

NISSIN

Sustainability Report 2021

日清食品グループ
サステナビリティ報告書
2021



一冊まるごと、
日清食品。

3分では語りきれない、食の未来とサステナビリティ



創業者 安藤 百福



チキンラーメン(発売当時)



カップヌードル(発売当時)



スペース・ラム

C O N T E N T S

2 CEO MESSAGE

新たな食文化の創造による
CSV経営の追求へ

6 おいしい完全栄養食で、
日本を未病対策先進国へ。

12 日清食品グループ環境戦略
EARTH FOOD CHALLENGE 2030

14 できることから、一つずつ。

18 おいしさはもちろん、カラダにもうれしい。

20 おいさと、安全。
笑顔と安心のために、私たちが絶対にゆずれないモノ。

22 地域とともに、社会とともに。
誰かのためにできるコト。

24 クリエイティブに、ハッピーに働くために。
一人ひとりが自分らしくいられることで彩りが生まれる。
個としてのチカラをもっと健やかに。もっと大きく。
時代の変化に対応するのではなく、変化をつくり出せ。

30 日清食品グループの概要

編集方針

本報告書では、日清食品グループが社会の一員として果たすべきCSR(企業の社会的責任)に対する考え方や活動を報告しています。詳細はウェブサイトをご覧ください
<https://www.nissin.com/jp/sustainability/>

報告対象範囲

日清食品ホールディングス、日清食品、明星食品、日清食品チルド、日清食品冷凍、日清シスコ、日清ヨーク、ぼんちを主な報告範囲としています。環境面や社会面の数値については、その都度、対象範囲を明記しています。

報告対象期間

2020年度(2020年4月1日~2021年3月31日)
ただし、上記期間以外の活動も一部報告しています。

発行

2021年11月(前回発行2020年6月)

参考ガイドライン

- 環境省発行「環境報告ガイドライン2018年版」
- GRIサステナビリティ・レポート・スタンダード
- ISO26000(社会的責任に関する手引き)

免責事項

当報告書は、発行時点での情報に基づいて作成しています。将来の社会の変化によって実際の成果や業績は変わる可能性があります。

新しい食の文化を創造し続ける
EARTH FOOD CREATORとして。

食が足りてこそ、世の中が平和になる——
そんな創業者の想いは、今も私たちの中に脈々と受け継がれています。

人々を食の楽しみや喜びで満たしたい
もっと社会に貢献したい
いつまでも地球の美しさを残したい

日清食品グループは、常に新しい食の文化を創造し続ける
"EARTH FOOD CREATOR(食文化創造集団)"として、
環境・社会課題を解決しながら持続的成長を果たします。



新たな食文化の創造による CSV経営の追求へ

目まぐるしく変わっていく社会情勢や深刻化していく環境・社会課題の中、日清食品グループは、これからの10年に向けた「中長期成長戦略」を策定しました。私たちは、新しい食文化を創造し、環境・社会課題を解決しながら持続的成長を果たすという日清食品グループ独自のCSV経営を追求し、ビジョンの実現を目指します。

日清食品ホールディングス株式会社
代表取締役社長・CEO

安藤 宏基



シェアホルダー資本主義から
ステークホルダー資本主義へ

2020年は、新型コロナウイルス感染症拡大によって社会の価値観が根底から大きく変わった1年でした。

加えて、近年は環境・社会課題への関心が高まり、企業価値に対する認識も変化してきています。そうした中、企業に求められる在り方は株主利益を最重視するかつての「シェアホルダー資本主義」から、従業員、取引先、地域社会、さらには地球環境まで、あらゆるステークホルダーとの

共生を重視する「ステークホルダー資本主義」へと変わってきました。

まさに「CSV (Creating Shared Value: 共通価値の創造) 経営」という概念が、あらゆる企業にとつての大前提になっています。

日清食品グループは、創業者・安藤百福が掲げた「食足世平(いしょくじゆせいへい)食が足りてこそ世の中が平和になる」¹⁾「食創為世(いしょくくわいせい)世の中のために食を創造する」²⁾にも表れているように、創業時からCSV経営を実践し続けてきました。しかし、時代は戦後の食糧難に見舞われていた創業時とは大

きく変わり、あらためて時代に合った日清食品グループならではのCSV経営を創出する時期にきています。

**ビジョン実現に向けた
3つの成長戦略テーマ**

「EARTH FOOD CREATOR」として、世の中のために新しい食文化を創造し続け、環境・社会課題を解決しながら持続的成長を果たす―それが、当社グループのこれからのCSV経営だと確信しています。

品グループの姿を思い描き、3つの中長期的な成長戦略テーマを掲げました。

1つ目が価値の向上を目指す「既存事業のキャッシュ創出力強化」。2つ目が価値の持続を目指す「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」。そして3つ目が、価値の飛躍を目指す「新規事業の推進」です。

この3テーマに一体的に取り組むことが「EARTH FOOD CREATOR」の体現につながっていくと考えています。

CEO MESSAGE

高付加価値市場における
トップカンパニーへ

「既存事業のキャッシュ創出力強化」で、最も成長を期待しているのが海外事業です。特に「カップヌードル」は今や世界100カ国以上で販売されるなど、グローバルブランドとして順調に成長しています。今後は「カップヌードル」のコアバリューと地域の競争優位性をさらに確立させ、さらなる成長の核とします。

また、国内についても即席麺事業に加え、低温・飲料事業、菓子事業を第二の収益の柱に育てていきます。

地球と共生する力を
強化していく

2020年4月に始動した環境戦略「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」のもと、現在、日清食品グループはさまざまな活動に取り組んでいます。

この環境戦略は、「資源有効活用へのチャレンジ」と「気候変動問題へのチャレンジ」の2つを柱としています。

特に気候変動問題は、当社グループの事業にさまざまな影響を及ぼす可能性があるため、重要な経営リスクと位置付けています。当社グループでは具体的なCO₂削減目標を掲げSBT認定を受けました。さらに「RE100」への

参画や使用電力の再生可能エネルギー化に関する目標の策定を進めています。

また、「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」*からの提言を踏まえ、気候変動の影響を想定レベルに応じた段階のシナリオに分けて、事業活動に及ぼす影響を分析し、将来を見据えた各種取り組みを推進していきます。

(P.12)

フードテックカンパニー
ならではの
「新たな食」を提案する

さらなる企業価値の飛躍を目指し、新規事業を推進し、フードサイエンスとの共創によって「未来の食」を提案していきます。

これは、まさに創業者精神の一つ「美健賢食(美しく健康な身体は賢い食生活から)」を体現するものです。長年培ってきた加工技術に基づく「フードテックカンパニー」としてさらにドライブしていくことは日清食品グループだからこそできる取り組みであり、食を通じて全ての人の健康を守る夢のある仕事とも言えます。

(P.6)

この3つの成長戦略テーマを一体的に取り組み、人々に安全でおいしい食を提供することはも

ちろん、環境・社会課題を解決する製品の開発を推進していくことが、当社グループの使命であり、企業活動を通じて「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成に貢献していくことが、持続的成長を目指す上で、ますます重要になっていくのです。

成長一歩、頂点なし

昨今は将来の予測が困難な時代になってきました。また、当社グループが価値を創出すべき領域の広がり、過去に類を見ないものとなっています。

こうした経営環境においては、創業者精神への原点回帰とともに、既存事業の深化と新規事業の探索といういわゆる「両利きの経営」を追求することが不可欠です。それを戦略化したのが、「中長期成長戦略」です。

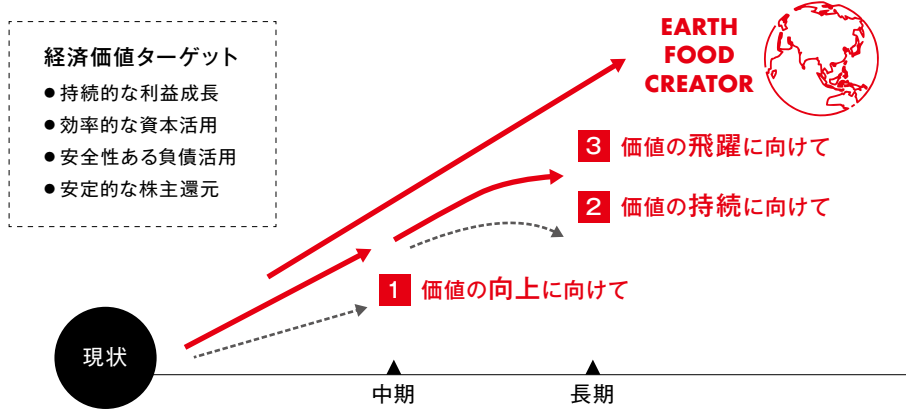
創業者は、いつも「成長一歩、頂点なし」と語っていました。我々も常に次のステージへと向かわなければなりません。

日清食品グループは「EARTH FOOD CREATOR」として、世の中のために新しい食の文化を創造し、環境・社会課題を解決しながら持続的成長を果たす企業グループへとさらに進化していきます。

* 気候関連の情報開示及び金融機関への対応をどのように行うかを検討するために、主要国の中央銀行や金融規制当局で構成される「金融安定理事会」により設置されたイニシアチブ。



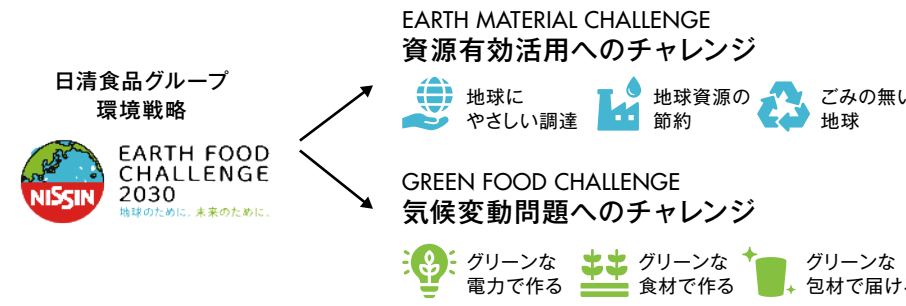
ビジョン実現へのロードマップ



| | | |
|--|---|--|
| <p>1 価値の向上に向けて</p> <p>既存事業のキャッシュ創出力強化 海外+非即席麺事業のアグレッシブな成長により利益ポートフォリオを大きくシフトさせながら持続的成長を追求</p> | <p>2 価値の持続に向けて</p> <p>EARTH FOOD CHALLENGE 2030 有限資源の有効活用と気候変動インパクト軽減へのチャレンジ</p> | <p>3 価値の飛躍に向けて</p> <p>新規事業の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ● フードサイエンスとの共創による「未来の食」 ● テクノロジーによる食と健康のソリューション企業へ |
|--|---|--|

Food Tech Innovation

地球との共生力を強化し既存事業の超長期化を図る



おいしい 完全栄養食で、 日本を未病対策 先進国へ。

おいしく食べて、健康になれる——そんな夢のような「未来の食」を創造する。日清食品グループは、最先端のフードテックを駆使し、「食」で世界を楽しく健康にする「完全栄養食」の開発に取り組んでいます。日清食品グループが目指す、食の進化とはどんなものなのか？ 開発の現状と将来のビジョンについて紹介します。

1958年、戦後の食糧難による健康悪化が深刻な社会課題となっていた中、誰でも手軽に食べられる食べ物を開発したいという思いから、創業者・安藤百福が世界初のインスタントラーメン「チキンラーメン」を発明したのが日清食品グループの始まりです。

しかし、それから世界は様変わりし、先進国では食べ物が廃棄されるほどの「食糧飽和」の時代となりました。また、食べる量が増えたことによる健康悪化から「飽食」は新たな社会課題となっています。

今こそ、もう一度「創業者精神」に立ち返り、新たな食の可能性について再考し、「未来の食」を追求する時だと感じています。

では、「未来の食」とは何か。私は2つの方向性があると考えています。1つは持続可能性を目指す「Sustainability(サステナビリティ)」です。当社グループでも培養肉など、環境負荷のより少ない食材の開発を進めています。もう1つは食を通じて人々がより良い人生を送ることを目指す「Well-being(ウェルビーイング)」です。前者が地球への負荷、地球の健康に関わる課題に焦点を当てている一方、後者は人への負荷、人の健康に関わる課題に焦点を当てています。

当社グループは「Well-being」の観点に注目し、そのファーストステップとして、「完全栄養食」の普及を推進していきます。

日清食品ホールディングス株式会社
代表取締役副社長・COO
日清食品株式会社 代表取締役社長

安藤 徳隆



過剰な摂取を抑制する効果も

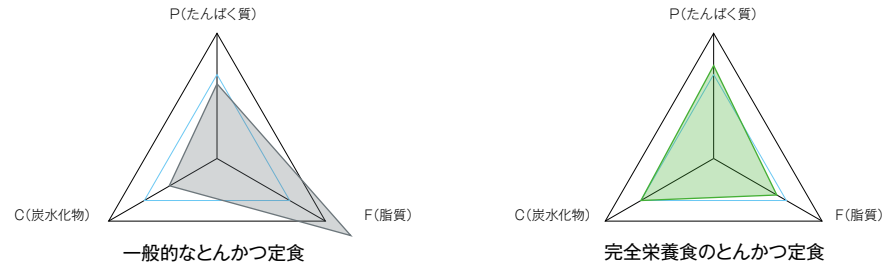
一般的なとんかつ定食*7 日清試作品



栄養バランスに必要なこと ①

たんぱく質・脂質・炭水化物(PFC)が整った食事

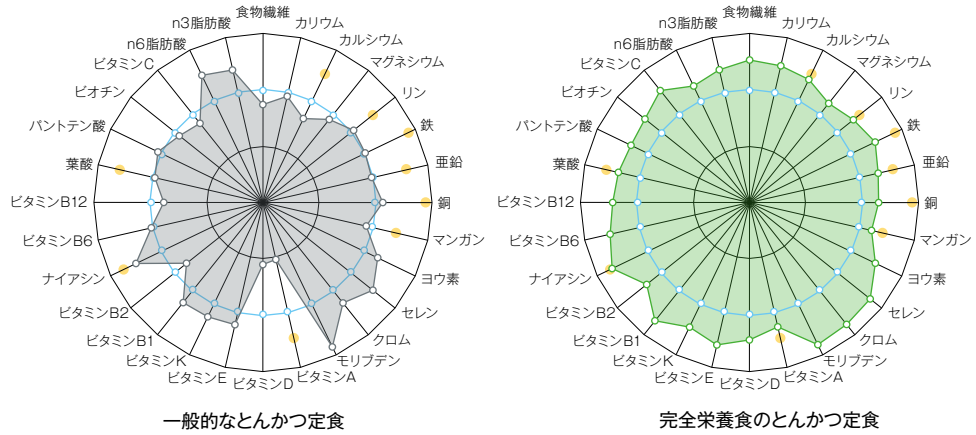
理想のPFCバランス中心割合*8 一般的なとんかつ定食*7 日清試作品



栄養バランスに必要なこと ②

日本人の食事摂取基準で設定された33種類の栄養素をバランス良く全て摂取できる食事

理想の栄養バランス*8 一般的なとんかつ定食*7 日清試作品 摂取上限がある場合、下限値100に対する比率



*7 一般品は管理栄養士監修の元、一般的なとんかつ定食について栄養計算。 *8 日本人の食事摂取基準、30~49歳男性、身体活動レベルIIの基準値を元に充足率を数値化(食塩相当量のみスマートミール基準を元に過不足を判断)。PFCバランスは基準値の中央値(P:16.5%/F:25%/C:57.5%)を100として数値化。



おいしく楽しく食べる。それが、栄養バランスの良い食生活を続けていくために、いちばん大切なこと。

飽食の時代における社会問題を解決する。現代の食生活が抱える課題の一つがオーバーカロリーによる肥満です。世界では約20億人以上が過体重または肥満により健康リスクが増大しているという事実があります。そして、肥満による経済損失が2兆USDを超えるともいわれています。一方、間違ったダイエット方法により身体に必要なカロリーや栄養素が不足した「隠れ栄養失調」の増加も深刻な問題です。私自身も年を追うごとに健康を意識し、栄養バランスや摂取カロリーなどに気を遣っています。やはり楽しくなければ「食」ではないという思いもあります。そこで、好きなものを、好きなときに、好きなだけ食べても大丈夫な世界の実現を目指し、末病改善にもつながる食の開発を目標としました。そのためのソリューションが、カロリーと栄養素を自由にコントロールできる「完全栄養食」です。

日清食品が考える「完全栄養食」とは、見た目やおいしさはそのままだに、カロリーや塩分、糖質、脂質、たんぱく質などがコントロールされ、日本人の食事摂取基準*1で設定された33種類の各種栄養素をバランス良く摂取できる食事です。自分の好きなものを楽しみながら食べているだけで、栄養バランスを完全に整えられる「私たち、そんな夢のような「完全栄養食」を目指しました。」

「おいしい完全栄養食」の開発には、これまで「完全栄養食」というコンセプトはありません。その理由は、「おいしい完全栄養食」の開発が極めて難しいからです。しかし、私たちは「おいしい完全栄養食」にこだわりました。それが楽しんで食べてもらうためには、いちばん大切なことだからです。「おいしい完全栄養食」の開発には、これまで困難とされてきた5つの課題①減塩してもおいしさを保つ②油分をカットしてもおいしさを保つ③カロリーをカットしてもおいしさを保つ④味のエグみ、苦味をマスキングする⑤調理時の栄養素流出を防止するがあり、これまで誰にも実現できていませんでした。しかし、私たちは今まで培ってきたインスタントラーメンの技術を生かすことで、これらの課題をクリアすることができました。当社グループが開発した「おいしい完全栄養食」の味は、通常の食事と比べてもどちらが「完全栄養食」なのか判別できないレベルまでできています。一方、栄養面では摂取カロリーを抑えつつ、バランス良く各種栄養素を摂取することを可能としています。

身体に変化が起こった人の割合



*1 日本人の食事摂取基準(2020年版)厚生労働省。食塩相当量はスマートミール基準を参考に設定 *2 体重:男性被験者62名中46人が体重減少 *3 体脂肪率:体脂肪率20%以上の男性被験者32名中20人が体脂肪率減少 *4 BMI(体格指数):BMI25kg/m²以上の男性被験者18名中13人がBMI減少 *5 血圧:収縮期血圧130mmHg以上かつ/または拡張期血圧80mmHg以上の被験者13名中10人が拡張期血圧低下 *6 中性脂肪:男性被験者62名中37名で中性脂肪が減少

誰もが好きなものを、好きなときに、好きなだけ食べても大丈夫な世界へ。

フードサイエンスとの共創で
未来の食を創造していく

現在開発に成功している「完全栄養食」をVer. 1.0とする。これから目指すのは、肥満がきっかけとなり、さまざまな病気の連鎖がおこる「メタボリックドミノ^{※9}」を食い止めることを可能とするVer. 2.0の開発です。さらには、分子栄養学の見地から「完全栄養食」を進化させ、個々人の体調や生活リズムに応じて栄養バランスをパーソナライズした「Ver. 3.0」を目指します。その開発については、分子栄養学の研究をリードしている慶應義塾大学と共同で進めています。

また、「おいしい完全栄養食」の事業化に向けて5つのタッチポイント①定期宅配便(D2C)②社員食堂③シニア④小売販売⑤スマートシティへ同時展開を進めます。

「完全栄養食」は、フードデザイナー問題解決の糸口になる可能性も秘めています。フードデザイナーと

は近隣にスーパーなどが存在せず、生鮮食品などが極端に入手困難な中、食事事情の悪化が栄養不足や肥満など健康問題にもつながると指摘される問題です。この問題は欧米諸国、そして日本でも見られ、多くの人々に影響のある社会問題となっております。

日清食品グループはこれまでの事業を通じて、年間数十億人に対してアクセスできるブランドを保有しています。もし海外でも販売している「カップヌードル」を「完全栄養食」化することができれば、世界のフードデザイナー問題の解決につながる可能性があるのです。つまり「完全栄養食」は「食を通じて社会や世界に貢献する」という創業者の使命を果たせる可能性を持っているのです。

これからも当社グループはその使命のもと、クリエイティブとフードテックで世界の食をリードする「FUTURE FOOD CREATOR」して一層進化し、新たな食の可能性を追求していきます。

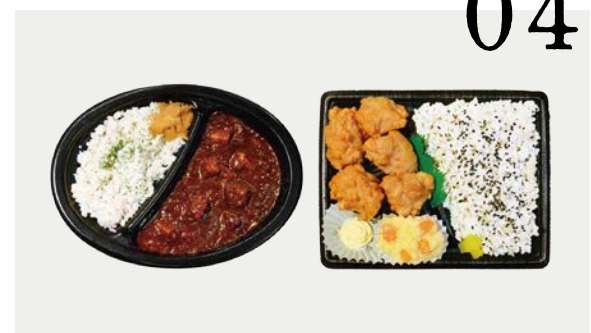
※9 メタボリックドミノ：慶應義塾大学医学部内科学 伊藤裕教授提唱。さまざまな病気の連鎖が、肥満をきっかけとしてドミノ倒しのように倒れていくという概念(日本臨床 61(10) p.1837(2003))。

日清食品のおいしい完全栄養食 5つのタッチポイント



シニア

高齢者の食に関わる課題は他世代と異なります。筋力低下などで活動量が減ると、エネルギー消費量が落ち、食欲が湧かず、低栄養の状態になる。それが続くとますます筋力が低下するという「フレイル・サイクル」をいかに防ぐかが重要です。そのためには少ない摂取量でも栄養十分な商品を開発する必要があります。



小売販売

スーパーマーケットやコンビニエンスストアといった従来の販路を活用し、いつもの場所においしい完全栄養食を届けます。パッケージフードやお弁当のほか、ミールキットのニーズもあるでしょう。今後1年以内に、豊富なメニューを展開していく計画です。



スマートシティ

おいしい完全栄養食は、スマートシティにおける食のソリューションとして期待されています。施設内クリニックやジムと連携することで、より高度な健康管理が可能になります。食・医療・運動の三位一体の取り組みにより、その街に住むだけで未病対策ができる。そんな未来を目指して新しい街づくりを進めています。



定期宅配便(D2C)

アプリを通じて簡単に注文でき、おいしい完全栄養食を継続的に摂りながら健康管理ができるサービスを構想中です。健康維持・改善のデータをアプリで可視化しつつ、食と健康の解析手法(アルゴリズム)を開発することで食のパーソナライズ化へとつなげていきます。



社員食堂

従業員の健康管理に貢献し、健康経営をサポートします。心身の不調にもかかわらず出勤することで業務遂行能力が低下する「プレゼンティズム」の減少、生産性や従業員満足度の向上効果が期待できます。まずは伊藤忠商事株式会社などの社員食堂で100人規模の実証実験を進め、今後社食の領域において1000人規模のビジネスへ拡大していきます。



日清食品グループ環境戦略 EARTH FOOD CHALLENGE 2030

日清食品グループでは、2020年4月に環境戦略「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」を策定しました。「資源有効活用へのチャレンジ」と「気候変動問題へのチャレンジ」の2つを柱に、それぞれの目標値を設定し、持続可能な社会の実現と企業価値の向上を目指した活動を進めています。



資源有効活用へのチャレンジ(EARTH MATERIAL CHALLENGE)



気候変動問題へのチャレンジ(GREEN FOOD CHALLENGE)



2030年に向けた環境目標

- CO₂排出削減率:Scope1+2^{*1,2} 18年度対比/国内外**△30%**
- CO₂排出削減率:Scope3^{*3} 18年度対比/国内外**△15%**
- 持続可能なパーム油の調達比率 **100%**
- 水使用量 IFRS売上収益100万円あたり **12.3m³/百万円**
- 廃棄物再資源化率 日本国内 **99.5%**
- 販売・流通領域における廃棄物削減 15年度対比/日本国内**△50%**

^{*1} Scope 1 :主に自社での化石燃料の使用によって排出される温室効果ガス(直接排出)
^{*2} Scope 2 :主に自社が購入した電気や蒸気の使用によって排出される温室効果ガス(間接排出)
^{*3} Scope 3 :主に自社のバリューチェーン(原料調達、輸送、廃棄など)で排出される温室効果ガス (Scope 1, 2除く)



2020年度の環境数値^{*4}

CO₂排出量(Scope1+2)^{*5}の2020年度の実績は、事業規模拡大に伴う影響により、「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」で掲げている目標の基準値に対し5.2%増加しました。国内外主要工場で再生エネルギー導入などを進めることにより、2021年度の実績は改善される見込みです。

- CO₂排出量:Scope1+2^{*5} **43.8万t-CO₂**
- CO₂排出量:Scope3^{*6} **360.1万t-CO₂**
- 廃棄物量^{*7} **89.1千t**
- 水使用量^{*7} **571.9万m³**

^{*4} 2020年度の数値は、2021年6月末時点の情報です。^{*5} 対象:国内外の製造工場、日清食品ホールディングス、明星食品研究所 ^{*6} 2019年度実績 ^{*7} 対象:国内外の製造工場

資源有効活用へのチャレンジ



日清食品グループは「EARTH MATERIAL CHALLENGE」にて、地球資源を取り巻く環境の保護と資源の有効活用に取り組んでいます。「地球にやさしい調達」では、森林破壊の防止、生物多様性の保全、および農園労働者の人権に配慮された持続可能なパーム油の調達比率を2030年度までにグループ全体で100%にすることを目標に掲げており、できる限り早期に達成できるよう取り組んでいます。また、国内即席麺事業については、2025年度までに100%を目標としています。

「100%の無い地球」では、2030年までに日本国内における製造過程の廃棄物再資源化率99.5%の

維持、販売・流通過程での廃棄物総量50%削減を目指しています。「地球資源の節約」では、グループの工場で製造工程に必要な水の使用量を削減するとともに、冷却に使用した水を工場設備の清掃に利用するなど、水の再利用に努めています。例えば、日清食品関西工場は、従来、ろ過機の洗浄回数と洗浄時間をオペレーターが決め、手動で洗浄していましたがこれをAIが判定し自動洗浄することで、水使用量の削減を実現しました。なお、水使用量については、2030年度までに売上高百万円当たり(1FRS基準)12.3m³を目標に掲げています。



気候変動問題へのチャレンジ



もう一つのチャレンジ「GREEN FOOD CHALLENGE」では、グリーンな電力や食材で作るとともに、グリーンな包材で届けることで、事業活動全般におけるCO₂排出量削減に取り組んでいます。目標の達成に向けた取り組みを加速させるため、事業活動で使用する電力の再生可能エネルギー100%調達を目指す国際イニシアチブ「RE100」に参画するとともに、再生可能エネルギーの調達拡大に関する2つの目標を新たに設定しました。1つは「2030年度までに国内外の事業活動で利用する電力の60%を再生可能エネルギーで調達すること、もう1つは「2050年度までに国内外の事業活動で利用する電力を100%

再生可能エネルギーで調達すること」です。また、「気候変動問題」に向けた取り組みとして、省エネ設備の導入、ヒートポンプの設置、熱エネルギーの再利用、一部製造工場における太陽光パネルやバイオマスボイラーの導入なども実施しています。2021年6月には、新たにほんち山形工場に太陽光パネルを導入しました。さらに、ブラジル日清イビウエナ工場とクロアチア工場では2021年1月から、日清食品静岡工場と下関工場では2021年4月から、全量を再生可能エネルギー由来の電力に切り替えています。




「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」の削減目標はSBT (Science Based Targets) イニシアチブから「パリ協定と整合し、世界の平均気温の上昇を産業革命前に比べ2℃を十分に下回る水準に抑える、科学的根拠に基づいた目標である」と認定されました。

できる
ことから、
一つずつ。

グループ全体として環境戦略「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」に基づき、環境対策を進めるだけでなく、グループ各社も目標達成につながる、課題解決へのさまざまな活動に取り組んでいます。

例えば、2021年に発売50周年を迎えたインスタントラーメンのNo.1ブランド「カップヌードル」では「地球と人の未来のために、すぐやろう。」をキャッチフレーズに、今すぐへきこと、今できることにすぐに取り組む「カップヌードル DO IT NOW!」プロジェクトを進めています。ここでは、各社の取り組み事例を紹介します。



「フタ止めシール」を廃止&「Wタブ」でフタ止め感UP

「カップヌードル」のプラスチック製「フタ止めシール」を2021年6月から廃止しています。これによってプラスチック原料の使用量を年間で33t削減することができます。これに併せて、シールがなくても止まりやすく開け口を2つに改良した新形状のフタ「Wタブ」への切り替えを開始しています。



「カップヌードル」を生産する国内全工場「RSPO認証パーム油」を使用

森林破壊の防止および生物多様性の保全などに配慮の上生産されたことが第三者によって認証されているパーム油の調達を進めるため、日清食品グループでは「RSPO(持続可能なパーム油のための円卓会議)」に加盟しています。また、「カップヌードル」を生産する国内全工場「RSPO認証パーム油」の調達を開始し、パッケージには「RSPO認証マーク」を表示しています。

「バイオマスECOカップ」への切り替え

「カップヌードル」では、2008年から再生資源である紙製の容器「ECOカップ」を使用してきましたが、2019年12月からはさらに環境負荷の低い「バイオマスECOカップ」を使用しています。このカップは、「ECOカップ」に使用している石化由来のプラスチックを植物由来のバイオマスプラスチックに一部置き換えることで、バイオマス度を81%に引き上げた容器です。また、「ECOカップ」に比べて1カップ当たりの石化由来プラスチック使用量がほぼ半減し、ライフサイクルで排出されるCO2量を約16%削減しています。2021年度中に、全ての「カップヌードル」の容器が「バイオマスECOカップ」に切り替わる予定です。



開封の時間と手間の大幅削減を実現した「3秒オープンダンボール」

「カップヌードル」の輸送用ダンボールケースを、上ぶたと側面を一体構造にし、解体作業が簡単にできる「3秒オープンダンボール」に変更しました。従来のダンボールでは、作業に1ケース当たり約15秒かかっていたのが、3段階の動作で3秒で開封できるようになりました。店頭における商品陳列作業の時間と労力を大幅削減できる点が評価され、「ワールドスターコンテスト2021」でワールドスター賞を受賞しました。また、3秒オープンダンボールの採用を機に、ケースに「FSC®認証マーク(FSC®-C153214)」の付与を始めました。



地球と人の未来のために、すぐやろう。
DO IT NOW!

「カップヌードル」を通して、おいしさだけではなく「環境」「防災」「健康」などのあらゆる課題に向き合っており、地球と人の未来のためにすべきこと、できることを今すぐに取り組んでいくプロジェクトです。
<https://www.cupnoodle.jp/doitnow/>



防災備蓄 できる製品

サブスクリプションで いつでも安心な防災備蓄セット

日清食品は、自然災害など万一のときでも、いつものおいしさを安心して食べられる防災備蓄製品として「カップヌードル ローリングストックセット」を販売しています。3日分(9食)の食料とカセットコンロ、水、ソーラーライトなどがセットになっており、サブスクリプションサービスによって3か月ごとに自動的に入れ替え用の製品をお届けします。そのため賞味期限を気にしたり買い替えたりする必要がなく、日常的に消費しながら常に一定量の食品を備蓄していただくことが可能です。



プラスチック量削減への取り組み

日清食品冷凍は、包装資材のプラスチック量削減を目指しています。自社ブランドの麺製品ほぼ全てにおいて、プラスチックトレイは使用しておらず、パスタや焼そばでは、スープを麺の上に直接充填して急速凍結することで、別添の「液体スープ」パックの廃止に取り組んでいます。



環境負荷削減への 取り組み



3年間の長期保存が可能なインスタントラーメン

日清食品は、「カップヌードル」と「チキンラーメン」の保存缶を販売しています。3年間の長期保存が可能で、防災備蓄に適しています。



社員もお得でうれしい。 自宅における再生可能エネルギーへの切り替え活動

日清食品グループは「地球」と「社員」を応援! 日清 GREEN WORK チャレンジ」を実施しています。これは、グループ社員が自宅で使用する電気を再生可能エネルギー由来の電気に切り替えることをきっかけに、社員一人ひとりの気候変動問題に対する意識を高めていく活動です。取り組みに参加した社員には、毎月の電気料金に提携企業特別割引が適用され、在宅勤務で高くなりしがちな自宅の光熱費を節約することができます。

フードロス削減への取り組み

グループ各社では、フードロス削減に向けた賞味期限の延長に取り組んでいます。日清食品と明星食品においては、2014年に製品の賞味期限を延長し、カップ麺の賞味期限を5か月から6か月に、袋麺の賞味期限を6か月から8か月に変更しました。その他、ぼんちでは「ぼんち揚」をはじめとした一部製品の賞味期限を30日間延長しました。また、日清食品チルドでは全ての生ラーメン、生冷し中華の賞味期限を20日から40日に延長しています。



水使用量削減への取り組み

日清食品チルドは、水の使用量削減を目指し、湯切りが不要の生ラーメンや流水いらずで、たれやつゆをかけるだけで食べられる冷し中華やうどんなどを販売しています。

焼却施設から生まれた「ごみ発電電力」を使用

日清食品ホールディングスは、2020年3月から東京本社の使用電力の50%以上を再生可能エネルギー由来の「ごみ発電電力」に切り替えています。食べ終わった後の油汚れなどが付いた即席麺容器はリサイクルが困難なため、一般的には可燃ごみとして焼却処理されています。そこで焼却に伴うエネルギーを活用する「ごみ発電電力」を東京本社に導入し、資源の有効活用につなげています。

CO₂ 排出量 抑制への 取り組み

植物性代替肉の活用&培養肉の開発

家畜の生産は、多量の飼料・水の使用、メタンなどの温室効果ガス排出など環境への負荷が甚大です。日清食品グループでは、大豆たんぱくを主原料とした大豆ミートなど、環境負荷の高い家畜由来の食材の代わりとなる植物性代替肉の活用を進めています。また、日清食品ホールディングスでは、東京大学と共同で、動物の個体からではなく細胞を組織培養することによって得る「培養肉」の研究に取り組んでいます。



おいしさはもちろん、カラダにもうれしい。

人生100年時代といわれる中、人々の食生活や健康への意識は高まり、「食」に求められる価値もおいしさや楽しさにとどまらなくなっています。日清食品グループでは、糖質オフや減塩、栄養補強など、さまざまなニーズに応えた製品をお届けしています。



1 糖質オフ 高たんぱく
カップヌードル PRO
高たんぱく&低糖質(日清食品)
「カップヌードル」のおいしさはそのままに、たんぱく質15g配合&糖質50%オフ※1を実現した、たんぱく質強化カップ麺です。
※1「カップヌードル」食当たりの糖質量を比較

2 減塩
評判屋シリーズ(明星食品)
魚介・畜肉・野菜といった素材のうまみを組み合わせることで、塩分25%・30%オフ※2を実現しつつも満足感のある味わいに仕上げた減塩請求ブランドです。
※2「日本食品基準成分表2015年版(七訂)」の即席中華めん(油揚げ、中華スタイル即席カップめん(油揚げ焼そば)、従来品との比較(100g当たり)

3 畜肉系原料不使用
CUP NOODLES Stir Fry
Sweet Chili(米国日清)
ベジタリアンの方にも安心して召し上がっていただける、畜肉系の原料不使用のカップ麺です。

4 減塩
日清のどん兵衛きつねうどん
ソルトオフ(日清食品)
「日清のどん兵衛きつねうどん」の味わいと食べ応えはそのままに、塩分30%オフを実現した、健康や塩分に気を配る人にぴったりな和風カップ麺です。

5 糖質オフ
明星ロカボNOODLES
野菜たっぷり(醤油(明星食品))
食物繊維を配合することで糖質を抑えた低糖質麺に、たっぷりの野菜が入った、糖質15.9g、200キロカロリー以下のカラダにうれしいカップ麺です。

9 栄養補強
ヒアルロン酸W(日清食品)
ヒアルロン酸を作らせる機能として世界で唯の特許を取得した「ヒアルロン酸」を配合した美容ドリンク。1本(60ml)の中にヒアルロン酸を従来品比で5倍以上配合し、美容にうれしいコラーゲンを5,000mg配合しています。

10 栄養補強 糖質オフ 高たんぱく
ごろっとグラノーラ
糖質60%オフチョコナッツ(日清食品)
「ごろっとグラノーラチョコナッツ」と比べて同重量で比較(糖質の量を60%オフしながら、さらにプロテイン、食物繊維、鉄分、カルシウムもしっかりとることができる。健康志向のグラノーラです。

11 栄養補強
シスコウエルネス
1日分の食物繊維(日清食品)
1食(50g)で1日に必要な食物繊維18gを摂取することができる機能系シリアルです。牛乳200mlをかけて食べることで、1日に必要な9種のビタミン、鉄分、カルシウムの1/3以上※4が摂取できます。
※3厚生労働省(日本人の食事摂取基準(2020年版))の15~64歳女性の「食物繊維」に相当
※4栄養素等表示基準値2015に占める割合

12 糖質オフ 高たんぱく
十勝のむぎグルト 糖質オフ(日清食品)
「十勝のむぎグルトブレイン」と比較して、糖質55%オフ、カロリー45%オフを実現しつつ、コップ1杯(180g)でたんぱく質が55gとれる、糖質オフで、高たんぱくなむぎグルトです。

6 中性脂肪を低減
ビルクルα(日清ヨーグ)
「ビルクル」のおいしさはそのままに、「血中の中性脂肪を下げる」「食後の血糖値の上昇を抑制」「腸内環境改善」の3つの効果が期待できる機能性表示食品です。

7 栄養補強
ひざアクティブ(日清ヨーグ)
ひざ関節の曲げ伸ばしをサポートする機能性表示食品で、2本(65ml×2)で1日分のグルコサミン1,500mgを摂取することができます。おいしく飲みやすい「ビルクル」風味です。

8 中性脂肪を低減
トリプルバリア(日清食品)
食べる前に摂取することで、食事時の脂肪、糖、塩分の便への排出を増やし、食後の中性脂肪や血糖値の上昇を抑え、高めの血圧を下げる機能がある、日本初の機能性表示食品です。

お客さまの“VOICE”は、 未来へのヒント

日清食品グループ*1に寄せられたお客さまの声は「カスタマー・コミュニケーション・センター(CCC)」が収集・分析し、経営層や関連部署にすぐに共有されています。また、これらの声はクラウド型お客さま対応システム「VOICE」に集約されており、その情報を各社・各部門が検索し製品やサービスの改善に生かしています。なお、災害発生時などにもお客さまの声を受け付けられるよう、緊急コールセンターや臨時窓口を設置できる体制にしています。

*1 日清食品、明星食品、日清食品チルド、日清食品冷凍、日清シスコ、日清ヨーク



大切なことから、 誰にとってもわかりやすく

食物アレルギーの方でも安心して商品をお選びいただけるように、日清食品グループのウェブサイトでは、製品ごとに28品目*2全てのアレルギー物質情報を掲載するとともに、アレルギー物質を「含む」「含まない」の検索もできるようにしています。また、パッケージにはイラストでわかりやすく表示しています。さらに、製品の原材料の表示欄や調理方法などの配置や文字・色を見やすくするユニバーサルデザイン(UD)の考え方を取り入れています。

*2 食品衛生法で表示義務がある特定原材料7品目、表示が推奨されている特定原材料に準ずるもの21品目の合計28品目



UDの考え方を
取り入れた
表示例

アレルギー物質
(28品目中)
乳成分 りんご

アレルゲン
物質の表示例



the WAVE

the WAVEとは、グローバルイノベーション研究センターとグローバル食品安全研究所の2つからなる、日清食品グループの技術・開発・研究の拠点です。

<https://www.nissin.com/jp/about/thewave/>



日清食品グループは、「人々の健康と安全を優先した製品およびサービスの創造開発に努める」「製品およびサービスの消費者の身体・財産を傷つけるものであつてはならず、その品質に起因する問題には、誠実・迅速に対応して解決を図る」ことを行動規範に掲げています。

当社グループの各製造工場では、日常的な品質管理に加え、独自の食品安全監査基準(NIFSOS)に基づいて定期的な内部監査を実施するとともに、そこから抽出された課題の継続的な改善に取り組んでいます。

同時に、研究所でも原材料や製品

を分析・検査する二重の管理体制をとっています。さらに研究所では原材料の搬入から加工、最終製品の生産までの各段階で品質調査を実施するとともに、異物や異味、異臭など、お客さまからのご指摘内容を科学的に検証しています。

加えて、原材料に対して農薬や動物用医薬品、重金属などの有害物質や放射性物質が含まれていないかを分析するほか、遺伝子組み換え農産物やアレルギー物質のコンタミネーションの有無、最終製品の栄養成分などを確認しています。なお、確認に当たっては分析を迅速化したり新たな有害物質を検出するた

め、分析方法や装置を独自開発しています。

工場では製品に問題が発生した場合には、工場に設置した品質管理カメラによる映像やX線の検査画像記録などから製品の製造時間を追跡し、24時間以内に原因究明できる体制を整備しています。また、工場での異物混入を防ぐため社員への衛生管理を徹底するとともに、原材料の受け入れ段階からふるいや風力、磁力などを用いた選別機、X線検査機などを導入。出荷前には、微生物検査やフライ油の酸価・過酸化物質検査、外観検査、重量検査を実施して安全確保に努めています。

おいしさと、安全。

笑顔と安心のために、
私たちが絶対に
ゆずれないモノ。

私たちが日々作り出す製品は、世界中のさまざまなお客さまのもとに届けられています。誰もが笑顔で、安心して食べられるよう、使命と責任を感じながら、日清食品グループは、安全な製品開発、厳格な食品安全基準に基づいた品質管理に日々取り組んでいます。



**百福士プロジェクト第26弾
「みんなで考えよう、プラスチックのこと！
日清“プラ育”プロジェクト」**

“プラスチック廃棄物問題”への意識を高めてもらうためのワークショップイベントを小学生以上の親子と社員を対象に開催しました。

製品を通じた支援

日清食品グループは、フードバンクなどへの製品寄贈や、世界ラーメン協会(WINA)を通じた災害時の食料支援に取り組んでいます。また、国内での自然災害発生時には、キッチンカーを被災地へ派遣し、温かいインスタントラーメンを無償で提供しています。



食育活動

日清食品は、小学生を対象に「チキンラーメンOishiiしょくいくスクール」を全国各地で開催。「チキンラーメン」の製造工程を自身で体験し、どのように作られているのかと、栄養バランスのとれた食事の大切さを学びます。



子どもたちの成長を支援

日清食品はベルマークを付けた製品を1961年から販売しています。2020年度の集票点数は、920万1,473点*でした。

*「チキンラーメン」「チキンラーメンMini」「チキンラーメンどんぶり」「出前一丁」「日清焼そば」「日清焼そば大盛り1.5倍」「日清焼そばU.F.O.」「日清王袋麺 5食パック」「日清のラーメン屋さん」が対象



「国連WFP協会」への支援

日清食品グループは、国連WFP協会の飢餓撲滅活動を支援しています。日清食品と日清食品冷凍は「国連WFPレッドカップキャンペーン」に参加し、対象製品の売上の一部を寄付しています。

地域とともに、社会とともに。

**誰かのために
できるコト。**

食を通じて社会や世界に貢献する——
おいさを届けるのはもちろん、世界中がもっと
笑顔になるためにできることはないだろうか？

社会貢献活動への取り組みに熱心だった創業者・安藤百福の志を受け継いだ「百福士プロジェクト」をはじめとした、日清食品グループだからこそできるユニークな社会貢献活動に取り組む、より豊かな未来に貢献していきます。

百福士プロジェクト

創業50周年の2008年からスタートした日清食品グループの「百福士プロジェクト」。社会貢献活動に熱心だった創業者・安藤百福の志を受け継ぎ、より豊かな未来を目指して設定した5つのテーマ「創造」「食」「地球」「健康」「子どもたち」に基づき、2058年までの50年間で100の「未来のためにできること」を実行する社会貢献活動です。その活動の内容はウォーキングと食料支援をマッチングさせたものや、働き方改革と子どもの貧困対策を結びつけるユニークなものなどさまざまです。

日清睡眠用品(スイミング)スクールを実施。正しい睡眠習慣や知識を身に付けることによって、コロナ禍における生活習慣や職場環境の急激な変化に伴うストレスを軽減し、業務の生産性アップを目指しました。

また、近年「ダイバーシティ&インクルージョン」の観点から、LGBTに対する正しい知識の習得や理解促進が社会的に求められています。そのために第28弾「知ろう、LGBTのこと。広げよう、レインボーの輪。にじいろShare」社員「プロジェクト」を実施。当社グループ社員に向けてLGBTに関する正しい知識の習得やLGBTに対する意識の向上を図りました。(P25)



一人ひとりが 自分らしくいられることで 彩りが生まれる。

年齢、国籍、障がい、性別…

社員一人ひとりの個性や価値観と向き合い、多様な社員を受け入れ、それぞれが能力を存分に発揮することで、イノベーションが生まれ、日清食品グループらしいクリエイティブでユニークなアイデアをこれからも創造していくことができる。そのために、誰もが生き生きと活躍できる、やりがいに満ちた職場作りに取り組んでいます。



広げよう、レインボーの輪

近年、企業には性的マイノリティ（以下、LGBT）を身近な存在として受け入れ、LGBT当事者が能力を発揮できる職場環境を整えることが求められています。

日清食品グループでも社員に向けてLGBTに関する正しい知識の習得や意識の向上を図るために、2020年12月に「知ろう、LGBTのこと。広げよう、レインボーの輪。」というStine（社員）

プロジェクトを実施しました。タレントのはるな愛さん、NPO法人グッドエイジング・エールズの松中権さんを迎え、LGBT当事者ならではの体験談を語るオンライントークショーを開催。さらに、LGBTに関する基礎知識や当事者に配慮した対応マニュアルなどをまとめたハンドブックを配布しました。

その他にも、LGBTへの理解促進のために、役員・社員向けのeラーニング動画教材の配信、同性パートナーや事実婚の方も対象

とした福利厚生制度の整備、トランスジェンダーの方向けのユニバーサルトイレの環境整備、相談窓口の設置など、さまざまな施策に取り組んでいます。

こうした取り組みが評価され、LGBTに関する企業や団体の取り組みを評価する「PRIDE指標2020」の最高評価である「ゴールド」を受賞しました。

日清食品グループでは、今後も社員一人ひとりが個性と能力を発揮できる環境作りに取り組んでいきます。



障がいのある社員の活躍

日清食品グループでは障がい者雇用の促進と働きやすい環境の実現に努めています。国内におけるグループ全体で72名の障がい者が就労しており、2013年に設立した特例子会社「日清食品ビジネスサポートプラス」では、36名の障がい者が就労しています。「日清食品ビジネスサポートプラス」では、日清食品グループ各社のビルメンテナンス（清掃）やオフィスサポート（名刺作成や郵便物の仕分け）などを担当しています（社員数はどちらも2021年3月時点）。



女性の活躍推進

女性リーダー候補向けの選抜研修の実施など、能力開発やキャリア形成を支援する女性社員向けの施策の充実を図っています。また、育児休業中の女性社員には、能力開発施策としてeラーニングや社外研修の受講を推奨するとともに、復職時には不安解消のために面談などのサポートを実施しています。さらにテレワーク制度やコアタイムのないフレックスタイム制度など、仕事と家庭を両立しながら継続就業しやすい環境整備にも取り組んでいます。これらの施策が評価され、厚生労働省から「プラチナくるみん」の認定を受けています。

個としてのチカラをもっと健やかに。もっと大きく。

クリエイティブでユニークな製品を生み出し続ける日清食品グループの社員たち。彼らが、心身の健康を保持・増進し、能力を最大限発揮できるようにするのはもちろん、さらなる成長ができるように、さまざまな制度やサポート体制を整えています。

社員の健康を守るために

全ての社員が、常に健康な状態を維持し、能力を最大限に発揮して業務に当たること。それが経営上の最重要課題の一つと考え、日清食品グループは、社員の健康に関するさまざまな対策を実施しています。

例えば、生活習慣病の早期発見・早期治療のため、日清食品籍*の社員を対象に法定健診の検査を上げる項目で健康診断を実施するとともに、メタボリック症候群の予備軍に当たる社員には、精密検査の受診を強く呼びかけています。

その結果、2017年度に58・7%だった再検査受診率が、2020年度は71・6%に改善しました。

また、健康・医療・介護・育児・メンタルヘルスなどの相談を受け

付ける社外サービスを導入しており、社員とその家族は、メールや電話で24時間いつでも相談することが可能です。また、日清食品ホールディングス東京本社においては、看護師による健康相談窓口を開設し、健康や医療、メンタルヘルスについて気軽に相談できる体制を整えており、2020年5月からはオンラインでの相談にも対応しました。

さらに、社員の健康課題を把握するために、仕事の生産性に影響を与える体調不良の要因を特定する「プレセンティーズム調査」を2019年から年に1回実施しており、社員のパフォーマンス状態を定量的に把握し、改善策を講じています。

* 対象者：日清食品籍の社員(日清食品ホールディングス、日清食品チルド、日清食品冷凍などへ出向している社員も含む)



バイタルデータにより「疲労・ストレス度」を可視化

「テレワークうつ 予防チーム」を発足

“withコロナ時代”の健康活動として2020年8月に「テレワークうつ 予防チーム」を発足。日清食品籍*の在宅勤務者を対象に、村田製作所製の疲労ストレス計を使用して自覚しているストレスのみならず「無自覚のストレス」も計測しました。その結果、予防策が必要と判断された約2割の社員に対して、セルフケア法と自律神経に関する書籍の配布や当社グループの産業保健看護職によるオンライン面談を実施しました。

社員の能力開発を支援

日清食品グループのビジョンである「EARTH FOOD CREATOR」の実現に向けた人材の育成に取り組んでいます。2020年度からは、社員の自律的なキャリア形成を支援し、健全な社内競争を生み出すことを目的に、企業内大学「NISSIN ACADEMY」を設立しました。全社員対象の研修や自己啓

発支援、経営者候補・各部門のリーダー候補を育成するための選抜研修を実施しています。

その他にも自己啓発を目的とした通信教育による200以上の講座およびオンライン英会話レッスン、eラーニングを提供し、受講を修了した社員には、講座受講費用の半額を補助するなど、成長を目指す社員をサポートしています。





テレワーク推進

日清食品ホールディングスは、コロナ禍以前から、テレワーク制度の日数制限をなくすなど、在宅勤務中心の働き方への移行を進めていました。さらに、在宅勤務時の業務環境整備を支援するため、希望する社員には会社指定の備品(机、椅子、パソコンモニターなど)の貸与の実施や、在宅勤務に伴い増加する光熱費の節約支援策にも取り組んでいます。また、会議は原則オンラインで実施し、役員会議や決算発表にもウェブ会議システムを活用するなど、全社的にテレワーク推進に取り組んでいます。

業界初の新製品オンライン発表会

対面での商談・会議が制限される中、日清食品グループは商談をリモートで実施するなどオンラインを活用した取り組みを進めています。2020年7月には、業界初の新製品オンライン発表会を実施。オンライン配信によって一度に多くの得意先さまに製品をアピールできるだけでなく、製品開発担当者が登場するなど、生の声を届けることができました。

外部からの評価

生産性向上のため2019年度からデジタルトランスフォーメーション(DX)への取り組みを進めています。その活動が評価され、DXに積極的に取り組む企業を選定する「デジタルトランスフォーメーション銘柄2020」に選定されました。また、2021年3月にはBCP(事業継続計画)の策定を含む大地震や洪水などの非常時にも事業活動を継続し、安定的に製品を届けるためのレジリエンスな事業構造や、災害備蓄の意識を高めるための社会貢献活動などが評価され、即席麺業界で初の「レジリエンス認証」を取得しました。



カジュアルコリジョンとは、意識的に価値観の違う人たちの意見に率先して耳を傾けることで生まれる偶然のアイデアとの出会いのこと。日清食品グループは、在宅勤務とオフィス勤務のハイブリッドワークにカジュアルコリジョンを加えて、「生産性200%」を達成する働き方変革を目指すとともに、「原点回帰によるハングリー精神を再燃させるため、2021年3月に東京本社の一部に「NISSIN GARAGE」を新設しました。

このオフィスは、人・空間・仕組みが自律的に変わり続けることを特長としています。フリーアドレスはもちろん、部署の基本位置を定期的に入れ替えることで、さまざまな部署との接点が生み出されるようになっていきます。また、ミーティングスペースには、一般的なオフィスでは見かけないエアロバイクやハンモック、個室ブースなどが設置されています。さらに、ユニークなオブジェなど、遊び心を加え社員同士のコミュニケーションが発生しやすい環境にすることで、社員を笑顔にし、より良いひらめきが生まれるようにしています。



NISSIN GARAGE

<https://www.nissin.com/jp/about/garage/>

**時代の変化に
対応するのではなく、
変化をつくり出せ。**

これは、創業者、安藤百福が残した言葉の一つです。食欲に変化を求める志は、今も私たちに受け継がれています。ニューノーマル時代における新しい働き方が求められる中、日清食品グループは、生産性を向上させるため、変化を恐れず、進化に挑戦していきます。

事業内容

即席麺事業

日清食品・明星食品

世界初のインスタントラーメン「チキンラーメン」や世界初のカップ麺「カップヌードル」、ならびに「日清のどん兵衛」「日清焼そばU.F.O.」「日清ラ王」などのブランドを擁する日清食品と、「明星 チャルメラ」「明星中華三昧」「明星 一平ちゃん夜店の焼そば」などのロングセラー製品で知られる明星食品の2社が即席麺事業を展開しています。



低温事業

日清食品チルド・日清食品冷凍

チルド食品事業を行う日清食品チルドは、ご家庭で手軽に本格的なおいしさを楽しめる「行列のできる店のラーメン」や「つけ麺の達人」などの製品を製造・販売しています。冷凍食品事業を行う日清食品冷凍は、電子レンジの簡単調理で本格的な味わいが堪能できる「冷凍 日清もちっと生パスタ」や「冷凍 日清中華」などの製品を製造・販売しています。



菓子・飲料事業

日清シスコ・日清ヨーク・ぼんち・湖池屋

「ココナッツサブレ」「チョコフレーク」などの菓子のほかに「シスコーン」「ごろっとグラノーラ」などのシリアル製品を製造する日清シスコと、「ぼんち揚」「ピーナツあげ」などの米菓で知られるぼんち、「ポテトチップスのり塩」「カラムーチョ」などのスナックを製造・販売する湖池屋が菓子事業を展開しています。飲料事業では日清ヨークが、乳製品乳酸菌飲料「ピルクル400」や「十勝のむヨーグルト」などを製造・販売しています。



海外事業

米州・中国・アジア・欧州

1970年のアメリカ進出以来、日清食品グループは、アメリカやメキシコ、ブラジルなどの米州地域をはじめ、中国地域、シンガポール、インド、タイ、インドネシアなどのアジア地域、ハンガリーやドイツなどの欧州地域に事業を拡大し、現地での生産・販売を基本にビジネスを展開しています。2016年からは、「カップヌードル」のグローバル化を推進し、各国で共通フレーバー（シーフードヌードル）の普及を図っています。

会社概要

商号 日清食品ホールディングス株式会社
 設立 1948年9月
 資本金 25,122百万円
 本社所在地 東京本社
 東京都新宿区新宿6丁目28番1号
 大阪本社
 大阪府大阪市淀川区西中島4丁目1番1号
 ウェブサイト <http://nissin.com>

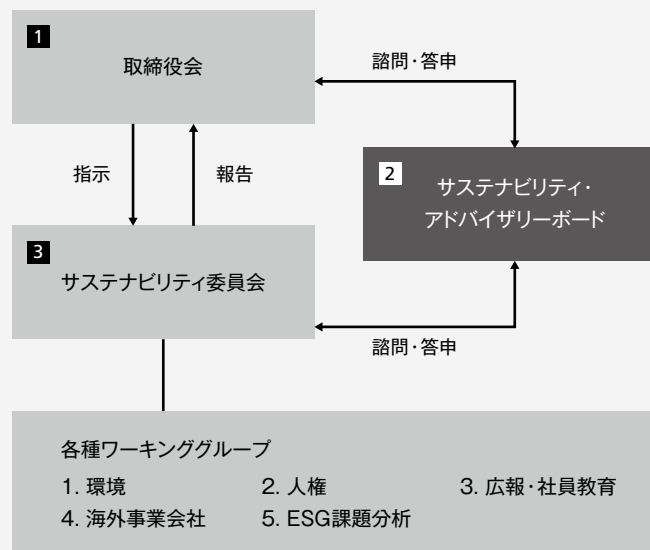
事業内容 持株会社として、グループ全体の経営戦略の策定・推進、グループ経営の監査、その他経営管理など
 1. 即席麺の製造および販売
 2. チルド食品の製造および販売
 3. 冷凍食品の製造および販売
 4. 菓子、シリアル食品の製造および販売
 5. 乳製品、清涼飲料、チルドデザートなどの製造および販売

サステナビリティ推進体制

日清食品グループは、2020年4月に代表取締役社長・CEOを委員長とする「サステナビリティ委員会」を設立し、その傘下に5つのワーキンググループを設けて各種の活動に取り組んでいます。2021年4月には、

最新のサステナビリティ動向を把握するとともに外部からの意見に、より積極的に取り組むため、取締役会の諮問機関として外部有識者3名をまじえた「サステナビリティ・アドバイザリーボード」を設置しました。

サステナビリティ推進体制



1 取締役会

各種方針に則り、当社グループのサステナビリティ推進に関してサステナビリティ委員会に指示します。また、サステナビリティ委員会から年1回以上活動報告を受け、必要に応じ方針・戦略などについて決議します。

2 サステナビリティ・アドバイザリーボード

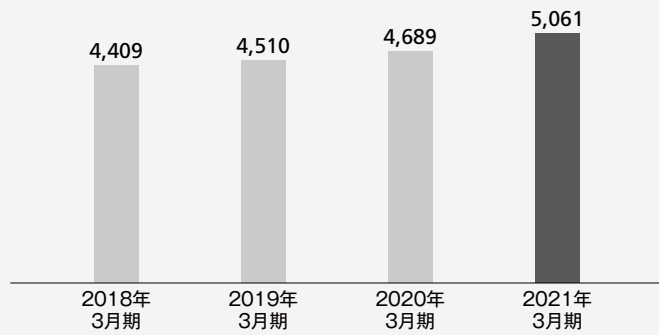
2021年8月現在、3名の外部有識者および3名の取締役員・1名の執行役員によって構成されています。取締役会に対し、諮問・答申を行う(原則年2回)とともに、サステナビリティ委員会とは2カ月に1度程度、意見交換の場を設けています。

3 サステナビリティ委員会

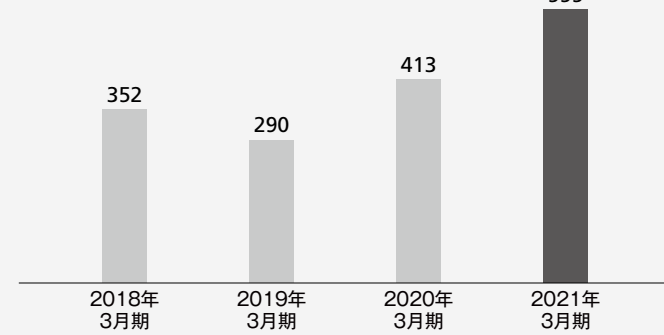
代表取締役社長・CEOを委員長とし、経営企画部、環境推進部、広報部サステナビリティ推進室が事務局を務めています。傘下に5つのワーキンググループを設置しており、各テーマに関係する部署の管理職などが参加し、具体的な活動に取り組んでいます。取締役会に対しては年1回以上、活動状況を報告しています。

データ集

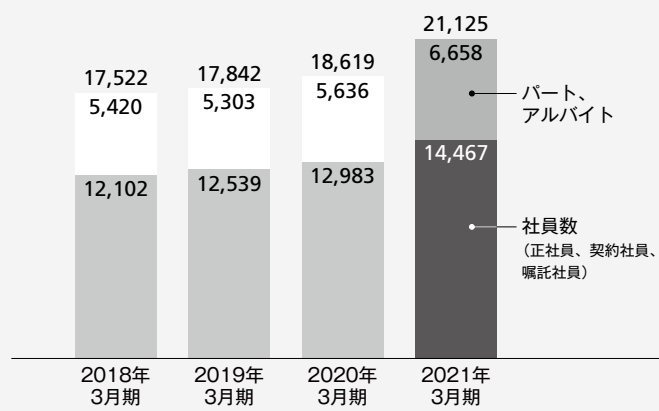
売上収益(億円)^{*3}



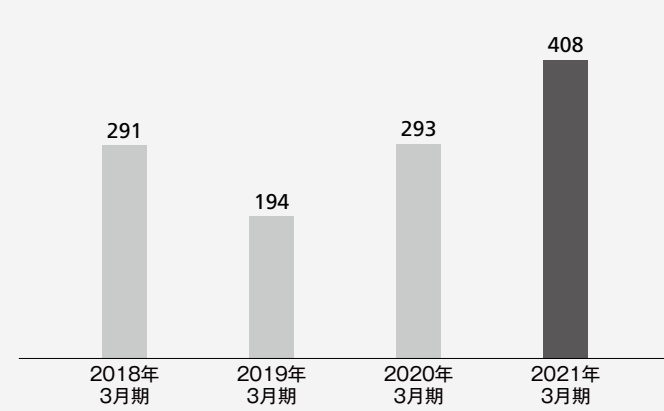
営業利益(億円)^{*3}



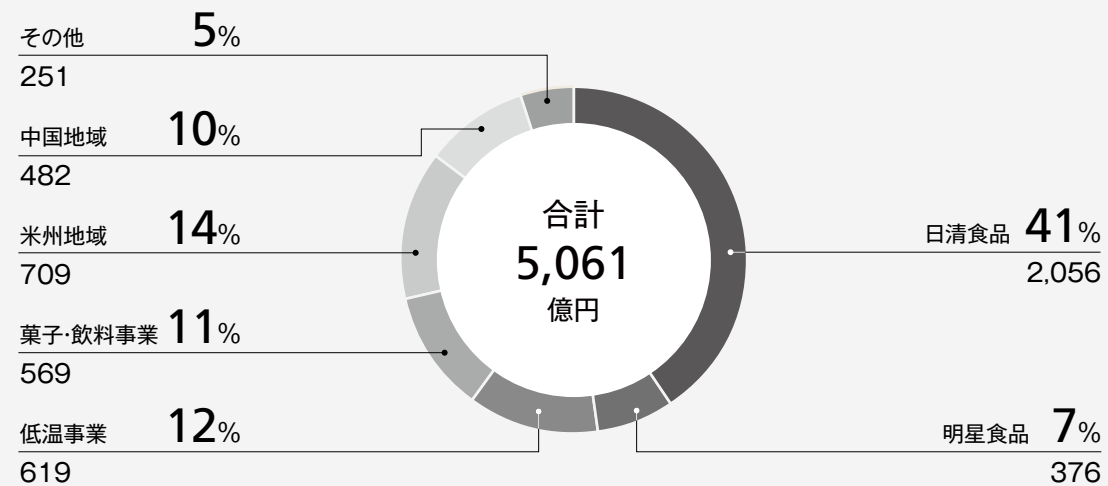
従業員数(人)



親会社の所有者に帰属する当期利益(億円)^{*3}



2021年3月期のセグメント別売上収益構成比(億円)^{*3}



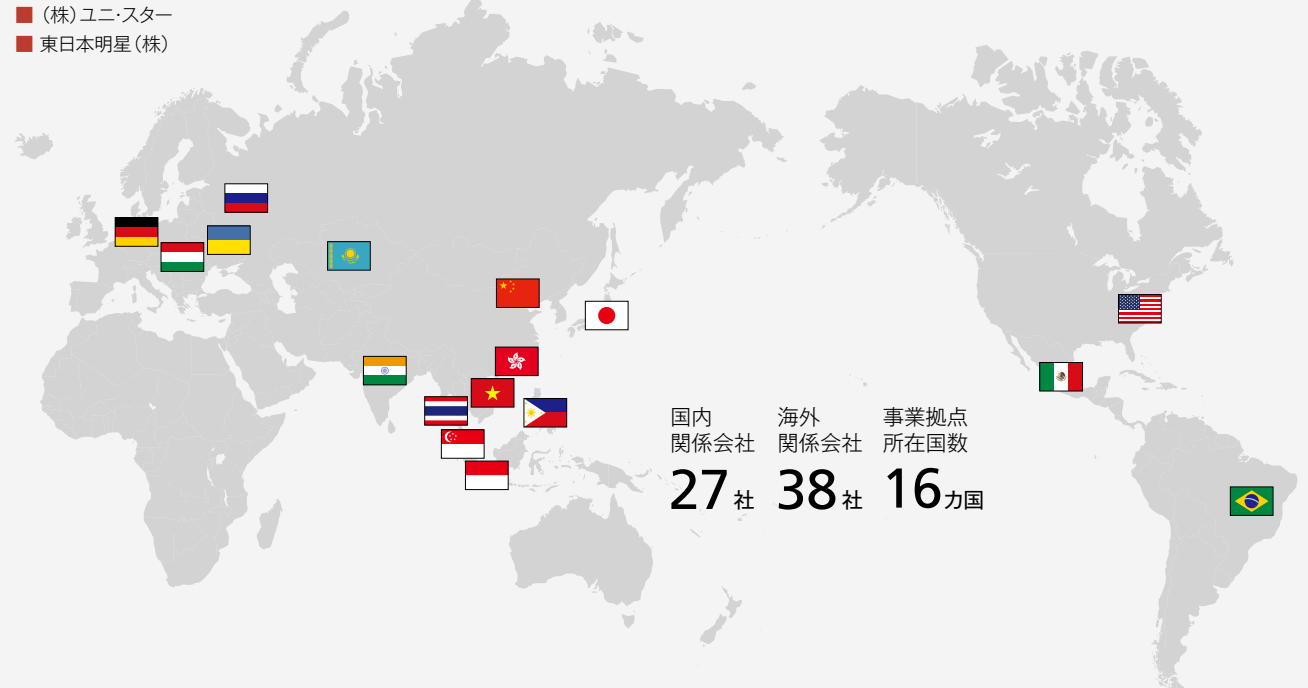
^{*3} 日清食品グループは国際会計基準(IFRS)を採用しています。また、金額は億円単位未満を四捨五入して表示しています。

グループの関係会社^{*1}

印は連結子会社 印は持分法適用会社

日本

- 日清食品(株)
- 札幌日清(株)
- 日清化成(株)
- 日清エフ・ディ食品(株)
- 香川日清食品(株)
- 日清エンタープライズ(株)
- 味日本(株)
- 明星食品(株)
- 西日本明星(株)
- (株)ユニスター
- 東日本明星(株)
- 日清食品チルド(株)
- 埼玉日清食品(株)
- 相模フレッシュ(株)
- 日清食品冷凍(株)
- 四国日清食品(株)
- 高松日清食品(株)
- 三重日清食品(株)
- (株)サークルライナーズ
- (株)ニッキーフーズ
- 日清シスコ(株)
- 日清ヨーク(株)
- ぼんち(株)
- (株)湖池屋^{*2}
- 日清食品アセットマネジメント(株)
- 宇治開発興業(株)
- 日清ネットコム(株)



国内関係会社 27社
海外関係会社 38社
事業拠点所在国数 16カ国

米州地域

- NISSIN FOODS (U.S.A.) CO., INC.
- MYOJO U.S.A., INC.
- NISSIN FOODS DE MEXICO S.A. DE C.V.
- NISSIN TECHNOLOGY ALIMENTOS DO BRASIL LTDA.
- NISSIN FOODS DO BRASIL LTDA.

欧州地域

- Nissin Foods Kft.
- Nissin Foods GmbH
- NISSIN YILDIZ GIDA SANAYI VE TICARET A.S.
- MAREVEN FOOD HOLDINGS LIMITED

中国地域

- 日清食品有限公司
- 永南食品有限公司
- 日清食品(香港)管理有限公司
- 日清食品(中国)投資有限公司
- 廣東順德日清食品有限公司
- 東莞日清包裝有限公司
- 日清湖池屋(中国・香港)有限公司
- 福建日清食品有限公司
- 珠海市金海岸永南食品有限公司
- 港永南食品(深圳)有限公司
- 浙江日清食品有限公司
- 日清食品(香港)有限公司
- MC Marketing & Sales (Hong Kong) Limited
- 可果美日清食品有限公司
- 珠海日清包裝有限公司
- 香港東峰有限公司
- 上海東峰貿易有限公司
- 野菜谷控股有限公司
- ほか1社

アジア地域

- NISSIN FOODS ASIA PTE. LTD.
- NISSIN FOODS SINGAPORE PTE. LTD.
- INDO NISSIN FOODS PRIVATE LTD.
- Nissin Foods India Ltd.
- NISSIN FOODS VIETNAM CO., LTD.
- NISSIN FOODS (THAILAND) CO., LTD.
- NISSIN FOODS ASIA CO., LTD.
- PT. NISSIN FOODS INDONESIA
- THAI PRESIDENT FOODS PUBLIC COMPANY LIMITED
- NISSIN-UNIVERSAL ROBINA CORP.

^{*1} 有価証券報告書に基づいて作成しています。

^{*2} (株)湖池屋は海外事業も展開しています。(Koikeya Vietnam Co., Ltd./KOIKEYA (THAILAND) Co., Ltd./台湾湖池屋股份有限公司)

一流の備え。



どんなときでも余裕でいたいなら「カップヌードル ローリングストックセット」。
カップ麺、カップライスだけでなく、カセットコンロも、水も、鍋もあるから、
電気、ガス、水道が止まっても、あたたかい食事に困らない。
その安心感が、ゆとりを生み出す“一流の備え”をあなたにも。



お買い求めはこちらから
store.nissin.com/jp/special/rollingstock