

タイヤ事業

Tire Business

- 「ダンロップ」「ファルケン」「グッドイヤー」をメインブランドとするタイヤを製造・販売しています。
- ダンロップの環境対応タイヤ「エナセーブ」ブランドは、ラインアップの拡充とグローバル展開を積極的に行っています。2013年は100%石油外天然資源タイヤ「エナセーブ 100」、トラック・バス用の低燃費オールシーズン用タイヤ「エナセーブ SP688」を発売しました。



100%

世界初*「100%石油外天然資源タイヤ」を2013年11月に発売

*合成ゴムが主流になって以降(当社調べ)

No.1

ダンロップの「低燃費タイヤ*1」が4年連続売上第1位*2

*1 一般社団法人 日本自動車タイヤ協会(JATMA)が定めた、転がり抵抗性能とウエットグリップ性能の基準を満たすタイヤ

*2 2010年~2013年の全国カー用品量販店上位2社合計における低燃費タイヤ販売本数/(株)日本能率協会総合研究所調べ

エナセーブ

「エナセーブ」は、ダンロップの環境対応タイヤのブランドです。燃料消費を削減する「エナジーセーブ」と自然環境保護を実践していく「ネイチャーセーブ」を組み合わせることで名付けました。

エナセーブ 100

エナセーブ100



エナセーブ EC203



ZIEX ZE912



EAGLE RV-F



(一部サイズは「AA-b」「A-c」です)

2013年12月期の業績

当期のタイヤ事業の売上高は、前期比10.0%増の6,811億円、営業利益は同10.7%増の699億500万円となりました。

国内市販用および海外市場で販売を伸ばし、増収となりました。

利益面では、天然ゴムの価格が低位で安定的に推移したことに加えて、為替の円安による輸出環境の改善が寄与し増益を達成しました。

国内市販用タイヤ

ダンロップブランドでは、新商品の「エナセーブ 100」に代表される低燃費タイヤで販売本数が4年連続No.1*となったほか、スタッドレスタイヤ「WINTER MAXX(ウインターマックス)」も好調に販売を伸ばすなど、拡販と販売構成の改善に努めました。グッドイヤーブランドでは、オールシーズンタイヤ「Vector 4Seasons(ベクター・フォーシーズンズ)」を発売するなど拡販を進めました。これらの結果、国内市販用タイヤの売上高は前期を上回りました。

* (株)日本能率協会総合研究所調べによる全国カー用品量販店上位2社合計での販売本数

国内新車用タイヤ

低燃費タイヤをはじめとする高付加価値商品の拡販に努めましたが、自動車生産台数がエコカー補助金終了による国内向け生産の減少や海外への生産移管により前期を下回ったため、売上高は前期を下回りました。

海外市販用タイヤ

中国やロシアなどの新興諸国を中心に競争が激化しましたが、ブラジルなどの新たな市場における拡販や、為替の円安効果もあって売上高は前期を上回りました。

海外新車用タイヤ

中国、インドネシアなどでの自動車生産の拡大に対応して販売数量を伸ばしたことにより、売上高は前期を上回りました。

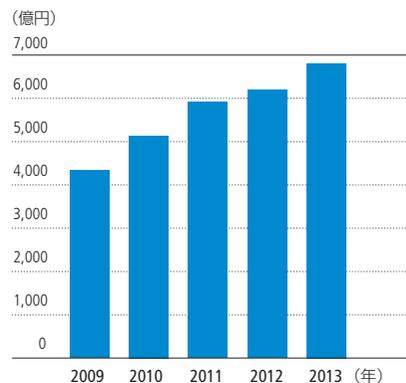
2014年12月期の見通し

国内市場では、低燃費タイヤの新商品を順次投入していきます。乗用車用タイヤでは、耐摩耗性能を付加した第2世代のスタンダード低燃費タイヤ「エナセーブ EC203」を発売しました。海外市場では、新興国を中心に積極的に拡販を進めます。

開発面では「50%転がり抵抗低減タイヤ」や、次世代新工法「NEO-T01」による高性能ランフラットタイヤの発売を予定しています。生産面では農機用タイヤのタイ第3工場が稼働を開始し、トルコでの工場建設を進めています。

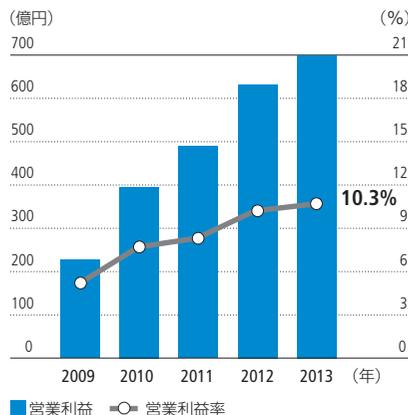
売上高

6,811億円 **+10.0%**
前期比



営業利益および営業利益率

699億円 **+10.7%**
前期比



タイヤ販売本数および前期比率

	2012	2013
国内新車	+15%	-5%
海外新車	+9%	+29%
国内市販	+3%	+4%
海外市販	-4%	+1%
合計	+2%	+4%
合計本数(万本)	9,648	10,042