

編集にあたって

「統合報告書2025」は、当社が事業活動を通じ、理念において使命に掲げる「豊かな社会づくり」にどのように貢献しているのか、その考え方や取り組みをステークホルダーの皆さまにお伝えすることを目的として発行しています。これまで統合報告書をお読みいただき寄せられたご意見を踏まえて、今年は、当社の強みである機能組織の連携のもと、どのようなプロセスと事業戦略によって価値を創造しようとしているかを、より具体的に分かりやすく説明するよう心がけました。本報告書により、当社が理念をもとに、顧客や社会に対して独自の価値を提供し、社会とともに成長し続けることをめざす企業であることをご理解いただけますと幸いです。今後も、皆さまと積極的に対話を重ねながら、企業価値の向上に努めてまいります。

なお、より詳細な情報を[当社Webサイト](#)に開示していますので、併せてご覧ください。

対象期間

2024年1月～2024年12月

※一部対象期間外の情報も掲載

対象範囲

TOYO TIRE株式会社及び国内外のグループ会社(連結子会社)

本報告書における組織呼称

本報告書における組織呼称

TOYO TIRE株式会社単体→

「TOYO TIRE株式会社」または「当社」

グループ全体→

「TOYO TIRE」または「当社グループ」

参照ガイドライン等

●国際統合報告協議会(IIRC)

「国際統合報告フレームワーク」

●経済産業省「価値協創ガイダンス」

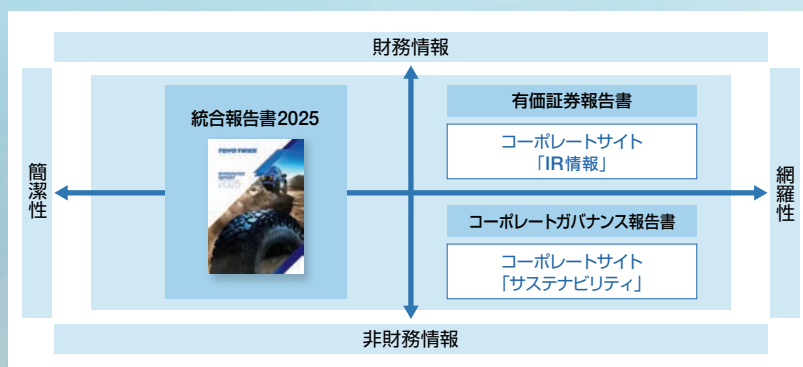
●Global Reporting Initiative

「GRIサステナビリティ・レポーティング・スタンダード」

将来の見通しに関する記述について

本報告書には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。

本報告書の位置づけ



私たちの理念

社 是

昨日より今日はより良くより安く、需要者の為に各自の職場で最善を

当社は、「社是」を理念体系における、**最上位概念**として位置づけます。

「社是」は、**将来にわたって継承し続けていく大切な創業の精神**です。

私たちの使命(ミッション)

お客さまの期待や満足を超える感動や驚きを生み出し、
豊かな社会づくりに貢献します。

当社は、**社会における存在意義**を自らの言葉で定義します。

これは、**当社が社会に対して負っている使命**を表わすものであり、
いわば、会社として社会に約束する事柄です。

私たちのありたい姿(めざす企業像)

- 一. 私たちは、たゆまぬ技術革新によって、一步先の未来を創る企業をめざします。
- 一. 私たちは、挑戦心と独創的な発想にあふれた闊達な風土を持つ企業をめざします。
- 一. 私たちは、企業活動に関わるすべての人びとと喜びを分かち合う企業をめざします。

当社は、会社の使命(社会への約束)を果たすために、

私たち自身が**どういう会社をめざすのか**、ということを自らの言葉で定義します。
いわば、私たちが目標とする会社のありたい姿です。

私たちの持つべき価値観(TOYO WAY)

- 〈公正さ〉 社会に正しく役立つことを旨として、私心のない公明正大な行動をとる。
- 〈誇 り〉 会社と仕事、自分自身に高い誇りを持ち、最後まであきらめない。
- 〈主体性〉 何事にも、自らが主体となって受け止め、自らが主体となって取り組む。
- 〈感謝〉 人と社会に思いやりと感謝の心を持ち、誠意を込めて力を尽くす。
- 〈結束力〉 仲間とともに知恵と力を結集し、常に創意工夫と改良改善を続ける。

当社は、会社の使命を果たし、ありたいと考える会社の姿を実現していくために、
当社に属する全役員・全従業員が等しく大切にする

考え方のよりどころ、価値観を言葉で定義します。

【社是に込められた思い】

工業は日進月歩して休むところがない。
私たちは自分の仕事の重要性をよく認識して、
毎日進歩しなければならない。
昨日より今日はという心構えを持って研究、
創意工夫しなければならない。
質の高い材料をふんだんに使えると良い製品は
作りやすくなるが、常にそうした資材が手に入るわけではなく、
人によって教養や熟練度も違う。
変化因子が多く、安定性に欠けるということを前提に置き、
そのうえで、常に調和のとれた良品を作り出すためには、

たゆまぬ精進が必要なのだ。
価値ある製品を相応の価格で販売することを旨とし、
暴利をむさぼり大衆に迷惑をかけることは
最も慎まなければならない。
需要者とは顧客のみを意味するものではなく、
職場における次の工程も需要者である。
とにかく会社には必要な人しかいないのだ。
逆に、各自の職責は重大である。
各自が職場で最善を
尽くさなければならない。



初代社長
富久 力松

社是に込められた思い

昨日より今日はより良くより安く、需要者の為に各自の職場で最善を

当社の社是は、1950年9月、富久力松・初代社長が経営の理念を明確にするために制定したものです。この31文字の言葉には、戦後の産業復興から高度経済成長へと向かう時代において企業人が携えるべきと考えた崇高な精神が背景に息づいています。社是に込められたその精神は、物資が少なかった時代のモノづくりにしか当てはまらないものでは決してありません。時代が移り、事業環境が大きく変わった現在にも通じる観点や示唆が含まれています。どのような資源を使っ

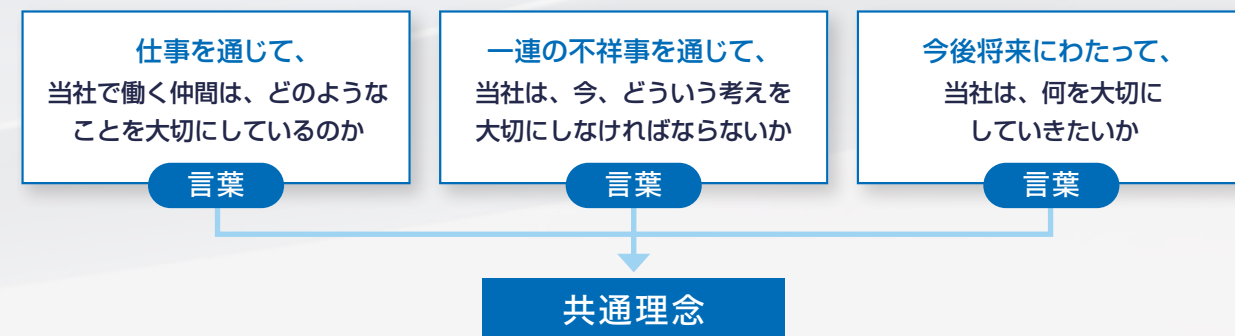
て、どのように製品を作り、どのような価値を提供することで対価を得るのか。私たちは時代に応じて、さらに将来を見据えて、これらを追求し続けなければならないと考えています。社是の背景にある「価値ある製品を相応の価格で販売することを旨とする」思想は、当社の現在の価値創造プロセスの源流ともいえます。

それゆえ、私たちは社是を、職務に取り組むうえで将来にわたり心に置いて継承していくべき精神として、理念の最上位に位置づけています。

私たちの理念

当社の理念は、2017年に、それまでの理念を見直し、新たに制定したものです。そのきっかけとなったのは、2015年に発覚した当時の免震ゴム事業と防振ゴム事業におけるデータ不正問題でした。会社存続の危機ともいえる状況に直面した2016年、当時の経営層が、「社会的な使命・責任を見つめ直し、社会から必要とされる会社として生まれ変わっていく」必要性を深刻に受け止め、企業風土改革を進める第一歩として、全役員・従業員共通の価値観をあらためて方向づけて言語化すること、すなわち理念のあり方を再構築することを決定しました。

全社プロジェクトでは、問題を引き起こすに至った組織体質を抜本的に改めるという観点、グローバルで事業を行う企業としての構えや姿勢を整えるという観点を踏まえることとしました。その方針のもと、「仕事を通じて、当社で働く仲間が大切にしていること」「一連の不祥事を通じて、大切にしていかなければならないと考えられること」、そして「今後、将来にわたって、当社が大切にしていきたいこと」について議論と対話を重ね、導き出した共通の価値観を言語化して、当社の理念を制定しました。

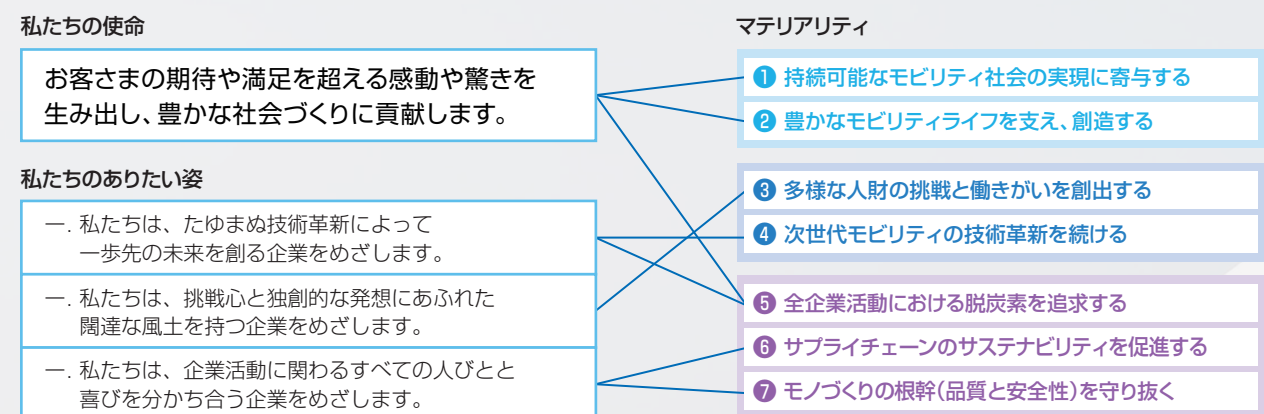


理念とサステナビリティ

当社は中計'21の発表において、「理念を実現していくことが我々の存在意義であり、経営計画はこの実現のためにある」という認識を明確にしています。

中計'21に掲げた、サステナビリティ経営へのシフトに取り組むにあたって、私たちは、この認識に立ち、理念の文言に包含されている「事業を通じた社会への貢献」や「ステークホルダーへの貢献、配慮」と

いった本質を捉えながら、サステナビリティを推進する方針とマテリアリティの議論を進めました。理念に接続して捉え、判断し、当社らしい独自性を追求することを方針の一つに置き、約4カ月間にわたる討議を経てマテリアリティを特定しました。これらのマテリアリティの取り組みを通じて理念を体現しています。



□ マテリアリティ P36、37

理念の浸透

当社は、理念の制定時より継続して、全従業員に理念の理解浸透を図る取り組みを展開しています。

国内では、社内研修のプログラムに理念体系の講義を組み込み、新任昇格者向けの階層別研修においてはワークショップを通じて行動改善を促しています。若手社員から部門長まで段階的に実施し、若手・中堅社員から挙げた課題認識を管理職・部門長の取り組むべきテーマとして検討する一貫性のある内容にしており、組織における役割やポジションを踏まえて組織全体で理念を体現することをめざしています。海外拠点を含む全社を対象としたeラーニングでは、当社の理

念とサステナビリティ活動や価値創出の関連性についての理解浸透を図っています。

また、当社の人事制度では、求める人材像に基づいて各層の役割期待を明確化しており、その役割期待の項目の一つに「理念の体現・浸透」を設定しています。業務目標の達成度だけでなく、役割期待に即した「考勤」を通じて遂行・達成されたかという視点を合わせて評価・処遇を行うことで、知識としての理念の理解にとどまらず、業務遂行や部門運営のなかで体現できる人材の育成を図っています。

VOICE サステナビリティeラーニング受講者の理念に対するコメント



理念により、日々の仕事で私たちの価値観を守るための着想を得ることができ、すし、動機づけにもなっています。



TOYO WAYのポジティブな精神をグローバルで共有することができていると感じています。



理念は判断に迷ったときに立ち返る重要なものだと思います。あらためて業務の本質的な目的を再認識することができました。

成長の軌跡

TOYO TIREは、1945（昭和20）年、終戦前後の未曾有の混乱のなかで誕生しました。以来、高度経済成長期やバブル期、不況などを乗り越え、多様化する自動車市場に適応しながらグローバルに展開し、世界に向けて「安全・安心」「走りの楽しみ」「持続可能なモビリティ社会」といった多くの価値を提供し続けてきました。

1945～1970

創業期～事業の足固め

1945（昭和20）年8月、東洋紡績（株）（現、東洋紡（株））がゴム工業発展のために設立、強化育成した東洋ゴム化工（株）、及び（株）平野護謨製造所が合併し、東洋ゴム工業（株）が設立されました。大空襲により両社主力工場が甚大な被害を受け、荒廃した経営環境を再建することが当社の歴史の始まりでした。

1946（昭和21）年に要素技術開発の部門を開設し、1950（昭和25）年には戦時統制が撤廃されたゴム製品の生産を開始、総合ゴム企業への飛躍をめざします。

1952（昭和27）年には待望の「RS（Royal Wing Special）タイヤ」を発売。1966（昭和41）年には業界に先駆け、米国に「Toyo Tire（U.S.A.）Corp.（現、Toyo Tire U.S.A. Corp.）」を設立するなど、高度経済成長の波に乗って事業規模を拡大していきました。

1971～2003

事業の多角化・グローバル化

昭和40年代は多角化と活性化戦略によりタイヤ、化成品、履物、工業用品の4事業を推進。石油ショックに伴い原材料の確保が困難を極めるなかで体質改善にも取り組みます。

1979（昭和54）年には日東タイヤ（株）と生産、技術、販売、管理等全面業務提携を結び、生産拠点の再編を進めました。一方、オーストラリアや西ドイツ（当時）に現地法人を設立して販売戦略をさらに海外に広げます。また、1986（昭和61）年に自動車部品技術センター、2001（平成13）年に「TOYO TECHNICAL CENTER（現、タイヤ技術センター）」を開設し、技術開発を強化します。2003（平成15）年には、タイヤの販売会社を中国に設立し、さらなるグローバル化を進めました。

2004～2015

北米市場への挑戦本格化とさらなるグローバル展開

2004（平成16）年、米国に海外で初めての自社タイヤ生産拠点となる「TOYO TIRE NORTH AMERICA MANUFACTURING INC.（TNA）」を設立し、デザイン性と高い性能を両立する当社独自の新工法を導入しました。2008（平成20）年に設立した北米地域統括会社「Toyo Tire Holdings of Americas Inc.」のもと、生産能力増強を図るとともに、ピックアップトラック／SUV向け大口径タイヤカテゴリーでの地位を不動のものにしてきました。また、アジアへの生産拠点設立、欧州各国、タイ、メキシコでの販売戦略実行など、グローバル生産・供給体制を強化しました。

2016～2020

モビリティ事業を核とするカンパニーへ、第二の創業

2017（平成29）年に新たな理念を制定。機能別組織体制を導入するとともに本社社屋を移転し、開発機能とも至近エリアへ集積。連携と結束、意思決定の迅速化を加速させます。2018（平成30）年にはモビリティを事業の中核に据える新たな経営体となり、その翌年に社名をTOYO TIRE株式会社に変更しました。同年、新ブランドステートメント「まだ、走ったことのない道へ。」を制定。また、新たな企業ステージに向けて、北米と欧州にR&Dセンターを開設、さらにはセルビアのタイヤ新工場設立を決定し、開発体制と生産・供給体制の強化を図ります。

2021～

中期経営計画「中計'21」スタート、サステナビリティ経営の強化へ

2021（令和3）年に中計'21を発表、「グローバルでの全機能連携によって変化に迅速かつ柔軟に適應する力の強化」をスローガンに掲げ、事業戦略を実行しています。同年4月にはサステナビリティ経営の強化を目的として、社長を委員長とするサステナビリティ委員会を設置し、事業とサステナビリティの真の融合をめざします。コロナ禍をはじめとするさまざまな事業環境変化のなかにおいても、セルビア新工場の稼働、DXのためのインフラ整備、セルビア新会社への在欧地域販売機能の集約などを進めています。



初荷式



Toyo Tire (U.S.A.) Corp.



Toyo Reifen GmbH（西ドイツ現地法人）



タイヤ技術センター



TNA（米国タイヤ生産拠点）



本社



セルビア工場

営業利益（損失）の推移



ブランド展開

ブランドステートメント 2019年

まだ、走ったことのない道へ。

道なき大地であっても勇気をもって果敢に走り、自ら新たな道を作っていく。そのようなフロンティア精神を体現している企業でありたい。

キーメッセージ 2020年

青を灯せ

当社グループのフロンティア精神を表現したブランドステートメント「まだ、走ったことのない道へ。」において、青色の広がる壮大な空間に向かっていく挑戦心にも呼応するもの。

キーメッセージ 2025年～

青を刻め

荒野や道なき大地、そして新たな挑戦へと勇猛果敢に立ち向かい、力強く前進していく TOYO TIRES のゆるぎない意志が込められている。

At a glance (2024年度)

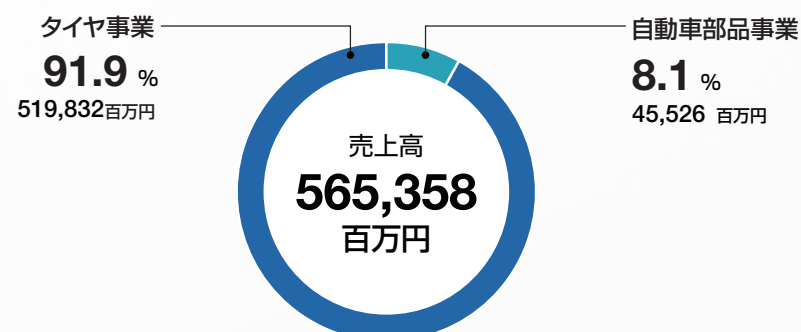
タイヤ事業

売上高の約9割を占める主幹事業として、乗用車用タイヤをはじめ、ライトトラック/SUV用タイヤ、トラック・バス用タイヤなどを製造、グローバル市場に展開しています。タイヤの市場は主に「新車用タイヤ(グローバル)」「国内市販用タイヤ」「海外市販用タイヤ」に分類され、当社では、特に海外市販用の北米市場向けが販売における大きなウエイトを占めています。

自動車部品事業

振動制御の技術を生かし、自動車の操縦安定性と静粛性を高める製品を提供しています。自動車メーカーのニーズに合わせた製品をスピード感を持って提案することで、サプライヤーとしての確固たる地位の確立に努めています。

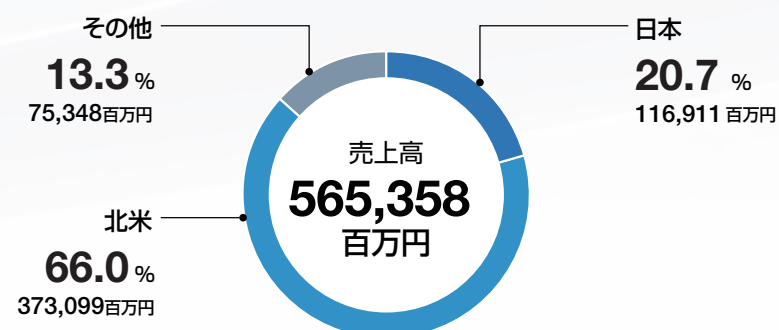
事業別売上高比率



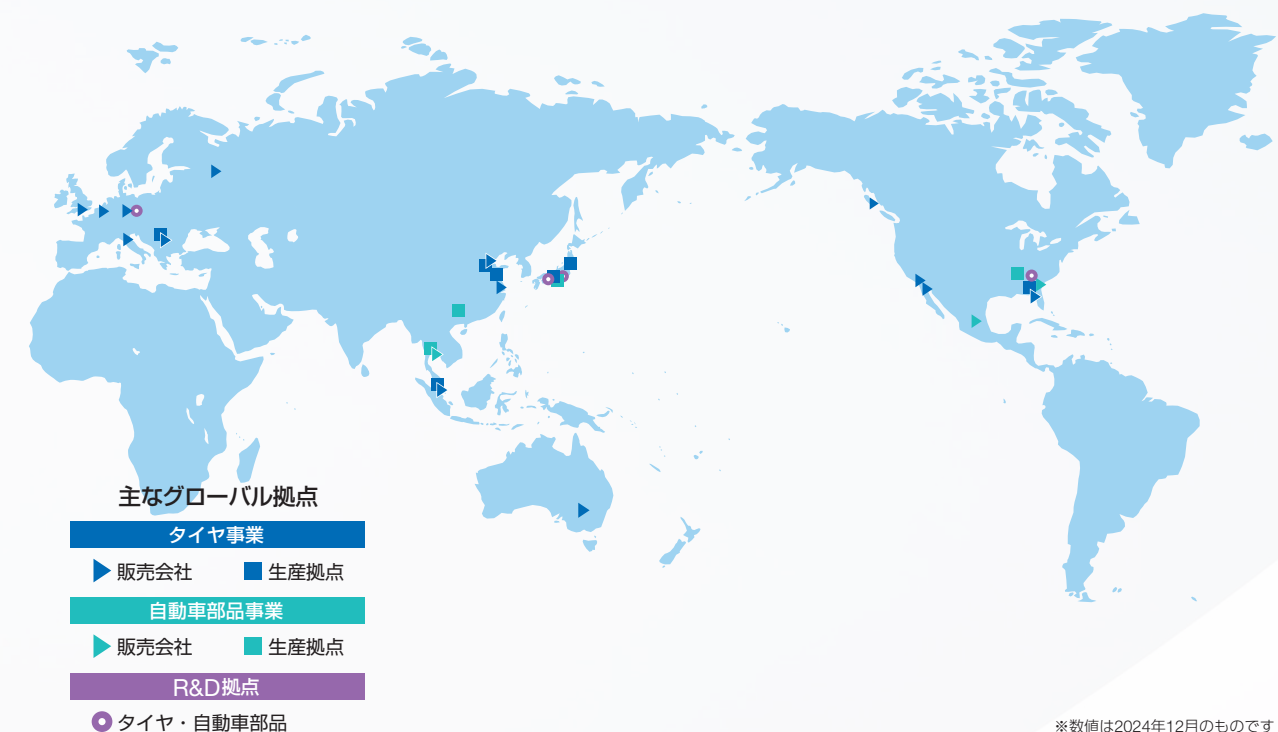
事業別営業利益比率



所在地別売上高比率



TOYO TIREグループは、13の生産拠点と5つのR&D拠点をもち、グローバルにタイヤ事業、自動車部品事業を展開しています。



グローバル拠点数

14カ国 40 拠点※

統括拠点.....	3
生産拠点.....	13
販売会社等.....	23
R&D拠点.....	5

※複数の機能を持つ拠点があるため、総拠点数と内訳合計数は一致しません。

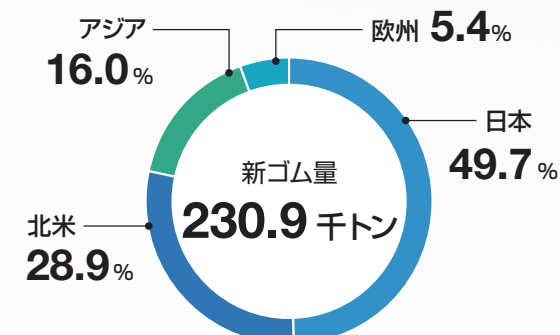
連結従業員数

11,202人
(臨時従業員含む)

ビジネス展開国数

100カ国以上

地域別タイヤ生産量(新ゴム量)比率



地域別タイヤ販売本数構成比率

