

## 市販用タイヤで日本、米国に次ぐ3番目の市場に 逆境下でも好調、ロシアでのタイヤ販売

タイヤ販売本数(年/万本)



2009年のロシアの市販用タイヤの需要は、経済不況や大幅な新車販売の落ち込みにより、前年より25%以上減少し約3,000万本(LMC Internationalのレポートより)となりました。こうしたなか、横浜ゴムの同国での販売本数は初めて200万本を超え、前年比30%近い伸びを実現。プレミアム商品が中心の同国の輸入タイヤ市場で、初めてナンバーワン・シェアを獲得しました。

### 大手流通チャンネルを中心に販路開拓

販売が伸びたのは、同国でのタイヤ流通に力を持つホールセラー(大手卸売会社)を中心に販路開拓が進んだことが大きな要因です。高性能をアピールするため、商品説明会や、スケートリンクを使ったスタッドレスタイヤの試乗会など各種イベントを積極的に開催。品質の信頼性に加え、日本同様のきめ細かいサービスが、「ヨコハマを取り扱いたい」という顧客の拡大につながりました。

### 小売店網も拡大

また、小売店を対象にしたヨコハマクラブ・ネットワークの展開も効果を上げています。ヨコハマタイヤを継続的に取り扱う加盟店にはタイヤを優先的に供給するほか、販促ツールを提供するなどの販売支援策を行います。安定した商品供給が好評で、加盟店舗数が順調に増え、2008年に110軒だった店舗数が2009年には220軒に倍増しました。



ヨコハマクラブ・ネットワークの店舗

### 豊富なサイズと商品ラインナップで差別化

さらに、他社を上回る豊富なサイズバリエーションと商品ラインナップで差別化を図りました。ロシアのタイヤ市場の6割は冬用タイヤが占め、なかでも

スタッドタイヤが主流です。横浜ゴムはスタッドタイヤで他社より多い80サイズ以上を展開し、ユーザーニーズにきめ細かく対応しました。また、冬用タイヤ中心のラインナップを図るメーカーが多いなか、夏用タイヤの種類を充実させたことも好評でした。

### 2010年は220万本をめざす

2010年も220万本を目標に販売増をめざします。今年はロシア市場のメインである冬用タイヤの新商品を投入する予定で、同タイヤのシェア拡大を狙います。販路開拓にも引き続き力を入れ、ウラジオストクに新たに設立した事務所を拠点に、地方都市への販路拡大を積極的に進める計画です。

### 2011年には乗用車用タイヤ工場が稼働

2010年3月から、モスクワ南方のリペツク州経済特別区で乗用車用タイヤ工場の建設にも着手しました。潜在的成長力の高いロシアで積極的に成長を図っていくには、市場ニーズに合わせた商品をタイムリーに供給するための現地工場が欠かせないと判断しました。投資額は48億ルーブル(約148億円)で、環境や省エネルギーに配慮した最新鋭工場を計画しており、2011年中に年間生産能力140万本で操業を開始する予定です。



建設の進む乗用車用タイヤ工場の完成予想図