

キリンの独自素材「プラズマ乳酸菌」シリーズ、販売好調！ 1～6 月の販売金額は、前年比約 2 割増

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」は国内外関連事業において好調に推移し、2025 年 1～6 月の販売金額は前年比約 2 割増と伸長しました※¹。

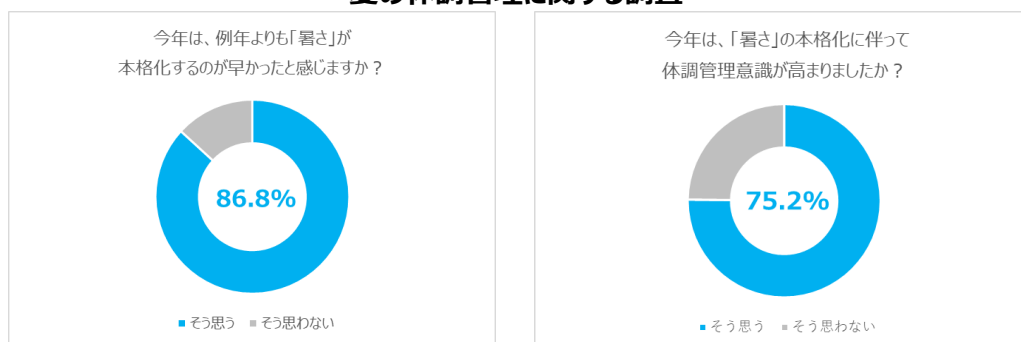
※¹ 2025 年 1 月～6 月 当社販売金額に基づく

■ 上半期好調の要因（2025 年 1～6 月累計）

① 年間を通じたお客様の体調管理意識の高まり

1～2 月における冬の健康対策や受験シーズンの免疫ニーズに加え、6 月からの急な気温上昇など季節の変わり目における夏の健康対策ニーズの高まりも背景に、プラズマ乳酸菌事業全体の数字が伸長しています。6 月は真夏日や猛暑日が過去最多となった地域が多く、当社調査※²によると、急な気温の上昇があった 6 月は、約 9 割の方が「例年よりも『暑さ』が本格化するのが早かった」と実感しており、また約 8 割の方が「『暑さ』の本格化に伴って体調管理意識が高まった」と回答しました。このような高まる夏の健康ニーズに合わせ、お客様が夏にも安心して健康対策が出来るよう、機能への信頼を分かりやすく訴求することを意識し、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もプラズマ乳酸菌事業の伸長に寄与しています。

夏の体調管理に関する調査



※² キリンビバレッジ「夏の体調管理に関する調査」2025 年 7 月 全国の 20～60 代の男女 N=500

夏のプラズマ乳酸菌の広告展開



② サプリメントやチルド飲料など主力商品の継続した販売伸長

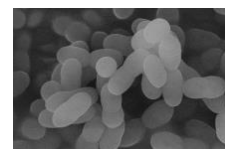
習慣化につながる主力ブランドの好調が継続しており、プラズマ乳酸菌配合のサプリメントは販売金額前年同期比約 3 割増、さらに、睡眠・内臓脂肪対策などの W ケア商品は販売金額前年同期比約 9 割増と伸長しました。飲料では「キリン おいしい免疫ケア」シリーズの販売数量前年同期比が約 4 割増と好調に推移しており、特に 6 月単月では夏の健康対策ニーズの高まりに合わせたまとめ売り施策品の展開などのプロモーションが奏功し、販売数量は前年同期比約 8 割増と大きく伸長しました。

■ 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※³ 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 34 報※⁴ の論文発表及び多数の学会発表を行っています。

※³ 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）

※⁴ 2025 年 7 月末時点



プラズマ乳酸菌

■ カテゴリー別販売動向（2025 年 1～6 月累計）

【サプリメント】

・「iMUSE（イミューズ）」サプリメントの販売金額は前年同期比約 3 割増と伸長しており、自社通販・外部通販・流通の全チャネルで販促を強化し、定期顧客数を継続的に拡大できたことが売上拡大に繋がっています。

・睡眠や内臓脂肪などの体調管理ニーズをターゲットとした W ケアシリーズ商品は販売金額前年同期比約 9 割増と好調で、特に「キリン iMUSE 免疫ケア・内臓脂肪ダウン」がサプリメント全体を牽引しています。



【飲料】

・プラズマ乳酸菌入り飲料の合計販売数量は、2025 年 1～6 月累計で前年同期比約 1 割増と好調に推移しています。

・特に、「おいしい免疫ケア」シリーズは販売数量が前年同期比約 4 割増とプラズマ乳酸菌入り飲料を牽引しました。6 月単月の販売数量は前年同期比約 8 割増と大きく伸長しており、6 月の急な気温上昇など季節の変わり目におけるお客様の「夏の健康対策ニーズ」に合わせたまとめ売り施策品などの展開により、これまで小容量の飲むヨーグルト・乳酸菌飲料を購入されていなかったお客様との接点を拡大したことで、販売数量が伸長しました。※5



※5 「おいしい免疫ケア」シリーズの 1-6 月の販売数量が前年比 4 割増に！6 月単月では前年比 8 割増と大変好調！ | 2025 年 | KIRIN - キリンホールディングス株式会社

【ヨーグルト】

・「小岩井 免疫ケアヨーグルト」ブランド計で販売金額が前年同期比約 2 割増となっており、「小岩井 免疫ケアヨーグルト甘さすっきり」400 g は販売金額が前年同期比約 3 割増と伸長しました。24 年から大容量タイプが好調を維持していることに加え、個食タイプ（100 g）を購入しているお客様のリピート購入が増えたことで売上を牽引しています。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ってまいります。



【パートナー企業商品】

・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 19 商品※6 となり、国内における素材導出の販売金額は前年同期比約 6 割増と伸長しています。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。

※6 2025 年 7 月末時点



【海外】

・プラズマ乳酸菌の海外向け菌体出荷は販売金額で前年同期比約 8 割増と堅調に推移しています。また、3 月にはキリンとブラックモアズ初の共同開発商品となる「澳佳寶® 4 效特攻億菌革命プラズマ乳酸菌粉末」をブラックモアズ台湾の EC サイトにて販売開始し、5 月にはキリン・アクシーシア・ファンケル 3 社の共同開発となる「プラズマ乳酸菌」を配合した「RevWell Lacto Stick」をアクシーシア中国越境 EC で発売するなど、グローバルでの「プラズマ乳酸菌」を配合した商品の展開を進めています。



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※7 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 35 年の研究から生まれた「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。

※7 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