NEWS RELEASE

報道関係 各位

2026年11月24日
カバヤ食品株式会社

カバヤ食品『ナマロワ』発売約1か月で300万個突破！

購入者の8割以上が“ほどける食感”“ご褒美感”“贅沢感”を評価、くつろぎ時間に楽しむデザートグミとして好評

カバヤ食品株式会社が2026年9月29日（火）に新グミブランドとして発売した、こころほどける、“まるで生食感”デザート『ナマロワ』が、発売から約1か月でブランド総出荷数300万個を突破しましたので、お知らせします。





当社は、間食・おやつとして喫食される機会が多いグミにおいて、「デザートとして楽しむ」という新たな喫食シーンを創出し、成長速度がやや落ち着きつつある市場のさらなる成長に貢献するため、『ナマロワ』を発売しました。

『ナマロワ』は、エアレーション製法と独自の原料配合により実現した“まるで生食感”のしっとり柔らかい食感が特長のデザートグミです。異なる2つのフレーバーと食感を組み合わせた2層構造により、それぞれの味わいが絶妙に掛け合わさることで、奥深い味わいを生み出します。これらの食感と味わいが織りなす、これまでのグミにはない独自の価値こそが、『ナマロワ』ならではの魅力です。

当社が実施した購入者実態調査※1では、『ナマロワ』購入者の8割以上※2が「口の中でふわっとほどける食感がある」「外側と内側で異なる食感を楽しめる」といった食感面に加え、「自分へのちょっとしたご褒美になった」、「ちょっと贅沢な気分になれた」といった情緒面についても評価しています。さらに、喫食シーンでは「自宅でくつろいでいるとき」が最多回答※3となり、購入理由では、「“生食感”がどのような食感か気になったから」が最も多い結果となりました※4。

本結果から、『ナマロワ』が提案する心をゆるやかにほどくデザート体験が、購入された多くのお客様に受け入れられていることが示されました。また、スイーツの口どけや柔らかさの表現に使用される“生食感”というキーワードを、グミに使用したことが、多くのお客様の購入を後押しした要因の一つであったこともうかがえました。

当社のデザートグミ『ナマロワ』は、ひと息つくときに心をゆるやかにほどく情緒的価値を提供するとともに、当社は『ナマロワ』や3年連続でグミ市場単品売上金額No.1※5『タフグミ』などのさらなる成長により、グミ市場の再成長に貢献していきます。

※1：WEB定量調査（期間：2026年10月23日～10月27日、対象：『ナマロワ』購入経験者 、n＝250名）
※2：n=203、複数回答「とても思う」「やや思う」の合計値

※3：n=123、複数回答
※4：n=93、複数回答
※5：インテージ SRI＋ グミ市場累計販売金額 単品ランキング（2023年4月-2026年3月）

＜『ナマロワ』について＞

1. ブランド名の由来

『ナマロワ』は、“生食感”を想起させる「ナマ」と、フランス語で「王様」を意味する「ロワ」を組み合わせた造語です。上質なデザートの世界観とブランドに込めた想いを表現しています。

2. 製品特長

◆『ピュアラルグミ』のエアレーション製法をさらに進化・工夫

“まるで生食感”のようなしっとり柔らかい食感と豊かな香りの広がりを実現するために研究を重ねた製法設計と独自の原料配合

◆異なる2つのフレーバーと食感が絶妙に混ざり合う2層構造による
デザートを食べたときのような奥深い味わい

『ナマロワ 黒ぶどう×白ぶどう』：外側は芳醇な黒ぶどう、内側は爽やかな白ぶどう

『ナマロワ 白桃×黄桃』：外側は瑞々しい白桃、内側は濃厚な黄桃

3. 製品概要

製品名	ナマロワ 黒ぶどう×白ぶどう ナマロワ 白桃×黄桃
種類別名称	グミキャンディ
内容量	58ｇ
価格	いずれもオープン
販売エリア・業態	全国のスーパーマーケット・コンビニエンスストア・ドラッグストア等

『ナマロワ』ブランドページ…https://www.kabaya.co.jp/products/catalog/namarowa/index.html