



ITOCHU Corporation

Textile Company Overview



2021～2023年度 中期経営計画 Brand-new Deal 2023

「マーケットイン」による事業変革

『利は川下にある』

利益の源泉は川上から川下へシフトしており、「商品縦割り」による弊害打破が急務。
ビジネスモデルの進化と新たな成長機会創出を推進。



「SDGs」への貢献・取組強化

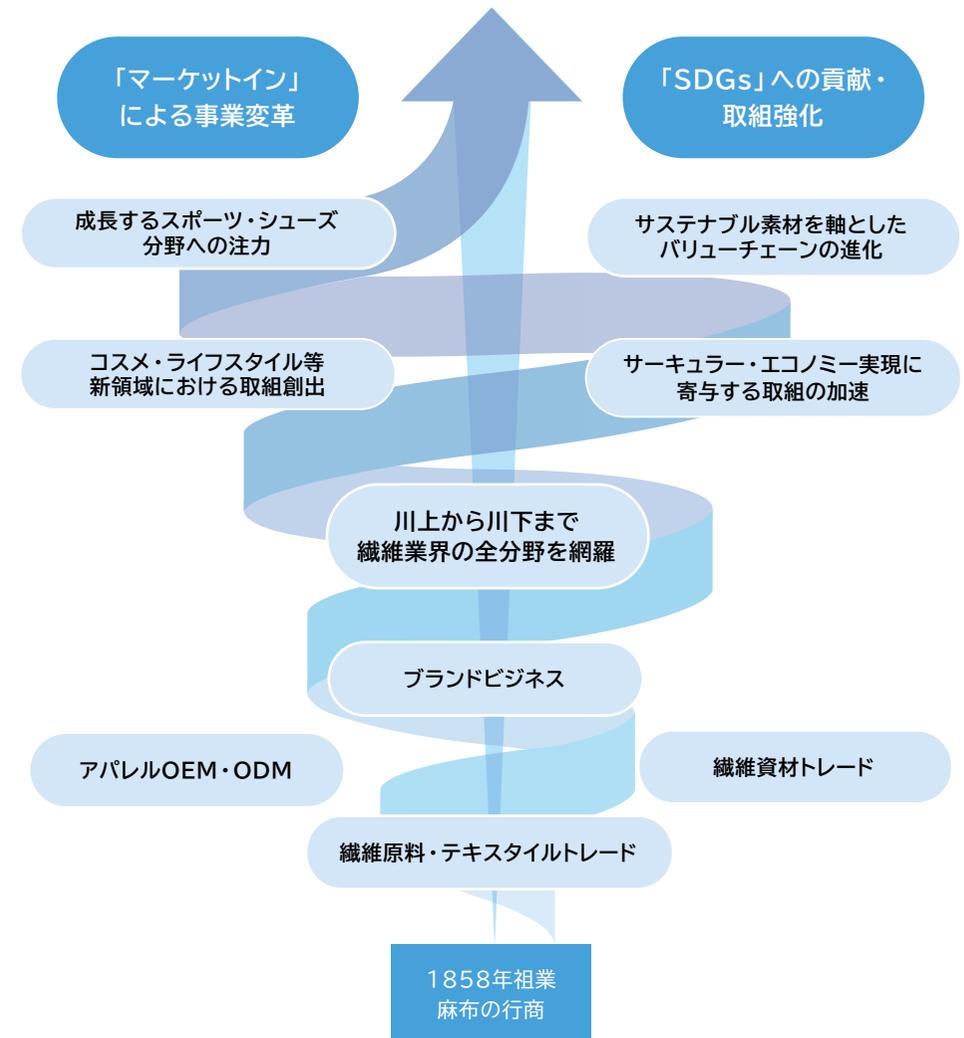
『三方よし資本主義』

持続可能な社会を目指し、すべてのステークホルダーに貢献する資本主義へ。
本業を通じ、生活基盤の維持・環境改善等「SDGs」実現に貢献。



繊維カンパニーの 成長戦略

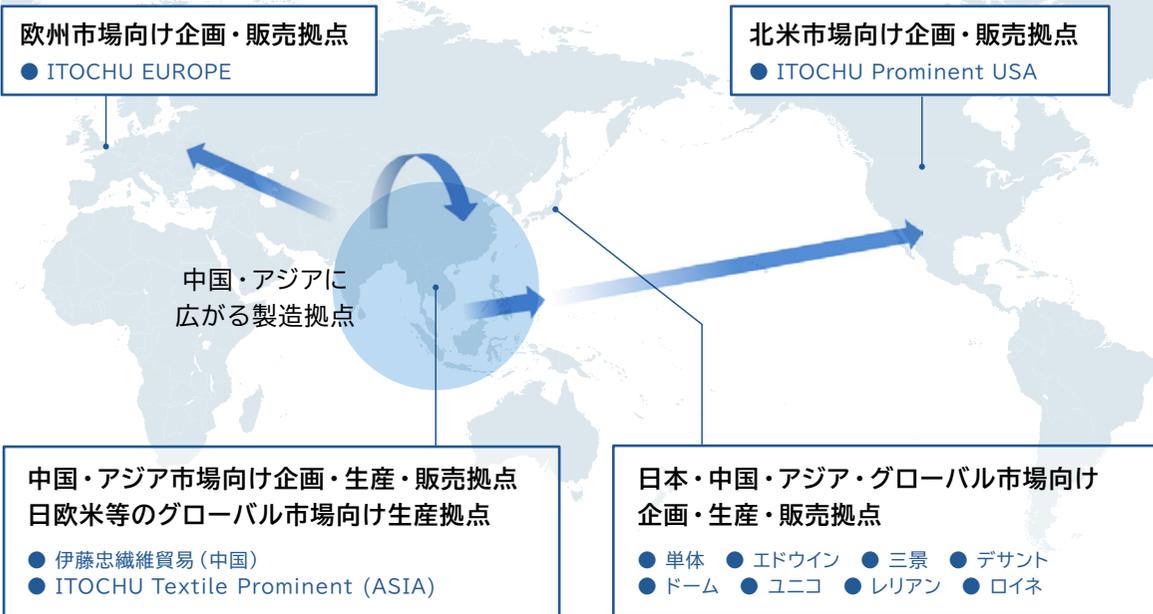
具体的な取り組み



アパレル、ブランドビジネス、繊維資材・ライフスタイルの3分野でグローバルに展開

素材・服飾資材・アパレル

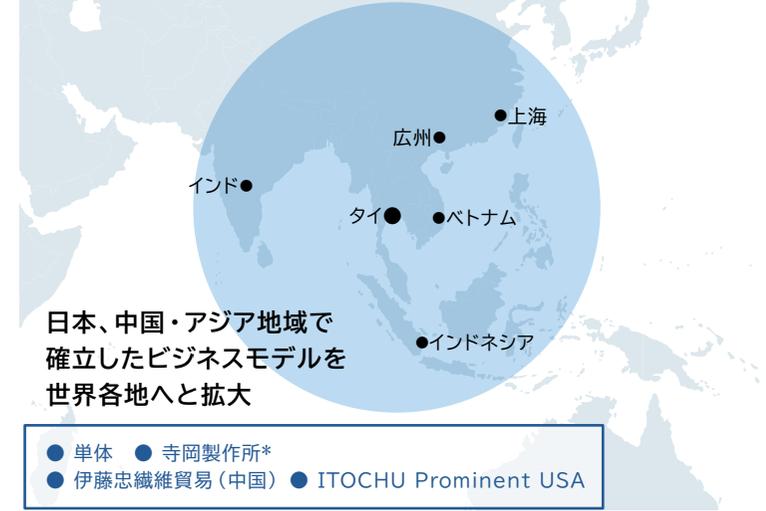
取扱商品: 繊維原料、テキスタイル、服飾資材、繊維製品など



繊維資材

取扱商品: 衛生材料、自動車内装、エレクトロニクス、建築・土木などに使用される繊維資材及びライフスタイル関連商品

顧客のニーズや拠点に合わせた
現地サプライチェーンの構築
(重点地域: 中国・アジア)



ブランドビジネス



オンリーワンを グローバルに展開

サステナブル素材を核に主導権を持ったバリューチェーンを構築。

繊維原料、服飾資材からメンズ・レディスファッション、スポーツウェア、ワーキングウェア、インナーウェアまでファッションに関わる多種多様なビジネスをグローバルに展開する。

●ファッションアパレル第一部

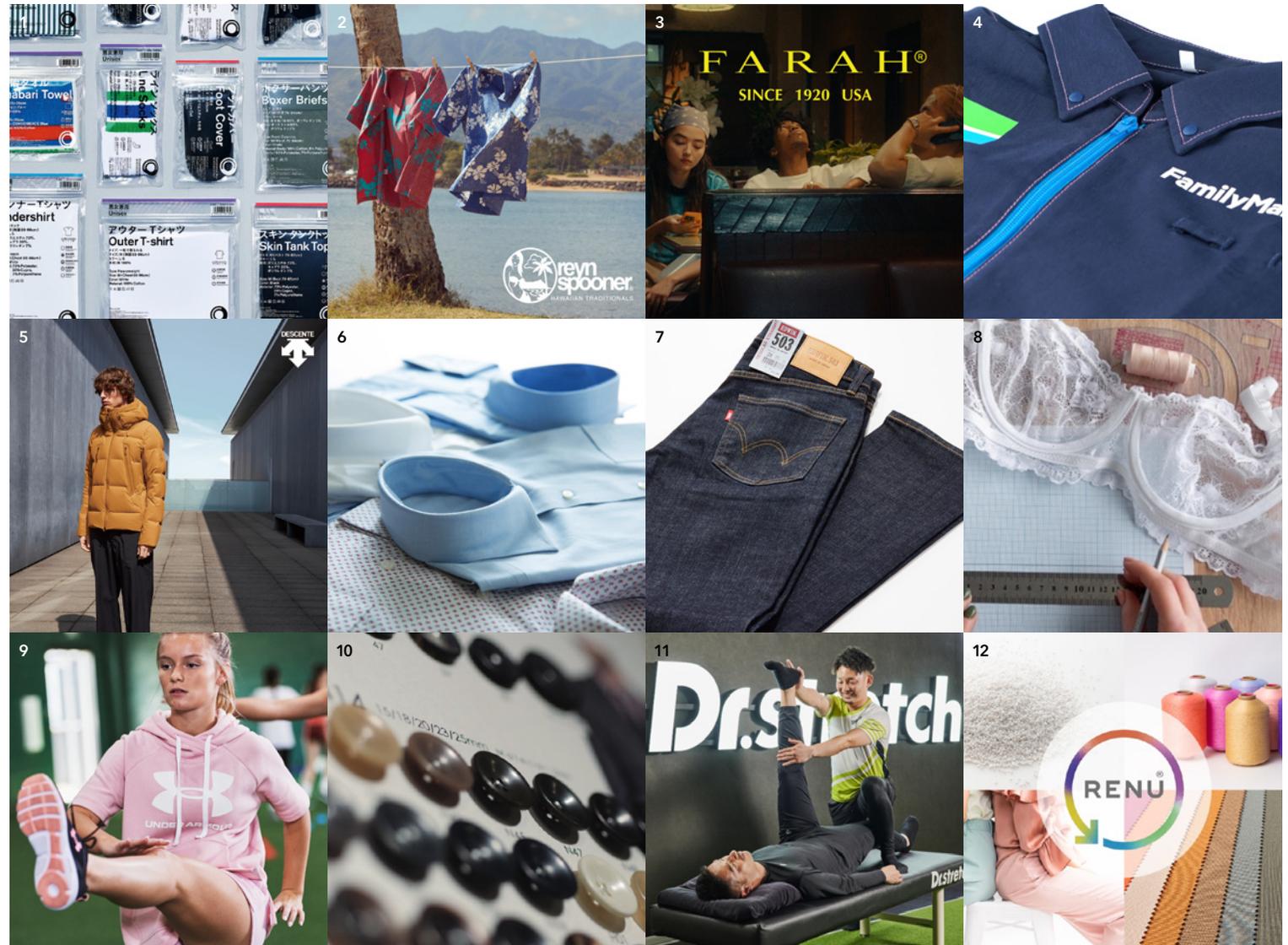
テキスタイル・資材課、ワークウェア課、ジーンズ・カジュアル課があり、生地・服飾資材・繊維製品の企画・製造・販売を行い、国内外でバリューチェーンを構築する。

●ファッションアパレル第二部

スポーツウェア課、インナー課で構成。スポーツ衣料、インナーウェアの素材提案から縫製・物流を含めたODMを推進する。

●ファッションアパレル第三部

ファッションアパレル課、繊維原料課、リーテイル・クロージング課で構成され、独自のサステナブル原料から製品までのバリューチェーンをグローバルに構築し、競争力を高めている。



1. コンビニエンスウェア
2. reyn spooner
3. FARAH
4. ユニフォーム
5. デザント
6. シャツ
7. エドウィン
8. インナーウェア
9. UNDER ARMOUR
10. 三景の副資材
11. Dr.Stretch
12. RENU (素材ブランド)

ブランドビジネスと 繊維資材ビジネスを グローバルに展開

●ブランドマーケティング第一部

ラグジュアリーブランドやスポーツブランドを中心にビジネスを展開。アパレルからシューズ、ライフスタイル関連まで幅広いアイテムを取り扱う。

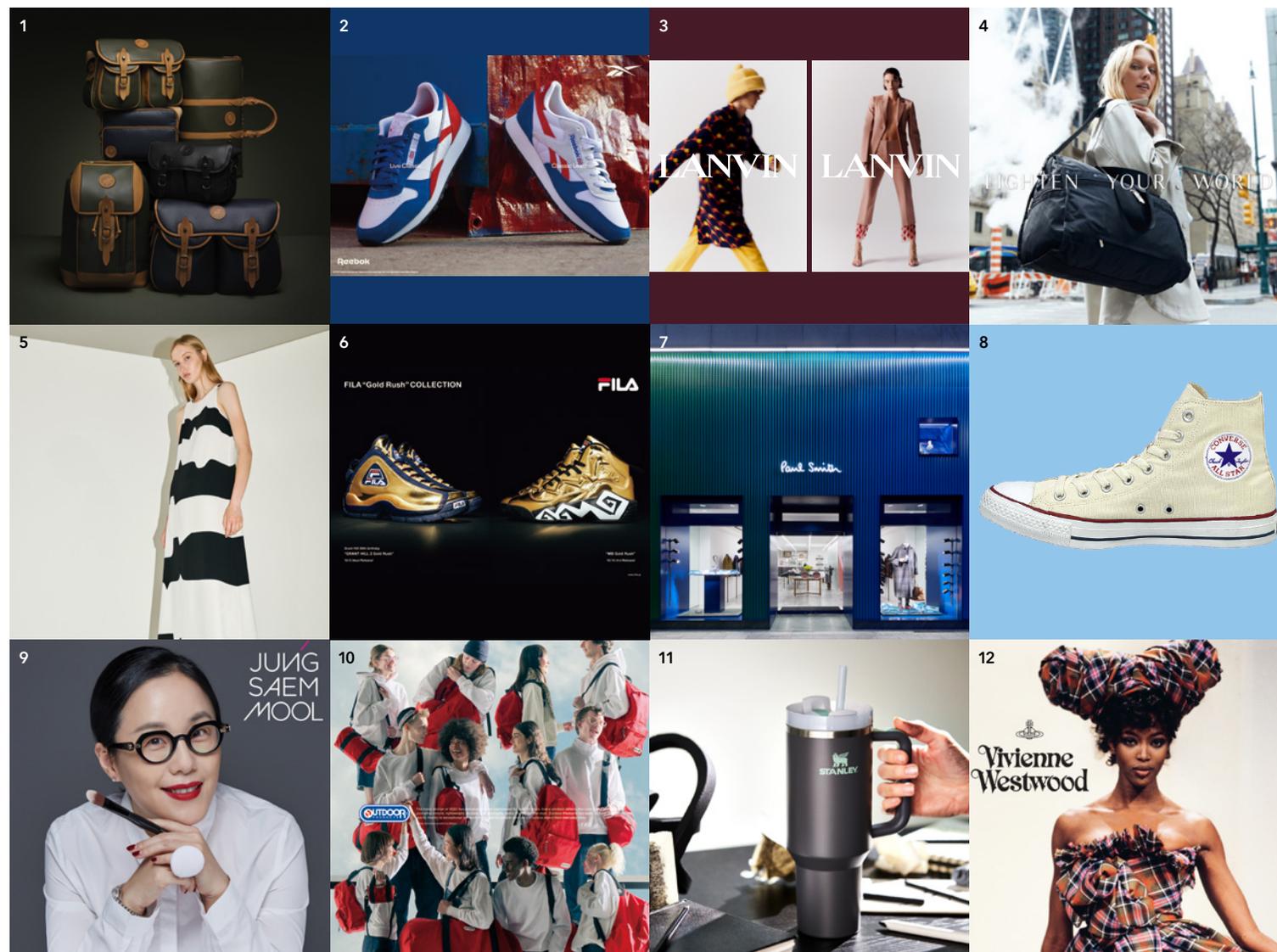
●ブランドマーケティング第二部

日本のみならず、アジアを中心とした新興市場でブランドビジネスを展開。ラグジュアリーブランドやミドルブランドに加え、バッグビジネスに注力。

●繊維資材・ライフスタイル部

自動車用各種繊維材料や衛生材料、エレクトロニクス用部材、カーテンやカーペットなどのインテリア分野など多種多様な資材をグローバルに展開する。

ブランドのインポート、ライセンス、M&Aなど複合的なビジネスモデルを構築するとともに、産業用繊維から不織布まであらゆる繊維資材をグローバルに展開する。



1. HUNTING WORLD
2. Reebok
3. LANVIN
4. LeSportsac
5. mila schön
6. FILA
7. Paul Smith
8. CONVERSE
9. JUNG SAEM MOOL
10. OUTDOOR PRODUCTS
11. STANLEY
12. Vivienne Westwood

伊藤忠商事株式会社

創業 1858年
設立 1949年12月1日
東京本社 〒107-8077
東京都港区北青山2丁目5番1号
TEL:03-3497-2121
大阪本社 〒530-8448
大阪市北区梅田3丁目1番3号
TEL:06-7638-2121
拠点数 国内7店 海外86店
資本金 253,448百万円
従業員数 4,200名
URL <https://www.itochu.co.jp/ja/>

繊維カンパニー 組織図 (2023年4月1日現在)

