

合同案件説明会

伊藤忠商事株式会社

2023年12月12日



ひとりの商人、無数の使命



(見直しに関する注意事項)

本資料に記載されているデータや将来予測は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づくもので、種々の要因により影響を受けることがありますので、実際の業績は見直しから大きく異なる可能性があります。従って、これらの将来予測に関する記述に全面的に依拠することは差し控えるようお願いいたします。また、当社は新しい情報、将来の出来事等に基づきこれらの将来予測を更新する義務を負うものではありません。

時間	プログラム	登壇者
9:00~9:05	開会及び登壇者紹介	IR部長 天野 優
	社長COO挨拶	代表取締役 社長COO 石井 敬太
9:05 ~ 9:45	伊藤忠テクノソリューションズ (CTC)	執行役員 情報・通信部門長 梶原 浩 情報産業ビジネス部長 関川 潔
9:50~ 10:25	大建工業	准執行役員 建設・不動産部門長 高坂 勇介 建設・建材部長 小澤 尚
10:30~ 11:05	日立建機	執行役員 自動車・建機・産機部門長 牛島 浩 建機・産機部長 吉川 正彦
11:10~ 11:25	ITOCHU SDGs STUDIO	Corporate Brand Initiative General Manager 目谷 東久子
11:25~11:30	閉会	IR部長 天野 優

- 当社が強みとする非資源分野における**大型投資案件の成長戦略**及び非財務の取組みである**ITOCHU SDGs STUDIO**について、説明・対話を実施
- 企業価値算定式における主に「**成長率**」の向上(**大型投資案件**)と「**資本コスト**」の低減(**ITOCHU SDGs STUDIO**)を意識して説明





伊藤忠テクノソリューションズ (CTC)

執行役員

情報・通信部門長

梶原 浩

情報産業ビジネス部長

関川 潔



CTCの概要



■ CTCは、国内大手システムインテグレーターであり、伊藤忠グループの中で最も重要な事業会社の1社。

CTC

Challenging Tomorrow's Changes

ベンダーパートナー数

300社超

多様な顧客基盤

10,000社超

国内サービス拠点数

約100カ所

シリコンバレーで

40年
以上のR&D実績

エンジニア数
(総従業員)

16,829名

保有ベンダー資格数

12,000以上

※2023年4月1日時点

会社名

伊藤忠テクノソリューションズ株式会社
(略称: CTC)

創立

1972年

総従業員数

20,925名 (連結従業員数 10,120名)
※2023年4月1日時点、派遣社員・委託先社員を含む

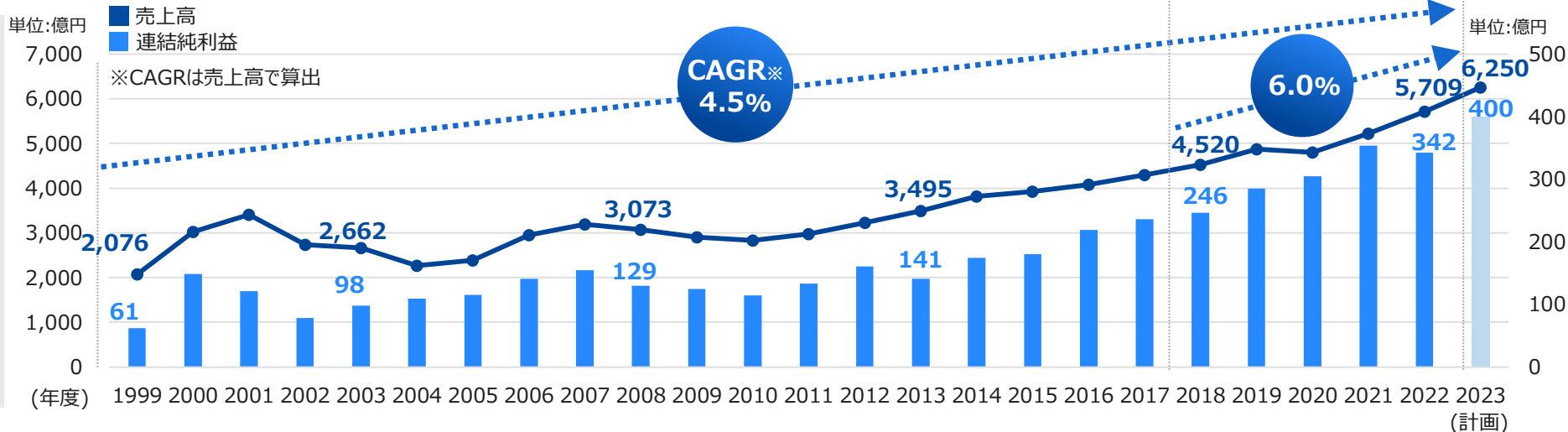
売上高

2022年度 5,709億円

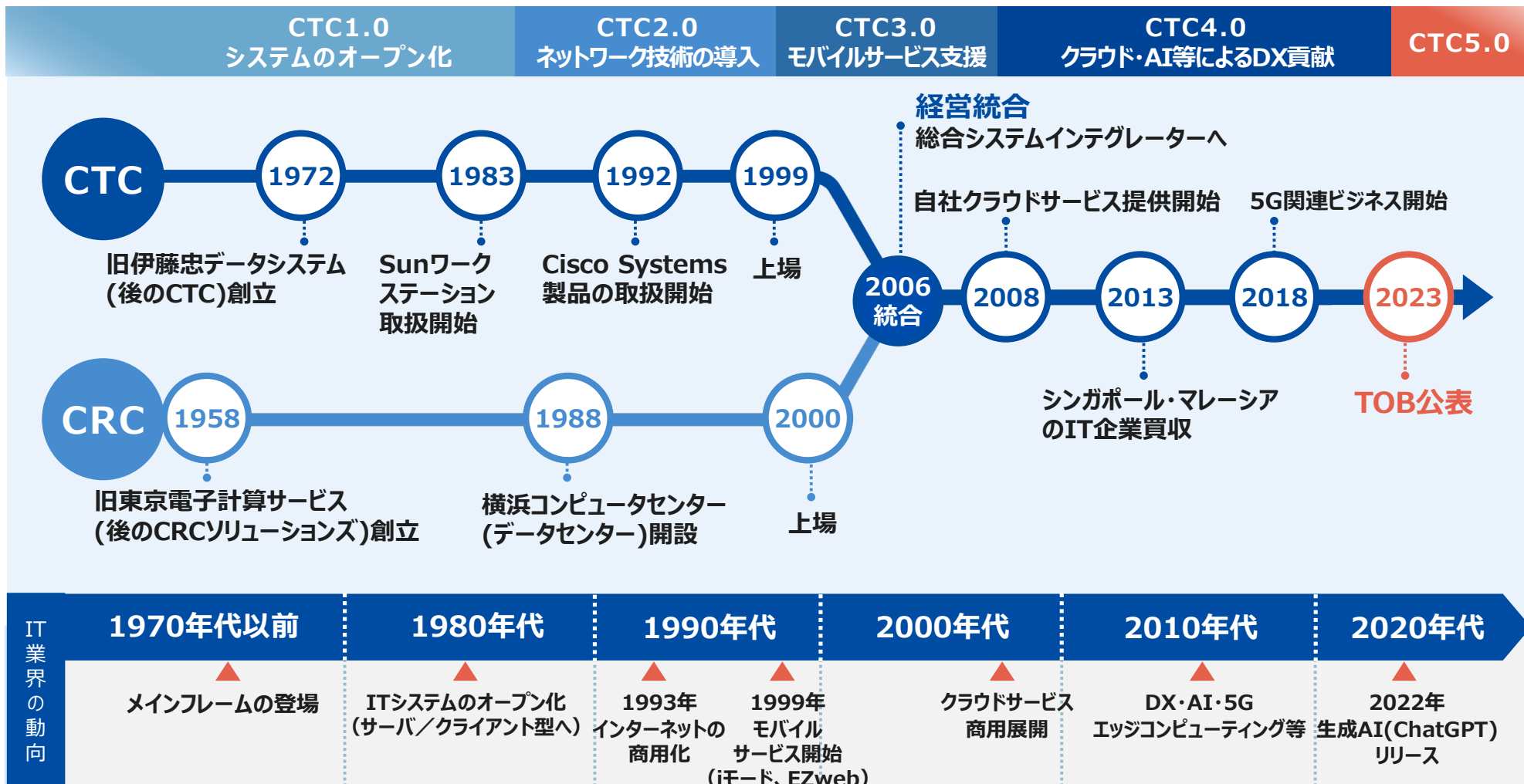
事業内容

コンピューター・ネットワークシステムの販売・構築、
ソフトウェアの受託開発、保守・運用等

業績推移

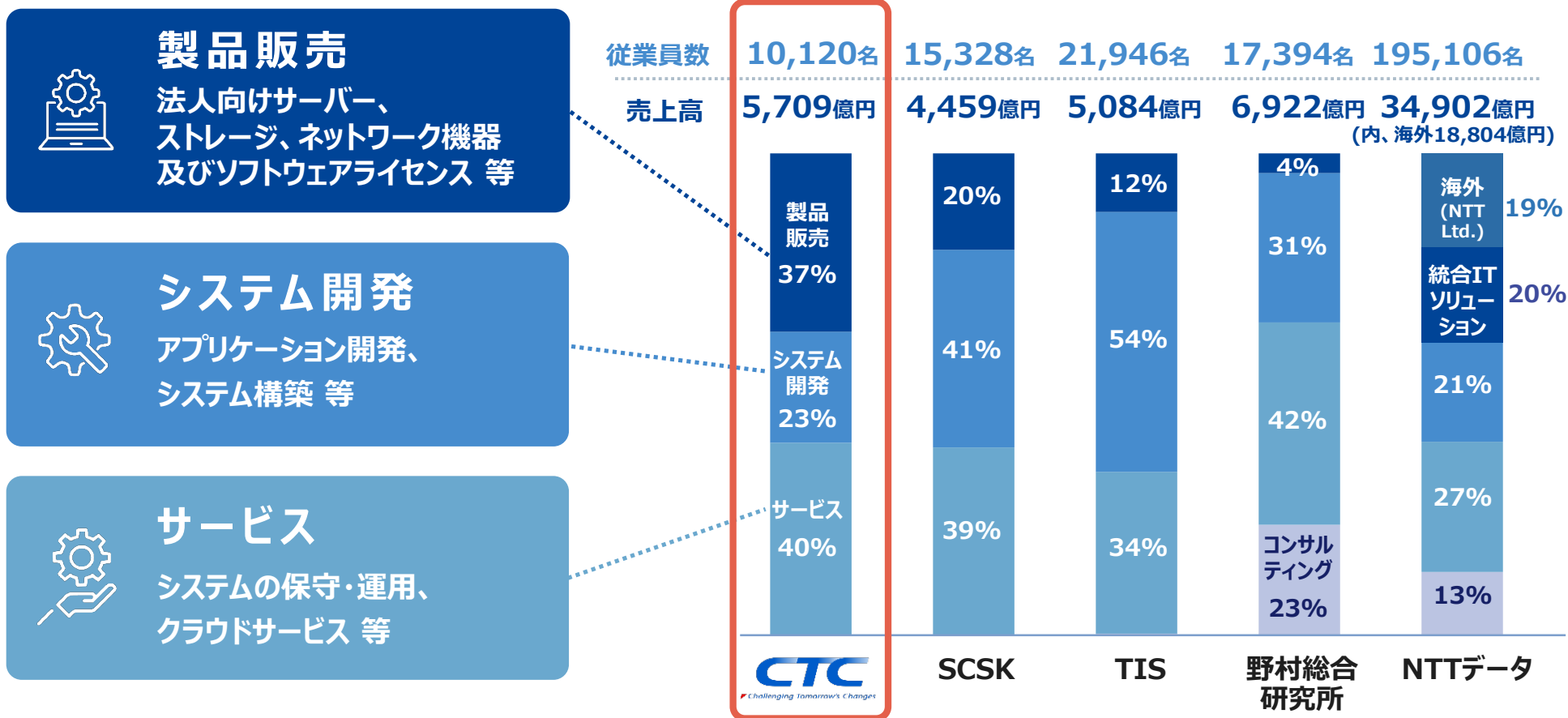


- CTCは、伊藤忠の北米ネットワークを活用し、1980年代より先進製品・技術を日本へ導入することで成長。
- CRCとの統合により、製品販売／システム開発／保守・運用をトータルで提供する総合システムインテグレーターに進化。



- 製品販売／システム開発／保守・運用をトータルで提供。
- 製品販売の比重が高く、大規模システムの構築や運用を伴う高度なインフラ構築が強み。

売上高構成比の同業他社比較



※各社2023年3月期有価証券報告書及び決算説明会資料、ホームページに掲載の情報をもとに作成

- 北米等の先進製品・技術をいち早く日本へ展開する国内最大手のITリセラー。
- 幅広い先進製品・技術を取扱うエンジニアが多数在籍し、「マーケットイン」の視点で最適なソリューションを提供。



① 先進・広範な 製品・技術ポートフォリオ

ベンダーパートナー数

300社超

- 伊藤忠の北米ベンチャーネットワークを活用、40年以上のシリコンバレーでのR&D実績
- 先進製品・技術をいち早く目利きし、日本へ展開

先進かつ多様な製品を
提供・サポートする
国内最大手のITリセラー



② 幅広い製品・技術を支える 技術人材

エンジニア数
(総従業員)

16,829名

- 技術力の高いエンジニアが多数在籍し、顧客企業の高度なITニーズに対応
- 製品等の保有ベンダー資格数は12,000以上

多様な技術を組み合わせ
顧客に最適な
ソリューションを提供



③ 先進的なIT活用企業を中心とした 顧客基盤

顧客数

10,000社超

- 通信キャリアや金融機関等、先進的なIT活用企業との継続的な取引
- モバイルサービスの発展に黎明期より関与、その知見を活かし顧客基盤を拡大

高度なIT利用・ビジネス
活用を展開する
企業との強固な関係

強みにより構築した顧客基盤

■ 通信キャリア向けインフラ構築で圧倒的な地位を確立し、同業他社と比べ情報通信セグメントが強み。

優良かつ多様な顧客基盤



金融

- みずほフィナンシャルグループ
- 三菱UFJフィナンシャル・グループ
- 農林中央金庫

等

流通

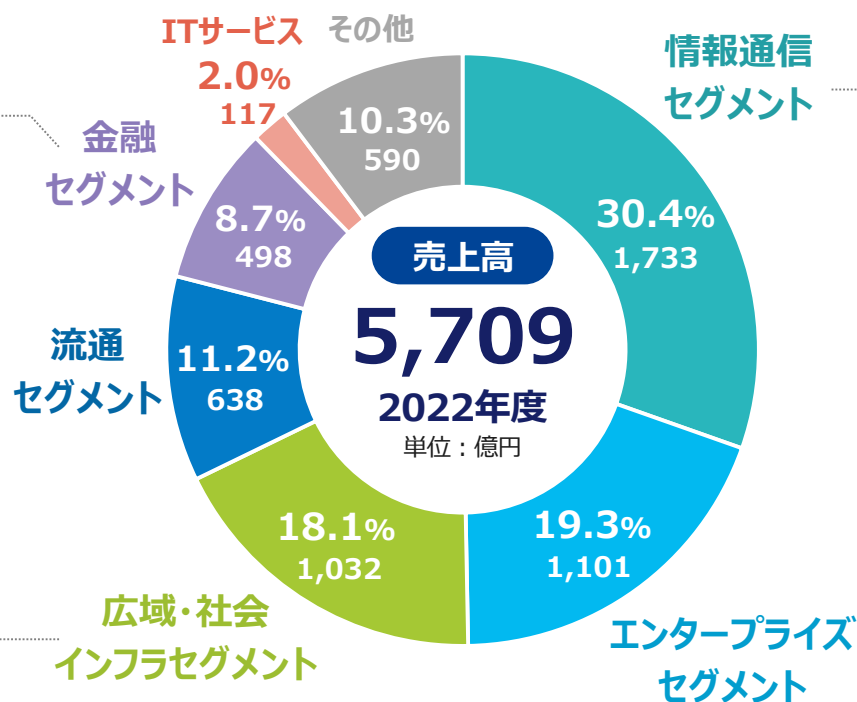
- 伊藤忠商事／伊藤忠グループ
- 出光興産
- アサヒグループ(系列企業)

等

広域・社会インフラ

- 日本郵政グループ(系列企業)
- トヨタ自動車
- 中央省庁
- 地方自治体

等



情報通信

- NTTドコモ
- KDDI
- ソフトバンク

等

エンタープライズ

- キヤノン
- 全日本空輸
- 中外製薬

等

10,000社を超える強固な顧客基盤

伊藤忠とCTCの成長の歩み



- 北米先進製品の展開に際しては、伊藤忠とCTCが共同でビジネスモデルの根幹を形成(ステージ1)。
- 上場後は、伊藤忠がCTCの機能拡張やグローバル展開を主導することで成長戦略を支援(ステージ2)。



- 国内販売・保守網の構築
- 製品・技術に対する目利き



共同



- 北米ネットワークの提供
- ITベンダーへの出資
- 販売権の交渉・輸入

- 通信キャリア・金融機関等への高度なインフラ構築を通じ、大手システムインテグレーターとしての地位を確立
- グローバル展開や事業の多角化(DX対応等)を経ながら成長



支援・補完

- CRCとの経営統合や海外投資等のインオーガニックな施策を主導し、CTCの機能拡張を支援
- ベンチャー投資を活用した技術発掘を支援



■ 市場環境・構造変化に対応することで、成長機会の最大化を図るべくTOBを決断。

1

DX需要の拡大と顧客ニーズの変化

- 社内ITシステムの枠を超え、経営やビジネス現場でのIT・デジタル活用が拡大
- コンサルティングやデータ分析等を組み合わせた複合的なサービスに対するニーズの高まり

2

異業種の参入による競争環境の複雑化

- コンサルティング企業が機動的に買収を進め、システムインテグレーターのビジネス領域へ参入
- ハイパースケーラーやAIベンチャー企業の台頭

3

IT人材不足の深刻化

- IT・デジタル活用の拡大に伴い、国内のIT人材不足が深刻化
- CTCでも案件対応リソースの不足による機会損失が顕在化

4

IT・デジタル利用の北米との格差

- 北米企業がITを「投資」と捉える一方、日本企業は「コスト」と捉え、IT利用の格差が拡大
- 積極的なDX投資が進む北米では、先進的な導入事例が豊富

伊藤忠はこれらの変化に対応し、インオーガニックなCTCの成長施策を実行していく

成長施策

01

上流機能の拡充

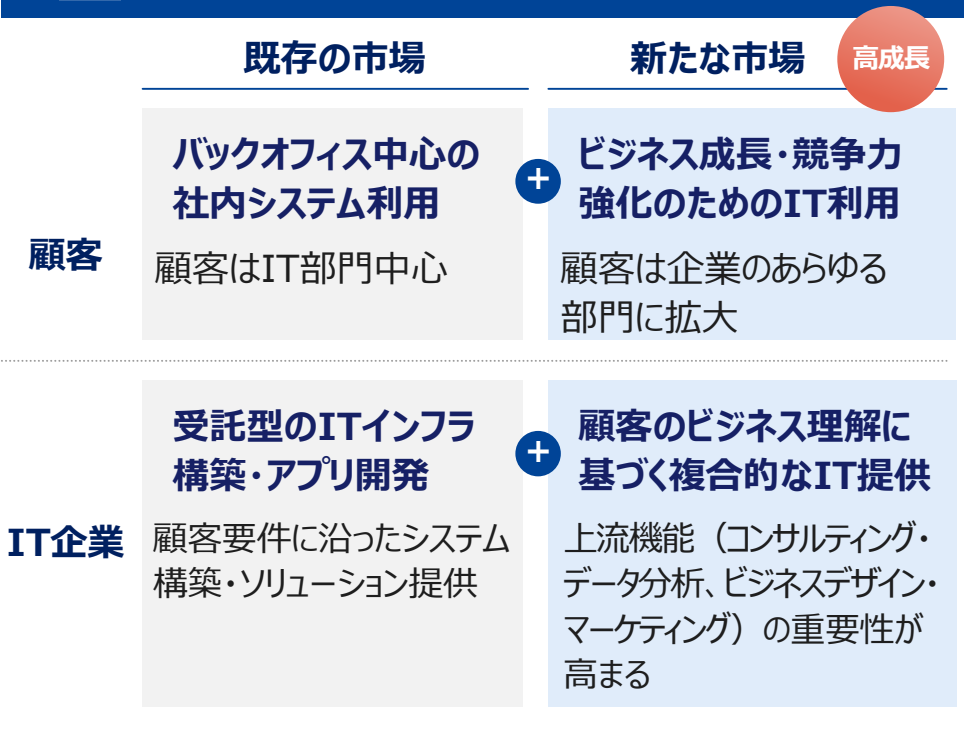
02

エンジニアリソースの確保

03

北米事業基盤の拡大

1 DX需要の拡大と顧客ニーズの変化

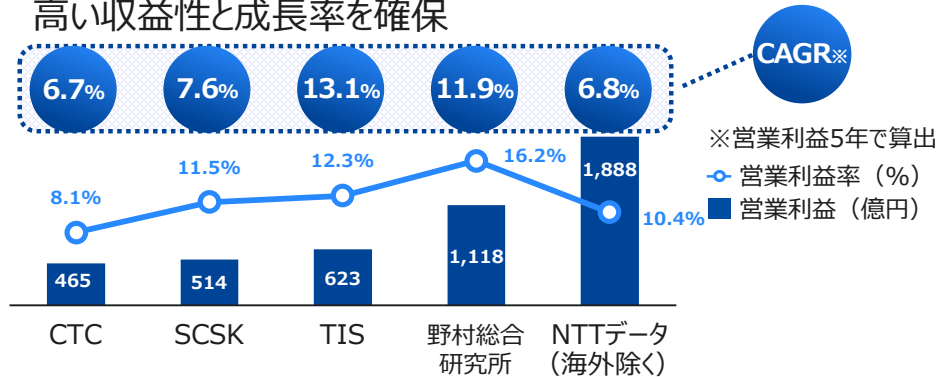


複合的なIT提供ニーズに対応するため、
上流機能の強化が必要

2 異業種の参入による競争環境の複雑化

異業種の参入等、上流機能を持つ企業のプレゼンス拡大

- 同業他社はM&Aや人材投資を通じて上流機能を拡充し、高い収益性と成長率を確保



ハイパースケーラーやAIベンチャー企業の台頭

- クラウド・生成AI等の隆盛でITインフラ・システム開発の在り方が大きく変容

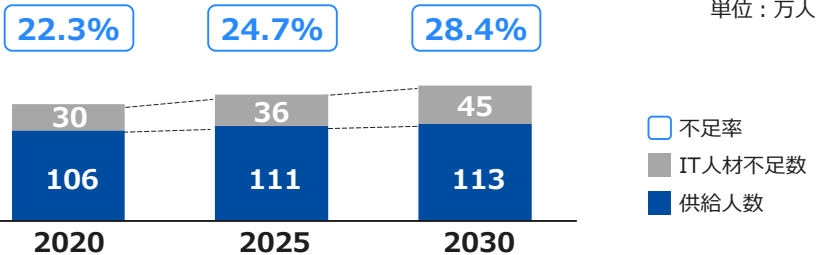
求められる機能が多様化・複雑化する中で、
ケイパビリティの拡充が重要

01 上流機能の拡充

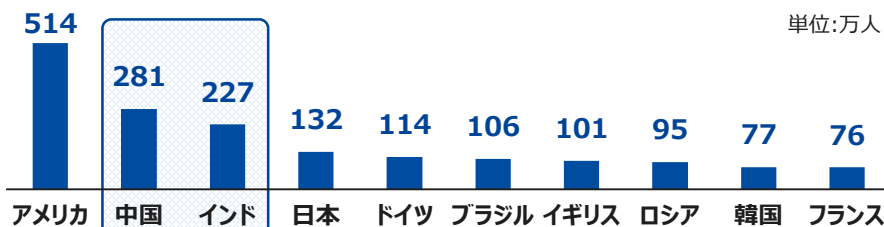
コンサルティングやデータ分析等の機能強化に向けたM&A等を推進し、成長加速と高付加価値化を実現

3 IT人材不足の深刻化

IT人材の供給不足数*1



2022年国別IT人材数*2



IT・デジタル活用の需要拡大に対してIT人材が不足、エンジニアリソース確保は、市場成長の取込みに必須

02

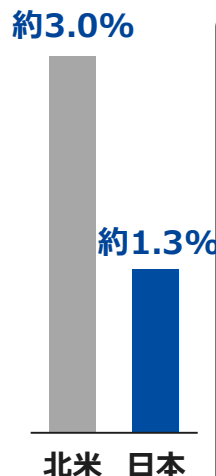
エンジニアリソースの確保

アジア地域のパートナーを確保し開発リソースを強化

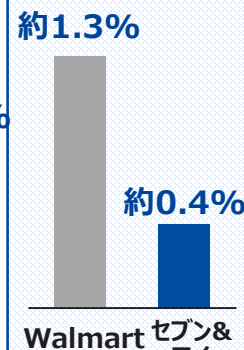
*1 IT人材需給に関する調査(経済産業省/みずほ情報総研)より
*2 2022年度版：データで見る世界のITエンジニアレポートvol.5より (ヒューマンリソシア)

4 IT・デジタル利用の北米との格差

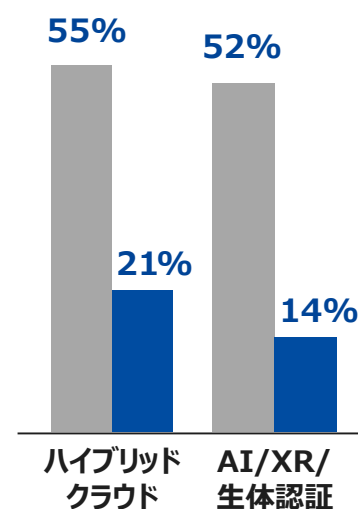
企業の売上高に対するDX投資額の割合(2021年)*1



小売企業の例(2021年)*3



先進技術の活用割合(2022年)*2



CTCの強みである先進製品・技術の展開に加え、先進的な導入事例・知見の蓄積が重要

03

北米事業基盤の拡大

北米企業の先進導入事例・知見を蓄積し国内で展開

*1. 日本経済新聞(2022年11月4日)より *2. DX白書2023より(日本:n=543,米国:n=386)
*3. Walmart:“eCommerce, technology, supply chain and other”の投資額から試算
セブン&アイ:2020年4月以降のDX投資額から試算

デジタルバリューチェーン戦略：CTCの成長加速と事業拡大



- 伊藤忠のネットワークや投資ノウハウ等の経営資源を最大限活用し、デジタルバリューチェーンを強化することで、CTCの成長戦略の加速と更なる収益の拡大を図る。



■ デジタルバリューチェーンの拡充を機動的に進め、CTCの成長戦略を加速。

	狙いと施策	感応度（概算）	協議中の新規取組						
 <p>01 上流機能の拡充</p>	<p>成長加速と高付加価値化</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 上流機能を有するデジタル事業群とCTCの連携強化による案件の高付加価値化 ■ 上流機能を有する企業との新規提携 	<table border="1"> <tr> <td>営業利益率</td> <td>1%改善</td> </tr> <tr> <td></td> <td> </td> </tr> <tr> <td>営業利益</td> <td>約+50億円</td> </tr> </table>	営業利益率	1%改善			営業利益	約+50億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 大手コンサルティング企業との提携 ■ マーケティング事業者との提携
営業利益率	1%改善								
営業利益	約+50億円								
 <p>02 エンジニアリソースの確保</p>	<p>機会損失の最小化</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ アプリケーション・クラウド領域に強みを持つデジタル事業群との連携強化によるリソース拡充 ■ アジア地域での開発リソースの確保 	<table border="1"> <tr> <td>エンジニア</td> <td>500名確保</td> </tr> <tr> <td></td> <td> </td> </tr> <tr> <td>売上高</td> <td>約+50億円</td> </tr> </table>	エンジニア	500名確保			売上高	約+50億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ アジアIT人材企業との提携
エンジニア	500名確保								
売上高	約+50億円								
 <p>03 北米事業基盤の拡大</p>	<p>最先端のデジタル活用の知見を蓄積</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 先進製品の知見に加え、重要性が高まるIT・デジタル活用に関する知見を蓄積 ■ ベンチャー投資を通じたCTCの競争優位性に繋がる領域の新技术獲得 	<table border="1"> <tr> <td>営業利益率</td> <td>1%改善</td> </tr> <tr> <td></td> <td> </td> </tr> <tr> <td>営業利益</td> <td>約+50億円</td> </tr> </table>	営業利益率	1%改善			営業利益	約+50億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 北米ITサービス事業者との提携
営業利益率	1%改善								
営業利益	約+50億円								

今後の協業・成長イメージ（まとめ）



- 機動的なインオーガニック施策・デジタル事業群との連携強化により、CTCと共に経営環境の変化に対応し機能・規模・競争優位性の拡充を図ることで、企業価値の最大化を目指す。

協業分野	協業・成長イメージ	時間軸			期待収益		
		短	中	長	小	中	大
① 上流機能の拡充	<ul style="list-style-type: none"> ■ デジタル事業群とCTCとの連携強化による高付加価値案件の受注増 ■ コンサルティング・マーケティング領域等での新規提携 						
② エンジニアリソースの確保	<ul style="list-style-type: none"> ■ アプリケーション・クラウド領域におけるデジタル事業群の開発リソースの更なる活用 ■ アジア地域での開発リソースの確保に向けた新規提携 						
③ 北米事業基盤の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ■ ベンチャー投資を通じた先端領域での新技術の発掘 ■ 北米ITサービス事業者との提携によるIT・デジタル活用に関する知見の蓄積 						

CTCの成長に加え、「商社」×「IT」による事業変革（DX）を実現し、伊藤忠の企業価値を向上



大建工業

准執行役員

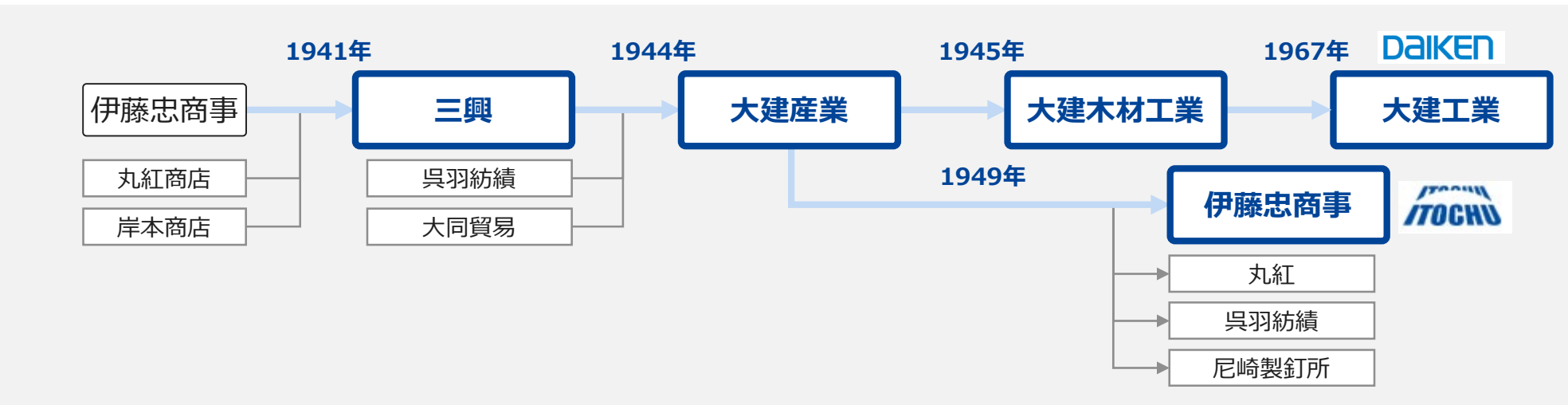
建設・不動産部門長 高坂 勇介

建設・建材部長 小澤 尚



- 大建工業と伊藤忠は、戦後の合併や分割もあったが、同じ起源を持つ同根企業。
- 歴史を共有する両社は、長年に亘る事業上の関係性及び資本関係があり、親密な関係を構築。

創業の沿革



事業上の関係性

1957年	1964年	1994年	2019年	2022年
インシュレーションボード（軟質繊維板）事業を共同立ち上げ	住宅事業へ参画	MDF（中質繊維板）事業を共同立ち上げ	CIPA、Pacific Woodtech（PWT）の合併事業を開始	PWTを通じた北米住宅用構造材事業を取得

資本関係

1953年	2002年	2018年	2020年	2023年
筆頭株主化（約8%）	関連会社化（20%）	資本業務提携（33.4%）	市場買増し（36.3%）	連結子会社化（TOB）（100%化予定）

- 国内に主要4工場、海外に主要7工場を抱える木質内装建材メーカー。（連結従業員数:3,500名強）
- 研究開発力及び製造技術力を活かした木質ボード・床材事業では国内シェア第1位のマーケットリーダー。

事業別／市場別売上高構成

DAIKEN

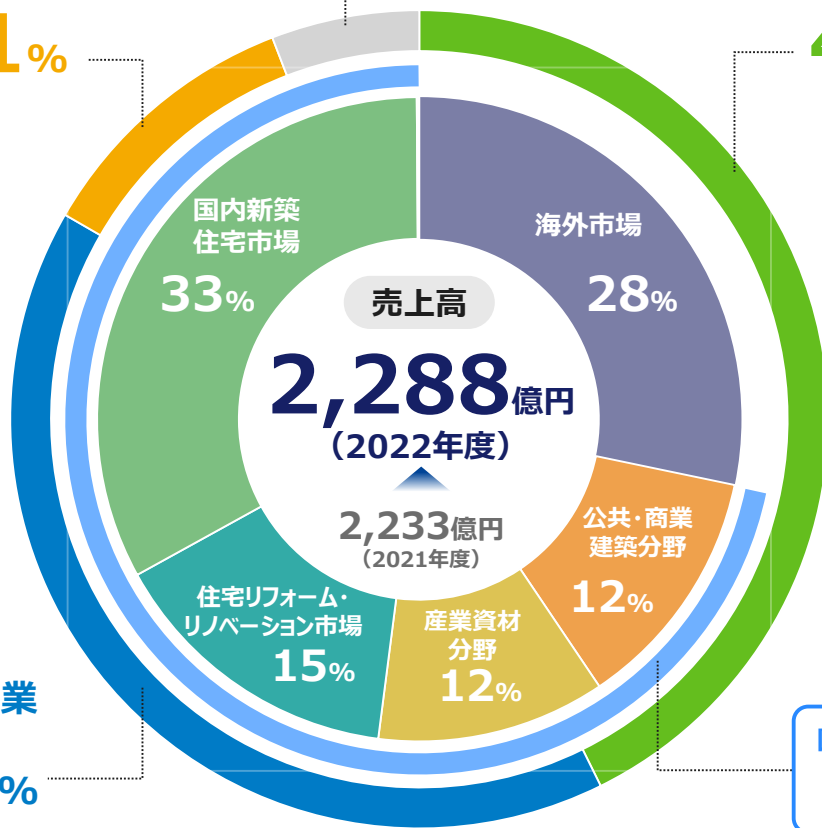
エンジニアリング事業

11%

その他 6%

素材事業

43%



工場	国内	富山、岡山（兼R&Dセンター）、茨城、三重
	海外	ニュージーランド（2工場）、マレーシア（2工場）、インドネシア、中国、カナダ（CIPA）



井波工場（富山）



R&Dセンター（岡山）

MDF (Medium Density Fiberboard:中質繊維板)

—— 大建工業は国内シェア第1位 ——

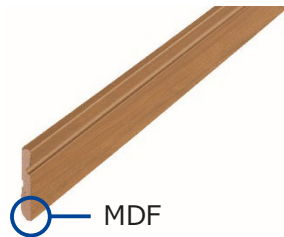
- 製材端材等を主原料に活用し、板状に成形した木質繊維板
- 木質繊維のボードへの加工技術が大建工業の最大の強み



床材の基材

建材・家具の基材

(ドア、収納、窓枠等の芯材)



インシュレーションボード (軟質繊維板)



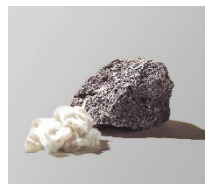
木材チップ



- 建築解体木材等を主原料に活用し、板状に成形した木質繊維板
- 大建工業は国内シェア第1位

ダイロートン (鉬物質繊維板)

- 製鉄時の副産物ロックウールを活用し、板状に成形した鉬物質繊維板



ロックウール



住宅向け

オフィス向け

ダイライト (無機質素材)

- ロックウールと未利用資源シラス(火山灰)を活用し、板状に成形した無機質素材



ロックウールとシラス



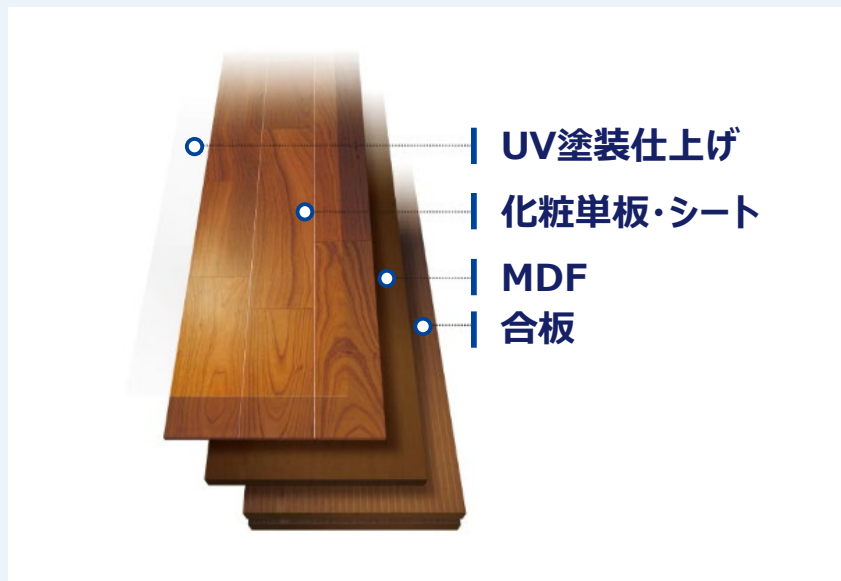
住宅向け外壁下地材



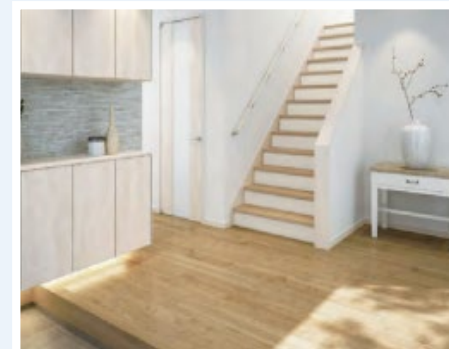
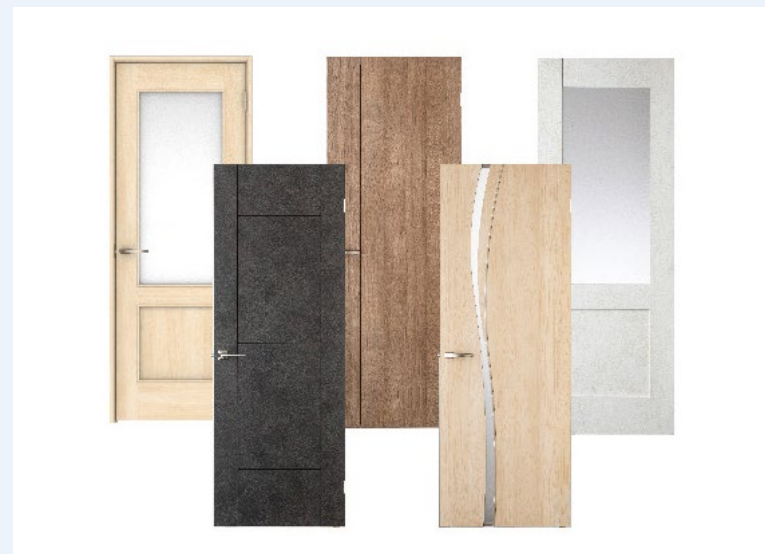
不燃壁材

床材

—— 大建工業は国内シェア第1位 ——



ドア・収納・階段・造作材等



- 国内新築住宅市場は縮小傾向。主力の国内戸建事業は、縮小市場で勝ち残るために経営の効率化が急務。
- 注力市場である国内非戸建（商業・公共分野）及び海外（特に北米）における次なる打ち手を模索。
- 課題解決に向け、伊藤忠グループのリソースをフル活用した経営改革・成長戦略を推進。

現状認識					課題への打ち手
市場	商品	マーケットシェア	市場の成長性	利益率	
① 国内戸建	素材、建材	◎	△	△	経営の効率化 (収益力強化・業務効率化)
② 国内非戸建	素材、建材	△	○	○	販路拡大 商品ラインナップ拡充 提案力強化
③ 海外	素材	△	◎	○	事業拡大に向けた 海外での経営リソース強化

国内戸建市場

「縮小市場」で「残り福」

獲得キャッシュ投下

国内非戸建市場 & 海外市場

「成長市場」で「新たな収益源確保」

①国内戸建【勝ち残り戦略の徹底】

経営基盤強化

「稼ぐ」 データ活用による利益重視の経営
「削る」 無駄の排除によるコスト低減
「防ぐ」 リスク管理の徹底・強化

&

機能の磨き上げ

「商品開発力」「製造力」「営業力」といった
大建工業が持つ機能を磨き上げる

疲弊した競合のロールアップも視野に、
縮小市場の残存者利益を獲得

②国内非戸建【付加価値提供型事業を展開】

伊藤忠のデベロッパー・ゼネコンネットワーク向けの、
材工一体での提案型事業を推進

顧客ニーズに材工一体で対応できる体制を
強化し、付加価値提供型事業を推進

③海外【北米事業の強化】

大建工業の技術力と伊藤忠の事業推進力を
活かし、北米で事業拡大

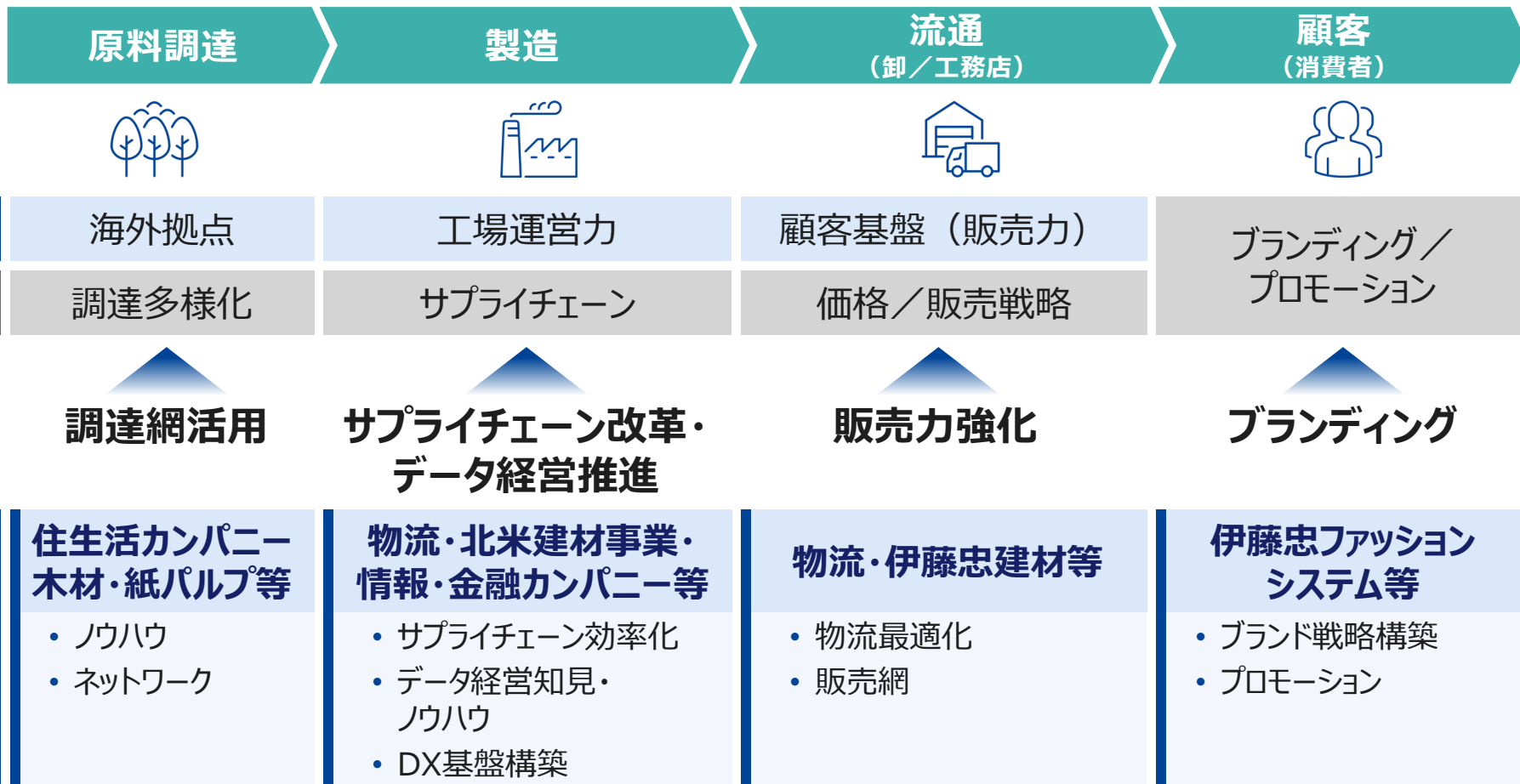
北米の木質内装材事業への進出等により、
バリューチェーンを強化

ハンズオン経営の徹底（人員派遣の強化等）

①国内戸建



- 「稼ぐ、削る、防ぐ」の徹底による経営基盤の強化、伊藤忠グループの総合力を活かした機能の磨き上げ。
- 業界再編が見込まれる成熟市場での競合のロールアップも視野に入れた、残存者利益の獲得。



「稼ぐ、削る、防ぐ」の徹底 / 機能の磨き上げ

②国内非戸建

- 西松建設を中心としたゼネコン等へのネットワークを活用した市場ニーズの把握、販路拡大。
- 施工会社のロールアップにより、材工一体（建材の納入と施工）体制を強化。



商品開発支援

材工一体 体制強化

販路拡大 提案力強化

ニーズ把握 (マーケットイン)

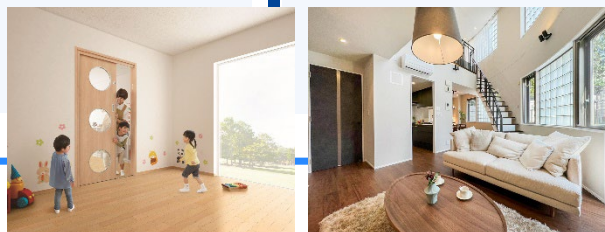
伊藤忠 グループ 機能

市場ニーズに関する
情報提供、
西松建設の知見

施工会社の
ロールアップ

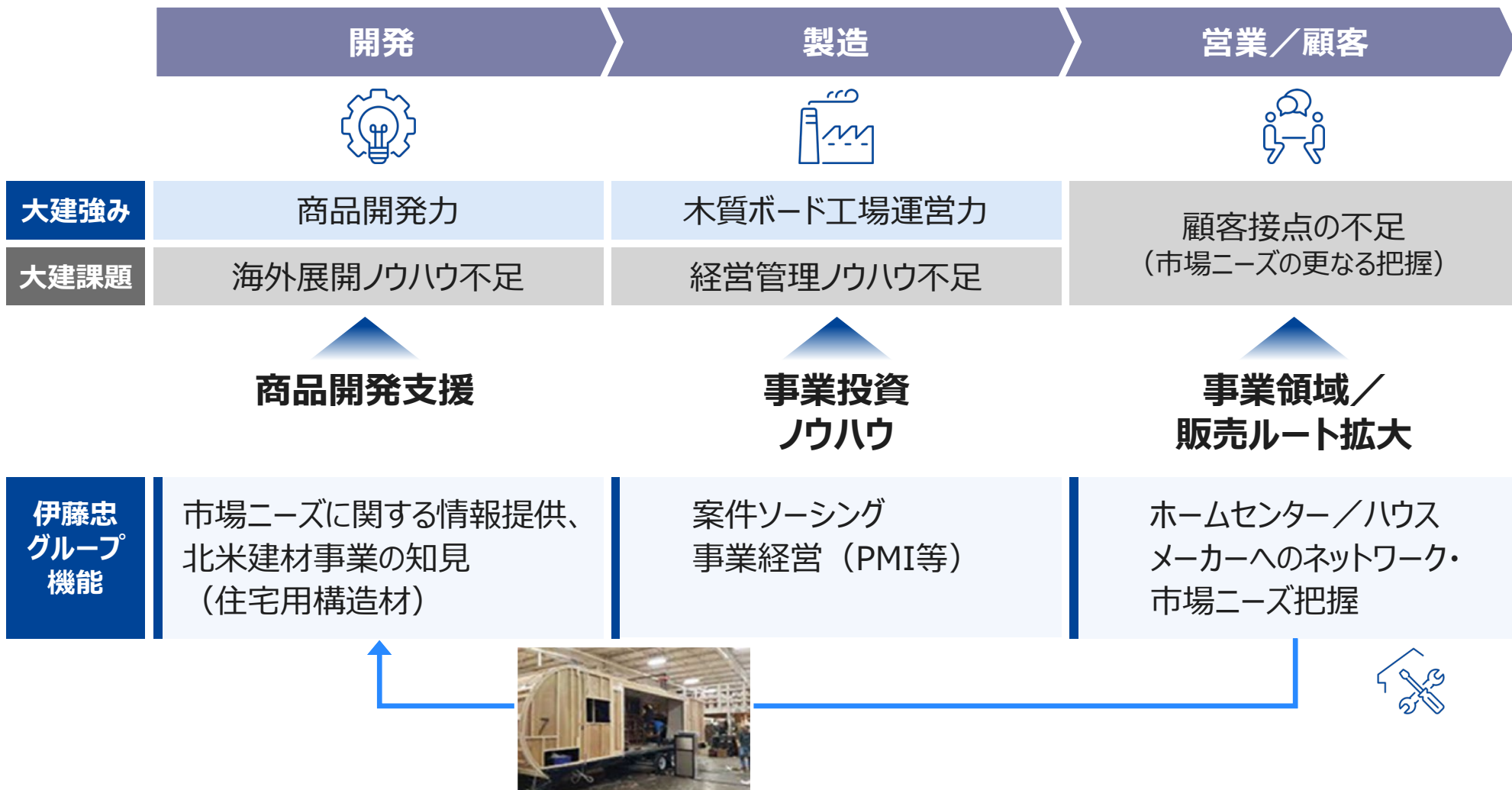
西松建設を中心とした
ゼネコンへの販路

デベロッパー・自治体
へのネットワーク・
市場ニーズ把握
(商業施設・オフィス・
ホテル・公共施設)



③海外

- 大建工業の強みである木質ボード事業を北米建材事業と共同展開。
- 大建工業独自の木質ボードにより、供給不安や価格高騰に伴うラワン合板等の代替品ニーズの取込みを狙う。



今後の協業・成長イメージ（まとめ）



- 非公開化を機に、大建工業の課題解決に向けて伊藤忠グループのリソースをフル活用した、経営改革・成長戦略を推進。建設・不動産部門の核となる事業会社の1社に育てる。
- これまで20億円程度であった大建工業の取込利益を、非公開化後には以下の施策を実行することで、今後、70～80億円程度まで引き上げることを目指す。

協業分野	協業・成長イメージ	時間軸			期待収益		
		短	中	長	小	中	大
① 国内戸建	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「稼ぐ、削る、防ぐ」（特に「削る、防ぐ」）の徹底、伊藤忠グループの総合力を活かした磨きの施策により、成熟市場での残存者利益を獲得 						
② 国内非戸建	<ul style="list-style-type: none"> ■ 西松建設を中心としたゼネコン等へのネットワークを活用した市場ニーズ把握、販路拡大を実現 ■ 施工会社のロールアップにより、材工一体（建材の納入と施工）体制を強化 						
③ 海外	<ul style="list-style-type: none"> ■ 大建工業の強みである木質ボード事業を北米建材事業と共同で展開 						



日立建機

執行役員

自動車・建機・産機部門長 牛島 浩

建機・産機部長 吉川 正彦

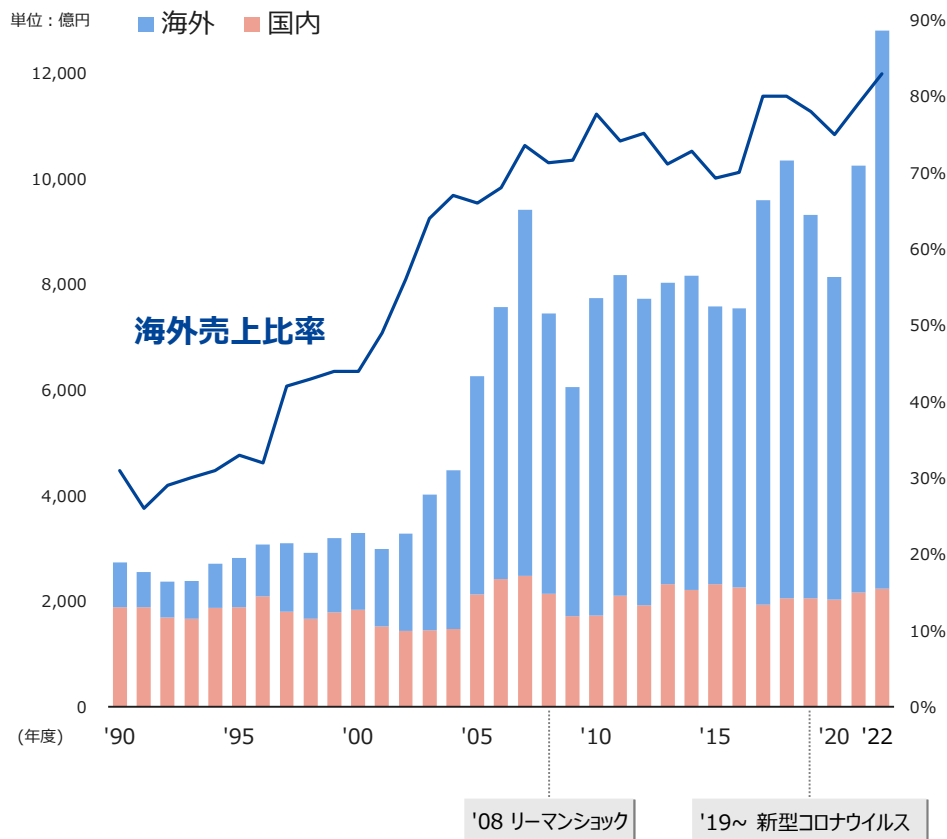


日立建機の概要（強み・成長戦略）



- 日立建機は、世界トップクラスのシェアを誇る油圧ショベル等、ブランド力を強みに着実にグローバル展開を推進。
- バリューチェーン事業・マイニング事業の拡大に加え、成長余地のある米州（北米・中南米）市場に注力。
- 2023年度は、売上高1兆3,600億円、連結純利益980億円の過去最高益の更新を見込む。

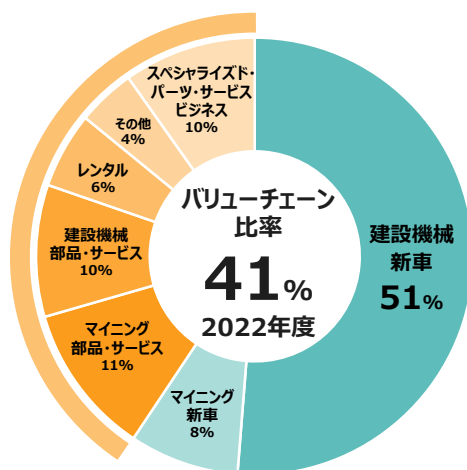
売上高・海外売上高比率の推移



売上高構成

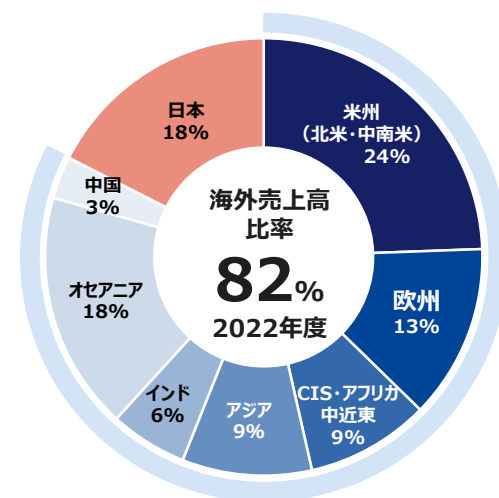
事業別売上高比率

バリューチェーン比率



地域別売上高比率

海外売上高比率



バリューチェーン事業の
売上高比率

2025年度目標 **50%以上**

資本提携の意義・協業方針



- バリューチェーン事業の拡大方針を掲げる日立建機と共に、川下の収益拡大を推進。
- 伊藤忠は、従来型の代理店機能の提供にとどまらず、「ビジネスパートナー」としてあらゆる機能を提供。
(金融・中古販売・修理メンテナンス等の川下ビジネス拡大)
- 最重要市場である北米での協業に加え、開拓余地の大きい中南米やアフリカ等、他市場における協業を加速。

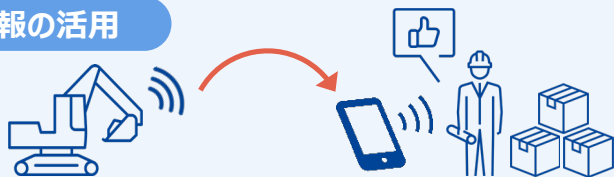
事業ポートフォリオ

■ 新車販売



■ バリューチェーン事業

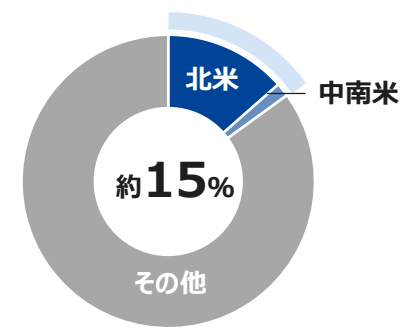
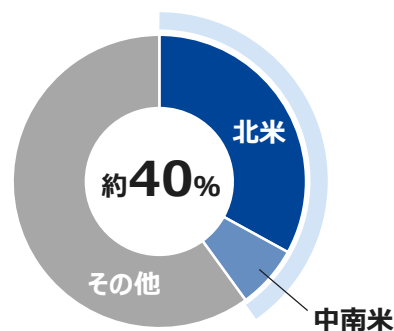
機械の稼働情報の活用



■ 米州（北米・中南米）市場の開拓余地（2022年度）

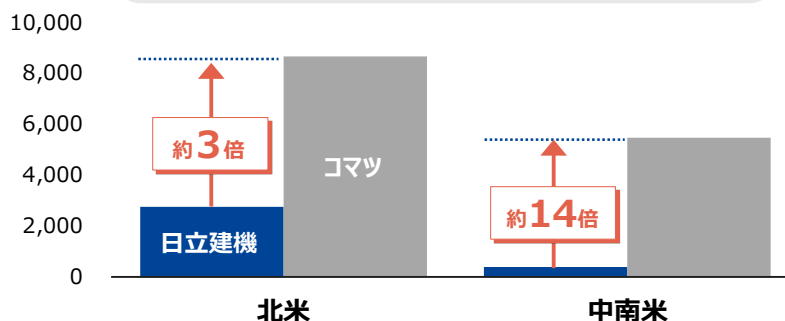
建機 世界市場の北米・中南米比率

日立建機の北米・中南米事業比率



単位：億円

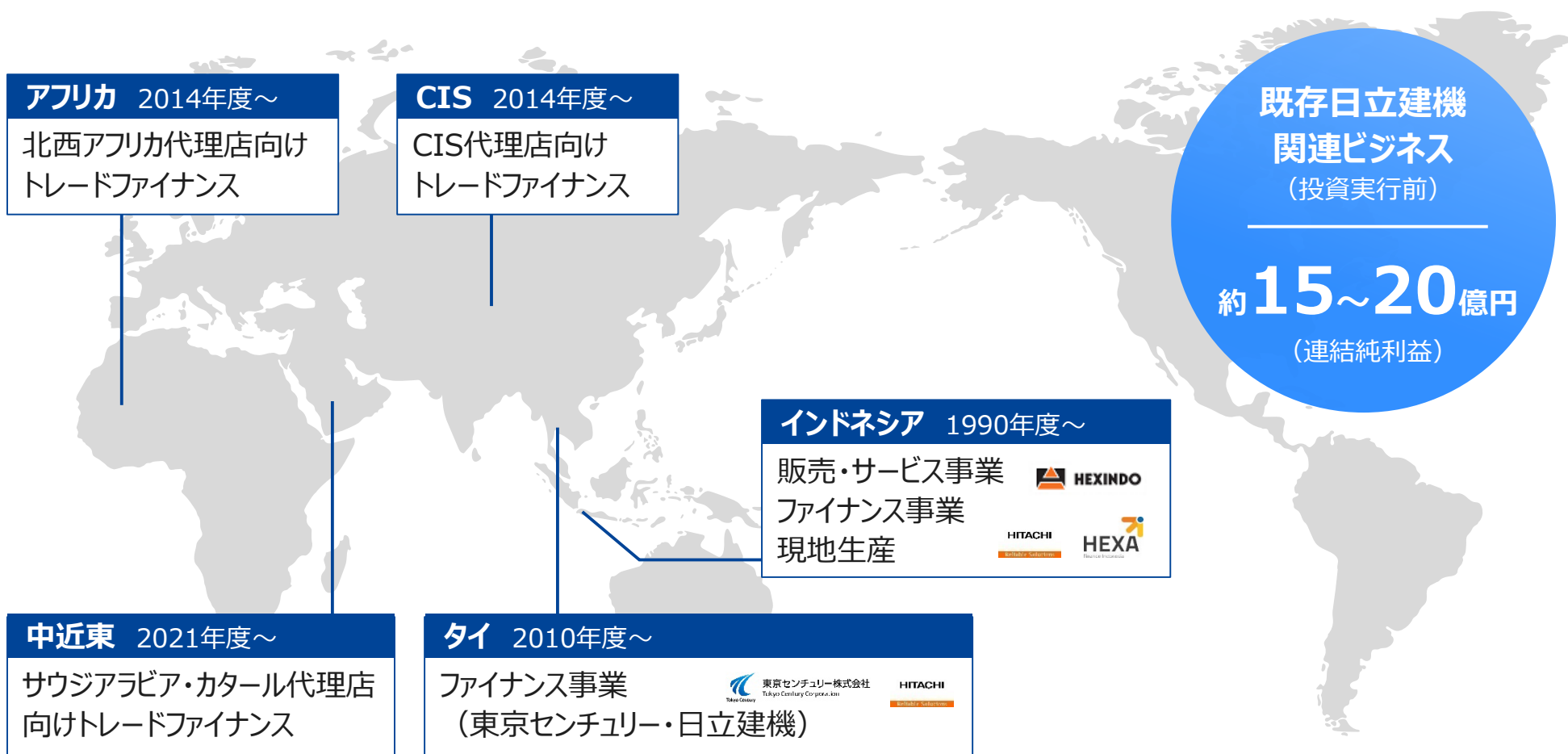
北米・中南米における日立建機とコマツの売上比較



日立建機と伊藤忠グループのこれまでの協業



- 1990年代よりトレードや合併会社での事業を通じて日立建機との取組みを拡大。
- インドネシアにおいては、製造・販売・ファイナンスの各分野で30年来の共同事業を展開。
- アフリカ・中近東・CIS向けトレードの実績を積み上げ。

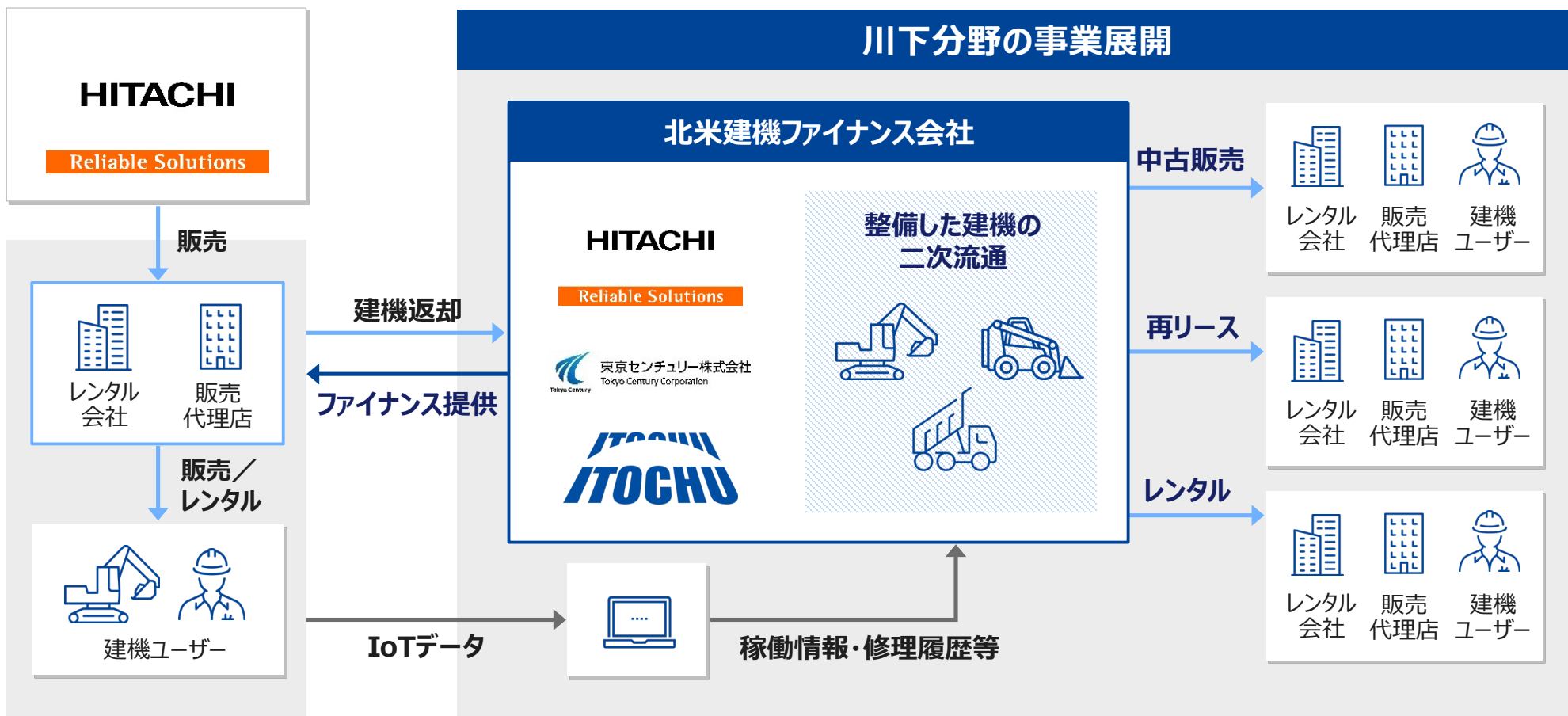


協業分野	概要
<p>① ファイナンス</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 出資後の協業第一弾として、日立建機・東京センチュリー・伊藤忠の3社で北米建機ファイナンス会社を設立し、北米事業の協業を加速（2023年8月～） <div data-bbox="1510 329 2011 612" data-label="Image"> </div>
<p>② 物流・ 販路拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 伊藤忠グループの顧客網・物流機能を活用した販売網構築を支援 ■ 北米の建機レンタル会社（約5,000社）の大宗をカバーするMultiquipの顧客網やサービス体制の共有、オンライン販路の活用等を予定 <div data-bbox="1535 686 1997 982" data-label="Image"> </div>
<p>③ 電動化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 電動建機（建機業界の脱炭素化に貢献）の開発・普及に向けたインフラの整備等に関し、まずは欧州市場から協業を開始 <div data-bbox="1510 1076 1997 1329" data-label="Image"> </div>

①ファイナンス（伊藤忠グループとの協業第一弾）



- 北米市場では、代理店から建機を購入する顧客の9割程度がファイナンスを利用。迅速な審査と競争力のあるファイナンスメニューを提供するキャプティブファイナンス会社の存在が極めて重要。
- リース後に返却される建機の中古販売・再リース等、バリューチェーン事業における二次収益の獲得も目指す。



② 物流・販路拡大（今後、伊藤忠グループに求められる役割）



- 伊藤忠の持つ多様な顧客接点を活かし、一般建機（コンストラクション）や鉱山建機（マイニング）等、日立建機製品の拡販に貢献。
- Multiquipのレンタル会社向け販路を活用した小型建機の拡販、金属カンパニーの保有権益への鉱山建機の販売支援等、伊藤忠のネットワークを用いた販路拡大を推進。
- 将来的には、北米・インドネシアでの成功事例（販売・ファイナンス）の他地域への展開を目指す。

■ Multiquipとの協業イメージ

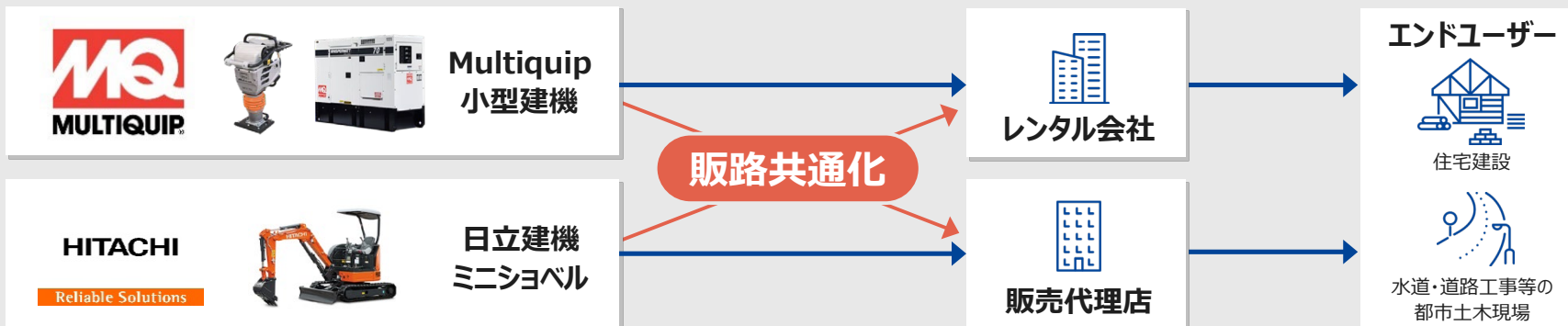
北米小型建機分野で市場シェア40%超を占めるMultiquipの強み

レンタル会社向け販路
（ほぼすべてのレンタル会社との取引実績）

販売に加えて製造機能を保有
（メンテナンス等にも強み）

IoT活用した次世代型サービス
（予防保全）

Multiquipの販路を活用した日立建機製ミニショベルの拡販、メンテナンス機能の共有



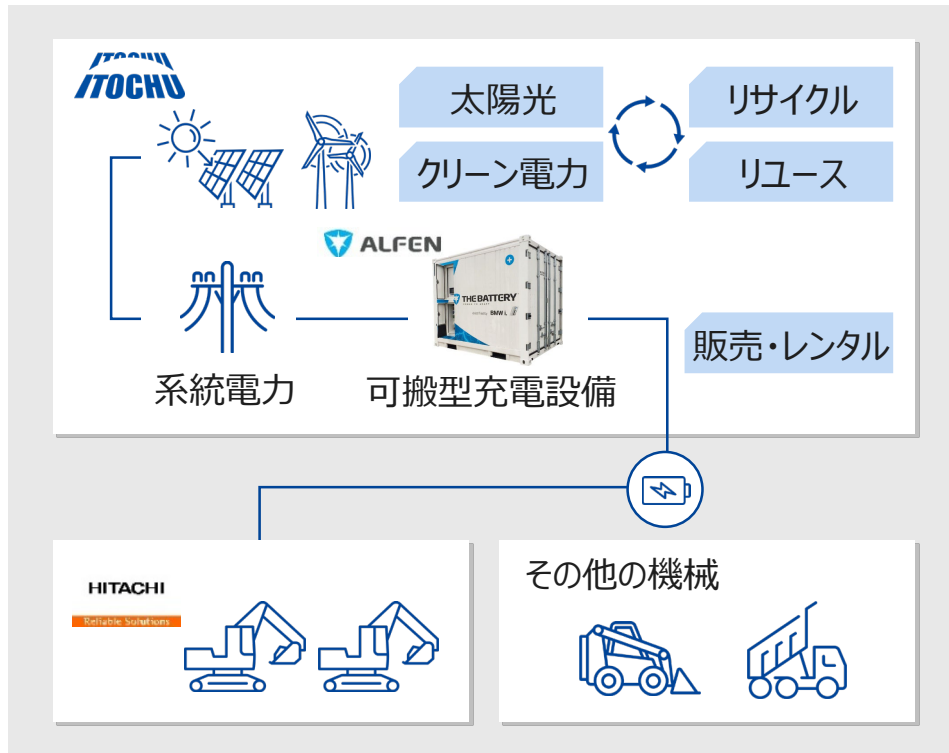
③電動化（今後、伊藤忠グループに求められる役割）

- オランダAlfen社製の可搬型充電設備の販売・レンタルを開始。電動建機のニーズが顕在化する欧州市場で電動建機普及の鍵となる充電設備を供給。
- 再生可能エネルギーの活用、バッテリーリサイクル・リユースについては、エネルギー・化学品カンパニーとも協業予定。
- 欧州市場のノウハウを活かして、将来的には北米・日本市場等への展開を目指す。

■ バッテリー駆動式油圧ショベルに給電する可搬型充電設備



■ 電動建機が使われる現場でのオペレーション



今後の協業・成長イメージ（まとめ）



- 従来型の代理店機能の提供にとどまらず、戦略的な協業案件の積み増しに注力。
- その結果、「ビジネスパートナー」としてお互いの事業拡大と利益伸長を図る。(Win-Winの関係)
- 当社の「建機関連ビジネス」の2023年度の連結純利益は150億円超を達成見込み。今後200億円超を目指す。

協業分野	協業・成長イメージ	時間軸			期待収益		
		短	中	長	小	中	大
① ファイナンス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 北米におけるファイナンス・レンタル事業拡大 ■ 中南米等、他地域でのファイナンスサービス提供 						
② 物流・ 販路拡大	<ul style="list-style-type: none"> ■ Multiquipが持つ顧客網・サービス体制の共有化 ■ 北米向け輸出、米国内の輸送効率化・コスト削減 						
③ 電動化	<ul style="list-style-type: none"> ■ 電動化ソリューションの共同推進 ■ 欧州市場のノウハウを活かして、将来的には北米・日本市場等への展開を目指す 						



ITOCHU SDGs STUDIO

**Corporate Brand Initiative
General Manager**

目谷 東久子



伊藤忠グループ
企業理念

三芳よし
翔子

中期経営計画「Brand-new Deal 2023」で掲げる「SDGsへの貢献・取組強化」の
基本方針のもと、2021年4月、世の中のあらゆるSDGsに関する取組みの発信拠点として開設



世界的トップモデルの富永愛氏を
エバンジェリストに迎え、幅広い
ターゲットへの発信を強化。



SDGsに関わる活動をしている
団体・個人等に展示スペースを
無償で提供。



SDGs活動の情報発信スペース
として、ラジオ番組及びSNS等の
収録専用ブースを常設。

自社の取組みに加え、世の中のSDGsに関する取組みも後押しすることで、持続可能な社会に貢献

主なSDGs関連企画展示・イベント

- 「世界食料デー」関連企画展
- 「世界海洋デー」関連企画展
- こどもの視展
- 「国際女性デー」関連オンラインイベント
- 「世界子どもの日」関連企画展・オンライン授業
- 中学校向けオンライン授業
- J-WAVE ラジオ番組
「ITOCHU DEAR LIFE DEAR FUTURE」

主要団体名等

- 農林水産省
- WWFジャパン
- こどもの視点ラボ
- 国際協力NGOジョイセフ
- 国境なき子どもたち/ユグレナ
- セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
- 毎月様々な著名ゲストによる情報発信

こどもの視展



展示来場者の行列

こども家庭庁の出張展示

J-WAVEとの3拠点オンライン収録



滋賀・青山・ロンドンの小学校のオンライン交流(SDGsの取組みを発表)



GALLERY



RADIO STATION



DOME

次世代の教育・啓蒙活動、グループ商材PR等を含め、
年間延べ18万人以上の来場が見込まれる複合施設へと進化。

星のキッチン／KIDS PARK／企画展示／ラジオ番組等、
身近な生活から「SDGsに出会うきっかけ」を提供。



星のキッチン



こどもの視点カフェ



KIDS PARK

ITOCHU SDGs STUDIOの来場者・メディア露出推移



STUDIO開設

消費者との接点拡大

2021/4

2022/7

2023/4

2023/7



GALLERY



KIDS PARK



こどもの視点カフェ



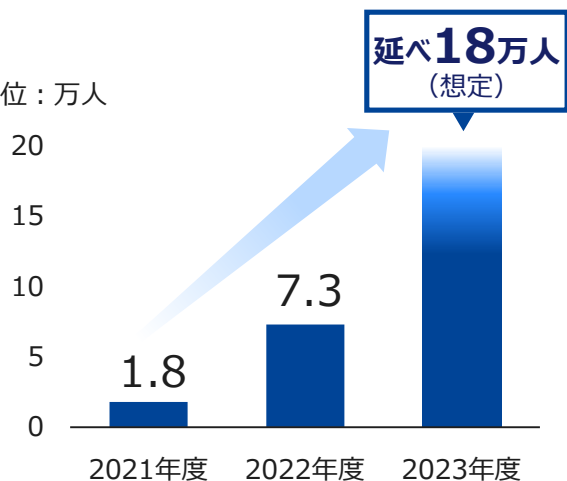
星のキッチン



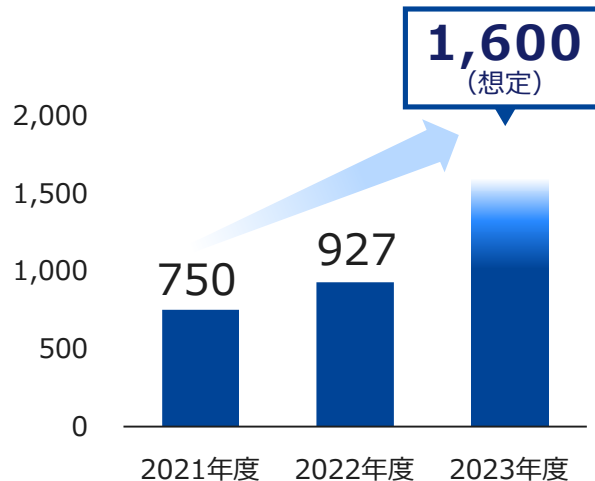
RADIO STATION

来場者数

単位：万人

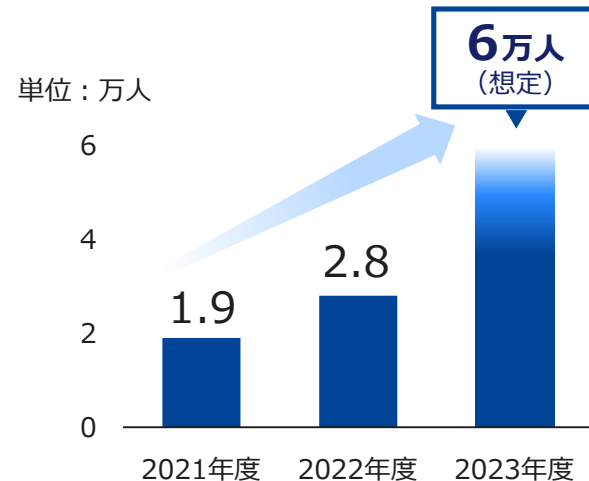


露出媒体数



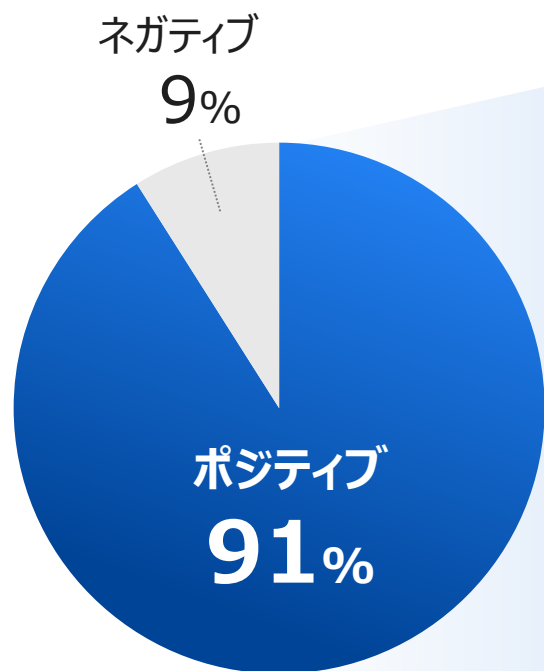
公式SNSフォロワー数

単位：万人



- 直近2年間のSNS投稿では、「ITOCHU SDGs STUDIO」関連について、9割以上がポジティブなコメント。
- インフルエンサーやメディアアカウントも当施設の紹介を自発的に発信。SNS等で拡散され、話題の施設に変貌。

直近2年間データ



フォロワー数
約47万人の
メディアアカウント
による投稿

フォロワー数
約14万人の
メディアアカウント
による投稿

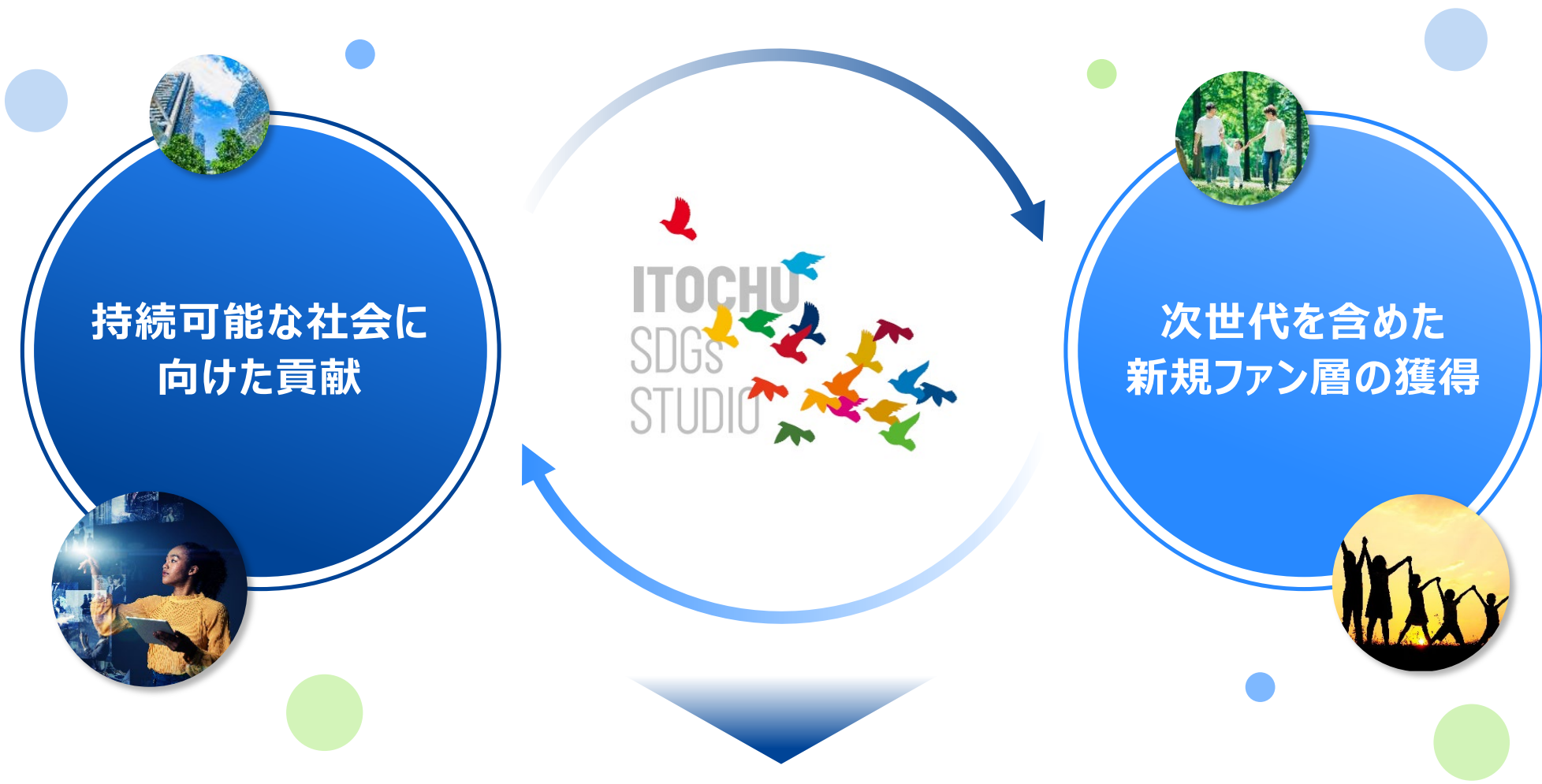
投稿例

F fashionsnapcom 【新スポット】伊藤忠商事が、SDGsの発信拠点
「ITOCHU SDGs STUDIO」を東京本社敷地内のITOCHU Gardenに開設。施設内に設けた「エシカルコンビニ」ではアッシュ・ペー・フランスによるディレクションのもと、アパレルからコスメ、フード、雑貨までSDGsにまつわる商品を提案しています。展示・撮影スペースはSDGsに取り組む団体であれば無料で利用可能。内装はスキーマ建築計画の長坂常さんが担当しました。

ふらいと(今西洋介)@小児科医・新生児科医
@doctor_nw
4月にオープンした東京・港区にある『こどもの視点カフェ』が話題。大人の体重で換算した21kgの頭や19kgのランドセルはなかなかのインパクト。こどもの視点を体験し、あまり怒らないようにしようとする子への接し方を見直す保護者も
[Translate post](#)



ITOCHU SDGs STUDIO (来場者数延べ18万人/年)



次世代も見据え、企業価値向上に寄与

ひとりの商人、無数の使命



www.itochu.co.jp/