

患者のためになり、 医師の役に立つ

製品の開発・生産・提供を通して
世界の人々の幸福に **貢献** する



世界一の品質を
世界のすみずみへ

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



社訓

科学する心で熱心に粘り強く

科学的な分析が問題の本質を正確に浮き立たせ、解決の方法を正しく示すことから、科学する心と自ら進歩しようとする心を持って、熱心に粘り強く仕事にあたることを全社員の仕事に対する取り組み姿勢としています。

行動規範「I.P.C.」

Integrity

業務の全ての局面で誠実さを持って行動すること。Integrityがあって初めて、コンプライアンスや内部統制といった不正や不祥事を未然に防ぐための仕組みが有効に機能します。このIntegrityが永続的なMANIグループの成長を支えます。

Passion

仕事に情熱を持って取り組み、目標を達成するまで諦めないで粘り強く行動すること。このPassionが業績を向上させます。

Communication

性別・年齢・宗教・国籍・人種・民族を問わず、相互に理解し信頼関係を築くために必要不可欠なこと。Communicationが意思疎通をスムーズにし会社業務を有効に機能させます。このCommunicationが組織を活性化させます。

MANIグループは変革を続け、医療機器の提供を通じて
全てのステークホルダーの利益の共通化に努めます。

CONTENTS

「世界一の品質」の根幹

私たちの原点	3
マニーのあゆみ	7
築いてきた強み	9
未来への進化	11
グローバルな事業展開	
—世界一の品質を世界のすみずみへ—	13
トップメッセージ	15

マニーの価値創造

価値創造ストーリー	21
マニーの価値創造の本質	23
中期経営計画	25
バリューチェーン	27
特集1: 中期経営計画 重点開発製品	32

「世界一の品質」を支える基盤

MANIサステナビリティの考え方	33
環境	34
人的資本・地域社会への貢献	35
特集2: 新人事制度	37
コーポレート・ガバナンス	39

データセクション

財務・非財務データ	51
株式の状況	53
ステークホルダーとのコミュニケーション —マニーのIR—	53
会社情報	54

MANI Our origin

私たちの 原点



農家の一角、「馬小屋」で創業



「世の中に
無いものを創った
のだから、
これで世界一に成れるのではないか。」



松谷 正雄 (創業者・初代社長)



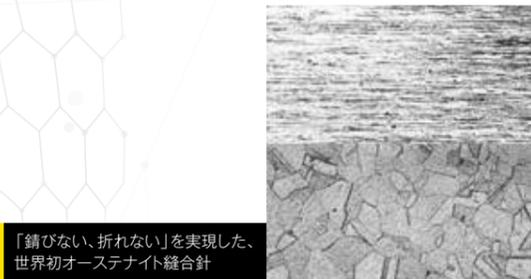
松谷 貴司 (二代目社長)

“世界一” 品質は **世界一** であって はじめて、患者さんのためになる

創業者・松谷正雄が、マニーの原点となる縫合針の試作に取り掛かったのは、第二次世界大戦中の疎開先として住み移った栃木県塩谷郡高根沢町中阿久津の「馬小屋」でした。その後、1959年にマニーの前身となる松谷製作所を設立し、1961年には世界で初めて18-8ステンレスによる縫合針の製造に成功。当時主流であった「鉄製」縫合針が医療現場において錆による不便を伴っていたことに着目し、錆びないステンレス素材での縫合針を作ることによって世の中に貢献できると考えたことから生まれた発明でした。

まだこの世に存在しないけれど、実現したら社会がより良くなるものを創ること。松谷は「世界に無いものを創った時点で世界一なのだから、普及すれば世界一に成れるはずだ」という夢を抱くようになりました。

現在約1万種存在するマニーの製品は、どれも医師が使用することで患者の皆様の健康を改善するものです。二代目社長・松谷貴司は「自社製品より良い」製品が存在するのであれば、その普及が社会幸福につながると考え、「世界一」へのあくなき追求、真に患者の皆様のためになるものを追い求める姿勢を社訓・営業基本方針として定め、これを自ら体現することにより、経営基盤である「世界一を目指す志」と「独創技術」を磨き他社と差別化を図っていく姿勢をより強固なものへと昇華させました。世界一へのこだわりは、創業時から続くマニーの原点であり、現在の企業理念「患者のためになり、医師の役に立つ製品の開発・生産・提供を通して世界の人々の幸福に貢献する」へとつながっています。



「錆びない、折れない」を実現した、世界初オーステナイト縫合針



「錆びない」ステンレス針・アイト縫合針の開発に成功

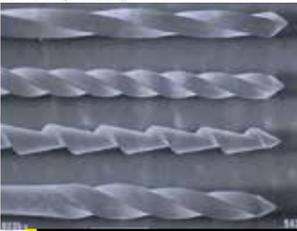
MANI Our origin

私たちの 原点

新分野・外科用替刃メスへの挑戦と撤退



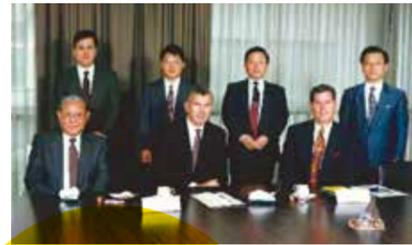
微細深穴が可能なレーザー加工技術に成功



リーマ・ファイルなど、
歯科用根管治療器具の開発で躍進



主力製品となるアイド針・アイレス針を
生んだ高根沢工場



つくば科学万博の開催を背景に、
映像によるプレゼンテーションを積極導入

熱心に、粘り強く。 科学する心 が進化を生む

創業から現在に至るまでの当社のビジネスモデルの土壌は松谷貫司が築き上げました。

1960年代には「ステンレス製アイレス針」で世界市場へ進出し、その後、現在マニーの主力製品である「レーザードリルド・アイレス針」の独自開発に成功します。初期のアイレス針は、「溶接」の技術によりパイプを接着したアイレス針に糸を付けるため、「折れる」リスクがゼロではありませんでした。そこで、実現困難とされていた、針そのものに微小な穴を直接あける技術を追求め、当時アメリカにおいて最先端の技術だった「レーザー」に着目します。国内メーカーと共同で当社独自のレーザー技術を開発し、「レーザードリルド・アイレス針」を生み出しました。これは市場にもマニーにおいても画期的な製品となりましたが、初期の技術である「パイプ接着針」から始まった研究・開発の積み重ねにより実現したものと言えます。

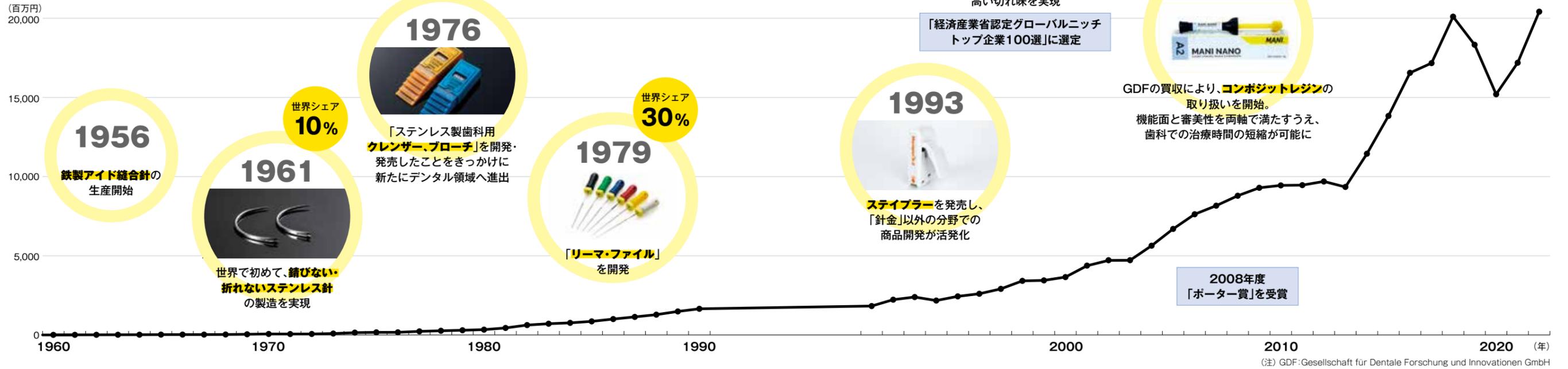
当社のマーケットである医療業界の技術革新は、ビジネスの機会であると同時にリスクにもなり得ます。新分野の開拓や既存製品の性能向上に取り組み、1970年代には、歯科、眼科へと事業領域を多角化しました。新分野への挑戦として取り組んだ、「外科用替刃メス」では得意分野である針金ではなく、板材の加工であったため既存の市場に食い込むことができず、撤退を決意することとなりました。他方、針の性能向上の研究・開発を積み重ねた結果、歯科用のクレンザー、ブローチ、リーマ・ファイル、眼科ナイフ等の新製品での成功につながりました。

当社の『科学する心で熱心に粘り強く』という社訓は、持続的な進化を生み出してきたマニーを体現する考え方であり、基礎技術の研究・開発が重要である、という歴史からの学びによって生まれました。

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歯科・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



事業拡大とガバナンスの進化



時代背景とKOL(キーオピニオンリーダー)ニーズ

医療現場での「錆びない」「折れない」針への強い需要

医療費高騰による効率化ニーズの拡大

円高により、製品価格維持のためには海外生産が必須に

低侵襲治療の需要の拡大

▼社会の変化

高度経済成長期

経済安定成長期

グローバル化・IT化の加速

サステナビリティの潮流

- 1973年 第1次オイルショック
- 1975年 ベトナム戦争終結

- 1985年 「つくば科学万博(国際科学技術博覧会)」開催

- 1989年 冷戦の終結
- 1990年代 インターネットの普及
- 1993年 EUの誕生

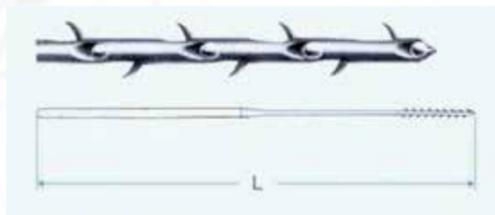
- 2008年 金融危機

- 2019年 COVID-19発生
- 2015年 SDGs採択
- 2015年 バリ協定採択

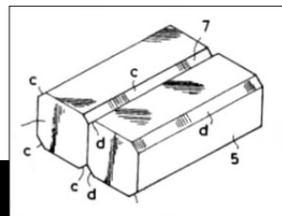
MANI Strengths we have built

築いてきた 強み

2003年ベトナム・ハノイに、現在の主力生産工場MANI HANOI CO.,LTDを設立



歯科医療分野参入の嚆矢となった「クレンザー」の製造技術



「プレス割型」のあくなき技術の追求が、後の特許裁判勝訴に繋がる

手術用針特許裁判

社外特許権の侵害に訴え、手術用針の特許権を主張し、侵害を認め、損害賠償額を決定した。特許侵害3億円の賠償額を認め、マニー(株)が全面的に勝訴した。

マニー(株)全面勝訴

多くの特許取得を進めるなか、「アイド針の刃型製造の方法」において、後発の類似商品に対する特許裁判で全面勝訴



独創技術を磨く

当社は、微細加工技術等の他社が真似することが困難な「独創技術」に強みを持っています。世界的に競争が激しい医療機器市場においては、高い技術力の維持・向上こそが重要と考えています。

それを支えているのが半年に1度社内で開催している「世界一か否か会議」です。製品の要求特性ごとに競合製品との性能比較評価を行い、競合製品より劣っている項目があれば、その改善策について開発担当者および経営陣で協議し、その改善に経営資源を集中的に投入することで製品の性能および固有技術に磨きをかけ、より良い治療を可能とする高品質な製品の提供を追求してきました。

現在では日本以外にベトナム、ミャンマー、ラオス、ドイツの4つの海外生産拠点を有しており、海外での生産比率は9割を超える水準まで拡大しました。日本人以外の技術者も数多く育ち、現在では現地社員が生産機械の設計や改良にも携わる等、高品質・高利益率を実現する組織体制の礎となっています。

ただし、技術は日々進歩しています。当社はこれからも豊かな開発力により将来において利益を生む新技術、新製品を開発し、将来利益を確保するための特許制度も重視しつつ、医療機器を通して指先に伝わる感覚の領域まで性能を突き詰めることで医療現場での評価を高めていきます。

MANI Our evolution

未来への進化



創業の地高根沢に新本社・R&Dセンターの建設を予定(コンセプト図)



世界のすみずみまで、

世界一の品質 を届けるために

世界のKOLとの協働で、先進的な根管形成拡大器具の開発に取り組む



GDF新本社・工場の完成予想図(2023年8月竣工予定)



10年後、20年後の成長に向けて、今後は創業の地である高根沢町(栃木)に新本社・スマートファクトリー・R&Dセンターを建設する予定です。

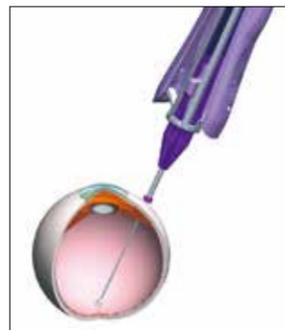
スマートファクトリーの立ち上げにより高品質かつ低コストな生産を実現します。また、R&Dセンターを建設することで開発スピードの迅速化や開発力強化を図り、未来のマニーを支える新製品を上市していく予定です。

当社は今後も進化し続け、「世界一の品質」を「世界のすみずみ」までお届けすることで、「患者のためになり、医師の役に立つ製品の開発・生産・提供を通して世界の人々の幸福に貢献する」という企業理念の実現を目指します。

当社は、さらなる飛躍的な成長を実現するため、開発・生産・営業の各機能のプラットフォームを進化させ、「真のグローバル企業」へ成長することを目指します。具体的には海外での営業拠点の設置やグローバルマーケティングの強化、世界のKOL(キーオピニオンリーダー)との製品開発、ドイツ子会社における新本社・新工場の立ち上げ等を実施していきます。さらに



MANIブランドの歯科用修復材販売で、補綴・審美領域へ浸透を図る



硝子体・緑内障手術領域での製品開発促進へ

グローバルな事業展開

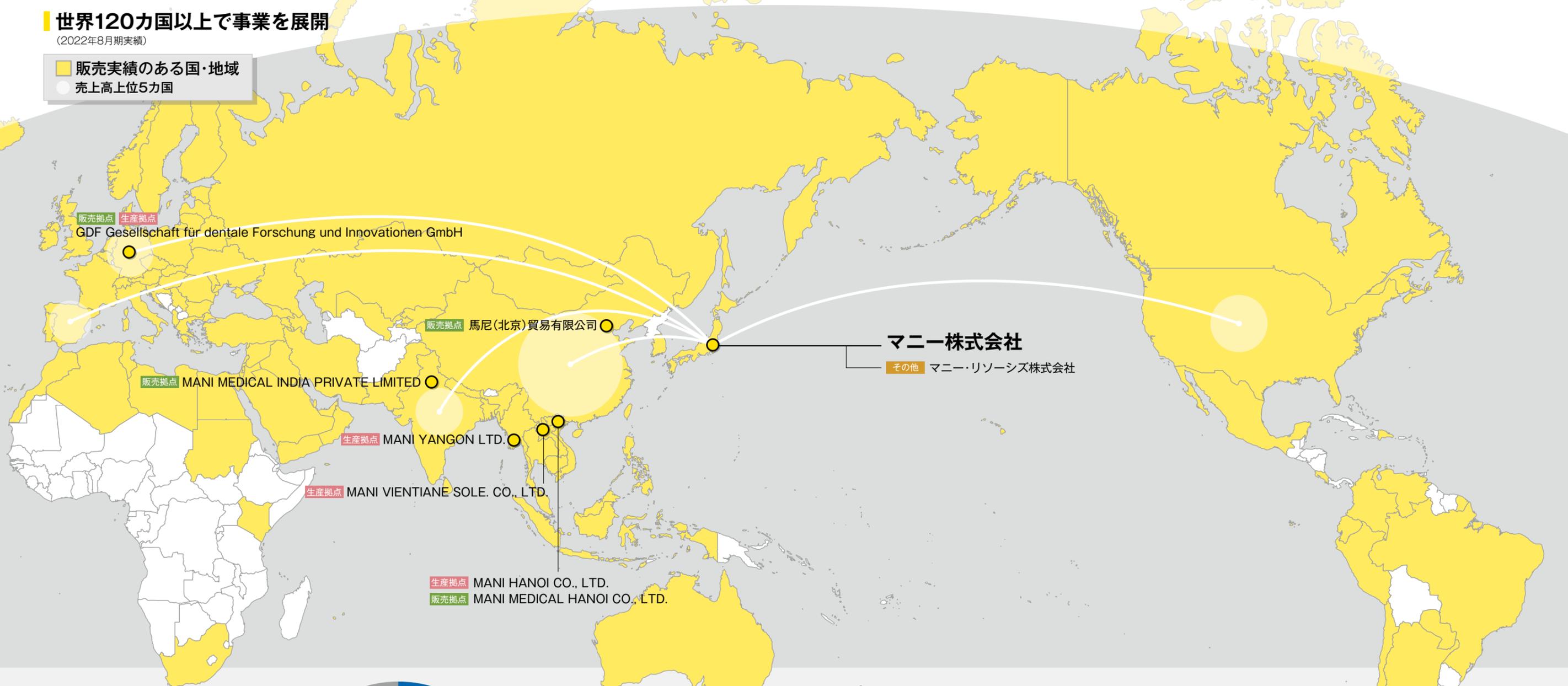
— 世界一の品質を世界のすみずみへ —

微細加工技術によって生み出された安全かつ高品質な医療機器を世界120カ国以上の医療現場に提供することで、世界の人々の幸福に貢献しています。特に白内障手術に使用される眼科ナイフについては日本国内のみならず、世界でも高い市場シェアを獲得しています。

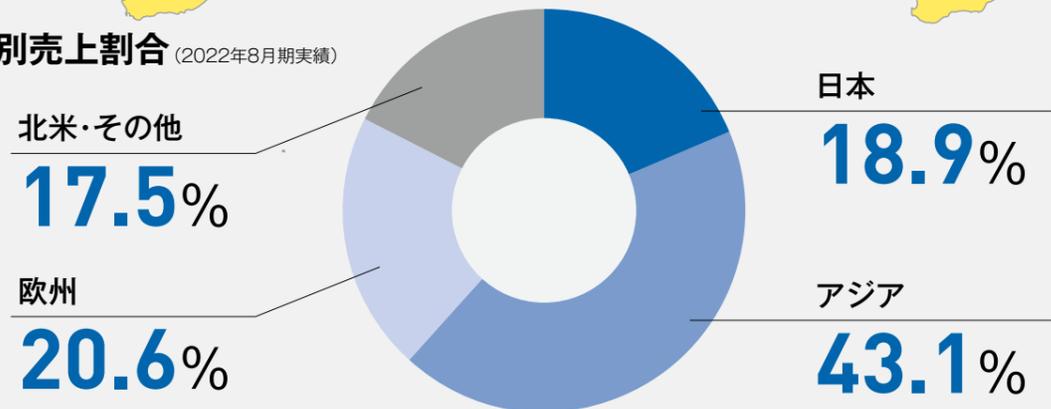
世界120カ国以上で事業を展開

(2022年8月期実績)

- 販売実績のある国・地域
- 売上高上位5カ国



地域別売上割合 (2022年8月期実績)



販売地域 **120**カ国以上

海外売上高比率 **81.1%**

眼科ナイフ 世界シェア **約30%**

国内シェア **No.1**

TOP Message

トップメッセージ

代表執行役社長

齊藤 雅彦

世界一の品質を 世界のすみずみに届け続ける

マニーは創業以来、特定領域における医療機器の製造で「世界一の品質」を追求し、開発・生産・営業の確かなプラットフォームを構築しました。これらをさらに進化させることで「真のグローバル企業」を目指します。

私たちの使命

マニーの原点は「平和で幸福な社会への思い」にあります。

創業家は戦時中に軍需産業に携わっていましたが、創業家の松谷正雄が平和な暮らし、人々の健康に対する思いを胸に、疎開先であった高根沢町（栃木）で医療機器の製造を開始したのがマニーのはじまりです。「患者のためになり、医師の役に立つ製品の開発・生産・提供を通して世界の人々の幸福に貢献する」という企業理念には、私たちが「患者の皆様のため」に良い治療をするための製品をつくる、また医師にとって使いやすい製品をつくり「医師の皆様役に立つ」というマニーの存在意義が示されています。良い治療を実現するには、機能の優れた製品をつくるだけでなく、医師にとって使い勝手の良いものにすべきというのが当社の基本的な考え方です。

また「開発・生産・提供を通して」というのは、これらの工程を私たちが一貫してやり切ることを意味しています。高品質の製品をつくり続けるために、まずは製品を使っていたいたうえで、医師ときめ細かいコミュニケーションをとりながら製品に対するフィードバックを受け、品質をさらに高めなければいけません。そのために、私たちは開発から営業に至る一連のプロセスを一貫して進める必要があるのです。品質とは「つくりこむ」ことで初めて実現できるものであり、愚直に改良を繰り返すことが肝要です。こうした姿勢で高品質な製

品をつくり、世界の人々の幸福に貢献したいという思いを、この短い言葉に込めています。企業理念は社員が携帯するIDカードにも明記し、日々の事業活動の拠り所としています。

私たちは営業基本方針として「世界一の品質を世界のすみずみへ」という言葉を掲げています。私たちが大切にする「世界一の品質」とは、まさに患者の皆様のためになり、医師の皆様役に立つ高品質な製品を指します。「世界一の品質」であると胸を張って言うのはとても難しいことです。そこには品質に対する開発者の強いこだわりとものづくりへの執念が不可欠だからです。とはいえ、「とにかく頑張れ」というだけでは社員の心には響きませんし成果にもつながりません。「科学する心で熱心に粘り強く」という社訓には、確かなデータをもって正しく現象を捉えてロジカルに思考し、熱心に粘り強く取り組むことの大切さが刻まれています。

当社の企業理念、社訓は、ともに創業家の方々の経験から生まれたものであり、それだけに意義深く、心に突き刺さるものがあります。

これまでの努力と進化

当社は2021年4月、対外的には初めて中期経営計画（中計）を公表しました。今後5年間を見据えたこの中計の公表に踏み切った背景には、「世界一の品質を世界のすみずみへ」という思いを当社が本当に実現できるところにまで辿り着いたことが確信できたためです。ここでは、そこに至るまでの当社の努力と進化について

TOP Message

お話しします。

1. 開発プラットフォームの確立

創業当初、当社の医療機器開発には「折れにくい針」「錆びにくい針」をつくりたいという強い思いがありました。当時は軟らかく加工しやすいステンレス素材は沢山あったのですが、硬くて折れにくいステンレス素材がありませんでした。そこで、世の中にないのであれば我々がつくりたいという考えに至り、線材メーカーとともに努力に努力を重ね、硬くて折れにくいステンレス素材を開発。さらに加工の仕方についても開発しました。このような努力を積み、当社のものづくりの原点である独自のステンレス素材と微細加工技術によって生み出される「世界一の品質」という開発プラットフォームを手に入れました。

2. 生産プラットフォームの確立

創業当初は日本国内で生産をしていましたが、1996年から海外生産を本格化し、私たちは生産拠点としてベトナムを選びました。とにかく製品の品質を落とさないことを最優先で考えた私たちは、国内の技術者を現地に派遣し、数十年の歳月をかけて現地への生産技術の移管に注力しました。やがて現地では人件費の高騰もあり、原価の上昇が始まりましたが、徹底した生産性の改善と自動化への注力により、今日の高品質生産と徹底した原価低減という生産プラットフォームを確

立しました。

3. 営業プラットフォームの確立

良いものをつくれれば必ず売れると信じて、営業は代理店任せにしていた時代もありました。しかし良いものをつくれれば自然に売れるというものではありません。当社はベトナム、中国、インドに販売会社を設立し、営業プラットフォームの確立に取りかかりました。製品の使い方について、社員が自らお客様に丁寧に説明することを地道に続けた結果、多くのお客様が当社に信頼を寄せてくださり、強固な営業プラットフォームを確立することができました。

こうした努力と進化を積み上げることで、当社は「世界一の品質を世界のすみずみへ」という思いを実現するための基盤を手に入れることができました。中期経営計画は、満を持してグローバルに打って出る当社の成長戦略を示す内容となっています。

世界一の品質を世界のすみずみに届ける

【中期経営計画の推進】

創業以来、今日まで整備を図ってきた開発・生産・営業の各プラットフォームをフルに活用し、「開発型ニッチ企業の集合体」としてのマニーを、「真のグローバル企業」とすべく、ビジネスモデルの変革を進めます。

1. 開発プラットフォームの進化

—世界のKOL(キーオピニオンリーダー)との製品開発—

世界に販売拠点を つくることによって、世界のKOLとの関係を築くことができるようになってきています。 これまでは主に国内の医師とのコミュニケーションを通じて医師の医療ニーズに 応えてきましたが、今後はこれを世界に 広げ、世界中の医師とのコミュニケーションを通じて世界中の医療ニーズの把握に努めます。そして徹底した顧客志向のもと、世界の医師・術式に応じた製品開発に進みます。

また、海外グループ拠点の社員が集結し、より革新的な価値創造が行えるよう、創業の地である高根沢町(栃木)に新本社およびR&Dセンターを設立します。基礎研究から製品開発、量産研究を一貫して行うことで、開発の機動性とスピードを向上し、競争力の高い新製品を市場にタイムリーに供給していきます。

2. 生産プラットフォームの進化

—スマートファクトリーの建設—

これまではベトナムに生産拠点を集中させてきましたが、今後の生産需要の増加に備え、日本に再び、ものづくりの拠点を つくりま す。具体的にはAI検査やDXを採り入れて生産工程の完全自動化を実現する「スマートファクトリー」を建設し、生産能力の増強とスピードアップを目指します。これによってベトナム工場一極集中というリスクを回避すると同時に、当社のもの

づくりをより高度なシステムに進化させていきます。

またグループ会社のGDF(ドイツ)の新本社工場の建設も進めており、ベトナム以外での生産拠点としての存在感をさらに高めます。

3. 営業プラットフォームの進化

—グローバルマーケティング—

サージカル、デンタルの領域では、欧州、東南アジアに新たな販売拠点を設立し、ベトナム、中国、インドの販売拠点で成功した地域密着型営業を推進します。一気に「世界のすみずみへ」とはいきませんが、確実に販売地域やシェアを増やしていきます。同時に医療機器のニーズ捕捉を行い、製品の品質改良や新製品開発につなげていきます。またアイレス針については、OEM先へのきめ細やかな対応と信頼関係を活かし、ビジネスの拡大・強化を進めます。

中計を確実に進捗させるには人の力を引き出すことが必要です。そのためには社員一人ひとりが、マニーグループがどこに向かい、何を 実現しようとしているのかを腹落ちするまで理解し、それぞれ行動につなげなければなりません。そこで私自身が思いを直接社員に伝え、中計を自分ごととして捉えてもらうため、社員5人と対話をする「5人面談」も続けています。5人ずつ行う理由は、少人数で対話することで、相手の意見を聞きやすく、自分の意見も言いやすい雰囲気をつくるた

中期経営計画 P25~26

■中期経営計画の骨子

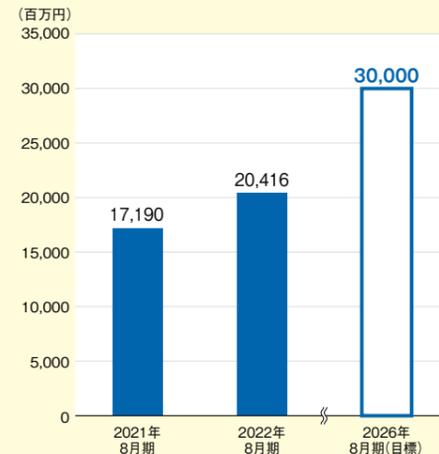
企業理念

患者のためになり、医師の役に立つ製品の開発・生産・提供を通して世界の人々の幸福に貢献する

経営方針

<p>1 ビジネスモデルの変革</p> <p>2 世界のKOLとの製品開発</p> <p>3 地域密着型営業によるグローバル市場でのシェア拡大</p>	<p>4 高品質・低コストを実現するグローバル生産体制の構築</p> <p>5 新人事制度の導入</p> <p>6 MANIサステナビリティの推進</p>
--	--

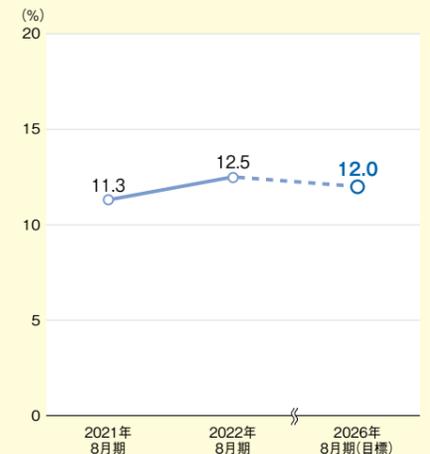
■売上高



■営業利益・営業利益率



■ROE



TOP Message



齊藤社長が社員へ直接行う「5人面談」

めです。「5人面談」では中計への質問や、それぞれの業務の課題、経営への要望など自由闊達な議論ができています。

4. 2022年8月期の振り返り

ここからは、中計初年度に当たる2022年8月期の業績および中計初年度の進捗・取り組みについて振り返りたいと思います。2022年8月期における当社の業績は円安による恩恵を大きく受けた側面もありましたが、製品需要の回復を背景に、売上・営業利益・経常利益ともに過去最高を更新することができ、順調なスタートを切れたと考えています。

私が社長に就任した2020年以降、新型コロナウイルスが世界中で猛威を振りました。この影響により、世界の多くの医療機関では緊急性の低い白内障手術や歯の治療等を中止・延期する動きが相次ぎました。当社の業績はこのようなトレンドに大きく影響を受けたといえますが、本格的なアフターコロナを見据え、2022年

から市場が回復してきた印象です。インド等の新興市場は前期より大きな成長を見せており、当社としてはこれから一層市場シェアを伸ばすべく攻勢をかけていくつもりです。

中計の主要施策である「グローバルマーケティングの推進」については、先進国および新興国のそれぞれで積極的に活動を展開することができました。前者については、マニー製品の欧州における市場シェアを伸ばすことを目的として、子会社であるGDF(ドイツ)の拠点を活用したマーケティング活動を開始しました。競合ひしめく欧州市場ですが、当社製品の品質をアピールし、特にデンタルセグメントを伸ばしていきたいと考えています。後者については、マレーシアに駐在員事務所を立ち上げており、今後は同国において販売会社の設立を進め、インドネシア等の将来有望な東南アジア圏の国々への販売を増やしていきます。

「グローバル生産体制の構築」については、スマートファクトリー建設に向けたプロジェクトチームを組成し、概ね構想が固まりました。GDFの新本社・工場も建設が順調に進んでおり、2023年8月に予定している本格稼働後には生産能力が大幅に拡大します。

「世界のKOLとの製品開発」については、新製品である「JIZAI」を世界中で販売するため、日本のみならず海外のKOLと連携しながら開発に取り組んでいます。また、新規事業開発グループを設置し、リサーチやマーケティング機能を強化して新たな開発テーマの検討を進

めています。

また、2022年8月期はESG経営の強化をテーマとして、「MANIサステナビリティ」を推進し、国内で再生可能エネルギーを導入しました。優秀な人材の採用・登用を進めながら、働き方の多様性を高めるため、東京にサテライトオフィスを設置するなどの取り組みを進めました。

社会から高く評価される「善い会社」を目指す

当社がターゲットとする市場は、アジア圏を中心に、まだまだ拡大を続けるものと見ています。長期的に見ると世界は高齢化社会に向かっており、治療ニーズ自体は中国・東南アジアなどの新興国を中心に増加していくものと見ています。一方、長期的なリスクとしては、予防医療の進化によって疾病自体が減り、治療ニーズも減少していくことも想定していますが、そこに向けて世界の医療機器市場の拡大が急速に減速することはないと見ています。

また、今後の当社の持続的な成長を実現させていくうえでは、持続可能な社会の実現に当社が積極的に貢献していくことが重要です。私たちが扱う製品は微細であるがゆえに環境負荷も小さい点が特徴と言えますが、今後は環境負荷低減型の事業活動を進めるなど、自らが深く関わる環境・社会課題の解決に積極的に尽力します。また人的資本については、多様な人材が活躍す

る職場環境整備に加え、新人事制度を通じて、グループ社員の自己成長も支援します。

「世界一の品質」を「世界のすみずみ」に届ける当社の社会的責任を考えると、当社の経営もまたサステナブルでなければなりません。創業家が経営から退く際、ワンマン経営に陥ることを強く戒めたことが基礎となり、当社は先進的なガバナンス制度である「指名委員会等設置会社」を選択し、ガバナンスの高度化に努めています。社外取締役が過半数を占める取締役会のメンバーはそれぞれが頼もしく、高い意識を持って高度な議論を戦わせています。

当社は「技術のマニー」として、株主・投資家の皆様からは既に高い評価をいただいておりますが、我々の製品を世界中に普及させることで世界の医療に貢献すること、またそのことを広く知っていただくためにステークホルダーへの情報開示と真摯な対話に努める「善い会社」となることを目指します。

世界一の品質を世界のすみずみに届け続けるマニーの未来に、どうぞご期待ください。



2022年12月
マニー株式会社
代表執行役社長
齊藤 雅彦

中期経営計画

■2022年8月期の振り返り

主要施策	2022年8月期の進捗	評価
グローバルマーケティング推進	<ul style="list-style-type: none"> インド市場でのデンタル製品の拡大 マレーシアに駐在員事務所立ち上げ⇒販売会社は23年設立予定 GDF拠点を活用したマニー製品のマーケティングを開始 	○
グローバル生産体制の確立	<ul style="list-style-type: none"> GDF新本社・新工場の建設着工 スマートファクトリー構想の策定完了、今後は具現化設計に着手 	○
世界のKOLとの製品開発	<ul style="list-style-type: none"> 眼科領域で新製品(硝子体鉈子)の上市 R(リサーチ)機能を強化すべき新規事業開発グループを設置 R&Dセンター構想の継続検討 	△
新人事制度の導入	<ul style="list-style-type: none"> 働き方の多様性を高めるべく東京にサテライトオフィスを設置 自主的なキャリアの選択を後押しする幅広い公募制の導入 新たな資格等級に求められる役割を後押しする教育体系の構築 	△
MANIサステナビリティの推進	<ul style="list-style-type: none"> 22年1月に「とちぎSDGs 推進企業登録制度」に登録 国内での再生可能エネルギー導入 	○

Pick UP

新本社・R&Dセンター・スマートファクトリー構想

創業の地である高根沢町(栃木)にR&Dセンターを設立すべく、現在建築コンセプト等の検討を進めています。
革新的な新製品開発を実現するため、技術者をはじめ海外グループ拠点の社員が集結し、蓄積された技術やノウハウに最新技術を融合させる研究開発の拠点とすること、さらに世界のKOLとの共同開発の場となることを目指します。



GDF新本社・工場の始動

ドイツの子会社であるGDFではヘッセン州に新本社・工場用の土地を取得し、2023年8月竣工の予定で建設を開始しました。GDF製品の生産体制を強化していくとともに、欧州におけるマニー製品のマーケティング・販売推進拠点としての役割を担います。

