

報道関係各位



2018年8月9日
ダノンジャパン株式会社

～日本記念日協会が登録認定～

B I O
8月10日は、「ダノンBIOの日」

これからも、ダノンビオは、日本の皆さまの
おなかの健康とおいしさをお届けしてまいります。

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:ルイス ファリア・エ・マイア)は、このほど、8月10日を「ダノンBIO(ビオ)の日」とすることを一般社団法人日本記念日協会に申請し、記念日として正式に登録認定されました。

■8月10日は「ダノンBIOの日」

2002年に日本で初めて発売された「ダノンビオ」は、今では多くの人々から「ビオ」の愛称で親しまれている、高い認知度を誇るヨーグルトブランドです。ブランドロゴの「BIO」は、世界中から集められた4,000種類の菌の中から選び抜かれたダノン独自の“生きたまま腸に届く”高生存ビフィズス菌「BE80」が配合されていることが由来です。

日本上陸16年目を数える今年、「ダノンビオ」では今後もさらに日本のお客さまの“おなかの健康とおいしさ”をお届けしていくことを宣言し、「ダノンビオの日」として記念日登録を行いました。なお、記念日の日付は、ブランドロゴの「BIO」が数字の「810」と見えることから、8月10日を「ダノンBIOの日」としました。



■管理栄養士・栄養士から
「日常的なヨーグルトブランド」として
指名

ダノンジャパンでは、「ダノンBIOの日」制定に合わせて、管理栄養士・栄養士に対するアンケート調査を実施し、5割以上の方がヨーグルトや発酵を取り入れた腸内活動を日常的に実施されていることがわかりました。

アンケートの詳細は、次ページにてご参照ください。

【管理栄養士・栄養士 577 人の腸内活動ライフ(アンケート調査)】

ダノンジャパンでは、2018年7月28日(土)～29日(日)に横浜で開催された「平成30年度全国栄養士大会」に参加し、当社出展ブースでアンケート調査を実施しました。

ほぼ8割が、「腸内環境に自信あり」

管理栄養士・栄養士の79%が自身の腸内環境は「良好、または特に問題がない」と感じています。

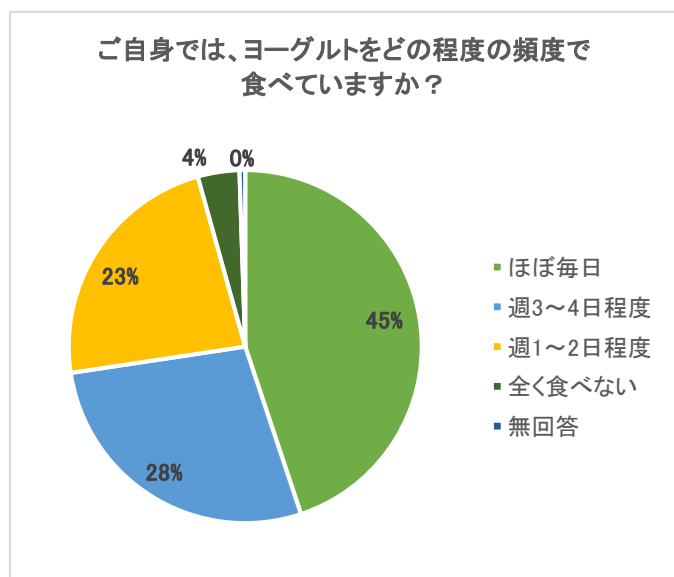
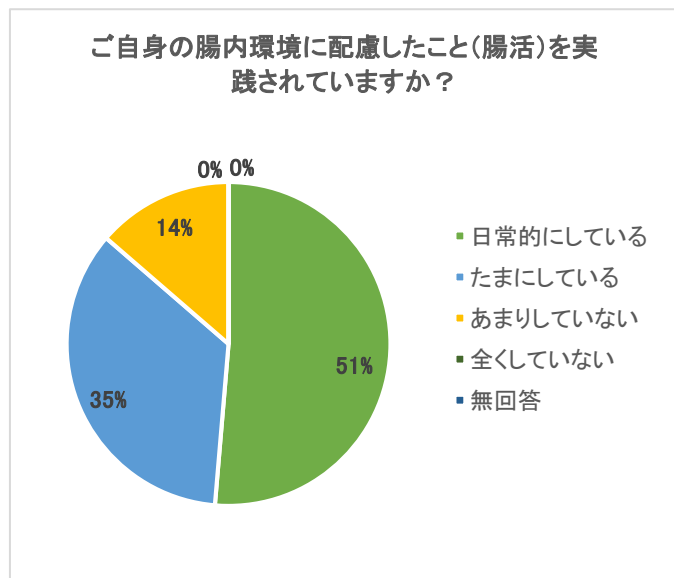
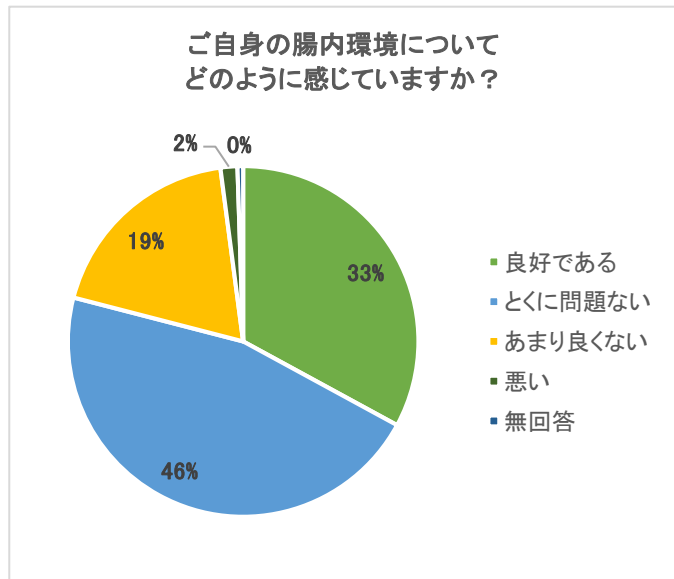
ヨーグルトや発酵を取り入れた腸内活動を「日常的に！」

その理由としては、51%が「日常的に(腸内環境に配慮したことを実践)している」と回答していることから示唆されるように、ほぼ毎日、腸内環境を意識したライフスタイルを送られていることが見てとれます。

また、実践している腸内活動の具体的な内容を聞いたところ、主に「ヨーグルトを食べる」「ヨーグルトなどの発酵食品を食べる」とした自由回答が多く寄せられました。

73%が週3日以上「ヨーグルトライフ」を実践中

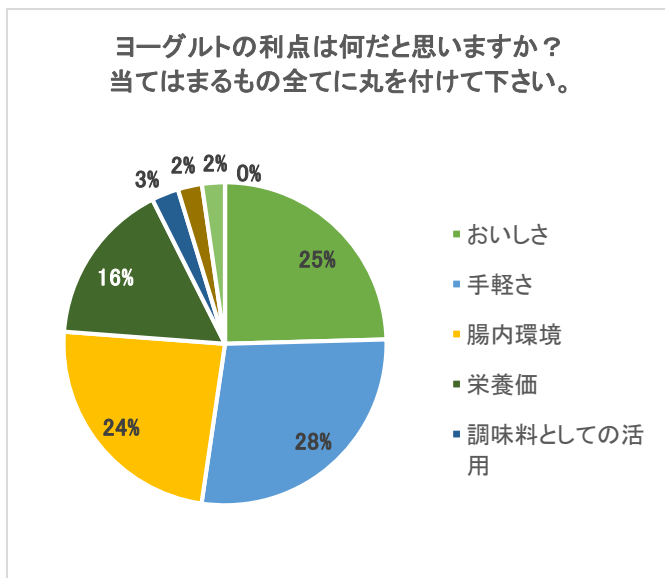
管理栄養士・栄養士のヨーグルトの喫食頻度の実態は、45%が「ほぼ毎日食べいている」とし、「週3～4日程度」の28%と合わせると実に73%もの管理栄養士・栄養士が、腸内環境への配慮としてヨーグルトを選択肢の一つとしていることがわかりました。



**「手軽に、おいしく」が、
腸内活動のキーワード！？」**

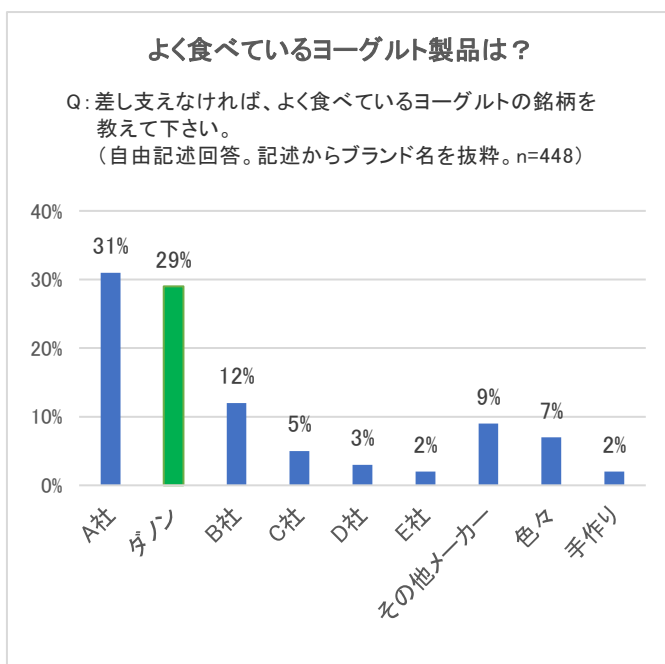
また、ヨーグルトの利点について聞いたところ、トップは「手軽さ」で 28%、次いで「おいしさ」(25%)、「腸内環境」(24%)が続きました。

管理栄養士・栄養士は、“おいしい毎日の腸内活動”としてヨーグルトを利用されていることが見てとれます。



**「日常的に食べている」
ヨーグルトブランド**

最後に、日常的によく食べているヨーグルト製品について自由記述回答で聞いたところ、約 3 割の管理栄養士・栄養士にダノン製品と記載していただきました。



■ダノンビオについて <https://www.danone.co.jp/bio/>

「ダノンビオ」は、世界 70 カ国以上で発売されている世界のトップヨーグルトブランドの一つです。こだわりのクリーミーなおいしさ、毎日楽しめる豊富なフレーバーが特長で、“生きて腸に届く”ダノン独自の高生存ビフィズス菌「BE80」が配合されています。

日本では、2002 年に「ダノンビオ プレーン・加糖」が発売され、同製品は、2016 年に「おなかの不快感をやわらげるヨーグルト」として機能性表示食品として認可されました。また、日本のお客様のニーズを先取りしたさまざまな果実のフレーバー製品が季節毎に発売され、定番のストロベリーやブルーベリーその他、柿や梨といった日本の果物シリーズ、さらにはチアシードが入ったスーパーフードシリーズなど、常時 15~20 製品のラインナップで、飽きることなく続けられるヨーグルト習慣の定着をサポートしています。

ビフィズス菌「BE80」は、胃酸に強く生存率が高いため、“生きて腸まで届く”高生存ビフィズス菌として知られています。

¹ 海外では Aactiva という製品名で展開

■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、チルド乳製品では「ダノンオイコス」「ダノン デンシア」「ダノンビオ」「ダノンヨーグルト」「プチダノン」「ベビーダノン」、ウォーターでは「エビアン」のような飲食製品を提供しています。

また、ダノンジャパン株式会社では、2018年4月12日、新たな原材料調達・開発方針として、①安全性、おいしさ、栄養価を保ちながら原材料の見直しに取り組んでいく「素材へのこだわり」、②徹底した「原材料に関する情報発信」、③「日本のお客様の栄養ニーズに応える製品開発」の3つを「ダノンジャパンのお約束」として発表しました。

詳しくは、以下のウェブサイトをご参照ください。

「ダノンジャパンのお約束」: <http://www.danone.co.jp/company/pledge/>

■ダノンについて www.danone.com

ダノンは、世界120以上の市場で事業展開している飲食料業界のグローバル・リーダーです。「より多くの人々に食を通じて健康をお届けする」という企業理念を掲げ、チルド乳製品(世界第1位)、ウォーター(世界第2位)、乳幼児向け食品(世界第2位)、医療用栄養食(欧州第1位)の4事業を展開しています。「私たちの健康と健全な地球は繋がっている」という強い信念のもと、ダノンは「One Planet. One Health」というビジョンを掲げ、より健康で持続可能な食生活に新風を吹き込むことを目指します。ダノンは健康に関する事業に軸足を置き、効率的で責任のある事業運営を通じて持続可能な価値を創造し、共有することに注力しています。また、事業運営では高い基準に則り、初めてBコーポレーションに認証される多国籍企業の一社になることを目標にしています。2017年の売上は247億ユーロでした。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」「ダネット」「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」「ブレディナ」「ボナフォン」「カウ・アンド・ゲート」「ホリゾンオーガニック」「マイゾーン」「オイコス」「プロストヴァンキーノ」「シルク」「ヴィーガ」など)があります。

ダノンは、NYSE ユーロネクスト・パリ証券取引所と、米国預託証券プログラムを通じて、OTCQX に上場しております。「ダウジョーンズ・サステナビリティ・インデックス」「ヴィジオ」「エティベル・サステナビリティ・インデックス」「MSCI グローバル・サステナビリティ」「MSCI・グローバル・SRI・インデックス」「フィッチャー・フォー・グッド・インデックス」といった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。