



100%石油外
天然資源タイヤ
プロトタイプ

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。
- グッドイヤー社とは1999年に世界的アライアンス契約を結んでおり、欧州・北米での製造・販売および日本での販売の合併会社を設立するとともに、タイヤ技術の交流、原材料等の共同購買を実施しています。

ENASAVE PREMIUM



(注)一部サイズは「AA」

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、名付けられました。

80%

ダンロップの市販用夏タイヤにおける「低燃費タイヤ*」の割合

*「低燃費タイヤ等の普及促進に関する表示ガイドライン」に適合する低燃費タイヤ

No.1

ダンロップの「低燃費タイヤ」が2年連続売上第1位

(注) (株)日本能率協会調査による全国タイヤ量販店上位2社における2011年、2012年低燃費タイヤ販売本数メーカー別構成比

2011年12月期の業績

当期のタイヤ事業の売上高は、前期比15.0%増の5,910億45百万円、営業利益は同23.9%増の488億20百万円となりました。

国内で低燃費タイヤや冬タイヤの販売が好調に推移したほか、海外でも販売を伸ばしたことにより、増収となりました。

利益面では、主要原材料の価格が高値で推移しましたが、販売価格の改定や販売数量・構成の良化が寄与し、増益となりました。

国内市販用タイヤ

夏タイヤでは低燃費性能と静粛性を兼ね備えたダンロップブランドの新商品「LE MANS 4 (ル・マン フォー)」や「ENASAVE (エナセーブ)」シリーズ、グッドイヤーブランドの新商品「GT-Eco Stage (ジーティーエコステージ)」など、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、冬タイヤでは年初に降雪が多かったことによる増販に加えて、年末の販売も好調に推移したことにより、売上高は前期を上回りました。

国内新車用タイヤ

東日本大震災やタイの大洪水の影響で自動車生産台数が前期を大幅に下回ったものの、低燃費タイヤをはじめとする高付加価値商品の拡販や原材料の相場価格に連動する売価決定

方式に基づいて販売価格を改定したことにより、売上高は前期を上回りました。

海外市販用タイヤ

欧米地域での景気減速の影響があったものの、アジア、中南米、ロシアなどの新興諸国において販売を伸ばしたほか、欧州でも現地販社が順調に販路を拡大したことにより、売上高は前期を上回りました。

海外新車用タイヤ

東日本大震災やタイの大洪水の影響により海外でも自動車生産台数が一時的に減少しましたが、中国を中心とした海外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。

2012年12月期の見通し

当期に冬タイヤの販売が好調であった国内市販用タイヤの販売本数は前期並み、国内新車・海外新車・海外市販用タイヤは増加を見込んでおり、全体でも前期を上回ると予想しております。国内市場では、低燃費タイヤのラインアップをさらに充実させるべく、新商品を順次投入してまいります。海外市場では、需要が旺盛な新興国を中心に拡販を進めます。

DUNLOP
ENASAVE EC202



FALKEN
ZIEX ZE912

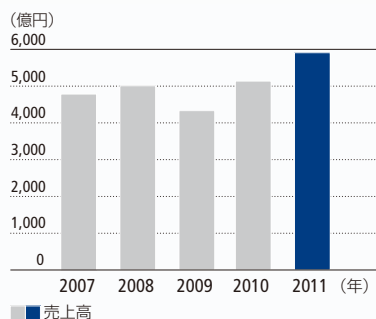


GOODYEAR
GT-Eco Stage



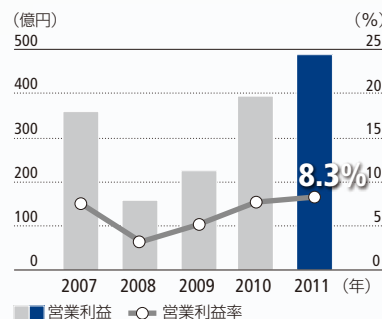
売上高

5,910 億円 **+15.0%** 前期比



営業利益および営業利益率

488 億円 **+23.9%** 前期比



タイヤ販売本数および前期比率

	2010	2011
国内新車	+17%	-12%
海外新車	+53%	+8%
国内市販	+6%	+9%
海外市販	+21%	+7%
合計	+19%	+4%
合計本数(万本)	9,087	9,488

スポーツ事業

SPORTS Business

• 2003年に住友ゴム工業(株)から分社したダンロップスポーツ(株)*が中心となり、ゴルフ用品ではクラブやボールなどを、テニス用品ではラケットやボールなどを製造・販売しています。

• 主力のゴルフ用品では、「XXIO(ゼクシオ)」「SRIXON(スリクソン)」「Cleveland Golf(クリーブランドゴルフ)」の三つのブランドでグローバルに展開しています。

• ダンロップスポーツ(株)は、東京証券取引所市場第一部に上場しています。

*2012年5月、SRIスポーツ(株)はダンロップスポーツ(株)に社名変更しました。



XXIO

ゴルフ用品の主力ブランド「ゼクシオ」は、日本、韓国、中国などで多くのゴルファーから支持をいただいています。



No.1

2011年メーカー別国内出荷額

- ・ゴルフクラブ
- ・ゴルフボール
- ・硬式テニスラケット(他社と同額で首位)
- ・硬式テニスボール

(注)2012年版スポーツ産業白書(矢野経済研究所)の2011年見込みシェア

世界 **24** カ国
234 名

ダンロップスポーツ(株)と
物品使用契約を結ぶ
プロゴルファーの数

(注)2012年3月28日現在

2011年12月期の業績

当期のスポーツ事業の売上高は、前期比7.7%減の583億65百万円となりました。営業利益は同40.5%減の36億40百万円となりました。

東日本大震災に伴う国内のゴルフ・テニス用品市況の落ち込みが大きく影響し、減収減益となりました。

ゴルフ

国内市場では、東日本大震災と年初の降雪の影響でゴルフ場入場者数が前期を下回ったことに加え、市場全体で消費が一時的に大きく低迷しました。海外では、東南アジアや中国市場は拡大が続いたものの、韓国や欧州では消費マインドが減退傾向となり、総じて厳しい状況で推移しました。

このようななか、国内においては、主力のゴルフクラブ「ゼクシオ(6代目)」が堅調に推移しました。また、12月には7代目となる「ゼクシオ セブン」を発売し、計画を上回る販売量となるなど、好調なスタートをきりました。ゴルフボールでも、石川遼プロが使用する「スリクソンZ-STAR(ゼットスター)」シリーズや、「ゼクシオ スーパーXD プラス」の拡販に注力し、ゴルフボールのシェアを伸ばしました。

欧米市場においては、「クリーブランドゴルフ」のゴルフクラブや「スリクソン」

のゴルフボールで新商品を投入し、クリーブランド社による積極的な販売活動の効果もあり、世界最大の米国市場でゴルフボールの市場シェアを伸ばしました。

しかしながら、東日本大震災による国内のゴルフ用品市況の落ち込みや円高の影響により、ゴルフ用品全体の売上高は前期を下回りました。

テニス

テニス用品では、硬式ラケットで「スリクソン」のラインアップを充実させるとともに、ダンロップブランドの「ネオマックス」シリーズを新たに投入しました。バボラブランドでは「ピュアドライブ」シリーズの拡販を進めました。また、世界各国の一流プレーヤーと用品の使用契約を結ぶことで、ブランド価値の向上に努めましたが、テニス用品全体の売上高は前期を下回りました。

2012年12月期の見通し

景気の先行きが不透明であり、個人消費も力強い伸びは望みにくい状況のなか、現地現物の観点で市場ニーズを的確にとらえた商品を提供することで、各市場でのブランド価値の向上とシェアの拡大に努めてまいります。



プロ・上級者向けとして生まれた「スリクソン」ブランドのゴルフ用品は、国内外のツアープロに愛用され、その勝利に貢献しています。



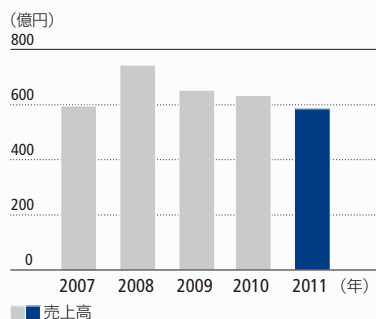
1979年に米国で誕生した「クリーブランドゴルフ」。定評あるウエッジは米国で高いシェアを有しています。



数多くの国内主要大会で使用されている硬式テニスボール

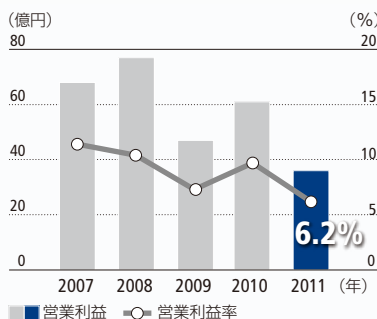
売上高

584 億円 前期比 **-7.7%**



営業利益および営業利益率

36 億円 前期比 **-40.5%**



売上高内訳

	(億円)		
	2010	2011	前期比
クラブ	298	273	-8%
ボール	129	119	-8%
シューズ・アクセサリ他	87	79	-9%
ゴルフ用品	514	470	-8%
テニス用品	65	61	-6%
ライセンス収入	4	4	-10%
スポーツ用品	582	535	-8%
その他	50	49	-3%
合計	632	584	-8%

産業品他事業

INDUSTRIAL AND OTHER PRODUCTS

Business

- 住友ゴム工業(株)のハイブリッド事業本部が中心となり、プリンター・コピー機用精密ゴム部品、制振ダンパー、スポーツ用人工芝、塗り床、車椅子用可搬形スロープ、ゴム手袋、ガス管、印刷用ブランケット、防眩材、止水ゴム、医療用ゴム栓など生活用品から産業用資材まで多種多様な商品を提供しています。

MIRAIE

当社の高減衰ゴムテクノロジーにより生まれた住宅用制震ダンパー「MIRAIE(ミライエ)」。地震の揺れを最大70%*低減し、繰り返し発生する余震にも効果を発揮します。

* 振動台実験の結果による

No.1

橋梁ケーブル用制振ダンパー
の国内シェア

(注)2012年1月、当社調べ



プリンター・コピー機用精密ゴム部品
 ミクロン単位の精度が要求されるプリンター・コピー機用精密ゴム部品。生産拠点を国内、中国、ベトナムに置き、顧客の多様なニーズに対応しています。

2011年12月期の業績

当期の産業界他事業の売上高は、前期比0.2%減の274億93百万円、営業利益は同31.2%減の14億60百万円となりました。

医療用ゴム栓は順調に販売を伸ばし、ゴム手袋や建築用の床材なども好調に推移しましたが、主力のプリンター・コピー機用精密ゴム部品は、東日本大震災やタイの大洪水によるOA機器メーカーの減産や円高の影響で前期を下回りました。

2012年12月期の見通し

景気の先行きが不透明であり、厳しい事業環境が続くものと見込まれます。このような環境のなか、成長が期待される医療用ゴム栓では、需要の拡大に対応して生産能力の増強を進め、安全で高品質な商品の供給と拡販に努めます。また、独自の高減衰ゴムを採用した住宅用制震ダンパー「MIRAIE(ミライエ)」を新発売し、積極的な販売を進めてまいります。



医療用ゴム栓

徹底した品質管理のもと、安全・高品質な医療用ゴム栓を提供しています。

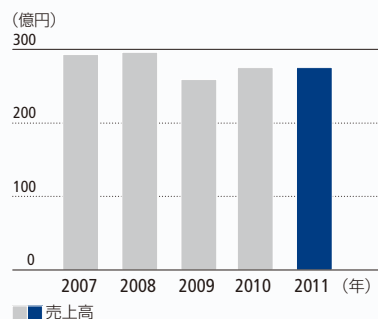


ゴム手袋

ダンロップのゴム手袋は、家庭用から業務用まで充実したラインアップをそろえています。

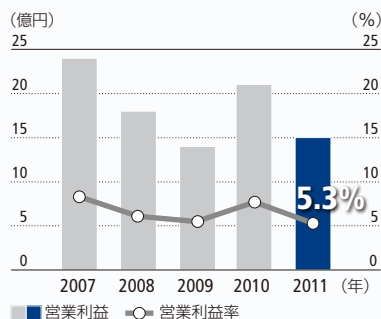
売上高

275 億円 前期比 **-0.2%**



営業利益および営業利益率

15 億円 前期比 **-31.2%**



スポーツ用人工芝「ハイブリッドターフ」高い安全性とプレー性能を両立させた「ハイブリッドターフ」は、全国の競技場から学校施設まで豊富な導入実績を誇ります。