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

kikkoman

seasoning your life

2026

KIKKOMAN CORPORATION

Português



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

O slogan corporativo, “seasoning your life”, contém a mensagem fundamental de que a Kikkoman “ajuda você a apreciar as alegrias da vida”.
Sugere-se que, à medida que a Kikkoman tempera e enriquece a sua comida, também traz plenitude à vida como um todo.



“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

- **Oferecemos produtos e serviços de alta qualidade com integridade, mediante melhorias contínuas em nossa longa tradição de técnicas e conhecimentos.**
- **Propomos uma dieta bem balanceada e nutritiva que enfatiza o sabor dos ingredientes e trazemos felicidade ao mundo todos os dias, ajudar a manter a mente e o corpo saudáveis.**
- **Criamos experiências estimulantes de novos sabores ao fundir as culturas gastronômicas de todo o mundo e propomos uma vida alimentação rica e variada de acordo com cada tempo e cultura.**



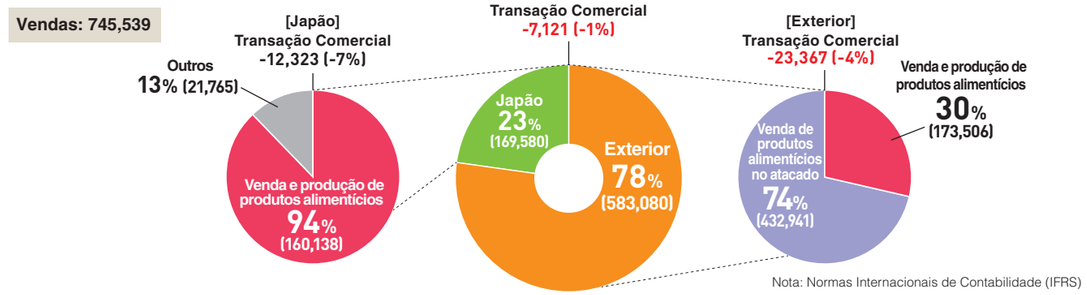
Perfil Corporativo do Grupo Kikkoman

Área de negócios do Grupo Kikkoman:
1) Produção e comercialização de produtos alimentícios
2) Fornecimento de produtos e serviços relacionados à “Alimento e Saúde”

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	**Receita** (Consolidada)	JPY 745,539 milhões(dados do ano fiscal de março de 2026)
Matriz Noda	250 Noda, Noda-shi, Chiba Código postal 278-8601 Tel. 04-7123-5111	**Lucro dos Negócios** (Consolidado)	JPY 79,512 milhões (dados do ano fiscal de março de 2026)
Matriz Tokyo	2-1-1 Nishi-Shinbashi, Minato-ku, Tokyo Código postal 105-8428 Tel. 03-5521-5131	**No. de Funcionários** (Consolidado)	7,911 (dados de 31 de março de 2026)
Diretor Representante, Presidente e CEO	Shozaburo Nakano	**Exercício financeiro**	de 1º de abril a 31 de março do próximo ano
Capital social	JPY 11,599 milhões (dados de 31 de março, 2026)		

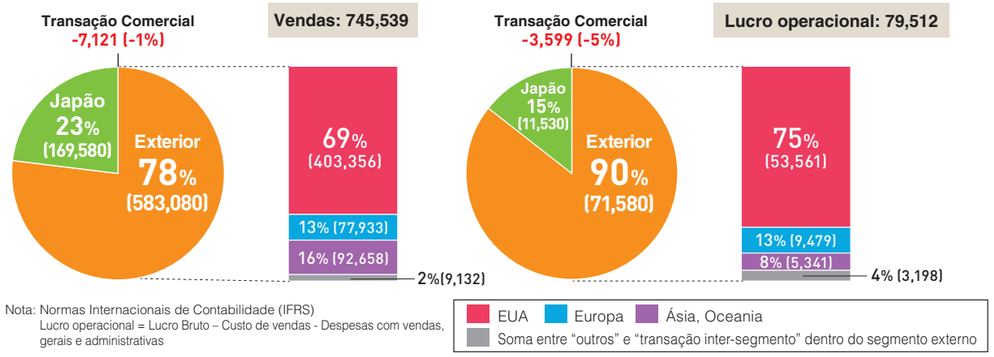
* Começando com as demonstrações financeiras consolidadas no relatório de títulos para o ano fiscal encerrado em 31 de março de 2021, o Grupo adotou as Normas Internacionais de Contabilidade (“IFRS”).
* O lucro operacional é o lucro após a dedução do custo de vendas, despesas gerais e administrativas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

Resultados consolidados do ano fiscal 2026 (Unidade : milhão)



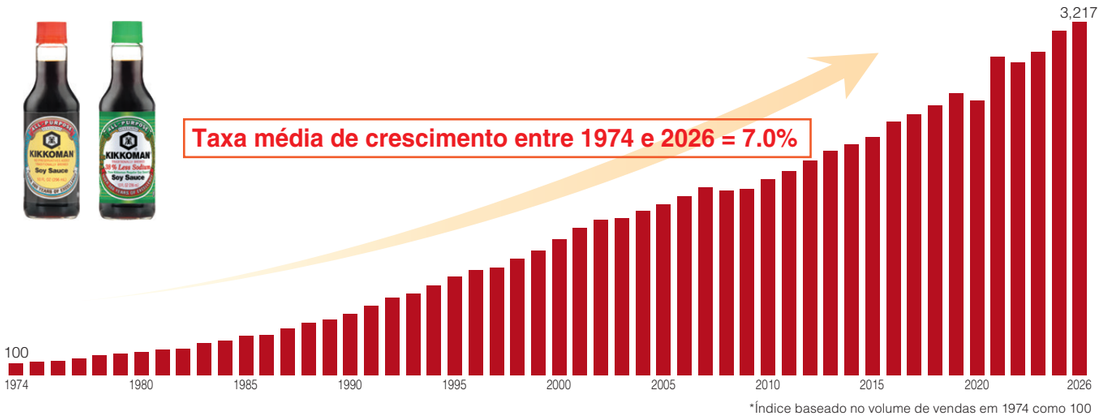
Nota: Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS)

Vendas e lucro operacional por região do ano fiscal que termina em março de 2026 (Unidade : milhão)



Nota: Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS)
Lucro operacional = Lucro Bruto – Custo de vendas - Despesas com vendas, gerais e administrativas

Volume de Vendas do Molho Shoyu Kikkoman no Exterior (entre 1974 e 2026)



*Índice baseado no volume de vendas em 1974 como 100

História do Shoyu Kikkoman

Comprometida com a qualidade há mais de 300 anos

A história da fabricação do shoyu pela Kikkoman iniciou-se há mais de 300 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.



Ilustração têxtil de Oshi-ê representando a Fabricação do Molho shoyu Noda (por volta de 1877)



Ilustração representando a produção do molho shoyu da Província de Shimousa, da Dainihon Bussan Zue (1877)



Sala executiva na época da fundação da Noda Shoyu Co., Ltd. (antecessora da Kikkoman Corporation, por volta de 1917)

"Processo de Fabricação" do Shoyu Kikkoman

HP HOME>Food Culture>Kikkoman Soy Sauce Museum

Técnica tradicional de fermentação e exaustiva busca pela qualidade

O Molho de Soja da Kikkoman que conhecemos foi feito pela primeira vez há 300 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.



Inspeção 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.

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 de soja Honjozo (tradicionalmente fermentado) contém cerca de 300 componentes de aroma, incluindo aromas de 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 honjozo.



HP HOME>Food Culture>Kikkoman Soy Sauce Museum

As 7 funções do shoyu

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

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 sinérgico



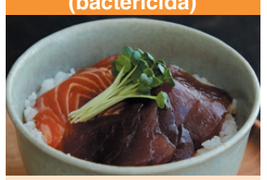
O sabor profundo de umami no soba-tsuyu (base da sopa para macarrão de soba) é criado por conta da interação de ácido glutâmico no molho de soja e ácido inosínico em flocos de bonito, usados para preparar o dashi (caldo japonês). Essa intensificação de todos os sabores, combinando diferentes componentes,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

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.

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.

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.

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

Molho Shoyu e condimentos relacionados

Foi fundada originalmente na cidade de Noda, província de Chiba, Kikkoman contruiu a fábrica de molho Shoyu Kansai (agora fábrica de Takasago) na província de Hyogo em 1931 para atender à demanda no oeste do Japão. Posteriormente, em 1987, a Fábrica de Chitose (agora Hokkaido Kikkoman Company) foi estabelecida em Hokkaido, a prefeitura mais ao norte do Japão, possibilitando o fornecimento do molho Shoyu Kikkoman aos consumidores de todo o país.
Além disso, a Kikkoman fabrica o tsuyu (um molho japonês concentrado, feito à base de molho shoyu), o tarê (molhos dip e de marinada) e outros condimentos relacionados ao molho shoyu, enquanto desenvolve uma ampla variedade de produtos derivados do molho Shoyu, incluindo bases de sabores para pratos japoneses feitos em casa que facilitam o preparo do autêntico washoku (culinária japonesa), adicionando apenas um ou dois temperos como ingredientes.



Mirin

Outro condimento essencial na origem do washoku é o hon mirin, um produto à base de álcool derivado do arroz.
Desenvolvido em 1814 por um membro das oito famílias fundadoras de nossa empresa, Monjiro Horikiri, a marca Manjo se concentra em um shiromirin de bela tonalidade transparente. Seu método tradicional de fabricação, que exige tempo e esforço para uma maturação lenta com ingredientes de alta qualidade, é realizado há mais de 200 anos.



Diversificação de Negócios

Prevendo um futuro declínio da demanda do molho shoyu, que foi amplamente suportado pelo crescimento da população, a Kikkoman voltou-se para a diversificação dos negócios na década de 1960. Expandimos as nossas operações de negócios focando em áreas onde poderíamos aproveitar a nossa longa capacidade tecnológica de cultivo para o processamento agrícola e fermentação. A Kikkoman também dá importância aos ingredientes nessas áreas e valoriza a nossa abordagem, que utiliza o poder da natureza.

Del Monte

Em 1963, a Kikkoman começou a fabricar produtos de tomate processado sob a marca Del Monte. Nossa linha de produtos, que vai além do suco de tomate e do ketchup, expandiu-se para incluir milho processado e até mesmo condimentos de estilo ocidental.



Manns Wines

A Kikkoman começou a produzir vinho em 1962 com o objetivo de “criar vinho japonês feito com uvas japonesas”. Oferecemos uma ampla seleção e de alta qualidade que vai de vinhos premium a vinhos de mesa.



Negócio do Leite de Soja

Em 2008, a nossa empresa entrou nos negócios de leite de soja quando a Kibun Food Chemifa Co., Ltd., um dos principais fabricantes de leite de soja e produtor de leite de soja Kibun, tornou-se uma subsidiária integral da Kikkoman. Como a marca número 1 de leite de soja no Japão, visamos aumentar ainda mais a demanda do mercado.



Exterior

Desde a primeira fundação de uma empresa de vendas e marketing na América do Norte, em 1957, a Kikkoman tem se esforçado para internacionalizar as nossas operações. 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.



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.
Em 1998, a Kikkoman celebrou a inauguração de sua segunda fábrica nos Estados Unidos, na Califórnia, e, em 2026, de uma terceira unidade de produção em Jefferson, Wisconsin. Hoje, o nome “Kikkoman” tornou-se sinônimo de “molho de soja”, ao mesmo tempo que continua criando novo valor por meio da fusão de culturas gastronômicas.


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.



Fotos de mostruários de produtos em supermercados europeus

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.


Mercado público nas Filipinas

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.

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

Índia

Em setembro de 2020, o Grupo Kikkoman estabeleceu a Kikkoman India Private Limited (KID) em Mumbai, para servir como nossa base de importação e vendas na Índia. As operações em larga escala foram iniciadas em fevereiro do ano seguinte. A KID tem se concentrado na crescente popularidade da culinária chinesa indiana na Índia. Com o foco voltado aos restaurantes e chefs locais, a KID busca aumentar o reconhecimento sobre o Molho de Soja Kikkoman, destacando a sua excelente compatibilidade com pratos chinesa indiana.


Molho de Soja Kikkoman para o mercado indiano

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 15.000 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, o grupo desenvolve e produz as novas variedades não apenas nos Estados Unidos, mas também na Europa, e as vende sob a marca Yume Nishiki. O arroz da JFC tornou-se um produto alimentício apreciado globalmente.
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.

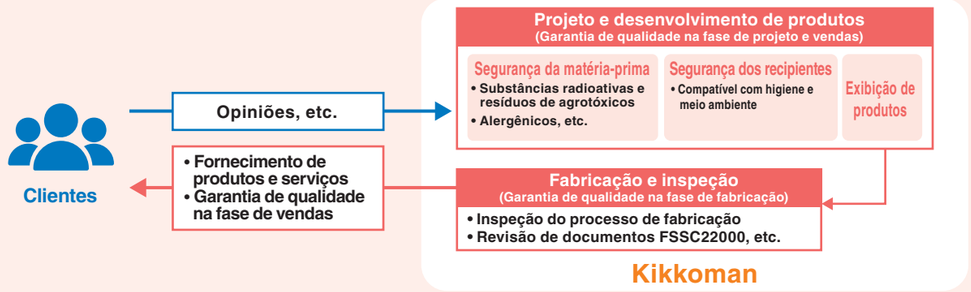


Segurança · Confiabilidade

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

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.

Atividades de Garantia de Qualidade do Grupo Kikkoman



Colocando em prática a educação alimentar e o intercâmbio

HP HOME> Food Culture







Curso Shoyu Kikkoman

Como parte de nossas atividades de Shokuiku (educação alimentar), oferecemos o “Seminário de Molho de Soja Kikkoman”, um programa educativo para alunos do ensino fundamental, principalmente do terceiro e quarto anos. Ministrado por um(a) “Professor(a) de Molho de Soja”, interpretado(a) por um(a) funcionário(a) da Kikkoman, o programa proporciona uma maneira divertida e envolvente de aprender sobre o molho de soja, ao mesmo tempo em que incentiva os alunos a refletirem sobre a importância dos alimentos e o prazer de comer. É amplamente utilizado como parte de atividades de aprendizagem integrada.

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 e suas famílias anfitriãs. Eles visitam o Museu do Molho de Soja 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

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.
Tema
- Mudanças climáticas
- Ambiente alimentar
- Aproveitamento de recursos

Alimentação e Saúde
Colocamos em prática as ideias contidas na Promessa da Kikkoman.
Tema
- 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.
Tema
- 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

Auxílio à Pesquisa sobre Agricultura Sustentável e Água Doce nos EUA



Desde que a instituição de caridade Kikkoman Foods Foundation foi estabelecida em 1993, a sede da KIKKOMAN FOODS, INC., a Fábrica Walworth em Wisconsin (KFI-WIW) e as operações de produção de molho shoyu do Grupo Kikkoman nos EUA, fizeram doações às áreas de meio ambiente e de educação, a fim de contribuir para a comunidade local. Em 2023, em comemoração ao 50º aniversário desde o início das entregas da KFI-WIW, foi doado um total de 5 milhões de dólares à Universidade de Wisconsin para ajudar nos programas de pesquisa sobre agricultura sustentável e água doce. Visando manter a harmonia com a natureza e construir uma sociedade sustentável, esta iniciativa incorpora os Princípios de Gestão do Grupo Kikkoman.

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 obstetrícia 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.