

報道関係各位



株式会社 SOBO

2023年6月19日

Press Release

「FROZEN24」×アニメ「自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う」コラボ開催!!

## FROZEN24 マートにハッコンがやってくる!?

～ ハッコンからコラボ商品を手に入れよう!! ～

株式会社 SOBO（本社：東京都新宿区、代表取締役：益川 大平）が運営する次世代型自動販売機のソリューション事業【FROZEN24】は、2023年6月27日（火）～2023年10月9日（月）まで、アニメ「自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う」とコラボレーションし、冷凍グルメ自販機ショップ「FROZEN24 マート大森店」でオリジナルラッピング冷凍自動販売機の設置、及びコラボ商品の販売をいたします。



「FROZEN24」は、この度、7月5日から放送開始のアニメ「自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う」とのコラボイベントを6月27日（火）から開始します。

JR 大森駅前の冷凍グルメ自販機ショップ「FROZEN24 マート大森店」には、アニメの主人公「ハッコン」のラッピングをした冷凍自動販売機を設置、さらに店舗ラッピングではハッコン以外のキャラクターも登場し、より作品の世界感をお楽しみいただけます。期間中に表情が変化していく、ここでしか会えないハッコンにもご注目ください。

また、ハッコンからキャラクター缶バッジ付きのコラボ商品「ハッコンのおすすめ！鶏の香りとコクが効いた淡麗鶏しょうゆラーメン」をご購入いただけます。8月には都内4か所の「FROZEN24 マー

ト」でもコラボ商品が登場いたします。

### <オリジナルラッピング冷凍自動販売機 “ハッコン”>

■設置場所：冷凍グルメ自販機ショップ「FROZEN24 マート大森店」

■設置期間：2023年6月27日（火）～2023年10月9日（月）

★ハッコンの表情は下記スケジュールで変更します。どんなハッコンに会えるかはお楽しみに！

第一弾：6月27日～8月3日

第二弾：8月5日～9月7日

第三弾：9月9日～10月9日

### <コラボ商品：「ハッコンのおすすめ！鶏の香りとコクが効いた淡麗鶏しょうゆラーメン」>



FROZEN24 オリジナル冷凍ラーメン「餃子の金猫らーめん」をコラボパッケージで販売。鶏の香りとコクを効かせた淡麗醤油スープに、菅野製麺特性の香り豊かな全粒粉を使用した歯切れの良いストレート麺がベストマッチした人気のラーメンです。

■販売価格：1人前 1500円（税込）

■内容：冷凍ラーメン1人前（スープ・麺・焼豚2枚）、缶バッジ1個

※冷凍自動販売機での販売となります。補充のタイミングによっては売り切れとなる場合がございます。

※冷凍ラーメンの為、調理が必要となります。

★FROZEN24 マート大森店

販売期間：2023年6月27日～2023年10月9日

缶バッジは2種類ランダムです。

※複数購入した場合に絵柄が重複する場合があります。

★FROZEN24 マート飯田橋駅店・羽田空港第二ターミナル店・荒木町店、FROZEN24-Lab-

販売期間：2023年8月

缶バッジは4か所共通1種類です。

### <FROZEN24 マート冒険 MAP 配布（無料）>

都内各地の FROZEN24 マートを目指す冒険 MAP を手に入れて、冷凍自動販売機をめぐる旅にハッコン達とでかけよう！

■配布場所：冷凍グルメ自販機ショップ FROZEN24 マート大森店（HP でのダウンロードも可能）

■配布期間：2023 年 7 月 1 日～なくなり次第終了（イベント期間中定期的に補充をいたします）

タイアップ情報ページ：<https://frozen24.com/pages/collaboration01>

### <アニメ「自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う」とは>



●2023 年 7 月 5 日（水）より TOKYO MX、B S 日テレほかにて放送開始

TOKYO MX 毎週水曜 22：00～

B S 日テレ 毎週水曜 24:30～

AT-X 毎週水曜 22:00～（※リピート放送：毎週（金）10:00～、毎週（火）16:00～）

●2023 年 7 月 5 日（水）より d アニメストア、DMM TV ほか各配信プラットフォームにて配信

d アニメストア、DMM TV 毎週水曜 22：00～【地上波同時・最速先行配信】

U-NEXT、アニメ放題 毎週土曜 22：00～

その他、各配信プラットフォームで順次配信。

ABEMA、F O D、Hulu、J:COM オンデマンドメガパック、Lemino、milplus 見放題パックプライム、Prime Video、TELASA、スマートパスプレミアム、

ニコニコ、バンダイチャンネル、HAPPY!動画、クランクイン！ビデオ、ムービーフル Plus

<p>&lt;STAFF&gt;</p> <p>原作：昼熊「自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う」（角川スニーカー文庫/KADOKAWA）</p> <p>監督：秋田谷典昭</p> <p>シリーズ構成：高橋龍也</p> <p>キャラクター原案：憂姫はぐれ</p> <p>キャラクターデザイン：酒井孝裕</p> <p>モンスターデザイン：あきづきりょう</p> <p>副監督：高橋雅之</p> <p>総作画監督：山内尚樹、田津奈々子、津幡佳明</p> <p>サブキャラクターデザイン：コレサワシゲユキ（デジタルノイズ）、灯夢（デジタルノイズ）</p> <p>自動販売機デザイン：小高みちる（デジタルノイズ）、刻田門大（デジタルノイズ）</p> <p>色彩設計：鈴木ようこ</p> <p>美術監督：岩瀬栄治（スタジオちゅーりっぷ）</p> <p>撮影監督：魚山真志（チップチューン）</p> <p>編集：坪根健太郎（REAL-T）</p> <p>音響監督：郷文裕貴</p> <p>音楽：浦木裕太 高橋慶多</p> <p>オープニングテーマ：BRADIO「ファンファーレ」</p> <p>エンディングテーマ：Peel the Apple「いつものスープ」</p> <p>プロデュース：スロウカーブ</p> <p>アニメーションプロデューサー：富岡哲也</p> <p>アニメーション制作：Studio 五組 x AXSiZ</p> <p>製作：「自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う」製作委員会</p>	<p>&lt;CAST&gt;</p> <p>ハッコン：福山潤</p> <p>ラミス：本渡楓</p> <p>ヒュールミ：青木志貴</p> <p>シュイ：富田美憂</p> <p>ケリオイル：中井和哉</p> <p>フィルミナ：茅野愛衣</p> <p>熊会長：宮内敦士</p> <p>赤：山下大輝</p> <p>白：榎木淳弥</p> <p>ミシュエル：江口拓也</p> <p>ほか</p>
--	--

公式 WEB サイト <https://jihanki-anime.com>

公式 Twitter @jihanki\_anime ([https://twitter.com/jihanki\\_anime](https://twitter.com/jihanki_anime))

公式 YouTube <https://www.youtube.com/@jihankianime>

(ハッシュタグ #自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う #俺自販機)

© 屋熊・KADOKAWA/「自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う」製作委員会

---

## <FROZEN24 とは>



冷凍自動販売機を活用した新たなマーケット開拓、サプライチェーンの構築、インフラ化を目指す事業体です。「ど冷えもん」第1号機設置を皮切りに、全国に冷凍自販機を設置。また開発商品や有名店・食品メーカーなどの人気商品を数多く取り揃え、現在では約120アイテムを扱い、全国のお客様に冷凍食品ならではのおいしさをお届けしています。

FROZEN24 : <https://frozen24.com/>

株式会社 SOBO : <https://so-bo.biz/>

### <株式会社 SOBO 会社概要>

社名 : 株式会社 SOBO

本店所在地 : 東京都新宿区荒木町19番地

代表者 : 代表取締役 益川大平

資本金 : 1,000万円

設立 : 2007年2月22日

社員数 : 13名

事業内容 : 自動販売機の販売及び設置並びに自動販売機用商品の開発及び販売等

---



**【FROZEN24】とは、冷凍自動販売機を活用した新たなマーケット開拓、  
サプライチェーンの構築、インフラ化を目指す事業体です。**

これが自信の【FROZEN24】商品の特徴！

その1 独自の商品開発チーム

ミシュランのトップレストラン出身シェフが参加し、全国から商品を厳選しています。

その2 食品大手の製品同等の品質保証

元大手食品会社の品質保証経験者が、製品表示等の適正化を食品企業様と徹底しています。

その3 各食品企業様との密接な連携

品質を保証できる賞味期間の設定の確認、製品保管中や輸送中の温度条件への管理を徹底しています。

その4 商品は専用ケースにパック済みでお届け

環境配慮型のリサイクル素材を用いたケースを大手容器メーカーと共同開発。割れや引っかかりを軽減します。

オーナー様への【FROZEN24】の約束！

その1 自動販売機オーナー様へのサービス徹底

販売データからの商品マーケティングを展開し、的確なご提案を継続します。

その2 継続した商品ラインアップ強化

季節や立地に合わせた商品を企画し、取扱商品を増やして自動販売機ビジネスを支えます。

その3 継続したコスト低減の取り組み

物流の仕組みや包装資材の工夫など、収益構造の改善と強化を継続します。