

～飲料に加え、青汁、お菓子などの幅広いラインアップで、健康に関心が高い層のニーズを拡大！～

## キリンの独自素材「プラズマ乳酸菌」シリーズ、販売好調！

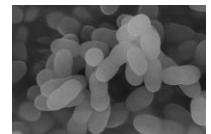
### 1～3月の販売金額は、前年比約4割増！

～「キリン iMUSE 朝の免疫ケア」は計画を上回る好調な立ち上がり～

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」関連事業の今年の1～3月販売金額は前年比約4割増となりました。

#### ■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健康意識の向上に伴う「免疫」への関心の高まりと、「プラズマ乳酸菌」認知率の飛躍的向上

昨今の環境変化でお客様の健康意識が向上し、「免疫」への関心も高まっています。また、昨年9月に放映を開始した「プラズマ乳酸菌」TVCM、今年3月末から放映を開始した「キリン iMUSE 朝の免疫ケア」TVCMにより「プラズマ乳酸菌」への注目が高まり、「プラズマ乳酸菌」名称認知率も直近1年間※2で約16%増と飛躍的に向上しました。

※2 2021年5月時点での調査と、2022年4月時点での調査を比較

##### ②幅広いラインアップ展開

今年3月に実施した当社調査※3では、「体調を整えるために、この春始めたいこと」として、約3人に1人が「食生活を改善したい」と回答しており、「食」から健康を見直す動きが出てきています。当社は、「食」を通じた「免疫ケア」の推進に向けて、商品ラインアップを拡大しています。手軽に摂取でき、習慣化しやすい「キリン iMUSE 朝の免疫ケア」や、健康に関心が高いお客様向けに青汁、のど飴、サプリメントなどをパートナー企業とコラボレーションして発売することで、お客様との接点を拡大しています。

※3 キリンホールディングス社調べ「社会人の免疫に関する調査」（インターネット調査）

調査期間：2022年3月28日（月）～2022年3月31日（木） 調査対象者：1,200人



##### ③外部からの高い評価

「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※4から高く評価いただき、お客様の「プラズマ乳酸菌」に対する信頼が高まっています。

※4 直近では、「第26回安藤百福賞(公益財団法人安藤スポーツ・食文化振興財団主催)」と「第34回ヒット商品賞・話題商品賞(ドラッグマガジン主催)」を受賞。

##### ④海外展開の拡大

世界的に健康意識が高まる中、積極的な販促活動が奏功し、ベトナムや米国での販売が好調に推移しています。米国では2020年1月より「プラズマ乳酸菌」の菌体販売を開始し、現在7社から9商品の商品が米国で購入できる環境になるなど、海外でも「プラズマ乳酸菌」を配合した商品が拡大しています。

## ■ カテゴリー別販売動向

### 【飲料】

- ・「プラズマ乳酸菌」を配合した飲料の合計販売数量は、2022年1～3月累計で前年比約2割増と好調に推移しています。
- ・今年3月29日（火）に発売した「キリン iMUSE 朝の免疫ケア」は当初の販売計画を上回る好調な立ち上がりとなりました。お客様からは「量がちょうど良く忙しい朝でも手軽に飲める」「健康のために家族で続けていきたい」といった声をいただき、朝の新習慣への期待がうかがえます。また味覚に対しては、85%のお客様に“おいしい”と回答いただきました※5。「甘すぎず、すっきりとしていて飲みやすい」「おいしいから無理なく続けられる」と高く評価いただいています。今回、新たに参入したチルドカテゴリーで「朝の習慣」におけるポジションを獲得することで、さらなる「免疫ケア」習慣の定着を図ります。
- ・「キリン 生茶 ライフプラス 免疫アシスト」は、特に量販チャネルでの店頭活動や販促施策が寄与し、1～3月累計の販売数量は計画を上回り、好調に推移しました。お客様からは手軽に免疫対策できる点を評価いただいています。

※5 2022年4月キリンビバレッジ社調べ おいしさ評価で10点満点中7点以上



### 【海外飲料】

- ・キリンホールディングス株式会社のグループ会社で、ベトナム社会主義共和国（以下、ベトナム）でKIRINブランドの清涼飲料を販売するインターフード社（社長 河崎元）は、2019年から「プラズマ乳酸菌」配合の飲料「KIRIN iMUSE」を販売しています。当商品は、2022年年初より販売エリアを拡大し、ブランドの顧客接点が拡大したこと、昨今の状況よりベトナムにおける免疫に対するリテラシーが全体的に向上したことなどから好調に推移し、今年3月末時点で既に2021年の年間販売数量を突破しました。今後は、ベトナムにおける健康意識・免疫理解の浸透に向けて、政府の取り組みにも積極的に参画し、企業としての社会的責任を果たし、現地での「プラズマ乳酸菌」の認知拡大につなげていきます。

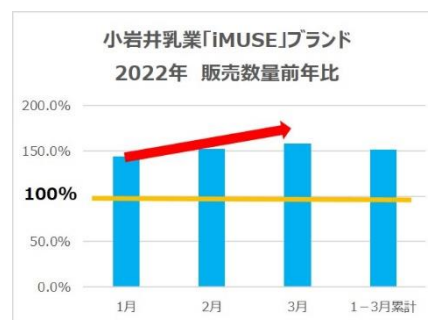


### 【サプリメント】

- ・「iMUSE」サプリメント合計の販売金額は、2022年1-3月累計で前年比約8割増と大きく伸長しました。TVCMやTV番組での放映と連動し、デジタル広告の出稿を最大化したことで、健康志向の高い新規お客様の購入が促進されました。
- ・「免疫サポート」を販売する株式会社ファンケル（社長 島田和幸）では、通信販売を中心に習慣的に摂取いただくお客様が増加しました。今年3月17日（木）に発売した「免疫サポート 粒タイプ」をラインアップに加え、毎日の習慣のために、1日1粒目安で手軽に対策できる商品として、さらなるお客様の定着を図ります。

### 【ヨーグルト】

- ・昨年9月に新発売した「小岩井 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、2021年には、2020年比で年間販売数量が約1.5倍になりました。今年も、新たなお取り扱いいただく量販店が増加し、2022年3月の販売数量は前年比約1.6倍と好調を維持しています。



### 【パートナー企業商品】

- ・2022年には、カンロ株式会社（社長 三須和泰）から、「健康のど飴たかかうプラズマ乳酸菌 iMUSE」を発売しました。また株式会社日本薬健（社長 丸山忠生）から発売した「プラズマ乳酸菌免疫ケア青汁」は、3月末時点の採用店舗数が、目標比で約170%と、好調に推移しています。
- ・おいしく、手軽に摂取できる免疫機能の機能性表示食品を幅広いラインアップで展開することで、「免疫ケア」習慣の定着や、「プラズマ乳酸菌」事業の売り上げ拡大を後押ししました。

### 【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>※6</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 35 年の研究から生まれた「ブルズマ乳酸菌」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。

※6 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