

A satellite image of the Earth, showing the continent of Africa and the surrounding Middle East and Indian Ocean. The image is used as a background for the title text.

日清食品グループにおける 環境課題への取り組み

日清食品ホールディングス株式会社

世界の食文化を変えた 日本発のインスタントラーメン

世界の食文化を革新した発明

- 世界初のインスタントラーメン：「チキンラーメン」
- 世界初のカップ麺：「カップヌードル」
- 世界初の宇宙食ラーメン：「スペース・ラム」



1958
チキンラーメン



1971
カップヌードル



2005
スペース・ラム



あんど ももふく
安藤 百福
1910-2007

創業者精神：変わることのない創業の価値観

安藤百福が掲げた4つの言葉。この創業者精神は、日清食品グループの変わることのない価値観です。

しょくそくせへい
食足者平

食が足りてこそ世の中が平和になる

しょくそういせい
食創為世

世の中の為に食を創造する

びけんけんしょく
美健賢食

美しく健康な体は賢い食生活から

しょくいせいしょく
食為聖職

食の仕事は聖職である

日清食品グループの商品ラインナップ

即席めん



冷凍・チルド



飲料



菓子/シリアル



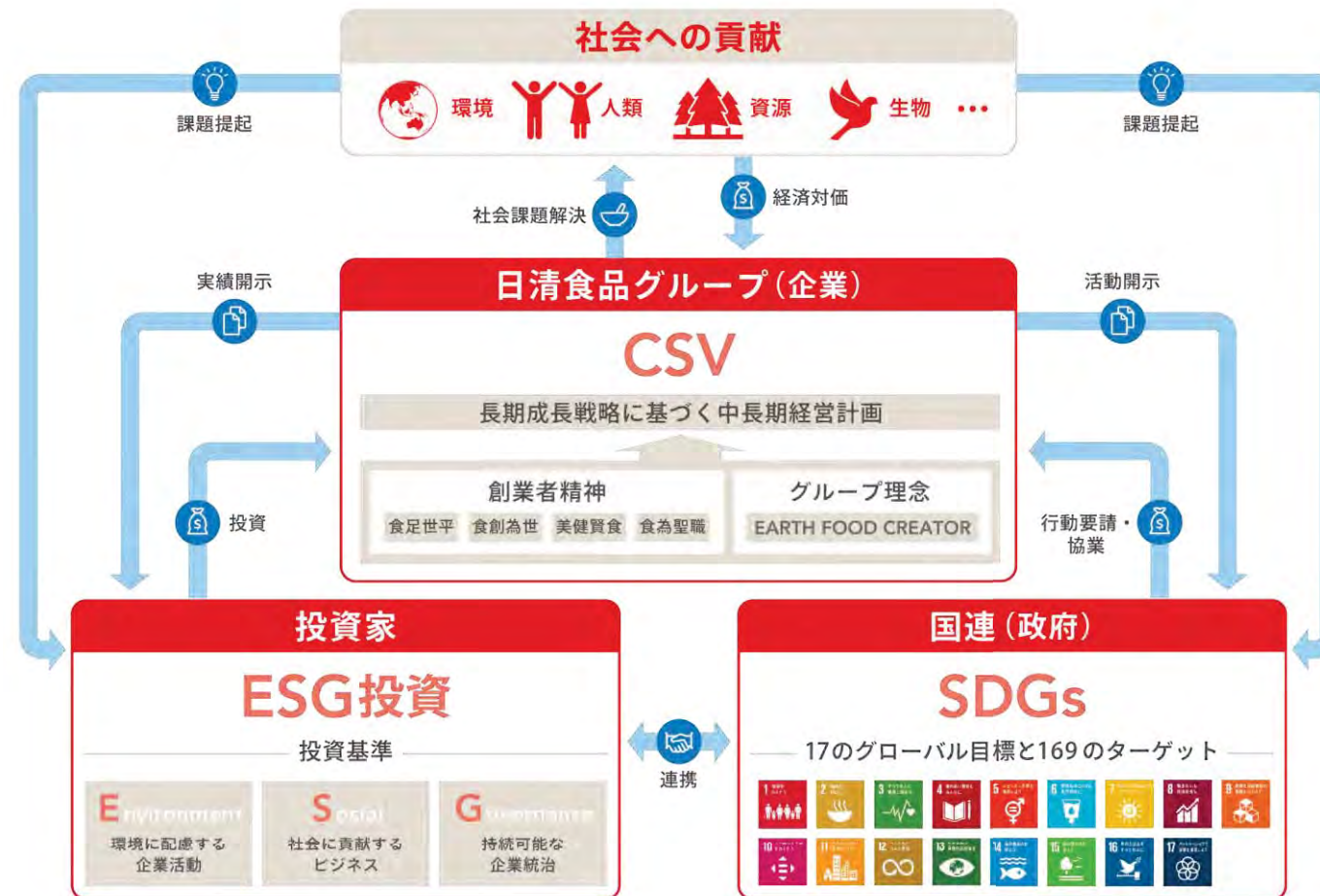
1971年の発売以来、累計**450億**食を突破



日清食品グループのサステナビリティ

グループ理念 「EARTH FOOD CREATOR」

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ていく



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

地球のために。未来のために。

資源有効活用への チャレンジ



地球にやさしい
調達



地球資源の
節約



ごみの無い
地球

EARTH MATERIAL CHALLENGE

気候変動問題への チャレンジ



グリーンな
電力で作る



グリーンな
食材で作る



グリーンな
包材で届ける

GREEN FOOD CHALLENGE



EARTH FOOD CHALLENGE 2030

地球のために。未来のために。



資源の有効 活用への チャンレンジ

資源の有効活用

地球に優しい調達
パーム油の倫理的調達



地球資源の節約
水資源の節約



ごみの無い地球
ごみの削減/再資源化



気候変動 問題への チャレンジ

CO2（二酸化炭素）削減

グリーンな電力で作る

商品の生産に使用する電力の
再エネ比率向上を目指す



グリーンな食材を使う

使用素材のLife Cycle Assessment での
排出CO2削減を目指す



グリーンな包材で届ける

石化プラスチック使用率削減及び
持続可能包材への進化を目指す



カップヌードルにおける気候変動問題への取り組み



カップヌードル容器の進化



発泡スチロール製

'08年
以前

ECOカップ



再生資源である
紙の使用

'08年

バイオマスECOカップ



バイオマス度

81%~

LCAあたり
CO₂削減量

▲16%

石化由来
プラスチック使用量

ほぼ半減

'19年~

バイオマス度
81%~



バイオマス
No.190078

バイオスマーク

貢献するSDGs



「ごみ発電電力」を東京本社で使用



貢献するSDGs



A satellite image of Earth showing the continent of Africa and the surrounding Middle East. The image is split horizontally into three sections. The top and bottom sections show the Earth in full color, with blue oceans, green land, and white clouds. The middle section is a dark, semi-transparent band that serves as a background for the text.

以上