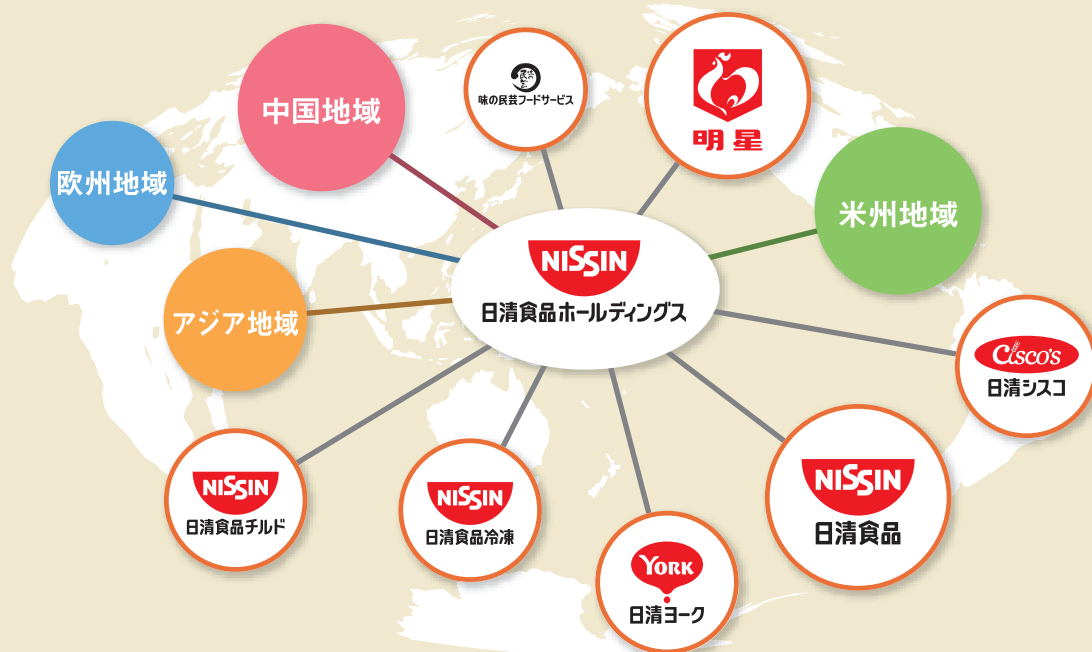


日清食品グループは、2008年10月1日から持株会社制へと移行しました。  
国内外の事業会社の独立性を更に高め、より機動的で迅速な体制を構築することで、  
個々の事業の成長性を高めていきます。

— グループ理念 —

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、  
夢のあるおいしさを創造していきます。  
さらに、人類を「食」の楽しみや喜びで満たすことを通じて、  
社会や地球に貢献します。

## EARTH FOOD CREATOR



### 株主の皆様へ

## 日清食品グループは、創業50周年を迎え、 新たに第二創業期をスタートさせました。



株主の皆様には、ますますご清祥のこととお慶び  
申しあげます。また、平素は格別のご支援を賜り厚  
くお礼申しあげます。

当社は、2008年に創業50周年を迎えると同  
時に、今後、当社グループを大きく発展させるため  
には、各事業がその競争力を更に活性化させ、グル  
ープ全体の企業価値を最大化できる経営体制を構  
築する必要があるとの観点から、2008年10月1日  
に持株会社制に移行しました。今後は持株会社と  
して、グループ全体の経営管理機能を担い、その戦  
略機能を一層強化いたします。

当社グループの中核をなす即席めん事業を取巻  
く当期の経営環境は、小麦粉をはじめとする原材料  
価格の高騰による製造コストの上昇、米国発の金融  
危機に端を発した世界的な景気後退と、その結果と  
しての消費の減退等により、より一層厳しいもの  
になりました。更に、食品業界では食品偽装等、消費  
者の食への信頼を損ねる事件が頻発し、消費者の  
食の安全・安心への関心が一層高くなりました。

当社においても、昨年10月、連結子会社の一部製  
品において、防虫剤成分等の検出に関する報道が  
なされました。調査の結果、製造段階での混入では  
なく、臭いの強いもののそばに保管した場合に食品  
一般に見られる「移り香」であることが判明したため、  
当社では「移り香」に対するバリア性を更に高めた

紙製カップ(新  
ECOカップ)へ  
の切換えをい  
ち早く実施い  
たしました。当  
社グループは、  
引続き、独自に  
開発した残留農薬・動物用医薬品の検査システム  
等を活用し、使用原材料のチェックを行い、消費者  
の皆様への安全・安心の確保に努めてまいります。

世界同時不況の厳しい経済環境の下、当社グル  
ープではむしろ不況こそ事業拡大のチャンス  
と捉え、高い技術力とマーケティング力を生かし、  
付加価値の高い製品を生み出すことで、新たな需  
要の喚起を図ってまいります。

また、昨年、日清食品50周年記念事業として、今  
後50年間に100の社会貢献活動を行う「百福士」  
事業をスタートさせるとともに、「食の安全・安心」  
の確保や、環境対策等の積極的なCSR活動を通じ  
て、信頼される企業グループづくりを一層推進して  
まいります。

株主の皆様におかれましては、今後ともより一層  
のご支援、ご協力を賜りますようお願い申しあげ  
ます。

2009年6月

日清食品ホールディングス株式会社  
代表取締役社長・CEO

岩崎宏基

## 財務ハイライト(連結)

### ■ 事業の経過及びその成果

国内の即席袋めん、カップめんでは、原材料価格の高騰を受け、昨年1月から価格改定を行い、主要ブランドにおいて新価格の浸透を最優先とした販売政策を実施しました。更に、価格を優先する顧客への対応として拡販したオープンブライス製品の販売構成比が高まったものの、通期での売上は厳しい結果となりました。海外の販売においては、順調に数量は増加しましたが、円高の影響を受け、売上金額が減少しました。一方、冷凍食品では、新たに(株)ニッキーフーズが連結対象に入ったことにより売上増となりました。チルド製品(日清食品チルド)、シリアル製品、菓子(日清シスコ)等も順調に売上を伸ばしました。

以上の結果、当連結会計年度の売上高は3,620億57百万円(前期比6.1%減)となりました。一方、利益面でも、退職給付関係費用の増加や、主要原材料の相次ぐコストアップ、「移り香」問題による売上減少に加え、製品回収や正しい保管方法と呼びかけるための広告費を要したこと等により、営業利益

が235億52百万円(前期比14.9%減)、経常利益が287億48百万円(前期比12.3%減)となりました。しかし、法人税等の減少により当期純利益は158億90百万円(前期比16.9%増)となりました。

### ■ 今後の見通し

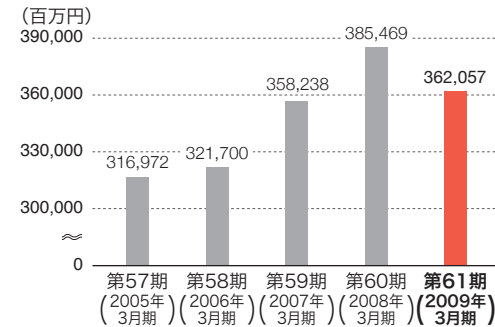
今後も、経済の先行きは不透明な状況が続き、消費マインドの冷込みが広がるものと予測されます。

当社グループは、「品質にこだわりたい、価格も重視したい、楽しいモノが好き」という消費の3極化に対応し、消費者が認める、付加価値の高い製品の開発に取り組むことで、新たな需要の喚起を図ります。また海外では、今年1月にロシア市場に参入しましたが、今後も世界の国と地域で、現地の食文化に根ざした製品を開発し、海外事業の強化に取り組めます。

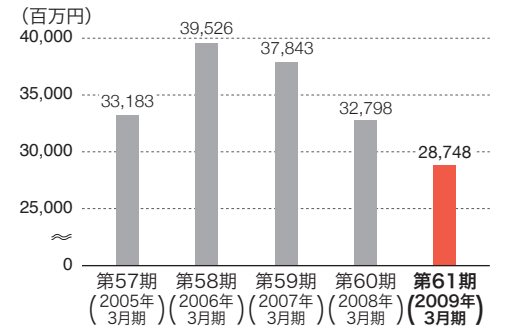
次期の業績については、売上高3,935億円(当期比8.7%増)、営業利益230億円(当期比2.3%減)、経常利益270億円(当期比6.1%減)、当期純利益162億円(当期比1.9%増)を見込んでいます。

	第57期 (2005年3月期)	第58期 (2006年3月期)	第59期 (2007年3月期)	第60期 (2008年3月期)	第61期 (2009年3月期)
売上高(百万円)	316,972	321,700	358,238	385,469	362,057
経常利益(百万円)	33,183	39,526	37,843	32,798	28,748
当期純利益(百万円)	16,611	15,388	18,968	13,591	15,890
1株当たり当期純利益(円)	134.36	125.09	156.12	111.17	129.98
総資産(百万円)	361,104	366,801	410,407	392,694	408,729
純資産(百万円)	258,138	263,199	288,476	288,844	285,569
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	6.6	5.9	7.0	4.8	5.7

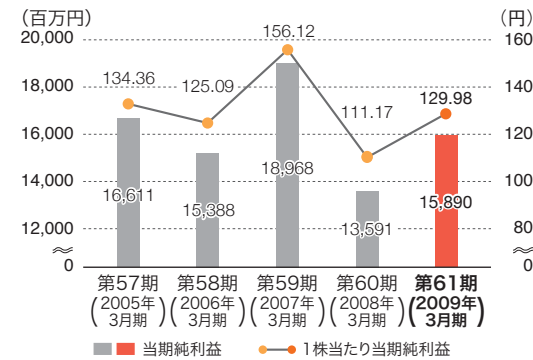
### ■ 売上高



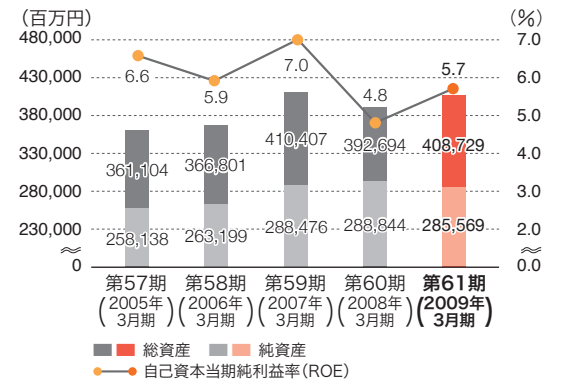
### ■ 経常利益



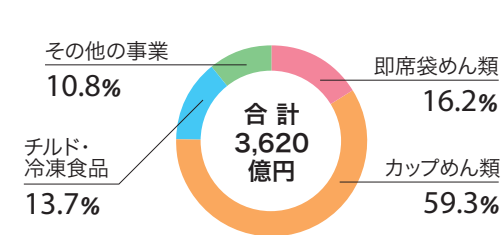
### ■ 当期純利益・1株当たり当期純利益



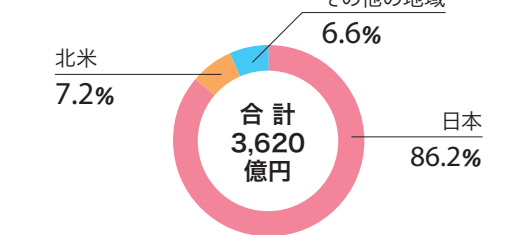
### ■ 総資産・純資産・自己資本当期純利益率(ROE)



### ■ 部門別売上高構成比



### ■ 地域別売上高構成比



## 日清食品グループの中長期的な経営戦略と、 当期の主要な取組みについて、安藤CEOにインタビューしました。

### Q 中長期的なグループの経営戦略についてお聞かせください。

#### A グループ機能を強化し、強力なトップブランドの創造・育成に取り組めます。

創業50周年を迎えた昨年10月に国内の7事業会社と海外の4事業地域を含む持株会社体制に移行しました。この体制の下、ホールディングカンパニーが各事業会社に対して、事業活動のサポートを行い、グループ機能の強化とともに、事業の成長を図っていきます。

また、イノベーションとマーケティングを経営戦略の最も重要な「ドライブ・コア」として、お客様の潜在的な購買意欲を喚起する新製品やサービスを提案し続けることで、強力なトップ・ブランドを創造し育成する「ブランディング・コーポレーション構想」を、グループ各社一丸となって加速していきます。

### Q 経営戦略の最も重要な牽引力といえるイノベーションについて、具体的に聞かせください。

#### A 当社グループ独自の技術革新による新製法を取入れた製品開発を行っています。

当期においては、新開発の特殊製法である「ストレート製法」を用い、「日清のどん兵衛 天ぷらそば」が「びんそば」に進化しました。また、新開発の「ミスト・エアードライ製法」、「オリジナル3層麺製法」により、

おいしさとカロリーカットの両方を実現した「カップヌードル ライト」を発売することができました。

これらの新製法は、いずれも当社グループ独自の技術革新によるもので、現在、特許を出願中です。今後も、技術革新による価値創造製品を続々と市場に投入していく等、お客様の期待に応える新たな市場を創造していきます。

### Q マーケティングについてはどのような戦略をお考えでしょうか。

#### A 消費ニーズの3極化に対応するとともに、「海外力」の強化を図ります。

日清食品では「品質にこだわりたい、価格も重視したい、楽しいモノが好き」という消費の3極化に対応した製品開発を行っています。

特に新規需要の拡大に向けては、「カテゴリー創造製品」の開発に取り組んでおり、電子レンジ用製品の「日清のチンするレンジシリーズ」、カロリーコントロールを実現した「カップヌードル ライト」、環境意識の高まりに応えた「リフィルシリーズ」等を開発しました。

海外では、今や世界食となったインスタントラーメンのパイオニアとして、すべての国と地域の人々においしさと喜びを提供するために世界戦略を推進しています。今年4月、当社グループは、電子レンジ調理専用パスタ「クッチーナ デラ ニッシン (Cucina della Nissin=日清の台所)」ブランドを立上げ、日本、中国(上海、広東、香港)、ドイツ、イギリス、フランス、アメリカの6カ国8販売拠点で同時

発売しました。これは即席めんを新たなステージへ導く「ジャパンテクノロジー」であるストレートめんをはじめとする、日清食品のめん技術を世界のお客様に食していただくために、パスタに使用した製品です。このほかには、今年1月にロシア即席めんメーカー最大手企業の持株会社アングルサイド社\*への出資を通じてロシア市場に参入し、海外事業の拡大を図りました。

今後は、「海外力」を更に強化するため、資材調達、技術開発、財務戦略等においても、世界中で最適の場所に情報収集拠点を置き、世界の最先端の情報を集約して戦略を立てる「グローバル・ストラテジック・プラットフォーム」構想の実現に向けて取り組んでいきます。

\*2009年4月14日付けで社名をマルベンフードホールディングス社に変更しております。

### Q 「食の安全・安心」について、今後グループとしてどのように取り組んでいきますか。

#### A 「食品安全研究所」を中心に、品質管理体制の強化を図ります。

当社グループでは、品質管理体制の強化を目的として「食品安全研究所」及び「日清(上海)食品安全研究開発有限公司」を設立し、安全性を確保するための検査体制を整えています。お客様に安全・安心を確保した食品を提供していくことは、食品メーカーとしての最重要課題であるという認識の下、今後もグループとして、より一層品質管理体制を強化していきます。

また、昨年10月に防虫剤の臭いが製品に移行する「移り香」の問題が起きました。当社では防虫剤、殺虫剤、洗剤等の臭いの強いものそばに食品を置いたり、一緒に保管しないよう流通関係の皆様、



消費者の皆様をお願いするとともに、「移り香」に対するバリア性を高めた5層構造の新しい「ECOカップ」への切換えを実施しました。

### Q 株主還元の考え方についてご説明ください。

#### A 連結配当性向30%を目安とした安定配当の継続に努めます。

株主の皆様に対する適切な利益還元は、経営上の最重要課題であると認識しています。

配当については、連結配当性向30%を目安とした安定配当を基本としており、当期の配当は、1株当たり25円の間配当と同じく25円の期末配当の年間50円となります。この結果、当期の連結配当性向は38.5%となります。

今後もグループ収益力の強化に努め、連結業績や今後の資金需要を勘案しながら、継続的かつ安定的な利益還元を行うと同時に、効率的な資金運用によって企業価値の向上を図ってまいります。



## お客様にとって魅力ある革新的な製品で消費の3極化に対応します。

世界同時不況による消費の低迷や、小麦粉をはじめとする原材料価格の乱高下等、市場環境は大きく変化しています。このような状況下、日清食品は「品質にこだわりたい、価格も重視したい、楽しいモノが好き」という消費の3極化に柔軟に対応することで、原材料価格の値下がりをお客様に還元し、販売の拡大を図っていきます。

具体的には、①コアブランド、②カンパニーブランド、③コンセプトブランドの3つのカテゴリーにおいて、それぞれ①新技術のめん、具材強化、②お買い得感のある製品の拡充、③楽しさを提案できる製品開発に注力し、お客様の満足度を高めてまいります。新しいアイデアと技術革新により、お客様にとって魅力のある革新的な製品を生み出し、継続的な成長を目指します。

消費の3極化への対応を行い  
原材料価格の値下がりをお客様に還元

品質に  
こだわりたい

価格も  
重視したい

楽しいモノ  
が好き

### Core

#### コアブランド

新技術のめん  
具材強化

品質向上

#### ストレート製法の開発

製めん工程の革新により、これまで難しいとされてきたストレートなフライめんを実現しました。

New



日清のどん兵衛 天ぷらそば 日清のどん兵衛 きつねうどん 日清焼そばU.F.O. 日清 麺の達人 炊き出し鶏がらしょうゆ

#### 「コロ・チャー」採用による具材強化

新開発の、本格的な角切りチャーシュー「コロ・チャー」を入れ、品質をアップ。おいしさを実感できるよう進化しました。

New



カップヌードル

### Company

#### カンパニーブランド

お買い得感のある  
製品の拡充

価格

#### 日清プライスプロダクトシリーズをフルラインアップ化

めんの量が多く、お得感が実感できる「日清の大盛屋」(大盛どんぶり型 中華)を投入。小麦値下がり分が実感できる「お客様還元」製品です。

New



スープヌードル 日清御膳きつねうどん 日清の北海道 しょうゆラーメン 日清からしマヨネーズ 焼そば 日清の春雨スープ もちっと雲呑 日清の大盛屋 豚キムチ中華

### Concept

#### コンセプトブランド

カテゴリー創造  
製品の開発

新規需要の拡大  
楽しさ提案

#### リフィル(詰め替え用)シリーズ

環境意識の高まりに応え、昨年秋に新製品を追加しました。

日清のどん兵衛 きつねうどん リフィル



#### カロリーライト製品

カロリーを200kcal未満に落としながら、おなじみの味を実現しました。

カップヌードル ライト



#### 日清のチンするレンジシリーズ

電子レンジ調理ならではのメニュー、調理感を実現しました。

日清GoFan 五日チャーハン



#### 世界同時発売製品

日本発のストレートめん技術を世界で展開する世界統一コンセプト製品です。

New

日清PASTA EXPRESS クリームマッシュルーム



## 日清食品グループは、インスタントラーメンの パイオニアとして、日本で培ってきたブランド力、 マーケティング力、技術力を海外にも展開しています。

日清食品グループは、海外市場を米州・中国・アジア・欧州の4地域に分け、それぞれのセグメント、地域を統括する総代表の下で迅速に意思決定できる体制を整えています。

### 欧州地域 ロシア ロシアの即席めん市場に参入

当社は、国際事業規模の拡大を図るため、昨年12月26日、ロシア即席めんメーカー最大手企業のマルベンフードセントラル社の持株会社であるアングルサイド社\*との資本業務提携契約を締結しました。

ロシアは、即席めんの間総需要が約20億食(2008年推定)に達する世界有数の即席めん消費国であり、当社グループは、トップメーカーとの取組みにより、シナジー効果を発揮し、更なる市場拡大を目指します。

\*2009年4月14日付けで社名をマルベンフードホールディングス社に変更しております。



### アジア地域 シンガポール 2009年4月、ニッシンフーズ(アジア)PTE.LTD.としてスタート

アジア全域において効率的かつ戦略的な組織運営を展開するため、シンガポールにアジア統括会社としてニッシンフーズ(アジア)PTE.LTD.を設立しました。同社は、シンガポールで、日清ブランドと明星ブランドの販売を行っており、両ブランドを合わせたマーケットシェアは50%に達します。更に、インドネシア、タイ、フィリピン、インドの海外現地法人のアジアでの総合ブランド戦略の立案、研究開発体制の強化、資材調達までの一元管理を行い、シナジー効果を最大化していきます。



### アジア地域 インド インドにおける自社販売網の構築と供給能力の大幅拡充

急速に拡大しているインド市場で、インドニッシンフーズLtd.は、2008年4月から自社販売網の構築を進めてきました。現在、約20万店の小売店をカバーし、同時に各エリアにおいて営業組織の強化を図ったことで、インド全国規模の販売網が整備されました。

また、販売量の増加に対応し、インド北部のデリー工場に加えて、今年6月から、南部のバンガロール工場が稼働しており、拡大し続けるインド市場に向けた生産体制の構築を進めています。



### 米州地域 アメリカ ニッシンフーズ(U.S.A.)Co.,Inc.で 製品ラインナップの充実

従来から販売している「Top Ramen」、「Cup Noodles」に加えて、レンジで調理する高付加価値製品「Chow Mein」、「Chow Noodles」、「Souper Meal」及び新製品の「Bowl Noodles」も発売し、好評を博しています。



### 中国地域 香港 「出前一丁」が香港で発売40周年

日清食品有限公司の「出前一丁」が香港発売40周年を迎えました。当初は日本から輸出していましたが、その後、香港に工場を建設して香港市場に本格的に進出しました。

お鍋でめんを煮込む「出前一丁」の食感と別添のごまラー油が香港人の嗜好に合い、香港独自のものも含めて、17フレーバーが発売されており、キャラクターの「出前坊や」ともども人気となっています。





日清食品

カップヌードル

発売地区：全国

「カップヌードル」は、1971年の発売以来、おいしさのための品質向上に努め、環境に配慮した「ECOカップ」の採用等、常にお客様のご満足のために、時代とともに進化してきました。今年4月からは、柔らかな食感でジューシーな豚肉の旨みが特徴の角切りチャーシュー「コロ・チャー」が入り、おいしさが更に進化しました。



日清レンジSpa王  
ミルクで作るクリームパスタ シチュー風

発売地区：全国

電子レンジで煮込んだ後もしっかりコシのある生タイプスパゲティ。ミルクを加えてレンジで調理することで、濃厚でとろみのある「煮込み」仕立ての味が楽しめます。電子レンジで実現する「調理感」のあるパスタメニューで、今までにないおいしさや楽しさを創造し、電子レンジ調理カップめんという新たな市場の創造及び拡大を目指します。



日清食品チルド

つけ麺の達人  
濃厚豚骨醤油 2人前

発売地区：北海道・沖縄を除く全国

濃厚だれと極太麺で大人気の「つけ麺の達人」シリーズに、新フレーバーの濃厚豚骨醤油が加わりました。小麦の風味豊かなモチモチのつけ麺専用極太麺に唐辛子とガーリックでアクセントを付けた濃厚な豚骨ベースのつけだれを合わせました。人気つけ麺店の店主もお薦めする本格的な味わいです。



日清焼うどん塩カルビ味 2人前

発売地区：北海道・沖縄を除く全国

チルド焼うどんジャンルの主力製品である「日清焼うどん」に「塩カルビ味」が新登場。パツとほぐれて調理しやすい焼うどん専用めんと、ポークに香辛料でコクと旨みを付けたソースをセットしました。焼うどん定番の「しょうゆ味」、「ソース味」に続いて、「塩カルビ味」を加え、3種が揃いました。



明星食品

明星 究麺 ソース焼そば

発売地区：全国

明星独自のスーパーノンフライ製法の技術を結集し、食感を究めた「明星 究麺 ソース焼そば」は、チルドめんをイメージした、もっちりとした食感のめんが特徴です。豚肉と野菜の旨みがしっかりと溶け込んだコクのあるソースと、たっぷりのキャベツに豚肉を合わせたかやくに相性良く絡み合う新食感の製品です。



明星 ノンフライワンタン  
しょうゆ味スープ

発売地区：全国

つるつるぷりぷりの食感のノンフライワンタンと、コクがあるのにスッキリおいしいスープのカップワンタンです。油で揚げていないので、おにぎりやお弁当と合わせてもカロリーは安心です。ポークや香味野菜のうまみが溶け込んだスープをベースに、ごま油の風味とペッパーでアクセントを効かせた、すっきりとしながらもコクのあるスープです。



日清食品冷凍

冷凍 日清 シャリシャリ氷だしらめん

発売地区：全国

夏場に向けて、電子レンジで簡単に調理できる「冷しラーメン」を開発しました。レンジで加熱しためんと具に、凍結したストレートつゆ「シャリシャリ氷だし」をかけ、めんを冷して食べる、楽しくて新しい調理方法です。鍋いらず、水いらず、氷いらずの冷し具付きラーメンで、暑い夏の日、鍋とお湯を使って作る負担を解消します。



冷凍 日清のお好み弁当  
枝豆チキンバーグ

発売地区：全国

「他のお惣菜にはない、ユニークで見た目も楽しいお惣菜を開発したい。」そんな思いから生まれた「枝豆チキンバーグ」。国産鶏肉のみ使用したあっさり塩味のチキンハンバーグに、色鮮やかなホクホクの枝豆がたっぷり入っています。お子様のお弁当のおかずとしてはもちろん、お父さんのビールのおつまみにもピッタリのお惣菜です。



日清シスコ

シスコーンBIGフロスト・マイルドチョコ・コーンフレーク

発売地区：全国

シスコーンは手軽で栄養バランスにすぐれた栄養機能食品です。1食分(40g)に牛乳200mlをかけて食べると、1日に必要とされる9種類のビタミン・カルシウム・鉄の3分の1が摂取できます。ファミリー層向けに、大容量製品として開発された「シスコーンBIG」には、レギュラーフレーバーとしてやさしい甘さの「フロスト」、チョコがおいしい「マイルドチョコ」、飽きのこないプレーンな味わいの「コーンフレーク」の3種類があり、そのうち「フロスト」と「マイルドチョコ」は、2008年のシリアル販売個数ランキングでそれぞれ1位と2位を占め、大きな支持を受けています。



フロスト

マイルドチョコ

コーンフレーク

日清ヨーク

ピルクルSlim

発売地区：東日本

腸まで届く乳酸菌種L.カゼイ菌を使用し、長時間丹念にはっ酵させた乳製品乳酸菌飲料「ピルクル」シリーズの新製品として、「ピルクルSlim」を発売しました。ロングセラー製品「ピルクル」のおいしさはそのまま、カロリー30%カット、脂肪分ゼロ、甘さも軽めのスリムなピルクルです。現代の健康志向の高まりに応え、おなかにやさしい乳酸菌とカロリーオフで毎日続けられるヘルシーな乳酸菌飲料です。



(1,000ml)

(65ml×10本)

日清食品グループの外食事業を担う、味の民芸フードサービス(株)(2008年10月1日に明星外食事業(株)から社名変更)は、1964年の創業以来、「味の民芸」をはじめとする“めん”専門のチェーン店を軸に事業展開しています。

味の民芸

「味の民芸」では、伝統の手延べ製法によるうどん、国産そば粉使用のそばといった定番メニューから、旬の素材を取入れた季節感あふれる和食、健康にも配慮した創作料理等、多彩なメニューを提供しています。お客様への最高のおもてなしを第一に考え、原材料の厳格な管理等食の安全性にも配慮し、安心しておいしく召しあがっていただけるメニューの開発に取り組んでいます。



独特な製法で作る「手延べうどん」



黒酢で健康

黒酢の酸辣スープうどん

黒酢の酸味とラー油の辛さが絶妙にマッチした、ふんわり玉子とじあんかけうどん。

コラーゲン入り

長崎ちゃんぽんうどん

コラーゲンが豊富な特製白湯スープを使用。野菜がたっぷり入ったうれしい逸品。



〈出店状況〉

- 総店舗数 …………… 80 店
- 味の民芸(手延べうどん専門店) …………… 70 店
- 水山(釜揚げうどん専門店) …………… 5 店
- JINJIN(パスタ専門店) …………… 2 店
- ぶぶか(ラーメン専門店) …………… 3 店

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





## 創業50周年を機に、今後50年間に合計100の社会貢献活動を行う「百福士」<sup>ひゃくふくし</sup>事業をスタート

※江戸時代、外交使節団の代表を「正使」といい、正使の下で働く人を「副使」と呼んだ故事にちなみ、社会貢献活動に情熱を注いだ安藤百福の志を継ぐ人(社員)を「百福士」と名付けました。

### 1 アフリカ事業化自立支援「“Oishii”プロジェクト」

食糧難に苦しむアフリカ・ケニアの人々に、インスタントラーメンの作り方を教え、経済的に自立できるよう支援する事業を、昨年2月にスタートしました。その一環として、ケニア出身の日清食品グループ陸上競技部に所属するジュリアス・ギタビ選手が故郷の小学校を訪れ、「チキンラーメン」の手作り教室を開き、児童全員が試食しました。今後は現地で原材料を調達し、現地の人々によって事業化されるように指導していく予定です。



### 2 “あやしいオヤジを、正しいオヤジに変える!”プロジェクト

このプロジェクトは、リタイヤした団塊世代等が、ぶらぶらするだけの“あやしいオヤジ”になるのではなく、自然体験活動の指導者資格を取ってボランティア活動を行い、将来を担う子供たちのために自然との共生を教える“正しいオヤジ”になるう、という当社グループの50歳以上の社員や取引先社員を対象としたものです。



### 3 “もしもの時のチキンラーメン・カン”プロジェクト

「もしもの時のチキンラーメン・カン」プロジェクトと銘打ち、チキンラーメンの発祥の地である大阪の3自治体(大阪府・大阪市・池田市)に、新開発の『日清チキンラーメン・カン(防災・備蓄用長期保存缶)』合計10万食を昨年8月22日に寄贈しました。これは同年8月25日に、「チキンラーメン」が発売50周年を迎えたことを記念したものであります。



### 第5回「株主懇親会」を開催

株主の皆様から直接、当社グループ会社の経営や製品・サービスに関するご意見等をお聞かせいただき、また当社グループについてご理解を深めていただく機会として、昨年11月26日、ホテルニューオータニ東京で、第5回「株主懇親会」を開催いたしました。当日は約1,100名の株主様にご出席を賜りました。

株主懇親会には、当社から代表取締役社長安藤宏基をはじめ、役員、執行役員及び主要グループ会社の役員が出席し、株主の皆様から貴重なご意見を多数頂戴することができました。また試食会場では、グループ会社の新製品等をご試食いただき、試食終了後には、当社グループ会社のキャラクターグッズや製品等が当たる抽選会を実施しました。

今後も「株主懇親会」を継続して開催し、株主の皆様にも、より一層当社及びグループ会社に対するご理解を深めていただくよう努めます。今後とも是非ご出席下さいますようお願い申し上げます。



試食コーナー

### 「個人投資家向け会社説明会」を開催

2009年2月20日から3月19日までの間、計5カ所ですべて「個人投資家向け会社説明会」を実施し、代表取締役専務中川晋をはじめ、当社の役員、執行役員が企業概要、経営戦略、業績、当社グループの主要な取組み等について説明を行い、多くの個人投資家の皆様にご参加いただきました。説明会では、日清食品グループの海外市場への展開に関するご質問等を数多くいただきました。

#### 株主様ご優待

##### 割当基準日及び贈呈時期

- (1) 3月31日現在の株主様：6月送付
- (2) 9月30日現在の株主様：12月送付

※贈呈の時期は、多少前後することがございますので、あらかじめご了承いただきますようお願い申し上げます。

##### 100株以上1,000株未満 ご所有の株主様

1,500円相当の当社グループ会社の  
製品詰合せを贈呈



2008年度見本(12月送付分)

##### 1,000株以上ご所有の株主様

3,500円相当の当社グループ会社の  
製品詰合せを贈呈



2008年度見本(12月送付分)



## 部門別業績の概況

### 即席袋めん類

当期に発売50周年を迎えた「チキンラーメン」は、たまご保持機能を高めたりニューアル製品「ダブルたまごポケット」を投入する等、創業50周年記念製品の発売等の販売展開を行いました。また、消費者の節約志向の高まりにとともに、オープン価格の明星「評判屋」シリーズや小売業との共同開発製品が大きく売上を伸ばしました。しかしながら、新価格定着重視の販売政策を取るために、主力ブランド品のチラシ特売等を控えたことにより、

全般的には販売数量がダウンしました。

この結果、即席袋めん類の売上高は、前期比10.0%減の584億47百万円となりました。



「チキンラーメン」 「明星 評判屋の中華そば」

### カップめん類

「カップヌードル」シリーズにおいては、環境に配慮した紙製のECOカップに変更しました。また、水からでもできる電子レンジタイプの「レンジスタイル」製品や、新開発の「ミスト・エアードライ製法」、「オリジナル3層麺製法」により、おいしさはそのままながら低カロリーを実現した「カップヌードル ライト」等を積極的に投入しました。更に、「日清のどん兵衛」シリーズにおいては、より本格感を高めるため、「ぴんそば」、「べっぴんうどん」として、めんをストレートに改良するとともに、「日清焼そばU.F.O.」においても、めんストレート化と、キャベツ、肉の増量などリニューアルを行い、ブランド価値の向上を図りました。

スーパーノンフライ製法技術を結集し食感を究めた、明星「究麺」も大きな話題となり、順調に売上を拡大しています。コンビニエンスストア業態ではこれらが功を奏し、価格改定後も数量を増やす結果となりましたが、特売を中心とする量販店業態では、袋めん類と同様、チラシ特売の減少により販売数量的にはダウンしました。



「カップヌードル ライト」 「日清のどん兵衛」 「明星 究麺 ソース焼そば」

一方、節約志向を背景に価格を重視する顧客に対しては、オープンプライス製品の「スープヌードル」、「日清御膳」、「日清はるさめ」等が支持を得て、売上を大きく伸ばしました。テーマパークとのタイアップ製品や法人向け製品等、新規需要の開拓も着実に進めています。

また、新コンセプト製品の「レンジシリーズ」は、着実にファン層を広げており、めんのみならず「お米」にも領域を広げ、定番化も進んでいます。

しかし、国内全体の販売数量としては、主力製品の特売機会の減少と「移り香」問題が影響し、オープンプライス製品群の構成比がアップしたことによる販売単価のダウンもあり、減収という結果となりました。

一方で、海外では北米地区で既存品が好調な売上を記録しましたが、円高の影響で減収となりました。

これらの結果、カップめん類の売上高は、前期比9.6%減の2,148億30百万円となりました。

### チルド・冷凍食品

チルド食品では、「つけ麺の達人」シリーズ、「日清焼うどん」シリーズ等が消費者の支持を得て売上を伸ばし、増収に貢献しました。また、冷凍食品では、今期から㈱ニッキーフーズが新規に連結対象に入り増収となりました。

この結果、チルド・冷凍食品全体の売上高は、前期比11.7%増の495億58百万円となりました。



「つけ麺の達人」

「日清焼うどん」

### その他の事業

シリアル食品「シスコーンBIG」、菓子「ココナッツサブレ」、乳酸菌飲料「ピルクル」が引き続き好調な売行きを示した事等により、その他の事業の売上高は、前期比1.5%増の392億20百万円となりました。

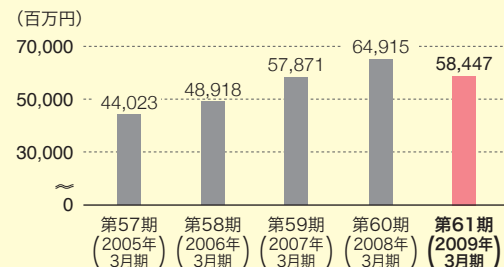


「ピルクル」

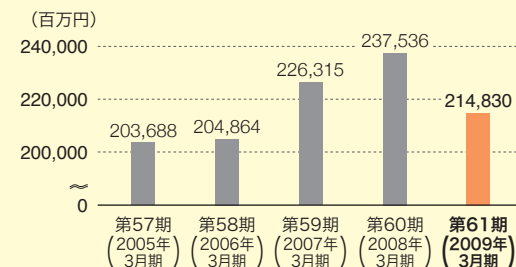
「シスコーンBIG」

「外食事業(味の民芸)」

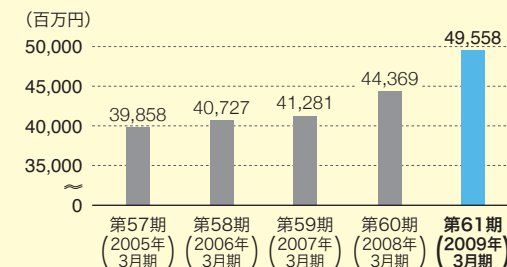
#### ■ 即席袋めん類の売上高推移



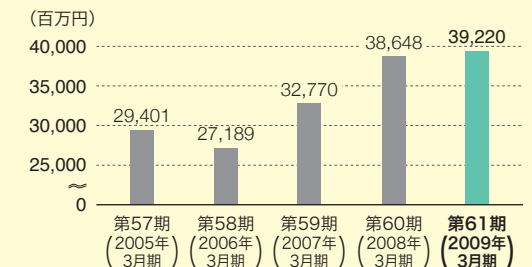
#### ■ カップめん類の売上高推移



#### ■ チルド・冷凍食品の売上高推移



#### ■ その他の事業の売上高推移



## 連結決算の状況

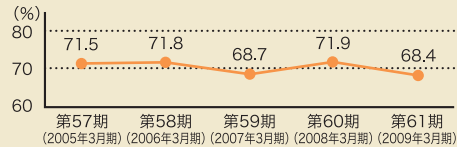
### ■ 高水準の自己資本比率

$$\text{自己資本比率(\%)} = \frac{\text{自己資本(純資産合計-少数株主持分)}}{\text{資産合計}} \times 100$$

自己資本比率とは、資産合計に対する自己資本の割合を示し、財務体質の安定性を示す指標です。資本金10億円以上の企業の平均が約40%※に対し、当社は約70%と高い水準の自己資本比率を維持しています。

※ 金融業、保険業を除く。(出所)財務省「法人企業統計調査(平成20年10～12月期)」

#### ■ 自己資本比率(連結)



### 連結貸借対照表

(単位:百万円)

	第60期 (2008年3月31日現在)	第61期 (2009年3月31日現在)
<b>資産の部</b>		
流動資産	157,633	158,270
固定資産	235,061	250,458
有形固定資産	93,802	101,131
無形固定資産	4,321	4,779
投資その他の資産	136,937	144,547
<b>資産合計</b>	<b>392,694</b>	<b>408,729</b>
<b>負債の部</b>		
流動負債	80,934	88,733
固定負債	22,916	34,425
<b>負債合計</b>	<b>103,850</b>	<b>123,159</b>
<b>純資産の部</b>		
株主資本	285,803	295,575
資本金	25,122	25,122
資本剰余金	49,754	49,755
利益剰余金	225,269	235,052
自己株式	△14,342	△14,355
評価・換算差額等	△3,337	△15,946
その他有価証券評価差額金	3,589	△477
土地再評価差額金	△7,532	△7,532
為替換算調整勘定	605	△7,935
少数株主持分	6,377	5,940
<b>純資産合計</b>	<b>288,844</b>	<b>285,569</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>392,694</b>	<b>408,729</b>

(注) 記載金額は、百万円未満を切捨てて表示しております。

### 連結損益計算書

(単位:百万円)

	第60期 (2007年4月1日から 2008年3月31日まで)	第61期 (2008年4月1日から 2009年3月31日まで)
売上高	385,469	362,057
売上原価	195,664	202,304
<b>売上総利益</b>	<b>189,805</b>	<b>159,752</b>
販売費及び一般管理費	162,133	136,200
<b>営業利益</b>	<b>27,671</b>	<b>23,552</b>
営業外収益	5,850	8,181
営業外費用	723	2,984
<b>経常利益</b>	<b>32,798</b>	<b>28,748</b>
特別利益	204	499
特別損失	5,314	5,876
<b>税金等調整前当期純利益</b>	<b>27,688</b>	<b>23,372</b>
法人税、住民税及び事業税	11,026	9,223
法人税等調整額	3,251	△1,837
少数株主損益	△181	96
<b>当期純利益</b>	<b>13,591</b>	<b>15,890</b>

(注) 記載金額は、百万円未満を切捨てて表示しております。

### ■ キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度末における現金及び現金同等物(以下「資金」といいます。)の残高は714億91百万円となり、前連結会計年度末と比べ72億82百万円の減少となりました。それらの要因は次のとおりです。

#### ■ 営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動による資金の増加は300億10百万円となりました。これは主に税金等調整前当期純利益233億72百万円や減価償却費79億73百万円によるものです。また、前連結会計年度との比較では、41億35百万円の増加となりましたが、主な要因は、退職給付引当金の増減額(前期比66億5百万円の増加)、たな卸資産の増減額(前期比13億54百万円の減少)です。

#### ■ 投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動による資金の減少は318億29百万円となりました。これは主に投資有価証券の取得による支出603億77百万円や投資有価証券の売却及び償還による収入358億38百万円によるものです。また、前連結会計年度との比較では、152億28百万円の減少となりましたが、主な要因は、投資有価証券の取得による支出が前期比で257億93百万円増加したことや、投資有価証券の売却及び償還による収入が103億60百万円増加したことによるものです。

#### ■ 財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動による資金の減少は18億65百万円となりました。これは主に配当金の支払額61億12百万円、長期借入れによる収入53億80百万円によるものです。また、前連結会計年度との比較では、49億61百万円の増加となりましたが、主な要因は、長期借入れによる収入が53億80百万円増加したことによるものです。

### 連結株主資本等変動計算書

(単位:百万円)

	株主資本				株主資本合計	評価・換算差額等				少数株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式		その他有価証券評価差額金	土地再評価差額金	為替換算調整勘定	評価・換算差額等合計		
2008年3月31日残高	25,122	49,754	225,269	△14,342	285,803	3,589	△7,532	605	△3,337	6,377	288,844
連結会計年度中の変動額											
剰余金の配当			△6,112		△6,112						△6,112
当期純利益			15,890		15,890						15,890
自己株式の取得				△15	△15						△15
自己株式の処分		0		3	4						4
その他利益剰余金増加高			5		5						5
株主資本以外の項目の連結会計年度中の変動額(純額)					-	△4,067	-	△8,541	△12,608	△437	△13,046
<b>連結会計年度中の変動額合計</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>9,783</b>	<b>△12</b>	<b>9,771</b>	<b>△4,067</b>	<b>-</b>	<b>△8,541</b>	<b>△12,608</b>	<b>△437</b>	<b>△3,274</b>
2009年3月31日残高	25,122	49,755	235,052	△14,355	295,575	△477	△7,532	△7,935	△15,946	5,940	285,569

(注) 記載金額は、百万円未満を切捨てて表示しております。

### 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	第60期 (2007年4月1日から 2008年3月31日まで)	第61期 (2008年4月1日から 2009年3月31日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	25,875	30,010
投資活動によるキャッシュ・フロー	△16,600	△31,829
財務活動によるキャッシュ・フロー	△6,827	△1,865
現金及び現金同等物に係る換算差額	△367	△3,597
現金及び現金同等物の増減額	2,079	△7,282
現金及び現金同等物の期首残高	76,694	78,774
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	<b>78,774</b>	<b>71,491</b>

(注) 記載金額は、百万円未満を切捨てて表示しております。



## グループ企業の活動

当社グループ(当社及び当社の関係会社)は、2008年10月1日から持株会社制へ移行しており、即席めんを主とするインスタント食品の製造及び販売を中核としてその他食品事業、物流業等の周辺事業への展開を図っております。

海外においても、現地子会社及び関連会社による即席めん等の製造・販売やこれらの現地法人に対する技術援助等により業域を拡大しております。

(2009年3月31日現在)

### 取引先



(注) ● 印は連結子会社、● 印は持分法適用会社、● 印は非連結子会社です。

## 会社データ・株式の概況

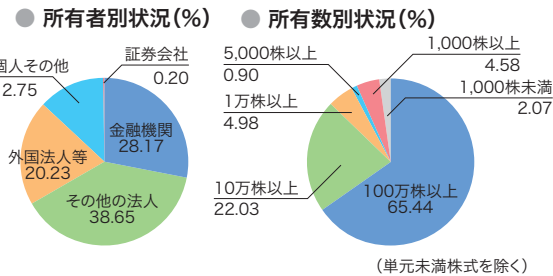
(2009年3月31日現在)

### 会社概要

商号	日清食品ホールディングス株式会社 (NISSIN FOODS HOLDINGS CO., LTD.)
設立	1948年9月
資本金	25,122,718,774円
従業員数	350名
東京本社の所在地	東京都新宿区新宿六丁目28番1号
大阪本社の所在地	大阪市淀川区西中島四丁目1番1号
事業内容	グループ事業会社(国内・海外)への経営サポート等

### 株式の状況

発行可能株式総数	500,000,000株
発行済株式総数	127,463,685株
株主数	24,055名
1単元の株式数	100株
単元株主数	22,185名



### 大株主の状況(上位10名)

株主名	持株数(百株)	出資比率(%)
モルガンスタンレーアンドカンパニーインク	124,765	9.79
財団法人安藤スポーツ・食文化振興財団	79,043	6.20
三菱商事株式会社	78,000	6.12
伊藤忠商事株式会社	78,000	6.12
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4G)	44,712	3.51
株式会社安藤インターナショナル	41,000	3.22
株式会社みずほコーポレート銀行	40,000	3.14
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	38,088	2.99
株式会社三菱東京UFJ銀行	36,504	2.86
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	28,499	2.24

(注)当社は、自己株式52,061百株(4.08%)を保有しておりますが、上記の大株主の状況から除いております。

### 役員及び執行役員

代表取締役 取締役社長・CEO	安藤 宏基
代表取締役 専務取締役・COO	中川 晋
常務取締役	松尾 昭英
常務取締役・CSO	成戸 隆之
取締役・CSO	松村 泰治
取締役	笹原 研久
取締役・CFO	柳田 隆久
取締役・CMO	安藤 徳隆
取締役・CAO	鉄林 修
取締役・CPO	横越 隆史
取締役・CQO	山田 敏広
取締役・CDO	田中 充
取締役(社外取締役)	小島 順彦
取締役(社外取締役)	小林 栄三
常勤監査役	寺田 雄一
常勤監査役	牧園 俊作
監査役(社外監査役)	堀之内 徹
監査役(社外監査役)	高野 裕士
執行役員	安藤 清隆
執行役員	右近 龍也
執行役員	楠本 一人
執行役員	坂井 孝司
執行役員	佐々木 智
執行役員	西尾 正美
執行役員	服部 秀樹
執行役員	横山 之雄

CEO Chief Executive Officer の略記(最高経営責任者)  
 COO Chief Operating Officer の略記(最高執行責任者)  
 CSO Chief Strategy Officer の略記(グループ国内戦略責任者、グループ国際戦略責任者)  
 CFO Chief Financial Officer の略記(グループ財務責任者)  
 CMO Chief Marketing Officer の略記(グループマーケティング責任者)  
 CAO Chief Administrative Officer の略記(グループ管理責任者)  
 CPO Chief Production Officer の略記(グループ生産責任者)  
 CQO Chief Quality Officer の略記(グループ安全研究責任者)  
 CDO Chief Development Officer の略記(グループ食品総合研究責任者)