

리포트

세계 타이어산업 현황(I)

업무부

이번 호부터는 영국의 「The Economist Intelligence Unit(EIU)」에서 발간한 세계 타이어산업 분석자료인 “The World Tyre Industry”를 번역하여 게재한다. 앞으로 몇 차례에 걸쳐 연재하게 될 이 책의 저자 Philip Wylie는 과거 9년 이상 세계 자동차 및 타이어산업에 관한 많은 글을 써왔고, 유럽에서 개최된 중요 회의에 참석하여 주제발표를 해왔다. 그는 최근 런던에 있는 Barclay de Zoete Wedd(BZW)의 투자금융회사에 이사로 취임하였다. ……………〈譯者註〉

차례

□ 개요

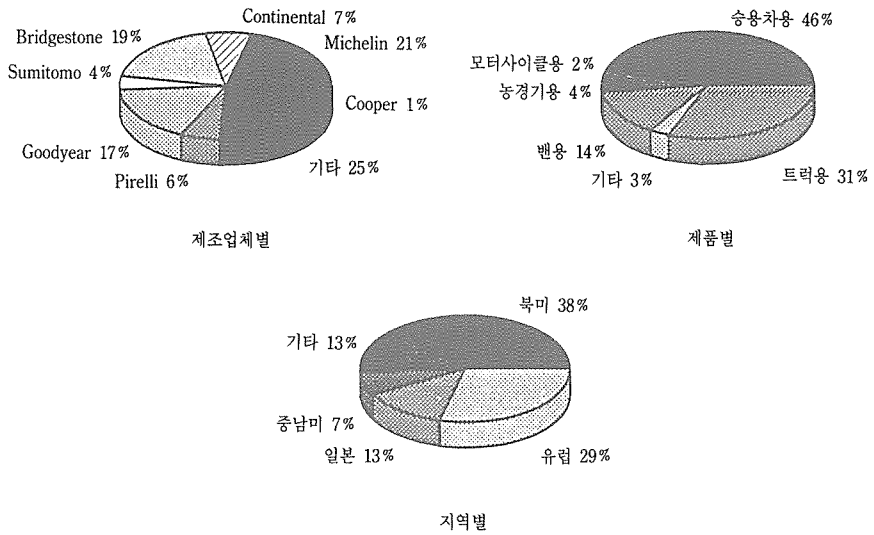
1. 타이어산업의 배경(기업합병, 품질개발, 설비자동화)
2. 유럽의 타이어산업
3. 미국의 타이어산업
4. 일본의 타이어산업
5. 중남미의 타이어산업
6. 동유럽의 타이어산업
7. 주요 타이어회사
8. 세계 타이어산업 분석

□ 개요

세계의 타이어산업이 불황을 맞고 있다는 것은 의심할 여지가 없다. 그러나, 이는 수요감소로 인하여 나타나는 전형적인 현상은 아니다. 타이어업계는 이익이 나지 않는 수준까지 가격경쟁을 함으로써 문제를 더욱 악화시켜 왔다. 그러나,

이러한 문제들이 당장 호전될 것 같지는 않지만, 모든 신호가 이익이 나는 선으로 호전되고 있다.

과거 수년간 업계의 행태는 불투명하였다. 일부 업체들은 일본이 유럽과 미국에서 시장점유율을 늘리지 못하도록 가격을 낮추는 일도 있었고, 대기업들이 가격을 인하하지 않으면 안되도록 요구하는 일도 있었다. 이와같은 현상은 점차 나아져 궁극적으로는 가격경쟁을 완화시키고 수익성을 개선시키게 될 것이다. 이 수익성문제는 어떤 댓가를 치루더라도 시장점유율을 빼앗기지 않으려는 공격적인 경영속성에서 생겨나는 것이다. 또한 이와같은 현상은, 특히 GM과 같은 자동차 메이커들이 생산원가를 낮추기 위하여 압력을 넣기 때문에 생기기도 한다. 과거 10년간 이와같은 공격적인 경영으로 인하여 세계 시장의 75%를 점유하는 대기업이 12개에서 6개로 줄어들었다.



자료 : E.I.U. 추정

(그림 1) 세계 타이어시장 현황(1991)

오늘날 주요 타이어업체들은 그들이 미국과 유럽에서 시장점유율을 빼앗기지 않으려고 하다가 도리어 적자를 보게 된 것으로 믿고 이제 경영방식이 현실적으로 되어가고 있는 것 같다. 그러나, 문제는 일부 자동차산업의 경기가 하향곡선을 타고 있는 것이다. 자동차 메이커들은 수익성이 저하됨에 따라 원가절감을 위하여 타이어 업체에 압력을 넣고 있고 타이어업체들이 이에 굴복함으로써 신차부문의 타이어 가격의 회복은 다소 시간이 걸릴 것으로 보인다.

미국과 일본의 국내 신차 판매부진으로 1991

년도 신차용 승용차 타이어 수요는 감소하였다. 일본의 자동차 생산 역시 미국과 유럽에 대한 수출부진으로 타격을 받았다. 유럽에서는 독일이 통일된 이후 예외적으로 자동차 판매량이 증가하였지만, 신차용 승용차 타이어 수요는 약 2% 정도 감소한 것으로 추정된다. 이는 자동차 메이커들이 생산량을 늘리지 않고 재고를 감소시켰음을 의미하는 것이다.

교체용 승용차 타이어 수요는 일본에서는 견조세를 보였지만, 미국에서는 경기침체로 주행거리가 짧아진 데다 새타이어로 갈아끼우는 것을

<표 1> 유럽, 미국, 일본의 승용차용 타이어 판매현황(1988~1995)

(단위 : 100만개)

종류	연도		1988	1989	1990	1991	1992*	1993*	1994*	1995*
	유럽**	신차용	65.1	68.5	67.9	66.4	66.2	68.0	69.3	72.4
	교체용	111.1	110.6	112.8	119.6	123.1	128.0	125.4	128.0	
미국	신차용	54.1	51.2	47.2	41.6	45.8	50.3	51.0	52.5	
	교체용	155.3	153.3	152.3	131.2	137.8	144.6	144.0	130.0	
일본	신차용	42.0	41.5	42.7	41.9	41.8	41.3	40.9	40.5	
	교체용	29.8	30.8	32.3	33.0	35.0	36.0	35.3	36.0	

* : 예측, ** : 유럽에는 베네룩스, 프랑스, 독일, 이탈리아, 영국만 포함되어 있음.

자료 : 업계 추정, 저자 예측.

미루었기 때문에 1991년도의 타이어 수요는 14%나 감소한 것으로 추정된다. 그러나, 유럽의 양상은 이와는 자못 다르다. 그것은 경기침체의 압력에도 불구하고 1980년대에 많이 판매된 승용차의 첫번째 교체시기가 도래하였기 때문이다.

트럭·버스용 타이어 수요는 일반적으로 경제활동선을 바로 뒤따른다. 1980년대 후반에 미국에서 있었던 트럭·버스 판매불의 영향으로 교체용 타이어시장은 부양력이 있었다고 하더라도 1991년의 미국내 신차용 트럭·버스 타이어 판

매량은 상당히 감소하였다.

유럽에서도 1991년 주요 시장별로 수요는 감소하였지만, 독일에서의 수요가 폭주하는 데 힘입어 사실상 신차용 타이어 수요는 증가하였다. 그러나, 교체용 타이어 수요는 경기침체를 반영하여 많은 국가에서 감소하였는데, 특히 영국, 프랑스, 스페인에서 크게 감소하였다.

일본은 최근 2년간 트럭·버스용 타이어 수요가 비교적 안정되었는데, 1992년에는 자동차 생산의 둔화로 신차용 타이어의 수요가 약간 감소할 것으로 예상된다.

〈표 2〉 유럽, 미국, 일본의 상용차용 타이어 판매현황(1988~1995)

(단위 : 100만개)

종류		연도	1988	1989	1990	1991	1992*	1993*	1994*	1995*
		유럽**	신 차 용	6.8	6.9	6.7	7.4	7.4	7.0	7.2
	교 체 용	7.5	7.8	8.3	6.9	7.0	8.0	8.7	9.2	
미	신 차 용	8.8	8.2	7.0	5.7	6.1	7.0	8.2	8.9	
국	교 체 용	33.9	35.4	36.6	37.0	38.5	40.4	42.0	40.0	
일	신 차 용	13.5	13.6	13.8	13.5	13.4	13.4	13.5	13.6	
본	교 체 용	23.4	23.4	23.1	23.2	23.3	23.3	23.4	23.5	

* : 예측. ** : 유럽에는 베네룩스, 프랑스, 독일, 이탈리아, 영국만 포함되어 있음.

자료 : 업계 추정, 저자 예측.

타이어업계의 가격경쟁은 항상 심각한 것이었다. 일본의 Bridgestone이 Firestone을 매수한 이후 General Motors가 Firestone 브랜드 타이어 구매를 기피한 1988년도에 그 정도는 더욱 심각하였다.

이 틈을 노려서 Michelin, Goodyear, Uniroyal-Goodrich는 서로 꼬리를 물고 싸웠는데, 결국 Michelin이 큰 몫을 차지하게 되었다. Michelin은 최저가격으로 GM의 타이어 구매량을 불과 2년전보다 3배나 늘렸다. 그러나, 이에 대한 반발로서 신차용 타이어 가격은 전 미국에서 떨어져 신차용 타이어 판매는 적자가 되었다. Uniroyal-Goodrich를 Michelin이 인수하게 된 주요 요인도 바로 그것 때문이다.

1989년말 유럽에서는 주요 자동차 메이커들의

타이어 구매계약 경신과 함께 타이어업체들의 판매경쟁이 치열했었다. 업계소식통에 의하면, 이때에도 Michelin이 가장 공격적이었다고 한다.

Michelin의 제1목표는 타이어 가격을 새로 최하선으로 인하하여 시장점유율을 확대하는 것이었고, 두번째 목표는 일본이 시장에 썩기를 박지 못하도록 일본의 의도를 전환시키려는 것이었다.

Michelin의 주도에 대하여 Goodyear, Bridgestone(Firestone 포함), Continental, Pirelli의 추격이 잇따랐다. 아무도 시장점유율을 빼앗길 수가 없었다. 신차용 타이어 판매를 고수해야 하는 주된 이유는 타이어를 교환할 때는 신차에 끼워져 있는 브랜드 타이어를 찾기 때문이다. 신차용 타이어 부문에서 시장점유율을 확보하는 것은 곧 3,4년후 교체용 타이어사업과 직결되는 것을 의

미하는 것이다. 이와같은 경향은 저급 타이어보다 고급 타이어의 경우에 더욱 잘 나타나고 있다.

타이어제조업체의 문제점은 타이어가 어느 나라에서 생산되든지간에 동일한 가격으로 공급받으려는 자동차 메이커(특히 미국)들의 압력 때문에 악화되었다. 물론 그와같은 자동차 메이커들의 시도가 전부 성취된 것은 아니지만 신차용 타이어 가격을 끌어내렸으며, 다른 어느 지역보다도 유럽지역이 두드러졌다. 결국 지난 2~3년간에 걸쳐서 신차용 타이어 가격은 40%나 떨어졌으며, 1990년에는 20%나 하락한 것으로 보고되었다. 모든 타이어제조업체들은 1991년에 신차용 타이어부문에서 적자를 기록하였던 것으로 믿어진다. 유럽에서 주요 자동차 메이커들의 연간구매계약은 끝났고, 이후 가격은 2~3% 회복되었지만 물가상승률을 커버하기에는 턱없는 것이었다.

미국시장에서의 신차용 타이어 가격은 주요 자동차 메이커들이 불황의 늪에서 헤어나지 못하고 있기 때문에 전망이 어둡다. 일본에서는 가까스로 원가수준에 다다른 것으로 보인다.

교체용 타이어시장은 문제가 없는 것은 아니지만 그래도 타이어산업에서는 원래부터 가장 수익성이 있는 부문이다. 미국의 경우 래디알 타이어의 평균소매가격은 현재 5년전의 가격수준이다. 현재의 타이어 성능이나 수명이 그 당시보다 상당히 좋아진 것을 감안한다면 이 가격은 사실상 더욱 낮은 수준이다. 그렇다면 현재의 가격은 1985년도보다 20%는 인상되어야 한다.

1991년 여름에 발표된 타이어 가격 인상이 그런대로 형성된 것은 타이어업체에게는 좋은 뉴스이다. 유럽에서는 10%의 가격인상 발표가 있는 후 실제가격은 7~8% 인상되었다. 미국에서는 자동차산업의 침체 때문에 타이어 가격을 6~7% 인상한다고 하였지만 실제로는 3~4% 인상된 것으로 믿어진다.

지난 수년동안 타이어업체들은 수요에 맞추고

생산성을 높이기 위하여 막대한 투자를 해왔다. 1980년대 하반기중에 세계의 승용차 수요는 12%나 증가하였고, 트럭·버스는 25%나 증가하여 타이어 생산력 증강을 부추겼다. 문제는 1992년에 세계의 승용차 수요가 2~3%가 감소할 것으로 예상되는 것이다. 또 유럽의 트럭·버스 판매량은 2년 연속 3% 감소에 직면하고 있는데, 이런 요인은 타이어시장의 전망을 흐리게 하고 있다.

전세계적으로 볼 때 타이어 공급능력은 20% 정도 여유가 있다. 그러나, 서유럽의 승용차시장은 1995년말에는 14%가 증가한 1천 300만대 내지 1천 500만대가 증가할 것으로 예상된다. 미국은 자동차(승용차 및 트럭·버스) 수요경기가 금년말에는 회복기에 접어들 것으로 보이기 때문에 유럽보다 증가세가 높을 것이다. 따라서 1992년에 미국은 세계의 신차용 타이어시장에서 팔목할 만한 회복세를 보일 것이다.

1. 타이어산업의 배경(기업합병, 품질개발, 설비자동화)

지난 10년간 세계의 타이어업계는 혁신적인 산업합리화과정을 겪었다. 오늘날 6개의 대기업체가 세계 판매량의 75%를 차지하고 있는데, 이는 불과 7년전에 세계시장의 80%를 13개 업체가 점유했던 사실과 매우 대조적이다.

지난 수년간 타이어업체가 동종 기업을 매수한 사례중 중요한 몇 가지가 <표 4>에 실려 있다. 타이어업체의 마지막 기업합병은 Michelin에 의해 이루어졌는데, Michelin은 Uniroyal-Goodrich를 사들임으로써 연간매출액이 상당히 늘어났다. 미국에서의 시장점유율을 높이고 세계 제1의 타이어기업의 역할을 하기 위한 Michelin의 이 결정은 놀라울 것도 없다. 그러나, Michelin이 Uniroyal-Goodrich를 매수하는 데 지불한 돈은 Bridgestone이 그보다 외형이 더 큰 Firestone을

인수할 때 매출액 단위당 들인 비용보다 17% 나 더 많았다.

이보다 더 작은 기업인 Armstrong Rubber와 Dunlop은 그들의 매출액보다 훨씬 낮은 값으로 팔렸다. 결국 시장점유율이 높은 업체가 당연히 더 많은 값어치가 있다는 것이 증명된 셈이다.

세계적으로 볼 때, 특히 유럽에서의 지난 10년간의 타이어 패턴은 보다 고성능의 타이어(performance Tire)를 지향하는 경향이다. 이것은 타이어의 편평비에 대한 소비자의 선호도 경향을 보면 알 수가 있다. 편평비가 낮을수록 타이어는 납작하고 성능이 우수한 것으로 평가된다. 1980년에 유럽에서 팔린 타이어의 70%가 80시리즈(편평비 0.8)였으나 오늘날에는 30%에 지나지 않는다. 1980년에 시장점유율이 20%에 지나지

〈표 3〉 세계 주요 타이어업체의 매출액 순위변화 (1978~1991)

순위	연도	1978	1991
1		Goodyear	Michelin
2		Michelin	Bridgestone
3		Firestone	Goodyear
4		Bridgestone	Continental
5		Dunlop	Pirelli
6		Uniroyal	Sumitomo
7		Goodrich	Yokohama
8		Pirelli	Toyo
9		General Tire	Cooper
10		Yokohama	
11		Continental	
12		Armstrong	
13		Sumitomo	
14		Toyo	

자료: 저자 추정.

〈표 4〉 세계 타이어업체 매출현황(1986~1989)

회 사 명	매 수 업 체	연 도	매수액 ^a (100만달러)	매출액 ^b (100만달러)	코스트/매출액 ^c (%)
Michelin	Uniroyal-Goodrich	1989	1,500	2,200	68
Bridgestone	Firestone	1988	2,260	3,900	65
Pirelli	Armstrong Rubber	1988	200	469	43
Continental	General Tire	1987	650	1,100	59
Sumitomo	Dunlop	1986	240	450	53

a: 기업을 인수하는 데 지불한 돈. b: 피인수기업의 합병 前年度の 판매액. c: 매출액에 대한 코스트의 비율
자료: Press reports.

않았던 저편평비 타이어는 현재 약 60%를 차지하고 있다.

또한 지난 10년간 타이어업계는 안전하면서도 고속주행을 할 수 있는 고성능 타이어 개발에 주력해왔다. 자동차 엔진 및 구조의 개발에 따라 자동차 전체 성능중에서 타이어의 중요성이 더욱 강조되었다. 일반 가정용 자동차 타이어의 평균 수명이 37,000~50,000마일인데 전륜구동장치의 자동차를 개발함에 따라 앞 타이어의 수명은 15,000마일까지 떨어질 수 있다. 자동차 메이커들은 車輪整列의 오차폭을 더욱 강화하는가 하면 도로 표면에 대한 타이어의 고도의 기능성을 요

구하게 되었다.

타이어업계에서 우려하고 있는 사항 가운데 하나는 앞으로 고성능 자동차라 하더라도 환경 문제에 저촉된다면 대중의 인기를 얻을 수 없다고 하는 점이다. 자동차의 속도제한이 강화되면 타이어의 교체빈도가 떨어질 수 있다. 그렇게 된다면 소비자는 결국 타이어의 소음이 적으면서도 노면과의 접지력이 좋은 타이어를 선호하게 될 것이다. 따라서 앞으로 타이어 마케팅은 내구성보다도 안전성, 쾌적성에 더 큰 비중을 두게 될는지도 모른다.

타이어의 회전저항을 적게 함으로써 자동차의

연료를 절감하려는 기술자들의 노력은 계속될 것이다. 이 문제는 자동차 이용자뿐만 아니라 어떻게 해서라도 자동차의 연료소비량을 줄여 자동차 판매량을 늘리고자 하는 자동차 메이커들에게도 매우 중요한 것이다. 신문들은 내마모성도 좋고 접지력이 있으면서 회전저항이 아주 낮은 타이어 개발이 바로 코앞에 다가온 것으로 수시로 보도하고 있다. 이와같은 기사는 자동차의 연료절감을 촉진하는 한편 타이어의 획기적인 개발이 지속되고 있음을 인식시켜 주고 있다.

〈표 5〉는 매우 개괄적이거나 타이어 재질중량의 구성비를 표시한 것이다. 걸프전 이후 유가의 안정에 따라 타이어 재료비는 1년전보다 약 2% 하락한 것으로 믿어지고 있다. 타이어산업의 침체로 천연고무의 가격은 약 5%가 하락한 반면 석유로 만들고 있는 합성고무의 가격은 약간 하락했다. 카본블랙은 강보합세를 유지하고 있고 세계 전반적인 스틸 수요의 감소로 스틸코드의 가격은 하락하였다.

〈표 5〉 타이어 재질의 중량구성비
(단위: %)

종 류	비 율
석유추출 원자재	
합성고무	33
카본블랙	26
합성재료	6
기타 성분	
천연고무	17
코드	13
비드와이어	5
계	100

자료: 업계 추정.

천연고무 가격은 1980년대 중반의 저가수준보다 더 하락하였다. 가격 하락은 환율변동의 영향도 있지만, 주된 이유는 수급의 불균형과 합성고무 가격의 낮은 수준에도 그 원인이 있다. EIU (Economist Intelligence Unit)에서 발간한 세계

상품전망(The World Commodity Forecasts)은 천연고무 가격이 약간 회복될 것으로 보고 있다. 천연고무 가격이 하락함에 따라 마침내 천연고무 생산량이 감소하기 시작하였는데, 이와같은 현상은 인도네시아와 말레이시아에서 생기고 있다.

1992년 2월에 천연고무 가격이 오르기 시작하여 3월말까지 천연고무 가격은 국제천연고무기구(INRO; International Natural Rubber Organization)가 보유하고 있는 기금으로 천연고무를 구입할 수 있는 가격수준까지 상승하였다. 천연고무 가격의 회복은 아직 불확실하다. INRO 회원중 천연고무 생산국들은 동 기구의 천연고무 기금 운용에 불만을 갖고 동 협정의 유효기간이 끝나는 1993년말 이전에 협의를 재개할 것으로 보인다. 만약 동 협정이 깨어진다면 천연고무시장은 중요한 완충장치를 상실하게 되는 것이다.

〈표 6〉 원자재 가격의 추이(1990~1992)(연평균)

구분 \ 연도	1990	1991	1992*
천연고무(페니/kg)	53.7	51.9	53.1
브렌트 원유(달러/배럴)	23.7	19.6	19.0

*: 예측

자료: EIU, World Commodity Forecasts, April 1992.

일반적으로 타이어는 자동차에 부착되는 고무 덩어리로 인식되기 쉬운데, 사실상 타이어는 철사, 섬유코드, 배합고무가 조합되어 만들어지는 것이다. 과거 생산자동화방법은 주요 타이어제조업체들이 소개한 바 있다. 자동화는 타이어회사 운영경비의 35%에 해당하는 노무비를 경감시킬 뿐만 아니라, 자동차생산자동화로 자동차의 품질을 향상시킨 것과 마찬가지로 타이어의 품질균일성을 높이게 될 것이다. 타이어의 주요 생산설비는 주로 타이어제조업체 자신이 설계하고 제작하는 경우가 많다. 자동차생산자동화는 많이 향상되었다.

(다음호에 계속)

자료: The World Tyre Industry

번역: 金 民/協會 業務部長