

國內外 뉴스

▲ BS가 Firestone의 타이어 部門을 買收 - 合作會社設立, 經營權 75%를 取得 -

Bridgestone은 2月17日, 美國의 제 2 타이어 메이커인 Firestone Tire and Rubber社(本社: 시카고)와 全世界의 Firestone 타이어 事業部門을 分離獨立시킨 新會社를 合作設立하기로 原則적인 合意를 보았다고 發表하였다. 新會社는 Bridgestone이 資本金의 75%를 出資하여, 實質적으로는 Firestone의 타이어 事業을 거의 Bridgestone이 取得함으로써 同社의 海外事業을 比약적으로 進展시키게 되었다.

現段階에서 구상하고 있는 合作會社의 內容은, 새로 設立하는 新會社(The Firestone Tire Company<假稱>)의 本社를 美國 Ohio州 Akron市에 두기로 하고, Firestone의 全世界 타이어 事業을 그대로 계속하는 形式으로 타이어의 製造 및 販賣를 하게 된다. 新會社의 資本金은 約 10억 달러이고 出資比率은 Bridgestone이 約 75%, Firestone이 約 25%이다. 當初의 所要資金 15억달러는 Bridgestone이 約 7억5,000萬달러, Firestone이 約 2억5,000萬달러를 出資하고, 나머지 約 5억달러는 借入金으로 充當할 計劃이다. 또한 新會社는 兩社에서 파견하는 任員들이 定하는 方針에 따라 自主적으로 운영되나, 同事業에 대해서는 Firestone의 名稱을 계속 그대로 사용하는 동시에 Firestone 타이어 事業部 經營陣 및 從業員도 그대로 引繼할 것을 前提하고 있다. 단, 販賣網에 있어서는 Bridgestone 브랜드의 販賣도 同販賣網을 活用하며, 앞으로는 Bridgestone 브랜드의 타이어도 生産할 計劃이다.

最終적인 合意는 SEC, STC 등 美國政府機關의 許(認)可를 받을 필요가 있으므로 時間을 더 요 하게 되나, 年內에는 正式合意되어 新會社設立이 가능할 것이라고 한다. Firestone社는 美國에 5個工場, 유럽에 6個工場 등 全世界에 19個

의 타이어 工場을 가지고 있으며, 87年度賣出額은 約 39억달러이고 從業員이 53,000名이나 된다. 總賣出額 中에서는 타이어 部門이 65%를 차지하고 從業員도 約 3萬名이 타이어 部門에 從事하고 있다.

Firestone社는 同社의 事業을 타이어, 自動車用品 小賣 체인, 非타이어 등 3個部門으로 나누고, 同社는 3個子會社의 持株會社가 되는 再編計劃을 밝히고 있는데, 이번 BS와의 合作事業도 이러한 動機의 일환이라고 볼 수 있다. 한편 Bridgestone은 이번 合作事業으로 世界 타이어 市場에서 16~17%의 占有率을 確保하여 Good-year, Michelin 다음가는 “世界 3強”의 地位를 確立하는 동시에 世界戰略面에서 크게 前進하게 되었다. (타이어 新報, 88.2.22)

▲ Michelin은 日本市場에서 어떻게 成功하였는가.

프랑스 Michelin 그룹의 日本子會社(Michelin 그룹의 100% 所有)인 日本 Michelin 타이어社의 社長은 말하기를, Michelin이 日本市場에서 成功하게 된 비결은, “우수한 製品, 忍耐力, 謙遜”이었다고 했다. 또한 日本에서는 Michelin이 많은 것을 배우지 않으면 안되었으나, 充分한 時間을 가지고 熱心히 活動하여 만반의 準備만 갖추게 된다면, 많은 사람들이 생각하고 있는 정도로 그렇게 開拓하기 힘든 市場은 아니라고 하였다.

1986년에 Michelin은 日本에서 300萬個 以上の 乘用車用 타이어를 販賣하였는데, 이것은 86年度 日本의 記錄인 타이어 輸入量의 半以上에 해당된다. 同社의 輸入 타이어의 80% 以上을 占하는 250萬個가 日本車의 新車用 타이어로 日本의 自動車 메이커에 供給된 것으로 보이며, 나머지는 利益率이 높은 交換用 타이어 市場에서 販賣되었다.

Michelin은 日本의 自動車産業에 대한 新車

用 타이어의 供給에서는 Bridgestone, Yokohama 등 日本의 主要 타이어 메이커들과 직접 競爭하지 않으면 안되었으나, 市場占有率이 約 10% (10%는 新車用 타이어에서 占하는 輸入 타이어의 裝着比率)에 달하여 눈부신 成果라고 볼 수 있다.

이러한 業績이 특히 印象的으로 보이게 된 것은 同社가 日本에서는 工場도 없이 純 輸入 타이어로서만 이러한 成果를 올렸다는 點이다. 同社는 日本의 消費者들이 소데이터스를 重視한 高級品, 특히 유럽 製品을 選好하는 傾向이 있다는 點에서 많은 도움을 받게 되었다는 것을 알고 있다. 따라서 同社는 日本의 많은 競爭社들과는 달리 價格과 利益率이 높은 分野에 重點을 둘 수 있게 되었다.

그러나 이것만이 全部는 아니었다. 世界에서 처음으로 Radial 타이어를 生産한 Michelin社는 1964년에 日本에서 가장 큰 三井物産을 통하여 타이어를 販賣하기 시작했다. 그리고 14年후인 1978년에 同社는 日本에 子會社를 設立하였으며, 同年에 日本의 自動車 메이커로부터 처음으로 新車用 타이어의 供給을 受注하였다.

設立된지 10년이 지난 日本의 子會社는 現在 從業員이 約 100名이나 되며, 그 중 5名은 프랑스人이다. 日本 Michelin의 主要事業은 日本의 自動車 메이커에 대한 타이어 供給이나, 日本의 MC 메이커 4社, 大部分의 主要建設 및 農機具 메이커, Tokyo 모노레일 등과도 去來하고 있다.

Michelin이 日本에서 成功한 要因중에서 가장 基本的인 것은 姿勢와 스타일, 즉 同社가 日本市場에서 競爭하는 方法에 있는 것 같다. 日本 Michelin社의 社長은 “當社는 다른 輸入業者와는 다르며, 目標自體가 틀린다. 當社의 라이벌은 日本 메이커이다”라고 說明하고 있다. 구체적으로 말하면 다음과 같다.

日本 Michelin은 日本의 自動車 메이커와의 OEM 供給交渉에서 引渡價格을 提示한다. 이 價格에는 自動車 메이커의 組立工場으로 引渡할 때까지의 모든 費用이 包含되며, 日本의 競爭社들과 마찬가지로 円貨로 表示된다. 그리고 이 價格에는 輸送(陸上 및 海上), 保險, 關稅, 倉庫

保管 등에 關聯된 모든 費用도 包含되어 있다.

同社는 全國의인 倉庫保管能力을 가지고 있어, 日本의 交換用 타이어 事業에서 需要增加에 따른 對備를 하고 있는 한편, 日本自動車産業의 「Just in time」方式에 의한 供給要求에도 對備하게 되었다. 즉, 同社는 日本全體에서 29個의 倉庫를 使用하고 있으며, 그 중 7個所는 交換用 타이어 市場용으로 쓰이고 있다. 이들 倉庫는 北海道에서 九州까지 全國의으로 散在해 있으며 全體의 保管 스페이스는 3萬㎡~4萬㎡으로 推定되고 있다. 이로써 同社는 自轉車 및 MC 用 타이어에서 巨大한 OTR 用 타이어에 이르기까지 Michelin의 全製品 라인을 즉시 提供할 수 있게 되었다. 그리고 서비스面에서 더욱 主要한 것은 注文을 받은 다음 날에는 大部分의 販賣店에 注文된 物品이 到着되도록 하고 있는 것이다.

同社에는 사실상 『現場에서의』 技術能力이 있어, 日本 메이커의 乘用車用 타이어 開發에 직접 協力할 수 있다. 그리고 同社는 自社의 타이어 테스트 施設이 없어서 日本自動車研究所의 테스트 施設을 使用하고 있으나, 프랑스 및 美國에 있는 Michelin의 大規模의 乘用車用 타이어 테스트 센터와 電話, FAX, 컴퓨터 등으로 每日 連絡을 取하고 있다. (月刊 타이어, 88年 1月號)

▲ 벨지움, 乘用車 타이어 輸入增加趨勢

벨지움의 타이어 生産業體로서는 Herstal에 위치하고 있는 西獨 Uniroyal Englebert의 生産工場이 있는데, 이 工場の 86年度 總生産量은 1,174,000個이며, 이중 乘用車用 타이어가 67만個, 輕트럭用 타이어가 112,000個, 重트럭用 타이어가 392,000個였다

86年度 벨지움의 乘用車用 타이어 需要는 前年對比 約 10% 增加한 約 800만個로 推산되고 있는데, 이는 自動車 組立生産이 增加한 동시에 交換用 타이어의 需要가 增加했기 때문이다. 80年代 들어서 벨지움은 大衆運送이 침체됨에 따라 個人 自動車 需要者가 늘어가고 있어 尙後 自動車 타이어 需要도 안정된 증가 추세를 보일 것으로 展望된다.

86年度 벨지움의 乘用車用 타이어 輸入은 470

만개(B.Fr.59억) 規模로 前年對比 물량면으로는 9%, 金額上으로는 17% 增加했는데, 이러한 乘用車用 타이어의 증가 추세는 앞으로 지속될 것으로 豫想하고 있다. 특히 프랑스의 有名한 타이어業體인 Michelin의 벨지움 工場이 86年 이후 生産을 중단하여 벨지움의 타이어 輸入依存度는 더 커지고 있다.

벨지움의 타이어 主要 輸入對象國은 프랑스, 西獨을 비롯한 EC 會員國으로 벨지움 總輸入量의 88%를 차지하고 있다. 기타 輸入對象國은 日本, 韓國, 터키, 루마니아, 臺灣, 싱가포르, 東獨 등이다.

한편 86年 벨지움의 乘用車用 타이어 輸出現況을 보면 460만개(B.Fr.64억)로서 前年對比 11%나 減少되었다. 이로서 70年代 이래 처음으로 輸入物량이 輸出物량을 넘어서게 되었는데, 앞으로 自動車用 타이어 工場을 國內에 建設하지 않는 한 벨지움의 自動車 타이어 輸出은 점차 減少할 것으로 輸入業體들은 내다보고 있다.

벨지움의 乘用車用 타이어 輸入市場占有率을 살펴보면 日本 4.5%, 韓國 1.6%, 터키 1.3%, 루마니아 1.3%, 臺灣 0.8%, 東獨 0.4% 등이다. 또한 벨지움 市場을 석권하고 있는 브랜드別 乘用車用 타이어의 價格은 다음 表와 같다.

대부분의 輸入業體는 도매를 겸하고 있으며, 自動車 整備所의 경우 규모에 따라 그 流通構造

가 다소 다르다. 즉, 대규모 自動車 整備所는 도매업자나 에이전트로부터 타이어를 購買하며, 소규모 自動車整備所는 自動車 타이어 센터 등에서 購買하여 最終 消費者에게 販賣한다. 따라서 일반적으로 消費者價格은 自動車 타이어 센터가 가장 싸고, GB 등 슈퍼마켓은 自動車 타이어 센터에 비해 3% 정도 비싸며, 自動車整備所에서는 20% 이상 더 비싸다.

乘用車用 타이어의 정상 關稅는 5.8%인데, 종전까지는 韓國產에 GSP 수혜가 적용되어 無稅 輸出이 가능했으나, 88년부터 EC가 對韓 GSP 공여를 中止하도록 決定함에 따라 상기 정상 關稅를 지불해야만 된다.

일반적으로 自動車의 타이어는 生命과 직접적인 關係가 있으므로 價格보다는 品質을 위주로 購買하는 傾向이 있다. 自動車 타이어는 道路가 건조한 상태, 젖은 상태, 눈이 쌓인 상태, 살얼음이 낀 상태 등 어느 道路狀態에서도 道路와 의 密着度가 높아야 하며, 運轉의 불편도 및 잡음도가 낮고 耐久性이 強해야 品質이 좋은 타이어라 할 수 있다.

따라서 研究開發을 통해 品質을 높이는 동시에 國際競爭이 심한 品目중의 하나임을 감안, 生産合理化로 價格競爭에서 뒤지지 않도록 生産

벨지움의 브랜드別 乘用車用 타이어 市場價格 (87年 11月 現在) (單位: B.Fr.)

브 랜 드 別	市場價格
Bridgestone RD208	1,918~3,213
Continental Contact CS21	1,949~2,887
Dunlop SP Elite	2,080~2,700
GB (Red Label) (무명브랜드로서 슈퍼마켓 GB의 자체마크임)	1,828~2,008
Goodyear Grand Prix S	1,850~3,273
Fire Stone S211	1,668~2,688
Kleber Cl	1,794~2,610
Michelin MX	1,980~3,649
Pirelli P4	2,000~2,928
Uniroyal Rallye 280	1,868~3,365
Vredestein Sprint	1,850~2,600

資料: 브뤼셀 무역관 시장조사.

※ US \$1=B.Fr.37.866 (87年 1~10月)

벨지움의 乘用車用 타이어 輸出入實績

(單位: B.Fr.천)

國 別	1985	1986
E C	4,609,148	5,344,285
東 獨	25,596	23,846
루 마 니 아	33,018	25,461
韓 國	43,531	71,902
日 本	145,303	225,466
臺 灣	554	32,338
터 키	2,926	53,074
싱 가 포 르	-	50,224
總 輸 入	5,095,750	5,938,096
總 輸 出	7,324,946	6,426,607

資料: 벨지움 統計局

※ US \$1=B.Fr.59.378 (85年), 44.672 (86年)

摩擦의 메카니즘을 살펴보기 위해, 各種 타이어를 사용하여 氷雪路面上에서 走行試驗을 한 結果, 같은 타이어에서도 트레드의 表面狀態에 따라 摩擦係數가 變한다는 것을 알았다. 여기서 그 內容을 자세히 관찰한 結果, 摩擦係數가 큰 타이어는 트레드 表面이 柔軟하면서도 微細한 凹凸이 있었다는 것을 알게 되었다.

• 멀티셀 컴파운드(Multi-Cell Compound)의 着眼과 그 技術: 柔軟하고 또 表面에 미세한 凹凸이 있는 트레드 고무를 사용하면 氷雪路面上의 摩擦係數를 向上시킬 수 있을 것으로 보고, 여러가지로 檢討한 結果, 最終적으로 發泡고무方式이 最適한 것으로 判斷되었다. 즉, 發泡 고무는 트레드面에 多數의 凹部를 가지게 되므로

路面과 타이어 接地面사이에서 발생하는 水膜이 皮할 수 있는 場所를 제공하는 역할(除水性)을 하게 되어 그림 3에 表示된 고무의 粘着摩擦力和 路面이 파이고 고무가 磨耗되는 摩擦力を 增大시키는 效果를 發揮하게 된다.

또 發泡 고무內的 氣泡는 타이어가 磨耗되어도 새로운 氣泡가 계속 接地面에 나타나게 되므로 性能이 持續된다. 따라서 從來의 技術로는 이루지 못했던 “Multi-Cell Compound”가 開發된 것이다. 그리고 “멀티셀 컴파운드”가 實用化된 것은, 發泡 고무에 맞는 새로운 配合 및 製造 技術이 開發되었기 때문에 成功하게 된 것이다.

(月刊 타이ヤ, 87.12)

《協會消息》

3月 22日 韓國 타이어 製造(株) 洪健憲 社長이 本協會 會長으로 就任하시었다.

(株) 錦湖 社長 朴定求 前任會長은 1985年 2月 8日부터 3年間 業界發展을 위하여 애쓰시다가 任期滿了로 退任하시었다.

☆

☆

☆

隔月刊 **타이어** 3~4月號
고 무

發行日字 1988年 4月 1日

登錄日字 1973年 1月 31日

登錄番號 (바) 제 4 6 1 호

發行人 洪 健 憲
編輯人 金 址 柄
印刷人 朴 潤 根

發行所 大韓 타이어 工業協會

서울 特別市中區會賢洞2街10-1

(韓國貿易會館 1806號)

電話 ㉠ 4136, 4137 郵番 100

印刷所 (株) 時事文化社

◇ 本誌는 韓國圖書雜誌倫理委의 實踐要綱을 遵守한다 ◇ 《非 賣 品》