https://www.kikkoman.com/en/

kikkoman

seasoning your life

2026

KIKKOMAN CORPORATION

Deutsch



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

Die Kernbotschaft unseres Unternehmensslogans „Seasoning your life“ lautet, dass „Ihr Leben mit Kikkoman genussreicher ist“. Die Würze, die Kikkoman Ihrem Essen verleiht, ist eine Bereicherung für Ihr Leben im Ganzen.



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

- **Wir bieten qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen durch ständige Verbesserung unserer tradierten Technik und Kompetenz.**
- **Mit uns gelingen ausgewogene und nahrhafte Speisen, in denen das natürliche Aroma der Zutaten betont wird. Damit sorgen wir für seelisches und körperliches Wohlbefinden und zaubern ein Lächeln auf die Gesichter.**
- **Wir schaffen interessante neue Geschmackserlebnisse, indem wir Esskulturen aus aller Welt verschmelzen und eine gesunde und vielseitige Ernährungsweise passend zum heutigen Lebensstil fördern.**



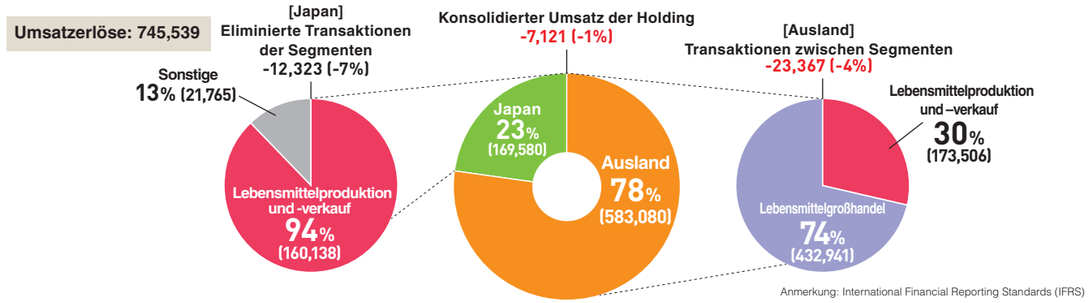
Profil der Kikkoman Gruppe

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

Firmenname (Handelsname)	Kikkoman Corporation	**Geschäftsbeschreibung** (wichtigste Produkte und Aktivitäten)	Entwicklung konzernweiter Managementstrategien und Beaufsichtigung ihrer Umsetzung
Gegründet	7. Dezember 1917	**Umsatzerlöse** (konsolidiert)	745,539 Mio. Yen (Stand: GJ 2026.3)
Hauptsitz Noda	250 Noda, Noda-shi, Chiba 278-8601, Japan Tel: +81-4-7123-5111	**Unternehmensgewinne** (konsolidiert)	79,512 Mio. Yen (Stand: GJ 2026.3)
Hauptsitz Tokio	2-1-1 Nishi-Shinbashi, Minato-ku, Tokyo 105-8428, Japan Tel: +81-3-5521-5131	**Anzahl der Beschäftigten** (konsolidiert)	7,911 (Stand: 31. März 2026)
Repräsentativer Direktor, Präsident und CEO	Shozaburo Nakano	**Geschäftsjahr**	1. April - 31. März
Grundkapital	11.599 Mio. Yen (Stand: 31. März 2026)		

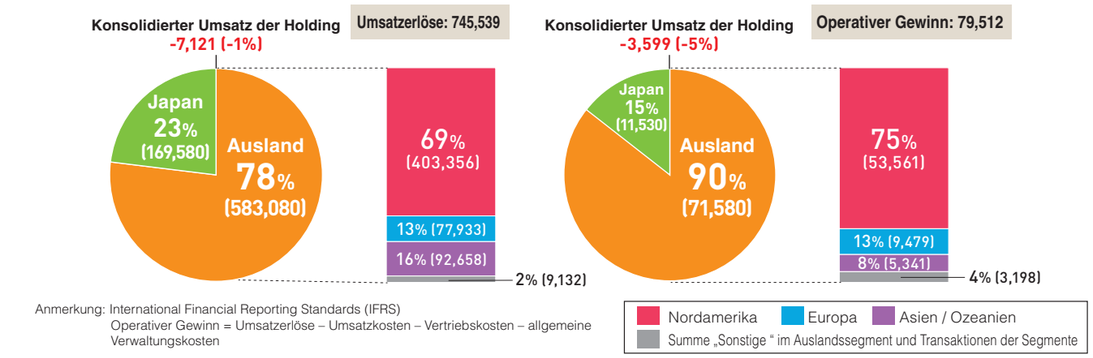
* Mit Beginn des konsolidierten Jahresabschlusses des Geschäftsjahrs Ende 31. März 2021 verwendet unsere Gruppe die International Financial Reporting Standards (“IFRS”).
* Der operative Gewinn ist der Gewinn nach Abzug aller Gemeinkosten (Umsatz-, Vertriebs- sowie allgemeinen Verwaltungskosten aus dem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

Konsolidiertes Ergebnis für das Geschäftsjahr Ende März 2026 (Einheit: 1 Millionen JPY)



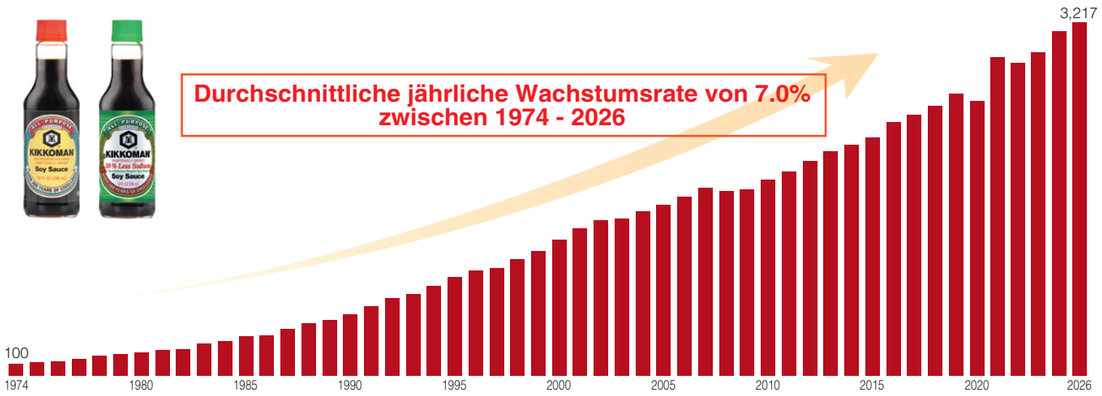
Anmerkung: International Financial Reporting Standards (IFRS)

Erlöse und Unternehmensgewinne nach Region 2026 | Umsatzerlös und operativer Gewinn nach Standort (Einheit: 1 Millionen JPY)



Anmerkung: International Financial Reporting Standards (IFRS)
Operativer Gewinn = Umsatzerlöse – Umsatzkosten – Vertriebskosten – allgemeine Verwaltungskosten

Umsatzvolumen für Kikkoman-Sojasoße im Ausland (1974-2026)



Anmerkung: Basis ist das Absatzvolumen von 1974 (= 100) Quelle: Unternehmensstatistik

Die Geschichte der Kikkoman Sojasauce

Seit 300 Jahren der Qualität verpflichtet

Die Geburtsstunde der Kikkoman Sojasauce datiert mehr als 300 Jahre zurück. Ursprungsort war die heutige Stadt Noda in der Präfektur Chiba. Dank ihrer günstigen Lage in der Kanto-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.



Oshi-e-Brokatbild, das das Brauen von Sojasoße in Noda zeigt (um 1877)



Darstellung der Sojasoßenproduktion in der Provinz Shimousa aus dem Dainihon Bussan Zue (1877)



Räumlichkeiten der Geschäftsführung zum Zeitpunkt der Gründung der Noda Shoyu Co. Ltd. (Vorgängerin der Kikkoman Corporation, um 1917)

Die Herstellung der Kikkoman Sojasauce

HP HOME>Food Culture> Kikkoman Soy Sauce Museum

Bewährte Fermentationstechnologien und strikte Qualitätskontrolle

Die Kikkoman-Sojasoße, die wir heute kennen, wurde erstmals vor über 300 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.

01 Vorbereitung der Zutaten

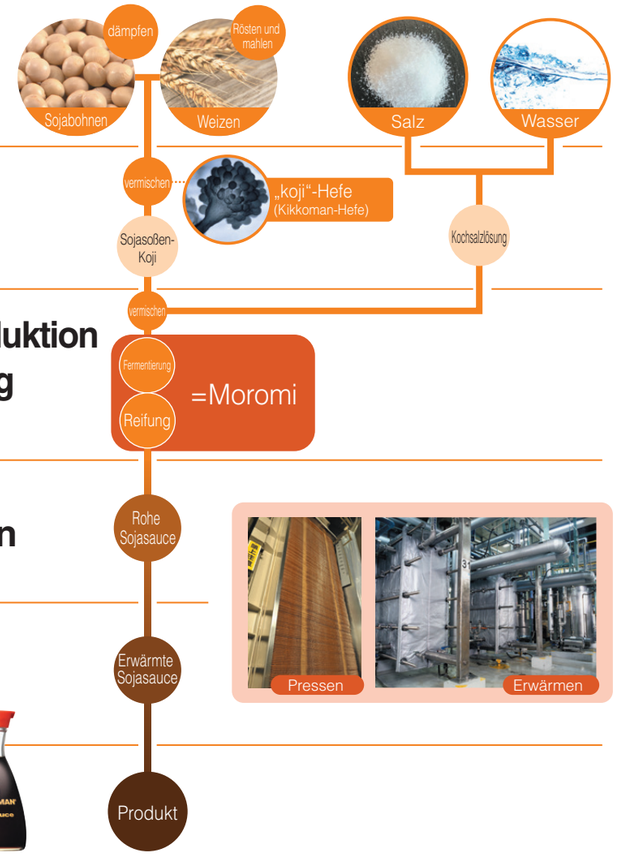
02 Produktion von Sojasoßen-Koji

03 Moromi-Maischeproduktion Fermentation, Reifung (etwa 6 Monate)

04 Pressen und Klären

05 Erwärmen

06 Produkt



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 Universal-würzmittel



Über Sojasauce

Sojasoße, 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.

Das Würzmittel, das von aller Welt geliebt wird.

Kikkoman-Sojasoße 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.

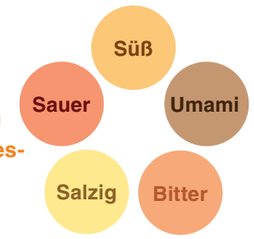
Farbe

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



Geschmack

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



Aroma

Sojasoße gilt auch als aromatisches Würzmittel. Honjozo-Sojasoße (traditionell gebraut) enthält ungefähr 300 Aromakomponenten, darunter solche von Blumen, Früchten, Whisky 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 Sojasoße.



HP HOME>Food Culture>Kikkoman Soy Sauce Museum

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.

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.

Synergiewirkung



Der tiefe Umami-Geschmack von soba tsuyu (einer Suppenbrühe für Soba-Nudeln) entsteht durch das Zusammenwirkung 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.

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.

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.

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.

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

Sojasoße und verwandte Würzmittel

Der Ursprung von Kikkoman liegt in der Stadt Noda, Präfektur Chiba. 1931 wurde ein weiteres Sojasoßenwerk in der Region Kansai, Präfektur Hyogo, errichtet (das heutige Werk Takasago), um die Nachfrage in Westjapan zu bedienen. 1987 schließlich wurde das Werk Chitose (das heute zur Gesellschaft Hokkaido Kikkoman gehört) in Japans nördlichster Provinz Hokkaido gegründet. Seitdem erreicht die Sojasoße von Kikkoman Verbraucher im ganzen Land.
Außerdem stellt Kikkoman tsuyu (ein Suppenfond mit Sojasoße), tare (Dip- und Marinadensoßen) und andere Sojasoße enthaltende Würzmittel her. Darüber hinaus entwickeln wir viele verschiedene Produkte auf Sojasoßenbasis, darunter Aromamischungen für japanische Gerichte, mit denen sich einfach durch Hinzufügen einer kleinen Anzahl frischer Zutaten mühelos authentisches washoku (japanische Küche) zu Hause zubereiten lässt.



Mirin

Eine weiteres für washoku unabdingbares Würzmittel ist „Hon Mirin“, ein aus Reis gewonnener Würzlikör.
Die Marke Manjo wurde 1814 von Monjiro Horikiri, einem Mitglied der acht Gründerfamilien unseres Unternehmens, entwickelt und steht für wunderbar klaren shiromirin. In dem seit 200 Jahren praktizierten zeitaufwändigen und mühsamen traditionellen Brauverfahren werden hochwertige Zutaten langsam gären gelassen.



Auffächerung des Unternehmens

In den 1960er Jahren begann sich Kikkoman breiter aufzustellen, da man mit einem Nachlassen der Nachfrage nach Sojasoße rechnete, die vor allem durch das Bevölkerungswachstum angetrieben wurde. Der Schwerpunkt der Geschäftserweiterung lag dabei auf Gebieten, auf denen wir unser über die Jahre erworbenes Knowhow in der Verarbeitung von landwirtschaftlichen Produkten und der Braukunst nutzbringend einsetzen konnten. Auch auf diesen Gebieten legt Kikkoman Wert auf beste Zutaten und achtet unsere Arbeitsweise im Zusammenspiel mit den Kräften der Natur.

Del Monte

1963 begann Kikkoman unter dem Markennamen Del Monte mit der Herstellung verarbeiteter Tomatenprodukte. Unsere Produktpalette hat sich seither über Tomatensaft und Ketchup hinaus auf verarbeitete Maisprodukte und auch westliche Würzmittel erweitert.



Manns Wines

Kikkoman stieg 1962 in die Weinproduktion ein. Das Ziel lautete: „Japanischen Wein aus japanischen Trauben erzeugen“. Wir bieten eine breite und hochwertige Auswahl von Premium-Weinen bis hin zu Alltagsweinen.



Sojamilch-Sparte

2008 stieg unser Unternehmen in das Sojamilchgeschäft ein, da Kibun Food Chemifa Co., Ltd., ein wichtiger Hersteller von Sojamilch mit der Marke Kibun eine 100 %-ige Tochtergesellschaft von Kikkoman wurde. Als führende Sojamilchmarke in Japan streben wir danach, die Nachfrage auf dem Markt weiter anzukurbeln.



Ausland

Seit der Gründung einer Vertriebs- und Marketing-Gesellschaft in Nordamerika im Jahr 1957 hat sich Kikkoman unablässig um die Internationalisierung seines Geschäfts bemüht. 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.

● : Produktionsstandort

◎Die japanische Sojasauce auf der ganzen Welt herstellen

Nach dem Produktionsbeginn in unserer ersten Auslandsniederlassung in den USA im Jahr 1973 errichteten wir auch in Asien, Europa und Südamerika Produktionsstätten, um die ganze Welt mit frischer Sojasoße zu versorgen.

◆ : Forschungs- und Entwicklungsstandort

◎Globale Forschungs- und Entwicklungsstrategie

Wir entwickeln möglichst schnell Produkte, die den Bedürfnissen der jeweiligen Region entsprechen.



● Sojasoße: Produktionsstandorte
■ Sojasoße: Vertriebsstandorte
◆ Sojasoße: F&E-Standorte
● Del Monte: Produktionsstandorte
■ Del Monte: Vertriebsstandorte
▲ JFC: Großhandelsstandorte

▲ : Toyo Foods Großhandel

◎Den Geschmack von Toyo in die ganze Welt hinaustragen

1969 starteten wir den Großhandel von Toyo Foods hauptsächlich mit japanischen Lebensmitteln.
In den USA wachsen wir derzeit zu einem erstklassigen Unternehmen innerhalb der Branche heran.

Nordamerika

Nach dem Zweiten Weltkrieg startete Kikkoman umfangreiche Exportaktivitäten. Man hatte gesehen, wie sehr die in Japan stationierten US-Soldaten den Geschmack von Kikkoman Sojasauce ins Herz geschlossen hatten, und war daher überzeugt, dass Sojasauce den Geschmack der ganzen Welt treffen würde. So wurde 1957 eine Marketing-Firma in San Francisco eröffnet, um den US-Markt voll zu erschließen.
Die Beliebtheit von Sojasoße wuchs rasch an, getrieben von einer Vermarktungsstrategie, die ihre gute Kompatibilität mit Fleischgerichten betonte. Mit dem Slogan „Delicious on Meat“ wurde Kikkoman-Sojasoße 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 feierte Kikkoman die Eröffnung seines zweiten US-amerikanischen Werks in Kalifornien und 2026 die Eröffnung einer dritten Produktionsstätte in Jefferson, Wisconsin. Heute stellt der Name „Kikkoman“ den Inbegriff von „Sojasoße“ dar, während das Unternehmen durch die Verschmelzung von Esskulturen kontinuierlich neue Werte schafft.



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.



Fotos von Produktpräsentationen in europäischen Supermärkten

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.


Öffentlicher Markt auf den Philippinen

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.

Südamerikaln

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

Indien

Im September 2020 gründete die Kikkoman Group in Mumbai die Kikkoman India Private Limited (KID) als Import- und Vertriebsbasis in Indien, die im Februar des Folgejahres den regulären Geschäftsbetrieb aufnahm. KID zielt auf die steigende Beliebtheit indochinesischer Küche in Indien ab. KID richtet sich an lokale Restaurants und Köche, um die Bekanntheit von Kikkoman Sojasauce zu erhöhen, indem ihre ausgezeichnete Harmonie mit indochinesischen Gerichten unterstrichen wird.


Für den indischen Markt hergestellte Kikkoman Sojasauce

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 15.000 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, Meeresfrüchteprodukte, frischen Fisch, Landwirtschaftsprodukte und Süßigkeiten bis hin zu Kochutensilien.
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 entwickelt und produziert die Gruppe neue Sorten, und zwar nicht nur in den USA, sondern auch in Europa, und verkauft sie unter dem Namen Yume Nishiki. Der Reis von JFC 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.

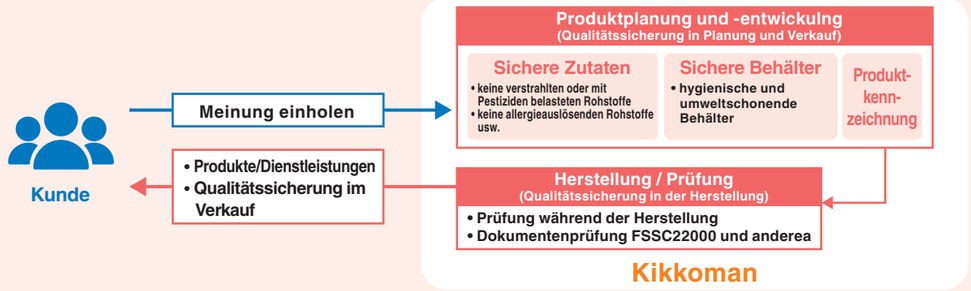


Qualität und Sicherheit

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

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.

Qualitätssicherungsaktivitäten der Kikkoman Group



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

HP HOME> Food Culture



Die Kikkoman Sojasaucen-Akademie

Im Rahmen unserer Aktivitäten zur „Shokuiku“ (Ernährungsbildung) bieten wir das „Kikkoman Sojasoße-Seminar“ an, bei dem es sich um ein Bildungsprogramm für Grundschulkinder, vorwiegend im dritten und vierten Schuljahr handelt. Geleitet von einem „Sojasoßen-Professor“, der durch einen Kikkoman-Mitarbeiter verkörpert wird, vermittelt das Programm auf unterhaltsame und anschauliche Weise wissenswerte Dinge über Sojasoße und regt gleichzeitig die Schüler dazu an, über die Bedeutung von Lebensmitteln und die Freude am Essen nachzudenken. Es wird häufig im Rahmen des fächerübergreifenden Unterrichts eingesetzt.



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 Lehrgangsleitern 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 nach Japan und sie und ihre Gastfamilien zu einem Besuch im Kikkoman Soy Sauce Museum einladen, wo sie eine Werksbesichtigung absolvieren und an einem Workshop zum Selbermachen von Sojasauce teilnehmen können.

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

Umwelt

In unseren Unternehmensaktivitäten respektieren wir die natürlichen Abläufe und versuchen, in Harmonie mit unserer Umwelt zu koexistieren.

Thema
- Klimawandel
- Ernährung und Umwelt
- Einsatz von Ressourcen

Ernährung und Gesundheit

Unsere Handlungen in Bezug auf Ernährung und Umwelt orientieren sich am „Versprechen von Kikkoman“

Thema
- Leckeres 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.

Thema
- Achtung der Menschenrechte
- Zusammenarbeit mit Interessensgruppen Stakeholdern
- Stärkung der betrieblichen Abläufe

Hier sind einige repräsentative Aktivitäten aus unseren drei Schwerpunktbereichen.

Umwelt

Unterstützung für Forschung zu nachhaltiger Landwirtschaft und Trinkwasser in den USA



Seit der Gründung der Kikkoman Foods Foundation, einer wohltätigen Stiftung, im Jahr 1993 engagieren sich die Hauptniederlassung KIKKOMAN FOODS, INC. und der Sojasoßen-Produktionsstandort der Kikkoman Group in Walworth, Wisconsin (KFI-WIW) mit Spenden im Bereich Umwelt und Ausbildung für die lokale Gemeinschaft. Zur Feier des 50. Jubiläums seit Produktionsbeginn im Werk KFI-WIW im Jahr 2023 wurde die Universität Wisconsin mit 5 Millionen US-Dollar bedacht, um Forschungsprogramme zu nachhaltiger Landwirtschaft und Trinkwasser zu unterstützen. Diese Initiative verkörpert die Geschäftsführungsgrundsätze der Kikkoman Group für einen schonenden Umgang mit der Natur und die 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 Sojasoßenbrauervereinigung 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 wohltuendes 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.