



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
730 円	30,800,000 株		22,484 百万円	4.3%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
27.00 円	3.7%	53.13 円	13.7 倍	1,240.70 円	0.6 倍

*株価は 2/2 終値。各数値は 21 年 11 月期決算短信より。

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
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(実)	43,636	1,619	1,834	1,407	51.41	26.00
2022 年 11 月(予)	45,000	1,800	1,850	1,450	53.13	27.00

*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 月期決算概要](#)

[3. 2022 年 11 月期業績予想](#)

[4. 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 期は前期比 7.1%増収、97.6%経常増益。新型コロナウイルス感染拡大の影響や材料価格の高騰、さらには運送費の高騰など、同社のコア事業にとって非常に厳しい外部環境だった。一方で、それほど季節性を問わない商材を中心に、アパレル事業が底堅く、かつ順調に推移した。また、スポーツ・レジャー関連商品の売上が増加した。利益面では、不採算事業にかかる経費の見直しや、物流における自社倉庫への移管の推進など経費の削減を継続しており、販管費率が低下、営業利益率は前年同期 2.1%から 3.7%へ大きく改善した。期末配当は 17.00 円を実施、中間配当 9.00 円と合わせ通期では前期比 8.00 円増配となる 26.00 円。
- 22/11 期は売上高が前期比 3.1%増の 450 億円、経常利益は同 0.9%増の 18 億 50 百万円を計画する。新型コロナウイルス感染症の影響が長期化し、経済活動に一定の制限が生じているが、第 8 次中期経営計画にて定めた 26 年 11 月期連結売上高 500 億円、連結営業利益 25 億円 を目指し、移り変わりの早い市場や新しい生活様式にも対応すべく各種施策に取り組む考え。配当は 1.00 円増配の 27.00 円(うち上期 13.50 円)を見込む。
- 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た 21/11 期は、期初予想を大きく上回った。22/11 期については、新型コロナ感染拡大の影響は気掛かりだが、これまでの対策の実績も考慮すると大きな影響はなさそうだ。もうひとつの懸念が原材料価格の高騰だが、同社では値上げとコスト削減で対応していく考え。また、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。PBR は 0.6 倍と低位、中期計画達成を前提した利益水準を考慮しても株価の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。

2021 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	モリトスコー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

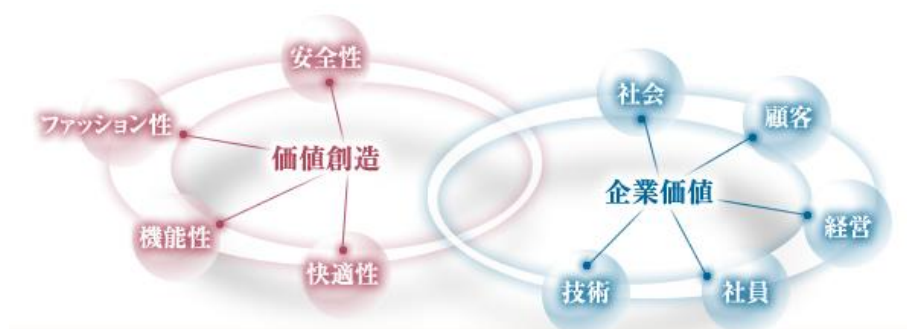
「積極・堅実」

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)

BRIDGE REPORT



21 年 11 月期の売上構成比 46%。

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



インソール



靴クリーム



消臭スプレー



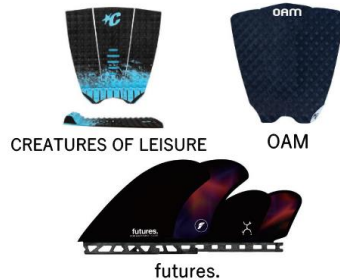
防水素材バッグ

(同社資料より)

マリンレジャー取扱ブランド



CHANNEL ISLANDS



CREATURES OF LEISURE

OAM

futures.

スノーボード・スケートボード取扱ブランド



etnies

es

Emerica



BAKER

DEATHWISH

SHAKE JUNT!



NITRO

KOMBI



HOLDEN

(同社資料より)

21 年 11 月期の売上構成比 36%。

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)

21 年 11 月期の売上構成比 18%。

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会社だが、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ウイルス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

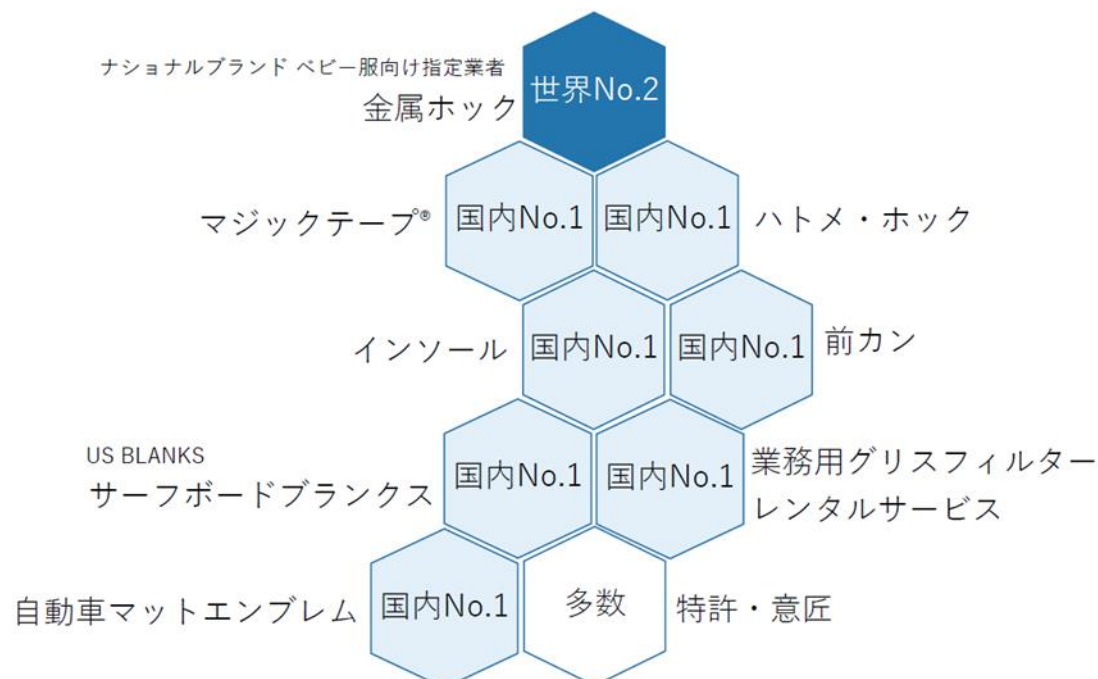
表の様に様々な商品アイテムにおいて高いシェアを有している。

価格のみで見れば会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、流通にわたって一貫し、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、会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】

	15/11 期	16/11 期	17/11 期	18/11 期	19/11 期	20/11 期	21/11 期
ROE(%)	4.7	3.9	10.7	3.8	4.3	1.5	4.3
売上高当期純利益率(%)	3.31	2.95	7.99	2.86	3.05	1.15	3.22
総資産回転率(回)	0.93	0.91	0.98	0.96	0.97	0.93	0.97
レバレッジ(倍)	1.53	1.46	1.36	1.40	1.45	1.37	1.36

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 期は売上高当期純利益率が大幅に改善。22/11 期の売上高当期純利益率は21/11 期と同等、3.22%の予想。

2. 2021 年 11 月期決算概要

(1) 連結業績概要

	20/11 期	構成比	21/11 期	構成比	前期比	会社予想	予想比
売上高	40,727	100.0%	43,636	100.0%	+7.1%	43,000	+1.5%
売上総利益	10,573	26.0%	11,401	26.1%	+7.8%	-	-
販管費	9,717	23.9%	9,781	22.4%	+0.7%	-	-
営業利益	856	2.1%	1,619	3.7%	+89.1%	1,550	+4.5%
経常利益	928	2.3%	1,834	4.2%	+97.6%	1,700	+7.9%
純利益	470	1.2%	1,407	3.2%	+199.3%	1,050	+34.0%

* 単位: 百万円。純利益は親会社株主に帰属する純利益。以下同様。

7.1%増収、販管費抑制などで 97.6%経常増益

売上高は前期比 7.1%増の 436 億 36 百万円。新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた。百貨店の休業による各種メーカーでの生産調整や、半導体不足による自動車の減産、主力商品のハトムホックの原材料である銅などの金属、および樹脂などの材料価格の高騰があった。さらに海上運送のコンテナ不足、輸出入通関時の入港・出港の大幅なズレ、それに伴う運送費の高騰など、同社のコア事業にとって非常に厳しい外部環境だった。一方で、それほど季節性を問わないベビー服、メディカルウェア、また作業服などを中心に、アパレル事業が底堅く、かつ順調に推移した。また、スケートボード、ヨガ、フィッシング、キャンプなどのスポーツ・レジャー関連商品の売上が増加した。4Q(9-11 月)の売上は、新型コロナウイルス流行前の 19/11 期 4Qの売上を上回り、経済活動や受注は回復を見せているという。

営業利益は前期比 89.1%増の 16 億 19 百万円。売上総利益率は 26.1%で微増。不採算事業にかかる経費の見直しや、物流における自社倉庫への移管の推進などで、昨年より経費の削減を継続しており、これが功を奏して、販管費率が低下、営業利益率は前期 2.1%から 3.7%へ大きく改善した。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の増加などで経常利益は前期比 97.6%増の 18 億 34 百万円。政策投資株式の見直しを進めており、投資有価証券の売却益を特別利益に計上し、純利益は同 199.3%増の 14 億 7 百万円となった。

期末配当は 17.00 円を実施、中間配当 9.00 円と合わせ通期では前期比 8.00 円増配となる 26.00 円。

(2) セグメント別動向

地域別動向

	20/11 期	構成比	21/11 期	構成比	前年同期比
売上高					
日本	28,810	70.7%	30,229	69.3%	+4.9%
アジア	7,225	17.7%	8,054	18.5%	+11.5%
欧米	4,691	11.5%	5,353	12.3%	+14.1%
合計	40,727	100.0%	43,636	100.0%	+7.1%
セグメント利益					
日本	868	3.0%	1,375	4.6%	+58.4%
アジア	255	3.5%	401	5.0%	+56.7%
欧米	-63	-	56	1.1%	-
調整額	-205	-	-213	-	-
合計	856	2.1%	1,619	3.7%	+89.1%

* 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

BRIDGE REPORT



◎日本

前期比 4.9%増収、58.4%増益

バッグや靴向けの付属品は約 2 億円減少した。スポーツ、アウトドア関連の商品の付属品は約 4 億円増加した。特にキャンプ関連グッズおよびその付属品、ヨガウェア向けの付属品、フィッシング用のバックンという釣り具などを入れるためのケース、スポーツメーカー向けのシューズの乾燥剤の売上が好調に推移した。また、日系自動車メーカーにおける次期マイナーチェンジモデル用の自動車内装部品は、4 億円ほど増加した。そして、東京五輪で話題となったサーフィン・スケートボード関連商品の売上高は約 3 億円増加した。

◎アジア

前期比 11.5%増収、56.7%増益。

中国における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。これは自動車メーカーの工場を、天津から成都に生産移管した影響、調整のため約 3 億円の減少となった。一方、中国や香港における欧米向け作業服の関連付属品、ベビー服の関連付属品などの売上が増加した。作業服やベビー服などは、コロナ禍でも継続して需要がある商品であり、ベースとなる売上の増加や、新規受注の獲得が大きな要因。

◎欧米

前期比 14.1%増収、56 百万円の利益(前期は 63 百万円の損失)。

作業服向けの付属品やキャンピングカーやボートなどのレジャー関連商品の売上が増加した。さらに、北米やイギリスを中心に、半導体不足による自動車メーカーの減産はあったものの、新規受注の獲得もあり、日系自動車メーカー向けの自動車内装部品の売上は約 2 億円増加した。

(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 11 月末		20 年 11 月末	21 年 11 月末
流動資産	25,496	26,957	流動負債	6,927	7,507
現預金	10,125	11,103	仕入債務	4,255	4,453
売上債権	9,957	10,649	短期有利子負債	780	444
たな卸資産	4,721	4,540	固定負債	4,756	4,515
固定資産	18,201	18,980	長期有利子負債	2,097	1,703
有形固定資産	9,565	9,876	負債合計	11,684	12,023
無形固定資産	3,651	3,469	株主資本	30,516	31,477
投資その他の資産	4,984	5,633	利益剰余金	25,703	26,726
資産合計	43,699	45,938	自己株式	-2,227	-2,289
			純資産	32,015	33,914
			負債純資産合計	43,699	45,938
			自己資本比率(%)	73.1%	73.7%

* 単位: 百万円

総資産は、459 億 38 百万円となり前期末比 22 億 38 百万円増加した。

流動資産は、269 億 57 百万円となり前期末比 14 億 61 百万円増加した。これは主に、現預金が 9 億 78 百万円、受取手形及び売掛金(売上債権)が 6 億 92 百万円、原材料及び貯蔵品(たな卸資産の一部)が 1 億 41 百万円増加したこと、商品及び製品(たな卸資産の一部)が 3 億 48 百万円減少したことによるもの。

固定資産は、189 億 80 百万円となり前期末比 7 億 78 百万円増加した。これは主に、投資有価証券が 5 億 44 百万円、土地が 5 億 17 百万円増加したこと、のれんが 1 億 29 百万円減少したことによるもの。

流動負債は、75 億 7 百万円となり前期末比 5 億 80 万円増加した。これは主に、未払法人税等が 3 億 85 百万円増加、支払手形及び買掛金(仕入債務)が 1 億 97 百万円増加したことによるもの。

固定負債は、45 億 15 百万円となり前期末比 2 億 41 百万円減少し。これは主に、長期借入金が 3 億 94 百万円減少

したこと、繰延税金負債が 2 億 9 百万円増加したことによるもの。
純資産は、339 億 14 百万円となり前期末比 18 億 99 百万円増加した。
自己資本比率は前期末の 73.1%から 73.7%へ、0.6 ポイント増加した。

◎キャッシュフロー

	20/11 期	21/11 期	増減
営業 CF	2,462	2,644	+181
投資 CF	-16	-401	-384
フリーCF	2,445	2,242	-203
財務 CF	-1,878	-1,380	+497
現金同等物残高	10,052	11,020	+968

* 単位: 百万円

22/11 期末の現金及び現金同等物の残高は前期末比 9 億 68 百万円増加し、110 億 20 百万円となった。
営業 CF は、26 億 44 百万円の収支プラス(前期は 24 億 62 百万円の収支プラス)となった。これは主に、売上債権の増加により資金が減少した一方で、税金等調整前当期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。
投資 CF は、4 億 1 百万円の収支マイナス(前期は 16 百万円の収支マイナス)となった。これは主に、投資有価証券の売却により資金が増加した一方で、有形固定資産の取得により資金が減少したもの。
財務 CF は、13 億 80 万円の収支マイナス(前期は 18 億 78 百万円の収支マイナス)となった。これは主に、長期借入金の返済による支出、配当金の支払及び社債の償還による支出により資金が減少したもの。

(4)事業のトピックス

◎＜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。環境配慮型の商品開発などの取り組みであり、モリトグループの環境へのコミットメント。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で、製品の製造工程において環境に配慮したプロセスの採用や、環境に優しい新製品の開発と販売に向けた、同社グループ独自の取り組み。

海・空気・森をテーマに、まずは海洋プラスチックごみの約 40%を占めていると言われている廃漁網をリサイクルした、ナイロン樹脂の「リアミド®」を使用した樹脂のパーツ・テープ・生地など、主にアパレル向け資材の開発を進めている。

開発した資材はどんどん増加しており、ホックなどの「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てきた。各種大手ブランドでの採用もすでに決まっており、22/11 期はこの取り組みを拡大していく。

廃漁網をリサイクルした素材を用いた資材の例



(同社資料より)

「C.O.R.E.」で開発した生地・テープなどの資材を使い、兵庫県の地域ブランド「豊岡鞆®」と協業した鞆の開発を行っている。これは単なる素材の再利用ではなく、元の製品よりも次元や価値の高いものを生み出す「アップサイクル」と呼ばれている取り組み。

これらのバッグは「豊岡鞆®」の店舗やオンラインショップ(<https://shop.artisan-atelier.net>)で販売している。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。まず足がかりとして、潮の流れの関係で漂着物が非常に多いと言われている兵庫県今子浦海岸での清掃活動を継続して実施する。実際に足を運ぶことで、地方の人々が困っているごみ問題を支援するだけでなく、同社が今後どのような取り組みを行っていくかを考えるきっかけになっている。

豊岡鞆®



(同社資料より)

昨年に続き、今年も 10 月に東京ビッグサイトで開催される「サステナブルファッション EXPO」に大規模出展を行う予定。昨年の展示会は洋服や帽子、靴などをはじめ、様々な提案をした。今年は「C.O.R.E.」を推し進める考え。



(同社資料より)

◎＜プロダクト事業＞スケートボード・サーフィン関連商品が好調

21 年に開催された東京五輪で日本人選手がメダルを獲得したこともあり、スケートボード・サーフィン関連商品が注目を集めている。もともと、コロナ禍において密を避けて楽しめる屋外スポーツとして売上が伸びていたが、今回の五輪が追い風となった。また、24 年のパリ五輪に向けても、売上は好調に推移している。

(スケートボード関連 注目ブランド)



BAKER

DEATHWISH

SHAKE JUNT



(同社資料より)

BRIDGE REPORT



(サーフィン関連 注目ブランド)

ウィンドサーフィンの関連商品を扱う「NEILPRYDE」というブランドの取り扱いを開始した。さらに、世界の有名サーファーを抱えるブランド「CHANNEL ISLANDS」の輸入代理店ともなっている。今後、専門に扱う店舗がオープンするため、売上を拡大できる見込み。



(同社資料より)

スノーボード関連では、当社子会社のマニューバーラインが取り扱っている「NITRO」ブランドが人気となっている。アウトドア関連では、22 年 1 月に個展やアウトドアショーなどで、2 ヶ所に出展した。前年の倍近い引き合いと受注を受けているという。

◎＜日本 アパレル事業＞BtoCビジネスの展開 52DESIGN

17 年に設立した 52DESIGN では、BtoC ビジネスを展開している。ISSEY MIYAKE で「BAO BAO」のバッグの開発に携わっていた松村光氏と協業して設立した。高価格帯のバッグの販売を中心とする会社。

各地百貨店・セレクトショップで、POP-UP STORE の展開も積極的に継続していく考え。また、国内外の卸先も増加傾向にあり、特に中国のセレクトショップからの問い合わせや購入が増加している。中国の海南島でも POP-UP STORE を実施しており、アジアを中心に販売を強化する。

今後、海外の有名ブランドとのコラボや、バッグだけでなく新たな分野への商品展開も予定しており、期待できそうだ。



阪急うめだ



ジェイアール京都伊勢丹



TATRAS CONCEPT STORE 日比谷店

その他POP-UP STOREの状況（一部抜粋）

10～12月	海南島免税店
12月	大阪高島屋
	ジェイアール名古屋タカシマヤ

(同社資料より)

◎＜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、インソールを中心に商品を販売していたが、インソールに使用していた素材を活用したマウスパッドなどのパソコン関連商品の販売も開始している。コロナ禍での在宅勤務の増加により需要が高まっており、強化を継続する。また、今年度からマスク関連商品や手芸・ハンドメイド関連商品なども展開している。22/11 期から本格導入の商品もあり、今後も売上が期待できそう。

22/11 期は付加価値とコロナ禍での事業拡大にフォーカスして進めていく考え、低粗利や不採算事業の見直しの改革も継続していく。



(同社資料より)

3. 2022 年 11 月期業績予想

(1) 連結業績予想

	21/11 期	構成比	22/11 期(予)	構成比	前期比
売上高	43,636	100.0%	45,000	100.0%	+3.1%
営業利益	1,619	3.7%	1,800	4.0%	+11.1%
経常利益	1,834	4.2%	1,850	4.1%	+0.9%
当期純利益	1,407	3.2%	1,450	3.2%	+3.0%

* 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

22/11 期は増収増益予想

22/11 期は売上高が前期比 3.1%増の 450 億円、営業利益は同 11.1%増の 18 億円、経常利益は同 0.9%増の 18 億 500 百万円、当期純利益は同 3.0%増の 14 億 500 百万円を計画する。新型コロナウイルス感染症の影響が長期化し、経済活動に一定の制限が生じているが、第 8 次中期経営計画(詳細は後述)にて定めた 26 年 11 月期連結売上高 500 億円、連結営業利益 25 億円 を目指し、移り変わりの早い市場や新しい生活様式にも対応すべく各種施策に取り組む考え。

感染症の流行再拡大、米中貿易摩擦など、世界経済の先行きが不透明な中ではあるが、基軸商品に加え、機能性、サステナブルやエコにこだわった付加価値商品の販売に注力し増収増益を目指す。

配当は 1.00 円増配の 27.00 円(うち上期 13.50 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)

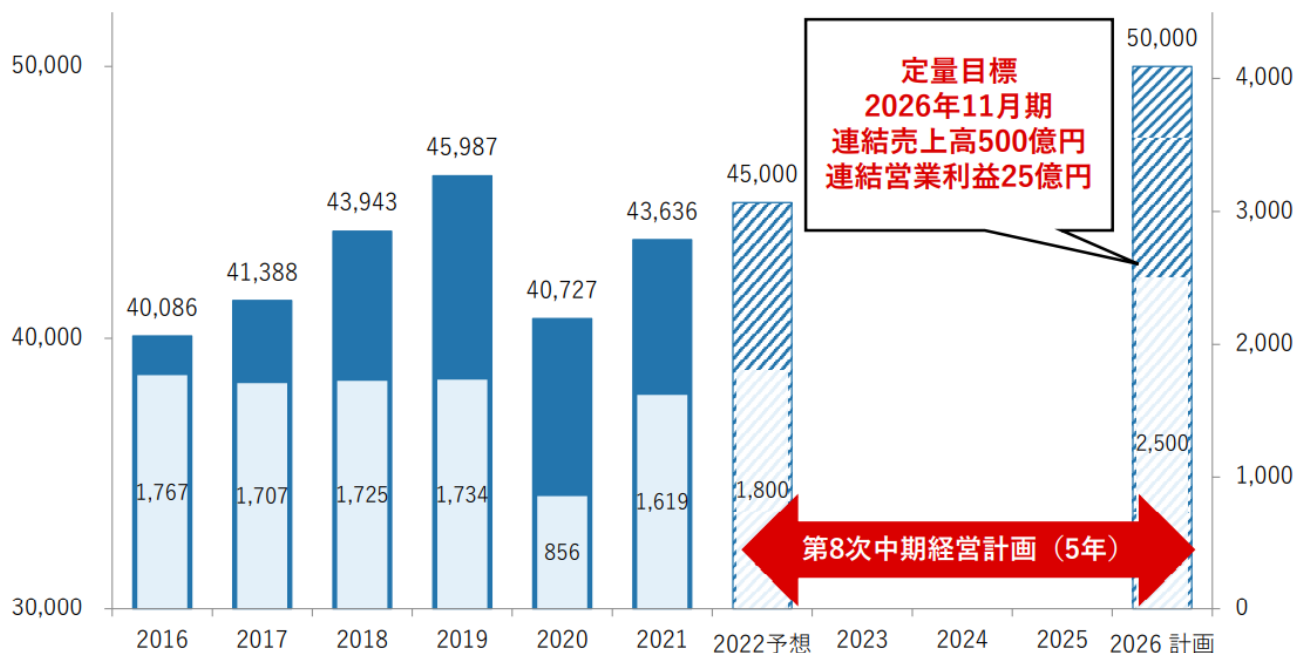
●DOE1.5%を維持

* 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。

(3) 第 8 次中期経営計画の開始

当初は 20/11 期から 5 年間で予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、開始時期を 22/11 期からに見直している。

20/11 期、21/11 期は事業体制構築の期間として、利益体質の改善、コロナ禍での社員あるいは事業に対する対応、アフターコロナを見据えた準備、新商品開発などを進めてきた。22/11 期から 26/11 期の 5 年間で定量目標である売上高 500 億円、営業利益 25 億円を前倒しで達成すべく努めていく。



(同社資料より)

4. 今後の注目点

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た 21/11 期は、期初予想売上高 430 億円、営業利益 13 億円だったが、結果としては大きく上回った。22/11 期については、足元の新型コロナ感染拡大の影響は気掛かりではあるものの、これまで対策を講じてきた実績もあり大きな影響はなさそうだ。もうひとつの懸念が原材料価格の高騰。特にホックで使用する真鍮(しんちゅう)や銅が高騰している。同社では値上げと、既に不採算事業の見直しを進めているが、コスト削減でも対応していく考え。海外では欧米の利益水準が低位にとどまっているが、昨今の物価上昇にあわせ価格転嫁を進めたいところだ。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、今後に向けたトップライン拡大への取り組みもしっかり進めている。

株価については、PBRは 0.6 倍と低位。中期計画達成を前提とすればEPSは 70 円程度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	監査役会設置会社
取締役	5名、うち社外2名
監査役	3名、うち社外2名

社外取締役が委員長(議長)を務める任意の指名報酬委員会を設置している。委員は3名のうち2名が社外取締役。

◎コーポレートガバナンス報告書

更新日:2021 年 12 月 17 日

<基本的な考え方>

当社は、経営理念及びすべての役員、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うえで、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おります。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おります。

取締役会は社内取締役3名と社外取締役2名で構成されており、毎月1回定例開催し、法令に定められた事項及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おります。また、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おります。

なお、社外取締役2名について、東京証券取引所の定めに基づく独立役員として指定し、同取引所に届け出ております。

監査役会は社外監査役2名を含む3名で構成されており、コーポレート・ガバナンス体制の確立を基本的な監査視点とし、公正かつ客観的な監査を行っております。

なお、社外監査役2名について、東京証券取引所の定めに基づく独立役員として指定し、同取引所に届け出ております。

<コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由>

【対象コード】

2021年6月の改定後のコードに基づき記載しています。

原則	実施しない理由
【補充原則2-4① 中核人材の登用等における多様性の確保】	中核人材への登用は、性別や国籍等にかかわらず能力・見識・人格等を公正に評価して行っているため、数値目標は現在設定してはおりませんが、既に、当社グループにおいて海外拠点の取締役、管理職にローカル社員や女性社員を登用しており、多様性の確保を進めております。 数値目標の設定等については引き続き検討してまいります。

<コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示(抜粋)>

原則	開示内容
【原則1-4 政策保有株式】	(1)政策保有に関する方針 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。 (2)政策保有株式にかかる検証の内容

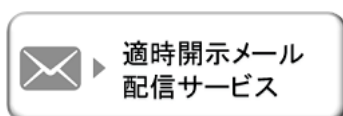
	上場株式の継続保有の適否については、毎年、取締役会にて、配当金額や取引高等の保有に伴う便益や保有目的及び今後の取引見通しなどを検証し、総合的に判断しております。 検証の結果、保有の意義が十分でないと判断される保有株式については、適宜売却いたします。 なお、検証において妥当性が認められる場合でも、市場環境や経営・財務戦略等を考慮し、売却をすることがあります。 また、検証の結果、保有を継続すると判断した銘柄のうち保有数が多いものについては、有価証券報告書において、その保有株数・保有目的を開示しております。 (3)政策保有株式にかかる議決権行使基準 保有株式の議決権の行使については、株主価値の向上に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。
【補充原則2-4① 中核人材の登用等における多様性の確保】	当社は、モリトグループ人材マネジメント方針を定め、その中で「働く人々の多様性を受容する人事管理を実現する」ことを掲げています。 中核人材への登用は、性別や国籍等にかかわらず能力・見識・人格等を公正に評価して行っているため、数値目標は現在設定してはおりませんが、既に、当社グループにおいて海外拠点の取締役、管理職にローカル社員や女性社員を登用しており、多様性の確保を進めております。 また、中途採用者につきましても、既に当社における中途採用者の管理職比率は5割を超えております。 引き続き、モリトグループ人材マネジメント方針に沿って、多様性の確保に努めてまいります。 モリトグループ人材マネジメント方針および各種データについて当社ホームページにて公開しております。 http://www.morito.co.jp/csr/
【補充原則3-1③ サステナビリティについての取組み】	＜サステナビリティについての取組み＞ 当社のサステナビリティの考え方や方針、取組みについては当社ホームページにて掲載しております。 http://www.morito.co.jp/ir/management/risk.html http://www.morito.co.jp/core/ http://www.morito.co.jp/csr/03_society/index.html ＜人的資本、知的財産への投資等＞ 当社は、モリトグループ人材マネジメント方針を定め、「自育・自成」の教育方針のもと、高い成果を発揮する能力・意欲を持つ人材に対し、能力開発の機会を提供しています。各階層に応じた研修やキャリアデザイン研修、自己啓発の支援等を定期的の実施し、人的資本強化に努めております。 また、サステナビリティに関連する商品に関して統一したブランドを設定し商標出願を行ったり、商品についての特許、意匠等を出願するなどして知的財産への投資も行っております。
【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 担当部署を中心に関連部署が連携し、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や個別面談を行い、オンライン開催による個人投資家向け会社説明会や IR フェアへの参加を年に複数回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、経営陣で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、投資活動を勧誘又は誘引を意図するものではなく、投資等についてのいかなる助言をも提供するものではありません。また、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。当社は、本レポートに掲載されている情報又は見解の正確性、完全性又は妥当性について保証するものではなく、また、本レポート及び本レポートから得た情報を利用したことにより発生するいかなる費用又は損害等の一切についても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、当社に帰属します。なお、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.

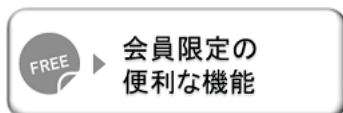
ブリッジレポート(モリト:9837)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



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。

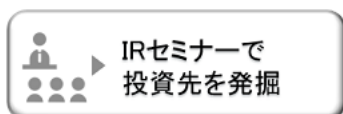
[>> ご登録はこちらから](#)



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](#)