

2006年8月、住友ゴムグループは、10年後のあるべき姿を示す「住友ゴムグループ 長期ビジョン」を
発表しました。当社グループはこの長期ビジョンのもと、“Go for Value”を合言葉にグループ全社員
のベクトルを合わせ、企業価値の最大化に向けて邁進してまいります。



目標

「住友ゴムグループ 長期ビジョン」では、2015年をターゲット
として、当社グループが「世界の開発力・技術力・現場力」と
「業界No.1の収益力」を原動力として「世界の価値を提供し
続ける企業集団」になることを目指しています。具体的な数値目
標としては、2015年12月期に連結売上高8,000億円、営業利
益率10%以上などを掲げています。

2008年度(2008年12月期)を最終年度とする「中期経営
計画」に関しては、「長期ビジョン」達成に向けた第一ステップ
と位置付けています。

Go for

長期ビジョンの達成イメージ

Go for Value

全てのステークホルダーに
とっての価値を追求

世界一の
開発力 技術力 現場力

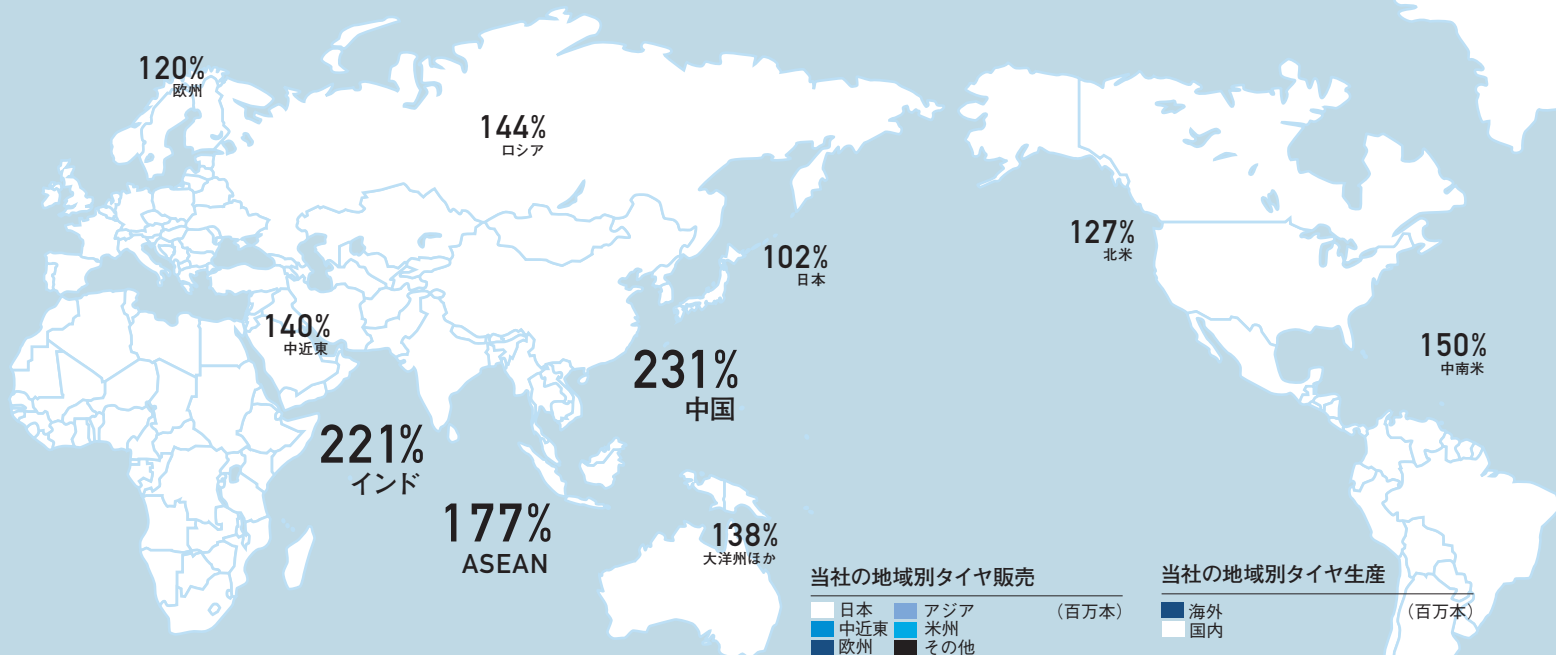
業界No.1の
収益力

住友ゴムのバックボーン
住友事業精神 先進性 自由闊達さ

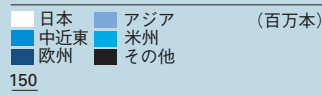
数値目標

(百万円)

	2005 実績	2006 実績	2008 目標	2015 目標
売上高	¥512,838	¥534,086	¥550,000	¥800,000
タイヤ事業	¥398,170	¥430,620	¥450,000	¥630,000
スポーツ事業	¥54,748	¥57,649	¥60,000	¥100,000
産業品・新規事業	¥59,920	¥45,817	¥40,000	¥70,000
営業利益率	9.7%	6.9%	10%以上	10%以上
経常利益率	9.4%	7.3%	10%以上	10%以上
当期純利益率	5.0%	5.2%	5%以上	5%以上
ROA(営業利益ベース)	9.2%	6.3%	10%以上	10%以上
ROE	16.0%	14.7%	10%以上	15%以上
有利子負債残高	¥205,751	¥219,372	¥200,000	¥200,000
自己資本比率	30.9%	33.3%	35.0%	40.0%
デット・エクイティ・レシオ	1.2倍	1.1倍	1.0倍	0.7倍



当社の地域別タイヤ販売 (百万本)



当社の地域別タイヤ生産 (百万本)



Value

タイヤ事業

市場の見通し

世界のタイヤ需要は、BRICsなどの新興経済地域がけん引し、長期的に着実に増加することが見込まれます。自動車保有台数は、年平均で約3%増加し、タイヤ販売本数も年平均で約3%増加すると予測されます。また、自動車の車種構成の変化に伴って、タイヤ市場は汎用タイヤと高付加価値タイヤの増加が顕著になると予想しています。

「収益力」の向上—グローバル戦略—

国内のタイヤ需要は横ばいが続き、海外からの廉価商品

の輸入が増加すると見込まれます。このようななかで「収益力」の向上を図るためには、グローバル戦略を推進することが最重要課題です。住友ゴムグループは、2015年にタイヤの海外生産比率を6割に、海外での市販用タイヤの販売は2005年比で倍増を目指し、世界のタイヤ業界のなかで独自性のある確固としたポジションを確立していきます。

特にアジア市場では、現在進めている積極的な増産投資を継続するとともに、早急に販売ネットワークを構築し、市販用タイヤの3倍増の販売を目指します。

北米・欧州では、グッドイヤー社とのグローバルアライアンスを前提としていますが、北米の販売子会社であるファルケ

ン・タイヤ・コーポレーションの販売力を強化するなど、当社独自の拡販施策も進めていきます。また、全米に販売網を有するTBCコーポレーションなど大手販売チャネルに向けて、タイヤを供給することで販売数量の拡大を図ります。

さらに、WTO加盟を契機に自動車市場が急激に拡大していくことが予想されるロシアにおいては、2006年4月に開設したモスクワ事務所を拠点に、タイヤ市場の調査や販売活動の支援を進めています。

国内市販事業

国内市販事業では、直営店の拡充や効率的な営業および流通体制を構築するとともに、ブランド力・商品力を強化し、「顧客価値No.1」を目指します。

新車用タイヤ事業

新車用タイヤ事業においては、日系自動車メーカーの躍進や、アジアでの自動車生産の増加が見込まれるなか、技術提案力や安定した品質に加え、コスト競争力の強化および供給体制の充実を図ることで、最も信頼される「グローバルサプライヤー」になることを目指します。

「開発力・技術力」の強化

自動車と同様に、タイヤの開発には「安全」「環境」「品質」が重要なテーマとなります。「住友ゴムグループ 長期ビジョン」では、2015年に向けた技術テーマとして、「ノイズレス」「低燃費」「石油外資源」「スペアレス」「新工法」「シミュレーション」

を掲げています。なかでも石油外資源タイヤに関しては、2006年に発売を開始し、国内で数々の栄誉ある賞を受賞した70%石油外資源タイヤ「ENASAVE(エナセーブ)ES801」をさらに進化させ、2008年の発売を目指して石油外資源比率97%タイヤの開発を進めています。さらに、2025年の最先端自動車を想定した“技術テーマ”についても、当社グループは積極的に開発を進めていきます。

製造技術面では、当社独自のタイヤ新工法「太陽」の拡大・進化を図っていきます。新工法「太陽」は、タイヤの部材工程から検査工程までをコンパクトに一体化させ、自動化した生産方式です。タイヤの精度・性能の向上に寄与するとともに、従来設備に比べて面積比で約30%のコンパクト化を実現するなど、投資効率の向上も可能にします。現在、「太陽」工法による生産量は順調に拡大しており、2006年末には250万本を超え、2007年末には500万本を超える予定です。

「現場力」の強化

「現場力」とは、社員一人ひとりが主体的に仕事上の問題を発見し、知恵を生み出して改善・解決していく能力のことです。この「現場力」の向上なくしてグループ価値の向上はありません。特に製造部門では、原材料価格高騰の影響を最小限に抑えるためにもコスト競争力の一層の強化が課題であり、「現場力」を高めることによって、徹底した総原価の低減を推進していきます。

また2007年1月には、製造部門のさらなる「現場力」向上を目指して「製造研修センター」を新設しました。これは、従

来各工場別を実施してきた現場の教育訓練を集約し、さらに発展させるものであり、今後のグローバル展開や国内工場の社員の世代交代といった、労務構成上の変化を見据え、製造部門における人的価値の向上が不可欠であるとの判断から導入するものです。今後、この研修センターでは製造スタッフ向けに効果的な技能教育を実施し、指導者に対しては指導力・育成力の向上を図っていきます。

スポーツ事業

スポーツ事業では、ゴルフ・テニス用品をコアとして、海外売上比率を2006年の14%から2015年には30%に伸ばし、売上高は2006年比74%増の1,000億円の達成を目指します。シミュレーション技術を活用した高機能商品の開発や、国内外で「SRIXON(スリクソン)」ブランドの認知度向上を進めるとともに、欧米、東南アジア、豪州における販売体制の強化を図っていきます。

産業品・新規事業

産業品・新規事業では、2015年の売上高は、2006年比約53%増の700億円を目指します。精密ゴム部品事業や高減衰ゴムを利用した制振事業の拡大を図るとともに、人工芝・ゴム手袋事業などの収益力の強化を推進していきます。

新規事業開発については、ゴムを中心とした材料技術・加工技術を生かして、環境・情報・健康などの分野における新たな事業の開拓を目指します。

