

TAMRON



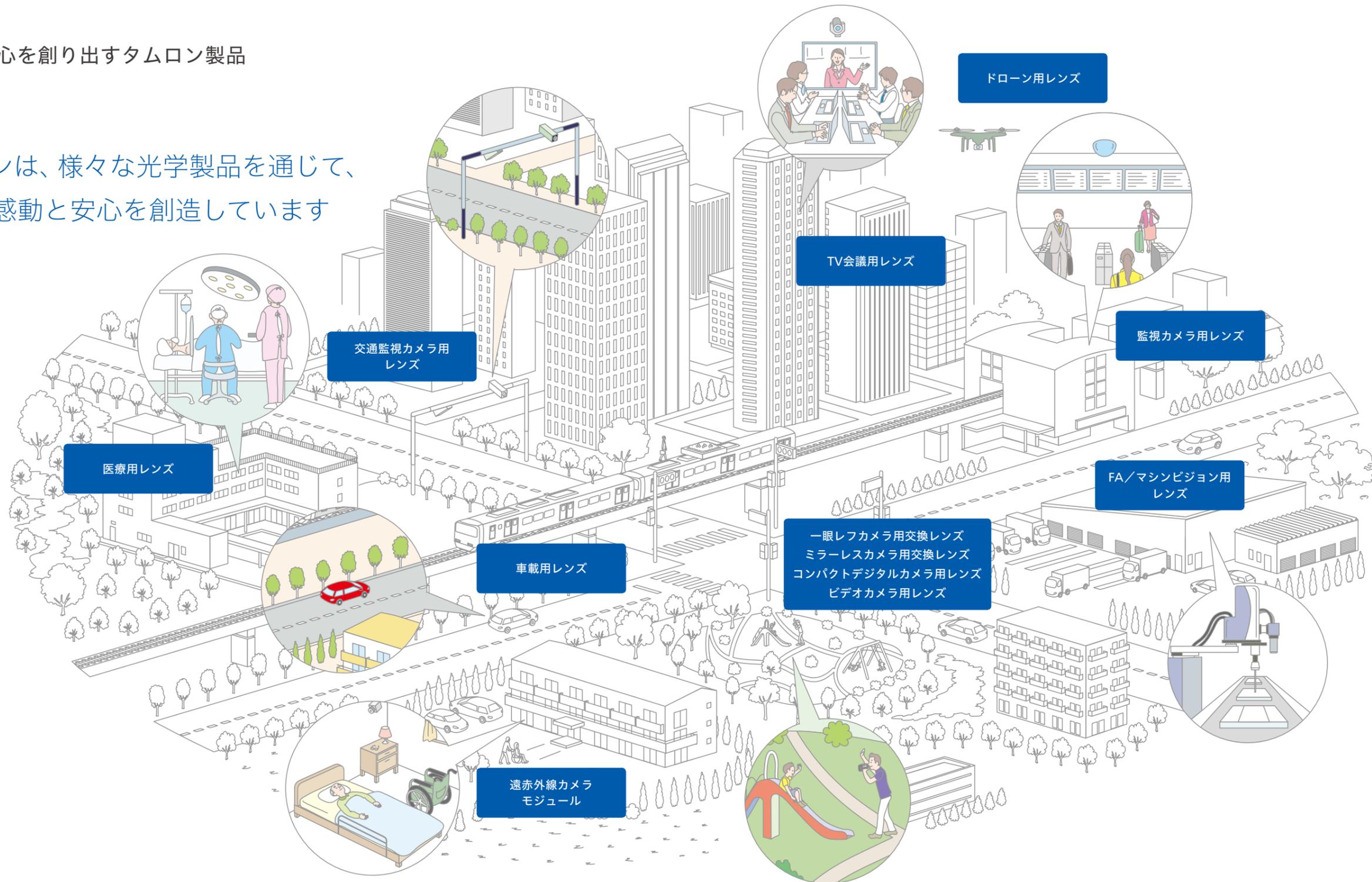
2019年12月期

統合報告書

2020

感動と安心を創り出すタムロン製品

タムロンは、様々な光学製品を通じて、
社会の感動と安心を創造しています



目次

はじめに	個別戦略	データ
01 感動と安心を創り出すタムロン製品	19 財務戦略	37 財務・非財務ハイライト
03 トップメッセージ	21 分野別戦略	37 財務ハイライト
07 価値創造プロセス	21 写真関連分野	39 非財務ハイライト
09 価値創造の歩み	23 監視/FA関連分野	40 外部評価
経営戦略	25 重点・新規分野	41 連結財務諸表
11 ビジネス展開	29 人材戦略	45 会社情報/株主情報
13 リスクと機会	31 環境戦略	46 グループネットワーク
17 2020年中期経営計画の進捗状況	コーポレート・ガバナンス	
	33 マネジメント体制	
	35 コーポレート・ガバナンス	

編集方針

タムロンは、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様との重要なコミュニケーションツールとして、統合報告書を発行しています。経営戦略や財務情報、人材・環境戦略を掲載した本報告書は、当社の持続性と成長性について報告しています。編集に当たり、経済産業省の「価値協創ガイダンス」や、国際統合報告評議会(IIRC)の「国際統合報告フレームワーク」の考えを参考にしています。

対象期間：2019年1月1日～2019年12月31日
(一部に上記期間外の情報も含んでいます)

対象組織：タムロングループ会社10社(当社含む)

*本レポートに掲載されている画像などの無断転載はご遠慮ください。

当社の情報体系

財務情報	非財務情報
統合報告書(冊子・PDF)	
有価証券報告書(PDF)	コーポレート・ガバナンス報告書(PDF)
決算説明会資料(PDF)	ESGデータブック(PDF)
IR情報(WEB)	CSR情報(WEB)
参考ホームページ https://www.tamron.co.jp/ir/	参考ホームページ https://www.tamron.co.jp/csr/



株式会社タムロン
代表取締役社長 鯨坂 司郎

3期連続の増収増益を達成。 100年企業に向けて、光とともに未来へ進みます。

2019年12月期の総括

2019年の経営環境は、当社の中核事業であるデジタルカメラ市場を見ると、レンズ交換式カメラはフルサイズミラーレスカメラが堅調に推移しましたが、エントリーモデルを中心として一眼レフカメラの大幅な落ち込みにより縮小しました。交換レンズも同様に縮小し、コンパクトデジタルカメラも、縮小が継続しました。一方で監視や車載などの産業用向けカメラ市場では、米中貿易摩擦の影響や中国の消費低迷が見られたものの、増基調が継続しました。

こうした市場環境の中、2019年の経営成績は、主力事業である写真関連事業と特機関連事業の増収により、売上高は63,285百万円(前期比2.4%増)となりました。利益面につきましては、原価低減の推進効果や、自社ブランド交換レンズの新製品比率の向上などによって売上総利益率が前期比2.9ポイント改善し、売上総利益が大幅増益となったことから、営業利益は6,982百万円

(28.7%増)、当期純利益は5,330百万円(前期比23.1%増)となり、3期連続の増収増益、過去最高の当期純利益を達成することができました。

セグメント別では、写真関連事業は、売上高46,175百万円(前期比1.2%増)、営業利益8,635百万円(前期比21.4%増)と増収増益となりました。自社ブランドは、フルサイズミラーレス用交換レンズの販売が好調に推移し、大幅な増益となりましたが、一眼レフカメラ用の既存製品を中心に販売が伸び悩んだことにより減収となりました。一方、OEM関連は受注機種販売が好調に推移したことにより増収となりました。

レンズ関連事業では、コンパクトデジタルカメラ用レンズが市場縮小の影響により減収となり、ドローン用レンズも受注機種販売が伸び悩んだことにより、売上高2,739百万円(前期比20.3%減)の減収となりましたが、営業利益は137百万円(前期比69.3%増)と増益となりました。

成長が続く監視カメラ用レンズと車載カメラ用レン

ズで構成される特機関連事業では、監視カメラ用レンズの中国での販売やカメラモジュールの販売が好調に推移したことや、車載カメラ用レンズでのセンシング向け製品の販売増による2ケタ増収により、売上高14,370百万円(前期比12.8%増)、営業利益994百万円(前期比22.3%増)と2ケタの増収増益となりました。

中期経営計画の進捗状況

2020年を最終年度とする中期経営計画(2018~2020)は、2017年の実績を起点として、売上高で100億円の増収となる720億円、営業利益は1.5倍以上となる66億円、そしてROE9%以上を掲げ、2年目である2019年は売上高650億円、営業利益59億円を目指してスタートしました。

中期経営計画では、監視カメラや車載カメラ用レンズなどの産業向けの売上拡大、および中核事業である写真関連事業の収益性改善を戦略の柱としています。こうした中、この2年間で、写真関連事業の収益性改善は想定以上に進み、利益面およびROEは、2020年の目標値を1年前倒しで達成しました。一方で、前提為替レートからの大幅な円高進行、想定以上の一眼レフカメラ市場の落ち込み、ドローン市場のBtoCにおける実績の見通しが大きく乖離したことなどから、売上高の目標達成は困難な見通しとなっています。

これらを踏まえ、中期経営計画の最終年度である2020年は、この2年間の成果である写真関連事業の高収益体質を維持しつつ、もう一つの事業の柱である監視/FA分野においても収益性の改善を目指していきます。

事業の展望

当社は、設計から生産・販売まで一貫して行える数少ない光学メーカーであり、「事業の機会が社会課題の解決にある」との考えのもと、強みである光学技術を活かした製品を創造することで、社会とともに成長しています。当社の中核である交換レンズ事業は、市場縮小とミラーレス化が進む中、いち早くお客様のニーズを分析し、商品企画に反映しています。ミラーレス用レンズに特化し、ラインナップを拡充することで市場が厳しい状況下でもシェアを拡大して売上を伸ばしていきます。

監視/FA分野では、顔認証等のAIを組み合わせた都

市監視も含めた旺盛なセキュリティ需要と、製造業の高度化・効率化推進による底堅いFA/マシビジョン等の需要をしっかりと取り込み、広がりを見せる産業向けでの裾野拡大も図っていきます。また、社長就任時に掲げた変革テーマ「販売・生産・開発のグローバル化」と「開発体制の再構築」の方針のもと、従来の日本での開発以外に中国・外部委託と多様な開発体制を構築しました。その開発体制を効率的に活用し、高付加価値品での差別化、開発のスピード向上・コスト低減を図り、激しい競争環境下でも競争力を維持してまいります。

車載カメラ市場は、車載カメラ搭載義務化等の法制度の後押しに加えて、自動運転を見据えた転換期であり、高成長が続いています。同時に高度化等の技術革新期であり、耐熱性等の要素技術開発と投資を積極的に行い、業界での地位を確立していきたいと考えています。

さらには、高齢化社会が進む社会において、患者の負担を軽減する低侵襲医療用の製品に、大きな事業機会があると考えています。4月には医療用事業の専門部署としてMD推進部を新設しました。売上規模はまだ小さいですが、小型化かつ高品質・高解像度が求められる医療分野を将来の基幹事業とすべく育成してまいります。

競争力強化に向けた 人材確保と職場環境づくり

当社の最も重要な経営資源は「人材」であり、現在当社で働く社員は優秀な人材が揃っていると考えています。一方で将来に目を向けると、「光で感動と安心を創造し、心豊かな社会を実現」することで、企業価値を向上させるためには、より多くの優秀な技術者を採用することや国籍や性別、年齢などに関係なく、異なる考え、視点、価値観を受け入れ、活かしていくことが重要であると考えています。加えて、社員が持つ能力を最大限に発揮できる環境を整えることが企業の競争力を高めます。その一つとして女性の戦力化を掲げ、2015年には、仕事と子育ての両立のサポートを目的とした事業所内保育施設「タムロンキッズ」を開園しました。「タムロンキッズ」があることが入社を決め手となった社員もおり、2014年に7.8%だった女性管理職比率は、2019年では10.9%と、3.1ポイント上昇しています。さらに2020年は、社員の健康管理を戦略的に実践していることが評価され、健康経営優良法人に初めて認定されました。

トップメッセージ



ESG戦略

環境

2019年のCO₂排出量は、売上高原単位で2016年比3.8%減少の目標に対して、3.5%の減少にとどまり未達成となりましたが、CO₂絶対量を減らすことができたことは大きな成果であったと考えています。

SDGsや気候変動問題に関する国際的な枠組みであるパリ協定に基づいて、世界各国は気候変動への取り組みを強化しています。また、集中豪雨や台風などの異常気象の増加によって、気候変動が企業の成長に重要な課題であるとの認識が広がっています。

当社でも持続可能な社会の中に当社の持続的成長があるとの認識のもと、脱炭素社会へ向けた戦略及び施策を検討しています。今までの省エネ中心の削減活動に加えて再生可能エネルギーの導入によって、CO₂排出量を削減します。さらには、廃棄物の削減や水資源の保護、海洋プラスチック問題の解決に取り組んでいきます。

社会

経営のグローバル化に伴い、環境問題はもちろんのこと、人権や労働問題、情報漏洩など、さまざまな社会課

題に対処する必要があると認識し、2007年より国連グローバル・コンパクトの10原則への支持を継続しています。当社に関連する対処すべき重要なCSR課題は経営計画に落とし込み、課題解決に取り組んでいます。

また、当社の中核事業であるデジタルカメラを通じて撮影した写真や映像は、人々に感動や安心をもたらし、人の心を豊かにする力があります。当社では、世の中のさまざまな課題やニーズを事業機会として捉え、「光で感動と安心を創造し、心豊かな社会の実現へ貢献したい」という考えのもと、未来に向けて様々なビジネスに挑戦していきます。

・監視カメラ用レンズ:

都市犯罪の増加に対し、高性能な監視用カメラ用レンズを提供することで、安心・安全な社会に貢献するとともに、写真関連事業に並ぶ第二の柱への成長を目指します。

・車載カメラ用レンズ:

自動運転の最新技術であるLidarや車載用レンズを提供することにより、事業規模の拡大を図りながら、交通事故や増加する渋滞などの社会課題解決に貢献します。

・医療用レンズ:

日本をはじめ中国などでも高齢化社会が早まると言われている中、低侵襲を可能にする医療用レンズなどを提供することにより、患者や医療関係者の手術の負担軽減に貢献していきます。

・ドローン用レンズ:

農業やさまざまな分野での計測・監視に用いられるドローン用レンズなどを普及させることで、人ができない仕事を解決しながら、売上の拡大を目指します。

ガバナンス

私が社長に就任した2016年から、ガバナンス強化に取り組んでおり、コーポレート・ガバナンスに対する考え方は、「コーポレートガバナンス・ガイドライン」で明確にしています。

当社は女性1名を含む社外取締役2名を選任しています。専門的・独立的な視点から意見・助言を取り入れることができるため、より良い意思決定につながっています。社外取締役には十分に役割を果たしていただくため

に、取締役会資料の事前配布のほか、社外取締役就任時の研修や工場見学など、当社を深く理解していただくための取り組みも積極的に実施しています。また、指名委員会・報酬委員会の設置に加えて、取締役数の削減や業績連動型株式報酬制度を導入するなど、ガバナンス改革は着実に進展しています。

さらには、コンプライアンス経営の徹底を図る一環として、内部通報制度の充実にも取り組んでいます。通常の社内ルートでの内部通報対応の仕組みのほか、2019年には経営層からの独立性を有する通報ルートとして外部にも受付窓口を設置しました。

株主還元

株主還元は、業績に応じた配当として配当性向35%程度を安定的に実施することを目標としています。当期は、1株当たり年間配当金を前期に比べ8円増配し68円としました。これは過去最高の年間配当金となります。当社では、長期的視野での経営体質強化および新事業展開などを図るための研究開発や設備投資などを勘案す

るとともに、株主の皆様へ安定した利益還元を継続していくことを基本方針としています。

100年企業に向けて

当社は、光学のスペシャリスト集団として、さまざまな産業分野にレンズを供給することで、産業・社会・人々の暮らしに感動・安心・信頼を提供することを使命としています。現在、「測る」というニーズが産業分野のあらゆるシーンで高まっており、当社が培ってきた光学・機構設計・生産技術をコアとしたさまざまなノウハウを、より一層活かせる事業環境にあると捉えています。

また、当社は、2020年11月に創業70周年という節目を迎えます。既存ビジネス分野での深耕、そしてSDGsを事業機会と捉えた新たなビジネス分野への参入も図り、次の10年、そして100年企業に向けてさらに歩みを進めていく所存です。社会への貢献度を高め、さらに社会に必要とされる企業となるべく、タムロンならではの「産業の眼」を創出し、企業価値の向上を図っていきます。当社グループの今後にご期待ください。

株式会社タムロン
代表取締役社長

鮎坂 司郎

経営理念

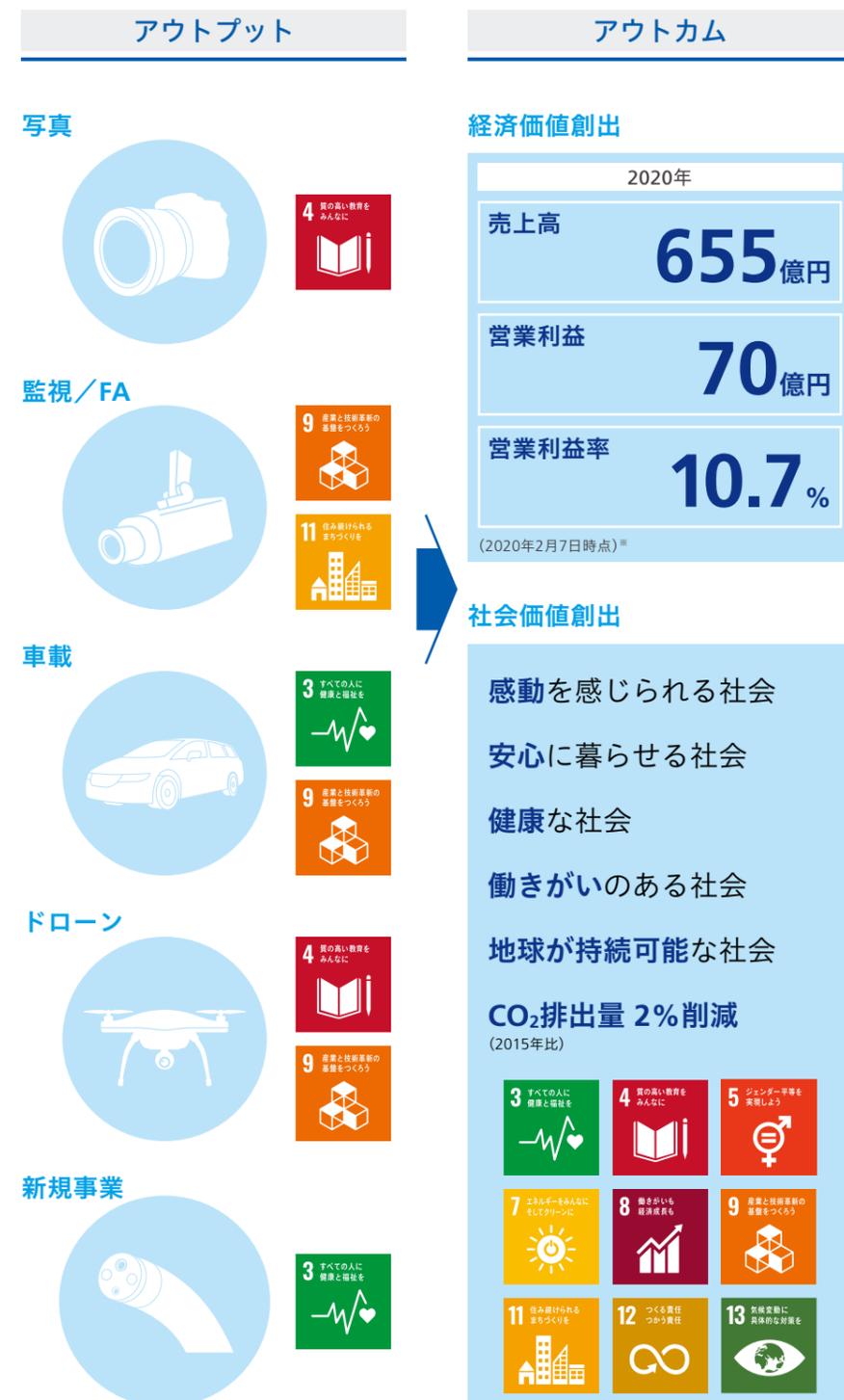
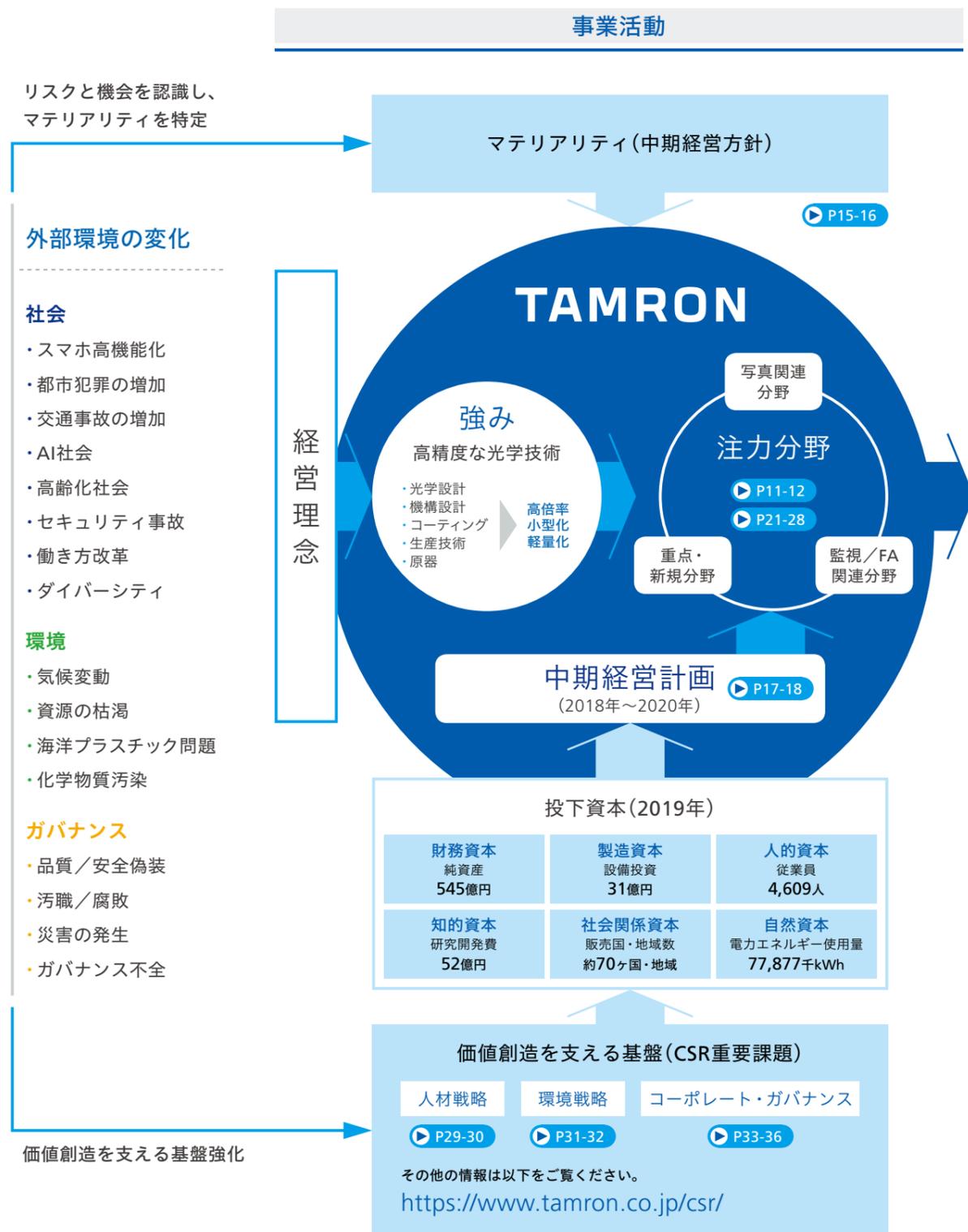
わが社は世界光学工業界のトップをめざして、堅実に前進し、顧客の要望に適う個性豊かな高品質の製品を創造し、これを顧客の満足する価格で販売し、顧客の喜びから生ずる利潤に基づいて、企業を発展、充実させることにより、株主及び社員の幸福を実現することを基本理念とする。

ブランドメッセージ

産業の眼を創造貢献するタムロン

価値創造プロセス

さまざまな社会課題を経営上の機会と捉え、
経済・社会価値を創出し、持続可能な社会の実現に貢献します。



* 2020年4月28日に、新型コロナウイルス感染症の世界的拡大による影響が極めて不透明であることから、2020年2月7日に公表した業績予想を未定としています。業績予想の公表が可能となった段階で改めて公表します。

光の可能性に挑戦し、心豊かな社会の実現へ貢献する

社会とともに成長し感動と安心を創造し続けた70年

会社沿革 世界で製品を提供するグローバル企業へ

- | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---|--|---------------------------|------------------------------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------|---|-----------------------|--------------------------------|------------------------------|
| 1950
泰成光学機器
製作所創業 | 1952
泰成光学工業
株式会社設立 | 1958
タムロン
商標登録 | 1969
弘前工場
建設
※以降の青森県内の
生産拠点建設により
合計3拠点へ | 1970
「株式会社
タムロン」に
社名変更 | 1979
米国版社
設立 | 1982
西ドイツに
版社設立 | 1984
日本証券業協会
に店頭登録 | 1995
プロニカ(株)
買収 | 1997
中国生産
子会社設立 | 2005
中国版社
設立
※以降の海外版社設立
により合計7社へ | 2006
東証一部上場 | 2012
ベトナム生産
子会社設立 | 2017
東明技研(株)
買収 |
|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---|--|---------------------------|------------------------------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------|---|-----------------------|--------------------------------|------------------------------|



当時の浦和工場とメンバー

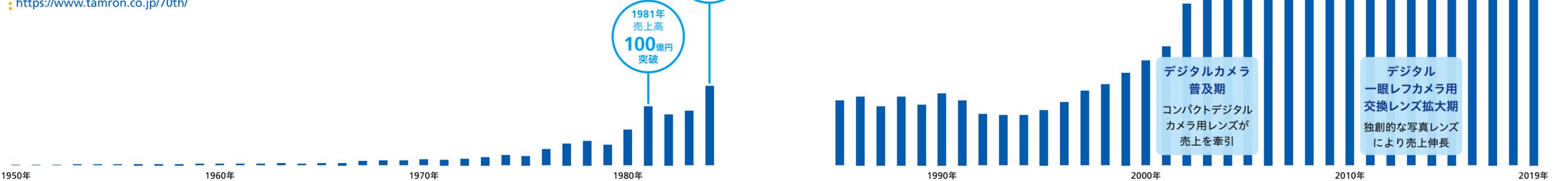


弘前工場



中国仏山工場

創業時からの社史については当社ホームページをご覧ください。
<https://www.tamron.co.jp/70th/>



製品沿革 「レンズの高精度化技術」により多様な製品を展開

- | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|
| 1950
写真機・双眼鏡
レンズの
加工開始 | 1957
一眼レフカメラ用
マウント交換式
Tマウント開発
※世界初 | 1966
レンズ原器
超精密レンズ
プリズムの生産
開始 | 1966
タムロン・
アダプトマチック
レンズ開発 | 1981
6倍ズーム
ビデオカメラ
レンズ開発 | 1986
CCTV用
パリアフォーカル
レンズ開発
※業界初 | 1992
一眼レフ用
高倍率ズーム
レンズAF28-
200mm(71D)
発売* | 2006
携帯電話用
レンズ販売開始 | 2008
車載用レンズ
販売開始 | 2016
小型カメラ
モジュール
販売開始 | 2017
ドローン用
レンズ
販売開始 | 2018
医療用レンズ
販売開始 |
|--|---|---|---|---|---|---|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|



レンズ原器

あらゆる光学レンズの基準となる超高精度なレンズ。タムロンは半世紀以上もの間、職人たちにより熟練技術が脈々と受け継がれ、今もなお製造できる数少ない光学メーカーです。

ビデオカメラ普及開始

小型のビデオカメラの普及に合わせて開発されたカメラ一体型VTR、ビデオカメラ用レンズが好調。売上構成比の5割を占めました。

高倍率ズームの始まり

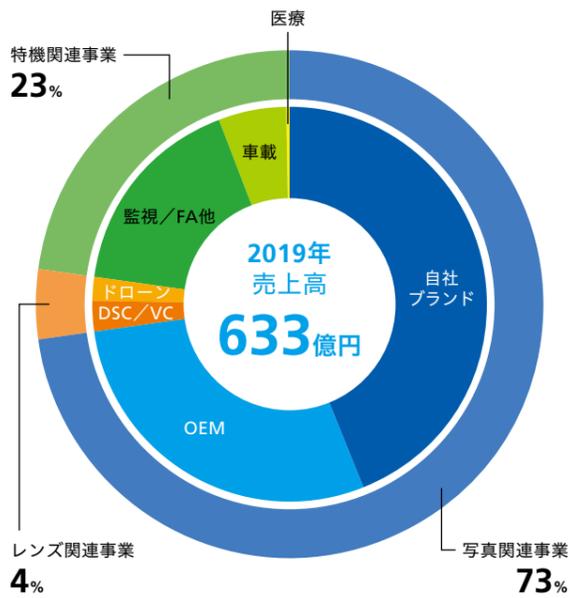
「タバコの箱の大きさに」とくりりと丸めた方眼紙が原型(※当時世界最小・最軽量)。この製品を皮切りに、更に焦点距離の拡大、小型・軽量化、新機構搭載を次々実現し、現在の「高倍率ズームのタムロン」の地位を確立しました。



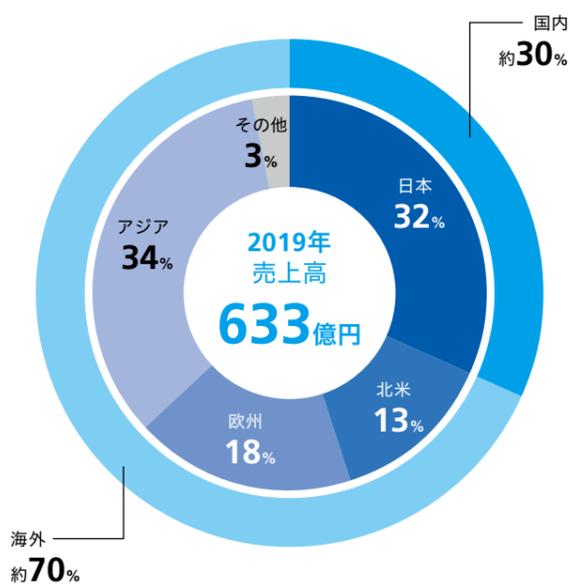
ビジネス展開

成熟市場である写真関連分野と、安定成長市場である監視／FA関連分野で得られる利益を資本として、高成長市場・新規市場である車載、ドローンや医療分野に経営資源を振り向け、事業規模の拡大を目指します。

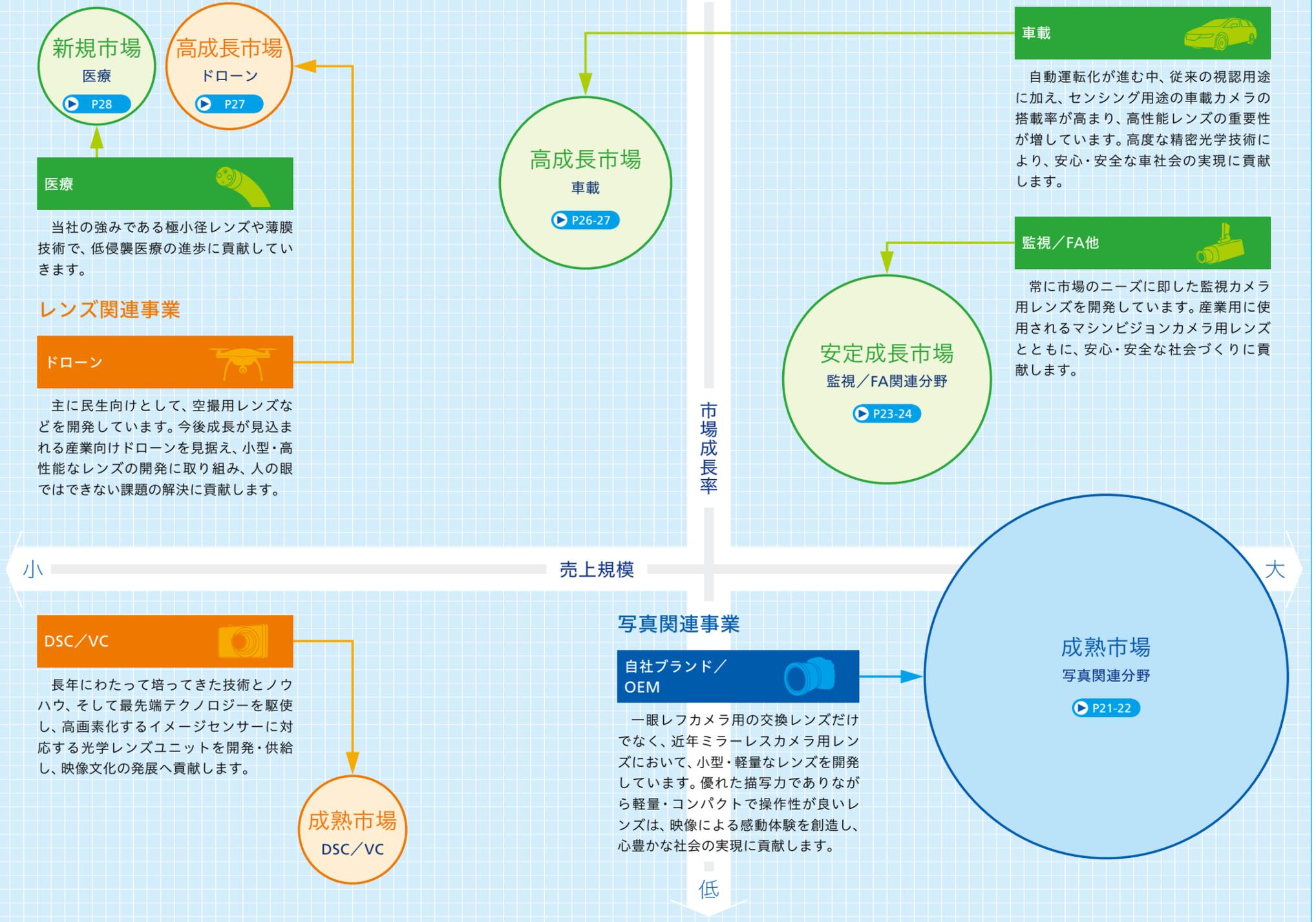
売上高構成比
(事業別)



売上高構成比
(地域別)



事業ポートフォリオ



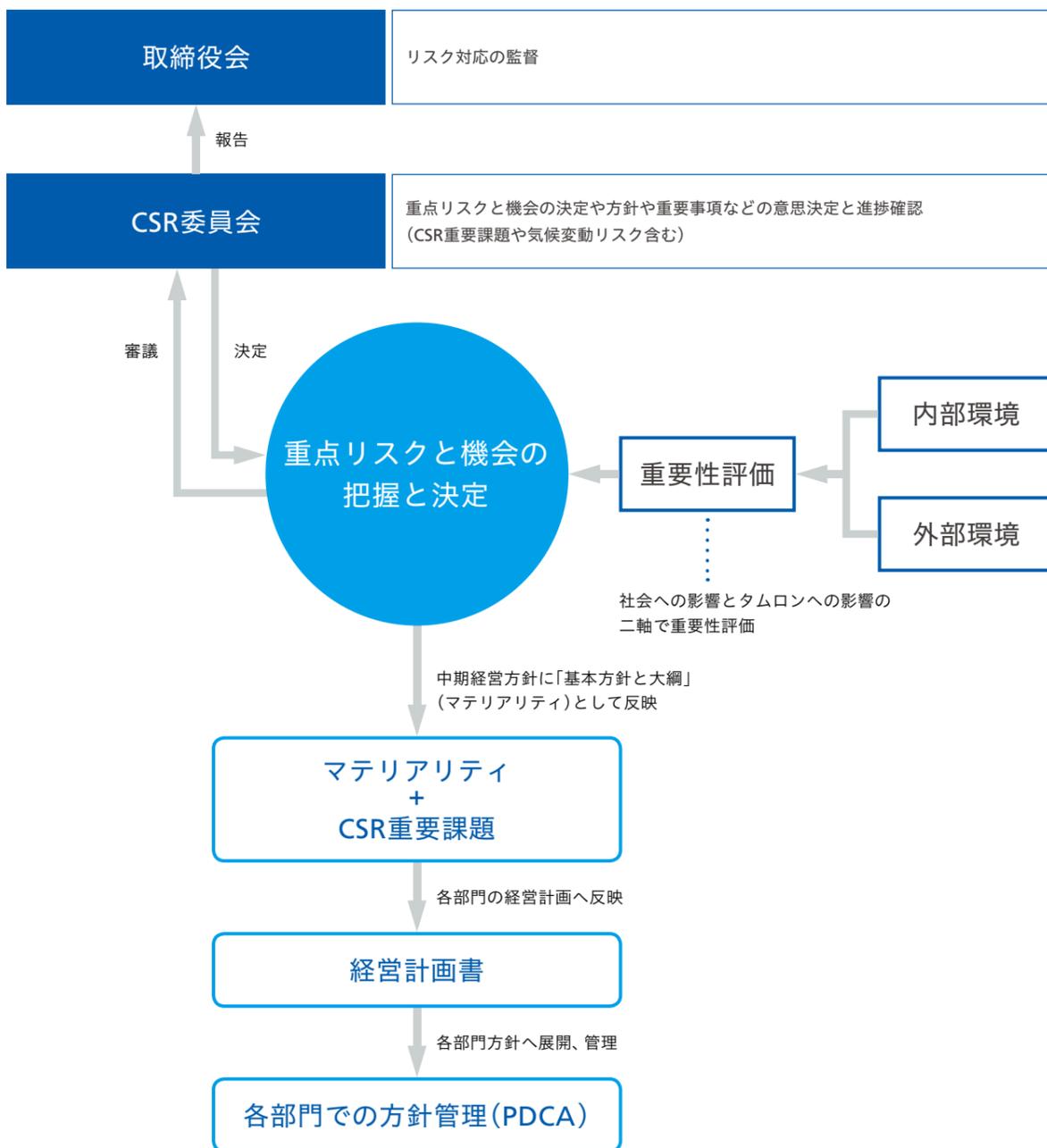
リスクと機会

リスクマネジメント体制

タムロンを取り巻く政治・経済情勢の変化や事業環境は、日々変化しており、当社の持続的成長のために備えるべきリスクと成長機会の両面からリスクマネジメントを実施し、リスクをコントロールしています。

当社は、様々なリスクを重要な経営課題として認識しています。リスク対応に関する基本方針や重要事項は、社長を委員長とし、全ての役員と部門長が委員であるCSR委員会で審議・決定するとともに、適宜、取締役会

に報告しています。重要な経営課題として認識したリスクと機会は、中期経営方針である「基本方針と大綱」と各部門の経営計画に展開され、各部門で方針管理を行うマネジメント体制を構築しています。またCSR面での重要な課題はCSR重要課題として認識し、管理目標を定め、CSR委員会で四半期に1回、定期的にモニタリングしています。



重点リスクと機会

● 重点リスク ● 重点機会

リスク要因	重点リスク/重点機会	対応方法
・デジタルカメラ市場の縮小 ・写真関連事業への依存 ・特定顧客への依存	● スマートフォンカメラ高機能化によるデジタルカメラ市場縮小の拡大 ● 写真関連事業への依存 ● 特定顧客への依存 ● ミラーレスカメラ市場の成長 ● 産業向けカメラ市場の成長	・ミラーレス用交換レンズに特化した販売戦略 ・成長する産業向けレンズの売上拡大 ・新規事業への積極投資
・製品需給	● 製品の価格変動、過剰/過小在庫	・各地域の需要変動への適切な対応や生産管理
・気候変動	● 脱炭素社会への移行に対応できないことによる企業価値の棄損 ● 国内外の工場の罹災による生産活動への影響 ● 炭素税や再生可能エネルギー購入費用負担 ● 脱炭素社会への早期対応による受注機会の増加	・環境ビジョン2050策定におけるCO ₂ 排出削減目標の設定と取り組み強化 ・国内外における事業継続計画(BCP)による対応と継続的改善 ・2°Cシナリオ、4°Cシナリオ分析によるリスクと機会の把握と対応
・交換レンズ事業特有のリスク	● カメラとのアンマッチングによる不具合発生	・製品出荷前の品質保証検査 ・出荷後のファームアップ書き換え対応
・急速な技術革新	● 先端技術の開発または製品への適用が予定通り進展しなかった場合の競争力低下 ● 画期的な技術開発による成長機会の獲得	・研究開発センターによる新規事業の創出 ・産学官とのオープンイノベーション
・新規事業への投資 ・M&Aなどへの投資	● 新規事業への研究開発投資や設備投資の失敗 ● 事業強化に向けた業務提携、企業買収の失敗 ● 強固な財務体質を活かしたM&A等への積極対応 ● 新たな経営資源獲得による成長基盤の構築	・医療向け製品の本格事業化に向けた戦略 ・経営会議や取締役会での市場動向、戦略、買収価格、潜在リスク等の様々な視点からの分析と議論の実施
・製品の品質と安全	● 製品の品質低下や欠陥によるブランド価値の棄損	・ISO9001、13485、IMTF16949に対応した品質保証体制の構築と強化 ・品質不良発生時の対策と流出防止
・人材確保	● 有能な人材の採用・確保の競争激化による新規採用や雇用継続への影響 ● タムロンの求める人物像に該当する優秀な人材の採用と雇用の維持による成長機会の獲得	・職種別採用、役割等級制度、社内公募制度 ・ワークライフバランスとダイバーシティの推進による働きやすい職場環境の構築 ・健康経営の推進
・情報セキュリティ	● コンピューターウイルスなどでの情報システムの破損による企業情報や個人情報の流出	・情報セキュリティ体制の構築 ・情報セキュリティポリシーに基づく管理
・地政学的なリスク	● グローバルな政治・社会・経済動向によって受ける様々な影響	・グローバルな政治・社会・経済情勢を定常的にモニタリングし、企業活動における影響を分析
・新型コロナウイルス感染症など	● 新型コロナウイルス感染症拡大によって受ける従業員の安全への影響や事業活動への様々な影響	・在宅勤務やテレワーク環境の整備 ・国内外における事業継続計画(BCP)による対応と継続的改善
・コンプライアンス	● 知的財産権侵害や贈賄をはじめとした法令違反や社会規範を逸脱した企業行動による企業価値の棄損	・コンプライアンス委員会による方針の決定と推進 ・コンプライアンス行動指針の周知と徹底

※ 重点リスクと機会の詳細は、当社ホームページ「事業等のリスク」をご参照ください。
(URL: https://www.tamron.co.jp/ir/management/management_04.html)

リスクと機会

マテリアリティ(中期経営方針 基本方針と大綱)

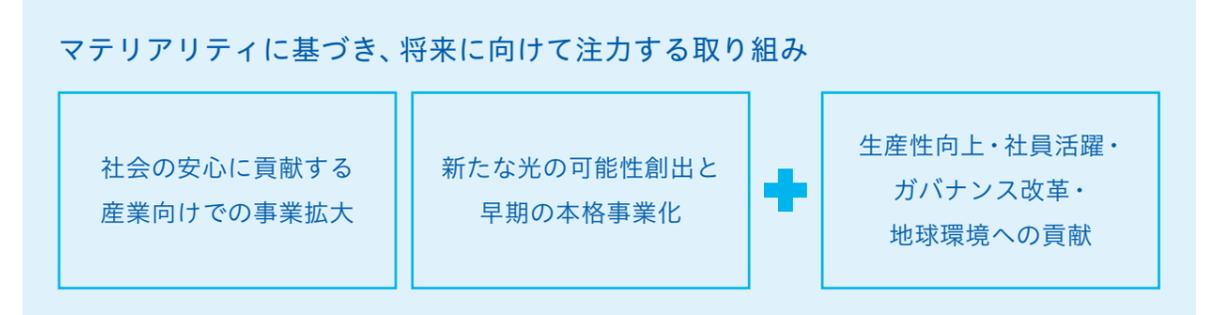
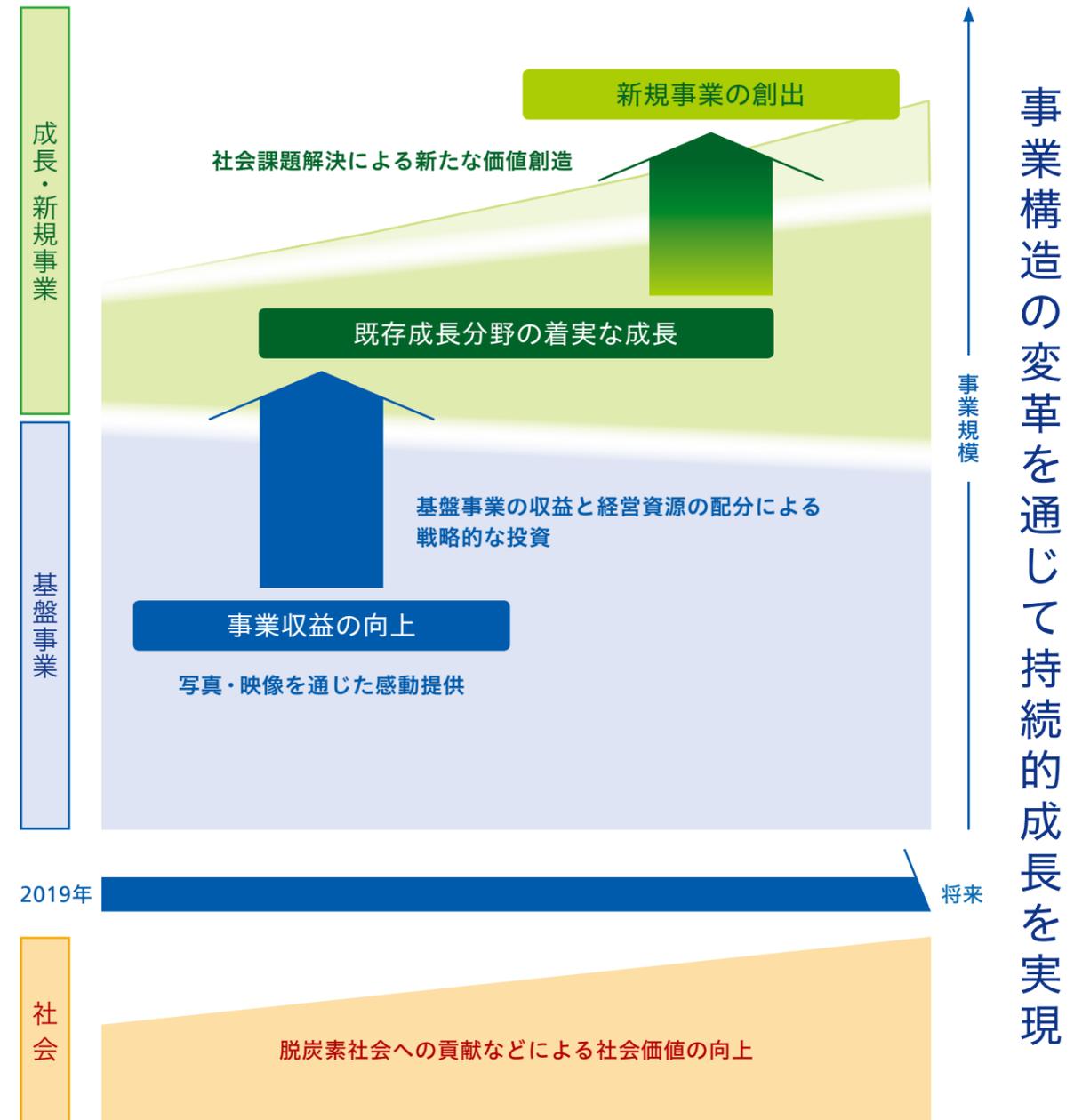
タムロンが社会とともに持続的に成長するためのマテリアリティは、事業戦略の策定や意思決定における重要な項目と位置づけられ、中期経営方針に展開されています。

それらのマテリアリティに取り組む上で、リスクを低減し機会を活かすための環境・社会・ガバナンス上の個別課題として「CSR重要課題」があります。

マテリアリティ	CSR重要課題	中期経営方針(基本方針と大綱)
1 感動と安心の創造  	・事業による社会課題への貢献	・マーケティング力・商品企画力・営業力を強化し、市場動向・顧客ニーズに応える顧客が感動する商品を提供し、市場毎に応じた販売戦略で、シェア向上をはじめとした事業拡大を図る。
2 新しい光の創造  		・「社会の課題解決」に目を向けたマーケティングの強化、M&A含む共創により、既存事業の拡大と、新たな「産業の眼」の開拓による事業領域の拡大を目指す。 ・当社のコア技術である光学技術を中心とした要素技術開発に加え、新たな技術領域での研究開発、共創等水平分業(産学官連携含む)にも注力する。
3 事業構造改革(生産性向上) 	・CO ₂ 削減 ・資源循環の実現 ・環境配慮設計 ・有害化学物質の削減 ・水の管理	・既存事業のグローバル展開を加速させ、アジア市場の強化を最優先に新興市場の需要の取り込み、収益性の向上を図り、事業基盤を強化する。 ・激しい外部環境変化に対応するため、グローバルな開発体制を強化し、開発から量産までのリードタイムの短縮を図り、市場毎の顧客に応じた新製品をタイムリーに提供する。 ・効率的な生産の世界3極体制を構築し、第4次産業革命を念頭にスマートファクトリー化による自動化・省力化・省人化等による更なる生産効率向上・原価低減を推進する。
4 持続可能な地球への貢献  		・持続可能な地球環境の実現に貢献するため、気候変動対策として温室効果ガスを削減するとともに、資源循環を推進する。
5 社員の活躍  		・ワークライフバランスの向上、ダイバーシティの推進、人材育成を図り、全社員が最大限の能力を発揮できる職場環境を整備する。
6 信頼と持続的成長の基盤構築 	・非財務情報の開示拡大 ・製品品質・安全管理の強化 ・CSR調達への推進 ・大規模災害への備え ・内部通報制度の充実 ・ガバナンス体制の改善	・戦略・戦術の実効性を向上すべくコーポレート・ガバナンスを強化し、持続的成長を実現する。



持続的成長の方向性 - 社会とともに -



2020年中期経営計画の進捗状況

タムロンの使命は、企業活動を通じて、全ての人が感動と安心を感じられる心豊かな社会の実現に貢献することにあります。

その社会を実現するために企業価値の更なる向上を目指した

2020年を最終年度とする3ヶ年の中期経営計画に取り組んでいます。

2020年中期経営計画基本方針

収益性向上による過去最高レベルの利益実現で事業基盤を強化する



変革テーマ

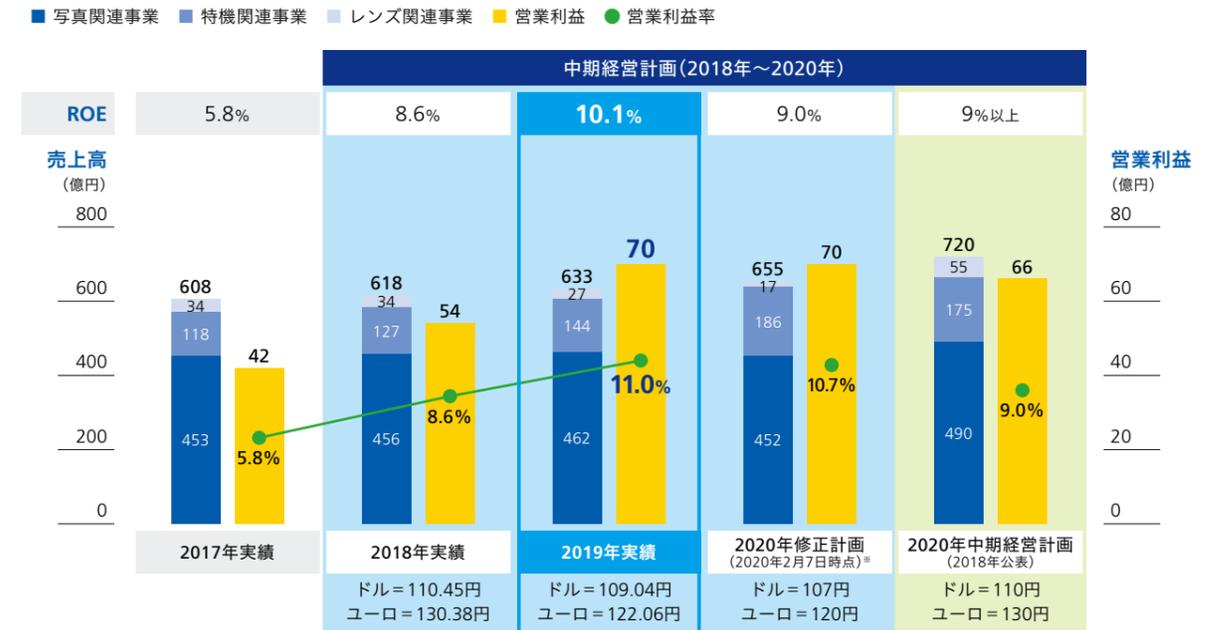
テーマ	方針	施策
マーケティング力・営業力の強化	・マーケティング機能強化 ・提案型営業への改革	・営業体質の変革、提案型営業の推進 ・リピーター増加、指名買い増加の施策実施
顧客感動を得られる商品創り	・魅力のある商品企画	・商品企画部門の強化（企画から発売までの管理） ・顧客要望を取り入れる仕組みの構築
販売・生産・開発のグローバル化	・海外拠点の機能拡充・生産体制の確立	・米国販売拠点のテリトリー拡充し、米州統括へ ・中国工場での監視用レンズの開発体制構築 ・日/中/越 3極生産体制の確立、ベトナム工場黒字化
開発体制の再構築	・中長期的視野の開発推進 ・開発リードタイムの短縮	・研究開発センターの本格始動 ・開発部門再編による開発効率の向上
新規事業の育成強化	・業務・資本提携含む協業関係強化	・他社との強力な共創関係の構築 ・経営資源の選択と集中 ・業務・資本提携、M&A積極活用
企業体質の改善	・組織、人事制度改革 ・ガバナンス体制の改善 ・脱炭素社会実現への貢献	・組織体制のフラット化・スリム化 ・人事制度見直し含む評価システムの再検討 ・各部門における生産性向上への意識の向上 ・省エネの推進、再エネの導入検討

分野別基本方針 (P21-28)

分野	基本方針	施策
写真関連分野(成熟市場)	・大きな売上成長は前提とせず、収益性向上を最優先とする	・フルサイズ・ミラーレスへの新製品集中 ・自社ブランドの粗利率の向上・事業運営コストの効率化
監視/FA関連分野(安定成長市場)	・産業向けでの裾野を拡大し、レンズユニット・モジュール両輪での事業体制を確立する	・高付加価値製品での差別化 ・多様な開発体制整備(日本・中国・外部委託) ・市場拡大が進む中国での営業力強化 ・開発リードタイム短縮による開発のスピードアップ
ドローン・車載(高成長市場)	・積極的に経営資源を投入し、事業規模を拡大する	・センシングカメラ用などの自動運転関連製品の強化 ・生産設備の自動化率向上によるコスト削減 ・要素技術開発への研究開発投資、設備投資
医療ほか(新規市場)	・新規事業候補を創出し、事業化への足掛かりとする	・協業・M&Aなどを含めた検討 ・医療分野の本格事業化へ向けた品質規格取得

中期経営計画(2018年~2020年)の進捗状況

業績推移



収益性向上を実現により営業利益・営業利益率・ROE目標を1年前倒して達成

※ 2020年4月28日に、新型コロナウイルス感染症の世界的拡大による影響が極めて不透明であることから、2020年2月7日に公表した業績予想を未定としています。業績予想の公表が可能となった段階で改めて公表します。

主な成果と課題

成果
定量面 <ul style="list-style-type: none"> ・利益面、ROEは2020年の目標値を大きく超過。1年前倒しで目標達成(2019年営業利益70億円、営業利益率11.0%、ROE10.1%) ・健康経営優良法人の取得 定性面 <ul style="list-style-type: none"> ・自社ブランド交換レンズの新製品投入数の大幅増の実現とミラーレス用の大ヒット ・自社ブランド交換レンズの粗利率向上、経費抑制による収益性向上 ・監視カメラ用レンズの中国市場での増収転換 ・モジュールビジネスの立ち上げと本格事業化 ・センシング用途での車載用レンズの売上高増大 ・人事制度見直しと生産性向上の意識醸成 ・組織体制のフラット化・スリム化 ・環境ビジョン策定

課題
定量面 <ul style="list-style-type: none"> ・売上高目標720億円の達成は困難な見通し ・2019年売上高633億円⇒目標値を655億円に修正 ・CO₂排出量削減目標の未達成継続 定性面 <ul style="list-style-type: none"> ・前提為替レートからの大幅な円高進行への対応 ・縮小するデジタルカメラ市場 ・成熟化したBtoC向けドローン市場への対応 ・新規事業の育成 ・高成長分野への重点的な経営資源配分

財務戦略

当社グループは、強固な財務体質の確保と、高い資本効率を両立し、事業戦略を通じた企業価値向上のために、戦略的に経営資源を配分することを基本方針としています。

強固な財務体質と高い資本効率の両立による戦略的な経営資源の配分

①強固な財務体質

持続的な成長のための将来に向けた研究開発投資や設備投資の実施と共に、機動的な戦略投資(M&A、提携など含む)への備えやリスク耐性も考慮した上で、総資産のうち、2/3以上を自己資本にて構成し、2~3ヶ月程度の十分な手元流動性を確保することとしています。財務健全性を維持した財務体質を構築しており、D/Eレシオは0.1倍以下となっています。

②設備投資

企業価値の向上に資する設備投資を積極的に行っていきます。新機種投資や高精度生産設備のほか、自動化・効率化・省エネ化生産設備や、生産性・業務改善のためのシステム投資等を行っています。

2018年~2020年においては、3年間累計で約100億円の設備投資を行う予定であり、各年度の投資額については営業キャッシュ・フローの範囲内にてマネジメントしています。

③研究開発投資

グローバルな光学メーカーとして、高水準な技術を維持・向上させ、更には長期的な視野でのソーシャルニーズへの貢献、イノベーションの創出のため、研究開発投資は欠かせないものと考えています。

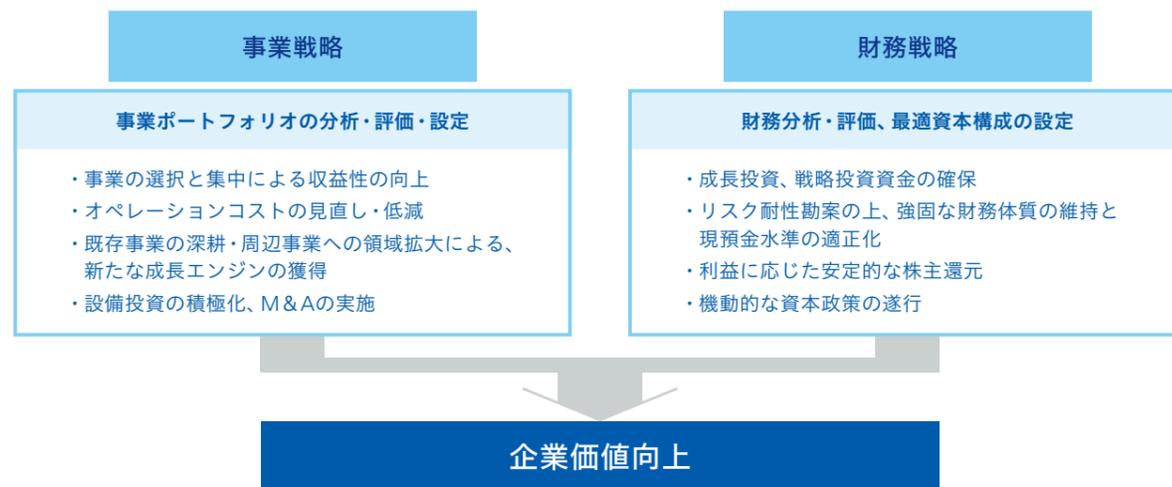
2018年~2020年においては、3年間累計で約150億円の研究開発投資を予定しており、2015年~2017年の3年間累計に対して20%以上の増加となっています。各年度としても2015年以前は売上高比5%前後でしたが、順次引き上げ、2019年では売上高比8%台へと高めています。

④株主還元、資本政策

成長投資を着実に利益成長へ結び付け、EPS(1株当たり当期純利益)の増加を図り、業績に応じた利益配分として配当性向目標を35%程度とし、安定した利益還元の継続を基本方針としています。

また、市場の状況や財務状況、資本効率などを踏まえて自己株式の取得等の資本政策を機動的に実施していきます。

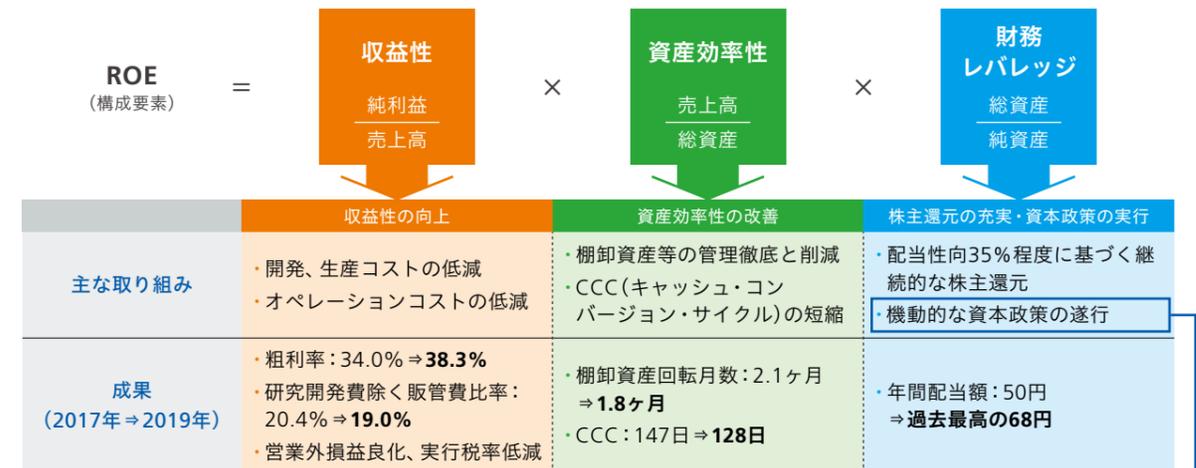
事業戦略と財務戦略の両輪による企業価値の向上



成長性と効率性を両立し、持続的な成長ができる企業体質

当社グループは、資本コストを意識した経営を推進しており、資本効率を重視し、2017年では5.8%であったROEを、2020年には自社の資本コスト(7%と推計)を上回る、9%以上へと向上させることを中期経営計画の目標と定め、様々な取り組みを行ってきました。

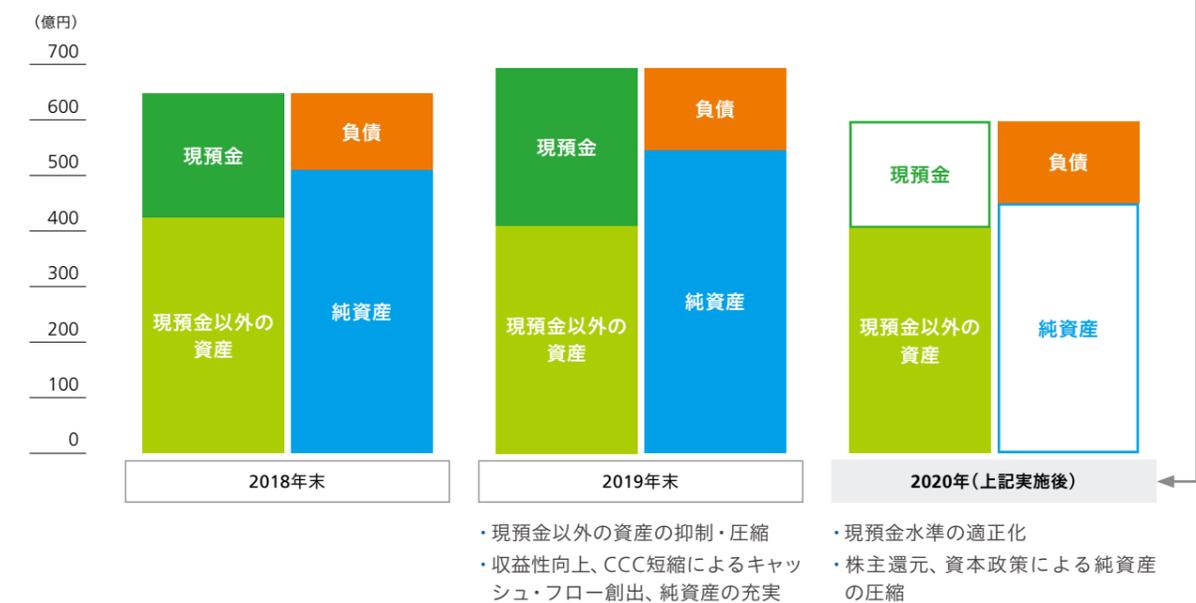
ROE向上への取り組み



- 2019年: 収益性は大きな成果、資産効率性も一定の成果
- 2020年: 資本政策により資産効率性、財務レバレッジを更に改善(EPSの向上にも寄与)

自己株式取得を実施(2020年3月)
 ・発行済株式総数に占める割合: 18.87%
 ・取得額: 89億円
※ 創業家の資産管理会社の株式取得を通じて

バランスシートの変遷



分野別戦略

写真関連分野

Photographic Products



写真を撮る全ての人に焦点を当て、より良い写真を撮りたいという情熱に応える先進的なレンズづくりに挑戦し、心豊かな社会の実現に貢献します。

業績サマリー



自社ブランドの取り組みと今後の方針

成熟市場である写真関連分野では、大きな売上成長を追求するのではなく、収益性の向上を中期経営計画の基本方針としています。具体的な戦略としては、安定市場であるフルサイズ用交換レンズと、成長市場であるミラーレスに特化した自社ブランドの新製品を発売し、ラインナップを拡充することで、粗利益率を向上させるとともに、事業運営コストの効率化を図っています。こうした基本方針に沿って、2019年はミラーレス3機種を含む5機種の新製品を発売し、自社ブランド製品における2018年以降の新機種が占める割合は約60%に達することができました。そのため、粗利益率が向上するとともに、営業利益率は2016年の8.6%から18.7%まで向上しました。

今後も引き続き、成長が期待されるミラーレス市場へ継続的に新製品の投入を図っていく方針です。2018年に10%だったミラーレス比率を60%超まで高め、売上高拡大と高収益体質の維持を目指していきます。

当分野では、こうした取り組みを進めることで事業の成長を目指すことはもとより、先進的なレンズづくりに挑戦し、心豊かな社会の実現に貢献していきます。

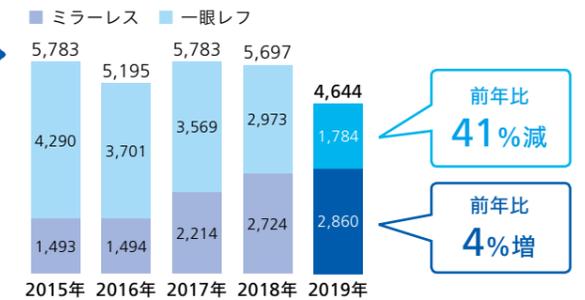
分野の特徴	取扱製品
	レンズ交換式カメラ用交換レンズ(デジタル一眼レフカメラ/ミラーレスカメラ向け)
	生産方式
	自社ブランド製品/OEM製品
	納入先
	家電量販店・ネット家電販売店等(自社ブランド製品)、大手カメラメーカー(OEM製品)
	ユーザー
	消費者

2019年の概況

市場環境

レンズ交換式カメラ市場	前年比20%減
交換レンズ市場	前年比12%減 APS-C: 前年比23%減 フルサイズ: 前年比6%減
コンパクトデジタルカメラ	前年比18%減

レンズ交換式カメラの市場環境 (億円)



2019年の成果

2019年は、ミラーレス用製品は伸ばしたものの、市場環境の冷え込みに伴い一眼レフカメラ用の既存製品を中心に売上高が落ち込み、自社ブランド製品は前年比3%の減収となりました。一方、OEMは受注機種の販売が好調に推移し、同8%の増収となりました。

営業利益は、自社ブランド製品の新品比率の高まり

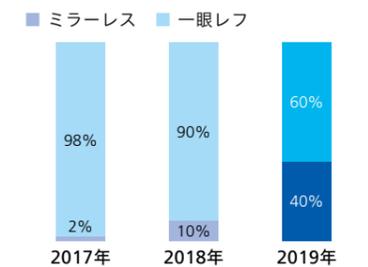
により、前年比20%以上の大幅増益となりました。また、営業利益率も、売上高総利益率の向上や販管費の抑制により、前年の17.6%から2019年は18.7%へと向上しました。特に2018年5月に発売した標準ズームA036と2019年7月に発売した広角ズームのA046は、年間を通してバックオーダーを抱えるヒット商品となり、営業利益率の向上に貢献しました。

今後の戦略

自社ブランド製品は、継続的に年間5機種程度の新製品発売を計画しています。特に市場のミラーレス化を踏まえ、2020年の新製品は全てミラーレス用を予定しています。1月には単焦点シリーズの3本目となるF050を、5月にはフルサイズミラーレス用望遠ズームレンズA056を発売しました。A056の発売により、広角・標準・望遠で構成される大三元レンズが小型軽量かつ一

体感を持ったシリーズとして揃ったため、さらなる売上高の増加を図っていきます。

自社ブランドのミラーレス比率



価値創造の取り組み

市場のミラーレス化の流れを受け、軽量かつコンパクトなレンズが欲しいというお客様のニーズをつかみ、製品開発を行った製品がA056(70-180mm)です。このカテゴリのレンズの焦点距離は70-200mmが一般的ですが、望遠側の焦点距離を20mm短くした180mmとすることで、従来の機種よりも45%の軽量化を実現しました。*

※ A025(70-200mm)との比較



分野別戦略

監視／FA関連分野

Surveillance/FA optics

関連するSDGs

9 産業と技術革新の基盤をつくろう

11 住み続けられるまちづくりを

暮らしや産業における多様なニーズに対応するべく、技術開発や製品ラインナップの拡充に積極的に取り組み、安心・安全な社会づくりや産業の効率化に貢献します。

業績サマリー



監視／FA関連分野の取り組みと今後の方針

安定成長市場である監視／FA分野では、競争力を維持・確保しながら、産業向け市場における売上拡大を中期経営計画の基本方針としています。この数年間は中国のレンズメーカーの台頭がありましたが、高機能・高品質な製品への要望が高まるにつれ、当社のビジネスチャンスも拡大しつつあります。こうした流れを捉えた新商品を展開することで、過去最高の売上高を目指していきます。

上記の方針に基づき、2019年はレンズユニットの販売に加えて、カメラモジュールビジネスの本格的な立ち上げによる事業体制の強化に取り組みました。その結果、売上高は前年比7%増の109億円となり、先進国での販売も堅調に推移したほか、市場が停滞していた中国においても増収を達成することができました。

2020年は、監視分野において都市監視を含めたニーズの多様化に合わせた技術レベルの向上に取り組み、FA分野においても製品ラインナップを拡充し、売上拡大を図ります。

今後も、高度な顔認証を実現する監視カメラや、産業の効率化を実現するFA装置用レンズを提供し、安心・安全な社会や産業の効率化に貢献し、光学を活かした事業領域の拡大を図ります。

分野の特徴	納入先
	米国・欧州・韓国・台湾・中国など、世界の主要カメラメーカーおよび工作機械メーカー ※ 当社は主要メーカーとの関係を深めて需要を把握し、協業を推進
	当社の強み
	・焦点距離が高倍率でコンパクトなレンズを設計・製造する技術を保有 ・周辺部品とのユニット化、カメラとのモジュール化を行いラインナップが充実
	関連する社会課題
	より安全で安心して暮らせる環境づくりは各国共通の課題であり、世界的に監視カメラ市場が拡大

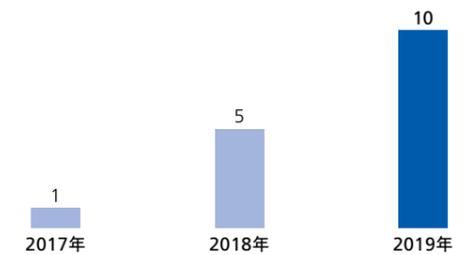
2019年の概況

市場環境

トレンド	米中貿易摩擦の影響や中国市場での需要減などがみられたものの、成長が継続
監視分野への需要	市場のニーズは地域特性により多様化し、都市監視を含めたセキュリティ需要の高まりは増加傾向

カメラモジュール売上高

(億円)



2019年の成果

2019年は、開発機種数が拡大していること、かつ性能やコストにおいて幅広い要求があることから、用途に合わせて開発体制を二極化して効率的な開発を進めました。ハイエンドで高性能な商品については日本で、ハイボリュームでコストに厳しい商品については中国工

場で開発を行い、開発リードタイムも短縮しています。また、カメラとレンズユニットが一体化したカメラモジュールを1機種発売しました。これにより、製品の付加価値を向上させ、単価のアップにつなげています。



カメラモジュール「IM2030M-GS」

今後の戦略

競争力の高い製品ラインナップの拡充を図るほか、主に右記の取り組みを行っていきます。

今後も世界の主要カメラメーカーとの協業を進め、市場のニーズを早期に捉えた製品開発に取り組み、魅力的な製品を提供していきます。

※ SWIR: 短波長赤外線のこと、一般に約0.7~2.5μm波長帯の光のことを示します。

- 4K・8K時代を見据え、高精細化に向けた解像度アップ、ゴーストや色にじみの低減などの技術レベルの向上
- 光学を活かした事業領域の拡大
 - SWIR[®]用レンズ: 主に生体食肉検査、農作物検査、液体中身判定などの用途
 - 遠赤外線カメラ用レンズ: 主に温度計測用途

価値創造の取り組み

監視カメラ用レンズの高倍率ズームレンズにおいて、製品の小型化やコスト削減の点で右記の改善対策を行いました。

2020年は、一つの成型型で形状の違うレンズを同時に生産する技術にも挑戦し続け、さらなるコスト低減を目指していきます。

- 多群制御方式を導入し全長を抑えてカメラハウジングに収納
- プラスチックレンズの積極的導入により、高性能でありながらコストを削減

重点・新規分野

High Priority/New Business

強みである高精度な光学技術を活かし、安心・安全な車社会の実現に貢献します。
医療分野やドローン分野など新たな領域においても
高精度な光学デバイスを提供し、心豊かな社会の実現や産業の効率化に寄与します。

重点・新規分野の取り組みと今後の方針

車載

高成長市場である車載分野では、開発キャパシティ確保によって顧客の要望への対応力を強化していくこと、研究開発や設備投資を積極的に行っていくことを中期経営計画の基本方針としています。

上記の方針に基づき、2019年はセンシング向け車載レンズの販売に積極的に取り組んだことなどから、前年比30%以上の増収を達成しました。

2020年は高耐熱へのニーズの高まりに対応するため、プラスチックレンズ化や耐熱コートなどの要素技術開発に取り組めます。センシング向けではADAS^{*1}に用いられる車載カメラ向けレンズとともに、LiDAR^{*2}用製品の開発にも注力することで、引き続き増収を目指します。

今後も自動運転を支えるキーデバイスとなる高付加価値製品を提供し、安心・安全な車社会の実現に貢献していきます。

医療

医療分野は今後の成長が見込める事業領域です。2019年は光学デバイスの量産を開始して増収を達成し、新規案件も着実に獲得しています。2020年は顧客とのパートナー関係の強化と、開発体制の強化を図っていきます。2021年以降の本格的な売上高の成長実現に向け、当社の高精度な光学デバイスを提供していきます。

ドローン

ドローン分野では、積極的なリソース投入による事業規模の拡大を中期経営計画の基本方針としています。2019年は予定されていた開発案件の企画が中止になったものの、10億円超の売上高は維持しました。2020年は、顧客ニーズにスピード感をもって対応できる開発体制と提案型営業の強化を図ります。光学メーカーとして技術と品質で差別化を図り、心豊かな社会の実現や、産業の効率化に貢献していきます。

^{*1} ADAS:「Advanced Driver Assistance System」の略。自動車に搭載されたレーダー・カメラ・各種センサーを利用し、自動車を安全に運転できるように支援する車載システムの総称のことです。

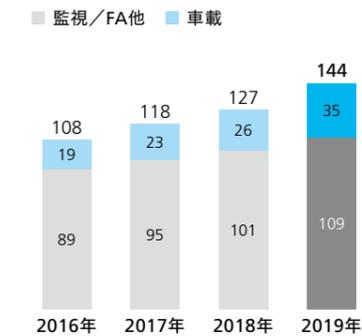
^{*2} LiDAR:「Light Detection and Ranging」の略で、昨今、各企業が積極的に開発を進めている自動車の自動運転を実現させるための重要なアイテムの一つとして注目されています。

車載

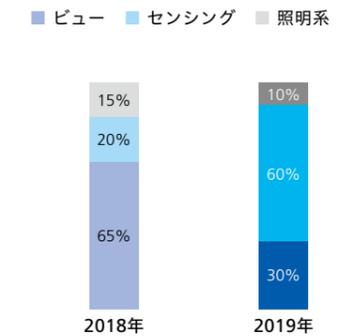


業績サマリー

売上高 (億円)



用途別売上高構成比(車載)



自動運転レベルマップ

自動運転レベル	実用化時期
レベル1 運転支援	実用化済
レベル2 部分的自動運転	実用化済
レベル3 条件付自動運転	2020年頃
レベル4 高度自動運転	2025~30年
レベル5 完全自動運転	時期は非設定

分野の特徴

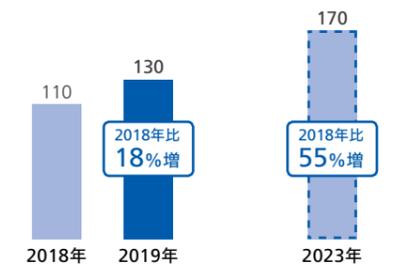
- 製品の特徴**
 - ・人の安全に関わるため、高い耐久性・耐熱性が必要とされる。そのため、顧客と3~4年に渡り開発するが、長期的に販売されるため、受注の見込みが立てやすい。
- 関連する社会課題**
 - ・新興国で交通事故死者数が増加。
 - ・日本政府は自動運転技術の普及を推進。

2019年の概況

市場環境

トレンド	車載カメラ搭載義務化などの法制度の後押しに加えて、自動運転を見据えた転換期であり、高成長が継続
自動運転関連市場	自動運転の実現に向け、センシング用途やLiDAR向け製品への需要が高まる

車載カメラ市場の見通し(当社推定) (百万台)



2019年の成果

2019年の売上高は、主にセンシング向け車載レンズの売上が伸長したことから、前年比34%増の35億円となりました。営業利益は、増収効果と生産性向上によるコストダウン効果により、増益となりました。

2019年は、海外市場での事業規模拡大に向けて、営業人員の強化や、一般のレンズ用プラスチックでは使用できない-40℃から125℃の広範囲で性能を維持する高耐熱プラスチックレンズエレメントを開発し、他社との技術的な差別化を図っています。

今後の戦略

今後は、自動運転による車社会の変革に向け、360°全方位センシングシステムのキーデバイスとしてADAS用、LiDAR用レンズの開発・販売を積極的に進めていく

ことにより、安心・安全な車社会の実現に貢献していきます。さらに、収益性を高めるため、自動化や生産ロスの低減を着実に進めていきます。

分野別戦略

価値創造の取り組み

タムロンでは自動運転社会の到来を見据え、多様な車載カメラ用レンズの開発に取り組んでいます。

車載カメラに使用されるレンズは、リヤビューカメラなど視認カメラ用と、白線認識やドライバー監視などのADAS・自動運転に応用されるセンシングカメラ用の大きく2つの分野に分かれます。なお、その他の車載レンズとしては、ヘッドライト用があります。

タムロンが現在までに供給しているレンズは右図の★マークの用途のものです。将来の自動運転社会の実現に向け、新たな用途向けの車載カメラ用レンズの開発にも力を入れていきます。

ドローン

関連するSDGs: 4 (質の高い教育をみんなに), 9 (産業と技術革新の基盤をつくろう)

分野の特徴	<p>製品の用途 民生用(シネマ・ホビーなど) 産業用(運送、農業、測量、点検など)</p> <p>市場の形態 大手数社が寡占している状況。当社はその大手ドローンメーカーにレンズを直接納入している</p> <p>関連する社会課題 ・過疎地における物流の確保 ・畜産・農業分野での生産性向上や防災に向けたさまざまな観測データの収集</p>
-------	---

ドローン市場の見通し (10億US\$)

2019年の概況

市場環境

民生用	成長一巡のため成長は鈍化
産業用	拡大基調 (2019年は2018年比35%増)

2019年の成果

開発を進めていた機種の開発中止と既存機種の販売低迷などにより、売上高は前年比2億円減収の11億円となりました。営業利益は減収の影響を最小限に抑えて、増益を確保しました。

今後の戦略

2020年は、減収を見込むものの、大手ドローンメーカーとの協業関係を強化し、顧客ニーズにかなうスピード力とコスト競争力の強化に努めます。今後は民生

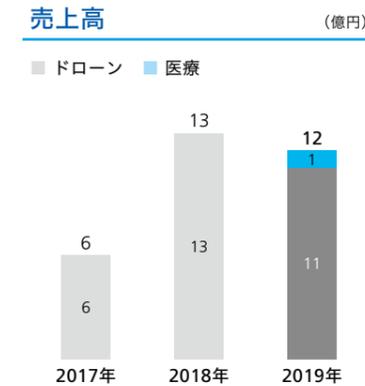
用だけではなく、計測や点検、監視を容易にする産業用ドローンレンズの開発・販売にも積極的に取り組んでいきます。

医療

関連するSDGs



業績サマリー



分野の特徴

市場の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 部品の供給に関しては比較的参入障壁が低い ・ 景気の変動を受けにくい
関連する社会課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 医療の質の向上 特に診察・検査・手術などの治療において、低侵襲な手技*に関連する医療機器の導入開始 <p><small>* 低侵襲な手技とは患者の体に対する侵襲(負担)を減らした体にやさしい手術方法などのこと</small></p>

2019年の概況

市場環境

トレンド	超高齢化社会の進行、中間所得層の増加により長期的な拡大傾向にある
医療機器市場	医療機器市場の成長率は年平均6%程度で推移(2015~2019年)

2019年の成果

2018年から量産化した内視鏡用レンズ構成部品の販売が伸長し、2019年の売上高は6千万円となりました。主な増収要因は、顧客とのパートナーシップの強化により、これまでのレンズ構成部品だけではなく、レンズ単体での受注も獲得できたことによるものです。

今後の戦略

2020年は、国内のみならず欧米を主体とした市場調査および顧客開拓を推進します。中長期的視点では、顧客と共創関係を築けるよう、技術力・顧客対応力・品質

安全マネジメント力を育成し、その成果を活かしたM&Aなどの事業規模拡大の取り組みを進めていきます。

価値創造の取り組み

タムロンは低侵襲医療の進化に向けて以下の取り組みを進めています。

1. ICG蛍光造影法*に好適な、高精度薄膜技術の開発
 2. 内視鏡に代表される観察光学系に好適な、極小径レンズの研磨加工技術の開発
- これらはともに創業以来築き上げた加工技術をもとに時代のニーズに応え、技術の昇華を図る取り組みです。2020年はさらに開発を進め、実用化を目指します。

* ICG(インドシアニングリーン) 蛍光造影法: ICGが血中のα1リボプロテインと結合することで発する近赤外線を医療用CCDカメラによって捉え、血管などの生体内組織を観察する手技です。ICG蛍光造影法は副作用が極めて少なく、低侵襲で簡易であることから近年様々な領域で応用されており、その有用性が報告されています。



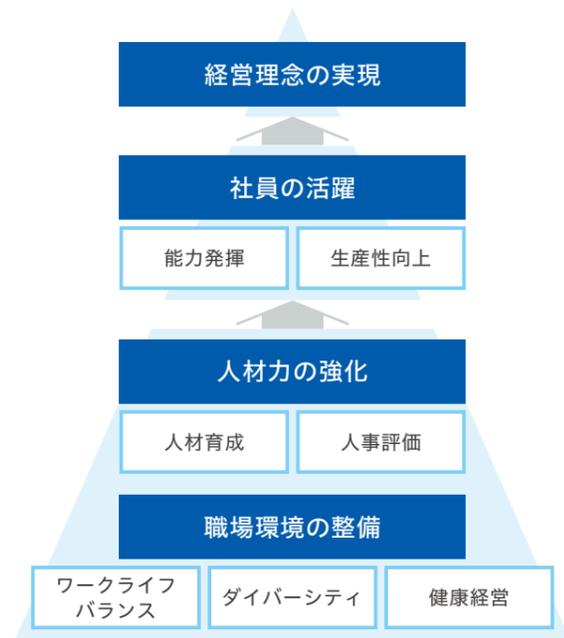
人材戦略



経営理念の実現を目指し、人材力の強化と職場環境の整備を行うことで、社員が活躍できる組織を構築していきます。

基本的な考え方

経営理念の実現のためには、社員一人ひとりが生産性の向上を図りながら、最大限の能力を発揮できる組織を構築することが必要です。社員が活躍する組織を構築するために、タムロンでは、健全なワークライフバランスやダイバーシティ、健康経営の推進などの「職場環境の整備」を行った上で人材育成や人事評価などの人事制度の改善を通して、「人材力の強化」を図ります。



人材育成

職種別採用

夢を持ち、チャレンジを続ける人。私たちはそんな人達と一緒に働きたいと願っています。

タムロンでは、中途採用のみでなく、新卒採用でも、どの部門の、どの職種で、どんな仕事をするのか、ということを確認して人材募集を行っています。入社してから、実際の仕事と想像していた内容が違っていたという事態を避けるためなのはもちろんのこと、一人ひとりのキャリアプランを大切にすることこそ、社員が仕事への情熱を持ち続け、力を発揮するためにもとても重要なことであると考えています。

階層別・職種研修

新入社員から上級管理職に至るまでの階層別研修を行っており、また技術系・事務系それぞれの職種で専門性を高めるための職種別研修も行っています。

技術者向けの職種別研修については、技術基礎講習会を皮切りに、光学基礎、光学測定技術、解析技術などさまざまな技術テーマに関する講習会を用意しています。講習会は研修対象部門以外からの任意参加が可能な形で行っており、技術者が当社技術に関する幅広い知識を習得する機会を与え、また社員からのニーズに応じた新規研修も随時追加するなどして、仕事に対するモチベーションを高い水準に保ち、優秀な人材が育つ環境の充実に努めています。

人事評価

役割等級制度と評価プロセス

2019年4月に、従前の職能等級制度を改め、管理職等社員向けに役割等級制度を導入しました。役割等級制度とは、年功や職能によらず、経営が求める果たすべき役割の責任度・困難度に応じた役割区分(役職)により等級および処遇を決める制度です。等級ごとに定めた役割をもとに、期首にその役割にふさわしい目標を定め、期中に日々の業務を通してフィードバックを行って、期末に成果を評価して処遇を決定します。役割にふさわしいチャレンジと創意工夫を含んだ目標を社員自らが設定し、上司と合意形成して、期末に評価するというプロセスを踏むこととなります。この制度に則り、上司は部下の能力を最大限に引き出しながら日々成長を支援し、人材育成に結び付ける仕組みです。

一定の職能を備えた社員には、この役割等級制度の下、「管理職コース」または「専門職コース」の2つのキャリアフレームを用意し、各人の適性や意向に応じた働き方の実現を図っています。

ワークライフバランス・ダイバーシティ

タムロンは、健全なワークライフバランスの実現を目指し、さまざまな取り組みをしています。

社員の育児と仕事の両立のために、会社のサポート体制を整えることはとても重要であると考えています。その一環として、本社には社員だけでなく地域の方々も利用できる「タムロンキッズ保育園」を併設しています。



保育参観の様子

保育時間は就業時間プラス前後1時間で、延長保育も可能です。また、病児保育にも対応しています。当社の企業内保育所の開所により、地域の保育園の欠員を待つ社員が減ったため、育児休職からの復帰時期が早まっています。

国内では出産した女性社員の100%が産前産後休業、育児休業制度を利用して仕事に復帰しています。また、短時間勤務制度については、最長で子が小学校4年生の4月末に達するまで取得することができます。

国内の障がい者雇用率については、法定雇用率2.2%に対して2019年末時点で2.5%となっています。これらの取り組みは「次世代育成支援対策推進法」の基準を満たし、子育てサポート企業「くるみん」マークを取得しています。また本社のある埼玉県での埼玉版ウーマノミクスプロジェクトにおいて、「多様な働き方実践企業」の「プラチナ+」企業に認定されています。



健康経営

タムロンでは「社員の生命と心身の健康の保護に努める」という方針のもと、健康経営を推進しています。社員が心身ともに健康でやりがいを持って働ける職場づくりに取り組むことによって、社員が持つ能力を最大限に発揮でき、社会へ感動と安心に繋がる商品やサービスを提供できると考えています。

心身の健康への取り組みとして、外部業者に委託して、正規/非正規すべての従業員を対象に、メンタルヘルス診断を年に2回実施しています(2019年8月実施率は95.7%)。対象者には海外に出向している社員も含まれます。そして、年齢層、職種、部門ごとに、マネジメントや職場の一体感、仕事への満足度といった項目についての課題を、実施の都度、報告レポートをもとに経営会議で説明し、改善に努めています。

このような取り組みが評価され、2020年2月に「健康経営優良法人2020(大規模法人部門)」に初めて認定されました。今後も成長の原動力となる全社員の健康増進に向け、健康経営を推進していきます。



生産性の向上

当社では生産性を意識した業務を行っています。生産性向上プロジェクトでは、業務のスピードと質の改善を目的として業務時間の使い方の見直しを行いました。

また、「今までよりも1時間少なく働いて、今まで以上の成果を上げる。そこに人間の働き方の進歩がある。」という方針のもと、2020年は、全社の残業時間を前年比10%減らす目標を掲げています。一気に達成に大胆な残業時間の削減を目指しても、社員の負担が増し、成果物にも悪影響を与えてしまいかねません。一歩ずつ着実に生産性を向上することを目指して、前年比10%減という明快な数値目標としています。PCを使用している全社員には、毎週、RPAを活用した自動メール配信を行い、前年同月の残業時間と当月の残業時間累計を知らせて、自身の労働時間、生産性を意識してもらうようにしています。



心豊かな社会の実現のために、環境への取り組みの長期的な方向を示す「環境ビジョン2050」を策定

環境ビジョン2050

タムロンは、近年の地球温暖化による気候変動の動向を踏まえ、全ての人々が生き生きと暮らすことのできる心豊かな社会の実現のために、「環境ビジョン2050」を策定しました。心豊かな社会を築くために、「脱炭素社会」「資源循環社会」「自然共生社会」という3つの社会の実現を目指し活動していきます。



海洋プラスチック削減に向けた廃棄プラスチック削減の事例

タムロンの製品は多くの部品をプラスチックにすることで軽量化を実現しています。しかし、通常は廃棄物となるプラスチックランナー材の活用が課題となっていました。そのためランナー材を100%使用したリサイクル材でデジタルカメラ用交換レンズのリアキャップを製造し、事業所での廃棄プラスチックを減らしています。2010年から2019年までの累計で171t(775万個分)になっています。



気候変動関連の情報開示(TCFD提言対応)
気候変動に対する考え方

タムロンは、TCFD提言※を受けて、地球が持続可能な2050年に1.5°Cの世界のシナリオ分析を行い、リスクと機会や活動状況及び体制などを見直しました。当社が持続的に成長するためには、1.5°Cの世界を目指す必要があることを改めて認識し、そのための「戦略」及び「指標と目標」の抜本的な修正が必要と判断し「環境ビジョン2050」を策定しました。今後は「環境ビジョン2050」に基づき、気候変動対策に取り組んでいきます。

※TCFD提言：気候関連財務情報開示タスクフォースが公表した投資家が企業の気候関連リスク・機会を適切に評価するための開示フレームワーク

ガバナンス

タムロンは、気候変動を含む様々なリスクを重要な経営課題として認識しています。リスク対応に関する基本方針や重要事項は、社長を委員長とするCSR委員会で審議・決定するとともに、重要な事項は取締役会に報告し、取締役会の監督が適切に図られるよう体制を整えています。また、CSR委員会で決定した内容は経営計画で反映されます。

▶ P13

戦略

気候変動が顕在化すれば、社会問題の発生につながり、それが経済影響に発展することで事業へのリスクと機会が生じます。当社は、下記の表の通り、リスクと機会を認識しています。また、持続的な企業活動を行うためには、脱炭素社会へ移行する世界の取り組みに貢献していく必要があります。そこで2020年7月、環境ビジョン2050を策定し、2050年までにCO₂排出量を80%削減することで持続可能な地球へ貢献していきます。

リスク	物理的リスク
	① 国内外の工場の罹災による生産から販売に至る生産活動への影響
移行リスク	① 脱炭素社会への移行に対応できないことによる企業価値の棄損
	② 炭素税負担や再生可能エネルギー購入費用負担の増大
機会	① 交通機関の遮断対策としてのTV会議システム用カメラの需要増大

1.5°C目標シナリオ

1.5°C目標の世界では、①再生可能エネルギーコストの増加、②炭素税の導入を想定しています。2050年目標を達成するために2030年は、2015年比CO₂排出量30%削減の目標を設定していますが、達成のためには、再生可能エネルギーの調達が不可欠です。再生可能エネルギーは、通常の電力よりコストが高い為、財務的な影響をもたらします。最大で現状より4.5円/kWh上昇すると想定しています。また、当社は、今後持続的に生産量が成長して、現在の年間電力量の7,700万kWhから2030年には1億1,700万kWhの電力を使用することを想定しています。この場合、総額約1.6億円のコスト増となります。加えて、今後、炭素税が生産拠点のある日本や中国、ベトナムで導入される場合、IEAのSDSシナリオ(2025年)から予測税額は2.4億円になると想定しています(先進国の炭素税(0.6万円/t-CO₂)、途上国の炭素税(0.4万円/t-CO₂)で予測)。ただし、再生可能エネルギーの導入や省エネによる炭素量の削減により、炭素税負担額の削減を図っていきます。

リスク管理

当社は、気候変動に伴う様々な機会・リスクを事業戦略策定上の重要な観点の一つとして捉えています。また、外部環境の変化に応じて、CSR委員会で機会・リスクの分析・評価の見直しを行っています。

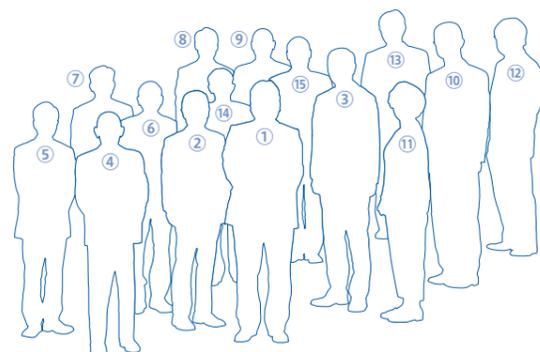
指標と目標

自社の企業活動におけるCO₂排出量目標を「環境ビジョン2050」で定め、毎年、達成に向けた目標値と実績を報告していきます。また、直接排出量(スコープ1)とエネルギー起源間接排出量(スコープ2)に加えて、間接排出量(スコープ3)も算出し削減目標の設定を検討しています。CO₂排出量のデータは、当社ホームページをご覧ください。

<https://www.tamron.co.jp/csr/>

2019年の環境目標と実績

売上高原単位	目標	2016年比CO ₂ 排出量 3.8%減
	結果	2016年比CO ₂ 排出量 3.5%減
未達成の原因	省エネ中心の削減活動のみ	
今後の対策	省エネで総電力を減らしながら、再エネ導入を中心とした削減へシフト	



取締役・監査役の略歴などの詳細は当社のホームページに掲載されている「有価証券報告書」および「役員情報」をご覧ください。

(有価証券報告書)
https://www.tamron.co.jp/ir/library/library_03.html

(役員情報)
https://www.tamron.co.jp/ir/cg/cg_03.html

取締役

- ① **鯨坂 司郎**
代表取締役社長
指名委員会委員、報酬委員会委員
- ② **桜庭 省吾**
取締役副社長
光学開発本部、基礎開発本部及び研究開発センター担当
- ③ **阿保 正行**
取締役副社長
生産本部及び技術開発本部担当
- ④ **増成 弘治**
常務取締役
特機事業本部及びコンプライアンス担当
- ⑤ **北爪 泰樹**
常務取締役
管理本部、内部統制及びリスクマネジメント担当
- ⑥ **大塚 博司**
常務取締役
経営企画室、法務・知的財産室、CSR推進及びIR担当
- ⑦ **張 勝海**
常務取締役
モールドテクノセンター及び海外生産子会社担当
- ⑧ **大谷 真人**
取締役
コンポーネント機器事業本部及び品質管理本部担当
- ⑨ **岡安 朋英**
取締役
映像事業本部及び開発管理本部担当
- ⑩ **佐藤 勇一** 社外 独立役員
取締役(社外取締役、独立役員)
指名委員会委員長、報酬委員会委員
- ⑪ **片桐 春美** 社外 独立役員
取締役(社外取締役、独立役員)
指名委員会委員、報酬委員会委員長
森トラスト総合リート投資法人監督役員
日本アジア投資株式会社社外取締役

監査役

- ⑫ **手塚 努**
常勤監査役
指名委員会委員、報酬委員会委員
- ⑬ **平山 隆志** 社外 独立役員
常勤監査役(社外監査役、独立役員)
指名委員会委員、報酬委員会委員
- ⑭ **利根 忠博** 社外
監査役(社外監査役)
- ⑮ **奈良 正哉** 社外 独立役員
監査役(社外監査役、独立役員)

社外役員の活動状況

区分	氏名	2019年活動状況(出席率)
取締役	佐藤 勇一	当事業年度に開催された取締役会18回の全てに出席しました。 国立大学法人埼玉大学理事・副学長等の豊富な経験から、適宜発言を行っています。
取締役	片桐 春美	当事業年度に開催された取締役会18回の全てに出席しました。 公認会計士としての専門的な知識・経験から、適宜発言を行っています。
監査役	平山 隆志	就任以降に開催された取締役会14回の全て、監査役会10回の全てに出席しました。 金融機関における豊富な業務経験と、他社の監査役並びに監査部門における知識・経験から、適宜発言を行っています。
監査役	利根 忠博	当事業年度に開催された取締役会18回のうち17回、監査役会15回の全てに出席しました。 金融機関における豊富な業務経験と、企業経営者としての知識・経験から、適宜発言を行っています。
監査役	奈良 正哉	就任以降に開催された取締役会14回の全て、監査役会10回の全てに出席しました。 弁護士としての専門的な知識・経験と、他社の取締役及び監査役としての知識・経験から、適宜発言を行っています。

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

当社は、創業以来の経営理念のもと、あらゆるステークホルダーとの良好な関係を築き、持続的な成長と企業価値の向上を目指しています。

その実現を支えるため、経営の公正性・透明性を確保すると共に、意思決定や業務執行の迅速化・効率化も図った、実行性の高いコーポレート・ガバナンス体制を構築することを基本的な考え方としています。

コーポレートガバナンス・コードへの対応

当社は、ガバナンス体制の継続的な改善を図ってきたことにより、東京証券取引所が定めるコーポレートガバナンス・コードの全原則を実施しています。また、当社

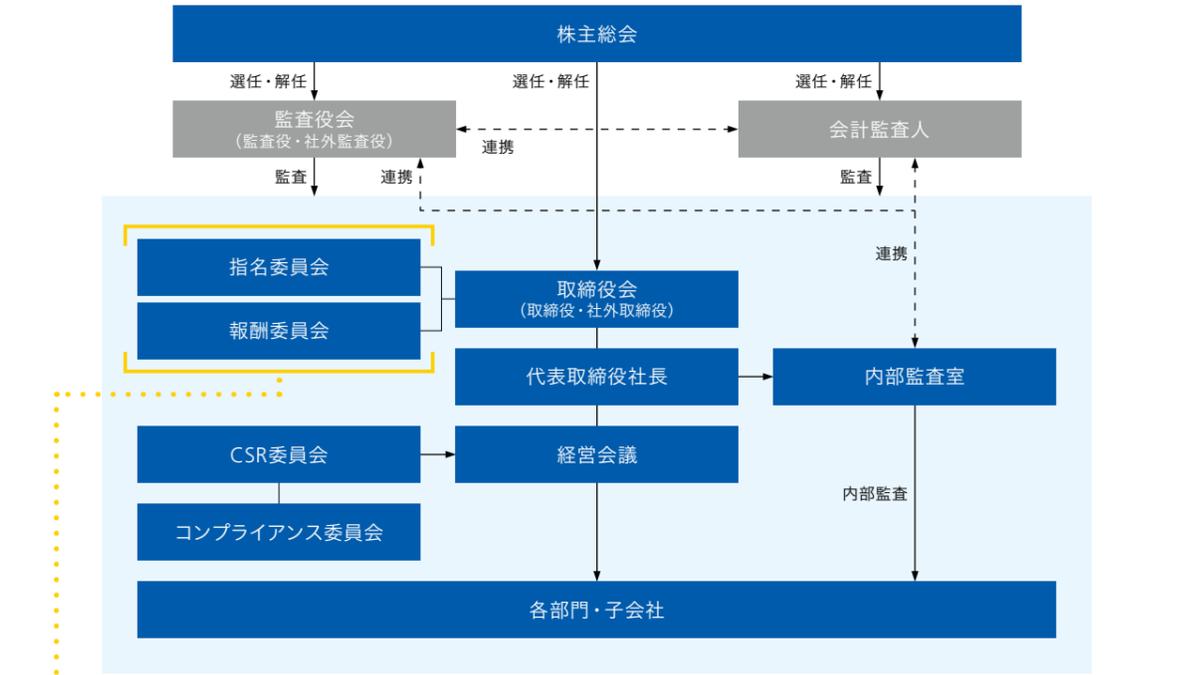
体制の概要

当社は、監査役会設置会社であり、重要な意思決定及び業務執行の監督機関である取締役会と、取締役会から独立した監督機関である監査役会を設置しています。また、豊富な経験や専門性、独立性を有する複数名の独立社外取締役の選任や、諮問機関である指名委員会・報酬委員会の設置等により、監督機能を強化しています。

なお、取締役は外国籍1名、女性1名を含む11名(内、社外取締役2名)、監査役4名(内、社外監査役3名)を選任しています。

のコーポレート・ガバナンスに関する考え方をまとめた「コーポレートガバナンス・ガイドライン」も制定し当社ホームページ上に掲載しています。

ガバナンス体制図



取締役会
経営の基本方針や会社法で定められた重要事項を審議・決定し取締役の職務の執行の状況を監督するため、取締役及び監査役が出席し原則月1回開催しています。

監査役会
取締役会への出席や決裁書類の閲覧などを通じて取締役会の意思決定過程及び取締役の職務の執行の状況を監査しており、監査役会を原則月1回開催しています。

指名委員会・報酬委員会
取締役の指名及び選・解任、報酬に係る取締役会の機能の独立性・客観性を高めるため、委員長を社外取締役とし、委員の半数以上は社外役員(社外取締役・社外監査役)とする、指名委員会と報酬委員会を設置しています。

経営会議
取締役、常勤監査役等で構成する経営会議を設置し、経営や業務執行に係る課題等について協議・検討を行い、経営環境の変化に迅速に対応しています。

取締役会の実効性評価

当社は、取締役会全体の実効性を自己評価するため、コーポレート・ガバナンスコード改訂等の外部環境変化や当社のガバナンス施策に応じて、毎年、質問項目の見直しを行った上で、取締役及び監査役全員に対しアンケートを実施し、必要に応じて個別に意見聴取も行って

います。それらの結果を踏まえ、取締役会において分析・評価・改善策を審議し、取締役会の構成・規模、報酬体系、運営方法等の見直しを図り、取締役会の実効性向上に取り組んでいます。

主なガバナンス向上への取り組み・改善の歩み

区分	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
役員構成/ 役員報酬	・指名委員会/ 報酬委員会設置 ・外国籍取締役選任	・取締役会規模/ 構成検討 ・社外役員独立性 基準制定	・取締役3名減員 ・女性取締役選任 ・報酬体系を改定、 株式報酬制度導入	・取締役会規模/ 構成検討	・取締役1名減員
その他	・役員へのアンケートによる 実効性評価開始	・CGコード未対応 事項の対応検討	・取締役会の 開催頻度削減 ・CGコード全原則を コンプライ ・CGガイドライン制定	・中長期の議論機会増加 ・資料の事前提供方法/ 時期の改善	<予定> 経営理念体系見直し、 長期ビジョン・次期中期 経営計画等の骨子検討

役員報酬

当社の役員報酬は、固定報酬である「基本報酬」と、業績連動報酬である単年度業績等に応じた金銭報酬の「短期インセンティブ報酬」及び業績連動型株式報酬の「中長期インセンティブ報酬」で構成することとしています。業績連動報酬を相応の割合とするとともに、業績及

び株式価値と取締役の報酬との連動性をより明確にし、中長期的な業績の向上と企業価値の増大に貢献する意識を更に高めることを目的として業績連動型株式報酬を導入しています。なお、社外取締役及び監査役は基本報酬のみとしています。

報酬体系

報酬の種類	割合	算定方法の方針・決定方法	
固定	基本報酬(金銭報酬)	約60%	各人の役位や貢献度、業界あるいは同規模の他企業の水準、業績等を勘案し、社外取締役を委員長とする報酬委員会の審議を経て、取締役会で決定。
変動	短期インセンティブ報酬(金銭報酬)	約20%	
	中長期インセンティブ報酬(株式報酬)	約20%	・取締役会が定める株式交付規定に従って役位及び業績等に応じてポイントを付与。ポイントに基づき信託を通じて当社株式を交付。 ・ROEを含めた中期経営計画に対する達成度も評価対象。

評価指標等

評価項目	評価指標	評価ウエイト		
		社長	事業担当取締役	事業担当以外の取締役
全社業績	連結売上高	20%	10%	15%
	連結営業利益	50%	25%	30%
担当部門業績	業績評価	-	35%	25%
個人考課	個人別の戦略目標評価	30%		

※単年度業績評価

評価項目	評価指標	評価ウエイト
全社業績	連結売上高	20%
	連結営業利益	50%
	ROE	30%

※中期業績評価

財務・非財務ハイライト

財務ハイライト

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
単位:百万円											
損益状況											
売上高	49,892	56,650	58,507	64,353	68,452	73,621	71,946	59,903	60,496	61,815	63,285
売上総利益	14,255	18,958	19,625	20,545	20,941	23,568	22,642	18,901	20,596	21,905	24,229
営業利益	2,295	5,456	5,687	5,503	5,233	6,076	4,554	2,361	4,246	5,424	6,982
EBITDA	6,258	8,749	8,944	8,685	8,674	9,888	8,209	5,726	7,808	8,588	9,649
経常利益	2,263	5,476	5,702	5,377	5,196	6,200	5,140	2,855	4,100	5,877	7,403
親会社株主に帰属する当期純利益	642	3,689	3,804	3,894	3,197	3,846	4,048	1,482	2,838	4,330	5,330
財政状態											
純資産	32,929	33,996	36,134	40,805	47,087	51,995	49,001	47,321	49,940	50,852	54,539
総資産	47,391	50,120	51,898	58,058	64,704	69,906	66,035	60,910	63,868	64,704	69,297
現金及び預金	11,887	10,996	12,773	10,822	14,297	15,915	14,192	16,030	19,431	22,438	28,384
棚卸資産	7,051	8,109	9,007	12,363	11,055	10,536	12,875	10,100	10,473	10,811	9,388
有利子負債	6,396	6,528	6,330	5,475	5,714	4,098	4,035	4,063	3,145	2,998	2,643
キャッシュ・フロー状況											
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,727	3,562	8,030	3,736	9,602	6,208	6,214	6,537	7,661	7,523	10,925
投資活動によるキャッシュ・フロー	(1,829)	(3,008)	(4,679)	(3,824)	(6,041)	(2,351)	(2,552)	(2,540)	(2,174)	(2,202)	(2,863)
フリーキャッシュ・フロー	1,897	553	3,351	(88)	3,561	3,856	3,662	3,997	5,487	5,321	8,062
財務活動によるキャッシュ・フロー	(801)	(890)	(1,486)	(2,363)	(1,324)	(3,009)	(5,219)	(1,524)	(2,351)	(1,861)	(1,923)
1株当たり情報(円)											
EPS(1株当たり当期純利益)	23.41	134.40	138.61	141.86	116.48	140.14	153.98	57.19	109.51	167.80	207.13
BPS(1株当たり純資産)	1,199.58	1,238.45	1,316.33	1,486.52	1,715.37	1,894.14	1,890.45	1,825.62	1,926.65	1,976.05	2,119.33
配当金	40	50	50	50	50	50	60	55	50	60	68
配当性向	170.9%	37.2%	36.1%	35.2%	42.9%	35.7%	39.0%	96.2%	45.7%	35.8%	32.8%
主要指標											
売上総利益率	28.6%	33.5%	33.5%	31.9%	30.6%	32.0%	31.5%	31.6%	34.0%	35.4%	38.3%
営業利益率	4.6%	9.6%	9.7%	8.6%	7.6%	8.3%	6.3%	3.9%	7.0%	8.8%	11.0%
EBITDA率	12.5%	15.4%	15.3%	13.5%	12.7%	13.4%	11.4%	9.6%	12.9%	13.9%	15.2%
経常利益率	4.5%	9.7%	9.7%	8.4%	7.6%	8.4%	7.1%	4.8%	6.8%	9.5%	11.7%
ROE(自己資本当期純利益率)	1.9%	11.0%	10.9%	10.1%	7.3%	7.8%	8.0%	3.1%	5.8%	8.6%	10.1%
ROA(総資産経常利益率)	4.7%	11.2%	11.2%	9.8%	8.5%	9.2%	7.6%	4.5%	6.6%	9.1%	11.0%
自己資本比率	69.5%	67.8%	69.6%	70.3%	72.8%	74.4%	74.2%	77.7%	78.2%	78.6%	78.7%
D/Eレシオ(倍)	0.19	0.19	0.18	0.13	0.12	0.08	0.08	0.09	0.06	0.06	0.05
棚卸資産回転率(ヶ月)	1.7	1.7	1.8	2.3	1.9	1.7	2.1	2.0	2.1	2.1	1.8
PER(倍)	40.4	12.6	13.4	17.2	21.9	17.0	14.6	33.9	22.1	9.4	12.2
PBR(倍)	0.8	1.4	1.4	1.6	1.5	1.3	1.2	1.1	1.3	0.8	1.2
設備投資・減価償却費・研究開発費											
設備投資	1,774	3,102	4,386	3,656	6,130	2,429	2,478	2,484	2,425	2,047	3,171
減価償却費	3,963	3,292	3,257	3,182	3,440	3,812	3,654	3,365	3,562	3,164	2,666
研究開発費	2,753	3,292	3,304	3,492	3,217	3,699	4,052	4,002	4,111	4,373	5,263
研究開発費比率	5.5%	5.8%	5.6%	5.4%	4.7%	5.0%	5.6%	6.7%	6.8%	7.1%	8.3%

※ EBITDA=営業利益+減価償却費

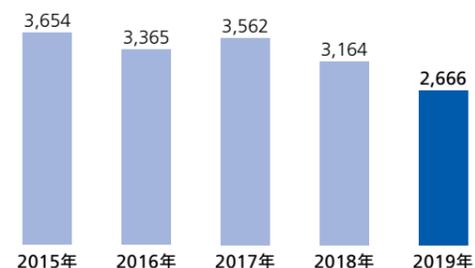
設備投資

(百万円)



減価償却費

(百万円)

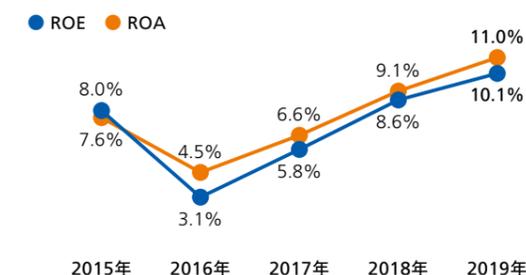


研究開発費

(百万円)



経営指標

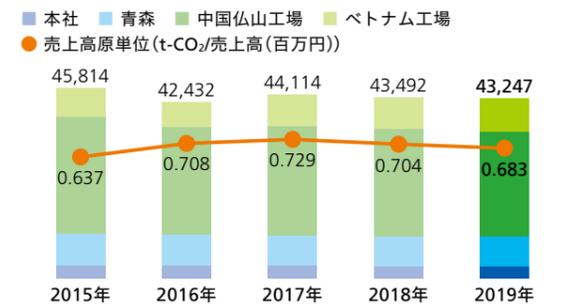


財務・非財務ハイライト

非財務ハイライト

タムロンは環境への負荷を抑制し、多様な人材が活躍する生産性のよい会社を目指しています。

CO₂排出量 (t-CO₂)



2019年は売上高原単位で2016年比3.5%削減となり、総量で2018年比1%削減となりました。省エネルギーの徹底とともに、一部のサイトで再生可能エネルギーの導入を進めています。

女性管理職比率



2019年は10.85%となり、概ね目標値となりました。(国内の女性社員の割合は20%)
優秀な社員を適正に評価し、管理職へ登用していきます。
※ 国内 係長以上

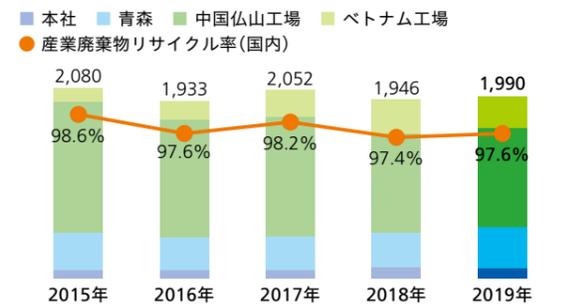
従業員1人当たり売上高 (百万円)



2019年は2018年比で3%増加しました。主要関連市場のデジタルカメラ市場が厳しい状況下ですが、写真関連事業で増収を確保しつつ、特機関連事業での大幅増収が寄与しました。

※ 前期末・当期末の平均従業員数で算出

廃棄物量・リサイクル率 (t)



2019年は総量で2018年比2%増加、国内の産業廃棄物リサイクル率は97.6%となりました。加工方法の改善による廃プラスチック削減、リサイクル材の部品への再利用などにより3Rを推進しています。

障がい者雇用率



2019年は2.49%となり2.3%の目標を達成しています。(法定雇用率2.2%)
さまざまな方が働きやすい環境づくりを推進していきます。
※ 国内

従業員1人当たり営業利益 (百万円)



2019年は2018年比で29%増加しました。生産性向上と共に、売上高規模よりも収益性優先という方針の実現が図られています。

※ 前期末・当期末の平均従業員数で算出

外部評価

マーク	名称	評価概要
	SOMPOアセットマネジメント SOMPOサステナビリティ・インデックス	「SOMPOサステナビリティ・インデックス」はESGに優れた約300銘柄から構成されるインデックス。当社は2012年より投資対象銘柄に選定されています。
	S&P Dow Jones Indices, 日本取引所グループ S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数	環境情報の開示状況、炭素効率性の水準に着目して、構成銘柄のウェイトを決定する指数。当社は構成銘柄に組み入れられています。
	経済産業省 健康経営優良法人2020 (大規模法人部門)	上場会社の中から「健康経営」に優れた企業を選定し、長期的視点からの企業価値向上を重視する投資家への紹介を通じ、「健康経営」の促進を目指す制度。当社は「健康経営優良法人2020(大規模法人部門)」に認定されました。
	厚生労働省 くるみん	「次世代育成支援対策推進法」に基づく認定制度において、育児休業が取得しやすい環境づくりや仕事と育児の両立支援などの項目で審査し、「子育てサポート企業」を認定する制度。当社は2015年に取得しています。
	環境省、 (一財)地球・人間環境フォーラム 環境コミュニケーション大賞 優良賞(環境報告書部門)	「環境コミュニケーション大賞」は優れた環境報告書(CSR報告書含む)などを表彰することにより、環境経営および環境コミュニケーションへの取り組みを促進することを目的とする表彰制度。「CSR報告書2019」で5回目の受賞となりました。
	日本経済新聞社 日経 「スマートワーク経営」調査 ☆3	「人材活用力」「イノベーション力」「市場開拓力」の3分野に、企業の持続的発展のために必要とされる「経営基盤」を加えた4分野で評価。当社は2019年に☆3を取得しました。
—	日本経済新聞社 日経「SDGs経営」調査 ☆4	「SDGs戦略・経済価値」「社会価値」「環境価値」「ガバナンス」の4項目にて、課題解決への貢献やガバナンスの向上を通じて、企業価値向上につなげている企業を評価。当社は2019年に☆4を取得しました。
—	東洋経済新報社 東洋経済CSR基本評価 AAA	「人材活用」「環境」「企業統治」「社会性」の4分野の主要16項目を評価。当社は2019年にAAAを取得しました。
	埼玉県 彩の国工場	技術力や環境面で優れている工場を、豊かな彩の国づくりの協力者として指定する制度。当社は2007年から指定されています。
	さいたま市 リーディングエッジ企業	獨創性・革新性に優れた技術を有する市内の研究開発型ものづくり企業を認証する制度。当社は2009年から認証を受けています。

詳細は当社ホームページをご覧ください。 <https://www.tamron.co.jp/csr/>

連結財務諸表

連結貸借対照表

	単位：百万円	
	2018年 2018年12月31日	2019年 2019年12月31日
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	22,438	28,384
受取手形及び売掛金	13,407	12,907
棚卸資産	10,811	9,388
その他	1,143	982
流動資産合計	47,801	51,662
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	5,261	4,902
機械装置及び運搬具	4,434	4,035
工具、器具及び備品	1,796	2,328
土地	1,155	1,165
建設仮勘定	625	1,073
有形固定資産合計	13,274	13,505
無形固定資産	632	698
投資その他の資産		
投資有価証券	2,336	2,864
その他	659	566
投資その他の資産合計	2,995	3,431
固定資産合計	16,903	17,634
資産合計	64,704	69,297
負債の部		
流動負債		
買掛金	3,782	3,660
短期借入金	2,531	2,418
未払費用	3,026	2,857
未払法人税等	551	1,019
その他	1,661	2,343
流動負債合計	11,553	12,299
固定負債		
長期借入金	467	225
退職給付に係る負債	1,452	1,365
その他	379	868
固定負債合計	2,299	2,458
負債合計	13,852	14,758
純資産の部		
株主資本		
資本金	6,923	6,923
資本剰余金	7,432	7,432
利益剰余金	34,561	38,336
自己株式	△483	△483
株主資本合計	48,433	52,208
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	561	920
為替換算調整勘定	1,924	1,399
その他	△67	9
その他の包括利益累計額合計	2,418	2,330
純資産合計	50,852	54,539
負債純資産合計	64,704	69,297

連結損益計算書

	単位：百万円	
	2018年 自 2018年 1月 1 日 至 2018年12月31日	2019年 自 2019年 1月 1 日 至 2019年12月31日
売上高	61,815	63,285
売上原価	39,910	39,056
売上総利益	21,905	24,229
販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	896	764
販売促進費	721	594
貸倒引当金繰入額	4	43
給料及び賞与	4,251	4,340
退職給付費用	126	147
株式報酬費用	83	112
技術研究費	4,361	5,248
その他	6,036	5,995
販売費及び一般管理費合計	16,481	17,246
営業利益	5,424	6,982
営業外収益		
受取利息	79	92
受取配当金	66	60
為替差益	184	-
受取賃貸料	12	12
補助金収入	67	219
その他	174	236
営業外収益合計	584	621
営業外費用		
支払利息	44	44
為替差損	-	12
固定資産除却損	34	53
たな卸資産廃棄損	20	15
その他	31	76
営業外費用合計	131	201
経常利益	5,877	7,403
特別利益		
投資有価証券売却益	85	-
特別利益合計	85	-
税金等調整前当期純利益	5,963	7,403
法人税、住民税及び事業税	1,382	1,815
法人税等調整額	250	257
法人税等合計	1,633	2,072
当期純利益	4,330	5,330
親会社株主に帰属する当期純利益	4,330	5,330

連結包括利益計算書

	単位：百万円	
	2018年 自 2018年 1月 1 日 至 2018年12月31日	2019年 自 2019年 1月 1 日 至 2019年12月31日
当期純利益	4,330	5,330
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△285	359
繰延ヘッジ損益	-	△1
為替換算調整勘定	△1,289	△525
退職給付に係る調整額	△117	79
その他の包括利益合計	△1,692	△87
包括利益	2,637	5,242
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	2,637	5,242

連結財務諸表

連結株主資本等変動計算書

2018年	単位：百万円				
	自 2018年1月1日 至 2018年12月31日				
	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	6,923	7,432	31,527	△53	45,829
当期変動額					
剰余金の配当			△1,296		△1,296
親会社株主に帰属する当期純利益			4,330		4,330
自己株式の取得				△429	△429
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					-
当期変動額合計	-	-	3,034	△429	2,604
当期末残高	6,923	7,432	34,561	△483	48,433
	その他の包括利益累計額				
	その他有価証券 評価差額金	為替換算 調整勘定	退職給付に係る 調整累計額	その他の包括 利益累計額合計	純資産合計
当期首残高	846	3,214	49	4,110	49,940
当期変動額					
剰余金の配当				-	△1,296
親会社株主に帰属する当期純利益				-	4,330
自己株式の取得				-	△429
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△285	△1,289	△117	△1,692	△1,692
当期変動額合計	△285	△1,289	△117	△1,692	912
当期末残高	561	1,924	△67	2,418	50,852

2019年	単位：百万円					
	自 2019年1月1日 至 2019年12月31日					
	株主資本					
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	
当期首残高	6,923	7,432	34,561	△483	48,433	
当期変動額						
剰余金の配当			△1,555		△1,555	
親会社株主に帰属する当期純利益			5,330		5,330	
自己株式の取得				△0	△0	
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					-	
当期変動額合計	-	-	3,775	△0	3,774	
当期末残高	6,923	7,432	38,336	△483	52,208	
	その他の包括利益累計額					
	その他有価証券 評価差額金	繰延ヘッジ 損益	為替換算 調整勘定	退職給付に係る 調整累計額	その他の包括 利益累計額合計	純資産合計
当期首残高	561	-	1,924	△67	2,418	50,852
当期変動額						
剰余金の配当					-	△1,555
親会社株主に帰属する当期純利益					-	5,330
自己株式の取得					-	△0
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	359	△1	△525	79	△87	△87
当期変動額合計	359	△1	△525	79	△87	3,686
当期末残高	920	△1	1,399	11	2,330	54,539

連結キャッシュ・フロー計算書

	単位：百万円	
	2018年 自 2018年1月1日 至 2018年12月31日	2019年 自 2019年1月1日 至 2019年12月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	5,963	7,403
減価償却費	3,164	2,666
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	155	△31
株式給付引当金の増減額(△は減少)	83	112
受取利息及び受取配当金	△146	△153
支払利息	44	44
受取和解金	-	△47
投資有価証券売却損益(△は益)	△85	-
有形固定資産除却損	34	53
売上債権の増減額(△は増加)	△65	184
たな卸資産の増減額(△は増加)	△697	1,278
仕入債務の増減額(△は減少)	608	8
未払費用の増減額(△は減少)	△8	△131
その他	△207	642
小計	8,841	12,029
利息及び配当金の受取額	146	152
利息の支払額	△44	△44
和解金の受取額	-	47
法人税等の支払額	△1,419	△1,259
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,523	10,925
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有価証券の償還による収入	-	300
有形固定資産の取得による支出	△2,154	△2,580
無形固定資産の取得による支出	△125	△222
投資有価証券の取得による支出	△2	△317
投資有価証券の売却による収入	147	-
貸付けによる支出	△2	△2
貸付金の回収による収入	8	2
その他	△72	△42
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,202	△2,863
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	△16	△11
長期借入れによる収入	400	-
長期借入金の返済による支出	△518	△341
自己株式の取得による支出	△429	△0
配当金の支払額	△1,296	△1,555
その他	△1	△14
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,861	△1,923
現金及び現金同等物に係る換算差額	△452	△193
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	3,006	5,946
現金及び現金同等物の期首残高	19,431	22,438
現金及び現金同等物の期末残高	22,438	28,384

本社所在地

株式会社タムロン
〒337-8556
埼玉県さいたま市見沼区蓮沼1385番地

創業・設立

創業 1950年11月1日
設立 1952年10月27日

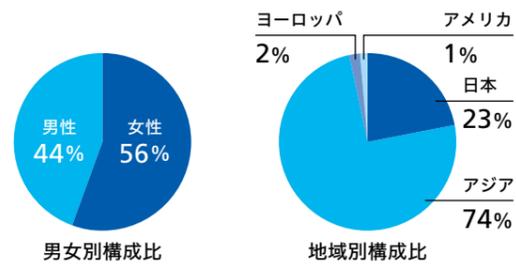
資本金

6,923百万円

従業員数

連結 4,609名 単体 1,060名

従業員内訳(連結)



株式の状況

発行済株式数 25,950,000株
単元株式数 100株
株主数 4,054名

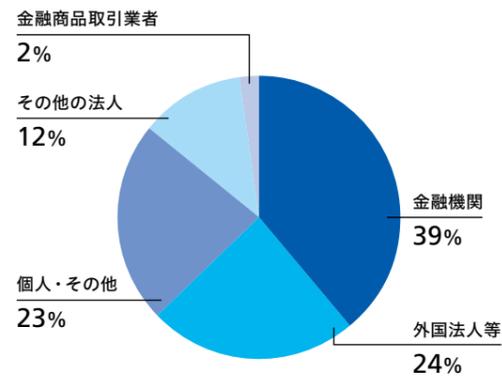
上場証券取引所

東京証券取引所市場第一部
証券コード 7740

決算日

12月31日

所有者別株式数分布状況



大株主の状況

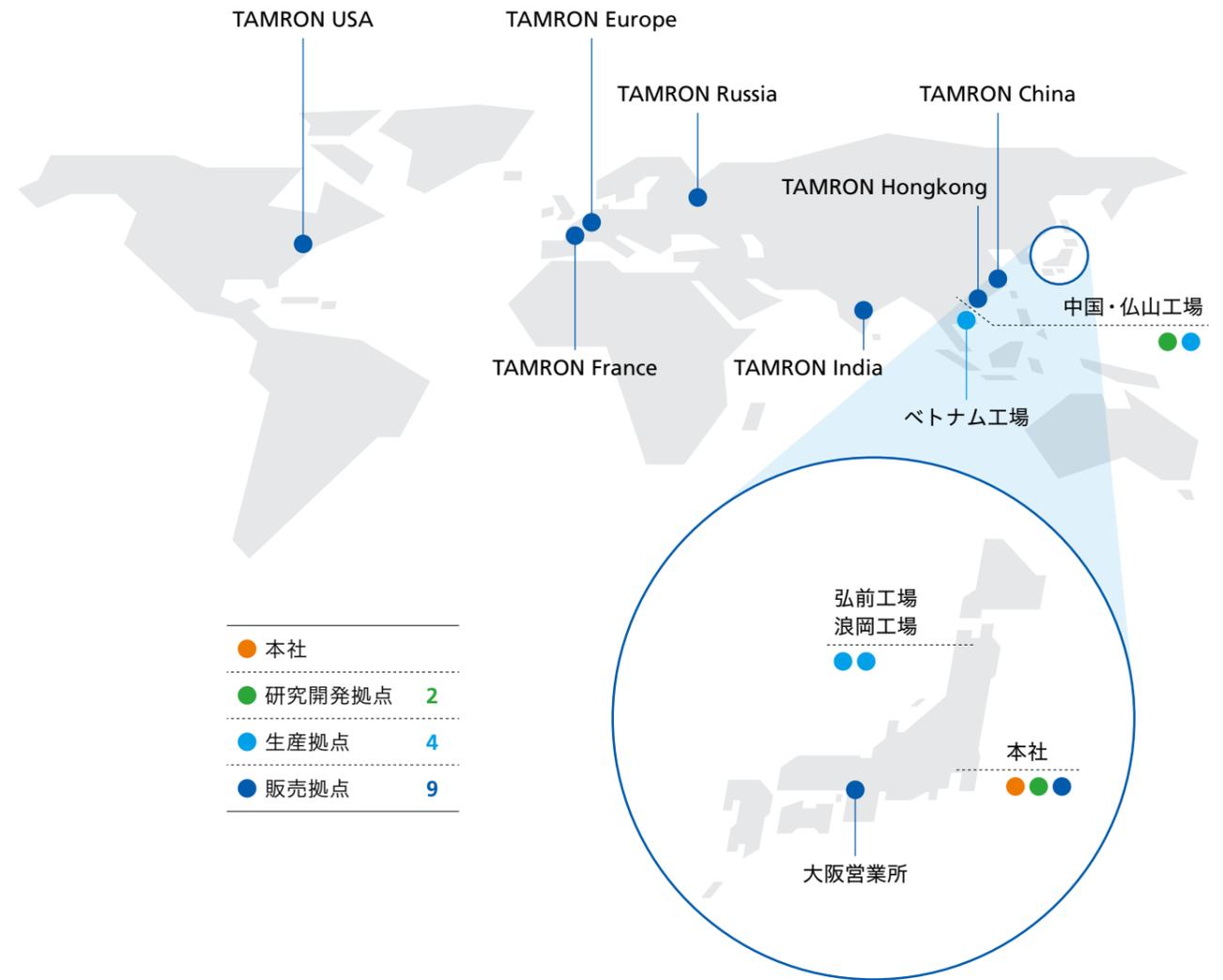
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社ニューウェル	4,898	18.89
ソニー株式会社	3,129	12.07
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,763	6.80
株式会社埼玉りそな銀行	1,122	4.33
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,002	3.86
日本生命保険相互会社	580	2.23
GOVERNMENT OF NORWAY	551	2.12
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	468	1.80
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	371	1.43
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	325	1.25

株主名簿管理人

三井住友信託銀行株式会社
〒168-0063
東京都杉並区和泉2丁目8番4号

グループネットワーク

タムロンではお客様のニーズに柔軟に対応できるよう、研究開発から企画、設計、製造、販売、カスタマーサポートを行う体制をグローバルに展開しています。



主な機能・特徴

本社	<ul style="list-style-type: none"> 光学設計、機構設計、電子・ソフトウェア設計など 金型製造、プラスチック射出成型
研究開発拠点	<ul style="list-style-type: none"> 基盤技術の改善に関する研究、開発 新規分野の製品開発に向けた研究、開発
生産拠点	<ul style="list-style-type: none"> レンズ加工、プラスチック成型、金属加工、組立など 日本(青森県)の工場は、大規模生産拠点である中国・仏山工場やベトナム工場へ製造技術を提供する「マザー工場」としても機能 世界3極生産体制により小ロット生産から大量生産まで対応することが可能
販売拠点	<ul style="list-style-type: none"> 海外7販社のほか、各地の営業拠点や代理店とのネットワークを構築 アフターサービスも実施

TAMRON

お問い合わせ先

株式会社タムロン

経営企画室

〒 337-8556 埼玉県さいたま市見沼区蓮沼1385番地

TEL.(048)684-9114 FAX.(048)683-8282

E-mail. e-report@tamron.co.jp

URL. <https://www.tamron.co.jp>

発行 2020年7月

