



一坪 隆紀 社長

モリト株式会社(9837)

MORITO

企業情報

市場	東証 1 部
業種	卸売業(商業)
代表取締役社長	一坪 隆紀
所在地	大阪市中央区南本町 4-2-4
決算月	11 月末日
HP	http://www.morito.co.jp/hd/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
646 円	30,800,000 株		19,896 百万円	1.5%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
18.00 円	2.7%	25.57 円	25.3 倍	1,167.21 円	0.6 倍

*株価は 7/28 終値。ROE、BPS は 20 年 11 月期決算短信より。発行済株式数、DPS、EPS は 21 年 11 月期上期決算短信より。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2016 年 11 月(実)	40,086	1,767	1,647	1,181	41.48	17.00
2017 年 11 月(実)	41,388	1,707	1,703	3,305	119.29	28.00
2018 年 11 月(実)	43,943	1,725	1,790	1,257	45.71	25.00
2019 年 11 月(実)	45,987	1,734	1,779	1,402	51.17	26.00
2020 年 11 月(実)	40,727	856	928	470	17.17	18.00
2021 年 11 月(予)	43,000	1,300	1,300	700	25.57	18.00

*予想は会社側予想。単位:円、百万円。

モリト株式会社の 2021 年 11 月期上期決算概要等についてご紹介します。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
- [2. 2021 年 11 月期上期決算概要](#)
- [3. 2021 年 11 月期業績予想](#)
- [4. 第 8 次中期経営計画](#)
- [5. 今後の注目点](#)
- [＜参考：コーポレートガバナンスについて＞](#)

今回のポイント

- 21/11 期上期は前年同期比 0.1%増収、120.4%経常増益。新型コロナの影響や材料価格の高騰、半導体不足による自動車工場での生産減少など、非常に厳しい外部環境となった。一方で、スポーツ・レジャー関連商品やマスクなどの新しい生活様式に関連した商品の売上が増加した。新たな事業活動を通じた「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成と収益力の強化、さらに不採算事業の見直しに尽力してきた。地域別には、日本と欧米の売上高はともに減少したが、アジアでは輸送事業を中心に売上を伸ばした。利益面では、昨年より継続していた経費削減が功を奏し販管費が減少、営業利益率は前年同期 1.9%から 3.7%へ大幅に改善した。
- 通期予想に修正はなく、21/11 期は前期比 5.6%増収、40.1%経常増益を計画する。上期は順調な進捗であると言えるが、新型コロナの状況や半導体不足、材料価格高騰など、先行き不透明な状況が待ち受けていることもあり期初の予想を据え置いた。ポジティブな情報も増加しており、予想値に変更が生じる場合はすみやかに開示する方針。配当も修正なく、20/11 期と同額の年 18.00 円(うち上期末実績 9.00 円、期末 9.00 円)を見込む。
- 21/11 期は第 8 次中期計画における事業体制構築の期間との位置付けだが、上期は順調な立ち上がりとなった。既存領域を立て直しているだけではなく、環境配慮型の商品開発への取り組みや新商品の投入など、今後に向けた取り組みもしっかり進めている。海外ではアジアで売上を伸ばしているが、更なる拡大余地は大きくコロナ禍後の飛躍に期待。株価は軟調に推移しPBRは 0.5 倍と低位。中期計画達成を前提とすればEPSは 50 円超が見込まれることから、見直し余地は大きい。

1. 会社概要

靴・衣類などに紐を通す穴に取り付ける環状の金具である「ハトメ」をはじめとし、ホック、マジックテープ®などの服飾の付属品や、自動車の内装品等の企画・開発から製造に加え、卸・流通までを一貫して手掛ける専門商社。

創業 100 年を超す歴史の中で培われた高い信頼性、高シェア、グローバルネットワークなどが強み。

2020 年 11 月末現在、連結子会社は国内 6 社、海外 14 社の合計 20 社、持分法適用関連会社は国内に 1 社。

尚、2019 年 6 月より持株会社体制となっている。

【沿革】

大阪の呉服商で奉公人として働いていた創業者・森藤寿吉氏が、1908 年(明治 41 年)に独立し、ハトメ、ホックの仲買商「森藤商店」を一人で開業。大正時代に入りファッションの洋装化が進むのに伴い、靴の需要も拡大し、急成長を遂げる。1937 年にはホックをスマトラ、ジャワへ、靴ひもをヨハネスブルグ(南アフリカ)、イギリスへ輸出するなど国際化も進めた。太平洋戦争後は、カラーナイロンファスナーやマジックテープ®の販売を開始したほか、1990 年代に入り汎用資材の拡販を目指し、自動車の内装品、カメラのストラップなど生活産業資材関連事業にも進出し事業ドメインを拡大した。海外事業も積極的に展開。1989 年、大阪証券取引所第 2 部に上場し、2013 年 7 月の東証・大証の統合に伴い東京証券取引所第 2 部に移行。2016 年 12 月には、東証 1 部に昇格した。

1908 年	森藤商店創業(ハトメ、ホック、靴ひもの商売開始)
1935 年	株式会社森藤商店設立

1958 年	カラーナイロンファスナーの販売を開始
1960 年	マジックテープ®の販売を開始
1976 年	モリト株式会社に商号変更
1977 年	摩理都實業(香港)有限公司 設立(中国)(現 MORITO SCOVILL HONGKONG COMPANY LIMITED)
1983 年	KANE-M,INC. 設立(米国)
1985 年	MORITO(EUROPE)B.V. 設立(オランダ)
1987 年	エース工機株式会社設立(日本)
1988 年	台湾摩理都股份有限公司設立(台湾)
1989 年	大阪証券取引所 第 2 部上場
2001 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(深圳)有限公司)
2003 年	佳耐美国際貿易(上海)有限公司設立(中国)
2005 年	摩理都實業(香港)宝安工場、摩理都工貿(深圳)を移設、拡張(中国)
2007 年	摩理都實業(香港)有限公司が華健金属製品有限公司を吸収合併(中国)
2008 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
2010 年	カネエムダナン設立(ベトナム)
2011 年	カネエムタイランド設立(タイ)
2012 年	ミャンマー駐在員事務所開設(ミャンマー)(現 モリトジャパン株式会社ミャンマー駐在員事務所) カネエムインクミシガン支店開設(米国) カネエムダナン操業開始
2013 年	東京証券取引所 第 2 部に移行
2014 年	株式会社マテックスを M&A(日本) カネエムインク テネシー支店開設(米国) 米国の服飾資材製造販売企業 SCOVILL を M&A(現 MORITO SCOVILL AMERICAS,LLC)
2016 年	東京証券取引所 第 1 部に上場
2017 年	モリトスコヴィルメキシコ設立(メキシコ) 株式会社 52DESIGN 設立(日本)
2018 年	モリト関東ロジスティクスセンター開設 株式会社マニューバーラインを M&A(日本) 分割準備のために、モリト株式会社の 100%子会社としてモリトジャパン株式会社を設立
2019 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

【ビジョンなど】

1. 創業理念

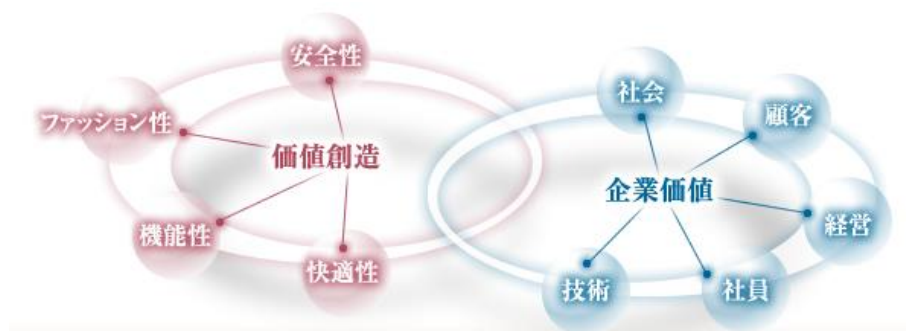
「積極・堅実」

創業期より培われてきた同社の精神。「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出来る」という意味を表す。また、「他人に勝つためには常に他人の意表をつくアイデアが必要。日頃から何かないかと考えながら商売せよ。」という、創業者・森藤寿吉氏の精神が同社事業のバックボーンとなっている。

2. 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」

- (1) 多彩なパーツを全世界に供給し、ジャンルを超えた無限の市場作りを追求します。
- (2) お客様の要望を形にし、人々の豊かな暮らしにつながる本物のもの造りを実現します。
- (3) ファッション性、機能性、快適性、安全性といったトータルな視点で価値創造力を発揮し、全ステークホルダーと一体になって未来創りに貢献します。



(同社 HP より)

3. 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』

4. 企業行動指針

顧客に対する責任を果たす
株主に対する責任を果たす
ビジネスパートナーに対する責任を果たす
社会に対する責任を果たす
お互いに対する責任を果たす

【事業内容】

ハトメ、ホック、バックル、ファスナーなど服飾の付属品を扱う「**アパレル事業**」、カメラ・携帯端末用のストラップ、靴の副資材やインソールなどフットケア商品を扱う「**プロダクト事業**」、マットエンブレム、ドアグリップなど自動車の内装品を中心とした「**輸送事業**」の3事業で構成される。

どの事業においても、ファッション性、機能性、快適性、安全性等を勘案し、市場や顧客ニーズに沿った商品の企画、開発からはじまり、製造、流通、販売までを一貫して手掛けている。

報告セグメントは、日本、アジア、欧米の3セグメント。

◎アパレル事業



(同社資料より)

20 年 11 月期の売上構成比 43%。

ハトメ、ホック、バックル、ファスナー、リベットなど服飾品やフットウェアの付属品を、主として卸、商社、代理店などを通じて同社の最終顧客である国内外のアパレルメーカー等に納入している。

◎プロダクト事業



(同社資料より)

20 年 11 月期の売上構成比 38%。

産業資材分野への付属品、半製品の提供の他、インソール、靴クリームなどフットケア商品を中心に、同社オリジナル製品として自社ブランドで販売している。

◎輸送機器事業



(同社資料より)

20 年 11 月期の売上構成比 19%。

主としてマットエンブレム、ドアグリップ、アームレストといった自動車の内装品を中心に取り扱いしている。自動車関連が約 9 割を占める。日系の主要自動車メーカーのサプライヤー企業などが主な顧客となっている。

【特長と強み】

①安定した業績推移

沿革でも触れたように、創業以来ハトメ、ホック、マジックテープ®などを中心にアパレル事業を展開してきた同社だが、汎用資材の用途拡大を進め、輸送機器事業を含むプロダクト事業をスタートさせ、アパレル事業が 4 割強、プロダクト事業が 4 割弱、輸送機器事業が 2 割弱となっている。

この事業ポートフォリオは同社の業績に安定性をもたらしており、戦後 2 度の石油ショック、世界的な経済危機「リーマンショック」、及び今般の新型コロナの影響を含めても赤字に陥ったことが無い。

②多くのアイテムで高いシェア

表の様に様々な商品アイテムにおいて高いシェアを有している。

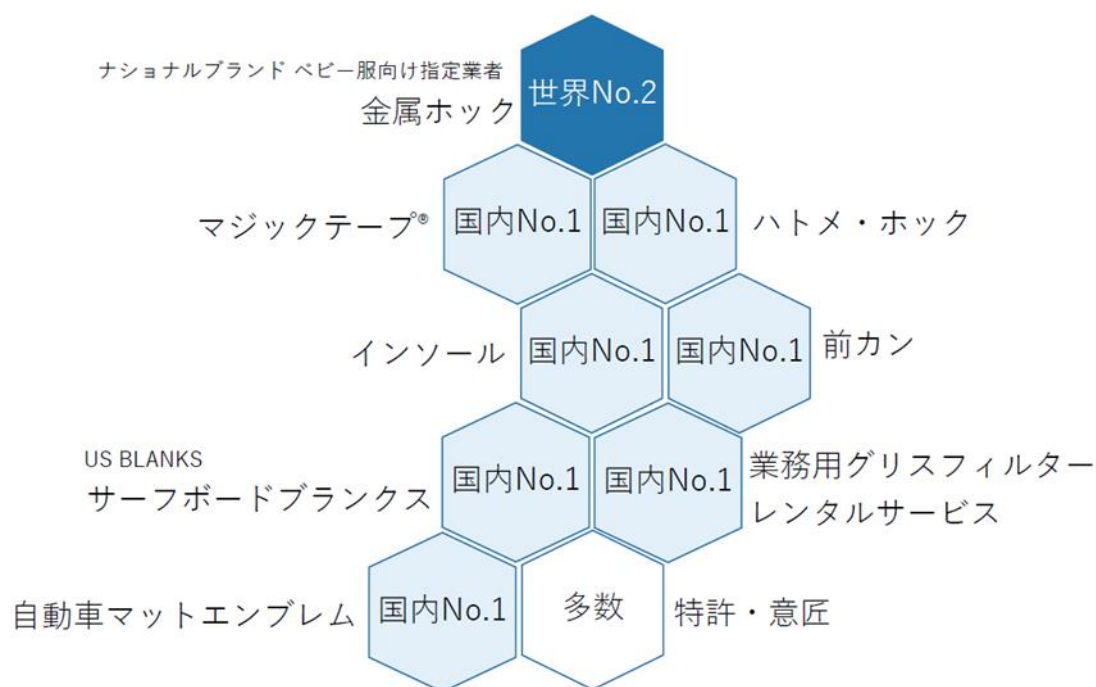
価格のみで見れば同社よりも低価格で供給する新興国の企業もあるが、企画・開発から製造、流通にわたる一貫し、加えて様々な状況にも適切に対処できる対応力、長い歴史の蓄積の中で培った安全性も含めた品質の高さ等で発

注元からの信用、信頼度は高く、それが高シェアにつながっている。

例えば、同社では顧客のサンプル製作段階から適切な技術的アドバイスを提供したり、顧客の要望に合わせた微妙な色味の調整を何度も繰り返したりするほか、本生産に入ってから定期的なチェックを繰り返すなど、単に完成品を販売するのではなく、取引開始に至るまで多くのハードルをクリアし、川上から川下までの全工程を仕組みとして顧客に提供している。こうした付加価値の提供が海外の有名ブランドを中心とした顧客から高く評価されている。

<主要アイテムとシェア>

多彩なアイテムで高シェアをマーク



(同社調べ)



③グローバルネットワーク

企画・開発は主として日本で行う一方、欧州、北米、アジアに製造・販売の拠点を有している。



(同社資料より)

同社ではグローバル成長企業を目指しグローバルな生産拠点、販売網の拡充とグローバル経営を支える内部体制の構築を進めている。これが計画通りに進捗し、より強固なグローバルネットワークが構築されれば、同社の競争優位性は一段と強固なものとなるだろう。

以上の3点に加え、「ユニークなポジショニング」も同社の特徴の一つと言って良いだろう。

同社が取り扱う品目一つ一つをとれば競合先もあるが、これだけ多彩な品目を取扱いながら、その企画・開発から製造、流通、販売までを一貫して手掛け、売上高 400 億円を超すというボリュームを実現している企業は世界的にも他に見当たらないということだ。

【ROE 分析】

	14/11 期	15/11 期	16/11 期	17/11 期	18/11 期	19/11 期	20/11 期
ROE(%)	4.5	4.7	3.9	10.7	3.8	4.3	1.5
売上高当期純利益率(%)	3.54	3.31	2.95	7.99	2.86	3.05	1.15
総資産回転率(回)	0.88	0.93	0.91	0.98	0.96	0.97	0.93
レバレッジ(倍)	1.43	1.53	1.46	1.36	1.40	1.45	1.37

17/11 期の ROE が大幅に上昇したのは、土地売却による特別利益の計上で当期純利益が大きく増加したため。19/11 期も固定資産売却益や有価証券売却益が当期純利益を押し上げた。20/11 期は新型コロナの影響で売上高当期純利益率が低下した。21/11 期の売上高当期純利益率は 1.63% の予想。

2. 2021 年 11 月期上期決算概要

(1) 連結業績概要

	20/11 期 上期	構成比	21/11 期 上期	構成比	前年同期比
売上高	21,198	100.0%	21,225	100.0%	+0.1%
売上総利益	5,497	25.9%	5,491	25.9%	-0.1%
販管費	5,084	24.0%	4,715	22.2%	-7.3%
営業利益	412	1.9%	775	3.7%	+87.9%
経常利益	401	1.9%	885	4.2%	+120.4%
純利益	154	0.7%	533	2.5%	+245.6%

* 単位: 百万円。四半期純利益は親会社株主に帰属する四半期純利益。以下同様。

0.1%増収も、販管費抑制などで 120.4%経常増益

売上高は前年同期比 0.1%増の 212 億 25 百万円。新型コロナウイルス感染拡大、緊急事態宣言発令の影響で、百貨店や量販店の休業、在庫調整により、各種メーカーが生産調整を行った。また、主力商品のハトム・ホックの原材料である銅などの金属を中心とした材料価格の高騰や、半導体不足による自動車工場での生産減少など、同社のコア事業にとっては非常に厳しい外部環境となった。一方で、密にならずに屋外で楽しめるスポーツ・レジャー関連商品やマスクなどの新しい生活様式に関連した商品の売上が増加した。廃漁網をリサイクルした素材「リアミド (REAMIDE)」を使用した付属品の開発・販売をはじめとしたモリトグループの環境へのコミット「C.O.R.E.」の推進、AI・IoT と副資材・アクセサリを融合した新しい製品・サービスの第一弾である GPS みまもりサービス「みまろく」の発売、スケートボードやフィッシングといった屋外で密にならずに楽しめるアウトドア・レジャー関連商品やマスク等の新しい生活様式に関連した商品への注力など、新たな事業活動を通じた「持続可能な開発目標 (SDGs)」の達成と収益力の強化、さらに不採算事業の見直しに尽力してきた。地域別には、新型コロナウイルスや半導体不足の影響もあり、日本と欧米の売上高はともに減少した。しかし、アジアでは輸送事業向けを中心に売上を伸ばし、トータルでほぼ前年並みとなった。

営業利益は前年同期比 87.9%増の 7 億 75 百万円。売上総利益率は前年同様の 25.9%で売上総利益は微減。銅をはじめとする原材料価格の高騰により売上原価が増加したことが背景。一方で、昨年より継続していた経費削減が功を奏し販管費が減少、営業利益率は前年同期 1.9%から 3.7%へ大幅に改善した。営業外では、為替差損が昨年よりも減少、新型コロナウイルスに関連した雇用調整助成金を計上したことで経常利益は前年同期比 120.4%増の 8 億 85 百万円、法人税の増加はあったものの純利益は同 245.6%増の 5 億 33 百万円となった。

中間配当は前年同期比 4.25 円減配の 9.00 円を実施。

(2) セグメント別動向

地域別動向

	20/11 期 上期	構成比	21/11 期 上期	構成比	前年同期比
売上高					
日本	14,964	70.6%	14,638	69.0%	-2.2%
アジア	3,598	17.0%	4,079	19.2%	+13.4%
欧米	2,635	12.4%	2,507	11.8%	-4.9%
合計	21,198	100.0%	21,225	100.0%	+0.1%
セグメント利益					
日本	389	2.6%	670	4.6%	+72.1%
アジア	147	4.1%	147	3.6%	+0.4%
欧米	-30	-	49	2.0%	-
調整額	-93	-	-91	-	-
合計	412	1.9%	775	3.7%	+87.9%

* 単位: 百万円

* 売上高は外部顧客への売上高。利益の構成比は売上高利益率

◎日本

前年同期比 2.2%減収、72.1%増益

密を避けて楽しめる屋外スポーツやアウトドアに関連した商材の中で、特にスポーツシューズ向けの乾燥剤やフィッシング用のバツカン、東京オリンピックの正式種目にもなっているサーフィン、スケートボード関連商品の売上が増加した。また、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う新しい生活様式や、巣ごもり需要に関連した手芸用品、マスク関連の均一価格小売店向け製品、マウスパッドなどの PC 関連商品の売上が増加した。さらに、日系自動車メーカーの次期マイナーチェンジモデル用の自動車内装部品の売上も増加した。

一方で、百貨店・量販店の在庫調整のため、重衣料、バッグ、靴向けの付属品の売上が減少した。また、前期の暖冬の影響でスノーボード関連商品は売上が減少し、前期に法改正による駆け込み特需のあったハーネスなどの建設業界向け安全関連商品の売上も減少した。

◎アジア

前年同期比 13.4%増収、0.4%増益。

東南アジアを中心にミャンマー情勢の影響を受け、特にタイでの日系アパレルメーカー向け付属品の売上が減少した。一方、香港では、ワーキングウェア、ベビー服向けの付属品など、コロナ禍であっても継続して需要のある商品である欧米アパレルメーカー向け付属品の売上が増加した。また、中国での日系自動車メーカー向け、自動車内装部品の売上も増加している。コロナ禍であるにもかかわらず、アジアでの輸送事業はここ数年、売上増加を続けており、ビジネスの軸として着実に成長している。

◎欧米

前年同期比 4.9%減収、49 百万円の利益(前年同期は 30 百万円の損失)。

新型コロナウイルス感染拡大による影響で、北アフリカをはじめ各縫製地がロックダウンし、欧州でのアパレルメーカー向け付属品の売上は減少した。さらに、半導体不足による自動車メーカーの減産や工場移転の影響を受け、米国での日系自動車メーカー向けの自動車内装部品の売上は減少した。一方で、欧州、特に英国では、日系自動車メーカー向けの自動車内装部品の売上が増加した。子会社の期首は 10 月、前年度上期は、欧米ではコロナ禍の影響がまだ少なかったということもあり、減収となったものの、欧米でのワクチン接種の広まりにより経済活動・受注は回復しつつある。

(3)財務状態とキャッシュフロー(CF)

◎主要BS

	20 年 11 月末	21 年 5 月末		20 年 11 月末	21 年 5 月末
流動資産	25,496	25,320	流動負債	6,927	6,823
現預金	10,125	10,292	仕入債務	4,255	4,241
売上債権	9,957	10,093	短期有利子負債	780	569
たな卸資産	4,721	4,517	固定負債	4,756	4,606
固定資産	18,201	19,391	長期有利子負債	2,097	1,843
有形固定資産	9,565	10,019	負債合計	11,684	11,429
無形固定資産	3,651	3,626	株主資本	30,516	30,918
投資その他の資産	4,984	5,746	利益剰余金	25,703	26,104
資産合計	43,699	44,712	自己株式	-2,227	-2,226
			純資産	32,015	33,282
			負債純資産合計	43,699	44,712
			自己資本比率(%)	73.1%	74.3%

* 単位: 百万円

総資産は、447 億 12 百万円となり前期末比 10 億 13 百万円増加した。

流動資産は、前期末比 1 億 76 百万円減少し、253 億 20 百万円となった。これは主に、たな卸資産が 2 億 4 百万円減少したことによる。

固定資産は、前期末比 11 億 90 百万円増加し 193 億 91 百万円となった。これは主に、投資有価証券が 6 億 26 百万円増加したこと、土地が 5 億 16 百万円増加したことによる。

流動負債は、前期末比 1 億 4 百万円減少し、68 億 23 百万円となった。これは主に 1 年以内償還予定の社債が 2 億減少したことによる。

固定負債は、前期末比 1 億 50 百万円減少し 46 億 6 百万円となった。これは主に、長期借入金が 2 億 54 百万円減少したこと、繰延税金負債が 1 億 60 百万円増加したことによる。

純資産は、前期末比 12 億 67 百万円増加し 332 億 82 百万円となった。

自己資本比率は前期末の 73.1%から 74.3%と 1.2 ポイント増加した。

◎キャッシュフロー

	20/11 期 上期	21/11 期 上期	増減
営業 CF	584	1,489	+904
投資 CF	41	-738	-779
フリーCF	625	750	+125
財務 CF	-927	-696	+230
現金同等物残高	9,201	10,214	+1,012

* 単位: 百万円

上期末の現金及び現金同等物の残高は、前期末比 1 億 62 百万円増加し、102 億 14 百万円となった。

営業CFは、14 億 89 百万円の収支プラス(前年同期は 5 億 84 百万円の収支プラス)となった。これは主に、税金等調整前純利益の獲得及び減価償却費の計上により資金が増加したものの。

投資CFは、7 億 38 百万円の収支マイナス(前年同期は 41 百万円の収支プラス)となった。これは主に、有形固定資産の取得により資金が減少したものの。

財務CFは、6 億 96 百万円の収支マイナス(前年同期は 9 億 27 百万円の収支マイナス)となった。これは主に、長期借入金の返済、社債の償還により資金が減少したものの。

(4)事業のトピックス

◎＜日本 アパレル・プロダクト事業＞環境配慮型の商品開発等の取り組み「C.O.R.E.」

「C.O.R.E.」は、「committed to our resource and environment」の略称。美しい地球と限りある資源を未来につなげる包括的なアプローチ、モリトグループの環境へのコミットである。

製品の製造過程において、環境に配慮したプロセスの採用、また、環境にやさしい新製品の開発と販売に向けた、同社独自の取り組み。現在、廃漁網をリサイクルしたナイロン樹脂「リアミド(REAMIDE)」を使用したアパレル向け資材の用途開発を進めており、樹脂パーツだけでなく、テープやゴム、生地などの新たな資材を開発している。

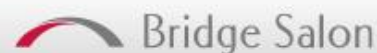
リアミドを使用したアパレル向け資材の例



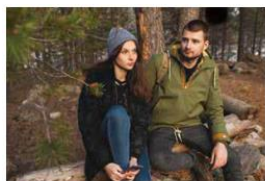
(同社資料より)

新たな資材の開発により、「C.O.R.E.」は、ボタン、紐止めなどの点で留めるパーツ、テープなどの線でつなぐパーツ、生地などの面で飾るパーツなど、あらゆる用途や業界にアプローチできるようになった。既に、各種大手ブランドでの採用も決まっている。

BRIDGE REPORT



イメージ



アウター



ボタン



バッグ



ペットボトルホルダー



テント



サーフボード等の収納袋



巾着



ストラップ

(同社資料より)

また、兵庫県豊岡市の地域ブランドである豊岡靴と共同で靴を開発するなど、地域との取り組みも実施している。今後は、地産地消を目的とした自治体とのイベント企画など、「C.O.R.E.」のアプローチを広げるために、新たな取り組みを企画していく考え。

◎＜日本 プロダクト事業＞AI・IoT と副資材・アクセサリーの融合「みまるく」発売

「みまるく」は、子供や見守りたい人などが持ち歩くことにより、現在地や行動履歴が確認できる商品。4月から販売を開始した。第8次中期経営計画の事業戦略に掲げた「AI・IoT と副資材・アクセサリーを融合した新しい製品・サービス」の第1弾である。今後は、子ども向けバッグメーカーとの取り組みを予定しており、販売拡大に向けて取り組む。また、現在は第2弾、第3弾と、計画および企画開発をしていく。学術機関と連携する、いわゆる産学連携になるが、従来取り扱っているインソールなどの副資材とAI・IoTなどを組み合わせた新たな商品開発にも取り組む考え。



公式ホームページ

<https://mimalook.jp/>

(同社資料より)

◎＜日本 プロダクト事業＞スケートボード・サーフィン関連商品 売上拡大

グループ会社マニューバーラインで取り扱うスケートボード・サーフィン関連商品が、屋外で密にならずに楽しめるスポーツ、また、東京オリンピックの正式種目として注目を集めたことにより、売上が増加した。スケートボード関連では、スケートボードで社会貢献活動などを行っている人気 YouTuber の岩澤史文(いわざわ・しもん)氏とムラサキスポーツ、マニューバーラインにて取り扱うスケートボードシューズの老舗ブランド「etnies」のコラボシューズを発売した。現在、売れ行きは非常に好調。コロナ禍の影響もあり、スケートボードを楽しむ年齢層が小学生にまで広がってきている。今後もさらなる売上拡大に期待。

BRIDGE REPORT



スケートボード関連 注目商品

人気 YouTuber「SHIMON.」と ムラサキスポーツ、マニューバーライン 取扱いブランド「etnies」のコラボ シューズ



(同社資料より)

サーフィン関連では、21 年度より、ウィンドサーフィン業界ではトップクラスの人気を誇るブランド「NEILPRYDE」の取扱いを開始した。さらに、世界の有名サーファーを抱え、サーフィン業界のエルメスともいわれるブランド「CHANNEL ISLANDS」の輸入代理店となった。今後も、「CHANNEL ISLANDS」の商品を専門に扱う店舗が新たにオープンするなど、売上を拡大できる見込み。

サーフィン関連 注目ブランド



(同社資料より)

◎＜日本 プロダクト事業＞スケートボード・サーフィン関連商品 売上拡大

グループ会社キャンバスが取り扱うブランド「POLeR」は、アメリカのポートランド発祥のブランド。サーファー、スケーター、スノーボーダーのライフスタイルをミックスした新感覚のアウトドアブランドで、安全面にもファッション面にもこだわったもの作りを行っている。コロナ禍において、アウトドアがブームになっていることもあり、e コマースの売り切れも多数、雑誌等で取り上げられるなど注目を集めている。



ドッグトイ

コンテナケース

(同社資料より)

◎＜日本 プロダクト事業＞均一価格小売店向け商品の取扱い拡大

従来、同社均一価格小売店向けにはインソールを中心に商品を販売していた。近年は加えて、マウスパッドなどの PC 関連商品も販売を開始、コロナ渦での在宅勤務の増加により、需要が高まり売上が増加した。同社のマウスパッドはインソールと同じ手法で生産しており、使いやすいと好評。また、今年度より、同社 NB 商品として、下写真のように、マスクや手芸関連商品、手芸用ビーズなどの取扱いも開始し、さらに売上を伸ばしている。



(同社資料より)

◎＜日本 アパレル事業＞BtoCビジネスの展開 52DESIGN

「52DESIGN」は元イッセイミヤケのデザイナーである松村光氏と共同で設立した。「52DESIGN」では、糸と針を使わない手法で、今までにない特徴的なデザイン性のある高価格のバッグを中心に販売している。ブランド名は「52 BY HIKARUMATSUMURA」。阪急うめだやジェイアール京都伊勢丹にて、ロエベやサンローランといった名だたるラグジュアリーブランドの横でポップアップイベントを開催した。また、「TATRAS」「STUDIOUS」などの有名セレクトショップにて Shop in Shop という形でポップアップストアを開催するなど、着実に知名度を上げている。

最近では、中国からの問い合わせ、購入も増加している。中国海南島など、アジアでの販売も強化する予定。異業種との協業、海外の有名ブランドとのコラボも予定しており、今後の新たな展開が期待できそう。



FROM FIRST MUSEE 神戸BAL TATRAS CONCEPT STORE 日比谷店



阪急うめだ



ジェイアール京都伊勢丹

(同社資料より)

◎＜日本 アパレル事業＞BtoCビジネスの展開 防水素材バッグ

近年、人気商品として販売されている防水素材バッグ「ZAT」に加え、3 月から、園芸・農業関係に造詣の深いタレントの川瀬良子氏、ガーデニングカウンセラーの岡井路子氏プロデュースの、丸洗いが可能でアウトドアにも使えるカジュアルな防水素材バッグ「ZAB」を発売した。

農作業中や街中、どこでも利用可能な機能性とファッション性を兼ね備えたバッグ、大型量販店での採用が決まり、今後も販売店舗を拡大していく予定。



(同社資料より)

3. 2021 年 11 月期業績予想

(1) 連結業績予想

	20/11 期	構成比	21/11 期(予)	構成比	前期比
売上高	40,727	100.0%	43,000	100.0%	+5.6%
営業利益	856	2.1%	1,300	3.0%	+51.8%
経常利益	928	2.3%	1,300	3.0%	+40.1%
当期純利益	470	1.2%	700	1.6%	+48.9%

* 単位: 百万円

* 予想は会社側発表。当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益

21/11 期は大幅増収増益予想

通期予想に修正はなく、21/11 期は売上高が前期比 5.6%増の 430 億円、営業利益は同 51.8%増の 13 億円を計画する。上期の通期予想に対する進捗率は売上高で 49.4%、経常利益では 68.1%となっており、順調な進捗であると言える。ただし、下期は新型コロナウイルス感染拡大の収束の見通しが立っていないという状況に加え、半導体不足、材料価格高騰など、同社にとって先行き不透明な状況が待ち受けていることもあり、現時点では期初の予想を据え置いた。ポジティブな情報も増加しており、今後の状況を鑑み、予想値に変更が生じる場合はすみやかに開示する方針。

尚、第 8 次中期計画は 22/11 期から 26/11 期の 5 年間。20/11 期及び 21/11 期については、コロナ禍における事業体制構築の期間との位置付け。

配当についても修正なく、20/11 期と同額の年 18.00 円(うち上期末実績 9.00 円、期末 9.00 円)を見込む。

(2) 利益配分に関する基本方針

● 継続的配当の実現

● 配当性向は 50%以上を基準(純利益が大きく変動した場合、その影響を考慮)

● DOE1.5%を維持

* 自己株式取得および消却については、株主還元の更なる充実を図っていく観点から、収支状況や株価水準などを勘案しながら、弾力的な実施を引き続き検討。

4. 第 8 次中期経営計画

経営方針

1. 創業理念

積極・堅実

「積極・堅実」とは、自分から進んで判断し、行動することで、成果を確実にあげていくことを意味し、モリト社員が長年受け継いできた創業理念です。

2. 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

- ・多彩なパーツを全世界に供給し、ジャンルを超えた無限の市場作りを追求します。
- ・お客様の要望を形にし、人々の豊かな暮らしにつながる本物のもの造りを実現します。
- ・ファッション性、機能性、快適性、安全性といったトータルな視点で価値想像力を発揮し、全ステークホルダーと一体となって未来造りに貢献します。

3. 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

社員 1 人ひとりが力を発揮できる環境を作ることで、商品が持つ付加価値に留まらないモリトグループとしての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まいります。

4. MORITO Value

顧客・パートナーから絶大な信頼を勝ち取る

- ・顧客・パートナーにとって価値ある情報やアイデアを発信し続ける
- ・顧客・パートナーの要望により早く・よりの確に対応することで、期待を超える満足を提供する

自分の責任を果たす

- ・自分の役割を自覚し、徹底的にやり切る
- ・より高い目標を掲げ、意欲と向上心を持って自己成長し続ける

相手を理解し連携する

- ・多様な価値観や文化を受け入れ、相手の意見を尊重する
- ・様々な人と連携し、より大きな成果を達成する

想像力を発揮する

- ・感性を研ぎ澄まし、好奇心を持って新しいことに挑戦する
- ・広い視野と柔軟さを持ち、変化を感知し、対応する

誠実である

- ・常に礼儀正しく相手を敬い、真摯に行動する
- ・高い倫理観を持ち、法令・社会規範・ルールを遵守する
- ・MORITOの一員である責任と誇りを持ち、事業活動を通じて社会に貢献する

モリトグループの目指すべき姿

「夢を実現させる社員」×「夢を支援する会社」

グローバル ニッチ トップ

小さなパーツで世界を変え続ける

第 8 次中期経営計画の方向性

経営環境	政治面 ・先進国の自国第一主義 ・地政学的力学の変化 経済面 ・新興国の台頭に伴う旺盛な需要の喚起 ・二国間、多国間での貿易協定の拡大	社会面 ・気候変動(温暖化・大規模災害) ・持続可能な成長に向けた取り組み 技術面 ・デジタル技術の飛躍的な進歩 ・知的財産の重要性増大
		

経営戦略	事業戦略 ・既存事業の継続的成長および収益改善を目標とした構造改革 ・M&A も視野に入れた新規事業開拓による事業ポートフォリオ拡充 ・安定かつ継続的なキャッシュフローの創出 ・成長領域への資源の重点投資	コーポレート戦略 ・会社成長に対応するための経営基盤整備 ・事業構造の改善に向けた支援強化 ・適切なキャッシュフローマネジメントによる強固な財務体質の構築 ・人材育成と IT 活用による企業価値向上 ・コンプライアンス順守、ガバナンス強化

事業戦略

安心・安全・介護業界への注力		アパレル事業 ・既存概念を変えるイノベーティブな副資材開発 ・ハトメ・ホックのグローバルシェア No.1 を目指した販売網構築 ・モリト グリーンプロジェクトの始動
経営・製造・調達の現地化 新規拠点の設立		生活産業資材事業 ・防災グッズ、ヘルスケア関連アイデア商品の拡充 ・GPS・RFIDを活用したオリジナルアクセサリ開発 ・CASEを見据えた自動車内装部品の開発
AI・IoTと副資材・アクセサリを 融合した新しい製品・サービス		製造 ・日本のR&Dセンターを起点とした、グローバル生産拠点 への展開
サステナブル・エコに こだわったもの造り		
ニッチマーケットの需要キャッチアップ 多様なセールスチャネルの活用		

コーポレート戦略

人事戦略

・経営戦略を遂行するに資する人材の獲得・育成・適材適所の配置・グループ間活用を行い、グループ全体の人的資産価値の向上を図る。

人事分野の課題と施策	2026 年度末 目標
・MORITO Valueを实践できる人材を確保・維持・育成する ・多様な社員が、健康かつ安全に、個の力を生き活きと発揮できる職場環境を作る	・適材適所の配置・キャリアの再構成 ーグループ内の人材交流 ー人材プールの拡大 ・グループ各社に最適かつ多様性の高い人事制度の構築と実践 ⇒エンゲージメントの向上

BRIDGE REPORT



財務戦略

- ・推進してきた財務基盤整備の活用と更なる展開により、グループにおける資金効率化とリスク管理を強化し、財務体質の向上を図る。

財務分野の課題と施策	2026 年度末 目標
・効果的な投資・調達を行うことでグループ資金マネジメントを強化する ・更なる成長分野への再投資による資本効率を改善する	・利益率改善に伴う営業 CF 増加 －利益率改善と運転資本削減 ・バランスシートの圧縮 －資産の整理・持合株式の売却等 ⇒収益性、効率性の改善

IT戦略

- ・経営、事業、インフラの 3 分野において現在のIT基盤を整備し、最適なIT技術に投資・活用することで経営情報活用を促進しスピード経営と事業効率化を図る。

IT分野の課題と施策	2026 年度末 目標
・ITの有効活用 (テクノロジーの効果的な取り込み) －経営情報 IT 機能の向上 －ビジネス IT 機能の向上 －ベースメント IT 機能の向上	・スピード経営に向けたグループ経営情報の効率的な提供と管理のための仕組み構築 ・製造・販売・物流・業務活動のデジタル化と営業活動支援強化 ・ネットワークを含むIT基盤の整備 ⇒効率改善による競争力向上

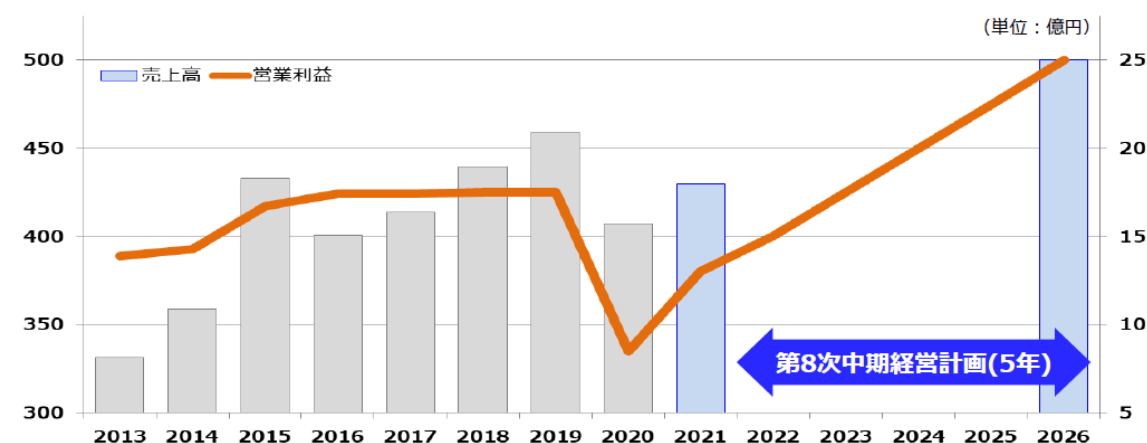
持続可能な成長に向けた取り組み

- ・持続可能な開発目標(SDGs)は、15 年 9 月の国連サミットで採択された、持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のための 17 の国際目標です。
- ・当社も、世界中の人々が幸せに豊かに暮らす社会の実現を目指し、SDGsの目標達成に向けて貢献していきます。

数値目標

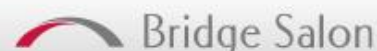
26/11 期

- ・売上高 500 億円
- ・営業利益 25 億円(売上高営業利益率 5%)



(同社資料より)

BRIDGE REPORT



投資 ・既存事業シナジーの追求 ・新規事業への積極的な投資 ・M&Aの継続	株主還元 ・配当性向 50%以上 ・DOE1.5%
---	--

5. 今後の注目点

21/11 期は第 8 次中期計画における事業体制構築の期間との位置付けだが、上期は順調な立ち上がりとなった。業績は 20/11 期 3Q を底に確実に回復基調にある。また、既存領域を立て直しているだけでなく、環境配慮型の商品開発への取り組みや新商品の投入など、今後に向けた取り組みもしっかり進めている。海外展開が今後の課題であり、注目とも言えそう。同社では日本市場における高付加価値商品を海外市場に展開していくことで、海外売上比率を伸ばす考え。足元は中国を含むアジアで売上を伸ばしているが、更なる拡大余地は大きくコロナ禍後の飛躍に期待したい。

株価は軟調に推移し PBR は 0.5 倍と低位。中期計画達成を前提とすれば EPS は 50 円超が見込まれることから、見直し余地は大きい。

<参考:コーポレートガバナンスについて>

◎組織形態及び取締役、監査役の構成>

組織形態	監査役設置会社
取締役	5 名、うち社外 2 名
監査役	3 名、うち社外 2 名

◎コーポレートガバナンス報告書

更新日:2021 年 3 月 1 日

<実施しない主な原則とその理由>

原則	実施しない理由
【補充原則1-2④ 株主総会における権利行使】	当社はインターネットによる議決権の行使を導入しております。議決権行使プラットフォームの利用に関しては機関投資家や海外投資家の比率等を考慮し導入を検討してまいります。
【補充原則4-3①、原則4-10、補充原則4-10① 独立社外取締役の活用】	当社においては現在2名の独立社外取締役を選任しております。現時点においても独立社外取締役は、取締役会において十分に意見を述べており、取締役候補者について取締役会において十分に協議しております。 しかしながら、当社においては任意の諮問委員会の設置はしていません。今後、独立社外取締役と鋭意、協議し、任意の諮問委員会の設置も含めた独立社外取締役の関与のあり方および取締役会等のあり方について検討してまいります。
【補充原則4-3②、補充原則4-3③ CEOの選解任手続き】	当社は、取締役の指名に関する諮問委員会は設置していません。もっともCEOの選任は、会社における最も重要な戦略的な意思決定でありますので、今後社外取締役等の意見なども踏まえながら、客観性・適時性・透明性のあるCEOの選任手続を検討してまいります。 また、同様にCEOの解任についても、今後社外取締役等の意見なども踏まえながら、CEOの適切な評価基準に基づく客観性・適時性・透明性ある解任手続を検討してまいります。

＜開示している主な原則＞

原則	開示内容
【原則1－4 政策保有株式】	当社は、事業戦略上の重要性、販売・生産・資金調達における各取引先との取引関係の必要性等を勘案し、企業価値向上に寄与するもの、または業務上必要とされるものと判断した場合に限り、上場株式を保有いたします。 上場株式の継続保有の適否については、毎年、取締役会にて、配当金額や取引高等の保有に伴う便益や保有目的及び今後の取引見通しなどを検証し、総合的に判断しております。 検証の結果、保有の意義が十分でないと判断される保有株式については、適宜売却いたします。 なお、検証において妥当性が認められる場合でも、市場環境や経営・財務戦略等を考慮し、売却をすることがあります。 また、検証の結果、保有を継続すると判断した銘柄のうち保有数が多いものについては、有価証券報告書において、その保有株数・保有目的を開示しております。 保有株式の議決権の行使については、株主価値の向上に資するものなのか否か、また、当社への影響等の観点を踏まえ、総合的に判断し、適切に行っております。
【原則5－1 株主との建設的な対話に関する方針】	当社は、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するよう、株主との対話の場を設けております。 ①体制整備状況 当社は株主との建設的な対話の実現のため IR 担当役員を任命しております。また、IR 担当部署を中心とし関連部署が連携し、株主に対し適切な情報を提供できるような体制を構築しております。 ②取組の方針 半期毎に代表取締役または IR 担当役員によるアナリスト・機関投資家向け決算説明会、四半期ごとの個別面談、年に3～4回程度の個人投資家向け会社説明会を行うことを基本方針としております。それらの機会に得た情報を経営に反映させるため、経営陣において情報の共有をしております。 また、当社は内部者取引管理規程に基づきインサイダー情報を適切に把握し、株主との対話の際には細心の注意をはらっております。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(モリト:9837)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



▶ 適時開示メール
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

[>> ご登録はこちらから](#)



▶ 会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



▶ IRセミナーで
投資先を発掘

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)