

## 영국의 오토바이용 타이어 시장

김 홍 범\*

「영국의 타이어 거래에 있어서 오토바이용 타이어 분야에는 많은 것들이 수수께끼로 남아있다. 오토바이를 타는 사람들에게는 타이어뿐만 아니라 전문가들의 주의가 필요하기 때문이다. 일반적으로 자동차 타이어 소비자는 놀라우리만큼 아무 의문 없이 타이어 판매상이 추천하는 것을 받아들이는 반면에 오토바이용 타이어 소비자들은 완전히 얘기가 다르다. 오토바이 운전자들은 대개 타이어에 대해 훨씬 더 많은 관심을 가지고 있고, 자동차 운전자들보다 타이어와 타이어 브랜드에 대해서도 잘 알고 있다. 이 때문에 오토바이 타이어 판매상은 판촉하면서 타이어를 판매하는데 어려움을 겪고 있다.」

자동차 타이어는 특별히 OE(신차용)타이어 공급에 초점이 맞춰져 있을지 모르지만, 교체용 시장은 교체용 타이어로서 완전한 규격의 선택폭을 갖추고 있다. 이와는 달리, 오토바이타이어의 교체용 시장은 오토바이 생산업체의 설계명세서에 초점이 맞추어진다. 이를테면, OE로서 Bridgestone의 동일 규격인 120/70ZR 17 BT020타이어를 사용하는

Honda와 Yamaha가 그들의 오토바이에 적합한 타이어를 사용하여야 하며 이같은 오토바이에 적합한 타이어 장착에 대한 권고를 하는 것은 매우 중요하다. 이런 특이한 규격은 Bridgestone 자체에서만 10개의 다른 변형된 특성의 타이어가 있다. 맞지 않는 “120/70ZR 17 BT 020” 타이어를 오토바이에 장착함으로써 오는 악영향을 판매 직원들이 인식하는 것은 중요하다. 특히나 고성능 오토바이에 맞지 않는 타이어를 장착한 경우 그 영향은 더욱 크다. 같은 규격이라도 특성이 다른 타이어를 사용했을 경우, 핸들에 심한 이상 진동이 생기고 프레임에도 떨림이 생길 뿐 아니라 소음이 생기고 승차감도 저하된다.

영국의 이륜자동차 신규 등록 대수

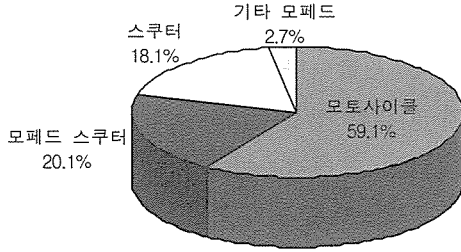
	2001	2002	증감율
모터사이클	91,697	93,557	2.0%
스쿠터	32,200	28,761	-10.7%
모페드 스쿠터	40,096	31,894	-20.5%
기타 모페드	5,309	4,219	-20.5%
계	169,302	158,431	-6.4%

영국 최대 독립 오토바이타이어 공급업체라는 Cambrian 타이어사의 Mathew Leeman

\*(주)신흥 수출담당이사

씨는 본지와 인터뷰에서 다음과 같이 자신의 의견을 피력했다. “자동차 타이어 제조사들은 오토바이 타이어도 취급하려고 노력해 왔습니다. 그러나 자동차 타이어 제조사들은 오토바이 타이어의 장착에 대해 확실히 알 필요가 있으며 각각의 오토바이에 맞는 올바른 타이어 장착에 대해 조언해 줄 수 있는 전문가가 필요하다는 것을 인식해야 합니다. 내가 아는 한 대형 연쇄점은 대규모로 오토바이 타이어 판매에 뛰어들려고 했으나, 상점을 경영하는데 오토바이 전문가 없이는 성공가능성이 없다는 것을 깨달았다는 소리를 들었습니다. 그 연쇄점의 또 다른 문제중의 하나는 노후된 타이어를 탈착하고 새 타이어로 교체하고 휠을 맞추는 일을 사용자들에게 하도록 했다는 것이었습니다. 오늘날의 현대적 오토바이는 정교하게 만들어져서, 길거리에서 해체하고 재조립하는 것은 이미 오래전의 일입니다. 오토바이 사용자들은 더 이상 스스로 타이어를 교체할 기술이나 의지를 가지고 있지 않습니다. 따라서 최근의 자동차 타이어 제조사의 관심에도 불구하고 대부분의 오토바이 타이어 소매는 고객을 상대할 수 있는 기술과 지식을 갖춘 오토바이 전문가의 몫으로 남아 있습니다. 오토바이 사용자는 그들의 판매상을 신뢰하려 하며, 판매하려는 타이어에 대한 지식을 갖추고 있거나 특히 고객이 필요로 하는 상품에 대해 잘 알고 있는 판매상에게는 지속적인 판매를 보이고 있습니다.”

2002년 영국의 오토바이 타이어 시장 전체 규모는 약 60만개로 추정되는데 이는 전



계 : 158,431

2002년 영국의 이륜자동차 신규등록(품목별 비중)

년도 56만개에서 오른 수치이다. Dunlop사의 Steve Male씨는 2003년에는 약간의 정체나 하락이 있을 수 있다고 말한다. “50만개에서 60만개로 증가하는데는 약 10년이 걸렸습니다. 그러나 오토바이 시장은 지난 몇 달 동안 판매에서 동일한 판매량을 보이지 않았습니다. 오토바이 판매량이 떨어지면서 타이어 판매가 그 뒤를 따라 하락하고 있습니다.” 한편, 2001년에는 구제역 여파로 오토바이 영업이 상당히 제한되었다.

Cooper Avon사의 Leo Smith씨는 오토바이 시장에 대해 약간의 다른 영업시각을 가지고 있다. “Cooper Avon사는 off-road용 타이어나 스쿠터 타이어는 생산하지 않습니다. 그리고 주종 상품인 Superbike, touring, custom 그리고 cruiser용 타이어를 중심으로 생산하여 영국에서의 시장 규모를 약 30만개로 보고 있습니다. 우리 타이어의 대부분은 오토바이 전문가를 통해 판매됩니다. 과거에는 많은 fast fits이 우리가 고객의 기대수준이라고 생각하는 수준의 서비스를 제공하지 못했습니다. 그러나 지금 이러한 상황은 고객들의 요구를 통해 바뀌고 있습니다. 우리는 Cooper Avon사 오토바이 타이어를

구입하는 고객이 최상의 상품과 서비스를 제공받기를 원합니다. 오늘날 오토바이 타이어 구매 고객의 상품 선택의 폭은 넓어졌습니다. 우리는 우리제품이 그들의 요구에 잘 맞고 지속적으로 우리제품을 애용하도록 양질의 서비스를 제공하고자 합니다. 사용자들은 일년에 3-4셋트의 타이어를 사용하기 때문에 우리는 그들의 지속적인 자사 제품 선호에 대해서 항상 신경을 써야 합니다. 타이어 판매상은 우리의 제품 판매에 있어 한 중요한 부분입니다.” Leo씨는 또한 Avon사는 비록 영국에서 규모가 작은 회사이었지만, 미국시장으로 시선을 돌려 생산된 약 80%의 타이어가 북미시장에서 판매되었다고 덧붙였다.

영국내 총 오토바이 수는 약 110만 대 정도이며, 타이어 교체주기는 2년에 1개씩으로 추정되는데 실제로는 교체시기가 아주 다른 것으로 보인다. 오토바이는 계절에 따라 사용빈도가 틀리고 재미를 위해 타는 경우가 많아서 규칙적으로 사용하지 않기 때문이다. 일반적으로, 도시의 자동차들은 연간 약 2만 마일을 주행하지만 오토바이는 아주 소수의 차량이 같은 마일을 주행하고, 대부분은 그러하지 못하다. 년 2만 마일 정도 주행하는 소수의 오토바이 소유자는 가격이 싼 타이어를 사용하고자 하지만, 대부분의 재미로 타는 운전자들은 싼 타이어를 끼고 달리는 위험을 감수하기보다는 품질이 좋은 타이어를 선호한다. 평균적으로 오토바이는 연간 2천~6천 마일을 주행하며, 오토바이의 종류와 사용자의 운전 스타일에 따라 연간 2~3

개의 타이어를 교체하는 것으로 보인다. 이는 대부분의 오토바이는 연중 내내 차고에 세워져 있으며, 사용빈도가 매우 낮아 3~4년에 한번 타이어를 교체한다는 것을 의미한다. 이러한 수치는 스쿠터 타이어가 제외된 것이다. 스쿠터는 사용자의 스타일도 틀리고, 마력수도 낮을 뿐만 아니라 자동변속기를 사용하기 때문에 타이어의 수명이 스쿠터의 수명과 같다는 농담을 할 정도로 교체용 타이어 시장은 미미하다.

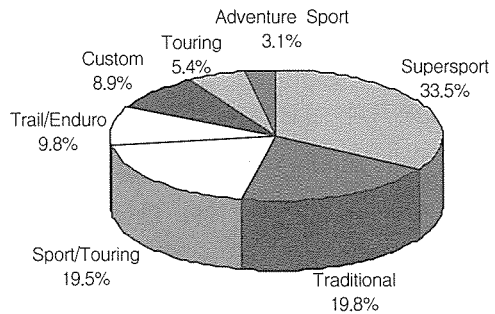
스쿠터 타이어시장은 잠재적 성장 가능성이 있다라는 데 대해선 논의의 여지가 있지만 스쿠터타이어 시장이 일반 오토바이타이어 시장과는 매우 다르다는 것에 대해선 의견이 일치된다. 일반 오토바이는 고성능 및 여가선용으로 사용되지만 스쿠터는 상업용도 및 이동수단으로 사용되며, 일반 오토바이 타이어는 고속, 주행성능에 초점이 맞추어지지만 스쿠터 타이어는 가격이 낮고 마모성이 좋은 타이어가 선호된다. 올해 스쿠터 시장은 전년에 비해 판매에서 감소세를 보였지만, 장기적으로 볼 때는 증가할 것으로 전망된다. 이는 청소년들에게 자동차는 가격 부담이 크고 운전이 용이하지 않아서 스쿠터를 이동수단으로 선호할 것이며 특히 도시에 거주하는 청소년들에게는 복잡한 도심의 교통체증에서 벗어날 수 있는 해결책을 제공하는, 자동차에 대한 이상적인 대안이 될 것이란 판단 때문이다. Dunlop사의 Steve Male씨는 스쿠터 분야는 성장가능성이 있을지 모르지만 그 시장에 프리미엄 브랜드가 존재할 수 있을지는 확실치 않다고

말한다. 스쿠터 시장이 성장하더라도, 그 혜택은 아시아산 타이어 업체들에게로 돌아갈 것이다. 스쿠터 타이어 분야는 태국의 Vee Rubber사가 현재까지는 잘 알려져 있는 브랜드이며, 그외 동남아시아지역의 제품들이 알려지기까지는 많은 시간이 소요되지 않을 것으로 판단되며, 오토바이타이어 전문가들이 두려워하는 것은 이것을 발판으로 아시아산 제품들이 일반 오토바이 타이어 판매에 영향을 미치는 것이다. Bridgestone사의 경우 스쿠터에 대한 견해는 약간 다르다. 스쿠터 시장에서의 수익은 낮은 가격의 판매와 간헐적인 교체용 셋 판매로 이루어진다. 그러나 Bridgestone사는 이미 유럽에서 인기가 있고 영국에서 발전 양상을 보이고 있는 고마력의 대형 스쿠터분야에 관심을 기울이고 있다. 실제로 Bridgestone사는 특별히 이 시장을 겨냥하여 스쿠터용으로 특별히 고안된 최초의 래디알 타이어인 Battlax-TH01를 따로 개발해 왔다. 한편, Michelin사는 스쿠터 시장에서의 성장가능성은 있을 거라고 예상하고 있으나 이는 모페드 분야의 희생이 필요할 것이라는 판단에서 아직까지 구체적인 조치는 취하지 않고 있다.

### 시장동향

오토바이 시장의 추세를 보면, 영국 시장은 고성능 Superbike 분야의 비중이 가장 크며 이는 오토바이 경주와 밀접한 관련을 가진다는 사실은 주목할 필요가 있다. 영국의 Superbike 경주 시리즈는 보통 2만명의 관중

을 끌어들이는다. 조사를 통해서 새로운 오토바이 등록 대수 추세를 알수 있는데, 올해 스쿠터 분야에선 전반적인 하락세가, 그리고 고마력의 오토바이 및 Enduro 스타일의 touring bike는 증가세를 보였다. 고마력 오토바이 및 Enduro 스타일의 touring bike는 유럽에서는 이미 인기가 있었으나 영국에서 이 분야에서의 성장은 단지 최근의 발전양상이다. 아마도 이는 Supersport bike의 높은 보험료 부담, 늘어난 무인 속도 측정 카메라로 인한 Supersport bike의 사용 여지 제한 때문인 것으로 풀이되는데, 그 대체품으로 Enduro 스타일의 Touring bike 사용이 늘어나고 있는 것 같다.



계 : 93,557

2002년 영국의 오토바이시장 구분

Michelin사에 의하면, 아직까지는 오토바이의 주종이 Superbike이지만 Enduro 및 Supermoto의 수요증가로 Enduro 및 Supermoto용 타이어 시장의 점진적인 증가를 예상하고 있다. 한편, Avon사 Leo Smith 씨는 이를 다른 식으로 말한다. "Superbike는 직선도로에서 월등히 높은 속력의 능력

을 발휘할 수 있지만, 속도제한 및 높은 보험료 부담으로 사용자들은 다소 낮은 속도지만 조종 성능이 좋은 오토바이를 선호하기 때문에 off-road와 Supermoto의 시장 증가를 예상하고 있으며 따라서 이를 겨냥한 새로운 제품을 내놓고 있습니다.”

오토바이 제조사들의 조사에 의하면, 약 60%의 오토바이 신차가 35~50세 사이의 성인 남성에게 팔리고 있으며 그리고 엔진 규격은 아직 600와 1000cc사이의 제품이 가장 많이 팔리고 있는 것으로 나타나고 있다. 판매 경향은 물론 계절적 영향이 크게 작용하는데, 겨울동안 창고에 보관되어 오던 제품은 봄철에 본격적인 판매가 되며 그런 다음 사용자의 마모된 타이어 교환으로 여름 중순쯤 그 대부분이 판매되고 있다. 공급자 입장에서 보면 이는 시즌 개시 시점을 대비한 재고 축적과 여름철의 대량 판매를 기대하는 것이다. Pirelli-Metzeler사의 Tony Ensor씨는 이에 대해 다음과 같이 언급했다. “회계담당자 입장에서 많은 재고 수치를 꺼릴지도 모르지만 우리는 높은 수준의 재고를 운영하고 있습니다. 우리가 어떤 범위 또는 어떤 규격을 판매한다는 것을 광고하면 그때 제조사로서 우리는 그 타이어를 보유해야 합니다. 우선적으로 고객은 재고가 있는 판매상에게 갈 것이기 때문에 우리입장에서 재고가 바닥나는 것은 매우 곤란한 것이죠. 고객이 제품을 필요로 할 때는 지금 그것이 필요한 것이지 다음주에 필요한 것이 아닐 테니까요.”

Dunlop사에 따르면, 판매되는 타이어 종류

에 관해서 래디알 타이어가 시장의 44%를 차지하고 있고 빠른 속도로 그 비율이 증가하고 있으며, 바이어스 타이어가 30%, 나머지는 off-road용으로 Enduro Moto-X를 포함하여 12~13%이며 off-road 용 타이어는 주로 Maxxis와 Trelleborg와 같은 브랜드가 점유율을 높이고 있다고 한다.

## 유 통

영국에서의 오토바이 타이어 판매 상황을 보자면, 주요 제조사는 Bridgestone, Dunlop, Michelin, Pirelli-Metzeler사이고 그 다음으로 Continental사와 Avon사가 약간의 점유율을 획득하고 있으며 아시아산 제품들은 일반적인 생각과는 달리 전체시장의 2~3% 정도 밖에 판매하지 못하고 있다. 오토바이 타이어의 공급은 회사마다 다양한 방법으로 이루어진다.

Dunlop사의 Steve Male씨는 Dunlop사의 시장점유율에 대해 크게 신경을 쓰지 않는다고는 했지만 Dunlop가 두 번째 위치를 차지하고 있다는 것을 시인하면서 그렇지만 Dunlop사가 Bridgestone사를 맹렬히 따라가고 있다고 주장했다.

Continental사는 자사의 자동차 타이어는 자체적으로 판매한다. 그러나 영국의 오토바이 타이어 시장에 공급되는 모든 Continental 오토바이 타이어는 Cambrian 타이어사를 통해 이루어진다.

한편, Pirelli사는 기존의 오토바이 타이어 공급 방식을 바꾸어, Rugby에서의 CPK 자

동차사와 함께 사용되는 저장창고로부터 출하되는 방식을 취한다. CPK는 독립 타이어 분야로의 Pirelli사의 공급 서비스업체가 되는 것이다. “그당시” CPK Moto와 CPK 자동차가 개별적으로 운영되었지만 CPK 자동차 공급체인은 또한 오토바이 타이어도 공급했었다. Pirelli-Metzeler사의 Moto 사업부장인 Tony Ensor씨는 본지 인터뷰에서 “우리는 두 가지 다른 시장이 있고 CPK 자동차가 주로 Pirelli 제품을 판매하는 동안 CPK는 또한 자동차 쪽에 도움이 되도록 타사의 아주 넓은 범주의 프리미엄 브랜드 제품을 판매했습니다. CPK Moto는 단지 Pirelli와 Metzeler의 제품을 다루었고 그리고 이는 매우 다른 사업이었습니다. Pirelli-Metzeler UK Ltd는 오토바이 제품을 취급하기 위해 설립되었습니다. 그리고 그점에서 우리는 제조사로서 공급을 다루기로 결정했습니다. 2002년 10월 우리는 사무실을 Burton으로 옮겼고 지금 고객과 직접 거래하고 있습니다. 공급은 승용차 타이어와 마찬가지로 주 루트인 Exel Logistics를 통해 이루어집니다. 그리고 우리는 독립도매상으로서가 아니라 제조사로서의 운영을 통해서 더욱 더 강한 브랜딩을 확립할 수 있었습니다. Pirelli-Metzeler사는 아마도 영국에서 오토바이 타이어를 위해 가장 넓은 고객 기반을 가지고 있을 것입니다. 그리고 아마도 가장 크고도 정교한 판매팀을 보유하고 있을 것입니다. 우리는 고객과의 직접적인 거래를 원하며 우리의 서비스에 대해 고객들의 신임을 쌓아 나갈 필요를 느낍니다. 지난 몇

년간은 시험기였죠.”

Michelin사의 Ian Murray씨는 판매팀의 규모에 대해 Tony씨와 의견을 달리 할지도 모른다. Michelin사는 사무실에서 근무하는 6명의 오토바이 타이어 판매직원과 외부근무를 하는 6명, 전화 서비스를 담당하는 4명의 직원이 있다. 이들 모두는 또 Stoke의 전체 Michelin 서비스 센터가 보조한다.

Ian씨는 Michelin 판매 직원이 영국의 다른 오토바이 제공사보다 더 넓은 고객층을 방문한다고 주장한다.

Dunlop의 공급시스템은 이중구조로 되어 있다. fast fit 타이어 거래는 Dunlop의 공급시스템인 굳이어사를 통해 직접 공급된다. 오토바이 타이어 거래는 전문적인 공급자를 통해서 이루어지는데, 특히 빅3 즉, Cambrian, Bike Tyre Store 그리고 Tran-Am에 의해서 이루어진다. Steve Male씨는 오토바이 전문회사들이 더 정교한 서비스를 제공한다는 암시를 주면서, 양적인 분배는 거의 공평하게 이루어진다고 말한다.

Bridgestone사는 항상 오토바이타이어 공급을 겨냥한 의도를 견지해왔고 영국에서의 모든 Bridgestone 타이어는 두 개의 주요 도매상사인 Cambrian Tyres와 Bike Tyre Store를 통해 공급되어진다. “두드러지게 많은 Bridgestone 타이어는 fast fit를 통해서 팔린다. 그러나 우리는 오토바이에 대한 전문성을 가진 fast fit의 전통적인 오토바이 전문회사로의 전향을 추구하고 있다. 현재의 오토바이 운전자들은 자신의 타이어를 장착할 능력과 의도가 없다. 많은 fast fit가 오토바

이 타이어 취급에 필요한 전문 장비에 투자하고 있다. 그러나, 자동차 판매상이 타이어 취급을 기피하는 자동차 부문과는 달리, 오토바이 판매상은 항상 오토바이 타이어의 공급에서 중요한 역할을 유지해 왔고 또 시장에서의 그들의 위치는 강력하다.

Avon사의 Leo Smith씨는 Avon사의 공급은 Cambrian과 Bike Tyre Store를 포함한 주요 도매상을 통해서 이루어지며 판매상으로서의 직접적 판매체인은 없다고 한다.

Leeman씨는 Cambrian Tyres사 오토바이 분야에 대해서 다음을 지적했다. “오토바이 시장에서 자동차 타이어 도매상의 관심은 커지고 있으며, Cambrian사는 그러한 전통적인 자동차 타이어 도매상과의 관계를 구축하고 있습니다. 그러나 오토바이 전통은 강하게 남아있고 시장으로의 그 주된 루트는 전통적인 오토바이 판매상등을 통해 이루어질 것이라 생각합니다.” 이에 대해 Tony Ensor씨는 그 시장은 전통적인 타이어 판매상을 추구하는 Pirelli-Metzeler 제품의 약 40%와 오토바이 전문가를 찾는 그 나머지로 잘 나뉘어져 있다고 보고 있다.

Bike Tyrestore사의 Peter Smith씨는 공급체인에서 주요 오토바이 타이어 소매상인 Bike Tyrestore 와 Cambrian Tyres에 의해 이루어지는 거래에 제공된 서비스는 일반적으로 제조사와 소비자의 직거래로 경험된 서비스보다는 훨씬 좋은 것으로 인정되고 있다고 믿고 있다. 이 두회사는 생존을 위해 그들의 서비스 표준에 의지하고 있는데 이는 그리 놀랄만한 것이 아니다. Bike

Tyrestore사는 무료전화 주문으로 진일보된 조치를 취했는데 그 분야에선 독특한 방법이다.

## 저가타이어 시장 동향

저가타이어는 영국 타이어 시장에서 골치아픈 문제이다. 자동차를 한해 더 써야겠다는 심정으로 값싼 타이어를 찾고 있는 사람에게는 좋을지도 모르지만 품질과는 상관없이 싼 가격으로 판매되는 저가 타이어는 승용차와 트럭 타이어 부문등 거의 모든 분야에서 수익에 대한 심각한 문제를 창출한다. 유럽에서 자사의 제품을 판촉하고 있는 많은 동부 제조사들도 오토바이 시장에서와 비슷하게 저가타이어의 영향에 직면하고 있는가라는 물음에 대해 답은 공통된 것으로 보인다. “저가타이어는 값싼 가격으로 고객들을 유혹하고 있고, 시장에서 저가타이어에 대한 약간의 수요도 있는 게 사실입니다. 그러나 이는 주요 제조사에게는 거의 영향을 미치지 않았습니다.”라고 Ensor씨는 말한다. Leeman씨 또한 그의 말에 동의하며 “저가타이어는 거의, 아니 전혀 영향을 미치지 않습니다. Cheng Shin(창신)이 특히 motocross나 off-road 분야에서 약간의 판로를 형성했는지도 모르지만 모든 저가타이어의 시장 점유율은 약 2%정도 밖에 되지 않을 거라 추정됩니다. 오토바이 시장에선 냉정하게 유행을 좇으며 그러한 유행에 맞춰 이루어진 주요 제조사들의 선두에 영향을 주기는 결코 쉽지 않을 것입니다.”

Bridgestone사의 Arthur MacDonald씨는 다음과 같이 말한다. “우리의 초점은 프리미엄 분야에 있고 우리는 적은 비용을 들여 생산하는 제조사들이 우리와 같은 시장에 있다고 생각지 않으므로, 저가 오토바이 타이어는 우리에게 문제거리가 되지 않습니다.”

Matthew Leeman씨는 다음과 같이 설명한다. “Cambrian Tyres에서 우리의 영업은 전체적으로 시장을 반영합니다. 7개 제조사 - Bridgestone, Dunlop, Pirelli, Michelin, Metzeler, Continental 그리고 Avon - 는 시장의 98%를 차지하고 있습니다. 이 중에서 Bridgestone사는 오토바이 타이어 시장에서 가장 큰 제조사이며 시장점유율은 약 34%로 추정됩니다. 그러나 그러한 Bridgestone사의 점유율이 처음부터 좋았던 것은 아닙니다. 사실 Bridgestone은 오토바이 타이어에서 매우 좋지 못한 평판을 가졌었고 그래서 거래하려는 판매상도 거의 없었습니다. 1992년에 당시 Honda Fireblade가 출시되었었는데, Fireblade는 시대를 몇 년 앞선 오토바이였습니다. 바로 이 오토바이에 Bridgestone 타이어가 장착되면서 당시 모든 사람은 너무나도 놀랄 수밖에 없었습니다. 이를 계기로 Bridgestone은 엄청난 이미지 상승효과를 보았고 동시에 Bridgestone사는 자체적으로도 제품의 품질과 서비스의 광범위한 질적 향상을 도모하는 조치를 취했습니다. 10년후 Bridgestone사는 시장의 리더로서 자리 매김했고, 타이어의 외향과 기능을 함께 향상시켜 나아가면서 Bridgestone사는 시장에서의 입지를 확고히 굳혔습니다. 저가 타이어 제

조사들이 Bridgestone사와 같은 성공적인 경로를 밟을 가능성은 거의 없는 것 같습니다. 저가 타이어 수입에 있어 수요 가능성이 있는 분야는 타이어에 별도의 신경을 쓰지 않고 값싼 타이어를 찾는 통근자를 주 고객으로 하는 스쿠터 시장입니다.”

Peter Smith씨에 의하면, 저가 타이어는 계속해서 간접적으로 MOT 판매상 쪽에 팔고 있으나 그 양은 적고 Retread와 같은 특별한 대안은 타이어 소비자들에게 흥미를 끌지 못했다고 한다.

본지에서 Steve Male씨에게 이 분야에서 저가 타이어에 관해서 질문했을 때, 그는 저가 타이어는 지금으로서는 심각한 위협은 아니라고 생각한다고 대답했다. “Dunlop사는 저가 타이어에 대처하기에 유용한 제품을 가지고 있습니다. 예를 들면 D208은 최신의 프리미엄 제품인데, 우리는 이 제품의 전모델인 D204를 저가 타이어 판매를 막을 수 있는 가격으로 제 2라인으로서 제공했습니다. 우리는 일어날 수 있는 잠재적 위험요소를 알고 있고 우리는 우리의 시장점유율을 지킬 자신이 있습니다.”

“저가 타이어 시장은 저렴한 브랜드로 약간의 활동을 보이고 있으나 그들의 활동 범주는 가격에 의해서 제한됩니다. 래디알 오토바이 타이어는 성장세를 견지하고 있으며 주요 비용중의 하나는 타이어의 시장에서의 인지도 확립과 제조에 있습니다. 또다른 요소는 비록 모든 자전거 운전자가 아마도 자동차를 몰더라도 자전거를 탈 때와 자동차를 이용할 때 운전자의 마음가짐이 매우 틀



리다는 것입니다. 우리는 일상생활을 하면서 통근할 수 있는 차가 필요하며, 열쇠를 주워 들고 자동차로 뛰어들어 운전하지요. 그러나 자전거를 타고 밖으로 나가는 것은 매우 다른 일입니다. 자동차를 운전하기 위해선 사전 체크와 오일, 물등을 검사하는 등 적지 않은 시간과 신경을 써야하지만 자전거를 타고 밖으로 나가는 행위는 대개 여가를 이용하는 레저활동이 대부분입니다. 자동차는 A지점에서 B지점으로 이동할 때 쓰이는 운송수단이지만 자전거는 즐거움을 위한 수단입니다. 재미로 자전거를 이용하는 사람들에게는 자전거로부터 최상의 즐거움을 얻길 원하며 그래서 일반적으로 프리미엄 제품을 사는 경향이 있습니다.”

Ian Murray씨는 “오토바이 사용자는 타이어 선택에 있어 매우 신중하고, 선택 후에는 지속적인 판매를 유지하는 경향을 보인다.” 이러한 오토바이 운전자들의 성향은 브랜드 제품을 가진 제조사 입장에서 매우 반가운 것이다. 타이어는 사용하고 나서야 비로소 좋은지 나쁜지 알 수 있다. 타고나서 타이어가 좋지 않다는 것을 알았을 때는 이미 불평하기에는 너무 늦을 때이며 수리비용을 수반한다. 그래서 오토바이 분야에서 브랜드 제품에 대한 선호도는 매우 높다. 운전자는 이것저것 선택을 하려고 하지만 머릿속에선 브랜드 제품을 생각할 것이다. “브랜드 타이어에 대한 선호도는 실로 매우 높습니다. 그리고 이러한 브랜드 제품 선호는 현시장의 주요사들을 보호하는 역할을 합니다. 하지만 우리는 저가 타이어의 잠재력을

알고 있습니다. 그러나 저가 타이어를 구매함으로써 얻는 소비자의 이득을 상쇄시킬 수 있는 경쟁가격을 제공할 수 있는 방법을 가지고 있습니다. 재생 오토바이 타이어가 있지만 그것들을 취급하려는 판매상이 많이 있을지는 확신할 수 없습니다. 그래서 그 시장은 주요 제조사에게 장악된 채 유지될 것 같습니다.”

Leo Smith 또한 같은 생각을 가진다. “저가 타이어가 시장에 유입될지도 모르지만 어떠한 실제적인 영향도 미치지 못합니다. 심지어 오토바이 타이어 시장에 영향을 주는 이러한 저가 타이어 제조사중 우수한 제조사라 할 지라도 양질의 일반도로용 래디알 타이어를 제조하는 기술과 전문지식을 개발해야할 뿐만 아니라 기존 타이어의 제조 기술과 성능을 능가할 필요가 있는데 짧은 시일 안에 그러한 일은 불가능할 것입니다.”

### 영국역외시장과의 관계

타이어 제조사나 도매상들 입장에서 걱정스러운 또다른 문제는 역외시장에서의 암거래 타이어의 유입이었다. 암거래 타이어 유입은 자동차나 트럭 타이어에 많은 악영향을 초래했는데 오토바이 타이어에서는 어떠할까? 이에 대한 답변은 다양했는데, Cambrian사 Leeman씨는 암거래 타이어가 2년전 시장에 들어왔을 때 약간의 영향을 받았으나 그 유입의 양은 자동차 타이어와 비교하여 작았고 Cambrian사 타이어 공급업자

는 암거래 타이어 구매 방지를 위해 가격하락책을 이용해서 그 상황에 대처했다고 말했다.

이에 대해 Tony Ensor씨는 “암거래 타이어 수입은 아직까지 모든 분야에 걸친 문제입니다. 시장 관여자 모두가 직면한 문제이긴 하지만 영국에 있는 우리 입장에선 해결하기 더욱 힘든 문제인 것 같습니다. 영국과 유럽사이에 가격의 차이가 있는 한 역외시장은 계속 존재할 것입니다.”이라고 말한다.

Dunlop사의 Steve Male씨는 역외시장에 관하여 다음과 같이 언급했다. “Dunlop사에 한해서는 문제거리가 되지 않습니다. 우리는 그 문제를 해결했습니다.” 그 방법을 물었을 때 그는 설명을 기피하고 역외시장이 다른 몇 제조사들에게는 여전히 문제거리일 거라는 지적을 했다. “Dunlop사는 약 2년전에 그러한 역외시장의 경향을 인식했죠. 우리는 새로운 IT 시스템을 설치했었죠. 그 시스템은 뛰어났지만 광대한 오토바이 타이어 판매에 있어서의 계절적 판매 차이를 커버할 수는 없었죠. 결과적으로 우리는 공급문제에 봉착했고, 이 때문에 당시 역외 시장 수입에 문을 열어주게 되었죠. 우리는 주의를 기울여 우리의 고객층을 보호하고 있습니다. 그리고 다시는 재고가 바닥나는 일이 없도록 혼신의 노력을 기울였죠.” 이상이 Steve씨가 밝히고자 했던 정도였다.

Arthur MacDonald씨는 암거래시장이 자사에 영향을 주고있다는 점을 인정했다. “우리는 지난 18개월 동안 암거래 시장으로 애로를 겪어왔고 이는 우리의 공식적인 시장점

유율에 영향을 주었습니다. 우리는 현재 그 상황을 타개할 조치를 취하고 있습니다. 유럽전반에 걸친 가격 재조정이 시행되고 있으며 우리는 역외 수입의 혜택이 무시될 정도로 그 차이를 최소화 하는 것을 목표로 하고 있습니다.”

Michelin사의 Ian Murray씨는 저가타이어가 영향을 거의 미치지 않은 이유와 똑같은 이유로 암거래 수입은 적어도 몇몇 제조사에는 영향을 미치지 않는다고 생각한다. “Michelin사는 시장과 매우 가깝게 성장해왔고 우리는 무엇이 일어나고 있는지를 잘 파악하고 있습니다. 사정이 이와 같아서 우리는 암시장으로부터 별다른 타격을 입지 않았습니다. 피해 제조사들은 암거래시장의 위험성을 파악하여 조치하는데 너무 늦은 조치를 취한 것 같습니다. Michelin의 정책은 우리의 공급체인 안의 모든 이들에게 수익성 보전을 위한 기회나 금전적 가치를 확실히 제공하는데 초점이 맞춰집니다. 판매상인 미래를 여는 열쇠입니다. 우리가 그들의 수익을 보장해 주지 않으면 그들은 어디든지가버릴수 있기 때문에 우리는 판매상의 이익을 보살피고 우리의 제안에 대한 그들의 관심이 늘 유지되도록 하는 서비스를 제공할 필요가 있다고 생각합니다.”

Melksham에서 Avon사는 암거래 수입 문제와 오랜 동안 씨름해 왔다. “우리는 매우 일찍 암거래 시장의 위험을 인식했고 범유럽적 차원의 가격 정책을 도입함으로써 당시 효과가 있었습니다. 레인지(range)를 통해서 그리고 유럽을 통해서 더 강한 수익을

창출해왔다는 기본에서 우리가 이끌어 낸 장기적인 목표로 사실상 우리에게 암거래 시장 문제는 사라졌습니다.”고 Leo Smith씨는 말했다.

Bike Tyrestore사의 Peter Smith씨의 언급은 주목할 필요가 있다. “2002년에 역외 수입이 마침내 영국 오토바이 타이어 시장을 따라 잡았습니다. 이 때문에 가장 심각한 영향을 받은 회사는 명백히 시장의 선두를 달리고 있는 Bridgestone사입니다. 실제적인 영향을 양적으로 가늠하기는 어렵지만 기존의 공급 채널은 모두 ‘법적인’ 판매에 있어서 하향세로 돌아섰고 수익성에 있어서 심각한 감소를 보였습니다. 그리고 연이어 암거래 수입 방지 조치가 취해졌습니다. 한 제조사는 이같은 성향을 미리 예상하여 그해 일찍 시장가격을 낮추었습니다. 그러나 이같은 조치는 단기적인 효과만을 거둘 수 있습니다. 2003년에, 모든 주요 제조사들은 그들의 입지를 다시 찾고 시장을 안정시키기 위해서 실제 가격을 낮춰야 할 것입니다.”

### 오토바이 스포츠

우리가 언급한 모든 오토바이 제조사는 오토바이 스포츠가 시장 발전에 매우 중요한 역할을 한다는데 의견을 같이 한다. Arthur MacDonald씨는 오토바이 스포츠에 관해 다음과 같이 언급한다. “Bridgestone사에서 오토바이 스포츠의 역할은 점차 확대되고 있으며, 우리가 레이스에서 경쟁력을 가지고 있다고 생각하는 Supersport 600은 오토바이 시장과 가장 가까운 관계를 갖고

있어서 대중 인지도에 있어 가장 좋은 접근 효과를 가지고 있습니다. 소비자들이 구매하는 것이 경주용 타이어와 똑같은 것이 아닐지 모르지만 모방 구매 효과가 있습니다. 우리는 2003년에 이 분야에서 상당한 발전이 있을 거라 기대하고 있습니다. 빠른 증가율을 보이고 있는 오토바이 스포츠 그외 분야는 SuperMoto입니다. 이는 오토바이의 Rally Cross로 가장 잘 설명되는데, 이 스포츠에서의 성장은 지난해에 영국에선 낮선 것이었습니다. 이 시리즈는 아직 비공식적인 면이 있지만 Bridgestone사는 그 분야에 이미 관심을 갖고 있습니다. 그리고 우리는 모든 영국 챔피언십 경기를 후원하고 있습니다. 스포츠의 발전에 따라 판매의 성장세도 비례하여 커질 것을 기대하고 있습니다.”

오토바이 스포츠에서의 또다른 선두회사는 Michelin사다. 그리고 Ian Murray씨는 모든 경기를 Michelin이 휩쓴 GP와, World Superbike series에서 Michelin 제품이 보여준 뛰어난 성능을 지적했다. “오토바이 경주 타이어는 내일의 일반도로용 타이어를 발전시키는 데 중요한 역할을 합니다. 경주의 참여는 발전을 가속화시키고 올해의 World Superbike와 GP 타이어는 다음해에 상업적으로 유용한 경주용 타이어가 될 것입니다.”

오토바이 스포츠에 대해 Avon사 Leo씨는 다음과 같이 언급한다. “Avon사는 오토바이 스포츠를 다시한번 주의깊게 지켜보고 있으며 적합한 제품을 보유할 때 그 시장의 오토바이 경주용 트럭 분야에 다시 우리의 모습을 드러낼 것입니다.”

## 향후전망

Tony Ensor씨는 본지와와의 인터뷰에서 내년에는 신제품의 공격적인 판매 확대 활동이 펼쳐질 것이라고 말한다. “Diablo는 시즌 초반에 출시준비가 될 것이고 1월부터는 판매상에게 공급될 것입니다. 지난해 Metzeler사는 ‘Sportec’를 선보였고 우리는 계속해서 그 제품을 시장의 새로운 규격과 요구사항에 맞추어 판매상을 통해 제품을 판촉할 것입니다.” 또한 Ensor씨에 따르면 “Metzeler사는 오토바이용 타이어 전문 생산업체입니다. 하지만 Pirelli사는 Pirelli 브랜드와 함께 프리미엄 시장을 겨냥하여 새로운 연합 브랜드 타이어로 Metzeler 브랜드를 부활시키기로 결정했습니다.”라고 한다. Bridgestone사는 Battlax BT012라는 Superbike의 신세대용으로 설계된 전혀 새로운 타이어를 개발하였으며 2003년에 교체용 시장에 선보일 예정이다.

Michelin사는 off-road용 타이어로 BF GOOD-RICH 브랜드를 개발할 예정인데 이렇게 Michelin사가 멀티 브랜딩을 하는 것은 처음 있는 일이다. BF GOOD-RICH 브랜드는 명백히 off-road용 타이어가 되겠지만 Michelin사에 따르면 오토바이 타이어 분야에서는 아주 독특한 제품이 될 것이라 한다.

Continental사는 sport touring 시장을 겨냥한 새로운 래디알 타이어 브랜드인 Conti Attack을 가지고 새로운 시장 분야에 뛰어들 것이다.

Avon사는 최근 수년간 레인지 확장에 노

력해 왔는데, 금년에는 레인지 확장과 사이즈 확대를 접목할 것으로 보이며, 향후에도 계속해서 전통적인 오토바이 시장에 공급할 예정이다.

## 조 언

오토바이 타이어시장은 전문가들의 역할이 크며, 고객들은 자신의 요구를 이해하는 전문가들과 거래를 하고 싶어한다. 오토바이 타이어 분야는 전문적인 주의가 요구되는 시장이다. 따라서 전통적인 자동차 소매업자들은 전문적인 직원을 찾아야 하며 그들을 지속적으로 고용해야 할 것이다.

이는 자동차타이어 분야와는 확연하게 구분되는 것이다. 오토바이 고객은 휠 밸런스 조정과 동시에 교환 서비스를 포함한 고품질의 서비스에 만족하며, 또한 타이어를 교체할 때 브레이크 Calliper 제거와, 가능하다면 Calliper의 검사도 요구하고 있다.

대부분의 오토바이 고객은 믿기 어려울 만큼 그들의 생명이 그들의 오토바이에 달려있다는 것을 인지하고 있으며 타이어나 브레이크에 모험을 거는 사람은 거의 없을 것이다. 오토바이 소매상에게 브레이크는 높은 마진을 부여하지만 판매 확대의 기회는 타이어 교체에 의해 이루어진다. 전문화는 한번 고객을 영원한 고객으로 만들며, 오토바이 고객의 대부분은 자동차 또한 보유하고 있다는 것을 명심하자.

〈자료: 영국 「Tyres & Accessories」 2003년 2월호〉