

事業の概況

Industrial PRODUCTS 工業品



<当期の概況>

ホース配管、シーリング材、コンベヤベルト、ゴム支承、マリンホース、防舷材などの工業品事業は売上高が前期比13.3%増の838億円、営業利益が同5.2倍の30億円となりました。ゴム支承、マリンホース、防舷材は不振だったものの、ホース配管が大幅な増収となったほか、シーリング材も伸び、増収増益となりました。

High-Pressure Hoses

<ホース配管>

建設機械向け油圧ホースが大幅増

建設機械向けの油圧ホースが大幅に伸び、当期の売上高は前期比35.8%増の375億円となりました。大手日系建設機械メーカーが日本、中国で増産を加速させるのに伴い、生産能力を増強して需要を取り込んだことが大きな要因です。また、自動車生産の回復が鮮明になった米国やタイで、自動車用ホースの販売が伸びたことも寄与しました。

今期の売り上げは当期とほぼ同レベルの見込みです。国内は震災の影響による建設機械メーカー、自動車メーカーの操業低下で上期の販売減が避けられませんが、今後の生産回復と復興需要の取り込みで挽回を図る考えです。海外では最大市場である中国で日系建機メーカーだけでなく、ローカル建機メーカーの需要取り込みを図り、さらに販売を拡大していく計画です。

中国で油圧ホースを生産へ

当期は中国杭州市の経済開発区に油圧ホース工場の建設を決定しました。投資金額は30億円で、中圧から超高圧ホースまでを手がけます。2011年末に着工し、2013年1月から月産40万メートルで操業を開始する予定です。同国の建設機械需要は2008年のリーマンショックで一時的に落ち込んだものの、その後急激に回復し、日系、中国メーカーのOEM需要だけでなく、取り替え用の補修市場の販売も大きく伸びています。2011年以降も旺盛な需要が見込まれ、積極的に成長を図るには現地生産が欠かせないと判断しました。

Sealants and Adhesives

<シーリング材・接着剤>

戸建向け商品が好調

当期の売上高は前期比7.4%増の246億円となりました。住宅エコポイントの効果で国内の戸建住宅向けの建築用シーリング材や複層ガラス向け

シーリング材が伸びたほか、防水改修用に使うウレタン防水材の販売が増加しました。近年に新規参入した電化製品向けの弾性接着剤や、携帯電話・デジタルカメラ向けコーティング材の販売増も寄与しています。しかし、原材料価格の上昇に加え、利益率の高いビル建築用シーリング材、自動車窓枠用シーリング材の販売が減少したことにより、収益が悪化しました。

今期の売り上げは当期と同レベルの見込みです。建築用シーリング材では震災の復興需要を含めた国内の改修需要の取り込みに力を入れます。自動車用は窓枠用シーリング材、ランプ用ホットメルトのOEMで高シェアを堅持することに加え、フロントガラスが割れた時にディーラーで交換する補修用の窓枠用シーリング材でもシェア拡大を図ります。併せて、原材料高騰分の値上げとコスト削減に注力し、収益改善をめざす考えです。さらに現在、車体の組み立てに使う構造用接着剤の開発を進めており、今期から自動車メーカーに対する採用活動を推進していく計画です。



新規事業として、携帯電話やデジタルカメラなどに使う真空蒸着用コーティング材「Y-coat」シリーズの展開に力をいれている。写真は「Y-coat」でコーティングした金属蒸着の樹脂板

Industrial Materials

<工業資材>

マリンホース、防舷材、免震ゴム支承が落ち込む

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。当期はマリンホース、防舷材、免震ゴム支承の販売が落ち込み、売上高は前期比7.3%減の217億円となりました。今期の売り上げは当期を上回る計画です。



大容量、長距離運搬に向くスチールコードベルトの販売が好調だった

事業の概況

コンベヤベルトは国内外で販売を伸ばしました。国内は鉄鋼メーカー各社の生産回復による需要増を追い風に、積極的なアプローチで拡販を図りました。海外は資源開発の活発なオーストラリア向けを中心に、スチールコードベルトや耐熱ベルトの販売量が増加しています。また、当期はコストパフォーマンスの良い中国生産品を活用し、収益改善を図りました。今期、国内は震災の影響で厳しい状況が続いていますが、復興需要を的確につかみ売り上げにつなげていく考えです。海外では資源国の高付加価値顧客にターゲットを絞るほか、難燃ベルト、省電力ベルトなど差別化できる商品の販売拡大をめざします。また、原材料高を吸収するため、値上げと選別受注による収益改善に力を入れます。

マリンホースは需要の冷え込みにより、大幅な売り上げ減となりました。しかし、第4四半期から

商談件数、受注件数とも増加し始めており、今期は大幅な販売増となる見通しです。

防舷材は円高による価格競争力の低下で安価な韓国品に押され、売り上げが落ち込みました。今期も韓国製商品の台頭に苦戦していますが、品質面で差別化を図り主要ユーザーを死守していく考えです。

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ため、大幅な販売減となりました。今期も厳しい状況は変わりませんが、補修市場に対応したコンパクトタイプのラインナップを拡充し、補修市場への参入を強化していきます。

道路ジョイントは新設橋梁向け大型ジョイント「YSⅡ」が堅調だったことに加え、補修市場向けの汎用ジョイントが好調で販売を伸ばしました。今期は新商品の簡易鋼製ジョイントのラインナップを拡充し、補修市場での販売に力を入れます。

横浜ゴムが福祉機器を開発

褥瘡防止効果が期待できる車いす用エアースクッション「Medi-Air1」

2010年9月、車いす用除圧機能付きエアースクッション「Medi-Air1(メディアエアワン)」を発売しました。横浜ゴムのゴム緩衝技術とセンサー技術を融合して、初めて開発した福祉機器です。同商品はエアースクッション内の空気圧を全自動で調整できるのが特徴で、車いすの長時間使用を快適にするほか、褥瘡防止の効果が期待できます。特に、姿勢が崩れ坐骨結節などがクッションの底につきそうになると、センサーが検知して空気量を調整し底付きを回避する、底付き自動回避機能は「Medi-Air1」が世界初。介護保険の福祉用具貸与商品に認定されているほか、障害者自立支援法による費用補助の対象商品にもなっています。



エアースクッションの
Medi-Air1(左)と同商品を
装着した車椅子