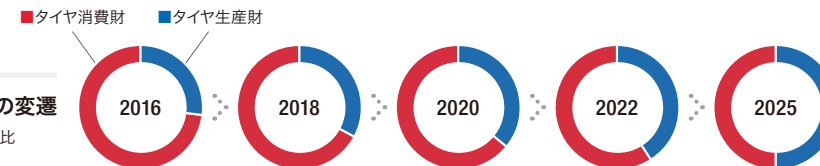


培ってきた歴史

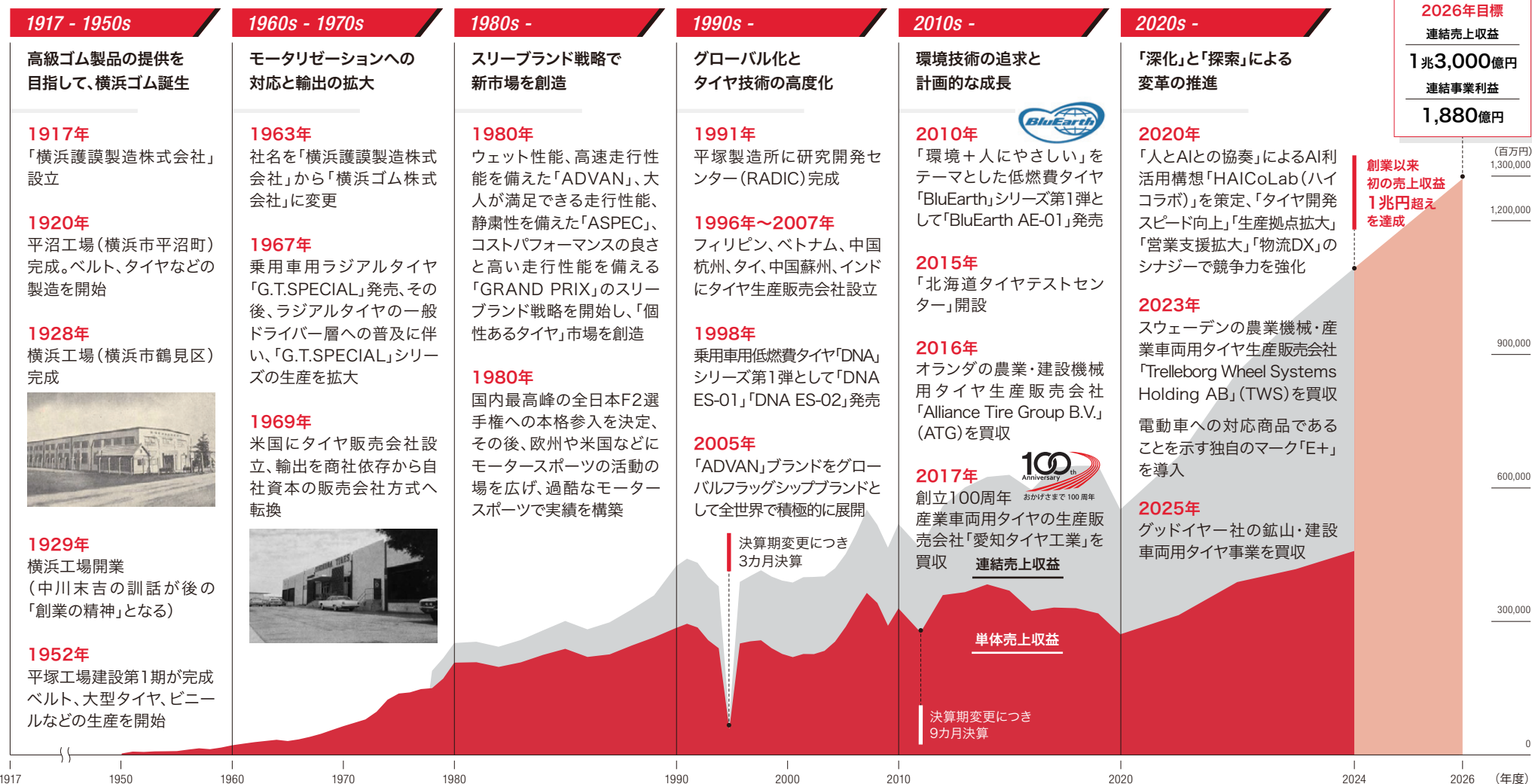
1917年の創業以来、幾多の試練を乗り越え時代を切り拓いてきました。国産メーカーとしての誇りと挑戦者の志を胸に、常に先駆者であり続けることで築いた100年超の歴史。ゆるぎない創業の精神を次なる100年へつなぎ、未知なる道の先駆けとして歩み続けます。

ポートフォリオの変遷

※ 売上収益の構成比



横浜ゴムの主な歴史と連結・単体売上収益の推移



培ってきた歴史

成長を支えるのは、磨き抜かれた技術力、確かな品質を築く生産力、そして世界へ広がるグローバルな展開力です。創業時から脈々と息づくモノづくりの遺伝子を強みへと進化させ、次なる持続的成長に向け、独自の領域を切り拓く挑戦をさらに加速させていきます。

未来を見据えた、横浜ゴムの強みの変遷

	1917 - 1950s	1960s - 1970s	1980s -	1990s -	2010s -	2020s -
社会・ニーズの変化	国産化・輸入代替／ 軍需・基幹産業対応	モータリゼーション拡大・ 高速道路整備	高性能・ ブランド志向の高まり	グローバル競争激化・ 環境意識の芽生え	安全・環境・高性能の 両立ニーズ	脱炭素・ サステナビリティ重視
 技術力の あゆみ 研究・開発・製品革新	国産タイヤ技術の確立 1921年 ■日本初のコードタイヤ「ハマトウン・コード」を開発 1954年 ■日本初のスノータイヤ「Y-29」発売 1955年 ■日本初のチューブレスタイヤ「ハマセーフティ」「ハマライナー」を発売	ラジアルタイヤ開発・量産技術確立 1967年 ■乗用車用ラジアルタイヤ「G.T. SPECIAL」を発売 1978年 ■日本初のスポーツラジアルタイヤ「ADVAN-HF」を発売 1979年 ■日本初の本格的オールシーズンタイヤ「ADVAN TS-02」を発売	高性能技術の深化 1980年 ■特 性 別 に 価 値 を 明 確 化 し た「ADVAN/ASPEC/GRAND PRIX」スリーブランド戦略を開始 ■全日本F2選手権に本格参入、その後、活躍の場を欧州や米国などに広げ、過酷なモータースポーツで培った技術を市販用タイヤの開発にフィードバック	DNA/低燃費・環境対応技術 1996年 ■SUV用タイヤ「GEOLANDAR」を発売 1998年 ■乗用車用低燃費タイヤ「DNA」シリーズ第1弾「DNA ES-01」「DNA ES-02」を発売 2005年 ■「ADVAN」をグローバルフラッグシップブランドとして全世界で積極展開	新・低燃費タイヤBluEarth誕生 2010年 ■低燃費タイヤ「DNA」の技術を継承・進化させ、「環境+人にやさしい」をテーマとした低燃費タイヤ「BluEarth」シリーズ第1弾「BluEarth AE-01」を発売 2015年 ■北海道タイヤテストセンターを開設	AI活用・HAICoLab始動 2020年 ■「人とAIとの協奏」によるAI活用構想「HAICoLab（ハイコラボ）」を策定 ■AIを活用し、「タイヤ開発スピード向上」「生産拠点拡大」「営業支援拡大」「物流DX」のシナジーで競争力を強化 2023年 ■電動車対応商品であることを示す独自マーク「E+」を導入
	国内初期工場での生産体制構築 1917年 ■「横浜護謄製造株式会社」設立 1928年 ■横浜工場完成 ■タイヤ、ベルト、ホースなどの本格生産を開始 1952年 ■平塚工場 建設第1期完成 ■ベルト・大型タイヤ・ビニールなど製品群を拡張した量産体制を確立	国内主要工場の拡充・量産化 1967年以降 ■「G.T. SPECIAL」シリーズの生産拡大 ■ラジアルタイヤの量産体制を確立 1974年 ■尾道工場にて建設車両用タイヤの生産開始 ■茨城工場にて高圧ホースの生産開始	多品種・少量生産体制の構築 1980年 ■スリーブランド戦略に対応した多品種・高付加価値生産体制へ移行 ■性能特性ごとに異なる設計・品質要求に応える生産技術の高度化 1983年 ■PRGR（プロギア）ゴルフ用品の販売開始	グローバル最適生産体制構築 1996年以降 ■設備のコンパクト化により需要変動に機敏に対応できる「小規模一貫生産方式」を導入し、アジアに積極的に新規工場を展開 2006年 ■「環境GD100」を指針に、環境配慮型の生産プロセスや環境貢献商品の開発を推進	グローバル生産体制拡充とM&Aによる生産能力獲得 2010年～ ■アジアの既存工場を順次拡張し、グローバルな需要増に対応する生産体制を拡充 2016年 ■オランダの農機・建機用タイヤ生産販売会社「Alliance Tire Group B.V.」を買収 2017年 ■産業車両用タイヤの生産・販売会社「愛知タイヤ工業」を買収	OHT生産強化と「1年工場」への挑戦 2022年 ■インドのヴィシャカパトナムにOHTの新工場を開設 2023年～ ■M&AによりOHTの生産能力をさらに強化 2025年 ■早期の立上げと低コスト・高効率の生産体制構築を目指し、「1年工場」として中国杭州に新工場を開設
	技術提携による創業 1917年 ■米国のB.F.グッドリッチ社との資本・技術提携により創業	米国への進出と自社販売網の構築 1969年 ■米国にタイヤ販売会社を設立 ■輸出を商社依存型から自社資本の販売会社方式へ転換	海外販売網拡大とブランド認知向上 1980年以降 ■欧州・米国などへモータースポーツ活動の場を拡大 ■国際舞台での実績を通じて高性能ブランドとしての認知を獲得	海外生産拠点展開 1996年以降 ■フィリピン、ベトナム、中国、タイ、インドへ生産・販売拠点を展開 ■アジアを中核とする分散型グローバル生産体制を確立	M&Aによるグローバル展開加速 2016年 ■オランダの農業・建設機械用タイヤ生産販売会社「Alliance Tire Group B.V.」（ATG）を買収	大型M&Aを通じたOHT強化 2023年 ■スウェーデンの農業機械・産業車両用タイヤを生産販売する「Trelleborg Wheel Systems Holding AB」（TWS）を買収 2025年 ■グッドイヤー社の鉱山・建設車両用タイヤ事業を買収
 生産力の あゆみ 工場・量産・供給体制						
 グローバルの あゆみ						

強み ①
技術力
(研究開発体制)

強み ②
生産力

強み ③
グローバル
体制

培ってきた強み

横浜ゴムは新たな価値の創造に挑戦し、常に時代に先駆けて独自の領域を切り拓いてきました。100年以上にわたり培ってきた技術力、生産力、グローバルネットワークを活かし、これからも情熱と挑戦をエネルギーに時代と共に走り続けます。

強み ① 技術力 (研究開発体制)

強みのルーツ

- 新たな価値の創造に挑戦し、常に時代に先駆けて独自の領域を切り拓いてきた、創業時から変わらない技術への探求心
- 過酷なモータースポーツの現場で培った高い運動性能と安全性を持つタイヤ開発技術ノウハウの蓄積

強さの秘訣

- ボルシェ、BMW Mシリーズ、メルセデスAMGなど、世界の名だたるプレミアムカーへの納入実績が証明するトップクラスの性能と品質
- 1950年代から一貫して氷上性能向上を追求してきた高度なウィンタータイヤ技術

強みの強化

- 欧州をはじめとする世界のプレミアムカーメーカーからの高い要求品質および開発期間短縮への対応
- AI活用フレームワーク「HAICoLab (ハイコラボ)」による開発プロセスのさらなる革新
- E+マーク (電動車対応) タイヤの展開を通じた、低電費に寄与する低転がり抵抗技術や静粛性向上など、EVに求められる性能に対応する技術の強化



EV専用ウルトラハイパフォーマンスサマータイヤ「ADVAN Sport EV」



「E+」マーク

強み ② 生産力

強みのルーツ

- 「心と技術をこめたモノづくりにより、幸せと豊かさに貢献する」という基本理念に基づき、創業時から進化を続ける生産体制

強さの秘訣

- 乗用車用からOHTまで広くカバーするフルラインアップ生産体制
- 「ADVAN」などの高付加価値商品だけでなく、新興タイヤメーカーに対抗しうるスタンダード商品まで効率的に製造するコスト競争力
- 多品種小ロットから、大量生産までをカバーするフレキシブルな生産体制

強みの強化

- 「1年工場」として早期立ち上げを実現した中国・杭州新工場や、Y-ATGチームのマネジメントノウハウを活用したメキシコ新工場を起点とした、新興国メーカーに対抗しうる低コスト・高効率生産の実現と、競争力のある商品を迅速に供給する体制の構築



中国・杭州の乗用車用タイヤ新工場

強み ③ グローバル体制

強みのルーツ

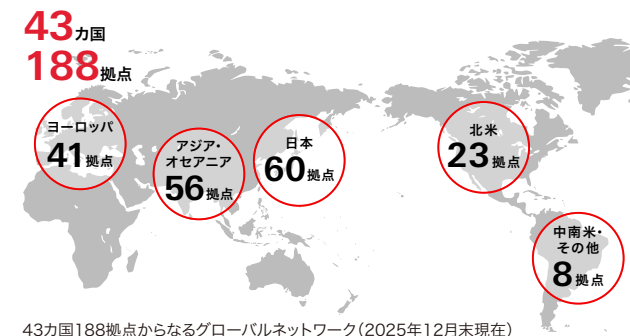
- 1980年代から地産地消の体制構築を進め、その後市場に近い地域にタイヤ研究開発拠点を設置することで、現地のニーズに合ったスピーディーな新商品投入を可能にしてきた歴史

強さの秘訣

- 乗用車用からOHTまでを網羅し、世界のあらゆる顧客ニーズに応えるフルラインアップの商品構成
- 海外市場に精通したプロフェッショナル経営者への権限委譲による、地域特性に応じた戦略立案と迅速な意思決定

強みの強化

- M&Aや既存工場の増産、新工場建設といった積極的な成長投資の継続による、グローバル市場における需要増に即応する供給ネットワークの強化
- 既存・買収拠点の整理統廃合を通じたグローバル生産体制の最適化と、バックオフィスの共用化などによるコスト競争力・資産効率の向上



43カ国188拠点からなるグローバルネットワーク (2025年12月末現在)

事業と製品・ブランド

タイヤ事業

タイヤ消費財

「高付加価値商品比率最大化」を掲げ、ウルトラハイパフォーマンスタイヤ、SUV・ピックアップトラック用タイヤ、ウィンタータイヤの3つのカテゴリーに注力し、「ADVAN」^{アドバン}「GEOLANDAR」^{ジオランダー}「ウィンタータイヤ」の高付加価値タイヤを中心に積極的に展開しています。



ADVAN

乗用車のポテンシャルを余すことなく引き出し、ハイレベルな走行パフォーマンスを実現するグローバルフラッグシップタイヤブランド「ADVAN」。



GEOLANDAR

「地球上のあらゆる道や大地を自在に走る」をコンセプトとした、SUV用タイヤブランド「GEOLANDAR」。



iceGUARD

豊富なラインアップと、独自のコンパウンド、パターン技術で高い氷雪性能を実現する冬用タイヤブランド「iceGUARD」。



BluEarth

基本性能のバランスを重視しながら、低燃費、ウェット性能、耐摩耗性を高め、街乗りからレジャーまで幅広い用途に応える低燃費タイヤブランド「BluEarth」。



新車装着タイヤとしてボルシェ、BMW、メルセデスAMG、LEXUSなど名だたるプレミアムカー、EVにウルトラハイパフォーマンスタイヤを供給しています。それは、私たちが追求してきた品質と技術力が、世界基準の信頼を得ている証です。



SUV・ピックアップトラック用タイヤブランド「GEOLANDAR」は、ニーズの多様化が進むSUV市場に対応するため、商品ラインアップ拡充を加速しています。

メルセデスAMGや
BMW Mシリーズなどの
世界有数のプレミアムカーの
技術承認を多数取得



ADVAN Sport V107

世界有数のプレミアムカーに数多く装着されている「ADVAN Sport V107」

国内市場における
ウェットグリップ
性能グレード

“a”のサイズ保有数



再生可能・
リサイクル原料使用率

原料の**30.4%**



再生可能原料・リサイクル原料を46%[※]使用した「ADVAN」レーシングタイヤ(ドライ用)
※ ドライ・ウェット用タイヤの平均値

タイヤ生産財

建設・産業車両用、農業・林業機械用タイヤなどのオフハイウェイタイヤ（OHT）、トラック・バス用タイヤ（TBR）を幅広く供給。世界有数の生産財タイヤのスペシャリティーとして、過酷な作業現場の安全性と生産性の向上に貢献しています。

オフハイウェイタイヤ（OHT）



YOKOHAMA

GOODYEAR
DIF (DIF 2024)

MAXIMO
Cultor C

ALLIANCE
GALAXY
PRIMEX

AICHI TIRE

YOKOHAMA

低燃費、耐摩耗性、耐久性の基本性能だけでなく、EV車両に求められる耐荷重性能を向上させたトラック・バス用タイヤブランド。

トラック・バス用タイヤ（TBR）
小型トラック用タイヤ（LTR）



ベーシックからスタンダード、プレミアムまで、すべてのカテゴリーにおいて商品をラインアップし、農機や鉱山、建設現場などで使用される車両の足元を強く支えるオフハイウェイタイヤブランド。



国内外の農場におけるあらゆる用途に対応した農業機械用タイヤを供給し、農作業全般の生産性向上に寄与しています。



安全運行・環境対応・コスト削減・効率化を追求したトラック・バス用タイヤで、これからの物流新時代に貢献します。

農業機械用タイヤ（AG）

世界シェア

No.1

※ ランキングは
当社調べ



産業車両用タイヤ（ID）

世界シェア

No.2

※ ランキングは
当社調べ



オフハイウェイタイヤ（OHT）

世界シェア

No.3

※ ランキングは
当社調べ



OHT：農業・林業機械用、建設・鉱山車両用、産業・港湾車両用タイヤなどの総称

事業と製品・ブランド

MB(マルチプル・ビジネス)事業

建設機械、各種工作機械向けの高圧ホース、自動車用ホース配管、コンベヤベルト、海洋製品、航空部品など、幅広い製品を取り扱っています。長期にわたり世界的に重要な役割を果たし、自動車、石油、ガス、鉱業、建設、航空など、さまざまな産業の発展に貢献しています。



Versatran

海外市場向け油圧用高圧ホースブランドとして、主力3シリーズを統合し誕生しました。商品性能を大きく向上させ、過酷な環境に対応した商品を展開しています。

HAMAHEAT

国内外で広く認知されているコンベヤベルトブランドの一つです。鉄鋼、セメント業界を中心に評価されています。

Seaflex

オイルメジャーをはじめ世界各国のユーザーから高品質が評価されているマリンホースの世界トップブランドです。



PRGR(プロギア)事業

PRGR(プロギア)ブランドのゴルフ用品を生産販売しています。



PRGR

ゴルフを科学的な視点から捉え、業界初「ヘッドスピード理論」を提唱。多数のヒット商品を世に送り出し、ゴルフファースから40年にわたって支持され続けています。



RS DUO

さまざまな革新的技術により、「ゴルフの楽しみ」「ゴルフのウレシサ」を体験していただく商品を開発しています。

Column

ブランドコミュニケーション

YOKOHAMA ロゴにこめられた思い

YOKOHAMA ロゴの先頭を彩る赤いマーク「Performance Y」は情熱を結集し、挑戦と先駆けによって新たな感動を創造し続ける企業姿勢を表しています。

右上に向かって伸びるラインで、常に成長し最先端で躍進を続ける企業でありたいという強い意志を、赤色で社員のエネルギーと燃える情熱を表現しました。

また、ラインの結合は多分野、そしてグローバルに事業を展開する中で、それぞれの力を結集させるチームワークを象徴しています。



モータースポーツとYOKOHAMA

レースやラリーなどの幅広いモータースポーツに参戦するYOKOHAMA。国内外で競技用タイヤの供給を行い、各カテゴリーにおいて輝かしい戦績を残しています。過酷なレース環境で極限の安全と性能を磨き、その技術を「ADVAN」や「GEOLANDAR」などの市販用タイヤへフィードバックしています。

モータースポーツの限界へ挑戦し、勝利する

ことが、強固なグローバル認知度の確立とYOKOHAMA ブランドの圧倒的な信頼性につながっています。



プレミアムカーとYOKOHAMA

欧州をはじめとする世界的なプレミアムカーの足元を、YOKOHAMA ブランドのタイヤが支えています。

数々の名車に新車装着される実績は、厳しい要求をクリアする高い技術力と品質の証です。

この確かな評価が、市販タイヤ市場においても高品質で信頼できるYOKOHAMA ブランドとしての評価につながっています。



タイヤ事業の大戦略(グランドデザイン)

既存事業を深掘りする「深化」と新市場を創出する「探索」を同時に行う「両利きの経営」を推進。10年以上にわたる大戦略により、「Best Alternative(最善の選択肢)」としての地位を確立し、持続的な増収増益を実現しています。

タイヤの世界市場

世界のタイヤ市場は、乗用車用タイヤなどの「消費財」と、トラック・バス用や農業機械用タイヤなどの「生産財」に大別され、それぞれ約15兆円とほぼ同等の市場規模を有しています(1ドル=152円換算での試算)。そのうち、生産財はトラック・バス用タイヤ(TBR)が約9兆円、オフハイウェイタイヤ(OHT)が約6兆円を占めています。

タイヤ消費財市場は、近い将来、全世界の生産量の約半分を中国新興メーカーが占めると見込まれる厳しいレッドオーシャンです。同様に、生産財のTBR市場においても、中国メーカーが世界の生産量の約半分を占めており、激しい競争環境にあります。

一方OHT市場は、各カテゴリーの規模が相対的に小さいわりに要求される商品数が膨大であるため、参入障壁が高くプレイヤーが収斂しており、収益性の高いブルーオーシャンとなっています。

横浜ゴムのタイヤ事業戦略

当社は増収増益の実現に向け、10年以上にわたりタイヤ事業の大戦略を推進してきました。相次ぐM&Aにより、自社の消費財と生産財の売上比率を世界市場と同じ「1:1」へと変革し、Tier1トップメーカーに並ぶ商品ラインアップを完備しました。

この戦略の本質的な目的は、主要顧客である独立系タイヤディーラーにとっての「Best Alternative(最善の選択肢)」となり、全品種での増収増益を達成することにあります。

近年の当社の「Hockey Stick Growth(うなぎ昇りの成長)」は、買収したOHT事業以上に、既存タイヤ事業の成長によるところが大きいのが事実です。

M&Aという手段によって構築した真のフルラインアップ体制が、既存事業を含むグループ全体の成長を力強く牽引しています。



※ 当社推定：為替1ドル152円での試算

タイヤ事業の大戦略(グランドデザイン)

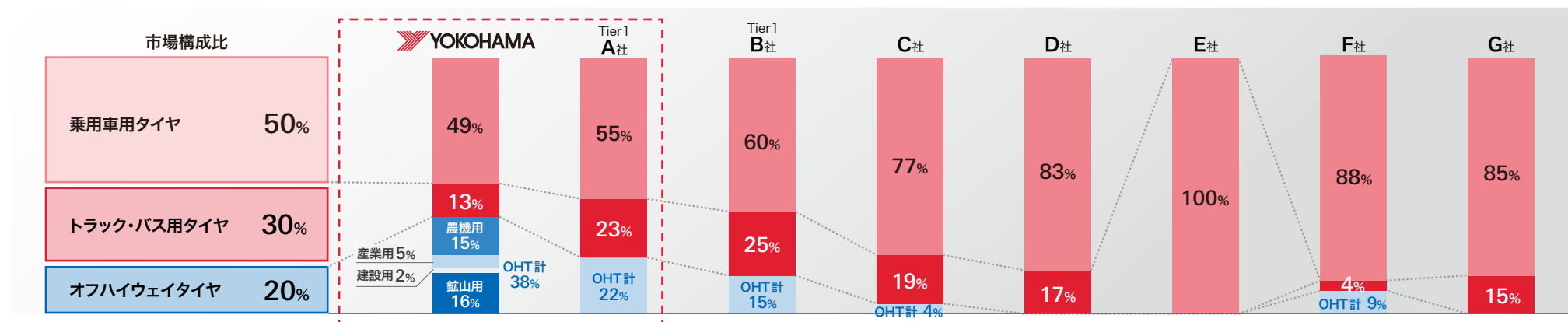
タイヤ事業の大戦略が実現した「Best Alternative(最善の選択肢)」

当社の主要市場における販売先の約6割を占めるのは、特定のメーカーに属さない独立系タイヤディーラーです。彼らは発注・物流・在庫管理の効率化を極めて重視しており、乗用車用からトラック・バス用、さらには農業・建設機械用といった生産財まで、多品種を1社からまとめて仕入れることを強く求めています。

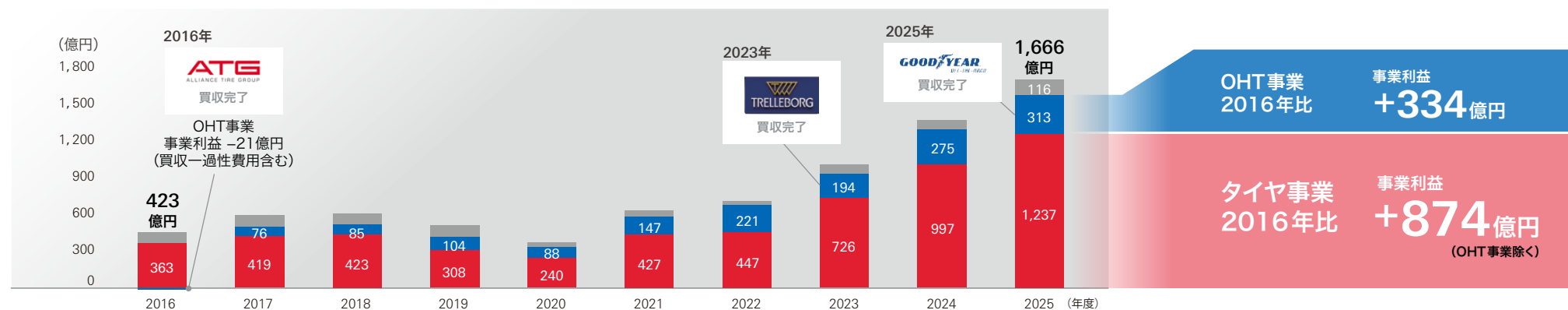
当社は、長年にわたる大戦略の実行と相次ぐM&Aによって、世界中のあらゆる現場のニーズに応えるフルラインアップ体制を完成させました。これにより、ディーラーにとって「横浜ゴムに頼めば、あらゆる品種で高

品質な製品がすべて揃う」という、唯一無二の「Best Alternative」としての地位を確立しました。この独自のポジションは、競合他社が容易に模倣できない強力な参入障壁となっています。単なる製品供給にとどまらず、ディーラーのビジネス全体の効率化に貢献することで、新規顧客の獲得と既存取引の深化を同時に実現しました。結果として、買収した事業のみならず、既存のタイヤ事業を含む全品種での増収増益のモメンタムを力強く支えており、これこそが大戦略によって導き出された最大の成果と言えます。

Best Alternative: ※業界で唯一 Tier1 Topメーカーに匹敵する商品ラインアップ



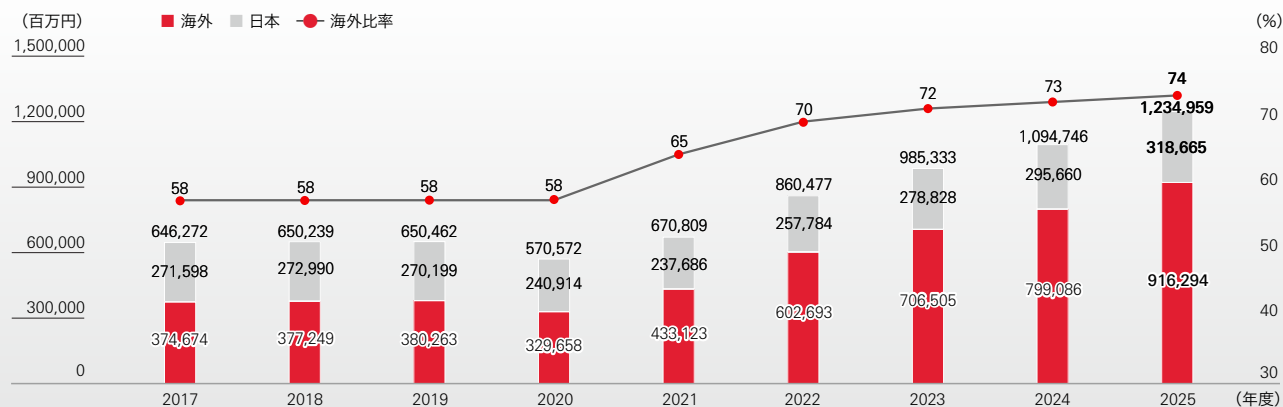
事業利益成長(2016年～2025年)



タイヤ事業のグローバル戦略

横浜ゴムグループは、北米、中国、欧州の各市場において、タイヤ消費財と生産財の優れた技術力とブランド訴求により、独自のグローバル戦略を展開しています。地域に精通したローカル人材を中心とした経営体制でさらなる成長を目指します。

海外売上収益・比率の推移



※ 2020年度実績には2021年11月に譲渡したハマタイト事業の実績が含まれています。

地域の多様な強みから生まれるグローバル成長

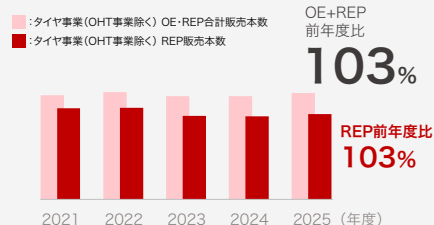
当社グループは、2016年のATG買収以降、M&Aを積極的に推進することで事業規模を拡大し、2025年にはグッドイヤー社の OTR 事業の買収を完了させました。これにより、グローバル市場におけるプレゼンスは一段と強固なものとなりました。海外売上収益比率が7割を超える中、タイヤ事業における地域別・販路別の詳細な分析と改善活動を継続し収益性の向上を目指すとともに、ローカルプロフェッショナル経営者を積極的に登用し、権限を委譲することで、各地域特性に応じた戦略を遂行していきます。

北米事業



Jeff Barna
専務執行役員

販売実績本数推移(OHT事業除く)



OE:新車装着用タイヤ REP:補修・交換用タイヤ

北米事業は、タイヤ事業の利益面での最大の貢献販路として牽引役を果たしています。補修・交換用タイヤ市場を中心に、高品質とリーズナブルな価格により Tier1 ブランドからのトレードダウンの受け皿としての地位を確立、大手小売の優良顧客との関係を強化して販路を拡大しつつ、米国北東部などシェアの低い地域を重点的に攻略する計画です。

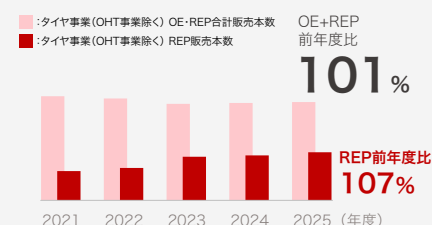
商品戦略では、拡大が期待される CUV/SUV 向け「GEOLANDAR」を成長軸と位置づけ、未舗装道路用のオフロード市場での商品認知を活かして市街地走行用のオンロード市場での一層の拡販に取り組みます。さらに、メキシコ新工場の建設(2027年量産開始)と既存工場の再編により生産体制を最適化し、乗用車用タイヤのコスト競争力を高めます。

中国事業



范明
常務執行役員

販売実績本数推移(OHT事業除く)



OE:新車装着用タイヤ REP:補修・交換用タイヤ

中国事業は、外資系タイヤメーカー No.1 の地位確立を掲げ、グループ全体の成長を牽引しています。現在の中国市場は、国内経済への先行き懸念はあるものの、政府の支援策や農村部でのモータリゼーション進展により、自動車の生産・販売台数は増加する見通しです。

当社は日系自動車メーカーの減産をカバーすべく、中国現地自動車メーカー(COE)向けの開発・販売を強化するとともに、販路構造の再構築を通じて補修用タイヤの販売増に努めています。

2025年度には、これら販売拡大を支える供給基盤として杭州に新工場を立ち上げ、現地の供給能力を大幅に増強しました。今後も、開発機能の現地化とリードタイム短縮を徹底し、現地のニーズに即応した商品を迅速に投入していく計画です。

タイヤ事業のグローバル戦略

欧州事業



Gregorio Borgo
常務執行役員

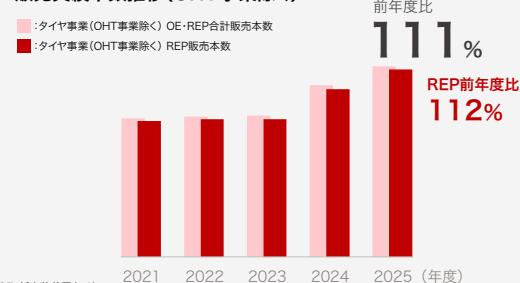
欧州は横浜ゴムのタイヤ事業において最も急成長している地域であり、2025年度の販売本数は前年度比111%となり、日本市場とともにグローバル全体の販売増に貢献しています。既存顧客に対するハイインチタイヤなどの高付加価値商品の販売強化により、顧客当たり販売金額は2021年度比で2.6倍となりました。

今後はハイインチタイヤとトラック・バス用タイヤの拡大に注力するとともに、ポルシェ、BMW Mシリーズ、メルセデスAMGなどのプレミアムカーやEV向けの新車装着にフォーカスします。

加えて新商品「ADVAN WINTER」などの投入により一層事業の拡大を図ります。また、ドイツ、イギリス、東欧などの需要地域で新規販路の拡大に努め、トップクラスの卸売業者との協業により物流効率を向上させていきます。

刷新したマネジメント体制のもと、プレミアムブランドの地位を強化し、さらなる成長を目指します。

販売実績本数推移(OHT事業除く)



OHT事業



Nitin Mantri
取締役専務執行役員
兼 Co-CEO

OHT事業は、ATGの買収以降、積極的な投資戦略とCo-CEOのNitin Mantriを中心とする経営陣のもと、売上高を5年間で倍増させるなど高い成長性を実現しています。

2024年にOHT事業をY-ATG、Y-TWS、Y-OTRの3つのカンパニーに再編し、2025年にはグッドイヤー社のOTR事業を買収しました。Y-TWSとY-OTRはプレミアムセグメントに特化し、Y-ATGはバリューセグメントに注力します。

各市場に合わせた戦略を展開するため、各カンパニーは独立した営業機能を維持しながら、調達や生産などのバックエンド機能を統合することでシナジーを最大化し、年間約6%の長期成長を維持すると見込まれるOHT市場において、市場の成長率を超えるパフォーマンスを目指していきます。

Yokohama ATG(Y-ATG)



(左) **Anil Gupta**
執行役員



(右) **Angelo Noronha**
執行役員

Y-ATGは、インドを中心とした工場における効率的な生産によるコスト競争力と開発スピード、ニッチ商品の早期投入という強みを活かして、「Alliance」などのバリューセグメントの農業機械・建設車両用タイヤを全世界の販売代理店を通じて販売しています。収益性が高く好不況のサイクルの影響を受けにくい補修・交換用タイヤに注力しており、北米市場で高い市場プレゼンスを持っています。今後も市場プレゼンスの拡大とさらなる成長を目指していく計画です。

Yokohama TWS(Y-TWS)



Elio Bartoli
Yokohama TWS President

Y-TWSは、農業機械・産業車両メーカーとの共同開発に裏打ちされた高い技術力とブランド力という強みを持ち、欧州を中心に地産地消で「Trelleborg」などのプレミアムセグメント向け農業機械・産業車両用タイヤを販売しています。新車装着用タイヤ市場において高いシェアを誇りますが、同市場は好不況の影響を受けやすいため、今後は補修・交換用タイヤにも注力していきます。また、重要市場の米国においても、さらなるシェア拡大を目指します。

Yokohama OTR(Y-OTR)



Loïc Ravasio
Yokohama OTR President

2025年2月にグッドイヤー社OTR事業(G-OTR)の買収が完了し、「統合OTR事業」の責任者としてLoïc Ravasioが就任しました。当社の既存OTR事業とG-OTRの強みを融合することで、生産拠点網と供給力は大きく広がり、超小型から超大型まであらゆるニーズに応える体制が整いました。日米のR&D連携による製品開発や、ルーマニア新拠点の取得による欧州展開を推進し、世界第2位のOTRサプライヤーを目指します。

製品・サービス ～持続可能な社会に貢献する製品・サービスの提供～

横浜ゴムグループは、独自技術による高品質・高性能な製品の提供と、DXを活用した革新的なサービスを通じて、安全で快適なモビリティ社会と経済・社会の発展に貢献し、持続可能な社会の実現を目指します。

考え方

横浜ゴムグループは、「横浜ゴムグループ行動指針」に基づき、安全・高品質な製品・サービスの提供を目指しています。タイヤやホース配管、工業資材など、移動と産業を支える製品の開発において常に技術の先端に挑戦し、品質・性能の向上を図るとともに、DXを活用したサービスによる顧客の利便性・効率性の向上を追求し、新たな価値の創出に取り組んでいます。

2025年度の進捗・KPI

KPI	目標	2025年度実績	評価
① E+マーク(電動車対応)タイヤの商品数	2026年度:10商品	7商品	○
② VF(Very High Flexion)規格およびPFO(Pressure Field Operation)規格※1に適合したタイヤサイズ数	2026年度:合計384サイズ	合計283サイズ	△
③ DXを活用したタイヤのマネジメント/メンテナンスサービス(T.M.S)の利用数(車両登録台数/タイヤ点検本数)	2026年度: 車両登録台数 5万台 タイヤ点検本数 年間45万本	53,567台 314,092本	◎ △

※1 農作物の根への影響を最小限に抑える低圧走行可能なタイヤの規格

電動車対応のタイヤ商品数増加の取り組み

当社グループは、カーボンニュートラルの潮流とEV普及拡大に対応するため、電動車※2対応タイヤの商品数増加に取り組んでいます。2026年度に10商品とすることを目標に掲げており、2025年12月時点で「E+」マーク(電動車対応)タイヤの商品数は7商品となりました。

「E+」マークは、バッテリー搭載による高荷重やモーターによる高トルク出力への対応に加え、エンジン音のない静かな電動車にふさわしい静粛性、車両の電費・エネルギー消費効率向上、航続距離拡大といった、EV特有のニーズに応える技術を搭載したタイヤに付与されます。



タイヤサイドに施された「E+」マークの刻印



「E+」マーク

プレミアムEV市場の拡大に対応するため、EV専用ウルトラハイパフォーマンスマータイヤ「ADVAN Sport EV」を開発したほか、上質な静粛性が持続するプレミアムコンフォートタイヤ「ADVAN dB V553」や、SUV・ピックアップトラック用のハイウェイテレーンタイヤ「GEOLANDAR X-CV」などにも「E+」マークを付与しています。

また、トラック・バス用タイヤにも「E+」マークを導入し、国内で「507U」、欧州で「120U」を販売するなど、商用车領域においても電動車対応を強化しています。

2025年度は、EVの普及が進む中国市場において、中国EVメーカーのハイグレード車種を中心に新車装着用タイヤとして「ADVAN Sport EV」の納入を推進し、実績を重ねています。

今後も研究開発や新車装着を強化し、脱炭素社会の実現に貢献していきます。

※2 電動車にはBEV(バッテリー電気自動車)、EV(電気自動車)、PHEV(プラグインハイブリッド自動車)、HEV(ハイブリッド自動車)、FCEV(燃料電池自動車)を含む。



「E+」マークの付与された乗用車用タイヤ



「E+」マークの付与されたトラック・バス用タイヤ

高付加価値オフハイウェイタイヤサイズ数増加の取り組み

オフハイウェイタイヤの分野では、「高付加価値オフハイウェイタイヤの提供を通じた経済・社会の発展への貢献」という目指す姿の実現に向け、VF規格およびPFO規格に適合したタイヤサイズ数の増加をKPIとしています。2025年12月時点の実績は合計283サイズで、2026年度には合計384サイズを目標としています。

VF規格適合タイヤ(以下VFタイヤ)は、従来のラジアルタイヤと比較して40%低い空気圧で同等の荷重を支えることが可能です。低圧走行は土壌への圧力を軽減し、土壌圧縮によるダメージを抑制します。土壌圧縮は、



PFO規格適合タイヤを装着した農業機械

製品・サービス ～持続可能な社会に貢献する製品・サービスの提供～

空気や水の流れを阻害し、作物の根の成長を妨げるため、収穫量の減少につながるという研究結果も報告されています。VFタイヤの導入により土壌圧縮が低減し、作物の生育が促進されることで、生産性が向上し、作業効率や燃費の改善にもつながります。

さらに、VFタイヤの低速走行時の荷重負荷能力を強化したPFO規格適合タイヤ(以下PFOタイヤ)のラインアップ拡充も進めています。PFOテクノロジーを搭載したタイヤは、VFタイヤよりもさらに低い空気圧での走行が可能となり、土壌圧縮をより一層低減することができます。土壌への影響を最小限に抑えながら、大型

農業機械の使用を可能にし、作業効率の向上にもつながります。

VFタイヤとPFOタイヤの両方を供給できるメーカーは、世界でも数社に限られています。あらゆるニーズに対応する豊富なラインアップを保有し、ユーザーに信頼される高品質タイヤと充実したアフターサービスを提供することで、農家の生産性向上、環境負荷低減、食料の安定供給に貢献し、持続可能な社会の実現を目指します。



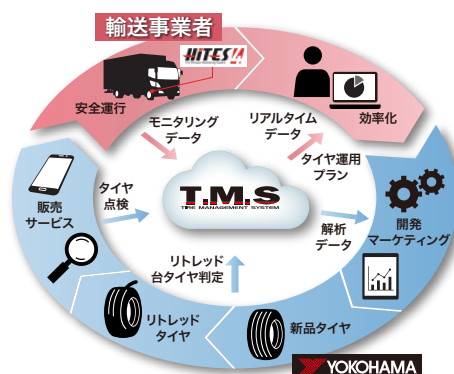
PFO 規格適合タイヤTM1000

DXソリューションの拡充と展開 —タイヤ管理の最適化—

「DXを活用したサービスによる顧客の利便性・効率性の向上」という目指す姿の実現に向け、「T.M.S.」(タイヤマネジメントシステム)の展開を強化しています。

同システムは、タイヤ点検や装着されたセンサーから空気圧・温度・摩耗状況などのデータを収集し、クラウド上で一元管理する旅客・貨物運送事業者向けのソリューションです。クラウドを介してタイムリーに情報を共有し、「タイヤのプロ」が摩耗予測や最適な商品・運用プランを迅速に提示することで、輸送ビジネスが直面する諸課題の解決に寄与しています。

「T.M.S.」の概念図



「T.M.S.」によるタイヤ点検の様子

近年は、AIを用いた空気圧判定技術や空気圧や温度、摩耗状態をリモートかつリアルタイムで可視化する技術など、次世代のタイヤソリューション技術の開発を先駆的に推進。これらを「T.M.S.」へと統合することで、プラットフォームのさらなる高度化を図っています。

2025年には、タクシー事業者向けに空気圧センサーと「T.M.S.」を連携させた新ソリューションサービスの提供を開始しました。本サービスは、安全運行の徹底、タイヤ関連コストや作業負荷の軽減、さらには最適な運用管理ま

でを包括的に支援する先進的なシステムです。ホイールに装着したバルブ式センサーが空気圧と温度を検知し、クラウドへ自動送信することで、始業前点検から運行中のリアルタイム監視、運用管理に至るまで一気通貫のサポートを実現しています。

2003年のサービス開始以来、「お客さまの困りごと解決」のためにサービス拡充を重ねてきた「T.M.S.」は、2026年度目標として車両登録台数(累計)5万台、年間タイヤ点検本数45万本を掲げています。進捗としては、2025年12月時点で車両登録台数が53,567台に達し、目標を前倒しで達成。年間のタイヤ点検本数は314,092本となり、計画達成に向けて着実に成果を積み上げています。

タクシー事業者向けタイヤソリューションサービスの概略図



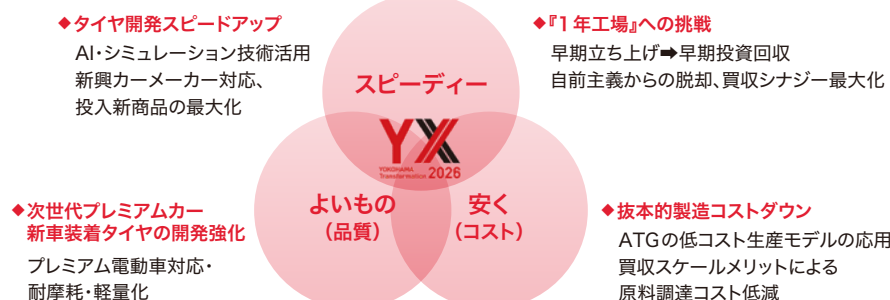
技術・生産戦略

「よいものを、安く、スピーディーに」をモットーに、独自の技術力で従来以上の高性能・高機能を追求するとともに、抜本的製造コストダウンやAIを活用した開発の迅速化に取り組み、企業価値の最大化を追求します。

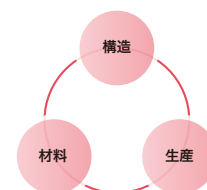
技術・生産戦略の基本方針

プレミアム商品では、AGW（「ADVAN」、「GEOLANDAR」、「ウィンタータイヤ」）の販売比率最大化を目指し、独自技術による高性能化や次世代プレミアムカーへの新車装着拡大により差別化を実現します。一方、スタンダード商品は開発・生産の効率化で競争力を高めます。さらに基盤として、AI活用による「タイヤ開発のスピードアップ」と「抜本的製造コストダウン」を推進し、グループ全体の企業価値最大化を追求します。

「よいものを、安く、スピーディーに」



構造、材料、生産の各技術を融合



目指す特性・技術

- ▶ **高速域ドライ路面での操縦安定性の向上**
欧州における速度無制限区間での高速運転を想定した
高い性能が求められる
- ▶ **軽量化と低転がり抵抗 / 高剛性の両立**

抜本的製造コストダウン

「安く」の実現に向けた施策として、抜本的製造コストダウンに向けて、原材料費と加工費の削減を推進しています。

原材料費においては、従来の調達先から間口を広げて新興国のサプライヤーを積極的に選定しています。厳しい品質基準のもと、全部門で情報共有しながら評価・採用プロセスを進めることでリードタイムを短縮し、削減効果を前倒しで実現しています。

加工費においては、海外工場での生産サイズ・品番変更の最小化や変更時間の短縮により、既存設備の能力・稼働率を高め、ハインチ品の生産能力増強を進めています。また、燃料転換等によるエネルギー費用の削減も順調に進捗しています。



次世代プレミアムカー 新車装着タイヤの開発強化

「よいものを」を実現する取り組みとして、次世代プレミアムカー用新車装着タイヤの開発を強化しています。直近ではBMW MシリーズやメルセデスAMG、ポルシェといった、極めて高い性能・品質が求められるハイパフォーマンスカーへの納入を拡大しており、こうした実績を通じて着実に技術力を向上させてきました。現在、欧州メーカーからは、車両重量増加への対応に加え、時速200km以上の超高速域における操縦安定性の向上、高剛性化、さらには軽量化や低転がり抵抗といった相反する性能の高度な両立が求められています。こうした厳しい要求に迅速かつ的確に応えるため、新城南工場での開発設備増強を計画しています。新しい設備の導入により、タイヤの構造、材料、生産の各要素技術を融合させ、目標とする高い性能・特性の実現を追求していきます。



背景／概要

- ▶ 欧州プレミアムカーメーカー要求品質の難易度高まりへの対応
- ▶ さらなる高い技術特性の実現、性能・品質の均質化
- ▶ 建屋増設、新成形機を導入

サプライヤー選定

新興国サプライヤー拡充
(金属・ゴム薬品を中心)

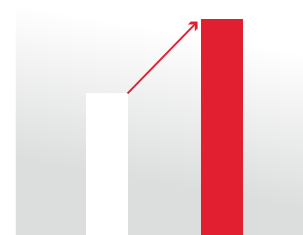
評価

横浜ゴム品質基準を適用
高い品質を維持しつつ評価リードタイム短縮

採用

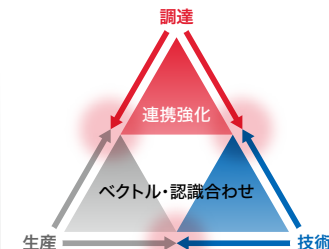
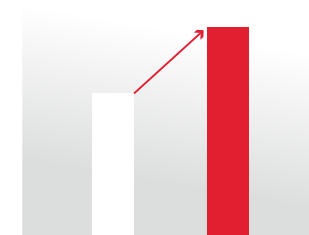
セクショナリズム排除
活動の見える化
全部門ベクトル同一化
(面積刈り取りの前倒し)

新規サプライヤー採用数
従来比 **150%※**



※ 直近5年平均

原価低減アイテム数
従来比 **145%※**



技術・生産戦略

タイヤ開発スピードアップ

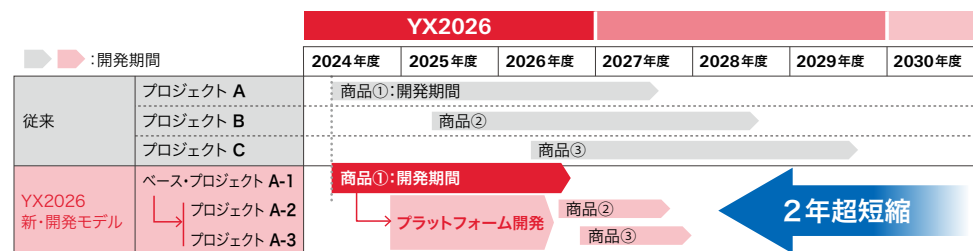
「スピーディーに」の実現に向けた施策として、タイヤ開発のスピードアップを推進しています。

具体的な取り組みとして、ベースとなる商品開発と同時に、第2、第3の商品開発の土台となるプラットフォームの構築を行う「新・開発モデル」を導入しました。同モデルによる開発は順調に進んでおり、2026年下期の一部商品上市を皮切りに、2027年には大型商品の市場投入を見込んでいます。あわせて、第2、第3の商品開発の土台となる共通パーツの基礎開発も進めています。

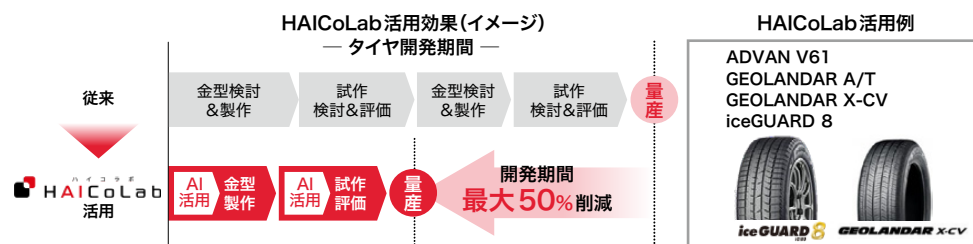
当社独自のAI活用フレームワーク「HAICoLab（ハイコラボ）」も、開発のスピードアップにおいて必要不可欠な存在となっています。材料の配合生成や特性値予測、XAI（説明可能なAI）を活用した設計支援に加え、2026年にはシミュレーション（FEM：有限要素法）とAIを融合した金型設計支援システムを独自開発しました。これにより、材料から金型設計に至る各プロセスでAI活用を進めています。

従来のタイヤ開発では、仕様決定までに金型の検討や製作、タイヤの試作・検討・評価を幾度も繰り返し、多くのトライアンドエラーを要していました。これに対し、HAICoLabによる仮想空間での膨大な計算を導入することで、物理的な試作回数を抑制し、AIが定量的に可視化する設計指針が技術者の経験を補うことで、手戻りの少ない開発を実現しました。この仕様検討プロセス全体の効率化により、開発リードタイムの最大50%削減という目標達成に向け、着実な進捗を見せています。

新・開発モデル1号商品の進捗



AIフレームワーク「HAICoLab」活用



「1年工場」への挑戦

「安く」「スピーディーに」を実現する施策として、「『1年工場』への挑戦」を掲げ、当社がこれまで培ってきた知見に加えて、現地で実績のある協力企業のノウハウも取り入れることで、早期立ち上げと低コスト・高効率な生産体制の構築を進めています。従来は2～4年かかっていた建設着工から試作開始までの期間を「1年以内」へと大幅に短縮することで、市場変化に迅速に対応し、早期の投資回収および収益最大化を目指します。

中国新杭州工場

中国の杭州では、現地政府の移転要請を機に乗用車用タイヤ新工場を建設し、目標を1カ月前倒しした「11カ月工場」として2025年11月より試作タイヤの生産を開始しました。現地パートナーの協力により投資額を抑えつつ、生産能力を900万本へ増強し、フル生産時の製造コストは旧工場比26%減を見込んでいます。



中国新杭州工場

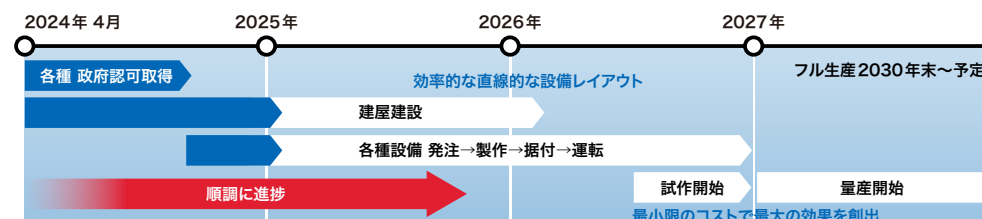


メキシコ新工場

メキシコにおいては、北米市場への供給能力強化を目指し、年産500万本の乗用車用タイヤ新工場を建設中です。Y-ATGのマネジメント層が持つノウハウを建設に活用し、徹底した投資規律により投資回収期間を8.8年へと大幅に短縮しました。2026年後半の試作開始、2027年の量産開始に向けて、順調に建設が進捗しています。



メキシコ新工場



OHT 事業の成長戦略

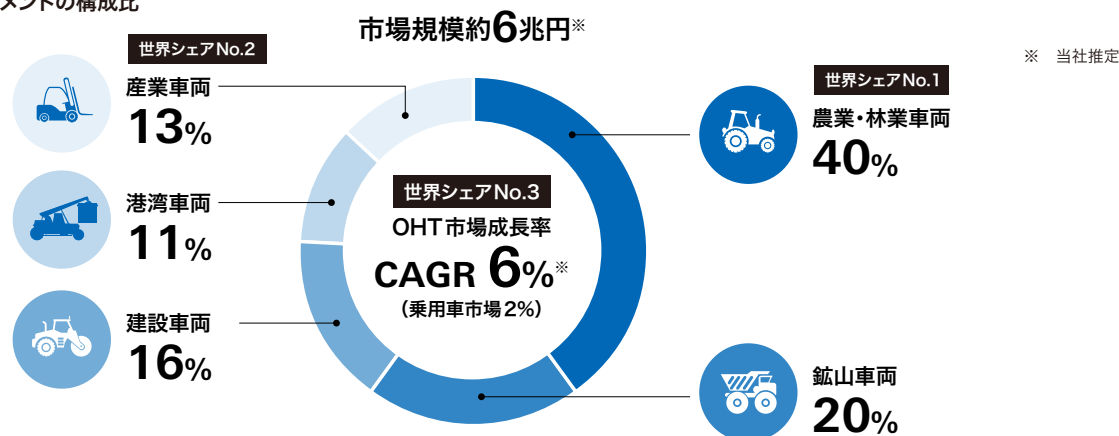
高い成長性と参入障壁を持つOHT市場。横浜ゴムはM&Aにより全製品群をカバーするフルラインアップ化を達成し、世界3位の地位を確立しました。マルチブランド戦略や販売網・アフターサービス体制という強みを活かし、市場を上回る持続的な成長を目指します。

OHT 市場の成長のポテンシャル

OHTは、タイヤ業界において最も高い成長ポテンシャルを持つセグメントです。

OHTを構成する主要なサブセグメント(品種)は、「農業機械用タイヤ」「産業・港湾車両用タイヤ」「建設車両用タイヤ」「鉱山車両用タイヤ」の4つであり、それぞれの産業における需要増加を背景に、年平均約6%の堅調な成長が期待されています。

OHT 市場のサブセグメントの構成比



OHTセグメントの参入障壁

OHTセグメントは高い成長性ととも、高利益率の源泉となる「参入障壁の高さ」が特徴です。多様な環境や用途で稼働する車両を支えるため、技術(開発・設計)、生産、販売の各段階において独自の専門性とノウハウが要求され、新規参入が容易ではありません。

具体的な参入障壁を形成する要因は以下の通りです。

高い技術力

OHTは、その用途や地域で異なる多種多様なニーズに対応するため、6千種類を超える膨大な製品ラインアップを揃える必要があります。特に鉱山用ダンプトラック向けの超大型タイヤの設計や開発には、極めて高度な技術とノウハウが要求されます。

生産開発の難しさ

労働集約的であり熟練作業員の技術に大きく依存する上、高馬力トラクターや鉱山車両に使用される大型タイヤは寸法面でも生産が簡単ではありません。また、多様なニーズに応える多品種少量生産体制を維持する柔軟性も求められ、OHTの生産を難しいものにしています。

販売網・アフターサービス体制

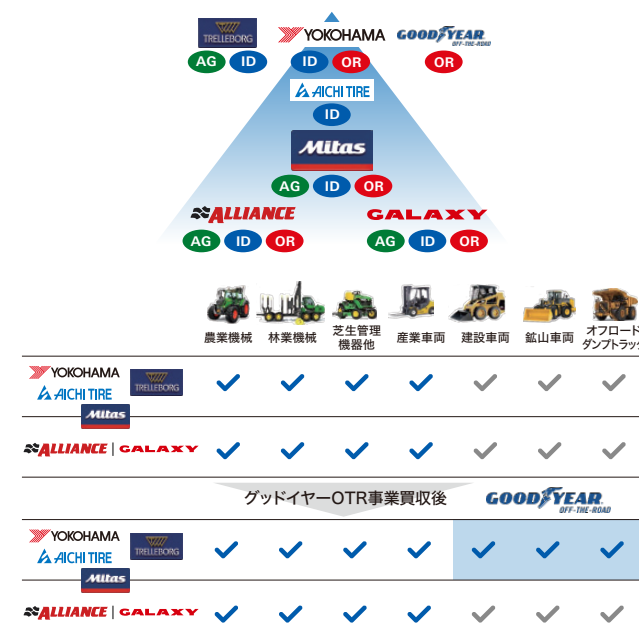
販売面では製品種別で異なるアプローチが求められ、特にアフターセールスやフィールドサービスが重要になります。お客様の車両の稼働を止めることがないよう高度なサポートが必要となるため、世界中に専門エンジニアを配置し、迅速で的確なサポートの提供が不可欠です。

OHTにおけるブランド戦略

当社は、ATGやTWSの買収により農業機械用タイヤでトップシェアとなり、「Trelleborg」「Mitas」「Alliance」「Galaxy」と多様な価格帯のブランドを持っています。各々に最適化した生産体制を構築し、景気に合わせて商品構成をアジャストすることで、収益とシェアを最大化できることが強みです。

さらにグッドイヤー社のOTR事業買収により、小型フォークリフト用から超大型鉱山車両用タイヤまでOHT全製品群のフルラインアップ化が実現し、強みは一層強化されました。

今後はこの幅広い製品群を最大限に活かし、お客様の多様なニーズに的確に応え、事業のさらなる成長を目指します。



OHT事業の成長戦略

M&Aシナジーによる収益力強化

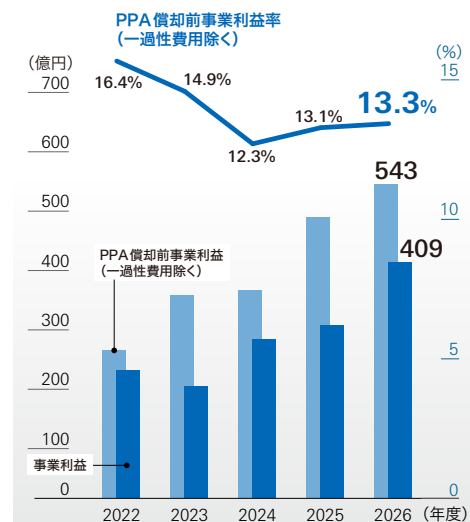
OHT事業では、TWSやグッドイヤー社OTR事業（G-OTR）といった大型買収によるM&Aシナジーの早期刈り取りが、収益力強化の強力な推進力となっています。

まず、TWS買収に伴うコストシナジーについては、スケールメリットを最大限に活用することで、「2027年に年間5,000万USドルの改善」という当初目標を1年前倒し、2026年度には目標を上回る約6,000万USドルの改善効果を達成する見込みです。

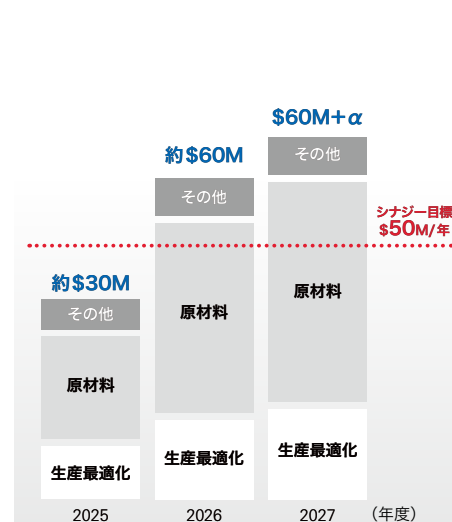
同時に、低収益・余剰資産の整理や一部工場の閉鎖を実施するとともに、各OHT工場間におけるベストプラクティスの共有や、バックオフィスの共用化によるコスト削減を徹底しています。

また、新たに加わったG-OTRの事業統合においては、生産面での最適化を進めています。具体的には、引き続き多くの製品について高コストなグッドイヤー社の工場から供給を受けているため、これらの生産を当社グループ内の低コスト拠点へ移管し、収益構造の改善を図ります。

OHT事業



M&Aシナジー刈り取り

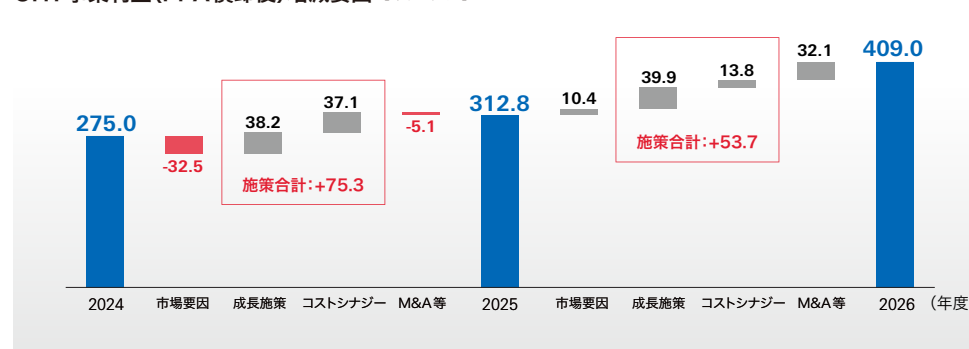


事業利益の成長ロードマップ

OHT事業の事業利益は持続的拡大への成長ロードマップを描いています。2025年度は厳しい市場環境やM&A費用の発生にもかかわらず、市場平均を大きく上回る313億円（前年比14%増）を達成しました。

2026年度は独自の成長施策やコストシナジーの創出で54億円の増益を見込み、前年比31%増となる409億円を計画しています。今後は標準的な市場回復シナリオのもと、年平均約20%で成長し、2029年に約700億円の事業利益基盤の確立を目指します。

OHT事業利益（PPA償却後）増減要因 [単位：億円]



成長施策

2025年度に引き続き、2026年度も多くの新製品や新サイズ投入を計画しています。また、イノベーションに注力するとともに、高収益ニッチ分野へのポートフォリオ拡大を進めます。

農業機械用タイヤにおいては、マルチブランドの価値をフル活用し、競合他社の撤退等を商機として標準装着の新車装着用タイヤで地位向上を図ります。補修・交換用タイヤでは、「Mitas」を他社対抗ブランドと位置づけ、2桁成長を目指します。

コストシナジー

イスラエルのハデラ工場、チェコのプラハ工場、米国のスパルタンブルグ工場などの低収益・余剰資産の整理と再編を進め、需要急変に対応できる生産体制の柔軟性を強化します。

また、高コストなグッドイヤー社の工場からの製品供給を、ルーマニア工場、日本の尾道工場・たつの工場といった当社グループ内の低コスト拠点での生産に切り替えます。

YX2026の進捗 タイヤ事業(タイヤ消費財)

タイヤ事業

タイヤ消費財

高付加価値商品比率の最大化

タイヤ消費財では、「高付加価値商品比率最大化」を掲げ、ウルトラハイパフォーマンスタイヤ、SUV・ピックアップトラック用タイヤ、ウィンタータイヤの3つのカテゴリーに注力しています。「ADVAN」「GEOLANDAR」「ウィンタータイヤ」の販売を積極的に推進し、収益力の向上を目指します。

2025年度の活動実績

2025年度のタイヤ消費財事業は、全社の基盤事業として増収増益を牽引しました。増販と商品ミックスの改善を同時に進める「Best Alternative戦略」が成果を上げ、既存タイヤ事業において業界トップクラスとなる事業利益率16.5%を達成しています。

当社が高付加価値商品と位置づける「ADVAN」「GEOLANDAR」「ウィンタータイヤ」(AGW)および「18インチ以上」の全カテゴリーにおいて、前年比2桁増の高い成長率を達成しました。カテゴリー別の販売実績は、「ADVAN」が前年比120%、「GEOLANDAR」が同110%、「ウィンタータイヤ」が同110%、「18インチ以上」が同112%と好調に推移しています。なお、2025年度のAGWの販売構成比率は44%となり、45%の目標を下回りましたが、これは「Best Alternative戦略」の効果により、AGW以外の乗用車用タイヤの販売も順調に伸びたことによるものです。

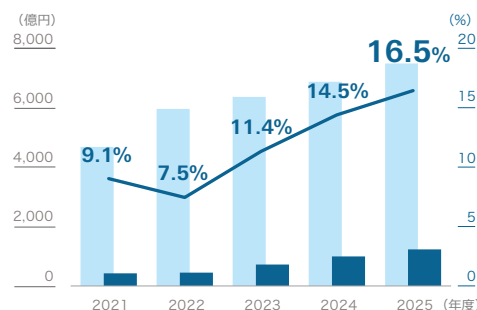
地域別の販売実績については、新車装着用タイヤと補修・交換用タイヤの合算で、すべての地域(日本、北米、欧州、中国、アジア、インドなど)で販売増となり、全体で前年比105%の伸長となりました。特に補修・交換用タイヤにおいては日本と欧州が牽引し、グローバル全体で前年比107%と好調に推移しました。

日本においては、新車装着用の新規納入拡大に加え、補修・交換用での営業活動が実を結び、夏・冬タイヤ共に増販となりました。

欧州においては、既存顧客へのハイインチタイヤを中心とした増販が好調に推移しました。また、顧客当たりの販売金額は2021年比で2.6倍へと大きく拡大しました。

北米においては、新車装着用においてSUVやCUVの新規納入が増加しました。補修・交換用においても厳しい市況の中、需要並みの販売実績を維持しました。

タイヤ事業:売上・事業利益・事業利益率
(OHT事業除く)



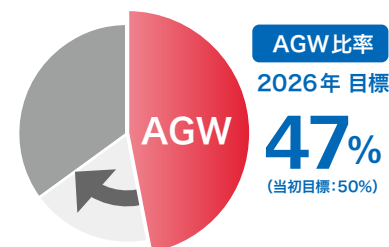
2026年度の重点施策

2026年度も引き続き、地域の特性に合わせた開発・販売強化に努め、「ADVAN」「GEOLANDAR」「ウィンタータイヤ」(AGW)そして「18インチ以上」のカテゴリーすべてで大幅な販売伸長を見込み、タイヤ消費財全体に占めるAGW比率を47%まで高める計画です。加えて高付加価値商品比率の最大化のため、プレミアムカーへの新車装着の推進を継続し、ブランド価値向上に努めます。

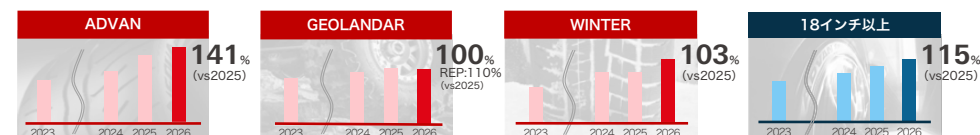
また、高付加価値商品だけでなく、スタンダード商

品についてもコスト競争力を高め、販売数量全体を伸ばしていく方針です。インドのヴィシャカパトナム、メキシコおよび中国杭州に乗用車用タイヤの新工場を立ち上げ、グローバルでのコスト競争力を強化します。

各地域別における市場特性に合わせた商品・地域事業戦略は、経験豊富なローカルマネジメントを核に推進し、地域別の販売計画においては、本年度も全地域での増販を目指します。



タイヤ消費財高付加価値商品販売計画 OE/REP合計 OE:新車装着用タイヤ REP:補修・交換用タイヤ



YX2026の進捗 タイヤ事業(タイヤ消費財)

モータースポーツ活動

横浜ゴムがモータースポーツに取り組む意義

横浜ゴムは、トップカテゴリーからグラスルーツ・カテゴリーまで、国内外のさまざまなモータースポーツにタイヤを供給しています。モータースポーツはタイヤ開発における壮大な実験場と位置づけ、競技で培った技術を高性能・高品質な新車用および市販用

タイヤの開発にフィードバックしています。さらに、自動車のCO₂排出量を削減するタイヤの転がり抵抗低減や静粛性、安全性を高めることはもちろんのこと、付加価値である「操る楽しさ」を追求することで、タイヤメーカーとしての責務を果たします。

再生可能原料・リサイクル原料比率46%のタイヤをスーパーフォーミュラに供給

当社は、モータースポーツの持続可能な発展を目指す活動の一環として、(株)日本レースプロモーションが進めるプロジェクト「SUPER FORMULA NEXT50(ネクスト・ゴー)」に賛同し、2023年から再生可能原料・リサイクル原料を活用したレーシングタイヤを供給しています。2026年2月には「全日本スーパーフォーミュラ選手権」のオフィシャルタイヤパートナーとしてコントロールタイヤの独占供

給契約を更新し、2030年まで同原料を活用した「ADVAN」レーシングタイヤをコントロールタイヤとして供給を継続します。2025年には同原料比率を約46%まで高めたタイヤの供給を実現しました。走行性能のさらなる向上も追求し、特にウェット用タイヤではウォームアップ性能をはじめとしたグリップ性能を高めています。



全日本スーパーフォーミュラ選手権(2025年)



再生可能原料・リサイクル原料を使用した「ADVAN」レーシングタイヤ

ニュルブルクリンク耐久シリーズ第8戦で総合優勝

当社のグローバルフラッグシップタイヤブランド「ADVAN」装着車が、2025年9月14日にドイツで開催された「ニュルブルクリンク耐久シリーズ」の第8戦で総合優勝しました。世界一過酷なコースと言われるニュルブルクリンクで開催される本レースにおいて、「ADVAN」レーシングタイヤが優れたグリップ力と耐久性を発揮し、勝利を足元から支えました。総合優勝したのは最高峰クラスのSP9 Proから参戦した「Haupt Racing Team」の6号車「Ford Mustang

GT3」で、本レースでの勝利は「ADVAN」の優れた性能とブランド力を強く印象付けました。



総合優勝した「Ford Mustang GT3」

アジアクロスカントリーラリーで2年ぶりの総合優勝

当社のSUV・ピックアップトラック用マッドテレーンタイヤ「GEOLANDAR」装着車が2025年8月8日から16日にタイで開催されたアジア最大のクロスカントリーラリー「アジアクロスカントリーラリー 2025」で総合優勝を果たしました。「GEOLANDAR」装着車は2022年、2023年にも総合優勝を果たしており、ゆるぎない優れた走行性能と耐久性を武器に、今回も過酷なオフロードレースでの勝利を足元から支えました。「GEOLANDAR」シリーズは「アジアクロスカ

ントリーラリー」をはじめ、北米やメキシコなどの著名なオフロードレースで数多くの優秀な成績を残しています。



総合優勝した三菱自動車の「トライトン」

今後に向けて

当社は、再生可能原料やリサイクル原料などを用いたレーシングタイヤの開発を推進し、実戦におけるデータに基づいた環境負荷低減技術の開発に取り組んでいます。

ブランド力強化の面では、「ADVAN」では「SUPER GT」「ニュルブルクリンク 24 時間レース」「Pikes Peak International Hill Climb」でさらなる勝利と総合優勝を目指し、「GEOLANDAR」では北米・アジ

アのトップオフロードレースに挑戦し勝利することで、強固なグローバル認知度の確立を目指します。

今後も、再生可能原料・リサイクル原料を使用したレーシングタイヤの開発を継続するとともに、そこで得られた知見・ノウハウを新車装着用や補修・交換用タイヤの開発に活かすことで、タイヤの環境性能向上とサステナブルなモータースポーツの発展に貢献していきます。

YX2026の進捗 タイヤ事業(タイヤ生産財・OHT)

タイヤ事業

タイヤ生産財・OHT

独自の成長戦略とシナジー創出の本格化

今後の高い成長が期待できるOHT市場においてマルチブランド戦略を展開するとともに、2025年2月に買収したグッドイヤー社のOTR事業とのシナジー創出を当社グループ全体で本格化し、収益を伴った成長を目指します。

2025年度の活動実績

2025年度は、農業機械市場が歴史的な低水準にある厳しい環境下でしたが、グッドイヤー社のOTR事業(G-OTR)の買収完了を中心に着実な成果を上げた1年となりました。

2025年2月に買収を完了したG-OTRが加わったことで「Best Alternative」の全品種ラインアップが揃い、10年以上にわたり推進してきた、消費財と生産財の事業比率を世界市場と同じ「1:1」にするという大戦略を達成しました。

業績面ではG-OTRの新規連結効果が大きく、売上収益は3,711億円(前年比+27.4%)と大幅な増収を達成しました。利益面でも買収に伴う一過性費用等を吸収し、事業利益313億円(同+13.7%)を確保しています。一過性費用を除いた実質ベースでは前年比+77億円の増益となりました。

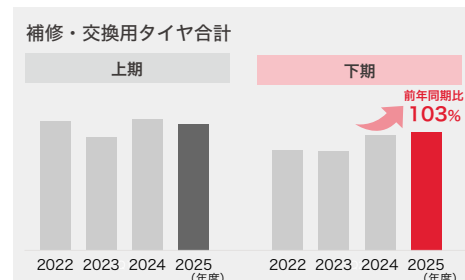
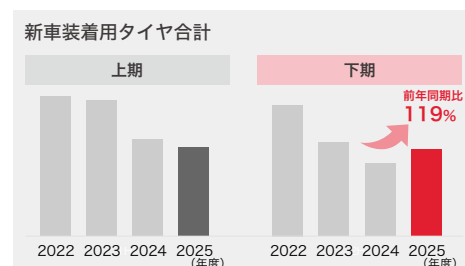
農業機械用タイヤは、松竹梅の商品を揃えるNo.1メーカーとしての強みを活かし、市況が低迷した2025年度下期において、対前期比で大幅に改善しました。

特に、農機メーカーの業績が未だ戻らない中、新車装着用タイヤにおいて対前期比19%も販売を伸ばしました。補修・交換用タイヤにおいても、

「Mitas」を競合他社に対抗する「ファイターブランド」として再構築し、同市場でのシェアを確固たるものにしました。

また、2025年度は600以上の新商品を発売するなど、継続的な製品・技術投資も推進しました。

農業機械用タイヤ販売実績(重量ベース)



2026年度の重点施策

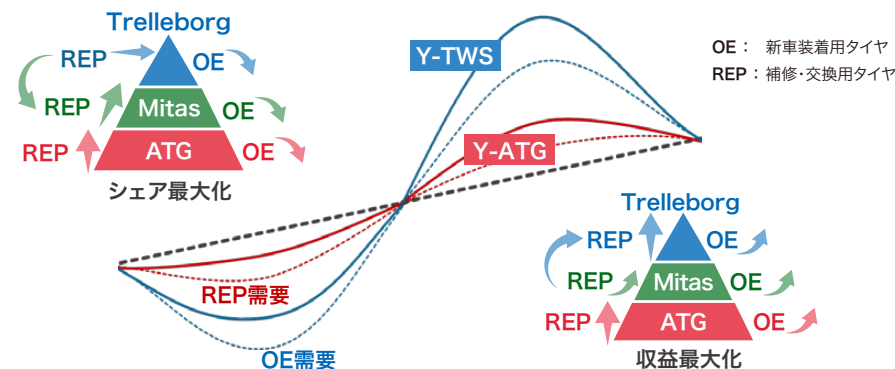
2026年度も引き続き高い成長が期待されるOHT市場において、「マルチブランド戦略」を核とした事業を展開します。OHT事業の持続的な成長には、農業機械用タイヤ特有の周期的な需要変動への対策が不可欠であり、次に来る低迷期の影響を最小化し、好況期での成長を最大化するための各種アクションプランを継続実行していきます。

生産面では、イスラエルのハデラなど3工場の閉鎖による固定費削減効果を実感に刈り取るとともに、買収しG-OTRの生産を既存工場へ移管し、グローバルでの生産効率と柔軟性を向上させます。

販売面では、需要変動の影響を受けやすい新車装着用タイヤへの過度な依存を避け、収益性が高く変動の少ない補修・交換用タイヤを強化します。米国と欧州の重要市場へ経験豊富なセールス幹部を配置し、マーケットシェアの拡大に取り組みます。加えて、OHT専用のタイヤメンテナンスサービス「Interfit」のサービス網を拡大・強化していきます。

M&Aシナジーについては、Y-TWS買収による改善効果を2026年度に約6,000万USドルと見込んでいます。さらに、G-OTR買収のシナジー創出を本格化させることで、収益を伴った成長を目指します。

農業機械用タイヤの周期的な需要変動への対策イメージ



YX2026の進捗 タイヤ事業(タイヤ生産財・OHT)

TOPICS : Y-TWSのメンテナンスサービスとDX活用

Y-TWSは、OHT専用のタイヤメンテナンスサービス網「Interfit」を通じて、世界各地でタイヤ・ホイール交換サービスを提供しています。現在、21カ国・80都市でサービスを展開し、年間30万件以上の訪問対応を行うなど、グローバルなネットワークを活用して事業を運営しています。

本サービスは、物流、農業、建設など幅広い業界に対応します。現場での交換作業を円滑に行うことで、機械の稼働停止時間(ダウンタイム)を削減し、お客さまの業務効率化を支援しています。さらに、独自のデジタルプラットフォーム「iFit」を導入し、作業のリアルタイムな進捗管理や予測的なメンテナンスを可能にすることで、サービスの質と効率をより高めています。



Interfitのサービスセンター(ブラジル)



Interfitのサービス車両と従業員(米国)

また、Y-TWSはDXを活用したタイヤ管理ソリューションの開発も進めています。農業向けには、荷重、空気圧、温度をリアルタイムに検知し、適切なトラクターの車両設定を提案して生産性を高めるATMS※1を展開しています。建設機械や港湾車両向けには、常時空気圧と温度をモニタリングし、作業効率と安全性の向上を図るTPMS※2を提供し、エンドユーザーの利便性を高めています。

今後も「Interfit」の展開地域を拡充するとともに、DXを活用した新たなソリューションの開発を推進し、質の高いサービスの提供を継続します。

※1 Adaptive Tire Management Systemの略称

※2 Tire Pressure Management Systemの略称



ATMS：データによるトラクターの最適パフォーマンスを実現



TPMS：建機港湾車両向けデジタルツール

TOPICS : OTRの新たな国内生産拠点「日本ジャイアントタイヤ」

2025年2月、横浜ゴムはグッドイヤー社の建設・鉱山車両用、産業車両用大型タイヤ(OTR: Off the Road Tire)事業の買収を完了し、兵庫県たつの市にある「日本ジャイアントタイヤ株式会社(NGT)」が当社の新たなOTRの生産拠点として加わりました。今回の買収で、工場ごと当社グループに移管された主要拠点はグローバルでNGTのみとなります。

NGTは、世界各地の鉱山などで活躍する、直径約4メートル、重さ約4トンにも及ぶ超大型の「ジャイアントタイヤ」をはじめとするOTRを生産し、世界経済の根幹となる事業を足元から支えています。これらの製品は世界でも限られた工場でしか製造できないものであり、NGTの大きな強みです。さらに、全世界の当社グループのOHT生産拠点の中でもNGTの人的生産性は群を抜いて高い水準にありま

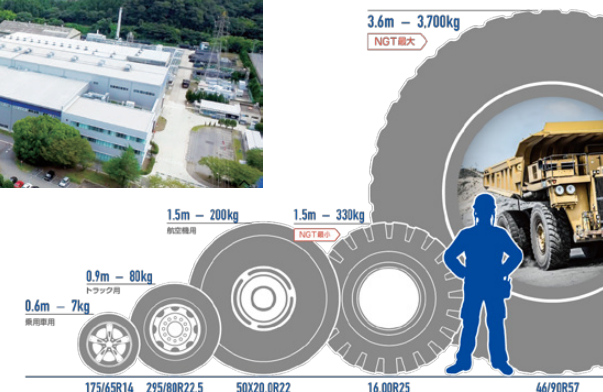
す。長年にわたり培ってきた技術力と現場力が、現在の競争力を支えています。

事業統合に伴う取り組みとして、NGTでは、パイアスタイヤからラジアルタイヤへの生産集約を進め、競争力を高めていく計画です。現在、世界各地でグッドイヤー社で生産していたOTR(G-OTR)を横浜ゴムグループの拠点での生産へと切り替える動きが進んでいますが、NGTは過去から未来にわたりG-OTRを生産し続ける唯一の生産拠点として、OTR生産の「マザー工場」としての役割をさらに高めていきます。

今後もNGTは、世界屈指の超大型タイヤ工場として、そしてグループのOTR事業における中核拠点として、高品質な超大型タイヤの安定供給を通じて世界の足元を支え、持続的な事業成長とさらなる企業価値向上に貢献していきます。



日本ジャイアントタイヤ(兵庫県たつの市)



NGTが生産するタイヤのサイズ

YX2026の進捗 タイヤ事業(タイヤ生産財・TBR)

タイヤ事業

タイヤ生産財・TBR

高度な技術で次世代の物流インフラへ

新興勢力が台頭するトラック・バス用タイヤ(TBR)市場で、模倣困難な商品群を軸に「Best Alternative」を追求。日・米・欧での事業基盤を確立します。

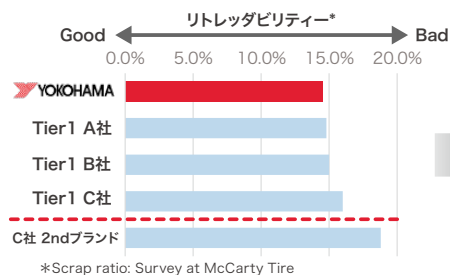
2025年度の活動実績

トラック・バス用タイヤ(TBR)市場において中国タイヤメーカーが台頭する中、当社はあえて彼らとは競合しないポジションを取り、Tier1 メーカーに対する「Best Alternative」戦略を推進しました。

当社は、TBRにおいて、ケーシング耐久性の優れたタイヤを市場に提供できる大手メーカーの1社で、3回リトレッド※1ができるタイヤを米国市場に供給しています。

Tier1 メーカーが自社系列のリトレッド会社を通じて、新品から再生までをパッケージ化した「囲い込み型」のサブスクリプションモデルを展開するのに対し、当社は新品販売に特化しています。その結果、「囲い込み」を嫌い、自社でリトレッドを行う有力フリート(物流・運送業者)や大手ディーラーなどのトータルコストの最適化を求めるお客さまから確かな支持を獲得しています。

リトレッドバリエーション(北米)

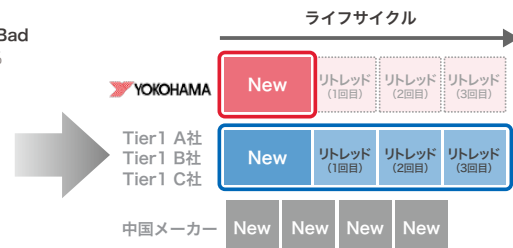


また、使い捨て(リトレッドなし)の新品交換を前提とする中国メーカーの低価格トレーラー用タイヤに対し、当社は高い技術力が求められるステアタイヤ※2 およびドライブタイヤ※3 にて高い評価を得ており、これにより中国勢との競合を回避し、TBR市場における「Best Alternative」としての地位を確立しました。

この結果、Tier1 メーカーの代替需要を確実に取り込み、日本、北米、欧州の主要3市場において販売拡大を達成しました。

- ※1 走行により摩耗したトレッドゴムを新しく貼り替えて、タイヤの機能を復元して再使用すること。
- ※2 前輪・操舵用タイヤ。正確なハンドリングと排水性能を重視して溝が縦に細長く設計される。
- ※3 後輪・駆動用タイヤ。強力な駆動力・制動力を路面に伝えるため、ブロックが大きく横溝や深い溝が特徴。

ライフサイクル比較(北米)



2026年度の重点施策

2025年度に引き続き、「Best Alternative」戦略を推進します。

各地域の市場特性に合わせた商品・地域事業戦略を展開し、特に欧州においては、高度な技術力を

TOPICS: オールシーズンタイヤ「BluEarth 722L」を発売

2025年3月、日本国内向けに長距離輸送に適した低燃費性能重視型のトラック・バス用オールシーズンタイヤ「BluEarth 722L」を販売開始しました。

同商品は、高速道路など幹線道路を長距離走行するお客さまの輸送コスト削減に貢献するため、優れた低燃費性能と、耐磨耗性能および耐偏摩耗性能を高次元で両立。また、摩耗が進んでもサイズが多く残る設計により、新品時から摩耗時まで濡れた路面での安全運行をサポートします。



必要とする商品群を拡充、供給・販売体制を強化することで、日本・北米に次ぐ「第三の柱」として成長させます。2026年度はTBRの年間販売本数を全地域合計で前年度比104%に伸ばす計画です。

当社は、2024年11月から自動運転トラックの開発を行う(株)T2のレベル4自動運転※4トラックによる幹線輸送※5 サービス実現に向けた公道実証実験に参画し、「BluEarth 722L」を使用したタイヤ検証を実施しています。

- ※4 特定の走行環境条件を満たす限定された領域において自動運行装置が運転操作の全部を代替する状態。
- ※5 長距離輸送における主要な輸送路や輸送ネットワークを通じて大量の貨物を効率的に運ぶこと。



「BluEarth 722L」を装着したT2の自動運転トラック

YX2026の進捗 MB(マルチプル・ビジネス)事業

MB(マルチプル・ビジネス)事業

リソース集中による強化・拡大

強みであるホース配管事業と工業資材事業にリソースを集中し、MB事業の成長を牽引する戦略を推進します。ホース配管事業では継続的な構造改革とコストダウンにより収益力を高め、工業資材事業は高付加価値製品の増販を図ることで高収益化を目指します。

2025年度の活動実績

2025年度は、選択と集中を進めた結果、中期経営計画 YX2026 で目標としていた「2026 年度に事業利益率 10%」を 1 年前倒しで達成し、事業利益率 10.5% を記録しました。

ホース配管事業では、北米の生産拠点再編を進めました。北米における生産コストの抜本的な改善と競争力強化のため、米国ケンタッキー州の自動車用ホースアッセンブリー工場を閉鎖、オペレーションを北米の 2 つの工場へ集約し、メキシコのホース配管工場の拡張を進めました。

工業資材事業では、国内トップシェアを持つコンベヤベルトにおいて、平塚製造所の増産投資効果の刈り取りや、国内外での拡販を進めました。また、省エネルギー性能を高めた難燃性コンベヤベルト「FLAME GUARD ECO」を発売しました。

さらに、航空部品の防衛装備品や、防舷材などの販売が好調に推移し、高付加価値製品の増販が収益改善に大きく寄与しました。海洋事業では新たにハイエンドのソリッド型防舷材を上市し、製品ポートフォリオの強化を進めました。



メキシコ工場増強起工式開催(2025年10月)



複数のアンテナが取り付けられている護衛艦のマスト(左)と「もがみ」に装備された「UNICORN」(出典：海上自衛隊ホームページ)

2026年度の重点施策

2026 年度も引き続き選択と集中を推進し、YX2026 の当初目標であった事業利益率 10% を上回る、事業利益率 11.5% の達成を目指します。

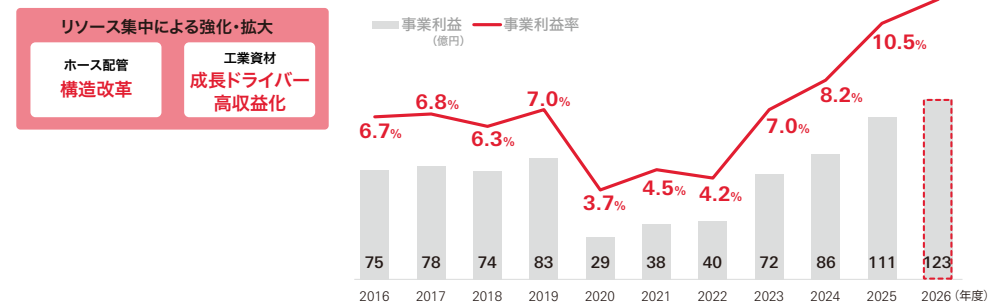
ホース配管事業では、引き続き構造改革と徹底したコストダウンを推進し、収益力の向上を図ります。油圧ホースにおいては構造改革の完遂、自動車用ホースにおいては構造改革効果の刈り取りと新規受注の促進を進めます。

工業資材事業では、高付加価値製品のさらなる増販に努め、成長ドライバーとして高収益化を図ります。コンベヤベルトにおいては、国内での高シェア維持と海外市場への販売の拡大を図るとともに、生産性向上とコストダウンを進めます。マリンホース・

防舷材については、安定した生産体制を維持し、国内外の市場拡販を進めます。航空部品については、民間航空機向けでは補用品市場のさらなる開拓を進めるとともに、官需向けでは防衛装備品の生産基盤の強化と技術優位性の確立を図ります。

さらに次期中期経営計画を見据え、従来の事業にサービスを加えた体制で、お客さまの課題解決に直結するソリューションを提供するビジネスモデルの構築を加速させていきます。既に、稼働中のコンベヤベルトをリアルタイムで遠隔監視し、異常を検知するセンシング技術を確立しており、今後は、コンベヤベルトの最適な運用管理を提案する総合ソリューションサービスの構築を進めていく予定です。

MB事業：事業利益・利益率推移



YX2026の進捗 MB(マルチプル・ビジネス)事業

TOPICS：コンベヤベルト向けのセンシング技術を確立

当社は、稼働中のコンベヤベルトをリアルタイムで遠隔監視し、異常を検知するセンシング技術確立しました。今後はセンシング技術で検知したデータに基づいてコンベヤベルトの最適な運用管理を提案する総合ソリューションサービスの構築を進め、2027年中のサービス提供を目指します。

今回確立したセンシング技術は2022年2月から2024年12月までフィールド実証テストとして実際に稼働している製品で検証したものです。通常の点検では確認できない微細な状態変化を検知可能な、独自開発のRFID※タグをコンベヤベルトに内蔵し、摩耗や損傷、温度変化などの各種数値データをインターネット経由で当社の開発部門へ送信します。今後当社が構築を進める総合ソリューションサービスでは、これらのデータをクラウドネットワークで共有することによりユーザーによる異常の早期把握を可能にし、損傷や火災発生リスクの予知をサポートします。さらに、センシング技術が検知したデータを当社の専門スタッフが分析することで最適な運用管理を提案します。なお、当社はセンシング技術および管理システムに関連する特許を13件出願して

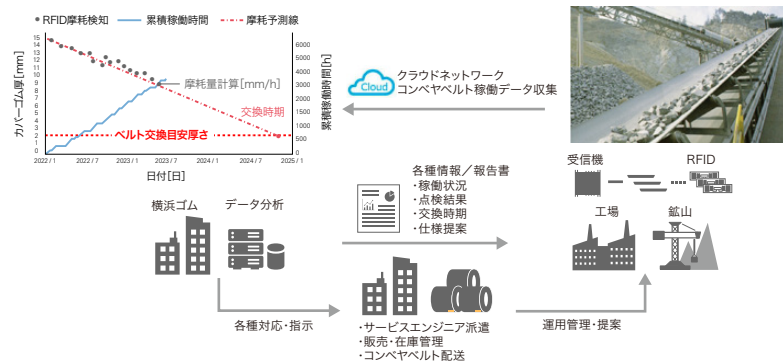
おり、継続的に知的財産の蓄積も進めていきます。

センシング技術を活用した本サービスを導入することで、潜在的なリスクを検知して事故を未然に防ぐなど安全性が向上し、保全コストの削減といった経済性にも貢献します。また、点検作業の負担軽減やメンテナンスの省力化により作業現場の課題となっている人手不足にも対応します。さらに、当社の専門スタッフによる運用管理により、適切な点検頻度や交換サイクル、製品仕様の最適化などユーザーごとに異なる使用環境や要望に合った最適な提案を実現します。本サービスの活用により最適な運用管理を実現することは製品の長寿命化にも寄与し、製造時のCO₂排出量や原材料の削減など環境課題への貢献も期待できます。

当社は、MB事業の一つである工業資材事業のコンベヤベルトにおいては国内での確固たる市場地位の確立を目指しています。その実現に向けた活動の一環として、ユーザーの安心・安全と経済性に貢献する新たな付加価値を創造していきます。

※ Radio Frequency Identification の略称で、電波を用いて情報を非接触で読み書きする自動認識技術

センシング技術を活用した総合ソリューションサービスの概念図



YX2026の進捗 その他事業 (PRGR 事業)

その他事業 (PRGR 事業)

さまざまな革新的技術により、「ゴルフの楽しみ」「ゴルフのウレシサ」を体験していただく商品を開発しています。

2025年度の活動実績

国内市場は、コロナ禍におけるゴルフバブルのピークアウトから完全には回復せず、前年対比で微減となりました。PRGRは新商品「RS SPEEDシリーズ」や「03 IRON」、女性向けモデル「CRYSTAL egg」を投入したものの、前年を上回ることではできませんでした。

韓国市場は、日本よりも回復が遅れたことで前年対比で大きく縮小しました。PRGRは2024年発売の「SUPER eggシリーズ」がプレミアム市場で引き続き好調に推移したものの、女性向けモデルを中心とした市場縮小の影響を受け、前年を上回ることではできませんでした。

一方、小型飛距離測定器「RED EYES POCKETシリーズ」は、海外市場を中心に前年を上回る販売を記録しましたが、PRGR事業全体としては前年対比で減収減益となりました。

国内直営店では、スイング解析およびインパクト解析技術を強化した新計測システム「RED EYES IMPACT」を導入し、レッスンやクラブフィッティングのサービス拡充を図りました。また、その解析結果を新商品開発にフィードバックすることで、よりお客さまのニーズを反映した商品開発に努めました。

2026年度の重点施策

市場の縮小は続いておりますが、PRGRは独自の新規技術 (DUO フェース) を搭載した「RS DUO ドライバー」を7月に発売いたします。独自の4層フェース構造により、従来モデルよりもボール初速が向上し、さらなる飛距離アップを実現する性能を備えています。多くのゴルファーにこの性能を体感していただき、ドライバーの市場シェアを大幅に拡大する計画です。

国内市場では、従来より販売好調な「01 IRON」「02 IRON」の新商品を4月に投入し、引き続き好調な販売を維持しています。

韓国市場では、好調に販売が推移している「SUPER eggシリーズ」のモデルチェンジを4月に実施しました。ボディ剛性を高めてさらなる高反発化を実現したことで、好調なスタートを切っています。

自社EC販売においては、新商品の発売キャンペーンを実施し、従来のセール商材中心の構成から、粗利率の高い新商品の販売比率を引き上げていきます。

海外市場を中心に好調な販売が続く小型飛距離測定器「RED EYES POCKETシリーズ」については、さらなる機能向上を目指した商品開発を進めるとともに販売を強化します。ゴルフクラブ以外でのゴルファーとの接点を増やすことで、PRGR事業全体の基盤強化を推進してまいります。