

人物画

新しいだし文化広げたい

Dashi Corporationは、

ドリップバッグ式の飲むかつお節だし「だしどり」の販売を開始した。これをきっかけに、「心身をリラックスさせるために手軽にだしを飲む」という新しいだし文化を広げていく。同社のミッションである「『Dashi』を世界語にする」を実現するため、まずは国内からだしを飲む習慣を根付か

せる狙いだ。新商品の開発を担当したのは入社2年目の阿部美波氏である。

に嵌っていたのが大学時代で、紅茶検定の資格を取得している。だしと紅茶は直結することはないものの、こ

年の開発期間を経て、香りと味わいのバランスが取れたかつお節だしを実現した。

阿部氏は宮城大学の食産業学群で金内誠教授のもと、微生物の発酵技術を用いた食品開発について研究を行ってきた。だしどりの開発を託されたのは、食品開発の素養はもちろ

うした経験が「飲むだし」という新発想の商品開発に、間接的に役立ったという。

発売後、周囲の友人数人に勧めてみたところ、「お酒を飲み過ぎた翌日に飲むと心地良い」「白湯からだしに切り替えた」といった上友な反応が得られたという。

品開発の素養はもちろんのこと、紅茶党だという理由もあった。母親が茶菓子作りを趣味としていたため、幼いころから紅茶に親しんできた。最も紅茶

も苦労した点は、やはり味わいだった。調味料ではなく「飲料」としてのだしであるため、濃すぎず飲みやすい味に仕上げなければならぬ。加えて、原料は枕崎製造のかつお節を100%使用する

成果に満足することなく、新たな目標を見据えている。より消費者の「ウォンツ」を考慮した商品開発を行いたいとの思いを持ち、マーケティングに関心を



Dashi Corporation株式会社
商品開発部

阿部 美波氏

からこそ、燐感や肉質の香、うま味ある肉質の味わいという魅力が伝わるかつお節だしを目指したかった。使用するかつお節の厚さ、量の調整を繰り返し、1

持ち始めた。現在は大卒の社会人向け講座を受講し、スキルの向上を図る。同社期待の新人開発者の挑戦はまだ続く。