

売場から広がる「8月18日ビーフンの日」 全国の店頭・自治体・SNSが連動し認知拡大へ

ビーフンシェアNo.1※のケンミン食品株式会社（兵庫県神戸市・代表取締役社長：高村祐輝）は、8月18日の「ビーフンの日」に合わせ、全国各地のスーパーでの店頭販促、自治体との共同での食育活動、SNS施策を展開しました。小売店との継続的な売場づくりやイベントを背景に、当日は京阪百貨店での店頭イベントを始め、全国のスーパーで大掛かりなビーフン売場が出現しました。また、静岡県藤枝市内保育施設での給食提供、兵庫県丹波篠山市での親子料理教室など食育イベントを実施。SNSでも関連投稿数が前年を上回るなど、「ビーフンの日」が生活者・行政・教育現場を巻き込む食の記念日として着実に浸透しています。

※1: 通関統計 ビーフン類 2025年1～12月 シェア43.6%



京阪百貨店すみのどう店の様子

1 背景

①「ビーフンの日」が店舗から全国へ広がる

8月18日は、「米」の字が「八・十・八」で構成されることにちなんで、2006年にビーフン協会が日本記念日協会に申請・制定された「ビーフンの日」です。

当社では、毎年さまざまな企画を通じてビーフンの魅力発信に取り組んでいます。

今年は、単日のイベントだけでなく、全国のスーパーや小売店における試食販売、売場展開、料理教室、キャラクターイベントなどを数カ月 にわたり継続実施。

こうした積み重ねを背景として、「ビーフンの日」当日に大きな盛り上がりが生まれました。

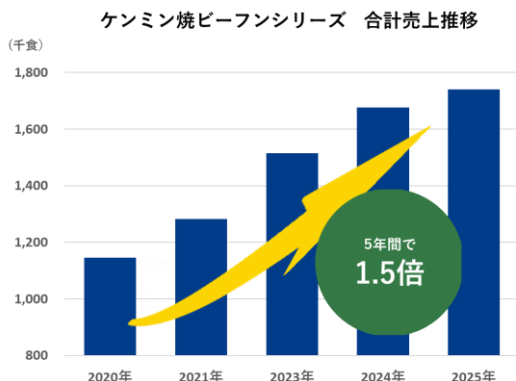


関西スーパーキッチンスマイルでの試食販売の様子

②売場での継続的な取り組みが認知拡大の原動力に

5月以降、全国各地で試食販売や料理教室、親子イベント、着ぐるみを活用した店頭プロモーションを継続して展開してきました。

特に7月から8月にかけては、スーパーでの試食宣伝販売、親子料理教室、ビーフンの日キャンペーン、ディスプレイコンテスト、「ケンミンぼうや」による店頭イベントなどを全国で集中的に実施。その集大成として8月18日には、関西で「ケンミンぼうや」が登場する店頭イベントを開催しました。当日は試食販売とあわせて実施され、多くのお客さまが売場に立ち寄り、8月18日の「ビーフンの日」の認知向上と商品の購買促進につながりました。また、「ケンミン焼ビーフン」シリーズは過去5年間で売上が1.5倍になり、今後ますます拡大していくと思われます。



自社販売実績（2019年3月～2025年2月）



九州・サンロード免田店の売り場の様子

①行政と連携した藤枝市での食育活動

店頭での取り組みは、地域との連携にも広がっています。

静岡県藤枝市では、8月18日の「ビーフンの日」に合わせて、市内保育施設28園の給食にビーフンを無償提供しました。これはフジケンミんフーズが市内に立地していることをきっかけに実現した取り組みで、食育と地域貢献を目的として実施されました。

当日は各園において焼ビーフンや汁ビーフンなどが給食として提供され、園児たちはビーフンを味わいながら、「お米からできている麺」であることを学びました。静岡新聞でもその様子が紹介され、「おいしい」「麺が細くて食べやすい」などの声が掲載されました。

藤枝市とケンミン食品は、今後「食と農」を通じた地域活性化に関する連携協定締結も予定しており、地域ぐるみの食育活動へ発展していくことが期待されています。



市内保育施設28園の給食へビーフンを無償提供

②丹波篠山市では工場を活用した親子料理教室を開催

兵庫県丹波篠山市では、丹波篠山市教育委員会食育推進事業として、丹波篠山中央公民館で親子料理教室「かぞくdeおいしんぼクッキング 食品工場編」を実施しました。

会場では、Be-FunファクトリーSASAYAMAで製造される冷凍商品のアレンジメニューやライスパーパー料理、ジャスミンマフィンづくりを体験。

さらに、タイ工場におけるビーフン製造工程、Be-FunファクトリーSASAYAMAの製造工程、ビーフンができるまでの学習プログラムを通じて、ものづくりと食への理解を深める機会を提供しました。

参加した子どもたちは学習コーナーで積極的に質問を行うなど高い関心を示し、楽しみながら食への興味を育みました。



丹波篠山市の親子料理教室で作られたメニュー

③SNSでも前年を上回る反響

店頭や地域での取り組みは、デジタル上にも広がりました。

8月18日の「ビーフンの日」には、企業や生活者による投稿が相次ぎ、「ビーフン」「ビーフンの日」に関するSNS投稿数は前年を上回るペースで推移しました。

Xでは、「ビーフン」のポストが昨年の7.4倍、「ビーフンの日」が同3.4倍、「焼ビーフン」のポストが1.5倍など多くの投稿がありました。

また、公式SNSキャンペーンへの参加や関連投稿も増加し、ビーフンに対する関心の高まりが確認されました。また人気料理研究家による焼ビーフンの紹介動画が公開されると、「懐かしい」「久しぶりに食べたくなった」「明日買いに行く」「子どもの頃から大好き」といった投稿が次々と寄せられました。こうした反響を受け、当社でもInstagramライブを実施。消費者とのリアルタイムコミュニケーションを通じて、「ビーフンの日」の輪をさらに広げました。

3 まとめー「記念日」から「食文化」へー

今年の8月18日の「ビーフンの日」は、店頭での大掛かりな売場づくりを起点に、食育活動、自治体との連携、そしてSNSでの話題化へと広がりました。

一日だけのキャンペーンではなく、小売店、自治体、教育現場、生活者がそれぞれの立場で参加することで、「ビーフンの日」は年々その存在感を高めています。

当社は今後も、「もっとビーフンを身近に。」をテーマに、売場と地域社会をつなぎながら、ビーフンが家庭で愛されるようさらなる定着に取り組んでまいります。

■ 本件に関するお問合せ窓口 ■

ケンミン食品株式会社 広報室 担当：田中・本吉

TEL：078-366-2054 e-mail：kenminpr@kenmin.co.jp 〒650-0024 兵庫県神戸市中央区海岸通5丁目1番1号