

01 SECTION 持続的な価値創造の原動力

DRIVING FORCE FOR SUSTAINABLE VALUE CREATION

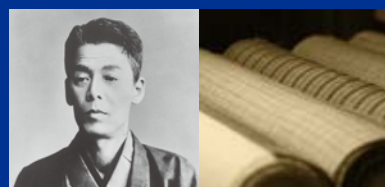
CONTENTS

- 20 「商人型」価値創造サイクル
- 22 「資本」の積み上げ
- 24 商人として積み上げてきた「強み」
- 26 ロジック・ツリー（企業価値の拡大に向けた戦略的なフレームワーク）
- 28 経営方針 The Brand-new Deal ～利は川下にあり～
- 30 CFOメッセージ

連結純利益の推移

1970 1980 1990 2000 2010 2020 (計画) (年度)

創業～



初代 伊藤 忠兵衛

繊維分野中心

初代伊藤忠兵衛が、大阪経由、泉州、紀州へ初めて「麻布」の持ち下りを開始。大阪を拠点として、繊維分野を中心に商いを拡大。

1950年代～



自動車・石油・食料も含めた「総合化」

非繊維の取扱比率をほぼ4割（1958年）にまで上昇させ総合化を推進。1960年代には、エネルギー・機械・物資関連プロジェクト、鉄鋼関連事業を拡充し「1兆円商社」に成長。1977年に安宅産業㈱との合併を通じて鉄鋼関連事業の更なる拡充を実現。

1980年代～



情報・通信分野の拡大

円高基調の定着を受けて、国際化・グローバル化を推進。情報関連事業を積極推進すると共に、衛星事業にも参入。

1990年代～



現在に繋がる布石を打つ

バブル期の負の遺産の解消に向け、低効率・不採算資産の処理を断行する一方で、1998年にファミリーマート株式の取得等の布石を打つ。

2010年代～



川下起点の変革力発揮による総合力強化

他商社に先駆けて非資源分野に注力し、CITIC／CPグループとの戦略的業務・資本提携、北米建材関連事業の強化やDole事業の買収、主要グループ会社の買増し、ファミリーマートやCTCの非公開化等を実行。事業投資を絡めて面的・連鎖的にビジネスを創造すると共に、第8カンパニーの設立や北米電力関連事業の事業領域拡大等、川下分野を起点とした「マーケットイン」の発想によるビジネスモデルの変革を推進。総合力を強化し、景気変動耐性の高い収益基盤を構築。