

キリンにおけるAI導入の現状：成果と課題

キリンホールディングス（以下、キリン）は近年、経営から開発・研究に至るまで幅広い領域でAI活用を加速しています。本レポートでは、**AI役員の導入から社内DXでの生成AI活用**、さらに**製品開発や研究におけるAIの成果と直面する課題**について、提供された情報源に基づき詳細にまとめます。

AI役員「CoreMate」の導入：新たな視点と課題

AI役員の役割と成果：キリンHDは2025年7月にグループ経営戦略会議へ社内開発のAI役員「CoreMate（コアメイト）」を本格導入しました^①。CoreMateは**12人分のAIペルソナ**（社内役員10名＋外部専門家2名をモデル）から構成され、過去10年分の会議資料や議事録、社外情報を学習しています^②。会議中に議題資料や発言内容をリアルタイム解析し、40秒ほどで**忖度のない客観的な意見や論点**を提示します^{① ③}。導入から約4カ月で、**業務効率の向上や迅速な意思決定**への貢献が確認されました^④。例えば1つの議案に対し**約60個もの論点や意見**を提示し、会議で見落とされがちな視点を提供することで議論を活性化しています^⑤。人間の役員が遠慮して口に出しにくい指摘（「このブランド、もう廃止でよくないですか？」といった大胆な提案）もAIは忖度なく示し、経営陣からは「非常に好評」で前向きに受け止められています^⑥。AI役員の参加により経営判断の質が向上し、新たな視座をもたらした点は大きな成果です^④。

浮き彫りになった課題：一方、**AIと人間の協働の難しさ**も明らかになりました^④。CoreMateが1議案あたり多数の論点を提示すると、**人間の側がどの指摘を重視すべきか迷う**恐れがあります^⑦。実際、「60もの論点があれば審議が混迷しかねない」という指摘もあり、AIの出力をどう整理し優先順位付けするかが課題です^⑦。また**AIの限界**（現在のAIは与えられたデータの分析に留まり、最終判断は人間に委ねられる）も感じられました。**コミュニケーションのタイミング調整**も難題です。会議中いつどの段階でAIの意見を提示するか、議論を阻害せずに活用する工夫が必要とされています（Nikkei記事のタイトルにも「タイミング苦慮」とある通り）^⑧。これらの課題は、**人間とAIの協働**を更に効果的にするために解決すべきポイントであり、キリンは引き続き運用の改善に取り組んでいます^⑨。

データメッシュ戦略と社内生成AI活用：DXの成果

データ基盤と組織変革：キリンはDX（デジタルトランスフォーメーション）推進の一環として、**グループ共通データ基盤の構築と「データメッシュ」構想**を進めています^⑩。データメッシュとは各事業部門がデータのオーナーシップを持ち、自律的にデータを管理・提供する考え方です。従来、現場ではデータ品質管理に対する当事者意識が乏しく、サイロ化やデータの属人管理が課題でした^⑩。そこで**生成AIの活用拡大**をテコに、「今が組織変革の最大のチャンス」と捉えて社員の意識改革に取り組んでいます^⑪。具体的には、各部門の**データ民主化**を推進し、縦割りの壁をAIで打破していく狙いです^⑪。この取り組みにより、現場主導でデータ品質を高める文化醸成と、AI時代に適したスピーディーな意思決定基盤の構築が図られています。

独自生成AI「Buddy AI」と高い社員利用率：キリンは社内向け生成AIチャットツール「Buddy AI」を独自開発し、国内従業員約1万5千人に提供しています^{⑫ ⑬}。Buddy（相棒）の名の通り、**従業員の日常業務を支えるAIアシスタント**として位置づけられています^⑬。マーケティングや営業など各部門のニーズに合わせ、社内の過去データベースと最新の外部情報を統合して高度なアウトプットを生成できるのが強みです^⑬。2024年11月にマーケティング部門で先行導入後、改良とリテラシー教育を経て2025年5月に全社展開し、**2025年10月時点で月1回以上利用するアクティブユーザー率は約70%**に達しました^⑭。この**70%という利用率**は日本企業の平均（約60%）と比べても非常に高い水準で、**年間約31万時間の業務時間創出効果**を見込んでいます^⑫。社内には「**DX道場**」と称する継続的なデジタル人材育成プログラムがあり、社員のデジタルリテラシー向上を地道に図ってきたことが高い定着率を支える一因です^⑮。また、キリンは生成AI活用にあたり

Microsoftの「Copilot」（メール文案作成や資料要約、Excel分析補助など日常業務の効率化ツール）も導入しており、Buddy AI（専門知識支援）とCopilot（日常業務支援）を両輪で使い分けています¹⁶。トップダウンの経営支援AI（前述のAI役員）からボトムアップの日常業務AIまで整備することで、社内DXが次のステージへ進んでいます¹⁷。

成果: これらのDX施策により、「人がやらなくてよい仕事をゼロにする」というビジョンのもと生産性向上が着実に進んでいます¹⁸。情報収集や資料作成など定型業務の負担軽減により、社員が企画立案など付加価値の高い業務に割ける時間が増えました¹⁹。社内には「まずAIでやってみる」文化が醸成され、従業員がAIと協働しながら業務精度を高める動きが定着しています²⁰¹⁴。これこそキリンが狙った“人が主役”のDX戦略の成果であり、社員の働き方そのものが変革しつつあります。

課題: DX推進における今後の課題としては、データの質と文脈をどう維持向上するかがあります。AIを有効活用するには社内データが整備され文脈が与えられていることが不可欠ですが、部門横断でそれを管理する「データマネージャー」的役割の強化も必要と指摘されています²¹。またAI活用が拡大するほど、社員の創造性や倫理観といった人間ならではの強みをどう伸ばすかも問われます。キリンは「AI従業員」を生み出す次のチャレンジ（AIが自律的に情報収集・計画・判断する存在へ進化）を見据えています²²、それに伴い人間がAIに任せるべきでない領域（顧客の深い理解や未来志向の発想など）に人材を集中させる組織マネジメントが重要になります²³²⁴。つまり、AIにできることと人にしかできないことの役割分担を明確にし、「AIと共創する企業文化」をさらに深化させることが求められているのです²⁴。

製品開発へのAI活用：ビール醸造AI「FJWLA」の開発

嗜好AI「FJWLA（フジワラ）」とは: キリンはビールなど飲料の製品開発力向上にもAIを活用し始めました。2025年12月、キリン飲料未来研究所は独自開発した嗜好AI「FJWLA」（Flavor Judgment for Whole Liking Analysis、愛称フジワラ）を発表しました²⁵²⁶。FJWLAは「お客様調査データ × 成分分析データ × AI」を統合し、消費者が感じる「なぜおいしいのか」を要因分解してビールづくりに活かす技術です²⁷。たとえば約20年分に及ぶ消費者の官能評価（試飲調査の結果）データと、ビールの成分分析データをAIで学習させ、特定の香味（フレーバー）に寄与する重要成分を網羅的かつ効率的に特定します²⁸²⁵。これにより、「どの成分が苦味やコクなどおいしさの鍵になっているか」を科学的に突き止められるのです。

ビール開発への効果: FJWLAの導入効果は大きく二つあります。第一に、理想の香味設計の効率化です。従来、醸造家は自身の経験と限られた分析に頼って味の改善点を探していましたが、FJWLAは膨大な調査・成分データ資産を活用することで、消費者調査で判明した課題を成分レベルで特定し²⁷、各成分の寄与度を定量化します²⁹。その結果、醸造家は目指すビールの香味を実現するために重要な成分が即座に把握でき、試作品設計や醸造工程の検討を格段にスピードアップできます²⁹。実際、FJWLAを活用することで「おいしさ向上のためにどの成分を調整すべきか」が明確になり、開発サイクルの高速化と精度向上が期待されています³⁰。第二に、製品のヒット予測精度向上です。FJWLAは将来的にビール以外のRTD（缶チューハイ等）やワイン、清涼飲料などにも順次適用領域を拡大し、嗜好分析のプラットフォームとして活用されます³¹。これにより、消費者に継続的に選ばれる味やコンセプトを科学的に見極めることが可能となり、新商品の企画段階からヒットの方向性を立てやすくなります³²。

今後の展望と課題: キリンは2026年3月以降に発売するビール製品からこのFJWLAを本格導入すると発表しており²⁶、商品開発サイクル全体（R&D～市場投入後の改善）を高速で回す「嗜好プラットフォーム」の中核に据えています³³。短期的には飲料開発へのAI実運用を拡大し、中長期的には嗜好データと購買・行動データの連携も図ってパーソナライズ商品開発へ繋げる構想です³⁴。課題としては、AIが提案した成分による味の変化を最終的に人間の五感で評価し磨き上げるプロセスとの融合です。AIが示す知見と職人の経験知をどう組み合わせるかが、引き続き成功の鍵を握ります。また、ビッグデータとAIによるアプローチが進む中でも「おいしさ」の本質を見失わないよう、人間のクリエイティビティとのバランスを取ることが重要でしょう。しかし総じて、FJWLAの開発はビール造りにデータサイエンスを本格導入した先進事例であり、製造業におけるAI活用の新たな可能性を示しています。

消費者データ×AI：日立との共同研究による市場洞察

共同研究の概要： 2025年12月、キリンと日立製作所は嗜好データとAIを活用した共同研究の開始を発表しました³⁵。目的は「消費者の飲料選択や飲酒行動の要因を解明」し、その知見を商品開発高度化や健康増進に役立てることです³⁶。キリンが長年蓄積してきた大規模な消費者嗜好データや成分データと、日立のマルチモーダルAI技術（異種データ統合解析技術）や行動科学・デザイン思考のノウハウを組み合わせ研究が進められます³⁷³⁸。具体的な研究テーマは次の2点です。

- ・① **継続的に選ばれる商品の要因分析：** 飲料の味・香り・成分、パッケージ、生活シーンなど複数要素をAIで統合的に分析し、消費者が商品を選ぶ理由を高精度に把握する手法を検証します³²。これにより、商品開発の初期段階から「選ばれやすい味やコンセプト」の方向性を科学的に見極め、開発にフィードバックできることが期待されています³²。
- ・② **健康的な飲酒行動の要因分析：** 行動科学やデザイン思考も取り入れ、消費者が適切な飲酒行動を取る/取らない背景にある認知・感情・環境要因を整理・分析します³⁹。これによって、過度な飲酒を抑制し社会全体の健康増進に資するような施策検討に必要な知見を得ることを目指します³⁹。

期待される成果： この共同研究は、商品開発面では「なぜその飲料が選ばれるのか」をデータドリブンに解明することで、ヒット商品の条件やコンセプト立案に革命をもたらす可能性があります。また社会貢献面では、飲酒習慣と健康リスクの関係を科学的に理解し、飲酒文化の健全化に繋がる知見が得られるでしょう。キリンは先述の嗜好プラットフォーム（FJWLAなど）を社内に整備済みで³⁸、そこに日立の先端AIと行動科学の知見を融合することで、消費者行動の科学的理解を深める先駆的取り組みとなります⁴⁰。成果として得られたモデルや分析手法は将来的に他分野へ応用可能であり、両社は「協創の基盤」として研究成果を共有し、新たな価値創造や学術発信にも繋げていく方針です⁴¹。

課題と今後： このプロジェクトが挑む課題は、消費者の嗜好と行動に影響を与える要素の複雑さです⁴²。味や成分だけでなく、その時の気分や社会トレンドまで、多岐にわたる要因が購買意思決定に絡み合います。こうしたマルチファクター解析には高度なAI手法が不可欠ですが、日立のマルチモーダルAI技術により一定の突破口が期待できます。それでもデータの統合・整備やプライバシーへの配慮など実務上のハードルも存在するでしょう。しかしキリンと日立がタッグを組むことで、単独では得られなかった深い洞察を引き出せる可能性は大きく、これ自体がAI活用によるオープンイノベーションの好例といえます。今後、研究結果の公表や具体的な商品開発への反映に注目です。

AIと実験で創出する新知見：富士通との創薬DX事例

シチコリンの腸脳作用メカニズム解明（世界初の成果）： キリンはAI活用をヘルスサイエンス研究にも広げています。2025年12月、キリンホールディングスのヘルスサイエンス研究所と富士通は、食品成分の機能解明において世界初の先駆的成果を発表しました⁴³。具体的には、キリン子会社の協和発酵バイオが製造する成分「シチコリン」について、腸と脳の相関メカニズムをAIシミュレーションと実験で解明したのです⁴⁴。まず研究チームは、シチコリンの体内での代謝経路や作用に関与する受容体などの情報をキリンが保有するデータおよび文献から収集し、富士通の創薬DX技術の一つである定量的システム薬理学（QSP）モデルを構築しました⁴⁵。このデジタルモデルでシミュレーションした結果、シチコリンを経口摂取すると腸内のコリン作動性神経シグナルが高まり、神経伝達物質アセチルコリン量が用量依存的に増加するとの予測が得られました⁴⁶。さらに、その予測を検証すべくヒト腸管上皮細胞と神経細胞の共培養モデルで実験したところ、シチコリンが腸を介して神経を活性化する現象が確認されました⁴⁷。この一連の結果により、「シチコリンは腸の神経を活性化し、それが脳機能に影響を及ぼす」という腸脳相関メカニズムの一端が明らかになったのです⁴⁴。

成果の意義: 上記の研究は、**AIシミュレーションによる予測と実験実証**を組み合わせることで食品素材の新たな機能を解明した点で画期的です。研究チームは「AIの活用によってシチコリンの腸経由での神経活性化を予測し、細胞実験で裏付けた」と述べており⁴⁴、この成果はシチコリンが持つ脳機能サポート効果のメカニズム解明に寄与する**先駆的事例**だと評価しています⁴⁸。シチコリンは記憶サポートや脳卒中後の認知機能改善などの用途で知られる成分ですが、今回の知見は**健康機能素材としての価値向上**につながるでしょう⁴⁹。また「食品機能性研究にDX技術を本格活用した例」として業界初であり、今後他の食品成分にも応用すれば、新たな機能の発見や開発期間の短縮が期待されます。富士通と協働したこの成果は、キリンが目指す**ヘルスサイエンス領域でのイノベーション**を後押しするものであり、ひいては「食から医にわたる領域でCSV先進企業になる」というキリンのビジョンにも沿うものです¹⁸。

課題と今後: 創薬DX技術の食品領域への適用は始まったばかりで、課題もあります。AIモデルの構築には**高品質なデータ収集と専門知識**が必要であり、モデルが予測したメカニズムを**生体実証する実験系の構築**にも高度な技術を要します。今回はシチコリンで成果を上げましたが、他の成分でも同様に上手くいくかは未知数です。また、AIの予測に頼り過ぎず**因果関係を慎重に検証**していく科学的姿勢も不可欠です。しかしキリンは富士通などパートナーと連携しつつ、AIを研究開発に積極活用する方針を示しています。今後は今回のプラットフォームを応用して、例えば**腸内環境が及ぼす健康影響**の解明や、新規素材の機能予測などにも取り組む可能性があります。**AIと人の知見を組み合わせる研究スタイル**は、従来時間のかかった発見を加速する切り札となり得るでしょう。

まとめ：AIと共創する未来への展望

以上見てきたように、キリンは**経営（AI役員）・業務効率化（Buddy AI等）・商品開発（嗜好AI）・市場分析（嗜好データ研究）・研究開発（創薬DX）**といった多方面でAIを導入し、大きな成果を挙げています。意思決定の質とスピード向上、社員の生産性向上、新商品の開発力強化、データ駆動の市場理解、研究イノベーションと、効果は多岐にわたります。特に「**AIをパートナーとして人間にしかできない価値創造に集中する**」というビジョンが各取り組みに一貫して流れており、DXを通じた組織文化の進化が感じられます²⁴。

一方で、AIとの共創には**乗り越えるべき課題**も伴います。**AIの提案を人間がどう捌き意思決定に活かすか**（AI役員のケース）、**データガバナンスと人材育成**（データメッシュやDX推進のケース）、**AIモデルのブラックボックス性や検証プロセス**（研究開発のケース）など、引き続き知恵を絞る必要があります。しかしキリンはこれら課題を認識しつつ、社内外の知見を取り入れて改善を重ねています。経営企画部の木村氏は「AIは社外から借りる技術ではなく**“内で熟成させる文化”**だ」と述べており⁵⁰、単なるツール導入に留まらず**自前でAIを育て組織の一部にしていく姿勢**がうかがえます。まさに「**AI時代を戦う企業文化の醸成**」そのものがキリンのDX戦略の核と言えるでしょう。

総括すると、キリンのAI導入は日本企業の中でも先進的な事例であり、**成果と課題の両面から多くの示唆**を提供しています。今後もAI技術の進歩は続きますが、キリンは「**人とAIのハイブリッドで進化する経営の現場**」を実現すべく⁵¹、最大限この波を取り込みながら組織とビジネスモデルの革新を図っています。**人間にしかできない創造的な仕事**に人材を振り向け、反復的作業やデータ分析はAIに任せることで⁵²⁵³、社員一人ひとりがより高付加価値な業務に集中できる未来を描いています。その挑戦の歩み自体が、これからの企業経営におけるAI活用の指針となることでしょう。

参考資料：

- ・キリンHDが導入した「AI役員」の舞台裏、4カ月で分かった効果と課題⁴⁵
- ・キリンはAI時代を「データメッシュ」で戦う——独自生成AIの活用拡大で挑むマネジメント¹⁰¹¹
- ・キリン公式Note: 従業員の生成AI利用率は70%。DXの先にある「人間にしかできない仕事、AIと共創する未来」¹⁴²⁴
- ・キリンHDの「AI役員」評価上々 1議案に60の意見や論点提示（日本経済新聞 2025年12月10日）

- ・ビールの香味成分を特定する嗜好AI「FJWLA」を独自に開発（キリンニュースリリース 2025年12月15日） 54 29
- ・キリン、ビールづくりに独自AI「フジワラ」導入（ITmedia NEWS 2025年12月16日） 28
- ・キリンと日立、嗜好データとAIを活用した共同研究を開始（ニュースリリース 2025年12月17日） 37 32
- ・キリンと富士通、AIと実試験でシチコリンの腸脳作用メカニズムを解明（ニュースリリース 2025年12月17日） 44 49
- ・その他関連インタビュー記事・発表資料 55 12 など

1 最終は人なんですよねぇ 出た論点が人だけと比較してどんな ...

https://x.com/mhzk_tw/status/2001427788423929856

2 21 50 51 55 『AI役員』と共創する経営戦略—キリンが挑む「コアメイト」開発と、AI内製化の真価— | BFT

https://note.com/bft_ai0303/n/ne3ba63f0342f

3 キリンHDの「AI役員」評価上々 1議案に60の意見や論点提示

https://x.com/s_okada/status/1998895473755914711

4 9 キリンが導入した「AI役員」の舞台裏 4カ月で分かった効果と課題 - BizAldea

<https://bizaidea.com/curation/46917/>

5 7 キリンHDの「AI役員」事例に見る議論のあり方 | 赤坂国際法律会計事務所

<https://ailaw.co.jp/blog/>

%E3%82%AD%E3%83%AA%E3%83%B3hd%E3%81%AE%E3%80%8Cai%E5%BD%B9%E5%93%A1%E3%80%8D%E4%BA%8B%E4%BE%8B%E3%81%

6 キリンHDの「AI役員」評価上々 1議案に60論点提示

<https://pipi.cocolog-nifty.com/pi/2025/12/post-25a8b6.html>

8 キリンHDの「AI役員」評価上々 1議案に60論点提示、タイミング ...

<https://www.facebook.com/nikkei/posts/>

%E3%82%AD%E3%83%AA%E3%83%B3hd%E3%81%AEai%E5%BD%B9%E5%93%A1%E8%A9%95%E4%BE%A1%E4%B8%8A%E3%80%85-1%E8%A

10 11 キリンはAI時代を「データメッシュ」で戦う——独自生成AIの活用拡大で新たに挑むマネジメントの現在地 (2/3)|EnterpriseZine（エンタープライズジン）

<https://enterprisezine.jp/article/detail/22864?p=2>

12 キリン独自の生成AIは社員の“相棒”。人が主役のDX戦略とは | 『日本の人事部 HRテクノロジー』

<https://jinjibu.jp/hrt/article/detl/techactivities/3924/>

13 14 15 16 17 19 20 22 23 24 52 53 従業員の生成AI利用率は70%。DXの先にある「人間にしかできない仕事、AIと共創する未来」 | KIRIN

<https://note-kirinbrewery.kirin.co.jp/n/nb059f4f338d5>

18 25 30 31 34 ビールの香味成分を特定する嗜好AI「FJWLA」を独自に開発 | 2025年 | KIRIN - キリンホールディングス株式会社

https://www.kirinholdings.com/jp/newsroom/release/2025/1212_01.html

26 27 29 33 54 ビールの香味成分を特定する嗜好AI「FJWLA」を独自に開発 | キリンホールディングス株式会社のプレスリリース

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000001400.000073077.html>

28 キリン、嗜好AI「FJWLA」開発 | ビール香味成分を特定する新技術

<https://innovatopia.jp/ai/ai-news/74573/>

32 35 36 37 38 39 40 41 42 キリンと日立、嗜好データとAIを活用した共同研究を開始
<https://www.hitachi.co.jp/New/cnews/month/2025/12/1217b.pdf>

43 富士通 | Fujitsu Limited
<https://global.fujitsu/ja-jp>

44 45 46 47 48 49 キリンと富士通、AI活用で「シチコリン」の腸脳作用メカニズムを解明 | TECH+ (テックプラス)
<https://news.mynavi.jp/techplus/article/20251218-3833748/>