

農心ジャパン「第58回スーパーマーケット・トレードショー」に初出展

若者に人気の「漢江（ハンガン）ラーメン POP-UP」を日本の展示会初披露

～世界中で支持される韓国インスタント麺、韓国市場で不動の1位※「辛ラーメン」の魅力を発信～



株式会社農心ジャパン（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：金大廈）は、2024年2月14日（水）～16日（金）に幕張メッセで開催される国内最大級の食の商談展示会「第58回スーパーマーケット・トレードショー」に出展します。今回の出展では、韓国のインスタント麺市場において1991年から32年間不動の1位※の座を誇る「辛ラーメン」を販売するメーカーとして、辛ラーメンを軸にしたブースを展開。全長2.4mの回る「辛」モニュメントや、日韓の若年層に人気の「漢江ラーメン」文化を体験できるPOP-UPの一部分を日本の展示会で初めて披露するなど、視覚的にも楽しめる展示を通して辛ラーメンの歴史や、韓国の食文化を伝えます。

※Nielsen IQ Korea 調査

「第58回スーパーマーケット・トレードショー」農心ジャパングッズ出展内容

「第58回スーパーマーケット・トレードショー」での当社ブースは、代表ブランド「辛ラーメン」カラーである赤色を基調にしており、さらに巨大な「辛」の文字のモニュメントを設置することで遠くから見ても思わず目に入ってしまうデザインとなっています。今回は、特に以下の3つの見どころを設け、辛ラーメンの魅力を訴求していきます。

<農心ジャパングッズの見どころ>

1. 辛ラーメンの歴史や、海外展開について視覚的に展示

世界100カ国以上で販売され、ヨーロッパの最高峰「ユングフラウ」から地球最南端「プンタ・アレーナス」まで世界中どこでも楽しめる辛ラーメン。今回の展示会では、辛ラーメンの歴史はもちろん、普段は見ることのできない世界で販売している辛ラーメンパッケージ等を展示します。



<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社農心ジャパン マーケティング部 篠崎 TEL：080-4757-3228 / mail：s.shinozaki@nongshim.co.jp

2. 日本の展示会初出展！本場韓国での楽しみ方を日本で体験

日本のZ世代も注目する、韓国ドラマでもおなじみの「漢江（ハンガン）ラーメン」をご存じでしょうか。

袋麺が主流である韓国では、社員食堂、学食、ラーメン専用コンビニなどインスタント袋麺専用の「自動ラーメン調理機」が設置されている場所があり、その場で調理する文化が広がっています。その中でも韓国の人気デートスポット・漢江（ハンガン）付近のコンビニではこの調理機が多く設置されているため「漢江（ハンガン）ラーメン」と呼ばれています。調理した袋麺を食べるシーンがドラマでもたびたび登場しています。特にコロナが落ち着いてからはインスタント麺のPOP-UPも増え、アクティブな若年層を中心にブームとなっています。今回の展示ではその楽しさを体験できるPOP-UPをイメージしたブースデザインで披露し、韓国で流行している食文化を体験することができます。



※画像はイメージです

3. “辛くない”辛ラーメン!? 「辛ラーメン キムチ」の試食・ギフトング

“うまからっ！”な「辛ラーメン」シリーズの中で最もマイルドな辛さで、辛い物が苦手でも楽しめる「辛ラーメン キムチ」をご試食いただけます。辛ラーメンの旨みはそのままに日本人向けに辛みと酸味を抑えた、キムチのさっぱりとした味わいが楽しめる製品です。キムチなのに？辛ラーメンなのに？“辛くない”??是非ご試食してジャッジしてください。

当日はマーケティング部の担当者も常駐しておりますため、辛ラーメンのマーケティングや販売戦略についてお話いたします。



<お話しできる事項例>

- 昨今の「辛ラーメン」の販売戦略

「辛ラーメン」は直近10年間で3倍以上の売上規模に拡大しております。日本法人が出来た20年前は「辛すぎて食べられない」と敬遠されていた製品がここまで認知されるようになった切欠や出来事、日本人が苦手とされる「辛さ」を武器に変えたマーケティング戦略についてご説明いたします。

- 即席麺からみる、日韓の食文化の違い、共通点

例えば日本ではカップ麺が人気ですが、韓国では袋麺が主流。しかし日本でも、「辛ラーメン」においてはカップタイプよりも袋麺が売れています。そもそもなぜ袋麺/カップ麺の文化がそれぞれで根付いたのか、日本ではどのような人から人気なのか、「辛ラーメン」はなぜ日本でも袋麺の方が売れているのかをお話いたします。

- 日本生まれの即席麺が韓国で「K-ramen」として世界へ

日本で生まれた即席麺が韓国に渡り、独自の発展を遂げ世界的に「K-ramen」として輸出され、韓国では過去最高の輸出額になっています。「K-ramen」が世界でヒットしている背景などお話いたします。

- 「辛ラーメン」ブランドのその先へ

コロナ以降は「辛って、たのしい！」をブランドコピーに掲げ、Z世代を中心とした若年層がSNSでそれぞれの楽しみ方を表現し、注目を集めた「辛ラーメン」。普段袋麺をあまり食べない若年層にアプローチしている理由や韓国ではロングセラーでNEXT辛ラーメンとして注目の「ノグリラーメン」についてご説明いたします。

<当日の担当者連絡先>

マーケティング部 三浦善隆

携帯：090-1774-5540

メールアドレス：y.miura_ns@icloud.com

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社農心ジャパン マーケティング部 篠崎 TEL：080-4757-3228 / mail：s.shinozaki@nongshim.co.jp

<出展概要>

名称：第 58 回 スーパーマーケット・トレードショー

URL：<https://www.smts.jp/jp/index.html>

会期：2024 年 2 月 14 日(水)～16 日(金)

開場時間：10:00～17:00（最終日は 16:00 まで）

会場：幕張メッセ

当社ブース：小間番号 5-131

「スーパーマーケット・トレードショー」について

「スーパーマーケット・トレードショー」は、スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会です。日本全国の地域産品を含んだ国内外の食品に加え、最新の設備・資材、店舗開発・販促に関する情報やサービスが集結。

食に関する商談展示会としては国内最大級の開催規模を誇ります。

SMTS HP:<https://www.smts.jp/jp/index.html>



株式会社農心ジャパンについて

【会社概要】

社名：株式会社農心ジャパン

所在地：東京都千代田区霞が関 1-4-2 大同生命霞が関ビル 4 階

代表取締役社長：金大廈

創設：2002 年 1 月 8 日

事業内容：韓国食品の輸入販売

会社 HP：<https://www.nongshim.co.jp/>



<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社農心ジャパン マーケティング部 篠崎 TEL：080-4757-3228 / mail：s.shinozaki@nongshim.co.jp