

腸活ブームのなか約 2,000 万人[※]が『腸活迷子』になっていることが明らかに
腸活を知っている人の 73.6%が腸活に興味があるものの、「何が正しい方法なのか分からない」と困惑の声が多数
腸活断念者の 86.7%が腸活をまた始めたいと思う一方で、「何が自分に合っているのかが分からない」との声も

ダノンジャパン株式会社（本社：東京都目黒区、代表取締役社長：ロドリゴ・リマ）は、消費者の腸活の取り組み状況について探るべく、20～60 代の男女 600 人を対象に、腸活に関する意識調査を実施し、その結果を発表しました。“おなかに良い食事を基本に、適度な運動や質の良い睡眠を通して、おなかから健康を維持増進する活動”である腸活が近年大きなトレンドとなっています。本調査を元に算出したところ、約 2,000 万人の方々が腸活に興味を持っているものの、何が正しい情報が分からないと感じている『腸活迷子』になっていることが明らかになりました。

※人口推計：2024 年（令和 6 年）3 月確定値より本調査対象者を 20-60 代の男女 75,556,000 人と推定。そのうち腸活認知者は 83.3%の 62,964,148 人。さらに腸活認知者のうち、「腸活に興味あり」と回答した 73.6%を 46,341,699 人と算出。その上で、腸活の情報に対し「何が正しいのか分からない」と回答した 43.5%を 20,144,699 人と算出。

■ 調査サマリー

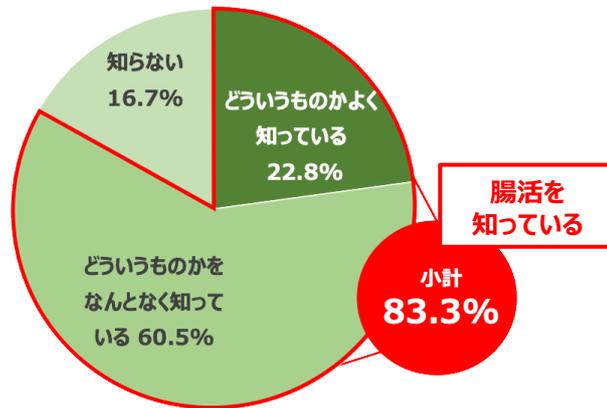
1. 本調査対象者 20-60 代の男女のうち、腸活を知っている人は 83.3%。そのうち 73.6%が、腸活に興味あり。一方で、腸活の情報に対し、43.5%が「何が正しい方法なのか分からない」と回答し、約 2,000 万人が『腸活迷子』になっていることが明らかに
2. 腸活経験者は約 2 人に 1 人。腸活を実践中の人不安に感じることの 1 位は「効果が出ているのかが分からない」、2 位は「自分に合っているのかが分からない」、3 位は「やり方が合っているのかが分からない」
3. 腸活断念者のうち 86.7%が「また始めたい」と回答し、再開意向がある一方で、再開しない理由は「何が正しい方法なのか分からない」、「何が自分に合っているのかが分からない」が最も多い
4. 腸活に取り組んでいない人の約 6 割が腸活に興味があると回答するも、始めない理由の 1 位は「何が正しい方法なのか分からないから」
5. 腸活経験者の約 8 割がヨーグルトなどの発酵食品の摂取を通じて腸活を実践。また、腸活に興味がある人の 47.3%が、必要な栄養素が包括されている腸活製品を希望

1. 本調査対象者 20-60 代の男女のうち、腸活を知っている人は 83.3%。そのうち 73.6%が腸活に興味あり。また、62.6%が「腸活が流行っていると感じる」と回答。一方で、腸活の情報に対し、43.5%が「何が正しいのか分からない」と回答し、約 2,000 万人が『腸活迷子』になっていることが明らかに

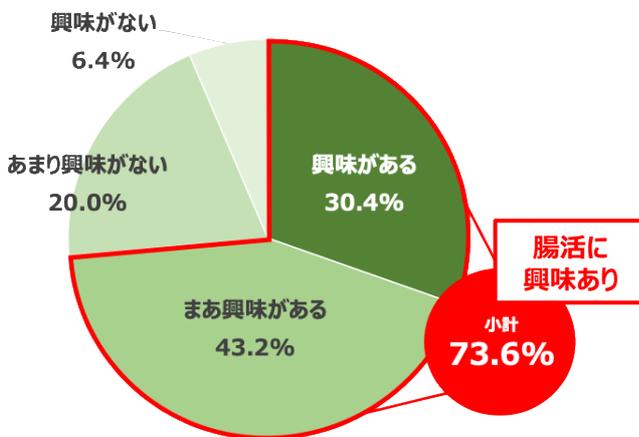
20～60 代の男女 600 人に腸活を知っているかどうか尋ねたところ、「どういうものかよく知っている」が 22.8%、「どういうものかをなんとなく知っている」が 60.5%、「知らない」が 16.7%と、計 83.3%が「知っている」と回答しました。また、腸活を知っている人に対し、腸活に興味があるかどうかを尋ねたところ、「興味がある」が 30.4%、「まあ興味がある」が 43.2%、「あまり興味がない」が 20.0%、「興味がない」が 6.4%と回答し、計 73.6%が腸活に興味があることが分かりました。さらに、腸活が流行っていると感じるかどうかを尋ねたところ、「とても感じている」が 17.6%、「やや感じている」が 45.0%、「あまり感じていない」が 30.8%、「まったく感じていない」が 6.6%と回答し、計 62.6%が「腸活が流行っていると感じている」ことが分かりました。

そして、「腸活に興味がある」と回答した人に、「腸活に関する情報に対して感じること」を尋ねたところ、1 位が「何が正しいのか分からない」（43.5%）、2 位が「自分に合ったやり方を見つけにくい」（35.1%）、3 位が「どの情報を信じればいいのか不安」（33.7%）という結果になりました。このように、43.5%が「腸活に興味はあるものの、何が正しいのか分からない」という『腸活迷子』になっていることが明らかになりました。

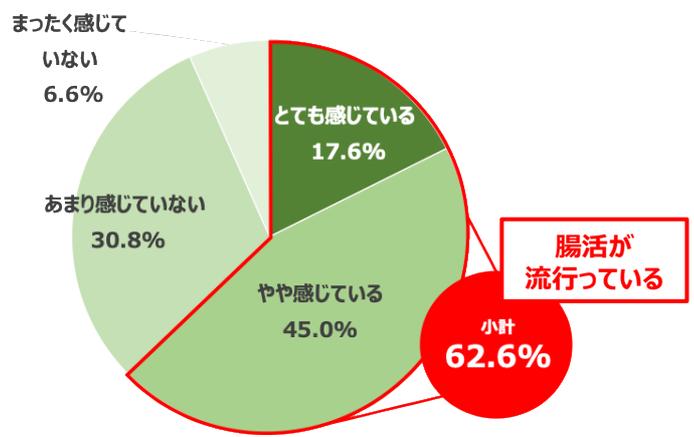
【Q.1】あなたは腸活を知っていますか？（単一回答）n=600



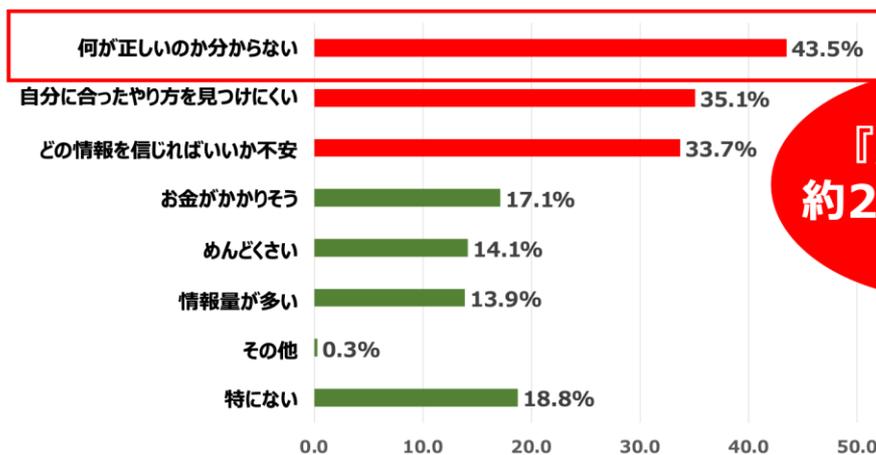
【Q.2】あなたは腸活に興味がありますか？（単一回答）n=500



【Q.3】あなたは腸活が流行っていると感じますか？（単一回答）n=500



【Q.4】あなたは腸活の情報にふれるとどのように感じますか？（複数回答）n=368

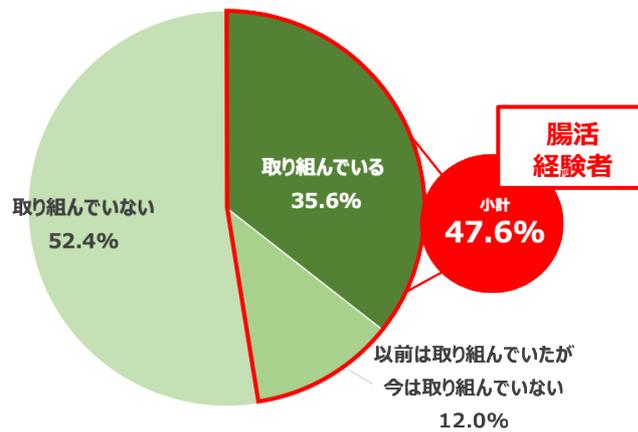


『腸活迷子』
約2,000万人(※)

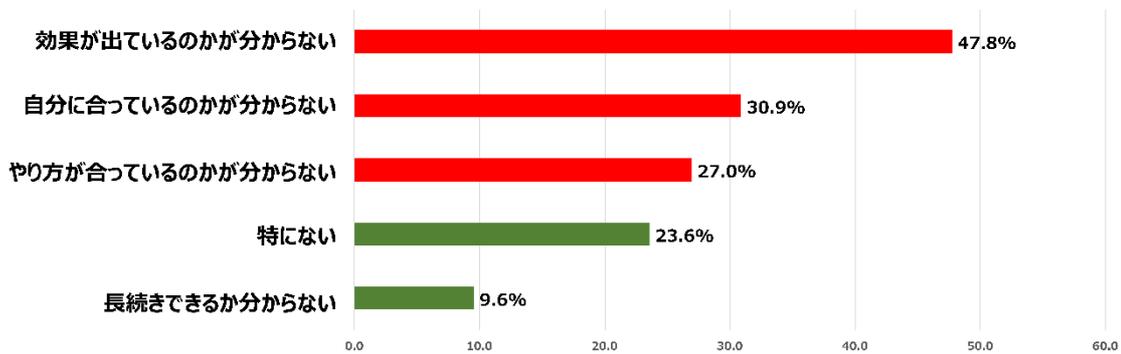
2. 腸活経験者は約 2 人に 1 人。腸活を実践中の人不安を感じることの 1 位は「効果が出ているのかが分からない」、2 位は「自分に合っているのかが分からない」、3 位は「やり方が合っているのかが分からない」

腸活に取り組んでいるかどうか尋ねたところ、「取り組んでいる」が 35.6%、「以前は取り組んでいたが今は取り組んでいない」が 12.0%、「取り組んでいない」が 52.4%であり、約 2 人に 1 人にあたる 47.6%が腸活経験者ということが分かりました。また、現在腸活を実践している方に、今行っている腸活の取り組みについて不安な点はあるかどうか尋ねたところ、1 位は「効果が出ているのかが分からない」（47.8%）、2 位は「自分に合っているのかが分からない」（30.9%）、3 位は「やり方が合っているのかが分からない」（27.0%）という結果になりました。

【Q.5】あなたは腸活に取り組んでいますか？（単一回答）n=500



【Q.6】あなたが今行なっている腸活の取り組みについて、不安な点がありますか？（複数回答）n=178



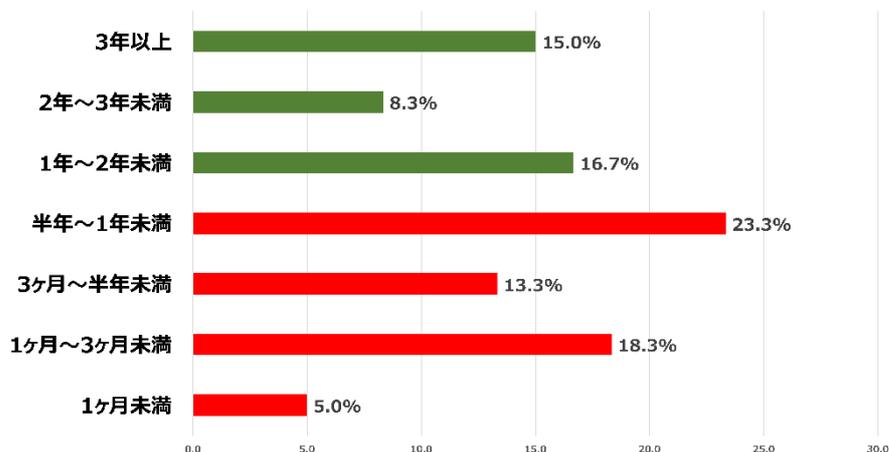
3. 腸活断念者のうち 86.7%が「また始めたい」と回答し、再開意向がある一方で、再開しない理由に「何が正しい方法なのか分からない」、「何が自分に合っているのかが分からない」が最も多い

Q.5で「腸活に以前は取り組んでいたが今は取り組んでいない」と回答した腸活断念者に、腸活に取り組んだ期間を尋ねたところ、1位は「半年～1年未満」（23.3%）、2位は「1ヶ月～3ヶ月未満」（18.3%）、3位は「1年～2年未満」（16.7%）となり、約60%が1年未満で腸活を断念していることが明らかになりました。

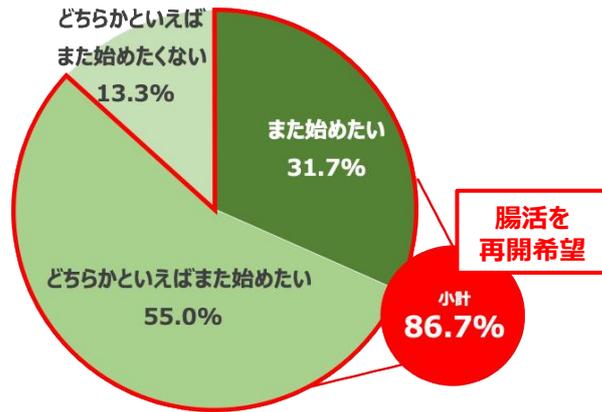
さらに、また腸活を始めたいかどうか尋ねたところ、「また始めたい」が31.7%、「どちらかといえばまた始めたい」が55.0%、「どちらかといえばあまり始めたくない」が13.3%で、計86.7%に再開意向があることが明らかになりました。

そして、腸活断念者の中で、Q.8で「また始めたい」または「どちらかといえばまた始めたい」と腸活の再開意向がある回答をした人に、今取り組んでいない理由を尋ねたところ、「何が正しい方法なのか分からない」、「何が自分に合っているのかが分からない」という回答がそれぞれ28.8%と最も多く、腸活を始めたくても、どうすれば良いか分からない『腸活迷子』の状態に陥っていることが明らかになりました。

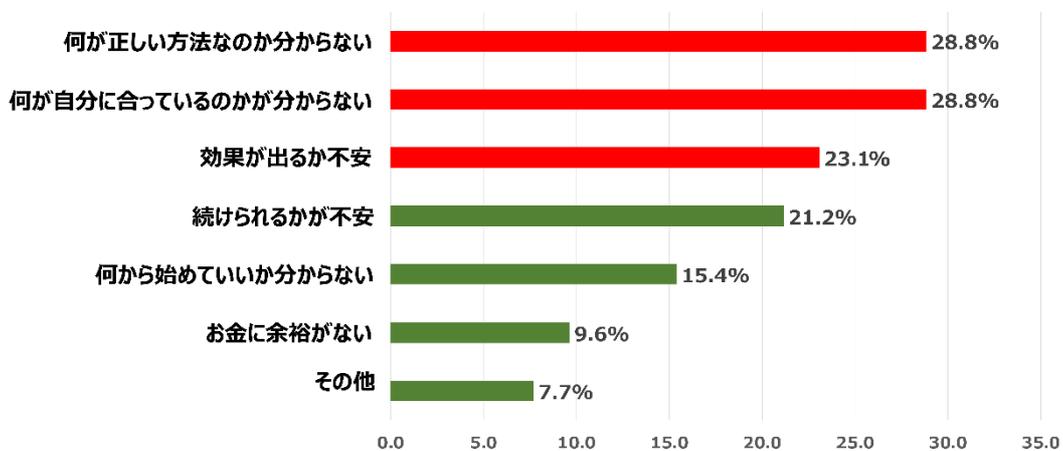
【Q.7】あなたが腸活に取り組んだ期間を教えてください。（単一回答）n=60



【Q.8】あなたはまた腸活を始めたいですか（単一回答） n=60



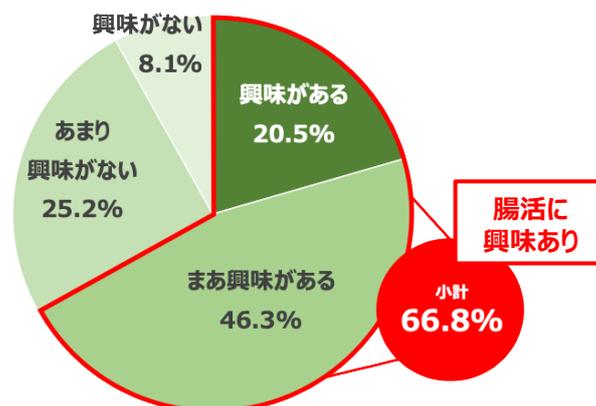
【Q.9】あなたが「腸活をしたいけれども今取り組んでいない理由」を教えてください。（複数回答） n=52



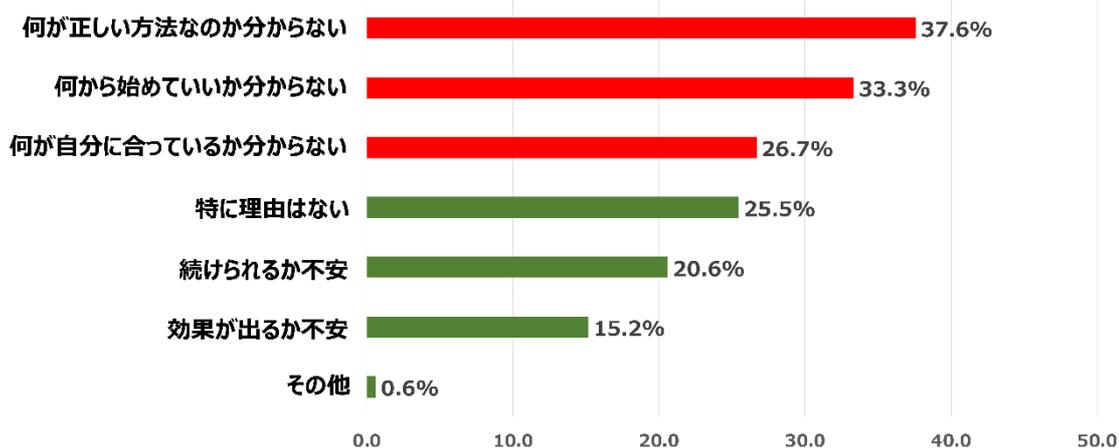
4. 腸活に取り組んでいない人の約 6 割が腸活に興味があると回答するも、始めない理由の 1 位が「何が正しい方法なのか分からないから」

Q.5 で腸活に「取り組んでいない」と回答した人のなかで、腸活に「興味がある」または「まあ興味がある」と回答した計 66.8%の方に、腸活を始めない理由を聞いたところ、1 位が「何が正しい方法なのか分からない」（37.6%）、2 位が「何から始めていいか分からない」（33.3%）、3 位が「何が自分に合っているか分からない」（26.7%）という結果になりました。この結果からも腸活に対し、分からないことが多く、『腸活迷子』の状態に陥っていることが明らかになりました。

【Q.10】あなたは腸活に興味がありますか？（単一回答） n=322 ※Q.5 で「腸活に取り組んでいない」と回答した人を対象とした質問



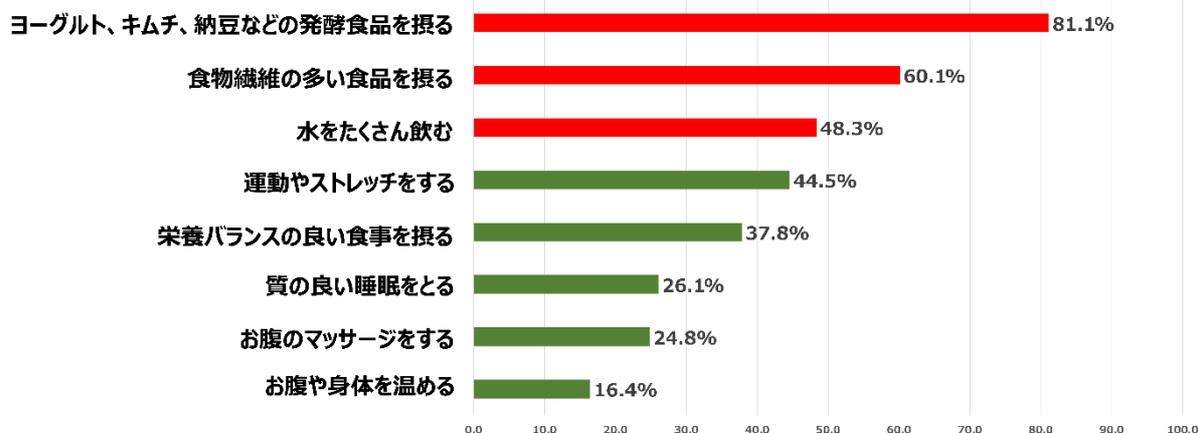
【Q.11】あなたが腸活を始めていない理由を教えてください。(複数回答) n=165



5. 腸活経験者の約 8 割がヨーグルトなどの発酵食品の摂取を通じて腸活を実践。また、腸活に興味がある人の 47.3%が、必要な栄養素が包括されている腸活製品を希望

Q.5 で「取り組んでいる」、「以前は取り組んでいたが今は取り組んでいない」と回答した人に対し、どのような方法で腸活を実践しているか、または実践していたか尋ねたところ、1 位「ヨーグルト、キムチ、納豆などの発酵食品を摂る」が 81.1%、2 位「食物繊維の多い食品を摂る」が 60.1%、3 位「水をたくさん飲む」が 48.3%で、食べ物や飲み物で腸をケアする傾向が明らかになりました。また、「腸活に興味がある」と回答した人に対して、腸活製品に求める要素を尋ねたところ、「必要な栄養素が包括されている」という回答が 47.3%に達しました。

【Q.12】どのような方法で腸活を実践しているか、または実践していましたか？(複数回答) n=238



<調査概要>

- 調査主体：ダノンジャパン株式会社
- 調査名：腸活に関する意識調査
- 調査期間：2024年7月20日～7月21日
- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：全国の20～60代の男女600名
- 調査委託先：楽天インサイト株式会社

■ダノンジャパンについて <http://www.danone.co.jp>

ダノンは1980年に「味の素ダノン株式会社」として日本市場に初めて参入し、1992年に「カルピス味の素ダノン株式会社」を設立しました。2007年に100%子会社としてダノン傘下に入り、社名を「ダノンジャパン株式会社」に改めました。ダノンの日本法人であるダノンジャパン株式会社は、チルド乳製品の「ダノン ビオ」「ダノン オイコス」「ダノンヨーグルト」「ベビーダノン」「プッチダノン」「デンシア」、そして植物性食品（オーツミルク）の「アルプロ」をご提供しています。また、ダノンジャパンは、日本の大手消費財メーカーおよび食品業界で初となる B Corp 認証を2020年5月に取得しました。B Corp は、米国のペンシルベニア州に拠点を置く、非営利団体 B Lab が運営する国際的な認証制度で、社会や環境に配慮した事業活動において一定の基準を満たした企業のみにも与えられるものです。ダノンジャパンの B Corp 認証取得に関する詳しい内容は [こちら](#) をご参照ください。

■**ダノンについて** <http://www.danone.com>

ダノンは、チルド乳製品と植物由来の製品、ウォーター、専門栄養食品を合わせた、健康に焦点を当てた 3 事業で急成長を遂げている、飲食業界における地域密着型のリーディングカンパニーです。「世界中のより多くの人々に、食を通じて健康をお届けする」というミッションのもと、より健康的で持続可能な飲食習慣を促し、栄養面、社会面、環境面で測定可能なインパクトを達成することを目指しています。また、ダノンは、Renew と呼ばれる戦略のもと、長期的な成長、競争力、価値創造の回復に尽力しています。

9 万 6 千人以上の従業員を擁し、120 を超える市場で製品を販売し、2023 年に 276 億ユーロの売上高を達成しました。ダノンには、国際的に認知度の高いブランド（「アクティビア（日本では「ダノン ビオ」として販売）」「アクティメル」「アルプロ」「アプタミル」「ダネッテ」「ダノニーノ」「ダニオ」「エビアン」「ニュートリシア」「ニュート リオン」「ボルヴィック」など）や、ローカルブランド（「アクア」「プレディナ」「ボナフォン」「カウ・アンド・ゲート」「マイゾーン」「オikos」「シルク」など）があります。ユーロネクスト・パリ証券取引所と、ADR（米国預託証券）プログラムを通じて、OTCQX 市場に上場しているダノンは、Moody's や Sustainalytics が運用するサステナビリティインデックスをはじめ、「エティベル・サステナ ビリティ・インデックス」、「MSCI ESG インデックス」、「FTSE4Good インデックスシリーズ」、「ブルームバーグ・ジェンダー・イクオリティ・インデックス」、「アクセス・トゥー・ニュートリション・インデックス」などの主要な社会的責任投資インデックスに選出されています。ダノンの目標は、2025 年にグローバルレベルで B Corp 認証を取得することです。

【報道関係者からのお問い合わせ】

ダノンジャパン PR 事務局（株式会社プラップジャパン内）中村・杜下・西田・齋藤

TEL : 03-4580-9156 / E-Mail : danone_pr@prap.co.jp