



Investor Day 2022

ヘルスサイエンス領域の進捗と戦略アップデート

2022年6月28日
キリンホールディングス株式会社

ヘルスサイエンス領域における目指す姿と推進体制

1 プラズマ乳酸菌の進捗

2 次のパイプライン（シチコリン・HMO）

3 非連続な成長を実現するM&A戦略

ヘルスサイエンス領域における目指す姿と推進体制

Joy brings us together

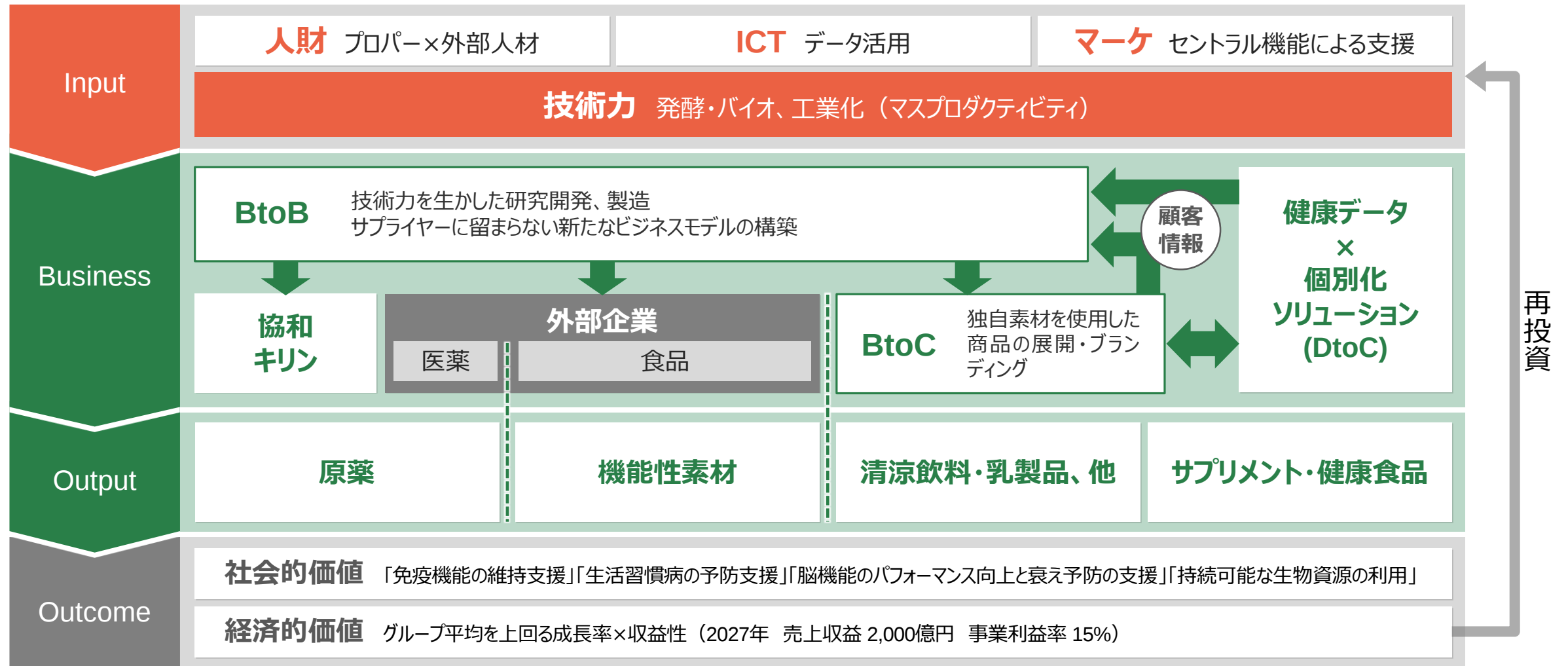
外部環境分析

- コロナ禍を契機に日常的な健康状態維持の関心高まり
- ヘルスサイエンス領域では積極的な事業・資本提携
 1. バリューチェーンの拡張や素材ポートフォリオの拡充を進める総合型・統合型
 2. ある素材や、機能を徹底的に強化した特化型
- サステナビリティを考慮した投資・提携が活発化

内部資源（ケイパビリティ）分析

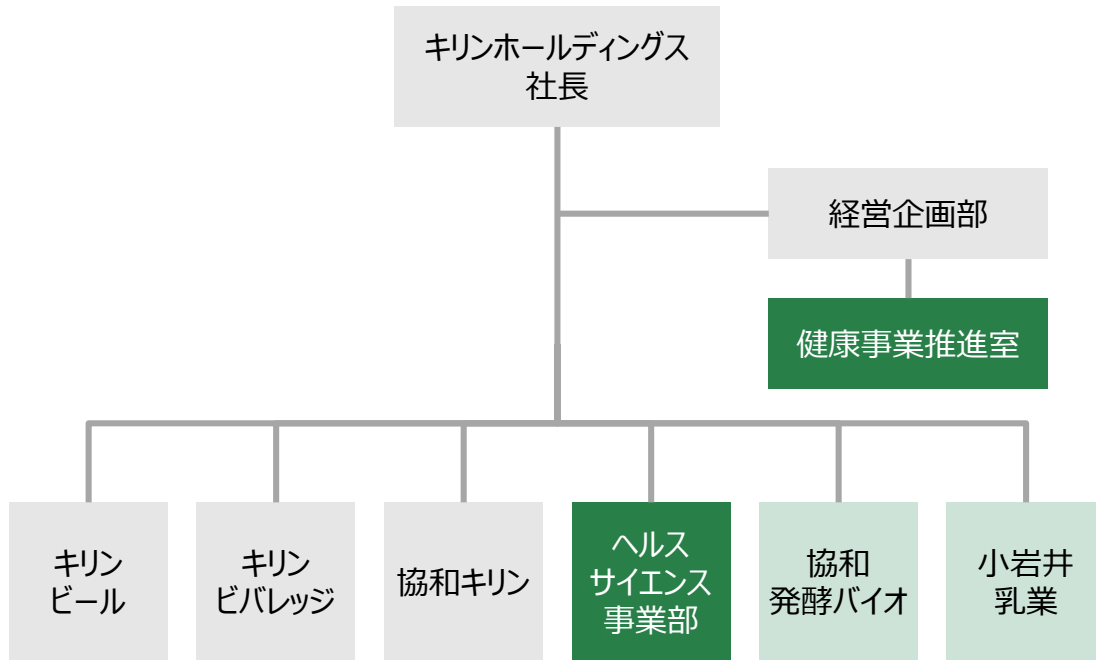
- プラズマ乳酸菌に代表される各種高機能素材、素材を生み出す研究・発酵技術
- 研究開発とスケールアップをセットで保有
- 国内フルチャネルの販売網
- 海外はBtoBを中心に展開

**キリンは強みとなる素材を活用した
独自のビジネスモデル構築を目指す**



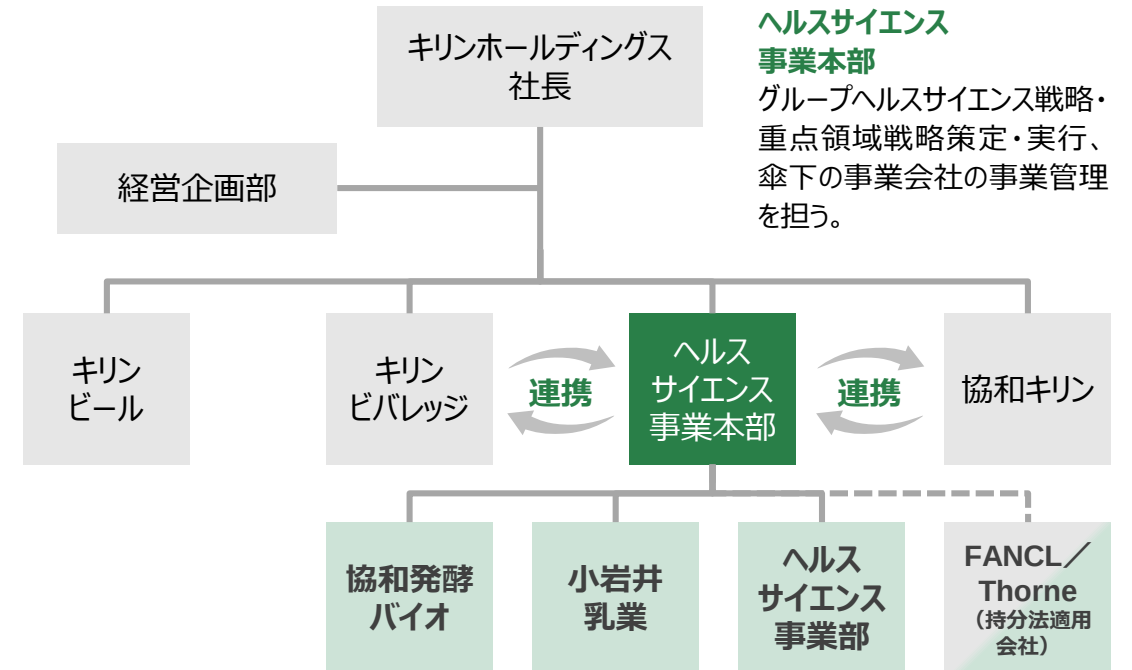
ヘルスサイエンス事業本部立ち上げ 将来のセグメント化を見据えた体制に変更

2020年春～



一部会社のみ記載

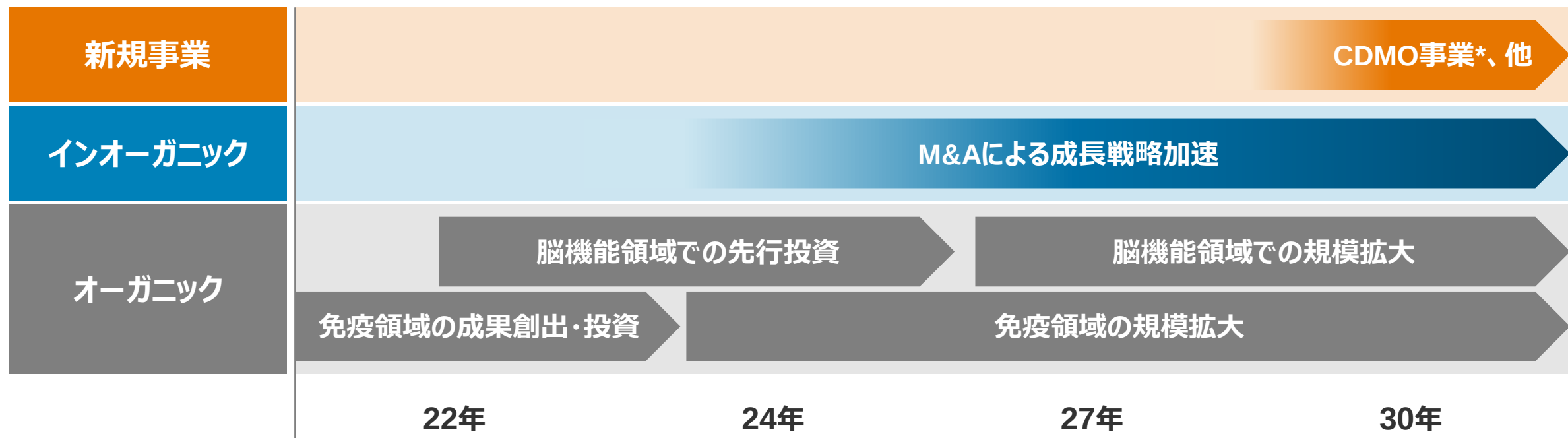
2022年春



ヘルスサイエンス事業本部
グループヘルスサイエンス戦略・重点領域戦略策定・実行、傘下の事業会社の事業管理を担う。

一部会社のみ記載

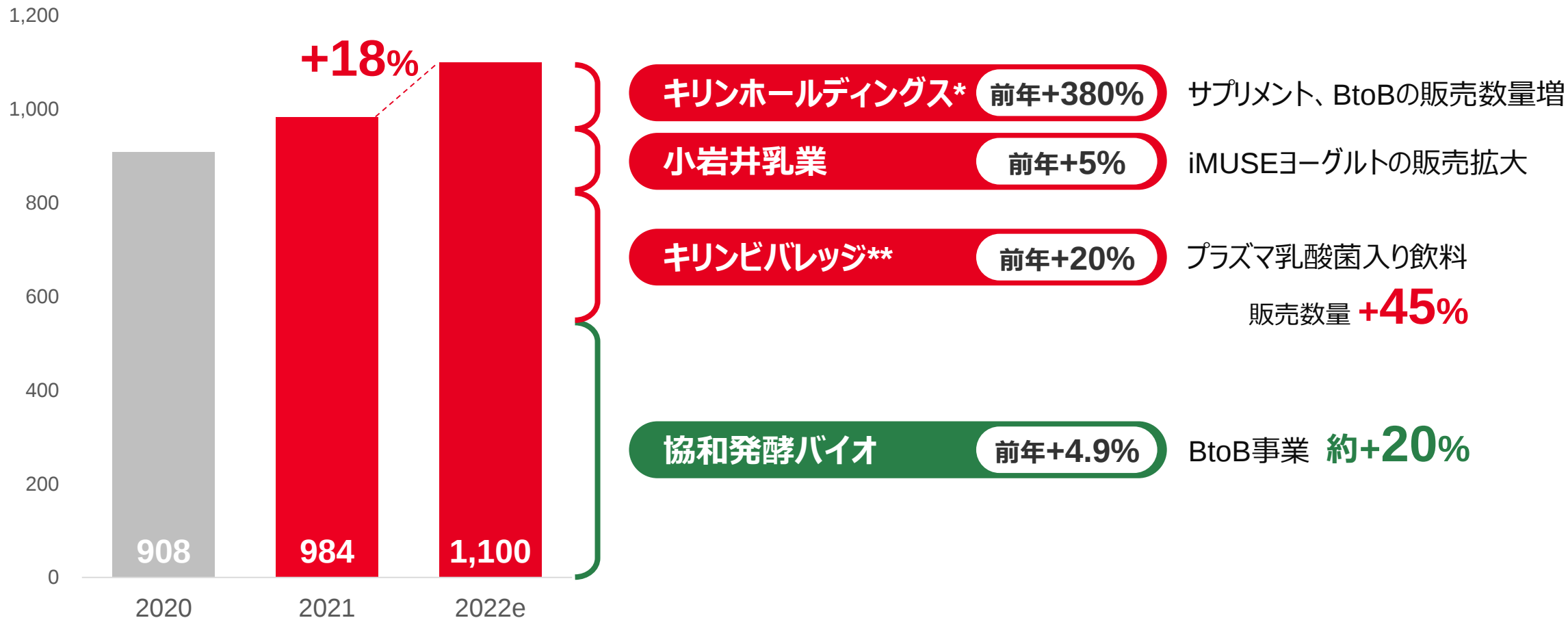
シンプルな体制とし、戦略の浸透、実行スピード向上を図る



オーガニック成長に加えて、M&Aによる非連続な成長、
新規事業による拡大を目指す

*CDMO=Contract Development and Manufacturing Organization

売上収益（億円）



* 本年より協和発酵バイオよりDtoC事業を移管

** ヘルスサイエンス領域に関連する商品のみ

商品シナジー

両社のブランド、素材、技術などを活用した共同開発商品を発売

主な共同開発商品

キリン ビバレッジ	ファンケル	
飲料	サプリメント	化粧品
 午後の紅茶 アップルティ プラス	 睡眠＆ 疲労感ケア	 マイルド クレンジングオイル 無添加スキンケア エンリッチプラス

チャネル・インフラシナジー

サプリメント生産拠点の集約
化粧品の取り扱いを実施

- サプリメント生産拠点をファンケル美健三島工場に集約。



- キリン協和発酵バイオ通販でファンケル化粧品の取り扱い開始。



KIRIN
キリン 協和発酵バイオ通販

お電話でのお注文・お問い合わせ
0120-80-7733
9:00~20:00(土・日・祝日)

商品一覧 | カテゴリから探す | ご利用ガイド | 私たちの思い | お問い合わせ

発酵サイエンスでハリ艶あふれる美しさへ
B BEAUTY BOUQUET
ビューティブーケ

その他

人事交流、勉強会、
共同研究の実施

- R&D、マーケティング、営業、企画、DtoCなど両社で延べ13名の人事交流を実施。
- 通販CRM*、流通営業などのナレッジ共有や協業を実施。
- 「免疫」「脳」「腸内環境」などの分野で共同研究を推進し、将来の事業成長へ。

*CRM : customer relationship management

1

プラズマ乳酸菌での 早期成果創出

P11～

コア素材であるプラズマ乳酸菌の飛躍的な成長は事業の根幹となる。

競合優位性であるエビデンスを販売に繋げるため素材認知及び機能認知を高めることが最重要課題。

BtoBも活用した間口拡大と、啓発活動による奥行き深耕に取り組む。

2

スペシャリティ素材の 着実な育成

P23～

ヘルスサイエンス領域において強みである発酵法を独自技術として保有する協和発酵バイオの再生と、将来の再成長に向けた取り組みを着実に進める。

スペシャリティであるシチコリンとHMOは協和発酵バイオの将来の成長を支える素材となる。

設備投資を行い、製造体制の構築に努めると共に、販売体制の整備を進める。

3

M&A戦略検討

P31～

非連続な成長を実現するために、外部アセット、ケイパビリティの獲得を検討する。

非連続かつ持続的な成長を実現するためには、既存アセットだけでは時間を要する。

強みを活用し独自の事業モデル構築を目指す。

1 プラズマ乳酸菌の進捗

Joy brings us together

商品ポートフォリオの強化 多様な商品ポートフォリオにより間口・奥行の両方をカバー

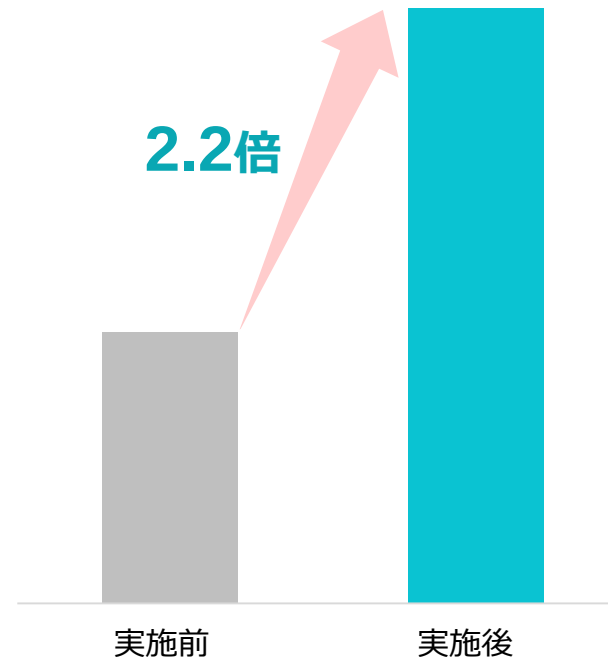


BtoC/DtoC/BtoBを通じプラズマ乳酸菌の継続的な事業利益創出を実現する



自社商品と外部導出商品との
合同陳列

合同展開店舗売上状況 飲料+サプリメント



- ドラッグストア **5,000店舗**で実施
- 実施により売り上げが約**2.2倍**に増加
- 自社だけでなく**導出品も含めて合同陳列**を行い、プラズマ乳酸菌の**訴求強化**
- **ファンケルの流通営業とも連携**して実現

さまざまなカテゴリーで商品を持つことでお客様との接点を拡大

プラズマ乳酸菌の販売状況 2021年は1.5倍以上の売り上げを達成



売上金額 前年比	プラズマ乳酸菌 商品合計	飲料	サプリメント	外部導出
21年実績	+63%	+66%	+58%	+43%

* 飲料は販売数量前年比

サプリメントの好調要因

- ✓ 通販広告の積極展開や新テレビCMで、通販・店頭の新規顧客が増加
- ✓ ファンケルのナレッジ活用により、通販チャネルにおいて新規顧客の獲得と定期顧客化が好調

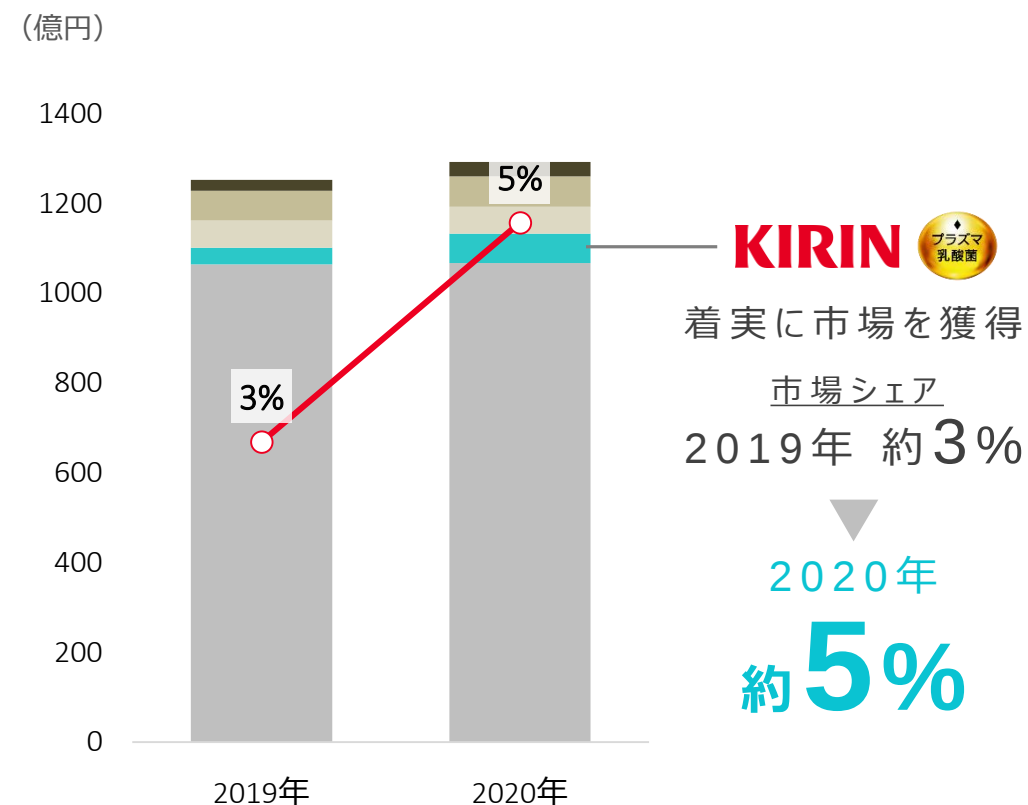
FANCL

- ・ファンケルのナレッジを活用した顧客心理に寄り添った定期案内により定期登録率が2倍に。
- ・ファンケルの新規獲得手法のナレッジ共有、広告表現の連動による広告効果の最大化。
- ・ファンケルの通販人材の人事交流。

免疫関連市場 2021見込

体調・免疫サポート 関連市場 (日本) 食品+サプリ	免疫対策 (乳酸菌など) 1,617億円 (食品+サプリ)	プラズマ乳酸菌で 市場獲得を狙う
	基礎栄養 *1 (ビタミン、ミネラルなど) 2,081億円 (食品+サプリ)	ファンケルが強みと する領域
	整腸系 *2 乳酸菌、他 (ビフィズス菌、食物繊維など) 3,111億円 (商品+サプリ)	お腹の調子を整える、 従来の乳酸菌市場。
6,808 億円		

免疫賦活メーカーシェア（食品のみ）

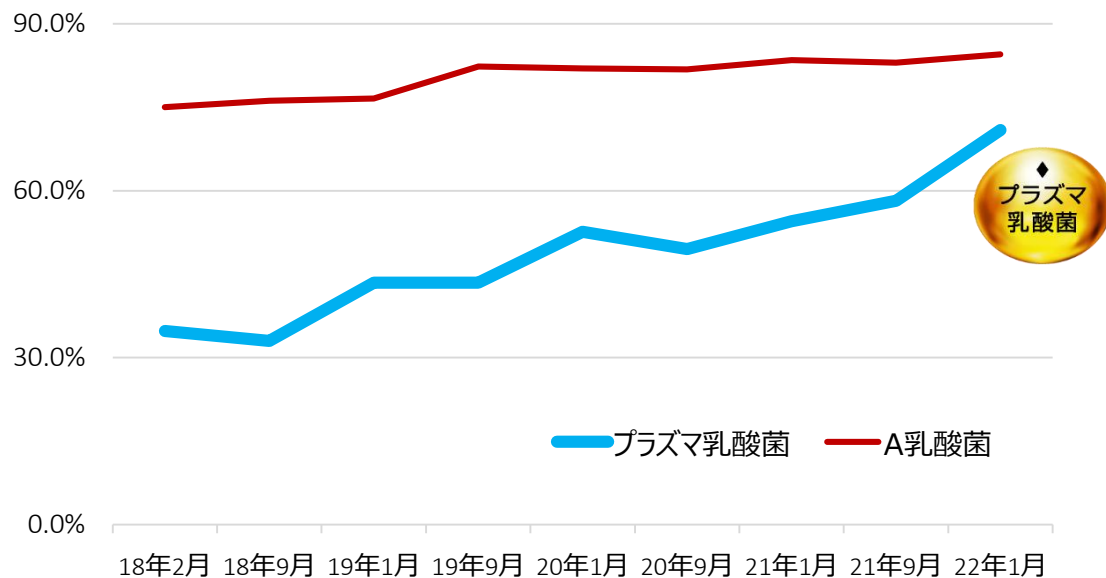


出典：富士経済「H・Bフーズマーケティング便覧 2022」

* 基礎栄養は「マルチバランス」、整腸系乳酸菌、他は「整腸効果」、

* 体調・免疫サポート関連市場は「免疫対策」「マルチバランス」「整腸効果」の合計値

プラスマ乳酸菌素材認知率推移

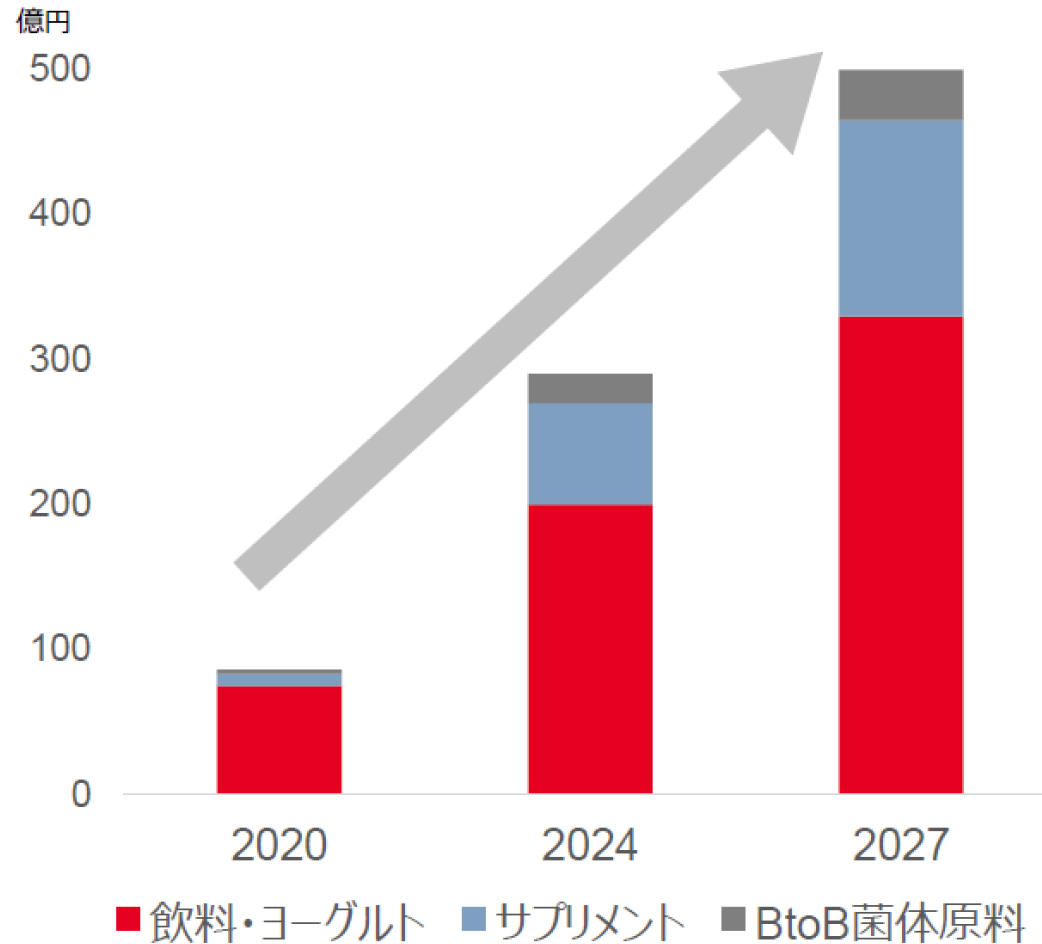


	22年1月	前年比
素材認知率	70%	+16pt
機能認知率	31%	+3pt

出典：プラスマ乳酸菌トラッキング（2022年1月）
20～69歳一般男女 10,000名。全国対象のインターネット調査。

プラスマ乳酸菌の素材・名称認知率は、昨年比**+16pt**の70%まで到達。
機能認知率は、昨年比**+3pt**の30%。

プラスマ乳酸菌（免疫領域）売上収益定量計画 計画通り2027年500億円規模の売上を目指す



27年計画
売上500億円・事業利益20%

飲料・ヨーグルト 330億円

サプリメント 135億円

BtoB菌体原料 35億円※

※最終商品価格で売上収益500億円以上に相当

プラズマ乳酸菌 R&Dパート

当パートは素材としてのプラズマ乳酸菌に関する情報を記載しています。
プラズマ乳酸菌を含む製品の効果・効能を示すものではありません。

自然免疫（pDC）に着目した感染症対策に対するアプローチについて、
プラズマ乳酸菌を用いて、新型コロナウイルスに対する研究を行っている先生方を招聘して開催

3名の先生・藤原博士より解説。

会場・オンライン配信のハイブリッドで開催し、約70のメディアが参加。



＜司会・基調講演＞
北村 義浩 先生
日本医科大学 特任教授

新型コロナウイルス感染症の現状と課題
自然免疫を用いた新しいアプローチの必要性について



藤原 大介 博士
キリンホールディングス株式会社

有効な自然免疫アプローチの発見
抗ウイルス効果を狙った乳酸菌の開発



俣野 哲朗 先生
国立感染症研究所・
エイズ研究センター長

新型コロナウイルス感染症の感染免疫学
感染防御・制御に向けて



山本 和子 先生
長崎大学病院 呼吸器内科 講師

新型コロナウイルス感染症に対する自然免疫アプローチ
～プラズマ乳酸菌の有効性の検討～

プラズマ乳酸菌に関する研究成果が医学書に掲載

「感染症最新の治療」の巻頭特集に掲載



感染症専門家が教科書的に使用する専門書「感染症最新の治療」に、「**感染症に対する有用細菌の位置づけ**」というテーマでプラズマ乳酸菌の研究結果が掲載。

一般臨床医向け教科書に掲載



開業医など一般臨床医向けの腸内細菌叢の教科書的書籍に、プラズマ乳酸菌の各種感染症に関する研究成果が掲載され、**日本で初めての免疫機能性表示食品**としても紹介された。

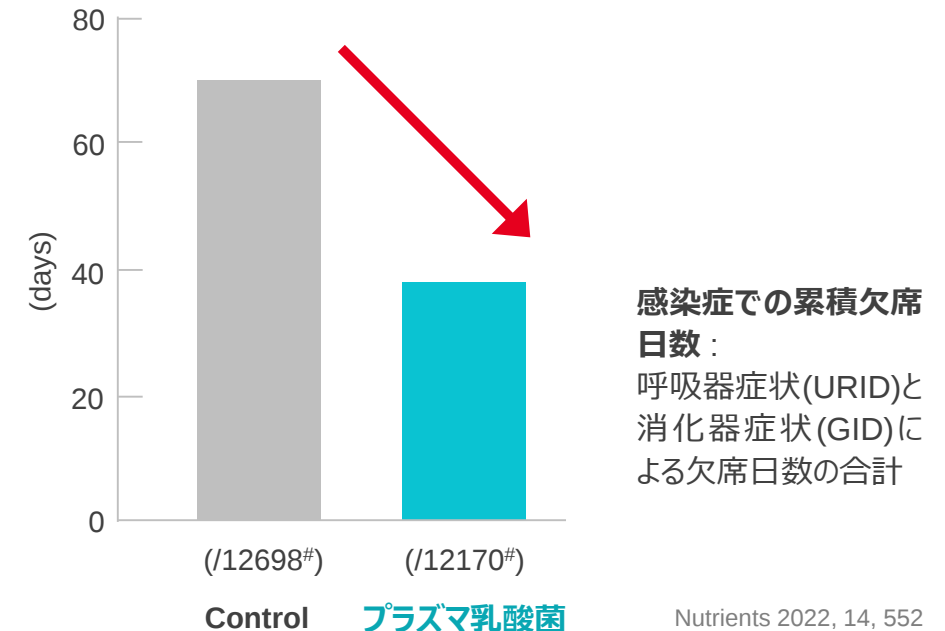
プラズマ乳酸菌のエビデンス強化 ベトナムの小学生に対する臨床試験

プラズマ乳酸菌入りの飲料を飲んでいたグループで、風邪などの症状による学校の欠席日数や発熱があった日数、健康状態が悪いと感じた日数が減少

ベトナムの小学校1～3年生約1,000名を対象に、給食時に「プラズマ乳酸菌」を含む飲料と「プラズマ乳酸菌」を含まない飲料をグループをわけて8週間配布する臨床試験を実施。



プラズマ乳酸菌の摂取により 「感染症での累積欠席日数」が改善



マラヤ大学との共同臨床研究により、プラズマ乳酸菌の摂取によるデング熱様症状の抑制を確認。食を通じた「デング熱様症状」抑制の可能性へ

	世界感染者数	臨床試験	非臨床試験
インフルエンザ	7億人～14億人/年	●	●
風邪	9億人/年	●	●
デング熱	3億9000万人/年	● 2021年9月発表	●
ロタ	1億1400万人/年		●

2 次のパイプライン（シチコリン・HMO）

Joy brings us together

経営理念

ライフサイエンスとテクノロジーの
進歩を追求し、新しい価値の創造により、
世界の人々の健康と豊かさに貢献します。



VISION

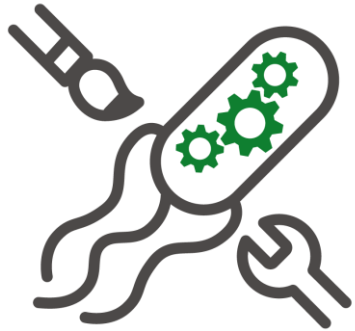
グローバルな社会課題をバイオケミカルの先端技術を駆使して
解決するCSV企業となっている。
それにより、人々の健康とサステナブルな社会の実現に貢献している。

日本発のグローバル・スペシャリティ発酵企業となる。

強みの技術

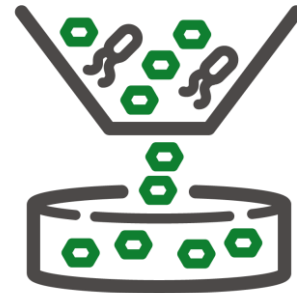
独自製法を可能とする

微生物デザイン技術



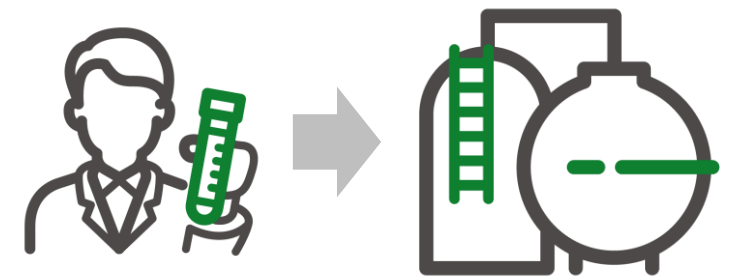
医薬品グレード品質を担保できる

高純度精製技術



安定した品質、生産性で工業化できる

スケールアップ技術



キリン、協和発酵バイオの強みにより高機能素材を安定的に大量製造が可能となる
一貫したビジネスモデルを有する企業は、世界でも数社のみ

シチコリンとは？

脳や神経細胞にある細胞膜を維持するために必要な体内成分。日本においては食品、飲料への使用は認められておらず、脳卒中や、頭部外傷などに伴う意識障害への治療薬として展開。

脳卒中、意識障害の治療

脳卒中患者数：1370万人*

脳卒中を発症する確率
25歳以上の4人に1人**



医薬品での展開

記憶力・集中力の向上

欧州・北米の65歳以上の比率
18%***（およそ6人に1人）



健康食品での展開

*World Stroke Organization "Learn about stroke"

** N Engl J Med. 379(25):2429-2437 (2018)

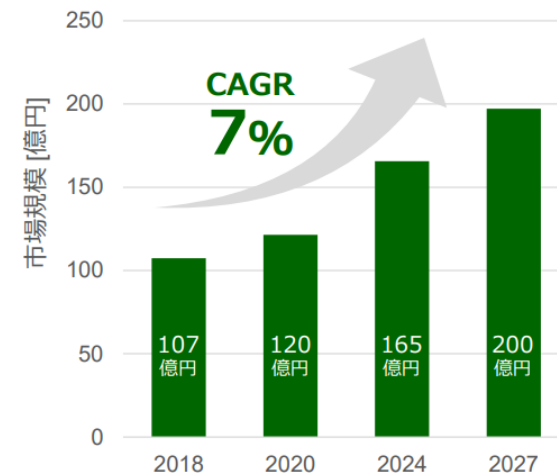
*** World Population Prospects 2019 Highlights

2027年目標：シチコリン市場のリーディング企業へ

健食市場の脳機能ニーズの高まりにより、ターゲット層が高齢者から若年層にも広がり、市場は順調に拡大見込み

2023年夏以降に健食向け、2026年以降に医薬品向けの工業生産を新工場で開始

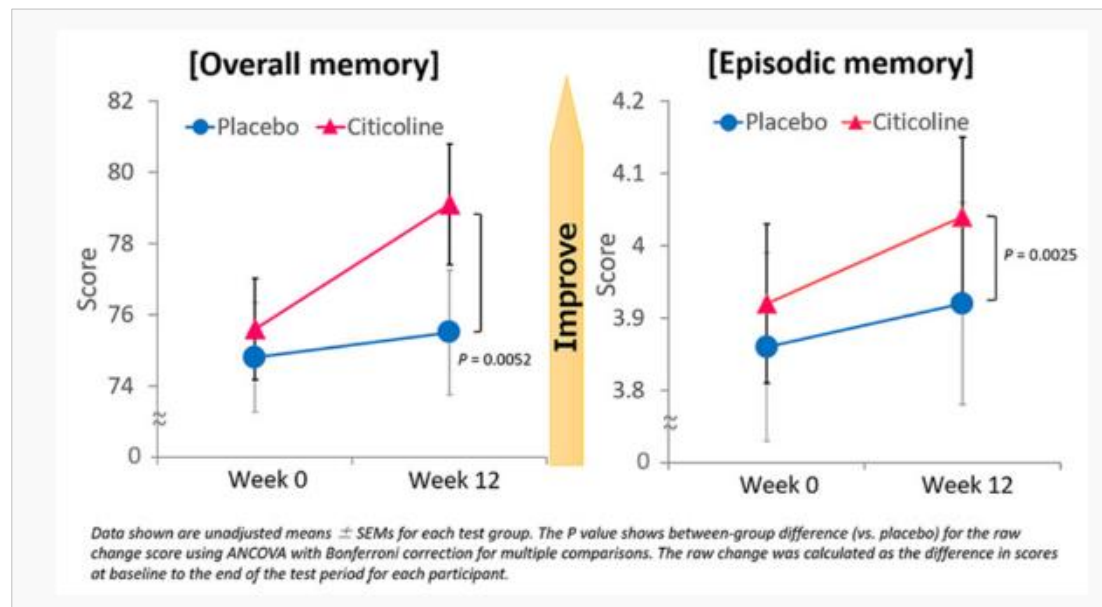
世界シェアを2020年3割から2027年約5割獲得を目指す。



自社推定、CAGRは2018～2027年

市場ニーズに応える研究

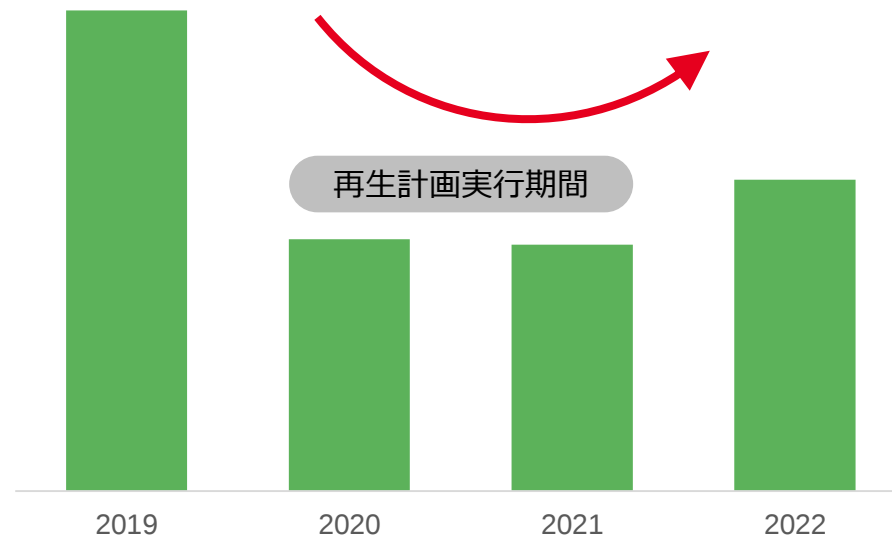
シチコリンを12週間摂取することで、AAMI*である健常高齢者男女の記憶力全般、特にエピソード記憶が向上。
この結果は、シチコリンを定期的に摂取することは安全であり、加齢による記憶力低下に対して有益である可能性を示唆。



*Age Associated Memory Impairment = 加齢による記憶力の低下

直近の販売状況（各年度1-5月累月）

ロシア・ウクライナ危機を受けた一部地域での販売減により計画未達とはなったものの、前年二桁%増

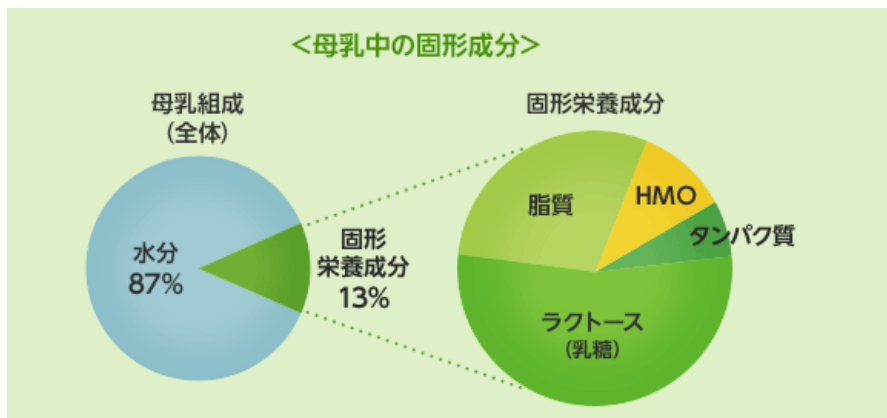


防府工場における設備増強を進め、増加する需要に応える

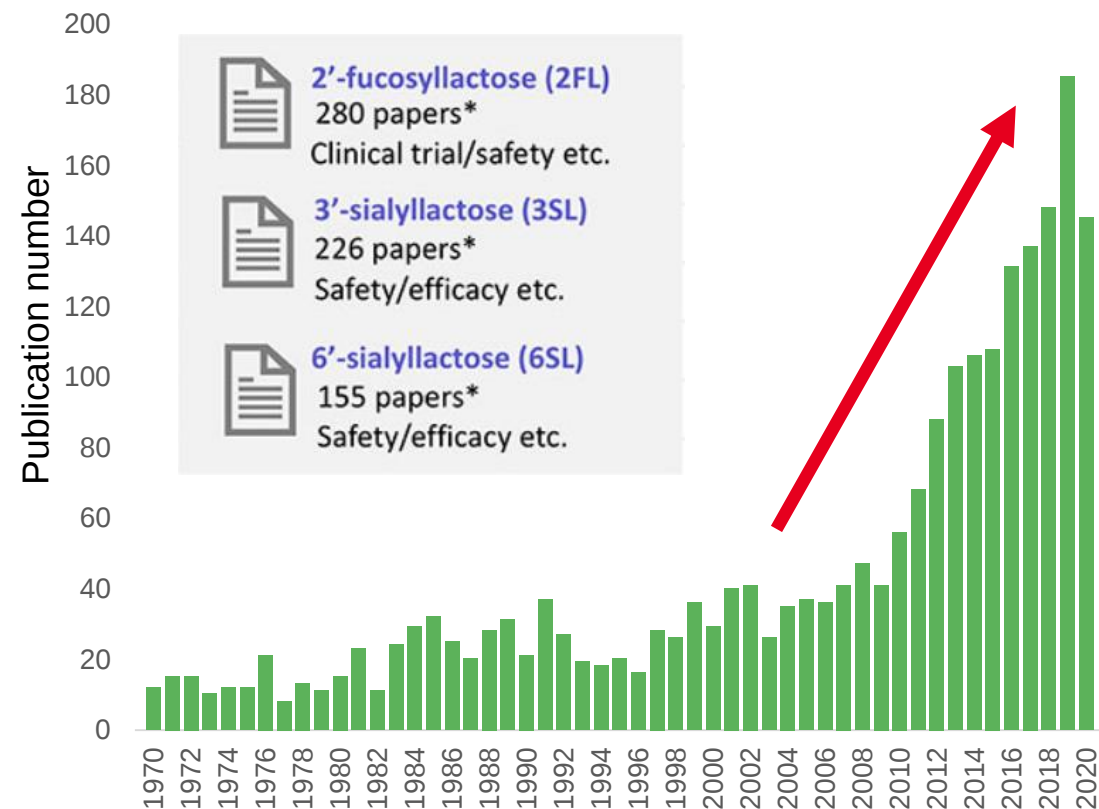
ヒトミルクオリゴ糖とは

HMO（ヒトミルクオリゴ糖）は母乳に含まれるオリゴ糖の総称で、母乳に含まれる固形成分の中で、ラクトース、脂質に次ぐ、三番目に多い成分。これまでに250種類以上のHMOが母乳から発見されている。

牛乳や他哺乳類由来の乳にはほとんど含まれず、特にヒトの初乳に多く含まれることから、赤ちゃんにとって重要な栄養素であることが知られている。



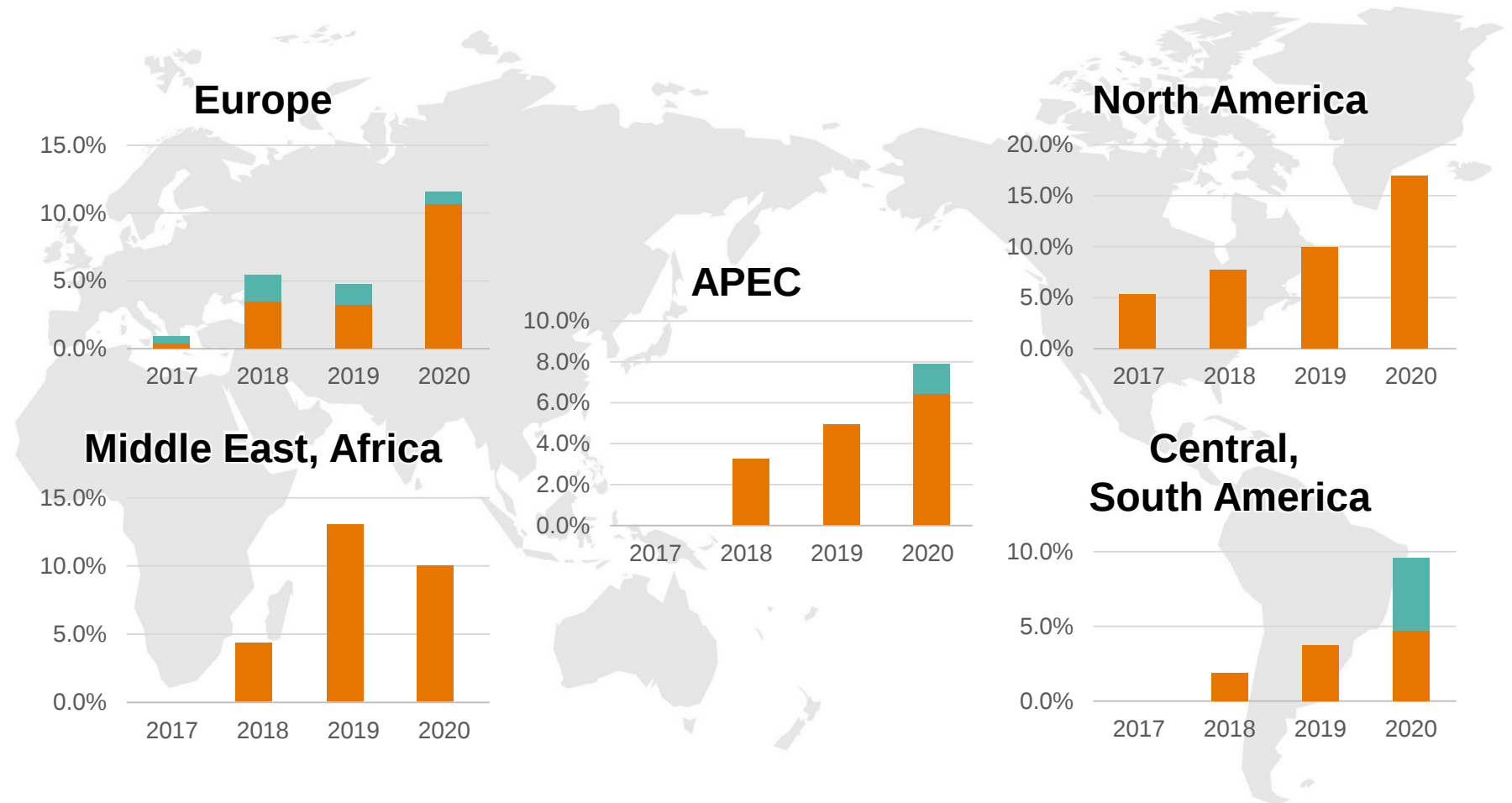
HMOに関する研究論文の報告数の変化*



* "human milk oligosaccharides"もしくはそれぞれの化合物名でPubmedにて検索した際のヒット数を表す（2020年9月）

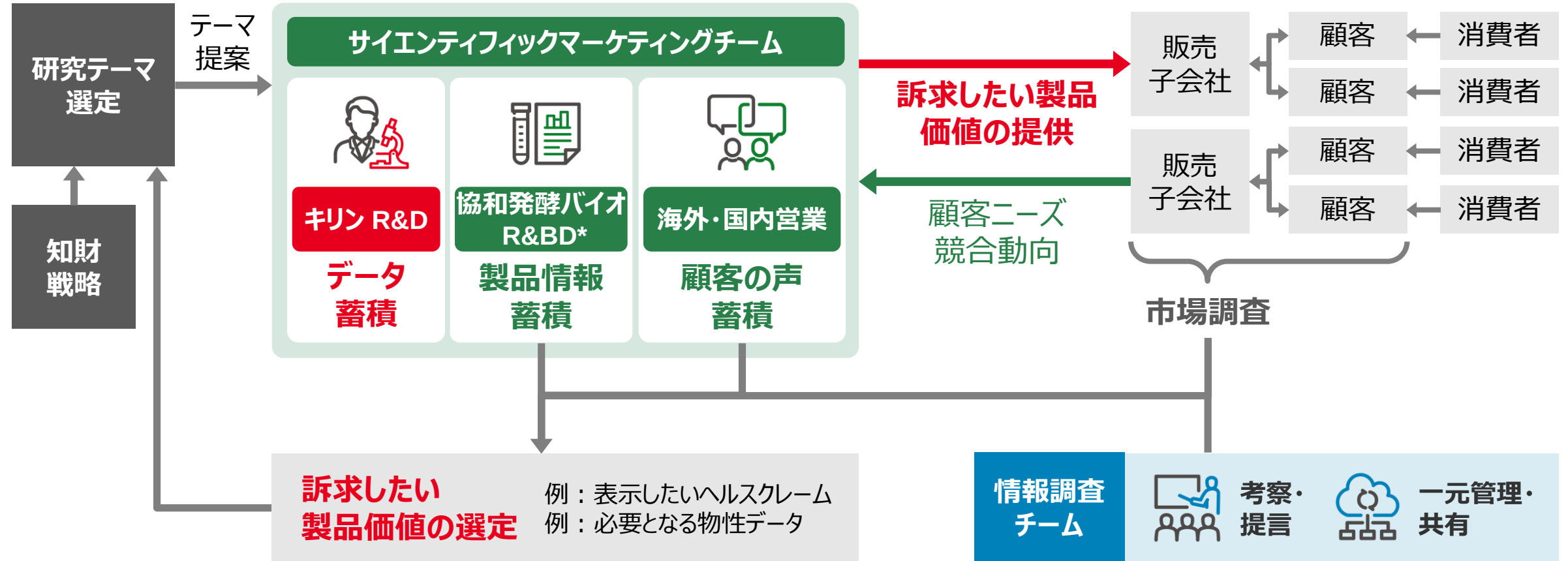
各地域で発売された
粉ミルク製品における
HMO含有品の割合*

■ LNNt
■ 2'-FL



北米ではHMO入りの商品構成比が15%以上まで上昇
今後アジアでのさらなる拡大が期待される

キリングroupの発酵・バイオテクノロジー 強みを販売へと繋げる組織体制構築

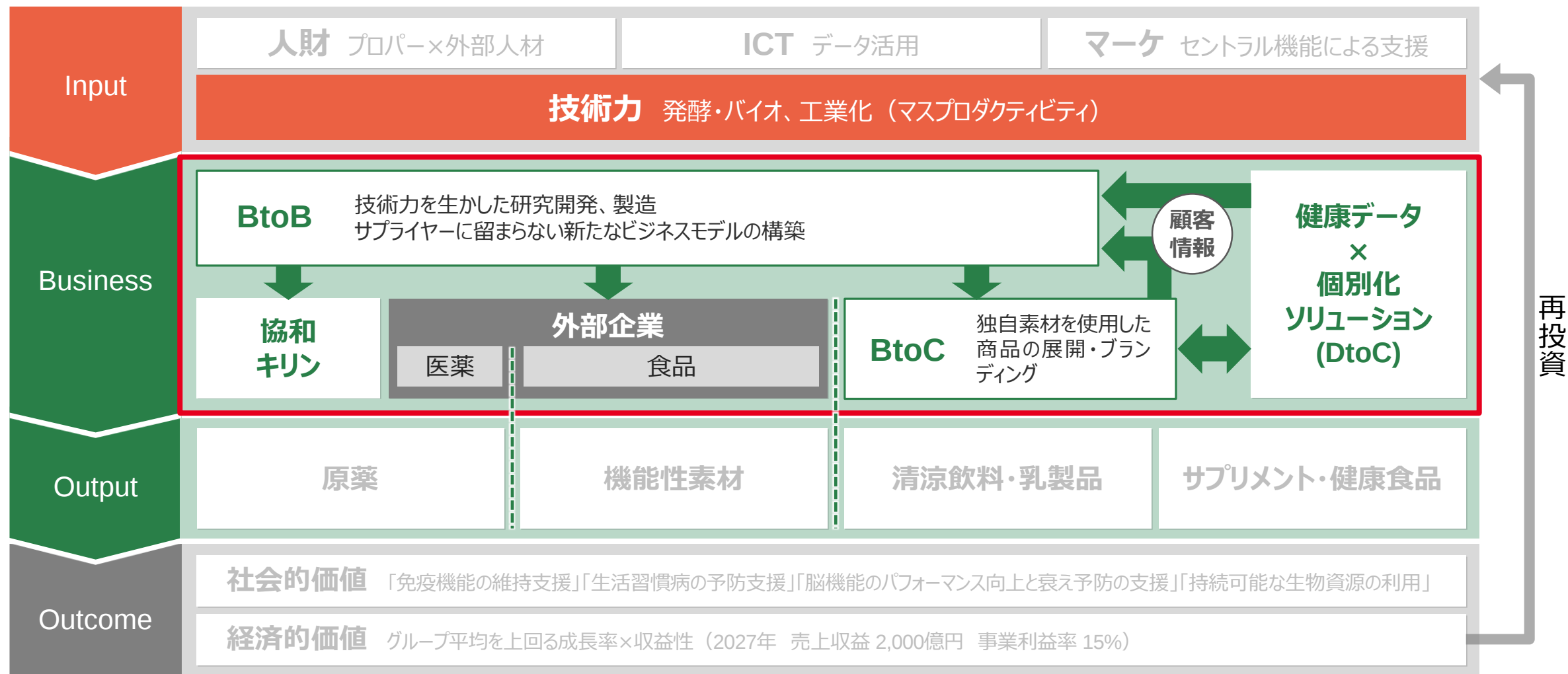


研究部門と営業部門を統括した、スペシャリティ素材の販売体制を新たに構築
素材だけでなく研究成果、顧客ニーズを顧客への提供価値として訴求していく

3 非連続な成長を実現するM&A戦略

Joy brings us together

ヘルスサイエンス領域の目指すビジネスモデル（再掲） ビジネスモデルの強化に向け、M&A戦略を進める



BtoCの事業基盤獲得による顧客接点の拡大

エビデンスのある高機能素材を
活用したBtoC事業の拡張

- 健康食品（サプリメントなど）の基盤獲得

BtoBの価値創造・事業拡大による高収益化

強みである発酵バイオ技術を
さらに生かし太い事業とする

- 製造プロセスの強化（スケール型＋アジャイルな開発・製造）
- 独自素材・販売基盤をもつBtoBの取り込み
- 出口拡張・フードデック等のCDMO

BtoCとBtoBを循環させる機能の強化

さまざまな顧客ニーズの収集と付加価値の高いソリューションの提供

- 健康領域のプラットフォームを買収
- CVCを活用しながらポートフォリオを拡充、拡大

企業価値向上に資する案件を見極め、規律をもった投資判断を行う。

資料

Joy brings us together

グループ資産を掛け合わせた新たな価値創造



製薬企業と協業した新薬向け高付加価値原薬開発とグローバルでの展開

- CDMOとして、単なる受託製造ではなく、製薬会社と共同でプロセス開発や治験用原薬製造を担い、新薬の原薬開発を行う。
- 独自の発酵技術を活用した高付加価値な新薬向け原薬を開発。
- 環境負荷の低い製法による社会的価値の高い原薬による差別化。

2022年 治験薬製造設備建設 着工
2025年 稼働開始
2029年 上市用医薬原薬の製造販売

*CMC=原薬・製剤の、Chemistry(化学)・Manufacturing(製造)・Control(品質管理)の情報

この資料は投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。
銘柄の選択、投資の最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

This material is intended for informational purposes only and is not a solicitation or offer to buy or sell securities or related financial instruments.



よろこびがつなぐ世界へ

Joy brings us together