



おいしく たのしく すこやかに



森永製菓株式会社

NEWS RELEASE

2026 年 7 月 30 日

「果物のおいしさと栄養を、手軽に」がコンセプト！
まるで本物のマンゴーを食べているような“果肉食感”
i n ゼリーフルーツ食感<マンゴー>

8 月 4 日（火）より新発売

森永製菓株式会社（東京都港区芝浦、代表取締役社長 COO・森 信也）は、「i n ゼリー」ブランドより、まるで本物のマンゴーを食べているような食感とおいしさを楽しめる「i n ゼリーフルーツ食感<マンゴー>」を、8 月 4 日（火）より全国のコンビニエンスストアにて発売いたします。独自の食感技術によりまるでマンゴーを食べているような果肉食感を再現するとともに、マンゴー1.4 個分※¹の食物繊維と1 食分のビタミン 12 種類を配合。果物のおいしさと栄養を手軽に楽しめる i n ゼリーです。

「i n ゼリーフルーツ食感」シリーズは、「価格が高い」「皮をむくのが面倒」「旬が短い」といった理由から日常的には食べにくい一方、多くの人々が食べたいと思う果物に着目して開発したシリーズです。果物らしい食感とおいしさの再現に加え、栄養面でも果物に近づけることを目指し、研究・開発を続けてきました。今回発売する<マンゴー>は、近年人気が高まるマンゴーフレーバーを採用し、果物を食べる満足感と栄養を、いつでもどこでも手軽に楽しめる商品に仕上げました。

まるでマンゴーを食べているような“果肉食感”と、華やかな甘さを堪能でき、マンゴー1.4 個分※¹の食物繊維で手軽に栄養も補給できる「i n ゼリーフルーツ食感<マンゴー>」の発売により、お客様に笑顔をお届けしてまいります。

※¹ マンゴー 1 個 260g とする。



■ 開発背景

「果物のおいしさも栄養も、もっと手軽に」

果物はおいしさだけでなく、ビタミンや食物繊維などの栄養価値を兼ね備えた食品として親しまれています。一方で、「価格が高い」「皮をむくなど食べるまでに手間がかかる」「旬が限られている」など、日常的に取り入れるにはハードルもあります。そこで森永製菓は、「高い・皮をむくのが面倒・旬が短い。それでも食べたい果物」をコンセプトに、フルーツ食感シリーズを開発してきました。仕事や家事、育児などで忙しい日々の中でも、果物のおいしさと栄養を手軽に楽しんでほしいという想いがシリーズの原点です。

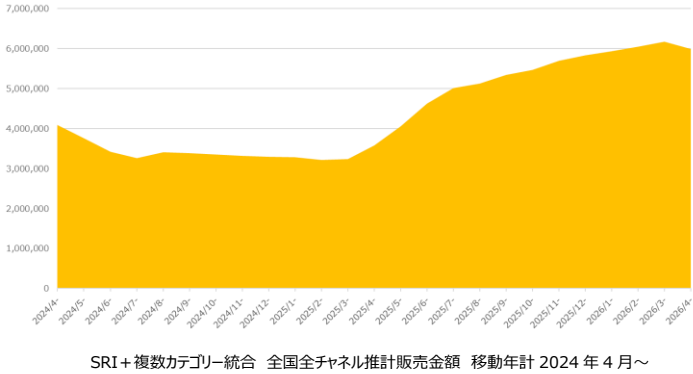
■マンゴー選定理由

近年、マンゴーフレーバー市場は過去 2 年間で約 150%伸長と拡大傾向※²にあり、菓子を中心にさまざまなカテゴリーで採用が広がっています。こうした背景を受け、「i nゼリーフルーツ食感」シリーズでも人気の高いマンゴーフレーバーを採用しました。

また、マンゴーは濃厚な味わいが魅力である一方、価格や季節性などから日常的には食べる機会が限られる果物でもあります。そこで本商品では、マンゴーらしいおいしさと食感、さらに栄養もあわせて、手軽に楽しめる形でお届けします。

※2 当社調べ（キャンディなど菓子カテゴリーを中心に複数カテゴリーのデータを統合）

※マンゴーフレーバー市場移動年計



■「i nゼリーフルーツ食感」シリーズについて

「果物らしい食感を追求した、おいしさと栄養を両立する i nゼリー」

フルーツ食感シリーズは、2018 年からスタートした食感研究をベースに誕生しました。当時のゼリー飲料市場では、栄養補給など機能性を重視した商品が主流でしたが、森永製菓は「食感そのものを楽しむ新しい i nゼリー」の開発に挑戦しました。

その結果生まれたのが、果物を食べているような食感とおいしさを楽しめる「i nゼリーフルーツ食感」シリーズです。過去には、もも・梨・メロン・巨峰などを展開し、それぞれの商品で“まるで果物を食べているような体験”を追求してきました。

そして今回の＜マンゴー＞では、従来の食感やおいしさに加え、マンゴー1.4 個分※¹の食物繊維と 1 食分のビタミン 12 種類を配合。果物らしい満足感と栄養を兼ね備えた商品です。

■おすすめの喫食シーン

- 「果物を食べたいけれど時間がない」という時に。手軽に果物気分を味わう。
- 忙しい朝や移動中に。まるでマンゴーを食べているような食感とおいしさを手軽に楽しむ。
- 小腹が空いた時に。マンゴーらしい満足感に加え、マンゴー1.4 個分※¹の食物繊維と 1 食分のビタミン 12 種類も補給。
- 仕事や家事の合間のリフレッシュタイムに。ジューシーな味わいで気分転換。

■商品概要

商品名	i nゼリーフルーツ食感＜マンゴー＞
内容量	150g
参考小売価格	210 円（税別）/227 円（税込）
発売日・地区	2026 年 8 月 4 日（火）コンビニエンスストア先行 2026 年 9 月 8 日（火）全国・全ルート拡大 ～なくなり次第終了
ターゲット	仕事や育児・家事などを頑張る 20-50 代女性