

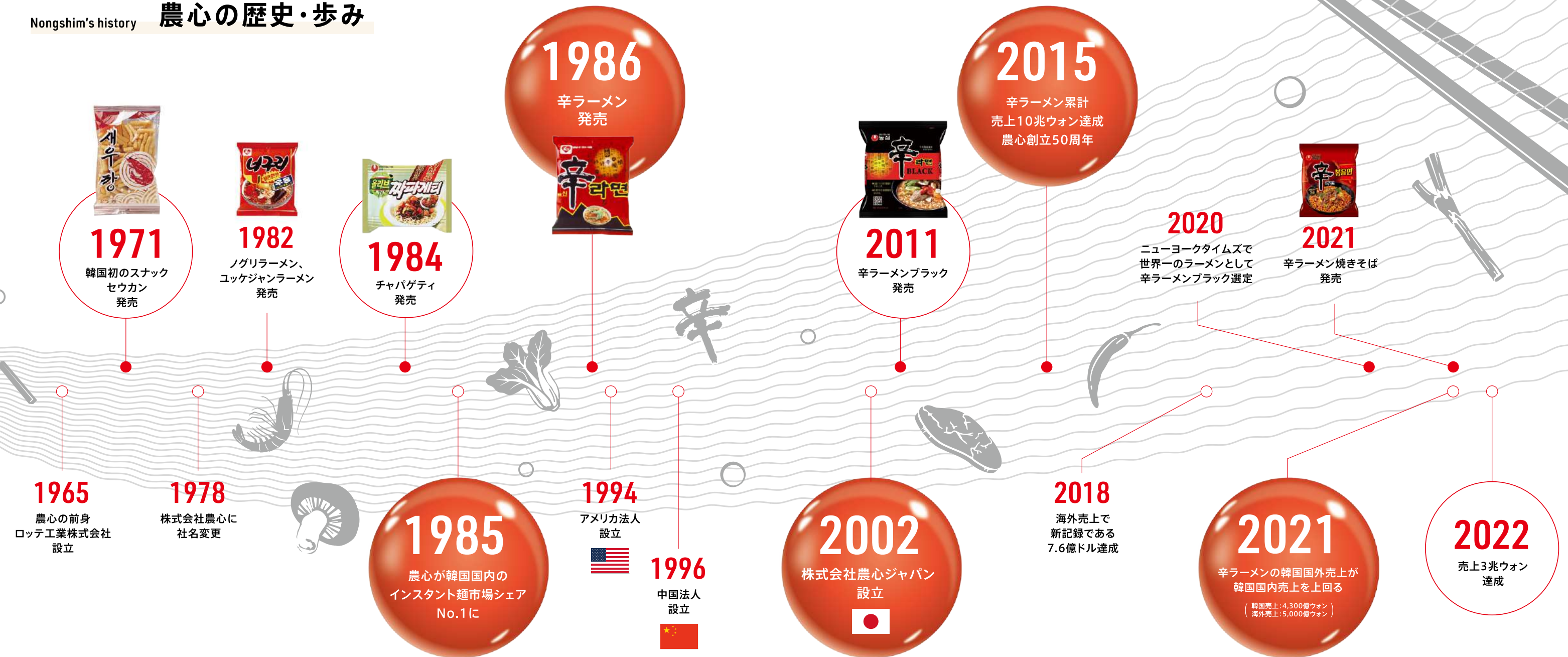


Company Information

Lovely Life Lovely Food

「おいしい人生は楽しい、農心」 인생을 맛있게, 농심

Nongshim's history 農心の歴史・歩み



Vision

世界の食卓をすこやかに、幸せに。

世界の新しい食文化を創るグローバル食品企業として「Vision2025」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展開しています。





農心ロゴに込められた想い

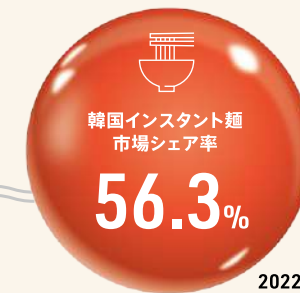
努力して得た収穫を
わけあう心

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。

Instant Noodles インスタント麺

本国顧客満足度調査(NCSI) ラーメン部門
10年連続1位

農心を代表する“辛ラーメン”は韓国インスタント麺市場シェア率1位の座を32年間維持し続け、
元祖K-Foodとして世界中の消費者から脚光を浴びています。辛ラーメン以外にも
消費者トレンドに合わせた新製品を続々と開発し、ラーメン市場のトレンドを作り上げています。



Snacks スナック

大切な人と楽しさを分かち合う、
農心スナック

国民のスナックと呼ばれる“セウカン”を筆頭に、農心のスナックは
素材の味を生かし消費者に食の楽しさを提供しています。
今後も消費者ニーズに合わせた製品開発に努め、
世代を超えて愛されるスナックを販売していきます。



Beverages & Import Brands

飲料/輸入事業



韓国の味を世界へ、世界の味を韓国へ

世界最高水準のミネラルウォーター“白山水”を始めとした多様な飲料の販売に加え、
世界的食品企業との提携により韓国の消費者へ世界の味を届けています。

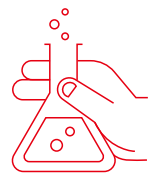


Other その他事業



健康的な未来を届ける

健康機能食品ブランド「Lifill」開発、ヴィーガンレストラン
「Forest Kitchen」オープンなど、味だけでなく健康を考慮した
製品の育成にも積極的に取り組んでいます。



R&D

研究開発

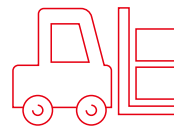
農心は1965年の創業時より研究所を運営し、独自の技術を継続的に蓄積してきました。優れた食品研究者たちによる研究活動が、グローバル食品企業として飛躍するための大きな一助となっています。



Purchasing

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的確に確保するため、品目特性に合わせた購買戦略の樹立はもちろんのこと、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。



Logistics

物流

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。拠点ネットワークを設備し、GPS・GISを基盤としたリアルタイム発送モニタリング体制を構築。TMS及びWMS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。



Quality

生産品質

農心は世界最高水準の先端設備による生産と徹底した品質管理により、全世界の消費者が信頼して食べられる安全な製品を生産しています。品質保証チームでは原材料の産地から製造、流通まで全工程においての品質価値向上のためグローバル品質経営システムを運営しています。



Plants in Korea

韓国内工場

アンサン
安養工場

ラーメン・スナック総合工場。
韓国初のどんぶりタイプのカップ麺を製造しました。

ノクサン
釜山工場

ふるる冷麺を始めとするノンフライ麺や米粉麺など、
プレミアム麺類の製造をしています。

アンソン
安城工場

世界最大規模のスープ専門工場。
農心ならではのスープを作り出します。

クミ
亀尾工場

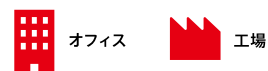
最先端のコンピュータシステムを導入した工場。
自動化設備により大量生産が可能になりました。

アサン
牙山工場

スナック専門工場。一年中原材料を新鮮に保管している
10,000トン規模の貯蔵加工施設を備えます。

フサン
釜山工場

輸出製品専門工場。生産から船積みまで行い、
各国に農心製品を届けています。



「辛ラーメン」は100ヶ国以上で販売されている グローバルブランドです。

農心は韓国から世界へと広がり、日本・中国・北米・オーストラリア・ベトナムに販売拠点を設置。
また韓国以外に中国・アメリカにも工場を設置し、
世界中どこにいても変わらないおいしさを提供しています。

Shin Ramyun

1986年発売以降、国民食として愛され続ける製品

韓国インスタント麺といえば辛ラーメン！



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た辛ラーメン。
旨さと辛さが調和した独自の「うまからっ！」な味わいで、世界100ヶ国以上もの人々から愛されています。
農心を牽引する原動力にもなっている辛ラーメンの美味しさは、ますます世界へと広がり続けています。

Shin Ramyun Line up 辛ラーメンラインナップ



辛 キムチ
シン 라면

日本人向けに辛さを抑えたマイルドタイプ。辛ラーメンの旨みに加えて、しゃきしゃきした白菜キムチのさっぱりとした味わいが楽しめます。



辛 BLACK
シン 라면

“特製豚骨スープ”と“特製辛味スープ”のWスープで、より味わい深くマイルドになったプレミアム辛ラーメン。



辛 RED
シン 라면

通常の辛ラーメンの辛さ2倍、よりコクと旨みが増した激辛タイプ。突き刺さるような辛さがやみつきになります。



辛 볶음면
シン 라면

辛ラーメン誕生から30年以上の歳月を経て、ついに誕生した焼きそばタイプ。辛ラーメンの旨辛な味が、焼きそば用に改良されたもちもちの細麺と絡んでクセになる味わいです。かやくのかまぼこに「辛」の文字が入っているのもポイントです。



※1 調査委託先: Nielsen IQ Korea 調査実施期間: 2022/1/1-12/31
※2 調査委託先: マクロミル 調査対象者: マクロミルモニタ 18-69歳男女の1,654人 調査実施期間: 2020/8/14-8/15
※3 調査委託先: マクロミル 調査対象者: マクロミルモニタ 20-69歳男女の727人 調査実施期間: 2022/12/19-12/21



海鮮スープのピリ辛太麺

1982年に発売、辛ラーメンよりも長い歴史を持つラーメン。辛さの中に海鮮出汁の旨みを感じられるスープともちもちの太麺が特徴です。パッケージのノグリキャラクターは若者の間でも人気で、レゴブロックや子供服でも採用されました。



【ノグリラーメン】
ピリ辛HOTが韓国でNo.1の人気



【ノグリラーメン マイルド】
辛さが控えめ。海鮮スープが特徴



【ノグリ 旨辛焼きちゃんぽん】
やみつきになる汁なしラーメン



僕はノグリ。
韓国語で「タヌキ」の
意味だよ。



手軽に韓国ジャージャン麺

1984年の発売以降大人気の韓国ジャージャン麺。韓国市場の汁なし即席麺で売上No.1※。もちもち太麺と焦がし味噌のような濃厚ソースが特徴。辛くないので老若男女問わずお楽しみいただけます。唯一無二のビジュアルからSNSで話題の製品。 ※Nielsen IQ Korea 2022年調べ



【チャバゲティ】
ボリューム満点でクセになる味



【チャバグリカップ】
ノグリとチャバゲティのMIXレシピを商品化



4月14日は
ブラックデー
#14日はチャバゲティの日
韓国文化を日本でも



おうちで本格韓国冷麺

本格的な冷麺を手軽に楽しめるように乾麺パスタとラーメン製造のノウハウを元に農心独自技術で開発を進めました。伝統的な「押し出し製法」と熱風で乾燥させて仕上げるノンフライ麺は、極細でもコシのあるつるつるとした本場の食感を再現しました。



【水冷麺】
酸味と甘みを感じられるさっぱりしたスープ



【ビビン冷麺】
特製ビビンジャンで本場の辛さを楽しめるソース



2002年に設立した農心ジャパンは、創業20周年を迎えました。

おかげさまで農心製品は日本でも多くの方々から

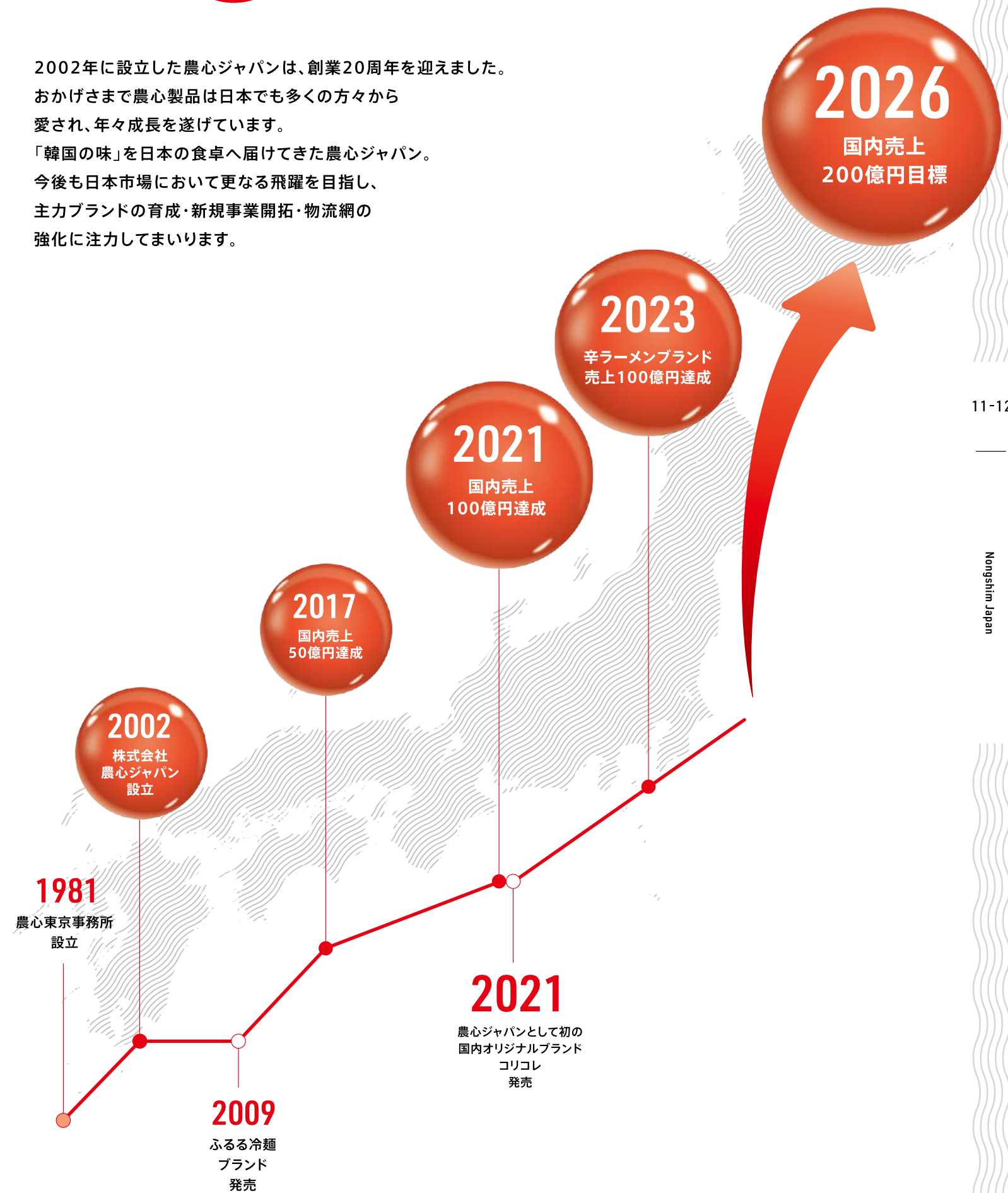
愛され、年々成長を遂げています。

「韓国の味」を日本の食卓へ届けてきた農心ジャパン。

今後も日本市場において更なる飛躍を目指し、

主力ブランドの育成・新規事業開拓・物流網の

強化に注力してまいります。



※2023年9月『第67回ジャパンフード・セレクション』にてグランプリをWで受賞



——ロゴに込められた想い——

Korean Food Collection Vision

Authentic Taste

to Japan
日本の食卓へ

Lovely Life Lovely Food 😊