

「バーモントカレー」のパッケージの変遷

～ ケーススタディ：ハウス食品② ～

① 1963年（昭和38年）



新発売された当時のものである。コンセプトである「リンゴとハチミツ入り」が明確に書かれ、りんごとハチの絵が可愛らしく描かれている。

② 1977年（昭和52年）



発売当時のデザインとほとんど変わらない。しかし、文字の大きさや色を変えたことによって見やすくなっている。

③ 1989年（平成2年）



それまでのパッケージとはガラリと変わった。カレーの美味しさが伝わってくるとともに、カレーのイメージも従来のものとは新しくなっている。また、ハウス食品のマークが変わったことやコンセプトを英語で表現していることで国際的ブランドとしても期待される。

④ 1995年（平成7年）



できあがったカレーが大きく描かれている。また、グラム数に対して何人分が作れるといった細やかな所までパッケージに示されるようになった。

⑤ 1998年（平成10年）



パーモントカレーの文字が真っ直ぐに書かれ、またリンゴとハチミツ入りというコンセプトではなく、表現コンセプトで示されている。

⑥ 2000年（平成12年）



全体的に丸みを帯び、親しみやすいパッケージとなっている。コンセプトも今まで以上にわかりやすく伝えられており、すぐにカレーのイメージができるようになっている。また、カレールウの容器の便利さも書かれているため、より使いやすくなったといえる。

⑦ 現在



2010年からパッケージの文字にユニバーサルフォント（誰もが見やすく読みやすいようデザインした文字）を採用している。辛味順位で、辛さのレベルがわかるようになっている。

※パッケージだけでなく本体のルウを収納するトレイも、必要な分だけ使えるよう、割りやすくなるように変化していった。

1963年 → 1989年 → 1999年

