



Investors Guide

伊藤忠商事株式会社

2026年 4月

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。

目次

01

成長の軌跡

Page 4

- 成長の軌跡-連結純利益
- 高成長を支える幅広い非資源分野ビジネス
- 持続的な高ROEの実現
- アセットアロケーションの軌跡

02

経営方針

Page 9

- 経営方針
- 財務ロジック
- 株主還元
- キャッシュ・アロケーション方針

03

アプローチ

Page 13

- 成長の原動力
- 事業投資プロセス
- アセットアロケーション方針
- 高ROEを持続する仕組み
- 事業拡大の進め方

04

ポートフォリオ

Page 19

- 資源・非資源のバランス
- 地域別割合
- 国内の川下分野における競争優位性
- 主要事業

05

組織

Page 29

- 取締役会
- 組織概要
- 後継者計画
- 役員報酬

補足

- バークシャー・ハサウェイ社による出資
- バークシャー・ハサウェイ社との協業

伊藤忠商事の概要

創業

1858年

事業会社数

260社超

従業員数

4,000名超

(単体)

115,000名超

(連結)

時価総額 (2026年3月31日)

15.6兆円

国内
トップ15

連結純利益 (2024年度)

8,803億円

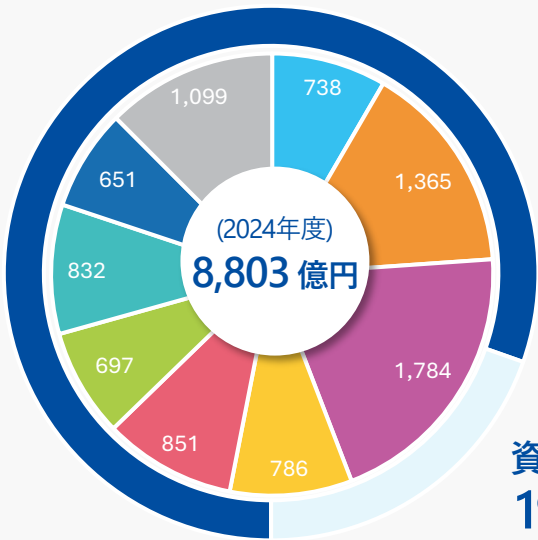
就職人気ランキング

主要7媒体のうち、6つで「全業種1位」



連結純利益

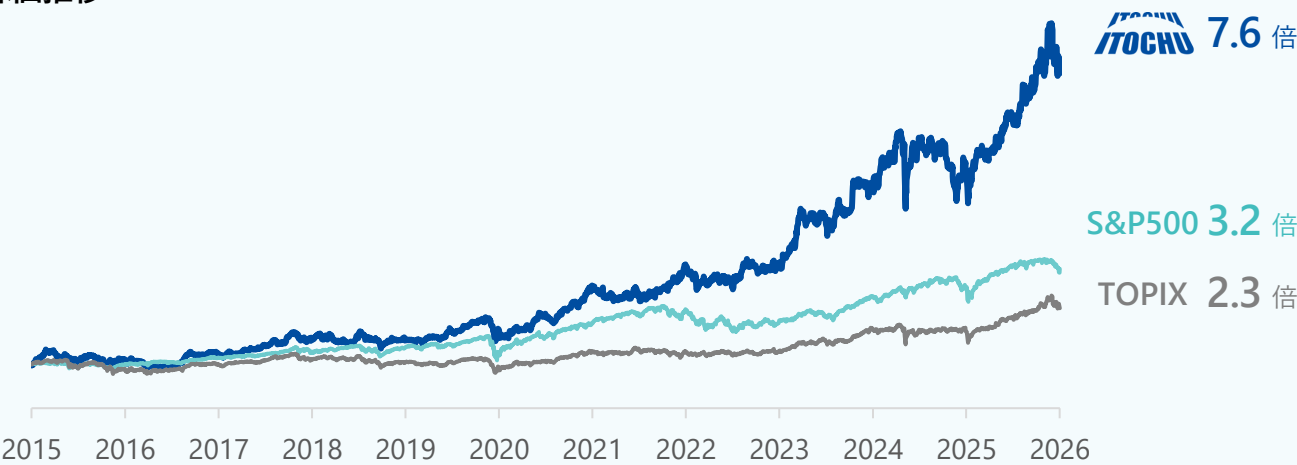
非資源
81%



- 繊維
- 機械
- 金属
- エネルギー・化学品
- 食料
- 住生活
- 情報・金融
- 第8
- その他及び修正消去

資源
19%

株価推移



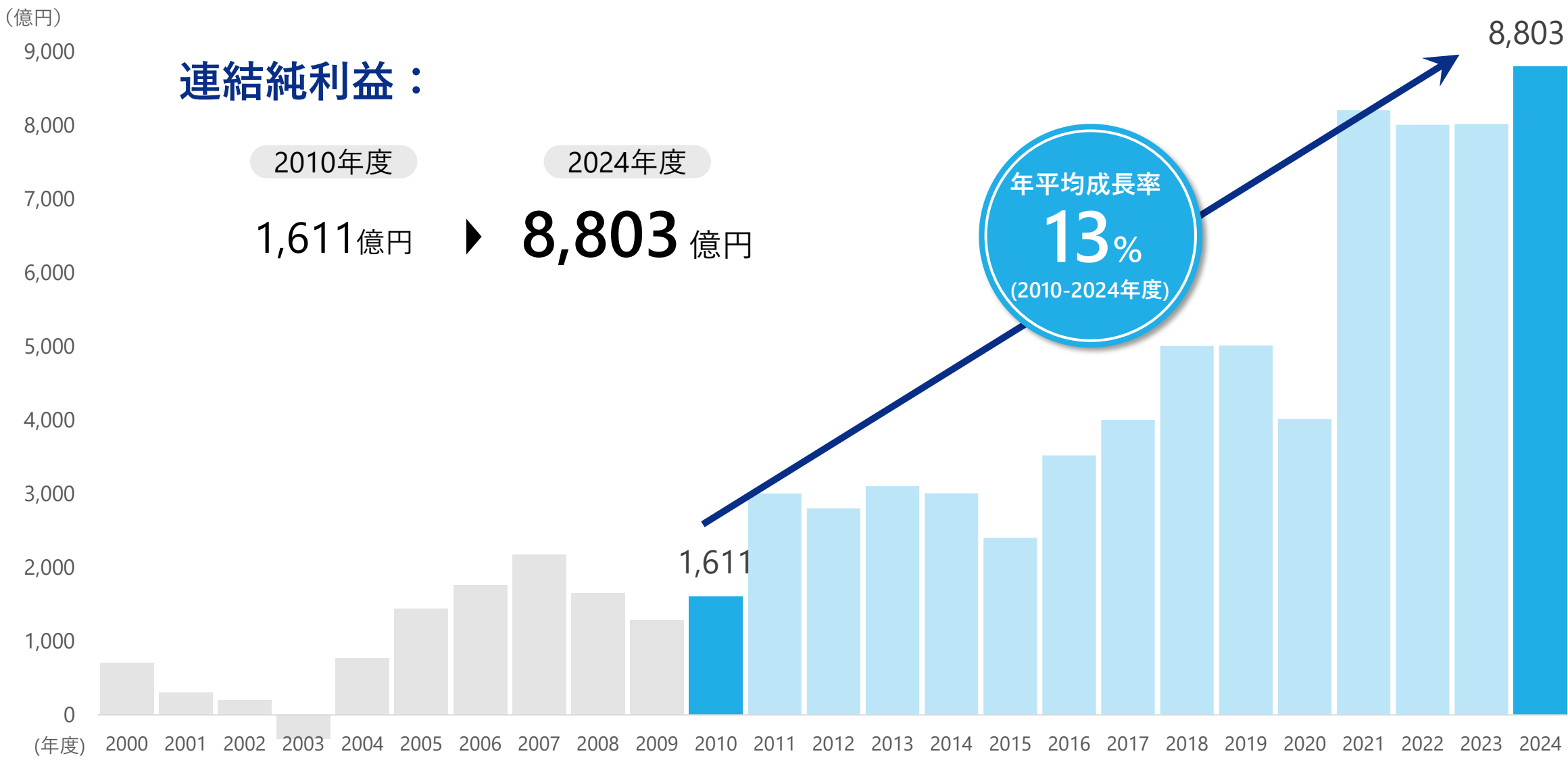
(*)2015年3月31日の終値を1とした、2026年3月31日までの株価推移

成長の軌跡

- 05 | 成長の軌跡 – 連結純利益
- 06 | 高成長を支える幅広い非資源分野ビジネス
- 07 | 持続的な高ROEの実現
- 08 | アセットアロケーションの軌跡

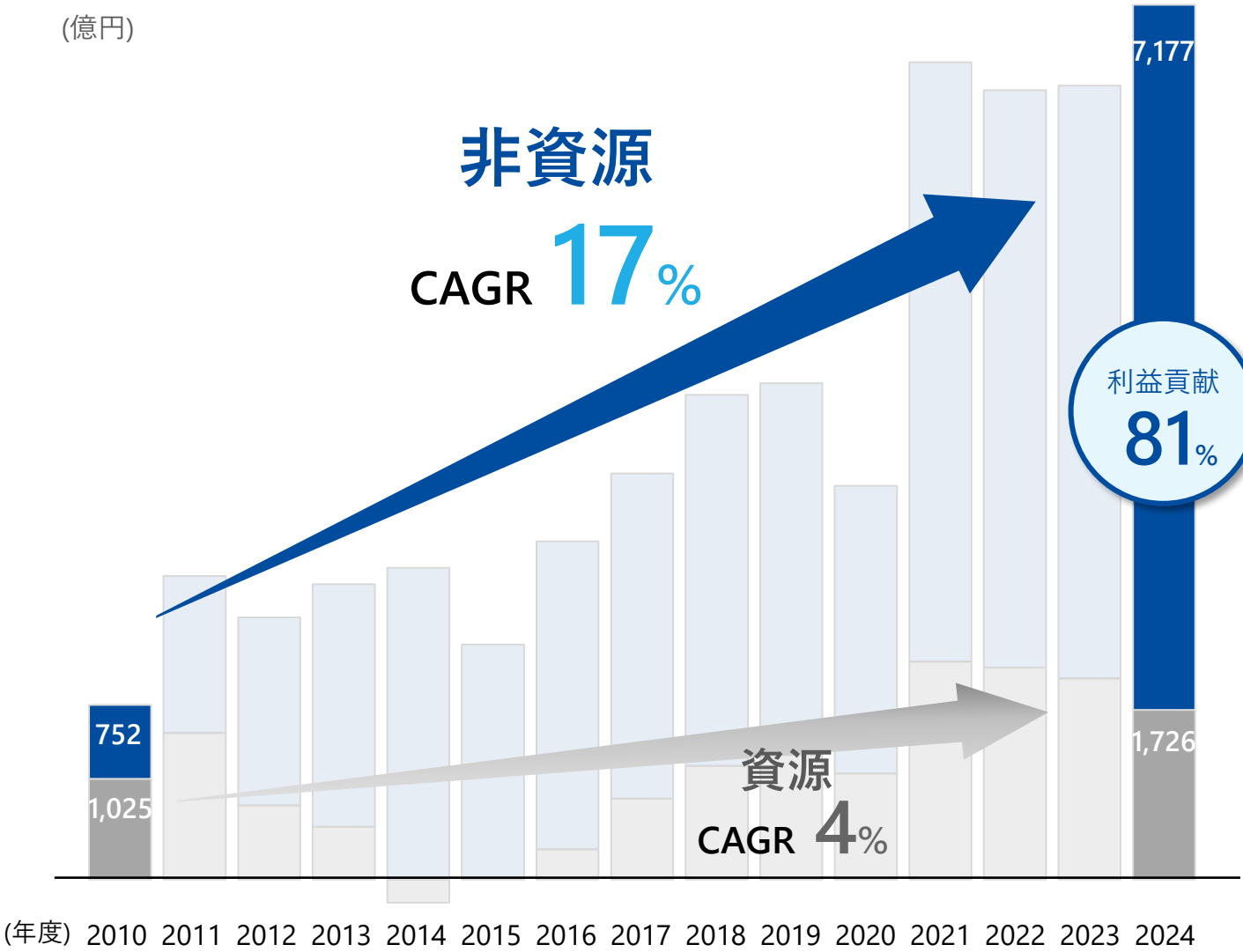
01

成長の軌跡 – 連結純利益



高成長を支える幅広い非資源分野ビジネス

連結純利益
(億円)

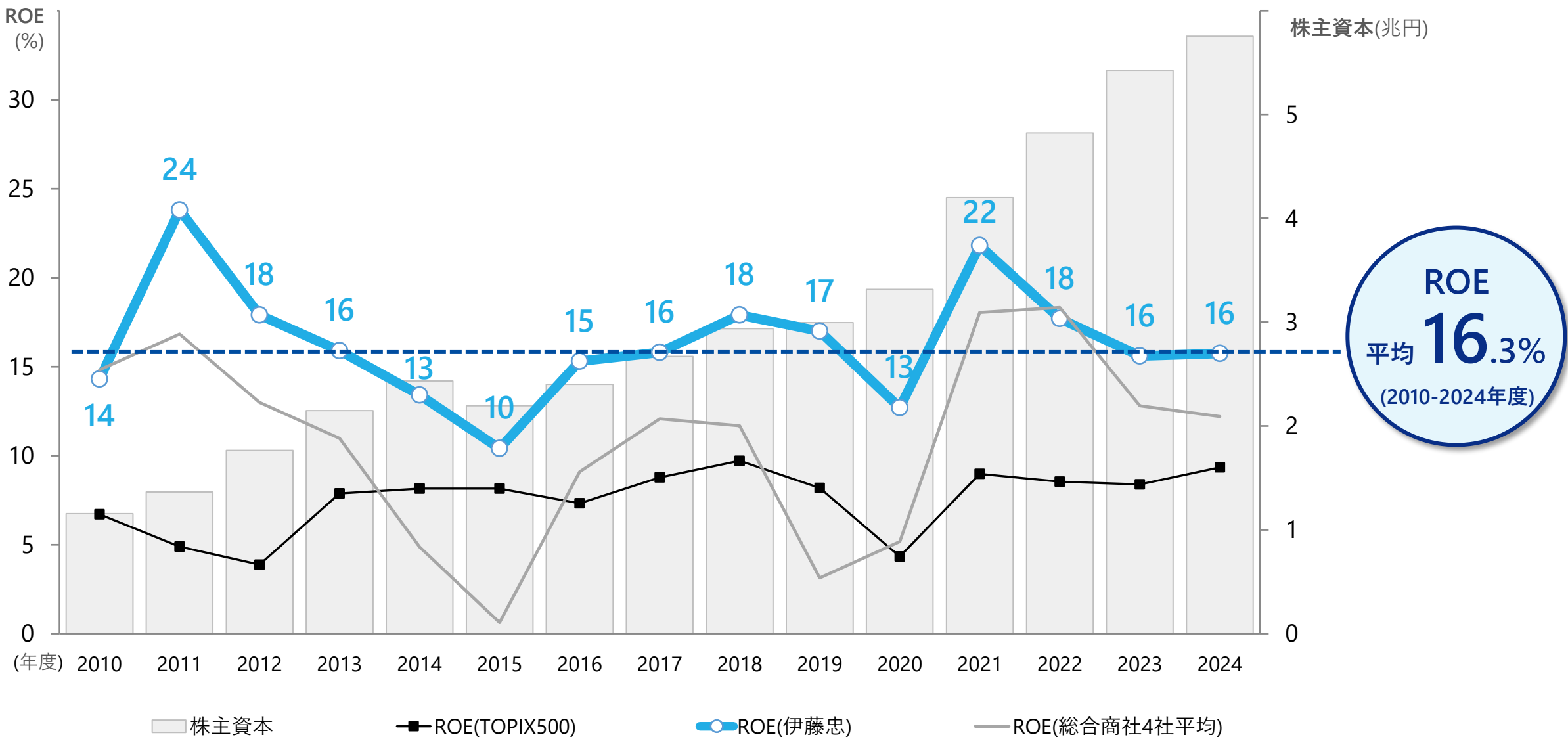


セグメント別連結純利益の年平均成長率
(2010-2024年度)

非資源			
繊維	12%	機械	20%
食料	12%	住生活	12%
情報・金融*	15%	第8	22%
金属	3%	エネルギー・化学品	14%
資源			

* 2010年度実績が損失であったため、2011年度以降の年平均成長率を示しています。

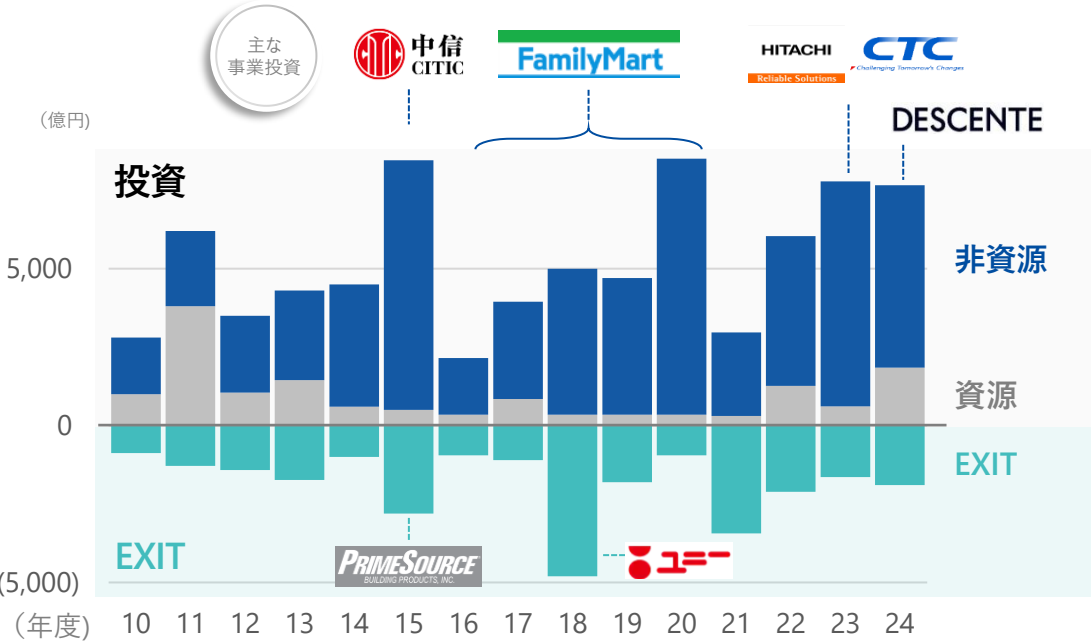
持続的な高ROEの実現



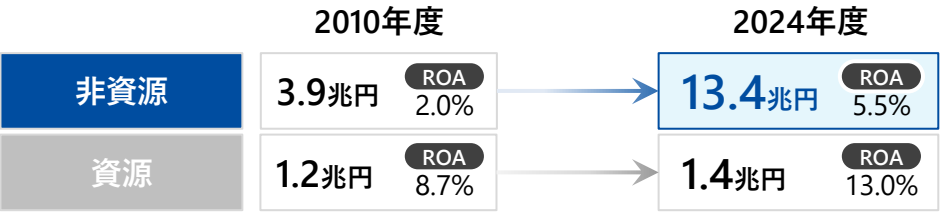
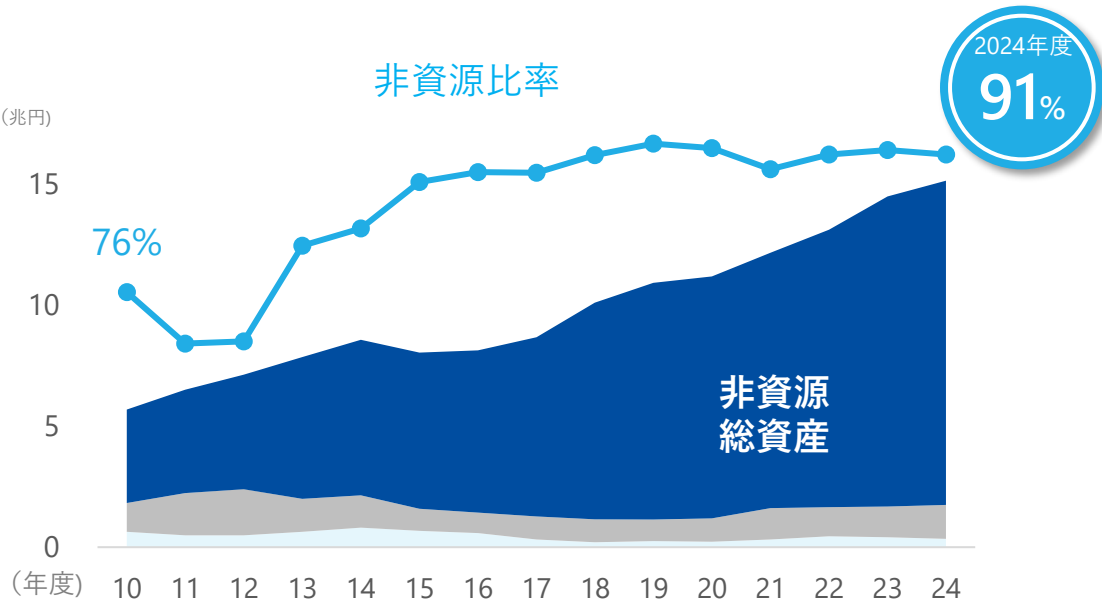
アセットアロケーションの軌跡

継続的な資産入替と非資源分野への投資の加速

投資・EXIT実績



総資産推移



経営方針

- 10 | 経営方針
- 11 | 株主還元
- 12 | キャッシュ・アロケーション方針

02

経営方針

- ▶ 2024年4月、長期に亘る経営の羅針盤として「**経営方針 The Brand-new Deal**」を策定
これに加え単年度の経営計画をコミットし、毎年度初に公表する形で企業価値の持続的向上を目指す
- ▶ 2026年5月、経営方針において「**累進配当**」の方針を明確化

/// The Brand-new Deal

～ 利は川下にあり ～

営業から管理部門に至る全社員が常にマーケティング力を磨き
創業以来160年超にわたって築き上げてきた川上・川中における資産・ノウハウを駆使し、
より消費者に近い川下ビジネスを開拓・進化させ企業価値の持続的向上を目指す

業績の向上	投資なくして成長なし
企業ブランド価値の向上	定性面の磨き
株主還元	総還元性向40%以上 <u>累進配当</u>

株主還元

26年度
株主還元

総還元性向

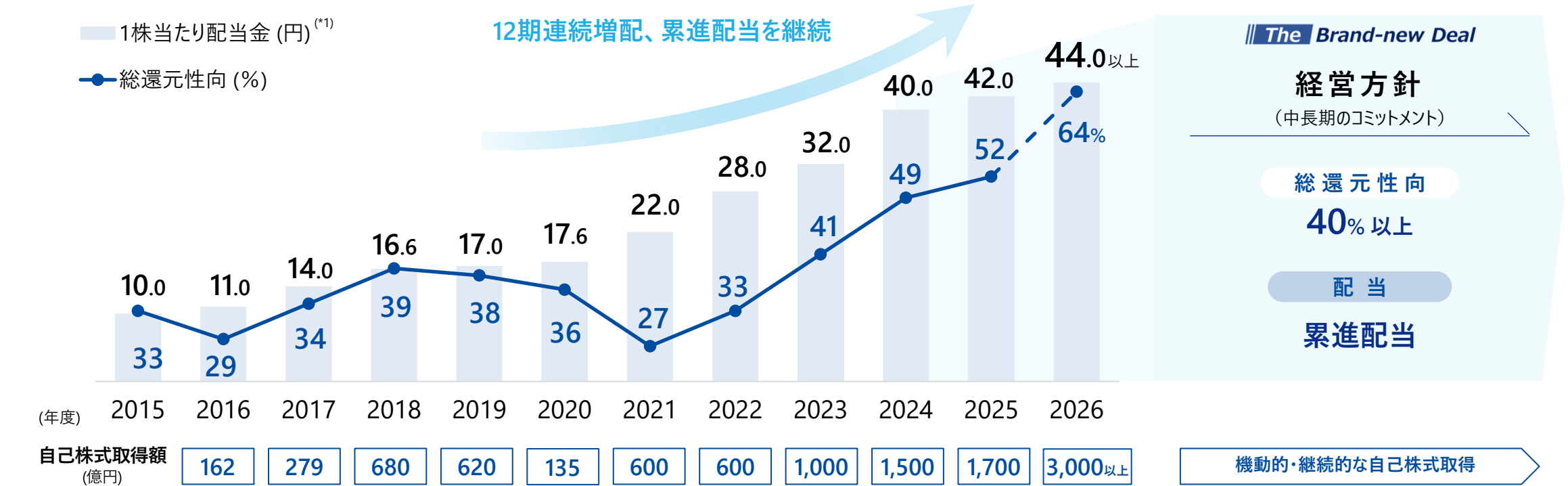
64% (期初見通し)

配 当

1株当たり44円以上 過去最高 12期連続増配を継続

自己株式取得

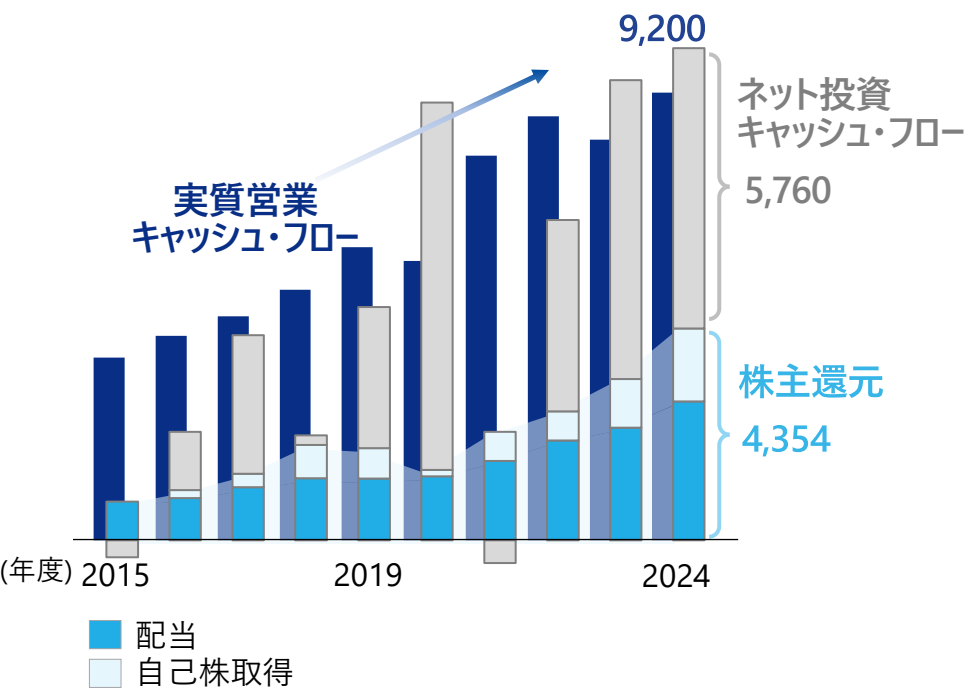
3,000億円以上 過去最高



(*) 2026年1月1日の株式分割(普通株式1株につき5株の割合)を踏まえ、過去に遡り調整(分割前配当×1/5)した金額(小数点第2位四捨五入)を記載
Copyright © ITOCHU Corporation. All Rights Reserved.

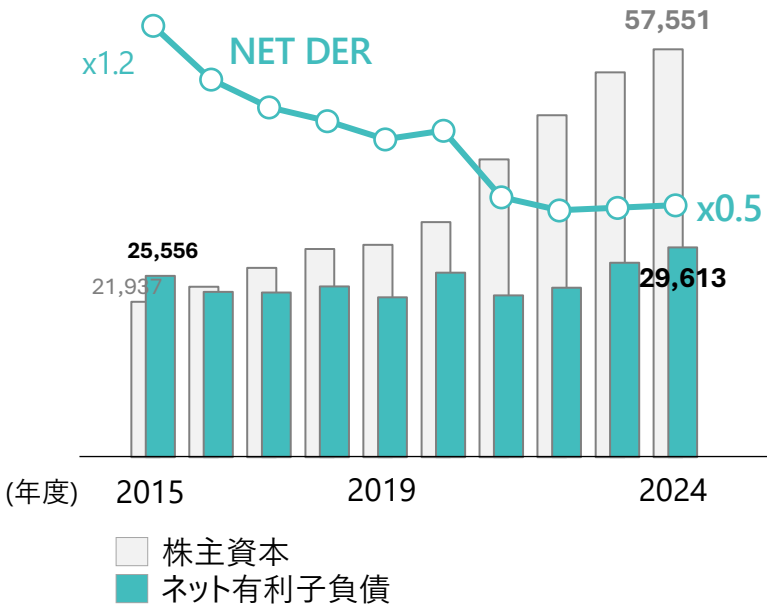
キャッシュ・アロケーション方針：3つのバランスに基づいた財務方針の堅持

(億円)



主要格付機関による総合商社**トップ**の格付

Moody's	S&P	R&I	JCR
A 2	A	AA	AA +



2026年度

投資

成長投資：1.5兆円規模
Exit：2,000億円程度

総還元性向

64%

(期初見通し)

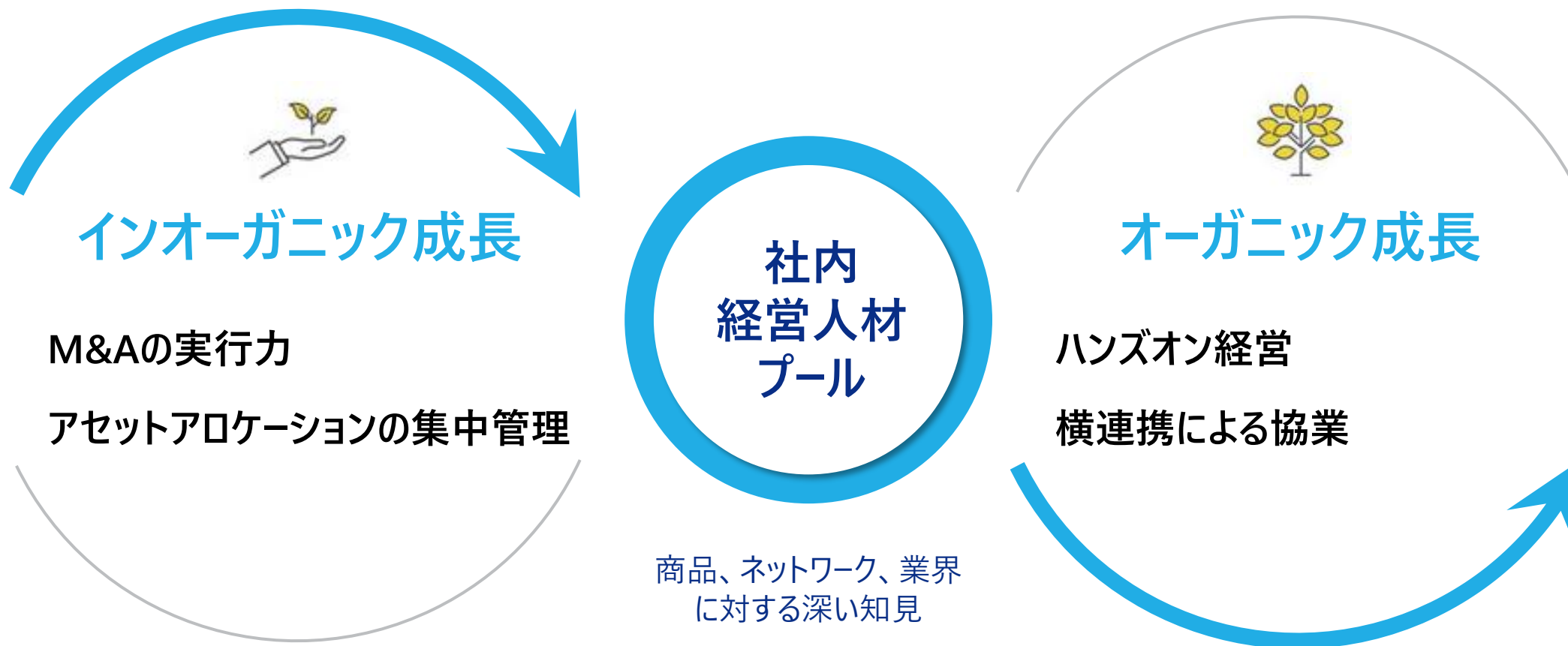
NET DER

0.6倍程度

アプローチ

- 14 | 成長の原動力
- 15 | 事業投資プロセス
- 16 | アセットアロケーション方針
- 17 | 高ROEを持続する仕組み
- 18 | 事業拡大の進め方：機械分野の最新の取り組み

03



事業投資プロセス



繊維



機械



金属



エネルギー・
化学品



食料



住生活



情報・金融



第8

アセットアロケーション方針

01

資産構成割合の維持

現状の総資産構成割合である
非資源：資源 = 9：1 を継続的に維持。

総資産構成割合

非資源 約90%

02

特定の成長領域を定めず 全分野で成長機会を追求

全投資を対象とする、総本社による厳格な
年次レビューを踏まえた、継続的な資産入替を
行いつつ、分野分散の効いたポートフォリオ構築
に向けて全セグメントにおける成長機会を追求。

連結純利益構成割合 (2024年度)



非資源
81%

03

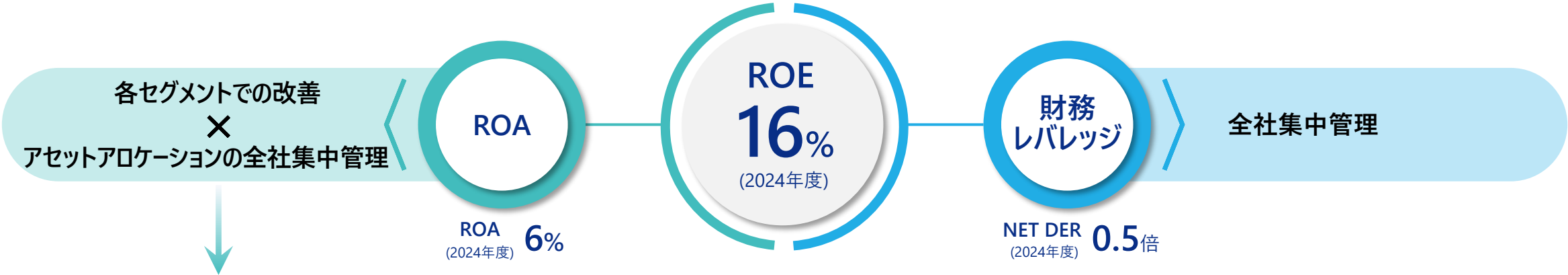
投資の視点

既存の事業ネットワークを活用した、マーケットイン、
川下起点での投資機会を創出。
原則として、継続保有、知見を有する分野、
ビジビリティの高い分野、特に早期の利益貢献が
見込まれる分野への投資に注力し、当社の強み
であるハンズオン経営を通じて買収後の価値創
造を実現。



高ROEを持続する仕組み

各セグメントはROAの改善に注力し、総本社が財務レバレッジとアセットアロケーションを集中管理



各セグメントでのROAの改善

分野分散の効いたポートフォリオを維持しつつROAを向上させるために、単に高ROAの事業に注力するのではなく、**全てのセグメントを通じた着実なROAの改善**を推進。

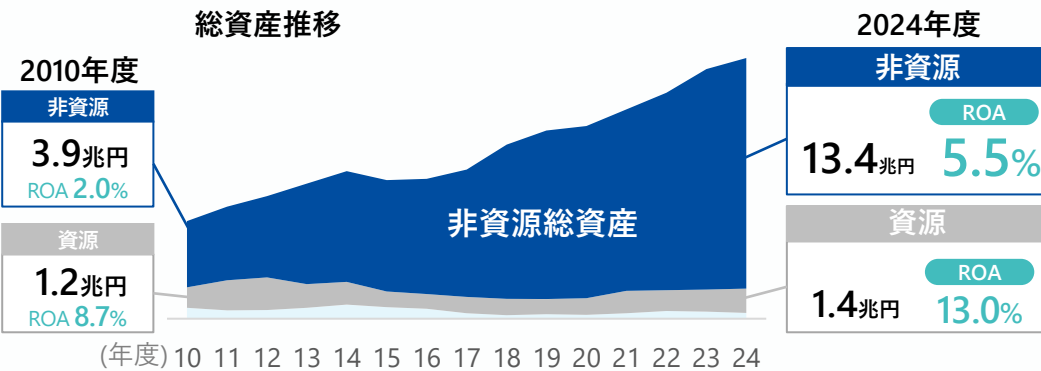
総本社は投資のみならずトレードも対象に、**セグメント別資産効率の年次レビュー**を実施。レビューを受け、各セグメントは具体的な施策を策定、実行。

セグメント別ROA (2024年度実績、基礎収益に対するROA)

金属	機械	情報・金融	エネルギー・化学品	繊維	住生活	食料	第8
12.3%	6.4%	5.7%	4.6%	4.5%	3.8%	3.1%	1.7%

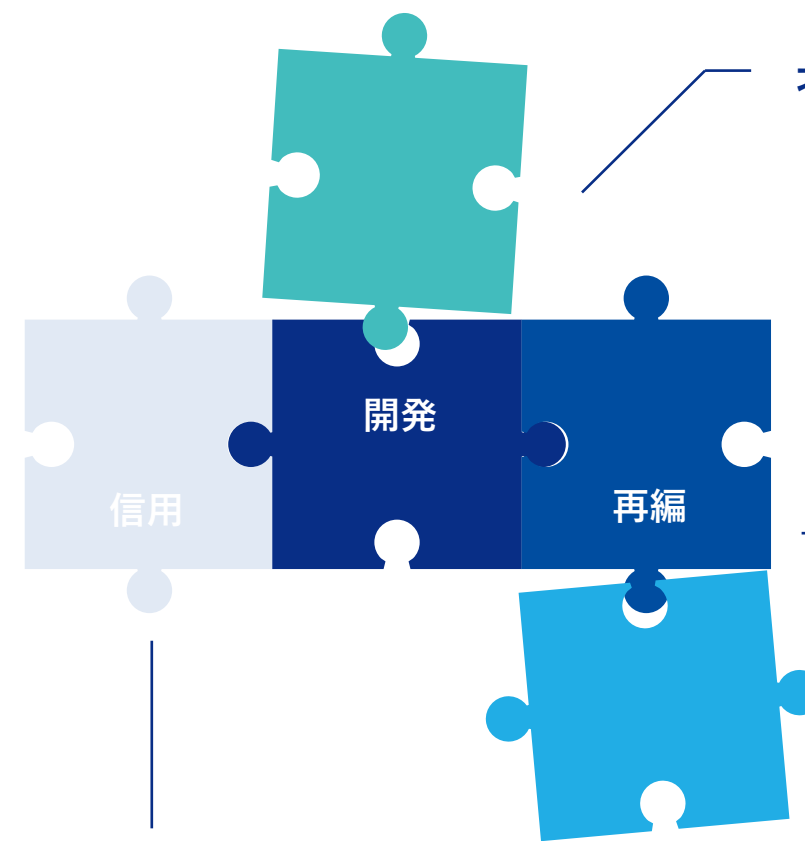
2010年度以降のROAの着実な改善

各セグメントでの取り組みと総本社主導のアセットアロケーションを通じたROAの着実な改善



事業拡大の進め方：機械分野の最新取り組み

伊藤忠の強みを活かした国内有力メーカーとの協業拡大



北米におけるファイナンス事業設立

北米での日立建機とのファイナンス事業の協業がカワサキモーターズとの資本業務提携を後押しし、共同で北米でのファイナンス事業を立ち上げ。

親子上場解消における最適パートナーとしての選択

日立建機とアイチコーポレーションへの投資は、当社が親子上場解消のパートナーとして選ばれたことにより実行。

積み上げた信頼と知見

1990年代より、トレードやインドネシアでの合併事業等を通じた信頼関係を構築し、知見を積み上げ。

(*) 資本・業務提携

ポートフォリオ

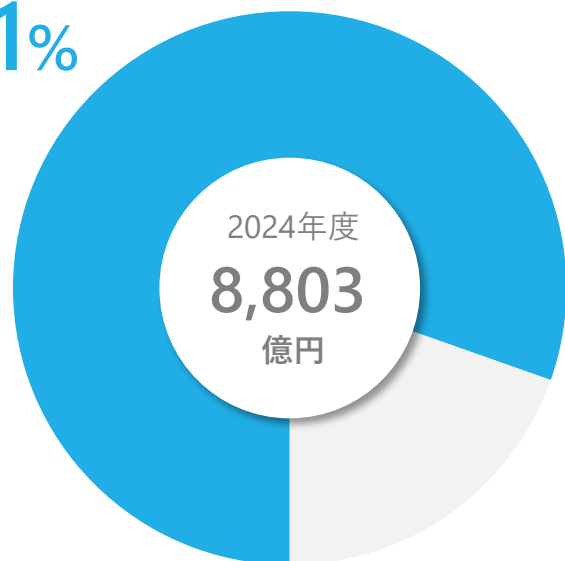
- 20 | 資源・非資源のバランス
- 21 | 地域別割合
- 22 | 国内の川下分野における競争優位性
- 23 | 主要事業

04

資源・非資源のバランス: 非資源分野への注力

連結純利益

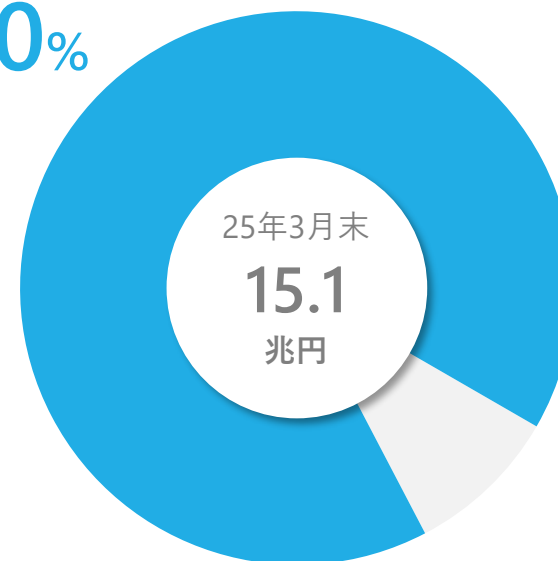
非資源
81%



資源
19%

総資産

非資源
約90%

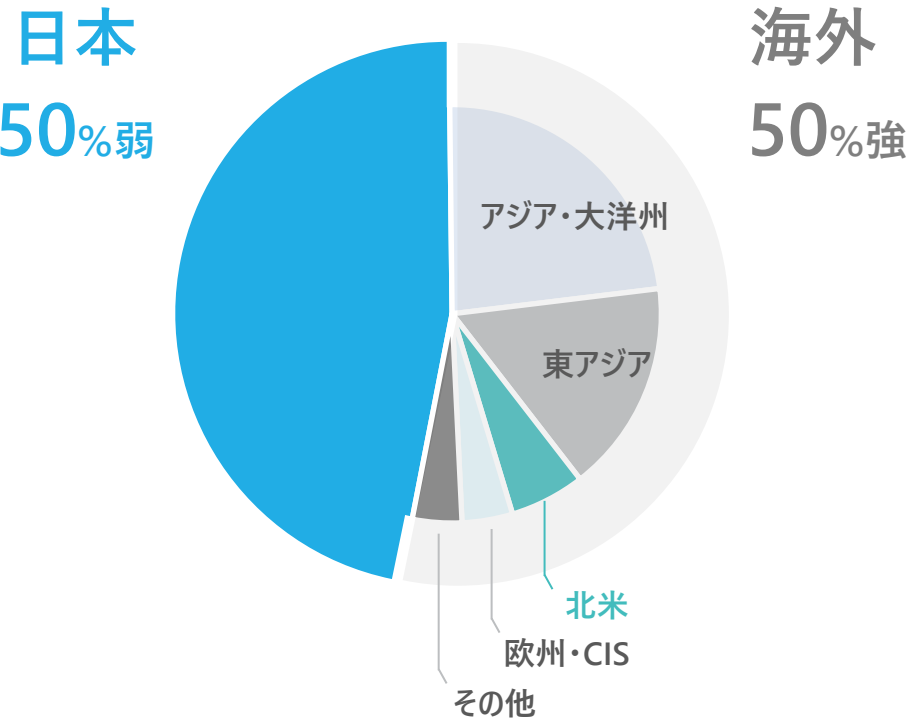


資源
約10%

地域別割合: 日本を基盤としたポートフォリオ

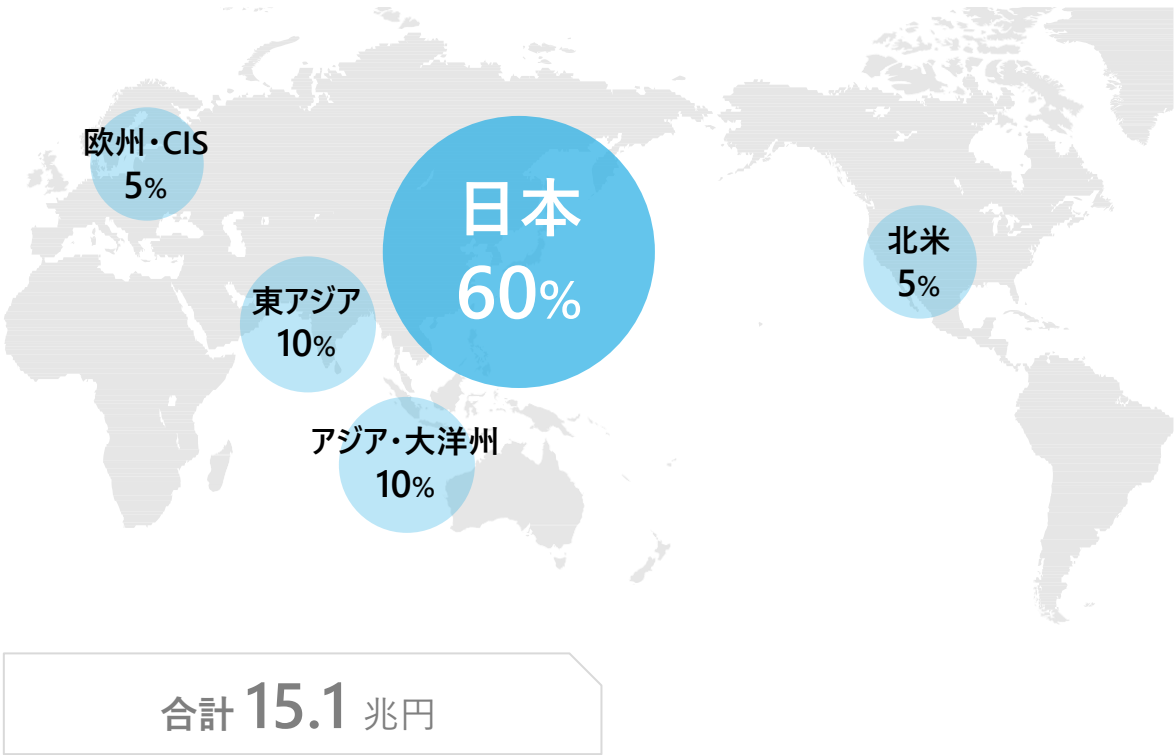
地域別基礎収益

2022-2024年度平均



地域別資産残高

2025年3月末



国内の川下分野における競争優位性

デサント

(スポーツウェア製造・販売)



2025年度
133億円



2025年度
144億円

ヤナセ

(自動車販売・修理)



2025年度
550億円

CTC

(伊藤忠テクノソリューションズ)
(システムインテグレータ)

ファミリーマート

(コンビニエンスストア)



2025年度
505億円

日本アクセス

(食品等の卸売・販売)



2025年度
230億円

(*) 金額は2025年度見通し

デサント



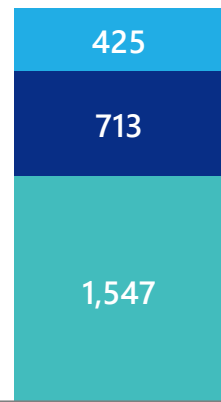
1971年に出資開始。2008年の関連会社化を経て、2019年にはTOBにより、経営関与を強化、**2025年に非公開化**。

デサントの強みと地域別戦略を結び付け、**5年を目途に、デサントの利益倍増を目指す。**



国別売上高

2,685 億円



2024年度 (*)

地域別戦略

日本	<ul style="list-style-type: none"> 「デサント」ブランドのプレミアムスポーツブランド化 DTC比率の強化
韓国	<ul style="list-style-type: none"> ブランド運営ルールを適切に調整し、「デサント」や「アンブロ」等、各ブランドの成長・リブランディングを加速
中国	<ul style="list-style-type: none"> デサントチャイナ(中国/安踏(Anta)グループとのJV)は、出店拡大と共に新カテゴリー強化 マンシングウェア上海(中国/利郎(Lilang)グループとのJV)は、2025年度より事業開始 ルコック上海は、新ブランドイメージの浸透を図る
その他	<ul style="list-style-type: none"> 欧州・米国・東南アジアにおける新たな商流・ビジネスの開拓

北米電力事業



2000年代初頭から米国市場に注力し、開発・建設・運営にわたるバランスの取れた事業を展開。

優秀な人材の確保とバリューチェーン全体を一気通貫でカバーできることが当社の強み。

取込損益

2010年度

5億円

2024年度

115億円

CAGR
25%

2025年度見通し

170億円

将来目標

300億円

Tyr Energy



発電事業

- 創業：2002年
- ガス火力・再生エネ発電所の開発、建設、資産管理、エナジーマネジメントまで自社で一気通貫に実施。

TED Renewables



再生エネ開発事業

- 資産開発の後に売却するビジネスモデル
- 用地選定、許認可取得、電力系統接続、各種契約等、開発に必要な業務を全て自社で完結

NAES



運転・保守

- 第三者保有発電所向けの運転・保守サービスを中心に提供する北米独立系最大手事業者

運転・保守

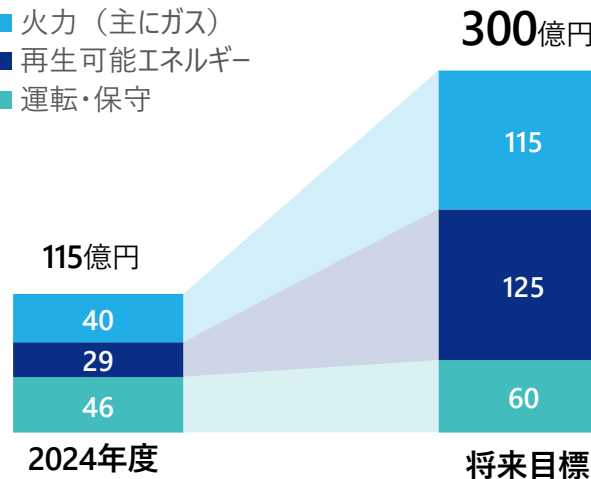
資産管理

エナジーソリューション

電気工事

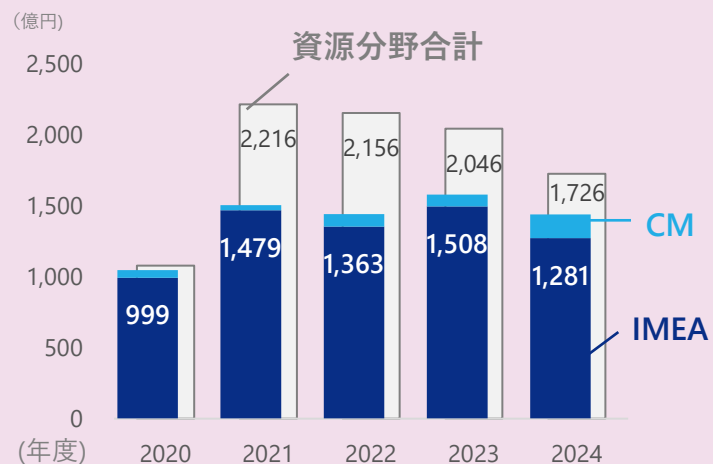
機械工事

- 火力（主にガス）
- 再生可能エネルギー
- 運転・保守



再生可能エネルギー関連事業を強化しつつ、安定的な電力供給源としてガス火力発電所も含めたバランスの取れたポートフォリオを構築

鉄鉱石事業



資源分野の
連結純利益

2010年度
1,025 億円



2024年度
1,726 億円

CAGR
4%

01

西豪州
(IMEA)

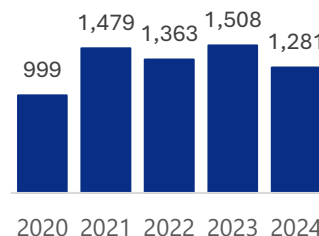
2024年度利益

1,281 億円

保有割合

8%
(比例連結)

- 当社の主要な収益基盤の一つであり、資源分野利益の約**74%**(2024年度)。
- 1960年代からBHPとのパートナーシップで継続する、世界でも有数のコスト競争力を持つプロジェクト。**



02

ブラジル
(CSN Mineração, "CM")

2024年度利益

169 億円

保有割合

18.1%
(持分法)

- 2008年より参画し、2024年11月には**約1,200億円の追加投資**を実施。
- CMが生産する高品位鉄鉱石は、当社がUAEで推進する**低炭素還元鉄**の原料として活用されることを期待。



北米建材事業



成長戦略

エクステリア建材事業の新規分野への展開及び同業他社の継続的なM&Aによる持続的成長。

DAIKENとの協業による住宅構造材事業の強化と内装材事業の高機能化。

北米不動産事業との連携によるバリューチェーンの拡大。

取込損益

2015年度

14億円

2024年度

179億円

CAGR
33%

2025年度見通し

180億円

将来目標

500億円超

エクステリア 建材事業



US Premier Tube Mills
金網フェンス用パイプ製造



MASTER-HALCO
金網フェンス製造、
フェンス・ODL部材卸



Alta Forest Products
木製フェンス製造

強化・拡大(M&A等)

ハンズオン経営

ITOCHU × 現地
人材

連携
(シナジー創出)

住宅用構造材事業



CIPA Lumber
単板(ベニヤ)製造



Pacific Woodtech
高強度構造材製造

内装材事業



DAIKEN North America
内装用木質ボード製造

CTC

(伊藤忠テクノソリューションズ)



日本を代表するシステムインテグレータであり、製品販売からシステム開発、保守・運用までの総合的なサービスを提供。

1972年設立、2023年に非公開化。

取込利益



2010年度

62億円

2024年度

505億円

CAGR
16%

2025年度見通し

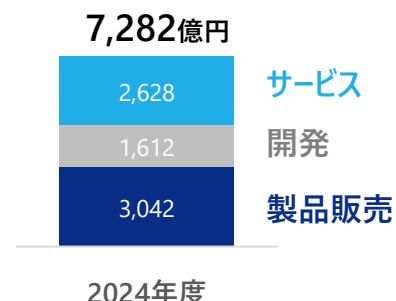
550億円

将来目標

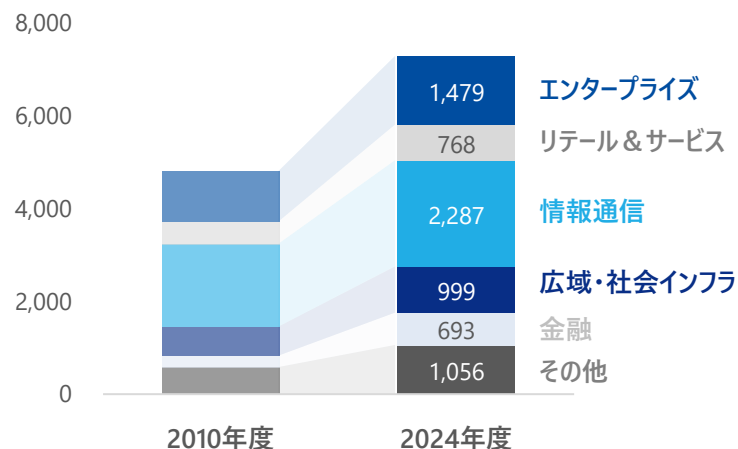
800億円
(デジタルバリューチェーン全体)

01 CTC概況

ビジネスモデル別売上収益



事業グループ別売上収益



02 デジタルバリューチェーン戦略

上流



下流

ファミリーマート



全国に16,400店舗を展開し、年間延べ
55億人超のお客様が来店する
日本を代表するコンビニエンスストア。
1998年に出資開始、2020年に非公開化。

取込損益

2010年度

40億円

2024年度

418^{(*)1}億円

CAGR
18%

2025年度見通し

505億円

将来目標

500億円超

(*)1) 一過性損益を除く

伊藤忠グループの堅固な収益基盤

食料品



伊藤忠食糧
伊藤忠飼料

その他製品



伊藤忠プラスチック
伊藤忠紙パルプ

中間流通



日本アクセス

運営支援



Bell
System24
CTC

金融



POCKETCARD
FamimaDigitalOne

広告・メディア



DATA ONE
GATE ONE

コンビニエンスウェア

- ▶ 繊維カンパニーの知見を活用した
プライベートブランドを立ち上げ
- ▶ 年間ブランド売上は130億円を達成
前期比130%増
- ▶ 商品ラインアップを拡充、
100アイテムを展開



やさしい色になってみる。

リテールメディア事業

NTTドコモ等と連携し、
5,000万超の
購買データ付ID

店舗・デジタル配信:
デジタルサイネージを
約 11,000 店舗に展開



データ
メディア
配信



効果計測

視聴数と購買データの掛け合わせによる効果検証

組織

30	取締役会
31	組織概要
32	後継者計画
33	役員報酬

05

G ガバナンス・指名・報酬委員会
W 女性活躍推進委員会

社内取締役



岡藤 正広
代表取締役会長CEO



石井 敬太
代表取締役社長COO(兼)CSO
(兼)グループCEOオフィス長



都梅 博之
代表取締役副社長
機械カンパニープレジデント
(兼)COO補佐



中 宏之
代表取締役上席執行役員
CFO(兼)CXO

社外取締役



川名 正敏



中森 真紀子

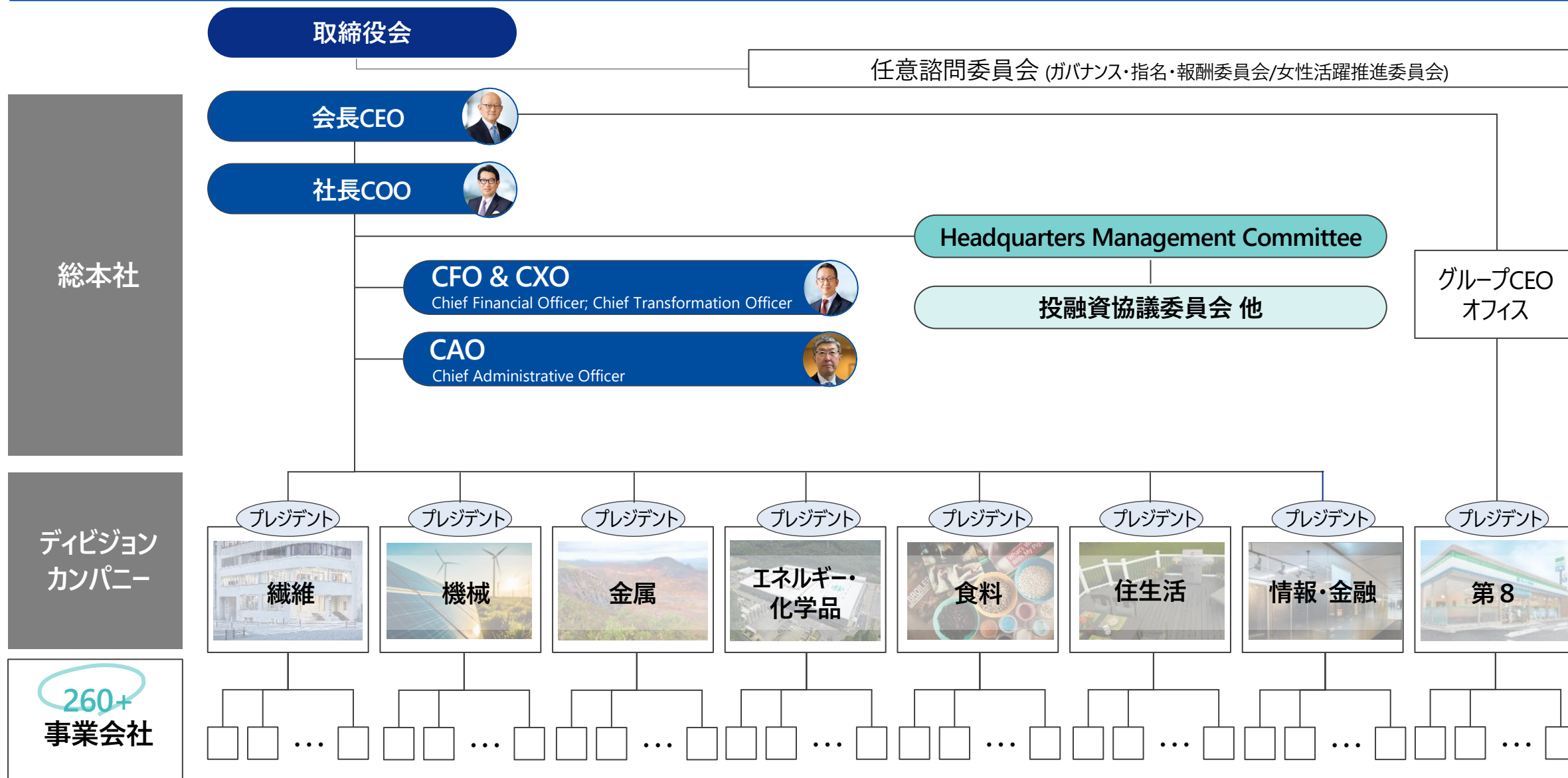


石塚 邦雄



伊藤 明子

★:委員長



CEOの選任プロセス

会長CEOによる立案



ガバナンス・指名・報酬委員会での審議



委員長は社外取締役

取締役会で審議



経営人材プール

グループ会社の経営経験を持つ
優れた経営陣を豊富に擁していることは、
当社の強みの一つ

社外取締役は積極的に
候補人材との個別面談を実施し、
各人の資質を多面的に評価



2024年度社外取締役面談実績

当社役員

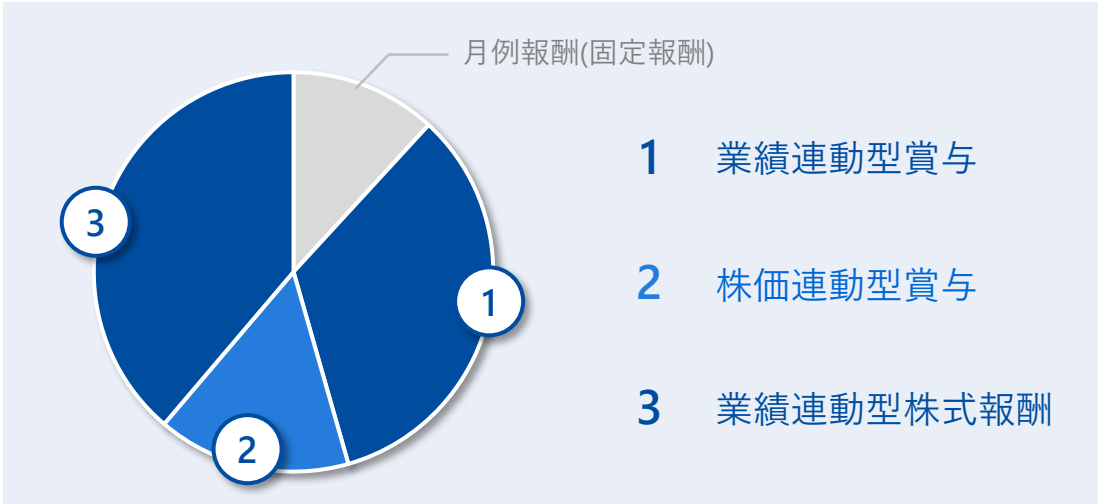
19回
(計24名)

事業会社社長

10回

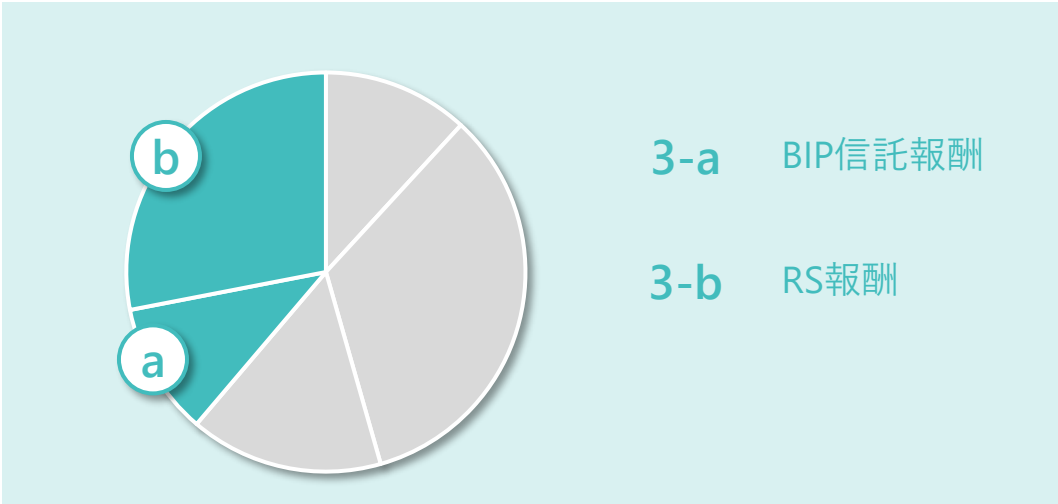
役員報酬

取締役(社外取締役を除く)報酬構成比率イメージ(2024年度)



88% 変動報酬

当社の役員報酬制度は連結純利益や株価パフォーマンスと密接に連動し、経営陣の利益と株主の利益が一致



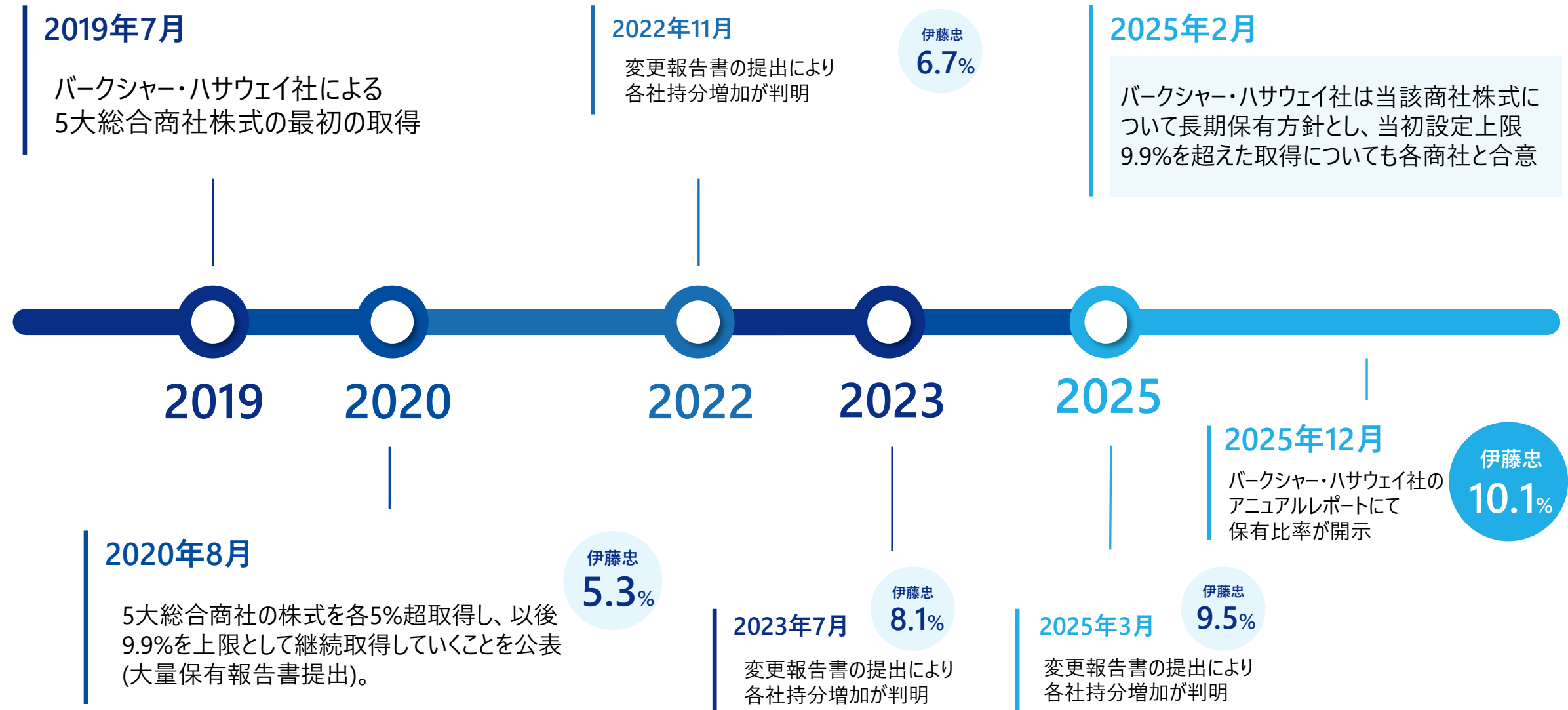
39% 株式報酬

報酬の約39%が株式報酬であり、株価上昇に対する強いインセンティブ

補足

- 35 | バークシャー・ハサウェイ社による出資
- 36 | バークシャー・ハサウェイ社との協業

バークシャー・ハサウェイ社による出資



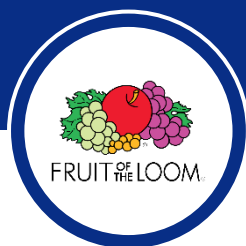
(*)当社保有比率について、自己株式控除後の議決権ベースで記載。

バークシャー・ハサウェイ社との協業



Berkshire Hathaway
Group

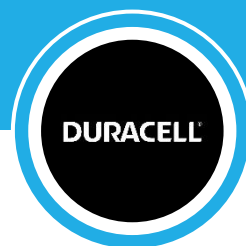
FRUIT OF THE LOOM (米国アパレル・アンダーウェアブランド)



アジア地域の
マスターライセンス権を取得。
日本を含めたアジア地域での
展開を拡大



DURACELL (世界有数の乾電池ブランド)



日本市場における
販売代理店契約を締結
日本市場での販売を開始



HEINZ



コンビニエンスストア商品としては
初のコラボレーション商品を
ファミリーマートで発売



