

# CONTENTS

## 1 Overview of Kirin Group / キリングループ概要

## 2 Long-Term Management Vision “Kirin Group Vision 2027 / 長期経営構想 「キリングループ・ビジョン2027」

- Medium-Term Business Plan / 2022-2024中期経営計画

## 3 Alcoholic Beverages business / 酒類事業

- Kirin Brewery / キリンビール
- Lion / ライオン
- Four Roses / フォアローゼズ
- San Miguel Brewery / サンミゲルビール

## 4 Non-Alcoholic Beverages business / 飲料事業

- Kirin Beverage / キリンビバレッジ
- Coke Northeast / コーク・ノースイースト

## 5 Pharmaceuticals business / 医薬事業

- Kyowa Kirin / 協和キリン
- 付加価値創出事例  
/ Case Studies of Value Creation

## 6 Health Science business / ヘルスサイエンス事業

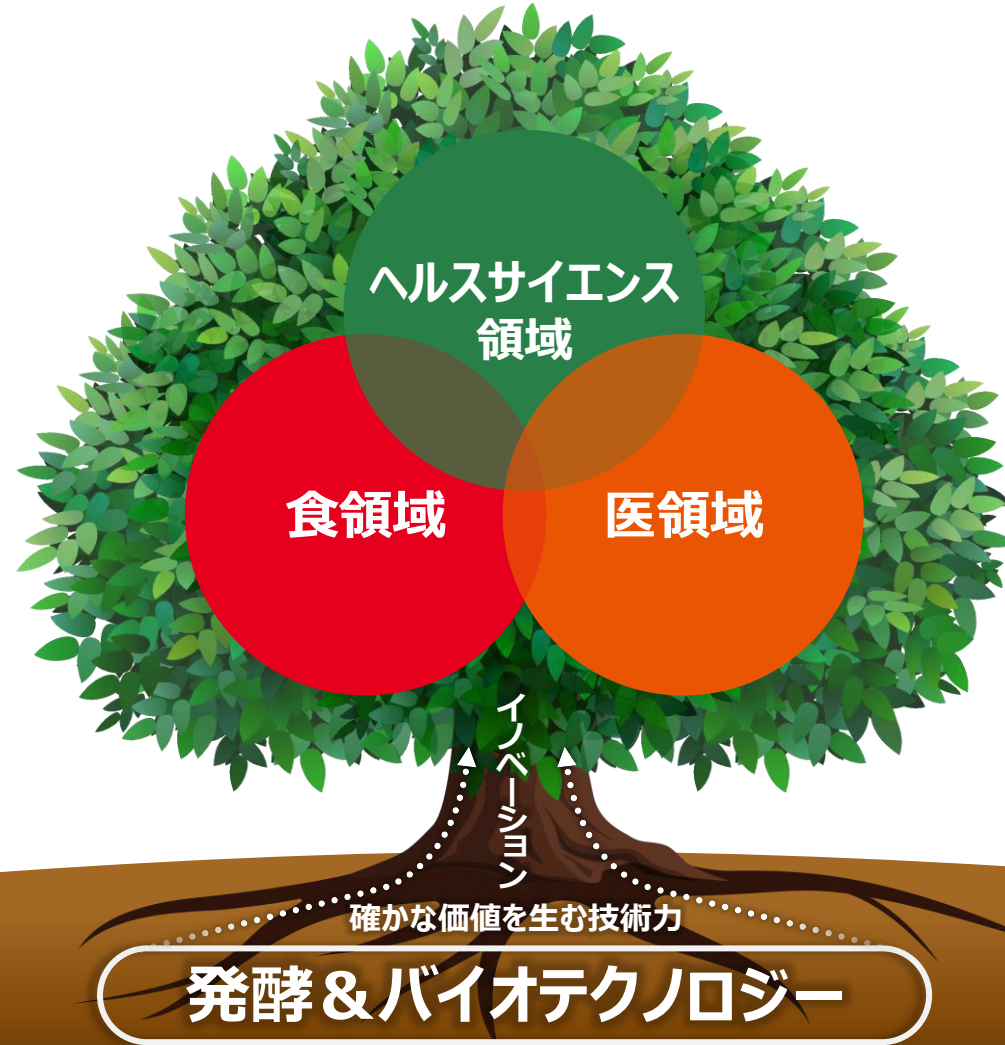
- **Health Science Strategy  
/ ヘルスサイエンス戦略**
- Blackmores/ ブラックモアズ
- FANCL / ファンケル
- LC-Plasma / プラズマ乳酸菌

## 7 CSV / ESG

- CSV Management / CSV経営
- Environment / 環境
- Human rights / 人権
- Community / コミュニティ
- A responsible alcohol producer /  
酒類メーカーとしての責任
- Corporate Governance /  
ガバナンス

## 8 Functional Strategies / 機能別戦略

- HR Strategy / 人財戦略
- DX Strategy / DX戦略
- R&D Strategy / R&D戦略
- Marketing Strategy /  
マーケティング戦略



価値創造

コアコンピタンス  
イノベーションを  
実現する組織能力

お客様主語のマーケティング力    価値創造を加速するICT    多様な人材と挑戦する風土

ヘルスサイエンス領域で目指す姿

R&Dの強みを活用し、ブランドビジネスであるBtoC事業に  
機能性素材の開発・展開を加えた独自のビジネスモデル構築を目指す

キリングループの強みを活かしたヘルスサイエンス事業展開

強いブランド・チャネルを  
背景とした  
消費財のブランドビジネス

高い技術力

2019- 日本

プラズマ乳酸菌をはじめ  
順調に事業拡大

2023- アジア・パシフィック

Blackmores社取得  
本格展開

付加価値の高い素材の開発・製造

## R & D能力を活かした付加価値の高い素材の開発・製造

KIRIN

ブランドと販売チャネルを活用した素材展開

市場ニーズ・お客様インサイトを活用した開発



アジア・パシフィックで欠けていたピースを取得し  
日本とアジア・パシフィックでの事業拡大と収益化

北米他での  
新たな投資先の検討継続

## R & D能力を活かした付加価値の高い素材の開発・製造

KIRIN

ブランドと販売チャネルを活用した素材展開

市場ニーズ・お客様インサイトを活用した開発

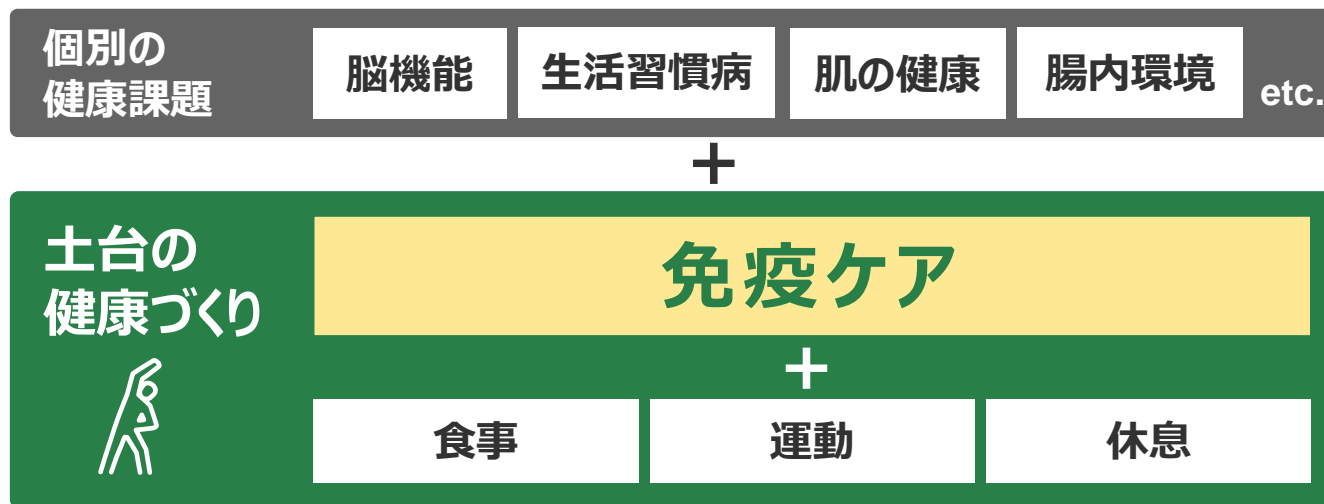
- 付加価値の高い  
独自素材の開発\*による  
パイプラインの拡充

\*他社からの取得も必要に応じて検討

- 既存素材の機能を  
新たに開発し、  
付加価値を高める

【キリンの健康に対するアプローチ】

土台の健康づくりと個別の健康課題の両方から働きかける



R & D能力を活かした付加価値の高い素材の開発・製造 



**目標** 将来的な規模感として 売上収益 **5,000**億円 事業利益率 **15%** を目指す

# CONTENTS

## 1 Overview of Kirin Group / キリングループ概要

## 2 Long-Term Management Vision “Kirin Group Vision 2027 / 長期経営構想 「キリングループ・ビジョン2027」

- Medium-Term Business Plan / 2022-2024中期経営計画

## 3 Alcoholic Beverages business / 酒類事業

- Kirin Brewery / キリンビール
- Lion / ライオン
- Four Roses / フォアローゼズ
- San Miguel Brewery / サンミゲルビール

## 4 Non-Alcoholic Beverages business / 飲料事業

- Kirin Beverage / キリンビバレッジ
- Coke Northeast / コーク・ノースイースト

## 5 Pharmaceuticals business / 医薬事業

- Kyowa Kirin / 協和キリン
- 付加価値創出事例  
/ Case Studies of Value Creation

## 6 Health Science business / ヘルスサイエンス事業

- Health Science Strategy  
/ ヘルスサイエンス戦略
- **Blackmores/ ブラックモアズ**
- FANCL / ファンケル
- LC-Plasma / プラズマ乳酸菌

## 7 CSV / ESG

- CSV Management / CSV経営
- Environment / 環境
- Human rights / 人権
- Community / コミュニティ
- A responsible alcohol producer /  
酒類メーカーとしての責任
- Corporate Governance /  
ガバナンス

## 8 Functional Strategies / 機能別戦略

- HR Strategy / 人財戦略
- DX Strategy / DX戦略
- R&D Strategy / R&D戦略
- Marketing Strategy /  
マーケティング戦略

### 豪州発・健康食品（Natural Health）の代表的企業

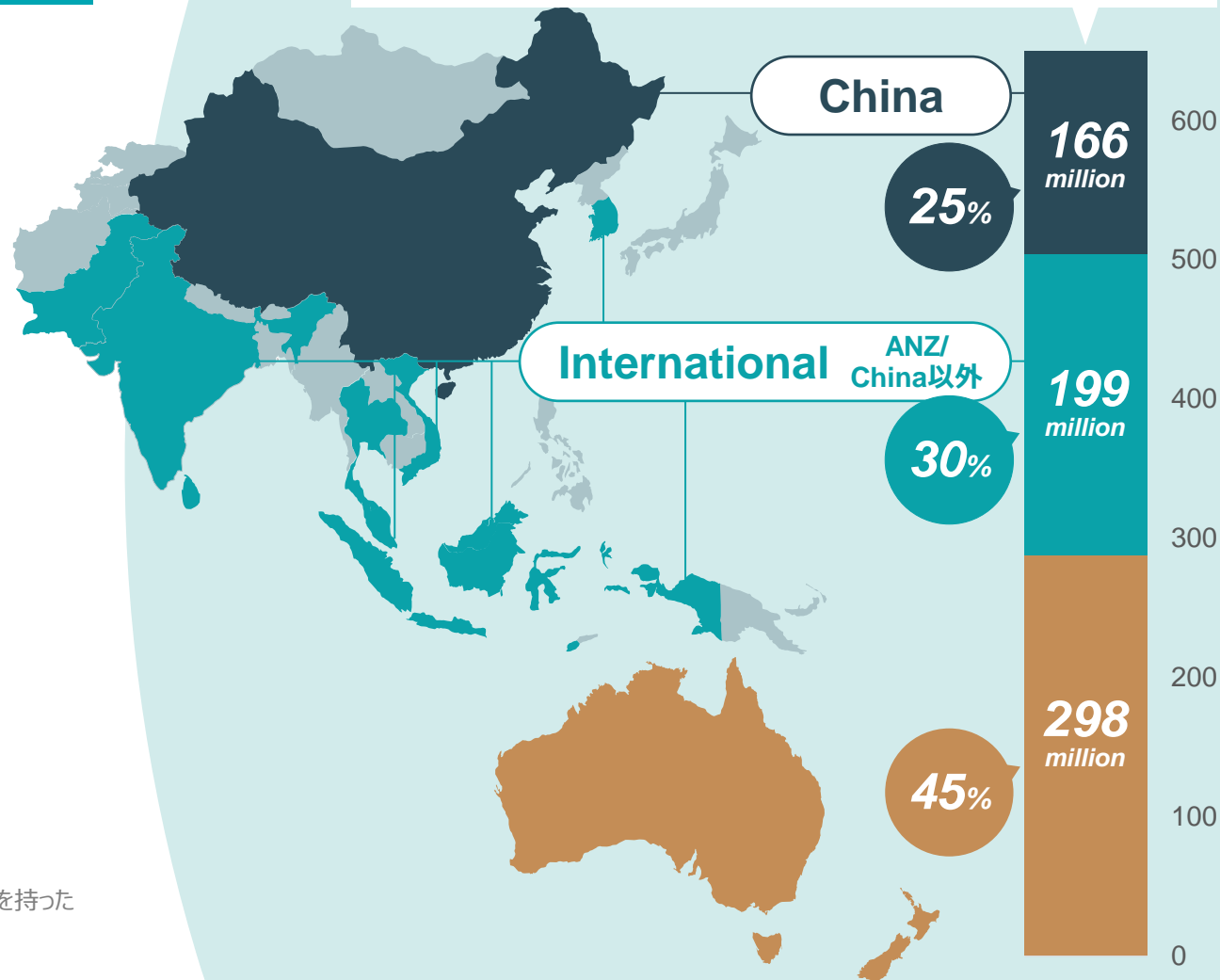
- 本社** : オーストラリア、シドニー
- 創業** : Maurice Blackmore氏が1932年に創業、90年以上にわたって健康食品（Natural Health）を提供
- 上場** : オーストラリア証券取引所（ASX）
- 従業員** : 1,200人以上
- 地域** : 1976年から東南アジアに進出し、先駆者として市場を開拓。主要展開国は豪州・ニュージーランド・シンガポール・マレーシア・タイ・インドネシア・韓国・中国・ベトナム等。インド等新たな市場開拓も継続中
- 生産** : 主要商品を自社工場（VIC州 Braeside）で製造  
高い品質を実現
- 主要ブランド** : BLACKMORES（一般向けサプリメント・粉ミルク）  
BioCeuticals（プラクティショナー向けサプリメント\*）  
PAW by Blackmores（ペット向けサプリメント）

**主要財務（2023年度\*\*アナリスト予想）** :

売上収益 663 million AUD | 597億円 AUD（豪ドル）=90円換算  
 EBITDA 93 million AUD | 84億円  
 インプライド EV / FY23 EBITDA マルチプル : 19.7倍\*\*\*

\* プラクティショナー（薬剤師、自然療法士、医師等）の資格を持った人のみ販売できるサプリメント  
 \*\* 会計期間：2022年7月 - 2023年6月  
 \*\*\* AASB16 号適用後ベース




売上収益 2023年度\*\*アナリスト予想 **663** million AUD





# それぞれのターゲットカテゴリーを牽引し、顧客やプラクティショナーに支持されているブランド



ブランド	ブランド・アイデンティティとポジショニング	ブランドハイライト
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 豪州No.1のナチュラル・ヘルスブランド<sup>1</sup></li> <li>● 豪州で唯一90年の伝統を誇るナチュラル・ヘルスブランド - 豪州を代表するブランド</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 豪州<sup>1</sup> とタイ<sup>4</sup>で市場シェアNo.1</li> <li>● マレーシア<sup>3</sup> とシンガポール<sup>6</sup>で市場シェアトップ2</li> <li>● 15年連続で“ No.1 Most Trusted Brand”を獲得<sup>8</sup></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 豪州を代表するプラクティショナー（薬剤師）向けブランド<sup>2</sup></li> <li>● 自然療法のコンセプトと高いエビデンスを持ち、薬剤師やHCPなどから強く推奨される<sup>3</sup>、プラクティショナー向けのサプリメント</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 豪州No.1のプラクティショナーブランド<sup>2</sup></li> <li>● Armaforce は 豪州 No.1 の免疫ブランド<sup>1</sup></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Blackmoresのナチュラル・ヘルスの専門知識を生かし、獣医師が開発したペット用ナチュラル・ヘルス商品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 豪州No.1のペットサプリメントブランド<sup>3</sup></li> </ul>

**補足**

- FY2023 には Blackmores グループのブランド計が、豪州のビタミン・サプリメントカテゴリーにおいて、小売売上高成長率第2位を記録<sup>8</sup>
- Blackmores のグローバル・ブランドの売上成長率は FY2023 に5%増となった
- 顧客、小売、プラクティショナーのタッチポイントで一貫したブランド・コミュニケーション戦略を実行

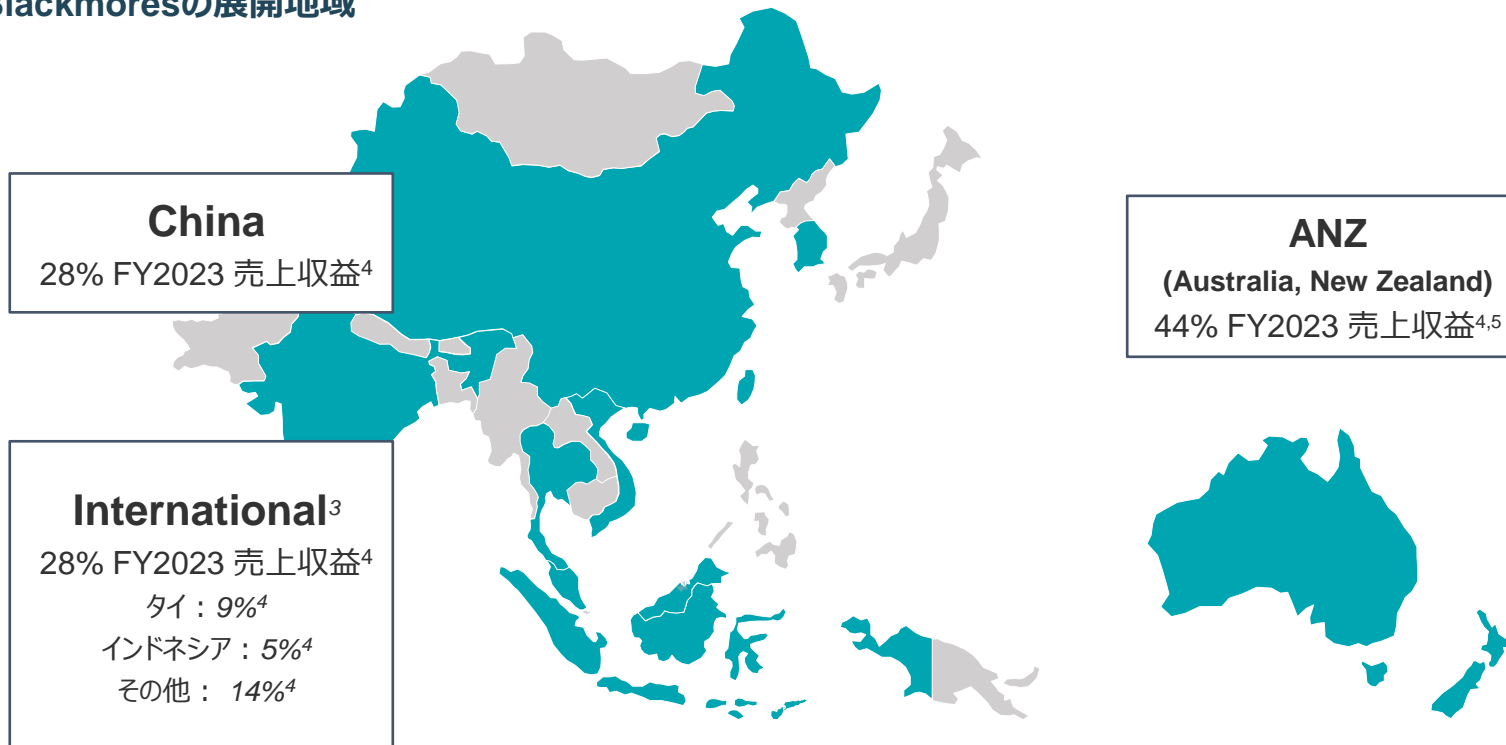
Notes:

1. IQVIA/Nielsen AU Pharmacy + Grocery MAT 2023年8月5日 Domestic (Retail and Practitioner);
2. IQVIA/Nielsen AU Pharmacy MAT 2023年8月5日 Practitioner sales only;
3. Fiftyfive5 Brand health tracking (2022年3月 - 9月);
4. MSAT Int Report - IQVIA & Nielsen (Thailand) 2023年3月;

5. International Market Landscape – Malaysia IQVIA (MAT 2023年6月);
6. International Market Landscape – IQVIA (MAT 2023年6月);
7. Readers Digest Letter 2023;
8. IQVIA/Nielsen AU Pharmacy + Grocery FYTD 2023年7月31日 Domestic (Retail & Practitioner).

## ▶ 成長市場とディフェンシブ市場のバランスの取れたポートフォリオ

### Blackmoresの展開地域



### 補足

- 主要のVDS市場でNo.1またはNo.2のVMSポジション<sup>1</sup>
- アジア市場ではほとんどのカテゴリーで力強い成長を遂げ、Blackmoresはさらなる市場シェア拡大に向けてポジションを確立している
- 豪州でのBlackmoresの市場ポジションが、ディフェンシブ成長の基盤となる
- プラクティショナー・チャンネルにおけるリーディング・ポジション<sup>2</sup>

備考 1. 豪州、タイ、マレーシア、シンガポール - 出典：IQVIA MAT 2023年6月 for MY and SG, MAT March 2023 for TH & Smartpath Sep 2022;  
2. IQVIA MAT 2023年8月5日 Domestic Practitioner Only (プラクティショナー・チャンネルは提携ヘルスケアプラクティショナーを含む).  
3. International: タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、インド、パキスタン、ベトナム（ベトナムへの乳児用ミルクを含む）、韓国;  
4. グループ売上収益における構成比;  
5. Braesideの売上収益を含む



## 高い信頼を誇るブランド

- 豪州発の信頼・効果のあるプレミアムブランド
- 創業90年の歴史に支えられた信頼性

15年連続で“Most Trusted Brand\*”を獲得中

BLACKMORES®

BioCeuticals

paw PURE ANIMAL WELLBEING

豪州VDS市場シェア No.1

豪州市場シェア No.1

豪州市場シェア No.1

## APACを網羅する販売チャネル

- 主要アジア各国に根差した販売網
- 将来的に10億人以上へのアクセスを見込む顧客接点のポテンシャル

VDS\*\*  
市場シェア

No.1 オーストラリア、タイ、マレーシア

No.2 シンガポール No.3 インドネシア

データ元\*\*\*

## 規制に対応するインテリジェンス

- 国ごとに異なる規制（ハラール等）に関する高い知見と対応実績
  - 薬事法を含む文化・宗教・習慣を背景とするものに関する規制対応力
- 豪州内外の規制当局との強固な関係性



## 顧客及びプラクティショナーの深い理解に基づく商品開発力

## 経験豊富な経営陣

- ヘルスサイエンス事業のプロフェッショナル
- 豊富なグローバル経験



Blackmores CEO  
Alastair Symington

\*Trusted Brands Awardsでオーストラリア人が最も信頼するブランドを表彰するもの  
<https://www.trustedbrands.com.au/results/>

\*\* VDS = Vitamins and Dietary Supplements

\*\*\* IQVIA, Nielsen, Fiftyfive5

## 最優先 キリンの素材活用：Blackmores社ブランドによるアジア・パシフィックでの展開

Blackmores社としても新しい機会と捉えている

プラズマ  
乳酸菌

シチコリン

ヒトミルク  
オリゴ糖

- 現在PMIの初期検討において「素材評価」の第1フェーズを終えた
- 「規制対応・品質保証」「市場調査」と手続きを進めるが、相応の時間を要することを想定している

2025年以降

複数国での上市を  
目指す

## それぞれのアセットを活用した販売拡大



東南アジアにおける  
キリンのチャネル活用



Blackmoresの日本展開

FANCL FANCL社との協働

## 経営の効率化



機能統合



共同調達



SCM効率化



品質保証や  
在庫管理の適正化

# CONTENTS

## 1 Overview of Kirin Group / キリングループ概要

## 2 Long-Term Management Vision “Kirin Group Vision 2027 / 長期経営構想 「キリングループ・ビジョン2027」

- Medium-Term Business Plan / 2022-2024中期経営計画

## 3 Alcoholic Beverages business / 酒類事業

- Kirin Brewery / キリンビール
- Lion / ライオン
- Four Roses / フォアローゼズ
- San Miguel Brewery / サンミゲルビール

## 4 Non-Alcoholic Beverages business / 飲料事業

- Kirin Beverage / キリンビバレッジ
- Coke Northeast / コーク・ノースイースト

## 5 Pharmaceuticals business / 医薬事業

- Kyowa Kirin / 協和キリン
- 付加価値創出事例  
/ Case Studies of Value Creation

## 6 Health Science business / ヘルスサイエンス事業

- Health Science Strategy  
/ ヘルスサイエンス戦略
- Blackmores/ ブラックモアズ
- **FANCL / ファンケル**
- LC-Plasma / プラズマ乳酸菌

## 7 CSV / ESG

- CSV Management / CSV経営
- Environment / 環境
- Human rights / 人権
- Community / コミュニティ
- A responsible alcohol producer /  
酒類メーカーとしての責任
- Corporate Governance /  
ガバナンス

## 8 Functional Strategies / 機能別戦略

- HR Strategy / 人財戦略
- DX Strategy / DX戦略
- R&D Strategy / R&D戦略
- Marketing Strategy /  
マーケティング戦略

## 基礎情報 (Basic Information)

### 事業内容

- BEAUTY／美の領域  
- 化粧品事業etc.
- HEALTH／健康の領域  
- サプリメント事業etc.

### 展開国

日本・中国等のアジアを中心に  
北米でも展開

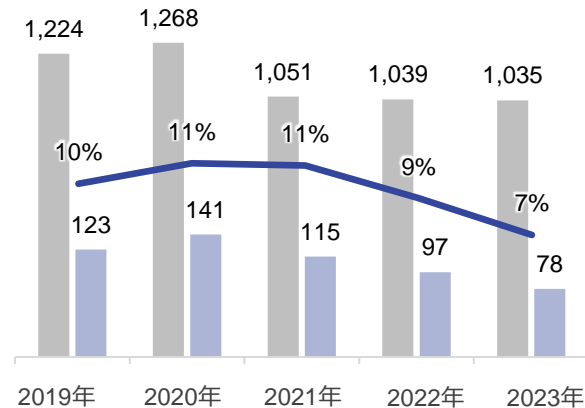
### 製造拠点

- 千葉工場 (化粧品・サプリメント)
- 横浜工場 (サプリメント)
- 三島工場 (サプリメント)
- 滋賀工場 (化粧品)
- 群馬工場 (化粧品)
- 長野工場 (発芽米、サプリメント)

### 売上高・営業利益規模 (2023年3月期実績)

- 売上高 1,035億円
- 営業利益 78億円

売上高： (億円)      営業利益： (億円)      営業利益率： —



### 決算期

- 持分法適用会社／32.7%
- 3月期決算
- キリンHD取り込み期間：1-12月

### 歴史

- 1981年設立
- 2019年9月～ キリン出資

### 主な製品



## 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

<b>キリン ビバレッジ</b>	<b>ファンケル</b>	
<b>飲料</b>	<b>サプリメント</b>	<b>化粧品</b>
<b>カロリミット ブランド</b>	<b>免疫サポート</b>	<b>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</b>

## 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

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

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

FANCLを加えた強固なバリューチェーン  
日本国内での垂直統合型のバリューチェーンが整っている

	 基礎研究	 応用研究	 商品開発	 製造	 販売 チャネル
<b>KIRIN</b>	 食～医に関するシーズ		 飲料開発 パッケージング	 生産技術・生産管理	
<b>FANCL</b>		 機能性評価 マスキング技術	 製剤技術	マーケティングカ	 ブランド・卸流通 オンライン・店舗
 <b>KYOWA</b>	 高機能素材の探索			 低コスト 発酵生産技術	 通販 B to B
 <b>Kyowa KIRIN</b>	 創薬シーズ	医薬品のため対象外			



# CONTENTS

## 1 Overview of Kirin Group / キリングループ概要

## 2 Long-Term Management Vision “Kirin Group Vision 2027 / 長期経営構想 「キリングループ・ビジョン2027」

- Medium-Term Business Plan / 2022-2024中期経営計画

## 3 Alcoholic Beverages business / 酒類事業

- Kirin Brewery / キリンビール
- Lion / ライオン
- Four Roses / フォアローゼズ
- San Miguel Brewery / サンミゲルビール

## 4 Non-Alcoholic Beverages business / 飲料事業

- Kirin Beverage / キリンビバレッジ
- Coke Northeast / コーク・ノースイースト

## 5 Pharmaceuticals business / 医薬事業

- Kyowa Kirin / 協和キリン
- 付加価値創出事例  
/ Case Studies of Value Creation

## 6 Health Science business / ヘルスサイエンス事業

- Health Science Strategy  
/ ヘルスサイエンス戦略
- Blackmores/ ブラックモアズ
- FANCL / ファンケル
- LC-Plasma / プラズマ乳酸菌

## 7 CSV / ESG

- CSV Management / CSV経営
- Environment / 環境
- Human rights / 人権
- Community / コミュニティ
- A responsible alcohol producer /  
酒類メーカーとしての責任
- Corporate Governance /  
ガバナンス

## 8 Functional Strategies / 機能別戦略

- HR Strategy / 人財戦略
- DX Strategy / DX戦略
- R&D Strategy / R&D戦略
- Marketing Strategy /  
マーケティング戦略

- ▶ プラズマ乳酸菌が免疫細胞の司令塔を直接活性化することを世界で初めて発見
- ▶ プラズマ乳酸菌は広範囲の免疫を活性化できるが、他乳酸菌は一部の活性化にとどまる



25報の学術論文から6報についてシステマティックレビュー作成

消費者庁に機能性表示食品として届出

2020年8月7日 日本で史上初めて“免疫”に関する届出受理



## 健康な人の免疫機能の維持をサポート

<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。

## 世界初※ pDCに働きかける乳酸菌

※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)

## プラズマ乳酸菌の デング熱様症状に対する効果を確認

- ▶ デング熱に対する研究成果に着目し、  
2019年からマレーシアのマラヤ大との共同臨床研究を開始
- ▶ 熱帯感染症という大きな社会課題の解決を目指す



## 長崎大学がプラズマ乳酸菌を用いた 新型コロナウイルス感染症(COVID-19) 患者に対する特定臨床研究成果を発表

- ▶ 免疫細胞pDCが維持され、ウイルスの早期減少、嗅覚・  
味覚障害の改善を確認
- ▶ 本特定臨床研究における知見は長崎大学・キリン共同で  
特許出願中





# プラズマ乳酸菌配合の機能性表示食品をパートナー企業とともに展開

## プラズマ乳酸菌シリーズ（機能性表示食品）は、 全59商品※に拡大



ペット  
(犬・猫)  
商品  
※非機能性表示食品

