

モリト株式会社

## 新規投資家さま向け資料

---

東証プライム 証券コード9837

2026年1月

あたりまえに、新しさ。 MORITO

# 1

## 会社概要

---

# 会社概要 パーツの総合商社 モリト

モリト株式会社（東証P・証券コード：9837）

# MORITO

あたりまえに、新しさ。

1908年 大阪で創業  
日常生活に欠かせない  
小さなパーツをグローバルに展開

経済的ショックの時も  
赤字にならなかった安定した業績

アパレル・スポーツ・  
自動車向けなど、  
様々な市場での販売網

ハトメ・ホック、  
マジックテープ®など、  
国内・世界でのトップシェア多数

# モリトの理念

---

## 創業理念

**積極・堅実**

## 経営理念

**パーツでつなぐ、あなたとつながる、未来につなげる**

## 経営ビジョン

**存在価値を創造する、  
あたらしい「モリトグループ」の実現**

## モリトのタグライン 「あたりまえに、新しさ。」

---

# MORITO

あたりまえに、新しさ。

- ・ 2019年からの構造改革により、事業会社がより自律的に事業運営を行う体制へ変化
- ・ 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実施
- ・ タグラインの策定には様々な社員が参加し、「モリトらしさ」について議論
- ・ 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ための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る

## 代表取締役社長 一坪隆紀プロフィール

### 【略歴】

学生時代イギリスに留学。1981年に、当時からグローバル展開をしていたモリトへ入社。1985年から11年間、オランダでの海外赴任を経験し、異文化への順応力を獲得。

1996年には当社海外事業部の部長を務め、2000年に取締役就任。一貫して海外向けアパレル関連事業に携わる。2009年には管理統括本部長を務め、2013年に当社代表取締役社長へ就任。

「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。



一坪隆紀（いちつぼたかき）

# 2

## 事業概要

---

# モリトの事業

「つなぐ・留める・飾る」をコンセプトに、製造機能も併せ持つメーカー的商社。  
創業当時からの主力商品ハトメ・靴ひも・ホックをはじめ、洋服・バッグや靴、自動車など、あらゆる業界向けに様々なパーツの企画開発・製造・調達・販売・顧客の生産フォローまでを一貫して行う。取り扱い商品は50万点を超える。

## 商品例



ハトメ

※ハトメ：靴・衣類などに紐を通す穴に取り付ける環状の金具



ホック



靴ひも



マジックテープ®

# 事業別 取り扱い商品例

## アパレル関連事業



ホック      マジックテープ®      ボタン



テープ      ハトメ・靴紐



自社ブランド製品

### 活用例

カジュアルウェア、スポーツウェア、  
レディースウェア、フォーマルウェア、  
ベビーウェア、メディカルウェア、  
作業服、シューズ、バッグ、アクセサリ

## プロダクト関連事業



マジック  
テープ®      グリス  
フィルター      インソール

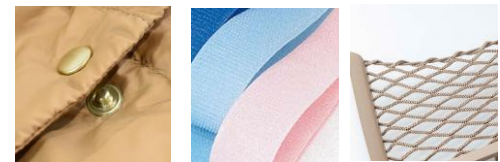


ストラップ      スケートボード・      自社ブランド  
スノーボード・  
サーフィン

### 活用例

インソール・シューケア商品  
カメラ/PCケース・マウスパッド等  
映像機器関連商品  
サポーター、安全関連商品、教具・文具  
スケートボード・サーフィン等  
アクティブスポーツ関連商品  
グリスフィルターレンタルサービス

## 輸送関連事業



ホック      マジック  
テープ®      ネット



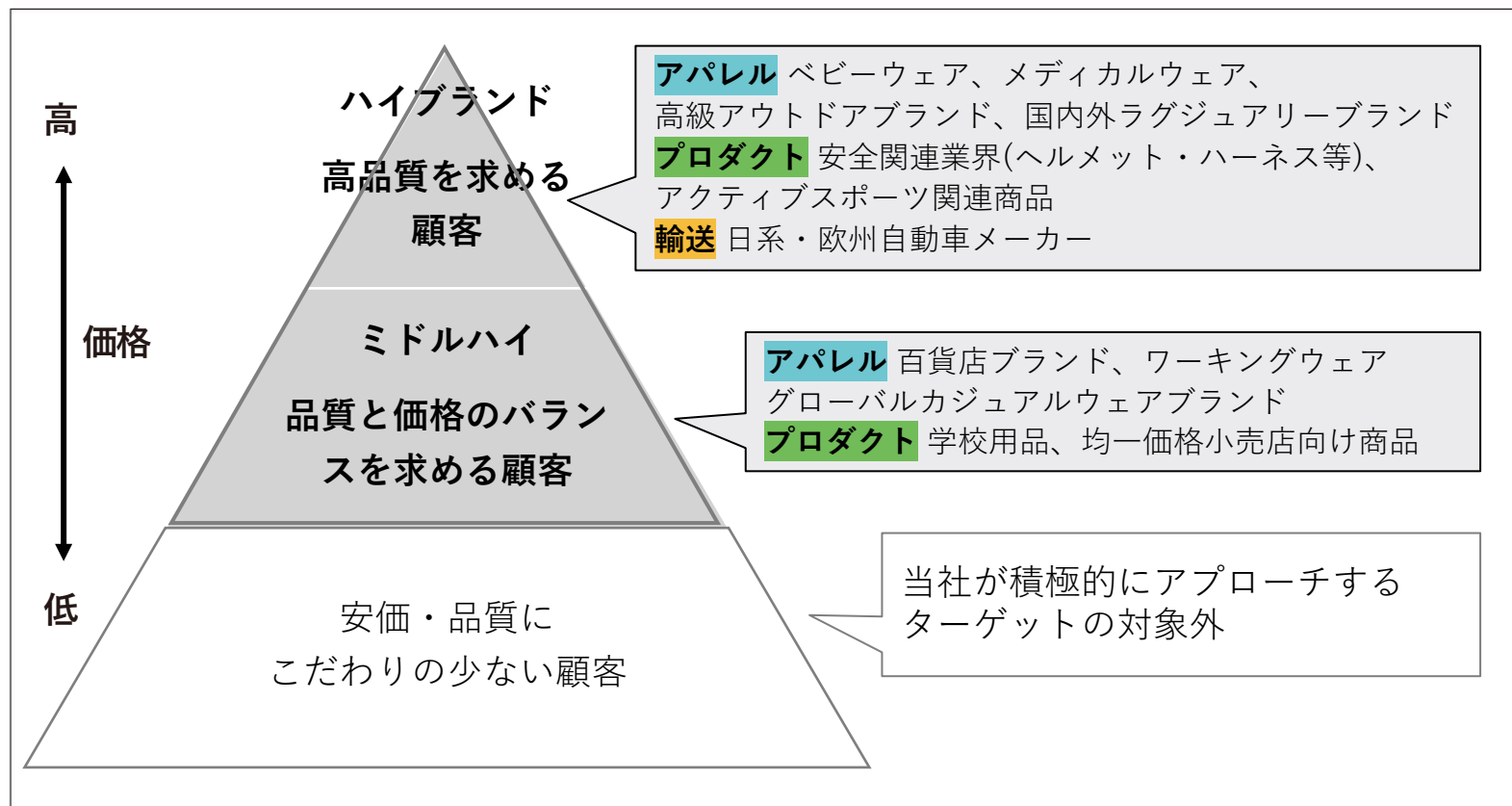
エンブレム      トランク  
フロアボード

### 活用例

自動車内装部品  
鉄道・新幹線内装部品  
航空機内装部品

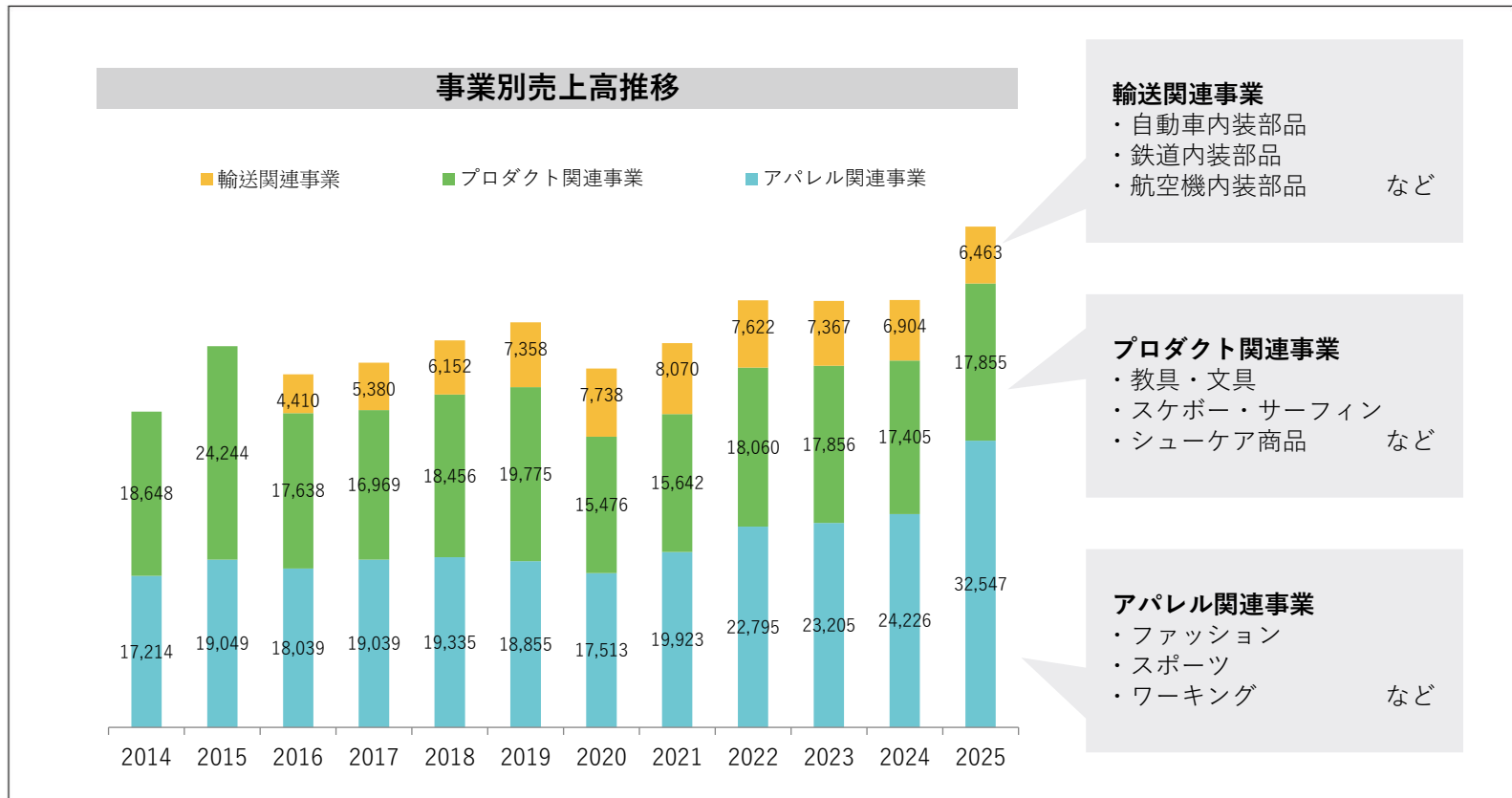
# モリトのターゲット

全事業に共通してミドルハイ以上の品質を求める顧客が当社ターゲット。  
モリトグループのグローバルな品質対応、様々な機能・デザインにこだわった高付加価値商品、  
顧客ニーズを反映したオリジナル商品を求める顧客へ積極的にアプローチ。



# 事業ポートフォリオの特徴

3つの事業、多様な業界向けの商品でポートフォリオが分散。ファッション以外にも流行に左右されないワーキング・メディカル・スポーツなど機能を求められる業界に強み。  
 →特定の事業・商品・顧客の実績に業績全体が左右されにくく、業績は安定している。



# 海外拠点一覧

顧客の生産地に合わせた企画開発・調達・生産サポートのため、世界中に自社拠点・代理店を構え、グローバル対応を行うのが強み。

製造(全体の約3割)：アメリカ・中国・ベトナム

販売(調達：約7割)：中国・香港・ベトナム・タイ・ミャンマー・アメリカ・オランダ・インド・メキシコ



# 3

## 世界のブランドが モリトに注文する理由

---

## 世界のブランドがモリトに注文する理由

---

- ①それぞれの業界のニッチアイテムで圧倒的な知名度を確立
- ②取り扱い商品の幅広さ
- ③グローバルな製造・調達・販売・品質・サポート対応
- ④機能性・デザインなどの高付加価値商品

## それぞれの業界のニッチアイテムで圧倒的な知名度を確立

特に国内アパレル業界では、圧倒的な認知度とブランドを確立しており、アパレルブランドにとって「パーツに困ったら、まずモリトに相談しよう」という便利屋的な存在。  
ハトメ・インソールなどは国内No.1、金属ホックでも世界トップクラスのシェアを誇る。

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

サーフボードブランク

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

## 取り扱い商品の幅広さ

金属・樹脂・繊維など様々な素材でできたパーツを自社で調達し、顧客の要望にあわせて組み合わせて納品することが可能。パーツだけでなく、半製品・完成品などの企画・デザインから縫製まで対応可能なため、複数のサプライヤーから調達する手間が省け、顧客側での効率化が可能。

(商品例) 新幹線に採用された座席前に付いているネット・樹脂のフレーム

結び目のない特殊な製法で作られたネット。物の出し入れをスムーズに行える。物を入れていない時は座席シートにくっつくため、忘れ物がないか確認をする際に活躍。ネットの周りの樹脂フレームと組み合わせて、供給する商品。

(拡大)



## グローバルな製造・調達・販売・品質・サポート対応

地域によって異なる品質基準に対応するため、全世界で販売可能な品質基準のパーツを取り扱う。グローバル品質保証本部を設置し、グローバル規模で常に安定した品質管理を徹底。商品不良など万が一のトラブルでは、国内外の拠点スタッフが直接顧客工場に訪問し、サポート。



### ← 縫製工場での様子

使用するホックの種類と取り付ける生地に合わせて、機械をメンテナンスするなど、顧客の生産サポートをモリトグループで実施。海外の縫製工場でも同様に対応し、商品不良を未然に防ぐ。

## 機能性・デザインなどの高付加価値商品

顧客・消費者ニーズを叶える付加価値を加えたオリジナル商品を独自に開発し、高機能・高品質を求める顧客の採用を獲得。定番商品よりも利益率が高い商品群。

### (商品例)



#### 商品名：らくらく感®

フォーマルウェア、ユニフォーム等のボトムスのファスナーの上に使われる「前カン」とバネを組み合わせた商品。

食事後など腹部のサイズが変わると、バネの力で自然に伸縮し、圧迫感を軽減。

#### 商品名：テープスナッパー®

樹脂ホックとテープが一体になっている商品。顧客の縫製工場で樹脂ホックを取り付ける工程を省き、テープを生地に縫製するだけで済むため、工場での設備投資が不要。外れるリスクが少なく、安心安全で、ベビー・キッズ向けブランドに人気。



## 機能性・デザインなどの高付加価値商品

顧客・消費者ニーズを叶える付加価値を加えたオリジナル商品を独自に開発し、高機能・高品質を求める顧客の採用を獲得。定番商品よりも利益率が高い商品群。

### 商品名：ステンレススナッパー



医療現場で使用するメディカルガウンに強みを持つ商品。血液などの汚れを落とすための強力な洗剤にも耐えられる耐久性と、磁気を帯びない特殊な製法で、ガウンを着用したままMRIを通ることのできる機能性を持ち合わせた商品。特に、磁気を帯びない製法は、他社での生産は難易度が高く、モリトのメディカルガウンのシェアに大きく貢献する商品。

# 4

## 今後の成長戦略

---

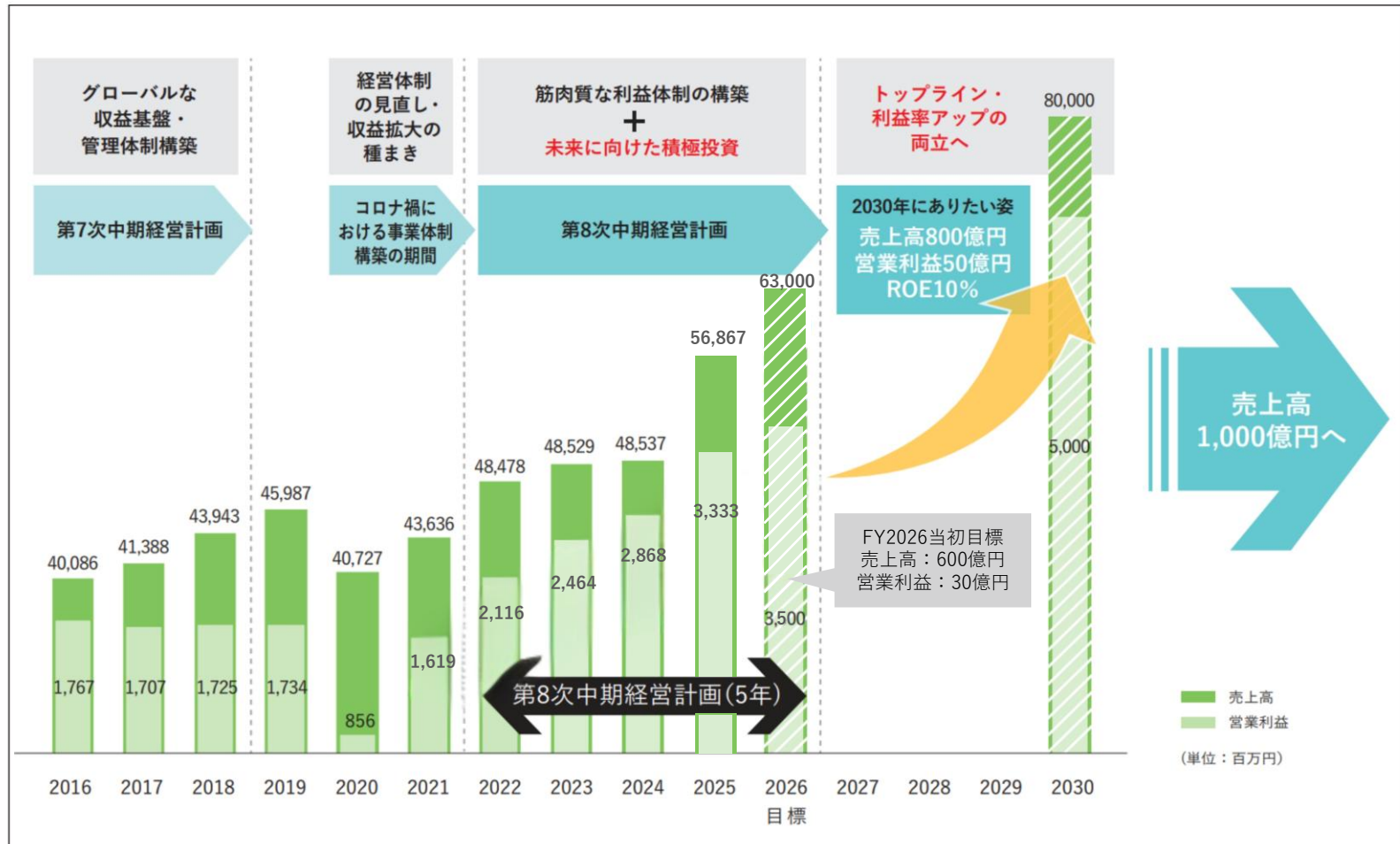
## 中長期方針 モリトが目指す姿

---

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

# 第8次中期経営計画（2022年～2026年11月期）の位置づけ

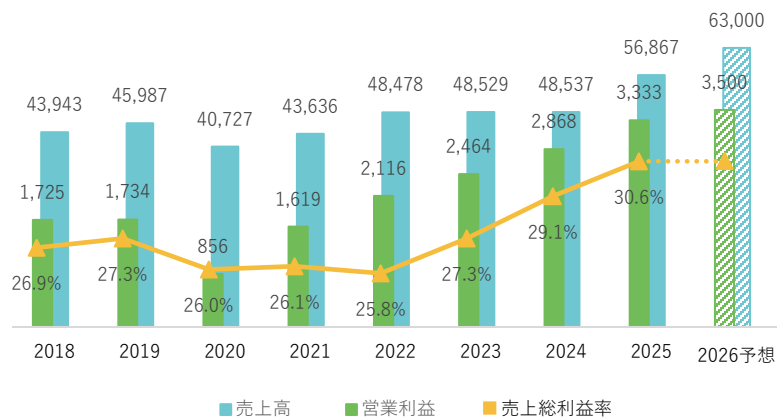
更なる成長への準備期間。営業利益目標30億円は前倒しで達成済、売上高も当初目標を超える予想。



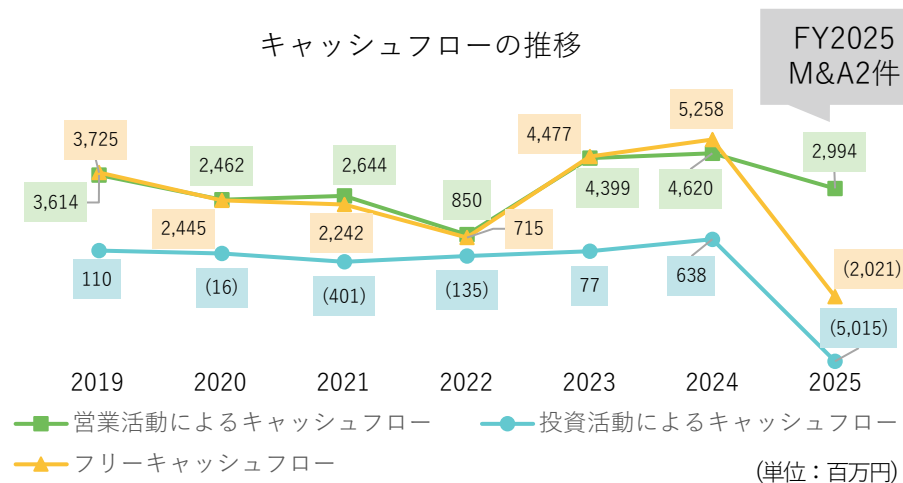
# 第8次中期経営計画（2022年11月期～2026年11月期）の進捗 会社分割に伴う構造改革の成果

## 利益構造とキャッシュフローの大幅な改善

売上高・営業利益・売上総利益率の推移



キャッシュフローの推移



### 8次中計開始当初の課題

- ・ 営業利益の成長が鈍化
- ・ 売上規模拡大の停滞
- ・ 在庫、コスト意識の低さ

### 原因：健全な危機感の欠如

- ・ 他事業と補完し合い安定した収益
- ・ 成長投資が少ない
- ・ キャッシュリッチな財務基盤



### 対策：社員に根付いた価値観・文化の改革

第8次中計の2つの柱

#### ① 筋肉質な利益体制の構築

→ 2022年モリトジャパン(株)を事業ごとに、3つの会社分割  
各事業の課題の見える化、不採算なビジネスの見直しを実行

#### 【分社化後の取り組み】

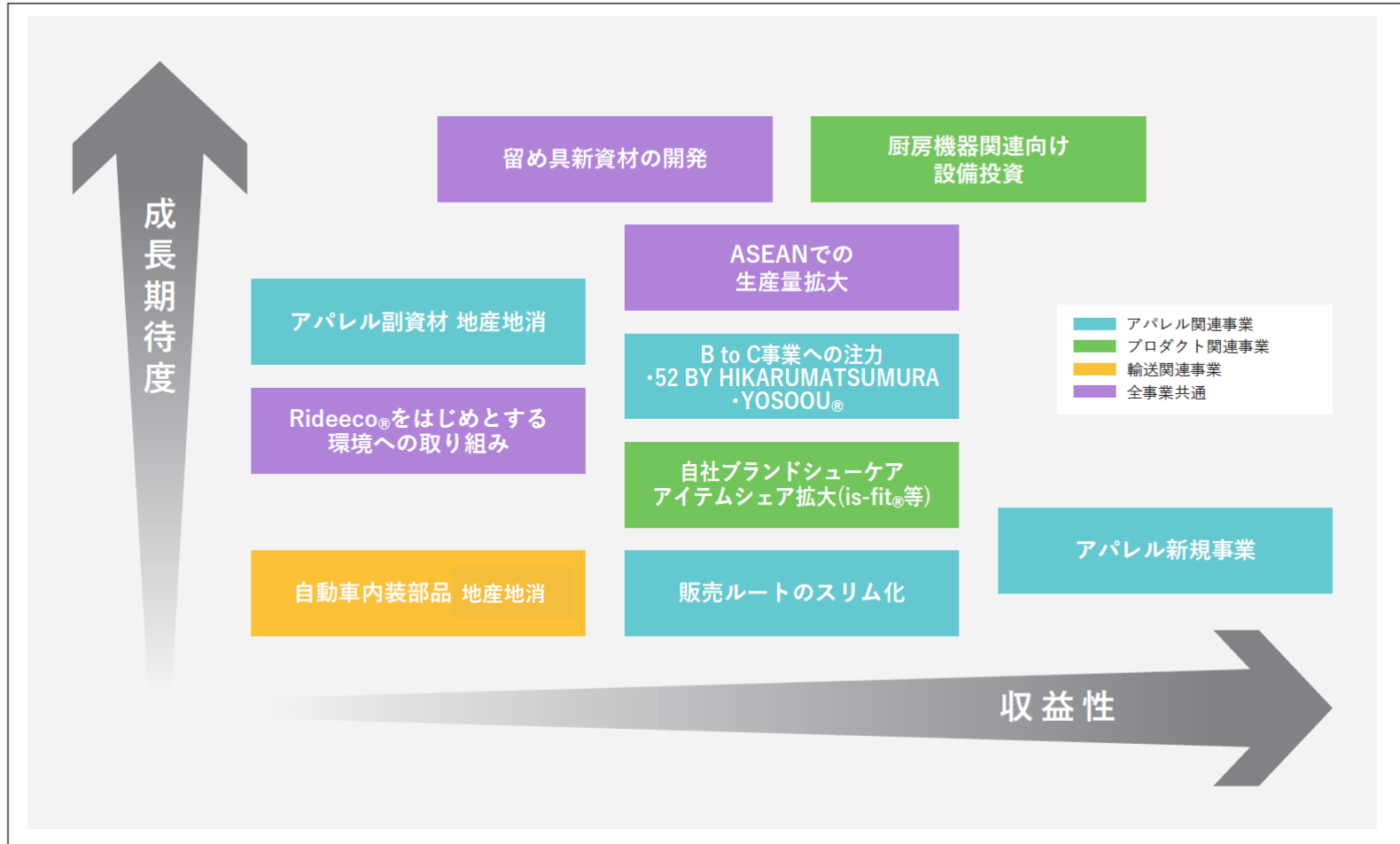
- ・ 利益率アップ → 販売条件見直し・賞与制度見直し
- ・ CCC・在庫改善 → CCCによるマネジメント層の評価制度新設

#### ② 投資戦略策定、未来に向けた積極投資

→ 設備投資の増加、M&A2件実施 ※詳細はP29記載

# 第8次中期経営計画 達成に向けた成長戦略の全体図

第8次中期経営計画の各施策を収益性・成長期待度で評価・マッピング。



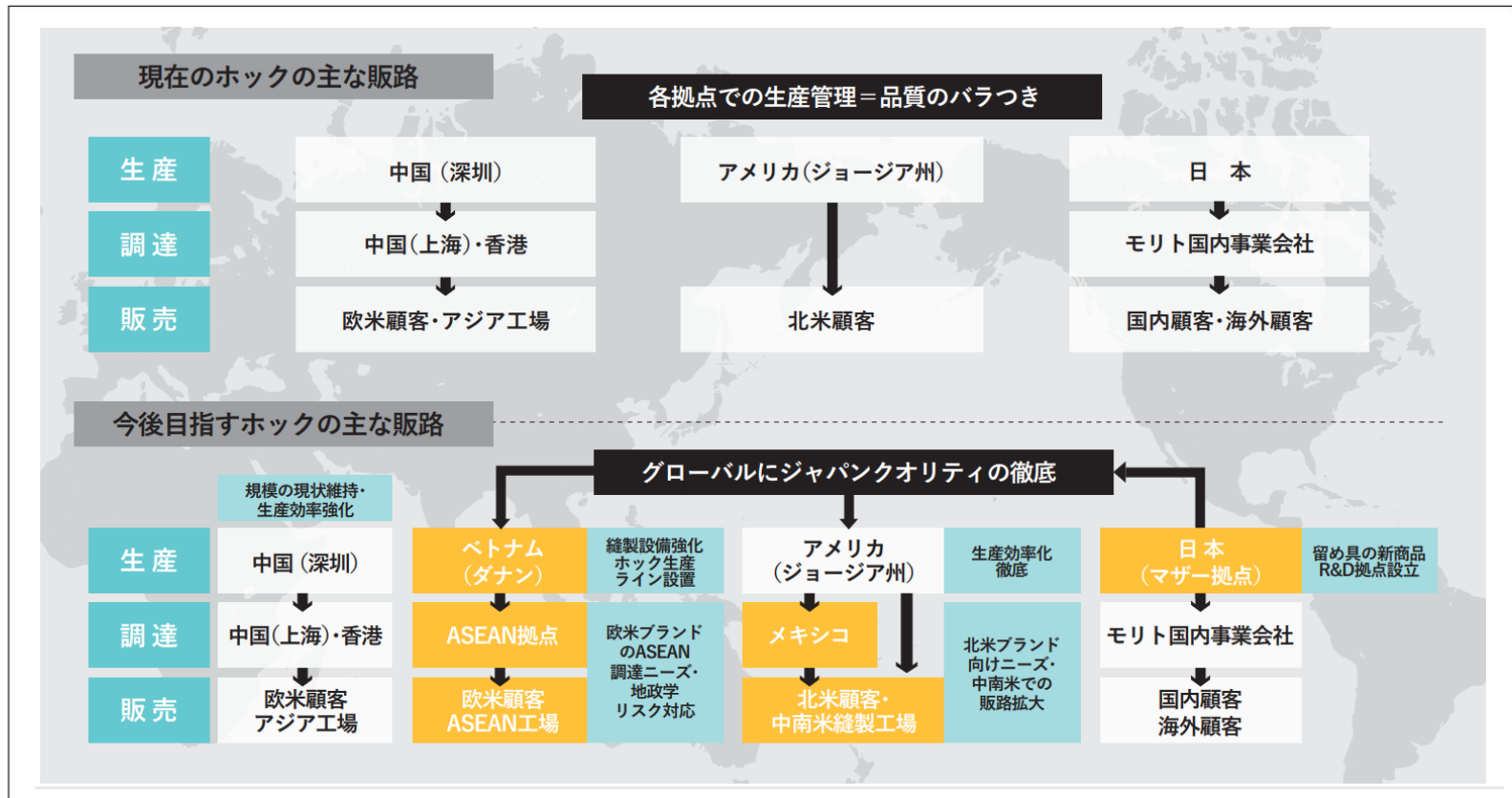
# 成長戦略 1 【環境への取り組み】

Rideeco®（リデコ）は、モリトグループの環境配慮型の商品開発等の取り組み。廃漁網を活用した生地MURON®や資材、縫製工場では出るはぎれを原料とした混抄紙ASUKAMI®など、商品の増加により、堅調に推移。2026年11月期は、継続した取り組みにより、アパレルブランド以外との接点も増加。第8次中計目標の売上高10億円を目指す。新たな商品開発も進行中。



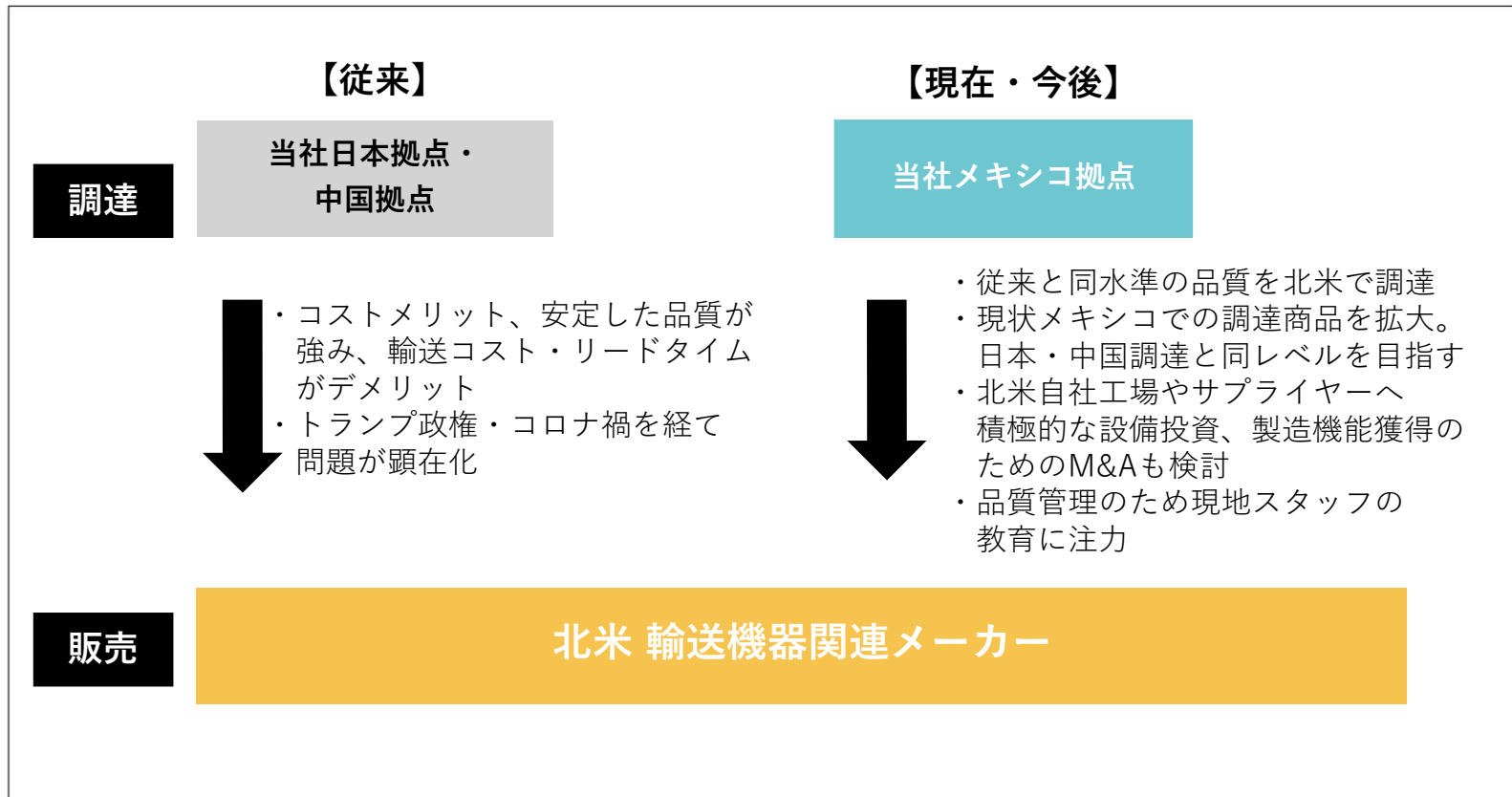
## 成長戦略 2 【アパレル副資材 地産地消】

エリアごとの品質差を無くし、「モリト品質」を全世界から供給。顧客の要望に応じ、生産地を選定し、限りなく輸送距離を短縮したサステナブルで、効率的な生産・供給の実現を目指す。



## 成長戦略 3 【輸送関連事業 地産地消】

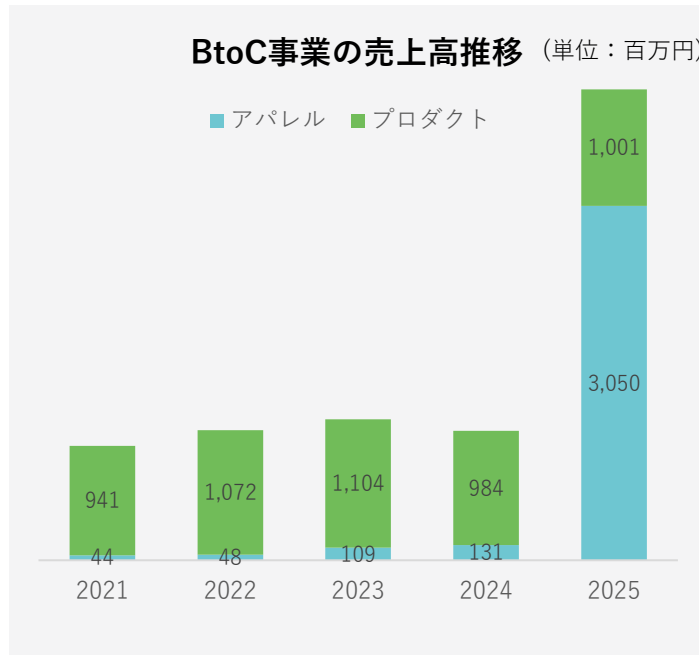
日系自動車メーカーのグローバルな生産に対応するため、生産地に近い場所での調達・供給が必須。今後北米を中心に、現地での調達先・商品を増やしていくために積極的な投資を行う。



## 成長戦略 4 【BtoC事業への注力】

BtoB事業が主軸であることは変えず、収益性を高め、消費者・顧客ニーズをより理解し、BtoB事業へ還元することを目的に、BtoC事業へ注力。2025年11月期2QよりMs.IDを連結し、約4倍の売上高へ成長。今後、Ms.IDのノウハウをもとに既存のブランドとのシナジー創出を狙う。

BtoC事業の売上高推移 (単位：百万円)



### BtoCブランドの一部



52  
BY HIKARUMATSUMURA

52 BY HIKARUMATSUMURA  
バッグブランド



TEN.

TEN.(テン)  
シルバーアクセサリーブランド



YOSOOU

YOSOOU®  
ダウンウェアブランド

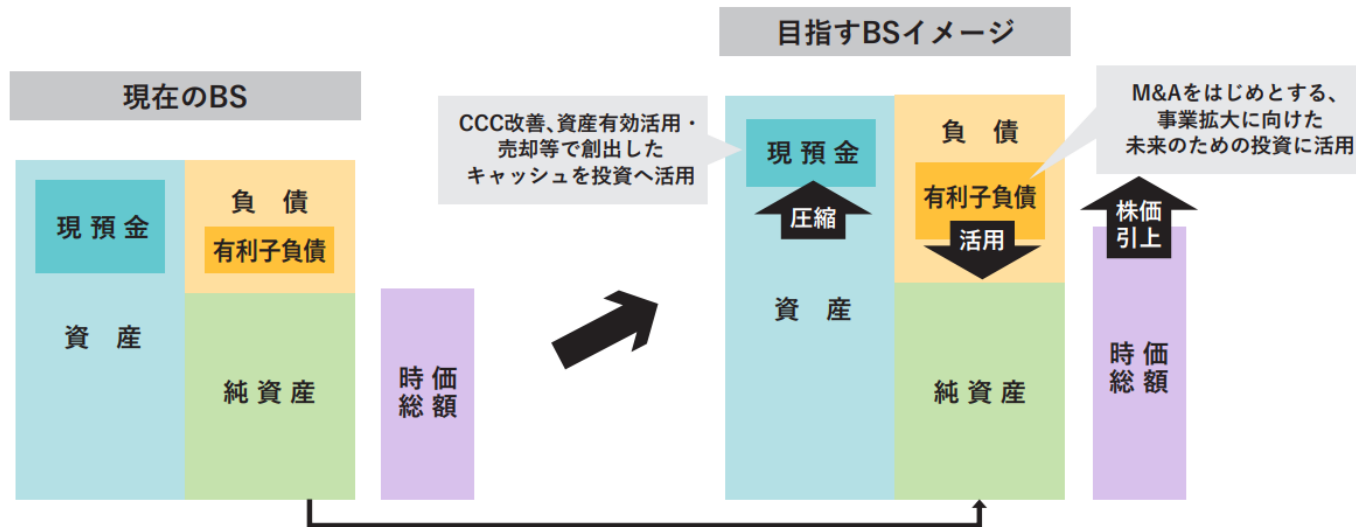


POLeR®  
アウトドアブランド

# コーポレート戦略【資本政策・財務戦略：全体像】

売上高の向上と合わせて実施し、ROEのさらなる向上を目指す。

- 積極的な成長投資による事業拡大
- 有利子負債活用による資本構成の適正化
- 株主還元継続、純資産のコントロール



株主還元継続、純資産のコントロール  
利益配分に関する基本方針：配当性向50%・DOE4.0%基準  
機動的な自己株式取得・適切な消却を実施

▶第8次中期経営計画の詳細はこちら

# 投資戦略

ベトナム自社工場増設のための土地購入など、ROE改善に向けた、未来の成長のための投資を継続。

成長投資	2024~2026年11月期の投資合計金額	2024~2025年11月期主要実施内容	
新商品 開発費	5億円	・高級アパレルブランドへの拡販のため個展開催	実績 18.5億円
環境負荷低減への取り組み	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・ベトナム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 ・DtoC事業の企画・開発	
データ基盤整備、BI機能強化	5億円	・データ基盤整備、BI機能強化 ・AIの活用	
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	
M&A	50億	・Ms.ID、ミツボシコーポレーション子会社化 ・案件は増加中、今後も積極的に検討	実績 54.4億円
株主還元	60億	・基本方針に基づく配当、自己株式取得	実績 62.8億円

# 投資戦略【M&A】

①～③の方針を基本要件として、積極的にM&Aを検討。



# 投資戦略【M&A】実績

BtoC事業の強化・グローバルシェアの拡大を目指し、第8次中期経営計画期間で2社のM&Aを実施。

Ms.ID



ECに特化したアパレル・アクセサリーブランドを運営。収益性向上に加え、Ms.IDのマーケティングノウハウを当社既存BtoCブランドへ活用し、同時に資材をモリト調達に切り替えることでシナジーを見込む。さらにモリトグループのグローバルネットワークを活用し、Ms.IDのブランドの海外展開を狙う。

(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)

純資産	1,475 百万円
総資産	2,467 百万円
売上高	3,893 百万円
営業利益	442 百万円

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。服飾パーツに加え、生地・糸・ネーム・タグなどをアパレルメーカーへセット販売を行う。この販売方法・商品のノウハウを獲得し、モリトグループのグローバルネットワークを掛け合わせることで、売上規模の拡大を見込む。

(2024年3月期実績)

純資産	2,262 百万円
総資産	5,335 百万円
売上高	7,462 百万円
営業利益	66 百万円

## 次期中期経営計画に向けた現状の課題

下記のような課題を解決するため、次期中期経営計画の中で検討中。(2026年夏頃完成を目指し作成中)

### アパレル 関連事業

- ①2つの自社工場、日本製のホックでそれぞれ規格が異なる  
→製造地ごとにクオリティに差があり、顧客によっては日本製の輸出が必須、地産地消が完全でない
- ②服飾資材メーカーに近いポジションでありながら、自社製造が少ない

### プロダクト 関連事業

- ①OEMなど顧客需要に左右されやすいビジネスが多く、大幅な収益改善が難しい
- ②モリト自社ブランドの販売比率が少ない
- ③厨房機器関連事業の既存自社サービスセンターだけでは、日本全国を網羅できない

### 輸送 関連事業

- ①調達が多く低収益、自社製造が少ない
- ②日系自動車メーカーの生産台数の多い北米地域での調達品目が日本・中国より少なく、地産地消が完全でない

### グループ全体

M&Aを実施した企業とのシナジー創出が未完

# 5

## 株主還元策

---

# 利益配分に関する基本方針

株主に対する利益還元を経営上の重要課題のひとつと位置付け、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。

安定的かつ継続的  
配当の実現

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

配当性向は  
50%以上を  
基準

連結自己資本配当率

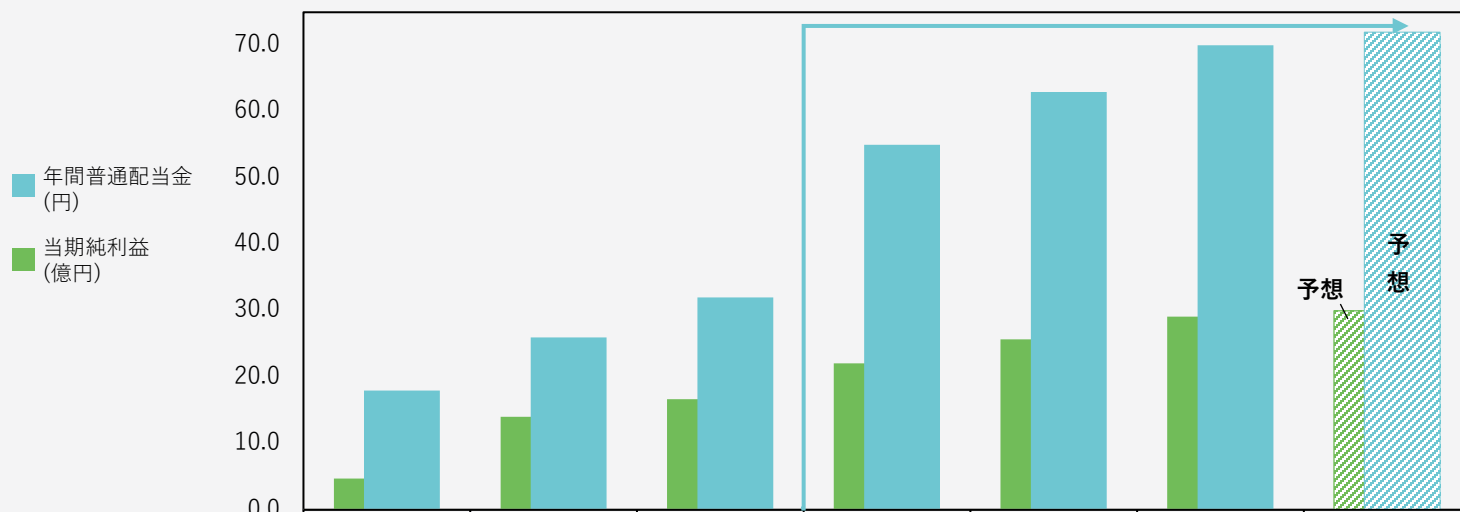
DOE 4.0%  
基準

※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。

# 配当金・配当性向・DOEの推移

2020年11月期から6期連続で増配、年間配当は前期比+2円の予想。

2023年11月期より、利益配分に関する基本方針を変更



	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026予想
年間普通配当金 (円)	18.0	26.0	32.0	55.0	63.0	70.0	72.0
当期純利益 (億円)	4.7	14.0	16.7	22.1	25.7	29.1	30.0
中間配当 (円/株)	13.25	9.0	13.5	27.0	29.0	33.0	36.0
期末配当 (円/株)	4.75	17.0	18.5	28.0	34.0	37.0	36.0
配当性向 (%)	104.8	50.6	51.4	66.2	64.9	62.6	61.4
DOE (%)	1.5	2.2	2.4	3.9	4.3	4.6	4.6

# 自己株式取得に係る事項の決定について

2026年1月14日の取締役会にて、以下のとおり自己株式取得に係る事項を決議。

## 自己株式の取得を行う理由

経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行(純資産のコントロールによるROE向上)及び株主還元策の一環として実施

## 取得に係る事項の内容

取得する株式の総数	600,000株(上限) 発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合: 2.3%
株式の取得価額の総額	1,200百万円(上限)
自己株式の取得期間	2026年1月15日から2027年1月14日

## (ご参考)2025年12月31日時点の自己株式の保有状況

発行済株式総数(自己株式を除く): 25,958,591株  
自己株式数: 841,409株

# 6

## 参考情報

---

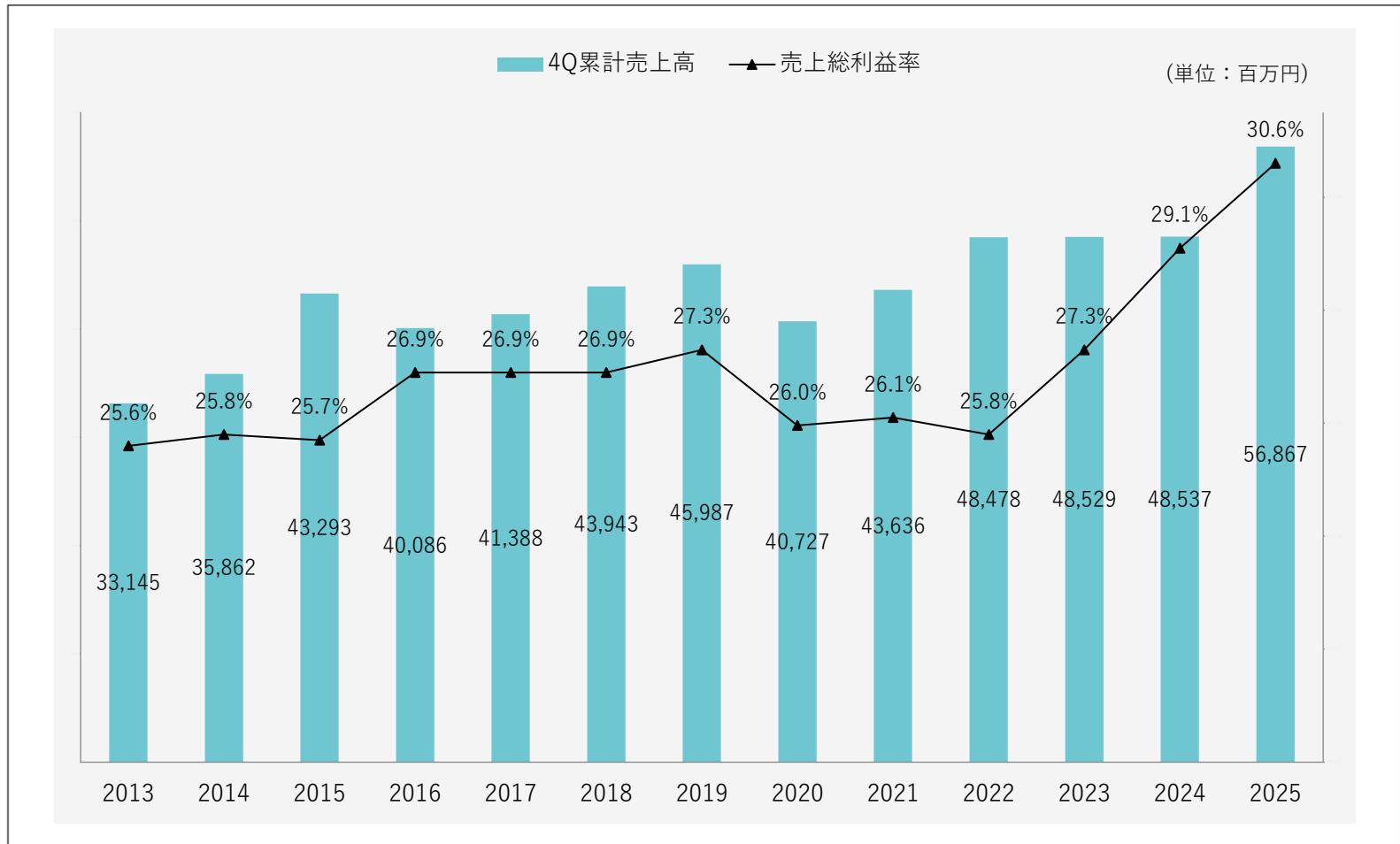
## 2025年11月期 通期業績サマリー

(百万円)	(参考) 2023	2024	2025	前年同期比	
				増減額	増減率
売上高	48,529	48,537	<b>56,867</b>	+8,330	+17.2%
売上総利益 (%)	13,265 (27.3%)	14,138 (29.1%)	<b>17,387</b> <b>(30.6%)</b>	+3,249	+23.0%
経費 (%)	10,801 (22.3%)	11,269 (23.2%)	<b>14,053</b> <b>(24.7%)</b>	+2,784	+24.7%
営業利益 (%)	2,464 (5.1%)	2,868 (5.9%)	<b>3,333</b> <b>(5.9%)</b>	+464	+16.2%
経常利益 (%)	2,771 (5.7%)	3,003 (6.2%)	<b>3,624</b> <b>(6.4%)</b>	+621	+20.7%
当期純利益 (%)	2,217 (4.6%)	2,572 (5.3%)	<b>2,916</b> <b>(5.1%)</b>	+344	+13.4%

※2025年11月期実績には、Ms.IDの9か月分、ミツボシコーポレーションの6か月分の実績を含む

# 売上高・売上総利益率の推移

2019年以降の構造改革により、営業担当の利益への意識が変化。FY2025には売上総利益率30%台を達成。



## 2025年11月期 連結貸借対照表

安定した財務基盤を持つ。今後は成長投資のため、有利子負債の活用も視野に入れる。

(単位：百万円)

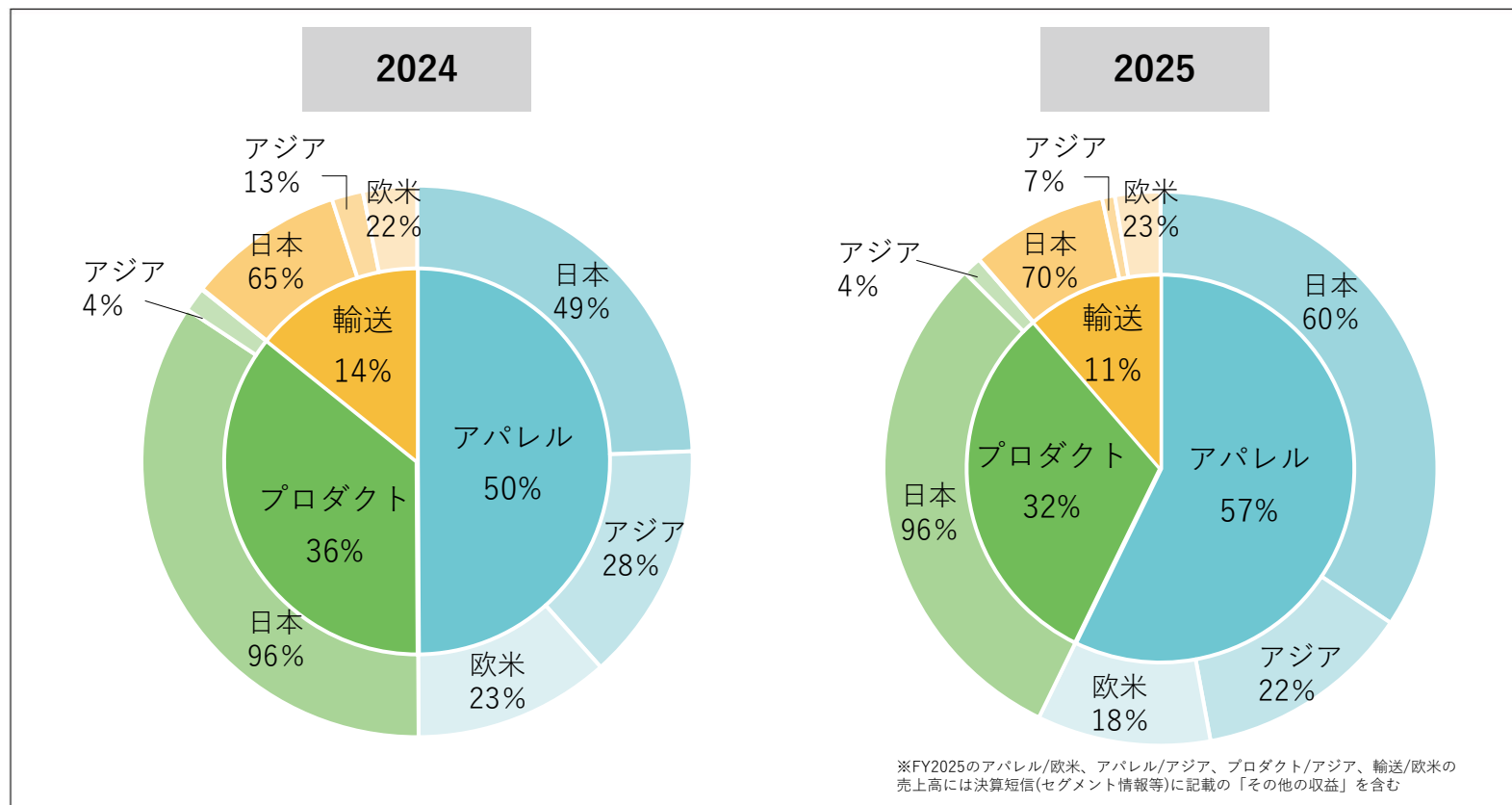
	2024	2025
<b>資産の部</b>		
流動資産	32,049	31,001 (- 1,048)
固定資産	20,427	24,497 (+4,070)
資産合計	52,476	55,498 (+3,022)

	2024	2025
<b>負債の部</b>		
流動負債	8,886	10,217 (+1,330)
固定負債	4,313	5,448 (+1,135)
負債合計	13,200	15,666 (+2,465)
<b>純資産の部</b>		
株主資本	33,129	33,221 (+92)
その他の 包括利益累計額	6,147	6,610 (+463)
純資産合計	39,276	39,832 (+556)
負債純資産合計	52,476	55,498 (+3,022)

自己資本比率 2025/11期：71.8%  
(2024/11期：74.8%)

## 2025年11月期 地域別×事業別 売上構成

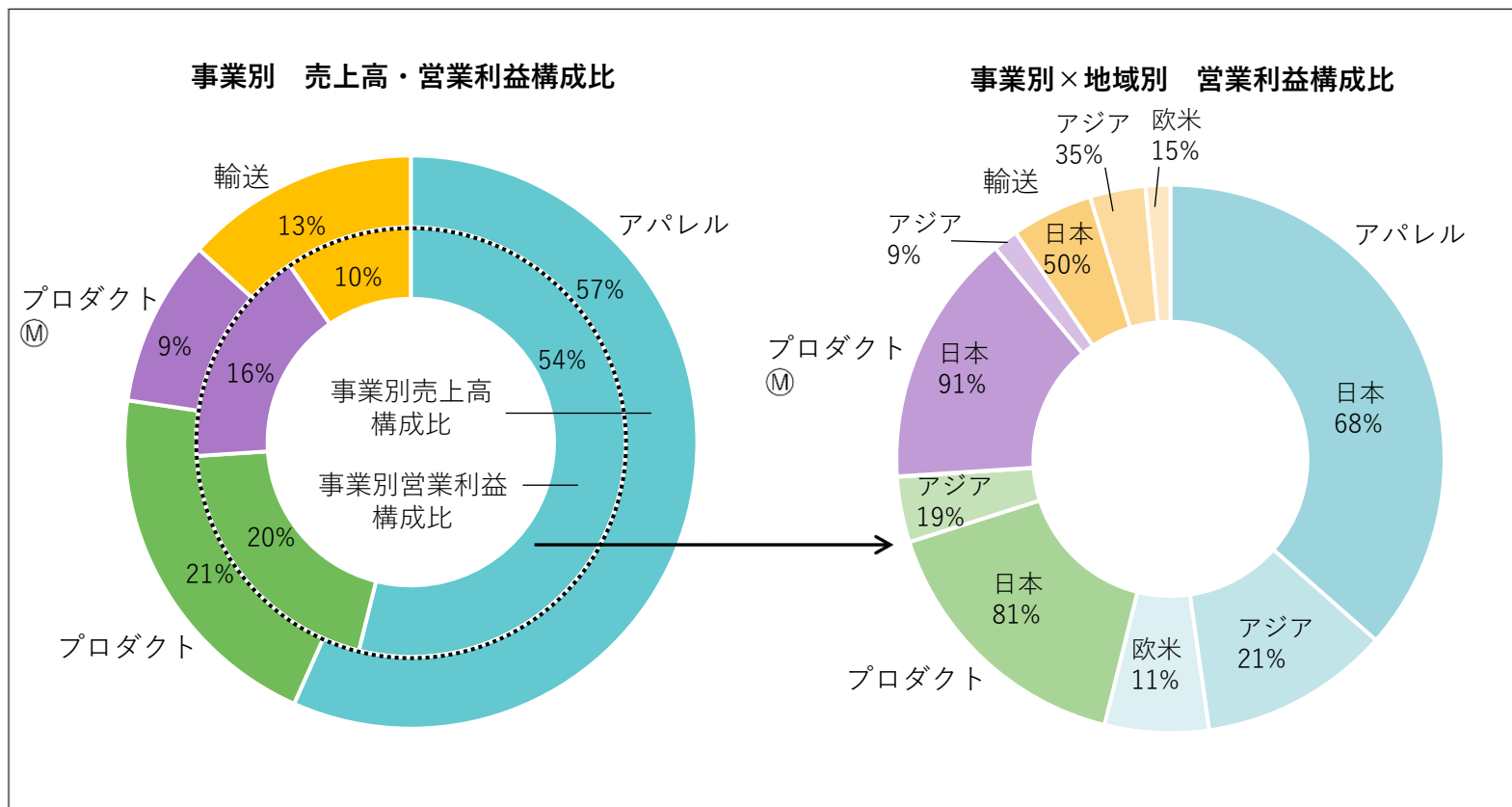
Ms.IDとミツボシコーポレーション連結と国内アパレル市場の回復により、アパレル関連事業の日本が増加。輸送関連事業は北米は堅調なものの、欧州での一部撤退と中国での減少の影響が大きい。



# (参考) 2025年11月期 事業別・地域別 売上高・営業利益構成比

セグメント利益の表示に際し、プロダクト関連事業のうち買収等によりモリトグループに加わったビジネスをプロダクト<sup>Ⓜ</sup>と分類。プロダクト<sup>Ⓜ</sup>の具体的な会社名は次頁に記載。

※グラフは連結消去やのれん消却前の数値から作成しており、他の資料と異なる可能性があります。



# セグメント別 グループ会社一覧

	アパレル関連事業	プロダクト関連事業	輸送関連事業
日本	モリトアパレル	モリトジャパン	モリトオートパーツ
	マテックス	エース工機	} プロダクト <sup>®</sup>
	Ms.ID	マニューバーライン	
	ミツボシコーポレーション	キャンバス	
アジア	MORITO SCOVILL HONG KONG		
	摩理都 (上海)		
	MORITO TRADING (THAILAND)		
	摩理都工貿 (深圳)		
	MORITO DANANG		
	SCOVILL FASTENERS INDIA		
	上海マテックス		
欧米	上海ミツボシ		
	MORITO (EUROPE)		
	MORITO SCOVILL MEXICO		
	MORITO SCOVILL AMERICAS		MORITO NORTH AMERICA

## 事業における外部環境リスクについて

事業領域・販売地域が分散し、輸入：輸出＝約6：4という売上構成のため、リスクヘッジは取れている。

### ①暖冬

冬物のアウター類、スノーボード、防寒対策のインソールなど、冬場に販売される商品の売上に影響が出る可能性あり。

### ②真鍮材の価格高騰

主力商品であるハトメ・ホックの原材料である真鍮材（銅・亜鉛の合金）の価格変動は製造を行うグループ会社（アメリカ・中国・ベトナム）に影響が出る可能性あり。

### ③社会全体の消費減速

需要の停滞→顧客の在庫調整などにより、売上高に影響が出る可能性あり。

### ④為替

輸入：輸出＝約6：4という売上構成のため、ナチュラルヘッジが効いている。

## 2026年11月期 通期業績予想

アパレル・輸送を中心とした外部環境リスクを考慮、第8次中計の売上目標600億円は必達。  
ミツボシコーポレーションは経費見直しによる営業利益の改善を目指す。

(単位：百万円)

	2025年11月期 実績	2026年11月期 予想	増減	前年比
売上高	56,867	63,000	+6,133	+10.8%
営業利益	3,333	3,500	+167	+5.0%
(%)	5.9%	5.6%		
経常利益	3,624	3,700	+76	+2.1%
(%)	6.4%	5.9%		
当期純利益	2,916	3,000	+84	+2.9%
(%)	5.1%	4.8%		

※FY2025実績には、Ms.ID9か月分・ミツボシコーポレーション6か月分を含む。

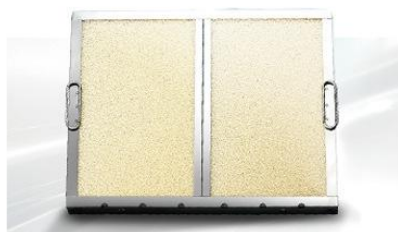
## 2026年11月期 通期外部環境想定

レディースアパレル市場の停滞や、輸送関連事業の減速が予想されるものの、M&A2社の通期連結によるプラス、国内作業服向け資材や厨房機器関連サービス事業は好調を予想。

アパレル 関連事業	機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大型スポーツイベント等の開催によるスポーツ関連商品への需要増加</li> <li>・ 国内作業服向け資材の需要増加</li> <li>・ Ms.ID運営の「TEN.」新店舗オープン見込み</li> <li>・ 環境配慮型商品の新商品開発の継続</li> <li>・ Ms.ID、ミツボシコーポレーションが通期で連結開始</li> </ul>
	リスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ レディースアパレル市場の停滞</li> <li>・ 暖冬の影響による冬物衣料向け販売の停滞</li> <li>・ 米国通商政策による、米国の消費の不透明感に伴う米系ブランドの減産</li> <li>・ インバウンド需要の不透明感</li> </ul>
プロダクト 関連事業	機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ゲーム関連商品が順調に推移する見込み</li> <li>・ 冬季五輪開催とスキー場の活況、前年と比べスノーボード関連商品の回復</li> <li>・ 厨房機器関連サービス事業の需要継続</li> </ul>
	リスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 物価高、量販店での在庫調整などアクティブスポーツ関連市場が苦戦</li> <li>・ 対中関係の緊張による調達の不確実性</li> </ul>
輸送関連事業	機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ メキシコ拠点を活用した引き合いの獲得</li> <li>・ 日系自動車メーカーの国内生産向け案件獲得に向けた体制構築</li> </ul>
	リスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中国での日系自動車メーカーの不振により、厳しい環境</li> <li>・ 米国通商政策の影響も含めた、各自動車メーカーの仕様変更による注文減少</li> </ul>

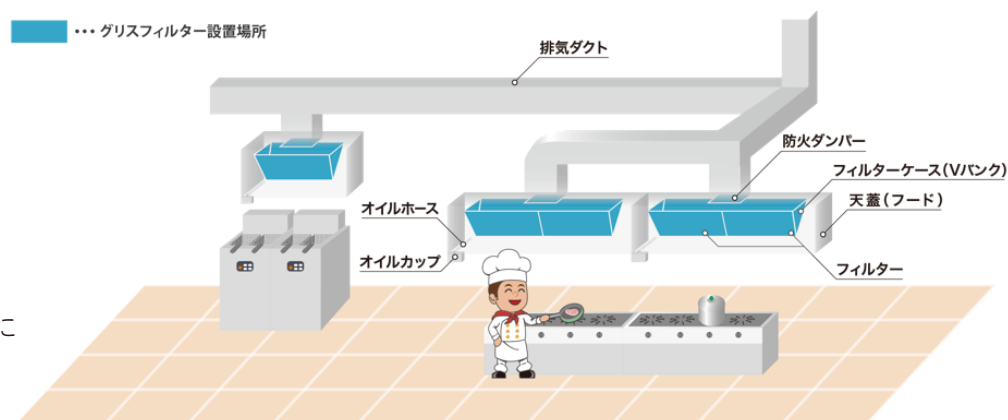
# グループ会社紹介 エース工機株式会社（プロダクト関連事業）

飲食店の厨房の換気に使われる、グリスフィルターのレンタルサービスを展開し、国内トップクラスのシェア。全国にフィルターの交換・配送・洗浄を実施。厨房排気設備清掃事業も実施中。施設内での快適環境の実現と、火災リスクの軽減に寄与。



**グリスフィルター**

飲食店などの厨房の排気経路の入口部に設置されるフィルター。ダクトの油汚れを抑え、火災を抑制。



## 自社サービスセンター設備

飲食店・スーパー・コンビニ・食品工場などでフィルターを交換し、自社サービスセンターで洗浄。設備投資により、洗浄は自動化を進める。

# グループ会社紹介 株式会社マテックス（アパレル関連事業）

印刷事業を主とし、一般的な商業印刷に加え、アパレル商品に付けられる下札・ネームなどアパレル副資材のワンパックデリバリーをグローバルに展開。RFIDタグは、様々なブランドに販売を狙う。現在はリサイクルペーパーASUKAMI®を通じた産学連携の取り組みにも注力。



# グループ会社紹介

## MORITO SCOVILL AMERICAS,LLC（アパレル関連事業）

2014年にM&A。アメリカ・ジョージア州で220年以上の歴史を持つ製造工場。  
ジーンズボタン・リベットや、心電図検査に使用されるパッチ部分の部品、医療ガウン・  
作業服用のホック等を生産するエッセンシャルカンパニー。設備投資で更なる生産効率化を目指す。



# グループ会社紹介

## 株式会社マニューバーライン（プロダクト関連事業）

スケートボード・サーフィン・スノーボードなどアクティブスポーツ関連商品の輸入販売を行う。プロ選手愛用ブランドの取り扱いも多数。代理店として、日本企画のデザイン作成・開発を行い、モリトグループのパーツが付いた商品を販売する事でシナジー効果。

### 【取り扱い商品例】



# グループ会社紹介 株式会社Ms.ID（アパレル関連事業）

ECを中心にアパレルブランドを展開。EC特化のマーケティングノウハウに強み、SNSフォロワー総数は91万人越え。

SELECT MOCA

EC専業で高い顧客認知を持つレディースアパレルブランド。デザインと価格帯のバランスで20～40歳前半と幅広い年齢層を顧客に抱える。



TEN.

シンプルながら有機的なデザインと高純度の銀素材で、ファッション感度の高い顧客から日常使いに人気を集めるアクセサリブランド。



C.T.plage

欧州各国の有名ショップで取り扱われるパリ生まれのニットブランド。高級素材が手の届きやすい価格帯で提供される商品が特徴。



ECプラットフォーム  
事業

EC販売のノウハウを活かし、他のブランドのEC販売の委託を受ける。

# グループ会社紹介

## 株式会社ミツボシコーポレーション（アパレル関連事業）

ミツボシコーポレーションは、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」を主に展開。この販売方法・商品のノウハウを獲得し、モリトグループのグローバルネットワークを掛け合わせることで、売上規模の拡大を見込む。



一般的に日本のアパレルメーカーは、服飾パーツに加え、生地・糸・ネーム・タグなどをセットで購入することを求める。ミツボシコーポレーションは、広島や岡山を基盤とする作業服・ユニフォームメーカーなどへセット販売を行う。



# 本資料のお取り扱いについて

---

本資料は、当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

本資料を作成するに当たっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。

本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。

本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。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結果となることをご承知おきください。

本資料に関するお問い合わせ先      〒541-0054 大阪市中央区南本町4-2-4  
モリト株式会社 IR・広報部          E-mail : ir@morito.co.jp

# MORITO

あたりまえに、新しさ。