

세계 타이어시장 향후 10년간 18.7% 성장

-개도국 38%로 급성장-

-한국업계 급부상으로 구조조정 예상, 특히 일본업체 타격-
700억달러 규모에 달하고 있는 세계 타이어 시장이 2005년까지 18.7% 성장할 것이며, 한국의 타이어업체가 급부상하여 “빅 3”를 제외한 중견업체를 위협할 것으로 전망되었다.

EIU가 최근 발표한 “세계 타이어 산업: 2005년 까지의 전망” 자료에 따르면 97년 세계 타이어시장은 2억 2,430만대 규모로 96년보다 2.9%, 2005년에는 2억 5,860만대로 향후 10년동안 18.7% 증가할 것으로 예측되었다. 또한 경쟁도 치열해져 향후 10년간 새로운 구조조정을 겪을 것으로 전망되었는데 EIU는 그 과정에서 한국 타이어업체가 급부상하여 10대 기업중 “빅 3”업체를 제외한 여타 기업이 큰 위협을 받을 것이라고 경고하였다. EIU는 그 이유로 첫째, 이들 중견기업들이 “빅 3”가 누리는 규모의 경제혜택을 받지 못하며 둘째, 판매지역도 일부 지역에 국한되어 있고 셋째, 현재 이미 규모가 작지만 특정 틈새시장이나 특정지역에 치중하고 있는 한국업체와 같은 기업의 추격을 받고 있기 때문이라고 설명하였다.

10대기업이 세계시장의 80%이상을 차지하고는 상위 3대 기업인 Bridgestone, Michelin, Goodyear가 사실상 절반이상을 차지하고 있으며 4, 5, 6위 기업인 독일의 Continental사, 일본의 Sumitomo사, 이태리의 Pirelli사의 시장점유율 합계는 약 25%에 불과하다. 한편 신규수요와 대체수요를 포함한 세계 총 타이어 수요는 96-2005년간 18.7% 증가할 것이나 서구 및 북미시장에서의 수요증가는 8%에 불과하며 개도국에서 38%로 급성장할 것이다.

중견 타이어업체들은 자사에 대한 EIU의 이러

〈표 1〉 세계 자동차 타이어 판매시장 추이

(단위 : 백만대)

| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2005 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 서 구 | 66.1 | 66.9 | 65.0 | 64.1 | 63.2 | 66.4 |
| 동구·러시아 | 9.4 | 9.9 | 10.6 | 11.2 | 11.7 | 16.4 |
| 북 미 | 63.2 | 64.9 | 67.8 | 67.7 | 69.1 | 75.8 |
| 중남미 | 7.8 | 8.2 | 8.2 | 8.6 | 9.1 | 11.0 |
| 아시아 | 68.8 | 71.7 | 73.3 | 74.4 | 75.9 | 85.2 |
| 기 타 | 2.6 | 2.7 | 2.8 | 2.9 | 3.0 | 3.8 |
| 총 계 | 217.9 | 224.3 | 227.7 | 228.8 | 232.0 | 258.6 |

〈표 2〉 세계 10대 타이어 업체(95년)

(단위 : 백만달러)

| 순 위 | 업 체 | 국 가 | 매출액 |
|-----|-------------|-----|--------|
| 1 | Bridgestone | 일 본 | 13,000 |
| 2 | Michelin | 프랑스 | 12,278 |
| 3 | Goodyear | 미 국 | 10,105 |
| 4 | Continental | 독 일 | 4,938 |
| 5 | Sumitomo | 일 본 | 4,137 |
| 6 | Pirelli | 이태리 | 2,987 |
| 7 | Yokohama | 일 본 | 2,860 |
| 8 | Toyo | 일 본 | 1,524 |
| 9 | Cooper | 미 국 | 1,267 |
| 10 | Kumho | 한 국 | 1,147 |

한 분석을 부인하고 있는데, Continental사, Sumitomo사, Pirelli사는 자사의 96년 이윤율 4.7%가 비록 “빅 3”사의 7.8%보다는 낮은 수준이나 지난 3년간 꾸준히 개선되어 왔다는 점을 강조하고 있다. 빅 3사의 경우 94년 이윤율은 7.6%였으며 중견 3개 기업의 경우 3.7%였다. 이러한 이윤율 증가는 이들 기업들이 고부가가치 타이어 개발, 틈새시장 공격, 그리고 공동연구를 통한 빅 3사와의 협력 강화 등을 추진한 결과로 분석되고 있는데, Pirelli사의 경우 재규어 신모델 XK8 스포츠카에 대해 독점적인 공급계약을 맺었으며, Continental사의 경우 미쉐린사와 협력하여 동구지역에 있는 저임 공장에서 생산된 자사 타이어를 미쉐린사 상표를 붙여 미쉐린사에 공급하면서 EU 전역에 동 상표권을 사용하는 권리를 확보한 바 있다.

콘티넨탈 타이어, 신개념 “모듈공법”개발

-소량생산에 적합, 特需·틈새시장 공략에 유리 - [하노버 스포크]

독일의 자동차용 타이어 생산업체인 콘티넨탈사가 타이어 제조에 혁신을 불러 넣고 있다. 동사는 타이어 제조에 있어 자체개발한 신공법인 “모듈공법”을 채택, 금년 내에 동 공법에 의한 타이어를 공급, 시장 점유율을 끌어 올릴 계획에 있다. 모듈생산공법(MMP, MODULAR MANUFACTURING PROCESS)로 명명되어 특허출원된 동 공법

은 겨울용 타이어와 같이 소량생산이 요구되며, 수요변동이 심한 타이어 생산에 적합한 것으로 평가되고 있으며, 소량 생산용 타이어 제조에 있어 생산의 유연성을 높여줄 것으로 기대되고 있다. MMP 공법의 원리는 간단하다. 타이어 구성품 별로 모듈을 제작하여, 시장수요 변화에 따라 모듈을 조합, 시황에 맞는 타이어를 공급한다는 것이 모듈공법의 핵심이다. 그러나, 모듈공법 채택에 따른 부수 효과는 큰 것으로 평가되고 있다. 현재까지는 타이어 모델 변경을 위한 제조공정 교체에 통상 몇 주의 기일이 소요되고 있으나 모듈공법 채택시 수시간내에 공정 교체가 가능하게 된다. 특히, 동 공법은 큰 투자가 없이 소규모 공장에서 채택할 수 있는 공법으로 콘티넨탈에서는 스노우 타이어와 같이 폭설 등으로 급격한 수요 증가가 발생하는 타이어를 비롯하여, 특정 크기의 타이어를 찾는 일부 고객의 틈새시장 타이어를 그때그때 공급할 수 있는 생산의 유연성이 크며, 소규모 공장에 적합한 타이어 제조공법으로 현재와 같은 대량생산에 따른 재고문제 및 창고보관료, 제조공정 교체에 따른 비경제성을 크게 개선할 수 있을 것으로 전망하고 있다. 모듈공법 자체는 새로운 것이 아니다. 예를 들어 폴크스바겐은 플랫폼 전략이라는 기치아래 자동차 생산에 있어 이미 모듈공법을 적용하고 있다. 그러나, 타이어 제조에 있어 모듈공법을 개발하여 실제 생산에 적용하는 것은 콘티넨탈사가 처음인 것이다. 금번에 새로 개발한 동 공법으로 콘티넨탈사는 연간 5천만에서 7천만 마르크의 생산비 절감효과를 가져올 것이며, 재고처분까지 포함시 년 1억 마르크에 상당하는 현금 유동성을 확보하여 줄 것으로 전망하고 있다. 콘티넨탈은 현재 약 2천 여종의 승용차용 타이어를 공급하고 있으나 이중 수요가 큰 타이어는 400여 모델에 불과한 실정이다. 이에 따라 콘티넨탈은 향후 이들 주 종 타이어를 규모가 큰 타이어 제조공장에서 생산처리토록 하는 한편, 동사 생산 타이어의 10~20% 정도만 점유하고 소형 타이어는 모듈공법으로 생산공급할 예정이다.

동 공법이 적용될 공장은 우선적으로 소규모 공장이 대상으로 콘티넨탈은 금년내 유럽 및 독일내 공장에서 각각 동 공법에 의한 타이어 생산공급을 계획하고 있다. 콘티넨탈은 모듈의 공급은 일차적으로 유럽내에 있는 그룹 공장에서 담당하게 할 예정에 있으나, 동사의 HUBERTUS VON GRUENBERG는 임금수준이 낮은 국가에서 모듈을 공급받는 경우도 배제하지 않고 있다. 세계 제 4위의 타이어 제조업체인 콘티넨탈은 96년도에 미국공장 생산분을 제외하고 총 4천6백만개의 승용차용 타이어를 생산하였다. 동사에 의하면 향후

수년내 모듈제조공법으로 생산되는 타이어는 매년 생산량을 늘려 년 5백만에서 천만의 타이어를 생산, 시장을 공략할 예정이다.

스위스 자동차용 타이어 시장 동향

- 경기침체로 중급품 수요 크게 증가 -
취리히 무역관

1. 생산·수요동향

스위스는 5년전부터 자동차용 타이어 생산을 전면 중단하고 국내수요 및 인근국으로의 재수출을 위한 수요량 전부를 수입으로 충당하고 있다. 최근 스위스 자동차용 타이어 시장수요동향의 가장 큰 특징은 경기침체 장기화에 따른 고급품 수요감소와 중급품 수요 확대 추세를 들 수 있다. 한편, 가치분소득 감소로 타이어 교체율이 하락하여 전체적인 타이어 시장규모 또한 매년 감소하고 있다.

2. 국별 수출입동향

스위스는 '96년에 총 약 SFr 3억8백만 상당의 승용차 타이어를 수입하였는데 이중 독일로부터 총 수입액의 13%인 SFr 8천 1백만, 프랑스로부터 총 수입액의 20%인 SFr 6천 3백만, 일본으로부터는 총 수입액의 13%인 SFr 3천 9백만을 수입하였다. 이들 주요 3개국으로부터의 수입액이 전체의 약 60%를 차지하고 있으며 이외에 이태리, 영국, 스페인, 한국, 네덜란드, 오스트리아 등도 1~2천만

<표 1> 스위스의 국별 승용차용 타이어 수입 실적

HS 4011.10 (단위: Sfr천)

| 구 분 | 94년 | 95년 | 96년 |
|-------|---------|---------|---------|
| 독 일 | 83,724 | 82,213 | 81,913 |
| 프랑스 | 63,656 | 65,188 | 63,443 |
| 일 본 | 38,436 | 43,022 | 39,723 |
| 이태리 | 29,438 | 27,325 | 26,040 |
| 영 국 | 20,797 | 21,234 | 18,676 |
| 한 국 | 13,800 | 12,228 | 14,146 |
| 스페인 | 13,660 | 10,313 | 14,944 |
| 네덜란드 | 13,595 | 14,079 | 11,992 |
| 오스트리아 | 12,629 | 13,368 | 5,691 |
| 아일랜드 | 8,351 | 7,960 | 9,788 |
| 기 타 | 23,117 | 23,303 | 21,938 |
| 합 계 | 321,203 | 320,233 | 308,294 |

* 자료원 : 스위스 무역통계 연보

* 환 율 : 미\$ = 1.47스위스프랑 (97.3.3 현재)

〈표 2〉 스위스의 국별 승용차용 타이어 수출실적
HS 4011.10 (단위: Sfr천)

| 구 분 | 94년 | 95년 | 96년 |
|-------|--------|--------|-------|
| 독 일 | 8,583 | 5,677 | 3,746 |
| 네덜란드 | 3,961 | 2,638 | 1,225 |
| 이태리 | 2,004 | 2,727 | 795 |
| 오스트리아 | 1,340 | 935 | 1,086 |
| 벨룩스 | 1,196 | 918 | 240 |
| 프랑스 | 900 | 987 | 274 |
| 노르웨이 | 303 | 491 | - |
| 스웨덴 | 297 | 326 | 18 |
| 헝가리 | 185 | 128 | - |
| 미 국 | 171 | 3 | 5 |
| 기 타 | 751 | 993 | 628 |
| 합 계 | 19,691 | 15,823 | 8,017 |

* 자료원 : 스위스 무역통계 연보
* 환 율 : 미 \$ = 1.47스위스프랑 (97.3.3 현재)

스위스 프랑의 수입시장을 점유하고 있다. 우리나라는 '96년에 SFr 1천 4백만을 수출하여 전년보다 약 17% 이상 늘어났는데 금년에도 이와 같은 추세가 지속될 것으로 보인다. 한편, 수입물량중 약 10% 내외가 공식·비공식적으로 인근국으로 재수출되고 있는데 타이어 유통망의 확대에 따라 재수출 물량이 급속히 감소하는 추세이기는 하나 아직도 약 SFr 10만이 재수출되고 있는 것으로 집계되고 있다.

3. 수입관리제도

스위스는 승용차용 타이어 수입과 관련하여 관세외의 특별한 수입관리제도는 없다. 일반수입관세는 100KG당 Sfr.11 이나 EU, EFTA, GSP 공여국가로부터 수입시에는 관세가 면제된다. 우리나라는 GSP 공여대상 국가이기 때문에 무관세 혜택을 수혜받고 있다.

4. 마케팅 유의사항

스위스 타이어 시장의 특징은 첫째, 스위스는 산악지역이 많아 겨울철에는 거의 모든 차량이 스노우 타이어를 장착해야하기 때문에 스노우 타이어 및 전천 후 타이어에 대한 수요가 다른나라에 비하여 상대적으로 많다는 점이다.

둘째, 타이어 유통량의 50%는 서비스공장, 40%는 타이어 전문상, 10%는 주유소나 차량판매상들에 의해서 유통되고 있으며 이중 자동차판매상들에 의한 타이어 유통비율이 점점 높아지고 있는 추세 등을 지적할 수 있다.

셋째, 차량에 대한 정기점검제도가 철저히 시행되고 있으며, 특히 Trade 부분의 Groove 길이가

1.5mm 이하로 마도된 타이어의 사용을 엄격하게 규제하고 있기 때문에 타이어 교체율이 다른나라에 비하여 상당히 높은편이며 광폭타이어 등 고급타이어에 대한 수요도 현저하게 높은 특징을 보이고 있다. 한편, 최근의 고급품수요의 중급품으로의 급속한 대체경향에 대처하기 위하여 미쉐린 등 고급타이어 메이커들이 제3라인 제품의 공급을 확대하고 있어 우리나라 제품 등 중급품으로 인식되고 있는 제품과 치열하게 경쟁하고 있음을 유의할 필요가 있다.

5. 경쟁력 비교 및 종합평가

스위스에서 판매되는 승용차용 타이어의 소매가격(185/70R14,보통규격 기준)은 MICHELLIN이 SFr 154, PIRELLI가 SFr 147, BRIDGESTONE이 SFr 130, 우리나라산이 SFr 105수준이다. 우리나라산에 대한 현지 평판은 가격에 비하여 품질은 양호하나 아직 일반소비자들에게 중저가품으로 인지도되고 있으며, 일본의 BRIDGESTONE은 품질이 우수한 편이기는 하나 수명이 짧고 스포츠카 등 높은 속도용으로는 부적합하다고 평가되고 있다. 종합적으로 미쉐린 타이어가 비싼 가격에도 불구하고 가장 인기가 좋은 편이다. 이는 스위스인들이 세계 최고의 국민소득을 향유하고 있어 가격보다는 품질을 우선시하고 같은 값이면 유럽산을 선호하는 보수성 때문으로 분석되나 이러한 수요 패턴도 경기침체의 장기화로 변해가고 있다. 우리나라산 타이어가 '94년 이후 큰폭의 신장을 보인 것은 엔화 강세 등으로 가격경쟁력이 현저하게 좋아졌고, 현지대리점의 마케팅활동이 본궤도에 올랐으며, 또한 우리나라 자동차 진출은 증가하여 성과가 제고되었기 때문으로 분석할 수 있는데, 유럽의 유명브랜드 타이어 회사들이 증가제품을 본격적으로 출시하고 있어 이들 제품과 어떻게 제품을 차별화하는나가 한국산 타이어 시장점유율 확대의 관건이 되고 있다. 우리나라산 타이어를 수입하고 있는 수입상들은 우리나라산을 주문하면 타이어를 실제로 인도받기까지 너무 오랜기간이 소요되며, 수입가격이 주문량에 따라 격차가 심해 소량주문시 불리하게 적용되고, 현지시장에서의 광고 등 판촉활동이 미약하다는 지적을 많이하고 있다. 특히 다른 나라 제품은 유럽내에 생산공장이 있거나 최소한 대형 유통센터가 있어 항상 적정재고를 유지하여 소량주문에도 신속하게 응해주고 있으나 우리나라 타이어회사들은 유럽내에 재고가 없고 모든 문제를 한국 본사와 의논해야 되는 의사전달체제여서 불편하다는 지적이 많다.

(KOTRA)