

生活者に選ばれ続ける 腸活テーマづくり

— 2,000 人調査から読み解く 「短鎖脂肪酸」という新しい視点 —

発行日：2026 年 9 月 3 日

近年、腸は排便機能だけでなく、免疫機能や肌質、コンディション管理など全身の健康に関わることが明らかになり、生活者の腸活への関心は広がっています。

一般社団法人短鎖脂肪酸普及協会が全国の 20～69 歳男女約 2,000 人を対象に実施した腸活・短鎖脂肪酸に関する実態調査では、腸活実践者は過半数に上る一方、その半数近くが十分な効果を実感できていないことがわかりました。

一方、腸内細菌が食物繊維やオリゴ糖などを利用してつくり出す「短鎖脂肪酸」（※詳細は巻末参照）を意識している人は少数ながら、その 74.1%が腸活の効果を実感していました。健康情報があふれ、「自分に合った腸活がわからない」と感じる生活者が増えるなか、短鎖脂肪酸をフックにしたコミュニケーションは、腸活に対する理解を進め、継続を後押しする新たな視点となる可能性があります。

本資料では、2,000 人調査と生活者インタビューをもとに、生活者の健康行動を支えるために流通・メーカー・協会がともに取り組める、生活者に寄り添った腸活コミュニケーションのヒントをご紹介します。

Contents

■2,000 人への実態調査から見えてきたこと

- (1) 腸活実践者は全体の 51.6%。市場は成熟期に入ったものの、多くの人が情報過多に悩む。
- (2) 腸活の目的はいろいろ。「普段の食生活に工夫をプラス」が受け入れられやすい。
- (3) 「短鎖脂肪酸を意識する」層は効果実感大。「菌のエサ」「菌+エサ」の提案により、売場カテゴリーを横断した販売機会の創出へ。

■2,000 人実態調査から見えてきた腸活へのニーズ まとめ

■30-60 代男女へのインタビューを分析 短鎖脂肪酸への認知が腸活アクションを促進

- ・短鎖脂肪酸 コミュニケーションのポイント
- ・サジェスション：店頭こそが、「生活者の健康行動を生み出す場」

■生活者のリアルボイス

- ・インタビュー 1 腸活や短鎖脂肪酸を「意識している」人
- ・インタビュー 2 短鎖脂肪酸を「意識していない」人

■腸内環境に関する情報を正しく伝え、売場をサポートする「腸内環境コミュニケーター制度」がスタート

■「短鎖マーク」付きの商品 全 33 アイテムを要チェック！

■腸活&短鎖脂肪酸 売場カレンダー

■参考：短鎖脂肪酸とは

本資料に関するお問い合わせ先

一般社団法人 短鎖脂肪酸普及協会 事務局：
連絡先 contact@scfa.or.jp



<https://scfa.or.jp/>

■2,000 人への意識調査から見てきたこと (1)

腸活実践者は 51.6%。市場は成熟期に入ったものの、多くの人が情報過多に悩む。

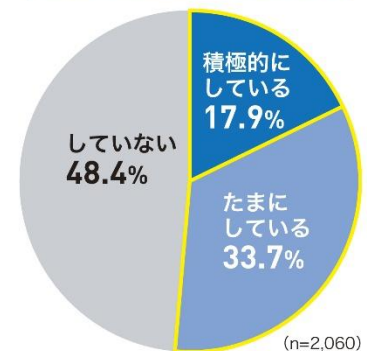
(グラフ 1)

アンケートに回答した人 (n=2,060) のうち、「腸活を実践している人」は 51.6% (1062 人) と、過半数であることから、腸活は消費者の生活に浸透し、市場は成熟期に入っていると考えられます (グラフ 1)。

健康情報の入手先として多いのは (n=2,060、複数選択可)、1 位テレビ番組、2 位 WEB ニュース、3 位 SNS。店舗の情報は 7 位 (8.6%) でした (グラフ 2)。対面での情報としては家族、知人に次ぐ 3 番目でした。

一方、腸活の情報を得る上で難しいと感じる点を尋ねたところ (n=2,060、複数選択可)、1 位「自分にあった腸活情報の判断が難しい」、2 位「情報が多すぎる」、3 位「情報の信頼性の見極め」でした (グラフ 3)。つまり、消費者は情報の海に溺れているような状況で、このことが腸活を始めたり、続けたりする上での障壁となっている状況が見て取れます。

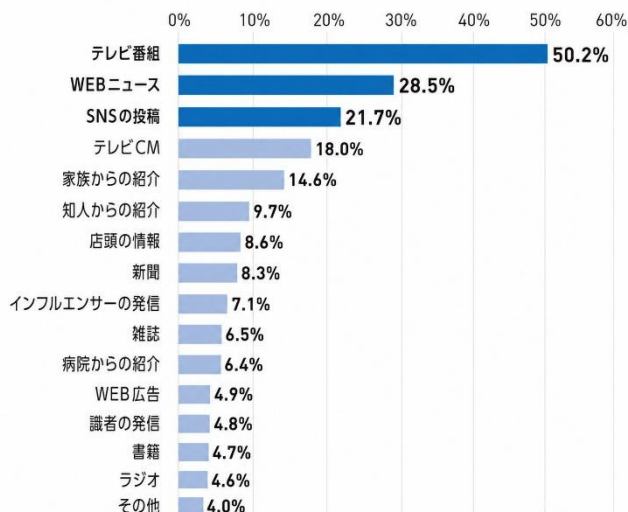
現在、腸活をしていますか？



(グラフ 2)

健康情報の入手先 (複数回答)

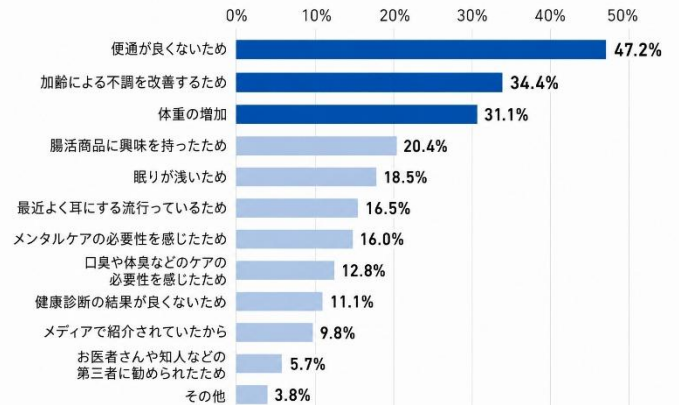
(n=2,060)



(グラフ 3)

腸活情報を得るうえで難しいと感じる点 (複数回答)

(n=1,062)



調査結果を踏まえて…店舗への示唆

- ・ 店舗は商品売る場というだけでなく、「情報を編集してあげる場」にもなりうる。
- ・ 専門情報を解釈し、誰でも分かるシンプルな説明を加えることが価値になる。
- ・ 管理栄養士や薬剤師、売場スタッフからのアドバイスが信頼獲得につながる。

売場への示唆

- ・ 腸活関連商品はヨーグルト、飲料、サプリメント、食品など複数の売場に分散している。まずは、腸活を意識した生活者が迷わず商品にたどり着ける導線づくりを。
- ・ 「腸活コーナー」や売場を横断した案内表示の設置は、商品選択をサポートする。
- ・ 「何を選べばよいかわからない方へ」といったわかりやすい POP は、情報過多に悩む生活者の後押しになる。

■2,000 人への意識調査から見てきたこと (2)

腸活の目的はいろいろ。

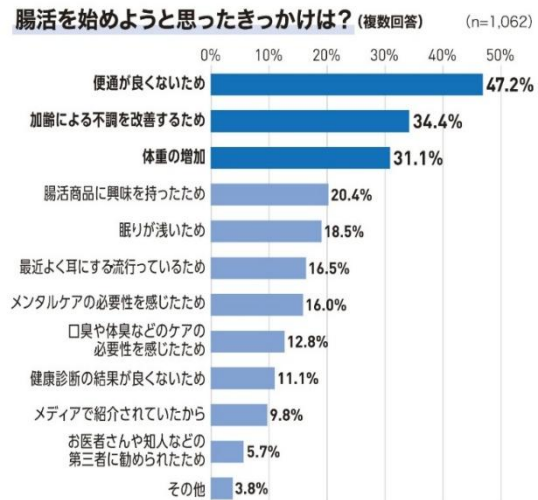
腸活を実践している人 (n=1,062、複数選択可) に、腸活を始めたきっかけを聞いたところ、便秘 (47.2%) や加齢による不調 (34.4%) などとともに、4 位「腸活商品に興味を持ったため (20.4%)」、6 位「最近よく耳にする・流行っている (16.5%)」、10 位「メディアで紹介されていた (9.8%)」なども上位になりました (グラフ 4)。

腸活に期待する効果としては (n=1,062、複数選択可)、1 位「健康維持・病気予防 (48.4%)」、2 位「便秘改善 (48.1%)」、3 位「免疫強化 (43.6%)」がトップ 3 (グラフ 5)。

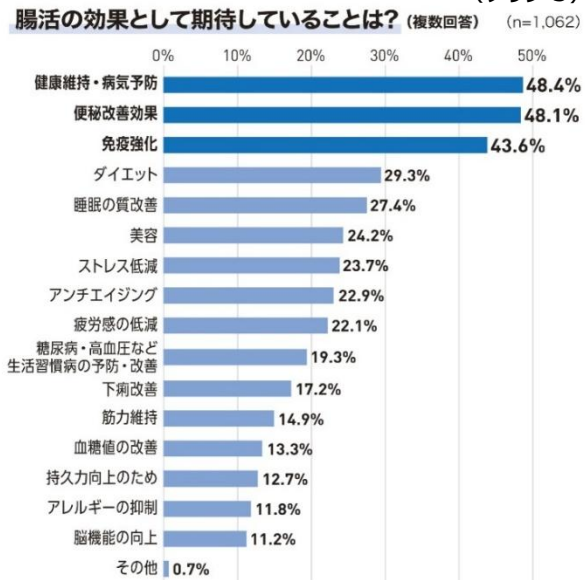
ほかにダイエットや睡眠の質改善、美容、ストレス低減などを期待する人も多く、腸活には幅広い効果があると認識されていることがわかります。

実際に腸活として取り組んでいることは (n=1,062、複数選択可)、「水分摂取 (59.6%)」、「乳酸菌の摂取 (56.4%)」、「食物繊維の摂取 (54.4%)」、「発酵食品の摂取 (50.9%)」が過半数を超え (グラフ 6)、既に認知度の高い行動は、実践されていることがわかります。

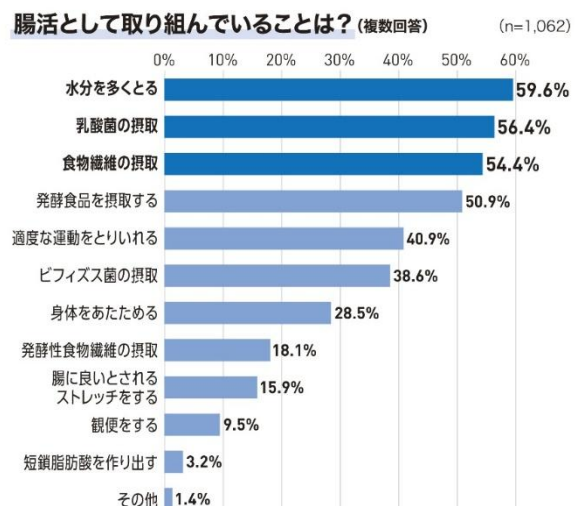
(グラフ 4)



(グラフ 5)



(グラフ 6)



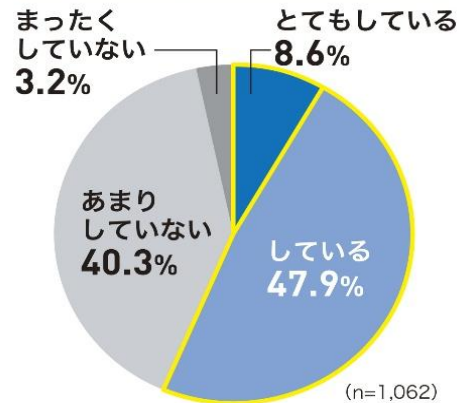
自分ごとにできるわかりやすい腸活提案が成熟市場をブースト

腸活を実践している人（n=1,062）に「腸活の効果を実感していますか」と尋ねたところ、「とてもしている（8.6%）」「している（47.9%）」で計 56.5%（600 人）（グラフ 7）。腸活をしていても半数近くは効果の実感がなく、よりよい方法を求めている可能性が示唆されました。

一方、腸活を実践していない人（n=998）に腸活をしない理由を聞いたところ、1 位「とくに理由はない（38.9%）」を除くと、2 位「腸活の方法がわからない（26.6%）」、3 位「お金がかかる（19.5%）」、4 位「習慣化するのが難しい（16.9%）」が上位となりました。つまり、金銭的に無理のない範囲の、シンプルな方法をわかりやすく提案すれば、腸活実践者を増やせる可能性があります（グラフ 8）。

（グラフ 7）

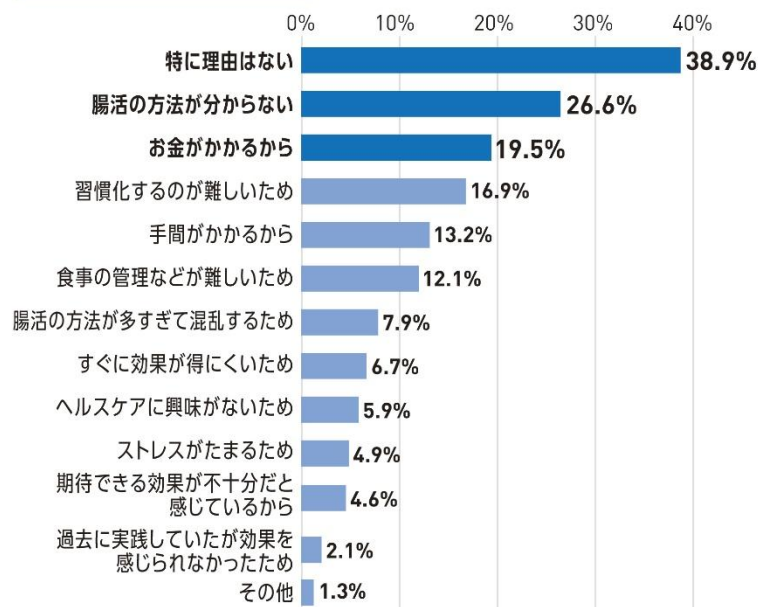
腸活の効果を実感していますか？



（グラフ 8）

腸活をしない理由は？（複数回答）

（n=998）



結果を受けて…店舗への示唆

- 腸活を始めない理由の上位は「方法がわからない」「続けにくい」こと。
- 店舗は商品を販売する場であると同時に、生活者の健康行動を支えるナビゲーターになれる。
- わかりやすく、無理なく続けられる提案が、腸活への第一歩を後押しする。

■2,000 人への意識調査から見てきたこと (3)

「短鎖脂肪酸を意識する」層は効果実感大。

「菌のエサ」「菌＋エサ」の提案により、売場カテゴリーを横断した販売機会の創出へ

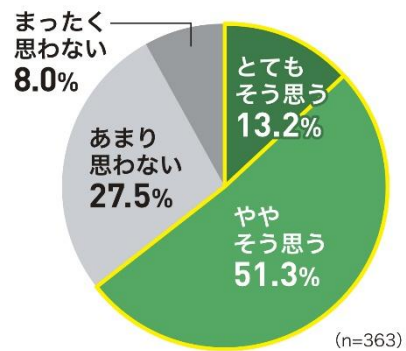
短鎖脂肪酸を知っている人 (n=363) に、「短鎖脂肪酸をつくることに有効な食品を積極的に摂りたいか」と尋ねたところ、「そう思う」と答えた人は 6 割以上 (64.6%・234 人) でした (グラフ 9)。

さらに、短鎖脂肪酸の摂取や、腸内でつくることを意識している人 (n=85) のうち、4 人に 3 人 (74.1%・63 人) が短鎖脂肪酸の効果を実感していることがわかりました (グラフ 10)。これは、腸活の効果を実感する人 56.5% (グラフ 7) に比べて 20% 近く多く、非常に高い割合です。

短鎖脂肪酸について実感している効果としては (n=63、複数選択可)、1 位「便秘改善 (50.8%)」、2 位「免疫強化 (42.9%)」、3 位「ストレス低減 (42.9%)」、4 位「睡眠の質改善 (39.7%)」、5 位「ダイエット効果 (38.1%)」、6 位「美容効果 (38.1%)」と続きます (グラフ 11)。いずれの項目も 20% から 50% 程度の人に実感されていることから、短鎖脂肪酸の摂取または腸内で作るとは、具体的な健康実感との関連が示唆されました。

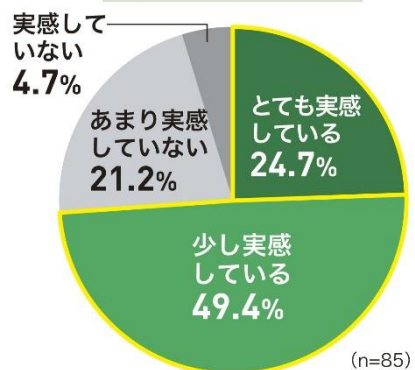
(グラフ 9)

短鎖脂肪酸を作るのに有効な食品を積極的に摂りたいですか？



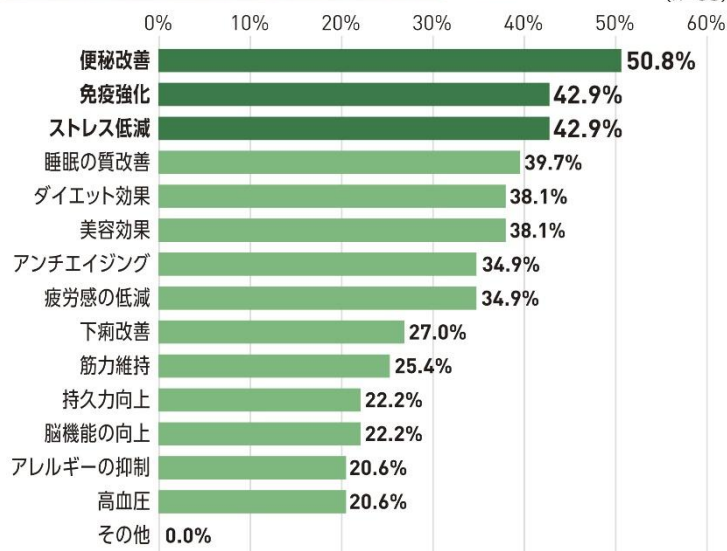
(グラフ 10)

短鎖脂肪酸の効果を実感していますか？



(グラフ 11)

短鎖脂肪酸の摂取／腸内で作られるようにすることによって、どのような効果を実感していますか？ (複数回答) (n=63)



■2,000 人実態調査から見てきた腸活へのニーズ まとめ

2,000 人実態調査の結果から、腸活実践者のうち短鎖脂肪酸を知っていて、摂取や腸内産生を意識している人では、腸活の効果実感や満足度が高いことがわかりました。このことから、腸活を実践していながらも、その効果を実感できていない人に対しては、短鎖脂肪酸に関する情報や上手な取り入れ方を提案することにより、「腸活の効果が実感できる」→「腸活へのモチベーションが上がる」→「腸活を継続」といった好循環が生まれる可能性があります。

結果を受けて…店舗への示唆

- 次の腸活市場は「漠然とした腸活」から「短鎖脂肪酸を活用した腸活」への進化が期待できる。
- 先行して売場で啓発・教育することで、売場の特徴づくりにつなげられる。

売場への示唆

- 「菌を摂る」から「菌に働いてもらう」へと発想を転換し、発酵食品や食物繊維を組み合わせた提案を強化する。
- 図解 POP 等により、短鎖脂肪酸が生まれる仕組みをわかりやすく紹介する。
- カテゴリーを横断した提案で、「短鎖脂肪酸を生み出す売場」として新たな買い回りを促進する。

生活者は腸活そのものを求めているのではなく、自分に合った健康習慣を求めています。

当協会では、短鎖脂肪酸をフックに、腸内環境からの健康行動をわかりやすく支援する仕組みが必要であると考えます。

■30～60 代男女へのインタビューを分析 短鎖脂肪酸への認知が腸活アクションを促進

短鎖脂肪酸普及協会は、腸活を意識しており、短鎖脂肪酸を知っている 30～60 代男女の中から、短鎖脂肪酸を意識している人 6 名、意識していない人 6 名にインタビューを実施。その意識や行動を分析し、生活者向けコミュニケーションのポイントを探りました。

その結果、「短鎖脂肪酸を知っていて、摂取や腸内産生を意識している人は、仕組みを理解し、腸活をより実践できている」という傾向が見られました。

① 意識者は「菌とエサ」の関係を理解している

短鎖脂肪酸を意識している人は、「腸内細菌が食物繊維などを利用して短鎖脂肪酸を作る」という仕組みを理解し、菌とエサを組み合わせた食生活を実践しています。

一方、非意識者は言葉を知っていても理解は断片的で、自分ごと化や行動変容には至っていません。

② 「日常の工夫」でできることを伝える

非意識者は、新しい商品やサプリメントが必要だと思い込んでいる傾向があります。

そこで、「今の食事に食物繊維やオリゴ糖を少し足すだけでもよい（※巻末参照）」というメッセージを伝えることで、実践へのハードルを下げるができる可能性を確認できました。

③ 店頭でのわかりやすい情報提供が重要

生活者は便秘、肌荒れ、体型管理などの悩みをきっかけに健康情報を探しています。

売場では、悩みと短鎖脂肪酸の関係を図解や POP でわかりやすく伝え、スタッフによる説明を補完することで、理解促進と行動変容（購買）につながる可能性があります。

ポイント：

- ・「菌を摂る」だけでなく、「菌に働いてもらう」という考え方を伝える。
- ・図解やたとえ話を活用し、短鎖脂肪酸が生まれる仕組みをわかりやすく紹介する。
- ・「特別な商品を買う」ではなく、「今の食生活に少し足すだけ」という提案で実践のハードルを下げる。

人は必ずしも新しい商品や習慣によって動くわけではありません。むしろ、「今の食生活に少し足すだけ」「いつもの腸活を少し工夫するだけ」といった、手軽に取り入れられる提案の方が行動変容につながる可能性があり、次ページ以降に掲載する今回のデプスインタビューから示唆されました。

■消費者のリアルボイス：

2026年3～5月にかけて、腸活をしている30～60代の男女にインタビュー調査を実施。そのうち、短鎖脂肪酸を「意識している人」と「意識していない人」のリアルボイスをご紹介します。

インタビュー1 腸活や短鎖脂肪酸を「意識している」人



34歳女性
あいさん

おなかが快調でストレスが減りました

2年前にダイエット目的で腸活を始めました。YouTubeのダイエット動画で「食物繊維（バナナとさつまいも）とヨーグルトを摂ると効果的に短鎖脂肪酸をつくれる」と知ったので、朝食でそれらとともにキムチやキャベツも食べています。現在は1歳児の育児をしながら腸活を続けています。目標は体型を戻し、太りにくい体になること。おなかの調子は上々で、そのせいかストレスをあまり感じずに育児をがんばれています。



42歳女性
にんさん

商品きっかけで短鎖脂肪酸を知りました

3～4年前から腸活を続けています。もともと胃腸が弱く、母が腸の病気をもっているため遺伝リスクも心配だからです。意識的に摂っているのは、食物繊維（海藻、ネバネバ系、根菜、もち麦）、発酵食品、ヨーグルト。ヨーグルト『BifiX』のパッケージに短鎖脂肪酸と書いてあり、自分で調べてその効果などを知りました。腸活の効果として便通と肌荒れの改善を実感しています。免疫力アップと疲労軽減の効果を期待して、短鎖脂肪酸を意識した生活をしたいです。



66歳男性
カズさん

体重-8kg、健康診断の結果も劇的に改善

50歳の頃にストレスを強く感じていて、役職定年をきっかけに運動と食生活の改善を始めました。短鎖脂肪酸を知ったのは60歳頃にテレビ番組でお通じ関係の特集を見たことです。短鎖脂肪酸には「免疫力を上げる」「減量」の効果があるそうですが、実際に私は風邪を引きにくく、体重は50歳のときに比べて8kg減。健康診断の結果も劇的に改善し、決まった時間にお通じがあります。それらが腸活や短鎖脂肪酸の成果なのだとわかり、深く納得。健康的な食事と運動を続ければ、「体にいいものが自分の体内で作られる」というのが、すごくいいですね。

インタビュー2 短鎖脂肪酸を「意識していない」人



34 歳男性
さかすさん

「健康のベース」と知っておどろきました

(34 歳男性・さかすさん)

代謝の向上やダイエット効果を期待して、普段から腸活をしています（食物繊維や発酵食品、サプリメントの摂取）。短鎖脂肪酸については以前、テレビ番組で大食いタレントが「太らない理由」として紹介していたのを見ましたが、筋トレに関係する成分だと誤解し、自分にはあまり関係がないと、気に留めませんでした。このインタビューをきっかけに短鎖脂肪酸は健康のベース作りに関わる成分であり、全身に影響があると知ってぜひ取り入れたいと感じています。



61 歳女性
ねこもちさん

知れば摂りたくなる成分

おなかの張りや便秘が気になり、2～3 年前に腸活をネット検索。それから食物繊維の豊富な野菜（ごぼうやキャベツ）やヨーグルトを食べるようになり、ストレッチを始め、お通じは改善されました。吹き出物も減っています。ネット検索で短鎖脂肪酸のことも知りましたが、それまでの腸活に満足していたため、とくに短鎖脂肪酸を意識する必要を感じませんでした。今回、普段の食事によって短鎖脂肪酸をつくれること、疲労感を軽減する効果があることを知り、強い魅力を感じています。体調がよりよくなるなら、ぜひ意識して生活したいです。

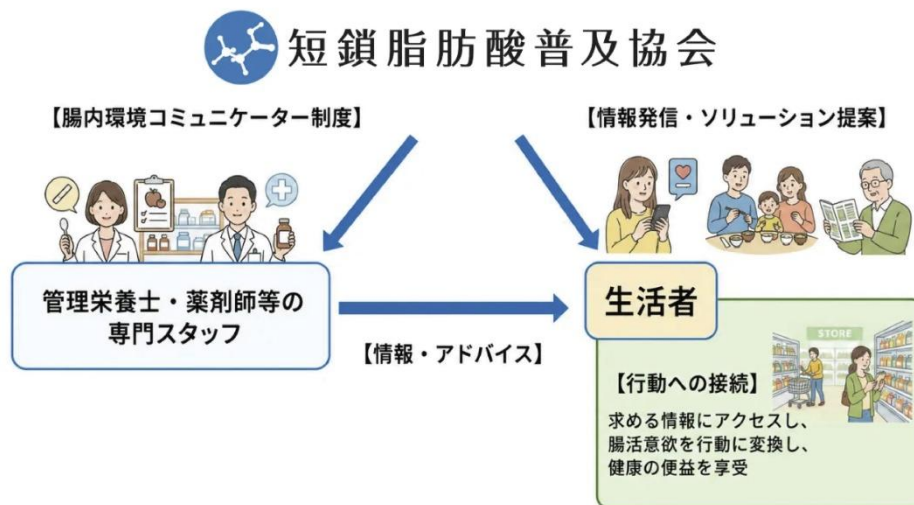


37 歳女性
mk さん

新たな行動がいないなら、意識して摂りたい

35 歳を過ぎてからやせにくくなったこともあり、腸活をじわじわ始めています。朝はオリゴ糖をかけたヨーグルトを食べたり、乳酸菌飲料を飲んだりして、寝る前にはマッサージ。便秘は改善しましたが、免疫については手応えを感じられません。短鎖脂肪酸についてはヨーグルトメーカーのホームページで知りましたが、おなかの中で作るには特別な成分や商品が必要だと誤解していました。従来の腸活の延長線上にあり、太りにくい体づくりに効果があると知って、短鎖脂肪酸への期待が跳ね上がっています。

■生活者の理解を支える人材の育成に向けて 売場で活躍する「腸内環境コミュニケーター制度」がスタート



短鎖脂肪酸普及協会は、2026年7月より「腸内環境コミュニケーター」の育成・認定制度をスタートしました。

腸内環境コミュニケーターとは、小売店舗、医療機関、食堂などで腸内環境に関する情報を生活者に直にお届けいただく資格を持つ人のこと。生活者一人ひとりに腸活をする意義に腹落ちをしてもらい、意欲を高め、実際に試す行動変容につなげ、多くの方々の健康づくりを支えていただきます。

●腸内環境コミュニケーターとは？

本協会が設計したプログラムを通じて、腸内環境に関する実践的な最新の知識を身につけた専門家のことです。

【腸内環境コミュニケーターの対象となる方（一例）】

管理栄養士や薬剤師、コメディカルなど、小売店舗・医療機関・食堂などで食に関するアドバイスを行う方々

●腸内環境コミュニケーター制度の概要

本協会から、事業会社や施設に所属する士業の方々を中心に BtoB の形で、以下のような情報・認定資格などをご提供します。

- ・腸内環境を体系的に学ぶための教材
- ・腸内環境専門家によるリアル講義および講義動画
- ・事業所の特性や利用シーンに応じたケーススタディ
- ・学習成果確認（テスト）および資格認定

※研修・認定費用はご利用いただく人数規模などにより異なります。詳しくは本協会にお問い合わせ下さい。

■「短鎖マーク」付きの商品 全 33 アイテムを要チェック！

2,000 人の実態調査では、「短鎖脂肪酸を知っている」と答えた人（363 人）でも「普段の生活で摂取や腸内で作することを意識していない」と答えた人が 76.5%（278 人）にも上りました。その理由を尋ねたところ、「摂取や腸内で作る方法がわからない」と答えた人が 34.5%（96 人）との結果が。短鎖脂肪酸を知っているのに、摂り方や作り方がわからないために健康効果をロスしている人が 3 割強もいることがわかりました。

そんなお悩みや疑問に答えるべく、短鎖脂肪酸普及協会では 2025 年 3 月から、一定の基準を満たした商品に対して「短鎖マーク」を付与。2026 年 8 月時点で 33 個の「短鎖マーク認定商品」が誕生しています。

【短鎖マーク認定商品の一例】（2025 年 11 月現在）



※全 33 アイテムは短鎖脂肪酸普及協会 HP にて紹介中

https://scfa.or.jp/news/B0W_VVJf

「短鎖マーク」とは？

短鎖脂肪酸普及協会が定める一定の基準を満たした研究がなされた製品・原料などを有識者が審査し、合格した商品に付与されるのが「短鎖脂肪酸普及協会認定マーク（短鎖マーク）」。



※個々人の腸内環境での短鎖脂肪酸産生量や、短鎖脂肪酸の産生・増加による健康機能を保証するものではありません

※認定マークのカラーは、利用していただく企業でアレンジできる仕様になっています

■腸活 & 短鎖脂肪酸 売場カレンダー

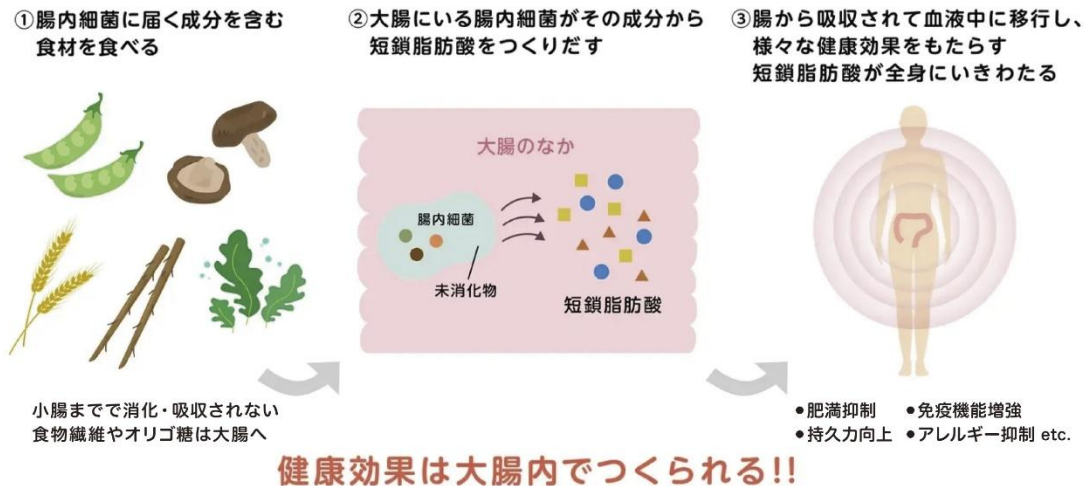
腸活や短鎖脂肪酸には、「免疫」や「ダイエット」など、ほとんど1年を通じて消費者のニーズと結びつくキーワードがあります。

	季節の行事	気象・健康リスク	学校	企業	腸活・短鎖脂肪酸 キーワード
1月	お正月 成人式	降雪 寒さ 感染症	冬休み 受験シーズン	帰省 冬休み	免疫 感染症対策 1/26 腸内フローラの日
2月	節分 バレンタイン	降雪 寒さ 花粉	受験シーズン		免疫 感染症対策
3月	ひな祭り ホワイトデー お花見	花粉 黄砂・PM2.5 三寒四温	受験シーズン 卒業式		アレルギー抑制 3/4 短鎖脂肪酸の日
4月	ゴールデンウィーク	花粉 黄砂・PM2.5	入園・入学式 新学期 健康診断	入社式 新年度 人事異動	アレルギー抑制 腸の調子を整える ストレス対策
5月	ゴールデンウィーク 母の日		5月病	5月病 健康診断	ダイエット 5/18 ファイバーの日
6月	父の日	梅雨			便秘対策
7月	七夕 土用の丑	暑さ			睡眠の質
8月		猛暑	夏休み	夏季休暇	睡眠の質
9月	シルバーウィーク 敬老の日	台風	遠足・修学旅行	健康診断	肥満抑制
10月	スポーツの日 ハロウィン	台風			10/1 食物繊維の日
11月	七五三		文化祭		
12月	クリスマス 大晦日	寒さ 感染症	冬休み	忘年会 長期休暇	腸の調子を整える 便秘対策 肥満抑制

■参考：短鎖脂肪酸とは

人間の腸内には 1,000 種類以上、約 40 兆個もの腸内細菌が存在するとされています。それらの腸内細菌が、食物繊維やオリゴ糖などをエサにしてつくるのが「短鎖脂肪酸」。短鎖脂肪酸は、酢酸、プロピオン酸、酪酸などの物質の総称です。

最新の研究から、短鎖脂肪酸には肥満抑制、アレルギー予防、持久力向上など、さまざまな健康効果があることが報告されています。



注目すべき短鎖脂肪酸の健康効果

肥満抑制 食欲抑制や脂肪燃焼で肥満を抑制	耐糖能改善 血糖値の調節に貢献	免疫活性化 免疫を活性化して感染症予防	アレルギー抑制 免疫反応を抑えてアレルギー抑制
便通改善 快適な便通をサポート	腸管バリア機能 病原物質を防ぐ腸管バリア機能が向上	持久力 持久力や運動後の疲労回復力が向上	炎症抑制 全身の炎症抑制にも効果

※各健康効果に関する研究論文（出典）は、下記 URL よりご参照ください。

<https://scfa.or.jp/contents/scfa#sfca-03>

私たちが口にする食事に含まれる食物繊維やオリゴ糖は、胃や小腸で消化・吸収されずに大腸まで到達します。それらの未消化物から腸内細菌がつくりだすのが短鎖脂肪酸です。大腸内でつくられた短鎖脂肪酸は、血流に乗って全身にいきわたり、たどり着いた先の臓器・組織でさまざまな健康効果をうみだします。つまり、日々の食生活を、短鎖脂肪酸を意識したものに改善することによって、私たちの体が本来もつポテンシャルを最大限に発揮することができるのです。

- ・食物繊維を含む食品…海藻類、きのこ類、根菜類、豆類、芋類、穀類（大麦、玄米、オートミール）など
- ・オリゴ糖を含む食品…きなこ、ごぼう、玉ねぎ、にんにく、バナナ、はちみつなど

プレバイオティクス（食物繊維やオリゴ糖）を含む食品（例）

