

補足資料

企画概要

概要

「Yahoo! JAPAN」、「TOKYO 1週間」のご協力のもと「次世代ラーメン（今までになかった新しいラーメン）」をコンセプトに、全国のラーメン店に参加を募り、延べ119万票を集めた消費者投票によって、2つの「最強の次世代ラーメン」を決定し、本気盛ブランドとして商品化致しました。

選考フロー

STEP.1 <全国のラーメン店に参加募集> (8/5~8/31)



「次世代ラーメン」をテーマに全国のラーメン店を対称に参加を募集。
(新メニューを開発、実際に販売することが参加条件)

STEP.2 <一次審査> (8/31~9/15)



「ラーメンデータバンク」、「TOKYO 1週間」編集部、「東洋水産 商品開発部」のメンバーで構成した次世代ラーメン決定戦実行委員会が厳正に審査。

STEP.3 <一次投票、二次投票> (8/24~9/24)



店舗でメニューを販売し、口コミを受付。消費者が「食べたい」と思うラーメンに投票し、優勝・準優勝を決定。投票数は延べ119万票。

STEP.4 <優勝・準優勝作品を商品化>

見事優勝・準優勝に輝いた「次世代 香油・塩ラーメン（一鶴：石川県）」、「次世代 北海道焦がしバターコーンラーメン（札幌 らーめん 緑や：北海道）」を2010年2月22日（月）から全国のCVS等にて発売開始。

