

Seasoning the world



Lema empresarial

Aun en una época de continua transformación, hay cosas que nunca cambian.

Por ejemplo, el valor de los "deliciosos recuerdos" que nos deja el descubrimiento de nuevos sabores y la alegría de comer en compañía de familiares y amigos.

En cualquier época y lugar, queremos crear "deliciosos recuerdos" en la vida de la gente.

Ese es el deseo que Kikkoman ha plasmado en su Lema empresarial.

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.

La promesa de Kikkoman

Para que nuestra marca quede grabada en el corazón de los clientes, nosotros también debemos compartir el sentimiento que le da origen. Ese sentimiento es lo que llamamos "nuestra promesa".

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.

Datos del Grupo Kikkoman

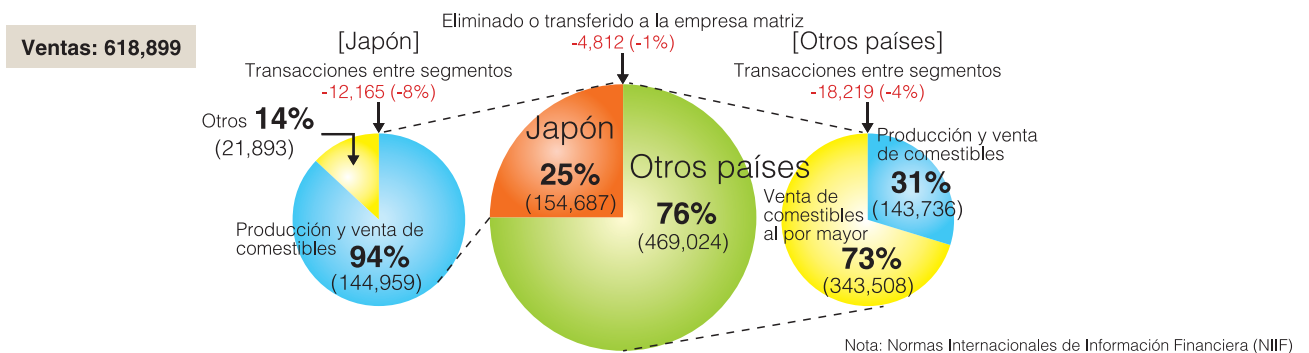
Área de negocios do Grupo Kikkoman:

Desenvolve negócios globalmente nas áreas de: **1 Produção y marketing de productos alimentarios.**
2 Fornecimento de produtos e serviços relacionados à "Alimento e Saúde"

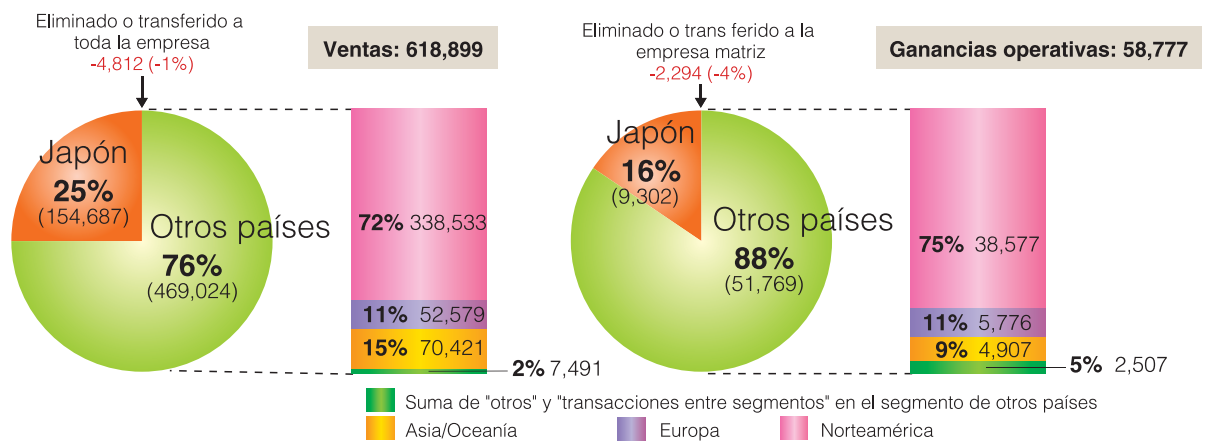
<input type="checkbox"/> Nombre de la empresa	Kikkoman Corporation	<input type="checkbox"/> Descripción del negocio (principales productos y operaciones)	Desarrollo de estrategias de gestión de todo el grupo y supervisión de su implementación
<input type="checkbox"/> Fecha de fundación	7 de diciembre de 1917	<input type="checkbox"/> Número de empresas del grupo	60 (filiales consolidadas y filiales y empresas asociadas no consolidadas con método de participación) (a 31 de marzo de 2023)
<input type="checkbox"/> Sede central de Noda	250 Noda, Noda-shi, Chiba 278-8601, Japón Tel: +81 (4) 7123-5111	<input type="checkbox"/> Ingresos (consolidados)	618.899 millones de yenes (a marzo de 2023)
<input type="checkbox"/> Sede central de Tokio	2-1-1 Nishi-Shinbashi, Minato-ku, Tokio 105-8428, Japón Tel: +81 (3) 5521-5131	<input type="checkbox"/> Beneficios empresariales (consolidados)	58.777 millones de yenes (a marzo de 2023)
<input type="checkbox"/> Presidente y director ejecutivo (CEO)	Shozaburo Nakano	<input type="checkbox"/> Número de empleados (consolidados)	7.775 (a 31 de marzo de 2023)
<input type="checkbox"/> Capital social	11.599 millones de yenes (a 31 de marzo de 2023)	<input type="checkbox"/> Ejercicio	Del 1 de abril al 31 de marzo del año próximo

* Empezando con los datos financieros consolidados del año fiscal acabado en marzo de 2021, nuestro grupo ha adoptado las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).
 * Las ganancias operativas son el beneficio obtenido al restar de las ventas los gastos de venta, generales y administrativos.

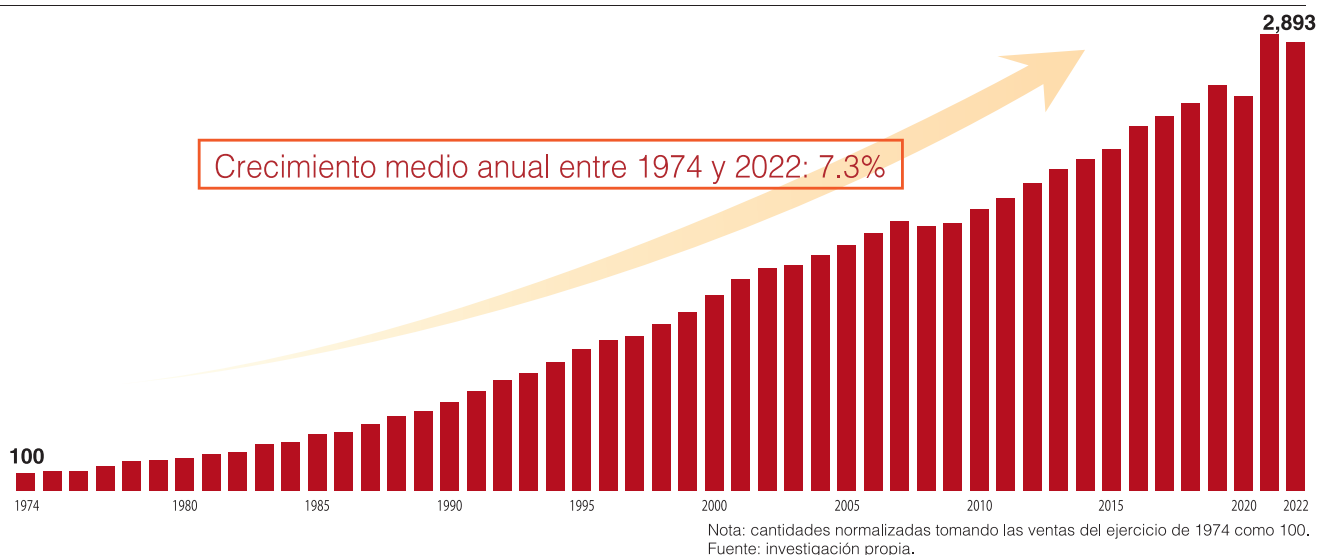
Resultados consolidados del año fiscal acabado en marzo de 2023 (unidad: millones de yenes)



Ingresos y beneficios empresariales por región en marzo de 2023 | Ventas y ganancias operativas según ubicación (unidad: millones de yenes)



Volumen de ventas de Salsa de Soja Kikkoman en el extranjero (1974-2022)



Historia de la salsa de soja Kikkoman

Comprometidos con la calidad durante más de 350 años

La historia de la producción de salsa de soja Kikkoman comienza hace más de 350 años, a mediados del siglo XVII, en la actual ciudad de Noda, prefectura de Chiba. Sentamos nuestras bases en esta tierra bendecida con todos los ingredientes necesarios: soja y trigo de calidad de la llanura de Kanto, sal de la bahía de Edo y agua en abundancia.

En el año 1917, un clan que fabricaba salsa de soja en las inmediaciones de Noda fundó colectivamente la empresa Salsa de Soja Noda, predecesora de Kikkoman. Sin conformarse con las favorables condiciones locales, combinaron las técnicas y conocimientos secretos de diversos productores, y respaldados por esa capacidad técnica y por su gran unidad buscaron ofrecer un suministro estable de salsa de soja de mayor calidad. Las más de doscientas marcas que existían en el momento de la fundación, en 1940 se habían fusionado en una sola, "Kikkoman", que hasta el día de hoy sigue siendo símbolo de buen sabor y calidad.

Durante la Segunda Guerra Mundial y el período de

confusión posterior, era problemático conseguir los ingredientes, pero Kikkoman se apegó al método tradicional de producción, de alta calidad, y desarrolló tecnología para satisfacer la demanda nacional, logrando así proteger el método tradicional. También hizo pública la patente que poseía para la tecnología de producción, contribuyendo así al desarrollo del sector como un todo.

A la vez, respondiendo con sensibilidad a las necesidades de la época y del mercado, se abocó activamente al desarrollo de productos para ofrecer nuevos valores en su condición de mayor fabricante, sin dejar nunca de buscar nuevos desafíos.

Esta tecnología se convirtió en la clave de la internacionalización de la firma y actualmente producimos salsa de soja con el mismo alto nivel de calidad en tres sitios de Japón y siete en otros países. La posesión de una gran tecnología de producción nos permite controlar condiciones naturales como la temperatura y la humedad para seguir fabricando salsa de soja con la misma calidad en cualquier lugar del mundo.



Noda, prefectura de Chiba



Takasago, prefectura de Hyogo



Chitose, Hokkaido

Método de elaboración de la salsa de soja Kikkoman

Una probada técnica de manufactura por fermentación y un estricto control de calidad

La Salsa de Soja Kikkoman que conocemos hoy se produjo por primera vez hace más de 350 años.

Aunque ahora se fabrica en una escala mucho más grande, Kikkoman ha seguido elaborando salsa de soja mediante el método honjoso, que aprovecha la capacidad natural de los microorganismos para fermentar y madurar con el paso del tiempo.

A la vez que hemos heredado este método de elaboración tradicional, también hemos introducido tecnología puntera para crear un entorno que optimice el funcionamiento de los microorganismos, y de este modo, garantizar siempre la producción de una salsa de soja deliciosa y de alta calidad.



Control de seguridad y calidad

La alta calidad de la salsa de soja se comprueba mediante los sentidos de operarios humanos y también a través de exámenes mecanizados. Un análisis estricto de los componentes permite mantener la mejor calidad en todas las etapas del proceso de elaboración. Finalmente, antes de la entrega, se realiza otra prueba para comprobar si el producto alcanza un nivel de calidad digno de la marca Kikkoman.



La salsa de soja Kikkoman es un "condimento versátil"

Acerca de la salsa de soja

La salsa de soja, un condimento representativo de Japón, se usa ahora en todo el mundo.

El secreto de su popularidad a nivel global es su exquisitez única, que se compone de tres elementos: color, sabor y aroma.



All-purpose seasoning

Condimentos amados por todo el mundo

La Salsa de Soja Kikkoman es un condimento versátil que se puede usar en distintos tipos de platos y con una amplia variedad de ingredientes para crear comidas deliciosas por todo el mundo.

Color

La Salsa de Soja Kikkoman es un líquido claro con un atractivo tono marrón rojizo. Su color cálido despierta el apetito y brinda a la comida un aspecto más fresco y lustroso.



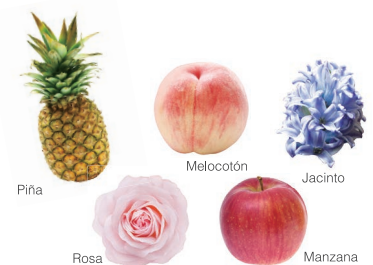
Sabor

El sabor de la salsa de soja se genera mediante la armoniosa combinación de los cinco sabores básicos: dulce, ácido, amargo, salado y umami. El equilibrio sutil de estos cinco sabores es lo que confiere a la Salsa de Soja Kikkoman el poder de resaltar el sabor natural de los ingredientes y las características de cada plato.



Aroma

La salsa de soja también se considera un condimento aromático. La Salsa de Soja Kikkoman contiene más de 300 componentes aromáticos, entre los que se incluyen flores, frutas, whisky y café. Estos componentes aromáticos se hallan en cantidades minúsculas —ninguno domina individualmente— y se combinan de forma armoniosa para crear el aroma distintivo de la salsa de soja elaborada con el método tradicional "honjozo".



Los efectos de la salsa de soja Kikkoman

Efecto amortiguador

La salsa de soja es ligeramente ácida, con un pH que oscila entre 4,7 y 5,0. Por eso tiene un "efecto amortiguador" que modera los cambios bruscos de pH de un plato y lo mantiene en una gama de acidez moderada. Este efecto contribuye a condimentar la comida de forma armoniosa, lo que resulta especialmente útil para platos aderezados y cocidos a fuego lento.



Efecto conjugado

El sabor de umami intenso del soba-tsuyu (caldo para los fideos soba) se crea mediante la interacción del ácido glutámico de la salsa de soja y el ácido inosínico de las virutas de bonito seco que se usan para preparar el dashi (caldo japonés). La intensificación de ambos sabores mediante la combinación de distintos componentes se conoce como "efecto sinérgico".



Efecto desodorizante

Elimina el olor desagradable del pescado o la carne crudos. La costumbre japonesa de comer pescado y carne crudos con salsa de soja se debe no solo a que mejora su sabor, sino también a que suprime ese olor indeseable.



Las 7 funciones de la salsa de soja

La salsa de soja posee la misteriosa capacidad de conservar los alimentos, realzar su sabor y transformarlos de diversas maneras.



Efecto esterilizante

La sal, el alcohol y los ácidos orgánicos que lleva la salsa de soja tienen un "efecto bacteriostático" que frena la proliferación e incluso elimina la *Escherichia coli* (bacteria). El método culinario del marinado, en que se conserva el pescado y la carne crudos sumergiéndolos en salsa de soja, emplea dicho efecto.

Efecto controlador

Un chorrito de salsa de soja puede compensar el sabor salado de platos aderezados con mucha sal, como el salmón en salazón (shiozake). Esto se debe al efecto de los componentes de umami y los ácidos orgánicos que contiene la salsa de soja, que moderan el sabor salado.

Efecto producido al calentarla

Al calentar la salsa de soja, adquiere un color y un aroma que abren el apetito. El aroma y el color apetitosos de platos como el yakitori y el teriyaki son una de las características de la salsa de soja. La "salsa teriyaki" tan popular en Estados Unidos es un producto que utiliza esta característica.

Efecto contrastante

El efecto, por el que añadir una cantidad muy pequeña de un sabor distinto del original lo intensifica, se conoce como "efecto contraste". Por ejemplo, añadir una gota de salsa de soja al helado de vainilla potencia su dulzor.



El desarrollo de los negocios del Grupo Kikkoman

Japón

La Salsa de Soja Kikkoman, nacida en la ciudad de Noda de la prefectura de Chiba, construyó su fábrica de Kansai (actual fábrica de Takasago) en la ciudad de Takasago de la prefectura de Hyogo en 1931 para cubrir la demanda en el oeste de Japón. Posteriormente, en 1987, se estableció la fábrica de Chitose (actual Hokkaido Kikkoman Co.) para satisfacer la demanda de Hokkaido, la prefectura más septentrional de Japón, con lo que Kikkoman pasó a suministrar su salsa de soja en todo el país.

Aunque Japón tiene una superficie limitada, las preferencias de sabor varían entre regiones por sus características y la salsa de soja también es muy diversa. Por eso Kikkoman confecciona unas salsas de soja para que se adapten a las características de cada región. Por ejemplo, vendemos salsa de soja amakuchi (endulzada) en la región de Kyushu y salsa de soja makombu, hecha con caldo de kombu (alga) de producción local, en Hokkaido.

Al mismo tiempo, creamos una variedad de productos a base de salsa de soja como las salsas tsuyu y tare, así como la línea Wafu sozai no moto, dirigida a preparar sin esfuerzo en el hogar un completo menú japonés agregando uno o dos elementos a ingredientes en estación.

De esta manera, a la vez que prestamos atención a la calidad, seguiremos otorgando nuevos valores a la salsa de soja para adaptarla a los cambios de la época y el modo de vida de la gente.

Uno de los condimentos más fundamentales de la gastronomía japonesa es el hon-mirin, que se obtiene a partir de arroz y alcohol. El hon-mirin de la marca Manjo de Kikkoman se fabrica siempre con ingredientes selectos, cuidadosamente fermentados y madurados mediante el método de elaboración tradicional que llevamos aplicando más de 200 años.

Viendo que la demanda nacional de salsa de soja se mantenía solo por el aumento demográfico, en los años sesenta Kikkoman decidió diversificar la cartera de negocio para prepararse ante cualquier estancamiento futuro de la demanda de salsa de soja.

Uno de los resultados fue el lanzamiento, en 1963, de una línea de condimentos de estilo occidental con la marca Del Monte. Atendiendo a la occidentalización de los hábitos alimenticios de los japoneses, nos abocamos a desarrollar productos Del Monte como el jugo y la salsa de tomate.

Del mismo modo, previendo que la demanda nacional de vino creciera, Kikkoman fundó Manns Wines en 1962. Desde entonces, la marca produce vinos auténticos de la calidad que satisfacen los gustos de los consumidores japoneses, cada vez más diversos.

Posteriormente, en 2008, en busca de nuevas posibilidades de la soja, anexó como filial la firma Kibun Food Chemifa (actualmente Kikkoman Soy Foods), empresa productora de Kibun, la marca líder en leches de soja, emprendiendo así un nuevo desafío.

Kikkoman sigue esforzándose a diario para llevar, junto con la salsa de soja, nuevos sabores a las mesas de todo Japón.



La expansión del Grupo Kikkoman en el mundo

La salsa de soja Kikkoman se vende actualmente en más de cien países de todo el mundo. El negocio de la salsa de soja, nacido en medio de la historia de Japón, y el negocio de ventas al por mayor, a través del cual hacemos llegar comestibles orientales al mundo, son los dos pilares en que nos apoyamos para fomentar los intercambios internacionales a través de los alimentos. En el futuro, Kikkoman seguirá aceptando los desafíos del mundo, buscando la fusión con la cultura gastronómica de cada región y sin perder nunca de vista nuestro compromiso con la calidad, para llevar a todo el planeta la alegría de la buena comida.

[HP](#) HOME>About Us>Our Business



Norteamérica

Nuestras actividades de exportación a gran escala comenzaron después de la Segunda Guerra Mundial. Al observar que muchos estadounidenses de visita en Japón gustaban de la salsa de soja, comprobamos que su sabor podía ser aceptado por los paladares de todo el mundo. Con el propósito de incursionar en el mercado de Estados Unidos, en 1957 fundamos una empresa de ventas en la ciudad de San Francisco.

La popularidad de la salsa de soja se expandió rápidamente en Estados Unidos, impulsada por la estrategia de insistir en lo bien que acompaña los platos de carne. Con el lema "Delicious on Meat" (delicioso con la carne), la Salsa de Soja Kikkoman se publicitó mediante degustaciones y demostraciones en supermercados, también por recetas con sugerencias de cómo usarla. La combinación de la carne con la salsa de soja dio lugar a la creación de la "salsa teriyaki", que sigue siendo altamente popular, hasta el punto de que la palabra teriyaki ya aparece en diccionarios de idioma inglés.

La producción en Estados Unidos empezó en 1973 en la fábrica de Wisconsin. El abordaje de Kikkoman es localizar la gestión y actuar como un buen ciudadano empresarial en la comunidad. Kikkoman, que busca crecer y prosperar junto a las comunidades locales, ha procurado activamente crear vínculos comerciales con las firmas locales y contratar a empleados de la zona. En 1998 inauguramos nuestra segunda fábrica en Estados Unidos, en California, y actualmente nuestra marca está tan enraizada en la cultura gastronómica local que "Kikkoman" se ha convertido en sinónimo de soy sauce (salsa de soja).



Demostración en un supermercado (alrededor de 1964, EE. UU.)



El desarrollo de los negocios del Grupo Kikkoman

Europa

En 1973, Kikkoman empezó su entrada a gran escala en el mercado europeo en Dusseldorf, Alemania, donde abrió el restaurante de teppanyaki "Daitoka". Allí los clientes veían cómo les cocinaban la comida, olían y probaban lo bien que combina la salsa de soja con la carne y los ingredientes locales, y aprendían cómo usar la salsa de soja. En 1979 fundamos nuestra empresa comercializadora en Dusseldorf, y como se hizo en Estados Unidos, promovimos las ventas activamente ofreciendo degustación en establecimientos y proponiendo recetas con salsa de soja. El volumen de ventas aumentó al principio en Alemania y el norte de Europa y, para satisfacer la creciente demanda, en 1997 empezamos a producir salsa de soja en los Países Bajos.



Degustación en establecimiento en Alemania

Asia/Oceanía

El primer país de Asia (fuera de Japón) y Oceanía en el que se interesó Kikkoman fue Australia. En 1980 fundamos la empresa de ventas y aplicamos en el país el mismo modelo empresarial con el que conseguimos transmitir, en Norteamérica, lo bien que combina la salsa de soja con los platos de carne. En 1983, montamos nuestro segundo centro de producción en el extranjero en Singapur, tras abrir el primero en Wisconsin (EE. UU.), para suministrar productos al Sudeste Asiático y Oceanía, y la fábrica empezó a funcionar al año siguiente. Después fundamos una empresa de marketing en Singapur en 1990 para potenciar aún más las ventas en el Sudeste Asiático.

En cuanto a Asia Oriental, Kikkoman formó una empresa conjunta en Tainan, Taiwán, con el Grupo Uni-President Enterprises, el mayor fabricante de alimentos de Taiwán, en 1990. Más tarde establecimos centros de producción en la China continental junto con el Grupo Uni-President Enterprises y empezamos a distribuir desde la fábrica de la zona de Shanghai en 2002 y desde otra fábrica cerca de las zonas de Pekín y Tiajin en 2009. Kikkoman también fundó una empresa comercial propia en 2014 para gestionar toda la China continental. Esto permitió llevar a cabo actividades promocionales más efectivas en China para dar a conocer mejor la Salsa de Soja Kikkoman a los consumidores.



Degustación en establecimiento en Singapur

Sudamérica

En 2020, Kikkoman entró de pleno en el mercado brasileño abriendo una empresa en São Paulo para producir y vender productos de su marca. Desde noviembre de 2021, empezamos a distribuir Salsa de Soja Kikkoman desde el centro de producción de Kikkoman Brasil. Ahora nos centramos en la penetración de la marca Kikkoman en Brasil.



Stand en un festival de la cultura japonesa (Brasil)

JFC Venta al por mayor de la alimentación asiática

Identificando el efecto sinérgico ventajoso de publicitar el atractivo de la salsa de soja y popularizar la cultura gastronómica japonesa, Kikkoman entró en el negocio de la venta al por mayor de comidas asiáticas (especialmente japonesas) adquiriendo una participación administrativa de la empresa Japan Foods Corp. (actual JFC International, Inc.) en Estados Unidos en 1969.

El Grupo JFC maneja más de 10.000 artículos y tiene existencias de una amplia gama de productos requeridos por restaurantes y consumidores al por menor, desde productos de la marca Kikkoman producidos dentro y fuera de Japón hasta condimentos, fideos, bebidas alcohólicas, marisco, pescado fresco, productos agrícolas, repostería e incluso utensilios de cocina.

El Grupo JFC también vende una selección de productos desarrollados por el propio grupo. Uno de nuestros productos más representativos es el arroz de marca, como el Nishiki y el Tamanishiki. Estados Unidos experimentó un auge de la comida japonesa, especialmente de sushi, en los años 80. Para ofrecer un arroz óptimo para la gastronomía japonesa, llevamos a cabo investigación y desarrollo del arroz, lo produjimos en California y empezamos a comercializarlo con la marca Nishiki. Ahora esta marca de arroz no solo se fabrica en Estados Unidos, sino también en Europa. Se ha convertido en marca apreciada por los consumidores de todo el mundo.

La comida japonesa atrae a mucha gente por su buen sabor y sus beneficios para la salud. Por eso otorgamos importancia a la calidad y seguimos centrando nuestros esfuerzos en ofrecer productos fiables por todo el mundo.



Del Monte

En 1990, Kikkoman adquirió los derechos perpetuos y exclusivos de marketing y venta de los alimentos procesados de la marca Del Monte en Asia-Pacífico y Oceanía, excepto Filipinas. Esto permitió a la empresa desarrollar una amplia gama de productos que aprovechan al máximo las tecnologías avanzadas de Del Monte para procesar tomates y otras frutas y verduras, y nos llevó a abrir un centro de ventas en Singapur en 2001. Posteriormente, montamos bases de producción en Tailandia en 2006 y en China en 2008, y desde entonces hemos ido desarrollando el negocio en dichos países.



Calidad y seguridad

El Grupo Kikkoman otorga una importancia crucial a la calidad y seguridad de nuestros productos y servicios a la hora de desarrollar nuestras actividades empresariales. Procuramos para que nuestros clientes puedan disfrutar de nuestros productos y servicios con confianza total; Primero aseguramos la seguridad de productos y servicios y luego lo comunicamos a los clientes de forma clara. Partiendo de esta filosofía, llevamos a cabo un control de calidad basado en los criterios severos por todo el proceso, desde la selección de materias primas hasta la finalización de producción.

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



Sistema del control de calidad del Grupo Kikkoman



Iniciativas de educación alimentaria e intercambio internacional

HP HOME> Food Culture



● Clases de Kikkoman

Nuestros empleados ofrecen clases, principalmente en escuelas primarias y secundarias básicas, sobre el método de elaboración de la salsa de soja y sus propiedades, y sobre cómo disfrutar más y mejor de la comida.



● KCC; Cursos de Cultura gastronómica y Cocina por Kikkoman

Kikkoman organizamos cursos a propósito de las culturas gastronómicas y cocinas de Japón y todo el mundo y de la información útil para las cocinas diarias. En ellos, dan clases varios expertos de gastronomía como cocineros renombrados e investigadores gastronómicos. Los expertos enseñan recetas fáciles de preparar en casa y tips de cocina, acompañando demostraciones culinarias.


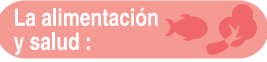



● Actividades de verano de YFU y Kikkoman

Kikkoman lleva desde 1978 patrocinando programas de intercambio educativo internacional organizados por Youth For Understanding (YFU), una organización internacional sin ánimo de lucro, ofreciendo oportunidades de estudiar en el extranjero a estudiantes de secundaria de Estados Unidos y Japón. Todos los veranos organizamos una "actividad veraniega" en la que invitamos a estudiantes de secundaria estadounidenses que realizan estancias cortas en familia en Japón, sus familias anfitrionas y estudiantes de secundaria japoneses que han completado un intercambio en Estados Unidos a ir al Museo de la Salsa de Soja Kikkoman para disfrutar de una visita guiada de nuestra fábrica y un taller práctico de elaboración de salsa de soja.

Acciones para los problemas sociales

La sociedad mundial se enfrenta a muchos problemas. El Grupo Kikkoman hemos identificado tres ámbitos clave como retos importantes que debemos abordarnos de forma prioritaria: “el medio ambiente mundial”, “la gente y salud” y “las personas y sociedad”, y impulsamos diversas actividades para contribuir en su mejora.

Tres ámbitos clave	Conceptos básicos	Temas
 <p>El medio ambiente mundial :</p>	Respetamos el medio ambiente y llevamos a cabo nuestras actividades empresariales en armonía con ello.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Cambio climático ■ Entorno alimenticio ■ Uso eficiente de recursos
 <p>La alimentación y salud :</p>	Ponemos en práctica las aspiraciones contenidas en la “Promesa de Kikkoman”.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Buen gusto y salud ■ Respeto a dietas diversas ■ Comunicación para los consumidores
 <p>La gente y sociedad :</p>	Fomentamos una cultura empresarial que valora a la gente. Bajo ella, contribuimos a los desarrollos sostenibles de la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Respeto a los derechos humanos ■ Colaboración con las partes interesadas ■ Consolidación de la estructura de gestión

Aquí presentamos unas actividades representantes para dichos tres ámbitos clave.

El medio ambiente mundial :



Apoyo a un proyecto de purificación de agua en Singapur

KSP, el centro de producción del Grupo Kikkoman en Singapur, apoya un proyecto de purificación de agua promovido por el Gobierno singapurense. En el 35 aniversario de su fundación, el centro donó 500.000 dólares singapurenses para el desarrollo de Kingfisher Wetlands, un parque natural que se trata de santuario para manglares y aves. Esta iniciativa contribuye a la purificación de agua y la descarbonización impulsada por el Gobierno de Singapur y a la vez encarna la filosofía administrativa del Grupo Kikkoman, la de trabajar para conseguir la sociedad sostenible y la armonía entre naturaleza y nuestras actividades empresariales.

La alimentación y salud :



Balance adecuado entre buen gusto y salud / Respeto a dietas diversas

El Grupo Kikkoman llevamos procurando muchos años para el desarrollo de una salsa de soja deliciosa con menos sal. Creemos que, a través de distribuir este tipo de salsa de soja, podemos ayudar a resolver retos sociales como el alargamiento de la esperanza de vida y la reducción del consumo de sal.

También trabajamos en el desarrollo de productos que responden a los cambios de la sociedad y las demandas alimentarias de los consumidores. Hemos desarrollado salsa de soja sin gluten, que no contiene trigo, para la gente quien restringe el consumo de gluten, por otra parte, salsa de soja Halal, elaborada mediante un proceso propietario que suprime la fermentación alcohólica, se ha desarrollado para los consumidores musulmanes; Ambos se pueden usar de manera igual a la salsa de soja normal.

La gente y sociedad :



Hospital General Kikkoman

El Hospital General Kikkoman se fundó en 1914 en Noda, una ciudad de la prefectura de Chiba, bajo la gestión directa de la Asociación de Elaboradores de Salsa de Soja en Noda (entidad antecedente a Kikkoman). Es el único hospital en Japón cuya propiedad y gestión están a cargo de la empresa alimentaria. El hospital se renovó en 2012 y abrió el departamento de tocoginecología con el fin de crear un entorno en la comunidad, en el que las mujeres pudieran dar a luz y criar a sus hijos con seguridad. También se ampliaron las instalaciones y funciones para prevenir y afrontar a desastres. Seguiremos colaborando con el Gobierno local y la comunidad de Noda, cuna de Kikkoman, para fomentar la salud de todos.

A parte de estos ejemplos, llevamos más actividades para mejorar la sociedad.