

「ずっと真夜中でいいのに。」と「マロッシュ」がコラボした、夢中になれる“真夜中の相棒”

カンロ「ずとマロッシュ ライムジンジャーエール味」

2026 年 9 月 22 日（火）新発売

ACA ねさんの好きな「ジンジャーエール」と歌詞の「ライム」で味を表現！

パッケージイラストは『ミラーチューン』の TV♡CHANY さん

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、もっちもち“没入弾力”とシュワっと甘ずっぱい味わいが特徴的なグミ「マロッシュ」と、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第3弾として「ずとマロッシュ ライムジンジャーエール味」を2026年9月22日（火）より全国のセブン-イレブン店舗で限定発売します。



《第3弾は新フレーバー！ACA ねさん監修の「ライム」×「ジンジャーエール」は、思わず夢中になる味わい》

マロッシュは、もっちもち没入弾力とシュワっと甘ずっぱい味わいが特長のグミブランドです。もっちりと弾力があるのに、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1年半でシリーズ年間販売額20億円を突破。つつい夢中で食べ進めてしまう後引く味わいがご好評いただいております。

そんな「マロッシュ」から、2024年、2025年に続き、YouTube登録者数340万人超の人気音楽バンド「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」の第3弾を発売します。ずとまよファン（通称・ずとまろ）の皆さんをはじめ大きな反響をいただき、今年もコラボレーションが実現しました。

フレーバーは、過去2回に続き、以前から「マロッシュ」好きを公言している、作詞・作曲・ボーカルを担当するACAね（あかね）さんが監修。第3弾となる今回は、初の新フレーバー「ライムジンジャーエール味」です。ACAねさんが好きな「ジンジャーエール」の爽やかな風味に、ずとまよの歌詞に度々登場する「ライム」の要素を掛け合わせました。酸味のあるパウダーと、すっきりとした甘さのベースを組み合わせ、ライムの爽やかさとジンジャーエールの風味を表現。さらに、「マロッシュ」独自のエアレーション製法による独特の“没入弾力”により、もっちもちの噛み心地と、噛むリズムがクセになる味わいに仕上がっています。

また第3弾では、レア型さらにパワーアップ。第1弾で登場した「ずとまよ」のミュージックビデオに出てくるキャラクター「うにぐりくん型」をブラッシュアップし、第2弾で登場したACAねさんの愛猫をモチーフにした「しよがスト型」も引き続き登場するほか、超レア型として「みみかゆしちゃん型」が潜んでいるかも。

「ずとマロッシュ」は、創作活動をする“夢中になれる全ての人”にとっての“真夜中の相棒”として、頑張る人を応援します。

《パッケージイラストは『ミラーチューン』の TV♡CHANY さん。「ずとマロ」仕様のニラちゃんを描き下ろし！》

パッケージイラストは、「ずとまよ」の人気楽曲である『ミラーチューン』『メディアノーチェ』などを含む、数々のミュージックビデオを担当したイラストレーター「TV♡CHANY（ティーヴィーチャニー）」さんによる描き下ろしです。ミュージックビデオに登場するキャラクター「にらちゃん」を「ずとマロッシュ」仕様にアレンジし、髪飾りなどの小物に「マロッシュ」をあしらった、特別なデザインに仕上げていただきました。そのほかにも、同じくミュージックビデオに登場する「うにぐりくん」や、ACA ねさんの愛猫「しょうがストリングス」も登場。パッケージを繋げると「Z」や「月」のマークが現れるなど、細部までこだわった、見れば見るほど“夢中になれる”パッケージデザインです。



■ず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 341 万人、楽曲総再生回数は 48 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。2026 年 10 月 10(土)・11 日(日)には奈良県平城宮跡歴史公園にて、特別公演祭 LEGACY ZOMBIE LABO「文禍伝雷」奈良・平城京を開催予定。

公式サイト：<https://zutomayo.net>

■TV♡CHANY（ティーヴィーチャニー）



【プロフィール】

スイス生まれのベトナム人イラストレーター、アニメーターとして活動しています。作品は音楽と感情にインスパイアされています。

【コメント】

ずとマロッシュのパッケージイラストとアニメーションを担当させていただきました！初めてマロッシュを食べたのは、去年 ACA ねさんにいただいたものでした。海外に住んでいるので、日本のお菓子を食べる機会はあまりありません。食感も味もすごく印象に残りました。とても美味しかったです！今回のコラボもぜひお楽しみください！

■商品概要

商品名	: ずとマロッシュ ライムジンジャーエール味
発売日	: 2026 年 9 月 22 日 (火)
参考価格	: 214 円 (税込)
内容量	: 46 g
販売エリア	: 全国のセブン-イレブン店舗 ※一部取り扱いの無い店舗もございます
特長	: もっちもち没入弾力とシュワっと甘ずっぱい味わいがクセになる ライムジンジャーエール味のグミ



《「マロッシュ」と「ずとマロッシュオリジナルグッズ」が当たる！SNS キャンペーンを実施》

「マロッシュ」と「ずと真夜中でいいのに。」のコラボレーションを記念し、カンロ公式 X (@kanro_pr) でプレゼントキャンペーンを実施します。下記方法によりご応募いただいた方の中から、「ずとマロッシュ」オリジナルグッズや「マロッシュ」などがセットになった「ずとマロッシュ真夜中没入セット」を抽選で合計 100 名様にプレゼントします。

■「#ずとマロッシュ 真夜中没入キャンペーン」概要

期間	2026 年 9 月 22 日(火)9:00～9 月 28 日(月)23:59
応募方法	① カンロ公式 X (@kanro_pr) をフォロー ② キャンペーンの投稿に「#ずとマロッシュ」と 本文内で指定された文言を記入し引用ポスト
賞品	ずとマロッシュ真夜中没入セット (ずとマロッシュ 5 種パッケージ、マロッシュ 3 種 (グレープソーダ味/ラムネ味/フレッシュコーラ味) ずとマロッシュオリジナルグッズ (めじるしキーホルダー)
当選者数	合計 100 名



■「マロッシュ」について

「マロッシュ」は、もっちもち没入弾力とシュワっと甘ずっぱいが特長的な、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>

■発売中の「マロッシュ」シリーズ

商品名	: マロッシュ グレープソーダ味/ラムネ味/フレッシュコーラ味
参考価格	: オープン価格 (想定小売価格: 各税込 171 円前後)
内容量	: 50 g (グレープソーダ味)/46g(ラムネ味、フレッシュコーラ味)
特長	: もっちもち没入食感としゅわっと甘ずっぱい味わいがクセになるグミ



■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※「金のミルク」、大人向けグミの先駆けである「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。」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、人と社会の持続可能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。