MORITO

モリト株式会社 統合報告書

2025

MORITO

あたりまえに、新しさ。

What is MORITO?

私たちにとって「あたりまえ」とは、「日常生活の中でいつも身近に存在しているものであること」
「使用時に違和感がなく、ストレスを与えないこと」です。一見、あたりまえのように思われている
パーツではありますが、私たちは常に使いやすさを追求し、その目的に合った商品の開発・提案を続けています。
あなたの身の回りにも、「あたりまえに、新しさ。」が隠れているかもしれません。ぜひ探してみてください。

アパレル関連事業では、カジュアル・スポーツ・高級ファッション・メディカルなど、幅広い業界のブランド向けに服飾パーツを世界中で販売しています。ホックは、創業当時からの主力商品で、世界トップクラスのシェアを誇ります。使用用途に合わせた機能性やデザイン性を持つホックを、顧客ニーズに応じて企画・開発・提案します。

プロダクト関連事業では、シューケア商品、サポーターをはじめ、日用品全般のパーツ販売、OEM・ODM商品の企画・開発・販売や、厨房のダクトのフィルター、サーフボード・スケートボードなど、バラエティに富んだ商品を取り扱っています。中でも学校用品のパーツ・製品は、子どもたちに合わせた企画・デザイン提案を行い、生産まで対応します。

ハトメやマジックテープ®などのパーツを自動車業界に販売するようになったことから、輸送関連事業がスタートしました。自動車・鉄道・航空機を中心に、ネット・ストラップ・アームレストなど様々な内装パーツをグローバルに提供しています。カーマットなどに付いているメタルエンブレムは国内シェアNo.1*です。

* 当社調べ

こんなところにモリト

私たちの暮らしの中のこんなところやあんなところに、モリトのパーツが使われています。
普段は意識することがないほど「あたりまえ」にある小さなパーツに、どのような「新しさ」がプラスされているのでしょうか。

あたりまえに、新しさ。

3つの商品を例に、それぞれの開発に込められた「新しさ」について、担当社員が説明します。

留めている時だけでなく、
外している時もスタイリッシュな
デザインにこだわったホックです。

モリトアパレル株式会社
YOSOOU事業部

高い耐久性と安全性に加え、
子どもたちにとっての
扱いやすさを追求しました。

モリトジャパン株式会社
ビジネスサプライ営業部

幅広いノウハウを活かして
お客さまのご要望に応え、
高い品質をグローバルに届けています。

モリトオートパーツ株式会社
営業部

ブラインドホック

ホックを外した時のデザインにこだわりたいというニーズに応えた商品です。ホックは凸部分の周りに平らなツバが付くことが多いですが、このホックにはツバがなく、フラットでスタイリッシュなデザインとなっています。カジュアルウェアの中でも、特に冬物のアウターに多く使用されます。通常のホックよりも、取り付ける服の生地との相性を検証する必要があるため、企画段階での提案や生産工場の打ち付け指導など、グローバルなサポート体制のあるモリトだからこそ販売できるアイテムです。

学校用品のパーツ・製品

子どもたちが在学期間中に使い続けるため、学校用品には高い耐久性と安全性が求められます。厳しい品質基準をクリアするため、サプライヤーと何度も試作と検証を繰り返して商品の開発を行います。さらに子どもたちが使う時のことを考え、できる限り扱いやすい商品になるようデザインを検討します。顧客の大まかなニーズから具体的なデザインを企画・提案し、パーツの調達や縫製など、完成品を作り上げるまでのすべての工程を、一気通貫して対応できるのはモリトならではの特徴です。

メタルエンブレム

各自動車メーカーのロゴが入るため、デザインへの要望が多い商品です。モリトは各営業担当がモノづくりのノウハウを持っているので、顧客ニーズを叶える加工方法や設計をスピーディーに提案できます。マットへの取り付け方法はホックで培った技術を応用し、工場での作業性の向上を提案しています。世界各地で生産を行う自動車メーカーに合わせたグローバルな調達・供給力と、自動車に乗る人の安全を守るために安定して高い品質を届けられることがモリトが選ばれる理由です。

数字で見るMORITO

創業
1908年

世界シェアNo.2*1
金属ホック／
ナショナルブランドベビー服向け指定業者

国内シェアNo.1*1
マジックテープ®／ハトメ・金属ホック／インソール／前カン／サーフボードプランクス／
自動車メタルエンブレム／業務用グリスフィルター レンタルサービス

ホックの年間販売量
10億個以上

マジックテープ®の年間販売数量（距離）
約9万km　地球2周分以上

連結従業員数
1,509名*2

海外従業員比率
66.3%*2

国内外グループ会社
23社*3

事業内訳
調達：生産　約7:3

連結売上高
約485億円*4

営業利益
約28億円*4

純利益
約25億円*4

自己資本比率
70%台

配当
5期連続増配*5

連結自己資本配当率（DOE）
4.0%基準

※ マジックテープ®は株式会社クラレの登録商標です。
*1 当社調べ　*2 2024年11月30日現在　*3 2025年4月1日現在　*4 2024年11月期
*5 2025年11月期予想年間配当を含む

CEO Message

社長メッセージ

「積極・堅実」を貫き、
グローバルニッチトップ企業へ

私たちモリトの歩みは、1908年、創業者の森藤寿吉がハトメ・ホックの仲買商を開業したことから始まりました。以来、「つなぐ・留める・飾る」を軸に取り扱い商品数を増やし、現在では、メーカー機能をあわせ持つ「パーツの総合商社」として、洋服や靴、スポーツ用品、学校用品、自動車などに使われる50万点を超えるパーツの開発・調達・販売を行い、グローバルに事業を展開しています。中でも、ハトメ・金属ホック、マジックテープ®、インソール、自動車メタルエンブレムなどにおいては国内シェアNo.1*を誇り、世界的にトップシェアを占めるものもあります。

　このように当社がグローバルニッチトップ企業へと歩みを進めてこられたのは、創業理念の「積極・堅実」を117年以上実践し続け、お客さまやサプライヤーさまとの信頼関係を構築してきたからにほかなりません。「積極・堅実」とは、「自ら進んで判断・行動することで、確実に成果を上げることができる」ということを意味します。例えば、当社ではお客さまからパーツのご依頼をいただく際には、その最終製品のコンセプトや要件、課題を積極的にヒアリングし、お客さまの潜在的なニーズへの理解を深めます。そうすることで、もともとのご依頼に対し、数ある商品レパートリーの中から的確な商品を選定するだけでなく、その周辺パーツや設計・デザインについて自主提

案することもできます。各業界の品質基準などを熟知した細やかな提案は、お客さまに喜ばれ、周辺パーツやそれらを加工した半製品の受注につながります。このようなモリトの営業スタイルは、「積極・堅実」の実践を表す一例といえるでしょう。また、一般的に異なる素材のパーツを組み合わせる場合、お客さまは素材ごとに異なるサプライヤーと取引をする必要がありますが、モリトでは、一括で異素材を組み合わせた製品を調達することができます。いまだ、この世にないパーツであっても、メーカー機能を兼ね備えた当社では、お客さまのご要望に基づいた商品の開発も可能です。このように、「困った時はモリトにお願いしよう」と思われるような、商社を超えた「便利屋」としての機能を果たし、モノづくりをするお客さまにとって欠かせないパートナーであることが、BtoBにおける当社の存在価値となっています。

　加えて、早くからグローバル進出を進め、アジアと欧米を中心に製造・調達・販売網を構えていることも当社の強みです。当社は誰もが知る世界的メーカーとも取引がありますが、そのようなお客さまの多くは本部を欧米に置き、生産工場をアジアに設けています。当社はグローバルに拠点や代理店を展開することで、本部への企画・開発提案から、生産工場への作業指導、万が一のトラブルに対するサポートまでを一気通貫で担い、できるだけお客さまの近くで高品質な商品やサービスを提供することにより、厚い信頼を得ています。

* 当社調べ

コロナ禍を機に構造改革を加速し、収益性を大きく改善

当社のビジネスは、日常生活に欠かせないもののパーツを扱っているため、あまり流行や景気に左右されません。また、時代とともに姿かたちが変わっても、決してなくなることはないでしょう。そして、アパレル・プロダクト・輸送関連の3つの事業を柱に、様々な業界で、グローバルに事業を展開していることから、非常に安定したポートフォリオとなっています。実際に、これまでオイルショックやリーマンショック、新型コロナウイルスの感染拡大の影響など、幾度となく経済危機を経験してきましたが、当社は創業以来一度も赤字*を計上したことがありません。

　しかし、新型コロナウイルスのパンデミックが宣言された2020年11月期には、当社も大きな影響を受け、私は社長としてモリトの歴史上初となる赤字を覚悟しました。社員やその家族の安全を第一優先とし、「今期の赤字はやむを得ない」とすると、次にすべきことは「中長期的な未来に向けた土台づくり」であり、具体的には組織構造改革でした。当時のモリトは、その強固な事業ポートフォリオが故に、ある事業で業績がおぼつかなくても他の事業で賄うことにより、全体として堅調な業績を維持できていました。その結果として、たとえ所属している事業が大きく落ち込んだとしてもどこか他人事のような感覚が社員一人ひとりにあり、健全な危機感が欠如

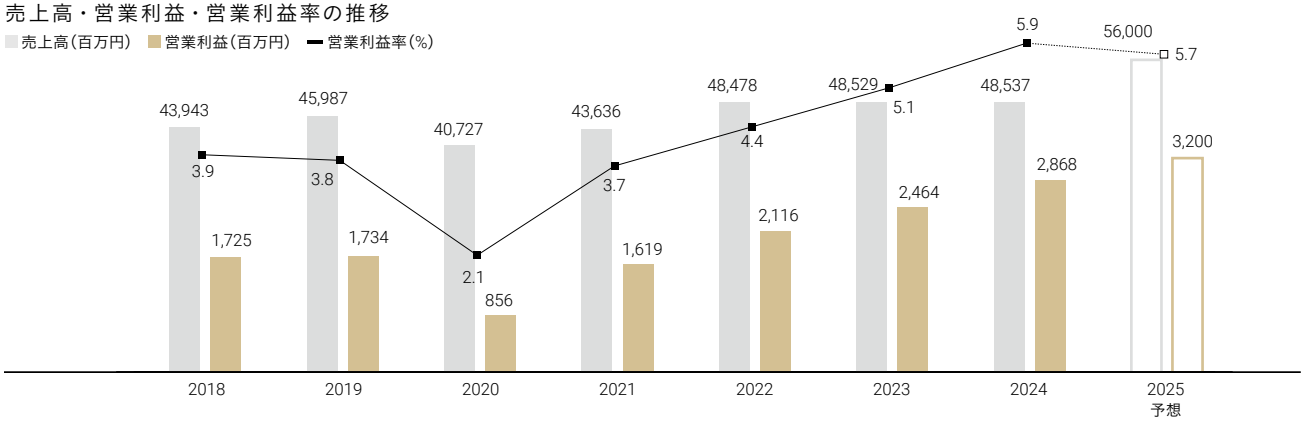
した、いわゆる大企業病的な体質が課題でした。そのため、2019年11月期から分社化などの構造改革を進めていましたが、コロナ禍を機に経営体制の見直しを加速させ、2022年6月には当社グループ最大の事業会社であるモリトジャパン株式会社を、アパレル関連事業・プロダクト関連事業・輸送関連事業の事業軸ごとの3社に分社化しました。

予定より少し時間はかかりましたが、この構造改革により、それぞれの市場や顧客、商習慣の変化に対し、迅速かつ柔軟に対応できる体制となりました。そして何より、構造改革に伴って収益性に対する意識改革が起き、各社の経営層をはじめ、社員一人ひとりが自社の損益に責任を持ち、主体的に創意工夫できるように変わったと実感しています。さらには収益性だけでなく、バランスシートやキャッシュ・コンバージョン・サイクルに表れるような財務安定性、資産の効率性などへの意識も向上したことは、想定を上回る効果でした。その成果は業績にもはっきりと表れています。

そうして各社の自立とともに遠心力が強まった一方、グループとして同じ方向を目指すための求心力を強化することも必要と考え、新たにタグラインを作成する部門横断型プロジェクトを立ち上げました。タグラインとは、企業やブランドの価値観や理念、提供する価値を端的に表した短い言葉です。そして、皆で「モリトらしさ」を言語化し、議論を重ね、作り上げたタグラインが「あたりまえに、新しさ。」でした。この言葉には、日常生活のあたりまえをより良くする新しさをプラスする「モリトグループの提供価値」と、新しさをプラスすることがモリトのあたりまえであるという「モリト社員の姿勢」の2つの意味が込められています。

＊営業利益ベース

売上高・営業利益・営業利益率の推移



中長期的成長に向け、トップラインを高める

2022年11月期から2026年11月期の5年間を対象とする第8次中期経営計画(以下、中計)では、「筋肉質な利益体制の構築」と「未来に向けた積極投資」を掲げています。3年目となる2024年11月期は、日本国内の暖冬やリバウンド需要の一巡によるアパレルメーカーの減産、一部自動車メーカーの生産停止の影響など、厳しい状況であったにもかかわらず、売上高485億3千7百万円、営業利益28億6千8百万円、経常利益30億3百万円と、2期連続で過去最高の売上高、営業利益、経常利益を達成しました。先ほどもお話しした通り、構造改革をはじめとした社員一人ひとりの意識改革により収益性が大幅に改善し、中計における営業利益目標の30億円は、2025年11月期に早期達成を見込めるほど、「筋肉質な利益体制の構築」を目指した取り組みは大きな成果を上げています。

しかし、それだけでは事業はやがて成熟し、売上、利益ともに頭打ちとなってしまうでしょう。そこで、既存事業を継続的に成長させるために、「未来に向けた積極投資」としてM&Aに力を入れており、2024年12月には株式会社 Ms.ID(以下、Ms.ID)を当社グループに迎えました。Ms.IDはECファッション、アクセサリー、海外展開高級ニット、ECプラットフォームの4つの事業を行っており、当社グループのアパレル関連事業におけるBtoC事業領域の拡大や、ECプラットフォーム事

社長メッセージ

業を活用したBtoC事業のマーケティングおよび販売の強化などといったシナジー効果が期待されます。BtoC向けに機能性・デザイン性・耐久性などにおいて高付加価値を備えたアパレルブランドを多数展開することにより、収益性の向上はもちろん、アパレルブランドのニーズを先取りしたパーツの開発や、EC・SNSを活用したマーケティングの知見獲得など、今後のBtoB、DtoC事業の成長性を高める狙いです。

ただし、M&Aは成立後のPMI（企業買収後の統合プロセス）こそが肝心です。両社の人間が現場レベルで同じ目線に立ち、共にシナジーの創出に向けアイデアを出し合い、具現化することで、初めてM&Aが成功したといえます。近年、地政学リスクが高まる中、当社が以前から取り組んでいた「地産地消」の重要性はより一層増しています。特に現場に身を置く社員は、急激な社会環境の変化を肌で感じ、危機的状況を打開しようと主体的に動き始めています。Ms.IDに限らず、新しく仲間入りした会社の事業や特性を深く理解し、互いに尊重しながらシナジーを創出することで、共に課題を乗り越え、グループ一丸となってトップラインを大きく引き上げていきたいと考えています。

新しい「あたりまえ」を創り出す

また、当社はRideeco®（リデコ）をコンセプトに持続可能な社会を実現するための事業を展開し、中計における成長戦略の柱と位置付けています。私たちモリトにとって、サステナビリティとは社会全体で目指すべき「あたりまえ」だといえます。実際に、欧州のアパレル業界では、サステナブルな素材や製品を扱うことが一般的になりつつあり、日本国内でも年々引き合いが増加しています。そのような、新しい「あたりまえ」を創り出すことがモリトの使命であると同時に、そのための活動自体もまた持続可能でなくてはならないと考えています。つまりは、事業として収益を上げることが前提です。当社は現在、廃漁網を活用した生地やパーツ、縫製工場で出るはぎれを活用した混抄紙ASUKAMI®の開発などの環境への取り組みを加速しており、中計で掲げる売上高10億円の達成に向けて堅調に推移しています。2025年11月期にはサステナブル商品開発を行う専門部署を新設し、引き続き本物のサステナビリティにこだわり、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

最後に

私は2013年11月から当社の代表取締役社長を務めています。就任当初、「モリトはなぜ上場しているのか」を見つめ直したことがありました。そして、当社における一番の上場の意義は、あえて自らを公にさらし、様々な要求事項への対応が求められるような厳しい環境下に身を置くことで、現状の身の丈よりも少し背伸びをして、さらなる成長や進化を促すためではないかと考えました。近年でいうと、資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応を求められていますが、それを契機に、ROEの向上に向けて、株主還元により株主資本の積み上げを抑制し、「未来に向けた積極投資」に有利子負債などを有効活用する方針を打ち出すなど、市場から良い刺激を受けていると思います。

これからも「小さなパーツで世界を変え続ける、グローバルニッチトップ企業」を目指して、グループ一丸となって励んでいきますので、株主・投資家の皆さまにおかれましてはモリトグループの価値観や戦略をご理解いただき、これからの100年の成長に期待していただけますと幸いです。

代表取締役社長

一條隆志

目次／編集方針

INTRODUCTION

1 What is MORITO?
4 数字で見るMORITO
5 社長メッセージ
9 目次／編集方針

OUR VALUE CREATION

10 MORITOの歩み
12 事業概要
13 グローバル展開
14 価値創造プロセス
15 バリューチェーン上の強みの発揮
16 モリトが実現するグローバルニッチトップ
18 特別鼎談：グローバルニッチトップで新しい存在価値を創造する

OUR STRATEGY

20 中期経営計画
26 座談会：モリトらしい人的資本戦略が会社をさらに面白くする
28 事業別戦略

SUSTAINABILITY

30 モリトグループのサステナビリティ
31 マテリアリティ
32 環境
35 社会
38 ガバナンス
41 役員一覧
42 社外取締役メッセージ

DATA

43 財務データサマリー
44 非財務データサマリー
45 グローバルネットワーク
46 会社情報・株式情報

編集方針

モリトグループは、パーツの総合商社として「小さなパーツで世界を変え続ける、グローバルニッチトップ企業」を目指しています。『統合報告書2025』では、当社の価値観・ビジネスモデル・強みをご説明するとともに、当社に根付くMORITO VALUEが、いかに当社の持続的な価値創造につながっているかを紐解きます。『統合報告書2025』が、株主・投資家・お取引先の皆さま、社員など、当社グループと関わるすべての方との対話を深めるきっかけとなれば幸いです。

なお、編集にあたっては、IFRS財団が推奨する「国際統合報告フレームワーク」、経済産業省の「価値協創ガイダンス」などを参考にしています。

ロゴデザインコンセプト

新しさに触れた時の"動悸"を「M」に表現。様々な業界を支えるバイプレイヤーを意識し、書体の下をカットして少し隠れたようなイメージにするとともに、太陽が昇るような力強さを表現しています。

Environment Social Governance 価値協創ガイダンス Guidance for Collaborative Value Creation

MORITO
あたりまえに、新しさ。

見通しに関する注意事項

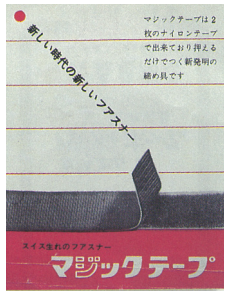
本統合報告書における業績予測や将来の予測に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予測であり、潜在的なリスクや不確実性、その他の要因が内在されています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。また、当社は新しい情報、将来の出来事等に基づきこれらの将来予測を更新する義務を負うものではありません。

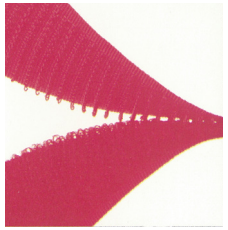
報告対象範囲

2023年12月1日～2024年11月30日
必要に応じて対象期間外の事業活動報告も含みます。
モリト株式会社、連結子会社20社、持分法適用関連会社1社
対象範囲が異なる場合は、その旨を記載しています。

MORITOの歩み

創業から117年、「積極・堅実」にグローバル進出





当時の広告（左）、マジックテープ®（右）

社運を賭けたマジックテープ®

今でこそ、様々なものに使用され、誰もが知るところとなったマジックテープ®ですが、その日本国内の普及にはモリトの社運を賭けた大勝負がありました。1957年（昭和32年）当時、二代目社長の山口は、2枚のテープを合わせるとぴたりと留まり、しかも着脱自在な最新のテープの話を聞きつけると「これは面白い」と飛びつき、当時の資本金3,750万円を超える4,000万円の保証金を投じ、紆余曲折の末に総代理店の権利を獲得しました。しかし、当初は高価であったことからなかなか売れず、在庫の山となり、業界内でも中傷の声がありました。それでも「欧米で活用されながら、日本にはまだない画期的な商品であり、必ず売れるはずだ」と全社を挙げて販売に取り組んだ結果、1963年（昭和38年）に日系自動車メーカーのフロアマットへの採用を皮切りに、新幹線車両の座席シートカバーからオムツカバーまで、多岐にわたる分野で普及し、点（ホック）、線（ファスナー）に次ぐ、面の留め具としてモリトの主力商品に成長しました。

創業

1908年（明治41年）
創業者の森藤寿吉がハトメ・ホックの仲買商を開業

1935年（昭和10年）
「株式会社森藤商店」を設立
法人化と同時に「輸出部」と「仕入部」を設置し、海外取引を本格化

1963年（昭和38年）
森藤株式会社と改称
年間売上が80億円にせまる業界きっての「服装履物付属総合商社」として定評を獲得
この頃に大阪本社ビルを設立

1976年（昭和51年）
社名を「モリト株式会社」と改称
「森藤」の精神を受け継ぎつつ、さらなる海外展開の意志を込めた社名改称

1977年（昭和52年）
初の海外子会社である摩理都實業（香港）有限公司 設立（現 MORITO SCOVILL HONG KONG CO.,LTD.）

1983年（昭和58年）
KANE-M,INC.設立【アメリカ】（現 MORITO NORTH AMERICA, INC.）

1985年（昭和60年）
MORITO(EUROPE)B.V.設立【オランダ】

1987年（昭和62年）
エース工機株式会社設立

1989年（平成元年）
大阪証券取引所市場第二部に上場

2000

2001年（平成13年）
摩理都實業（香港）の子会社として華健金属製品有限公司をM&A【中国】（現 摩理都工貿（深セン）有限公司）

2003年（平成15年）
佳耐美国際貿易（上海）有限公司設立【中国】（現 摩理都（上海）国際貿易有限公司）

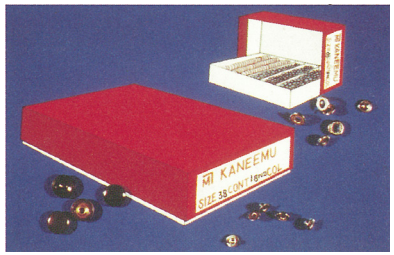
2008年（平成20年）
クラレグループと事業・資本提携
クラレファスニング株式会社を持分法適用会社に

創業100周年を迎える

海外展開の意志と「積極・堅実」を表すカネエムマーク

創業当時は商標に 〒 を使用していましたが、1916年（大正5年）に M（カネエム）に変更しました。

英文字を使用した商標は、当時としては斬新であり、大正時代から既に海外取引を始めていたことや、その後も積極的に海外展開を進めていくことを意識したデザイン変更でした。外側の ⌐（カネ）は大工などに使われていたL字型の物差しに由来し、正確さや堅実さを意味します。また、その形を積極的前進の構えとみたて、創業理念の「積極・堅実」を表しています。



「赤箱」の通称で知られた当時輸出していたホック

森藤個人商店時代の封筒

グループ共通の価値観 MORITO VALUE

モリトで働く私たちの中で、暗黙知として根付いているモリトの価値観や考え方、行動の在り方を言語化したものがMORITO VALUEです。

経営陣から従業員まで、国内外を問わずモリトグループで働く一人ひとりがこの5つの言葉の意味を理解し、日々の業務の中で実践することで、グループ一丸となってモリトらしい価値創造を実現します。

MORITO VALUE

01 顧客・パートナーから絶大な信頼を勝ち取る
02 自分の責任を果たす
03 想像力を発揮する
04 相手を理解し連携する
05 誠実である

環境への取り組み「Rideeco®(リデコ)」

モリトグループでは、2021年より環境にやさしい製品の開発と販売に向けた取り組みを始動し、廃漁網を活用した資材の開発や、水・電気の使用削減、有害物質を発さない製造プロセスを含め、より持続的なモノづくりを独自に追求してきました。さらに、自社だけの取り組みにとどまらず、「新たな価値を創り上げたい」と考えておられる企業や団体と業種や業界の垣根を越えて、美しい地球環境や資源を、未来につなげる新しい価値を創造する取り組み「Rideeco®」を実施し、成長戦略の一つとして位置付けています。

詳細はp21、32をご覧ください。

Rideeco

2010年(平成22年)
KANE-M DANANG CO.,LTD.設立【ベトナム】(現 MORITO DANANG CO.,LTD.)

2011年(平成23年)
KANE-M(THAILAND)CO.,LTD.設立【タイ】(現 MORITO TRADING (THAILAND)CO., LTD.)

2012年(平成24年)
・ミャンマー駐在員事務所開設【ミャンマー】(現 モリトアパレル株式会社ミャンマー駐在員事務所)
・KANE-M,INC.ミシガン支店開設【アメリカ】(現 MORITO NORTH AMERICA, INC.)

2013年(平成25年)
市場統合により東京証券取引所市場第二部へ移行

2014年(平成26年)
・株式会社マテックスをM&A
・SCOVILL FASTENERS (GSG FASTENERS, LLC)をM&A【アメリカ】(現 MORITO SCOVILL AMERICAS, LLC)
・MORITO VALUE制定

2016年(平成28年)
東京証券取引所市場第一部指定

2017年(平成29年)
MORITO SCOVILL MEXICO S.A. de C.V. 設立【メキシコ】

2018年(平成30年)
・モリト関東ロジスティクスセンター【埼玉】開設
・株式会社マニューバーラインをM&A

2019年(令和元年)
持株会社体制への移行に伴い、モリト株式会社(純粋持株会社)とモリトジャパン株式会社(事業会社)に会社を分割

2020

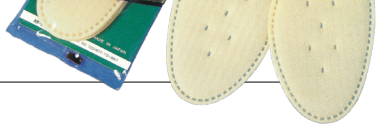
2022年(令和4年)
・第8次中期経営計画(2022年11月期～2026年11月期)を策定
・モリトジャパン株式会社を分割会社として、アパレル関連事業をモリトアパレル株式会社に、輸送関連事業をモリトオートパーツ株式会社に承継
・コーポレートブランド刷新
・環境への取り組み「Rideeco®」を始動
・市場区分の見直しにより東京証券取引所プライム市場へ移行

2023年(令和5年)
サステナビリティ方針の策定

2024年(令和6年)
株式会社Ms.IDをM&A

2025年(令和7年)
株式会社ミツボシコーポレーションをM&A

創業理念を受け継ぎながらも、変革し、新たな100年を創造する



MORITO

あたりまえに、新しさ。

常に進化し続けるために「あたりまえに、新しさ。」を

年々グループ会社数が増えていることに加え、2019年からは持株会社体制への移行に伴う会社分割により、各社がそれぞれの市場における環境やニーズの変化に対し、より自律的に事業運営を行う体制となりました。一方で、モリトグループとしての結束力を強化し、共に成長するために、共通認識となるタグラインの策定とコーポレートロゴの刷新を行いました。タグラインの策定には様々な社員が参加し、皆で「モリトらしさ」について議論を重ねました。そうして作り上げたタグライン「あたりまえに、新しさ。」には、日常生活のあたりまえをより良くする新しさをプラスする「モリトグループの提供価値」と、新しさをプラスすることがモリトのあたりまえであるという「モリト社員の姿勢」の2つの意味が込められています。これからも変化を恐れず「あたりまえに、新しさ。」を実践することで、「小さなパーツで世界を変え続ける、グローバルニッチトップ企業」を追求します。

事業概要

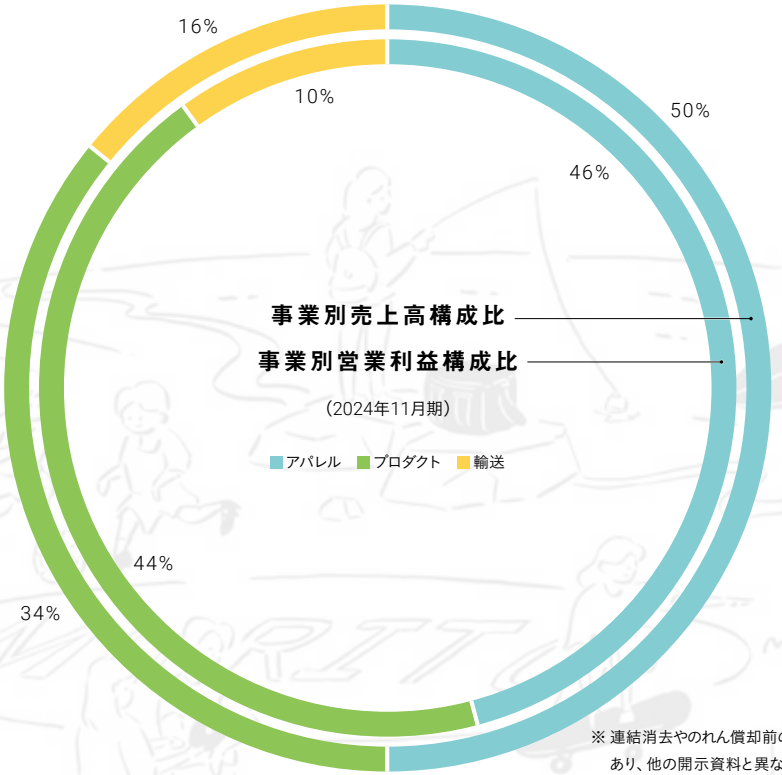
**モリトは、アパレル、プロダクト、輸送に関連する幅広い業界に小さなパーツを供給し、
身近な製品の製造に貢献することで、人々の暮らしを支えています。**

輸送関連事業

自動車、鉄道、航空機を中心に様々な内装パーツを提供しています。自動車業界向けアイテムにおいては、世界各地の販売拠点を活用し、ライン装着用各種ネット製品・純正用品向け各種製品・純正フロアマット用各種パーツなどを提供しています。

商品例(自社商品)
ホック／マジックテープ®／ネット／エンブレム／
トランク・フロアボード／ドアアームレスト

活用例(取引先製品)
自動車内装部品／航空機内装部品／鉄道・新幹線内装部品



※ 連結消去やのれん償却前の数値による構成比であり、他の開示資料と異なる可能性があります。

アパレル関連事業

ハトメ・ホック・バックル・テープ・靴のアッパー材などのパーツを、世界中の様々なジャンルのブランドに供給しています。また、アパレル関連、バッグなど製品の企画・生産も行い、自社ブランドも世界で展開しています。さらに、BtoC事業のマーケティングや販売を強化し、自社ブランドの拡大にも注力しています。

商品例(自社商品)
ホック／マジックテープ®／ボタン／テープ／
ハトメ／靴紐／アクセサリー／バッグ／
自社ブランド

活用例(取引先製品)
カジュアルウェア／スポーツウェア／作業服／
シューズ／メディカルウェア／バッグ

プロダクト関連事業

インソールをはじめとしたシューケア商品、サポーター、学校用品、ストラップなど、多様な商品を幅広い市場に供給しています。また、サーフボード・スケートボード・スノーボード関連アイテム全般や、厨房のグリスフィルターなど、バラエティに富んだ商品を取り扱っています。

商品例(自社商品)
マジックテープ®／インソール／シューケア商品／サポーター／ストラップ／
厨房の業務用グリスフィルター／自社ブランド

活用例(取引先製品)
インソール・シューケア商品／サポーター／スケートボード／スノーボード／サーフボード／
教具・文具／カメラ・PCケースなど映像機器関連商品／安全関連商品

グローバル展開

モリトの製造・調達・販売網は、世界各地に広がっています。
協力工場・代理店も世界各地にあり、顧客のあらゆるニーズにできるだけ近くで対応しています。

海外従業員比率 66.3%*1

国内外グループ会社 23社*2

販売・調達・製造拠点 9カ国

アメリカ(ミシガン州・テネシー州・ジョージア州)、
オランダ、メキシコ、フランス、中国(上海・深セン)、香港、
ベトナム(ダナン・ホーチミン)、タイ、ミャンマー、インド

自社製造拠点 3カ国

アメリカ(ジョージア州)、中国(深セン)、ベトナム(ダナン)

*1 2024年11月30日現在
*2 2025年4月1日現在

モリトは、なぜその国に?

オランダ ❶ モリトヨーロッパ

法人税が欧州の中では低く、アムステルダム・スキポール空港やロッテルダム港など物流にも恵まれているため、ファッションの中心である欧州各国への販売拠点として設立し、現在は全事業を展開しています。

インド ❷ スコーヴィルインド

アメリカ系・欧州系のアパレルの縫製工場が数多く存在しており、特にベビー服の縫製工場への営業・アフターサービスを行っています。

中国(上海、深セン) ❸ モリト工貿 ❹ モリト上海／マテックス上海／ミツボシ上海

深センにはホック、ハトメの工場があり、上海では営業拠点として自動車、アパレル関係のビジネスを中心に活動しています。

香港 ❺ モリトスコーヴィル香港

多くの欧米系のアパレルブランドが香港に購買拠点を構えたことから、1977年に初の海外拠点として設立し、現在もアパレル系をメインにアジアを統括しています。

ベトナム ❻ モリトダナン／モリトダナンホーチミン支店

ASEAN域内に工場設立を検討した結果、物流拠点としての立地、人材の充実、市のバックアップ体制を鑑みてダナンへ進出しました。

タイ ❼ モリトトレーディングタイランド

近年、タイでは自動車や映像機器関係の生産が増加したことから、主にカメラ・自動車向けの営業・商品調達を行っています。

アメリカ ❽ モリトノースアメリカ ❾ モリトノースアメリカミシガン支店 ❿ モリトスコーヴィルアメリカス

世界有数の消費大国であるアメリカへは、日本のアパレル付属品の会社としては比較的早い1983年に進出しました。また、2014年にアメリカでの製造・販売機能強化のためスコーヴィル社のM&Aを行いました。

メキシコ ⓫ モリトスコーヴィルメキシコ

NAFTA(北米自由貿易協定)*3の恩恵もあり、自動車やアパレルなどの生産が急激に増加してきたことから、2017年に事業所を立ち上げました。

*3 2020年よりNAFTAに代わり、USMCA(アメリカ・メキシコ・カナダ協定)が発効しました。

価値創造プロセス

モリトが目指す姿

小さなパーツで世界を変え続ける、グローバルニッチトップ企業

バリューチェーン上の強みの発揮

モリトは、バリューチェーンの川上から川中、川下までを網羅し、その各工程において独自の強みを発揮し、競争優位性を築いています。

MORITO
あたりまえに、新しさ。

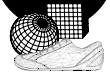
企画・設計

お客さまからの難しいご要望にも「できない」とは言いません。

▶ お客さまのご要望を軸とした企画・設計
お客さまのご要望に合わせたオーダーメイド型の企画・設計が可能です。特殊な機能や高いデザイン性が求められる場面はもちろん、まだ具体化していない漠然としたニーズに対しても、長年培った知見やノウハウと発想力を活かし、柔軟に対応します。

▶ 専門性の高い営業担当が実現する機動力
モノづくりにおいて高い専門性を有する営業担当者が、お客さまのイメージを自らデザイン画に落とし込み、ブレインストーミングをしながら図面を修正することや、工場での生産体制に合わせた商品の設計を提案するなど、機動的な対応がお客さまに高く評価されています。

開発



▶ 仕入先さまとの強固な信頼関係
長年お付き合いのある様々な仕入先さまとの協業により、早い段階で試作品を作成し、お客さまと評価を実施することや、複数の仕入先さまから仕入れた商材を組み合わせたパーツの開発をモリトで一貫して行うなど、製品のみならず半製品においてもより自由度の高いモノづくりを実現しています。

仕入先さまの中には90年以上もの長いお付き合いのある企業さまも。

▶ 後工程で得られる知見の活用
開発段階から品質保証部と連携することで、量産に向けた課題点を未然に特定し、回避するための修正案を提案します。また、販売データから最新のニーズを分析し、魅力的な商品の開発に活かしています。

製造・調達

▶ グローバルに「モリト品質」を届ける体制
世界各地にグループ会社・代理店・協力工場があり、お客さまからの要求事項はもちろん、グローバルスタンダードや各地域で異なる品質基準に対応した生産・調達体制を整え、品質を管理し、全世界で「モリト品質」を実現しています。

グローバル企業のお客さまからも信頼していただけます。

▶ 現地調達・地産地消
現地での生産・調達により、コストメリットや、物流リードタイム、エネルギー使用量の削減のほか、地政学リスクに対応した生産・調達体制を構築しています。お客さまのご要望に応じて適切な生産地を選定し、効率的な体制で対応します。

サービス・品質管理

▶ 品質へのこだわり
企画・設計開発の段階からリスク評価を行い、リスクを低減するための活動（デザインレビュー）を行っています。またサプライヤーさまに対しても、そのリスクに応じて体制監査・工程監査を実施することで品質確保の体制を構築し、不具合情報を入手した際には直ちに対応し、原因の究明と再発防止対策を実施します。

▶ 出荷後も続く手厚いサポートサービス
お客さまの縫製工場での取り付け指導や、取り付け機械のメンテナンスなどを行い、トラブルの発生を未然に防いでいます。万が一トラブルが発生した際には、グローバルに広がるグループ会社や代理店から社員がいち早く駆けつけ、誠実に対応します。

ニューヨークでのトラブルにモリトスコーヴィルアメリカスの社員が駆けつけるなど、グループ内に助け合いの文化が根付いています。

販売

▶ 豊富な商品知識に基づく高い提案力
ベテラン社員による社内講習会を実施し、商品知識やモノづくり全般に関わる知見を共有することで、高い提案力を持つ人材を育成し、スピード感を持ってお客さまの期待を超える提案を行います。

▶ お客さまに寄り添い、信頼される「便利屋」的存在
小ロットの発注にも柔軟に対応し、多くのお客さまと確かな信頼関係を構築しています。商社を超えた「便利屋」としてお客さまに身近な存在でいることで、困りごとやニーズを深く理解し、周辺の商品提案や商品力の強化につなげています。

立ち上げ当初からお取引のあるアパレルブランドが世界的ブランドに成長することもあり、喜ばしい限りです。

モリトが実現するグローバルニッチトップ

モリトは、ニッチな市場で、グローバルな需要にお応えし、高いシェアを誇る「グローバルニッチトップ」企業として、小さなパーツで世界を変え続けます。「グローバルニッチトップ」の実現において、お客さまやパートナーから絶大な信頼を勝ち取ることは不可欠であり、その価値観はMORITO VALUEに定義され、社員一人ひとりに実践されています。

ニッチな市場

▸ 先見の明を持ち、ニッチな市場を開拓

明治時代の後期、日本では和装から洋装へと装いが変化していました。創業者の森藤寿吉は、服・鞄・靴を作るところ、売るところはたくさんできているのに、それを作るための必要な資材を主商品として商いをしている会社は見当たらないことに目をつけ、1908年にハトメ・ホックの仲買商を始めました。

▸ お客さまのニーズに徹底して寄り添う、パーツのスペシャリスト

長年培った技術・ノウハウと新しい発想で、お客さまのご要望に粘り強くお応えする精神が根付いています。そこで得た信頼が、また次のニーズにつながり、新たな商品が生まれます。こうして、ニッチな市場に幅広い商品群を持ち、アパレル・スポーツ・靴回り・日用品・自動車など多様な業界に事業を展開してきました。

取り扱い商品 **50万点以上**

創業以来 **黒字を継続**

高いシェア

▸ 特殊な要件を満たす付加価値の高いパーツを安定供給

例えば、メディカルウェア向けの金属ホックには、MRIやレントゲン撮影時も使えるよう、磁力を帯びないことや、血液の汚れを落とすための強力な洗剤にも耐えうる耐久性があることなどが求められます。このような用途によって様々な性能が求められる高付加価値のパーツを、安定した品質でグローバルにお届けすることで高く評価されています。

▸ 国内アパレル業界での圧倒的な認知度とブランド

BtoBをメインに黒子として日常生活を支えているモリトは、一般的な認知度は高くありませんが、日本国内のアパレル業界においては、圧倒的な認知度とブランドを確立しています。「パーツに困ったら、まずモリトに相談しよう」と思っていただける存在であると自負しています。

世界シェア **No.2***

金属ホック
ナショナルブランド
ベビー服向け指定業者

国内シェア **No.1***

マジックテープ®／ハトメ・金属ホック／インソール／前カン／サーフボードフランクス／自動車メタルエンブレム／業務用グリスフィルターレンタルサービス

* 当社調べ

グローバル

▸ 先んじてグローバル進出

アパレル業界における海外生産の増加に先駆け、1977年、香港に初の海外支社を設立。続いて1980年代にアメリカ、オランダと次々に海外進出を進めました。ベビー服、作業服、レジャーボートのパーツなど品質基準が厳しい業界向けに、グローバルに存在価値を高めていきました。現在では日本・アジア・欧米に23のグループ会社があります。

▸ グローバルに安心・安全なサービスを提供

世界各地にグループ会社・代理店・協力工場があることで、生産から調達・供給はもちろん、お客さまの縫製工場での取り付け指導や、取り付け機械のメンテナンス、品質管理などをお客さまの近くで行うことができます。万が一トラブルが起こった場合も、社員が現場に駆けつけ誠実に対応することでお客さまからの信頼を得ています。

海外売上高比率 **約30%**

グローバルニッチトップは、「あたりまえに、新しさ。」に表される モリトならではの創出価値に基づき実現します

グローバル × ニッチな市場 × 高いシェア = MORITO あたりまえに、新しさ。

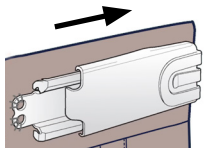
モリトの創出価値

CASE1　らくらく感®（機能性前カン）

ストレスフリーの着心地×「あったらいいな」の実現×国内シェアNo.1*

「らくらく感®」は、パンツやスカートのフロント、サイド部分に使用される留め具（前カン）に伸縮性を加えた、モリトオリジナル商品です。通常の前カンにバネを取り入れたことにより、ウエストの状態に合わせて自然に伸縮し、ボトムスがフィットするよう調節します。これにより、食後や座った際のお腹や腰への圧迫感を軽減し、ストレスなくボトムスを着用し続けられることが最大の魅力です。「こんな商品があったらいいな」という何気ない会話から生まれ、作業服やスーツ、ゴルフパンツなど様々な製品に採用されています。

* 当社調べ



通常の前カンにバネを取り入れたことにより、ウエストの状態に合わせて自然に伸縮

CASE2　テープスナッパー®

工場で簡単導入×安全・安心×モリトオリジナル商品

「テープスナッパー®」は、樹脂ホックとテープが一体となったモリトオリジナル商品です。通常ホックは、専用の機械を使って製品に取り付ける作業が必要ですが、本商品はミシンで縫製するだけで装着が可能なため、どの縫製工場でも簡単にご使用いただけます。また、樹脂を直接テープに成型しているため、ホックが外れる危険性が低いことも特徴です。ベビー・キッズ向けのアイテムに使用することで、ホックの誤飲や肌を傷つけるリスクが抑えられ、より安全・安心に配慮することができます。着用時の安全を守り、簡単に取り付けられる画期的なパーツであるテープスナッパー®は、多くのアパレル製品で採用されています。

Special Feature

特別鼎談

グローバルニッチトップで新しい存在価値を創造する

経営ビジョンである『存在価値を創造する、あたらしい「モリトグループ」の実現』に向け、
グローバルニッチトップを追求する当社の価値創造について、それぞれの事業に精通する3名で鼎談を行いました。

矢野 はじめにグローバルという点からお話しすると、モリトは1977年に香港に初の海外拠点を構え、1983年にアメリカ、1985年にオランダと、当時の事業規模を鑑みるとかなり早い時期から大胆に海外展開を進めてきました。初期の海外進出は、当社がターゲットとする市場の規模すらも手探りの状況でした。当社は「積極・堅実」を創業理念に掲げていますが、まさに無謀ともいえるほどの「積極」であったと思います。その後もアジアと欧米を中心に拠点や代理店を増やし、現在では世界各地に製造・調達・販売網が広がっています。このように海外展開を進めてこられたのは、モリトの「堅実」な働きぶりが世界のお客さまから高く評価されてきた結果だと感じています。一般的にボタンは留まれば良い、あるいは飾りになれば良いとされていたところに、当社はより使い心地が良く、安全で高品質な商品を提案してきました。日本人ならではの繊細さを活かし、細かな工夫を凝らした商品は、特に品質基準の厳しい分野で高く支持されていますね。

佐藤 当社はナショナルブランドベビー服向けの金属ホックで世界シェア2位*を誇っていますが、ベビー服はまさに高い品質が求められる分野の一つです。赤ちゃんの安全と健康を守るために各ブランドが万が一のその先まで考え、様々な品質基準を設けているため、要求事項が数多くあります。当社は海外進出にあたり、規模の大きい市場で他社と競争するのではなく、モリトの優位性が通用するニッチな分野に絞り、ポジションを確立することを目指しました。その結果、ベビー服をはじめ、医療用ガウンを含む作業服の分野でもお客さまからの信頼を獲得することができました。このような品質基準が厳しく、単価の低いビジネスは、一見すると非効率に感じられるかもしれませんが、ポジションを確立できればファッショントレンドの影響を受けにくく、安定した需要があり、息が長いのです。そして長く続けていく分、収益は積み上がっていきます。同時に、より高い品質を追求し続けることにより技術や知見、ノウハウが蓄積され、グローバルに事業展開することや、参入障壁を高めることにもつながります。

*当社調べ

水野 輸送関連では、自動車のメタルエンブレムや輸送機器全般でのネット類で高いシェアを占めています。これらのパーツは、自動車のような大型のモノづくりにおいて、注目されにくい、小さなパーツです。されども人の命を預かる車両の一部であり、厳しい要求事項があることには変わりなく、車両の試作段階から本型本工程*で製品を作り込み、品質や量産体制を確認するなど、アパレル・プロダクト関連事業と比べ物にならないほど、受注までに非常に多くの工数と時間がかかり、専門知識も必要です。新規参入を試みても、本腰を入れて取り組もうとする企業は多くありません。しかし、当社にとっては長年培った繊維・樹脂・金属の加工技術や、異素材の組み合わせといった優位性を発揮できる分野であり、一度受注すれば4、5年ほどの継続受注が見込めます。はじめは業界特有の進め方に対応する書類の作成や、体制の構築に四苦八苦しましたが、一つひとつの課題に「堅実」に向き合い、乗り越えることで、現在のポジションを確立しました。さらに、商社でありながら品質保証や生産技術を専門とする部署を設け、高いレベルで知見やノウハウを集積し、商品開発などに活かしています。

* 量産時に使用される型や製造工程を用いること

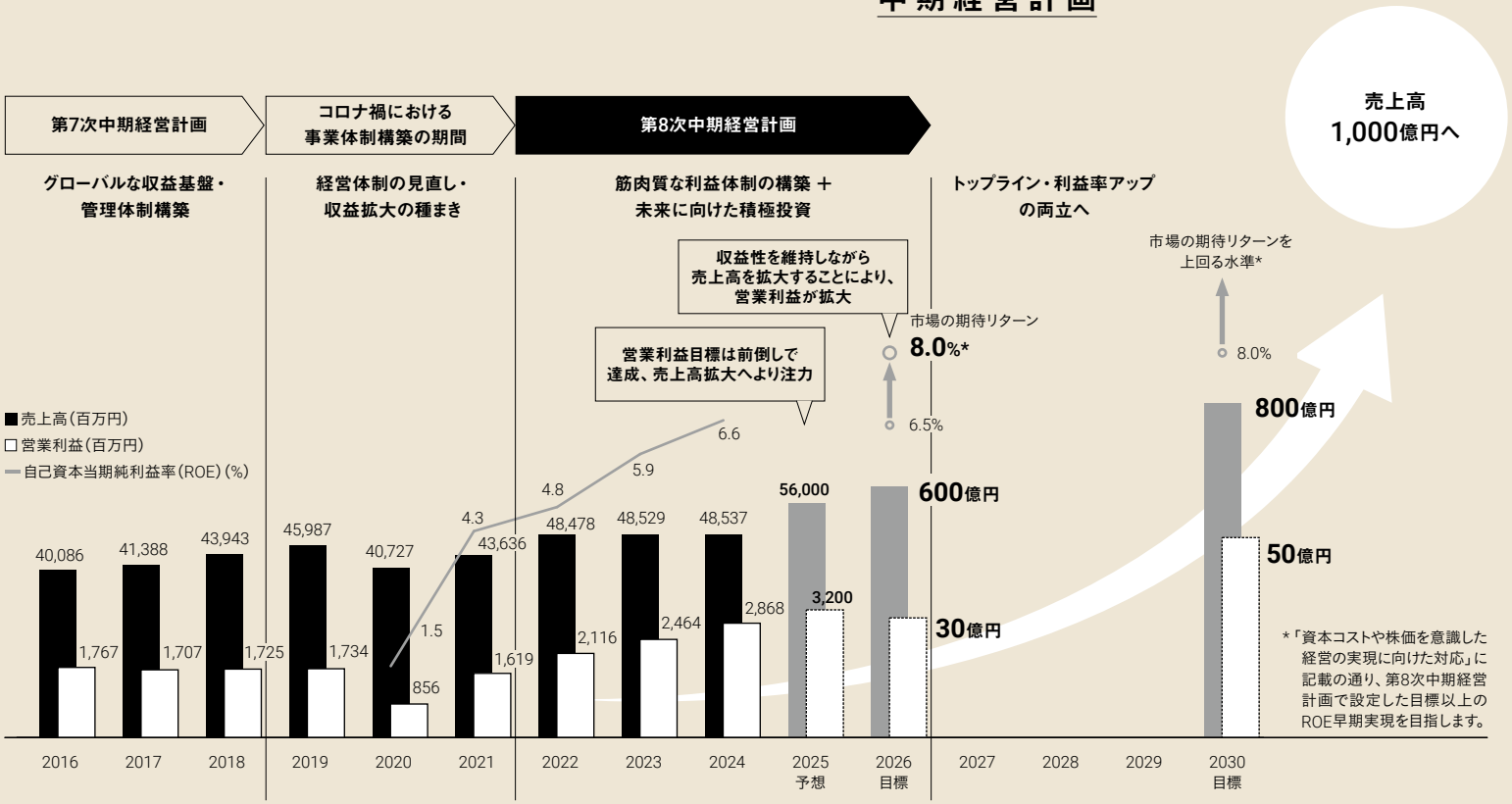
矢野 国や地域によって品質基準は異なりますが、当社は海外展開により日本だけでなく、各地の品質基準やグローバルスタンダードに適応した製品の企画開発を行えるようになりましたね。そして、アパレル業界では、欧州で採用されることで日本国内のお客さまからお問い合わせをいただいたり、輸送業界では反対に、日本車に採用されることで海外自動車メーカーから信頼を寄せていただけたりする相乗効果が見られます。

佐藤 そうですね。さらに面白いことに、当社がアパレル・プロダクト・輸送を手掛けることにより、業界を超えて技術が活用されることもあります。例えば、アパレル関連事業でお取引のある有名なアメリカのスポーツブランドから「モリトの輸送関連の技術から新しい性能やデザインを取り入れられないか」とご相談いただき、実際にカーマットについているメタルエンブレムのデザインや技術を活かして、ウレタン製のワッペンを企画開発したことがありました。ある業界で一般的な技術であっても、他の業界からすると目新しい技術や斬新なデザインであることは珍しくなく、お客さまにとても喜んでいただけます。そのような場面で私たちが果たす役割は大きく、間違いなくモリトならではの強みだと感じています。

水野 お客さまだけでなく、仕入先であるサプライヤーさまの可能性も広げることにもなりますね。また、先ほど矢野さんがお話しされたように、日本での採用実績やそこで構築した信頼関係が、海外での事業につながるケースが近年増えてきており、とても嬉しく思います。お付き合いのあるメーカーの担当者の方々が「こういうことはモリトにお願いするのがいいよ」と周囲に口コミを広げてくださり、ご本人の転勤先や転職先でも変わらずモリトを頼りにしていただけているようです。当社の誠実な対応や、確かな技術・提案力を認めていただけていることを実感します。

矢野 ありがたいことに、アパレル業界においても、ブランドデザイナーの方々が他の現場でもモリトを選んでくださることで、絶えず新たな案件につながっています。このようにお客さまから信頼していただける理由の一つに、「トラブルが発生した際の誠実な対応」が挙げられます。いたって当然のことのようにも思えますが、海外の同業他社の中には無責任な対応をする企業が少なくありません。当社は品質にこだわり、不具合などは可能な限り未然に防ぐと同時に、発生してしまったトラブルに対し、誠意を持って迅速に対応し、責任を全うする組織風土と体制があります。そうした誠実さの積み重ねが、モリトをグローバルニッチトップ企業へと成長させ、これからも新たな存在価値を創造し続ける源泉になると確信しています。

中期経営計画



第8次中期経営計画の概要

2022年11月期から2026年11月期を対象期間とする第8次中期経営計画では、コロナ禍における機会創出・経費見直しや、事業再編による利益率の向上などに取り組み、筋肉質な利益体制の構築を進めています。また、次期中期経営計画を成長ステージとするための投資にも力を入れ、BtoCの強化やメーカー機能の拡大、IT基盤の構築、人的資本などへ積極的な投資を行っています。同時に、既存事業のグローバルシェア拡大や、地産地消をはじめとするサプライチェーンの強化、環境への取り組みであるRideeco®を推進し、中長期的な成長の加速に向けた準備を進めています。

進捗と成果・今後の方向性

会社分割などの構造改革とそれに伴う収益性に対する意識向上により、コロナ禍からの売上高の回復、利益率の改善が顕著に見られています。2025年11月期には営業利益が30億円を超える予想であり、第8次中期経営計画公表当初の財務数値目標である売上高500億円、営業利益25億円は早期達成が見込まれていることから、2024年1月に目標を売上高600億円、営業利益30億円に上方修正し、利益率を維持しつつ、トップラインを伸ばすことに注力します。

各年の主な進捗

2022年11月期
- 自社倉庫の活用などによる経費削減
- モリトグループ最大の事業会社のモリトジャパンを事業別に3社へ会社分割

2023年11月期
- 収益性に対する意識が向上し、不採算事業の整理や適正な価格転嫁、在庫管理の見直しを実施
- 人事評価に収益性に関する指標を導入
- 利益配分に関する基本方針をDOE4.0%に変更

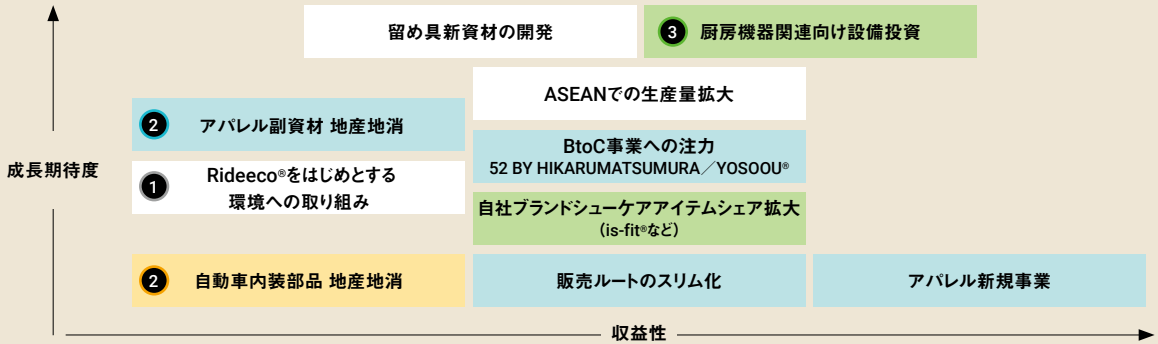
2024年11月期
- 不採算事業の整理が進捗
- 既存BtoC商品のラインアップ、広告宣伝を強化
- アメリカの自社工場(モリトスコーヴィルアメリカス)の設備を入れ替え、生産効率化
- 厨房機器のサービスセンター(エース工機)を北海道に新設、九州営業所の設備を強化
- データ基盤の設備、BI機能の強化
- 高級アパレルブランドへの拡販のため展示会出展(モリトアパレル)
- 日本国内で回収された廃漁網を100%使用した糸「MURON®(ミューロン)」を開発
- Rideeco®関連商品の売上高が堅調に推移

2025年11月期
- 2024年12月にMs.IDを子会社化
- ベトナムの製造工場(モリトダナン)への設備投資により、ASEANにおける生産能力を強化
- アメリカの自社工場(モリトスコーヴィルアメリカス)の設備入れ替えを継続し、生産効率化
- AIの活用準備、試験運用
- 人的資本投資管理項目・KPIの設定準備
- 高級アパレルブランドへの拡販のため展示会出展(モリトアパレル)を継続
- 2025年4月、ミツボシコーポレーションを子会社化
- 日本国内で回収された廃漁網を100%使用した糸「MURON®」の本格販売

成長戦略の全体像

第8次中期経営計画の各施策を収益性と成長期待度の2軸で評価し、マッピングしたものが右の図です。今回はこの中から、Rideeco®をはじめとする環境への取り組み、地産地消、厨房機器関連向け設備投資の3点についてご説明します。

□アパレル □プロダクト □輸送 □全事業共通



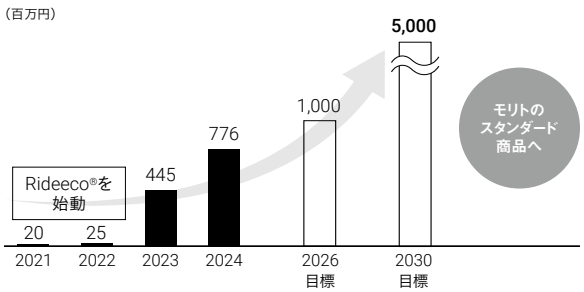
成長戦略 1 環境への取り組み Rideeco®

モリトグループでは2021年より、廃漁網を活用した資材の開発や、水・電気の使用量削減、有害物質を発さない製造プロセスを含む、より持続的なモノづくりを独自に追求してきました。さらに、自社だけの取り組みにとどまらず、「新たな価値を創り上げたい」と考える企業や団体と、業種や業界の垣根を越え、美しい地球環境や資源を未来につなげる新しい価値を創造する取り組み「Rideeco®(リデコ)」を実施しています。

海洋プラスチックごみの主な原因の一つとされている廃漁網を活用した資材や、服のはぎれを活用したリサイクルペーパーの開発・販売に取り組み、強い需要が続いていることから、売上高は年々堅調に推移し、2024年11月期にはグループ全体で8億円にも迫っています。2025年11月期は、日本国内の廃漁網を100%使用した糸「MURON®」の本格販売と、サステナブル商品開発の新しい部署の設立などを通して、第8次中期経営計画で掲げる売上高目標10億円を目指します。2030年には売上高50億円を見据え、Rideeco®関連商品を展開し、将来的にはモリトのスタンダード商品にしていきたいと考えています。

詳細はp32をご覧ください。

環境への取り組み 売上高の推移



TOPIC 廃漁網のリサイクル

海洋プラスチックごみ汚染は世界的に問題となっており、2016年度の環境省の調査では、日本に漂着するプラスチックごみの総重量の約40%を廃漁網やロープが占めるとされています。モリトグループはこの課題に対し、廃漁網のリサイクルに取り組んでいます。廃漁網のリサイクルを継続するには、漁業従事者の協力と、回収した廃漁網に絡みつくゴミを除去する作業の担い手の確保が必要不可欠です。株式会社リファインバースグループが構築した漁業従事者との密接なネットワークへの参画と、Rideeco®で新たにつながった漁業従事者・協力会社・学生などとのコミュニティ構築により、様々な方々と協力し合い、課題解決に向けて活動しています。

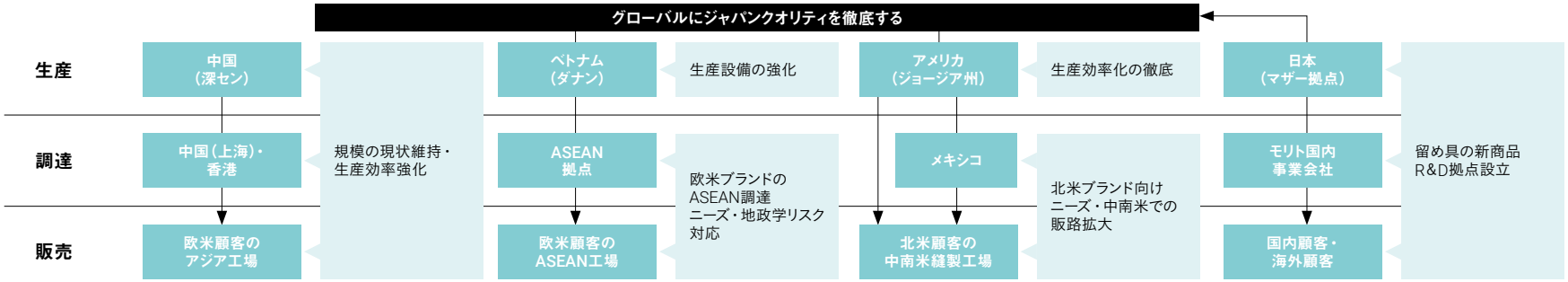
モリトの豊かな自然を次世代につなぐ意志は、アパレルブランドや文房具メーカーなどから共感され、支持されています。2024年には廃漁網由来の再生原料を一部使用した生地が〈BEAMS GOLF〉のアイテムに、また、日本の廃漁網100%リサイクル糸「MURON®」を使用した生地がANREALAGE(アンリアレイジ)のパリ・コレクションのルックの服地に採用されるなどの実績を積み上げました。

廃漁網由来の再生原料を一部に利用した生地が〈BEAMS GOLF〉のアイテムに採用(左)
「MURON®」を使用した生地が、ANREALAGE(アンリアレイジ)がパリ・コレクションで発表したルックの服地に採用(右)

成長戦略 ❷ 地産地消

モリトグループは、地政学リスクや、お客さまのご要望に高いレベルで対応するため、地産地消を実現する体制の構築を進めています。2026年11月期までに、適切な生産地を選定し、各地で生産・調達し、物流や販売まで完結する仕組みを構築することを目指しており、国内グローバルブランドのニーズへの対応を中心に進捗しています。特にベトナム・メキシコにおける現地調達・取引が増加傾向にあり、社長自ら各国のグループ会社を訪問し、アパレル関連事業と輸送関連事業で地産地消への要望が高まっていることを確認しています。地産地消の取り組みにより、サービスや品質の向上や、お客さま・お取引先さまとのリレーション強化、輸送距離を短縮した環境負荷の低い生産・供給体制を実現し、販売量拡大を狙います。

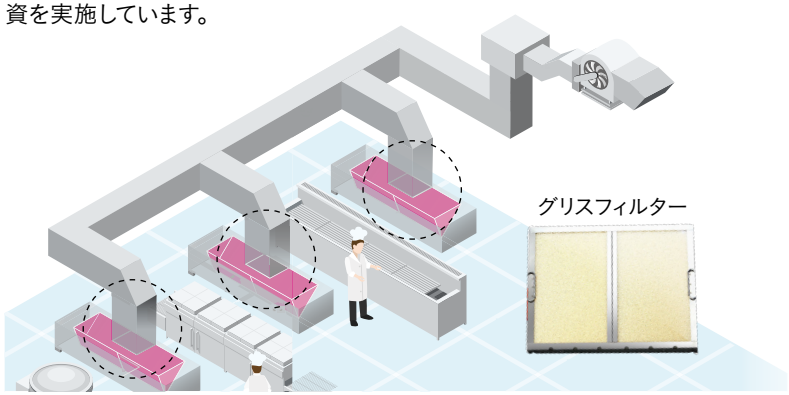
今後目指すホックの主な販路



成長戦略 ❸ 厨房機器関連向け設備投資

プロダクト関連事業のエース工機株式会社では、飲食店や食品工場、コンビニエンスストアなどの、厨房の排気ダクト入口部に設置されるグリスフィルターのレンタルサービスを全国に展開し、洗浄・交換・配送を行っています。 厨房の換気扇や排気ダクトの汚れを放置すると火災のリスクが高まるため、定期的な洗浄が必要ですが、非常に手間がかかるためレンタルサービスは好評を得ています。さらに、厨房排気設備の清掃サービスも行い、施設内の快適環境の実現や火災リスクの軽減に寄与しています。

自動洗浄機をはじめとする最先端の洗浄設備を備えるサービスセンターを増やすほか、2025年4月には北海道で新たなサービスセンターが本格稼働するなど積極的な設備投資を実施しています。



導入店舗数

約 20,000店舗

日本の飲食店の数は約50万店舗*。まだまだ成長の余地があります！

*「総務省令和3年経済センサス-活動調査」調べ

所有枚数

約154,000枚

すべてのフィルターを平積みすると約4,600m。富士山を遥かに超える高さです。縦積みすると約62km。成層圏を突破します。

洗浄枚数／月

約107,000枚

1日で約5,400枚ものフィルターをきれいに洗浄しています。

財務・投資戦略の概要と進捗

当社は、純資産をコントロールしつつ、現預金や有利子負債を、M&Aをはじめとする事業拡大に向けた投資に積極的に活用することで利益を生み出し、ROEやPBRの向上を目指しています。 2024年11月期は、アメリカの自社工場の設備強化と、厨房機器関連サービスの設備投資などを中心に11.1億円の投資を実施しました。また、配当や機動的な自己株式取得による株主還元を実施しました。第8次中期経営計画では全体で130～140億円程度の投資を予定しており、2024年11月期終了時点で、6割程度の投資を完了しています。引き続きM&Aも前向きに検討し、未来に向けた積極投資を進めます。

	成長投資	2024～2026年11月期 投資予定額	2024年11月期投資実績	
営業CF 70億円 ±20%	新商品開発費	5億円	11.1億円	・高級アパレルブランドへの拡販のため個展開催
	環境負荷低減の取り組み	5億円		・アメリカ自社工場でのメッキ加工効率化 ・サステナブル商品の開発・拡販
	設備投資	6億円		・アメリカ自社工場での設備投資 ・厨房機器関連サービス自社センター設立・設備強化
	BtoC強化	3億円		・52 BY HIKARUMATSUMURA・YOSOOU®の広告宣伝 ・既存BtoC商品のラインアップ強化
	② IT技術の活用	5億円		・データ基盤整備、BI機能強化
	③ 人的資本への投資	1億円		・従業員エンゲージメント向上を目指した取り組み
＋				
手元資金 外部調達	① M&A	50億円	31.5億円	・Ms.ID、ミツボシコーポレーション子会社化
	株主還元	60億円		・基本方針に基づく配当、自己株式取得

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

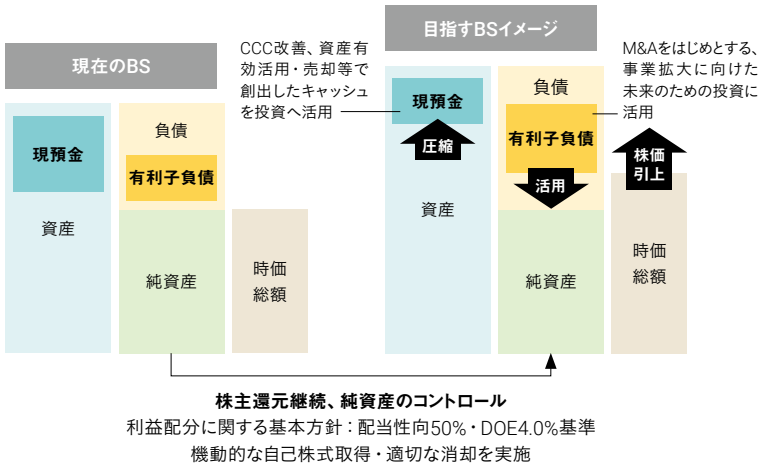
2024年11月期のROEが6.6%であるのに対し、株主資本コストはCAPMベースで5.8%程度ですが、市場の期待リターンは8.0%以上であると認識しており、この乖離を埋めることが課題と考えています。

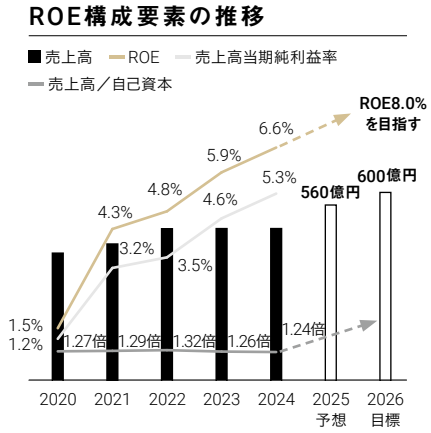
直近3年間の利益率の改善により、ROEは向上している一方、売上高は横ばいとなっていることから、今後のROEの改善には売上高の拡大が重要であると考えています。筋肉質な利益体制を維持しつつ、オーガニックな成長に加え、M&Aによる既存事業とのシナジーを生み出すことで売上高を拡大していきます。同時に、政策保有株式売却等で創出したキャッシュや有利子負債を、M&Aをはじめとする事業拡大に向けた未来のための投資に活用し、資本効率の向上を図ります。また、配当や機動的な自己株式取得、適切な消却などの株主還元を継続することにより、純資産をコントロールし株主資本の過度な積み上げを抑制します。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について（アップデート）の詳細はこちらをご覧ください。
https://www.morito.co.jp/ir/management-policy/file/costofcapital.pdf

株主資本コストの考え方（CAPMベース）

リスクフリーレート		β値		リスクプレミアム		株主資本コスト	市場の期待リターンは
10年国債1.0%	＋	対TOPIX24カ月週次ヒストリカル0.8	×	インプライド法とヒストリカル法の平均6.0%	＝	**5.8%程度**	**8.0%以上であると認識** （2024年11月期のROEは6.6%）



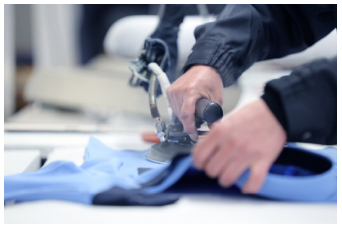


投資戦略 ❶ M&A

モリトグループは、投資戦略として、グローバルシェア拡大やBtoC事業の強化、新規事業開拓による事業ポートフォリオ拡充のため、M&Aを重点施策の一つと位置付けており、ニッチトップ企業であること、モリトグループの事業とのシナジーが見込めること、事業面で安定性が見込めることなどを基本要件として積極的にM&Aを検討しています。

2024年12月には、ECファッション、アクセサリー、海外展開高級ニット、ECプラットフォーム事業を行う株式会社Ms.ID（以下、Ms.ID）を買収し、アパレル関連事業におけるBtoC事業領域の拡大を図るとともに、ECプラットフォーム事業を活用したBtoC事業のマーケティング・販売の強化、双方の調達・製造力を融合させたアパレル関連資材・製品の開発にも取り組み、今後10年間で売上高100億円規模を目指します。また、当社グループの海外ネットワーク、品質管理、物流機能を活用し、Ms.IDのブランドのグローバル展開の加速・品質向上を実現します。

さらに、2025年4月には作業服・ユニフォーム業界を中心とした服飾資材総合販売事業などを展開する、株式会社ミツボシコーポレーションを買収し、売上規模の拡大を見込んでいます。機能性や品質を求められ、季節性・流行に左右されにくい作業服・ユニフォーム業界は、当社グループの付属品の強みをより発揮できると考えています。さらに、双方が持つパーツ調達・販売機能・海外ネットワークを活かすことで、効率化を実現し、創業以来のアパレル関連事業に改めて注力し、服飾市場におけるグローバルニッチトップを目指します。



	株式会社Ms.ID	株式会社ミツボシコーポレーション
事業内容	服飾雑貨の製造・輸入・販売（ECおよび実店舗）	服飾資材総合販売事業、アパレル製品生産管理事業、リサイクル事業
純資産	1,475百万円	2,262百万円
総資産	2,467百万円	5,335百万円
売上高	3,893百万円	7,462百万円
営業利益	442百万円	66百万円
経常利益	459百万円	235百万円
当期純利益	310百万円	190百万円

※1 Ms.ID 2024年8月期　シーティー・アソシエイツ2023年12月期単純合算実績
※2 ミツボシコーポレーション 2024年3月期実績

2025年11月期連結業績予想への影響

Ms.ID
2025年11月期2Qからの連結を予定しているため、連結業績予想にMs.IDの9カ月分の数字が含まれる。のれんは精査中。

ミツボシコーポレーション
2025年11月期3Qからの連結を予定しているため、連結業績予想には、ミツボシコーポレーション6カ月分の数字が含まれる。負ののれんの発生を見込んでいるものの、金額については現在協議中のため、確定次第、速やかに開示の予定。

投資戦略 ❷
成長投資
IT技術の活用

経営、事業、インフラの3分野におけるIT基盤を整備し、グループ全体で効率的な情報の管理と活用を促進することにより、スピード経営の実現と事業の効率化を図っています。

～2026年11月期　3分野におけるIT機能を整備

- ▶ **経営情報IT機能：**グループ経営情報の効率的な提供・管理体制構築／データ分析基盤確立によるグループ各社のデータ連携
  →**高精度な分析・グループ各社の効率経営へ**
- ▶ **ビジネスIT機能：**BtoB受注Webシステム導入／PSI計画導入・活用／RPAの活用
  →**受注から物流まで効率的な一気通貫の実現・無駄のない在庫体制の構築**
- ▶ **ベースメントIT機能：**全グループの共通インフラ、安心・安全・安定の環境構築
  →**BCP対応強化・事業拡大等に伴う変化対応力の強化**

3分野におけるIT機能の融合

2030年11月期～
スピード経営の実現による
売上規模・収益性拡大へ

投資戦略 ❸
成長投資
人的資本への投資

グループ全体の人的資本の価値向上に向け、人材の獲得・育成・配置などに関する「モリトグループ人材マネジメント方針」を策定し、各施策を実施しています。2024年11月期より従業員エンゲージメントサーベイを実施し、組織課題の可視化、離職防止、社内コミュニケーションの活性化に役立てています。

人材マネジメント方針についての詳細はこちらをご覧ください。
https://www.morito.co.jp/sustainability/society/diversity/human_resource_management_policy/

株主還元

株主に対する利益還元を経営上の重点課題の一つと位置付け、投資案件および財務状況（純資産等）を勘案の上、下記の方針に基づき配当額を決定しています。なお、2023年11月期より、利益配分に関する基本方針を変更しています。

安定的かつ継続的配当の実現

配当性向*は50%以上を基準

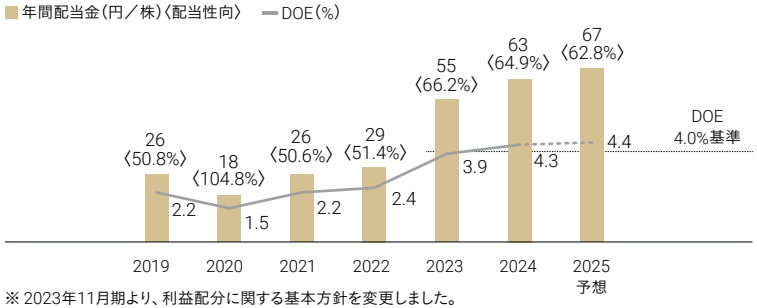
連結自己資本配当率DOE 4.0%基準

機動的な自己株式取得および適切な消却の実施を引き続き検討

* 親会社株主に帰属する当期純利益に対する
※ ただし、特別な損益等の特殊要因により税引後の親会社株主に帰属する当期純利益が大きく変動する事業年度についてはその影響を考慮し配当額を決定します。

自己株式取得の状況などについてはこちらをご覧ください。
https://www.morito.co.jp/ir/dividend/

配当金・配当性向・DOEの推移



※ 2023年11月期より、利益配分に関する基本方針を変更しました。

Special Feature

座談会

モリトらしい人的資本戦略が会社をさらに面白くする

グローバルニッチトップを目指すために重要なのは何よりも「人」。モリトは第8次中期経営計画において、「人的資本への投資」を積極的に推進することを宣言しています。
モリトらしい人事戦略やD&Iとはどのようなものなのか?
人事担当役員と現場社員3名が、日常業務の実感をもとに語ります。

(左から順に)
辻井 信也　モリトオートパーツ株式会社 グローバル事業本部営業部
阿久井 聖美　取締役 常務執行役員 コーポレート統括室長 兼 管理本部長
宗美 咲子　モリトジャパン株式会社 ビジネスサプライ営業部
松川 尚史　モリトアパレル株式会社 事業本部ライフデザイン事業部

MORITO VALUEは日常業務に刷り込まれている

阿久井 MORITO VALUEが策定されたのは2014年。一坪さんが社長に就任して、いろいろと改革を実行する中で「モリト特有の価値観を可視化できないか」という話が経営陣の間で持ち上がりました。例えば、「モリトの社員はなぜこんなに人懐っこくて一体感があるのだろう」と考えると、根底に何かDNAのようなものがあるに違いないと思ったわけです。

出来上がってみると、やはり言語化することはすごく重要なのだと実感しました。入社間もない社員やグループ会社などにも広くモリトの価値観を伝えることができたのです。英語や中国語、ベトナム語にも翻訳し、目につくところに掲げることにより、社員はもちろん、役員へもMORITO VALUEの浸透を図りました。「モリトの価値観に反する行為があったら、次は選任しません」という意思を社長自ら示したのです。ビジネスの環境は時代とともに変化していきますが、モリトのDNAは失いたくないという思いが常にあるので、何か判断に迷った時はMORITO VALUEに立ち返っています。

辻井 入社以来どこへ配属されても、上司や同僚が皆真摯に相談を聞いてくれて、非常にアットホームな企業風土を感じながら、気持ちよく働いてきました。まさに「相手を理解し連携する」というMORITO VALUEが日常の業務に刷り込まれていると感じています。チームでお客さまや仕入先さまとの関係を築いた上で、課題解決に向かっていますよね。

宗美 私もMORITO VALUEは日々の仕事に活きていると思います。モリトの技術は仕入先さまの工場の技術でもあるので、仕入先さまとの関係を大切にして仕事をしている社員が多

いですし、お客さまに対しては課題に寄り添う形で商談を進めています。価格だけで勝負をしていては、真の意味での信頼関係を築くのはすごく難しいですよね。潜在的にお客さまが困っていることを引き出すような関係性を築かなくてはなりません。

松川 宗美さんと同じで、MORITO VALUEでは「顧客・パートナーから絶大な信頼を勝ち取る」が、営業担当としては基本であると思っています。やはりお客さまの信頼を得るのは非常に難しくて、しかもちょっとしたきっかけで崩れ出すことがあります。崩れ始めたら結構早いですよね。ですから、信頼を勝ち取ることは大事ですが、守るということも非常に大事であると思いながら日々の業務を行っています。

個を活かす現場のしなやかさは組織全体の強さにつながる

辻井 従業員エンゲージメントの向上に関して私が思うのは、若手社員でも自ら考え行動できる環境の重要性ですね。もちろん新入社員には手取り足取り教えないといけませんが、ある時点で独り立ちさせて、失敗と改善の繰り返しの中でステップアップさせていくのが最良の方法だということです。私の経験ではそれが一番勉強になりました。失敗を恐れずに挑戦を続けられる環境をいかに与えられるかでしょう。

宗美 教育方針としては辻井さんが言うように、失敗を重ねて成長するというのが一番かなと思います。社員の挑戦には柔軟に対応してくれる会社ですしね。

阿久井 モチベーションやエンゲージメントを高めるというのは、最終的には本人に委ねるしかないと私は思っています。そのための環境や土壌は会社が整えますが、その代わり、すべての経営戦略を自分事として捉えてほしいですね。

宗美 私は女性総合職の1期生ですから、入社した頃から比べると、まさしく環境が改善されてきた実感があります。出産してからは、就学前まで時短勤務ができて、小学3年生までは短時間正社員という働き方が選択できるようになりました。事情に応じた働き方の選択肢を与えられるだけでも、ものすごく安心感を覚えています。

阿久井 宗美さんは時短勤務ですが、しっかり働きたいわけですよね。昔だったら簡単な仕事を割り振って、彼女に負荷がかからないようにという、少し方向性が違う気遣いになりがちでした。たとえ時短勤務でも当人らしく仕事をできるようにするにはどうすればよいのか、ということを考えるのがD&Iだと思うのです。育児や介護など、様々な状況の社員がいるわけですから、マネジメントは簡単ではありませんが、現場がしなやかに変わっていくことが必要で、そのしなやかさが組織全体の強さにつながっていくのだと思います。

海外赴任、ジョブローテーションで若手の頃から経験を積む

辻井 グローバルな人材育成という意味でのダイバーシティについて言いますと、介護や子育てで海外に出るのが難しい世代もいる中で、早いうちにグローバルでモノづくりをする経験や失敗の経験を積み重ねることは、当人にとっても会社にとってもとても有益だと思います。私自身も海外赴任から多くのことを学び、そこでの経験は今の業務にも活かされていると感じています。より多くの社員にそのような機会が巡るようになると良いですね。

松川 自ら今後のキャリアなどについて希望を申し出る制度はあるのですが、いわゆるジョブローテーションのような仕組みを活用している人は少ない感覚ですね。なかなかその一歩を踏み出せない人が多いと思うのです。モリトにはせっかく多種多様な仕事があるわけですから、早いうちにいろいろと経験してもらいたい。そういったローテーションがうまく回っていくような雰囲気をつくり出せるといいですよね。

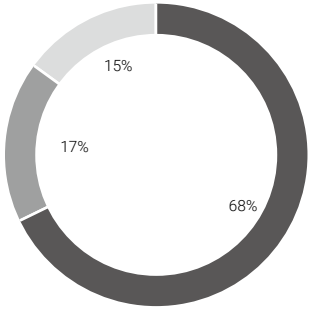
阿久井 私たちの最大の武器は「人」です。社員一人ひとりがプロフェッショナルとしての自覚を持ってお客さまに対応しています。お客さまの企業価値を向上させることに尽力し、その結果、当社グループの企業価値向上にもつながるということです。

一人ひとりが自分の目標を達成すると、それは当然、財務的な成果につながります。しかも、自分がやりたい領域の中で仕事をしているのでエンゲージメントも向上します。会社の中で起きていることのすべてが自分事になります。グループ全体がそういう人材であふれていくと、アウトカムとして、「あたりまえに、新しさ。」を満載した製品やサービスが、おのずと生まれていくことになります。この時代、「あたりまえに、新しさ。」を全世界に提供できる企業は、モリト以外になかなかないのではないでしょうか。

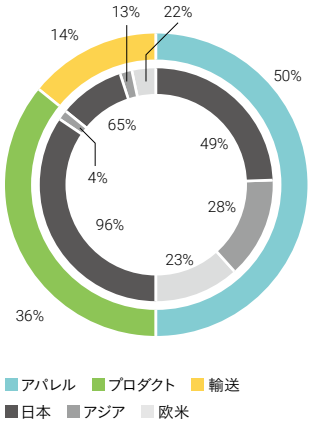
唯一無二の企業から生まれたモノが皆さまの生活空間に点在している、そうした世界観を私たちは共有しているので、自分たちの仕事に対して誇りを持っています。MORITO VALUEのもとで進める人事戦略やD&Iの推進は、私たちグループ全体の企業価値を向上させ、これからさらに珍しくて面白い会社になっていくと思います。

事業別戦略

地域別売上高構成比
（2024年11月期）



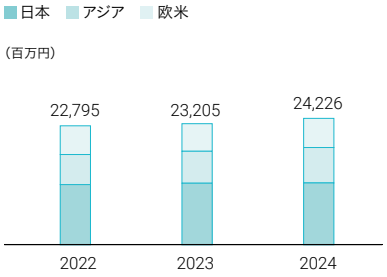
地域別×事業別売上高構成比
（2024年11月期）



事業別業績推移

アパレル関連事業

売上高



増減要因（2024年11月期）

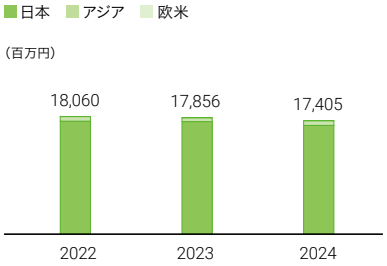
日本	（＋）欧米メディカルウェア向け付属品、国内バッグブランド、高級アウトドアブランドなど一部ブランド向け付属品の増加 （＋）環境配慮型商品の好調 （－）コロナ禍後のリバウンド需要一巡、需要停滞・在庫調整、暖冬により作業服・カジュアルウェアを中心に苦戦
アジア	（＋）中国・香港でのカジュアルウェア・作業服向け付属品の増加 （＋）ベトナムでのスポーツシューズ向け付属品、作業服関連商品の増加
欧米	（＋）在庫調整から回復、メディカルウェア・作業服向け付属品の増加

機会
- 環境配慮型商品へのニーズの高まり
- ASEAN地域を中心として地産地消ニーズの高まり
- インバウンド需要によるMs.ID、マテックスへの追い風

リスク
- 顧客の在庫調整は2025年11月期中には回復を見込むものの、影響が残る見込み

プロダクト関連事業

売上高



増減要因（2024年11月期）

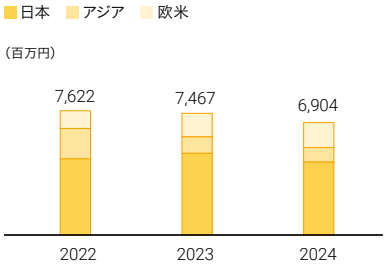
日本	（＋）均一価格小売店向け商品、文具関連商品の増加 （＋）厨房機器レンタル・販売・清掃事業の増加 （－）建築現場向け安全関連商品、医療機器関連商品の減少 （－）円安・在庫調整などの影響でスノーボード・サーフィン関連商品の減少
アジア	（＋）タイでの玩具向け付属品の増加

機会
- 均一価格小売店向け商品は堅調に推移
- 厨房機器関連サービス事業の需要が継続
- 自社オリジナルブランド商品の強化へ

リスク
- 顧客の在庫調整によるアクティブスポーツ関連の苦戦
- 円安による輸入コストの上昇

輸送関連事業

売上高



増減要因（2024年11月期）

日本	（－）国内自動車生産台数が停滞、日系自動車メーカー向け自動車内装部品の減少
アジア	（－）中国での日系自動車メーカーの不振により減少
欧米	（＋）北米での量産立ち上げ開始、日系自動車メーカー向け自動車内装部品の増加

機会
- 北米での地産地消ニーズの高まり

リスク
- 国内での自動車生産は大きな回復が見込まれず
- 日系自動車メーカーの中国市場での苦戦

事業別戦略

セグメントトップメッセージ

Message from the Segment President

アパレル関連事業

グローバルネットワークやRideeco®の取り組みを武器に新規事業を創出する

モリトの中核を担うアパレル関連事業は、モリトジャパン株式会社の分社化を機に、過去の慣習を抜本的に見直し、収益性の改善に取り組んできました。これまでの常識を変えることは決して簡単ではありませんが、まずは社内で変革の必要性について議論を重ねることで、社員の収益性に関する意識を向上させることと、安心・安全・高品質などの自社の付加価値を再認識することから変革の土壌を築きました。今後はトップラインの向上を目指し、新規事業の創出に注力していきます。具体的には、自社開発した廃漁網由来のナイロン素材の本格販売を進め、繊維産業に独自のポジションを築くほか、新たにグループ入りした株式会社Ms.IDとのシナジーを活かしたBtoC事業の強化に取り組む予定です。近年は地政学リスクや環境規制の強化など対応すべき課題が多くありますが、これらはモリトのグローバルネットワークやRideeco®の取り組みが真価を発揮する機会でもあります。こうした機会を捉え、積極的な投資を実行し、社員一人ひとりが一歩ずつでも前進することで、これからも業界の革新を力強くリードしていきます。

プロダクト関連事業

常に次の事業機会を見出し、商品力を高める

プロダクト関連事業は、BtoB向けにパーツから半製品、製品を提供するOEM・ODMを中心とした事業と、自社ブランド製品の製造・販売および主にホームセンターやバラエティショップなどの量販店向けに靴のインソールやサポーター、防水素材バッグなど多種多様な商品の製造・卸しの事業を行っています。広範囲な業界向けに様々な商品を取り扱うため、業界単位での需要の変化に対し大きな影響を受けにくい一方、顧客からの要望の商品群は絶えず変化します。そのため、私たちはイチ商品の細部にまでこだわると同時に、常に業界や社会環境全体にも意識を向け、次の事業機会を見出すことが重要です。近年では、推し活ブームの追い風を捉え、従来の商品に新たな発想を加えた商品を開発するなど、新たな需要をいち早く捉えることによりトップラインを伸ばしています。引き続き2030年11月期の売上高目標である200億円や、その先の持続的な成長を目指し、商品力を高め、長年黒子企業として知名度が低かったモリトの名を世に知らしめるような大ヒット商品を、新たな取り組みの中から生み出していきたいと思っています。

輸送関連事業

北米地域への設備投資を加速し、グローバルで売上高100億円を目指す

2025年11月期は、輸送関連事業が2030年11月期に目指す、グローバルで売上高100億円達成に向けた足がかりを築く、極めて重要な一年です。もともと利益率の低い業界において、当社は独自の付加価値を提供しながら、長期的な視点で利益率向上に取り組んでいます。今後はさらなる成長に向けて、トップラインの拡大に注力していきます。とりわけ、中国やASEANでの成長が見込みにくい外部環境を踏まえ、北米地域（アメリカ・メキシコ）への設備投資を加速し、日本国内で実施している生産・調達などを北米でも実現することを目指します。まずは委託先の開拓を進め、将来的にはM&Aや資本提携も視野に入れながら、地産地消の体制を整えていきます。そして海外拠点でも日本国内同様の高い品質レベルを実現するために現地スタッフの育成にも注力します。これら一連の取り組みこそが、中長期的な成長に向けた確かな足がかりとなります。社員の皆さんからも、設備投資や事業拡大に関するアイデアを募り、皆で売上高100億円達成と、その先の持続的成長を目指していきたいと思います。

モリトグループのサステナビリティ

モリトグループは、事業を通じて環境・社会問題に取り組み、企業価値を向上させ、持続可能な経営を目指していきます。

サステナビリティ方針

当社は、経営方針を基本として、環境や社会に関する課題と事業活動の関連性を導き出し、事業活動を通じて持続可能な社会の実現（社会価値）に貢献するとともに、私たち自らの「持続的な成長」と「企業価値の向上」（経済価値）を実現することで共通価値の創造（CSV：Creating Shared Value）を目指します。

取り組み施策

地球環境への配慮と気候変動への対応

環境への影響に配慮した企業活動を行うとともに、気候変動に対応しつつ企業の成長を目指します。

会社経営における人と社会との調和

ダイバーシティおよび人と社会との協調の推進により、企業としての社会性を高め、企業価値向上を目指します。

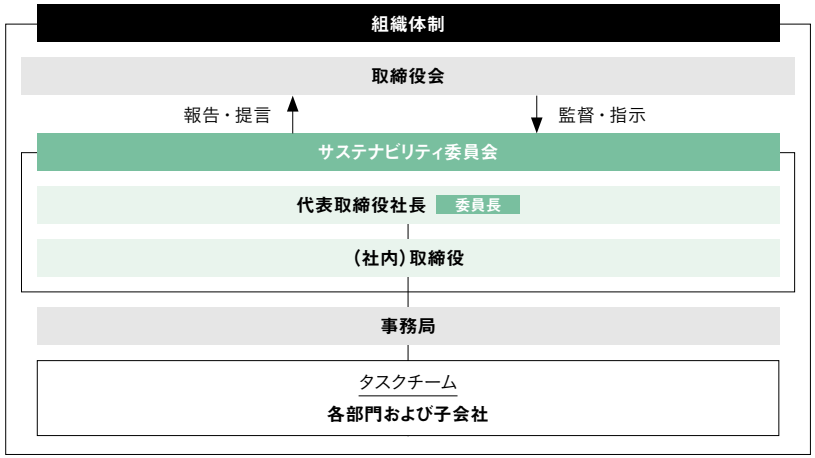
継続的な成長に向けた経営基盤の強化

外部環境への対応を含めて、長期的視点での企業拡大に耐えうるような会社経営の仕組みを整備・強化することで会社成長を目指します。

サステナビリティ推進体制

当社では、代表取締役社長が委員長となり、そのもとで取締役をメンバーとしたサステナビリティ委員会を組織しています。企業を取り巻く環境が大きく変化する中で将来に向けた永続的な企業経営を目指していくため、環境・社会・経営に関するリスクと機会を長期の経営課題として捉えて対応していくことにより、サステナビリティ経営を推進します。なお、当委員会のメンバーにつきましては、必要に応じて委員長が指名することで、メンバー以外の会社の各部門関係者の出席や社外の有識者などからの助言等も受けながら委員会を運営していきます。

サステナビリティ委員会



マテリアリティ

事業活動を通じて社会の要請と期待に応え社会的課題を解決する、という企業の本質的な社会的責任を果たすとともに、経営基盤の強化に取り組むことで企業価値の向上を推進していくことを目的として、環境・社会・経営の観点から当社の事業課題を整理し、優先的に取り組むべき課題のテーマを明確化しました。

マテリアリティの特定

モリトが目指すサステナビリティ経営に向けて、ESGの観点で分類・整理した当社事業活動の課題に関し、投資家や事業関係者の皆さまおよびモリトグループ従業員など会社内外のステークホルダーからの意見や示唆を組み入れ、外部環境動向やSDGs・TCFD提言およびその他の評価ガイドラインなどを参考にしながら、サステナビリティ委員会および取締役会での議論を経てマテリアリティを特定しました。

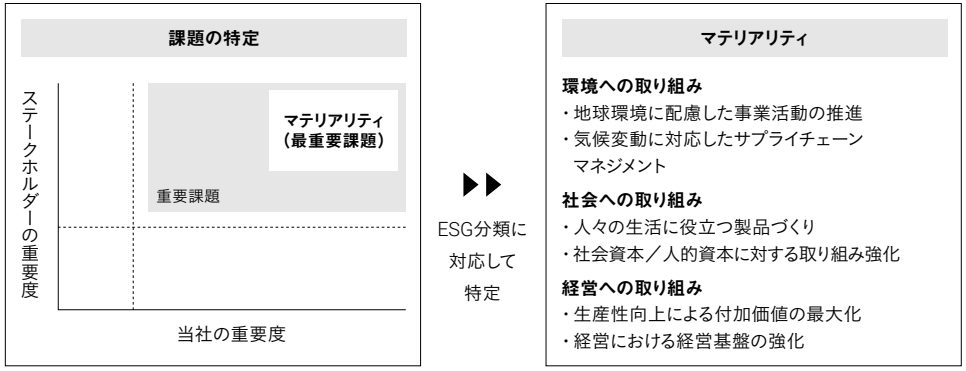
マテリアリティごとの取り組み施策概要と具体的な目標(KPI)については、慎重に検討しつつ設定していきます。

マテリアリティ特定のための考え方

パーパス

日常何気なく使用する「身の回りにあるパーツ」に新しさ、創造性を加え、
人々の生活にストレスを感じさせないあたりまえの環境を提供し続けること。

▼ ステークホルダーと当社の双方にとって重要度の高い課題を抽出



マテリアリティの取り組み内容

	マテリアリティ	テーマ	取り組み内容
環境	地球環境に配慮した事業活動の推進	・循環型社会への取り組み ・“もったいない”の削減	・海洋汚染防止 ・材料の廃棄減少と製品歩留まりの向上 ・オフィスの合理化(資源消費低減) ・グリーン購入比率向上
	気候変動に対応したサプライチェーンマネジメント	・持続可能な原材料調達 ・調達／供給の安定性向上 ・ロジスティックスの耐性強化	・自然災害を想定したSCM戦略 ・受注／在庫／出庫／配送などの機能刷新
社会	人々の生活に役立つ製品づくり	・高付加価値な製品開発 ・品質の安定による信頼性向上 ・安心、安全、便利な製品開発	・安心、安全、便利な商品づくりによる人々の生活改善への貢献 ・品質マネジメント
	社会資本／人的資本に対する取り組み強化	・地域社会への関わりと貢献 ・競争優位に向けた人材戦略 ・多様な人材が、適材適所で活躍できる環境づくり	・各コミュニティ／組織とのつながり拡充 ・主体性のある人材の獲得と開発育成 ・ダイバーシティ推進、多様なワークスタイルへの対応による社員エンゲージメントの向上
経営	生産性の向上による付加価値の最大化	・経営環境の変化に迅速かつ的確に対応できる経営体制の確立 ・成長領域への重点投資による資本効率改善	・ホールディング体制による機能改革と事業改革、グループ体制の最適化 ・事業ポートフォリオの再構築
	経営基盤の強化	・ガバナンスの強化 ・ESG情報開示による社会的信頼／評価の向上	・内部統制／リスクマネジメント／コンプライアンス ・ステークホルダー全体の「安心」を目指した会社運営

環 境

モリトグループは、「新たな価値を創り上げたい」と考えている方や企業と、業種や業界の垣根を越えて、美しい地球を、資源を、未来につなげる新しい価値を創造する取り組みを行っていきます。

環境理念

私たちは、地球環境問題を経営上の重要事項の一つとして位置付け、地球環境保護活動への取り組みを推進し、継続的改善に努めます。

環境方針

私たちは、生活に携わるパーツや商品を、幅広く世界的に販売しています。環境に配慮した販売活動とオフィス活動を実施することで、地球環境との調和を目指し、豊かで快適な社会づくりに貢献します。

1 環境への配慮と環境保護

事業活動の資源およびエネルギーの節約と環境汚染の予防に努めるとともに、自主的な地球環境保護活動を推進します。

2 廃棄物の減量と予防

事業活動から生ずる廃棄商品の削減や廃棄物の減量に努めます。

3 循環型社会への寄与

リサイクル・リユースを促し資源の有効活用に努めます。

4 環境配慮型商品の普及

事業活動の一環として、開発から消費・廃棄に至る商品ライフサイクル全体を視野に入れた環境配慮型の商品の開発・グリーン調達・販売を推進します。

5 法・その他要求の順守

環境関連法規制・条例・協定およびその他当社等が合意する事項を順守します。

6 環境目標の設定と見直し

環境目標を定め実施し、見直し、環境マネジメントシステムの継続的改善を行います。

7 環境教育・啓発活動の推進

環境保護意識および活動の向上を図るため、教育・啓発活動を推進します。

グリーン調達

当社はグリーン調達を推進します。モリト株式会社では、RoHS指令、ELV指令への対応として、蛍光X線分析器を導入しています。

蛍光X線分析器の特徴

・元素の種類と量を非破壊で迅速に分析

・幅広い元素（16S～92Uまで）を数ppm～100%まで、広範囲に分析

環境への取り組み

Rideeco®（リデコ）—世界へ発信、モリトのサステナブルな挑戦—

Rideeco®は「自分たちにできることをやる」だけではなく、業種や業界の垣根を越え、「環境のために貢献したい」と考える方や企業をつなぎ、美しい地球や資源を未来につなげる取り組みとしてスタートしました。

Rideeco

Rideeco®に込められた想い

Ride for Eco：サステナブルを支持するという意味

Relation	新たな価値の創造に向かって様々な業種、業界と関係性を構築し力を合わせる。
Initiative	傍観者ではなく、自らがサステナブルな社会に向かって取り組む。
Devote	短期的な利潤の追求だけではなく、未来の社会のために自らの知恵を捧げる。
Energy	そして根気よく、力を込めて活動する。

Rideeco®の取り組み事例

海洋プラスチックごみの主な原因の一つである廃漁網のリサイクル

2016年度の環境省による海洋ごみの調査によると、日本に漂着するプラスチックごみの総重量の内、約40%が廃漁網、ロープとされています。当社は廃漁網を身近な製品に加工することで、海洋汚染問題にアプローチします。これらのアイテムはリサイクルし再び資源として持続的に使うことができる画期的な取り組みです。

生まれかわり、成長する紙

衣料品生産時に発生するはぎれなどの化学繊維を回収し、粉砕したものをバージンパルプに混ぜ製紙したリサイクルペーパーASUKAMI®をはじめ、紙の新しい楽しみ方やスタイルを提案します。

環境

TCFD

TCFD提言への対応

TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)は、G20の要請で金融安定理事会が設立したタスクフォースで、2021年6月に、プライム上場企業に気候変動リスクと機会の把握・開示を推奨する提言を発表しました。

当社はサステナビリティ経営を推進する中で、気候変動対応を重要課題(マテリアリティ)の一つと認識しています。そのため、社内に全社組織体を設置し、リスクと機会を適切に把握しながら計画的に対応できる経営プロセスを導入しています。

また、気候変動が事業や財務に与える影響を、自社の特性を踏まえて分析し、戦略や対応策を検討するとともに、今後、具体的な目標や指標の設定も進めていきます。

ガバナンス

当社では、経営に関する様々な中長期課題を検討・推進する組織として、取締役会の下位にサステナビリティ委員会*1を設置しています。当委員会は、代表取締役社長を委員長として取締役で構成し、必要に応じて委員長の指名によるメンバー以外の出席や社外の有識者などからの助言等も受けながら委員会を運営します。

サステナビリティ委員会の機能としては、気候変動課題も含めた、環境・社会・ガバナンス(経営)に関連するグループ全体のサステナビリティに対する、基本方針の策定、仕組みの構築、取り組み施策の検討、目標指標の設定などを行うとともにグループ内の状況調査などを行い、委員会で審議された取り組みは取締役会による監督・指示を受ける仕組みとなっています。

*1 サステナビリティ委員会についてはp30もご参照ください。

戦略

地球温暖化に伴う気候変動は、商社機能を主とする当社にとっては、資材商材の調達コストの高騰や自然災害によるサプライチェーンの混乱など、当社グループの事業に様々な影響を及ぼす可能性があります。それらの潜在的な影響度をシナリオ分析により評価するとともに対策を検討し、リスクおよび機会への課題に取り組んでいきます。

1 シナリオ分析

気候変動が当社グループに及ぼすリスク・機会の抽出と、そのリスク・機会に対する中長期の戦略を検討するにあたり、2030年までを対象期間として2100年までの平均気温上昇が1.5ºC未満の場合と、4ºCの場合について、国際的に認められた下記の複数の気候変動シナリオを参照しています。なお、1.5ºC未満のシナリオがない場合は2ºC未満のシナリオで代替しています。

1. 対象とした期間

2030年

2. 使用したシナリオ

- **移行リスクが主に顕在化する1.5ºC上昇の世界**
  参照シナリオ:Net Zero Emissions by 2050 Scenario(NZE)
  (一部代替シナリオ:Sustainable Development Scenario(SDS))
  発行:国際エネルギー機関(IEA)
- **物理的リスクが主に顕在化する4ºC上昇の世界**
  参照シナリオ:Representative Concentration Pathways(RCP8.5)
  発行:気候変動に関する政府間パネル(IPCC)

リスク・機会の認識と当社の対応方針

分類		機会/リスク	時間軸*2	影響の重要度 1.5ºC	影響の重要度 4ºC	主な内容	主な取り組み/対応方針
移行リスク	法・規制	機会	長期	小	小	・規制を受けない新規素材の使用開始に伴う新規製品需要の発生	・省/再エネルギーを使用した商材の販売強化
		リスク	長期	大	小	・温暖化ガス抑制政策(炭素税等)導入に伴う、事業コストの増加 ・製品素材への規制によるコスト増加	・カーボンニュートラルに向けた取り組み ・次世代素材への転換促進
	市場	機会	中期	小	小	・環境変化に対するサステナビリティ商品需要の発生 ・機能性素材の開発の推進 ・環境に配慮した製品への志向や価値観の高まり	・環境負荷低減が可能な素材の開発と活用 ・サステナビリティの浸透に向けたECO製品の拡充と情報発信
		リスク	中期	大	小	・輸送など燃料価格の上昇によるコスト上昇 ・現行商品の製品ニーズの減少 ・代替製法を必要とすることによるコスト悪化	・効率の良い物流システムの構築 ・次世代素材を使用した製品への転換促進
物理的リスク	急性	機会	中期	小	小	・天候不順や異常気象に対応可能な機能性商品への需要増加	・リスク対策に向けて機能性を向上した新製品の開発と販売
		リスク	長期	小	小	・異常気象による、拠点被害や供給ルート分断によるコスト発生 ・高温化・寒冷化による温調エネルギー増大によるコスト増加	・BCP対策による水害対策強化および自社資産の管理強化 ・サプライチェーンに関する総合的なリスクマネジメント

*2 リスクおよび機会の本格化までの猶予期間(短期:~3年、中期:3~7年、長期:7年~)

環境 TCFD

2 財務影響評価

財務的影響については2022年11月期において、国内および海外のすべてのグループ会社（影響の軽微な子会社を除く）を対象として、当社の祖業であり主力事業でもあるアパレル事業要素について試算を行いました。今後は他の事業分野にも展開し、分析していく予定です。

▶ 1.5°Cシナリオ

温暖化ガス抑制政策の本格化による炭素税の導入について検討を行いました。IEAのNZEシナリオに基づき、当社グループ会社の各所在国における炭素税の導入を仮定し、現在のGHG排出量（Scope1,2）をもとに試算した結果、財務的影響は軽微であると認識しています。また、商社機能を主とする当社としては、電力料金をはじめとする燃料価格の上昇に対しても財務的な影響は軽微であり、レジリエンスを有していると考えています。

▶ 4°Cシナリオ

当シナリオでは脱炭素に向けた施策の導入も緩やかであり、その結果としての気象災害の激甚化による洪水や高潮被害から想定される被災の影響を試算しました。商社という事業特性から、保有する事業用資産なども限定的であり、当社への財務的影響は大きくないと考えています。現在も災害リスクなどを考慮して、サプライチェーンマネジメントの強化による被害可能性の最小化に向けて、BCP対策の強化を進めています。また、異常気象などにも対応可能な機能性商品の開発強化などにより、新たな事業機会の獲得にもつながると考えています。

リスク管理

当社では、グループ全体におけるすべての事業活動を対象にしたリスクマネジメント体制を構築しています。代表取締役社長を委員長とし、管理部門の本部長および法務部長、内部監査室長をメンバーとする、リスクマネジメント統括機関としてのコンプライアンス委員会を設置しています。

コンプライアンス委員会においては、全社リスクに関し各部門・子会社に対する年1回のヒアリングによるアセスメントを実施し、その結果をもとに影響度および発生する可能性の2つの側面でマトリクス分析を行い選別・評価したリスクへの対策実施結果と改善計画を年2回取締役会に報告する、というPDCAを基本としたリスクマネジメントサイクルを構築しています。

気候変動に関するリスク把握はコンプライアンスおよびサステナビリティ管轄の両委員会が情報共有を行い協働しています。気候変動に関する「リスク」最小化と「機会」最大化による企業価値向上に関しては、サステナビリティ委員会において各種方針・戦略の策定、取り組みのモニタリングなどを実施する体制となっています。

指標と目標

温暖化ガス（GHG）排出量に関し、2023年11月期はScope1,2のみ算定していましたが、2024年11月期より自社の直接排出（Scope1,2）については業績開示の会計年度に合わせ、算定を行いました。また、サプライチェーン内のGHG排出量であるScope3についても、まずは国内の一部主要会社について2022年11月期から2024年11月期までの実績を算定しています。

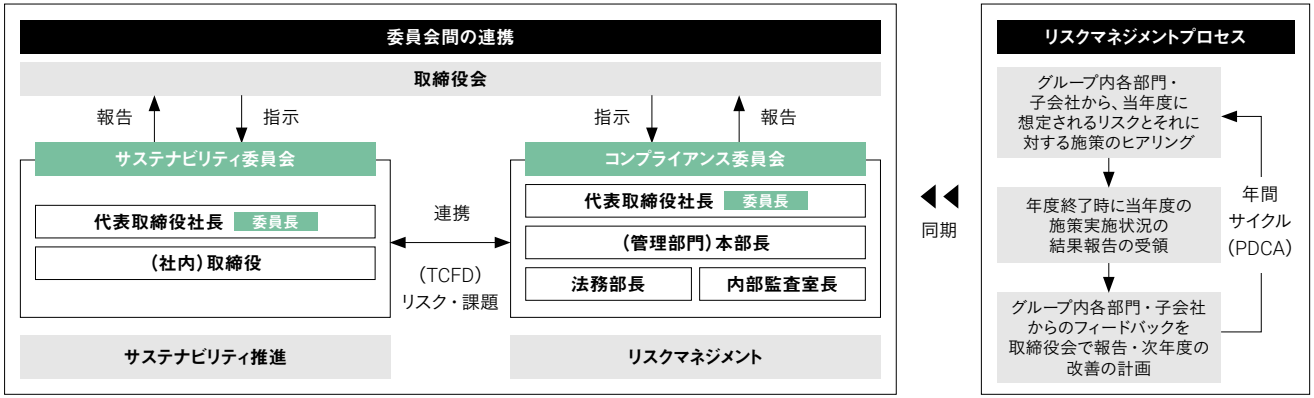
今後もScope3算定の対象を広げ、さらなるGHG排出量削減に向けた指標・目標を設定することで、サプライチェーン全体におけるカーボンニュートラルを検討できる体制を構築していきます。

（t-CO_2）

GHG排出量	2022	2023	2024
Scope1*1	2,256	1,783	1,940
Scope2*2	5,004	3,785	3,543
Scope3*3	96,913	93,291	86,231
合計	104,173	98,859	91,714

*1 事業者自らによる温暖化ガスの直接排出
*2 他社から提供された電気や熱・蒸気などの使用に伴う間接排出
*3 Scope1,2以外の間接排出（事業者の活動に関連する他社の排出）
国内一部主要会社のみ

リスクマネジメント体制



社 会

「パーツでつなぐ、あなたとつながる、未来につなげる」の経営理念のもと、事業活動を通じて、人や地域、そして未来の社会のために、モリトグループができる活動とは何かを考え、社会貢献活動を推進しています。

社会・地域貢献の取り組み

地域・社会の問題に対して、モリトグループが長年培ってきた経験を活かして、貢献できるよう取り組みを行っています。

海岸清掃活動

モリトグループが実施している廃漁網を活用した取り組みと関連し、兵庫県香美町をはじめとした海岸の清掃活動を定期的に実施しています。

産学連携

様々な大学と共同でモノづくりや環境に配慮したパーツ・素材を活用した取り組みを実施しています。

これまでの実績：大阪工業大学、大妻女子大学、関西大学、近畿大学、神戸女子大学、法政大学など

日本野鳥の会

双眼鏡ケースやストラップなどを取り扱うモリトグループは、公益財団法人日本野鳥の会を支援しています。

関西盲導犬協会

犬用のハーネスやリードなどを取り扱うモリトグループは、公益財団法人関西盲導犬協会を支援しています。

出前授業

子どもたちが持続可能な未来の一翼を担うための活動を促進するため、出前授業を実施しています。海洋汚染・衣料廃棄物の現状、Rideeco®で行っているリサイクルや環境保全の具体的な取り組みを紹介しています。

スポーツ振興の取り組み

長年スポーツ関連商品のパーツ・製品を手掛けてきたモリトグループは、スポーツ市場の拡大に貢献するために、スポーツ振興のための活動に取り組んでいます。

スケートボードを通じた開発途上国への支援

開発途上国の子どもたちに、スケートボードの楽しさ・カルチャーを伝えるため、モリトグループで扱うスケートボードデッキやシューズなどの寄贈活動を行っています。

　また、プロスケーター・動画クリエイターとして活躍する岩澤史文氏の、開発途上国にスケートボードを広めるプロジェクトを支援しています。

東京ヴェルディホッケーチーム

モリト株式会社は、東京ヴェルディホッケーチームのコーポレートパートナーです。

　選手と共に、モリトの製品開発や環境保全活動に取り組むとともに、ホッケーを通じて多くの方へ笑顔と感動をお届けする活動をサポートしていきます。

ハッピーパーツデー

「8(パー)2(ツ)」という語呂に合わせ、8月2日をハッピーパーツデー(日本記念日協会認定)として、パーツの魅力を伝える活動を行っています。2024年は2023年に続き、オリックス・バファローズの試合で、モリトのパーツを使った製作体験を実施しました。また、使用済みの野球帽やユニフォームパンツをアップサイクルしたアイテムの作成など、サステナブルな取り組みも実施しました。

千葉ロッテマリーンズ

モリト株式会社は、千葉ロッテマリーンズのオフィシャルスポンサーです。本拠地のZOZOマリンスタジアムには、社名・コーポレートロゴを掲出しています。

社会

ダイバーシティ

人材マネジメント方針

モリトグループは商品が持つ付加価値にとどまらない新しい存在価値を創造し、継続して成長を続ける会社を目指しています。

世界各地のグループ会社が共通方針のもとで人事施策を展開するため、「モリトグループ人材マネジメント方針」を策定し、採用、人材育成、労務、配置・キャリア、評価、処遇の6つのカテゴリごとに、モリトグループが目指す姿を可視化しています。

モリトグループ人材マネジメント方針

モリトグループ人材マネジメント方針

グローバル成長企業を目指して事業成長・拡大に貢献する人材を輩出する人事管理を実現する。

人間尊重を前提とし、働く人々の多様性を受容する人事管理を実現する。

▼

施策の方向性

▼

a 採用	・地球規模のあらゆる雇用形態で求める要件に適合する人材を確保 ・当社の価値観・考え方に共感を持てる人材の確保
b 人材育成	・「自育自成」が基本 ・高い成果を発揮する能力・意欲を持つ人材に対し、能力開発を提供
c 労務	・コンプライアンスの徹底 ・働きやすい／働きがいのある組織の実現
d 配置・キャリア	・国籍・人種・宗教などによらず求める役割を果たし、貢献できる人材を適所に配置 ・役割や適性に応じたキャリア形成の機会を提供
e 評価	・役割貢献の質・度合いや職務の価値に応じた評価の実現 ・公平性・納得感の高い評価の実現
f 処遇	・パフォーマンスに見合った納得性の高い処遇の実現 ・コントローラビリティの高い人件費構造の実現

働きやすい環境づくり

キャリア形成

モリトでは、各社員が働きがいと高いモチベーションを持ちながら、継続的なキャリア形成を実現できるよう、各種制度を導入しています。

▶ 再雇用制度

定年により退職した社員を再雇用する制度を導入し、まだまだ働きたいという社員が継続して活躍できる場を用意しています。

▶ J-ESOP（株式給付信託制度）

J-ESOPとは、株式給付規程に基づき、一定の要件を満たした社員に対して当社株式もしくは当社株式を時価で換算した金額相当の金銭（以下、当社株式など）が信託を通じて交付される制度です。モリトでは、資格や目標達成度合などを換算して計算されたポイントを毎年付与し、退職時に付与ポイントに相当する当社株式などを受け取ることができます。

教育・サポート

モリトの教育方針は「自育自成」が基本です。この言葉には「社員自らが主体性を持ちどのように成長したいのかを考え、自分を鍛えるという意識を強く持ってほしい」という想いが込められています。そのような成長意欲の高い社員に能力開発の機会を提供し、成長を後押しする教育・サポート体制を整えています。

▶ 各種アセスメント／階層別教育プログラム／選抜型研修

自分のキャリアパスを考える上で大切なアセスメントや、ビジネススキル向上を目的とする職務・階層別の教育プログラム、早期マネジメント層の育成を目的とした選抜型研修など、ビジネスパーソンとしての能力を高める機会を提供しています。

▶ CASEC受験支援

CASECはインターネットで受験できる、英語コミュニケーションスキルの能力判定テストです。年1回、社員に受験する機会を提供しています。

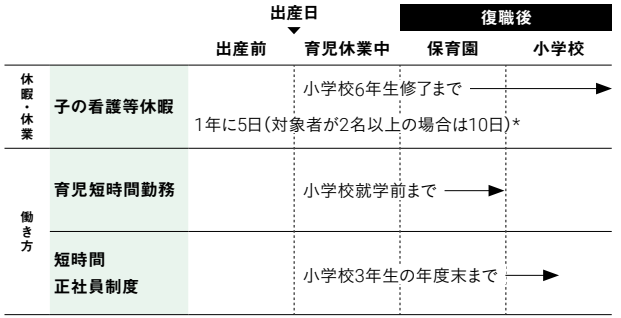
詳しくはこちらをご覧ください。
行動計画・取り組み
https://www.morito.co.jp/sustainability/society/diversity/action_plan_and_measures/

育児・介護について

産前休暇など取得前に個別説明会を実施

産前産後休暇・育児休業に入る前に、出産に関連する制度や受けられる給付金を学ぶことで、不安を払拭し復職までの全体像を掴んでもらうことを目的に、個別説明会を実施しています。またマニュアルを作成し、対象者および対象者の上司に配付し理解を促しています。

出産・育児に関する制度・サポート（一部抜粋）



介護に関する制度・サポート（一部抜粋）

制度の種類	内　容
介護休暇	1年に5日（対象者が2名以上の場合は10日）*
介護休業	通算120日（労働日単位での分割取得可）
介護短時間勤務	開始から3年の間（2回を上限）
短時間正社員制度	要支援以上の認定期間について、所定労働時間を短縮して勤務可

* 半日・1時間単位での取得も可

社会 ダイバーシティ

時間管理について

NO残業DAY

毎週水曜日を「NO残業DAY」とし、定時退社を目指しています。退社後の時間を家庭や趣味などのプライベートに充てることでワークライフバランスを推進することを目的としており、社員自身がオンとオフのメリハリをつけるスキルを習得し、業務の効率化を促す機会としての役割も果たしています。

時差出勤制度・フレックスタイム制度

柔軟で自律的な働き方を実現するため、時差出勤制度および営業部門の一部社員を対象としたフレックス制度を導入しています。

在宅勤務制度

社員が個々のワークスタイルを確立し仕事と生活の両立をしやすくすること、会社の事業継続性を確保すること、環境負荷の軽減を通じたCSRを促進することを目的に、一定の要件を満たす社員は、月に8回まで、労働時間の全部または一部について自宅等で勤務することが可能です。

労働時間の適正化

モリトでは総労働時間の削減に向けて、様々な取り組みを行っています。

▶ **取り組みの一例**

・時間外労働の厳密な管理（事前承認制）
・深夜勤務の原則禁止（事前承認制）
・直行直帰の推奨
・業務効率化に関するEラーニング実施

年次有給休暇の取得促進

各部門で年次有給休暇の取得を推進しています。時間単位の年次有給休暇制度の導入により、フレキシブルに休暇を取得することが可能となりました。

積立年休制度

権利消滅する年次有給休暇を、最大60日分まで積み立てることができます。業務外の傷病により長期療養する場合や、断続的に通院・リハビリなどの必要がある場合に取得できます。

品質への取り組み

企画・開発から販売・サービスまでモリトが提供する製品・サービスの品質・有効性および安全性のモニタリングと改善に向けた対策の検討を行っています。規制要求への対応、品質目標の設定、マネジメントレビューからのアウトプット指示への対応などの定期的な品質に関するモニタリングを行い、品質マネジメントシステムの維持、改善に関する活動を推進しています。

品質へのこだわり

モリトの製品は、自社製品だけではなく、お客さまのニーズに合わせ、様々な分野で使われています。そのため、企画・設計開発の段階からリスク評価を行い、リスクを低減するための活動（DR：デザインレビュー）を行っています。

また、サプライヤーさまに対しても、そのリスクに応じて体制監査・工程監査を実施することで品質確保の体制を構築し、不具合情報を入手した際には直ちに原因を究明し、不具合対策・再発防止対策を実施しています。

従業員へのトレーニング

モリトでは品質方針の周知に加え、従業員への品質教育を実施しています。法務関連部門と協力し、法規制・品質要求に則った製品開発・提供を徹底しています。

品質を支える機材

▶ **フォースゲージ ZTS-500N／電動スタンド MX2-500N**

せん断力、曲げ強度、突き刺し力など、力を測るための測定器です。

▶ **恒温恒湿槽 LHU-114／SH-242**

自由に温度・湿度の環境を再現することができる装置です。試験品（試験体）がその環境から受ける影響を調べることができます。

▶ **蛍光X線分析装置 EDX-7000**

試料にX線を照射して発生する蛍光X線のエネルギー（波長）や強度を解析することにより、試料を構成する元素の種類や含有量を調べる装置です。

ガバナンス

モリトは、経営理念に掲げる姿を目指し事業活動を通じたサステナビリティへの対応により持続的な成長と中長期的な企業価値向上を図るため、透明・公正かつ迅速な意思決定を実現するコーポレート・ガバナンスの強化に継続的に取り組んでいます。

基本的な考え方

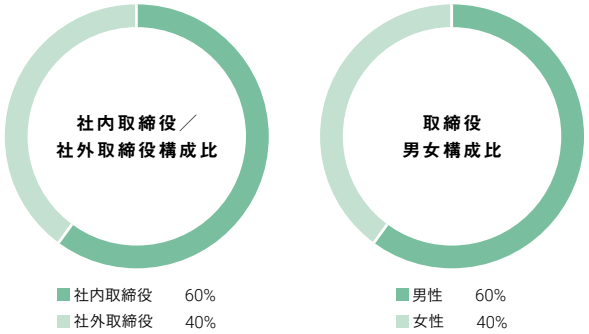
当社は、経営理念およびすべての役員、社員が取り組むべきことをまとめた行動規範に則りステークホルダーの立場に立って、長期的継続的な企業価値の向上を実現する上で、コーポレート・ガバナンスの強化・充実を経営上の最重要課題と位置付けています。ステークホルダーに対しては、誠実な姿勢で適時開示、役割と責任の明確化によるスピーディな意思決定、そして客観的なチェック機能の強化が必要であると考えます。

当社は、社外取締役による取締役会に対する業務執行の監督および社外監査役を含めた監査役による監査が経営監視機能として有効であると判断し、監査役会設置会社形態を採用しています。

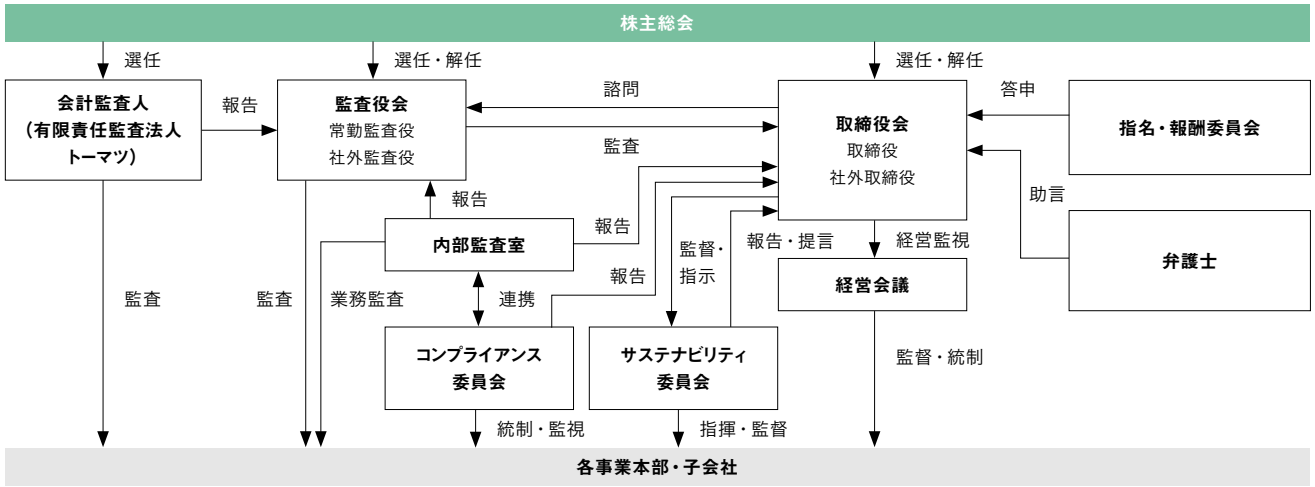
ガバナンス体制

取締役会

取締役会は毎月1回定例開催し、社内取締役3名と社外取締役2名で構成されています。法令に定められた事項および会社の経営戦略に関わる重要事項について決定するとともに、取締役の職務の執行について監督しています。



コーポレート・ガバナンス体制図



経営会議

経営会議は毎月1回定例開催し、業務執行取締役に加えて常勤監査役も参加しています。その中で、当社グループの業務執行報告と経営課題についての討議、施策決定を行っています。

コンプライアンス委員会

コンプライアンス委員会を設置し、コンプライアンス体制の定着と維持を図り、内部統制システムの要請に対応しています。

取締役会の実効性評価

2024年12月から2025年1月にかけて2024年11月期中に開催された取締役会の実効性評価を実施しました。当社取締役会事務局より全取締役および全監査役へ取締役会実効性についてのアンケートを実施した後、取締役会議長、全社外取締役および全社外監査役により、取締役会実効性について協議を行いました。

全アンケート項目における平均点が4.2点（5.0点満点）であり、上記の協議を通じて総じて問題ないという評価となりました。

社外取締役からは、社内取締役一人ひとりと、社外取締役および社外監査役が対話する機会を設けることにより、社内取締役個々人の考え方を深く理解する機会があるとよいという指摘がありました。また、中期経営計画の見直しの中で、主要な子会社がどのような戦略・方向性で進めようと考えているのかを知りたいという指摘を受けています。以上の指摘の点については改善に向けて対応する予定です。

ガバナンス

役員のスキルと報酬

取締役のスキルと役割

当社の取締役会は、当社グループの組織体制に応じ、知識・経験・能力のバランスや多様性を考慮し取締役候補を決定しています。なお、社外取締役2名、社外監査役2名を選任しており、意思決定の透明化と監督機能の強化を図っています。また、社外取締役には他社での経営に関する経験を有する者を含んで選任しています。

取締役、監査役の有するスキルは、右に示すスキル・マトリックスをご参照ください。

役員報酬

当社は、取締役会において決定された役員報酬制度に基づき経営陣幹部・取締役の報酬額等について、指名・報酬委員会での協議を経た上で、十分に審議を行い決定しています。

指名・報酬委員会の構成については、委員の過半数を社外取締役としています。また、審議の透明性と客観性を確保する観点から、委員長は独立社外取締役が務めています。

詳細はこちらをご覧ください。
コーポレート・ガバナンス報告書
https://www.morito.co.jp/sustainability/governance/img/governance.pdf

スキル・マトリックス

役職・氏名	取締役					監査役		
	一坪 隆紀	矢野 文基	阿久井 聖美	石原 真弓（社外）	松澤 元雄（社外）	市川 清	松本 光右（社外）	石橋 基志（社外）
企業経営	○	○	○		○			
グローバルビジネス	○	○			○			
ブランディング・マーケティング・セールス	○	○						
財務・会計・M&A	○	○	○		○			○
人事・人材開発			○			○		
リスクマネジメント・法務・ESG	○	○	○	○		○	○	

上記一覧は、関連部門に所属した経験を有するなど特に専門性が高い分野について「○」としており、各人の有するすべての知見や経験を表すものではありません。

ガバナンス

コンプライアンス

モリトグループCSR基本方針

当社および当社の子会社（以下、モリトグループ）は、当社の創業理念である「積極・堅実」に基づき、顧客、仕入先、株主の皆さまその他モリトグループを取り巻く多様なステークホルダーとの間に良好な関係を築くことを目指していかなければなりません。

当社はモリトグループCSR基本方針（以下、本方針）を定め、モリトグループに対して本方針を徹底することにより、社会的な責任を全うしていく所存です。

本方針については、モリトグループのみならず、モリトグループの取引先に対しても趣旨をご理解いただき、本方針に基づいて行動することを期待しています。

詳細はこちらをご覧ください。
モリトグループCSR基本方針
https://www.morito.co.jp/sustainability/governance/csr.php

贈収賄防止基本方針

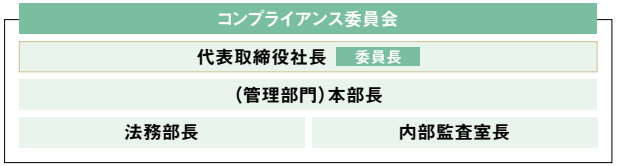
モリトグループは、当社の創業理念である「積極・堅実」に基づき、贈収賄防止基本方針で「腐敗防止」を掲げています。モリトグループはこの贈収賄防止に関する取り組みを推進するため、贈収賄防止基本方針を制定し、グループ全体で贈収賄防止を徹底していきます。

詳細はこちらをご覧ください。
贈収賄防止基本方針
https://www.morito.co.jp/sustainability/governance/preventing_bribery.php

コンプライアンス推進活動

コンプライアンスに向けた取り組みを積極的に実施し、リスクの把握とそれに対処するリスクマネジメント体制を整えています。

コンプライアンス推進体制



コンプライアンス委員会の活動実績（2024年11月期）

コンプライアンス委員会においては、全社リスクに関し各部門・子会社に対する年1回のヒアリングによるアセスメントを実施し、その結果をもとに影響度・発生可能性の2側面でマトリクス分析を行い選別・評価したリスクへの対策実施結果と改善計画を取締役会に報告する、というPDCAを基本としたリスクマネジメントサイクルを構築しています。

各種取り組み

▶ 内部通報制度（ホットラインの設置）

コンプライアンス違反に該当する行為、または違反する恐れのある行為を知った社員が相談・通報できる窓口を、社内および社外に設置しています。なお、2024年11月期の当社における内部通報件数は1件でした。

▶ ハラスメント対策

各種ハラスメント行為があった場合、就業規則に則り、厳正に懲戒処分を行います。また防止に向けて、定期的にセミナーを開催しています。

▶ 安否情報システムの導入

全国各地で多発している地震に備え、社員と会社との連絡手段としてPCやスマートフォンなどで、安否報告ができるシステムを導入しています。

List of Executives

役員一覧

役員の略歴についてはこちらをご覧ください。
https://www.morito.co.jp/ir/management-policy/directors-auditors/

代表取締役社長
一坪 隆紀

学生時代はソフトテニスに熱中し、諦めない心と勝負にこだわる姿勢を身に付けました。負けるのが嫌なので、現在はテニスをせず、愛犬との散歩を楽しんでいます。1985年から11年間にわたるオランダへの海外赴任を経験し、異文化への順応力を獲得しました。帰国直後は浦島太郎状態でしたが、新鮮に現在地を見つめる機会となり、2013年11月からは代表取締役社長として、「誠実であること」「筋を通すこと」を大切に、社員とその家族が安心して生活できるよう、モリトグループの発展に尽力しています。

取締役
矢野 文基

オランダにて13年間、香港にて5年間の駐在を経験し、現在は子会社であるMORITO SCOVILL AMERICAS, LLCのCEOを兼任しており、日本とアメリカを往復する日々を過ごしています。長年グローバルに活動する中で、自分と異なる価値観を持つ人々と関わることにより、多面的な思考力や判断力が鍛えられたと感じています。近頃は常に物事の本質を見極めながら、自分の仕事や会社の将来を俯瞰するよう心掛けており、今後のモリトグループの成長や挑戦に引き続き貢献していきたいと思います。

取締役
阿久井 聖美

女性が長く勤務できる会社を探し就職活動をする中、「新卒・人事部員募集」という当社の広告に希望を抱きました。「この会社だ！」という第六感で、入社のご縁をいただいて以来、「人の事」を基軸に、関連する様々な経営の要素を学び、現在に至ります。先人の教えの通り「企業は人なり」です。近年、人的資本の重要性が改めて評価されている中、この追い風を捉え、「人」の価値を最大化することで、当社に関わるすべての皆さまの喜びにつながる成果を上げられるよう尽力します。

取締役（社外）
石原 真弓

法学部卒業後、裁判所事務官として社会人生活を始めましたが、2年で結婚退職。夫の転勤で日本国内を転々としながら司法試験に挑戦し、無事合格した後、出産に子育て（最近では孫育てまで）をしながらも、弁護士として30年近く企業法務に携わっています。他の上場企業の社外役員を20年近く経験してきましたが、モリトグループの熱量は圧倒的だと感じています。私も負けぬよう、これまで培ったリーガルマインドとイチ主婦・イチ消費者としての目線を活かし、ガバナンス強化に貢献できればと思います。

取締役（社外）
松澤 元雄

銀行での25年間にわたる金融関連業務の経験や、外資系日本法人の財務経理・取締役CFOとして8年間勤務した実務経験、医薬品メーカーの常勤監査役の業務経験を活かし、特に財務面や法令順守・コンプライアンス関連において、社外取締役として意見具申を行っています。モリトグループの中長期的な企業価値の創出の実現に資するよう、誠実に、判断の根拠を広く社会に求めるとともに、公平と公正を重んじつつ、職務を全うします。

監査役（常勤）
市川 清

入社以来42年間、人事や総務、内部監査、法務など、商品とお金を扱わずに歩んできた社内では稀有なキャリアに基づく独自の視点で、モリトグループの健全で持続可能な成長と中長期的な企業価値の創出を実現し、社会的信頼に応える良質な企業統治体制の確立に寄与したいと思います。そのために、当社の偉大な大先輩監査役の言葉「現場に神宿る」を肝に銘じて、現場にある事実にしっかりと目を向けた監査活動を心掛けています。

監査役（社外）
松本 光右

弁護士登録から25年、モリトの社外監査役就任から14年が経ちました。近頃の欧米的経営の視点では、「社外役員の任期は長期にわたるべきではない」との意見が大勢を占めていますが、私の実体験としては、社外の者がその仕事の本質を汲み取り、実際に現場で従事する社員の皆さんの肉声を精緻に理解できるようになるには、長い年月を要すると感じています。これまでの国内外での往査で深めたモリトグループへの理解を活かし、引き続き職責を果たしていきます。

監査役（社外）
石橋 基志

大阪国税局の国際関係部署に10年以上勤務するなど、公務に従事した後、税理士としてキャリアを積んできました。企業経営においては会計・税務のコンプライアンスの維持向上が求められています。そうした中、世界各国に事業を展開するモリトグループにおいて、これまで私が培ってきた知見を活かしていけることを大変光栄に感じています。グローバルニッチトップを目指すモリトグループの、国内外におけるさらなる発展に監査役として貢献していきます。

Message from

社外取締役メッセージ

消費者とつながり、未来につなげる経営の実現に貢献します。

社外取締役
石原 真弓

これまで企業法務に携わる弁護士を30年近く務め、仕事の手を緩めることなく、妻・母として家庭も大切にしてきたつもりです。専門性だけではなく、そうした日々から得た「消費者」視点も私の強みだと考えています。モリトグループの製品を最終的に手に取ってくださるのは消費者ですから、消費者と「つながる」経営を忘れぬよう、今後も様々な指摘や提言をしていきます。

就任当時を振り返ると、モリトグループの取締役会は財務諸表に対する切り込みや、中長期の事業展望に対する発想などが少し弱いと感じたこともありました。しかし、これまで社外からの意見や指摘を一つひとつ真摯に受け止め、着実に改善してこられました。目標が定まると、それに向かう推進力は素晴らしく、東京証券取引所市場第一部指定、さらにはプライム市場への移行の達成など、まさに100年企業モリトの底力が発揮された瞬間が、これまで何度もあったように思います。また、持株会社体制への移行後も、モリトグループとして順調に業況を拡大しています。最近では、IRやガバナンス強化についても専門家からのアドバイスを受けていますが、自ら考え自ら進めるという姿勢を徹底していることは、評価に値すると考えています。

未来を見据えると、消費者ニーズの多様化は今後さらに進むと考えられ、未来に「つなげる」商品開発が必要です。グローバルニッチトップを維持・推進するために、これを支える従業員エンゲージメントのさらなる向上は重要課題の一つだと思います。また、当社グループ会社は全世界に広がっていることから、グローバルスタンダードを満たしつつ、カントリーリスクにも迅速に対応することが不可欠です。こうした様々な課題に対し、取締役の一員として「積極・堅実」に取り組み、永続できる企業グループとなるよう精一杯努めてまいります。

攻めの姿勢も大切に、モリトグループの持続的な成長を後押しします。

社外取締役
松澤 元雄

誠実さを第一に、判断の根拠を広く社会に求めるとともに、監査役等としての経験を活かし、公平公正な提言となるよう心掛けています。また、社外取締役としてモリトグループの健全で持続的な成長を後押しする上では、守りの面だけでなく、攻めの姿勢を取ることも重要だと考えています。近年では、大型投資への前向きな評価や、コスト削減に関する進捗報告を求めるなどのアドバイスを適宜行っています。

一般株主の利益保護に配慮する観点から、取締役会における発言や代表取締役への問題点の指摘を行うことは社外取締役の責務です。モリトグループは、社外取締役から、社長をはじめとする社内取締役に対して率直な意見交換をできる環境が醸成されています。また、社外取締役は様々な知識・経験を有するメンバーで構成されており、外部視点から企業経営をチェックするための妥当性を十分に持つと考えています。そのような体制のもと、経営上の課題に対して活発に議論をしており、取締役会の実効性が確保されていると評価しています。加えて、案件資料の事前配布と事前説明会といった事前確認の場があることで、取締役会での議論がより充実したものになっていると感じます。

モリトグループは、2030年やその先のさらなる成長に向けた準備として第8次中期経営計画を公表しています。これにより、117年の歴史を持つモリトが、今後グローバルニッチトップ企業として次の100年も新たな価値を創造し続ける姿が示されています。私は、中長期的な企業価値の創出に、M&A案件の検討は必須だと考えています。そのために、財務インパクトなどのシナジーを可視化することは、取締役会での議論・審議においても重要です。今後は、これらを具体的に示すように働きかけるなど、中長期的な企業価値の創出の実現に資する提言を行ってまいります。

財務データサマリー

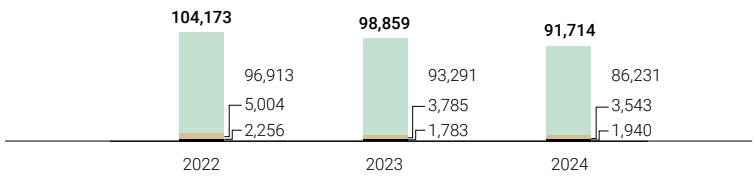
	2014/11	2015/11	2016/11	2017/11	2018/11	2019/11	2020/11	2021/11	2022/11	2023/11	2024/11
売上高（百万円）	35,862	43,293	40,086	41,388	43,943	45,987	40,727	43,636	48,478	48,529	48,537
営業利益（百万円）	1,429	1,721	1,767	1,707	1,725	1,734	856	1,619	2,116	2,464	2,868
経常利益（百万円）	1,729	1,871	1,647	1,703	1,790	1,779	928	1,834	2,342	2,771	3,003
親会社株主に帰属する当期純利益（百万円）	1,270	1,432	1,181	3,305	1,257	1,402	470	1,407	1,674	2,217	2,572
フリーキャッシュフロー（a+b）（百万円）	(4,742)	3,011	4,119	4,741	(4,545)	3,724	2,446	2,243	715	4,476	5,258
営業活動によるキャッシュフロー（a）（百万円）	1,123	2,034	1,391	1,802	626	3,614	2,462	2,644	850	4,399	4,620
投資活動によるキャッシュフロー（b）（百万円）	(5,865)	977	2,728	2,939	(5,171)	110	(16)	(401)	(135)	77	638
減価償却費（百万円）	462	726	617	675	714	860	962	937	992	1,010	983
総資産（百万円）	45,593	47,331	40,853	43,473	48,059	47,185	43,699	45,938	50,271	51,429	52,476
自己資本（百万円）	29,488	31,113	29,246	32,581	32,905	32,667	31,958	33,858	36,628	38,433	39,276
売上高営業利益率（%）	4.0	4.0	4.4	4.1	3.9	3.8	2.1	3.7	4.4	5.1	5.9
総資産経常利益率（ROA）（%）	4.2	4.0	3.7	4.0	3.9	3.7	2.0	4.1	4.9	5.5	5.8
自己資本当期純利益率（ROE）（%）	4.5	4.7	3.9	10.7	3.8	4.3	1.5	4.3	4.8	5.9	6.6
自己資本比率（%）	64.7	65.7	71.6	74.9	68.5	69.2	73.1	73.7	72.9	74.7	74.8
1株当たり当期純利益（EPS）（円）	43.85*	49.48	41.48	119.29	45.71	51.17	17.17	51.41	62.23	83.05	97.12
1株当たり純資産額（BPS）（円）	1,017.79*	1,081.23	1,027.96	1,184.79	1,196.17	1,193.13	1,167.21	1,240.70	1,371.63	1,445.12	1,495.67
1株当たり配当金（年間配当）（円）	12.50*	14.50	17.00	28.00	25.00	26.00	18.00	26.00	32.00	55.00	63.00
連結配当性向（%）	28.5	29.3	41.0	23.5	54.7	50.8	104.8	50.6	51.4	66.2	64.9
連結自己資本配当率（DOE）（%）	1.2	1.4	1.6	2.5	2.1	2.2	1.5	2.2	2.4	3.9	4.3

* 当社は、2014年7月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を行っています。これに伴い、当該株式分割が2014年11月期の期首に行われたと仮定して、1株当たり当期純利益、1株当たり純資産、1株当たり配当金（年間配当）を算定しています。

非財務データサマリー

Environment

GHG排出量



* 国内一部主要会社のみ

Governance

取締役会の構成

取締役人数

5人

内、社外取締役（割合） 2人（40%）

内、女性取締役（割合） 2人（40%）

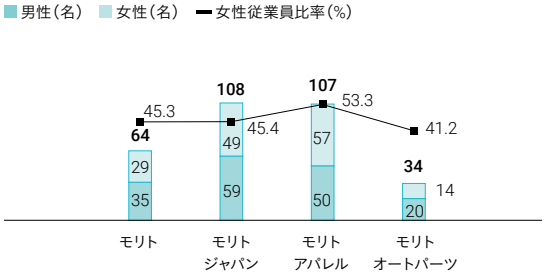
■男性 ■女性

取締役会開催数・出席率（2024年11月期）

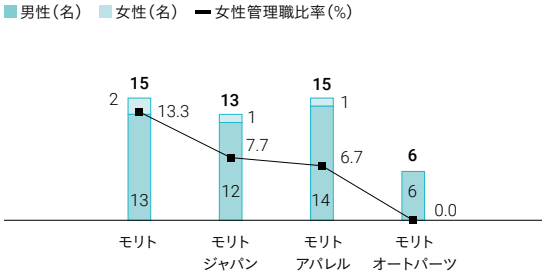
14回 100%

Social

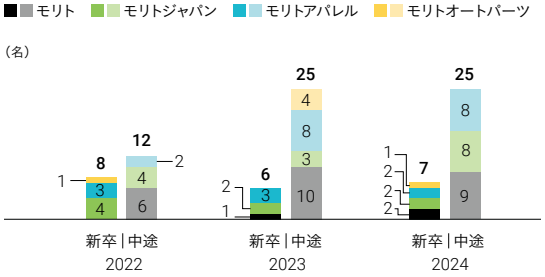
男女別従業員数（2024年11月30日現在）



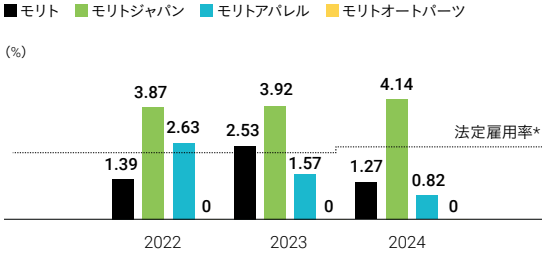
男女別管理職数（2024年11月30日現在）



採用人数（新卒・中途）

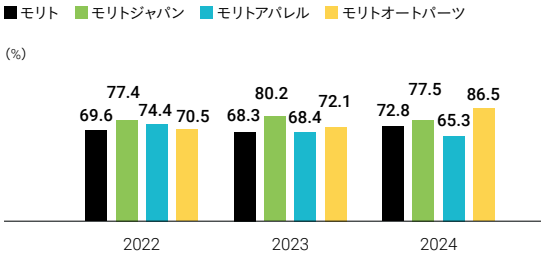


障がい者雇用率

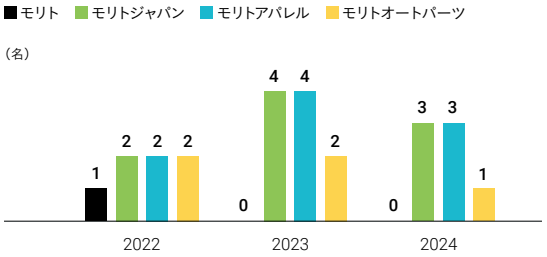


※ モリトオートパーツ株式会社は、従業員数が法定規模未満のため対象外
* 法定雇用率：2022年度・2023年度 2.3%、2024年度 2.5%

年次有給休暇取得率



産前産後休暇・育児休業取得者数



※ モリト株式会社では、2023年11月期、2024年11月期に育児休業等の対象となる社員（または配偶者）の出産はありませんでした。

グローバルネットワーク

● アパレル ● プロダクト ● 輸送

日本

モリト株式会社

モリトジャパン株式会社 ●
生活産業資材・製品の企画開発・製造・販売を行っています。自社ブランド商品の販売はもちろん、様々な業界に向けて、お客さまのニーズに応えるパーツやOEM製品を提供しています。

モリトアパレル株式会社 ●
アパレル、履物、衛生・医療機器、ライフスタイルに関わる副資材・製品等の企画開発、製造および販売を行っています。留め具を中心に多彩なパーツや製品・半製品のOEM生産まで、多岐にわたる商品を取り扱っています。また、バッグブランド「52 BY HIKARUMATSUMURA」、ダウンウェアブランド「YOSOOU®」を運営しています。

モリトオートパーツ株式会社 ●
自動車、鉄道、航空機向けに様々なパーツを提供しています。長年取り扱ってきたパーツの発想をベースに、繊維、樹脂、金属の各種加工技術（縫製、超音波、高周波、プレスなど）を駆使した製品および加工品を提供しています。

エース工機株式会社 ●
厨房を中心とした業務用グリスフィルターのレンタル事業を展開し、お客さまの環境問題の改善に取り組んできました。今日ではレンタル事業に加えて、エアコンのトータルサポート、厨房排気脱臭機の販売、厨房排気系統の清掃・工事などあらゆるニーズに対応したトータルメンテナンスサービスを提供しています。

株式会社マテックス ●
各種印刷やアパレル副資材の販売を中心に、Web受発注システム、RFIDタグ、環境対応商品、その他アパレル関連資材を幅広く取り扱っています。また、OEMグッズやノベルティアイテムの制作、ショップ資材などの企画・提案も行っています。

株式会社マニューバーライン ●
1977年の会社創業より、日本のサーフィンシーンを支えてきました。サーフィン、ウインドサーフィン、スノーボード、スケートボード、アパレル関連用品の輸入卸業を行い、アクションスポーツ全般のカテゴリーを網羅しています。

株式会社CANVAS ●

株式会社Ms.ID ●
EC販売を中心とするレディースアパレルブランド「SELECT MOCA」、オンラインと実店舗で展開するアクセサリーブランド「TEN.」を運営しています。

株式会社シーティー・アソシエイツ ●

株式会社ミツボシコーポレーション ●
作業服・ユニフォーム業界を中心とした服飾資材総合販売事業を主に展開しています。機能性や品質を求められ、季節性・流行に左右されにくい業界へ、アパレル関連資材や製品の販売を行っています。

アジア

モリトスコーヴィル香港 ● ● ●
世界各国のメーカーや、流通業界の購買機能が密集する九龍にオフィスを構え、世界の有名アパレルブランドや量販店に向けてグループ会社の「モリト工貿」の製品群をメインに、商品の供給と業界ごとのトレンドを収集・発信し、グローバルな成長に寄与しています。

モリト工貿 ● ● ●
モリトの主力商品であるホック、ジーンズボタンを中心としたアパレル向け金属プレス製品、また、縫製加工品、生地やテープへの印刷加工や多種多様な加工などお客さまのニーズに対応できる生産体制を整えています。

モリト上海 ● ● ●
服飾関連、履物関連、自動車内装関連の資材を中心に取り扱い、中国製資材、日本製資材を市場のニーズに沿って供給しています。日本向け製品から欧米、中国内販向け製品まで幅広く採用されています。

モリトダナン ● ●
モリトのグローバル戦略の最前線であるASEAN地域を中心に、トータルサプライヤーとして、服飾資材・生活産業資材、ならびに製品の分野において、製造・販売・物流に至るまでのサービスを提供しています。

モリトトレーディングタイランド ● ● ●
タイ国内での輸送関連事業を中心に、服飾関連や、電子機器関連の事業において、東南アジアでの顧客ニーズの多様化に対応するため、ASEAN地域の営業、販売、物流の拠点として活動しています。

マテックス上海 ●

ミツボシコーポレーション上海 ●

スコーヴィルインド ●

アメリカ

モリトノースアメリカ ●
自動車関連部品の設計開発、営業、販売活動をしています。主に北米の自動車部品メーカーへの内装部品を販売。世界各国のモリトネットワークを活用した、グローバル調達・供給体制だけでなく、北米での現地調達供給網も強化しています。

モリトスコーヴィルアメリカス ●
1802年に創業し、220年以上の歴史を持つ服飾パーツのパイオニア的な会社です。アパレル業界向けのパーツの販売を中心に、メディカルウェア向けやレジャー関連商品向けパーツの製造・販売を行っています。

モリトスコーヴィルメキシコ ● ● ●
世界有数の自動車生産国であるメキシコに自動車内装部品およびアパレル事業の北中米販売戦略の一環として、2017年に設立しました。自動車関連部品事業においては、モリトノースアメリカとの連携強化により販売促進を図っています。

欧州

モリトヨーロッパ ● ● ●
服飾業界、電子機器業界、自動車業界向けに幅広く活動しており、新規分野へのアプローチを行い、新しいビジネスモデルの構築に努めています。フランス ポンタリエに駐在員事務所を持ち、フランス・北アフリカ市場の服飾業界への対応も行っています。

会社情報・株式情報 2024年11月30日現在

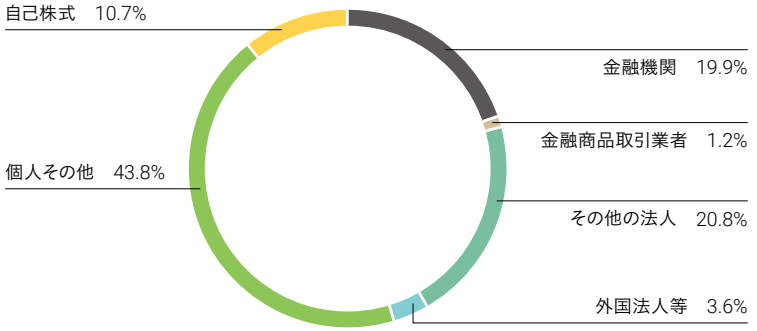
会社情報

商号	モリト株式会社
創業年月日	1908年（明治41年）6月1日
設立年月日	1935年（昭和10年）12月17日
資本金	35億3,249万2千円
従業員数	64名（連結従業員数1,509名）
連結決算対象関係会社	連結子会社：国内7社、海外13社 持分法適用会社：国内1社
住所他	〒541-0054 大阪府大阪市中央区南本町4丁目2番4号 TEL：06-6252-3551 URL：https://www.morito.co.jp

株式情報

証券コード	9837
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
単元株数	100株
株式の種類	普通株式（現在当社は優先株等は発行していません）
発行済株式総数	30,000,000株
決算期	毎年11月30日
株主確定基準日	期末配当金：毎年11月30日 中間配当金：毎年5月31日 その他必要がある場合は、あらかじめ公告して基準日を定めます。
定時株主総会	毎年2月
株主名簿管理人 特別口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社 〒541-8502 大阪府大阪市中央区伏見町3丁目6番3号 三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 TEL：0120-094-777（フリーダイヤル） URL：https://www.tr.mufg.jp/daikou

株式分布状況（所有者別）



大株主

株主名	株式数（千株）	持株比率（%）
株式会社クラレ	2,324	8.68
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,814	6.77
モリト共栄会	1,743	6.51
明治安田生命保険相互会社	1,700	6.35
カネエム工業株式会社	1,676	6.26
モリト社員持株会	529	1.98
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	476	1.78
株式会社日本カストディ銀行（信託E口）	366	1.37
株式会社みずほ銀行	353	1.32
小松マテーレ株式会社	320	1.19

※1 当社所有の自己株式3,220千株（10.73%）は、上記大株主の状況に含まれていません。
※2 株式会社日本カストディ銀行（信託E口）が所有する当社株式366千株および日本マスタートラスト信託銀行株式会社（役員報酬BIP信託口）が所有する当社株式154千株は、自己株式に含めていません。

編集後記

『統合報告書2025』をお読みいただき、ありがとうございます。モリト株式会社にとって初めての統合報告書は、当社のことをご存じない方にも「モリトらしさ」を感じていただけるよう意識して制作しました。
当社が117年培ってきた「積極・堅実」の姿勢と社員一人ひとりに根付くMORITO VALUE、さらに売上高1,000億円を目指す成長戦略をご理解いただくきっかけとなりましたら幸いです。
引き続き、皆さまとの積極的な対話や適時適切な情報開示等を心掛け、持続的な企業価値向上に向けて、IR活動に真摯に取り組んでいきます。