

日清食品グループのコアとなる強み ①ブランディング・マーケティング

「100年ブランドカンパニー」の実現を目指して

日清食品グループは、自社の常識を根底から覆すようなブランド戦略により、製品需要を喚起し、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。

生活者のインサイトにフォーカスしたマーケティング活動により、絶えず変化する消費者ニーズに応え、カップヌードルなどの即席めんをはじめ幅広い事業で、多彩なブランドを展開しています。

消費者ニーズに応える多彩なブランド

国内即席めん事業



世界初のカップめん

カップヌードル



世界初
の
即席めん

丼型うどん・そば
カテゴリ
売上No.1※1

焼そば
カテゴリ
売上No.1※2

カップライス
カテゴリ
売上No.1※3

発売から
30年！



チキンラーメン



日清のどん兵衛



日清焼そばU.F.O.



日清カレーメシ



明星 一平ちゃん
夜店の焼そば

国内低温・飲料事業

冷凍生パスタ
売上No.1※4



日清もっちり生パスタ

チルド
2食ラーメン
売上No.1※5

大容量
ドリンクヨーグルト
売上No.1※6



行列のできる店の
ラーメン



十勝のむ
ヨーグルト

国内菓子事業

発売から60年！



ココナッツサブレ

コーンスナック
売上No.1※7

発売から
65年！



スコーン



ぼんち揚

強いブランドを育む企業風土・仕組み

ブランドマネージャー制度

ブランドごとに製品開発から販売にいたるまで全責任を負う「ミニ社長」を設置しています。この制度により、ブランド同士の社内競争を生み、より斬新な商品やブランドプロモーションを生み出すなど、強いブランドを育てる企業風土を醸成しています。



日清10則

日清食品の成長の原動力として大きな役割を果たしているのが「日清10則」です。困難に直面したとき、判断に迷ったときには、このユニークな行動規範を判断軸にすることで、日清らしいアクションにつながっています。

1. ブランドオーナーシップを持て。
2. ファーストエントリーとカテゴリNo.1を目指せ。
3. 自ら創造し、他人に潰されるくらいなら、自ら破壊せよ。
4. 外部の英知を巻き込み、事業を加速させよ。
5. 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。
6. 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。
7. 迷ったら突き進め。間違ったらすぐ戻れ。
8. 命令で人を動かすな。説明責任を果たし、納得させよ。
9. 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。

※1 インターゲージSRI+ カップインスタント麺市場丼型うどん・そばカテゴリ、2023年2月～2024年1月「どん兵衛」ブランド累計販売金額(全国、全業態)

※2 インターゲージSRI+ カップインスタント麺市場焼そば・油そばカテゴリ、2023年1月～2023年12月「U.F.O.」ブランド累計販売金額(全国、全業態)

※3 インターゲージSRI+ 加工米飯市場 セット米飯カテゴリ、2023年1月～2023年12月「日清カレーメシ」ブランド累計販売金額(全国、全業態)

※4 インターゲージSRI+ 冷凍調理生パスタ市場、2017年1月～2023年4月 金額ベース

※5 インターゲージSRI+ 生めん・ゆで麺カテゴリ内2食生ラーメン市場、2024年6月～2025年5月 累計販売金額

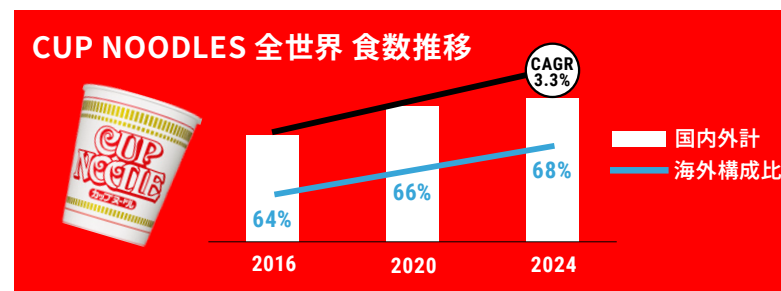
※6 インターゲージSRI+ ヨーグルト(ドリンク、容量600ml以上)市場、2024年4月～2025年3月 累計販売金額

※7 インターゲージSRI+ コーンスナック市場、2024年3月～2025年2月 累計販売金額

日清食品グループのコアとなる強み ① ブランディング・マーケティング

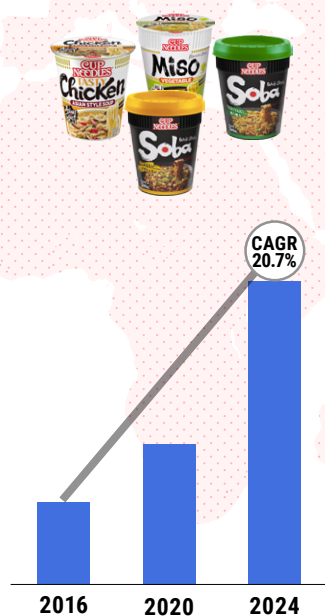
CUP NOODLES ブランドの世界展開

1971年に発売した世界初のカップめん「カップヌードル」は、日本で培ったブランディング・マーケティングの強みを活かして、現在では、世界100カ国で販売されるグローバルブランドとして、世界中の人々に食べられています。より多くの人々に「カップヌードル」を届けるために、ブランドのコアバリューを守りつつ、各エリアの市場環境やターゲットの嗜好に応じた競争優位性のあるマーケティング戦略を展開しています。



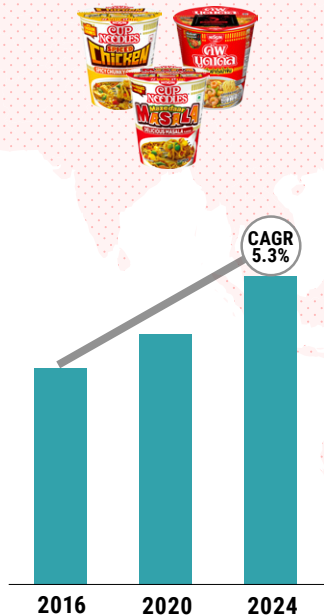
EMEA

Authentic Asiaコンセプトのもと、各地域に応じたきめ細かい戦略で需要を喚起



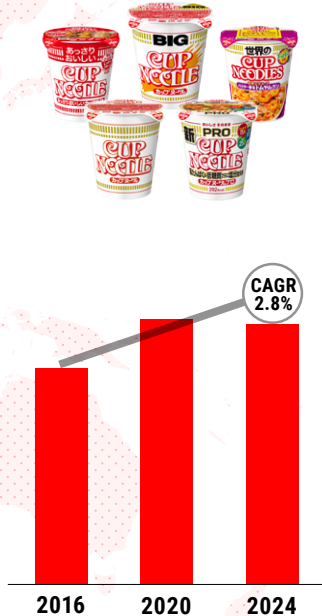
アジア

カップめんシフトに向けて、販売拡大に取り組む



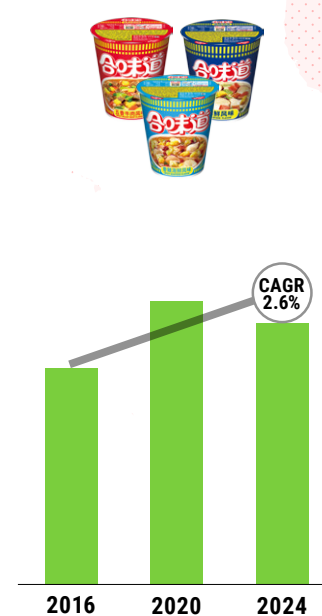
日本

多様な消費者ニーズに応じた最適な商品ポートフォリオを構築



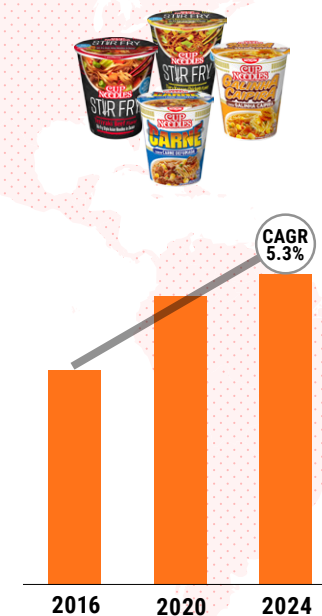
中国・香港

高品質化や安全性・環境に配慮した取り組みを通じてブランド価値を高める



米州

プレミアム商品の拡充、既存商品のリニューアル、マーケティング施策を進め、ブランド定着を図る



注) 各グラフは2016年度の販売数量を100として指数化

日清食品グループのコアとなる強み ②イノベーション

「Food Tech Company」を支えるために

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行い、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。「食の安全・安心」を基盤に、長年培ってきた加工技術を活かした最新フードテクノロジーや生産技術の開発などに取り組んでいます。

国内外で圧倒的な強みを持つ知的財産

日清食品グループの競争優位性の1つとして、長年培ってきた加工技術に基づく「Food Tech Company」としての競争力があります。これを下支えするのが、当社グループ全体の製品群をカバーする特許、意匠や商標といった知的財産です。研究開発から生まれた新規技術やデザインを、特許や意匠として保護・活用することに注力しており、保有特許件数も年々伸びています。また現在では、国内・海外それぞれで2,000を超える商標を保有し、ブランドの保護強化に貢献しています。

グループ全体の特許件数

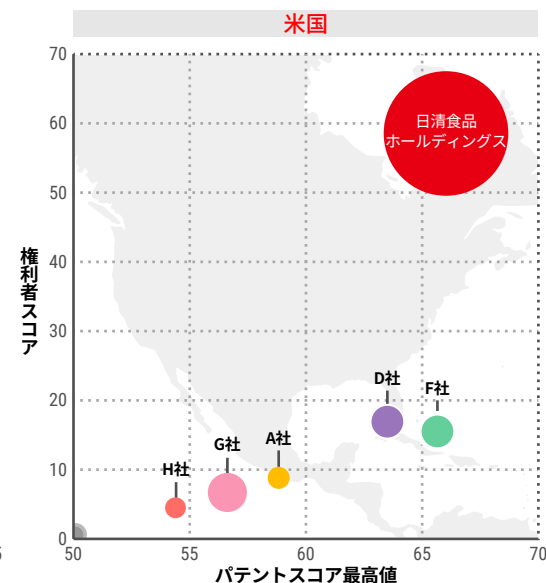
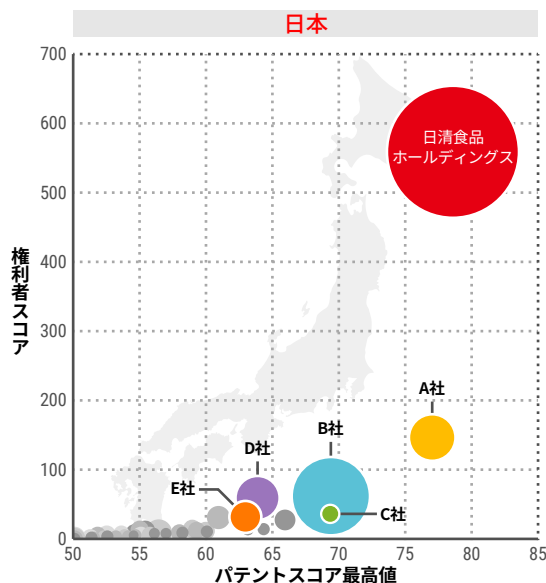
	2023年度	2024年度
国内	550件	584件
海外	802件	854件※

商標登録件数

	2024年度末
国内+海外	2,000件超

※海外の登録特許件数は、権利化した国の延べ数をカウント

即席めん分野における特許ポジションマップ



特許の注目度を指標化した「パテントスコア」を利用。「権利者スコア」は現在の特許群の総合的な強さ、「パテントスコア最高値」は保有するなかで最も価値の高い特許の個別性を示しています。

注）パテント・リザルト社調べ
（2022年8月調査実施）
丸の大きさは特許件数

TOPICS

商標を活かしたブランド価値の最大化

当社グループは、強みであるマーケティングやブランディングを通じて、「チキンラーメン」「カップヌードル」など数多くのロングセラーブランドの価値を最大化してきました。ブランド価値を守るため、多面的な商標保護に取り組むとともに、新しいタイプの商標も積極的に活用しています。たとえば、「カップヌードル」の象徴的な帯型図形に対する「位置商標」や、「チキンラーメン」の象徴的な配色に対する「色彩商標」などがその具体例です。こうした新しい取り組みなどが高く評価され、経済産業省主催の令和6（2024）年度「知財功労賞」特許庁長官表彰を受賞しました。商標の保護と活用を通じてブランド価値を高めることで、当社グループの事業戦略の推進に貢献しています。



登録第6034112号商標
（位置商標）



登録第6534071号商標
（色彩のみからなる商標）

日清食品グループのコアとなる強み ②イノベーション

次世代スマートファクトリーによる生産革新

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。

全長200mにもなる生産ラインでは1分間に400食を生産しており、小麦粉を入れてから約40分で「カップヌードル」が完成します。工場全体では1日最大400万食、年間最大10億食を生産できる国内最大級の工場です。また、品質管理については「NASA室^{※1}」と呼ばれる集中監視・管理室で工場内のすべての情報を一元管理しています。700台の品質管理カメラのデータを長期間保存することで、問題が発生した場合には即座にトレースが可能です。製造工程における15カ所のチェックポイントで最新鋭の検査機器による全数検査を行っています。

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することで、人為的リスクの低減を図りました。その結果、他の要因も含めて不良品発生率1/100万個以下を実現し、より安全な生産体制を確立しています。

※1 NASA室=Nissin Automated Surveillance Administration室



生産能力

10億食
(年間最大)

不良品発生率

1/100万個
以下

1/2^{※2}の
省人化を目指す

※2 設立当時の既存工場との比較

イノベーションの源泉—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。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。創業者精神のもと、技術革新と食の安全・安心という使命を果たすべく、研究開発を推進しています。今後もフードサイエンスとの共創による「未来の食」づくりに挑戦し、新たな「食文化」の創造を実現します。



最新フードテクノロジー

グローバルイノベーション研究センターは、日清食品グループが成長するためのドライブコアとなる新しい技術を生み出しています。研究センターでは、即席めんだけでなく、チルド（冷蔵）や冷凍食品、ライス商品、菓子や乳酸菌飲料の開発機能を集結し、ジャンルの垣根を越えてさまざまな技術を融合させることで、未来に向けた新規技術を創出しています。

独自のおいしさの再現技術

さまざまな加工技術を用い、栄養バランスを整えながら日清食品独自のおいしさの再現技術を追求しています。

米の再合成技術

米本来のおいしさを大切に、食物繊維を強化することでカロリーコントロールを可能にする技術

減塩技術

約170種類の塩を集めて研究を重ね、ミネラルやアミノ酸などを配合することで、少量の塩でもおいしく感じられるようにする技術

プラントベース加工技術

持続可能な食糧調達を目指し、植物由来の原材料を用いて、畜・水産物の食感やおいしさを再現加工する技術

栄養ホールド製法

調理時に流出しやすい栄養素を閉じ込めながら、味への影響を軽減させる技術

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

最適化栄養食設計技術

複数の栄養素を組み合わせ、さまざまなメニューをおいしく最適化栄養食として設計する技術

日清食品グループのコアとなる強み ②イノベーション

世界最高水準の安全性を支えるテクノロジー

日清食品グループの品質保証を担うグローバル食品安全研究所では、試験所の正確さを認定する国際規格であるISO/IEC17025認定を取得しています。残留農薬やカビ毒などの有害物質を分析し、グループ内で使用する原材料の安全性を確認しているほか、高い分析技術をグループ会社の各工場品質管理部門の技術向上に役立てています。

● 残留農薬の分析システム「NASRAC※1」

NASRACはグローバル食品安全研究所が2001年に独自開発した農薬の分析システムです。日清食品は「ポジティブリスト制度」の施行に先んじて独自の分析システムを開発。その後、対象農薬数を順次拡大し、現在では約550種類の農薬を迅速に分析できるようになりました。

※1 NASRAC: Nissin's Analytical Systems for Residual Agricultural Chemicals



分析精度向上の変遷

2001年 農薬60種類が一度に分析できる「残留農薬の検査システム (NASRAC-60)」開発

2002年 約300種類の農薬を分析できる「NASRAC-300」を開発／導入

2012年 550種類の残留農薬が分析可能となり、毎年1,000検体以上を分析

● 独自開発した残留農薬の自動前処理装置「FASRAC※2」(特許第5395847号)

残留農薬を分析するには、製品や原材料から農薬を抽出する前処理が必要です。FASRACはこの前処理を世界で初めて自動化した装置です。従来、前処理は手作業でしたが、FASRACにより、処理能力は3倍以上に向上。その結果、残留農薬の検査能力は6倍に向上し、コンタミネーションリスクも大幅に低減されました。これにより、年間1,000検体以上もの農薬分析を実施することが可能となりました。

※2 FASRAC: Food Automatic Analytical Systems for Residual Agricultural Chemicals



● 最適化栄養食の拡大を支える「ロボットアーム」(特許第7551721号)

当社グループでは2022年4月に最適化栄養食分析体制の構築に向けて双腕ロボットアームを導入。従来の動作内容と順序が固定された自動前処理装置と比べ、動作自由度が高いロボットアームを取り入れたことで、対応できる分析項目が増えました。最適化栄養食の検査ではさまざまな栄養素が入っていることを担保する必要があるため、商品に入っている栄養素の分析項目も増えるものの、ロボットアームの活用により、分析の前処理能力は2倍に向上しました。すでに10項目について前処理の自動化を達成しており、今後も拡大する最適化栄養食ニーズを品質面から支えます。



ロボットアーム導入の成果

- 処理能力の向上(手作業20検体／日→ロボット40検体／日)
- 習熟分析者と同等水準の技術力を担保
- 10項目の分析項目について前処理自動化を達成
- 年間約3,600万円のコスト削減
- 今後分析のトレンドが変化しても柔軟な対応が可能

● 食品安全を守る「食物アレルギーの新規検査法」

当社では「東京栄養サミット2021」において食物アレルギー検査へのコミットメントを策定しており、食品安全の重要な課題として取り組みを進めています。

くるみによる食物アレルギーの症例数が増えていることを踏まえ、2023年3月に食品表示基準が改正され、くるみのアレルギー表示が義務付けられました。当社では、加工食品中のくるみ由来DNAを検出する2種類の定性検査法を開発し、いずれも公定検査法に採用されました。また、2023年にはアレルギー推奨表示20品目の一斉定量検査法を開発しました。従来の方法では検査できない品目も検査可能となったほか、検査にかかる作業時間の短縮も実現しています。

日清食品グループのコアとなる強み ② イノベーション

TOPICS

健康課題に応える独自の栄養プロファイリングシステム 「NISSIN-NPS」の運用を開始

近年、世界ではオーバーカロリーによる肥満などの「過栄養」や、貧困や不適切なダイエットで身体に必要なカロリーや栄養素が不足する「低栄養」といった社会課題が存在しています。

当社グループにおいてもマテリアリティの一つに「健康と栄養」を掲げています。消費者が製品を通じて適切に栄養を摂取できるよう、当社グループでは製品の栄養価をスコア化する独自の栄養プロファイリングシステム「NISSIN-NPS (NISSIN Nutrient Profiling System)」を開発し、2024年2月より運用を開始しました。「NISSIN-NPS」は、世界で広く用いられているNPSの一つ「Health Star Rating System (HSR)」に準拠して作成しました。さらにHSRではスコア算出に使用しないビタミンやミネラルも評価対象に加え、スコアに反映します。「NISSIN-NPS」の運用によって、製品の栄養価を評価・比較することが可能になったほか、栄養面における改善状況を定量的に把握できるようになりました。

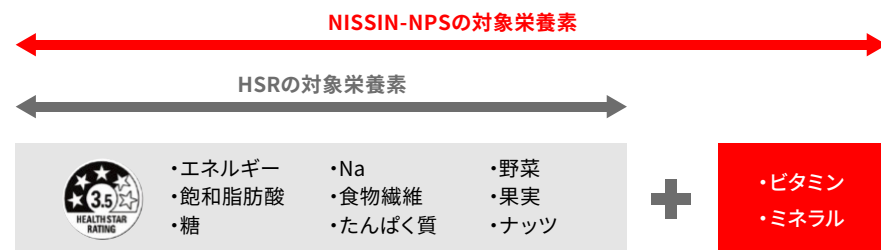
また、世界の食品大手30社の栄養課題への取り組みを評価する指標である「ATNi Global Index※」の1社に選定され、2024年11月発表されたランキングでは日本企業として選ばれた4社のうち、当社は2番目に高い評価を得ています。

今後も国内外の動向を踏まえながら、栄養改善の取り組みを進めていきます。

「NISSIN-NPS」による2030年までの目標

- 栄養価が改善した製品の割合を50%に増やす (2020年比)
- 定められた基準を満たす栄養価の高い製品を150種類発売

「NISSIN-NPS」で評価可能な栄養素



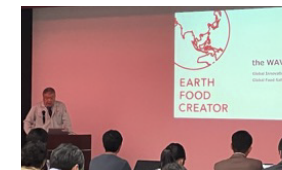
IR活動レポート

株主、投資家、アナリストの皆様へ 当社グループのイノベーション拠点をご案内しました



イノベーションの源泉「the WAVE」で見学会を開催

2024年12月、国内外の41名の機関投資家およびセルサイドアナリストをお招きして「the WAVE」見学会を開催しました。当日は、「the WAVE」の概要説明動画の視聴や見学会のほか、田中 充 現取締役・CDO研究所長兼常務執行役員、野村 尚宏 グローバルイノベーション研究センター副所長、小林 和浩 グローバル食品安全研究所副所長の3名が登壇し、「the WAVE」全体としての取り組みやイノベーション戦略、各研究所の取り組みについて説明しました。参加者からは、「研究・開発の進捗を示すKPIなどを設定しているか」「消費者ニーズをくみ取った研究開発の方法」「海外の研究開発における『the WAVE』との連携について」などの質問をいただき、田中CDOはじめとする関係者から回答しました。

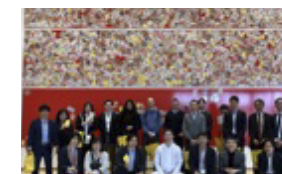
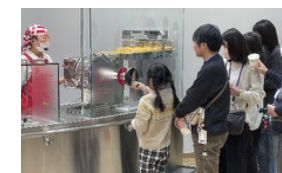


次世代スマートファクトリー「関西工場」で見学会を開催

2025年2月に個人株主を対象とした工場見学を開催しました。本見学会は、昨年の株主総会での「工場見学会を実施してほしい」というご要望に応じて実現したものです。事前応募3,000名以上のなかから、抽選で175名の方に参加いただきました。当日はカップヌードルの手作り体験や質疑応答の時間も設け、参加者からは「とてもワクワクする時間だった」「最新設備での製造工程がわかりやすかった」などのコメントを頂戴することができ、大変満足いただけたようでした。

また、2025年3月には機関投資家・アナリストを対象とした見学会を開催。関西工場の概要説明とともにカップヌードルの生産過程を映像で紹介し、実際にカップヌードルの製作を体験いただきました。これらを通して、工場の自動化・効率化に向けた取り組み、安全・安心な製品の製造を徹底的に追求する当社の姿勢を説明しました。

今後も株主・機関投資家の皆様から継続的に支援いただけるよう、さまざまな取り組みを実施します。



※オランダの非政府組織Access to Nutrition Foundation (ATNF) が発表している指標で、世界の食品・飲料企業30社の栄養課題に対する取り組みを評価するもの