

특 집

# 2003년 세계 경제 및 타이어수출 전망

이 항 구\*

2003년 세계경제는 하반기 이후 완만한 성장세를 시현할 것이나, 전세계 자동차 수요는 지역별, 국별로 차이를 보일 전망이다. 이러한 가운데 WTO의 도하개발아젠다 협상과 미국, EU, 일본 등 선진국과 개도국의 지역무역협정 체결이 가속화되고 있어 세계시장에서의 경쟁이 격화될 예정이다. 이러한 세계 경제와 교역환경의 변화는 국내 타이어업체에게 도전과 기회로 작용할 수 있다. 따라서 국내 타이어업체는 세계 경제 동향과 교역환경 변화에 능동적으로 대응하면서 선진국 타이어업체의 경쟁전략을 지속적으로 분석함으로써 세계시장 점유율을 유지·확대해 나가야 한다. 이하에서는 2003년 세계경제와 자동차시장을 전망해 보고 세계 타이어산업내의 동향에 대해 살펴 본 후 타이어 수출을 전망해 보기로 한다.

## 1. 세계 경제 전망

2003년 세계경제는 2002년 중반의 전망치보다 다소 낮은 2.5%~3.0%의 성장률을 기록할 전망이다. 선진국 경제는 평균 2% 초반대, 개도국 경제는 평균 4% 후반의 성장률이 예상되어 2002년에 비해서는 성장률이 소폭 증가할 것으로 보인다. 세계 경제는 9.11 테러 이후 세계 각국의 금융완화 정책

에 따라 회복세로 돌아섰으나, 일본과 독일 등 선진국 경제가 본격적인 회복세를 나타내지 못함으로써 저성장 국면을 유지하고 있다.

2003년 주요 국가별 경제성장률을 살펴보면, 7% 이상의 성장이 기대되는 국가는 중국이 유일하며, 선진국중에서 3% 이상의 성장이 가능한 나라는 캐나다(3.0%)를 꼽을 수 있다. 반면에 일본과 독일은 2002년에 비해서 다소 나아지겠지만, 성장률이 1%에 미치지 못할 예상이며, 특히 일본의 성장률은 0.6%에 그칠 것으로 보인다.

한편 세계교역(물량기준)은 2001년에 0.1% 감소하는 부진을 보였으나, 2002년에는 1.8% 정도 증가한 것으로 추정된다. 2002년 상반기까지 세계수출은 아시아 지역을 중심으로 비교적 높은 증가세를 보였는데, 이는 상당부분 아시아지역으로부터 미국의 IT관련 제품 수입이 증가했기 때문이다. 2003년에도 중국과 미국의 수입증가세가 이어지겠지만, 대부분의 국가에서는 수입증가세가 둔화될 예정이다. 따라서 2003년 세계교역은 5%대의 증가율을 나타낼 전망이다.

### (1) 선진권 경제 전망

선진권 경제의 2003년 성장률은 2001년 이후 3년 연속 잠재성장률을 밑돌 것으로 보인다. 세계경제의 견인차 역할을 해 온 미국 경제는 2002년 초의 경기 저점에서 벗어

\*산업연구원, 서비스산업실, 연구위원

나 회복세를 시현하고 있으며, 2003년에는 성장의 주역인 민간소비의 증가세가 다소 둔화될 가능성이 있으나, 부시행정부의 강력한 경기부양정책과 하반기 이후 기업투자가 되살아나면서 2.6~3.0%의 성장률을 기록할 전망이다이며, 물가는 소폭 상승할 예정이다. 그동안 미국 기업들은 제조상품가격의 하락으로 인해 수익이 악화되고 주가가 폭락하면서 어려움을 겪어 왔으나, 최근 제조 상품가격이 상승할 조짐을 보이고 있어 기업의 수익 구조가 개선될 전망이다.

일본경제는 세계경제의 회복에 따른 수출 확대에 힘입어 2002년 3/4분기 성장률이 전분기 대비 연율로 3%대를 기록하는 등 회복세를 나타냈으나, 2002년 전체로는 마이너스 성장을 기록하였다. 일본경제는 재정적자와 물가하락 및 금융경색이 계속되는 구조적인 디플레이션 때문에 성장세가 미약한 수준에 그치고 있으며, 수익이 다소 호전된 기업들의 설비투자만이 살아나고 있다. 한편 부실기업의 퇴출을 가속화시킬 것으로 예상되는 고이즈미 정부의 구조조정 정책도 일시적으로 성장을 억제하는 요인으로 작용할 것으로 보여 일본 경제의 회복세는 2004년이나 가시화될 전망이다.

EU는 유럽내 산업, 금융, 서비스 등의 통합을 통해 강력한 경쟁력을 갖춘 거대 경제권으로 도약하겠다는 당초의 취지와 달리 여전히 경직된 노동시장, 고관세, 유럽 중앙은행의 완만한 금융완화정책으로 인해 성장이 부진한 실정이다. EU경제는 2003년에 수출이 다소 회복되겠지만 1.8%의 성장률에 그칠 전망이다. 세계경제에 대한 불확실성이 해소되지 않으면서 EU 기업들의 투자와 소비자들의 소비가 부진하여 2003년 상반기까지는 경기회복 속도가 더딜 것으로 예상된

다. 국별로는 현재 경기 침체에 빠져 있는 독일, 이태리와 함께 프랑스와 영국 등이 저성장세를 나타낼 것으로 보인다. 특히 독일의 경우 주식과 부동산 가격의 하락으로 은행들의 대출활동이 억제되고 금융경색과 함께 기업의 대량 부도 사태가 일어나고 있으며, 일본형의 디플레이션이 우려되고 있다.

이러한 가운데 최근 EU 각국은 통합의 심화에도 불구하고 고실업·경기침체가 지속되자 자국 이익 우선주의를 내세우고 있다. 즉 유로화의 전면 통용과 회원국의 확대 등에도 불구하고 EU 회원국들간의 장벽은 더욱 높아지고 있다. 최근 EU 회원국간의 경쟁을 피하고 보자는 '신보호주의'와 '신국수주의' 성향이 팽배하고 있다. 이에 따라 10개 신규회원국을 포함한 새로운 EU 통합 금융법의 시행도 연기될 가능성이 크다. 이렇게 되면 회원국들의 '장벽'은 결과적으로 EU에 막대한 경제적인 손실을 초래할 수도 있다.

EU경쟁위원회는 유럽이 진정한 통합 금융시장을 조성할 경우 얻게 되는 이득은 향후 10년동안 유럽 국내총생산(GDP)의 1.1%에 이를 것으로 전망했다. EU기업들 역시 GDP의 0.5%에 달하는 비용 절감 효과를 얻게 될 것이라는 분석이나, 이러한 경제적 이득에도 불구하고 각 회원국간에 주도권을 잃지 않겠다는 정서가 더욱 확산되고 있어 성장에 걸림돌로 작용하고 있다.

## (2) 개도권 경제 전망

2003년 개도권 경제는 중국, 동남아, 인도, 러동구 등이 견실한 회복세를 지속할 것으로 보이는 반면 중남미, 중동지역은 부진을 면치 못할 예정이다.

중국경제는 수출 및 외국인투자 증가, 내수확대 등으로 2003년에도 8%대 성장을 유

지할 것으로 예상된다. 다만, 그 동안 성장을 견인해오던 수출과 재정지출의 기여도가 약간 둔화될 것으로 보여 2003년 하반기 성장률이 다소 낮아질 전망이다. 중장기적으로는 낙후된 금융시스템과 적자를 면치 못하고 있는 국영기업, 그리고 부실채권이 성장의 걸림돌로 작용할 전망이다. 동남아 경제는 수출 호조와 소비 회복에 힘입어 2003년에도 4%대의 성장세를 이어갈 예정이다. 말레이시아는 5.3%, 인도네시아는 4.5% 정도의 성장이 기대되며, 인도는 5.7%의 성장률을 기록할 전망이다.

남미경제는 브라질과 아르헨티나, 베네수엘라와 우루과이 등의 금융과 정정불안이 진정기미를 보이면서 전반적으로 2002년보다 호전될 것으로 보이지만 2003년 성장률은 평균 2%대에 그칠 것으로 예상된다.

러동구 경제는 수출회복과 폴란드 경제의

회복세에 힘입어 2003년에 4.5% 성장할 전망이다. 러시아경제는 주요 수출품목인 원유 및 광물류의 가격안정과 산업생산 증가, 기업의 투자 증가 등에 따라 4.9%의 성장률을 기록할 예정이다.

결국 2003년의 세계경제는 2002년에 비해 성장세나 교역량 증가율 면에서 개선될 것으로 전망된다. 그러나 전술한 바와 같이 세계경제에는 이라크 사태 등 불확실성이 여전히 존재하고 있는 실정이다.

### (3) 국제 유가 전망

최근의 유가 변동은 원유의 높은 가격변동성을 잘 대변해 주고 있다. 2002년 초 유가는 두바이산 원유기준으로 18달러 수준에서 출발하였으나, 미국의 이라크공격관련 긴장이 고조되면서 25달러를 넘어섰으며, 전쟁프리미엄이 해소되면서 최고가 대비 20%이상 폭락하였다. 그러나 2002년 말 이라크 사태가 다시 악화되면서 유가는 30달러를 넘어서 2년만의 최고치를 기록하였다. 2002년 국제 유가가 상승하게된 원인은 시장 수급보다는 시장의적인 요인에서 찾을 수 있다. 수급측면에서는 오히려 세계경기침체에 따른 수요정체, 비OPEC 공급의 증대 등으로 OPEC의 시장방어가 어려운 상황이었다. OPEC은 20일 연속 유가가 22달러선 아래로 떨어지거나 28달러선을 상회할 경우 price-band 메커니즘을 작동하여 가격을 통제해 왔다. 즉 유가가 22달러 아래로 떨어지면 일일 50만 배럴을 감산했으나, 28달러선을 넘어선 경우 증산에 소극적인 태도를 보임으로서 가격 급등을 초래하였다. 이와 같이 2002년 유가급등의 상당 부분은 미국의 이라크 공격 가능성에 따른 공급불안이 반영된 것으로 볼 수 있다.

2003년에도 유가불안은 지속될 것으로 보

〈표 1〉 세계 경제 성장률 전망

단위 : %

	IMF	OECD	WEFA	EIU	UN
전 세계	3.7	-	-	3.6	3.2
선진국	2.5	(2.2)	-	(2.2)	2.3
미국	2.6	2.6	3.2	2.6	3.2
일본	1.1	0.8	1.4	1.0	0.9
유로	2.3	1.8	2.3	1.6	2.2
아시아	6.3	-	(6.1)	(5.9)	-
중국	7.2	-	7.5	8.1	7.5
체제전환국	4.5	-	(4.4)	-	4.0

자료 : IMF, *World Economic Outlook*, 2002, 9  
 OECD, *OECD Economic Outlook*, 2002, 11  
 DRI-WEFA, *World Overviews*, 2002, 9  
 EIU, *Viewswire*, 2002, 10  
 UN, *Global Economic Outlook*, 2002, 10

주 : 1) 선진국 ( )안은 OECD 회원국들의 전체 성장률  
 2) 아시아 ( )안은 일본을 제외한 아시아 국가의 성장률  
 3) 체제전환국 ( )안은 구소련과 동구국가들의 성장률 기준임.

이다. 2003년 원유시장에 영향을 미칠 변수들을 살펴보면 이라크 사태를 미국이 조기 수습할 경우 원유시장불안은 단기간 내에 해소될 수 있을 것이다. 수요측면에서는 2002년보다 100만 B/D이상 증가할 것으로 보이나, 비OPEC지역의 원유공급이 러시아 지역의 지속적인 생산증대, 카스피해 지역의 증산 등에 힘입어 2002년보다 100만B/D증대할 것으로 예상되어, 수요 증대의 상당 부분을 상쇄할 전망이다.

따라서 2003년 유가는 많은 불확실성이 있지만, 예상대로 이라크 및 베네수엘라 관련 불안이 조기에 해소되고, 나이지리아 노동분규가 확산되지 않으면서 OPEC과 비OPEC간의 가격경쟁이 심화된다고 전제하면 2002년가격(평균 26달러)보다 다소 낮은 수준에서 형성될 것으로 예상된다.

(4) 국제 환율·금리 전망

2002년 미 달러화 가치는 유로화에 대해 15.2%, 엔화에 대해 9.8%가 하락하였다. 달러화는 2003년 초기에 예상되는 미국의 이라크 공격과 디플레이션을 사전에 방지하기 위해 달러화의 강세를 억제하겠다는 미국의 정책 의도로 인해 상반기에 약세를 보일 것으로 보인다. 다만, 일본이 엔저 정책을 추진하고 있어 엔/달러 평균환율은 2003년 상반기의 115엔에서 하반기에는 118엔으로 상승할 전망이다.

2003년중 국제외환시장에서는 미달러화, 유로화, 엔화 등 세계 3대 기축통화간의 관계에 변화가 일어날 것으로 예상된다. 변화가 예상되는 첫번째 이유는 세계 경제에서 차지하는 미국경제의 위상변화이다. 동아시아 금융위기 직후 미국 경제는 높은 성장세와 이에 따른 수입수요 증가로 관련국의 경제회복에 긍정적인 역할을 하였다. 그러나

미국 경제는 순환적인 요인과 더불어 9.11 테러 등의 영향으로 2001년에 침체에 빠진 후 느린 회복세를 보이고 있다. 또한 미국의 경상수지적자가 2002년중 GDP대비 4.5% 수준으로 증가하여 지난 80년대 후반의 3%대 수준을 크게 상회하였으며, 2003년에는 경상적자폭이 5,170억달러로 확대되어 GDP의 5%대에 근접할 것으로 예상되고 있어 달러화는 약세기조로의 전환이 불가피한 상황이다. 둘째, 유로화가 도입된 이후의 불안정한 모습에서 벗어나 비교적 성공적으로 정착되고 있다는 점이다. 향후 유로화는 미달러화와 함께 세계 기축통화로서의 역할을 수행할 전망이며, 각국의 외환보유 및 거래수단으로써의 유로화 수요가 늘어날 것으로 예상된다. 셋째, 일본경제의 불확실성이 해소되고 있지 못해 엔화의 대폭적인 평가절상은 어려운 실정이다. 국제금리는 세계경제의 완만한 회복세와 물가안정 기조에 힘입어 당분간 저금리 기조가 유지될 예정이다.

결국 2003년중 달러/유로화는 평균 1.1달러 수준으로 상승할 것으로 예상되며, 엔/달러 환율은 평균 117엔대로 하락할 것으로 전망된다. 이는 2002년 달러/유로 및 엔/달러 환율의 평균수준인 1.07달러와 126엔과 비교하면 달러화의 큰 폭 하락세로 볼 수는 없다. 원화는 상반기에 상승세를 나타낼 전망이며, 하반기 들어서서 안정을 유지하여 2003년 전체로는 달러당 평균 1,150원대를 기록할 전망이다.

<표 2> 달러 환율 추이

	2001년 말	2002. 6	2002년 말
엔/달러 환율	130.96	119.44	118.75
달러/유로 환율	0.8852	0.9906	1.0492

## 2. 세계 자동차시장 전망

### (1) 2002년 주요 시장 동향

2002년 우리 나라의 자동차 수출은 물량 기준으로 150만대, 금액 기준으로 137억 달러를 기록하여 사상최고치를 기록하면서 2년간 지속된 수출감소세에서 벗어났다. 이러한 수출호조는 자동차업체의 공세적인 마케팅전략과 그 동안의 국내 업체들의 품질개선 노력의 결과로 평가할 수 있다.

#### 1) 미국시장

북미 3국의 2002년 자동차 생산은 1999년과 2000년의 1,760만대 생산에 이어 1,670만대를 기록하여 사상 3번째로 많은 생산량을 기록하였다. 국별로는 미국의 생산이 전년비 7.5% 증가한 1,230만대, 캐나다가 260만대, 멕시코가 180만대를 생산하였다. 미국내 생산점유율을 업체별로 살펴보면 GM 33.6%, 포드 27.7%, 다임러크라이슬러 14.1%로 빅 3가 80.4%를 차지하였다. 외국업체중에서는 혼다가 6.1%로 1위를 차지하였으며, 도요타가 5.5%, 닛산이 3.4%로 그 뒤를 이었다. 이들 일본 3대업체의 미국내 생산 점유율은 15%에 달하였으며, 향후 외국업체의 생산 점유율이 점증할 전망이다.

이러한 생산호조와 함께 판매도 활기를 띠어 미국내 경트럭 판매는 2002년 1,680만대에 달하였다. 그러나 2003년 미국시장에서의 자동차 판매는 그 동안 자동차업체들이 실시해 온 인센티브 프로그램이 종료되고 지난 3년간의 미국내 폭발적인 수요도 둔화됨으로서 1,630만대로 감소할 전망이다.

미국시장에서의 업체별 판매현황을 살펴보면 도요타는 미국시장에서의 누적 판매가 1천만대를 넘어섰으며, GM의 시보레 사업부를 제치고 판매 제 3위 브랜드로 올라섰다.

도요타는 2003년 1/4분기에 포드를 제치고 미국내 판매 2위 브랜드로 자리잡을 예정이다. 외국업체가 미국시장에서 판매 2위에 오른 것은 미국 자동차산업 역사상 처음 있는 일로 외국업체의 약진이 계속될 경우 빅 3는 공장 폐쇄와 감원을 실시하면서 외국업체에 대한 경계를 더욱 강화할 전망이다. 일부 전문가들은 향후 5년내에 외국업체의 미국 승용차시장 점유율이 2002년의 39%에서 50%로 증가할 것이라고 전망하고 있어 빅 3의 향후 대응전략이 새로운 관심사로 부상하고 있다.

〈표 3〉 주요 업체별 2005년 미국시장 신규 판매 전망

단위 : 만대, %

업체명	2002년 판매	신규 판매	업체명	2002년 판매	신규 판매
닛 산	75	30(40)	시 보 레	270	30(11)
도 요 타	175	30(17)	새 턴	26	24(92)
혼 다	120	20(16)	현 대	39	11(38)
미쓰비시	35	25(71)			

자료 : BusinessWeek, 2002. 12. 16

주 : ( )안은 2002년 판매 대비 증가율

이와 같이 미국 승용차시장에서 외국업체의 점유율이 증가하고 있는 가운데 판매가 증가하고 있는 SUV시장에서도 외국업체의 신모델 출시가 가속화되고 있다. 1997년 메르세데스벤츠가 외국업체로서는 최초로 미국 SUV시장에 M급 모델로 도전한 후 일본, 유럽, 한국 업체가 다양한 SUV 모델을 선보이고 있다. 이에 따라 빅 3는 중대형 SUV의 경쟁력 강화에 박차를 가하고 있으며, 최근 미국정부가 비즈니스용 대형 SUV 구매에 대해 대폭적인 조세감면 유인을 부여함에 따라 빅 3의 대형 SUV 판매가 활기를 띠 전망이다.

2) 유럽시장

미국과 더불어 우리에게 주요 수출시장중 하나인 유럽시장도 2002년에 비해 자동차수요가 감소할 전망이다. 2002년 유럽시장의 자동차 판매는 1,680만대에 달한 것으로 추정되며, 승용차 판매는 전년비 4%가 감소한 것으로 추정된다.

〈표 4〉 주요 시장별, 업체별 판매 추이  
단위 : 만대, %

	미국시장			유럽시장		
	판매량	시장 점유율		판매량	시장 점유율	
		2002	2001		2002	2001
백 3	1,039 (-4.0)	61.4	63.5	390 (-5.1)	27.5	29.0
일본업체	427 (1.7)	27.7	26.5	160 (3.9)	11.3	10.5
유럽업체	117 (4.0)	6.8	6.4	818 (-2.7)	57.8	57.3
한국업체	59 (3.5)	3.9	3.6	36 (-7.5)	2.6	2.7
전 체	1,680 (-1.8)			1,411 (-3.9)		

자료 : 각 지역 자동차협회 통계

주 : 유럽은 1~10월 기준

( )안은 전년 동기비 증가율

이와 같이 유럽시장의 자동차 판매가 감소하였으나, 미국시장에서와 같이 일본업체의 약진이 두드러졌다. 일본업체들은 2003년 폴크스바겐의 뉴골프 모델이 출시될 경우 유럽시장에서의 경쟁이 격화될 것으로 예상하면서 공세적인 유럽시장 진출 전략을 강구하고 있다. 우선 도요타는 2002년 판매가 14% 증가한 80만대에 달한 것으로 추정되나, 2005년 판매 목표를 120만대로 제고하여 유럽시장 점유율을 7~8%로 증대한다는 목표를 세워놓고 있다. 닛산은 영국공장에서의

소형차 생산을 계기로 유럽시장 판매를 2002년의 47만대에서 2005년에는 58만대로 20% 증대할 계획이다. 혼다 역시 2002년 판매가 17% 증가하였으며, 마즈다는 포드의 스페인공장에서 소형차를 생산하고 미쓰비시는 다임러크라이슬러의 스마트사업부와 공동으로 4인승 소형승용차를 개발할 계획이다.

일본 자동차업체들은 미국시장에서 28%의 시장 점유율을 유지하고 있으나, 유럽시장의 점유율은 11.3%에 그치고 있다. 이와 같이 일본업체의 판매가 부진한 이유는 유럽소비자들이 일본차의 스타일, 핸들링과 내장을 선호하고 있지 않기 때문이며, 낮은 연료효율성과 디젤엔진 개발 부진도 판매 부진 원인으로 작용하고 있다.

3) 중국시장

세계 자동차업체는 중국의 자동차생산과 수요에 관심을 기울이고 있다. 2001년 중국 시장에서 판매된 승용차는 75만대에 그쳐 미국시장 판매량의 1/10에도 못 미쳤으나, 2002년 승용차 판매 신장률은 60%에 육박하고 있다. 이에 따라 중국은 2004년에 미국과 일본 다음의 세계 3위의 자동차시장으로 부상할 것이며, 20년후에는 세계 최대의 자동차시장으로 부상할 전망이다. 중국의 자동차시장은 현재의 절반 정도 속도로 성장하더라도 3년내에 세계 2위 규모로 변모할 전망이다. 이에 따라 세계 주요 자동차업체들은 중국시장을 선점하기 위해 중국시장 진출을 가속화하고 있다. 현재 중국의 자동차시장 규모는 미국, 일본, 독일에 이어 세계 4위를 기록하고 있으며, 중국시장에서는 2002년 11월말까지 300만대 이상의 자동차가 판매되어 2001년 동기에 비해 55%가 증가하였으며, 사상 처음으로 승용차 판매대수가 100만

대를 넘어섰다. 이처럼 자동차 수요가 폭발적으로 증가한데는 중국은행들이 처음으로 국민들에게 자동차할부금융을 제공하고 있고, 수천마일에 달하는 새 도로가 건설되면서 자동차의 활용도가 더욱 높아지고 있기 때문이다.

한편 중국의 WTO 가입으로 교역장벽이 완화되자 세계 유수의 자동차업체들은 중국 자동차업체와의 합작을 통한 현지 생산을 추진하고 있다. 이미 중국에 진출해 있는 폴크스바겐, GM, 혼다 등은 딜러망을 확충하고 새 모델을 출시하는데 대규모 투자를 하고 있다. GM은 상하이자동차와 공동으로 산동성의 자동차공장을 인수하여 중국내에 4번째 조립공장을 보유하게 되었으며, 8억 농업인구를 대상으로 5,000달러 이하의 소형밴을 생산하여 판매할 계획이다. 혼다도 중국내 생산능력을 12만대로 배증하고, 외국업체로서는 처음으로 중국에서 생산한 자동차를 연 5만대씩 유럽과 아시아지역에 수출할 계획이다. 이들 업체들은 자국내 수요가 정체 또는 하락세를 보이고 있는데 비해 중국시장은 지속적으로 커지고 있기 때문에 중국을 주요 공략대상으로 삼고 있다. 포드, 닌크라이슬러, BMW는 상대적으로 적은 규모의 투자를 실시하고 있으며, 최근에는 도요타, 닛산, 현대 등이 향후 수년간 모두 30억달러를 투자해 중국에서 자동차를 생산하기로 결정하였다. 도요타와 닛산은 중국에 풀 라인업 생산체제를 구축할 계획이며, 도요타는 2010년까지 연 40만대의 자동차를 판매한다는 계획을 수립하였다. 닛산은 2010년까지 중국에서 연 90만대의 자동차를 판매할 계획이며, 이러한 목표는 2001년 닛산이 일본과 미국시장에서 판매한 자동차 물량을 상회하는 수준이다.

지금까지 외국자동차업체들은 중국의 저렴한 생산비용에 비해 높은 가격에 자동차를 판매해 왔다. 그러나 자동차 공급량이 증가하면서 자동차업체들은 가격인하정책을 수립하고 있다. 특히 상하이자동차의 자회사인 체리자동차가 1만 1,000달러에 소형차를 판매하고, GM도 1만 2,000달러에 소형차를 판매하면서 고품질·저가 승용차의 수요를 촉진하고 있다. 한편 향후 4년내에 중국의 자동차 생산능력은 3배가 증가할 전망이며, 2010년에는 중국내 자동차업체들이 전체 수요의 20%를 초과하는 자동차를 생산할 것으로 예상되어, 신규진출 자동차업체들과 기존업체들간의 치열한 경쟁이 불가피할 것으로 보인다.

이러한 가운데 외국업체로서는 최초로 중국시장에 진출한 폴크스바겐은 중국시장에서 확고한 경쟁지위를 확보하기 위한 노력을 강화하고 있으며, 2003년부터는 중국에서 생산한 자동차를 해외시장에 수출할 계획이다. 폴크스바겐은 중형차를 현지에서 생산하여 중국정부에 납품해 왔으나, 일반 소비자들이 승용차 구매에서 차지하는 비중이 50%를 넘어서자 일반 소비자들의 구매력을 감안하여 2개의 소형 차종을 개발하여 출시하였다. 폴크스바겐의 중국시장점유율은 외국업체의 진출 확대, 특히 GM이 지난 6월부터 소형차를 생산·판매하면서 40%대로 하락하였다.

이와 같이 경쟁업체의 중국시장 잠식이 가속화되고 있으나, 세계 5위의 자동차업체인 폴크스바겐사는 2002년 중국시장 판매가 미국시장 판매를 상회하였다. 2002년 폴크스바겐의 중국시장 판매는 2001년보다 40% 증가한 50만대를 넘어섰으나, 미국시장 판매는 2001년 대비 3% 감소한 42만 5,000대에 그

친 것으로 추정된다. 이러한 폴크스바겐의 판매구조 변화는 중국경제가 빠른 성장세를 보이면서 도시지역 소비자들이 신분과시용으로 자동차를 구매하고 있는데 영향을 받고 있다. 폴크스바겐은 2006년의 중국시장 판매목표를 100만대로 수립해 놓고 있다.

4) 일본 시장

2002년 1~10월중 일본시장에서의 자동차 판매는 488만대를 기록하여 전년 동기비 2.2%가 감소하였다. 동 기간중 수입차 판매는 22만 7,720대에서 23만 1,700대로 증가하여 1.7%의 증가율을 기록하였다. 일본시장에서의 자동차 판매는 소형차와 중대형 트럭의 판매가 호조를 보이고 있는 반면 여타 차종의 판매는 부진한 실정이다. 주요 외국 브랜드 판매가 부진한 가운데 현대자동차는 2002년 1~11월중 사상 최초로 2천대를 넘어선 2,166대의 판매실적을 기록하였다.

이외에 외환위기로 인해 어려움을 겪어왔던 동남아시아 자동차시장도 점차 안정을 되찾아가고 있다. 이에 따라 현지 자동차업체들의 정상화가 가속화되고 있다. 인도네시아 최대의 자동차업체인 아스트라(Astra)사는 최근 신규자본 조달과 부채 상환을 통해 재기하고 있다. 아스트라는 인도네시아에서 도요타와 합작으로 SUV를 생산해 왔으나 지금은 파산한 전 수하르토 대통령의 아들들이 설립한 자동차업체와 경쟁하기 위해 1990년대 중반에 막대한 자금을 차입한 후 외환위기가 발생하고 한국과 일본으로부터의 자동차수입이 급증하면서 고전해 왔다. 그러나 외환위기가 진정되면서 자동차 수요가 증가하자 아스트라사는 인도네시아 정부의 지원하에 재기를 도모하고 있다.

(3) 2003년 세계 자동차시장 전망

2003년 세계 자동차 판매는 2002년 대비

0.9% 감소한 5,460만대에 그칠 전망이다. 이와 같이 세계 자동차 판매가 3년 연속 감소하면서 완성차업체들의 수익은 2005년에 가거나 개선될 전망이다.

지역별로는 일본의 자동차판매가 미증할 예상이나, 미국과 유럽의 판매는 각각 3.0%와 0.9%가 감소할 전망이다. 이와 같이 선진국시장에서의 판매가 감소할 예상인 반면 개도국시장의 판매는 중국시장에서의 판매 증가에 따라 소폭 증가할 예상이다.

<표 5> 세계 자동차 판매 추이 및 전망

단위 : 만대

	1999	2000	2001	2002	2003
미 국	1,688	1,740	1,713	1,680	1,630
유 럽	1,727	1,706	1,707	1,665	1,650
EU 15	1,677	1,656	1,659	1,632	1,620
일 본	586	596	561	580	585
기 타	1,452	1,568	1,543	1,585	1,595
전 세계	5,452	5,610	5,524	5,510	5,460

(3) 2003년 자동차 수출 전망

자동차수출은 물량기준으로 2001년에 10.5%나 감소하였으나, 2002년에는 소폭 증가하였다. 이러한 수출부진은 세계적인 자동차경기 침체와 대우자동차의 수출네트워크가 붕괴되었기 때문이지만, 자동차수출구조의 변화도 중요한 요인으로 작용하였다. 한때 전체수출의 30% 이상을 담당하였던 대우자동차는 2002년에 동 비중이 9%로 감소하였다. 이와 같이 수출물량은 감소하였으나, 국내자동차업체가 수출차종을 수익성 위주로 전환함에 따라 수출금액은 증가하는 양상을 띠었다. 또한 국내 업체들은 달러화가



강세를 보이자 유럽시장에 대한 수출보다는 수익성이 높은 미국시장에 대한 수출마케팅을 강화해 왔다.

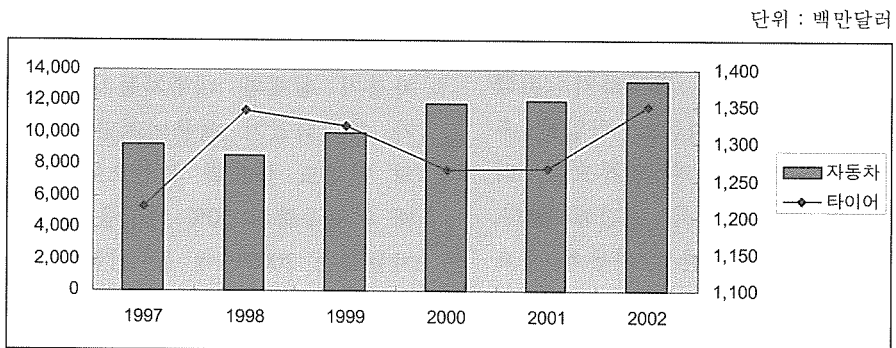
유럽시장을 비롯한 여타 자동차시장은 주로 소형차위주의 수출시장인 반면, 미국시장

은 상대적으로 고급화된 중대형차시장으로 미국시장에 대한 수출확대는 대당 수출가격을 상승시켜 수출금액의 증가를 유도하였다. 이에 따라 2001년의 경우 수출물량은 감소한 반면, 금액기준으로는 오히려 증가하였으

〈표 7〉 국내 자동차산업의 여건 변화 전망

	증가(긍정적) 요인	감소(부정적) 요인
국내생산	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 대우정상화</li> <li>· 르노삼성의 소형차본격생산</li> <li>· 생산성 향상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 해외생산의 확대</li> <li>· 원화가치 상승</li> <li>· 지속적인 수입 증가</li> </ul>
내수	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 경쟁심화에 따른 공세적 마케팅활동</li> <li>· 낙관적 경제전망</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 특소세감면 조치의 종료</li> <li>· 환경 등 각종 규제 강화</li> </ul>
수출	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 품질개선 및 시장 인지도 상승</li> <li>· 대우차의 수출 확대</li> <li>· 한·칠레간 FTA 체결</li> <li>· 유로화 강세와 소형승용 및 디젤승용차의 유럽시장 출시</li> <li>· 중국의 시장개방 가속화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 미국을 중심으로 한 주요 자동차수출시장의 수요 둔화</li> <li>· 주요 업체간 판매경쟁 심화</li> <li>· 통상압력 강화</li> </ul>
수입	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수입차업체의 마케팅 강화</li> <li>· 일본차의 본격진입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 규제강화</li> </ul>
종합평가	· 특소세의 한시적 감면에 따른 2002년의 큰 폭 내수증가가 2003년의 내수증가세를 둔화시키는 요소로 작용하겠지만 대우의 정상화, 유럽시장에 대한 수출확대, 국내 제품의 인지도 상승 등으로 수출은 다소 증가하여 전반적으로 자동차생산은 소폭 증가할 것으로 전망.	

자료 : 산업연구원



주 : 자동차 좌목, 타이어 우목

〈그림 1〉 자동차 및 타이어 수출 추이

며, 이러한 추세는 2002년에도 나타났다.

이와 함께 소형차의 신모델 주로 2002년 하반기에 출시되어 유럽과 개도권시장으로의 수출부진으로 이어져 전반적인 수출물량 감소로 작용하였다. 그러나 최근 소형차를 중심으로 유럽수출이 회복되고 있고, 내수에 치중하였던 국내업체들이 수출확대를 도모하고 있어 2003년 국내 자동차업계의 판매는 물량기준으로 1.1% 정도 증가할 전망이다.

〈표 6〉 자동차산업 전망

단위 : 천대, %

	2001	2002	2003
생 산	2,946 (5.4)	3,140 (6.6)	3,167 (0.9)
수 입	7.8 (75.5)	18 (130.8)	28 (55.6)
내 수	1,451 (1.5)	1,621 (11.7)	1,617 (-0.3)
수 출	1,501 (-10.5)	1,515 (0.9)	1,552 (2.4)

자료 : 산업연구원

주 : 1) 내수는 국내업체의 내수판매기준임.

2) ( )안은 전년 동기대비 증가율임.

3) K.D 수출은 제외

한편 국산 자동차의 품질향상 및 인지도 상승이 자동차수출을 증대시키는 요인으로 작용하고 있으며, 대우차의 경영이 정상화되면, 대우차 판매네트워크의 붕괴로 그 동안 침체를 면치 못했던 유럽시장이나 개도권 시장에 대한 수출이 회복될 예정이다. 특히 유로화가 강세를 보임에 따라 유럽시장에 대한 수출경쟁력이 회복되고 있고, 2002년 하반기에 출시된 소형승용차와 부품공급 문제로 수출에 애로를 겪었던 디젤승용차의 유럽수출이 본격화되면 2003년 대유럽 수출은 증가세로 반전될 전망이다.

이와 함께 국내 업체가 중국내 생산을 확대하고 있지만, 중국의 자동차수요증가, 관세를 인하 및 비관세장벽 철폐 등 시장개방 확대에 의해 중국에 대한 자동차수출이 증가할 것으로 예상된다. 더불어 2002년 출시된 일부 SUV가 2003년부터 수출시장에 본격 투입되면 수출을 증대시키는 요인으로 작용할 예정이다.

한편 한·칠레간 FTA가 체결됨에 따라 한국차에 대한 칠레의 자동차관세가 철폐됨으로써 국내 자동차의 수출확대가 예상된다. 현재, 일본차에 이어 한국차가 칠레자동차 시장점유율 2위를 기록하고 있지만 FTA체결로 1위로 부상할 가능성이 높다.

결국 주요 수출시장이 본격적인 경기 회복세를 나타내지 못하고 있지만, 국내 자동차공급여력 확대 및 경쟁력 강화로 인해 국내 자동차수출은 2003년에 2002년보다 2.4% 증가한 155만대에 달할 전망이다. 시장별로는 북미시장의 비중이 다소 줄어드는 가운데 유럽시장에 대한 수출이 증가할 것으로 예상된다. 또한 소형차의 수출확대가 예상됨에 따라 수출 금액과 물량간 증가율 격차가 과거에 비해 축소될 예정이다. 또한 원자재 가격 상승에 따라 2003년 1월부터 승용차와 트럭용 타이어의 가격을 최고 5% 인상하였다.

### 3. 타이어 수출 전망

국내 타이어업체의 최대 수출시장인 미국 시장 판매 동향과 세계 1위의 타이어업체인 브리지스톤의 최근 경영전략에 대해 살펴본 후 2003년 타이어 수출을 전망해 보면 다음과 같다.

(1) 미국시장의 타이어 판매 현황

세계 최대의 자동차시장인 미국시장에서의 타이어 판매는 2001년 3억개를 기록한 후 2002년에는 3억 900만개로 증가한 것으로 추정된다. 2003년 미국의 타이어판매는 경기 회복에도 불구하고 3억 1,800만개에 그칠 예상이며, 2004년에는 3억 3,130만개를 기록할 전망이다. 제품별로는 승용신차용이 2002년에 전년비 7.3% 증가한 5,850만개의 판매실적을 기록하였으며, 2003년에도 완성차업체의 인센티브 프로그램이 종료됨에 따라 2002년과 비슷한 판매실적을 기록한 후 2004년에는 5,900만개로 소폭 증가할 전망이다. 경트럭신차용 타이어 판매는 2002년의 840만개에서 2004년에는 900만개로 증가할 전망이며, 중대형트럭신차용 타이어의 판매는 2002년에 전년비 8% 증가한 370만개를 기록한 후 2004년까지 연평균 17%의 높은 성장률을 기록할 예정이다.

교체용 타이어의 경우 승용교체용 타이어의 판매가 2002년 전년비 150만개 감소한 1억 9,000만개를 기록하였으며, 2003년부터 연평균 4%가 증가하여 2004년에는 2억 500만개에 달할 전망이다. 경트럭교체용 타이어의 판매는 2002년에 전년비 5% 증가한 3,400만개를 기록하였으며, 이후 연평균 6%씩 증가하여 2004년에는 3,800만개의 판매실적을 기

록할 예정이다. 중대형트럭교체용 타이어의 판매는 2002년에 전년비 7.5%가 증가한 1,460만개를 기록한 후 2004년에는 1,530만개로 판매량이 증가할 예정이다. 이와 같이 미국시장에서의 타이어 판매는 교체용 타이어와 상용차용 타이어가 주도할 전망이다.

(2) 브리지스톤의 경영 전략

브리지스톤은 격화되고 있는 경쟁에 대응하여 세계화와 신생산시스템의 운용을 확대하고 있다. 브리지스톤은 유럽시장에서의 마케팅 활동을 강화하고, 태국에 제 3공장을 건설하는 등 저임금국가에서의 생산을 확대하고 있다. 브리지스톤은 유럽내 생산설비 확충과 현대화를 추진하는 한편 현지 법인의 재무구조를 개선하기 위해 4억 유로의 자본투자를 계획하고 있다. 브리지스톤은 폴란드에서의 생산능력을 2006년까지 현재의 일일 1만개에서 2만 3,000개로 확대할 예정이며, 스페인에서의 버스·트럭용 타이어 생산을 2005년까지 일일 3,500개에서 4,600개로 확대할 계획이다. 특히 브리지스톤은 유럽에서의 고성능 타이어 생산을 확대할 계획이다. 또한 브리지스톤은 현지 수요 증가에 대응하여 170억엔을 투자하여 태국내 트럭 및 버스 타이어 생산능력을 확충할 계획이다.

이와 함께 브리지스톤은 초기 원자재처리 공정부터 완제품의 검사까지를 완전 자동화한 새로운 생산시스템인 BIRD(Bridgestone Innovative and Rational Development)를 본격 운용할 계획이다. 동 시스템은 유연성제고와 품질개선 효과 외에 설치 면적의 축소와 소량생산에 적용이 가능하며, 환경문제 유발요인도 적은 특징을 가지고 있다. 즉 자동화된 타이어제조 동조시스템(Automated Tyre Manufacturing Synchronised System) 기술을 활용하여 자동화와 공정통합을 이루고, 자동

<표 8> 미국시장의 타이어 판매 전망

단위 : 백만개

		2002	2003	2004
신차용	승 용	58.5	58.5	59.0
	경 트럭	8.4	-	9.0
	중대형트럭	3.7	-	5.0
교체용	승 용	190	-	205
	경 트럭	34	-	38
	중대형트럭	14.6	-	15.3
전체 판매		309	318	331

화검사모듈시스템(Automated Inspection Modular System)을 이용하여 완제품의 자동 검사를 실시하며, 공정지향접근(Flow Oriented Approach)방식을 통해 전생산시스템에 걸쳐 정보를 공유하는 특징을 보유하고 있다. 브리지스톤은 이러한 특징을 바탕으로 타이어제조에 있어서 새로운 구조와 소재를 활용함으로써 제조유연성을 제고하고, 타이어생산의 정밀도를 높이며, 제품의 균일성과 조화를 이루고, 생산시스템의 통합을 통한 생산성의 배가와 최신 생산시스템보다 에너지를 40% 절약하며, 이산화탄소의 배출량을 축소해 나갈 계획이다. BIRD 시스템은 기존 생산라인과 병행 설치가 가능하며 다양한 종류의 타이어를 라인당 연 20~35만개씩 생산할 수 있으며, 설치면적도 기존시스템의 1/3~1/4에 불과하여 비용을 절감할 수 있는 장점을 지니고 있다. 한편 브리지스톤은 이 이미지 개선을 위해 미국과 유럽법인명에서 화이어스톤 표기를 삭제하기로 결정하였다.

(3) 타이어 수출 전망

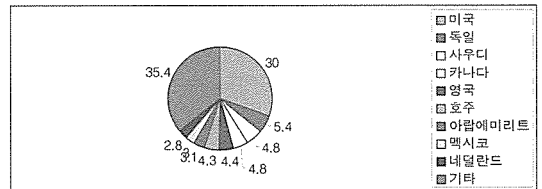
1997년의 아시아 및 중남미 금융위기의 여파에 따른 세계경기 둔화로 자동차 수요가 크게 감소하면서 세계 타이어 수요도 격감하였으나, 2001년을 기점으로 점진적인 회복세를 보이고 있다. 이에 따라 2003년중 타이어 수출은 2002년에 비해 5.7%가 증가한 14억 2,700만 달러에 달할 예정이다. 이와 같이 타이어 수출이 증가할 것으로 보는 이유는 국내 타이어제품의 품질향상과 해외물류기지의 확보, 세계경제의 회복세가 지속될 것이기 때문이다. 단지 원화가치가 상승할 전망에 따라 가격경쟁력이 다소 약화될 수 있으나, 원자재 수입가격의 하락으로 인해서 이를 일부 상쇄시킬 전망이다.

한편 국내 타이어관련 업체들은 르노, 폴

크스바겐, 피아트 등 세계적인 자동차업체와 신차용타이어(OE) 및 관련 부자재 납품 협상을 벌이는 등 적극적인 시장개척 활동을 전개하고 있다. 미국의 경우 국내 업체가 타이어코르디지 생산을 위한 공장을 건설중이며, 유럽의 경우 현지 물류기지의 건설로 인한 상품 배송시간의 단축으로 유럽전역에 걸쳐 소매 직판체제가 구축되고 있다. 이에 따라 타이어 수출은 점증할 전망이다이나, 세계경제의 불확실성으로 인해 급격한 수출증가는 기대하기 어려운 실정이다.

한편 우리 나라의 타이어 수출은 미국을 중심으로 수출시장의 다변화가 상대적으로 잘 이루어져 있다고 평가할 수 있다. 전체 타이어 수출중 9대 주요 수출시장이 차지하는 비중은 2001년의 57%에서 2002년에는 65%로 증가하였으며, 2002년에는 미국이 전체 수출에서 차지하는 비중이 증가한 반면

<그림 2> 국내 타이어수출의 국별 점유율(2002) 단위: %



자료 : KOTIS 무역 통계

<표 9> 지역별 타이어 수출전망

단위 : 백만 달러, %

	2001년	2002년 (추정)	2003년 (전망)
미 국	316 ( 10.2)	436 ( 38.0)	470 ( 7.8)
독 일	63 (-25.8)	74 ( 17.5)	75 ( 1.4)
카 나 다	57 ( 6.7)	65 ( 14.0)	75 (15.4)
사우디아라비아	72 ( 55.8)	65 ( -9.7)	71 ( 9.2)
호 주	48 ( 19.1)	58 ( 20.8)	60 ( 3.4)
계	1,266 ( 0.2)	1,365 ( 7.8)	1,427 ( 4.5)

사우디 아라비아와 멕시코의 비중은 감소하였다.

국내 타이어업체의 지역별 수출 전망은, 미국과 유럽 등 선진국 시장의 수요 회복세에 따라 이들 지역에 대한 수출이 증가할 것으로 보이며, 중동지역의 수요도 유가 상승과 함께 미-이라크 관계가 조기 정상화될 경우 다소 증가할 전망이다.

#### 4. 시사점

지금까지 살펴 본 바와 같이 2003년 세계 경제는 하반기부터 본격적인 회복세가 가능할 것으로 보인다. 그러나 미-이라크 전쟁 가능성과 북핵 사태 등의 정세 불안과 미국의 경상수지 적자 확대에 의한 달러가치 불안, 세계증시의 약세 기조 지속 등 불확실성이 단기간내에 해결되지 않을 전망이다.

이러한 가운데 최근 세계 각국은 이해를 같이하는 국가와 지역무역협정을 체결하는 한편 자국 이익 우선주의의 성향을 띠어 가고 있다. 이미 미국에서는 수년 전부터 미국의 국익이 우선되어야 한다는 주장이 대두되어 왔으며, 이는 911테러 사태 후 고립주의로의 경사 가능성으로까지 발전하였다.

이와 같이 세계경제와 통상환경이 불투명한 가운데 최근의 유가상승세가 이어질 경우 한국을 비롯한 아시아국가들의 경제성장률이 비교적 큰 폭으로 하락할 것이라는 전망도 나오고 있다. 골드만삭스는 '아시아태평양지역 경제전망 보고서'를 통해 "유가가 20% 오르면 아시아지역의 경제성장률을 평균 0.5%포인트 가량 하락시키는 결과를 낳는다"며 "최근 이 같은 우려가 가시화되고 있다"고 지적했다. 특히 한국을 비롯하여 태국, 필리핀 등 원유 수입국들의 유가상승으

로 인한 타격이 상대적으로 큰 반면 인도네시아와 말레이시아는 원유 수출국이기 때문에 수혜국이 될 것이라고 밝혔다.

한편 2003년중 미달러화는 약세 기조를 보일 것으로 예상되지만 미-이라크 전쟁 가능성, 미국의 경기회복 속도, 일본의 부실채권 처리, 주가변동 등에 따라 외환시장이 급변할 가능성이 크다. 따라서 환율변동의 확대에 환위험에 노출될 가능성이 커진 만큼 환율에 좌우되는 기업 수익성의 제고와 함께 가격경쟁에서 가치경쟁으로의 전환이 필요하다. 또한 유가 상승으로 인한 원가상승을 생산성 향상으로 상쇄해 나가야 한다.

이와 함께 수출시장의 침체와 더불어 주요 자동차업체들의 판매경쟁이 더욱 치열해질 것으로 예상되어 국내 자동차업체의 수출에 악영향을 미칠 가능성도 배제할 수 없다.

최근 타이어산업내에서도 자동차산업과 마찬가지로 상위 타이어업체들간의 경쟁이 격화되고 있다. 미쉐린, 브리지스톤, 굿이어 등 상위 3대 업체들간의 경쟁이 격화되고 있으며, 이들 업체들은 Run-flat Tire, Smart Tire, Green Tire 등 새로운 개념의 타이어를 실용화하였거나 개발 중에 있다. 또한 다양한 제품의 생산과 비용절감을 위한 신생산방식의 개발과 운용이 확대되고 있으며, 저임금 국가에 대한 직접투자가 증가하고 있다.

이와 같이 2003년 세계 경제는 불확실성을 내포한 채 출발하였다. 이에 따라 주요 완성차업체와 타이어업체들은 원가절감과 합리화를 가속화하면서 심화된 경쟁에 대비해 나가고 있다. 따라서 국내 업체들도 세계 시장 동향과 주요 업체의 경쟁전략을 분석하면서 중장기 경영전략을 수립해 나가야 할 것이다.