

活力ある高齢社会にむけた乳酸菌飲料の活用  
乳酸菌飲料<希釈タイプ>は  
高齢者の継続的な水分摂取を促すとともに、  
残便感\*<sup>1</sup>が軽減することを確認  
～高齢者の QOL\*<sup>2</sup>改善に役立つ可能性～

第15回日本抗加齢医学会総会(5月29日～31日/福岡)にて発表

## 参考資料

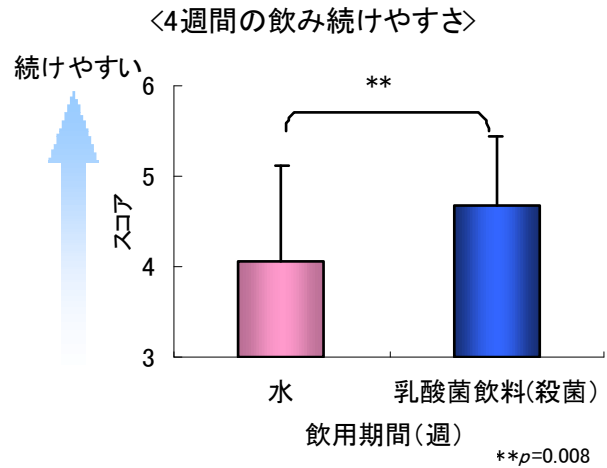
## 【試験内容】

60～70代で、便秘傾向を自覚し、糞便水分量が低め(70%未満)の健常者(平均年齢66.1歳 男性34名、女性34名)を2つのグループに分け、一方には乳酸菌飲料<希釈タイプ>(1回あたり希釈時150ml)、もう一方には水(1回あたり150ml)を朝夕2回、4週間続けて飲んでいただきました。

## 【結果の詳細】

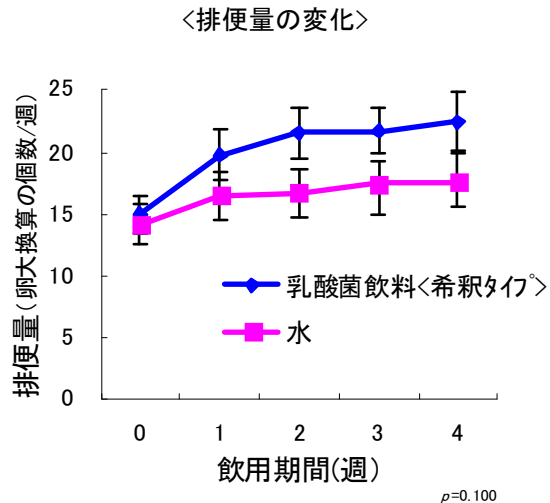
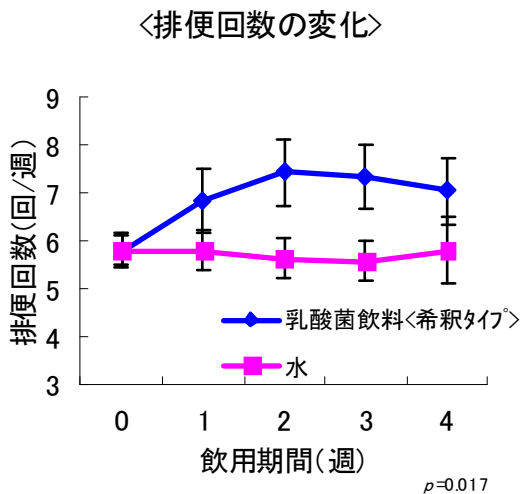
### 1. 乳酸菌飲料<希釈タイプ>を毎日飲むことは、水を毎日飲むことよりも、続けやすいことがわかりました。

4週間の飲用後にアンケートをおこない、水または乳酸菌飲料<希釈タイプ>を4週間飲み続けることについて、その続けやすさを調べました(「とても飲みやすかった(スコア:5)」から「とても飲みにくかった(スコア:1)」までの5段階評価)。その結果、乳酸菌飲料<希釈タイプ>の方が、水よりも飲み続けやすいことがわかりました。



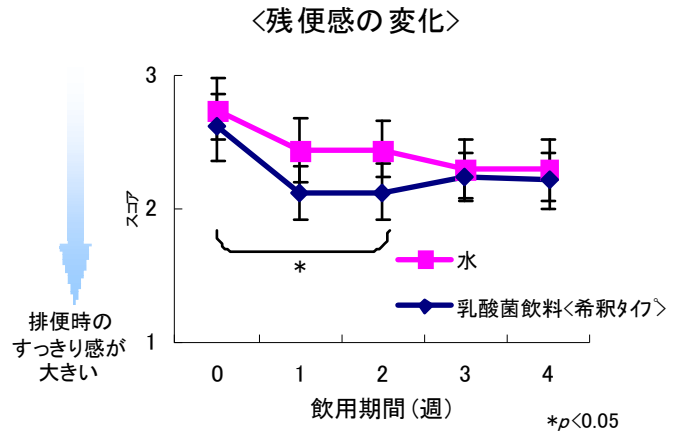
### 2. 乳酸菌飲料<希釈タイプ>を毎日飲むことで排便回数と排便量が増加しました。

飲用期間中の排便回数と排便量を調べました。その結果、乳酸菌飲料<希釈タイプ>を飲んだグループは、水を飲んだグループと比べて、排便回数が有意に多く、また、排便量についても増加する傾向があることがわかりました。



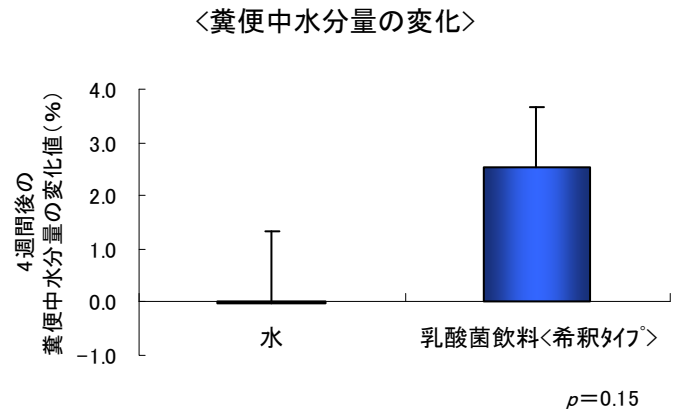
### 3. 乳酸菌飲料<希釈タイプ>を毎日飲むことで残便感が軽減しました。

飲用期間中、排便時の残便感についてアンケートをおこないました。その結果、乳酸菌飲料<希釈タイプ>を飲んだグループは、飲用開始から2週間で排便時の残便感が低くなる(すっきり感が大きくなる)ことがわかりました。



### 4. 乳酸菌飲料<希釈タイプ>を毎日飲むことで糞便中の水分量が増加しました。

飲用前と4週間の飲用後に、糞便を回収し、水分量を調べました。その結果、乳酸菌飲料<希釈タイプ>を飲んだグループは、4週間の飲用により、糞便中の水分量が増加することがわかりました。一方、水を飲んだグループではほとんど変化が見られませんでした。



#### 【第三者のコメント】

田中消化器科クリニック院長 医学博士

#### 田中 孝先生

高齢になるにつれ、食事量の減少とともに食事からとる水分量が減っていたり、のどの渇きを感じにくくなるなど、本人の気づかぬうちに水分摂取量が減るケースが多くみられます。そのため水分摂取量を意識的に増やすことは非常に重要なことで、今回、その方法のひとつとして乳酸菌飲料<希釈タイプ>が有効であることが証明されたことは、有意義な結果であるといえます。また、これまでも乳酸菌飲料<希釈タイプ>を飲むと排便が良くなることが実感としてわかっていたのですが、今回の試験でその飲用が、糞便中の水分量を増加させ、便秘の改善・快便感につながるということが明らかになりました。便秘でお悩み方にとって、有用なデータが得られたと考えています。



## 【用語説明】

### \*1 残便感

便を出した後はまだ便が残っているような感覚のことを言います。日本内科学会では、「3 日以上排便がない状態、または毎日排便があっても残便感がある状態」を便秘の定義としています。

### \*2 QOL

QOL は Quality of Life (生活の質) の略で、人間らしい生活や自分らしい生活を送るなど、精神面も含めた生活の豊かさの尺度を意味します。

### \*3 過去の研究リリース

- ・乳酸菌飲料〈希釈タイプ〉飲用による記憶力・集中力改善作用を確認  
2012 年国際機能性食品学会 (12 月 2 日～6 日) にて発表  
[https://www.calpis.co.jp/corporate/press/nrl\\_00030.html](https://www.calpis.co.jp/corporate/press/nrl_00030.html)
- ・乳酸菌飲料〈希釈タイプ〉の継続的な飲用による高齢者の“QOL”向上を確認  
第 73 回日本公衆衛生学会総会 (11 月 5 日～7 日／栃木) にて発表  
[http://www.calpis.co.jp/corporate/press/nr\\_00740.html](http://www.calpis.co.jp/corporate/press/nr_00740.html)