

タイヤ事業

<当期の概況>

タイヤ事業は売上高が前期比12.6%増の4,198億円、営業利益が同77.6%増の261億円となりました。アジアの生産拠点の増産で海外販売が伸びたうえ、北米やアジアの子会社の収益改善が順調に進み、大幅な増益となりました。



日本

輸出車両の生産増で新車用が伸長

国内は市販用タイヤが伸び悩んだものの、新車用タイヤが好調で販売本数は前年並みとなりました。新車用タイヤは輸出向け車両の生産増加を受け乗用車用タイヤが伸びたほか、旺盛な建設機械需要を追い風にORタイヤが大幅に増加しました。その結果、販売本数・売上高ともに前年を上回っています。

市販用タイヤ市場には、主力のエコタイヤDNAシリーズから、静かさと安定感を備えた大型ミニバン用の「DNA GRAND map」、シリーズ中最高の省燃費性と高い静粛性を持ち、非石油資源の使用率を80%に高めた「DNA dB super E-spec」などを発売。高付加価値ゾーンの新商品を積極的に投入し、販売拡大を図りました。しかし、降雪時期の遅れによるスノータイヤの販売減が響き、市販用タイヤは販売本数・売上高ともに前年を下回りました。

優れた省燃費性能を発揮する「DNA Earth-1」発売

2008年度は、2月に発売を開始した新商品「DNA Earth-1」を中心に、主力のエコタイヤDNAシリーズの販売拡大をめざします。同商品は「DNA dB super E-spec」に次ぐ高い省燃費性と優れたグリップが特徴で、幅広いユーザー層を取り込むため全70サイズの豊富なサイズバリエーションをラインナップしています。また、今年はADVAN誕生30周年の節目であり、横浜ゴムが「ADVAN」のレーシングタイヤを独占供給する世界ツーリングカー選手権(WTCC)が初めて日本で開催されることから、レース活動と連動して「ADVAN」ブランドのイメージ向上を図っていきます。これらの付加価値の高い高性能商品を主軸に販促活動を展開し、商品ミックスの改善と販売増をめざします。



ハリウッド映画「スピード・レーサー」について、ワーナー・ブラザーズ映画とプロダクトプレイスメント契約を結んだ。ヒーローカーのマツハ号にヨコハマタイヤが装着されているほか、映画の中でロゴ看板も登場する。映画は世界主要国で2008年5月、日本は7月から公開された。

北米

乗用車用、ライトトラック用タイヤの売上げが30%増に

北米ではYokohama Tire Corporation (YTC)での現地生産を中心にタイヤ事業を展開しており、2007年(1-12月)のYTCの業績は売上高が前期比16.6%増の7億2109万ドルとなりました。乗用車用、ライトトラック用タイヤの売上げが前期比30%増となり、売上げを牽引しました。米国の市販用需要が前年並みとなるなか、オンロード志向のSUV用タイヤ「GEOLANDAR H/T-S」、オールシーズンタイヤの「AVID H4S/V4S」など高付加価値のヨコハマブラン

ドの商品が好調だったほか、値上げも寄与しています。一方、トラック・バス用タイヤは市販用の需要が前年をやや上回ったものの、新商品の立ち上げの遅れに加え、あえて安値競争に参入しなかったこともあり、販売減となりました。需要が大幅に減少しているORタイヤは販売本数が前年並みだったものの、値上げ効果により売上げ増となりました。

利益面では原材料費の上昇や燃料費のアップによる運送費増がありましたが、商品ミックスの改善に加え、販売増や値上げで吸収し、収益も大幅に改善しています。



「GEOLANDAR H/T-S」は
静粛性と耐摩耗性を重視し、
省燃費性にも配慮したSUV用
ハイウェイテレーンタイヤ。

アジア

ハイパフォーマンスタイヤが好調

日本以外のアジアでは中国、マレーシア、韓国を中心に販売を伸ばしました。乗用車用は大都市を中心に高級車の売れ行きがよく、コンフォート系の「DNA dB」やスポーツタイヤの「S.drive」、SUV用の「GEOLANDAR」シリーズなどハイパフォーマンスタイヤの販売が好調でした。日本やタイ工場の増産で、ハイパフォーマンスタイヤの供給が増えたことも寄与しています。また、中国では杭州工場(浙江省)の第3期の生産ライン増設の完了に伴い、市販用に加え、日系カーメーカー向けも大幅に伸びました。

トラック・バス用タイヤも中国やマレーシア向けが好調で販売を伸ばしました。特に中国では、同タイヤを生産する蘇州工場(江蘇省)が2008年7月に稼動することから、日本製を投入し先んじて販売網の拡大に取り組んだため、大きく伸長しています。

アセアン諸国、西アジアの販売強化に着手

旺盛な需要が続くアセアン諸国やインドなどで販売強化に乗り出します。そのため2008年2月に、これらの地域をカバーするマーケティング会社Yokohama Asia Co., Ltd.をタイのバンコクに設立しました。得意とするハイパフォーマンスタイヤの販売を伸ばすため、高性能タイヤのブランドイメージの確立や販路開拓に取り組むほか、技術サービスの強化に力を入れます。

またタイでは、これまで現地の代理店を通して販売してきましたが今年5月、バンコクにタイヤ販売会社のYokohama Tire Sales (Thailand) Co., Ltd.を設立しました。Yokohama Tire Manufacturing (Thailand) Co., Ltd.で生産するタイヤを中心に、タイ国内での販売をさらに強化するのが目的です。これにより、アジアのタイヤ販売会社は台湾、韓国、中国、フィリピンと合わせて5カ国になりました。

欧州

ロシアの販売本数が大幅増に

欧州での販売は当期も好調でした。経済成長の著しいロシアと東欧が大幅に伸びたほか、2007年に発売のウィンタータイヤ「W.drive」が好調だったドイツ、オーストリア、スイスで販売が伸びました。

ロシアでの大幅な販売増は、都市部にショップを持つ中堅チェーン店を中心に販路拡大が順調に進んだことが大きな要因です。ヨコハマクラブ・ネットワークを展開し、ヨコハマタイヤを継続的に取り扱う加盟店にタイヤを優先的に供給するほか、販促ツールの提供なども行う販売支援策が効果を上げました。安定した商品供給が好評で、加盟店舗数が順調に増えています。

商品で販売を牽引したのは、ロシア市場のメインであるスタッドタイヤで、他社よりも豊富なサイズバリエーションが好評でした。昨年に発売したスタッドレスタイヤ「iceGUARD」も順調な売れ行きで、販売増に寄与しています。ロシアの冬用タイヤの主流はスタッドタイヤですが、静粛性や乗り心地に優れたスタッドレスタイヤの特長をアピールし、積極的に販売拡大を図る考えです。

引き続きロシア・東欧で大幅な販売増をめざす

2008年も、欧州の柱である西欧市場で着実に販売を増やすとともに、成長を続けるロシア・東欧市場では大幅な販売拡大を図ります。シェア拡大をめざすハイパ

フォーモンスタイヤは、2008年後半に「W.drive」のサイズ拡大を行うほか、北米で人気の高いSUV用の「PARADA Spec-X」を西欧圏にも投入し、販売増につなげる考えです。販路開拓では大手独立系の攻略に力を入れており、2007年には欧州全域にまたがるタイヤ販売大手チェーンと契約を交わしました。2008年から本格的に業績に寄与する見込みです。また、Yokohama Tire Manufacturing (Thailand) Co., Ltd.の稼働で供給力の増えたトラック・バス用タイヤの拡販を本格化する計画です。

その他の地域

ブラジルに販売会社を設立

中近東では、「ADVAN」シリーズやSUV用の「GEOLANDAR」シリーズなどハイパフォーマンスタイヤの販売が好調でした。原油価格高騰による好景気でユーザーの購買力が向上したほか、ハイパフォーマンス

ンスタイヤを主に扱う有力ディーラーを開拓したことが販売拡大につながりました。しかし、ライトトラック用やトラック・バス用タイヤが不振で、販売本数は前期並みでした。

オーストラリアを中心とする大洋州では販売本数が前年を上回りました。SUV用の「GEOLANDER」シリーズが大幅に伸びたほか、昨年発売したバン用タイヤの新商品が好調でした。

中南米でも販売本数を伸ばしました。旺盛なタイヤ需要を受け、ブラジル・アルゼンチンを中心に乗用車の販売が好調です。今年4月には、ブラジルのサンパウロにYokohama Rubber Latin America Comercio Ltda.を設立しました。潜在的な成長力の高い中南米で、タイヤの販売をさらに拡大するため、販路開拓などのマーケティング活動を強化するのが目的です。



高いウェット性能に加え、静かでなめらかな走りが特徴のSUV用ドレスアップタイヤ「PARADA Spec-X」。