

日本の可能性を  
“縦の運び”  
で支える

 守谷輸送機工業株式会社

# 2026年3月期 決算 中期経営計画説明資料

2026年5月

東証スタンダード | 6226

# AGENDA

会社概要

2026年3月期決算実績概要

2027年3月期決算見通し

中期経営計画 - Moriya Re-acceleration Plan 2 -

Appendix

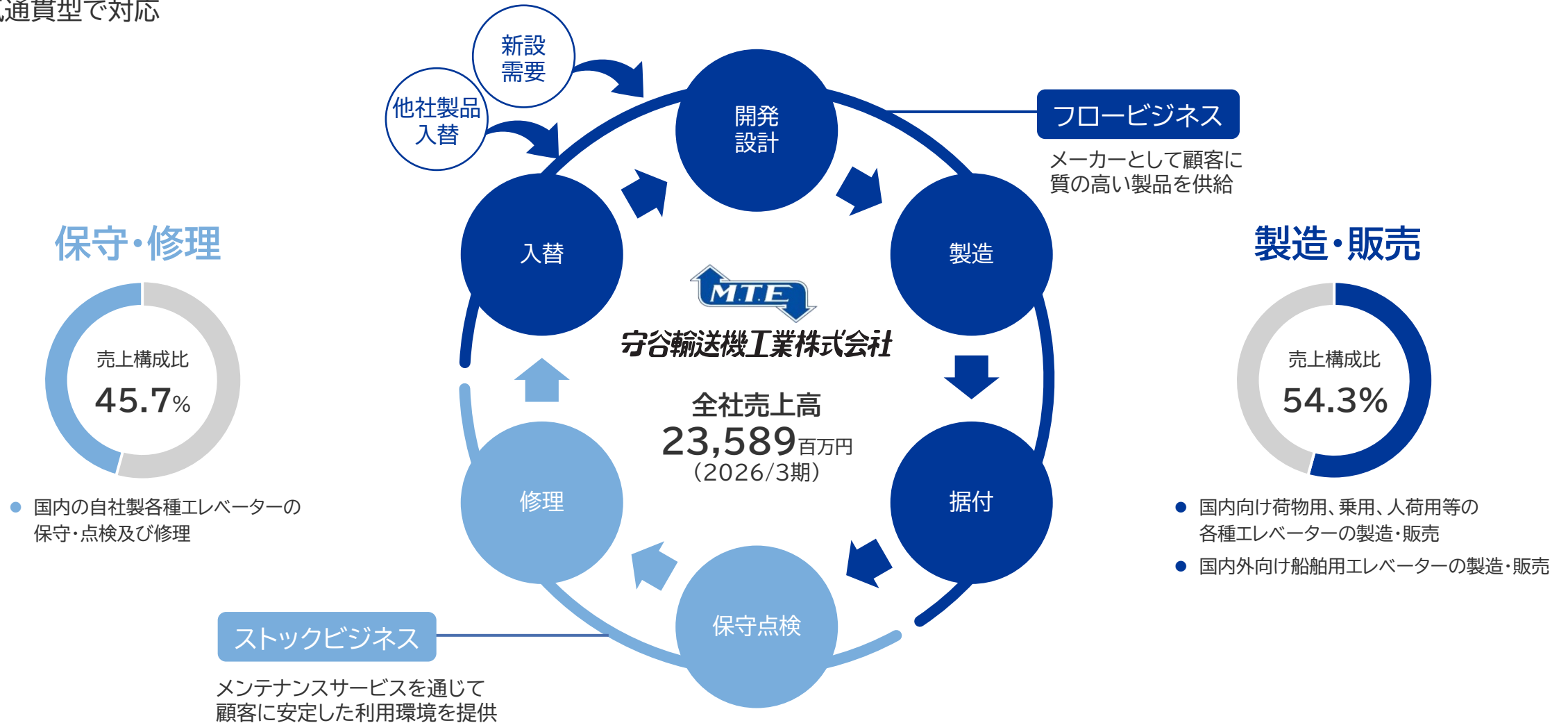
日本の可能性を  
“縦の運び”  
で支える

日本の可能性を  
“縦の運び”  
で支える

# 会社概要

# フローからストックへと繋がる一気通貫型ビジネスモデル

- 1 荷物用を主力に、設計・開発・製造・据付・保守・修理までをワンストップで提供する総合エレベーターカンパニー。製品供給からその後のメンテナンス、さらには入替更新までもも担う循環型ビジネススキーム
- 1 フロー収入がストック収入の拡大へと繋がるビジネスモデルであり、地道な製品開発と専門的な保守を通じて顧客に提供する価値を最大化するべく、一気通貫型で対応



## 荷物用エレベーター

製造業	トヨタ自動車、パナソニック、ソニー、東京エレクトロン、キオクシア ...
物流倉庫	三井倉庫、三菱倉庫、住友倉庫、日本通運、ヤマト運輸、佐川急便 ...
冷凍・冷蔵倉庫	ニチレイ、ヨコレイ ...
物流不動産 プロバイダー	三井不動産、三菱地所、東京建物、東急不動産、野村不動産、プロロジス、 日本GLP、ESR ...

## 船舶用エレベーター

船舶	日本郵船、商船三井、川崎汽船、三菱造船、ジャパンマリンユナイテッド、 China State Shipbuilding Corporation Limited(CSSC)、 Samsung Heavy Industries Co., Ltd. ...
----	---

- 1 物流センターや冷蔵倉庫の大型荷物用エレベーターを中心として、超幅広エレベーター、劇場ホール用エレベーター、物流倉庫用可動式ストッパー付エレベーターなど、オーダーメイドの大型荷物用エレベーターの多数の実績を保有
- 1 荷物用エレベーターはオーダーメイドが基本。この製品対応力が、標準品を主力とする大手乗用エレベーターメーカーとの差別化ポイント

## 大型荷物用エレベーターの開発履歴

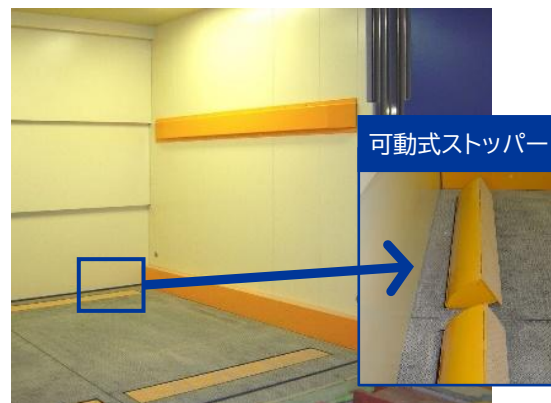
特殊荷物用エレベーター(積載荷重10t)



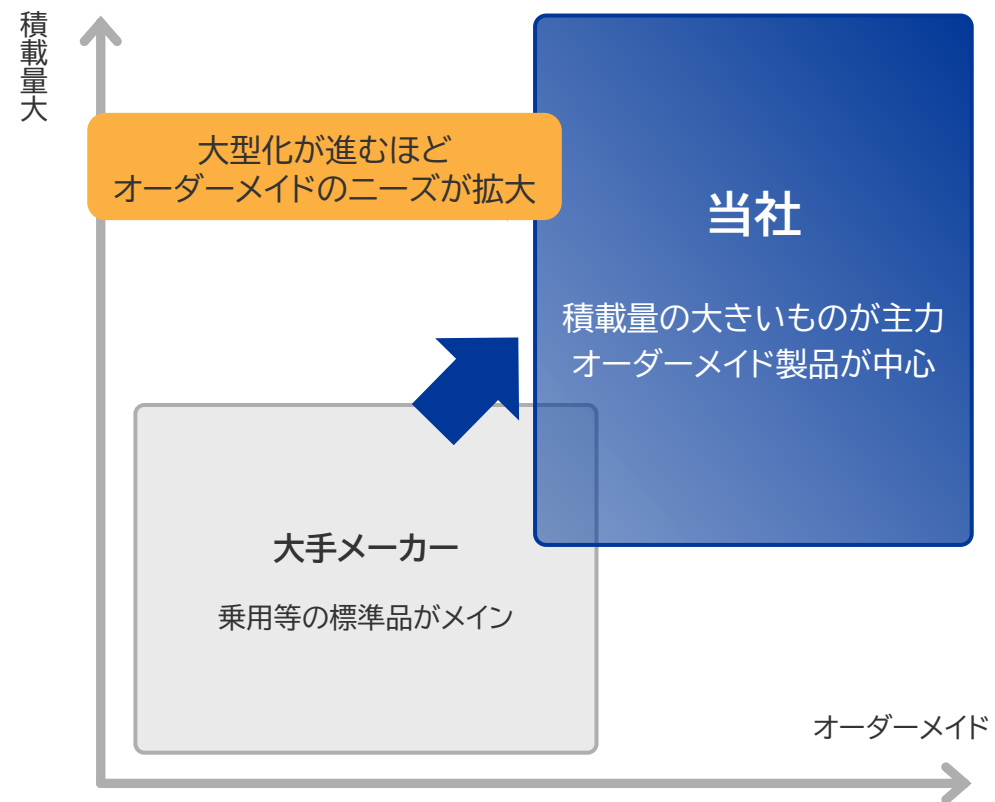
劇場ホール設置エレベーター(積載荷重7.7t)



物流倉庫設置エレベーター



## 荷物用エレベーターのポジショニングマップ



日本の可能性を  
“縦の運び”  
で支える

# 2026年3月期決算実績概要

# 2026年3月期決算実績

- I 対前年比で大幅増収増益。引続き保守・修理売上が20%伸長したほか、新設エレベーターの製造・販売も着工台数の増加、単価上昇により23%増収。それに伴い営業利益は48%増と、過去最高を更新。営業利益率は4.7pt上昇
- I 従来想定比では、売上がほぼ想定通り。しかし、営業利益以下の段階利益では従来想定を大幅に超過達成。製造・販売の利益率改善や売上構成の変化が想定以上に貢献。材料費高も確かにあったものの、想定以下に留まっている。営業利益率は従来想定を3.8pt上振れ

(百万円)	2025/3期	2026/3期		対前年比	比較	
		従来想定(2025/11/7)	実績		対前年差異	対従来想定差異
売上高	19,435	23,750	<b>23,589</b>	+21.4%	+4,154	▲ 160
製造・販売 (売上構成比)	10,440 (53.7%)	12,988 (54.7%)	<b>12,802</b> (54.3%)	+22.6%	+2,362	▲ 185
保守・修理 (売上構成比)	8,994 (46.3%)	10,762 (45.3%)	<b>10,786</b> (45.7%)	+19.9%	+1,792	+24
営業利益	4,092	5,200	<b>6,071</b>	+48.3%	+1,978	+871
営業利益率	21.1%	21.9%	<b>25.7%</b>	—	+4.7pt	+3.8pt
経常利益	4,198	5,270	<b>6,127</b>	+46.0%	+1,929	+857
当期純利益	2,840	3,580	<b>4,138</b>	+45.7%	+1,297	+558
新設エレベーター販売台数(台)	392	417	<b>419</b>	+6.9%	+27	+2
新設エレベーター着工台数(台)	386	468	<b>460</b>	+19.2%	+74	▲ 8
エレベーター保守台数(台)	7,445	7,740	<b>7,727</b>	+3.8%	+282	▲ 13
エレベーター受注高(除船舶用)	13,434	—	<b>12,712</b>	▲ 5.4%	▲ 721	—

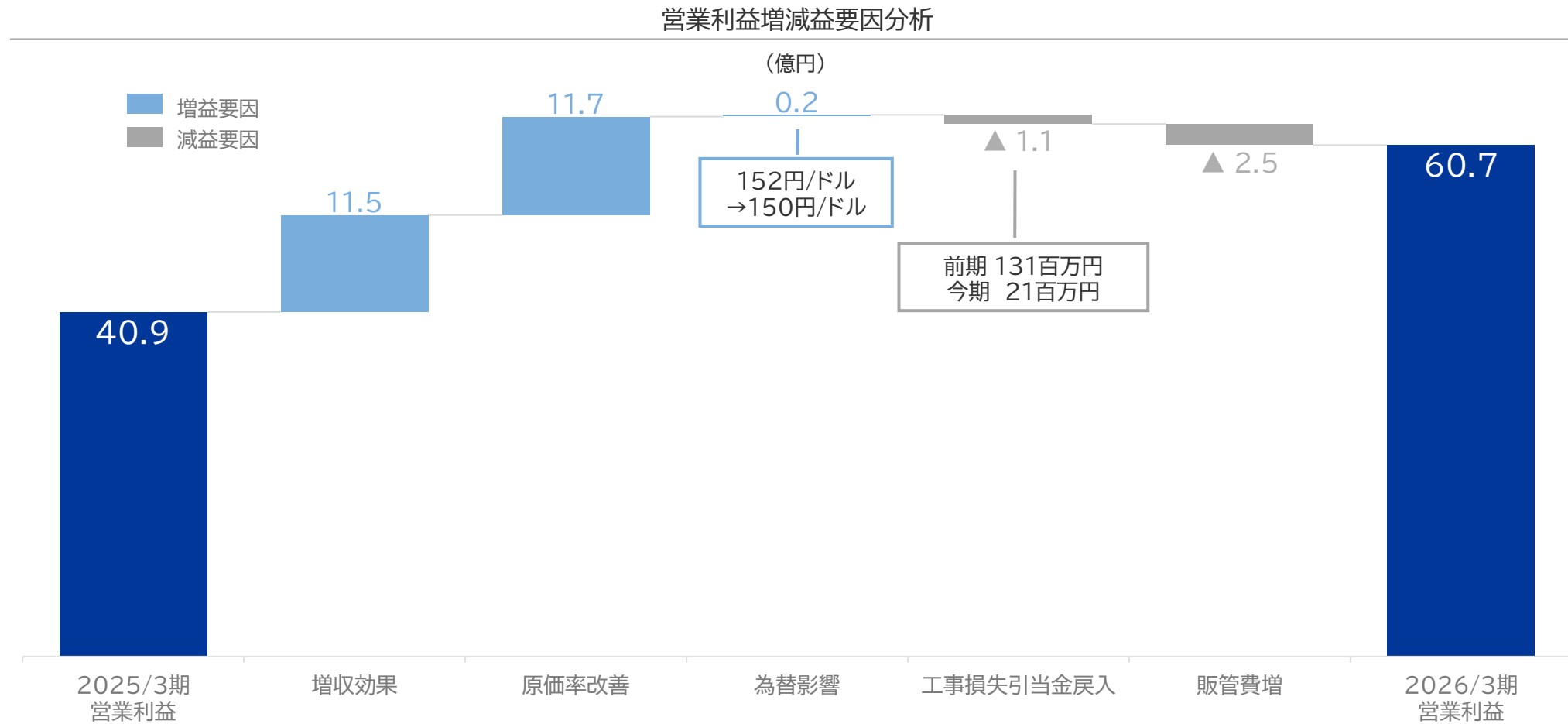
# 2026年3月期 四半期業績の推移

- 4Q発生ベースの売上高は前年比で21%増収、38%増益。製造・販売では新設エレベーターの着工台数が増加により26%増収。保守・修理は、修理案件の増加が寄与。営業利益率は28.9%と四半期ベースでは過去最高を更新
- 3Qとの比較においても増収増益。利益率は保守・修理の売上比率の上昇により3.3pt上昇

(百万円)	2025/3期				2026/3期				前4Q/4Q 比較
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
売上高	4,433	4,692	4,788	5,520	5,108	5,669	6,144	6,667	+20.8%
製造・販売	2,530	2,636	2,552	2,720	2,643	3,094	3,648	3,416	+25.6%
保守・修理	1,902	2,055	2,235	2,800	2,465	2,574	2,496	3,250	+16.0%
営業利益	829	915	952	1,395	1,252	1,315	1,574	1,928	+38.2%
営業利益率	18.7%	19.5%	19.9%	25.3%	24.5%	23.2%	25.6%	28.9%	+3.7pt
経常利益	862	955	964	1,416	1,276	1,328	1,579	1,942	+37.2%
当期純利益	582	644	650	962	868	903	1,074	1,292	+34.2%
新設エレベーター販売台数(台)	92	116	73	111	92	56	101	170	+53.2%
新設エレベーター着工台数(台)	96	99	94	97	86	112	141	121	+24.7%
エレベーター保守台数(台)	7,216	7,284	7,385	7,445	7,529	7,603	7,687	7,727	+3.8%
エレベーター受注高(船舶用を除く)	2,656	3,132	4,688	2,956	3,231	3,137	2,548	3,795	+28.4%

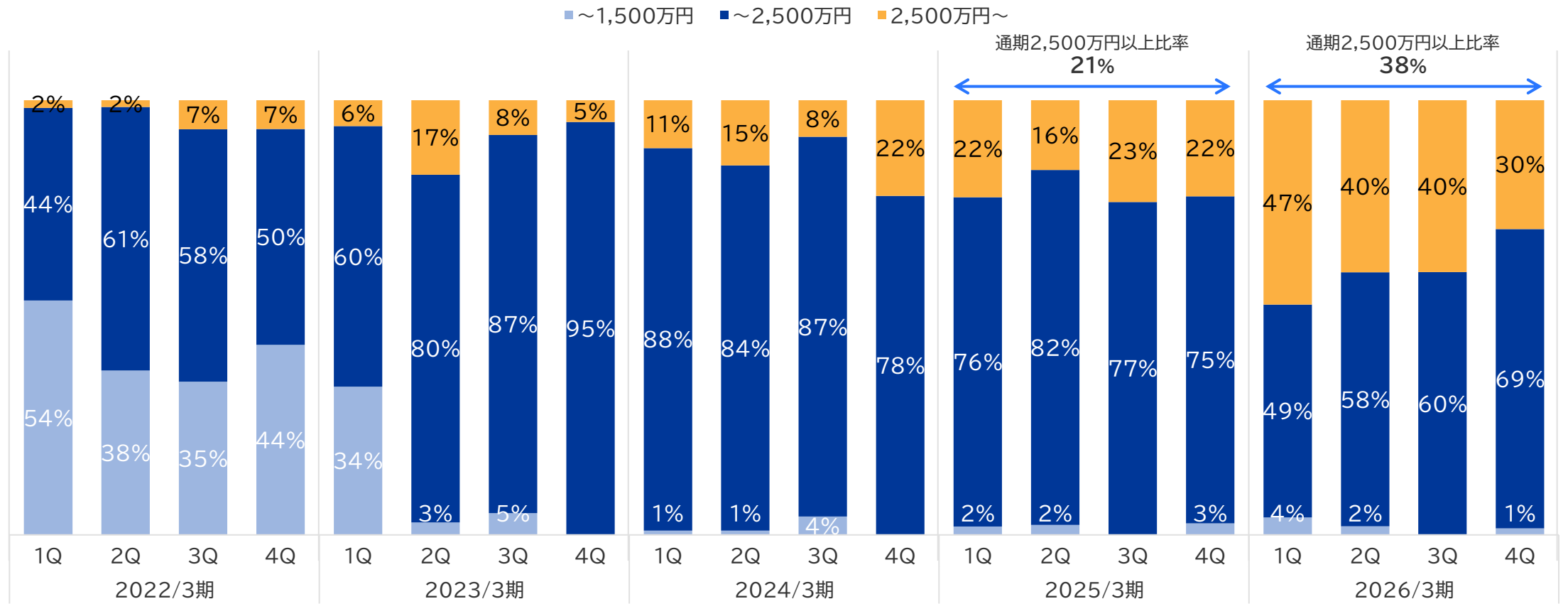
# 2026年3月期 営業利益増減益分析

- 前年比大幅増益の主因は保守・修理の増収効果と製造・販売の原価率改善。保守・修理では修理案件の積極的な取込み強化が寄与したうえ、製造・販売では受注採算の厳格化や生産性の向上が貢献
- 利益圧迫要因としては工事損失引当金戻入の減少や販管費増なども発生。しかし、これらは増益要因で吸収し、大幅増益を確保



- 新設エレベーターの新規受注は中・高価格帯へのシフトペースが加速。2025/3期以前と比較すると、高価格帯のウエイト伸長が明らか
- 他社との差別化可能な特殊仕様や、より大型のエレベータ案件は着実に増加。建築単価上昇に伴い、案件単価の上昇も浸透しやすい状況にある。2026/3期通期の新規受注台数は、2,500万円以上の案件が概ね4割に到達(前期はおよそ2割)

新設エレベーター(船舶用を除く)新規受注における単価別台数内訳



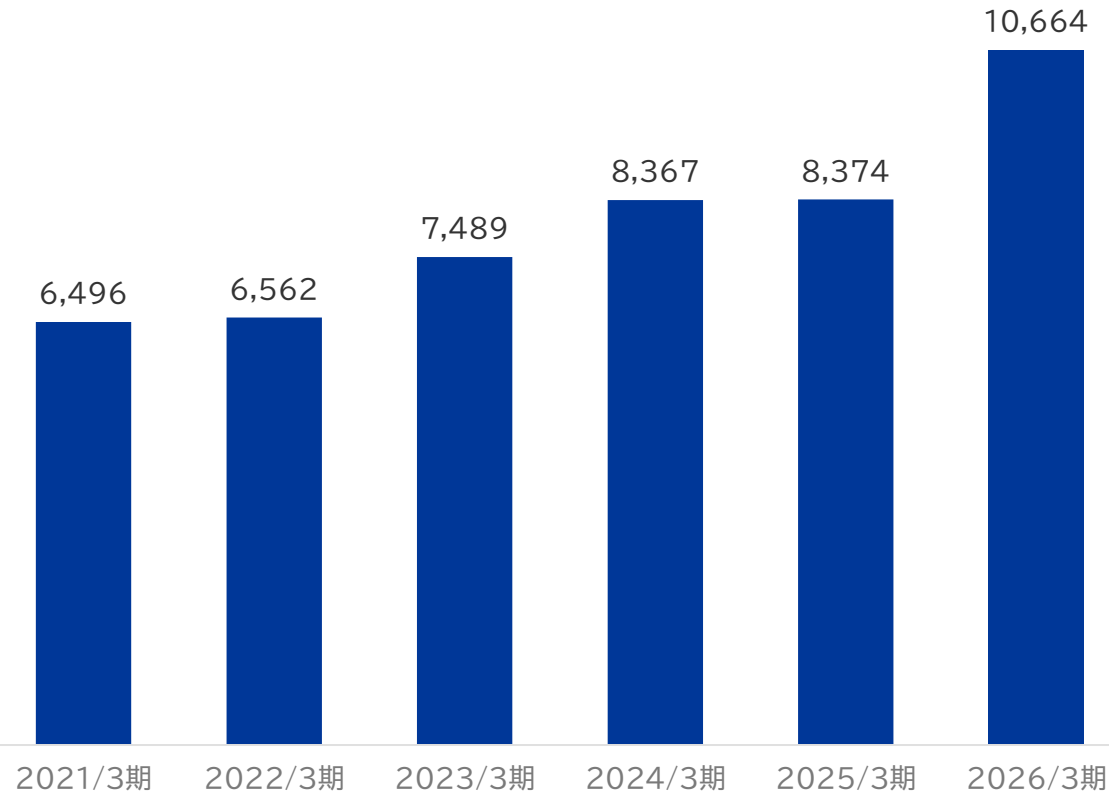
※垂直搬送機を除く

# 主要KPIの推移① 新設エレベーター

- 新設エレベーターの売上高は前期比で大幅増収、過去最高を更新
- 着工台数は前期比で増加し過去最高を更新。単純平均単価(\*)は、中・高価格帯シフトが奏功し、2,300万円台を突破

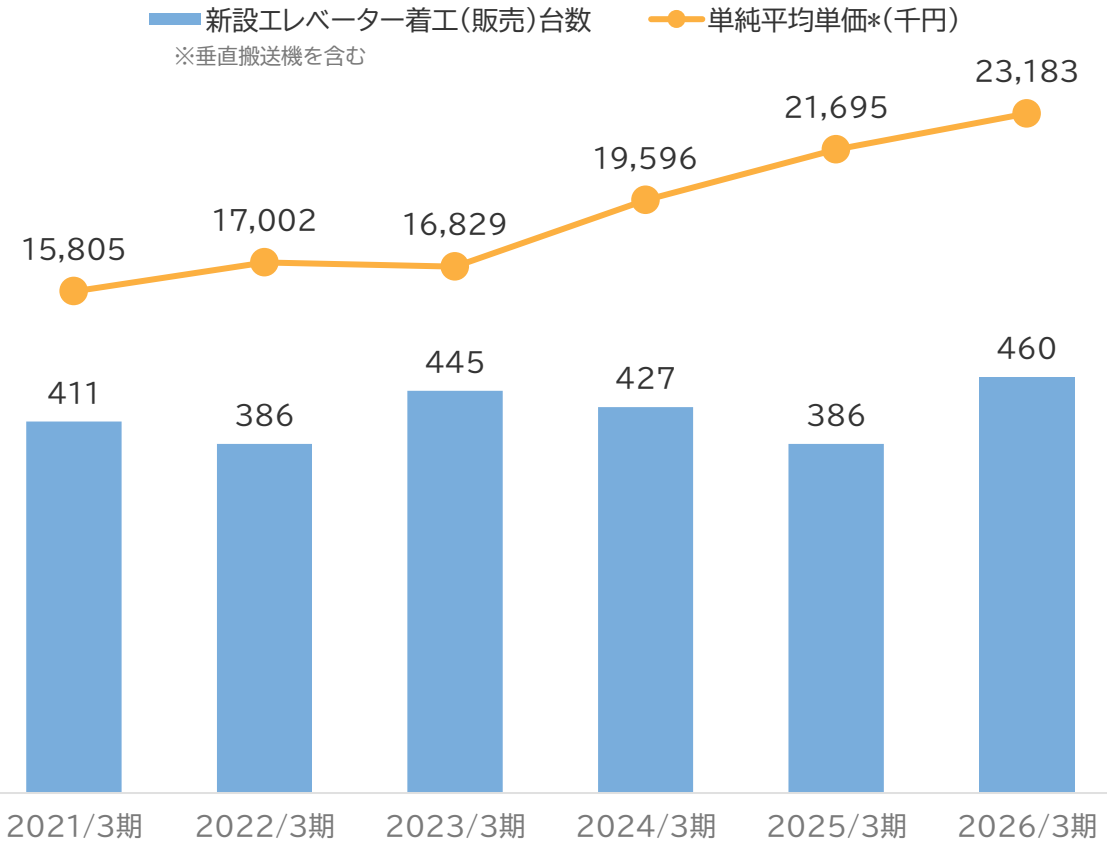
### 新設エレベーターの売上高推移

(百万円)



※2021/3期までは完成基準、2022/3期からは進行基準を採用

### 新設エレベーターの着工(販売)台数と単純平均単価(\*)推移

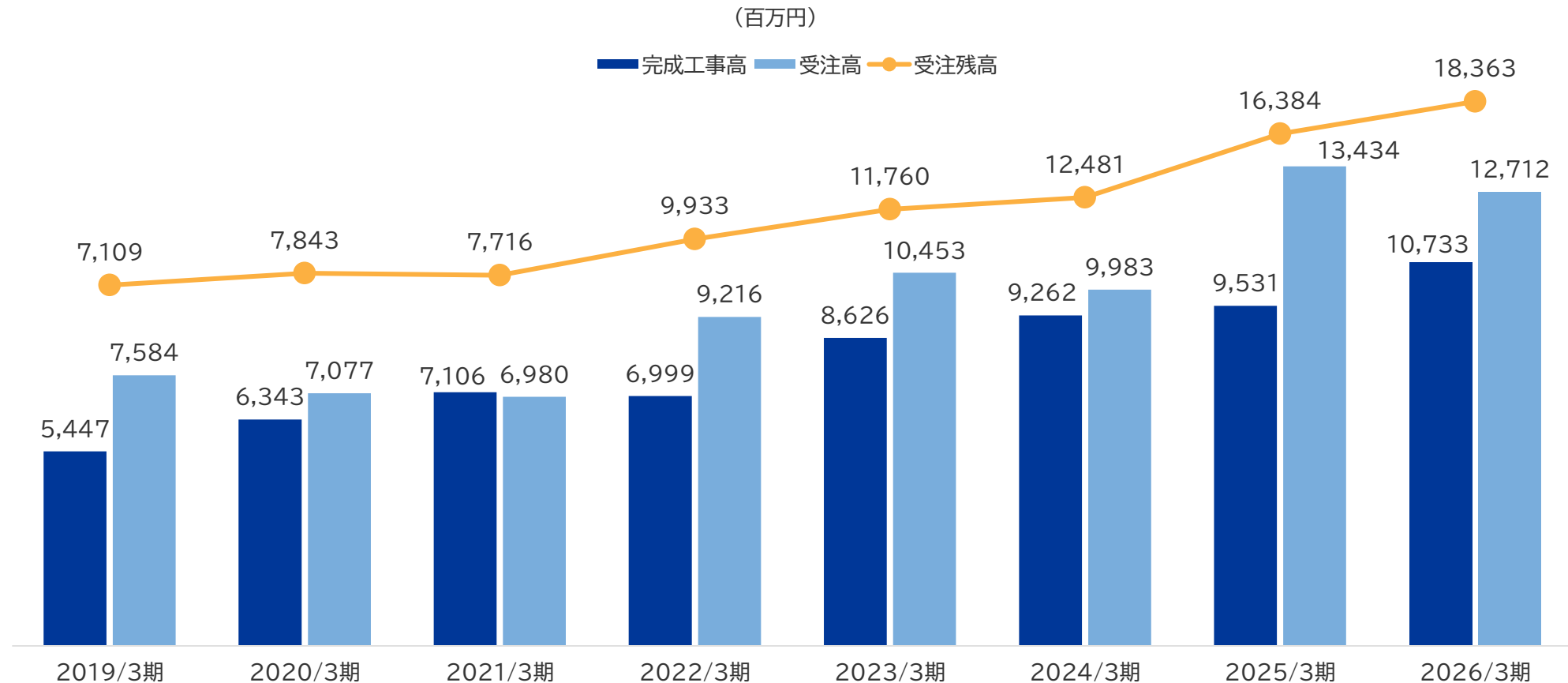


\* 単純平均単価 = 新設エレベーター売上高 ÷ 同着工台数(実際の販売単価とは異なる)

## 主要KPIの推移② エレベーターの受注動向

- 受注高は前期比で減少。資材価格高騰や人手不足を背景とした建築計画の遅れや見直しが影響
- 受注残高はさらに増加。2026/3期末の受注残高は年間総売上高のおよそ8割に相当する約183億円に積み上がる

エレベーター(船舶用を除く)の完成工事高・受注高・受注残高の推移

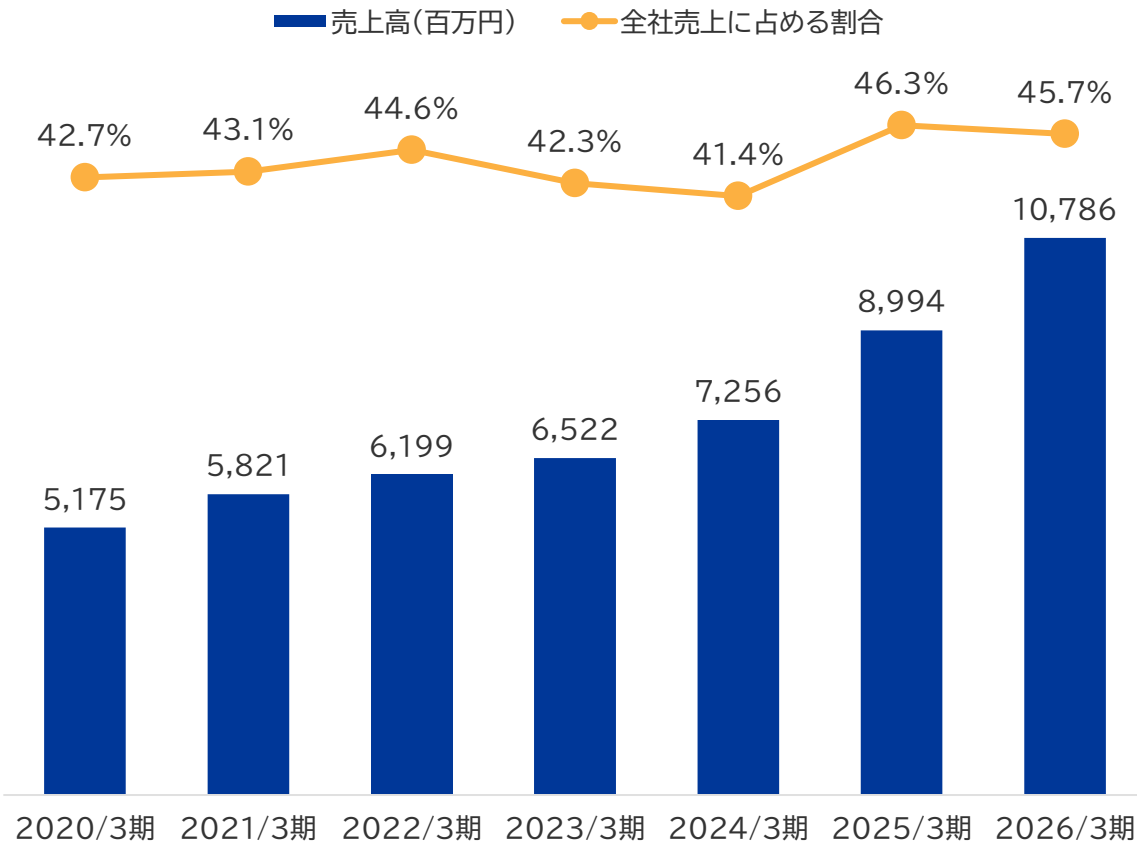


※垂直搬送機を含む

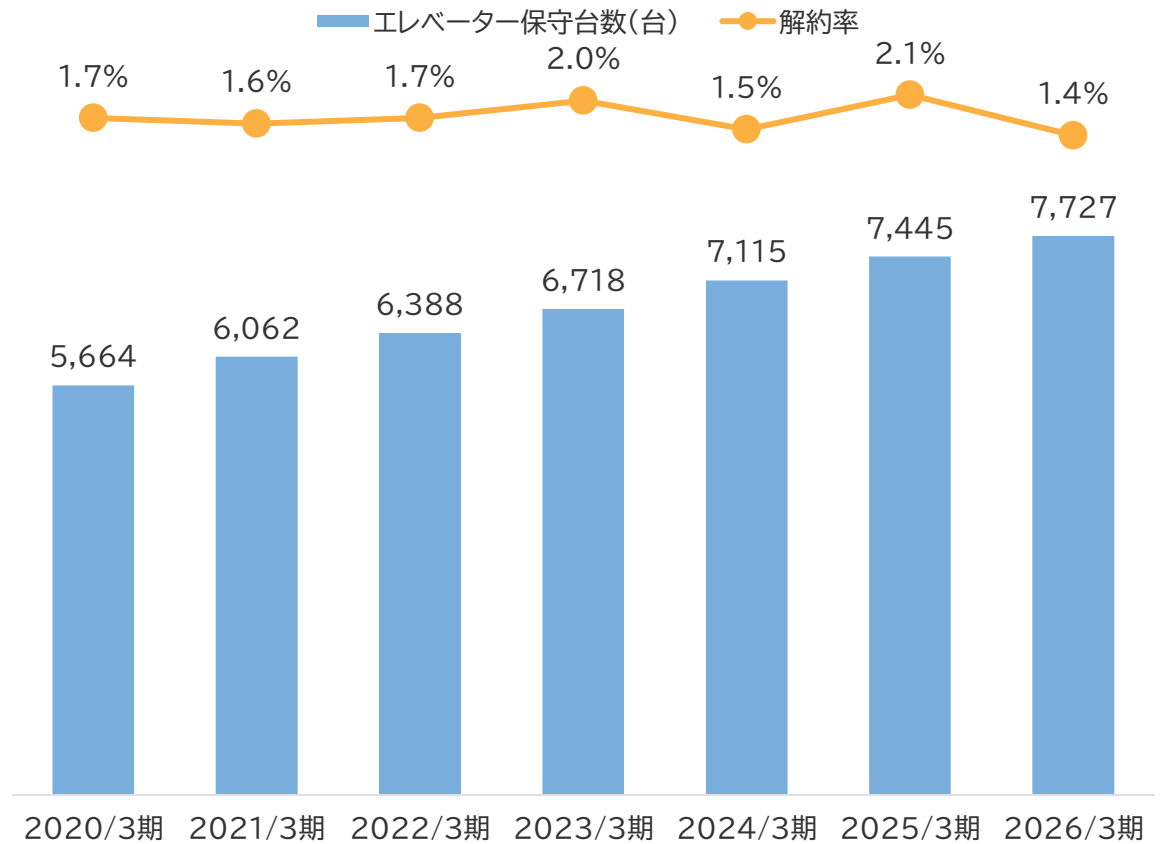
# 主要KPIの推移③ エレベーター保守

- エレベーターの保守・修理の売上は前期比で20%増収。全社売上に占める割合は前期比で低下したものの、保全対応提案の強化による修理需要の取り込みや保守台数の積上げが奏功
- エレベーター保守台数は順調に積み上がり、販売台数増加に伴って7,700台を突破

保守・修理売上高の推移



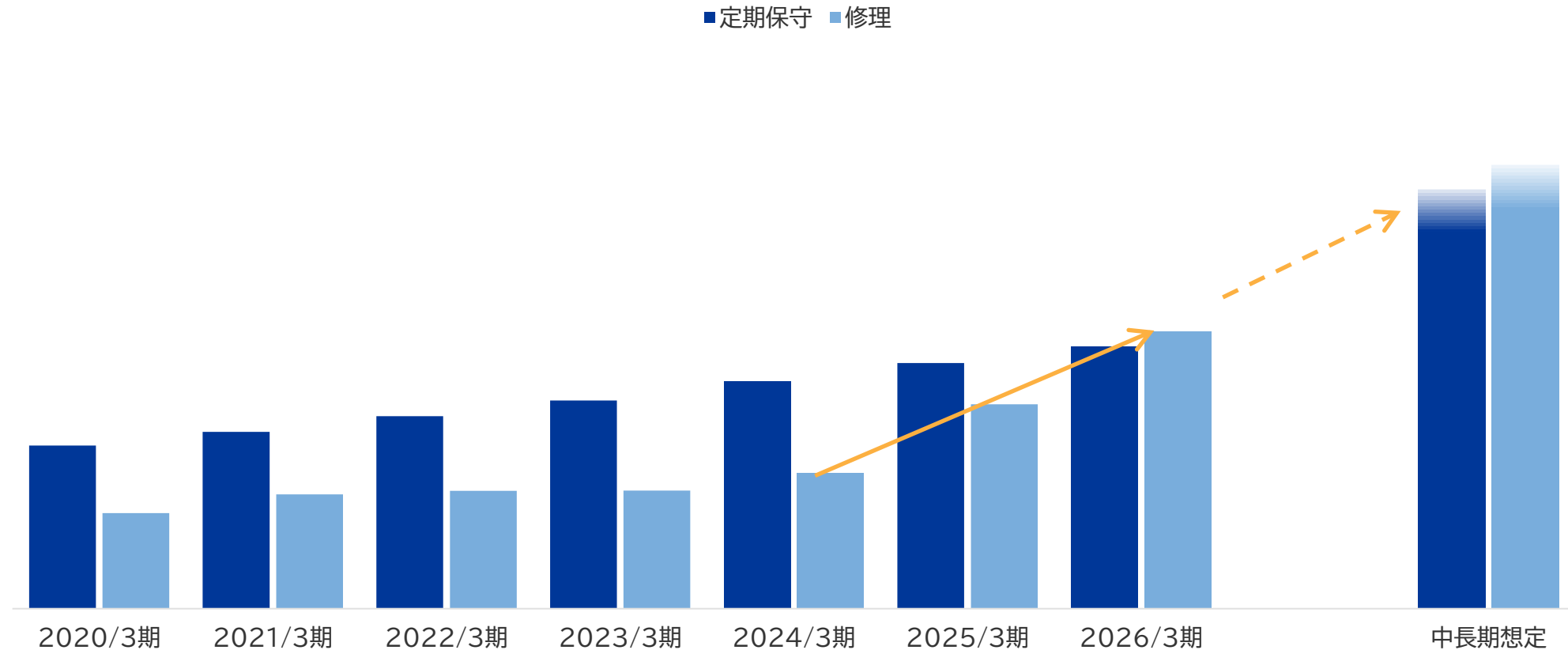
エレベーター保守台数と保守契約解約率\*の推移



\*解約率=期中解約台数/期中平均契約台数

- 2026/3期通期では、修理売上の急伸が継続。過去初めて、修理売上が定期保守売上を僅かながら上回る
- これは2025/3期より保守・修理需要取り込みへの注力を始めた成果。修理はエレベーターの稼働停止に伴う業務停滞リスクを回避するためのメンテナンス需要が大幅に増加。保守・修理売上も、保守台数の着実な積上げが貢献

定期保守・修理売上高の推移



# 2026年3月期 貸借対照表

- 総資産は前期末よりおよそ21.3%拡大。製品開発拠点用地取得に伴い固定資産が増加
- 4Q末の自己資本比率は71%。利益増による株主資本の増加により、前期から4.5pt上昇
- 4Q末のネットキャッシュは前期末比14億円減の44億円。製品開発拠点用地取得への充当など、成長投資を継続

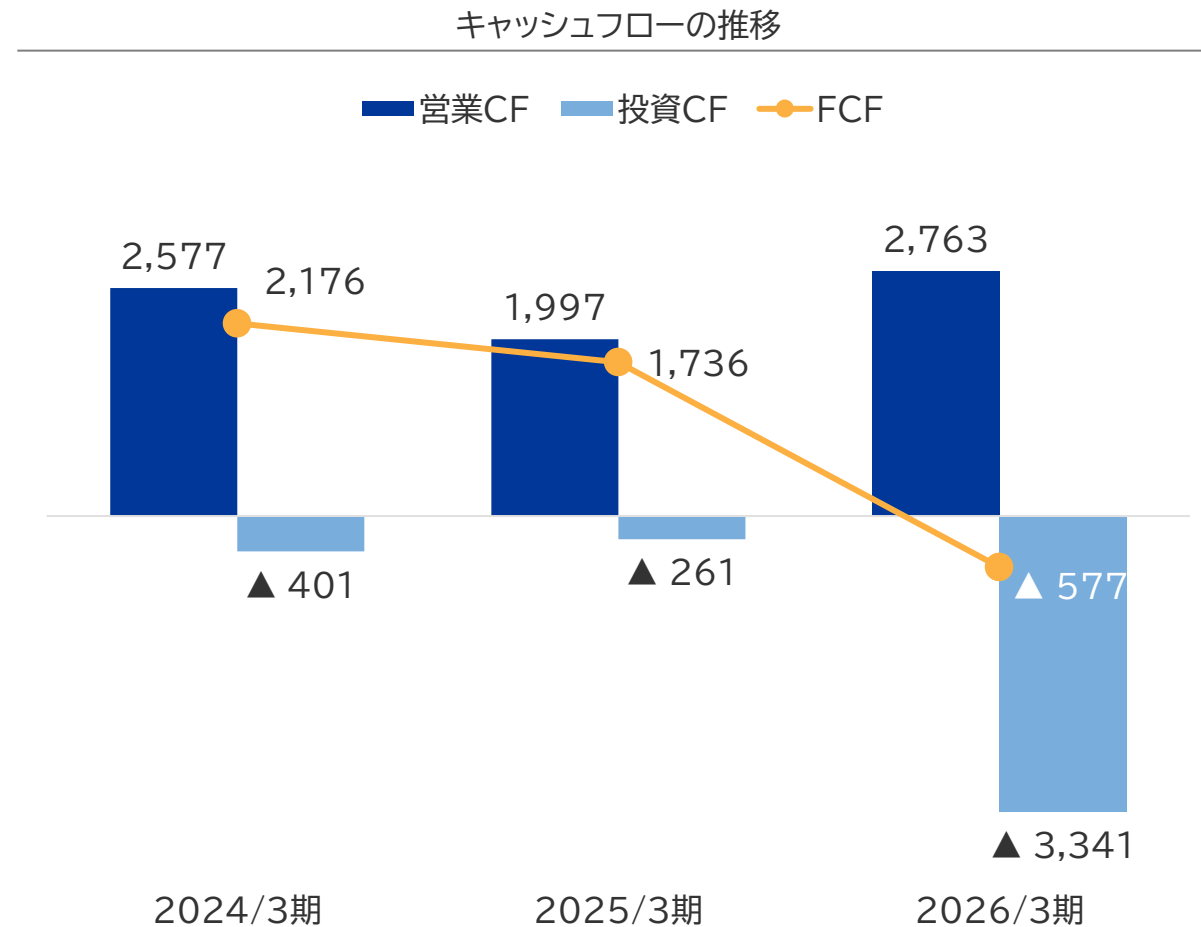
(百万円)	2025/3期4Q	2026/3期4Q	増減額
<b>流動資産合計</b>	<b>12,726</b>	<b>13,040</b>	<b>+314</b>
現預金	5,812	4,380	▲ 1,431
売上債権及び契約資産	4,776	6,298	+1,522
棚卸資産	2,098	2,310	+211
<b>固定資産合計</b>	<b>4,463</b>	<b>7,813</b>	<b>+3,349</b>
有形固定資産	2,787	5,918	+3,130
投資その他の資産	1,593	1,813	+219
<b>資産合計</b>	<b>17,190</b>	<b>20,854</b>	<b>+3,664</b>

(百万円)	2025/3期4Q	2026/3期4Q	増減額
<b>負債合計</b>	<b>5,702</b>	<b>5,969</b>	<b>+266</b>
仕入債務	2,109	1,662	▲ 446
前受金	604	705	+101
工事損失引当金	101	83	▲ 18
退職給付引当金	194	220	+26
未払費用/税金	2,048	2,643	+594
<b>純資産合計</b>	<b>11,487</b>	<b>14,884</b>	<b>+3,397</b>
株主資本	11,341	14,669	+3,327
<b>負債純資産合計</b>	<b>17,190</b>	<b>20,854</b>	<b>+3,664</b>

# 2026年3月期 キャッシュフロー

- Ⅰ 営業CFは業績好調から27億増加。一方、投資CFは製品開発拠点用地取得などに伴いキャッシュアウトが拡大。その結果、FCFは赤字に
- Ⅰ ただし、これはこれまで盤石な財務基盤を成長投資に振り向けるとしてきたMRP1の想定通り。今後も財務規律を意識しつつ、成長に向けての投資には積極的に臨む方針

(百万円)	2024/3期 実績	2025/3期 実績	2026/3期 実績
営業キャッシュフロー	2,577	1,997	2,763
税前当期利益	2,629	4,198	6,127
減価償却費	157	174	176
債権債務増減	▲80	▲1,521	▲1,969
投資キャッシュフロー	▲401	▲261	▲3,341
設備投資	▲395	▲209	▲3,289
FCF	2,176	1,736	▲577
財務キャッシュフロー	▲265	▲499	▲846
有利子負債増減	▲33	▲18	▲14
新株発行	29	30	13
現金及び現金同等物 期末残高	4,497	5,739	4,308



日本の可能性を  
“縦の運び”  
で支える

# 2027年3月期決算見通し

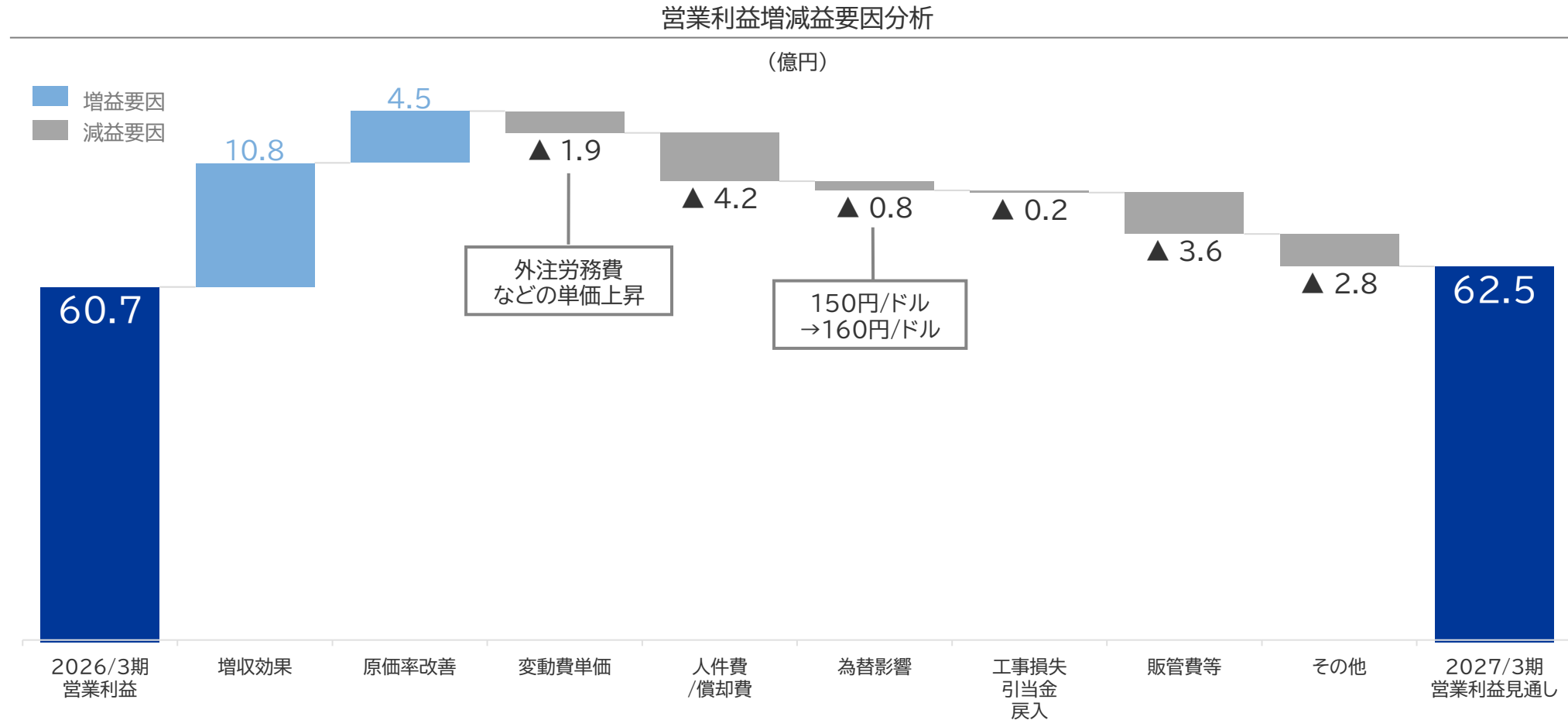
# 2027年3月期 業績見通し

- ┃ 4期連続の増収増益となり過去最高を連続更新の見通し。新設エレベーターの着工台数の減少を見込むものの、船舶用や入替、修理事件増加を想定
- ┃ ただし、営業利益率は24.6%と前年比低下を想定。依然として高い水準ながら、材料費・人件費・外注費などのコスト上昇を保守的に織り込み
- ┃ 予想前提は、販売台数で前年比26台減の393台、着工台数は55台減の405台。物流施設・倉庫の市場環境変化等に伴い、一時的な減少を見込む。期末保守台数は8,117台を想定。為替前提は160円/ドル

(百万円)	2025/3期 実績	2026/3期 実績	2027/3期 見通し	比較	
				対前年比	対前年差異
売上高	19,435	23,589	<b>25,400</b>	+7.7%	+1,810
製造・販売 (売上構成比)	10,440 (53.7%)	12,802 (54.3%)	<b>12,820</b> (50.5%)	+0.1%	+17
保守・修理 (売上構成比)	8,994 (46.3%)	10,786 (45.7%)	<b>12,580</b> (49.5%)	+16.6%	+1,793
営業利益	4,092	6,071	<b>6,250</b>	+2.9%	+178
営業利益率	21.1%	25.7%	<b>24.6%</b>	—	▲1.1pt
経常利益	4,198	6,127	<b>6,310</b>	+3.0%	+182
当期純利益	2,840	4,138	<b>4,420</b>	+6.8%	+281
新設エレベーター販売台数(台)	392	419	<b>393</b>	▲ 6.2%	▲ 26
新設エレベーター着工台数(台)	386	460	<b>405</b>	▲ 12.0%	▲ 55
エレベーター保守台数(台)*期末時点	7,445	7,727	<b>8,117</b>	+5.0%	+390

# 2027年3月期見通し 想定営業利益増減益分析

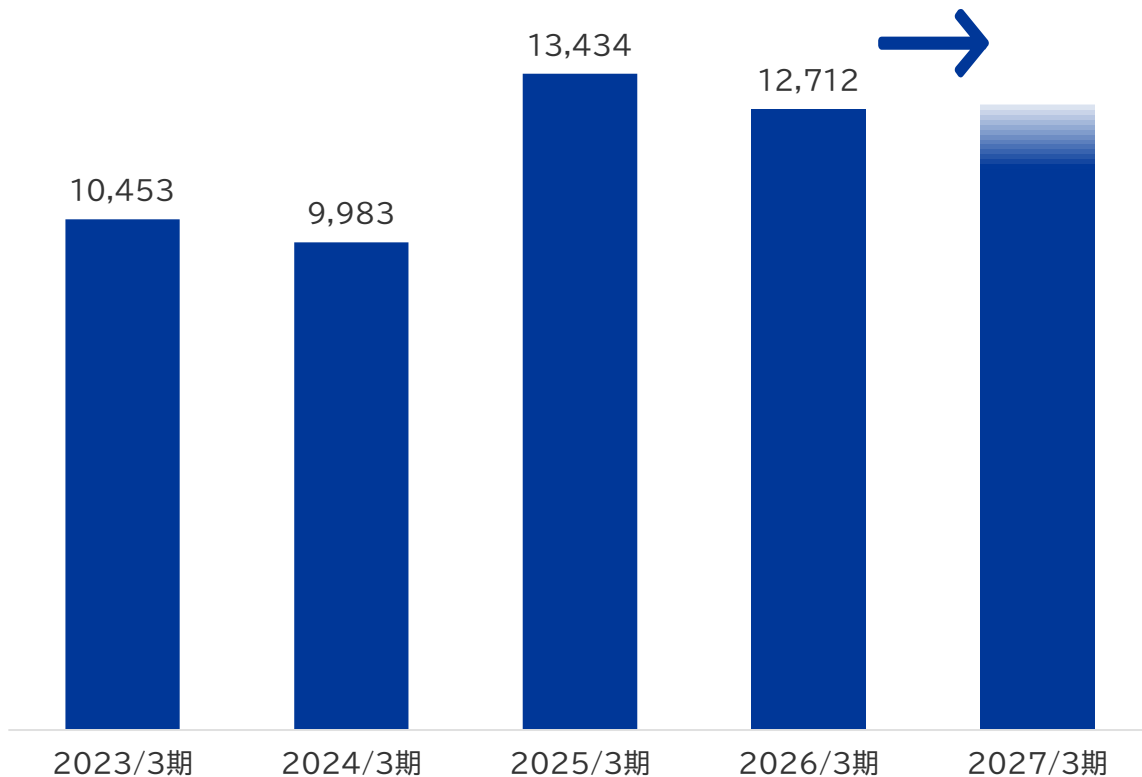
- 増益の牽引役は引続き増収効果と原価率改善。修理売上の増加に加え、船舶用、入替案件の増加を見込む
- 費用面では、変動費、人件費や償却費等の増加の他、新設エレベーターの期ずれや資材高騰を保守的に想定。増益幅の圧縮影響大きく、利益率は低下との見方を採る
- 為替前提は160円/ドル。営業利益の為替感応度は1円の円高でおよそ900万円のプラスインパクトと試算



- 新設エレベーターの製造・販売における今期の受注は前期比横ばい程度を見込む。大型製品などの実需は引続き順調ながら、建設コストの上昇や工期遅れなどから発注ペースの鈍化を保守的に想定。微減となった前期と併せ、一時的に需給調整の局面になると見込む
- 一方、保守・修理における受注は前期比で増加を見込む。前期の受注は4Qに本来計上されるはずの案件が翌1Qにずれ込んだこともあって横ばい圏にとどまったものの、今期はその反動から大幅に増加する見通し

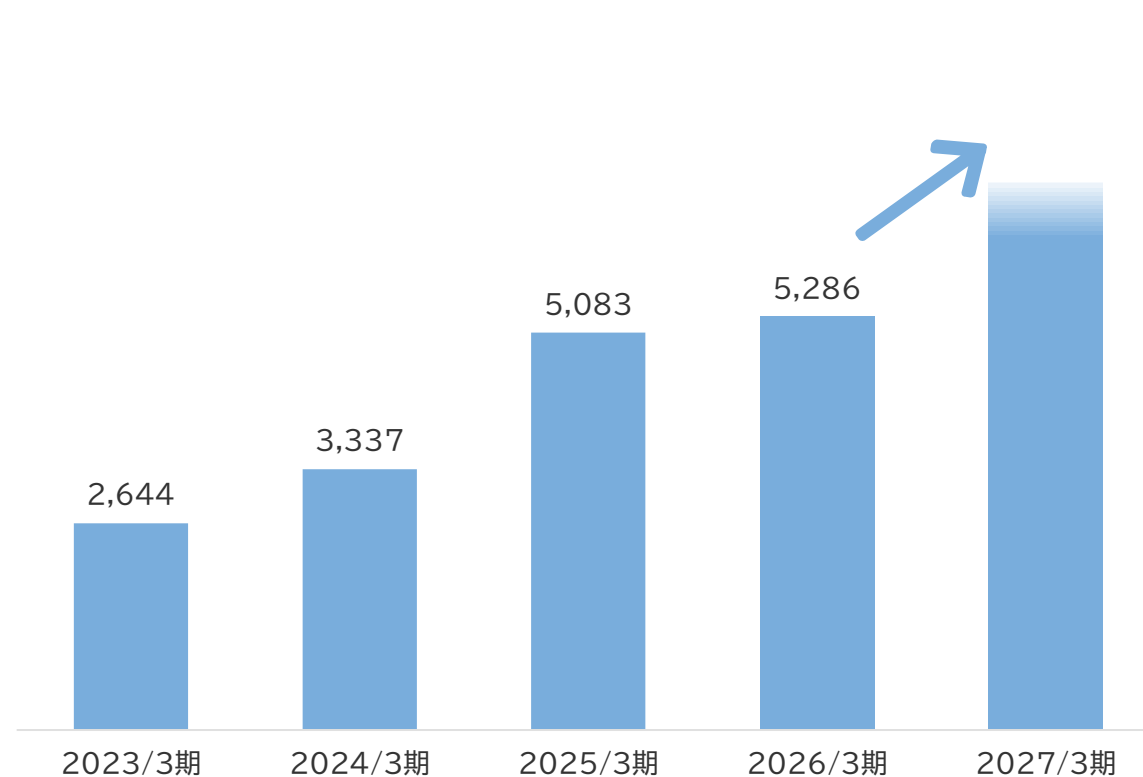
新設エレベーター(船舶用を除く)受注見通し

(百万円)



保守・修理受注見通し

(百万円)



# 2027年3月期 半期別業績見通し

- Ⅰ 下期は上期比で増収増益の見通し。製造・販売では新設エレベーターの着工台数は減少を見込むも、船舶用と入替の売上高増加を想定。保守・修理は、修理案件の増加を想定
- Ⅱ 営業利益率は上期比で横ばいの見通し。保守・修理の売上構成比率の上昇を見込むものの、材料費・外注費等のコストアップを想定

(百万円)	2026/3期		2027/3期見通し		2027/3期見通し 上/下比較	
	上期	下期	上期	下期	変化率	変化額
売上高	10,777	12,811	12,170	13,230	+8.7%	+1,060
製造・販売 (売上構成比)	5,737 (53.2%)	7,064 (55.1%)	6,250 (51.4%)	6,570 (49.7%)	+5.1%	+320
保守・修理 (売上構成比)	5,039 (46.8%)	5,747 (44.9%)	5,920 (48.6%)	6,660 (50.3%)	+12.5%	+740
営業利益	2,568	3,503	3,000	3,250	+8.3%	+250
営業利益率	23.8%	27.3%	24.7%	24.6%	—	
経常利益	2,605	3,522	3,030	3,280	+8.3%	+250
当期純利益	1,771	2,366	2,120	2,300	+8.5%	+180
新設エレベーター販売台数(台)	148	271	208	185	▲ 11.1%	▲ 23
新設エレベーター着工台数(台)	198	262	207	198	▲ 4.3%	▲ 9
エレベーター保守台数(台)	7,603	7,727	7,967	8,117	+1.9%	+150

- 2026/3期は11月時点の予想から8円増配の年59円配(中間配20円、期末配39円)を予定(2分割実施前)。配当性向は25.1%
- 2027/3期は更に配当積み増し。中間配、期末配それぞれ19円で年間38円を計画(2分割実施後)
- 中期的に目安とする配当性向は従来の25%程度から30%程度へ引き上げ。成長投資と経営体質強化に必要な内部留保を確保しつつ、安定的な配当と配当性向の着実な向上を追求

## 1株当たり情報の推移

(円 銭)	2022/3期 実績	2023/3期 実績	2024/3期 実績	2025/3期 実績	期初想定 (5/12)	2026/3期 修正想定 (11/7)	実績	2027/3期 予想
1株当たり当期純利益*	37.44	18.51	49.21	81.07	83.04	101.54	117.47	125.28
1株当たり配当金* (うち、中間配当)	7.5	7.5	10.0	19.0	21.0 (9.0)	25.5 (10.0)	29.5 (10.0)	38.0 (19.0)
配当性向	20.0%	40.5%	20.3%	23.4%	25.3%	25.1%	25.1%	30.3%

※分割考慮後の数値を記載(2022年1月4日付で普通株式1株につき5株の分割を、2026年3月31日付で1株につき2株の分割を、それぞれ実施)

日本の可能性を  
“縦の運び”  
で支える

# 中期経営計画 -Moriya Re-acceleration Plan 2-

# 前中期経営計画(MRP1)の振り返り

- 売上高は順調に伸長し、修正目標の250億円には届かなかったものの、当初目標の210億円を1年前倒しで達成
- 営業利益は利益率の改善により修正目標を大幅に超過達成
- EV着工台数は、建設工期の遅れの影響で新設EV着工台数が予想を下回り未達

## Moriya Re-acceleration Plan 1

(百万円)	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期	2027/3期		2026/3期実績対 2027/3期目標比較	
					当初目標	修正目標*	対修正計画比	対修正計画差異
売上高	15,416	17,527	19,435	<b>23,589</b>	21,000	25,000	▲ 5.6%	▲ 1,410
営業利益	777	2,593	4,092	<b>6,071</b>	2,600	<b>4,500</b>	+34.9%	+1,571
営業利益率	5.0%	14.8%	21.1%	<b>25.7%</b>	12.4%	<b>18.0%</b>	—	+7.7pt
新設/入替/船舶 EV着工台数	512	498	471	<b>543</b>	600	620	▲ 12.4%	▲ 77

前倒し達成

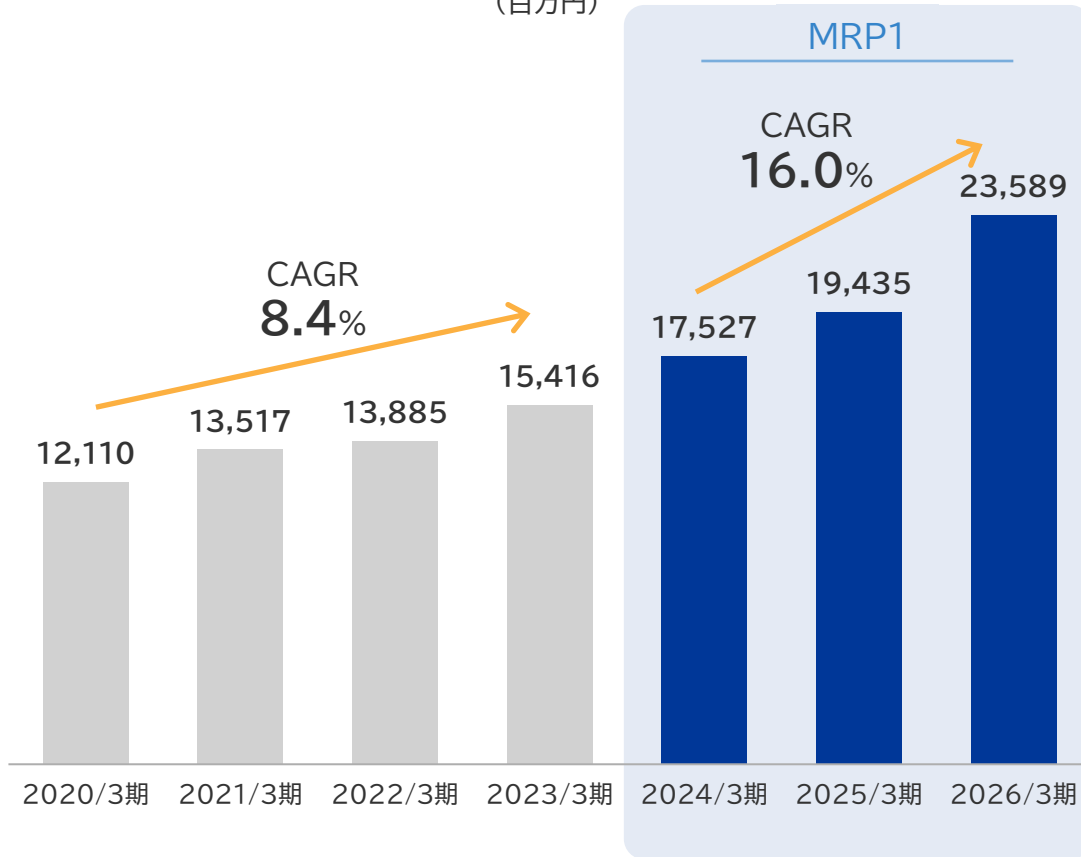
\*2024年11月11日公表

# 売上高・営業利益の推移

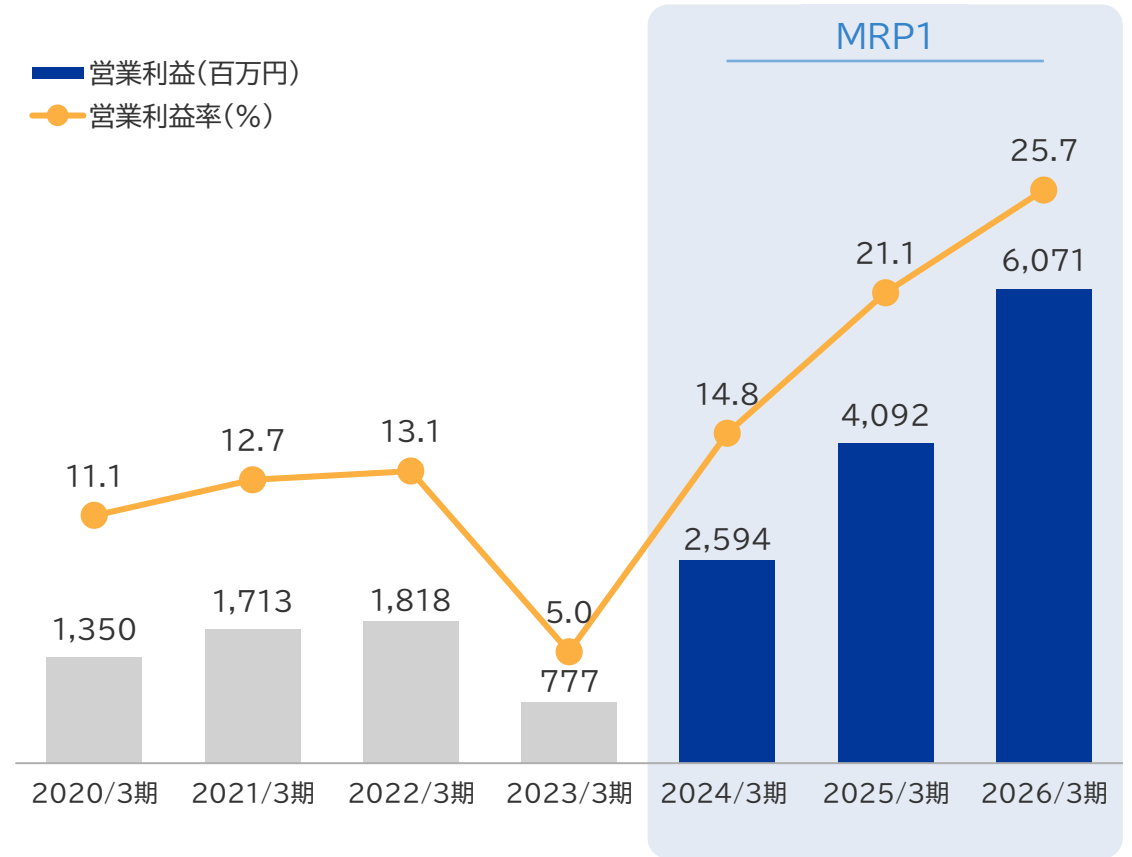
- MRP1期間の売上の年平均成長率は16%。それまでの8%成長と比較して、急加速を実現。半導体工場など国内の大型投資拡大といった追い風を大型エレベーターに強い当社の比較優位性でフルに享受。製造能力の着実な拡大と保守需要の取込み進捗なども成長加速要因に
- 損益的にも、MRP1期間は大きく水準を引上げ。営業利益率は25%に達し、製造業としても出色の水準を実現

売上高推移

(百万円)

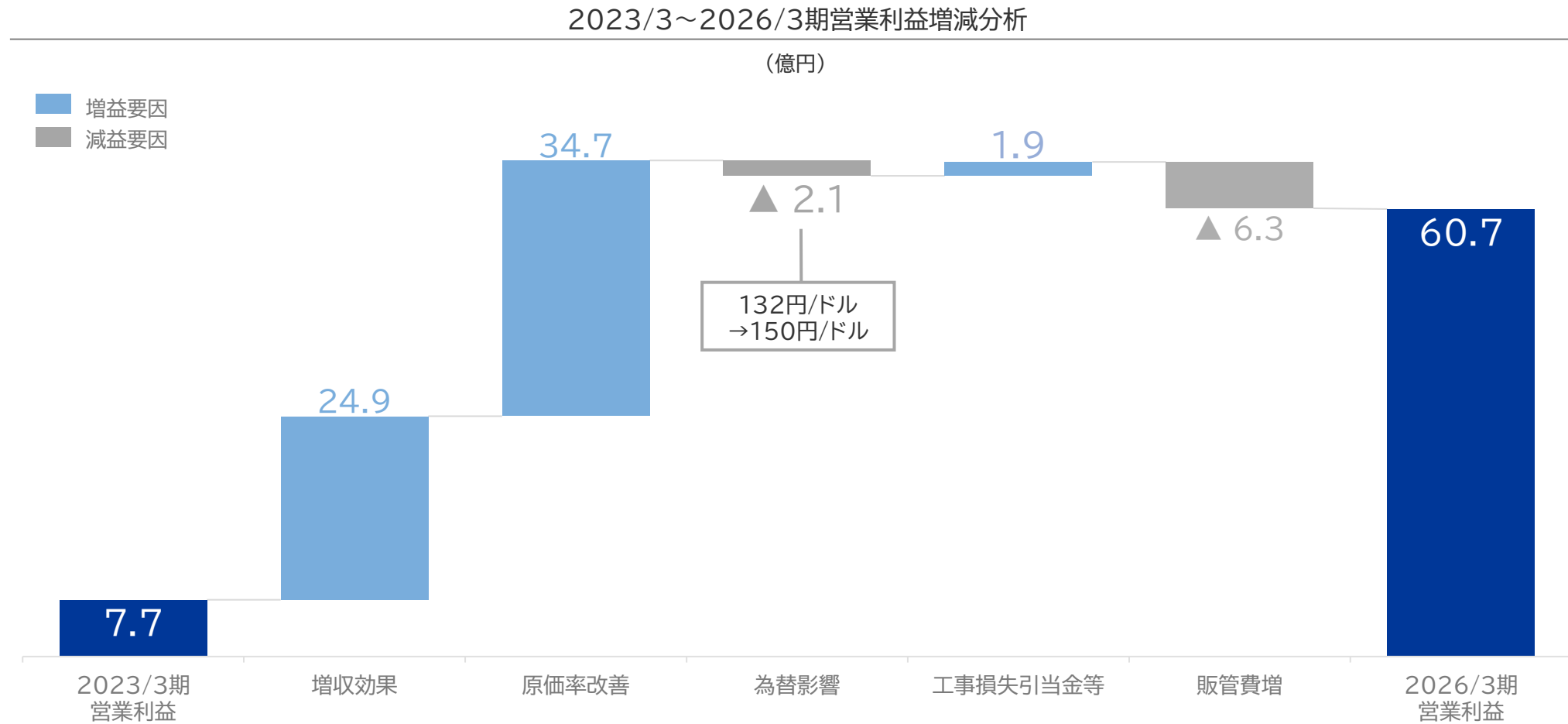


営業利益・営業利益率の推移



# MRP1の営業利益増減分析

- MRP1期間の増益牽引役は、原価率改善と増収効果
- 製造・販売では、販売価格の見直しに加え、新設エレベーターの中・高価格帯へのシフトピッチ加速が貢献
- 保守・修理では、保守台数の着実な積み上げと、保全修理案件の積極的な提案営業が寄与



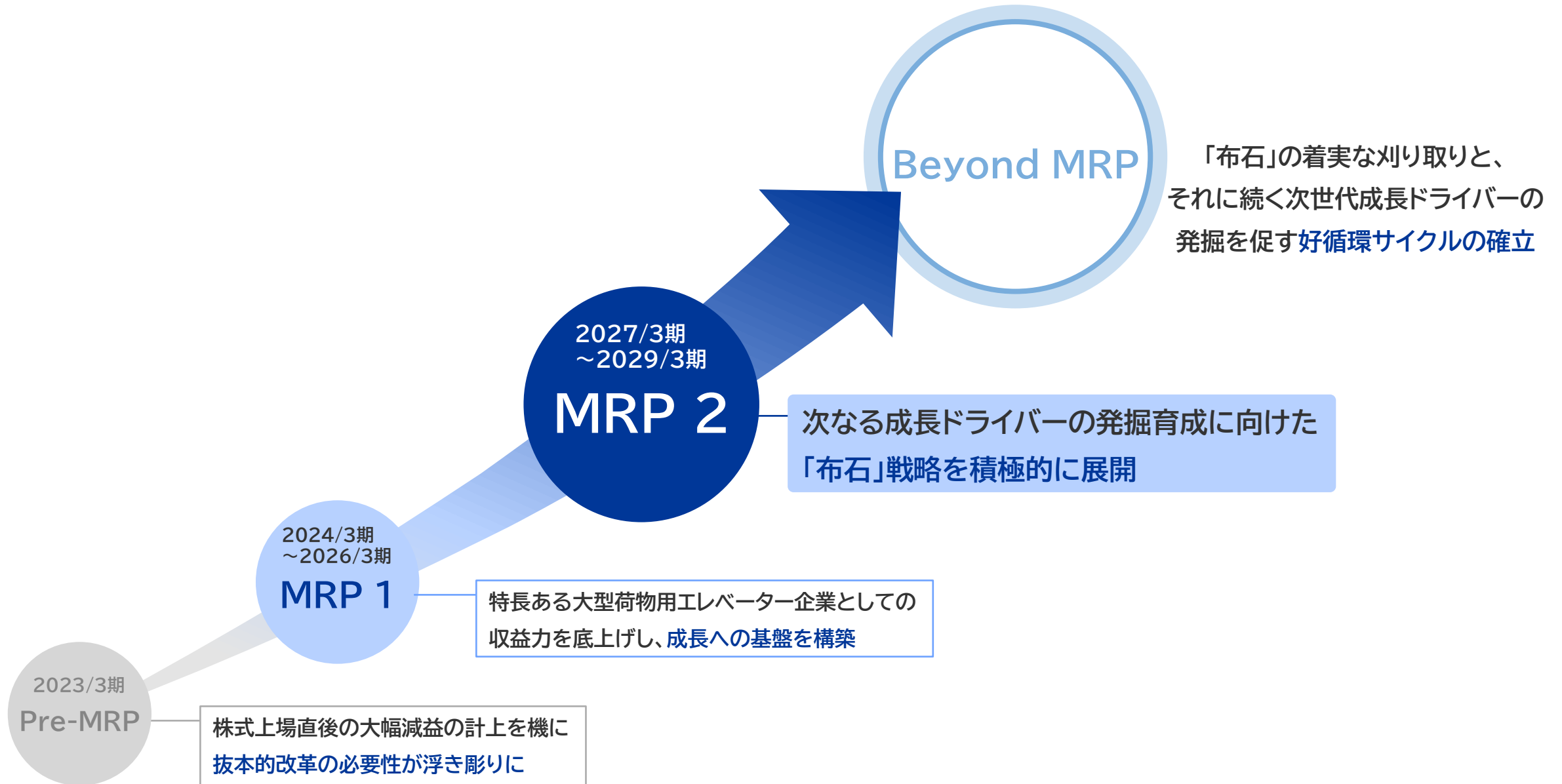
基本方針	主要施策	成果	積み残し課題
EV販売台数の拡大と保守台数の積上げ加速	生産能力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>工場の新增設により、年間着工600台体制の整備完了</li> </ul>	
	据付人員の増員	<ul style="list-style-type: none"> <li>9班増班し、56班体制を確保 ※2名/班</li> </ul>	
	営業人員の増員	<ul style="list-style-type: none"> <li>大都市圏を中心に15人体制整備し、営業力強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業推進機能の強化、入替営業の増員</li> </ul>
部品製造・保守の内製化による競争力強化	自社規格の導入	<ul style="list-style-type: none"> <li>操作盤・油圧装置等に自社規格導入。部品安定供給に寄与</li> </ul>	
	製造プロセスの内製化	<ul style="list-style-type: none"> <li>芳賀工場の新設により、焼付塗装工程内製化完了</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>製造各拠点の最適化、老朽化設備の更新</li> </ul>
	自社保守拠点の拡充	<ul style="list-style-type: none"> <li>2拠点(北摂・東海)を新設 ※目標は3拠点</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>拠点拡充に向けた自社要員の確保・育成</li> </ul>
新市場への参入準備	エレベーターの横展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>船舶用エレベーターの韓国市場へ参入し、大型受注を獲得</li> <li>人荷用エレベーターの販売拡大に向けた準備・検討開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コストダウンによる価格競争力の強化</li> <li>市場ニーズに合った製品の開発</li> </ul>
	エレベーターの周辺展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品・保守関連情報の一部データベース化など、DXに着手</li> <li>物流センターの自動化・高度化への対応(AGV連携など)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社内DXのさらなる推進</li> <li>生成AIなど、最新デジタル技術の活用</li> </ul>

## Moriya Re-acceleration Plan 1 (MRP1)

を通じて見えてきた、新たに取り組むべき経営課題



- 次なる成長ドライバーのための投資(“種蒔き”)
- 生成AIや最新のデジタル技術の活用
- 持続的な企業価値向上に資する人材の確保・育成



MRP1で見えてきた新たに取り組むべき経営課題

次なる成長ドライバー発掘のための投資

生成AIや最新のデジタル技術の積極的活用による進化

持続的な企業価値向上に資する、人材の確保



## “Moriya Re-acceleration Plan 2” (MRP2)

MRP2テーマ

「安定」と「挑戦」のバランスを取りつつ  
中長期的な企業価値向上を目指す

**安定**

利益の源泉として既存事業を強化し、  
いかなる環境下でも  
一定の利益水準を確保

**挑戦**

将来の成長ドライバーとなるような  
新規事業への着手

## 基本方針

1

既存事業における  
高付加価値化と  
規模拡大の追求

2

生産・技術力の高度化と  
デジタル活用による  
コスト競争力強化

3

エレベーターの  
横展開を目指した  
新規事業への種まき



4

持続的な企業価値向上に資する、人材の確保・育成

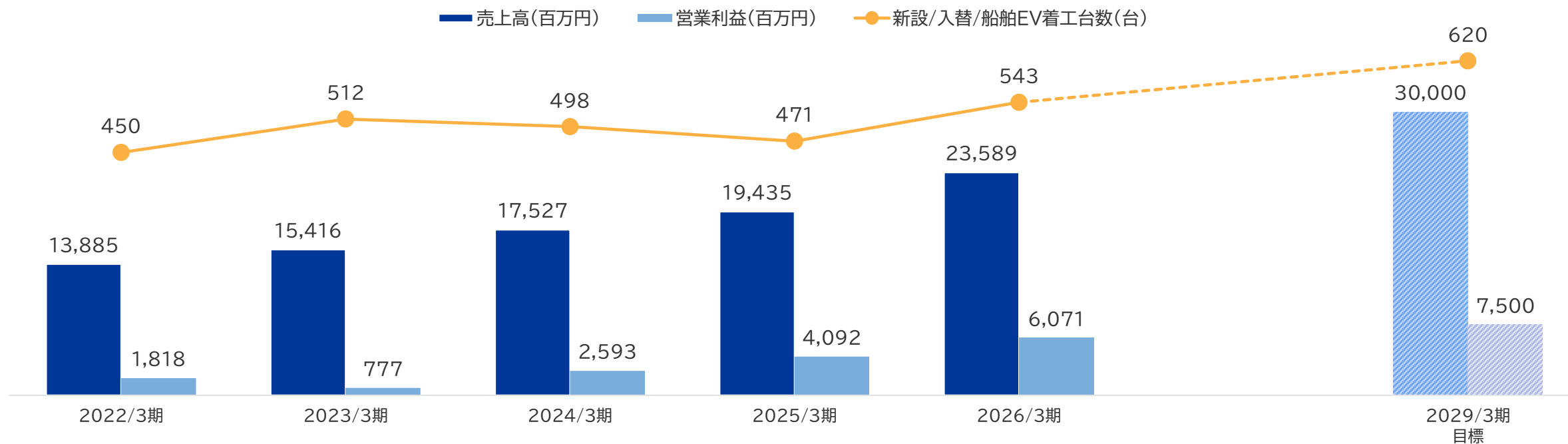
- Ⅰ 物流施設・倉庫の市場環境変化等に伴い、一時的に着工台数と製造・販売の売上高の伸びは鈍化
- Ⅱ MRP2期間の平均成長率も、前中計を下回るものの、いかなる環境下でも一定の利益水準を確保できる基盤の構築を図りつつ、次なる成長に向けての布石を展開

## MRP2目標 (2029/3期)

売上高 **300**億円

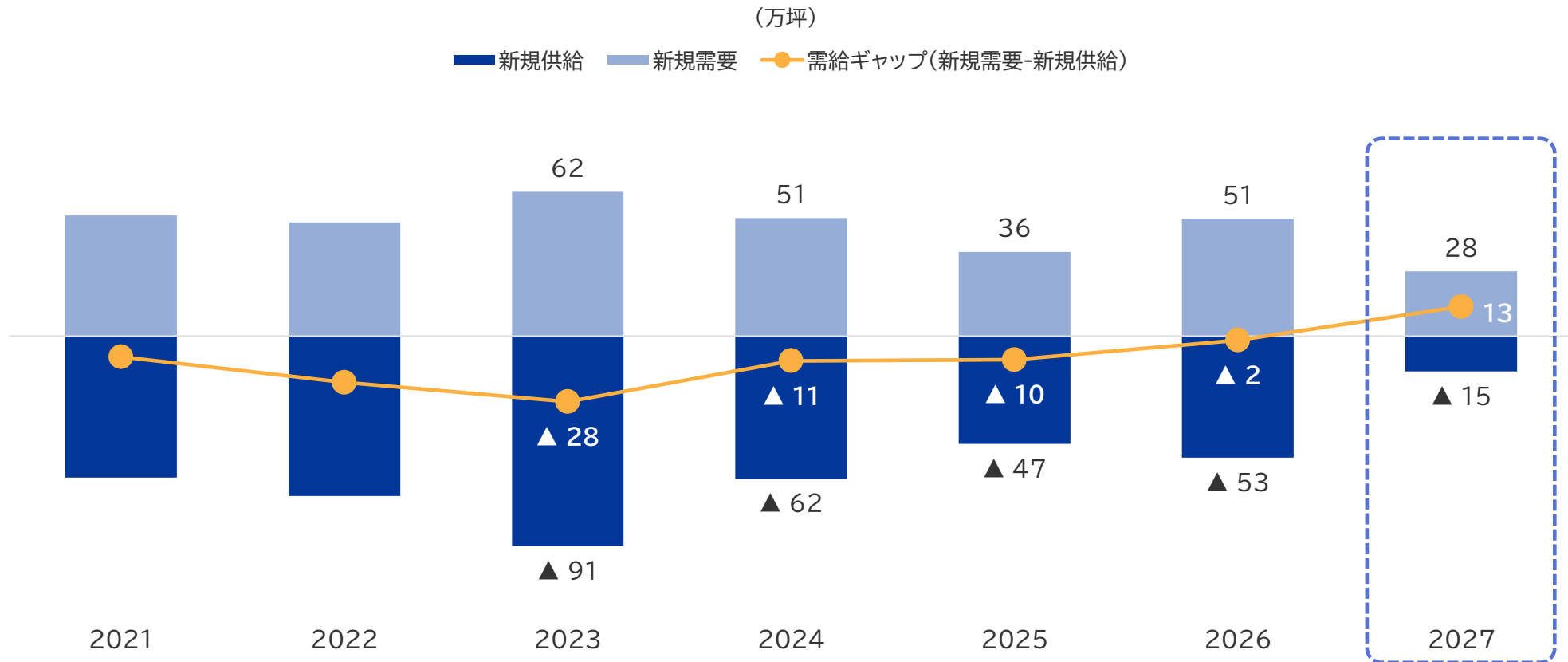
営業利益 **75**億円

EV着工台数  
(新設・入替・船舶) **620**台



- 事業環境を予測するうえで重要な指標となる首都圏大型マルチテナント型物流施設の需給状況は、2026年より急速に需給タイトとなる見通し。大型再開発PJを中心に建設需要は底堅いものの、資材価格高騰や人手不足を背景とした建築計画の遅れや見直しが出始めている
- 当社の荷物用エレベーターもその影響は不可避。物流施設・倉庫における供給調整は、当面の新設エレベーターの売上動向に影響を及ぼす
- ただし、当社の受注残は積み上がっており、一時的な調整環境が解消されるまで、受注残の消化で凌ぐケースも想定する必要あり

首都圏大型マルチテナント型物流施設の需給ギャップの推移

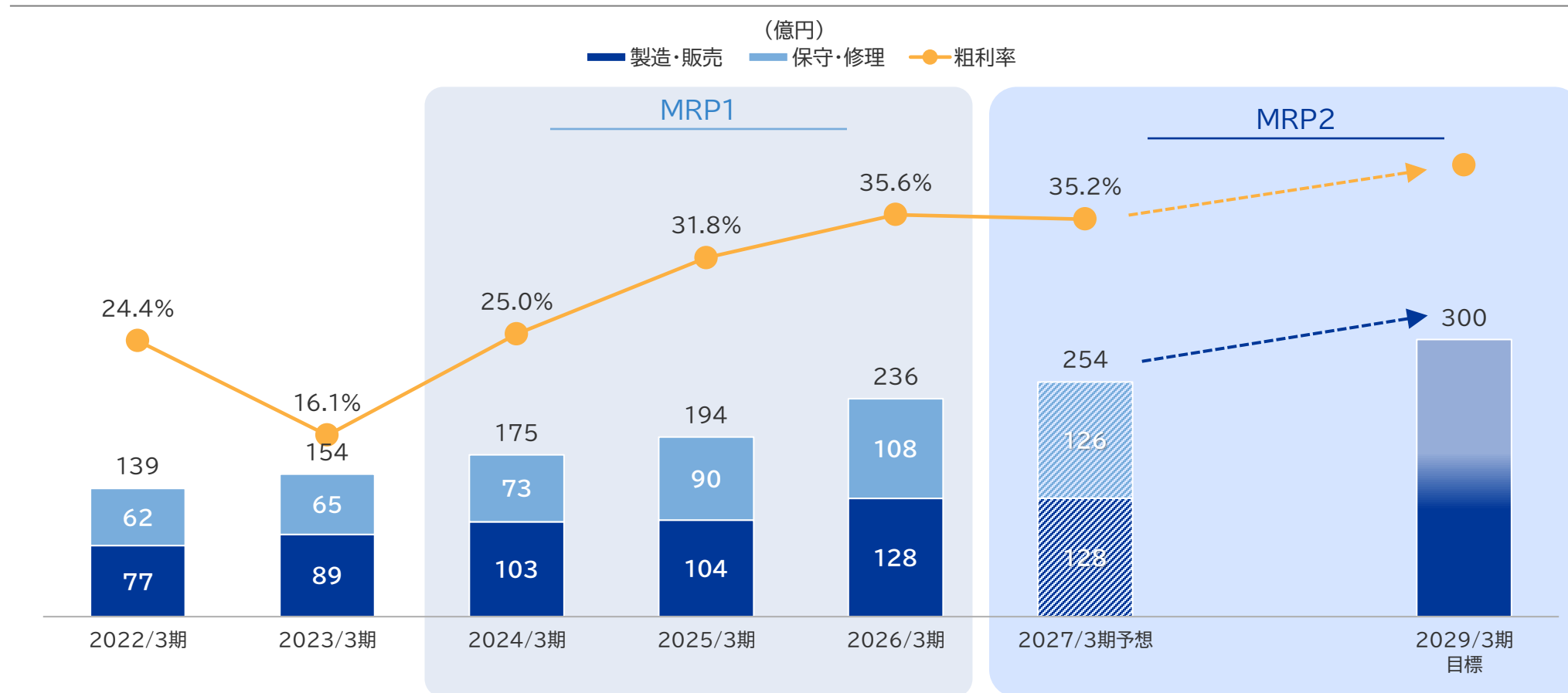


出所:CBRE公表資料(2025年8月時点)より当社作成

# 基本方針① 既存事業における高付加価値化と規模拡大の追求

- 供給抑制条件下ながら、豊富な受注残や新たな市場開拓を進め、製造・販売は堅調な推移を想定
- 一方、保守・修理は安全・安定稼働のニーズが高まっており、引き合いはさらに増加すると予想。MRP2ではこの領域が売上拡大を牽引する見通し

既存事業の収益想定

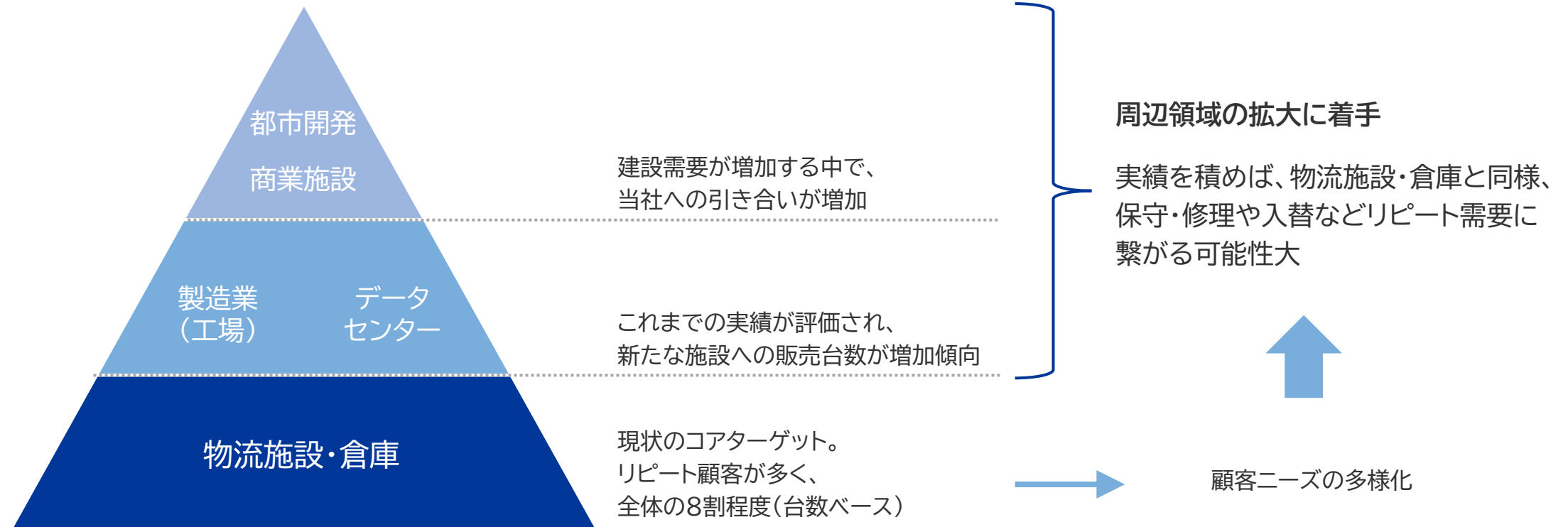


# 基本方針① エレベーター製造販売の販路拡大

- 物流施設・倉庫が現状のコアターゲット。顧客ニーズの多様化を受けて、製造業・データセンター・都市再開発などの新たな案件が増加。これらの周辺領域を拡大していく絶好の機会と位置づけ
- 新設エレベーターで実績を積み、保守修理や入替などのリピート需要に繋がるビジネス。物流施設・倉庫に続く周辺領域の拡大を目指す

## 市場環境の変化への対応

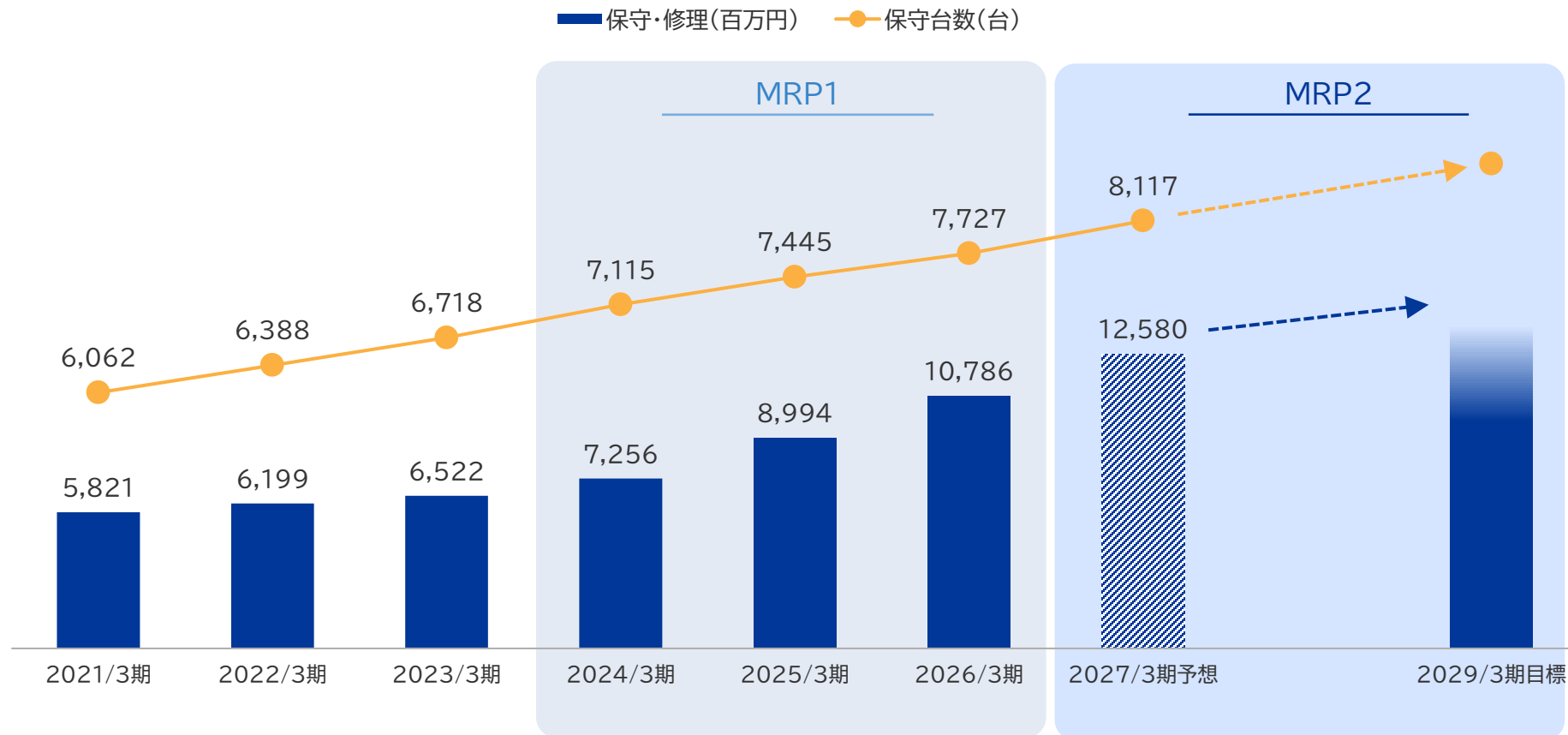
【当社エレベーターの主な販売先】



# 基本方針① 保守・修理売上高の拡大

- 2025/3期から着手している「予防保全」を目的とした修理の提案営業を更に強化。故障発生時の顧客の経済的リスクへの懸念の高まりを追い風に、保守・修理事業が既存事業売上拡大の牽引役を果たす見通し
- 対象となる保守台数は、製品納入実績に伴って着実に増加。MRP1で15%増大となっており、MRP2でも同程度の積上げは十分射程圏と想定

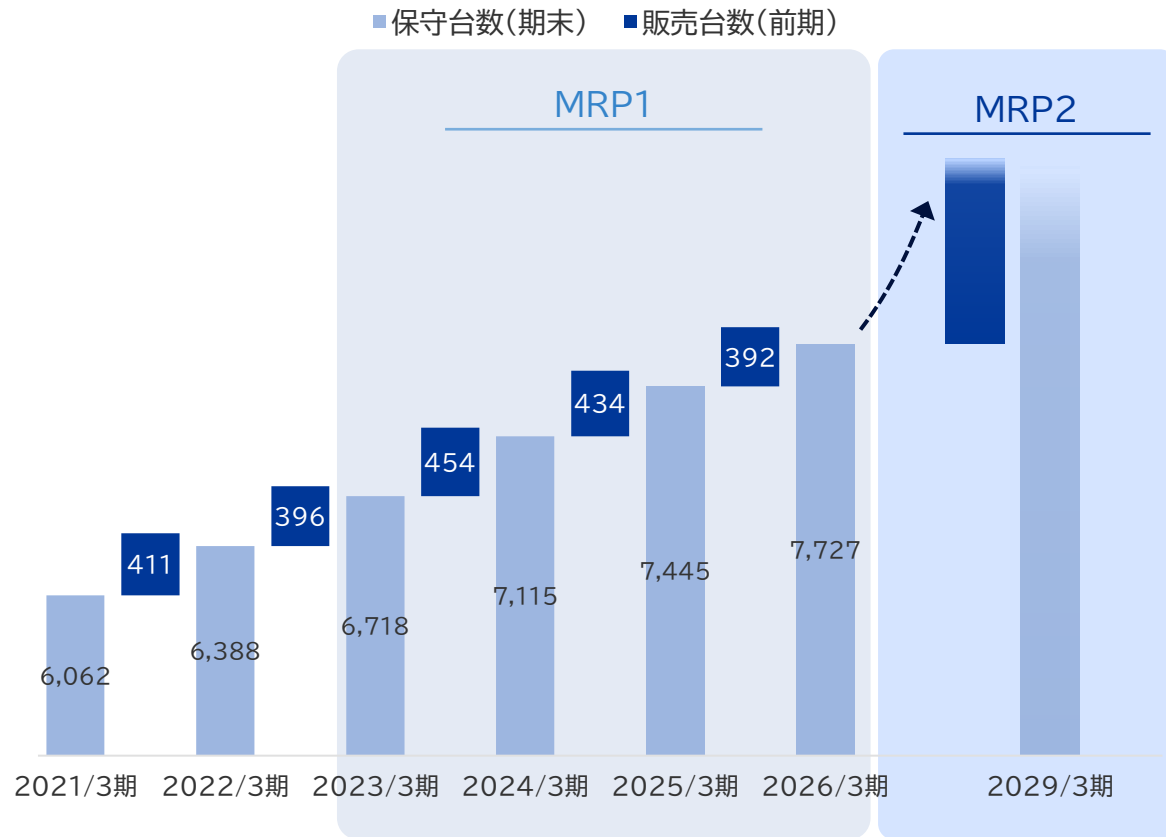
保守・修理売上の持続的な拡大



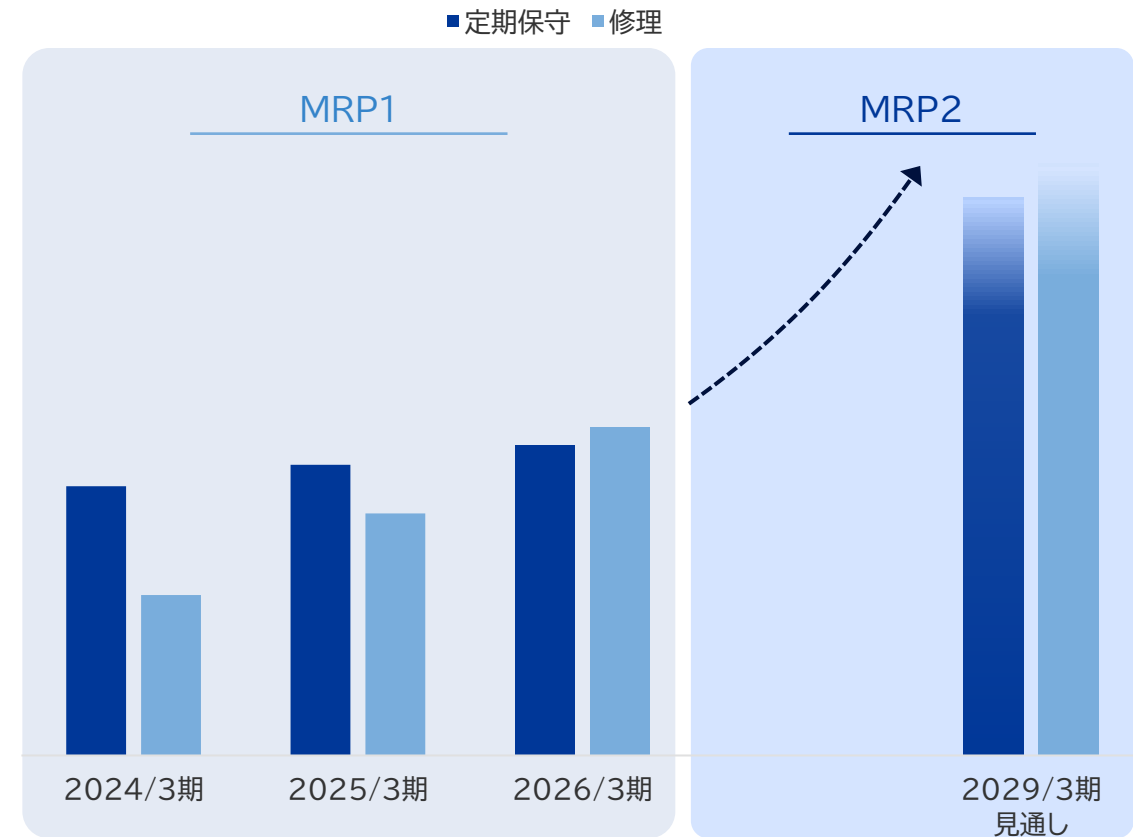
# 基本方針① 保守・修理売上高の数量アプローチ

- エレベーター保守台数は基本的に毎年の販売台数がそのまま積み上がる構造。豊富な受注残を考えれば、保守台数の積上げトレンドは当面継続
- 修理売上は保守売上に匹敵する水準まで上昇し、今後もその上昇ピッチは継続の公算

保守台数の推移



修理売上高の拡大



# 基本方針② 生産・技術力の高度化とデジタル活用によるコスト競争力強化

- I トップラインの追求と同時に、コスト競争力の更なる強化もMRP2の目標達成には不可欠。生産体制、研究開発、デジタル技術の3領域に総額60億円程度を投じ、競争力の強化を図る
- I 生産体制では、新規取得の敷地・施設の活用や設備集約による最適化を図る。研究開発では第2テストタワー建設を計画。デジタル技術の活用により、データベースの一元管理などを通じて、特に保守サービス機能の高度化を推進

## 生産体制の最適化

投資額想定  
10億円

- 2025年12月に取得済の敷地・施設を積極的に活用し、既存工場の生産機能の最適化を推進
- 併せて、現在本社工場周辺に点在している倉庫を整理し、同施設内に集約することで効率化を図る

## 研究開発の促進

投資額想定  
30億円

- 製品品質の向上とコストダウンを両立するための研究開発を加速。多様化する顧客ニーズへの対応力を高める
- 荷物用・船舶用以外の周辺領域のエレベーターについても、研究開発に着手
- 本社工場内のテストタワーに加えて、新規取得済用地に「第2テストタワー」の建設を計画（2029/3期末に竣工予定）

## デジタル技術の活用

投資額想定  
20億円

### デジタル基盤の強化

- 社内業務のデジタル化を推進し、部門間での連携を高めるための基盤整備に努める
- 同時に、業務の効率化と生産性の向上に繋げる

### 保守サービスの高度化

- メンテナンス機器に関する情報のデータベース化により、当社製エレベーターの稼働状態を的確に把握することで、保守サービスの高度化・効率化を図る
- 自社保守体制の強化により、さらなる安全性の向上と安定的なサービスを提供

### 顧客接点のデジタル化(保守サービス)

- デジタル技術の積極的な活用により、顧客情報や保全情報を一元化して、顧客接点の進化を図る
- 顧客との継続的な関係強化により、単なるメンテナンスのみにとどまらない、高付加価値のサービスを提供

# 基本方針③ エレベーターの横展開を目指した新規事業への種まき

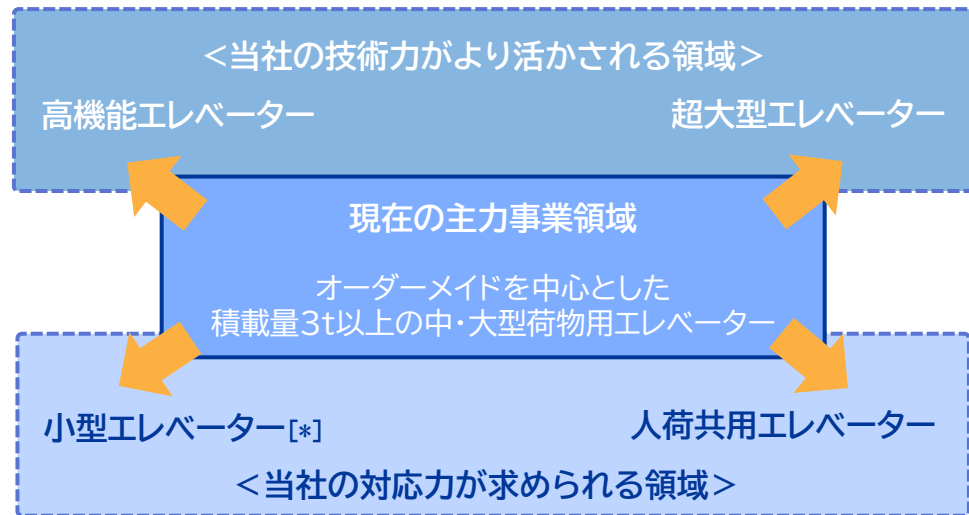
- 主力製品である荷物用エレベーターの横展開として、当社ならではの付加価値エレベーター需要に注力
- 同時に、納入実績の蓄積から引き合いの増えつつある小型・人荷共用エレベーター領域への拡大を目指す
- さらに、次世代エレベーターや自動化・ロボット化と連携したエレベーターなどの技術開発を深掘り。MRP2以降の市場拡大に向けての準備を開始

投資額想定  
20億円

## 荷物用エレベーターにおける「周辺領域」への展開

## 次世代エレベーター機能の開発

- 現在の主力製品である中・大型荷物用エレベーターで培ってきた技術力・販売力を活かして、あらたにその周辺領域への拡大を目指す



- 生成AIやデジタル技術を活用した新機能の開発に着手。当社製エレベーターの付加価値をさらに高め、市場競争力を強化
- 併せて、エレベーターの安全性・利便性の向上を図り、顧客からの信頼獲得を目指す

## 自動化・ロボット連携への対応

- 物流施設・倉庫や工場における「自動化」の進展を見据え、搬送ロボット(AGV)など各種設備との連携を視野に入れた製品・技術の開発を推進
- 物流インフラのDXが進化する中で、多様化する顧客ニーズにも的確に対応することで、新たな市場開拓の可能性を探る

[参考]自動搬送機とエレベーターの連携



(イメージ図[AI作成])

\* 当社における「小型エレベーター」とは積載量1t~2t程度の製品を指します

(例) 商業施設・工場等に設置されている人と台車・カート等が乗降するエレベーター



(イメージ図[AI作成])

# 基本方針④ 持続的な企業価値向上に資する人材の確保・育成

- Ⅰ 持続的な企業価値向上において、人材は最大の資産。人材の確保・育成にむけて積極的な投資を行う
- Ⅰ 多様な人材の確保とともに、各々の能力を最大限に発揮できる育成環境の整備も必須。働きがいのある企業風土を醸成し、社員の定着を図る

## 人材の確保

投資額想定  
20億円

## 人材の育成・定着

- 事業特性に適応した人材ターゲットの明確化  
(戦略的な採用方針。特に成長領域への重点的な投入)
- 持続的成長に向けた次世代・中核・専門人材の確保  
(DX、AI、電子工学、設計など)
- 採用競争力の強化  
(「選ばれる企業」としての認知度の向上、採用活動の強化など)
- 従業員待遇の改善  
(業績向上に連動したベースアップ・新卒初任給、福利厚生制度の充実など)

- 中長期視点での人材育成体系の構築  
(社内研修プログラムの充実、外部講習の活用など)
- 将来のマネジメントを担える次世代リーダーの育成  
(社内人材の“棚卸し”、中途採用の強化、多様な人材の登用など)
- 技術力・専門性の継承  
(専門スキル・知見の共有、マニュアル化など)
- ワークライフバランスを基盤とした柔軟な働き方の推進  
(女性・シニア層の活躍促進、各種休暇休業制度活用の啓蒙など)
- 職場環境の改善  
(DX推進による業務効率化、安全で機能的な設備の設置・整備など)

[参考] 当社新卒初任給水準の推移

(単位：円)

	23年4月	24年4月	25年4月	26年4月	増加率*1	比較 *2
4大卒	223,150	235,150	252,150	270,150	+21.1%	239,280
高卒	198,000	210,000	227,000	245,000	+23.7%	198,173
採用者数	3名	2名	10名	12名	+300.0%	---

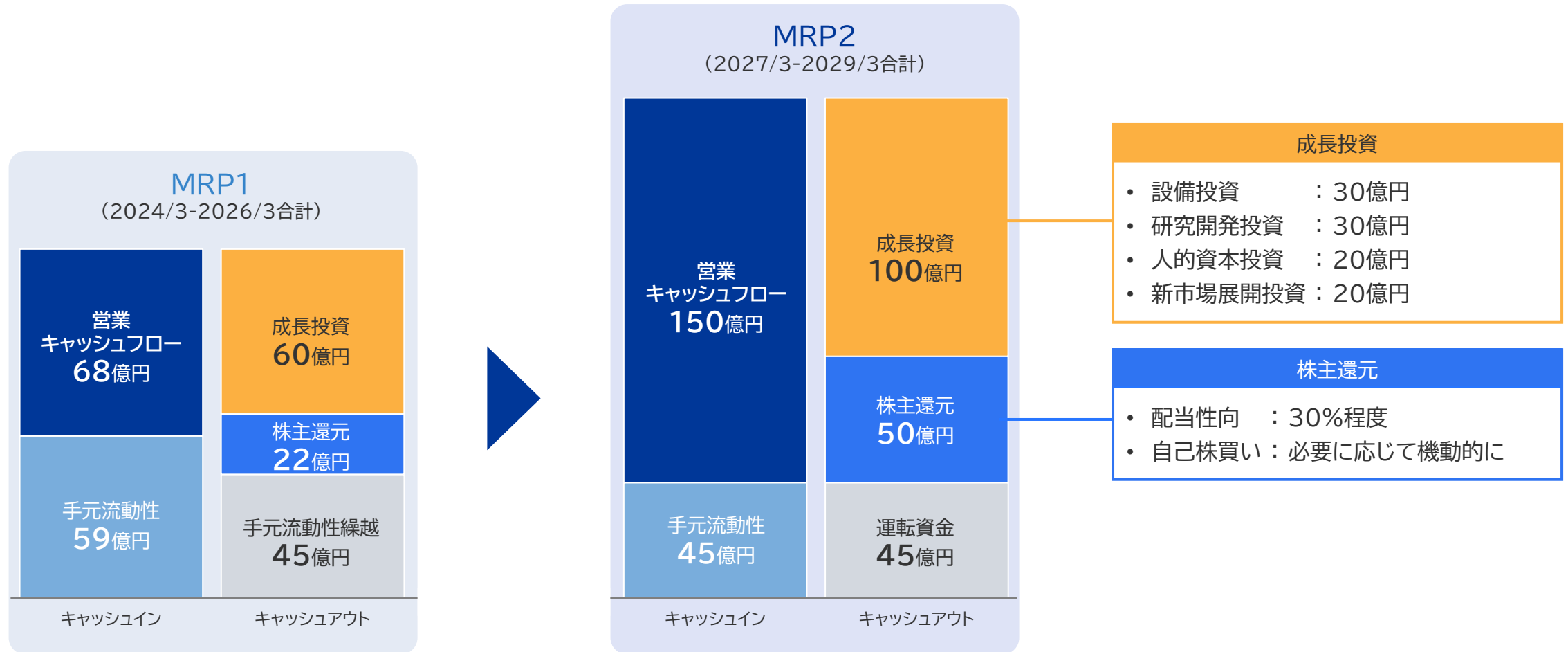
\*1 増加率：23年⇒26年 \*2 比較：全産業平均[25年4月実績 産労総合研究所調査]

[参考] 当社「社内技術研修」の主な講座例

- ・「昇降機に関する法令概要」・「労働安全衛生関連法令」・「建築の基礎知識」
- ・「昇降機工学」・「基礎電気工学」・「基礎電子工学」 など

# キャッシュアロケーション

- MRP2ではMRP1の基盤を存分に生かしつつ、MRP3以降の果実獲得に向けた成長投資を行うフェーズ
- 創出した営業キャッシュフローは、コスト競争力強化や新市場展開に向けた研究開発投資および人的資本投資に充当の方針
- 株主還元は、中期的に目安とする配当性向を従来の25%程度から30%程度へ引き上げ。自己株買いは必要に応じて機動的に実施



日本の可能性を  
“縦の運び”  
で支える

# Appendix

- 1 エレベーターの製造・販売は、荷物用などの国内向けエレベーターの新設、入替、国内外向け船舶エレベーターの3サービスで構成。  
主力は荷物用エレベーター
- 1 荷物用エレベーターは耐久性、堅牢性、結露対策などで乗用に比べてより厳しいスペックが特徴。  
船舶用も耐振動性や耐衝撃性、防錆・防沫性能が必須という製品群

エレベーター製造・販売事業売上高内訳

区分		内容
エレベーター	新設	新しく建設された建物に設置したエレベーターの売上 ※小口追加工事売上等含む
	入替	老朽化した他社製含む既存エレベーターの入替売上
船舶用エレベーター		船舶用エレベーターの売上

主な製品



荷物用エレベーター

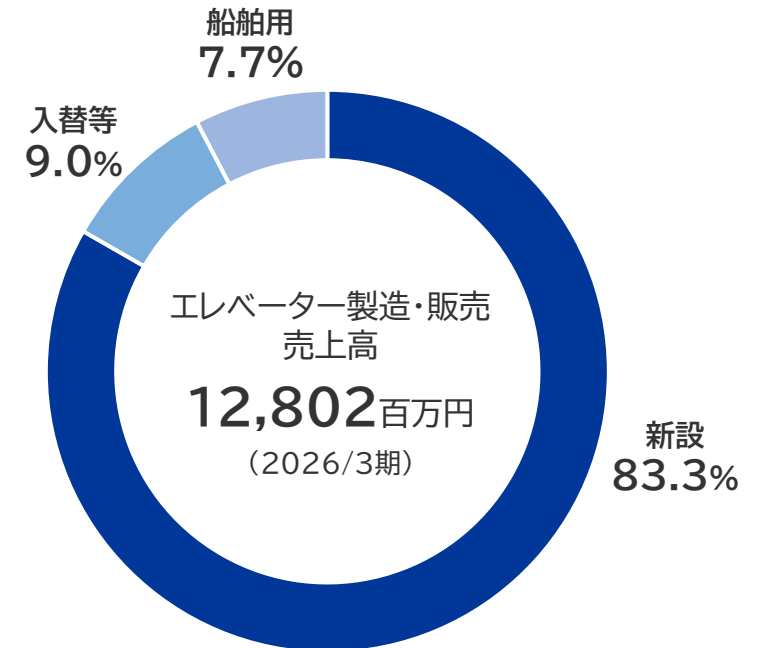
荷物の運搬を目的とするもので、耐久性、堅牢性、冷凍・冷蔵倉庫での結露対策といった使用環境に応じた性能・機能を完備



船舶用エレベーター

一般建築物用とは異なり、船の振動や衝撃にも耐えうる構造や防錆、防沫性能を備えた設計  
海上で長期間使用されるため、保守契約は行わない

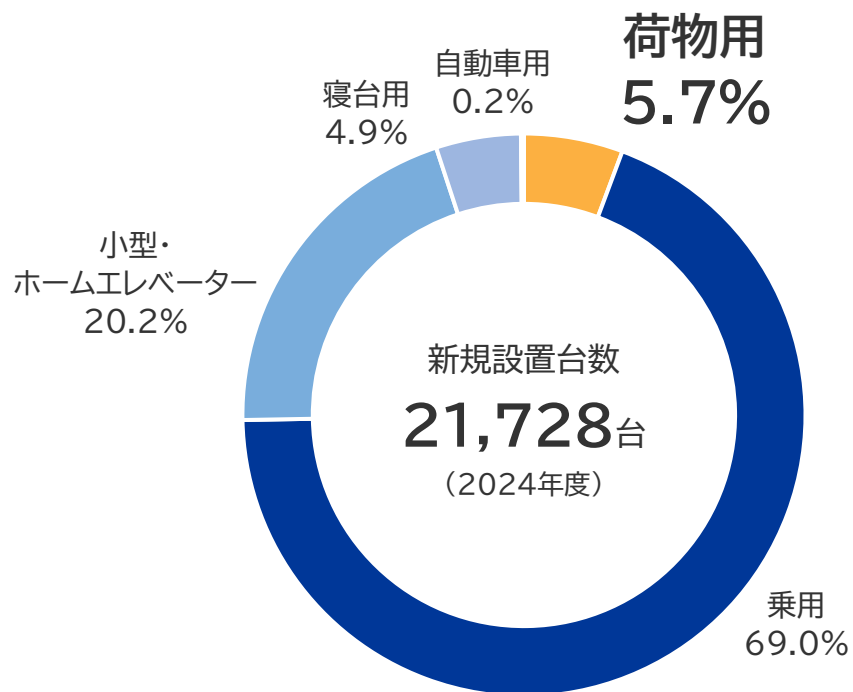
エレベーターの売上区分



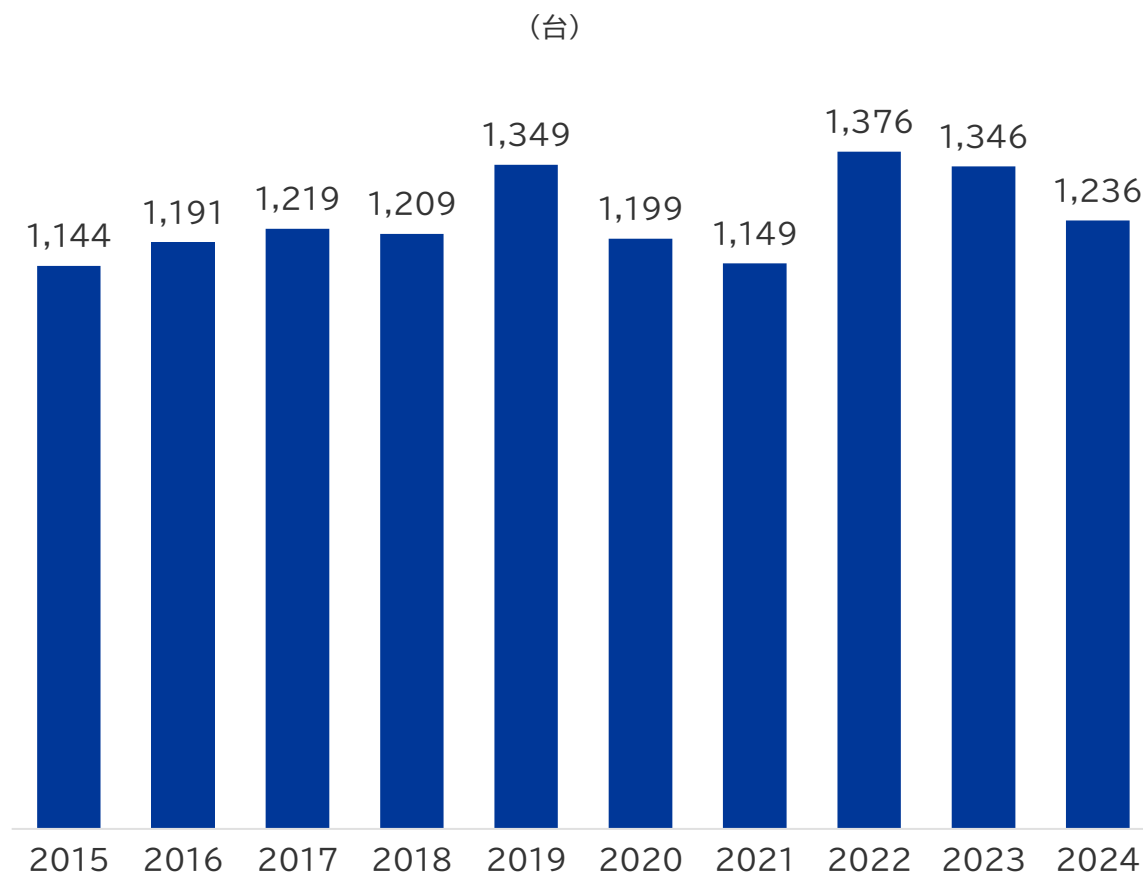
# 市場動向：荷物用エレベーターの設置

- 当社の主力製品である荷物用エレベーターがエレベーター市場に占める割合は5.7%
- 使用条件の過酷さから、特別な仕様が求められるニッチな高付加価値領域に相当
- 荷物用エレベーターの新規設置台数は、2024年度で1,236台

エレベーターの新規設置台数内訳



荷物用エレベーターの新規設置台数の推移



出所：(一社)日本エレベーター協会「2024年度昇降機設置台数等調査報告」

出所：(一社)日本エレベーター協会「昇降機設置台数等調査報告」

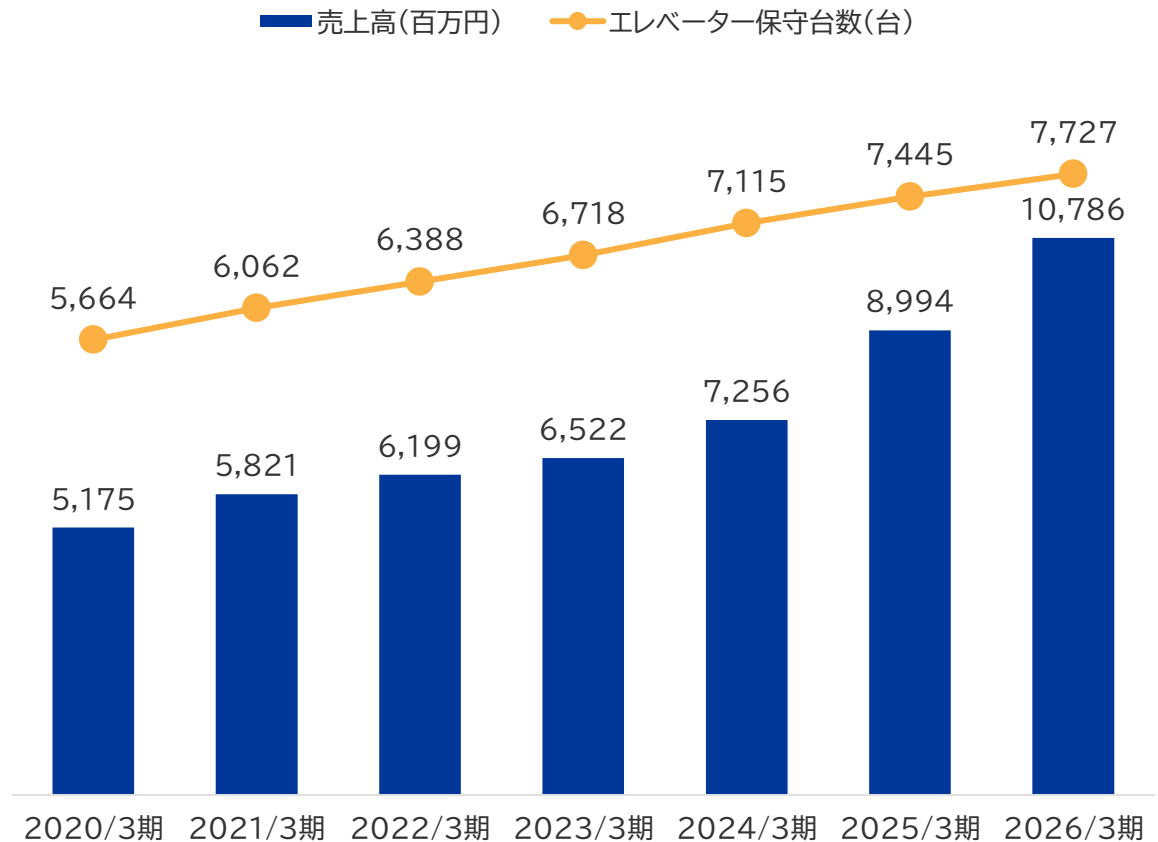
- 自社製エレベーターを対象にユーザーと保守契約を締結し、建築基準法や労働安全衛生法で義務付けられた定期検査・定期点検の他、修理サービス等を提供
- 保守契約台数は7,700台を突破。ストックビジネスとして当社の安定収益源に成長

## 保守・修理サービスの概要

- 自社製エレベーターのメンテナンス・修理及び法律で義務付けられた定期検査・定期点検を実施
- 安全装置・各種機構を熟知したサービスマンによる保守体制
- 全国53箇所にサービス拠点を設置
- 故障時は365日24時間対応のサービスセンターで受付、サービスマンを現地に派遣

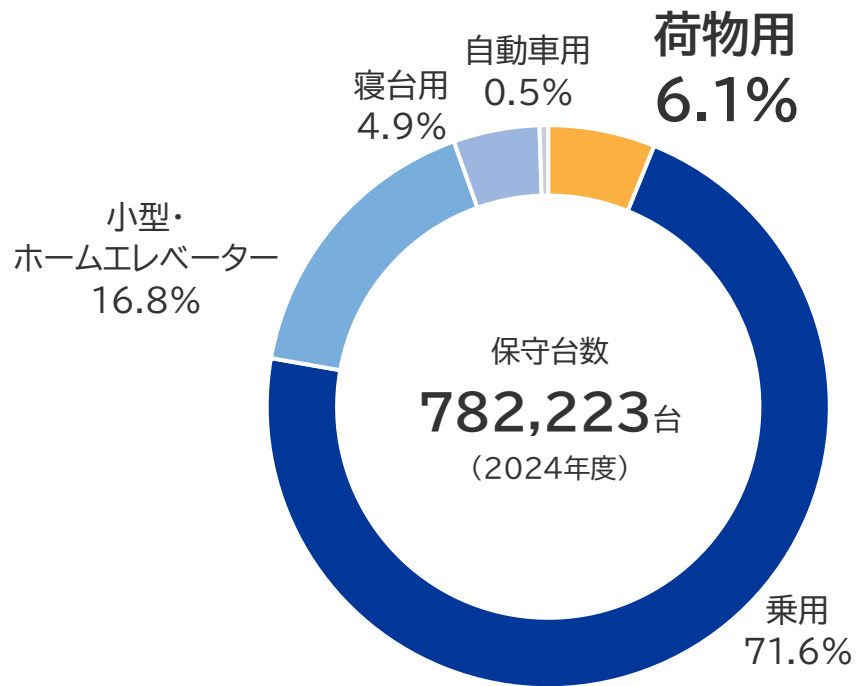
契約の種類	契約内容
フルメンテナンス契約 (保守契約)	エレベーターの運転機能を常に安全・良好に維持するよう点検・調整を行う 部品交換・修理費用は契約料金の中からまかなわれる(人為的・外的要因等による場合を除く)
POG契約 (点検契約)	基本的な点検だけを実施 点検の結果、部品交換や修理等が必要となった場合は、別途費用が発生

## 保守・修理売上高と保守台数の推移



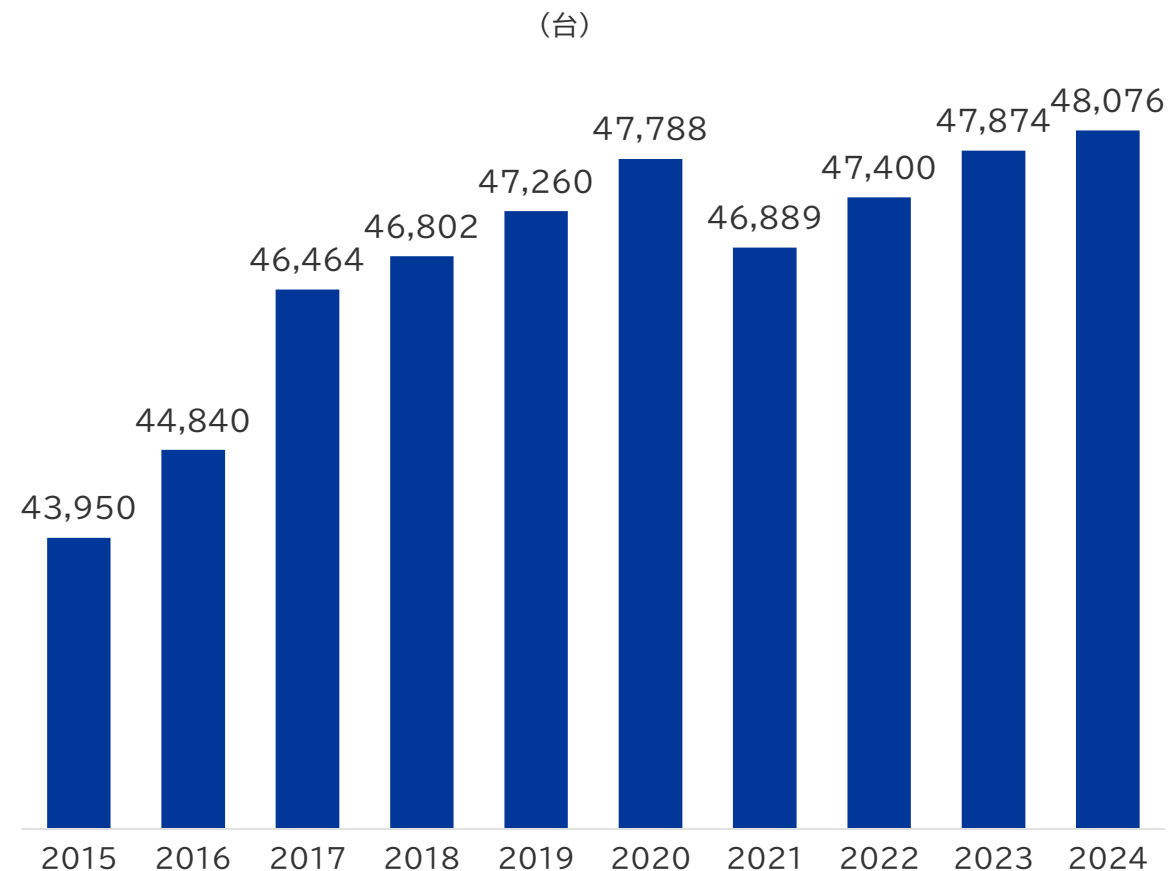
- 荷物用エレベーターの保守台数は、エレベーター保守市場全体の6%に相当
- 特別な仕様の高付加価値製品であるため、保守を他社代替することは難しく、製造・据付をした会社が保守も継続して受注する傾向
- 荷物用エレベーターの保守台数は、2024年度で4.8万台

エレベーターの保守台数の内訳



出所: (一社)日本エレベーター協会「2024年度昇降機設置台数等調査報告」

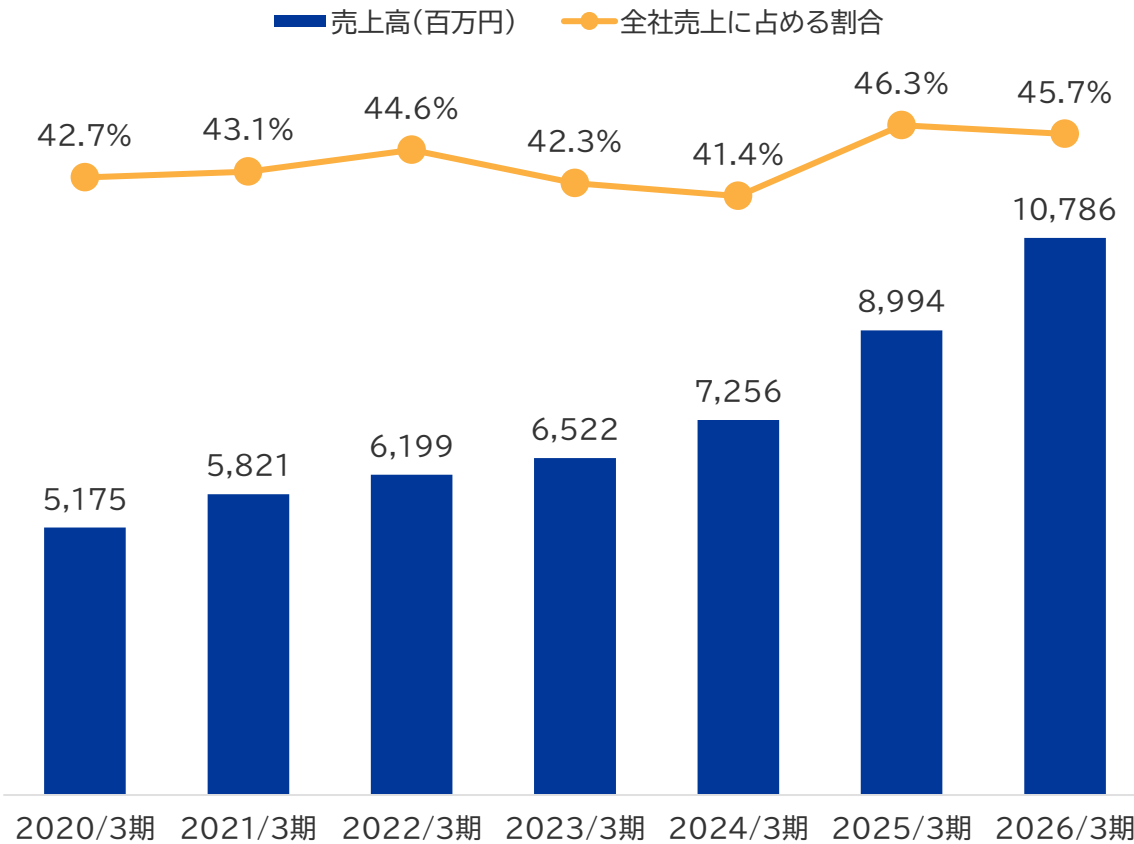
荷物用エレベーターの保守台数の推移



出所: (一社)日本エレベーター協会「昇降機設置台数等調査報告」

- 保守関連売上は年を追って拡大。直近期では全社売上の46%を占め、既に「メーカー」から「総合会社」へ転換済
- メンテナンスは、顧客のビジネス機会損失を最小限に抑制する迅速さと確実な復旧能力が求められる。エレベータートラブルに対して365日24時間対応するためのサービス拠点の全国整備、トラブル対応のコールセンター配備、専門知識を有する人員を派遣して復旧するシステムなどは、後発企業に対しては大きな参入障壁と位置づけ

サービス拠点と24時間365日のサポート体制



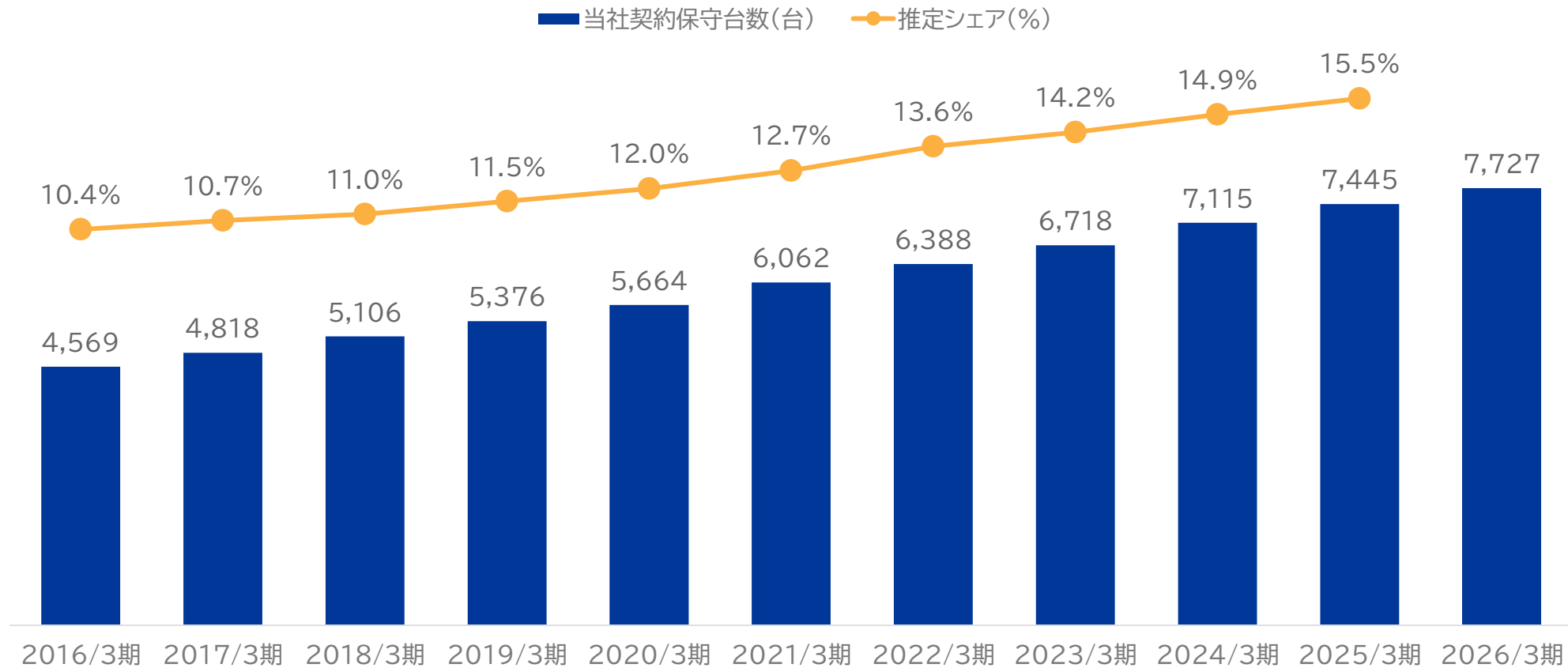
保守・修理売上の推移と全社売上に占める割合



# 荷物用エレベーター保守市場における当社のプレゼンス

- 国内荷物用エレベーター保守台数に占める当社のシェアは推定15%強(2025年3月期実績)。保守台数の積上げに伴い、年々シェアは増加。過去10年間でシェアは5pt程度上昇
- 当社にとってはまだまだ潜在市場は大きいと推定。今後、入替需要の獲得により当社が市場シェアをさらに拡大させていくことは十分可能と認識

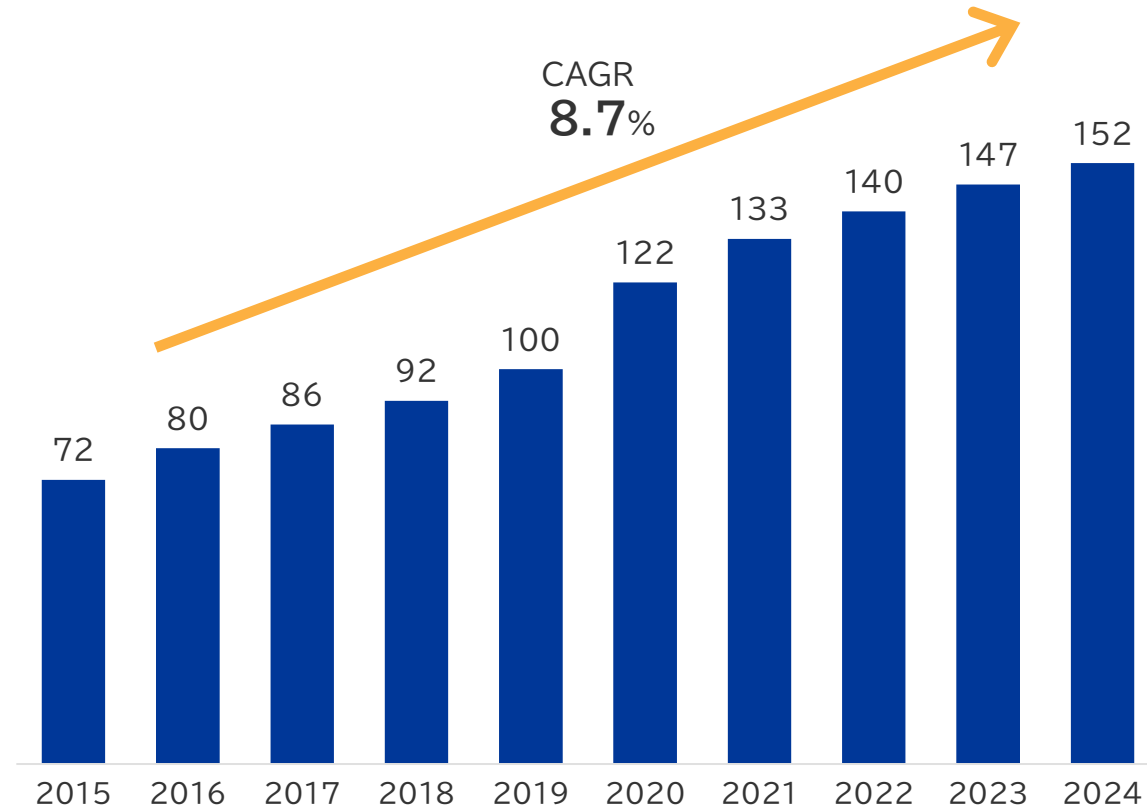
エレベーター保守台数と推定国内シェアの推移



- 国内の物販系EC市場は、2015年からの10年間は年平均成長率8.7%で推移
- 新型コロナウイルス感染症発生により2020年には市場が拡大したが、2022年以降は3~5%程度に鈍化。2024年には市場規模は約15.2兆円に到達
- 今後も一定の拡大傾向が続くと見込まれるものの、建設業界における人手不足や需給バランスの変化など不確定要素もあることから、引き続き市場動向を注視

物販系分野EC市場規模推移(BtoC)

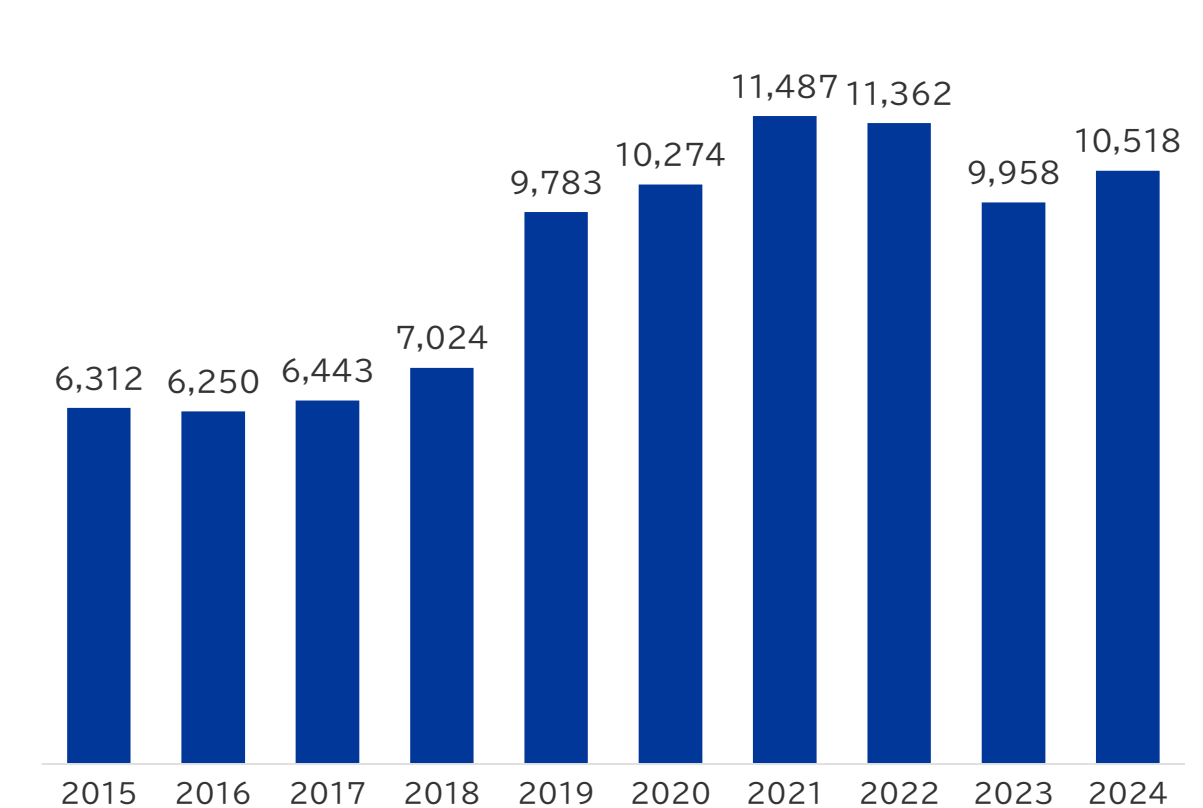
(千億円)



出所: 経済産業省「電子商取引実態調査」

物流施設・倉庫の工事受注額の推移

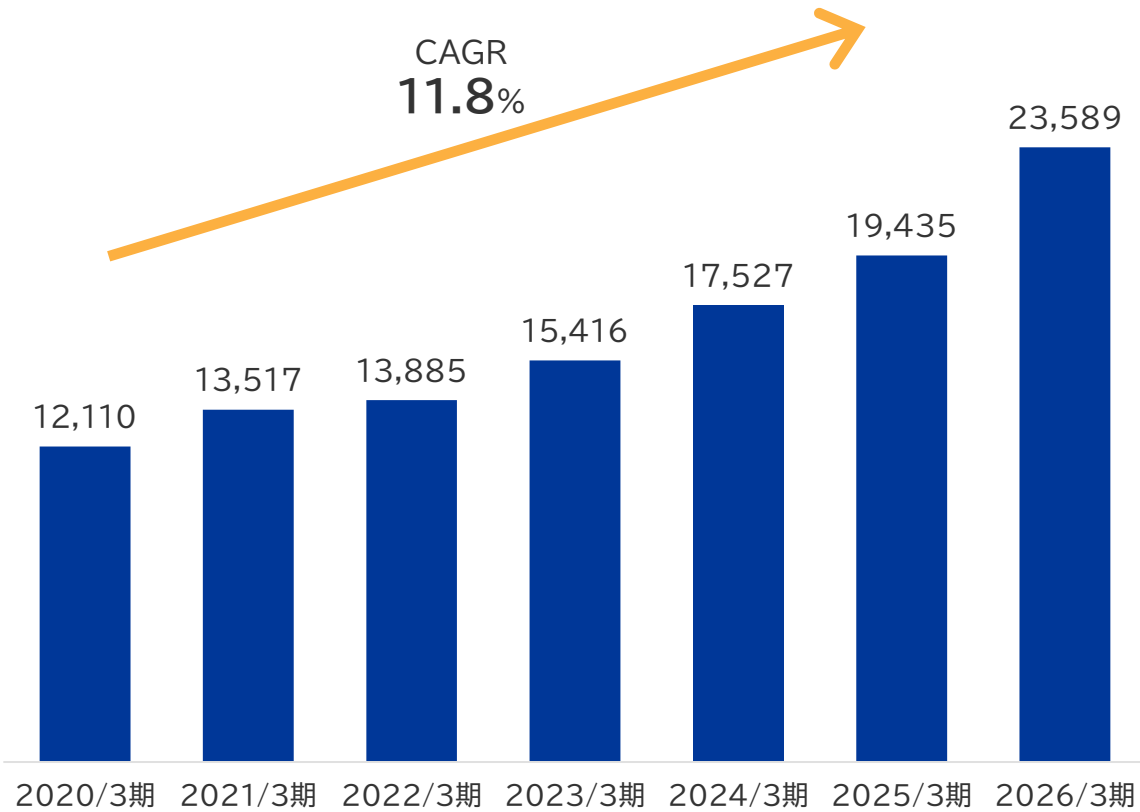
(億円)



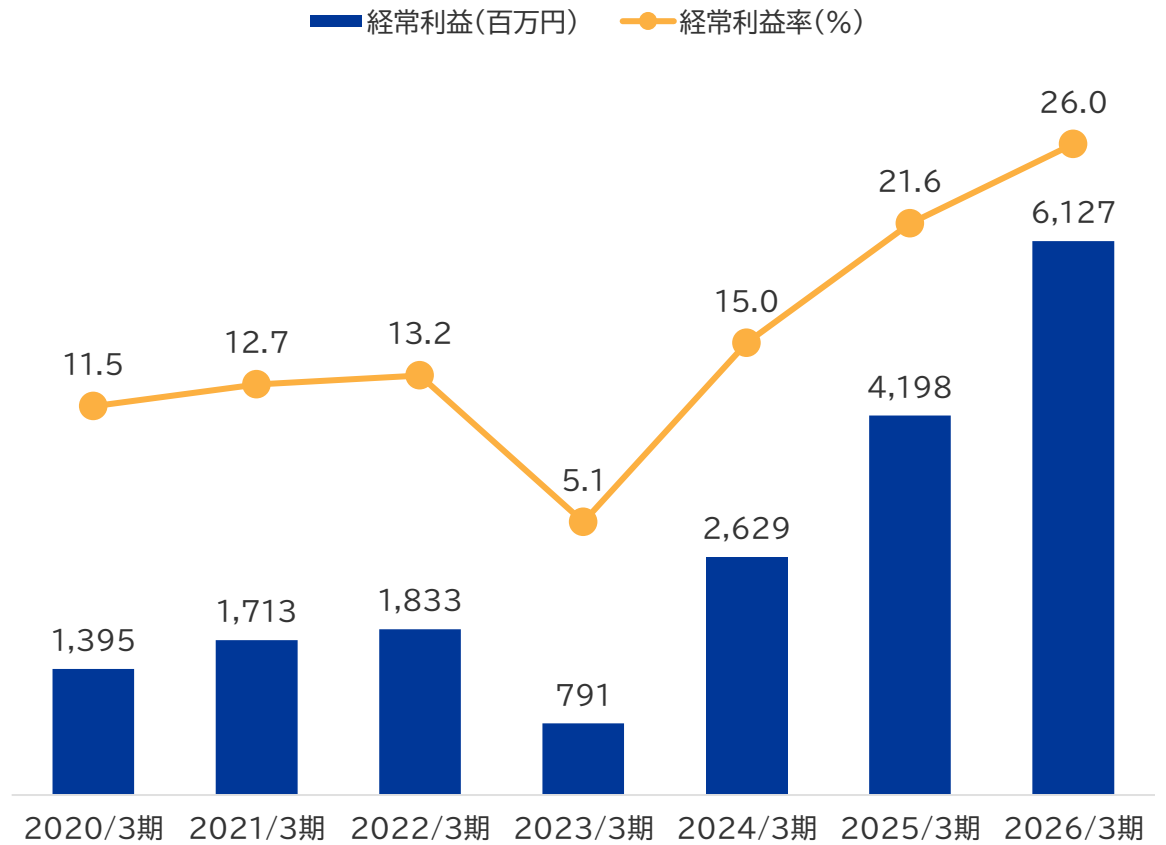
出所: 国土交通省「建設工事受注動態統計調査(大手50社調査)」

## 売上高推移

(百万円)



## 経常利益・経常利益率の推移



決算年月(*単体決算)		2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
売上高	(千円)	13,517,891	13,885,681	15,416,893	17,527,616	19,435,433	23,589,633
経常利益	(千円)	1,713,938	1,833,796	791,167	2,629,130	4,198,292	6,127,678
当期純利益	(千円)	1,084,615	1,145,479	641,705	1,718,543	2,840,888	4,138,302
資本金	(千円)	264,895	1,058,533	1,067,243	1,082,117	1,105,524	1,112,559
発行済株式総数	(株)	3,040,600	17,333,000	17,398,000	17,509,000	17,633,300	17,685,800
純資産額	(千円)	4,571,977	7,253,413	7,538,933	9,123,577	11,487,397	14,884,628
総資産額	(千円)	9,865,132	12,022,374	12,766,962	15,072,009	17,190,150	20,854,309
1株当たり純資産額	(円)	300.73	418.47	433.32	521.08	653.32	843.77
1株当たり配当額	(円)	25.0	15.0	15.0	20.0	38.0	59.0
1株当たり当期純利益	(円)	75.23	74.89	37.02	98.41	162.13	234.94
自己資本比率	(%)	46.3	60.3	59.1	60.5	66.8	71.4
自己資本利益率	(%)	27.5	19.4	8.7	20.6	27.6	31.4
配当性向	(%)	6.6	20.0	40.5	20.3	23.4	25.1
営業キャッシュ・フロー	(千円)	1,727,953	1,114,967	50,276	2,577,753	1,997,480	2,763,921
投資キャッシュ・フロー	(千円)	△65,151	△222,066	△871,648	△401,706	△261,322	△3,341,292
財務キャッシュ・フロー	(千円)	△269,227	1,313,501	△513,004	△265,421	△499,226	△846,298
現金及び現金同等物の期末残高	(千円)	1,682,504	3,876,688	2,566,646	4,497,307	5,739,625	4,308,064
従業員数	(人)	291	299	314	336	360	388

(注) 2021年12月15日開催の取締役会決議により、2022年1月4日付で普通株式1株につき5株の分割を行っておりますが、2020年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり純資産額及び1株当たり当期純利益を算出しております。

年月	概要
1950年 3月	神奈川県横浜市西区久保町にてエレベーター等の製造、販売及び据付を目的として守谷輸送機工業株式会社を資本金5,000万円で設立
1961年 9月	神奈川県横浜市保土ヶ谷区東川島町に本社工場を移転
1970年11月	栃木県宇都宮市(平出工業団地)に宇都宮工場を開設
1984年 2月	東京都中央区日本橋茅場町に東京支店を開設
1988年 6月	冷蔵倉庫向け垂直搬送機『マックリフター』販売開始
1997年 2月	神奈川県横浜市金沢区福浦(金沢工業団地)に本社工場を移転
1999年10月	神奈川県横浜市金沢区福浦本社工場内にテストタワーを建設
2000年12月	「ISO9001」を取得
2002年 7月	シンドラエレベーター株式会社から船舶用エレベーター技術等を譲受
2003年 7月	大型積載のロープ式機械室レスエレベーター 販売開始
2003年 8月	船舶用エレベーター 販売開始
2008年 6月	中国での資材調達及び船舶用エレベーターの保守等を目的に中華人民共和国上海市東方路に上海事務所を開設
2011年 8月	上海事務所を組織変更し、中華人民共和国上海市張楊路に上海守谷電梯有限公司を100%子会社として設立
2015年 5月	技術・開発部門の集約を目的に神奈川県横浜市金沢区福浦にテクニカルセンターを開設
2022年3月	東京証券取引所市場第2部(現:スタンダード市場)に上場
2022年10月	神奈川県横浜市神奈川区にテクニカルセンターを移転 神奈川県横浜市金沢区にサービスセンターを開設してサービス部門が移転
2023年 8月	神奈川県横浜市金沢区鳥浜町に鳥浜製品管理センターを開設
2024年 9月	宇都宮工場を増改築
2026年 3月	芳賀工場を開設

本資料は、業界動向及び事業内容について、現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。

既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。

当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

本資料における将来展望に関する表明は、資料作成時点において利用可能な情報に基づいて当社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません。

お問い合わせ先  
守谷輸送機工業株式会社  
経営企画室 仲泊  
soumu-ir@moriya-elevator.co.jp