



MORITO

モリト株式会社 統合報告書

2026



MORITO

あたりまえに、新しさ。

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。

INVISIBLE SNAP FASTENERS

商品例

—
 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

アパレル関連事業

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で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。

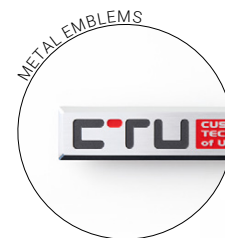
学校用品のパーツ・製品



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



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



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。



MORITOの現在地

●売上高

56,867 百万円*1
(前期比17.2%増)

●営業利益

3,333 百万円*1
(前期比16.2%増)

●自己資本当期純利益率(ROE)

7.4 %*1 (前期比0.8%増)

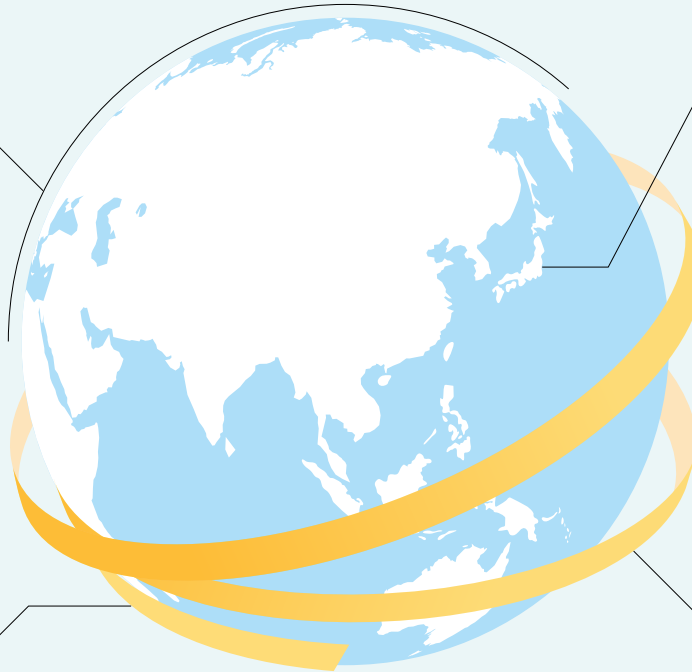
●世界シェア

No.2*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

●ホックの年間販売数量

10 億個以上



●国内シェア

No.1*2

マジックテープ®／ハトメ・金属ホック／インソール／
前カン／サーフボードブランクス／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

●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

1,708 名*3

●海外従業員比率

58.7 %*3

●国内外グループ会社

22 社*4

●事業内訳

調達：生産 約 7：3

●自己資本比率

70 %台

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



ケイパビリティ

01 企画提案力

お客さまの想いを起点に、価値を提案する力

お客さまの想いや潜在的な課題を起点に、専門性と発想力で最適な形を描き出します。

パーツ単体にとどまらず、周辺設計やデザイン、量産までトータルにご提案し、お客さまに確かな付加価値を設計・提供します。

POINT 01

1つのパーツからその周辺まで セットで提案

パーツのご依頼に対し、営業担当がお客さまへ最終製品のコンセプトや課題を丁寧にヒアリングします。適切なパーツの選定やオリジナル商品の開発に加え、周辺のパーツ、設計・デザインなど+αのご提案を行い、採用点数の拡大を図ります。また、50万点を超えるパーツを組み合わせで提供し、お客さまの調達の効率化を実現します。

POINT 02

断らない・チャレンジする文化で、 お客さまに寄り添う姿勢

お客さまのご要望に応じたオーダーメイド型の企画・設計に対応しています。特殊な機能や高いデザイン性の提案はもちろん、漠然としたニーズにも長年培ったノウハウで柔軟に応えます。モリトの社員は、難易度の高いご要望にも初めから「できない」とは言いません。実現方法を考え抜き、新規の業界・分野にも挑戦する文化が根付いています。

POINT 03

川上から川下まで一貫した対応 で生まれる、価値ある提案

企画・開発から製造・調達・販売、品質管理まで一貫して対応するからこそ蓄積される知見を活かしてご提案します。営業担当がお客さまの要望をデザイン画に反映し、スピード感ある開発を行うとともに、品質保証部と連携し、量産を見据えた設計を提案することで不良の未然防止を図ります。

POINT 04

仕入先さま・モリトグループ全体 で高め合うモノづくりの知見

様々な事業部・グループ会社間で相談しやすい風通しの良い風土のもと、社内講習による知見共有など、商品知識と提案力の向上に取り組んでいます。仕入先さまとの協働で培った技術・ノウハウも活かし、お客さまにソリューション型の提案を行うことで、価値創出につなげています。



ケイパビリティ

02 形にする力

グローバルネットワークで、最適を形にする力

仕入先さまとの協力や、複数パーツを合わせた半製品・製品にも対応することでお客さまの要望を形にします。
さらにグローバルな生産・調達ネットワークを活かし、お客さまにとって最適な製造・調達へと結びつけます。

らくらく感®

前カンに伸縮する金属バネを取り入れることで、座った時や食後のウエストの圧迫感を和らげます。

POINT 01

仕入先さまと協力したモノづくり

長年お付き合いのある仕入先さまと協働で、企画段階から試作品を作成し、お客さまと評価を重ねることで、課題を可視化しながらスピーディーなモノづくりを行います。仕入先さまにも使用シーンや機能を共有し、より良い方法やアイデアを検討するほか、この世にまだないパーツやアイテムの開発にもつなげています。例えば、パンツやスカートのフロントやサイド部分に使用される留め具(前カン)にバネを組み合わせたモリトオリジナル商品「らくらく感®」は、ウエストの変化に合わせて自動で伸縮し、食後などに感じるボトムスの圧迫感を軽減します。

POINT 02

異素材を組み合わせた、 半製品・製品

様々な商材を扱う仕入先さまとのネットワークを活用し、複数の仕入先さまから調達した素材を組み合わせたパーツを開発しています。さらに、ベトナムの自社縫製工場や協力工場を活用することで、半製品・製品まで一貫して対応し、自由度の高いモノづくりを実現しています。これにより、お客さまの調達効率化に貢献するとともに、グローバルブランド向けのODM・OEMにも対応しています。世界の競合他社を見ても、パーツから半製品・製品まで対応できる体制は希少です。実はモリトの製品も、知らず知らずのうちに多くの方が手にしているかもしれません。

POINT 03

お客さまの近くで 完結する、 地産地消のモノづくり

お客さまのご要望に応じて、自社工場である日本・中国・アメリカ・ベトナム、世界各地にある協力工場・仕入先さまなど、グローバルネットワークを活用し、適切な生産地を選定し、効率的な体制で生産・調達を行います。また、お客さまの生産地のできるかぎり近くで生産・調達・販売を行う地産地消を推進しています。例えば、アメリカでの日系自動車メーカー向けのパーツをメキシコで調達するなど、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。

ケイパビリティ

03 伴走力

品質とサポートで、安心のモノづくりを支え続ける力

グローバルな品質管理とサポート体制で、お客さまのモノづくりを長期的に支え続ける力です。企画段階でのリスク低減から出荷後の対応まで真摯に向き合い、安心して任せいただけるパートナーであり続けます。

POINT 01

グローバルに「モリト品質」を届けるバリューチェーン

企画・設計開発の段階からお客さまの事業プロセスに深く入り込み、リスク評価やデザインレビューを通じて不具合の低減に取り組んでいます。サプライヤーさまに対しては工程監査等を実施することで品質確保の体制を構築し、不具合発生時には迅速な対応と原因究明、再発防止を徹底しています。さらに、世界各地のグループ会社や協力工場と連携し、各地域の品質基準に対応した生産・調達体制を整備することで、「モリト品質」をグローバルに確立し、ベビー服やメディカル、作業服など高い品質が求められる分野でもシェアを獲得しています。



POINT 02

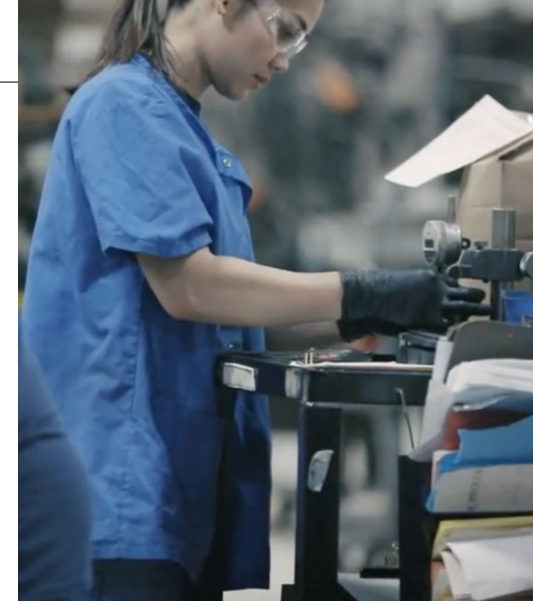
お客さまに寄り添い、信頼される「便利屋」的存在

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。「パーツに困ったら、まずモリトに相談しよう」という商社を超えた便利屋的な存在として、困りごとやニーズを深く理解し、お客さまと共に課題に向き合い、周辺の商品提案や商品力の強化につなげています。お客さまの困りごとを解決し、信頼関係を築くことで、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り、新たな案件へとつながります。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した事例もあり、喜ばしいかぎりです。

POINT 03

企画開発から出荷後まで続く手厚いサポートサービス

お客さまの生産をサポートし、トラブルの発生を未然に防いでいます。ホックの販売では、お客さまの縫製工場で使用する専用機械の提供・メンテナンスを行い、使用する生地・素材・厚みに応じたホックの取り付け方を指導します。また、万が一トラブルが発生した際は、世界各地のグループ会社や代理店と連携し、迅速かつ誠実に対応します。過去、ニューヨークでのトラブルにモリトスコヴィルアメリカスの社員が駆けつけるなど、グループ内で助ける文化も根付いています。こうした体制により、グローバルに生産・販売を行うお客さまに安心を提供しています。



社長メッセージ

夢を掲げ、 現場を信じ、共に挑む

売上高1,000億円を達成し、
関わるすべての人が「心豊かに」なる未来へ

代表取締役社長
一坪 隆紀



モリトの現在地

現在、私たちは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、現中計)の最終年度にあります。資源・原材料価格の上昇、アメリカの通商政策、ウクライナ・中東情勢などの地政学リスク、金融資本市場の変動など、先行きが見通しにくい事業環境が続く中にあっても、当社は着実に歩みを重ねてきました。

近年は、コロナ禍を機に加速させた構造改革による収益性の向上に加え、株式会社Ms.ID(以下、Ms.ID)および株式会社ミツボシコーポレーション(以下、ミツボシコーポレーション)のM&Aが業績に大きく寄与しました。2025年11月期に、3期連続で過去最高の売上高、営業利益、経常利益を達成し、現中計の財務数値目標として掲げていた営業利益30億円を前倒しで達成できたことは、確かな手応えとして受け止めています。

一方で、この数字を額面通りに受け取るつもりはありません。既存事業の成長は小幅にとどまっており、実力値として、まだ満足できる水準には至っていないと認識しています。本稿では、現中計を通じて当社がどのように変わり、2027年11月期以降の新中期経営計画「ACTION 1000」(以下、新中計)で何を指すのか、そしてその根底にあるモリトの考え方についてお伝えしたいと思います。

社長メッセージ

大企業病からの脱却と、 社員の「意識改革」

現中計における最大の成果は、過去最高業績という数字以上に、社員の「意識改革」が着実に進んだことにあると考えています。

かつての当社は、強固な事業ポートフォリオを持つがゆえに、ある事業で思うような業績が上がらなくても他の事業で補うことができ、全体としては堅調な状態を保てていました。しかしその安定感が、組織にとって一つの落とし穴でもありました。「自分の部門が目標に届かなくても、給料や賞与はそれなりにもらえるだろう」という、どこか他人事のような感覚が社員の間に広がっていたのです。健全な危機感が薄れた、いわゆる大企業病的な体質になっていました。

「このままでは生き残れない。」そう感じた私は、経営体制を根本から見直す決断を下しました。2019年11月期から分社化に着手し、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。予定よりも少し時間はかかりましたが、この構造改革によって、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が整いました。

そして、この構造改革の真の狙いであった、収益性に対する意識改革も見事に実を結びました。徹底した責任と権限

の委譲により、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、主体的に考え、行動するようになったのです。さらに収益性だけでなく、バランスシートやキャッシュ・コンバージョン・サイクルに表れる財務安定性・資産効率への意識も高まったことは、当初の想定を上回る変化でした。

現中計期間における収益性の向上は、M&Aによる効果もさることながら、こうした「自ら考え、実行する」という社員の意識改革の積み重ねによるものだと考えています。社員一人ひとりが真剣に向き合ってくれたことを、心から頼もしく、ありがたく思っています。

売上高1,000億円という「夢」と、 「生きたお金」の使い道

現中計で収益性が着実に向上したことを踏まえ、新中計（2027年11月期～2031年11月期）では、次なるステージとして「規模の追求」を重要なテーマに据え、「売上高1,000億円」という目標を掲げます。

より手堅い目標を設定する選択肢もありましたが、あえて1,000億円を掲げたのは、その方が「夢」があると考えたからです。5年後の世界情勢を正確に見通すことは、誰にもできません。現状の延長線上で数字を積み上げる計画を立てて

も、想定外の事態が生じれば簡単に崩れてしまいます。だからこそ、外部環境に振り回されるのではなく、「自分たちが5年後にどうありたいか」という夢や情熱を持ち、ベストを尽くすことが大切だと考えています。

「売上高1,000億円」は、背伸びをしなければ届かない高い目標です。しかし、「これは無理だろう」と思っていたことを自らの手で成し遂げた時、人は大きな自信と達成感を得ます。そうした経験を、社員の皆さんにぜひ味わってほしいと思っています。

そして、この目標は、単なる規模拡大のためにあるものではありません。規模を拡大することで営業利益を引き上げ、社員の給与や賞与を増やしていくための手段です。私はこの5年間で社員の給与水準を平均1.5倍以上に引き上げたいと考えています。モリトで働く社員が誇りを持ち、その家族を含めて「心豊かに生活できる源泉」となる会社を築いていくこと。それが経営トップとしての私の責任であり、願いです。

目標達成の要となるのは、既存事業の成長とその強みを起点とした新たな成長領域への展開の両輪です。新中計のビジョン「パーツへの挑戦、パーツからの飛躍」には、当社の原点であるパーツ領域で年率5%程度の成長を着実に積み重ね、グローバルニッチトップの地位をより確かなものにする、そしてその強みを基盤にM&Aや新規事業を継続的に推進し、新たな成長の柱を育てていくこと、この2つを同じ重みで実現していくという決意を込めています。2026年4月に協力

社長メッセージ

工場であった株式会社久永製作所(以下、久永製作所)がグループに参画したことで、同社の高度な金属ホック製造技術を内製化し、メーカー機能をより強化できたことは大きな強みです。今後は同社をマザー工場と位置付け、その技術を世界各地の自社工場に展開することで、グローバルでの「モリト品質」の標準化と地産地消の体制構築を推進していきます。

こうした成長戦略を推し進めるとともに、ROICなどの資本効率を意識したグループ会社ごとの改善と事業ポートフォリオの見直しも継続的に行います。事業や商圈の統廃合については、経営の責任として冷静に判断し、事業環境の変化に

応じて機動的に対応していく方針です。

また、私は現場に対して「生きたお金はどんどん使いなさい。死に金は使わないように」と常に伝えています。目先の利益のために必要な経費まで削り、組織を小さくまとまらせてはなりません。筋の通った説明ができ、情熱を持って取り組む挑戦であれば、積極的に投資してほしい。失敗や挫折も含めたその過程すべてが、社員の成長につながると信じているからです。売上高1,000億円という目標に向かって、失敗を恐れず自ら考え行動(アクション)してほしい。そうした想いを込めて、新中計を「ACTION 1000」と名付けました。



自ら考え、行動する
社員の挑戦が、
「ACTION 1000」を切り拓く

モリトに根付く本物へのこだわり

売上高1,000億円の実現に向けては、既存事業の着実な成長に加え、「パーツからの飛躍」を担うグロース事業の強化とM&Aが欠かせません。グロース事業の中核を担うMs.IDは、モリトにとって新たな強みとなるBtoC事業のノウハウを有し、すでに業績面でも大きく貢献しています。エース工機株式会社(以下、エース工機)や株式会社マニューバーライン(以下、マニューバーライン)も、それぞれ独自の戦略のもとで自律的に成長できる力を備えています。今後は、こうした事業会社に対してコーポレート機能の強化、設備投資、周辺領域でのM&Aを積極的に進め、次の成長を牽引する柱へと育てていきます。

また、M&Aにおいて当社が相手企業に求める要件は、「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」「事業面で安定性が期待できること」の3点に集約されます。規模の拡大を急ぐのではなく、グループ全体の競争力を着実に高めるM&Aにこだわっています。

ただし、M&Aの成否を分けるのは、PMI(買収後の統合プロセス)です。近年グループに加わったMs.IDやミツボシコーポレーションが順調に成果を上げているのは「相手企業へのリスペクト」を大切にしてきたからに他なりません。事業特性や企業文化の違いを丁寧に理解し、尊重し合う。時

社長メッセージ

間はかかりますが、それこそが信頼を育み、「本物のシナジー」を生む最も確かな道だと考えています。

また、この「本物にこだわる姿勢」は、当社のサステナビリティに対する考え方にも通じています。当社はRideeco®(リデコ)をコンセプトに、持続可能な社会の実現に向けた事業を展開していますが、見せかけの環境対応は行いません。例えば、日本の廃漁網を100%リサイクルしてつくられた糸「MURON®」は、原料の廃漁網がどの地域から回収されたかまでトレースできる、品質にこだわった製品です。こうした本物志向の誠実なモノづくりが評価され、環境意識の高いアパレルブランドを中心に、年々引き合いが増えています。2025年には大阪・関西万博のスタッフユニフォームの一部に採用されるなど、確かな実績へと結びついています。

私たちが扱うパーツは、最終製品の陰に隠れてしまうことが多いものです。しかし、その小さなパーツに込められた機能や品質、環境への配慮などの様々なこだわりが、人々の安心・安全、そして日々の豊かさにつながっていく。それこそがモリトの存在意義だと信じています。

AI時代を勝ち抜く「人」への投資

当社の競争力の源泉は「人」にあります。AIやシステム化が加速する時代においても、それを活かし付加価値を生み出すの

は人であり、その重要性はますます高まっています。現在、高度な専門人材のキャリア採用を進めていますが、その一方で、長年にわたり当社を支え、事業の基盤を築いてきた既存社員が正当に報われる環境を整えることも、経営の大切な責務だと考えています。一部の人材のみを優遇するのではなく、既存社員を含めた組織全体の給与水準を底上げすることが不可欠です。その考えのもと、近年はベースアップを含めた賃上げを行っています。

今後も、既存社員と新しい仲間が互いにリスペクトし合い、心から納得して働けるフェアな人事制度の構築を、経営トップとしての使命として着実に進めていきます。

現場主義・覚悟・誠実さ —モリトの経営哲学

私が経営において何より大切にしているのは「現場主義」です。国内外の拠点に足を運び、現地の幹部や社員と直接対話することで得られる「肌感覚」こそが、経営判断の大切な拠りどころになると確信しています。そして、現場に権限を委譲し自由な挑戦を促す以上、「失敗の責任はすべて自分が取る」という覚悟が不可欠です。その覚悟があるからこそ、社員を心から信じ、任せることができます。

最後に、モリトの根底にある企業文化について触れさせて

ください。かつて朝礼で唱和していた「常に礼儀正しく、笑顔であいさつ」という言葉は、合理性やスピードが重視される現代においては、古めかしく映るかもしれません。しかし今だからこそ、「人としてあたりまえのこと」の大切さが改めて際立つように感じています。いついかなる時も、誰に対しても、その人の尊厳をリスペクトし、礼を尽くす。笑顔であいさつを交わす。この人間らしい誠実さこそが、お客さま・仕入先さまをはじめとするステークホルダーの皆さまから長く信頼をいただける所以であると信じています。

経営に安泰はありません。これからも常に危機意識を持ち、先を見据えながら、謙虚な姿勢を忘れないようにしたいと思っています。そして、株主・投資家の皆さまの期待に応えるべく、株価を意識した経営に真摯に向き合うことも、私に課せられた重要な責務と捉えています。

モリトグループは「ACTION 1000」のもと、売上高1,000億円という目標に向かって社員一丸となって挑戦を続けてまいります。本レポートを通じて、当社の考え方や戦略をご理解いただき、今後の成長にご期待いただけますと幸いです。

代表取締役社長

一峰隆志

成長の軌跡と、次なる飛躍へ

第8次中期経営計画の振り返り

第8次中期経営計画（現中計）では、分社化を伴う構造改革で、現場の収益性への意識と主体性が高まり、筋肉質な利益体制を構築することができました。営業利益30億円の目標は前倒して達成し、2023年11月期から2025年11月期にかけて3期連続で売上高・営業利益・経常利益の過去最高を更新するなど、着実な成果を上げています。また、CCC*・在庫への現場意識の改善、成長投資・M&Aの推進により、資産効率やキャッシュ創出力も高まりました。一方で、M&Aによる貢献を除くと、売上高はおおむね横ばいで推移しており、今後の持続的な成長に向けては、「規模の拡大」が重要な課題であることが明らかとなりました。

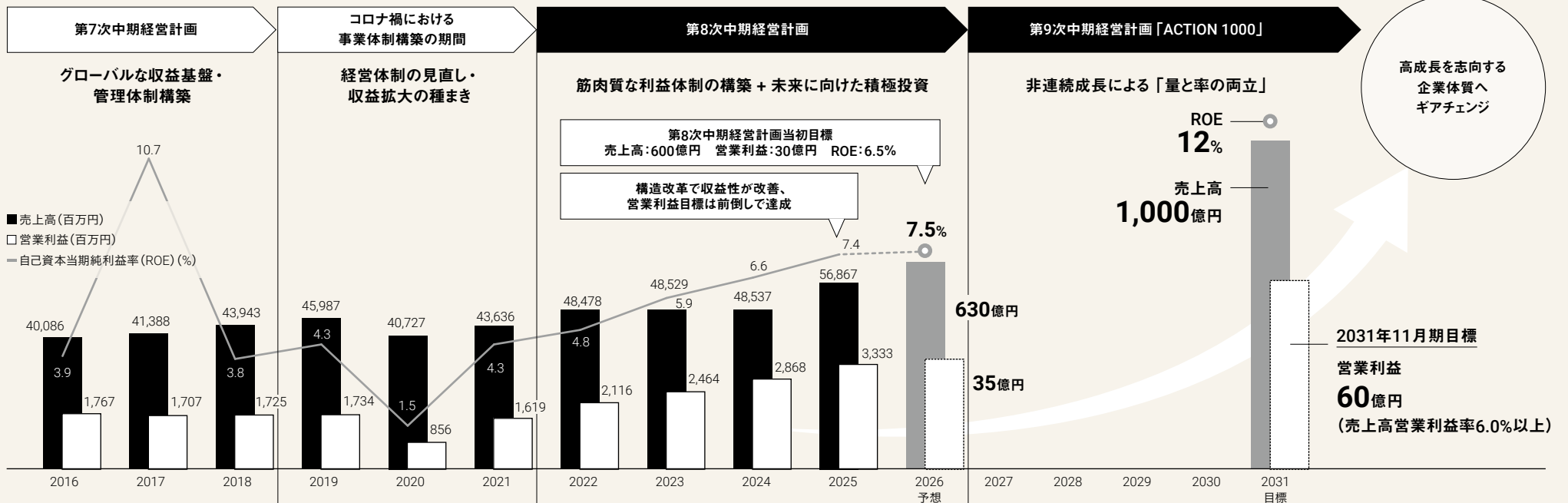
* CCC：キャッシュ・コンバージョン・サイクル

第9次中期経営計画「ACTION 1000」の概要

2027年11月期から2031年11月期までの5年間を対象に、第9次中期経営計画「ACTION 1000」を策定しました。「売上高1,000億円」「営業利益60億円」「ROE12%」という高い目標を掲げ、高成長を志向する企業体質へのギアチェンジを目指します。

「ACTION 1000」では、現中計で注力した収益性の維持・改善に加え、「規模の追求」を重要なテーマと位置付けます。既存事業でグローバルニッチトップの地位を確立するとともに、新たな成長の柱の創出や、成長性・競争優位性を高める経営資源の獲得を目的としたM&Aを組み合わせることで、非連続成長を実現し、「量」と「率」を両立させていきます。

また、積極的な投資と挑戦を促すことで組織の成長力を高めるとともに、人材への投資を通じて働きがいや成長実感の向上を図り、持続的な企業価値向上につなげていきます。



目次・ 編集方針

INTRODUCTION

- 1 あたりまえに、新しさ。
- 3 MORITOの現在地
- 4 価値創造プロセス
- 8 社長メッセージ
- 12 成長の軌跡と、次なる飛躍へ
- 13 目次・編集方針

DIRECTION

- 14 エピグラフ
- 15 MORITOの歩み
- 17 「ACTION 1000」特別鼎談：
売上高1,000億円への挑戦

OUR STRATEGY

- 19 第9次中期経営計画「ACTION 1000」
- 25 特別対談：
時間をかけて育てるシナジーで
企業価値を高める、モリト独自のM&A
- 28 事業概況
- 31 人的資本戦略

SUSTAINABILITY

- 36 モリトグループのサステナビリティ
- 37 マテリアリティ
- 38 環境
- 42 社会
- 44 ガバナンス
- 48 役員一覧
- 49 社外取締役メッセージ

DATA

- 50 財務データサマリー
- 51 非財務データサマリー
- 52 会社情報・株式情報

編集方針

『統合報告書2026』では、モリトの価値創造の源泉である「人」に焦点を当て、ビジネスモデルの強みと生み出される価値を言語化することに注力しました。また、当社が成長企業へのギアチェンジを目指す、新中期経営計画「ACTION 1000」で、売上高1,000億円を目指す意義やその成長戦略もご説明しています。『統合報告書2026』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。



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

2024年12月1日～2025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22社、非連結子会社1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。