



2030年への航路：タイヤ産業の未来を定義する 3つの戦略的必須事項

業界の構造的転換期を勝ち抜くための分析と提言



タイヤ市場は、一見すると安定的かつ予測可能な成長軌道を描いている

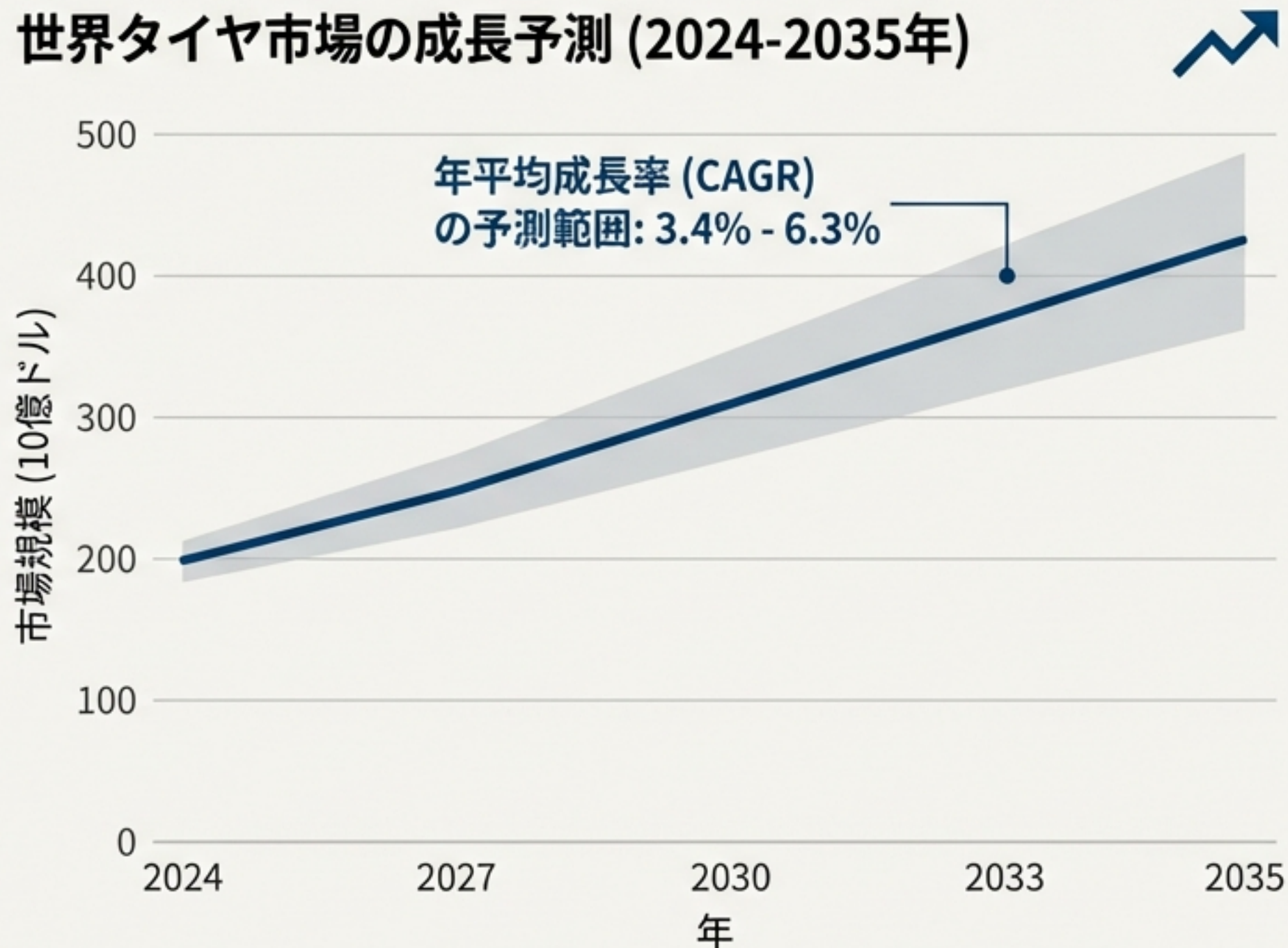
キーインサイト



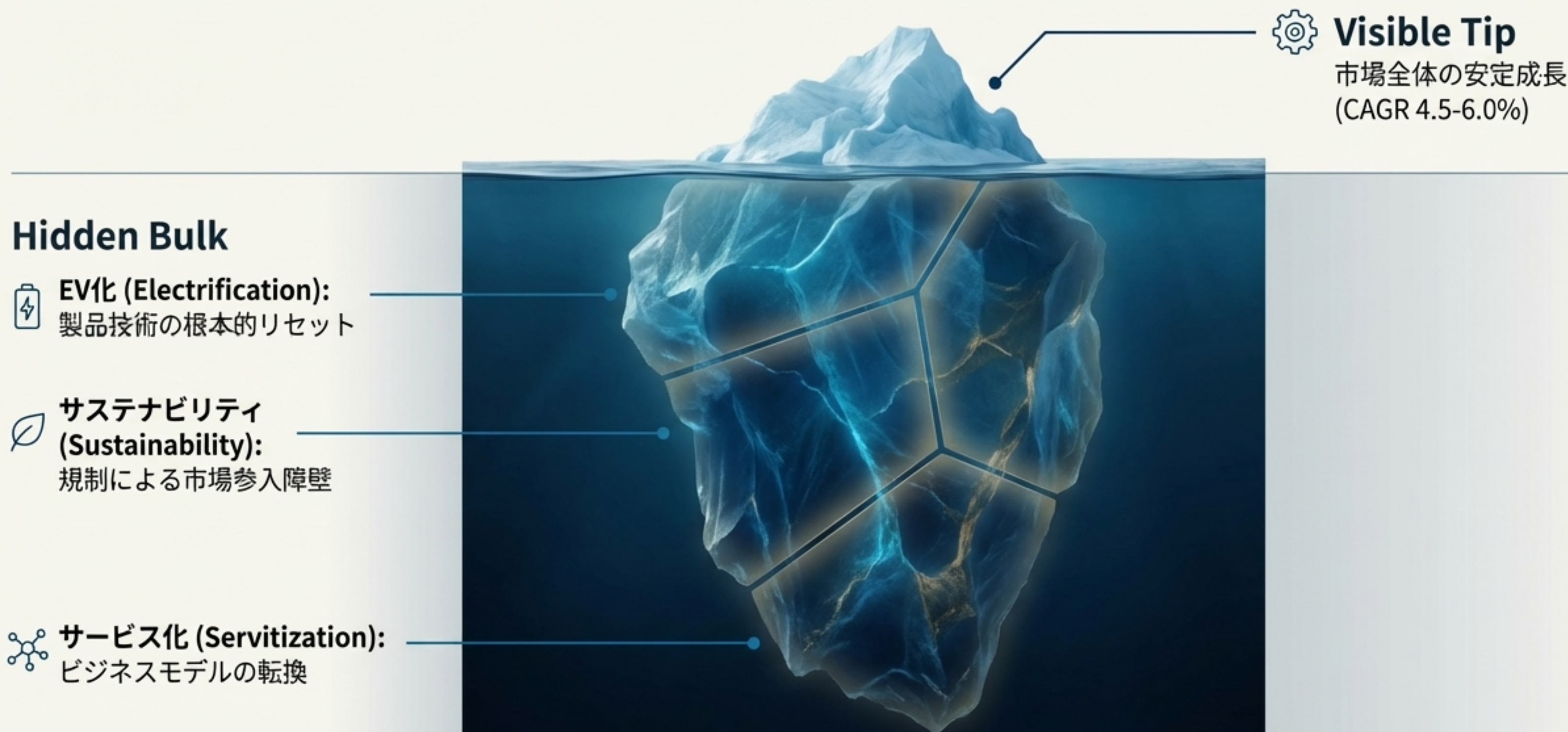
世界のタイヤ市場は、複数の調査機関の予測を統合すると、今後10年間で年平均4.5%~6.0%の着実な成長が見込まれる。

- 市場規模の推定値には幅がある
(2024/25年で1,430億ドル~3,548億ドル) が、成長トレンドは共通。
- 主な成長ドライバー：新興国の自動車保有台数増、商用フリートの拡大、高性能タイヤへの需要増。

世界タイヤ市場の成長予測 (2024-2035年)

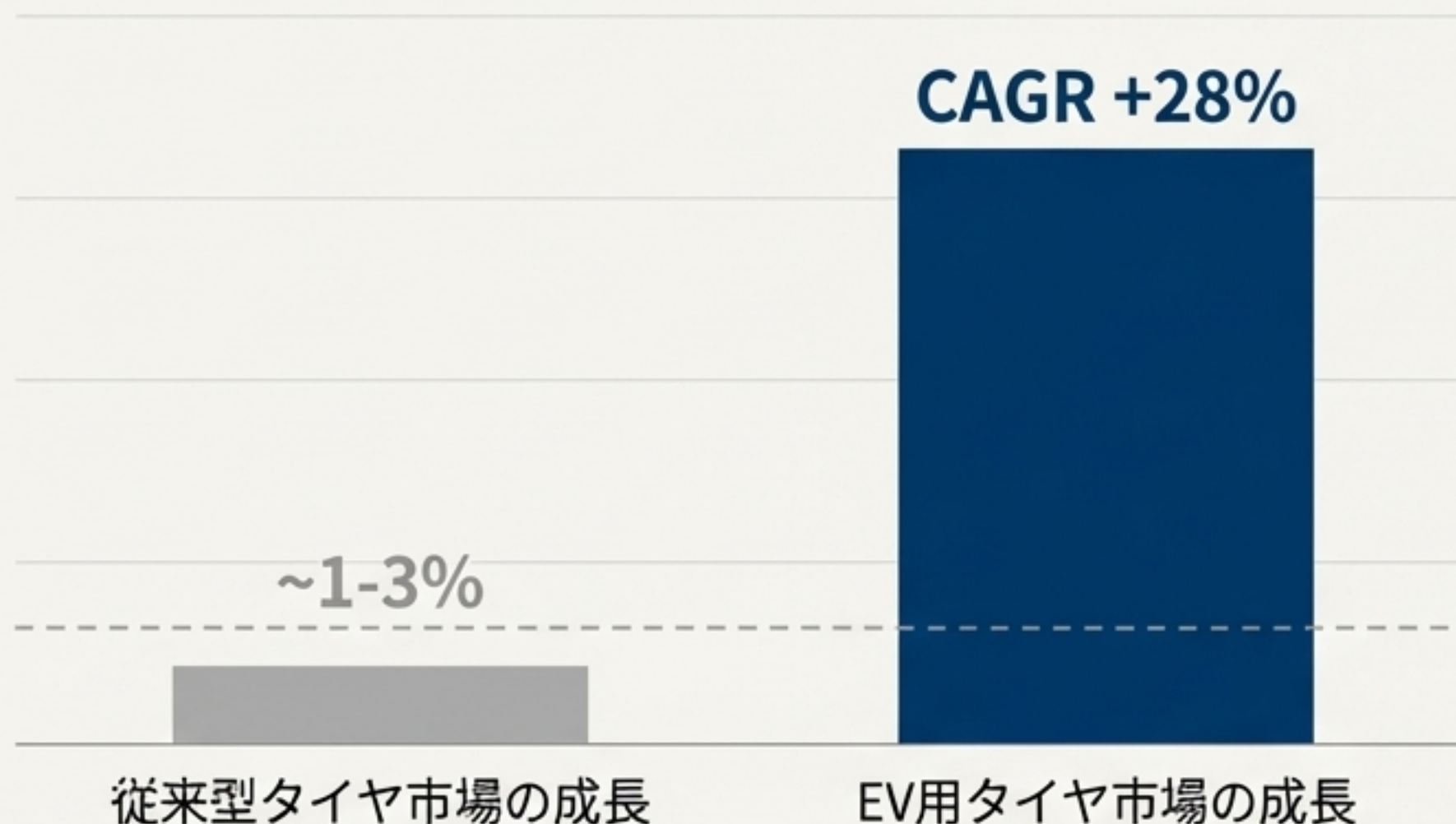


しかし、その安定性は幻想である。水面下では、競争のルールを根底から覆す3つの地殻変動が同時に進行している



市場の平均成長率は、EVという爆発的成長セグメントの重要性を見えなくさせる

市場セグメント別 年平均成長率（CAGR）の比較



市場平均（CAGR ~5%）への固執は、最大の価値創造機会を見失うリスクを伴う。

なぜEVタイヤは違うのか？



高トルク・高重量：
耐久性と耐荷重性の要求



静粛性：エンジン音がないため
ロードノイズが目立つ



低転がり抵抗：
航続距離の最大化



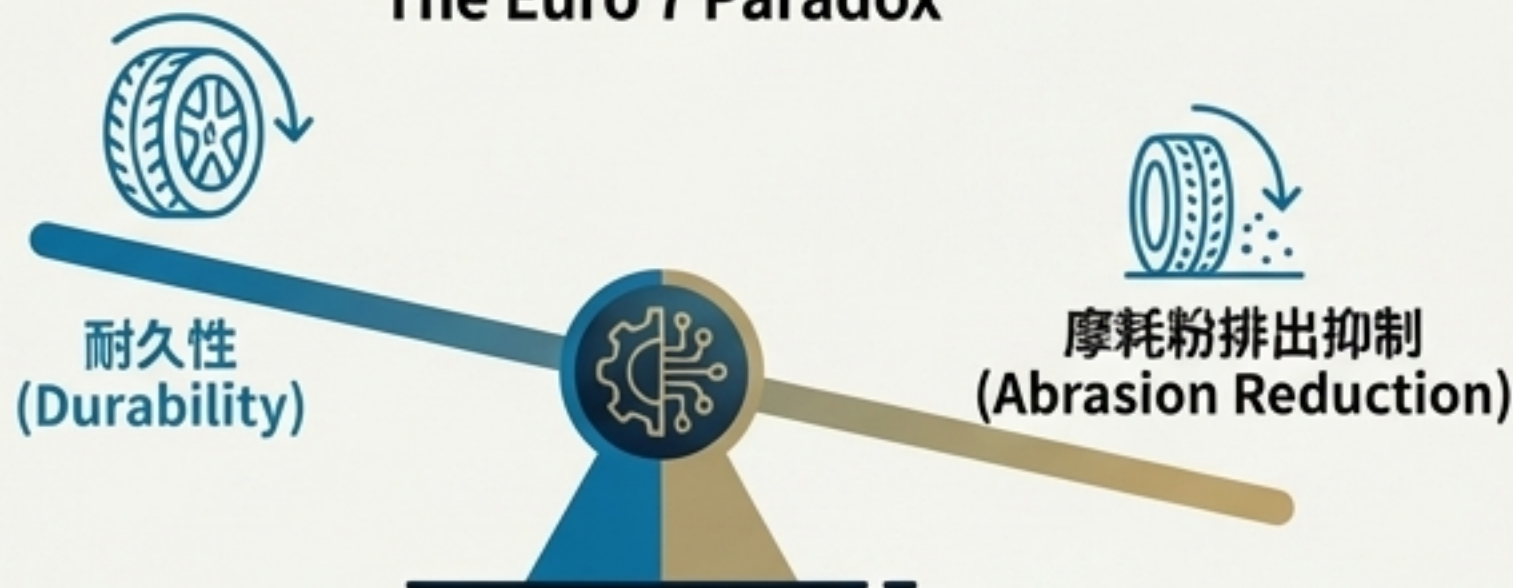
耐摩耗性：
高トルクによる摩耗への対応

サステナビリティはCSRではない。Euro 7規制は、市場アクセスを左右する技術的な断崖である

Euro 7で初めて導入されるタイヤ摩耗粉の排出規制は、「耐摩耗性 (長寿命化)」と「低摩耗性 (排出抑制)」という相反する性能の両立を強いる。この技術的パラドックスを解決できなければ、欧州市場から締め出されるリスクがある。



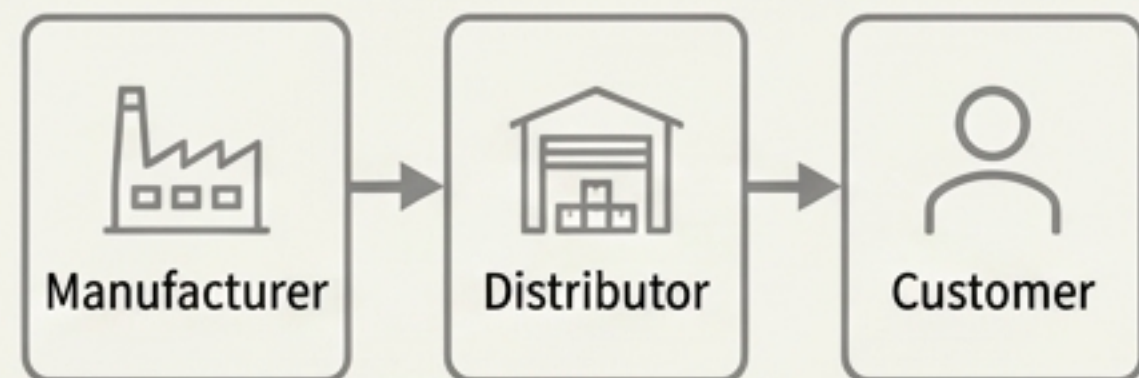
The Euro 7 Paradox



- このトレードオフの解決が、次世代製品開発における最重要課題となる。

価値創造の源泉は「製品販売」から「サービス提供」へ移行しつつある

取引型モデル (Old Model)



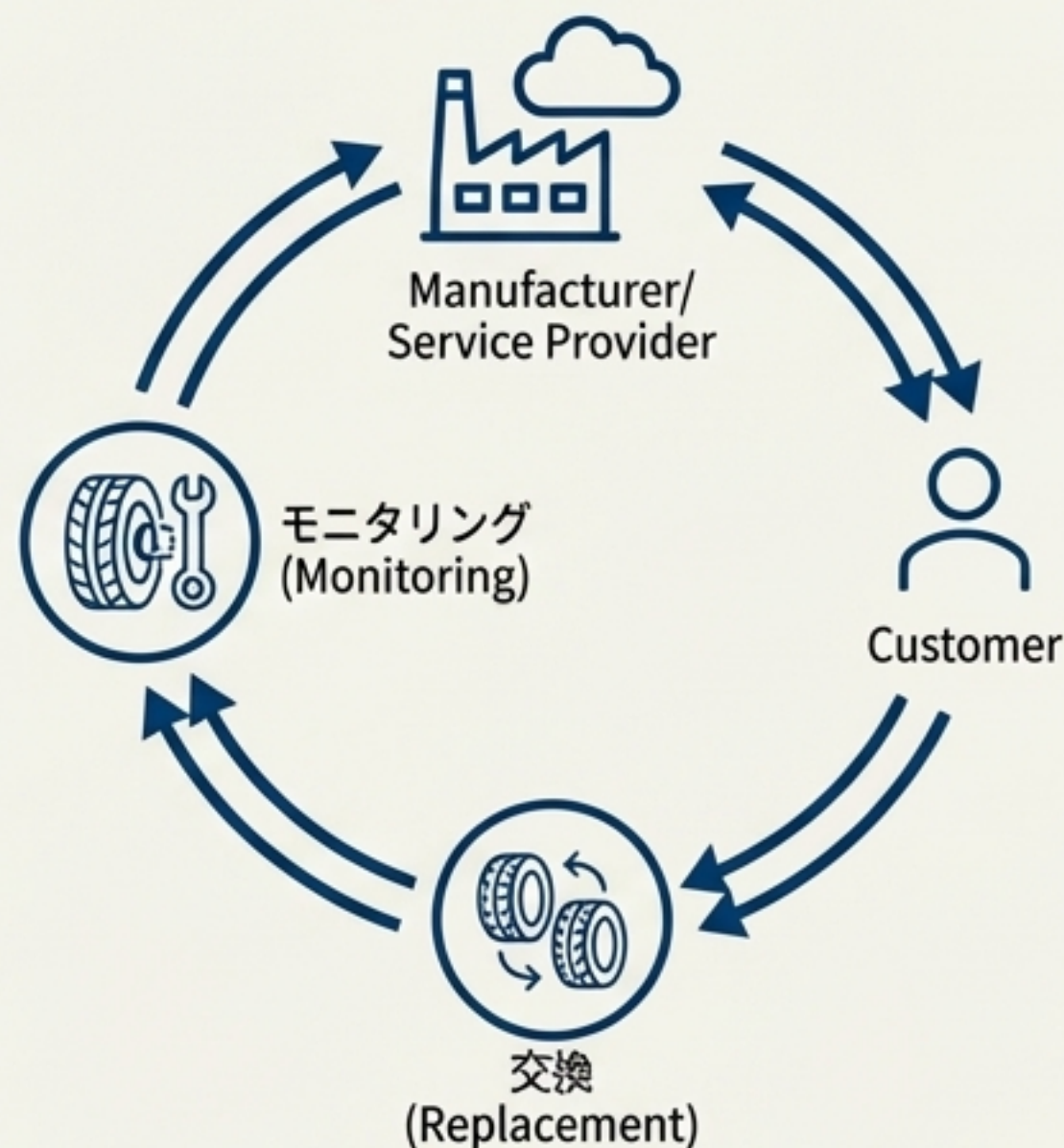
一回限りの収益 (One-time Revenue)

Tire-as-a-Service (TaaS) は、顧客のTCO（総所有コスト）を劇的に削減し、**CAGR 23.8%**で成長する巨大な新市場を創出している。

The TaaS Value Proposition

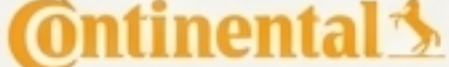
- For the Customer: 設備投資(CapEx)から運用コスト(OpEx)へ転換。予測可能なコストで、車両の稼働時間を最大化。
- Proof Point (Goodyear Pilot Program):
 - 緊急故障イベントが**80%減少**
 - 顧客保有のタイヤ在庫を**100%削減**

TaaSモデル (New Model)



継続的な収益 (Recurring Revenue)

すべての主要プレイヤーが、EV、サステナビリティ、サービスの3つの戦場に集結している

Competitive Convergence Matrix	 EV	 サステナビリティ	 サービス
	✓	✓	✓
	✓	✓	✓
	✓	✓	✓
	✓	✓	✓
	✓	✓	✓

新たな脅威：バリューチェーンを駆け上がる中国メーカー

- Giti, Sailun, ZC Rubber（中策ゴム）などが急速に成長。
- 当初の価格競争力に加え、近年はR&D投資を拡大。
- OEM市場においても、既存のグローバル企業を脅かす存在へ。



変化を乗り越え未来を勝ち抜くための、3つの戦略的必須事項



EVへの移行を制する

EV特有の技術要求に応える製品ポートフォリオを確立し、次世代モビリティにおける技術的優位性を証明する。



サステナビリティを事業の中核に据える

規制を事業機会と捉え、持続可能な素材とサーキュラーエコノミーを競争優位の源泉へと転換する。



サービスベースの価値創造へと転換する

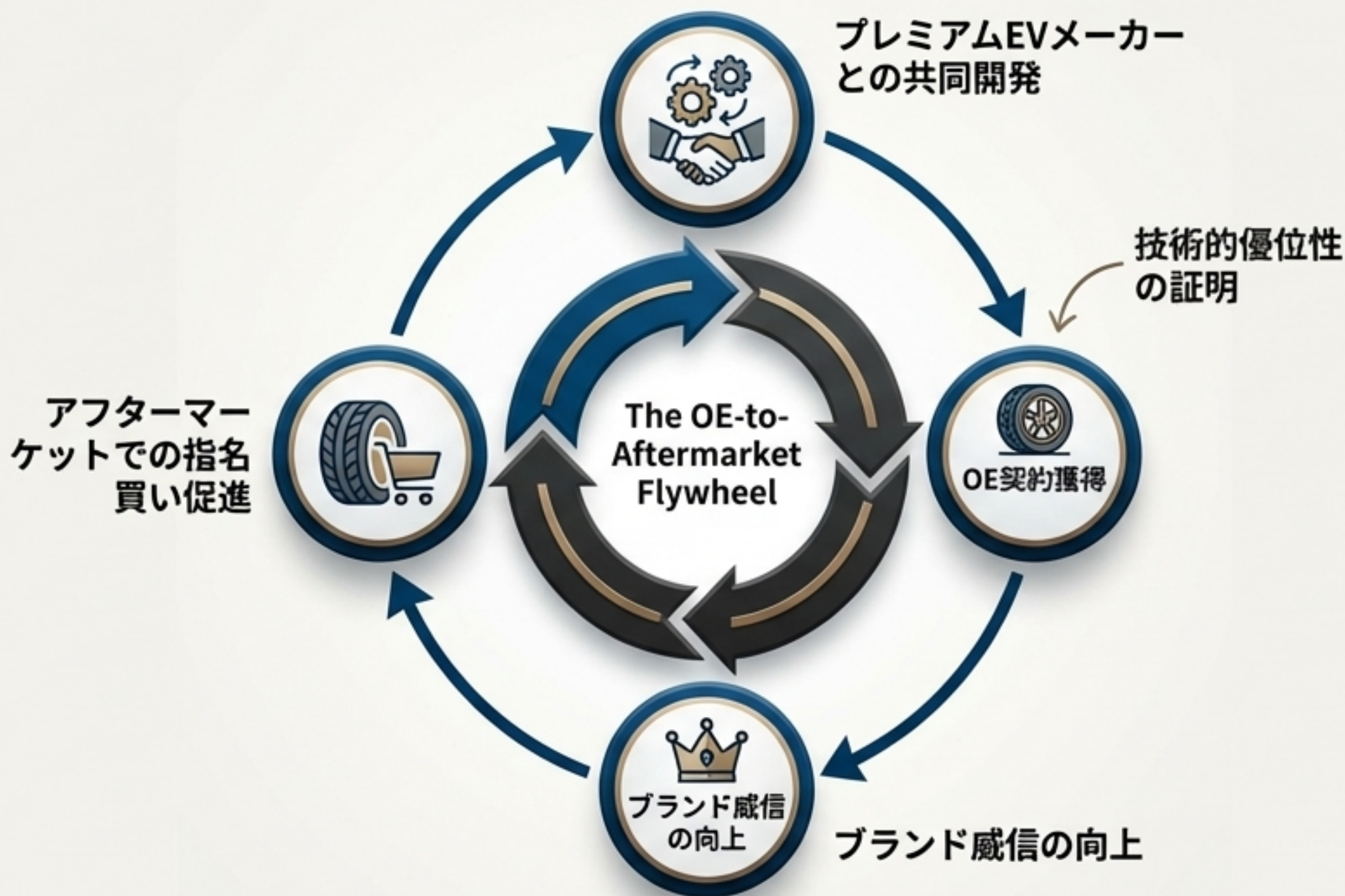
データを活用したTaaSモデルを構築し、顧客との継続的な関係性から収益を生み出す。



IMPERATIVE 1: EVでの成功は、 プレミアムOE契約の獲得が鍵となる



プレミアムEVへの新車装着（OE）は、単なる販売実績ではない。それは、EV時代をリードする技術力の証左であり、ブランドの威信を高め、高収益なアフターマーケット市場への強力な足掛かりとなる。





IMPERATIVE 2: サステナビリティを、規制対応から競争優位の源泉へ

サステナビリティにおける戦略的優先事項



最優先事項 (Top Priority):
Euro 7の技術的パドックスの解決

材料科学とトレッド設計へのR&D集中投資により、市場アクセスを確保する。



長期的戦略 (Long-term Strategy):
持続可能素材とサーキュラーエコノミーの主導

- **素材革新:** グアユール、靱殻シリカ、再生PETなど、石油由来原料への依存を低減し、サプライチェーンリスクを管理。
- **循環モデル:** リトレッドやパイロリシス（熱分解）技術への投資により、使用済みタイヤをコストから資産へ転換。

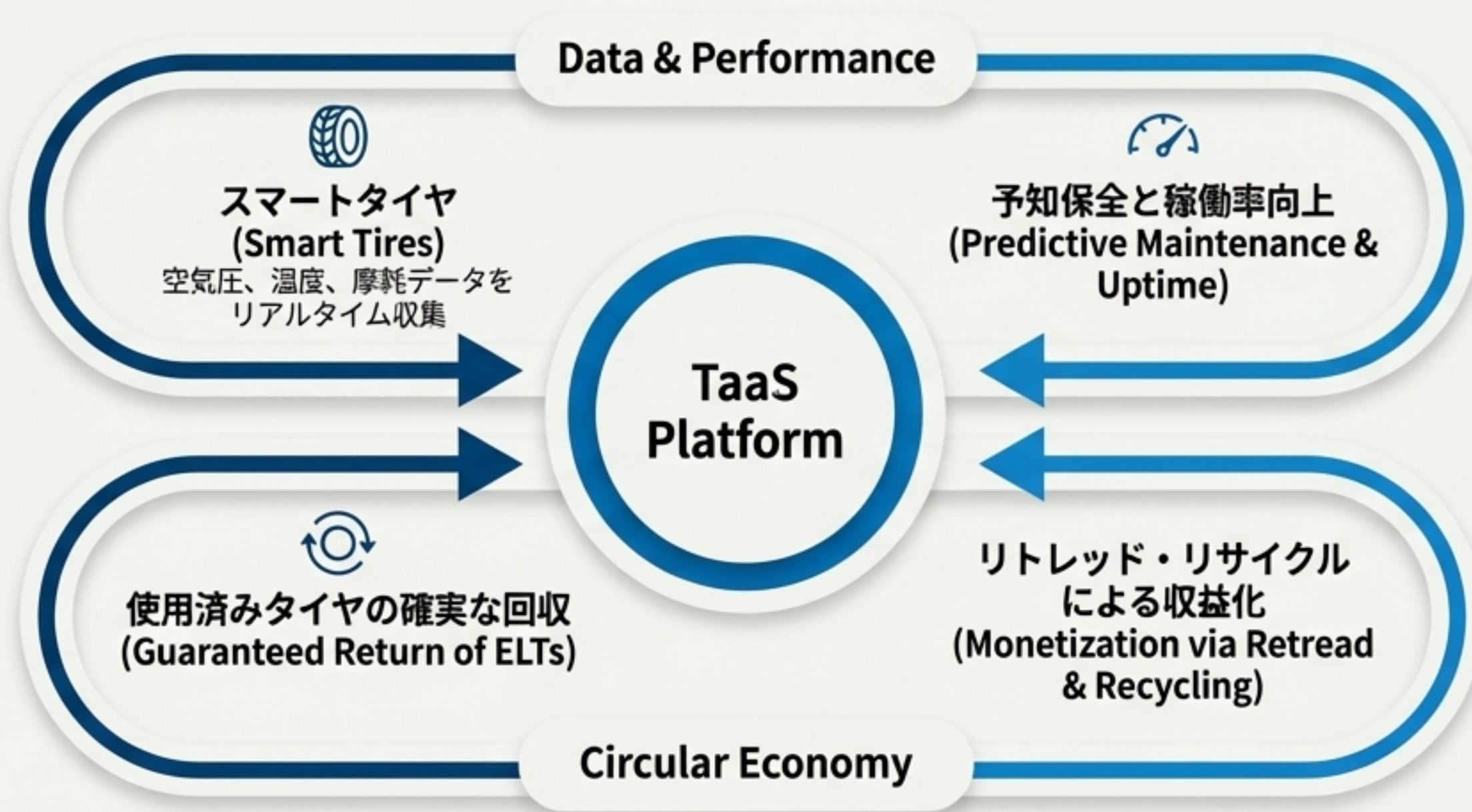
サステナビリティ・スコアカード

	CO2削減目標	持続可能素材目標	主要な素材革新
	 2050年カーボンニュートラル	 2050年100%	 グアユール  再生PETボトル  カーボンブラック
	 2050年カーボンニュートラル	 2050年100%	 グアユール  靱殻シリカ
	 2050年カーボンニュートラル	 2040年100%	 大豆油  靱殻シリカ
	 2050年カーボンニュートラル	 2050年100%	 ダンデライオン  リサイクルカーボン

③ IMPERATIVE 3: TaaSを触媒とし、データとサーキュラーエコノミーを収益化する

TaaSは、単なるサブスクリプションではない。スマートセンサーが生成するデータを活用し、サーキュラーエコノミーをビジネスモデルに統合することで、新たな収益層を構築するエコシステムである。

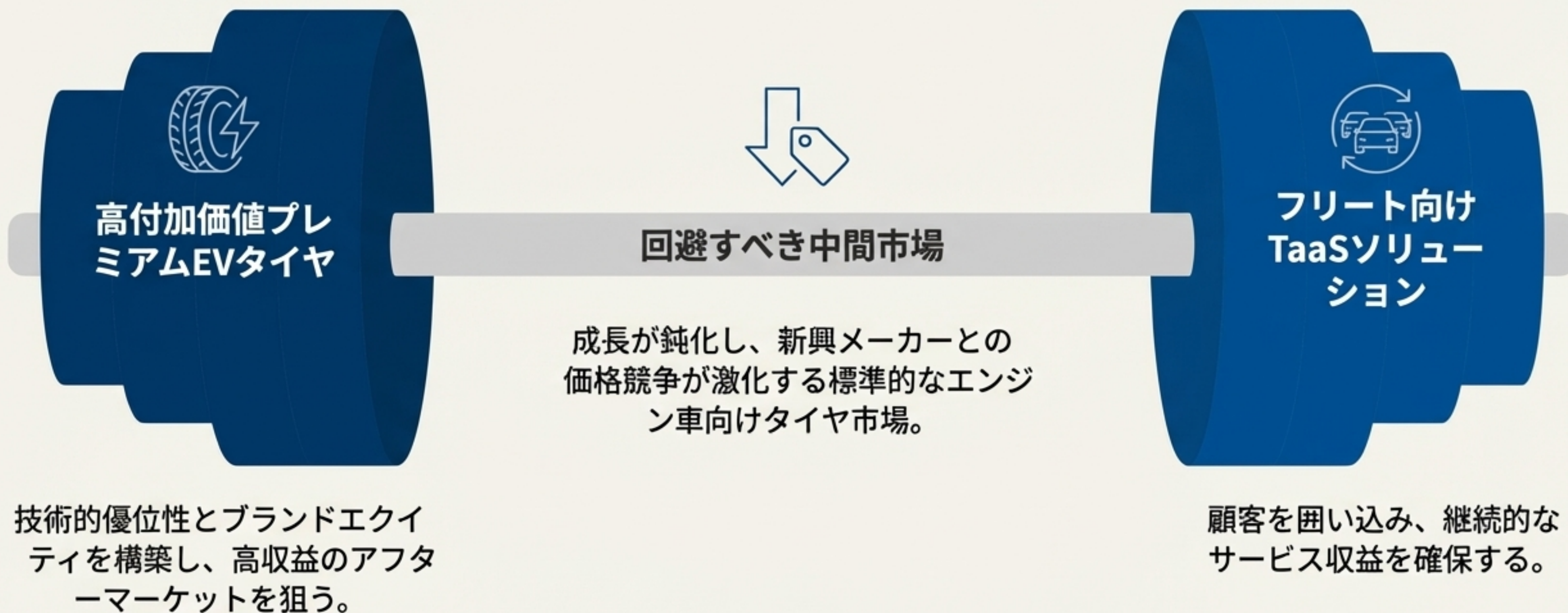
The TaaS Ecosystem



Analogy:

タイヤを「カミソリの本体」とし、データとサービスを「替え刃」として継続的に収益を生み出すモデルへ。

ポートフォリオ戦略：市場の両極に集中する「バーベル・アプローチ」を採用する



戦略実行のための具体的なアクション： 研究開発の優先順位付けと組織変革

R&D投資の優先順位

1

最優先:

Euro 7対応の材料科学タスク
フォースを設置



2

優先2:

TaaSを支えるスマートセンサーと
データプラットフォームを構築



3

優先3:

持続可能素材（グアユール等）の
商業化を加速



ビジネスモデルの変革

提言:

TaaSとモビリティソリューションに特化した、独立事業部門または子会社を設立する

戦略的根拠:

- 従来の製品販売組織の文化やKPIによる阻害を防止。
- データサイエンティスト等の専門人材の獲得。
- 顧客生涯価値（CLV）など、サービス事業に最適化された評価指標を導入。



グローバル戦略を、各地域の特性に合わせて最適化する



アジア太平洋 (Asia-Pacific)

Focus: アフターマーケットでの圧倒的な優位性構築

Rationale: 未整備なインフラが構造的に高いタイヤ交換需要を生み出している。流通・サービス網への投資を最優先。



欧州 (Europe)

Focus: Euro 7への完全準拠と技術的リーダーシップ

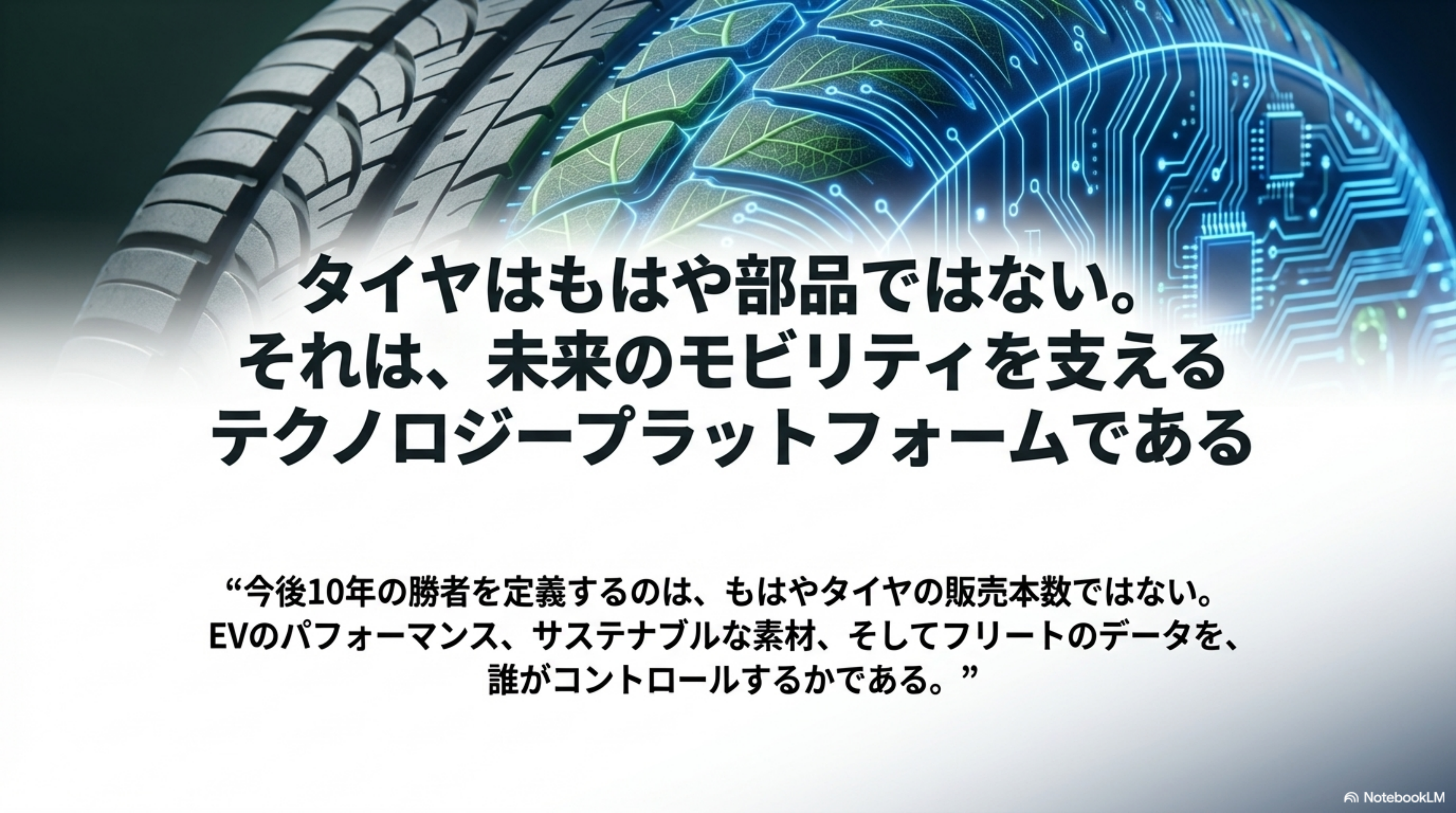
Rationale: 規制が市場参入の前提条件となる。R&Dと製品ポートフォリオの刷新が最重要課題。



北米 (North America)

Focus: TaaSを主力商品として展開

Rationale: 成熟した巨大な商用フリート市場が存在し、顧客はTCO（総所有コスト）に極めて敏感。



タイヤはもはや部品ではない。 それは、未来のモビリティを支える テクノロジープラットフォームである

**“今後10年の勝者を定義するのは、もはやタイヤの販売本数ではない。
EVのパフォーマンス、サステナブルな素材、そしてフリートのデータを、
誰がコントロールするかである。”**