

Goodyear社との アライアンス解消について

2015.6.4

住友ゴムグループ

アライアンス解消に関するGoodyear社との主な合意内容

- 1 北米JVと「ダンロップグッドイヤータイヤ」は住友ゴムが買取り
- 2 欧州JVと「日本グッドイヤー」はGoodyear社が買取り
- 3 共同購買及び技術交流、共同開発JVは解散
- 4 ダンロップブランド商標使用权の帰属
- 5 住友ゴムは、Goodyear社から271百万US\$ (325億円)を受領

本日のご説明内容

アライアンスの
振り返り

アライアンス解消の
合意内容

今後の
事業展開

アライアンスの
振り返り

アライアンス解消の
合意内容

今後の
事業展開

アライアンスの狙い

1999年にGoodyear社とアライアンスをスタート

グローバル	ダンロップブランドの <u>量的・質的な拡充</u>
北米	両社の生産設備及びGoodyear社の販売網を活用した <u>効率的な事業拡大</u>
欧州	両社の協力の下で <u>欧州での強固な地位</u> を確立
日本	ダンロップとグッドイヤーの <u>二つの有力ブランド展開</u> による拡販
新興国市場	拡大が見込まれる新興国市場に <u>経営資源を集中</u>

アライアンスの概要

北米・欧州・日本
における
生産・販売JV
の設立

共同購買及び
技術交流、
共同開発JV
の設立

株式相互持合い

アライアンスにて実現した効果

特にアライアンス初期において、効果が実現。
住友ゴムの財務体質の改善や
日本及び新興国市場における事業拡大に寄与。

2000年

売上高：4,232億円
営業利益：254億円
営業利益率：6.0%
DEレシオ：2.3倍

2014年

売上高：8,376億円
営業利益：863億円
営業利益率：10.3%
DEレシオ：0.7倍

- ・共同開発による重複投資の回避
- ・共同購買によるコスト削減
- ・経営資源の新興市場への投入

アライアンスの解消に至るまでの経緯

近年におけるアライアンスの 業績に対する効果は限定的

北米及び欧州JVの
業績の伸びは
当初期待に及ばず

技術交流及び
共同開発における
メリットの希薄化

アライアンス対象外の
新興国市場
の事業拡大

アライアンスを発展的に解消することについて
両社合意

アライアンスの
振り返り

アライアンス解消の
合意内容

今後の
事業展開

アライアンス解消に伴う各JVの持分の変化

	JV会社	事業概要	解消前出資比率	解消後出資比率
事業 関連	Goodyear Dunlop Tires North America (“北米JV”)	北米 におけるタイヤの 製造 及び 販売	住友ゴム 25% GY ⁽¹⁾ 75%	住友ゴム 100%
	ダンロップグッドイヤータイヤ (“DGT”)	日本 におけるダンロップ、グッドイヤーブランドの 新車用タイヤの販売	住友ゴム 75% GY ⁽¹⁾ 25%	住友ゴム 100%
	Goodyear Dunlop Tires Europe (“欧州JV”)	欧州 におけるタイヤの 製造 及び 販売	住友ゴム 25% GY ⁽¹⁾ 75%	GY ⁽¹⁾ 100%
	日本グッドイヤー (“NGY”)	日本 におけるグッドイヤーブランドの 市販用タイヤの販売	住友ゴム 75% GY ⁽¹⁾ 25%	GY ⁽¹⁾ 100%
機能 関連	Goodyear-SRI Global Purchasing	原材料及び設備等の 購買条件の管理	住友ゴム 20% GY ⁽¹⁾ 80%	提携解消に伴い 解散
	Goodyear-SRI Global Technology	技術交流の推進	住友ゴム 49% GY ⁽¹⁾ 51%	提携解消に伴い 解散

株式の相互持合いについては、アライアンス解消後一定期間を経て終了する予定

住友ゴムの連結対象 ※(1) Goodyear (以下同様)

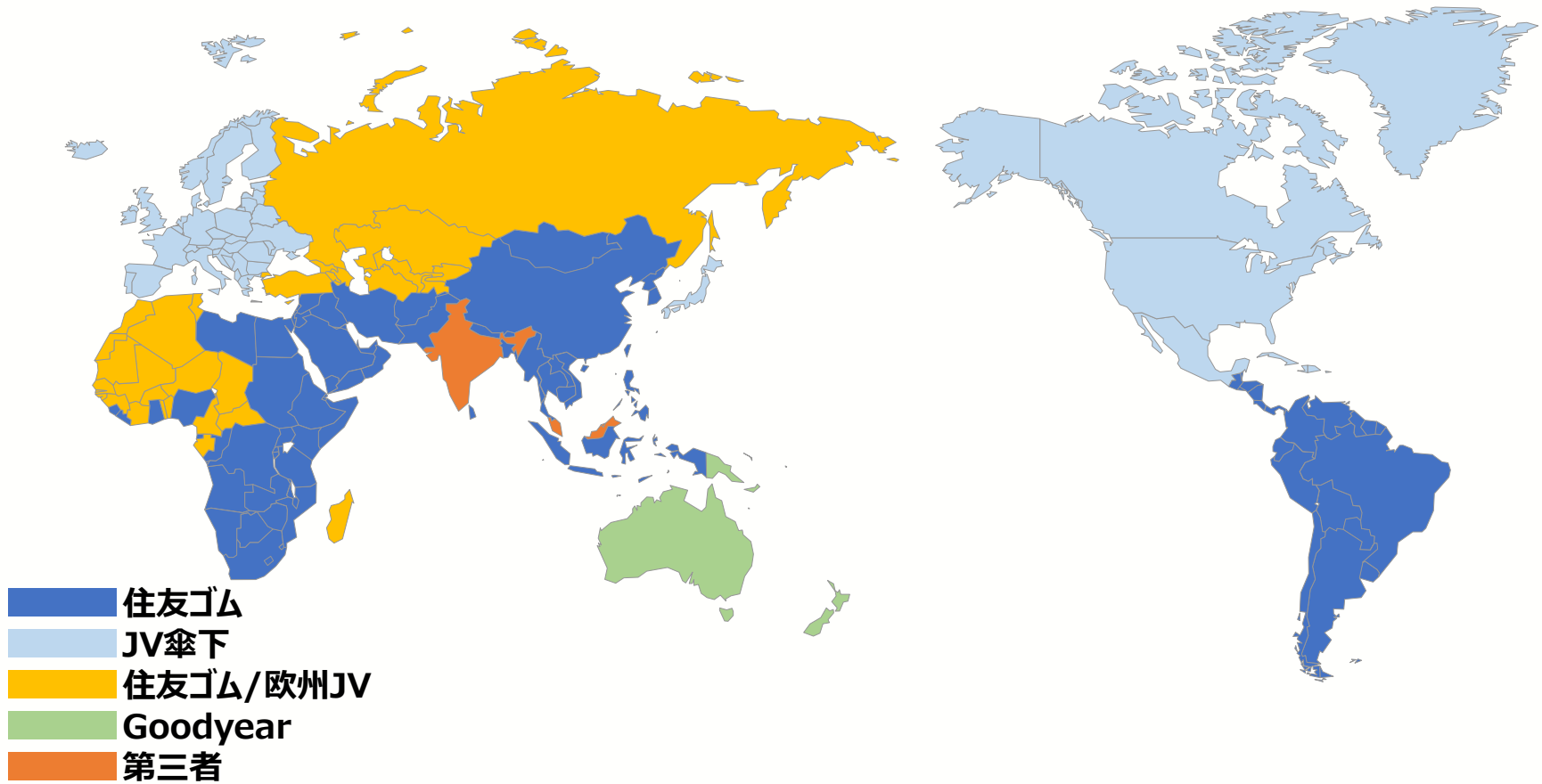
アライアンス解消におけるダンロップ®商標使用権に関する主な合意事項



		住友ゴム	GOOD YEAR
北米	新車用タイヤ	日系自動車メーカー向け	非日系自動車メーカー向け
	市販用タイヤ		市販用
	モーター サイクルタイヤ	新車用、市販用	
欧州			新車用、市販用
日本		新車用、市販用	
その他地域		住友ゴムと欧州JVが 相互保有していた 33か国（ロシア、トルコ等）	

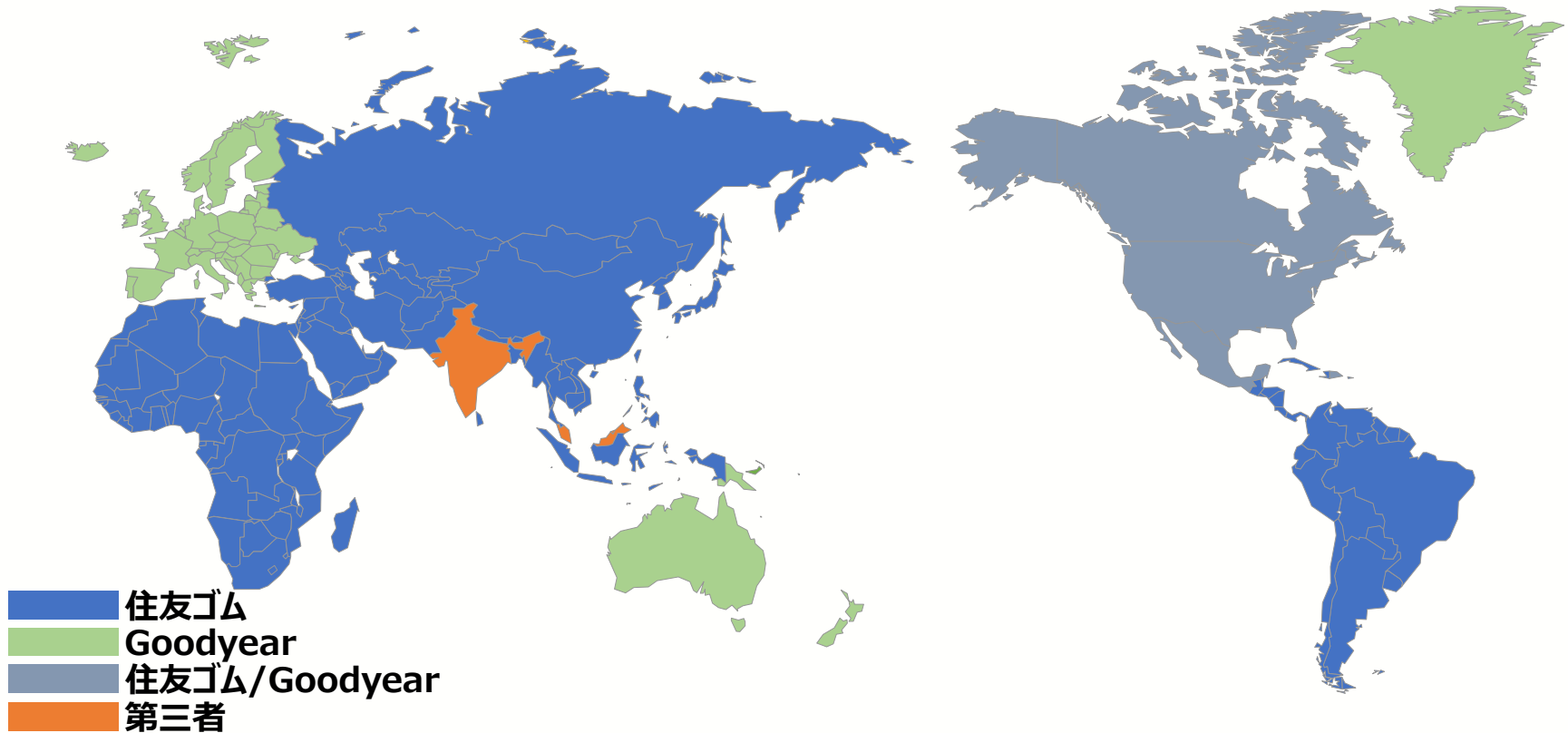
アライアンス解消前後のダンロップ®商標使用権の帰属

アライアンス解消前



アライアンス解消前後のダンロップ®商標使用権の帰属

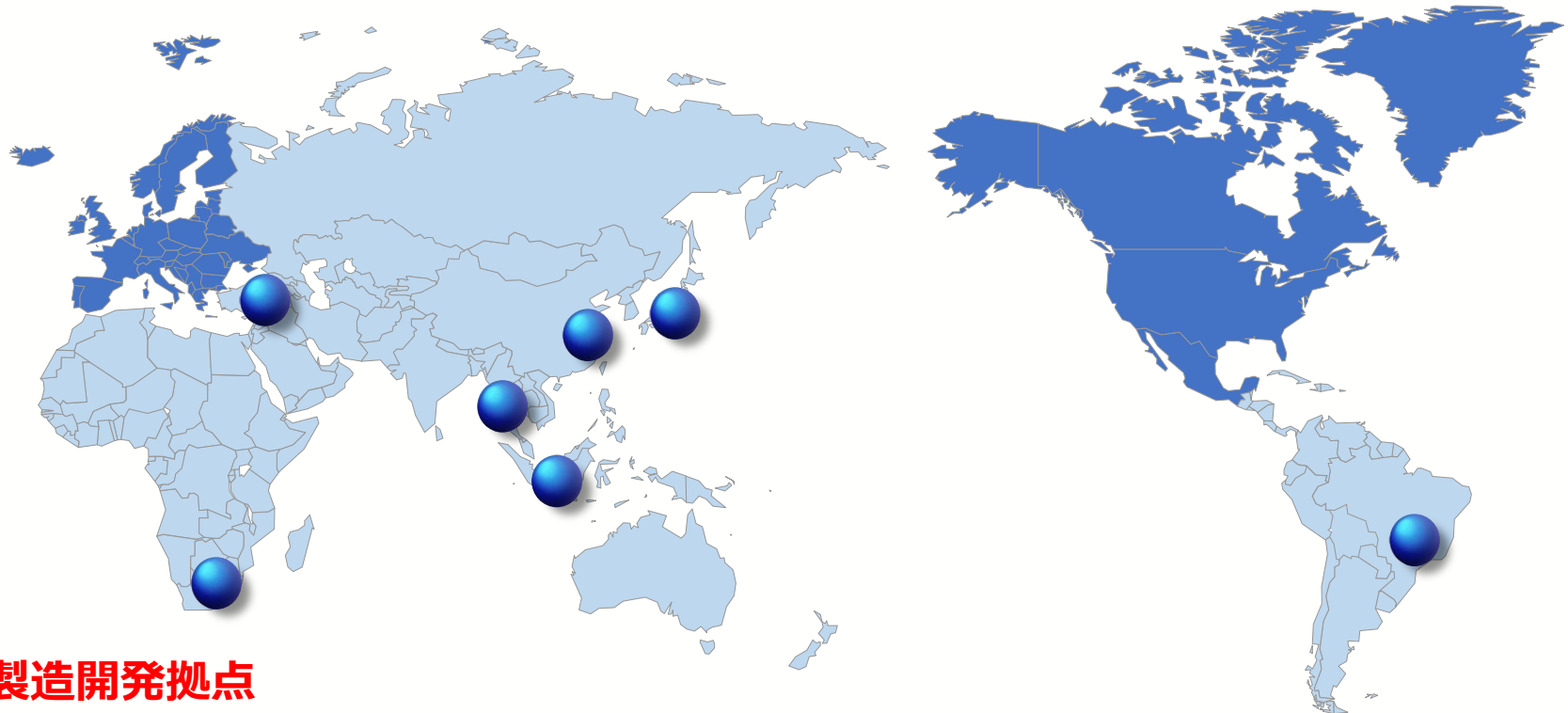
アライアンス解消後



住友ゴムが展開できる地域が拡大

製造開発拠点の展開

アライアンス解消前

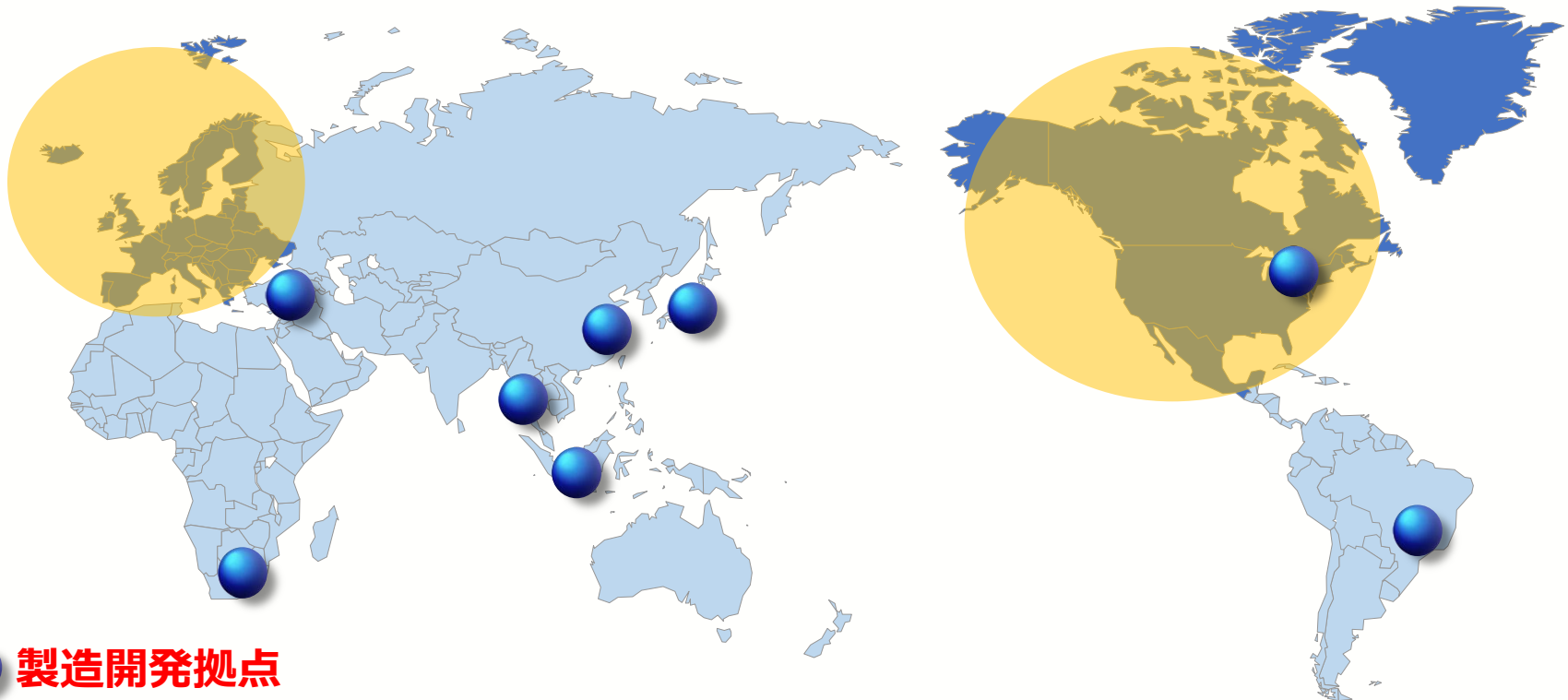


● 製造開発拠点

拡大が見込まれる
新興国市場に集中

製造開発拠点の展開

アライアンス解消後



● 製造開発拠点

アライアンス解消に伴い、
欧米でも開発や製造が自由に

製造開発拠点の展開

北米工場を取得



バッファロー工場概要

所在地：10 Sheridan Dr, Tonawanda,
New York, USA

アメリカ合衆国ニューヨーク州トナワンダ

生産品目：自動車用タイヤ、トラック・バス用タイヤ
モーターサイクルタイヤ

生産能力：460万本/年

アライアンスの
振り返り

アライアンス解消の
合意内容

今後の
事業展開

今後のブランド展開



The Falken logo, featuring a stylized 'F' with a red chevron pointing left, followed by the word 'FALKEN' in bold, italicized, white capital letters on a blue background.

ダンロップ、ファルケンの両ブランドで、
多様化するお客様のニーズにきめ細かく対応し、
グローバル展開を一層加速させる

今後のブランド展開 – ダンロップ



高品質かつ低燃費なプレミアム・タイヤとしての位置付け

- ☑ 住友ゴムの主要ブランドとして、日本や新興国市場で事業展開
- ☑ アライアンス解消による、北米地域での事業拡大の機会
 - ・日系自動車メーカー向けの新車用タイヤ事業
 - ・モーターサイクルタイヤ事業（新車用・市販用）

今後のブランド展開 – ファルケン

「2015ニュルブルクリンク24時間レース」で
ファルケンモータースポーツチームの
「ポルシェ911 GT3 R」が総合3位入賞



今後のブランド展開 – ファルケン



- ☑ モータースポーツで活躍するブランドとして 欧州を中心に認知
- ☑ 若々しくエネルギッシュなブランドとして育成
- ☑ 住友ゴムのグローバルブランドとして、全世界で販売を拡大

北米地域（アメリカ、カナダ、メキシコ）

アライアンス解消に伴い 住友ゴムの事業展開の自由度が格段に増加

- ・日系自動車メーカー向けの新車用タイヤ事業
- ・モーターサイクルタイヤ事業（新車用・市販用）
- ・生産、研究、開発等の拠点を独自に保有可能



ダンロップ、ファルケンの2つのブランドを活用して
お客様の多様なニーズにきめ細かく対応

欧州

ファルケンブランドによる事業展開の強化
+
生産、研究、開発等の拠点を独自に保有可能



日本

これまでと変わりなく、
ダンロップ、ファルケンブランドで積極的に展開

中長期的な業績への影響

売上高 : 12,000億円
営業利益 : 1,500億円

VISION 2020

中期計画最終年度

2020年

2015年

2013年

住友ゴムグループ