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

kikkoman

seasoning your life

2026

KIKKOMAN CORPORATION

Español



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

El eslogan corporativo, "seasoning your life", contiene el mensaje fundamental de que Kikkoman "te ayuda a saborear las alegrías de la vida". Sugiere que, a medida de que Kikkoman sazona y enriquece tu comida, también aporta plenitud a la vida como un todo.



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

- **Ofrecemos productos y servicios de alta calidad con integridad, mediante mejoras continuas en nuestra larga tradición de técnicas y conocimientos.**
- **Proponemos una dieta bien balanceada y nutritiva que enfatice el sabor de los ingredientes y aportamos felicidad al mundo cada día por ayudar a mantener la mente y el cuerpo sanos.**
- **Creamos experiencias estimulantes de sabores nuevos fusionando las culturas gastronómicas alrededor del mundo y proponemos una vida alimentaria rica y variada acorde con cada tiempo y cultura.**



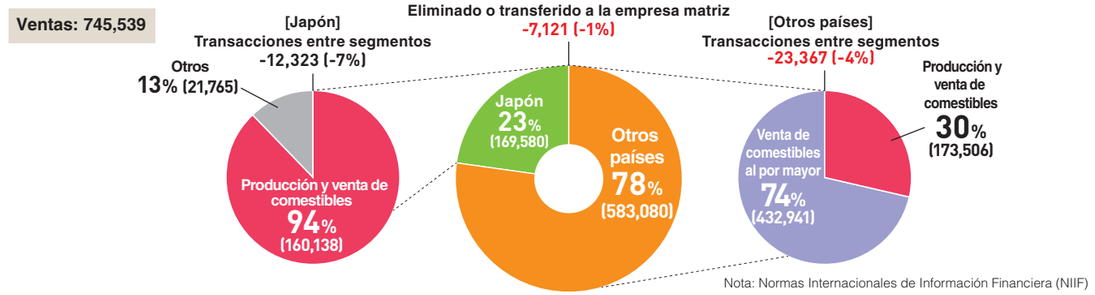
Datos del Grupo Kikkoman

Área de negocios del Grupo Kikkoman:
1) Producción y marketing de productos alimentarios.
2) Suministro de productos y servicios relacionados con "Alimentación y Salud".

Nombre de la empresa	Kikkoman Corporation	**Descripción del negocio** (principales productos y operaciones)	Desarrollo de estrategias de gestión de todo el grupo y supervisión de su implementación
Fecha de fundación	7 de diciembre de 1917	**Ingresos** (consolidados)	745,539 millones de yenes (a marzo de 2026)
Sede central de Noda	250 Noda, Noda-shi, Chiba 278-8601, Japón Tel: +81 (4) 7123-5111	**Beneficios empresariales** (consolidados)	79,512 millones de yenes (a marzo de 2026)
Sede central de Tokio	2-1-1 Nishi-Shinbashi, Minato-ku, Tokio 105-8428, Japón Tel: +81 (3) 5521-5131	**Número de empleados** (consolidados)	7,911 (a 31 de marzo de 2026)
Director Representante, Presidente y CEO	Shozaburo Nakano	**Ejercicio**	Del 1 de abril al 31 de marzo del año próximo
Capital social	11.599 millones de yenes (a 31 de marzo de 2026)		

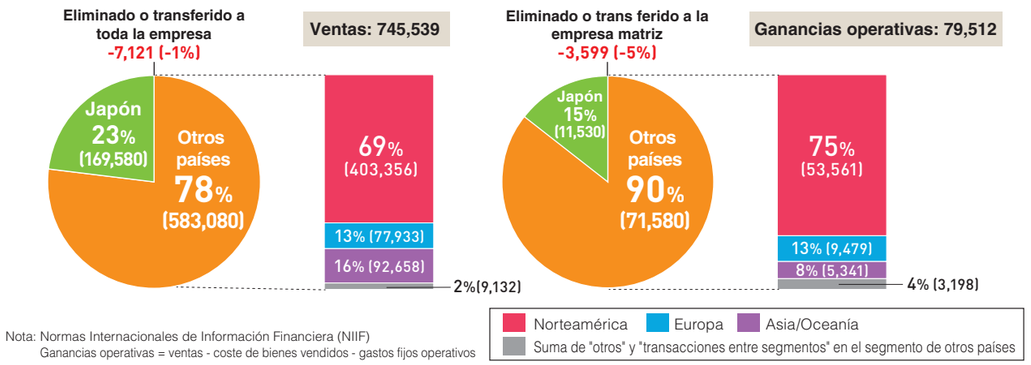
* Empezando con los datos financieros consolidados del año fiscal acabado en marzo de 2021, nuestro grupo ha adoptado las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).
* Las ganancias operativas son el beneficio obtenido al restar de las ventas los gastos de venta, generales y administrativos.

Resultados consolidados del año fiscal acabado en marzo de 2026 (unidad: millones de yenes)



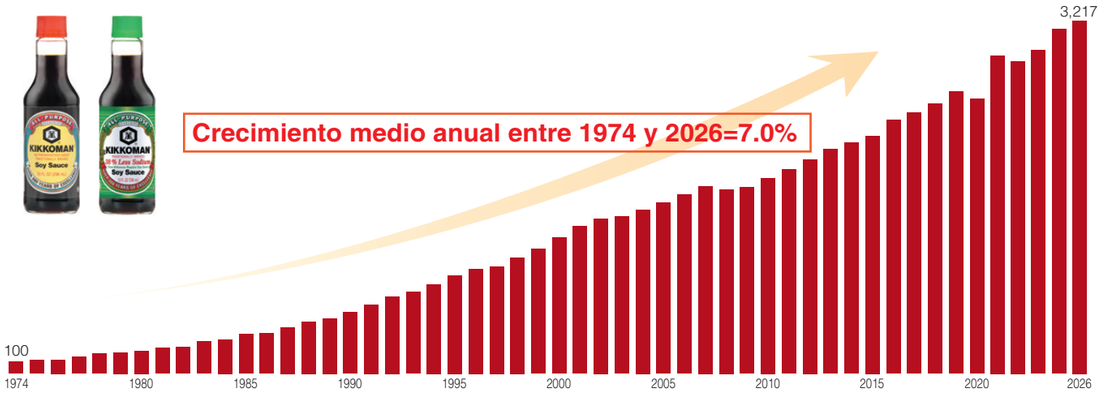
Nota: Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)

Ventas y ganancias operativas según región del año fiscal acabado en marzo de 2026 (unidad: millones de yenes)



Nota: Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)
Ganancias operativas = ventas - coste de bienes vendidos - gastos fijos operativos

Volumen de ventas de Salsa de Soja Kikkoman en el extranjero (entre 1974 y 2026)



Nota: cantidades normalizadas tomando las ventas del ejercicio de 1974 como 100.
Fuente: investigación propia.

Historia de la salsa de soja Kikkoman

Comprometidos con la calidad durante más de 300 años

La historia de la producción de salsa de soja Kikkoman comienza hace más de 300 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.



Ilustración textil Oshi-e representando la Elaboración de Salsa de Soja Noda (alrededor de 1877)



Ilustración representando la producción de salsa de soja en la provincia de Shimousa, en Dainihon Bussan Zue (1877)



Sala ejecutiva en la época de la fundación de Noda Shoyu Co. Ltd. (predecesora de Kikkoman Corporation, alrededor de 1917)

Método de elaboración de la salsa de soja Kikkoman

HP HOME>Food Culture>Kikkoman Soy Sauce Museum

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 300 años. Aunque ahora se fabrica en una escala mucho más grande, Kikkoman ha seguido elaborando salsa de soja mediante el método honjozo, 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.

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 Honjozo (elaborada tradicionalmente) contiene unos 300 componentes aromáticos, incluidos los presentes en 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".



HP HOME>Food Culture>Kikkoman Soy Sauce Museum

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 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 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 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 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 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.

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

Salsa de Soja y Condimentos Relacionados

Fundado originalmente en la ciudad de Noda, prefectura de Chiba, Kikkoman construyó la Fábrica de Salsa de Soja de Kansai (actualmente Fábrica de Takasago) en la prefectura de Hyogo en 1931 para cubrir la demanda en el oeste de Japón. Posteriormente, en 1987, la Fábrica de Chitose (actualmente Hokkaido Kikkoman Company) se estableció en Hokkaido, la prefectura más septentrional de Japón, haciéndolo posible suministrar la Salsa de Soja Kikkoman a los consumidores de todo el país.
Además, Kikkoman fabrica tsuyu (una salsa japonesa concentrada, hecha a base de salsa de soja), tare (salsas para mojar y marinar) y otros condimentos relacionados con la salsa de soja, a la vez que desarrolla una amplia variedad de productos derivados de la salsa de soja, incluyendo bases de sabor para platos japoneses hechos en casa que facilitan preparar auténtico washoku (gastronomía japonesa) , añadiendo solamente uno o dos ingredientes de temporada.



Mirin

Otro condimento esencial en el origen del washoku es el hon mirin, un producto a base de alcohol derivado del arroz. Desarrollado en 1814 por un miembro de las ocho familias fundadoras de nuestra empresa, Monjiro Horikiri, la marca Manjo se centra en un shiromirin de un bello color transparente. Su método tradicional de elaboración, que requiere tiempo y esfuerzo para una maduración lenta con ingredientes de alta calidad, se ha llevado a cabo durante más de 200 años.



Diversificación de Negocios

Previendo un futuro declive en la demanda de salsa de soja, que había sido apoyado en gran parte por el crecimiento demográfico, Kikkoman se orientó hacia la diversificación de negocios en la década de 1960. Ampliamos nuestras operaciones de negocios enfocándonos en áreas donde podríamos aprovechar nuestras capacidades tecnológicas cultivadas con tiempo para el procesamiento agrícola y fermentación. Kikkoman también da importancia a los ingredientes en estas áreas y valora nuestro enfoque, que ulitiza el poder de la naturaleza.

Del Monte

En 1963, Kikkoman empezó a fabricar productos de tomate procesado bajo la marca Del Monte. Nuestra gama de productos, que va más allá del zumo de tomate y el kétchup, se ha ampliado hasta maíz procesado e incluso condimentos de estilo occidental.



Manns Wines

Kikkoman empezó a producir vino en 1962 con el objetivo de “crear vino japonés hecho con uvas japonesas”.
Ofrecemos una selección amplia y de alta calidad que va de vinos premium a vinos de mesa.



Negocio de la Leche de Soja

En 2008, nuestra empresa entró en el negocio de la leche de soja cuando Kibun Food Chemifa Co., Letd., uno de los principales fabricantes de leche de soja y productor de la leche de soja Kibun, se convirtió en una filial al 100% de Kikkoman. Como la marca número 1 de leche de soja en Japón, aspiramos aumentar aún más la demanda del mercado.



Extranjero

Desde la primera fundación de una empresa de ventas y marketing en Norteamérica en 1957, Kikkoman nos hemos esforzado para internacionalizar nuestras operaciones. 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.

●: Centros de producción

◎Produciendo salsa de soja japonesa en todo el mundo

Después de empezar la producción en nuestro primer centro en el extranjero, establecido en Estados Unidos en 1973, abrimos centros en Asia, Europa y Suramérica para suministrar salsa de soja de elaboración reciente por todo el mundo.

◆: Centros de investigación y desarrollo

◎Estrategia de I+D global

Establecida para realizar con inmediatez el desarrollo de productos que se adapten a las necesidades de cada región.



- ● Salsa de Soja: centros de producción
- ■ Salsa de Soja: centros de ventas
- ◆ Salsa de Soja: centros de I+D
- ● Del Monte: centros de producción
- ■ Del Monte: centros de ventas
- ▲ JFC: centros de ventas al por mayor

▲: Venta al por mayor de alimentación asiática

◎Llevando el buen sabor oriental al mundo

En 1969 comenzamos la línea de negocios de venta mayorista de alimentación asiática centrándonos en los ingredientes japoneses. Actualmente, en Estados Unidos, hemos alcanzado el más alto nivel en la industria.

Norteamérica

Nuestras actividades de exportación a gran escala comenzaron después de la Segunda Guerra Mundial. Al observar que a muchos estadounidenses de visita en Japón les gustaba la salsa de soja, tuvimos la certeza de que el condimento podía atraer los paladares de todo el mundo.
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, Kikkoman celebró la gran inauguración de su segunda fábrica en EE. UU., situada en California, y, en 2026, la de una tercera instalación dedicada a la producción en Jefferson, Wisconsin. Hoy en día, el nombre «Kikkoman» se ha convertido en sinónimo de «salsa de soja», al tiempo que crea de manera constante nuevo valor a través de la fusión de culturas gastronómicas.



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 "Daitokai". 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.



Fotos de los productos en las estanterías de los supermercados europeos

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 Taiwan, 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 Shanghái 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.


Mercado público en Filipinas

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)

India

En septiembre del 2020, el Grupo Kikkoman estableció Kikkoman India Private Limited (KID) en Mumbai como su base de importación y ventas en la India. Las operaciones a gran escala comenzaron en febrero del año siguiente. KID se ha centrado en la creciente popularidad de la cocina indo-china en la India. Al dirigirse principalmente a restaurantes y chefs locales, KID trabaja para aumentar el reconocimiento de la Salsa de Soja Kikkoman destacando su compatibilidad con los platos indo-chinos.


Salsa de Soja Kikkoman para el mercado indio

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 15.000 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 como la marca "Nishiki". Ahora el Grupo desarrolla y produce nuevas variedades no solo en Estados Unidos, sino también en Europa, y las comercializa bajo la marca "Yume Nishiki". El arroz de JFC se ha convertido en un producto alimenticio apreciado a nivel mundial.
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 desarrollado el negocio en dichos países.

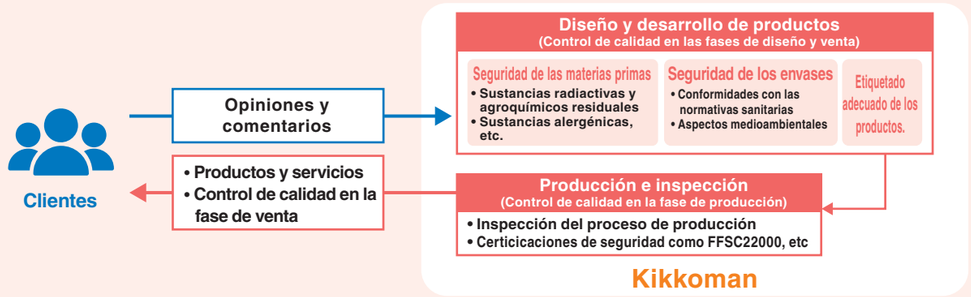


Calidad y seguridad

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

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 desfrutar 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.

Sistema del control de calidad del Grupo Kikkoman



Iniciativas de educación alimentaria e intercambio internacional

HP HOME> Food Culture



Clases de Kikkoman

En el marco de nuestras actividades de Shokuiku (educación alimentaria), ofrecemos el «Seminario sobre la Salsa de Soja de Kikkoman», un programa de divulgación dirigido a estudiantes de educación primaria, principalmente de tercer y cuarto curso. Guiado por un «Profesor de la Salsa de Soja» interpretado por un empleado de Kikkoman, el programa ofrece una forma amena y participativa de aprender sobre la salsa de soja, al tiempo que anima a los alumnos a reflexionar sobre la importancia de la alimentación y el placer de comer. Esta iniciativa se utiliza ampliamente como parte de las actividades de aprendizaje integrado.



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 y 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 recibimos a estudiantes estadounidenses de secundaria que vienen a Japón para estancias cortas, junto con sus familias anfitrionas en el Museo de la Salsa de Soja Kikkoman. Allí los participantes disfrutan de una visita guiada de nuestra planta y un taller 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

El medio ambiente mundial
Respetamos el medio ambiente y llevamos a cabo nuestras actividades empresariales en armonía con ello.
Temas
- Cambio climático
- Entorno alimenticio
- Uso eficiente de recursos

La alimentación y salud
Ponemos en práctica las aspiraciones contenidas en la “Promesa de Kikkoman”.
Temas
- Buen gusto y salud
- Respeto a dietas diversas
- Comunicación para los consumidores

La gente y sociedad
Fomentamos una cultura empresarial que valora a la gente. Bajo ella, contribuimos a los desarrollos sostenibles de la sociedad.
Temas
- 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

Ayuda para la Investigación sobre Agricultura Sostenible y Agua Dulce en EE.UU.



Desde que la fundación de caridad Kikkoman Foods Foundation se estableció en 1993, la sede principal de KIKKOMAN FOODS, INC. y la Fábrica de Walworth, Wisconsin (KFI-WIW), las operaciones de producción de salsa de soja del Grupo Kikkoman en EE.UU., han donado a los campos de medioambiente y educación para contribuir a la comunidad local. En 2023, en conmemoración del 50 aniversario del inicio del suministro desde KFI-WIW, se donó un total de 5 millones de dólares a la Universidad de Wisconsin para ayudar a los programas de investigación sobre agricultura sostenible y agua dulce. Orientada a mantener la harmonía con la naturaleza y crear una sociedad sostenible, esta iniciativa encarna los Principios de Gestión del Grupo Kikkoman.

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.