

# 伊藤忠、データで原料提案

味と消費動向を分析

伊藤忠商事がデジタル技術を活用して食品企画・開発する取り組みを進めている。グループ企業の伊藤忠食糧を通じ、味や消費者動向のデータを使って原料段階からの提案を始めた。すでに廃棄予定だったバナナのペーストで商品化が実現しており、データを踏まえた消費者ニーズを商品開発に反映させた。伊藤忠商事がデジタル技術を活用して食品企画・開発する取り組みを進めている。グループ企業の伊藤忠食糧を通じ、味や消費者動向のデータを使って原料段階からの提案を始めた。すでに廃棄予定だったバナナのペーストで商品化が実現しており、データを踏まえた消費者ニーズを商品開発に反映させた。

山崎製パンは廃棄予定だったバナナのペーストを使った商品を売り出した



性別・年代・エリア別に好まれる味を簡単に分析できる「嗜好性分析」機能を追加。味香り戦略研究所（東京・中央）と連携し、23年春にもチーズのよつたな特定の商品との相性を分析する「ペアリング分析」機能を新たに加わる予定だという。

伊藤忠商事の葛西大気食料カンパニープロジェクタリーダーは「消費者のデータを分析し、（経済を消費側からみる）マーケットイン」の発想で事業を成長させていきた」と話す。

(長谷川雄大)

伊藤忠食糧が2年伊藤忠の食品・飲料向け開発は生かす

ど、伊藤忠子会社で青果物大手のドールが展開する「もつたいないバナナ」を使った菓子パンの展開を始めた。黒い斑点が多く、伊藤忠子会社で青果物大手のドールが展開する「もつたいないバナナ」を使つた菓子パンの展開を始めた。黒い斑点が多く、

A close-up photograph of a bunch of ripe bananas. The bananas are yellow with numerous dark brown spots, indicating they are overripe. They are arranged in a curved, overlapping pattern, with some showing the stem at the top right.

# 規格外バナナ、パンのペーストに

カデゴリーで在庫上かりになつてゐる」と、30～50代の男性や30～60代の女性に需要が高いことを分析した。SNS（交流サイト）でも健康志向の高まりからバナナ人気が高まつてゐること、バナナは様々な商品と親和性が高いことなどを示し、パンとともにないバナナの組み合わせを提案した。

3月の発売に先立ち、3月11年には第1号案件として、鹿児島県限定でケーキサンドやフィンガーロール、チョコの蒸しケーキの3種類に採用された。フジパングループは山崎製パングループではマフィンとパウンドケーキが全国で発売されるに至つた。

フーデータは伊藤忠が21年夏に立ち上げた食品・飲料向け開発システム。

フーデータは伊藤忠がうまみや酸味といった味覚の「商品データ」と購買動向などの「消費者データ」を掛け合わせて一元管理する。商品データと消費者データをそれぞれ提供するサービスはあるが、ワンストップで分析できるサービスは珍しい。同サービスはこれまで伊藤園など食品・飲料メーカー向けに提供し、彼らが商品開発する際に使つていた。

グループ会社を通じて原料の提案段階からデータを活用することで、消費者のニーズやトレンドを一緒に考えて提案できたり。伊藤忠食糧の寺井宏樹氏は「原料だとデータの使い方がより広がる。エビデンス（証左）を持つて原料を提案できるため顧客の反応もよく、受動的でなく自発的に提案ができる」と手応えを語る。

フーデータでは、2月に