特集　広島県自動車販売

脱・新車依存　骨太な経営基盤づくり



市場上向きも物価高騰で拭えぬ不透明感

広島県の2026年度上期（4～9月）の新車販売台数（登録車と軽自動車の合計）は、前年同期比6・7%増の5万8976台となり、3年ぶりに前年を上回った。全国平均の伸長率5・1%増と比較しても1・6ポイント上回った。主力商品の車両供給が回復したトヨタ（レクサスを含む）が同13・5%増を記録するなど、多くのブランドが前年を上回り、全体数字の底上げに寄与した。一方で、物価高騰による家計の先行きに対する不透明感は払しょくされることなく、消費者の購買意欲は盛り上がりに欠けると言わざるを得ない。ディーラー各社は、ユーザー一人ひとりのカーライフに寄り添うことで関係構築を図り、活路を見出す取り組みに注力している。

供給安定で受注残解消

上期の新車販売台数の内訳は、登録車が同12・2%増の3万7424台、軽自動車が同1・6%減の2万1552台だった。環境性能割の廃止により4月以降大きく市場が動いたのに加え、新車の供給が安定し、受注残が解消されたことによる。その結果、乗用車系では三菱、スバルが前年を下回った以外、その他のブランドが大きく前年を上回った。軽自動車は、新商品の端境期にあるスズキとダイハツが前年数字を上回ることができず、市場全体の対前年マイナスという結果につながった。

下期（10～27年3月）についても、市場は堅調に推移するとの観測が業界首脳から聞かれる。半面、長期的な経営環境に対する警戒感を異口同音に発している。人口、特に運転免許人口の減少、自動車保有形態の変化などを憂いてのことだ。新商品という一過性の集客力と販売実績に依存しない骨太な経営基盤づくりを掲げての改革を急ピッチで進めている。共通するのは、自社顧客の流失を徹底的に防ぐということ。「生涯顧客」を念頭に置いた、かけがえのない存在であることを目指した取り組みを強めている。カーライフアドバイザーとしての提案を当たり前の活動として定着させるのが課題。いわば、日々のお困りごとの聞き役に徹し、商売は後からついてくるという持久戦覚悟の姿勢が垣間見える。

深掘り進むES向上策

さらには新たな需要層との接触機会の創出にも目を向ける。他社との明確な違いを打ち出したブランド戦略の重要性を多くの経営トップの口から聞く。キーワードは地域密着。店頭や催事場でのイベントでのPR活動はもとより社会貢献活動など、企業市民としての取り組みにも積極的な姿勢を打ち出している。

社員の働き方改革においては、年間休日や社内規定、処遇など制度面の整備にとどまらないES（社員満足度）向上にフォーカスしたものへと深掘りが進んでいる。ESなくしてCS（顧客満足度）向上は成立しない、との発想に基づくものだ。社員の成長を促し、自ら考え、行動できる人材へと導くことで、やりがいを感じることができるようになるための道筋をつける。もちろん職場環境の整備も同時進行で進めている。特に近年の猛暑対策として整備工場への空調導入は避けられない。とかく過酷な仕事と認識されているメカニック職のイメージを払しょくし、志望する若者とその家族を納得させる労働環境の改善という面からも喫緊の課題だ。

広島県では、副首都構想における指定により経済面での活性化を期待する向きもあったが、条件面で満たすことができなかった。しかしながら、県内に自動車メーカーの生産拠点を有するなど、自動車業界が県経済の基盤を支える存在であることは事実。自動車販売がより強く経済をけん引していくことに期待したい。

接触機会増やし新規需要　キーワードは「地域密着」

年間160万人の集客を見込むアリーナ建設予定地の広島駅北口周辺）

2026年4～9月　広島県新車販売台数

			広島県 台数	広島県 前年比
車種別	登録車		37,424	112.2
		乗用車	33,225	112.4
		普通	21,029	108.7
		小型	12,196	119.4
		貨物車	4,075	109.6
		普通	1,541	114.8
		小型	2,534	106.7
		その他	124	157.0
	軽自動車		21,552	98.4
		乗用車	17,082	98.3
		貨物車	4,470	98.6
		その他	0	—
	合計		58,976	106.7
ブランド別	トヨタ	登録車	20,254	114.8
		軽自動車	70	72.2
		小計	20,324	114.6
	レクサス		810	91.6
	（トヨタ計）		21,134	113.5
	日産	登録車	2,002	107.2
		軽自動車	1,726	151.7
		小計	3,728	124.0
	ホンダ	登録車	3,112	112.6
		軽自動車	2,728	103.3
		小計	5,840	108.1
	マツダ	登録車	3,791	122.4
		軽自動車	1,667	97.9
		小計	5,458	113.7
	三菱	登録車	384	98.2
		軽自動車	662	114.3
		小計	1,046	107.8
	スバル	登録車	720	91.6
		軽自動車	113	63.5
		小計	833	86.4
	スズキ	登録車	2,102	114.8
		軽自動車	7,909	97.8
		小計	10,011	100.9
	ダイハツ	登録車	401	113.0
		軽自動車	6,660	89.0
		小計	7,061	90.1
	いすゞ		751	105.3
	日野		410	120.9
	三菱ふそう		377	103.0
	UDトラックス		119	95.2
	輸入車・その他		2,208	100.2

単位：台、%　　日刊自動車新聞社まとめ



Happiness in Your Life
広島トヨペット
本社：広島市西区観音町 7-8
TEL：082-503-5151

+ONEDER 吉島
店舗：広島市中区吉島西 2 丁目 2-35
TEL：082-241-3345



HT 広島トヨタ
広島市西区観音新町4丁目10-134
0120-00-6880　公式HPはこちら▶
※各店舗の営業時間・定休日はHPでご確認ください。



スピードは控えめに。エコドライブで環境にやさしく。後席もシートベルト。チャイルドシートも忘れずに。

広島三菱自動車販売㈱　広島市西区観音新町2-8-26　0120-464324

■南竹屋店	082-243-3338	■観音店	082-232-9113
■呉店	0823-72-3151	■八木店	082-873-5888
■三次店	0824-63-5291	■東広島店	082-423-9211
■廿日市店	0829-36-2011	■UCAR観音	082-232-9112

尾道三菱自動車販売㈱　尾道市山波町3030-1　0120-821188

■尾道店	0848-46-1300	■三原店	0848-63-6611
■クリーンカー三原	0848-63-6611		

福山三菱自動車販売㈱　福山市瀬戸町山北130-2　0120-148060

■福山本店	084-951-1533	■府中店	0847-45-4467
■南蔵王店	084-921-5400	■駅家店	084-972-7070
■UCAR瀬戸	084-951-1531	■クリーンカー駅家	084-972-7007

MITSUBISHI MOTORS
Drive your Ambition

広島県 自動車販売団体トップに聞く

下期市場 一層の盛り上がり期待



日本自動車販売協会連合会（自販連）広島県支部
古谷 英明支部長

―2026年度上期（4～9月）の販売実績と下期（10～27年3月）の見通しは

「自動車税環境性能割の廃止や新車導入効果、メーカー生産体制見直し等による受注再開などもあって、4～6月は前年同期比で17・3％という好調ぶりを示した。7～9月は幾分勢いが弱まったものの同12・4％となり上期全体でも同14・8％増と高水準を維持することができた。下期についても、期待も込めて堅調に推移するものとみている。さらに販売各社による顧客への代替促進をはじめとする市場活性化策などが奏功し、より一層の盛り上がりとなるよう期待している」

―広島県支部の重点課題と現状評価について

「コンプライアンスの徹底が重要な柱になる。中小受託取引適正化法（取適法）の本年1月施行により板金塗装等の下請け発注に対し厳正な対応が求められるようになっている。支部では、7月に自動車公正取引協議会から、10月には自販連本部からそれぞれ講師を招き、全会員を対象とした講習会を実施した。長年の商慣習により不適切な取り扱いの指摘を受けることのないよう見直しを図ってもらえるよう求めていく。自動車関係税制が大きく前進した。ガソリンと軽油の暫定税率、自動車税環境性能割が廃止されたのは、長年の税制改正要望活動の成果と受け止めている。今後も引き続き、簡素、中立、公正でユーザー負担の軽減を実現するべく活動していきたい」

―人材確保について

「各社とも共通して人材の確保、とりわけ整備士の採用は苦労している。会員各社が接触機会の創出や、職場環境・労働条件の改善に努め、採用・長期就労を目指した取り組みを強化している。支部ではより広い層に対し、自動車関係業界の魅力を訴求する活動を進めており、その一環として関係団体とも連携して全日本高等学校ゼロハンカー大会への支援を通じ、クルマ好きの若者を増やし、親世代に対する業界イメージの刷新を図っている。参加校に対する活動資金の贈呈のほか、大会の模様を伝えるTV番組の制作にも積極的に関わっている。足かけ3年にわたる活動により、県内で唯一自動車科がある市立広島工業高校の志願倍率が上がったという事実に成果の手応えを感じている」

―業界イメージアップ策と社会貢献活動について

「イベントなどを通じて、先進技術に触れる機会の創出や、当支部が事務局を務める広島県自動車販売・整備団体交通安全対策協議会として、交通安全の啓発などを行っている。また、日本自動車教育振興財団による教育用資材贈呈の地区事務局を担当しており、会員会社での式典開催を通じ、教育関係者に職場視察を設定し業界に対するイメージを見直してもらう機会を提供している」

整備士確保 業界イメージ刷新策を継続

車両特性の丁寧な説明で需要喚起



広島県軽自動車協会
田中 聡会長

―2026年度上期（4～9月）の軽自動車市場を振り返って

「上期の軽自動車販売台数は国内全体で前年同期と比較した際、対前年2・5％減を記録したのに対し、県内については同1・4％減に踏みとどまることができた。とはいえ登録車が国内、県内ともに堅調に推移している状況と比べ、軽自動車にとっては厳しい状況が続いていると言わざるを得ない。生産供給体制の面では熊本地震による影響が少なからずあったと思われる。また、物価高に対する消費者の警戒感が生活の足である軽自動車にも大きく影を落としているとの観測は、比較的代替サイクルが短い軽自動車においても平均車齢が長期化傾向にあることからもうかがい知ることができる」

―下期（10～27年3月）の市場予測は

「状況が著しく好転するとの観測には材料が乏しい。販売各社の市場活性化策に期待したい。新車価格の高額化に対して、安全装備や最新技術が採用されている車両特性を丁寧にお客さまに説明することで購買意欲を喚起することを徹底していきたい。一方で車両価格の高額化は中古車価格の高騰にもつながっているという点に着目したい。下取り車の価値を伝え、代替促進の提案を抜かりなく進めていきたい」

―協会としての販売支援、イメージアップ策は

「新車の購入者を対象とした販売促進イベント『軽―1グランプリ』を10月から2カ月間、全会員参加で実施している。また、路面電車に軽自動車をアピールするラッピングをした編成を広島市内で運行したところ好評だった。他の地域でも軽自動車ならではの優位性や使い勝手の良さを伝えるアピール方法を検討し、展開していきたい」

―人材確保に対する取り組みは

「現在、県内で自動車整備士を目指し整備専門学校に通っている学生は100人に満たない状況。いかにして目指す若者を増やすかが協会に託された使命でもある。高校生を対象とする『全日本高等学校ゼロハンカー大会』への支援はその一つで、3年目を迎える。草の根的な活動ではあるが、チャレンジしてみたいと思う気持ちを育てる取り組みとして継続していく」

―自動車税制について

「県内、特に中山間地域においてラストワンマイルの移動を担うのは自動車だ。その自動車にかかる税金がまだまだいたく税の色合いが強いのが事実。行政に対し、必需品として軽自動車の立ち位置を示し、改善要望を引き続き行っていく」

税制改正要望 〝必需品〟アピールして

世界中で愛されて、 カローラ60周年。



うれしいこと 全力で。
あなたの街のカローラ店
COROLLA
トヨタカローラ広島
本社/広島市西区庚午中一丁目18番13号　TEL(0800)1234-999[お客様相談テレフォン]

トヨタレンタリース広島
本社/広島市中区白島北町11番14号　TEL(082)222-4100[代表]

広島トヨタ

藤井 開三社長

各店舗には独自色と活力が必要



お客さま一人ひとりのカーライフに寄り添った真のバリューチェーン確立に向けてまだまだ課題は山積みだ。顧客情報を十分に使い切り、ニーズを的確にとらえたアプローチと提案が求められるが、ここ最近不正アクセスによる情報漏洩という事案が社会問題化していて、慎重かつ迅速な対応が急務となっている。デジタルツールの活用は止めることなく、お客さまとの接点を増やすことを最重要事項としたい。信頼関係をベースとした商売である以上、たとえ非効率であっても決して疎かにしてはいけないものがあるという点を理解し、実際の行動として定着させていく。

創業90周年を経て、100周年をどのように迎えるかを見据えている。お客さまから見て「広島トヨタらしさのある会社」であり、必要な存在になれるよう成長し続けたい。そのためには、各店舗が独自色を際立たせ、お客さま本位の情報を発信できる、活力のある拠点にならなければならない。店舗で働く社員一人ひとりの成長も欠かせない。各自が役割をしっかりと認識し、活躍することが推進力となる。「トライ&エラー」「失敗を恐れるな」を言い続けることで、多くの気づきが生まれることを期待している。各々が抱える問題意識を具体的な挑戦へと導いていく。

下期については、商品依存の体質から多少なりとも脱却し、業績面における平準化を促進するのが課題。市場縮小が避けられない状況下においても、組織の成長が図れるよう基盤の強化に努める。老朽化が目立つ店舗についても順次お客さまにとって利便性の高い店舗へとリニューアルしていく。

～広島県　新車ディーラー　トップが語る現状と抱負～

広島トヨペット

古谷 英明社長

顧客の利便性高め新たなスタイル



上期は対前年同期比119・7%にあたる4833台の新車販売を達成、収益面でも前年を上回ることができた。下期についてもお客さま一人ひとりに向き合った提案活動の徹底を継続したい。お客さまのライフスタイルとクルマとのかかわり方を理解し、的確な提案を心掛けたい。その際、生涯にわたって信頼していただける存在になるために有効な営業プロセスにもこだわって取り組むよう求めていく。サービスでは、品質の向上とともに入庫の平準化が課題となる。中古車販売では6月からバーチャル店舗「Ouchi de ALAL（おうちでアルアル、中古車オンライン相談）」をスタートさせた。問い合わせ、商談も順調に推移、予想を上回る受注につながっている。お客さまにとっての利便性をさらに高め、新たな販売スタイルとしての確立を目指したい。

2035年までの中長期方針として「Best Loved.」を掲げている。お客さまだけでなく、社員、地域社会からも広島で一番愛される企業となることが目標。社内制度の整備はもちろん、社員一人ひとりが自ら課題を見つけ、周囲と協力しながら解決策を考え、行動できる人財となるよう組織風土の改革にも取り組んでいく。

今年、トヨペット店70周年という大きな節目を迎えた。記念事業やイベントを通じ、お客さまや地域の皆さま、社員に感謝を伝える機会を持つことができた。これまでに培った強固な関係を次なる節目に向けた大切な財産とし、一層お客さま、地域とのつながりを強いものとしていきたい。加えて従来の自動車販売店という枠にとらわれず、真にお客さま満族を追求するカイゼンを積み重ね、新たな顧客層との接点も積極的に求めていく。

トヨタカローラ広島

本多 功樹社長

CSとESを重視する会社づくり



上期は需給緩和が進み、新車受注・販売ともに前年超えで堅調に推移した。一方で物価高騰、中古車相場の転換、各社の新型車投入が相次ぎ、ここ数年の市場環境からの変化を感じる。こうした局面だからこそ大切なのは基本活動を再確認すること。CS改善の深掘り・サービス掌握力・お客さま接点の拡大・ニーズに応じた最適提案など、お客さまに寄り添う活動を通じて、この変化を足場固めの好機としたい。バリューチェーンにおいて、中古車部門は新車販売に伴う下取り増を生かした小売・卸売に取り組むと同時に、成長領域としてさまざまな改善にも挑戦したい。もう一つの伸びしろはサービスBP部門と考える。BP技術力向上・体制整備を進めることで内製化率の改善を目指す。取り組むべき課題は多いが、本年から本社各部門においても改善テーマを明確にして四半期単位でPDCAを回している。業務の「ヤメカエ」、ワークフローなどの「デジタル化」により、余力時間を生み出し、仕事の付加価値を高め、課題解決・成果創出、人材育成に結び付けていく。昨年からの投資計画プロジェクトによるサービス工場改善・店舗改修・新店舗建築も順調に進んでいる。当社の重点テーマは変わらず「CS向上」。CS改善を深掘りして本業でお客さまのお役に立ち、全社員でリピーター・ファンづくりに取り組む。CS改善で得た利益は「職場環境改善」「社員の報酬アップ」として「ES向上」に積極的に還元する。「CS」と「ES」を重視した会社づくりを引き続き進めていく。

ネッツトヨタ広島

奥原 宏一郎社長

「顧客第一」の原点に立ち返って



市場環境の急激な変化と景気動向の先行きが見通せない状況が続いている。迅速な対応が求められるが、小売業としての本質から外れることがあってはならない。お客さまファーストの原点に立ち返り、お客さまに満足していただくために何ができるか、価値の創造と提供に努めていくことが今更ながら重要になっている。自動車という商品、さらには移動手段を担う道具としての価値を見出していただくことにとどまらず、車がもたらす空間や時間の使い方、いわばモビリティを真の価値として提案、提供することこそが目の前にいるお客さまにとっての「イチバン」になるための唯一の手段であると信じ、納得していただける仕事に努めていかなければならない。

人材育成においては、社員一人ひとりの多様性を尊重している。自分が何をしたいのか明確な目標を設定し、考え、行動し、自らの成長を確認できるよう促している。店や共に働く仲間、会社にとって役立つ声が全社員から絶えず上がるような風土が根付くのが理想だ。特に女性活躍推進の組織編成は、そうした流れを生み出すための入り口となるよう期待している。また、全社員にお客さまと向き合う姿勢を求めたい。業務レベルの向上はもちろん、コミュニケーションをきっかけとしてCS向上の担い手としての意識付けを図る。

経営基盤の強化を目指し、出会いという縁を積極的に求め、つながりという関係構築へと導いていく。さまざまな企画や近距離モビリティ、運転支援用品、サブスクリプションなどを通じて得られた要望に丁寧に応えることでかけがえのない存在としての地位を高めていく。





～広島県　新車ディーラー　トップが語る現状と抱負～

広島三菱

岡本 精二社長

意識改革進め受け身型から脱却



上期は前年に比べて若干台数を落として終えてしまった。三菱陣営としては、ベースである軽自動車に好不調が左右される側面があり、「デリカミニ」がある程度いきわたった感のある状況では台数を稼ぐのにどうしても苦労してしまうというのが実情だ。「パジェロ」は店舗にとってもユーザーにとっても待望の商品であることは間違いない。とはいえ、受注がいくらあってもお客さまのもとに商品が届いてこその販売であり、実際の台数にはならない。そこでフラッグシップのパジェロを店頭への吸引力として全商品の盛り上げを図っていかなければならない。取扱商品ごとの特性を理解し、顧客のニーズに照らした的確な提案が欠かせない。いまさらながらではあるが、お客さまに対する積極的なコンタクトを徹底したい。

社員一人ひとりの成長も促進していく。自分で考え、行動に移せる人材となるよう、意識改革を進めていきたい。現状ではまだまだ受け身型営業の殻から脱し切れていない社員が多くみられるのも事実。慣習や前例を時には疑ってかかる姿勢も身に付けさせたい。

組織の持続的な成長を裏付けるためにも人材の確保は避けられない。ブランドを高めることは、そこで働く社員にとっても魅力のある職場であることにつながる。そうした好循環を生み出すことで、課題解決の原動力となる人材を採用、養成していく。現在貴重な戦力となっている外国人メカニックは、店舗を超えてそれぞれの現場が抱える問題点や改善活動の好事例の共有など、リモート会議を通じて行うまでに成長している。こうした流れを全社的な大きな流れとして育てていければと考えている。

広島日産・福山日産

前　卓志社長

新型の商品力を最大限に生かして



新型車がないと新規客との接点が持てないことを思い知らされた上期だった。それでも現場スタッフの奮闘により、前年台数を上回ることができた。付加価値商品の取り扱いに意識を向けることで収益を伸ばすこともできた。さらに顧客本位の提案が定着したことで、CS向上という期待以上の成果にも結び付いた。サービス部門については、事業計画を達成、中古車部門も収益に貢献するなど、無我夢中で取り組んだと実感している。

下期については、新型キックス、エルグランドの商品力を最大限に生かした拡販に取り組んでいく。顧客に対する代替促進はもちろん、その他のラインアップも底上げを図り、店舗全体の活性化を図る。また、新型車については、商品力が非常に高く、他銘ユーザー取り込みの可能性を強く感じている。基盤となる管理ユーザーの拡大にも有効に活用していきたい。EVの販売については、まだまだやり切れているとは言えない。スタッフ各人が知識を深掘りし、お客さま一人ひとりのライフスタイルに合った提案を意識したい。

お客さまにとってのファーストコールの掛け先である「選ばれる店舗」になるための強化改善も欠かせない。DXツールの活用を進めつつ、最終的には人と人の信頼関係を築き上げていくためのスタッフ全員の資質向上、店舗総合力の引き上げも図る。お客さまにとって魅力あふれるブランド構築に向けよどみない改善に努めていく。

広島マツダ

酒井　了介社長

嗅覚を研ぎ澄まし部門超えた連携



4～9月期は5月に販売を開始した「CX－5」を基軸に台数を狙ったが、わずかに届かなかった。原因は販売と整備の体制が整っていなかったことに尽きる。「仕事のよどみを取り去りたい」との意図で社内の制度や仕組みを改めた。経営戦略企画部を1月に設置したのもそうした狙いからだ。営業とサービスの連携強化を促進する役割を担った部門となる。最前線の社員が主体となって対話機会を設けるなど具体的な活動が動き出している。社員一人ひとりが元気に仕事と向き合っている姿に変革の兆しを感じている。

こうした前向きな姿勢をベースとし、個々がさらに高い目標を目指すきっかけとなるように「今までのやり方を疑え」と声掛けしている。会社としても個人としても現状維持を良しとしないことが重要だ。チャンスに対する嗅覚を研ぎ澄まし、部門を超えた連携により成果獲得につなげたい。

マツダのお膝元で多くの関係者の応援がある県内で販売整備に携わる責任を常に忘れないようにすることも大切だ。世界一のマツダ店を誇るにふさわしい満足をお客さまに提供し続けることを徹底する。盤石なつながりを最大限生かし、その輪を広げていく取り組みを進めていく。

創業93年を経て、100周年をどのように迎えるかも眼前の課題となる。節目の時を、良かったと全社員が喜べる会社であることを重視したい。個々が自身の色を存分に出し、楽しんで仕事と向き合うことで実現したい。

福山三菱

秋山 尚輝社長

残クレ強化で買い替え需要喚起



上期は、車両価格の上昇や保有期間の長期化を背景に、お客さまの買い控え判断が慎重になる中、新車販売は苦戦したものの、人気のデリカシリーズが堅調に推移して新車販売を下支えし、中古車販売も好調だったことから、全体では売り上げを伸ばすことができた。こうした状況を踏まえ、引き続き残価設定型クレジット「SMP」の販売を強化している。保有期間全体を見据えた合理的な乗り替えを提案し、買い替え需要の喚起につなげたい。

下期は、7年ぶりに発表された「パジェロ」が販売の柱となる。発表前から多くの問い合わせが寄せられ、すでに予約もいただいており、三菱自動車を代表する車種としての存在感を実感している。車種の特性を理解し、その魅力を的確に伝えることで、さらに多くのお客さまに選んでいただけるよう努める。

店舗経営では、10月から引き取り納車を有料化し、来店型店舗への転換を進めている。限られた人員を有効活用し、お客さまへの対応量を高めることが目的だ。もちろんお客さまにご負担をお願いする分、確実にサービス品質の向上につなげなければならない。

南蔵王店は建て替え工事を終え、9月にリニューアルオープンした。設備を一新して働きやすい環境を整え、ショールームには整備工場を見渡せるラウンジ席も設けた。お客さまの安心と信頼にこたえる技術を提供するとともに、スタッフ研修を通じて接客品質の向上にも努めている。

弊社は今年11月に創業80周年を迎える。長きにわたり地域のお客さまに支えていただいたことに感謝の念を強くしている。11月29日の80周年記念決起大会は、社員一人ひとりの貢献をねぎらい、地域に必要とされる会社であり続けるため、全社員が決意を新たにする機会としたい。



広島マツダ
本　社：広島市中区幟町13-4　TEL：(082) 225-3600
大州本店：広島市南区大州4-10-11　TEL：(082) 286-2180
宇品本店：広島市南区宇品東5-3-67　TEL：(082) 251-7171
https://www.hiromaz.co.jp　広島マツダ　検索
@hiroshima_mazda
@hiroshimamazda

DUNLOP
次世代オールシーズンタイヤ
SYNCHRO WEATHER
（シンクロウェザー）
お客様のカーライフを、
変える存在。
オールシーズンタイヤで世界初
アイスグリップシンボルを取得
アイスグリップ
シンボル刻印
国際的な氷上性能テストに
合格したタイヤのマーク
日常生活における安心感、利便性が向上
☑ どんな天気、路面でも安心して走行できる。
☑ 自分の好きな時に好きな場所へ行ける。
☑ 天候に左右されない、変わらない日常を過ごせる。
☑ タイヤ交換、保管など手間から解放される。
トヨタ モビリティパーツ株式会社 広島支社・島根支社