



# 스웨덴 및 핀란드 타이어 市場展望

KOTRA 商品調査部

## 스웨덴 타이어 市場

### 1. 타이어 産業의 斜陽化

#### (1) 賃金 및 公害問題로 萎縮加重

스웨덴은 71年度까지만 해도 9개의 타이어·튜브 製造工場이 稼動되어 왔으나 타이어 産業이 公害産業인 데다가 賃金水準이 높아 점차 斜陽化되어 80年度에는 4개社로 감소되었다.

82年 現在로서는 Dislaved AB社와 美國系 Firestone-Viskafors AB社가 81年 초에 설립한 子會社인 Boras Gummifabrik AB의 2개業體가 生産을 겨우 지속하고 있는 실정이다.

타이어産業의 종업원수도 71年度에는 事務職과 技術職을 합해서 4,162명에 달했으나 그후 계속 減少趨勢를 지속, 76年度에는 3,420명으로 감소했으며 82년에 들어와서는 훨씬 減少한 것으로 추계된다.

同産業의 賣出額(工場渡 기준)은 物價上昇에 힘입어 每年 약간씩 증가하고 있으나 80年度 이후 製造業體의 감소로 이같은 樣相은 반전될 것으로 보인다.

이와같이 타이어 生産業體들이 속속 稼動을 중단하고 있는 것은 同産業이 막대한 公害를 발생할 뿐 아니라 産業自體의 作業조건이나 技術者들도 轉職이 심하고 한편으로는 東南亞, 東歐 등 값싸고 우수한 製品들이 市場을 석권해

가고 있어 採算을 맞추기 어렵기 때문이다.

#### (2) 需要安定에 輸入比重的 增加

新規 타이어의 需要는 自動車 수요추이 및 耐久性 타이어의 등장 등 直接的인 要因과 일반 經濟動向 등 間接的인 要因이 복합적으로 작용하여 每年 약간씩 기복을 보이고 있다. 최근 數年間的 추이를 보면 77年度에 타이어 需要가 거의 모든 종류를 불문하고 피크에 달했으나 78年말까지 다시 減少하다가 79年度에는 乘用車用 타이어를 중심으로 점차 增加하고 있다.

消費者選好 動向을 보면 이곳 消費者들은 高級製品이며, 輸入品인 프랑스의 Michelin社 製品 등을 최고로 選好하고 있으며, 其他 自國製品 및 東歐製品도 상당량 사용하고 있다. 우리나라 製品은 현재 상당량 供給되고 있지만 아직 供給經驗이 오래되지 않아 消費者들이 매우 조심스런 反應을 보이고 있다.

한편 向後의 需要展望을 보면, 첫째 이 나라 自動車 登録臺수가 약 400만臺에 달하고 있고 自動車 登録臺수에 대한 臺當 타이어 年間消費率이 스웨덴 市場에서는 1.6本을 나타내고 있으며, 둘째 品質이 꾸준히 改善되고 있어 타이어의 壽命이 길어지고 있고, 세계 再生타이어의 공급 등을 감안해 볼 때 이곳 市場의 타이어 年間 需要增加率は 약 3%가 될 것으로 專門家

들은 展望하고 있다.

## 2. 타이어의 輸出入 動向

타이어의 종류별 輸出入動向을 보면 數量面에서 역시 乘用車의 Radial 타이어 輸入이 가장 많아 輸入타이어의 大宗을 이루고 있다. 輸入은 輸出을 每年 증가하고 있어 스웨덴은 타이어의 경우 기본적으로 輸入國이 된지 이미 오래다. 金額面으로도 輸入이 輸出을 훨씬 증가하고 있다.

輸入大宗品인 타이어의 주요 輸入對象國은 西獨, 英國, 프랑스, 벨지움, 네덜란드, 노르웨이, 핀란드 등 유럽諸國으로부터 주로 輸入하고 있으며 東歐諸國으로부터의 輸入도 꾸준히 증가하고 있다. 東歐圈은 우리나라와 強力한 競爭對象國이 되고 있다.

튜브類에 있어서는 自由中國이 우리나라의 약 2 배를 輸出하고 있으며, 최근에는 브라질, 말레이시아 등도 이곳 市場에 진출하기 시작하였다. 共產圈 중에서는 中共의 튜브가 이곳에 침투하고 있어 向後 강력한 경쟁대상국이 될 수 있을 것으로 보인다. 스웨덴의 輸入需要는 每年 증가하고 있어 向後에도 輸入需要는 계속 증가할 것으로 보인다.

스웨덴 타이어 市場에서 현재 우리나라 製品과 가장 競爭이 많이 되고 있는 브랜드는 헝가리의 Taurus, Barum, 유고의 Sava, 東獨의 Pneumant, 노르웨이의 Viking, 스웨덴의 Tr-ellborg 등인데, 특히 헝가리의 Taurus, Barum, 유고의 Sava 등은 우리나라 製品보다 價格이 약 10% 싸게 팔리고 있다.

### 우리나라의 輸出展望

우리나라의 對스웨덴 타이어 輸出은 이제 야호로 本國에도 進入한 단계이므로 계속 輸出 增大를 위해서는 다음 몇가지 事項이 우선적으로 해결되어야 할 필수조건이라고 본다.

#### ① 品質의 高級化

이곳 市場에 있어서 타이어의 品質에 관한 評價는 乘用車用 타이어의 경우 최소한 2年정도

는 사용해 보아야 하며, 트럭用 타이어의 경우는 4만km를 달려보아야 한다고 이곳 바이어들은 말하고 있다.

한편 스웨덴 타이어 市場은 中東市場과는 다른 品質市場이라는 점을 잘 감안하여 市場競爭에 신중을 기해야 할 것이다.

#### ② Spec의 多樣化

스노우타이어, 産業用타이어 등 種類와 스펙의 多樣化를 기하여 바이어의 어떠한 注文에도 응할 수 있어야 한다.

#### ③ 마케팅 活動의 強化

스웨덴 市場은 高級品質市場인 만큼 타이어를 船積하는데는 상당히 신경을 써야 할 것이다. 예를들면 타이어가 船積되기 전 屋內倉庫에 보관되지 않고 野積되기 때문에 이곳에 輸送된 타이어를 보면 먼지가 쌓였거나 비에 젖었거나 寒冷한 地方을 거쳐오는 바람에 뽁뽁 얼어붙은 타이어 등을 볼 수 있어 輸入業者나 바이어가 볼 때 경악을 금치 못하는 경우가 허다하다고 한다.

또한 商品宣傳도 거의 황무지나 다름없는데, 宣傳活動도 강화해 나가야 할 것이다. 宣傳은 물론 전체적인 輸入規制를 誘發할지도 모르는 자극적인 선전은 삼가해야 할 것이지만 브랜드 이미지를 強化하고 消費者의 구매 결정에 指針이 될 수 있는 商品情報를 전달하는 포스타, 리프렛 등이나 顧客에게 好感을 줄 수 있는 土產品 등이 필요하다.

#### ④ 價格上昇率의 最大限 抑制

이곳 市場의 主要製品 年間上昇率을 보면 最高級品인 Michelin이 年間 7% 내외, Firestone이 7% 내외로 이 나라 消費者 物價水準을 약간 밑돌고 있어 需要가 安定되어 있다.

그러나 우리나라의 경우도 價格이 점차적으로 上昇하고 있어 이 또한 여타 競爭國에 비해 커다란 弱點이 될 수 있으며, 언젠지 需要者를 잃을 念慮가 있다. 따라서 價格上昇率을 최대한으로 줄인다는 것이 輸出伸張에 關鍵이 될 것으로 보인다.

☆ ☆ ☆

핀란드 타이어 시장

1. 國內需要의 過半數는 輸入타이어

핀란드의 타이어 年間去來額은 타이어의 수선 유지 및 關聯部品 교체 등의 諸費用을 포함하여 1억 8천만 달러 정도이다. 현재 타이어市場은 國內品과 輸入品이 각각 4:6의 比率로 되고 있는데, 81年度 타이어 輸入總額은 F.Mk. 2억 9,100 만이었다.

이 중 主要供給國을 金額의 크기 순으로 보면 英國 F.Mk. 8,400 만, 프랑스 F.Mk. 4,400 만, 스웨덴 F.Mk. 3,900 만 등의 유럽 諸國들과 低級品인 반면 價格이 월등히 低價인 東歐圈으로 大別되며, 현재 市販되고 있는 外國產 브랜드는 약 20여종에 이르고 있다.

國內의 유일한 타이어 專門生産業體인 Nokia 브랜드를 위협하고 있는 外國產 브랜드는 전체 市場세어의 25%를 점하고 있는 Michelin 과 13%의 Goodyear, 10%의 Bridgestone 등이다.

한편 우리나라의 對핀란드 輸出實績은 F.Mk. 10만에 불과하며, 이 數值도 모터사이클 또는 自轉車用 타이어에 대한 것이고, 사실상 産業用 타이어를 포함한 乘用車用 타이어의 輸出實績은 全無한 실정이다.

車種別 타이어의 市場 競爭關係를 살펴보면 乘用車用타이어(여름 및 겨울)의 경우 國內產 Nokia 가 전체수요의 40%를 점하고 있고 Michelin 이 20%, 그리고 其他의 브랜드가 10% 미만의 市場을 갖고 있다.

트럭 등 産業用 타이어에 있어서는 輸入品 Michelin 이 國內產 Nokia 를 앞지르고 있고, Goodyear, Bridgestone 및 東歐產 순으로 되어 있다. 또한 乘用車用 타이어에 있어서는 東獨의 Pneumant 및 체코의 Borum 등 東歐產이 國內產 Nokia 에 비해 약 25~40% 정도 低價이나 耐久性 및 安全性 등의 品質面에서는 크게 떨어져 있기 때문에 이곳 消費者들로부터 점차 외면을 당하고 있다. 特記할 사항은 Cross Ply型 타

이어는 거의 없고, 대부분이 Radial타이어라는 점이다.

핀란드 政府의 타이어에 대한 별도 輸入規制는 없고, 東歐를 포함한 EC 國家에 비하여 제 3 國으로부터의 타이어 輸入에 高率의 差等 關稅를 적용하고 있다.

前者의 그룹 國家에 대해서는 핀란드와의 協

핀란드의 國別 타이어 輸入實績

(單位: F.Mk. 백만)

國 別	1981	82.1~9
△ 4011(타이어)		
英 國	84.5	60.2
프 랑 스	43.9	32.5
스 웨 덴	38.9	27.3
日 本	23.2	14.4
체 코	11.9	5.0
헝 가 리	5.3	3.3
東 獨	2.6	1.7
韓 國	0.1	0.1
合 計	291.5	215.4
△ 4011.331(Passenger cars, Radial, Summer tyre)		
英 國	18.9	16.9
스 웨 덴	10.0	6.9
西 獨	7.9	7.8
프 랑 스	6.4	7.7
폴 란 드	2.7	2.3
체 코	2.3	1.7
東 獨	1.4	0.5
合 計	59.7	57.0
△ 4011.343(Radial tyres for trucks, Buses)		
英 國	37.8	21.8
日 本	13.3	7.8
프 랑 스	12.8	8.5
헝 가 리	2.6	0.3
체 코	2.6	0.1
合 計	81.8	51.0

에 따라 83年度 부터는 현재의 關稅率에서 일률적으로 5%로 下向 調整되며, 85年度에는 이것마저 完全撤廢되기 때문에 우리나라產 타이어의 對핀란드 進出의 가장 큰 장애요인으로 作用하고 있다.

## 2. 市場開拓 및 弘報活動

그러나 日本產은 우리나라와 같은 關稅上의 條件임에도 불구하고 계속 進出하고 있는 만큼 우리나라產의 對핀란드 市場進出을 위해서는

첫째, 中級品市場 開發이 급선무인데, 핀란드는 西歐產 및 國內產의 高級品과 東歐產의 下級品으로 양분되어 있고 中級品 타이어 市場이 形成되어 있지 않은 것이 특징이다.

西歐產은 國內產 Nokia와 品質 및 價格面에서 심한 競爭關係에 있고, 이들 製品은 既存市場의 확보 내지는 확장을 위해서 品質의 高級化(特殊 타이어의 開發을 포함하여)는 물론 經營 合理化를 통한 경쟁가격 유지에 노력하고 있으므로 이들 西歐產製品 市場의 췌어 잠식은 現實적으로 어려운 立場에 있다고 볼 수 있다.

한편 東歐產은 이들 西歐產에 비해 약 25~40% 정도 價格이 低廉하기는 하나 品質이 극히 떨어지고 있어서 安全과 耐久性을 중요시 하고 있는 이곳 需要者에게 점차 외면을 당하고 있는 傾向에 있고, 최근 東歐輸出國들이 종전 輸出價格보다 10~65%까지 價格을 인상하고 있을 뿐만 아니라 濟通貨를 주로 美달러로 요구하고 있어, 東歐產 타이어의 市場 췌어가 急激히 감소한 바 있다.

이러한 市場構造 및 추세에서 볼 때 우리나라는 品質 및 價格面에서 西歐產과 東歐產의 中間水準을 유지할 수 있는 마케팅 戰略으로 진출을 시도한다면 差等輸入關稅에도 불구하고 對핀란드 타이어 市場 開拓이 가능하다고 볼 수 있다.

둘째, 우리나라產 타이어의 弘報活動을 강화시키기 위해 핀란드 國內의 타이어 專門誌인 「Teknikan Maailma」 등에 夏季와 冬季로 구분하여 최소한 2회 이상의 廣告, 宣傳이 필요하며, 우리나라產 타이어 取扱 專門 에이전트를 물색하고 이들을 통한 弘報活動이 極히 有利할 것으로 보인다.

(KOTRA 海外市場 1983. 1. 13)

☆

☆

☆

〈p. 22의 계속〉 .....

주로 잘 나타나는 特性은 Hysteresis 特性이고 또 고무의 硬度도 路面의 凹凸에 대한 順應性에서는 有利하다. 단, 速度가 빠르게 되면 너무 柔軟한 고무는 水膜을 形成하기 쉬울 뿐 아니라 또 패턴의 edge 效果가 減少되어 도리

어 摩擦係數가 低下되는 傾向이 있으므로 使用條件을 감안하여 고무 選定을 하는 것이 바람직하다.

以上 說明한 바와 같이 濕한 路面上에서의 驅動·制動에 대해서는 摩擦係數가 低下되는 여러가지의 要因이 있으므로 Radial 타이어와 같은 보다 餘裕있는 타이어를 使用하고 또한 트레드 홈 깊이에 留意하는 한편, 특히 基本的인 運轉에 細心한 注意가 要望되는 것이다. 또 이 問題에 대한 路面狀態의 影響도 매우 크다. 最近에는 道路工學이 進歩됨에 따라 이 問題가 많이 發展하게 된 것은 交通安全上 대단히 기쁜 일이라 아니할 수 없다. (다음號에 계속)

〈表 3〉 고무質과 摩擦係數의 一例

고 무 質	Resilience	硬 度	Wet 摩擦係數比
BR	62	62	100
NR/BR	46	57	110
SBR/BR	33	55	114
SBR	34	52	119
IIR	9	40	138