

고객과 함께하는 아시아의 타이어산업

신 형 인*

이 내용은 2001. 9. 18 부산 전시 콘벤션센터(BEXCO)에서 개최된 ITEC (International Tire Exhibition & Conference) Asia 2001에서 기조연설한 내용을 게재한 것임

안녕하십니까, 좋은 아침입니다.

먼저, International Tire Exhibition & Conference가 최초로 아시아에서 개최하게 된 것을 축하 드립니다. 그리고 이 자리에 설 수 있도록 초청해 주신 Crain Communications 관계자 여러분에게도 감사를 드립니다.

이 ITEC이 94년 처음 개최된 이래로 역사는 짧으나 세계 최대의 타이어 관련 Conference 및 Exhibition의 반열에 그 이름을 올리게 된 것은 그만큼 그간의 행사가 가치가 있었다는 것을 증명하는 것이기도 합니다.

금년 초 저는 미국 Ohio, Akron에서 열렸던 Tire Society에서 기조 연설을 한 바 있으나 이러한 권위 있는 자리에서 타이어 전문가들과 여러 관계자를 대상으로 또 한번 연설을 하게 될 기회를 갖게 되어 개인적으로도 무한한 영광으로 생각합니다.

저는 아시아가 타이어산업에서 차지하는 비중과 그 안에서 Korea, 더 나아가 Kumho Tires의 위치를 소개 드릴까 합니다. 여기 참석하신 일부 분들에게는 아시아, Korea, Kumho Tires가 생소하실 수도 있을 것입니다. 특히 Kumho Tires는 market share는 2%에 불과 하지만 매출액 기준으로 세계 10위의 타이어 제조회사로,

여러분이 생각하는 것 이상일 것입니다.

어떻게 보면 아시아는 아시아지역 이외의 사람들에게는 신비롭게도 여겨질 것입니다. 그만큼 인종, 언어 뿐 아니라 역사 또한 복잡한 양상을 띠고 있습니다.

아시아란 이름은 본래 그리이스인들이 그들의 나라의 동쪽에 있는 나라들을 가리킬 때 사용한 동쪽이라는 의미의 asu라는 그리스어에서 유래되었다고 합니다. 처음에는 고대의 동방, 즉 오리엔트를 가리켰으나 오늘날에는 우랄산맥과 카스피해에서 동쪽으로 태평양 연안에 이르는 유라시아 대륙의 중부와 동부의 전대륙을 포괄합니다. 면적으로 따지면 4천4백만 평방미터로 세계 유지면적의 30%를 차지하며 인구는 약 32억명으로 세계인구의 60%를 차지하는 것으로 추정되고 있습니다.

이러한 거대한 규모를 가진 아시아는 규모뿐 아니라 그 사회/문화 측면에서도 외형 못지 않은 다양성이 혼재하며 발전을 거듭해 왔습니다. 힌두교, 기독교, 이슬람교, 불교 등 소위 4대 종교의 발생지인 것이 그 한 예입니다.

아시아의 다양한 여러문화는 농경, 유목, 수공업 등 각각의 풍토적 특색을 형성해 왔습니다. 이에 또한 17~18세기부터 시작된 유럽자본주의에 의한 아시아의 식민지화는 정치적 종속과 동시에 문화적 예속 또는 정체가 수반되었

*금호산업(주) 타이어사업부 대표이사 사장
(現 대한타이어공업협회 회장)

습니다.

이러한 복잡한 구조속에서 아시아의 경제는 다음과 같이 분류될 수 있습니다. 일본의 서부 유럽형 자본주의 경제, 한국, 홍콩, 싱가포르, 대만 등 신흥선진국 경제를 비롯하여 후진국경제, 중동산유국 경제, 일부 공산권 경제등이 그것입니다.

이러한 경제는 부침이 심하나 자본의 입출을 비롯, 매우 다이나믹한 경제 움직임으로 이제는 아시아가 세계경제를 좌우하는 동인으로 자리 잡았다고 할 수 있습니다. 최근 베이징의 2008년 하계 올림픽 개최가 확정되면서 아시아는 다시 한번 세계의 주목을 받게 되었습니다.

타이어산업에 있어서도 아시아는 전세계 타이어시장의 약 23%를 차지하고 있어 북미와 유럽에 거의 육박하는 규모를 가지고 있으며 그 발전속도는 더욱 가속화할 전망이다.

또한 타이어의 주 원재료 중 하나인 천연고무를 약 630만톤 생산, 전세계 공급량의 90% 이상을 차지하고 있어 아시아는 타이어산업의 큰 수요처이자 원료공급처의 역할도 하고 있습니다.

이러한 배경으로 인하여 아시아에는 우수한 타이어 메이커의 본사가 존재합니다. 세계 Big 10 중 Bridgestone, Sumitomo를 비롯, Yokohama, Toyo, Kumho등 절반인 5개 회사의 본사가 아시아에 자리잡고 있습니다.

이렇게 타이어 산업에 있어서 많은 비중을 차지하고 있는 아시아 지역에서는 원재료부터 최신 Technology가 적용된 제품의 생산까지 수직 계열적으로 모두 이루어 지고 있지만 각 부문이 단절되어 움직임으로써 그 Synergy 효과가 아직은 미약한 실정입니다. 그러나 모든 부문이 결합될 때에는 아시아는 타이어산업에 있어 더 경쟁력을 갖추게 될 것입니다.

앞에서 언급했듯이 아시아 인구의 60% 이상이며 자동차 보급률의 그 증가 속도가 폭발적이라는 사실이 이를 뒷받침하며 이러한 점을 감안할 때 앞으로 양적으로나 질적으로나 타이

어산업이 가장 발전할 지역은 아시아가 될 것은 당연하다고 할 것입니다.

Kumho Tires가 위치해 있는 한국에 대해 여러분들은 어느 정도 알고 계시는지 궁금합니다. 아마 1950년초의 한국전쟁을 떠올리시는 분이 가장 많을 것으로 판단됩니다. 중국의 베이징 2008년 하계 올림픽보다 20년 앞서 한국은 이미 1988년에 서울에서 하계 올림픽을 성공적으로 치러낸 바 있습니다. 그리고 OECD(Organization for Economic Co-operation and Development)의 회원입니다. 이러한 관점에서 한국은 이미 여러분들께 어느 정도 다가가 있는 나라라고 생각됩니다.

타이어산업에 있어서도 그 생산량이 미국, 일본, 프랑스에 이어 세계 4번째에 위치하고 있어 그 영향력 또한 지대하다고 할 수 있습니다.

1988년의 서울 올림픽이 우리나라를 전 세계에 알릴 수 있는 첫 번째 기회였다고 한다면, 2002 Korea-Japan 월드컵은 Korea와 함께 Kumho Tires의 위상을 보다 더 확고히 높여 줄 기회라고 확신하고 있습니다. 게다가 최근의 남북 화해의 바람을 타고 가까운 장래에 통일이 이뤄질 것이라고 생각하는 사람들이 많아지고 있습니다. 이것 역시 한국의 장래를 희망차게 바라볼 수 있는 근거가 될 수 있을 것입니다.

이러한 화해의 바람에 좀 더 혼풍을 불어 넣기 위하여 Kumho Tires는 작년에 이어 금년에도 북한에서 열린 금강산 랠리경기에 타이어를 지원하여 많은 찬사를 받았습니다. 한반도의 긴장완화야 말로 한국과 전세계의 정치, 경제를 안정시키는데 한 축을 이루고 있다고 할 수 있겠습니다.

지금부터는 여러분들에게 Kumho Tires의 소개를 간략히 해 드리겠습니다. 여러분들은 도대체 이렇게 발음하기 어려운 Kumho라는 단어는 무엇을 의미하는지 궁금하실 것입니다. Kumho라는 단어는 매우 크고 잔잔한 호수 또는 황금빛의 호수를 의미하는 한국말로 Kumho 그룹 창업자인 고 박인천 회장의 호입니다.

Kumho Tires는 1960년에 설립되었습니다. 설립 당시에는 초보적인 수준의 제품밖에는 생산할 수 없었으나 질적으로, 양적으로, 비약적인 성장을 거듭하였고 마침내 임직원의 제품품질과 기술발전의 노력을 기울인 끝에 90년 초 마침내 세계 10대 타이어 업체에 올라 설 수 있게 되었습니다.

저는 1965년에 Kumho Tires와 인연을 맺어 영국과 미국에서 임원으로 재직 후, 1997년에 Kumho Tires의 사장이 되어 현재에 이르고 있습니다. 또한 대한 타이어공업협회(Korea Tire Manufacturers Association)의 회장을 맡고 있기도 합니다.

질주하는 차앞에 토끼가 나타나고 급정거한 자동차의 페인트가 벗겨지는 금호의 Global Brand Campaign을 보신 분도 있을 것으로 생각합니다. 이 광고는 토끼를 구한 금호타이어의 뛰어난 성능을 강조한 것입니다.

물론 Kumho Tires에게도 큰 위기가 있었습니다. 부임 당시 한국은 건국 이래 처음이라고 하는 심각한 경제 위기의 혼란을 겪고 있었습니다. 한국은 IMF에 구제 금융을 신청하였으며 약 한달 전에 상황이 완료되었습니다.

취임 첫해부터 품질 제일의 경영을 추구하는 것을 원칙으로 하였으며 저는 위기에 처해 있을수록 이를 헤쳐나가는 최선의 방법은 제품과 업무처리에 있어 기본을 충실하게 하여 완벽을 추구하는 것이라고 믿고 있습니다.

우리는 더 열심히 품질 향상에 노력했고 그 결과, 1999년에는 IMF 구제 금융체제 아래에서의 어려운 경제 여건에도 불구하고 Claim율을 기존대비 30% 감소시켰고 이를 통한 소비자 만족의 증대는 큰 폭의 경상 이익을 실현하게 하였습니다.

저는 평소 3가지를 직원들에게 강조하고 있습니다. 첫째는 변화의 주도입니다. 현재와 같은 무한경쟁 하에서 앞서가기 위해서는 변화를 따라 가는 게 아니라 주도해야 하기 때문입니다.

두 번째는 Thinking ahead 즉, 앞서 생각하는 데서 앞선 행동이 나오고, 그것이 기회를 선점하는 것으로 이어진다고 강조하고 있습니다.

마지막으로 기본원칙에 충실하라는 것입니다. 이는 Quality Product, Real time warranty와 고객만족을 포함합니다. 아무리 강조하여도 지나침이 없었습니다만 일부에서 소홀해진 감이 없지 않았던 사항입니다.

저는 디자인과 제조 기술력이 품질을 선도하는 최상의 가치라고 믿고 있습니다. 지금은 타이어 산업의 기술 환경이 급변하고 있습니다.

변화되는 경영 환경에 대응하여 기업이 영속성을 유지하고 이윤을 창출하는 데에는 끊임없는 기술 혁신이 이루어져야 하며, 여러분들 같은 엔지니어나 과학자들이 이와 같은 혁신의 주역이 될 것입니다.

또한 이와 더불어 간과해서는 안될 사항이 바로 그 Technology는 안전을 포함한 고객의 편의를 위한 것이 선행되어야만 그 존재가치가 있고 인정 받을 수 있다는 사실입니다.

이러한 고객의 요구를 반영한 두가지 예가 여기 있습니다. 환경 친화적인 제품의 개발방향은 고객의 건강한 삶을 위하는 것이며 고객의 안전과 편의를 도모하는 Run-flat 타이어는 Car Maker에서도 그 효과를 인정, Original Equipment용으로 채택하기에 이르렀습니다. 고객의 요구가 현실화 된 대표적인 사례라고 볼 수 있습니다.

미래를 보십시오, 이제 궁극적으로는 Run-flat 에서 한단계 더 나아가 Intelligent Tire의 완전한 적용이 그 하나의 격변을 주도할 것으로 예상됩니다. 이미 Commercial 일부분에서는 사용되고 있으며 몇 년 안에는 모든 차종에 적용될 것이 예상되는 바, 이 신기술에의 완전한 정착을 위해서는 타이어업체가 주도가 되고 Wheel 업체, Suspension 업체, Car Maker등이 그 협조 체제를 구축하는데 한 부분을 담당해야 할 것입니다. 물론 이는 Tire Pressure Monitoring System 개발업체의 협력 또한 절실한 사항입니다.

다. 이를 위해서는 서로의 긴밀한 협력이 절대 필요합니다. 이러한 대국적 협력의 길이 좀 더 적용기간을 단축하고 고객을 만족시키지 않을까 생각합니다.

아시아는 다양한 경제, 정치, 사회/문화가 존재하는 지역이기에 고객의 다양한 요구가 존재하며 그 다양한 요구를 충족시키기 위해 다양한 테스트가 가능한 지역이기도 합니다.

이러한 관점에서 아날로그에서 디지털로 넘어가는 타이어산업 격변기인 현재에 그 동안 북미나 유럽에 비해 상대적으로 고객의 관심을 덜 받았던 아시아의 타이어 메이커에게는 기회가 될 것입니다.

Kumho Tires의 연구개발 결과 중 하나로 특히 모터스포츠 분야에서의 성과를 들 수 있을 것입니다. 모든 기업과 마찬가지로 저희도 신기술력의 확보와 홍보라는 2가지 목적으로 모터스포츠에 참가하고 있습니다. 모터스포츠 참여를 통해 많은 기술력을 배양하였고 이는 그대로 Kumho Tires의 Ultra High Performance 타이어에 전이되어 그 성능을 인정 받고 있습니다. 저희는 이러한 모터스포츠 활동을 통한 기술력을 그 바탕으로 하여 UHP 타이어에 있어서 만큼은 저희만의 Know-How를 가지고 있고, 어느 Brand 못지 않다고 자부하고 있습니다. 또한 Promotion 측면에서도 수많은 미디어 노출을 통한 브랜드 간접 홍보와 고객과의 직접 커뮤니케이션이 가능하게 해 주었습니다. 이 2가지 측면에서 우리는 고객에게 즐거움을 주려고 노력하고 있으며 또한 타이어의 역할을 고객들에게 Appeal하고자 노력하는 바입니다.

작년부터 세계적인 경기중의 하나인 Formula 3에 Kumho Tires의 ECSTA가 공식 인정을 받아 Official Tire로 사용되었습니다. Official Tire 공급은 선진기술을 가진 몇 개 업체만이 가능한 상황입니다. 짧은 기간 동안 모터스포츠에 참가한 저희로서는 매우 큰 성과가 아닐 수 없습니다. 또한 금년 초에는 Dytona에서 열린 Rolex 24 내구 레이스에 참가, 그 한계를 테스트해 보

았으며 만족할 만한 성적을 거두었습니다. 향후에는 우수한 모터스포츠 참가를 더욱 확대할 계획입니다.

이러한 짧은 기간내의 훌륭한 성과는 Kumho Tires의 기술을 우선시 하는 정책이 그 바탕이 되었습니다. 1981년 연구소를 설립하여 기초 연구 및 제품개발의 기반을 구축한 후 1990년에는 Ohio주 Akron시에 Kumho Technical Center를 세웠습니다. 그때부터 컴퓨터를 기반으로 한 디자인, 컴파운드, 재료 등의 연구 개발과 모터스포츠 참가 활동 등을 적극적으로 시행하였습니다. 이를 위해 Super Computer를 비롯 각종 첨단 연구, 실험 장비도 지속적으로 도입하고 있습니다. 나아가 1997년 영국에도 European Technical Center를 세웠습니다. 그리고 금년 4월에는 North American Technical Center를 확장, 개소하였으며 조만간 중국 등에도 Technical center를 세워 세계적인 기업으로의 기술 개발과 면모를 갖추 계획입니다.

이제 Kumho Tires는 이러한 첨단 Technology 적용 결과물 등을 바탕으로 앞에서 언급한 바와 같이 Intelligent Tire로의 큰 흐름에 한 축을 담당하고자 합니다. 여러 선진 Maker들의 협조를 부탁드립니다. 또한 여러분 중에 누구라도 우리 회사와 같이 손을 잡고 새로운 기술에 협조하고자 한다면 즐거이 함께 일하고 싶습니다.

저는 21세기에 살아 남고 성장하기 위한 기업은 충분한 기술과 과학자를 보유한 기업이며 먼저 고객을 생각하고 연구하는 기업만이 중국에는 살아남을 것이라고 믿고 있습니다.

아무쪼록 이번 ITEC Asia에서는 좀 더 고객 중심에서의 연구발표가 이루어지도록 하고 Intelligent Tire가 좀 더 빠르게 고객에게 다가갈 수 있는 방법이 도출되는 자리가 되었으면 합니다.

오늘 여러분들 앞에서 연설할 수 있게 된 것을 다시 한 번 감사 드리며, 한국에서 즐겁고 기억에 남을 만한 시간을 보내시길 바랍니다.