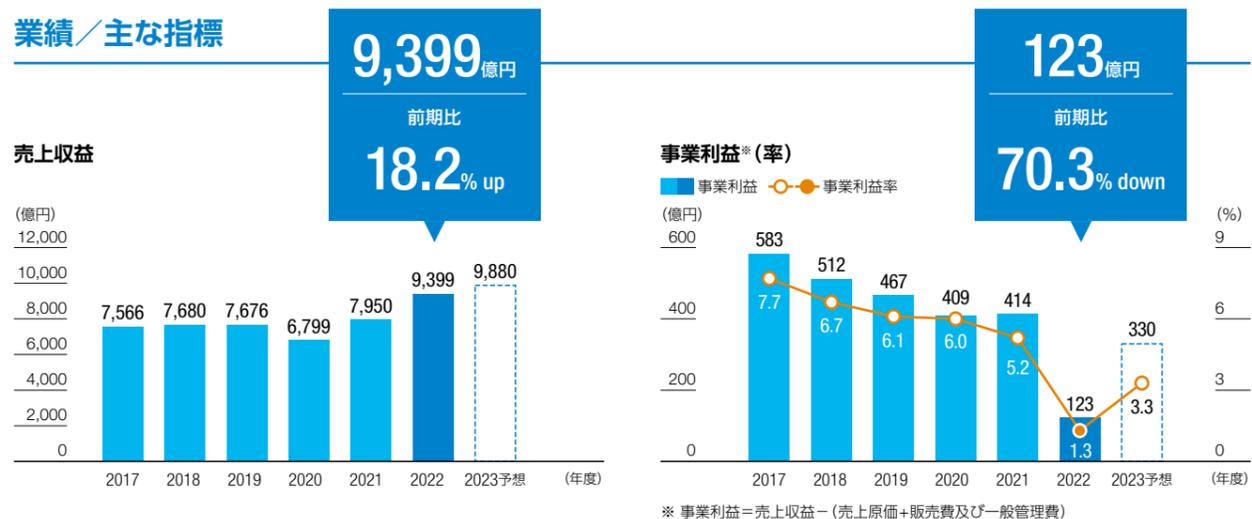


# タイヤ事業

## もっと、走る、喜びを。

乗用車、トラック・バス、モーターサイクルなど、暮らしや社会に関わるさまざまなシーンで使用するタイヤを生産しています。安全性と環境性を追求するパイオニアブランドの「DUNLOP (ダンロップ)」、走りを楽しむ人に向けたグローバルブランドの「FALKEN (ファルケン)」をメインに、1888年に世界で初めて「空気入りタイヤ」の実用化に成功した獣医師ジョン・ボイド・ダンロップの独創性を受け継ぎ、先進技術を駆使して国内外に販売しています。

### 業績／主な指標



### 販売状況

#### タイヤ販売本数 前年同期比推移 (%)

		対前年	2020年	2021年	2022年	
国内	新車用		83	96	98	
	市販用		91	102	101	
海外	新車用		74	109	110	
	市販用		91	110	90	
	市販用内訳	北米		95	101	82
		欧州		86	118	95
		アジア		94	111	87
		その他		91	112	99
計		88	107	96		
合計本数(万本)			10,883	11,603	11,146	



### 業績概況

#### 日本

##### <新車用タイヤ>

世界的な半導体不足などにより自動車メーカーの減産が続いていることの影響を受け低調に推移しました。足元の販売状況は前期を上回るなどやや回復傾向がみられましたが、年間の販売は前期を若干下回りました。

##### <市販用タイヤ>

販売は前期とほぼ同等となりました。季節に左右されずに安全・安心を提供できる商品として好評を得ているオールシーズンタイヤは、市場認知度が徐々に上がってきており、販売を伸ばしました。冬タイヤの販売は年間ではほぼ前期並みでした。

#### 海外

##### <新車用タイヤ>

半導体不足の影響による自動車メーカーの減産はありましたが、新型コロナウイルス感染症の影響で大きく落ち込んだ前期よりも販売が回復し、前期を上回りました。

##### <市販用タイヤ>

アジア・大洋州地域では、中国でゼロコロナ政策の影響もあり販売が低調に推移し前期を下回りました。欧州においては、インフレ進行の影響もありタイヤ需要が鈍化してきており、販売は前期を下回りました。米州地域においては、北米では積極的な値上げを行ったほか低採算品の販売を縮小したことなどにより販売数量は減少したものの、製品構成を改善することができました。

### トピックス

#### 当社史上最高レベルの低燃費性能の市販用EVタイヤFALKEN「e.ZIEX」、EV化が急速に進む欧州市場で発売 (2023年3月)

2022年にDUNLOP「e.SPORT MAXX」(イースポーツマックス)を中国へ先行投入しましたが、この度、中国と並んで世界有数のEV(電気自動車)市場である欧州で市販用EVタイヤFALKEN「e.ZIEX」(イージークス)を発売しました。

EV向けタイヤにおいては、「転がり抵抗の低減」、「耐荷重性能向上」、「静粛性」の3点が特に求められます。

「e.ZIEX」は当社独自の材料開発技術を使用し低燃費(電費)性能とグリップ力の両方を向上させるゴムの配合を開発しました。また、タイヤの輪郭を最適化することで、接地圧を均等化し耐荷重性能を向上させ、さらに、当社独自の「サイレントコア(特殊吸音スポンジ)」を搭載することで優れた静粛性を実現しています。また、欧州市場でより求められるウェット路面での走行性を強化し、地域に合わせた製品作りをすることでお客様へのニーズに応えます。



**SILENT CORE**



当社は新中期計画において、今後のCASEの進展およびサステナブルな社会に対応するため、EVタイヤをはじめさまざまな商品に力を入れていくことを発表しました。2027年には転がり抵抗30%低減および20%の軽量化(2019年比)を目標とした次のEVタイヤの開発を進めています。

これらの活動を通じて、サステナブルな社会の達成に貢献していきます。

## タイヤ事業

## 選択と集中をやり遂げ、再成長へと向かう



代表取締役 専務執行役員  
タイヤ事業・オートモーティブシステム事業統括  
西口 豪一

## タイヤ事業の海外展開

当社のタイヤ事業は、日系自動車メーカーの海外進出に追従して1980年代からアジアを中心に拡大していきました。そして1999年、米国グッドイヤー社とタイヤ事業におけるアライアンス契約を締結し、ダンロップブランドタイヤの販売を日本やアジアは当社、欧米はグッドイヤーというようにエリアごとに分担する形としました。そのため、当社は主に欧米以外のアジアや新興国中心に製造・販売拠点を設け海外事業展開をした結果、海外売上収益比率は、2001年の25%から、2015年には59%にまで向上しました。

その後、2015年、米国グッドイヤー社とのアライアンスを解消し、ファルケンブランドでの欧米タイヤ事業拡充に舵を切りました。営業・サービス体制整備・拡充や魅力的な商品の投入などにより、欧米ともに順調に市場でのプレゼンスを向上させています。

こうしたなか、2022年度に初めて全社として売上収益1兆円を達成しました。タイヤ売上に占める北米の構成比が約20%に伸長して日本に並び、欧州も約15%となりました。これは、ファルケンブランドへお客様の認知と理解が深まり、リピーターがしっかりと付いてきたからだと認識しています。

タイヤ事業の課題は、順調な販売による売上収益増加に対して利

益が伴っていない点です。その要因として、米国工場という課題があります。2015年のアライアンス解消の際に譲り受けた米国工場は、1世紀の歴史を持つ古い工場です。当社独自の工場へと進化させていくにあたり設備更新、増産のために設備投資を行ってきましたが、多品種小ロット生産に変更したことや、コロナ禍で生産性改善のための支援部隊を日本から送ることができなかったことから、生産性の改善に遅れが出ています。現在は、日本からの支援も再開しましたので、改善スピードは上がっています。

米国工場が軌道に乗っても北米での地産地消比率は低水準です。そこで、地産地消比率を高め、リスクを減らし北米事業を強化するため、極力省人化した自動化工場新設の検討を開始しました。

ただし、ターニングポイントと考えている2025年までは極力投資を抑制します。選択と集中をやり遂げ、損益分岐点を下げて収益改善を進め、キャッシュを貯め、投資余力が備わってから再成長に向かうべきというのが、過去10年間からの学びです。2025年までに既存事業の選択と集中、成長事業の基盤づくりを進めたいうえで、その先の再成長に向けた投資をしていきたいと考えています。

将来、振り返ってみたときに、2025年が当社のターニングポイントだった、それを機に再成長のフェーズに大きく進められたといえるように、中計課題にスピードを上げて取り組んでいます。

## 新中計のターニングポイントは2025年

今回の中期計画のポイントのひとつは、2025年をターニングポイントと設定したことです。問題を先送りせず、確実に将来の再成長の基盤を構築するという覚悟で設定したものです。3年と言わず、この2年が非常に大事と考えています。

## 欧米でのファルケンタイヤのプレゼンス向上

注力している欧米市場での販売では、前述の通り、ファルケンブランドがクールなブランドとしての地位を構築し、市場でのプレゼンスが向上しています。

欧州最大の市場であるドイツでは、世界最大級のツーリングカーレース「ニュルブルクリンク24時間レース」のオフィシャルスポンサーをファルケンが務めており、コースを疾走するファルケンカラーのポルシェのイメージも定着してきました。その効果もあり、ファルケンは欧州でTier2トップのポジションに伸長してきました。新車装着も増加してきており、ポルシェ「マカン」にも装着されています。

世界最大のタイヤ市場である米国では、ファルケンブランドの4×4&SUV用タイヤ「WILDPEAK(ワイルドピーク)」シリーズが好調に売上を伸ばしており、ファルケンタイヤは北米市場でもTier2トップを争うポジションにあります。

欧米ともにTier2トップのポジションに成長してきましたが、将来、さらに上のTier1を目指すには、供給能力増強も必要であり、成果につなげるには時間がかかります。

そのため、今やるべきことは、欧米はじめタイヤ事業として、確実に利益を出せる体質にすることです。製造、技術、物流、販売一体で収益基盤の強化に取り組みます。



2023年5月開催の「ニュルブルクリンク24時間レース」にFALKENモータースポーツとして参戦し、「Porsche 911 GT3R (992)」44号車が総合10位で完走

## タイヤメーカーとしての将来の姿

当社では、独自技術を磨き、スマートタイヤコンセプトでのタイヤの進化と、センシングコアのビジネス化によって、CASE+サステナブルな社会に対応していく計画です。

スマートタイヤコンセプトは当社のタイヤ技術コンセプトの総称です。この技術の進化により、オールシーズンタイヤ、EVタイヤ、センシングコアなどで他社との差別化を図ります。

## アクティブトレッド搭載の次世代オールシーズンタイヤ

スマートタイヤコンセプトの技術の一つ、アクティブトレッド技術を搭載した次世代オールシーズンタイヤで市場をリードします。

オールシーズンタイヤは、春夏秋冬、1年を通じて使用することができるタイヤです。私たちは、独自技術を搭載したオールシーズンタイヤで市場拡大を目指します。鍵を握るのが、「アクティブトレッド」です。

先般、名寄タイヤテストコース(北海道)で、開発中のタイヤを氷上で試乗してきました。夏タイヤは硬く作られているため、氷上を走れません。スタッドレスタイヤは軟らかく作られているため、当然走れます。今回テストした開発中のオールシーズンタイヤは氷上でも走ることができました。

アクティブトレッドを採用した、次世代オールシーズンタイヤは、テストドライバーでない一般ドライバーの私でも「あっ、これ違うな」と感じます。どうしてかと言いますと、アクティブトレッドの技術で、氷上でもゴムの軟らかさがあったためです。

## アクティブトレッド技術

路面状況に応じてスイッチするゴム



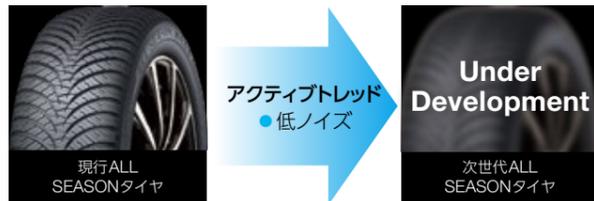
タイヤ事業

需要拡大が予想されるオールシーズンタイヤにおいて、アクティブトレッド搭載の次世代タイヤを2024年に商品化することで増販していく計画です。

また、従来のオールシーズンタイヤは、トレッドの溝で雪を噛む構造のため、夏タイヤと比較して溝の数や容積が増え静粛性の課題

がありました。その点でも、低温でのゴム硬度の上昇を抑えるアクティブトレッドは雪上性能には有利なため、その分、溝の数や容積を減らすことができ、静粛性を向上させることができます。静粛性が求められるEVタイヤとしても、アクティブトレッドを搭載したオールシーズンタイヤは最適と考えています。

次世代オールシーズンタイヤ



アクティブトレッド技術を搭載した次世代タイヤを2024年商品化

オールシーズンタイヤ需要予測\*

市販用タイヤ市場に占める  
オールシーズンタイヤの割合(2030年)

北米	欧州	日本
80%	25%	10%

\* 当社予測

次世代EVタイヤと当社技術の組み合わせで差別化

次世代EVタイヤと当社技術の組み合わせにより、将来のモビリティ社会に貢献します。

EVタイヤは順次商品化していきますが、アクティブトレッド採用による低電費性能とブレーキ性能の進化など、搭載するEVタイヤ技術を進化させていきます。対2019年の2027年目標として、転がり抵抗30%低減、軽量化20%と設定しており、それらの技術を搭載した次世代EVタイヤを2027年に発表します。

タイヤそのものの進化にとどまらず、当社が得意とするセンシ

ングコア、静粛性に効果の高いサイレントコア、さらにはサイレントコア対応のタイヤパンク応急修理キットIMSを組み合わせること

で、将来のモビリティ社会に幅広く貢献できると考えています。特に、EVタイヤの静粛性に不可欠なサイレントコアの特殊吸音スポンジと、タイヤパンク応急修理キットとは組み合わせが難しいところですが、すでに技術開発が完了し商品化を進めています。センシングコアを含め、これら当社が得意とする商品・技術の組み合わせで、他社との差別化を図ります。

EVタイヤ技術の進化



次世代EVタイヤを2027年発表予定



「モノ言うタイヤ」で先陣を切る

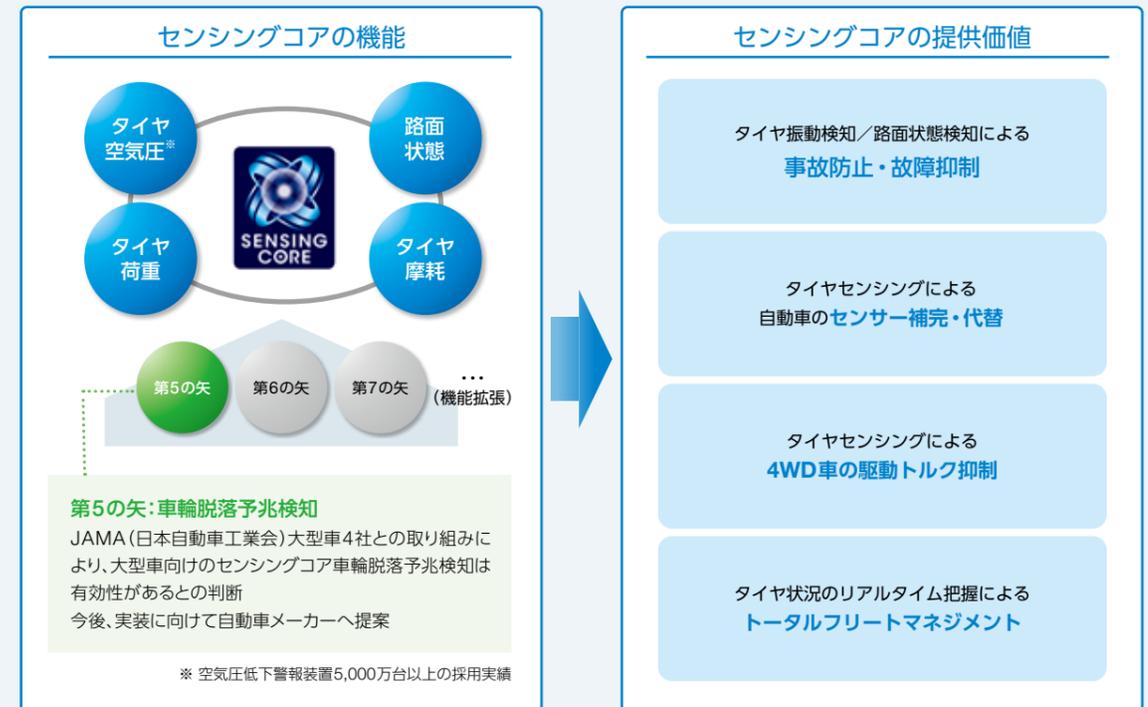
当社独自のセンシングコア技術は、5千万台の採用実績のあるタイヤ空気圧検知をはじめとし、すでに技術確立している4つの機能があります。さらに、車輪脱落予兆検知などの新しい機能を拡張していくことで、来るべきCASE+サステナブルな社会にさまざまな面で貢献できると考え、ビジネス化を急ピッチに進めています。

このように事業基盤ができており、今後どれだけリソースを投入するかにかかっており、その取り組みが重要と考えています。

例えば、これまでの大型自動車メーカーとの取り組みにより、大型車向けのセンシングコア「車輪脱落予兆検知」は有効性があるとの判断をいただいています。「車輪脱落予兆検知機能」は、タイヤを固定するナットが1ミリでも緩むと、そこから生じるプレを検知し警報が出る機能です。今後、実装に向け取り組みを強化します。

今後、センシングの事業化のため欧米での事業基盤も固め、2030年までには新車だけでなく、既存の自動車にも搭載できるようにしていきたいと考えています。

センシングコアの機能を拡張していくことで、CASE+サステナブルな社会に貢献



現在、タイヤからセンシングしてソフトウェアで解析する機能を提供できるのは、私たちが把握している限りでは、世界で当社を含めた数社だけです。

自動車にこのソフトをインストールしておけば、機能がさらに付加されるたび、アップデートするだけでその機能も享受できる便利なものです。

タイヤは車の走行を支える大事な部品ですが、それにとどまらず、タイヤから取得したデータでさまざまな価値を提供することができる「モノ言うタイヤ」として、CASE+サステナブルな社会に貢献できると考えています。この分野で当社が先陣を切り、当社第四の柱とするため、事業化を加速しているところです。