

2026年6月29日

いつもの健康を、いつもの食品で
「シールド乳酸菌®」と「はびねす乳酸菌®」を通じて生活者の健康を支えるプロジェクト
「“食べる”をもっと健やかに」始動

老舗水産練製品メーカーが挑む「すり身を使わない挑戦」

～変化する水産業界の中で株式会社スギヨが踏み出した大きな一歩～

森永乳業は、「シールド乳酸菌®」と「はびねす乳酸菌®」を通じて、生活者の健康を支えるプロジェクト「“食べる”をもっと健やかに」を4月よりスタートし5月下旬より取組みの詳細を配信しております。

森永乳業が掲げる新たな企業キャッチコピー「今日、おなかにもできること。」に込められた価値を、日常の食品を展開される様々な BtoB のパートナー企業と共に生活者のみなさまにもお届けしていきたいという思いから生まれた「“食べる”をもっと健やかに」プロジェクト。本取組みに共感していただいた様々なカテゴリーのパートナー企業と共に、笑顔を広げていく取組を生活者のみなさまにもお届けしてまいります。

今回は、長らく「焼かまスティック」に「シールド乳酸菌®」をご採用いただいております。今春より新商品である「Totono エール」にもご採用いただいている株式会社スギヨ 新事業推進部係長笠谷様に、お話を伺いました。

●Totono エールとは？

「忙しい毎日の中でも、無理なく“整える”を続けられる食品」をコンセプトに流行りの腸活ニーズにも応える健康サポートスイーツです。

健康系食品にありがちな“我慢して食べるもの”ではなく、日常的に手に取りたくなるおいしさを重視し、チーズケーキやスイートポテトといった親しみやすい味わいの2種をラインナップしました。また、ワンハンドで手軽に食べられるため、忙しい朝や仕事の合間など、「時間はないけれど何か食べたい」というシーンにも取り入れやすい仕様です。おいしさと機能性を兼ね備え、毎日のコンディションづくりをやさしくサポートします。



●Totono エールの開発背景と「シールド乳酸菌®」の採用理由について教えてください。

当社は水産練製品・加工品を製造している会社です。たんぱく質ブームもあり、かまぼこは高たんぱく食品として改めて注目されています。しかしながら、水産資源の減少という課題もあり、すり身を使わない商品の開発に取り組む必要がありました。

何かいいアイデアはないか、と考えていたときに、“手軽に持ち運んで食べられる”ワンハンド形態の商品ニーズが高まっている傾向にあることに気づきました。また、健康意識の高まりを感じる一方で、「分かってはいるけれど、忙しくてなかなか実践できない」という生活者の声も強くなっていると感じています。

水産加工品の業界が抱える課題と、このような生活者の声と、利便性・簡便性ニーズの高まりを掛け合わせ、水産資源に頼らない、ワンハンドタイプで健康価値を訴求できる商品の開発に着手することになりました。

そして、ワンハンドタイプの新たな商品の検討を進める中で、健康系食品にありがちな“我慢して食べるもの”ではなく、おいしさで心を満たせることを重視し、デザートに挑戦することに決めました。さらに、もう一歩踏み込んだ健康価値を提案できないかと考え、日常の中で無理なく取り入れやすい健康要素にも着目しました。当初は食物繊維の配合も検討しましたが、普段の食事では意識しないと摂りにくい乳酸菌を取り入れる方が、より価値を感じていただけるのではないかと考えました。そうした背景から、手軽に日常生活に取り入れていただける素材として、「シールド乳酸菌®」を採用しました。

●Totono エールを続けて届けたい価値について教えてください。

Totono エールという名前には、体の調子を“整える”という意味と、忙しい日常の中でも自分のために何かを取り入れようとする方々を“応援したい”という想いを込めています。Totono エールを通じて目指しているのは、単に栄養を補うことではなく、“おいしく続けられることで、自然と体が整っていく”という体験です。

「整える」とは、完璧な状態を目指すことではなく、日々の生活の中で少しずつバランスを取り戻していく状態をイメージしています。これからも、食を通じて日々を前向きに“整える”お手伝いと、その取り組みを続ける方々への“エール”を届けていきたいと考えています。私たちはこれまで、能登の食文化に根ざしながら、水産練製品と向き合ってきました。そして震災を経た今、改めて感じているのは、“食が日常を支える力”と、“当たり前で食べられることの価値”です。だからこそ、忙しい日々の中でも無理なく取り入れられ、体を整える手助けができる商品をお届けしたいと考えました。

また、Totono エールはスギヨにとって、すり身を使わない新しい領域への挑戦でもあります。これまで培ってきた技術や知見を活かしながら、一歩踏み出す取り組みであり、その姿勢自体も、この商品に込めたメッセージのひとつです。震災を経て前を向き、何かに挑戦しようとしている方々に寄り添い、そっと背中を押せるような存在でありたい。そんな想いも、この名前には込めています。



●最後に「“食べる”をもっと健やかに」にメッセージをお願い致します。

当社としても“ヘルシー&ハッピー”をテーマに、健康的であるだけでなく“おいしさ”や“楽しさ”と両立することを大切にしているので、森永乳業の掲げる“食べるをもっと健やかに”、そして日常の中で無理なく続けられる“ライトな健康感”という考え方には、とても共感しています。

Totono エールも、無理なく取り入れられる“ライトな健康感”を体現した商品であり、日常の中で自然に続けられることを目指しています。

健康は大切にしたい一方で、過度に意識しすぎると続かなくなってしまうというのは、多くの生活者が感じていることだと思います。そうした中で“頑張りすぎない健康”を提案されている点は、これからの時代に非常に重要な価値だと感じていますし、私たちの目指している方向性に近いと感じております。今後も日々の食事の中で自然と健康に寄り添えるような商品を通じて、生活者の皆さまに“無理なく続けられる心地よさ”と“食べる楽しさ”の両方をお届けしていきたいと考えています。

●株式会社スギヨについて



能登・七尾で魚商を営んでいた杉野屋与作から始まり、明治に入って練り製品の製造を開始。1952年、戦後の栄養難の時代にサメを使った「ビタミンちくわ」が誕生。1972年、世界発のカニカマ「かにあし」を開発。2015年、うなぎ風蒲鉾「うな蒲ちゃん」発売。現在は練り物を進化させるだけでなく、すり身を使わない商品開発や農業事業などにも取り組んでいます。

●参考情報 「今日、おなかにできること。」

森永乳業はコーポレートスローガン「かがやく“笑顔”のために」を実現するために新たな企業キャッチコピーとして「今日、おなかにできること。」を策定し、2026年3月31日より順次コミュニケーションに展開しています。

[「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、おなかにできること。」を策定](#)

以上