

2020年12月期 決算説明会

TAMRON
Focus on the Future

2021年2月9日（火）
株式会社タムロン
（証券コード：7740）
Tamron Co., Ltd.

目次

I. 中期経営計画

1. 中期経営計画の振り返り
2. 新中期経営計画の位置づけ
3. 新中期経営計画『Vision23』 基本戦略
4. 新中期経営計画『Vision23』 数値目標
5. 新中期経営計画『Vision23』 事業別目標

II. 2020年実績

1. 2020年総括
2. 2020年通期実績
3. 営業利益変動要因
4. 2020年セグメント別通期実績
 - ①写真関連事業
 - ②レンズ関連事業
 - ③特機関連事業

III. 2021年計画

1. 2021年通期計画
2. 2021年セグメント別通期計画
 - ①写真事業
 - ②監視&FA関連事業
 - ③モビリティ&ヘルスケア、その他事業
3. ESGへの取り組み・価値創造プロセス

IV. 参考情報

1. 財政状況
2. 設備投資、減価償却費、研究開発費
3. キャッシュ・フロー
4. 配当金、主要経営指標
5. 為替影響

I . 中期経営計画

I - 1 . 中期経営計画の振り返り

中期経営計画 (2018年~2020年)

	2017年 実績	2020年 中期計画	1年目進捗 2018年 実績	2年目進捗 2019年 実績	最終年度 2020年 実績
売上高	605億円	720億円	618億円	633億円	484億円
営業利益	42億円	66億円	54億円	70億円	36億円
営業利益率	7.0%	9.2%	8.8%	11.0%	7.4%
ROE	5.8%	9%以上	8.6%	10.1%	3.9%
		ドル = 110円 ユーロ = 130円	ドル = 110.45円 ユーロ = 130.38円	ドル = 109.04円 ユーロ = 122.06円	ドル = 106.77円 ユーロ = 121.92円

※為替前提

◆利益面、ROEは1年前倒しで中期計画を達成

- ⇒中核事業である写真事業の高収益化が想定以上に進捗。
- ⇒全社レベルでの収益性、効率性改善によりROE改善。2020年3月には資本政策も実施。

◆コロナ影響により最終年度は低迷

- ⇒主力のデジタルカメラ市場が大幅縮小。大幅減収を余儀なくされるも、2019年までの企業体質の改善成果もあり、一定の利益水準を確保
- ⇒車載事業は売上高40億円の事業規模へ成長（2017年：26億円）

・まず初めに、2020年を最終年とする中期経営計画に対する振り返りをご説明します。

・1年目、2年目は、中核事業の高収益化を想定以上に進めることができ、2年目において、営業利益70億円、営業利益率11%、ROE10%と、利益面、ROEは、中期経営計画の目標を1年前倒しで達成することができました。

・最終年度は新型コロナウイルスの拡大影響により、減収減益を余儀なくされたものの、2年目までの利益重視体質への変革が奏功し、一定の利益率水準は保てたものと考えています。

・一方で事業拡大という点では、車載事業はこの3年間で1.5倍の売上高へと成長を果たしたものの、その他の分野では新型コロナウイルスの感染拡大等があったとはいえ十分な成果に至らず、新事業創出という点でも、課題が残る結果となりました。

・なお、第2四半期の決算説明会でも申し上げた通り、新型コロナウイルスの収束が不透明な状況等にも鑑み、当社グループ全体での事業・機能の構造見直し含めて、中長期的な視点での戦略の見直し・強化に着手し、国内生産拠点の人員構成の適正化を図るなど、将来の事業競争力の強化のための施策も断行しました。

I - 2 . 新中期経営計画の位置づけ

新中期経営計画『Vision23』始動

～基本方針～

- ◆ 飛躍に向けた投資・リソース配分の実行
- ◆ 持続成長可能な事業基盤の構築

長期ビジョン

当社の目指す姿
社会に尊敬され、
必要とされる会社

- ◆ Good Company
- ◆ タムロンブランドの向上
- ◆ 働きがいのある会社



5

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

TAMRON
Focus on the Future

・続いて、5ページからは2023年までの新たな中期経営計画「Vision23」についてご説明します。

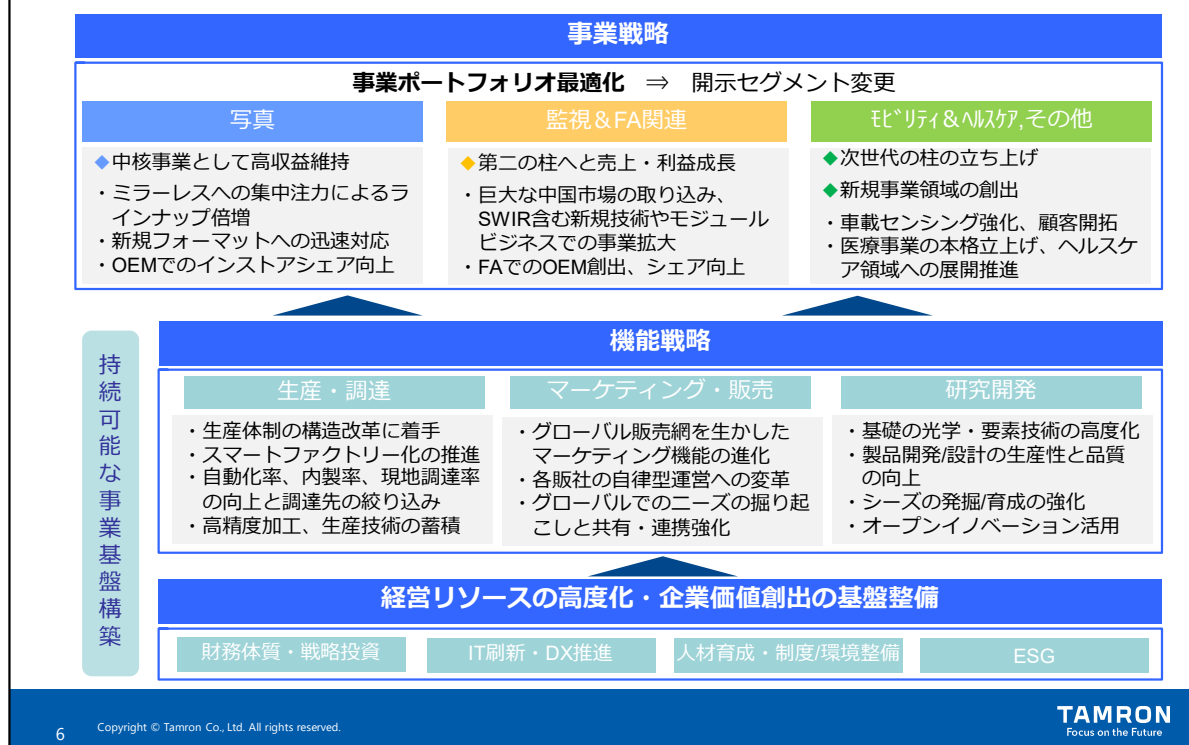
・2020年は新型コロナウイルスの感染拡大という厳しい環境下となりましたが、当社では創業70周年を迎え、創業当時のDNAを引き継ぎつつも、改めてタムロンの使命・価値感を共有するため「経営理念体系」を改定しました。

・また使命・価値感の共有にあわせて、次の10年、そして100年企業に向けて更なる飛躍を遂げるために、当社グループのありたい姿として「長期ビジョン」を策定しました。

・これらの変化や、また先ほど述べた前中期経営計画での成果と課題を踏まえ、新たな中期経営計画「Vision23」においては、基本方針として長期的な視点にたった飛躍に向けての投資・リソース配分の実行、持続成長可能な事業基盤の構築を着実に実行していきます。

・そしてその礎のもとに、次期中期経営計画における質の高い本格的な事業成長と企業価値の最大化を図り、その先の長期ビジョンを実現すべく、グループ一丸となって新たな一歩を踏み出していく考えです。

I - 3 . 新中期経営計画『Vision23』 基本戦略



・次に6ページでは、「Vision 23」の基本戦略についてご説明します。

・事業戦略のベースとして、長期的な視点で適切に投資やリソース配分を実行のためポートフォリオ最適化を図るべく、セグメントを一部変更します。

・中核事業である写真事業では、前中期計画での成果を更に前進させ、当社収益基盤の柱として高収益体質を維持しつつ、ミラーレス注力により自社ブランド・OEMとともにシェア向上を図ります。

・次にコロナや米中貿易摩擦等で停滞はあったものの、成長の芽が着実に育ってきた監視&FA関連事業を第二の柱として位置づけ、監視では足元で好調な中国市場向け、当社として成長余地の高いFA分野を新規技術と顧客開拓で強化していきます。そして、売上成長だけでなく利益成長を実現するフェーズにステップアップさせていきます。

・モビリティ&ヘルスケア、その他事業では、既存の車載やドローン、医療分野を次世代の柱へと本格的に立ち上げていきます。併せて、これら周辺市場、更には農業、生体観察、ロボット、宇宙関連等の新規領域への展開・参入を図っていきます。

・同時にこれら事業を支える機能面は、既に着手した生産の構造改革において組織・運営面等の変革やスマートファクトリー化で競争力を強化し、グローバル販売網の活用もこれまで以上に進めます。研究開発では、自社技術の高度化はもちろんのこと、アライアンス含めた外部との連携も進化させ、研究開発の成果を事業の早期創出、事業貢献へと結び付けていきます。

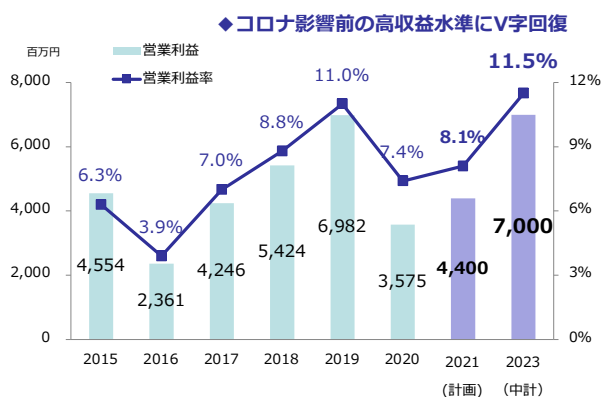
・そして、企業活動全般を支える本社機能は、高度性と柔軟性を兼ね備え、経営リソース高度化を図り、新事業開発プロセス等の各種マネジメント強化により、持続可能な事業基盤を構築していきます。

I - 4 . 新中期経営計画『Vision23』 数値目標

新中期経営計画 (2021~2023年)

<連結>	2020年 実績	2023年 中期計画
売上高	484億円	610億円
営業利益	36億円	70億円
営業利益率	7.4%	11.5%
ROE	3.9%	9%以上

※為替前提
ドル = 105円
ユーロ = 123円



投資計画	2021~2023年累計	還元政策
設備投資	約100億円	配当
研究開発費	約150億円	配当性向35%程度にて、 安定的な利益還元継続

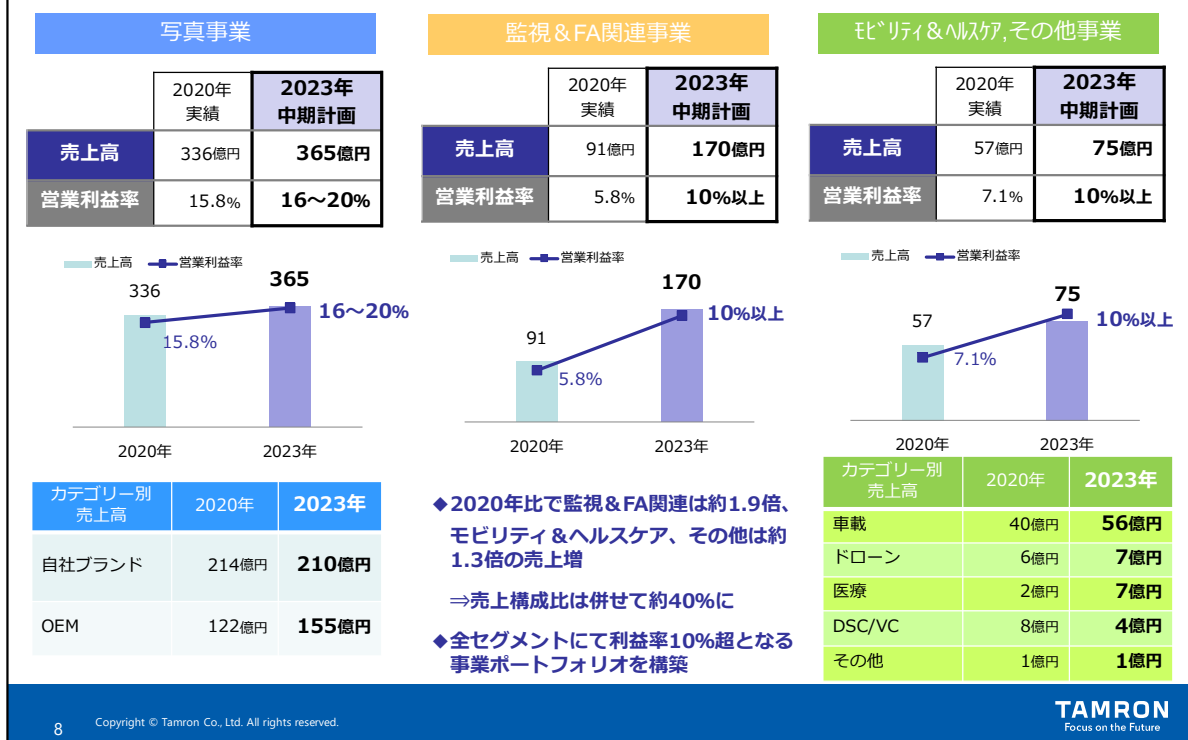
7

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

TAMRON
Focus on the Future

- ・続いて7ページからは、「Vision23」の数値目標をご説明します。
- ・連結目標数値としては、売上高は2019年には届かないものの、2020年比で約25%増の610億円とし、営業利益はここ10年間で最も高い2019年を上回り、再びコロナ影響前の高収益体質へとV字回復を図る70億円を目指します。
- ・資本効率性では、資本コストを上回るROE9%以上を目指します。
- ・また、基本方針にある通り、「Vision23」では飛躍に向けた投資を積極的に行っていきます。
- ・設備投資としては、前中期計画期間と比べて、約20億円増の約100億円、研究開発費としては約10億円増の約150億円を計画しています。
- ・持続的成長を図るための成長投資、またアライアンス含めたM&A等への戦略投資も必要に応じて実施していきます。

I - 5 . 新中期経営計画『Vision23』 事業別目標



・ 8ページは、各セグメント別の目標数値となります。

・ 写真事業では2023年で売上高365億円と、市場縮小の影響で2019年からは減収となるものの、コロナ禍の2020年に対して増収を目指し、引き続き高収益性を保ちます。

・ 監視&FA関連事業では、売上高は2020年比で倍増近い170億円を見込むと同時に、利益率は10%以上とする利益増を兼ねた計画とし、第二の柱へと成長させていきます。

・ モビリティ&ヘルスケア、その他事業は、縮小事業も含まれ、今中期経営計画期間は新規領域の創出時期でもあるため売上増は大きくありませんが、それでも75億円を目指し、車載、医療を成長させます。そして縮小分野からのリソース配分も行うことで、利益率10%以上を目指します。

・ このように、「Vision23」においては、写真事業以外の売上高構成比を30%から40%へと高め、かつ全セグメントにおいて利益率10%以上となる事業ポートフォリオの構築を目指します。そして次期以降の中期経営計画において、そのバランスの取れた事業構成において、質の高い成長と、創出した新事業の貢献を実現していきます。

・ 中期経営計画のご説明は以上となります。

Ⅱ. 2020年実績

II-1. 2020年 総括

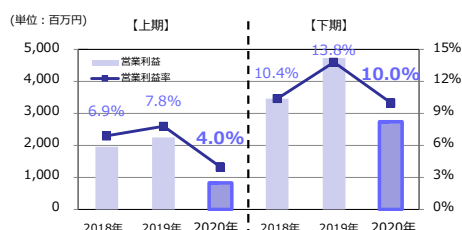
【 経営環境 】

- 経済環境 : 上期の大幅落ち込みから下期は回復感がでてきたものの、低調に推移
- 市場環境 : デジタルカメラ市場は、従来から続く需要減少傾向に加えて、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、**前期比で大幅減**
(世界各地での店舗閉鎖や渡航・外出規制に加え、旅行や各種イベントの自粛等で購買契機も減退)
 - ・レンズ交換式カメラ ⇒ 数量37%減、金額25%減
 - ・交換レンズ ⇒ 数量37%減、金額31%減
 - ・レンズ一体型カメラ ⇒ 数量47%減、金額41%減

【 当社業績 】

- 主要市場のデジタルカメラ市場の大幅縮小を受け、**約150億円の減収** (うちデジタルカメラ関連減収: 約135億円)
- 急激な需要減に伴い国内生産拠点の一部休業継続
- 20%以上の減収影響により**営業利益は約半減**も、**営業利益率は7%台を確保**
- 下期も減収減益だが、上期比では約30%の増収、営業利益は3倍増、**下期の営業利益率は10%に回復**

【半期別 営業利益・利益率】



・続いて、2020年の決算についてご説明します。

・経済環境としては、新型コロナウイルスの感染拡大影響により社会情勢の混乱、経済活動停滞により、上半期に大幅な落ち込み、その後回復感が出てきたものの、様々な制約も受けながらの厳しい経営環境が継続しました。

・当社の関連市場においても、デジタルカメラ市場が従来の縮小傾向に加えて、様々な規制や購買契機の減退により、レンズ交換式カメラ、交換レンズ市場は台数ベースで前期比約40%減、コンパクトデジタルカメラは約半減と大幅減となりました。

・当社業績としても、主力のデジタルカメラ関連での売上高を中心に約150億円もの減収となり、約半減となる営業減益を余儀なくされました。

・しかしながら、下期では営業利益率10%台へと着実に回復を見せ、通期でも大幅減収のなかで7%台の営業利益率を確保しました。

II - 2 . 2020年 通期実績

- ▶ 計画に対して、売上高は未達となるも、**営業利益・経常利益は2桁の上ブレ**
- ▶ 中長期視点にて国内生産拠点での人員適正化を実施（希望退職募集）
⇒特別損失の計上により、当期純利益は減少（12/16開示済み）

(単位：百万円)	2019年 通期実績	2020年 通期計画 (8/4計画)	2020年 通期実績	増減 (対前年)		増減 (対計画)	
				額	率	額	率
売上高	63,285	50,000	48,375	△14,910	△23.6%	△1,624	△3.2%
粗利益	24,229	-	18,370	△5,859	△24.2%	-	-
粗利益率	38.3%	-	38.0%	△0.3%	-	-	-
営業利益	6,982	2,800	3,575	△3,407	△48.8%	+775	+27.7%
営業利益率	11.0%	5.6%	7.4%	△3.6%	-	+1.8%	-
経常利益	7,403	3,100	3,750	△3,652	△49.3%	+650	+21.0%
経常利益率	11.7%	6.2%	7.8%	△3.9%	-	+1.6%	-
当期純利益	5,330	2,220	1,958	△3,371	△63.3%	△261	△11.8%
純利益率	8.4%	4.4%	4.0%	△4.4%	-	△0.4%	-
ドル	109.04	107.60	106.77	△2.27	-	△0.83	-
ユーロ	122.06	119.70	121.92	△0.14	-	+2.22	-

- ▶ 対前期比での為替のマイナス影響は、売上高に△7.3億円、営業利益に△0.8億円

11

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

TAMRON
Focus on the Future

・続いて、2020年の通期実績の詳細についてご説明します。

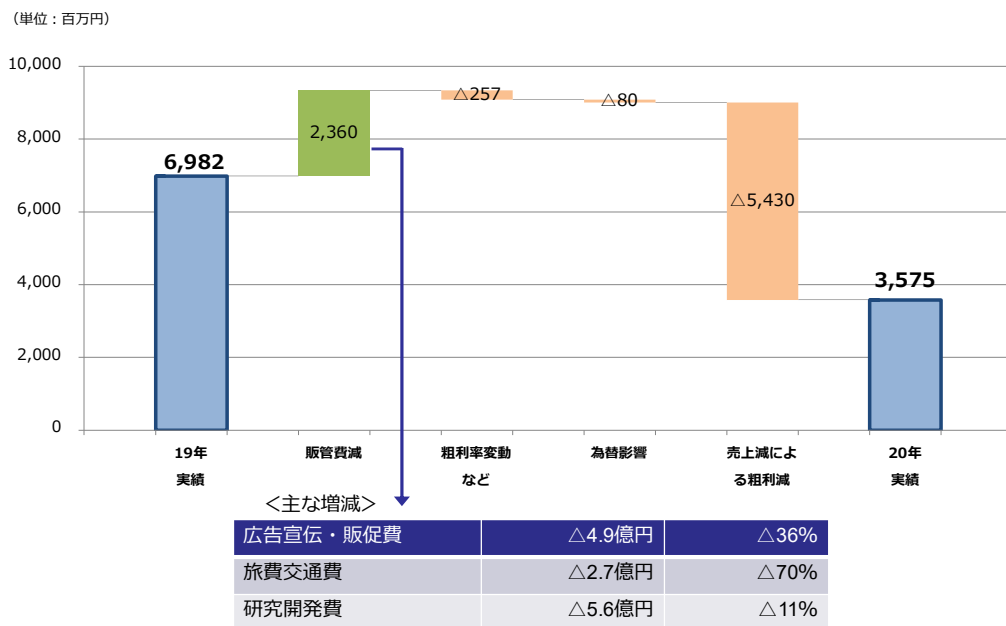
・売上高は前期比24%減収の484億円と、リーマンショック影響を受けた2009年以來の売上高500億円以下となりました。

・急激な市場悪化に伴う、国内生産拠点の休業影響等もありながら、その他での原価低減や自社ブランド交換レンズの新製品投入効果等で粗利率は維持し、販管費を14%減と削減・抑制に努めましたが、先ほど申し上げた通り、営業利益は約半減となりました。

・一方で、8/4に開示した計画比では、売上高は未達となったものの、利益面では営業利益で約30%増にて着地しました。

・なお、当期純利益が計画を下回っていますが、12/16に開示しました、国内生産拠点の希望退職実施に伴う費用等として特別損失を8.6億円計上したことによるものです。

II - 3 . 営業利益変動要因



・ 営業利益の変動要因について補足でご説明します。

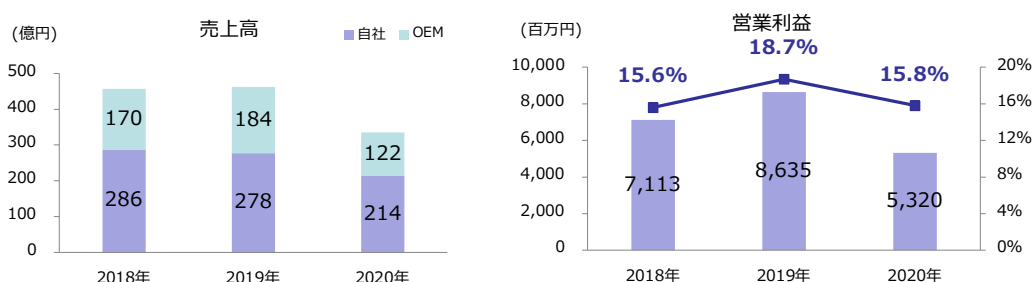
・ 前期比でのマイナス影響としては、為替や粗利率の変動でも若干のマイナスがありますが、売上高に伴う粗利減が54.3億円程度あり、販管費の削減23.6億円のプラス要因がありましたが、補えなかったものとなります。

・ なお、販管費の削減については展示会中止や移動制限等での減少も含まれますが、広告宣伝・販促費等は減収率以上に削減するなど、引き続き適正な経費支出に努めました。

II-4. 2020年 セグメント別通期実績 ①写真関連

(単位: 百万円)	2019年 通期実績	2020年 通期計画 (8/4計画)	2020年 通期実績	増減 (対前年)		うち 為替影響	増減 (対計画)	
				額	率		額	率
売上高	46,175	34,200	33,569	△12,605	△27.3%	△4.9億円	△630	△1.8%
営業利益	8,635	4,700	5,320	△3,315	△38.4%	△0.9億円	+620	+13.2%
営業利益率	18.7%	13.7%	15.8%	△2.9%	-	-	+2.1%	-

- 自社ブランドはミラーレス用の新製品投入効果もあり、市場全体の落ち込みに比べて減収幅は抑制
- 約30%もの減収も利益率15%台確保
- 売上高は計画も若干未達となったが、粗利率改善・経費抑制を図り、**利益は計画過達**



- ・続いて、セグメント別の業績をご説明します。
- ・写真関連事業では、売上高が前期比126億円の減収となりました。
- ・内訳としては、OEMは市場の落ち込み並みの34%の減収となり、自社ブランドは新製品投入による下支えもあり、市場の落ち込みよりは抑制できたものの、23%の減収となりました。
- ・自社ブランドでは、現地通貨ベースで、コロナからの立ち上がりが早かった中国では前期並みの売上高を維持したものの、主要市場では、日本・米国が約20%、欧州は約25%の減収となりました。
- ・営業利益は、大幅減収の影響を受け、39%の減益となりました。
- ・減益幅は大きくなりましたが、計画に対して利益は改善し、大幅減収のなかで利益率15%台を確保することができました。

自社ブランド新製品投入状況

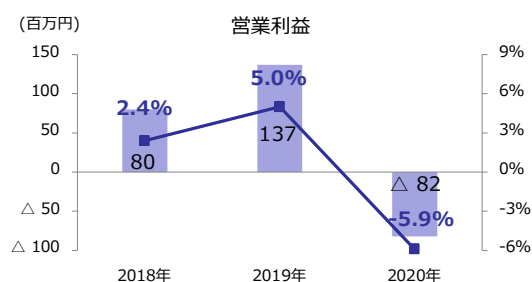
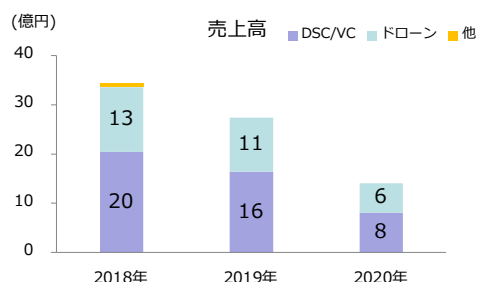
区分	2018年投入	2019年投入	2020年投入
ミラーレス	単焦点	12月発売  24mm F/2.8 OSD M1:2 (F051) 12月発売  35mm F/2.8 OSD M1:2 (F053)	1月発売  20mm F/2.8 OSD M1:2 (F050)
	広角ズーム	7月発売  17-28mm F/2.8 RXD (A046)	
	標準ズーム	5月発売  28-75mm F/2.8 RXD (A036)	
	望遠ズーム		5月発売  70-180mm F/2.8 VXD (A056) 10月発売  70-300mm F/4.5-6.3 RXD (A047)
	高倍率ズーム		6月発売  28-200mm F/2.8-5.6 RXD (A071)
一眼レフ	4月発売  70-210mm F/4 VC USD (A034) 9月発売  17-35mm F/2.8-4 OSD (A037) 9月発売  SP 15-30mm F/2.8 VC USD G2 (A041)	5月発売  35-150mm F/2.8-4 VC OSD (A043) 6月発売  SP 35mm F/1.4 USD (F045)	

- ・続いて2020年の自社ブランドの新製品投入状況をご説明します。
- ・2020年の投入機種になりますが、1月に2019年末から続くフルサイズミラーレス用の単焦点シリーズのF050を発売しました。
- ・5月には、標準ズームのA036、広角ズームのA046に続き、F値2.8通しで明るさと写りの良さを実現した望遠ズームレンズA056を発売しました。これによりカメラファンに非常に人気がある、広角・標準・望遠で構成される大三元レンズが、小型軽量化かつ一体感を持ったシリーズ製品として揃うこととなりました。
- ・6月には、これまでタムロンが培ってきた高倍率ズームレンズの技術力やノウハウを注ぎ込んだ、高倍率ズームとしては世界初となるF2.8スタートの明るさを実現したA071も発売しました。
- ・10月には、300mmクラスのフルサイズミラーレスカメラ用望遠ズームレンズとしては世界最小・最軽量となる、70-300mm のA047も発売しました。
- ・コロナの感染拡大により、開発、部材供給等、様々な面で課題はあったものの、それらを乗り越え、概ね当初想定通りの新製品投入ができました。

II - 4 . 2020年 セグメント別通期実績 ②レンズ関連

(単位：百万円)	2019年 通期実績	2020年 通期計画 (8/4計画)	2020年 通期実績	増 減 (対前年)		うち 為替影響 額	増 減 (対計画)	
				額	率		額	率
売上高	2,739	1,300	1,406	△1,332	△48.6%	△0.3億円	+106	+8.2%
営業利益	137	△100	△82	△219	-	-億円	+17	-
営業利益率	5.0%	△7.7%	△5.9%	△10.9%	-	-	+1.8%	-

- DSC/VCはコンパクトデジタルカメラ市場の大幅縮小により減収
- ドローンは受注機種種の販売伸び悩みにより減収
- 売上半減の影響により**営業赤字に転落**



・レンズ関連事業は、売上高が前期比49%もの大幅減収となったことで、8千万円の営業赤字となりました。

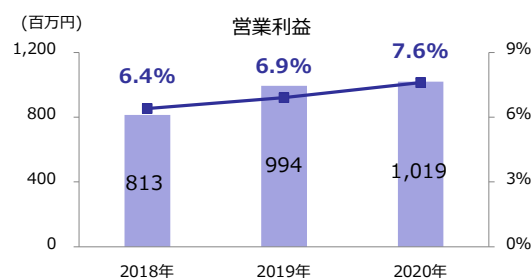
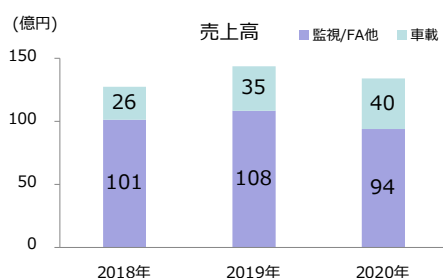
・コンパクトデジタルカメラ用レンズとビデオカメラ用レンズが、市場全体の落ち込みと同程度となる約半減の減収となりました。

・また、ドローン用レンズも2020年は新規量産機種が無く、既存の受注モデルの販売が伸び悩んだことにより、同じく約半減の減収となりました。

II - 4 . 2020年 セグメント別通期実績 ③特機関連

(単位：百万円)	2019年 通期実績	2020年 通期計画 (8/4計画)	2020年 通期実績	増 減 (対前年)		うち 為替影響	増 減 (対計画)	
				額	率		額	率
売上高	14,370	14,500	13,398	△972	△6.8%	△2.1億円	△1,101	△7.6%
営業利益	994	900	1,019	+25	+2.5%	+0.1億円	+119	+13.3%
営業利益率	6.9%	6.2%	7.6%	+0.7%	-	-	+1.4%	-

- 車載用レンズはセンシング向けが好調に推移し、**2桁増収**が継続
- 監視/FA他は、開発後ろ倒しや投資抑制等の影響により減収も、**中国向けは下期40%増収**に転換
- 減収ながらも、販管費抑制、原価低減、センシング向けの車載用レンズの販売増により、**増益確保**



16

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

TAMRON
Focus on the Future

- ・特機関連事業は、売上高が前期比7%減の10億円の減収となりました。
- ・車載用レンズはセンシング向けの販売増により、前期同様に2ケタ増収となる約15%増収の40億円へと売上高を伸ばしました。
- ・一方で、監視/FA用は、前期比約14%減収となりました。新型コロナウイルスの影響でカメラメーカー側の稼働・開発が停滞し後ろ倒しとなったことや、経済環境悪化による投資抑制、またテレビ会議用レンズ需要低迷等の影響を受けました。
- ・監視/FA用の減収により特機関連事業全体では売上高は減収となりましたが、原価低減、販管費の抑制、車載用レンズの増収効果等により営業利益は増益を確保することができました。
- ・なお、監視/FA用の中国市場向けの売上高は上期の約40%減から、下期では約40%増へと転換しており、2021年以降の中国市場向けでの成長が期待できるものと考えております。
- ・以上が2020年実績の説明となります。

Ⅲ. 2021年計画

Ⅲ-1. 2021年 通期計画

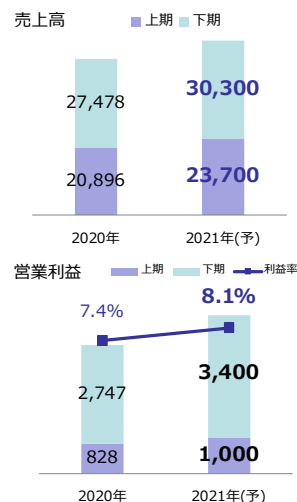
【経営環境】

- 経済環境：不透明感が残るものの緩やかな回復に向かうものと想定
- 市場環境：レンズ交換式カメラ・交換レンズ市場は反動増もあり増加に転じ、監視や車載市場は従来の高成長基調へ

【当社業績】

- 主力の交換レンズは増収転換、第2の柱の監視分野では過去最高の売上高へと高成長を実現し、**2桁の増収増益へ**

(単位：百万円)	2020年 通期実績	2021年 通期計画	増減 (対前年)	
			額	率
売上高	48,375	54,000	+5,624	+11.6%
営業利益	3,575	4,400	+824	+23.1%
営業利益率	7.4%	8.1%	+0.7%	-
経常利益	3,750	4,400	+649	+17.3%
経常利益率	7.8%	8.1%	+0.3%	-
当期純利益	1,958	2,900	+941	+48.1%
純利益率	4.0%	5.4%	+1.4%	-
ドル	106.77	105.00	△1.77	-
ユーロ	121.92	123.00	+1.08	-



・続いて、2021年の計画についてご説明します。

・足元でも緊急事態宣言が再発出されている等、新型コロナウイルスの感染拡大は収束しておらず、2021年も一定の制約を受けながらの事業運営が求められますが、経済環境としては緩やかな回復基調に向かうものと予想しています。

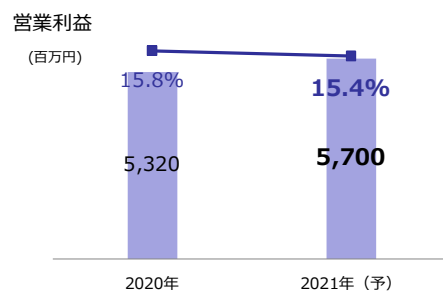
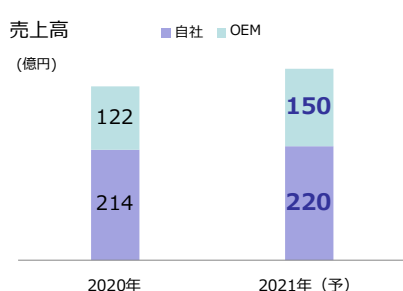
・市場環境の前提としては、台数ベースでレンズ交換式カメラ市場、交換レンズ市場はミラーレスカメラの堅調に加えて、2020年の大幅な落ち込みからの反動増もあり、増加に転じるものと考えています。また、監視や車載市場は、従来の高成長基調に回復するものと思われます。

・当社においては、新たな中期経営計画における初年度として、10%以上の増収、20%以上の営業増益、当期純利益は約50%増を見込んでいます。2020年からの反動増という面はありますが、2桁増収増益の達成を目指していきます。

Ⅲ-2. 2021年 セグメント別通期計画 ①写真事業

(単位：百万円)	2020年 通期実績	2021年 通期計画	増減 (対前年)	
			額	率
売上高	33,569	37,000	+3,430	+10.2%
営業利益	5,320	5,700	+379	+7.1%
営業利益率	15.8%	15.4%	△0.4%	-

- ▶ コロナ影響が大きかった2020年からの反動増もあるが、自社ブランド、OEM共に増収を見込み、増収増益
- ▶ 自社ブランドは、堅調なミラーレス用で新製品5機種程度投入し、売上構成比を約80%に引き上げ



・次に、セグメント別の計画についてご説明します。

・なお、中期経営計画の説明にてふれた通り、2021年からセグメントを一部変更しており、2020年の実績も変更後のセグメントに置き換えて比較しています。

・まずは写真事業ですが、自社ブランドでは3億円の増収、OEMでは受注機種増及び2020年低迷の反動増により20%増収を見込み、売上高は前期比10%増収の370億円を計画しています。

・自社ブランドでは、一眼レフ用の減少が見込まれますが、ミラーレス用の売上増で補い増収を図ります。

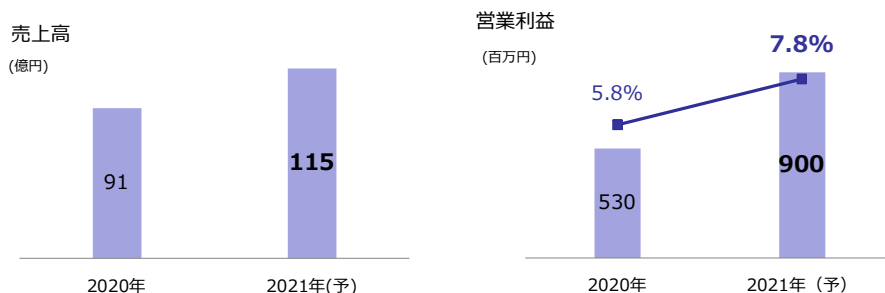
・ミラーレス用の売上構成比は2020年で約60%まで高まりましたが、2021年は2020年投入モデルの拡販と共に、既に1月に発売したAPS-Cサイズミラーレス用大口径標準ズーム17-70mm F/2.8 のB070を皮切りに、年間5機種程度を発売し、売上高構成比を約80%へと高めていきます。

・増収に伴い営業利益も57億円へと増益を見込み、引き続き15%台の利益率を維持する計画です。

Ⅲ- 2 . 2021年 セグメント別通期計画 ②監視 & FA関連事業

(単位：百万円)	2020年 通期実績	2021年 通期計画	増 減 (対前年)	
			額	率
売上高	9,100	11,500	+2,399	+26.4%
営業利益	530	900	+369	+69.5%
営業利益率	5.8%	7.8%	+2.0%	-

- 中国市場向けで**売上高倍増**、その他地域でも高成長へと転換し、**過去最高売上高へ**
- 大幅増収効果により、**70%増益**



➢ 2021年より開示セグメントを変更（従来の特機関連事業から「監視/FA関連事業」のみを独立） ※2020年実績も組み換えて表示

・続いて監視 & FA関連事業となります。

・このセグメントは新たな中期経営計画において、売上・利益共に成長実現を目指すセグメントです。

・初年度の2021年についても、その方針に沿い、26%増収、70%の営業増益を計画しています。

・特に監視分野では、中国市場向けで、2021年は売上高倍増を図ります。既に2020年下期で40%増収に転換するなどこれまでの中国市場向けの取り組みの効果が出てきており、2021年はしっかりとその成果をつかみ取る年にするつもりです。

・また、その他市場でも、従来のセキュリティ需要に加えて、顔認証や検知高度化、遠隔でのモニタリング用途やマーケティング用途での需要も高まりつつあり、総じて2桁以上の成長を目指していきます。

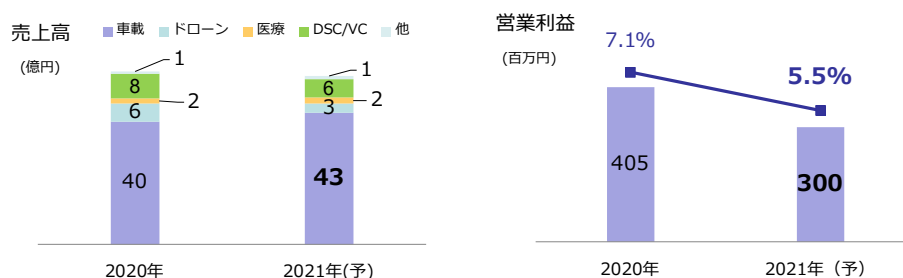
・更には需要の底堅いFA分野においても、改めて技術開発・顧客開拓にグローバル販売網を活かして注力し、高成長実現のスタートを切りたいと考えています。

。

Ⅲ-2. 2021年 セグメント別通期計画 ③モビリティ&ヘルスケア、その他事業

(単位：百万円)	2020年 通期実績	2021年 通期計画	増減 (対前年)	
			額	率
売上高	5,705	5,500	△205	△3.6%
営業利益	405	300	△105	△26.1%
営業利益率	7.1%	5.5%	△1.6%	-

- 車載用は増収継続も、DSC/VCやドローンの減収を補えず減収。
- 医療用では、既存ビジネスの着実な成長を図りつつ、新規ビジネス獲得へに向けて投資・要素開発強化



➢ 2021年より開示セグメントを変更（従来のレンズ関連事業と特機関連事業の「監視/FA関連事業」以外を統合） ※2020年実績も組み換えて表示

・続いて、モビリティ&ヘルスケア、その他事業となります。

・車載は従来の成長基調を継続させ、2021年も増収を計画しています。引き続き中長期的視点での技術開発・顧客ニーズの汲み取りを前進させ、中期的な事業成長を支える受注獲得・新規顧客開拓を目指していきます。

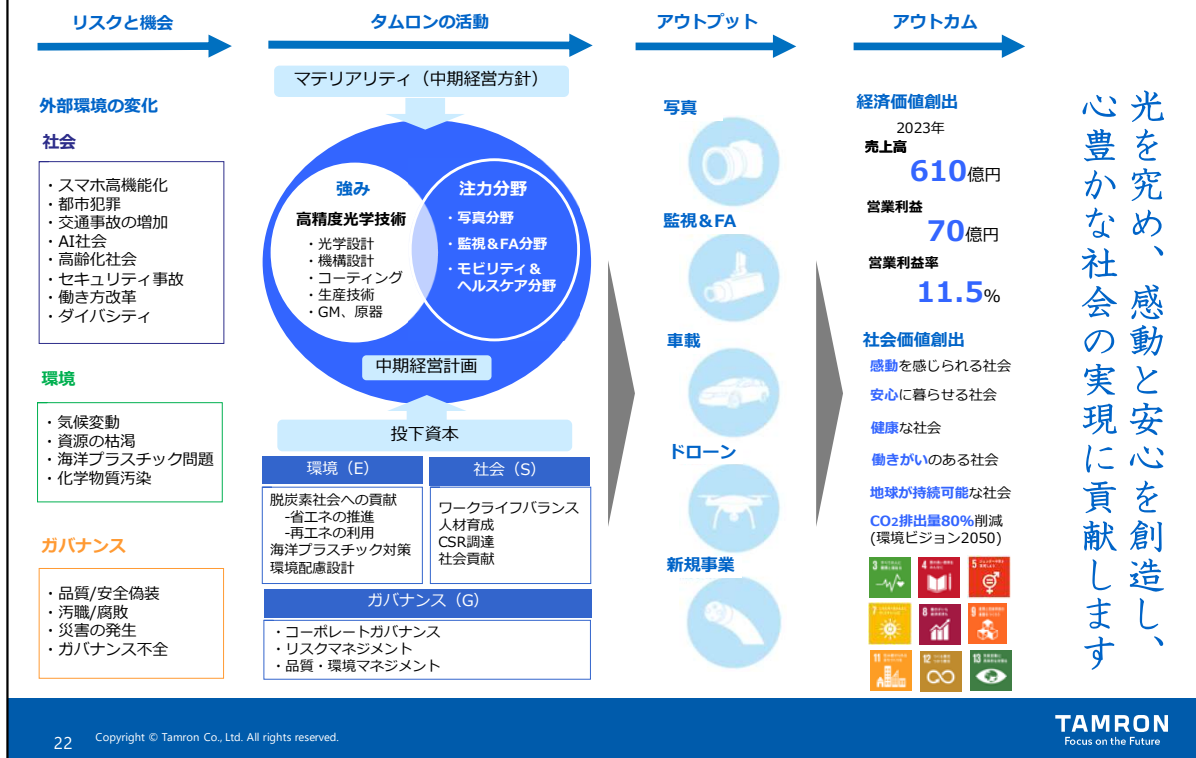
・一方で縮小傾向のDSC/VC分野等での減収や、2021年は新規分野が売上として大きな貢献を果たす局面ではないため、セグメント全体としては減収を見込んでいますが、22年以降の増収、その先の成長へ向けた施策を講じていきます。

・医療分野では、既存ビジネスは着実に成長しており、2023年までに一定の事業規模へと成長させるため、他案件を着実に受注に繋げ、次期中期計画での本格的成長を実現できる事業基盤・関係強化の構築を図っていきます。

・また、その他の研究・開発テーマについても、オープンイノベーションを加速させ、外部との連携強化、リソース活用等を図ると同時に、早期のテーマアップ、事業創出に向け、ステージゲートプロセス等、新事業開発マネジメントを一層強化し、その実現を推進していきます。

以上が、2021年の計画のご説明となります。

Ⅲ- 3 . ESGへの取り組み・価値創造プロセス



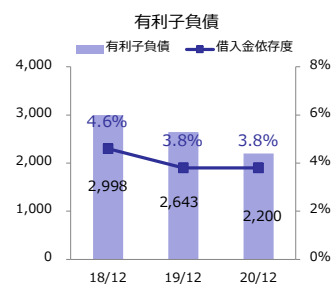
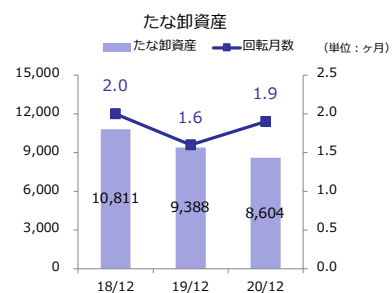
・最後になりますが、当社はESGへの取り組み、その他様々な取り組みを推進しています。

・経済価値、社会価値の両面から企業活動を推進して、企業価値の向上を図り、持続可能な社会の実現に貢献し、社会に尊敬され、真に必要とされる企業を目指してまいります。

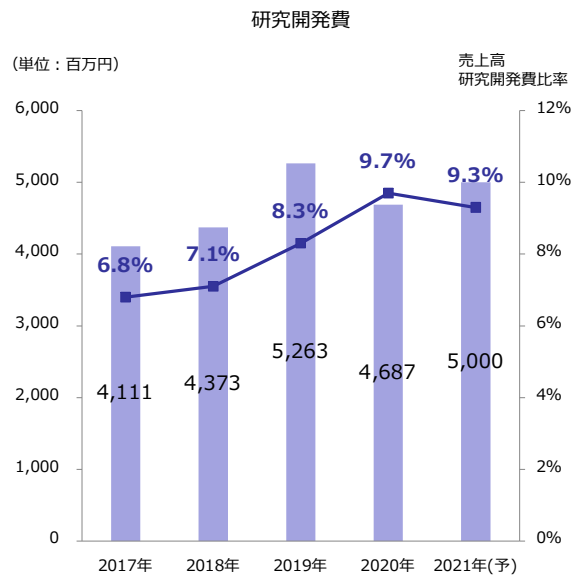
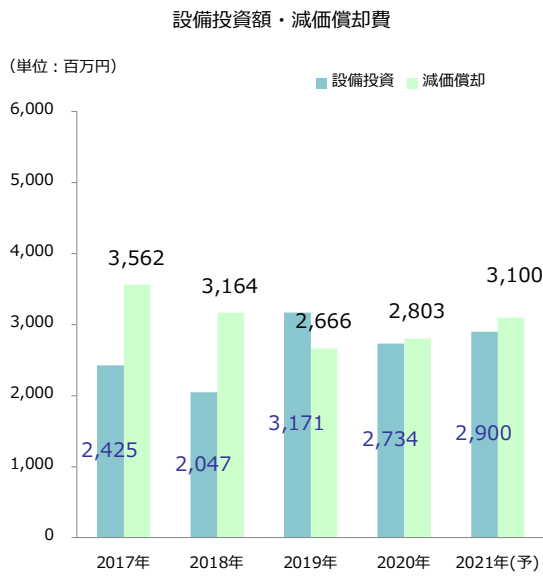
IV. 参考情報

IV-1. 財政状況

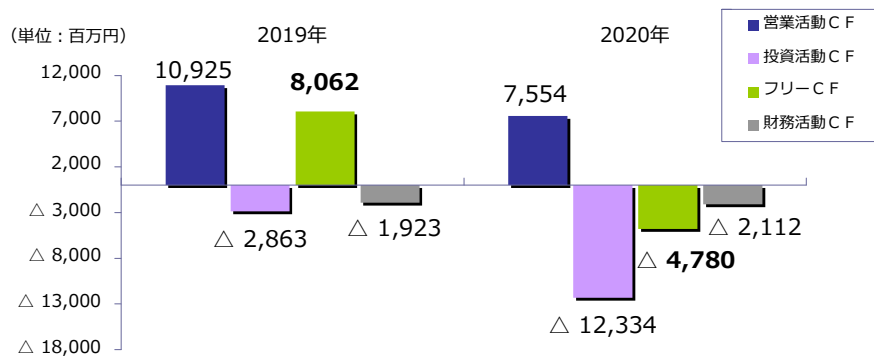
(単位：百万円)	2019年 12月末	2020年 12月末	増減 (対前期末)
現金・預金	28,384	21,417	△6,967
受取手形・売掛金	12,907	10,318	△2,588
たな卸資産	9,388	8,604	△784
その他流動資産	982	1,130	+147
固定資産	17,634	16,719	△915
資産合計	69,297	58,190	△11,107
流動負債	12,299	10,198	△2,101
固定負債	2,458	2,214	△244
純資産	54,539	45,778	△8,761
負債純資産合計	69,297	58,190	△11,107
自己資本比率	78.7%	78.7%	-



IV-2. 設備投資額、減価償却費、研究開発費

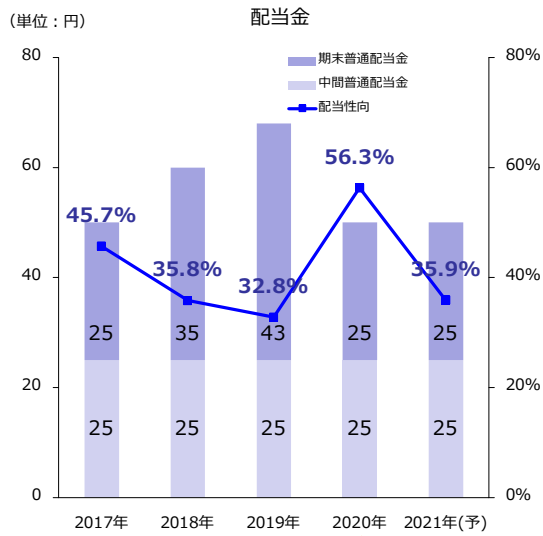


IV-3. キャッシュ・フロー



	2019年	2020年
営業活動CF	10,925	7,554
投資活動CF	△2,863	△12,334
フリーCF	8,062	△4,780
財務活動CF	△1,923	△2,112
現金及び現金同等物の期末残高	28,384	21,417

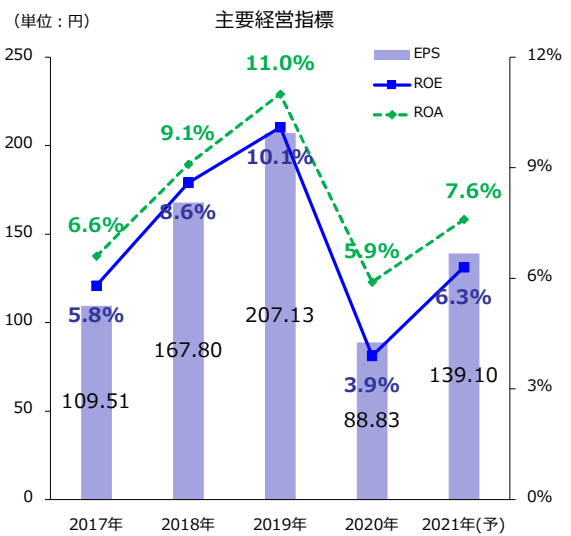
IV-4. 配当金、主要経営指標



2020年3月：自己株式取得を実施（89億円）

配当政策

- ・配当性向目標(連結ベース)：35%程度
- ・安定配当



ROE = 当期純利益/純資産 (分母は期中平均)
ROA = 経常利益/資産合計 (分母は期中平均)

IV-5. 為替影響

①2020年 為替影響額

	為替レート		影響額	
	2019年実績	2020年実績	売上高	営業利益
米ドル	109円04銭	106円77銭	△5.6億円	+0.1億円
ユーロ	122円06銭	121円92銭	△0.1億円	△0.1億円
他通貨	-	-	△1.6億円	△0.8億円
合計	-	-	△7.3億円	△0.8億円

(前期実績に対する影響額)

②2021年 為替感応度

	為替レート	1円の変動(円高)による影響額	
	2021年前提	売上高	営業利益
米ドル	105円00銭	△3.0億円	△0.3億円
ユーロ	123円00銭	△0.6億円	△0.5億円

将来の事象に係る記述に関する注意

1. 本資料は、2020年12月期の業績及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、当社が発行する有価証券の購入や売却を勧誘するものではありません。
2. 本プレゼンテーション資料及び当社代表者が口頭にて提供する情報は、現時点で入手可能な情報をもとに当社が合理的であると判断した一定の前提に基づいております。
3. 実際の業績は記載の見通しとは異なる可能性があり得ますことをご承知おき下さい。
4. 本資料利用の結果生じた、いかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。