



2026年12月期 第2四半期 決算説明会

2026年8月7日（金）
株式会社タムロン（証券コード：7740）



目次



I. 長期ビジョン／次期中期経営計画「Value Up29」 骨子 P 03～

II. 2026年上期実績 P 14～

III. 2026年通期計画 P 24～

IV. 参考情報 P 30～



I .長期ビジョン/次期中期経営計画「Value Up29」 骨子

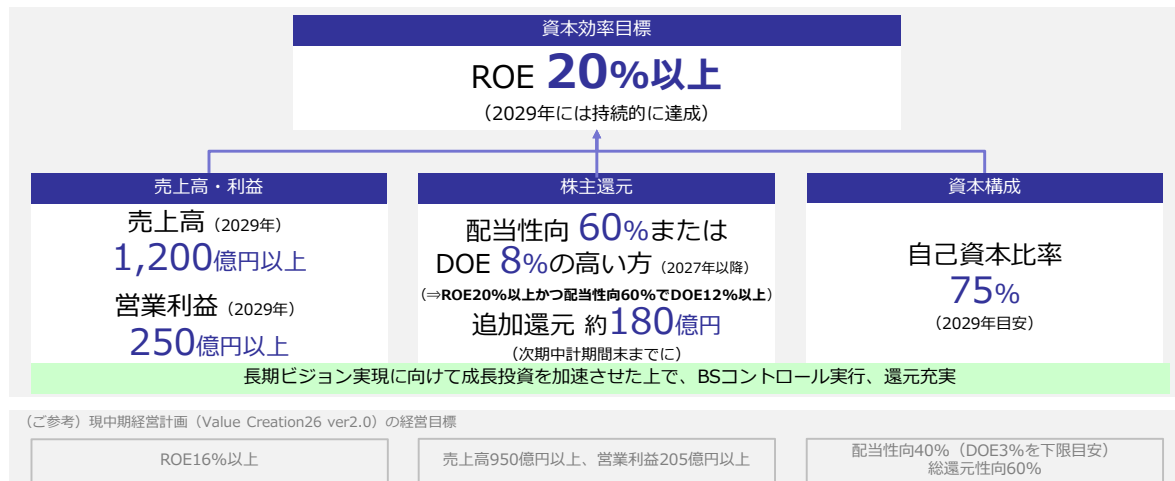
I -1. 長期ビジョンの定量目標刷新、達成に向けた次期中期経営計画の位置づけ



- 6月16日に公表いたしました、長期ビジョンの定量目標刷新、および次期中期経営計画『Value Up29』の骨子についてご説明いたします。
- 当社はこれまで『売上高1,000億円企業』を長期目標としてまいりましたが、現中計期間の業績進捗により、その到達が射程圏内に入っております。
- そこで当社は、従来の延長線上の成長に留まることなく、2035年に向けた飛躍的な成長への舵を切るべく、長期ビジョンの刷新を昨年より検討してまいりました。
- そして2月に定性的なあるべき姿として長期ビジョン『撮り、測り、つなぐ。人と自然の健康を創造する企業へ』を公表し、6月にその定量目標を刷新したものといたします。
- 新たな目標は、「持続的なROE 20%以上、売上高 2,000億円以上」、うち「新規事業売上高 200億円以上」です。
- 従来のレンズ専門メーカーの枠を超え、高度なセンシング技術やAIを融合させて社会課題解決に直接寄与する「総合光学・センシングソリューション企業」への変革を推進し、次期中計を通じて、オーガニックな成長とM&Aを交えたインオーガニックな成長の双方を追求してまいります。

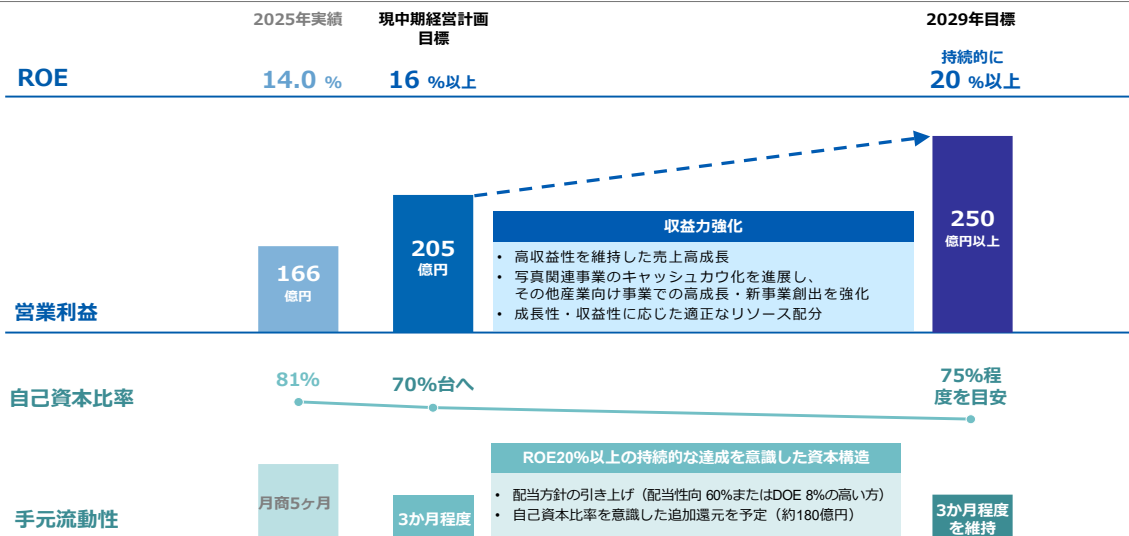
I -2. 次期中期経営計画の主要目標

- 2029年には持続的なROE20%以上の達成に向け、継続的な利益成長と、積極的な成長投資、株主還元強化によるBSコントロールを断行。ROE20%以上であれば、配当性向60%でDOE12%以上を見込む



- ・ 次期中計の主要な経営目標についてご説明いたします。
- ・ 2029年において、「売上高1,200億円以上、営業利益250億円以上」を目指します。現中計の「売上高950億円、営業利益205億円」から一段高いステージへの挑戦となります。
- ・ 本計画の軸となる資本効率目標として、2029年には「持続的なROE 20%以上」の達成を目指します。
- ・ この高い資本効率を盤石なものとするため、成長投資を加速させた上で、最適なバランスシート・コントロールを実行しつつ、株主還元の充実を図ります。
- ・ 株主還元方針につきましては、「配当性向60%またはDOE8%のいずれか高い方」とし、業績の波に大きく左右されることなく、より長期的かつ安定的な利益還元をお約束するとともに、次期中計期間末までに「約180億円」の追加還元を行います。
- ・ ROE20%以上を達成した際には、実質的に「配当性向60%、DOE12%以上」という高い還元水準となります。
- ・ これらを通じて、2029年には自己資本比率を「75%程度」を目安に引き下げつつ、「持続的なROE 20%以上」を達成させてまいります。

I -3. ROE目標達成に向けたロードマップ

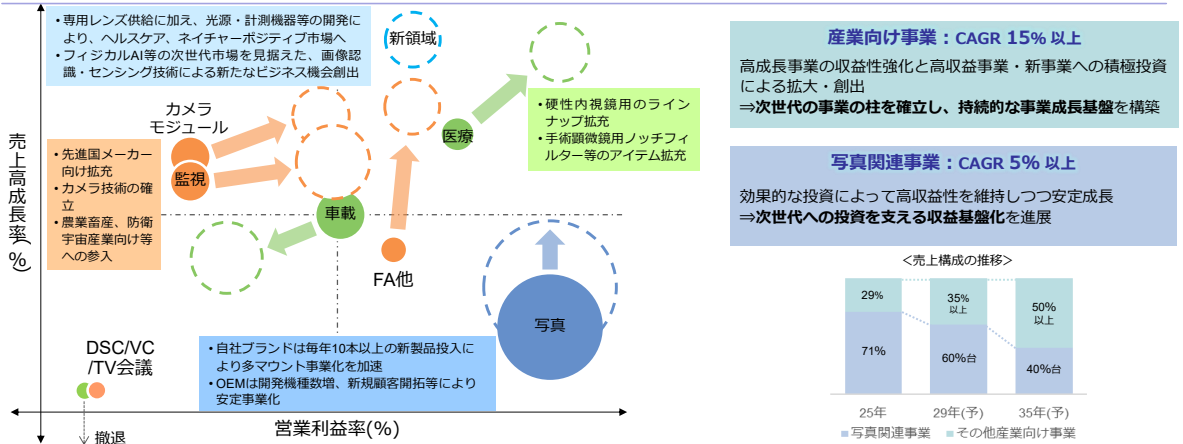


- ROE20%以上を持続的に達成するためのロードマップです。
- アプローチは「収益力の強化」と「資本構造の適正化」の2つです。
- 収益面では、写真関連事業で高収益性を維持した安定成長を継続しつつ、その他産業向け事業での高成長および新事業創出を強化し、2029年に「営業利益を250億円以上」へ拡大させます。
- 資本構造におきましては、現在81%ある自己資本比率を、成長投資と180億円規模の追加還元により、現状最も資本効率が良いと考える「75%程度」へ適正化します。
- 手元流動性も「月商3か月程度」を目安に維持し、創出したキャッシュを成長投資と株主還元へ機動的に循環させることで、持続的なROE20%以上を確立してまいります。

I -4. 事業戦略

- 高収益性を維持した売上高成長（写真関連事業のキャッシュカウ化進展、産業向けでの飛躍的な事業成長）
- 各事業の成熟度や成長性・収益性に応じた適正なリソース配分によって、持続的な事業成長基盤を構築

事業ポートフォリオの変革



7 Copyright © Tamron Co., Ltd. All rights reserved.

TAMRON
Focus on the Future

- ・ 事業戦略では、各事業の成熟度に応じた最適なリソース配分を実施します。
- ・ まず、現在売上の約70%を占める写真関連事業は、自社ブランドで毎年10本以上の新製品投入と多マウント展開を加速させ、かつ新規OEM顧客を開拓することで、高収益なキャッシュカウとして安定的に成長させます。
- ・ 自社ブランドはブランド力を生かした価格対応力、OEMは競合が限られる事業環境を生かし、収益性を落とさず成長が可能とみています。
- ・ その上で、産業向け事業を当社の技術優位性が生かせる領域において「CAGR15%以上」のスピードで成長させます。
- ・ AIの進展による高精度な画像認識ニーズの高まりや用途拡大に伴い、高解像度・耐歪み性能・耐温度変化に優れた当社の光学技術が強みとなります。
- ・ 医療関連では低侵襲治療の拡大に伴い、強度を両立した極小径レンズの加工技術や、特定波長のみを分光する多層膜技術、赤外線制御の高帯域コーティング技術などが強みとなります。
- ・ 従来の部品供給としての製品ラインナップ拡充に加え、AI等を融合した「光学システムやサービスそのもの」を提供する高付加価値なビジネスモデルの構築や、監視&FA関連では利益率15%以上への向上も図ります。
- ・ また、既存のFA領域を含む産業向けカメラ領域、そして国際的な宇宙ミッションに採用実績のある宇宙環境対応レンズユニットや世界初となる光衛星通信用レンズモジュール等により、宇宙・防衛領域を拡大させます。さらにフィジカルAI、ヘルスケア、ネイチャーポジティブといった新領域の参入に加え、現中計にて創出した20個以上の技術テーマの上市・事業化の推進に向け、新事業開発組織も立ち上げ、M&Aやアライアンスを大胆に活用します。
- ・ M & Aでは資本収益性を強く意識し、専任チームの組成や資本コストを上回るハードルレートの設定等、投資規律を講じた推進を図っていきます。
- ・ これらにより、2029年には写真関連事業以外の売上構成比を「35%以上」へ、2035年には「50%以上」へと拡大させ、持続的な事業成長基盤の構築に向けた、ポートフォリオの抜本的な変革を成し遂げてまいります。

I-5. 財務戦略① キャッシュアロケーション

(億円)

次期中計期間（2027～2029年）
キャッシュアロケーション

成長投資加速

現中期中計画比：投資額1.2倍以上

- **現預金を活用**
現預金水準を月商3か月程度目安に削減
- **負債の活用**
財務状況を踏まえた負債の活用
- **営業CF**
収益力強化により安定的にCF創出
(2029年にはROE20%以上を持続的に達成)

＜ご参考＞
『Value Creation26 ver2.0』の目標値

手元資金 80	研究開発投資 225
負債活用 70	設備投資 175
営業CF 695	戦略投資 180
	還元（配当/自己株取得） 265

キャッシュイン キャッシュアウト

160 手元資金活用	300 研究開発投資
150 負債活用	200 設備投資
890 営業CF (研究開発費控除前)	210 戦略投資 (M&A)
	310 配当
	180 追加還元

キャッシュイン キャッシュアウト

- **研究開発投資**
研究開発費比率（対売上高）9%以上
うち20%を新技術/新事業創出に充当
(AI、次世代光学技術などの先端技術領域を含む)
人的資本への投資拡充
- **設備投資**
既存事業の収益拡大に向けた投資
うち30%を成長分野/新事業創出に充当
- **戦略投資（M&A等）**
非連続的な成長に向けた投資枠
(AI、ヘルスケア、ネイチャーポジティブ関連等の次世代成長領域へのアプローチ強化)
※ 未消化分があれば、一部を次期中期経営計画にスライド、残りを株主還元に充当
※ M&A実施は、成長性（PER）への寄与のみならず、資本収益性（ROE）への影響も考慮
- **配当**
配当性向60%またはDOE8%のいずれが高い方（次期中期計画以降）を基準に配当額を決定
- **追加還元**
次期中計期間末までに約180億円の追加還元を予定（自己資本比率75%程度の達成を意図）

- ・ 続きまして、キャッシュアロケーションです。
- ・ 収益力強化に伴い、次期中計の3年で、研究開発費控除前で890億円の営業キャッシュフローを創出する計画です。これに手元資金や負債活用を加え、総額1,200億円のキャッシュインを見込んでおります。
- ・ この原資を活用し、現中計比1.2倍以上となる成長投資を実行いたします。
- ・ 売上高比率9%以上を維持する研究開発に300億円、既存事業拡大や成長分野・新規事業創出に向けた設備投資に200億円を充当します。
- ・ さらに、非連続な成長を果たすためのM&A等の戦略投資枠として210億円を設定しました。AIやヘルスケア、ネイチャーポジティブといった次世代領域へ果敢にアプローチしてまいります。
- ・ M&A実行に際してはPERへの寄与のみならず、ROEへの影響も考慮してまいります。

I -5. 財務戦略② 株主還元

- より長期的かつ安定的な利益還元を実施するため配当水準を引き上げ
- 加えて、2029年末までの自己資本比率75%程度への達成のため、約180億円の追加還元を予定

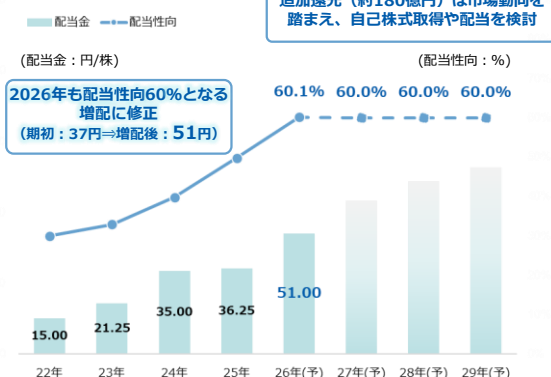
還元政策

2027年より配当は
**配当性向60%またはDOE8%の
いずれか高い方**を目安に決定
(⇒ROE20%以上かつ配当性向60%でDOE12%以上)



自己資本比率75%程度の達成に向け、
**次期中期計画期間末までに
約180億円の追加還元を予定**

配当推移



- ・株主還元政策です。
- ・15ページでも申し上げましたが、株主の皆様には中長期のパートナーとしてご支援いただくため、2027年12期より配当基準を変更いたします。
- ・また、自己資本比率75%程度に向けて、次期中計期間末までに「約180億円」の追加還元を機動的に実施してまいります。
- ・今期の配当予想につきましても、前倒しで配当性向60%を実行し、「期初予想の37円から51円」へ大幅な増配を行う計画です。
- ・これらに加え、次期中計においては株主優待の導入も計画しております。
- ・当社は、現中計期間において2期連続の株式分割を行い、個人株主様は約3倍に急増いたしました。この増えた個人株主様との接点を強化し、当社の事業に対する長期的な理解と保有を促し、更なる投資家層拡大施策として導入を検討してきたものです。

I -6. サステナビリティ

- 長期的な企業価値向上と中期経営計画の実効性強化に向け、サステナビリティの取り組みを推進
- マテリアリティの見直しも含め、サステナビリティ戦略と推進体制を強化



- ◆ GHG排出量の削減、資源循環社会に向けたサーキュラーエコノミー施策実行
 - ・ Scope1、2・・・2029年27%削減(2015年比)
※30年：30%削減、35年45%削減、50年：ゼロ
 - ・ Scope3・・・削減に向けた取り組み開始
- ◆ 自然共生社会の実現に向けた生物多様性の保全と、ネイチャーポジティブへの貢献
 - ・ TNFDフレームワークに基づく評価および情報開示の推進
 - ・ ネイチャーポジティブ市場における光学技術に応用した事業の創出



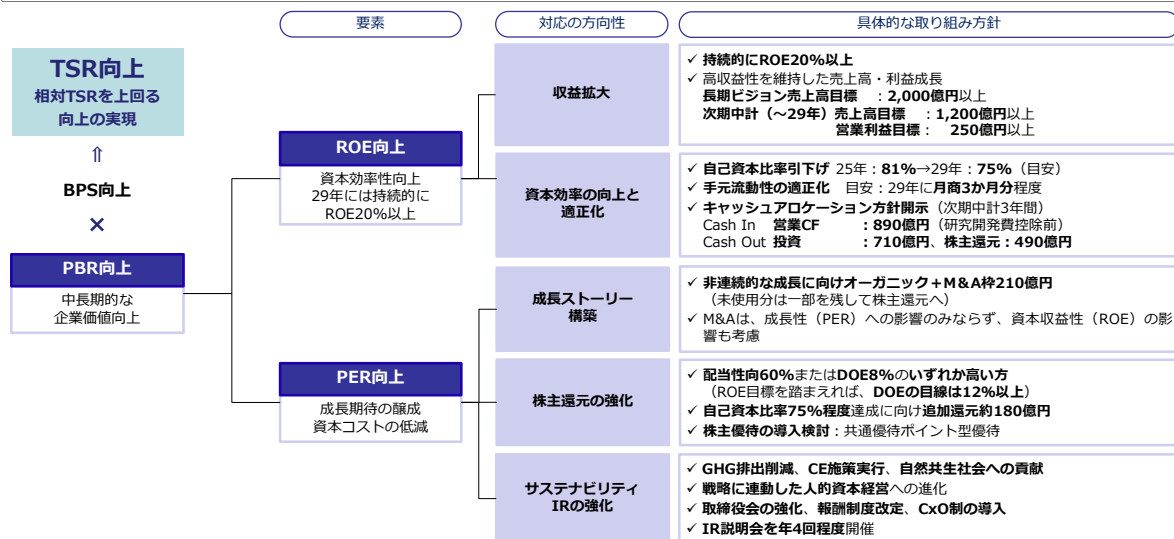
- ◆ 戦略に連動した人的資本経営への進化
 - ・ 動的な人材ポートフォリオ構築、人的資本投資拡充による人的資本の最大化
 - ・ 知・経験のD&I、知的資本の可視化・高度化による競争力向上
 - ・ DE&Iの進化とリスキル・学び直しの機会の提供、支援
 - ・ 従業員向け株式報酬制度等の導入を通じた、中長期的な企業価値向上に向けた従業員との価値共有およびリテンション（人材定着）の強化
- ◆ 非連続的な発想、オープンイノベーションで変革に挑戦する企業風土の醸成、エンゲージメントの強化



- ◆ 長期ビジョン、中期経営計画の実効性ある監督に向けた取締役会の強化
 - ・ 独立性の向上、スキルマトリクス見直し、多様性の向上（女性、他社経営者等）
- ◆ 中期経営計画実現に向けた報酬制度の改定
- ◆ CxO制の導入による権限委譲と意思決定の迅速化、全社視点の戦略実行推進

- ・ サステナビリティ戦略です。
- ・ 環境面では、Scope1,2で2029年までに2015年比で27%削減を進めるとともに、Scope3削減に向けた取り組みも開始いたします。
- ・ また、サーキュラーエコノミーやネイチャーポジティブへの取り組みを強化します。
- ・ 社会面では、戦略に連動した人的資本経営を進化させます。
- ・ 動的な人材ポートフォリオ構築に加え、中長期の企業価値向上を全従業員と共有し人材定着を図るため、新たに「従業員向け株式報酬制度」を導入いたします。
- ・ ガバナンス面では、取締役会の独立性・多様性を高めるとともに、新たに「CxO制度」を導入いたします。権限委譲と意思決定を迅速化させ、全社視点での戦略実行力を高めてまいります。

I -7. TSR向上に向けて PBRロジックツリー



- ・ 次期中計『Value Up29』の総括として、PBRロジックツリーです。
- ・ 当社は、中長期的な企業価値向上のため、PBRおよびROEの改善をコミットいたします。
- ・ これまで申し上げてきた、1,200億円以上の売上と250億円の営業利益による「収益拡大」と、自己資本比率75%程度への適正化による「資本効率向上」、また、配当性向60%またはDOE8%への引き上げと180億円の追加還元による「株主還元の強化」。これらを実行することで、市場からの成長期待を高めてまいります。
- ・ 創出した成果を最良の形で巡らせ、相対TSRを上回るリターンを確実なものにしてまいります。

I -8. 2026年2月公表 長期ビジョン、ビジョンステートメント

撮り、測り、つなぐ。 人と自然の健康を創造する企業へ

75年以上にわたり光を捉える技術を磨き、社会に感動と安心を届けてきたタムロンは、その歴史と技術を、人と自然が健やかに共生する未来へつなげていきます。

見えない世界を“撮り、測り”、課題解決へ“つなぐ”――

細胞や血液の状態など身体の情報撮り、測り、医療・ヘルスケアの進化につなぐ。

森林や水質、大気の状態など生態系の変化撮り、測り、豊かな自然を取り戻すための活動につなぐ。

その実現に向けて、私たちは培ってきた光学技術と、センシング・解析技術を融合させ、深化させていきます。

“つなぐ”とは、多様な価値が交わり、新たな可能性が芽吹くことだと、私たちは考えます。

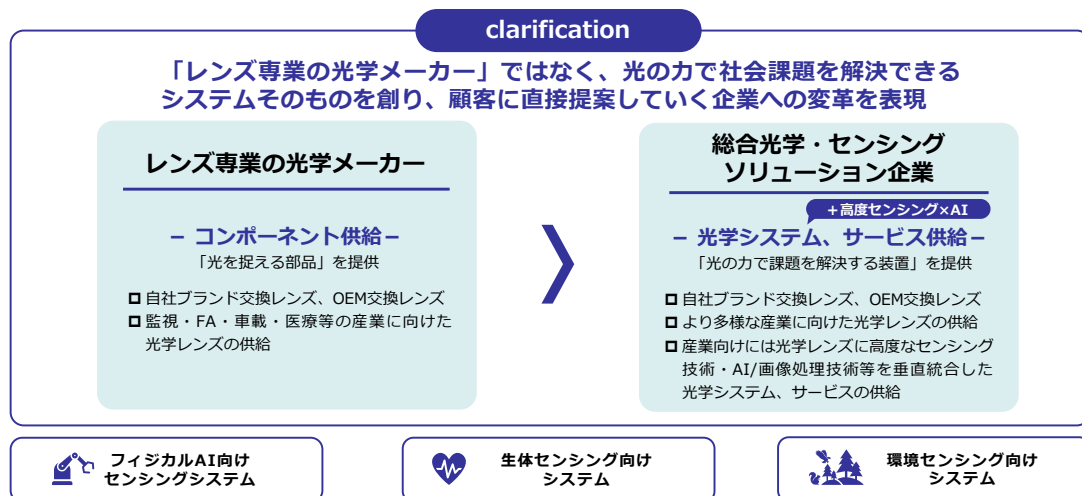
人と人、企業と企業、技術と感性、人と自然、そして現在と未来を“つなぐ”――

私たちは、総合光学・センシングソリューション企業として、

人と自然の健やかな共生と、喜びと感動にあふれ、安心して暮らせる「心豊かな社会」を、未来へ確かにつなげていきます。

- 最後に、今年2月に刷新した新長期ビジョン『撮り、測り、つなぐ。人と自然の健康を創造する企業へ』について改めて説明いたします。
- このビジョンの核心は、「総合光学・センシングソリューション企業」への進化となります。

I-9. 総合光学・センシングソリューション企業とは



- ・ これまでの当社は、自社ブランドやOEM交換レンズ、あるいは産業用レンズといったコンポーネントを供給するビジネスモデルが中心でした。
- ・ しかし私たちが目指す「総合光学・センシングソリューション企業」とは、コンポーネント供給に留まりません。
- ・ 当社の光学技術に、高度なセンシング技術やAI・画像処理技術を融合し、お客様の課題を直接解決する「光学システムやサービスそのもの」を提供する企業への変革こそが核心となります。
- ・ M&Aを活用しつつ、生体センシング、環境センシング向けなど、高い付加価値を誇るシステムやサービスを自社開発・提供し、「人と自然が健やかに共生できる社会」の実現に貢献していきます。
- ・ 具体的な事例として、ネイチャーポジティブ領域では出資・協業するマブリィ社と共にSWIRを用いた非接触土壌分析装置の開発を進めています。
- ・ ヘルスケア領域では、出資するライトタッチテクノロジー社の中赤外レーザー技術を活用した測定機器等の研究を進め、他にも、大阪大学との共同研究によりチップ型近赤外光源の実用化に成功。非破壊で成分や状態を分析できる特性を活かし、ヘルスケアや農畜産分野など様々な分野での展開が期待されます。
- ・ 既存領域においてもFA領域の派生となる溶接・切断レーザー加工業界へ参入。当社の光学技術の強みを活かし、優位性を持ったレーザー加工ヘッド・ビームプロファイラ等の光学機器を開発し、他社と協業しながら市場を開拓していきます。
- ・ このように、これまでの研究開発の成果の芽が出てきています。75年培った技術基盤をベースに進めるタムロンの大きな挑戦に、ぜひご期待ください。ご清聴ありがとうございました。

Ⅱ.2026年 上期実績

Ⅱ-1. 総括

経営環境

経済環境

- ◆ 地政学リスク長期化や米国の通商・関税政策により、世界経済の先行き不透明感が継続
- ◆ 対ドル・ユーロで想定以上の円安が推移し、売上・利益ともに押し上げ要因に
- ◆ インフレによる部材コスト高止まりに加え、国内外の人件費上昇トレンドが継続

市場環境

- ◆ レンズ交換式カメラ・交換レンズ市場：カメラ・レンズ共に数量ベースは減少も、ミラーレスの高付加価値シフトと円安効果により金額ベースは増加
- ◆ 監視・FA市場：監視は先進国向け高精細ニーズが堅調、FAも需要回復・底堅い推移が継続
- ◆ 車載市場：ADAS普及に伴う高度なセンシングレンズ需要により、成長トレンド継続

当社業績

- ◆ **売上高**：前年比+4% ―写真OEM製品の大幅な減収影響があったものの、他ビジネスにおける好調が下支えし増収
 - 写真関連事業
 - ・ OEM製品：前年下期から継続する一部受注機種の販売低迷により、約2割の大幅減収
 - ・ 自社ブランド製品：地域別に濃淡はあるものの、全体としては増収
 - 監視&FA関連、モビリティ&ヘルスケア、その他事業：旺盛な需要とこれまでの営業・開発成果等により、産業向け事業の2セグメント共に2桁の増収
- ◆ **営業利益**：前期比-17% ―利益率の高い写真関連事業における減収影響や、部材コスト高による粗利減、R&D強化や人件費上昇による販管費増により減益。
- ◆ **対計画**：売上高は産業向け事業の好調により計画を上回って推移、利益面はコストアップ要因を吸収し、計画通りの進展

トピック

事業関連

- ◆ 1月：世界初「採血のいらない非侵襲血糖値センサー」開発のライトタッチテクノロジー社への出資
- ◆ 6月：世界初の「メタサーフェス近赤外光源」の実用化成功
- ◆ 6月：新製品「17-70mm F/2.8 (Z/RFMマウント)」の発売発表
※RFマウントとしては、当社3本目

経営方針・戦略関連

- ◆ 2月：長期ビジョン（定性的なありたい姿）を刷新
- ◆ 6月：長期ビジョンの定量目標刷新および2029年に向けた次期中期経営計画『Value Up29』骨子を策定
- ◆ 6月：資本効率向上と株主還元強化に向けた配当予想の修正（増配）および新たな株主還元方針の発表；年間配当 期初計画37円➡修正計画51円へ

- ・ 2026年第2四半期決算の総括をご説明いたします。
- ・ 経営環境は地政学リスク等で不透明感が続くものの、想定以上の円安が売上・利益の押し上げ要因となりました。
- ・ 市場環境は、カメラ・レンズの数量は減少となったものの、ミラーレスの高付加価値化と円安効果で金額ベースは堅調に推移いたしました。
- ・ 当社業績は、写真OEMの大幅減収があったものの、写真自社の好調や監視&FA、モビリティ&ヘルスケアの2桁増収が牽引し、グループ全体では増収となりました。
- ・ 利益面は、写真関連の減収影響や原材料高・R&D費増により営業減益ですが、計画通りの進展となりました。
- ・ なお、6月には次期中計『Value Up29』と新還元方針を発表し、2026年12月期より配当性向60%を目安とした大幅増配を予定しております。
- ・ 中間配当は前年同期比で倍増となる20円、年間配当は前期比40%以上の増となる51円としております。

II -2. 実績

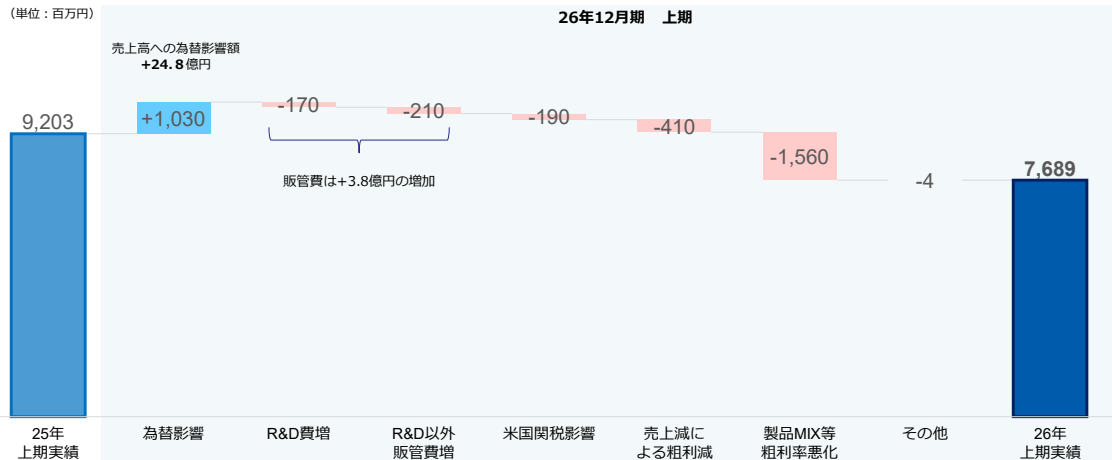
- ◆ **売上高（増収）**：写真関連事業におけるOEM製品の受注低迷が継続したものの、他2事業セグメントが計画を大きく上回って推移した結果、グループ全体としては増収を確保
- ◆ **売上総利益・粗利率（圧迫）**：利益率の高い写真関連事業の減収影響に加え、中東情勢の緊迫化に伴う物価高から原材料費・光熱費・物流費が高騰し、収益を圧迫。徹底した原価低減活動を推進したものの完全には相殺できず、粗利率は低下
- ◆ **営業利益（減益）**：研究開発の強化や物価高に伴う人件費上昇などにより販管費が増加したことも重なり、減益

(単位：百万円)	25年 Q2実績	26年 Q2実績	Q2前期比		(単位：百万円)	25年 上期実績	26年 上期計画	26年 上期実績	上期前期比		上期計画比	
			金額	率					金額	率	金額	率
売上高	22,263	24,795	+2,532	+11.4%	売上高	41,714	41,200	43,281	+1,566	+3.8%	+1,881	+4.5%
粗利益	10,006	9,920	-86	-0.9%	粗利益	18,917	-	18,130	-787	-4.2%	-	-
粗利益率	44.9%	40.0%	-4.9pts	-	粗利益率	45.3%	-	41.9%	-3.4pts	-	-	-
販管費	5,039	5,673	+634	+12.6%	販管費	9,714	-	10,441	+726	+7.5%	-	-
営業利益	4,967	4,247	-720	-14.5%	営業利益	9,203	7,700	7,689	-1,514	-16.5%	-10	-0.1%
営業利益率	22.3%	17.1%	-5.2pts	-	営業利益率	22.1%	18.6%	17.8%	-4.3pts	-	-0.8pts	-
経常利益	5,031	4,377	-653	-13.0%	経常利益	9,270	7,700	7,741	-1,528	-16.5%	+41	+0.5%
経常利益率	22.6%	17.7%	-4.9pts	-	経常利益率	22.2%	18.6%	17.9%	-4.3pts	-	-0.7pts	-
純利益	4,040	3,484	-555	-13.8%	純利益	6,881	5,700	6,197	-684	-9.9%	+497	+8.7%
純利益率	18.1%	14.1%	-4.0pts	-	純利益率	16.5%	13.8%	14.3%	-2.2pts	-	+0.5pts	-
USD/JPY	144.62	159.57	+14.95	-	USD/JPY	148.43	148.00	158.31	+9.88	-	+10.31	-
EUR/JPY	163.87	185.47	+21.60	-	EUR/JPY	162.31	175.00	184.61	+22.30	-	+9.61	-

- ・ 続いて、損益の具体実績についてご説明いたします。
- ・ 2026年上期の連結売上高は432億81百万円となり、前年同期比で+3.8%、計画比でも+4.5%の増収となりました。
- ・ 粗利益につきましては、写真OEMの減収による製品ミックスの変化や、物価高に伴う原材料費・物流費の高騰が影響し、181億30百万円、粗利率は前年同期比で-3.4ポイント低下の41.9%となりました。
- ・ 現場での徹底した原価低減活動を推進してまいりましたが、コスト押し上げ影響を完全には吸収しきれなかった形です。
- ・ 販管費につきましては、将来の成長に向けたR&D投資の強化や、物価高に対応した人件費の上昇等により、104億41百万円（前年同期比+7.5%）へ増加いたしました。
- ・ この結果、営業利益は76億89百万円（前年同期比-16.5%）となりましたが、上期計画（77億円）に対してはほぼ計画通りの着地となっております。
- ・ 為替につきましては、米ドルが158.31円（前年同期比で約+10円）、ユーロが184.61円（前年同期比で約+22円）と、期初想定・前年実績に対して大幅な円安で推移いたしました。

Ⅱ-3. 営業利益変動要因

- ◆ 減収影響や製品ミックス等による悪化による粗利減が大きく、研究開発強化や人件費UPによる販管費増もあり利益減



17 Copyright © Tamron Co., Ltd. All rights reserved.

TAMRON
Focus on the Future

- こちらは、前年同期からの営業利益の変動要因をお示ししております。
- 前上期の92億3百万円からの主な変動ですが、まずポジティブ要因として、米ドル・ユーロを中心とした円安推移による「為替影響」が+10億30百万円、利益を押し上げました。
- 一方で、マイナス要因といたしましては、写真OEMなどの「売上減に伴う粗利減」が-4億10百万円、原材料高や高粗利製品の構成比低下等による「製品ミックス等による粗利率悪化」が-15億60百万円発生いたしました。
- さらに販管費面では、将来の競争力源泉となる「R&D費の増加」で-1億70百万円、人件費等の「R&D以外販管費増」で-2億10百万円、ならびに「米国関税影響」で-1億90百万円の押し下げ要因となっております。
- コスト高・先行投資および写真 OEMの減収影響を、他セグメントの増収や為替の追い風で一部相殺したものの、全体としては76億89百万円での着地となっております。

II -4. セグメント別実績 ①写真関連事業

- ◆ **自社ブランド**：中国での市場在庫影響による大幅減収を、米国・欧州・インドの2桁増収や日本の好調持続等でカバーし、全体としては増収
- ◆ **OEM**：前年下期より続く一部受注機種種の販売低迷が継続し、事業全体の押し下げ要因に
- ◆ **利益面**：売上減少に伴う利益押し下げ効果に加え、原材料費・光熱費の高騰、R&D費や人件費の増加が利益を圧迫
- ◆ **計画比**：OEM製品における想定以上の受注減に加え、自社ブランド製品の中国市場での年末商戦不振に伴う市場在庫過多の影響が継続し計画未達

Q2実績

	25年	26年	Q2前期比	
(単位：百万円)	Q2実績	Q2実績	金額	率
売上高	16,413	16,228	-184	-1.1%
営業利益	4,599	3,553	-1,046	-22.7%
営業利益率	28.0%	21.9%	-6.1pts	-

上期実績

	25年	26年	26年	上期前期比		為替影響 (対前年レート)		上期計画比	
(単位：百万円)	上期実績	上期計画	上期実績	金額	率	金額	率	額	率
売上高	29,982	28,400	27,534	-2,448	-8.2%	+14.9億円	-	-865	-3.0%
営業利益	8,403	7,300	5,943	-2,459	-29.3%	+5.5億円	-	-1,356	-18.6%
営業利益率	28.0%	25.7%	21.6%	-6.4pts	-	-	-	-4.1pts	-

26年上期市況

	数量 前年比	金額 前年比
レンズ交換式カメラ計	-5%	+4%
一眼レフ	-27%	-35%
ミラーレス	-2%	+6%
交換レンズ	-1%	+4%

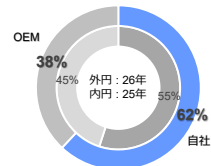
Q2 売上高内訳

	25年	26年	Q2前期比	
(単位：百万円)	Q2実績	Q2実績	額	率
金額 自社	90	96	+6	+6.4%
金額 OEM	74	66	-8	-10.3%
数量 自社	13	13	-0	-1.1%
数量 OEM	24	17	-7	-29.5%

上期 売上高内訳

	25年	26年	26年	上期前期比		上期計画比	
(単位：百万円)	上期実績	上期計画	上期実績	額	率	額	率
金額 自社	165	175	171	+7	+4.2%	-4	-1.9%
金額 OEM	135	109	104	-31	-23.2%	-5	-4.9%
数量 自社	23	24	22	-1	-2.3%	-2	-6.5%
数量 OEM	42	32	29	-13	-32.0%	-3	-10.0%

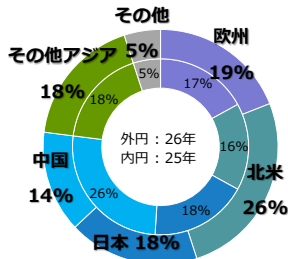
上期売上構成比



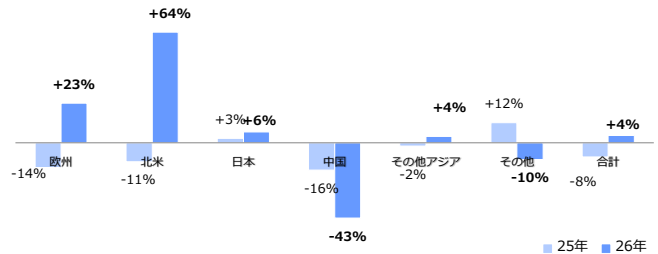
- それでは、写真関連事業の上期実績についてご説明申し上げます。
- 写真関連事業の上期業績は、売上高が前年同期比約1割減の275億34百万円、営業利益が約3割減益の59億43百万円となり、売上・利益ともに前年を下回る結果となりました。
- 自社ブランドは、中国の在庫調整で大幅減収となったものの、米国・欧州・インドは2桁増収、日本も増収を維持したことや新製品効果により、増収となりました。
- 一方で、OEM製品につきましては、前年下期から続く一部受注機種種の販売低迷が継続し、売上高は前年同期比で約2割減と大幅な減収となり、事業全体の大きな押し下げ要因となりました。
- 利益面におきましては、減収による利益押し下げ効果に加え、原材料費や光熱費の高騰による粗利率の低下、さらに将来の成長に向けた研究開発費の強化や人件費の増加が重なり減益となりました。
- 計画比におきましても、OEMにおける想定以上の受注減に加え、自社ブランドにおける中国市場の不調により未達での着地となっております。

II -4. セグメント別実績 ①写真自社ブランド 地域別上期売上高

地域別売上構成比（金額ベース）



地域別売上増減率(対前年同期・円換算ベース)



交換レンズ市場状況

地域別構成比（金額ベース）

	25年	26年
欧州	22%	22%
米州	26%	23%
日本	10%	11%
中国	23%	22%
その他アジア	14%	17%
その他	5%	5%
合計	100%	100%

地域別出荷増減率

	25年（前年比）		26年（前年比）	
	数量	金額	数量	金額
欧州	+12%	+5%	-5%	+4%
米州	+7%	+11%	-3%	-7%
日本	-8%	-15%	+12%	+16%
中国	+8%	-15%	-6%	+2%
その他アジア	-1%	-2%	+12%	+21%
その他	+18%	+10%	+5%	-1%
合計	+5%	-2%	-1%	+4%

- 続きまして、自社ブランド製品の地域別売上と市場動向について補足いたします。
- スライド中央上の棒グラフにあります通り、自社ブランドの地域別売上増減率は明暗が分かれる「濃淡」が見られた上期となりました。
- 最も苦戦いたしましたのが中国市場で、対前年同期比で約4割減と大幅な減収となりました。これは昨年末の商戦不振に伴う市場在庫の調整が長引いていることによるものです。
- 一方で、その他の主要地域は非常に強い伸びを示しております。
- 円換算ベースで円安の好影響もありますが、米州は対前年同期比で+64%と飛躍的な成長を遂げたほか、欧州も+23%への大幅プラス転換、日本も+6%と好調を維持いたしました。
- また、インドを含む「その他アジア」地域も+4%と堅調に推移し、中国の落ち込みをしっかりとカバーして自社ブランド全体での増収を支えています。

II -4. セグメント別実績 ②監視&FA関連事業



- ◆ **監視レンズ**：高精細・高解像ニーズの拡大および用途の多様化をとらえ、先進国市場向けを中心に販売が好調に推移
- ◆ **FA**：顧客側の在庫調整の影響が一巡し、需要回復を捉えて売上高は前年同期比約1.4倍と大幅増収
- ◆ **TV会議レンズ**：市場全体の低迷が続くものの、既存主要機種の下堅い需要に支えられ、前年並みの売上水準を維持
- ◆ **カメラモジュール**：中国市場および欧州向け需要の増加により、2桁増収を達成
- ◆ **利益面**：原材料価格高騰による粗利率低下やR&D費の増加があったものの、大幅な増収に伴う粗利の増加により、2桁増益
- ◆ **計画比**：すべてのカテゴリーにおいて計画を上回り、計画比1.2倍の増収、約1.5倍の増益を実現

Q2実績

	25年	26年	Q2前期比	
	Q2実績	Q2実績	金額	率
(単位：百万円)				
売上高	3,098	4,108	+1,010	+32.6%
営業利益	520	503	-16	-3.2%
営業利益率	16.8%	12.3%	-4.5pts	-

上期実績

	25年	26年	26年	上期前期比		為替影響 (対前年レート)	上期計画比	
	上期実績	上期計画	上期実績	金額	率	金額	額	率
(単位：百万円)								
売上高	5,976	6,400	7,711	+1,735	+29.0%	+4.5億円	+1,311	+20.5%
営業利益	929	700	1,026	+97	+10.5%	+1.7億円	+326	+46.7%
営業利益率	15.5%	10.9%	13.3%	-2.2pts	-	-	+2.4pts	-

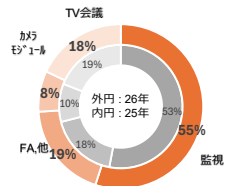
Q2 売上高内訳

	25年	26年	Q2前期比	
	Q2実績	Q2実績	額	率
(単位：百万円)				
監視	15	21	+6	+38.7%
FA、他	6	9	+3	+51.2%
TV会議	3	3	+0	+1.5%
カメラモジュール	7	8	+1	+18.7%
数量 (万台)	監視&FA計	44	+14	+44.8%

上期 売上高内訳

	25年	26年	26年	上期前期比		上期計画比	
	上期実績	上期計画	上期実績	額	率	額	率
(単位：百万円)							
監視	32	40	42	+10	+33.6%	+2	+5.6%
FA、他	11	10	15	+4	+39.0%	+5	+47.8%
TV会議	6	2	6	+0	+8.0%	+4	+217.7%
カメラモジュール	11	12	14	+3	+18.0%	+2	+14.6%
数量 (万台)	監視&FA計	59	73	+24	+41.7%	+10	+13.4%

上期売上構成比

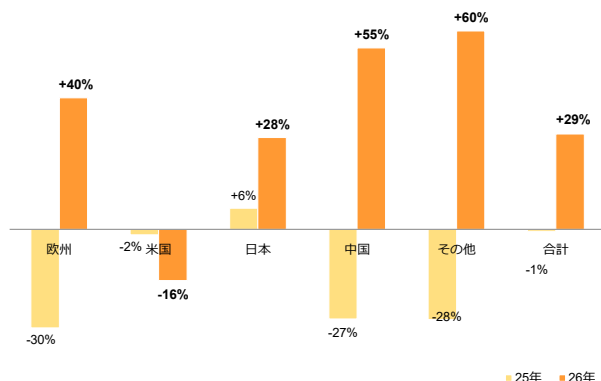
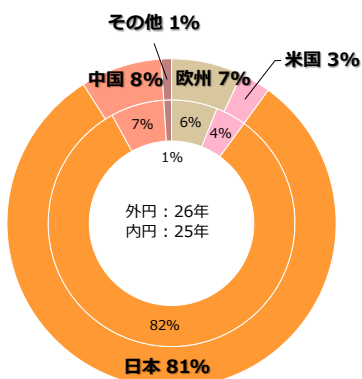


- ・ 続いて、監視&FA関連事業についてご説明いたします。
- ・ 売上高は前年同期比約3割増の77億11百万円、営業利益が約1割増10億26百万円となり、売上・利益ともに前年を大きく上回る好決算となりました。
- ・ 計画に対しましても、売上高で1.2倍、営業利益につきましては約1.5倍と、大幅に計画を上回りました。
- ・ カテゴリー別の内訳でもすべての製品群で増収を達成いたしました。
- ・ 最も売上構成比の高い「監視レンズ」は、高精細・高解像ニーズの拡大や用途の多様化を背景とした市場の堅調さもあり、先進国向けの販売が好調に推移し、売上高は前年同期比1.3倍以上の42億円と全体を強力に牽引いたしました。
- ・ FAに関しましては、前年まで継続していた顧客側における在庫調整の影響が一巡したことで需要が回復し、約1.4倍と大幅な増収へ転じました。
- ・ 「カメラモジュール」につきましても、中国市場および欧州向け需要の増加により2桁増収を達成し、「TV会議用レンズ」も市場低迷が続くなか、既存主要機種の底堅い需要に支えられて前年並みを維持しております。
- ・ 利益面におきましては、原材料価格の高騰による粗利率の低下やR&D費の増加といった押し下げ要因があったものの、大幅な増収に伴う粗利増で吸収し、2桁の営業増益を実現いたしました。

Ⅱ-4. セグメント別実績 ②監視&FA関連事業 拠点別 上期売上高

拠点別売上構成比（金額ベース）

拠点別売上増減率（対前年同期・円換算ベース）



- こちらは主な当社拠点別での販売動向となります。
- メインとなる先進国の主要メーカー向けを多く手掛ける日本での増収が継続しており、特に主力の監視用途で高い伸びとなりました。
- その他の地域では、FAにおける在庫調整が一巡した欧州、また中国も増収に転じております。

Ⅱ-4. セグメント別実績 ③モビリティ&ヘルスケア、その他事業



- ◆ **車載**：先進運転支援システム（ADAS）の普及に伴う高度なセンシングカメラ需要が引き続き旺盛であり、堅調な増収基調を継続
- ◆ **医療**：低侵襲医療（身体への負担が少ない治療）を支える製品ラインナップの拡充が奏功し、前年同期比2倍以上の大幅増収を達成
- ◆ **利益面**：大幅な増収に伴う粗利の増加が寄与し、約1.5倍の増益。なお、為替の好影響を除外した実質ベースでも増収増益を確保
- ◆ **計画比**：すべてのカテゴリーにおいて2桁の増収を達成し、利益も計画の1.6倍以上と大幅に上回って推移

Q2実績

	25年	26年	Q2前期比	
(単位：百万円)	Q2実績	Q2実績	金額	率
売上高	2,751	4,457	+1,705	+62.0%
営業利益	613	1,085	+472	+77.0%
営業利益率	22.3%	24.3%	+2.0pts	—

上期実績

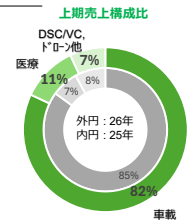
	25年	26年	26年	上期前期比		為替影響 (対前年レート)		上期計画比	
(単位：百万円)	上期実績	上期計画	上期実績	金額	率	金額	率	額	率
売上高	5,755	6,600	8,035	+2,279	+39.6%	+5.4億円	—	+1,435	+21.7%
営業利益	1,342	1,200	1,987	+644	+48.0%	+3.1億円	—	+787	+65.6%
営業利益率	23.3%	18.2%	24.7%	+1.4pts	—	—	—	+6.5pts	—

Q2 売上高内訳

	25年	26年	Q2前期比	
(単位：百万円)	Q2実績	Q2実績	額	率
車載	23	36	+13	+55.3%
医療	2	5	+3	+163.2%
DSC/VC, ドット他	3	4	+1	+37.5%

上期 売上高内訳

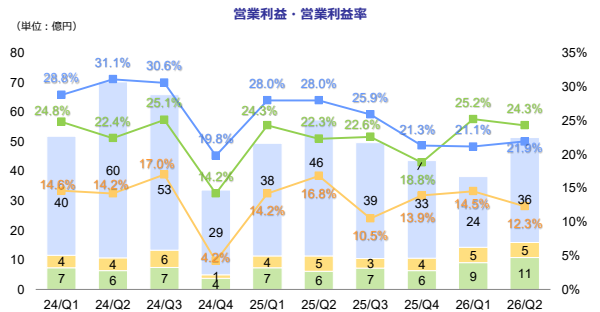
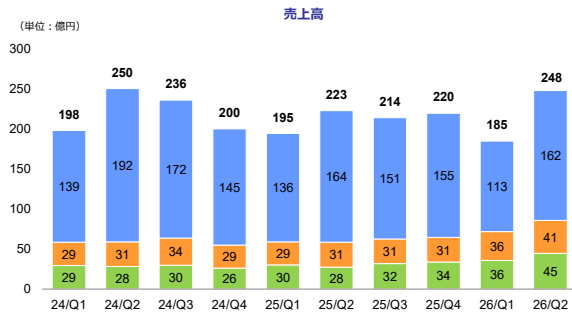
	25年	26年	26年	上期前期比		上期計画比	
(単位：百万円)	上期実績	上期計画	上期実績	額	率	額	率
車載	49	53	65	+17	+34.1%	+12	+23.8%
医療	4	8	9	+5	+113.5%	+1	+10.2%
DSC/VC, ドット他	5	5	6	+1	+32.1%	+1	+17.8%



- ・ 続きまして、モビリティ&ヘルスケア、その他事業についてご説明いたします。
- ・ 売上高は前年同期比約1.4倍の80億35百万円、営業利益が約1.5倍の19億87百万円となり、トップライン・利益ともに劇的な成長を遂げました。
- ・ 計画に対しましても、売上高で1.2倍、営業利益につきましては1.6倍以上と、全社業績を強力に牽引する最大の成長ドライバーとなっております。
- ・ 内訳を見ますと、すべてのカテゴリーで2桁以上の大幅な増収を達成いたしました。
- ・ 売上の82%を占める主力の「車載カメラ用レンズ」は、安全運転支援システム（ADAS）の普及に伴い、高度なセンシング用途の需要が引き続き旺盛に推移いたしました。
- ・ 「医療用レンズ」に関しましては、当社の強みである極小径技術や薄膜技術を活かし、身体への負担が少ない低侵襲医療を支える製品ラインナップの拡充を進めてきたことが大きく結実いたしました。
- ・ 売上高は9億円となり、前年同期比で2倍以上の大幅増収を達成しております。

II-5.セグメント別 四半期業績推移

(単位: 百万円)		24年 Q1	前同比 (%)	24年 Q2	前同比 (%)	24年 Q3	前同比 (%)	24年 Q4	前同比 (%)	25年 Q1	前同比 (%)	25年 Q2	前同比 (%)	25年 Q3	前同比 (%)	25年 Q4	前同比 (%)	26年 Q1	前同比 (%)	26年 Q2	前同比 (%)
写真関連	売上高	13,944	+45.0	19,152	+38.7	17,228	+21.3	14,510	-5.8	13,569	-2.7	16,413	-14.3	15,131	-12.2	15,529	+7.0	11,305	-27.2	16,228	-1.1
	営業利益	4,019	+50.8	5,959	+55.2	5,263	+33.3	2,868	-19.3	3,803	-5.4	4,599	-22.8	3,925	-25.4	3,301	+15.1	2,390	-27.6	3,553	-22.7
監視 & FA関連	売上高	2,939	-8.6	3,072	+38.6	3,403	+47.2	2,899	+42.0	2,878	-2.1	3,098	+0.8	3,061	-10.0	3,053	+5.3	3,602	+18.0	4,108	+32.6
	営業利益	428	+48.4	437	+52.6	578	+462.2	121	+222.6	409	-4.5	520	+18.9	321	-44.4	424	+248.4	523	+23.2	503	-3.2
計「Life & M357」その他	売上高	2,935	+73.6	2,809	+27.5	2,970	+18.3	2,609	+18.5	3,003	+2.3	2,751	-2.0	3,195	+7.6	3,384	+29.7	3,577	+5.7	4,457	+62.0
	営業利益	729	+156.3	630	+63.8	745	+46.8	371	+18.0	729	+0.0	613	-2.8	721	-3.2	636	+71.2	901	+41.8	1,085	+77.0
連結	売上高	19,819	+36.5	25,034	+37.3	23,602	+24.0	20,019	+1.9	19,451	-1.9	22,263	-11.1	21,389	-9.4	21,967	+9.7	18,485	-15.9	24,795	+11.4
	営業利益	4,547	+72.9	6,292	+63.6	5,892	+59.1	2,469	-27.9	4,235	-6.9	4,967	-21.1	4,183	-29.0	3,251	+31.7	3,441	+5.8	4,247	+14.5



- こちらは四半期別の業績動向となります。
- 当第2四半期の売上高は248億円となり、第1四半期の185億円から急速なV字回復を果たしました。
- 前年同期の223億円に対しても11.4%の2桁増収となっており、過去最高水準であった24年第2四半期に迫る非常に高いモメンタムを取り戻しております。
- 以上が、上期業績のご説明となります。

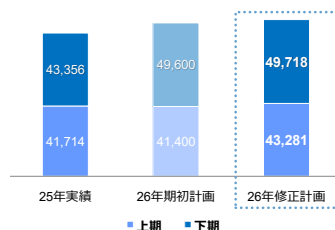
Ⅲ.2026年 通期計画

Ⅲ-1. 2026年 通期計画

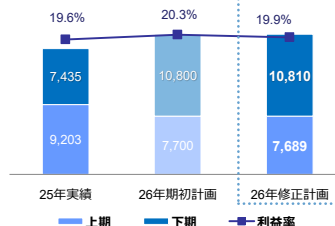
- ◆ 上期実績：写真関連事業は計画未達、他2セグメントにおいて計画を上回って推移
 - ◆ 下期見込：
 - ・ 写真関連事業は上期の下ブレ分も含めて下期で挽回予定
 - ・ 他2セグメントにおいては上期の売上上振れ分および直近の市況や受注状況を踏まえ、リスクを反映
- 売上高は車載等を好調を反映し上方修正、利益面はコストアップ要因あるも期初計画どおり

(単位：百万円)	25年 実績	26年 期初計画	26年 修正計画	前期比		期初計画比	
				金額	率	金額	率
売上高	85,071	91,000	93,000	+7,928	+9.3%	+2,000	+2.2%
営業利益	16,638	18,500	18,500	+1,861	+11.2%	—	—
営業利益率	19.6%	20.3%	19.9%	+0.3pts	—	-0.4pts	—
経常利益	16,699	18,500	18,500	+1,800	+10.8%	—	—
経常利益率	19.6%	20.3%	19.9%	+0.3pts	—	-0.4pts	—
純利益	11,761	13,690	13,690	+1,928	+16.4%	—	—
純利益率	13.8%	15.0%	14.7%	+0.9pts	—	-0.3pts	—
USD/JPY	149.63	148.00	159.16	+9.53	—	+11.16	—
EUR/JPY	169.24	175.00	182.31	+13.07	—	+7.31	—

売上高 (単位：百万円)



営業利益 (単位：百万円)



- ・ 2026年通期の連結業績計画についてご説明いたします。
- ・ 当上期におきましては、セグメント別に凹凸はあったものの概ね計画通りに進捗いたしました。
- ・ 第3四半期以降も地政学リスク等による不確実性は続きますが、グループ全体としては当初計画通り、下期に2桁の増収増益へ転換する見通しです。
- ・ セグメント別では、次のページ以降でご説明いたしますが、上期の進捗状況や、直近の受注状況を反映し、通期の連結売上高は期初計画比20億円増の930億円へ上方修正、営業利益はコストアップ要因もありますが、期初計画通りの185億円を見込みます。
- ・ なお、下期の前提為替レートは1米ドル160円、1ユーロ180円に見直しております。

Ⅲ-2. セグメント別：①写真関連事業 2026年通期計画

- ◆ 売上高：円安による追い風もあり上期計画未達分も含め、下期で挽回、通期では期初計画通りを予定
- ◆ 利益面：部材高、運送費増による仕入れコスト増、人件費、R&D費増により、計画を下方修正
 - ▶全体としては、売上高は期初計画通り、利益は下方修正

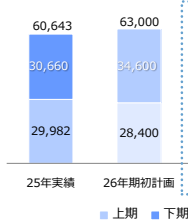
通期計画

	25年	26年	26年	前期比		期初計画比	
(単位：百万円)	実績	期初計画	修正計画	金額	率	額	率
売上高	60,643	63,000	63,000	+2,356	+3.9%	—	—
営業利益	15,630	17,200	16,100	+469	+3.0%	-1,100	-6.4%
営業利益率	25.8%	27.3%	25.6%	-0.2pts	—	-1.7pts	—

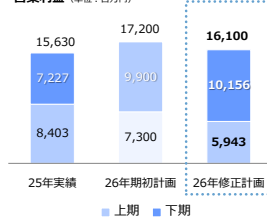
売上高内訳

	25年	26年	26年	前期比		期初計画比	
(単位：百万円)	実績	期初計画	修正計画	額	率	額	率
金額							
自社	359	390	390	+31	+8.5%	—	—
OEM	247	240	240	-7	-2.9%	—	—
数量							
自社	49	52	51	+2	+3.0%	-1	-1.9%
OEM	77	72	67	-10	-12.7%	-5	-6.9%

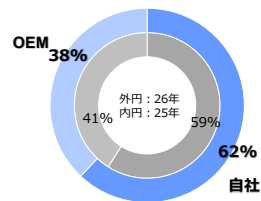
売上高 (単位：百万円)



営業利益 (単位：百万円)



通期売上構成比



- 写真関連事業の通期計画についてご説明いたします。
- 売上高につきましては、上期計画未達分を挽回し、期初計画通りの売上高630億円を見込みます。
- 自社ブランドにおいては、下期には8本以上投入予定の新機種による増収効果により、期初計画通りの売上高を見込みます。
- OEMは直近の受注状況を反映し、上期の計画未達分を下期に回収できる見込みとなっております。
- 一方で利益面は、部材高や運送費増による仕入れコストの上昇、人件費・R&D費の増加を反映し、営業利益を11億円引き下げた161億円へ下方修正いたします。

Ⅲ-2. セグメント別：写真関連事業 自社ブランド新製品投入状況

◆23年以前：年間5本程度 ⇒ 26年中期方針：年間6〜7本 ⇒ **26年ver2.0方針：26年に年間10本以上投入へ**

	2024年（7本）			2025年（6本）			2026年（10本以上予定）		
ソニー Eマウント用 レンズ 累計 23 本	6月発売  50-300mm F/4.5-6.3 VC VXD (A069)	8月発売  28-300mm F/4-7.1 VC VXD (A074)	10月発売  90mm F/2.8 VXD (F072)	7月発売  16-30mm F/2.8 VXD G2 (A064)		11月発売  25-200mm F/2.8-5.6 VXD G2 (A075)	3月発売  35-100mm F/2.8 VXD (A078)	8月発売  12-20mm F2.8 (A084)	
ニコン Zマウント用 レンズ 累計 12 本	4月発売  28-75mm F/2.8 VXD G2 (A063)	9月発売  50-400mm F/4.5-6.3 VC VXD (A067)	10月発売  90mm F/2.8 VXD (F072)	8月発売  16-30mm F/2.8 VXD G2 (A064)	8月発売  18-300mm F/3.5-6.3 VC VXD (B061)	10月発売  70-180mm F/2.8 VXD G2 (A065)	3月発売  35-100mm F/2.8 VXD (A078)	7月発売  17-70mm F/2.8 VC RXD (B070)	8月発売  12-20mm F2.8 (A084)
キヤノン RFマウント用 レンズ 累計 3 本			12月発売  11-20mm F/2.8 RXD (B060)		9月発売  18-300mm F/3.5-6.3 VC VXD (B061)			7月発売  17-70mm F/2.8 VC RXD (B070)	
富士フィルム Xマウント用 レンズ 累計 4 本									

27 — Copyright © Tamron Co., Ltd. All rights reserved.

TAMRON
Focus on the Future

- ・ 次は、自社ブランドの新製品投入状況です。
- ・ 26年は、新中計の目標である「年間10本以上投入」の達成に向け、着実に進行しています。
- ・ 3月には大口径標準ズームレンズ（A078）のソニーEマウント用およびニコンZマウント用を発売しており、7月にはAPS-Cサイズの大口径標準ズームレンズ（B070）のニコンZマウント、キヤノンRFマウントを発売、8月末には超広角ズームレンズ（A084）の発売を予定しており、既に6本は発表済みです。今後4本以上を更に発売してしきます。

Ⅲ-2. セグメント別：②監視&FA関連事業 2026年通期計画

- ◆ 売上高：製品群別にみるとカメラモジュールの供給部品不足による売上減をTV会議でカバーする等の凸凹があるが、全体としては期初計画通りを見込む
- ◆ 利益面：上期では計画を上回り推移したが、下期でのR&D強化や下期への販管費後ろ倒し等による利益減もあり、通期では期初計画通りを見込む
➡全体としては、売上高、利益ともに期初計画通り

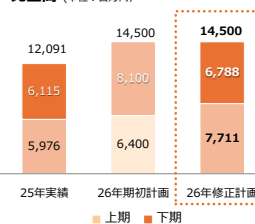
通期計画

(単位：百万円)	25年	26年	26年	前期比		期初計画比	
	実績	期初計画	修正計画	金額	率	額	率
売上高	12,091	14,500	14,500	+2,408	+19.9%	—	—
営業利益	1,675	1,900	1,900	+224	+13.4%	—	—
営業利益率	13.9%	13.1%	13.1	-0.8pts	—	—	—

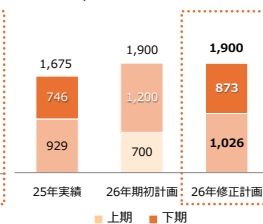
売上高内訳

(単位：百万円)	25年	26年	26年	前期比		期初計画比	
	実績	期初計画	修正計画	額	率	額	率
金額							
監視	67	83	84	+17	+25.7%	+1	+1.2%
FA	20	30	28	+8	+42.3%	-2	-6.7%
TV会議	12	5	12	+0	+1.0%	+7	+140.0%
カメラモジュール	22	27	21	-1	-6.7%	-6	-22.2%
数量 (万台)							
監視&FA計	129	156	167	+38	+29.1%	+11	+7.1

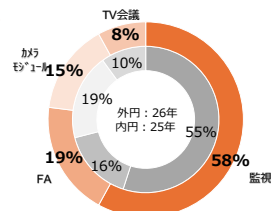
売上高 (単位：百万円)



営業利益 (単位：百万円)



通期売上構成比



- ・ 続きまして、監視&FA関連事業の通期計画です。
- ・ 通期業績は、売上高145億円、営業利益19億円と、期初計画通りを見込んでおります。
- ・ 売上内訳では、カメラモジュールの部品不足による減収影響をTV会議レンズの底堅い需要でカバーするなど製品群ごとに凹凸はございますが、全体として計画水準を維持いたします。
- ・ 利益面につきましても、上期は計画を上回って推移したものの、下期におけるR&D投資の積極強化や販管費の後ろ倒し分を織り込み、通期では期初計画通りを着地目標としております。

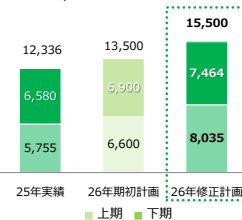
Ⅲ-2. セグメント別：③モビリティ&ヘルスケア、その他事業 2026年通期計画

- ◆ 売上高：上期において車載が計画比1.2倍と大幅に上回って推移し、医療も堅調に推移したことに伴い、上方修正
- ◆ 利益面：上期の販売好調に伴う粗利増もあるが、下期は客先からのコストダウン要求による粗利減もあり、R&D費増も見込むため上期比で利益率は低下を見込む
 ➡全体としては、売上高・利益ともに上方修正

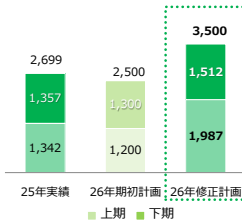
通期計画

	25年	26年	26年	前期比		期初計画比	
(単位：百万円)	実績	期初計画	修正計画	金額	率	額	率
売上高	12,336	13,500	15,500	+3,163	+25.6%	+2,000	+14.8%
営業利益	2,699	2,500	3,500	+800	+29.6%	+1,000	+40.0%
営業利益率	21.9%	18.5%	22.6%	+0.7pts	—	+4.1pts	—

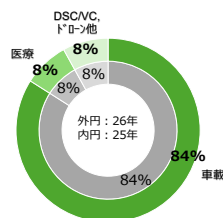
売上高 (単位：百万円)



営業利益 (単位：百万円)



通期売上構成比



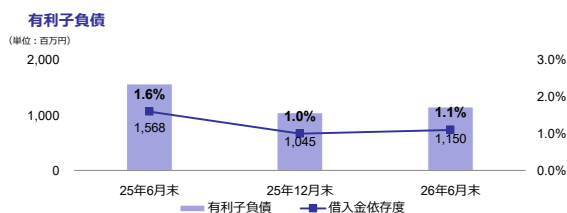
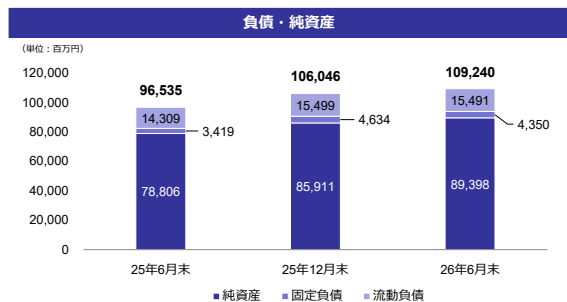
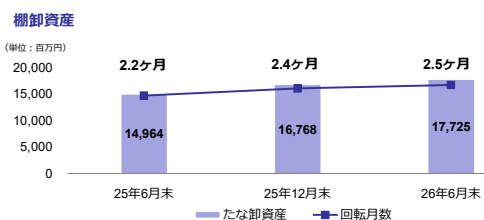
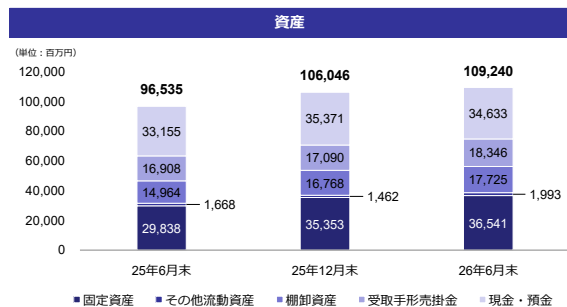
売上高内訳

	25年	26年	26年	前期比		期初計画比	
(億円)	実績	期初計画	修正計画	額	率	額	率
車載	103	113	130	+27	+26.0%	+17	+15.0%
医療	10	12	13	+3	+29.9%	+1	+8.3%
DSC/VC, ドア→他	10	10	12	+2	+18.3%	+2	+20.0%

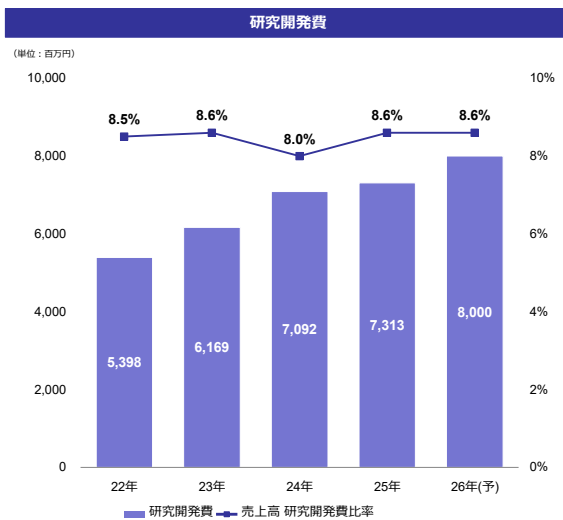
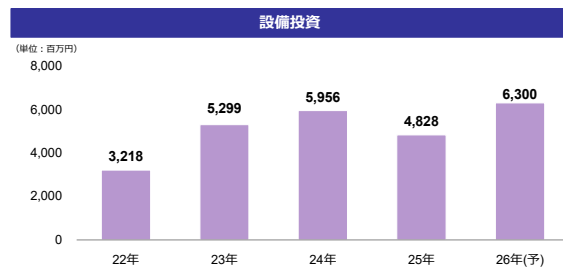
- 最後に、モビリティ&ヘルスケア、その他事業の通期計画です。
- 当セグメントは上期の非常に強い実績を踏まえ、通期業績計画を大幅に上方修正いたします。
- 売上高は期初計画比+20億円増の155億円、営業利益は+10億円増の35億円を見込みます。
- 上期において車載レンズが計画比1.2倍と大きく上振れ、医療用レンズも堅調に推移したことが押し上げ要因です。
- 下期におきましては客先からのコストダウン要求やR&D費の増加を見込むため、上期比で利益率はやや低下する見通しですが、通期では売上・利益ともに過去最高水準への上方修正となります。
- 以上で、2026年通期計画のご説明を終わります。ご清聴ありがとうございました。

IV.参考情報

IV-1. 財政状況

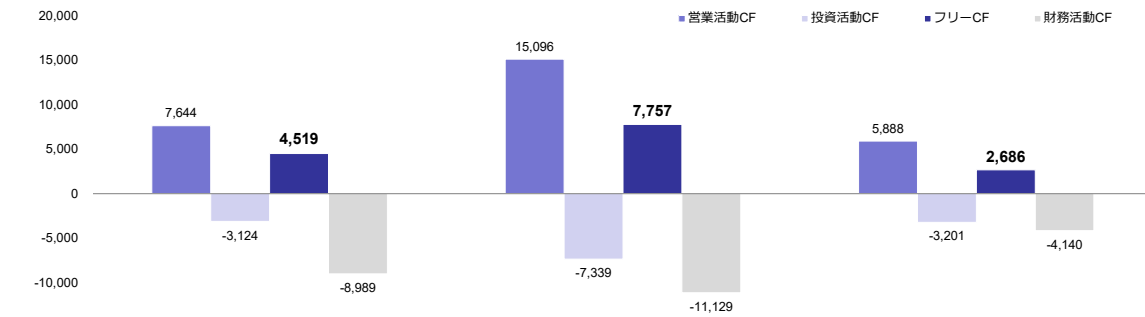


IV-2. 設備投資額、減価償却費、研究開発費



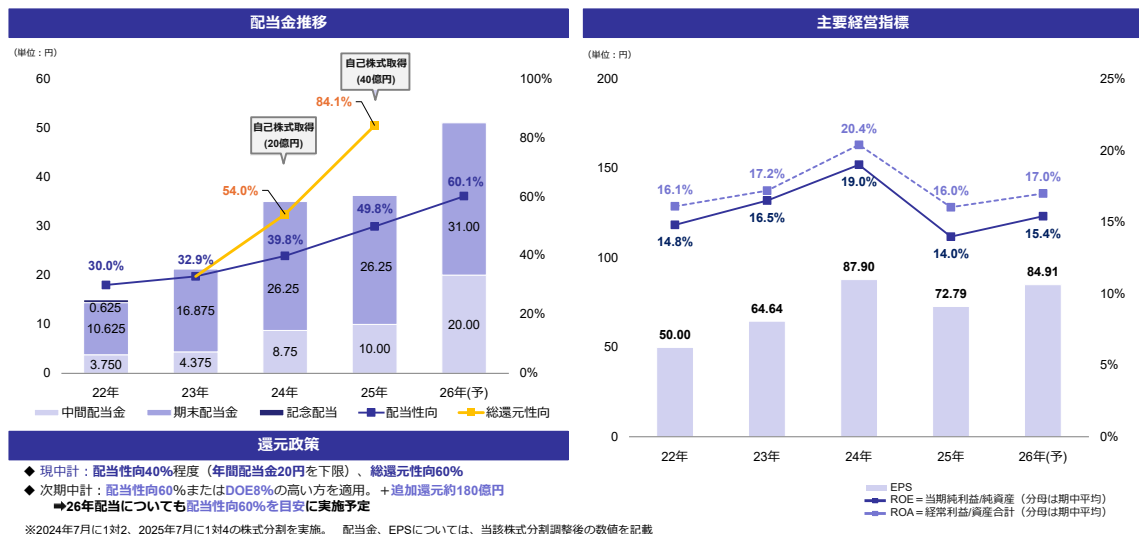
IV-3. キャッシュ・フロー

(単位：百万円)



	25年6月末	25年12月末	26年6月末
営業活動CF	7,644	15,096	5,888
投資活動CF	-3,124	-7,339	-3,201
フリーCF	4,519	7,757	2,686
財務活動CF	-8,989	-11,129	-4,140

IV-4. 配当金、主要経営指標



IV-5. 為替影響

26年上期 為替影響額

	25年上期実績	26年上期実績	影響額	
			売上高	営業利益
USD/JPY	148.43	158.31	+14.0億円	+2.1億円
EUR/JPY	162.31	184.61	+5.7億円	+4.8億円
他通貨	—	—	+5.1億円	+3.4億円
合計	—	—	+24.8億円	+10.3億円

(前期実績に対する影響額)

26年 為替感応度（下期）

	為替レート 26年前提	1円の変動 (円高) による影響額	
		売上高	営業利益
USD/JPY	160.00	-1.7億円	-0.4億円
EUR/JPY	180.00	-0.4億円	-0.3億円



将来の事象に係る記述に関する注意

1. 本資料は、2026年12月期第2四半期（上期）の業績実績および今後の経営戦略に関する情報の提供を目的としたものであり、当社の証券の購入や売却を勧誘・募集するものではありません。
2. 本資料に含まれる情報は、資料作成時点において入手可能なデータおよび当社が合理的であると判断した仮定に基づいています。実際の業績は、様々な要因により、本資料に含まれる予想とは異なる可能性があります。
3. 本資料に引用されている第三者機関の市場予測データについて、当社は独自に検証を行っておらず、その正確性、信頼性、または前提条件の一貫性を保証するものではありません。実際の市場動向は、今後の市場環境や社会情勢の変化により、提示されたデータと異なる場合があることにご留意ください。
4. 当社は、本資料の使用、または本説明会における発言によって生じた、いかなる損失や損害についても一切の責任を負いません。
5. 本資料の英語版と日本語版の間に相違がある場合は、日本語版が優先されます。