

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く見た目が悪いなど、ま技術を活用して食品を企だおいしく食べられるに画・開発する取り組みをもかわらず廃棄される進めている。グループ企業規格外のバナナのペース業の伊藤忠食糧を通じ、トを伊藤忠食糧が山崎製味や消費者動向のデータパングループに提供。山崎製パンが3月から「提案を始めた。すでに廃ウインドケーキ」（希望小菓予定だったバナナのペ売価格140円）や「パーストで商品化が実現しナナマフィン（チョコチップ入り）」（同）を全た消費者ニーズを商品開国で発売した。

伊藤忠食糧は22年、伊藤忠食糧はこのほ藤忠の食品・飲料向け開ど、伊藤忠子会社で青果発システムフリーデータ物大手のドールが展開すを使い、POS（販売時る「もったいないバナナ」点情報管理）データから、を使った菓子パンの展開バナナの売り上げがヨーを始めた。黒い斑点が多グルトやプロテイン系の



ドールが展開する、まだおいしく食べられるにもかかわらず廃棄される規格外のバナナを使った

規格外バナナ、パンのペーストに

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開発した



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うな特定の商品とワインのような特定の商品の相性を分析する「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トリーダーは「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い」と話す。

（長谷川雄大）

カテゴリーで右肩上がりうまみや酸味といった味になっていること、30代、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っていること、バナナは様々な商品と親和性が高いことを示し、パンともったい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、22年11月には第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。フジパングループなどの製品にも広がり、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った。

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。