

グループ理念

創業者精神を受け継ぐ、MISSION・VISION・VALUE

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

MISSION

創業者精神

食 足 世 平 食 創 為 世
しょくそくせへい しょくそういせい

美 健 賢 食 食 為 聖 職
びけんけんしょく しょくいせいしょく



VISION

EARTH FOOD
CREATOR



VALUE

大切な4つの思考



MISSION

食 足 世 平 食が足りてこそ
世の中が平和になる

しょくそくせへい

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。

美 健 賢 食 美しく健康な身体は
賢い食生活から

びけんけんしょく

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。

VISION

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』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るのです。

食 創 為 世 世の中のために
食を創造する

しょくそういせい

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。

食 為 聖 職 食の仕事は
聖職である

しょくいせいしょく

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にいい食品を世の中に提供していきます。

VALUE

すべてをゼロから創造し、提案し続ける日清食品グループの社員は部門・役職を問わず、全員がクリエイティブな意識を持ち、感度の高いクリエイターであることが求められています。

社会価値創造History

創業から60余年、新しい食の創造に挑戦し続けたNISSINのあゆみ

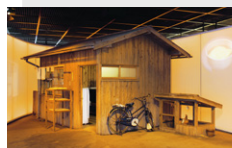
1958-1980s

世界初の即席めん発明と、日清食品の創業
新たな食文化を創造し、総合食品グループへ

1958

社会課題から生まれた
イノベーション
「チキンラーメン」誕生

創業者・安藤百福は、終戦後の寒い冬の日、闇市で人々がラーメンの屋台に行列を作り、温かいラーメンを幸せそうに食べる光景を見た経験から「家庭で、お湯さえあればすぐに食べられるラーメン」の開発に取り組み、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



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

1971

手軽さへのニーズに応える
「カップヌードル」誕生

世界初のカップめん「カップヌードル」は、安藤百福が、アメリカへ市場視察に行った際、スーパーの担当者が「チキンラーメン」を小さく割って紙コップに入れ、お湯を注いでフォークで食べたことをヒントに開発されました。高度経済成長期の手軽さへのニーズの高まりと相まって、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。

1990s-2010s

サステナビリティ経営の推進と
さらなるイノベーション強化に向けて

2008

サステナビリティの推進
ECOカップ誕生

「カップヌードル」の容器素材を紙に切り替え、「For Ecology」「For Customer」「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。



2014

イノベーションの強化
「the WAVE」設立



「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」からなる、技術・開発・研究拠点「the WAVE」を設立。「技術革新」と「食の安全」という、食品メーカーとしてのプロミスを世界に向けて発信しています。

2020s

グローバル化の加速と
EARTH FOOD CREATOR
としての挑戦



2022

「完全メシ」の
販売を開始

33種類の栄養素とおいしさの完全なバランスを追求した「完全メシ」の販売を開始しました。国内ではブランド認知率が50%超に到達、完全メシシリーズ累計7,400万食(2026年7月末)を突破し、「完全メシ」ブランドの定着が進んでいます。

- 1958 「チキンラーメン」発売
- 1963 東京、大阪各証券取引所第二部市場上場
- 1970 米国日清設立
- 1971 「カップヌードル」発売
- 1972 東京、大阪、名古屋各証券取引所第一部市場上場
- 1975 ブラジル日清設立
- 1976 「日清焼そば U.F.O.」「日清のどん兵衛」発売
- 1980 売上高1,000億円達成
シンガポール日清設立
- 1983 チルド事業進出
- 1984 香港日清設立、中国地域進出
- 1986 冷凍食品事業進出

- 1990 飲料事業進出
- 1991 菓子事業進出、EMEA地域進出
- 2001 売上高3,000億円達成
- 2002 食品安全研究所設立
- 2005 世界初の宇宙食ラーメンの発明
- 2006 明星食品に資本参加
- 2008 ECOカップ誕生、日清食品グループ持株会社制に移行
- 2014 新研究所 the WAVE開所
- 2017 香港日清、香港証券取引所メインボードに上場
- 2018 売上高5,000億円達成

- 2020 時価総額1兆円達成
EARTH FOOD CHALLENGE 2030始動
- 2021 日清食品グループ中長期成長戦略スタート
- 2022 新規事業「完全メシ」ブランドの販売開始
- 2024 売上高7,000億円達成



NISSINの今

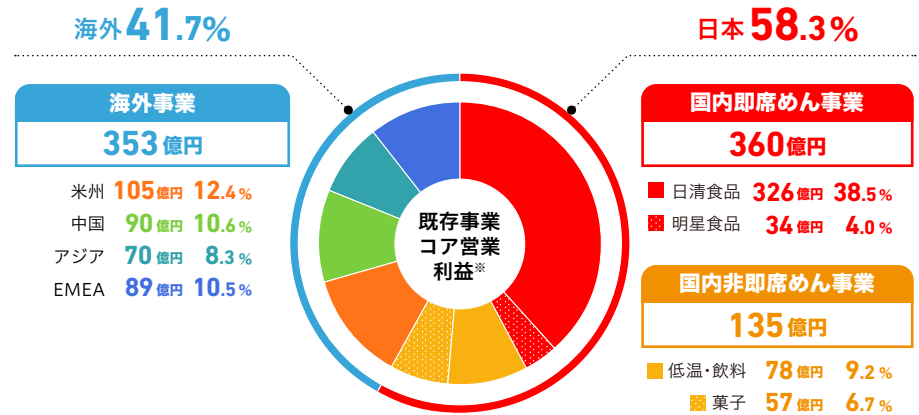
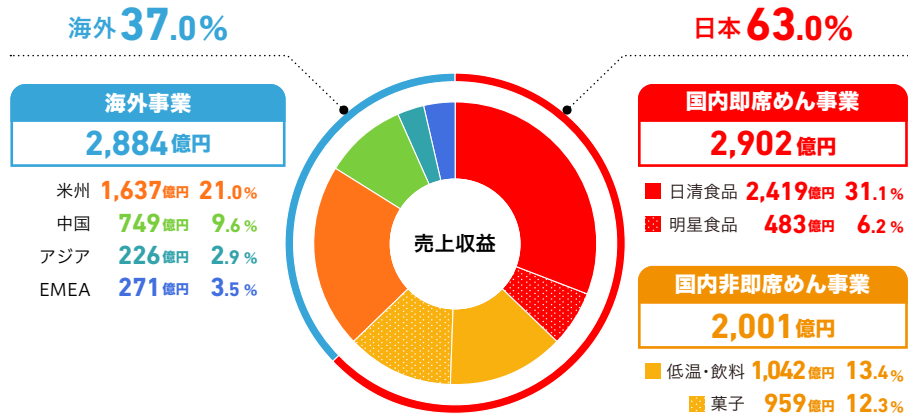
日本を代表する総合食品グループとして、世界中で事業を展開

2025年度実績 売上収益 **7,881** 億円

既存事業コア
営業利益 **706** 億円

既存事業コア
営業利益率 **9.0** %

セグメント別構成比



注) 売上収益および既存事業コア営業利益の各比率は「国内即席めん事業」「国内非即席めん事業」「海外事業」の3事業合算で算出

※ 既存事業コア営業利益 = 営業利益 - 非経常損益としての「その他収支」 - 新規事業損益

