

企業名： 日清食品ホールディングス

---

レポート名： 統合報告書 2021

---

## 1. この会社が目指す姿が理解できるか

日清の目標→社会貢献、新たな食文化の創造

社会貢献…経営方針を、地球全体を対象としたステークホルダー資本主義へ変更したこと、その理由と共に、具体的な社会貢献の内容として日清の取り組む社会的課題（隠れ栄養失調）とそれに対する解決策（おいしい完全栄養食）を明示している。日清独自のカレーライス具体例を挙げている為、日清が解決策を実現できるということに説得力があり、特定の社会問題解決に向けて製品開発を続けていることが大いに伝わってきた。

新たな食文化の創造…日清の伝統的な社会での役割として食文化の創造を挙げていて、それを現在においても重視していることを示している。具体的な案（おいしい完全栄養食）の成功に向けて人材の充実させていることが論理的に説明されており、この理念においても日清が力を入れていることが理解できた。

どの理念についても多くのページが割かれて詳細な説明が為されており、理想だけでなく実現可能性が高いことを伝えられていた。

## 2. この会社の競争優位性が理解できるか

競争優位性→独自の技術、ブランド価値

独自の技術…具体的に日清の打ち出したカップヌードルの革新的な技術について羅列がなされており、さらに特許量を大きなフォントで表示しているため、十分に技術的な優位性が伝わった。ただ、特許の保有量を表示されたのみでは技術力を理解しにくい。同業他社の平均との比較や、年ごとの増加量を乗せると、なお分かりやすくなるだろう。

ブランド価値…ブランド価値を維持するためになすことは多く記載されたが、日清のブランド価値の大きさについて、直接の記載は無かった。実際、日本で日清食品のブランド価値を認知していない人は少ないだろう。しかし、海外の方々の為の英語版も出されることを考えると、記載しておくべきではないだろうか。

## 3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか

独自の技術→話題となっている培養肉の研究や NASA の利用の研究といった、食品開発について何ら知識のない人に対しても凄さが伝わりやすい例を用いていたため、技術開発力

の持続性が大きいことを認識できる表現であった。

ブランド価値→CM や SNS の利用のほかに、「ブランドマネージャー制度」といった制度を導入することでブランドの維持に努めている点に興味を惹かれた。「100 年ブランドカンパニー」を目標としたブランド育成方針が今のニーズにフィットしていることを示すために、インサイトを用いた商品の開発法も紹介している為、説得力もある。

#### **4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか**

大企業であるからこそ出来る、企業内大学である「NISSIN ACADEMY」が人的資本向上の為に大きな影響をもたらすと捉えた。マーケティングなどのスキルについて企業内で学べるならば、食品業にフィットした力を身につけることができるだろう。ただ、それ以外に人的資本を向上させるための記述は少なく、方法があまりないように見えてしまう。

#### **5. 報告書にはどのような改善余地があるか**

漫画雑誌のようなイラストで始まって、所々にもイラストや、漫画自体も挿入されている。英語版も用意されていて、日本人、海外の方々の様々な年齢層の興味も引きやすいものである点に大きな工夫を感じる。そして、その読者の興味を引き続けるために分かりやすい見出しを付けることを提案する。現報告書では多くの見出しで読者が意味を捉え辛い言葉（CSV 経営や横断的な改革、日清独自の方針名など）を多用していて、注意を引き付けているものと見て取れる。しかし、若者や海外の方々は分かりにくい見出しから始まる文章は敬遠しやすいだろう。統合報告書が公式のものである都合上、文章を簡単な言葉で書くことは難しいだろう。ただ漫画のような様式で構成するのであれば、見出しも漫画のように分かりやすく工夫することが興味を引き続けるメリットがあると考えた。