

// The Brand-new Deal

投資家向け説明会 デジタル戦略 ～地に足のついたAIXへ～

2025年10月17日

伊藤忠商事株式会社 (8001)

見通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、実際の業績は見通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。

Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.



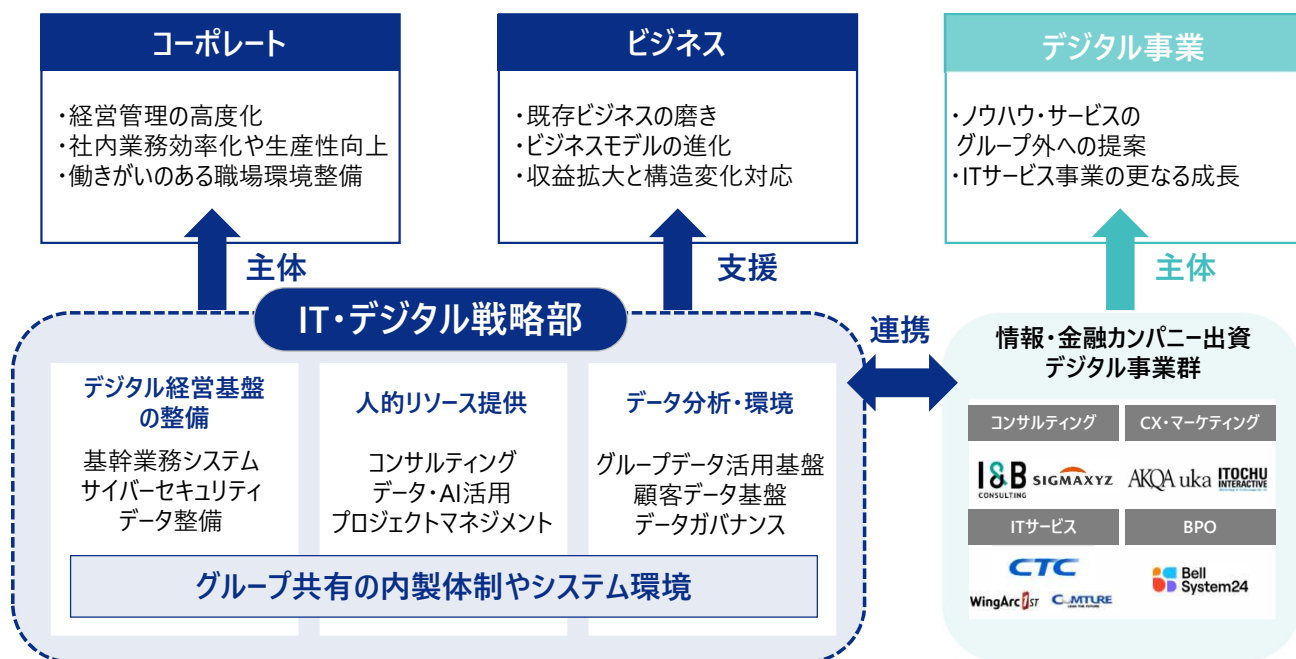
皆さま、こんにちは。IT・デジタル戦略部長の浦上です。本日はご多忙の中お集まりいただき、誠にありがとうございます。

まず、はじめに、簡単に自己紹介をさせていただきます。

私は1991年に入社し、約34年間にわたり、インフラ・ネットワークの構築からアプリケーション開発、ERP導入を含む業務改革プロジェクト、そしてグローバルIT組織の立ち上げなど、情報システム全般の業務に幅広く携わってまいりました。現在は、デジタル化戦略やITセキュリティ対策、ならびにグループ全体のデジタル化戦略の策定・推進を担当しております。

本日はどうぞよろしくお願いいたします。

伊藤忠グループ横断のデジタル戦略推進支援体制



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

2

続いて、本日お話しする内容についてご説明いたします。

本日のスコープは、皆様もご存じの「情報・金融カンパニー」が推進する“デジタル事業”ではなく、当社総本社 IT・デジタル戦略部が主導する、コーポレート領域やビジネス領域におけるデジタル化の推進・支援に関する「デジタル戦略」についてとなります。

この点を改めてご認識いただき、本日の説明をお聞きいただければ幸いです。

1

デジタル戦略 – これまでの取組みと現在の立ち位置 –

2

グループ横展開で加速する伊藤忠のデジタル戦略

① 見る・解く・回す = み・と・まサービス

– データ活用とグループ連結経営視点が生んだ新たなサービス –

② 生成AIの活用 – 取組状況と今後の展望 –

私のパートでは、当社の「戦略とデジタルの融合」を支えるデジタル戦略、これまでの取り組みや現在の立ち位置について、まずご説明いたします。続いて、「グループ横展開で加速する伊藤忠のデジタル戦略」の具体例の一つ目としてグループ会社とともに進めている「みとまサービス」について、二つ目として「生成AI」に関する取り組み状況と今後の展望についてご説明いたします。

1

デジタル戦略 – これまでの取組みと現在の立ち位置 –

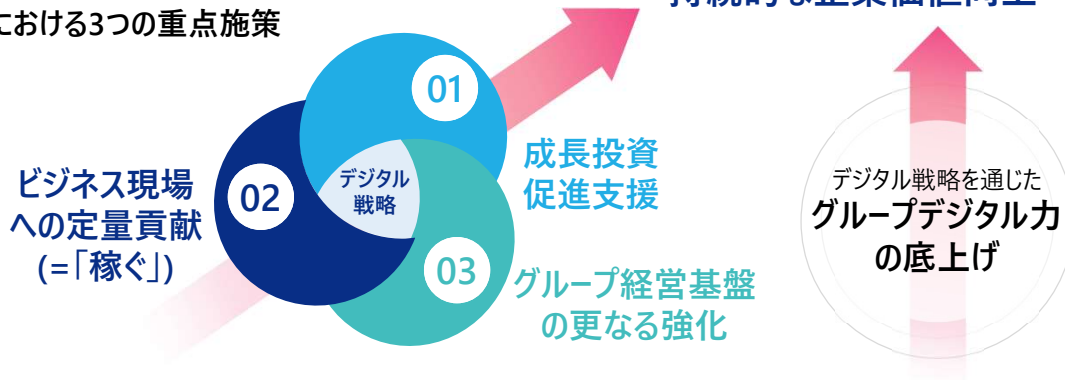


Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

まず、はじめに当社のデジタル戦略の骨子についてご説明いたします。

当社デジタル戦略における3つの重点施策

持続的な企業価値向上



地に足のついた「AIX（AI×Transformation）」へ

戦略的・継続的な
デジタル投資

堅牢なデジタル
経営基盤



システム



セキュリティ



データ



人材と組織体制



ノウハウ

Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

5

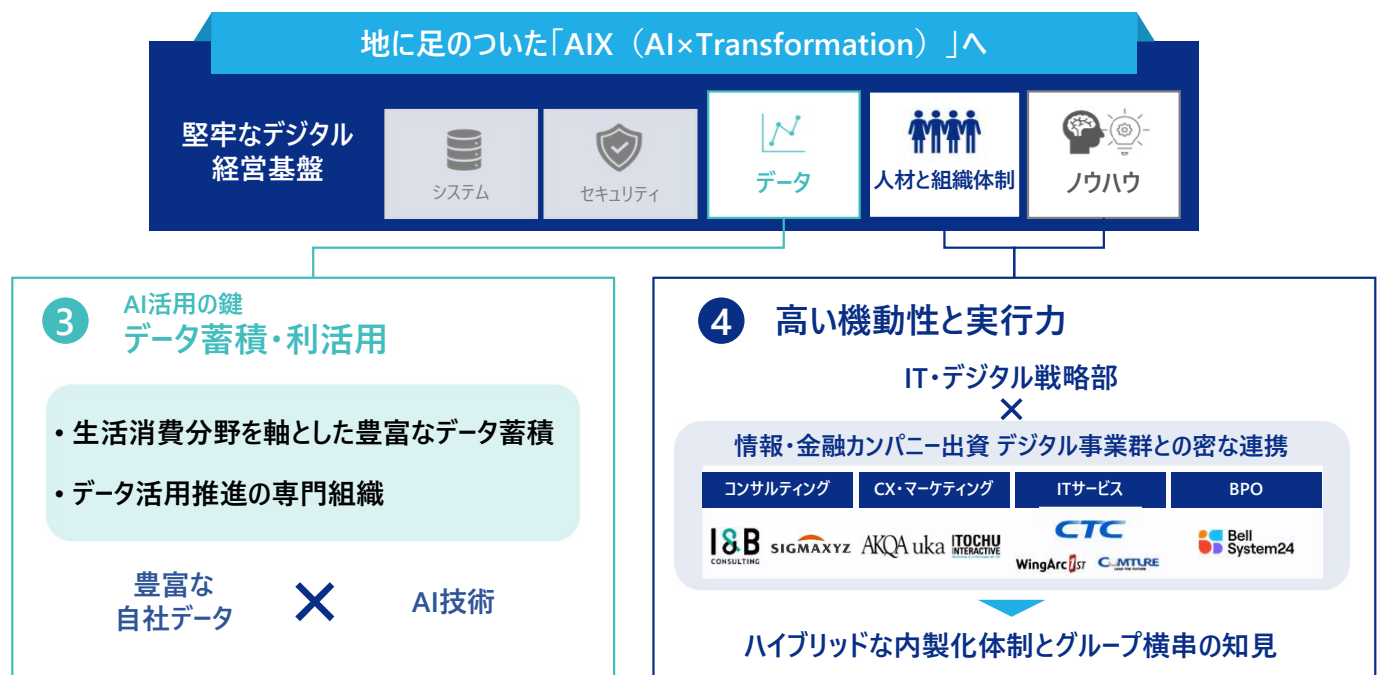
ビジネス成長にはデジタル技術の活用が不可欠と考えており、当社は、戦略的かつ継続的なデジタル投資により経営基盤を強化してきました。これらの基盤を土台として、「地に足のついたAIX（AIによるトランスフォーメーション）」という考え方のもと、三つの柱となる重点施策に取り組んでいます。一つ目の柱が、「成長投資の促進」、二つ目の柱が、「ビジネス現場への定量（＝稼ぐ）貢献」、そして、三つ目の柱が「グループ経営基盤の更なる強化」で、これら三つの重点施策を実行することで、「グループのデジタル力の底上げ」と「企業価値の持続的向上」を目指します。以上が、当社のデジタル戦略です。

続いて、当社のデジタル戦略を支えるこれまでの取り組みとデジタル基盤について、当社の強みを交えながらご説明いたします。



まず一つ目のデジタル基盤は、経営基盤としての基幹システムです。基幹システムは、現場や経営がリアルタイムで経営状況を把握・活用することはもとより、投資家の皆さまをはじめ社外に正確な決算情報・経営状況をお知らせする重要な経営基盤です。当社は、基幹システムの再構築やバージョンアップなどの継続的な投資を実行し、常に、経営にとって安定した環境を維持してきました。2018年には本社会計システム（SAP）を、他商社のみならず日本企業に先駆けて SAP S/4HANA にバージョンアップし、その後も、日本では先行的な取り組みとして2年毎のシステムアップデートを継続実行しています。同システムアップデートにより、常に最新機能を利用可能となり、技術革新の恩恵を受けやすくなります。今後20年スパンで、長期安定かつ競争力のある経営基盤として維持できると考えています。

二つ目はサイバーセキュリティ対策についてです。つい先日もランサムウェアにより大手企業のビジネスが甚大な影響を受けた事案がありました。当社はサイバーセキュリティ対策を、企業価値・事業継続・レピュテーションを守る経営課題と位置づけ、2012年よりCERT（Computer Emergency Response Team: コンピュータ緊急対応チーム）組織を立ち上げ、対策を継続強化してきました。2023年には同CERTを拡大する形で、国内有数の分析官を擁する伊藤忠サイバー＆インテリジェンス社を設立し、伊藤忠グループ（孫会社を含む約400社）をサイバー攻撃から能動的に守る体制を構築。その結果、年間約16万件のサイバーインシデントを引き起こす可能性のあるリスクアラートを検知し、深刻な侵害につながり得る約500件を未然に防止するなど、重大インシデントの回避に結びつけています。サイバー対策の内製組織を保有し、能動的にグループを守る体制は日本でも数少なく、当社にとって強みの一つといえます。



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

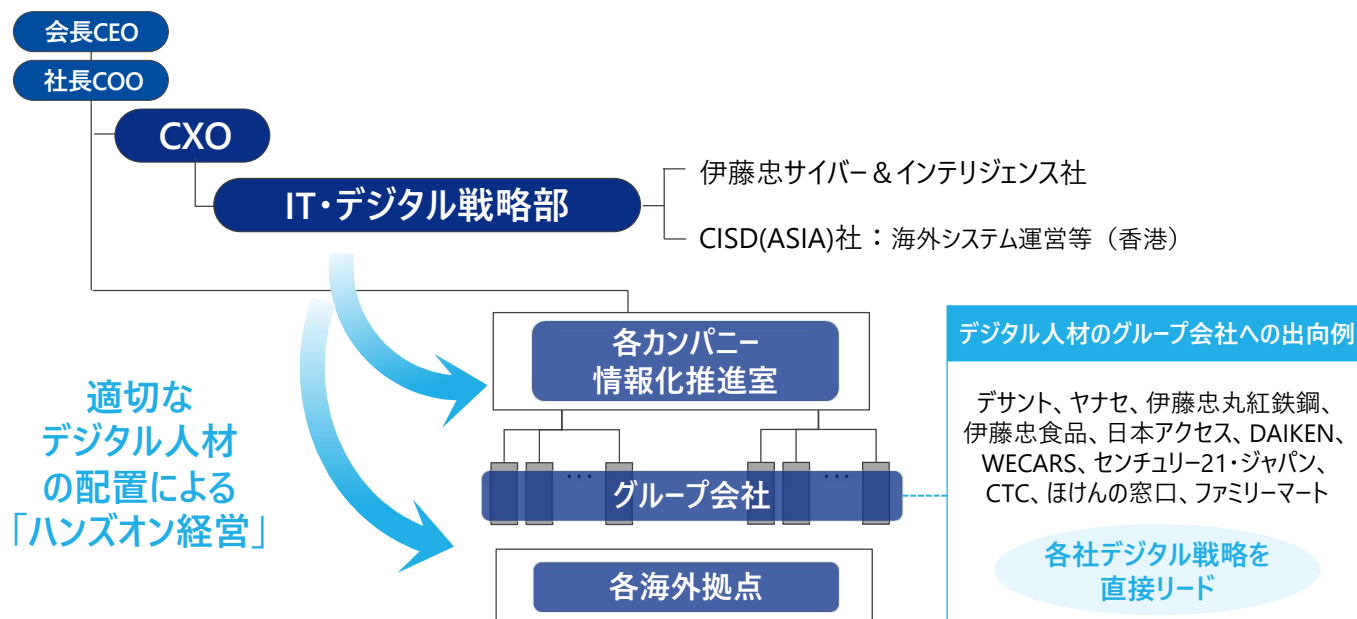
7

三つ目はデータ蓄積と利活用についてです。当社は従前より「情報」すなわちデータの重要性を理解し、インターネット普及前から取引先と受発注等のデータ交換を行うなど、データ活用の文化が根付いています。2018年のSAP S/4HANA化のタイミングで、全社員が利活用できる全社統合データ基盤を構築しました。同基盤に、会計データのみならず、取引関連データや外部データなど多様なデータを蓄積し、活用してきました。加えて、当社には生活消費分野に強みを持つグループ会社が多く、グループ会社が保有するデータも蓄積し、利活用してきました。グループ会社が保有する豊富なデータは極めて貴重な財産であり、当社グループの更なる成長ポテンシャルにつながると考えています。加えて、当社の特徴でもあります、これらデータ基盤構築に加えて、現場でのデータ活用をドライブする専門組織を内製化しています。その結果、現在は2,000人を超える社員が日々積極的にデータを活用しています。後段の生成AIパートでも触れますが、当社は既に整備された豊富な自社データを有しており、進化するAI技術とこれらのデータを掛け合わせることで、企業競争力が一層高まると考えています。

四つ目はデジタル推進体制です。デジタル化施策の実行には、スピードと機動力が重要なため、可能な限り内製を基本としています。IT人材構造は、日本ではユーザー企業側が約3割、IT企業側が約7割、米国では逆にユーザー企業側が約7割、IT企業側が約3割と言われています。米国におけるビジネスへのデジタル技術の活用が進んでいるのはご承知のとおりですが、この企業における内製化の割合が、ビジネスへのデジタル技術の活用の差につながっていると考えています。

とはいえ、人材構成の大転換は容易ではありません。そういうなかで、当社は、情報・金融カンパニーが出資するCTCをはじめとするデジタル事業群という「デジタルバリューチェーン」と、IT・デジタル戦略部が機動的に連携し、「ハイブリッドな内製化体制」でデジタル化を推進できる点が大きな強みです。デジタルバリューチェーンの詳細については、本日は割愛しますが、SlerのCTC/WingArc、コンサルのシグマクシス/I&B、CX/マーケティングのAKQA/伊藤忠インタラクティブ、BPO・コールセンター事業者のベルシステム24など、プロジェクト特性に応じて参画いただき、ワンチームで推進しています。

IT・デジタル戦略部からのデジタル人材の配置



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

8

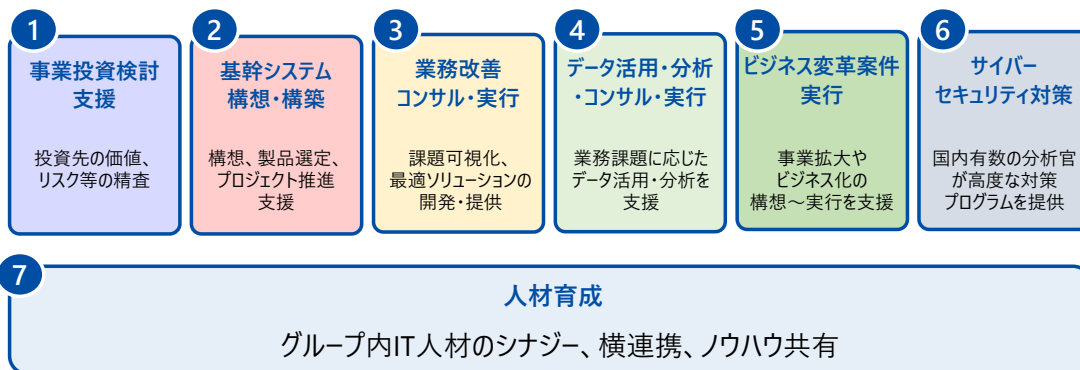
また、グループ各社に対するハンズオン経営はご承知のとおりですが、グループ各社のデジタル戦略はハンズオン経営実行における重要要素の一つです。そのため、私自身がビジネス戦略および各社のデジタル化状況を把握し、適切なIT人材を主要グループ会社に出向してもらうかたちで配置し、各社のデジタル戦略を直接リードしています。

ビジネス課題・経営課題の解きほぐしから～実行支援まで

課題の 解きほぐし

デジタルの知見、ビジネス/経営の視点を持ちあわせるメンバーが、課題を深く掘り下げて本質を見抜き、複雑なビジネス・経営課題解決を最適な支援へと繋ぎ、プロジェクトをドライブ。

支援範囲



一方で、プロジェクトの規模・難易度によっては、出向人材のみでカバーできないケースも多くあり、IT・デジタル戦略部で蓄積した知見・ノウハウを標準的かつ機動的に提供できるよう、支援内容をメニュー化しています。用意している支援メニューは全7項目です。ITやAIの専門家が外部から突然入っても課題解決は容易ではありません。日頃から現場に入り込みデジタル化を進めるなかでビジネスを理解している人材だからこそ実現できると考えています。なお、ご覧いただいている7つのメニューについて、後ほど、動画をご用意しておりますので、ここでは割愛します。



このように、デジタル推進体制につきましては、「ハイブリッドな内製化体制」、「グループ会社へのハンズオン経営の一環としてのIT人材配置」、そして「本体の知見とノウハウを活用した、デジタル戦略実行支援メニュー」これらを組み合わせて、グループ各社のデジタル化を支援できるのは大きな強みでもあり特徴です。

収益の約8割を担うグループ会社のデジタル力を高め、さらに、当部が持つ事業横断の「横串機能」によりグループ間の業務プロセス連携を進め、シナジー創出に寄与することで、グループ全体の企業価値向上（収益力アップ）につなげていく—これが当社の狙いです。

経済産業省のDXレポートで提示された「2025年の崖」問題があります。老朽化・複雑化したレガシー基幹システムのままでは、DXの遅れ、データ分断による意思決定の遅延、サイバー攻撃による情報漏えい等のリスクが2025年前後に顕在化し、経済損失が拡大するという警鐘です。当社はこれをいち早く克服、地に足のついたデジタル基盤を確立、あわせてグループのデジタル力の底上げを図り、現在地として、「Transformation-Ready」、「AIX (AIトランスフォーメーション) -Ready」な状態にあることを、まずお伝えします。

2

グループ横展開で加速する伊藤忠のデジタル戦略

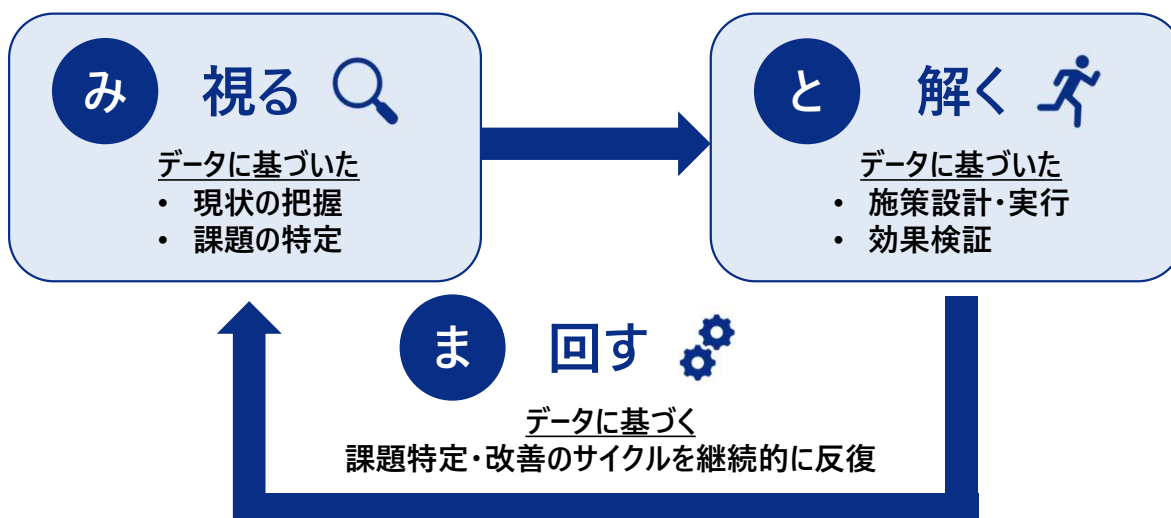
① 見る・解く・回す = み・と・まサービス

－ データ活用とグループ連結経営視点が生んだ新たなサービス －



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

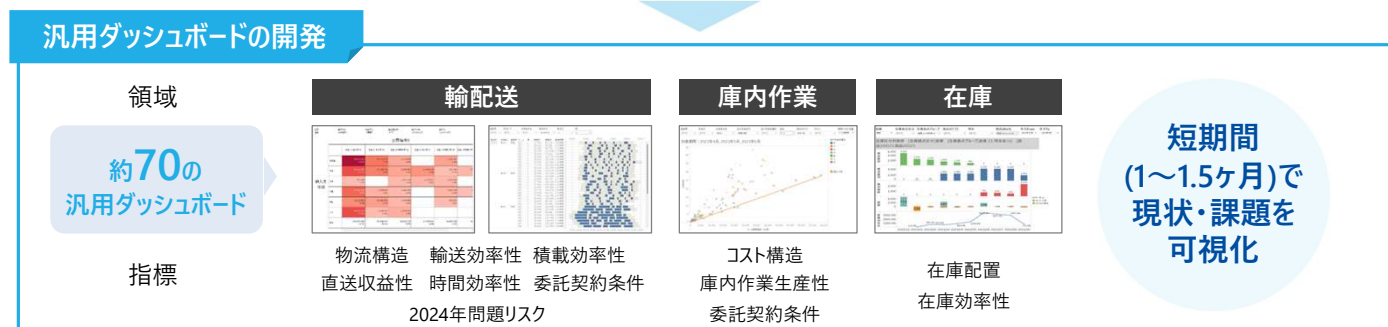
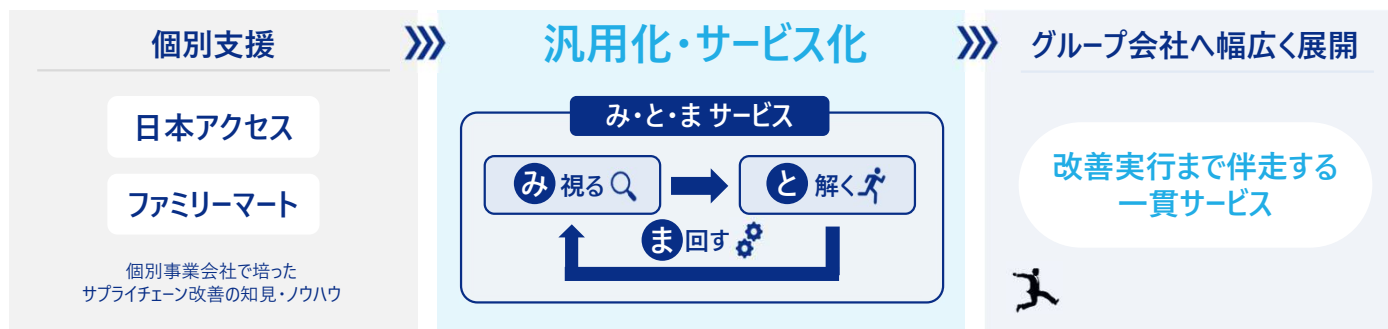
つづきまして、本日のアジェンダの2つ目として、「グループ横展開で加速する伊藤忠のデジタル戦略」の具体例の一つでもあり、サプライチェーンを「見る・解く・回す」、通称「みとまサービス」をご説明いたします。



まずはグループ企業での課題も多い「サプライチェーン領域」での業務改善で実装

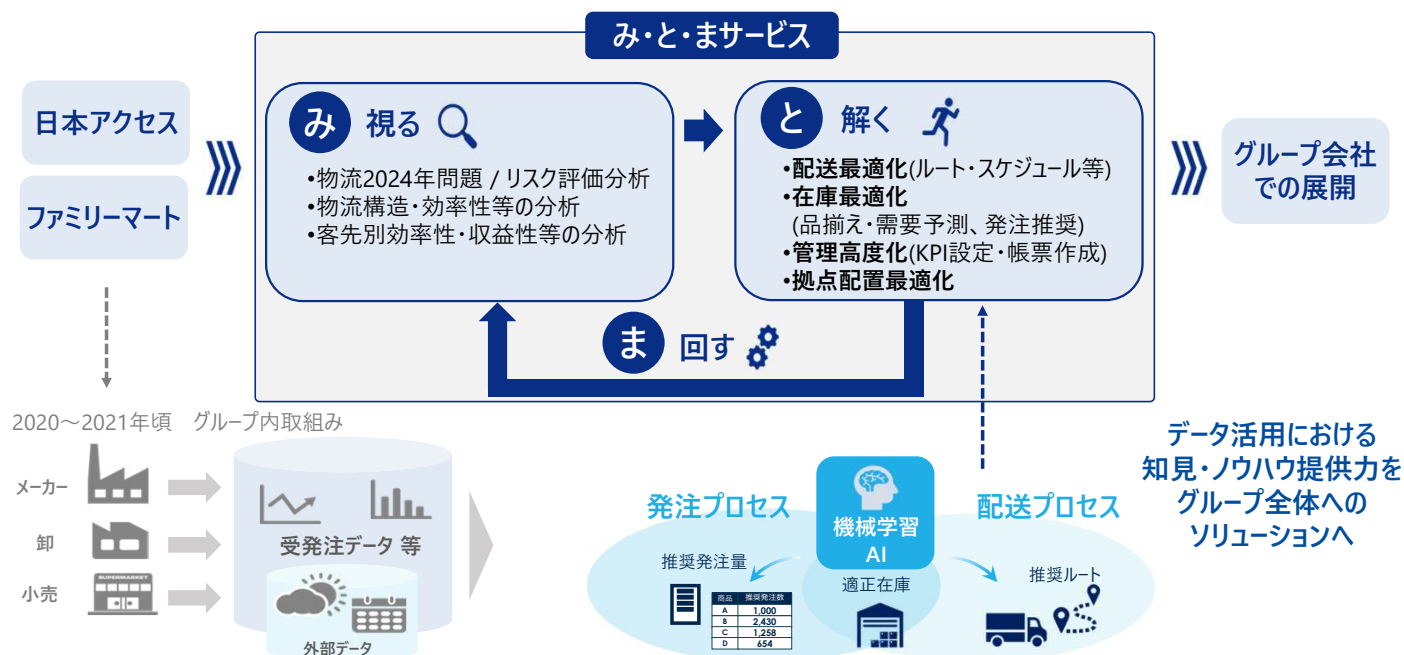
「みとまサービス」は、グループ企業での課題も多いサプライチェーン領域の現状把握から課題特定、そして改善の実行までを一貫して支援するサービスです。このサービスは、「見る」「解く」「回す」という三つのステップを軸に設計されており、まずデータを活用して現状を可視化し、課題を抽出します。次に、その課題に対して具体的な解決策を策定・実行し、効果の検証を行います。そして、これらの改善サイクルを継続的に回すことで、持続的な業務改善につなげるというコンセプトが根底にあります。

見る・解く・回す = み・と・まサービスとは



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

本サービスは、日本アクセスとファミリーマートとともに培ったサプライチェーン改革の知見やノウハウを、他のグループ会社にも幅広く展開するべく汎用化・サービス化したものです。特徴的なのは、十分なデータがそろっていない場合でも、約70種類の輸配送・庫内作業・在庫の各領域別ダッシュボードを活用することで、短期間（1ヶ月から1.5ヶ月程度）で現状を可視化し、潜在的な課題の洗い出しまでを可能にする点です。



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

14

サービス立ち上げの背景としては、日本アクセスとファミリーマートでつくるサプライチェーンの中でもとりわけ重要な「発注プロセス」と「物流プロセス」に着目しました。両社が保有する多様なデータを活用し、当社を加えた三社で連携し、これらのプロセス改善活動に取り組んだことが、きっかけです。（日本アクセスは、ファミリーマート各店の販売・在庫データに基づくメーカー発注や、センターから各店への配送を担っています。）

具体的には、発注プロセスには、受発注データ、カレンダー情報、天候情報などをAIが分析し、最適な発注数量を算出して発注システムへ自動連携する仕組みを構築しました。また、物流プロセスには、積載効率や交通状況、天候、店舗の受け入れ可能時間など多様な情報をもとに、AIが最適な配送ルートを算出するシステムを導入しました。これらの取り組みにより、配送状況や倉庫内業務、在庫の可視化が進み、サプライチェーン全体にわたる「見る・解く・回す」の改善サイクルによって、在庫最適化や物流経費削減を実現しました。ファミリーマートでは、これを契機に自社で、システムの構築を進め、常温・チルド・冷凍といった温度帯ごとの配送ルート最適化を図ることで、相応規模のコスト削減にも成功しています。

こうした三社での取り組みの成果を受けて、他のグループ会社からも「物流2024年問題」などへの対応をはじめとしたサプライチェーン改善の相談が増えました。その中で、「データが十分に揃っていないため現状が把握できない」「現状が分からないので改善策が打てない」といった課題の声が多く聞かれるようになりました。これらの課題に応えるために、「みとまサービス」のサービス化およびグループ会社への横展開が始まりました。

このように、「みとまサービス」は、サプライチェーン全体の持続的な改善を実現するための基盤として、グループ全体に展開しています。つづいて、「みとまサービス」の具体事例をご紹介します。

み・と・まサービスの具体事例



事例① 物流倉庫の効率化



- 倉庫作業均一化／生産性向上
- トラック稼働率向上
- 積載率向上

物流拠点10カ所

15億円/年のコスト削減効果

事例② 投資後PMIでの活用（ハンズオン経営）

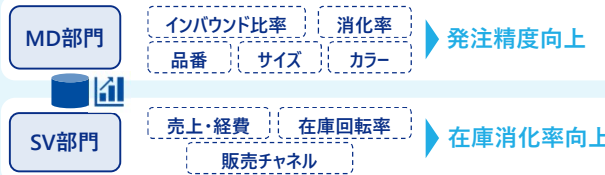


事業会社
M&A
サプライチェーン
視る・解く・回す
サービス

人材配置
見直し **3億円コスト削減**

契約条件
見直し **1億円コスト削減**

事例③ アパレル事業における在庫分析



MD部門
インバウンド比率
品番
消化率
サイズ
カラー
発注精度向上

SV部門
売上・経費
在庫回転率
販売チャネル
在庫消化率向上

事例④ みとまサービスを通じた新規顧客獲得



営業部署／
事業会社
IT・デジタル戦略部
診断サービス・
共同配送提案 等
取引先

削る ← **11社(17件)×1社あたり数億円規模の改善効果** → **稼ぐ**

グループ80社への展開・AIエージェントの組み込みを目指す

Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

15

事例1：全国約10拠点の倉庫で、作業の均一化・人員生産性向上、トラック稼働率・積載率の向上により、年間約15億円のコスト削減効果。今後、データ収集・分析範囲を拡大し、他地域の拠点にも展開予定。

事例2：企業買収後のPMIで活用。買収元・買収先で基幹システムとデータが異なるなか、統合作業には1～2年を要しますが、短期での定量成果を目指し、両社の倉庫関連データを収集・突合・分析。人員配置のアンバランス、パートナー契約条件のばらつきを早期に可視化し、統一的な尺度で是正。前者で約3億円、後者で約1億円のコスト効果を創出。ハンズオン経営における早期成果の好事例。

事例3：アパレル大手での活用。商品の企画・仕入れ・販売戦略など、商品全体を管理する部門マーチャンダイザー部門では消化率・インバウンド比率等を品番／サイズ／カラー別に分析し、次回発注精度を向上に活用。スーパーバイザー部門では店舗・チャネル別に利益構造、売上、経費、在庫回転率を詳細分析し、高収益な売り切りを目指すもの。

事例4：新規顧客獲得パターン。社内営業カンパニーやグループ会社を通じて、グループ外取引先への紹介が増加。実際にスーパーマーケットチェーン4社、その他小売チェーンにも診断サービスを実施。商流への付加価値提案として、みとまサービスの活用がはじまっています。「稼ぐ」に貢献するツールとして位置づけ。

サプライチェーン「みとまサービス」は、これまでに11社・17件の取り組み実績があり、各社あたり数億円規模の改善効果を見込んでいます。引き続き、グループ約80社への展開を目標としています。加えて、更なる分析スピード向上を視野に、「みとまサービス」へAIエージェントの組み込みにも着手しています。

さらに本年度からは、「みとまサービス」をマーケティング領域にもひろげ、デサントやヤナセ等の

消費者に近いグループ会社において、マーケティングプロセスの改善や効果的な販売戦略立案を支援に着手しました。具体的な成果は公表可能な段階でご報告します。

以上、「グループ横展開で加速する伊藤忠のデジタル戦略」の具体例の一つ、「みとまサービス」のご説明となります。

2

グループ横展開で加速する伊藤忠のデジタル戦略

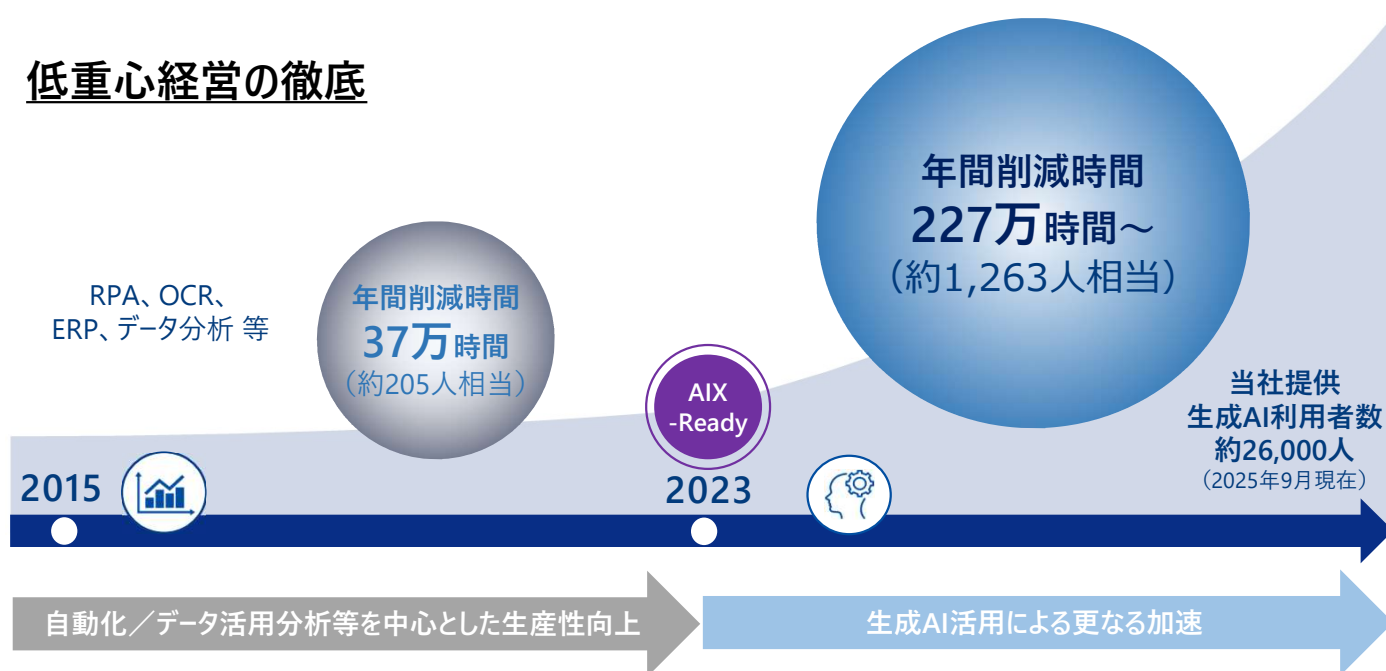
②生成AIの活用 – 取組状況と今後の展望 –



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

続いて、3つ目のアジェンダの「生成AI」に関する当社の取り組み状況と今後の狙いについてご説明いたします。

低重心経営の徹底



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

17

まずは、生産性向上からご説明します。当社では、生成AI台頭以前から商いの三原則「か・け・ふ」のうち「け（削る）」を意識した業務改善を継続、そして低重心経営の徹底もと、RPA（Robotic Process Automation）等の自動化によって毎年約37万時間（約205人年）の業務時間削減を実現してきました。2023年初より生成AIが急速に台頭するなか、当社は「生成AIラボ」を早期に立ち上げ、伊藤忠専用のセキュアな生成AI環境を構築。国内外のグループを含め導入・活用を一気に進め、当社提供サービスの利用ユーザーは約26,000人にのぼります。

生成AIにより、特定の業務プロセス改善から全社員の生産性向上へと対象が拡大し、従来の削減に加え、集計可能な分だけでも約227万時間超（約1,263人年）の業務時間削減を実現しています。今後、AIエージェントの導入により、更なる生産性向上も見込んでいます。

一方で、当社は、生成AIを単なる生産性向上ツールにとどめず、営業提案への活用など、すなわち「か（稼ぐ）」の領域への活用を積極推進しています。

特に、生成AIのインパクトが大きな業界

マーケティング・セールス



FamilyMart

AIカメラを活用した
お客様に合わせた
サイネージ広告配信

カスタマーサポート



Bell
System24

「AIオペレーター」構築による
人手を介さない顧客対応プロセス

開発



CTC

AIを活用したシステムの
開発・運用効率化

グループ内での横展開、加速的な活用シーン拡大へ

Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

18

ではどんな「か（稼ぐ）」領域で生成AIが活用できるのでしょうか...

世界のGDPを7～10%拡大し（日本のGDPに相当）、新規市場を創出、既存業務の置き換え部分を含めると日本のGDPの1.5～2倍に相当する経済効果を生むと言われています。特に、インパクトの大きい業界は「マーケティング・セールス」「カスタマーサポート」「開発」とされ、当社グループでもこれら領域を中心に活用が本格化しています。

ここで、グループ会社における取り組みについても触れておきたいと思います。まず、「マーケティング」領域では、ファミリーマートが、個人情報ではない属性情報を認識できるAIカメラを採用し、来店客に合った広告をデジタルサイネージに配信するなど「マーケティング」領域での活用を進めています。「カスタマーサポート」領域では、ベルシステム24が、コールセンター対応をAIで自動化する「AIオペレーター」の構築に着手。通話データの学習とナレッジDBの整備により、AIが自動応答し、人手の大幅削減を見込んでいます。「開発」領域では、CTCがAIを活用したシステムの開発・運用効率化サービスを提供開始しています。これらのグループ内の好事例が、グループ内でのビジネス活用の加速的な拡大を後押ししています。



全社員の生成AI利用が当たり前

AI関連情報発信

ハンズオン研修

より深い使い方・ビジネス活用
ユースケースの発掘

AI寺子屋

業態変革に繋がる
発想の掘り起こし

外部講演

生産性向上ツールにとどめず、「稼ぐ」への適用を積極推進

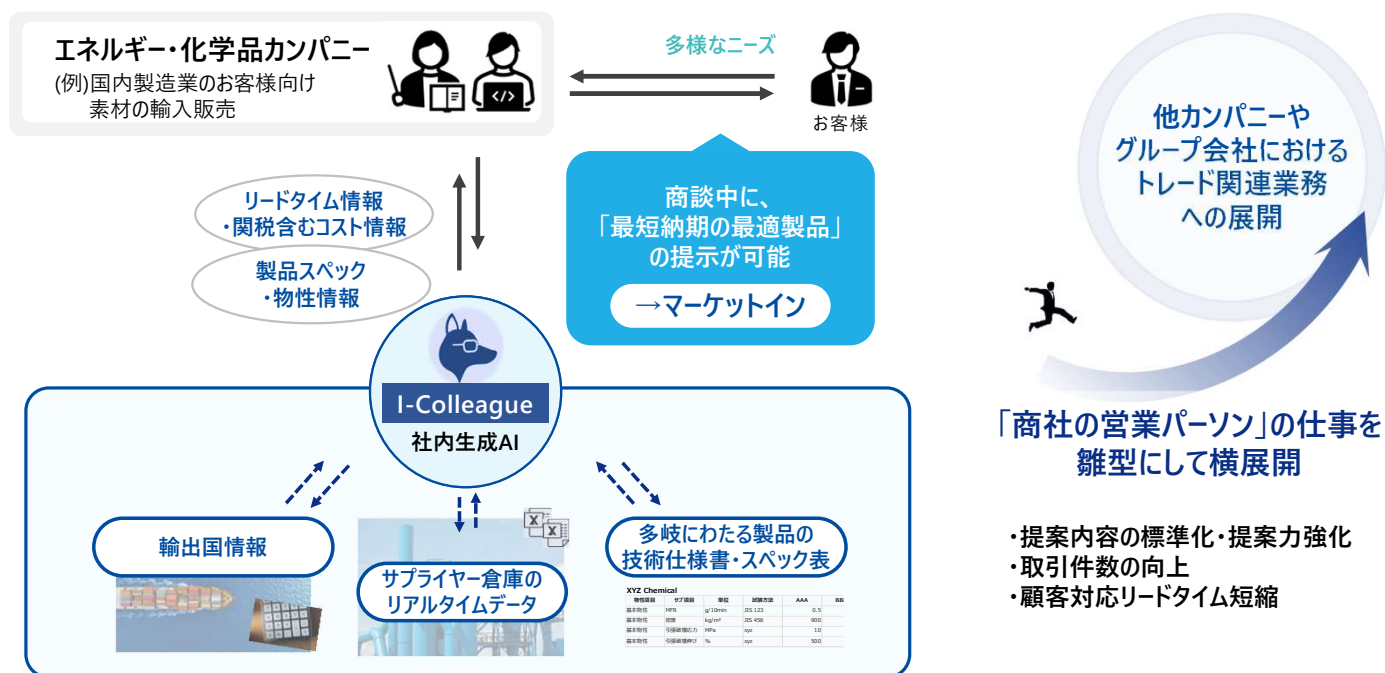
Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

19

当社においても、生成AIを生産性向上ツールにとどめない、「か（稼ぐ）」の領域への適用を積極推進し、商いの三原則「か・け・ふ」のすべてに活用を広げています。先月9月を「生成AI強化月間（Challenge Month）」と位置づけ、社内啓発イベントを開催しました。使い方の周知やユーザー数拡大が目的ではなく、すでに全社員の利用が当たり前になったタイミングとして、より深い使い方、ビジネス活用ユースケースの発掘、業態変革につながる発想の掘り起こしを狙いました。結果、新たなアイデアやユースケース発掘を生んでいます。

このような取り組みの中、生まれてきた「か（稼ぐ）」の領域への生成AI活用事例として、営業提案および事業投資における活用事例を2点ご紹介します。

生成AI活用事例①：プラスチック物性検索・提案



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

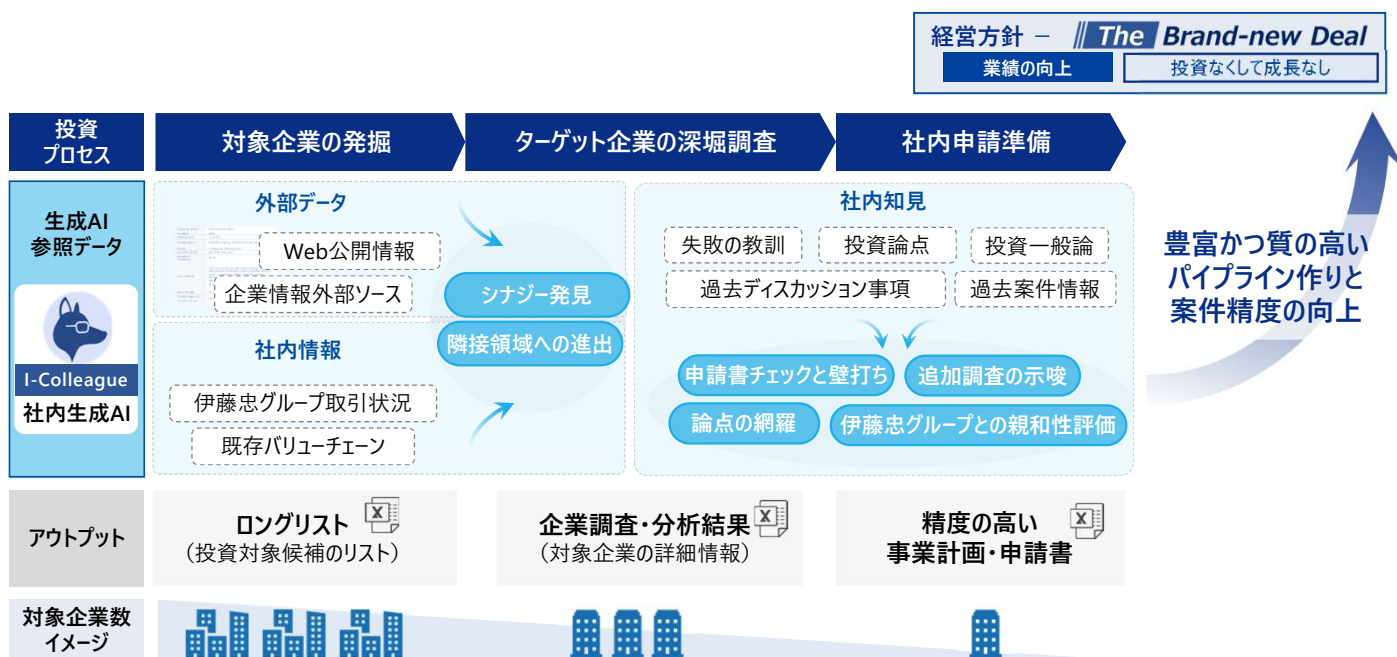
20

1つ目は、エネルギー・化学品カンパニーの「プラスチック物性 検索／提案」です。国内製造業のお客さま向けに素材を輸入販売するビジネスでの例です。

製品スペック（物性）は技術的仕様が細かく、製品也多岐にわたり、サプライヤーごとにスペック表も異なるため、ニーズに合致する製品の選定は高度な作業で、営業個人の経験に依存していました。生成AIに大量のスペック表を学習させ、サプライヤー倉庫の在庫をリアルタイムに参照、また、輸出国情報に基づくリードタイムや関税を含むコストまで一気に算出し、商談中に「最短納期の製品」等を即時提示できるようにしました。

なお、このユースケースは、他ビジネスにも応用できることから、「商社の営業パーソン」雛形として横展開しています。—これも当社ならではの横展開の強みです。

生成AI活用事例②：事業投資支援



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

21

2つ目は事業投資での活用です。

当社は「投資なくして成長なし」の方針のもと、積極的な出資・M&Aを推進しています。投資プロセスは、対象企業のスクリーニングから交渉、社内審議、PMIまで多くの関係者の時間とマンパワーを必要とします。そこで、投資プロセスを「対象企業の発掘」「ターゲット企業の深掘調査」「社内申請」の各ステップに生成AIを活用し、投資プロセスの効率化・高度化を狙っています。

「発掘」では、外部データに加えて社内データベースも参照し、既存事業・取引・ポートフォリオを学習したAIが、当社戦略に適合する案件を幅広く抽出。既存バリューチェーンを埋めるピースや隣接領域への進出など、人間では気づきにくい意外なシナジーを発見することを狙っています。

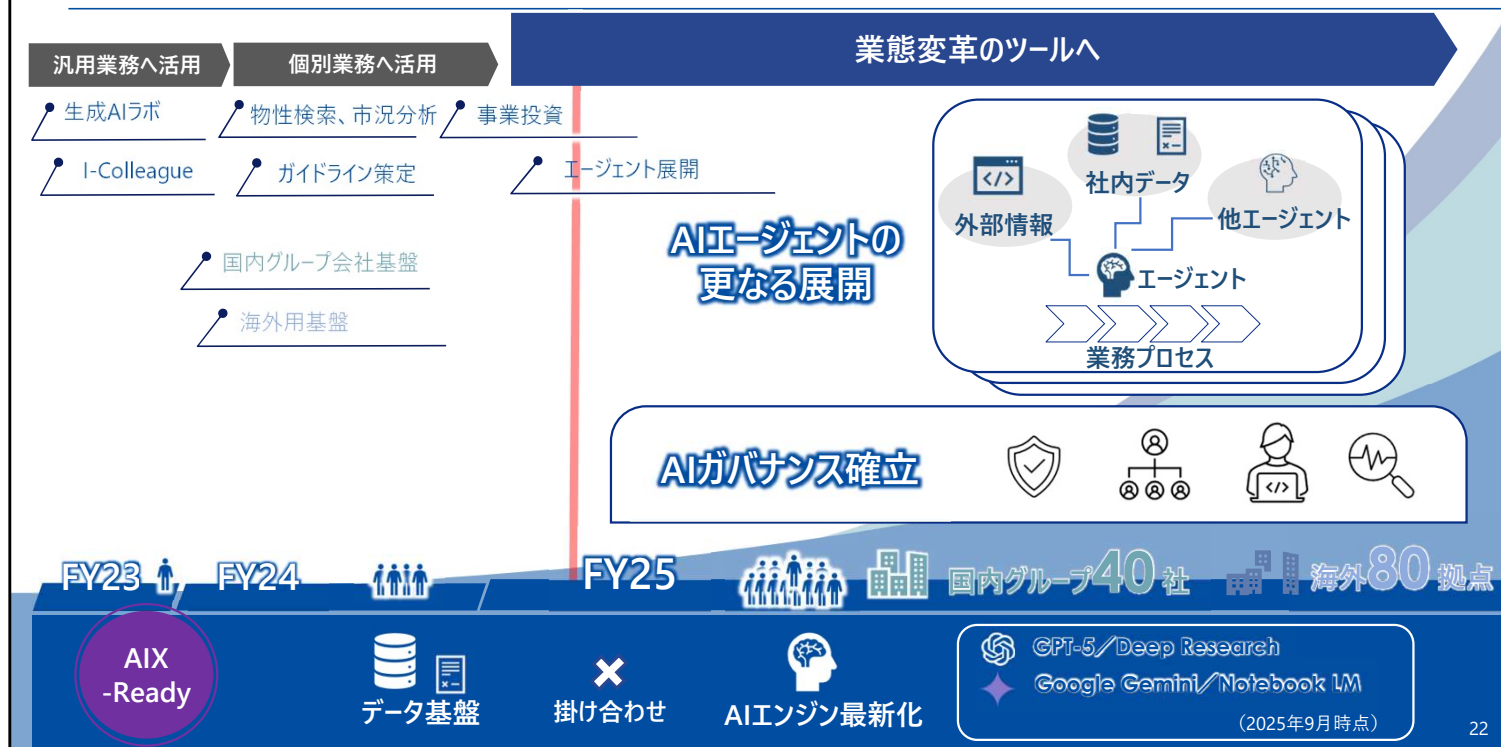
「深掘調査」では、対象を一社に絞り、詳細レポートをアウトプットする段階で、論点の網羅、当社グループとの親和性評価、当社投資基準を満たすために追加で要する個別調査の示唆等、当社独自の視点を組み込んで支援します。

最後に「社内申請」では、過去稟議データや当社の「失敗の教訓」を学習したAIで申請書のチェックと壁打ちを支援します。

もちろん、最終的な投資判断は経営が行いますが、生成AIにより「豊富かつ質の高いパイプラインづくり」を進め、選りすぐった案件への投資を通じて企業価値向上の確度を高めることを狙います。

以上が、生成AI活用事例のご紹介となります。

AIX（トランスフォーメーション）今後の展望



続いて、AI活用の今後の展望についてご説明いたします。前述の繰り返しになりますが、当社は、これまで蓄積してきたデータという財産を保有し、AIトランスフォーメーションに向けた十分な準備が整っています。「Garbage in, Garbage out」の言葉のとおり、どれほど優れたAIエンジンでも、データの整備なくして有効活用はできません。このデータ資産とAIエージェント（自社開発・外部サービス）を掛け合わせることで、更なるビジネス競争力を創出し、業態変革につなげられると確信しています。なお、AIエージェントについては、既に多くのアイデアもあり、今後展開・拡大する計画です。ただし、その成功の鍵は、第一に安全性の確保、第二にデータセキュリティを含むガバナンスの整備であると認識しています。無秩序な拡大は、重要データの改変・消失などを招き得る「品質の低いAI」の発生リスクを高めます。一方で、過度な監視や運用負荷によって生産性を損なうことも本末転倒です。投資対効果（ROI）を最大化するためには、拡大と統制の最適バランスが不可欠と考えています。そのため、AIエージェントは、ガバナンスを整えた上で、加速度的な質の高い展開に重点を置いています。

以上が、生成AIの取り組みと今後の展望についてご説明いたしました。



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

23

最後に、企業価値向上の観点から補足します。

当社は、AIX（トランスフォーメーション）-Readyの長期安定かつ競争力のある経営基盤のもとで、デジタル技術を活用して更なるビジネス成長を目指しています。商いの三原則「か・け・ふ」に資する「地に足のついた」デジタル戦略全体が、基礎収益の伸び、つまりはEPSの伸長に着実に寄与すると確信しています。さらに、これまでの実績を示しながら、「デジタル活用」を成長ドライバーとして継続して取り組むことで、先ほど中CXOのご説明のとおり、PERの向上、そして持続的な企業価値の向上に繋がるものと確信しています。

本日は、当社のデジタル戦略における現在地、強みであるデジタル基盤と推進体制、当社のデジタル戦略のノウハウ・知見の横展開の具体例としての「みとまサービス」、生成AIの取り組みと事例、そして今後の展望についてご説明いたしました。

「戦略とデジタルの融合」と「横展開・横連携の深化と拡充」を通じて、引き続き、「地に足のついた」と「ビジネス成長ドライバー」としてのデジタル戦略で持続的な企業価値向上に努めてまいります。

最後に、当社IT・デジタル戦略部の役割や取り組みを分かりやすくまとめた動画をご用意しております。本日の説明の総括として、ぜひご覧いただき、理解をさらに深めていただければ幸いです。

ご清聴ありがとうございました。



Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.