

## 해외소식

### 독일, 승용차용 타이어 수요안정세

독일의 승용차용 타이어 수요가 안정세를 보이고 있다. '94년 7월 현재 독일의 총등록 승용차는 약 4천만대로 국민 2인당 1대의 보유 비율이다. '94년 8월에만 신규등록 승용차의 수가 약 40만대에 이르렀다.

독일에서는 대개 6~7만km 주행후에 새 타이어를 사용하는 것으로 알려졌다. '93년 독일에서 판매된 승용차용 타이어는 약 33억마르크에 이르렀다.

현재 독일에서는 Continental, Fulda, Goodyear, Dunlop, Michelin 등 약 14개사가 타이어를 생산하고 있으나 생산증가율은 '91년 이래 하락하고 있다. 이는 주로 생산비용은 높아지고 있으나 판매단가는 낮아지는 추세 때문이다. 이를 극복하기 위해 독일 기업들은 OEM방식의 수입을 시도하고 있으나 품질 검사강 엄격하여 어려움을 겪고 있다.

'93년의 생산액은 29억 7천만마르크로 '91년의 32억 2천만마르크에 비하여 7.7% 감소했다.

'93년 생산액중 수출액도 14억 5천만마르크로 '92년의 18억마르크에 비해 19.4% 감소했다. 이같이 수출액이 감소한 것은 생산비용이 높아 타국산에 비해 독일산의 경쟁력이 약화되었기 때문이다. 국별로는 '93년에 1억 9천만마르크의 프랑스가 최대 수입국이었으며, 1억 8천만마르크를 수입한 베네룩스가 2위의 수입국이였다.

독일의 '93년 수입액은 18억 1천만마르크로 특히 프랑스는 5억 8천만마르크를 수출하여 31.9%를 차지했는데 이는 프랑스의 대표적 메이커인 Michelin의 높은 판매고에 기인한다. 한국의 수출액은 증가세를 유지하고 있으나 아직 일본의 4분의 1수준에 머물고 있다.

수입관세율은 5.8%이며 관세 이외에 특별한 규제조치가 없는 수입자유화품목이다. 기술장벽으로는 TÜV의 품질검증을 들 수 있다. 이 검증을 끝내면 신뢰도를 높이는 효과가 있으나 검증없이도 판매는 가능하다.

현재 경쟁추세로 보아서는 각 메이커간에 가격수준은 차이가 크지 않은데 이는 가격이 경쟁에 크게

영향을 주지 못한다는 것을 의미한다. 독일 수요자들은 가격보다는 안전성 및 내구성 등 품질면에서 우수한 제품을 선호하고 있어 각 메이커는 품질경쟁을 치열하게 전개하고 있다.

현재 한국의 2개사가 이미 진출하여 타제품에 비하여 저렴한 가격으로 판매하여 시장점유율을 확대하고 있다. 그러나 현지 수요자가 가격이 저렴한 제품보다는 품질이 우수한 제품을 선호하고 있어 장기적인 진출을 위해서는 부단한 기술개발을 통한 고품품의 판매가 요구되고 있다.

〈표〉 독일의 타이어 수입실적

(단위 : 1,000마르크)

국	별	1991	1992	1993
프	랑	634,237	710,972	575,646
네	덜	236,257	281,558	167,778
이	탈	175,274	162,769	169,173
영	국	210,021	239,220	142,496
스	페	96,856	108,282	109,128
오	스	48,593	92,947	90,205
한	국	26,401	49,181	63,906
일	본	237,117	268,497	251,969
기	타	315,087	530,389	238,059
	계	1,979,843	2,335,533	1,808,553

자료 : 독일 통계청

특히 현재 90km 이상의 속력에 적합한 HR(210km/hr 이상), VR(240km/hr), ZR(240km/hr 이상)시리즈의 타이어 수요가 증가추세에 있기 때문에 이 제품의 생산 및 진출이 요청된다. 가격이 경쟁에 큰 영향을 주지 않는다는 사실을 고려하여 한국산이 품질면에서 다른 제품에 비하여 뒤지지 않는다는 인식을 심어주어야 한다.

한국산을 취급한 바 있는 한 타이어 전문상에 따르면 한국업체는 최소공급물량을 무리하게 요구하고 시리즈도 다양하지 않아서 소매상의 실적에 부응하지 못한다고 한다. 따라서 공급업체는 현지 실정에 맞도록 소량주문을 받으며 다양한 시리즈를 공급할 수 있는 체계를 갖추어야 할 것 같다.

(日刊煥易, 1995. 1. 24)