

腸活市場は8,000億円を超え、今後も拡大

便通改善から「健康の土台」へ。2022年以降、市場は緩やかな拡大が続く見通し

8,840億円

2030年の腸活関連市場

2025年比 +8.3%（予測）

約4,600万人

腸活に関心がある人

20～60代の人口から推計

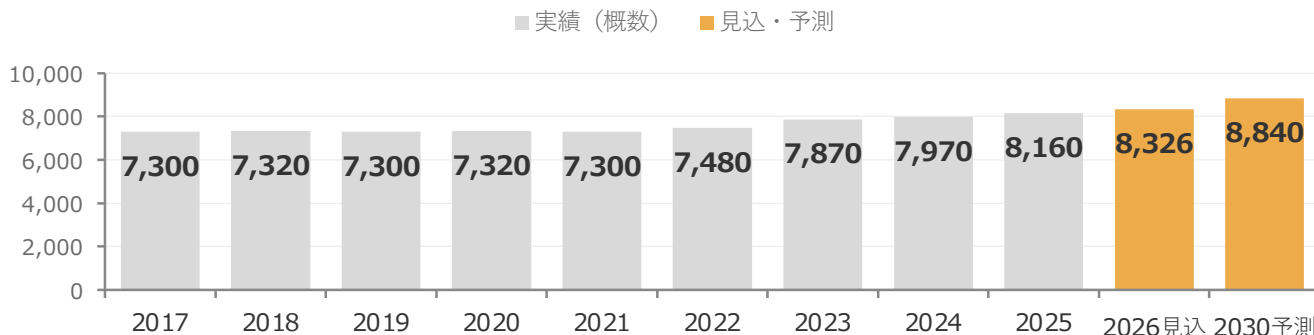
約2,200万人

腸活を実践している人

同調査の実践率35.6%から試算

腸活関連の国内市場規模（億円）

食品・飲料・サプリメントの合計。2021年までの横ばいから一転、2022年以降は毎年拡大



国内：「自分に合う」腸活商品が登場

パーソナライズや新素材で選択肢が広がる

1

カルビー「Body Granola」

腸内フローラ検査×グラノーラ定期便。延べ会員5万人超、2026年4月に海外展開

2

明治「Inner Garden」

腸内タイプ別ココア飲料。2025年10月からウエルシア薬局の店頭へ

3

発酵性食物繊維

普及プロジェクトの参画企業が16社に拡大（2026年5月）

世界：腸の健康が「ウェルネスの入口」に

Innova「2026年トップトレンド」で2位

1

生活者の意識

世界の生活者の59%が「腸の健康は全身にとってとても重要」と回答

2

SNSで日常の話題に

TikTokで「#GutTok」は11億回、「#GutHealth」は65億回再生

3

食物繊維にも注目

米国・カナダで、食物繊維がたんぱく質と並ぶ「求められる栄養素」に

このデータから見えること

- 腸活市場は8,000億円を超え、2030年に向けて緩やかな拡大が見込まれる
- 関心はあるが実践していない人も多く、「始めやすさ」が新しい需要を考える視点になりそう
- 売り場では、日常的に買う食品・飲料が腸活の入口になる可能性がある

出典：富士経済「腸活関連の国内市場を調査」（2026年9月10日）。2026年見込・2030年予測は公表値、2017～2025年は公表グラフからの読み取り概数（2025年は2030年予測と伸び率からの逆算）／ダノンジャパン「腸活に関する意識調査」（2024年7月、20～60代600名）。関心層・実践層の人数は同調査の人口推計（20～60代7,556万人×腸活認知83.3%）に各割合を掛けた試算／カルビー・明治・発酵性食物繊維普及プロジェクト各社リリース／Innova Market Insights「Top Ten Trends 2026」（2025年10月）・「Food Trends 2026 in the US and Canada」（2026年5月）／Cosmetics Business（2024年1月、TikTok再生数）