

NISSIN 日清食品ホールディングス

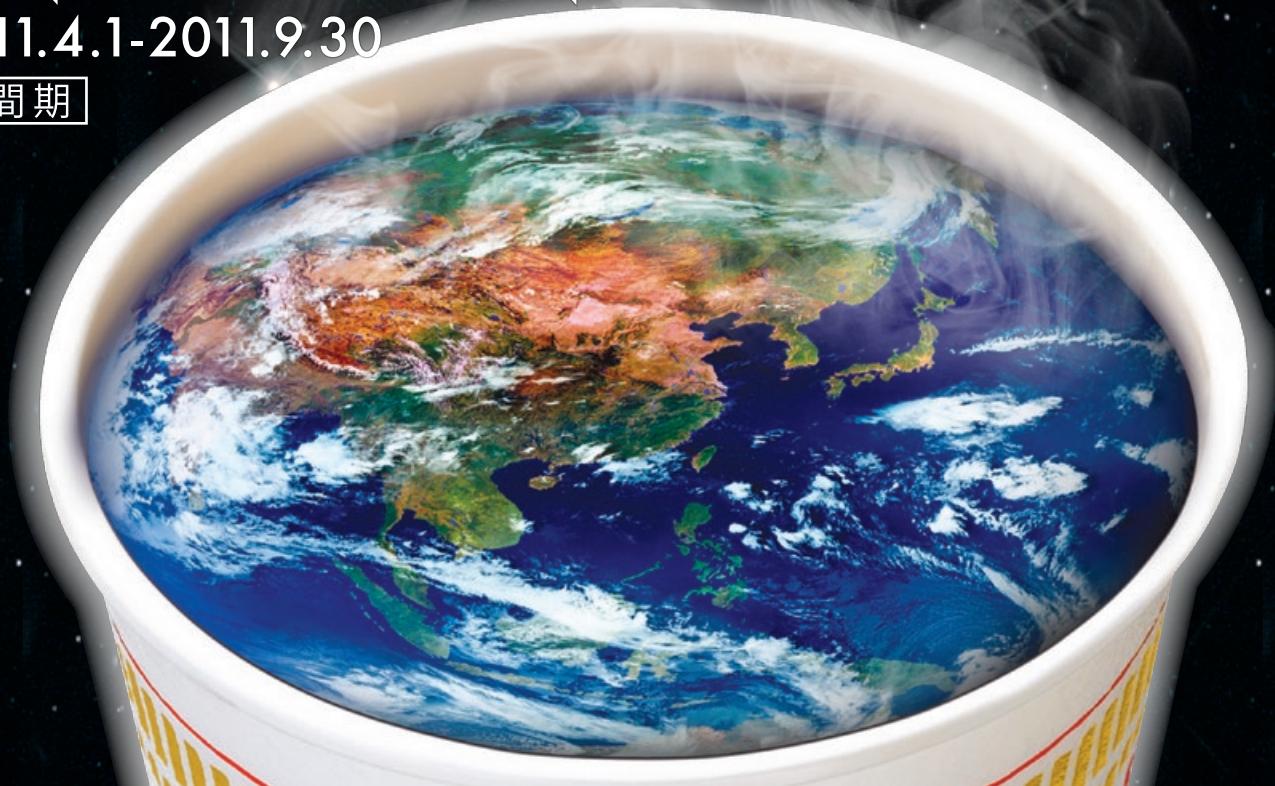
証券コード：2897

NISSIN REPORT

VOL.
64

2011.4.1-2011.9.30

中間期



特集 グローバル戦略対談

グローバル戦略の本質は現地にあり!!

安藤宏基 × 石倉洋子

代表取締役社長・CEO

独立社外取締役

カップヌードル発売40周年特別企画

「カップヌードルの中身は、
イノベーションの連続だった!」

40th
Anniversary



グローバル戦略の本質は現地にあり!!

～「肌感覚」を活かし、
真のグローバル化をめざす～

年間1,000億食に迫る、世界のインスタントラーメン市場。新興国を中心に成長を続け、すでにその規模は日本市場の18倍に。その国の食文化に根づいたおいしさを、これからも世界へ届け続けるには何が必要か?

そして今後の成長戦略の根幹となるグローバル化のポイントとは—?

安藤CEOに独立社外取締役石倉洋子氏が迫ります。

世界に広がるインスタントラーメン市場

石倉 現代のビジネスにおいて「グローバリゼーション(グローバル化)」はすっかり日常語になりました。日清食品グループは国内において確固たる地位を確立し、次々と新商品も生み出しています。一方で国内市場の成長性を考えると、やはり今後は「世界に羽ばたく日清」でもあって欲しいと感じます。

安藤 インスタントラーメンが生まれて今年で53年、そして「カップヌードル」も誕生40周年を迎えました。インスタントラーメンは、今や世界で年間約954億食が消費されています。そのうち日本国内の消費は約53億食ですから、海外市場は日本の18倍という大きさに広がっているわけです。世界の総人口が70億を越えた中で、この消費量は数年のうちに1,000億食を超えるでしょう。保管・保存に優れ、調理方法も手軽でおいしい、さらに値段的にも手頃なインスタントラーメンは、食料資源的にも優れた食品だと自負しています。そのため国内外を問わず「基礎的な食品」に育ちつつあるだけに、海外市場の開拓は当社グループにとって、たいへん重要なテーマだと考えています。

石倉 先日横浜にオープンした「カップヌードルミュージアム」はCNNやウォール・ストリート・ジャーナルをはじめとする世界のメ



安藤宏基

代表取締役社長・CEO

× 石倉洋子

独立社外取締役

安藤宏基 Koki Ando

1972年米国日清入社、翌年日清食品入社。76年「日清焼そばU.F.O.」「日清のどん兵衛きつね」を開発。85年代表取締役社長。2007年安藤スポーツ・食文化振興財団理事長。世界ラーメン協会(WINA)会長。08年より現職。現在、日本食品・バイオ知的財産権センター会長、日本経済団体連合会常任理事、国際連合世界食糧計画WFP協会会長など。

石倉洋子 Yoko Ishikura

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科 教授
1980年バージニアビジネススクールにてMBA、85年ハーバードビジネススクールにてDBA取得。マッキンゼー・アンド・カンパニーにて企業コンサルティングに従事。92年から青山学院大学国際政治経済学部教授、2000年から一橋大学大学院国際企業戦略研究科教授を経て、本年より現職。

特集 「加速する日清食品のグローバル化」

ディアでも紹介されました。「カップヌードルはマクドナルドに匹敵する世界のブランドだ」という声も聞かれる中で、自社の強みをどのように活かしていこうとお考えですか。

安藤 カップヌードルは麺、スープ、具材、カップという4つの要素で構成されています。このうち「麺、スープ、具材」の3つは世界各地に根ざす食文化と融合しやすく、各国の消費者も「これは自分たちの国の食べ物だ」と信じてしまうほどローカル色が反映される商品です。ですから「カップヌードル」というコンセプト(概念)は全世界で統一的に展開する一方で、中身は全てローカライズさせ各国の食文化に親和していく、ということが私たちの戦略であり商品の姿だと思っています。規模が拡大する新興国市場においても、各国の「おふくろの味」に合う商品に仕上げる努力を続けていきます。

世界展開にも息づく創業者精神

石倉 かつて安藤百福氏が掲げた4つの創業者精神は、驚くほどに今日の世界における日清食品グループの在るべき姿を言い表していると感じます。たとえば「食足世平(食が足りてこそ世の中が平和になる)」。新興国ではまだまだ貧富の格差が問題になっている中で、食という人間生活の基本的な部分を満足させようという考え方ですよ。

安藤 仰る通りです。創業者精神はさらに「食創為世(世の中のために食を創造する)」、「美健賢食(美しく健康な身体は賢い食生活から)」と教え、4つ目には「食為聖職、すなわち食品に携わることは人の命にかかわる聖職であり天職であると説いています。食を通じて世の中を良くしたい。私たちはそのために良い商品をしっかり開発・製造し、魅力を伝え、販売していきたいと思っています。日本を拠点に、香港、米国、ブラジルに始まった海外展開も、今ではロシア、中国、インドなど世界13カ国、28拠点にまで広がっています。現在の世界シェアは製造ベースで15%、金額では20%程度ですが、世界市場の規模が年間1,000億食を超え2,000億食へと

NISSIN's Globalization



石倉 日本では当たり前でも他の国では存在しないという、そうした技術的な基礎や裏づけがあると、世界戦略を展開する際の自由度がかなり広がりますね。

安藤 その通りです。私たちが目指すゴールから考えると、技術的には現時点で45%程度しか開発できておらず、まだ55%残っています。現在の開発力では最高の品質と言える商品も実は「未完成」で、技術革新が進めばもっと良いものに進化するでしょう。インスタントラーメン開発におけるここ数年の加速度的な技術革新を日清食品グループのコアとして位置づけ、改めてそれを広げていくための資源を世界市場に集中する、という体制がようやく構築できてきたと感じています。

グローバル化を担う人材と組織づくり

石倉 グローバル化においては、各国における現地での販売力も大事になってきますね。

安藤 世界を相手にする場合、どのように商品価値を伝え販売していくかというマーケティングの難易度がとても高くなります。まず進出先における消費者の習慣や食生活、流通の歴史や慣行など基礎的な事項を理解する必要がありますし、その上で新しい商

品や売り方を創造し提案していくわけですから、海外で仕事をすする社員には大変な能力とエネルギーが必要とされます。

石倉 グローバル化の担い手となるそうした人材の育成に関しては、どのような進捗がみられますか。若い社員の方たちにも大いにチャンスがあるということでしょうか？

安藤 その通りです。今の当社グループには全ての年代の社員にとってたくさんの可能性があるのです。年功序列ではなく、自ら手を挙げて希望のポストに就いてもらう「公募制度」や、2010年よりスタートさせた若手社員を海外に派遣する「グローバルチャレンジパス制度」を活用しながら、積極的に異文化を理解しようとする人材を、スピードを早めて採用・育成する必要があります。また、国内の事業所では、グレードごとに各管理職ポストの年俸金額を設定する「職務年俸制」をすでに導入していますが、今後はこの制度を海外の事業所にも広げていきます。「役職に求められる職責と待遇」がハッキリすることで透明性が高まり、これまで以上に意欲のある人材が各ポストに就くことになると期待しています。

石倉 国内外が「職務年俸制」という1つの統一した考え方で運営されることになれば、国内の優秀な人材も積極的に海外に出ていくでしょうし、世界中から良い人材を採用することも可能になりますね。

安藤 この春にはシンガポールに「アジア戦略本部」を新設しました。東南アジアやインドで発売するインスタントラーメンの商品開発やマーケティングなどの機能を東京から移管する計画です。経営判断に必要な「肌感覚」は現場からの距離が近いほど累乗的に強くなります。東京ではなく、シンガポールの地からアジア市場に対する戦略や研究開発を考えることにより、組織としての即断即決が出来るようになって考えています。

株主様にとってのグローバル化

石倉 最後に「株主様にとってのグローバル化」という観点から安藤CEOのお考えをお聞かせください。

安藤 当社グループの事業がグローバルに広がっていく中で、私たちが提供する商品は、人々の生活に根づいた基礎的な食品としての価値を持っており、各国の景気による影響で売上や業績が左右されることが少ないという特徴があります。この特徴を活かしながら、国内外を問わず中長期的な視点でご支援いただける投資家の皆様のご期待に応えるため、日清食品グループの事業を長期に亘って安定的に成長させなければならないと考えています。

石倉 安定的であることは堅実さに繋がります。そして日清食品グループの堅実さは、さまざまな企業努力や技術開発によって支えられているのだということが良く分かりました。今後のグローバル展開に大いに期待しています。本日はありがとうございました。



向かっていく中で、今後は自信を持って海外事業に取り組んでいきたいと考えています。

創業者は日頃から「発明は執念から」とも語っていました。昨年、無事地球に帰還した探査機「はやぶさ」のニュースを聞いたときにも、JAXA科学者の方々の強い執念を感じましたが、海外進出にしろ商品開発にしろ、イノベーションのためには「執念」が大事です。インスタントラーメンが誕生して53年。最初の50年と比較すると、ここ3年の技術革新には目覚ましいものがあります。さらに研究を進め、もっと便利なもの、もっと楽しいものを開発していきたい。執念を持っていたら、どんどん技術は進歩するのです。



カップヌードルの中身は、 イノベーションの連続だった!



💡 カップヌードル 開発の足跡

創業者の安藤百福が、1966年に欧米視察へ旅立ったときのことで。商談の席で現地バイヤーがチキンラーメンを試食する際、どんぶりの代わりに紙コップを使い、フォークで食べ始めました。この光景が新たなインスタントラーメン開発の着想となりました。その後、数々のイノベーションを繰り返し、1971年に「カップヌードル」が満を持して誕生。2011年9月18日には発売40周年を迎え、今や累計317億食を超える世界的ヒット商品へと成長しました。今回の特集では、カップヌードルのイノベーションの足跡を追います。

INNOVATION 1

ここがイノベーション! 容器編

カップに麺をどう収納・密封するかがカギだった!



“逆転の発想”で麺の収納問題を解決!

安藤百福は欧米での視察後、カップ入りインスタントラーメンの開発に取り組みました。しかし麺の平らな部分を水平にしてカップに収納することは至難の技でした。麺をカップに入れようとすると麺が傾いてしまい、機械でつかむと形が崩れてしまいます。そこで安藤百福はカップに麺を入れるのではなく、麺の上からカップをかぶせるという“逆転の発想”をひらめきます。これで麺をしっかりとカップに収納することが可能になったのです。



密封のヒントは 機内食のマカデミアナッツだった。

視察の帰路、機内食で配られたナッツの容器が、紙とアルミ箔でぴったり密閉されていました。「フタの構造はこれだ!」と安藤百福は直感し、カップヌードルのフタに活かされることになったのです。

INNOVATION 2

ここがイノベーション! 麺編

カップでおいしく湯戻りする麺への挑戦!

麺の密度を上下で変えたことが ブレイクスルーに。

容器をカップ型にしたことで、麺は厚さ6センチの塊となり、従来の製法では外側だけが黒こげとなる問題が生じました。そこで蒸した麺をほぐし、円錐台型の型枠にフタをして油の中に入れる方法を新開発。これにより麺を均一に揚げることができるだけでなく、密度が高い麺上部から下へいくほど密度がまばらになる「疎密麺塊構造」が生まれ、お湯がまんべんなく麺を包み込む理想の湯戻りを得ることができました。



そみつめんかいこうぞう 疎密麺塊構造

上に行くほど麺の密度が高く、下部がまばらという構造により、お湯がまんべんなく麺を包み込みます。

中間保持構造

麺をカップの中央で宙ぶり状態にすることで、下に空間が生まれお湯の対流を生み出すとともに麺を衝撃から守り、カップの強度を高めています。



おいしく、見た目も良い具材が必要だ!

夢の乾燥法「フリーズドライ製法」を採用。

1971年の発売当時主流であった熱風乾燥は、具が縮んでしまうという欠点がありました。そこで、お湯をかけた際の湯戻りがよく、食感・うまみ、カタチをほぼ元の状態に戻してくれる新しい乾燥技術であった「フリーズドライ製法」を採用し、この難関をクリアしました。

フリーズドライのエビができるまで

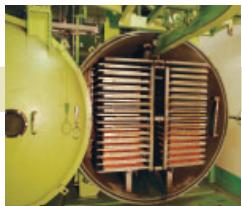


解凍



ポイル&着味

予備冷凍



フリーズドライ

「真空凍結乾燥機」で真空状態を保ちながら、氷を一気に気体にして乾燥。



完成



目視検品



歴代カップヌードル復活総選挙を実施。上位3品を2011年11月より順次限定発売に。

1971年に世界初のカップ麺として誕生したカップヌードルの発売40周年を記念し、2011年4月～6月に「歴代カップヌードル復活総選挙」を実施しました。これは過去に発売した73種類から、もう一度食べたいカップヌードルをお客様に投票していただくものです。期間中の総得票数は186万7,933票を達成しました。なお上位3品は2011年11月より、復刻版を順次限定発売していきます。

第2位



ブタホタテドリ
ローストしょうゆ味

2011年12月発売予定

123,852票

第1位



天そば

2012年1月発売予定

133,134票

第3位



スパイシーカレー

2011年11月14日(月)発売

110,881票

選挙結果の詳細はホームページをご覧ください。

カップヌードル総選挙



CUP NOODLES Museum



発売40周年の記念すべき年に、カップヌードルミュージアムがグランドオープン。

2011年9月17日、横浜みなとみらい地区に「カップヌードルミュージアム(正式名称:安藤百福発明記念館)」がグランドオープン。各界からさまざまなお客様にお越しいただき、華々しいオープニングセレモニーが行われました。

「カップヌードルミュージアム」は、創業者でありインスタントラーメンの発明者である安藤百福が抱いていた「子供たちに発明・発見の大切さを伝えたい」との思いを伝える場として、大阪府池田市の「インスタントラーメン発明記念館」に続いて開館した施設です。クリエイティブシンキング(創造的思考)をコンセプトに、インスタントラーメンに関する展示や体験を通じて、発明・発見の大切さやベンチャーマインドを楽しみながら学べる体験型ミュージアムとなっています。



CUP NOODLES MUSEUM

世界にひとつだけのオリジナルが作れる「マイカップヌードルファクトリー」

自分でデザインしたカップにお好みのスープと具材をトッピング。楽しみながら、世界にひとつだけのオリジナル・カップヌードルが作れる工房です。



世界の麺を味わえる「NOODLES BAZAAR ワールド麺ロード」

安藤百福が麺のルーツを探し求めて「麺ロード」を旅する途中で出会った、世界8カ国の麺を味わえるフードアトラクションです。

●カップヌードルミュージアム(正式名称:安藤百福発明記念館)概要

所在地:神奈川県横浜市中区新港2-3-4 開館時間:10:00~18:00(入館は17時まで) 休館日:火曜日(祝日の場合は翌日)、年末年始
URL: <http://www.cupnoodles-museum.jp/>

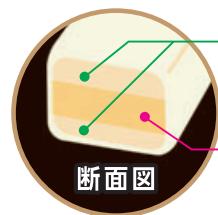
製品のご案内

TOPICS

日清食品



“フライ×ノンフライ”麺



- 外層** フライ麺のおいしさを表現
 - そせる旨さ・クセになる香ばしさ
 - 食べ慣れた質感・スープのりの良さ
- 内層** ノンフライ麺のおいしさを表現
 - 噛み応え・食べ応えのある強いコシ
 - 湯伸びしにくくおいしさをキープ

堂々とした、太くてまっすぐな麺

日清HYBRID太麺堂々 魚介豚骨醤油

発売地区: 全国

太麺のおいしさを追求するブランド「日清太麺堂々」より、日清独自の新製法による「ハイブリッド麺」を採用した「日清HYBRID太麺堂々 魚介豚骨醤油」が発売となりました。

「ハイブリッド麺」とはフライ麺とノンフライ麺の特徴を合わせ持った、いいところ取り麺であり、濃厚で魚粉の風味豊かなスープとの相性も抜群です。

是非、この“新しい麺のおいしさ”を実感してみてください。

<http://www.nissinfoods.co.jp>

明星食品

明星 チャルメラ ちゃんぽん

発売地区: 全国



チャルメラ発売45年の節目に感謝を込めて、ホタテの旨みが効いた新アイテム「ちゃんぽん」を発売しました。ふっくらとしたちゃんぽんらしいストレート太麺に、ホタテ、イカ、アサリ、豚骨の旨みを合わせ、炒め野菜や黒胡椒で味を調えたちゃんぽんです。

調理方法としては、野菜や肉、シーフードなどお好みの具材を、麺と一緒にスープで煮込む召上がり方をおすすめします。黒胡椒がしっかりと味を引き締め、野菜などと一緒に煮込んで、コクのあるおいしさが味わえます。新提案の召上がり方で、手軽においしいちゃんぽんをお楽しみいただける商品です。

<http://www.myojofoods.co.jp>

日清食品チルド



行列のできる店のラーメン 黄金鶏油しょうゆ/黄金鶏油しお

発売地区: 全国(北海道・沖縄を除く)

15周年を迎えた「行列のできる店のラーメン」ブランドより、新シリーズの「淡麗極旨」が発売になりました。麺はしっかりとコシのあるストレート細麺。スープは和風だしのきいた、旨みたっぷりの清湯系鶏ガラスープに、しょうゆ味は小豆島産醤油を、しお味は瀬戸内産花藻塩を加えています。別添の黄金鶏油を仕上げにかけることにより、すっきりとしたスープに香りとコクがプラスされます。

<http://www.nissinfoods-chilled.co.jp>

日清食品冷凍



冷凍 日清具多 海鮮ちゃんぽん

発売地区: 全国

歯切れの良いちゃんぽん特有の太麺。豚骨・チキンベースの白湯スープに魚介エキスを使ったスープはコクが効いています。ほたて、えび、うずら卵の丸ごと具材に、いかげそ、さつまあげを加え、たっぷりの野菜で彩りを添えました。

<http://www.nissinfoods-frozen.co.jp>

日清シスコ



パティシエのこだわり ダックワーズ/ザッハトルテ

発売地区: 全国

ダックワーズ フランスに源流を持つ洋菓子です。生地のアモンド風味を向上し、クリームの甘さを抑え、生地の外と内の食感の差をわかりやすくしました。

ザッハトルテ ウィーン菓子の代表とされるチョコレートケーキです。濃厚なチョコレート生地にはほんのりアプリコットの風味を効かせ、ほろにがいチョコレートでコーティングしました。

<http://www.nissincisco.co.jp>

日清ヨーク



「ピルクル」ラインナップ拡充

日清ヨークの主力製品「ピルクル」は、生きた乳酸菌を手軽に摂れる特定保健用食品として高いブランド力を持っています。2010年9月に新設した関西工場を拠点に西日本地区の販売を拡充し、「ピルクル」ブランドの全国展開が実現。

また、飲みきりサイズ200mlの「ピルクルLife+」を2011年9月にリニューアル、ラインナップの充実を図っています。

<http://www.nissinyork.co.jp>

味の民芸フードサービス



彩菜膳(サイサイゼン)

販売価格: 1,280円(税込1,344円)

鹿児島産黒豚「黒の匠」を使用した温野菜サラダや天ぷら盛り合わせなど、季節の食材を使用した、たっぷり野菜のお膳です。

<http://www.ajino-mingei.co.jp>

<第2四半期業績報告>

2011年4月～9月期における連結売上高は、1,800億円となりました。

国内では、東日本大震災の発生により、6月頃まで積極的な広告宣伝を自粛するほか、当初予定していた新製品の発売時期を延期するなどの影響もありましたが、7月以降、新製品を積極的に投入するなど、順調に推移しました。

一方、海外においては、現地通貨ベースでは順調に推移するものの、急激な為替変動の影響もあり厳しい状況にありました。更に、小麦粉をはじめとする原材料費の上昇により、原価コストが上昇したため、利益面で大きく影響を受けました。

営業利益は、120億円となり、期初計画100億円を達成しましたが、対前年同期比較では23億円の減益となりました。これは、売上原価率の上昇や退職給付費用の影響額が前年より20億円増加したこと及び積極的な設備投資による減価償却費の増加が主な要因です。

四半期純利益は、106億円と期初計画104億円を上回るとともに、前年同期比較でも増益となりました。この数値は中間期において、過去最高益となりました。

通期業績につきましては、5月11日に発表しました期初計画からの変更はなく、売上高3,950億円、営業利益260億円、当期純利益210億円を予定しております。



<株主還元>

当社は、常にグループ収益力の強化に努め、企業価値向上と、株主の皆様に対する適切な利益還元を最重要経営課題と認識し、継続的かつ安定的な利益還元を行っていくことを基本方針としております。

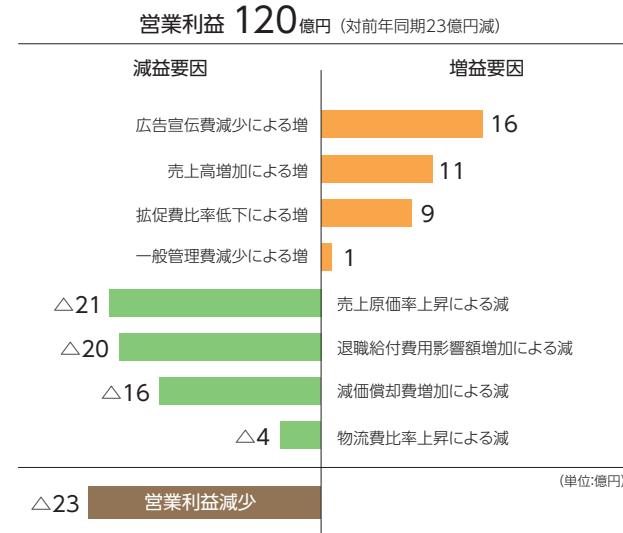
この方針に基づき、株主還元の一環として、8月23日の取締役会において自己株式取得の決議を行い、翌8月24日から9月6日の間で自己株式取得を実施し、総数50万株(取得金額14億75百万円)を取得いたしました。

また、配当政策につきましては、9月18日のカップヌードル発売40周年を記念して、1株当たり5円の「カップヌードル発売40周年記念配当」を実施し、中間配当を40円とさせていただきます。

これにより、期末予想配当35円と合わせて年間配当75円となり、連結配当性向は39.3%となる見込みです。

株主の皆様には、引き続きご支援のほどお願い申し上げます。

営業利益の減益要因(連結)

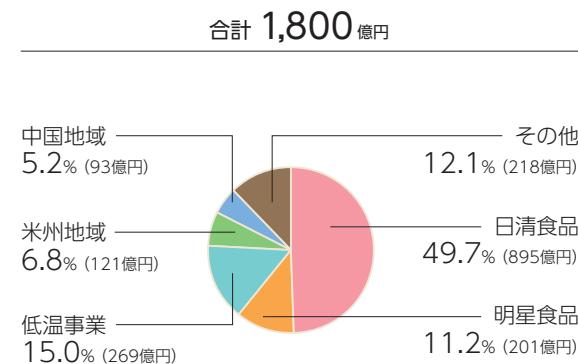


主な経営指標(連結)

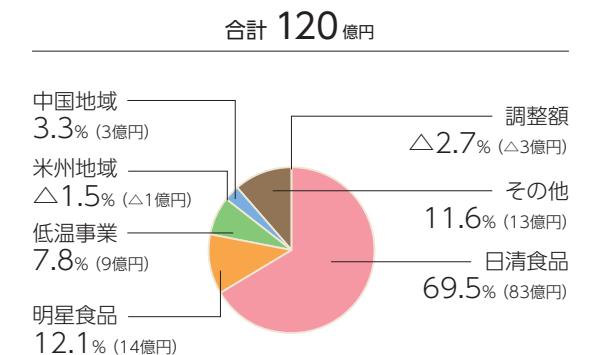
(単位:百万円)

科目	第62期 第2四半期	第63期 第2四半期	第64期 第2四半期	第64期 通期(予想)
売上高	178,513	175,831	180,034	395,000
営業利益	12,395	14,379	12,033	26,000
経常利益	15,750	15,268	13,215	28,000
四半期(当期)純利益	10,417	9,520	10,619	21,000
総資産	404,722	407,707	407,293	—
純資産	281,099	272,774	285,580	—
1株当たり四半期(当期)純利益(円)	88.78	86.03	96.05	190.61
1株当たり純資産(円)	2,374.82	2,410.45	2,535.61	—
自己資本比率(%)	67.9	65.4	68.6	—

セグメント別売上高



セグメント別営業利益



ひやくふくし
「百福士」プロジェクト
第7弾



現在は「飽食の時代」といわれ、子どもたちは食べたときに好きなものを食べられる環境にある一方で、食生活の乱れが指摘されており、食に対する正しい知識と感謝の心を育む「食育」の重要性が叫ばれています。また、共働き世帯は53.3%※となっており、子どもが一人で食事をする状況が問題になっている中で、家族と一緒に食事をする「共食」が見直されています。

そこで、日清食品グループでは、味の民芸フードサービス各店舗で、子どもたちを対象に「手作り料理教室」、「食育教室」を行う「児童、厨房に入るべし!」プロジェクト—つくって学ぶ、食のおいしさ、たのしさ、ありがたさ。—を、2011年7月より開始しました。

この活動を通し、子どもたちに調理体験、職場体験の場を提供し、手作り料理が持つ「おいしさ・たのしさ・ありがたさ」という「食」に対する関心を高めてもらうとともに、調理した料理を家族に食べてもらう機会を創出することで、「家族の絆」作りの手助けを行っていきます。

今後、実施店を順次拡大して、2013年春までに延べ500回の実施をしていきます。

※2006年データ：「平成20年度厚生労働白書」より

百福士とは？

日清食品グループでは、創業50周年を迎えた2008年から「百福士プロジェクト」を実施しています。

グループ創業者・安藤百福にちなんで、未来のためにできることを実行していく活動です。テーマは「創造」「食」「地球」「健康」「子どもたち」の5つ。創業100周年を迎える2058年までの50年間に、合計で100の社会貢献活動を行い、より豊かな地球社会全体の未来づくりに貢献していきます。



株主メモ

事業年度 毎年4月1日から翌年3月31日までの1年間

配当金受領株主確定日 期末配当金 3月31日
中間配当金 9月30日

単元株式数 100株

定時株主総会 6月中に開催

基準日 3月31日
その他必要あるときは、あらかじめ公告して定めます。

公告の方法 電子公告の方法により行います。ただし、電子公告によることができない事故その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載する方法により行います。
(公告掲載URL)
<http://www.nissinfoods-holdings.co.jp/koukoku/>

株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関
みずほ信託銀行株式会社

株主名簿管理人事務取扱場所
大阪市北区曾根崎二丁目11番16号
みずほ信託銀行株式会社
大阪支店 証券代行部

郵便物送付先及びお問合せ先
〒168-8507
東京都杉並区和泉二丁目8番4号
みずほ信託銀行株式会社 証券代行部
TEL 0120-288-324 (フリーダイヤル)

上場金融商品取引所
東京証券取引所市場第一部
大阪証券取引所市場第一部

ご案内

(1) 株式に関するお手続きについてのお問合せ先について

株式のお手続きに関するお問合せ先		
口座の種類	証券会社の一般口座	当社の特別口座利用(※)
お手続き内容		
住所変更、単元未満株式買取請求等各種手続	一般口座等開設の証券会社	特別口座の口座管理機関 みずほ信託銀行株式会社 証券代行部 TEL0120-288-324 (フリーダイヤル)
特別口座から証券会社の個人口座への振替請求	—	—

※2009年1月5日の株券電子化時に株券をお手元で保管されていた株主様の株式につきましては、当社が開設しました特別口座において管理されております。特別口座で管理されております株式を一般口座(株主様が証券会社に開設されました口座)に振替えいただくことができますので、上記のみずほ信託銀行株式会社証券代行部までお問合せください。

(2) 株主様用電子メールアドレスのご案内

当社は株主様からのご意見をお電話、お手紙のほか電子メールを利用してお寄せいただくための電子メールアドレスを設けております。当社についてお気付きの事柄がございましたら、次のメールアドレスまでご意見を寄せください。なお、お電話、お手紙でもお待ち申し上げます。

- ①株主様用電子メールアドレス
E-mail soumu@nissinfoods-holdings.co.jp
- ②ご連絡先
〒160-8524
東京都新宿区新宿六丁目28番1号
日清食品ホールディングス株式会社
総務部 株主様係
TEL (03) 3205-5111 (代表)
FAX (03) 3205-5059
E-mail soumu@nissinfoods-holdings.co.jp



会社データ・株式の概況 (2011年9月30日現在)

CORPORATE DATA/STOCK INFORMATION

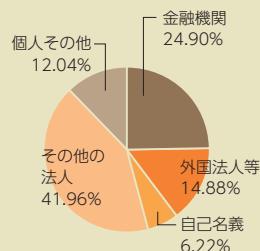
会社概要

商号	日清食品ホールディングス株式会社 (NISSIN FOODS HOLDINGS CO.,LTD.)
設立	1948年9月
資本金	25,122,718,774円
従業員数	401名(連結7,648名)
東京本社の所在地	東京都新宿区新宿六丁目28番1号
大阪本社の所在地	大阪市淀川区西中島四丁目1番1号
事業内容	グループ事業会社(国内・海外)への経営サポート等

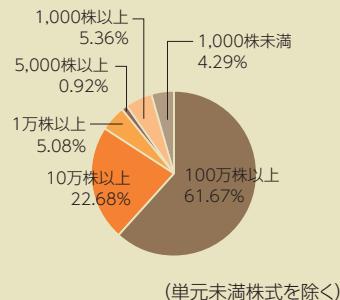
株式の状況

発行可能株式総数	500,000,000株
発行済株式総数	117,463,685株
株主数	43,637名
1単元の株式数	100株
単元株主数	41,424名

所有者別状況



所有数別状況



NISSIN 日清食品ホールディングス株式会社

東京本社 〒160-8524 東京都新宿区新宿六丁目28番1号
TEL (03) 3205-5111 (代表)

大阪本社 〒532-8524 大阪市淀川区西中島四丁目1番1号
TEL (06) 6305-7711 (代表)

ウェブサイト <http://www.nissinfoods-holdings.co.jp/>

株主様向け
アンケート

株主の皆様のお声を お聞かせください

当社では、株主の皆様のお声を聞かせいただくため、アンケートを実施いたします。お手数ではございますが、アンケートへのご協力をお願いいたします。

下記URLにアクセスいただき、
アクセスコード入力後に表示される
アンケートサイトにてご回答ください。
所要時間は5分程度です。

 <http://www.e-kabunushi.com>
アクセスコード 2897

いいかぶ

検索



空メールによりURL自動返信

1. kabu@wjim.jpへ空メールを送信してください。
(空メールとはタイトル、本文を入力せずに送信することです。)
2. アンケート回答用のURLが直ちに自動返信されます。



携帯電話からもアクセスできます

QRコード読み取り機能のついた携帯電話をお使いの方は、右のQRコードからもアクセスできます。



- アンケート実施期間は、本書がお手元に到着してから約2ヶ月間です。

ご回答いただいた方の中から
抽選で薄謝(図書カード500円)
を差し上げてさせていただきます



※本アンケートは、株式会社 a2media(エー・ツー・メディア)の提供する「e-株主リサーチ」サービスにより実施いたします。(株式会社 a2mediaについての詳細 <http://www.a2media.co.jp>) ※ご回答内容は統計資料としてのみ使用させていただきます。事前の承諾なしにこれ以外の目的に使用することはありません。

- アンケートのお問合せ
「e-株主リサーチ事務局」

TEL: (03) 5777-3900 (平日 10:00~17:30)
E-mail: info@e-kabunushi.com