



中期经营计划

Chori Innovation Plan 2028

(2026~2028年度)

CHORI

CHORI

目录

| | |
|---|----|
| 企业理念与愿景 | 3 |
| 前中期经营计划 『Chori Innovation Plan 2025』的回顾 | 5 |
| 中期经营计划 『Chori Innovation Plan 2028』的概要 | 9 |
| 业务战略 | 14 |
| 财务战略 | 21 |
| 经营基础战略 | 26 |
| Appendix | 32 |

对中期经营计划的承诺

实现全球化成长，迈向“持续被选择的商社”

在新的中期经营计划中，我们将把增长重心放在海外市场，推进“业务领域的扩大”积极推进新地区、新市场的开拓，在以往以日本市场为核心的业务基础上，以作为我们全球供应链核心的中国和东盟为据点，推进海外对海外的业务发展、进一步加强相关举措，扩大事业领域。在日本市场方面，我们将进一步打磨满足社会需求的高附加值产品，提高盈利能力。

为以速度感推进并落实这些战略，积极的投资不可或缺。

除推进强化供应链的业务投资外，我们还认为，有必要积极开展旨在扩大事业领域的并购（M&A），并加大对公司优势所在——具备高度专业性的优秀人才，以及推动经营变革的数字化转型（DX）等经营基础强化方面的投资。

在制定中期经营计划之际，为了再次明确我们今后应当前进的方向，作为“愿景（理想状态）”，我们确定了“持续被选择的商社——开拓新蓝图，创造价值，编织未来”。

其中蕴含着这样的意志：在全球范围内开拓新的市场和供应链，通过追求高功能性与高专业性，为社会创造价值，从而将事业与公司持续连接并迈向未来。

在“愿景（理想状态）”的指引下，我们将全力以赴推动中期经营计划的实现，回应公司内外各利益相关者的期待，致力于在长期内赢得信赖，成为“持续被选择的商社”。

社长执行董事 迫田 龙之

理念体系与愿景



公司口号

挑战你的梦想。

企业理念

我们作为一名地球人，
以公正、诚信为行动准则，
继续提供让客户高度满意的服务，
为实现更美好的社会做贡献。

前中期经营计划 『Chori Innovation Plan 2025 (CIP2025)』 的回顾

| | |
|--------------|---|
| 成长轨迹 | 6 |
| 基本战略回顾 | 7 |
| 达成情况 | 8 |

成长轨迹

- 推进业务组合优化，实现经常性利润达百亿日元规模常态化，确立高收益体质



CIP2025

实现经常性利润
达百亿日元规模
的常态化

20年间，经常性利润增长超过**3**倍，
营业利润率由**2.0%**提升至**4.4%**

2025年度
营业利润率**4.4%**
经常性利润**142**亿日元

2005年度
营业利润率**2.0%**
经常性利润**45**亿日元

雷曼危机

东日本大地震

新冠疫情期间

艰难时期

跃进与腾飞的时代

变革的时代

业务选择与集中

为提升盈利能力，
推进业务组合优化

确立高收益体质

基本战略回顾

- 海外子公司盈利能力有所提升，但在扩大销售规模及支撑其发展的人才培养方面仍存在课题

| 基本战略 | 成果 | 课题 |
|------------------------|--|---|
| 推进以连结为基础的 全球业务一体化运营 | <ul style="list-style-type: none"> 提升海外子公司的盈利能力 (毛利率 9%→12%) | <ul style="list-style-type: none"> 海外营业收入的停滞 海外业务开拓人才的引进与培养 |
| 创造能够灵活应对 变化的可持续业务 | <ul style="list-style-type: none"> 扩大纺织业务可持续产品的销售 (CIP2025期间的复合年增长率: 11%) | <ul style="list-style-type: none"> 用于新增长的大型项目投资进展滞后 |
| 推进ESG经营 | <ul style="list-style-type: none"> 重要课题的识别 及可持续发展相关方针的制定 启动员工敬业度调查 | <ul style="list-style-type: none"> 重要课题与业务之间的关联不足 充实员工成长机会，营造鼓励挑战与成长的企业文化 |
| 通过DX推动业务变革 与经营变革 | <ul style="list-style-type: none"> 导入新一代核心系统“SAP”及周边系统 | <ul style="list-style-type: none"> 构建以SAP为核心的统一数据基础设施 |

达成情况

- 营业收入未达目标。但通过推进高收益、高附加值业务，实现了归属于母公司股东的当期净利润及ROE等指标。

| 2025年度初始计划 | | 成果 | 较计划 |
|------------|--------------------------|---------|----------------------|
| 财务目标 | 营业收入 | 3600亿日元 | 2,993亿日元 83% |
| | 税前当期净利润 | 160亿日元 | 142亿日元 89% |
| | 归属于母公司股东的当期净利润 | 110亿日元 | 120亿日元 109% |
| | ROA (以当期净利润为基准) | 7%以上 | 8.0% 达成 |
| | ROE (以当期净利润为基准) | 12%以上 | 12.4% 达成 |
| | ROIC | 约10% | 11.1% 达成 |
| 非财务目标 | 扩大可持续产品的销售规模 单体营业收入 | 500亿日元 | 315亿日元 ^{※1} |
| | 综合职人员招聘人数及转为综合职人员人数中女性占比 | 30%以上 | 35.5% |
| | 提高男性员工育儿休假取得率 | | 60.0% |
| | 提高女性在管理层中的占比 | | 3.8% |
| | 持续获得“健康经营优良法人”认证 | | 连续7年获得认证 |
| | DX (SAP导入) 总投资额 | 约50亿日元 | 55亿日元 ^{※2} |

※1: 通过可持续发展推进委员会，重新审视相关产品的定义与名称

※2: 于2025年4月开始运行

中期经营计划

『Chori Innovation Plan 2028 (CIP2028)』 的概要

| | |
|-------------------|----|
| 中期经营计划的前提条件 | 10 |
| 中期经营计划的定位 | 11 |
| 基本方针与战略 | 12 |
| 主要经营目标 | 13 |

中期经营计划的前提条件

- 为应对外部环境的变化，对供应链管理及区域战略的需求不断提升

宏观环境

地缘政治风险上升
经济差距扩大
反全球化趋势
供应链的重构
商社功能价值提升

行业重组
整合与并购的活跃化
供应链及商业流通模式的变化

人口结构变化
发达国家少子老龄化 新兴国家人口增长
针对各地区特点制定战略的必要性

可持续发展意识
不断增强
可持续产品需求加速增长
供应链管理监管加强

中期经营计划的定位

- 以“专业性”“全球化”“业务投资”为增长关键，力争实现未来愿景

01 企业理念与愿景

02 前中期经营计划的回顾

03 中期经营计划的概要

前中期经营计划
Chori Innovation Plan 2025

高收益体质构建的
最终收官

中期经营计划
Chori Innovation Plan 2028
(2026~2028年度)

“专业性 × 全球化 × 业务投资”
推进

以高度专业性为优势
强化海外业务，
注重增长投资与业务领域的扩大

愿景

持续被选择的商社
开创新版图 创造价值
编织未来

“愿景”的量化目标

营业收入
5,000亿日元

海外营业收入占比
50%

基本方针与战略

基本方针

“专业性 × 全球化 × 业务投资” 推进

加快在全球市场的
领域拓展

拓展海外新区域
扩大现有区域的经营产品范围

业务战略

以资本效率为导向的
战略

强化分红政策
加大对业务的成长投资

财务战略

经营基础
战略

编织未来
推动经营基础的升级

面向“愿景”的
人力资本战略
推进可持续发展经营

主要经营目标

| | 2025年度 成果 | 2028年度 计划 | 愿景 |
|-----------------|-----------|-----------|----------|
| 营业收入 | 2,993亿日元 | 3,500亿日元 | 5,000亿日元 |
| 营业利润 | 131亿日元 | 175亿日元 | 300亿日元 |
| 营业利润率 (%) | 4.4% | 5% | 6% |
| ROE (以当期净利润为基准) | 12.4% | 10%以上 | 12%以上 |
| 海外营业收入占比 | 37% | 40%以上 | 50% |

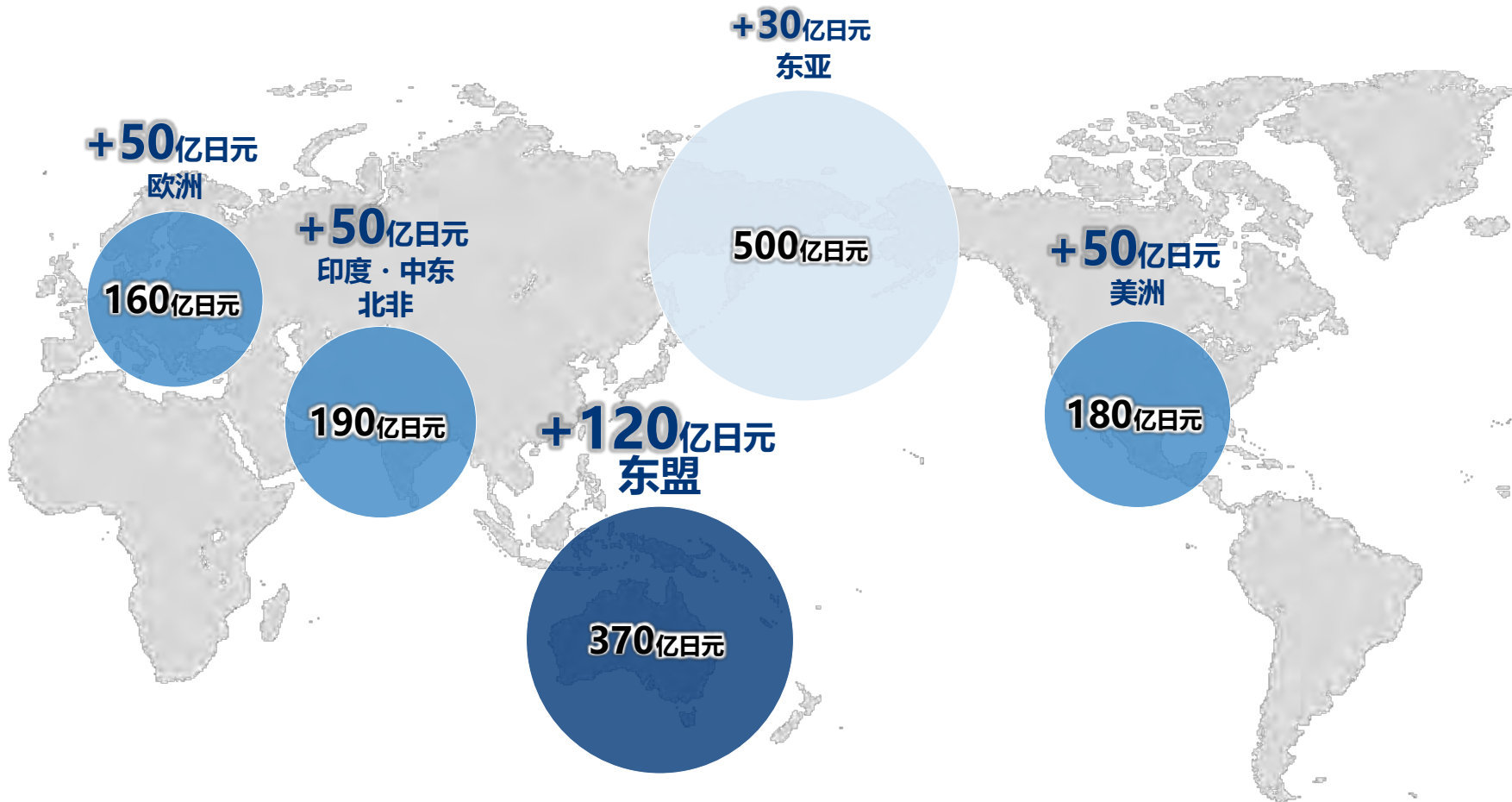
业务战略

| | |
|-----------------------|----|
| 全公司海外营业收入组合 | 15 |
| 纺织业务 增长战略 | 16 |
| 化学品业务 增长战略 | 18 |
| 纺织业务·化学品业务 规划指标 | 20 |

全公司海外营业收入组合

● 海外营业收入 / 占比

2025年度：约1100亿日元 / 37% → 2028年度：约1400亿日元 / 40% (+300亿日元 / +3个百分点)

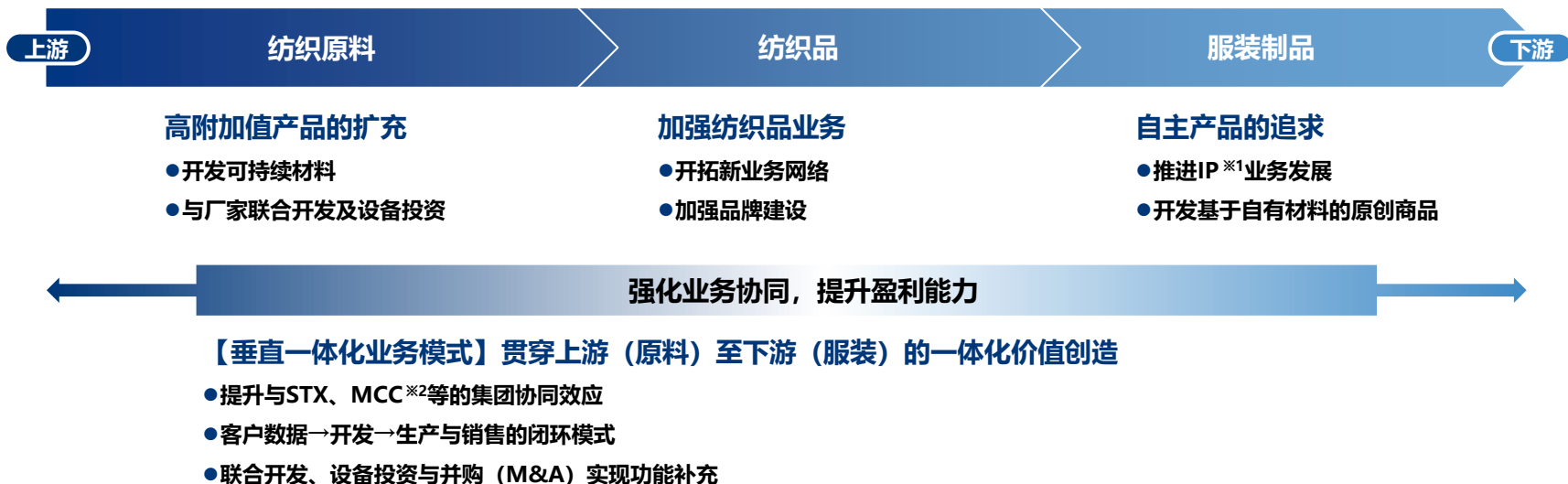


气泡面积与营业收入（亿元）成正比，气泡内的数值表示2028年度的营业收入。
 气泡上方的数值表示2025年度至2028年度的营业收入增量。
 东亚不包含日本。

纺织业务 增长战略 ① 价值链强化 × 领域拓展

- 通过强化服装领域的盈利能力与扩大材料领域，实现可持续的收益增长

服装领域 通过建立垂直一体化价值链，实现盈利能力的最大化



产业材料领域 利用强大的价值链拓展业务领域

社会基础设施材料

- 以住宅用防水材料为主的建筑材料
- 光伏设备用防草布
- 产废处理场用防护膜等土木材料



生活材料领域

- 不织布及透气薄膜等卫生材料
- 用于追求健康与舒适的内衣及运动产品材料



汽车内外饰材

- 汽车内饰材料（座椅、顶棚等）
- 汽车外饰材料（吸音材料等）

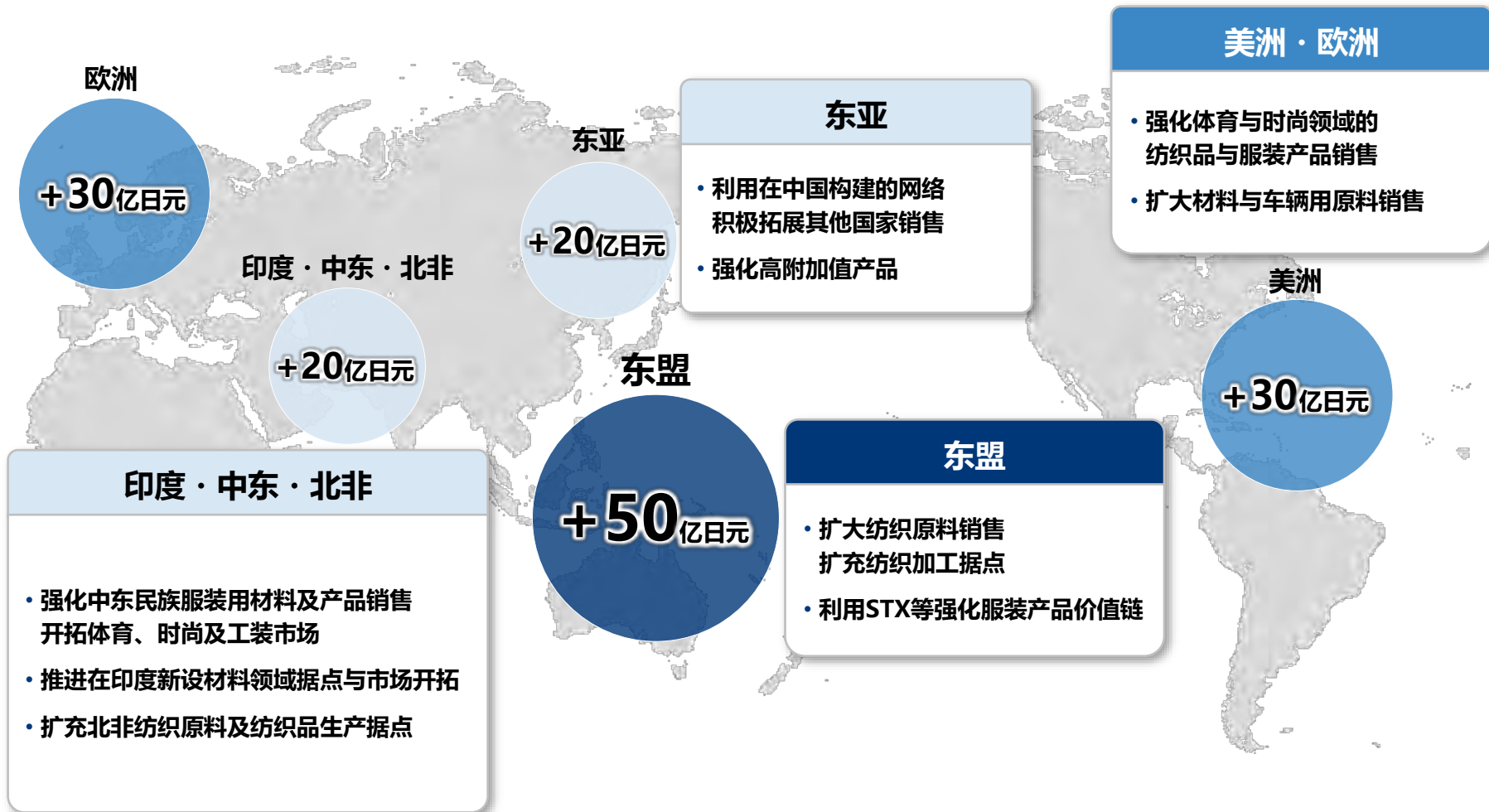


※1: Intellectual Property (知识产权)

※2: (株)STX、MCC Industry co., Ltd.: 纺织业务相关联结子公司

纺织业务 增长战略 ②强化海外销售

- 增加主要据点海外驻在人员，强化与海外客户的接触，扩大销售
- 增加技术人员，推进原创产品开发，提升附加值创造能力



气泡面积与2025年度至2028年度的营业收入增量成正比，数值表示营业收入增量。

化学品业务 增长战略 ① No. 1 战略推进

● 强化并扩大各领域的No.1产品与业务

合成纤维原料 · 与树脂原料

- 进口尼龙树脂原料
- 涂料原料与聚酯树脂
- 聚氨酯原料业务

生命科学材料

- 药典级葡萄糖进口业务
- 亚太地区加工食品供应链

其他

- 玻璃原料
- 磷化合物产业链

电子材料

- 铝电解电容器用铝产业链
- 二次电池材料
- 片式多层陶瓷电容器 (MLCC) 原料

医药及农药中间体、原料药及原药

- 推进海外高端委托与受托业务

No. 1
战略

向高附加值、高收益、环保型业务转型

最大化“专业化商社功能”

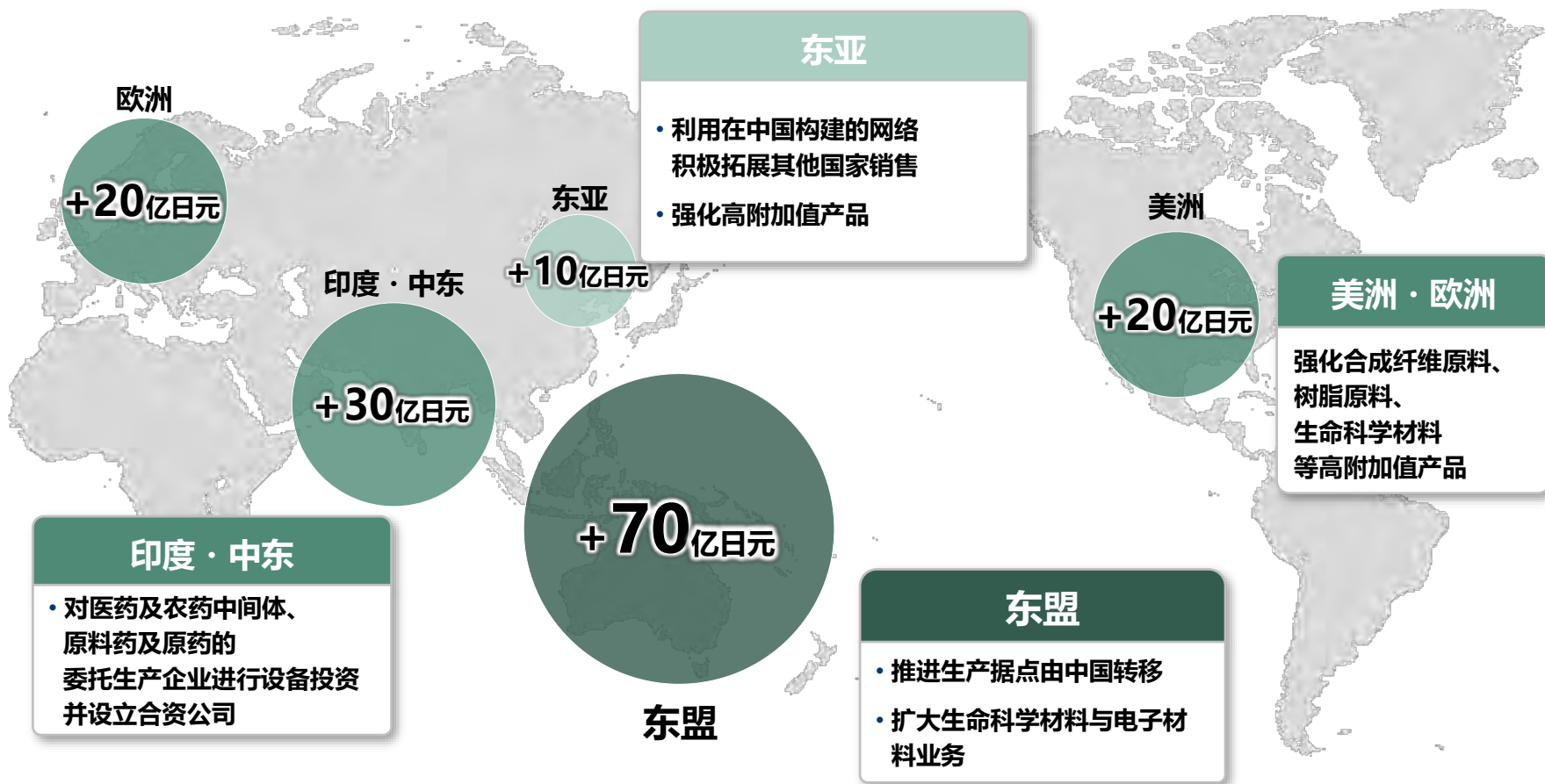
- 强化高附加值产品开发
- 强化环保低负荷等特色的“唯一性”产品开发

强化市场导向型业务

- 加强市场需求把握与分析等营销活动
通过提升客户满意度实现差异化

化学品业务 增长战略 ②强化海外销售

- 依托东盟经济增长，扩大生命科学材料、电子材料等材料业务
- 在印度及中东加强与供应商合作，扩大高附加值产品销售

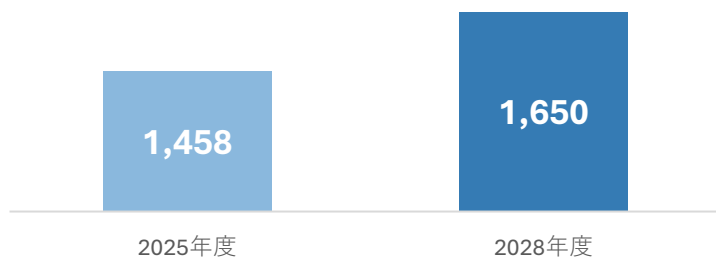


气泡面积与2025年度至2028年度的营业收入增量成正比，数值表示营业收入增量。

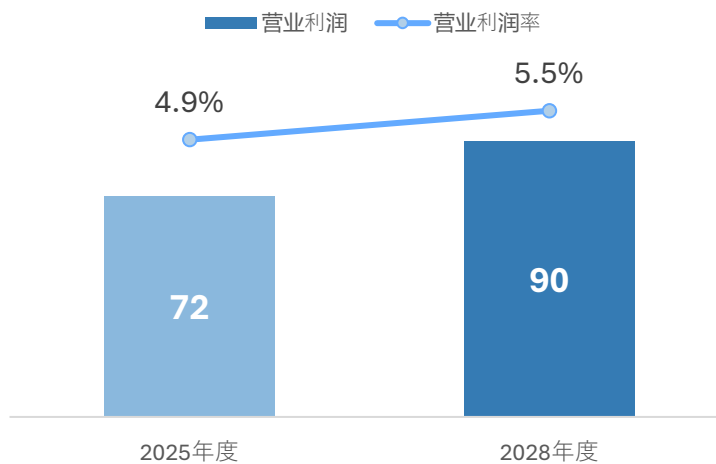
纺织业务 · 化学品业务 规划指标

纺织业务

营业收入 (亿日元)

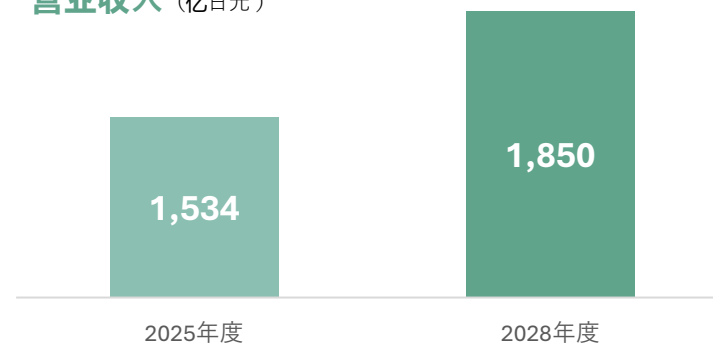


营业利润、营业利润率 (亿日元、%)

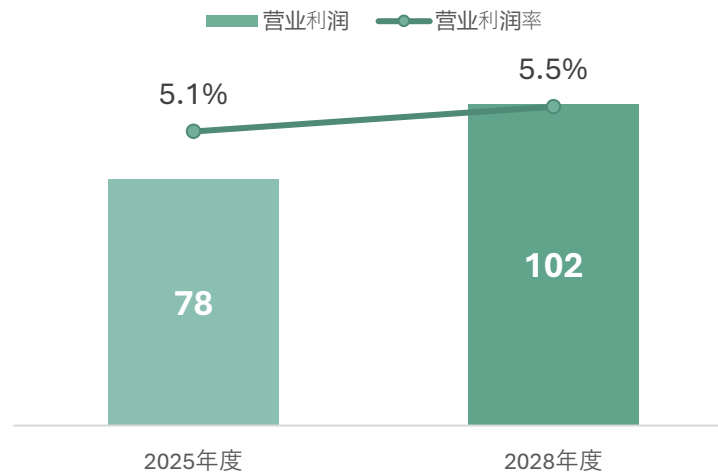


化学品业务

营业收入 (亿日元)



营业利润、营业利润率 (亿日元、%)

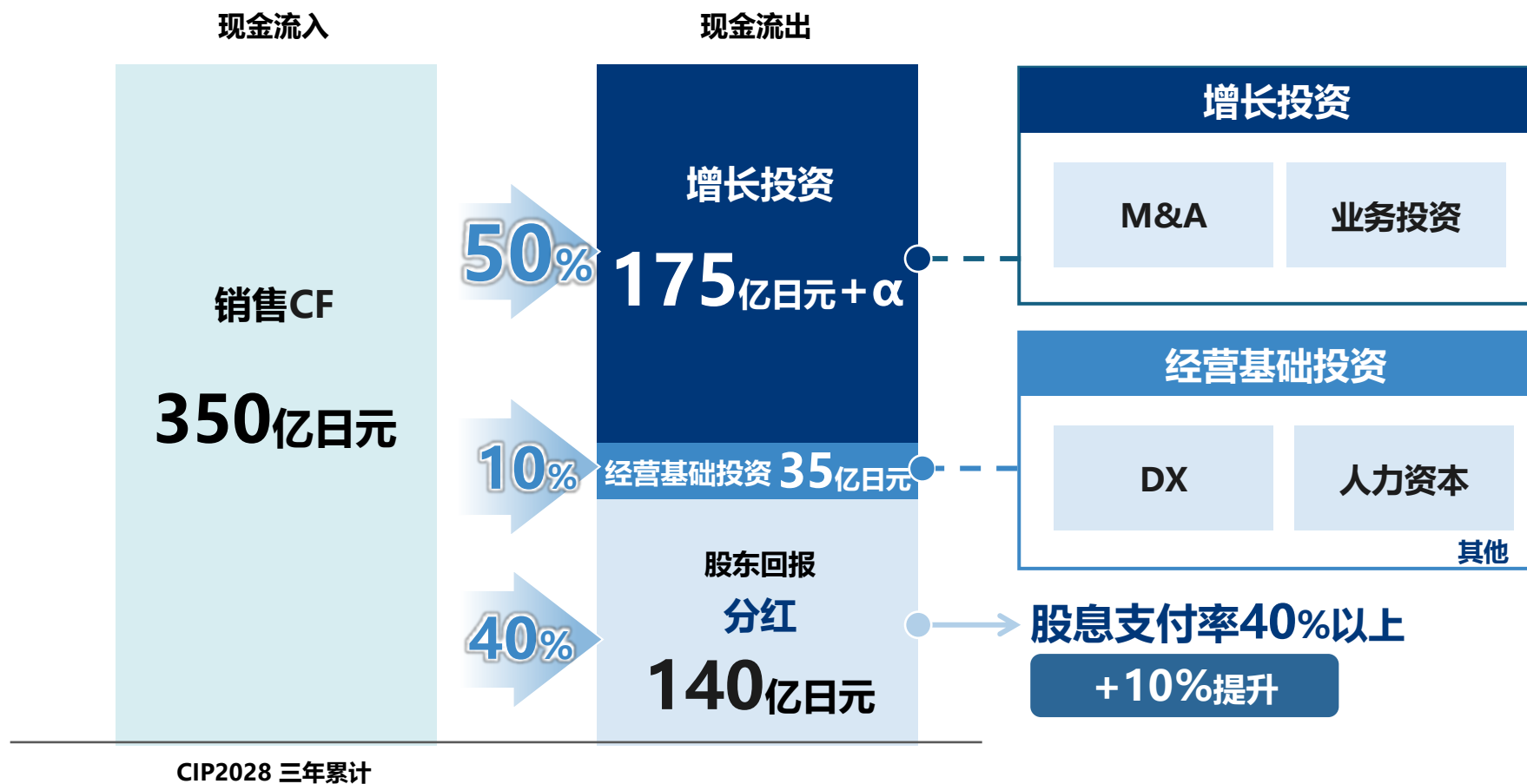


财务战略

| | |
|--------------|----|
| 资产配置 | 22 |
| 增长投资政策 | 23 |
| 股东回报 | 24 |
| 逻辑树 | 25 |

资金配置

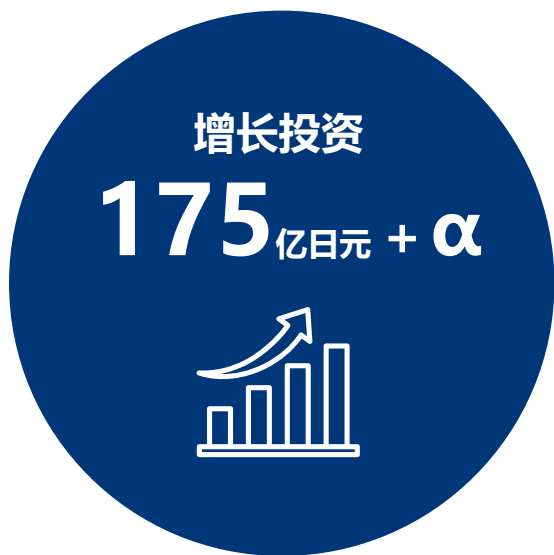
- 通过实施持续增长投资，加强股东回报



增长投资政策

- 以强化供应链等，推进促进业务领域拓展的增长投资
- 利用外部资金等，推进提升资本效率的增长投资

各业务投资政策



纺织业务

■ 提升全球价值链韧性

设备投资

- 推进高附加值化、与终端直连的稳定接单及新业务举措

M&A · 业务投资

- 拥有全球市场销售渠道的企业
- 拥有强大消费者触点的企业
- 能够发挥协同效应的企业

■ 品牌建设投资

- 提升CHORI品牌及产品的全球市场认知度

化学品业务

■ 推进No.1战略

出资

- 拓展新客户，确立制造商地位
- 强化半导体材料、再利用及化妆品业务

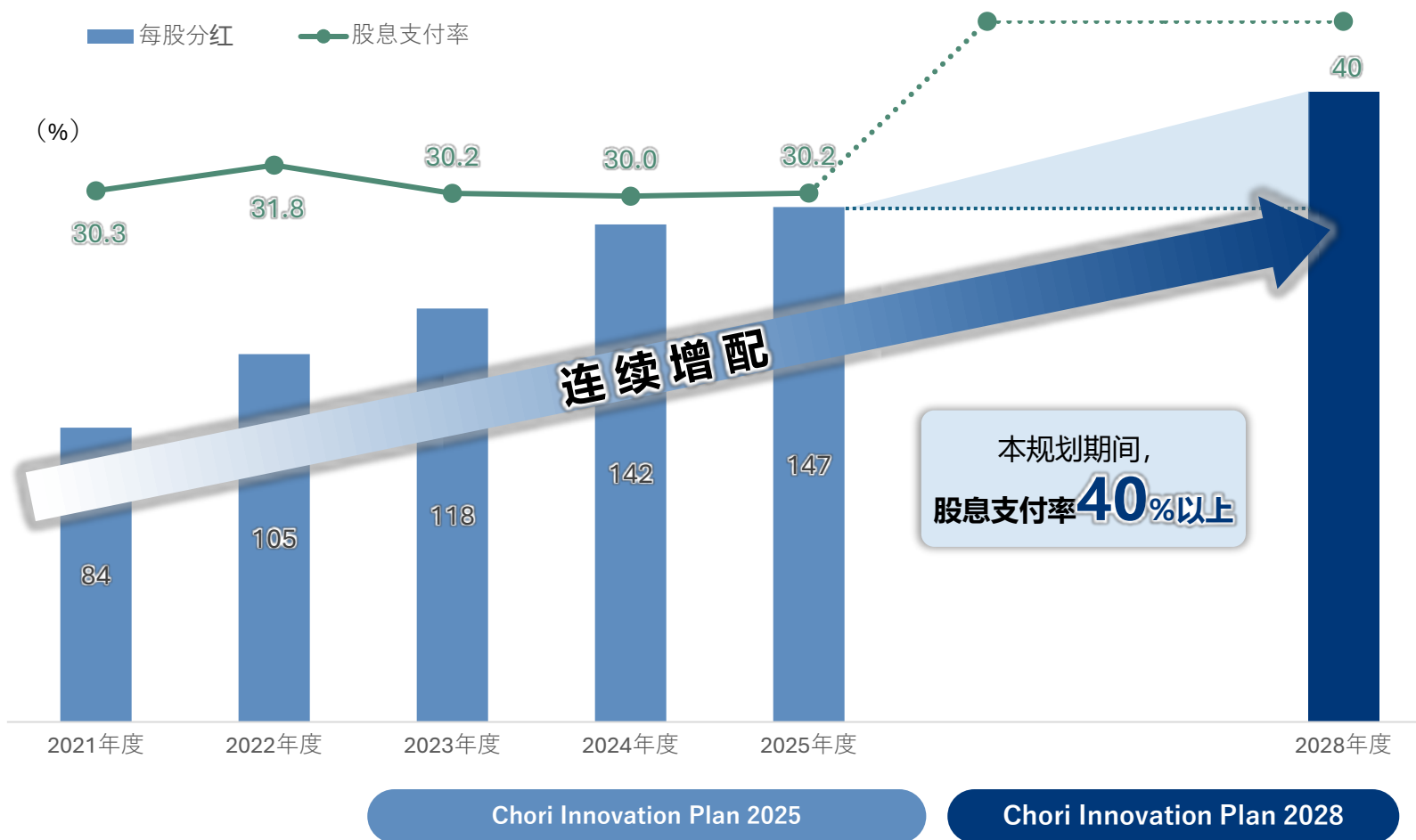
设备投资

- 扩大加工食品及医药、农药中间体与原料药业务

■ 通过并购 (M&A) 扩大业务领域

股东回报

- 分红政策方面，将股息支付率由30%以上提高至40%以上，并维持净资产收益率（DOE）※在3.5%以上



※：净资产收益率（DOE）= 分红总额 ÷ 净资产

逻辑树

提升企业
价值
PBR

强化盈利能力

关键KPI
提升
ROE

主要KPI

| | |
|----------|-------|
| ROE | 10%以上 |
| 营业利润率 | 5% |
| 海外营业收入占比 | 40%以上 |
| 股息支付率 | 40%以上 |

重点举措

- 业务组合优化
- 高附加值产品开发
- 提升海外营业收入占比
- 加强股东回报

持续增长

关键KPI
提升
PER

主要KPI

| | |
|-----------|------------------|
| 增长投资 | 175亿日元+ α |
| 经营基础投资 | 35亿日元 |
| 可持续产品营业收入 | 350亿日元 |

重点举措

- 战略性业务投资(M&A)
- 通过DX推动经营变革与业务变革
- 重要课题相关举措
 - 推动促进可持续发展的业务
 - 人才培养
 - 加强供应链管理
 - 加强公司治理

经营基础战略

| | |
|--------------------|----|
| 经营基础战略 | 27 |
| 加强人力资本建设 | 28 |
| 扩大可持续产品 | 29 |
| 加强公司治理与供应链管理 | 30 |
| 通过DX推动经营变革 | 31 |

经营基础战略

● 推进可持续发展经营，持续提升企业价值

- 核心人才培养
- 职业发展支持
- 营造积极的企业文化
打造富有创造力的组织氛围

- 维持并加强稳定的供应链
- 尊重人权



推进人才培养
推进多元化



供应链管理的强化

DX基础设施与人才

重要课题



推动有助于实现
可持续富足社会的业务



加强治理
严格合规

- 扩大可持续产品的经营范围

- 加强集团治理
- 网络安全对策

推进可持续
发展经营
提升企业价值

加强人力资本建设

- 充分发挥人才的最大潜能，提升企业价值，确立作为长期被信赖与选择的商社地位
- 通过形成价值创造的良性循环，不断推动人才成长，实现企业的可持续发展。



| 重点战略 | 驱动业务增长的核心人才培养 | 助力个人成长的职业发展机会 | 积极与创新性的组织文化 |
|---------|--|---|---|
| 主要举措与制度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 业务与人事协同机制 ● 构建并完善全球化人才培养体系 ● 高管及管理層接班人培养计划 | <ul style="list-style-type: none"> ● 通过对话制定职业规划 ● 充实职业发展通道与人才培养计划 | <ul style="list-style-type: none"> ● 完善促进挑战与成长的制度 ● 推动跨部门项目的创出与活动支持 ● 建设多元包容的人才环境与制度体系 |
| 推进体制 | HRBP※、企业内部品牌建设推进委员会、多元化与包容性推进委员会 | | |
| 关键监测指标 | 员工敬业度调查得分 | | 女性管理人员比例 |

※：HRBP (Human Resources Business Partner)：推动业务部门与人力资源部门协同运作，设计并实施支撑各业务发展的关键人才战略。

扩大可持续产品※1

- 在履行社会责任的同时，将其定位为推动业务增长的驱动力

环境



供应链 温室气体排放降低

- 含生物基原料的树脂
- 含再生材料的包装材料

降低环境污染

- 原液着色涤纶丝 ECOSOL®※2
- 可生物降解树脂

能源效率提升 可再生能源普及

- 锂离子电池

资源循环 (再生材料利用)

- 再生涤纶丝 ECO BLUE®※2
- 采用可回收原料汽车内饰材料
- 利用PET废料的吸音材料 B-LOOP®※2

生活



食

- 安全食品与食品添加剂
- 减少食品浪费
- 土壤中易降解的农药

衣

- 高卷曲纱线 SPX®※2
- 高伸缩功能纱线 TEXBRID®※2

健康

- 通用原料与中间体
- 原研药原料及中间体

※1: 再生材料利用、生物基原料应用等

※2: 本公司的自有品牌

加强公司治理与供应链管理

- 加强集团治理与供应链管理，提升可靠性与稳定性，构建可持续运营基础



加强集团治理

CIP2028所追求的愿景

- 维护并强化集团治理体系
- 持续开展集团合规培训
- 应对非法访问与网络攻击的强健网络安全措施
- 推进高透明度、激励明确的高管薪酬制度改革



加强稳定供应链建设

CIP2028所追求的愿景

- 维持高品质、安全性优异的产品与原料采购能力
- 维持并强化稳定的供应链
- 维持尊重人权的供应链
(持续开展CSR采购问卷调查)

通过DX推动经营变革

- 以推动经营变革为导向，落实各项举措

Chori Innovation Plan 2028

DX驱动的经营变革

DX人才
扩充队伍



数字文化
培育发展

DX人才招聘与培养

将数字工具融入业务流程

开展DX与数据利用培训

DX应用案例的全公司共享
(内部沟通平台)

在各事业部门设立DX推进室并培养推进负责人

DX基础设施建设



构建统一数据平台
(数据驱动的快速且精准决策)

电商平台构建 (B to B)

运用AI与SFA强化数字营销



数据驱动经营

业务组合优化

提升销售提案能力
创造附加价值

构建竞争力
供应链

Appendix



纺织业务 业务板块概要

● 从上游原料、中游纺织与材料到下游服装等最终产品，全面开展业务

材料

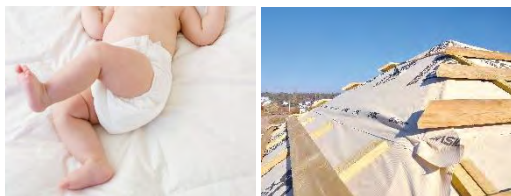
纺织原料与原丝

- 合成纤维原料
- 涤纶纱
- 尼龙纱
- 再生原料



生活·基础设施材料

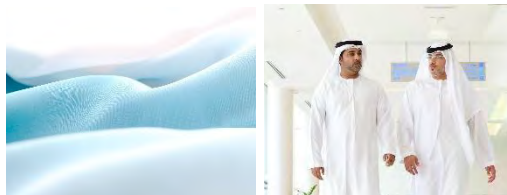
- 用于纸尿裤、口罩等的无纺布等卫生材料
- 薄膜材料
- 住宅防水膜及隔音、减振材料等建筑材料



纺织

面料

- 功能性与可持续面料
- 运动服面料
- 中东民族服装面料



汽车用材料·零部件

- 汽车内饰用表皮及原丝
- 安全气囊
- 吸音材料等、汽车用纤维部件



服装

时尚服装

- 大型SPA及综合服装企业
- 路边店、零售

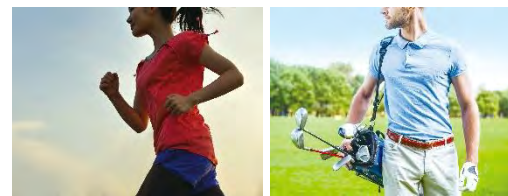
工装·西装

- 男装
- 工装
- 医用服装



运动服

- 运动休闲·户外
- 高尔夫服装
- 健身
- 内衣



纺织业务 环境认知 · 竞争优势

环境认知

风险



地缘政治风险下
价值链变化
及流动性增强



人口减少
国内市场缩小
劳动力不足



全球通胀加剧
利率上升
汇率剧烈波动

机遇

- 全球服装市场扩大
稳定增长
 - 人口增长 · 中间阶层扩大
城市化
 - 气候变化（变暖、极端天气）
适应需求
 - 可持续发展需求提升
- 追求健康与舒适的生活方式
变化
- 汽车电动化
内饰豪华化

较高的市场份额

- 合成纤维原料
- 中东民族服装用面料
- 建筑材料及防水透气膜
- 车辆内饰用原丝及面料
- 西装
- 高尔夫服装

竞争优势

1 | 一体化全球价值链



世界领先的纺织
产地（北陆地区）
合成纤维材料
开发与生产网络



在中国及东盟
拥有优质客户
资源基础
及强大合作关系



面向中东等海外
成长市场
拓展销售据点

2 | 从原料开发实现差异化并提供丰富的高附加值产品

210 亿日元 (2025年度 成果)

TEXBRID®、ECO BLUE®、SPX®等
可持续产品销售额

近三年营业收入CAGR

约**11**%增

3 | 拥有丰富专业知识的人才队伍

- 拥有丰富专业知识与经验并能够从客户问题解决出发开展工作的专业人才队伍

纺织业务 自有品牌①

可持续发展理念：BLUE CHAIN®（蓝链）

- 以纺织产业从上游到下游为对象、覆盖全供应链的公司独有项目
- 与合作伙伴协同推进，扩大采用再生材料等要素的纱线、面料及产品的应用



BLUE CHAIN®举措

ECO BLUE®

由回收PET瓶制成的再生涤纶纱



BLUE CHAIN®核心产品回收废旧PET瓶并清洗粉碎再生为新型纤维。从长纤维到短纤维，提供超过200种品类。将来自国内外生产体系的优势，与自主开发的高功能素材相结合，创造出不仅限于再利用、且具有附加价值的纱线。

ECO BLUE®×WS™

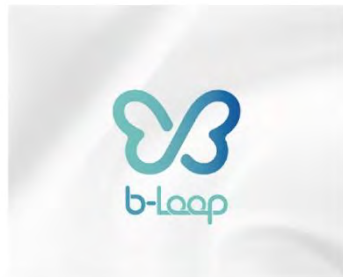
再生涤纶纱×速染纱



小松马蒂埃股份有限公司开发的快速染色纱线“WS™※1”（速染系®※2），具有在低温条件下实现快速染色的特点，可大幅缩短染色时间，从而减少染色加工工序中的CO₂排放量。此外，与ECO BLUE®结合使用，可通过两大要素进一步降低CO₂排放。

B-LOOP®

纺织产品中再生材料应用体系



在制造过程中产生的纱线废料及废弃服装等被回收利用，通过再加工还原为纱线或毡材，根据不同用途再用于服装或工业材料等领域。对于难以再生的材料，则在开松处理后，再利用于汽车吸音材料及防洪用河岸垫等产品。

※1：“WS™”是小松马蒂埃股份有限公司的注册商标。
 ※2：“速染系®”是小松马蒂埃股份有限公司的注册商标。

纺织业务 自有品牌②

BLUE CHAIN®的举措

BLUENY®

使用再生原料制成的尼龙

开展源自纤维废料的再生尼龙“BLUENY LOOP”，以及以回收渔网为原料的消费后再生尼龙“BLUENY OCEAN”，提供多样化的环保材料选择。



TEXBRID®

具有优异形态恢复性的高弹性功能纱线

采用弹簧状分子结构，具备优异的拉伸性与伸长恢复性的高弹性功能纱线。能够在不压迫身体的情况下自然贴合，实现舒适的穿着体验，且不易起皱，适用于从运动到商务的日常多场景使用。



ECOSOL®

原液着色聚酯纤维纱线

在纱线生产阶段进行着色（原液着色），因此无需后道染色工序中的染料。与在织物阶段进行染色相比，该材料有助于在纱线制造阶段降低用水量和二氧化碳排放量。



SPX®

赋予伸缩性、蓬松感与轻量特性的传统纱线加工工艺

北陆产地历经50年以上传承的日本独有的PIN假捻加工高卷曲聚酯弹力纱。通过采用蓝宝石玻璃转子的传统工艺，兼具轻量性、优异的伸缩性与蓬松感，广泛应用于从时尚到运动等多种领域。



化学品业务 业务板块概要

- 在细分原料、领域及市场中，创造独特的商业模式。

合成纤维原料·树脂原料

生物基来源、再生材料

主要商材

主要最终产品

尼龙原料·再生尼龙

- 安全气囊、轮胎帘子线、增塑剂、包装材料

生物基来源·生物降解树脂

- 农业用地膜、餐具吸管、涂层材料

聚氨酯原料

- 聚氨酯泡沫、弹性纤维、超细纤维、热塑性树脂



生命科学材料

用于饲料、肥料，以及加工食品的食品原料及添加剂

主要商材

主要最终产品

化妆品相关商材

- 化妆品、护肤产品

药典级葡萄糖

- 人工透析液、输液产品

品质改良剂
(添加剂制剂)

- 畜肉、水产加工制品、冷冻寿司

抹茶粉

- 清凉饮料、加工食品



电子材料

半导体、用于电子部件的材料

主要商材

主要最终产品

电子材料部件

- 半导体、显示器、传感器、光纤

无机化学品
(电子级)

- 半导体、高性能材料、电子部件、积层陶瓷电容器

离子液体

- 锂离子电池

铝电解电容用化成箔

- 铝电解电容器



医药及农药中间体·原料药·原体

抗癌药物、过敏、生活习惯病、用于降压药等医药品的原料

主要商材

主要最终产品

医药原料药·中间体

- 生活习惯病用药、过敏用药、抗癌药物

农药原体·中间体

- 除草剂、杀菌剂、杀虫剂



化学品事业 市场环境认知 · 竞争优势

环境认知

风险



由于地缘政治风险，未来预测变得困难。

市场缩小、竞争优势下降，尤其是在通用产品领域，新兴国家逐渐崛起，对既有市场格局形成冲击。



全球变暖对策等方面的推进，以及针对环境与生物多样性的相关法规，正在不断加强和完善。

机遇

- 行业内业务组合的重组
从增长前景有限、且易受市场波动影响的通用产品业务中，加速向半导体、生命科学、环境与能源等成长领域再投资的趋势。
- 向可持续社会的转型
- 随着数字化的推进，在提升业务效率的同时，商业模式的变革不断加快，并推动新的价值创造持续发展。

进军新领域（海外）

- 半导体领域/环保应对领域：
在东亚·东盟的业务不断推进与发展
- 精细化工领域：
在印度与中国的委托业务正稳步扩大。

竞争优势

1 | 以市场为起点、具备专业化商社功能



融合加工、技术支持及企划提案的
专业化商社功能



基于市场导向思维的
丰富商材体系与强大的
客户应对能力



具备独立开展产品开
发体制与提案能力

2 | 全球化网络与市场开拓能力

70%超

贸易比例

以商社功能与高附加值商材为武器开展业务，尤其在新兴市场的市场开发方面具备优势。

- 活用蝶理机械所构建的海外网络，进一步扩大全球业务规模。

3 | 具备高“判断力”的销售人员 × 数字化转型 (DX)

- 在具备发掘与培育供应商能力的“判断力”人才基础上，通过DX活用，加速以市场为导向的业务模式发展。



CHORI 挑战你的梦想。

※：本资料中所记载的业绩预测及未来前景，是基于本资料发布日当时可获得的信息编制而成。
※：本资料并不对本公司未来的内容及业绩作出任何保证。

蝶理株式会社