



# 高校生考えたドレッシング

## 名古屋・南陽高 開発3年、企業と協力

名古屋港区の南陽高校の三年生が「リレー」方式で三年かけて、「売れる商品」を意識した調味用ドレッシングを地元企業と共同開発した。買い物客が思わず手に取るデザインや味を念頭に、辛味調味料と八丁みそを合わせた「うま辛」と、刻みタマネギの甘みを生かした「オニオン」の二種類を用意。県内のスーパーなど百貨店が今月から順次、取り扱いを始めている。(山本拓海)

二〇一九年秋から毎年、総合学科で情報ビジネスを学ぶ三年生が商業科目「商品開発」の中で挑戦。この科目が二〇二二年度の入学から「商品開発と流通」に変わるのが先行し、生徒らが店頭での商品の見え方までを考えた。熱田区に東海営業本部を置く食品卸会社「伊藤忠食品」の協力を受け、中区の調味料メーカー「盛田」と共同開発した。

### 「うま辛」「オニオン」今月発売

田の協力で四種のサンプルを作成。二〇二〇年度は試飲やアンケートをして味を二つに絞り、複数のパッケージデザイン案を用意した。本年度の三年生は、売り場での商品の見ええなども考えながらデザインや味を最終決定。サラダや肉料理など多彩なメニューに合うドレッシングを足かけ三年で完成させた。

ラベルはタマネギや唐辛子の大きなイラストと、ポップな字体で縦書きした商品名が目立つ仕上がり。味の特徴や使い方をメッセージアプリのやりとりのように紹介するデザインが高校生らしさを感じさせる。

三年佐藤悠斗さん(左)は「手に取ってもうため、高校生が作ったことをデザインの前面に出した」と、小出菜那羽さん(右)は「料理を引き立てて使いやすいドレッシング」と自信を込める。担当教員の柘植政志さん(左)は「売れるには何が必要か。生徒らは教科書以上の工夫が必要と学べたのでは」と手応えを語った。ともに「百」の入りで二百二十四円。盛田(0120)691607

買い物客を引きつける商品を自撮りしてドレッシングを開発した生徒ら。名古屋港区の南陽高で。