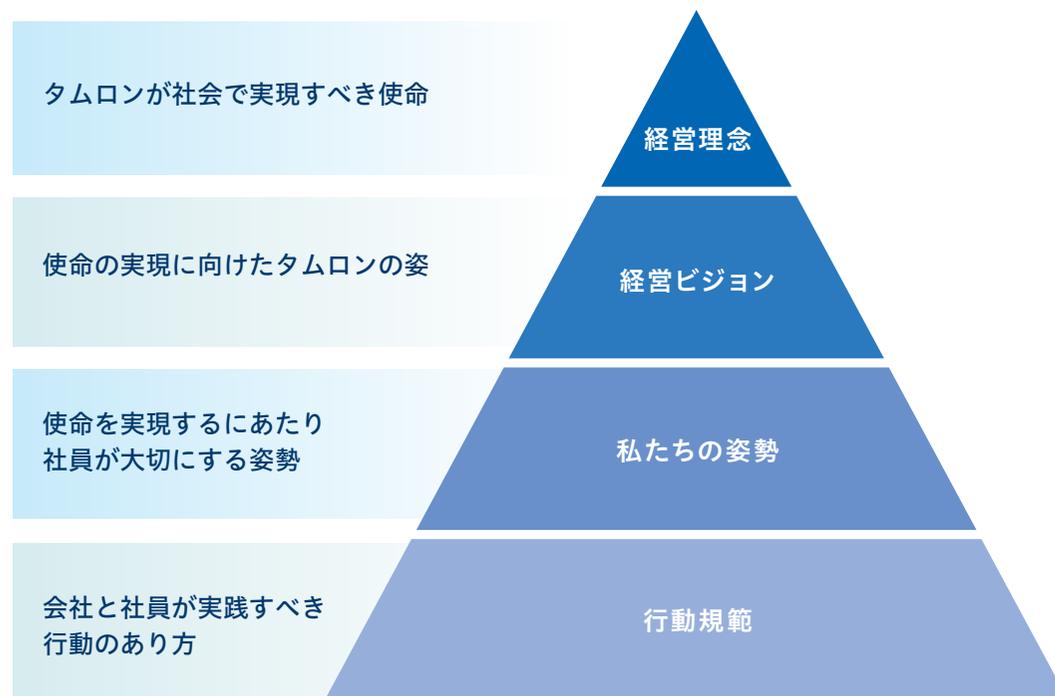


経営理念体系



長期ビジョン

当社の目指す姿

社会に尊敬され、真に必要とされる会社

売上高 **1,000** 億円企業

新規事業売上高 **100** 億円

経営理念

光を究め、感動と安心を創造し、心豊かな社会の実現に貢献します。

経営ビジョン

光とともに未来へ

喜びと感動にあふれ、安心して暮らせる「心豊かな社会」を目指して、私たちは光学の技術を追究します。その可能性を拡げ、未来の社会課題に立ち向かい、新たな価値を世界中に提供していきます。

私たちの姿勢

- 誠実** 何事にも真摯に、現場・現物・現実に向き合い、公平・公正に取り組みます。
- 挑戦** 常識に捉われず、広い視野を持ち、無限の可能性に挑みます。
- 創造** 社会課題に対し、チームの力で立ち向かい、新たな価値を創造します。

ブランドスローガン/ステートメント

Focus on the Future

タムロンが見つめているのは、未来です。

創業以来、積み重ねてきた光学の技術で光の新たな価値と使命を切り拓き、未来の社会課題に立ち向かうことは光学のスペシャリストである、私たちの責任です。「心豊かな社会」の実現に貢献するため、感動と安心を創造し、世界中へと届けていく。

私たちの挑戦はこれからも続きます。

TAMRON HISTORY

タムロンのあゆみ

社会とともに成長し感動と安心を創造し続けてきたタムロンの歴史を振り返ります



— 社名の由来 —

今日のタムロンの光学技術の礎を築いた田村右兵衛氏の名から、「タムロン」と名付け、商品名として世に出しました。1970年の20周年を機に、グローバル企業として「株式会社タムロン」に社名変更し、世界中に愛されるブランドを目指しました。



- 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
※現在は青森工場
(弘前サイト・浪岡サイトの2拠点)
- 1970 「株式会社タムロン」に社名変更
- 1979 米国に販社設立
- 1982 西ドイツ(当時)に販社設立
- 1984 日本証券業協会に店頭登録
- 1997 中国に生産子会社設立
- 2005 中国に販社設立
- 2006 東京証券取引所東証一部へ上場
- 2012 ベトナムに生産子会社設立
- 2022 東京証券取引所プライム市場へ移行
- 2025 ベトナム第2工場稼働



タムロンの商品企画

他社にないユニークなスペックを実現。新たな商品カテゴリーを生み出し、利便性や価値を創り出してきました。

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

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光学製品。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、今なお製造できる数少ない光学メーカーです。



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



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。



1981 6倍ズーム
ビデオカメラ
レンズ開発

1986 監視カメラ用
パリアフォーカルレンズ開発

業界初



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、さらに焦点距離の拡大、小型・軽量化、新機構搭載を次々に実現し、現在の「高倍率ズームのパイオニア」の地位を確立しました。



1992 一眼レフカメラ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 車載カメラ用レンズ販売開始

2016 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

価値創造の源泉

ビジョン

中長期戦略

経営基盤の強化

サステナビリティ

ガバナンス

データ

タムロンの特徴・強み

高い資本効率

ROE **19.0%** ROIC **15.9%**

株主資本コスト 約**7%** WACC 約**7%**

株主資本コストの倍以上のROE水準を確保し、継続的な企業価値向上を図ります。

※2024年12月31日時点

自社一貫通貫体制

自社で商品企画から開発・設計・調達・生産・販売・サービスの全てを一貫通貫で提供できる体制。



健全な財務基盤を活かした積極的キャッシュアロケーション

キャッシュイン **845** 億円

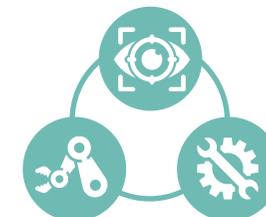
キャッシュアウト ▶ 研究開発 **225** 億円 戦略投資 **180** 億円
設備投資 **175** 億円 株主還元 **265** 億円

前中期経営計画比 投資額倍増以上、還元率倍増

※新中期経営計画『Value Creation26 ver2.0』より抜粋

産地によらないものづくり (made by TAMRON)

1997年より生産拠点の海外進出を実行。現在は日・中・越の世界3拠点の生産ネットワークを有しており工場間の連携も強化しています。部品の内製化の推進により、ほとんどのキーパーツを自社で品質管理。サプライヤーに対する品質要求・コスト面での優位性を保持しています。



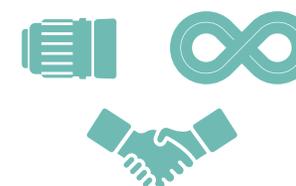
圧倒的な市場シェア

世界シェア **NO.1** 

※交換レンズ専門メーカーとして

光学技術の無限の可能性

社内に研究開発機能を有し、社会課題の解決に資する技術シーズ開発を行っています。技術戦略である「測る」をキーワードに、外部リソースも積極的に活用するオープンイノベーションも含め、新規事業創出活動を加速させます。



将来の目指す姿

長期ビジョン

初年度から高い進捗により
『Value Creation26 ver2.0』へ進化

当社の目指す姿
社会に尊敬され、
真に必要とされる会社

売上高1,000億円企業
新規事業売上高100億円

新中期経営計画 『Value Creation26 ver2.0』 2024～2026

2024年実績

売上高 885億円 (計画比+130億円、中計比+55億円)
営業利益 192億円 (計画比+44億円、中計比+39億円)

2026年計画

売上高 950億円 (前中計 (2023年) 比+236億円)
営業利益 205億円 (前中計 (2023年) 比+69億円)

『Vision23』の成果、課題克服、
新たなチャレンジを通じた
質の高い飛躍、企業価値最大化の実現

基本方針

- 着実な既存事業成長と新規事業創出の加速
- 働きがいのある、企業価値の高い企業へ

中期経営計画 『Vision23』 2021～2023

2023年実績

売上高 714億円 (計画比+104億円)
営業利益 136億円 (計画比+66億円)

- ポートフォリオ最適化
- 技術テーマの創出・育成
- 機能戦略の構築
- 人材育成・組織活性化

中期経営計画 2018～2020

2020年実績

売上高 484億円 (計画比▲126億円)
営業利益 36億円 (計画比▲34億円)

※コロナ禍による影響

- 中核事業の高収益化
- 成長分野での事業拡大
- 企業体質の改善

持続的な企業価値向上

価値創造プロセス

タムロンは先進の光学技術を活かし、人々に「感動」と「安心」をもたらす製品を提供しています。これらの製品や事業活動による環境・社会・経済価値の創出を通じて、持続可能な社会・地球環境とともに、タムロン自身の持続的成長を実現していきます。

経営理念

光を究め、感動と安心を創造し、心豊かな社会の実現に貢献します。

諸資本(インプット) ▶ P08

人的資本

組織活性化とイノベーション創出を実現する多様な人材

知的資本

自社の研究開発やアライアンスを通じて獲得した技術シーズや設計品質・業務効率化に資する技術の蓄積

社会関係資本

顧客、取引先、株主・投資家との協働による新たな価値の創出

製造資本

持続可能な生産供給体制

自然資本

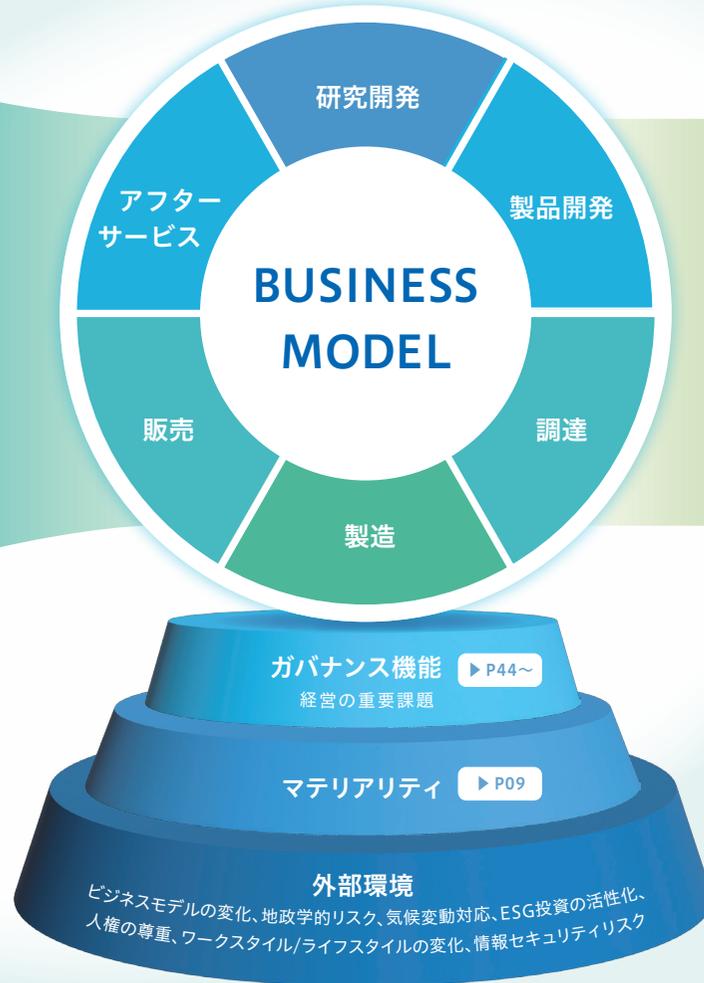
事業活動拠点の周辺地域との共存と事業活動を行うためのエネルギー

財務資本

盤石な財務基盤と資源配分の原資

事業活動と諸資本の活用

ビジネスモデル ▶ P07



価値を創出する領域



写真関連事業 ▶ P22

カメラ用交換レンズ等



監視&FA関連事業 ▶ P24

監視・FA用レンズ等



モビリティ&ヘルスケア、その他事業 ▶ P26

車載用レンズ・医療用レンズ・ドローン用レンズ等



創出価値(アウトカム) ▶ P08

心豊かな社会の実現

- 感動を味わえる社会
- 安心に暮らせる社会
- 健康な社会
- 働きがいのある社会

持続可能な地球環境の実現

- 環境負荷ゼロ社会 (気候変動対応/地球環境の汚染防止)
- 限りある資源の有効活用 (資源の循環利用/水資源の保全)

社会に尊敬され、真に必要な会社の実現

- 誠実な企業行動(コンプライアンス)
- 情報セキュリティの確保
- 責任ある調達活動(人権の尊重)

ビジネスモデル

タムロンは、研究開発からアフターサービスまでのバリューチェーンを全て自社で有し、経営資本を適時・適切に投入、効率的でシームレスな価値創造活動を実践するビジネスモデルを形成しています。

01

研究開発

現在と未来の社会課題を新たな技術で解決。様々な分野で、幅広いコラボレーション、共創を通じた研究開発を行っています。

主な資本

人的資本

研究開発の人材

知的資本

研究開発テーマの技術ポートフォリオ

社会関係資本

産学官、ベンチャーを含む幅広い企業とのオープンイノベーション

財務資本

研究開発投資、VC・スタートアップ企業出資

さらなる深化のための改善策

変化を先取りした開発力の強化

- 技術戦略に基づく社内外の技術資源を活用した技術シーズ開発
- 中期開発計画に基づく技術者の育成および採用活動

02

製品開発

事業本部、各販売子会社を跨いで社会経済情勢やマーケティング情報を集約し、顧客満足を念頭に商品企画を行っています。当社の高度な光学設計、機構設計、電子設計、生産技術を全社で融合させることで、スムーズな設計・試作・量産プロセスと高い量産品質の維持を実現しています。

主な資本

人的資本

製品開発人材

知的資本

商品企画を実現するための高度な光学設計、機構設計、電子設計、生産技術の融合

さらなる深化のための改善策

時代やトレンド変化を踏まえた素早い新製品の上市

- 作らずに創る、に向けた新たな光学シミュレーション手法の確立
- 新規技術開発を効率的に推進する体制の構築による即応能力の向上

03

調達

部材の品質確保や安定供給に加えて環境や人権等に配慮したCSR調達により、外部環境の変化や顧客の要請に柔軟に対応し得る持続可能なサプライチェーンの構築に取り組んでいます。

主な資本

人的資本

部材品質を担保できる購買人材

知的資本

新領域を含む部材調達を支える調達ノウハウ

社会関係資本

サプライヤーとの信頼関係

自然資本

環境に配慮した部品・材料の調達

さらなる深化のための改善策

安心・安全なサプライチェーンの確立

- 持続可能なサプライチェーンマネジメント
 - ・QCDに加えESGに関する取り組みを評価
 - ・SAQのシステム化によるサプライヤー管理の高度化・効率化
- リスクマネジメント
 - ・カントリーリスク対応の強化(中国依存度の低減)

06

アフターサービス

世界中のどの拠点においても同レベルのお客サポートが可能となるよう、修理拠点の体制整備、パーツ供給やリペア技術の向上等の取り組みを行っています。

主な資本

人的資本

テクニカルサポート人材

知的資本

カスタマー情報や製品リペア情報の蓄積

社会関係資本

顧客との信頼関係

さらなる深化のための改善策

顧客・市場ニーズの把握とリペア技術・製品開発力の向上

- リペアパーツ供給
 - 即時に修理を開始できる状態とするための在庫管理
- リペア技術の供給
 - 修理拠点の体制整備とレベル向上の推進
- カスタマー情報のアウトプット
 - 新機種開発/営業活動に向けたフィードバック

05

販売

ユーザー目線に立った感動する商品を提供し、市場ごと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目指しています。

主な資本

人的資本

営業人材や製品開発人材による市場や顧客ニーズの把握

知的資本

研究開発や新製品開発で獲得した知見・ノウハウや市場ニーズを踏まえた商品企画力

社会関係資本

世界中の個人の写真ユーザーと世界中の数百社の企業との強固な顧客基盤、世界7拠点の販売子会社と代理店網を有し、世界の約70の国・地域で販売

さらなる深化のための改善策

的確かつ迅速な顧客や市場ニーズの把握によるシェア拡大

- グローバル展開の加速
- マーケティング力・商品企画力・営業力の強化

04

製造

お客様のあらゆるニーズに応えるため、日・中・越の世界3極体制を構築しています。第5次産業革命を念頭にスマートファクトリー化(自動化・省力化・省人化)と卓越した技術を持つ人材の育成に注力しています。

主な資本

人的資本

プロセス技術人材、製造技術人材

知的資本

高度な生産技術、製造ノウハウの蓄積

社会関係資本

顧客・サプライヤーとの信頼関係

製造資本

世界3拠点の生産ネットワーク

自然資本

水、電気、ガス、原材料など

さらなる深化のための改善策

現場の生産性・安全性向上と着実な供給体制の構築

- リスクマネジメント
- 従業員の健康と安全の確保
- 資源の有効活用
 - GHG排出量削減、水使用量の削減、廃棄物量の削減、化学物質管理の徹底

主要経営資本

主要経営資本	インプット (2024年度)	企業価値における位置づけ (新価値創出・売上利益の拡大)	企業価値における位置づけ (資本コストの低減)	資本の強化に向けた 取り組み	アウトカム
人的資本	連結従業員数:4,820人 従業員一人あたり 教育訓練費用:22千円 管理職研修受講率:98.9% 一般社員向け研修受講率:99.1%	<ul style="list-style-type: none"> 多様な人材の相互作用によるイノベーション創出 社内人材の最適シフトによるリソース最適化 	<ul style="list-style-type: none"> 役割・成果に基づく適正な評価・報酬制度による高生産性人材の増加 エンゲージメント向上に伴う生産性向上 法令遵守の徹底 	<ul style="list-style-type: none"> 企業理念・ビジョンの浸透と「目指す姿」の共有と共感 社員エンゲージメント向上に向けた取り組み強化 人材戦略の実行(個人・組織の活性化 / 職場環境の整備) 	<p>創出する環境・社会価値</p> <p>心豊かな社会の実現</p> <ul style="list-style-type: none"> 感動を味わえる社会 安心に暮らせる社会 健康な社会 働きがいのある社会
知的資本	コア技術:光学技術・機構技術・生産技術 研究開発拠点数: 国内外2拠点 研究開発費:7,092百万円 多様なアライアンスパートナー	<ul style="list-style-type: none"> R&Dにおける研究開発テーマの推進 アライアンスによる技術シーズの強化 全社視点での知財ガバナンス 	<ul style="list-style-type: none"> シミュレーション技術による設計品質向上、設計業務効率化 情報セキュリティの強化 	<ul style="list-style-type: none"> 研究開発人材の採用強化・育成 新たなアライアンスパートナーの探索による技術シーズの更なる獲得 	<p>持続可能な地球環境の実現</p> <ul style="list-style-type: none"> 環境負荷ゼロ社会 限りある資源の有効活用
社会関係資本	製品・サービスの販売チャネル: [海外販社] 7拠点 世界約70の国・地域での販売 サプライヤー数:125社 顧客基盤:世界中の 写真ユーザーと数百家の企業	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスパートナーとの連携による新たな価値の創出 お客様・社会の共感を得る製品の提供 サプライヤーとの関係強化による安定供給 	<ul style="list-style-type: none"> 持続可能なサプライチェーンの構築(環境、人権等への対応) 	<ul style="list-style-type: none"> ステークホルダーとの対話強化 新たな顧客・取引先開拓による営業基盤強化 	<p>社会に尊敬され、真に必要とされる会社の実現</p> <ul style="list-style-type: none"> 誠実な企業行動(コンプライアンス) 情報セキュリティの確保 責任ある調達活動(人権の尊重)
製造資本	生産拠点数: [国内]1工場(2拠点) [海外]2か国、3工場 設備投資額:5,956百万円	<ul style="list-style-type: none"> グローバル生産供給体制 DXによる高品質・高効率生産 	<ul style="list-style-type: none"> 持続可能なサプライチェーンの構築による供給リスクの低減 サプライチェーン全体の最適化を通じた安定したものづくり 	<ul style="list-style-type: none"> グローバル生産供給体制の強化による品質向上 省エネの推進による生産効率向上 サーキュラエコノミーの推進による省資源化 	
自然資本	エネルギー使用量:799,000GJ (電力、ガス、太陽光発電)	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ技術の創出 ネイチャーポジティブ市場への貢献、価値提供 	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー使用量の低減に向けた省エネ活動 経済合理性を考慮した再生可能エネルギーの導入 リサイクルなどによる自然資本の効率利用 廃棄物 / 排出物削減による環境負荷の最小化 	下記の取り組みによる持続可能な地球環境への寄与 <ul style="list-style-type: none"> 省エネの推進 廃棄物削減・リサイクルの推進 水使用量の削減・リサイクルの推進 生物多様性の保全 有害化学物質の削減・適性な管理 	
財務資本	総資産:102,184百万円 純資産:82,333百万円	<ul style="list-style-type: none"> 新規・成長領域への戦略投資の投入 規律ある投資管理による固定費の抑制 在庫圧縮やキャッシュ・コンバージョン・サイクル改善、手元資金の積極活用による資産効率の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 株主還元強化等による資本構成の改善 IR活動強化による株主資本コストの低減 適時・適切な情報提供による株主・投資家との情報の非対称性の解消 	<ul style="list-style-type: none"> 資本収益性の向上 最適資本構成による資本コスト低減 資本市場との積極的な対話 	<p>創出する経済価値</p> <p>売上 885 億円</p> <p>営業利益 192 億円</p> <p>ROE 19.0 %</p>

マテリアリティ

当社グループでは、外部環境の変化にともなう中長期的なリスク・機会を検討し、当社が社会とともに持続的に成長するための事項を「マテリアリティ」として特定しております。特定したマテリアリティはCSR委員会にて承認を受け、取締役会へ報告を行っております。マテリアリティは外部環境等の変化を踏まえ、今後も継続的に見直しを行ってまいります。

外部環境の変化にともなう重点リスクと機会

当社は長期ビジョン達成のために優先取り組み事項(マテリアリティ)を選定し、その課題解決に向けてサステナビリティ経営を加速しています。外部環境の変化やSDGsを含む様々な社会課題の中から、持続可能な社会の実現のために、「感動と安心の創造」「新しい光の創造」「信頼と持続的成長の基盤構築」の5つを掲げています。事業活動を通じて各目標を達成することで、長期ビジョンの実現と社会課題の解決に取り組めます。

リスク・機会の発生要因	リスク	機会
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> デジタルカメラ市場の全体的な縮小 写真関連事業、特定顧客への依存 	<ul style="list-style-type: none"> 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
<ul style="list-style-type: none"> 急速な技術革新 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 画期的な技術開発による成長機会の獲得
<ul style="list-style-type: none"> 新規事業への投資 M&Aなどへの投資 	<ul style="list-style-type: none"> 新規事業への研究開発投資や設備投資の失敗 	<ul style="list-style-type: none"> 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
<ul style="list-style-type: none"> 製品需給 	<ul style="list-style-type: none"> 製品の価格変動、過剰/過小在庫 硝子材料の調達不足 	
<ul style="list-style-type: none"> 地政学的なリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	
<ul style="list-style-type: none"> 気候変動、地球環境問題 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素社会への早期対応による受注機会の増加 省資源、省エネ、低炭素を実現する製品需要の高まり
<ul style="list-style-type: none"> 人材確保 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 優秀な人材の雇用による成長機会の獲得
<ul style="list-style-type: none"> 人権侵害への加担 	<ul style="list-style-type: none"> 人権侵害への直接、間接的加担による不買運動、法律違反による企業活動への影響 	<ul style="list-style-type: none"> 人権を重視した経営による企業価値の向上
<ul style="list-style-type: none"> 交換レンズ事業特有のリスク 	<ul style="list-style-type: none"> カメラとのアンマッチングによる不具合発生 	
<ul style="list-style-type: none"> 製品の品質と安全 	<ul style="list-style-type: none"> 製品の品質低下や欠陥によるブランド価値の棄損 	<ul style="list-style-type: none"> 高品質製品の持続的供給の需要の高まり
<ul style="list-style-type: none"> 情報セキュリティ 	<ul style="list-style-type: none"> コンピューターウイルス等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 	
<ul style="list-style-type: none"> コンプライアンス 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	

詳細はコチラ [🔗](#)

マテリアリティの特定



詳細はコチラ [🔗](#)