



住友ゴム工業株式会社

2026 年 12 月期 第 2 四半期決算説明会

2026 年 8 月 6 日

イベント概要

[企業名]	住友ゴム工業株式会社		
[企業 ID]	5110		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2026 年 12 月期 第 2 四半期決算説明会		
[決算期]	2026 年度 第 2 四半期		
[日程]	2026 年 8 月 6 日		
[ページ数]	53		
[時間]	16:00 – 17:31 (合計：91 分、登壇：49 分、質疑応答：42 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]			
[登壇者]	4 名		
	代表取締役社長	國安 恭彰（以下、國安）	
	取締役 常務執行役員	日野 仁（以下、日野）	
	取締役 常務執行役員	津崎 正浩（以下、津崎）	
	執行役員	荒木 伸治（以下、荒木）	

[アナリスト名]*	BofA 証券	坂牧 史郎
	SMBC 日興証券	牧 一統
	みずほ証券	坂口 大陸
	シティグループ証券	吉田 有史

*質疑応答の中で発言をしたアナリスト、または質問が代読されたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

登壇

井上：ご参加の皆様、大変長らくお待たせいたしました。これより、DUNLOP、住友ゴム工業株式会社 2026 年 12 月期第 2 四半期決算説明会を開催いたします。本日の司会進行を務めさせていただきます IR 室の井上でございます。どうぞよろしくお願いいたします。初めに、本日の出席者をご紹介します。代表取締役社長、國安恭彰でございます。

國安：國安でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

井上：取締役常務執行役員、日野仁でございます。

日野：日野でございます。今日はよろしくお願いいたします。

井上：取締役常務執行役員、津崎正浩でございます。

津崎：津崎でございます。よろしくお願いいたします。

井上：執行役員経理財務本部長、荒木伸治でございます。

荒木：荒木でございます。よろしくお願いいたします。

井上：本日の発表は、弊社 Web サイト上に掲載しております資料に沿って行わせていただきます。会場でご参加の方には、決算短信、決算説明会資料、長期経営戦略 R.I.S.E. 2035 進捗報告の 3 点をお配りしております。本日は、初めに社長の國安より決算概要についてご説明の後、常務の日野より決算内容の詳細についてご説明いたします。その後、國安より長期経営戦略 R.I.S.E. 2035 の進捗をご報告させていただきます。説明終了後、皆様よりご質問を賜りたいと存じます。それでは、國安よりご説明させていただきます。

決算ハイライト

2026年度上期業績（1-6月実績）

- 売上収益(6,198億円：前年同期比8%増)、タイヤ事業の売上収益(5,344億円：同9%増)は過去最高を更新
 - タイヤ販売本数は前年同期比横ばい、夏商戦でのSYNCHRO WEATHERは好調。為替の円安がプラスに寄与。
- 事業利益(398億円：前年同期比41%増)、タイヤ事業の事業利益(341億円：同54%増)は前回公表を達成
 - 中東情勢不安による原料調達プレミアムの抑制と内部コスト削減施策の効果、スポーツ他の増益も寄与。

2026年度通期業績予想

- 売上収益は(13,300億円：前期比10%増)（前回公表比100億円増） 価格転嫁と為替効果により、前回公表比上振れ
- 事業利益は(960億円：前期比 6%増)（前回公表比160億円減） 数量減・構成悪化等により、前回公表比下振れ
- 年間のタイヤ販売本数は前期比2%増（前回公表比3ポイント減） 市況にあわせて販売目標値を市場ごとに見直し
 - 欧米ともに当社は業界の伸びを上回る販売水準を維持
 - 国内 SYNCHRO WEATHERの増販は順調に推移。高インチは増販で見直し
 - 国内 ICE Pro（6年ぶりに冬タイヤを新発売） 2026年8月から販売開始
 - 欧・米・豪 DUNLOPブランドは販売網の拡大が着実に進展
 - 北米WILDPEAK販売は業界を上回り、主力のWPAT4Wが増販見込みで堅調



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

6

國安：社長の國安でございます。初めに、この度の令和 8 年熊本地震により被災された皆様に心よりお見舞い申し上げますとともに、1 日も早く平穏な生活を取り戻されることを心からお祈り申し上げます。本日はご多忙のなか、当社 2026 年 12 月期第 2 四半期決算説明会にご参加いただきまして誠にありがとうございます。私から当上期の業績概要と通期の業績予想についてご説明いたします。

スライドの 6 番をご覧ください。

2026 年上期の当社グループの売上収益は、前年同期比 8%増の 6,198 億円となり、全社およびタイヤ事業の双方で前年同期を上回り、過去最高を更新いたしました。全体のタイヤ販売本数は、前年同期で横ばいとなりましたが、夏商戦の SYNCHRO WEATHER が好調であったことや、為替の円安がプラスに寄与いたしました。この結果、売上収益は前年を上回る結果となりました。

事業利益は、前年同期比 41%増の 398 億円となり、全社およびタイヤ事業の双方で前年同期を上回りました。原材料単価上昇によるマイナス影響が想定を下回ったことに加え、コスト改善や経費抑制の取り組みを着実に進めた結果、事業利益は前回公表も上回りました。

営業利益は、前年同期比 41%増の 381 億円、中間利益は前年同期比 80%増の 259 億円となり、増収増益を達成するとともに、前回公表も上回りました。

続いて、2026 年度通期業績見通しについてご説明いたします。通期の売上収益は、前期比 10%増の 1 兆 3,300 億円、事業利益は前期比 6%増の 960 億円を見込んでおります。売上収益について

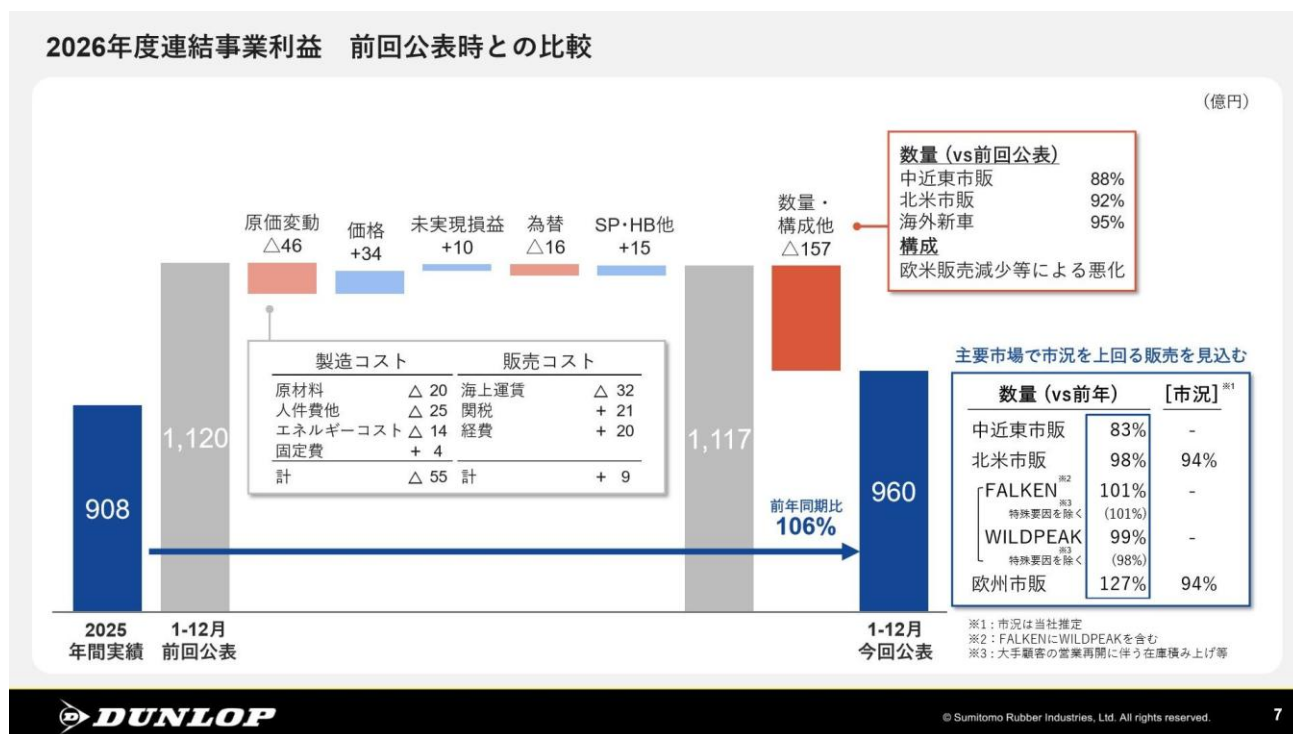
は、数量増により前期を上回り、前回公表比では、価格転嫁と為替の効果により前回公表を上回る見通しです。

事業利益は、前期比で数量増により前期を上回るものの、前回公表比では数量減・構成悪化により前回公表を下回る見通しとなりました。

年間のタイヤ販売本数につきましては、市況にあわせて見直しを行っておりますが、当社は欧州・北米市場ともに、業界を上回る水準を維持しております。

国内の SYNCHRO WEATHER は、市場での認知度が確実に向上しており、販売は順調に推移しております。さらに、国内市場においては、今月より氷上性能に振り切ったスタッドレスタイヤ、ICE Pro の販売を開始いたしました。DUNLOP のスタッドレスタイヤ、WINTER MAXX の新シリーズとして 6 年ぶりの新商品投入となり、市場やお客様から高い関心をいただいております。SYNCHRO WEATHER があらゆる路面を走行可能にしたことで、当社のスタッドレスタイヤは従来の全方位の性能バランスからあえて舵を切り、氷上性能を限界まで追求いたしました。

欧・米・豪における DUNLOP の拡販につきましては、販売網の拡大が着実に進んでおります。北米の FALKEN WILDPEAK は、業界を上回る実績で推移しており、主力の WILDPEAK A/T4W は増販を見込んでおります。



続いて、スライドの 7 番をご覧ください。まず、26 年事業利益見込みの前回公表との差をサマリーとしてご説明いたします。

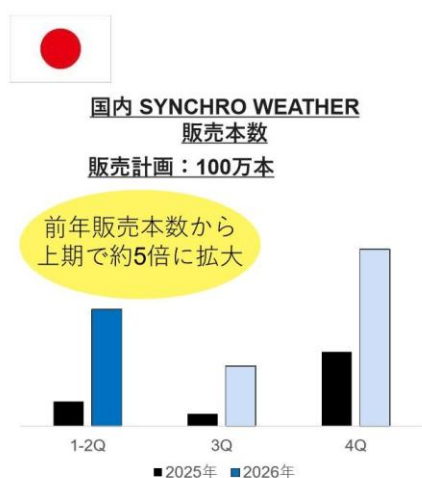
前回、中東情勢の悪化で、原材料価格の上昇影響が 220 億あるとご説明いたしました。その後、年末にかけての全社影響を足元の状況を踏まえて見直した結果、220 億円に対する原価変動の追加マイナスは 46 億円となる見込みで、これは追加値上げ等で吸収できる見込みです。

しかしながら、中東情勢影響や北米の市況が引き続き低迷していることなどの外部要因による数量減に加え、欧米における販売減による構成悪化により、業界平均は上回っているものの、数量・構成他が公表比でマイナス 157 億円となる見通しです。この結果、前期比では増益となっておりますが、前回公表の事業利益 1,120 億円は 160 億円下回る 960 億円となる見込みです。

【国内】SYNCHRO WEATHER 販売好調

夏タイヤとしての認知度向上で、**販売本数は対前年で上期約5倍に拡大**

「行動範囲を広げたい」方や、「履き替えストレスから解放されたい」方を中心に高い評価を得た



上期実績

- ✓ 2026年3月に18インチ以上の11サイズを追加、112サイズに拡大。
認定店のさらなる拡大で、オールシーズン市場を席捲
(市場は対前年で約2.4倍※に拡大) ※POSデータ集計結果
- ✓ 高インチカテゴリーでは、計画を上回る販売実績を達成。
売上利益は計画を大幅に上振れ。構成改善に大きく貢献。
- ✓ 夏タイヤとしての機能認知度向上のためCMを展開。



下期取組

- ✓ 上期施策を継続強化し、冬期のSYNCHRO WEATHER拡販に向け、
“氷上も走れるオールシーズンタイヤ”を訴求していく。

▶ 2027年度に欧米に展開



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

8

スライドの 8 番をご覧ください。国内の主力製品であります SYNCHRO WEATHER についてご説明いたします。夏タイヤとしての認知度が上がり、販売本数は上期で前年同期比約 5 倍に拡大いたしました。3 月に商品ラインアップを 112 サイズまで拡大し、高インチ帯では計画を上回り、販売拡大および構成改善に大きく貢献しました。この国内での成功モデルを土台に、2027 年度はいよいよ欧州・北米市場へと展開してまいります。

【国内】冬需要期の商品戦略

次世代オールシーズンタイヤのSYNCHRO WEATHERと新商品のICE Proで、それぞれ異なる顧客ニーズに応える。DUNLOP独自の品揃えで冬需要を広くカバーする。

当社3商品の提供価値と顧客ニーズ

	春需要期	冬需要期
SYNCHRO WEATHER 購買層	夏タイヤ中心の方 ✓万一の雪に備えたい ✓行動範囲を広げたい (オールシーズンタイヤの潜在ニーズあり) ✓履き替えに伴う時間、費用、場所から解放されたい	✓万一の雪に備えたい ✓行動範囲を広げたい ✓スタッドレスタイヤの費用や保管場所がネック ✓履き替えの煩雑さから解放されたい ✓雨天時の不安を払拭
WINTER MAX03 購買層	夏冬タイヤ併用の方	✓経済性と性能のバランスを重視したい
ICEPro 購買層		✓凍結路の走行頻度高い

SYNCHRO WEATHER販売地域



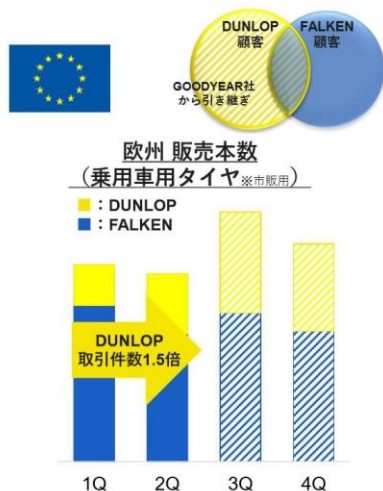
© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

9

スライドの9番をご覧ください。我々の冬需要期の商品戦略でございますが、今回、氷上性能に特化した新商品 ICE Pro を発売いたしました。利便性で選ばれる SYNCHRO WEATHER と、凍結路をよく走られるお客様向けに氷上性能を追求した ICE Pro で、それぞれ異なるニーズにお応えしてまいります。降雪エリアでも SYNCHRO WEATHER の販売は拡大しており、DUNLOP 独自の品ぞろえで冬需要を広くカバーし、顧客満足度の向上につなげてまいります。

【欧州】 DUNLOP/FALKEN 販売戦略

オフテイク品の立ち上げ苦戦等で上期計画を下振れ。年間では市場平均94%を上回る127%の販売を計画。下期は、Winterタイヤ拡販・値上げ等で収益改善を目指す。



上期実績

- オフテイク品は、立ち上げ苦戦もあり計画比77%の販売。
- 一方、**販路拡大は順調に推移**
新規アカウント：1,000件超
イタリア大手卸、スペイン2大卸との戦略提携

- 新商品“BLUE RESPONSE TG”が雑誌AMS※1で最高評価
- ドイツ小売店評価金賞を受賞

下期取組

- オフテイクへの対策
- オペレーション強化/信頼構築
- WinterタイヤをFALKENで培った強い販路で拡販
- 入札ビジネスへの参画
- 値上げ浸透
- BLUE RESPONSE TGを適正価格で販売



取引件数拡大に継続注力
新生DUNLOPをアピール

※1:AMS = 年間50万部・ドイツ第3位のカー雑誌



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

10

スライドの 10 番をご覧ください。欧州の上期実績と下期の取り組みです。

DUNLOP はオフテイク品の立ち上げに苦戦して、上期では 1—2 月の減少が大きく、計画比 77% となりました。一方で、販路拡大は順調で、新規アカウントは 1,000 件超、そしてイタリア・スペインの大手卸との戦略提携も実現いたしました。

新商品の BLUE RESPONSE TG は、雑誌評価で最高評価を獲得いたしました。さらにドイツでは、BRV AWARD で金賞を受賞いたしました。これはドイツの小売業界で最も優れたパートナーとして評価される賞です。まさに DUNLOP が現地からの信頼を得始めた証だと考えております。

これらの技術と信頼を武器に、特に下期は新商品 BLUE RESPONSE TG とウインタータイヤの拡販、そして値上げの浸透に注力してまいります。そして、FALKEN を含めまして、年間では市場平均 94%を上回る 127%の販売を計画し、収益改善を目指してまいります。

【北米】 DUNLOP/FALKEN 販売戦略

FALKENは収益基盤を守り、上期の業界需要92%は上回る販売を達成（94%）。

DUNLOPは新商品で取扱店を拡大し、北米事業全体の成長を加速させる。



北米 販売本数
(乗用車用タイヤ※市販用)



需要の下落(前年比)

	上期	特殊要因除く
業界	92%	-
DUNLOP +FALKEN	97%	100%
FALKEN	94%	97%
WILDPEAK	91%	99%



上期実績

- FALKENで業界平均を上回る94%を販売。
- Fanatic販路のD>取扱店、DUNLOP受注件数は大幅拡大
- 大手web小売りの性能評価「Excellent」獲得



BLUE RESPONSE A/S



WILDPEAK A/T4W

下期取組

- BLUE RESPONSE A/S拡販 (8月までに44→80サイズへ拡大)
- WILDPEAKシリーズのREPサイズ拡大 (合計292サイズへ)
- DUNLOP第二弾 新商品：GRANDTREK HLXを年内上市
- 値上げ浸透 (8月より)

2027年度 新商品での成長へ



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

11

スライドの 11 番をご覧ください。次に、北米についてです。FALKEN は収益基盤を守り、上期の業界需要 92%を上回る 94%の販売を達成いたしました。DUNLOP は受注件数が大幅に拡大し、大手の Web 小売りの性能評価でも、Excellent という評価を獲得しています。下期は、BLUE RESPONSE A/S のサイズ拡大、FALKEN WILDPEAK のラインアップの拡充、そして DUNLOP の新商品 GRANDTREK HLX の年内上市を予定しており、この新商品を軸に、北米事業全体の成長を加速してまいります。

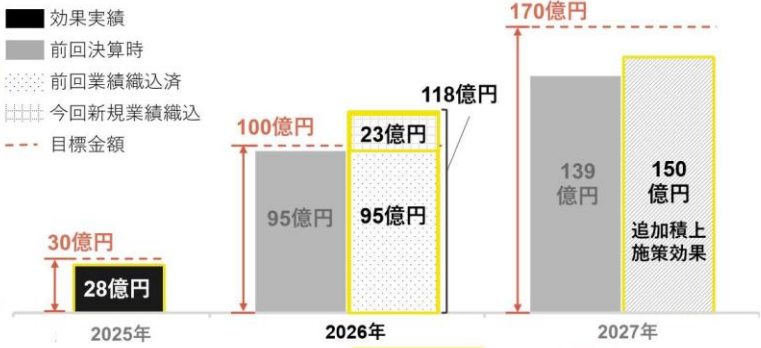
Project ARKの進捗

累計300億円の効果創出(2027年末迄)に対し、
295億円の目途付け完了。

施策効果額

(億円)	25年	26年		
		1Q実績	2Q実績	下期 (業績織込済)
タイヤ直接原価	+21	+12	+12	+32
タイヤ固定費	+0	+0	+0	+1
タイヤ経費	+3	+5	+10	+31
スポーツ	+3	+1	+2	+4
産製品他	+2	+1	+2	+4
合計	+28	+20	+25	+72

+118



主な施策・アイデア

- 子会社、拠点（事務所、倉庫）の事業部を跨ぐ統廃合
- 米国向けの主力工場である、タイ工場のコストダウン

- タイヤ要求予測にAI活用&バーチャル試作で開発リードタイム短縮
- タイヤ軽量化による原材料費削減（市販用新商品で適用中）

*1 TPS：トヨタ生産方式



スライドの 12 番をご覧ください。総原価低減プロジェクト、Project ARK の進捗です。本プロジェクトは、部門横断、DX/AI 活用、そして TPS による無駄の見える化の三つの掛け合わせで効果を生み出しています。2027 年末までの累計 300 億という目標に対して、現時点で 295 億の目途付けが完了いたしました。前回公表に対して、通期の織り込み額として今回 23 億円を新たに積み上げし、合わせて 118 億円とし、3 年累計は 262 億円から 295 億円へ前進しております。子会社、拠点の統廃合や AI 活用による開発リードタイムの短縮などの施策を着実に効果へと結実してまいります。

2026年度 連結業績予想

(億円)

	今回予想 2026年	前期実績 2025年	前期比	1Q時予想 2026年	今回予想 2026年 7-12月	前年 同期比
売上収益	13,300	12,071	110%	13,200	7,102	112%
事業利益 率	960 7.2%	908 7.5%	106%	1,120 8.5%	562 7.9%	90%
営業利益 率	890 6.7%	826 6.8%	108%	1,000 7.6%	510 7.2%	92%
当期利益	550	504	109%	550	293	81%
ROIC ※1	5.8%	6.2%		6.9%		
ROE	7.4%	7.3%		7.5%		
ROA ※2	6.3%	6.5%		7.5%		
D/E Ratio	0.6	0.6		0.6		

※1. ROIC : 「税引後事業利益」 ÷ 「投下資本」
 ※2. ROA : 「事業利益」 ÷ 「総資産」



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

24

スライドの 24 番をご覧ください。2026 年の通期の業績見通しは、前期比で増収増益であり、売上収益は前回公表を上回るものの、事業利益と営業利益は前回公表を下回る見通しです。一方、当期利益は前回公表を据え置きいたしております。

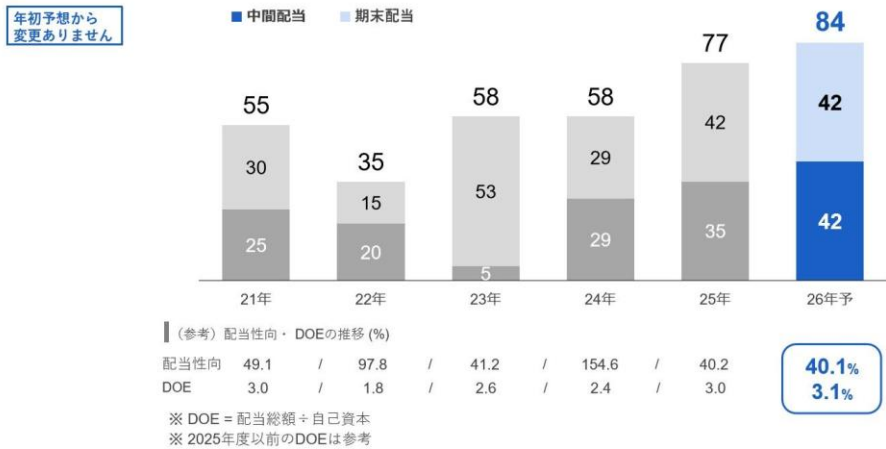
売上収益は、前回公表から 100 億円増、前期比 10%増の 1 兆 3,300 億円、事業利益は前回公表から 160 億円減、前期比 6%増の 960 億円、営業利益は前回公表から 110 億円減、前期比 8%増の 890 億円、当期利益は前回公表どおり、前期比 9%増の 550 億円でございます。また、2026 年下期の業績見通しは、前期比で増収減益であり、売上収益の前回公表を上回るものの、事業利益、営業利益、当期利益ともに前回公表を下回る見通しです。

下期は原材料価格上昇によるマイナスと、将来の成長に向けた費用を見込んでおり、それを価格、数量・構成、為替で打ち返すものの、全てのマイナスをカバーすることができないことから、前期比減益の予想となっております。

株主還元

当社は株主への利益還元を最重要課題と認識し、2026年より連結配当性向40%以上・DOE 3%以上を基準に、業績の見通し、内部留保の水準等を総合的に判断しながら、長期にわたり安定して株主に報いることを基本方針としております。

2026年中間配当の決定および年間配当予想について：
2026年第2四半期実績に基づき、1株当たり中間配当金を42円（年初予想から変更無）とすることを決定いたしました。
期末配当金についても年初予想の42円を据え置きとし、年間配当金は84円となる予定です。



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

スライドの 38 番をご覧ください。2026 年の中間配当は、前回公表どおり 42 円といたします。期末配当についても、前回公表どおり 42 円とし、年間配当は 84 円とさせていただく予定です。本年 2 月に発表しました配当予想を据え置きといたしました。

以上で私からの説明を終了させていただきます。ありがとうございました。

井上：続きまして常務の日野より、決算の詳細についてご説明させていただきます。

2026年1-6月 連結業績

	2026年 1-3月	前年 同期比	2026年 4-6月	前年 同期比	2026年 1-6月	前年 同期比	1Q時予想 2026年 1-6月	前年同期 2025年 1-6月	(億円)
売上収益	3,022	105% +144	3,176	112% +332	6,198	108% +476	6,200	5,722	
事業利益 率 ※1,3	168 5.6%	119% +27	230 7.2%	162% +88	398 6.4%	141% +115	380 6.1%	283 4.9%	
営業利益 率 ※3	151 5.0%	122% +27	231 7.3%	157% +84	381 6.2%	141% +111	340 5.5%	270 4.7%	
中間利益 ※2,3	86	241% +50	173	160% +65	259	180% +115	200	144	

※1. 事業利益：売上収益－(売上原価+販売費及び一般管理費)
※2. 中間利益：親会社の所有者に帰属する四半期・中間利益
※3. 2022年第2四半期より、IAS第29号「超インフレ経済下における財務報告」に従い、会計上の調整を加えております。
当資料では全頁にわたり上記を適用しております。



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

日野：日野でございます。本日は弊社決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。また、日頃よりステークホルダーの皆様には多大なるご支援を賜り、心より御礼申し上げます。それでは、26 年上期の決算内容についてご説明いたします。

スライド 13 ページをご覧ください。26 年上期の連結業績は青枠内のとおりです。売上収益は 6,198 億円、事業利益は 398 億円、営業利益は 381 億円、中間利益は 259 億円となりました。売上収益は増収となり、利益についても全ての項目で増益となりました。事業利益率は前年同期の 4.9 から 6.4%へと上昇し、前回予想を上回る結果となっております。

2026年1-6月 セグメント別 連結売上収益・事業利益

		2026年 1-3月	前年 同期比	2026年 4-6月	前年 同期比	2026年 1-6月	前年 同期比	1Q時予想 2026年 1-6月	前年同期 2025年 1-6月	(億円)
売上 収益	タイヤ	2,599	106%	2,745	113%	5,344	109%	5,370	4,883	
	スポーツ	322	99%	345	107%	667	103%	655	647	
	産業品他	101	93%	86	103%	187	97%	175	192	
	合計	3,022	105%	3,176	112%	6,198	108%	6,200	5,722	
事業 利益	タイヤ	148	135%	194	172%	341	154%	335	222	
	スポーツ	9	53%	28	123%	38	93%	30	40	
	産業品他 ※	11	76%	8	137%	19	94%	15	21	
	合計	168	119%	230	162%	398	141%	380	283	

※セグメント間取引消去等が含まれております。



続いて、スライド 15 ページをご覧ください。セグメント別の売上収益と事業利益についてご説明いたします。上期実績は青枠内のとおりです。

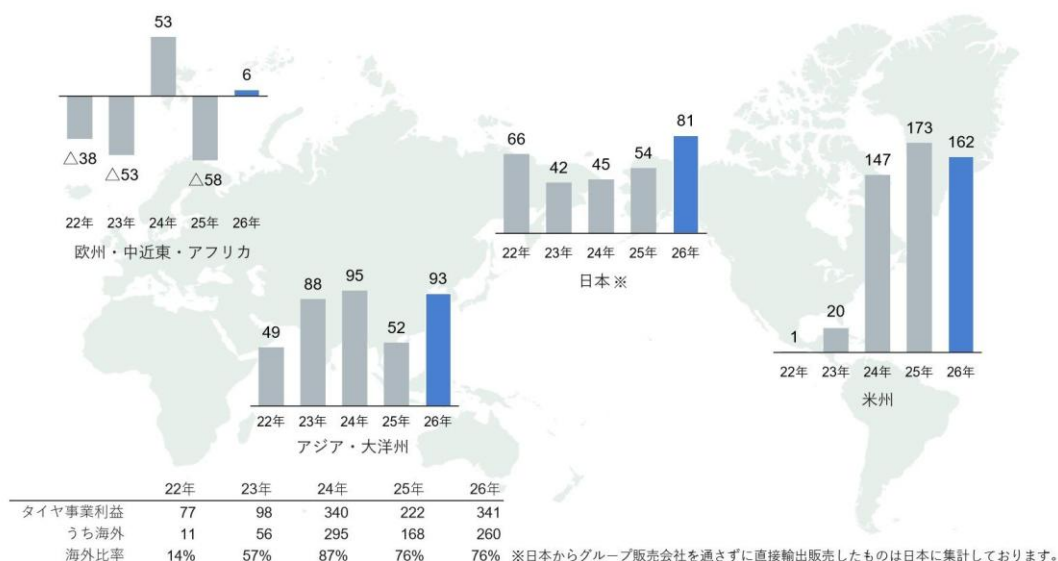
まずタイヤ事業です。売上収益は前年同期比 109%の 5,344 億円、事業利益は前年同期比 154%の 341 億円となりました。販売本数はおおむね前年同期比並みでした。一方で、原材料価格の低下、昨年の値上げ効果、プレミアムタイヤ比率の上昇、ならびに円安効果が寄与し、増収増益となりました。

次に、スポーツ事業です。売上収益は、前年同期比 103%の 667 億円、事業利益は前年同期比 93%の 38 億円となりました。ゴルフ事業では、韓国におけるゼクシオ 14 の初期投入や、円安効果が寄与いたしました。またテニス事業では、北米および欧州を中心に販売が好調に推移し、増収となりました。一方、利益面では、主要市場である国内および北米でゴルフ事業の販売が減少した影響により、前年同期比では減益となりましたが、前回公表の予想値を上回る結果となっております。

産業品他につきましては、売上収益は前年同期比 97%の 187 億円、事業利益は前年同期比 94%の 19 億円で減収減益となっております。売上収益は、主に建築事業における大型案件の減少に伴う販売減が影響いたしました。製品構成悪化に加え、手袋事業における中東情勢を背景とした原材料価格高騰が影響し、減益となりましたが、前回公表値は上回っております。

1-6月地域別事業利益の推移（タイヤ事業）

（億円）



次に、スライド 18 ページをご覧ください。タイヤ事業における地域別事業利益の推移です。

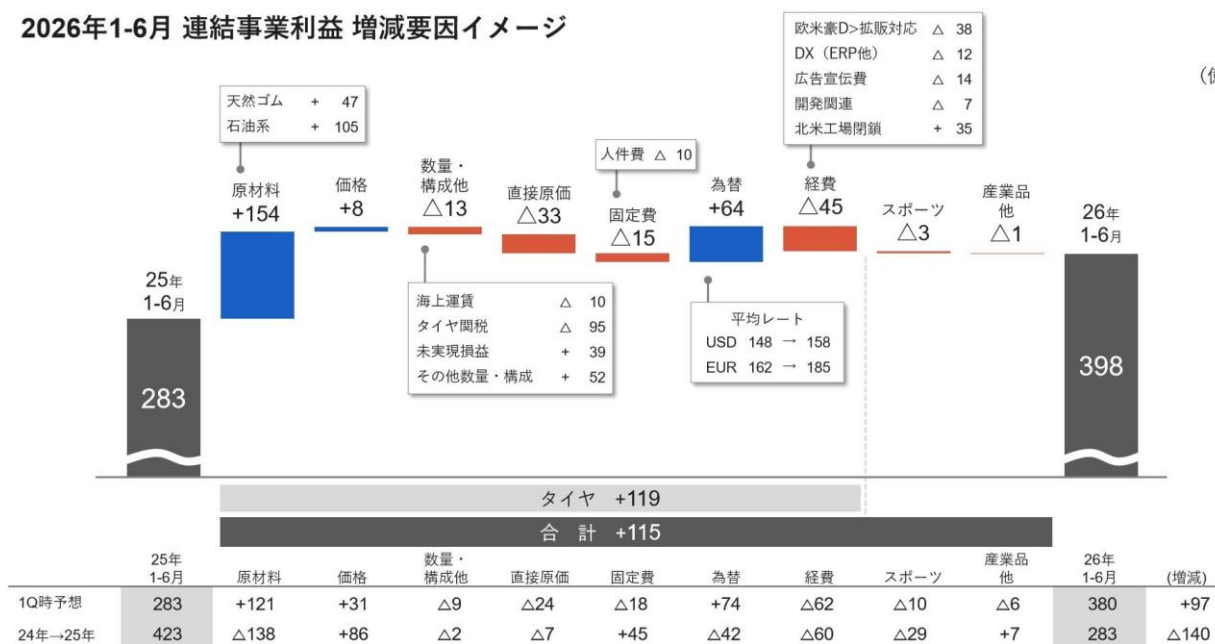
欧州・中近東・アフリカでは、欧州市況が低迷するなか、DUNLOP ブランドの拡販に取り組みました。また、需要が高まっているオールシーズンタイヤの拡販も進めた結果、6 億円の黒字となりました。

アジア・大洋州では、中国の市販市場での販売プロモーションが寄与した結果、24 年の水準まで回復いたしました。日本では、需要が好調な市販市場において販売本数を着実に伸ばしました。さらに、昨年値上げの効果や、SYNCHRO WEATHER をはじめとするプレミアム商品の拡販による構成改善も寄与し、前年同期を大きく上回りました。

米州では、年初の悪天候による市況悪化の影響を受けました。加えて、低価格品のシェア拡大が続いており、価格環境の悪化や競争激化の影響を受けております。

2026年1-6月 連結事業利益 増減要因イメージ

(億円)



スライドの 19 ページをご覧ください。上期事業利益の前年同期からの増減要因分析です。

まず、原材料についてです。昨年下半年以降、一部の原材料価格が下落傾向にあったことに加え、調達コストの抑制に取り組んだ結果、前年同期比でプラス 154 億円となりました。

価格については、国内外で値上げを実施しました。一方で、一部の地域では市況を踏まえた値下げ対応も行ったため、プラス 8 億円となりました。

数量・構成他については、プレミアムタイヤの販売本数増加による構成改善がありました。しかし、タイヤ関税の影響が大きく、マイナス 13 億円となっております。

直接原価は、トルコおよび国内工場での人件費増加などにより、マイナス 33 億円となりました。

為替は円安で推移したことから、プラス 64 億円となりました。

経費は、主に欧州における DUNLOP ブランドの拡販のための費用が増加し、マイナス 45 億円となりました。

以上の結果、タイヤ事業全体では 119 億円の増益となりました。これにスポーツ事業のマイナス 3 億円、産業品他のマイナス 1 億円を加えた全社合計では、115 億円の増益となっております。

連結損益計算書の状況

(億円)	2025年 1-6月	2026年 1-6月	増減
売上収益	5,722	6,198	+476
売上原価	△4,060	△4,256	△196
販売費及び一般管理費	△1,379	△1,544	△165
事業利益	283	① 398	+115
その他の収益	15	② 23	+8
その他の費用	△27	③ △40	△12
営業利益	270	381	+111
金融収益	118	④ 57	△61
金融費用	△189	⑤ △62	+127
持分法による投資利益	1	1	+0
税引前利益	201	377	+177
法人所得税費用	△44	△101	△57
非支配持分	△13	△18	△5
中間利益	144	259	+115

実績の概要

① 事業利益		
詳細はP. 6～7, 13～19参照		
② その他の収益	実績内訳	対前年増減
その他営業外収益	19億円	+6億円
③ その他の費用		
その他営業外費用	△22億円	△6億円
固定資産除売却損	△7億円	+2億円
北米構造改革事業	△7億円	△10億円
④ 金融収益		
正味貨幣持高に係る利得	38億円	△60億円
受取利息	15億円	+0億円
⑤ 金融費用		
支払利息	△43億円	△8億円
為替差損	△15億円	+126億円



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

20

スライドの 20 ページをご覧ください。連結損益計算書のうち事業利益以下の項目についてご説明いたします。前年同期比で増減が大きかった項目を中心にご説明いたします。まず丸4の金融収益です。主に増減要因は、トルコのインフレ調整影響による正味貨幣持高に係る利得が60億円減少したことでございます。次に、丸5の金融費用です。上期を通じて円安傾向で推移したことから、為替差損が126億円減少しております。

連結バランスシートの状況

(億円)	前期実績 2025/12末	当期実績 2026/06末	増減
流動資産	6,793	7,181	① +388
非流動資産	7,806	7,941	② +135
資産合計	14,599	15,122	+522
流動負債	3,799	4,048	+249
非流動負債	3,437	3,326	△111
負債合計	7,236	7,374	③ +138
自己資本	7,161	7,542	④ +382
非支配持分	202	205	+3
資本合計	7,363	7,747	+384
負債及び資本合計	14,599	15,122	+522
自己資本比率	49.0%	49.9%	+0.9P

主な増減要因

① 流動資産	対前期末増減
棚卸資産	+514億円
その他の流動資産	△104億円
営業債権及びその他の債権	△20億円
② 非流動資産	
有形固定資産	+119億円
無形資産（のれん含）	+66億円
繰延税金資産	△70億円
③ 負債合計	
社債及び借入金	+257億円
その他の流動負債	+35億円
繰延税金負債	△118億円
未払法人所得税	△45億円
④ 自己資本	
四半期利益	+259億円
為替換算調整額	+228億円
配当支払	△110億円
有利子負債	+268億円 (4,066 → 4,334)



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

21

スライド 21 ページをご覧ください。連結バランスシートの状況です。資産合計は 1 兆 5,122 億円となりました。前期末比では全体で 522 億円の増加です。主な要因は、年初から開始しました欧州での DUNLOP ブランド販売に伴い、在庫が増加したことでございます。自己資本比率は 49.9% となり、前期比で 0.9 ポイント上昇しております。

2026年度 連結業績予想

	今回予想 2026年	前期実績 2025年	前期比	1Q時予想 2026年	今回予想 2026年 7-12月	前年 同期比
売上収益	13,300	12,071	110%	13,200	7,102	112%
事業利益 率	960 7.2%	908 7.5%	106%	1,120 8.5%	562 7.9%	90%
営業利益 率	890 6.7%	826 6.8%	108%	1,000 7.6%	510 7.2%	92%
当期利益	550	504	109%	550	293	81%
ROIC ※1	5.8%	6.2%		6.9%		
ROE	7.4%	7.3%		7.5%		
ROA ※2	6.3%	6.5%		7.5%		
D/E Ratio	0.6	0.6		0.6		

※1. ROIC : 「税引後事業利益」÷「投下資本」
 ※2. ROA : 「事業利益」÷「総資産」



スライド 24 ページをご覧ください。通期の連結業績予想です。

青枠内のとおり、売上収益は前期比 110%の 1 兆 3,300 億円、事業利益は前期比 106%の 960 億円を見込んでいます。営業利益は前期比 108%の 890 億円、当期利益は前期比 109%の 550 億円といたしました。

前回予想との比較では、値上げや円安効果により、売上収益は増収となる見通しです。一方で、原材料価格の高騰の影響などにより、事業利益、営業利益は減益となる見込みです。当期利益につきましては、前回の予想から変更はありません。

2026年度 セグメント別 連結売上収益・事業利益予想

		今回予想 2026年	前期実績 2025年	前期比	1Q時予想 2026年	今回予想 2026年 7-12月	前年 同期比
売上収益	タイヤ	11,610	10,437	111%	11,545	6,266	113%
	スポーツ	1,310	1,256	104%	1,275	643	106%
	産業品他	380	378	101%	380	193	104%
	合計	13,300	12,071	110%	13,200	7,102	112%
事業利益	タイヤ	830	798	104%	1,005	489	85%
	スポーツ	85	68	124%	70	47	170%
	産業品他※	45	41	109%	45	26	123%
	合計	960	908	106%	1,120	562	90%

※セグメント間取引消去等が含まれております。

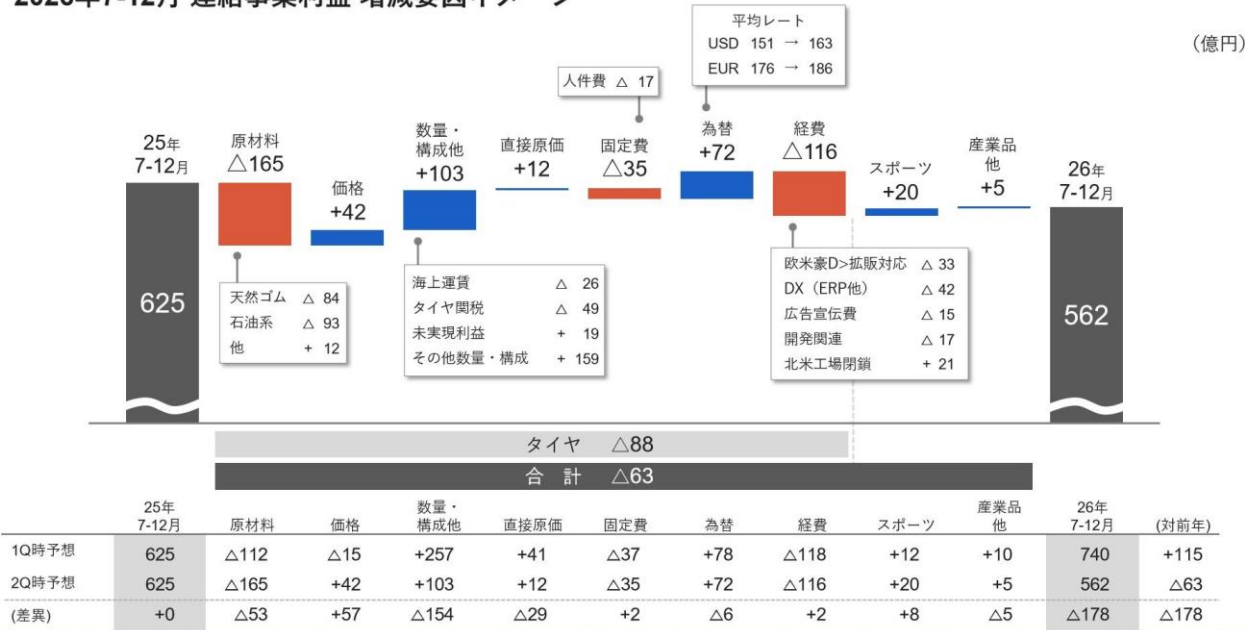


© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

26

スライド 26 ページをご覧ください。通期のセグメント別売上収益ならびに事業利益の予想でございます。前期比では、タイヤ、スポーツ、産業品他、全ての事業で増収増益を見込んでおります。

2026年7-12月 連結事業利益 増減要因イメージ



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

27

スライド 27 ページをご覧ください。下期事業利益の前年同期からの増減要因分析です。

まず原材料については、中東情勢悪化による価格高騰の影響を受け、マイナス 165 億円を見込んでおります。

価格につきましては、国内外の値上げ効果によりプラス 42 億円を見込んでいます。

数量・構成他につきましては、タイヤ関税によるマイナス影響が大きく出る見通しです。一方で、欧州における DUNLOP ブランドの販売本数増加や、プレミアムタイヤ拡販による構成改善を見込んでおります。これらを踏まえまして、数量・構成他はプラス 103 億円の予想です。

直接原価は、Project ARK の効果を取り込み、プラス 12 億円を見込んでいます。

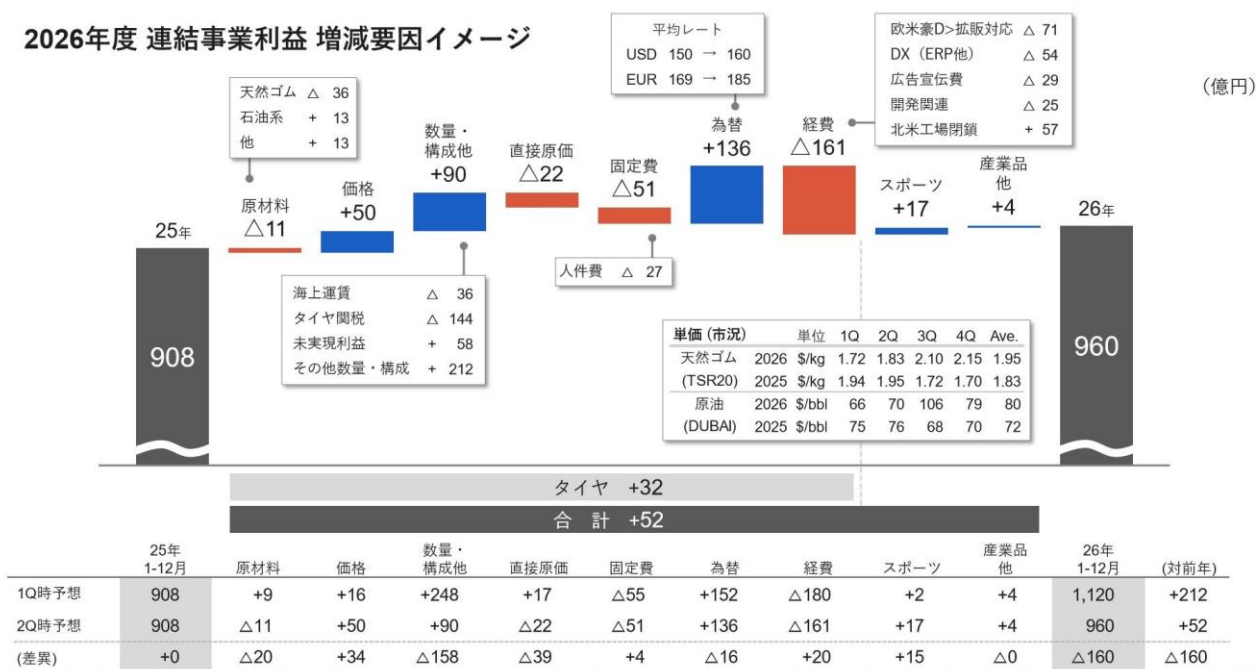
固定費は、主にトルコでの人件費上昇の影響によりマイナス 35 億円の予想です。

為替は、足元の円安傾向を加味し、プラス 72 億円と見ています。

経費につきましては、北米工場閉鎖によるプラス効果がある一方、欧・米・豪での DUNLOP ブランド拡販対策費用や、DX 関連費用が増加する見通しです。このため、経費はマイナス 116 億円を見込んでおります。

以上の結果、タイヤ事業全体では 89 億円の減益を見込んでおります。これにスポーツ事業のプラス 20 億円、産業品他のプラス 5 億円を加え、全社合計では 63 億円の減益を予想しております。

2026年度 連結事業利益 増減要因イメージ



スライド 28 ページをご覧ください。年間の事業利益について全期間の増減要因を分析したものでございます。先ほどご説明しました上期および下期の増減分析を合計した内容となります。前期の事業利益 908 億円に対し、当期予想は 960 億円です。この結果、年間では 52 億円の増益を見込んでおります。

タイヤ販売本数 前年同期比推移

対前年	2025年実績					2026年1-6月実績、7-12月予想					2026年1Q時予想				
	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	年間	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	年間	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	年間
国内新車	120%	104%	98%	102%	105%	107%	99%	107%	100%	103%	107%	98%	107%	100%	103%
国内市販	96%	91%	98%	93%	94%	96%	108%	98%	99%	100%	96%	103%	97%	102%	99%
海外新車	91%	92%	92%	87%	90%	97%	97%	95%	98%	97%	97%	103%	100%	107%	102%
海外市販	94%	96%	90%	92%	93%	96%	103%	114%	107%	105%	96%	109%	119%	114%	110%
海外市販内訳	北米	83%	97%	81%	87%	89%	92%	104%	109%	98%	89%	97%	120%	124%	107%
	欧州	97%	90%	108%	98%	113%	127%	135%	135%	127%	113%	143%	137%	134%	131%
	アジア	104%	95%	89%	96%	98%	103%	113%	90%	101%	98%	104%	110%	100%	103%
	その他	94%	100%	86%	90%	81%	92%	103%	95%	93%	81%	97%	111%	100%	98%
計	97%	95%	93%	93%	94%	97%	102%	107%	103%	102%	97%	106%	110%	108%	105%
合計本数（万本）	2,385	2,369	2,421	2,580	9,756	2,322	2,425	2,587	2,651	9,985	2,322	2,503	2,669	2,792	10,286



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

30

スライド 30 ページをご覧ください。タイヤの販売本数の前年同期比の推移です。

まず、スライド中央の青枠の下側をご覧ください。4月から6月の販売本数は2,425万本となり、前年同期比では102%となりました。内容を市場別に見ていきますと、国内新車は中東情勢悪化によるOEメーカーの減産影響もあり、99%となりました。国内市場は販売が順調に推移し、業界需要の伸びを上回り、108%となりました。

海外新車は、欧州・中国・タイなどの販売本数が伸び悩み、97%となりました。

海外市場は全体で103%となりました。地域別では、北米92%、欧州127%、アジア103%、その他92%です。北米では、市況環境の影響を受け、販売本数が減少しました。欧州では、今年から開始したDUNLOPブランドの販売により、本数が大幅に増加しております。アジアのうち中国では、足元の経済環境が芳しくないなかでも、販売プロモーションの効果により販売本数を伸ばしております。

続きまして、年間販売本数です。右側の青枠の下側に記載のとおり、年間では9,985万本、前年比2%の増加を見込んでいます。市場別では、まず国内新車は前期比103%です。中東情勢悪化によるOEメーカーの減産影響は下期に挽回されると見込んでいます。国内市販では、引き続きSYNCHRO WEATHERを中心として、高収益なプレミアム商品の拡販に注力します。販売本数は前期並みとなる見込みです。

海外新車は、欧州や北米の市況悪化に加え、中東向け車両の出荷停止などの影響もあり、前期比 97%なる見込みです。

海外市販は全体で前期比 105%の見通しです。地域別では、北米 98%、欧州 127%、アジア 101%、その他 93%を見込んでおります。下期は、北米および欧州において DUNLOP ブランドの販売をさらに強化し、販売数量の回復に努めてまいります。

カテゴリ別タイヤ販売本数 前年同期比

対前年同期	2025年1-6月実績				2025年1-12月実績			
	新車	市販	計	構成比	新車	市販	計	構成比
乗用車用	99%	95%	96%	88%	96%	94%	94%	88%
うちプレミアムタイヤ [※]	102%	98%	99%	45%	99%	95%	97%	47%
トラック・バス用	106%	96%	97%	3%	112%	93%	95%	4%
二輪・産業用他	101%	97%	99%	9%	96%	91%	93%	8%
合計	100%	95%	96%	100%	97%	93%	94%	100%

対前年同期	2026年1-6月実績				2026年1-12月予想			
	新車	市販	計	構成比	新車	市販	計	構成比
乗用車用	100%	100%	100%	88%	100%	104%	103%	88%
うちプレミアムタイヤ	100%	105%	103%	47%	104%	111%	109%	50%
トラック・バス用	102%	93%	94%	3%	89%	97%	96%	3%
二輪・産業用他	96%	95%	95%	9%	95%	100%	98%	8%
合計	100%	99%	99%	100%	100%	104%	102%	100%

年度別プレミアムタイヤ構成比率推移			
	プレミアムタイヤ		
	新車	市販	計
24年実績	56%	42%	46%
25年実績	57%	44%	47%
26年予想	59%	46%	50%

※ プレミアムタイヤ

差別化商品（SYNCHRO WEATHER、WILDPEAK、欧州オールシーズンタイヤ、冬タイヤなど）、SUV用タイヤ及び18インチ以上の乗用車用タイヤ



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

31

スライド 31 ページをご覧ください。カテゴリ別に見たタイヤ販売本数の前年同期比でございます。青枠内の 26 年 1-6 月の実績をご覧ください。構成費のうち、当社が注力しているプレミアムタイヤの構成比は、乗車用タイヤの 47%となりました。前年同期比では 2 ポイント上昇しており、年間では 50%まで上昇すると予想しております。

1-6月 キャッシュ・フローの推移

(億円)



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

34

スライド 34 ページをご覧ください。キャッシュ・フローの推移です。1月から6月の営業キャッシュ・フローは375億円のプラスとなりました。一方、投資キャッシュ・フローは、高インチサイズへの置換投資や、In-House New Factory 関連投資などにより、451億円のマイナスとなりました。この結果、フリーキャッシュ・フローは75億円のマイナスとなっております。

年間タイヤ設備稼働率、生産量の推移

単位：万t



※ 既存の生産拠点の一部を最新鋭の生産設備にリニューアルするコンセプト。拠点全体の操業を止めることなく、最新鋭の生産設備への移行が可能。



© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

37

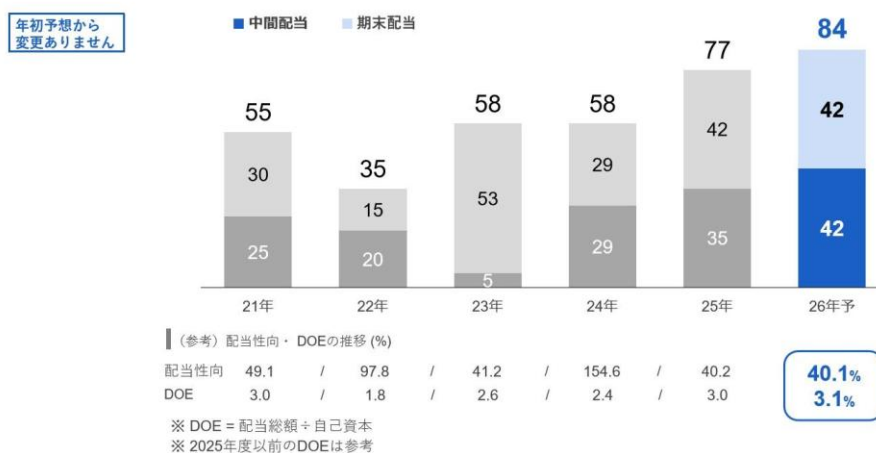
スライド 37 ページをご覧ください。タイヤの設備稼働率、ならびに生産量の推移です。表の一番右側に記載しております 26 年の年間生産量予想は 53.4 万トンです。前回公表より 2.9 万トン生産量が減少しておりますが、これは In-House New Factory による設備入れ替えが進んでいるためでございます。一部の設備の停止を伴うため、生産量が減少しておりますが、あわせて生産能力も一時的に低下するため、稼働率については前回の公表から変更はございません。

株主還元

当社は株主への利益還元を最重要課題と認識し、2026年より連結配当性向40%以上・DOE 3%以上を基準に、業績の見通し、内部留保の水準等を総合的に判断しながら、長期にわたり安定して株主に報いることを基本方針としております。

2026年中間配当の決定および年間配当予想について：

2026年第2四半期実績に基づき、1株当たり中間配当金を42円（年初予想から変更無）とすることを決定いたしました。期末配当金についても年初予想の42円を据え置きとし、年間配当金は84円となる予定です。



最後に、スライド 38 ページでございます。株主還元施策につきましては、先ほど國安よりご説明したとおりでございます。

以上で私からのご説明を終了いたします。ありがとうございました。

井上：続きまして國安より、長期経営戦略 R.I.S.E. 2035 の進捗についてご説明いたします。



1. R.I.S.E. 2035 ロードマップ
2. 2027年に向けての利益構造強化策
3. 成長戦略
 - タイヤ事業
 - センシングコア×AI
 - 産業品事業
 - スポーツ事業
 - Project ARK

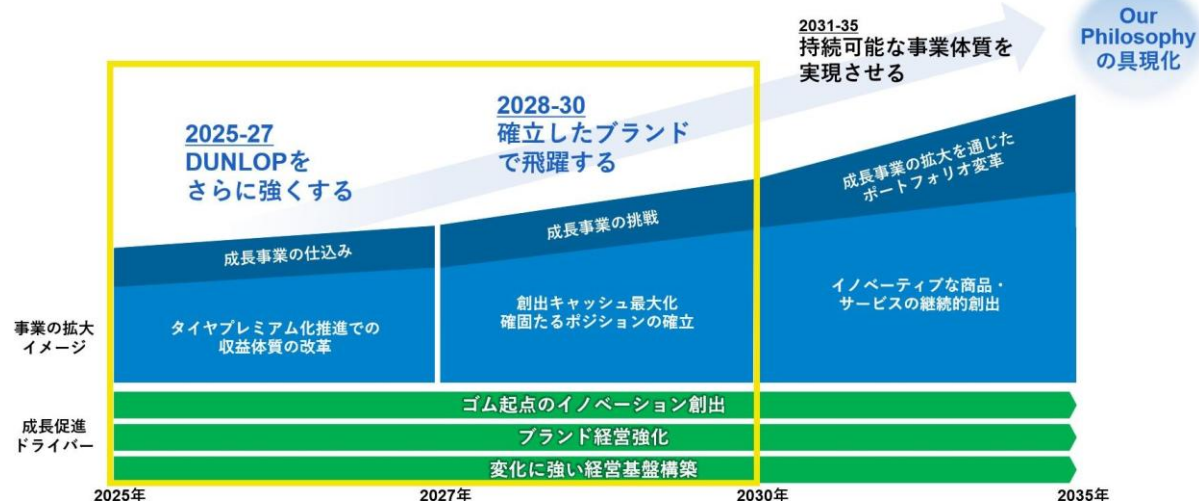
國安：あらためまして、國安でございます。これより、長期経営戦略 R.I.S.E. 2035 の進捗をご報告いたします。昨年の3月に公表いたしまして、その掲げた計画がしっかり着実に進んでいるかについてご報告させていただきたいと思います。

スライドの2ページにつきましては、本日お話しする内容を書いております。この内容に準じてご説明してまいります。

1. R.I.S.E. 2035 ロードマップ



2030年までの5年間で**DUNLOP**をさらに強くし、飛躍させる



スライドの3をご覧ください。以前もご説明しておりますが、R.I.S.E. 2035は10年を三つのステージに分けております。特に足元の2025年から2027年は、DUNLOPをさらに強くするフェーズです。この土台の上に、2028年以降の飛躍、そして持続可能な事業体質の実現へとつなげていております。

2. 2027年に向けての利益構造強化策



3つの強化策で、2027年に事業利益率10%を実現する

主な施策



具体的な取り組み内容

プレミアムタイヤを軸としたグローバルでの収益拡大

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● アクティブトレッド搭載タイヤの日欧米新商品投入 ● DUNLOPビジネスの販売網・商品拡大 ● 高採算タイヤの生産能力強化（In-House New Factory） | <ul style="list-style-type: none"> ● 2027年中にそれぞれの地域でオールシーズン、オールウェザータイヤを上市予定 ● DUNLOP取扱店舗の新規開拓めど付け、DUNLOPとFALKENで相乗効果刈り取り ● タイ工場：量産目前 ● インドネシア工場・国内工場：プロジェクト開始 |
|---|---|

安定的な利益確保

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 適正な販売価格の維持・浸透 ● 欧州オフテイクビジネスの安定化 | <ul style="list-style-type: none"> ● 価格改定を2026年中に実施済み |
|--|--|

Project ARKでの総原価低減&利益創出

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 総コスト低減となる最適生産配置 ● DXを活用した経費支出の合理化 ● Project ARK推進 | <ul style="list-style-type: none"> ● グローバルに活動を展開、海外工場効果刈り取り中 ● SDIプラットフォーム、SDIプロセス推進 |
|---|--|

スライドの4番をご覧ください。まずは全社の収益力です。

私たちは2027年の事業利益率10%達成に向け、活動を進めております。これから三つの領域に注力してまいります。まず一つ目は、プレミアムタイヤを軸とした収益拡大、二つ目は安定的な利益の確保、三つ目がProject ARKによる総原価低減です。

Project ARKでは、2027年末までに累計295億円の原価低減を見込んでおります。また、革新設備の導入により高採算品を年25万本増産し、限界利益ベースで年間数十億規模の収益貢献を狙ってまいります。いずれも計画どおりに進捗しております。後ほどご説明いたします。

3-1. タイヤ事業 事業戦略

2025年3月7日公表
長期経営戦略R.I.S.E. 2035 引用



R.I.S.E. 2035で示した取り組みを着実に実行中



5

続いて、スライドの5番をご覧ください。ここからは、成長戦略についてお話しさせていただきます。まずは、タイヤ事業についてです。こちらのロードマップは、昨年公表した長期経営戦略R.I.S.E. 2035の資料から引用しておりますが、こちらでお示ししている取り組みを着実に進捗させることが、昨年、今年とできました。

3-2. ブランド×技術×開發生産体制



ブランド・技術・体制を掛け合わせ、欧米プレミアム市場での成長を加速させる

ブランド	×	技術	×	開發生産体制
DUNLOPブランドの確立 欧米プレミアム市場におけるブランド確立 ✓ モータースポーツ ✓ 英国ヘリテージ Multi Pathway Strategy (3ブランド戦略) 地域・顧客・用途に応じた最適解を提供 ✓ 3ブランド体制で全レンジ・全顧客層をカバー ✓ Tier 1 / 2で高付加価値、Tier 3で供給力・コスト競争力 ✓ 各国で築いた顧客接点を起点にアップセル推進	×	アクティブトレッド進化 環境変化に応答し、性能が変わる独自技術 ✓ 第1(水)、第2(温度)のスイッチのレベルアップ ✓ 多様なスイッチ技術で圧倒的性能を実現 ✓ オールシーズンから他カテゴリへの拡大 ✓ AI開発で差別化技術を継続創出	×	開発プロセス進化 開発プロセスの変革と現地開発力強化 ✓ 開発キャパシティ増強 ✓ 海外テクニカルセンター強化 In-House New Factoryでの生産革新 ものづくり基盤の強化 ✓ 新製造システム「SUN-TITAN SYSTEM」稼働

DUNLOPの歴史

欧米で積み上げたFALKENの実績

長期経営戦略 R.I.S.E. 2035 進捗報告 | 3. 成長戦略

© Sumitomo Rubber Industries, Ltd. All rights reserved.

6

スライドの6番をご覧ください。

先ほどの全体像の中で、我々の鍵となる取り組みは三つでございます。一つ目はブランド、二つ目は技術での差別化、三つ目は開発生産体制です。最大の収益エンジンは、欧米プレミアム市場の成長です。ブランドは DUNLOP ブランドの確立と、新しく 3 ブランド戦略で全レンジをカバーしつつ、ブランド価値向上に貢献していきます。

二つ目の技術は、アクティブトレッドをさらに進化させていきます。三つ目の開発生産体制については、開発プロセスを変革し、さらに In-House New Factory で生産革新を遅れなく進めてまいります。これらの掛け合わせで成長を加速させてまいります。

3-3. Multi Pathway Strategy –3ブランド戦略概要



- ① 国・地域・用途ごとに最適な顧客接点を構築 ② 顧客接点を活用したアップセルの推進



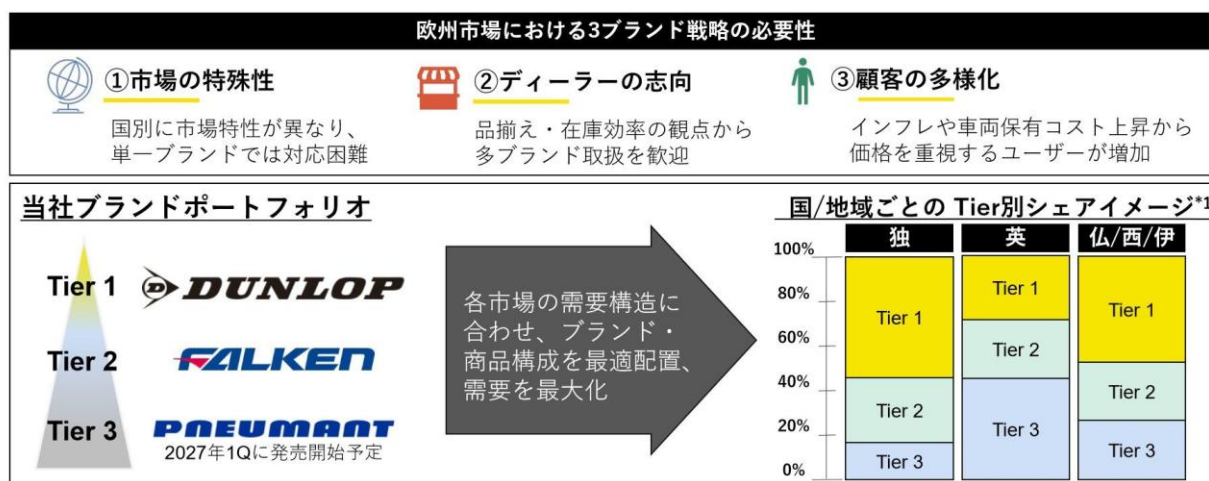
スライドの 7 番をご覧ください。ここからは、そのコアとなる 3 ブランド戦略についてお話をします。私たちはこれを、Multi Pathway Strategy と呼びます。単に複数のブランドを持つのではなく、お客様一人一人のニーズに最適な価値提案と、それに続く道筋を提供し続けることがポイントです。国、地域、用途ごとに最適な顧客接点を築き、そこを起点として上の Tier にアップセルを進め、お客様のご要望に寄り添っていく考え方です。

その土台となるのが、欧米で培った FALKEN という強い Tier2 のブランドです。この確かな基盤にプレミアムを担う DUNLOP、そしてエントリーブランドでは外部リソースを活用し、利益を出せるオフテイク商品を加え、Tier1 から Tier3 までの全レンジをカバーする強い体制を構築いたしました。この体制でアップセルを進め、ブランド価値を高めていきたいと考えております。

3-4. Multi Pathway Strategy –欧州3ブランド戦略概要



3ブランドで欧州の多様な需要を捉え、最適なブランド・商品提案を実現する



*1 出典：“GfK”を基に当社作成

スライドの 8 番をご覧ください。

まずは欧州です。欧州でマルチブランドが有効な理由は三つあります。一つは、国別に市場特性が異なること。二つ目が、ディーラーが複数ブランドの取り扱いを歓迎すること。三つ目が、価格重視へと顧客が多様化していることです。各市場の需要構造に合わせ、DUNLOP、FALKEN、そして新しく導入する PNEUMANT のブランドと商品構成を最適配置し、需要の最大化に取り組み、プレミアム化も進めてまいります。

3-5. Multi Pathway Strategy ー北米3ブランド戦略概要



FALKENの基盤にDUNLOPのプレミアムを積み上げ、北米での成長を加速する



スライドの9番をご覧ください。続いて北米です。

北米の戦略の要は、FALKEN で築いた強固な事業基盤に、DUNLOP のプレミアムを積み上げることです。WILDPEAK を持つ FALKEN は、Tier2 のトップカテゴリとして独自ポジションを確立しています。また、自動車メーカーとのつながりも強みです。この FALKEN の販売基盤を生かし、DUNLOP の取引件数は1クォーター時点から約2倍と取扱店も大幅に増加いたしました。大外径への増産投資や、北米のテクニカルセンター強化を進め、2030年までにオールシーズンタイヤ、そしてオールウェザータイヤから超高性能スポーツタイヤまで、アクティブトレッド搭載の新商品をそろえてまいります。

3-6. アクティブトレッド技術の進化



アクティブトレッドは、路面や環境に応じてゴム自ら性質が変化する独自技術
 応用範囲の広い次世代プラットフォームとして、多様なカテゴリで新しい提供価値を生み出していく



スライドの 10 番をご覧ください。三つの鍵の中の二つ目、技術についてです。

アクティブトレッドは、路面や環境に応じてゴム自らが性質を変える当社の独自技術です。これを応用範囲の広い次世代配合技術プラットフォームと位置付けております。今後は水温度スイッチをさらに進化させ、加えて、第3第4のスイッチを開発し、オールシーズンタイヤから超高性能スポーツタイヤ、4×4用タイヤまで広げる計画は順調に進んでおります。

そして、そのアクティブトレッドの価値は、社会課題解決に対しても貢献する力を秘めています。これこそが、ゴム起点での未来をひらくイノベーションのコアとなると考えています。そして最終的には、次世代スイッチで自動運転社会に大きく貢献していきたいと考えております。

3-7. アクティブトレッド進化の源泉



最先端分析データを高度研究基盤で価値化し、ゴム起点のイノベーションで次世代技術を創出する

最先端分析施設の利用

SPring-8



NanoTerasu



NECと研究開発基盤の高度化（戦略的パートナーシップ）

疑似量子アニーリングの活用^(※)

配合レシピ設計期間
95%削減可能

※：量子コンピュータの仕組みを模倣し、通常のコンピュータで複雑な最適化問題を効率的に解く技術

材料探索ソリューションの活用

AIが暗黙知を継承、
材料候補探索を
最大70%短縮

市場投入を早め、“未来の価値ある体験”を届け、
合理化で新領域を創出

スライドの 11 番をご覧ください。

その進化を支えるのが、DUNLOP 独自の研究開発基盤です。兵庫県にある SPring-8 や、東北大学の NanoTerasu といった最先端分析施設のデータを高度化した当社の研究開発基盤で、価値化を進めております。さらに、NEC 様との AI 開発により、配合レシピの設計期間を最大 95%削減できるところまで、研究開発基盤を高度化することができました。これにより、アクティブトレッド進化を加速させ、さらなる新領域の価値を創出してまいります。

3-8. 開発プロセスの変革



独自AIシミュレーションで開発キャパシティを約1.3倍*1に拡大。主力新商品に適用済み

シミュレーション・AIの活用 開発プロセス技術「SDI*2プロセス」 - 高精度な性能予測 - 設計検討時間を削減 - 生成AIでパターン検討・性能予測 - 開発効率化 - 試作・評価の削減	プラットフォーム設計・開発 設計技術「SDI*2プラットフォーム」 - 仕様の共通化、ファミリー開発 - 共通仕様で開発工数削減 - 部品の組み合わせで多様な商品を効率展開 - 材料種減による生産性の向上 - 材料切替や在庫管理の負荷を低減
当社の独自性 - 長年の評価・シミュレーションデータをAIと融合した独自基盤 - 設計～製造のノウハウを連結し、開発力と品質を向上 - 予測技術×プラットフォーム設計で、精度×スピード両立	

▶ 更なるプロセス変革で、開発スピードとキャパシティを約1.5倍*1へ（2028年ターゲット）

*1 2024年実績対比、*2 SDI：Sumitomo Rubber Development Innovation

スライドの12番をご覧ください。三つ目の鍵、開発生産体制です。開発の効率も大きく向上いたしました。当社独自のAIシミュレーション、SDIプロセスやSDIプラットフォームを活用し、開発キャパを24年対比で約1.3倍に拡大いたしました。既にBLUE RESPONSE TG、そして今回のスタッドレスICE Proの開発に適用済みであります。設計技術と開発プロセスの両面から変革を進め、2028年には開発スピードを1.5倍へ拡大し、精度とスピードの両立を進めていきます。

3-9. 海外テクニカルセンター強化



体制構築は計画通り進行

“現地開発→新車メーカーへ技術提案→受注”のサイクルが各地域で回り始めている

北米 開発スタート 体制 段階的に開発能力を拡充中 開発 WILDPEAKを含むSUV・ピックアップ向けタイヤの現地開発開始	欧州 本格稼働 体制 開発能力50%増強し、本格稼働 開発 プレミアム新車メーカー向け開発を現地で担う →RFQ 3倍(昨年比)	中国 開発強化 体制 上海に技術営業拠点を新設 開発 中国新車メーカーへ即納開発を実施中 →RFQ 1.5倍(昨年比)
日本 体制 グローバル技術ハブ 開発 アクティブトレッド技術開発 プラットフォーム設計開発、DX化推進 グローバルを支える技術・工程開発		

続いて、スライドの13番をご覧ください。開発を現地で担う海外テクニカルセンターの強化は計画どおりに進行中です。欧州では、プレミアムOEからのRFQ、すなわち見積り件数が約3倍、中国では約1.5倍に増加しており、開発もスタートすることができました。プレミアムOEメーカーへの参入に着実につながてまいります。

3-10. In-House New Factory



日本・タイ・インドネシアで革新設備を順調に導入。生産体制を計画通り強化



*1 Compact Adaptive Tire Building Machine. 既存工場に設置可能なコンパクト次世代成形機で、高性能タイヤを高精度・高効率で生産可能。
*2 当社独自の製法「太陽」の進化版。大外径タイヤの高いデザイン性・高真円度・軽量化を高次元で実現可能。

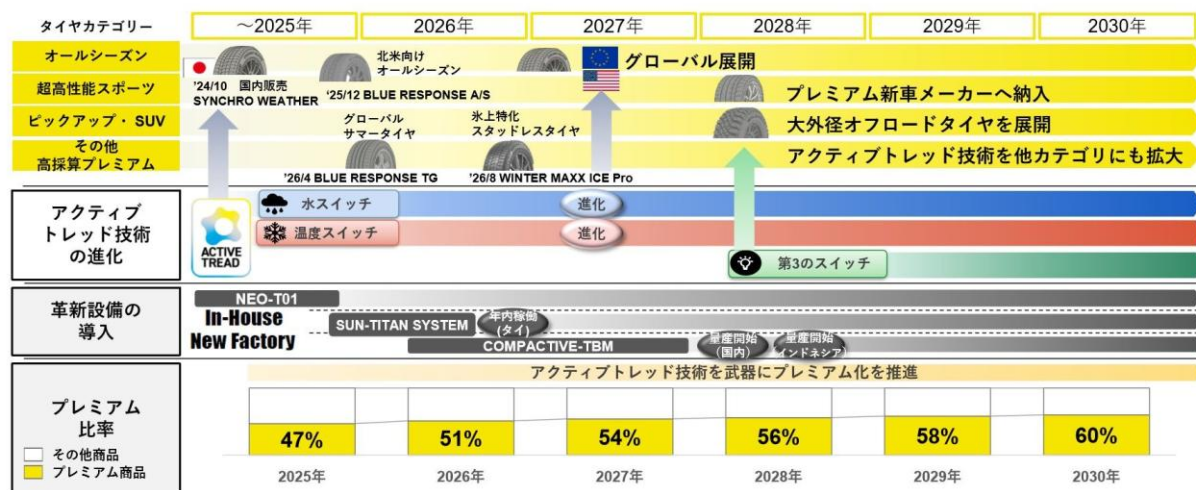
スライドの14番をご覧ください。次に、生産体制についてです。日本・タイ・インドネシアの各拠点で新しい製造システムの導入が計画どおりに進んでおります。中でもタイ工場の革新設備、SUN-TITAN SYSTEM は稼働を前倒しに進めております。その量産機による試作第1号のWILDPEAKを本日会場の後方に展示しております。高採算品の増産を着実に収益へとつなげ、プレミアム商品の供給力を計画どおりに強化してまいります。

3-11. タイヤプレミアム商品計画

2025年11月公表
決算資料引用



プレミアム化の推進に向けて新商品投入、技術開発・設備導入を計画通り推進中

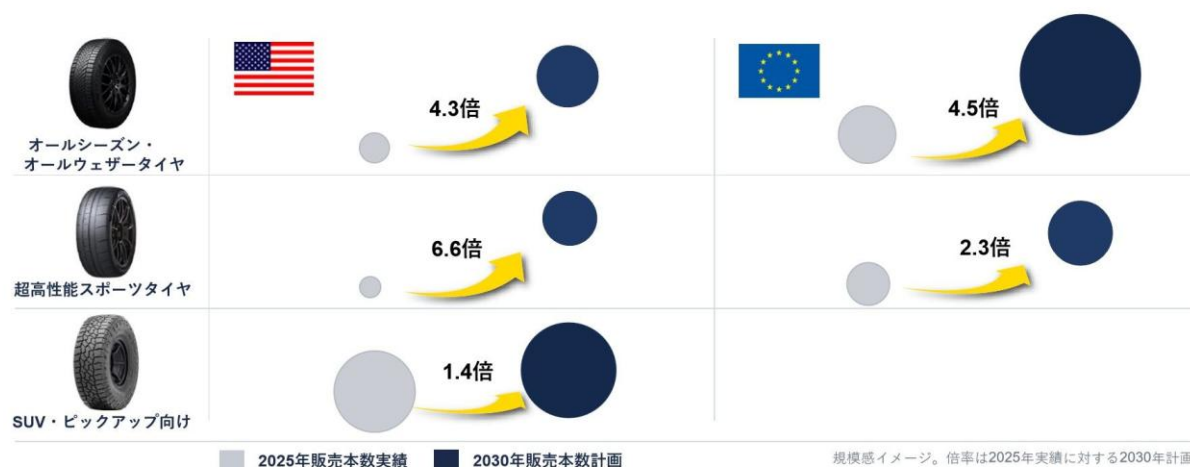


スライドの15番をご覧ください。これらの技術と開発生産体制を商品として着実に市場投入してまいります。BLUE RESPONSE TG や ICE Pro など、新商品は計画どおりに発売することができました。性能も大幅に向上しております。これからアクティブトレッド技術を武器に、プレミアム比率を2025年の47%から2030年には60%へ引き上げてまいります。このプレミアム化は確実に前へ進んでおります。

3-12. プレミアム商品販売拡大（2025年実績→2030年販売計画）



地域特性に最適な商品を投入し、欧米プレミアムの拡販を2030年目標に向け着実に推進



■ 2025年販売本数実績 ■ 2030年販売本数計画

規模感イメージ。倍率は2025年実績に対する2030年計画

スライドの 16 番をご覧ください。プレミアム商品の販売拡大計画です。2025 年の実績を起点に、本数の伸びを示しております。2030 年に向け、北米は SUV ピックアップ用タイヤを 1.4 倍に、欧州はオールシーズンタイヤを 4.5 倍に拡販していきます。地域ごとの需要特性に最適な商品を投入し、欧米でのプレミアム拡販を計画どおり着実に進めております。

3-13. ONE DUNLOPのブランド価値向上施策



欧米を重点に、ブランド価値向上で顧客接点を広げ、プレミアム商品の拡大を後押しする

QUALITY
選手の安定したプレーを担保
主な協賛 ATP ツアーにおけるNo.1ボール
全豪オープン / ATP Finals / 欧州マスターズ公式球

MOTORSPORTS
レース活動
主な協賛 Goodwood Revival 協賛(Presented by DUNLOP)
Nürburgring 24H / Super GT 参戦で性能実証

EMOTION
選手の活躍が生む感動体験
主な協賛 プロスポーツプレイヤーとの契約
上地 結衣 選手、Jack Draper 選手
松山 英樹 選手、山下 美夢有 選手 他

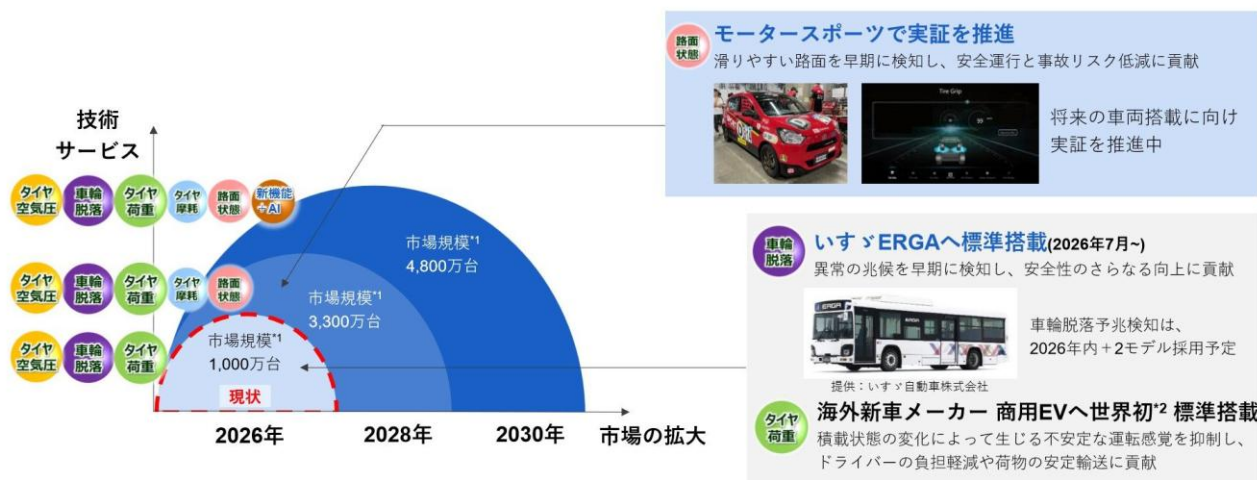
NEW EXPERIENCE
新たな体験価値の創出
主な協賛 次世代モータースポーツへの貢献
グランツーリスモ協賛

スライドの 17 番をご覧ください。こうしたプレミアム商品の拡大を力強く後押しするのが、ブランド価値の向上です。私たちは欧米を重点領域として、ブランドの強化に取り組んでおります。モータースポーツ、テニスやゴルフ、各トッププレイヤーが生む感動、これらを通じて挑戦を象徴するグローバル・プレミアムブランドとして、顧客接点を広げてまいります。この好循環によって、事業の成長をより確かなものにしてまいります。

3-14. センシングコア



センシングコアの提供価値が理解され、安全機能を起点に採用が拡大



^{*1}市場規模: 間接式空気圧警報装置市場+各市場の商用車・乗用車生産台数(当社想定) ~2028年はアジア・欧州、2030年は北米展開を加味
^{*2}当社におけるタイヤ荷重検知の搭載において

スライドの 18 番をご覧ください。ここからは、タイヤ以外の成長領域についてご説明いたします。

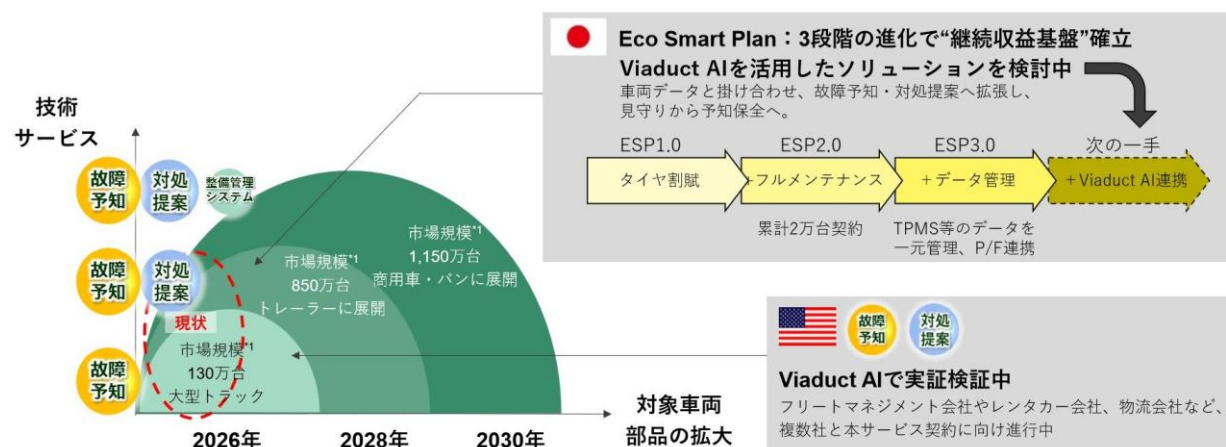
まずはセンシングコアです。タイヤの状態をデータで捉えるこの技術は、提供価値が理解され、採用が着実に拡大しております。車輪の脱落予兆の検知は、昨年のいすゞ自動車様の GIGA に続いて、本年 7 月より、同じくいすゞ自動車様の ERGA へ標準搭載されました。年内にさらに 2 モデルへの採用が決定しています。

加えて、海外自動車メーカーの商用 EV には、タイヤ荷重検知を世界で初めて搭載することができました。路面状況の検知も、モータースポーツで実証実験を進めております。安全機能で実績を積みつつ、機能拡充と採用拡大を同時に進めてまいります。

3-15. フリートマネジメント



国内はフリートマネジメント”Eco Smart Plan”で収益基盤を確立、北米はViaduct AIで実証を推進



*1 市場規模：北米市場におけるフリートマネジメントサービス(FMS)を導入した車両台数からの推定(当社想定)

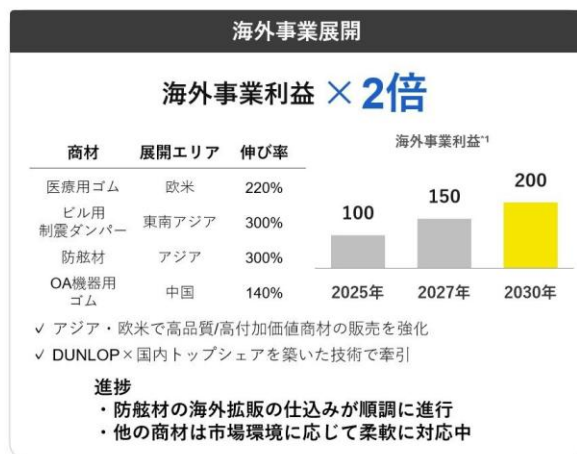
スライドの 19 をご覧ください。続いては、フリートマネジメントです。

この事業は、実績で足元を固め、AI で対象を広げる考え方で進めておりますが、国内のフリートマネジメント、Eco Smart Plan を進化させ、現在累計 2 万台のご契約で収益基盤を確立しております。本ビジネスを広げながら、今後は車両データと Viaduct の AI を掛け合わせ、見守りから予知保全へ広げていきたいと計画しております。北米では、故障予知に加え、対処提案まで踏み込んだサービスを Viaduct AI で実証実験中です。物流やレンタカーなど、複数社と契約交渉を現在進めております。

3-16. 産業品事業



国内トップシェアの技術を基盤に、グローバルで社会課題解決に貢献。4年連続増益で着実に前進



¹ 2025年実績を100とした指数、² 多様な社会ニーズに寄り添い応える商品
³ 工務店向けの案内開始は2026年夏、出荷は2026年冬以降を予定

スライドの 20 番をご覧ください。産業品その他事業です。国内トップシェアを築いた技術を基盤に、アジア・欧米で高付加価値商材の拡販を進めてまいります。海外事業利益は 2030 年に 2 倍を計画しており、4 年連続の増益の見込みで、着実に R.I.S.E. 2035 を推進してまいります。

3-17. スポーツ事業



プロが証明した性能を起点に、DUNLOPブランド価値向上とファン層拡大を推進



スライドの 21 番をご覧ください。スポーツ事業です。プロが証明した性能を起点に、ブランド価値の向上とファン層の拡大へつなげてまいります。ゴルフでは、欧米プロの使用拡大と勝利を追い

風に、アイアンの販売が好調です。SRIXON は 2021 年対比で 290%の伸びを見込み、グローバル
トップ 3 メーカーへ着実に前進しております。テニスは、ボールの ATP 使用率 No.1 の実績をもと
に、2030 年でボール販売のシェア No.1 を目指しています。加えて、第 3 の柱として e スポーツ
も取り組んでまいります。

3-18. Project ARKの拡大



2028年以降、改めて **300億円の利益創出** に挑戦



スライドの 22 番をご覧ください。Project ARK についてです。私たちは 2028 年以降も、あらた
めて 300 億円の利益貢献にチャレンジしてまいります。2028 年から 2030 年にかけて、新たに累
計で積み上げを目指します。原材料費の削減や、開発リードタイムの短縮、これらの継続に加え、
In-House New Factory の成果刈り取り、新しく導入した ERP を活用した原価の改善、さらにブラ
ンド価値向上によるバリューアップの数値化などに取り組んでまいります。多面的な取り組みで次
の成長を支えていきたいと思ひます。

3-19. AI故障予知・原因究明ソリューション



総原価低減活動の一環として、自社工場の業務効率化を実証。外販の可能性も探る



スライドの 23 番をご覧ください。その一例として、Viaduct AI を活用した AI 故障予知・原因究明ソリューションをご紹介します。

この取り組みは、自社の原価低減活動としてスタートいたしました。宮崎工場の実証実験では、Viaduct AI の活用で保全業務の時間を約 45%、設備故障等の原因の分析業務の時間を約 80%削減することが確認できました。これを当グループ内に展開し、さらなるコスト削減に取り組んでまいります。加えて、設備故障の原因究明等は製造業の共通の課題ですので、外部への販売機会の検討も進めていきたいと考えております。

以上、本日は R.I.S.E. 2035 の進捗を事業ごとにご説明してまいりました。新たな成長領域、そしてプロジェクトワーク、一つ一つの挑戦が、確かな手応えとなって現れてきていると感じております。この歩みを緩めず、R.I.S.E. 2035 を着実に推進してまいります。ご清聴ありがとうございました。

質疑応答

井上 [M]：それでは、これより皆様からのご質問をお受けしたいと思います。会場でご参加の方、オンラインでご参加の方、交互に指名させていただきます。まず会場の方からご質問を承ります。ご所属の会社名とお名前の後にご質問をお願いいたします。恐れ入りますが、時間の都合上、ご質問はお1人様2問までとさせていただきます。それでは、最前列の真ん中の方お願いいたします。

坂牧 [Q]：Bank of America の坂牧です。今日はありがとうございます。私から1点目が今期のところとして、資料の29ページ目を拝見しております。従来と比べると、数量・構成が一番下方修正の原因になっているかと思います。その次のページですと、北米で一番、本数を落とされているかと思います。あらためて足元で何が起きてきているのか。

外から見ていますと、Tier2、Tier3の方が中東戦争以降、値段をずっと下げてこられて、御社も多分7月に入ってもうちちょっとだけ下げているようにも、FALKEN ブランドの値段が見えてきています。一方でTier1さんは着実に値段を上げているような、二極化しているようにも見えていますので、マーケットで何が起きていて、今回のこういう修正になられていて、下期にかけて、まだ一応増やされていくという方向ですけど、ここは本当に確からしさというか、大丈夫なのかを確認させていただければと思います。

國安 [A]：ご質問ありがとうございます。私から簡単に説明させていただきます。今、北米で起きているのは、やはり1月、2月は寒波による販売の不振、そして2月後半から中東情勢によるガソリン価格の上昇によって、販売に関しては非常に軟化しております。北米の市場においては、やはりTier1からTier2、Tier3を選ぶお客様が増えているのは認識しております。

そういう状況の中で、我々FALKENについては、残念ながら4月に値段の見直しをやっておりますが、そこで数量の減というのは、市場の減速よりも何とかこらえているというのが現状です。価格につきましては、我々の認識では、Tier1のメーカーさんもなかなかこの軟調の市況のなか、値段を上げられていない。この原材料は、我々だけじゃなくてどのメーカーにもネガとして乗っかっているんですけども、それに対してなかなか値段が上げられていなかったというのが現状ですが、今年下期になって各メーカーが値上げの動きをしているということで、我々も値上げを進めていくということで、Tier3、Tier4に値段が引きずられるのではないかとこのことについては、ある一線の我慢はできたかなと考えております。

中東情勢は注意深く見守っているんですけども、この市況が下期もずっと続くとは見ておりませんので、その回復は多少あるであろうと考えておりますし、我々新商品の DUNLOP の GRANDTREK HLX という商品も投入しますし、WILDPEAK のサイズレンジの拡大等も行っていくので、そこに対して本数は前期ほど落ちないと考えております。もし補足があれば、津崎からお願いします。

津崎 [A]：上期は特に 1-3 月は降雪の影響、それから中東情勢の影響を受けまして、かなり市況は悪かったですけど、6 月によりやく市況が対前年を超えてきまして、在庫調整も少し緩和されてきたかなと市況は見ております。

私どもとしましては、WILDPEAK のサイズ拡大、OE への納入、また大型 WILDPEAK の増産、キャパシティの増産、あるいは DUNLOP の新商品、春に発売しました商品の BLUE RESPONSE A/S のサイズ拡大が約 2 倍になることと、年内にさらにもう一段の新商品ということで、立て続けに施策を打っていく形でございます。今は取引件数も大きく増えてまして、そこにそういった施策、新商品も載せていけると考えています。

また昨年は下期に少しイレギュラーがございまして、対前年という意味では、今年はプラスに働く、十数万本ですね、ところもございまして、そういったところから下期の計画になっています。若干強めに対前年という部分ではなっていますが、十分狙っていける数字だと考えております。以上です。

坂牧 [Q]：わかりました。ありがとうございます。2 点目は業績でして、新しく見直された計画のリスクオポチュニティですね。価格が本当にこの 2Q で下がったのが 4 クォーターに持ち直せるのかなというか、原材料とかは足元は若干高くなっている等はあるんですけど、経費にバッファがあるようにも見えますので、リスクオポチュニティ、どんなところを考えておけばよくて、この数字をもし発射台として考えた時に、来期はどこまで今見えてきているのか。

お話を伺っていると、ヨーロッパでもディーラーさんがうまく取れて、Project ARK も前倒しで、タイの SUN-TITAN も入っていくとなると、従来、一応 10%以上というのを利益率で 27 年、1 年前ですかね、説明会の時に掲げられたかと思います。今、こういった状況を踏まえて、どれくらいを来期に期待できるように従来と比べて変わってきて、上乘せが期待できるような状況だったりするのか、補足があればお願いします。

國安 [A]：ありがとうございます。私から来期の意気込みという話をして、詳細は日野から説明してもらいます。まず、我々は R.I.S.E. 2035 で、2027 年に事業利益率だけでいきますと 10%いくという計画を立てておりました。それは 25 年の 3 月ですけども、そこから関税がかかり、今年は

中東情勢影響があるということで、非常にアゲインストの風を受け続けておりますけれども、27 年に向けては、これらの中東情勢の市況は一段落するであろうと思っていますし、関税については打ち返しをしっかりとやってきました。まだ完全には打ち返し切れてはいないですけれども、その部分は Project ARK の前倒し等でしっかりと刈り取るということで、まだ来年の計画等は立てていないですが、R.I.S.E. 2035 の目標は変えないということで進んでいきたいと思っています。詳細は日野からお願いします。

日野 [A]：まず、今年のおポチュニティですけども、基本的には前回ご説明した時から、あの時は原材料価格のマイナス影響だけを織り込ませていただいて、下期は当初、据え置きという形で、その後、きちっと社内で足元の状況を見ながら予算の見直しをしました。その結果が今回、お出ししている、特に 27 ページにあります下期の状況です。

結果的には、原材料につきましても、当初よりはマイナスがやっぱり出てしまうというところ、あとは先ほどお話しした量・構成が厳しく、大きくマイナスになるということです。それ以外は、何とかその他でカバーする形で、値上げも各地域、日本を中心に今、対応しております、それである程度打ち返せるだろうという内容のものを今回、ちょうど欄の下に書いてますけども、プラスで折り込ませていただいています。

それ以外の経費も基本的には見直して入れておりますけども、決してやることを下げて見直せとは、最後は言うておりませんので、年初で当然ながら、時期が進む段階でやるやらないの判断が出ますので、全般的にはちょっと下めにはなるとは思いますけど、基本的には下期にあるものを今、積み上げて対応しておりますので、予算を組んでいるということでご理解いただければと思います。

来期に向けてのところでちょっと私が補足するとしたら、7 ページを見せていただければと思うんですけども、ここにありますとおり、前回から比べて 160 億下げざるを得ないというところで、大きな要因は上に書いてあります量と、当然、価格が今、一部、原材料価格の高騰を踏まえて上げておりますので、それが 27 年度には面積としてこれから効いてくるだろうと思っております。

さっきちょっとお話がありましたとおり、SYNCHRO WEATHER が大きく今、好調で増販しております、これを本格的に欧州もアメリカも入れていきますので、それを追加すること。あとは、量が減ったところは市況の影響もあるので戻ってくるということであれば、ここからある程度、今の値上げと量の戻しがあれば、何とかもともとの 1,120 ぐらいはいけるんじゃないか。そこからあと 300 ぐらいどうできるんだというところは、それ以降の 27 年に向けての積み上げと、あとは ARK でも 70 億、この 27 年には積み上げられることがもう決まっておりますので、そのプラスですとか、あとは増量効果もあって、決して 1,400 は現時点では達成の可能性はあるんじゃないかな

と思っておりますので、それに向けて足元、この26年下期、27年の目標に対応していきたいと思っております。

坂牧 [M]：ありがとうございます。

井上 [M]：坂牧様、ありがとうございました。続きまして、オンラインでご参加のSMBC日興証券の牧様、お願いいたします。

牧 [Q]：お世話になっております。SMBC日興証券の牧です。お願いいたします。私からも2点ありまして、1問目が、決算説明会の資料の10ページの欧州のDUNLOPの販売動向についてです。この上期は苦戦と書いてあって、1クォーターは3月に向けて確か良くなって、販売が進んでいたという理解ですけれど、このチャートを見ると、2クォーターは少し落ち込んでいるようにも見えますので、1クォーターにご説明いただいた、しっかり販売が立ち上がってきているというトレンドが変わっていないのかどうかというところを確認させていただけますでしょうか。

國安 [M]：ご質問ありがとうございます。本件は津崎より回答します。

津崎 [A]：ご質問ありがとうございます。1クォーターは当社の物流のオペレーションが混乱して、当初、出だしが苦戦して、そこから3月挽回という状況でございました。4-6月はちょっと課題が見えてきました。どういうことかと言いますと、想定以上に流通在庫の水準が高かったことと、中国品のAD関税の影響で在庫が増えているということで、かなり欧州全体での流通在庫、また欧州全体での市況、特に我々の強いドイツでの市況といった環境がございました。

加えまして、昨年 of 年末に、DUNLOPブランドのやや押し込みがございまして、一部のユーザーさんで価格が少し下がったというところで、そちらの価格への一部対応が必要な状況にございまして、そのあたりを含めて4-6はマイナスとなりました。

今後に向けましては、冬タイヤの商売が始まりますので、まずウインターですね、これはオフテイクの商品の中でも非常に我々が強いところでございますので、ここをしっかりと販売していく。

2点目が、取引件数の拡大は順調に進んでおりますので、ここの販路の拡大、それからお客様との信頼関係は継続して取り組んでいく。また去年は、いわゆる入札ビジネスに対しては我々は参画できませんでしたので、こういった商売がプラスに持っていけるといったようなところも含めまして、オフテイクのビジネスについても安定させていきたいと考えています。

また、DUNLOPの新商品のBLUE RESPONSE TGにつきましては、引き続き好評をいただきまして、価格についても前回ご説明させていただいたとおり、GOODYEAR社のDUNLOPの価格から15%プラスという形での販売を継続しております。以上でございます。

牧 [Q]：そうすると、中国品に対する、輸入品に対する関税上昇みたいなのが確か 7 月ぐらいからあったかと思いますが、その前の駆け込み需要みたいなものが悪さをされていて、それがこの見通しだと 3 クォーターには取れるので、トレンドとしては正常化していきますというような考え方でよろしいでしょうか。

津崎 [A]：そうですね。3 クォーターも若干かかるかなというところではございますが、取引件数の拡大と、ウィンタータイヤの増販で、こちらをカバーしてまいりたいと考えています。

牧 [Q]：わかりました。ありがとうございます。2 点目が、社長のプレゼンの資料で中計のアップデートをいただきまして、大変、進捗状況はわかったんですけど、例えば 5 ページのタイヤ事業の戦略で、マージンを 15% まで上げていくというところですけど、今回、長期計画として売上をどうしていくかみたいなところは、まだ定まっていなかったようなところかと思います。

本来、今日はそういった話もあるのかなとちょっと期待していたんですけど、例えば DUNLOP がある程度見えてくれば、以前 DUNLOP 説明会みたいなところでご説明いただいたような、かなりアグレッシブに数量を伸ばしていくことができるのかどうか。その売上に関する 30 年に向けた見方が今どうご覧になっているか、定性的でも結構なので教えてください。

あと、結局オフテイク品をどうしていくかというのも、もう一つの課題だったと思います。DUNLOP の販売を軌道に乗せていけば、ある程度前倒しで、自社生産でやっていくという判断もあるのかなと思いますので、そのあたりの考え方もどのように考えていらっしゃるか教えてください。売上と利益です。お願いいたします。

國安 [A]：ご質問ありがとうございます。まず、R.I.S.E.の進捗の 16 ページですね。具体的な数値は、いろいろ我々の中で検討しているのですが、まずプレミアム商品をどう伸ばしていくかというところをお示しさせていただきました。やはり一番は、欧州のオールシーズンタイヤを 4.5 倍にするということで、なかなか数字は言えないんですけども、利益貢献として 2030 年に、目線としてですけども、15% というのはお伝えしておりますので、その数字を目指してやっていきたいと考えております。

あと、やはり利益率の高いタイヤとしましては、北米の SUV ピックアップでありますので、これはもともとマスが非常に大きい WILDPEAK は好評いただいております。これを 1.4 倍にするというのは、我々の生産能力の増強も含めて計画しております。今、COMPACTIVE-TBM、あるいは SUN-TITAN SYSTEM でこの 1.4 倍は到達できる数字になっております。利益と具体的な販売収益はお示しできないのですが、この計画を着実に進めていく準備はできていることをご理解いただければと思います。

牧 [Q]：オフテイク品はいかがでしょうか。

國安 [A]：こちらは5年間供給をいただくという計画で、そちらをしっかりと販売していくことを進めております。ただし、こちらのプレミアム商品が増えていきますと、販売のキャパもありますので、その辺については、欧州だけでなく他地域も含めて販売をしていく。あるいは、販売自体をどうするかは、2年後等に検討して判断していくことになるかなと認識をしております。以上、ご回答いたしました。

牧 [Q]：わかりました。一応計画どおりというか、2,3年待って、そこで判断をされるようなタイムラインですか。

國安 [A]：そういう認識でおります。

牧 [M]：わかりました。どうもありがとうございます。以上です。

井上 [M]：牧様、ありがとうございました。続きまして、最前列の方、お願いいたします。

坂口 [Q]：みずほ証券の坂口と申します、いつもお世話になっております。2点お願いいたします。1点目は、日本国内の SYNCHRO WEATHER の販売動向で、好調ということで、第1クォーターに続いて2クォーターもしっかりで、売上利益を計画対比で上振れということで非常に順調だと思います。資料を拝見しますと、3クォーター、4クォーターも前年に対してかなり大きく販売を伸ばす見通しで、これに対する手応えですね。昨年、一昨年からも、冬に向けてはかなり認知があって、販売としてはしっかりだったというなかでより伸ばすということです、この1クォーター2クォーターの実績を踏まえた上でこの下期の手応えを伺いたいのと。この100万本を達成された時に来年以降、どういうカーブで伸びていくお見通しをお持ちなのかもお聞かせください。

國安 [M]：ご質問ありがとうございます。こちらは津崎より回答いたします。

津崎 [A]：ご質問ありがとうございます。SYNCHRO WEATHER につきましては、おかげさまで大変好調に販売できております。上期の一番の課題は、夏タイヤとして売れるかというところだったんですけれども、こちらは快適性、静粛性を含めまして、あらためて夏タイヤとしての認知が大きく広がった結果、5倍という形で販売することができました。

おかげさまで取引件数も順調に増えておりまして、口コミ効果も含めまして好調に拡大しております。そのベースを軸に、さらにいろいろ業種別に仕掛けもしてっておりますので、今度は第4クォーター、氷上も走れるオールシーズンタイヤというところでさらに伸ばしていける手応えを持っております。

また、来年度以降につきましてもさらに 100 万本以上を販売していくという成長曲線は、オールシーズンタイヤの市場は日本はまだ小さいので、市場を作っていくということで、いろんな手を来年度、その先と考えていますので、十分プラスを狙っていけるかなと考えています。

SYNCHRO WEATHER の成功のポイントは四つあると思っていまして、一つは商品のコンセプトです。二刀流でできているということで、氷上も走れるオールシーズンタイヤ、あるいは夏タイヤとしての性能も大丈夫だということをしっかりお伝えすることができているところと、それをしっかりとした商品に落とし込むことができています。二つ目は、これを商品に落とし込むことができた、アクティブトレッド技術です。

3 点目がチャネル政策です。販売店様に向けて認証店制度という形で、認定制度ということで、お客様にその価値をしっかりお伝えしながら、業種別に業種に合った施策をしっかりとっているというところで、カーディーラーさん、カーショップさん、時間もないのでなかなか詳しいところはお伝えできませんが、非常にきめ細やかな営業政策をとっています。

4 点目がマーケティングで、大谷選手含めたインパクト、口コミ効果ということで、エンドユーザーさんまでしっかりとマーケティングができる。こういったポイントでお客様にご支持をいただいと分析します。このノウハウを来年度、満を持して日本から欧米に広げていきたいという意気込みでございます。以上でございます。

坂口 [Q]：ありがとうございます。市場を開拓するということはずっとおっしゃっているなかで、それに対する手応えが出ていると理解しました。2 点目は、今回の生産のご計画の変動の内容と、あとこれが販売面にどう影響を与えていって、来期にどうつながるかというところをひもときたいとお伺いしたいです。スライド決算側の 37 ページで、生産の見通しを引き下げるなかで、In-House New Factory の進展等によりということで、早めに立ち上がるということで従来ラインの生産を止めることによる減産という理解をしたんですけれども、これによって今期の販売が落ちる影響が出ているのか。需要が弱くて生産を落としているのではなくて、新しいものを戦略的に前倒しで入れることによって生産が落ちて、それが販売に影響していることがあるのかないのか。

だとすると、前倒しで新しいものが出てくるので、ミックスという観点で言うと、今期後半、年末ぐらいから来年にかけて、かなりしっかり改善ということも言えるんじゃないかと思うので、生産の減少と販売に与える影響がどうリンクしているのかをご解説ください。以上です。

國安 [M]：ありがとうございます。この件については荒木より回答をいたします。

荒木 [A]：ご質問ありがとうございます。日野からご説明差し上げたとおり、In-House New Factory のコンセプトに基づいて、計画的に生産能力を落としているということなんですけれど

も、落としている部分については我々が注力しているところではない、低インチの従来の古い設備を高インチ化するという方向ですので、今、注力している販売の高インチサイズに対して、能力が落ちているから売れないということではないので、販売面に対する影響はないと考えていただけたらいいかと思います。

この In-House New Factory 自体も、タイの工場で生産が立ち上がるのが今年の年末と来年、国内工場については 2028 年にかかる部分もございすけれども、順次能力が増えていくということですが、来年以降、能力増強という形で能力拡大が反映していきますので、その頃には、作りたいタイヤが作れるようになったので増販にも寄与していくことになるかと思います。よろしいでしょうか。

坂口 [Q]：わかりました。ミックス効果という面で言うと、少し御社がご想定されていたよりも速いペースで効いていくという認識の仕方でよろしいですか。

荒木 [A]：タイの SUN-TITAN SYSTEM につきましても、一番最初は 2027 年の年始って言っていたものが 26 年の年末になって、これがまた 1 カ月前倒しということで、現場も精いっぱい努力をしていますので、計画している年数に対して少しでも前倒しできれば、ミックス改善に直に効いてくることになるかと思います。

坂口 [M]：わかりました。どうもありがとうございます。

井上 [M]：坂口様、ありがとうございました。続きまして、オンラインでご参加のシティグループ証券の吉田様、お願いいたします。

吉田 [Q]：ありがとうございます。シティグループの吉田です。1 点目が先ほどの来期の考え方で、ビジネスプロフィット 1,400 の可能性は十分にあるという言い方をされていたんですかね。あれは 1.4 兆円ぐらいで 10%ぐらいだと 1,400 ということだと思うんですけども、それですと今期に対して 440 億とかですか、それぐらい利益が拡大するような話ですので、もう少し中身を伺えればと思います。

ARK で 70 億円積み増せるとおっしゃっていたのは、もともと ARK で 170 億円ぐらい YoY の効果を見ていたと思うんですけど、それに対して 240 億円ぐらい積み増す、もしくは ARK の効果が 370 億円とか、それぐらいまで積み上がっているということなのか。

あとは費用面ですよね。今期、結構 DUNLOP の立ち上がりでいろんなコストが増えていくとか、インフレーションでコストが増えるとかあると思いますので、このあたりの、例えばインフレーション

ョンはしょうがないにしても、意図的に使っていく DUNLOP のコストはどんどん増えていくのではなく、ある程度、天井になってくるのか。

あとはミックスも、新たにアクティブトレッドを入れていくのは 27 年の途中だと思いますので、27 年に本当にそんなにフルに寄与するのかなとも思いますので、この 440 億円増えるというところをもう少し踏み込んでご説明いただければと思います。

國安 [M]：ありがとうございます。ここは責任を取って日野から説明いたします。

日野 [A]：すいません、まず ARK は計画がもともと、ページでいいますと 12 ページですかね、170 までいけばということで 100 から 170、前倒ししている部分がちょっとありますけども、ここで 70 ぐらいがいけるだろうということでちょっとお話をさせていただいたということでございます。それ以外は、足元の状況は厳しいなかですけども、先ほどお話ししたとおり、値上げのずれを取り返して、量が増えればそこも一つのラインとしていけるのではないかとということで、個人的な感想でございますので、そういうことでご理解いただければと思います。以上でございます。

國安 [A]：あと、費用につきましては DUNLOP の販売ということで、今、0 から去年、今年と準備しておりますので、その点については、DUNLOP の販売に関するコストというのは、基本的に今年で大きな投資はなくなるとご理解いただければと思います。ただ、我々は新商品を来年から販売していきますので、それに必要な DUNLOP の投資は進めていきますが、一気に量が増える段階においてのコストアップは、今後はないとご理解いただければと思います。

数字につきましては、ぼろっと出ましたけれども、我々、そういう見込みはできるのではないかとということでいろいろと検討は進めておりますので、まだ確定した数字ではありません。10%は頑張るということで、こちらは目標としたいと思います。以上です。

津崎 [A]：そうですね。実際、商品の面、あるいは販路の面、コストの面、いろんな施策の面で、私としては 500 億以上を積み上げる施策を今、練っています。その実現性をできるだけ高めていく今、検討フェーズでございますので、先ほど日野が先走って言っていたところと連動しているお話でございまして、その確度をどう上げていくか、早く準備しながら、できるだけ利益を積み上げていく努力は継続して行っていきたいと思います。以上補足でした。

吉田 [Q]：ありがとうございます。2 点目ですけど、北米の足元の確認で、6 月に市況がプラスに転換して在庫調整も緩和されてきたとおっしゃっていたと思うんですけども、少しこの 6 月とか 7 月の速報ベースとかで、状況としては良くなってきているという理解ですか。6 月ぐらいから Tier1 さんが値上げをやられて、御社も 8 月からということなので、少し雰囲気、中東情勢とか

も終わってはいないですけども、少し落ち着いてきて、何か変化が出てるのかなという質問です。

國安 [M]：では津崎から回答させていただきます。

津崎 [A]：ご質問ありがとうございます。在庫の適正化は一步一步進んでおります。ただ、まだ中東情勢も予断を許さない状況でございますので、状況については注視していきたいと考えています。我々としては、値上げをできる環境だと考えていまして、8月からの値上げという形で踏み切りました。以上です。

吉田 [M]：ありがとうございます。

井上 [M]：吉田様、ありがとうございました。続きまして真ん中の方、お願いいたします。

大橋 [Q]：いつも大変お世話になっております。大和証券のオオハシと申します。よろしくお願い致します。私からも2点お願いします。下期にかけての値上げというところで、実態として増加するコストよりも値上げ幅は小さいかと思います。この値上げ、日本と欧州、北米、地域ごとに分けた時にどういう価格戦略をとっていくのかを教えてください。

併せて、競合他社様の値上げ幅との比較みたいなものを、御社としてはどのあたりを狙っていきたいのかを教えてください。やや数量を優先するような感覚も受けましたので、値上げの地域別の方角感も教えてください。

國安 [A]：ありがとうございます。値上げにつきましては、各地域の市況を見ながらそれぞれで判断しております。欧州については、多分そういう感覚を持たれたのかなと思うのですが、こちらは価格も非常にブランドとして大事ですし、オフテイクという点でも本数も大事ということで、非常にマネジメントが難しいところですが、各国でどうするかというのを含めながら個別に対応している状況であります。津崎から補足があればお願いします。

津崎 [A]：ありがとうございます。基本的には國安から申し上げたとおりです。基本的には、今回の下期からの価格高騰については値上げを、価格転嫁をせざるを得ない状況だと認識しています。そういう意味で、商品とかカテゴリによってでこぼこはございますが、基本的には全てのエリアでの価格改定とさせていただいています。一つ例外は中東エリアです。こちらについては状況を見極めながらという形になります。

大橋 [Q]：センシティブなところをありがとうございました。2点目は細かなところを二つほどお願いします。今回、計画を見直されているなかで、増減のうちの数量・構成のところ、構成については悪化みたいなコメントもいただいたかと思うんですけども、1クォーターでの見直しからさら

に悪化方向で見込まれているのでしょうか。新商品のあたりも立ち上げがあると思いますし、むしろ構成としては良化する方向なのかなと思っていました。これは販売に引きずられる部分なのか。ここの構成の考え方を教えてください。

あと R.I.S.E.の進捗方向でいただいたセンシングコアです。ここをビジネスの規模として今、どんな進捗にあるのか。売上の規模感だったり、利益の水準、今後の方向感を含めてアップデートいただければと思います。

國安 [A]：ありがとうございます。まず決算の 7 ページ目を出していただきたいんですけども、ここで言う量・構成の欧・米・豪の減少に対する悪化のことかなと理解しております。こちらは新商品を出すというところで、良化の部分ではあるんですけども、先ほど言いましたヨーロッパの話でありますとか、その辺の構成が少し、値段が上げ切れないところがあるというのは正直言っています。下げないですけど上げ切れないところもありますので、その点が量・構成の悪化に影響していると考えていただければと思います。なるべくこの部分はうまくマネジメントしながら圧縮していくつもりですけども、リスクも踏まえてこの数字で予算化しております。センシングコアにつきましては日野から回答します。

日野 [A]：こちらはまず 18 ページで、センシングコアの市場規模と拡大という形で、我々の技術を具体的に各市場で広めていこうということで今、対応しています。ようやく足元で、こういう形でそれぞれモータースポーツでも実施をして、実例が出てきておりますし、こういった安全性を重視するようなバス等にも機能を認めていただいて、今、ようやく入るという形になっていまして、まさにここから横展開していった売上規模を拡大していこうとしております。

目標については、それぞれある程度の数字を今、積み上げておりますけども、今の対応を見極めながら、最終的にまたそこはきちっと事業計画に織り込んでいきたいと思っております。

大橋 [M]：ありがとうございます。私からは以上です。

井上 [M]：大橋様、ありがとうございました。ちょうど時間もまいりましたので、以上をもちまして決算説明会を終了させていただきます。本日はお忙しいところご参加いただきまして、ありがとうございました。

國安 [M]：ありがとうございました。

[了]

1. 音声不明箇所については[音声不明]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、株式会社 JPX 総研（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。