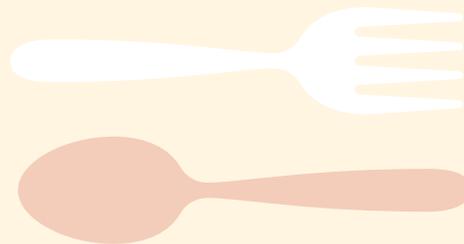
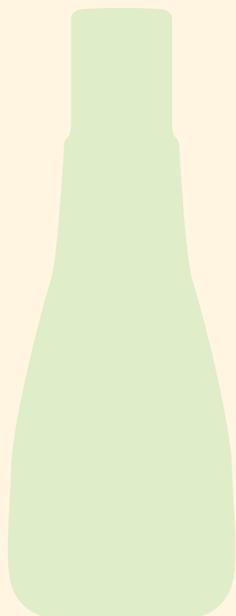
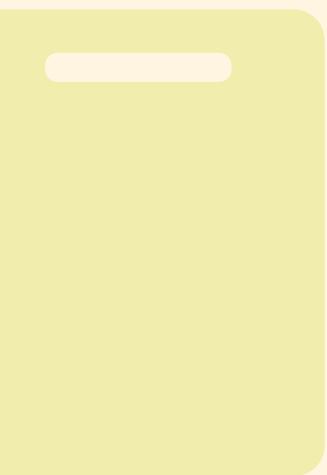


kikkoman 
おいしい記憶をつくりたい。



キッコーマングループ コーポレートレポート 2021



キッコーマン株式会社



キッコーマンの約束

こころをこめたおいしさで、
地球を食のよろこびで満たします。

伝統のわざと知恵を磨き続け、高品質の商品・サービスを誠実にていねいにお届けします。

素材をいかし、栄養バランスに優れた食生活の提案により、こころとからだの健康を応援し、毎日を明るい笑顔で彩ります。

世界の食文化との出会いの中で新しいおいしさを創造し、時代や文化に合った豊かな食生活をご提案します。

「キッコーマンの約束」とは

私たちが、しょうゆをつくり始めたのは、遠く江戸時代。いまでは100カ国以上でしょうゆをはじめ、さまざまな商品やサービスをお届けしています。事業の広がりとともに私たちの社会に対する責任が増してきました。そこで、お客様本位の基本に立ち返り、私たちが事業を通じて何ができるのか、どのようなことをめざすのか、その想いを明文化しました。それが「キッコーマンの約束」です。

目次

イントロダクション

- 03 ステークホルダーの皆様へ
- 05 At a glance
- 07 キッコーマングループの歩み
- 09 価値創造プロセス

価値創造ストーリー

- 11 グローバルビジョン2030
- 13 CEOメッセージ
- 15 COOメッセージ

価値創造戦略

- 17 地球環境
- 21 食と健康
- 25 人と社会
- 29 事業戦略
- 37 キッコーマングループのバリューチェーン

価値創造基盤

- 39 コーポレート・ガバナンス
- 43 コンプライアンス
- 45 リスクマネジメント体制



編集方針

キッコーマン(株)は、キッコーマンデータブックおよびAnnual Reportを改編し、2019年度よりキッコーマングループコーポレートレポート(コーポレートレポート)を発行しています。コーポレートレポートは、キッコーマングループの経営戦略や事業活動の報告を通じて、私たちが創出する経済的価値や社会的価値について幅広いステークホルダーにお伝えすることを目的としています。

報告対象組織

本報告書は、原則としてキッコーマングループ(持株会社であるキッコーマン株式会社、子会社60社および関連会社2社(2021年3月末現在))を報告対象としています。本報告書の文中では、キッコーマングループを「キッコーマングループ」、「グループ」または「当社グループ」、キッコーマン株式会社を「キッコーマン(株)」または「当社」、キッコーマン株式会社、キッコーマン食品、キッコーマン飲料、キッコーマンビジネスサービスの4社での活動を「キッコーマン」として区別して表記しています。それ以外は具体的な対象会社・対象部署を明示しています。

報告対象期間

2020年4月～2021年3月

※一部に対象期間以外の報告を含む場合があります。

発行年月

2021年10月

見直しに関する注意事項

本報告書には、キッコーマングループの過去と現在の事実だけでなく、発行時点における計画や見直しに基づく将来予測が含まれています。将来予測は、記述した時点で入手できた情報に基づく仮定あるいは判断です。諸与件の変化によって将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性があります。

参照ガイドライン

コーポレートレポートの編集にあたっては、Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Standard、国際統合報告評議会(現在のValue Reporting Foundation)による国際統合報告フレームワーク、価値協創ガイダンスなどを参照しています。

価値協創ガイダンスとは

「価値協創ガイダンス」とは、企業と投資家をつなぐ「共通言語」であり、企業(企業経営者)にとっては、投資家に伝えるべき情報(経営理念やビジネスモデル、戦略、ガバナンスなど)を体系的・統合的に整理し、情報開示や投資家との対話の質を高めるための手引です。各企業は、本ガイダンスの各項目を形式的・固定的にとらえることなく、自社のビジネスモデルや戦略にとって重要なものを選択し、これを自らの価値創造ストーリーに位置づけるなどして、本ガイダンスを活用することが期待されています。



国際財務報告基準(IFRS)の任意適用

当社は、2021年3月期の有価証券報告書における連結財務諸表から国際財務報告基準(IFRS)を適用しています。本報告書内において、日本基準(JGAAP)での数値を記載している場合は、その旨を注記しています。

情報体系

「キッコーマングループ コーポレートレポート」は、キッコーマングループの戦略や非財務・財務面の取り組みなどに関する統合報告を目的とした報告書です。本報告書は、戦略やコーポレート・ガバナンスなどに関する「コーポレートセクション」を中心に、環境面・社会面に関する「非財務セクション」、業績などに関する「財務セクション」のふたつの付記報告書で構成されています。

戦略やコーポレート・ガバナンスなどの報告

コーポレートセクション(本冊子)

関連報告書など



ファクトブック

<https://www.kikkoman.co.jp/ir/lib/factbook.html>



コーポレート・ガバナンス報告書

<https://www.kikkoman.co.jp/ir/lib/governance.html>

非財務報告

非財務セクション

関連報告書など

当社ホームページ内に「企業の社会的責任」として関連情報を掲載しています。



<https://www.kikkoman.com/jp/csr/index.html>

財務報告

財務セクション

関連報告書など



有価証券報告書

<https://www.kikkoman.co.jp/ir/lib/yuho.html>



決算説明会資料

<https://www.kikkoman.co.jp/ir/lib/presentation.html>

新たな中期経営計画は、2022年度を初年度として策定する予定です。詳細につきましては、2020年度決算説明会資料をご覧ください。

ステークホルダーの皆様へ

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の世界的な感染拡大は社会経済活動に大きな影響を及ぼしました。COVID-19でお亡くなりになられた方々にお悔やみを申し上げますとともに、感染拡大の影響を受けられた全ての方々に心よりお見舞い申し上げます。そして、医療の現場で活動されておられる全ての皆様に感謝を表します。

キッコーマンのしょうゆづくりが始まったのは江戸時代に遡ります。時を経て1917年、創業8家の合同によって現在のキッコーマン株式会社の前身である「野田醤油株式会社」が設立されました。その後の100年余りの間に、キッコーマンは、ローカルブランドからナショナルブランド、さらにグローバルブランドへと道をすすめてまいりました。



キッコーマングループは、企業の存続と繁栄は、消費者の皆様にご満足いただけて初めて実現できると考えています。100年を超える歩みの中で、消費者の皆様の声に耳を傾けるとともに、市場を洞察し、消費者の皆様にとって価値のある商品・サービスの提案を行ってまいりました。また、当社グループは創立当初から一貫して社会とのつながりを大切にしています。これらの考え方は「キッコーマングループ経営理念」に受け継がれています。

こうした変わらない価値観がある一方で、より激しくなる変化への対応も欠かせません。経営にはよりスピーディな意思決定と透明性の確保が求められており、そのためにはコーポレート・ガバナンスの重要性が増しています。コーポレート・ガバナンスにおいて最も重要なことは、最高経営責任者(CEO)に優れたリーダーシップを発揮してもらうことです。そして、社外取締役を中心として経営者をしっかり監督する仕組みが存在しなければなりません。そのためには、取締役会の監督機能が重要になります。

2020年度の実績報告会ではリモート開催などの感染対策を講じつつ、COVID-19の事業への影響を適宜確認し、その対応について協議しました。また、環境問題などの社会課題への取り組み、組織構造の見直しなどグループ経営に関わる重要事項について意思決定を行いました。今年度は、2022年度から始まる新しい中期経営計画の策定が予定されています。企業価値の向上に向けて、今後も取締役会で活発な議論を行ってまいります。

2021年10月

キッコーマン株式会社
取締役名誉会長
取締役会議長

茂木友三郎

キッコーマングループ経営理念

私たちキッコーマングループは、

- 1 「消費者本位」を基本理念とする
- 2 食文化の国際交流をすすめる
- 3 地球社会にとって存在意義のある企業をめざす



At a glance

2020年度の業績

売上収益

4,394億1千1百万円

事業利益

426億5千万円

親会社の所有者に帰属する当期利益

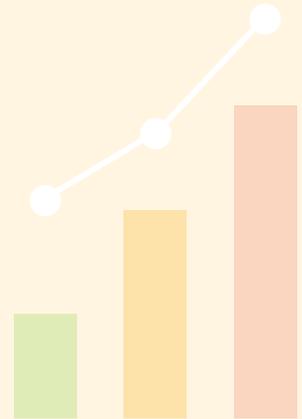
311億5千9百万円

事業利益率

9.7%

ROE

10.7%



※ 当社は2021年3月期の有価証券報告書における連結財務諸表から国際財務報告基準(IFRS)を適用しています。
※ 事業利益は、売上収益から売上原価ならびに販売費および一般管理費を控除した段階利益です。

従業員数

連結

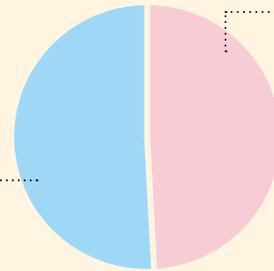
7,645人



国内外従業員比率

海外
50.8%

国内
49.2%



外部評価



FTSE4Good



FTSE Blossom
Japan

※ FTSE Russell (FTSE International Limited と Frank Russell Companyの登録商標) はここにキッコーマン株式会社が第三者調査の結果、FTSE Blossom Japan Index組み入れの要件を満たし、本インデックスの構成銘柄となったことを証します。FTSE Blossom Japan IndexはグローバルなインデックスプロバイダーであるFTSE Russellが作成し、環境、社会、ガバナンス(ESG)について優れた対応を行っている日本企業のパフォーマンスを測定するために設計されたものです。FTSE Blossom Japan Indexはサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されます。

2021 CONSTITUENT MSCIジャパン
ESGセレクト・リーダーズ指数

※ The inclusion of Kikkoman Corporation in any MSCI index, and the use of MSCI logos, trademarks, service marks or index names herein, do not constitute a sponsorship, endorsement or promotion of Kikkoman Corporation by MSCI or any of its affiliates. The MSCI indexes are the exclusive property of MSCI. MSCI and the MSCI index names and logos are trademarks or service marks of MSCI or its affiliates.



※ CDP…投資家、企業、国家、地域、都市が自らの環境影響を管理するためのグローバルな情報開示システムを運営する英国の非政府組織(NGO)



2021
健康経営優良法人
Health and productivity

※ 健康経営優良法人2021の認定期間は2021年3月4日～2022年3月31日

事業展開

P 29

海外

国内



食料品製造・販売事業

しょうゆ部門



デルモンテ部門



その他食料品部門



売上収益

1,008 億円

事業利益

事業利益

204 億円



食料品製造・販売事業

しょうゆ部門



飲料部門



食品部門



酒類部門



売上収益

売上収益

1,481 億円

事業利益

116 億円

2020年度

売上収益

4,394 億 1 千 1 百万円

事業利益

426 億 5 千万円



食料品卸売事業



売上収益

1,983 億円

事業利益

105 億円



その他事業



売上収益

211 億円

事業利益

19 億円

- 国内 食料品製造・販売事業
- 国内 その他事業
- 海外 食料品卸売事業
- 海外 食料品製造・販売事業

※ 売上収益構成比グラフおよび事業利益構成比グラフは相殺消去前の比率を記載しています。

イントロダクション

価値創造ストーリー

価値創造戦略

価値創造基盤

キッコーマングループの歩み

キッコーマングループはしょうゆづくりを通じて江戸時代から日本の食文化の発展を支えてきました。現在は食と健康に関わるさまざまな商品やサービスをグローバルに展開しています。

伝 統 の わ ざ と 知 恵 を

1917



1917 株式会社の設立

千葉県野田や流山の醸造家8家が合同し、キッコーマンの前身となる野田醤油株式会社を設立しました。

1928 経営理念の基本となる「産業魂」を発表

1939 第二次世界大戦

1940s

1940 商標を「キッコーマン」に統一

「キッコーマン六角形マーク」が使われ始めたのは1820年ごろと言われています。創業当時には複数の商標がありましたが、1940年に日本の商標を六角形マークに統一しました。



1950s

1957 米国への本格的な進出

本格的な米国進出を目的として、サンフランシスコに1957年に販売会社を設立しました。いまではキッコーマンしょうゆは米国の食生活に広く浸透しています。



1960s

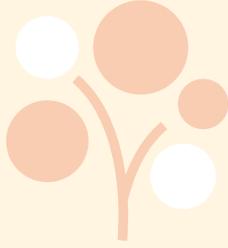
1961 事業の多角化

1961年に吉幸食品工業株式会社(現日本デルモンテ(株))、1962年に勝沼洋酒株式会社(現マンズワイン(株))を設立するなど事業の多角化をすすめました。現在は、トマト加工品などの「デルモンテ」、日本ワインなどの「マンズワイン」、豆乳の「キッコーマン豆乳」の各ブランドに加えて、「つゆ」や「たれ」などを通じた食の提案を行っています。



キッコーマンのグローバル展開

さまざまな料理になじむしょうゆの特徴を活かして、現地の食文化との融合を図ることでグローバルに拡大してきたキッコーマンしょうゆ。現在、世界100カ国以上で愛用され、海外にななつの生産拠点を持つに至っています。また各拠点においては、経営理念を実現し企業市民として社会に貢献するため、さまざまな取り組みをすすめています。



新しいおいしさへ

1973 米国の生産拠点から出荷開始

しょうゆが米国の食文化に浸透するのにもない、1973年にはウィスコンシン州の生産拠点からしょうゆが初出荷されました。

1973 オイルショック

1986 バブル景気

2000s

2001 国連グローバル・コンパクト署名

企業や団体が社会の良き一員として行動し、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組みである「国連グローバル・コンパクト」に、キッコーマン(株)は2001年に日本企業として初めて署名しました。



2008 リーマンショック

2008 新コーポレートマーク導入

2008年に現在使われているコーポレートマークを導入し、コーポレートスローガンを「おいしい記憶をつくりたい。」へと刷新しました。



2010s

2018 グローバルビジョン2030

2018年、キッコーマングループは「新しい価値創造への挑戦」をテーマに、グループ長期ビジョン「グローバルビジョン2030」を策定しました。

2020 新型コロナウイルス感染症の世界的感染拡大

キッコーマンの研究開発

キッコーマングループ研究開発部門は、会社創立以前の1904年に設立された野田醤油醸造組合醸造試験所を母体としています。試験所開設当時は、当時の先端技術であった純粋培養による種麴の製造研究が行われました。以来100年以上にわたり、しょうゆ醸造技術を基盤に、おいしさの追求と新たな領域への挑戦、食の安全・安心への取り組みをすすめてきました。基礎から応用にわたる研究・開発をさらに強化することで、より豊かで健康的な食生活に貢献することをめざした取り組みをすすめています。

価値創造プロセス

キッコーマングループは、売上や利益などの「経済的価値」と食文化や健康への貢献などの「社会的価値」を創出する中で中長期の成長戦略を推進しています。また、社会とともに持続可能な成長をつづけるために、事業活動を通じた社会課題の解決に取り組んでいます。

SDGsに代表される社会課題



グローバル
～新しい価値

バリュー

研究開発

調達



重要な社会課題3分野

地球環境

食と健康

人と社会

経営資源

P 12

コーポレート

キッコーマン

商品

ビジョン2030
創造への挑戦～

P 11

チェーン

P 37

製造



販売



お客様



品質保証



サービス

・ガバナンス

P 39

グループ経営理念

P 4

目指す姿

地球社会における
存在意義のある企業

創出する価値

経済的価値

売上、利益など



P 29

社会的価値

食文化、健康など



P 17

イントロダクション

価値創造ストーリー

価値創造戦略

価値創造基盤

グローバルビジョン2030

キッコーマングループは、2030年を目標として当社グループの「目指す姿」と「基本戦略」を定めた長期ビジョン「グローバルビジョン2030」を2018年4月に公表しました。

2030年までには社会構造、市場経済、消費者行動、情報技術、持続可能性においてさまざまな環境変化が起こることが想定されます。キッコーマングループの長期ビジョン

「グローバルビジョン2030」では、そうした変化を踏まえて「新しい価値創造への挑戦」をテーマにみつつの「目指す姿」の実現をめざします。

グローバルビジョン2030 ～新しい価値創造への挑戦～

目指す姿

1

**キッコーマンしょうゆを
グローバル・スタンダードの
調味料にする**

北米市場において「キッコーマンしょうゆ」が日常生活に浸透しているような姿を、世界中で展開し、各国の食文化との融合を実現していく

2

**世界中で新しいおいしさを
創造し、より豊かで健康的な
食生活に貢献する**

常に革新と差異化に挑戦することで、世界中の人々のおいしさや健康につながる価値ある商品・サービスを提供していく

3

**キッコーマンらしい活動を通
じて、地球社会における
存在意義をさらに高めていく**

地球社会が抱える課題の解決に寄与することにより、世界中の人々からキッコーマンがあってよかったと思われる企業になる

No.1バリューの提供

グローバルNo.1戦略

しょうゆ、東洋食品卸は、それぞれのビジネスモデルをより発展させ、グローバルNo.1の地位を強固なものとする。

エリアNo.1戦略

発酵・醸造技術、食品加工技術および蓄積してきたノウハウを活用し、特定の地域、領域で確かな価値を提供し、No.1の地位を獲得する。

新たな事業の創出

「内部資源」、「外部資源」などの経営資源を活用することで、新たな事業や商品を創出し、No.1バリューの提供に挑戦する。

経営資源の活用

「No.1バリューの提供」に向けて、環境変化を先取りし、発酵・醸造技術、人材・情報・キャッシュフローなどの経営資源を活用します。

発酵・醸造技術

人材・情報・キャッシュフロー

地球社会におけるキッコーマングループの存在意義を高める

キッコーマングループは世界中の人々からキッコーマンがあってよかったと思われる企業になるために、地球社会が抱える課題の解決に寄与することをめざした活動をすすめています。私たちはSDGsに代表される社会課題の解決

に貢献するとともに、それを事業機会とします。それによって経済的価値と社会的価値を向上させることで、地球社会におけるキッコーマングループの存在意義を高めます。

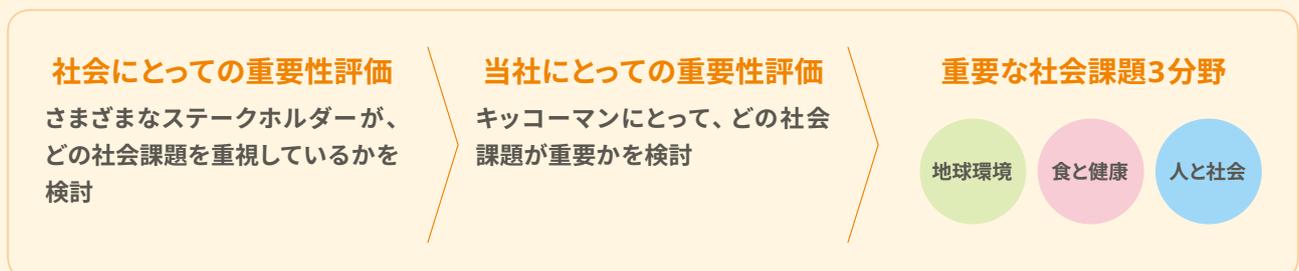


キッコーマングループの重要な社会課題3分野

多くの社会課題があるなか、キッコーマングループが取り組む特に重要な社会課題の分野を特定しました。

SDGsのゴールにあるように、地球社会は多くの課題を抱えています。キッコーマングループではそうした課題の中から、私たちが優先的に取り組むべき重要な社会課題についての検討を行いました。検討にあたっては、私たちは[社会にとっての重要な社会課題]と[キッコーマンに

とっての重要な社会課題]のふたつの視点で分析を行い、キッコーマン(株)CEOおよび役員による討議を重ねました。その結果、「地球環境」「食と健康」「人と社会」のみっつの重要分野を特定しました。



CEOメッセージ

はじめに

2021年6月22日に開催されたキッコーマン(株)株主総会後の取締役会において、代表取締役会長CEO(最高経営責任者)として私が、そして代表取締役社長COO(最高執行責任者)として中野祥三郎が選任されました。

新経営体制では、CEOはキッコーマングループの最高経営責任者として、グループ全体の経営戦略の意思決定を行います。COOは、CEOの意思決定によるグループ経営戦略に基づき、最高執行責任者として業務執行を担います。新経営体制のもと、企業価値をより一層高めるべく経営陣が一体となって取り組んでまいります。

グローバルビジョン2030

当社グループは、「新しい価値創造への挑戦」をテーマに「グローバルビジョン2030」の実現をめざして取り組んでいます。2030年に向けて、情報化社会の進展や地球環境問題などへの企業の対応がより強く求められています。世の中の変化は加速しており、我々はより迅速に対応する必要がありますと考えています。

グローバルビジョン2030では、みつつの「目指す姿」を掲げました。ひとつ目は、「キッコーマンしょうゆを

グローバル・スタンダードの調味料にする」です。現在、北米においてキッコーマンしょうゆが日常生活に浸透しており、このような状況を世界中に広げてまいります。そのために、2020年代には南米、2030年代以降にはインドそしてアフリカで、キッコーマンしょうゆを成長ステージに引き上げていきます。そして、このような挑戦的な目標を他の事業においても設定し、実行していきたいと思えます。ふたつ目は、「世界中で新しいおいしさを創造し、より豊かで健康的な食生活に貢献する」です。これは、常に革新と差異化に挑戦することで、世界中の人々のおいしさや健康につながる価値ある商品・サービスを提供していくということです。みつつ目は、「キッコーマンらしい活動を通じて、地球社会における存在意義をさらに高めていく」です。地球社会が抱える課題の解決に事業活動を通じて寄与することにより、世界中の人々からキッコーマンがあってよかったと思われる企業になりたいという姿勢を表明しました。

当社グループは、2050年CO₂排出ネットゼロ目標を定めました。また、2030年に向けて「キッコーマングループ長期環境ビジョン」を策定するとともに、「キッコーマングループ人権方針」を制定しました。目標や方針などを着実に実践しつつ、当社グループは持続可能な地球社会の

健康や環境などに対する社会の意識が高まる中、持続可能な社会を実現するために「グローバルビジョン2030」の実現をめざして取り組みます。

実現に向けて貢献してまいります。当報告書「コーポレートレポート2021」の編集にあたっては、これらの内容を含め、環境、社会、ガバナンスに関する当社の方針や取り組みを、当社グループの各部門が協力して集約し、誠実に作成しました。私はその内容が正当なものであることをここに表明します。本レポートを通じ、当社グループの活動についてご理解いただければ幸いです。

今後の取り組み

これからは、従来とは違う価値の創造が求められると考えています。社会経済や生活様式の変化をとらえ、消費者を基点にデータやITを活用して新しい価値を創造する取り組みを行う必要があります。また、健康や環境などに対する社会の意識は一段と高まってきています。健康的な食生活および持続可能な社会を実現するためのより積極的な施策に、当社グループは取り組んでまいります。

2021年10月

代表取締役会長CEO

堀切 功章

COO MESSAGE

就任にあたって

2021年6月にキッコーマン(株)代表取締役社長COOに就任しました。私はCOOとして、CEOの方針に沿って、グローバルビジョン2030の実現に向け、新しい価値創造への挑戦を行うことで、キッコーマングループの持続的な成長と収益力の強化をめざしていきます。

当社グループは江戸時代からの長い間、その時代の社会的要請に応え進化することで、企業として持続してきました。これからも生活者の皆様の「食と健康」に関する期待に応え、社会課題の解決に貢献することでグループとして成長していきたいと考えています。

2020年度の業績と取り組み内容

2020年度の世界経済は、COVID-19の感染拡大にともなう経済活動の抑制などにより、全体的に厳しい状況が続きました。当社グループにおいては、2020年度は国内外ともにコロナ禍での内食需要の拡大により、家庭用市場はおおむね好調でしたが、業務用市場は不調でした。

代表取締役社長COO

中野 祥三郎



国内は、家庭用の売上が業務用の減少をカバーできませんでした。海外は、北米および欧州のしょうゆ事業については、家庭用を大きく伸ばすことで貢献しました。このコロナ禍で海外の家庭用市場における需要を取り込めたことは、キッコーマンブランドが市場に浸透しているという証であると考えています。これは、私たちの先人が築き上げてきた貴重な財産であり、引き続き、私たちは世界各地においてキッコーマンブランドを浸透させ、強化してまいります。東洋食品卸売事業についても、外食業界がコロナ禍で厳しい状況にある中、家庭用の拡大により、業績に貢献しました。以上の結果、連結業績は、売上収益は前年度を少し下回る4,394億1千1百万円、事業利益は12.1%増の426億5千万円、親会社の所有者に帰属する当期利益は16.1%増の311億5千9百万円となりました。

2020年度に実施した環境面での主な取り組みでは、再生可能エネルギーの活用を拡大させるとともに、豆乳飲料に紙ストローを採用するなど環境配慮型商品の展開を行いました。商品やサービスの面では、ステイホームが世界的に

行われる中、家庭での料理を楽しんでいただくためのSNSを通じた提案などを実施しました。COVID-19の感染拡大にあたっては、自治体からの要請を受けて、当社が経営するキッコーマン総合病院でCOVID-19に感染された患者さんの受け入れを行いました。今後も、感染防止を徹底し、商品の安定供給に向けた取り組みをすすめます。

今後の抱負

ご家庭や外食業界の方々の料理を作るよろこび、家族や仲間とともに食事を楽しむよろこびを通じて、日々新たな価値を創造していきたいと思えます。グループが一体となって、未来への可能性を高めて「ここをこめたおいしさで、地球を食のよろこびで満たします」というキッコーマンの約束を実行してまいります。

2021年10月

江戸時代からの伝統を受け継ぎ、生活者の皆様の「食と健康」に関する期待に応えることで社会課題の解決に貢献し、グループの成長を実現します。

地球環境

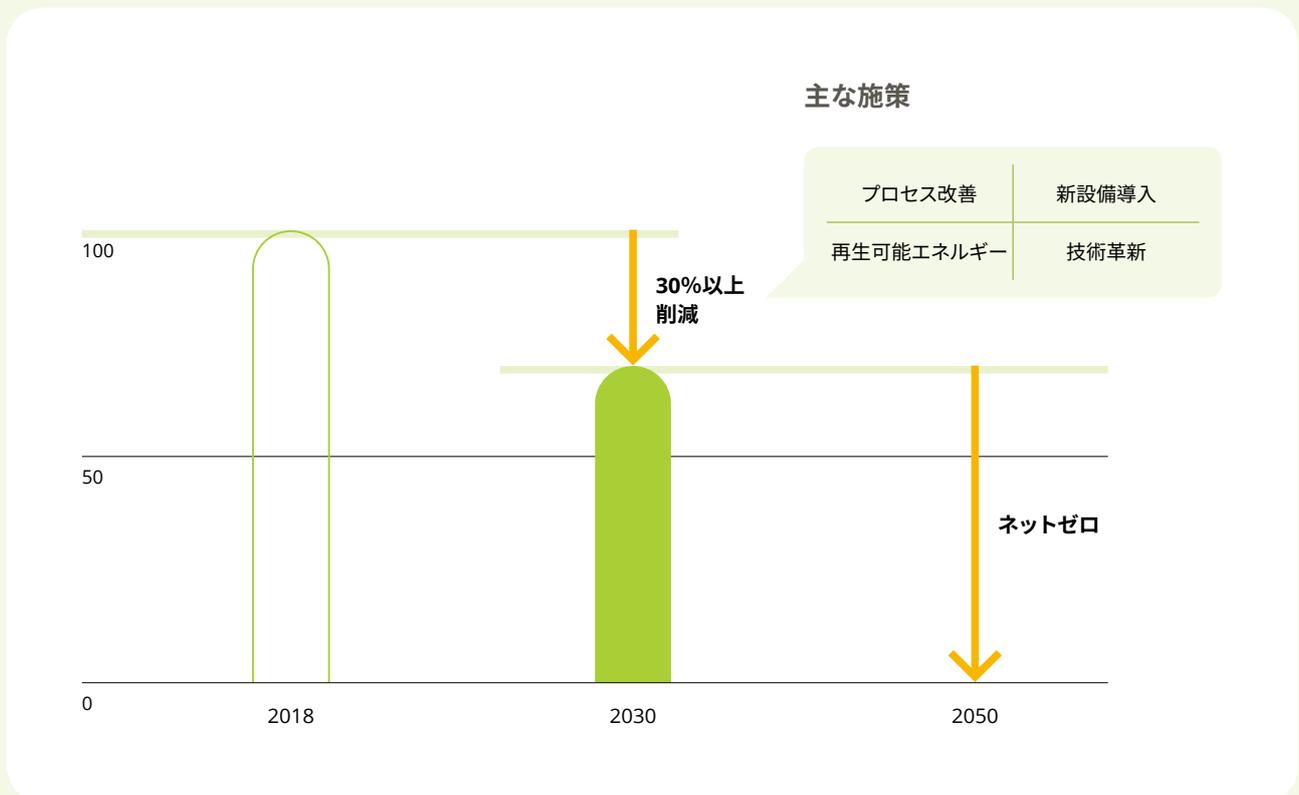


キッコーマングループでは、豊かな自然は私たちがおいしさをお届けするための基盤だと考えています。積極的な環境保全活動を通じて、私たちは環境への負荷を減らし、自然を守るための取り組みをすすめています。

気候変動問題解決に向けた取り組み

近年、世界各地で高温や熱波による健康被害、深刻な干ばつによる水不足、豪雨による洪水などが多発し、その被害が大きくなってきています。こうした異常気象には気候変動が大きく関わっており、地球規模で、生命、財産、経済活動を脅かす社会課題となっています。こうした背景から、SDGs (Sustainable Development Goals = 国連の

持続可能な開発目標)で「気候変動に具体的な対策を」がゴールのひとつとして取り上げられ、また、パリ協定では長期目標が定められました。こうした社会課題の解決に貢献するため、キッコーマングループは2050年のCO₂排出量ネットゼロ実現を目標にCO₂排出量の削減に取り組んでいます。



キッコーマングループ 長期環境ビジョン

キッコーマングループでは、1992年に「キッコーマングループ環境理念」を制定し、その後も中期環境方針などを定めて環境保全活動に関する取り組みをすすめてきました。2015年に国連が採択したSDGsに、水、エネルギー、気候変動、海や陸の豊かさなどが目標として含まれるなど、環境保全が大きな社会課題として認識される中、私たちは2030年に向けた環境ビジョン「キッコーマングループ 長期環境ビジョン」を2020年に策定しました。持続可能な社会の実現に向けて、長期的に取り組む「気候変動」「食の環境」「資源の活用」といった分野に加えて、テーマ、目標を定め、グループにおける環境保全活動をより強化していきます。

長期環境ビジョン全体像

持続可能な社会		
気候変動	食の環境	資源の活用
テーマ		
<ul style="list-style-type: none"> CO₂削減 	<ul style="list-style-type: none"> 水環境への配慮 持続可能な調達 	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄物・食品ロス対応 環境配慮型商品
2030年度までに目指す目標		
<ul style="list-style-type: none"> CO₂排出量 30%以上削減^{※1} 	<ul style="list-style-type: none"> 水の使用原単位 30%以上削減^{※2} 排水法規制よりも高い 自主基準値の達成維持 持続可能な調達体制の構築と推進 	<ul style="list-style-type: none"> 製造や流通段階での廃棄物削減 再資源化率100%^{※3} バリューチェーンを通じた環境配慮 型商品の展開

※1 2018年度比

※2 2011年度比

※3 生産部門

長期環境ビジョンの取り組み事例

キッコーマングループ長期環境ビジョンでは、「気候変動」「食の環境」「資源の活用」といった分野を定めました。気候変動では、プロセス改善、エネルギー効率の高い設備の導入、再生可能エネルギーの活用や技術革新などの施策を通じてCO₂排出量削減に取り組みます。食の環境では、水を効率的に活用し、工場で使用した水をできるだけきれいに自然に還すとともに、持続可能な調達を推進します。資源の活用では、貴重な資源を有効に活用するために、製造や流通の段階で発生する廃棄物の削減をすすめます。加えて、開発、製造から商品使用後の廃棄段階に至るまで、バリューチェーン全体を通じた環境配慮型商品の展開に取り組みます。

気候変動

再生可能エネルギーの活用

キッコーマングループではCO₂排出量を削減するために、太陽光パネルの設置などに加え、再生可能エネルギー電力の導入を推進しています。2020年度はオランダのしょうゆ工場であるKikkoman Foods Europe B.V.や国内外の拠点で再生可能エネルギー電力の活用をはじめました。



Kikkoman Foods Europe B.V. 外観



キッコーマン株式会社
環境部
濱 純子

企業価値向上につながる情報発信を

私はキッコーマングループの環境に関する情報開示を担当しており、CDP[※]気候変動や水セキュリティの回答などを行ってきました。気候変動や水、食品ロス削減や資源の循環といった環境活動についての社会的な関心が高まる中、情報開示に真摯に対応することが企業価値向上のために欠かせなくなっています。これからも社会からの要請を社内に伝えるとともに、キッコーマングループのさまざまな活動を効果的に発信していきたいと考えています。

※ CDP…投資家、企業、国家、地域、都市が自らの環境影響を管理するためのグローバルな情報開示システムを運営する英国の非政府組織 (NGO)

食の環境

持続可能な調達方針

食の環境を守るためには取引先などとの連携が欠かせないと私たちは考えています。キッコーマングループでは、2020年度に「持続可能な調達方針」を策定し、サプライヤーへの案内を開始するとともに、Sedex[※]の運用を行いました。

※ キッコーマングループは人権や環境などの情報を管理・共有するプラットフォームを提供する非営利団体「Sedex」に加盟しています。



資源の活用

Loopへの参画

米テラサイクル社が開発した商品提供システム「Loop (ループ)」は、食品などの消費財に使われる容器や商品パッケージを繰り返し利用することでプラスチック廃棄を削減することを目的としたプラットフォームです。環境保全をめざすLoopの方針に賛同し、キッコーマン食品およびキッコーマン飲料は2021年8月よりECモデル[※]で下記2アイテムの販売を開始しました。



キッコーマン Loop御用蔵醤油 250ml



デルモンテ Loop国産トマトジュース食塩無添加 500g

※ Loopには店頭で販売する「小売モデル」と、お客様に直接配送する「ECモデル」があり、上記商品は「ECモデル」で販売されています。

食と健康



食に携わる企業として、キッコーマングループは「食と健康」に関わる重要な責任があると考えています。安全で安心な商品やサービスをお届けするとともに、栄養バランスに優れた食生活の提案などを通じて、こころとからだの健康を応援する取り組みをすすめています。

健康に配慮した商品の展開

キッコーマングループでは、おいしさに加えてこころとからだの健康にも配慮した商品を展開しています。栄養価の高さだけでなく、高齢者の方の食べやすさなどに配慮

した商品をお届けするため、研究開発や商品開発に関する部門に加え、グループ会社がそれぞれ独自のノウハウを活かした取り組みをすすめています。

植物性たんぱく強化飲料

キッコーマンソイフーズは、「キッコーマン SoyBody」シリーズを2021年3月に発売開始しました。豆乳をベースに粉末状大豆たんぱくと粉末おからを加えてつくった植物性たんぱく強化飲料で、おいしく手軽に大豆のたんぱく質を摂取していただけます。



キッコーマン SoyBody ほんのりバニラ(左)
キッコーマン SoyBody ココア(右)

初めての食塩無使用ケチャップ

「デルモンテ ケチャップ食塩無添加」は、「デルモンテ トマトケチャップ」に比べ、トマトを1.2倍使用することでトマトのコクとうまみを引き出したケチャップです。食塩を添加しないことで、玉ねぎやトマトビネガーといった素材の味わいがより生きています。



デルモンテ ケチャップ 食塩無添加

ステイホームが広がる中でのマーケティング活動

2020年初頭からCOVID-19の感染が拡大する中で、感染を予防するために外出の自粛が広く呼びかけられました。それにともない、自宅で過ごす「ステイホーム」が

広がり、自宅で料理をする方が増えました。こうした社会的な変化を受けて、キッコーマングループではさまざまな提案を行いました。

Twitter企画

#うちで食べよう

ステイホームによる自宅での料理の増加にともない、キッコーマン食品は他の食品企業7社と連携して、Twitterへのレシピ投稿企画「#うちで食べよう」を2020年5月から実施しました。「#うちで食べよう」は、毎週共通の食材テーマをひとつ設定してTwitterにレシピを投稿する企画で、第一回は「鶏むね肉」を取り上げ、その後も「玉ねぎ」などのレシピが投稿されました。また、対象の投稿はキッコーマン公式アカウント上へ集約することで、全ての投稿を簡単に閲覧できるようになっています。複数の食品企業が連携した企画を通じて、レシピの幅が広がるとともに、より多くの方々にレシピ情報をお届けすることができました。



塩分を控えながら、おいしく、楽しい食生活の提案

いつもの調味料を減塩・低塩の調味料に変えて、塩分の摂取量を控えながら、おいしく、楽しく、健康的な食生活を送っていただきたいという思いを込めて、キッコーマンは「レスソル・ライフ」を提案しています。レスソルとは、「Less salt=塩を減らす」という造語で、レスソル・ライフの特設ウェブサイトでは減塩・低塩しょうゆのラインアップや減塩の料理づくりをよりおいしくするためのレシピをご紹介します。



詳しい情報はウェブサイトをご覧ください。

レスソル・ライフ、はじめてみませんか？

<https://www.kikkoman.co.jp/brand/lessalt>

食育への取り組み

キッコーマングループは、「食育」を食に携わる企業の責任と考え、2005年に「食育宣言」を発表して以来、食育体系に基づいて食育活動をすすめています。

2020年度の食育活動

しょうゆを通じて食について学ぶ「キッコーマンしょうゆ塾」をオンラインで開催

キッコーマンでは、食育活動の一環として小学生（主に中学年）を対象とした出前授業「キッコーマンしょうゆ塾」を実施してきました。しょうゆについて学びながら、「食べ物」の大切さや、「おいしく食べる」ことを考える機会として、総合学習の時間などにご活用いただいています。従来はキッコーマン社員が学校を訪問していましたが、COVID-19の感染拡大にともない、2020年度からはオンラインでのしょうゆ塾を開催しています。

授業の流れ

1. 身近にあるしょうゆ

しょうゆがどのように、どのような食品に使われているのかを考えます。

2. しょうゆは何からできる？

原材料である大豆・小麦・塩を説明します。

3. しょうゆができるまで

しょうゆづくりには自然の力と人の努力が必要であることを学び、環境についても考えます。

4. しょうゆになくてはならないもの

しょうゆの魅力（色、味、香り）を紹介します。

5. しょうゆのいろいろな働き

味つけだけではなく、しょうゆのさまざまな働きを確認します。

6. おいしく食べる

みんなで楽しく食事をすること、また、食事の準備や料理づくりに参加することが大切であることを確認します。



キッコーマン株式会社
コーポレートコミュニケーション部
社会活動グループ長
眞鍋 尚治

しょうゆ塾を通じて伝える食の大切さ

しょうゆ塾では、しょうゆに関する知識の紹介にとどまらず、楽しく食事をすることやおいしさについて考えていただくことを重視しています。COVID-19の感染が拡大する中で、以前と同じような形で食事を楽しむことが難しくなっています。そうしたときだからこそ、生徒の皆さんと一緒においしさについて考え、話し合うことに意義があると考えています。2020年度はオンライン形式を開始しましたが、今後も新しい工夫を取り入れ、食育活動をより充実させていきます。

食文化の継承と発展

キッコーマンでは、「食」に関する講演会、料理講習会、施設の運営を通じて、日本と世界の食文化の継承・発展に力を注いでいます。



しょうゆを中心とした食文化の研究と情報発信

キッコーマン(株)野田本社にある「キッコーマン国際食文化研究センター」では、「発酵調味料・しょうゆ」を基本とした食文化の研究、食に関する情報の収集、フォーラム・セミナーの開催などの活動を展開しています。また、研究内容や収集した情報・資料は、図書施設や企画展、ウェブサイトなどで一般公開し、「食文化の国際交流・融合」の推進に貢献しています。

食文化と料理の講習会

キッコーマン(株)東京本社「KCCホール」では、料理研究家やシェフなどの「食」のプロたちを講師とし、日本の食文化と料理、世界の食文化と料理、食と健康などのジャンルごとに講演と料理実演・試食といったスタイルの講習会を実施しています。

広く海外で実施する料理講習会

キッコーマングループの海外しょうゆ販売会社では、主に現地の料理人を対象にした料理講習会を数多く実施しています。講習会では日本食の調理だけでなく、日本食を調理する際に欠かせない魚介類の適切な取り扱いや衛生管理などのレクチャーを行い、おいしく安全・安心な日本食の普及に努めています。



ブルガリアでの料理講習会の様子

Topics

海外向けのしょうゆ紹介サイト「Kikkoman Soy Sauce Museum」

キッコーマンしょうゆの歴史や特徴を海外向けに紹介する特設サイト「Kikkoman Soy Sauce Museum」をリニューアルオープンしました。幅広い方々にご覧いただけるように、英語、中国語(簡体字・繁体字)、スペイン語、ポルトガル語の言語から選んで閲覧できる仕様になっています。



https://www.kikkoman.com/en/shokui/soysaucemuseum/index_en.html



人と社会

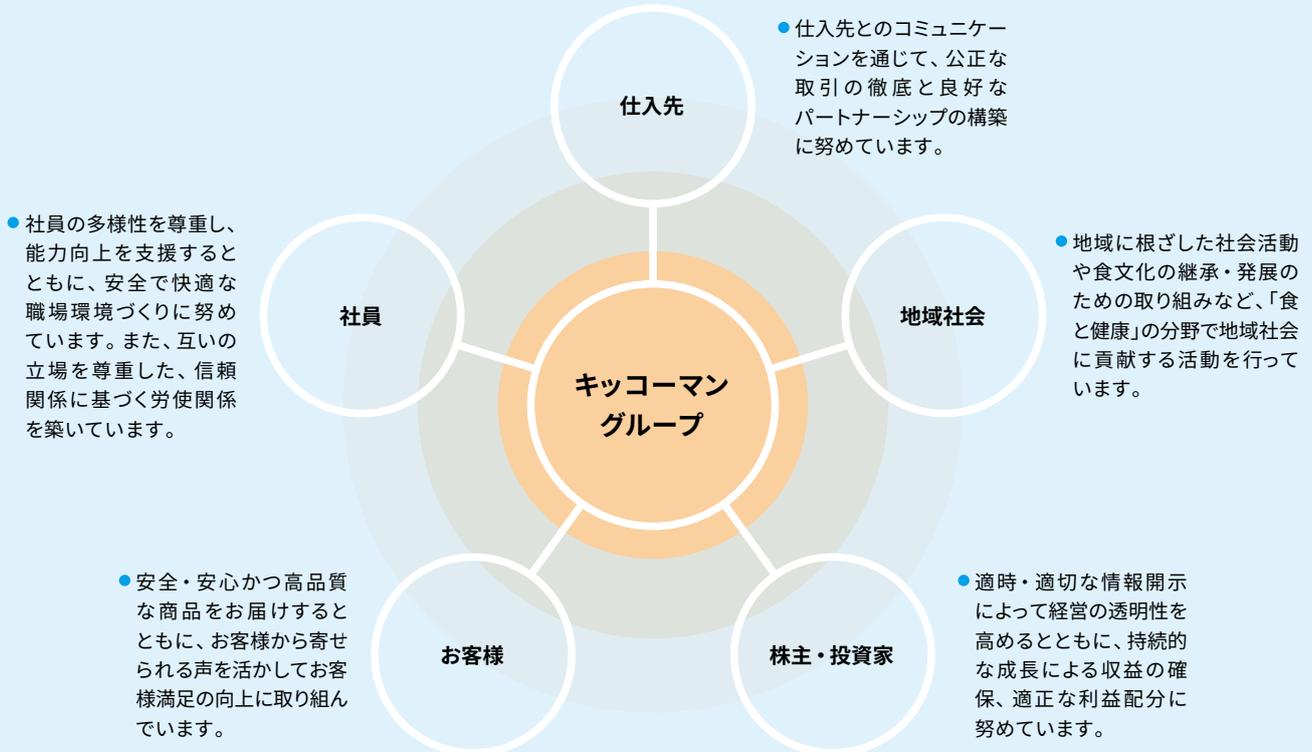


キッコーマングループは、人を大切にするとともに、社会とのつながりを重視した経営を行ってきました。私たちは幅広いステークホルダーの意見を尊重するとともに、「良き企業市民」としての役割を果たすため「食と健康」の分野を中心にした社会貢献活動に取り組んでいます。

ステークホルダー

基本方針

ステークホルダー(利害関係者)とは、企業と関係を持ち、企業の活動により影響を受ける、また影響を与えるグループを意味します。キッコーマングループは、幅広いステークホルダーへの責任を果たすための取り組みをすすめています。



外部団体との協働

キッコーマングループでは、専門性を持ったNGOなどの外部団体との協働を通じて、社会課題の解決に向けた取り組みをすすめています。

人権の尊重

基本方針

キッコーマングループは、人を大切にする経営をすすめてきました。この考え方は、当社グループ経営理念に反映されているとともに、行動規範にも「私たちは、人格と個性を尊重し、相互理解に努め、偏見に基づく差別を根絶します。私たちは、処遇において、公正な評価を行います。」と明記されています。また、人権の保護、不当な労働の排除、環境への対応、そして腐敗の防止に関わる10の原則を実践する自発的な取り組みを企業に求める「国連グローバル・コンパクト」に2001年に日本企業として初めて署名しました。当社グループは、サプライチェーン調査や社員教育などの取り組みを通じて、人権を尊重した事業活動を推進します。

キッコーマングループ 人権方針

キッコーマングループは、2020年度に「キッコーマングループ人権方針(人権方針)」を制定しました。人権方針では人権を尊重する当社グループの姿勢を表明しています。また、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、「国際人権章典(世界人権宣言と国際人権規約)」などの人権に関する国際的な規範への尊重と支持を明記しました。

人権方針に基づき、当社グループは具体的な施策の取り組みをすすめています。



詳しい情報はウェブサイトをご覧ください。

キッコーマングループ 人権方針：

<https://www.kikkoman.com/jp/csr/humanrights.html>

人権研修の実施

キッコーマングループでは人権に関する研修を継続的に実施しています。2020年度はダイバーシティ&インクルージョンを推進する取り組みの一環として、「LGBT+への理解と職場での対応について」をテーマとした「人権啓発研修会」をキッコーマン(株)野田本社でオンライン形式

にて開催しました。この研修では、外部講師としてすこたんソーシャルサービスを主宰される伊藤 悟先生をお招きし性的マイノリティへの理解などについてお話しいただきました。このほかにも、新入社員に向けた人権研修などのプログラムを実施しました。

人財

基本方針

キッコーマングループでは、経営理念を実現し、『おいしい記憶』を消費者の皆様にお届けするために、社員一人ひとりが働きがいを持って業務を行い、能力を十分に発揮することができる環境の整備に取り組み、制度、組織、働き方の見直しを行っています。

ワーク・ライフ・バランス

キッコーマンは法律施行の20年以上前の1978年に介護休業制度を導入しました。また、女性社員が出産後も安心して勤務できるように育児休業制度を法律施行より10年前の1981年に導入しました。次世代育成支援対策推進法に基づき行動計画を策定しており、次世代育成に関わる制度の啓発などに取り組んでいます。加えて、男性の育児休業取得をめざして2008年度に短期育児休職を可能にしました。2017年には、仕事の効率化や育児・介護と業務の両立支援を目的に、在宅勤務制度を導入し、あわせて配偶者帯同休職制度を導入しました。2019年度には1日の

所定労働時間は変えずに、始業・終業時間の前後調整を可能にする時差勤務制度、2020年度には社員の挑戦を支援するための休職制度としてチャレンジ休職制度の導入を行うなど、社員のワーク・ライフ・バランスを支援するための制度改善に継続的に取り組んでいます。

キッコーマンでは、年次有給休暇の取得を推奨しており、取得率向上に向けて1日単位だけではなく、半日または1時間単位で取得できるようにしています。こうした取り組みの結果、2020年度のキッコーマンの年次有給休暇取得率は69.1%でした。

研修プログラム

キッコーマンでは、新入社員研修や管理職研修など、社員のキャリアパスに応じた階層別研修を体系的に実施し、また、経営人財育成のため未来創造塾を行っています。そしてグループ力の強化を目的として、国内グループ会社との共同での研修開催の取り組みもすすめています。自ら

学ぶ社員を支援するために自己啓発研修制度として、ビジネススクールや、複数の講座から学びたいものを受講する「マイチャレンジ研修」、通信教育・e-ラーニングなど、多彩なプログラムを提供しています。

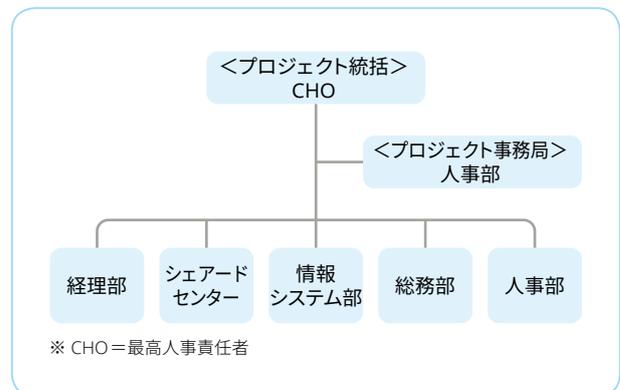
キッコマンがすすめる働き方改革の取り組み

キッコマンでは、生産性を向上させるとともに社員のワーク・ライフ・バランスを実現するために働き方改革に取り組んでいます。2020年度には具体的な施策をプロジェクト形式で検討・実施しました。

テレワークの本格的な実施に向け、さまざまな施策を検討・実施

キッコマンでは、働き方改革の一環としてテレワークの本格的な導入に向けた体制の整備をすすめてきました。2020年度に入り、COVID-19感染防止対策の観点からもテレワークの推進が重要になったため、在宅勤務のさらなる活用、オンライン会議の推奨、ペーパーレス化やシェアオフィスのトライアル運用、さらには通勤定期券のあり方見直しなどをプロジェクト形式で検討・実施し、テレワークにおいても効率的な業務遂行が可能な環境整備をすすめました。また、労使による「働き方に関する検討委員会」を定期的に行っており、制度の運用状況や働き方に関する意見交換を行っています。これらの施策を通じて、効率的な働き方の実現や時間の有効活用による生産性向上を図るとともに、社員のワーク・ライフ・バランスの実現をめざして取り組んでいます。

働き方改革プロジェクト運営体制



詳しい情報はウェブサイトをご覧ください。

キッコマンにおける働き方改革の取り組み：

<https://www.kikkoman.com/jp/csr/social/staff.html>



キッコマン
ビジネスサービス株式会社
人事部 勤労グループ

増田 光孝

働きやすさの実現を通じた生産性の向上

経理部・シェアードセンター、情報システム部、総務部、人事部といった部署が参加するプロジェクトが発足し、私は全体を取りまとめる事務局として参画しました。テレワーク環境を整備することで、無駄の排除や、業務への集中などにより時間を創出し、アウトプットの質と量の向上をめざしました。従来の業務について、効率化、電子化を行うなど、社員一人ひとりが働き方を見直すことで、ワーク・ライフ・バランスの向上も期待されます。今後も、働き方のあるべき姿を検討し、キッコマングループの生産性向上に取り組んでまいります。

国内

食料品製造・販売事業

国内 食料品製造・販売事業は、しょうゆ部門、つゆ・たれ・デルモンテ調味料等の食品部門、豆乳飲料・デルモンテ飲料等の飲料部門、みりん・ワイン等の酒類部門からなり、国内において当該商品の製造・販売を手がけています。

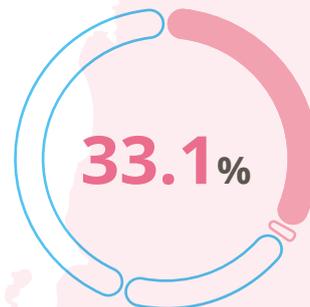
2020年度業績

売上収益

1,481 億 2 千 2 百万円

↓ 前期比 97.7%

売上収益構成比

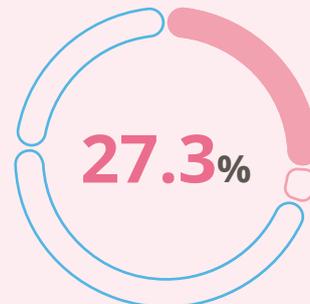


事業利益

116 億 3 千 1 百万円

↑ 前期比 103.4%

事業利益構成比



※ 売上収益構成比グラフは各事業間取引の相殺消去後の比率を、事業利益構成比グラフは相殺消去前の比率を記載しています。

しょうゆ部門

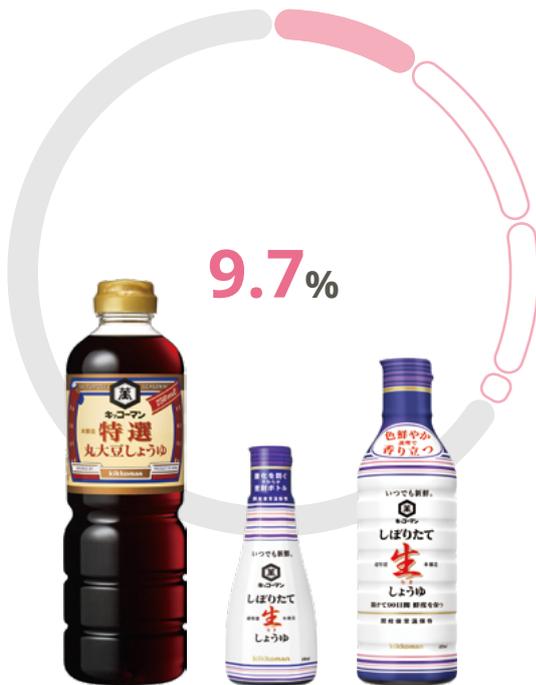
部門の概要

「キッコーマン」ブランドに代表されるしょうゆの製造・販売を行っています。

2020年度の振り返り

しょうゆは、家庭用分野では、テレビ宣伝を中心とした商品の付加価値を伝えるマーケティング施策等により「いつでも新鮮」シリーズがさらに売上を伸ばし、「特選丸大豆しょうゆ」などのペットボトル品も前年同期を上回りました。加工・業務用分野は、前年同期を下回りました。この結果、部門全体としては前年同期の売上を下回りました。

グループ内売上収益構成比



※ 各事業間の取引相殺消去前の比率

食品部門

部門の概要

「本つゆ」ブランドなどのつゆ類や「わが家は焼肉屋さん」ブランドのたれ類などのしょうゆ関連調味料のほか、デルモンテトマト加工品・缶詰、業務用食材の製造・販売を行っています。

2020年度の振り返り

つゆ類は、「濃いだし本つゆ」を中心に好調に推移したため、前年同期を上回りました。たれ類は、主力商品である「わが家は焼肉屋さん」シリーズが好調に推移したものの、加工・業務用分野が苦戦したことにより、前年同期を下回りました。「うちのごはん」は、前年同期を下回りました。デルモンテ調味料は、家庭用分野が伸長したものの、加工・業務用分野が減少し、前年同期を下回りました。この結果、部門全体としては、加工・業務用分野が前年同期を下回ったため、前年同期の売上を下回りました。

グループ内売上収益構成比



※ 各事業間の取引相殺消去前の比率

飲料部門

部門の概要

豆乳飲料、「デルモンテ」ブランドの野菜果実飲料などの製造・販売を行っています。

2020年度の振り返り

豆乳飲料は、健康志向の高まりを背景に無調整豆乳が伸長し、飲用だけでなく料理素材として豆乳を使う消費者も増えた一方、調製豆乳200mlが振るわず前年同期並みとなりました。デルモンテ飲料は、野菜ジュースが堅調に推移したものの、トマトジュース、果汁飲料が振るわず、前年同期の売上を下回りました。この結果、部門全体としては前年同期の売上を下回りました。

グループ内売上収益構成比



※ 各事業間の取引相殺消去前の比率

酒類部門

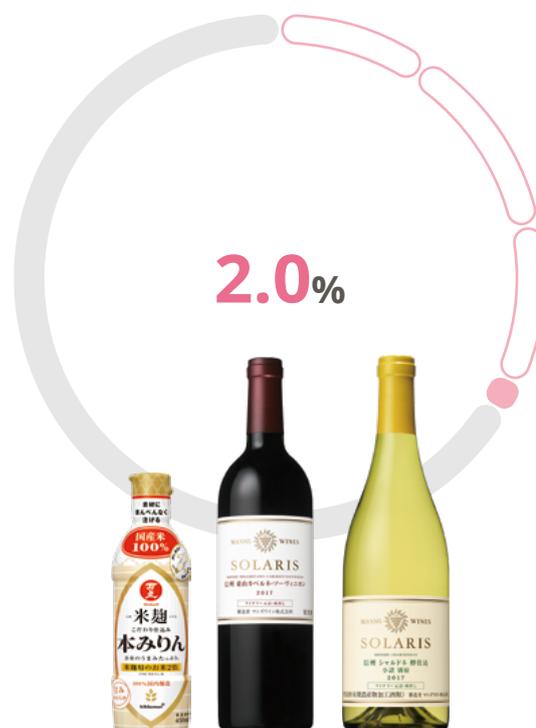
部門の概要

「マンジョウ」ブランドの本みりんや料理酒などに加えて、「マンズワイン」ブランドなどのワインの製造・販売を行っています。

2020年度の振り返り

本みりんは、家庭内需要の増加もあり、家庭用分野では、高付加価値商品の「米麴こだわり仕込み本みりん」や「濃厚熟成本みりん」などが売上を伸ばしましたが、加工・業務用分野で大型容器が減少したため前年同期を下回りました。ワインは、ホテル・レストラン需要の減少により、前年同期の売上を下回りました。この結果、部門全体としては前年同期の売上を下回りました。

グループ内売上収益構成比



※ 各事業間の取引相殺消去前の比率

国内

その他事業

臨床診断薬・衛生検査薬・加工用酵素、ヒアルロン酸等の化成品等の製造・販売、不動産賃貸および運送事業、グループ会社内への間接業務の提供等を行っています。

2020年度業績

売上収益

211億8千6百万円

前期比 99.3%

売上収益構成比

1.7%

事業利益

19億1千5百万円

前期比 114.1%

事業利益構成比

4.5%

※ 売上収益構成比グラフは各事業間取引の相殺消去後の比率を、事業利益構成比グラフは相殺消去前の比率を記載しています。

2020年度の振り返り

化成品等は、臨床診断薬は前年同期を下回ったものの、衛生検査薬が伸長し、前年同期の売上を上回りました。

運送事業は前年同期を下回りました。この結果、部門全体としては前年同期の売上を下回りました。



 海外

食料品製造・販売事業

海外 食料品製造・販売事業は、しょうゆ部門、デルモンテ部門、健康食品等のその他食料品部門からなり、海外においてこれらの商品の製造・販売を手がけています。

2020年度業績

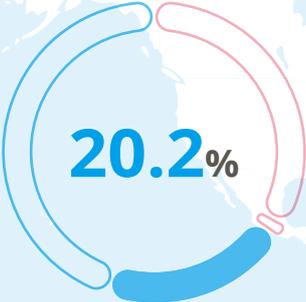
売上収益

1,008億 **3**千 **2**百万円

↑ 前期比 105.8%

売上収益構成比

20.2%



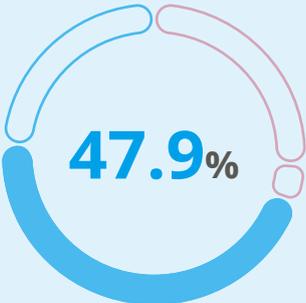
事業利益

204億 **1**千 **6**百万円

↑ 前期比 109.8%

事業利益構成比

47.9%



※ 売上収益構成比グラフは各事業間取引の相殺消去後の比率を、事業利益構成比グラフは相殺消去前の比率を記載しています。

しょうゆ部門

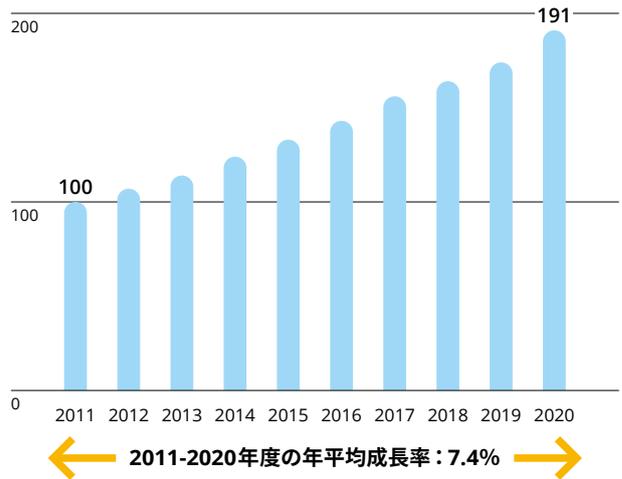
部門の概要

「キッコーマン」ブランドのしょうゆを主に製造・販売しています。

2020年度の振り返り

北米市場においては、家庭用を中心に主力商品であるしょうゆに加え、しょうゆをベースとした調味料などの拡充に引き続き力を入れており、当社のブランド力を活かした事業展開を行ってきました。この結果、全体としては前年同期の売上を上回りました。欧州市場においては、主要市場であるイギリス、ドイツなどで売上を伸ばし、前年同期の売上を上回りました。アジア・オセアニア市場においては、中国市場では新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、前年同期の売上を下回りました。一方で、東南アジア・オーストラリアでは売上を伸ばしましたが、全体として前年同期を下回りました。この結果、部門全体では前年同期の売上を上回りました。

当社ー海外しょうゆ事業の連結売上高 (2011～2020)



※ 2011年度の連結売上高を100として指数化。為替差を除いた現地通貨ベースでの実質的な推移。日本基準 (JGAAP)。

グループ内売上収益構成比



※ 各事業間の取引相殺消去前の比率

デルモンテ部門

部門の概要

デルモンテ部門は、アジア・オセアニア地域で、フルーツ缶詰・コーン製品、トマトケチャップ等を製造・販売しています。

2020年度の振り返り

新型コロナウイルスの感染拡大により海外往来が中止された影響が大きい業務用の回復が遅れ、前年同期の売上を下回りました。

グループ内売上収益構成比



※ 各事業間の取引相殺消去前の比率

その他食料品部門

部門の概要

その他食料品部門は、主に北米地域において健康食品を製造・販売しています。

2020年度の振り返り

部門全体では前年同期の売上を下回りました。

グループ内売上収益構成比



※ 各事業間の取引相殺消去前の比率

海外

食料品卸売事業

海外 食料品卸売事業は、国内外において東洋食品などの仕入れ販売を行っています。

2020年度業績

売上収益

1,983億 **3**千 **2**百万円

前期比 99.1%

売上収益構成比

45.0%

事業利益

105億 **5**千 **6**百万円

前期比 126.9%

事業利益構成比

24.8%

※ 売上収益構成比グラフは各事業間取引の相殺消去後の比率を、事業利益構成比グラフは相殺消去前の比率を記載しています。

2020年度の振り返り

北米では、外出自粛等により外食産業全体の減少が大きく、前年同期を下回りました。また、欧州も同様の理由により前年同期を下回りました。アジア・オセアニアは、第2四半期より台湾のグループ会社を新規で連結対象としたこともあり、前年同期を上回りました。この結果、食料品卸売事業全体では、前期並みとなりました。



キッコーマングループのバリューチェーン

事業活動の各プロセスでどのようなバリュー（価値）を生んでいるかを、一連の流れとして認識する考え方をバリューチェーンといいます。さまざまな事業を展開するキッコーマングループでは、それぞれの事業が異なったバリューチェーンを持ちます。ここでは製造に関わる事業を例に挙げたバリューチェーンをご紹介します。



1. 研究開発

しょうゆ醸造技術を基礎として、おいしさの追求と新たな領域への挑戦、食の安全・安心への取り組みをすすめています。

キッコーマングループ研究開発部門では、当社グループの事業領域である「食と健康」を主な研究対象領域とし、しょうゆ醸造のほか、食品、バイオ・健康食品の研究体制を整備しています。国内外の研究機関との連携を図りつつ、将来の商品開発の軸となる基礎研究をはじめとする幅広い研究開発を行っています。また、日本・アジア・欧州・米国の世界4極体制で、グローバルな視野での研究開発を行っています。さらなるグループ研究・開発力の強化をめざして、2019年には新たな研究開発拠点「キッコーマン中央研究所」を建設しました。

2. 調達

持続可能性に配慮したうえで、安全で高品質な原材料を安定的に調達するための活動に取引先と協働して取り組んでいます。

キッコーマングループでは、「安全な原材料の使用」を食の安全を守るための最重要課題のひとつとらえています。厳しい基準に基づいた原材料の安全性や品質の審査に加えて原産地確認などを行うことで安全性・法規適合性の確保に取り組むとともに、農場訪問を通じた調達先との良好な関係強化を行うなどして安定的な調達に努めています。また、2020年度には「持続可能な調達方針」の運用を開始しました。同方針に基づいて「容器包装ガイドライン」「森林資源利用ガイドライン」「大豆調達ガイドライン」を制定し、より具体的な活動を推進します。

3. 製造

国際的な品質管理システムの導入などを通じて、お客様に安全で高品質な商品をお届けする生産体制の強化に取り組んでいます。

キッコーマングループは、お客様に安全で高品質な商品をお届けするために、国内外のほとんどの工場で、国際的な品質管理システム(FSSC22000、SQF2000レベル2、ISO22000、ISO9001、HACCPなど)を取得しています。また、キッコーマングループでは、キッコーマンブランドの商品をどの国でも安心してご利用いただくための取り組みをすすめています。その一環として、当該工場以外の自社監査員が、国内グループ会社の製造工場はもちろん海外製造工場についても食品衛生や設備管理状態などを監査しています。

4. 販売

新しい食生活の提案や多様な食文化の紹介などをグローバルに展開しています。

キッコーマングループでは、営業やマーケティングといった販売活動を通じて、新しいレシピの提案や販売地域の開拓などを行っています。こうした活動は、多様な食文化の紹介や提案を通じた「食文化の国際交流」にもつながっています。また、食料品卸売事業では魚介類やコメを含む幅広い商品を取り扱っています。近年では、より効果的なマーケティング活動を行うために、ソーシャルメディアの活用にも積極的に取り組み、自社商品の活用事例などを紹介しています。

5. お客様

「お客様相談センター」を通じてお客様からのお問い合わせに対応するとともに商品やサービスの改善につなげています。

キッコーマングループではお客様の声を重視した経営を推進しています。その取り組みの一環として「お客様相談センター」を設置し、「誠実・迅速・公正」を基本方針にお電話・ファクシミリ・メール・お手紙を通じたお客様とのコミュニケーションを行っています。また、お客様からいただいたご質問やご意見などは社内でも共有し、お客様相談センターだけでは対応できないお申し出には「CS向上委員会」が対応し、商品やサービスの改善などを行っています。

6. 品質保証

安全性、法規適合性、社会的公正性が確保された商品やサービスを提供するための品質保証活動に取り組んでいます。

キッコーマングループが事業活動を行ううえで最も重要視しているのは、商品やサービスの安全です。品質的な安全性を確保したうえで、私たちがお届けする商品やサービスが安全であることをわかりやすくお伝えし、お客様に安心していただくことをめざしています。この考え方にに基づき、安全性の観点から、原材料の選定から商品ができるまでの全過程において厳しい基準に基づいた品質保証審査を行っています。また、お客様に向けた情報発信を積極的に行っています。

キッコーマングループの品質保証活動



コーポレート・ガバナンス

基本方針

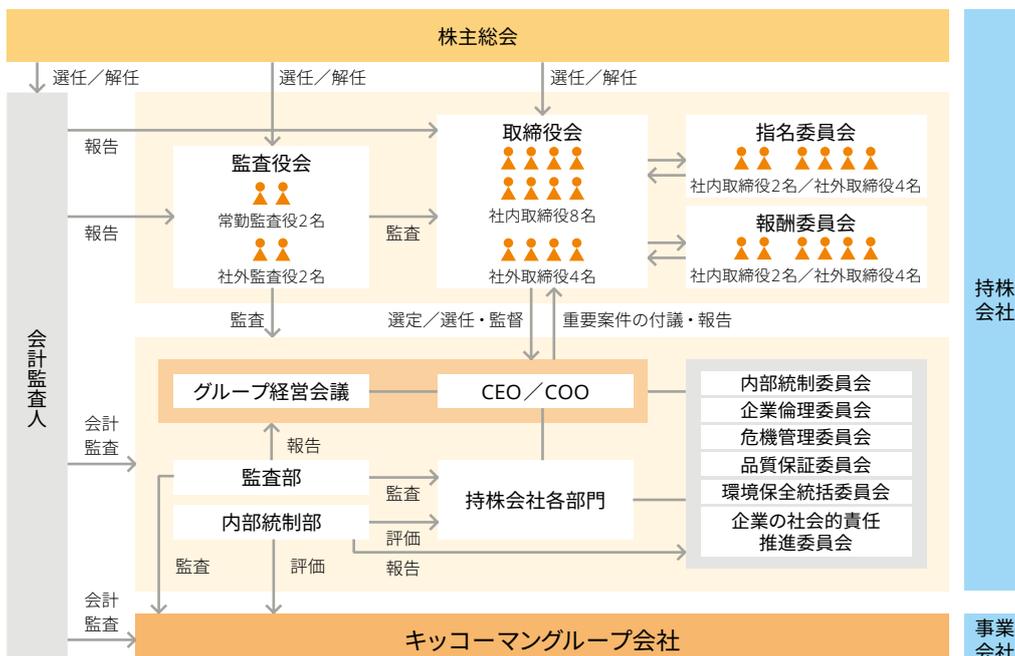
キッコーマン(株)は、キッコーマングループ経営理念の実践を通じて、企業価値を増大していくことが、企業経営の基本であると認識しています。この実現のために、コーポレート・ガバナンス体制の改善・強化は、経営上の最重要課題です。当社は、この認識に基づき、独立役員の要件を満たす社外取締役・社外監査役の選任や、社外取締役を過半数とする指名委員会および報酬委員会を設置するとともに、執行役員制度の導入による意思決定および業務遂行のスピードアップを図るなど、経営の監視・監督機能の強化に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制

キッコーマン(株)は、監査役設置会社の形態を採用し、コーポレート・ガバナンス体制の改善・強化に努めています。2001年3月に執行役員制度を導入し、執行役員に業務執行の権限を委譲し、経営責任を明確にするとともに意思決定および業務執行のスピードアップを図りました。2002年6月には、社外取締役を選任するとともに、指名委員会および報

酬委員会を設置し、経営の透明性を向上させ、経営の監視機能の強化を図りました。以上の施策とあわせ、監査役の機能を有効に活用しながら経営に対する監督機能を強化することによって、「経営の透明性の向上」「経営責任の明確化」「スピーディな意思決定」「経営監視機能の強化」が図れるものと考え、現在の体制を採用しています。

ガバナンス体制図 (2021年6月)



社外取締役と社外監査役の選任

キッコーマン(株)では、2002年6月から社外取締役を選任するとともに、指名委員会および報酬委員会を設置し、経営の透明性を向上させ、経営の監視機能の強化を図っています。2021年6月の株主総会において、取締役12名(うち社外取締役4名)および監査役4名(うち社外監査役が2名)が選任され

ました。社外取締役および社外監査役は、幅広い経験と豊富な見識などに基づく客観的な視点での経営監視の強化を担っています。加えて、社外取締役が指名委員会および報酬委員会に参画することにより経営の透明性向上を図っています。

指名委員会

キッコーマン(株)は、2002年6月に指名委員会を設置し、適宜開催しています。指名委員会は、社外取締役を委員長として社外取締役4名、社内取締役2名の計6名で構成され、取締役および執行役員の選解任および役職委嘱解嘱、並びに監査役の選任の提案を取締役会に対して行っています。取締役会は、

指名委員会によって推挙された候補者の有する人格・見識などを踏まえたうえで、候補者を決定します。なお、監査役候補者に関しては、監査役会の同意を得ています。2020年度に指名委員会は4回開催され、社外取締役の出席率は100%でした。

報酬委員会

報酬委員会は、取締役会の委任を受けて取締役の基本報酬および賞与の算定方式、基本報酬と賞与の個人別の額を決定しています。報酬委員会は、委員長は社外取締役とし、過半数の社外取締役と社内取締役とで構成されています。また、社外取締役の報酬については、業務執行から独立した立場での監督機能

が重視されることから、業績連動報酬は支給しておらず、固定の基本報酬のみとなっています。社外取締役の報酬の個人別の額は、取締役会の委任を受けた報酬委員会で決定されます。2020年度に報酬委員会は3回開催され、社外取締役の出席率は100%でした。

監査役会

キッコーマン(株)は監査役会を設置しています。監査役は、監査計画策定時、四半期レビュー時、期末監査時に会計監査人と会合を設け、計画書、報告書の説明を聴取し、受領するとともに、意見交換を行っています。また、会計監査人監査への監査役立会を実施して

います。監査役は、監査部、内部統制部、経理部、法務・コンプライアンス部等の内部統制部門から必要に応じてヒアリング等を実施し、内部統制の実施状況を把握できる体制を整備しています。

内部統制システムの整備

キッコーマングループでは、業務の適正を確保するための内部統制システムの確立を重要な課題と考えており、グループとして業務の有効性・効率性を保ち、法令などを順守する体制の強化をすすめています。

キッコーマン(株)は、2006年5月に取締役会で決議した「内部統制システム構築に関する基本方針」を適宜改定し、内部統制システムの強化を図っています。2015年5月1日からの改正会社法施行にともない、キッコーマン(株)

では「内部統制システム構築に関する基本方針」の大幅改定を行いました。また、その運用状況を有価証券報告書などで開示しています。また、2008年4月から適用が開始された金融商品取引法による内部統制報告制度に対応するため、2008年11月に内部統制委員会、内部統制部を設置するとともに、財務報告に係る内部統制に関する基本方針を制定し、財務報告に関する内部統制を強化する体制を構築しました。

キッコーマン・パフォーマンス・インデックス

キッコーマン(株)は、2002年に当社独自の評価指標である「キッコーマン・パフォーマンス・インデックス(KPI)」を導入し、その後も改良を加えながら対象をグループに広げて運営しています。KPIは全ての項目を足すと100点になるように目標が設定され、半期ごとに進捗を確認しています。また、その結果はキッコーマン(株)執行役員以上の役員報酬と連動する仕組みとなっています。

KPIは主要7項目からなり、売上高などの財務分野を中心に、CO₂排出量削減や安全衛生の基準などの非財務の項目も含まれています。グループ会社の業態は多岐にわたるため、どの項目を入れるかは各社の業態に

応じて定められる仕組みになっています。また、グループ会社が自社にとって重要と考える個別指標を加えることで、それぞれの会社の経営課題を反映できるようにしています。加えて、会社単位の目標だけでなく、部門単位でもKPIを設定することで、会社の目標と部門の目標が連動するように図っています。こうした制度設計により、KPIを各社の目標達成に向けたモチベーション向上につなげています。また、KPIの主要項目の内容を通じて、財務・非財務の両面での経営課題の優先順位を効果的にグループ会社に伝えることをめざしています。

キッコーマン・パフォーマンス・インデックス(イメージ)

評価項目	販売および製造	製造	販売	卸売
投下資本回転率	○	○	○	○
経常利益	○	○	○	○
売上高	○	○	○	○
環境	○	○	○	○
品質	○	○		
安全衛生		○		
個別指標	○	○	○	○
合計	100	100	100	100

役員一覧 (2021年6月22日現在)

茂木 友三郎

取締役名誉会長
取締役会議長

1958年 4月 当社入社
1977年 3月 海外事業部長
1979年 3月 取締役
1982年 3月 常務取締役
1985年 10月 代表取締役常務取締役
1989年 3月 代表取締役専務取締役
1994年 3月 代表取締役副社長
1995年 2月 代表取締役社長
2004年 6月 代表取締役会長 CEO
2011年 6月 取締役名誉会長 取締役会議長 (現任)

堀切 功章

代表取締役会長 CEO (最高経営責任者)

1974年 4月 当社入社
2002年 6月 関東支社長
2003年 6月 執行役員
2006年 6月 常務執行役員
2008年 4月 国際事業第1本部長兼国際事業第2本部長
2008年 6月 取締役常務執行役員
2011年 6月 代表取締役専務執行役員
2011年 6月 キッコーマン食品(株) 代表取締役社長
2013年 6月 代表取締役社長 CEO
2021年 6月 代表取締役会長 CEO (現任)

中野 祥三郎

代表取締役社長 COO (最高執行責任者)

1981年 4月 当社入社
2008年 4月 経営企画部長
2008年 6月 執行役員
2009年 12月 経営企画部長兼事業開発部長
2011年 6月 常務執行役員
2011年 6月 経営企画室長兼事業開発部長
2012年 6月 CFO (最高財務責任者)
2015年 6月 取締役常務執行役員
2019年 6月 代表取締役専務執行役員
2019年 6月 キッコーマン食品(株) 代表取締役社長 (現任)
2021年 6月 代表取締役社長 COO (最高執行責任者) (現任)

山崎 孝一

代表取締役
専務執行役員
CSO (最高戦略責任者)
経営企画室長

1974年 4月 当社入社
2001年 9月 経理部長
2004年 6月 執行役員
2008年 6月 常務執行役員
2009年 10月 CFO (最高財務責任者)
2010年 6月 取締役常務執行役員
2012年 6月 CSO (最高戦略責任者) 経営企画室長 (現任)
2014年 6月 事業戦略部長
2016年 6月 取締役専務執行役員
2017年 6月 代表取締役専務執行役員 (現任)

島田 政直

取締役
専務執行役員

1973年 4月 当社入社
2001年 12月 KIKKOMAN TRADING EUROPE GmbH 代表社員
2006年 6月 執行役員
2009年 6月 常務執行役員
2012年 10月 KIKKOMAN SALES USA,INC. 取締役社長 (現任)
2013年 6月 取締役常務執行役員
2016年 6月 取締役専務執行役員 (現任)

茂木 修

取締役
専務執行役員
国際事業本部長

1996年 10月 当社入社
2011年 7月 海外事業部長代理
2012年 6月 執行役員
2012年 6月 海外事業部長
2013年 4月 国際事業本部長補佐
2014年 6月 国際事業本部長副本部長
2015年 6月 常務執行役員
2017年 6月 取締役常務執行役員
2017年 6月 国際事業本部長 (現任)
2021年 6月 取締役専務執行役員 (現任)

松山 旭

取締役
常務執行役員
研究開発本部長

1980年 4月 当社入社
2006年 6月 研究開発本部 研究開発第3部長
2008年 6月 執行役員
2008年 6月 研究開発本部長 (現任)
2014年 6月 常務執行役員
2017年 6月 キッコーマンバイオケミファ(株) 代表取締役社長 (現任)
2018年 6月 取締役常務執行役員 (現任)

神山 隆雄

取締役
常務執行役員
CFO (最高財務責任者)

1979年 4月 当社入社
2008年 11月 経理部長
2011年 6月 執行役員
2011年 6月 CFO (最高財務責任者) 補佐
2017年 6月 常務執行役員
2017年 6月 CFO (最高財務責任者) (現任)
2021年 6月 取締役常務執行役員 (現任)

福井 俊彦

取締役 (社外)

1958年 4月 日本銀行入行
1989年 9月 日本銀行理事
1994年 12月 日本銀行副総裁
1998年 11月 (株)富士通総研理事長
2002年 6月 当社取締役
2003年 3月 日本銀行総裁
2008年 12月 一般財団法人キャノングローバル戦略研究所 理事長 (現任)
2009年 6月 当社取締役 (現任)

尾崎 護

取締役 (社外)

1958年 4月 大蔵省入省
1991年 6月 国税庁長官
1992年 6月 大蔵事務次官
1994年 5月 国民金融公庫総裁
1999年 10月 国民生活金融公庫総裁
2003年 2月 矢崎総業(株)顧問
2005年 6月 当社取締役 (現任)

井口 武雄

取締役 (社外)

1965年 4月 大正海上火災保険(株)入社
1996年 4月 三井海上火災保険(株) 代表取締役社長
2000年 6月 三井海上火災保険(株) 最高執行責任者 (CEO) 代表取締役会長・社長
2001年 10月 三井住友海上火災保険(株) 代表取締役会長共同最高経営責任者
2007年 7月 三井住友海上火災保険(株) シニアアドバイザー
2008年 6月 当社監査役
2014年 6月 当社取締役 (現任)
2018年 4月 三井住友海上火災保険(株) 名誉顧問 (現任)

飯野 正子

取締役 (社外)

1991年 4月 津田塾大学教授
2004年 11月 津田塾大学学長
2012年 6月 公益財団法人日米教育交流振興財団 (フルブライト記念財団) 理事長
2012年 11月 学校法人津田塾大学理事長
2013年 4月 津田塾大学名誉教授 (現任)
2013年 4月 学校法人津田塾大学顧問 (現任)
2018年 6月 当社取締役 (現任)

森 孝一

常勤監査役

1979年 4月 当社入社
2008年 11月 内部統制部長
2012年 6月 常勤監査役 (現任)

深澤 晴彦

常勤監査役

1985年 4月 当社入社
2015年 7月 海外管理部長
2021年 6月 常勤監査役 (現任)

高後 元彦

監査役

1967年 4月 弁護士登録(東京弁護士会)
1967年 4月 ローガン・岡本・高島法律事務所
1994年 10月 紀尾井坂法律特許事務所 (現紀尾井坂テーミス総合法律事務所) パートナー (現任)
2006年 6月 当社補欠監査役
2009年 6月 当社監査役 (現任)

梶川 融

監査役

1976年 10月 監査法人中央会計事務所入所
1979年 9月 公認会計士登録
1990年 9月 太陽監査法人代表社員
2000年 7月 太陽監査法人総括代表社員
2014年 6月 当社監査役 (現任)
2014年 7月 太陽ASG有限責任監査法人 代表社員会長
2014年 10月 太陽有限責任監査法人 代表社員会長 (現任)

コンプライアンス

キッコーマングループ行動規範

「キッコーマングループ行動規範」は、「安全の確保と地球環境との共生」「公正かつ自由な競争による事業活動」「企業情報の開示とコミュニケーションの促進」「人権の尊重と明るい職場環境づくり」「国内外の法令、規則の順守と社会秩序の維持」「積極的な社会貢献活動」の6項目からなり、倫理観と使命感を持って業務を遂行し社会の発展に貢献することを宣言しています。また、日本語版に加えて、英語、中国語、ドイツ語、フランス語、オランダ語、スペイン語、ロシア語、イタリア語、ポルトガル語、韓国語、タイ語版を作成し、国内外グループ各社での周知徹底を図っています。

企業倫理委員会と内部通報体制

キッコーマングループ企業倫理委員会

キッコーマングループでは、「キッコーマングループ企業倫理委員会」を設置し、「キッコーマングループ行動規範」を実践していくための取り組みをすすめています。

同委員会は、弁護士など社外有識者2名とキッコーマン(株)の取締役・執行役員などを含む計6名で構成され、コンプライアンスに関わる施策全般の検討・実施を担っています。2020年度には委員会を合計13回開催しました。また、上期下期各1回、常勤監査役と企業倫理委員会委員との情報交換を行いました。

企業倫理委員会では、隔年でパート社員や派遣社員なども含めた国内グループ会社の全社員を対象として、行動規範やグループ企業倫理ホットラインの認知度や、コンプライアンス上の問題の有無を問う「企業倫理アンケート」を実施し、各社のコンプライアンスの状況把握、個別案件への対応を行っています。

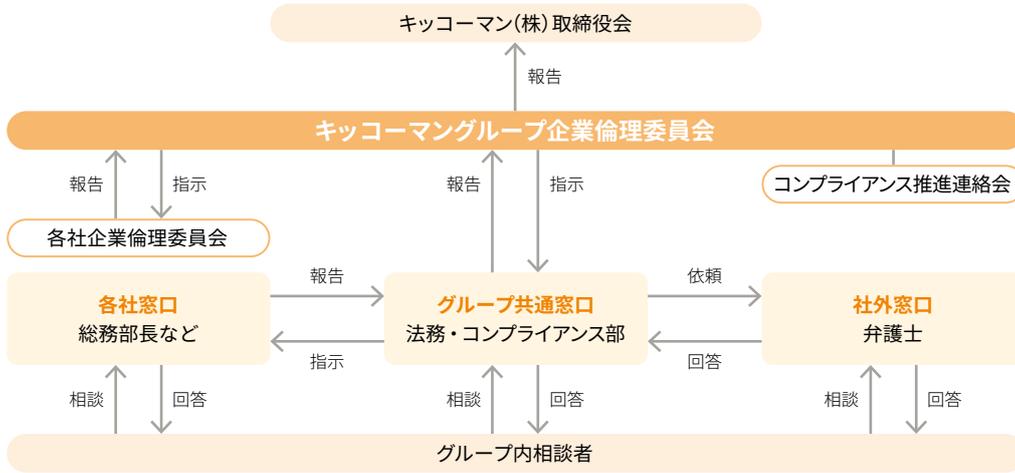
グループ企業倫理ホットライン

キッコーマングループでは、内部通報窓口として「グループ企業倫理ホットライン」を

設置し、国内グループ全体で利用できる体制をとっています。窓口の利用については、各社社内通達やグループ報、各種研修会を通じて繰り返し社員に告知しています。窓口を利用できる対象者を、2007年度以降はパート社員や派遣社員などに、2009年10月に持株会社制に移行してからは国内グループ会社社員全体に拡大し、制度の充実を図りました。

「グループ企業倫理ホットライン」には、社外窓口(弁護士)とグループ共通窓口(キッコーマン(株)法務・コンプライアンス部内)および必要に応じ各社社内窓口があり、専用の電話・eメールのほか郵便などを通じて通報や相談を受け付けています。これらの窓口に通報があった場合は、社内調査を実施し対策を講じたうえで、結果を通報者にフィードバックしています。なお、相談や通報をしたことで情報提供者に不利益が生じないように、「企業倫理委員会規則」に情報提供者の保護を明記し、これを順守しています。2020年度には、「グループ企業倫理ホットライン」に21件の通報・相談があり、解決を図りました。

グループ企業倫理ホットライン体制



適切な納税に対する取り組み

キッコーマングループでは、企業市民としての責任を果たし、社会の健全な発展に貢献するためには、事業を行う国や地域で適切な納税を行うことは重要な意味を持つと認識

しています。この考えに基づき、私たちは事業を行う国や地域における納税に関する法令およびその精神を順守しています。

事業のグローバル化にともなう取り組み

キッコーマングループの事業がグローバル化するにつれて、異なった国や地域に所在するグループ会社間の取引も増えていきます。そうした際に発生する移転価格について、キッコーマングループでは必要に応じて各国の税務当局などと協議を行っています。グループの事業を正確に伝えるとともに、公正性を重視した姿勢で情報交換を行い、適切な納税に

向けた取り組みをすすめています。納税に関する重要な案件については、取締役会への報告をCFOから適宜行い、取締役会からの指示を受けられる体制を整えています。また、グループでは、事業所の所在国以外にある租税回避地(タックスヘイブン)の計画的な使用は行っていません。

法人税等に関する情報開示

キッコーマングループの法人税等の情報はウェブサイト*で公開しています。2020年度の法定実効税率は30.5%でした。



詳しい情報はウェブサイトをご覧ください。

※ 有価証券報告書(日本語):

<https://www.kikkoman.co.jp/ir/lib/yuho.html>

リスクマネジメント体制

基本方針

キッコーマングループでは、事業の安定的な発展を実現し、ステークホルダーへの責任を果たすため、当社グループの活動を取り巻くリスクに備えた取り組みをすすめています。また、担当する子会社および部門を各執行役員が指揮し、リスク顕在化の未然防止に努めています。

リスクの評価

キッコーマン(株)では、グループを取り巻くリスクを定期的に評価し、対応が十分であるか点検を行っています。2021年6月現在に

おいて、当社グループが判断したリスクには以下の事項があります。

- 社会環境
- コンプライアンス(法令順守)
- 食の安全性
- 財務
- 事業環境
- 情報システム及び情報セキュリティ
- 人材

リスクマネジメント規程

2010年10月、キッコーマングループを取り巻くさまざまなリスクに対する的確な管理と実践を目的に、リスクマネジメントに関する基本的事項を定めた「キッコーマングループ

リスクマネジメント規程(リスクマネジメント規程)」を制定しました。リスクマネジメント規程ではリスクを「経営における一切の不確実性」と定義し、以下のものを含むとしています。

1. キッコーマングループに直接または間接に経済的損失をもたらす可能性
2. キッコーマングループの事業継続を中断・停止させる可能性
3. キッコーマングループの信用を毀損し、ブランドイメージを失墜させる可能性

リスクマネジメント規程では、ステークホルダーに対して与えるリスクの影響を除去・軽減するという方針を明示しています。また、リスクの定義を自然災害や事故だけに限定せず、コンプライアンスや環境問題などの内容も含んでいます。

主要なリスクに対応するため、マニュアルの雛形を作成し、国内関係会社で共有化しています。また、リスクが顕在化した際には、危機管理委員会がリスク対応を行う体制を整備しています。

新型コロナウイルス(COVID-19)感染が拡大する中で キッコーマングループが行った取り組み

キッコーマングループの危機管理体制と対応

キッコーマングループでは、リスクマネジメント規程に基づき、危機管理委員会が顕在化したリスクに対応する体制を整備しています。COVID-19の感染拡大にあたっては、社員と家族の健康を第一にしたうえで操業を継続するための対応を危機管理委員会が中心となり行いました。感染拡大防止に向けた通達を合計20回発信したほか、グループ内での感染拡大を未然に防ぐための施策を展開しました。また、グループ内の感染状況、事業への影響を取締役会、グループ経営会議へ報告し、対策を確認しました。

COVID-19の感染拡大防止に向けて行った施策例：

- 在宅勤務を行うための体制を強化し、テレワークを積極活用
- 各事業所において、密集、密接、密閉が発生しないような行動の徹底
- 手洗い、うがい、咳エチケット、マスク着用、ついで設置などの対策徹底の周知
- 国内外出張を制限したうえで、オンライン会議ツールやテレビ会議などの活用
- 飲食をともなう社内外行事に関しては原則禁止

こうした施策の結果、当社グループではクラスターを発生させることなく、国内外の拠点で操業を継続することができました。

キッコーマン総合病院の対応

キッコーマン総合病院では、自治体の要請を受けてCOVID-19の患者さんの受け入れを2020年4月に開始しました。発熱外来の経験をもとに専用の外来患者受け入れの体制、一般の患者さんと動線を分離した入院体制を整備しつつ、最善の治療とケアを提供できるようにCOVID-19に関する正しい知識と感染対策や看護師の管理の仕方など、実際の現場での学習を積み重ねて準備をしました。また、こうした知見をもとに、他の医療機関や高齢者福祉施設への支援なども行っています。



発熱外来の様子





キッコーマン株式会社

野田本社

〒278-8601 千葉県野田市野田250

東京本社

〒105-0003 東京都港区西新橋2-1-1 興和西新橋ビル

<https://www.kikkoman.com/jp>