

# 大塚食品「こどものためのボンカレー」を刷新



「こどものためのボンカレー」をリニューアルする中、下期は2016

「ボンカレー」は50年... 以上、歴史を持つブランドだが、世代を超え変化... 対応した、不朽のブランドを... 目指している。そのような中で、今期前半はブランド初となる「旨み... 素」を発売したほか、「ボンカレーネオ」をリ... ニュール。順調に推移... する中、下期は2016



「ボンカレー」は50年... 以上、歴史を持つブランドだが、世代を超え変化... 対応した、不朽のブランドを... 目指している。そのような中で、今期前半はブランド初となる「旨み... 素」を発売したほか、「ボンカレーネオ」をリ... ニュール。順調に推移... する中、下期は2016

「ボンカレー」は50年... 以上、歴史を持つブランドだが、世代を超え変化... 対応した、不朽のブランドを... 目指している。そのような中で、今期前半はブランド初となる「旨み... 素」を発売したほか、「ボンカレーネオ」をリ... ニュール。順調に推移... する中、下期は2016

「ボンカレー」は50年... 以上、歴史を持つブランドだが、世代を超え変化... 対応した、不朽のブランドを... 目指している。そのような中で、今期前半はブランド初となる「旨み... 素」を発売したほか、「ボンカレーネオ」をリ... ニュール。順調に推移... する中、下期は2016

「こどものためのボンカレー」をリニューアルする中、下期は2016

「ボンカレー」は50年... 以上、歴史を持つブランドだが、世代を超え変化... 対応した、不朽のブランドを... 目指している。そのような中で、今期前半はブランド初となる「旨み... 素」を発売したほか、「ボンカレーネオ」をリ... ニュール。順調に推移... する中、下期は2016

大塚食品はこのほど、「こどものためのボンカレー」をリニューアル。昨年55周年を迎えた「ボンカレー」ブランドでは今年、春季に「カレーうどん専用」の「ボンカレー」を発売するなど、ブランドの鮮度アップに積極的に取り組んでいる。そして今秋、2016年から展開する「こどものためのボンカレー」をブラッシュアップ。発売以降成長を続ける同品だが、「親が子どもに食べさせたいカレー」としての魅力を高めさらなる認知拡大を図る。リニューアルのポイントについて中島千旭製品部レトルトチームボンカレー担当APM(写真)に話を聞いた。

(聞き手 柴田明子)

「ボンカレー」は50年... 以上、歴史を持つブランドだが、世代を超え変化... 対応した、不朽のブランドを... 目指している。そのような中で、今期前半はブランド初となる「旨み... 素」を発売したほか、「ボンカレーネオ」をリ... ニュール。順調に推移... する中、下期は2016

「ボンカレー」は50年... 以上、歴史を持つブランドだが、世代を超え変化... 対応した、不朽のブランドを... 目指している。そのような中で、今期前半はブランド初となる「旨み... 素」を発売したほか、「ボンカレーネオ」をリ... ニュール。順調に推移... する中、下期は2016

「ボンカレー」は50年... 以上、歴史を持つブランドだが、世代を超え変化... 対応した、不朽のブランドを... 目指している。そのような中で、今期前半はブランド初となる「旨み... 素」を発売したほか、「ボンカレーネオ」をリ... ニュール。順調に推移... する中、下期は2016



報道によると、23年度の国語に関する世論調査では、1カ月に読む本の冊数が「ゼロ」と答えた人が63%に上り、08年度の調査開始以来で最多になったという。過去4回調査の46~48%からは20ポイント弱の急上昇だ