

성장기의 비즈니스 제트기 시장

기획과

아시아의 경제위기로 고전하고 있는 대형항공기 분야와는 달리 비즈니스 제트기 시장은 현재 호황을 기록하고 있다. 현재 우리나라 항공산업은 주로 보잉과 에어버스를 중심으로 부품을 납품하고 있다. 향후 안정적인 부품 공급과 확대를 위해서 수요시장의 다양화를 추구하는 것도 하나의 방법이 될 것이다. 본지에서는 최근 호황을 누리고 있는 비즈니스 제트기 시장의 동향을 게재하였다.

현재 비즈니스 제트기 시장은 놀라운 성장을 보이고 있다. 1995년 총 33억 달러, 337대를 판매하였고, 1996년에는 총 37억달러 352대를, 1997년에는 55억달러 439대를 판매하였다.

1998년과 1999년에 시장이 최고조에 달할 것으로 보인다. 1998년 비즈니스 제트기 판매는 500대, 70억 달러를 초과되었고 1999년에는 적어도 1998년 수준이거나 그 수준을 조금 웃돌 것으로 예상된다.

새로운(파생된 모델 제외) 모델 모두는 4가지 새로운 엔진 그룹의 산물이다. William International/Rolls-Royce의 FJ44, Pratt & Whitney Canada의 PW500, Rolls-Royce Allison의 AE3007 및 BMW Rolls-Royce의 BR700. 특히 FJ44 및 BR700은 새로운 역량과 효율을 제공하였다.

물론 현재의 호황이 계속해서 지속되지는 않을 것이다. 다시 말하면 3년 내에 규모가 두 배로 증가한 시장이 계속 그 두 배 수준을 유지하기는 힘들다는 얘기다. 아무도 서구 경제가 언제 불황기로 돌입할지를 예측할 수는 없지만 현재 비즈니스 제트기 시장이 새로운 기술과 모델로 인해 지나치게 성장한 것도 사실이다.

특히 앞으로 개발될 혁신적인 새로운 엔진(혹은 다른 기술)이 거의 없기 때문에 한동안 이러한 대량의 기체가 시장에 진입하는 것을 볼 수 없을 것이다. 몇 년 내에 새로운 비즈니스 제트기에 대한 초기 주문은 차

게 되고 수요는 줄어들 것이다. 그러나 경제 침체의 최악의 경우라 하더라도 연간 판매량은 1980년대 말과 1990년대 초 침체기보다는 웃도는 수준으로 유지 될 것이다.

주요 제작업체

레이디언, 봄바르디어, 닷소, 걸프스트림과 세스나 (Textron) 등 5개 주요 업체가 비즈니스 제트기 시장을 주도하고 있으며 달러 가치로 1998년 판매량의 95% 이상을 차지한다. 다섯개 주요 업체가 새로운 모델을 개발하고 있기 때문에 시장주도 현상은 계속될 것으로 보인다. 다른 업체들은 이 분야에서 군소로 남아 있거나 봄바르디어, 세스나 혹은 레이디언에 흡수 될 것으로 전망된다.

봄바르디어는 리어제트와 카나데어 생산라인을 포함하고 있으며 가장 방대한 시장을 가지고 있다. 특히 카나데어는 챌린저, 글로벌 익스프레스 및 카나데어 SE 등의 기종으로 활동이 왕성하다.

텍스트론사의 세스나도 강력한 비즈니스 제트기 시장을 확대해 나가고 있다. 향후 10년 내에 시장에 진입하는 사이테이션 제트, 사이테이션 브라보, 엑셀, 울트라 등이 계획대로 생산되는 한 이 회사는 계속해서 성장해 나갈 것이다.

걸프스트림은 GIV와 GV 기종으로 비즈니스 제트기 시장의 선두 그룹에 위치하고 있으며, 향후 10년동안 평균 20% 이상의 시장을 점유할 것이다. 하지만 두 가지 기종만을 생산하는 동사를 다른 회사가 매입하는 것은 시간 문제일 것이다. 가장 유력한 회사는 레이디언 아니면 텍스트론/세스나일 것이다.

닷소의 팰컨 시리즈는 한동안의 침체를 잘 극복하고 재도약 하고 있다. 3발기의 원조인 팰컨 10/100/200 시리즈는 생산이 중단되었다. 판매량은 1988년 46대에서 1993년에 겨우 15대로 떨어졌다. 그 때부터 신기술 2000이 성공적으로 출시되었고 팰컨 50 및 900 삼발기가 EX 시리즈에 힘입어 원기를 회복해왔다. 판매량은 1997년 51대로 회복되었고 1998년 다시 증가하기 시작했다.

호커 1000 프로그램 종료로 현재 단 두 종류의 비즈니스 제트기만을 생산하는 레이디언은 5위 업체가 되었다. 1998년 판매량은 가치로 따졌을 때 전체 시장의 6.4%밖에 되지 않았다. 킹 에어의 판매량을 추가 시킨다 해도 겨우 8% 수준에 머물 것이다.

향후 레이디언은 적어도 세 종류의 항공기를 추가로 생산할 계획이다. 호커 호라이즌, 프리미어그 및 적어도 한대(혹은 두대)의 개량형 프리미어 항공기가 추가될 것이다. 이 새로운 항공기들의 추가로 시장내에서 회사 입지가 향상 되는데 약간의 도움은 될 것이나, 동사는 시장확대를 위하여 걸프스트림을 매입할 수도 있을것이다. 만약 걸프스트림을 매입할 경우 레이디언은 시장의 30%이상을 점유할 수 있을 것이다.

이스라엘 항공산업은 미국 상주 Galaxy Aerospace 로서 비즈니스 제트기를 다시 고려하려 하고 있다. 중간 크기의 아스트라 SP에 추가적으로 이 신생 회사는 선두그룹 중간위치의 갤럭시 디자인을 보유하고 있다.

Boeing/Airbus의 시장진입

1996년 보잉사는 장거리 비즈니스 버전인 새로운 737-700을 발표하였다. 1997년 파리 에어쇼에서 Airbus는 이에 상응하는 A319CJ를 발표하였다. 보잉사는 9대의 수행 제트기 항공기(Executive Jet Aviation)을 포함해 1998년까지 44개사에서 수주를 받았다고 한다. 에어버스는 7개사로부터 수주를 받았으며 옵션으로 몇 개사가 더 있다고 한다.

이러한 변형된 여객기들은 대부분 다른 시장에 상품을 공급하고 있다. 하나는 일반적으로 전통적 비즈니스 제트기를 구입하지 않는 공공기관의 장금들과 또 다른 하나는 그냥 단순히 개인 제트 항공기를 갖고자 하는 사람들이다. 최근 이러한 개인 사용자들이 운항하고 있는 전용 제트기가 150대에 육박하고 있다. 그리고 에어버스와 보잉사 제품이 앞으로 20년 이상 대부분의 이런 항공기들을 대체할 것이다.

초음속(Supersonics)기의 영향

장기적인 안목에서 선두 비즈니스 제트기 시장은 초음속 비즈니스 제트기(SSBJ)의 공포에 위협받고 있다. 1980년대말 걸프스트림, 수호이설계국, 롤스로이스, 룰카간의 합작으로 초음속 비즈니스 제트기 개발을 발표하기도 하였으나, 그후 1997년말 닷소사가 예비설계작업 중이라고 발표하였다. 비즈니스 제트기 제작사들 중 닷소사가 SSBJ프로젝트를 이끌만한 가장 능숙하고 뛰어난 기술을 가지고 있다.

초음속 전투기 제작의 경험이 있는 닷소사는 SSBJ 시장에 빨리 접근할 수 있는 몇 가지 지름길을 알고 있을 수도 있다. 그리고 닷소사가 제외되어 있었던 고급 시장인 GV/글로벌 익스프레스 장거리 시장을 공격할 가장 좋은 방법일 수 있다.