しています。

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

■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※「金のミルク」、大人向けガムの先駆けである「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。

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、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。

国内ガム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。

※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

■パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつ、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、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。