



화장품 제조기업
실적 신기록
글로벌 사업 탄력
나



Life

편의점서 한끼
도시락·디저트
매출 증가
L2



쩍쩍박사 레시피 현실로 치즈풍미 더한 매운맛에 일본 입맛까지 ‘씩쓸이’

메가히트 브랜드 탄생스토리

농심 ‘신라면 툼바’

농심이 선보인 ‘신라면 툼바’는 기업이 기획한 신제품이 아니라 소비자가 먼저 만든 레시피에서 출발했다는 점에서 이례적이다.

신라면에 우유와 치즈, 새우, 베이컨 등을 더해 만드는 ‘신라면 투움바’ 레시피는 온라인 커뮤니티와 SNS를 중심으로 빠르게 확산됐다. 매콤한 국물라면에 크림의 고소함을 더한 이색 조합에 소비자들 사이 열광한 것이다.

신라면에 우유·치즈 더한 레시피 소비자 아이디어로 정식 제품화

풍미 강화한 꾸덕한 소스 구현해 출시 두 달 만에 1100만개 판매

빅데이터 분석 기업 RSN에 따르면 ‘신라면 투움바’ 관련 콘텐츠는 2022~2024년 연평균 13% 증가하며 꾸준한 관심을 이어갔다. 농심 자체 소비자 조사에서도 1020세대의 약 60%가 해당 레시피를 인지하거나 직접 경험한 것으로 나타났다. 단순한 유행을 넘어 젊은 소비층의 실질적 소비 경험으로 안착했다는 의미다.

농심은 이같은 소비자 주도 트렌드를 제품화 기회로 판단했다. 이에 농심은 2024년 9월 ‘신라면 툼바’를 출시, 두달

만에 1100만개 판매를 돌파하며 인기몰이를 했다.

재료별로 준비해야 하는 번거로움과 조리 난도를 낮추고, 언제 어디서나 즐길 수 있도록 했다. 신라면의 매운맛을 기반으로 생크림과 체다·파마산 치즈를 더해 꾸덕한 소스 질감을 살렸고, 버섯·마늘·청경채 등 건더기를 보강해 완성도를 높였다. 특히 용기면의 경우 전자레인지 조리가 가능하도록 설계해 소스 농도와 풍미를 강화한 점이 차별화 포인트로 꼽힌다.

이 제품은 국내를 넘어 일본 시장에서 ‘이변’을 만들었다. 농심은 지난해 4월 일본 CVS 1위 유통업체 ‘세븐일레븐’을 통해 신라면 툼바 용기면을 현지에서 본격 출시했고, 출시 2주 만에 초도물량 100만 개가 모두 판매되는 폭발적인 반응을 얻었다. 9월부터는 봉지면으로 라인업을 확대해 세븐일레븐, 패밀리마트, 로손 등 일본 편의점 TOP 3를 중심으로 전국 매장에서 판매 중이다. 출시 후 브랜드 누적 판매량은 약 700만 개에 달한다.

매운 라면에 크림소스를 더한 ‘파스타 스타일’ 조합은 인스턴트 라면 강국 일본에서도 보기 드문 콘셉트로 받아들여졌다.

흥행 성과는 지표로도 확인됐다. 신라면 툼바는 한국 라면 최초로 닛케이 트렌디가 선정한 ‘2025년 히트상품 베스트 30’에 이름을 올렸다. 닛케이 계열 월간 지인 닛케이 트렌디는 일본 내 출시 상



지난해 4월, 일본 편의점에 출시 2주 만에 100만개 초도물량 완판
韓라면 최초 닛케이 트렌디 선정

레스토랑과 협업, 특별메뉴 선보여
라면, 색다른 미식 메뉴로 확장

품과 서비스를 판매 실적, 혁신성 등으로 평가하는 매체로, 현지 소비 트렌드를 가늠하는 지표로 통한다.

매체는 신라면 툼바에 대해 “매콤한 크림 맛과 쫄깃한 식감으로 식사 만족감이 크고, 일본에서는 드문 전자레인지 조리 용기면이라는 점이 젊은 층에게 재미를 줬다”고 소개했다.

신라면 툼바는 모디슈머 레시피의 상품화라는 실험에서 출발해 일본 편의점과 대형마트를 아우르는 메가 히트 상품

으로 확장됐다. 기업이 트렌드를 만드는 시대에서 소비자가 만든 레시피를 기업이 정식 제품으로 끌어올린 역발상 전략이 통했다는 점에서 의미가 크다.

한편, 농심은 올해 라면을 활용한 미식 프로젝트 ‘농심면가’를 본격 확대한다.

농심면가는 레스토랑 예약 플랫폼 캐치테이블과 협업해 전국 인기 다이닝에서 신라면, 짜파게티 등 농심 라면을 활용한 특별 메뉴를 선보이는 프로젝트다. 소비자들 사이 일상 속에서 라면을 색다른 미식 메뉴로 경험할 수 있도록 기획됐다.

올해는 전국 18개 유명 다이닝과 손잡고 연중 특별 메뉴를 선보인다. 참여 매장에서는 ‘차돌 대파 신라면’, ‘한우 바질 짜파게티’ 등 각 레스토랑의 개성을 살린 이색 메뉴를 만나볼 수 있다. 참여 다이닝 정보는 캐치테이블 앱에서 ‘농심면가’를 검색하면 확인 가능하다.

지난해에는 농심면가를 통해 분기별로 총 4곳의 대표 다이닝과 협업했다. ‘신라면 툼바 랍스터 마팔디네’를 선보인 페리지, ‘남영돈 배갈’을 공개한 남영돈 등이 참여했다. 올해는 대표 다이닝 협업을 6곳으로 확대해 프로젝트 규모를 키울 예정이다.

/신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



metr



일본 편의점에 출시된 신라면 툼바. 한국 라면 최초로 일본 닛케이 트렌디가 선정한 ‘2025년 히트상품 베스트 30’에 이름을 올렸다.



/농심



▲쇼트트랙 김길리, 샤넬 모델로 변신... ‘재미있는 경험’ /사진 뉴시스
▲홍명보호 코트디부아르전, 꺾 4부팀 경기장서 28일 개최

▲남자 하키, 아일랜드전 완패로 월드컵 본선 진출 실패
▲U-20 남자 축구대표팀 감독에 김정수 전 제주 감독대행 선임

▲미국-이란 전쟁 불똥... ‘슈퍼스타’ 호날두 스페인행 루머 확산
▲‘첫 K리그1 승격’ 부천, 이영민 감독과 재계약...2028년까지 동행