

# 2024年8月期 第3四半期 決算説明資料

マニー株式会社

*THE BEST QUALITY IN THE WORLD, TO THE WORLD*

2024年7月5日

# 製品セグメントのご紹介

## サージカル関連製品

(眼科ナイフやステイプラーを中心とする手術用機器)



眼科ナイフ



ステイプラー

## アイレス針関連製品

(医療用縫合針のOEM生産)



アイレス針



アイド針

手術用針付縫合糸  
歯科用針付縫合糸ほか

## デンタル関連製品

(歯科治療機器およびMMG (\*)製品)



歯科用根管治療機器  
(リーマ・ファイル)



歯科用回転切削機器  
(ダイヤモンド)



歯科用修復材

(\*) 歯科用修復材を生産・販売するドイツ連結子会社 MANI MEDICAL GERMANY GmbHの略称

# 2024年8月期 第3四半期決算

## 連結業績サマリー

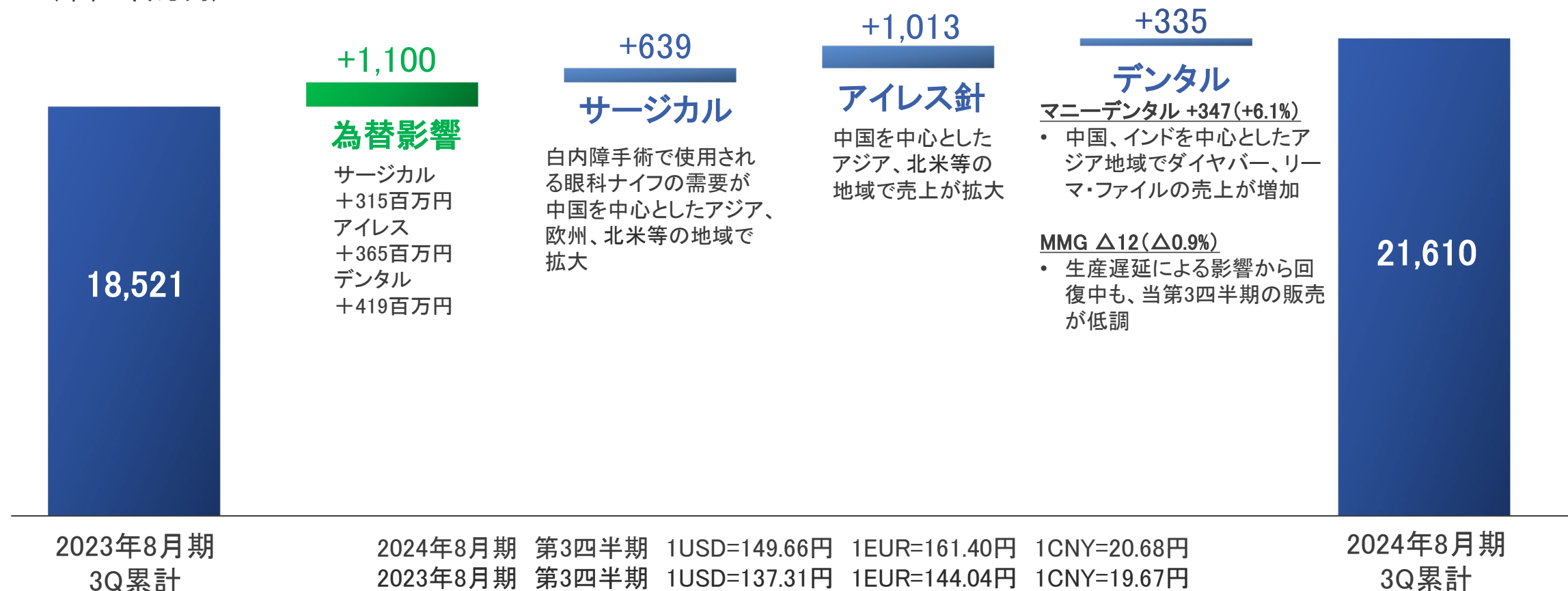
- 連結業績は好調に推移、海外で製品需要の拡大が続く
  - アジア、北米地域を中心に販売が増加。全セグメントの売上高が好調に推移
  - 前年同期から増益幅が拡大。円安に伴う為替差益も経常利益の増益に寄与
  - 増収増益と順調に推移しており、当初予想を上回る進捗となっているものの、為替相場動向等の不確実性を考慮し、通期計画は据え置く

(単位:百万円)	2023年8月期 3Q累計 (A)	2024年8月期 3Q累計 (B)	増減額 (C=B-A)	増減率 (C/A)	2024年8月期 通期計画 (D)	進捗率 (B/D)
売上高	18,521	21,610	+3,089	+16.7%	27,500	78.6%
売上原価 (%)	7,193 (38.8%)	8,001 (37.0%)	+807	+11.2%	9,900 (36.0%)	80.8%
販管費 (%)	5,899 (31.9%)	7,110 (32.9%)	+1,210	+20.5%	9,350 (34.0%)	76.0%
営業利益 (%)	5,427 (29.3%)	6,498 (30.1%)	+1,070	+19.7%	8,250 (30.0%)	78.8%
経常利益	5,778	7,125	+1,347	+23.3%	8,250	86.4%
純利益	4,205	5,082	+877	+20.9%	5,900	86.1%

## 売上高の状況(セグメント別)

- 売上高は前年同期比+3,089百万円(+16.7%)の増収
  - 為替影響+1,100百万円
  - 全セグメントで増収。ドイツMMGでは為替影響を除くと若干の減収

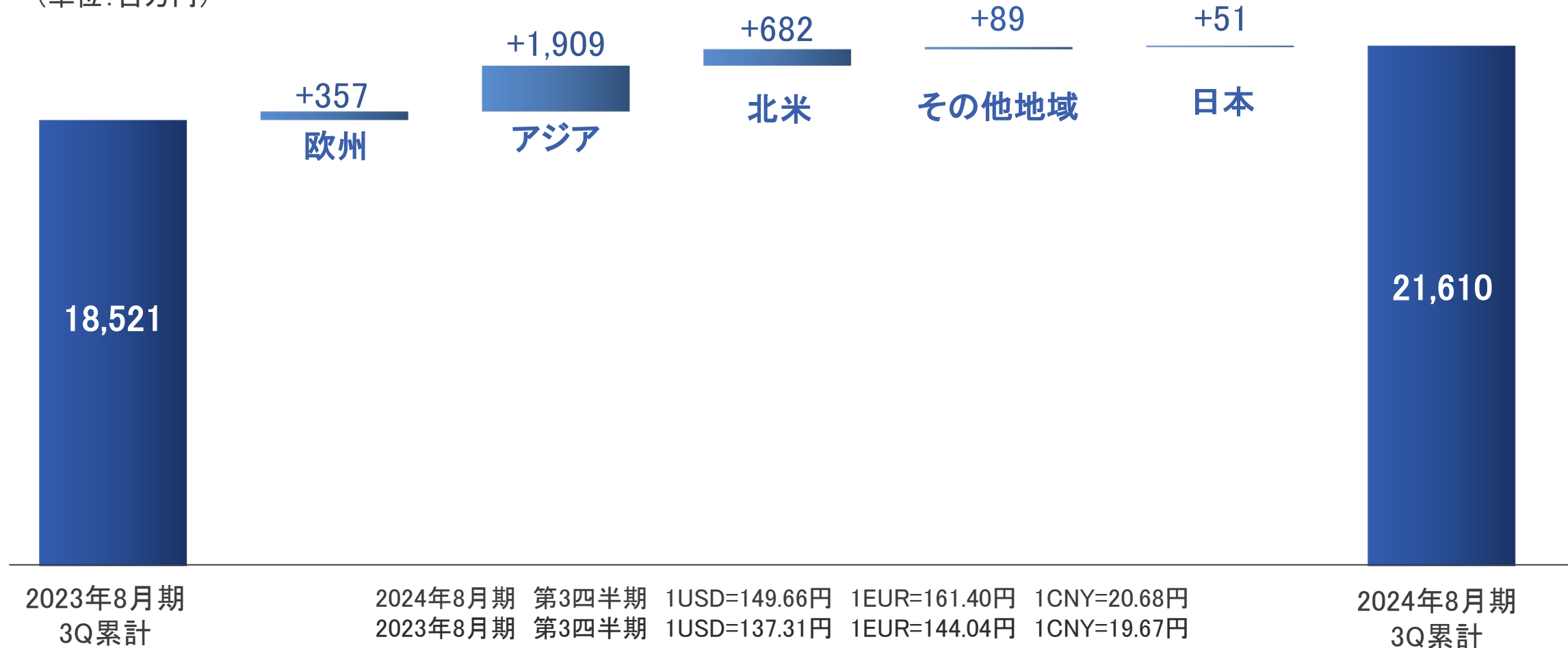
(単位:百万円)



## 売上高の状況(地域別)

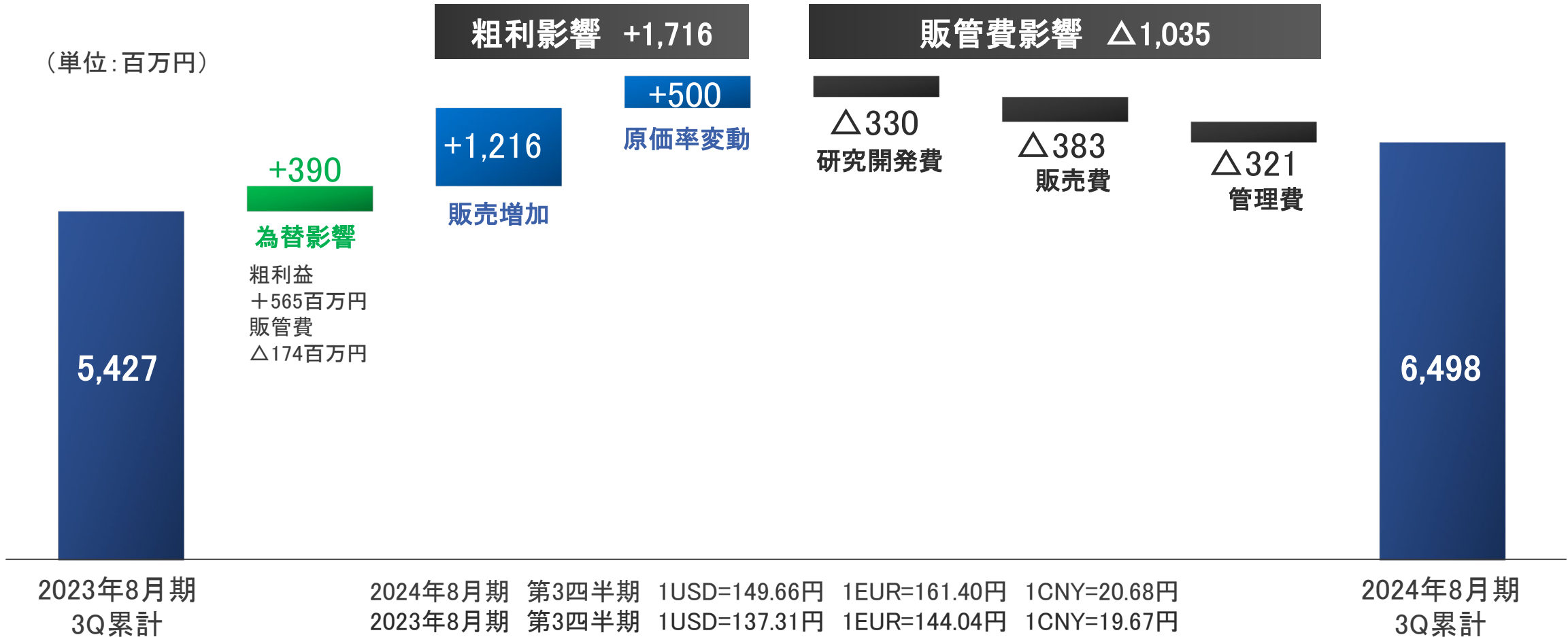
- アジア(中国とインド)、北米地域を中心に製品需要が旺盛
  - セグメント別の詳細については19ページ(補足資料)参照

(単位:百万円)



# 営業利益の状況

- 営業利益は前年同期比+1,070百万円(+19.7%)の増益
  - 為替影響+390百万円
  - 粗利影響+1,716百万円: 需要拡大による増収が粗利の増加に寄与
  - 販管費影響△1,035百万円: マーケティング活動に伴う販促費や本社における人件費等の管理費が増加



# セグメント別業績

■ 2024年8月期3Q累計  
■ 2023年8月期3Q累計

セグメント

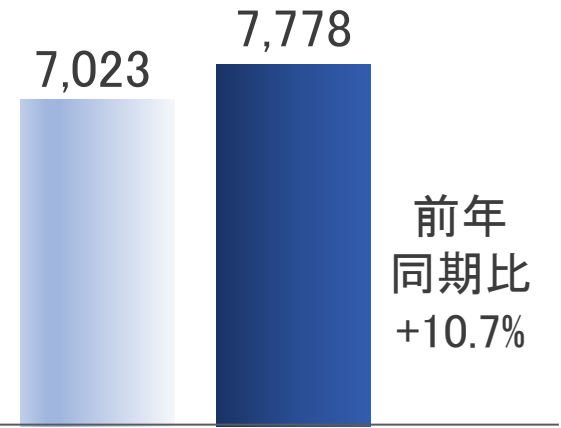
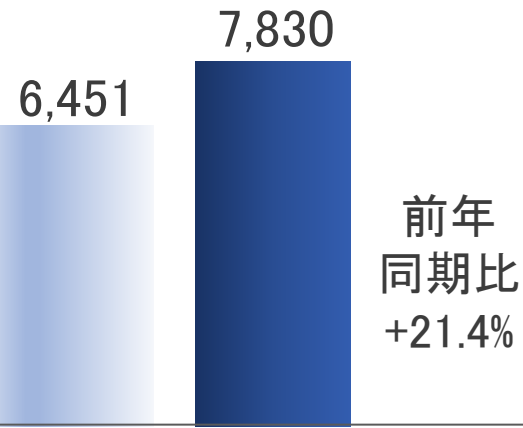
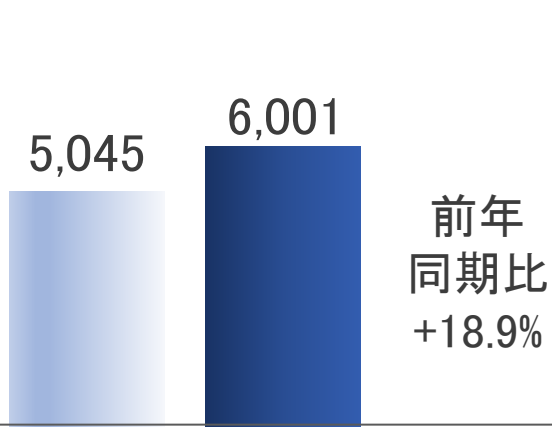
サージカル

アイレス針

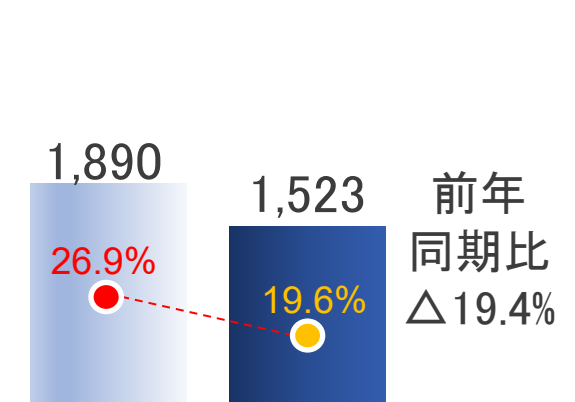
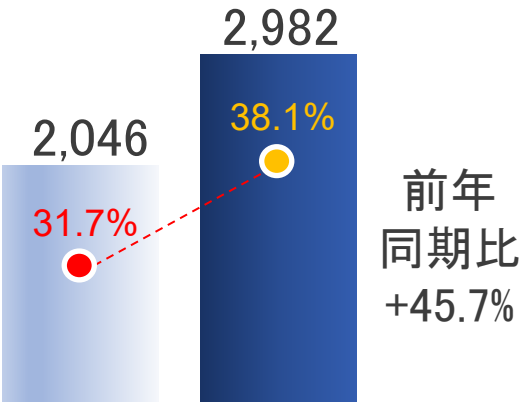
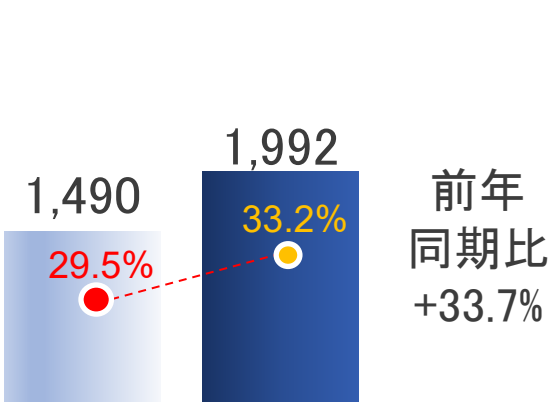
デンタル

(単位:百万円)

売上高  
(外部顧客への  
売上分)



営業利益  
(営業利益率)

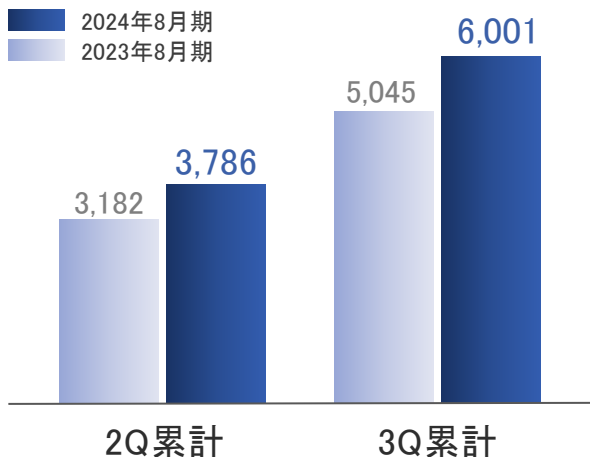


(注)セグメント利益の計算方法の変更による影響額については、17ページをご参照ください。

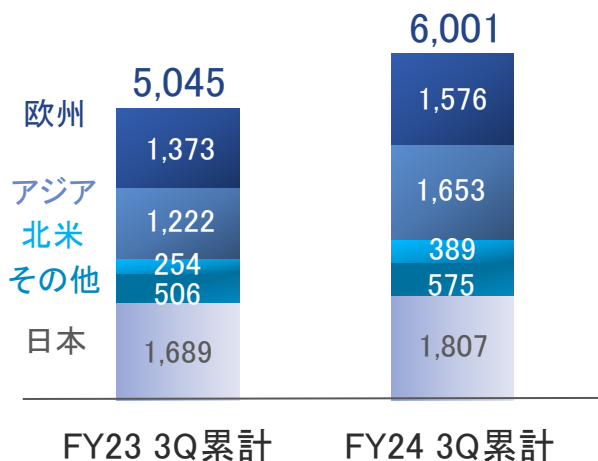


# サージカル関連製品 セグメント業績分析

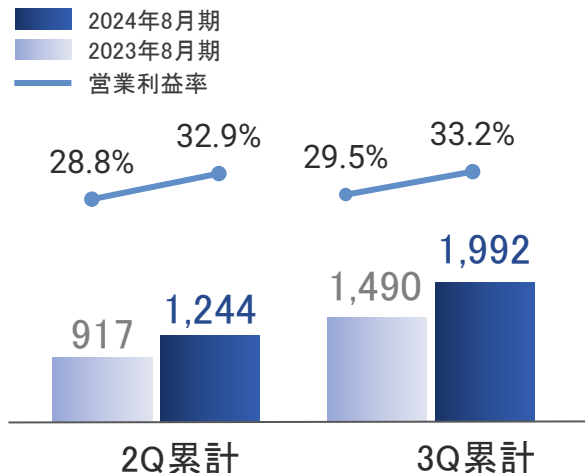
## 売上高



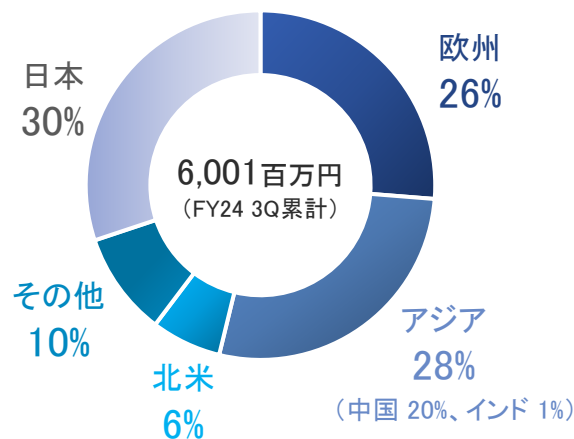
## 地域別売上比較



## 営業利益/営業利益率



## 地域別売上比率(3Q累計)



## 環境認識

- 主力製品である眼科ナイフの製品需要が欧州・アジアを中心として拡大中
- 白内障患者数は今後も世界的に増加する見通し
- 課題: 欧米地域でのシェア拡大  
低価格製品への対応  
眼科手術領域(硝子体手術等)の拡大

## 競争優位

- 優れた切れ味、手術の微細化・精密化に応える微細加工技術
- 手術時間の短縮や身体への負担軽減、術後合併症予防
- 眼科ナイフの世界シェアは約30% (国内シェアは第1位) (\*)

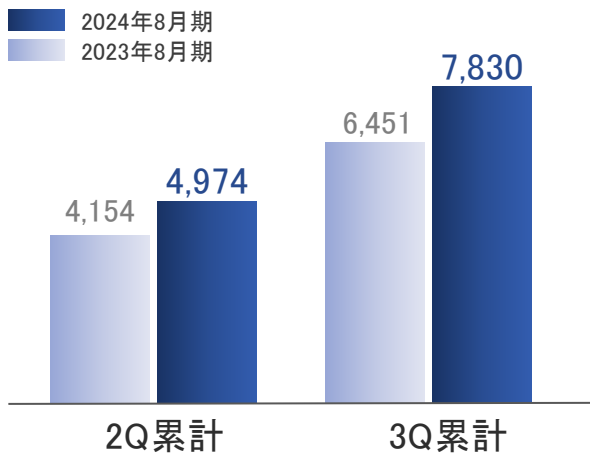
## 業績分析

- 眼科ナイフの需要が中国を中心としたアジア、欧州、北米等の地域で拡大したことにより、増収増益

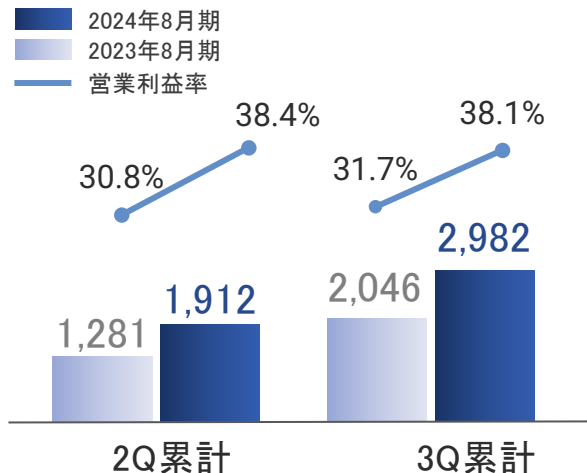
(\*)世界シェアは当社推定値(金額ベース)

# アイレス針関連製品 セグメント業績分析

## 売上高



## 営業利益/営業利益率



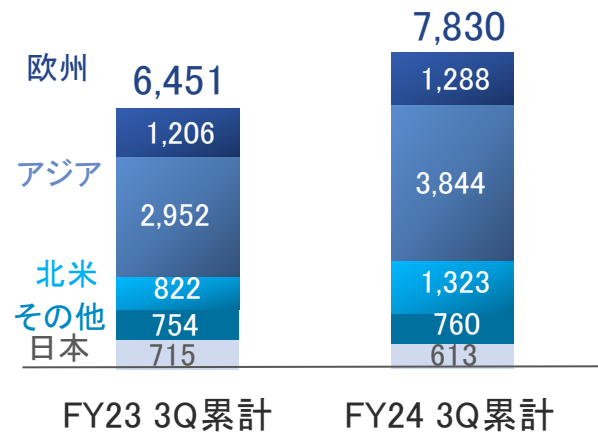
## 環境認識

- ・ コロナ禍の終息により手術件数が回復・緩やかな増加
- ・ 北米・中国顧客からの需要拡大、OEM供給先の裾野の広がり(中国では国産優遇政策による追い風を受ける)
- ・ ロボット手術など新たな領域への応用可能性
- ・ 課題: 将来需要の予測精度向上

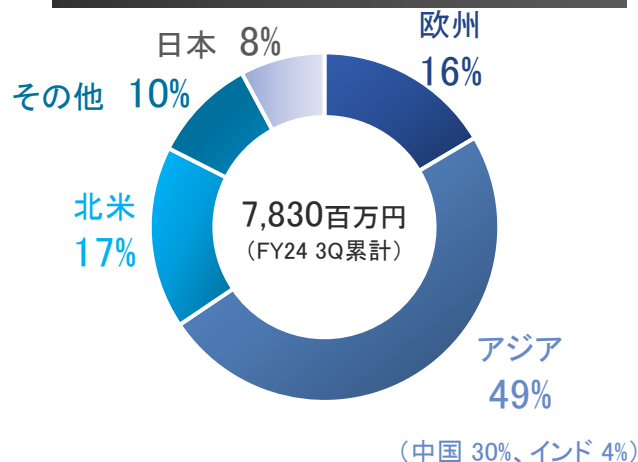
## 競争優位

- ・ 微細加工技術の蓄積、独自の材料開発
- ・ 刺通性の高さ、折れにくさ
- ・ 顧客の要望に対応可能な豊富な製品種類(1万種類に及ぶ多様なラインナップ)

## 地域別売上比較



## 地域別売上比率(3Q累計)



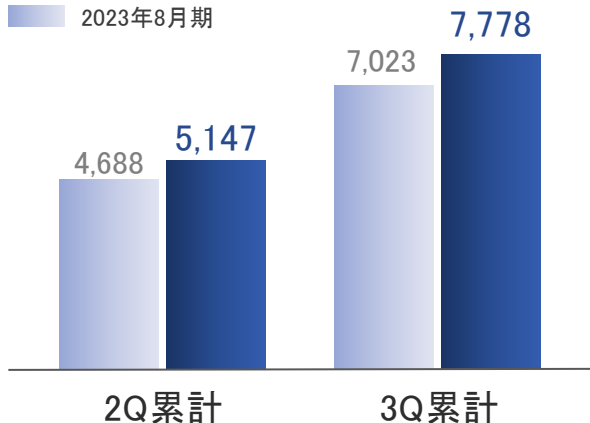
## 業績分析

- ・ 製品需要の拡大を背景として、アイレス針の受注が中国を中心としたアジア、北米等の地域で引き続き増加したことにより、増収増益
- ・ 全セグメントの中で最も収益性の高いセグメント

# デンタル関連製品 セグメント業績分析

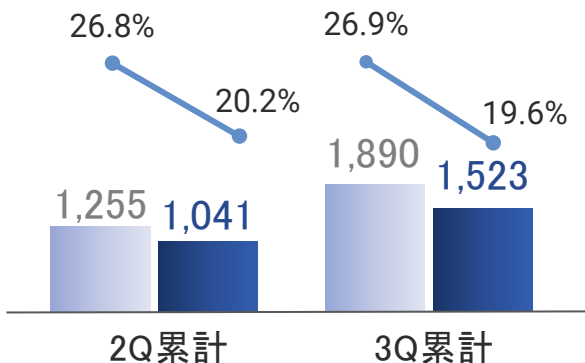
## 売上高

■ 2024年8月期  
■ 2023年8月期



## 営業利益/営業利益率

■ 2024年8月期  
■ 2023年8月期  
— 営業利益率



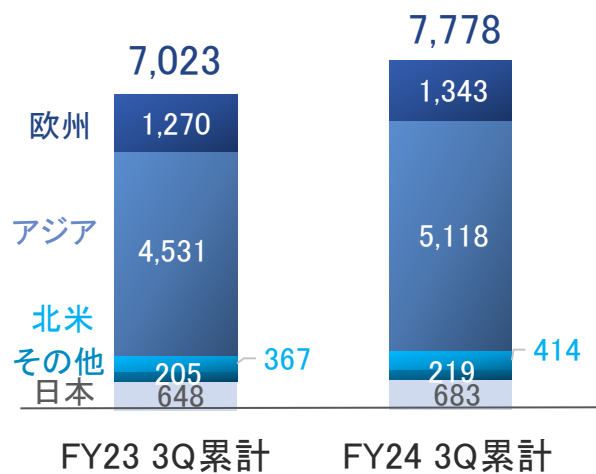
## 環境認識

- アジア地域における歯科治療ニーズ、欧米地域における歯の機能性・審美性を高める歯科修復に対する需要が増加
- 課題: 根管治療分野(重点製品JIZAI含む)での競争力強化  
欧米地域でのシェア拡大・マーケティング  
中国以外のアジア(インドや東南アジア諸国等)でのシェア拡大

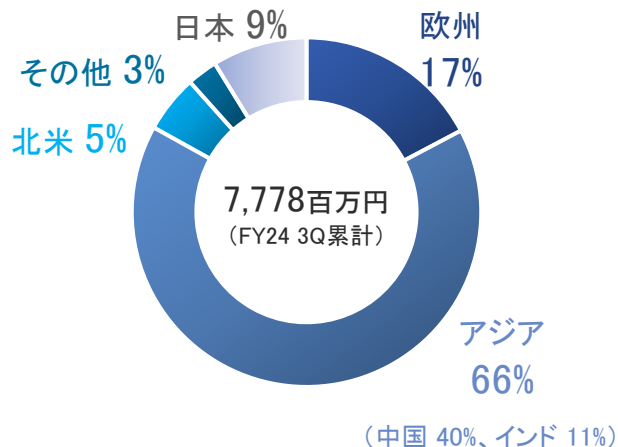
## 競争優位

- 根管治療器具の優れた耐久性・根管追従性
- 環境ホルモンを含まず、歯科医師にとってハンドリングしやすい歯科用修復材
- ダイヤモンド、リーマ・ファイルの高い市場シェア(アジア地域ではトップシェアを確立)

## 地域別売上比較



## 地域別売上比率(3Q累計)



## 業績分析

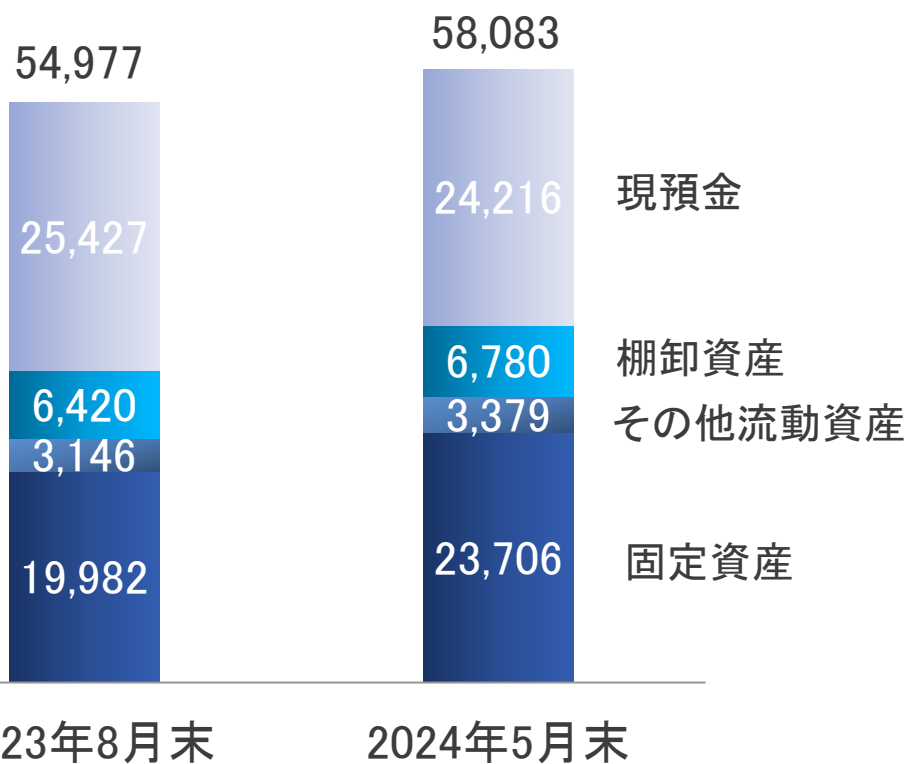
- アジア地域を中心にダイヤモンド、リーマ・ファイルの売上が好調、歯科用修復材を中心としたMMG製品は欧米市場でシェアを伸ばすも、当第3四半期の販売は低調
- インド・東南アジアにおけるマーケティング活動に伴う販管費の増加、MMG新工場稼働に伴う費用の増加により、セグメント利益は減益

## バランスシートの状況

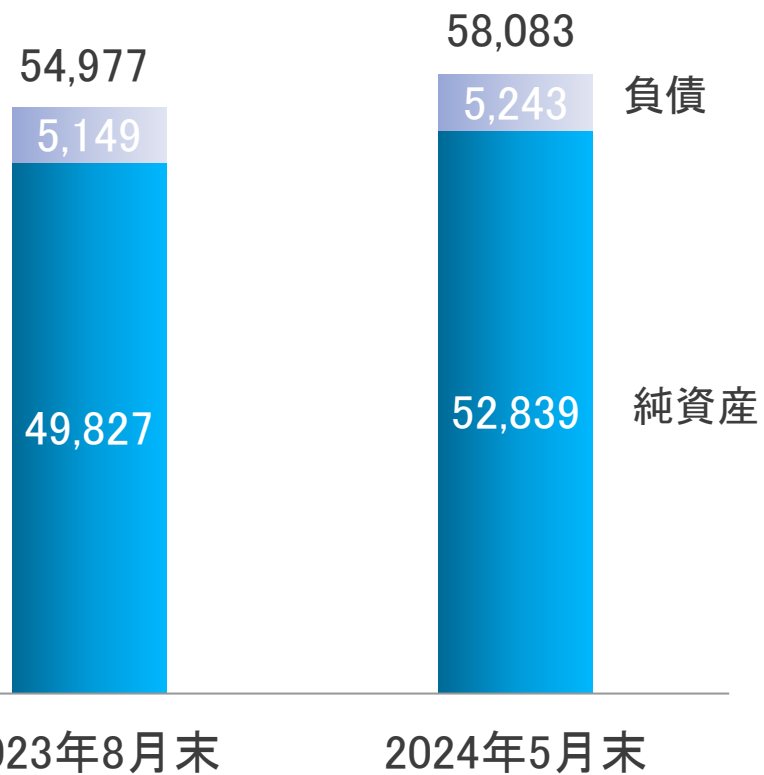
- ・ 強固な自己資本を維持。設備投資により固定資産が増加
  - － 総資産3,106百万円増加: スマートファクトリーの建設により有形固定資産が増加
  - － 負債93百万円増加: 未払法人税等及び賞与引当金の減少、流動負債のその他に含まれる未払費用等の増加
  - － 純資産3,012百万円増加: 為替換算調整勘定と利益剰余金が増加

(単位: 百万円)

### 総資産



### 負債・純資産



# トピックス

# アメリカ販売子会社の設立

医療先進国である北米地域での事業拡大を目指す

## 目的

- 中期経営計画の主要施策の1つである「グローバルマーケティングの推進」の一環として、アメリカに販売子会社を新たに設立（2024年8月頃に設立予定）
- 北米市場への本格参入、マーケティング強化、KOL医師との関係性構築

## 目標

今後のグローバルでの成長に向け、以下3点の目標を設定

1. 地域密着型営業による販売の拡大
2. 現地KOL医師との連携による市場開拓
3. ヘルスケア・医療機器として最大かつ最先端の市場での医療トレンドの捕捉

## 今後の取組み

- 積極的に北米地域で販売・マーケティング・市場調査活動を推進
- 品質面で大手企業と差別化しつつ、各セグメントにおいて販売チャネルや流通網を強化
- 将来的には米国市場の医療ニーズを製品開発プロセスに取り込む体制を構築

（注）詳細については、2024年6月26日開示の適時開示資料「販売子会社（アメリカ）の設立に関するお知らせ」を合わせてご参照ください。

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7730/tdnet/2465701/00.pdf>



# 世界一の品質を世界のすみずみへ *THE BEST QUALITY IN THE WORLD, TO THE WORLD*

本資料に記載された業績見通し等の将来に関する記述は、資料作成時点で入手可能な情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。様々な要因により、実際の業績等が変動する可能性があることをご承知おきください。また、この資料に記載された情報は、あくまで当社をより理解して頂くためのものであり、必ずしも投資をお勧めするためのものではありません。

## 《お問い合わせ先》

マニー株式会社 経営企画グループ

栃木県宇都宮市清原工業団地8-3

TEL:028-667-1811

Email: [ir@mani.inc](mailto:ir@mani.inc)

HP: <https://www.mani.co.jp/>



補足資料



## ご参考：新セグメント計算方法による比較

	科目	2023年8月期 3Q実績 (旧方式)	2023年8月期 3Q実績※ (新方式)	2024年8月期 3Q実績 (新方式)	実績増減 (新方式)
サージカル 関連製品	売上高	5,045	5,045	6,001	+955
	営業利益	1,490	1,456	1,992	+536
	営業利益率	29.5%	28.9%	33.2%	+4.3%
	(販管費)	1,675	1,709	2,082	+372
アイレス針 関連製品	売上高	6,451	6,451	7,830	+1,378
	営業利益	2,046	2,294	2,982	+687
	営業利益率	31.7%	35.6%	38.1%	+2.5%
	(販管費)	1,849	1,602	2,015	+413
デンタル 関連製品	売上高	7,023	7,023	7,779	+755
	営業利益	1,890	1,676	1,523	△153
	営業利益率	26.9%	23.9%	19.6%	△4.3%
	(販管費)	2,374	2,587	3,012	+424

※2023年9月に新たな組織として「デンタル事業本部」を設置し活動を開始しました。これに伴い、デンタル関連製品セグメントで多くの販売費及び一般管理費の負担が発生する実態をより適切に各セグメントの業績に反映する必要が生じたため、セグメント利益の算出方法(セグメント別の販管費の計算方法)を新たに変更しています。

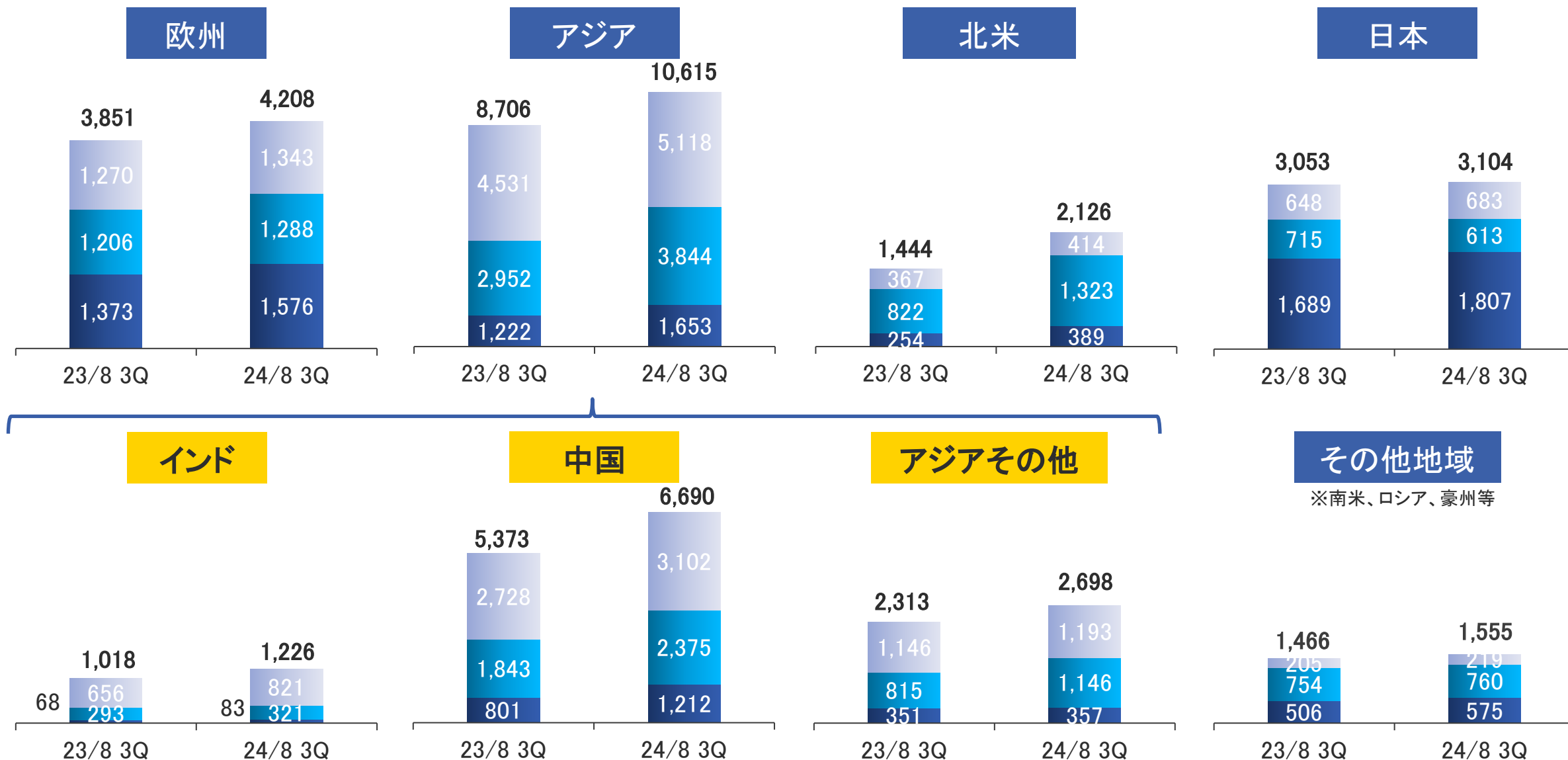
# ご参考：為替レート(期中平均レート)

	FY2023				FY2024			
	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計
米ドル/円 (USD/JPY)	144.26	138.50	137.31	138.60	149.10	147.92	149.66	
ユーロ/円 (EUR/JPY)	143.93	142.94	144.04	146.95	159.30	159.38	161.40	
人民元/円 (CNY/JPY)	20.22	19.77	19.67	19.69	20.47	20.45	20.68	
インドルピー/円 (INR/円)	1.78	1.70	1.68	1.69	1.79	1.78	1.80	
マレーシア リングgit/円 (MYR/円)	－	－	－	－	30.63	31.35	31.78	

# 売上高の状況(地域別 詳細)

(単位: 百万円)

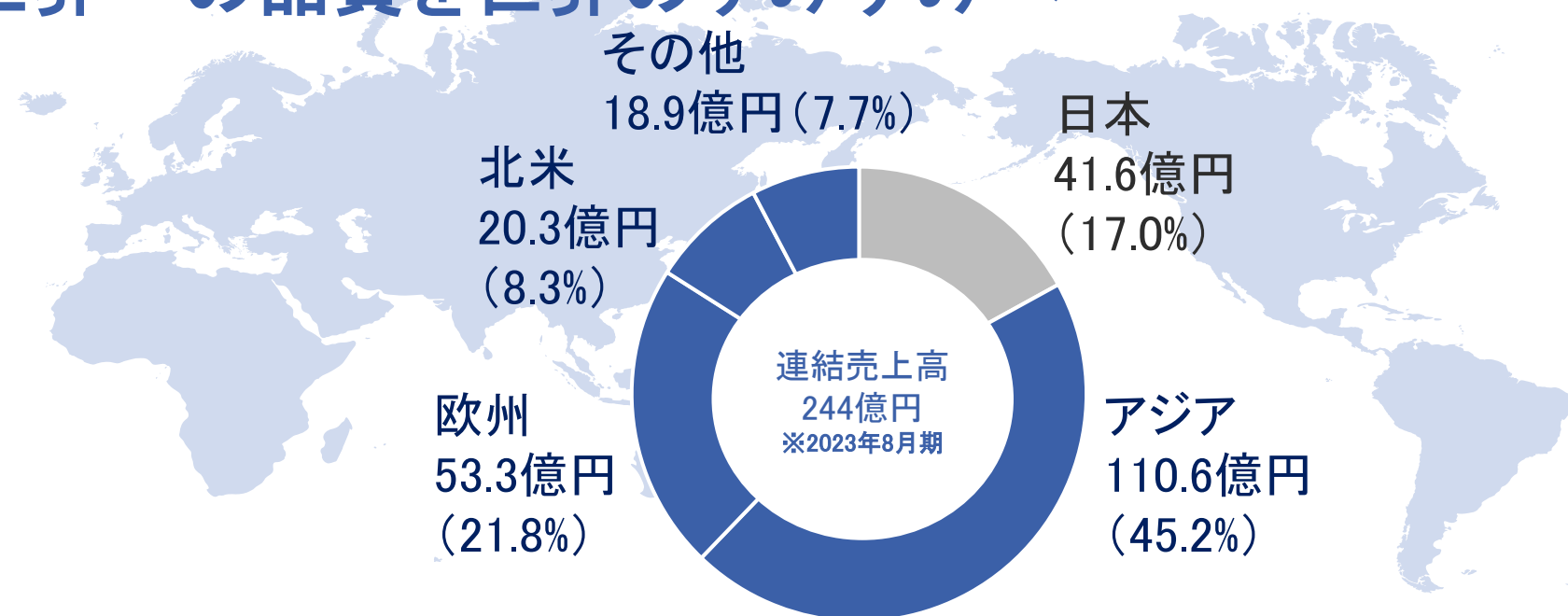
デンタル  
アイレス針  
サージカル



## 会社概要(2023年8月31日現在)

商号	マニー株式会社	代表者	代表執行役社長 齊藤 雅彦
証券コード	7730	従業員数	単体:366名 連結:3,685名
創業	1956年(昭和31年)	資本金	1,066百万円
本社	栃木県宇都宮市清原工業団地8番3		

## 世界一の品質を世界のすみずみへ



販売地域

120カ国以上

海外売上高比率

83.0%

眼科ナイフ

世界シェア 30%程度

# グローバルネットワーク



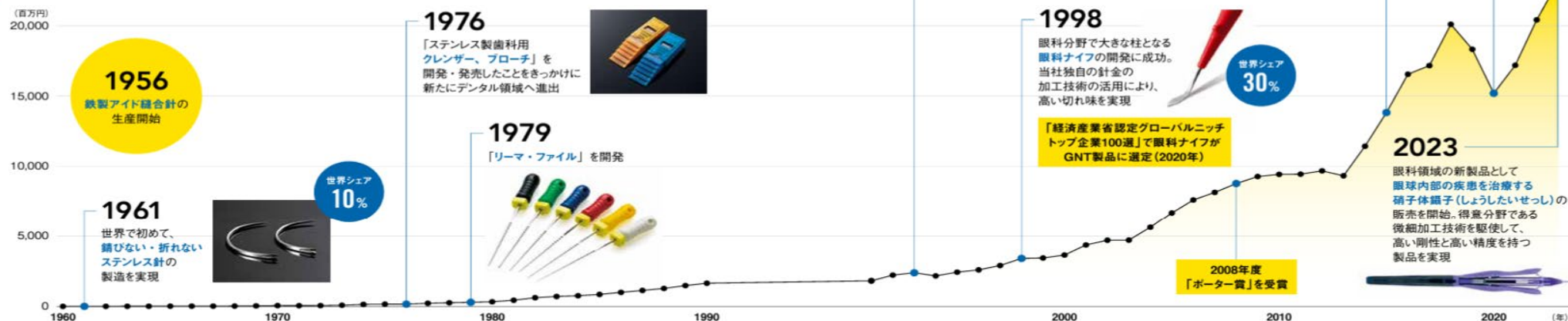
# 歴史・沿革

- 創業から一貫して医療小物消費財の開発・生産・販売に取り組む
- ニッチな製品群に特化したビジネスモデルで、世界的に高い市場シェアを獲得  
(Johnson & Johnson, Alcon, Dentsply Sirona等の世界的企業との差別化を実現)
- ベトナムでの高品質・低コスト生産体制を確立したほか、近年はデンタル領域でドイツ企業(MMG)を買収し、事業シナジーも追求

## Introduction 8 マニーのあゆみ

マニーは創業以来、患者と医師の役に立つ製品を創り出すことを追求し、微細加工技術が必須とされる医科・歯科治療機器の領域において、ビジネスモデルを進化させグローバル展開を進めることで成長してきました。これからも社会の求めるニーズや事業環境の変化を細やかに捉えた事業展開により、持続的な成長を目指します。

### マニーの歴史と連結売上高の推移



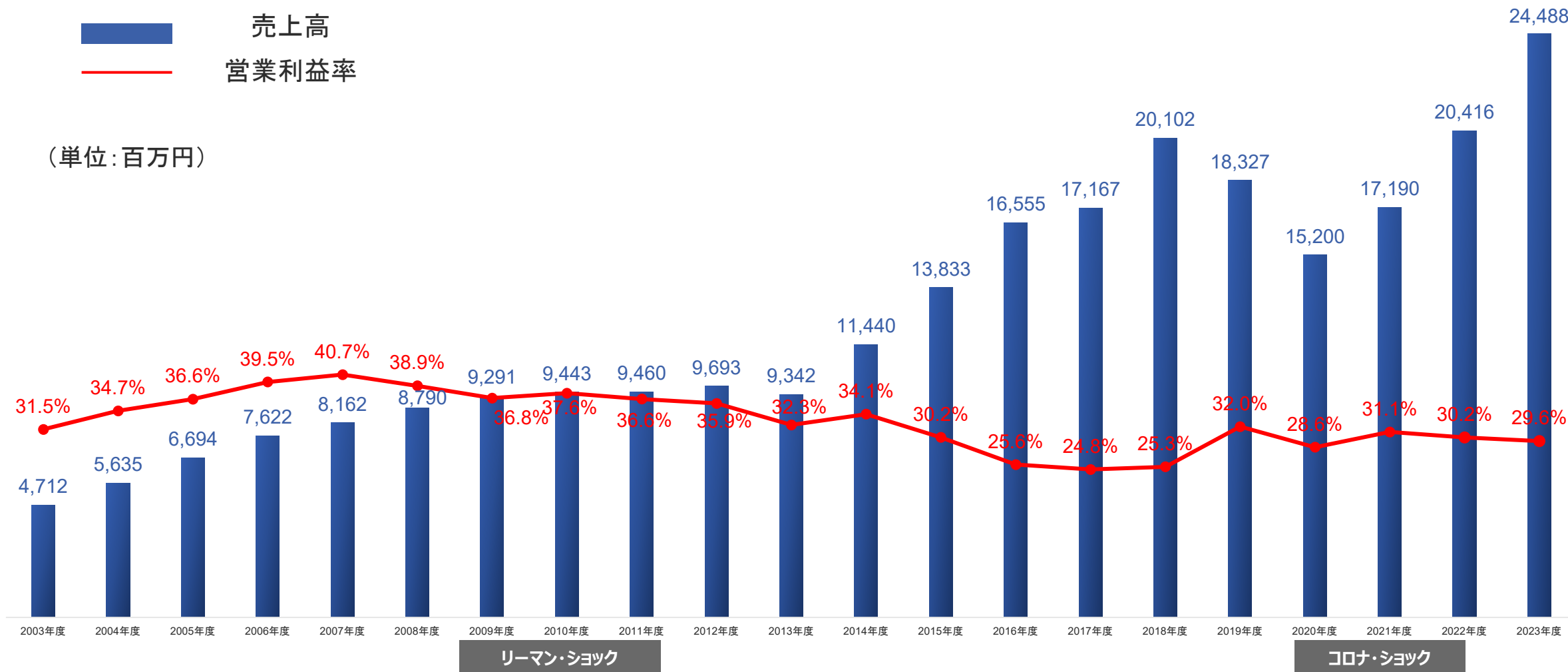
## 戦略立案の基準 「やらない」経営

トレード・オフ（やらないこと）を明確化し、愚直なまでに実行

- ①医療機器以外扱わない
- ②世界一の品質以外は目指さない
- ③製品寿命の短い製品は扱わない
- ④ニッチ市場（年間世界市場 5,000億円程度以下）以外に参入しない

## 長期成長の実現に向けて(1)

- ・ 売上高の成長と高水準の利益率を両立
- ・ 不況期に強いビジネスモデル(リーマン・ショック&コロナ・ショック時でも高収益率)





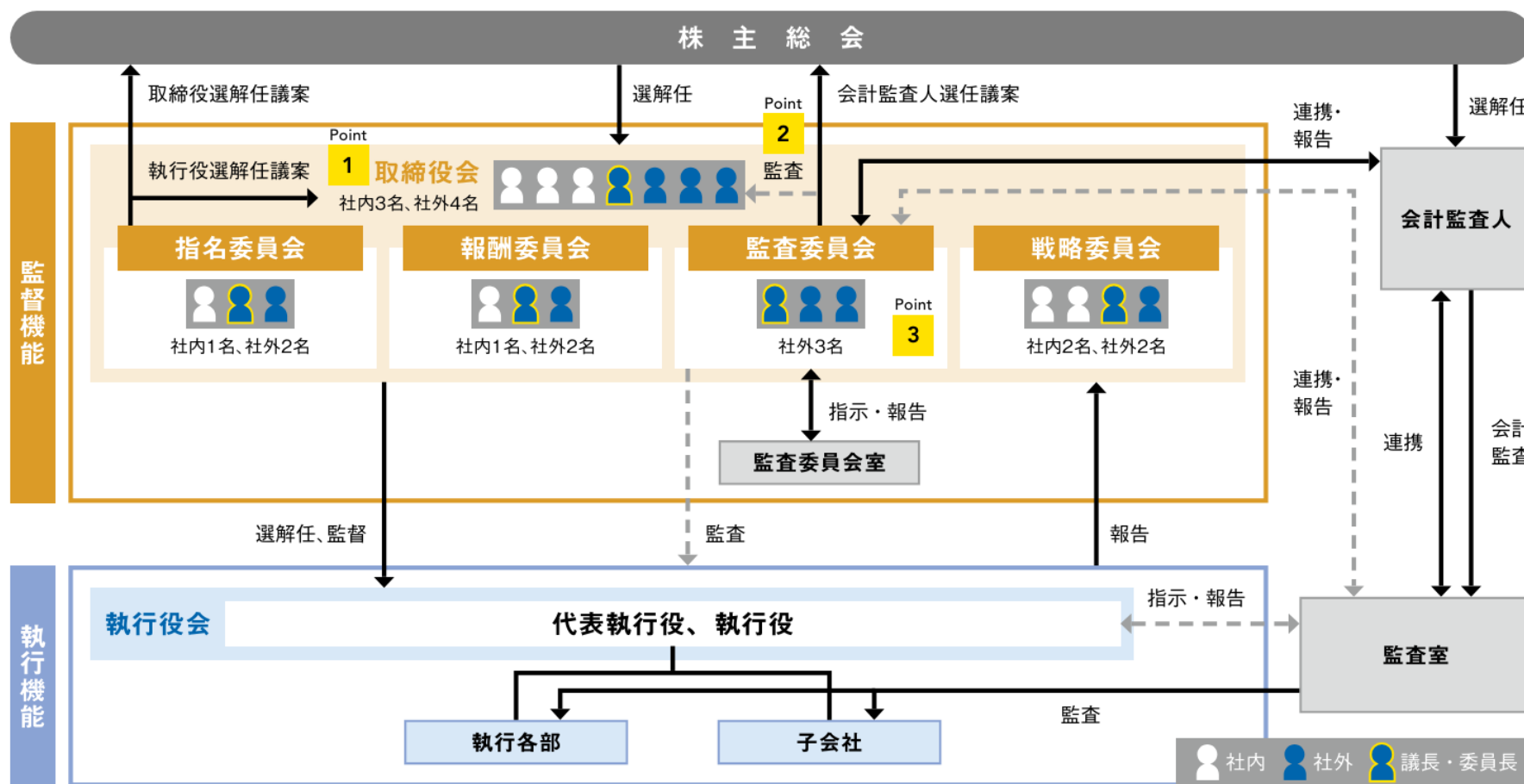
## 長期成長の実現に向けて(2)

TOPIX(東証株価指数)を大きく上回る株価成長



## ガバナンスへの取り組み

- 2004年より委員会等設置会社(現 指名委員会等設置会社)に移行
- 独立社外取締役が過半数
- 取締役会議長も社外取締役
- 各委員会(指名委員会・監査委員会・報酬委員会、戦略委員会)の委員長も独立社外取締役





THE BEST QUALITY IN THE WORLD, TO THE WORLD

世界一の品質を世界のすみずみへ