



Textile Company

ITOCHU Corporation

Textile Company

在所有与纺织相关的领域
不断挑战变革的纺织公司

在伊藤忠商事株式会社内，纺织公司担负着生活消费相关这一“非资源”领域的半壁江山。作为日本国内综合商社中唯一一家打出“纺织”招牌的公司，在所有与纺织相关的领域发挥主动性，开创了新的商业模式。如今，纺织公司更是果断地致力于实现伊藤忠商事推进的“新时代商务”。直接利用纺织公司所具备的源自顾客角度的营销构想、丰富的经验、广泛深远的见识、作为专业人士的执着及敏锐的行动力等“优势”来迅速应对 AI 及 IoT 等技术革新引发的社会变化，并通过构建新的商务模式、深化价值链、与商务伙伴巧妙地开展合作等方式推进新时代商务。今后，我们将继续不畏风险，不断挑战改革，与大家共同成长。



Message

在帮助年轻一代大显身手的同时
加快推进新时代商务模式

从前期投资这一“播种”行为开始 到新时代商务模式的“开花结果”

近年来，伊藤忠商事以“新时代化”为发展战略的关键词，积极致力于各种业务。为了顺应 ICT 的迅猛发展所带来的被称为“第 4 次工业革命”的这一社会变化，伊藤忠商事认为公司本身要积极进行改变，并创造出新的商务模式。

这一思路也同样适用于纺织公司。要想在新时代化的新市场环境中取胜，就必须能够迅速灵活地顺应时代的潮流。纺织公司的业务网罗纺织行业上游领域乃至下游领域，迄今为止已经积累了众多经验和业绩，作为行业的领军型企业不断前行。但是当前需要构建起一个不被过去的成功经验和传统商业习惯所束缚的全新商业模式。为此，纺织公司以新颖的理念，开始勇敢追求富有发展前景的业务平台，并向众多公司投资等，努力尝试创造新时代商务模式。

接下来的时间可以说就是从播种时期迈向实际收获时期的过程吧。

通过朝气蓬勃的干劲和崭新的构思 与合作企业共同成长

举例来说，在纤维原料方面，欧洲等地区对可持续发展材料的需求日益增多，因此我们将投资于环保型材料领域等，在全球范围内扩充富有竞争力的材料品牌；在时装方面，则将继续构建拥有主导权的从原料开始的产业链，并发挥纺织公司从原料到产品一站式供应的这一优势；而在品牌业务方面，则将通过进军 B2B 市场的企业和从事众筹业务的企业投资，帮助其提高业务效率或创建新的品牌。此外，还向经营网上服装店的企业投资等，不断开拓新的流通渠道。

要想实施这些顺应社会变化的新举措，就必须要让兼具朝气蓬勃的干劲和崭新构思的年轻一代能够大显身手。伊藤忠商事也将致力于完善公司环境，以便让年轻一代能够怀着高昂的斗志开展富有伊藤忠商事特色、充满活力的业务。

我们今后也将以从原料直至产品的全球化价值链为轴心，竭尽全力与合作企业共同成长。

纺织公司 总裁 诸藤雅浩



Field & Strategy

在所有纺织相关领域内
开展战略性业务

F i e l d

Upstream

Material

- 原料及材料的开发及产品化
- 所有纤维资材的采购

Midstream

Apparel

- OEM（接受订单生产）
- ODM（策划及提案型生产）

Downstream

Brand

- 进口
- 许可权
- 商标权获得、M&A
- 海外发展

S t r a t e g y

确立新时代商务模式

- 致力于新的商业模式
- 主动推进创新业务

提高已有业务的收益能力

- 进一步提升品牌价值
- 强化 EC 业务并拓展新的销售途径
- 进一步提高经营效率

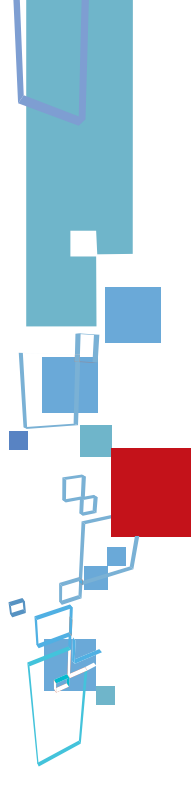
加强与中国等亚洲地区的合作关系

- 重点市场为中国及其他亚洲地区
- 加强与当地有力企业的合作
- 创造新的合作关系

促使从上游领域到下游领域 都能有所发展的战略

上游领域是指纤维原料、纺织原料及纤维资材等“原材料”，中游领域是指负责制造产品并发货的“服装”，下游领域是指负责品牌业务及零售等的“品牌”。纺织公司在所有与纺织名字有关的领域内开展业务。并在技术革新不断加速的环境中，提倡确立新时代商务模式、提高已有业务的收益能力以及加强与中国等亚洲地区的合作关系。今后我们将在落实这些战略的同时，继续为增强行业的活力做贡献，并发展日本国内外的业务。





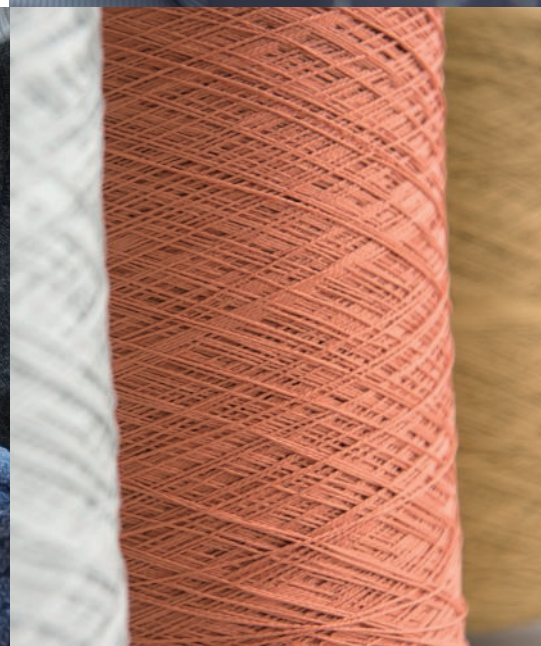
Upstream Material

不断创造业务的
优势根源在于
全球化网络



准确捕捉市场需求 向全世界推广高附加价值产品

位于纺织业务上游的原材料领域是伊藤忠商事の祖业。我们经营纤维原料、各种纺织原料以及功能材料等有效发挥技术力的各种高附加价值产品。除了把日本纤维产地出产的高附加值纺织材料销往日本国内外，还以亚洲各地的生产体制为背景，向全球推广多样化商材。著名服饰及高级品牌也使用了这些产品。此外我们还积极向市场需求日益增加的环保型材料进行投资，并开始打造能够实现循环经济的独家材料品牌。今后我们将继续从顾客角度出发，捕捉市场需求，在可穿戴等领域推出附加价值更高的多种产品，在全球加强材料的推广能力。



多彩的非服装领域 不断敏锐应对社会的变化

在非服装领域，从兼备先进技术和高功能的工业纤维到纸尿裤等卫生用品的无纺布，经营所有与纤维名字相关的资材，并在全球开展业务。还提供汽车地垫及安全气囊材料、轮胎及皮带的加强材料、高尔夫球杆长柄材料、火车及飞机内饰材料等复合材料。各种胶带、电子领域的抛光布、建筑土木工程中的防水屋顶材料和地面加固用的无纺布、室内装饰品和功能性床上用品等，经营材料及商品琳琅满目。此外还应对汽车的EV化需求及亚洲的超高龄社会发展等，积极致力于创造能够顺应今后社会变化的供应链及服务。



Midstream Apparel

针对所有追求
高附加价值的商品
不断提高提案能力

专注于制造并 构建提高附加价值的体系

在以制造为核心的服装领域，日本国内外均具备男女时装、休闲装、运动装、内衣、制服等所有服装的生产功能，同时也在生产优质产品。除上述服装外，还提供含包、鞋、配饰在内的所有时装相关产品。另外，在业务方面，不仅仅局限于接受订货后生产的 OEM（Original Equipment Manufacturing）模式，还进军对开发到生产进行提案的 ODM（Original Design Manufacturing）模式，并力求进一步扩大。并且还在服饰资材领域，努力促进 RFID 标签业务的发展，并提供能够提高库存管理和实体店业务效率的整体解决方案。



通过新的价值链 提供从面料到成衣的一站式服务

特别是最近几年来，我们将运动领域作为重点战略。获得了向世界性制造商直接进行提案的权利，以在东盟的生产力为背景，开始经营面向全球市场的产品。此外积极与各领域内的龙头企业建立战略性资本合作。目前我们正以与越南为中心的东盟地区的生产背景和产品制造相关知识为武器，加深与大型零售商的合作。今后则将构建起拥有主导权的从原料为起点的价值链。我们将通过打造各种材料品牌来掌握主动权，并将其与东盟地区的生产基础相结合，努力实现向全世界的大型零售商提供从材料提案到产品供应的一站式服务。



Downstream Brand

向创造
新的品牌价值
进化的商业模式



作为行业最强的业务 追求品牌价值的最大化

纺织公司率先在行业内开拓了对商品赋予品牌这一附加价值后进行提供的新商务模式。而这种品牌业务就是从引进欧美著名品牌开始。目前，通过纺织公司独有的市场营销力，组合进口与许可证，生产经营品牌产品，取得商标权，参与经营策划等，构建起了综合性商业模式，在该领域内堪称行业最强。经营的品牌除奢侈品、运动、休闲等广泛领域的服装之外，还包括鞋、包、杂货等众多商品，始终作为品牌业务的行业领头人大放异彩。与 200 多家分属许可证持有者及经销商一起，追求品牌价值的最大化。



磨练全球推广能力 不断努力拓展市场

在品牌业务市场，目前我们正在通过向全球性企业投资，加强在掌握今后发展关键的中国及越南等亚洲地区的业务。此外，为了应对日益多样的消费行为，也在积极致力于强化品牌EC。着手打造集团公司内与顾客多样化接触的渠道，注重有效活用 AI 活动并推进系统开发。另外，我们还在努力向进军 B2B 市场的企业以及经营网上服装店等国内外风险企业进行投资，提高原有品牌业务的效率并扩充流通渠道。今后我们也将放眼未来，在摸索新销售途径和商业模式的同时，实现进一步的成长。

History & Future

始终走在时代尖端的
业内龙头企业

纺织是伊藤忠商事 的祖业

纺织是伊藤忠商事的前身，也承载了其发展历史。创业是在 1858 年。同年，第一代忠兵卫将麻布装入货物，从滋贺丰乡村前往长崎地区，开始了沿途售卖之旅。1872 年在大阪本町开设了棉麻织物店“红忠”，1893 年在安土町开设棉纱批发店“伊藤丝店”。从大正到昭和年间，通过出口加工棉布、经营纺织业务公司、出口人造丝及人造丝织物等手段扩大了业务范围。在克服了战前战中的经济管制后，于战后作为行业的领军人复活。此外，在其他公司的纤维部门随着时代发展逐渐式微的过程中，唯有伊藤忠商事不断扩大祖业，并于 1997 年作为“纺织公司”重新扬帆起航。

如今也在依然不断创造独有的商业模式，品牌业务就是其中一个优秀案例。1978 年开始经营订制男士西装面料的进口品牌，便是今日堪称业内最强的品牌业务的开端。从 1999 年起，除获得商标权外，还制定了合作或收购等与主体企业紧密相关的战略。在这个过程中始终涌动着通过营销构想将顾客需求反映到生产中并能作出反馈的知识及网络、准确实施品牌控制的独有商业模式等常新常变的纺织公司特有的精神。



想要与所有合作伙伴一起 实现富足的生活

纺织公司的业务优势是能够有效利用综合商社的功能并创造附加价值。在原材料领域内的纤维原料方面，开拓出纤维资材及生活方式产品等的非服装领域等，不断挑战纤维的可能性。另外，在服装领域则构建起原料、面料、缝制一条龙体制，在东盟建立具有生产力的据点，同时继续专注于产品制造。利用精细的营销及符合时代潮流的销售策划推进高附加价值品的制造，在加深与国内外优秀企业的合作关系的同时扩大业务领域。此外，在品牌业务方面，致力于从进口销售这个“点”出发，向总许可证持有者这条“线”，以及获取商标权或参与经营规划这个“面”进行战略性发展，打造出稳固的地位。除此之外，我们将认真面对 AI、IoT 及机器人等信息系统的技术革新伴随的时代变化，履行自己作为生活消费领域旗手的龙头企业的责任。

纺织公司今后将继续有效利用合作企业的力量及牢固的价值链，同时开展富足生活的解决方案业务。并重视纺织这一主轴业务，不断发挥最大限度的力量，以求在所有相关业务中与合作伙伴共同成长。

