

株式会社タムロン

2020年12月期決算説明会

日時：2021年2月9日（火）16:00～17:00

【主な質問と回答】

Q1. 2020年実績の各カテゴリー別の台数は？

A1. 自社ブランド 43万台、OEM 61万台、DSC/VC 11万台、ドローン 21万台、監視/FA 123万台、車載 699万台。

Q2. 2020年に実施した希望退職募集による効果は、2021年の計画では、どのセグメントに、どの程度あるのか？

A2. 金額としては約6億円を見込んだ計画となっている。青森では交換レンズの生産が多いため、多くは写真関連に影響する。

Q3. 市場の見通しはどの程度を想定しているのか？

A3. 交換レンズ市場は、2020年の落ち込みからの反動増もあり、2021年は増加には転じると予測しているが、CIPA予測ほどは増加しない前提での計画となっている。監視カメラ用レンズ市場は、2021年は成長基調に戻り、数量ベースで20年の反動もあって約20%増加、車載カメラ用レンズ市場も同様に約10%増加と想定している。

Q4. 2021年計画の写真関連は営業利益率が15.4%に低下する理由は何か？

A4. 2021年はOEMの大幅増収を見込んでおり、プロダクトミックス等の影響で写真関連全体の営業利益率は低下する計画となっている。

Q5. 2021年の5機種程度の自社ブランド新製品とは全てミラーレス用か？ソニーマウント以外はあるのか？

A5. 2020年はコロナの影響があり、1機種は2021年にずれ込んだが、毎年5機種程度投入を方針とし、今後は全てミラーレス用を考えている。各マウント対応については鋭意開発中であるが、詳細な回答を控えさせていただく。

Q6. 中期計画の写真事業の自社ブランドとOEMの成長率の違いはなにか？

A6. 基本的にレンズ交換式カメラ市場・交換レンズ市場は中期的には縮小と考えているが、その中で自社ブランドは横ばいの計画、OEM は顧客のビジネスプランにも関連するためその内容の詳細はお答えできないが、そのビジネスプランを前提にした計画である。

Q7. 中期計画での柱は、監視&FA での売上成長だが、競合メーカーの整理と、その中で御社の強みは何か？過去は価格競争も厳しいマーケットであったと認識しているが現状はどうか？

A7. 強みはやはり技術であり、特に 4K 対応等が中国レンズメーカーに対し評価されている。そういったなかで受注も増えてきたことでコスト対応もできつつある。FA も同様に、非常に微細な検出が必要になってきており、性能の良いレンズが評価されている。

Q8. 経営理念を見直した背景はどういったものか？

A8. 当社の経営理念は創業以来守られてきたもので、70 年経過し、少し時代にそぐわない点も出てきたということ、また将来に向けてどういう会社になっていくのかを社員一同で共有するものでもあるとの考えから、経営理念体系から見直しをした。従来の経営理念は創業の精神とし、これをベースとした将来に向けての発展的な経営理念として今回改定した。

Q9. 期末配当を減配としたが、配当の考え方は？

A9. 2020 年の当期純利益は 63%減の大幅減益だが、配当は当社が下限と考える 50 円を維持し、配当性向は配当性向目標を上回る 56.3%となっている。また自己株式取得もしており、総還元性向は 500%を超えている。当社は配当性向目標 35%程度に加えて、安定配当も配当方針としている。50 円程度を最低ラインとして考えており、一定の配当額は毎年安定的に継続したいと考えている。

<ご留意事項>

本資料は、決算説明会に出席になれなかった方々の便宜のため、参考として掲載しており、説明会でお話したことをそのまま書き起こしたのではなく、当社の判断で簡潔にまとめたものであることをご了承ください。

また、本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している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、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があることをご了承ください。