

Seasoning the world



Lema corporativo

Em uma época de intensas transformações, existe algo que permanece inalterado. O sabor dos momentos especiais ao lado dos nossos familiares e amigos traz alegria e felicidade. Em qualquer época, em qualquer lugar, queremos que o prazer de se reunir à mesa esteja presente na vida de todas as pessoas. Esse é o lema corporativo da Kikkoman.

seasoning your life

The corporate slogan, “seasoning your life” , contains the core message that Kikkoman “helps you savor the joys of life.” It suggests that, as Kikkoman seasons and enriches your food, it also brings fulfillment to life as a whole.

“Compromisso da Kikkoman”

Para construir uma marca sólida, devemos primeiro compartilhar esse lema de forma clara para depois repassá-lo aos nossos consumidores. Passaremos a chamar este Pensamento de Compromisso.

To fill the world with the joys of food by delivering wholehearted flavor

- To provide high-quality products and services with integrity by continuously improving on our long tradition of techniques and know-how.
- To propose a well-balanced and nutritious diet that brings out the flavor of ingredients and bring happiness to the world everyday by helping to support a healthy mind and body.
- To create exciting new flavor experiences by fusing food cultures from around the world and to propose a rich and varied food-lifestyle that matches the times.

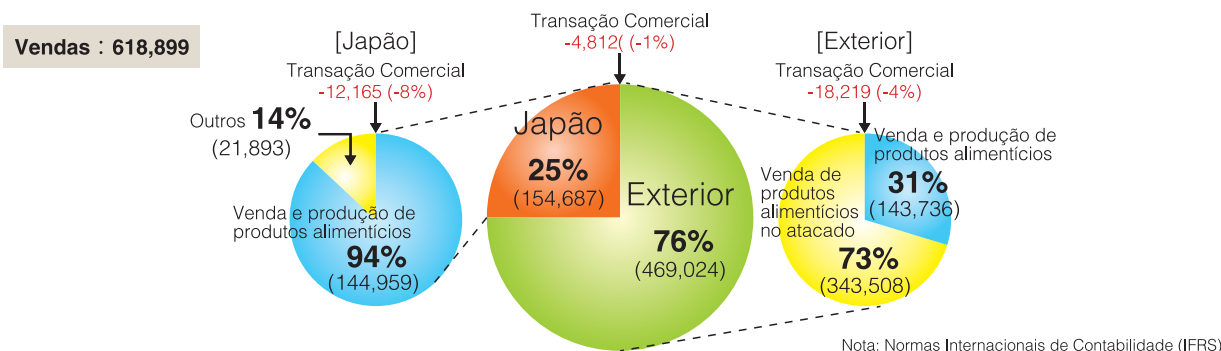
● Perfil Corporativo do Grupo Kikkoman

Área de negocio del Grupo Kikkoman: 1) Produção e comercialização de produtos alimentícios
2) Expansión a nivel mundial del suministro de productos y servicios relacionados con el concepto de "Alimentación y Salud"

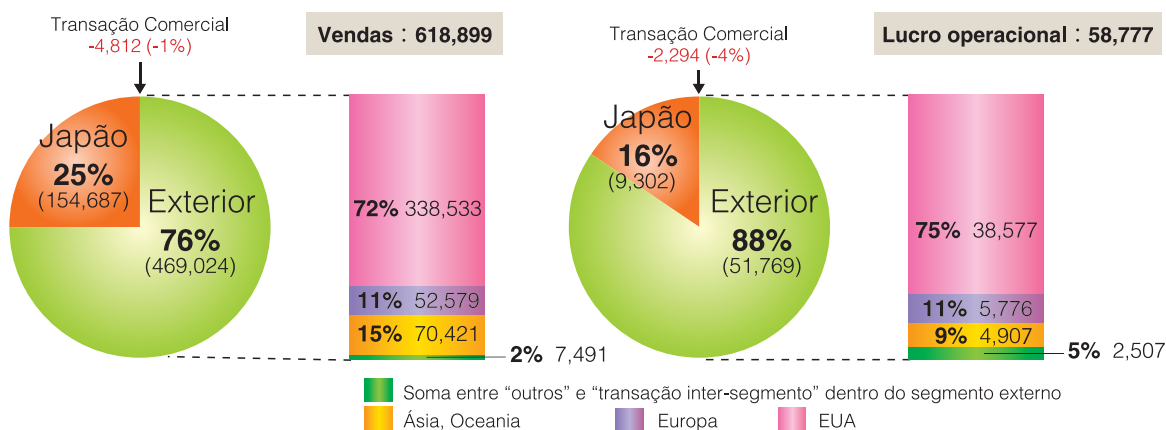
□ Nome da companhia (nome comercial)	Kikkoman Corporation	□ Descrição de Negócios (Principais Produtos e Operações)	Desenvolvendo a estratégia de todo o grupo e supervisionando a sua implementação
□ Fundação	7 de dezembro de 1917	□ No. de Grupos de Empresas	60 (subsidiárias consolidadas e subsidiárias e afiliadas não consolidadas pelo método de equivalência patrimonial) (dados de 31 de março, 2023)
□ Matriz Noda	250 Noda, Noda-shi, Chiba Código postal 278-8601 Tel. 04-7123-5111	□ Receita (Consolidada)	JPY 618.899 milhões (dados do ano fiscal de março de 2023)
□ Matriz Tokyo	2-1-1 Nishi-Shinbashi, Minato-ku, Tokyo Código postal 105-8428 Tel. 03-5521-5131	□ Lucro dos Negócios (Consolidado)	JPY 58.777 milhões (dados do ano fiscal de março de 2023)
□ Presidente e CEO	Shozaburo Nakano	□ No. de Funcionários (Consolidado)	7.775 (dados de 31 de março de 2023)
□ Capital social	JPY 11.599 milhões (dados de 31 de março, 2023)	□ Exercício financeiro	de 1º de abril a 31 de março do próximo ano

* Começando com as demonstrações financeiras consolidadas no relatório de títulos para o ano fiscal encerrado em 31 de março de 2021, o Grupo adotou as Normas Internacionais de Contabilidade ("IFRS").
* O lucro operacional é o lucro após a dedução do custo de vendas, despesas gerais e administrativas da receita.

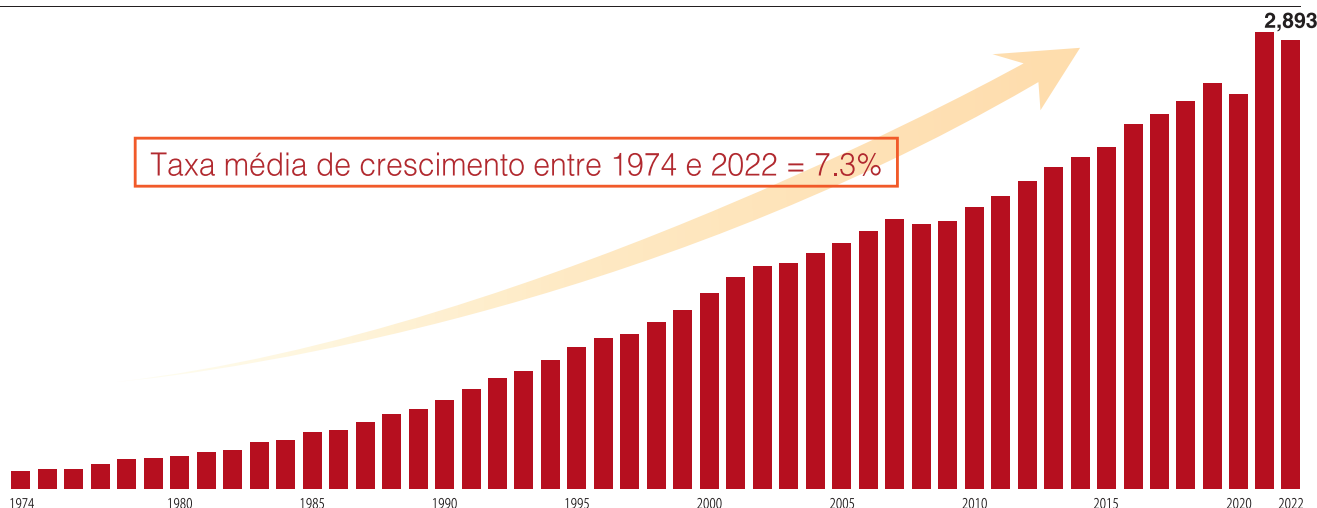
● Resultados consolidados do ano fiscal 2023 (Unidade : milhão)



● Lucro e Receita da Empresa por Região 2023 | Venda e lucro operacional por região (Unidade : milhão)



● Volume de Vendas do Molho Shoyu Kikkoman no Exterior (entre 1974 e 2022)



História do Shoyu Kikkoman

Comprometida com a qualidade há mais de 350 anos

A história da fabricação do shoyu pela Kikkoman iniciou-se há mais de 350 anos, em meados do século 17 (início da era Edo) onde hoje está situada a cidade de Noda, na província de Chiba. Utilizando o trigo e a soja de boa qualidade produzidos na planície de Kanto, o sal da baía de Tokyo, e a abundância de água potável, seu alicerce foi construído em uma área farta em matéria-prima.

Em 1917, a família Noda e uma família de produtores de shoyu vizinha se uniram e fundaram a empresa Noda Shoyu Co. Limited, empresa que no futuro viria a ser a Kikkoman S A. Não se acomodando com as vantagens oferecidas pela terra, eles juntaram a habilidade e o conhecimento de cada família, e com essa união ambicionaram o fornecimento estável de um shoyu de qualidade superior. Até 1940, as mais de 200 marcas de shoyu existentes na época da fundação foram unificadas sob a marca Kikkoman, e mesmo nos dias atuais sua marca é conhecida como o símbolo de sabor e qualidade.

Durante a Segunda Guerra Mundial e no período de caos que se

sucedeu, ocorreu uma grande escassez de alimentos. Mesmo assim, a Kikkoman se preocupou com a produção de alta qualidade que manteve ao longo da sua história, desenvolvendo uma técnica para atender a demanda do país e mantendo a tradição da fabricação de shoyu. Além disso, tornou pública a patente da técnica de fabricação de shoyu, contribuindo assim com o desenvolvimento da indústria como um todo.

E ainda captando com sensibilidade as necessidades da época e do mercado, participou ativamente como a marca líder no desenvolvimento do shoyu a fim de proporcionar um novo valor, enfrentando os constantes desafios.

Esta estratégia foi a chave para sua internacionalização, hoje a Kikkoman possui três bases de produção no Japão e oito no exterior, onde é produzido o mesmo shoyu Kikkoman de alta qualidade. A posse desta sólida técnica de fabricação torna possível controlar as diversas condições da natureza como temperatura e umidade, para continuar a fabricar o shoyu Kikkoman em todo o mundo.



Noda – Província de Chiba



Takasago – Província de Hyogo



Chitose – Hokkaido

“Processo de Fabricação” do Shoyu Kikkoman

Técnica tradicional de fermentação e exaustiva busca pela qualidade

O Molho de Soja da Kikkoman que conhecemos foi feito pela primeira vez há 350 anos.

Mas agora é produzido em uma escala bem maior, e a Kikkoman continuou a produzir o molho de soja pelo método de fermentação Honjozo, fazendo com que o poder natural dos microrganismos fermente e envelheça ao longo do tempo

Enquanto herdávamos esse método tradicional de fermentação, nós também introduzimos uma tecnologia de ponta para criar um ambiente onde microrganismos pudessem fazer o seu melhor, garantindo uma produção de alta qualidade e um delicioso molho de soja, a todo momento.



Inspecção de Segurança & Qualidade

A checagem que garante a qualidade do shoyu é realizada por meio de inspeção mecânica e manual. O procedimento é realizado para manter sempre a qualidade em todas as etapas do processo, com uma minuciosa análise dos ingredientes. O shoyu sai da fábrica somente após uma rigorosa checagem final que certifica a sua qualidade como um produto da marca Kikkoman.



O Shoyu Kikkoman é um tempero para todos os fins

Sobre Shoyu

Molho de soja, a excelência do tempero japonês, agora é usado pelo mundo todo.

O segredo para essa popularidade mundial é o sabor único, composto por três elementos: cor, sabor e aroma.



All purpose seasoning O tempero mais amado no mundo

O Molho Shoyu Kikkoman é um tempero universal adequado para utilização em diversas culinárias e em uma diversidade de ingredientes, que auxilia na criação de pratos gourmet mundo afora

Cor

O Molho Shoyu Kikkoman é um líquido claro, com uma bela tonalidade marrom-avermelhada. É uma cor quente que abre o apetite e repagina o prato, transformando-o em uma aparência iluminada.



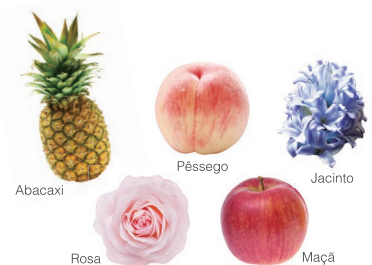
Sabor

O sabor do molho de soja é gerado por uma combinação harmoniosa de cinco sabores básicos: doce, azedo, amargo, salgado e umami (saboroso). O súbito equilíbrio dos cinco sabores é o que dá ao Molho de Soja da Kikkoman o poder de trazer o sabor natural dos ingredientes e as características de todos os pratos.



Aroma

O Molho de soja também é considerado um tempero aromático. O Molho Shoyu Kikkoman contém mais de 300 componentes de aroma, incluindo flores, frutas, whisky e café. Esses componentes do aroma ocorrem em quantidades extremamente minúsculas — nenhum é avassalador individualmente, e juntos se misturam harmoniosamente para criar um aroma distinto de molho de soja (tradicionalmente) fermentado pelo método honjoso.



Os “Efeitos” do Shoyu Kikkoman

Controle de pH

O Molho de Soja é um pouco ácido, com o pH de 4,7 até 5,0. Como tal, tem um “efeito tampão”, que suprime mudanças repentinas no pH e mantém os alimentos dentro de uma deliciosa gama levemente ácida. Este efeito ajuda a dar um sabor harmonioso aos alimentos, o que é particularmente útil para pratos temperados e cozidos em fogo brando.



Efeito sinérgico

O sabor profundo de umami no soba-tsuyu (base da sopa para macarrão de soba) é criado por conta da interação de ácido glutâmico no molho de soja e ácido inosínico em flocos de bonito, usados para preparar o dashi (caldo japonês). Essa intensificação de todos os sabores, combinando diferentes componentes, é chamado de “efeito sinérgico”.



Eliminação de odores

Elimina odores de peixe e carne crus. Degustar uma fatia de peixe cru ou um pedaço de carne com shoyu é gostoso não apenas pelo sabor único do molho de soja, mas porque ele possui o efeito de “eliminar” o cheiro típico destes ingredientes.



As 7 funções do shoyu

O shoyu possui propriedades como realce do sabor, conservação do alimento, além de permitir diversas transformações



Ação bacteriostática (bactericida)

O sal, álcool e ácidos orgânicos contidos no molho de soja têm um “efeito bactericida”, que interrompe o crescimento e pode até eliminar a Escherichia Coli (bactéria). O método de cozimento “marinado”, onde o peixe e a carne crus são conservados por imersão em molho de soja, utiliza esse efeito.

Efeito inibitório

Adicionar apenas um fio do molho de soja pode resultar em um prato salgado e temperado corretamente, como o salmão grelhado (shiozake). Isto é devido ao efeito dos componentes do umami e de ácidos orgânicos contidos no molho de soja trabalharem para moderar o sabor salgado.

Efeito do cozimento

Ao aquecermos o shoyu, ele exala um delicioso aroma e passa a ter uma coloração rubi que estimula o apetite. O aroma e a cor que estimulam o apetite em pratos como o yakitori e teriyaki são uma das características do shoyu. O molho teriyaki que se tornou popular nos Estados Unidos é um produto que utiliza este efeito.

Efeito de contraste

O efeito de adicionar uma pequena quantidade de sabor diferenciando do sabor original pode intensificar o chamado “efeito de contraste”. Por exemplo, adicionar o molho de soja no sorvete de baunilha realça ainda mais a doçura.



Desenvolvimento de Negócios do Grupo Kikkoman

Japão

O Molho Shoyu Kikkoman, nascido na Cidade de Noda, Província de Chiba, construiu a Fábrica Kansai (atualmente, Fábrica Takasago) na cidade de Takasago, Província de Hyogo, em 1931, para servir a demanda no ocidente do Japão. Depois disso, em 1987, a Fábrica Chitose (atualmente, Hokkaido Kikkoman Co.) foi estabelecida para atender a demanda em Hokkaido, a província mais ao norte do Japão, permitindo que a Kikkoman abastecesse todo o país com o molho de soja.

Embora o Japão tenha uma área de terra limitada devido às características diferentes, as preferências de sabor variam de região para região, e os molhos de soja usados em cada uma delas também são bem variados. Por isso, a Kikkoman adapta os seus molhos de soja às características de cada região. Por exemplo, nós vendemos o molho de soja “amakuchi” (adocicado) na região de Kyushu, e o molho de soja makombu feito com o caldo local junto do “kombu” (alga) colhido em Hokkaido.

Além disso, lançamos diversos produtos que contêm o shoyu como seu ingrediente principal, tais como o tsuyu e o tare, e o tempero pronto Wafuu souzai no moto, com o qual podemos preparar um autêntico prato japonês em casa, somente acrescentando um ou dois ingredientes da estação.

Desta forma, preocupados em manter a alta qualidade, mas seguindo a transformação dos novos tempos e do estilo de vida, continuaremos inovando os valores do shoyu.

Outro tempero essencial da culinária japonesa é o hon mirin, derivado do arroz e à base de álcool. O hon mirin da Marca Kikkoman Manjo ainda é produzido com ingredientes selecionados cuidadosamente, preparados e envelhecidos ao longo do tempo, por meio do tradicional método de fermentação, que vem sendo transmitido há mais de 200 anos.

Na década de 1960, Kikkoman reconheceu que a demanda interna do molho de soja dependia exclusivamente do crescimento populacional. Em resposta a isto, a empresa tomou uma decisão estratégica de diversificar o seu portfólio de negócios, preparando-se para qualquer estagnação que pudesse ocorrer no futuro na demanda de molho de soja.

Um destes empreendimentos é o tempero em estilo ocidental, cujo carro-chefe é a marca Del Monte, iniciada em 1963. Sintonizado na ocidentalização dos hábitos alimentares japoneses, promovemos a marca Del Monte principalmente com produtos como suco de tomate e ketchup.

Antecipando um aumento paralelo na demanda interna de vinho, Kikkoman fundou a Manns Wine em 1962. Desde então, a marca tem produzido vinhos autênticos de qualidade consistentemente elevada, que atendem aos gostos diversificados dos consumidores no Japão.

Mais tarde, em 2008, buscando novas possibilidades da soja, iniciamos um novo desafio com a aquisição da Kibun Food Chemifa (atual Kikkoman Soyfoods), fabricante do Kibun TONYU, líder no mercado de leite de soja.

A Kikkoman mantém o seu esforço diário para fornecer constantemente novos sabores na mesa da família japonesa, tendo o shoyu como o seu produto principal.



Grupo Kikkoman em expansão pelo mundo

Atualmente o shoyu Kikkoman é vendido em mais de 100 países do mundo. Continuaremos o intercâmbio através da alimentação, atuando em duas frentes: a fabricação de shoyu nascido e desenvolvido no decorrer da história japonesa e a venda no atacado de alimentos orientais para todo o mundo.

Para difundir em todos os cantos do mundo a alegria de saborear, a Kikkoman seguirá preocupada em oferecer produtos de qualidade superior, harmonizando os encontros com hábitos alimentares de cada localidade onde atua, tentando abrir ainda mais o seu caminho no mercado global.

HP HOME>About Us>Our Business



● : Bases de Produção

⊙ Fabricação o shoyu do Japão pelo mundo

Depois de iniciar a produção em nossa primeira unidade internacional nos Estados Unidos em 1973, expandimos nossas operações com as bases de produção na Ásia, Europa e América do Sul, visando oferecer um molho de soja fresco para o mundo todo.



▲ : Atacado de alimentos asiáticos

⊙ O delicioso sabor do Ásia para o mundo

Início das vendas por atacado de alimentos asiáticos centralizado nos ingredientes japoneses, desde 1969. Atualmente, nos Estados Unidos, está se tornando uma empresa líder do ramo.



América do Norte

As primeiras exportações começaram após a Segunda Guerra Mundial. Ao notar que muitos americanos que visitavam o Japão apreciavam o sabor do shoyu, teve-se a certeza de que o shoyu possui um sabor que pode agradar todo o mundo. Em 1957, com o objetivo de entrar no mercado americano, uma empresa de distribuição foi fundada em São Francisco.

A popularidade do molho de soja se espalhou rapidamente, movida pela excepcional compatibilidade com pratos de carne. Utilizando o slogan "Delicioso na Carne", o Molho Shoyu Kikkoman foi promovido através de amostras e demonstrações nas lojas, e por meio de sugestões de como usá-lo, como em receitas. E deste casamento do shoyu com a carne, nasceu o molho Teriyaki. Até os dias atuais ele mantém uma alta popularidade, e a palavra TERIYAKI pode ser encontrada nos dicionários americanos.

A produção nos Estados Unidos começou em 1973 na filial de Wisconsin. A abordagem Kikkoman é fazer o gerenciamento da localização e ser um bom cidadão corporativo dentro da comunidade. Procurando crescer e prosperar ao lado das comunidades locais, a Kikkoman tem procurado desenvolver laços comerciais com empresas locais e contratar funcionários localmente, de forma proativa.

A segunda fábrica no solo americano foi inaugurada na Califórnia em 1998, e atualmente continuamos a propagar novos valores através da fusão com hábitos alimentares locais, a ponto de a Kikkoman se tornar sinônimo de shoyu.



Demonstração em supermercado (por volta de 1964 EUA)



Desenvolvimento de Negócios do Grupo Kikkoman

Europa

Em 1973, a Kikkoman iniciou o seu avanço em grande escala no mercado europeu em Dusseldorf, Alemanha, onde abriu o restaurante de Teppanyaki (grelhados) "DAITOKAI". Aqui, os clientes podiam ver a comida sendo preparada diante dos seus olhos, cheirar e provar como o molho de soja combina bem com a carne e ingredientes locais, e aprender como usar o molho de soja. Em 1979, estabelecemos a nossa empresa de vendas em Dusseldorf e, tal como nos EUA, as vendas foram promovidas ativamente através de amostras nas lojas e sugestões de receitas com molho de soja. O volume de vendas aumentou inicialmente na Alemanha e no Norte da Europa e, para satisfazer a crescente demanda, começamos a produzir o molho de soja na Holanda em 1997.



Estande de amostragem na loja, na Alemanha

Ásia / Oceania

O primeiro país na Ásia/Oceania que recebeu a atenção da Kikkoman foi a Austrália. Em 1980 fundou-se uma empresa de distribuição, e o modelo de negócio iniciado nos Estados Unidos, onde foi divulgada a boa combinação entre os pratos com carne e o shoyu, foi transferido para a Austrália. Em 1983, a nossa segunda unidade de produção internacional foi fundada em Singapura, após a inauguração da nossa primeira em Wisconsin, EUA. Essa expansão teve como objetivo fornecer produtos ao Sudeste Asiático e à Oceania, e a instalação iniciou suas operações no ano seguinte. Uma empresa de marketing foi posteriormente criada em Singapura, em 1990, para aumentar ainda mais os recursos de vendas no Sudeste Asiático.

No Leste Asiático, a Kikkoman estabeleceu em 1990 uma joint venture com o maior produtor de alimentos de Taiwan, o Uni-President Enterprises Group, em Tainan, Taiwan. Depois disso, em colaboração com o Uni-President Enterprises Group, estabelecemos bases de produção na China continental, e começamos as entregas da nossa fábrica na área de Xangai em 2002, e de outra fábrica localizada perto das regiões de Pequim e Tianjin em 2009. Posteriormente, em 2014, Kikkoman fundou uma empresa de vendas de capital integral para supervisionar as operações na China continental. Isto permitiu a implementação de campanhas promocionais mais eficientes na China, para que os consumidores se familiarizassem mais com o Molho Shoyu Kikkoman.



Estande de amostragem na loja em Cingapura

América do Sul

Em 2020, a Kikkoman fez uma incursão significativa no mercado brasileiro ao estabelecer uma empresa em São Paulo, dedicada à produção e venda de produtos da marca Kikkoman. A partir de novembro de 2021, iniciamos as vendas do Molho Shoyu Kikkoman da planta de produção da Kikkoman Brasil. Atualmente, estamos focados na penetração de mercado da marca Kikkoman no mercado brasileiro.



Aparência da exposição no Brasil

JFC Atacado de comida asiática

Reconhecendo o efeito de sinergia vantajosa entre a promoção do apelo do molho de soja e a popularização da cultura alimentar japonesa, a Kikkoman expandiu para a indústria atacadista de alimentos asiáticos (particularmente japonesa) ao adquirir uma participação gerencial na Japan Foods Corp. (atualmente JFC International, Inc.), nos Estados Unidos em 1969.

O Grupo JFC lida com um estoque diversificado de mais de 10.000 itens e armazena uma ampla gama de produtos exigidos pelos clientes de restaurantes e varejo, desde produtos da marca Kikkoman produzidos no Japão e no exterior até uma variedade de itens como temperos, macarrão, bebidas alcoólicas, frutos do mar, peixe fresco, produtos agrícolas, doces e até utensílios de cozinha. O Grupo JFC também comercializa uma variedade de produtos desenvolvidos originalmente. Um dos produtos que nos representam inclui a variedade de arroz da marca como "Nishiki" e "Tamanishiki".

Durante a década de 1980, os Estados Unidos testemunharam um aumento na popularidade da culinária japonesa, e o "sushi" foi o que mais chamou a atenção. A fim de fornecer o melhor arroz para a culinária japonesa, conduzimos a pesquisa e o desenvolvimento de arroz, produzimos o arroz na Califórnia e começamos a comercializá-lo sob a marca Nishiki. Hoje, esta marca de arroz é fabricada não só nos Estados Unidos, mas também na Europa. Elas se transformaram em marcas que são amadas pelos consumidores em todo o mundo.

A comida japonesa atrai muita gente pelo seu bom gosto e benefícios à saúde. É por isso que priorizamos a qualidade e continuamos empenhados em garantir a entrega de produtos confiáveis em todo o mundo.



Del Monte

Em 1990, a Kikkoman garantiu os direitos perpétuos e exclusivos de marketing e vendas dos alimentos processados da marca Del Monte nas regiões da Ásia-Pacífico e da Oceania, com exceção das Filipinas. Este acordo permitiu à Kikkoman desenvolver uma extensa gama de produtos, aproveitando as tecnologias de processamento de ponta da Del Monte para tomates e diversas frutas e vegetais, além de abrir caminhos para o estabelecimento de um centro de vendas em Singapura, em 2001. Depois disso, estabelecemos bases de produção na Tailândia em 2006 e expandimos para a China em 2008, onde temos desenvolvido ativamente o nosso negócio.



Segurança · Confiabilidade

O Grupo Kikkoman dá a maior importância à qualidade e segurança dos nossos produtos e serviços em todos os empreendimentos comerciais que realizamos. Depois de garantir a qualidade e a segurança, pretendemos proporcionar a tranquilidade aos clientes, comunicando de maneira fácil de entender que os produtos e serviços que oferecemos são seguros. Com base nesse conceito, sob a ótica da segurança, realizamos exames de garantia de qualidade com base em rigorosos padrões em todos os processos, desde a seleção da matéria-prima até a produção dos produtos.

HP HOME> Quality / R&D>
Quality & Safety



Atividades de Garantia de Qualidade do Grupo Kikkoman



Colocando em prática a educação alimentar e o intercâmbio

HP HOME> Food Culture



● Curso Shoyu Kikkoman

As aulas são ministradas tendo como público-alvo os alunos do ensino fundamental apresentando temas como “Modo de fabricação do shoyu e o seu poder”, “Para se ter refeições deliciosas”.



● KCC Workshop de culinária e cultura alimentar

A Kikkoman realiza workshop com especialistas em alimentos, como cozinheiros profissionais, chefs e pesquisadores gastronômicos, para fornecer informações úteis sobre a cultura alimentar, a culinária e as refeições diárias do Japão e do mundo todo. Teremos o prazer de compartilhar receitas e dicas de culinária que podem ser feitas em casa facilmente, demonstradas pelo chef em um bate-papo descontraído.

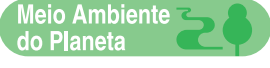
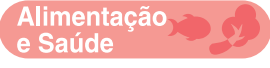



● YFU · Realização das Atividades de Verão da Kikkoman

A partir de 1978, a Kikkoman atuou como patrocinadora de programas de intercâmbio educacional internacional realizados pela Youth For Understanding (YFU), uma organização global sem fins lucrativos que oferece oportunidades de estudo no exterior para estudantes do ensino médio dos Estados Unidos e do Japão. Todo verão, organizamos uma "atividade de verão" na qual recebemos estudantes do ensino médio dos EUA no Japão para estadias de curto prazo em casas de família, juntamente com suas famílias anfitriãs e estudantes japoneses do ensino médio que concluíram seus programas de intercâmbio nos Estados Unidos. Eles visitam o Museu do Molho Shoyu Kikkoman para fazer um passeio pela fábrica e participar do workshop de fabricação do molho de soja.

Esforços em prol das questões sociais

A sociedade global enfrenta muitos desafios. Dentre esses desafios, o Grupo Kikkoman identificou três questões sociais de extrema importância que devem ser priorizadas: “Meio Ambiente do Planeta”, “Alimentação e Saúde” e “Pessoas e Sociedade”, e tem promovido diversas atividades relacionadas.

Três áreas principais	Forma básica de pensar	Tema
 Meio Ambiente do Planeta	Respeitamos a dinâmica do meio ambiente e da natureza do planeta, e conduzimos as atividades corporativas em harmonia com o meio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mudanças climáticas ■ Ambiente alimentar ■ Aproveitamento de recursos
 Alimentação e Saúde	Colocamos em prática as ideias contidas na Promessa da Kikkoman.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sabor delicioso e saúde ■ Diversas necessidades alimentares ■ Comunicação
 Pessoas e Sociedade	Contribuímos para o desenvolvimento sustentável da sociedade, fomentando uma cultura corporativa que valoriza as pessoas e os membros da sociedade.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Respeito pelos direitos humanos ■ Relacionamento com as partes interessadas ■ Fortalecimento do sistema administrativo

Aqui estão alguns exemplos que representam as nossas atividades em três principais áreas.

Meio Ambiente do Planeta



Apoio ao projeto de purificação da água em Singapura

A base de produção do Grupo Kikkoman em Singapura, a KSP, apoia o projeto de purificação da água promovido pelo governo de Singapura. Em 2021, em comemoração ao 35º aniversário do KSP, doamos 500 mil dólares singapurianos para o desenvolvimento do mangue e do santuário de pássaros selvagens, “Kingfisher Wetlands”. Esta iniciativa contribui para as atividades de purificação da água e descarbonização promovida por Singapura, e incorpora a filosofia de gestão do Grupo Kikkoman, que visa criar uma sociedade sustentável em harmonia com a natureza.

Alimentação e Saúde



Lidando com a coexistência do sabor delicioso e da saúde e as diversas necessidades alimentares

O Grupo Kikkoman vem trabalhando no desenvolvimento de um delicioso molho de soja com baixo teor de sal há muito tempo.

Acreditamos que a promoção do molho de soja com baixo teor de sal ajudará a resolver as questões sociais, como aumentar a expectativa de vida saudável e reduzir o consumo de sal. Além disso, trabalhamos no desenvolvimento de produtos que estejam de acordo com as mudanças na sociedade e necessidades alimentares dos nossos clientes. Desenvolvemos o “molho de soja sem glúten” no qual não é utilizado o trigo, para clientes com restrição de ingestão de glúten, e o “molho de soja halal” para clientes muçulmanos, usando um método de fabricação exclusivo que suprime a fermentação do álcool. Ambos podem ser usados da mesma forma que o molho de soja comum.

Pessoas e Sociedade



Hospital Geral Kikkoman

O Hospital Geral Kikkoman foi fundado na cidade de Noda, província de Chiba, em 1914, como um hospital administrado diretamente pela Associação de Fabricação do Molho de Soja Noda (que deu origem à Kikkoman Corporation). É o único hospital privado administrado por um fabricante de alimentos no Japão.

O novo hospital, reformado em 2012, reabriu o departamento de obstetria e ginecologia para criar um ambiente onde as mulheres possam dar à luz e criar os filhos com segurança na comunidade. Além disso, expandimos as instalações e a potência para estarmos preparados para lidar com desastres. Continuaremos a trabalhar em conjunto com os órgãos administrativos e os moradores da cidade de Noda, local de nascimento de Kikkoman, para promover a saúde da comunidade local.

Além dessas atividades, contribuímos com a sociedade de diversas formas.