

再注目！日本の“おだし”

2013年には和食がユネスコ無形文化遺産に登録され、コロナ禍を経て自炊人口も増えたと言われる中で「だし」が注目を集めている。今回は第36回グルメショーに「だし」に関連する商品を出展する2社を紹介する。



▲だしカフェタイム。だしとの新しい出会い、ライフスタイルを提案するギフト好適品だ



▲だしパックや天然だし粉、白だしなども出展。いずれも本物のだしのうまみを味わえる商品



▲70年にわたりプロの期待に応え続けてきた専門店として素材や配合にこだわる



約70年にわたり、プロから信頼され続けるメーカーが一般家庭向けに本物の「癒やしのおだし」を提案

Booth No. 東3-T19-16 ふたばのおだし

<https://futaba-odashi.com/>

株式会社フタバは経節および食品販売企業として1953年に創業した。以来、業務用だしパックや削り節、液体だし、液体つゆなど、調理のプロに選ばれ、愛用され続けるだし製品を展開する。

そんな同社が近年、一般消費者・家庭向けの商品、ブランド開発に乗り出し、注目を浴びている。2017年には「UMAMI (うまみ) を軸に広がるライフスタイル」を提案するON THE UMAMIブランドを立ち上げ、また、21年には化学調味料・保存料無添加にこだわり、おだしをきかせた商品を提供するブランド「ふたばのおだし」を立ち上げた。

第34回グルメ&ダイニングスタイルショー (GDS／現

グルメショー) にも出展し、食品関連のみならず、様々な分野のバイヤーから関心を集めた「ふたばのおだし」だが、第36回グルメショーにも出展。今回は、改めてその魅力と今回の出展内容を紹介する。

長年のノウハウ、職人たちの知見と科学的要素を融合させ「変わらないおいしさ」を実現

「おだしは癒やし」をテーマとしている「ふたばのおだし」は驚くほどやさしくて、味わい深く、おいしい。

「料理人の方をはじめ、調理のプロフェッショナルの方は

品質の高さだけでなく、均質さも重視されます。

一方で、例えば、同じ種類の同じ海域で獲れたかつおでも漁獲時の気候などの微妙な違いで味わいが全く異なるのが面白いところでもあり、また難しい部分であるとも捉えています。当社では、70年にわたり、プロの方々からいただく様々なご意見やご要望に対応し、商品開発を進めてきました。ある意味でプロの方々に育てていただいたともいうべき商品をぜひ、ご家庭でも味わっていただきたいと考えました(株)フタバ 代表取締役社長 江口晃氏はそう語る。

その言葉通り、そしてだしに含まれる「うまみ」がそうであるように、同社のだしには長きにわたりプロから選ばれ続けてきた知見とノウハウが凝縮されている。同社では、確かな技術と感覚を持つ職人たちの知見と、成分を分析し数値化する科学的要素を融合し「変わらないおいしさ」を実現する。

まず、原料選定からこだわる。原料については、全国から厳選された原料サンプルを、研ぎ澄まされた感覚を持つ仕入れの専門職人が実際にだしをひいて、味覚を確認する官能検査を実施。産地名や価格ではなくその味わいから使用する原料を選定する。仕入れが決定した素材についても、毎日、入念にチェック。例えば、かつおの場合、体表面の色艶の目視、手で触れた際の身の詰まり方や重さ、素材同士をおつけた時の音など、長年の経験で培われた五感の全てで品質を確認する。

配合については、原料の産地、季節、個体差に合わせ、職人が最良の素材を商品に合わせ、熟練の技術で配合。例えば、50gのかつおのだしパックを作る際に、獲れた時期などが異なる10～20種類のかつおの素材をブレンドすることもあるという。

さらに工場で抽出されただしについては職人が官能試験を実施し、味に違和感がないかを確認。さらに自社研究機関で専門スタッフがだしの科学分析を行う。最新鋭の設備で、栄養成分、タンパク質、塩分、アミノ酸の分量を数値化し、分析。だしの味の均質化を、科学的な見地からも実現しているのだ。

ギフトとしてもプレミアムとしても好適品
様々な販路での展開が期待される

こうしたこだわり、そして品質の高さに加え、もう一点フタバの特徴として注目したいのが革新性だ。例えば、同社では1962年にはティーパック式天然調味料の開発に成功しており、業務用だしパックについても業界に先駆けて開発している。

今回「ふたばのおだし」として出展される様々な商品群はそうしたDNAも凝縮されたものと言えるかもしれない。

特に注目したいのが、「だしカフェタイム」だ。厳選された食材を使用して作られており、その豊かな風味とうまみが特徴。ティーパック式で素材の持つ独特な香りや味わい、本格的なおだしを時間や手間をかけずに味わうことができる。

「この商品を入口としてだしを知っていただければと考え、開発に取り組みました。海外の方にもここから和食文化、日本のだし文化に触れていただければと考えています」と江口氏は語るが、まさに「入口」として好適品と言えるだろう。前回、GDS出展時にも百貨店や商業施設テナントなど含め、様々な業態のバイヤーから引き合いがあったというが、パッケージもシンプルかつスタイリッシュでライフスタイル提案型の雑貨店やセレクトショップなどでの需要やインバウンド需要も期待される。また、OEM対応なども可能で、記念品やプレミアムとしても人気の出そうな商品でホテルや飲食店などのウエルカムドリンクとしても喜ばれそうだ。

また水に入れ煮出して沸騰後、約5分で、手間なく簡単に本格的なおだしがひける「だしパック」も出展。だしパックはまた和え物、炒め物、揚げ物の下味、お浸しなどにパックの中身をふりかけて調味料としても使用可能。うまみ、コク、味の深みを増し、料理をおいしく仕上げてくれる。

スプーン一杯で飲むおだしを作ることができ、調味料としても使える「天然だし粉」も出展。さらに「めんつゆ」や「白だし」、「ほん酢」、「炊き込みごはんの素」なども出展。いずれも簡単便利ながら、フタバの歴史とこだわりとノウハウが凝縮されている商品だ。さらにギフトセットも出展する。

「会場では試食・試飲なども予定しております。ぜひ実際にブースにお越しいただき、だし本来の味わいを体験いただければと思います」と江口氏は語るが、まずは実際にブースでその味わいを実感してほしい。そのやさしさとうまみ、奥深さに驚くはずだ。

60年前、同社による業務用だしパックの開発がプロのだしの在り方を大きく変えたように、ふたばのおだしから、今度は、日本の一般家庭のだし文化が変わっていくかもしれない。



▲だしパックを使えば簡単に、調理のプロ水準のだしをひくことが可能



▲「京都離宮～おだしとだしまき～」の出展商品の一部。ギフトボックスも用意され見た目も美しい



▲見た目はそのままに和風のテイストも加わった風味豊かな「離宮のおだしフィナンシェ」



▲昨年、GINZA SIXにポップアップ出店した際も好評だった「離宮のおだし生ハツ橋」

再注目!
日本の“おだし”

「おだしのテーマパーク」が提案する 五感で楽しめる多彩な「おだしギフト」

Booth No. 東3-T20-15 京都離宮～おだしとだしまき～ <https://kyotorikyu.shop-pro.jp>

その商品群はだし文化を若者に広めていくきっかけとなるだろう。そして、それは若年層の新たなギフト需要を創出することにもつながるかもしれない。

第36回グルメショーでは、だしの新たな可能性を追求、そして提案し続ける「京都離宮～おだしとだしまき」／株式会社プレメーズが初出展する。ここでは「京都離宮～おだしとだしまき」の取り組み、そして出展商品と「おだし」への想いを紹介したい。

「おだしのテーマパーク」は若者からも人気 だし文化と和食に触れる機会を提供

(株)プレメーズは京都に代々続く老舗和食料理店を運営。2022年には、日本初のおだしのテーマパーク「京都離宮～おだしとだしまき～」をグランドオープンさせている。

「京都で和食料理店『美ね寅』を運営する中で、若者の和食離れを肌で感じており、課題だと捉えていました。美ね寅でも一番大事にしていたのが『おだし』でしたので、京都からおだしの文化と魅力を伝えたいという考えから『京都離宮～おだしとだしまき～』をオープンさせました。今回

もおだしにまつわる商品を出展させていただく予定です」同社で広報を務め、また商品の企画・開発などにも携わる宮永朋美氏はそう語る。

「おだしのテーマパーク」と銘打つ通り「京都離宮～おだしとだしまき～」は五感でだしを楽しむことができる店舗だ。「出汁マイスター」のアドバイスを受けながら天然だしを手軽にとれる「だしパック」などを買うことができるほか、だしを使った珠玉の料理を提供する飲食スペースやだしの歴史や材料を学んでもらうことができる展示スペースを備えている。オープン後は、様々なメディアで取り上げられるなど業界内外で話題となり、京都伏見の新たな観光スポットとして注目を集めている。

また日本家屋をリユースし細部までこだわってつくられた同店舗はそのデザイン性も評価されており、日本で唯一かつ最大の空間アワード「日本空間デザイン賞2023」のショップ空間カテゴリーで入賞を果たしている。

「若い方も想定以上に多くご来場いただいています。おだしのおいしさや魅力を初めて知られた、改めて実感されたという方、販売商品をカジュアルギフトとしてご購入される方も多く、初めておだしに触れていただく一助となれ

ていることを非常に嬉しく感じています」(宮永氏)。

今回、グルメショーにもだし文化に触れる第一歩となるような商品群が出品される。

「フィナンシェ」や「生ハツ橋」も展開 素材、味、品質だけでなく見た目にもこだわる

実際に商品を見ていこう。

「だしパック」シリーズは手軽に本格的なだし料理を楽しむことができる商品群だ。例えば「離宮のおだし あご(小)／だしパック」はとびうおのふしを贅沢に50%も配合しており、さらに4種類の素材をブレンドすることで、よりおいしいだしが出るように仕上げている。

「粉末おだし」シリーズはさらに手軽にだしを楽しめる商品群。ごはんにかけてお湯を注いでだし茶漬けにしたり、湯がいた野菜にかけてお浸し風にしたりと使い方は様々。だしのしっかりとしたうまみがあるため、例えば、一般的なお茶漬けの素と比べると塩分濃度なども低く、健康志向のニーズにもマッチしそうだ。例えば「離宮のおだしソルト」はだし本来のうまみと栄養成分を生かし、うまみ調味料などは使っておらず、また塩の配合は50g中27.5gと減塩効果も配慮した商品だ。

「魔法のおだしスパイス」は調味料として幅広く活用でき、キャンプやバーベキューなどでもおすすめのアイテム。おだしスパイス、やさいスパイスなどを展開する。

実際に料理に使ってみると、それぞれ想像以上に味がしっかりしている。「普段料理をなさらない方や実際にだしをひいたことがないという方でも、手軽に使える、うまみを感じていただけることを意識しました」と、宮永氏は語るが、タイパ(タイムパフォーマンス／時間対効果)を意識する層にもヒットしそうだ。

だしを使ったスイーツなども出展。「離宮のおだしフィナンシェ」はしっとりとした食感とアーモンドとおだしの風味が特徴的なオリジナルスイーツ。また「離宮のおだし生ハツ橋」は創業約90年の老舗和菓子製造店東山ハツ橋本舗とのコラボ商品だ。

さらに「だしフェイスマスク」や「だしペットフード」、「おだしソーセージ」なども出品予定だという。ブースでは「おだしのテーマパーク」ならではの多種多様なおだしギフト

に触れることができるはずだ。

前述の通り、日本空間デザイン賞2023も受賞したデザイン性は商品にも生かされており、「京都離宮～おだしとだしまき～」の商品はその質や味だけではなく、見た目にもこだわっている。

例えば、だしパックはプラチナ色と白、黒で構成されたきらびやかかつスタイリッシュなパッケージ、一方で京都らしさを感じさせるモチーフのイラストも配され、どこか懐かしさや優しさも感じさせる。

オリジナルのギフトBOXも展開する。こちらも白と柔らかなオレンジベースのシンプルながら、品とたおやかさが感じられるしつらえだ。

食物店のみならず、様々な業種業態の売場にマッチしそうなデザイン。ギフトとしても好適品で、とりわけ業界が課題としている「若い世代」の取り込みも期待できる商品と言えるかもしれない。

またOEMにも対応。記念品やプレミアム需要も高そうだ。「『人生を変えるおだし生活を始めませんか』という商品コンセプトを掲げ、普段料理をなさらない方でも、毎日、おだしに触れることができるような商品をラインアップしています。素材にこだわり、見た目にもこだわり、無添加な点や塩分濃度なども含め、お子様からご高齢の方までおだしを楽しんでいただける商品を志向しています。まずは当社のブースにお越しいただき、五感で京都離宮のおだしを感じていただければと思います」(宮永氏)。

「食」の分野にとどまらず、衣食住の垣根を越えて様々な層に響くギフトをお探しのバイヤーや記念品、プレミアムなどをお求めの方は、ぜひ「京都離宮～おだしとだしまき～」ブースを訪れてほしい。



▲だしパックは国産素材や無添加にこだわって製造



▲「おだしのテーマパーク」である「京都離宮～おだしとだしまき～」の内観一部

注目のおだしの2社は Stylish food展 に出展!!

Stylish food展

今回紹介した「ふたばのおだし」、「京都離宮～おだしとだしまき～」は、自分へのご褒美や大事な人への贈り物など、それぞれのライフスタイルに合った暮らしを彩るアイテムを提案する「Stylish food展」に出展する。ぜひ、ブースで「おだし」の魅力に触れていただきたい。