

営業の概況

タイヤ事業

2008年12月期の業績

当期のタイヤ事業の売上高は、前期比4.7%増の5,010億63百万円、営業利益は同55.8%減の158億49百万円となりました。

主に海外市場で販売が順調に推移したことなどにより、売上高は前期を上回りました。営業利益は、原材料価格の未曾有の高騰に加え、下期以降の円高の進行による輸出採算の悪化、さらに10月以降の急激な世界需要悪化もあり減益となりました。

国内市販用タイヤ

国内市販用タイヤは、自動車保有台数が史上初めて減少に転じるなど、需要が前期を下回る環境となりました。

「ダンロップ」ブランドでは、特殊吸音スポンジを搭載した乗用車用プレミアムコンフォートタイヤ「VEURO（ビューロ）VE302」や低燃費性に優れたトラック・バス用タイヤ「ECORUT（エコルト）SP678K」に加え、石油外天然資源使用比率を97%にまで高めた新世代エコタイヤ「ENASAVE（エナセーブ）97」および氷上における制動性と操縦安定性を両立した新世代スタッドレスタイヤ「DSX（ディーエスエックス）-2」やトラック・バス用スタッドレ

スタイヤ「SP（エスピー）001」を発売し、商品展開の強化に努めました。

「ファルケン」ブランドでは、高いスポーツ性と快適性を両立した乗用車用タイヤ「ZIEX ZE（ジークス ゼットイー）912」を、「グッドイヤー」ブランドでは、ミニバン専用タイヤ「EAGLE RV-S（イーグル アールプイエス）」や本格派スポーツタイヤ「EAGLE RS Sport（イーグル アールエス スポーツ）」を発売し、拡販に努めました。

しかしながら、消費者の節約志向による買い控えや高価格品から廉価品への需要のシフトなどの影響により、国内市販用タイヤ全体での売上高は前期を下回りました。



新車用タイヤ

新車用タイヤは、第3四半期までは国内自動車生産台数が輸出向けに牽引され需要は前期をやや上回る水準で推移しましたが、第4四半期以降は世界的な景気悪化により輸出が減少に転じ、大幅に落ち込みました。このようななか、自動車メーカー各社のニーズに対応した商品の効率的な供給に努めた結果、売上高は前期を上回りました。

海外市販用タイヤ

海外市販用タイヤは、アジア・中近東での需要が比較的堅調であったことに加え、北米での販路開拓、ロシアでの現地販売法人による販売拡大が進みました。また、中国、タイおよびインド

ネシアにおいては、現地工場の生産能力増強が販売に大きく寄与しました。この結果、円高の影響があったものの、売上高は前期を大きく上回りました。

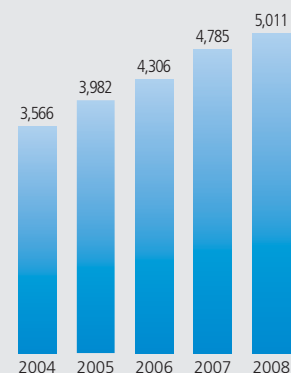
2009年12月期の見通し

2009年12月期のタイヤ事業の見通しは、原材料価格に一服感はあるものの、国内外の自動車需要の低迷から自動車メーカーの大幅な減産が見込まれるなど、大変厳しい状況が予想されます。このようななか、従来以上に総原価低減活動による製造原価、諸経費の削減に努めるとともに、最適生産体制への移行を推進し、物流コストや為替リスクの低減を図ってまいります。

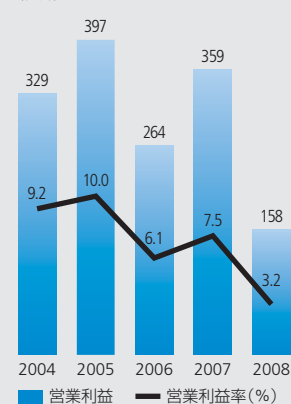
■ タイヤ販売本数および前期比率

	2007年	2008年
国内新車	+3%	+0%
海外新車	+46%	+14%
国内市販	-5%	-2%
海外市販	+17%	+16%
合計	+8%	+7%
合計本数(万本)	8,170	8,734

売上高
(億円)



営業利益
(億円)



VEURO VE302

ZIEX ZE912

EAGLE RV-S



エコタイヤ 「ENASAVE (エナセーブ)」 シリーズを拡充

当社従来品*1と比べて、転がり抵抗を約20%削減したミニバン専用低燃費タイヤ ダンロップ「ENASAVE(エナセーブ) RV503」を開発しました。

「ENASAVE RV503」は、97%石油外天然資源タイヤ「ENASAVE 97」の開発で培った改質天然ゴムの技術や、新たに開発したポリマー技術の採用により、多くのミニバンユーザーが求める「燃費のよさ」と「ウェット性能」を両立しています。また、当社独自のシミュレーション技術により高い静粛性を確保したほか、非対称パターンやフレキシブルプライ構造*2などのミニバン専用設計を採用し、フラットな乗り心地を実現しています。

当社は、今後も環境に配慮した「ENASAVE」ブランド商品を順次シリーズ展開していきます。

*1 「LE MANS(ル・マン) RV RV502」

*2 車両の大きさ・重量に対応してタイヤサイズにより異なったプライ構造を採用すること。



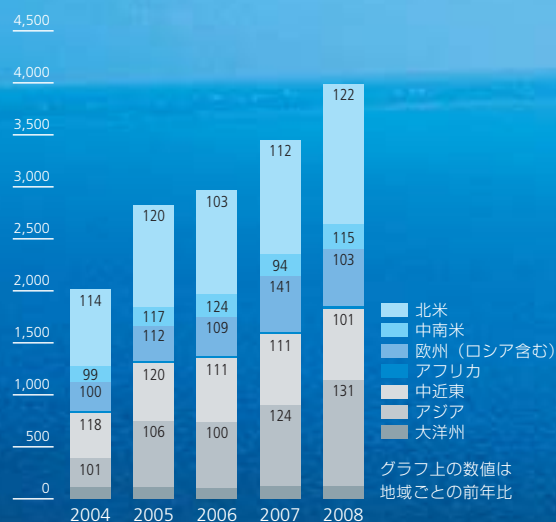
海外販売網を拡大

タイヤ事業におけるグローバル展開の一環として、市販用タイヤの販売強化を図るために、中近東地域と中南米地域にそれぞれ販売会社を設立しました。現地のニーズを的確にとらえた商品の投入および販売活動の展開により、顧客満足度の向上を図っていきます。

中近東地域には、アラブ首長国連邦のドバイにスミトモラバーミドルイーストを設立しました。2009年1月に営業を開始し、主に乗用車・小型トラック・トラック用タイヤの販売拡大を目指します。

中南米地域には、チリ共和国サンチャゴ市にスミトモラバーラテンアメリカを設立し、2009年10月より営業を開始する予定です。

海外市販用タイヤ売上本数の推移
(万本)



タイヤの新工法「太陽」

スミトモラバータイヤランド



「太陽」工法とは、部材工程から検査工程までをコンパクトに一体化・自動化した、当社独自のタイヤ生産方式で、従来工法と比べて高速ユニフォミティを50%改善し、タイヤの精度・性能の向上に寄与します。また、従来設備に比べて面積比で約30%というコンパクト化を実現し、エネルギー消費量も約35%削減できます。

「太陽」工法の初の海外導入となったタイのタイヤ製造子会社であるスミトモラバータイヤランドでは、2008年5月より新車用タイヤの納入を開始しました。「太陽」による当社グループ全体のタイヤ生産本数は、2008年末に1,000万本を超えました。

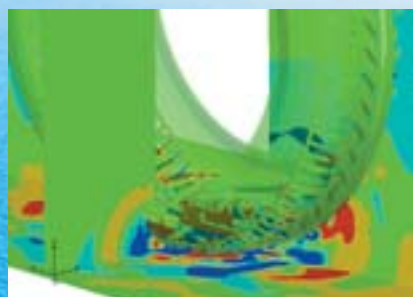


ストリップwind トレッド

シミュレーション技術「DRS」 採用の『デジタイヤ』

当社ではこれまで、精密なタイヤモデルを用いて回転するタイヤをシミュレーションする「DRS(デジタル・ローリング・シミュレーション)」、路面状態や車両の影響を考慮して実際の走行状態に近いタイヤをシミュレーションする「DRSⅡ」、タイヤとタイヤ内部の空気圧力変動を考慮してタイヤ騒音をシミュレーションする「DRSⅢ」を開発してきました。さらには、ゴム材料そのもののシミュレーション技術である「デジコンパウンド」を開発し、材料開発から構造開発まで『デジタイヤ』シミュレーションによる一貫したタイヤ開発を可能とする大きな成果を挙げてきました。

2008年には、タイヤが走行する際に発生する放射音をシミュレーションする「タイヤパターンノイズシミュレーション」技術が加わり、「DRS」のシミュレーション技術開発は完成しました。



タイヤパターンノイズシミュレーション

スポーツ事業

2008年12月期の業績

当期のスポーツ事業の売上高は、前期比24.8%増の742億89百万円となりました。営業利益は同13.9%増の77億19百万円となりました。

主力の国内ゴルフ関係では、ゴルフ場入場者数は前期に比べて横ばいで推移したものの、ゴルフ用品需要は縮小傾向をたどりました。

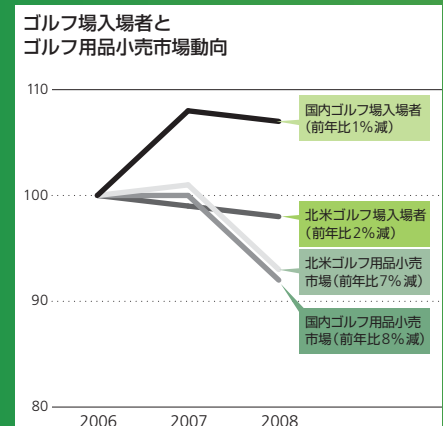
このような環境のもと、ゴルフクラブでは5代目となる「The XXIO(ザ・ゼクシオ)」がドライバーとアイアンセットにおいて、2008年の国内販売数量

No.1*となるなど絶大な人気を博し、年間を通じて好調に推移しました。また、「SRIXON(スリクソン)」ブランドの新商品を投入し、拡販を図りました。ゴルフボールでは、「XXIO XD(ゼクシオ エックスディー)」が引き続き順調であったほか、高価格帯の「XXIO Premium(ゼクシオ プレミアム)」も贈答用を中心に堅調に推移しました。

一方海外では、世界的にゴルフ用品の市況が悪化したものの、米国のゴルフクラブメーカーであるクリーブランド社を2007年12月に傘下に加えたことにより、売上高は前期を上回りました。

テニス関係は、ラケットではダンロップブランドの「Diacluster(ダイアクラ

スター)」シリーズ、「AERO GEL(エアロジェル)」シリーズに加え、「Babolat(バボラ)」ブランドでも新商品を市場に投入するなど、積極的な販売活動を展開しました。また、国内で高いシェアを誇るテニスボールは、引き続き堅調に推移しました。



※2006年を100とした指数で表示(SRIスポーツ(株)調べ)

*調査会社ジーエフケーマーケティングサービスジャパン(株)の調査による。

XXIO(ゼクシオ)

「XXIO(ゼクシオ)」ブランドのゴルフ用品は、日本、韓国、台湾において多くのゴルファーの皆さまにご愛用いただいています。5代目となる「The XXIO(ザ・ゼクシオ)」は、ドライバーとアイアンセットにおいて2008年の国内販売数量No.1を達成しました。



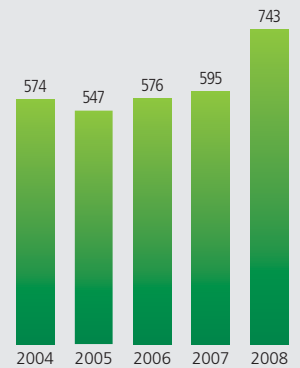
2009年12月期の見通し

2009年12月期のスポーツ事業の見通しは、国内は「ゼクシオ」「スリクソン」、海外は「スリクソン」「クリーブランド」で販売強化を図るものの、国内外ともに市況のさらなる悪化が予想されるなか、売上・利益ともに減少する見込みです。

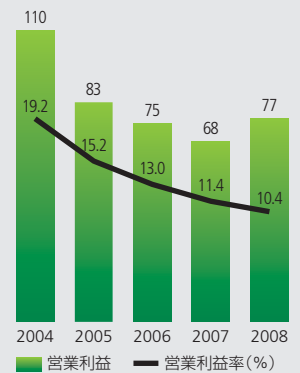


国内トップシェアを誇る
ダンロップの硬式テニスボール

売上高
(億円)



営業利益
(億円)



SRIXON(スリクソン)



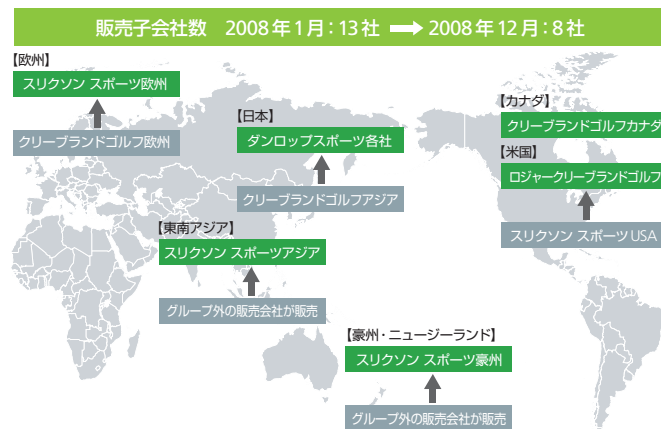
プロ・上級者向けとして生まれた「SRIXON(スリクソン)」ブランドのゴルフ用品は、国内外の有力プレーヤーに使用されています。クリーブランド社との販売網の統合により、海外でのブランド認知度のさらなる向上を図っていきます。

クリーブランド社とのシナジー創出

SRIスポーツ(株)は、2007年12月に買収したクリーブランド社とのシナジー創出に取り組んでいます。

販売面では、当社の世界戦略ブランド「SRIXON(スリクソン)」と「Cleveland(クリーブランド)」商品の販売網を世界的に統合し、販売力の強化と効率化を進めています。また、原材料の調達や物流体制も統合し、コストの削減と需要に即応できる供給体制の構築に取り組んでいます。

SRIスポーツ(株)は、今後もクリーブランド社との強みを活かした商品開発やプロモーション展開を進めるなどさまざまなシナジーを発揮し、ゴルフ市場におけるグローバルプレーヤーを目指していきます。



プレーヤーの幅広いニーズに応えるダンロップ「Diacluster(ダイアクラスター)」シリーズのテニスラケット

産業品その他事業

2008年12月期の業績

当期の産業品その他事業の売上高は、前期比1.1%増の296億22百万円、営業利益は同25.7%減の18億13百万円となりました。

防舷材などの土木海洋商品や医療用ゴム栓が順調に推移したほか、スポーツ用人工芝や超高減衰テクノロジー「GRAST(グラスト)」の制振ダンパーも高い伸びを示しました。しかしながら、主力のプリンター・コピー機用精密ゴム部品は、世界的景気後退や円高の影響により低調に推移しました。

2009年12月期の見通し

2009年12月期の産業品その他事業の見通しは、世界的な景気悪化の影響により減収減益を見込んでいます。生産・開発・営業・管理などすべての分野で総コスト低減活動を推進し、収益力の向上を図っていきます。

家庭用天然ゴム手袋から医療検査用まで豊富なラインアップを誇るダンロップの手袋

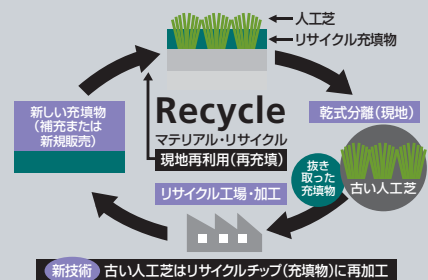


プロ野球の神宮球場にロングパイル人工芝「ハイブリッドターフ」を導入

芝丈の長い人工芝に目砂と細粒ゴムチップを充填した「ハイブリッドターフ」は、サッカーのJリーグやラグビーのトップリーグ、野球場など、全国のスポーツ施設に採用されています。2008年には、新世代のモノフィラメント(三角断面)構造ロングパイル人工芝「ハイブリッドターフ ET-62」が、プロ野球チームの本拠地として知られる神宮球場(明治神宮野球場)に採用されました。

リサイクル性を高めた新しいロングパイル人工芝を開発

これまでのロングパイル人工芝は、充填物の砂とゴムチップを取り出して再利用することが困難であったため、廃棄物として処理する方法が一般的でした。今回開発したリサイクル型ロングパイル人工芝は、砂やゴムチップではなく人工芝と同じ素材でできた充填物を使用しているため、抜き取ればそのまま再利用することができます。また、充填物の形状や硬さなどを自由に設計できるので、各種の競技の特性に合わせたフレキシブルなカスタマイズが可能です。

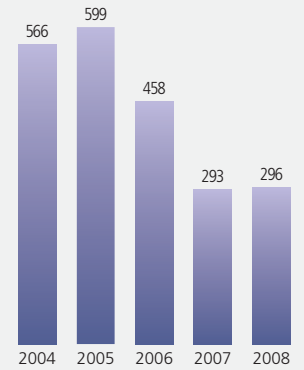




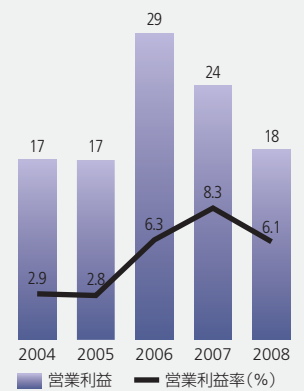
制振技術 「GRAST(グラスト)」

エネルギー吸収能力の高い高減衰ゴムを利用した制振技術「GRAST(グラスト)」は、大型橋梁ケーブルのダンパーをはじめ、戸建住宅から超高層ビルなどの建築物用の制振材まで、幅広い分野で活用されています。

売上高
(億円)



営業利益
(億円)



住友林業(株)と共同で住宅用 「地震エネルギー吸収パネル」を共同開発

SRIハイブリッド(株)独自の高減衰ゴムを利用した制振技術「GRAST(グラスト)」を用いて新開発した高剛性・高減衰ゴムを採用したことにより、地震エネルギーを熱エネルギーに変換・放出する性能が、従来の耐震技術などに比べて大幅に向上しています。壁の耐震性能を測る尺度として用いられる壁倍率において、国土交通大臣認定の「5.0」を取得しました。



地震エネルギー吸収パネル

港湾活動において重要な役割を果たす防舷材



ハイパーオメガ型防舷材

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



徹底した品質管理で生産される高機能・高付加価値な医療用ゴム栓

