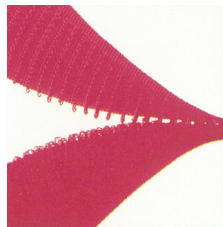


MORITOの歩み

創業から117年、「積極・堅実」にグローバル進出



当時の広告(左)、マジックテープ®(右)



社運を賭けたマジックテープ®

今でこそ、様々なものに使用され、誰もが知るところとなったマジックテープ®ですが、その日本国内の普及にはモリトの社運を賭けた大勝負がありました。1957年(昭和32年)当時、二代目社長の山口は、2枚のテープを合わせるとびたりと留まり、しかも着脱自在な最新のテープの話聞きつけると「これは面白い」と飛びつき、当時の資本金3,750万円を超える4,000万円の保証金を投じ、紆余曲折の末に総代理店の権利を獲得しました。しかし、当初は高価であったことからなかなか売れず、在庫の山となり、業界内でも中傷の声がありました。それでも「欧米で活用されながら、日本にはまだない画期的な商品であり、必ず売れるはずだ」と全社を挙げて販売に取り組んだ結果、1963年(昭和38年)に日系自動車メーカーのフロアマットへの採用を皮切りに、新幹線車両の座席シートカバーからオムツカバーまで、多岐にわたる分野で普及し、点(ホック)、線(ファスナー)に次ぐ、面の留め具としてモリトの主力商品に成長しました。

創業

1908年(明治41年)

創業者の森藤寿吉がハトメ・ホックの仲買商を開業



1976年(昭和51年)

社名を「モリト株式会社」と改称「森藤」の精神を受け継ぎつつ、さらなる海外展開の意志を込めた社名改称

1983年(昭和58年)

KANE-M, INC. 設立【アメリカ】(現 MORITO NORTH AMERICA, INC.)

1987年(昭和62年)

エース工機株式会社設立

2000

2001年(平成13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(深セン)有限公司)

2008年(平成20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

1935年(昭和10年)

「株式会社森藤商店」を設立法人化と同時に「輸出部」と「仕入部」を設置し、海外取引を本格化

1963年(昭和38年)

森藤株式会社と改称年間売上が80億円にせまる業界きっての「服装履物付属総合商社」として定評を獲得この頃に大阪本社ビルを設立

1977年(昭和52年)

初の海外子会社である摩理都實業(香港)有限公司 設立(現 MORITO SCOVILL HONG KONG CO., LTD.)

1985年(昭和60年)

MORITO(EUROPE) B.V. 設立【オランダ】

1989年(平成元年)

大阪証券取引所市場第二部に上場

2003年(平成15年)

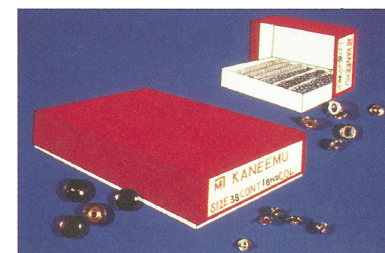
佳耐美国際貿易(上海)有限公司設立【中国】(現 摩理都(上海)国際貿易有限公司)



海外展開の意志と「積極・堅実」を表すカネエムマーク

創業当時は商標に「M」を使用していましたが、1916年(大正5年)に「M」(カネエム)に変更しました。

英文字を使用した商標は、当時としては斬新であり、大正時代から既に海外取引を始めていたことや、その後も積極的に海外展開を進めていくことを意識したデザイン変更でした。外側の「M」(カネ)は大工などに使われていたL字型の物差しに由来し、正確さや堅実さを意味します。また、その形を積極的前進の構えとみため、創業理念の「積極・堅実」を表しています。



「赤箱」の通称で知られた当時輸出していたホック



森藤個人商店時代の封筒

創業100周年を迎える



グループ共通の価値観 MORITO VALUE

モリトで働く私たちの中で、暗黙知として根付いているモリトの価値観や考え方、行動の在り方を言語化したものがMORITO VALUEです。

経営陣から従業員まで、国内外を問わずモリトグループで働く一人ひとりがこの5つの言葉の意味を理解し、日々の業務の中で実践することで、グループ一丸となってモリトラしい価値創造を実現します。

MORITO VALUE

- 01 顧客・パートナーから絶大な信頼を勝ち取る
- 02 自分の責任を果たす
- 03 想像力を発揮する
- 04 相手を理解し連携する
- 05 誠実である

環境への取り組み「Rideeco®(リデコ)」

モリトグループでは、2021年より環境にやさしい製品の開発と販売に向けた取り組みを始動し、廃漁網を活用した資材の開発や、水・電気の使用削減、有害物質を発生しない製造プロセスを含め、より持続的なモノづくりを独自に追求してきました。さらに、自社だけの取り組みにとどまらず、「新たな価値を創り上げたい」と考えておられる企業や団体と業種や業界の垣根を越えて、美しい地球環境や資源を、未来につなげる新しい価値を創造する取り組み「Rideeco®」を実施し、成長戦略の一つとして位置付けています。

詳細はp21、32をご覧ください。

Rideeco



創業理念を受け継ぎながらも、変革し、
新たな100年を創造する

OUR VALUE CREATION

2011年(平成23年)
KANE-M(THAILAND)CO.,LTD.
設立【タイ】(現 MORITO
TRADING (THAILAND)CO.,
LTD.)

2013年(平成25年)
市場統合により東京証券取引
所市場第二部へ移行

2014年(平成26年)
・株式会社マテックスをM&A
・SCOVILL FASTENERS
(GSG FASTENERS, LLC)を
M&A【アメリカ】(現 MORITO
SCOVILL AMERICAS, LLC)
・MORITO VALUE制定

2018年(平成30年)
・モリト関東ロジスティクスセン
ター【埼玉】開設
・株式会社マニユーバーライン
をM&A

2010年(平成22年)
KANE-M DANANG CO.,LTD.
設立【ベトナム】(現 MORITO
DANANG CO.,LTD.)

2012年(平成24年)
・ミャンマー駐在員事務所開設
【ミャンマー】(現 モリトアパ
レル株式会社ミャンマー駐在員
事務所)
・KANE-M,INC.ミシガン支店
開設【アメリカ】(現 MORITO
NORTH AMERICA, INC.)

2016年(平成28年)
東京証券取引所市場第一部
指定

2017年(平成29年)
MORITO SCOVILL MEXICO
S.A. de C.V. 設立【メキシコ】

2019年(令和元年)
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

2020

2022年(令和4年)
・第8次中期経営計画(2022
年11月期～2026年11月期)
を策定
・モリトジャパン株式会社を分
割会社として、アパレル関連事
業をモリトアパレル株式会
社に、輸送関連事業をモリトオ
ートパーツ株式会社に承継
・コーポレートブランド刷新
・環境への取り組み「Rideeco®」
を始動
・市場区分の見直しにより東京
証券取引所プライム市場へ
移行

2023年(令和5年)
サステナビリティ方針の策定

2024年(令和6年)
株式会社Ms.IDをM&A

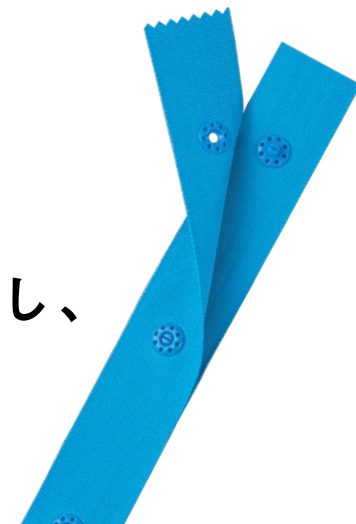
2025年(令和7年)
株式会社ミツボシコーポレー
ションをM&A

MORITO

あたりまえに、新しさ。

常に進化し続けるために「あたりまえに、新しさ。」を

年々グループ会社数が増えていることに加え、2019年からは持株会社体制への移行に伴う会社分割により、各社がそれぞれの市場における環境やニーズの変化に対し、より自律的に事業運営を行う体制となりました。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行いました。タグラインの策定には様々な社員が参加し、皆で「モリトラしさ」について議論を重ねました。そうして作り上げたタグライン「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ます。これからも変化を恐れず「あたりまえに、新しさ。」を実践することで、「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」を追求します。



事業概要

モリトは、アパレル、プロダクト、輸送に関連する幅広い業界に小さなパーツを供給し、身近な製品の製造に貢献することで、人々の暮らしを支えています。

輸送関連事業

自動車、鉄道、航空機を中心に様々な内装パーツを提供しています。自動車業界向けアイテムにおいては、世界各地の販売拠点を活用し、ライン装着用各種ネット製品・純正用品向け各種製品・純正フロアマット用各種パーツなどを提供しています。

商品例(自社商品)

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

活用例(取引先製品)

自動車内装部品／航空機内装部品／鉄道・新幹線内装部品



プロダクト関連事業

インソールをはじめとしたシューズ商品、サポーター、学校用品、ストラップなど、多様な商品を幅広い市場に供給しています。また、サーフボード・スケートボード・スノーボード関連アイテム全般や、厨房のグリスフィルターなど、バラエティに富んだ商品を取り扱っています。

商品例(自社商品)

マジックテープ®／インソール／シューズ商品／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

活用例(取引先製品)

インソール・シューズ商品／サポーター／スケートボード／スノーボード／サーフボード／
教具・文具／カメラ・PCケースなど映像機器関連商品／安全関連商品

アパレル関連事業

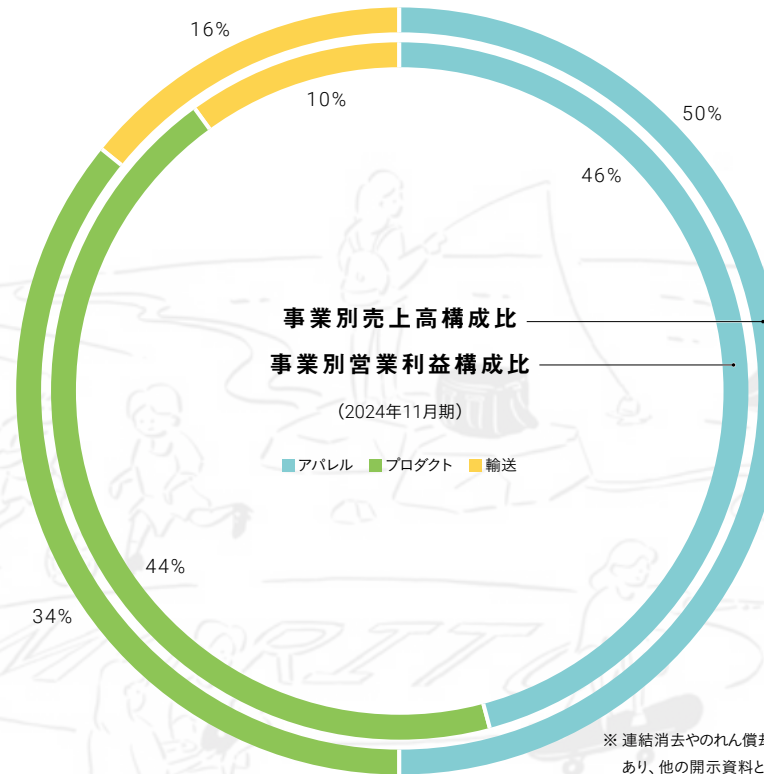
ハトメ・ホック・バックル・テープ・靴のアップパー材などのパーツを、世界中の様々なジャンルのブランドに供給しています。また、アパレル関連、バッグなど製品の企画・生産も行い、自社ブランドも世界で展開しています。さらに、BtoC事業のマーケティングや販売を強化し、自社ブランドの拡大にも注力しています。

商品例(自社商品)

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／バッグ／
自社ブランド

活用例(取引先製品)

カジュアルウェア／スポーツウェア／作業服／
シューズ／メディカルウェア／バッグ



グローバル展開

モリトの製造・調達・販売網は、世界各地に広がっています。

協力工場・代理店も世界各地にあり、顧客のあらゆるニーズにできるだけ近くで対応しています。

海外従業員比率 **66.3** %*1

国内外グループ会社 **23** 社*2

販売・調達・製造拠点 **9** カ国

アメリカ(ミシガン州・テネシー州・ジョージア州)、
オランダ・メキシコ、フランス、中国(上海・深セン)、香港、
ベトナム(ダナン・ホーチミン)、タイ、ミャンマー、インド

自社製造拠点 **3** カ国

アメリカ(ジョージア州)、中国(深セン)、ベトナム(ダナン)

*1 2024年11月30日現在

*2 2025年4月1日現在

モリトは、なぜその国に？

オランダ

① モリトヨーロッパ ● ● ●

法人税が欧州の中では低く、アムステルダム・スキポール空港やロッテルダム港など物流にも恵まれているため、ファッションの中心である欧州各国への販売拠点として設立し、現在は全事業を展開しています。

インド

② スコーヴィルインド ●

アメリカ系・欧州系のアパレルの縫製工場が数多く存在しており、特にベビー服の縫製工場への営業・アフターサービスを行っています。

中国(上海・深セン)

③ モリト工貿 ● ● ●

④ モリト上海 ● ● ● / マテックス上海 ● / ミツボシ上海 ●

深センにはホック、ハトメの工場があり、上海では営業拠点として自動車、アパレル関係のビジネスを中心に活動しています。

香港

⑤ モリトスコヴィル香港 ● ● ●

多くの欧米系のアパレルブランドが香港に購買拠点を構えたことから、1977年に初の海外拠点として設立し、現在もアパレル系をメインにアジアを統括しています。

ベトナム

⑥ モリトダナン ● ● / モリトダナンホーチミン支店 ● ●

ASEAN域内に工場設立を検討した結果、物流拠点としての立地、人材の充実、市のバックアップ体制を鑑みてダナンへ進出しました。

タイ

⑦ モリトトレーディングタイランド ● ● ●

近年、タイでは自動車や映像機器関係の生産が増加したことから、主にカメラ・自動車向けの営業・商品調達を行っています。

アメリカ

⑧ モリトノースアメリカ ●
⑨ モリトノースアメリカミシガン支店 ●
⑩ モリトスコヴィルアメリカス ●

世界有数の消費大国であるアメリカへは、日本のアパレル付属品の会社としては比較的早い1983年に進出しました。また、2014年にアメリカでの製造・販売機能強化のためスコヴィル社のM&Aを行いました。

メキシコ

⑪ モリトスコヴィルメキシコ ● ● ●

NAFTA(北米自由貿易協定)*3の恩恵もあり、自動車やアパレルなどの生産が急激に増加してきたことから、2017年に事業所を立ち上げました。

*3 2020年よりNAFTAに代わり、USMCA(アメリカ・メキシコ・カナダ協定)が発効しました。

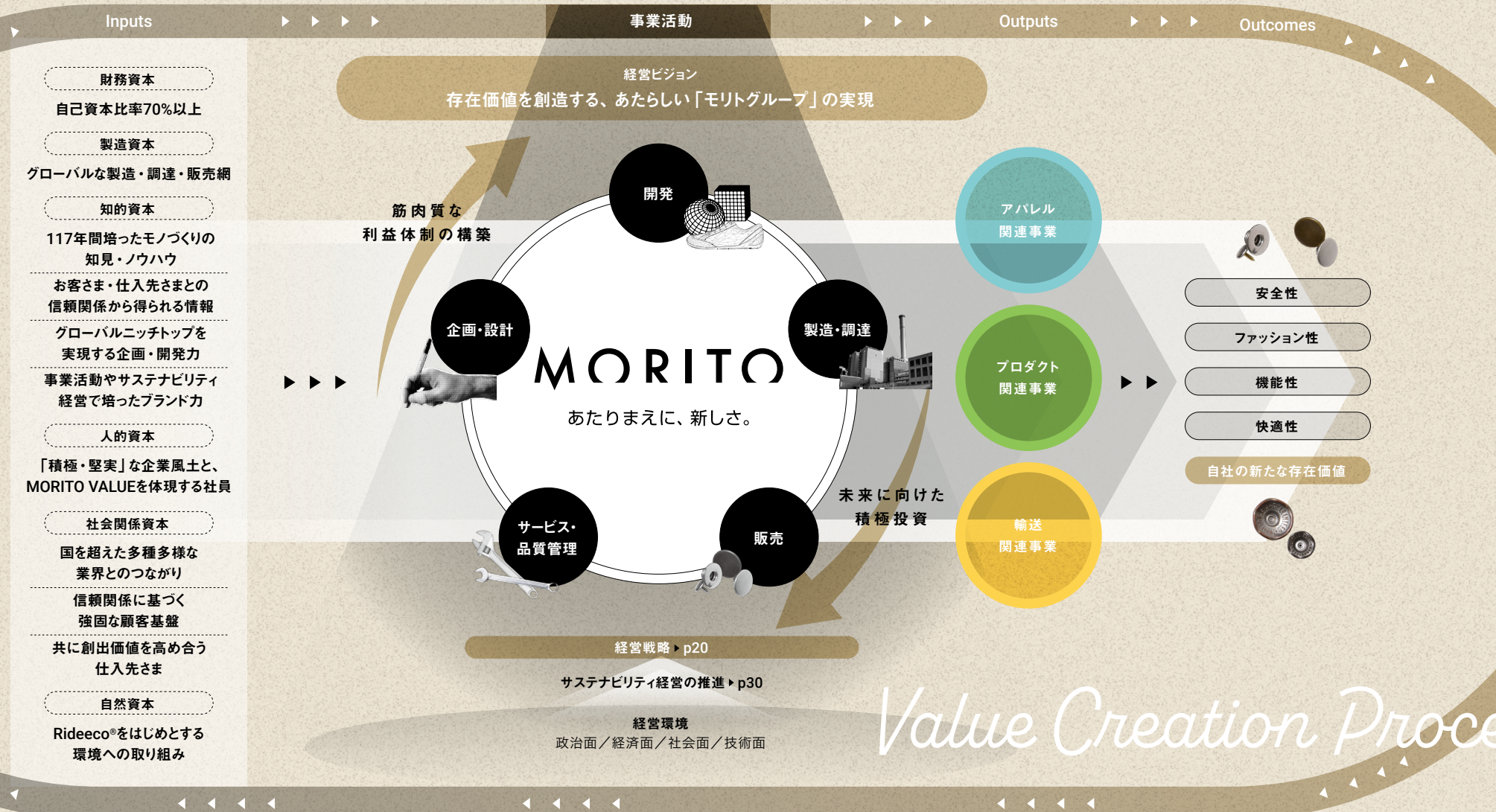


● アパレル ● プロダクト ● 輸送

価値創造プロセス

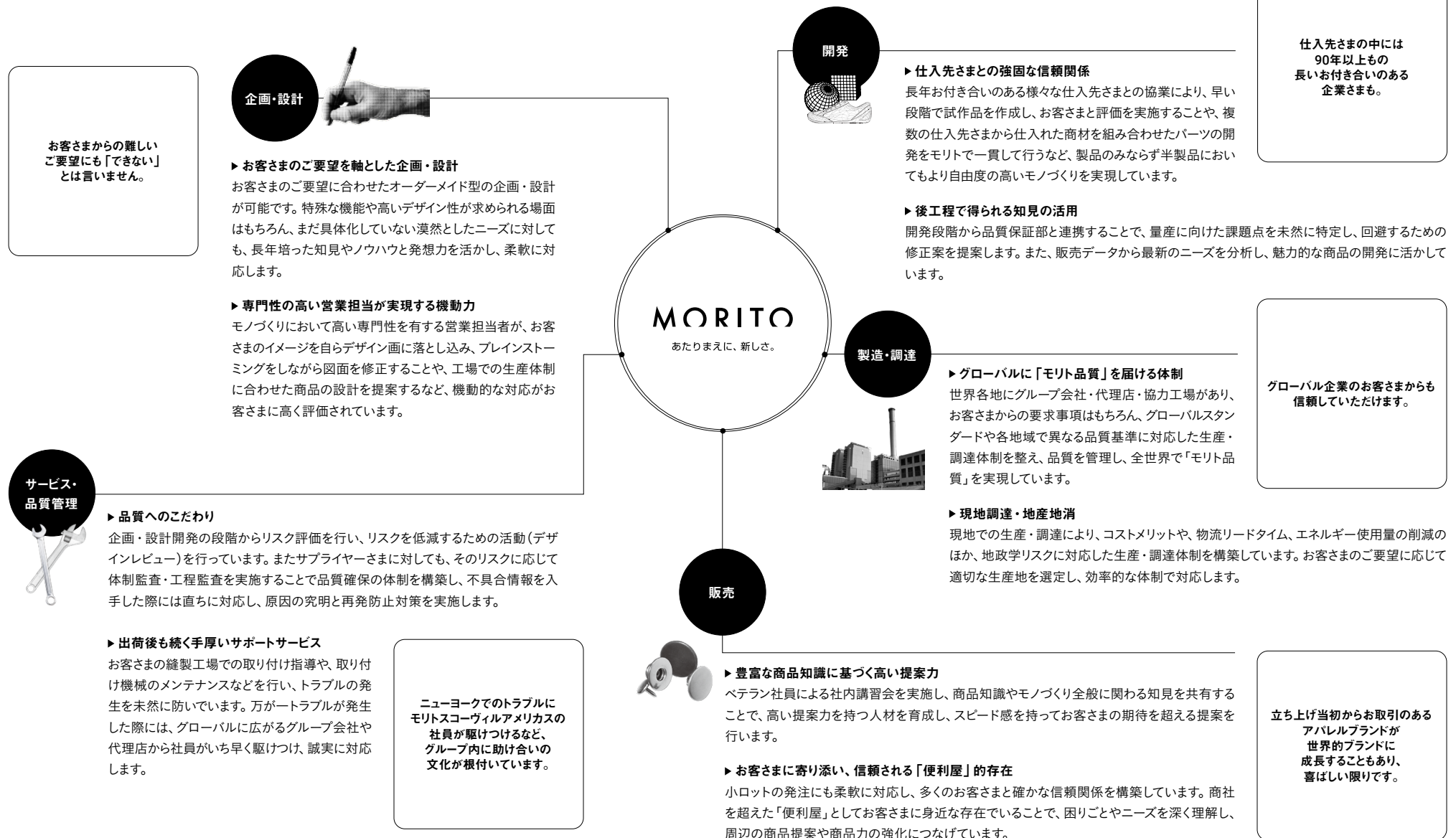
モリトが目指す姿

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



バリューチェーン上の強みの発揮

モリトは、バリューチェーンの川上から川中、川下までを網羅し、その各工程において独自の強みを発揮し、競争優位性を築いています。



モリトが実現するグローバルニッチトップ

モリトは、ニッチな市場で、グローバルな需要にお応えし、高いシェアを誇る「グローバルニッチトップ」企業として、小さなパーツで世界を変え続けます。「グローバルニッチトップ」の実現において、お客さまやパートナーから絶大な信頼を勝ち取ることは不可欠であり、その価値観はMORITO VALUEに定義され、社員一人ひとりに実践されています。



ニッチな市場

▶ 先見の明を持ち、ニッチな市場を開拓

明治時代の後期、日本では和装から洋装へと装いが変化していました。創業者の森藤寿吉は、服・靴・靴を作るころ、売るところはたくさんできているのに、それを作るための必要な資材を主商品として商いをしている会社は見当たらないことに目をつけ、1908年にハトメ・ホックの仲買商を始めました。

▶ お客さまのニーズに徹底して寄り添う、 パーツのスペシャリスト

長年培った技術・ノウハウと新しい発想で、お客さまのご要望に粘り強くお応えする精神が根付いています。そこで得た信頼が、また次のニーズにつながり、新たな商品が生まれます。こうして、ニッチな市場に幅広い商品群を持ち、アパレル・スポーツ・靴回り・日用品・自動車など多様な業界に事業を展開してきました。

取り扱い商品
50 万点以上

創業以来
黒字を継続



高いシェア

▶ 特殊な要件を満たす付加価値の高いパーツを安定供給

例えば、メディカルウェア向けの金属ホックには、MRIやレントゲン撮影時にも使えるよう、磁力を帯びないことや、血液の汚れを落とすための強力な洗剤にも耐える耐久性があることなどが求められます。このような用途によって様々な性能が求められる高付加価値のパーツを、安定した品質でグローバルにお届けすることで高く評価されています。

▶ 国内アパレル業界での圧倒的な認知度とブランド

BtoBをメインに黒子として日常生活を支えているモリトは、一般的な認知度は高くありませんが、日本国内のアパレル業界においては、圧倒的な認知度とブランドを確立しています。「パーツに困ったら、まずモリトに相談しよう」と思っていただけの存在であると自負しています。

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



グローバル

▶ 先んじてグローバル進出

アパレル業界における海外生産の増加に先駆け、1977年、香港に初の海外支社を設立。続いて1980年代にアメリカ、オランダと次々に海外進出を進めました。ベビー服、作業服、レジャーボートのパーツなど品質基準が厳しい業界向けに、グローバルに存在価値を高めていきました。現在では日本・アジア・欧米に23のグループ会社があります。

▶ グローバルに安心・安全なサービスを提供

世界各地にグループ会社・代理店・協力工場があることで、生産から調達・供給はもちろん、お客さまの縫製工場での取り付け指導や、取り付け機械のメンテナンス、品質管理などをお客さまの近くで行うことができます。万が一トラブルが起こった場合も、社員が現場に駆けつけ誠実に対応することでお客さまからの信頼を得ています。

海外売上高比率
約30%

* 当社調べ

グローバルニッチトップは、「あたりまえに、新しさ。」に表される モリトならではの創出価値に基づき実現します



グローバル



ニッチな市場



高いシェア



MORITO

あたりまえに、新しさ。

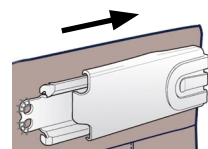
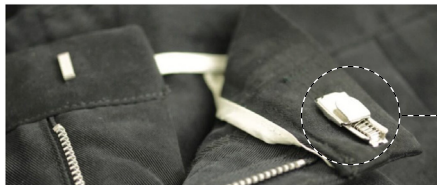
モリトの創出価値

CASE1 らくらく感® (機能性前カン)

ストレスフリーの着心地×「あったらいいな」の実現×国内シェアNo.1*

「らくらく感®」は、パンツやスカートのフロント、サイド部分に使用される留め具（前カン）に伸縮性を加えた、モリトオリジナル商品です。通常の前カンにバネを取り入れたことにより、ウエストの状態に合わせて自然に伸縮し、ボトムスがフィットするよう調節します。これにより、食後や座った際のお腹や腰への圧迫感を軽減し、ストレスなくボトムスを着用し続けられることが最大の魅力です。「こんな商品があったらいいな」という何気ない会話から生まれ、作業服やスーツ、ゴルフパンツなど様々な製品に採用されています。

*当社調べ



通常の前カンにバネを取り入れたことにより、ウエストの状態に合わせて自然に伸縮

CASE2 テーピースナッパー®

工場で簡単導入×安全・安心×モリトオリジナル商品

「テーピースナッパー®」は、樹脂ホックとテープが一体となったモリトオリジナル商品です。通常ホックは、専用の機械を使って製品に取り付ける作業が必要ですが、本商品はミシンで縫製するだけで装着が可能のため、どの縫製工場でも簡単にご使用いただけます。また、樹脂を直接テープに成型しているため、ホックが外れる危険性が低いことも特徴です。ベビー・キッズ向けのアイテムに使用することで、ホックの誤飲や肌を傷つけるリスクが抑えられ、より安全・安心に配慮することができます。着用時の安全を守り、簡単に取り付けられる画期的なパーツであるテーピースナッパー®は、多くのアパレル製品で採用されています。



特別鼎談

グローバルニッチトップで新しい存在価値を創造する

経営ビジョンである『存在価値を創造する、あたらしい「モリトグループ」の実現』に向け、
グローバルニッチトップを追求する当社の価値創造について、それぞれの事業に精通する3名で鼎談を行いました。

矢野 はじめにグローバルという点からお話すると、モリトは1977年に香港に初の海外拠点を構え、1983年にアメリカ、1985年にオランダと、当時の事業規模を鑑みるとかなり早い時期から大胆に海外展開を進めてきました。初期の海外進出は、当社がターゲットとする市場の規模すらも手探りの状況でした。当社は「積極・堅実」を創業理念に掲げていますが、まさに無謀ともいえるほどの「積極」であったと思います。その後もアジアと欧米を中心に拠点や代理店を増やし、現在では世界各地に製造・調達・販売網が広がっています。このように海外展開を進めてこられたのは、モリトの「堅実」な働きぶりが世界のお客さまから高く評価されてきた結果だと感じています。一般的にボタンは留まれば良い、あるいは飾りになれば良いとされていたところに、当社はより使い心地が良く、安全で高品質な商品を提案してきました。日本人ならではの繊細さを活かし、細かな工夫を凝らした商品は、特に品質基準の厳しい分野で高く支持されていますね。

佐藤 当社はナショナルブランドベビー服向けの金属ホックで世界シェア2位*を誇っていますが、ベビー服はまさに高い品質が求められる分野の一つです。赤ちゃんの安全と健康を守るために各ブランドが万が一のその先まで考え、様々な品質基準を設けているため、要求事項が数多くあります。当社は海外進出にあたり、規模の大きい市場で他社と競争するのではな

く、モリトの優位性が通用するニッチな分野に絞り、ポジションを確立することを目指しました。その結果、ベビー服をはじめ、医療用ガウンを含む作業服の分野でもお客さまからの信頼を獲得することができました。このような品質基準が厳しく、単価の低いビジネスは、一見すると非効率に感じられるかもしれませんが、ポジションを確立できればファッショントレンドの影

響を受けにくく、安定した需要があり、息が長いのです。そして長く続けていく分、収益は積み上がっていきます。同時に、より高い品質を追求し続けることにより技術や知見、ノウハウが蓄積され、グローバルに事業展開することや、参入障壁を高めることにもつながります。

*当社調べ

佐藤 誉至夫

経営企画本部 本部長

矢野 文基取締役 常務執行役員
事業推進室 室長**水野 幸太朗**モリトオートパーツ株式会社
代表取締役社長



水野 輸送関連では、自動車のメタルエンブレムや輸送機器全般でのネット類で高いシェアを占めています。これらのパーツは、自動車のような大型のモノづくりにおいて、注目されにくい、小さなパーツです。されども人の命を預かる車両の一部であり、厳しい要求事項があることには変わりなく、車両の試作段階から本型本工程*で製品を作り込み、品質や量産体制を確認するなど、アパレル・プロダクト関連事業と比べ物にならないほど、受注までに非常に多くの工数と時間がかかり、専門知識も必要です。新規参入を試みても、本腰を入れて取り組もうとする企業は多くありません。しかし、当社にとっては長年培った繊維・樹脂・金属の加工技術や、異素材の組み合わせといった優位性を発揮できる分野であり、一度受注すれば4、

5年ほどの継続受注が見込めます。はじめは業界特有の進め方に対応する書類の作成や、体制の構築に四苦八苦しましたが、一つひとつの課題に「堅実」に向き合い、乗り越えることで、現在のポジションを確立しました。さらに、商社でありながら品質保証や生産技術を専門とする部署を設け、高いレベルで知見やノウハウを集積し、商品開発などに活かしています。

* 量産時に使用される型や製造工程を用いること

矢野 国や地域によって品質基準は異なりますが、当社は海外展開により日本だけでなく、各地の品質基準やグローバルスタンダードに適応した製品の企画開発を行えるようになりましたね。そして、アパレル業界では、欧州で採用されることで日本国内のお客さまからお問い合わせ

せをいただいたり、輸送業界では反対に、日本車に採用されることで海外自動車メーカーから信頼を寄せていただけたりする相乗効果が見られます。

佐藤 そうですね。さらに面白いことに、当社がアパレル・プロダクト・輸送を手掛けることにより、業界を超えて技術が活用されることもあります。例えば、アパレル関連事業でお取引のある有名なアメリカのスポーツブランドから「モリトの輸送関連の技術から新しい性能やデザインを取り入れられないか」とご相談いただき、実際にカーマットについているメタルエンブレムのデザインや技術を活かして、ウレタン製のワッペンを企画開発したことがありました。ある業界で一般的な技術であっても、他の業界からすると目新しい技術や斬新なデザインであることは珍しくなく、お客さまにとっても喜んでいただけます。そのような場面で私たちが果たす役割は大きく、間違いなくモリトならではの強みだと感じています。

水野 お客さまだけでなく、仕入先であるサプライヤーさまの可能性も広げることにもなりますね。また、先ほど矢野さんがお話しされたように、日本での採用実績やそこで構築した信頼

関係が、海外での事業につながるケースが近年増えてきており、とても嬉しく思います。お付き合いのあるメーカーの担当者の方々が「こういうことはモリトにお願いするのがいいよ」と周囲に口コミを広げてくださり、ご本人の転勤先や転職先でも変わらずモリトを頼りにしていただけっているようです。当社の誠実な対応や、確かな技術・提案力を認めていただけていることを実感します。

矢野 ありがたいことに、アパレル業界においても、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ることで、絶えず新たな案件につながっています。このようにお客さまから信頼していただける理由の一つに、「トラブルが発生した際の誠実な対応」が挙げられます。いって当然のことのようにも思えますが、海外の同業他社の中には無責任な対応をする企業が少なくありません。当社は品質にこだわり、不具合などは可能な限り未然に防ぐと同時に、発生してしまったトラブルに対し、誠意を持って迅速に対応し、責任を全うする組織風土と体制があります。そうした誠実さの積み重ねが、モリトをグローバルニッチトップ企業へと成長させ、これからも新たな存在価値を創造し続ける源泉になると確信しています。