事業の概況

ires

タイヤ事業

当期の概況

売上高は3,792億円、営業利益は234億円となりました。国内新車用は東日本大震災の影響を受けましたが、国内市販用は堅調でした。海外の販売も北米、欧州、中東、アジアを中心に順調に推移しました。

(注)決算期を3月31日から12月31日に変更したことに伴い、2011年度は2011年4月1日から2011年12月31日までが対象の変則9カ月決算となります。このため、前期との比較は記載していません。

日本

「BluEarth」の新商品効果で乗用車用が好調

新車用は東日本大震災やタイの洪水の影響による自動車の減産で低迷しましたが、市販用はリーマンショックによる買い控えの解消、東日本大震災の復興需要で好調だったほか、降雪の影響によりスタッドレスタイヤの販売が好調に推移しました。こうした中、低燃費タイヤのスタンダードモデル「BluEarth AE-01」や乗用車用スタッドレスタイヤ「iceGUARD TRIPLE PLUS」など高付加価値商品の販売を強化。さらに「BluEarth」ブランドのフラッグシップタイヤ「BluEarth・1」とRV専用タイヤ「BluEarth RV-01」を相次いで投入するなど積極的な販売施策を展開しました。

トラック・バス用タイヤはフラッグシップブランド「ZEN」の低燃費指向タイヤ「ZEN 702ZE」「ZEN 902ZE」「ZEN 102ZE」が順調だったほか、スタッドレスタイヤの新商品「ZEN 903ZW」も降雪地を中心に高く評価されました。また、価格体系を見直し値上げにも取り組みました。

2012年度の事業環境はトラック・バス用タイヤで引き続き震災の復興需要が見込まれますが、乗用車用は震災需要や降雪によるスタッドレスタイヤ増の効果を見込まないため、需要は若干減少するとみています。こうした中、乗用車用では「BluEarth」ブランドを中心にさらなる販売攻勢をかける計画で、2月に中核商品である「BluEarth-A」を発売。また、低燃費性能を高めたSUV専用タイヤ「GEOLANDAR SUV」も発売しました。トラック・バス用は「ZEN」シリーズのラインアップ拡大と新商品からリトレッドタイヤまでの総合したサポート体制で販売強化を図ります。



乗用車用低燃費タイヤブランド「BluEarth」は現在、4商品をラインアップ

北米

ハイパフォーマンス系タイヤが健闘

欧州債務危機や産油国の政情不安による世界的な景気減速懸念の広がりにより、全体のタイヤ需要は減少しました。こうした事業環境にあっても、フラッグシップブランド「ADVAN」や「AVID」などハイパフォーマンス系タイヤが健闘し、販売は好調でした。トラック・バス用タイヤも堅調に推移しました。当期は新商品として人気の高いオールシーズンタイヤ「AVID ENVigor」のランフラットタイヤを投入。また、世界的に有名な電気自動車メーカー・テスラモーターズなどにタイヤを納入するなど、ハイパフォーマンスと環境の両面からさらなる認知度の向上を図りました。

小売店を中心とした販売網の拡充にも注力し、 ヨコハマタイヤを取り扱う店舗は2010年度末から およそ200店増加の約1,900店まで拡大しています (2011年度末)。また、価格体系を見直し値上げも 実施しました。



2012年度の事業環境は、世界的な景気減速懸念による不透明な事業環境が継続すると予想されます。こうした中、当社はハイパフォーマンスタイヤでさらなる販売強化を図る考えで、3月に「AVID Ascend」を発売しました。さらに今後、低燃費タイヤのフラッグシップ「BluEarth-1」なども投入する計画です。トラック・バス用タイヤは有力な運送会社が加盟する協会への営業を強化し、販売拡大を目指します。



ヨコハマタイヤが新車装着されているテスラ・ロードスター



アジア

乗用車用、トラック・バス用共に好調

中国が好調だったことに加え、リーマンショックからの 景気回復により、アジア全体のタイヤ需要は旺盛で した。こうした中、乗用車用、トラック・バス用タイヤ共に 好調に推移しました。主力市場である中国は、現地工場 での生産能力を増強し、需要増への対応力を高めたこと により、人気ブランドの「ASPEC」やハイパフォーマンス 系の「ADVAN」が好調に推移。また、スタッドレスタイヤ の販売が順調でした。

販売網の拡大も進め、ヨコハマタイヤを取り扱う小売店数は2010年度末からおよそ300店増の約1,500店舗となりました(2011年度末)。人気の高いモータースポーツレースへのワンメイクタイヤ供給などを通じて認知度の向上も図っています。また、価格体系を見直し値上げも実施しました。

中国以外では台湾、マレーシア、シンガポール、インドなどの堅調な推移に加え、インドネシア、ベトナム、



中国国家陸上チームへのサポートを伝えるヨコハマタイヤのポスター

ミャンマーなど新興国での販売が非常に好調でした。 人気商品の「.drive」シリーズが好調だったほか、環境 性能を高めた3つの新商品を投入。各国での発表会や 試乗会の開催が奏功し販売に貢献しました。

2012年度の事業環境は、欧州債務危機の波及や中国 の金融引き締め政策による需要減が懸念されます。 こうした中、中国ではさらなる認知度向上を目的に オリンピックイヤーに合わせ、国民的人気の高い中国国家陸上チームをサポートします。新商品では低燃費タイヤのフラッグシップタイヤ「BluEarth-1」に続き、スタンダードタイヤ「BluEarth AE-O1」を発売する予定です。中国以外の国では環境商品の販売強化を図ると共に、低燃費性能を高めたSUV専用タイヤ「GEOLANDAR SUV」を発売します。



中国で人気の高い「中国ツーリングカー選手権」にワンメイクタイヤを供給

欧州

ロシアを中心に乗用車用が好調

欧州債務危機によりユーロ圏の経済成長が鈍化する中、 乗用車用タイヤの需要は若干伸びたものの、トラック・バス用タイヤの需要は減少しました。こうした事業環境にあって当社は、乗用車用タイヤはロシアを中心に好調に推移しましたが、トラック・バス用タイヤの販売は需要減の影響を受けざるを得ませんでした。乗用車用ではフラッグシップブランド「ADVAN」やSUV用タイヤブランド「GEOLANDAR」など、当社が優位性を持つ高付加価値商品の販売を強化し、商品ミックスの改善を 行いました。また、2012年に始まる欧州のタイヤラベリング制度を前に、低燃費タイヤのフラッグシップモデル「BluEarth-1」を投入し、積極的なPR施策を展開しました。加えて、ヨコハマ・ヨーロッパGmbHが管理するタイヤ倉庫からドイツと周辺国への供給を本格化させました。この取り組みは在庫圧縮とデリバリー効率を高めるために開始したもので、今後は欧州全域の在庫を管理する拠点としていく計画です。また、価格体系を見直し値上げにも取り組みました。

2012年度の事業環境は、欧州債務危機による 消費マインドの低下で乗用車用などは低迷を余儀なく される見込みですが、長期的には緩やかながら需要拡大 が期待されます。一方、欧州に工場を置くタイヤ各社の 増産により競争の激化が予想されます。こうした中、 「BluEarth-1」の投入で高い評価を得た低燃費タイヤ カテゴリーでの販売拡大を核にヨコハマブランドの 地位を高めていきます。すでに3月から「BluEarth」の スタンダードタイヤ「BluEarth AE-O1」と低燃費性能 を高めたSUV専用タイヤ「GEOLANDAR SUV」を 発売しており、両商品の販売強化を進めています。



ヨコハマ·ヨーロッパGmbHのタイヤ倉庫

中東

乗用車用、トラック・バス用共に好調

産油国はサウジアラビアを筆頭に原油高による経済 活性化により、タイヤ需要は伸びましたが、政情が 不安定なシリアやイエメンは低調でした。当社は主力 市場であるサウジアラビアを中心にトラック・バス用 タイヤが好調だったほか、乗用車用、バン用、ライト トラック用も堅調に推移しました。2011年度末には 新商品「A.drive |を投入し、一部の国でディーラー向け 発表会を開催するなど2012年度の増販に向けた施策 を進めました。また、価格体系を見直し値上げにも取り 組みました。

2012年度はサウジアラビアの高成長が牽引した 中東の成長は一旦収束し、2012年度の中東全体の経済 成長率はプラスながらも2011年度を下回ることが 予想されます。こうした中、ボリューム商品の「A.drive | を定番商品として育成していくと共に、高付加価値商品 の「ADVAN dB lも投入します。また、乗用車用、バン用、 ライトトラック用タイヤは商品ミックスの改善に取り 組みます。トラック・バス用タイヤは将来的な安定事業 と位置づけ、販売、収益の強化を図る考えです。

ロシア販売は年間300万本へ

当社はロシアの輸入タイヤメーカーの中で市場 シェア上位を誇っており、2011年1月から2011年 12月の販売数はおよそ300万本となりました。 SUV用タイヤ「GEOLANDAR」やウィンタータイヤ の「iceGUARD」が市場から高く評価されてい ます。また、ヨコハマタイヤをメインで販売する 小売店網「ヨコハマ・クラブ・ネットワーク」の店舗数 は500店を超え、今後は大都市圏から地方都市に

も広げていく計画です。2011年12月には日本の タイヤメーカーとして初めてとなる乗用車用タイヤ 工場がリペツク州で操業を開始しました。当初の 年間生産能力は70万本で、2014年末には160万本 まで拡大します。工場建設により地域に根ざした タイヤメーカーとしての認知度を高め、さらなる 成長を目指します。



Yokohama Russia L.L.C.の沖島潤一社長 ロシアの乗用車用タイヤ工場



ライトトラック用タイヤは商品ミックスの改善に取り 組みます。トラック・バス用タイヤは将来的な安定事業 と位置づけ、販売、収益の強化を図る考えです。



大洋州

建設車両用が好調に推移

オーストラリアを中心とした活発な資源開発を背景にタイヤ需要は旺盛でしたが、豪ドル高による競合メーカーの参入増や新興国製の廉価商品の拡大により競争が激化しました。こうした中、建設車両用タイヤの販売が好調に推移しました。また、乗用車用タイヤでは新商品の「ADVAN dB」や「C.drive2」を相次いで投入し、主要各地で試乗会を開催するなど認知度の向上に努めました。自系列販売網である「Tyres & More」の維持・拡大にも取り組みました。

2012年度は欧州債務危機の影響が好調な成長を続けてきたオーストラリア経済に波及することが懸念されます。こうした中、人気の高いSUV向けの新商品として、低燃費性能を高めたSUV専用タイヤ「GEOLANDAR SUV」を投入します。トラック・バス用タイヤでもフラッグシップブランド「ZEN」の2商品を含めて3商品を発売すると共に、新商品からリトレッドタイヤまでの一貫したサポート体制を武器に販売拡大を狙います。



オーストラリアの自系列販売店「Tyres & More」

中南米

高付加価値商品の販売を強化

2014年サッカーワールドカップブラジル大会の開催を控えて消費者の購買意欲が高まるブラジルやアルゼンチン、また資源開発や公共事業が活発だったペルー、コロンビアを中心にタイヤ需要は旺盛でした。しかし一方で、中国、韓国メーカーの輸入品の増加、現地に工場を置くタイヤ各社の増産により競争が激化しました。こうした中、「ADVAN dB」や「C.drive2」など高付加価値商品の投入によって商品ミックスの改善を図ると共に、ヨコハマブランドの認知度向上に努めました。また、価格体系を見直し値上げも実施しました。

2012年度は欧州債務危機の波及や保護貿易の実施などが懸念されます。こうした中、「ADVAN dB」「C.drive2」のさらなる増販を目指すと共に、市場ニーズにマッチした新商品として、低燃費性能を高めたSUV専用タイヤ「GEOLANDAR SUV」を投入する予定です。





アフリカ

乗用車用が好調に推移

南アフリカは資源開発の活性化によりタイヤ需要は 旺盛でしたが、政情が不安定なエジプトは若干減少し ました。当社は主力市場である南アフリカにプレミアム コンフォートタイヤ「ADVAN dB」と低燃費性能を付与 した「C.drive2」を相次いで投入し、商品ミックスの改善 と販売拡大を図りました。また、その他の国での増販と、 新規取引の開始により、乗用車用タイヤは好調に推移し ました。各国で値上げも実施しました。

2012年度の事業環境は、南アフリカの安定的な成長やエジプトの需要回復が期待される一方、欧州債務危機の波及が懸念されます。こうした中、すでに存在感を確立している国への安定供給を継続すると共に、さらなる市場開拓を進める予定です。