

# 동남아 금융위기와 타이어산업에의 시사점

李 吭 九\*

지난해 7월 태국에서 시작된 동아시아 금융위기는 동남아 자동차시장에 부정적인 영향을 미치고 있다. 불과 수개월전까지만 해도 세계 유수의 자동차업체들은 동남아시장을 완벽한 시장으로 평가하면서 진출 확대를 위해 다양한 전략을 모색해 왔다. 선진 자동차업체들은 동남아 자동차시장을 중국, 중남미, 동구시장과 함께 유망시장으로 간주하여 현지에 자동차 조립공장을 건설하기 위해 투자입지를 물색해 왔다. 이에 따라 동남아시장의 타이어 수요도 큰 폭으로 증가할 것으로 기대되었으나 동남아 금융위기가 장기화될 조짐을 보이자 현지 진출을 모색해 온 선진 타이어업체들은 시장 동향예의 주시하면서 새로운 진출전략을 강구하고 있다. 이하에서는 동남아 자동차시장 및 타이어시장의 동향에 대해 살펴 본 후 국내 타이어산업에의 시사점을 도출해 보기로 한다.

## 1. 자동차시장 동향과 전망

### 가. 아시아 자동차시장 동향과 전망

일본, 중국, 한국, 태국, 말레이시아와 인도네시아의 자동차시장이 침체국면에 빠지면서 아시아시장에서의 자동차 판매는 1996년에 최고수준을 기록한 후 지난해에

는 7%가 감소하였다. EIU는 금년도 아시아시장의 자동차 판매는 지난해 대비 29%가 감소하여 1992년 수준에 그칠 전망이다. 2001년 이후에나 1996년 수준으로 회복될 것으로 보고 있다. 이에 따라 아시아 자동차시장이 전세계 자동차시장에서 차지하는 비중은 1996년의 11%에서 금년에는 8%로 하락할 예정이다.

주요기관별 동남아 각국의 자동차 수요 예측은 기관별로 차이를 보이고 있으며 종합해 볼 때 태국의 금년 자동차수요가 전년 대비 37~51%, 말레이시아는 33~51%, 인도네시아는 49~70%, 필리핀은 21%, 한국은 16~60%가 감소할 것으로 예상된다. 그러나 금년 중국의 자동차 수요는 5%, 인도는 9%가 감소하는데 그칠 것이며, 1995~2000년중 중국의 자동차 판매는 180%, 인도는 98%, 일본은 8.2%가 증가할 것으로 예상되고 있다.<sup>1)</sup>

이와 같이 금융위기로 인해 동남아 각국의 자동차 수요가 둔화되고 있지만 아시아 시장에서의 자동차 판매는 2005년에 970만대에 달하여 전세계 자동차 판매의 20%를 차지할 것으로 보인다. 이러한 완성차 판매의 증가와 함께 자동차 부품 판매도 중국과 인도시장을 중심으로 큰 폭으로 증가할 전망이다. 이에 따라 세계 유수 자동차

\* 産業研究院 北美歐洲研究팀 首席研究員

1) Ernst & Young

업체들의 아시아 시장 진출이 가속화되고 있으며, 아시아 각국도 자동차산업을 전략 산업으로 육성하고 있어 아시아시장에서의 경쟁과 마찰이 심화될 예정이다.

일본을 제외한 선진 자동차업체들은 아시아시장의 규모가 작고 진입장벽이 높아 진출을 자제해 왔으나 선진국 자동차시장의 성장률이 둔화되고 있는 반면 아시아지역의 자동차 판매가 큰 폭으로 증가할 것으로 예상되면서 현지 진출을 적극 모색하고 있다. 이와 같이 선진 자동차업체의 아시아 시장 진출이 증가하고 있으나 아시아시장에서의 자동차 판매는 1994년 이후 둔화되어 1996년에는 2.8%가 증가하는데 그쳤으며, 1997년 승용차 판매는 2%가 감소하였다. 이와 같이 판매가 둔화되고 있는 가운데 역내외 자동차업체의 경쟁적인 설비확충으로 아시아지역은 향후 5년간 600만대의 추가 생산능력을 갖출 전망이다. 이에 따라 현재 1,550만대의 자동차 생산능력을 갖춘 아시아지역의 공장 가동률은 금년에 67%로 하락한 후 2001년에는 70%로 회복될 것이나 세계 자동차산업의 평균 가동률인 75%에는 못 미칠 것으로 예상된다.

국별로는 1995년에 72%를 기록하였던 우리 나라의 공장 가동률이 2001년에 52%로 하락한 후 2006년에도 55% 수준에 그칠 예상이며, 최근 85%를 상회하고 있는 여타 아시아 개도국의 공장 가동률도 75% 수준을 넘어서기는 어려울 것으로 보인다.<sup>2)</sup> 특히 세계 1, 2위의 인구 대국이자 자동차산업을 전략산업으로 육성하고 있는 중국의 가동률은 2000년에 60%에 그칠 것이며, 인도의 공장 가동률은 60%를 하회할 전망이다.

아직까지 일본과 한국을 제외한 아시아

자동차시장 규모는 미국시장의 1/4, 일본시장의 절반을 약간 넘는 규모이나, 동 규모는 2000년까지 배증할 전망이다. 이에 따라 일본을 제외한 아시아 지역의 자동차 판매는 1996년의 590만대에서 2006년에는 1,100만대로 증가할 예정이다.

한편 아시아 자동차시장에서의 기대수익은 경쟁심화와 수익성이 낮은 소형승용차 중심의 판매구조 및 과잉생산능력에 따른 가격인하경쟁으로 인해 점차 낮아지고 있다. 따라서 아시아 개도국 자동차시장에서의 투자 자금 회수에는 상당기일이 소요될 예정이다.

#### 나. 동남아 자동차시장 동향과 전망

동남아자동차시장의 촉을 이루고 있는 아세안 자동차시장은 남미 및 중동부유럽시장과 함께 세계 3대 성장시장으로 평가받고 있다. 1996년 동남아시아에서의 자동차 판매는 미국시장의 1/10 수준인 150만대에 그쳤으나, 태국, 인도네시아, 말레이시아, 필리핀 등 아세안 주요 자동차시장에서의 판매는 1993년부터 연평균 18%의 성장률을 보여 불과 4년만에 시장규모가 두배로 확대되었다. 이러한 아세안 자동차시장의 특징으로는 우선 상용차 중심의 시장구조를 가지고 있는 점이다. 그러나 승용차판매도 꾸준히 증가하여 승용차시장의 비중은 1991년의 33.4%에서 1996년에는 40%를 넘어섰다.

두번째 특징으로는 그동안 급신장하였던

〈표 1〉 동남아 주요국의 자동차 생산현황

국 가	(단위 : 천대)		
	1995	1996	1997
인도네시아	40	37	69
말레이시아	239	291	330
대만	281	263	258

2) DRI의 전망임.

태국과 인도네시아 시장에서의 판매가 외환 위기로 인해 둔화되고 있는 반면 말레이시아와 필리핀시장에서의 판매가 큰 폭으로 증가하고 있는 점이다. 이와 같이 아세안 자동차 시장의 판매구조가 변화하고 있는 가운데 1996년 아세안 국가중에서는 태국의 자동차 판매가 56만대로 최고치를 기록하였으며 인도네시아, 필리핀, 말레이시아가 그 뒤를 이었다. 승용차 판매의 경우 지난해 국민차 생산계획을 적극 추진하고 있는 말레이시아가 태국의 판매대수를 2배 이상 상회하였다.

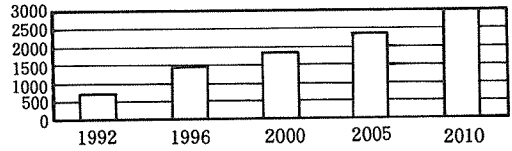
〈표 2〉 동남아 주요국의 승용차 판매현황  
(단위 : 천대)

	1993	1994	1995	1996	1997
인도네시아	32	40	38	44	74
말레이시아	129	156	228	280	326
필리핀	51	59	71	89	76
태국	174	156	163	173	134
대만	399	432	415	363	356

한편 선진 자동차업체들은 아세안지역의 저렴한 임금과 상대적으로 낮은 고정비용 및 수출기지로서의 중요성에 따라 진출을 강화하고 있다. 미국의 빅 3는 아시아시장으 개방화가 가속화되고 있고 그동안의 엔화강세와 기업구조개편으로 일본자동차업체와의 경쟁력 격차가 축소되자 시장 성장 잠재력이 크고 생산비용면에서 입지우위를 지닌 동남아시아에 대한 직접투자를 확대하고 있다. 빅 3는 현지생산을 통해 매우 낮은 수준에 머물고 있는 아세안시장 점유율의 제고와 인접 아시아시장으로의 수출을 도모하고 있다.

이와 같이 빅 3가 아세안시장 진출을 강화할 움직임을 보이자 닛산, 혼다, 미쓰비시 등 일본업체들은 동남아 현지 생산능력을 2배로 확충하여 대응한다는 전략을 수립하였다. 한편 선진자동차업체간의 설비확충 경

단위 : 천대



자료 : LMC

주 : 1) 아세안 4개국은 말레이시아, 인도네시아, 태국, 필리핀임.

〈그림 1〉 아세안 4개국<sup>1)</sup>의 자동차 판매 추이 및 전망

쟁이 가열되고 있는 가운데 동남아 각국의 자동차업체들도 생산능력의 확충, 상호협력의 강화와 역내국가로의 진출을 모색하면서 아세안시장에서의 경쟁이 심화되고 있다.

〈표 3〉 아세안 주요국의 자동차 시장 전망  
(단위 : 만대)

	1990	1995	2000	2005
태국	30.4	49.0	58.2	76.6
인도네시아	27.5	28.7	39.2	46.9
말레이시아	18.6	21.5	27.3	34.2
필리핀	5.2	8.7	10.6	14.0

자료 : Techno Japan, 1996. 5

아세안 국가중에서는 말레이시아, 태국, 인도네시아 자동차시장의 성장잠재력이 높게 평가되고 있다. 인도네시아와 태국은 각각 2억명과 6천만명에 달하는 인구를 가지고 있고 말레이시아는 인구가 2천만명에 불과하나 높은 소득수준을 바탕으로 자동차 수요가 급신장할 것으로 예상되고 있다.

(1) 태국시장

태국내 자동차 판매는 꾸준히 증가하여 1996년에는 전년대비 3%가 증가한 58만 9,000대로 최고 수준을 기록하였다. 그러나 태국의 승용차판매는 외환위기로 인해 지난해에 전년대비 23%가 감소하였다. 태국의 자동차 판매구조는 상용차 판매가 70%, 승용차 판매가 30%를 차지하고 있으며, 1톤 픽업 트럭 판매가 55%를 차지하고 있다.

금년 태국의 신차 수요는 금융위기에 따라 1996년의 1/3 수준에도 못미치는 16만대에 그칠 전망이다.

한편 11개의 자동차공장을 가동하고 있는 태국 자동차산업은 심각한 과잉설비 문제에 직면해 있다. 태국 자동차산업의 생산능력은 미국과 일본 자동차조립업체의 경쟁적인 설비확충에 따라 조만간 120만대를 넘어서 여타 동남아시아 국가의 생산대수를 모두 합친 규모를 상회할 것이다. 이러한 가운데 내수가 급감하고 있어 수출만이 태국 자동차산업 회생의 돌파구로 여겨지고 있으나 동남아뿐 아니라 아시아 자동차시장 전체가 위축되어 있어 해결의 실마리를 찾지 못하고 있다. 이와 함께 IMF의 구제금융이 지원되면서 태국정부는 자동차 수입관세의 인상과 부가가치세와 소비세 등 자동차 관련 각종 세금을 인상하고 있어 자동차 수요는 당분간 점감할 전망이다.

태국 자동차시장은 조립, 부품공급, 유통망을 장악한 일본업체가 91% 가량 지배하고 있다. 1995년 태국은 33만대의 픽업트럭을 생산하여 미국 다음의 제 2위 픽업트럭 생산국으로 부상하였다. 태국의 픽업트럭시장은 도요다, 이스즈, 미쓰비시의 일본업체가 76%를 지배하고 있으며, 현지업체와 벤츠사가 각각 22.1%와 1.9%를 점유하고 있다.

세계 최대의 자동차 생산업체인 GM은 아시아 12개국에 대한 현지 생산 타당성 조사 결과 태국을 중국과 함께 아시아 진출의 전진기지로 확정하였다. GM은 7억 5,000만달러를 투자하여 태국에 연산 10만대 규모의 오펜생산공장을 건설한 후 생산능력을 15만대로 확충하여 수출을 증대할 계획이었다. 그러나 GM은 동남아 자동차시장의 위축에 따라 당초계획을 전면 수정하여 생산규모를 4만대로 축소하고 투자금액도 4억

5,000만달러로 삭감하였다. 또한 GM은 보다 저렴한 차종으로의 생산차종 변경과 생산개시 일자의 연기도 고려하고 있다.

〈표 4〉 태국 자동차산업내 외국업체 현황  
(단위 : 백만달러)

외국업체	투자액	생산 및 영업 현황
GM	500	저가 소형 승용차
포드	472	1톤 픽업트럭
미쓰비시	560	픽업트럭 생산기지를 일본에서 태국으로 이전
도요타	360	신규공장·훈련센터설립, 기존 설비 확충
마즈다/포드	472	엔진조립, 바디제조, 픽업조립 신규공장 설립
혼다	100	시티, 어코드와 시빅모델을 위한 조립·부품공장 설립
이스즈	20	1998년까지 기존생산능력을 15만대로 확충
기타	n.a.	크라이슬러(체로키 질), 볼보 생산능력 2만대로 확충

한편 포드는 마즈다와 함께 4억 7,200만달러를 투자하여 13만 5,000대 규모의 픽업트럭 생산공장을 태국에 건설중이며, 1999년부터 승용차를 현지에서 생산할 예정이다. 포드는 1년 6개월간의 입지선정 조사 끝에 태국을 생산입지로 결정하였다. 이와 같이 GM과 포드가 태국을 아시아 진출 확대를 위한 교두보로 확정하였으나, 현지 부품업체의 확보에 어려움을 겪게 되자 포드는 2개의 자체 부품공장을 설립하였다. 크라이슬러사도 태국 현지 생산을 통해 1996년에 3,000대의 질체로키를 판매하였으며, 단기적으로 니온과 보이저 미니밴을 현지에서 수입·판매할 계획이다.

일본업체중에는 도요타, 이스즈, 닛산, 미쓰비시, 혼다사가 태국에 진출해 있다. 도요타는 3억 5,000만달러를 투자하여 제2 생산공장을 건설하여 생산능력을 20만대로 확충하였으며, 터셀급인 Soluna 모델을 현지에서 생산할 계획이다. 혼다도 1억 1,000만달러를 투자하여 연산 8만대로 생산능력을 확충하였다. 혼다는 태국내 생산공장의 생산성이 일본공장보다 10-15%가 낮자 생

산성 향상을 위해 현지 107개의 부품협력 업체중 70개사를 일본내 부품업체와 협력 관계를 맺도록 유도하였다. 이들 두 업체는 태국을 '아시아카'의 생산기지로 삼아 아시아 시장 공략의 중추기지로 활용할 예정이다. 닛산은 최근 현지 생산능력을 50% 증대하여 연산 14만대로 확충하였으며, 미쓰비시와 이스즈는 태국내 픽업 트럭 생산설비를 확충하고 있다.

이와 같이 외국자동차업체의 태국 진출이 급증하고 있으나, 열악한 도로사정과 함께 태국정부의 자동차 산업에 대한 규제가 진입장벽으로 작용하고 있다. 또한 현지 자동차업체는 신차 판매 3주전에 태국정부에 가격을 통보하여야 한다. 이와 함께 태국의 소비자 취향이 수시로 변화하고 있어 태국 시장에서의 성공은 스타일과 가격이 좌우하고 있다. 태국내 딜러쉽도 여타 국가에 비해 독특하며 태국정부의 현지 부품 조달 의무율이 승용차의 경우 54%, 픽업 트럭의 경우 60%로 매우 높은 편이다. 더불어 태국 자동차 산업의 임금은 단순 조립공이 일일 10달러, 숙련공이 15달러로 매우 낮으나 이직률이 높고 양질의 근로자를 구하기가 힘든 실정이다.

한편 금융위기가 지속되면서 태국 자동차 산업은 가동률이 30% 수준에 그칠 정도로 심각한 불황에 빠져 있다. 이에 따라 미국의 빅 3는 생산계획을 축소하고 현지에서의 수출증대를 모색하고 있으며, 일본업체들은 대양주, 스리랑카, 중동시장을 새로운 수출 시장으로 개척하고 있다. 또한 일본업체들은 현지 유희설비의 활용을 위해 일본내 생산라인을 일부 이전할 계획이다. 한편 현지 진출 외국 자동차업체들은 2003년에 아세안의 자동차관세가 5% 수준으로 하락할

경우 인접국가에 대한 수출이 증가할 것으로 예견하면서 현지생산기반을 강화하고 있다.

### (2) 인도네시아시장

인도네시아 자동차시장은 막대한 성장잠재력으로 인해 선진자동차업체의 주목을 받고 있다. 인도네시아의 자동차판매는 1992년의 17만 2,000대에서 1996년에는 32만 5,000대로 증가하였다. 그러나 1996년의 자동차판매는 일반 소비자들이 국민차 출시 때까지 구매를 미루고 인도네시아 정부의 긴축정책으로 인해 소형상용차 판매가 감소하여 전년대비 12% 감소하였다. 지난해 인도네시아의 승용차 판매는 전년대비 68%가 증가하였다. 인도네시아 자동차시장도 승용차에 비해 상용차 판매비중이 높은 구조를 가지고 있다. 인도네시아의 자동차 판매는 2000년에 52만 5,000대로 증가한 후 2005년에는 80만대에 달할 전망이다.<sup>3)</sup>

인도네시아 승용차시장의 90%는 도요타, 미쓰비시, 다이하쓰, 스즈끼, 이스즈, 혼다 등 일본업체가 장악하고 있다. 도요타는 현지업체와 합작으로 인도네시아 최대의 자동차업체인 Astra International사를 운영중에 있고, 스즈끼사는 현지업체에게 디자인을 제공하고 있다. 한편 인도네시아는 국민차 생산을 위해 완성차에 대해 200%의 관세를 부과하고 부품에도 40%의 수입 관세를 부과하고 있다.

인도네시아 정부는 말레이시아의 국민차 계획이 성공을 거두자 1996년 5월에 향후 3년내에 국민차를 생산할 것이라고 발표한 후 1996년 9월에 한국의 기아를 협력업체로 지정하였다. 인도네시아 정부는 1996년 2월에 설립된 티모르사와 기아가 합작으로 생산할 국민차에 대해서는 사치세와 관세를

3) 인도네시아 자동차 공업협회

면제한다고 발표하였다.

그러나 현지 진출 구미업체가 동 조치에 대해 강력히 반발하자 인도네시아 정부 1997년 6월에 1999년말까지 현지 부품 조달 비율이 60%를 상회하는 자동차업체에 대해서는 티모르사와 마찬가지로 사치세를 면제해 줄 것이라고 발표하였다. 한편 인도네시아 정부는 티모르사의 국민차생산이 지연되자 티모르사가 기술협력선인 기아자동차로부터 4만 5,000대의 자동차를 무관세로 수입하도록 허용하여 구미업체와 또다른 마찰을 빚고 있다.

### (3) 말레이시아 시장

말레이시아의 자동차산업 육성정책은 최근 프로톤사의 단일 육성에서 복수업체의 육성으로 전환되고 있다. 말레이시아의 자동차 수요는 다면적, 중층적으로 확대되고 있으나, 높은 관세와 세금이 자동차 수입을 억제하고 있다. 말레이시아는 1997년 9월 2,000cc 이상 승용차의 수입관세를 인상하였다. 1992~95년중 말레이시아의 자동차 판매는 연평균 24%가 증가하였으며, 1996년에는 28%가 증가하였다. 말레이시아 자동차 판매구조는 1996년을 기준해 볼 때 국민차 판매가 급증함으로써 태국, 인도네시아와는 달리 승용차 판매가 64%를 차지하였다. 이에 따라 말레이시아 시장에서의 승용차 판매는 1986년의 4만 7,000대에서 1996년에는 27만 6,000대로 증가하였으며 1997년에는 전년대비 16%가 증가한 32만 6,000대를 기록하였다. 그러나 금년 말레이시아의 승용차 판매는 지난해 대비 42%가 감소할 전망이다.

최근 말레이시아의 승용차 판매가 호조를 보인 이유는 외국업체들이 국민차 생산에 보조를 맞춰 소형 승용차를 개발하여 판매하였기 때문이다. 말레이시아의 국민차 개발 현황을 보면 1985년에 설립된 프로톤사

가 시트로엥과의 기술제휴를 통해 국민승용차인 '티아라'를 생산하고 있으며, 1991년에 설립된 페로두아사가 다이히쓰와의 기술제휴를 통해 국민 상용차인 '루사'를 생산하고 있다.

말레이시아 최대의 자동차업체인 프로톤사는 2000년 이전까지 엔진을 제외한 모든 분야에서 독자적인 모델을 개발한다는 야심찬 전략을 추진하고 있다. 프로톤사는 1996년에 영국의 로터스사를 인수하여 고급 스포츠카의 개발에 성공하였고 베트남, 필리핀, 인도네시아, 중국에 합작 진출하였으며, 1997년 상반기중의 23만대 생산능력을 2000년까지 38만대로 증설한 후 2008년에는 100만대로 확충한다는 계획을 수립해 놓고 있다. 또한 프로톤사는 2000년까지 수출비중을 30%로 증대할 계획이다. 프로톤사는 로터스, 미쓰비시, 시트로엥의 기술을 이용한 신차를 개발하여 영국을 중심으로 한 대EU 수출을 증대할 계획이다. 또한 프로톤사는 2003년에 관세가 대폭 인하될 것에 대비하여 비용을 30% 이상 절감할 계획을 수립하여 운용하고 있다.

한편 말레이시아 자동차업체들이 생산하고 있는 국민차의 가격은 현지생산 외국 승용차나 수입승용차보다 40% 이상 저렴한 실정이다. 이에 따라 말레이시아 승용차 시장은 프로톤과 페로두아가 80% 가량을 장악하고 있다. 일본업체중에는 혼다와 이스즈가 소형 승용차를 생산·판매하고 있으며, 현대와 르노가 협력하여 소형밴을 생산·판매할 계획이다.

### (4) 필리핀 및 싱가포르시장

필리핀 자동차시장은 도요타, 미쓰비시, 닛산, 혼다 등의 일본업체가 지배하고 있으나 최근 빅 3의 시장 재진입이 추진되고 있다. 필리핀의 자동차 등록대수는 1995년 승용차가 62만 7,000대, 트럭이 20만대,

버스가 2만 8,000대에 달하고 있다. 필리핀에는 12개의 늑다운 조립업체가 생산활동을 벌이고 있으며, 1996년에는 3만 7,039대의 자동차를 생산하였다. 1989년 이후 도요타가 필리핀의 자동차생산을 주도하고 있으나, 승용차생산은 닛산이 주도하고 있다.<sup>4)</sup>

필리핀의 승용차 판매는 1992~96년중 연평균 1만대씩 증가하여 현재 운행되고 있는 승용차중 60% 가량이 차령 7년 미만의 승용차이다. 1996년 12만대의 판매실적을 기록한 상용차시장은 수입자동차가 지배하고 있으며, 트럭판매의 90%와 버스 판매의 70%를 수입에 의존하고 있다. 한편 필리핀의 신차등록대수는 1997~2000년중 연평균 13%가 증가할 전망이다, 필리핀의 승용차 생산능력은 2000년에 42만 5,000대에 달하여 공급과잉현상을 초래할 것으로 보인다. 한편 최근 포드는 필리핀 현지 생산공장 건설에 1억 1,100만달러를 투자하기로 결정하였으며 필리핀 정부는 조세 유인을 부여할 계획이다.

싱가포르는 자동차 조립·생산공장을 보유하고 있지 않으나 GM, 크라이슬러, 벤츠, BMW, 아우디, 볼보 등 세계 유수의 자동차 업체들은 싱가포르의 양호한 경영환경에 따라 아시아 지역본사를 두고 있다. 싱가포르는 1990년 이후 자동차의 구매와 생산을 억제하고 있다. 특히 싱가포르의 좌측 핸들 자동차의 운행을 금지하고 있으며, 자동차의 주행과 보유를 10년으로 제한하는 인가(Certification of Entitlement : COE)제도를 운용하고 있다. 이에 따라 싱가포르에서의 중형차 구매가격은 3만 2,000달러~3만 5,000달러에 달하는 COE 가격과 45% 수입관세, 차량가격의 150%에 해당하는 등

특세 등 각종 조세를 포함하면 15~20만달러에 달하고 있다. 이에 따라 싱가포르는 1997년 2월 현재 인구 9명당 1대꼴인 40만대의 승용차와 1만 1,000대의 버스, 13만대의 상용차를 보유하고 있다. 싱가포르의 승용차시장 역시 일본업체가 지배하고 있다.

현지 직접투자를 모색해 왔던 선진 자동차업체들은 환율 절하와 경영위기로 인해 자산가치가 급락한 동남아 자동차업체의 인수와 전략적 제휴를 적극 모색하고 있다. 미국의 빅 3는 우리나라 자동차업체의 인수와 제휴를 검토하고 있으며 벤츠, 볼보, BMW 등 유럽자동차업체들은 고급차 판매 전략을 전면 수정하고 있다. 유럽업체들은 현지 수입업체나 판매조직을 인수하여 아시아자동차시장에서의 지배력을 강화할 움직임을 보이고 있다. 한편 동남아시아시장의 90% 가량을 장악하고 있는 일본업체들은 엔화 약세에 따른 수익성 향상을 바탕으로 동남아시아시장이 회복될 때까지 별다른 전략의 변화없이 관망하는 자세를 취할 것으로 보인다. 일본자동차업체들은 동남아 공장 기술자들의 기술훈련을 강화하고 있으며 현지 부품업체들로부터의 조달을 확대하는 한편 현지공장을 수출형 공장으로 전환하기 위한

〈표 5〉 80년대 이후 미국·유럽 자동차산업의 아시아 진출 전략

	미국업체	유럽업체
일본	판매활동의 강화 디자인 인을 통한 부품조달 지역본사의 설립	독자유통망과 서비스센터를 통한 시장점유율 증대 R&D 정보 및 인력 확보
아시아	생산 및 마케팅 활동 강화 시장점유율 10% 목표 (한국, 중국, 대만, 태국, 인도)	생산 및 마케팅 활동강화 (한국, 중국, 대만, 말레이시아, 태국) 중국을 중심으로 한 아시아 진출 전략의 수립

4) 1996년 일본 5대 자동차업체의 승용차 생산대수는 6만 7,951대에 달함.

지원을 실시하고 있다.

### 3. 타이어시장 동향과 전망

아시아가 자동차산업의 중심지로 부상하면서 아시아의 타이어 수요가 큰 폭으로 증가할 것으로 예상되어 왔다. 이는 1996년 말까지 행해진 세계 10대 타이어 산업내 투자프로젝트중 7개가 아시아에 집중된 점에서 잘 나타나고 있다. 그러나 태국에서 비롯된 금융위기가 동아시아 국가로 확산되면서 단기적으로 아시아 자동차시장이 위축될 전망에 따라 선진 타이어업체들은 현지투자 및 생산전략을 수정하고 있다. 현재 동남아에는 35개의 타이어생산공장이 연 3,800만개의 타이어를 생산하고 있으며 2000년까지 생산물량이 5,700만개로 증가할 전망이다.

한편 동남아 타이어시장중에서는 인도네시아와 태국 타이어시장이 가장 유망한 것으로 평가할 수 있다. 인도네시아는 2억에 달하는 인구를 보유하고 있고 국민차 생산을 적극 추진하고 있으며 태국은 선진 자동차업체의 아시아 생산기지로 부상하면서 타이어 수요가 급증할 예상이기 때문이다. 이에 따라 브리지스톤은 2억 1,800만달러를 인도네시아와 태국에 투자하여 2002년까지 타이어생산량을 일일 415톤으로 증대할 계획이다. 브리지스톤은 인도네시아 서부 사바섬에 1999년 가동을 목표로 일일 20톤의 타이어공장을 건설할 예정이며, 2001년까지 생산량을 일일 50톤으로 증대할 계획이다. 또한 브리지스톤은 신규공장 설립을 통해 태국 농카이공장의 생산능력을 1998년 말까지 일일 80톤으로 증대할 계획이다.

#### 가. 인도네시아시장

선진 타이어업체의 진출역사가 긴 인도네시아 타이어시장은 그동안 높은 성장세를

보여왔다. 인도네시아 타이어시장은 상위 3개사가 약 80%를 지배하고 있다. 인도네시아 최대의 타이어업체인 Gajah Tunggal사는 요코하마 타이어와 기술협력을 맺고 있으며, 지난해 레이디얼 타이어의 생산량을 일일 8,000개에서 3만개로 확대하였다. 제 2위 타이어업체인 브리지스톤사는 6,000만달러를 투자하여 일일 생산능력이 1만개에 달하는 타이어공장을 건설중에 있으며, 3위 업체인 굳이어사는 생산능력을 일일 2,200개로 확대하였다.

한편 컨티넨탈사는 이태리의 비토리아사와 합작으로 인도네시아의 Suryaraya Rubberindo Industries(SRI)가 생산한 타이어를 전세계시장에 유통시키는데 합의하였으며, SRI사에게 생산기술을 이전하는 대신 인도네시아의 자전거 타이어용시장에 진입할 수 있는 발판을 마련하였다. 이와 함께 피렐리사는 북미시장 공급을 목표로 연산 50만개의 레이디얼 타이어를 생산하기 위한 계약을 인도네시아의 Gajah Tunggal사와 체결하였다. 한편 지난해 인도네시아의 타이어 생산능력은 신규 3개업체의 생산참여로 인해 연 500만개가 증가하였다.

〈표 6〉 인도네시아의 타이어업체 현황

(단위 : 명, 천개)

업체명	설립년도	공장수	고 용	생산품목	연생산능력
브리지스톤	1976	1	1,198	1,2,3,4,6,7	-
Deli	1958	1	3,000	1,2,7	820
Elaangperdana	1997	1	670	1,2	1,500
Gajah Tunggal	1951	2	5,150	1,2,3,4,5	1,000
굳이어	1935	1	900	1,2,3,4,6	3,285
Intirub	1951	2	5,133	1,2,3	292
Mega Rubber	1964	2	1,974	1,2,3,5	2,000
Oroban Perkasa	1995	1	760	1	1,825
Sumi Rubber	1997	1	-	1,2,3	1,500

자료 : European Rubber Journal, Global Tyre Report 1997/98

주 : 1(승용차용), 2(소형 트럭용), 3(트럭/버스용),

4(농업기계용), 5(2륜차용), 6(건설차량용), 7(산업차량용)



나. 말레이시아 시장

말레이시아 타이어산업에 대한 투자는 80년대 말에 활발히 추진되었으며 공급과잉 문제에 직면해 있다. 그러나 말레이시아의 타이어수요는 상대적으로 높은 소득수준과 국민차생산을 통한 자동차산업 육성정책에 따라 높은 성장세를 유지할 전망이다. 말레이시아의 타이어수요는 금융위기에 따라 단기적으로 위축될 전망이나 금융위기가 진정국면에 진입할 경우 다시 증가할 전망이다. 말레이시아의 타이어산업은 다수의 현지 중소업체로 구성되어 있으며 선진업체로는 굳이어사가 현지업체와 합작으로 타이어를 생산하고 있다.

〈표 7〉 말레이시아의 타이어업체 현황

(단위 : 명, 천개)

업체명	설립년도	고 용	생산품목	연생산능력
DMIB	1962	949	1,2,3,6,7	1,640
Fung Keong Rubber	1940	630	4,5	9,855
굳이어	1962	600	1,2,3,4,6	2,300
Rhoden	-	-	2,4,7	-
Silverstone	1988	650	1,2,3	2,000
Sime Aircraft Tyre	1988	56	8	12
Sime Tyre Int'l	1988	1,000	1,2,3,5	3,650
Vredesein FKR	1996	40	7	1,000

자료 : 전계서.

다. 필리핀 시장

필리핀의 타이어 수요는 아세안 4개국중 가장 작으나 포드를 비롯한 선진 자동차업체들의 시장 재진입이 이루어지고 있어 신차용 타이어를 중심으로 수요가 증가할 전망이다. 선진업체중에서는 굳이어사가 필리핀시장 지배력을 강화하기 위해 태국 합작업체인 MSF사의 지분을 인수하였으며 승용차용 및 트럭용 레이디얼타이어를 생산하고 있다. 또한 요코하마사가 일일 5,000개의 생산능력을 가진 공장을 건설중에 있으며, 장기적으로 생산능력을 2배로 확대할 계획이다.

〈표 8〉 필리핀의 타이어업체 현황

(단위 : 명, 천개)

업체명	설립년도	공장수	고 용	생산품목	연생산능력
Dura Tire	1983	1	80	1,2	110
굳이어	1956	2	1,123	1,2,3,4,6	1,533/13,200t
MSF Tire	1956	1	800	1,2,3,4	1,168

자료 : 전계서.

라. 태국시장

전술한 바와 같이 선진 자동차업체의 연이은 태국진출로 인해 태국의 타이어산업은 높은 성장세를 보여 왔다. 최근 선진타이어업체의 태국 타이어시장 신규진입은 이루어지고 있지 않으나 기존업체의 설비확충 투자가 꾸준히 이루어지고 있다.

한편 태국의 금융위기 여파로 현지 타이어업체의 경영이 타격을 입은 것으로 나타나고 있다. 선진업체로는 미셸린, 굳이어, 브리지스톤이 태국에 공장을 가동중에 있다. 미셸린은 태국을 아시아 진출 거점으로 삼기 위해 태국업체와 2건의 합자투자 계약을 체결하고 있다. 미셸린은 태국 경트럭 타이어시장의 50%를 점유하고 있으며 태국시장 지배력을 강화하기 위해 1996년 현지 합작업체의 지분을 인수한 바 있다. 한편 미셸린은 태국내 판매 통합을 통해 아시아지역 판매를 10억 달러로 증대하였다.

〈표 9〉 태국 타이어업체 현황

(단위 : 명, 천개)

업체명	설립년도	공장수	고 용	생산품목	연생산능력
Deestone	1976	1	1,138	2,3,5,7	13,200
굳이어	1966	1	400	1,2,3,6,8	2,044
Hwa Fong	1989	1	1,100	7	3,650
Inoue Rubber	1970	1	400	5	7,200
미셸린	1962	3	2,601	1,2,3,5,6,	4,745
Roadstone Tyre	1986	1	130	2,6,	36,500
Siamese Rubber	-	-	300	5	3,000
브리지스톤	1969	2	2,055	1,2,3,4,6,	3,540/10,950t

자료 : 전계서.

#### 4. 시사점

지난해 7월 이후 심각한 불황을 겪고 있는 동남아경제가 본격적인 회복세로 돌아서기에는 상당한 시일이 소요될 것으로 예상된다. 동남아경제는 일반적인 V자형 회복세보다는 U자형 회복세를 나타내 내년 1/4분기 이후에나 회복세가 가시화될 전망이다. 최근 금융위기를 겪고 있는 동남아 국가의 경상수지가 큰 폭의 흑자를 시현하고 있으나 수출증대보다는 수입감소에 따라 흑자가 유발되고 있어 지속성에 대한 의문이 일고 있다. 또한 소비자물가가 큰 폭으로 상승하고 소비와 투자가 위축되어 경기 회복에 부정적인 영향을 미칠 것으로 우려되고 있다. 특히 제조업생산의 감소는 대규모 실업을 유발하여 어려움을 가중시킬 전망이다. 이와 같이 주요 수출선인 일본경제의 침체 등을 동남아 각국의 수출이 예상보다 부진하고 금융기관의 부실도 당초 평가하였던 것보다 심각할 뿐만 아니라 외국자본의 유입도 불투명하여 동남아경제는 상당기간 불황에 허덕일 가능성이 높다.

동남아 국별 금년도 경제성장률은 가장 심각한 금융위기에 처해 있는 인도네시아가 -4.9%, 태국이 -3.5%를 각각 기록할 전망이다. 말레이시아의 경우 부동산 경기침체와 금융기관의 부실화가 진행되면서 전망이 엇갈리고 있으나 저성장 국면에 빠질 가능성이 높은 것으로 평가되고 있다. 한편 동아시아 경제회복은 중국과 일본경제의 향방에 크게 영향을 받을 전망이다. 특히 중국경제의 성장이 둔화되고 위안화의 평가절하가 이루어질 경우 동남아경제는 깊은 수렁속에 빠질 예상이다.

일본을 제외한 아시아국가에 대한 우리나라

라의 타이어 수출은 1994~96년중 연평균 19.3%의 높은 신장세를 나타내었다. 그러나 지난해 1~11월중 동지역에 대한 수출은 전년동기대비 5.7%가 감소한 7,120만 달러에 달하여 전체 타이어 수출에서 차지하는 비중이 1996년의 7.5%에서 1997년에는 6.5%로 감소하였다. 이와 같이 동남아 지역에 대한 수출이 감소세로 반전된 가운데 동남아 타이어시장은 현지 자동차 수요, 특히 신차수요가 둔화될 전망에 따라 당분간 위축될 예상된다.

이와 같이 동남아 금융위기가 장기화될 조짐을 보이고 있으나 굳이어사는 아시아시장이 향후 전세계 타이어시장의 성장을 주도할 것으로 평가하면서 아시아시장의 폭넓은 개방이 이루어질 경우 중소타이어업체의 인수합병이 진행될 것으로 보고 있다. 굳이어사는 아시아를 비롯한 전세계 타이어시장에서의 경쟁이 심화됨에 따라 타이어업체의 비용절감은 피할 수 없는 과제이며 세계시장을 효과적으로 관리하기 위해서는 범세계적인 조달전략이 필요한 것으로 평가하고 있다.

한편 선진국 자동차업체들은 동남아 자동차시장이 2000년 이후에나 회복될 것으로 전망하면서 현지생산 통합과 생산차종의 변경을 추진하고 있다. 이에 따라 최근 동남아 타이어산업내의 투자는 내수시장 공략보다는 수출을 목적으로 이루어지고 있으며, 동남아 타이어업체들은 현지 화폐가치의 하락을 계기로 대선진국 수출을 확대하고 있으나 전망이 밝지 않은 것으로 평가받고 있다. 결국 아시아 타이어시장의 수요는 당분간 위축될 것이며, 현지시장에서의 경쟁은 더욱 심화될 전망이어서 우리의 대동남아 수출이 타격을 받을 것으로 예상된다.