

2026年7月14日

各位

会社名 モリト株式会社
代表者名 代表取締役社長 一坪 隆紀
(コード番号：9837 東証プライム市場)
本社所在地 大阪市中央区南本町4丁目2番4号
問合せ先 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 阿久井 聖美
(電話番号：06-6252-3551)

第9次中期経営計画「ACTION 1000」策定に関するお知らせ

当社は、この度2027年11月期から2031年11月期までの5か年を対象期間とする第9次中期経営計画「ACTION 1000」を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 策定の背景

当社グループは、第8次中期経営計画において収益基盤の強化と構造改革を推進してまいりました。第9次中期経営計画「ACTION 1000」では、これまでの成果を基盤としてさらなる成長ステージへ移行するため、非連続成長による規模の拡大と収益性の維持・向上を軸とした「量と率の両立」を基本方針に掲げます。

2. 第9次中期経営計画「ACTION 1000」概要

第9次中期経営計画「ACTION 1000」は、2031年11月期に以下の数値目標の達成を目指すとともに、既存事業の競争優位性強化、グロース事業への挑戦、人的資本投資およびM&Aを含むコーポレート機能の強化を通じて、持続的な企業価値向上を目指します。

項目	2031年11月期目標
連結売上高	1,000億円
連結営業利益	60億円
ROE	12%
ROIC	8%
DOE	6%

2027年11月期より、BtoC事業や空間環境サービスインフラ事業、フロンティアスポーツ事業を新たな収益の柱として、既存事業と区分してマネジメントすることで、更なる成長を加速してまいります。

なお、詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

（※）本資料に記載されている業績目標等の将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、様々な不確実性を含んでおります。実際の業績等は、経済情勢の変化その他様々な要因により、これらの目標とは異なる場合がありますので、あらかじめご了承ください。

以 上

MORITO

あたりまえに、新しさ。

モリト株式会社

第9次中期経営計画

2026年7月14日



当社が果たすべき責務

成長投資を通じて創出した利益を原資に再投資を継続することにより、持続的な規模拡大を伴う成長の好循環を実現し、ステークホルダーへの責務を果たす

社員

計画実行力を高める重要な基盤として位置付け、
人的資本への投資を積極的に推進

顧客 取引先

グローバルで同様の品質・価格の商品を安定的
に提供できる長期的なパートナーであること

株主

中長期的な視点で株主還元およびROE・ROICの
改善を図り、株主価値の持続的な向上を実現

社会

環境配慮型素材を用いたものづくりによる、持
続可能な社会への貢献

各ステークホルダーへの
責務を果たす



「ACTION 1000」には、売上高1,000億円とROE12%の実現を目指すとともに、
“挑戦し続ける意思”と“変革への覚悟”を込めています。

本ロゴは、モリトのコア商品であるホックを象徴する真鍮色と、堅実さや信頼感を象徴するブルーを基調としたデザインです。

左のロゴマークは、ホックを打ち抜いた後に残る板材の「抜き跡」をモチーフにしています。

モリトの原点であるパーツを起点に、「パーツへの挑戦、パーツからの飛躍」を実現し、パーツから新しい価値を生み出していく意思を込めました。

また、ロゴに込めたキラキラとした輝きには、未来へ向かうワクワク感を込めています。

2031年
11月期
目標

売上高

1,000億円

営業利益

60億円

ROE

12%

連結自己資本配当率（DOE）

6% 目標

ROIC

8%

Vision

パーツへの挑戦、パーツからの飛躍

過去にとらわれず、暮らしを豊かにする新しい「パーツ」に挑戦し続けます。
パーツを起点に、業界・市場・国境を越えてビジネスを広げ、次の飛躍へ。
ACTION 1000を通して、成長企業へのギアチェンジを図る。

小さなパーツで世界を変え続け、
グローバルニッチトップを目指します。

NITRO

社長メッセージ

2027年から2031年までの新たな挑戦、「ACTION 1000」が始まります。

第8次中期経営計画を振り返ると、筋肉質な体制の構築を目指し、モリト株式会社の分社化という大きな構造改革を進めました。コロナ禍や地政学リスクの高まりなど様々な試練がありましたが、当初目標としていた定量目標、定性目標はある一定の成果を出すことができました。一方で、規模の拡大という面では課題も見えてきました。

「ACTION 1000」では、筋肉質な体制を維持しながら、規模も追求し、『量』と『率』の両立を目指す取り組みを実施してまいります。

「ACTION 1000」を達成する過程において、社員も、その家族も心豊かに安心して暮らしていける未来を創造していきたいと考えています。社員の達成感・充実感が会社の力となり、企業価値の創出、株主価値の向上、さらには社会への貢献へとつながるものと信じています。

そんな、未来のために私たちは「ACTION 1000」に挑みます。

一坪 隆紀



第8次中期経営計画の 振り返り

主な経営指標

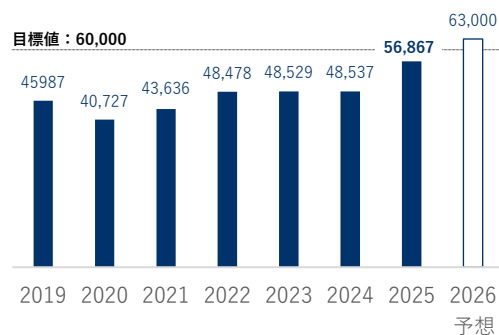
投資・株主還元実績

成長戦略の成果と課題

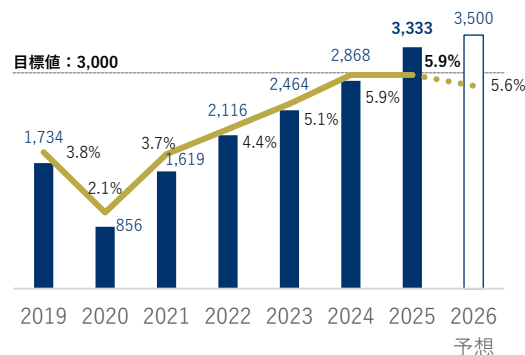
主な経営指標

収益性向上と積極的な株主還元でROE改善、「規模の拡大」は課題

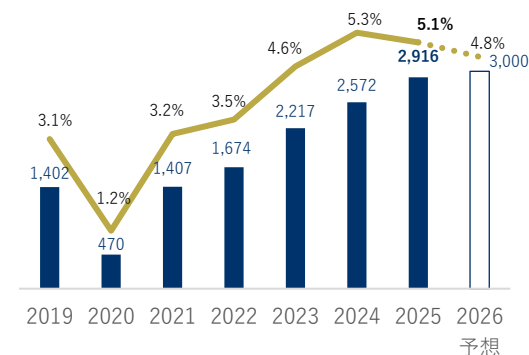
売上高（百万円）



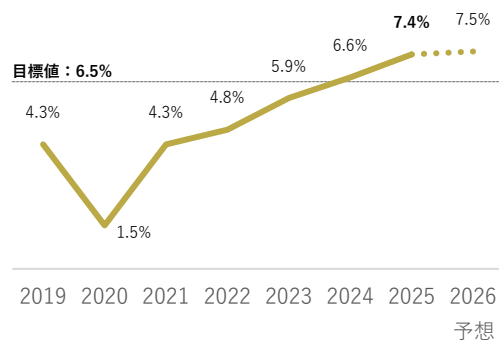
営業利益・営業利益率（百万円）



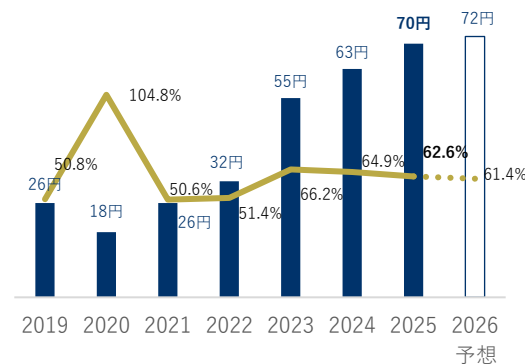
当期純利益・当期純利益率（百万円）



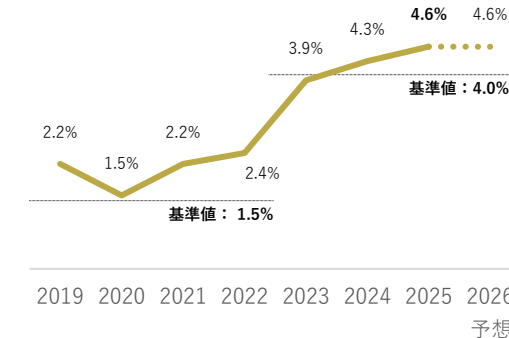
ROE



年間配当金・配当性向



DOE



投資・株主還元実績

第8次中計期間を通して、事業基盤の強化や成長領域の拡大に向けた各種投資に加え、M&Aおよび株主還元を着実に実施し、重点領域への資本配分を通じて将来の収益拡大に向けた基盤を整備

		2024～2026年 合計目標値	2024年・2025年 合計実績値※
営業CF 70億円 ± 20% + 手元資金 外部調達	既存投資・設備維持	12億円	7.5億円
	成長投資		
	新商品開発費	5億円	0.7億円
	環境負荷低減の取り組み	5億円	1.8億円
	設備投資	6億円	10.6億円
	B to C 強化	3億円	2.0億円
	IT技術の活用	5億円	2.7億円
	人的資本への投資	1億円	0.7億円
	M&A	50億円	54.4億円
	株主還元	60億円	62.8億円

※ 2026年11月期までの合計実績は2027年1月に開示予定

成長戦略の成果と課題

既存事業の強化に加え、成長戦略への積極投資により、財務数値目標の達成に大きく貢献
今後の課題を正確に把握し、更なる成長につなげる

	成果	今後の課題
成長戦略1 BtoC事業	Ms.IDの子会社化による既存ブランドのEC販売知見向上	投資対効果の可視化 既存事業とのシナジー創出
成長戦略2 ASEANでの 生産量拡大	ベトナム・ダナン工場へ設備投資を進め、ASEANでの生産能力を強化。コロナ禍及び地政学リスク下においても供給安定性は大きく改善するとともに、顧客からの信頼性向上に寄与	拠点毎の品質・生産性の標準化 現地人材育成とマネジメント体制の強化
成長戦略3 厨房機器 関連	最先端の洗浄設備を備えるサービスセンターの新設など、積極的な設備投資を実施	案件増加に伴う処理能力・人員体制の強化
成長戦略4 環境への 取り組み	廃漁網由来の生地・糸が国内大手有名ブランドや、関西・大阪万博のスタッフアイテムに採用。また、リサイクルペーパー「ASUKAMI®（アスカミ）」は下げ札以外にも各種紙製品に採用	アパレル業界以外での認知度アップ グループ全社での商品展開



－ 基本戦略 －

ACTION 1000の位置付け

主な経営指標 目標

成長を支える競争優位性

事業ドメインの変更

ACTION 1000における成長ドライバー

各成長ドライバーの位置付け

ACTION 1000 の位置付け

成長投資・人的資本投資を積極的に行い、新たな成長を追求する段階へ移行する

収益性を維持・拡大しながら、持続的な事業成長に向けた節目となる売上高1,000億円の実現を目指す

■ 売上高 □ 営業利益 — ROE

「戦略的投資」期

エリア・機能・事業の
拡大に向けた
戦略的投資を実施し、
グローバルな収益基盤・
管理体制を構築

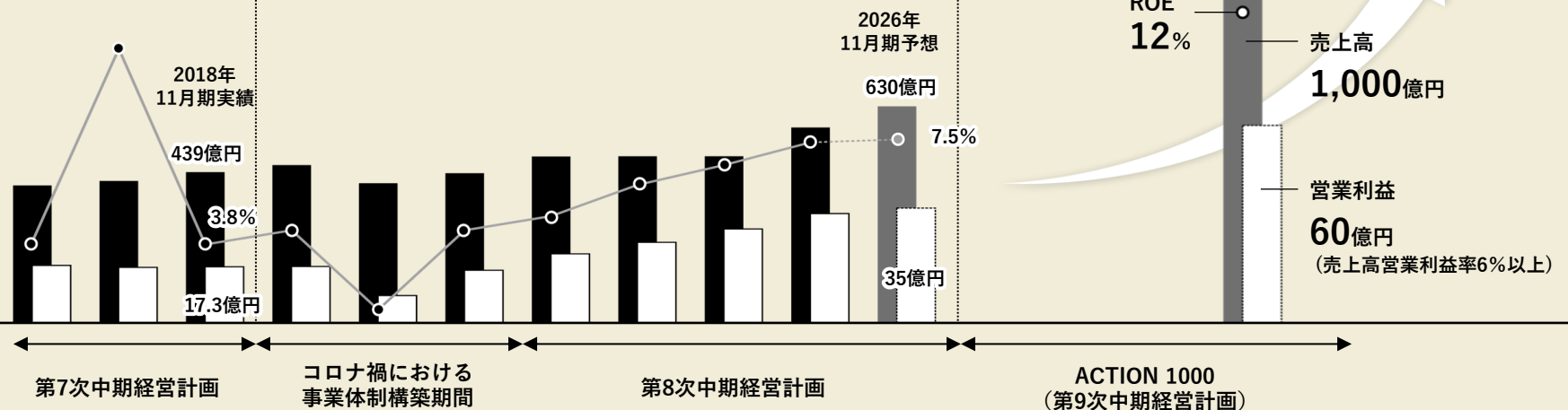
「構造改革」期

経営体制の見直しとともに、
未来に向けた積極投資を進め、
筋肉質な利益体制を構築

「量と率の両立」期

非連続成長による規模の拡大と
収益性の維持・拡大を両立

高成長を志向する
企業体質へ
ギアチェンジ



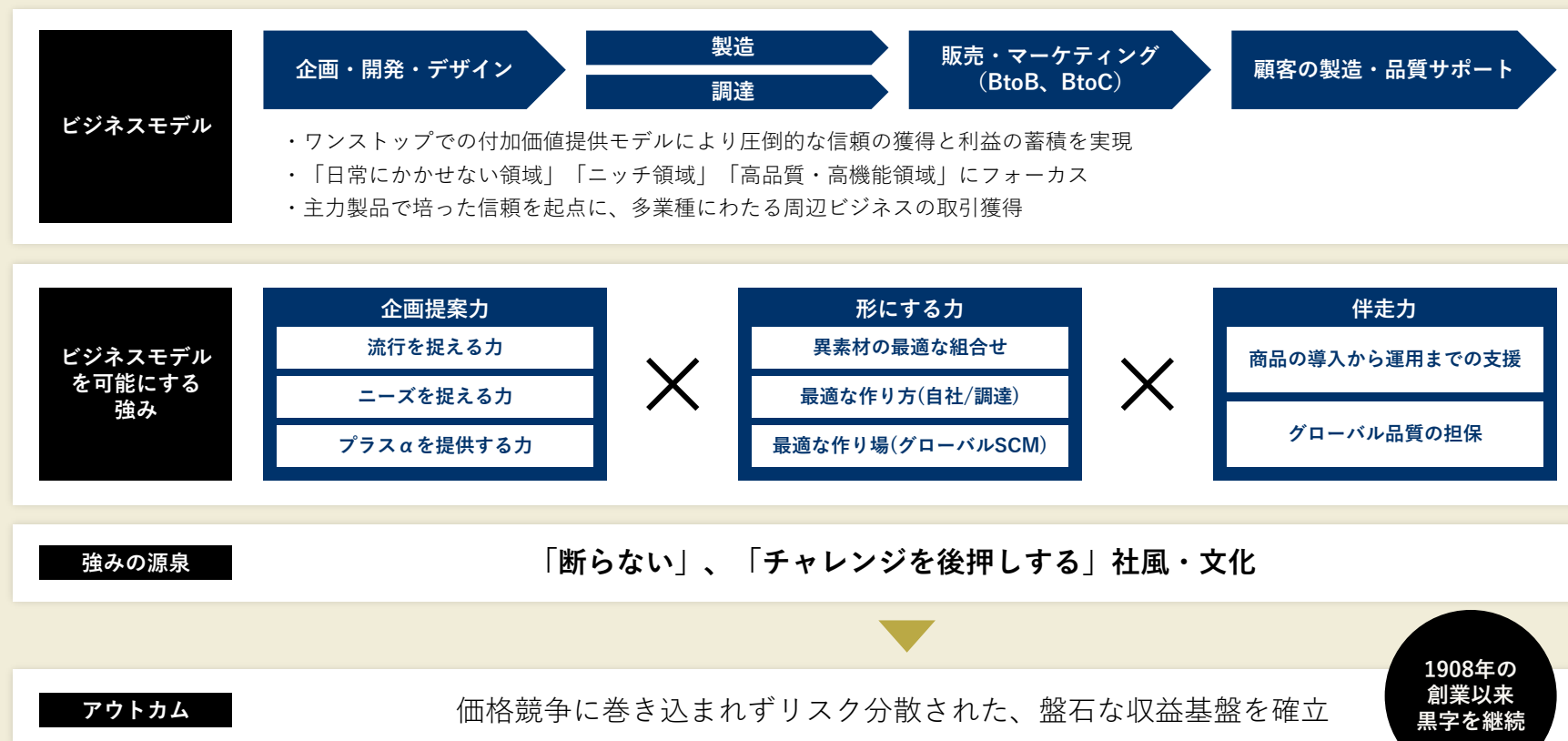
主な経営指標 目標

	第8次中期経営計画目標値	2026年11月期予想	2031年11月期目標
売上高	600億円	630億円	1,000億円
営業利益	30億円	35億円	60億円
ROE	6.5%	7.5%	12%
DOE	4.0%基準	4.6%	6%

成長を支える競争優位性

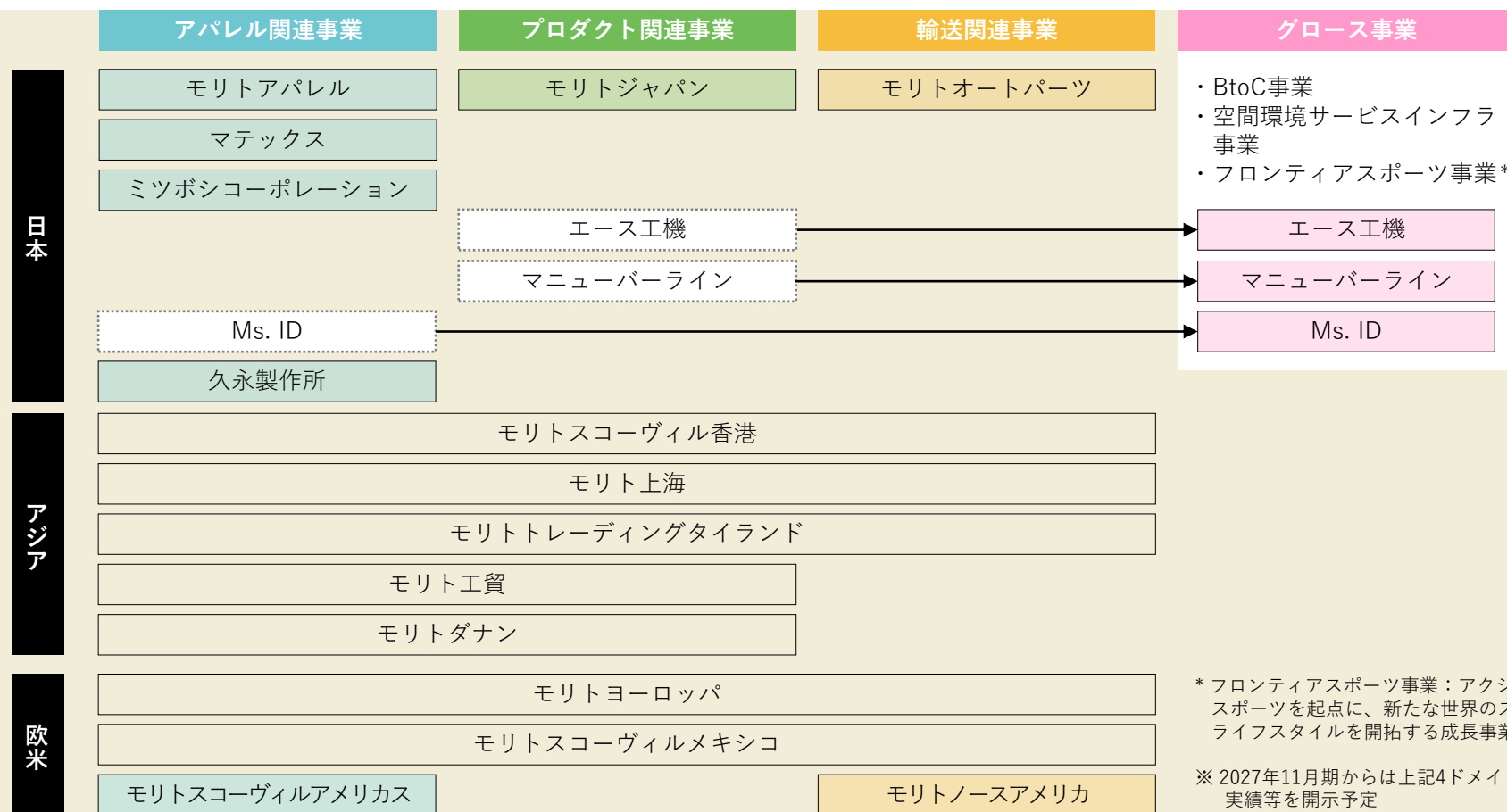
ニッチ領域へ特化することで競争を回避し、独自の価値を確立

企画・開発からモノづくり、サービス提供までワンストップでの支援を通じてお客様からの圧倒的な信頼を獲得することにより、他社の参入障壁を高め、盤石な収益基盤を構築



事業ドメインの変更 (2027年11月期より変更)

BtoC事業や空間環境サービスインフラ事業、フロンティアスポーツ事業等、新たな柱になり得る事業を既存事業とは分けてマネジメントすることで成長を加速させていく



* フロンティアスポーツ事業：アクションスポーツを起点に、新たな世界のスポーツ・ライフスタイルを開拓する成長事業

※ 2027年11月期からは上記4ドメインで実績等を開示予定

ACTION 1000における成長ドライバー

1 ニッチ領域でのグローバルトップシェアの確立

「パーツ」を中心とするニッチ領域における競争優位性の磨き上げによる、グローバル市場での需要獲得を加速

- アパレル関連事業：最適地生産の徹底
- プロダクト関連事業：海外販売の強化
- 輸送関連事業：サプライチェーンの強化

2 グロース事業への挑戦

BtoC事業の成長

BtoC領域に強みを持つMs.IDとの事業シナジーを追求することで、既存ブランドの販売力を強化し、BtoC事業の成長を加速

新たな収益の柱の構築

厨房などの空間環境サービスインフラ事業強化や、フロンティアスポーツ事業での製品展開強化を通じて、中長期目線での次なる収益の柱を構築

3 コーポレート機能の強化

- 計画の実行力を高める重要な基盤として人材を位置付け、人的資本への投資を積極的に推進
- 各事業でのデータ活用高度化やサステナビリティ施策の深化、投資家対話の質の高度化など、事業基盤となるコーポレート機能全般を強化
- 不足する経営資源・機能をM&Aにより獲得し、既存事業の地位確立と、グロース事業を拡大

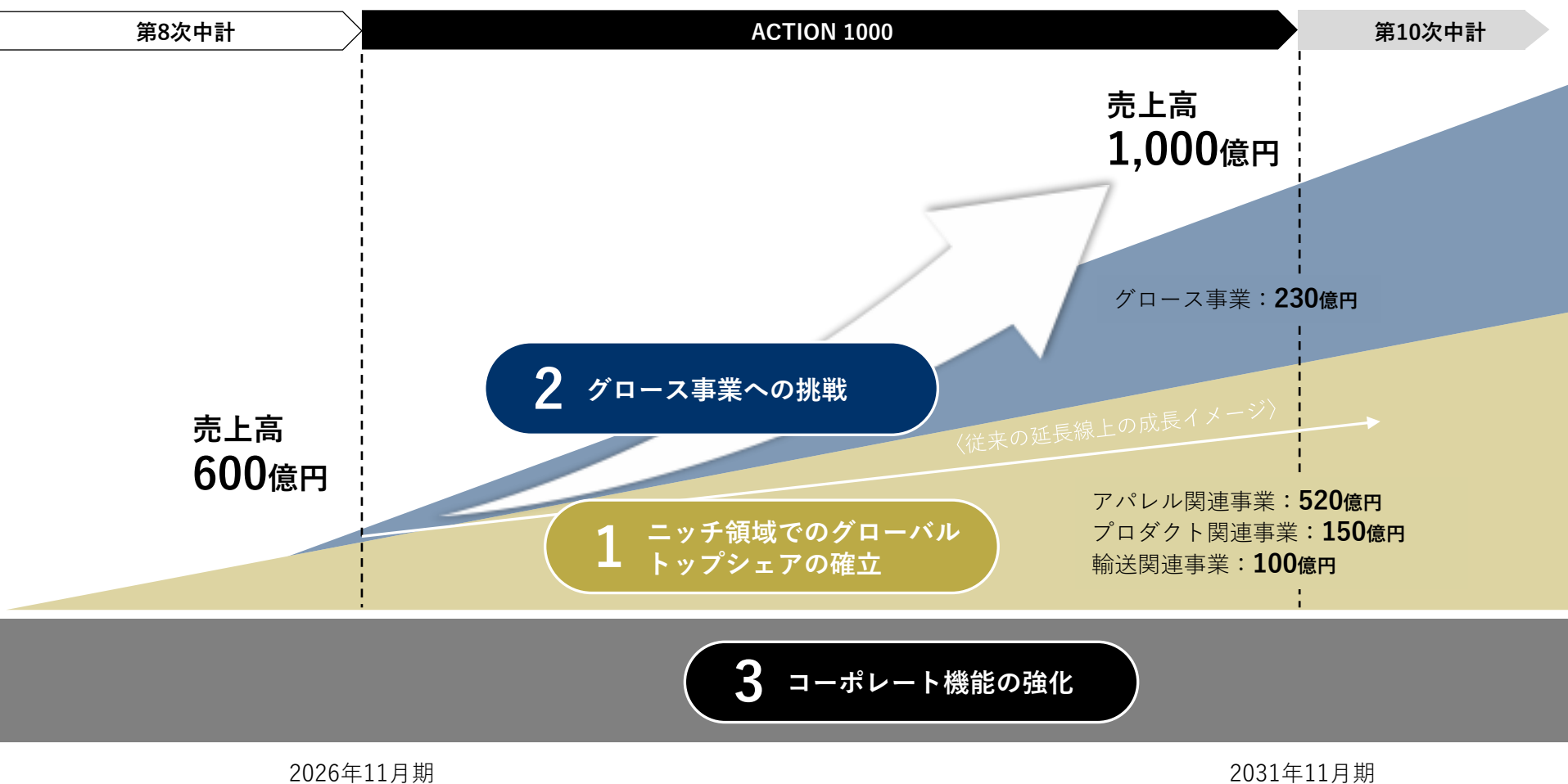
「パーツ」を中心としたニッチ領域におけるグローバルプレゼンス向上と グロース事業への挑戦による持続的成長の加速

企業価値向上の実現/永続的な成長サイクルの確立

新たな価値創造モデルへの変革/さらなる競争優位性の構築/収益力の最大化

各成長ドライバーの位置付け

コーポレート機能の強化を基盤とした、ニッチ領域におけるグローバルプレゼンスの向上と、グロース事業への挑戦による持続的成長の加速を目指す



ACTION 1000

－ 重点施策 －

成長ドライバー 1

事業別戦略

アパレル関連事業
 プロダクト関連事業
 輸送関連事業

成長ドライバー 2

グロース事業

成長ドライバー 3

M&A戦略

人的資本への投資強化

機能戦略

人材

IT

サステナビリティ

IR

事業別戦略

アパレル関連事業

環境認識

- ・ 地政学リスクを踏まえたサプライチェーン構造の変化
- ・ 欧州・北米市場で依然として存在する大規模かつ強固な需要基盤
- ・ 環境配慮型製品需要や注目度の高まり

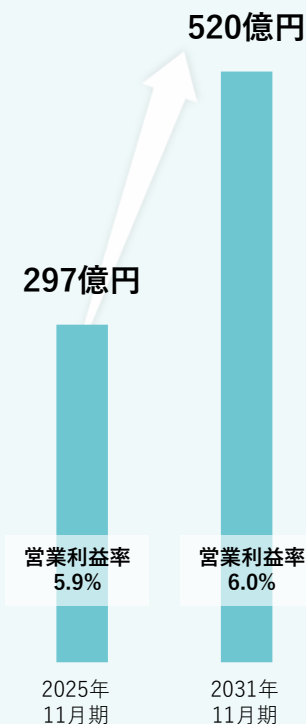
事業戦略

- ・ 企画から販売までの各機能をワンストップかつグローバルレベルで統合的に束ね、顧客要請に即した生産供給の最適化と事業ポートフォリオの高度化の同時実現を図る

重点施策 KPI

- ・ グローバルな品質基準の策定機能を担う国内マザー工場との連携
- ・ ASEAN地域での製造機能強化をはじめとする地産地消体制の構築
- ・ 欧州・北米市場での将来的な販路拡大に向けた拠点強化
- ・ 既存商品の枠にとらわれないイノベティブな商品の企画・製造・販売

【売上高】



※管理会計上の連結消去数値を使用しているため、法定開示資料等とは差異が生じる場合があります。

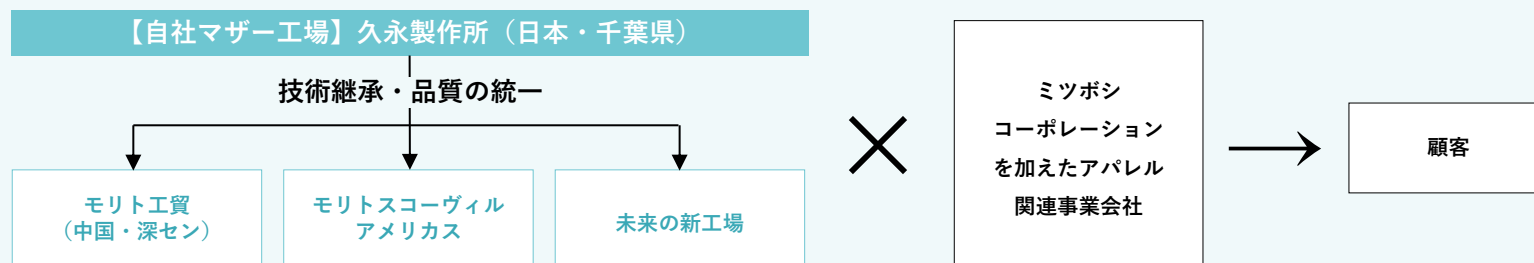
事業別戦略

アパレル関連事業

主なトピックス

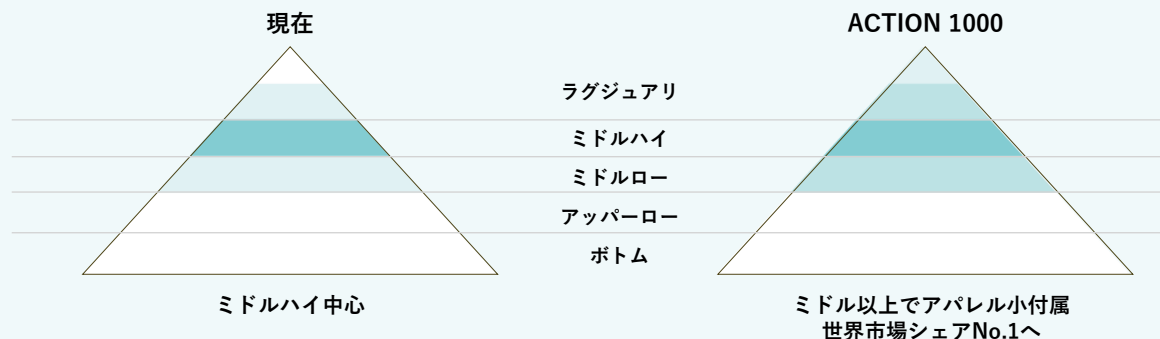
マザー工場を中心に各エリアで展開する機能を垂直統合し、よりグローバルで幅広いターゲット層に対して最適な商品を提供する

ホック事業におけるグローバルでの垂直統合型ビジネスの構築



ターゲット市場

現在のミドルハイ中心のターゲットから、既存顧客層の強化に加え、ラグジュアリーも含めてターゲットを拡大し、各顧客層に最適な商品を展開



事業別戦略

プロダクト関連事業

環境認識

- ・ 調達面や販売面における新興国の存在感向上によるグローバルマーケットの変化
- ・ サプライチェーン全体でのDX化の加速によるデータ利活用の高度化
- ・ 環境配慮型素材・製品の国際市場での需要増加

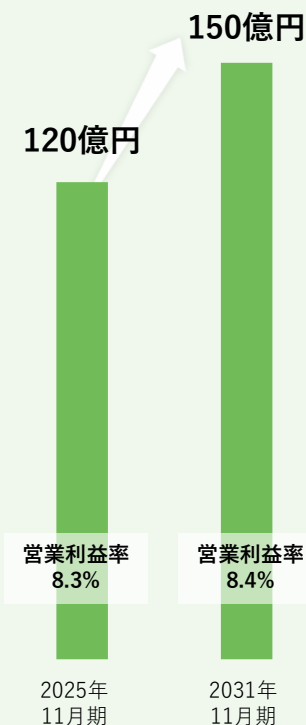
事業戦略

- ・ 既存ODM・OEMビジネスの深化
- ・ 資材起点のODMによる自社ブランド企画比率の増加
- ・ 海外市場を含む既存商品の新規市場開拓

重点施策 KPI

- ・ 新規参入・海外展開も視野に入れた展開商品数増加
- ・ ヘルスケア製品(インソール・サポーター・インナー)
国内市場への訴求力強化、海外市場創出に向けたマーケティング力強化
- ・ 自社ブランド数増加

【売上高】



※管理会計上の連結消去数値を使用しているため、法定開示資料等とは差異が生じる場合があります。

事業別戦略

プロダクト関連事業

主なトピックス

ヘルスケア分野を重点領域として、国内ビジネス規模を現状比5倍まで成長させるほか、海外へも幅広く展開する

【国内】

オリジナル性が高い商品の開発、既存商品・技術のリブランディング、新素材・技術の開発などを通じ、ヘルスケア関連領域国内ビジネス規模を現状比5倍まで成長

【海外】

国内ヘルスケア領域で培ったジャパंकオリティを訴求し、グローバルへの横展開を推進

ヘルスケア関連商品
(インソール・サポーター・インナーなど)



事業別戦略

輸送関連事業

環境認識

- 世界最大の自動車市場の一つである米国での関税率の見直しに伴う北米市場の現地調達・販売の増加
- 国内自動車業界における九州地区での自動車生産量の増加

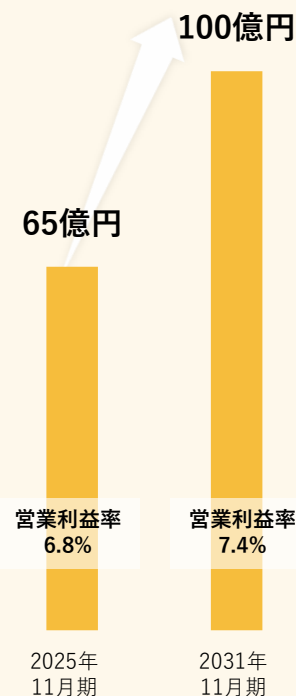
事業戦略

- 自動車内装部品を中心に、北米工場での生産力強化や九州地区での生産・販売など地産地消体制構築に着手し、メーカー機能をグローバルレベルで強化

重点施策 K P I

- メキシコにおける製造体制強化
- 北米での日系自動車メーカー向け新規取引先開拓及び既存取引先の深耕
- 九州地区でのサプライチェーンの開拓

【売上高】



※管理会計上の連結消去数値を使用しているため、法定開示資料等とは差異が生じる場合があります。

事業別戦略

輸送関連事業

主なトピックス

北米市場を最優先市場として、製造・営業の両機能を強化しつつ、国内では生産需要が見込まれる九州地区での競争力を強化する

【国内】

生産需要増が見込まれる九州地区での競争力強化

- ・ 九州営業所を軸に九州エリアでの新規営業
- ・ 九州地区でのサプライチェーンの確立

【海外】

北米市場を最優先市場に成長を加速

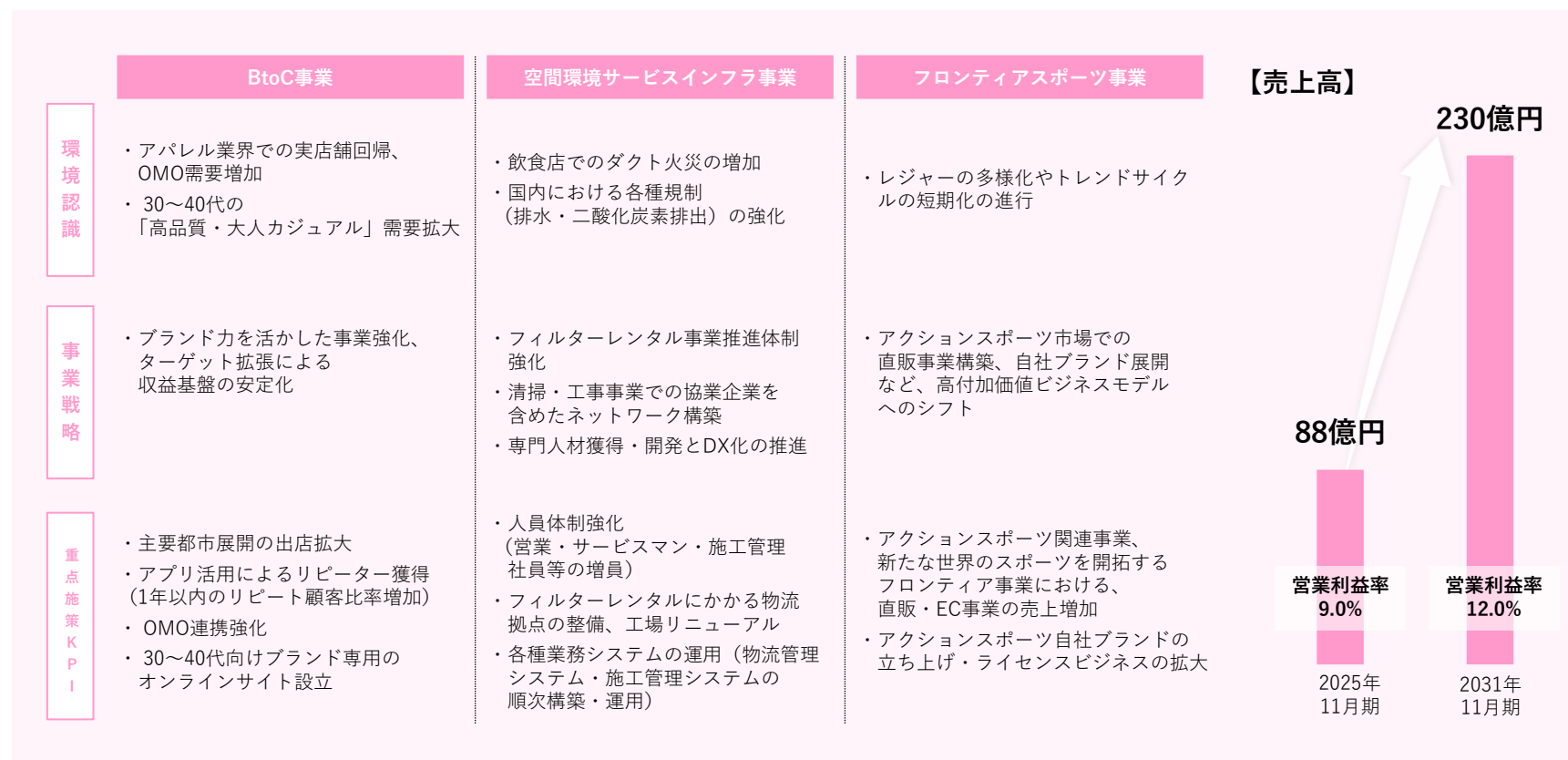
- ・ メキシコでの自動車内装加飾工場の立ち上げによる製造体制強化
- ・ アメリカ・メキシコ・カナダにて展開する日系自動車メーカー向け新規取引先開拓および既存取引先の深耕



事業別戦略

グロース事業

売上高1,000億円と「量と率の両立」の実現に向けて、既存事業の深化に加え、非連続成長を担う第4の柱『グロース事業』を確立し成長を図る



※管理会計上の連結消去数値を使用しているため、法定開示資料等とは差異が生じる場合があります。

事業別戦略

グロース事業

空間環境サービスインフラ事業

各拠点で人材確保や専門人材の獲得・開発による人員体制強化、各種業務システムによるDX化を推進

- 新拠点設立や、関東・関西拠点のリニューアルによるキャパシティ向上に着手するほか、各拠点で営業・バックオフィス両面で人員体制強化・DX化を推進し、空間環境サービスインフラ事業を拡大



BtoC事業

アパレル	主要都市への出店強化や、アプリ活用、大手企業とのコラボなどを実施するほか、海外展開も見込み、収益の柱として成長
アクセサリー	アプリ活用や、OMO連携強化、30～40代向けブランド専用のオンラインサイト設立など、顧客ターゲットを拡張
新たな事業	グロース事業の拡大に向けて、モリトグループのパーパスにフィットし、既存事業とのシナジーを生み出すことができる新たな事業の立ち上げを模索



事業別戦略

グロース事業

フロンティアスポーツ事業

アクションスポーツ

- 従来の卸売りメインのビジネスから、直販・EC事業の構築による売上増加や、自社ブランド立ち上げなどにより、高付加価値・ハイクオリティ商材の展開を実施

ピッケルボール

- フロンティアスポーツ事業の新規試みとしてピッケルボール事業に参入
- 米国で競技人口約4,900万人を誇るピッケルボールは、日本においても1年で競技人口が5倍に増加するなど、今後も成長可能性のある市場



M&A戦略 - 各事業におけるM&Aの実行領域 -

不足する経営資源・機能をM&Aにより獲得することで、既存事業におけるグローバルニッチトップの地位確立と、強みを活かしたグロース事業の拡大の両輪を加速させ、成長曲線のギアアップを実現する。

事業領域	現状の強み	不足している経営資源・機能	M&Aターゲット	期待されるシナジー
既存事業	アパレル関連事業 グローバルに展開 自社工場あり 高品質商品 品質保証部による品質管理 業界内知名度 流行りに関係なく継続的に使用できるアイテム多数	ハトメホックに代わるモリトの中心となる新商品開発 新事業・業界への提案力	現地人材育成、マネジメント体制 企画・開発力 品質管理・製造能力 代理店・拠点	幅広いランクの客先への展開 グローバルシェア拡大 営業力強化、地産地消対応 取り扱い商品の拡充 製販一体となることによる利益率アップ
	プロダクト関連事業 品質保証部による品質管理 自社ブランド商品の販売	海外への企画・販売 自社企画力	企画・開発力 海外シェア	既存取り扱い商品の海外展開 社会課題解決
	輸送関連事業 北米拠点設立 九州営業所設立	地産地消に対応できる製造機能 新規販売ルート	九州エリア、北米エリアでの製造機能 新規販売ルートの構築	営業力強化、地産地消対応 既存取引先を深耕 新規開拓・新商品展開 社会課題解決
グロース事業 最先端設備を備えるサービスセンター等積極的な設備投資を実施 Ms.IDの子会社化による既存ブランドのEC知見の向上		サービスのDX化 EC知見の活用 成長期待できるスポーツ事業への展開力	代理店（人員）・専門人材 新ブランド フロンティアスポーツ事業の開拓	対応エリア拡大、シェア拡大、サービス拡大 ブランド価値向上 知名度アップ 新しい収益の柱の構築

M & A 戦略 - 戦略的投資のためのM & A実行規律 -

実行方針

1. 戦略領域の拡張・成長加速のための手段としてM&Aを積極的に実施
2. 安易な規模拡大ではなく、重点成長領域の獲得や人材・顧客基盤の獲得を最優先に検討

戦略規律

- ・ 各事業における戦略との適合性
- ・ 成長性や競争優位性を強化できる経営資源の獲得可能性
- ・ PMI実行力の蓋然性

投資・財務規律

- ・ EV/EBITDAマルチプル4～6倍（最大8倍）を目安
- ・ のれん償却後の営業損益が初年度から黒字
- ・ ROIC > WACC（=6～8.5%）を充足

レッドライン方針（実施しない基準の明確化）

戦略面

- ・ 戦略・重点領域と整合しない案件
- ・ キーパーソンの継続コミットがない案件
- ・ PMI負荷が過大で他施策を阻害し得る案件

投資・財務面

- ・ 回収期間が10年を超える等長期化リスクのある案件
- ・ のれん償却後の営業赤字が続く見込みの案件

人的資本への投資強化

社員の達成感・充実感を高め、社会貢献の実現および企業価値・株主価値の向上につなげるため、人的資本への投資を強化する

採用・人材育成の充実

成長を牽引する多様な人材の確保と
育成体制の強化

次世代経営人材・専門人材の活躍
成長ストーリーが発信され、計画的な
人材育成を実現できている

処遇・評価制度の高度化

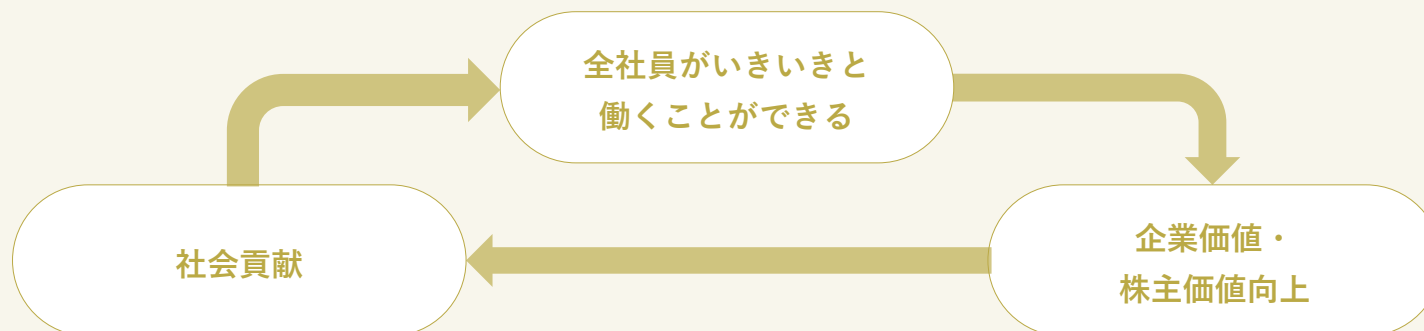
挑戦や成果に報いる評価・処遇の確立

成果・役割に応じた公平性・透明性の
高い処遇・評価が構築され、
持続的な処遇改善を実現できている

ウェルビーイングの向上

誇りと働き甲斐を実感できる
組織風土の醸成

モリトの価値観や理念が浸透し、
心身ともに充実した働き方を
実現できている



機能戦略【人材】

方針

- ・ 多様な人材の確保を図り、持続的な成長を実現できる環境を提供する
- ・ 正当な評価と成果を処遇に反映し、魅力ある水準を確保する
- ・ 幸福度の高い職場と、誇りと喜びを感じられる風土を育み、従業員一人ひとりの成長を支援する

重点施策

成長を牽引する多様な人材の
確保と育成体制の強化

挑戦と成果に報いる
評価・処遇体系の確立

誇りと働きがいを実感できる
組織風土の醸成

目標

- ・ キー人材（グローバル・DX・EC等専門人材）の積極採用、専門性の向上
 - ・ 次世代の女性管理職候補の育成
 - ・ ITリテラシー向上を実現するIT分野の教育拡充
 - ・ グループ研修等、グループ間でのコミュニケーション機会の拡充
 - ・ 自己研鑽の補助拡大、研修機会への従業員満足度の向上
-
- ・ 評価・処遇の納得度の向上
 - ・ 正社員の年収水準平均1.5倍（2025年度比）
 - ・ 株式インセンティブの強化
-
- ・ エンゲージメント向上と心理的安全性の担保
 - ・ 健康で長く働き続けられる環境整備
 - ・ 福利厚生の拡充
 - ・ 柔軟性を高める働き方の選択肢の拡大

機能戦略【IT】

方針

- グローバル横断の販売・製造戦略、サプライチェーン再構築、グロース事業の成長をITで支える「攻めのIT」、グループ全体のサイバーセキュリティリスク対策の水準を高める「守りのIT」の両面を強化

重点施策

目標

データ活用の高度化

- 老朽システムの更新を通じたデータ品質の向上とデータ統合の推進
- データ基盤を活用したAI技術の業務適用拡大

グロース事業の成長支援

- グロース事業を担う各社の成長を支えるIT支援の提供
- グループITガバナンスの推進

セキュリティ対策・
BCP対応強化

- サイバーセキュリティリスクの低減
- 重要システムのバックアップ・復旧体制の整備

機能戦略【サステナビリティ Rideeco®（リデコ）】

方針

- 第8次中期経営計画で構築した事業基盤を土台に、サステナブルな取り組み「Rideeco®」をグループ横断型へ進化
- あわせてグローバル展開を進め、事業成長と社会への価値創出を両立
- 環境に配慮した素材を業界標準として広げ、CSV（共通価値の創出）の実現を目指す

重点施策

モリトアパレルが開発した日本国内で回収された廃漁網を100%使用してリサイクルされた糸MURON®（ミューロン）糸を用いた、トレーサビリティ可能な廃漁網リサイクル素材を各業界へ本格展開

- ↳ 生地精通しているミツボシコーポレーションの販路を最大限活用
- ↳ 欧州をターゲットとした拡販

「世界の紙をASUKAMI®（アスカミ）に」を合言葉に、マテックスが開発した不要な紙や衣類などの廃棄物を再利用して作られたサステナブルなリサイクルペーパーを全グループ会社のルートを活用し販売

- ↳ グループ内での紙製品はASUKAMI®を標準仕様とする（対応可能な仕様の場合）

新規連結の久永製作所のノンシアンめっき（シアン化物を使用しない、安全性・環境対応に優れためっき）を環境配慮型表面処理としてグローバル展開

ポリエステル系モノマテリアル資材のSKU（Stock Keeping Unit。在庫管理や受発注で使われる商品の最小管理単位）数増加により、各業界での循環容易な環境を整備

目標

	第8次中計見込み	ACTION 1000 目標
Rideeco® サポーター企業数	約20社	200社
環境配慮商材関連売上高	約10億円	50億円
展開業界	アパレル・家具中心	モリトが関与する全業界
販売地域	日本国内のみ	国内外
Rideeco® 商品数	5アイテム	30アイテム

環境配慮型素材を「選択肢」から「業界標準」へ

機能戦略【IR】

方針

- モリトラしい企業価値向上を支える資本市場との対話の強化

重点施策

資本市場との対話の強化

目標

- 資本コストの低減
- 期待成長率の向上をマーケットに訴求

IR活動の体制

経営企画本部 IR・広報部にて担当
会社認知度向上のため、PR（広報）
も一体で取り扱い、社内外への情報発信を強化
年間2回の取締役会への報告と、
それに基づく経営・施策の改善を継続

代表取締役社長

経営企画本部

IR・広報部

情報のご提供・開示

決算説明会
株主総会

国内機関投資家個別IRミーティング
海外機関投資家個別IRミーティング
個人投資家向け説明会

統合報告書（日・英）
新規投資家向け資料（日・英）
プレスリリース等

株主・投資家の皆さまからの
フィードバック

取締役会での報告

経営・施策の改善

▶ IR活動実績・対話のテーマ・対話の成果など詳細はこちら



－ 資本政策 －

キャッシュアロケーション

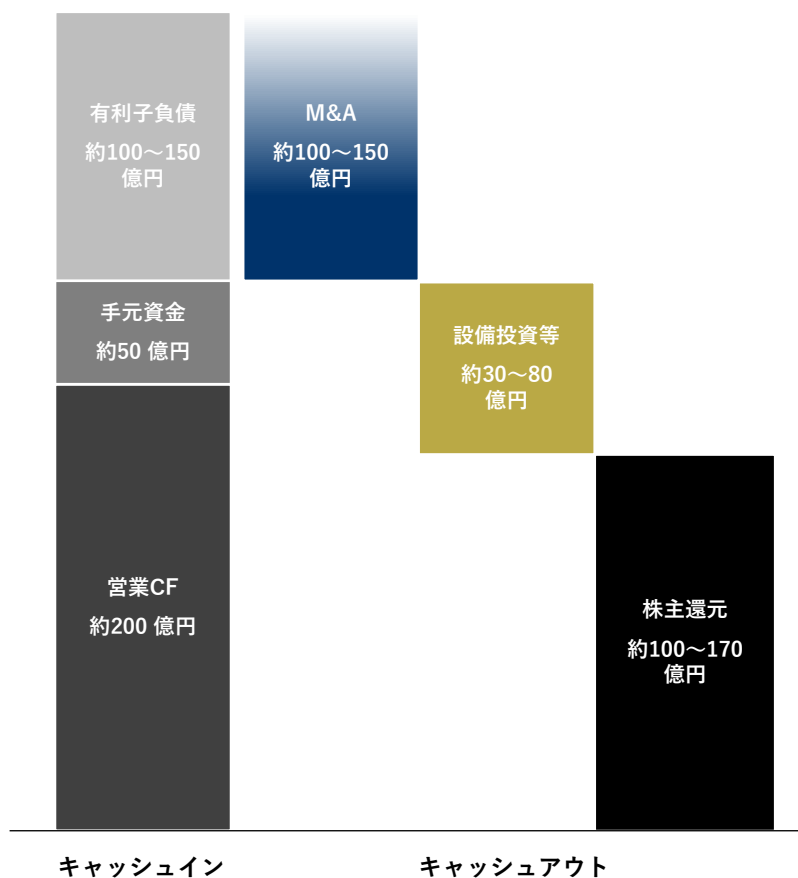
バランスシート

株主還元策

キャッシュアロケーション

ROICを軸とした事業管理を強化し、戦略的な投資を実行することで、資本効率向上を実現する

2027年11月期～2031年11月期



M&A

- 重点成長領域や人材・顧客基盤の獲得のため、積極的なM&Aを実施
- 良質な案件がない場合は、資金調達は行わず、既存事業への投資や株主還元を実施

設備投資等

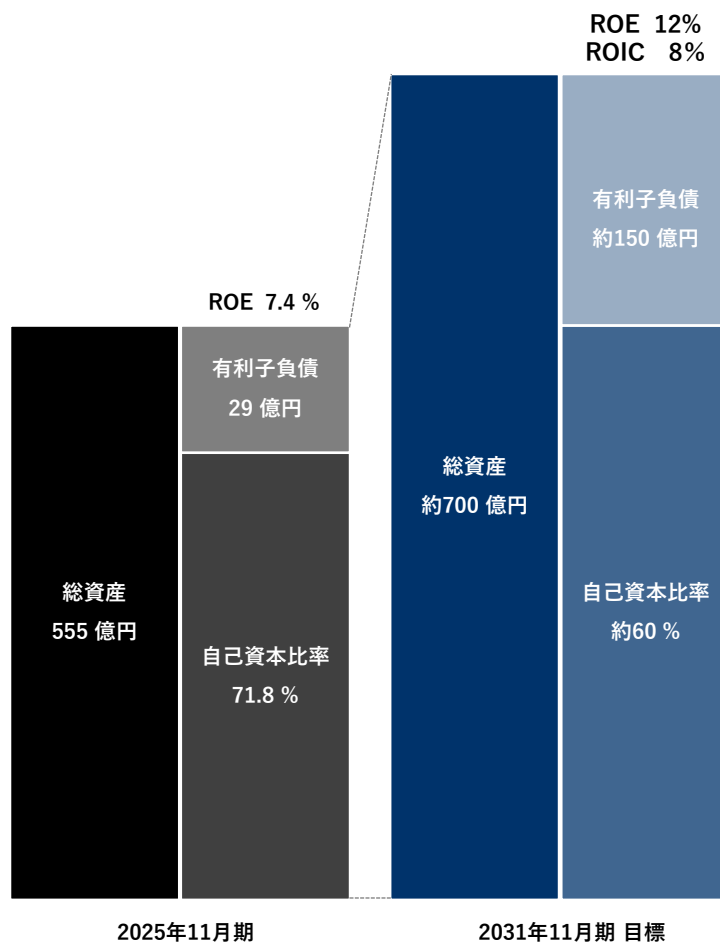
- アパレル関連事業：新倉庫建設
- プロダクト関連事業：EC販売システムの構築
- 輸送関連事業：工場設備新設
- グロース事業：サービスセンター新設／洗浄工場設備更新

株主還元

- 配当性向 50% (2031年11月期)
- DOE 6% 目標 (2031年11月期)
- 機動的な自己株式取得

バランスシート

財務レバレッジを適切に活用し、規律ある将来バランスシートのもとで、持続的な成長と安定的な株主還元の両立を目指す



総資産

- 工場の新設やM&Aなど、積極的な投資を実施

有利子負債

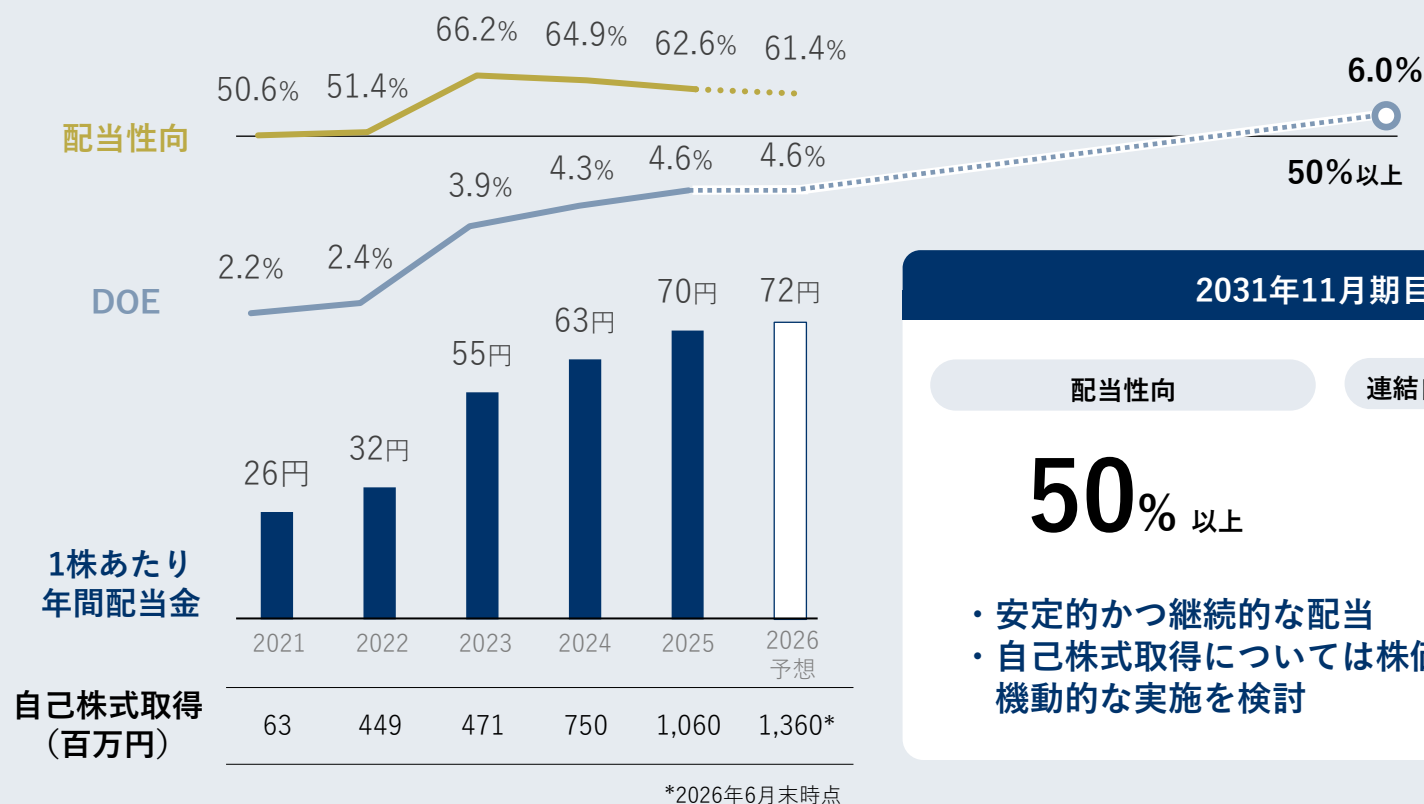
- 投資の原資として、手元資金に加えて有利子負債も活用

自己資本比率

- 有利子負債の活用に伴い、自己資本比率は低下
- 持続的な利益成長を通じた安定的な株主還元を実施

株主還元策

- ・ 安定的かつ継続的配当に加え、累進配当の実現
- ・ 連結自己資本配当率(DOE)5.0%基準とし、2031年11月期は6.0%目標
- ・ 業績状況等により親会社株主に帰属する当期純利益に対する配当性向は従来通り50%以上を基準



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可能性があ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