



おいしく たのしく すこやかに



森永製菓株式会社

NEWS RELEASE

2025年6月24日

株式会社イデアラボとの共同研究

森永エンゼルミュージアム MORIUM（モリウム）の 「心の健康につながる体験価値」を実証！ 世代を超えて「新しさと懐かしさ」を楽しみ共有できる 特別な場だと判明

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、弊社鶴見サイト内（横浜市鶴見区）の見学施設「森永エンゼルミュージアム MORIUM（モリウム）」の体験価値について、心理学の手法を用いて明らかにすることを目的とした研究を株式会社イデアラボと共同で行いました。2024年12月にモリウムの来場者のお客様を対象にインタビューを実施し、集めた情報を分析した結果、モリウムの見学体験によって心の健康につながる大きく8つの価値が感じられていることが確認され、モリウムでは懐かしさから新たな気付き・知らなかったお菓子との出会いまで、多様な楽しさを提供していることが分かりました。モリウムは、幅広い世代が共に楽しみ、お菓子の思い出を介したつながりを感じられる場であると考えられます。

■ 研究目的と背景

「森永エンゼルミュージアム MORIUM（モリウム）」は、「～新しくて懐かしい MORINAGA に出会える～」というコンセプトに基づき、訪れるお客様に特別な体験を提供しています。アテンド付きツアーは、①モリウム施設内でのシアター映像や各種展示物の見学、②鶴見工場の製造ラインの見学で構成されており、森永製菓の歴史や商品に込める想いに触れることができます。また、ツアー終了後には、おすすめ商品の試食やミュージアムショップでのお買い物も楽しめます。※学校団体社会科見学プログラムには試食はありません。

本研究は、モリウムが来場者に提供している体験価値を深く掘り下げ、その知見を今後の企画展示やお客様とのコミュニケーションに活かすことを目的としています。そのために、研究手法に心理学的アプローチを取り入れ、来場者の感情や印象とそれらの対象をより明確にすることを目指しました。

■ 研究方法

本研究では、親子4組（合計8名）および50代～60代のペア3組（合計6名）を対象に、モリウムでの見学体験後に半構造化面接を実施し、参加者が見学体験を通じて感じた価値について詳細に検討しました。

■ 研究結果

①モリウム施設内でのシアター映像や各種展示物における体験価値

展示コーナーでは、発売当初から長く愛されているロングセラー商品が多数紹介されています。そのため、来場者は当時のパッケージとの再会を通じて思い出に浸ったり、知らなかったパッケージや商品を見つけたりすることができます。これにより、世代を問わず「懐かしさ」や「新たな気付き」を楽しむことができる貴重な体験が提供されたと考えられます。また、自分が子どもの頃に楽しんだ商品を、今も子どもたちが同じように楽しんでいるということから、お菓子を介した「世代間のつながり」を感じていることも明らかになりました。



▲大迫力のシアター
歴史や商品の魅力を紹介



▲懐かしい商品や主力商品を展示
ここでしか見られない『金のエンゼル』も！



▲おいしさのみつエリア
商品特徴・技術・製法を紹介

②鶴見工場の製造ラインの見学における体験価値

工場に漂うお菓子の香りを楽しみながら、普段食べているお菓子がどのように作られているのかを知ることで、商品に対する親しみや安心感が深まるきっかけとなることが示唆されました。特に、製造工程で人と機械が協働している様子や機械の動きについては、驚き・関心・感動といった「感嘆」の声が多く寄せられ、来場者は、子供のころから慣れ親しんでいるお菓子の製造プロセスに面白さや嬉しさを含む「楽しさ」を感じていることが明らかになりました。



▲工場見学通路
製造プロセスを窓から見学

③試食・ショップ・記念撮影における体験価値

モリウムオリジナルグッズや、キヨロちゃんや様々な展示物との記念撮影を通じて、来場者はここでしか購入・体験できない「特別感」や、見学に参加して見たかったものが見られたり体験したかったことが体験できたりしたことへの「達成感」を感じていました。



▲ミュージアムショップ
お菓子や限定グッズを販売



▲おすすめ商品の試食
季節に合わせた商品の試食

■まとめ

今回の研究結果から、モリウムが来場者の方々に楽しさだけでなく、世代を問わず新しさから懐かしさまで心の健康につながる体験価値を提供していることが明らかになりました。特に、ロングセラー製品の歴史に触れ、新たな商品を知ることは、商品の移り変わりの中で世代を超えて同じ「おいしさ」を共有し、つながっているという気付きを得るきっかけとなる可能性が示唆されました。今後もお客様にとって心の健康につながる体験を提供できるよう、世代を問わず共に楽しみ、新たな気付きを得られるような企画展示を展開してまいります。

MORIUM の主な体験価値

体験によって感じられた価値	詳細説明
楽しさ	楽しさや面白さ、うれしさといったポジティブな感情
感嘆	関心や感動、驚きなどのポジティブな感情
達成感	見学の目的を達成したことによる満足感
没頭感	時間を忘れて夢中になれる体験
特別感	ここでしか見られないものや買えないものへの希少性を感じる気持ち
懐かしさ	懐かしさや昔の思い出に浸る体験
変わらないことの良さや世代間のつながり	<ul style="list-style-type: none"> 懐かしいお菓子が今も変わらずに残っていることへの安心や感動 自分が子どもの頃に楽しんだお菓子を、今も変わらずに子どもたちが楽しんでいることへの気づき
新たな気づきや商品との出会い	<ul style="list-style-type: none"> パッケージや形などの移り変わり・変化を感じる 自分が知らなかった森永のお菓子に出会える



■ イデアラボ浅野昭祐研究員コメント

今回、心理学の手法を用いてモリウムならではの体験価値を明らかにすることができました。特に、今も昔も変わらずに残っているお菓子への安心感や、お菓子を介した世代間のつながりを感じられていることが示された点は、長い歴史を持つ森永製菓ならではのとても興味深い知見だと捉えています。商品の展示を見て思い出に浸るといった懐かしさの喚起は、人生の意義を高めたり、心理的健康につながる可能性も考えられます。モリウムは来場者のお客様にとって、各世代が共に楽しみ、思い出や感情を共有できる特別な場となっているのではないのでしょうか。

■ 株式会社イデアラボ

イデアラボは、心理学の研究者によるコンサルティング企業です。

2010年の設立以来、大手メーカーを中心とした民間企業の研究開発支援、大学や行政との共同研究・受託研究を行っています。心理学分野の博士号を持つ研究者が「心を測る専門家」としてアカデミックレベルでの研究をサポートします。

<「森永エンゼルミュージアム MORIUM」施設概要>

- ・森永製菓の創業 120 年を超えて続く商品にこめる想い・こだわりの技術・おいしさのひみつを展示や映像を通し体感いただける見学施設。来場された皆様に「新しくて懐かしい MORINAGA」を体感いただき、世代を超えて楽しさや驚きを提供しています。
- ・「MORIUM」とは、「MORINAGA」の「MORI」とラテン語の「ARIUM」（～の場所）、そして森永が生み（UMI）出す価値を体感していただきたいという想いを込めています。
- ・森永エンゼルミュージアム MORIUM（モリウム）と鶴見工場の両方をご見学いただけるアテンド付きツアーをお楽しみいただくことができます。
- ・見学予約、詳細のご確認は WEB からお願いいたします。

※一般予約受付開始日：原則、前月月初の営業日に予約開始。

URL <https://www.morinaga.co.jp/factory/tsurumi>

<森永製菓グループの新たな取り組み>

当社グループは、長期経営計画において『2030年にウェルネスカンパニーへ生まれ変わります。』と定めています。「ウェルネス」とは、「いきいきとした心・体・環境を基盤にして、豊かで輝く人生を追求・実現している状態」と定義しています。この理念に基づき、顧客、従業員、社会に対して、心の健康、体の健康、環境の健康という三つの価値を提供し続ける企業を目指しています。

その一環として、モリウムでは、菓子食品の美味しさや楽しさ、未来に向けた新しさなど、心に残る体験を提供するために、様々な手法で価値を解明し、改善に取り組んでいます。

<森永製菓が考える「心の健康」とは>

当社グループでは「心の健康」に対して当社事業を通じて貢献できることは何かを考え、目指す状態を「森永6つの心の健康『こころく』』として決めました。

<https://www.morinaga.co.jp/company/ir/policy/strategy/kokoroku/>
