

# VALUE REPORT 2021



NISSIN

NISSIN  
元祖 鶏チリ  
カップヌードル

NISSIN  
カップヌードル

NISSIN



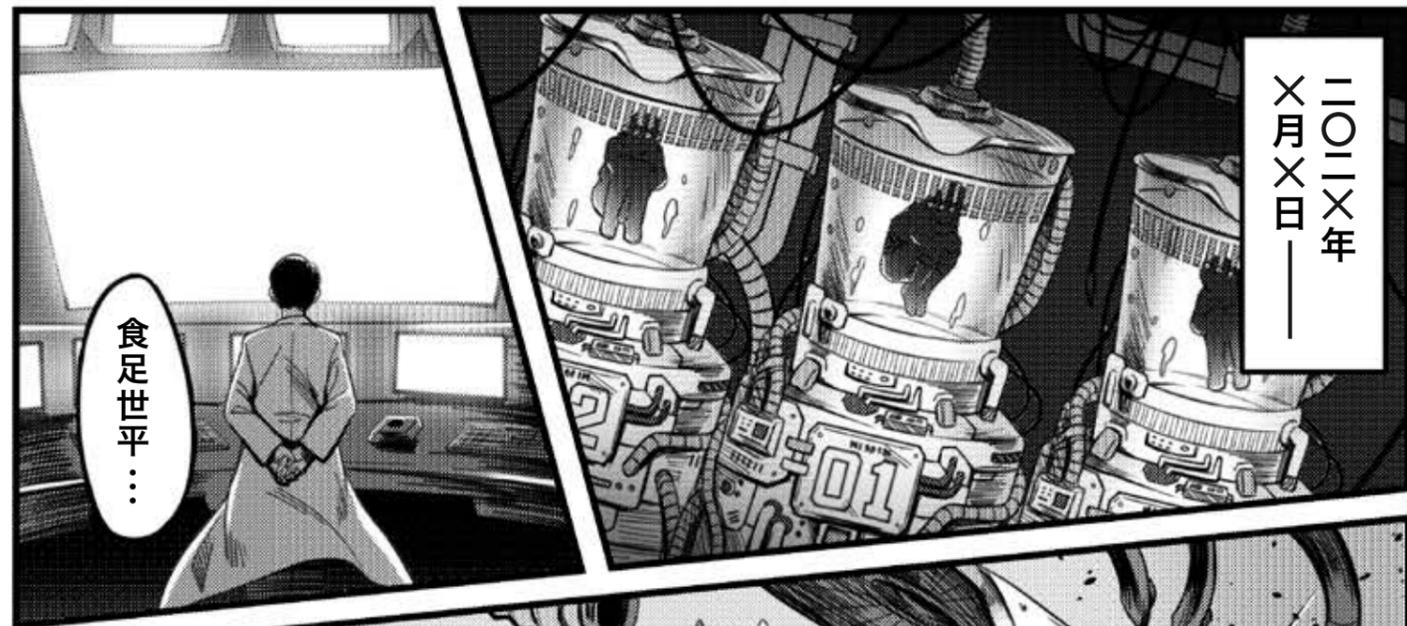
# PIONEER

先駆者であれ

日清食品グループは、1958年に世界初の即席めん「チキンラーメン」を、1971年に、世界初のカップめん「カップヌードル」を発明し、グループの礎を築きました。食の可能性を追求することで成長してきた私たちは、食文化の創造にこそ、未来があると信じています。インスピレーションを大切に、ユニークなやり方で、次の食を。目の前に広がる食の可能性は無限です。



世界初の即席めん「チキンラーメン」の発売から63年。今や即席めんは年間1,000億食以上が消費される世界食となりました。日清食品は即席めんのリーディングカンパニーとしての地位を確立しましたが、私たちに「守り」の姿勢はありません。クリエイティビティとフードテックで新たな食の創造へ。挑戦は続きます。





# SUSTAINABLE LEADER

リーダーであれ

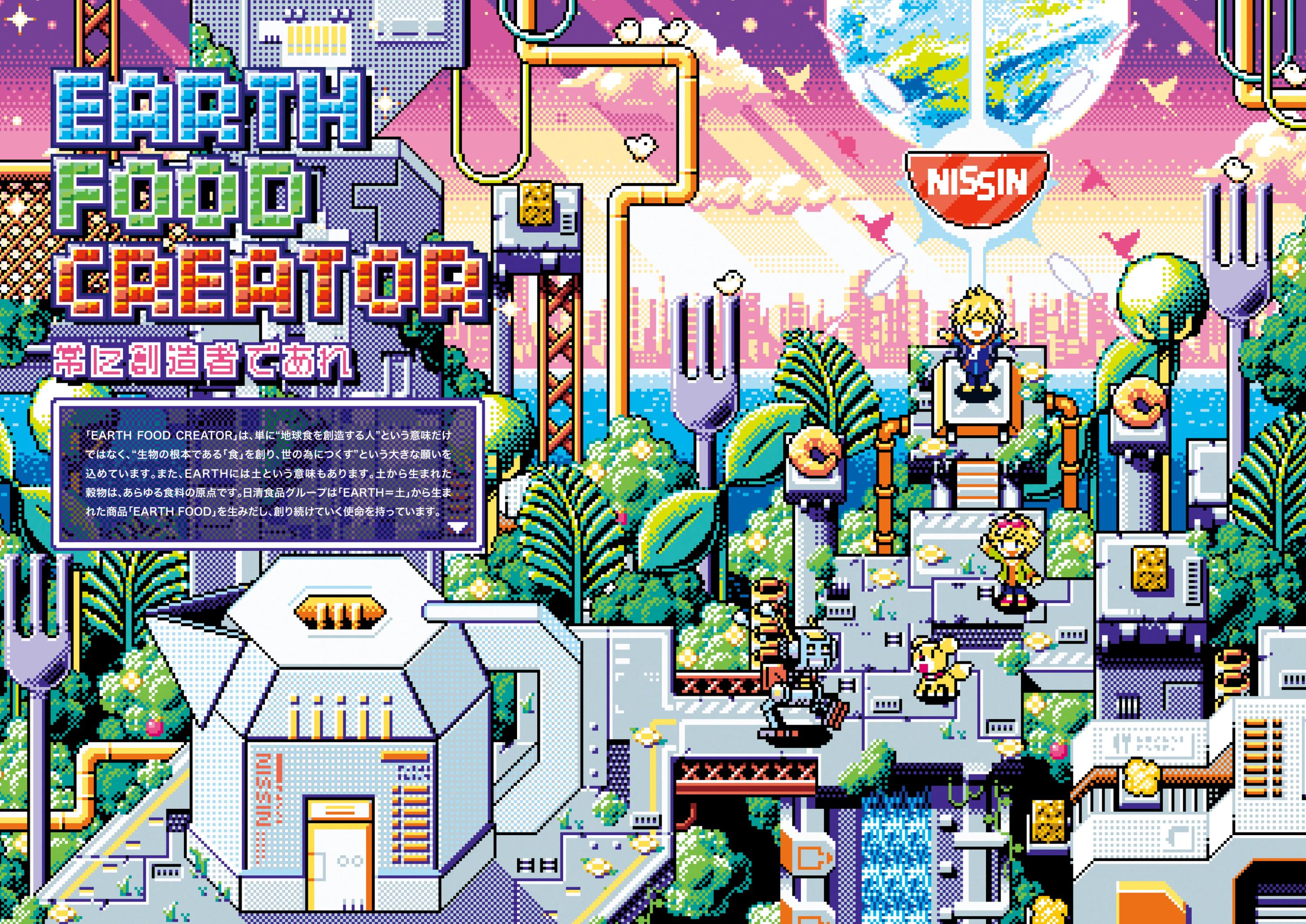
私たち日清食品グループは、さまざまな「食」の可能性を追求し、夢のあるおいさを創造しています。即席めんのパイオニア企業として、人々に安全でおいしい食を提供するのはもちろんのこと、「食」の楽しみや喜びで満たすことを通じて、環境・社会課題を解決するサステナブルな製品の開発を推進してまいります。



# EARTH FOOD CREATOR

常に創造者であれ

「EARTH FOOD CREATOR」は、単に“地球食を創造する人”という意味だけではなく、“生物の根本である「食」を創り、世の為につくす”という大きな願いを込めています。また、EARTHには土という意味もあります。土から生まれた穀物は、あらゆる食料の原点です。日清食品グループは「EARTH=土」から生まれた商品「EARTH FOOD」を生みだし、創り続けていく使命を持っています。



日清食品グループは、1958年に日本で創業した総合食品グループです。即席めんを中心に、低温食品、菓子、飲料といったさまざまな製品を国内外で製造・販売しています。

2008年に持株会社制に移行した際、創業者精神に基づき「EARTH FOOD CREATOR」というビジョンを掲げました。世の中のために食を創造することを追求し、日々CreativeでUniqueな仕事に取り組み、Globalな領域で、食を通じて世界の人々にHappyを提供し続けるという大切な4つの思考と、2021年度からスタートした新たな中長期成長戦略とともに「日清独自のCSV経営」におけるビジョン「EARTH FOOD CREATOR」の体現に向けて邁進していきます。

NISSIN VALUE REPORT 2021

## CONTENTS

SECTION



### 価値創造ストーリー

VALUE CREATION STORY

09 グループ理念・創業者精神

- 11 価値創造ストーリー
- 13 CEOメッセージ
- 17 価値創造の軌跡
- 19 日清食品グループの価値創造プロセス
- 21 強みの強化に向けて：マーケティング
- 23 強みの強化に向けて：イノベーション
- 25 グローバルな事業展開
- 27 中長期成長戦略
- 31 中長期成長戦略：新規事業
- 33 COOメッセージ

SECTION



### 価値創造を支える経営基盤

FOUNDATION FOR VALUE CREATION

- 37 価値創造を支える経営基盤
- 39 CSOメッセージ
- 41 CSOインタビュー：創業者精神(ミッション)に基づく非財務の取り組みと企業価値の関係性
- 43 CFOメッセージ
- 47 重点取り組みテーマ
- 49 環境戦略
- 53 人材戦略
- 57 社会貢献活動
- 59 コーポレート・ガバナンス
- 71 社外取締役メッセージ

SECTION



### データセクション

DATA & INFORMATION

- 73 データセクション
- 75 市場データ
- 77 11カ年財務・非財務データ
- 79 会社情報／株主情報
- 81 2020年度の主な外部評価
- 82 情報体系／編集方針

## グループ理念

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す



## 創業者精神

グループ理念の基となっているのが、創業者・安藤百福が掲げた4つの言葉。この創業者精神は、変わる事のない日清食品グループの価値観です。

### 食足世平

食が足りてこそ世の中が平和になる

食は人間の命を支える一番大切なもの。文化も芸術も、すべては食が足りてこそ語れるものであり、食のあり様が乱れると争いが起こります。食が足りて初めて、世の中が平和になるのです。私たちの事業は、人間の根源から出発しています。

### 食創為世

世の中のために食を創造する

企業にとって最も大切な創造的精神。創造とは、新しい発想と技術によって革新的な製品を生み出す力です。食を創り、世の為につくす。私たちは世の中に新しい食の文化を創造し、人々に幸せと感動を提供します。

### 美健賢食

美しく健康な身体は賢い食生活から

空腹を満たし、味覚を満足させるだけではなく、美しい体をつくり健康を維持することも、食品のもつ大切な機能です。美しく健康な体は賢い食生活から。私たちは食の機能性を追求し、賢食を提唱します。

### 食為聖職

食の仕事は聖職である

食は人々の生命の根源を支える仕事です。食の仕事に携わる者は、人々の健康と世界の平和に貢献していかなければなりません。食の仕事は聖職なのです。私たちは安全で美味しく体いい食品を世の中に提供していきます。



# 1

SECTION

## 価値創造ストーリー VALUE CREATION STORY





# Koki Ando

安藤 宏基  
代表取締役社長・CEO

## 新たな食文化の創造による CSV経営の追求へ

3つの成長戦略テーマから成る「日清食品グループ 中長期成長戦略」。  
次の10年を見据えたこの計画とともに、持続的成長を目指します。

### 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

日清食品グループにとっての2020年度は、「EARTH FOOD CREATOR」の体現に向けたマイルストーンとして「グローバルカンパニーの評価獲得」をゴールに掲げた「中期経営計画2020」の最終年度として一つの節目の年でしたが、新型コロナウイルスによるパンデミックという未曾有の危機や自然環境の変化・社会問題がより深刻化したことにより、社会における価値観や企業価値への認識が根底から変わった1年でもあったと認識しています。このような厳しい経営環境の下でありましたが、当社グループは中期経営計画の重要成果指標としての利益目標・時価総額目標の双方を達成することができました。

これは、当社グループが環境変化に強い製品を有しており、困難な状況においても適応能力がある事業構造であること、つまりレジリエンスの高さの結果であると考えています。

今日の企業経営のあり方は、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、従業員や取引先、地域社会、ひいては地球環境まで含めたあらゆるステークホルダーとの

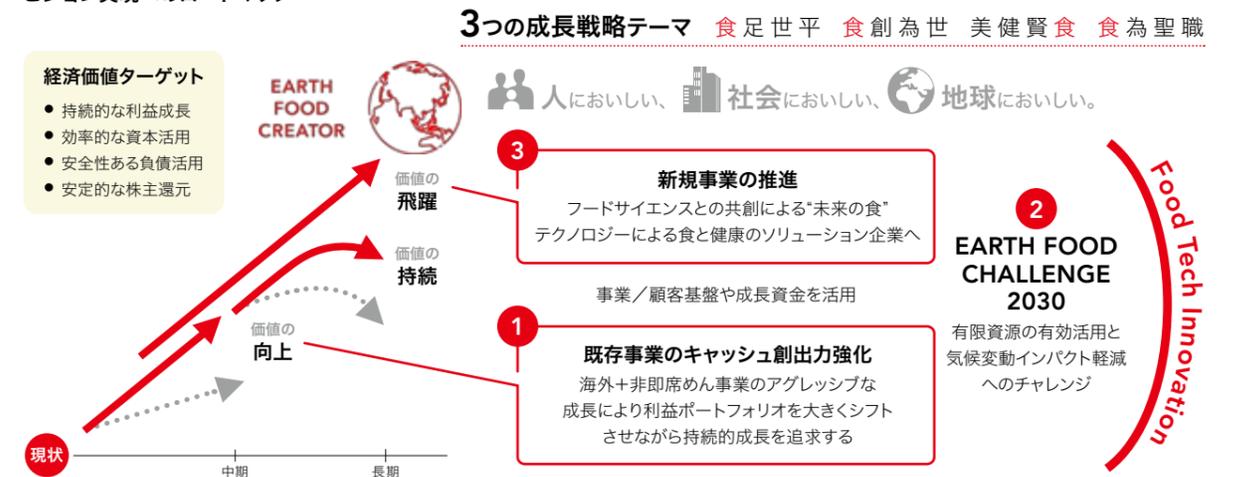
共生を重視する「ステークホルダー資本主義」へと変わり、「CSV(Creating Shared Value)経営」は、もはや一部の先進的企業のものではなく、あらゆる企業にとって事業活動を行う上での大前提になりました。

創業者精神の「食足世平(食が足りてこそ世の中が平和になる)」「食創為世(世の中のために食を創造する)」に表れているように、日清食品グループは創業時からCSV経営を実践し続けてきました。しかし、現在は戦後の食糧難に見舞われていた時代から大きく変わっています。改めて、「日清独自のCSV経営」を創出する時期がきたと考えています。「EARTH FOOD CREATOR」として、世の中のために新しい食の文化を創造し続け、環境・社会課題を解決しながら持続的成長を果たす。それこそが日清食品グループのこれからのCSV経営だと確信しています。

### 「日清食品グループ 中長期成長戦略」 とともに次のステージへ

中期経営計画2020の後継として、これからの10年を見越して

### ビジョン実現へのロードマップ



策定した「日清食品グループ 中長期成長戦略」<sup>P.27</sup>では、独自のCSV経営におけるビジョン実現に向け、3つの成長戦略テーマを掲げました。

第1の成長戦略テーマが、既存事業の価値をさらに向上していく「既存事業のキャッシュ創出力強化」です。事業の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します。第2の成長戦略テーマが、地球との共生力を高めることで事業におけるライフサイクルを超長期化し、価値を持続させていく環境戦略「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」です。これは企業活動として必須の取り組みであり、今後も積極的に取り組みます。そして第3の成長戦略テーマが、食のあり方自体を変えていく、まさに未来の食の創造によって社会課題を根源的に解決していく「新規事業の推進」であり、第2の成長戦略テーマと合わせ、「Sustainability」と「Well-being」の両立を追求していきたいと考えています。

私たちの強みであるマーケティングとイノベーション、<sup>P.22, P.23</sup>を、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で、「EARTH FOOD CREATOR」の体現を目指します。

## 成長戦略テーマ1

### 「既存事業のキャッシュ創出力強化」

第1の成長戦略テーマである「既存事業のキャッシュ創出力強化」に向けて、この10年で最も成長を期待しているのが海外事

業です。1桁台後半～2桁成長を目指し、利益構成比を現在の約30%から約45%へと拡大させていくことを見込んでいます。

「中期経営計画2020」において推進した「カップヌードル」のグローバルブランディングは順調に進展しており、「カップヌードル」は今や販売国数で世界100カ国以上、販売額ではグローバルブランドのKPIともいえるBillionaire Brand(10億ドルブランド)を超え、Double-Billion-Dollar Brand(20億ドルブランド)を狙えるステージに到達しました。グローバルブランドとなった「カップヌードル」のコアバリューと地域別の競争優位性をさらに明確化・確立し、さらなる成長の核とします。

続いて、国内の非即席めん事業の利益構成比も、1桁台後半成長によって現在の約10%から約15%へと拡大させる見込みです。事業の多角化において低温・飲料事業、菓子事業は非常に重要な位置付けであり、国内即席めん事業に次ぐ第2の収益の柱に育てていきます。国内即席めん事業は、リーディングカンパニーとして国内総需要を安定的に拡大させ、それを上回る成長軌道を描いています。成熟市場であっても、あらゆる技術やマーケティングを活用し安定的な成長を目指します。

## 成長戦略テーマ2

### 「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」<sup>P.49</sup>

「日清食品グループ 中長期成長戦略」に先駆けて2020年6月に発表した第2の成長戦略テーマ「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」は、グループの持続的な成長を環境面

から支える戦略です。地球資源を取り巻く環境の保全と資源の有効活用に挑戦する「資源有効活用へのチャレンジ」と、日清食品グループの事業活動全般におけるCO<sub>2</sub>排出量削減に挑戦する「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、原材料価格の高騰や気象災害による生産・物流拠点への被害、消費者の購買活動の変化などさまざまな影響をもたらすため、重要な経営リスクと位置付けています。また当社が掲げるCO<sub>2</sub>排出量削減目標は、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°Cを十分に下回る水準に抑える、科学的な根拠に基づいた目標であるとScience Based Targets (SBT) から認定を受けています。さらに、RE100への参画および使用電力の再生可能エネルギー化に関する目標の策定、TCFD提言を踏まえたシナリオ分析の実施など、将来を見据えた各種取り組みを推進していきます。また、これまで進めてきたパーム油の持続可能な調達に関しても、さらに取り組みを加速させるため新たな方針と中間目標を策定しました。



## 成長戦略テーマ3 「新規事業の推進」

「Sustainability」と両輪を成す「Well-being」については、成長戦略テーマ3として、後のページにて安藤徳隆COOが詳しくお話ししますが、飽食の時代において健康問題を中心とした社会課題を日清独自のアプローチで解決することを基本的なコンセプトとしています。これまで培ってきたクリエイティブティとフードテックを最大活用し、事業を通じた環境・社会課題の解決においても、引き続き先駆的な存在を目指してまいります。

「日清食品グループ 中長期成長戦略」第3の成長戦略テーマ「新規事業の推進」はCOOメッセージで解説します <sup>P.33</sup>

## 新たな食文化を生み出せる組織へ

日清食品グループは、2008年に持株会社制へ移行し、事業の再編、経営体制の刷新を行ってきました。現在、ホールディングスには総務や人事、財務、R&Dなど、機能別にプラットフォームを設けています。ここでは各CXOがそれぞれのプラットフォームの責任を負い、自分たちの専門性を活かし、各関係会社のサポートを行っています。組織がうまく機能しているこ

とも、企業の成長を後押ししている要因だと考えています。

また、事業推進の前提となるコーポレート・ガバナンス<sup>P.59</sup>の充実・強化の一環として、取締役会改革にも取り組んできました。2015年には独立社外取締役を招聘するとともに、2016年には社内取締役を6名減員して3名にしました。取締役会をスリム化することで意思決定のスピードを速め、経営の監督機能へと取締役会の重点を移すことができました。2021年6月現在、取締役8名のうち、社外取締役は5名、うち3名が独立社外取締役です。独立社外取締役を委員長とし、独立役員が過半数を占める「経営諮問委員会」を設置しています。また、経営諮問委員会が毎年取締役候補について審議することにより取締役のチェック機能を担っており、経営の透明性は高いと自負しています。

従業員に対しては、明確なビジョンを示し、目標を掲げ、その力を結集し、成長に導いていくことが重要です。「EARTH FOOD CREATOR」の体現を目指す日清食品グループの従業員は、すべてをゼロから創造・提案し続ける「クリエイトする力」を持つことが求められています。クリエイションは、原理原則からはみ出るイレギュラーなものの中から生まれてきます。そうした非連続なものを見極め、まだないものを生み出すことができるよう、彼らに活躍の場、挑戦できる場を提供してまいります。

そして、創業者・安藤百福が、人々の空腹を満たしたいとの思いから世界初の即席めん「チキンラーメン」を発明したように、「人」の原動力は「想い」です。日清食品グループでは以前より、創業者の誕生日である3月5日を「創業者記念日」と位置付け、全従業員が創業の原点に立ち返る機会を設け創業者精神の重要性を伝えていきます。グループのさらなる飛躍のため、今後も、国内はもとより海外の現地従業員にも創業者精神の一層の浸透を図っていきたくと考えています。

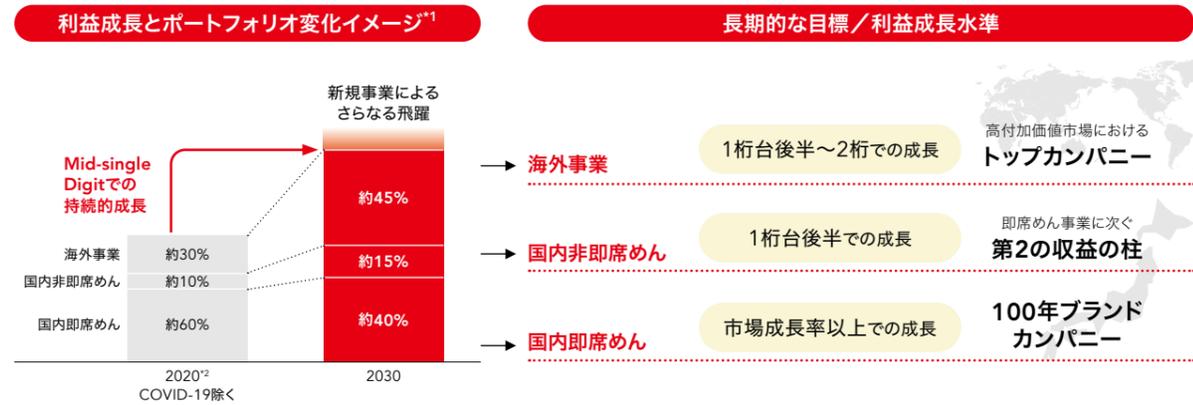
## 「成長一路、頂点なし」

日清食品グループが価値を創出すべき領域の広がりや過去に類を見ないものとなりました。こうした経営環境のもとでは、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、それを戦略化したのが「日清食品グループ 中長期成長戦略」です。

創業者はいつも「成長一路、頂点なし」と語っていました。我々は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 中長期成長戦略」を着実に遂行し、「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グループへとさらに進化してまいります。

## 日清食品グループ中長期成長戦略

海外事業+非即席めん事業のアグレッシブな成長によって、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する



\*1 非経常損益としての「その他収支」の影響や、連結時円換算為替レート影響を除いた実質的な営業利益(当社においてはNon-GAAP指標「コア営業利益」として定義。詳細後述)の成長  
 \*2 2020年度の値は、2020年度IFRS営業利益から、国内その他セグメントの損益や非経常損益としての「その他収支」、加えて2019～2020年度において大幅な利益増大要因となったCOVID-19影響を控除したおおよその値

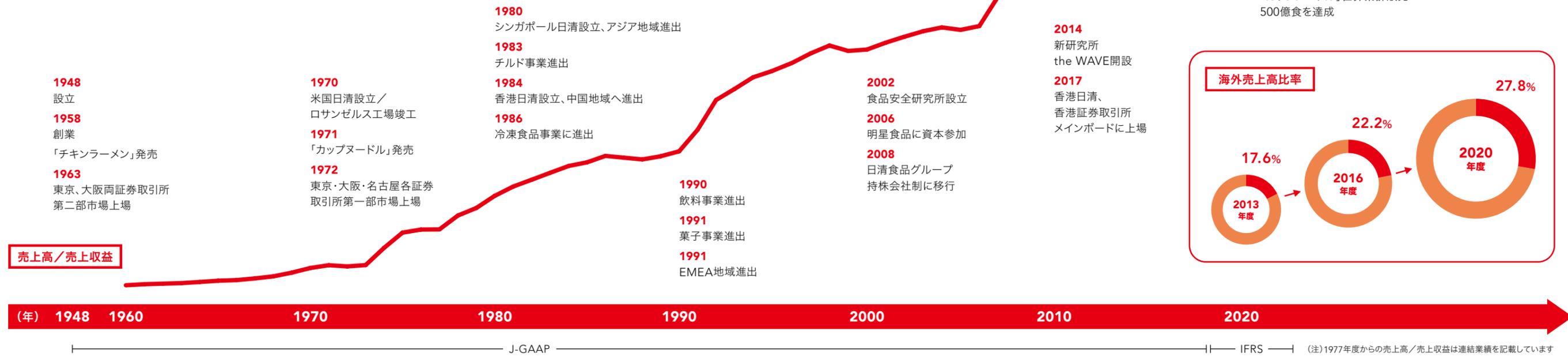
価値創造の軌跡

# HISTORY OF VALUE CREATION

## 「新しい食の文化を創造し続ける」あくなき挑戦の歴史

創業者・安藤百福が世界初の即席めん「チキンラーメン」を発明してから60余年。  
 即席めん市場は、2020年で国内6,000億円超の総需要(出荷額ベース)\*を誇る大きな市場へと成長しました。  
 日清食品グループは創業者精神を不変の理念とし、環境・社会課題の解決に貢献しながら新しい食の創造に挑み続けています。

\*参考:「日本即席食品工業協会」



### 社会的価値の創出ハイライト

**創業:1958年**  
**戦後の食糧不足をきっかけに、即席めんを発明**

戦後の食糧難でおなかをすかせた人々が街にあふれ、栄養失調のために行き倒れになる人が後を絶ちませんでした。創業者・安藤百福は、食べ物を手に入れるために並ぶ人たちを見て、改めて食の大切さを痛感、誰もが手軽に食べられる食べ物を開発したいと世界初の即席めん「チキンラーメン」を発明し、事業を開始しました。



チキンラーメン開発当時の研究小屋(再現)



発売当時のチキンラーメン

**「カップヌードル」の発明:1971年**  
**手軽さへのニーズに応える「新たな食文化」の誕生**

1971年、世界初のカップめん「カップヌードル」が誕生しました。創業者・安藤百福がアメリカを訪れた際、現地スーパーの担当者たちがめんを小さく割って紙コップに入れて食べたことをヒントに開発しました。高度経済成長期に高まった「より手軽な食」へのニーズと合致し、試食販売を行った銀座の街は、歩きながら「カップヌードル」をすすめる若者であふれました。



銀座の歩行者天国で試食販売を実施



発売当時のカップヌードル

**ECOカップの誕生:2008年**  
**地球と、みんなと、おいしさに配慮した紙カップへの切り替え**

「カップヌードル」の容器素材を紙に切り替え、パッケージにはアレルギー物質の一覧表や食塩相当量なども明示しました。「地球のために(For Ecology)」「みんなのために(For Customer)」「おいしさのために(For Originality)」という3つの大切な要素の頭文字からECOカップと名付けました。2019年からは、「バイオマスECOカップ」を採用しています。



**「未来の食」で課題解決:2021年**  
**世界のWell-being向上のために、「おいしい完全栄養食」の普及に挑む**

先進国では、食べ物が廃棄されるほど食糧飽和の時代となりました。オーバーカロリーによる健康リスクの増大は世界的な問題となる一方、必要な栄養素が不足した「隠れ栄養失調」の増加も深刻です。このような栄養の二極化を解決し、世界中のWell-beingを向上させるべく「おいしい完全栄養食」の普及のために本格始動しています。



日清食品グループの価値創造プロセス

# VALUE CREATION PROCESS

日清食品グループは、創業者精神に基づき、経営資源(資本)や強みであるマーケティング力・イノベーション力を駆使し、経済的・社会的価値を創出しています。経済的・社会的価値の創出を積み重ねることで、創業者精神の体現、SDGsへの貢献につながります。この一連のプロセスを循環させることで、グループの持続的な成長を目指す、これが当社グループの価値創造プロセスです。



強みの強化に向けて:マーケティング

# MARKETING POWER

## 目指すは「100年ブランドカンパニー」の実現

日清食品グループでは、ブランド価値の最大化をはかることで、100年経っても鮮度を維持し、お客さまから愛され、成熟市場の中でも成長し続けるブランドを育成し、「100年ブランドカンパニー」の実現を目指しています。

### 需要開発

「カップヌードルをぶっつぶせ!」というスローガンを掲げ、自社の常識を根本から覆すようなブランド戦略を生み出し、製品ブランド需要を喚起し、ブランドへの愛着とロイヤリティを形成することを使命としています。そのために、徹底的なブランド管理を行っており、1990年からは、新製品開発から管理まで全責任を負う「ブランドマネージャー制度」を採用しました。ブランド同士を社内競争させることで、より斬新なブランドプロモーションが生まれ、切磋琢磨していく企業風土が醸成されました。

このような考え方は私たちの行動規範である「日清10則」にも明文化されています。激しい市場の変化の中で生き抜いていくためにも、時代の変化に応じて内容を入れ替えています。

### 日清10則

01. ブランドオーナーシップを持つ。
02. ファーストエントリーとカテゴリーNo.1を目指す。
03. 自ら創造し、他人に潰されるくらいなら、自ら破壊せよ。
04. 外部の英知を巻き込み、事業を加速させよ。
05. 純粋化した組織は弱い。特異性を取り込み、変化できるものが生き残る。
06. 知識と経験に胡座をかくな。自己研鑽なき者に未来はない。
07. 迷ったら突き進め。間違ったらすぐ戻れ。
08. 命令で人を動かすな。説明責任を果たし、納得させよ。
09. 不可能に挑戦し、ブレイクスルーせよ。
10. 仕事を楽しむのも仕事である。それが成長を加速させる。

### ブランド浸透

当社グループは、テレビCM・SNS・店頭が密接に連動した施策展開によって高度なブランドコミュニケーションを実現しています。「若年層」へのアプローチでは、テレビCMで興味を引き、SNS上で効果的に情報を拡散してもらうことで、多くの共感を得て、製品の購入へとつながっています。また、海外でも、2019年1月、ブラジル日清が実施したNissin Lámen「謝罪キャンペーン」が、中南米エリアの35カ国を対象としたマーケティング広告賞「エフィー賞」フード部門でGOLDを受賞しました。

JAPAN

「カップヌードル」50周年を記念し、CM (WEB限定) を公開



カップヌードル「スーパー合体で世界を救え 篇」

OVERSEAS

Nissin Lámen「謝罪キャンペーン」が中南米エリアの「エフィー賞」でGOLDを受賞!



ブラジル日清による「謝罪キャンペーン」動画

### 市場開拓

家族形態や働き方、周囲とのつながり方など、私たちを取り巻く環境は大きく変化しています。新型コロナウイルス感染症の拡大でそれらはさらに加速し、これまでのような性別や年代などでセグメンテーションしたマーケティングでは消費者のニーズを正しく捉えることが難しくなっています。

そこで私たちは、消費者のインサイト\*にフォーカスし、それぞれのインサイトに適応する製品の開発・コミュニケーション・販促方法を展開する戦略をとることで、多様化・複雑化したニーズに対応してまいります。

\*顧客の行動(商品の購買・サービスの利用)に無意識的に影響を与える要因のこと



### インサイトに基づいて生まれた製品開発

#### 背景

- 単身世帯の増加、女性の雇用拡大などにより「自分だけごはん」のシーンも増加
- 自宅での調理頻度の増加

#### インサイト

SNSで発信したい!  
ストレス発散したい!  
刺激が欲しい!  
野菜も取りたい!

爆裂シリーズの誕生



強みの強化に向けて:イノベーション

# INNOVATION POWER

## 己を超えよ!「Beyond Instant Foods」

日清食品グループは、日本を代表する総合食品グループとして日々革新的な技術開発を続け、即席めんを超える新たな「食文化」の創造を使命としています。

グループ全体の  
保有特許件数

国内**397**件

海外**638**件\*

(2021年3月末時点)



健康科学研究 / 食品開発

当社グループは、おいしさと健康、環境に配慮した製品を皆さまにお届けするために、即席めんを中心とした生産技術開発および健康と栄養に関する基礎・応用研究を行っています。現在では、その成果としてグループ全体で国内397件、海外638件\*の特許を取得しています。

\*海外は権利化した国の延べ数をカウント

当社グループの代表的なイノベーション

栄養ホールドプレス製法	調理時に流出しやすい栄養素をめんを中心に閉じ込めながら、味への影響を軽減させる製めん技術
培養肉	将来的な食糧危機や地球温暖化の解決の一助と期待される「培養肉」を東京大学と共同で研究・開発中
ノンフライ麺技術	油で揚げず、熱風でめんを乾燥（脱水）させることで、生めんのような食感を生み出す技術
ソルトオフ製法	約170種類の塩から分析を重ねてたどり着いた減塩に最適な素材（塩化マグネシウム）を用いた製法
バイオマスECOカップ	植物由来のバイオマスプラスチックを用いてバイオマス度を81%に引き上げた容器
3層麺製法	めんを内層と外層からなる3層構造とすることで、独自の食感を持たせる製法
ミスト・エアードライ製法	必要最小限の植物油をめんの上にミストシャワーし、熱風乾燥することで油分をカットする製法
謎肉、ほぼイカ	豚肉や野菜、大豆タンパクなどから作られた「謎肉」、イカ風味のかまぼこである「ほぼイカ」など、環境に優しい独自素材
ストレート麺製法	従来のめんは、製造効率のためにウェーブがかっていたが、独自の製法で大量生産と真っすぐなめんの両立を実現

次世代型スマートファクトリー

2018年10月に稼働を開始した日清食品の関西工場は、最新鋭の設備を備え、IoT 技術を駆使して自動化や効率化を実現しています。これまで人の手で行っていた確認、検査、原材料容器などの移動を自動化、人が介在しない作業工程を確立することで、人為的リスクの低減を図りました。結果、不良品発生率1個/100万個以下を実現し、より安全な生産体制を確立することができました。



1/2の  
省人化を  
目指す



不良品数  
1  
100万

工場内にNASA? 食の安全性を強化

品質管理システムの心臓部と位置付けるのが、NASA (Nissin Automated Surveillance Administration) 室と呼ばれる集中監視・管理室。設備、品質管理カメラ、電気、水道、人など工場内のすべての情報を画面上で一括管理しています。

TOPICS

TOPIC  
01

the WAVE

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、技術・開発・研究の拠点です。the WAVEのミッションは、「最も進んだフードテクノロジーの波を起こし、その力強い波動を絶え間なく世界中に発信していく」ことです。食品メーカーとしてのFOOD SAFETY=「食の安全」と、INNOVATION=「技術革新」を世界に向けて発信しています。

the WAVE

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



新しいフードテクノロジーの波を起こすthe WAVE

TOPIC  
02



世界初! サイコロステーキ状の立体筋組織の作製に成功

研究室から「培養ステーキ肉」をつくる

世界的な人口増加や新興国の経済成長により、将来的に食肉の供給が不足する可能性が危惧されています。食肉不足を解決するサステナブルな食材として注目されているのが「培養肉」です。私たちは、「代替肉」の中で最も高い技術を要する「培養ステーキ肉」の実用化を目指して、東京大学と共同で研究を進めています。2019年には、世界で初めてサイコロステーキ状の大型立体筋組織を作ることに成功。肉本来の食感を持つ「培養ステーキ肉」実用化への大きな第一歩を踏み出しました。

研究室からステーキ肉をつくる。

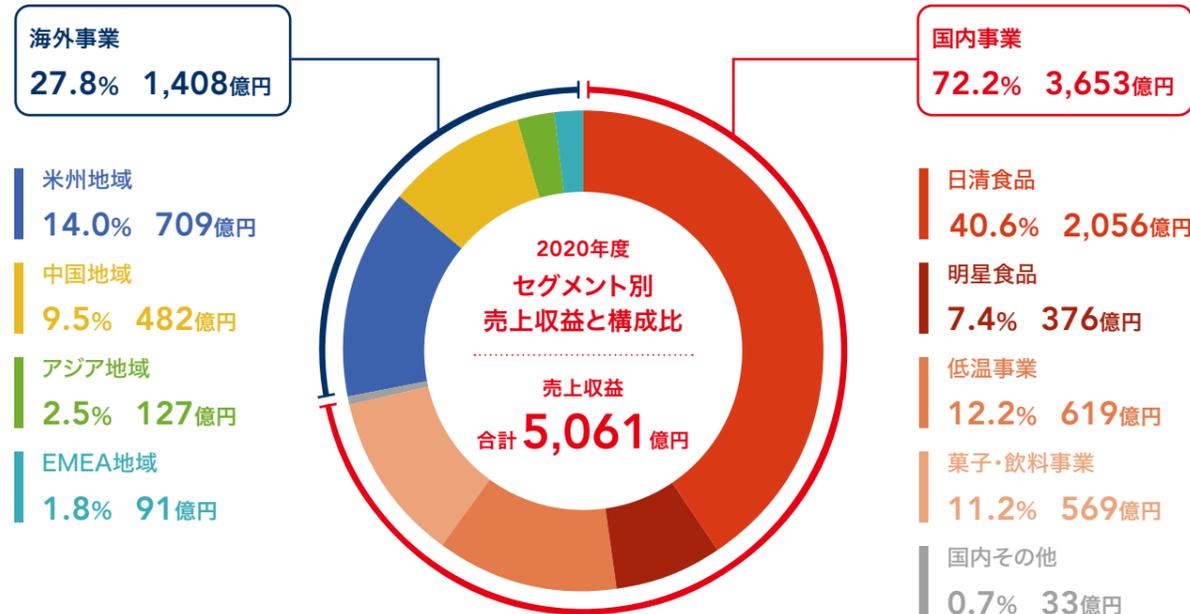
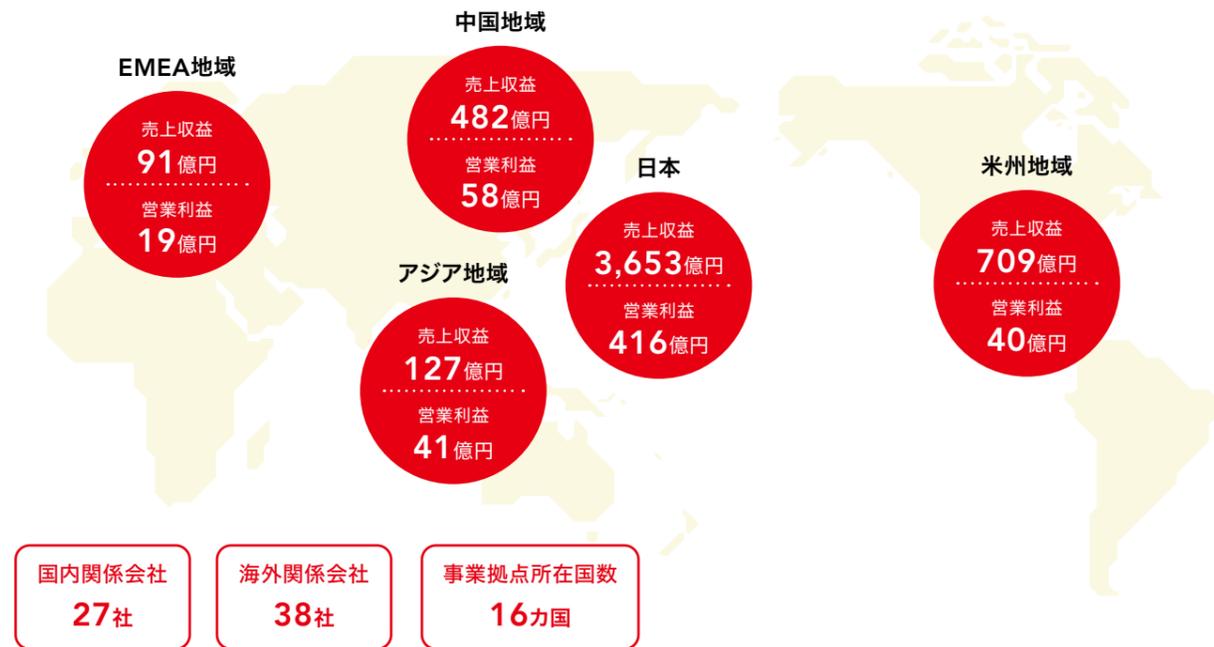
<https://www.nissin.com/jp/sustainability/feature/cultured-meat/index.html>

グローバルな事業展開

# BUSINESS OVERVIEW

## 人や地球に「食」の楽しみや喜びを

私たちは、国内だけではなく、海外事業の高付加価値市場におけるトップカンパニーへの躍進を進めています。各地域におけるブランド戦略を展開することで成長を続け、世界中を「食」の楽しみや喜びで満たすトップカンパニーを目指します。



## 事業概要

### 即席めん事業

#### 日清食品・明星食品

世界初の即席めん「チキンラーメン」や世界初のカップめん「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社が即席めん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、本格的な味を追求した「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、手軽においしさを堪能できる「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・ぼんち・湖池屋・日清ヨーク

「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」などのシリアルを製造する日清シスコ、「ぼんち揚」「ピーナツあげ」などの米菓で知られるぼんちが菓子事業を展開しています。また、2020年12月より湖池屋を連結子会社化しています。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\*1」や「十勝のむヨーグルト\*2」などを製造・販売しています。



### 海外事業

#### 米州・中国・アジア・EMEA

1970年の米国進出以来、日清食品グループは、米国やメキシコ、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、ドイツやハンガリー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、各国での普及を図っています。



\*1 特定保健用食品 \*2 機能性表示食品

# MID- TO LONG-TERM GROWTH STRATEGY

## 日清食品グループ 中長期成長戦略

2021年度から始まる新経営計画「中長期成長戦略」では、「新たな食文化の創造による“日清独自のCSV経営”の追求」を目指します。

### 外部環境の変化: これからの経営に求められること

劇的に変化し続ける経営環境のもと、コーポレートレジリエンスとディスラプティブイノベーションの双方によって支えられた日清食品グループ独自のCSV経営を追求し、激変し続ける外部環境に適応するために連続的な変革を遂げていくことが不可欠であると認識しています。



### 日清食品グループのCSV経営

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す

### CSV経営における中長期成長ストーリー

ビジョンの実現と持続的成長に向け、3つの成長戦略テーマに取り組みます。

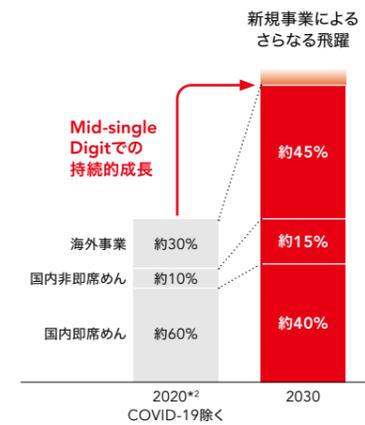


### 中長期成長戦略2030

海外事業+非即席めん事業のアグレッシブな成長によって、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していきます。ポイントは、①既存事業全体の利益をMid-single Digit、1桁台半ばで持続的に成長させていくこと、

②「海外」および低温・菓子・飲料からなる「非即席めん」の成長をさらにドライブさせ、現在6:4となっている、国内即席めんとそれ以外の構成比を逆転させていくこと、③それに新規事業によって長期的な収益をさらに積み重ねていくこと、の3つです。

利益成長とポートフォリオ変化イメージ\*1



長期的な目標/利益成長水準と戦略の方向性

海外事業	高付加価値市場におけるトップカンパニー 1桁台後半~2桁成長	カップヌードルのGlobal Brandingの深化: “若者(Z世代以降)”に向けたコアバリューと、エリア別の競争優位性をさらに明確化・確立 市場・競争環境/自社競争力に応じたオペレーション戦略へと展開し、確固たるグループの利益成長ドライバーへとブラッシュアップ
国内非即席めん	即席めん事業に次ぐ第2の収益の柱 1桁台後半成長	需要・供給両面からグループシナジーを徹底追求することにより、付加価値フォーカスでの各事業の成長/収益性向上をレバレッジしていく
国内即席めん	100年ブランドカンパニー 市場成長率以上の成長	成熟市場にあっても着実な増収増益を重ね中長期的に成長し続けるべく、需要開発・ブランド浸透・市場開拓・供給力強化への取り組みをさらに深化



### 既存事業のキャッシュ創出力強化

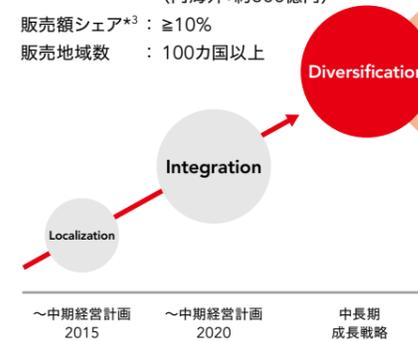
#### 海外事業の成長ドライバー: Global Brandingの深化

グローバルブランドと呼べるステージに到達した「CUP NOODLES」のコアバリューとエリア別の競争優位性をさらに明確化・確立し、さらなる成長のドライブコアとします。

#### Global Brandingの軌跡

Billionaire Brandを超え、**Double-Billion-Dollar Brand**を狙えるステージに

小売販売額\*3 : 約2,000億円 (内海外: 約800億円)  
販売額シェア\*3 : ≥10%  
販売地域数 : 100カ国以上



#### これからの成長の方向性

市場: WesternトレンドからAsianトレンドへ  
競合: 欧州ブランドのローカルフード製品

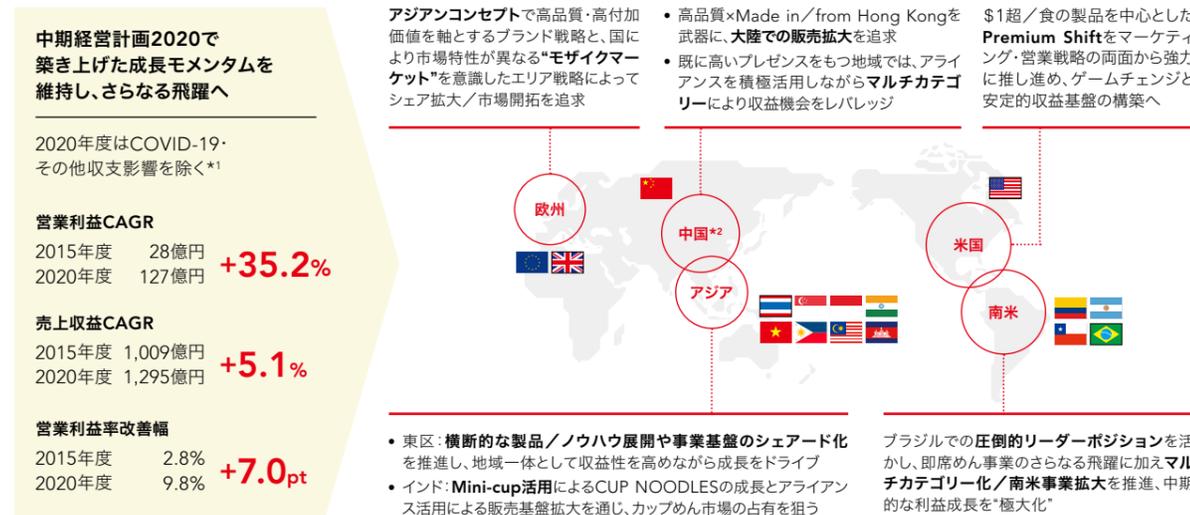
市場: 成熟しブランドが同質/低価格化傾向  
競合: 少数のプレイヤーによる寡占状況



\*1 非経常損益としての「その他収支」の影響や、連結時円換算為替レート影響を除いた実質的な営業利益(日清食品ホールディングスではNon-GAAP指標「コア営業利益」として定義)の成長  
\*2 2020年度の値は、2020年度IFRS営業利益から、国内その他セグメントの損益や非経常損益としての「その他収支」、加えて2019~2020年度において大幅な利益増大要因となったCOVID-19影響を控除したおおよその値  
\*3 日清食品ホールディングス調べ

海外事業 利益成長水準 1桁後半～2桁 高付加価値市場におけるトップカンパニーへ

ブランド戦略を各市場／事業のステージに応じたオペレーション戦略へと展開し、M&Aも活用しながらさらなる高成長を目指します。



国内非即席めん事業 利益成長水準 1桁後半 第2の収益の柱へ

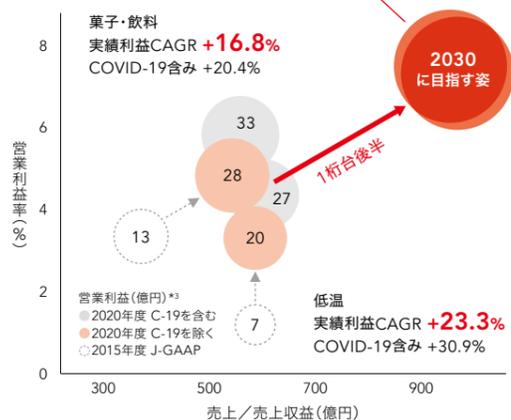
国内非即席めん事業については、需要・供給両面からグループシナジーを徹底追求することにより、付加価値フォーカスでの各事業の成長／収益性向上をレバレッジしていきます。

こちらは、セグメントでいう「低温事業、菓子・飲料事業」を指すものです。ポートフォリオシフトへの強い意志を込める意味で「非即席めん」として表現しています。まだ利益の面からは全体

でもおおよそ50億円程度の規模ですが、それぞれのNo.1領域を磨き続けることで着実に利益を増大させ続け、過去5年ではそれぞれCOVID-19除きでも約20%の成長率となっています。これらの利益を10年後には120億円超、構成比約15%の柱に育て上げるのが戦略目標です。

収益性を高めながら第2の収益の柱に向けて着実に前進中

今後の国内収益の成長ドライバーに



シナジーの追求	ブランド	多様化する食ニーズに対し、顧客層や喫食機会面での広いカバレッジをもって価値提供を実現(朝食・昼食・夕食・間食・Plus1/若者から高齢者まで)
	R&D	即席めん事業で培ったフードテックを横展開。機能価値面での強固な競争優位性へ
	サプライチェーン基盤	全体最適: 資材共同購買に留まらず、生産基盤から営業まで含めた共通化も視野に 現在中国を中心に手掛ける海外展開もさらに加速
	菓子事業*4	スナック・シリアルはエッジの利いた新製品/新カテゴリーを機動的に絶え間なく展開することで、収益性を伴う規模の拡大を追求 米菓は地域的拡大によるホワイトスペースの獲得へ
それぞれの成長	低温/飲料事業*4	引き続き高い市場性が見込める冷凍事業・乳酸菌飲料を中核に 強化された生産キャパシティをもとにNo.1領域を牽引するとともにユーザー層を拡大

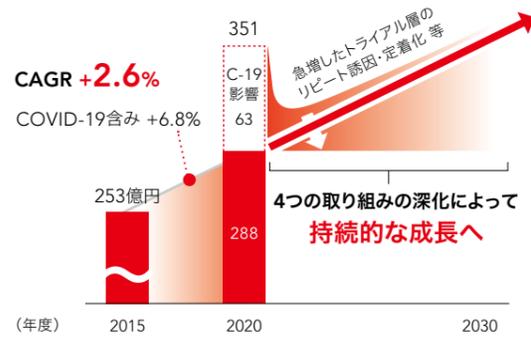
\*1 2015年度はJ-GAAP  
\*2 中国地域の戦略、それに基づく各種目標ならびに業績予想数値は、日清食品ホールディングスが独自に設定したものです  
\*3 2020年度以降の営業利益については、IFRS営業利益から非経常損益としての「その他収支」を控除した金額を記載  
\*4 湖池屋の連結子会社化に伴い、菓子事業としてのシナジーをより強く意識、徹底していく趣旨から、2021年度通期連結業績予想分より菓子事業セグメントを独立。これに伴って飲料事業は低温事業セグメントへと編入し、低温・飲料セグメントとして今後管理/業績説明を実施する

国内即席めん事業 利益成長水準 市場成長率以上 100年ブランドカンパニーへ

日清食品・明星食品からなる「国内即席めん事業」については、成熟市場にあっても着実な増収増益を重ね中長期的に成長し続けるために、需要開発・ブランド浸透・市場開拓・供給力強化への取り組みをさらに深化させていきます。過去5年間に

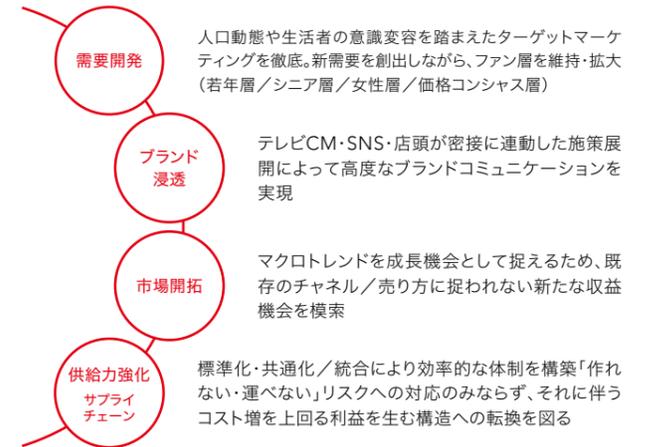
おいても、工場投資に伴う償却負担や各種コスト高騰はありながらも実質ベースで2%強の成長を続けています。これを支えている取り組みを深化させることによって持続的な成長を目指します。

営業利益推移\*



人口減やコスト高騰、サステナビリティ強化に向けた工場投資/償却負担増はありながらも、中期的には確実に利益を成長させ続けてきた

持続的成長に向けた取り組み



\*2020年度以降の営業利益については、IFRS営業利益から非経常損益としての「その他収支」を控除した金額を記載

成長戦略テーマ 02

EARTH FOOD CHALLENGE 2030

地球との共生力を最大化することで既存事業のライフサイクルの超長期化を図ると同時に、競争力の源泉の一つであるフードテックを大きくステージアップさせることを目指します。



2030年に向けた環境価値目標

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	12.3m <sup>3</sup>
流通廃棄物削減率 2015年度対比/日本国内	△50%
CO <sub>2</sub> 排出削減: スコープ1+2 2018年度対比	△30%
CO <sub>2</sub> 排出削減: スコープ3 2018年度対比	△15%

成長戦略  
テーマ  
**03**

**新規事業の推進**

**新規事業を推進する背景とビジョン**

現代は豊かな食生活が実現した一方、飽食によるオーバーカロリーや偏食による栄養失調など新たな健康問題があります。日清食品グループは食の価値向上を通じて、「肥満」という社会課題の解決に挑戦します。

**Mission** 日清食品が新規事業を通じて世界で、社会で実現したいこと

1. “日本を、未病対策先進国へ”
2. 世界のフードデザート問題を解決する

**Vision** ミッションを実現するために日清食品として実現したい、実現すべき状態

FUTURE FOOD CREATOR  
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

**Value** 日清食品が新規事業を通じて大切にしている価値観や行動指針

1. おいさと栄養の完全なバランスがとれた食事を通じて、未病抑制や健康寿命の延伸など、人々の健康向上と社会的課題の解決に貢献する
2. 食やデジタル領域の先端技術と食の価値の融合により、世の中になかったユニークで新しい未来の食を創り、世界の食をリードする



**フードデザート問題**

近隣にスーパーなどが存在せず、自家用車や公共交通機関が利用できない人々が集住し、生鮮食料品へのアクセスが極端に悪い地域が該当する。食事情の悪化が、栄養不足や肥満などの健康問題にもつながることが指摘されている。欧米諸国で社会問題として顕在化し、研究や政策が進められている。

**「日清食品のおいしい完全栄養食」の展開に向けて**

おいさと栄養のバランスがとれた「完全栄養食」をいつでも、どこでも手にとっていただけるよう、努めます。さらに、健康データとの連携など、消費者の生活を通じて健康に寄り添うサービスの構築に努めます。

**定期宅配便 (D2C)**

アプリで手間なく、おいしい食事と健康管理

**社員食堂**

おいしく健康的な弁当の宅配や素材提供による健康経営への貢献

**シニア**

おいしく、少ない摂取量でも栄養が効率的にとれ健康寿命を延ばす

**小売販売**

いつものスーパーやコンビニに、おいしい弁当などをお届け

**スマートシティ**

街中でのおいしく健康的な食事と医療・運動データの連携

**新規事業と既存事業のシナジーによる価値の拡大**

グローバルブランドのカップヌードルなどとのシナジーで、商品価値向上と社会課題解消に貢献します。

**「日清食品のおいしい完全栄養食」**  
おいさと栄養の完全バランス

×

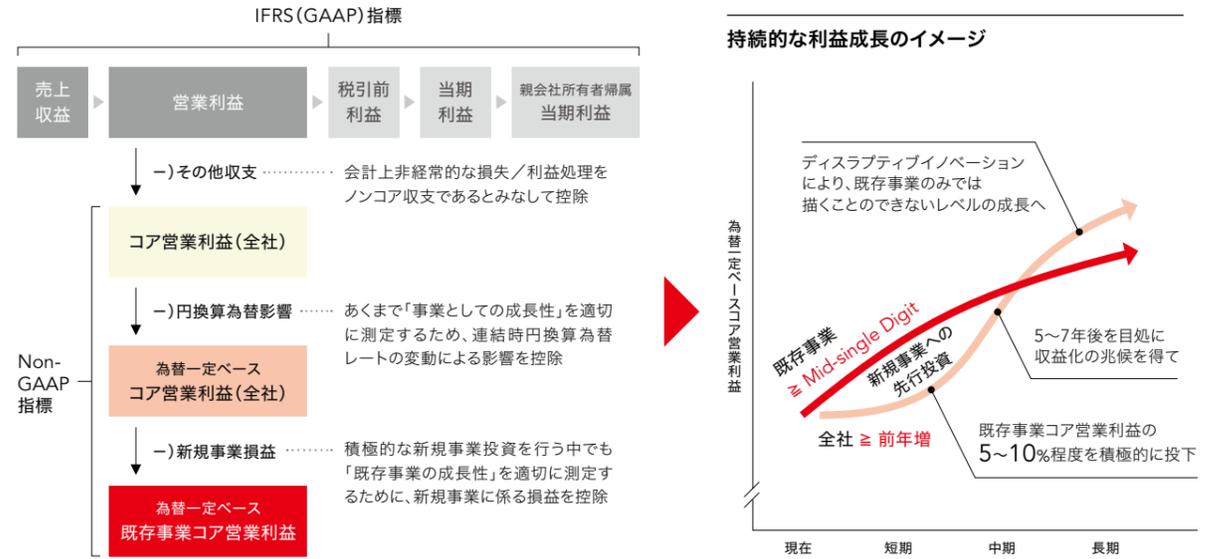
**既存事業**

安価で入手しやすく、数十億人の消費者アクセスを持つ商品

「新規」×「既存」で「肥満」や「フードデザート問題」など世界的な食の課題解決へ

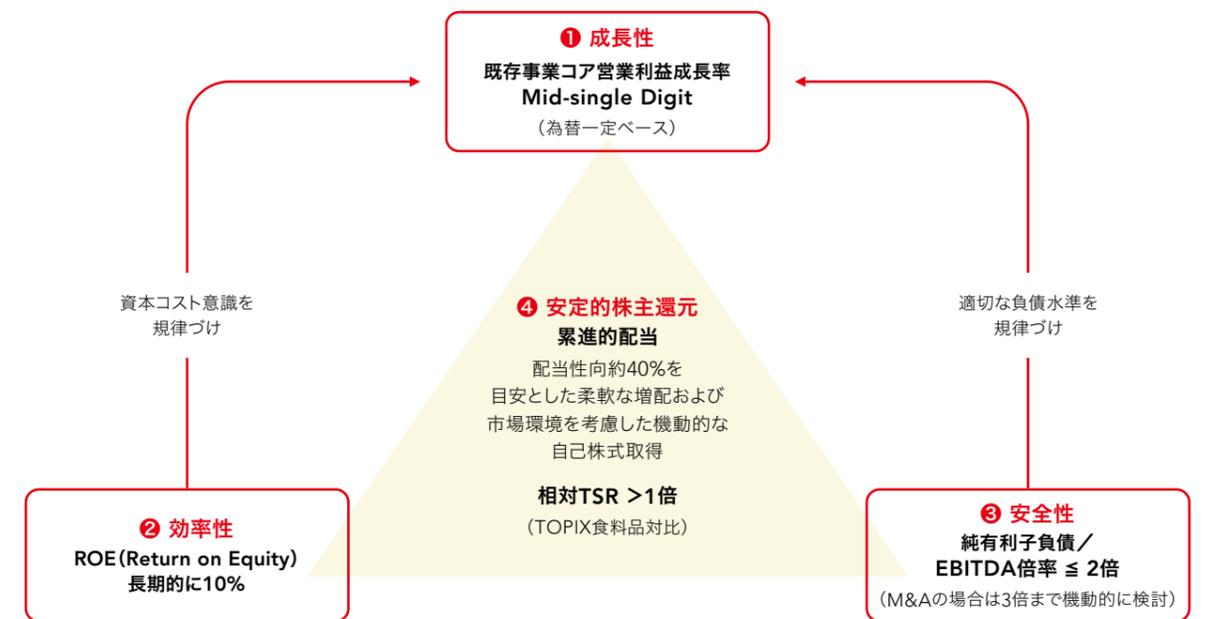
**持続的な利益成長の考え方**

成長投資の基盤となる“既存事業”の実質的成長を示す指標「既存事業コア営業利益」を定義し、これをMid-single Digitで成長させることを経済価値ターゲットの中核とします。



**中長期的な経済価値ターゲット**

既存事業コア営業利益\*の持続的な利益成長を中核に、効率的な資本活用、安全性ある負債活用、そして安定的な株主還元を4つをCSV経営上の中長期的経済価値ターゲットとし、非財務目標と併せて追求していきます。



\*成長投資の基盤となる“既存事業”の実質的成長を示す指標。新規事業にかかる損益および非経常損益としての「その他収支」を控除し算出する

# Noritaka Ando

安藤 徳隆

代表取締役副社長・COO  
日清食品株式会社 代表取締役社長

## 未来の食を創造し 企業価値の飛躍を目指す

「日清食品グループ 中長期成長戦略」の第3の戦略テーマは、  
未来の食を創造していく「新規事業の推進」です。  
独自の「完全栄養食」を足がかりに、新たなビジネスモデルの創出に挑みます。

### 新たな食の創造

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、誰でも手軽にお腹を満たせ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即席めん「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。

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食糧飽和の時代となり、オーバーカロリーによる健康悪化から「飽食」が新たな社会課題となりました。今一度「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。

未来の食には、主に2つの方向性があると考えています。1つは「Sustainability」です。「Sustainability」は、地球への負荷、地球の健康の課題に焦点を当てるもので、具体的には代替肉や昆虫食などがあり、日清食品グループでも培養肉などの開発を

進めています。もう1つは「Well-being」です。これは、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。私は「Well-being」の観点にも注目し「完全栄養食」についての研究を進めました。

現代の食生活が抱える課題の1つがオーバーカロリーによる肥満です。世界で約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ます。また、肥満による経済損失は2兆USドルを超えるといわれています。一方で、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が、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。だからこそ「食べる楽しみ」をトレードオフしない、見た目も味もそのままの「完全栄養食」を開発しています。

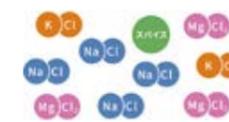
### 「おいしい完全栄養食」の実現を支える加工技術

## 1

減塩しても  
おいしさを保つ技術

ちゃんとおいしい!  
ソルトオフ製法

世界中の約170の塩を調べて  
たどり着いた減塩に最適な素  
材を使用



## 2

油分をカットしても  
おいしさを保つ技術

ミスト・エア  
ドライ製法

めんを油で揚げずに、必要最  
小限の植物油をめん表面に  
ミストシャワーし、熱風乾燥



## 3

カロリーをカットしても  
おいしさを保つ技術

オリジナル  
3層麺製法

めん中心層の一部に小麦  
粉の代わりとして食物繊維を  
使用

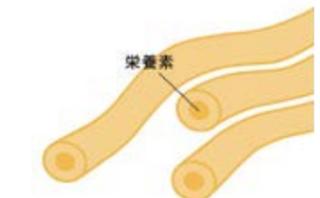


## 4

味のえぐみ、苦味を  
マスキングする技術

栄養  
ホールプレス製法

めんの外側に小麦ベースの層で包み込  
み、中心に栄養素を閉じ込めながらえ  
ぐみや苦みをマスキング



## NISSINが目指す「おいしい完全栄養食」

これまでも「完全栄養食」というコンセプトはありましたが、世の中に浸透していない理由は、「完全栄養食」においしさを担保することは極めて難しいからです。例えば、ビタミンやミネラル等の必須栄養素すべてを詰め込むと苦味やえぐみが出てしまい、おいしさを感じられず、楽しんで食べることができません。そのような中でも、当社グループでは「おいしい完全栄養食」の開発に着手し、今では300種類以上のメニュー開発に取り組んでおり、多くのメニューで完全栄養食化に成功しています(2021年現在)。

「おいしい完全栄養食」の開発には、次の5つの課題がありました。①減塩してもおいしさを保つ技術。②油分をカットしてもおいしさを保つ技術。③カロリーをカットしても、おいしさを保つ技術。④必須栄養素をすべて入れても、味のえぐみや苦味を感じさせない技術。⑤調理時の栄養素流出防止技術です。これらの課題を、今まで培ったインスタント食品の加工技術を応用することで解決しました(P.34参照)。

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。栄養面では、摂取カロリーを抑えつつ、バランスよく各種栄養素を摂取することが可能になりまし

た。例えば、一般的なカレーライスと比較的カロリーが高く、食塩相当量も高めです。また、栄養素も日本人の食事摂取基準\*で設定されている33項目のうち、17項目で過不足が見られます。それに比べ、当社グループの「完全栄養食」のカレーライスは、エネルギーが47%オフの500キロカロリーにも関わらず、味はほぼ通常のカレーライスと遜色がなく、食塩相当量も32%オフの2.5グラムで、33項目の栄養素すべてを満たしています。

「日清食品のおいしい完全栄養食」を、通常1カ月間で喫食する90食(1日3食×30日)の内、約40食を置き換える臨床試験を実施し、体重の減少、体脂肪率、BMI、血圧、中性脂肪の改善がみられました。臨床試験データは2020年10月31日に行われた日本未病学会学術総会で発表済みです。



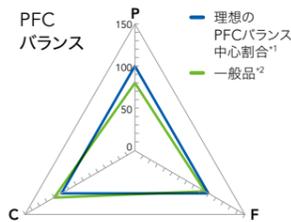
\*日本人の食事摂取基準(2020年版)厚生労働省。食塩はスマートミール基準を参考に設定

### 「日清食品のおいしい完全栄養食」の栄養比較

「日清食品のおいしい完全栄養食」は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すべて摂取できる。

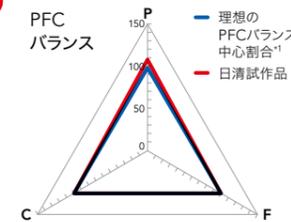
#### 一般的なカレーライス

エネルギー	948 Kcal
食塩相当量	3.7g 超過 <sup>1)</sup>
飽和脂肪酸	7.2g



#### 「完全栄養食」のカレーライス

エネルギー	500 Kcal	47%OFF
食塩相当量	2.5g	32%OFF
飽和脂肪酸	2.9g	59%OFF

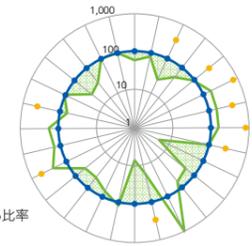


タンパク質・脂質・炭水化物をバランスよく配合

日本人の食事摂取基準に設定されている栄養素28項目

16項目の栄養素が過不足

● 理想の栄養バランス<sup>1)</sup>  
● 一般品<sup>2)</sup>  
● 摂取上限がある場合、下限値100に対する比率  
■ 不足栄養素

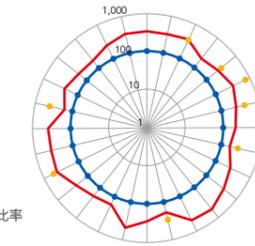


日本人の食事摂取基準で設定されている33項目の栄養素のうち、マグネシウム、ビタミンAなど、17項目の栄養素で過不足がある

日本人の食事摂取基準に設定されている栄養素28項目

必要な栄養素をすべて充足

● 理想の栄養バランス<sup>1)</sup>  
● 日清試作品  
● 摂取上限がある場合、下限値100に対する比率



日本人の食事摂取基準で設定されている33項目の栄養素がすべて摂取できる

\*1 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  
\*2 一般品は管理栄養士監修の元、一般的なカレーライスについて栄養計算

## 「完全栄養食」のロードマップ

現在開発に成功している「完全栄養食」をVer. 1.0とすると、次に目指すのは、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」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た栄養バランスをパーソナライズ化した提案を可能とするVer. 3.0を目指します。これらは分子栄養学の研究をリードする慶應義塾大学などと共同し、健康増進や健康寿命延伸に寄与する食の開発を目指します。

「おいしい完全栄養食」のタッチポイントとして、短期的には5つの方向性を検討します。1つ目が定期宅配便(D2C)での展開です。アプリを活用し未病改善のインテンスプログラム等を展開します。2つ目は社員食堂・レストランにおける「完全栄養食」のサービスです。健康経営が注目されている昨今、企業や健康経営にとって、「完全栄養食」の社食を提供することは非常に有意義であると捉えています。続いて3つ目が、シニアの健康寿命延伸サポートプログラムの開発。4つ目は、日清食品グループがこれまで販路として持っている小売販売、コンビニエンスストア、スーパー、ドラッグストア等でパッケージフードとして、もしくは日配品の弁当等の完全栄養食化を進めていく考えです。そして5つ目がスマートシティ構想です。「完全栄養食」を摂取するだけでなく、「Well-being」を加速させるあらゆるテクノロジーが詰め込まれた、街ごとデザインするスマートシティプロジェクトも今後の可能性として考えています。

新規事業への投資については、既存事業のコア営業利益が

ら継続的に5%から10%を投下する計画です。また、グループが有する既存技術に頼るだけでなく、スタートアップの新たな技術や考え方も積極的に取り入れ、まずは3年から5年をかけて、「おいしい完全栄養食」というコンセプトの普及に努めます。その先に、フードテックイノベーションの深化とともに、当社グループが食と健康のソリューション企業へと進化し、「完全栄養食」市場で中心となる存在になる姿を描いています。

### 社会課題を解決する

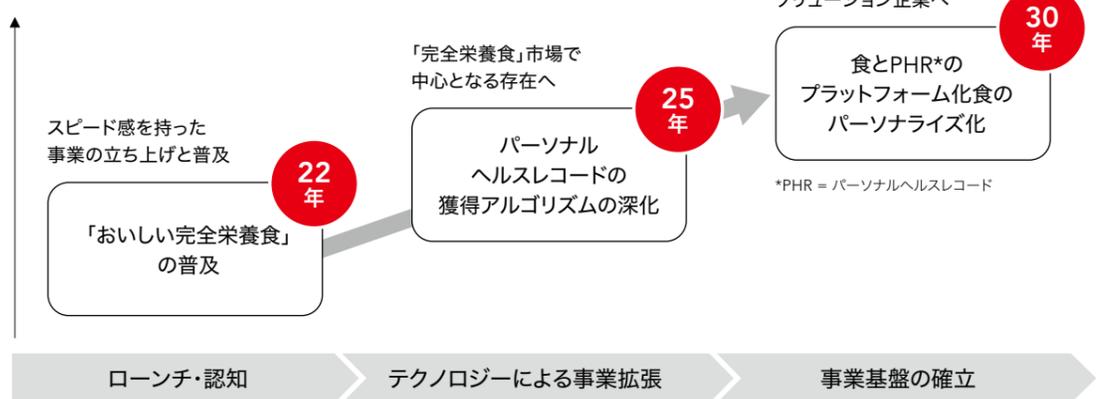
#### FUTURE FOOD CREATORへ

「完全栄養食」は、フードデザート問題解決の糸口になる可能性も秘めています。フードデザート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で、食事情の悪化により栄養不足や肥満などにより健康問題につながる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課題です。日清食品はこれまでの事業を通じて、年間数十億人に対するアクセスを保有しており、例えば、「CUP NOODLES」などの商品を完全栄養食化することができれば、世界のフードデザート問題の解決につながる可能性があり、既存事業とのシナジー創出や海外事業のさらなる拡大が期待できます。

当社グループは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」として一層進化し、新たな食の可能性を追求することで、これからも社会課題解決に貢献していきます。

フードサイエンスとの共創による「未来の食」で社会課題を解決。  
既存事業コア営業利益の5%~10%を継続的に投下する。

社会的価値とインパクト



スピード感を持った事業の立ち上げと普及  
「おいしい完全栄養食」の普及

「完全栄養食」市場で中心となる存在へ  
パーソナルヘルスレコードの獲得アルゴリズムの深化

テクノロジーによる食と健康のソリューション企業へ  
食とPHR\*のプラットフォーム化食のパーソナライズ化

\*PHR = パーソナルヘルスレコード

# 2

SECTION

## 価値創造を支える経営基盤 FOUNDATION FOR VALUE CREATION





**Yukio Yokoyama**

横山 之雄  
取締役・CSO 兼  
常務執行役員

## 横断的な改革を行い、 持続的成長を実現します

「日清食品グループ 中長期成長戦略」達成に不可欠である構造改革を推進し、  
成長し続ける企業グループへと進化します。

### トップの経営判断を支えるパートナー

2021年4月よりCSOとして、グループ戦略を担う経営企画プラットフォームを率いる立場となりました。経営企画プラットフォームには経営企画部、経営管理部、グローバル営業推進部、情報企画部、DX推進部、そしてサプライチェーン構造改革プロジェクトが置かれており、組織全体を把握した上で、環境の変化に応じプロアクティブに事業ポートフォリオの見直しや組織横断的な変革を実行し、最も有効な方法でサステナブルに企業価値を高めることが重要な責務のひとつです。また、国内外に広がった各事業会社とホールディングスに属する各プラットフォーム間のコミュニケーションハブとして機能し、グループ全体のインクルージョンを追求していくことも重要なミッションです。

CSOである私に求められている役割は、CEOの経営判断を支えるパートナーとして、中長期的視点に立ち経営戦略を企画・提案し、サステナブルな成長に向け組織を変革し、戦略目標達成へ事業を推進していくことです。CSOとして、企業価値の向上に努め、日清食品グループの持続的成長をCEOとともに牽引してまいります。

### 「日清食品グループ 中長期成長戦略」に 欠かせない構造改革

「日清食品グループ 中長期成長戦略」における3つの成長戦略である「既存事業のキャッシュ創出力強化」「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」「新規事業の推進」を遂行し、持続的成長を目指すためには構造改革が不可欠です。日清食品グループはデジタル時代における事業構造改革を推進するためにNBX (NISSIN Business Transformation)に取り組んでいます。NBXはデジタルツールを駆使し、物流、営業、人事、生産、資材などあらゆる分野で構造改革プロジェクトを進めるものです。

DX(デジタルトランスフォーメーション)の本質は、D(デジタル)ではなく「X」(トランスフォーメーション、変革)という言葉

に表れていると考えており、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争優位性を確立していくことこそが重要だと日々考えています。言い換えれば、事業の構造自体を変革し、どのような時代においても成長し続けるグループへと進化する力を身につけることこそが、変革の目的です。

NBX開始当初、私たちはデジタル化において後れを取っているとの危機感があり、急ピッチで改革を推進しました。コロナ禍においても「中期経営計画2020」を達成できた要因のひとつは、いち早くNBXを推進してきたことに一定の評価をしていますが、今後も先頭で走り続けるためには、これまでの成功体験を捨て、自ら未来を創造しなければならず、NBXに終わりはないと感じています。

### 持続的な利益成長に向けて

今、我々が果たすべきは「日清食品グループ 中長期成長戦略」の達成です。達成に向けて、私は特に第1の戦略に掲げた「既存事業のキャッシュ創出力強化」が鍵になると考えています。成長投資の基盤となる第1の戦略を軌道に乗せることができれば、第2、第3の戦略の成功が生まれ、全体の成長をドライブすると考えています。

そこで「日清食品グループ 中長期成長戦略」では、既存事業の実質的成長を測定する指標「既存事業コア営業利益\*」を定め、これを中長期にわたってMid-single Digit、すなわち1桁台半ばで成長させ続けていくことを経済価値の中核として設定しています。2021年度は「日清食品グループ 中長期成長戦略」の初年度です。「Make A Fresh Start」をコンセプトとし、まさに初年度としてフレッシュスタートを切り、3つの成長戦略と事業ポートフォリオの見直しや組織横断的な変革のスタートダッシュを切る年にします。2021年度既存事業コア営業利益は470億円と設定しました。これを起点に中長期にわたるMid-single Digit成長を目指し、持続的な利益成長を実現します。

\*営業利益から、非経常損益としてのその他収支の影響や連結時円換算為替影響に加え、積極的先行投資を行う新規事業の損益を控除した管理指標

## CSOインタビュー

### 創業者精神(ミッション)に基づく非財務の取り組みと企業価値の関係性

創業者精神に基づくESG(非財務)の取り組みを「定性」と「定量」の両面から可視化・分析することで、環境・社会問題の解決を通じて企業価値を向上させる関係性が明らかになりました。この分析の取り組みの背景と、分析結果の詳細について横山CSOにインタビューを実施しました。

#### Q 今回の取り組みの背景を教えてください

A 今や世界の約4割はESG関連投資とも言われているほど急速に拡大し注目を集めるESG投資ですが、日清食品グループは創業時から人や社会に役立つことを第一義に考える中で同時に事業を拡大してきました。その意味で結果的にCSV経営の考え方にに基づきESGに取り組んできたと言えます。一方で、これまでESGの取り組みについては企業価値との関係性を可視化するのが難しいこともあり、投資ではなくコストとして見られることも少なくありませんでした。ある調査\*1ではまだ8割強の機関投資家が企業のESG開示が不十分と感じているという結果も出ていますが、これは企業側は何かしらESGデータを開示しているものの、企業価値との関係性が見えにくいということが背景にあると感じています。

このような中、当社グループとしても創業者精神に基づくESGの取り組みと企業価値の関係性を明らかにできないかと考え、今回「ESG(非財務価値)と企業価値の関係性」を明らかにするための取り組みを行いました。

#### Q 取り組みの概要を教えてください。何が分かったのでしょうか？

A 今回、創業者精神に基づくESG(非財務価値)の取り組みに対して、「定性」と「定量」の2方向から企業価値との関係性を分析しました。定性面の検証では、SASB(サステナビリティ会計基準審議会)マテリアリティマップをはじめとするガイドラインや複数の外部評価機関の項目を考慮し、将来的な財務インパクトが高いと想定されるESG要素を特定した日清食品グループの「重

創業者精神に基づく当社グループの活動が、定性面に加えて定量データに基づく分析の側面からも企業価値向上に繋がることが明らかになりました。当社グループでは、このようにESG(非財務)の取り組みがどのようにReturn(企業価値)に関係しているかを定量的に表す取り組みを行っています。



点取り組みテーマ」と当社グループのミッションである「創業者精神」が密接に関係していることを確認しました。

また定量面の検証では、非財務資本と企業価値(PBR)の関係性を明らかにする分析モデル(柳モデル\*2)を利用し、創業者精神に基づくESGの取り組みと企業価値の間に正の相関関係があることが明らかになりました\*3。今回分析に用いた約270項目に及ぶ非財務データのうち多数の項目が企業価値と関係することが判明しています。例えば、研究開発費1%増加時に7年後のPBRが+1.4%、CO<sub>2</sub>排出量1%減少時に8年後のPBRが+1.0%などの関係性が出ています。

今回の分析は相関関係を明らかにしたものであり、因果関係を証明したものではないものの、定性面として当社が特定した重点取り組みテーマとも結果が整合する部分が多いことから、一定の関係性があると考えています。今後も分析を継続し、これらの関係性をより明らかにしていきたいと思えます。

#### Q 中長期成長戦略テーマと企業価値の関係性についてお聞かせください

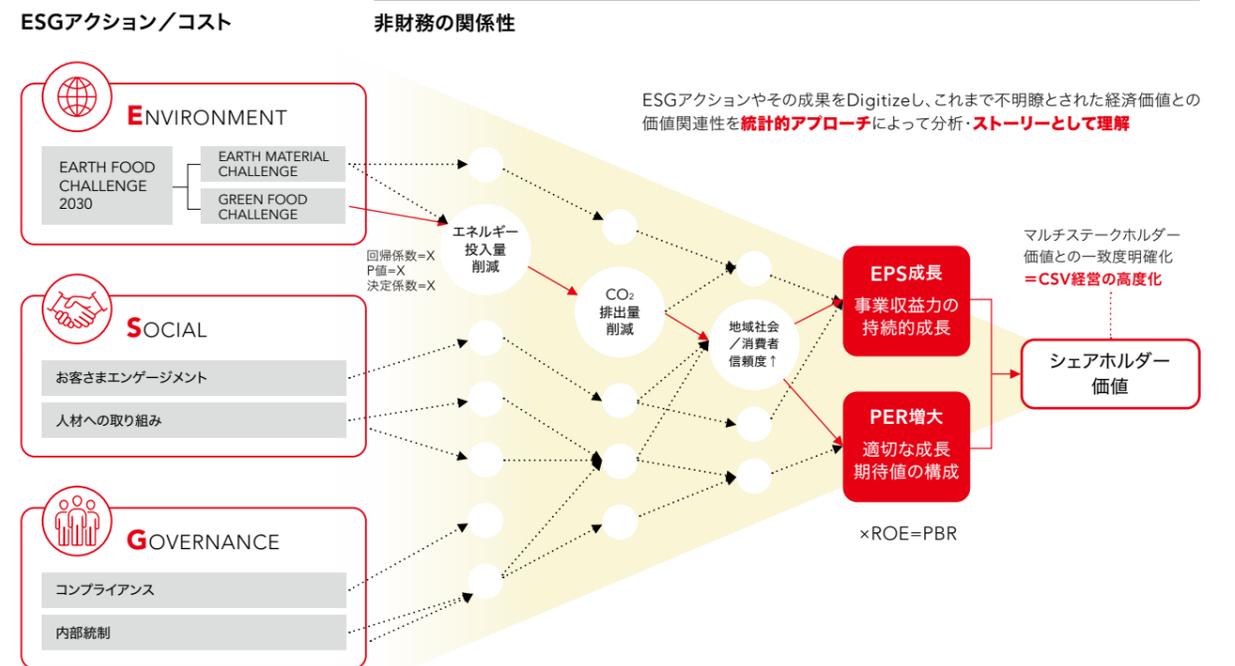
A 中長期成長戦略で掲げたテーマの一つである「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」については、今回の分析結果からも企業価値を向上させる取り組みであると確信しています。

また「新規事業の推進」についても、今回の分析で「研究開発費」への費用投下や「社会課題に貢献する製品の創出数」が中長期的に企業価値向上に寄与するとの結果が出ていることから当社の企業価値を向上させる取り組みであると考えています。

ESGと企業価値の関係性分析についてはまだ取り組みが始まったばかりですが、今後も継続的に取り組むことで、CSV経営の高度化を目指していきます。

\*1 出所: 経済産業省「ESG投資に関する運用機関向けアンケート調査」(2019/12)  
 \*2 出所: 非財務資本とエクイティ・スプレッドの同期化モデル: “CFOポリシー(中央経済社2020)”, 柳(2020)  
 \*3 分析実行: アビームコンサルティング株式会社

当社グループの重要経営指標であるEPSとPERをターゲットにした独自分析では、ESGアクションと企業価値の相関性(Correlation)に加えて「ESGアクション同士の相関性」を分析することで、どのような経路を辿り企業価値の向上に繋がるのか、ストーリーの形で明らかにする試みを行いました。





**Takashi Yano**

矢野 崇  
CFO

## 持続的成長をファイナンスで支える

グループの持続的成長実現に向け、  
「日清食品グループ 中長期成長戦略」の達成にコミットします。

### CFOに求められる役割

私は2021年4月、CFOに就任し、財務プラットフォームを率いる立場となりました。日清食品グループの財務プラットフォームには、4つのミッションがあります。1つ目が、CEOのビジネスパートナーとしてCEOに対し、目的の実現と課題解決に資する財務視点からの提言と支援を行うこと。2つ目が、財務経理・税務戦略の構築と実行。3つ目が、外部ステークホルダーとの対話。4つ目が、グローバル財務人材の獲得・育成です。

CFOである私にまず求められているのは、不正や誤謬を防ぐゲートキーパーとしての役割です。言い換えれば、財務、ファイナンスの側面から適時適切に経営層に働きかけ、必要に応じて経営にブレーキをかけることだと考えています。同時に、付加価値を提供するビジネスパートナーとして、経営のアクセルを踏むことも必要です。これまで培ってきた専門性を活かし、ファイナンスの側面からグループの持続的成長を支えます。

### 2020年度の振り返り

2020年度の売上収益は、2桁成長となった海外の高成長を中心に、ほぼすべてのセグメントで増収となり、前期比7.9%増収の5,061億円となりました。売上収益が5,000億円を超えたのはIFRS適用以来、初めてのことです。

営業利益は、為替影響を受けた米州地域を除きいずれのセグメントも大幅増益を達成し、前期比34.6%増益の555億円となりました。親会社の所有者に帰属する当期利益は、前期比39.3%増益の408億円となり、売上収益・営業利益・親会社の所有者に帰属する当期利益いずれも過去最高を更新しました。これに伴い、営業利益率は11.0%、ROEは11.5%となりました。

これらは戦略の順調な執行に加え、新型コロナウイルス感染拡大に伴う需要増に対し迅速かつ適切に対処したこと、湖池屋企業結合による影響が寄与したことで、2021年1月5日に公表した修正予想をも大きく上回って着地することとなりました。また、追加目標としていました、時価総額1兆円の目標についても2020年6月30日に達成することができました。

新型コロナウイルス感染症の影響については、これまで定性面での取り組みおよび売上収益の影響を開示してきましたが、「日清食品グループ 中長期成長戦略」および2021年度の事業計画の策定にあたっては、その影響を再度精査し、営業利益への影響の定量化も試みました。その結果、2020年度の売上収益への影響は国内で52億円、海外で113億円の計165億円の増収効果、営業利益影響は国内で77億円、海外では28億円、計105億円の増益影響がありました。特に国内では、利益影響が売上影響を上回っていますが、こちらは収益性の高い定番品の構成比の高まりや、需給バランスの変化に伴う販売費の抑制、その他経費の不使用の影響によるものです。

### 2020年度 業績サマリー

着実な戦略実行の成果にCOVID-19とM&A(湖池屋連結子会社化)の影響も上乗せされ、  
期初予想を大幅に上回る業績で着地

単位：億円	2020年度							2019年度		
	実績	前期比		期初予想比		修正予想比	実績	期初予想	修正予想	
売上収益	5,061	+372	+7.9%	+201	+4.1%	+61	+1.2%	4,689	4,860	5,000
営業利益	555	+143	+34.6%	+120	+27.7%	+25	+4.8%	413	435	530
親会社の所有者に帰属する 当期利益	408	+115	+39.3%	+103	+33.9%	+33	+8.9%	293	305	375
営業利益率	11.0%	+2.2pt	—	+2.0pt	—	+0.4pt	—	8.8%	9.0%	10.6%
親会社の所有者に帰属する 当期利益率	8.1%	+1.8pt	—	+1.8pt	—	+0.6pt	—	6.3%	6.3%	7.5%
ROE	11.5%	+ 2.5pt	—	+ 2.5pt	—	—	—	9.0%	9.0%	—
EPS(円)	392	+110	+39.3%	+99	+33.9%	+32	+8.9%	281	293	360
調整後EPS(円)*	329	+51	+18.3%	+48	+17.0%	—	—	278	281	—

\*調整後EPS=(営業利益±その他収益-費用-税金費用-非支配持分に帰属する当期利益)÷期中平均発行済株式数(自己株式控除後)

## 2020年度 セグメント別売上収益

単位：億円	実績	2020年度	
		前期比	
日清食品	2,056	+43	+2.1%
明星食品	376	+10	+2.8%
<b>即席めん事業</b>	<b>2,432</b>	<b>+53</b>	<b>+2.2%</b>
低温事業	619	+46	+8.0%
菓子・飲料事業	569	+150	+35.7%
国内その他	33	△8	△18.6%
<b>国内計</b>	<b>3,653</b>	<b>+241</b>	<b>+7.1%</b>
米州地域	709	+50	+7.5%
中国地域	482	+51	+11.8%
アジア地域	127	+14	+12.5%
EMEA地域	91	+17	+22.5%
<b>海外計</b>	<b>1,408</b>	<b>+131</b>	<b>+10.3%</b>
<b>国内・海外計</b>	<b>5,061</b>	<b>+372</b>	<b>+7.9%</b>
その他連結調整			
グループ関連費用			
<b>連結計</b>	<b>5,061</b>	<b>+372</b>	<b>+7.9%</b>

(注)中国地域の実績および期初予想は、日清食品HDの連結方針に基づくものであり、香港日清の開示とは異なる可能性がある

## 2020年度 セグメント別営業利益

単位：億円	実績	2020年度	
		前期比	
日清食品	322	+46	+16.8%
明星食品	32	+10	+45.2%
<b>即席めん事業</b>	<b>354</b>	<b>+56</b>	<b>+18.9%</b>
低温事業	29	+15	+104.9%
菓子・飲料事業	33	+11	+52.2%
国内その他	0	△9	△97.7%
<b>国内計</b>	<b>416</b>	<b>+73</b>	<b>+21.3%</b>
米州地域	40	△0	△0.8%
中国地域	58	+9	+18.4%
アジア地域	41	+17	+69.8%
EMEA地域	19	+8	+73.9%
<b>海外計</b>	<b>157</b>	<b>+33</b>	<b>+26.8%</b>
<b>国内・海外計</b>	<b>574</b>	<b>+106</b>	<b>+22.8%</b>
その他連結調整	40	+41	—
グループ関連費用	△58	△5	—
<b>連結計</b>	<b>555</b>	<b>+143</b>	<b>+34.6%</b>

## 2021年度の業績予想

今回、「日清食品グループ 中長期成長戦略」の策定にあたり、既存事業の実質的成長を示す「既存事業コア営業利益」を数値目標として定めました。「既存事業コア営業利益」はIFRS営業利益から非経常損益としての「その他収支」を控除したものであり、減損損失や特別利益等の一過性要因に左右されない“持続的な利益成長”を測定する指標です。日清食品グループでは2021年度以降、この「既存事業コア営業利益」を中核とした業績管理を行ってまいります。

2021年度の「既存事業コア営業利益」目標は470億円としています。これは、2020年度の営業利益555億円から、湖池屋企業結合による影響を含むその他収支影響49億円と新型コロ

ナウイルス感染症の影響105億円を控除し、新規事業投資18億円を加算調整した既存事業コア営業利益419億円に対し、12.2%の成長となります。この470億円を起点にフレッシュスタートを切り、今後、中長期にわたるMid-single Digit成長を目指してまいります。

既存事業はこの「既存事業コア営業利益」を必達目標としますが、新規事業については長期的な成長ドライバーとして育成すべく、既存事業コア営業利益の5～10%の範囲内で先行投資を実施し、戦略の転換を図りながら、展開していくものと考えています。そのため、営業利益以下の利益予想は、既存事業コア営業利益から5～10%の相当を控除するかたちで、レンジ表記で算出しました。なお、新規事業については2021年度の業績予想よりセグメントを新設し、業績の明確化を図ります。

## 2021年度 通期連結業績予想

既存事業コア営業利益ベースで470億円を目指す。IFRS営業利益は、5～10%の範囲内で積極的な新規事業投資を行っていくことにより425～445億円の水準となる見通し

売上収益	5,400億円	• 原則として既存事業からあがる売上収益を指す
既存事業コア営業利益	470億円	• Non-GAAP指標：営業利益－（その他収支＋新規事業損益） • COVID-19控除後の前期同値対比ではDouble Digit 成長に相当
営業利益	425～445億円	• 新規事業損益を既存事業コア営業利益の5～10%とする前提 • 減損や特別利益などのその他収支は不発生の前提
親会社の所有者に帰属する当期利益	310～330億円	• 営業利益と同様の考え方にに基づき、レンジベースでの予想
EPS	298～317円/株	• 自己株式控除後株式数1.04億株前提 • ただし機動的な自己株式取得は検討

(注)業績予想に係る円表示数値はすべて2020年度実績を替レート対比一定ベース

## 2021年度の財務・資本政策

2021年度は約550億円の営業キャッシュフローを見込んでおり、政策保有株式の売却資金を加味し、これらを財源に株主還元・設備投資・事業投資に充てていく計画です。設備投資や事業投資の案件次第では、必要に応じて、手元預金・政策保有株式の追加売却や各種ファイナンスにて充当します。

株主還元施策の1つ、配当に関しては累進的配当を原則的な考え方として新たに取り入れ、普通配当を前年度対比10円増配し、年間1株当たり120円を予定しています。加えて「カップヌードル」発売50周年記念配当を1株につき10円、中間配当として実施する予定です。合計で1株当たり130円となり、配当性向は41～44%を見込んでいます。もう1つの株主還元施策として、自己株式取得については、120億円の自己株式取得枠設定を決議し、全額を市場内買付で実施します。政策保有株式の縮減については、2021年度のコーポレート・ガバナンス報告書にて掲げた「今後2～3年以内に2019年度末比20%相当の縮

減を行う方針」を、計画前倒しで達成しております。新たに、2021年4月の取締役会では「今後2年程度で100億円を目途とした追加売却の方針」を決議し、引き続き縮減を進めてまいります。

## 投資家とのさらなる対話実現に向けて

先にも申し上げた通り、外部ステークホルダーとの対話はCFOである私に与えられたミッションのひとつです。投資家の皆さまや市場への正確な情報開示によって、良好な関係を構築し、企業価値の向上に貢献したいと考えます。CEOの描く戦略を投資家・市場に正しく伝え、対話の結果を経営層に正しくフィードバックすることで、経営戦略や事業戦略の実現をサポートしていくことが私の重要なミッションだと考えています。

## 2021年度 財務・資本政策

累進的配当を原則とし、市場環境・事業環境を勘案した機動的な自己株式取得と併せた株主還元施策を実施、積極的な政策保有株の縮減も継続



(注)2021年5月11日時点の情報に基づき記載

- 株主還元**
- 累進的配当：配当性向を意識し、普通配当を120円/株・年へと増配。加えて、カップヌードル発売50周年記念配当10円/株を上期に実施(通期130円/株)
- 自己株式：2021年度120億円(発行済株式総数に対し1.8%を上限)の自己株式取得枠設定を決議

	2020年度実績	中期経営計画2020 5ヶ年実績	今後の方針	2021年度計画
配当金額/株	普通配当：110円 記念配当：10円	85～120円	累進的配当	普通配当：120円 記念配当：10円
配当性向	31%	平均40%	40%目安	41～44%

## 政策保有株

- 保有総数を削減していく方針
- 2020年度コーポレート・ガバナンス報告書にて掲げた「今後2～3年以内に2019年度末比20%相当の縮減を行う方針」は現時点で計画前倒しで達成
- 今後2年程度で100億円を目途とした追加売却の方針

(注)社内運用ルールに基づき、個別株式の保有継続可否について取締役会に諮っている

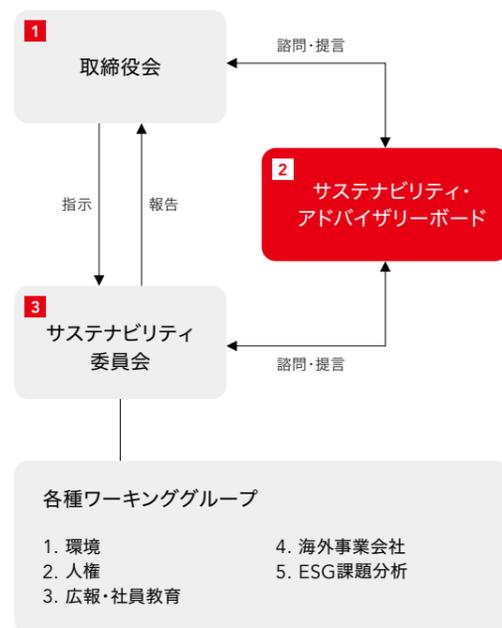
## 重点取り組みテーマ

日清食品グループが果たすべき責任、取り組むべきサステナビリティ課題は、食の安全管理体制の構築や環境負荷の低減、ガバナンスの確立などさまざまです。中でも特に、非財務価値に関連する重点取り組みテーマとして、当社グループの事業に直結し、かつ、中長期的に事業のリスクまたは機会となりうるテーマ(マテリアリティ)を国際ガイドライン\*などを参照し特定しました。

### 推進体制

当社グループは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、各種取り組みを推進しています。2021年4月には最新のサステナビリティ動向を把握し、外部意見をより積極的に取り込むことを目的に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より年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・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・提言を行う(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回程度、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、具体的な取り組み推進を担っています。取締役会に対しては年1回以上、活動報告を行っています。

\*SASB(米国サステナビリティ会計基準)、TCFD、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)、DJSIなど各種ESG外部評価基準

## SUSTAINABILITY-RELATED INFORMATION

### 食の安全・安心

食を創り出す企業で構成される当社グループにとって大前提となるのは、安全管理体制を築き、安心して食べていただける製品をお客さまに届けることです。

当社グループは、「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は消費者の身体・財産を傷つけるものであってはならず、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。グローバル食品安全研究所を中心とした独自の品質保証体制により、経営の最重要課題である食の安全・安心を確保します。

食の安全・安心  
<https://www.nissin.com/jp/sustainability/social/safety/>



### 資源有効活用へのチャレンジ

2030年度までの環境戦略「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」で掲げた目標の達成に向けて注力します。資源問題では、「地球に優しい調達」「地球資源の節約」「ごみの無い地球」を目指し、資源の有効活用に挑戦していきます。

### 持続可能なサプライチェーンの構築

当社グループの使命は食を提供することであり、地球環境や、人権・労働環境といった社会的課題に配慮した持続可能なサプライチェーンの構築は重要な課題です。サプライヤーと連携し、サプライチェーン全体として取り組みます。

持続可能な調達  
<https://www.nissin.com/jp/sustainability/environment/business/procurement/>



### 責任ある製品表示・お客さまコミュニケーション

お客さまに安心して製品を楽しんでいただくため、適切な情報表示は重要な課題です。また、お客さまとのコミュニケーションを重視し、お客さまからいただいたご意見やご要望を分析し、より良い製品作りに役立てていきます。

お客さまの声の収集と製品・サービスへの反映  
<https://www.nissin.com/jp/sustainability/social/engagement/customer/>

### テクノロジーによる食と健康のソリューション提供

当社グループは、創業者精神の一つに「美健賢食(美しく健康な体は賢い食生活から)」を掲げています。健康と栄養、生体調節機能をテーマとして食の機能を解析し、おいしく独創的な製品の創造につながる研究に取り組みます。

the WAVE  
<https://www.nissin.com/jp/about/thewave/index.html>



### 気候変動問題へのチャレンジ

2030年度までの環境戦略「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」で掲げた目標の達成に向けて注力します。気候変動問題では、「グリーンな電力」「グリーンな食材」「グリーンな包材」を目指し、CO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいきます。



### 人材育成、イノベティブな組織基盤の開発

当社グループの成長の源泉は人材です。すべての社員が持てる能力を存分に発揮できるよう、働きやすい職場環境作りやダイバーシティ&インクルージョンの推進、社員教育の拡充、社員の健康増進などに取り組みます。



## PICK UP 環境戦略

非財務価値に関連する重点取り組みテーマのうち気候変動問題、資源問題については、中長期成長戦略の一つとして環境戦略「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」を策定・公開しています。現在、2030年に向けた目標達成に向け取り組みを進めています。

EARTH FOOD  
CHALLENGE 2030

### 資源有効活用への チャレンジ

資源をめぐる問題では「地球にやさしい調達」「地球資源の節約」「ごみの無い地球」を目指し、それぞれの目標値を設定し、環境負荷の少ない調達や廃棄物の削減など、資源の有効活用に挑戦しています。

## EARTH MATERIAL CHALLENGE



森林破壊防止および生物多様性保全、人権に配慮されて生産、加工された「RSPO認証パーム油」に加え、独自アセスメントにより持続可能であると判断できるパーム油の調達を進め、持続可能な調達率100%を目指します。

#### 目標

パーム油の持続可能な調達比率

**100%**

#### 2020年度実績

**26%**

#### 活動の進捗

2019年3月より一部製品でRSPO認証パーム油の使用を開始し、現在その調達比率はグループ全体で約26%です。2020年度には、パーム油小規模農家を対象としたアセスメント(アンケート調査およびダイアログ)を開始し、生産地における環境や人権などへの影響調査を行いました。今後もこうした調査を実施し、パーム油サプライチェーン全体で当社が掲げる「持続可能な調達方針」などが実践されているか確認を行います。また、国内即席めん事業については「持続可能であると判断できるパーム油調達比率100%」の実現を、2025年に前倒ししています。



グループ全体で、売上高百万円(IFRSベース)あたりの水使用量12.3m<sup>3</sup>を目指します。製品の製造工程に必要な水使用量を削減することに加え、冷却に使用した水を設備の清掃に利用するといった、水の再利用に取り組めます。

#### 目標

水資源の使用水準

**12.3m<sup>3</sup>/百万円\*1**

#### 2020年度実績

**11.3m<sup>3</sup>/百万円**

#### 活動の進捗

日清食品グループ各製造工場では、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。また土地の水リスクを把握しながら工場稼働に必要な水の質・量の確保に努めています。また一部工場に、水処理にAIを導入し水使用量の削減を進めています。従来、水処理装置(ろ過機)の洗浄回数と洗浄時間は、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、必要最低限の水使用量で洗浄することが可能となっています。



2030年に向けて、日本国内における製造過程の廃棄物再資源化率99.5%以上を維持するとともに、流通・販売段階で発生する廃棄物の総量半減(50%削減)にも取り組めます。

#### 目標

再資源化率

**99.5%**

廃棄物総量

**50%削減\*2**

#### 2020年度実績

**99.6%**

**39%削減**

#### 活動の進捗

当社グループにおいて、廃棄物の多くを占める食品残渣は飼料・肥料化し、混合廃棄物についてもリサイクルに取り組んでいます。結果、2020年度も再資源化率は99.5%を維持しています。廃棄物総量50%削減という目標に対しては、廃棄物の発生抑制対策の強化やフードバンクを活用した取り組みなどを進めています。また世界の大手小売業など10社が、それぞれの20社のサプライヤーとともに、2030年までに主要サプライヤーの食品廃棄物の半減に取り組む「10×20×30食品廃棄物削減イニシアティブ」に参加し、業界全体で廃棄物削減に取り組んでいます。

日清食品グループ環境戦略

**EARTH FOOD CHALLENGE 2030**  
地球のために。未来のために。

EARTH FOOD CHALLENGE 2030

<https://www.nissin.com/jp/sustainability/feature/efc2030/>

\*1 IFRSベース売上高百万円あたりの水使用量  
\*2 2015年度比で対象は販売・流通

## GREEN FOOD CHALLENGE

EARTH FOOD  
CHALLENGE 2030気候変動問題への  
チャレンジ

気候変動問題では「グリーンな電力」「グリーンな食材」「グリーンな包材」を目指し、CO<sub>2</sub>排出量の削減目標を定めています。事業で使う電力を再生可能エネルギーに切り替えたり、包材や食材に使う原料を環境負荷の少ないものに切り替えるなどの取り組みに挑戦しています。

CO<sub>2</sub>削減目標は、「パリ協定\*1」の目指す、世界の平均気温の上昇を産業革命前に比べ2°Cを十分に下回る水準に抑える科学的な根拠に基づいた目標であるとして、SBT (Science Based Targets)\*2の認定を取得しています。

## TCFD提言に則したシナリオ分析を公開

日清食品グループではIPCCレポート、IEAレポートに基づき、2030年以降の気候変動シナリオを3種類(①世界がネットゼロへ加速化するシナリオ、②GHG排出規制が強化されるものの気温上昇が抑えられないシナリオ、③GHG排出規制が強化されず、気温上昇が促進されるシナリオ)策定し、それぞれのリスクおよび機会について考察・分析しました。事業への影響度が高いリスクを重点的に分析した結果、主要な原材料の調達に関わるリスクが中長期的な成長を阻む可能性は少ないと判断しました。一方で、温室効果ガスに対する排出規制が強化され炭素税が上昇した場合、収益に与える影響が大きくなる可能性があることが判明しました。いずれのシナリオにおいても、対策を講ずることで財務への影響を最小限に抑え、レジリエンスな経営を推進することが可能と判断しています。しかしながら、移行・物理リスクは不確実性が高いため、今後も影響度を試算していきます。

(注) 移行リスク：炭素税の導入など低炭素経済への移行に伴って生じる変化からもたらされるリスク  
物理リスク：洪水や干ばつなど自然災害などによってもたらされるリスク

グリーンな  
電力で作る

太陽光パネルなど再生可能エネルギーへの設備投資および電力購入などを通して、製品の生産に使用する電力の再生可能エネルギー比率向上を目指しています。また工場などでの省エネ活動を引き続き推進します。

## 目標

スコープ1+2  
(自社および関連子会社のCO<sub>2</sub>排出)

30%削減\*3

## 活動の進捗

LED照明や人感センサー照明などの省エネ設備を導入しています。また、一部の製造工場では、太陽光パネルやバイオマスボイラー、ヒートポンプの設置、熱エネルギーの再利用も行っています。さらに2021年2月には、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」へ参画しました。その一環として、ブラジル日清の2工場(イビウエナ工場とグロアドゴイダ工場)では2021年1月から、日清食品の国内2工場(静岡工場と下関工場)では2021年4月から、再生可能エネルギー由来の電力を使用しています。2021年度はこれらの再エネ導入により約20%再エネ比率が向上する見込みです。



\*1 2015年にパリで開催された「国連気候変動枠組条約締約国会議(COP21)」で採択された、温室効果ガス排出削減に関する多国間協定  
\*2 産業革命前からの気温上昇を2°C未満に抑えるために、企業に対して科学的根拠に基づいた温室効果ガス排出削減目標(SBT)の設定を推奨するイニシアチブ

グリーンな  
食材で作る

環境負荷がより低い植物性タンパク質の使用や培養肉の研究など、使用素材のLCA(ライフサイクルアセスメント)\*4で排出するCO<sub>2</sub>の削減を目指します。

## 目標

スコープ3  
(サプライヤーなどの事業関連会社のCO<sub>2</sub>排出)

15%削減

## 活動の進捗

動物性タンパク質(豚肉など)と比較して、生産過程におけるCO<sub>2</sub>排出量の少ない植物性たんぱく質(大豆など)を多く含む「謎肉(肉と大豆由来の原料に野菜などを混ぜて味付けしたミンチ)」を具材に使用した製品ラインナップを拡充することにより、製品自体のLCAにおけるCO<sub>2</sub>排出量の低減を図っています。また、家畜の生産段階における環境負荷の低減を図ることを目的に、当社グループと東京大学生産技術研究所との共同研究で培養肉の開発および実用化を目指しています。



培養肉

グリーンな  
包材で届ける

バイオマスECOカップなどの環境配慮型容器の導入やプラスチック容器包装の減量化・減容化を通して、石化プラスチック使用率削減を目指します。

## 目標

スコープ3  
(サプライヤーなどの事業関連会社のCO<sub>2</sub>排出)

15%削減\*3

## 活動の進捗

2019年12月より「カップヌードル」ブランドで環境負荷の低い素材であるバイオマスプラスチックを含有した容器「バイオマスECOカップ」の使用を開始しました。このカップは、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、従来のカップに比べ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CO<sub>2</sub>量を約16%削減しています。2021年度中に「カップヌードル」ブランドでの切り替えが完了する予定です。

また、「カップヌードル」の「フタ止めシール」を廃止し、シールがなくても止められる新形状のフタ「Wタブ」を採用。これにより、プラスチック使用量を年間33トン削減できます。冷凍食品では、自社ブランドの麺製品ほぼすべてでプラスチックトレーを、パスタや焼そばで液体スープパッケージを廃止しました。

## TCFD対応

<https://www.nissin.com/jp/sustainability/environment/policy/risk/>

## プラスチック容器包装に関する2030年目標

[https://www.nissin.com/jp/sustainability/environment/business/manufacturing/#manufacturing\\_waste](https://www.nissin.com/jp/sustainability/environment/business/manufacturing/#manufacturing_waste)

\*3 2018年度比で日清食品グループ(海外含む)の総量目標  
\*4 原料調達から製造、廃棄、リサイクルに至るまで、全体を通しての環境負荷を定量的に評価する方法

## PICK UP 人材戦略

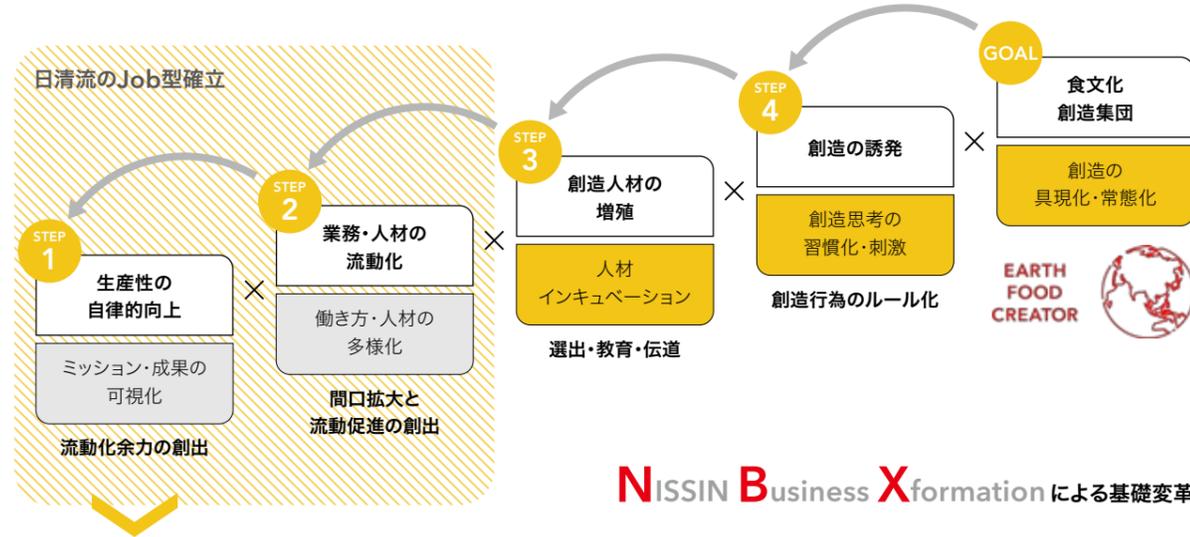
常に新しい食文化を創造し続ける「EARTH FOOD CREATOR(食文化創造集団)」として、中長期成長戦略を実現するためには、経営戦略と連動した人材戦略の実行が不可欠です。「既存事業のキャッシュ創出力強化」「EARTH FOOD CHALLENGE2030」「新規事業の推進」の3つの成長戦略テーマの実現のために必要な組織と人材を定義し、人材を大切な資本として、戦略的な採用・育成・配置を行っています。また多様な人材が輝ける組織文化や環境づくり、そして従業員一人ひとりが目標に向かって成長し、働きがいを実感できる職場づくりを積極的に推進しています。

### 戦略を支える人材／組織基盤の変革

日清食品グループでは以前よりビジネスモデル自体の変革を目指した全社活動テーマとして、「NBX:NISSIN Business Transformation」を掲げ、事業構造改革を推進しています。その中でも特に力を入れているのが、戦略を支える人材／組織

基盤の変革です。現在は、食文化創造集団の実現に向けたバックカスティングモデルである変革ロードマップに則り、第一歩となる日清流のJob型モデル確立を目指しています。

### 食文化創造集団の実現に向けたバックカスティングモデル



### NISSIN Business Xformationによる基礎変革

**STEP 1 生産性の自律的向上に向けて**  
**ジョブディスクリプション・スキルの可視化**  
 従業員のキャリア形成と、組織の生産性向上を目指し、各部門のジョブディスクリプションと従業員のスキルや経験の可視化を進めています。今後、データベース化し、人材育成、配置、目標管理などへの活用に向けて、社内共有する計画です。

**キャリア採用の推進**  
 戦略遂行には従業員の人材育成だけでなく、外部人材の確保が必要との認識のもと、イノベーションの牽引役となるような専門人材や、グローバル経営人材の採用を推進しています。即戦力となる人材の獲得に努めています。

## 人材育成

### 「NISSIN ACADEMY」の開講

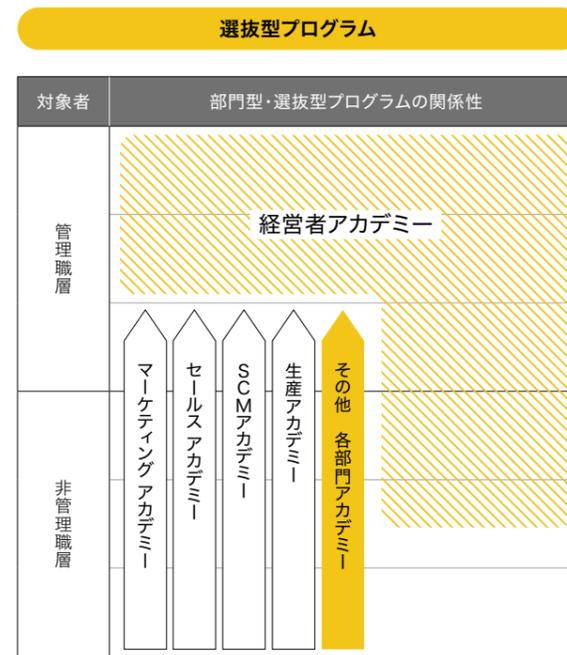
当社グループでは、経営人材を計画的に育成するため、OJT (On the Job Training) では習得しづらい幅広い知識やスキルを体系的に学ぶことができる企業内大学「NISSIN ACADEMY」を開講しています。

「NISSIN ACADEMY」は、選抜型プログラムと、成長意欲

のある人であれば誰もが学ぶことのできる公開型プログラム\*の2部構成になっています。2020年10月より、経営者を育成する公募型の選抜プログラム、「経営者アカデミー」プログラムを開始し、第2期も継続実施しています。今後もプログラムを開催し、次期経営人材を育成していきます。

\*人事部主催の階層別教育を含む

### NISSIN ACADEMYの全体図



### 企業理念浸透に向けた取り組み

当社グループでは、従業員が一丸となって挑戦する企業風土づくりには、企業理念の共有・浸透が不可欠であると認識しており、企業理念の浸透にあたっては、新入社員やキャリア入社社員に向けた研修を実施しています。また、1年に2回、企業理念や創業者精神に関して議論する「職場ミーティング」や、1年に6回経営トップが国内外の従業員に対し、企業理念などを発信する機会を設けています。

創業者の誕生日である3月5日は、全従業員がさらなる飛躍のために創業者精神を考える創業者記念日としているほか、「チキンラーメン」の発売記念日である8月25日には、従業員が店舗での対面販売を体験する機会を設け、食品メーカーの社会的使命を考える場としています(2020年・2021年はコロナ禍により別プログラムを開催)。

### 公募制度の推進

当社グループでは、すべての従業員に挑戦する機会を提供するため、希望する職に応募できる公募制度を設けています。2020年度は、50以上の公募ポストを設定し、ポスト数の2倍以上の応募がありました。

### 成長実感プロジェクト

従業員が成長を実感できる環境整備に向けて、2016年度より成長実感プロジェクトを展開しています。月に1度の上司と部下による1on1ミーティングや、半期ごとに直属の上司がメンバーのチャレンジ目標(個人目標)達成度などを部門長にプレゼンし、多面的な角度からメンバー一人ひとりの成長についてディスカッションする成長実感会議を実施しています。

## 働きがいのある職場の実現

## スマートワークの取り組み

日清食品は、社員のワークライフバランスや生産性の向上のための取り組みを実施しています。2017年度からは、働き方改革の一環として、一人当たりの年間総労働時間の目標を2,000時間未満に設定し、コアタイムのないフレックスタイム制度やテレワーク制度、有給休暇の半日単位取得制度といった新たな制度も設けました。社員には業務効率化による残業時間の低減、有給休暇取得促進を呼びかける案内文書を定期的に発信しています。コロナウイルス感染拡大の影響が続く中、2020年2月よりテレワーク制度の日数制限をなくし、いち早く一斉テレワークの働き方に移行することができました。自宅での業務環境を支援するため、備品の貸与や、在宅勤務に伴う光熱費の節約支援策として、自宅で使用でき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で、毎月の電気料金に提携企業特別割引が適用される「日清 GREEN WORK チャレンジ」を開始しました。また、テレワーク中の社員には定期的にアンケートを実施するなど、メンタル面の健康維持・コミュニケーションの強化に努めました。

## 年間総労働時間

2018年度	2019年度	2020年度
1,985時間	1,954時間	1,990時間

対象：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を含む）

## 健康経営の推進

日清食品グループは、全従業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を経営上の最重要課題の一つと考えています。2018年8月に「日清食品グループ健康経営宣言」を策定し、日清食品ホールディングス代表取締役社長・CEOの安藤宏基を責任者とする推進体制を構築しています。充実した健康診断の実施、24時間受付対応の窓口設置、社員の健康課題を把握することを目的として、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「プレゼン

## ダイバーシティ&amp;インクルージョンの推進

## 人権方針の策定

当社グループは、事業活動に関わるすべての人の人権を尊重しています。2018年4月には「日清食品グループ人権方針」を策定、「日清食品グループ倫理規程」の行動規範を改訂し、「国際的に認められた人権の保護基準を支持するとともに、全ての人の基本的人権を尊重し、個人の尊厳を傷つける行為は行わない」こと

ティーズム調査」の実施、「withコロナ時代」の新たな健康経営活動としてテレワークうつ予防策の実施など、従業員の健康に関するさまざまな対策を実施しています。

## 社員の健康増進

<https://www.nissin.com/jp/sustainability/social/employee/health/>

## NISSIN CREATORS AWARDの開催

NISSIN CREATORS AWARDとは、全従業員が創造性を育み、互いの成果を称え合い、高め合うことを目的として、創造性を発揮することですぐれた功績を残し、会社に大きく貢献した案件を1年に1度表彰する制度です。

NISSIN CREATORS AWARD 2020では、コロナウイルス感染拡大の影響で表彰式の実施が困難な中、特設サイトを開設し、優秀賞案件を紹介する動画を掲載し、従業員投票によって選出する従業員特別賞を新設しました。



## 社員への意識調査

国内外のグループ会社の社員を対象に、会社への満足度、部署内のコミュニケーションの状況、ハラスメントの有無、会社のビジョンや戦略への共感の度合いなどに関する意識調査を行っています。調査結果や意見などは、経営層や各部門長と共有し、働きやすさや会社への満足度の改善につなげています。

「会社のビジョン・戦略と一緒に実現したい」の質問へは、ポジティブ回答7割以上を社内的な目標としており、2020年度は国内グループ会社の全従業員の約8割がポジティブ回答しました。

(注) 2020年度は海外グループ会社社員を対象としたアンケートは実施していません

を定めました。サステナビリティ委員会傘下に人権ワーキンググループを設置し、人権尊重に関する施策を講じています。

## 日清食品グループ人権方針

<https://www.nissin.com/jp/sustainability/management/policy/human-rights-policy/>

## ダイバーシティ委員会

当社グループは、人種、民族、国籍、宗教、信条、出身地、性別、性的指向、性自認、年齢、障がいなどに基づく差別およびハラスメントの禁止を「日清食品グループ人権方針」に定め、多様な属性や価値観を持つ従業員が活躍できる職場を目指しています。また、人材の採用時や採用後の昇進・昇格についても、公正に対応しています。多様な従業員を受け入れ、個々の能力を存分に発揮できる職場環境の実現に向け、人事部専任者と有志メンバーによる部門横断型組織ダイバーシティ委員会を設けています。

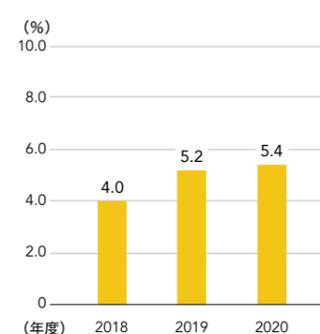
委員会では、ダイバーシティ&インクルージョンの意識啓発を目的とした各種施策を実施しています。2019年度は、多様性を活かした組織づくりの阻害要因となりえる「アンコンシャス・バイアス（無意識の偏見）」の概念を学び、その対処方法を議論する研修を全役員・管理職向けに開催しました。2020年度は、テレワーク下における社内コミュニケーション活性化、女性の活躍推進、LGBTに関する取り組みなどを実施しました。

## 女性活躍推進

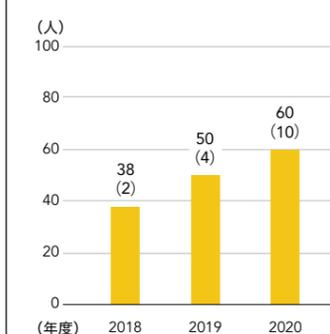
当社グループは、女性の活躍推進に向け、働きやすい就業制度や社内の意識改革に取り組んでいます。また、女性管理職比率向上を目指して、2016年度から女性リーダー候補向けの選抜研修なども実施しています。また、部門ごとに女性活躍推進を進めるための目標を設定するとともに、事業会社社長・役員・チーフオフィサーがスポンサーとなり、女性リーダーを育成するスポンサープログラムを導入しています。

なお、女性活躍推進にすぐれた企業として「準なでこ\*1」に2019年、2020年と連続して選定されました。

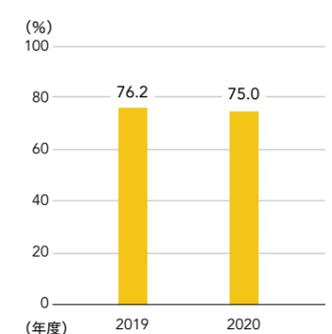
## 女性管理職比率推移



## 育児休業取得者数(うち男性)



## 採用者における中途採用者率



\*1 経済産業省と東京証券取引所が共同で選定する「なでこ銘柄」の次点として、業種の枠数なく選定される銘柄

\*2 LGBTなどの性的マイノリティが自分らしく働ける職場づくりを実現することを目的に、任意団体の「work with Pride」が2016年に日本で初めて策定した指標

\*3 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を含む）

## LGBTに関する取り組み

当社グループでは、従業員が個性や能力を最大限発揮できる環境を作るために、性的マイノリティ(LGBT)の方も働きやすい環境の整備に取り組んでいます。LGBTに関する研修や福利厚生制度の整備などの取り組みが評価され、「PRIDE指標2020\*2」において、最高評価である「ゴールド」に認定されました。

## 育児・介護との両立支援

子どもを持つ社員向けに、仕事と育児の両立を支援する環境を整備しています。育児休業中の社員には、本人の成長意欲に応じて、eラーニングや社外研修の受講の機会を提供するとともに、復職時には不安解消のための面談を実施しています。これらの施策やテレワーク制度、コアタイムのないフレックスタイム制度の活用などが評価され、2019年2月に、厚生労働省が優良な子育てサポート企業として評価する「プラチナくるみん」の認定を受けました。2020年度は男女合わせて60名の社員が育児休業を取得し、全員が復職しました。また、46名の女性社員が育児短時間勤務制度を利用しました\*3。

また、同居者などの介護が必要な社員に対しては、コアタイムのないフレックスタイム制度やテレワーク制度、失効年次有給休暇など、柔軟な働き方を可能にする環境を整えることで、介護との両立を支援しています。2020年度は1名が介護休業を取得しました。



アンコンシャスバイアス研修(2020年実施)

## 社会貢献活動

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企業としての持続的成長を果たすことを目指すなかで、さまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。特に、子どもへの支援や製品を活かした災害支援、飢餓撲滅支援、50年間に100の「未来のためにできること」を行う社会貢献活動「百福士プロジェクト」に力を入れています。

### 子どもたちの健やかな成長を支援

主な  
取り組み

- 途上国の子どもへの給食支援
- 日本の子どもへの支援
- 食育

日清食品、日清食品冷凍および湖池屋は、途上国の学校に給食を提供する「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。

また、日清食品では、学校の設備や教材を提供し子どもたちの学びを援助するベルマークを付けた製品を1961年から、

湖池屋では1977年から販売しています。その他、小学生を対象にした食育イベント「チキンラーメン Oishiiしょくいくスクール」を2008年から全国各地で開催しています。



「チキンラーメン Oishiiしょくいくスクール」の様子

### 災害支援

主な  
取り組み

- 世界ラーメン協会(WINA)を通じた災害時の食料支援
- キッチンカーによる被災地支援

当社グループは、代表取締役社長・CEO 安藤宏基が会長を務めるWINAを通じて災害時の食料支援に取り組んでいます。

大規模災害の発生時には、WINAの現地会員企業や赤十字社などを通じて、被災地にインスタントラーメンを届けています。2008年5月から2021年3月までに、延べ63社の会員企業と共同で677万食のインスタントラーメンを寄贈しました。

また、日本各地で地震などの自然災害が発生した際には、キッチンカーを被災地へ派遣しています。2019年10月18、19

日には、台風第19号の被災者を支援するため、長野市内の避難所2カ所を巡回し、社員が被災者の方々に「カップヌードル」を無償で提供しました。



被災地に届けられたインスタントラーメン

### 飢餓撲滅支援

主な  
取り組み

- 国連WFPを通じた飢餓撲滅支援
- 製品寄贈を通じた支援

当社グループは、代表取締役社長・CEO 安藤宏基が会長を務める国連WFP協会の積極的な支援しています。

製品の売上の一部を寄付する取り組みや、チャリティーイベント「WFPウォーク・ザ・ワールド」への参加などを通じて、社員や一般の方々に対する飢餓問題の啓発に取り組んでいます。なお、2020年度は約3,200万円を国連WFP協会に寄付し、これまでの累計寄付金額は約3億8,200万円となりました。それ以外にフードバンクなどへの製品寄贈も行っています。

### 百福士プロジェクト

当社グループは、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ぎ、創業50周年にあたる2008年から「百福士プロジェクト」をスタートさせました。2058年までの50年間に、100の「未来のためにできること」を実行していく社会貢献活動です。取り組むテーマは「創造」「食」「地球」「健康」「子どもたち」の5つです。

2020年11月からは、社員が正しい睡眠習慣や知識を身につけることによって、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す「在宅勤務」を“快宅勤務”に!! 日清 睡眠ing(スイミング)スクール」を実施しました。

また、「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を身につけ、理解促進することが社会的に求められているのを受け、2020年12月には「知ろう、LGBTのこと。広げよう、レインボーの輪。にじいるShine(社員)!プロジェクト」を実施し、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。



LGBTに関する制度面の取り組み P.56

「知ろう、LGBTのこと。広げよう、レインボーの輪。にじいるShine(社員)!プロジェクト」のオンライントークショーの様子

### 安藤財団(安藤スポーツ・食文化振興財団)

安藤スポーツ・食文化振興財団(略称:安藤財団)は、創業者・安藤百福が私財を提供して1983年に設立した公益財団法人です。「食とスポーツは健康を支える両輪である」という理念のもと、陸上競技への支援、自然体験活動の普及に取り組んでい

るほか、発明記念館の運営、新しい食品の創造につながる研究、開発を奨励する表彰事業を実施しています。当社グループは安藤財団の理念に賛同し、その活動を積極的に支援しています。

### 社員に向けたサステナビリティ意識の啓発

社員のサステナビリティに対する意識を醸成するため、サステナビリティ委員長である日清食品ホールディングス代表取締役社長・CEOからの発信に加え、各種研修やグループ社内報を通じて環境・社会課題や各種方針、持続可能な開発目標(SDGs)などを周知しています。また、社員への意識調査を毎年実施しており、自社の環境配慮と社会への貢献度に関する意識変化を把握しています。

〈取り組み事例〉  
当社グループでは、環境管理責任者全員がeco検定または環境プランナーなどの資格に合格することを目指しており、対象者に受験を推奨しています。また、ISO14001の認証を取得している事業所では、内部監査員への教育や部門別、階層別教育を実施しています。そのほか、外部講師によるセミナーの開催や、環境保全に関するボランティア活動の機会を設けることで、社員の環境意識を高めています。

また、人権方針や人権尊重の考え方を当社グループの経営層および社員に浸透させています。特に、セクシャルハラスメントとパワーハラスメントの防止を重要テーマに掲げ、コンプライアンス研修の中で、対応策や内部通報制度について説明しています。

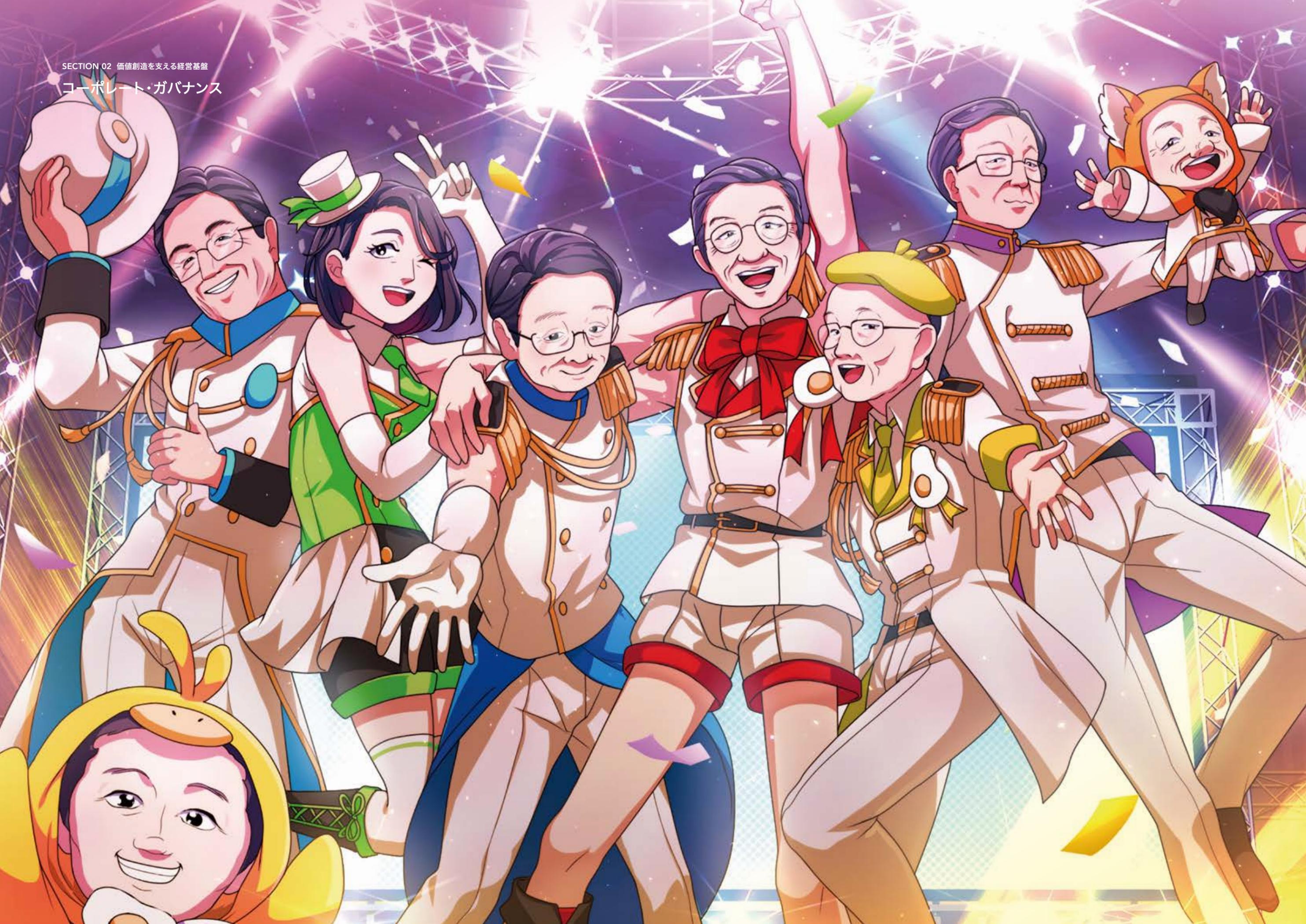


コンプライアンス研修

#### 社員意識調査の結果

(年度)	2018	2019	2020
会社は環境に配慮した事業を行っている	59%	64%	73%
会社は事業を通じて社会に貢献している	81%	80%	88%

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を含む)、明星食品、日清ヨーク、日清シスコの社員



役員  
紹介

取締役

監査役



安藤 宏基 安藤 徳隆 横山 之雄 小林 健 岡藤 正広 水野 正人 中川 有紀子 櫻庭 英悦 澤井 政彦 亀井 温裕 向井 千杉

役職	代表取締役社長・CEO	代表取締役副社長・COO 日清食品株式会社 代表取締役社長	取締役・CSO 兼 常務執行役員	社外取締役	社外取締役	社外取締役	社外取締役	社外取締役	社外取締役	常勤監査役	常勤社外監査役	社外監査役
独立役員	—	—	—	—	—	○	○	○	—	—	○	○
役員就任年数	47年	13年	11年	10年	10年	5年	2年	1年	3年	2年	6年	—

構成

取締役会	◎	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
経営諮問委員会 <sup>*1</sup>	○	○	オブザーバー	—	—	◎	○	○	—	—	オブザーバー	オブザーバー
監査役会	—	—	—	—	—	—	—	—	◎	○	○	○
取締役会出席状況 <sup>*2</sup>	10/10回	7/7回	10/10回	10/10回	9/10回							
監査役会出席状況	—	—	—	—	—	—	—	—	—	11/11回	11/11回	11/11回

保有する経験・スキル

企業経営	○	○	—	○	○	○	—	—	—	—	—	—
ブランド戦略	○	○	—	—	○	○	—	—	—	—	—	—
フードテック	○	○	—	—	—	—	—	○	—	—	—	—
サステナビリティ	○	—	—	○	—	○	○	○	—	—	—	—
構造改革	—	○	○	—	—	—	○	—	—	—	—	—
財務・会計	—	—	○	—	—	—	—	—	○	○	○	—
リスク・法務	—	—	○	○	○	—	—	—	—	—	○	○

(注)◎は議長、委員長を表す  
<sup>\*1</sup> 2021年12月1日現在  
<sup>\*2</sup> 2020年度の出席状況を記載。櫻庭英悦氏の出席状況については、2020年6月25日以降の就任以降に開催された取締役会を対象

コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

日清食品ホールディングス株式会社は、2008年10月1日付にて、「日清食品株式会社」から「日清食品ホールディングス株式会社」に商号変更し、同時に、グループを大きく発展させるために持株会社制に移行しました。

当社は、安全・安心な食品を提供し、株主、消費者、従業員、

取引先、地域社会・住民など、すべてのステークホルダーの利益が最大化されるように事業を推進するとともに、コーポレート・ガバナンスの充実・強化を経営上の最重要課題の一つとして認識し、客観性と透明性の高い経営の実現に努めています。

特に取締役については、2016年6月28日開催の第68期定時

株主総会における決議に基づき、社内取締役を6名減員して3名に、また社外取締役を1名増員して5名とし、過半数を社外取締役とすることで、さらなる経営の監督機能の強化および意思決定の迅速化を進めています。

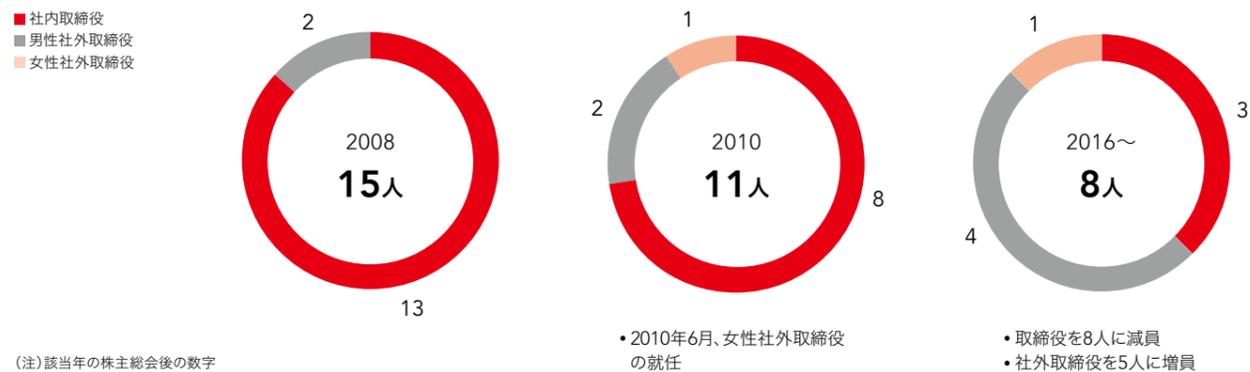
また、監査役会設置会社として、3名の監査役（うち2名が独

立社外監査役）にて取締役の職務執行の監視体制をとっており、さらに監査役の業務を補助するための専任のスタッフを数名配置し、監査役と連携を保ち監査効率を高める内部監査室の充実、内部統制システムの強化などを通じて、より一層のコーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

コーポレート・ガバナンスの強化に向けた主な取り組み

2008—	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持株会社へ移行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 独立社外取締役・監査役連絡会の設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 政策保有株式に関する方針を公表</li> <li>● 取締役会の付議基準を見直し（経営の執行と監督の分離を進める）</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● IFRSを導入</li> <li>● 自己株式の消却</li> <li>● 役員研修会を実施                             <ul style="list-style-type: none"> <li>■ IFRS講習会</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 日清食品グループ人権方針の制定</li> <li>● 日清食品グループ税務方針の制定</li> <li>● 贈収賄防止基本方針の制定</li> <li>■ 人権教育</li> <li>■ コンプライアンス研修</li> <li>■ ダイバーシティ&amp;インクルージョン講座</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 内部監査部門との連携強化</li> <li>● 政策保有株式の縮減方針を明確化</li> <li>● サステナビリティ委員会の設立</li> <li>■ D&amp;I経営/アンコンシャスバイアス</li> <li>■ RCEPが経営に与える影響</li> <li>■ 情報セキュリティの将来</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 買収防衛策廃止の検討</li> <li>● 機関設計の変更の是非</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 買収防衛策廃止（更新期限前）</li> </ul>			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 役員の指名                             <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 社外役員の増員</li> </ul> </li> <li>● 役員報酬の設計</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 社内役員の選任理由の開示</li> <li>■ 業績連動型の短期業績報酬の検討</li> <li>■ 中長期報酬の導入検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ CEO・経営陣幹部の解任基準とそのプロセス</li> <li>■ 相談役・顧問制度の見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ CEOのスキルセットと後継者計画の開示</li> <li>■ 決定方針などの情報開示を拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 日清食品グループ主要ポストの後継者育成計画</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 取締役会の実効性評価</li> </ul>				

取締役会構成の変遷



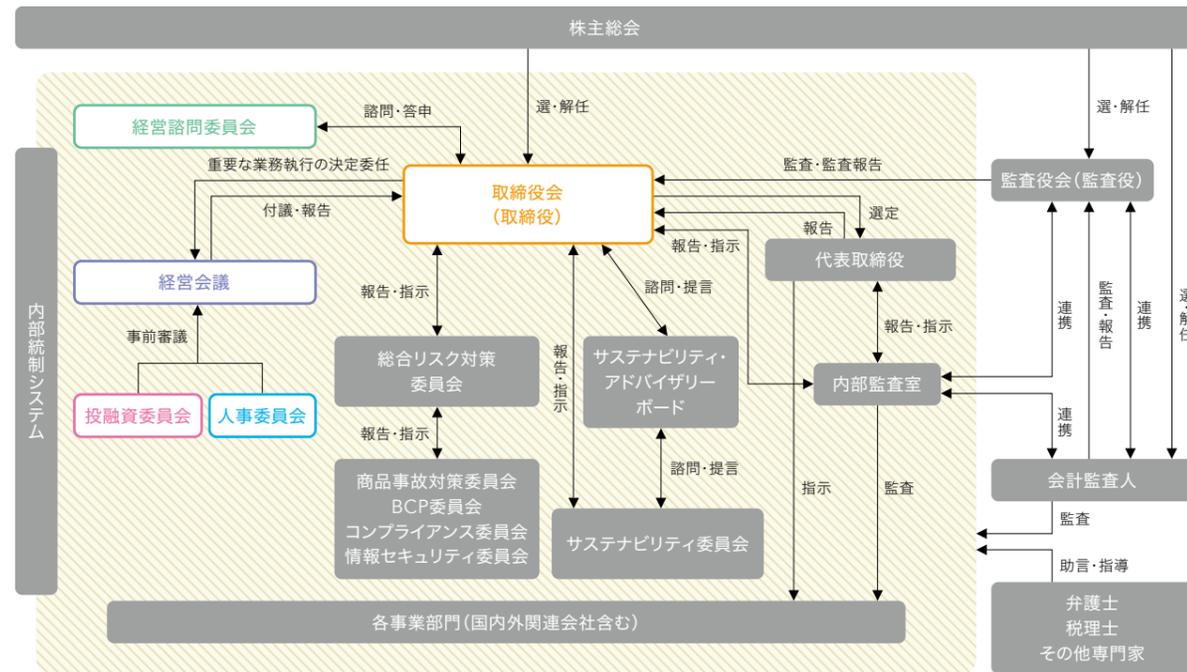
コーポレートガバナンス・コードへの対応

当社では2021年6月に改定された「コーポレートガバナンス・コード」の各原則について、すべて実施しています。各原則の実施状況については、コーポレート・ガバナンス報告書をご参照ください。

📄 **コーポレート・ガバナンス報告書**

<https://www.nissin.com/jp/ir/governance/corporate-governance/pdf/20211201nsshdCG.pdf>

コーポレート・ガバナンス体制



取締役会の実効性

当社は、日清食品グループの持続的成長と中長期の企業価値向上の実現に向けて、取締役会が担うべき役割を果たしているかを確認するとともに、その実効性を高めるため、毎年、取締役会の実効性評価を行うこととしています。

評価の方法は経営諮問委員会および取締役会の審議に基づき決定することとし、また、定期的に第三者評価を実施する

こととしております。

2020年11月開催の経営諮問委員会において、2020年度の実効性評価の実施方法について審議した結果、アンケート方式による自己評価を実施するとの結論に至りました。2020年度に実施したアンケートの分析・評価の結果の概要は、以下のとおりです。

結果の概要	取締役会に期待される監督機能と意思決定機能は、共に適切に機能しており、その実効性は確保されていることを確認しました。
2019年度に示された課題に対する取り組み	①政策保有株式に関する開示の充実 ・政策保有株式の縮減の計画をより具体的に示すため、定量的な目標や期限を明示。 ②社外取締役と内部監査部門との連携のさらなる強化 ・従来までの定例的な活動報告に加えて、内部監査室の活動状況などを取締役会において報告・審議するための機会を確保するなど、連携を強化。
課題への取り組みに対する評価	従来から総じて高い評価となっておりますが、昨年の課題であった政策保有株式に関する開示の充実に関して、特に改善が進んでいることを確認しました。一方で、社外取締役と内部監査部門との連携の強化については、より一層の取り組みが必要と示されました。
さらなる実効性向上に向けた今後の課題	既に取り組みは行われているものの、引き続き、社外取締役と内部監査部門との連携のさらなる強化と、執行役員を含む幹部人事への取締役会の関与の強化、重要議題に関する審議の充実について、取り組んでいく必要性が示されました。

今後も継続的な改善を行うことで、取締役会の実効性のさらなる向上に取り組んでまいります。

会議体

取締役会	<p>取締役会は、法令、定款および取締役会規程にしたがい、経営上の重要事項について審議・決定を行うとともに、取締役の業務執行状況の報告を受け、その監督等を行っています。取締役会を構成する候補者の選任にあたっては、取締役の過半数を社外取締役とすることで、経営の監督機能のさらなる強化を図っています。</p> <p>さらに、経営の監督と執行の適切な役割分担を図るため、執行役員制度を導入するとともに、経営会議を設置し、取締役会から権限委譲を受けた事項について、審議・決定を行っています。これにより、取締役会では、経営方針・経営計画などの経営全般に係る重要事項について、より集中して議論を行うことのできる環境を整えています。</p> <p>議論された議題の例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中長期成長戦略の策定/モニタリング</li> <li>・年度経営計画の策定/モニタリング</li> <li>・各事業における経営計画の進捗</li> <li>・中長期的な資本政策</li> <li>・日清食品グループの中長期環境戦略</li> <li>・各種委員会の活動状況のモニタリング</li> <li>・取締役会の実効性評価 など</li> </ul>																	
経営会議	<p>経営効率の向上を図るため、取締役(社外取締役を除く)、役付執行役員および常勤監査役で構成する「経営会議」を原則として毎月2回開催して、取締役会で決議される事項の審議等を行い、また「決裁規程」により取締役会から権限委譲を受けた事項について、審議・決定を行っています。</p>																	
経営諮問委員会	<p>2015年から、取締役会の監督機能を強化するとともに、経営の透明性・公平性を担保するため、独立社外取締役を委員長とし、独立役員が過半数を占める「経営諮問委員会」を設置しています。「経営諮問委員会」は、取締役会の諮問機関として、原則として年3回開催し、以下の議題について審議し、その結果を取締役に答申することで、取締役会の審議や決議に寄与しています。</p> <p>経営諮問委員会で審議する議題は以下のとおりです。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 経営陣幹部の選解任 取締役候補者を含む経営陣幹部を選任又は解任する際の方針や基準について審議し、その一連の手続きの方法に関する審議および監督を行っています。</li> <li>2. 取締役の報酬 取締役の個人別の報酬等の決定方針と、その決定プロセスの妥当性について、経営の透明性・公平性などの観点から審議および監督を行っています。</li> <li>3. その他のコーポレート・ガバナンスに関する事項 上記のほか、当社のガバナンス体制の一層の向上を図るため、適宜、必要な議題を設定し、審議を行っています。</li> </ol> <p>なお、取締役会は、上記の事項について審議・決議するのに先立って、経営諮問委員会に諮問しなければならないとしています。また、取締役会は、経営諮問委員会の答申を尊重し、十分考慮して、これらの事項を審議や決議しています。</p>																	
監査役会	<p>監査役会は、会社法等諸法令や定款・諸規程等に基づき、取締役の意思決定の過程や職務執行状況の監査を実施しています。監査役は総数を4名以内とし、その過半数を社外監査役とします。</p>																	
総合リスク対策委員会	<p>代表取締役副社長・COOを委員長とする「総合リスク対策委員会」を設置し、日清食品グループに係る種々のリスクの予防・発見・管理および対応を行っています。</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th colspan="3">総合リスク対策委員会</th> </tr> <tr> <td>各リスク対策指示</td> <td>リスク管理状況の報告</td> <td>有事の対策指示</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">↓ 報告・指示 ↑</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th colspan="3">事務局(リスクマネジメント室)</th> </tr> <tr> <td>各リスク体制の管理</td> <td>リスクレポート作成</td> <td>有事の対応協議</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">↓ 報告・指示 ↑</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>商品事故対策委員会</td> <td>BCP委員会</td> <td rowspan="2">他リスク主管部門</td> </tr> <tr> <td>情報セキュリティ委員会</td> <td>コンプライアンス委員会</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">各リスク対策の実行と報告・有事の対応協議</p> <div style="border: 2px solid red; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center; margin-top: 10px;"> <p>大きな影響を及ぼす 有事が発生した場合</p> <p>——</p> <p><b>グループ重大事案 対策本部</b></p> <p>重大リスクへの 対処・再発防止</p> </div>	総合リスク対策委員会			各リスク対策指示	リスク管理状況の報告	有事の対策指示	事務局(リスクマネジメント室)			各リスク体制の管理	リスクレポート作成	有事の対応協議	商品事故対策委員会	BCP委員会	他リスク主管部門	情報セキュリティ委員会	コンプライアンス委員会
総合リスク対策委員会																		
各リスク対策指示	リスク管理状況の報告	有事の対策指示																
事務局(リスクマネジメント室)																		
各リスク体制の管理	リスクレポート作成	有事の対応協議																
商品事故対策委員会	BCP委員会	他リスク主管部門																
情報セキュリティ委員会	コンプライアンス委員会																	

## SECTION 02 価値創造を支える経営基盤

コーポレート・ガバナンス

### 社外取締役の選任理由と期待される役割

氏名	選任理由と期待される役割
小林 健	三菱商事(株)入社以来、シンガポール支店長、プラントプロジェクト本部長、船舶・交通・宇宙航空事業本部長、新産業金融事業グループCEO等を経て、2010年6月から2016年3月まで社長を務められ、また、2016年4月から取締役会長として取締役会の議長を務められ、社内における豊富な業務経験と、総合商社の経営者としての実績に基づくすぐれた見識を有していることから、今後の当社グループの企業価値向上に必要な人材と判断したためです。上記のような観点から、取締役の業務執行の監視・監督の役割を果たしていただくことをはじめ、特に、経営の意思決定に際して客観的な立場で意見を述べ、判断を行っていただくことを期待しています。
岡藤 正広	伊藤忠商事(株)入社以来、主に繊維関連事業に従事し、繊維カンパニープレジデントを経て、2010年4月から2018年3月まで社長を務められ、また、2018年4月からは会長CEOを務められておりますので、社内における豊富な業務経験と、総合商社の経営者としての実績に基づくすぐれた見識を有していることから、今後の当社グループの企業価値向上に必要な人材と判断したためです。上記のような観点から、取締役の業務執行の監視・監督の役割を果たしていただくことをはじめ、特に、経営の意思決定に際して客観的な立場で意見を述べ、判断を行っていただくことを期待しています。
水野 正人	美津濃(株)入社以来、30年以上にもおよび経営者として務められたことにより得られた豊富な経験ならびにすぐれた見識を有していることから、今後の当社グループの企業価値向上に必要な人材と判断したためです。上記のような観点から、経営の意思決定に際して客観的な立場で意見を述べ、判断を行っていただくことおよび取締役の業務執行の監視・監督の役割を果たしていただくために、特に、取締役会の諮問機関である経営諮問委員会の委員長として議論をリードするほか、積極的に意見を述べていただくことを期待しています。
中川 有紀子	商学博士として国内外の教育機関で教鞭をとる等、国際人的資源管理・組織開発、グローバル人材の育成の専門家としての長年のビジネス経験と学識者としての知見や見識を有していることから、今後の当社グループの企業価値向上に必要な人材と判断したためです。上記のような観点から、その高い専門性と見識に基づき、客観的な視点で独立性および公平性をもって企業経営を監視し、助言を与える等の職務を適切に遂行し、取締役の業務執行の監視・監督の役割を果たしていただくこと、特に、取締役会の諮問機関である経営諮問委員会の委員として、また、国際人的資源管理・組織開発、グローバル人材の育成の専門家として積極的に意見を述べていただくことを期待しています。
櫻庭 英悦	農林水産省において食料産業局長等の要職を歴任し、また、高崎健康福祉大学農学部にて農業の六次産業化等の教鞭をとられており、これらの豊富な経験と、食の安全・安心や食品分野における環境問題の専門家としてのすぐれた見識を有していることから、今後の当社グループの企業価値向上に必要な人材と判断したためです。上記のような観点から、その高い専門性と見識に基づき、客観的な視点で独立性および公平性をもって企業経営を監視し、助言を与える等の職務を適切に遂行し、取締役の業務執行の監視・監督の役割を果たしていただくこと、特に、経営の意思決定に際して客観的な立場で意見を述べ、判断を行っていただくことを期待しています。

## 役員報酬

### 報酬等の決定方針

当社は、取締役の個人別の報酬等の決定方針として、報酬等の構成、役位や役割ごとの報酬水準、業績指標やその報酬等への反映方法、ストック・オプションの付与方法等を定めた「取締役報酬ガイドライン」を策定し、その内容を取締役会の諮問機関としての独立役員が過半数を占める「経営諮問委員会」にて審議し、了解を得た上で、取締役会において、当該ガイドラインに則って代表取締役社長・CEO安藤宏基が取締役の個人別の報酬額を決定することとする旨を決議しています。

### 報酬等の構成

取締役に対する報酬は、取締役の役位や役割の大きさ、また、全社業績や個人業績に応じて支給される「基本報酬」と、中長期的に継続した業績向上と企業価値向上への貢献意欲や士気を高めることを目的とした「株式報酬型ストック・オプション」の2点で構成しています。

なお、「基本報酬」と「株式報酬型ストック・オプション」の合計額に占める割合は、役位ならびに株価変動によって「基本報酬」はおおよそ60%~80%、「株式報酬型ストック・オプション」は

おおよそ20%~40%の範囲で展開されるように設計しています。

(注)社外取締役は客観的な立場で会社経営に対して監督および助言を行う役割を担うこと、監査役は客観的な立場で取締役の職務の執行を監査する役割を担うことから、業績への運動を排除し、役位に対して支給される「基本報酬」のみとしています。

#### 1. 基本報酬

「基本報酬」は、取締役の役位や役割に基づく固定部分と、当期の会社業績および個人成果の達成度に連動する業績等連動部分で構成されており、月例で支給しています。業績等連動部分は、当社の「連結業績指標\*1」の実績および「個人業績評価\*2」の結果に応じ基準額に対してそれぞれ最大20%ずつ、合計で最大40%の範囲で変動する仕組みとしており、翌年度の「基本報酬」の業績等連動部分へと反映されます。

\*1 会社業績を示す際のわかりやすさの観点から、主に当社の全社業績のうち本業での稼働力を示す「売上収益」と株主への最終責任を示す「親会社の所有者に帰属する当期利益」の計画達成度を用いています  
\*2 業務執行を通じた業績達成が会社業績の向上につながるという考えから、個人の責任や成果を明確にし、その計画達成度を評価しています。当年度は当社全社業績、担当部門業績、担当事業会社業績といった指標を踏まえて評価しています。役位に応じて、評価におけるこれらの指標の適用ウェイトが異なります

#### 2. 株式報酬型ストック・オプション

中長期的に継続した業績向上と企業価値向上への貢献意欲や

士気を高めることが当社株主にとって利益の向上につながるように、報酬の一部を当社株式のストック・オプションとしています。算定方法は、当該年度の基本報酬の一定額を役位別に定める係数で乗じた額に対し、算出株価で除した数値を新株予約権

の付与個数とします。算出株価の算定は、付与前年の2~4月の平均株価を元にブラックショールズ式にて算出しています。なお、算定の基準となる期間は取締役任期1年を基準とし、1年の任期を経過後に権利を付与します。

### 役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数

役員区分	2020年度 報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別総額(百万円)			対象となる 役員の員数(人)
		基本報酬		ストック・ オプション	
		固定報酬等	業績連動報酬		
取締役(社外取締役を除く)	598	338	14	245	3
監査役(社外監査役を除く)	15	15	—	—	1
社外役員	75	75	—	—	7
合計	690	430	14	245	11

(注)上記業績連動報酬は、2019年度の業績を反映しています。2020年度決算に対する業績連動報酬は、2021年度の報酬に反映されます

### 役員ごとの連結報酬等の総額等

氏名	2020年度 連結報酬等の 総額(百万円)	役員区分	会社区分	報酬等の種類別総額(百万円)		
				基本報酬		ストック・ オプション
				固定報酬等	業績連動報酬	
安藤 宏基	394	取締役	当社	217	9	167
安藤 徳隆	193	取締役	当社	62	2	62
		取締役	日清食品株式会社	62	2	—

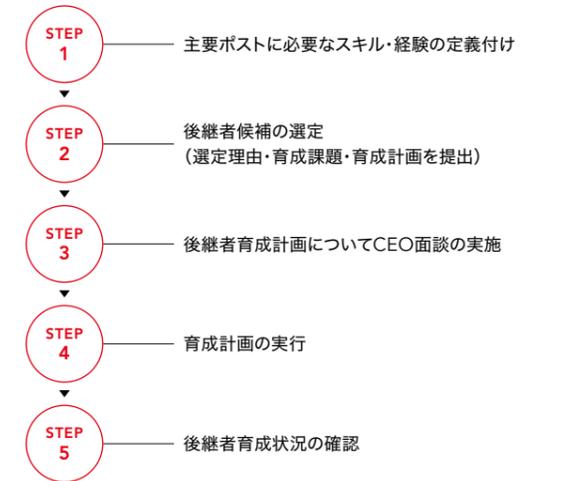
## 最高経営責任者・主要ポストの後継者計画

日清食品グループが、「EARTH FOOD CREATOR」として、世の中に新しい食を創造し、環境・社会課題を解決しながら持続的成長を果たすためには、中長期的なビジョンを描き、企業理念を体現・実行する経営者を計画的に育成する必要があります。

最高経営責任者の後継者の選定に際しては、原則として取締役に選任された者や執行役員の中から、過去の実績に加え、グループビジョンの実現に向けた強いオーナーシップと責任感があり、決断力・ブレークスルー力・人心掌握力・モラル・正義感の高さから、社内外から人望が厚く、経営に関する幅広い経験・知識を有しながら、先進的な見識への進取の精神を持ち、高い経営判断能力を有する者を候補者として選定し、経営諮問委員会の諮問を経て、取締役会は該当者を後継者としてふさわしい人物かを判断することとしています。

役員・執行役員、事業会社社長、チーフオフィサーなど主要ポストの後継者育成につきましても育成計画策定、CEO面談、

計画実行、進捗確認のPDCAを回して、計画的なパイプラインの充足に努めております。



## SECTION 02 価値創造を支える経営基盤

### コーポレート・ガバナンス

#### 株式の保有状況

当社は、配当・キャピタルゲインの獲得以外に、経営戦略上、取引先との良好な関係を構築し、効率的・安定的な取引や業務提携などにより事業の円滑な推進を図ることで中長期的な企業価値の向上を実現する観点から、必要と判断する上場企業の株式を保有することがあります。

こうした株式の中で、保有の意義が希薄と判断された株式については、可能な限り速やかに売却していくことを基本方針としており、2020年6月25日に公表したコーポレート・ガバナンス報告書において、「今後2～3年内に2019年度末比で20%相当の政策保有株式の縮減を行う方針」を示していましたが、2021年5月末までに4銘柄については全額、5銘柄については一部、2019年度末の時価で換算した評価額で合計13,765百万円を売却することにより、20%を超える縮減を行い、計画

#### グループガバナンス

当社は、上場子会社として、日清食品有限公司(香港証券取引所メインボード市場上場、以下「香港日清」)および株式会社湖池屋(以下、「湖池屋」)を有しています。

香港日清および湖池屋が上場子会社であることに鑑み、当該上場子会社および当社以外の当該上場子会社の株主その他のステークホルダーの利益を適切に保護することが、当該上場子会社の企業価値向上に資するとの認識のもと、上場子会

#### 内部統制

日清食品グループの役員および従業員は、「日清食品グループ倫理規程」および「日清食品グループコンプライアンス規程」のもとに、企業の社会的責任を深く自覚し、日常の業務遂行において、関係法令を遵守し、社会倫理に適合した行動を実践するよう努めています。

#### 税務方針

日清食品グループでは、創業者理念である「食為聖職」の精神に則り、安全・安心な食品を提供し、すべてのステークホルダーの利益が最大化されるように事業を推進するとともに、客観性と透明性の高い経営を実現すべく、コーポレート・ガバナンスの充実・強化を経営上の最重要課題の一つとして掲げています。

税務コンプライアンス分野においても、「日清食品グループ

を前倒して達成しています。なお、2020年3月末時点で62銘柄だった政策保有株式は、2021年3月末時点では59銘柄、同年5月末時点では58銘柄となりました。

また、毎年4月に開催される取締役会にて、主要なものについては個別銘柄毎に、事業収益への貢献度合や資本コストをベースとする収益目標対比で実際のリターンが上回っているかなどを経済合理性、保有目的・取引状況などの要素を総合的に勘案し、継続保有の可否や売却のスケジュールについて、定期的に検証しております。2021年4月7日に開催された取締役会では、今後2年程度で100億円を目標に政策保有株式の縮減を行う方針を決議しています。

社の経営の独立性を尊重しています。

上記の方針に基づき、上場子会社の経営の独立性を確保しつつ、当社が定める「内部統制システム構築の基本方針」などに基づき、上場子会社を含む当社グループのグループガバナンス体制を構築することにより、当社グループの企業価値の最大化を図っています。

#### 内部統制システム等に関する事項

[https://www.nissin.com/jp/ir/governance/internal\\_control/](https://www.nissin.com/jp/ir/governance/internal_control/)

税務規程」を制定し、税務コンプライアンスに対する日清食品グループ各社とその従業員の意識の浸透を図り、適切な税務コンプライアンス体制の整備・運用に常に努めています。

#### 日清食品グループの税務方針

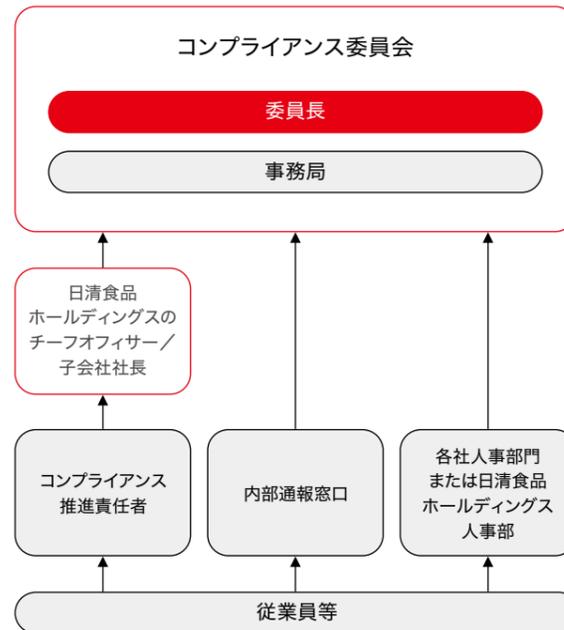
<https://www.nissin.com/jp/ir/governance/tax-principle/index.html>

#### コンプライアンス推進体制

「日清食品グループコンプライアンス規程」に基づき、日清食品ホールディングス主要部署と各グループ会社にコンプライアンス推進責任者を置くとともに、日清食品ホールディングス代表取締役副社長・COO\*を委員長とする「コンプライアンス委員会」を原則四半期に一度開催しています。「コンプライアンス委員会」では、内部通報窓口への相談・通報傾向や発生事例の報告、防止策ならびに再発予防策を検討しています。また、各社・各部署に配置されているコンプライアンス推進責任者は、配置先の違反懸念行為の調査、報告を担っているほか、委員会での報告内容の共有や勉強会の開催も行っています。なお、取締役会は、コンプライアンスの体制、実施状況および関連事項を定期的に審議しており、コンプライアンス委員会および関連部門の業務執行を監督しています。

#### 2020年度のコンプライアンス違反(対象:国内グループ会社)

腐敗防止に関する行動規範・法令違反件数:0件



#### 行動規範(抜粋)

<https://www.nissin.com/jp/sustainability/compliance/transaction/>

#### 内部通報制度

「日清食品グループ内部通報規程」に基づき、日清食品グループで働く役員・顧問・社員・パート社員・派遣社員を含むすべての従業員と退職者および取引先が業務上の法令違反行為などを通報・相談できる内部通報制度を設けています。利用しやすいよう社内外に合計3つの受付窓口を用意しており、いずれの窓口を利用しても、匿名での相談が可能で、通報者に対する不利益な取り扱い禁止されています。この内部通報窓口を周知するため、連絡先を記載した名刺サイズの「コンプライアンスカード」を国内グループ会社の全従業員に配布しています。

#### 内部通報窓口

- 日清食品ホールディングス法務部コンプライアンスグループが受け付ける社内窓口
- 常勤監査役が受け付ける窓口
- 弁護士が受け付ける社外窓口

(注)口頭、電話、電子メール、書面その他のいずれの方法でも受付可能

#### 内部通報窓口への通報件数

- 2018年度:82件
- 2019年度:72件
- 2020年度:56件

#### 2020年度の通報相談内容と対応事例・通報の内容

パワーハラスメント、セクシャルハラスメント、その他

#### 対応策

受け付けた通報のうち、調査が必要と判断した案件については適切に調査を実施しました。そのうち、重大なコンプライアンス違反が確認された案件については、行為者に対し、必要な懲戒処分を科しました。

\*2021年10月より日清食品ホールディングス取締役・CSO兼常務執行役員 横山之雄が委員長に就任

## 社外取締役メッセージ

人財戦略、DX戦略を推し進め、  
持続的価値創造を支える

社外取締役 中川 有紀子



## 社外取締役に求められている役割

私は、日米企業において人財と組織変革に関わる仕事に従事してまいりました。ビジネスの傍ら、ダイバーシティとイノベーションに関する研究を続け、博士号を取得し、2016年からは、国内外の教育機関で教鞭をとっています。また、2018年からは、東証一部上場企業において社外取締役を務めています。このような経験を通じ、私は、企業の構造改革に関する知見を深めるとともに、環境・社会・経済の持続可能性への配慮により、事業のサステナビリティ向上を図っていく経営の重要性を身をもって感じています。社外取締役として、中長期的な視点で物事を判断できることは、私の強みであると考えています。

## 価値創造を実現する人財戦略、DX戦略を推進

日清食品グループが持続的に価値を創造するために、私は主に2つの改革が必要だと考えています。ひとつは、人財改革です。今、資本市場は「人的資本」に注目しています。その理由は、各社、企業価値を高めていく中で、主な差別化要因になっているのは無形資産である「人的資本」だからです。人財に投じる資金は、コストではなく価値創造に向けた「人財」への投資であるとの認識のもと、企業価値向上に寄与する人財の育成が不可欠であると考えます。

一方で、人的資本の価値は、必ずしも社員の能力だけで計るものではありません。経営戦略に沿った業務遂行力や、新しいビジネスモデルへの適応力を、組織自体が持っていることも重要です。組織力の向上には、社員の能力や専門性を見極め、社外からの人財登用も視野に入れながら、社員を適所適材に配置すること、そして、経営戦略遂行のためにどのような人財

が必要かを常に問いかけ、それを経営陣とも共有することが重要です。私が培ってきた知見をもとに、日清食品グループの人財戦略の一翼を担いたいと考えています。

また、デジタルトランスフォーメーション(DX)を通じた企業構造の改革も持続的な価値を創出するために不可欠な取り組みです。日清食品グループでは、DXを「デジタル化が進む社会における、考え方、働き方、戦略、業務プロセス、ビジネスモデルの変革」と定義しています。

私もDX戦略とは、単なる商品・サービス・プロセスのIT化やデジタル化を指すのではなく、旧来の組織体の壁をつきぬけ、組織文化やビジネスのあり方など企業そのものを変革することだと考えています。日清食品グループはいち早くDXへの取り組みを進めていますが、今後も、DX戦略への議論に積極的に参加し「日清独自のCSV経営」の創出に寄与してまいります。

## 重要性を増すサステナビリティへの取り組み

2021年度は「日清食品グループ 中長期成長戦略」の初年度となります。当経営計画の達成には、積極的な挑戦が不可欠です。そして、この挑戦を推進していく上で、社会的に大きな責任を負う企業として今後一層重要となるのは、サステナビリティへの取り組みであると考えています。私たち社外取締役は、地球視野の環境問題や社会課題など、幅広いステークホルダーの観点も踏まえた外部の視点で厳しく経営を監督することが必要です。

このような視点から、日清食品グループがCSV経営を推し進め、「EARTH FOOD CREATOR」として持続的成長が可能となるよう、世界のメガトレンドから従業員の心の動きまで、バランスの取れた問題提起および助言を行ってまいります。

## 常に中長期視点で

## 戦略を俯瞰し持続的成長を

## 後押しする

社外取締役 櫻庭 英悦



## 社外取締役に求められている役割

私は、農林水産省において食料産業局長等を歴任し、食に関連する産業の育成・振興を担ってまいりました。また、大学において農学部で教壇に立たせていただくなど、日本の農業の発展や環境問題、食の安全・安心に深く関わってきました。日清食品グループは食の安全・安心の分野においては、既に高い品質管理体制を構築しています。しかし、環境変化が激しく不確実性の高い現代においては、国際基準を満たした品質管理機能を確立するだけでなく、新たな基準作りへの対応、新技術の導入やサプライチェーンの体制についても不断に見直すことで強化し、なによりもこのような組織を担うグローバル人材を育成する体制を築くことが課題であると考えています。

このような課題を提起することに加え、客観性と公平・公正な視点を持って綿密に経営を監督することが社外取締役の役割であると認識しています。また、今までの知見を活かしつつ、常に新しい情報を収集し、取締役会における意思決定の妥当性を判断し、適切な助言をすることで取締役会の質をさらに向上できると考えています。

日清食品ホールディングスの取締役会は8名で構成されていますが、そのうち5名が社外取締役と、社外取締役の割合が高く、活発な意見を交わせる雰囲気醸成されています。また、5名の社外取締役のバックグラウンドはさまざま、常に異なる視点から議題を分析し、質問を投げかけ、忌憚のない議論をしています。我々社外取締役の多様性が意思決定に生きていて感じています。

## 新規事業を推進し中長期成長を実現

2020年度は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により経済活動・社会活動が大きく制限されました。そのような中、日清食品グループは従業員の安全を確保しつつも、食の安定供給を維持し、増収増益を達成しました。食品メーカーとしての責任と事業活動の推進の両立ができたことは高く評価しています。

コロナ禍に見舞われ、多くの企業が短期的な足もとの対応と、中長期成長の実現という両軸の経営を強いられていますが、私たち社外取締役は常に株主を代表する立場として、中長期視点でそれぞれの議題を俯瞰し、向き合う必要があると考えています。

現在は地球規模でさまざまな環境リスクが顕在化しており、事業の前提条件が大きく変わっていると言っても過言ではありません。企業にはこれまでの延長線上ではないダイナミックな事業創造や、スピード感のある戦略遂行が求められています。私は「日清食品グループ 中長期成長戦略」の中でも特に、「完全栄養食」をはじめとする「新規事業の推進」に期待しています。地球のサステナビリティだけでなく、健康、おいしさや楽しさにも考慮した新しい食の創造は、「チキンラーメン」という世界初の即席めんを開発し、大きな市場へと育てた日清食品グループだからこそ描くことができる成長戦略です。新規事業を事業化するには大変な実行力が必要です。私がこれまで培ってきた、フードテックを始めとする食に関連した領域でのさまざまな知見や、サステナビリティに対する見識を用いて、新規事業の推進を全力でサポートしていきたいと考えています。

# 3

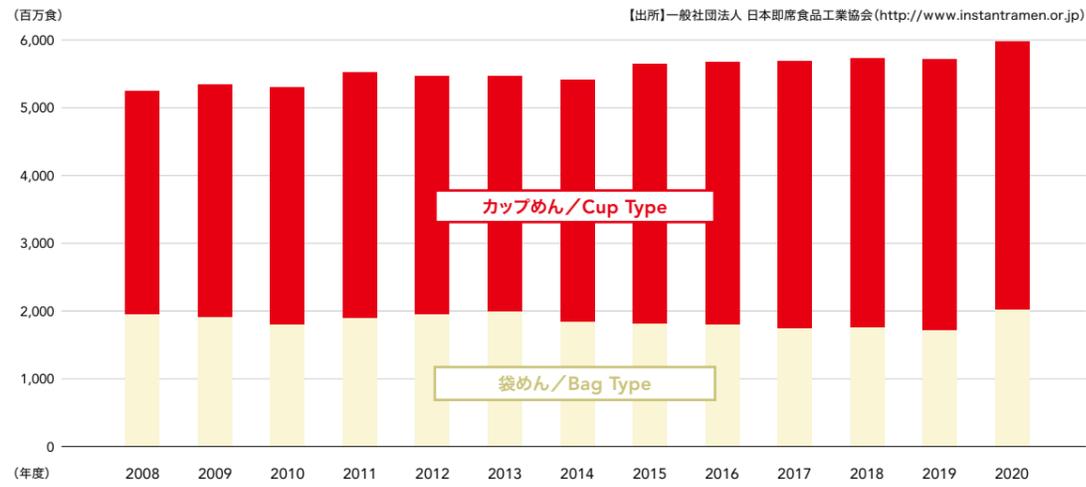
SECTION

## データセクション DATA & INFORMATION

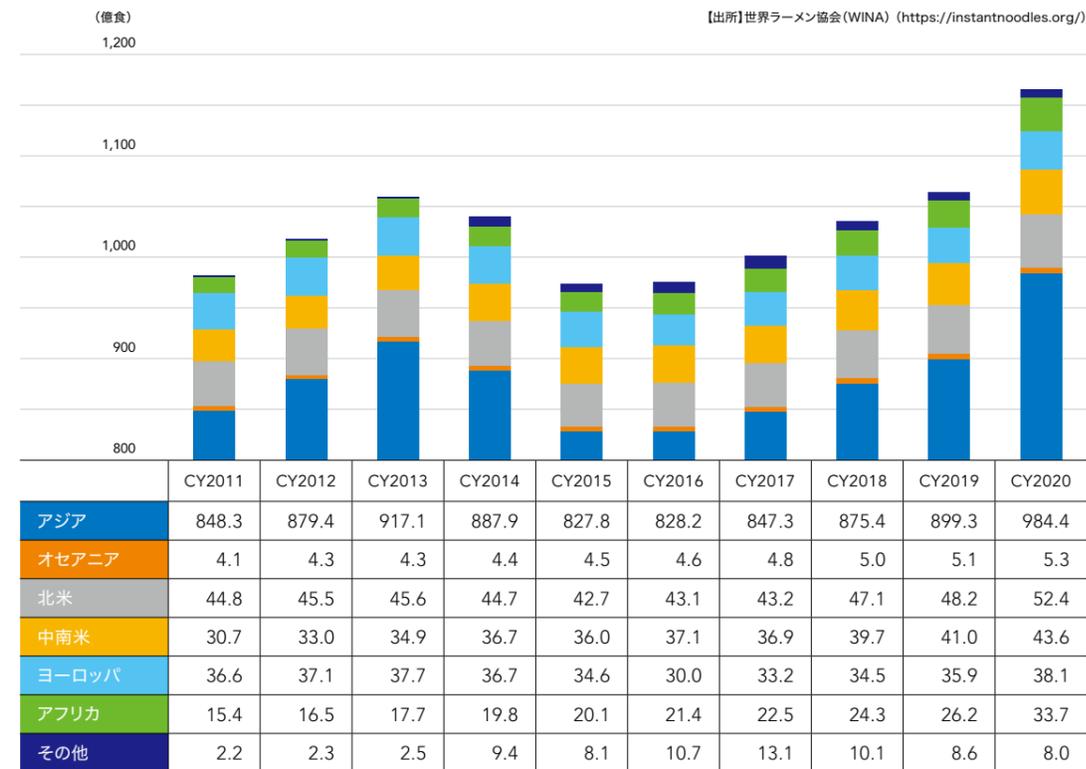


市場データ

国内即席めん類の袋めん・カップめん 総生産数量推移

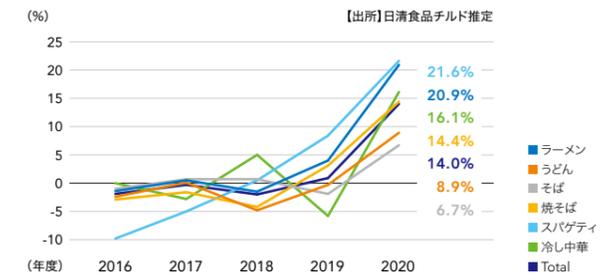


即席めんの世界市場 / 総需要 (地域別)

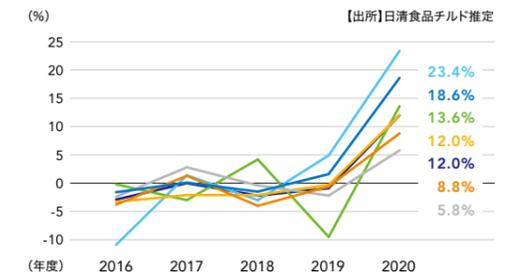


国内非即席めん事業の市場推移 (前年度比較)

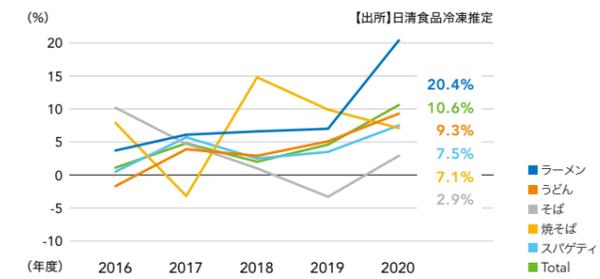
市販用チルドめん市場 / 金額



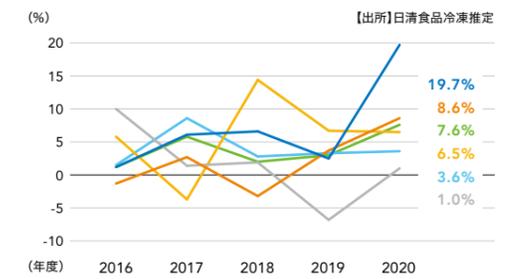
市販用チルドめん市場 / 数量



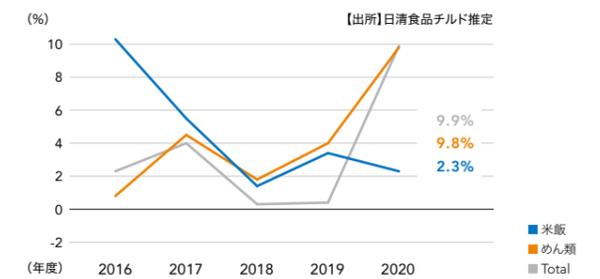
市販用冷凍めん市場 (弁当含まず) / 金額



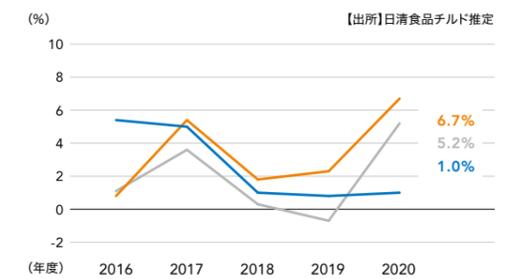
市販用冷凍めん市場 (弁当含まず) / 数量



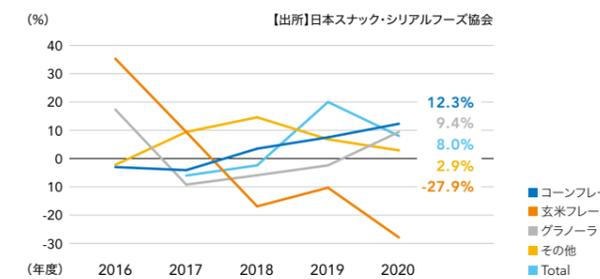
調理冷食市場 / 金額



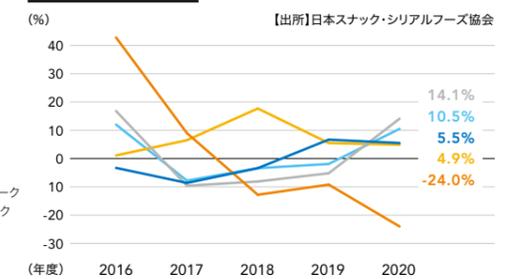
調理冷食市場 / 数量



シリアルの出荷 / 金額



シリアルの出荷 / 数量



## 11年財務・非財務データ

(単位:億円)

(年度)	日本基準 (J-GAAP)					国際会計基準 (IFRS)					2020
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
売上高/売上収益	3,749	3,807	3,828	4,176	4,316	4,681	4,957	4,409	4,510	4,689	<b>5,061</b>
売上海外比率 (%)	14.0	13.4	14.0	17.6	19.2	21.6	22.2	26.7	27.3	27.2	<b>27.8</b>
営業利益	345	262	240	277	243	264	286	352	290	413	<b>555</b>
経常利益/税引前利益	364	281	310	348	330	307	329	372	312	427	<b>562</b>
親会社株主に帰属する当期純利益/親会社の所有者に帰属する当期利益	208	185	189	193	185	269	236	291	194	293	<b>408</b>
包括利益/親会社の所有者に帰属する当期包括利益	132	185	349	374	380	196	110	376	79	124	<b>669</b>
総資産額/資産合計	4,097	4,147	4,461	4,795	5,127	5,531	5,372	5,287	5,576	5,766	<b>6,635</b>
自己資本比率/親会社所有者帰属持分比率 (%)	66.3	67.6	68.7	69.4	70.6	65.1	63.5	62.4	58.6	56.9	<b>57.9</b>
自己資本利益率/親会社所有者帰属持分当期利益率 (ROE) (%)	7.7	6.7	6.4	6.0	5.3	7.4	6.7	9.2	5.9	9.0	<b>11.5</b>
EBITDA*1	481	419	393	430	404	450	459	521	492	630	<b>705</b>
営業活動によるキャッシュフロー	293	326	320	302	304	362	332	449	407	575	<b>727</b>
投資活動によるキャッシュフロー	△334	△128	△313	△95	△48	△458	△298	△478	△445	△404	<b>△265</b>
財務活動によるキャッシュフロー	△47	△94	△101	△85	△80	△30	△261	△111	131	△101	<b>△190</b>
1株当たり純資産/1株当たり親会社所有者帰属持分 (BPS) (円)	2,454.6	2,545.3	2,782.2	3,018.8	3,282.0	3,332.9	3,276.5	3,166.8	3,137.4	3,148.6	<b>3,686.3</b>
1株当たり当期純利益/基本的1株当たり当期利益 (EPS) (円)	187.5	167.9	171.1	174.8	167.8	245.5	221.3	279.8	185.8	281.4	<b>391.9</b>
調整後1株当たり当期利益*2 (円)	183.3	168.3	173.2	195.6	177.8	195.8	253.0	262.5	225.0	278.0	<b>328.9</b>
潜在株式調整後1株当たり当期純利益/希薄化後1株当たり当期利益 (円)	187.3	167.5	170.5	174.1	167.1	244.2	220.2	278.4	184.9	279.9	<b>389.6</b>
株価収益率 (PER) (倍)	15.6	18.4	25.6	26.6	35.2	21.5	27.9	26.4	40.9	32.0	<b>20.9</b>
配当性向 (%)	37.3	44.7	43.8	42.9	44.7	32.6	38.4	32.2	59.2	39.1	<b>30.6</b>
設備投資	308	189	216	275	230	328	363	520	576	397	<b>340</b>
減価償却費	128	150	143	145	154	175	154	178	203	252	<b>254</b>

\*1 (J-GAAP) EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費  
(IFRS) EBITDA=(営業利益+その他の収益および費用-持分法利益+減価償却費)

\*2 調整後EPSの計算方法をIFRS適用に伴い、見直し  
調整後EPS=(営業利益+その他の収益-費用-税金費用-非支配持分に帰属する当期利益)÷期中平均発行済株式数(自己株式控除後)

 有価証券報告書

[https://www.nissin.com/jp/ir/library/security/pdf/ysh\\_2103\\_04.pdf](https://www.nissin.com/jp/ir/library/security/pdf/ysh_2103_04.pdf)

## 環境データ (2021年11月末現在)

CO <sub>2</sub> 排出量*3	(千t-CO <sub>2</sub> )		
(年度)	2018	2019	2020
スコープ1	237	254	<b>266</b>
スコープ2	179	174	<b>171</b>
合計*4	416	428	<b>438</b>

水使用量*3	(万m <sup>3</sup> )		
(年度)	2018	2019	2020
水使用量	535.0	545.1	<b>571.9</b>

再資源化率*5	(%)		
(年度)	2018	2019	2020
再資源化率	99.5	99.6	<b>99.6</b>

販売流通における廃棄量*5	(千t)		
(年度)	2018	2019	2020
販売流通における廃棄量	0.4	0.6	<b>0.3</b>

認証パーム油の調達比率*6	(%)		
(年度)	2018	2019	2020
認証パーム油の調達比率	20	20	<b>26</b>

\*3 対象範囲: グループ全体

\*4 四捨五入による端数処理のため合計が一致しない場合があります

\*5 対象範囲: 国内製造工場のみ

\*6 当社グループのパーム油の調達量に占める日清食品、米国日清、ハンガリー日清によるRSPO認証パーム油の調達量

## 人事関連データ (2021年3月末現在)

人事・労務データ*7	(人)		
(年度)	2018	2019	2020
合計	2,194	2,266	<b>2,328</b>
正社員	2,027	2,107	<b>2,213</b>
男性	1,667	1,710	<b>1,772</b>
女性	360	397	<b>441</b>
契約社員	167	159	<b>123</b>
男性	99	102	<b>95</b>
女性	68	57	<b>28</b>

障がい者雇用率*8	(%)		
(年度)	2018	2019	2020
障がい者雇用率	2.18	2.36	<b>2.30</b>

国籍データ*9	(%)	
(年度)	2020	
	従業員割合	管理職割合
日本	<b>49</b>	<b>68</b>
中国・香港	<b>14</b>	<b>12</b>
ブラジル	<b>19</b>	<b>6</b>
インド	<b>4</b>	<b>7</b>
その他	<b>14</b>	<b>8</b>

\*7 対象: 日清食品の社員(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を含む)

\*8 対象: 日清食品籍、明星食品籍、日清食品ビジネスサポートプラス籍の従業員

\*9 対象: 国内・海外グループ会社の無期雇用社員(米国日清を除く)

会社情報／株主情報 (2021年3月31日現在)

グループの関係会社\*1



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
  - 東莞日清包装有限公司
  - 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
  - 珠海日清包装有限公司
  - 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)

会社概要

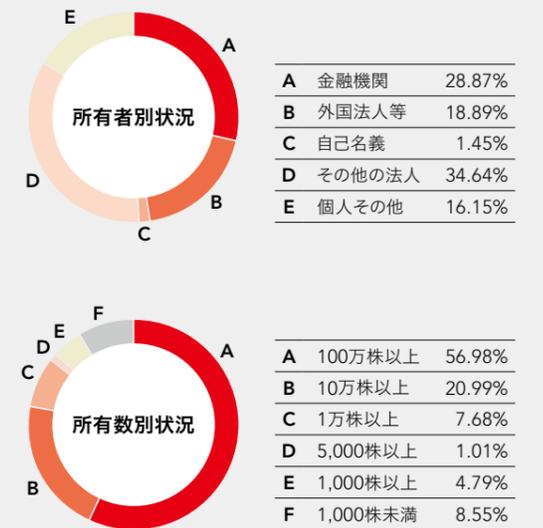
商号	日清食品ホールディングス株式会社 (NISSIN FOODS HOLDINGS CO., LTD.)
設立年月	1948年9月
資本金	251億2200万円
代表者	代表取締役社長・CEO 安藤 宏基 代表取締役副社長・COO 安藤 徳隆
従業員数	14,467名(連結)
決算期	3月
事業内容	持株会社として、グループ全体の経営戦略の策定・推進、グループ経営の監査、その他経営管理など 1. 即席めんの製造および販売      4. 菓子、シリアル食品の製造および販売 2. チルド食品の製造および販売      5. 乳製品、清涼飲料、チルドデザート等の製造および販売 3. 冷凍食品の製造および販売
本社	東京本社：〒160-8524 東京都新宿区新宿6-28-1 TEL 03-3205-5111(代表) 大阪本社：〒532-8524 大阪市淀川区西中島4-1-1 TEL 06-6305-7711(代表)
ウェブサイト	https://nissin.com

大株主の状況

株主名	持株数 (百株)	持株比率 (%)
公益財団法人安藤スポーツ・食文化振興財団	79,043	7.58
三菱商事株式会社	78,000	7.48
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	65,393	6.27
伊藤忠商事株式会社	54,000	5.18
株式会社安藤インターナショナル	39,455	3.78
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	34,504	3.31
株式会社みずほ銀行	16,870	1.61
日清共栄会	15,241	1.46
株式会社三菱UFJ銀行	14,835	1.42
株式会社日本カストディ銀行 退職給付信託 みずほ信託銀行口	14,830	1.42
計	412,171	39.57

(注) 1. 上記のほか、当社所有の自己株式15,282百株があります  
2. 持株比率は、自己株式(15,282百株)を除く発行済株式の総数を分母として算出しており、また、表示単位未満の端数を切り捨てて表示しています

所有者別の状況



(注) 所有株式数の割合は、単元未満株式を含めずに算出しています

2020年度の主な外部評価 (2021年8月現在)

ESGインデックスへの組み入れ状況

Member of  
**Dow Jones Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA

Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World)  
Dow Jones Sustainability Asia Pacific Index (DJSI Asia Pacific)



FTSE4Good Index Series  
FTSE Blossom Japan Index



2020 CONSTITUENT MSCI JAPAN  
ESG SELECT LEADERS INDEX

MSCI World ESG Leaders Index  
MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ指数



Sompo Sustainability Index  
SOMPOサステナビリティ・インデックス

外部評価

<https://www.nissin.com/jp/sustainability/external-evaluation/>

環境



第3回  
エコプロアワード「農林水産大臣賞」



令和2年度  
気候変動アクション環境大臣表彰  
「気候変動アクション環境大臣表彰」



令和2年度  
消費者志向経営優良事例表彰  
「消費者庁長官表彰(総合枠)」

社会



プラチナくるみん



PRIDE指標2020  
「ゴールド」



令和2年度  
東京都スポーツ推進企業



国土強靱化貢献団体認証  
(レジリエンス認証)  
「事業継続および社会貢献」



2021  
健康経営優良法人  
ホワイト500

健康経営優良法人2021  
(ホワイト500)

その他



デジタルトランス  
フォーメーション銘柄2020



ワールドスターコンテスト2021  
「ワールドスター賞」

情報体系



Value Report 2021

<https://www.nissin.com/jp/ir/library/annual/>



サステナビリティ報告書 2021

<https://www.nissin.com/jp/sustainability/report/>



四半期・有価証券報告書

<https://www.nissin.com/jp/ir/library/security/index.html>



中長期成長戦略

[https://www.nissin.com/jp/ir/management/business\\_plan/](https://www.nissin.com/jp/ir/management/business_plan/)



EARTH FOOD CHALLENGE 2030

<https://www.nissin.com/jp/sustainability/feature/efc2030/>



コーポレート・ガバナンス

<https://www.nissin.com/jp/ir/governance/corporate-governance/>

編集方針

日清食品グループは、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを一層強化すべく、従来のアニュアルレポートを進化させた「VALUE REPORT 2021」を発行しました。本レポートでは、2021年5月に発表した「日清食品グループ 中長期成長戦略」の内容を中心に、企業価値の向上と持続的な成長の基盤となる非財務情報などを盛り込み、当社グループの中長期的な価値創造ストーリーをステークホルダーの皆さまにわかりやすくご理解いただけるよう編集に努めました。

編集にあたって、国際統合報告評議会(IIRC)の「国際統合報告フレームワーク」、経済産業省の「価値協創ガイドランス」などを参照しています。本冊子に掲載していない財務、サステナビリティ、製品情報などについては、当社グループのWebサイトもご覧ください。日清食品グループの活動を掲載しています。

ビジュアルテーマについて

「VALUE REPORT 2021」のビジュアルテーマは、日本のポップカルチャーです。日本のポップカルチャーが世界に影響を与えているように、私たちは即席めんをはじめとする新たな食文化を創造することで、日本から世界へと影響を与え続ける存在でいたいと願っています。「VALUE REPORT 2021」では、NISSINらしいUniqueな表現方法を模索するとともに、さらなる情報の充実を図りました。「VALUE REPORT 2021」が、より多くのステークホルダーの皆さまとの対話につながることを目指しています。

報告対象期間

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

会社名の表記について

- 日清食品グループ、当社グループ:  
日清食品ホールディングス株式会社および国内外のグループ会社の総称
- 日清食品(株)、日清食品:  
日清食品株式会社

その他の表記について

- 本レポートの金額は、千円単位で算出し、億円単位未満を四捨五入して表示しているため、内訳と合計金額等が一致しない場合があります
- 本レポートの決算期は原則として、20YY年4月1日~20YY年3月31日を「20YY年度」または「YY年度」とします
- 海外の関連会社の収益・費用は累計期間の期中平均為替レートを適用しています
- 中国地域の実績は、日清食品HDの連結方針に基づくもので、香港日清の開示とは異なる可能性があります。また、中国地域の戦略、それに基づく各種目標ならびに業績予想は日清食品HDが独自に設定したものです

将来の見通しに関する免責事項

本レポートに記載されている当社の将来の業績に関する計画・戦略・見通し・経営に関する取り組みは、現在入手可能な情報による仮定および判断に基づいています。当社を取り巻く経済情勢、需要や製品の価格、新しい製品の開発・販売や原材料価格・為替レートの変動などにより、これらと異なる結果となる場合があり、将来を保証するものではありません。

株主・投資家情報(IR)

<https://www.nissin.com/jp/ir/>



サステナビリティ

<https://www.nissin.com/jp/sustainability/>





食で世界を  
楽しく

# EARTH FOOD CREATOR

オーバーにも  
カロリーがあるぜ