

2026年3月31日

「かがやく“笑顔”のために」を実現するための企業キャッチコピー 「今日、おなかにかできること。」を策定

3月31日(火)より森永乳業公式サイトにて
「コーポレートブランディングの取り組み」&「ブランドムービー」公開
(URL:<https://morinagamilk.co.jp/corporate/vision/brand/>)

さらに、コーポレートコミュニケーションロゴとして「Mにっこり」マークを開発

森永乳業は、当社としての提供価値をより分かりやすくお客さまに届けるために、コーポレートスローガン「かがやく“笑顔”のために」を実現するための新たな企業キャッチコピーとして「今日、おなかにかできること。」を策定しました。「今日、おなかにかできること。」は2026年3月31日より順次コミュニケーションに展開してまいります。

■「認知は高いが、企業イメージが曖昧」という課題

森永乳業は、創業以来、「乳」で培った技術を活かし、牛乳はもとより、ヨーグルト、アイス、チーズ、飲料、さらには育児用ミルクといった、多様な商品を通じてお客さまへ「おいしさ」と「健康」をお届けしてまいりました。お客さまに身近な存在である一方、外部調査では「企業名は知られているが、具体的なイメージが持たれにくい」という課題が明らかになりました。

これを受け、お客さまに森永乳業ならではの魅力をより明確にお伝えし、企業特徴や強みが認識される状態とすることを目的とし、2024年よりコーポレートブランディングの取り組みを強化してきました。

■キャッチコピーの位置づけ

森永乳業グループ コーポレートスローガン

かがやく“笑顔”のために

森永乳業としての提供価値
企業キャッチコピー

今日、おなかにかできること。

森永乳業は創業100周年を迎えた2017年より、当社がお客さまにお届けしたい価値である「健康と幸せ」の結果として、社会に提供していきたいものを“笑顔”という言葉で表現した「かがやく“笑顔”のために」というコーポレートスローガンを掲げています。このコーポレートスローガンは社員にとっては心のよりどころとなり、指針となっているものです。この「かがやく“笑顔”のために」を実現するために、森永乳業の強みや特長をより端的に示したキーワードとして、「今日、おなかにかできること。」を位置付けています。

コーポレートブランディングの取り組み <http://www.morinagamilk.co.jp/corporate/vision/brand/> (2026年3月31日(火)より公開予定)

■キーワードは「おなか」

議論を重ねるなかで浮かび上がったキーワードが「おなか」。

「おなか」をキーワードにさまざまな案の中から、社員約3,000名が選んだキャッチコピーが「今日、おなかにかできること。」です。

この「おなか」には

- ・「おなか」をおいしさで満たす
- ・「おなか」から健康を育む
- ・「おなか(腹)」を割った組織文化づくり

という3つの価値を込めています。

■「Mにっこりマーク」



“Mマーク(企業ロゴ)”は森永乳業ブランドの象徴としてこれからもあり続けますが、お客さまとの接点において、森永乳業の想いをより親しみやすく伝えるために、Mマークの“M”に笑顔を加えた「Mにっこりマーク」を新たに制作しました。社員を対象に「Mにっこりマーク」を活用した各種アイテムを作成し、社内外のコミュニケーションに広く活用してまいります。



今日、おなかにかできること。



■ ブランドムービーの公開

キャッチコピーとあわせ、ブランドムービー「今日、おなかにかできること。」を公開します。「さまざまな人の“おなかの表情”を通じて、日々のいろいろな“おなか”に寄り添う物語です。また、「今日のおなかがよくくなりますように」という願いをおなかにか良さそうな音楽と映像で表現しました。

イラストには、やわらかい世界観で支持されるイラストレーター 中山信一氏 を起用。音楽や構成には、松生恒夫医師 の監修を受け、見て・聴いて心地よい仕上がりを目指しました。

ブランドムービーURL: https://www.youtube.com/watch?v=PCOayChI_rs (2026年3月31日(火)より公開予定)

●中山 信一 (なかやま しんいち)

1986年、神奈川県生まれ。広告や書籍、アパレルグッズ、絵本などのイラストを手がける他、エッセイの連載、個展開催など作家としても活動中。これまで制作した絵本に、『うそ』詩: 谷川俊太郎 絵: 中山信一(主婦の友社)、『じーっ』作絵: 中山信一(偕成社)などがある。東京造形大学非常勤講師。

●松生 恒夫(まついけ つねお)

1955年、東京生まれ。松生クリニック院長。医学博士。東京慈恵会医科大学出身。

6万件以上の大腸内視鏡検査を行ってきた。また、おなかと音楽の関係性についても造詣が深く、音楽療法を取り入れた診療も積極的に行っている。主な著書に「腸が元気になる本」「腸ストレスを取り去る習慣」「POP HEALING MUSIC: ポップスでリラクゼーション」など。

●ひらめ / 恋と本音を歌うシンガーソングライター

2020年6月、TikTokに『ポケットからきゅんです！』15秒バージョンのギター弾き語り動画を投稿。

指ハートを用いた「ポケきゅん」動画でTikTok週間楽曲ランキングに長期間ランクインするなど“きゅん現象”を巻き起こした。

■ 社内浸透活動



新しいキャッチコピーを策定しても、社員自身が理解・共感しなければ浸透は進みません。そこで社内浸透活動第一弾として「今の自分たちの中で『今日、おなかにかできること。』とは何か」を考え、互いに発表し合うワークショップを開催しました。

当日は、社長の大貫をはじめ、過去のワークショップ参加メンバーが再集結し、これまでの取り組みの振り返りとともに、「今後、自分は何に取り組むのか」を真剣に話し合いました。

参加した社員からは、

「自身の業務と結びつけて考える良い機会となった」

「日頃『おなか』と直接関わらない部署でも、自分ごと化できるきっかけになった」といった声が寄せられています。

また、2026年度入社の新入社員研修でも「今日、おなかにかできること。」の浸透を目的に、活動を行う予定です。一過性のイベントではなく、継続した活動を通じて、社内での浸透を図ってまいります。



森永乳業は「かがやく“笑顔”のために」を実現するために、「今日、おなかにかできること。」を合言葉とし、商品や研究、社会貢献活動を通じて“おなかの会社”としての価値をさらに高めてまいります。

以上