

キッコーマングループ将来ビジョン
「グローバルビジョン2020」

～キッコーマンしょうゆをグローバル・スタンダードの調味料に～

2008年4月

キッコーマン株式会社

趣旨

- キッコーマン株式会社は、米国進出50周年を契機にキッコーマングループの将来ビジョン「グローバルビジョン2020」を策定しました。
- このビジョンは、2020年を想定し、グループの「目指す姿」および「基本戦略」を定めたものです。

グローバルビジョン2020 目指す姿

1. キッコーマンしょうゆをグローバル・スタンダードの調味料にする

世界中へしょうゆを広め、各地の食文化と融合させることで、新しいおいしさ(価値)を創造していく

2. 食を通じた健康的な生活の実現を支援する企業となる

しょうゆの醸造および販売で培った技術・ノウハウを活かし、食を通じて人々が健康的な生活を送ることができるよう支援する

3. 地球社会にとって存在意義のある企業となる

キッコーマンという会社がいつまでも世の中においてほしいと思われる企業であり続ける

グローバルビジョン2020 基本戦略

1. しょうゆ世界戦略

高収益のビジネスモデルを世界へ広げる

2. 東洋食品卸世界戦略

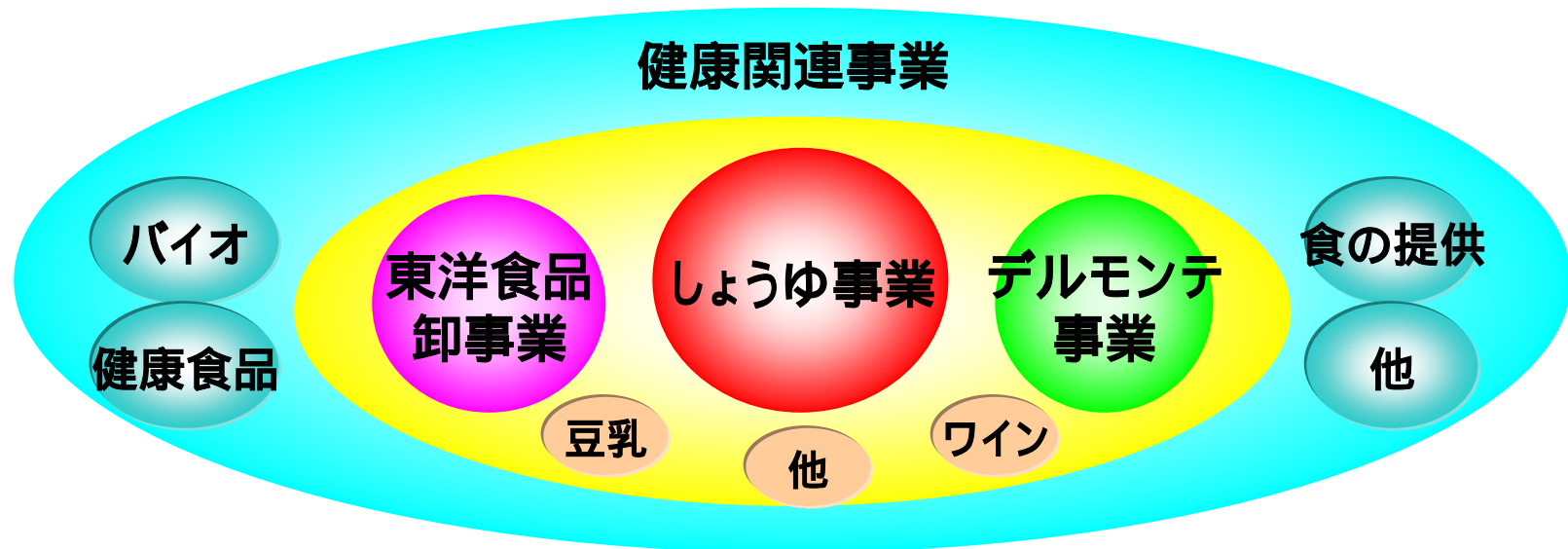
日本食の拡大を追い風に、世界にネットワークを広げる

3. デルモンテ事業戦略

日本及びアジア・オセアニア地域での展開を強化する

4. 健康関連事業戦略

企業買収などにより、バイオ、健康食品を拡大する



基本戦略1. しょうゆ世界戦略

高収益のビジネスモデルを世界へ広げる

金額シェア
世界No.1

欧州

2桁の成長を維持する
主要市場の深耕
ロシア、中東欧市場の開拓

日本

成熟期
高付加価値化
しょうゆ関連調味料拡大

北米

安定成長期
高付加価値化
業務・加工用の開拓

アフリカ

助走期間

アジア

本醸造しょうゆの定着
中国、インド市場の開拓

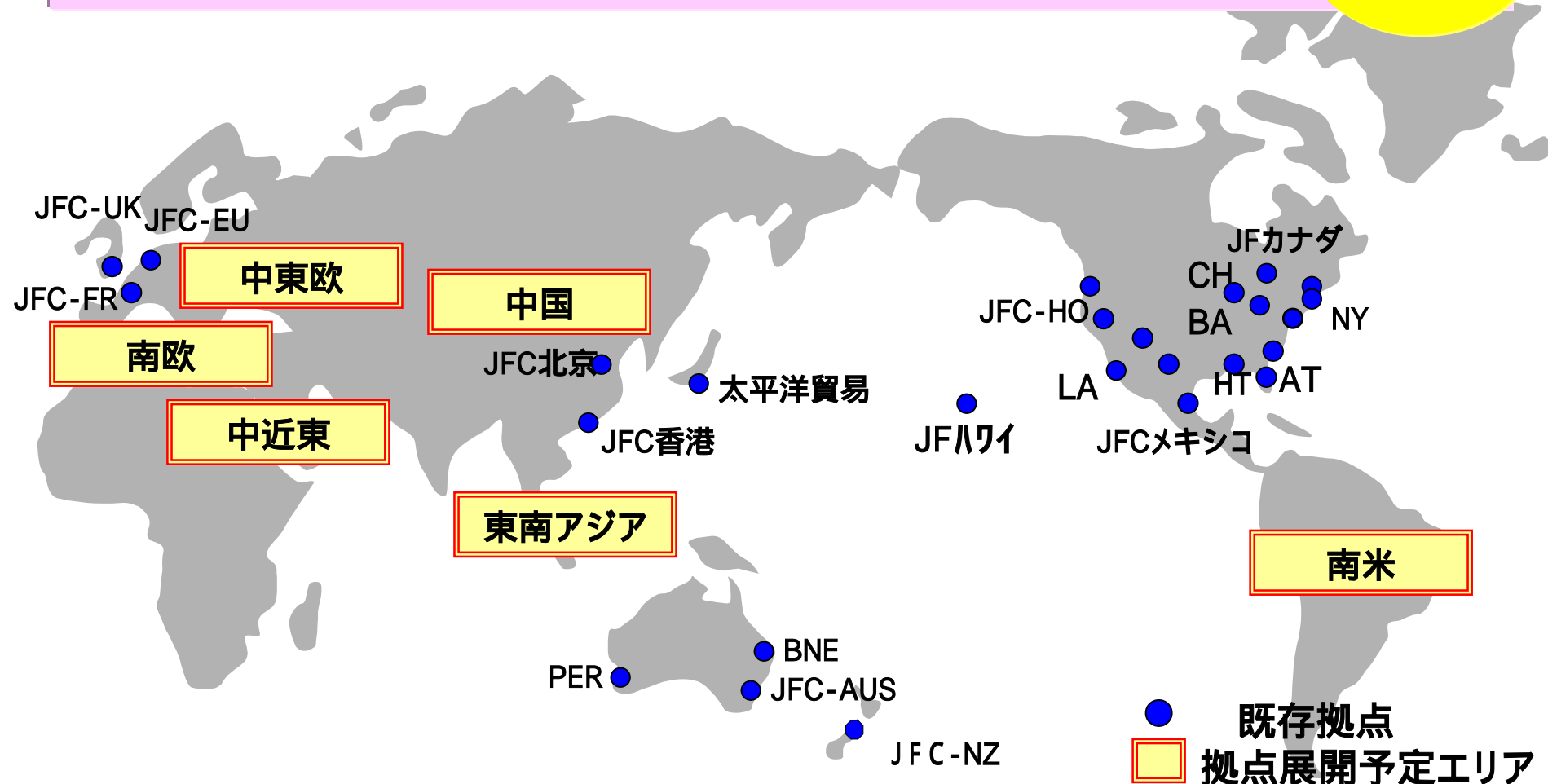
南米

助走期間

基本戦略2.東洋食品卸世界戦略

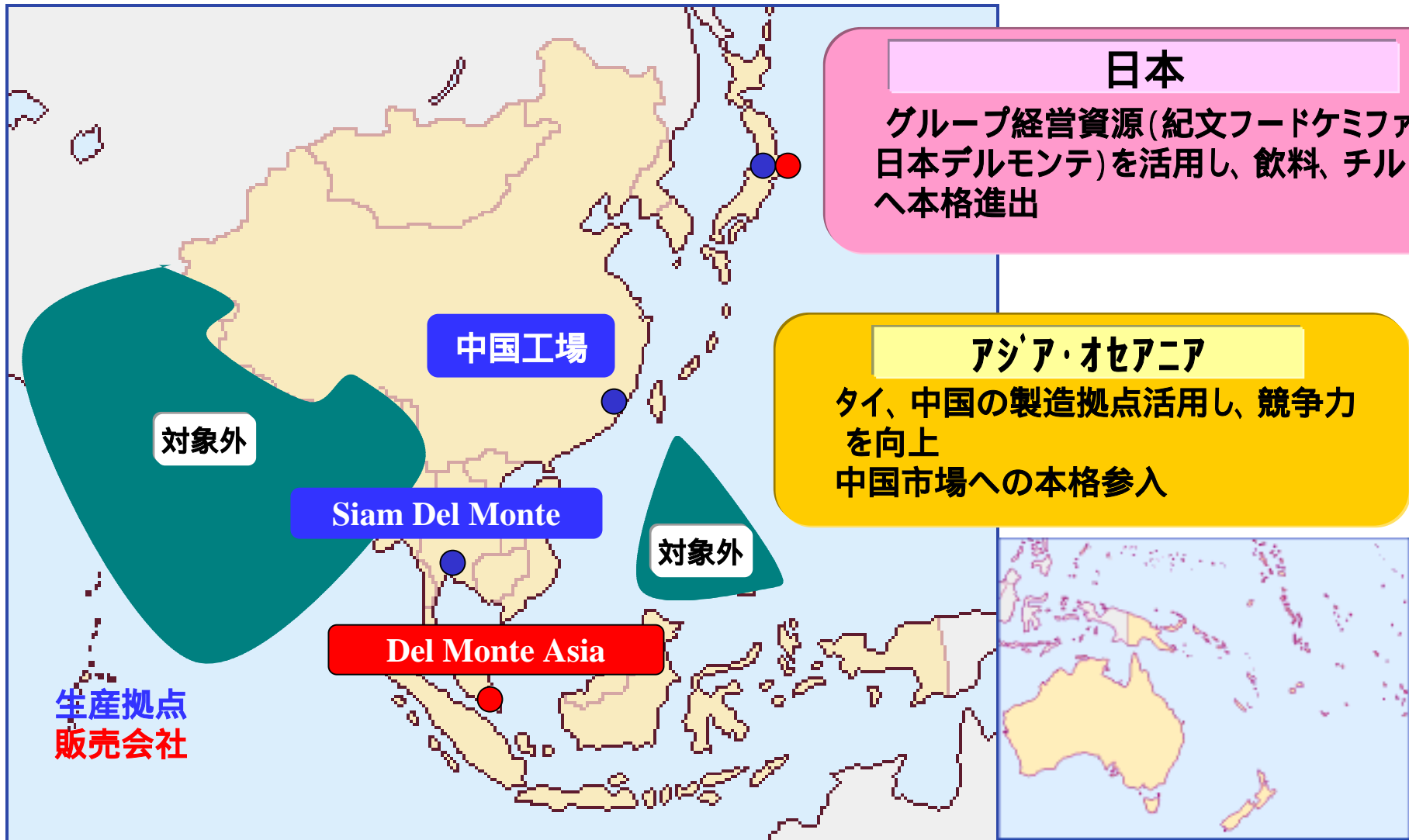
日本食の拡大を追い風に、世界にネットワークを広げる

東洋食品卸
世界No.1



基本戦略3 . デルモンテ事業戦略

日本及びアジア・オセアニア地域での展開を強化する



日本

グループ経営資源(紀文フードケミファ、日本デルモンテ)を活用し、飲料、チルドへ本格進出

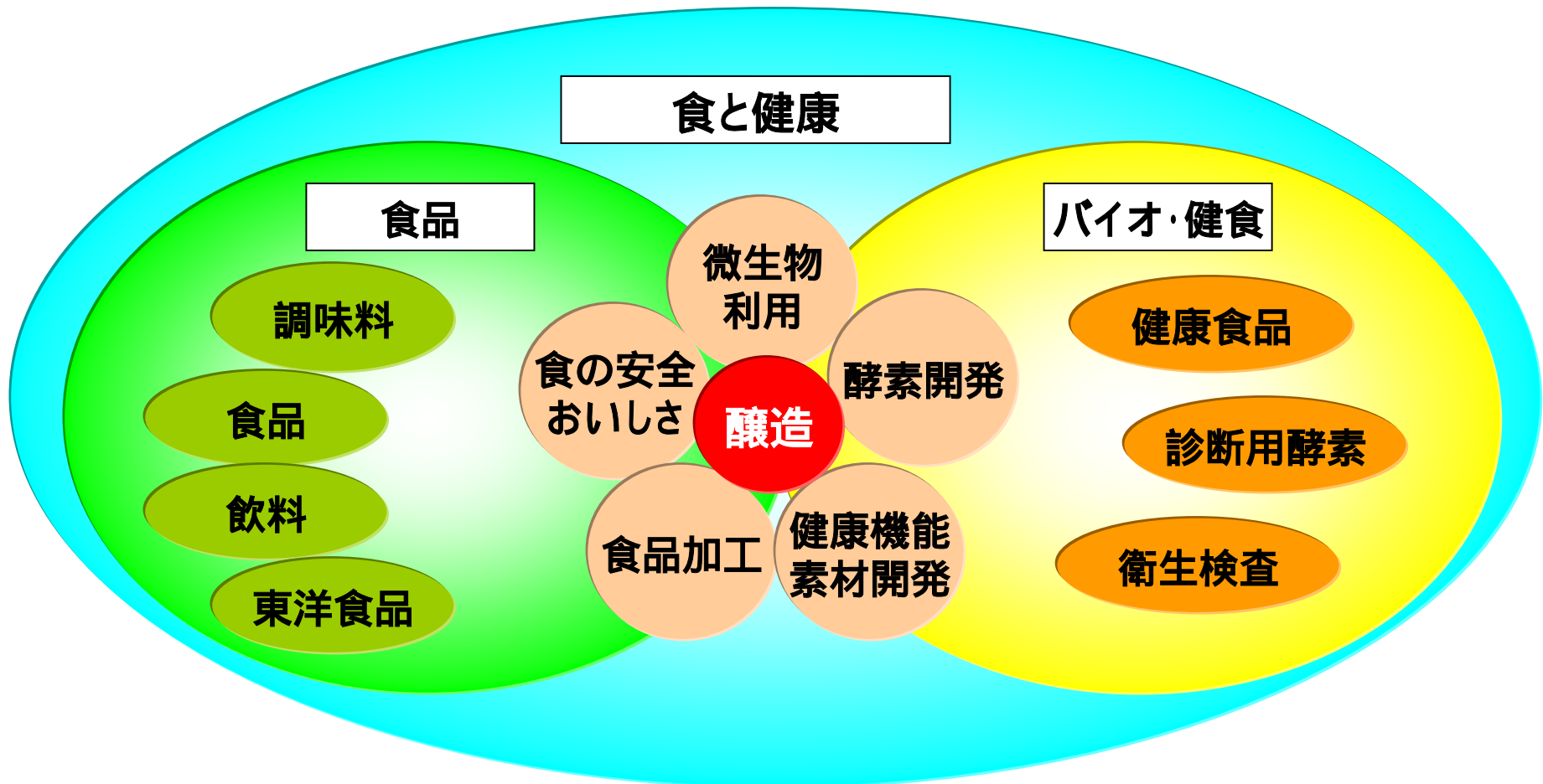
アジア・オセアニア

タイ、中国の製造拠点活用し、競争力を向上
中国市場への本格参入

生産拠点
販売会社

基本戦略4 . 健康関連事業戦略

企業買収などにより、バイオ、健康食品を拡大する



グローバルビジョン2020 概念図

目指す姿

キッコーマンしょうゆをグローバル・スタンダードな調味料にする

食を通じた健康的な生活の実現を支援する企業

地球社会にとって存在意義のある企業

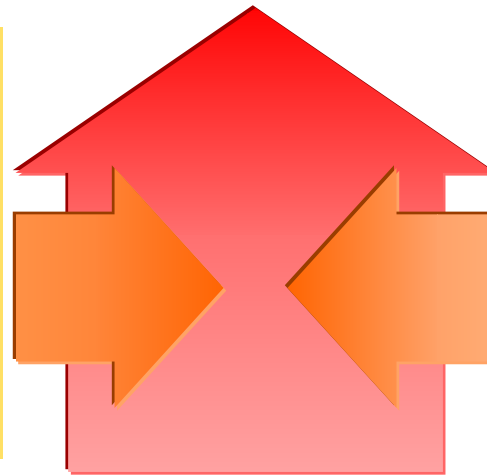
基本戦略

しょうゆ世界戦略

東洋食品卸世界戦略

デルモンテ事業戦略

健康関連事業戦略



組織・体制

グローバル人事戦略

グローバル財務戦略

グローバルR/D戦略

企業価値の源泉

海外しょうゆ
ビジネスモデル

世界
ネットワーク

研究開発力
技術開発力

ブランド力

企業の
社会的責任