

DUNLOP商標権等の GOODYEAR社からの取得について

2025年1月8日



住友ゴム工業株式会社
SUMITOMO RUBBER INDUSTRIES, LTD.

1. 中期計画の進捗

2. 本商標権取得の意義・目的について

3. 本取引の概要

4. 本商標権等取得後の事業展開の方向性

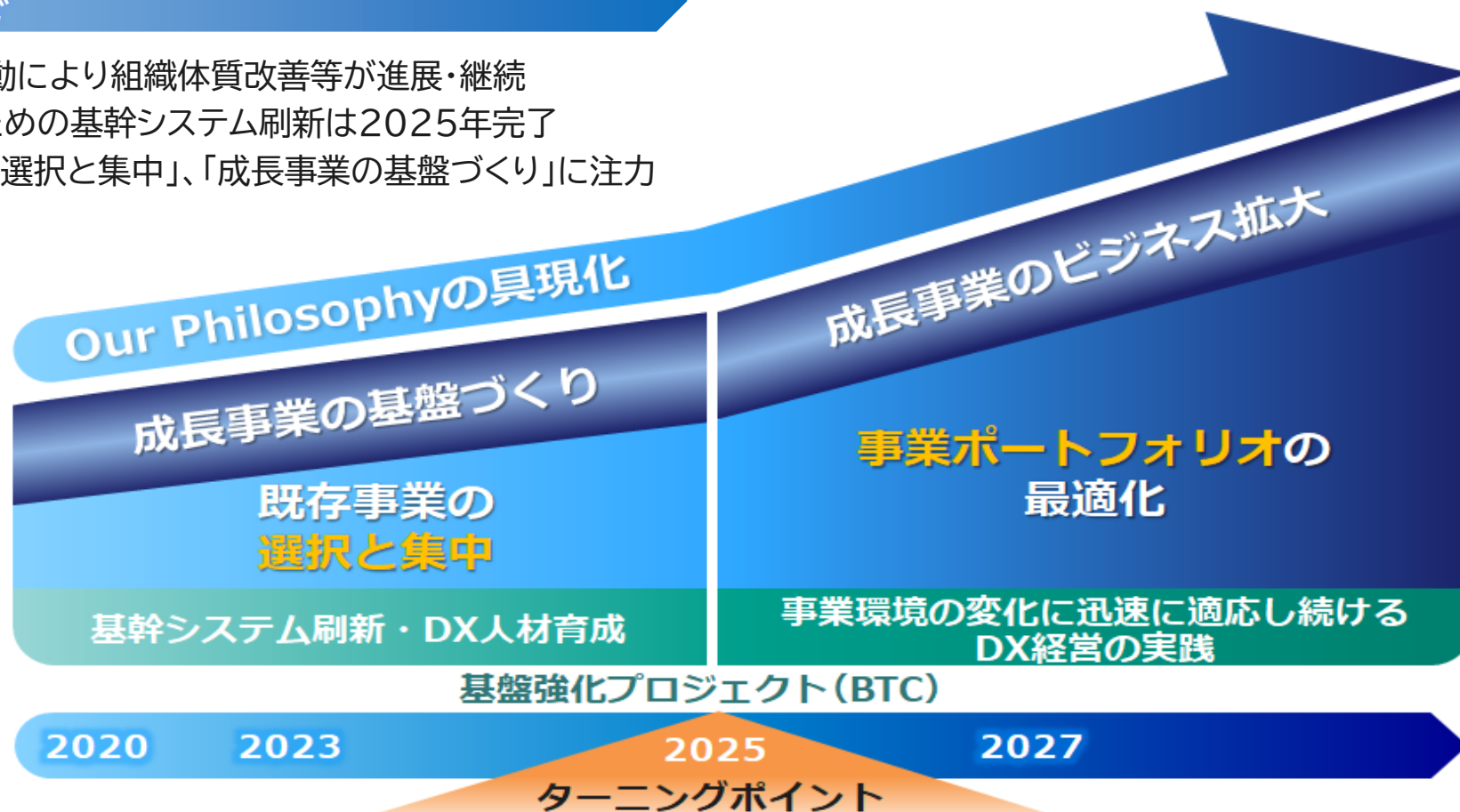
現在の中期計画を着実に実行し、2025年のターニングポイントを迎えた

2025年まで

- 基盤強化活動により組織体質改善等が進展・継続
- DX経営のための基幹システム刷新は2025年完了
- 「既存事業の選択と集中」、「成長事業の基盤づくり」に注力

2026年以降

- 「事業ポートフォリオ最適化」、「成長事業拡大」で再成長



構造改革の着実な実行に加え、独自技術を開発し、商品価値の最大化に取り組んできた

既存事業の 選択と集中

構造改革の着実な実行

- ・ 北米タイヤ製造子会社の生産終了・解散を決定
→対象約10事業のうち6事業の目途付け完了

▶ 変化に強い実行基盤の構築

成長事業の 基盤づくり

独自技術・商品の開発

- ・ SYNCHRO WEATHER発売開始(国内市場)
- ・ アクティブトレッド技術進化、欧米市場展開検討

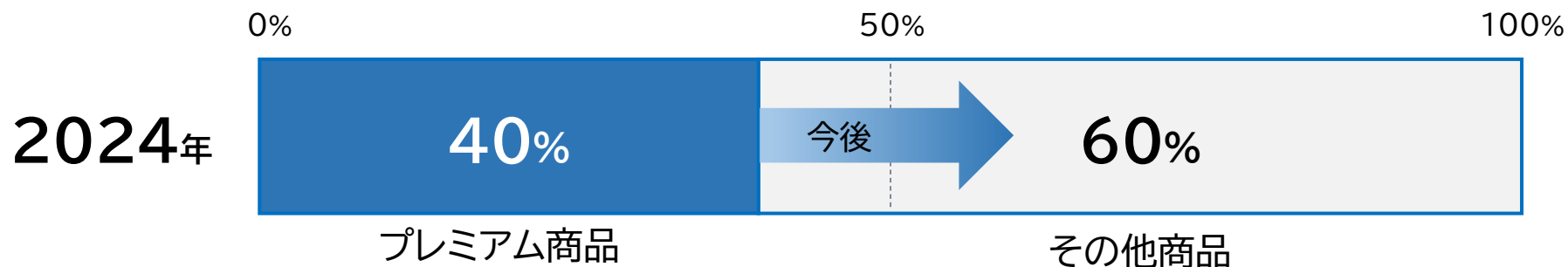
▶ ゴムを極め商品価値を最大化



当社の基幹事業であるタイヤ事業の成長加速に向け
当社独自技術を用いた差別化商品の更なる価値最大化を検討してきた

成長の核であるタイヤ事業でのプレミアム戦略、商品価値を最大化する検討を継続

当社消費財タイヤ プレミアム比率(本数ベース)



消費財タイヤセグメント:当社プレミアム商品

オールシーズン



SYNCHRO WEATHER

ウルトラハイパフォーマンス



SPORT MAXX
e.SPORT MAXX

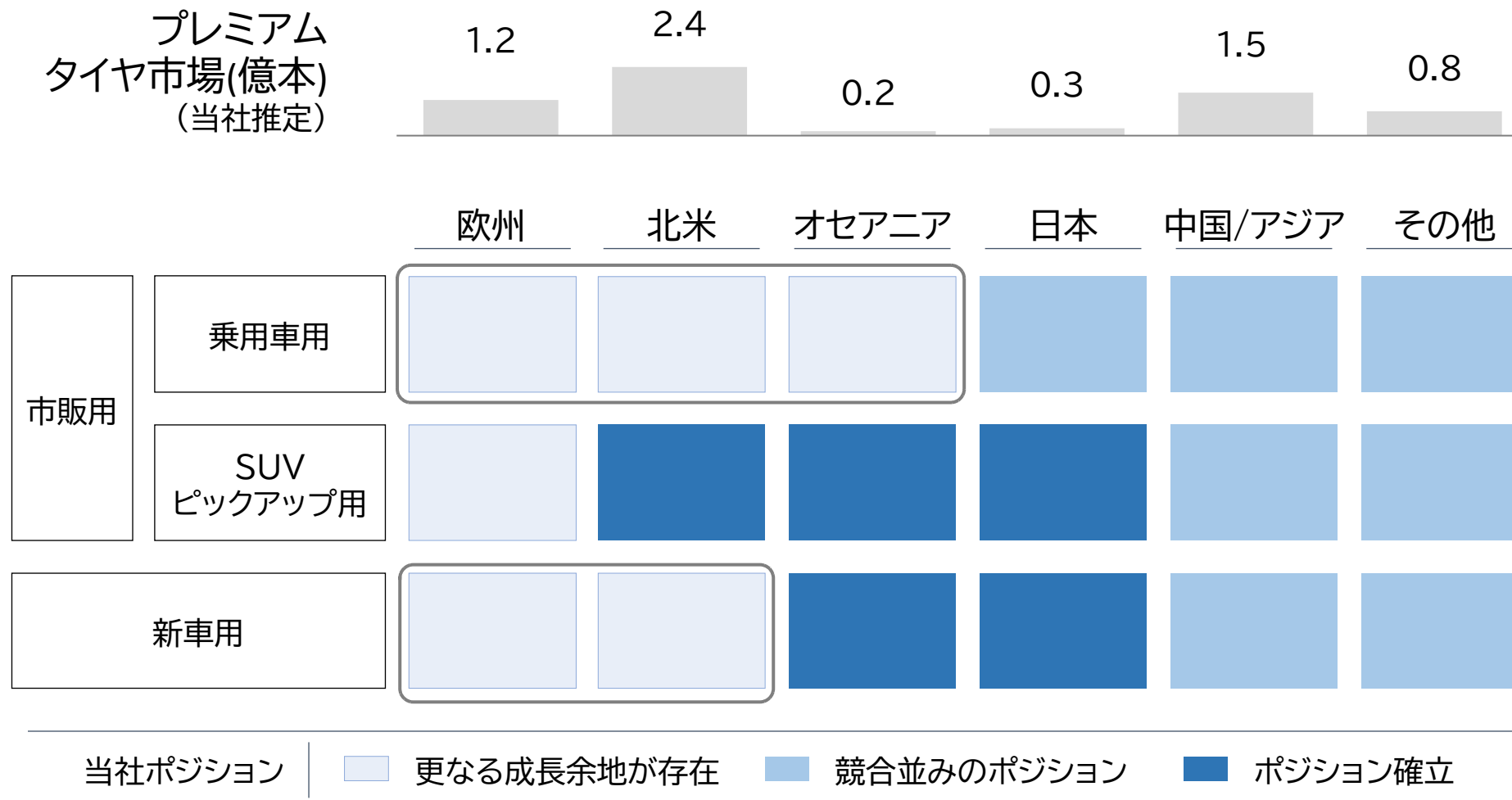
SUV/ピックアップ向け



WILDPEAK
GRANDTREK

上記をはじめとした差別化商品や、SUV用及び18インチ以上の乗用車用タイヤをプレミアム商品として定義

欧州・北米・オセアニアの主要セグメントである
乗用車用タイヤの攻略が今後の成長に重要



グローバルでの当社独自技術搭載の差別化商品の価値最大化に注力

<日本・アジア市場>

2ブランドで、消費財タイヤ、特にプレミアム商品ゾーンの攻略に注力、当社独自技術を用いた差別化商品を投入、成果を出してきた

<欧州・北米・オセアニア市場>

FALKENブランド展開でSUV/ピックアップの市場獲得に成功、今後グローバルでのプレミアム商品ゾーンの攻略を本格化

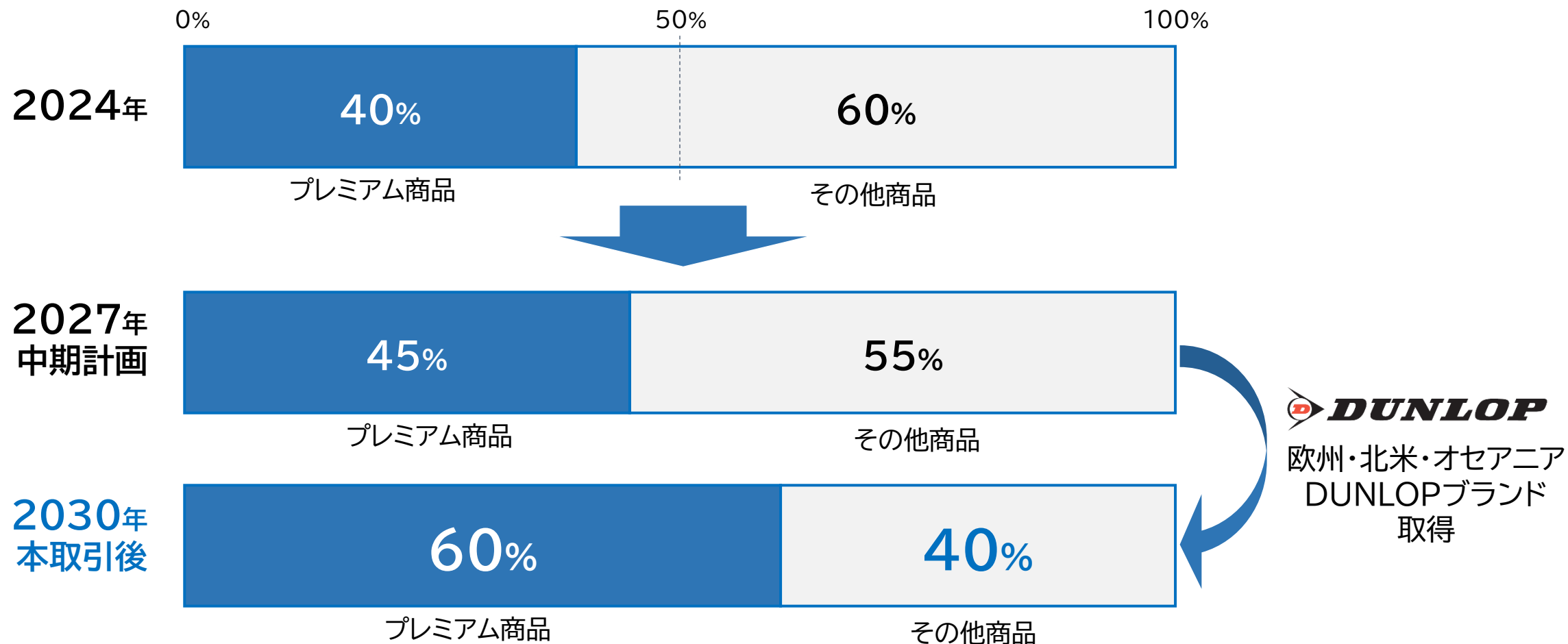


**GOODYEAR社の持つ
欧州・北米・オセアニアDUNLOP商標権の獲得**



差別化商品をDUNLOPブランドで欧州・北米・オセアニアに追加投入し、
プレミアム商品比率を高める

当社消費財タイヤ プレミアム比率(本数ベース)



3. 本取引の概要

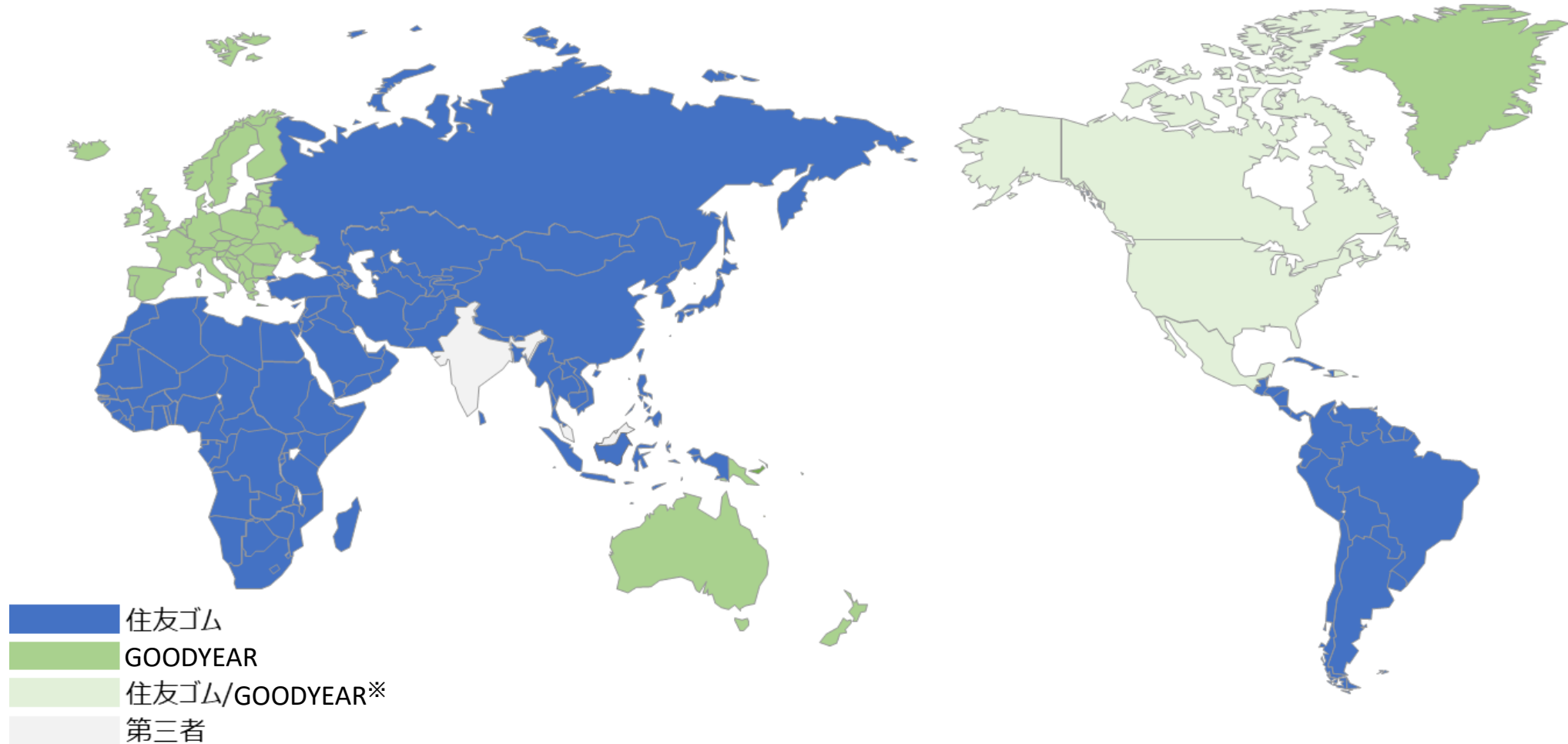
為替レート 157円/USD (2024年12月末時点)

譲渡対象	欧州・北米・オセアニア地域での四輪タイヤDUNLOP商標権等の取得
取得価格	526 mil USD (826億円)
プロフォーマ DUNLOP EBITDA※1	93 mil USD (146億円)
EV/EBITDAマルチプル※1	5.7x
クロージング	2025年5月(予定) ※各国の競争法に基づく承認取得次第
資金調達	自己資金及び借入金等
その他の契約条件	<ul style="list-style-type: none">- 欧州DUNLOP製品の顧客移行等に関する移行サポート費用105 mil USD 及び初期在庫の買取費用等※2を上記取得価格と併せてクロージング時に支払- GOODYEAR社による商品供給契約(自社製造への完全移行まで3-5年間)
製造拠点	本買収においてはGOODYEAR社の製造拠点は引き継がない

※1 本件買収においては、DUNLOP事業の2023年売上高実績を基に当社で査定

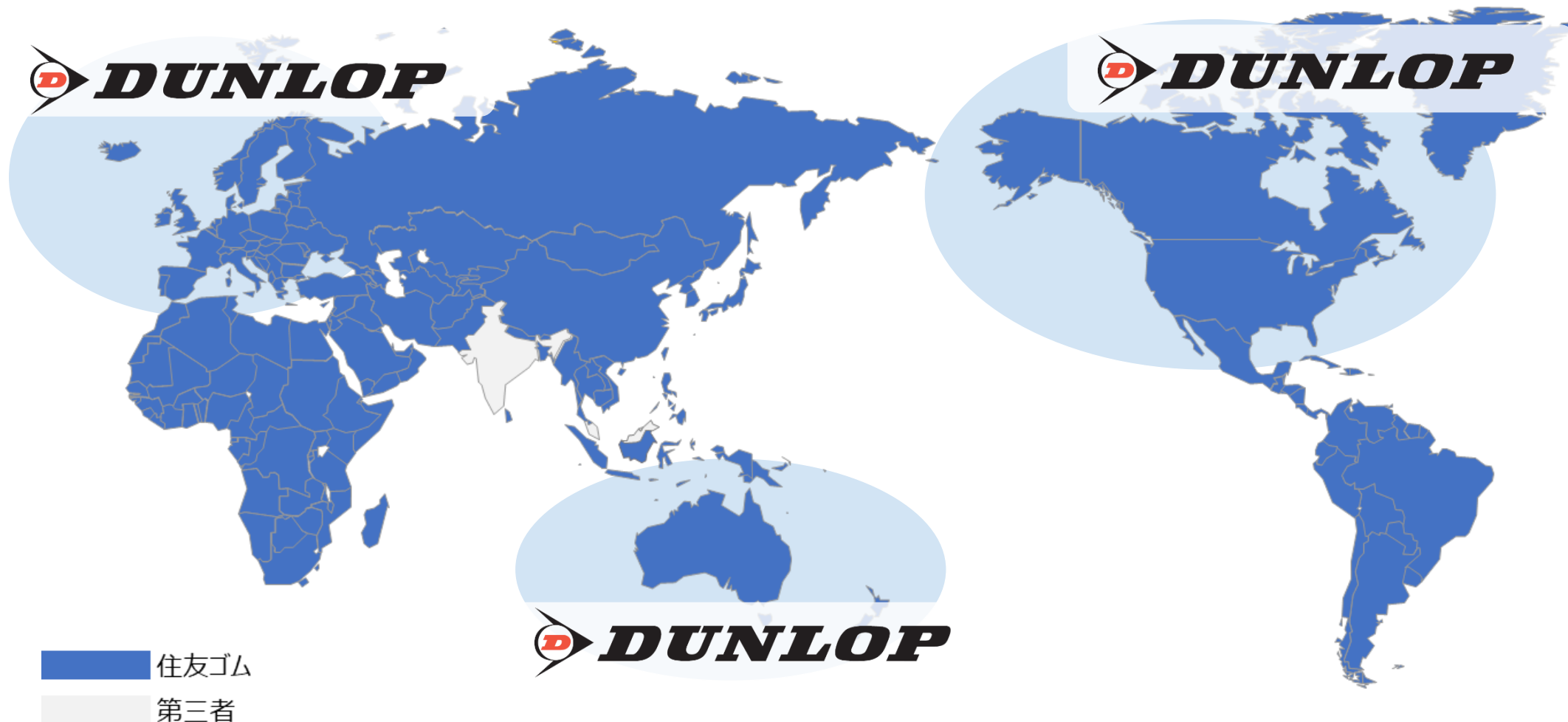
※2 初期在庫の買取費用等は現時点では未定。クロージング時点において見込みの金額を仮払いし、クロージング後に在庫の確認を行い、必要に応じて価格調整を実施

欧州・北米・オセアニアにおいて、現状DUNLOPブランドが使用できなかったため、当該市場ではFALKENブランド中心で展開



※ 住友ゴムは北米地域での日系自動車メーカー向け新車用、および、モーターサイクルタイヤのDUNLOP商標使用権を保有

GOODYEAR社が持つ欧州・北米・オセアニアでのタイヤにおけるDUNLOP商標権を取得
グローバルに当社がDUNLOPブランドを展開していく ※一部地域/商材を除く

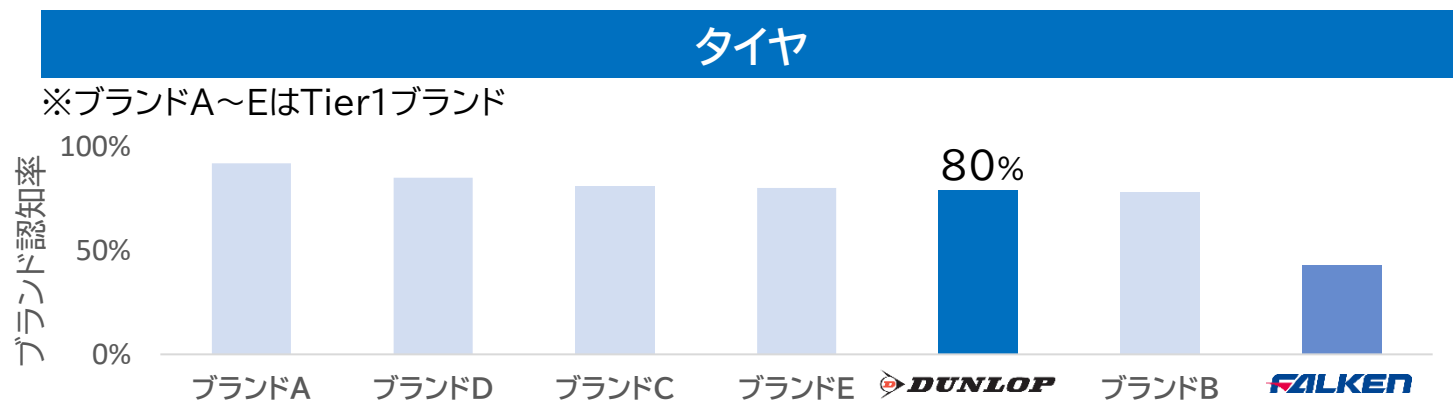


※ 欧州、オセアニアのモーターサイクルタイヤのDUNLOP商標はGOODYEAR社が継続使用

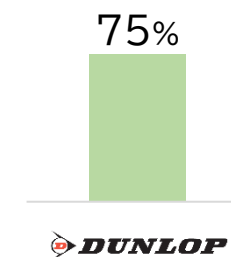
DUNLOPはTier1ブランドの中でも高い認知率を得ている



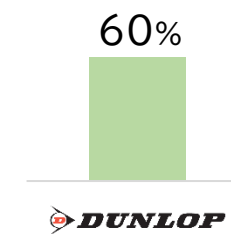
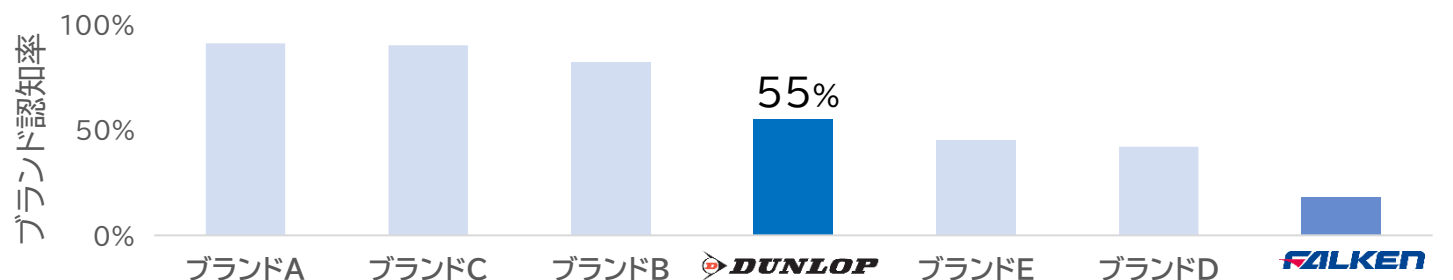
欧州



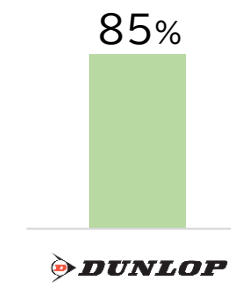
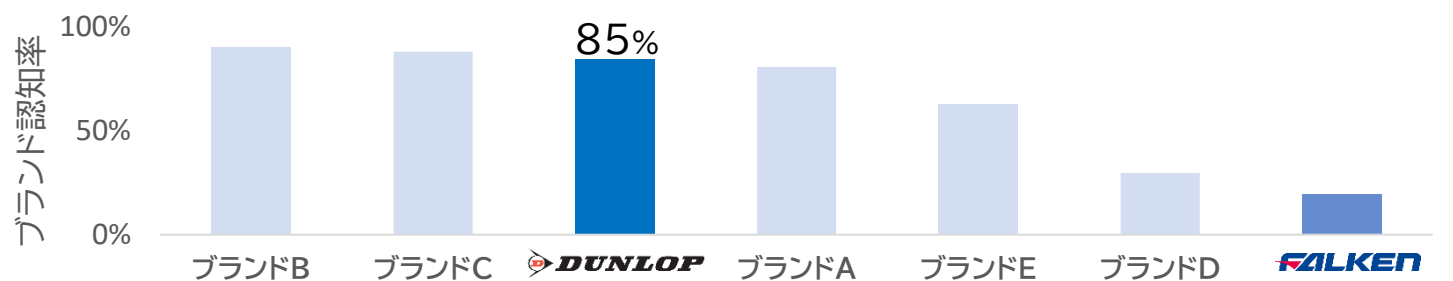
スポーツ(テニス)



北米



オセアニア



※認知率は弊社調査による助成想起(2018~2024年) ※欧州はタイヤは独、スポーツは仏の調査結果

グローバルで高い認知度

Tier1

Tier1 プレミアムカテゴリ



グローバル消費財プレミアムタイヤ

- ・「アクティブトレッド」を活用した乗用車/SUV向けタイヤ
- ・独自技術で差別化を図るフラッグシップタイヤ

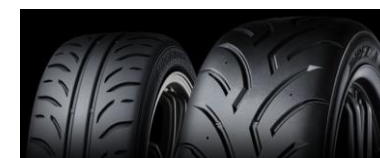


SYNCHRO WEATHER



SPORT MAXX
GRANDTREK

- ・プレミアム車両向け新車用タイヤ
- ・モータースポーツ向けタイヤ



スポーツビジネスとの
クロスマーケティング

Tier2

Tier2 トップカテゴリ



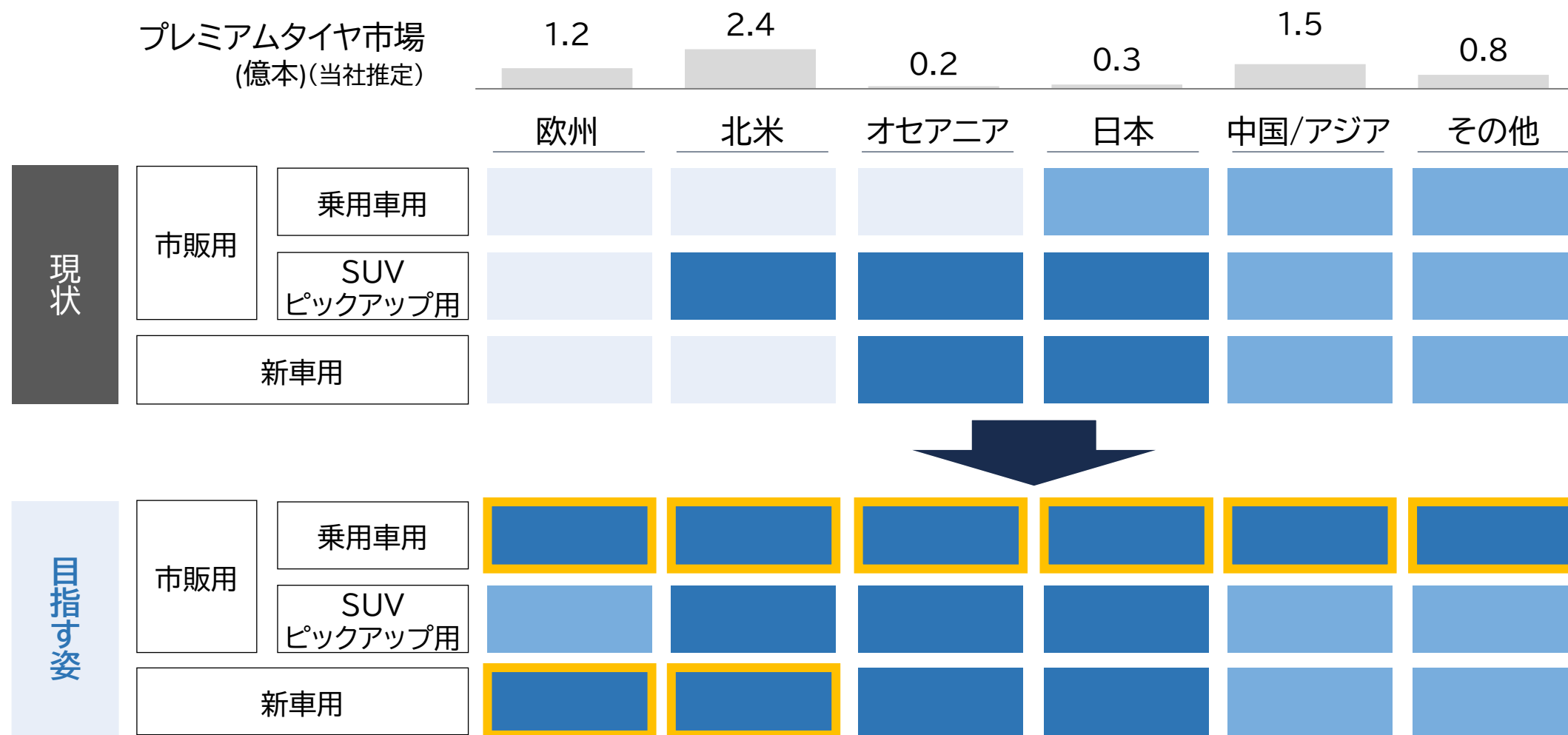
北米・欧州で培ってきたファン層に向けたエッジの効いたタイヤ

AZENIS WILDPEAK



Budget

欧州・北米・オセアニアの乗用車用セグメント攻略をDUNLOPブランド取得で加速



当社ポジション/注力領域 | Light Blue 更なる成長余地が存在 | Medium Blue 競合並みのポジション | Dark Blue ポジション確立 | Yellow border Dark Blue DUNLOPブランドで攻略加速

成長著しいオールシーズンタイヤ、ウルトラハイパフォーマンスタイヤに対して
DUNLOPブランドで当社独自商品を順次投入



- アクティブトレッド技術を活用した
オールシーズンタイヤ・EVタイヤ
- ウルトラハイパフォーマンスタイヤ



- プレミアム車両向け新車装着
SPORT MAXX



- GOODYEAR社保有の
販路引継ぎ

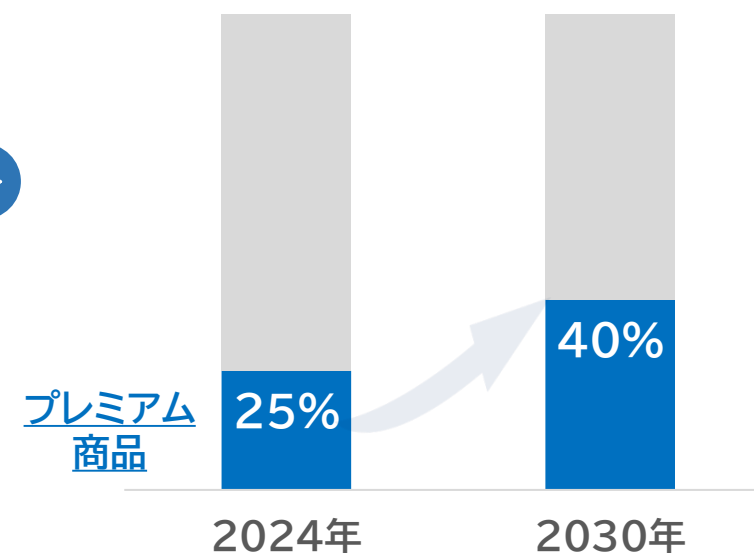


- テニスATPツアーでの露出活用



欧州市場での将来目標(本数構成比)

+15ポイント

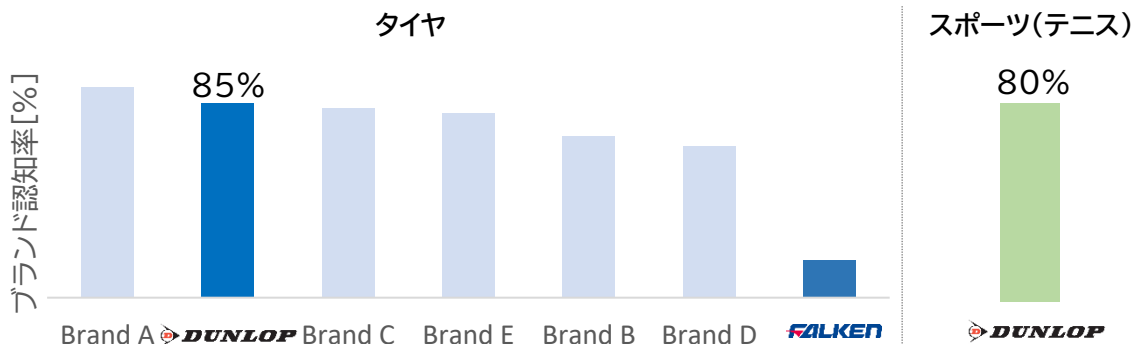


- ファン層に向けたエッジの効いた商品でTier2トップの
ポジションを維持

高いブランド認知度と、当社販売網のMTS社※を活用し、DUNLOPブランドを拡販

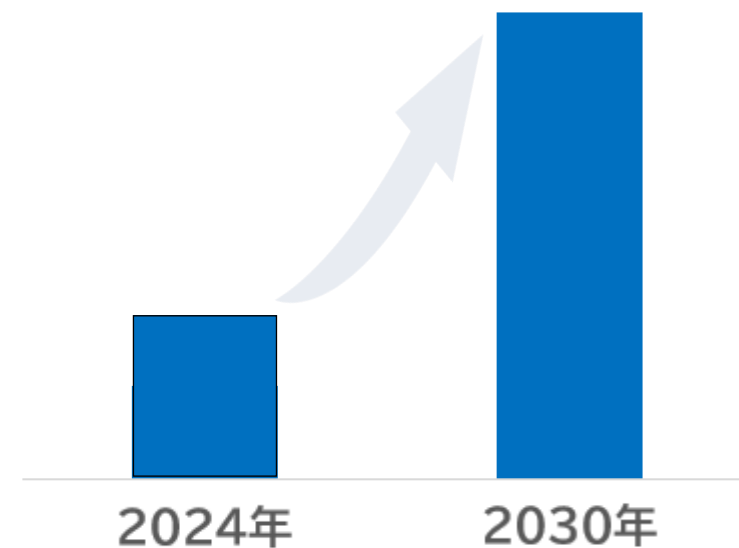


- DUNLOPブランドのオリジンゆえに、その他のTier1ブランドを上回る高い認知率



英国市場での将来目標
(販売本数)

DUNLOPブランド
3倍の販売増



- MTS社の持つ、小売・卸売販売網を活用

※Micheldever Group Ltd.(当社子会社)

- FALKENブランドに加えて、DUNLOPブランドを直接販売



FALKENで培った販売チャンネルにDUNLOP商品を投入し、主に乗用車用タイヤ拡充



• FALKENで培ったナショナル小売と18,000店の独自ネットワークを活用



• アクティブトレッド技術を活用したオールシーズン・オールウェザータイヤ
• 成長著しいCUV車両向け専用タイヤ



• 日系新車用の高いシェア
• モーターサイクル用タイヤとのシナジー



• スポーツ事業(Dunlop Sports Americas)とのクロスマーケティング

北米ナショナル小売 上位5社

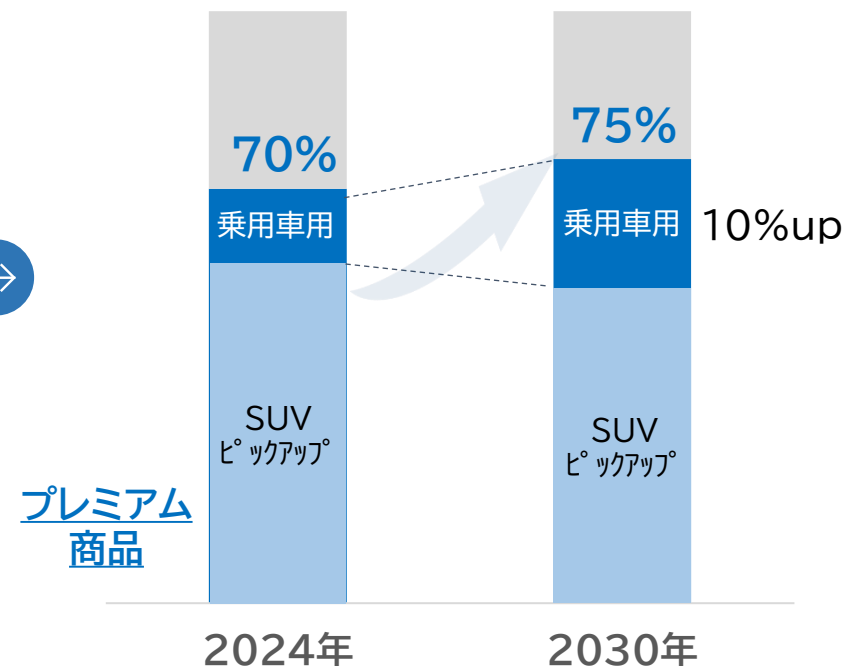
A社	○	4,600店舗
B社	○	
C社	○	
D社	—	
E社	—	

※○: 当社販売実績有り



北米市場での将来目標(本数構成比)

+5ポイント



• WILDPEAKシリーズを中心にSUV向けタイヤの拡充

日系新車用、小売店網、スポーツ事業とのシナジーを有効活用してDUNLOPブランド拡販



- 新車装着車両の
アフターマーケット需要刈り取り



GRANDTREK



- FALKENで開拓した
従来の小売店網に
加え、DUNLOP
小売網を引継ぐ



+

DUNLOP
小売店



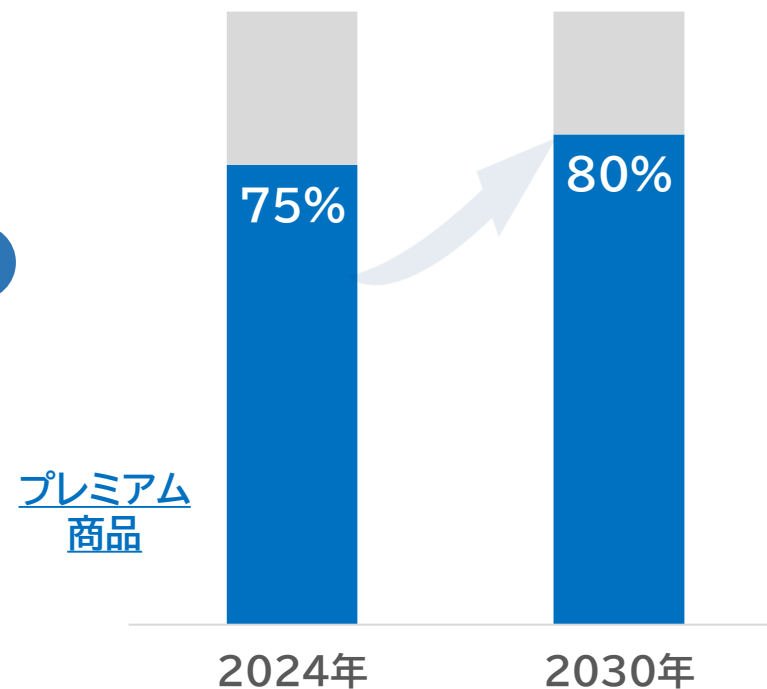
- スポーツ事業とのシナジー
全豪オープンテニス露出活用(公式球)



- WILDPEAKシリーズを中心にSUV向けタイヤの拡充

オセアニア市場での将来目標 (本数構成比)

+5ポイント



当社の基幹ブランドとしてDUNLOPを位置づけ、全社でブランド強化活動を推進

タイヤ事業



スポーツ事業



タイヤ-スポーツでの共同ブランディング推進

テニスでのグローバル活動の加速

モータースポーツでのブランド投資



過去から培ってきたモータースポーツでの歴史・知名度



テニスにおける圧倒的認知
※当社外部調査による



ゴルフトーナメント実績
PGAツアー活躍

中期計画の財務目標の前倒し達成を目指す。3月に中計見直・成長戦略を発表予定。

～成長事業の基盤づくり～

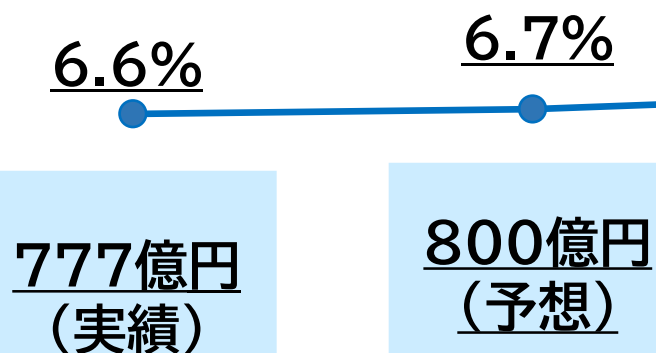
- ・ 構造改革の着実な実行
- ・ 独自技術・商品の開発

～成長事業のビジネス拡大～

DUNLOPブランド取得により
更なる利益の向上を図る

■ 事業利益

● 事業利益率



2023年

2024年

業績予想
(2024年11月時点)

～

2027年

2030年

ゴムの先へ。はずむ未来へ。



住友ゴム