유럽의 재생타이어 시장

○● 유럽의 재생타이어 시장은 전체적으로 볼 때 광범위한 변화에 직면하여 경쟁력을 갖춘 시장공급자만이 업계를 구성하는 방향으로 시장정리가 되고 있는 것으로 보이며, 승용차용 타이어의 재생시장은 급격하게 축소되어 이 분야에 있어서의 미래는 다소 회의적인 것으로 보인다. 유럽의 재생타이어 업계들이 직면하는 변화와 현 시장의 상황에 대해 살펴보기로 한다.

타이어 재생시장 전반

유럽시장에서의 재생타이어 사업은 광범위한 변화에 따른 시장 통합정리 과정을 겪고 있다. 이러한 변화는 향후에도 계속될 것으로 보이는데, 그 요인으로는 점점 증가되는 비용압력, ECE 규정 시행, 극동부 지역으로부터의 들어오는 값싼 수입타이어의 증가, 그리고 운송사업의 복잡성 등이 꼽히고 있다.

03년도 조사에 따르면, 유럽 – 여기서 말하는 "유럽"은 EU, 즉 EU의 25개 회원국뿐만 아니라 스위스와 같은 중요한 재생 시장을 포함한다. – 에는 734개의 재생타이어 업체가 있다. 유럽시장에서 각 개별시장은 나름대로의 구조를 가지고 있고, 아는 바와 같이 유럽대륙은 매우 다양화된 시장이어서 개별시장으로 전체 시장을 판단하기는 어렵긴 하지만, 이탈리아의 경우 99년에 300개였던 재생업체수가 02년도에는 100개로 그 수가 급격히 감소하여 유럽시장의 재생타이어 시장에서 단기간에 얼마나 큰 변화가 일어날 수 있는지를 보여주고 있다.

유럽에는 영국과 같이 자기지분을 가지고 있는 체인들에 의해 주도되는 시장들이 있고, 독일과 같이 강력한 독립 타이어 딜러에 의해 주도되는 시장이 있다. 그리고 트럭 운송사업의 수준, 재생사업에 있어서의 전통, 신규 타이어 제조사의 비중, 또는 심지어 케이싱의 수입 금지 등의 여러 요인에 따라 그 특징들을 가지고 있으며, 이러한 문제들은 유럽 시장이 현재 겪고 있는 변화, 발전과 깊은 연관이 있다.

재생업체들의 비용문제는 유럽전체 업체들의 공통적인 문제이다. 현재 비용 문제를 크게 부추기는 것 중의 하나는 ECE 규정인데 이로 인해 야기되는 비용은 약 10,000 ~ 15,000 유로정도로 추산된다. 현재 영국에서는 42개의 모든 재생업체가, 독일에서는 85개 모든 재생업체 가운데 절반이, 이탈리아에서는 약 70%가 04년 1월 이후 발효된 ECE 규정에 가입되어 적용을 받고 있다. 그러나 재생업계는 비용집약적인 ECE 규정은 그 규제 룰이 약화된 만큼 어떤 품질향상을 기대하기가 어려워 재생사업에 긍정적인 변화를 주지 못할 것이라 말하고 있다. 재생사업의 '원재료'라 할 수 있는 케이싱은 재생업체에게 있어 또 다른 재정적 압력이다. 5년 전만해도 단지 40유로였던 평균 트럭 타이어 케이싱 – 315/80R 22.5 – 은 현재 유럽에서 약 80유로의 비용을 야기한다. 여기에 50유로가 재생과정 재료로 추가될 수 있고 거기다가 인건비와 기계 비용도 추가 된다. 이러한 상황에서 이루어내야 하

는 높은 품질의 재생은 또 신생 트럭 타이어와 가격경쟁으로 어려움을 겪는다. 이러한 케이싱이 더욱더 비싸지고 있는 이유는 통행사용료와 연료비용 등의 증가로 인해 유럽 운송업체들의 비용이 상승되었고 신규 타이어 제조사가 자사제품의 재생을 자체적으로 하고 있기 때문에 케이싱이 희소해지고 있기 때문이다.

극동부지역이나 동부유럽으로부터 들어오는 값싼 트럭 타이어의 수입도 또한 재생업체에 부정적인 영향을 미치고 있다. 재생업체는 당연히 신규 타이어에 의해서 압력을 받고 있는데, 이렇게 압력행사를 하는 신규 타이어에는 단지 값싼 수입품 뿐만아니라 신규 타이어 제조사들의 두, 세번째 브랜드의 제품들을 포함한다. 가격이 낮은 신규 타이어 수입품과 재생타이어의 수요 감소와의 상관관계는 승용차타이어 부분에서 명확하며, 문제는 트럭타이어 부문에서까지 그 영향이 나타나고 있다는 것이다. 한편, 수입타이어의 품질에 대해서 재생업계는 부정적인 평가를 하고 있다.

유럽에서의 시장 통합에 대한 또 다른 이유는 모든 재생업체가 건전한 판매유통망을 가지고 있지는 않다는 것이다. 업체관계자에 따르면 현재 유럽의 유통망은 2단계 시스템으로 그 첫째는 30개까지의 대리점 유통망을 소유하고 있는 주 유통채널인 재생업체군이다. 이 유통망은 재생 재료 구입시 대량구입의 이점을 가지고 있어 거래에 유리한 입지를 점한다.
두 번째 재생업체군은 대부분 단지 타이어 트레이드에 공급하고 최종소비자 예를 들면 운송업주들과 직접적인 접촉을 하지 않는다. 이렇게 직접적인 접촉없이는 재생업체는 단지 타이어를 팔뿐 써비스 자체는 팔 수 없기 때문에 그들의 수익이 평균이하로 떨어지는 상황을 야기하고 어떤 경우에는 재생 트럭 타이어를 딜러에게 판매함으로써 얻어지는 이윤이 제조비용보다 적은 경우도 있다. 향후 이러한 어떤 하부 딜러 시스템을 가지고 있지 않은 재생업체들은 훨씬 더 많은 어려움을 겪을 것으로 보인다.

운송사업의 복잡성증가는 유럽재생시장의 통합을 촉진하는 또 다른 요소이다. 운송사업체들은 더욱더 뛰어난 관리자 채용으로 손익에 관계된 예리한 운영을 하게 될 것이며 이에 따라 그들의 재생 타이어의 사용은 운송사업체의 운영상의 한 방법이 될 것이다.

제품 집중적 재생업체는 이러한 상황에서 그들의 시장 입지를 고수하는데 있어 어려움을 겪을 것이다. 현 상황에서 재생업체들은 운송업체들의 전문화와 개별화의 추세에 맞춰 대응해 나가야 한다. 하지만 이러한 일들이 재생업체들에게는 매우 어려울 것이며 따라서 재생업체의 수는 확실히 감소할 수밖에 없을 거라고 전문가들은 말한다.

독일에는 현재 약 75~90개의 재생업체들이 있으나, 08년이나 2010년까지 그 수는 현저히 줄어서 약 50개가 될 것으로 관계자들은 예상하고 있다. 독일에는 매년 대, 소규모 재생업체들이 두개씩 정도 사라진다. 경제적인 이유를 차치하고 많은 재생업체들은 계속적인 사업운용을 위한 관리자 채용 등의 많은 어려움을 가진다. 물론 유사한 문제들이 영국시장등과 같은 다른 시장에서도 나타난다.

유럽의 재생타이어 시장의 통합정리 과정은 계속될 것이며, 이에 따른 업체들의 감소는 살아남는 재생업체들이 장기적으로 그들의 경쟁력을 지탱 하는데 필요하다고 말한다.

이 같은 큰 변화에도 불구하고 서부유럽에서의 재생사업은 미래는 밝을 것이며, 동유럽 시장도 계획경제에서 시장경제로의 전환과 함께 서부와의 갭을 좁히면서 서부유럽의 시장 형태와 비슷한 시장을 개발하기 시작할 것이라고 업계관계자는 말하고 있다.

승용차용 타이어 재생시장

유럽의 승용차용 타이어의 재생시장은 일부 아직도 미래는 있다라는 사람도 없진 않으나 전반적으로 상당히 회의적으로 보인다. 시장은 위축되고 업체의 이윤과 매출은 감소하여 주요 승용차용 타이어 재생업체들 중에도 이 부문에서 손을 떼는 업체가 늘어나고 있다. 이러한 업체들의 사업 중단으로 남아있는 업체들은 상대적 이익의 혜택을 보긴 하겠지만 동유럽이나 극동부지역에서 들어오는 저가 타이어 때문에 그러한 이득은 쉽게 상쇄되어 버린다. 독일의 경우 유관기관의 협조와 함께 재생타이어가 저가 신생타이어보다 더욱 기술적으로 뛰어나며, 재생타이어와 환경과의 관계를 부각시키는 캠패인을 하기도 했지만 소비자들은 재생타이어 보다는 신생타이어를 선호했고, 승용차용 타이어 재생업계는 신생타이어가 생산되는 동유럽과 동남아시아의 낮은 인건비와 에너지 비용과의 경쟁에서 힘이 부치고 있다.

유럽에서 가장 큰 시장이라는 독일의 승용차용 재생 타이어 시장에서의 생산량은 연간 50만개이하의 수준이며, 예컨대 Reifen Ihle(브랜드 Rigdon)과 Schwarz(브랜드 Respa)등의 남아 있는 승용차용 재생 타이어업체들은 사업을 중단한 업체들에 대한 상대적 이득과 틈새시장 공략, 새로운 패턴과 모울드에의 투자 증대 등을 들며 의욕적인 생각을 다지고는 있지만 장기적인 관점에서 과연 성공을 할 수 있을지는 의문이며, 한편으로 보면 현대적이고 매우 선진화된 시장에서 승용차용 타이어의 재생사업은 쇠퇴하는 비즈니스 모델이란 느낌을 지울 수 없다.

04년도 독일에선 단지 140만개의 승용차용 재생 타이어가 판매되었다. 십년전만해도 얘기는 달라서 430만개 이상의 승용차용 재생 타이어가 판매되었었다. 1995년 이후 승용차용 재생 타이어의 판매 수치는 계속해서 떨어졌는데 평균적으로 매년 10.4% 하락했다. 이렇게 위축되는 승용차용 타이어 재생 시장에서 여름용 재생타이어 시장은 글자그대로 '사라지고' 있다. 독일에서 03년에 승용차용 여름용 재생타이어는 단지 10만개가 판매되었다. 이수치는 승용차용 재생 타이어 시장의 단지 7%를 차지하는 수준이다. 과거 1993년에는 35%가 여름용, 65%가 겨울용이었지만, 오늘날 수요가 있다면 그것은 거의 겨울용 타이어에 관한 수요이다. 전체적인 승용차용 타이어 시장으로 볼 때, 겨울용 재생타이어는 04년 기준으로 단지 2.9%를 점하고 있다.

요컨데, 남아있는 승용차용 타이어 재생업체들이 낙관적이라고 생각하는 요소들은 극동부지역에서 수입되는 값싼 타이어와의 거센 경쟁으로 무색해지고 있으며, 소비자의 재생타이어에 대한 인식 또한 승용차용 타이어 재생업계에 먹구름을 드리우고 있다. 불과 몇 년 전만 해도 수익성 있는 부문으로 효자노릇을 했던 승용차용 재생 타이어는 유럽에서 힘을 잃어가고 있다.

〈영국 「Tyres & Accessories」 05. 3월호〉