

## キリンの独自素材「プラズマ乳酸菌」シリーズ 2024年の販売金額が230億円を突破

キリンホールディングス株式会社（社長 COO 南方健志）の独自素材「プラズマ乳酸菌」関連事業は好調に推移し、2024年の年間販売金額は前年比1割増の230億円<sup>※1</sup>を突破しました。

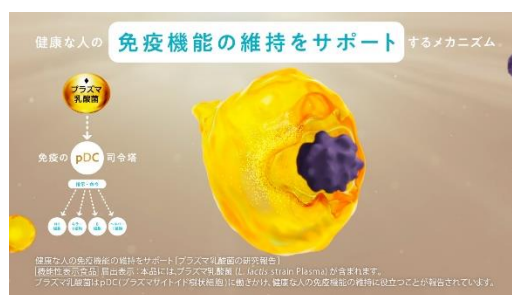
※1 2024年1月～12月 当社販売金額に基づく

### ■ 好調の要因

#### ①【国内】高まる「健康志向」を捉えたプロモーションの展開

2024年に実施された「消費者動向調査<sup>※2</sup>」によると、食に関する志向として「健康志向」は継続して高い傾向にあります。また「健康意識の変化」に関する別調査<sup>※3</sup>では、「健康診断など事前に備える健康対策にお金をかけたい」と考える人は、2018年以降上昇傾向にあることから、消費者の「健康志向」は継続して高まり続けていることがうかがえます。

当社は、高まる健康ニーズに合わせ、お客様が安心して健康対策が出来るよう、効果への信頼を分かりやすく訴求することを意識し、2024年は健康な人の免疫機能の維持をサポートする「プラズマ乳酸菌」の機能とメカニズムを示した広告の展開を行いました。テレビCMやWEB動画広告に関する調査では、「信頼感」の項目において、これまでの「プラズマ乳酸菌」の広告中で一番高いスコアを獲得しました<sup>※4</sup>。健康対策における効果についてお客様に信頼を寄せていただけたことが、「プラズマ乳酸菌」配合商品の購買につながったと推察されます。



※2 日本政策金融公庫農林水産事業調べ「消費者動向調査」令和6年1月・7月（N=2,000）

全国の20歳代～70歳代の男女各1,000人

※3 博報堂生活総合研究所調べ「生活定点」調査2024年（N=2,510）

※4 ビデオリサーチ調べ「クワイエティブカルテ調査」2020年12月～2024年11月 全14素材（各N=540、関東1都6県男女15-69歳）

#### ②【国内】年間を通じた“免疫ケア<sup>※5</sup>”取り組み

これまでの、体調管理が気になる冬の季節を中心とした“免疫ケア”の取り組みを行ってききましたが、2024年は高まる健康ニーズを意識し、年間を通じた“免疫ケア”の取り組みを行いました。春は季節の変わり目の寒暖差に焦点を当てた「免疫ケア」啓発イベントとして「備える免疫自販機」を期間限定で設置し<sup>※6</sup>、夏は猛暑における健康対策として、猛暑5都市と協業した“免疫ケア”での新たなプロジェクトを実施しました<sup>※7</sup>。冬は新たな取り組みとして人気アニメ『はたらく細胞』（©清水茜／講談社・アニプレックス・davidproduction）とコラボレーションしたキャンペーンの展開やオリジナル動画の配信を通じた“免疫ケア”のプロモーションを行い<sup>※8</sup>、年間を通じた“免疫ケア”の取り組みにより“免疫ケア”ユーザーを拡大することができました。

※5 健康な人の免疫機能の維持をサポート【プラズマ乳酸菌の研究報告】

※6 キリンニュースリリース 春は、約9割が“寒暖差”を感じる、約7割が“体調管理が難しい”と回答

※7 キリンニュースリリース 熊谷の昨年の猛暑日は“35日間”で東京と比べて“約1.5倍”<sup>※11</sup>！キリンが、猛暑の中で働く人の体調管理を免疫ケアでサポート「免疫ケア」で毎日を元気に 猛暑の5都市での新対策プロジェクトが始動

※8 キリンニュースリリース キリン x 人気TVアニメ『はたらく細胞』がコラボレーション はたらく私の細胞たちキャンペーン12月2日（月）スタート | キリンビレッジ株式会社のプレスリリース (prtimes.jp)

#### ③【海外】アジア地域での健康志向の高まり

2024年に実施されたユーロモニターインターナショナルの調査<sup>※9</sup>によると、アジア太平洋地域では、過去数年で食事に気を遣う人が増加し、便利でリーズブルな健康食品が求められていることが分かりました。また東南アジアにおいては、東南アジア主要6カ国の消費者のうち、58%が飲食物品には健康的な原材料を求めており、47%が栄養ラベルを注意深く読むと答えていることも分かりました。また、消費者のうち2人に1人が「健康的な原材料のためであればお金を多く払っても良い」と回答していることから、健康における食の安全への意識が高まっていることもうかがえます。

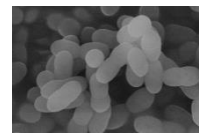
※9 ユーロモニターインターナショナル調べ 消費者の健康志向が加速するアジア太平洋地域—高まる健康食品への需要と栄養ラベル表示の重要性

<https://www.euromonitor.com/press/press-releases/december-2024/wellness-trends-in-apac>

## ■ キリンの独自素材「プラズマ乳酸菌」について

「プラズマ乳酸菌」は、健康な人の免疫の維持をサポートする乳酸菌です。世界で初めて<sup>※10</sup>免疫の司令塔 pDC（プラズマサイトイド樹状細胞）に働きかけることが論文で報告されています。キリン、小岩井乳業、協和発酵バイオが共同で研究を進め、国内外の大学・研究機関の協力のもと、これまで 33 報の論文発表及び多数の学会発表を行っています。

※10 ヒトで pDC に働きかけることが世界で初めて論文報告された乳酸菌（PubMed 及び医中誌 Web の掲載情報に基づく）



プラズマ乳酸菌

## ■ カテゴリー別販売動向

### 【サプリメント】

・「iMUSE（イミュズ）」サプリメント合計の年間販売金額は、前年比約 3 割増と好調に推移しました。

・自社通販を中心に販促を強化し、6 月以降、連続的に定期顧客数を拡大出来たことが売上拡大につながりました。また、睡眠や内臓脂肪などの体調管理ニーズとの W ケアシリーズ商品の販売が前年比 7 割増と好調で、特に EC での販売好調により流通企業向けにラインアップを拡大した「キリン iMUSE 免疫ケア+マルチビタミン 8 種」は、効率的に体調管理をしたいという方を中心に評価いただき、前年比 4 割増となりました。

・株式会社ファンケル（社長 三橋英記）が販売する「免疫サポート」は、免疫の司令塔に働きかける「プラズマ乳酸菌」を配合した「免疫特化型」サプリメントです。ビタミン C やビタミン D も 1 日分<sup>※11</sup> 配合し、家族の好みや使用シーンに合わせてお選びいただけるよう、粒タイプとチュアブルタイプの 2 商品を発売しています。

※11 2020 年版「栄養素等表示基準値（18 歳以上、基準熱量 2,200kcal に占める割合）」



### 【飲料】

・「プラズマ乳酸菌」配合飲料の年間販売数量は、前年比約 1 割増の 963 万ケースとなりました。

・チルド飲料カテゴリーでは、2024 年 3 月にリニューアルした「おいしい免疫ケア」シリーズの販売が好調に推移し、前年比約 5 割増と大きく伸長しました。中でも「キリン おいしい免疫ケア カロリーオフ」は、リニューアル後の味覚が好評をいただき<sup>※12</sup>、前年比約 6 割増と大きく伸長しました。

・ドライ飲料カテゴリーでは、2024 年 11 月に新発売した「キリン iMUSE グリーン」の販売により、機能性表示食品の飲料を日常的に飲まれていない方からもご購入いただくなど、幅広いお客様から好評をいただきました<sup>※13</sup>。「iMUSE」シリーズは手軽な体調管理ニーズを捉え、免疫ニーズ潜在層を中心に“免疫ケア”ユーザーを獲得しました。

※12 キリンビバレッジ調べ（味覚評価 N=124）

※13 キリンニュースリリース [発売から 5 日間で年間目標の約 7 割にあたる 540 万本を突破！「キリン iMUSE（イミュズ） グリーン」好調！](#)



### 【ヨーグルト】

・2024 年の「小岩井 免疫ケアヨーグルト」ブランドの販売金額は、3 月のリニューアルおよび秋冬の販売強化により好調に推移し、前年比 2 桁増を達成しました。特に「小岩井 免疫ケアヨーグルト甘さすっきり」400 g をはじめとした大容量タイプは、個食タイプ（100 g）を購入しているお客様のレポート購入が増えたことにより伸長し、ブランドを牽引しました。また、お客様調査によると、機能目的だけでなく、フルーツなどと食べ合わせを楽しまれていることも分かりました<sup>※14</sup>。今後も店頭露出や喫食体験を通じて、食卓提案や毎日の免疫ケア習慣の情報発信を行いながら、お客様のロイヤルファン化を目指します。

※14 小岩井乳業調べ 2024 年 8 月 30 日（金）～9 月 3 日（火）インターネット調査（N=923、男女 20-69 歳）



### 【パートナー企業商品】

・2024 年は、ワダカルシウム製薬株式会社（代表取締役社長 吉田浩一）より、「骨密度 & 免疫ケア」のダブルケアができるタブレットを、タカノフーズ株式会社（代表取締役社長 高野成徳）より、たれに「プラズマ乳酸菌」を配合した納豆を新たに発売し、パートナー企業を通じて販売する「プラズマ乳酸菌」配合の機能性表示食品は 10 社 18 商品となりました<sup>※15</sup>。健康習慣と親和性のある商品を通じた、新たな免疫機能の機能性表示食品を展開することで、“免疫ケア”習慣の定着を促進しています。

※15 2024 年 12 月末時点



## 【海外】

・2024 年は、ベトナムにあるグループ会社のインターフード社（社長 服部大介）が展開している「プラズマ乳酸菌」配合飲料の「iMUSE」が堅調に推移したこと、また外部企業への「プラズマ乳酸菌」菌体販売についても新規顧客の獲得が進んだ結果、海外における「プラズマ乳酸菌」の販売金額は前年比 200%を超え、大きく伸長しました。



## 【機能性表示食品】

「骨密度 & 免疫ケア タブレット」

<届出表示>

本品にはマルトビオン酸 Ca とプラズマ乳酸菌 (*L. lactis* strain Plasma) が含まれます。マルトビオン酸 Ca は加齢に伴い低下する骨密度の維持に役立つことが報告されています。プラズマ乳酸菌は pDC (プラズマサイトイド樹状細胞) に働きかけ、健康な人の免疫機能の維持に役立つことが報告されています。

「上記以外の機能性表示食品」

<届出表示>

本品には、プラズマ乳酸菌 (*L. lactis* strain Plasma) が含まれます。プラズマ乳酸菌は pDC (プラズマサイトイド樹状細胞) に働きかけ、健康な人の免疫機能の維持に役立つことが報告されています。

- 食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。
- 本品は国の許可を受けたものではありません。
- 本品は、疾病の診断、治療、予防を目的としたものではありません。

キリングroupは、長期経営構想「キリングroup・ビジョン 2027」を策定し、「食から医にわたる領域で価値を創造し、世界の CSV<sup>※16</sup> 先進企業となる」ことを目指しています。その実現に向けて、人々の健康に貢献していく「ヘルスサイエンス事業」の育成を進めています。その一つとして、キリングroupの約 40 年にわたる研究から生まれた「プラズマ乳酸菌」を使用した商品をグループ横断で展開し、“免疫ケア”をしながら生活する一人ひとりの健康を支援し、明るく健康で生き生きと過ごせる社会の実現を目指します。

※16 Creating Shared Value の略。お客様や社会と共有できる価値の創造

## （お客様お問い合わせ先）

キリンホールディングス株式会社 お客様相談室（フリーダイヤル）0120-770-502