

# OUTCOME

社会に還元する価値

キリングroupは、得られた成果によって、主に「酒類メーカーとしての責任」「健康」「コミュニティ」「環境」という4つの重点課題について、経済的価値と社会的価値を創出しています。その一部をご紹介します。

## 健康

健康な人を増やし、疾病に至る人を減らし、治療に関わる人に貢献する。



**PICK UP**

免疫ケアの浸透を加速させ  
人々の「健康の土台」をつくる

P54



「Kirin ファイア ワンデイ 甘くないラテ(砂糖不使用)」で、砂糖の取りすぎを防ぎたい人の選択肢を増やす



協和Kirinとファンケルが共同で、肌のアピランスケアに取り組み、がん患者さん目線のソリューションの提供へ



長距離輸送・荷待ち荷役時間削減による  
ドライバーの労働環境の改善

## 環境

ポジティブインパクトで、持続可能な地球環境を次世代につなぐ。



**PICK UP**

豊かな自然を育むブドウ生産が  
ネイチャーポジティブに導く

P55



「トランジション・リンク・ローン」による  
資金調達で、キリングroupのGHG排出量削減に向けた取り組みを加速



Kirinビールの全工場・全営業拠点で  
購入する電力を、  
全て再生可能エネルギーに切り替え



ケミカルリサイクルに関する新技術を  
新たに2件開発し、  
プラスチックが循環する社会の実現へ

## コミュニティ

人と人とのつながりを創り、「心と体」に、そして「社会」に前向きな力を創り出す。



**PICK UP**

多様なビールで、  
人々の新たなつながりの醸成に  
貢献する

P56



「午後ティー HAPPINESSプロジェクト」で熊本産いちごを使用した商品展開。売上げの一部を寄付し、熊本県の地域活性化に取り組む



静岡御殿場産大麦を100%使用した  
「御殿場モルトウイスキー」の製造を開始し、  
地域経済の活性化へ



Kirinファミリーチャレンジカップを開催し、  
サッカーで家族・友人との絆を強める

## 酒類メーカーとしての責任

全ての事業展開国で、アルコールの有害摂取の根絶に向けた取り組みを着実に進展させる。(Zero Harmful Drinking)



**PICK UP**

ノンアルコールの新しい飲用習慣を提案  
適正飲酒習慣を支援

P57



「Kirin グリーンズフリー」でノンアルコール・ビールテイスト飲料市場を拡大し、  
飲酒運転のない社会へ



大学を対象に「適正飲酒セミナー」を実施。  
適正飲酒への意識向上を図る



「メルシャン×ファンケル カロリミット  
ノンアルコール梅酒テイスト」を発売。  
ノンアルコール飲料の選択肢を広げる

さまざまなOUTCOME (社会に還元する価値) のうち、いくつかの事例を次のページからより詳しく紹介します。

1

事例 健康

## 免疫ケアの浸透を加速させ 人々の「健康の土台」をつくる



キリンホールディングス株式会社  
ヘルスサイエンス事業本部 ヘルスサイエンス事業部  
マーケティンググループ 主務  
田中 圭衣

新型コロナウイルス感染症の流行を機に、健康へのニーズはますます高まっています。キリンホールディングスの2023年の調査でも「体の内側から健康になりたい」「自分の健康は自分で守りたい」という健康意識はコロナ前に比べ高まったと分かりました。また、高齢化による社会保障費増大で、財政圧迫も懸念され、健康寿命を延ばすことは行政の喫緊の課題と言えます。

その上で私たちは、日常的な健康習慣として「免疫」を維持することが、人間が元来もつ健康の土台をつくると考えます。当社は子ども大人も健康に過ごせるように、日本中に免疫ケアの大切さを伝える官民連携プロジェクト「げんきな免疫プロジェクト」を2023年5月に発足しました。現在、26企業・1団体・4自治体にご賛同いただき、NHK「チョコちゃんに叱られる!」の「チョコちゃん」と啓発に取り組んでいます。自治体との取り組みとしては、簡易的な免疫検査キットを用いた検査イベントを神奈川県小田原市・南足柄市と実施。また全国の小学生を対象に、免疫について学ぶ授業も2022年から継続的に実施しています。これまで約2万人以上に授業を行い、保護者も含めた家庭内の意識向上にも取り組んでいます。

さらに海外展開として、プラズマ乳酸菌を配合した飲料「KIRIN iMUSE」をベトナムで販売しています。ベトナムでは健康リスクが高い社会背景を踏まえ、子どもの発育や成長に対する保護者の興味・関心が高く、免疫ケアを日常的に行う人が増えています。

日本国内における「免疫ケア」の名称認知率は過去最高

の75%以上(2023年実績)<sup>※1</sup>となり、着実に浸透しています。免疫ケア市場は拡大しており、プラズマ乳酸菌シリーズの2023年の年間販売金額は、前年比約4割増となる目標金額の200億円を達成。また、パートナー企業とのコラボレーションによりプラズマ乳酸菌配合の機能性表示食品は16社59商品<sup>※2</sup>に拡大しました。さらにプラズマ乳酸菌の広告コミュニケーション刷新が奏功し、2023年3月に発売した「キリンおいしい免疫ケア」は年間を通じ大きく伸ばしました。

キリングループの強みは、発酵・バイオテクノロジーの研究開発力です。35年以上の免疫研究から生まれた独自のプラズマ乳酸菌は、日本で初めて免疫の機能性表示食品として届出公表されました。多くの研究成果で効果が実証され、信頼が事業拡大に貢献しています。また、安全・安心で高品質なブランドイメージと幅広い顧客接点・販路を活用し、身近な飲料やヨーグルト、サプリメントを通じ一気に市場浸透できる点も強みです。プラズマ乳酸菌は多様な剤形で提供できるため、グループ外にも素材を提供し、効果的かつスピーディに価値を拡大できます。

当社グループのヘルスサイエンス事業はまだ成長期にあります。免疫ケアという新しい健康習慣が当たり前になる未来を実現していきます。また、プラズマ乳酸菌をはじめ、確かなエビデンスに裏打ちされた商品を届け、企業や行政の垣根を越えて健康課題を解決し、人生100年時代における生きるよこびと、心豊かな生活の実現に貢献します。

※1 キリンホールディングス調べ(2023年12月)。

※2 2023年12月末時点、キリングループ商品を含む。



チョコちゃんと共に取り組む「げんきな免疫プロジェクト」



小学生を対象にした、免疫について学ぶ授業の様子

2

事例 環境

## 豊かな自然を育むブドウ生産が ネイチャー・ポジティブに導く



キリンホールディングス株式会社  
CSV戦略部  
美鳥 佳介

世界のGDP(国内総生産)は半分以上が「自然資本」に依存しているとされます。キリングループでも主な事業では水や農作物を原材料とし、例えばビール事業では酵母、バイオ医薬品事業では微生物の力を借りて製品を造るなど、自然資本を活用しています。CSVを経営の根幹に据えて成長を目指す上で、これらの自然資本を持続的に利用できるようなする必要があります。

2010年の生物多様性条約第10回締約国会議(COP10)をきっかけに、当社グループは自然資本をマテリアリティとして再定義し、課題解決を進めてきました。近年ではさらに、自然生態系の損失を食い止め、回復させることを意味する「ネイチャー・ポジティブ」への貢献を見据えています。

ネイチャー・ポジティブの達成に向け、国内では環境省が、生態系が豊かな自然環境を有する民有地を「自然共生サイト」として認定しています。当社グループ会社であるメルシャンの日本ワインのためのブドウ畑である「シャトー・メルシャン 椋子ヴィンヤード」は2023年、この自然共生サイトに正式認定されました。2023年に認定された122カ所で唯一、事業として農業を営む場所です。

椋子ヴィンヤードが採用している草生栽培<sup>※1</sup>では、農業を営み人が関わり続けることで生態系が豊かになる「二次的自然」を育てています。日本やアジアにある自然のほとんどが二次的自然であり、このヴィンヤードは日本の自然の豊かさを国内外に知っていただく好事例です。

私たちは、二次的自然の重要性を発信しようと活動し

ています。自然資本の世界的なルールが決められようとする中で、それらを利用する農業や林業を通じて人が管理することで二次的自然が形成され、維持されることでネイチャー・ポジティブにつながると世界に認知してもらうことが大切だからです。

椋子ヴィンヤードが自然共生サイトに認定されたことで、OECMs<sup>※2</sup>として国際データベースにも登録され、生物多様性保全に貢献しているヴィンヤードとして世界に発信できました。2023年9月には、この活動を紹介する「シャトー・メルシャン 椋子SDGsツアー」を開始。参加費は1万円ですが毎回満員となる好評ぶりです。今後こうした対外発信は一層増える見込みであり、ブランドの認知や価値向上につながると期待しています。また、他のヴィンヤードでも同様の取り組みが加速することで「日本ワイン」の認知度向上にも寄与すると考えています。

今後は、メルシャンが自社管理する他のヴィンヤードも自然共生サイトの認定を目指します。また、ヴィンヤードから排出されるGHGの量を正確に測定する調査を行い、生態系だけではなく気候変動にどのような影響を与えているかを科学的に検証していきます。さらにブドウの木の剪定枝をバイオ炭にして土壌にGHGを固定化するなど、環境再生型農業を通じた環境の課題解決につなげる予定です。

※1 果樹園の下草を除草せずに栽培する手法。下草があることで土壌の侵食を防ぎ、畑に有機物を補給できる効果がある。

※2 保護地域以外で生物多様性保全に資する地域。



椋子ヴィンヤード



3

事例 コミュニティ

多様なビールで、人々の新たなつながりの醸成に貢献する



キリンビール株式会社  
クラフトビール推進プロジェクト  
主査  
久保 育子

日常にささやかな幸せをもたらし、生活を豊かにできるビールは、日本において古くから親しまれ、お客様の生活による喜びをもたらしてきました。しかし、今日本のビール市場で飲まれているのは、実はほぼ1種類。一方、世界には150種類以上のビアスタイルが存在します。キリンビールは、お客様へビールの本来の豊かさを提供できていないことに責任を感じ、その多様さ・楽しみ方を広げたいという思いでクラフトビール事業に取り組んでいます。

また、近年は、リモートワークやコミュニケーションのデジタル化により、人とのつながりが希薄化しています。クラフトビールで多様な選択肢から「私の好き」を選び、仲間や家族とビールの違いについて語らうことで、コミュニケーションが弾むきっかけにもなると考えています。

クラフトビールを日本に定着させるという大きな挑戦は、私たちキリンビールだけでは成しえません。そこで、同じ志をもつ日本・世界各地のブルワリーと手を取り合いながら取り組みを行っています。

まず、当社は中核ブランド「スプリングバレー」を軸にクラフトビールの認知拡大に取り組んでいます。2015年にクラフトビール事業に参入し、ブルワリー併設店舗「SPRING VALLEY BREWERY」を東京・代官山にオープン。その後飲食店向けの小型ビールサーバー「タップマルシェ」、お客様向けダイレクトチャネルである会員制生ビールサービス「ホームタップ」・通販サイト「DRINX」へ展開を拡大。さらに、缶商品を量販店で発売したことで、自宅でも楽しめる機会を飛躍的に増やし、認知を広げています。

次に市場創造には、クラフトビールのおいしさ・楽しさを体感いただく機会を創出することが重要であるため、「タップマルシェ」を活用しクラフトビールを楽しめる場を全国の飲食店に広げています。「タップマルシェ」は当社の商品や提携ブルワリーだけでなく、資本関係のないブルワリーも含めた全国20種類以上のクラフトビールがそろいます。お店ごとにビールを選んでいただくことができ、多様なおいしさの体験はもちろん、料理とのペアリングなど、クラフトビールならではの楽しみ方を提供し、ご好評いただいています。また、2023年には、史上初となる国内のブルワリー13社と協働したクラフトビール体験型イベント

「HELLO CRAFT BEER WORLD」を開催するなど、飲食店以外でもクラフトビールを楽しんでいただく場を広げています。

3つ目の取り組みとして、クラフトビールを日常生活の中でも楽しんでもらえるよう、「SPRING VALLEY 豊潤<496>」「SPRING VALLY シルクエール<白>」「SPRING VALLY JAPAN ALE<香>」を缶商品として量販店で発売。小売・流通様と共創したクラフトビール売場の「コーナー化」など、お客様とのつながりをつくるため、手に取る機会を増やしています。

4つ目は、クラフトブルワリーの品質支援です。クラフトビールに対するお客様の興味は上昇しつつも、過去の「地ビール」のイメージから「クラフトはクセのある当たりはずれのあるビール」と感じている方が多くいます。そのイメージを払しょくするには、クラフトビール全体の品質向上が必要です。そこで私たちのビール醸造の長い歴史の中で培ってきた科学的知見や技術を生かし、全国のクラフトブルワリーに官能評価の分析や品質、衛生管理などの技術提供を行っています。現在当社が支援するブルワリーは30社程度ですが、年内に40~50社まで増やす予定です。

当社はこれまでの歴史の中でビールが届けてきた、お客様やブルワリー、原料生産者などさまざまな「人と人とのつながり」という価値を今後も提供していきます。そして、クラフトビールカテゴリー全体の成長に寄与するとともに、クラフトビールに関わる地域の食文化・産業の活性化に貢献していきます。



2023年6月に開催した「HELLO CRAFT BEER WORLD」

4

事例 酒類メーカーとしての責任

ノンアルコールの新しい飲用習慣を提案  
適正飲酒習慣を支援



キリンホールディングス株式会社  
CSV戦略部 主幹  
梅澤 裕樹

キリングループは食、医、ヘルスサイエンスの3領域で価値創造を目指していますが、祖業はビール事業です。CSVは当社グループの経営の根幹ですが、「酒類メーカーとしての責任」をその前提に位置付けています。

私たちは、不適切な飲酒によるアルコールの有害摂取が社会へ悪影響を与えていることを認識しており、酒類を扱う企業としてアルコールの有害摂取によるさまざまな問題の防止に向けて行動する社会的責任を有しています。一方、世界各地で特有の食文化とともにお酒の文化は豊かに育ってきました。この酒類文化を次世代に継承することも、酒類メーカーとしての役割であると考えています。そのため、私たちは、アルコールの有害摂取の根絶に向けて取り組むとともに、健全な酒類文化の醸成に貢献していきたいと考えています。

その取り組みの一例として、キリンビールではノンアルコールビールテイスト飲料「キリン グリーンスフリー」を通じた飲酒運転根絶に取り組んでいます。「キリン グリーンスフリー」で、「リフレッシュしたい時に、飲み物の選択肢の一つとして選ぶ」といった新しいノンアルコール飲料の楽しみ方を提案しています。これまでの、アルコールの代替品として飲むという動機ではなく、積極的な飲用という価値を提供することでお客様の選択肢を広げ、飲酒運転根絶やアルコールの有害摂取の根絶につなげていくことを目指しています。そういった社会課題をお客様により身近な問題として捉えていただけるのではないかと考え、ブランドと連携した動画制作やSNSによる配信を実施しました。

また、キリンビバレッジでの取り組みでは、健康経営を支援する法人向けサービス「KIRIN naturals」を展開しています。そのなかでキリン独自の「適正飲酒プログラム」を提案しています。LINEを活用して飲酒量を記録、管理栄養士のアドバイスによる継続支援、「キリン グリーンスフリー」を中心としたノンアルコール飲料を活用した置き換え習慣の推進などを通じ、従業員の適正飲酒習慣促進による生活習慣病リスク低減や生産性向上に取り組んでいます。

当社グループは適正飲酒啓発を推進することで、アルコールの有害摂取の根絶を目指すとともに、社会的責任を果たし、酒類事業環境の維持継続につなげていきます。また、ノンアルコール・低アルコール商品を成長させ、お客様の目的に応じた選択肢を拡充し、アルコール摂取量のコントロールを支援します。



動画「キリン グリーンスフリー」ハンドルキーパー訴求篇

キリングループが独自開発した飲酒習慣改善プログラム

LINEを活用した飲酒量の記録・可視化



ノンアルコール飲料を活用した置き換え習慣

