

'88 世界 타이어 리포트

協 會 金 民

1. 世界 10位圈의 타이어業體들

어느 企業이 世界 第1位의 타이어 메이커인가를 決定하는 것은 쉽지 않다. 그 理由는 各工場이 生産한 타이어를 合算할 것인지, 아니면 各 브랜드별로 따질 것인지에 따라 다르기 때문이다.

한편, 世界 타이어産業의 制霸를 위한 企業의 國際化競爭은 해를 거듭할수록 熾熱해지고 있다.

Goodyear와 Michelin 그룹이 서로 世界最大의 타이어 메이커를 自處하고 있는 데다, Bridgestone은 Firestone의 全世界에 퍼져있는 企業들을 引受하고 그들의 타이어 生産能力을 倍加함으로써 向後에는 世界 第1位가 되어보겠다는 決意를 보임에 따라 前記한 2大 톱메이커를 緊張시키고 있다.

世界 타이어 메이커의 順位를 決定하는 데 있어서 混沌이 생기는 主要原因은, 換率變動이 다르고 國家別로 會計原則이 다르기 때문이다. 또한, 새로운 타이어會社가 생겨나기 때문이기도 하다.

Michelin은 單一 브랜드의 타이어를 生産·販賣하는 반면, Goodyear는 여러 개의 子會社를 통하여 여러가지 브랜드를 取扱하고 있다.

各會社別 營業報告書와 各種資料를 分析하고 있는 'Tire Business'紙는 世界 50大 타이어 메이커를 選定하여 1987年度 타이어 賣出額을 基準으로 順位를 發表하였다.

이 報告書는 1987年末現在 50大 타이어 메이커와 그들의 子會社 리스트, 그리고 5대 타이어 메이커

및 5대 타이어 브랜드의 리스트까지 添付하였다.

1900年代初 以來 世界 最大의 타이어 메이커로 指稱되어온 Goodyear의 1987年度 賣出額은 73억 1천만 달러였다.

Michelin은 72억 6천만 달러로 推定했지만, 相當額이 漏落된 것으로 보인다. 그것은 '推定'에 相當한 變數가 있기 때문이다.

同社는 '87會計年度中 타이어와 휠의 賣出額을 74억 1천만 달러로 報告하였으나 이는 細目別로 되어 있지 않은 데다 販賣子會社(主로 英國과 西獨)의 賣出額도 나타나 있지 않았다. 그리하여, 'Tire Business'紙는 Michelin의 타이어 賣出額을 總賣出額의 93%인 72억 6천만 달러로 計算하였다.

또한, 보다 正確한 賣出額을 算出하기 위하여 同紙는 IMF의 年平均 달러換率을 利用하였다. 例컨대, 달러貨에 대한 프랑스의 프랑貨의 換率은 1987年 1月 1일부터 同年 12月 31일까지 1年間 거의 17%나 差異가 있어서 날짜별로 따져서는 困難하다.

Goodyear와 Michelin 兩社의 差異는 1%에 지나지 않는다. Bridgestone은 1985년에 Firestone을 제치고 第3位로 올라섰다. 지금은 Firestone을 合併하여 Goodyear와 Michelin의 賣出額의 10% 差異까지 近接하였다. Bridgestone의 Akira Yeiri社長은 向後 數年内에 世界 第1位를 차지하겠다고 公言하였다.

지난 3年 동안에 타이어會社들의 賣却 또는 合併으로 因하여 4位에서 10位까지의 順位는 流動的이었다. 즉, 1984년에 'Tire Business'紙가 最初로 50大會社를 發表했을 때만 하여도 Sumitomo Rubber

Co.는 世界 第 9 位에 올라 있었으나, 日本, 美國, 유럽의 工場들을 마구 사들임으로써 Sumitomo는 第 4 位로 뛰어올랐다가 最近에는 Continental A.G.와 Pirelli 그룹에 밀려났다.

Continental A.G.는 General Tire와 Semperit를 引受함으로써 1984年 世界 第12位에서 1988년에는 世界 第 4 位로 浮上하였다. 그리고, 이탈리아의 Pirelli는 1988年 5월에 Armstrong Tire Co.와 同社의 美國內 工場을 買受함으로써, 이 타이어會社は 順位를 한 段階 높였다.

1986年과 1987年の 賣出額에 根據한 'Tire Business' Top 10은 賣出額基準 10억 달러臺의 그룹이 차지했었으나, 企業의 賣却·合併 등으로 1988년에 들어와서는 그 패턴이 달라졌다.

實例로 10位圈中 賣出額 10억 달러에 未達한 日本의 Toyo와 美國의 Cooper는 다른 競爭社의 子會社인 Firestone, General, Kelly-Springfield보다 적었다.

Top 10에 드는 會社の 1987年度 타이어 賣出額은 324억 달러로서, 이는 全世界 타이어會社들의 總賣出額 400억 달러의 79%를 占하고 있다. Goodyear와 Michelin만도 各各 18%를 차지하고 있다.

이들 50大會社들을 國籍別로 살펴보면, 모두 23 國으로 되어 있는데, 1987年末現在 美國系會社가 10個, 日本과 印度會社가 7個, 그리고 韓國會社가 3 個이다. 그러나, Firestone, General과 Armstrong의 賣却으로 1988년에는 美國系會社가 줄어들 것으로 보인다.

賣出價額에 의한 順位決定도 完璧한 것은 아니기 때문에 다른 方法에 의한 比較도 해보아야 할 것이다. 즉, 天然고무 使用量(ton)으로 比較하거나, 타이어 生産量 또는 生産能力에 의한 比較도 可能할 것이다. 하지만, 各 企業들이 資料提供을 꺼리고 있어 現實적으로 이 方法에 의한 順位決定은 不可能하다.

'Tire Business'紙가 推定한 3大會社의 타이어 生産能力을 보면, Goodyear가 日産 530,000個, Bridgestone이 465,000個, Michelin이 400,000~450,000個로 推算된다.

또다른 比較方法으로는 브랜드別 賣出額算出法이 있는데, 이는 100%의 正確度는 없으나 否認할 수 없는 事實은 Michelin 브랜드가 世界 第 1 位라는 것이다.

單純하게 計算하더라도 Michelin의 賣出額 72억 6천만 달러 가운데 Michelin 브랜드가 아닌 Kleber나 Sears 브랜드는 4억 2천 5백만 달러에 不過하기 때문이다. 그렇다면, 나머지 68억 4천만 달러에다 1987년에 稼動한 同社의 韓國産 Michelin 브랜드 販賣額 약 5천만 달러를 合算하면 그렇게 될 것이다.

Goodyear는 全體賣出額의 약 20%가 非 Goodyear 브랜드 賣出額이다. 즉, Kelly-Springfield, Lee, Star, 그리고 其他 브랜드들이 그것인데, 이들 브랜드의 賣出額이 12억 달러나 된다.

거기에서 Fulda 브랜드의 賣出額 3억 2천 5백만 달러까지 除外한다면 Goodyear 브랜드의 타이어 賣出額은 57억 8천만 달러이다. 여기에다 South Pacific Tire와 Nippon Giant Tire의 Goodyear 持分인 2억 5백만 달러를 加算해야 할 것이다.

이와 같이 計算하면 Michelin 브랜드의 賣出額은 Goodyear의 59억 9천만 달러보다 거의 10억 달러가 많은 68억 9천만 달러가 된다.

그리고, Bridgestone 브랜드가 아닌 타이어는 거의 生産하고 있지 않는 Bridgestone은 賣出額 39억 7천만 달러로서 3位가 確固하다.

世界 第 4 位의 타이어 브랜드는 Dunlop인데, 同社의 賣出額과 餘他 5個社의 Dunlop 브랜드 賣出額을 合算하면 30억 달러가 된다.

Firestone은 子會社(지금은 거의 다 處分했지만)의 것 4억 달러를 합친 27억 8천만 달러로서 世界 第 5 位에 올라 있다.

그리고, Pirelli는 Armstrong을 吸收하기 전까지는 98%가 Pirelli 브랜드였다. 이 會社の 賣出額은 23억 8천만 달러로서 世界 第 4 位의 타이어 메이커인 데 반하여 이 會社 브랜드의 人氣販賣順位는 단지 10 位圈에 머물러 있다. 1987年度의 賣出額은 8억 3천만 달러였다.

한편, Continental의 子會社인 Uniroyal-Englebert

는 Uniroyal 브랜드의 賣出을 世界 第7位圈으로 밀어올렸다.

Continental의 또다른 子會社인 General Tire와 Yokohama는 둘 다 10位圈 밖으로 밀려나 있다.

2. 타이어業體들, 增設에 40억 달러 投資

1980年代를 마감하면서 타이어業界는 工場門을 닫는 일도 마감할 것이다. 1980年代가 열리면서 타이어 메이커들은 工場門을 닫기 시작했으나, 이제 그들은 새로이 工場門을 열고 있으며 主要 메이커들은 아무도 施設過剩可能性에 대하여 관심을 기울이고 있는 것같지 않다.

全世界적으로 發表된 新·增設投資額은 45억 달러에 달하며, 새로 建設된 工場만 하더라도 20개를 넘고 있다.

北美에서는 4개의 새로운 工場이 建設中이거나 곧 着工될 豫定이며, 거기에는 20억 달러가 넘는 費用이 所要될 展望이다. 8개의 會社 및 그들의 子會社가 北美地域 20個所에 工場을 벌여 놓고 있다.

投資額의 相當部分이 工場現代化事業에 썩어지고 있는데, 이 가운데에는 바이어스 타이어 生産施設을 래디알 타이어 生産施設로 바꾸는 것도 있고, 既存施設의 生産性を 높이는 데 쓰인 것도 있다. 또한, 中國, 印度, 이란과 같은 '統制經濟' 國家에서는 새로운 工場의 절반을 現代化시키려 하고 있다.

投資額의 規模와 타이어産業의 特殊性으로 볼 때 時期尚早가 아닐까에는 아랑곳하지 않고, 中國과 印度에는 유럽의 會社들이 進出하여 施設擴張에 열을 올리고 있다.

自他家 公認하고 있는 世界 第1位의 타이어業體로서의 名聲을 固守하기 위해 애쓰고 있는 Michelin 그룹은 8個國에 걸쳐 總 12억 5천만 달러를 投資하여 事業을 벌이고 있다.

이들 事業內容을 살펴보면, 美國과 캐나다 現地の 工場 新·增設에 6억 9천 6백만 달러를 投資할 計劃을 세워 놓고 있으며, 브라질의 Rio de Janeiro에 トラック 타이어工場을 建設하기 위해 1억 3천 8

백만 달러를 投資하는 한편, 스페인에는 3억 6천 3백만 달러를 投資, 4개의 工場을 現代化하거나 增設하는 것으로 되어 있다.

또한, Michelin과 日本의 Okamoto는 日本 Gumma縣의 Okamoto工場은 2倍로 擴張할 計劃이다.

北美 最大의 타이어會社인 Goodyear도 가만히 있지 않고 世界 5個國에 7개의 主要事業을 벌이고 있다. 同社는 Ontario州의 Napanee에서 새로운 工場의 起工式을 舉行하는 한편, 韓國에서도 工場을 建設할 計劃으로 있다. 3件的 擴張計劃과 Napanee 工場新設 등 Goodyear가 北美地域에 投資하는 規模는 4억 2천만 달러에 달한다.

Bridgestone은 26억 달러를 投資하여 Firestone을 買受하였는데, 이 日本 第1의 타이어會社는 Firestone 工場에 대한 投資計劃을 아직 밝히고 있지는 않으나 Turkey의 Izmit에 있는 Lassa Tire 工場의 トラック용 타이어 生産施設을 2倍로 擴張하는 合作投資事業計劃을 發表한 바 있다.

Continental은 向後 4年間 General Tire工場에 6억 5천만 달러를 投資할 計劃이다. 同投資計劃中에는 Illinois州의 Mount Vernon에 2억 달러짜리 トラック용 타이어工場 建設計劃도 包含되어 있다. 同工場은 Continental, General, Yokohama, Toyo가 合作投資하기로 되어 있으며, 經營은 General이 맡게 된다.

나머지 10個 投資會社들 가운데에서는 Pirelli가 2억 5천만 달러 이상의 事業을 推進中이고, Sumitomo는 뉴욕州의 Buffalo에 있는 Dunlop 타이어工場에 1억 달러를 投資하여 トラック용 타이어 生産設備을 追加하려는 計劃을 세워놓고 있다. 그러나, Sumitomo는 이미 過去 4年 동안에 걸쳐 유럽과 美國의 現地工場에 많은 投資를 하였다.

美國 다음으로 가장 많은 工場을 建設하고 있는 곳이 中國인데, 이들이 推進하고 있는 5個 事業內容을 살펴보면 다음과 같다.

- Ta Chung Hua Rubber Factory는 Firestone으로부터 技術을 提供받아 1992년까지 Shanghai 工場의 トラック 스틸 래디알 타이어工場을 擴張한다.

- Hualin Rubber는 2백만 달러 相當의 設備을 Pirelli로부터 사들였다.
- China Chemical Construction Crop.는 Pirelli의 技術을 提供받아 Beijing工場에 래디알 및 輕트럭用 타이어 生産施設을 갖추기 위하여 1천 3백만 달러를 投資했다.
- Qingdao Rubber Co.는 1억 3천 1백 8십만 달러를 投資하여 Qingdao 第2工場에 트럭·버스用 래디알 타이어 生産施設과 카본, 나일론코트 生産設備을 建設하고 있다.
- Canada's United Tire Co.와 몇몇 合作社들은 Tianjin에 OTR 타이어工場을 建設중이다.

Michelin과 Pirelli는 그들의 브라질 工場을 擴張하고 있는데, Michelin은 Rio de Janeiro에 있는 트럭用 타이어工場을 2배로 擴張하기 위하여 1억 3천 8백만 달러를 投入하고 있다. 한편, Pirelli는 2個의 工場施設을 現代化하는 데 7천만 달러를 投資하고 있다.

韓國에서는 Kumho가 世界的 메이커인 Michelin, Goodyear와 다투어 增設을 하고 있는데, 同社는 6억 4천만 달러를 投入, 1個의 새로운 工場建設을 包含하여 2個의 事業을 推進하고 있으며, 이것이 完工되었을 때 乘用車用 래디알 타이어의 生産能力은 年間 1천 5백만개가 될 것이다.

그리고, 몇년 전에 보도된 바 있는 新規事業 가운데 今年에는 5個 工場이 竣工되었는데, Michelin이 '21世紀工場'이라 稱하고 있는 프랑스의 Gravenches 乘用車用 타이어工場과 韓國의 梁山工場, 이탈리아 Pirelli의 Bollate工場, 西獨의 Breuberg 乘用車用 타이어工場, 파키스탄의 Delta트럭用 타이어工場이 그것이다.

그밖에도 Bridgestone은 Tennessee州에 있는 La Vergne에 乘用車用 타이어工場을 建設했고, Michelin은 西獨의 Bad Kreuznach工場을 擴張하고 輕트럭/van用 타이어를 生産하고 있다.

3. 美國의 타이어業體들 好調豫想

타이어 專門家들의 分析에 따르면, 1980年代末과

1990年代 初盤에 美國의 타이어工業은 계속 好轉될 것이나, 이와는 반대로 外國의 타이어市場은 不況을 맞게 될 것 같다고 한다.

이것은 1987年 10月 26~27日 兩日間 Greenville의 Clemson大學校에서 열린 타이어 會議에 參席했던 몇 사람의 産業專門家들의 見解이다.

Goodyear의 經濟分析家인 George Dagnino도 美國의 타이어製造業을 樂觀的으로 보고 있는 3名의 演士中 한 사람인데, 그의 論據에 의하면 經濟를 安定的으로 보는 消費者들이 많을수록 타이어와 같은 商品의 需要는 더욱 많아질 것이라는 데 있다.

즉, 經濟安定에 대한 信賴性은 主로 1980年代에 높았는데, 인플레이와 金利의 起伏이 심했던 1970年代에는 그렇지 못했다. 그런데, 1980年代에는 景氣沈滯가 없었고 低인플레이와 低金利가 持續되었기 때문에 乘用車 및 트럭用 타이어 販賣(특히 交換用 타이어市場에서)가 꾸준히 이루어졌다.

이와 같은 傾向은 적어도 1990年代初까지는 이어질 展望인데, 그가 보기에는 1970年代와 같은 經濟混亂은 그 後 30年內에는 다시 到來할 것 같지는 않다고 하였다.

Boston Co.의 證券分析家인 Blair Brumley는 타이어産業이 好況을 누리고 있는 根據를 타이어企業의 買受效果에 焦點을 맞추고 있는데, 그는 타이어業體를 引受한 사람들이 他業體를 刺戟하지 않기 위하여 販賣價格을 引下하지 않는 대신에 廣告, 製品開發, 顧客서비스 등에 主力함으로써 製造業體는 물론 美國 타이어市場에 좋은 影響을 미칠 것으로 보았다.

交換用 타이어市場 역시 美國內 타이어企業들에게 好材가 될 것으로 보이는데, 推定한 바에 의하면 타이어 壽命이 4~6만 마일인 데 비하여 運轉者들의 1年間 平均走行距離는 1만 마일로서 1989년에는 많은 車輛들이 타이어를 交換해야 할 時期가 되었기 때문에 交換用 타이어 販賣가 盛況을 이를 展望이다. 그는 또한 近來에 高速走行用 타이어의 需要가 늘어났는데, 이는 從來의 標準 래디알 타이어보다 壽命이 짧아 1990年代에 들어서면 모두 交換해야 할 것이라고 했다.

그러나, 이와 같은 見解에 대하여 런던의 Landell Mills Commodities Studies의 研究擔當理事인 Charles Young은 美國의 交換用 타이어의 販賣伸張은 衰退하고 있다고 主張하고 있다. 그는 오히려 天然 고무 價格쪽에 好況展望의 根據를 두고 있는데, 1988년에 타이어 메이커들의 營業利益을 형편없이 만들었던 天然고무 價格이 回復될 것으로 期待하였지만, 라텍스의 需要 붐과 豫期하지 못했던 타이어 需要, 그리고 異例의인 中國의 天然고무 輸入增加 要因으로 인하여 天然고무의 價格이 上昇했다.

그는 中國이 어찌서 그렇게 많은 天然고무를 輸入했는지 確實한 緣由를 알 수는 없지만, 어쨌든 이제는 正常的인 購買水準으로 돌아갈 것이며, 라텍스의 需要는 增加할 것이지만 天然고무 價格은 下落하거나 安定될 것으로 展望했다.

그러나, Brumley와 Young은 天然고무 價格의 安定이 곧 타이어 價格의 下落을 뜻하는 것은 아니라고 前提하고, 그들은 美國內 타이어 價格은 變動이 없거나 海外價格 水準으로 上昇할 것이며, 따라서 製造業體들에게는 利益이 될 것이라는 데 意見을 같이 했다.

Brumley는 Goodyear의 1988年度 營業利益이 減少할 것으로 判明되자 타이어業體들의 經營實績은 많은 關心을 모으고 있다고 하였다.

美國의 製造業體들의 稼働率은 最高에 이르렀지만 需要에 따르지 못하고 있다. 이는 곧 이들 會社들이 設備投資를 始作해야 할 것임을 意味한다.

一部 會社들은 이미 資金을 確保하기도 했는데, 그 例로 Continental은 1억 3천만 달러를 投資하여 同社가 새로 引受한 General Tire 工場의 設備能力을 擴張하기로 하였다. Brumley는 더 많은 會社들이 그렇게 할 것으로 豫想하였다.

타이어 生産施設이 좀 남아돌더라도 이는 그리

큰 問題가 되지는 않을 것이다. 왜냐하면, 그렇게 되더라도 1989년에 設立될 여러 개의 自動車組立工場의 타이어 需要를 맞출 수가 있을 것이기 때문이다.

물론, 1990年代初 過剩施設이 問題點으로 登場할 可能性이 없는 것은 아니나, 新規投資의 焦點을 設備生産性에 맞춘다면 稼働率低下의 不利點을 相對的으로 補完할 수 있을 것이라고 Brumley는 主張하였다.

한편, Young은 1990年代에는 全世界의으로 過剩施設이 問題가 될 것이나, 北美地域은 그렇게 深刻하지는 않을 것이라고 하였다.

1987년에 世界 타이어 需要는 약 6%의 成長을 記錄하였는데, 1988년에도 그렇게 될 展望이다. 그러나, 이와 같은 趨勢는 계속될 것 같지는 않고, 1990年代에는 2~3%의 成長에 그쳐 結局 供給過剩現象이 생길 것으로 전망하였다.

北美地域의 타이어 메이커들은 타이어 輸入으로 인하여 그들의 海外競爭業體들보다 더욱 深刻한 過剩供給問題에 直面할 可能性이 있다.

北美地域이 타이어 純輸入國이라면 유럽과 東아시아는 純輸出國이다. 만약 타이어 供給이 需要를 超過하게 된다면 北美의 타이어會社들은 輸入을 줄이는 대신 國內生産製品을 販賣하게 되고, 그렇게 되면 美國의 타이어會社들에게는 도움이 될 것이지만, 反對로 外國의 타이어 輸出業體(主로 유럽, 東아시아, 라틴 아메리카)들은 驅逐되고 在庫負擔을 안게 될 것이다.

結局 그들 業體들은 當面한 問題를 解決하기 위하여 從業員을 줄이고 生産量을 줄이는 등 經營改善을 圖謀할 것이다.

(Tire Business, 1988. 11. 21)