

# 세계 타이어 시장의 장기 전망

경 영 룰\*

## 1. 서 론

1990년대의 세계 타이어 시장은 북미와 서구와 같은 주요지역과 아시아나 남미와 같은 새로운 지역의 자동차 생산의 증가로 인하여 비교적 활기를 띠었다. 이들 지역은 세계 자동차보유대수의 증가와 교체용타이어수요증가를 주도하였다. 그러나 불행히도 지난 10년 중 최근 2년간은 동남아의 경제혼란에다 남미의 경제혼란까지 겹쳐 이 증가 현상이 계속되지 못했다.

그나마 북미나 유럽의 자동차 수요로 인하여 자동차 산업과 타이어 산업의 발전은 지속되었다.

기간별로 타이어의 수요에 변화는 있지만 타이어 산업이 성숙기에 있다는 것은 의심의 여지가 없다. 수십년전 래디알 타이어가 개발되었지만 타이어 시장에는 오랫동안 재래식 타이어가 주력상품으로서 그 수요는 매우 느리게 증가하였다.

이와 같은 시장수요의 성숙 때문에 타이어 산업은 특히 신차용타이어 부문에서 극심한 가격경쟁이 일어나 기업의 재무상태는 나빠졌고 이는 결국 대기업과 그보다 작은 기업의 합병 등 산업구조개편을 유발하게 되었다. 이 부문의 수요는 증가하였으나 매출액은 별로 증대하지 않았고 수익도 낮았다.

비록 교체용 타이어 부문은 신차용보다 수익을 높으나 많은 양의 수요로 인하여 저가격 타이어의 수입이 증가하고 여러 상표의

타이어가 확산되어 실제 상황은 신차용 타이어 부문과 별로 다를 바가 없었다.

타이어 업체들은 이 상황에 다양한 방법으로 대응했고 많은 성공을 거두기도 했으나 1990년대 후반의 여건은 타이어 시장의 중장기 전망을 흐리게했다. 수량을 전망해 보면 아시아 지역(특히 일본)과 남미 지역은 비록 그 회복의 속도와 범위는 예상하기 힘들지만 2005년까지 명백히 개선될 것으로 예상된다. 이 지역의 수요는 1990년대보다 서서히 그러나 확고하게 증가할 것이며 이는 세계 신차용 및 교체용 타이어 시장의 장기적인 증가세에 도움이 될 것이라는 데 의견이 모아지고 있다.

또한 시기가 논쟁의 문제로 남아 있긴 하지만 주기적으로 이 때가 북미와 유럽에서 신차용 타이어 수요가 하락세에 들어가기 쉽다는 설이 있다.

지난 2년간 유럽의 자동차 생산은 예상보다 증가했으며 북미 자동차 생산도 예상과는 달리 별로 하락세를 보이지 않았다.

아마도 자동차 생산이 2000년과 2001년 사이에 유럽과 북미에서 주기적으로 약간 감소하게 되는데 이로 인하여 불가피하게 신차용 타이어 생산이 저조할 것이라고 EIU는 예상하고 있다. 이 상황은 아시아와 남미의 회복에 도움을 줄 것이다.

이 결과 1992~99년과 비교할 때 2000~05년 사이에 세계 승용차용 타이어와 트럭용 타이어 시장의 연평균 성장률은 대폭 하락할 것으로 예상된다.

\*대한타이어공업협회 회지와 과장

로 이들 전체의 신차용 타이어 수요증가는 완만할 것이다. 그러나 경트럭용 타이어가 보다 크고 가격이 높기 때문에 경트럭 타이어 수요가 많아지면 매출액 규모는 더 증가할 것이다. 교체용 타이어 부문은 지난 몇 년간 판매된 경트럭이 타이어를 처음으로 교체할 때가 됨으로써 향후 몇 년간 매출이 계속 증가할 전망이다. 이리하여 대체적으로 북미 타이어 시장은 계속 수요가 증가할 것으로 보이고 이에 따라 판매와 생산도 증가할 전망이다. 아시아 각국의 경제와 사회의 다양성 때문에 아시아의 장기 전망을 예측하기는 어렵다. 그러나 이런 복잡성에도 불구하고 일반적인 결론은 가능하다.

아시아는 지난 2년간 경제혼란으로 쇼크를 받아 직접적이던 간접적이던 거의 모든 국가가 영향을 받았다. 많은 개발도상국들이 받은 고통에도 불구하고 결과적으로 경제는 건강해질 것으로 보인다. 이 경제혼란은 괄목할만한 성장을 해온 많은 회사들과 국가들의 오만을 여지없이 깨뜨려버렸고 이들 경제의 많은 구조적 약점을 노출시켰다.

만약 이 구조적 약점이 개선된다면 이는 미래의 보다 확고한 성장의 기틀이 될 수 있을 것이다. 이 지역은 아직도 많은 자연적인 잇점, 특히 많은 인구와 그중에서 잘 교육받은 인구가 많다는 점이다. 이들은 번영된 중진국을 향해 노력하고 있으며 이들 국가들의 대부분은 산업화를 위해 노력해 왔다.

경제 위기는 어떤 나라에서도 일어날 수 있으며 경제적 혼란이 있었다하여 그 나라가 다시는 일어나지 말라는 법은 없다. 이 지역의 경제에 일본이 우위적인 위치를 점유하고 있기 때문에 가장 큰 관건은 일본에 있다고 할 수 있다. 일본 경제가 계속 악화된다면 아시아의 다른 국가들의 부담도 훨씬 무거워질 것이다. 일본의 타이어 시장의 구조는 자동차 제조업체들이 북미와 유럽과 같은 지역에 많은 투자를 함으로써 불가피하게 계속

바뀌지 않을 수가 없었다. 해외 공장에서 생산된 많은 수량이 수출되었고 이는 일본의 신차용 타이어 수요에 영향을 주었다. 또한 지난 2년간 일본 내수 자동차 시장이 약화되어 타이어 내수시장도 약화되었다. 수출용 자동차에 대한 신차용 타이어 수요가 계속 감소해 온 반면에 내수용 자동차에 대한 타이어 수요는 경제가 회복되는대로 계속 증가할 것이다.

이 타이어 시장이 지금처럼 서서히 회복될지 아니면 빨리 회복될지는 현재로서는 불확실하다. 남미, 아프리카, 호주는 세계 타이어 시장의 10% 이하를 점유하고 있으나 이들 시장이 비교적 작은 규모에도 불구하고 앞으로 이들은 고성장 가능성을 갖고 있다. 미국과 유럽 타이어 제조업체들이 아직은 실현하지 못했지만 남미를 희망의 지역으로 수년간 관심을 가져 왔다. 남미 국가들 중에서 브라질이 지금까지는 가장 큰 경제규모를 가진 국가이며 브라질의 이 경제 지배권 때문에 남미의 번영은 브라질의 번영과 밀접하게 연관되어 있고 지난 18개월간 이 번영은 조금씩 빛을 더해 왔다. 최근의 경제적 어려움으로 새 자동차 시장이 저조해졌고 1990년대 중반부터 활기를 띠워왔던 승용차용 타이어와 트럭용 타이어 판매가 1998년과 1999년에 심각하게 감소하였다. 비록 자동차 생산이 다시 증가한다 하더라도 이 지역의 산업과 경제는 타격을 입고 1990년대에 달성한 성장과 낙관은 맛보지 못할 것이다.

요약하면 북미와 유럽경제가 계속 성장을 하고 아시아 국가들이 이전과 같이 경제를 회복한다면 남미 지역은 큰 문제없이 현재의 경제고통을 극복할 수 있고 다시 성장하게 될 것이다. 그러나 이 성장은 과거보다는 못하고 완만하게 성장할 것이다.

#### ■ 유통과 시장의 기타 요소들

타이어 산업을 분석하면 타이어 산업은 새

이 보고서 말미에서 언급한 바와 같이 일부 시장과 부문별로 성장세가 다를 수도 있지만 전체적으로 산업성장률은 매우 완만한 현상을 보일 것이다.

## 2. 최근 시장의 조망

세계 타이어 산업이 매년 10억개의 타이어를 생산하고 연간 700억 달러 이상 거래되고 있지만 타이어의 수요는 신차용과 교체용 수요로 거의 자동차 산업에서 발생하고 있다.

신차용 타이어 시장은 규모는 작지만 뉴 모델 자동차에 맞는 타이어 생산에 초점을 두고 있다. 각 부문별 시장구조는 1999년에 신차용 타이어 판매는 경트럭용 타이어를 포함해서 총승용차용 타이어 판매의 31% 이하로 되고 총트럭용 타이어 판매의 경우 신차용 시장은 20%를 약간 상회한 것으로 추정된다.

신차용 타이어의 중요성은 그 생산량에 있는 것이 아니라 제품의 설계 및 생산기술에 있다 하겠다.

최근에는 상황이 많이 나아졌지만 매우 타이트한 가격이 수년간 제조업체로 하여금 이윤을 적게 하였다.

타이어 시장 중에서 가장 큰 부문은 교체용 타이어인데 이 부문에는 수많은 제조업체의 다양한 상표와 많은 타이어가 거래되고 있으며 최종 소비자에게 판매되기까지는 복잡한 유통구조를 갖고 있다.

표 1에서 보는 바와 같이 계속 증가하는

〈표 1〉 부문별 세계 타이어 판매, 1999-2005<sup>a</sup>

(단위 : 백만개)

	1999				2005			
	승용차	비율	트럭	비율	승용차	비율	트럭	비율
신차용 타이어	220.4	30.6	51.7	20.2	241.5	30.4	56.5	19.6
교체용 타이어	498.9	69.4	204.3	79.8	551.8	69.6	231.6	80.4
계	719.3	100.0	256.0	100.0	793.3	100.0	288.1	100.0

<sup>a</sup> 1999년 수치는 추정, 2005년 수치는 예상  
자료 : EIU

타이어 수요에도 불구하고 2005년까지 신차용과 교체용 타이어 시장 양 부문 모두의 큰 변화는 없을 것으로 예상된다. 유럽과 타이어 시장은 선진국가들, 특히 북미, 서구와 일본에 집중되어 있다. 이들 지역에서 승용차용 타이어는 3/4 이상이, 그리고 트럭용 타이어는 1/2 이상이 판매된다. 승용차용 타이어 시장은 총판매의 74% 이상이 이 지역에서 판매된 것으로서, 북미와 유럽의 수요에 의존하고 있다. 아시아에서는 비교적 적은 비율로 판매되고 있는데 이 아시아 지역 판매의 1/2 이상이 일본에서 판매되고 있다. 아시아는 주로 일반 트럭용 타이어 시장이 주를 이루고 있는데 아시아 지역이 비교적 저개발된 곳이기 때문에 운송수단으로서 승용차보다 트럭을 더 선호하였고 특히 경트럭과 중형트럭이 잘 판매되었다.

더욱이 아시아 국가들의 도로는 상태가 좋지 않아서 타이어가 부담을 많이 받기 때문에 타이어를 자주 교체해야 한다. 반면에 유럽과 특히 북미에서는 좀더 크고 많은 타이어를 장착한 트랙터 트레일러가 사용되고 이 트레일러는 아시아에서 선호되는 트럭에 장착하는 타이어보다 더 크고 비싼 타이어들을 장착한다. 수량면에서 볼 때 아시아는 트럭

〈표 2〉 지역별 승용차용 타이어 세계 시장, 1999와 2005<sup>a</sup>

	1999		2005	
	백만개	비율	백만개	비율
서유럽	203.5	28.3	208.0	26.2
동유럽과 러시아	46.3	6.4	54.8	6.9
북미	283.2	39.4	297.0	37.4
남미	33.3	4.6	46.7	5.9
아시아	126.8	17.6	149.0	18.8
기타	26.2	3.6	37.8	4.8
계	719.3	100.0	793.3	100.0

<sup>a</sup> 1999년 수치는 추정, 2005년 수치는 예상  
자료 : EIU

용 타이어 수요가 전세계의 40%를 차지하는 것으로 EIU는 추정하고 있다. 승용차용 타이어와 트럭용 타이어 시장은 남미가 점점 더 부상하고 최근까지도 급속히 부상하고 있다.

세계 타이어 시장이 대체적으로 성숙해져 있고 서서히 성장하고 있기 때문에 타이어 산업은 남미처럼 현재의 규모를 초월하여 성장하는 시장을 주목할 만한 가치가 있다.

이로 인하여 주요 공급업체들은 이 지역에서 M&A 활동은 물론 신규 생산투자를 하게 되었다.

〈표 3〉 지역별 트럭용 타이어 세계 시장, 1999와 2005<sup>a</sup>

	1999		2005	
	백만개	비율	백만개	비율
서구	30.1	11.8	32.8	11.4
동구와 러시아	20.7	8.1	23.8	8.3
북미	64.5	25.2	67.9	23.6
남미	19.8	7.7	27.2	9.4
아시아	102.0	39.8	114.0	39.6
기타	18.9	7.4	22.4	7.8
계	256.0	100.0	288.1	100.0

<sup>a</sup> 1999년 수치는 추정, 2005년 수치는 예상  
자료 : EIU

1999년 추정치와 2005년 예상치를 보면 승용차용 시장이 북미나 서구에서는 시장을 약간 잃는 반면에 남미나 아시아에서 성장하기 쉬우나 전세계적으로 큰 수요의 이동은 없을 것으로 보인다. 트럭용 타이어 시장은 북미에서 남쪽으로 약간의 이동이 있을 것으로 예상된다.

위에서 보듯이 타이어 시장은 한편으로는 전세계적으로 서서히 증가하고 있는 자동차 생산량과 또 한편으로는 비슷한 속도로 증가하고 있는 자동차 보유대수 및 이용도에 의존하고 있다. 경기가 호황일때는 자동차(및 타이어)의 이용도가 높아지지만 전체 타이어 시장에 미치는 영향은 그리 크지 않다.

EIU는 표 4에서 1992-99년 기간 승용차용과 트럭용 타이어 판매 성장률을 보여주고 있으며 또한 2000-05년 사이의 성장을 예측하고 있다.

〈표 4〉 세계의 승용차와 트럭용 타이어 판매 성장률, 1992-99와 2000-05<sup>a</sup>

(연평균 성장률, %)

	1992-99		2000-05	
	승용차용 타이어	트럭용 타이어	승용차용 타이어	트럭용 타이어
서구	1.72	2.85	0.35	1.37
동구	6.71	-0.66	2.93	2.45
북미	3.05	4.99	0.81	0.83
남미	1.57	1.34	6.09	4.50
아시아	3.61	5.51	2.73	2.20
기타	2.96	6.81	8.42	3.09
세계	2.86	4.08	1.70	2.04

<sup>a</sup> 1992-99년 수치는 추정, 2000-05년 수치는 예상  
자료 : EIU

1992~99년에 승용차용 타이어 세계 시장 성장률은 연평균 2.9%였으며, 서구와 남미의 성장률은 평균 이하였다. 아시아는 수치가 동구처럼 서서히 증가하는 일본시장을 포함하면서 연평균 성장률 이상인 것을 보여줬다. 남미 승용차용 타이어 시장은 1998년 하반기와 1999년의 어려움 때문에 저조했다. 1992~98년에 남미의 연평균 성장률은 3.7%였으며, 세계 연평균 성장률 2.6%를 상회했다.

세계 트럭용 타이어 판매 연평균 증가율은 1992~99년에 4.1% 급증했으며 최근까지 아시아에서 많은 성장을 하고 있고 그밖의 다른 시장들의 성장이 동구의 저조함을 보충하고 있다.

동구시장의 저조함은 러시아 때문인데 러시아의 많은 트럭들이 중고 타이어를 이용하거나 서구라파에 장거리 운행할 때 현지에서 새타이어를 사서 끼워 돌아오고 있기 때문이다. 이와 같은 요인은 결과적으로 러시아의

교체용 타이어 시장의 부진사유가 된다.

2000~2005년 사이에 승용차용 타이어와 트럭용 타이어 시장의 연평균 성장세는 매우 둔화될 것으로 예상하고 있다.

승용차용 타이어 성장은 주로 신차용 시장의 주기적인 현상과 남미시장의 활성이 서구와 북미 시장의 부진을 보충함으로써 연평균 1.7% 성장할 것으로 예상하고 있다.

이와 반대로 트럭 타이어는 남미 시장의 호조와 러시아 및 동구 시장의 재활이 어느 정도 프러스요인이 될지라도 서구와 북미 시장의 주기적인 요인이 트럭용 타이어 시장 성장에 좋지 않은 영향을 줄 것으로 예상된다. 전체적인 결론은 세계 타이어 시장은 지난 5년간 비교적 성장세였으나 그 성장률은 모든 지역에서 같은 것이 아니며 여러 지역에서 다양하게 나타났다.

최근에 일본은 구조적 결함 때문에 불황의 고통을 겪었고 소비자의 신뢰를 잃어 왔다. 그 결과 자동차 시장은 부진했고 재활의 기미는 보이지 않고 있다. 일본내의 자동차 생산 감소로 일본의 타이어 산업은 점점 악화되어 왔다. 북미와 최근에는 유럽에 생산 공장 이전을 많이 함으로써 1990년 이후로 일본에서는 자동차 생산이 점차적으로 감소되었다. 이와는 대조적으로 북미는 타이어 시장을 고무하는 붐이 계속 일어났다. 이 붐은 새로운 투자를 북돋웠으며, 특히 생산능력이 부족한 곳에 많은 투자를 하였다.

이와 아울러 시장 도처에서는 심한 경쟁이 일어났고 가격 인하 압력은 평균가격의 하락을 유발하였다.

또한 수입 타이어의 유입으로 인하여 이 상황은 개선되지 못했다. 많은 아시아 타이어 제조업체들이 이전의 높은 가격 수준으로 계속 생산하였으나 낮은 내수판매 가격을 보상받기 위해 수출에 주력했다.

한국과 인도네시아에서의 타이어 수입량이

1998년에는 전년도에 비해 2배가 되었으며 중국에서 매우 낮은 가격으로 수입된 타이어량이 급증했다.

이 타이어들은 주로 미국과 아시아의 다국적기업에 의하여 만들어졌는데 한국산 타이어와 같은 제품에 대항하기 위하여 더 싼 타이어를 아시아에서 수입함으로써 그들의 북미시장 점유율을 보존하고 있다. 북미시장 같지는 않지만 유럽 시장도 동남아 제품으로부터 압력을 받고 있는데 특히 교체용 타이어 시장에서 경쟁이 불기 시작했다.

신차용 타이어 시장은 주요 타이어 제조업체로서는 수년간 문제가 되어 왔다. 타이어 메이커들은 마케팅전략 뿐만 아니라 기술개발을 위하여 자동차메이커에게 납품하기를 원하고 있지만 수년동안 공급가격이 너무나 낮아 손해를 보았다.

현재는 가격이 약간 좋아져서 승용차용 타이어 부문에서는 적긴 해도 이윤이 나고 있으며 트럭용 타이어 시장에서 점점 더 고가 타이어 판매경쟁이 심해지듯이 승용차용 타이어도 비슷한 현상을 띠고 있다. 이로 인하여 제조업체들은 저임금지역을 찾게 되었고 이중 가장 적당한 국가인 체코에서 겨울용 타이어와 그린 타이어, 런플랫 타이어 생산을 시도했다. 타이어 시장을 확장하는데는 브랜드도 큰 역할을 한다.

1987년 7월까지 아시아 국가들의 경제는 계속 호전되었고 이에 따라 타이어 시장이 활기를 띠고 새로운 설비투자가 가속화되었다. 그러나 금융위기로 인하여 처음에는 동남아에서 그 다음에는 한국에서 이 상황이 바뀌었다.

타이어 수출이 증가한 반면 국내시장은 위축되었으며 이 경향은 오랫동안 지속되었다. 이 지역에서 제일 큰 일본시장은 다른 어떤 아시아 국가들보다도 자동차 산업이 일본 경제에서 중요한 역할을 하고 있고 유럽이나 북미시장보다 신차용 타이어가 훨씬 많은 비

올로 판매되고 있기 때문에 유럽이나 북미 시장만큼 중요하게 생각되고 있다. 그러나 일본 국내 자동차 보유대수가 증가하고 자동차 수출물량이 감소함에 따라 이 비율은 점차 감소하고 있다.

1990년에 신차용 시장으로의 판매가 가장 많았으며 그 이후로는 국내 자동차 생산의 감소와 해외 자동차 생산 증가로 인하여 신차용 타이어 판매 비중은 계속 낮아졌다.

교체용 타이어 시장은 1992년에 최고점을 이루었으나 그 이후로 판매가 감소하였으며 1995년에야 겨우 이전의 수준으로 돌아왔다. 그 이후 교체용 시장은 비록 빠르지는 않지만 계속 성장하였으나 1998년과 1999년에 경기위축으로 수요가 대폭 감소하였다. 상용차용 타이어 판매는 오랜 일본 경제의 불황으로 인하여 부진하였다.

■ 장기 전망

타이어 산업은 점점 더 복잡해지고 향후 3년간 큰 변화를 맞게 될 것이다.

EIU는 세계적인 수요붐은 끝이 나고 수요 감소가 지속될 것으로 예상하고 있다. 과거에 그랬듯이 어떤 지역에서는 경기침체가 더 심각해질 수도 있다. 그러나 일본지역에서 타이어 산업은 이미 최근에 재정문제의 영향을 극복하였고 일본은 곧 경기호전이 예상된다. 북미와 유럽에서는 과잉설비와 생산으로 심한 시장 경쟁이 일어날 것으로 예상된다.

이런 환경에서 타이어 산업은 변화하고 새 환경에 적응할 것이나 앞의 표에서 본 것과 같이 향후 10년간 세계 도처의 수요 성장은 지난 10년간 성장했던 것보다는 크게 둔화될 것으로 예상하고 있다. <표 5>는 2005년까지의 세계 승용차용 타이어와 트럭용 타이어 수요를 EIU가 예상한 것이다. 대체로 서구의 신차용 수요는 정체되거나 약간 감소하고 있으나 동구에서는 현저히 증가

<표 5> 세계 신차용 승용차용 타이어 판매 예상, 1998-2005<sup>a</sup>

(단위 : 백만개)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
서 구	69.6	70.1	69.8	68.5	68.3	68.2	68.1	67.2
동구와 러시아	11.3	12.0	12.5	12.8	13.1	13.3	14.1	14.6
북 미	66.1	67.5	65.7	63.9	64.7	66.0	66.1	68.7
남 미	8.0	6.8	7.7	7.9	8.0	8.5	8.8	9.0
아시아	58.9	60.1	62.1	63.6	64.7	66.2	67.8	67.3
기 타	3.8	3.9	4.1	4.3	5.3	8.1	12.2	14.2
계	217.7	220.4	221.9	221.0	224.1	230.3	237.7	241.5
변화율(%)	불명	1.2	0.7	-0.4	1.4	2.8	3.2	1.6

<sup>a</sup> 1998, 1999년 수치는 추정, 나머지 수치는 예상  
자료 : EIU

<표 6> 세계 교체용 승용차용 타이어 판매 예상, 1998-2005<sup>a</sup>

(단위 : 백만개)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
서 구	131.9	133.4	134.6	135.7	136.6	137.4	139.1	140.8
동구와 러시아	33.3	34.3	35.3	36.2	37.1	38.1	39.1	40.2
북 미	201.6	215.7	219.8	218.2	215.4	219.5	224.3	228.3
남 미	29.0	26.5	28.1	29.9	31.7	33.6	35.6	37.7
아시아	64.5	66.7	69.0	71.4	73.8	76.2	78.6	81.2
기 타	22.1	22.3	22.5	22.7	22.9	23.2	23.3	23.6
계	482.4	498.9	509.3	514.1	517.5	528.0	540.0	551.8
변화율(%)	불명	3.4	2.1	0.9	0.7	2.0	2.3	2.2

<sup>a</sup> 1998, 1999년 수치는 추정, 나머지 수치는 예상  
자료 : EIU

<표 7> 세계 승용차용 총판매 예상, 1998-2005<sup>a</sup>

(단위 : 백만개)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
서 구	201.5	203.5	204.4	204.2	204.9	205.6	207.2	208.0
동구와 러시아	44.6	46.3	47.8	49.0	50.2	51.4	53.2	54.8
북 미	267.7	283.2	285.5	282.1	280.1	285.5	291.0	217.0
남 미	37.0	33.3	35.8	37.8	39.7	42.1	44.4	46.7
아시아	123.4	126.8	131.1	135.0	138.5	142.4	146.4	149.0
기 타	25.9	26.2	26.6	27.0	28.2	31.3	35.5	37.8
계	700.1	719.3	731.2	735.1	741.6	758.3	777.7	793.3
변화율(%)	불명	2.7	1.7	0.5	0.9	2.3	2.6	2.0

<sup>a</sup> 1998, 1999년 수치는 추정, 나머지 수치는 예상  
자료 : EIU

할 것으로 예상하고 있다. 교체용 타이어는 서구에서는 판매가 서서히 증가하고 있으나 동구에서는 서구보다 훨씬 급속히 증가하고 있다.

〈표 8〉 세계 신차용 트럭용 타이어 판매 예상, 1998-2005<sup>a</sup>

(단위 : 백만개)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
서 구	7.6	7.6	7.8	7.8	7.8	7.8	7.9	8.0
동구와 러시아	5.1	5.2	5.3	5.5	5.5	5.6	5.7	5.9
북 미	9.3	10.2	9.7	9.5	9.8	10.0	10.3	10.4
남 미	2.5	2.1	2.6	2.7	2.7	2.8	2.8	2.8
아시아	21.8	22.2	22.5	22.9	23.4	23.8	24.2	24.6
기 타	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.7	4.8	4.8
계	50.6	51.7	52.4	53.0	53.9	54.7	55.7	56.5
변화율(%)	불명	2.2	1.4	1.1	1.7	1.5	1.8	1.4

<sup>a</sup> 1998, 1999년 수치는 추정, 나머지 수치는 예상  
자료 : EIU

〈표 9〉 세계 교체용 트럭용 타이어 판매 예상, 1998-2005<sup>a</sup>

(단위 : 백만개)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
서 구	22.2	22.5	22.9	23.3	23.7	24.1	24.5	24.8
동구와 러시아	15.1	15.5	15.9	16.3	16.6	17.0	17.4	17.9
북 미	49.1	54.3	55.5	54.9	53.7	55.0	56.7	57.5
남 미	18.1	17.7	19.6	20.8	22.0	22.9	23.7	24.4
아시아	79.7	79.8	80.2	81.4	82.9	84.9	81.7	89.4
기 타	14.0	14.5	14.9	15.5	15.9	16.4	17.0	17.6
계	198.2	204.3	209.0	212.2	214.8	220.3	226.0	231.6
변화율(%)	불명	3.1	2.3	1.5	1.2	2.6	2.6	2.5

<sup>a</sup> 1998, 1999년 수치는 추정, 나머지 수치는 예상  
자료 : EIU

〈표 10〉 세계 트럭용 타이어 총판매 예상, 1998-2005<sup>a</sup>

(단위 : 백만개)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
서 구	29.8	30.1	30.7	31.1	31.5	31.9	32.4	32.8
동구와 러시아	20.2	20.7	21.2	21.8	22.1	22.6	23.1	23.8
북 미	58.4	64.5	65.2	64.4	63.5	65.0	67.0	67.9
남 미	20.6	19.8	22.2	23.5	24.7	25.7	26.5	27.2
아시아	101.5	102.0	102.7	104.3	106.3	108.7	110.9	114.0
기 타	18.3	18.9	19.4	20.1	20.6	21.1	21.8	22.4
계	248.8	256.0	261.4	265.2	268.7	275.0	281.7	288.1
변화율(%)	불명	2.9	2.1	1.5	1.3	2.3	2.4	2.3

<sup>a</sup> 1998, 1999년 수치는 추정, 나머지 수치는 예상  
자료 : EIU

서구 시장은 완숙단계에 있고 서구인들은 여러 대의 차를 못가지도록 압력을 받고 있다. 많은 도시에서 주차가 제한되고 있으며 많은 국가에서 공공 교통수단이 선호되고 있

으며 때때로 개인차들에 대해 도로세를 받고 있다. 이와는 대조적으로 동구와 러시아에서는 이런 제한이 없으며 개인교통에 대한 많은 수요가 있다. 이런 상황은 점점 더 심화되고 새차이건 중고차이건 승용차는 대부분의 가족들로부터 많은 선호를 받게 될 것이다. 이렇게 자동차 사용이 증가하는 것은 타이어 시장에 긍정적인 영향을 주고 있다. 북미시장 경기는 그동안 경고신호도 없었고 심한 불황도 없이 8년간 활기를 띄어 왔었다. 유례없는 호황으로 일부 종류와 규격의 타이어가 부족하게 되었는데 특히 트럭용 타이어가 그러하며 따라서 최근에 이 부문에 집중적인 새로운 투자가 이루어지고 있다.

NAFTA의 창설로 북미시장은 확장되었으나 성장률에는 그다지 큰 영향을 미치지 못했다. 캐나다와 미국은 사실상 수년간 각각 단일시장이었으며, 멕시코를 포함시켜봤자 총시장의 단지 5%만 증가됐을 뿐이다. 이는 급속히 성장하는 지역에 큰 영향을 끼치지 못했다. 그러나 멕시코와 미국의 언어와 문화적 차이로 멕시코 시장을 계속 독자적으로 성장시키고 있다.

북미시장에서 대부분의 타이어는 교체용 타이어로 판매됐고 신차용 판매는 총판매의 약 1/5정도 밖에 되지 않는다. 이 중에서 지난 10년간 신차용 승용차용 타이어 수요는 연평균 1.5% 정도 증가한 반면 경트럭용 타이어는 연평균 약 3.5% 정도로 승용차용의 2배 이상 성장했다. 이것은 재래 경트럭용 타이어의 수요와 특히 북미시장에서 SUV와 MPVS의 수요가 계속 증가하고 있다는 것을 반영하고 있다.

북미에서의 승용차와 트럭 생산은 예상기간 말까지 초기의 주기적인 생산 감소 가능성과 아울러, 자동차의 보유대수가 급증하지 않음으로써 타이어 수요는 크게 증가하지는 않지만 꾸준할 전망이다. 승용차와 경트럭의 수요(생산)는 번갈아 일어나는 경향이 있으며

천년에 들어서서 특별히 좋아질 것은 없고 시장은 성숙되어 크게 늘어날 여지가 없으므로 성장세는 둔화될 전망이다.

대부분의 제품들이 치열한 시장 경쟁하에서 판매마진이 박하므로 업체들은 신규 설비 투자재원을 마련하기가 어려울 것이다. 시장 부문별로 성숙도는 같지 않겠지만 EIU가 보기에는 타이어산업이 앞으로 4가지 문제에 직면할 것으로 생각된다. 그중 큰 두가지 문제점은 유통과 판매가격이다. 2005년의 세계 타이어 시장은 지금보다 다소 확대되겠지만 장기적인 세계 타이어 산업전망에 중요한 영향을 미칠 것으로 생각되는 것은 타이어 업체들의 경영 전략이다.

최근에 타이어 제조업체들은 판매지역을 상당히 넓혔다. 주요 제조업체들이 그 영역 내에서 서로 수출할 정도로 생산의 세계화는 전세계적으로 이루어지고 있다. 이로 인하여 경제적인 생산이 늘어나고 공급에 많은 융통성이 생겼다. 정확한 생산·판매계획과 관리하는 방법이 그들의 동남아 사업에 도입되었다.

그들은 현지시장에 맞추어 타이어를 공급하던 공장의 가동률이 떨어지자 아직 수요가 많은 다른 지역으로 수출하는 방식으로 전환했다. 그뿐만 아니라, 국제적인 상표가 가격 경쟁에서 유리하므로 필요하다면 이름없는 회사에서 자기 브랜드로 수입하거나 저임금 국가에서 싼 값으로 수입하는 방법을 채택했다. 또한 작은 규모로 저렴하게 생산할 수 있는 잇점이 있는 새로운 생산방법이 채택되어 공급은 더욱 융통성을 가질 수 있게 되었다. 타이어를 수입하기보다는 다양한 규격의 타이어를 생산할 수 있는 작은 공장 하나로서 주요 제조업체들은 국내와 다른 시장을 싸게 점유할 수 있게 된 것이다. 또한 그들은 이 방식으로 국내시장의 다양한 수요에도 지금보다 훨씬 더 융통성 있고 신속히 대응할 수 있게 되었다. 이런 공장은 카메라에 납품하는 부품조립업체 등의 타이어 수요를

적기에 만족시킬 수도 있다.

신차용 타이어 시장의 판매가격이 최근에 인상되어 매년 손실을 보던 이 부문에서 이익이 발생한 것을 앞서 언급한 바 있다. 이제는 교체용 시장도 판매가격이 약간씩 상승하고 있다. 2005년의 세계 타이어 시장은 지금보다 다소 확대되겠지만 장기적인 세계 타이어 산업 전망에 중요한 영향을 미칠 것으로 생각되는 것은 타이어 업체들의 경영전략이다. 1980년대에 브랜드를 많이 개발하지 않았던 주요 타이어 공급업체들은 이제는 상·중·하 등급별 브랜드까지 개발할 정도로 열심이다. 이런 브랜드 제품은 크게 팔리지 않더라도 수익성이 좋았고 어떤 시장에서는 유명브랜드로 부상하기도 하여 오더가 증가하였다.

타이어 시장의 약화에도 불구하고 주요 타이어 공급업체들은 단기적으로는 판매가격을 인상하는 것을 별로 두려워하지 않는 것 같다. 그들은 아시아와 남미의 경제 혼란으로 인해 그곳의 값싼 타이어가 유럽이나 북미 시장에 몰릴 듯 들어와도 그들 고유의 비싼 브랜드가 수입저가품에 충분히 대항할 수 있다고 판단하기 때문에 오히려 가격을 올려서 차별화함으로써 단기간의 높은 경영성과를 보고자 한다.

타이어 시장의 장기적 전망 요소로서 가격을 인상시키고 타이어를 소비자에게 더 부각시키는 또다른 주요방법이 있다. 즉, 대기업들은 수직적인 결합을 통하여 독자적인 소매 판매망과 또는 체인을 구축하여 판매량과 시장 세어를 확보하고 이윤을 얻고자 하며 국내시장에서 단지 수동적으로 소비자의 단순한 기호에 부응하기보다는 소비자를 계몽하여 타이어를 선택할 수 있도록 하는 부가가치서비스에 치중하는 경영전략을 구사하고자 할 것이다. 대기업들의 이와 같은 경영전략은 향후 타이어 시장 전망에 주요 변수가 될 것이다.

〈자료: EIU Rubber Trends 1st Quarter 2000〉