

# 세계 타이어산업 현황(II)

## 업 무 부

차 례

□ 개 요

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

### 2. 유럽의 타이어산업

#### (1) 유럽의 타이어시장 현황

1991년 유럽의 승용차용 타이어 수요는 약 2%가 증가한 1억 8천 400만개로 추정된다. 그러나, 이 숫자는 통일독일 때문에 다소 왜곡될 수도 있다. 타이어 판매량은 실질적으로 7~8% 감소한게 아닌가 싶다. 트럭용 타이어 수요는 독일의 트럭 판매량 감소로 약 5% 정도 감소한 것으로 추정된다. 승용차 및 경트럭용 타이어의

시장점유율은 전체의 60%에 달하고 트럭·버스용 타이어의 시장점유율은 30%이며, 나머지 10%는 농경기용, 오토바이용, 기타 산업차량용 타이어가 차지하고 있다.

Michelin은 유럽 승용차용 타이어시장의 34%를 점유하고 있는데, Michelin의 경쟁업체인 Continental이 15%, Pirelli가 13%, Goodyear가 12%를 점유하고 있다. 트럭용 타이어부문에서는 Michelin의 점유율이 한층 더 높아 45%에 달하며, Continental이 13%, Goodyear가 11%, Pirelli가 9%이다. 이용가능한 자료로 추정해 볼 때, 유럽의 타이어업체들의 매출액 점유율이 (그림 2)에 나와 있는데, 명백하게도 Michelin이 시장을 장악하고 있고, Continental, Goodyear, Pirelli는 한참 떨어져 있다.

1980년대 전반기에 유럽의 타이어 판매량은 연평균 2%가 증가하였는데, 후반기에는 신차 판매 호조를 반영하여 연평균 4%가 성장하였다. 같은 기간중 트럭용 래디알 타이어는 물동량의 증가와 신차의 수요촉진으로 급속히 증가하였다. 타이어회사의 이익도 커져야 마땅하지만 자동차

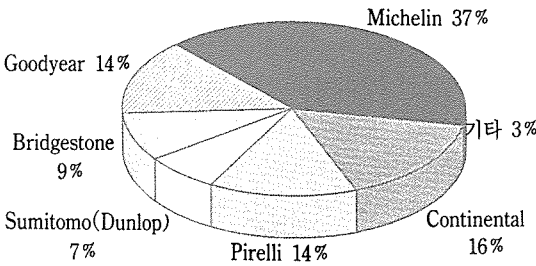
의 평균보유수명이 감소됨으로써 교체용 타이어 부문의 수익이 떨어져 전반적으로 수익성은 둔화되었다.

1990년과 1991년에 수요는 약간 부양되는 것 같았으나, 업계는 혹독한 가격전쟁양상에 진입하게 되었으며 이로 인하여 수익성은 급속히 감소하였다. 게다가 대기업들이 일부 주요 동종업체를 기업매수(주로 미국에서)한 이후 판매도 부

진하여 모기업의 부채가 급속히 증가하였다.

향후 2년간 유럽의 교체용 타이어 수요는 비록 1991년의 성장세에는 미치지 않더라도 지속적으로 증가할 것으로 예상된다. 그것은 차량이 3~4년이 지나면 타이어를 바꾸어야 하기 때문이다. 1980년대말에 신차 판매량이 4~5% 증가하였었는데, 이때 판매된 자동차의 타이어 교체주기가 계속될 것이다. 1991년에 교체용 타이어 판매량은 6%가 증가하였는데, 그 4년전인 1987년의 신차판매증가율이 6%였었다.

마찬가지로 1988년과 1989년의 신차판매증가율을 감안하면, 1992년과 1993년의 교체용 타이어 판매량 역시 3~4%가 증감할 것으로 예상된다. 한편 독일을 제외한 유럽 대부분의 국가들의 승용차 판매량이 하향곡면으로 진입함에 따라 약 3년후의 교체용 타이어 수요는 저조할 것이다.



(그림 2) 유럽 타이어회사들의 브랜드별 시장점유율(1991)  
자료: EIU 추정.

<표 7> 유럽의 승용차 생산량 및 타이어 판매량 추이(1988~1995)

(단위: 100만대, 100만개)

구분	연도	1988	1989	1990	1991	1992*	1993*	1994*	1995*
승용차 생산량		13.03	13.38	13.75	13.65	13.54	13.70	14.00	14.66
신차용 타이어 판매량		65.1	68.5	67.9	66.4	66.2	68.0	69.3	72.4
교체용 타이어 판매량		111.1	110.6	112.8	119.6	123.1	128.0	125.4	128.0

\*: 예측

자료: 업계 추정, 저자 예측.

독일을 제외한 주요 유럽 국가에서 승용차 생산량이 감소됨에 따라 1991년의 신차용 타이어 수요는 2% 정도 감소된 것으로 추정된다. 1992년에는 독일에서 신차 수요가 감소하는 반면, 다른 유럽시장에서는 일부 회복되는 곳도 있어 지역별로 수요증가는 정채될 것이다. 실질적인 수요회복은 자동차 생산량이 1% 정도 증가하는 1993년 이후에나 가능할 것이다.

## (2) 국가별 시장현황

### ① 독일

독일은 1992년에 서유럽 승용차 생산량의

35%를 차지할 것으로 예상되는데, 독일은 현재 유럽 최대의 자동차시장을 갖고 있다. 그러나, 통일 이후 특수수요가 다함으로써 국내 판매량은 1991년도에 비하여 12~15%나 감소하고 생산량은 2~3%가 감소할 것으로 예측된다.

Volkswagen과 General Motors는 최근 신모델(Golf와 Astra)을 발매하였는데, 전면가동에 들어가려면 시간이 걸릴 것이다. 그러나, 신차용 타이어 수요에 악재가 되고 있는 것은 Ford의 독일공장에서 생산되고 있는 Fiesta의 인기가 다한 점이다.

1993~1995년 기간동안 독일의 신차용 타이어

수요는 신차의 수요량 및 생산량의 증가로 다시 한번 성장하게 될 것이다.

② 프랑스

프랑스는 서유럽 승용차 생산량의 24%를 생산하고 있는데, 1991년에 5%가 감소한 이후 1992년에는 신모델 개발(Peugeot 106, Citroën ZX, Renault X06)이 수요를 자극하여 자동차 생산량은 3~4%가 증가할 것으로 보인다. 이를 계기로 1993년 신차용 타이어 수요는 5%를 상회할 것으로 예상된다.

③ 이탈리아

이탈리아는 작년에 서유럽 승용차 생산량의 13%를 차지하였는데, Fiat그룹이 주도하고 있다. 불행하게도 Fiat는 최악의 상태에 빠져서 이 나라의 승용차 생산량은 1991년에 약 6~7%가 감소하였다.

1991년에는 Ford, Renault와 같은 수입차와의 경쟁이 심화되었고, 이로 말미암아 Fiat에 문제가 생겼던 것이다. 1992년에는 Fiat의 상태가 다소

안정될 것으로 보이는데, 동사의 인기품인 Uno, Tipo/Tempra모델은 새로운 경쟁사 제품의 압력을 받을 것이 확실하다. 경쟁사 제품이란 Peugeot 106, Citroën ZX, Renault X06, GM Astra와 Volkswagen Golf 등 유럽시장에서 쟁쟁한 초미니카 및 중저급품분야의 것이다. 1993년 이후에 가서야만 자동차 생산량이 증가하고, 따라서 신차용 타이어 수요도 증가할 것이다. 이것은 현재 개발하고 있는 새로운 Fiat Uno 모델이 시장에서 인기를 얻어서 자동차 생산량이 5~6% 증가하면 가능할 것이다.

④ 스페인

서유럽의 신차 생산량의 12%를 차지하고 있는 스페인 자동차업계는 작년에 곤경을 겪은 것으로 밝혀졌다. 생산량은 3~4%가 감소하였고, 1992년도에는 부가세의 개정이 국내 자동차 수요에 악재이기는 하지만 조금은 좋아질 것으로 보인다. 1993년에는 본격적으로 회복기에 접어들어 장기적으로 볼 때 생산량이 상당히 증가할

〈표 8〉 유럽의 주요 시장에서의 상용차 및 상용차용 타이어 판매현황(1988~1995)

(단위 : 100만대, 100만개)

구분		연도	1988	1989	1990	1991	1992*	1993*	1994*	1995*
상용차	독일	0.24	0.25	0.28	0.43	0.36	0.32	0.33	0.33	
	프랑스	0.43	0.44	0.44	0.39	0.40	0.41	0.42	0.43	
	이탈리아	0.18	0.19	0.19	0.18	0.18	0.19	0.20	0.20	
	영국	0.34	0.35	0.27	0.19	0.21	0.24	0.27	0.29	
	계	1.19	1.23	1.18	1.19	1.15	1.16	1.22	1.25	
신차용상용차타이어	독일	2.50	2.46	2.71	3.92	3.80	3.30	3.20	3.20	
	프랑스	1.01	1.07	0.98	0.86	0.90	0.92	0.96	0.98	
	이탈리아	1.33	1.45	1.43	1.40	1.34	1.35	1.40	1.43	
	영국	1.91	1.96	1.62	1.26	1.35	1.47	1.65	1.73	
	계	6.75	6.94	6.74	7.44	7.39	7.04	7.21	7.34	
교체용상용차타이어	독일	2.19	2.22	2.64	2.38	1.89	2.20	2.40	2.60	
	프랑스	2.20	2.22	2.25	2.10	2.30	2.40	2.50	2.60	
	이탈리아	1.89	2.21	1.99	1.38	1.72	2.06	2.30	2.40	
	영국	1.21	1.16	1.41	0.99	1.10	1.35	1.45	1.60	
	계	7.49	7.81	8.29	6.85	7.01	8.01	8.65	9.20	

\* : 예측

자료 : EIU, Rubber Trends, 업계 추정, 저자 추정/예측.

것으로 예상된다.

Seat사의 야심에 찬 확장계획이 스페인 자동차업체의 주요 변수가 될 것이다. 동사는 금년말에 Martorell 신공장을 준공함으로써 향후 수년간 신차용 타이어의 잠재수요를 늘리게 될 것이다.

#### ⑤ 영 국

영국은 1991년에 서유럽 자동차 생산량의 9%를 차지하였다. 수출의 호조에 힘입어 상반기에는 자동차 생산량이 늘었으나, 하반기에는 뚜렷 떨어져 연도말 생산량은 5%나 감소하였다.

1992년에는 연초의 부진에도 불구하고 신모델인 Vauxhall Astra의 발매, Zeta 엔진을 장착한 Ford의 Escort/Orion의 판매강화와 함께 Washington, Tyne, Wear에 있는 Nissan 공장의 생산량 증가로 인하여 1992년에는 영국의 승용차 생산량은 7~8%가 증가할 것이다. 1993년에는 Swindon의 Honda공장과 Derbyshire에 있는 Toyota 신공장의 생산개시로 일본계 공장의 생산량이 증가하여 영국의 생산능력은 20%나 증가하게 될 것이다. 이는 곧 타이어 수요에도 영향을 미치게 될 것이다.

#### (3) 유럽의 트럭용 타이어 수요

경기의 충격이 미치는 영향은 교체용 승용차 타이어시장보다 교체용 트럭 타이어시장이 더 크다. 따라서 현재 영국의 불황과 프랑스, 스페인의 낮은 성장은 유럽의 교체용 트럭 타이어시장에 負의 영향을 끼치고 있다. 1991년의 초반 8개월은 차량당 평균운송거리가 짧아지고 타이어 판매상과 주요 운수업자들이 재고를 줄이게 되자 타이어 판매량은 약 7~8%가 감소하게 되었다. 영국, 프랑스, 이탈리아, 스페인의 경기는 1992년에 회복될 것으로 보이며, 독일의 경기도 부양될 것으로 보아 물동량은 증가할 것이다. 따라서 차례로 트럭용 타이어시황도 좋아질 것이다.

1990년대 중반에 유럽의 운수산업은 로리(ro-

rry)의 이용이 많아지고, 이와같은 현상은 신차용 타이어시장에는 악재가 될 것이나, 교체용 타이어시장에는 호재가 될 것이다. 또한 EC통합에 의한 국경의 제한이 철폐됨으로써 운수업이 호전됨에 따라 타이어 수요도 증가할 것이다.

#### (4) 유럽의 타이어 가격 변동추이

유럽의 신차용 타이어 가격은 최근 2년간 크게 하락하였으며, 현재 세계에서 최저가격수준이다. 그러나, 타이어제조업체들에게 희소식이라면 더 이상 밑바닥으로 내려갈 수 없어 1992년에는 조금이라도 상승될 조짐이 보인다는 것이다.

과거 수년간 신차용과 교체용 타이어의 가격차이는 너무 벌어져 신차용 타이어는 1980년말 교체용 타이어 도매가격의 75% 수준이고, 최근에는 절반값에 육박하고 있는 실정이다. 자동차 메이커에 공급되고 있는 타이어는 판매비용이 보다 적게 들 것으로 여겨지지만, 반면에 신차용 타이어는 각기 다른 모델의 차량에 맞추어 특별히 제조되는 경우가 많기 때문에 개발비를 많이 투입하여야 한다. 극단적인 예를 든다면 시속 200마일의 Porsche 959에 장착하는 타이어를 개발하는 데 Bridgestone은 2,000만달러를 투자하였다. 이 기술개발로 인한 부수효과는 크겠지만 업체에게는 상당한 자금부담이 따르는 것이다.

신차용과 교체용 타이어의 가격차이는 현재 유럽의 자동차 메이커들이 곤경에 처해 있기 때문에 그 격차를 좁힌다는 것은 매우 어려운 일이다. 더구나 교체용 타이어 판매가격이 상승됨에 따라 1992년의 가격격차는 더 커질 전망이다. 어느 업체도 신차용 타이어부문에서 이익을 볼 수 없는(대부분 큰 손실을 보고 있음) 사실을 감안할 때 결국 타이어업체들은 가격을 인상하기 위하여 같이 노력하도록 압력을 받을 것이다. 그렇게 하려면 모든 타이어제조업체들은 시장점유율을 높이기 위해 벌여온 전쟁을 끝내야 할 것이다.

그러나, 현재까지 신차용 타이어시장의 점유율을 잠식당하는 것을 허용하겠다고 나서는 업체는 없다. 왜냐하면, 그것은 3~4년후에는 결국 교체용 타이어시장의 점유율로 이어질 것이기 때문이다. 그와같은 인식은 결국 타이어업체들로 하여금 시장점유율을 높이도록 하여 가격인상 노력을 수포로 돌아가게 한다. 중기적으로 볼 때 신차용 타이어의 가격인상에 대하여 우리는 조심스럽게 전망할 수밖에 없다.

교체용 승용차 타이어부문에서는 모든 주요 타이어제조업체들이 1991년 8월에 6~10%의 가격인상을 발표하였다. 이 가격인상은 그런대로 실행되어 유럽의 타이어 매출액이 4억 5,000만달러 내지 5억달러 정도 늘어날 것으로 생각된다. 업계소식통에 의하면 실제 가격인상은 발표한 수준의 75~80% 수준이나 성공적이라고 한다. 교체용 타이어시장의 수요는 적절히 강세인 데다 지속적이기 때문에 가격도 꾸준히 상승할 것으로 예상된다.

### (5) 유럽의 타이어업체 현황

미국과 유럽의 타이어 가격이 회복(특히 교체용 타이어)하는 상황에 따라 유럽의 3대 타이어업체들의 수익성은 호전될 것이다. Continental AG사는 우리가 분석한 업체들 가운데 가장 좋은 것으로 평가되었다. 동사는 자기자본에 비하여 부채비율이 상당히 낮았다. 또한 동사는 타이어 매출액의 30%, 그룹 매출액의 21%를 북미시장에 두고 있다. 이와같은 사실은 1992~1993년 사이에 북미지역의 교체용 타이어시장의 가격상승과 신차용 및 교체용 타이어 수요가 회복될 것이라는 점을 감안할 때 좋은 재료이다.

그러나, Continental은 전체 매출액의 약 1/3을

독일시장에 의존하고 있다. 1992년에 독일의 승용차 생산량은 2~3% 정도 감소할 것으로 보이는데, 이것은 신차용 타이어와 자동차 관련 산업에 상당한 압박을 가할 것이다. 과거 2년간 독일의 신차 판매량이 급속히 증가하였기 때문에 구서독지역에서 차량이 4년 이상 되는 것이 줄어들었으며, 이것은 전통적인 국내 교체용 타이어시장에 일시적으로 마이너스 요인이 될 것이다. 독일의 통일은 자동차소유자들을 약 20% 정도 늘어나게 했으며, 이는 Continental의 국내 타이어시장에 플러스가 될 것이다. 더구나, 지난 2년간 독일의 자동차등록대수 증가는 3~4년후의 교체용 타이어시장에 영향을 미치게 될 것이다. Michelin과 Pirelli의 판매활동은 Continental보다 공격적이다. 1992년에는 이들 두 회사의 판매량과 가격이 회복되기 시작하여 수익성이 현저히 나아질 것이다.

Michelin의 재무구조는 부채가 많다. 그러나, 세계 최대의 타이어 메이커라는 점과 이익의 규모도 상당히 클 수 있다는 점을 상기할 필요가 있다. 또한 Michelin은 Uniroyal-Goodrich를 사들임에 따라 북미시장의존도가 그룹 전체 매출액의 40%나 된다. 이것은 비록 신차용 타이어의 수요감소와 가격이 좋지 않은 점도 있지만, 최근 교체용 타이어시장의 가격상승에 따른 상당한 잇점이 있다는 것을 의미하기도 한다.

Pirelli는 Continental 및 Michelin과 같은 시장에서 각축을 벌이고 있지만, Michelin보다는 훨씬 더 적은 부채를 안고 있다. 그러나, Pirelli의 株價는 세계의 주요 타이어제조업체들이 그러하듯이 회복되지 않고 있다. (다음호에 계속)

자료 : The World Tyre Industry

번역 : 金 民/協會 業務部長

## 우리도로에는 우리나라 타이어