



DUNLOP、新ブランドステートメント「TAKING YOU BEYOND」を策定～コミュニケーションブランドをDUNLOPに統一し、グローバル展開を加速～

2025年12月03日

住友ゴム工業株式会社

DUNLOP（社名：住友ゴム工業（株）、社長：山本悟）は、DUNLOPの新ブランドステートメント「TAKING YOU BEYOND」を策定しました。さらに、コミュニケーションブランドを「DUNLOP」に統一し、グローバル市場でのプレミアムブランドとしての地位確立を目指しブランド価値向上に取り組みます。



当社は今年1月に、欧州・北米・オセアニア地域における四輪タイヤのDUNLOP商標権等を取得しました。3月には長期経営戦略「R.I.S.E. 2035」を発表、今後の経営の中心にDUNLOPブランドを据えることを宣言しました。さらに、12月にはマレーシア、シンガポール、ブルネイにおけるDUNLOP商標の独占使用権をContinental Tyre Malaysiaグループから取得※し、グローバルでのブランド展開を加速しています。

＜ブランドステートメント「TAKING YOU BEYOND」に込めた想い＞

「TAKING YOU BEYOND」には、挑戦するすべての人々の可能性を広げ、その先へ導く存在であり続けるという想いを込めています。今後は「挑戦を支える安心」「期待を超える体験」「限界への挑戦」という3つの提供価値を、すべての商品・サービスで体現し、革新的な体験を通じて世界中の人々にポジティブな感情を生み出すことを追求していきます。

＜TAKING YOU BEYONDで描く、DUNLOPの新たな挑戦＞

DUNLOPは130年以上にわたり、世界初となる技術や商品を生み出し、常に挑戦を続けてきました。その歴史の中で培った革新性と信頼性を礎に、DUNLOPブランドを経営の中心に据え、グローバルで統一されたブランドコミュニケーションを推進します。世界中のメンバーが一つの想いで結束するONE DUNLOPのもと、製品・サービス・広告・店舗などあらゆる顧客接点でブランド体験を強化し、タイヤ、スポーツ、ライフスタイル領域を横断してブランド価値を高めていきます。

さらにブランド価値向上の取り組みとして、プレミアム商品の展開に加え、モータースポーツへの積極的な参入や、テニスやゴルフなどスポーツの持つアクティブなイメージによるブランド好意度の底上げ、高付加価値商品による社会課題解決などを通じて、ブランドの信頼を高めます。また、欧州を起点にブランド発信力を高めるための新たな拠点づくりや、顧客との接点を広げる取り組みを進め、グローバルでの存在感をさらに強化します。

当社は、革新的な技術とサービスを通じて世界中のお客様に新しい体験を提供し続け、プレミアムブランドとしての地位を確立してまいります。

なお、社名は「住友ゴム工業株式会社」からの変更はありません。

※マレーシア、シンガポール、ブルネイにおけるDUNLOP商標の独占使用権を取得(ニュースリリース発行：2025年12月3日)

https://www.srigroup.co.jp/newsrelease/2025/sri/2025_091.html

＜ご参考＞

DUNLOPブランド戦略発表資料：<https://www.srigroup.co.jp/ir/library/financial-report/dvql4p00000qekq7-att/dunlopbrand202512.pdf>

DUNLOPグローバルサイト：<https://www.dunlop.com> （12月4日 00:00公開予定）