

～「iMUSE」ブランドをはじめ、お菓子やサプリメントなどの幅広いラインアップで間口が拡大～
キリンの独自素材「プラズマ乳酸菌」シリーズ、販売好調
2021 年年間販売金額は、前年比約 156%に！

キリンホールディングス株式会社（社長 磯崎功典）の独自素材「プラズマ乳酸菌」を使用した商品は、お客様から高く評価いただき、国内外における「プラズマ乳酸菌」関連事業の 2021 年年間販売金額は前年比約 156%となりました。

■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^{※1}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。キリンホールディングス、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、これまで多数の論文・学会発表を行っています。



プラズマ乳酸菌

※1 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 及び医学中央雑誌 Web の掲載情報に基づく）

■好調の要因

①お客様の免疫ケアに対する意識の高まり

当社調査^{※2}によると、「免疫」の維持は健康につながることを 9 割以上の方は認知しており、この 1 年間で健康のために新たに取り入れた生活習慣は「免疫ケア」が 1 位となりました。これは昨今の健康意識の高まりを背景に、「免疫」への関心が高まっていることを示唆しています。

※2 「免疫」に関する意識調査について（2021年12月14日発信）https://www.kirinholdings.com/jp/newsroom/release/2021/1214_01.html

対象：全国20歳以上の男女 N=3747 調査方法：インターネット調査 調査期間：2021年11月10日（水）～11月14日（日）

「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数（令和3年1月1日現在）」によるウエイトバックを実施

②手軽に「プラズマ乳酸菌」が摂取できる幅広いラインアップ展開

免疫への関心が高まる一方で、当社調査^{※3}によると、免疫に関心はあるが、積極的行動・意識^{※4}が弱いお客様の層は約 7 割に及ぶことが分かりました。当社は「iMUSE」ブランドの飲料、ヨーグルト、サプリメントに加え、「免疫ケア」の習慣を手軽に始められるよう、昨年 10 月にお客様認知の高い「生茶」^{※5}や「午後の紅茶」ブランドからプラズマ乳酸菌入り飲料を発売しました。また外部パートナー企業と協同し、お菓子やプロテインなど幅広いラインアップで免疫機能の機能性表示食品を発売し、免疫機能の機能性商品ラインアップを 25 商品まで拡大しました。

※3 対象：全国20歳以上の男女 N=10,000 調査方法：インターネット調査 調査期間：2021年5月

※4 食品やサプリメントの意識的摂取／免疫に関する情報収集など

※5 まる搾り生茶葉抽出物 加熱処理

③「プラズマ乳酸菌」への高い評価

「プラズマ乳酸菌」の発見や商品化について業界各団体やアカデミアから高い評価を受けており、お客様の「プラズマ乳酸菌」に対する信頼が高まりました。2021 年にはプラズマ乳酸菌関連で 6 つの賞を受賞しており、直近では、日本食糧新聞社が主催する、第 35 回「新技術・食品開発賞」を受賞しました。

④「プラズマ乳酸菌」認知度の向上

健康や免疫への関心の高まり、科学的エビデンスを持った「プラズマ乳酸菌」のラインアップ拡大と評価の高まりを受け、「プラズマ乳酸菌」の名称についての認知度は、昨年 10 月時点で同年 1 月に比べて 13%以上^{※6}伸び、売り上げ拡大に寄与しました。

※6 2021年12月キリンホールディングス調べ

■ カテゴリー別販売動向

【飲料】

- ・「プラズマ乳酸菌」配合の飲料は、2021 年年間販売数量は前年比約 7 割増となる 534 万ケースに大きく伸長しました。
- ・「iMUSE」ブランドに加え、免疫への関心が薄い方にも手軽に摂取いただけるように、「キリン 午後の紅茶 ミルクティープラス」、「キリン 生茶 ライフプラス 免疫アシスト」を昨年 10 月に発売したことで、幅広い層のトライアル購入が増加しました。2022 年は、昨年 12 月に首都圏のコンビニエンスストア限定で発売した「キリン iMUSE 朝の免疫ケア」を全国展開することで、さらなる「免疫ケア」習慣の定着を図ります。



【サプリメント】

- ・「iMUSE」サプリメント合計の 2021 年年間販売金額は、前年比約 6 割増と好調に推移しました。
- ・通販広告の積極展開や新テレビ CM によって 2021 年 9 月以降のトライアル購入が大きく伸び、ブランド認知も向上してリピート率が大きく向上しました。「iMUSE」サプリメントの取り扱い店舗も、ドラッグストアを中心に大きく増え、前年から約 6 割となる約 20,000 店舗^{※7}まで拡大しました。
- ・株式会社ファンケル（社長 島田和幸）では、「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。また、ビタミン C やビタミン D も 1 日摂取目安量を配合しており、高い評価を頂いています。今年は WEB 動画などを通して、より多くのお客様に商品を訴求していきます。

※7 2021 年 11 月末時点

【ヨーグルト】

- ・「iMUSE」ヨーグルト群は、健康意識、免疫ケア意識の高まりとともに、習慣的に摂取・購入いただくお客様が増加しました。また昨年 9 月に新発売した低脂肪タイプや、リニューアルした商品群も高く評価いただき、10 月以降はスーパーマーケットでの取り扱いも増加しました。アイテム数の増加や販売好調を受け、昨年 9～12 月の販売数量は平均で対前年約 8 割増、年間販売数量も対前年約 1.5 倍となりました。



【パートナー企業商品】

- ・森永製菓株式会社（社長 太田栄二郎）、オ礼ロプランデュ株式会社（社長 鶴田織寛）、カンロ株式会社（社長 三須和泰）とも共同し、免疫機能の機能性表示食品を昨年 7 商品発売しました。
- ・商品自体のおいしさと、幅広いラインアップで手軽に「プラズマ乳酸菌」を摂取できることを好評いただき、「免疫ケア」習慣の定着や、「プラズマ乳酸菌」ラインアップの売り上げ拡大を後押ししました。



1. 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。

2. 機能性関与成分：プラズマ乳酸菌（*L. lactis strain Plasma*）（1,000 億個）

【機能性表示食品】

- ・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^{※8} 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。

※8 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