

Part 1 価値創造ストーリー

過去を紐解き 未来を見据える

時代を超えて受け継がれた「住友の事業精神」。
それを源泉とする住友商事グループの真価と
価値創造ストーリー。

住友商事グループのこれまで

11 沿革

住友商事グループの今とこれから

13 価値創造モデル

14 価値創造事例

14 アグリ事業

17 エチオピア総合通信事業

20 住友商事グループの価値観

21 マテリアリティ(重要課題)

22 事業概要

23 経営資本

沿革

住友商事グループのあゆみ

1600 年前後

銅精錬事業を開始



鼓銅図録の南蛮吹
(写真提供／
住友史料館)

1919

大阪北港(株)設立 (住友商事の源流)



大阪北港本社(住友総本店別館・旧帝国座)
(写真提供／住友史料館)

1945

日本建設産業(株)に改称 商事事業に進出



日本建設産業(株)が本拠とした
住友ビル分館

1950

海外進出の布石を打つ

インド・ボンベイ(現ムンバイ)に初の駐在員を派遣、1952年にはニューヨークに米国法人を設立

1952

住友商事(株)に改称

1945年に出されたGHQによる財閥解体指令に伴い受けていた「住友」の商号・商標使用制限が、1952年の日米安全保障条約の発効を受けて廃止された

1953

日本製鋼管の輸出を開始

90年代にはメジャーとの長期契約をSCMに発展させた



1962

商品本部制を導入

大阪・東京の各営業部門を一体化し、「鉄鋼」「非鉄金属」「電機」「機械」「農水産」「化成」「繊維」「物資燃料」「不動産」の9本部を設置

1963

サミットストアの1号店を出店

地域に寄り添ったサービスを心掛け、首都圏有数の食品スーパーとして成長



1970 年代以降

スチールサービスセンター 事業の規模が拡大

顧客の海外進出に伴い、アジア地域を中心に、ジャストインタイムで鋼材を加工・供給する体制を整備



1977

「ビッグスリー & ベストワン」の スローガンを掲げる

売上高で業界第3位、収益性や効率性を高め、総合評価の面で第1位を目指す経営に尽力した

1979

営業部門制の導入

業容の拡大に伴い、「鉄鋼」「電機」「非鉄金属」「生活物資」の4営業部門を設置。分権化を促進し、結果、営業面の機動力は大きく向上した

経済・社会情勢

1945

- 終戦
- GHQによる財閥解体指令

1950

- 朝鮮戦争特需
- 経済復興進展

1955

- 高度経済成長期へ
- 輸出振興・貿易自由化

1964

- 東京オリンピック・パラリンピック

1970

- 大阪万博

1971

- ニクソン・ショック

1973

- 第1次オイルショック
- 変動相場制へ移行

1979

- 第2次オイルショック

1600s 1910s 1940s

1950s

1960s

1970s

沿革

1988

企業ビジョン 「総合事業会社構想」を掲げる

従来の商事活動を基盤として、「①事業活動の積極化、②川下事業の展開、③総合力の強化」を推進し、商事活動と事業活動を当社の収益の二本柱とした収益構造の構築を目指した

1980年代

建設機械事業を拡大

建設機械の輸出・ファイナンスから卸売・小売事業、その後レンタル事業へ進出



1990

インドネシアで第一号の 工業団地事業を開始



1996

銅地金不正取引事件

当社営業部長が、会社に秘匿して銅地金の不正取引を行ったことで、約2,850億円もの損害が発生、事態収束までに約10年を要した。事件を教訓として、再発防止に向けた社内管理体制を整備

1998

経営理念・行動指針制定 経営指標「リスク・リターン」導入

1999～

中期経営計画「改革パッケージ」で 事業の選択と集中を推進

2001

本社を東京に一元化



2001年5月に本社を移転した
晴海トリトンスクエア

2003

コーポレートガバナンス原則を 制定し企業統治を強化

2011

SCSKが発足。当社グループの DXを共同で推進

2017

マテリアリティ(重要課題)の 特定

2018

本社を大手町に移転



2018年9月に
移転した
大手町プレイス
イーストタワー

2019

創立100周年 コーポレートメッセージ Enriching lives and the world 策定

2020

6つの重要社会課題と 長期目標を特定

2021

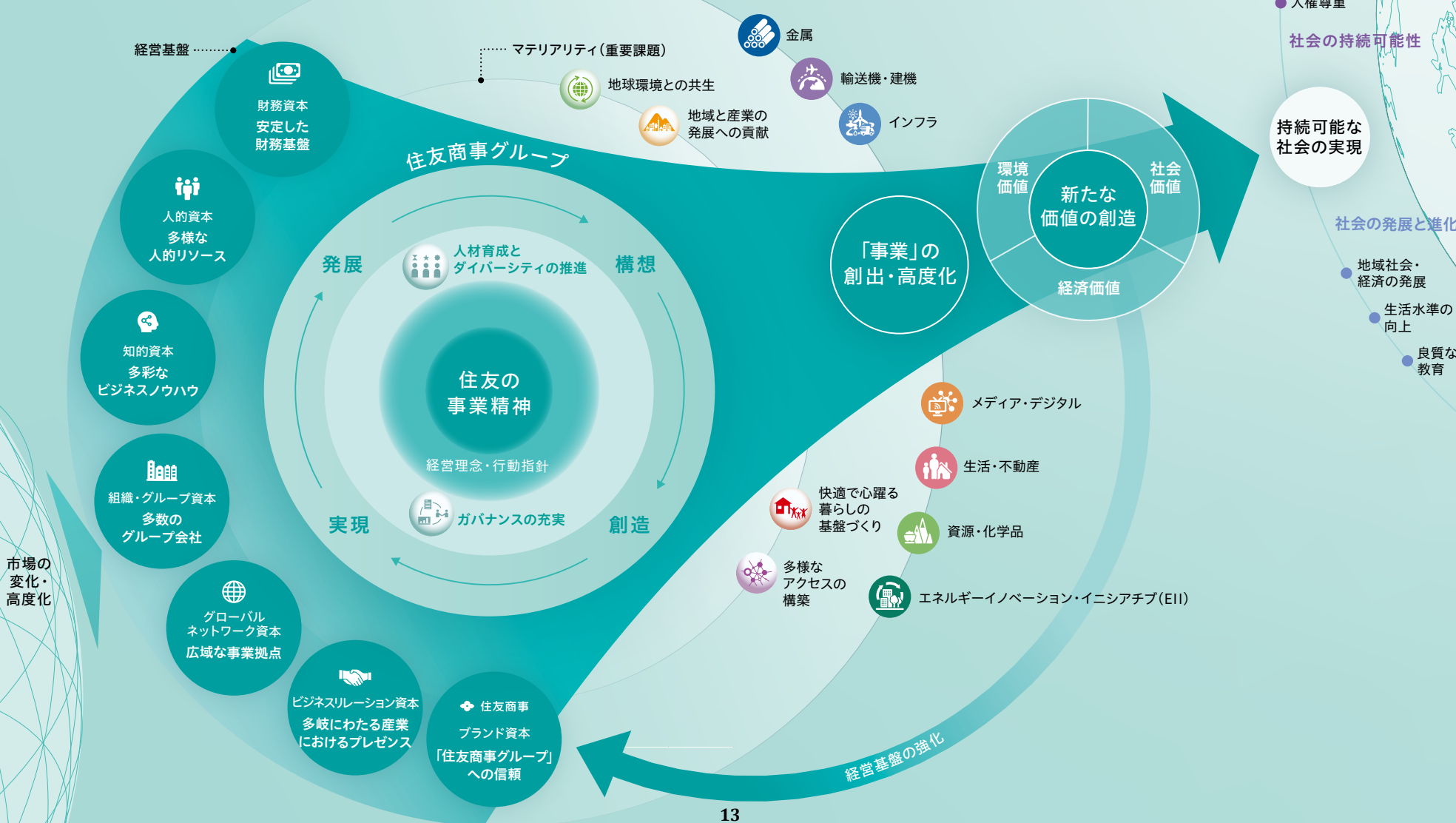
エネルギーイノベーション・ イニシアチブ(EII)を新設



価値創造モデル

当社グループは「住友の事業精神」「住友商事グループの経営理念・行動指針」を核に、これまで築いてきた経営基盤を強みとして、マテリアリティ(重要課題)を根幹に据え、事業を創出・高度化し、社会・環境・経済の3つの価値を創造しています。

価値創造を通じて「重要社会課題」を解決し、持続可能な社会を実現していくとともに、その過程で獲得した経験や知見を糧として、経営基盤をさらに強化します。このサイクルを通じて、当社グループは社会とともに成長し、新たな価値を創造し続けます。





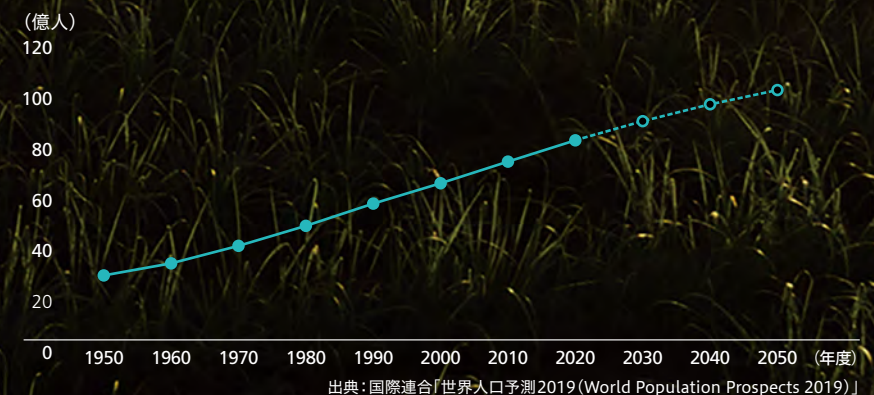
価値創造事例 ①

アグリ事業

サステナブルな食料生産へ

世界人口は増え続け2050年には約100億人まで増加する見込みであり、食料の増産・安定供給は、人類が抱える最も大きな課題の一つだ。急拡大する食料需要を背景に、農業は高い成長ポテンシャルを持つ一方、気候変動問題や生物多様性保全への要請から、今後、大幅な耕地面積の拡大は難しい。そこで単位面積当たりの収量増加が必須となるが、その手段として化学肥料等に頼りすぎることによる環境への負荷が懸念される。すなわち、単位面積当たりの収量の最大化と環境負荷低減という二律背反するテーマを乗り越えてサステナブルな食料生産システムを構築していくことこそ、これからの農業に求められているのである。

世界の人口予測



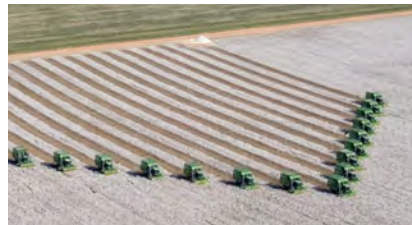
住友商事グループの価値創造

世界農業の持続的な発展と成長を命題に。

農業の難しさは多様性とローカル性にある。気候風土、土壌成分、水、温度、生息する昆虫や菌類……土地の状態は、国、地域によって千差万別であり、それ故に、顧客ニーズも多種多様だ。

当社グループのアグリ事業は、川上から川下までの一貫したバリューチェーンに強みを持つ。このビジネスモデルが、多岐にわたる商材マーケットへのアクセスと商流の情報収集を可能にし、顧客の多種多様なニーズに応える基盤となっている。このようなアグリ事業において、当社グループが注力しているのが農業資材直販事業だ。農業の最前線にいる農家の生の声を直接かつ即時に捉え、そこでくみ取ったニーズに適合する原料・商材をすばやく調達し、顧客農家に幅広いサービスを提供する。こうした機動力ある調達・提供機能が、当社グループのアグリ事業における価値創造の源泉の一つなのだ。

さらに農業が今直面している、農業生産の効率・最大化と環境負荷低減というテーマに対しては、当社グループの経験と知見が活用できると確信している。長年にわたるアグリ事業の中で、世界各地の農業やマーケットに精通した人材や知見を集め、ビジネスモデルの構築力、パートナー・顧客との関係性を磨いてきた当社グループ。既存の事業に加えて、AI技術を用いた営農支援やコンサルティングサービス、質の高いオリジナル種子の生産委託・販売、バイオ農薬の取り扱い拡大、クリーン農業といった提供機能をさらに強化することで、世界中の農業の持続的な発展と成長に貢献し、持続可能な食料生産システムの構築を実現していく。



価値を生み出す強み

一貫したバリューチェーンと住友の事業精神。

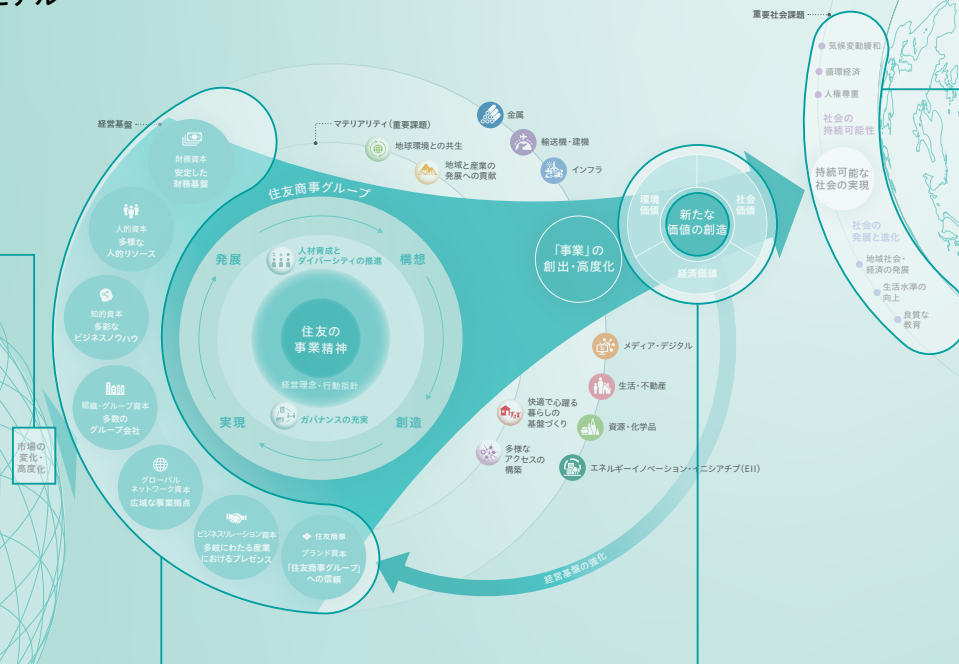
1950年代から肥料・農薬トレードを手掛けたことを起点に、世界各国の農薬商権の取得や、地域によって異なる農業市場に関する知見を積み重ねてきた。1990年代初頭には、東欧圏で農薬のディストリビューション事業へ参入。現地のニーズに応じて取り扱い商材を広げ、農業資材全般にわたるディストリビューションのビジネスモデルを構築し、今日では30カ国以上に事業を展開している。この事業を通じて蓄積した各国の農業に関する理解と地場でのビジネス基盤を足掛かりに、農業資材直販事業に乗り出した。農業資材直販事業は、ルーマニアのAlcedo社のグループ会社化から始まった。同社は、ルーマニアの全農家の約3分の1をカバーする最大の総合農業資材販売会社だ。同社が持つ農家への直接販売ネットワークと、ディストリビューション事業を展開する当社の既存事業群を掛け合わせることで、トレード・卸売から直販まで一貫した農業バリューチェーンの構築が実現した。さらに、2015年には、ブラジルAgro Amazonia社へ出資参画。農業資材や種子・肥料等の商材の徹底したクオリティと納期のコントロール、各農家とのきめ細かな対話によるオーダーメイドの商品や技術、サービスの提供等、確かな実績と顧客との信頼を積み重ね、現地でのブランドを確立。両社ともに、現在に至るまで事業拡大を続けている。

こうした取り組みの根底にあるのが、「住友の事業精神」だ。いつの時代でも、目の前の変化に惑わされることなく、「信用・確実」「浮利を追わず」「自利利他公私一如」に重きを置き、「進取の精神」をもって変化を先取りしていく——この経営姿勢が、Alcedo社やAgro Amazonia社をはじめとするグループ会社やパートナー・顧客との良好な関係につながり、アグリ事業の成長の揺るぎない基盤になっている。

川上から川下までカバーするアグリ事業のバリューチェーン



アグリ事業における価値創造モデル



市場の変化・高度化

- 世界の人口増加による
- 食料需要の増加
 - 農業生産性向上の要請

気候変動による

- 環境負荷低減への要請

社会の持続可能性・発展と進化

● 気候変動緩和

クリーンファームিং(再生型農法)の普及とビジネスモデル確立によるGHG排出量の削減貢献

● 循環経済

次世代農業生産(植物残渣を活用した代替タンパク、燃料の開発等)の実現への貢献

● 地域社会・経済の発展

農業発展による各国の経済成長への貢献

● 生活水準の向上

農家への土壌分析やアグリテック等を活用した営農指導サービス、高品質な商品提供等、生産性向上サポートによる所得向上

経営基盤

- 財務資本** ----- 住友商事グループの安定した財務基盤と資本力による即時、安定的な商材供給事業拡大
- 人的資本** ----- 世界各国の農業、市場に精通した人材層
-事業経営、オペレーション、マーケティング顧客サービス
-グローバル人員数: 約3,200人
- 知的資本** ----- 農業・肥料トレード、農業ディストリビューション事業、農業資材直販事業を通じて蓄積した世界各国の農業事情・マーケットへの知見、ビジネスモデルの構築・展開力
- 組織・グループ資本** ----- アグリ事業関係会社間での情報・ノウハウ共有によるビジネスシナジー
- グローバルネットワーク資本** --- 現地地域組織からの事業支援
- ビジネスリレーション資本** ----- 顧客農家と築いたネットワーク、有力農業メーカー、肥料メーカーとの長期にわたるパートナーシップ

新たな価値の創造



環境価値

- 環境負荷の低い肥料・農薬の開発、販売
- 高品質な肥料・農薬の提供による農地面積当たりの収量効率の向上



社会価値

- サステナブルな食料生産システム構築への貢献
- 農業の発展による各国経済の発展と成長
- 農業生産サポートを通じた農家の生産・収入の安定化と豊かな農村の基盤づくり



経済価値

- 当期利益(除く一過性)
-2022年度実績: 165億円
-2030年度イメージ: 400億円超



価値創造事例 ②

エチオピア総合通信事業

エチオピアに、豊かさを

今後急速な成長が期待されるエチオピア。
首都アディスアベバにはAU・アフリカ連合の本部が置かれ、
アフリカの中核国であるとともに地政学上も非常に重要な意味を持つ同国は、
人口約1.2億人、年齢中位数約19歳、GDP成長率 8.6%(2012 ~ 2021年平均)と、
さらなる成長ポテンシャルが見込まれる。
高い経済成長ポテンシャルのもと、政治・経済改革が進められる一方で、
デジタルディバイドや教育格差といった社会問題とも向き合うエチオピアは、
今を克服することでこの先を掴もうとしている。

人口※1
1.23 億人 (年2.5%成長)

年齢中位数※1
19 歳

名目GDP
1,057 億USD

GDP成長率
8.6% (2012 ~ 2021年平均)

(出所)

※1 UN (2022) ※2 World Bank (2022) ※3 各種公表資料により算出 (2021)

面積※2
1.1 百万km² (日本の3倍の国土)

携帯電話普及率※3
50%超

携帯電話事業者数
2 社

住友商事グループの価値創造

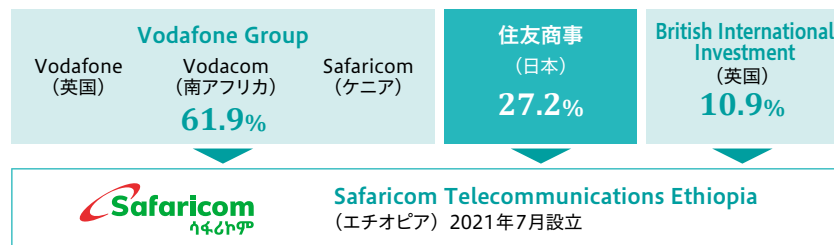
通信事業を通じて、社会問題の解決へ。

通信インフラの発達は、一国の経済成長速度までも左右する。そして今、過去数十年かけて構築された経済圏と同規模の経済圏が、通信インフラの成長とともに数年で構築される時代が到来している。裏を返せば、通信インフラの未発達は、当該国が持つポテンシャルを阻害する要因となり得る。当社は、アフリカにおいて優先度が高い事業の一つが通信インフラ事業と捉えている。

エチオピア初の民間通信会社であるSafaricom Ethiopia。同社には、当社グループにおける通信人材のCenter of ExcellenceであるSC-NEXだけでなく、Vodafoneグループをはじめ世界中の企業から多くの専門人材が派遣されている。Vodafoneグループは、アフリカ8カ国を含む世界21カ国で事業展開している欧州最大手の総合通信事業者。そして当社グループは、多様な事業ポートフォリオを有している。近い将来、パートナーとともに強みを掛け合わせ、通信インフラにモバイルマネーを加えた通信・金融プラットフォーム上に、教育、医療、農業といったさまざまな分野のコンテンツを加えていくことで事業を広げ、新たな付加価値サービスを創造し、新しい通信経済圏の構築を目指す。

当社グループが目指すのは、エチオピアで通信事業にとどまらない価値を提供し、社会問題を解決することだ。投資や事業を拡大することで、雇用創出による貧困の解消、デジタルディバイドの解消、金融サービスや教育のデジタルネットワークの発展を実現する。経済発展と人材育成に寄与しながら、Enriching lives and the worldを追求していく。

エチオピア総合通信事業の推進体制と出資比率



注) 2023年3月末時点

価値を生み出す強み

通信の変革に挑み続けてきた歴史と人。

当社がエチオピアで総合通信事業を展開する上での強み——それは、変革著しい世界の通信業界の中で、長年にわたりノウハウを蓄積し、専門人材を拡充してきたことだ。

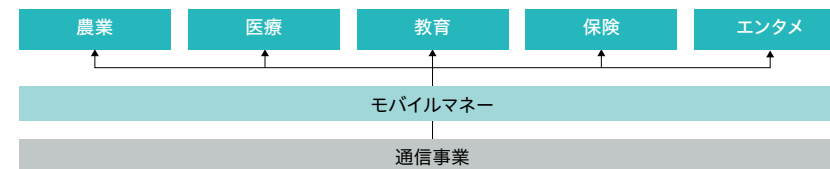
1960年代、本邦通信機器メーカーの製品を世界各国に供給するトレード事業から当社の通信事業の歴史は始まった。1970年代後半にはシェアが総合商社No.1に成長、トレードの規模拡大につれて、設計・工事を含む一括請負に発展していった。1990年代、携帯電話の登場に伴う激しい技術革新の波に直面したが、この変革を機会と捉え、新たな事業への参画を決断。1995年に当社初の海外通信事業であるモンゴル通信事業をグリーンフィールドから立ち上げた。人口が少ない一方で国土は広く、草原を移動しながら牧畜を営む騎馬民族国での携帯電話普及は、既存の事業スキームだけでは対応できない。顧客の行動様式と同国経済に適したサービス展開で契約を積み上げ、事業を軌道に乗せた。その後、新興国での海外通信事業を横展開し、2000年代以降にはアジアやロシア沿海州で通信事業の投資に取り組んだ。これらの海外通信分野での幅広い経験が当社グループの糧となり、エチオピアにおける総合通信事業への参画につながっている。

政治・経済情勢、生活様式・気候風土、技術面等、難易度の高い海外通信事業での試行錯誤を通じて培った資本の一つである専門人材が、現在そして将来収益の源泉となっているのである。



ローンチセレモニーでのSIM販売

将来の事業展開イメージ



エチオピア総合通信事業における価値創造モデル

市場の変化・高度化

高い経済成長ポテンシャル
通信市場の自由化推進

人口

約1.2億
(年間2.5%成長)

年齢中位数

約19歳

名目GDP

1,057億USD

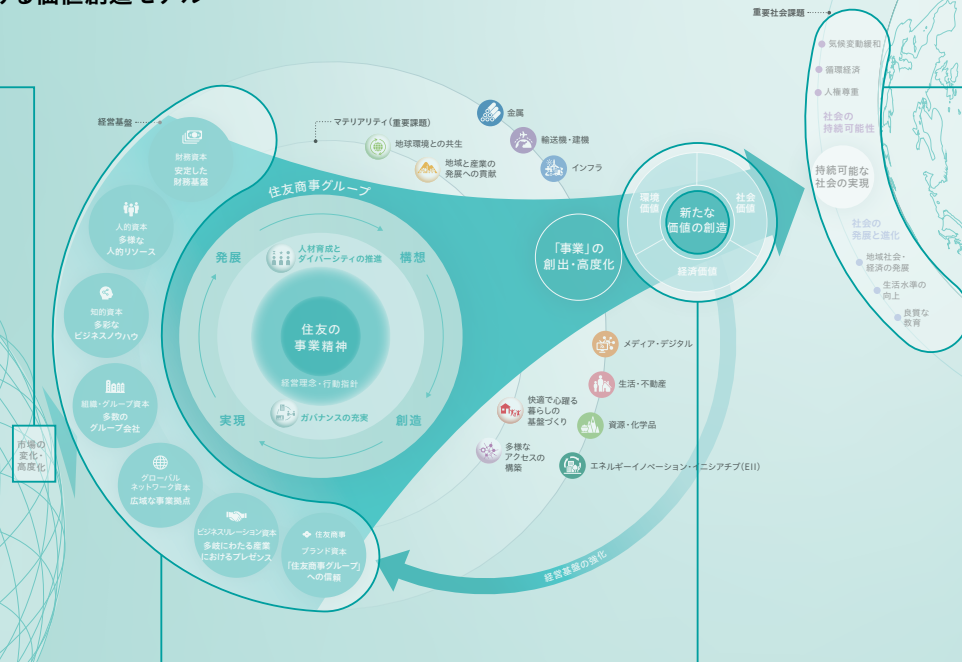
携帯電話普及率

約50%強

経済政策

Homegrown Economic
Reform

(マクロ安定・構造改革)



社会の持続可能性・発展と進化

●循環経済

中古端末のリサイクル事業推進による
スマートフォンの再利用

●人権尊重

通信エリア拡大に伴うデジタルディバイドの解消
徹底した安全・衛生ポリシー履行

●地域社会・経済の発展

地域の通信インフラ整備によるビジネス・生活環境の改善
モバイルマネー事業の展開による金融包摂

●生活水準の向上

事業拡大に伴う雇用の創出による所得向上
携帯端末・スマートフォン、モバイルマネーサービスによる
生活の利便性向上

●良質な教育

通信プラットフォームを活用した
新規教育事業の推進(含むDX人材の育成・創出)

経営基盤

- 財務資本** ----- 住友商事グループの安定した財務基盤
- 人的資本** ----- アジア諸国等で蓄えた、海外通信事業立ち上げ・運営人材
- 知的資本** ----- グリーン・ブラウンフィールドにおける通信事業立ち上げ及び事業運営の豊富な知見と経験(通算事業運営:約30年、プロジェクト数:20件超)
- 組織・グループ資本** ----- SC-NEXにおける専門人材プール(人員数:約30人)さまざまなサービス・機能を可能にする多種多様な事業群
- グローバルネットワーク資本** ----- 現地地域組織からの事業支援
- ビジネスリレーション資本** ----- 各国政府との良好な関係、Vodafoneグループとの戦略的パートナーシップ

新たな価値の創造

- 環境価値**
 - 通信インフラ整備による移動軽減
 - ソーラー活用による化石燃料利用の抑制
- 社会価値**
 - 国家経済の情報伝達水準の向上
 - 社会インフラプラットフォームの構築・底上げ
 - デジタルディバイドの解消、金融包摂、通信プラットフォームを活かした経済圏の確立及びエチオピア国の経済発展への寄与
 - 現地雇用の創出(直接・間接雇用効果)
- 経済価値**
 - 2030年までにエチオピアのほぼ全国民が通信ネットワークの利用を可能にすることを目指す
 - 2023年3月末時点の通信ネットワーク利用状況
 - 加入者数:約300万人
 - サービス展開都市:22都市
 - 販売拠点数:約44,000拠点

住友商事グループの価値観

「住友の事業精神」を象徴する言葉

確実を旨とし浮利^{はし}に趨らず

目先の利益を追わず、信用を重んじ確実を旨とする経営姿勢を表す言葉。営利を追求する存在である企業の立場から敢えて、目先の利益よりも、相手からの信用や事業の確実さを優先するこの経営姿勢は、今日の住友グループ企業の社風をかたちづくっています。

自利利他公私一如

住友の事業は、住友自身を利するとともに、国家を利し、社会を利するほどの事業でなければならないという経営姿勢を表す言葉。つまり、「住友の事業は、自分たちだけが利潤を上げることのみを目的とするのでは不十分であり、国家や社会の利益をかなえるほどの壮大な事業でなければならない」という意志が込められています。

企画の遠大性

事業を企画する際に、目先の利益を追うのではなく、遠い将来を見据えて、住友と社会の双方を利する綿密な計画を立てることを重んじる姿勢を表す言葉。短期志向ではなく、中長期志向による経営が重視される今日の価値観に符合する考えが、住友には古来、受け継がれてきました。

進取の精神

積極的に新しい物事に取り組み、たとえ困難に直面してもそれに屈せず、粘り強くやり通す姿勢を表す言葉。これは「時代の変化と積極的に対峙し、そこから一步先んじる事業を興すこと。時代に合わない事業は廃し、時代が必要とする事業を興すこと。そして粘り強く事業を育てていくこと」を重んじるグループカルチャーへとつながっています。

事業は人なり

住友は諸国鉱山を経営する中で、1690年(元禄3年)に事業の母体となった別子銅山にめぐりあい、以来約300年間、大自然との闘いの中で、この考え方を育んできました。創業以来、住友では自由闊達な議論が尊重され、近代の歴代総理事も人材の確保とともに、その能力が発揮できるように尽力しました。

住友商事グループの経営理念・行動指針

目指すべき企業像	私たちは、常に変化を先取りして新たな価値を創造し、広く社会に貢献するグローバルな企業グループを目指します。	
経営理念	●企業使命：健全な事業活動を通じて豊かさと夢を実現する。 ●経営姿勢：人間尊重を基本とし、信用を重んじ確実を旨とする。 ●企業文化：活力に溢れ、革新を生み出す企業風土を醸成する。	
行動指針	●住友の事業精神のもと、経営理念に従い、誠実に行動する。 ●透明性を重視し、情報開示を積極的に行う。 ●良き企業市民として社会に貢献する。 ●明確な目標を掲げ、情熱をもって実行する。	●法と規則を守り、高潔な倫理を保持する。 ●地球環境の保全に十分配慮する。 ●円滑なコミュニケーションを通じ、チームワークと総合力を発揮する。

マテリアリティ（重要課題）

私たちはこれまで、「住友の事業精神」と住友商事グループの「経営理念・行動指針」を胸に事業活動に取り組んできました。今、企業は社会が抱える課題に対してどのように取り組んでいくのが改めて強く問われています。2017年4月、私たちは、将来にわたって社会とともに持続的に成長するために、「住友の事業精神」と当社グループの「経営理念」を踏まえ、事業活動を通じて自らの強みを活かし優先的に取り組むべき課題を「社会とともに持続的に成長するための6つのマテリアリティ（重要課題）」として特定しました。マテリアリティは、当社事業の社会への貢献のあり方を4つの言葉にまとめ、当社経営上の課題2つとあわせて6つの課題としたものです。私たちは、この

マテリアリティを、事業戦略策定や個々のビジネスの意思決定プロセスにおける重要な要素と位置付けています。

一方で、2020年に設定した重要社会課題やそれに対する目標は、私たちが、持続可能な社会の実現のために、どのような役割を果たすのかを明確に示すもので、社会とともに持続的に成長する当社のサステナビリティ経営を一步進める取り組みです。私たちが、事業活動と社会課題の関係を常に意識し、また、持続可能な社会の実現に強くコミットするために、マテリアリティと重要社会課題の双方が、大きな役割を持っていると考えています。

▶ P51 「重要社会課題と長期・中期目標」へ

グローバルに広がる顧客・パートナーとの信頼関係とビジネスノウハウを活用し、健全な事業活動を通じて豊かさと夢を実現するという企業使命を果たすことで、当社グループの成長と社会課題の解決を両立していきます。		地球環境との共生	循環型社会の形成と気候変動の緩和を目指し、資源の有効利用や再生可能エネルギーの安定供給に向けた仕組みづくりに取り組むことで、地球環境と共生した成長を実現します。
		地域と産業の発展への貢献	さまざまな国や地域の人々のニーズに応じてモノやサービスを安定的に調達・供給し、産業のプラットフォームづくりに貢献することで、地域社会とともに成長・発展する好循環を生み出します。
		快適で心躍る暮らしの基盤づくり	毎日の生活に必要なモノやサービスを提供してより便利で快適な暮らしを実現するとともに、質の高い暮らしへのニーズにも応えていくことで、全ての人々の心と体の健康を支えます。
		多様なアクセスの構築	人・モノが安全かつ効率的に行き交うモビリティを高め、情報・資金をつなぐネットワークを拡大することで、多様なアクセスを構築し、新たな価値が生まれる可能性を広げます。
上記の課題を解決するための基盤として、人間尊重や信用・確実といった経営姿勢と、活力に溢れ革新を生み出す企業風土のたゆまぬ維持向上に努めています。		人材育成とダイバーシティの推進	多様なバックグラウンドを有する人材が、各々のフィールドで能力を最大限に発揮して、新たな価値や革新を生み出せるように、最重要の経営リソースである人材の育成・活躍推進に取り組みます。
		ガバナンスの充実	透明性を確保しつつ、持続的な成長に向けた戦略の立案・実行およびその適切な監督を充実させることで、経営の効率性を向上し、健全性を維持します。

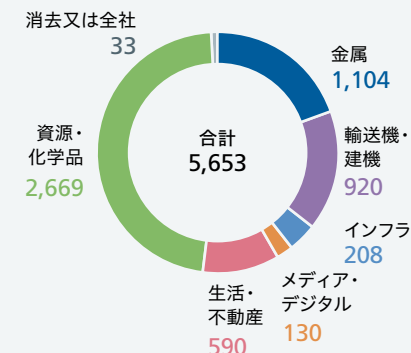
事業概要

事業部門／イニシアチブ

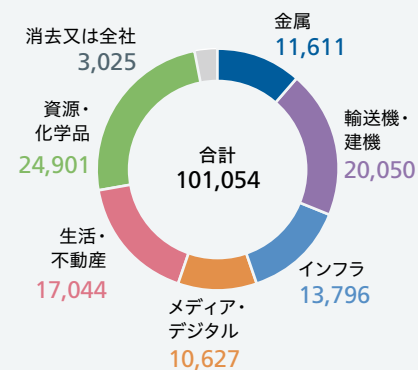
金属 	 ● 鋼材本部 ● 鋼管本部	金属事業部門は、鋼材・鋼管・輸送機材等の金属製品を取り扱い、国内外において、顧客のニーズに対応した独自のサービス機能を発揮しながら、それぞれのバリューチェーンを展開しています。
輸送機・建機 	 ● Beyond Mobility事業部 ● モビリティ事業第一本部 ● 建設機械事業本部 ● リース・船舶・航空宇宙事業本部 ● モビリティ事業第二本部	輸送機・建機事業部門は、船舶・航空機・自動車等の輸送機分野、建設機械・鉱山機械分野において事業を展開しています。
インフラ 	 ● 社会インフラ事業本部 ● 電力インフラ事業本部 ● 物流インフラ事業本部	社会、電力、物流インフラ分野において、国・地域・社会のニーズに応えたグローバルなインフラ事業を展開しています。
メディア・デジタル 	 ● メディア事業本部 ● デジタル事業本部 ● スマートプラットフォーム事業本部	メディア・デジタル事業部門では、メディア分野、デジタルビジネス分野、スマートプラットフォーム分野において事業を展開しています。
生活・不動産 	 ● ライフスタイル事業本部 ● ヘルスケア事業本部 ● 建設不動産本部	生活・不動産事業部門では、リテール分野、食料分野、ヘルスケア分野、建設資材・不動産分野において事業を展開しています。
資源・化学品 	 ● 資源第一本部 ● エネルギー本部 ● ライフサイエンス本部 ● 資源第二本部 ● 基礎化学品・エレクトロニクス本部	資源・化学品事業部門は、資源、エネルギー、基礎化学品・エレクトロニクス、ライフサイエンスの分野で事業を展開しています。
エネルギーイノベーション・イニシアチブ (EII) 	 重点3分野 ● カーボンフリーエネルギーの開発・展開 ● 新たな電力・エネルギーサービスの拡大 ● CO₂の吸収・固定・利活用	エネルギーイノベーション・イニシアチブ(EII)では、組織横断的なアプローチにより、バリューチェーン全体を俯瞰し、3つの重点分野を軸に次世代エネルギー分野での事業開発に取り組んでいます。

2022年度 セグメント別データ

当期利益(億円)



総資産(億円)



経営資本

住友商事グループの7つの資本		概要	資本の特徴(代表的な指標)					
	財務資本 安定した財務基盤	コア・リスクバッファーとリスクアセットのバランス維持と安定した資金調達により、健全な財務基盤を有しています。キャッシュ・フロー規律のもとで収益性を拡大しながら、さらなる財務基盤の強化と経営の安定性向上に取り組んでいます。	総資産	株主資本	コアRB-RA	Net DER	ROE	ROA
			10.1 兆円	3.8 兆円	9,700 億円	0.7 倍	16 %	6 %
	人的資本 多様な人的リソース	多様なバックグラウンドを持つ人材を採用し、幅広い知識と高い専門性を有するプロフェッショナルの育成を進め、重要な経営資源である人材をグローバルに配置しています。 ③ P73 「SHIFT 2023」における人材マネジメントの強化へ	連結従業員	女性比率	キャリア採用比率			
			78,235 人	25.7 % (2023年4月1日時点)	42.6 % (2022年度)			
	知的資本 多彩なビジネスノウハウ	リスク管理、ロジスティクスの構築、金融サービスの提供等、長年にわたり蓄積してきたビジネスノウハウを活かし、ビジネス開発や事業投資・経営を行っています。	多様な事業領域		多様なSBU※			
			6 事業部門 + 1 イニシアチブ		ビジネス開発 事業投資・経営			
	組織・グループ資本 多数のグループ会社	幅広い産業分野において、業界トップクラスの事業会社を有しており、事業会社経営の知見を活用することにより収益性を高め、事業基盤の強化を進めています。	連結対象会社数					
			886 社					
	グローバルネットワーク資本 広域な事業拠点	グローバルに展開している事業拠点をベースに、各国の政府・産業界とのネットワークを活用し、現地のニーズを迅速に捉えた事業を展開しています。	事業拠点数					
			129 拠点 66 カ国・地域					
	ビジネスリレーション資本 多岐にわたる産業におけるプレゼンス	多岐にわたる産業分野で培ったビジネスパートナーとの関係を深化させ、各業界において高いプレゼンスを確立しており、ビジネスパートナーとともに多面的に事業を展開しています。	クライアント数					
			約 100,000 社					
	住友商事 ブランド資本 「住友商事グループ」への信頼	約400年にわたり受け継がれてきた住友の事業精神や、住友商事グループの経営理念には「信用を重んじ確実を旨とする」ことが謳われており、これを体現し続けています。	「住友の事業精神」 「経営理念・行動指針」		住友商事の歴史 104 年			

※ Strategic Business Unit。戦略的事業単位。当社では既存組織にこだわらず、戦略を一とする事業群をグループ化したものを指す。事業戦略管理強化を企図し2021年度より導入

2023年3月31日時点