

特集 タイヤ・ホイール



好調に推移する市販タイヤ・ホイール市場

引き続きプレミアムモデルに活路

全国的な積雪も需要押し上げ

トップ交代も話題

経営に変化の兆し

市販タイヤ市場が好調に推移している。自動車用品小売業協会（APARA、小林善夫会長）のまとめによると、2025年4～12月の加盟店4社の用品売上高は前年同期比（既存店ベース）3.5%増の33368億2311万円。このうちタイヤは同6.8%増の976億65093万円と、市場全需を上回る伸びを示した。全国的な積雪も需要を押し上げている。交換やドレスアップなどで底堅い販売を見込めるタイヤとホイールは、物価高の中で用品小売りの現場を支える大黒柱となっている。

市販タイヤは各社堅調

国内タイヤメーカー4社の25年12月期連結決算は、2社が増収、2社が減収となったものの、営業利益はいずれもプラスとなった。微減だったブリヂストンも、乗用車・ライトトラック向けの国内市販タイヤ販売本数は前年超え。住友ゴム工業も本数こそ前年を下回ったものの「120万本分の廉価品をドロップ（販売終了）した。意思を持って本数を絞り込んだ」（山本悟社長）と織り込

み済み。むしろ、新たな看板商品と位置付ける全天候タイヤ「シンクロウエザー」が「早めの降雪もあり在庫を上回る受注となり、受注残が出てしまった」（同）と嬉しい悲鳴が上がるほどだ。経営面では、トップ交代も話題を集める。ブリヂストンは1月1日付で森田泰博氏がグローバルCEO（最高経営責任者）に就いた。就任時点で53歳という年齢は、創

ホイール 人気の新型車で市場活発化

業者の石橋正二郎、2代目社長の石橋幹一郎を除く、創立100周年となる31年に「世界ナンバーワンに返り咲く」と宣言し、選択と集中で「質を重視してきた従来のプレミアム戦略に加え、量でも再成長に舵を切る。住友ゴムも、開発出身の國安恭彦氏が3月26日付でパトンを引き継ぐ。グローバルで「ダンロップ」ブランドを買い戻

し、自前での展開が本格化する中、「深さと幅の両方を成長させていく」と意気込む。付加価値商品が今年もけん引

タイヤ各社は26年も、付加価値の高い最新商品に活路を見出す。ブリヂストンは、25年12月に刷新して発売した高性能タイヤ「ポテンザREアード1RZ」がイメージリーダーに。横浜ゴムも、SUV向けスタッドレスタイヤなどの新商品で、好調な足場をいっそう固める。トヨタタイヤは、26年に誕生35周年を迎えた高性能タイヤ「プロクセス」のPRに力を入れ、好業績のけん引役となってきたオフロードタ



全国的な降雪も交換需要を押し上げた

「付加価値を高める」という意気込みが、今年もけん引役となってきたオフロードタ

社名	売上高	営業利益	純利益
ブリヂストン※	4,429,452(▲0.0)	493,717(2.2)	317,106(11.3)
	4,500,000(1.6)	515,000(4.3)	340,000(3.9)
住友ゴム工業※	1,207,061(▲0.4)	90,786(3.2)	50,379(410.7)
	1,320,000(9.4)	112,000(23.4)	55,000(9.2)
横浜ゴム※	1,234,959(12.8)	166,577(24.0)	105,398(40.7)
	1,300,000(5.3)	188,000(12.9)	90,000(▲14.6)
トヨタタイヤ	594,923(5.2)	97,350(3.6)	63,614(▲15.0)
	620,000(4.2)	94,000(▲3.4)	54,000(▲15.1)

上段は2025年12月期決算、下段は26年12月期業績予想
単位は百万円。カッコ内は前年同期比増減率%。▲はマイナス。※は国際財務報告基準(IFRS)
純利益は「親会社株主に帰属する当期純利益」(日本基準)、「親会社の所有者に帰属する当期利益」(IFRS)
ブリヂストンの営業利益は「調整後営業利益」、住友ゴム工業と横浜ゴムは「事業利益」

して、市販ホイールは踏ん張りどころだ。APARAのまとめによると、市販ホイール市場は25年8～11月まで4カ月連続でプラスだったが、12月は約2割減に沈んだ。要因は、主にタイヤメーカーが9月に冬用タイヤを値上げしたことにある。原材料価格や物流コストの上昇を反映したものだ。冬用タイヤに駆け込み需要が起き、ホイールの繁忙期「も例年より繰り上がる格好となった」とはいえ、タイヤの大口

は約2割減に沈んだ。要因は、主にタイヤメーカーが9月に冬用タイヤを値上げしたことにある。原材料価格や物流コストの上昇を反映したものだ。冬用タイヤに駆け込み需要が起き、ホイールの繁忙期「も例年より繰り上がる格好となった」とはいえ、タイヤの大口

タイヤメーカートップが語る課題と抱負

創立100周年に向け 世界ナンバーワン奪回へ

ブリヂストン

森田 泰博 C E O

昨年は、米国関税影響などをはじめ、変化が激しく不確実性の高まる事業環境において、事業再編・再構築や、グローバルでの地道なビジネスコストダウン活動を通じて、ビジネス体質を強化することに注力した一年だった。

2026年は、3カ年中期事業計画の最終年度として、質を伴った成長への転換を図る年となる。これまで培ってきた強いビジネス体質を継承しつつ、成長をさらに加速させ、31年のブリヂストン創立100周年に向けて、タイヤ・ゴム業界における世界ナンバーワンを奪回すべく前進していく。今後も変化が続くことが予想される事業環境において、



で、ブリヂストンの強みであるグローバルネットワークを最大限に發揮し、タイヤ事業における商品競争力やモノづくり力の強化、ソリューション事業の価値創造の拡大、グローバルポトフオリオ戦略やブランド戦略など、成長に向けた取り組みを推進する。ブリヂストンの使命である「最高の品質で社会に貢献」のもと、企業コミットメント「ブリヂストンE8コミットメント」を価値創造の軸として、従業員、社会、パートナー、お客さまとともに、持続可能な社会を支えること「コミット」、成長を続けていく。

3つの方針に基づき さらなる成長目指す

住友ゴム工業

山本 悟 社長

2026年は長期経営戦略「R.I.S.E. 2035」に基づく中期計画「S.A.S.」の「サステナビリティ長期目標」への取り組みを推進し、成長への新たなステージに進んでいく。その初年度となる26年度は、次の3点を全社方針とする。第1の方針は、「D.U.N.L.O.P.」のもとに、グロ

ーバルで新たな成長ステージへ飛躍しよう。D.U.N.L.O.P.ブランドを経営の中心に据え、グローバルで戦略を実行し、真のグローバルプレミアムブランドを目指す。第2の方針は、「全員がイノベーションの主役」となり、「R.I.S.E. 2035」を推進しよう。「R.I.S.E. 2035」の成長促進ドライバーの1つである「ゴム起点のイノベーション創出」の表現



に向けて、新たなサービス開発や業務変革などを全部門で推進。また、社会や顧客の課題解決に焦点を当てた新事業の発掘と事業化に挑戦していく。第3の方針は、「多様な力を融合し、挑戦と成長を後押しする組織に進化しよう」。「R.I.S.E. 2035」の成長ドライバーである「強い経営基盤の構築」を推進するうえで、社員一人ひとりが尊重され成長しながら、多様な仲間が方向性を合わせ、人と組織の力を最大化する。これらの方針に基づき、「R.I.S.E. 2035」に基づく中期計画を前倒しで達成し、さらなる成長を目指す。



株式会社レイズはこれまで、自動車を取りまく時代の変化に先進技術・優れたデザイン・高い設計力で応えてきました。近年では、安全性や快適性の向上、そして電動化の進展により、車両の重量はますます増加傾向にあります。その新たなニーズに応えるべく、レイズは高級SUVや、進化を続ける電気自動車にも対応したホイールを開発。その象徴が、23インチ・高耐荷重設計の鍛造モデル「TE37GC」。圧倒的な強度と軽さ、新技術 A.S.T. (ADVANCED SURFACE TECHNOLOGY) による鏡面加工の輝き、設計美を融合させた1本です。次世代モビリティの可能性を足元から拓く——レイズの挑戦はこれからも続きます。



TE37GC



さあ、つくろう。

自問自答を繰り返す。
 何をつくりたいのか。
 何処を目指しているのか。
 ジブンらしい、ジブンだけのもの。
 答えはいつもジブンの中にある。
 さあ、つくろう。ワークで。

C. Tanaka



WORK COMPANY LIMITED Head Office 4-1-13, Nagatanishi, Higashiosaka, 577-0016 JAPAN. OFFICIAL SITE <https://www.work-wheels.co.jp/>



タイヤメーカートップが語る課題と抱負

高付加価値品比率拡大で

「ろなぎ昇りの成長」へ

横浜ゴム

清宮 眞二 社長

2025年11月には中国・杭州の乗用車用タイヤ新工場が開所式を迎えた。技術・生産戦略の「よいものを、安く、スピーディーに」というモットーに即して低コスト・高効率生産を実現し、市場競争力の高い工場を1年間で立ち上げることを目標に建設を進め、当



初計画より1カ月前倒しでタイヤ生産を開始できた。26年第2四半期までには、年産900万本の本格生産を開始する予定だ。メキシコの乗用車用タイヤ新工場も、27年第1四半期からの生産開始に向け、順調に建設準備が進んでいる。

開発と同時に、2つ目、3つ目の商品開発の土台となるプラットフォームを開発する新モデルに取り組んでいる。26年下期に一部の商品、27年には大型商品が上市できる見通しだ。

独自性とスピード強みに

他にない価値を創出

トーヨータイヤ

清水 隆史 社長

2025年の世界経済や国際社会を取り巻く環境は、米国の通商政策の変更や欧州の市場調整、国際政治リスクも顕在化した。製造業にとっては環境変化による向かい風の要素が多く、企業は体力や意思決定のスピードが問われる局面が続いた。

掲げた方針や目標のもとで一つのアプローチに固執せず、変化に迅速に対応し、柔軟かつ迅速に舵を切り、方法を機動的に変えていく。弊社は独自性とスピードを最大の特徴とし、他にない価値を創出し続けていく。



創業から80年という節目を越えた当社は、気持ち新たに歩みを進める意思を込め、「新章開始。剛毅果断に前進する年」というスローガンを掲げた。新章開始とは、まさにページをめくった新しい章の始まり。剛毅果断の「剛毅」とは強い意志で屈しないこと、「果断」は果敢に決断するリーダーシップだ。新しい挑戦が26年から始まる。

ホイールは、MID.



TVCM 放映中!

MID マルカサービス株式会社
 WHEELS

<https://www.mid-wheels.com>



ホイール各社の注目商品



ワーク(田中知加社長)は、プレミアムスポーツブランド「GNOSISS(クノシス)」から、5本ツインスポークデザインの新作「GNOSISS Rxs」を1月に発売した。既存ラインアップにはない「ヒアスレス」構造とするなど、

美を追求したモデルだ。電気自動車の普及で耐荷重基準が厳格化する中、最新の解析技術や鋳造法を駆使し、デザイン性を損なうことなく20%の荷重条件をクリア。シャープで軽快な造形は、シンプルかつ普遍的な美しさを求める現代のトレンドを的確に捉え

る。スポーク側面にリブを設け、天面は細く伸びやかに、スポーク全体では筋肉質で力強い表現を演出。さらに、スポークエンドにアンダーカットを施し、ハイインセット車両にも対応するすっきりとした印象に仕上げた。ディスクカバーは「マ

ットブラック」「マットシルバー」「ブラッシュド」のほか、オプションの「コンポジットバフブラッシュド」「バフフィニッシュ」を用意。サイズは20x22のステップリム仕様までを設定した。輸入車向けとして支持を集めてきたクノシスシリーズだが、新作はレクサスなど国産高級車にも好相性。大人のスポーティーさを足元から際立たせる一品となっている。

GNOSISS Rxs

ワーク

不要な装飾を排し機能美追求



レイズ(新波翔太郎社長)は、スポーツホイールブランド「VOLKRACING(ボルクレイシング)」を代表する「TE37」の誕生30周年を記念し、レーシングモデル「TE37 SA GAs plus」な

は、初代をオマージュしたホワイトとブロンズの2色を用意した。スポーク部のロゴは、マシンング加工による切削仕様と、初代同様にステッカーを貼付する仕様の2スタイルから選べる。エアバルブ下のフラッシュ部には「30th ANNIVERSARY」の文字を刻み、カーボン

の限定ステッカーも付属するなど、節目にふさわしい仕立てとした。30周年に合わせて、限定グッズ販売やキャンペーン開催など、多様な企画も順次展開している。

進化し続ける軽量鍛造ホイール」として歩みを重ね、幅広いシーンで支持を集めてきたTE37。その歴史と最新技術を融合した記念モデルは、長年のファンはもちろん、これからTE37に触れるユーザーにも注目の存在となる。

VOLKRACING「TE37 SAGAs plus」30th ANNIVERSARY

レイズ

TE37に30周年記念モデル



マルカサービス(福野直樹社長)は、スポーツブランド「MID RACING(レイシング)」から、鋳造1ピースホイールの新作「R50 EVO(エボ)」を発表した。「EVO」が示す最大の

特徴は、日本製に生まれ変わった点、ホイールメーカーのエンケイが製造を担うというコラボレーションにより実現した。高付加価値と最高品質を前提に、マルカサービスの親会社であるレイズ

の設計思想と、エンケイが誇る鋳造生産の信頼性が融合して開発された。ホイールには「MID RACING」の文字が刻まれている。デザイン面は、センターへ深く落とし込む造形で立体感を強調。また、不要な肉を削ることで軽量化しつつ、スポークのシャープさを際立たせた。スポーク側面からセ

ンター股部のサイドカットも、軽量化と剛性確保に貢献する点も、全体の存在感を高めている。カラーは「ブラックメタリック」「ハイパーシルバー」の2色展開で、サイズは17x18型を用意。スポーツツマインドをさりげなく演出する専用ステッカーが付属する。MIDが次のステージへ踏み込んだ意欲作。「スポーツホイール」の新たな答えを提示する。

MID RACING「R50 EVO」

マルカサービス

日本製となった新たなR50

静けさと、なめらかさと。心地よさに包み込まれる。

ALENZA

SUV向けプレミアムタイヤ

株式会社ブリヂストン
[お客様相談室] フリーダイヤル0120-39-2936
受付時間 月～金 9時～17時(土日祝日を除く) 9:00～17:00
www.bridgestone.co.jp

BRIDGESTONE
Solutions for your journey

NAPAC
Nippon Auto Parts Aftermarket Committee

安全・安心なアルミホイールで
楽しいカーライフを

アルミホイールの安全について詳しくわかる動画公開中!

「JAWAスリースター」は重要な3つの安全指標を満たす証

- 1 国が定めた安全基準に適合 JWL JWL-T
- 2 第三者機関の実試験と登録 VIA
- 3 JAWA基準アルミホイールの証 JAWA

TEL: 03-5719-9177 FAX: 03-5437-6882
WEBページはコチラから [JAWAスリースター] 検索

(一社)日本自動車用品・部品アフターマーケット振興会
〒141-0031 東京都品川区西五反田8-1-14 最勝ビル11F-5
https://www.napac.jp

カーライフ楽しむ遺伝子

受け継ぐ層の拡大へ注力

年明けの自動車関連業界を活気づけた、カスタム車の祭典「東京オートサロン2026」。自動車用品・部品を取り扱う数多くの企業が、趣向を凝らしたブースを並べて強みや個性を競い合うなかで、ビジュアルセンスと精巧な機能を両立した商品ラインアップで来場者を圧倒したのが、ホイール各社の出展コーナーだ。「より楽しいカーライフ」の訴求に向けて、アフターマーケット業界が注力するテーマとは、日本自動車用品・部品アフターマーケット振興会(NAPAC)の田中知加副会長に聞いた。



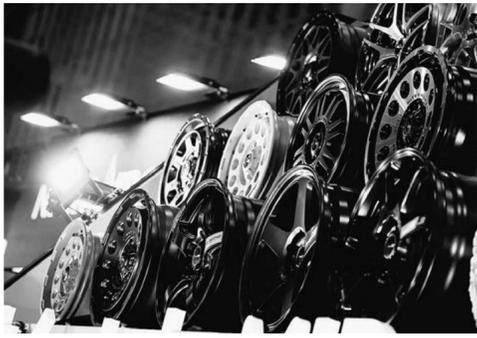
日本自動車用品・部品
アフターマーケット振興会(NAPAC)
田中 知加副会長

盛況なイベントをフックに

ホイール交換を
きっかけに

「東京オートサロン2026」から「大阪オートメッセ2026」へ、自動車パーツやカスタムカーのイベントは引き続き盛況だった。

「若い世代のクルマ離れが指摘されているが、こうしたイベント会場に足を踏み入れてみると、



「潜在顧客」呼び起こし市場拡大

円安を契機に海外にも目を

「ホイールは、クルマの印象を一変させる効果を持つパーツだ。エアロパーツとの親和性も高く、タイヤ・バルブなどの性質を見ても明らかだ。あと、ホイールに少しこだわってみることで、新しいクルマの楽しみ方をトライする『潜在顧客』を呼び起こせば、市場を広げる好機となる」

「国内の主要タイヤメーカーが25年9月、原材料価格の高騰と物流コストの上昇への対応策として冬用タイヤの値上げに踏み切った。冬用タイヤの購入予約が例年よりも早まる動きも見られたが、景況感の弱さもあり消費者の財布のひもは依然として固く、本数ベースでは前年と比べて減少している。とはいえ、新車市場の投入やタイヤの大口径化などの傾向を反映して、収益ベースではさほど下がっていない印象だ」

「市場の拡大には、ホイールの交換を促す取り組みが欠かせない。『タイヤ交換に合わせ、ホイールも替えてみよう』と思っている一定のユーザー層が存在しているのは、東京オートサロンの会場訪問者の属性を見ても明らかだ。あとは、ホイールに少しこだわってみることで、新しいクルマの楽しみ方をトライする『潜在顧客』を呼び起こせば、市場を広げる好機となる」

「国内アフターマーケット業界は、より多様なビジネス機会を探求する必要があるのでは。『足元の円安の状況は、見方を変えれば、海外での市場を広げるチャンスでもある。NAPACは26年の重点施策として、会員企業を対象とした海外の展示会の訪問イベントを開くことを想定している。海外企業とのビジネス成立の橋渡し役を担うことで、業界としての将来の持続的な成長を実現させる礎になる。』

「『メイド・イン・ジャパン』のブランド力は、今でも健在であり、正規ルートでの商流の開拓における信用度も非常に高いからだ」

TPMS活用し 現場の負担軽減

ドライバー不足や安全対策の強化といった課題を背景に、物流業界でタイヤ空気圧モニタリングシステム(TPMS)への関心が高まっている。TPMSの輸入販売を手掛けるファイブゲート(小笠原孝嗣社長、埼玉県志木市)は、業務効率化と事故防止の両立を評価され、大手運送事業者やタイヤ関連会社への供給が始まり、販路拡大を図っている。

主力製品は「エアセーフ」シリーズで、トラック・バス向けの「エアホールTB」と、乗用車向けの「エアセーフ」の2製品をラインナップする。

中でも商用車向けに専用設計された「エアホールTB」は、高精度のポルタイプセンサーを採用している点が特長だ。従来主流だったホイールに巻き付けて固定する方式に比べ、センサーをタイヤ内側に入れるだけで設置が完了し、作業負担を大きく軽減する。巻き付けタイプでは一本あたり一定の作業時間を要していたが、ポルタイプは約3分で取り付けが可能。実質的に取り付け時間がゼロであるのが最大のメリット。車両の稼働停止時間を最小限に抑え、業務効率の向上や機会損失の防止につながる。

本格的な動きが始まったのは昨年からだ。実証実験を経て、物流大手のヤマト運輸(長尾裕社長、東京都中央

ファイブゲート 持続可能な物流の実現へ

区が正式に採用を決めた。すでに同社が所有する長距離トラック約1100台に取り付け済みという。直近では、ブリヂストンタイヤソリューション・ジャパン(久米伸吾社長、東京都小平市)への供給もスタート。トラック・バス向けのサブスクリプション型ソリューション「トータルパッケージプラン」のオプションとして採用されている。

日々大量の荷物を運ぶ物流トラックでは、タイヤの異常を自視や走行音だけで察知するのは難しく、ドライバーの負担は大きい。TPMSは走行中の空気圧変化をリアルタイムで数値化し、異常を即座に検知することで、タイヤトラブルを未然に防ぎ、安全運行を支える。

さらに、デジタルタコグラフと連携し、タイヤ空気圧や内部温度を運行管理者とドライバーが常時監視できる点も強みだ。業務効率化に加え、突如のパンクや車両火災といった重大リスクを回避し、ドライバーの安全と安心を両立するソリューションとして、物流現場で存在感を高めている。

小笠原社長は「ドライバー不足が深刻化する中、現場の負担を軽減しながら安全性を高める仕組みづくりが不可欠だ。TPMSを通して、持続可能な物流の実現に貢献していきたい」と展望を語る。



商用車専用設計でポルタイプセンサーを採用するエアホールTB



エアバルブ一体型の乗用車用 AirSafe

青を刻め

まだ、走ったことのない道へ。

TOYO TIRES