2013年度決算説明会

横浜ゴム株式会社

2014年2月14日

YOKOHAMA

2013年度連結決算の概要と中期経営計画「GD100（グランドデザイン100）」PhaseIIIの成果及び今期の取り組みについてご説明します。

2013年度　連結決算の状況

売上高、利益共に過去最高を記録

（単位：億円）

	2013年度	2012年度	増減率	増減額	2013年8月公表予想
売上高	**6,016**	5,597	+7.5%	+419	6,100
営業利益	**566**	497	+14.0%	+70	590
経常利益	**595**	524	+13.6%	+71	560
当期純利益	**350**	326	+7.3%	+24	360

YOKOHAMA

横浜ゴムグループは2013年度も引き続き、国内外で新商品の発売、販売施策の強化、ムダ取り活動の継続による業務効率化、コスト削減策に取り組みました。

この結果、当期の連結売上高は前年比419億円増の6,016億円、営業利益は同70億円増の566億円、経常利益は71億円増の595億円、当期純利益は24億円増の350億円となり、いずれも過去最高を記録しました。

部門別の状況

タイヤ、MB事業共に増収・増益

（単位：億円）

		2013年度	2012年度	増減率	増減額	2013年8月公表予想
売上高	タイヤ	4,795	4,446	+7.9%	+349	4,900
	MB	1,221	1,151	+6.1%	+70	1,200
	工業品*	969	919	+5.5%	+50	955
	その他*	252	233	+8.5%	+20	245
	合計	6,016	5,597	+7.5%	+419	6,100
営業利益	タイヤ	460	434	+6.1%	+27	493
	MB	106	63	+67.9%	+43	97
	工業品*	77	51	+51.2%	+26	70
	その他*	30	13	+136.1%	+17	27
	合計	566	497	+14.0%	+70	590

＊工業品＝ホース配管、工業資材、ハマタイト　＊その他＝航空部品、ゴルフ用品など

YOKOHAMA

部門別状況のご説明です。

タイヤ事業は、売上高が前年比349億円増の4,795億円、営業利益は同27億円増の460億円となりました。国内新車用では当社タイヤが装着されるエコカーの販売が順調で好調でした。国内市販用では価格が軟化傾向となりましたが、販売本数はナツタイヤは堅調、冬用タイヤも好調に推移しました。海外は、欧州、ロシアなどで需要が低迷し価格競争が激化していますが、北米では需要回復が顕著となりました。

MB部門は全体の売上高が前年比70億円増の1,221億円、営業利益は同43億円増の106億円となりました。

工業品事業の売上高は前年比50億円増の969億円、営業利益は同26億円増の77億円です。特に米国で自動車用ホースの販売が好調に推移しました。工業資材はコンベヤベルトの販売が堅調だったほか、空気式防舷材、マリンホースなどの海洋商品も販売を伸ばしました。ハマタイトは自動車用が好調に推移しました。

その他の事業の売上高は前年比20億円増の252億円、営業利益は同17億円増の30億円です。航空部品も堅調に推移し、PRGRブランドで展開するゴルフ用品は「iD nabla RED」や「egg」の販売が好調でした。

2014年度　連結決算業績予想

（単位：億円）

	2014年度	2013年度	増減額	増減率
売上高	**6,470**	6,016	+454	+7.5%
営業利益	**630**	566	+64	+11.2%
経常利益	**575**	595	▲20	▲3.4%
当期純利益	**375**	350	+25	+7.1%

■業績予想の前提

為替レート	US$　95円	EUR　130円
原材料	天然ゴム　250円/kg	

YOKOHAMA

次に2014年度の業績予想です。

2014年度は中期経営計画「GD100」PhaseIIIの最終年度となります。PhaseIIIで掲げている「強くしなやかな成長」というテーマの下、環境変化にフレキシブルに対応することで目標を上回る売上高6,470億円、営業利益630億円、経常利益575億円、当期純利益375億円を確保する計画です。

前提となる為替と原材料価格はUSドルが95円、ユーロが130円、天然ゴムが250円とみています。

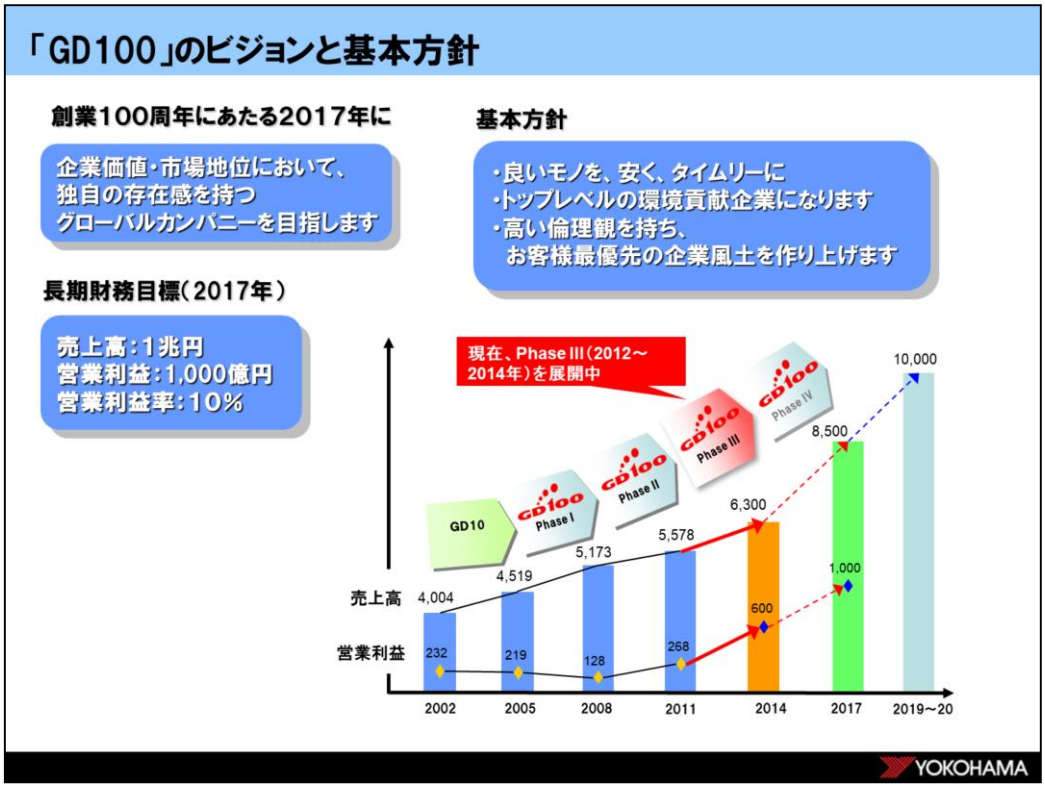
2014年度の配当は中間は一株当たり10円、期末は同12円、年間で同22円となる予定です。

中期経営計画「GD100」Phase III

2013年度の成果と今後の取り組み

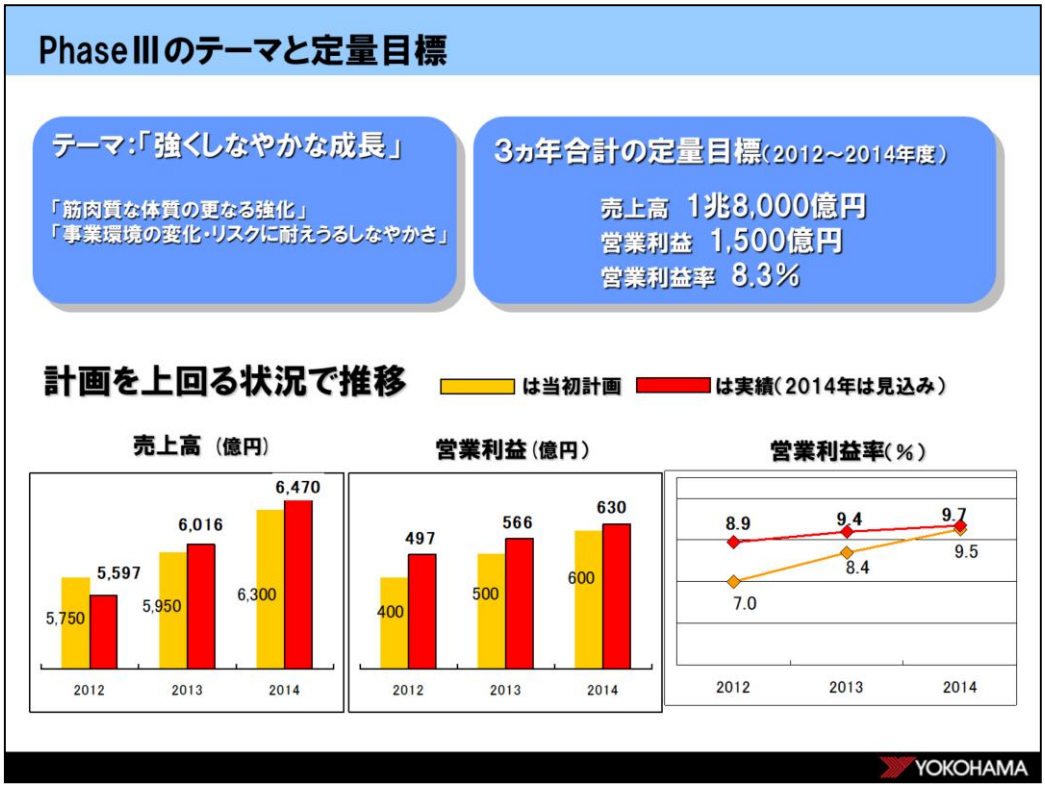
YOKOHAMA

続いて、中期経営計画「GD100」の2013年度の成果と2014年度以降の計画についてご説明します。

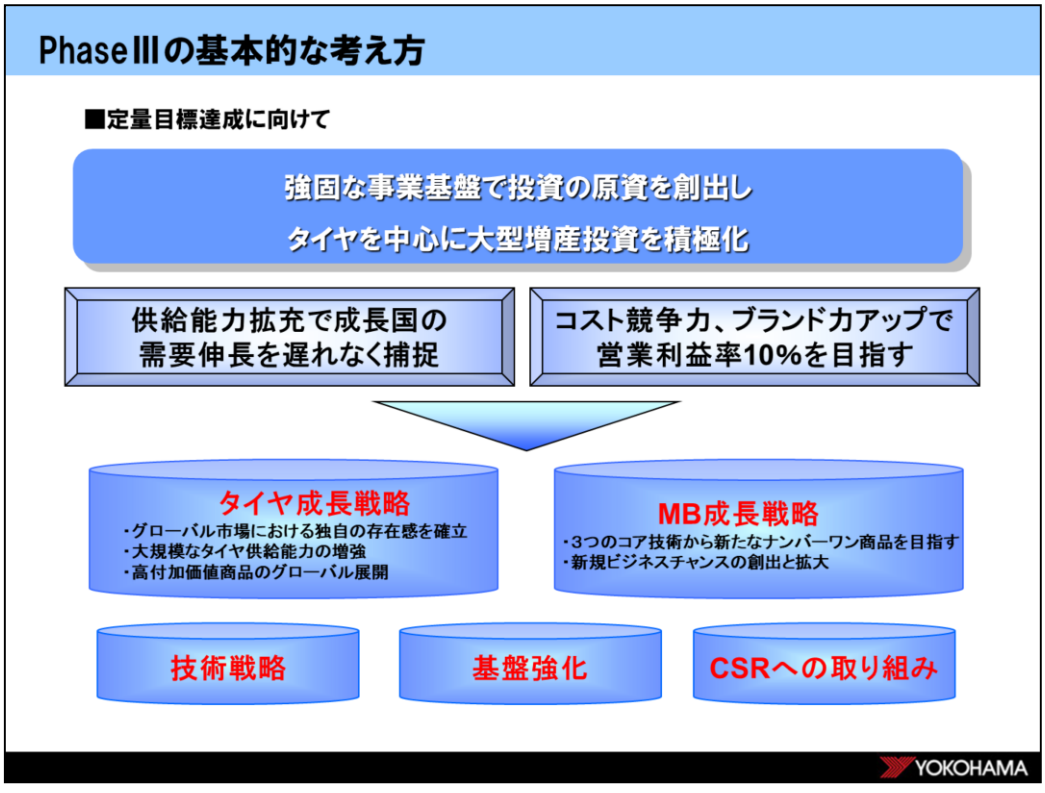


「GD100」は、創業100周年にあたる2017年に向けた中期経営計画で企業価値・市場地位において、独自の存在感を持つグローバルカンパニーを目指すことを基本ビジョンとしています。

売上高1兆円、営業利益1,000億円、営業利益率10%を長期的な財務目標に掲げており、これらのビジョンを実現するために「良いモノを、安く、タイムリーに」「トップレベルの環境貢献企業になる」「高い倫理観を持ち、お客様最優先の企業風土を作り上げる」の3つを基本方針としています。3か年を1フェーズとし、フェーズごとにテーマ、目標、戦略を見直しています。2012年度から2014年度はPhaseIIIとなります。

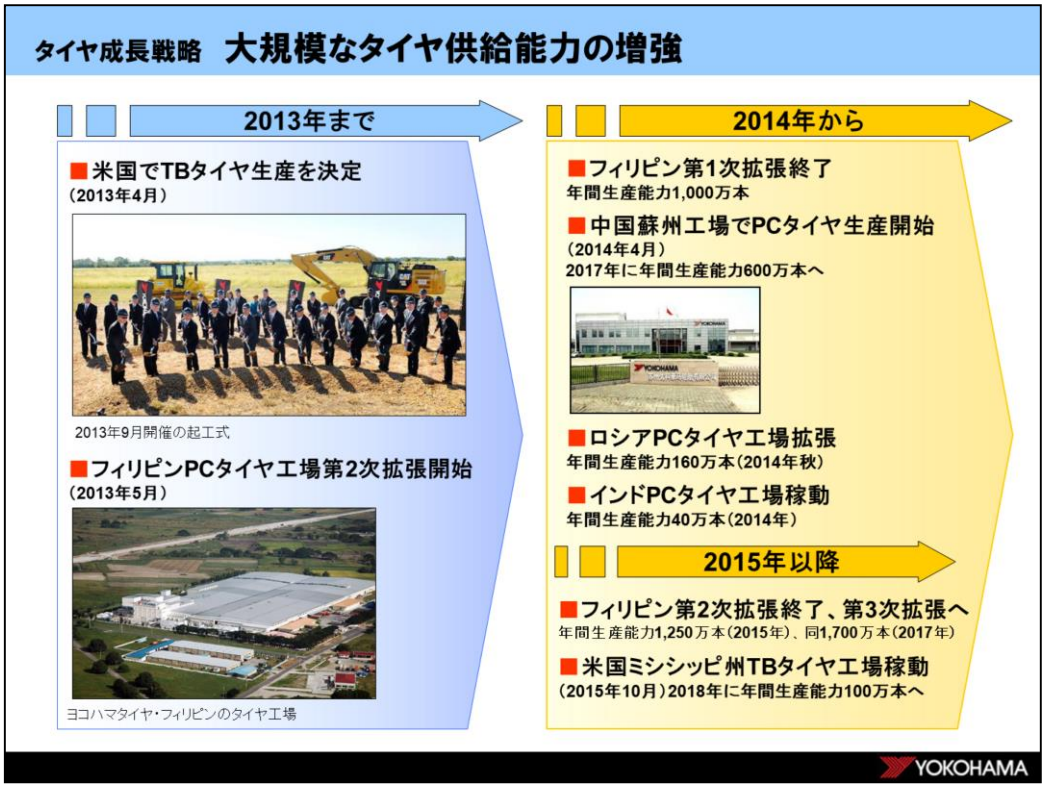


PhaseIIIのテーマは「強くしなやかな成長」です。事業環境の変化やリスクに耐えうるしなやかな成長を遂げることによって、PhaseIII以降の飛躍に向けた足場を築き上げる計画です。定量目標は3年間合計で売上高1兆8,000億円、営業利益1,500億円、営業利益率8.3%を掲げています。PhaseIIIがスタートしてからすでに2年が経過しましたが、現在のところ順調に推移しています。なお、PhaseIIIの最終年度となる2014年においても当初の目標を上回る計画を立てています。



PhaseIIIの定量目標達成のため、当社グループでは「強固な事業基盤で投資の原資を創出し、タイヤを中心に大型増産投資を積極化」「供給能力拡充で成長国の需要伸長を遅れなく捕捉」「コスト競争力、ブランド力アップで営業利益率10%を目指す」という基本的な考え方に基づき、目標達成に向けた戦略を立案・実行しています。

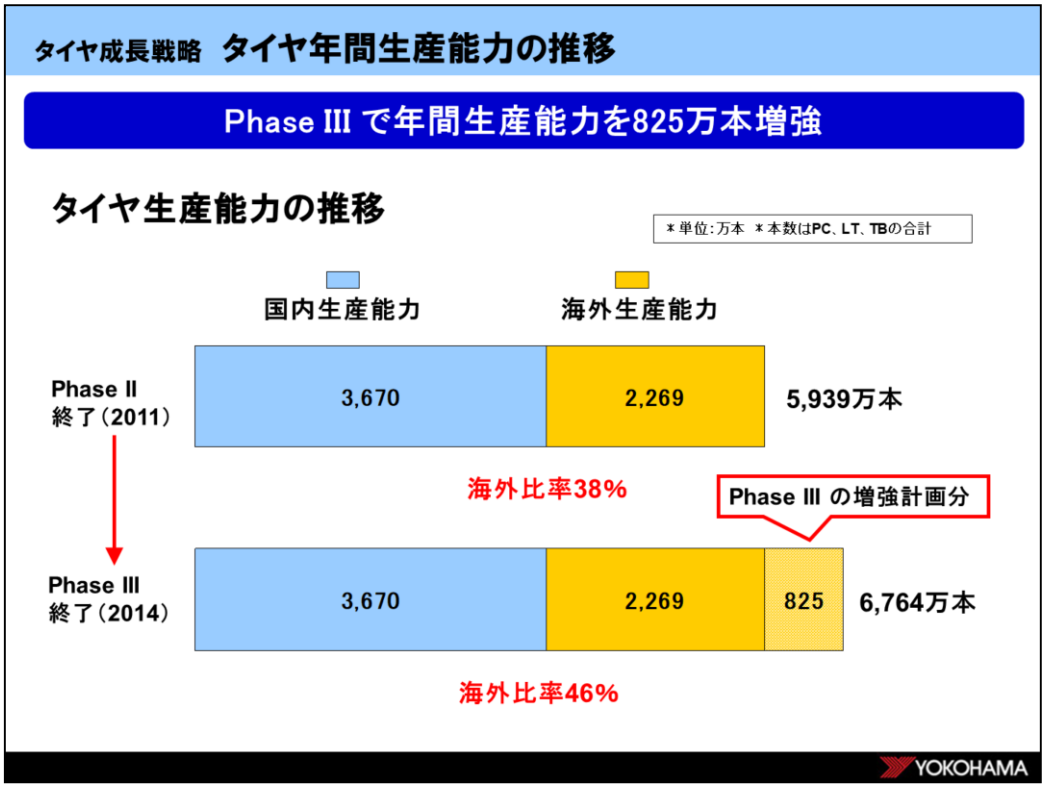
タイヤ成長戦略、MB成長戦略、経営基盤などそれぞれの計画の柱に沿って2013年度の主な成果と2014年度以降の取り組みをご紹介します。



タイヤ事業の成長戦略では「大規模投資による供給能力の増強」を柱としています。
昨年は米国・ミシシッピ州のトラック・バス用タイヤ工場の新設、フィリピンの第2次拡張などに着手しました。2014年は、これらの生産能力増強計画以外に、従来から進めてきた計画に基づき世界各地のタイヤ工場の生産能力が順次増強されます。

フィリピンの乗用車用タイヤ工場では、第1次拡張により今年初めから年間生産能力が1,000万本に増強されました。また、中国・蘇州工場では今年4月から乗用車用タイヤの生産を開始します。さらに、ロシア工場では今年秋に年間生産能力が現在の140万本から160万本に増強、インドでも乗用車用タイヤ工場が年間生産能力40万本で今年稼動する予定です。

なお、フィリピンの第2次拡張は2015年に終了し、年間生産能力は1,250万本となる予定です。さらに引き続き、2017年の稼動を目標に1,700万本まで生産能力を拡大する計画です。米国・ミシシッピ工場は2015年秋に稼動、2018年に年間生産能力100万本となる予定です。



タイヤ生産能力増強計画をグラフ化したものになります。
当社グループはPhaseIIIの3年間でタイヤ年間生産能力を825万本増強することになります。生産能力の増強は全て海外で行う計画です。このため、海外比率はPhaseII（2009～2011年度）の最終年度である2011年度の38%に比べ、PhaseIII最終年度である2014年には46%に拡大する見通しです。さらに、PhaseIVに向けて工場新設及び既存工場の増強を実施し、PhaseIVの計画を達成する予定です。

タイヤ成長戦略　国別タイヤ年間生産能力の内訳

（単位：万本）

工場			2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
国内	三重	(TB･LT)	590	590	590	590	**590**
	三島	(PC)	1,390	1,390	1,390	1,390	**1,390**
	新城	(PC)	1,410	1,410	1,410	1,410	**1,410**
	新城南	(PC)	280	280	280	280	**280**
		国内　計	**3,670**	**3,670**	**3,670**	**3,670**	**3,670**
海外	米国	(PC)	620	620	620	620	**620**
		(TB)	50	58	60	60	**70**
	フィリピン	(PC)	700	700	800	1,000	**1,250**
	中国	(PC)	510	510	510	740	**790**
		(TB)	34	34	34	34	**34**
	タイ	(PC･LT)	320	400	400	400	**400**
		(TB)	35	35	35	40	**70**
	ロシア	(PC)	—	70	140	160	**160**
	インド	(PC)	—	—	—	40	**70**
		海外　計	**2,269**	**2,427**	**2,599**	**3,094**	**3,464**
		合計	**5,939**	**6,097**	**6,269**	**6,764**	**7,134**

YOKOHAMA

国別タイヤ生産能力の内訳です。PhaseIII最終年度である2014年度の生産能力は合計6,764万本となる見通しです。2015年末には、さらに370万本増の7,134万本になる計画です。

次に、もうひとつのタイヤ成長戦略「高付加価値商品のグローバル展開」についてご説明します。

2013年度の新商品はグローバルフラッグシップブランド「ADVAN」の「ADVAN Sport V105」「ADVAN NEOVA AD08R」を発売しました。また、低燃費タイヤブランド「BluEarth」は転がり抵抗性能、ウェットグリップ性能共に最高グレードを獲得した「BluEarth-1 EF20」、リニューアルしてウェットグリップ性能を向上させた「BluEarth-A」を投入しました。

生産財では、需要回復が顕著な米国でトラック用超偏平タイヤを発売しました。また、大型ORラジアルタイヤの販売を昨年から開始しました。建設・鉱山用リジッドダンプトラックに使用され、特に海外での資源開発で需要がありますが、開発には高度な技術が必要とされています。

2014年度は、国内では2月から転がり抵抗性能のグレード「AAA」を取得したスタンダード低燃費タイヤ「BluEarth AE-01 F」、耐摩耗性を高めた小型トラック・バス用タイヤ「LT151R」の販売を開始しました。海外でも、引き続き「ADVAN」を始め、「BluEarth」、冬用タイヤ「iceGUARD」、SUV用タイヤ「GEOLANDAR」といったグローバルブランドの販売を強化します。

タイヤ成長戦略　高付加価値商品のグローバル展開

2013年まで

■プレミアムカーへの新車装着

メルセデスベンツ
新型Sクラス

レクサス 「IS」

■グローバルなモータースポーツ活動
・世界ツーリングカー選手権（WTCC）、マカオGP、
米国ヒルクライムレース（電気自動車）など

WTCC

2014年から

■プレミアムカーへの新車装着
・ポルシェ パナメーラ　など

■サポート予定の主なモータースポーツ

世界	FIA世界ツーリングカー選手権（WTCC）
欧州	ADAC GT Masters
	ドイツF3選手権
米国	ﾎﾟﾙｼｪ GT3 ｶｯﾌﾟﾁｬﾚﾝｼﾞ
アジア大洋州	GT ASIA
	アジア・パシフィック・ラリー選手権
	マカオ・グランプリ
日本	SUPER GT
	全日本F3選手権
	全日本ラリー選手権

■米LPGA冠スポンサー
・アラバマ州開催（2014年9月）

YOKOHAMA

新車装着活動では、2013年度はメルセデス・ベンツの最高級セダン新型「Sクラス」、アウディ「Ａ６」「Ｓ６」、レクサス新型スポーツセダン「IS」などプレミアムカーに装着されました。2014年以降もポルシェ・パナメーラなど様々な車輌への装着を計画しています。

ヨコハマブランドの世界での認知度向上を目指して展開しているモータースポーツ活動では、2013年度は世界ツーリングカー選手権（WTCC）、マカオGPなどをサポートしました。2014年度も引き続きサポート活動を展開する計画です。

さらに、米国子会社であるヨコハマタイヤ・コーポレーションは、米国女子プロゴルフトーナメントの冠スポンサー大会を今年9月、アラバマ州で開催します。こうした活動で米国におけるヨコハマタイヤの認知度向上を図ります。

次にMB事業の成長戦略についてご説明します。

2013年度は特に米国の自動車用ホースが好調でした。現在、当社は自動車用パワーステアリングホースで米国シェアトップとなっています。また、旺盛な石油資源開発を背景に空気式防舷材、マリンホースも好調でした。なお、東南アジア、大洋州、西アジアにおける工業品の需要増に対応し、昨年5月、シンガポールに工業品販売会社を設立しました。

2014年度は中国、メキシコでホースの現地生産を開始します。中国では杭州にホース工場を新設し、油圧用高圧ホースを生産します。メキシコでは自動車用エアコンホースを委託生産する形で生産開始します。また、インドネシアでは空気式防舷材、マリンホースなど海洋商品工場を新設します。2015年以降に生産開始する計画で、これにより海洋商品の生産能力は現在の1.5倍に拡大します。

航空部品事業では、ボーイング社向け化粧室ユニットの納入、民間航空機向け補修品の販売増などにより、 2013年度は堅調に推移しました。2014年度も米国の景気回復を背景に民間航空機向け補修品の販売増を見込むほか、新規商品の開発に取り組む考えです。

スポーツ事業は、「PRGR」ブランドが昨年11月で事業開始30周年を迎えました。こうした中、シニアゴルファー向け「iD nabla RED」、「飛び主義」をコンセプトとした「ｅｇｇ」の販売が好調でした。なお、「ｅｇｇ」は「スプーン／フェアウェイウッド」がグッドデザイン賞を受賞し、アイアンについては ゴルフクラブの販売調査会社の調査において、カーボンシャフト部門で６週連続売上Ｎｏ．１となりました。

またさらに今年3月にはアスリート向けの新ドライバー「egg 1」、スムーズにストロークでき打ちやすい新型パター「シルバーブレードFF」、なども発売し、販売拡大を図る計画です。

技術戦略

韓国クムホタイヤと技術及び資本提携

MOU（基本合意書）を交わす南雲忠信横浜ゴム会長兼CEOとパク・サング・クムホタイヤ会長兼CEO
（2013年11月）

YOKOHAMA

技術戦略ですが、昨年11月、当社は韓国の錦湖（クムホ）アシアナグループのグループ会社であるクムホタイヤ（KUMHO TIRE Co., Inc.）との間で、タイヤに関する技術提携及び資本提携の実施に向けて協議することを基本合意しました。これは、両社の将来の成長に向けた戦略的な一手であり、20年、30年先のタイヤビジネスを見据えた長期的技術戦略の一環として行うものです。将来のタイヤに関する両社の研究開発投資を集中させることにより、効率的に開発を進めていきます。一般的に研究開発費は売上高の2～3%前後とされていますが、売上高が2倍になれば研究開発に投じられる費用は2倍になると言えることから、単純に両社で共同して行うことで、2倍の規模のメーカーと同レベルの研究開発投資が可能となると考えています。

2月14日の取締役会において、技術提携の目的と枠組みを定めた「技術提携基本契約」を締結することを決議しました。この「技術提携基本契約」に基づき、今後、技術提携の詳細を規定する「共同研究開発契約書」及び「ライセンス及び技術交換契約書」などの各種契約の締結に向けた詳細協議を進めます。また、両社が相互に株式を持ち合う形での資本提携についても継続して協議を進めます。このように2社が相互の研究開発資源を活用し合うことによって、世界的な競争に打ち勝つ高い技術力を確立していく考えです。

基盤強化については、昨年12月に仙台物流センターを新設しました。この物流センターはタイヤのほか、ホース、ベルトなどのMB製品も取り扱う総合倉庫となります。さらに、それぞれの販売会社の事務所も入るなどグループ全体の業務の効率化とコスト削減を進めます。また、今年秋までに新城物流センターを建設することで、国内物流体制の効率化をさらに図ります。

また、本年中に平塚東工場から長野工場近郊に新たに建設した長野豊丘工場へ設備移転します。ホース配管事業では、これまでホースを茨城工場、金具を長野工場でそれぞれ製造し、平塚東工場でホースと金具の組み立てを行ってきました。今後、長野エリアでホースと金具の組み立てまでを一貫して行うことで業務の効率化を図ります。

2006年から開始したムダ取り活動についても継続し、仕事の中身のムダを排除しながら、業務基盤の整備を図っていきます。

最後に「CSRへの取り組み」についてご説明します。

当社グループは、東日本大震災で被害を受けた岩手県大槌町で、一昨年から「平成の杜」植樹会を行っています。これは、植物生態学者である宮脇昭氏らの呼び掛けで始まった「命を守る森の防潮堤」づくりに賛同したものです。宮脇氏は東北地方太平洋岸300キロに渡って森を作ることで津波被害の緩和を訴えています。昨年の5月には2回目の「平成の杜」植樹会を主催しました。また、同じく宮脇氏の指導の下、全世界の横浜ゴムグループの生産拠点に植樹する「YOKOHAMA千年の杜」プロジェクトは、2007年の活動開始以来、すでに約33万本の植樹を行いました。2017年までに総計50万本を計画しています。

この他、国内生産事業所では事業所周辺の生物多様性保全活動に取り組んでおり、昨年10月には第1回生物多様性保全活動報告会を開催しました。

また、平塚市をホームとするプロサッカーチーム「湘南ベルマーレ」を1993年以来サポートし続けていますが、今シーズンから新たなスポンサー契約を結び、ユニフォームに当社のロゴマークを付けることになりました。平塚市に研究開発施設を備えた製造所を置く当社では、湘南ベルマーレとも共同でCSR活動を実施するなど地域振興にも力を入れています。

横浜ゴムグループは、「個性と文化を備えたグローバル企業」を目指してコーポレートガバナンスやCSRを強化していきます。さらに、当社の個性と文化をしっかりと醸成し、世界で認められるグローバル企業として成長していきたと考えています。