



사우디 아라비아의

타이어市場 動向

協會 金 民

概況

사우디 아라비아는 타이어市場이 매우 繁昌한 點에서, 또한 世界的인 타이어 輸出角逐場으로서 関心이 集中된 곳이다. 사우디 아라비아는 오일달러 收入과 急速한 經濟開發로 타이어 메이커들이 輕視할 수 없는 巨大하고 繁昌한 市場으로 되었다. 즉, 同市場은 타이어 輸出國들이 自己들의 內需市場이 萎縮되거나, 原來의 輸出市場을 빼앗기게 되거나, 또는 Bias 타이어 生産을 Radial 타이어 生産으로 轉換시키는데 어떠한 問題까지 야기되는 限이 있더라도 타이어 메이커들이 無視할 수 없는 市場이 되었다.

異例의으로 사우디는 이와같이 큰 市場임에도 不拘하고 國內生産業體가 없으므로 東歐圈 國家를 除外하고는 모든 타이어 生産國들에게 거의 公平하게 市場이 開放되어 있으며 美國, 유럽, 極東地域의 타이어業體들이 角逐을 벌리고 있다.

需要

1975~80年사이에 타이어輸入은 年平均 24% 增加하였는데, 그 主要理由는 自動車保有의 急增에 따른 것이다.

또 다른 輸入增加要因은 타이어市場 畵어를 위한 業者間的 과도한 競爭에도 있다. 또한 사

우디에서는 타이어壽命이 比較的 짧아 需要를 促進하는 것으로 알려져 있다. 이것은 타이어 磨耗가 빠를뿐만 아니라 正常使用中 事故 타이어의 發生率이 높기 때문이다. 惡條件과 亞熱帶地方의 高速走行으로 인하여 發生하는 타이어 솔더部分의 最初破損이 トレ드 세퍼레이션의 原因이 된다는 것은 잘 알려진 問題點이다. 惡條件이란 亂暴한 運轉, 타이어 空氣壓에 대한 關心缺如(및 空氣壓에 대한 無知), 過積載, 휠·액슬·스테어링에 대한 整備不良, 非鋪裝道路走行, 不良한 道路狀態 등을 말한다. 市街地의 道路는 工事中으로 울퉁불퉁하고 쓰레기, 建資材와 자갈 등이 많이 덮여 있다.

한편으로는 車輛壽命도 짧은 傾向이 있는데, 이것은 交換用타이어 需要를 抑制한 確實한 要因이며 래디알 타이어 使用增加 역시 需要에 영향을 미치게 되었다. 最近 타이어 實際 輸入量은 推定하기가 매우 어려운데, 사우디의 輸出入 統計는 貧弱하고 矛盾點이 많으며 國內 市場에 대한 統計마저 거의 없다. 그러나 各處로부터 얻은 斷片的인 資料를 綜合하면 어느 程度 신빙

사우디의 自動車保有臺數

〈表 1〉

(單位 : 1,000臺)

1975	225	1979	825
1976	350	1980	850
1977	550	1981	925
1978	725		

資料: EIU(英, Economist Intelligence Unit 社)推定

車種別 타이어 輸入現況 (1975~80)

(表 2)

(單位 : 1,000本)

	1975	1976	1977	1978	1979	1980	年平均增加率 (%)
乘 用 車 用	526	568	686	611	1,110	1,403	22
래 디 알	53	85	192	256	466	631	64
바이어스	473	483	494	355	644	772	10
輕 트 렉 用	314	324	956	683	1,023	1,291	33
래 디 알	3	3	6	9	18	24	52
바이어스	311	321	950	674	1,005	1,267	32
트 렉·버 스 用	293	322	327	330	513	627	16
래 디 알	23	22	59	86	144	194	53
바이어스	270	300	268	244	369	433	10
建 設·OTR 用	31	43	36	44	52	70	18
産 業·農 耕 用	11	13	20	17	27	34	24
計	1,175	1,270	2,025	1,685	2,725	3,425	24

資料 : EIU 推定

車種別 타이어 需要 展望 (1981~85)

(表 3)

(單位 : 1,000本)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	年平均增加率 (%)
乘 用 車 用	1,300	1,410	1,559	1,742	1,959	2,228	11
래 디 알	585	790	1,013	1,254	1,528	1,827	26
바이어스	715	620	546	488	431	401	-11
輕 트 렉 用	1,174	1,237	1,366	1,356	1,413	1,500	5
래 디 알	23	62	137	380	594	810	104
바이어스	1,151	1,175	1,230	976	820	690	-10
트 렉·버 스 用	652	660	699	770	851	948	8
래 디 알	202	284	377	470	570	673	27
바이어스	450	376	321	300	281	275	-9
建 設·OTR 用	70	84	87	89	90	91	5
産 業·農 耕 用	32	34	37	40	43	48	8
計	3,228	3,425	3,748	3,997	4,356	4,815	8

資料 : EIU 推定

성 있는 推定 數字를 만들 수 있다(表 2).

輸入은 市況에 따라 해마다 變動이 심한데, 市場이 急成長하고 있고 數 많은 輸入商들의 在庫管理基準이 차이가 심하기 때문에 需要를 豫測하기란 어려운 일이다.

1980~81年의 在庫는 매우 많은 것으로 알려지고 있다. 表 2에 의하면 輕트럭用 타이어(픽업트럭은 사우디에서 個人運送手段으로 매우 普遍化되어 있다)와 建設車輛用 및 OTR 타이어

가 높은 比重을 차지하고 있는 것도 특이한 일이다. 래디알타이어는 乘用車用 및 트럭用타이어市場을 휩쓸기 시작했으나 輕트럭用타이어市場에는 아직 큰 影響을 미치지 못하고 있다. 그럼에도 不拘하고 1980年까지 바이어스타이어는 계속 증가하였다.

타이어市場은 다음과 같은 두가지 理由로 急速히 계속 成長할 것으로 보이는데, 첫째는 車輛保有臺數의 增加(앞으로 年平均 12%예상)이

고, 둘째는 車輛壽命의 延長으로 交換用 타이어 需要가 늘어날 것이기 때문이다. 한편 타이어 市場 成長勢를 緩慢하게 하는 要因은 스틸레디알 타이어의 使用增加와 車輛運轉 및 타이어 整備水準이 改善된 點 등이다. 또 非鋪裝道路上의 運行이 이제는 매우 줄어들고(道路網이 完成되었기 때문) 都市의 道路狀態가 良好해졌기 때문이다. 그러나 道路狀態가 良好하면 高速走行을 하게 되므로 高溫에서 타이어가 無理가 간다는 反對 意見도 있다.

表 3은 1981~85年間的 市場을 展望한 것인데, 乘用車用이나 트럭用과 마찬가지로 輕트럭用도 래디알 타이어가 많이 使用될 것으로 나타났다. 한편 바이어스 타이어 使用은 減少될 것이며 消費者들은 픽업이나 쥘차를 乘用車로 바꿈으로써 輕트럭 타이어는 乘用車用 타이어보다 增加勢가 鈍化될 것으로 보인다. 또한 建設 車輛用 타이어는 사우디의 建設붐이 끝나가게 되므로 需要는 緩慢해질 것으로 豫測된다.

供給

世界有數의 타이어메이커와 그들의 사우디아라비아내 에이전트들은 1970年代에 타이어工場을 짓기로 考慮했으나 그들의 意圖는 아무런 結果도 얻지 못했다. Industrial Studies and Development Center가 發行한 연구계획서에서는 年産 20萬本の 몇個規格의 生産能力을 가진 작은 工場建設을 계획하여 技術的인 可能性은 있었지만 關稅의 保護없이는 利益을 낼 수 없는 것이었다. 政府側은 外産과의 경쟁 때문에 國內 메이커가 政策保護를 받더라도 市場의 80%를 充足시키지 못한다면 一般的으로 關稅保護를 反對하는 立場이다. 타이어 메이커들도 同 研究書의 結論에 同意하고 흥미를 상실하였다.

最近 콰타르에 있는 Gulf 産業協力機構(GOIC)는 카본블랙과 타이어를 生産하기 위하여 걸프 國家間的 合作事業을 推進하였으나 位置選定에 대한 意見對立과 各國間的 保護貿易調停에 失敗함으로써 이 計劃 역시 霧散되었다.

1977年頃 年産 1萬~2.5萬本の 公稱 能力을

가진 4個의 트럭·버스用 再生 타이어 工場이 稼動하였으나 實際能力은 그 1/2 水準이었다. 그들은 稼動 첫해에 모두 赤字를 보았고 破産申請을 하는가 하면 現在는 利益을 보는 業體도 있다. 或者는 이들 破産申請에 대하여 疑心을 갖겠지만 사우디 産業開發基金(SIDF)은 再生 타이어産業의 收益性을 不確實한 것으로 보고 施設擴張資金支援을 하지 않고 있다. 이와는 對照的으로 輸入部門은 業者들이 1980~81年의 在庫過多로 熾烈한 價格引下競爭을 하기 前까지는 收益性이 매우 좋았다. 輸入商들은 CIF 輸入價格에 平均 30~35%의 利潤을 붙인 것으로 믿어지고 있다. 大宗規格에 대한 마아진은 낮은 反面 特殊規格의 마아진은 매우 높다.

全般的으로 마아진幅이 크기 때문에 사우디와 같이 비싼 나라에서의 人件費를 克服하고도 많은 利益을 남긴다. 이것은 쿠웨이트나 다른 Gulf 國家로부터의 輸入이 기존 사우디의 輸入商들을 undercut 하는 것을 보더라도 알 수 있다. 大部分의 輸入商들은 이와같은 제3國經由 輸入에 대하여 심하게 反對하고 있다. 제3國經由 輸入은 사우디내 正式代理店 販賣 브랜드가 아닌 것까지 包含하여 사우디 總販賣의 10%를

國家別 타이어 輸入 比重

(表 4) (單位: %)

國 別	年 度	1975		1980	
		金額	物量	金額	物量
日 本		65	68	45	50
韓 國		8	12	15	18
美 國		7	8	10	14
프 랑 스		5	2	12	4
西 獨		1	1	3	2
英 國		2	1	1	1
이 태 리		2	2	2	2
네 덜 란 드		1	1	0	0
벨기에·룩셈부르크		1	1	1	1
스 페 인		7	3	4	2
브 라 질		0	0	2	2
其 他		1	1	4	4
計		100	100	100	100

資料: EIU 推定

占하는 것으로 推定된다. 正式代理店 브랜드는 5% 정도 차지한다. 그러나 어떤 地域에서는 特定規格의 경우 15~25%를 上廻하기도 한다.

사우디에 타이어를 輸出하는 主要國家로서는 日本, 韓國, 美國, 프랑스 등이다. 日本의 쉐어는 점점 줄어드는데 이는 주로 餘他國家들의 輸出競争에 基因한 것이다. 1979年 美貨의 低落으로 美國의 타이어 輸出業者는 그들의 地位를 다시 確保하였다.

日本의 輸出業體中 Bridgestone 이 廣範한 地域에 걸쳐 品質上의 名聲을 오래 전부터 얻고 있는데 사우디의 巨商 Abdullah Said Bugshan and Bros 가 全地域을 管理하고 있다. 그러나 그들의 市場 쉐어는 점점 적어지고 있다. 타이어 專門商인 Saied Mohamed Elamoudi 가 代理店으로 있는 Toyo 는 特히 래디알 타이어部門에서 莫強하다. Sumitomo 의 쉐어는 增加하였는데 同社는 사우디 西部地域을 Babkair 에게 맡기고 中東部地域은 Al Gosaibi Trading Co. 가 맡고 있다. Al Gosaibi 는 Dammam 에 Zahrani 社, Riyadh 에 Al Bar 社를 두고 있다.

Sumitomo 역시 大部分의 타이어를 Dunlop 에게 주고 있는데, Dunlop 은 食品商으로 有名한 Binzagr Co. 에게 代理店을 주어 躉차用 타이어를 많이 取扱하고 있다. Riken 은 最近 乘用車 및 輕트럭용 타이어의 競争業體로 浮上하였다. Yokohama 는 有名한 自動車 輸入商인 Al Jomaih 를 代理店으로 두고 市場 쉐어를 維持하고 있으나 Nitto 와 Ohtsu 는 쇠퇴하여 지금은 比較的 小型타이어 오퍼를 내고 있다. 그러나 Nitto 는 아직도 “Bedu” 트럭 오퍼너 드라이버에게는 1200-24 타이어 供給者로서 名聲을 떨치고 있다. Bridgestone 타이어는 다른 日本製品에 比하여 약간 價格이 높는데 Toyo, Nitto, Yokohama 보다는 5%, Sumitomo, Dunlop, Ohtsu 보다는 10%, Riken 보다는 20%나 비싼 것으로 알려지고 있다.

유럽 製品으로 유명한 것 중 하나는 Michelin 타이어이다. 同社는 사우디에서 가장 큰 企業體이자 Daimler-Benz 와 合作하여 國內 唯一의 트럭組立工場을 가지고 있는 A. E. Juffali &

Bros 에게 代理店을 주고 있다. 이것은 Michelin 이 1200R24 타이어 販賣에 頭角을 나타내는 背景을 說明하는 것이지만 그러나 그것 뿐만도 아니다. Michelin 타이어 價格은 보편적으로 同級 日本産 타이어보다도 10~20% 높았다. 그러나 營利에 밝은 “Bedu” 트럭 運轉士 대부분은 Michelin 타이어를 좋아했다.

Michelin 의 市場 쉐어는 그 價格이 日本製보다 30~40% 비싸진 1980年에 쇠퇴했으나 1981年 5月 以後 正常價格水準으로 回復되었다.

Michelin 의 成功은 品質에 대한 名聲과 有能한 販賣組織과 聯關되는 것 같다. 물론 Michelin 은 래디알 타이어만 오퍼하는데 “Bedu” 운전사나 다른 需要者들은 알바퀴에 래디알을 끼는 것을 좋아한다. 래디알 타이어는 덤프트럭에는 不適合한 것으로 알려지고 있다. Michelin 은 덤프트럭에 맞는 특수 모델을 발표했는데 알바퀴용 타이어를 紹介한 것으로 알려지고 있다 (Yokohama 의 使用경험에 의하면 前輪用 특수 타이어는 緩衝作用이 많은 것으로 보인다), Michelin 타이어는 벤츠나 기타 유럽産 乘用車에 사용되었으나 價格上의 問題가 있는 것 같다. 其他 西歐브랜드는 數量이 적은 것으로 알려지고 있는데 Pirelli 는 1970年代 中반에 다소 成功하였으며 Avon & Bercat Zahid Tractor 에게 供給하고 있다. 東歐 브랜드는 거의 微微하다.

美國製는 價格이 매우 비싼 것으로 알려지고 있는데 價格競争力이 있는 二流 브랜드가 많으며 어떤 規格은 多國籍製品까지도 競争력이 있다. Goodyear 는 東部地域에서 特히 높은 市場 쉐어를 가지고 品質의 名聲과 영향력을 行使함으로써 最強의 供給業體로 登場하였는데 東部地域은 사우디 屈指의 企業인 Al Qahtani Maritime 이 代理店을 하고, 西部地域은 Haji Hussein Alireza 가 한다. Zahid Tractor and Heavy Machinery Co Ltd. 는 Uniroyal 이 유럽의 子會社를 Continental 에 매각한 以來 Uniroyal 과의 去來에 흥미를 잃고 最近 西部地域에서 Goodyear 의 高速道路用 타이어 代理店을 하고 있다. 中部地域에는 別途의 에이전트가 없으나 Al Qahtani, Zahid 와 Alireza 모두 販賣

경쟁을 하고 있으며 獨占販賣權을 따내려고 다
투고 있다. 사우디市場에서 Firestone 과 BF
Goodrich 는 매우 약하며 Uniroyal 은 市場을
拋棄하였고 General 타이어는 Dunlop 에이전트
인 Binzagr 에 依하여 販賣活動을 하고 있으며
Armstrong, Kelly Springfield 와 Remington
등의 其他 브랜드는 간혹 눈에 띈다.

市場 한편에는 韓國産 타이어가 日本 製品보
다 거의 30% 程度 낮은 價格水準으로 잘 팔리고
있다. 特別한 家族協助體制를 가진 韓國業體들
의 에이전트는 強力한 競爭者들로서 韓國業體
들은 각 에이전트가 수시로 다른 에이전트에게
價格을 낮추어 줄 수 있도록 하고 있다. 三陽,
韓國, 元豊, 東信 4 個社는 서로 聯關關係를 갖
는 에이전트들에게 여러개의 브랜드를 供給하
고 있다. 그러나 이들 에이전트들은 서로가 오
퍼를 하고 있으나 價格差異는 거의 없다. 市場
占有率에 있어서는 三陽이 韓國의 두배 정도 되
는 것으로 믿어지며 보다 늦게 進出한 東信과
元豊은 別로 크지 않다.

원래 타이어市場은 젯다, 담맘, 리아드 地方
의 "Sougs"에 集中해 있는데 이곳에는 輸入商

과 서로 사고파는 딜러들이 陣을 치고 있으며
그 밖의 地域에는 都小賣商들이 "Showroom"
을 벌려놓고 있다. 傳統의인 타이어 商人들은
個人的인 밀접한 親分關係(많은 商人들이 營業
關係못지 않게 家族關係에 있다)를 기반으로 외
상이나 現金去來를 하고 있다. 마아진 幅은 2
~ 3% (都賣商이 惡性在庫를 처리하거나 コミ
션 에이전트 노릇을 할 경우)로부터 10~15%
에 이르고 있다.

그러나 이들 "Sougs"는 현재 變化되는 傾向
이 있는데 "Sougs"에서 肥大하게 成長한 主要
輸入商들은 都市의 여러군데에 現代式 事務室
과 倉庫를 짓고 있다. 젯다, 리아드, 담맘은 都
市規模가 커져서 消費者들이 타이어를 사러
Sougs 까지 가기가 不便해지므로 小賣商들이
여러 곳에 생기게 되었다. Al Qahtani (Good-
year)는 담맘의 Al Khobar 路에 小賣 서비스
스테이션을 열어 상당한 利益을 보고 있다. 가
장 重要한 市場의 變化는 直接 세일의 增加傾
向이다. 大量需要者가 많아지고 있으며 그들은
타이어를 購入하기 위해 구매담당자를 Sougs
에 보내지 않고 代身 販賣商들이 세일즈맨을 보
내서 相談을 하도록 願하고 또한 現金決済보다
는 月別清算을 願하게 되었다.

이와같은 方法으로 大量需要者들을 커버하고
있는 輸入商들로는 Juffali(Michelin), El Amondi
(Toyo), Binzagr (Dunlop)가 있고 기타 業體들
로는 東部地域에서 Al Qahtani (Goodyear), Al
Jomaih (Yokohama), 젯다에서는 Bugshan (B-
ridgestone)이 있다. Zahid, Sulaiman 그룹(S-
audi Tyre Co, Arabian Tyre Co and Saudi
Arabian Bandag)과 一部 작은 會社들은 主要
사이즈의 타이어는 輸入하고 나머지 規格은 國
 내에서 一括購入하여 그들의 顧客에게 供給하
고 있다.

急變하는 與件을 克服하려는 代理店들의 能力
에 따라 많은 供給業體들이 사우디市場에 強
한 關心을 갖고 있기 때문에 앞으로 數年間 사우디
市場에서 타이어 供給構造는 더욱 變化될 것으
로 예상된다.

(Rubber Trends, No.93 : March 1982)

브랜드別 타이어 輸入 比重

(表 5) (單位: %)

	1975		1980	
	金額	物量	金額	物量
Bridgestone	24	27	10	12
Yokohama	8	9	6	9
Toyo	8	7	9	9
Sumitomo	4	4	6	7
Nitto	16	16	6	4
Ohtsu	5	5	2	2
Riken	-	-	3	2
Michelin	12	5	18	7
Dunlop	3	3	8	12
Goodyear	3	2	6	5
Firestone	5	4	1	1
Korean brands	8	12	15	18
Others	4	6	10	12
計	100	100	100	100

資料: EIU.