

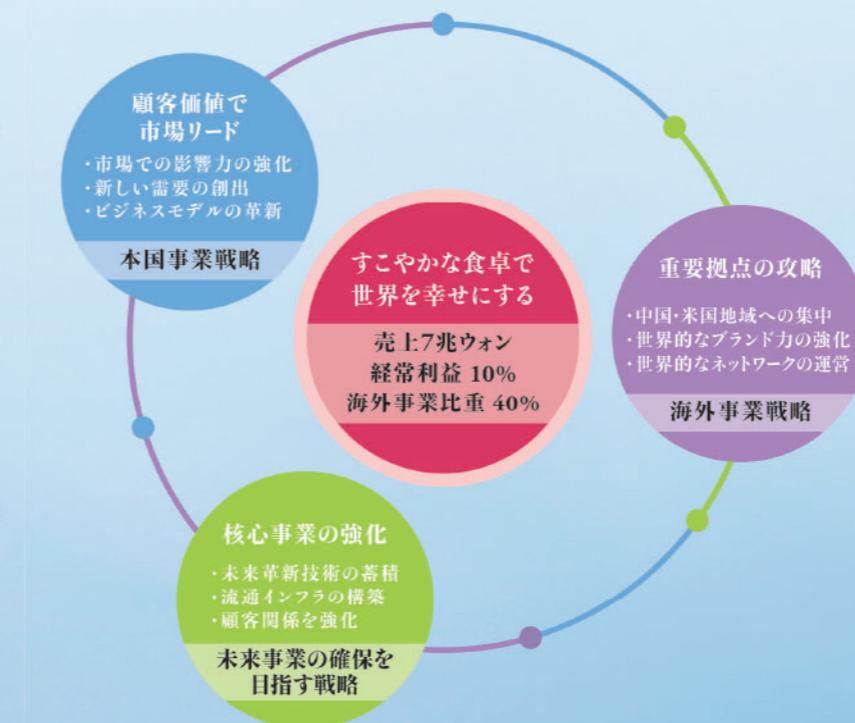
NONGSHIM JAPAN



VISION 2025

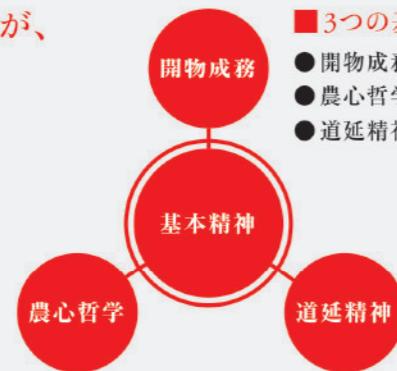
世界の食卓をすこやかに、幸せに。
未来への革新的な技術で、世界的な価値のある企業へ。
農心の、2025年へのビジョンと目標です。

「農心」——ひたすら正直に誠実に土を耕す「農夫の心」で、顧客の幸せを生み出す——。社名に込められたこの企業理念のもと、農心では創立60周年となる2025年に向けて、「顧客価値の創造」「世界への販路の拡大」「流通インフラを含めた技術革新の蓄積」を掲げ、未来に向かってグローバルで革新的な挑戦をつづけていきます。



3つの精神と4つの価値が、農心ブランドの礎。

創業以来50年以上にわたって、農心は3つの精神を基本にブランドを構築してきました。そして近年、新たに核心となる4つの価値を制定。この基本精神と核心価値を強固なものにしながら、さらなる発展を目指していきます。



■3つの基本精神

- 開物成務:創造性と開拓意思を核にする。
- 農心哲学:良いことを分け合って喜び一緒に幸せを求める。
- 道延精神:絶え間ない革新と挑戦、消えることがない情熱。

■4つの核心価値

- 無限創造:持続的な革新と挑戦で新しい価値を新たに創る。
- 顧客幸福:時代精神に応じすべてのお客様の幸せを追求する。
- 最高匠人:世界の市場に通じる最高の技術と知恵を蓄積する。
- 主人精神:仕事に対する情熱と役割を追求して責任を果たす。

世界の新しい食文化を創る お客さまと歩むグローバル食品企業。

創業以来、麺商品を筆頭に数々のロングセラー食品を手掛けてきた農心。その傍らには常に「おいしい」と喜んでくれるお客さまの笑顔がありました。舞台が世界へ広がった今、農心では新たに「Vision 2025」を制定。「売上7兆ウォン」を目標に、韓国国内事業、海外事業、そして未来を見据えた技術戦略を柱に、さらなる商品開発・販路拡大・新規事業を意欲的に展開していきます。

「農心」 —努力して得た収穫をわけあう心。—

農心のロゴは、農心シードと呼ばれ、「蒔いただけ刈り取る」「努力に値する収穫」という信念が込められています。シードは種、種子という意味で、芽生えさせ実らせる生命の根元です。



笑顔で世界がつながるよう歩んできたのが、農心の道のりです。おいしく、安心して食べられる食品を作りつづけています。

1965年、ラーメンやスナックなどの生産・販売を行う総合食品メーカーとして誕生した農心。以来、韓国初となるインスタントジャージャー麺や、100%じゃが芋スナックなど、数々の画期的商品を発売してきました。1986年には世界的ヒットとなる農心の代表的商品、辛ラーメンを発売開始。さらに、2012年にはミネラルウォーター事業に参入するなど、インスタント麺からお菓子、飲料にいたるまで、多くの方に、おいしく安心して食べられる食品を提供しています。また、韓国国内には先進的な6つの工場を開設。その他、日本や中国、アメリカにも拠点を置き、笑顔で世界がつながるグローバルな事業を展開しています。

History



農心の前身、
ロッテ工業株式会社設立
ラーメン業界では後発メーカー
ながらも、創業時より100%
自社開発商品で、市場に挑戦。



韓国を代表するインスタント麺、
“辛ラーメン”発売開始



韓国初のスナック“セウカン”
発売開始



韓国の
農心本社

ダウ・ジョーンズ
持続可能経営指数(DJSI Korea)
食品産業最優秀企業選定

海外売上の新記録達成



ノンフライ辛ラーメン乾麺発売

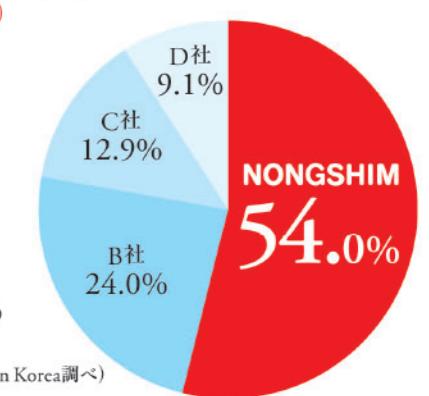
辛ラーメンプラック発売
(電子レンジ用)



農心創立50周年
(辛ラーメン累積売り上げ
10兆ウォン)

“白山水”販売開始

■2018年韓国国内
ラーメンメーカーの
販売量シェア
(※2018年AC Nielsen Korea調べ)



世界100カ国に “安全”と“安心”をお届けしています。

Network



4000m級の山頂から
地球最南端の町まで。
国境を越えて広がる韓国の味。



スイスの高山ユングフラウから地球最南端のプンタ・アレーナス(チリ)まで広い販売網を持つ「辛ラーメン」をはじめ、農心製品はアジア、欧米、アフリカなど世界中で販売され、各地で韓国の豊かな食文化を根付かせています。

海外の拠点は、日本、中国、北米、オーストラリア、ベトナム。日本では主要4都市にて展開。

韓国に本社と6つの工場、物流センターなどを構え、2018年には5つ目の海外拠点となるベトナム支社を開設。日本では、東京、大阪、名古屋、九州の主要4都市に、また中国では北京、広州、上海、青島、沈陽の5カ所に、さらに北米地域では、ニューヨーク、ロサンゼルス、トロントに販売拠点や工場を設置し、世界中どこにいても変わらないおいしさをご提供しています。

世界の提携企業



1979年	キャンベル社、マコミック社と独占輸入販売契約
1981年	ケロッグ社との 契約に基づく合併会社「農心ケロッグ」
1995年	米国ウェルチ社とグレープフルーツジュースの 独占輸入販売契約 デンマークのチューリップ社との缶詰ハムの 独占輸入販売契約
1996年	スペインのエースル社と輸入販売契約
1998年	ドイツのルドルフ・ヴィルド社「カプリサン」の ライセンス生産を開始
1999年	ハウス食品と独占輸入販売契約
2000年	加ト吉と業務提携・販売契約
2003年	米国ウェルチ社製品のライセンス生産を開始
2004年	伊藤園社と輸入販売契約
2005年	キャンベル社のV8トマト、 キヤロットジュース国内生産、販売 味の素社と輸入販売契約
2014年	ネスレ製菓販売提携
2016年	なとり社と輸入販売契約
2017年	JMスマッカー(USA)社と輸入販売契約
2018年	リンツ社と輸入販売契約

高品質な生産体制で おいしさと安全性をお約束します。

Factory 

研究開発

農心は1965年の創立時より研究所を運営し、独自の技術を継続的に蓄積してきました。

特に「セウカン」の製造に使用される加熱技術(Parching)や、韓国産「秀美じゃがいも」を年中加工できる連続式低温真空工法、低圧力・低温でスープを乾燥する低温真空乾燥技術(Z-CVD)などの革新的な技術は、農心の成長を根幹から支えています。

2007年、R&Dセンターの設立を機にさらなる技術開発が進み、「ふるる冷麺」「チャワン」などオリジナリティ溢れる製品を開発。優れた食品研究者たちによる研究活動は、グローバル食品企業として躍躍するため、大きな一助となっています。

生産品質

アンサン
安城工場は、世界最大規模のスープ専門工場であり、無人自動化システムにより完璧かつ均一な品質生産を実現しました。スナック専門の牙山工場では、「真空フライヤー設備」を備え、じゃがいも本来の味わいを生かしたチップスを生産しています。

クミ
亀尾工場は、CIMシステムで管理されるIFS(Intelligent Factory System)工場で、ラーメン生産の高速化を世界で初めて実現しました。

ノクサン
また蔚山工場では、真空生地ミキサーおよび9段階の温度・湿度制御が可能な乾燥機、射出成形による麺製造設備などを保有する傍ら、顧客クレームの予防活動および協力企業支援を行っています。

農心では、素材の購買、生産、品質管理、そして食品開発の研究や商品セールスのためのマーケティング・営業活動にいたるまで、すべて自社内で責任を持ち、一貫して取り組んでいます。1965年の創業と同時に立ち上げた食品開発の研究所や、世界的にも高い水準を誇る最先端工場での生産および品質管理などを通じて、食品の安全性にあらゆる角度から細心の注意を払い、製造に携わっています。2011年には全工場でHACCP(危害分析重要管理点)を取得し、さらなる品質管理に努めています。



購買

農心では新鮮で高品質な原料を、競争力を備えた価格で適確に確保するため、産地の密着管理、正確な市場予測による先導契約、統合購買など多様な活動を展開しています。

主原料である小麦粉は、米国と豪州産の原麦を使用しており、安定した供給を目指すため韓国国内の製粉会社から複数供給を受けています。また、2010年に発売された「秀美チップ」では、季節問わず韓国産「秀美じゃがいも」を使用。主な収穫期(6~9月)に年間必要量を確保し、当社の生産工場および産地専用貯蔵庫にて鮮度管理することで、最高品質の維持を可能にしました。

物流・環境

農心は物流システムの先進化により、製品の運送・配送・保管の最適化を実現しています。

GPS(全地球測位システム)・GIS(地理情報システム)を基盤としたリアルタイム配送モニタリング体制を構築し、TMS(配送運営管理システム)およびWMS(倉庫管理システム)に注力し、安全かつ可視性を備えた物流管理が可能になりました。特に、GISの品質向上で実現した配送情報に関するSMS提供で、満足度の高いサービスを実現しています。

さらに、中央物流センターを活用したCross-Dockingの導入で低回転品目のJIT(Just In Time)輸送を可能にし、全国拠点の保管率向上とコスト削減を実現しています。

日本での多様なニーズに合わせ、幅広い商品を展開しています。

Lineup



農心ジャパン商品ラインナップ

辛ラーメンシリーズ



冷麺シリーズ



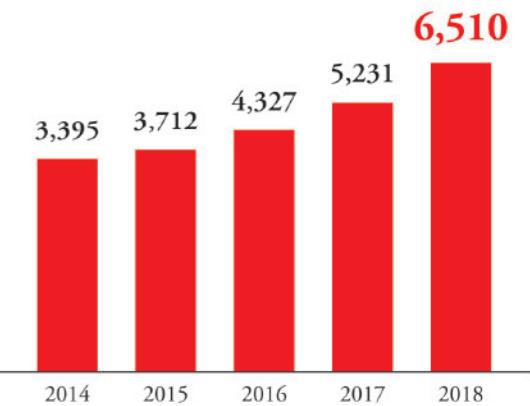
農心では「麺」「スナック」「飲料」など多様な商品を製造しています。

日本では主に、麺類を中心として辛ラーメンブランドや冷麺などの韓国の味を、市場に提案しています。

世界に広がりつづける
韓国を代表する味「辛ラーメン」

農心の代表商品といえば、真っ赤なパッケージでおなじみの「辛ラーメン」。1986年の登場以来、「韓国の味」を広めるのに大きな役割を果たしてきました。世界100カ国以上もの人々から愛されている「うまかっ!」パワーは、農心を牽引する原動力にもなっています。

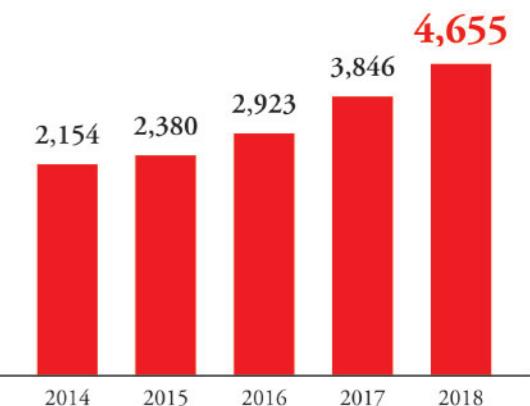
■農心ジャパン売上推移(単位:百万円)



韓国の豊かな味わいを
日本の家庭で再現する

2002年の農心ジャパン設立以来、おかげさまで農心製品は日本で深く愛され、順調に売上を伸ばしてきました。麺事業への積極的な取り組みと、日本の一流食品企業との提携により、高品質な味を日本、そして韓国の食卓へお届けしています。

■辛ブランド実績推移(日本、単位:百万円)



おうちで簡単に食べられる
本場韓国のふるる冷麺

ふるる冷麺はイタリアの乾麺のパスタ製造技術と農心のラーメン製造のノウハウから作られた冷麺です。農心は韓国人が好きな冷麺を飲食店ではなくおうちでも簡単に調理して、そのままの味を再現できる製品を開発し、2008年に発売しました。

「辛ラーメン」の他にも
本場“韓国の味”を数多く提供しています。

Lineup



農心ジャパン商品ラインナップ

袋 麵



農心プレミアム



本場韓国シリーズ



旨シリーズ



スナック(受注商品)



農心では、「辛ラーメン」に次ぐ魅力的な食品を、続々と開発・販売しています。本場韓国のお味を忠実に再現し、どこにいても手軽な一食が楽しめるよう工夫しています。また、日本の一流食品企業と積極的に提携し、日本のおいしさを韓国の消費者へお届けしています。

日本の提携企業商品

Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO.



House



ITO EN



なとり



CURRY HOUSE CoCo壱番屋



Licensed by TOKYO TOWER

日本の食卓にも、
着実に浸透しています。

Taste of happiness



代表商品「辛ラーメン」の日本でのリピート率は約30%。

辛ラーメンは「最も手軽に食べられるおいしい韓国ラーメン」として、若者からお年寄りまで幅広い世代から愛されています。



辛ラーメンの味の秘密とは?

1年以上の研究を経て、唐辛子、しいたけ、ねぎ、にんにくなどを混ぜ合わせて作った特製スープと、200回以上の実験過程を通して誕生した“もちもち”とした麺が調和して、辛さの中にも旨味が凝縮された辛ラーメンの味を生み出しています。

辛ラーメンの特徴

厳選した唐辛子の「辛さ」、さまざまな天然調味料をブレンドしたオリジナルスパイスと素材の旨み成分がたっぷり溶け込んだ「旨味スープ」、韓国伝統家庭料理に由来する「旨さ」と「辛さ」が調和した独自の味わい「うまからっ!」味の製品です。

世界で人気の辛ラーメン

1986年の発売以来、旨さと辛さが調和した独自の味わいで世界中の人々から愛されつづけている辛ラーメン。

これまで310億食を全世界で売り上げ、現在では100カ国もの国々に輸出を展開。
辛ラーメンのおいしさは、ますます世界へと広がりつつあります。

辛ラーメンのおいしさ

- ① 煮込みだから旨い、だしの効いた
「旨みスープ」
- ② 辛さと旨さが調和した、くせになる
「うまからっ!」味。
- ③ 煮込んでも伸びないコシのある
「もちもち麺」



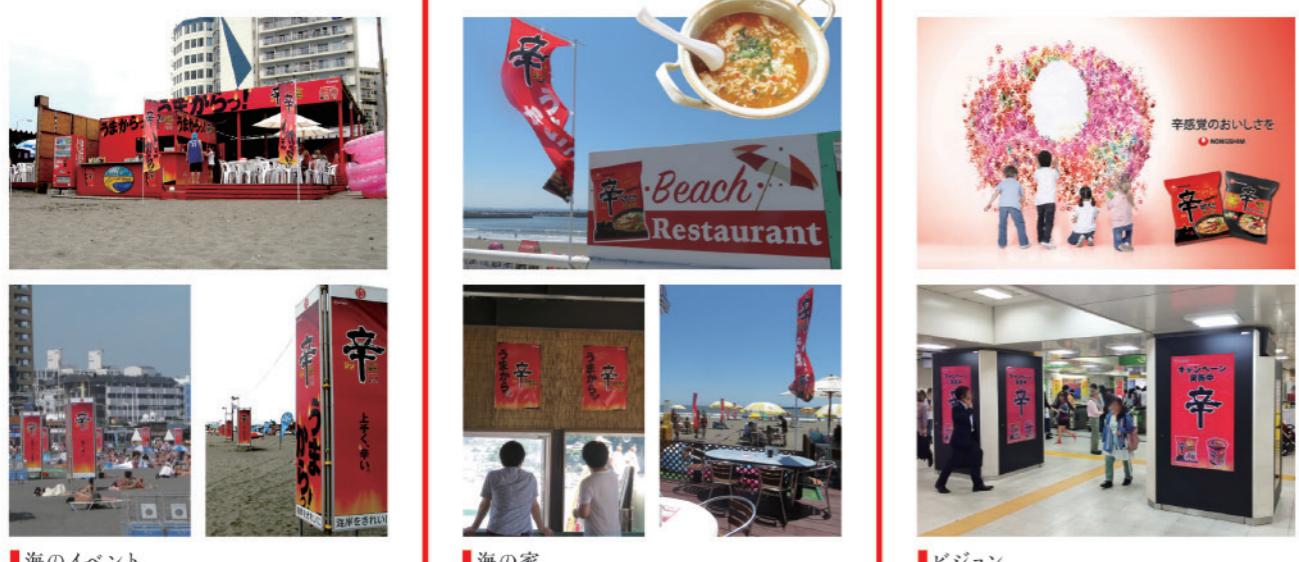
ABCL®分析による、インスタント袋麺
カテゴリーでの辛ラーメンのリピート率は
30.24%です。(2018マクロミルQPR調べ)
QPRとは、全国3万人のモニターにバーコードリーダーを貸与し、商品の購買データを
収集・分析したリサーチデータ。

おかげさまで世界100カ国に
愛されつづけています。
みんなのうまからっ! 辛ラーメン

Advertising & Promotion



GO OUT CAMP



海のイベント



海の家



ビジョン

幅広いメディアを駆使した広告展開

TVCMや街や駅のポスター、パッケージトレーラー、ラッピングバスなど、
さまざまなメディアを駆使した広告を展開。
赤を基調としたインパクトのある表現で消費者にアピールしています。



キッチンカー



パッケージトレーラー



福岡ソフトバンクホークス



K-com



羽田カート



ニコニコ超会議



ABCクッキング

日本の拠点は主要4都市。
確かなネットワークが販売＆営業力を支えます。

Map & Address



■ 株式会社農心ジャパン 会社概要

代表者名 金大厦(キム・デハ)

創設日 2002年1月8日

資本金 30,000万円

東京本社 〒100-0013 東京都千代田区霞が関1-4-2 大同生命霞が関ビル4階
TEL.03-3595-0882 FAX.03-3595-0884

営業所 大阪支社

〒541-0057 大阪府大阪市中央区北久宝寺町4-3-5 本町サミットビル7階
TEL.06-6243-8080 FAX.06-6243-8088

名古屋支店

〒450-0001 愛知県名古屋市中村区那古野1-38-1 星光桜通ビル8階
TEL.052-564-9800 FAX.052-564-9810

九州支店

〒812-0016 福岡県福岡市博多区博多駅南1-3-11 KDX博多南ビル7階
TEL.092-483-4077 FAX.092-483-4078



 www.nongshim.co.jp

