



報道関係各位

2019年3月13日
ダノンジャパン株式会社

「独自配合の5種の菌。毎日出ていく善玉菌を補います」
ダノンビオ【BIO 腸活 MY 生活】新コミュニケーションが
3月15日(金)より全国で開始
無理なく続けられる、手軽でおいしい“自分らしい腸活”
を目指し、ブランドコミュニケーションを刷新

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、同社を代表するブランド「ダノンビオ」のブランドリニューアルに伴い、毎日無理なく続けられる自分らしい「腸活」を提案する【BIO 腸活 MY 生活】と題した新コミュニケーション及びCMオンエアを3月15日(金)から全国で開始いたします。



2002年に日本で発売を開始した「ダノンビオ」は、16年以上にわたって、ダノンが発見した高生存ビフィズス菌 BE80 と厳選された4種の乳酸菌との独自配合により、クリーミーでマイルドな味わいで、日本のみなさまの毎日のおなかの健康をサポートしてまいりました。

一方、ブーム再来と言われている「腸活」は、ここ数年において大きく変化を遂げています。「腸活」は、健康習慣の一つとなり、その取り組み方は、食事だけではなく、運動やリラクゼーション、ストレス対策など多種多様に広がりを見せており、ダノンジャパンの調査によれば、約25種類もの「腸活」ライフが広がっていることがわかりました。

<消費者が取り入れている主な腸活ライフ(一部抜粋)>

(ダノンジャパン調べ、2018年6月、実査: Kantar Consulting)

- 携帯できるプロバイオティクス ▶ 自分の素敵なお生活のアクセサリーのように、プロバイオティクスを持ち歩く
- お茶でリラックス&リフレッシュ ▶ 植物を取り入れ、気持ちやおなかをリラックスさせる
- 伝統的な食材 ▶ 自然の力や発酵の力に着目。昔からの知恵を利用する

しかしながら、「現在、腸活をしている(同 44%)」という人がいる一方、「興味はあるが、したことはない(同 41%)」という人もおり、その理由(複数回答)として、「毎日続けるのは大変そう(同 65%)」、「何をすればよいか分からない(同 65%)」など、“自分らしい腸活”や“手軽にできる腸活”に出会えていない人々がいることも示唆されました。(ダノンジャパン調べ)

こうした結果を踏まえて、「ダノンビオ」では、胃酸に強く“生きて腸まで届く”高生存ビフィズス菌 BE80 を含む「独自配合の 5 種の菌」と「毎日出ていく善玉菌を補う」という新メッセージのもと、改めてブランドコンセプト【**BIO 腸活 MY 生活**】を掲げ、消費者の皆様一人ひとりのライフスタイルに合った、毎日続けられる「腸活」のご提案を行ってまいります。

【ダノンビオの特長】

- 「ダノンビオ」は、5 種の菌を独自配合。毎日出ていく善玉菌を補います。
 - ダノンが発見した、胃酸に強く生きて腸まで届くビフィズス菌 BE80 に 4 種の菌をプラスした「5 種の菌」を独自にブレンド。クリーミーな舌触りや、酸味が少なくマイルドな味わいにより、毎日おいしくヨーグルト習慣を続けることができます。
 - “生きて腸まで届く”高生存ビフィズス菌の BE80 は、毎日老廃物や毒素と一緒に体外に出ていく腸内の善玉菌の減少を補います。これにより毎日のおなかの健康をサポートしています。
- 「ダノンビオ」は、豊富なラインアップで、自分らしいライフスタイルに簡単に取り入れられる、“続けられる腸活”をサポートします。
 - ダノンビオを毎日の食事にそのまま手軽に、あるいはお料理やデザートにアレンジするなどして取り入れるだけで、どんなライフスタイルでも簡単に腸活を始められます。
 - プレーン、フルーツに加えて、季節限定フレーバーや、新しいボタニカルズシリーズ、スーパーグッズ(スーパーフードを使用)など、各種フレーバーを取り揃えており、多様な喫食シーンを演出します。
- 「ダノンビオ」は、ナチュラルさとおいしさで腸活をサポートします。
 - 元来、乳を乳酸菌で発酵させただけのヨーグルト本来の姿にできるだけ近づけ、着色料・人工甘味料・人工香料は一切使わず、厳選した素材を使用しています。

■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 <http://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、チルド乳製品と植物由来の製品(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「ダノンバイオ」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」「ホリゾーン オーガニック」「マイゾーン」「オイコス」「プロストヴァシキーノ」「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・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。

【報道関係者からのお問い合わせ】

エデルマン・ジャパン ダノンジャパン製品広報担当 伊藤・浜津

TEL: 03-4360-9000 / FAX: 03-4360-9001 / E-mail: DanoneJapanPR@edelman.com

【お客様からのお問い合わせ】 ダノンジャパン お客様相談室

フリーダイヤル: 0120-409610(祝日を除く平日 9:00~17:30)