

事業の概況

MB group

Multiple Business

<当期の概況>

MB事業は、売上高が前期比15.9%減の988億円、営業利益は同74.3%減の9億円となりました。ゴルフ用品が増収となりましたが、ホース配管、コンベヤベルトなど主力商品の販売が振るわず、減収減益となりました。

2011年3月期はホース配管を中心に多くの事業が増収となる見込みで、売上高は前期比9.3%増の1,080億円、営業利益は同5倍の45億円を見込んでいます。



HIGH-PRESSURE HOSES

<ホース配管>

建設機械や自動車の減産が響く

主力の日本で油圧ホースと自動車用ホースの販売が落ち込み、当期の売上高は前期比24.4%減の276億円となりました。建設機械メーカーや自動車メーカーの生産が下期から回復基調となったものの、上期の落ち込みをカバーできませんでした。海外でも、米国ではYH America, Inc.が生産設備の購入により売り上げを伸ばしましたが、SAS Rubber Companyは上期の自動車生産の低迷が響き減収となりました。台湾のSC Kingflex CorporationとタイのYokohama Rubber (Thiland) Co., Ltd.も上期の需要減が響き減収でした。

当期、国内で注力したのは新規顧客の開拓です。特に今まで手の回らなかった中小の建設機械メーカーへの営業活動を強化し、新規受注の獲得に力を入れました。また、これまでOEMによる納入が中心だった海外で、当期から建設機械や工作機械用アフターマーケット向けに高圧ホースの販売を開始しています。今後の本格的な拡販に備え、市場を調査・分析するための駐在員を米国と東南アジアに派遣しました。

今期は国内外で建設機械、自動車の生産が回復基調にあり、油圧ホース、自動車ホースともに販売増が見込めることから、売上高は前期比19.6%増の330億円を計画しています。さらに海外でアフターマーケット向け高圧ホースの販売を本格化するほか、国内では需要の掘り起こしを行い、さらなる売り上げ拡大につなげていきます。

INDUSTRIAL PRODUCTS

<工業資材>

国内外で需要低迷

工業資材はコンベヤベルト、マリンホース、防舷材、免震ゴム支承、道路ジョイントなどで構成されています。当期は国内外の需要低迷により、すべての商品で販売が落ち込み、売上高は前期比21.3%減の234億円となりました。しかし、今期はコンベヤベルトやマリンホースで販売増を図り、13.2%増の265億円を見込んでいます。

コンベヤベルトは、近年販売を牽引していた海外の鉱山向けが大幅に落ち込み、減収となりました。しかし現在、景気回復の著しいアジア・オセアニア地域を中心にコンベヤベルトの需要が戻りつつあります。当期は日本製と同等の品質ながらコストパフォーマンスの良い中国生産品のラインナップを充実させ、海外販売を中心に売り上げ増をめざします。

マリンホースも減収となりました。原油開発の大型プロジェクトが減り、マリンホースの需要が低迷したためです。しかし、今期は原油開発のプロジェクトが徐々に回復すると見込み、増収を計画しています。防舷材は原油の二船間荷役作業向けなどの受注がありましたが、売り上げは前期を下回りました。今期は同レベルの売り上げを見込んでいます。

免震ゴム支承は公共投資予算の削減で橋梁工事の発注量が減少したうえ、前期にあった第二東名高速道路の大型プロジェクトが収束したこともあり、大幅な減収となりました。今期も公共投資予算の削減で厳しい市場環境が予測されますが、金属支承の補修用として免震ゴム支承を売り込む

ほか、新商品の投入などにより前期並みの売り上げをめざします。道路ジョイントも橋梁工事の減少で減収となりましたが、今期は補修用の販売に力を入れ増収をめざします。

SEALANTS AND ADHESIVES

<シーリング材・接着剤>

建築用シーリング材が不振

当期の売上高は前期比5.3%減の229億円となりました。日本でビルやマンションの着工件数が引き続き減少し、主力の建築用シーリング材の販売が落ち込んだことが主因です。しかし、下期から日本の自動車生産台数が上向き始め、窓枠用シーリング材、ランプ用ホットメルトなどの自動車向け商品の売り上げは前年を上回りました。海外では、タイのYokohama Rubber (Thailand) Co., Ltd.は前期並みでしたが、米国のYH America, Incは減収となりました。しかし、両社とも自動車生産の回復に伴い下期から販売が回復してきています。また、原材料価格の下落に加え、生産性の向上や原材料の変更など製造コストを中心にコスト削減を徹底したため、収益は大幅に改善しています。

今期の売上高は前期比2.6%増の235億円を計画しています。日本でのビルやマンションの建設が引き続き低調で、建築用シーリング材は減収の見通しですが、国内外で自動車生産台数が回復基調にあり、自動車向け商品の売り上げ増が見込めるためです。また、3月に申請が始まった住宅用エコポイントにより、戸建て住宅向け商品の販売拡大も期待できます。



横浜ゴムは2004年からボーイング737ファミリー向けにラバトリーモジュールを独占供給している。737ファミリーは短・中距離用小型旅客機でボーイングの大ベストセラー機種。1機当たり2～4ボックスのラバトリーモジュールが設置されている

新規市場の開拓に注力

近年、シーリング材・接着剤事業で力を入れているのは新規市場の開拓です。特に電子部品・電材市場や環境分野は今後の拡大が予想され、これらの市場向けの商品開発や市場調査に力を入れています。2010年1月に発売したプラスチック素材の表面を保護するハードコート材「VH322F」は高硬度だけでなく、硬度が同程度のコート材の中ではこれまでにないレベルの強靭性を実現。傷に強く、割れにくい性能が評価され、すでに一部の情報家電に先行採用されています。同年2月発売の太陽光発電モジュール用のシール材「M-155P」はモジュール基板とアルミフレームを接着し、内部への湿気侵入を防ぐための商品で、従来品に比べ耐熱性と接着性を向上させました。今期はこれら商品の受注拡大に加え、新規市場向けの商品開発をさらに推し進めていきます。

AIRCRAFT PRODUCTS

< 航空部品 >

官需向け、民間航空機向けともに低迷

当期の売上高は前期比5.2%減の154億円となりました。官需向けと民間航空機向けともに販売が落ち込んだうえ、円高の影響も受けました。官需向けの落ち込みは量産機種がほとんどなかったことに加え、交換用商品の販売も減少したためです。化粧室ユニットや飲用水用タンクなどを手がける民間航空機向けは、OE向けは前期並みでしたが、世界的な経済低迷による航空会社の機体改修の先延ばしで、交換用の販売が落ち込んだことが響きました。

引き続き官需市場の低迷が予想されますが、民間航空機向けは交換用商品の需要が当期より回復すると見込み、今期は前期比3.9%増の160億円を計画しています。さらに値上げや、スペック変更による材料費削減、人材の多能工化などの内部改善に力を入れ、売り上げの伸びを上回る収益改善をめざします。

国内のMB事業の販売強化、「横浜ゴムMBジャパン」を設立

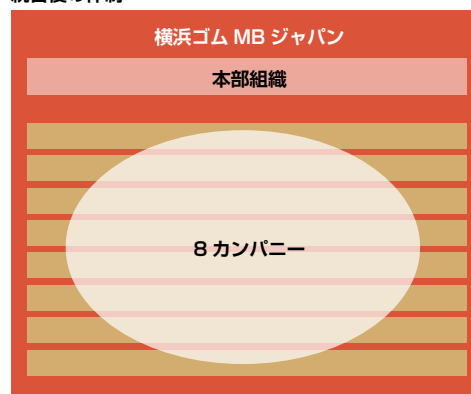
横浜ゴムは10月1日付けで、全国のMB販売会社8社と横浜ゴム本社の工業品販売部門の一部機能を統合し、新たに横浜ゴムMBジャパン(株)を設立します。厳しい環境にある国内市場で勝ち残っていくには、抜本的な組織再編による販売

強化が不可欠と判断しました。お客さまに近い販売会社の営業力とメーカーのバックアップ機能を統合し、一体感を持った組織運営、地域密着型営業の強化、意思決定のスピードアップによる顧客満足度の向上などをめざします。

現在の体制



統合後の体制



GOLF PRODUCTS & OTHER PRODUCTS

< ゴルフ用品・その他 >

市場が低迷するなか、クラブが堅調

ゴルフ用品・その他の売上高は前期比11.9%減の95億円となりました。ゴルフ用品は増収となりましたが、その他の売上げが落ち込みました。

ゴルフ用品の売上げが伸びたのは国内ゴルフ用品市場が低迷するなか、クラブの販売が堅調だったためです。なかでも転がりの良さを追求したパタ「Silver-Bladeシリーズ」の売れ行きが好調でした。また、既成概念にとらわれない設計コンセプトで、易しさと飛距離を両立させたクラブ「egg」シリーズが幅広いゴルファー層から支持を集め、販売を伸ばしました。

今期も他社と差別化を図った商品の投入に加え、海外販路の拡大などにも取り組めますが、ゴルフ市場の縮小傾向は続く見込みで、ゴルフ用品・その他の売上高は前期比5.6%減の90億円を見込んでいます。



既成概念にとらわれない新形状ヘッドで、打ちやすさと飛距離を両立したeggアイアンII