

インテージ、NTT データグループ、AI で商品企画から処方設計までをつなぐ 商品開発基盤の共同構築に向け戦略的連携を開始 ～SRI+[®]・SCI[®]の実販売・実購買データを活用し、食品・飲料・消費財の商品開発を高度化～

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)、株式会社 NTT データ(本社:東京都江東区、代表取締役社長:鈴木 正範、以下 NTT データ)、株式会社 NTT データビジネスシステムズ(本社:東京都豊島区、代表取締役社長:福西 克文、以下 NTT データビジネスシステムズ)の3社は、食品・飲料・日用品・化粧品などの消費財メーカーおよび小売業における商品開発プロセスの変革に向け、2026 年 10 月 5 日から戦略的連携を開始します。



本取り組みでは生活者・市場データから商品企画、処方・商品化までを AI で一気通貫につなぐ商品開発の仕組みを共同で構築していきます。具体的には、インテージが保有し、多くの消費財メーカーや小売業に採用され業界標準となっている全国小売店パネル調査「SRI+[®]」・全国消費者パネル調査「SCI[®]」などの実販売・実購買データを起点に、市場規模やシェア、商品別の販売動向、購買者属性・購買行動などを分析し、NTT データの商品企画特化型 AI エージェントを活用して、市場機会の発見、ターゲットの特定、商品アイデア・商品コンセプトの生成・評価へとつなげます。

さらに、そこで創出された商品企画を、NTT データビジネスシステムズの商品開発プラットフォーム「FooDesigner[®]」へ接続し、処方・原材料・包材・原価・品質・法規制・製造条件など、商品化に必要な検討まで一貫して支援する仕組みを構築します。

これにより、従来は部門やシステムをまたいで分断されがちだった「生活者・市場の理解」「商品企画」「処方・商品化」を、実販売・実購買データと AI で一本の線としてつなぎ、商品開発における意思決定の迅速化、商品化段階での手戻り低減、開発品質の向上を図ります。

3 社は、インテージの生活者・市場データとマーケティング知見、NTT データの AI 技術・商品企画領域の知見、NTT データビジネスシステムズの商品開発業務・処方領域の知見を結集し、変化する市場や生活者ニーズを迅速に捉え、食品・飲料をはじめとする消費財メーカーや小売業の商品開発力・競争力の向上を支援することで、生活者に新たな価値を届け続ける社会の実現に貢献していきます。

【背景・目的】

消費財業界では、生活者ニーズの多様化、商品ライフサイクルの短期化、原材料・物流コストの上昇、販売チャネルの複雑化などを背景に、商品開発のスピードと精度が一段と求められるようになっていきます。

一方で、商品開発の現場では、市場分析、生活者インサイトの抽出、商品コンセプトの立案・評価、処方・包材・原価・試作などの商品化業務が、部門やシステムをまたいで分断されているケースがあります。そのため、市場分析で得られた示唆や、企画段階での仮説を、商品化プロセスまで一貫して活用することが難しく、商品仕様への反映が不十分になったり、開発途中で手戻りが生じることが課題となっています。

こうした課題に対し、インテージは、SRI+・SCIをはじめとする生活者・市場データとマーケティング領域の知見を通じて、企業の市場や生活者への理解を支援してきました。NTT データは、AI エージェントを活用した業務プロセス変革を推進する一環として、食品・飲料・消費財業界向けの商品企画特化型 AI エージェントサービスを展開しています。また、NTT データビジネスシステムズは、食品・飲料メーカー向け商品開発プラットフォーム「FooDesigner®」を提供し、商品企画から商品開発に必要なデータの一元管理や開発ナレッジの組織活用など、商品開発業務の DX を支援してきました。

今回、3 社が強みとする生活者・市場データ、AI 技術、商品開発業務の知見を組み合わせることにより、業界標準の生活者・市場データを起点に商品開発の意思決定を高度化し、商品化業務までをつなぐ新たな商品開発プロセスの実現をめざします。

これにより、市場を反映した実現性の高い商品開発と品質向上を両立し、売り上げや利益などの事業成果につながる商品開発変革を支援していきます。



【本連携でめざす3つの変革】

1. 市場機会の発見:「市場を見る」から、「機会を見つける」へ

商品開発の初期段階では、生活者や市場の変化を捉え、どの市場で、誰に、どのような価値を届けるべきかを見極めることが重要です。

本連携では、全国規模で継続的に蓄積された市場規模・シェア動向、商品別の販売動向、購買者属性・購買行動などのデータをもとに、分析ロジックを搭載するAIエージェントを共同で開発します。専門的な分析アプローチを商品開発プロセスで継続的に活用することで、生活者・市場の実態や市場の成長性、競争環境などを踏まえて、狙うべき市場やターゲットを明確化し、データに裏付けられた新たな商品開発の機会の発見を支援します。

2. 商品仮説の生成・評価:「アイデアを出す」から、「売れる仮説を磨く」へ

商品開発では、多くのアイデアを生み出すだけでなく、生活者ニーズや市場性、ブランド適合性、価格、チャネル、収益性などを踏まえて、事業化につながる商品仮説へ磨き込むことが求められます。

本連携では、生活者・市場データ、リサーチ結果、商品戦略、ブランド情報を AI エージェントが統合し、ターゲット、提供価値、商品コンセプト、訴求内容、価格、売り上げなどの仮説の生成・評価を支援します。これにより、データに基づく再現性の高い商品企画の検討プロセスを実現し、意思決定の迅速化と検討品質の向上をめざします。

3. 商品化業務への接続:「企画で止まる」から、「商品化までつなぐ」へ

商品開発には、生活者ニーズや市場機会を捉えたコンセプトを立案するだけでなく、実際に商品として成立させるために処方、原材料、包材、原価、品質、法規制、製造条件といった観点から具体的な商品仕様に落とし込む必要があります。

本連携では、商品企画で生成した仮説を、商品化に必要な具体的な仕様へつなぐ仕組みを構築します。商品開発に関する知見や処方・原材料・製造実現性などの検討プロセスと組み合わせることで、企画から具体化、実現性評価までを一貫して支援するとともに、商品開発における意思決定の高度化、手戻りの低減、開発スピードの向上をめざします。

<各社の役割>

会社	本連携における主な役割
インテージ	全国小売店パネル調査「SRI+ [®] 」や全国消費者パネル調査「SCI [®] 」などの実販売・実購買データを活用し、市場規模、シェア、商品別の販売動向、購買者属性、購買行動を分析します。また、分析知見を生かした AI エージェントの共同開発を検討し、対象市場やターゲットの検討を支援します。
NTT データ	商品企画領域における AI エージェントの取り組みで培った技術・知見を生かし、生活者・市場データ、リサーチ結果、商品戦略、ブランド情報を組み合わせ、ターゲット、提供価値、商品コンセプト、訴求内容、価格などの商品仮説の生成・評価を支援する仕組みを検討します。
NTT データビジネスシステムズ	食品・飲料メーカー向け商品開発プラットフォーム「FooDesigner [®] 」を通じて、商品開発に関わる情報の一元管理と業務プロセスのデジタル化を支援しています。これにより、商品開発業務の効率化と品質向上を実現し、お客さまの商品開発 DX の推進と競争力強化に貢献します。

【今後の展望】

3 社は今後、食品・飲料・日用品・化粧品といった消費財メーカーおよび小売業の PB(プライベートブランド)などを対象に、商品開発プロセスへの AI エージェント適用に向けた実証・検証を進めます。

市場機会の発見から、商品仮説の生成・評価、商品化業務への接続までを一気通貫で支援することで、商品開発の迅速化、検討品質の向上を図り、事業成果につながる商品開発変革の実現をめざします。また、企業ごとの商品開発プロセスや既存システムとの接続を踏まえ、再利用可能な AI アセットとしてのサービス化を検討し、生活者起点の商品開発変革を支援していきます。

将来的には、商品開発領域での実証・導入を通じて得られた成果や知見を基に、サプライチェーンマネジメントや販売・マーケティング領域など、バリューチェーン全体への AI エージェントの適用拡大をめざします。

【参考情報】

■SRI+[®]について

インテージが提供する全国小売店パネル調査です。全国約 6,000 店舗の販売実績から国内全体の売上を推計した小売店販売データであり、市場規模やシェア動向の把握、売上実績の要因分解、新商品・リニューアル品の立ち上がり評価、流通提案などに活用できます。

■SCI®について

インテージが提供する全国消費者パネル調査です。全国 15 歳～79 歳の男女 70,000 人から継続的に収集している日々の買い物データを蓄積したデータベースであり、生活者中心のブランドマーケティングを支える基礎データとして活用できます。

■商品企画特化型 AI エージェントサービスについて

NTT データが提供する食品・飲料・消費財業界向けの商品企画特化型 AI エージェントサービスです。戦略整理から商品アイデア創出、商品コンセプト立案までを一気通貫で支援し、新商品コンセプト案を約 150 秒で生成します。

<https://www.nttdata.com/global/ja/news/release/2026/042300/>

■FooDesigner®について

NTT データビジネスシステムズが提供する食品・飲料メーカー向けの商品開発プラットフォームです。商品企画書やコンセプト資料をもとに、AI が最適な配合を提案する機能を搭載しています。さらに、試作配合情報の履歴管理をはじめ、栄養成分計算、原価計算、アレルゲン判定、法規・表示判定、製造条件管理など、商品開発に必要な情報を一元管理します。

* 関連リリース:

インテージと NTT データビジネスシステムズ、「SCI®(全国消費者パネル調査)」を活用した AI ペルソナによる商品コンセプト評価手法の共同検証を開始

<https://www.intage.co.jp/news/8591/>

* 「SRI+®」および「SCI®」は、株式会社インテージの登録商標です。

* 「FooDesigner®」は、株式会社 NTT データビジネスシステムズの登録商標です。

* その他の商品名、会社名、団体名は、各社の商標または登録商標です。

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは 1960 年に創業。インテージグループとしてアジア No.1*であるマーケティングリサーチ／インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9 か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとして“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用の高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。

*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2026」に基づく(グループ連結売上高ベース)

【株式会社 NTT データ】 <https://www.nttdata.com/>

NTT データは豊かで調和のとれた社会づくりをめざし、世界 70 カ国以上で IT サービスを提供しています。

デジタル技術を活用したビジネス変革や社会課題の解決に向けて、お客さまとともに未来を見つめ、コンサルティングからシステムづくり、システムの運用に至るまで、さまざまなサービスを提供します。

【株式会社 NTT データビジネスシステムズ】 <https://www.nttdata-bizsys.co.jp/>

NTT データビジネスシステムズは、NTT データグループにおいて国内法人分野を担う中核企業として、システム開発から運用・保守まで幅広い IT サービスを提供しています。上流のコンサルティングからシステム構築、運用支援まで一気通貫で対応し、お客様の事業課題解決と持続的な成長を支援します。

NTT データグループの総合力と、長年培ってきたデータ活用の知見を活かし、お客様の「ありたい姿」の実現に向けて伴走するプライムパートナーです。

【本件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ

データドリブン推進本部 データマネジメントユニット 戦略デザイン部

担当: 楠、鈴木

サイト「お問い合わせフォーム」: <https://www.intage.co.jp/contact/>

■株式会社 NTT データ

第二インダストリー事業本部 食品・CPG 事業部

担当: 浅野、山崎、中地、古村

E-mail: cpg_cxconsulting@nttdata.co.jp

■株式会社 NTT データビジネスシステムズ

第一システム事業本部 IT ソリューション事業部

担当: 鈴木、村山、内田

E-mail: foodesigner_pr@hml.nttdata-bizsys.co.jp

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当: 下河原／水口

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」: <https://www.intage.co.jp/contact/>