

過去の中期経営計画振り返り

過去の中期経営計画振り返り

	中期経営計画 2015年度-2017年度 GD100 Phase IV	中期経営計画 2018年度-2020年度 GD2020		
ビジョン	成長力の結集 ～YOKOHAMAの可能性を結集して、次の100年を切り拓く～	横浜ゴムの強みを再定義し独自路線を強化した 成長戦略を通じて経営基盤を強化		
経営指標	2017年度	2020年度		
	売上高	7,700億円	売上収益	7,000億円
	営業利益	800億円	事業利益	700億円
	営業利益率	10.4%	事業利益率	10%
	ROA (当期利益)	5%以上	営業CF	2,000億円 (3年間累計)
	ROE (当期利益)	12%以上	ROE	10%
	D/Eレシオ	0.8倍以下	D/Eレシオ	0.6倍
戦略と主な成果 獲得した強み	グローバル展開の推進 <ul style="list-style-type: none"> 生産／販売／技術各分野での拠点ネットワーク拡充 新車用タイヤの海外ビジネス拡大 グローバルでのブランド認知度向上 (英国サッカークラブ「チェルシーFC」とパートナー契約締結) 環境貢献技術の向上 <ul style="list-style-type: none"> 環境貢献商品100%達成 低燃費市販用タイヤのグローバル展開 低燃費新車用タイヤの採用／納入拡大 事業ポートフォリオの強化 <ul style="list-style-type: none"> 農機／建機用タイヤメーカー (ATG) 買収 産業車両用タイヤメーカー (愛知タイヤ工業) 買収 	タイヤ消費財事業:プレミアムタイヤ市場における存在感のさらなる向上 <ol style="list-style-type: none"> プレミアムカー戦略:ハイインチ高性能タイヤを中心に新車装着を拡大し、ポルシェ「カイエン」やBMW「X3」など13車種に採用 ウィンタータイヤ戦略:オールシーズンタイヤ「BluEarth-4S AW21」や北米向けスタッドレスタイヤ「iceGUARD iG53」など3商品を投入 ホビータイヤ戦略:SUV・ピックアップトラック向け「GEOLANDAR X-AT」などあらゆる自動車ユーザーの趣味に対応する6つの新商品を投入 コミュニケーション戦略:デジタルを活用したダイレクトマーケティングを強化し、エンドユーザーとのコミュニケーションを活性化 タイヤ生産財事業:タイヤ生産財を次の100年の収益の柱へ <ol style="list-style-type: none"> OHT事業:2016年に買収したATGの成長により、売上高におけるタイヤ生産財事業の構成比率は当初計画を上回る実績を達成 TBR事業:2015年に操業を開始した米国ミシシッピ工場に関して、2018年に減損損失を計上したものの、設備面や人材面の課題に対応するなど供給改善に取り組み、販売を拡大 MB事業:得意分野への資源の集中 <ul style="list-style-type: none"> 自動車部品事業では北米での自動車用ホース配管の納入拡大、海洋事業では世界最大の超大型空気式防舷材の納入、両事業を強化。 		
	課題 克服すべき弱み	<ul style="list-style-type: none"> 高付加価値品への資源集中による商品ミックスの向上 PhaseIVで実行した大型投資や買収効果の確実な刈り取り 財務体質の強化 	戦略面 <ul style="list-style-type: none"> タイヤ消費財:プレミアムタイヤ市場における存在感のさらなる向上 タイヤ生産財:OHT事業、TBR事業のさらなる強化 MB:得意分野への資源の集中 事業環境面 <p>2020年に発生した新型コロナウイルス感染症の全世界拡大に伴う経済減速などにより、当初目標の売上収益7,000億円、事業利益700億円は未達成</p>	