

～免疫への関心・健康意識の高まりを背景に、免疫対策市場・機能性表示食品(飲料)が継続的に伸長し、好調に寄与～

キリンの独自素材「プラズマ乳酸菌」シリーズ、販売好調！ 1～9月の販売金額は、前年比約5割増！

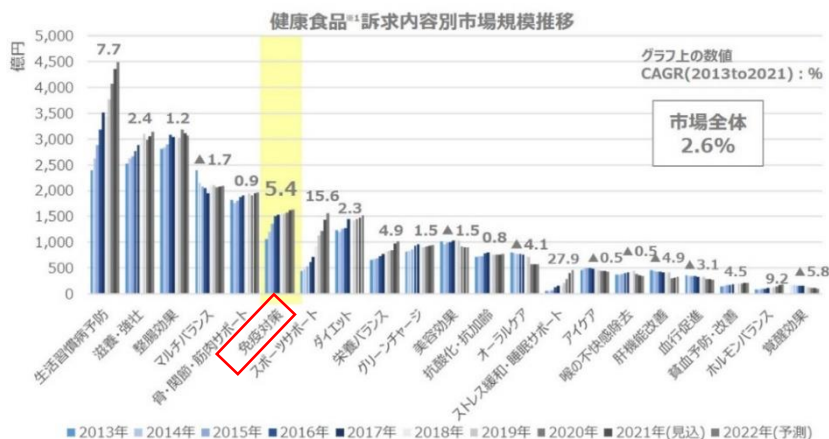
キリンホールディングス株式会社（社長 磯崎功典）の独自素材「プラズマ乳酸菌」を使用した商品は、お客様から高く評価いただき、今年1～9月の国内外における「プラズマ乳酸菌」関連事業の販売金額は前年比約5割増となりました。

■「プラズマ乳酸菌」好調要因

免疫への関心の高まりなどから免疫対策市場は伸長。商品・広告展開等も奏功し、「プラズマ乳酸菌」の名称認知率が向上。加えて、「プラズマ乳酸菌」シリーズで大きな売り上げを占める飲料カテゴリーにおける機能性表示食品市場が継続的に伸長したことが、販売好調に繋がったと考えられる。

① 免疫対策市場の継続的な伸長

健康食品（サプリメント・食品・飲料）に関する調査^{※1}では、2013年～2021年における健康食品市場全体の年平均成長率が2.6%であることに対し、「免疫対策」市場の年平均成長率は5.4%と高水準を維持しており、2022年以降も継続的な成長が期待されている。



※1 健康食品：サプリメント・健康機能を目的に摂食される食品・飲料
データ：富士経済 H・B マーケティング便覧 2022 No.1「機能志向食品編」、No.2「健康志向食品編」

② 「プラズマ乳酸菌」の名称認知率上昇

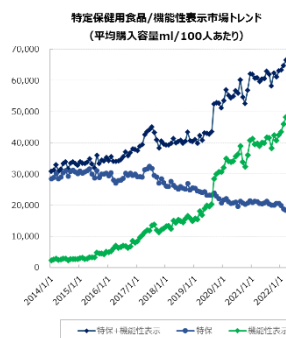
お客様の免疫への関心の高まり、幅広い商品ラインアップの展開、CM などを通じて、「プラズマ乳酸菌」の名称認知率が1年前と比較して8%以上上昇。^{※2}

※2 当社調べ 2022年10月調査、2021年10月調査と比較

③ 飲料カテゴリーにおける機能性表示食品市場の伸長

飲料カテゴリーにおいて、特定保健用食品の推移は2017年から下降傾向にある一方、機能性表示食品は2015年以降、継続的に伸長^{※3}。これは、機能性表示食品が、特定保健用食品に比べて幅広いカテゴリーで開発・発売されており、お客様の健康課題に適合していることが一因と考えられる。昨今、お客様の健康志向の高まりに対応し、数多くの商品ラインアップが販売されていることから、飲料カテゴリーにおける機能性表示食品市場は、2022年以降も継続的な拡大が見込まれる。

※3 データ：インタージ SCI (15-69歳/男女)



■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。世界で初めて^{※4} 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る。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る。



「プラズマ乳酸菌」

※4 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)

■ 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1～9月累計で前年比約4割増と好調に推移。「キリン iMUSE 朝の免疫ケア」と10月にリニューアル発売した「キリン 生茶 免疫ケア」の販売数量も堅調に推移。

<「キリン iMUSE 朝の免疫ケア」の販売状況>

・全国のスーパーマーケットにおける当商品取り扱い店舗は、単品・6本パックのいずれにおいても、7～9月販売数量（本数）は、4～6月と比べて伸長。特に6本パックは約4割増と好調に寄与^{※5}。お客様の免疫への意識の高まりが飲用の習慣化につながっていることや、手軽に持ち帰りやすいサイズが主な好調要因と考えられる。また女性の購入量が多く、その内約6割は「自分のためだけでなく誰かのためにも購入している」^{※6}と回答。女性を中心に家族の健康を気遣う方の「免疫ケア」ニーズが高まっていると考えられる。

※5 インテージ SRI+, 全国, スーパーマーケット計, 2022/4/1～2022/9/30

※6 インテージ SCI(70代含む), 全国, 2022/4/1～2022/9/30



<「キリン 生茶 免疫ケア」の販売状況>

・健康志向の高まりから、取引先量販企業も免疫への関心が向上。今回のパッケージリニューアルによって、商品特長である「免疫ケア」が分かりやすくなった点や、緑茶としてのおいしさを改めて評価いただき、全国のスーパーマーケットでは、取り扱い店舗が約2割増加^{※7}。さらに、トライアル購入者数も約10倍に増加。^{※8} 冬の体調管理に関するお客様のニーズを捉えた TVCM や、「お茶で手軽に免疫ケア^{※9}」という商品コンセプトが、お客様の健康志向に合致したと考えられる。

※7 インテージ SRI+, 全国, スーパーマーケット計, 2022/10/3～2022/10/16

※8 インテージ SCI(70代含む), 全国, 2022/10/3～2022/10/16

※9 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）



まる搾り生茶葉抽出物 加熱処理

【サプリメント（乳酸菌）】

・「iMUSE」サプリメント合計の販売金額は、2022年1～9月累計で前年比約8割増と大きく伸長。TVCMの放映やTV番組での特集が注目を集めたほか、8月に新発売した「キリン iMUSE（イミューズ）免疫ケア+マルチビタミン8種」の販売好調により、通信販売での売り上げが前年比約2.2倍となった。ドラッグストアでのサプリメント売り上げは、引き続き「28日分」が好調に推移し、前年比約2.2倍となった。

・今年11月には、内臓脂肪と免疫の関係に注目し、「プラズマ乳酸菌」と「葛の花由来のイソフラボン（テクトリゲニン類として）」を配合した、日本で初めて^{※10}の免疫と内臓脂肪のWケアサプリメント「キリン iMUSE（イミューズ）免疫ケア・内臓脂肪ダウン」を発売。当社調査では、「免疫」ニーズを持つお客様は、「生活習慣」への健康ニーズも高いことを確認。免疫を維持して健康でいつづけたい方、お腹の脂肪が気になる方、手軽に健康対策を始めたい40代以上の男女をターゲットとしている。

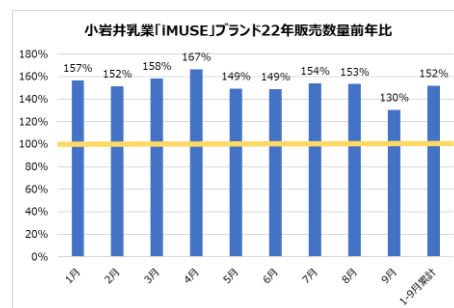
・株式会社ファンケル（社長 島田和幸）では、手軽に免疫対策ができる「免疫サポート 粒タイプ」と、家族でおいしく食べることができる「免疫サポート チュアブルタイプ」の2種類を販売。お客様からは、「毎日の免疫対策に役立っています」などのお声をいただいている。

※10 日本で初めて免疫と内臓脂肪の二つの機能を持つ機能性表示食品として届出公表されたサプリメント。

【ヨーグルト】

・健康意識、免疫ケア意識の高まりとともに習慣的に購入・摂取いただくお客様が増加し、2022年1～9月累計の販売数量は前年比5割以上増加。

・「小岩井 iMUSE(イミューズ)生乳(なまにゅう)ヨーグルト甘さ控えめ400g」はお客様のリピート率も高い水準で安定し、2022年1～9月累計の販売数量は前年比8割以上の伸長を記録し、好調に推移。



【パートナー企業商品】

・今年10月に大正製薬株式会社より発売した「ヴィックスのど飴 Premium プラズマ乳酸菌」の販売が好調に推移。商品選択理由の約7割^{※11}が「プラズマ乳酸菌」が配合されていることであった。

・幅広い年齢層に対して、おいしく手軽に摂取できる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たと考えられる。

※11 「ヴィックスのど飴 Premium プラズマ乳酸菌」の商品選択者を対象に行ったアンケート調査

データ提供：大正製薬株式会社、調査協力：株式会社ドゥ・ハウス

「キリン iMUSE 免疫ケア・内臓脂肪ダウン」

＜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。

本品には、葛の花由来イソフラボン（テクトリゲニン類として）が含まれます。葛の花由来イソフラボン（テクトリゲニン類として）には、肥満気味な方の、体重やお腹の脂肪（内臓脂肪と皮下脂肪）やウエスト周囲径を減らすのを助ける機能があることが報告されています。

【全機能性表示食品共通】

- 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^{※12} 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。

※12 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