



NEWS RELEASE 2025.7.30

日清食品社長 安藤 徳隆の初著作 「日清食品をぶつつぶせ」が2025年8月12日(火)に日経BPから出版

日清食品株式会社 代表取締役社長である安藤 徳隆の初著作「日清食品をぶつつぶせ 自ら創造し、自ら破壊せよ」が、2025年8月12日(火)に日経BPから出版されます。

『日清食品を何倍にも大きくしていく』



本書は、共著者である株式会社日経BPの竹居 智久氏が安藤 徳隆に計20時間以上のインタビューを行い、経営者としての考え方や胸の内を掘り下げた一冊です。

「カップヌードル」を爆発させた「カレーメシ」のCMにはどんな狙いがあったのか。関西工場のエントランスの屋根はどうして「カップヌードル」の形をしているのか。

ユニークなブランドコミュニケーションの裏側から『もう1つ日清食品ができるくらいの規模になる』と展望する「完全メシ」事業の全貌、さらには創業者であり祖父でもある安藤 百福から経営を託されたことへの責任感と葛藤まで、包み隠さず語られています。

本書のタイトル「日清食品をぶつつぶせ」は、父である安藤 宏基（日清食品ホールディングス株式会社 代表取締役社長・CEO）が日清食品の社長就任時に社員を鼓舞するために掲げたスローガン「カップヌードルをぶつつぶせ」のオマージュであり、「自ら創造し、自ら破壊する」ことを自身に課した安藤 徳隆の決意表明でもあります。

クリエイティブの力でブランドを磨き続け、日清食品を次のステージへと導く――。3代目経営者としての“覚悟”と“勝利への執念”を、ぜひ感じてください。



■推薦コメント

伊藤忠商事 会長 CEO 岡藤 正広 氏

「今の日本企業が目指すべき“非連続な成長”の答えが、ここにある。」

創業者の安藤 百福がインスタントラーメンという世界の食文化を創造し、2代目の安藤 宏基が「カップヌードルをぶつつぶせ！」の精神でグローバルカンパニーへと成長させた。

3代目の安藤 徳隆は築き上げたものを破壊するかのごとく、日清食品を新たな次元へと導きはじめている。

今の日本企業が目指すべき“非連続な成長”の答えが、ここにある。

クリエイティブディレクター 佐藤 可士和 氏

「経営の中心にクリエイティブがある。だから、日清食品は面白い。」

「デザイン経営」が大事だと言われて20年近く経つが、それを実現している企業は世界でも数少ない。

安藤 徳隆さんは、クリエイティブを本気で経営の真ん中に置いている、日本でも稀有な存在だ。普通のことを普通にやらない。でも、すべてがブランディングに紐づいている。

だから、日清食品は面白い。

■書籍概要

タイトル：「日清食品をぶつつぶせ 自ら創造し、自ら破壊せよ」

著 者：安藤 徳隆 / 日清食品株式会社 代表取締役社長

竹居 智久 / 株式会社日経 BP 経営メディアユニット長補佐

出版社：株式会社日経 BP

発行日：2025年8月12日(火)

体 裁：四六判・240ページ

定 価：1,700円(税別)