

Seasoning the world



Unternehmensphilosophie

Selbst in Zeiten des permanenten Wandels bleiben manche Dinge unverändert.

Das gemütliche Beisammensein mit gutem Essen und die Freude, die aufkommt, wenn man mit Familie und Freunden am Tisch zusammenkommt, schaffen köstliche Erinnerungen.

Unser Ziel ist es, diese Genuss- und Lebensfreude an jedem Ort und in jeder Lebenssituation zu schaffen – und das spiegelt sich auch in unserer Unternehmensphilosophie wider.

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.

Das Kikkoman Markenversprechen

Damit die Marke Kikkoman in den Köpfen und Herzen unserer Kunden Wurzeln schlagen kann, brauchen wir eine gemeinsame Vorstellung davon, was der Marke zugrunde liegt. Und diesen Grundstein bringen wir durch unser Markenversprechen auf den Punkt.

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.

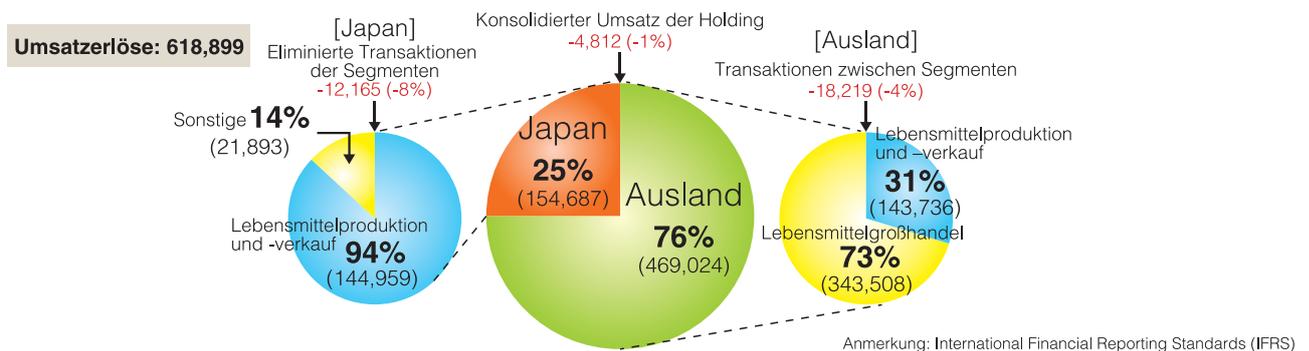
● Profil der Kikkoman Gruppe

Geschäftsaktivitäten der Kikkoman-Gruppe: 1 Herstellung und Vermarktung von Lebensmittelprodukten 2 Angebot von Produkten und Dienstleistungen rund um Essen und Gesundheit, beides weltweit

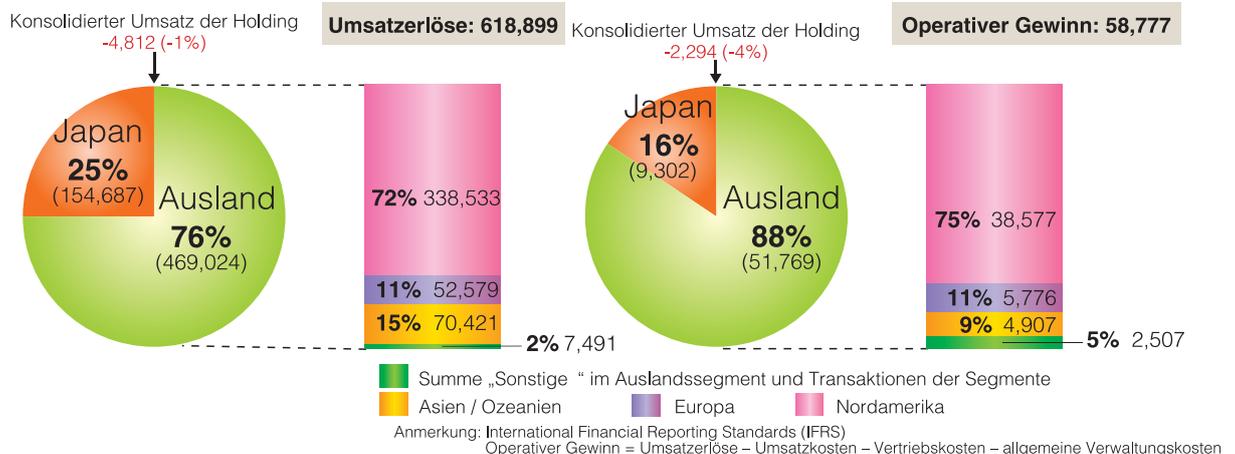
<input type="checkbox"/> Firmenname (Handelsname)	Kikkoman Corporation	<input type="checkbox"/> Geschäftsbeschreibung (wichtigste Produkte und Aktivitäten)	Entwicklung konzernweiter Managementstrategien und Beaufsichtigung ihrer Umsetzung
<input type="checkbox"/> Gegründet	7. Dezember 1917	<input type="checkbox"/> Anzahl der Konzerngesellschaften	60 (konsolidierte Tochtergesellschaften, unkonsolidierte Tochtergesellschaften nach Equity-Methode und verbundene Unternehmen) (Stand: 31. März 2023)
<input type="checkbox"/> Hauptsitz Noda	250 Noda, Noda-shi, Chiba 278-8601, Japan Tel: +81-4-7123-5111	<input type="checkbox"/> Umsatzerlöse (konsolidiert)	618.899 Mio. Yen (Stand: GJ 2023.3)
<input type="checkbox"/> Hauptsitz Tokio	2-1-1 Nishi-Shinbashi, Minato-ku, Tokyo 105-8428, Japan Tel: +81-3-5521-5131	<input type="checkbox"/> Unternehmensgewinne (konsolidiert)	58.777 Mio. Yen (Stand: GJ 2023.3)
<input type="checkbox"/> Vorstandsvorsitzender und CEO	Shozaburo Nakano	<input type="checkbox"/> Anzahl der Beschäftigten (konsolidiert)	7.775 (Stand: 31. März 2023)
<input type="checkbox"/> Grundkapital	11.599 Mio. Yen (Stand: 31. März 2023)	<input type="checkbox"/> Geschäftsjahr	1. April - 31. März

* Mit Beginn des konsolidierten Jahresabschlusses des Geschäftsjahrs Ende 31. März 2021 verwendet unsere Gruppe die International Financial Reporting Standards ("IFRS").
* Der operative Gewinn ist der Gewinn nach Abzug aller Gemeinkosten (Umsatz-, Vertriebs- sowie allgemeinen Verwaltungskosten aus dem Umsatzerlösen).

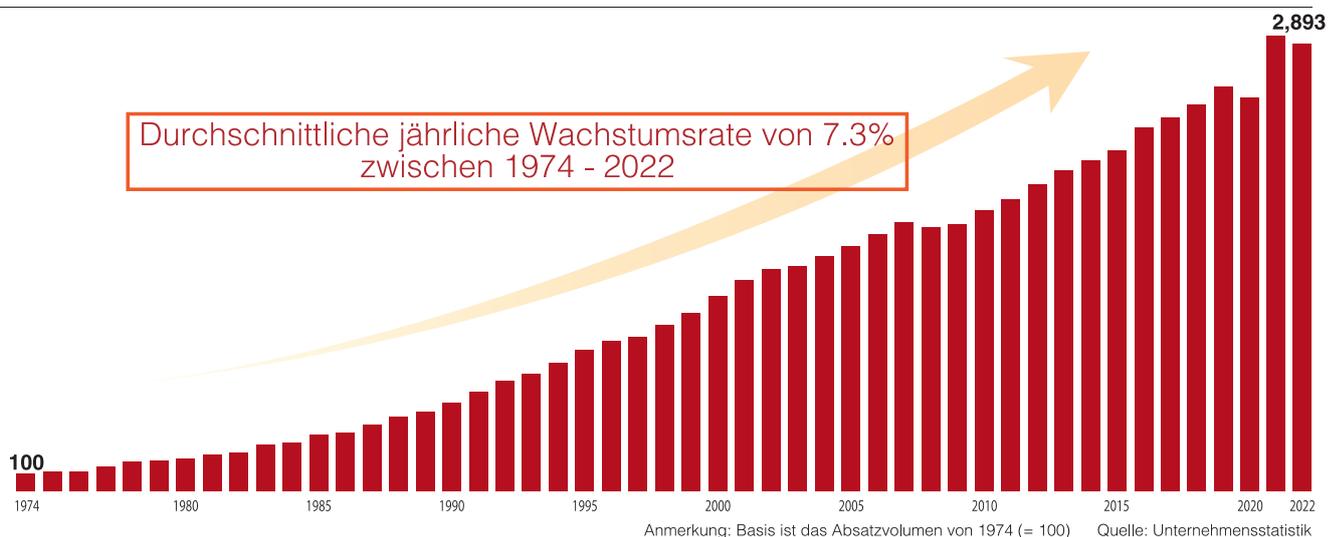
● Konsolidiertes Ergebnis für das Geschäftsjahr Ende März 2023 (Einheit: 1 Millionen JPY)



● Erlöse und Unternehmensgewinne nach Region 2023 | Umsatzerlös und operativer Gewinn nach Standort (Einheit: 1 Millionen JPY)



● Umsatzvolumen für Kikkoman-Sojasoße im Ausland (1974-2022)



Die Geschichte der Kikkoman Sojasauce

Seit 350 Jahren der Qualität verpflichtet

Die Geburtsstunde der Kikkoman Sojasauce datiert mehr als 350 Jahre zurück. Ursprungsort war die heutige Stadt Noda in der Präfektur Chiba. Dank ihrer günstigen Lage in der Kantō-Ebene bietet die Region einen guten Zugang zu hochwertigen Rohstoffen wie Sojabohnen, Salz aus der Bucht von Tokio und Wasser – ideale Bedingungen für die Herstellung von Sojasauce.

Im Jahr 1917 schlossen sich acht Familienbrauereien in und um Noda zur Noda Shoyu Co. Limited zusammen, dem Vorläufer der heutigen Kikkoman Corporation. Die Brauereien gaben sich nicht zufrieden mit den Vorteilen der Region, sondern wollten ihre jeweiligen wohlbehüteten Fertigkeiten, ihr Wissen und ihre Technologien bündeln, um eine gleichbleibend hochwertige Sojasauce in größeren Mengen zu produzieren. Die mehr als 200 Warenzeichen zur Zeit der Firmengründung wurden bis 1940 unter dem sechseckigen, an einen Schildkrötenpanzer erinnernde „Kikkoman“ Logo vereint, das bis heute ein Symbol für den guten Geschmack und die Qualität von Kikkoman Sojasauce ist.

Trotz der Unruhen des Zweiten Weltkriegs und der damit verbundenen Lebensmittelknappheit setzte Kikkoman weiterhin auf traditionelle und bewährte Produktionsmethoden, um hochwertige Sojasauce zu

brauen. Während dieser Zeit entwickelte das Unternehmen Technologien, mit denen es die Nachfrage auf dem heimischen Markt decken konnte, ohne Abstriche in puncto Geschmack und Authentizität zu machen. Gleichzeitig trug Kikkoman zur Entwicklung der gesamten Industrie bei, indem das Unternehmen seine patentierten Brautechnologien offenlegte.

Während der gesamten Firmenhistorie hat Kikkoman stets auf die sich wandelnden Marktanforderungen reagiert, neue Herausforderungen gesucht und Produkte und Technologien rund um die Herstellung von Sojasauce aktiv weiterentwickelt, um als führender Produzent immer wieder neue Werte zu schaffen.

Letztendlich haben sich diese Technologien als Schlüssel zur Globalisierung herausgestellt, da dank ihnen in acht Auslandswerken und drei japanischen Werken Kikkoman Sojasauce von gleichbleibend hoher Qualität produziert werden kann. Erst der hohe Standard und die Zuverlässigkeit dieser Technologien haben es möglich gemacht, Temperatur, Luftfeuchtigkeit und diverse andere natürliche Bedingungen an den verschiedenen Standorten zu kontrollieren und weltweit dieselbe hochwertige Kikkoman Sojasauce herzustellen.



Noda (Präfektur Chiba)



Takasago (Präfektur Hyōgo)



Chitose (Hokkaidō)

Die Herstellung der Kikkoman Sojasauce

Bewährte Fermentationstechnologien und strikte Qualitätskontrolle

Die Kikkoman-Sojasoße, die wir heute kennen, wurde erstmals vor über 350 Jahren hergestellt.

Obwohl die Produktionsmengen heute in ganz anderen Größenordnungen liegen, braut Kikkoman seine Sojasoße nach wie vor im Honjozo-Brauverfahren, das die natürliche Kraft von Mikroorganismen für die allmähliche Fermentierung nutzt.

Trotz der Weiterführung dieses traditionellen Brauverfahrens wenden wir auch hochmoderne Technologien an, um eine Umgebung zu schaffen, in der die Mikroorganismen optimal arbeiten können. So sorgen wir dafür, dass unsere Sojasoße stets von höchster Qualität und bestem Geschmack ist.



Sicherheits- und Qualitätsuntersuchung

Die Sojasauce wird von Menschen und Maschinen getestet, um eine optimale Qualität zu gewährleisten. In jeder Phase des Produktionsprozesses unterlaufen die Bestandteile strenge Analysen. Vor dem Versand wird ein letzter Check durchgeführt, damit garantiert ist, dass das Endprodukt den hohen Qualitätsstandards von Kikkoman entspricht.



Kikkoman Sojasauce – das Universalwürzmittel

Über Sojasauce

Sojasaße, das japanischste aller Würzmittel, wird heute weltweit verwendet. Das Geheimnis hinter ihrer Beliebtheit rund um die Welt ist ihre besondere Köstlichkeit, die durch drei Elemente bestimmt wird: Farbe, Geschmack und Aroma.



All-purpose seasoning

Das Würzmittel, das von aller Welt geliebt wird.

Kikkoman-Sojasaße ist ein Allzweckwürzmittel, das sich für den Einsatz in verschiedenen Küchen und für die unterschiedlichsten Zutaten eignet, um Gourmet-Mahlzeiten aus aller Welt zu schaffen.

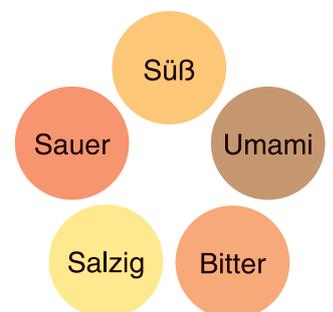
Farbe

Kikkoman-Sojasaße ist eine klare Flüssigkeit mit einem schönen rotbraunen Farbton. Ihre warme Färbung regt den Appetit an und verleiht Gerichten ein frischeres, glänzenderes Erscheinungsbild.



Geschmack

Der Geschmack von Sojasaße entsteht durch die harmonische Vereinigung der fünf Grundgeschmacksrichtungen: süß, sauer, bitter, salzig und umami (herzhaft). Die subtile Balance dieser fünf Geschmacksrichtungen verleiht Kikkoman-Sojasaße die Fähigkeit, den Eigengeschmack von Zutaten und die Besonderheiten jedes Gerichts zu unterstreichen.



Aroma

Sojasaße gilt auch als aromatisches Würzmittel. Kikkoman-Sojasaße enthält über 300 Aromakomponenten, darunter beispielsweise Blumen, Früchte, Whiskey und Kaffee. Diese Aromakomponenten kommen jeweils nur in winzigen Mengen vor, sodass keine die anderen übertönt; gemeinsam vereinen sie sich harmonisch zu dem unverkennbaren Aroma von nach Honjozo-Art (traditioneller Art) gebrauter Sojasaße.



Die Wirkung von Kikkoman Sojasauce

Pufferwirkung

Sojasoße ist leicht sauer mit einem pH-Bereich von 4,7 bis 5,0. Auf diese Weise hat sie eine „Pufferwirkung“, die eine plötzliche Änderung des pH-Werts unterbindet und Lebensmittel in einem angenehm milden Säurebereich hält. Dieser Effekt trägt zu einer harmonischen Würzung des Essens bei, was besonders für Speisen mit Dressing sowie langsam kochende Gerichte nützlich ist.



Synergiewirkung

Der tiefe Umami-Geschmack von soba tsuyu (einer Suppenbrühe für Soba-Nudeln) entsteht durch das Zusammenwirken von Glutaminsäure in der Sojasoße und Inosinmonophosphat in Bonitoflocken, die zum Herstellen von dashi (japanischer Brühe) verwendet werden. Die gegenseitige Verstärkung beider Geschmacksrichtungen durch das Kombinieren unterschiedlicher Komponenten wird als „synergistischer Effekt“ bezeichnet.



Geruchsneutralisierende Wirkung

Sojasauce neutralisiert den unangenehmen Geruch von rohem Fisch und Fleisch. Tunkt man Sashimi (d. h. rohen Fisch) in Sojasauce, wird also nicht nur der Geschmack intensiviert, sondern auch der typische Fischgeruch beseitigt.



Die 7 Funktionen der Sojasauce

Sojasauce hat die bemerkenswerte Fähigkeit, Lebensmittel haltbar zu machen, ihren typischen Geschmack zu unterstreichen und ihnen raffinierte Geschmacksnuancen zu verleihen.



Keimtötende (sterilisierende) Wirkung

Das Salz, der Alkohol und die organischen Säuren in Sojasoße wirken „bakteriostatisch“, das heißt, sie wirken dem Wachstum von Escherichia Coli (Bakterien) entgegen oder beseitigen diese sogar. Das Zubereitungsverfahren des Marinierens, bei dem roher Fisch und Fleisch durch Tränken in Sojasoße haltbar gemacht werden, macht sich diesen Effekt zunutze.



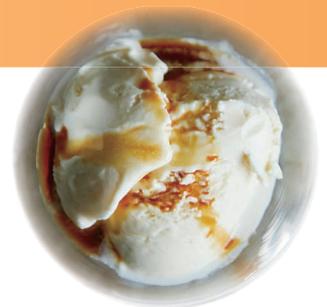
Salzneutralisierende Wirkung

Die Zugabe von einem Schuss Sojasoße kann den Salzgeschmack von stark gesalzenen Gerichten wie etwa gesalzenem Lachs (shiozake) mildern. Der Grund dafür ist, dass die Umami-Komponenten und die organischen Säuren in der Sojasoße moderierend auf den Salzgeschmack einwirken.



Erhitzen

Beim Erhitzen erhält Sojasauce eine intensivere Farbe und ein Aroma, der appetitanregend wirkt. Der typische, köstliche Duft von Gerichten wie „yakitori“ oder „teriyaki“ sind der Wirkung von Sojasauce zuzuschreiben. Unsere in den USA besonders beliebte Teriyaki-Sauce macht sich diesen Effekt zunutze.



Kontrastwirkung

Dieser Effekt, bei dem die Zugabe einer winzigen Menge eines vom ursprünglichen Geschmack abweichenden Geschmacks den ersteren verstärkt, wird als „Kontrastwirkung“ bezeichnet. Beispielsweise lässt ein Tropfen Sojasoße in Vanilleeis dessen Süße noch deutlicher hervortreten.



Die globale Expansion der Kikkoman Gruppe

Japan

Kikkoman entstand in der Stadt Noda, Präfektur Chiba und errichtete 1931 ein weiteres Werk in der Stadt Takasago (Präfektur Hyogo) in der Region Kansai (heute Werk Takasago), um die Nachfrage in Westjapan zu bedienen. Später im Jahr 1987 wurde für die Region Hokkaido, Japans nördlichste Präfektur, das Werk Chitose (heute Hokkaido Kikkoman Co.) gegründet, wodurch Kikkoman das gesamte Land mit Sojasoße versorgen konnte.

Trotz der nicht allzu großen Landfläche Japans herrschen in seinen verschiedenen Regionen unterschiedliche Geschmacksvorlieben, weshalb auch die Sojasoße in jeder Region anders ist. Daher passt Kikkoman seine Sojasoße an die Eigenarten jeder Region an. So verkaufen wir beispielsweise „amakuchi“ (süße) Sojasoße in der Region Kyushu und „makombu“-Sojasoße mit einer Brühe aus lokal gewonnenem kombu (Seetang) in Hokkaido.

Darüber hinaus bietet Kikkoman ein großes Portfolio an Würzmitteln und verwandten Produkten auf Basis von Sojasauce. Dazu gehören „tsuyu“ - (Nudelsuppen Basis) und „tare“ (Dip Saucen) sowie „Wafu Sozai no Moto“-Produkte, mit denen Verbraucher den authentischen Geschmack traditioneller japanischer Gerichte zuhause genießen können. Auch weiterhin wird Kikkoman neue Sojasaucen-Produkte anbieten, um den sich wandelnden Bedürfnissen und Lebensstilen gerecht zu werden. Gleichzeitig bleibt das Unternehmen seiner Verpflichtung zu höchsten Qualitätsstandards treu.

Ein weiteres unverzichtbares Würzmittel in der japanischen Küche ist die aus Reis gewonnene, alkoholbasierte hon mirin. Hon mirin von der Marke Kikkoman Manjo wird auch heute noch aus ausgewählten Zutaten produziert und nach einem seit 200 Jahren eingesetzten Brauverfahren sorgfältig gebraut und altern gelassen.

Kikkoman erkannte, dass die Inlandsnachfrage in Japan nur durch das Bevölkerungswachstum getragen wurde, und entschied daher in den 1960er Jahren, sein Geschäftsportfolio zu erweitern, um sich gegen künftige Stagnation in der Nachfrage nach Sojasoße zu wappnen.

Deshalb hat Kikkoman seine Geschäftstätigkeiten breiter aufgestellt, um für eine eventuell stagnierende Nachfrage in der Zukunft gerüstet zu sein.

Einer der neuen Geschäftszweige war die Entwicklung von westlichen Würzmitteln unter der im Jahre 1963 gegründeten Marke „Del Monte“. Kikkoman ahnte die Verwestlichung der japanischen Essgewohnheiten voraus und entwickelte die Marke „Del Monte“, die sich auf Produkte wie Tomatensaft und Tomatenketchup konzentriert.

Da es für Japan außerdem mit einer steigenden Nachfrage nach Wein rechnete, gründete es 1962 Manns Wine. Seitdem hat die Marke authentische Weine von konsequent hoher Qualität hervorgebracht, die den sich immer weiter auffächernden Geschmack der japanischen Verbraucher treffen.

Im Jahr 2008 stellte sich Kikkoman einer ganz neuen Herausforderung und machte die Kibun Food Chemifa Co., Ltd. (heute: Kikkoman Soyfoods Co., Ltd.), den Hersteller von Kibun Sojamilch – der führenden Sojamilch-Marke in Japan – zu einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft, um das Potenzial von Sojabohnen noch weiter auszuschöpfen.

Mit diesem und anderen Projekten hält Kikkoman weiter an seinem Versprechen fest, Sojasauce und ähnliche frische und innovative Produkte auf den Markt sowie auf die Esstische Japans zu bringen.

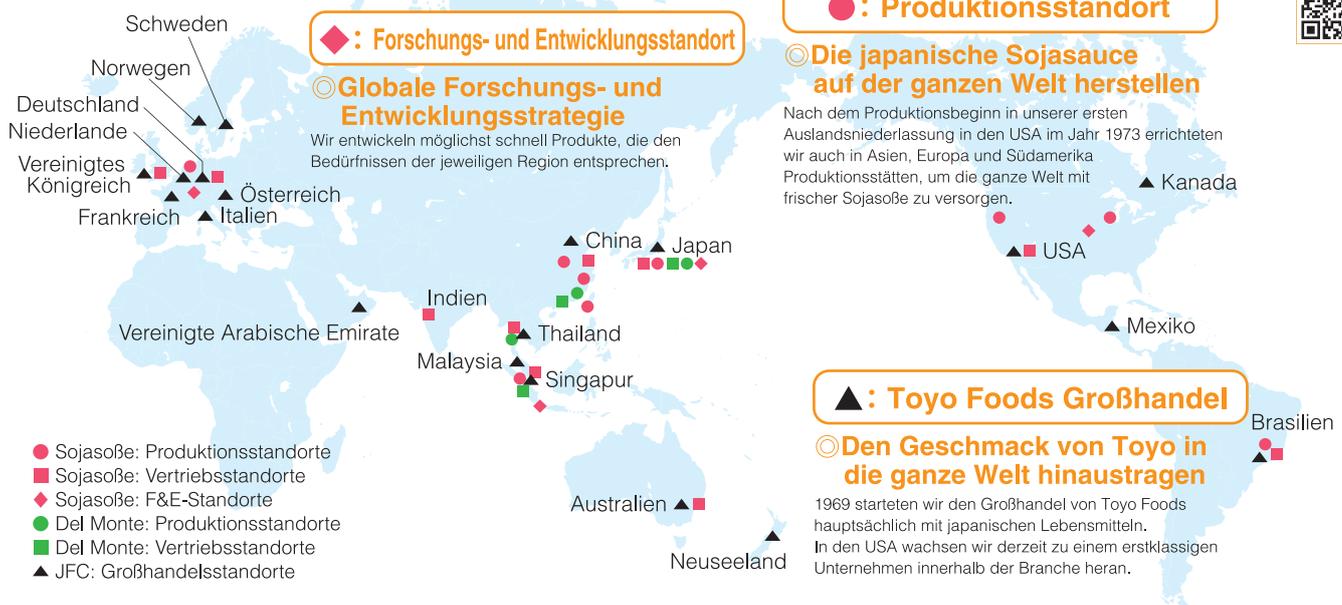


Die Kikkoman Gruppe rund um den Globus

Kikkoman Sojasauce wird heute in über 100 Ländern auf der ganzen Welt verkauft. Durch die enge Zusammenarbeit unseres etablierten und traditionellen Sojasaucengeschäfts mit unserer jüngeren Großhandelssparte, die fernöstliche Lebensmittel in der ganzen Welt vertreibt, werden wir den internationalen kulinarischen Austausch auch weiterhin intensiv fördern.

Auch in Zukunft stellen wir uns der Herausforderung, immer neue Wege zu finden, um Sojasauce und die japanische Küche mit der jeweiligen Esskultur vor Ort in Einklang zu bringen, um Genuss und Lebensfreude in die Welt zu tragen. Dabei bleibt die Qualität stets eine unserer obersten Prioritäten.

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



Nordamerika

Nach dem Zweiten Weltkrieg begann Kikkoman nach Amerika zu exportieren. Das Unternehmen hatte beobachtet, wie begeistert die in Japan stationierten US-amerikanischen Soldaten von Sojasauce waren, und war überzeugt, dass dieses Würzmittel das Potenzial hatte, die Gaumen der ganzen Welt zu erobern. Also gründete Kikkoman 1957 eine Vertriebsfirma in San Francisco, um in den USA Fuß zu fassen.

Die Beliebtheit von Sojasauce wuchs rasch an, getrieben von einer Vermarktungsstrategie, die ihre gute Kompatibilität mit Fleischgerichten betonte. Mit dem Slogan „Delicious on Meat“ wurde Kikkoman-Sojasauce in Geschäften zum Kosten angeboten und auf Kochvorführungen und in Rezeptvorschlägen präsentiert.

Aus der Liaison von Sojasauce und Fleisch entstand die bis heute äußerst beliebte Teriyaki-Sauce – das Wort „teriyaki“ findet sich mittlerweile sogar in englischen Wörterbüchern.

Die Produktion in den USA wurde 1973 in unserem Werk Wisconsin aufgenommen. Der Ansatz von Kikkoman besteht darin, die Geschäftsführung lokal zu rekrutieren und sich als Unternehmen gut in die örtliche Gemeinschaft einzugliedern. Kikkoman will Seite an Seite mit seinen Standorten wachsen und gedeihen und hat sich daher immer um die Entwicklung von Geschäftsbeziehungen zu lokalen Firmen und die Einstellung von lokalen Mitarbeitern bemüht.

1998 eröffnete Kikkoman ein zweites Werk in den USA, diesmal in Kalifornien. Unsere Produkte etablieren sich zunehmend zu einem festen Bestandteil der lokalen Esskultur.

Dies schafft neuen Wert und macht den Namen Kikkoman zum Inbegriff für Sojasauce.



Vorführung in einem Supermarkt (USA, ca. 1964)



Die globale Expansion der Kikkoman Gruppe

Europa

1973 begann Kikkoman mit seinem entscheidenden Vorstoß auf dem europäischen Markt, indem es in Düsseldorf, Deutschland das Teppanyaki-Restaurant „Daitokai“ eröffnete. Hier konnten die Gäste bei der Zubereitung ihrer Speisen zuschauen und riechen und schmecken, wie gut Sojasoße zu Fleisch und lokalen Zutaten passte, und auch lernen, wie man Sojasoße am besten verwendet. 1979 richteten wir eine Vertriebsgesellschaft in Düsseldorf ein, und wie in den USA wurde Verkaufsförderung durch Kostproben in Geschäften und Rezeptvorschläge mit Sojasoße betrieben. Die Umsätze nahmen zunächst vor allem in Deutschland und Nordeuropa zu, und um die steigende Nachfrage zu bedienen, begannen wir 1997 mit der Produktion von Sojasoße in den Niederlanden.



Probierstand in Deutschland

Asien/Ozeanien

Den ersten Schritt in der Region Asien-Pazifik und Ozeanien machte Kikkoman in Australien, wo das Unternehmen 1980 eine Marketingfirma gründete. Auch hier setzte man auf dasselbe Geschäftsmodell wie in den USA und bewarb die Vorzüge von Sojasauce zu Fleisch. 1983 gründeten wir nach Wisconsin, USA, unseren zweiten ausländischen Produktionsstandort in Singapur, um Südostasien und Ozeanien mit unseren Produkten zu beliefern; das Werk nahm im Folgejahr den Betrieb auf. 1990 wurde dann in Singapur eine Vertriebsgesellschaft gegründet, um den Umsatz in Südostasien weiter anzukurbeln.

In Ostasien ging Kikkoman 1990 ein Joint Venture mit dem größten taiwanischen Lebensmittelproduzenten Uni-President Enterprises Group in Tainan, Taiwan ein. Später gründeten wir gemeinsam mit der Uni-President Enterprises Group Produktionsstandorte in Festlandchina und begannen 2002 mit der Auslieferung aus dem Werk Shanghai und 2009 aus einem weiteren Werk in der Nähe der Regionen Beijing und Tianjin. 2014 wurde dann ein ausschließlich im Besitz von Kikkoman befindliches Unternehmen gegründet, um den gesamten festlandchinesischen Markt zu bedienen. Dies ermöglichte effektivere Werbeaktivitäten in China, um die dortigen Verbraucher mit Kikkoman-Sojasoße vertrauter zu machen.



Probierstand in Singapur

Südamerika

2020 stieg Kikkoman auf dem brasilianischen Markt ein, indem es in São Paulo ein Unternehmen zum Erzeugen und Verkaufen von Produkten der Marke Kikkoman gründete. Im November 2021 lieferte der Produktionsstandort in Brasilien die erste Kikkoman-Sojasoße aus. Wir konzentrieren uns derzeit auf die Durchdringung des brasilianischen Marktes.



Auslage in Brasilien

JFC Großhandel asiatischer Lebensmittel

In Anbetracht der vorteilhaften synergistischen Wirkung, die Vorzüge von Sojasoße zu bewerben und die japanische Esskultur im Allgemeinen weiter zu verbreiten, ist Kikkoman 1969 in den Großhandel mit asiatischen (insbesondere japanischen) Lebensmitteln eingestiegen, indem es in den USA einen Anteil an der Japan Foods Corp. (heute JFC International, Inc.) erwarb.

Die JFC Group vertreibt über 10.000 Artikel und hält eine breite Palette von Produkten auf Lager, die von Restaurant- und Einzelhandelskunden benötigt werden, angefangen von Produkten der Marke Kikkoman aus Japan und anderen Ländern über Würzmittel, Nudeln, alkoholische Getränke, Meeresfrüchteleprodukte, frischen Fisch, Landwirtschaftsprodukte und Süßigkeiten bis hin zu Kochtensilien.

Die JFC Group verkauft auch eine Reihe von selbst entwickelten Produkten. Zu unseren repräsentativsten Produkten zählen Reismarken wie „Nishiki“ und „Tamanishiki“. In den USA kam es in den 1980ern zu einem Boom um japanisches Essen, allen voran Sushi. Um den optimalen Reis für die japanische Küche zu liefern, führten wir Forschungsarbeiten an Reis durch, um diesen statt in Japan in Kalifornien anbauen zu können, und begannen ihn dann unter dem Markennamen Nishiki zu verkaufen. Heute wird diese Reismarke nicht nur in den USA, sondern auch in Europa produziert. Die Marke wird heute von Verbrauchern rund um den Globus geschätzt.

Japanisches Essen hat aufgrund seines guten Geschmacks und seiner gesundheitlichen Vorteile viele Freunde. Daher ist uns Qualität wichtig, und wir streben auch weiterhin danach, überall auf der Welt zuverlässige Produkte bereitzustellen.



Del Monte

1990 hat Kikkoman die exklusiven Marketing- und Vertriebsrechte für verarbeitete Lebensmittel der Marke Del Monte im Asien-Pazifik-Raum und Ozeanien ohne die Philippinen erworben. So konnte Kikkoman eine breit gefächerte Produktpalette entwickeln, die sich die fortschrittlichen Technologien von Del Monte in der Verarbeitung von Tomaten und anderen Früchten sowie Gemüse zunutze machte, was schließlich in der Gründung eines Vertriebsstandorts in Singapur mündete. Anschließend richteten wir Produktionsstandorte in Thailand (2006) und China (2008) ein und haben seitdem unsere Geschäfte dort ausgebaut.



Qualität und Sicherheit

Die Kikkoman Group legt höchsten Wert auf die Qualität und Sicherheit ihrer Produkte und Dienstleistungen. Wir möchten unseren Kunden auf leicht verständliche Art vermitteln, dass sie sich auf die Sicherheit und Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen verlassen können. Daher führen wir über den gesamten Entstehungsprozess unserer Produkte hinweg strenge Qualitätsprüfungen durch aus, die diese Sicherheit gewährleisten.

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



Qualitätssicherungsaktivitäten der Kikkoman Group



Aktivitäten im Rahmen der Ernährungserziehung („shokuiku“) und internationaler Austausch

HP HOME> Food Culture



● Die Kikkoman Sojasaucen-Akademie

Grundschüler im 3. und 4. Schuljahr lernen interessante Fakten über die Herstellungsweise und die positiven Eigenschaften von Sojasauce kennen und erfahren, wie wichtig gesunde Ernährung und Genuss sind.



● KCC Lehrgang für Esskultur und Kochen

Bei Kikkoman finden regelmäßig unter der Leitung von Ernährungsprofis wie Köchen und Ernährungswissenschaftlern Lehrgänge statt, die interessante Informationen über die Esskultur und die Küche aus von Japan und anderen Ländern für den Alltag liefern. Auf diesen Lehrgängen können die Teilnehmer auf ungezwungene Weise im Austausch mit den Lehrgangleitern neue Rezepte und Kochtricks in der Praxis erlernen.



● Sommeraktivitäten von YFU und Kikkoman

Kikkoman ist seit 1978 Sponsor der internationalen Jugendaustauschprogramme von Youth For Understanding (YFU), einer internationalen gemeinnützigen Gesellschaft, die High-School-Schülern aus den USA und Japan ein Auslandsstudium ermöglicht. Jeden Sommer halten wir eine „Sommeraktivität“ ab, in deren Rahmen wir High-School-Schüler aus den USA zu kurzen Homestay-Aufenthalten einladen; sie und ihre Gastfamilien sowie japanische High-School-Schüler, die zuvor die USA besucht hatten, erhielten die Gelegenheit, das Kikkoman Soy Sauce Museum zu besuchen, eine Werksbesichtigung zu absolvieren und an einem Workshop zum Selbermachen von Sojasoße teilzunehmen.

Gesellschaftliches Engagement

Die Weltgemeinschaft steht vor großen Herausforderungen. Unter diesen widmet sich die Kikkoman Group in diversen Aktivitäten mit besonderer Priorität den drei Schwerpunktthemen Umwelt, Ernährung und Gesundheit sowie Mensch und Gesellschaft.

Engagement	Grundlegende Denkweise	Thema
 Umwelt	In unseren Unternehmensaktivitäten respektieren wir die natürlichen Abläufe und versuchen, in Harmonie mit unserer Umwelt zu koexistieren.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Klimawandel ■ Ernährung und Umwelt ■ Einsatz von Ressourcen
 Ernährung und Gesundheit	Unsere Handlungen in Bezug auf Ernährung und Umwelt orientieren sich am „Versprechen von Kikkoman“	<ul style="list-style-type: none"> ■ Leckerer Essen und Gesundheit ■ Vielfältige Bedürfnisse rund um Ernährung ■ Kommunikation
 Mensch und Gesellschaft	Wir fördern eine Unternehmenskultur, die die Menschen und ihr Zusammenwirken in den Mittelpunkt stellt, um nachhaltige gesellschaftliche Entwicklungen voranzutreiben.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Achtung der Menschenrechte ■ Zusammenarbeit mit Interessensgruppen Stakeholdern ■ Stärkung der betrieblichen Abläufe

Hier sind einige repräsentative Aktivitäten aus unseren drei Schwerpunktbereichen.

Umwelt



Unterstützung eines Wasserreinigungsprojekts in Singapur

An unserem Produktionsstandort KSP in Singapur unterstützen wir ein von der Landesregierung geleitetes Wasserreinigungsprojekt. Anlässlich seines 35-jährigen Gründungsjubiläums im Jahr 2021 hat KSP 500.000 SGD Singapurdollar für die Entwicklung der „Kingfisher Wetlands“ gespendet, ein Mangroven- und Vogelschutzgebiet. So unterstützen wir das Wasserreinigungsprojekt und leisten zugleich einen Beitrag zur Dekarbonisierung. Dies ist ein gutes Beispiel für die Umsetzung eines Leitgedankens der Kikkoman Group: Harmonie mit der Natur und Schaffung einer nachhaltigen Gesellschaft.

Ernährung und Gesundheit



Kein Widerspruch zwischen leckerem Essen und Gesundheit / Vielfältigen Bedürfnissen rund um die Ernährung gerecht werden

Die Kikkoman Group widmet sich seit langem der Entwicklung von wohlschmeckender Sojasoße mit reduziertem Salzgehalt.

Salzreduzierte Sojasoße kann verschiedene gesellschaftliche Probleme aufgrund von erhöhtem Salzkonsum lösen und lebensverlängernd wirken. Außerdem streben wir danach, Produkte zu entwickeln, die den gesellschaftlichen Änderungen und den Bedürfnissen unserer Kunden Rechnung tragen. So haben wir beispielsweise für Kunden, die sich glutenarm ernähren wollen, eine glutenfreie Sojasoße ohne Weizen entwickelt. Unseren Kunden in islamischen Ländern bieten wir eine Halal-Sojasoße an, die in einem speziellen Verfahren hergestellt wird, bei dem die Bildung von Alkohol während der Fermentation unterbunden wird. Beide Produkte können genau wie herkömmliche Sojasoße verwendet werden.

Mensch und Gesellschaft



Kikkoman General Hospital

Das Kikkoman General Hospital wird von der Sojasoßenbauervereinigung Noda betrieben (aus der die Firma Kikkoman hervorgegangen ist). Gegründet wurde es 1914 in der Stadt Noda, Präfektur Chiba. Es ist das einzige Krankenhaus Japans, dessen Träger ein Lebensmittelhersteller ist.

Im 2012 fertiggestellten neuen Haus wurde eine gynäkologische Abteilung eröffnet, die ein wohlthuendes Umfeld für werdende Mütter bietet, in der sie ihr Kind sorgenfrei zur Welt bringen können. Außerdem wurden die Einrichtungen für den Katastrophenschutz erweitert. Zusammen mit den Behörden und Menschen unserer Heimatstadt Noda wollen wir uns auch künftig um die Gesundheit in der Region kümmern.

Dies sind nur einige Beispiele für unser gesellschaftliches Engagement.