

남미시장 (브라질을 중심으로)

인도, 중국 그리고 러시아 지역은 부상하는 타이어 시장으로 이미 많이 거론되었지만 실제로 잠재력이 가득한 남미대륙 시장에 대해서는 그리 많은 언급이 되는 것 같지 않다. 남미지역이 타이어 시장으로서 무한한 잠재력을 가지고 있다는 사실은 모든 주요 타이어 메이커들이 이미 남미지역에 그 입지를 가지고 향후 폭발할 타이어 수요에 대비하고 있다는 사실을 보면 알 수 있다. 하지만 그러한 잠재력을 현실화시켜 원활한 타이어 공급 시장이 되기까지 남미지역은 해결되어야 할 일들이 많은 것 또한 사실이다.

분석가들은 부상하는 타이어 시장에 대해 얘기할 때 'BRIC 국가들'이란 용어를 종종 사용하는데, 이는 러시아, 인도, 중국시장 그리고 남미의 브라질을 일컫는다. 일반적으로 브라질은 남미 지역 최고의 시장으로 간주되는데, 광활한 국토면적을 차지하고라도 엄청난 천연자원의 매장량과 거대한 농경지 및 풍부한 인력 그리고 육상교통의 큰 비중은 - 05년 화물운송의 60%가 트럭운송이었다 - 브라질이 미래의 타이어 시장으로 주목받는 충분한 이유가 된다.

BRIC 다른 국가들과 마찬가지로 남미지역의 국가들은 대체로 도로 기반이 열악하고 타이어의 래디얼화에서 뒤쳐지는데 이러한 상황의 심각성은 나라마다 다르다. 트럭타이어를 예를 들어보면, 남미지역 전체의 래디얼화 비율은 50% 미만이며, 국가별로 볼리비아 등은 20%정도로 매우 낮고 브라질과 칠레는 60% 정도가 될 것으로 추정되고 있다. 부연컨데, 이러한 관점에서 남미는 매우 다양한 나라로 구성되어 있으며 또 각각의 국가들은 그들만의 고유의 특성을 가지고 있다.

래디얼화 비율에 있어서의 이 같은 남미 국가간의 차이는 도로 네트워크 시스템을 향상시키고자 하는 정부의 의욕 수준의 차이에 따라 나타난다. 브라질의 경우 도로 상황을 향상시키기 위해 정부와 민간 합동 도로 개발 파트너십의 촉진을 유도해 왔으나 이러한 프로젝트는 초기투자비용이 막대하고 오랜 시간이 필요하다는 점 때문에 예상보다 진

척이 더디어 타이어 업계가 만족하지 못할 수준이다. 남미에서 브라질이 타이어업체들의 최고의 주목을 받고 있는 것은 확실한 사실이다. 하지만 그 외 다른 국가들 또한 적극적인 사업자들에게는 충분한 잠재적 이익을 제공할 수 있다고 보도되고 있는데, 현재 아르헨티나, 칠레 그리고 콜롬비아는 브라질 다음으로 그 사업적 매력을 인정받고 있다. 컨티넨탈 남미지사의 한 간부에 따르면, 남미국가에 대한 현장 지식은 원활한 사업관계를 유지하는데 필수적이며 이러한 관점에서 칠레는 사업파트너로서의 신뢰성을 인정할 만하다고 밝혔다.

1. 브라질 시장

브라질의 경제성장은 지난 몇 년간 거의 제자리걸음이다. 02년에 1.9% 성장했던 GDP는 03년에 0.5%로 떨어졌고, 04년에는 4%로 상승했다가 05년에 와서 다시 2.3%로 떨어졌다. 인도와 중국과 같은 국가는 현재 매년 10%에 가까운 성장을 하고 있는 반면, 막대한 자원과 광활한 농업시장을 가졌음에도 불구하고 브라질은 80년 이래로 단기간 평균 3%의 GDP 성장을 기록해왔다. 문제는 높은 이자율이 민간소비를 억제하고 있다는 점인데, 현재 이자율은 내려가고 있는 상황이지만 그 하락속도는 더디다. 콘티넨탈사는 브라질에서의 사업 초창기에 시장의 전반적 특성에 관한 사전검토 부족으로 많은 손실을 입었다고 밝혔다. 동사는 98년 이후 브라질에서 중남미 지사를 운영해





오고 있으며, 최근 7년간 이름도 알려지지 않은 회사에서 1.5%의 시장점유율을 가진 회사로 성장했다. 동사의 최근 움직임을 보면, 브랜드 인지도의 유지 및 제고로의 전략상 선회를 통해 고성능 타이어 시장과 같은 틈새시장을 겨냥하는 모습이다. 동사는 현재 승용차용 타이어 판매에서 Conti와 Barum의 두 브랜드를 75:25의 비율로 판매하고 있다. 브라질에서의 가장 인기 있는 규격은 165/70R13이라고들 하는데 이는 브라질에서 가장 인기 있는 자동차인 1-litre에 대한 정부의 세금 우대 조치가 있기 때문이며, 결과적으로 소형 VW와 Fiat 자동차는 브라질 거리에서 흔하게 볼 수 있다. 브라질 이외 지역에서는 유럽 자동차 제조사에 대한 대단한 선호로 175/65R14와 235/75R15 또한 보편적으로 사용되는 규격이다.

상대적으로 큰 사이즈의 타이어는 대개 픽업트럭과 4x4 자동차의 인기로 생각보다는 상당히 많이 사용되고 있으며, 광폭 타이어와 15-16인치 규격은 브라질 시장의 주류를 이룬다. SUV와 픽업은 그 시장의 35-40% 정도를 차지하고 있다. 한편, 베네주엘라에서는 295/50 15가 가장 인기있는 픽업 사이즈이며, 그 다음이 265/50 15와 175/60 15인 것으로 보도되고 있다.

- OE 타이어 사업부문

OE 사업 부문에 있어서 남미 국가들은 여전히 외국 수입업자에게 상대적으로 단혀있는 상태이다. 브라질에서의 모든 시장은 한두개 주요 메이커들이 있고 이러한 메이커들은 OE 사업에 있어서의 가장 최적의 기반을 가지고 있다.

현지 생산으로 인해 타이어 메이커들은 교체용과 신차용 사업에 있어서 모두 확실한 이점을 가진다. 앞서 언급했듯이 남미의 교체용 래디얼화 비율은 그리 높지 않지만, OE의 래디얼화는 95%의 높은 수준을 보이고 있다.

브라질 현지에 제조설비를 갖추는 것은 소매사업에 있어 좋은 방법일 수 있다. 대부분의 남미 시장은 단일 브랜드

소매 대리점에 의해 주도되는데, 이는 가장 강한 제조업자를 구축하고 있는 회사와 손잡는 경우가 많기 때문이다. 예컨대, 남미지역에서 브리지스톤/파이어스톤, 굿이어, 피렐리사는 생산능력에서의 우위를 갖고 있기 때문에 브라질 시장에서의 판매에서 확고한 상위를 선점하고 있다.

브리지스톤/파이어스톤사는 최근에 소매시장에서의 목적을 명백히 밝혔는데, 05년말 동사는 해외 유통 연결망을 확대함으로써 남미지역에 있어서의 입지를 견고히 할 것이며, 08년까지 300개의 새로운 대리점을 개설할 계획이다.

콘티넨탈사의 간부에 따르면, 브라질 고객들은 새로운 브랜드에 있어 매우 개방적인 마인드를 갖고 있으며 남미에서의 이러한 고객간의 입소문은 브랜드 가치를 형성, 제고하는데 있어서 매우 중요한 의미를 가진다고 한다.

업계 관계자에 따르면, 향후 브라질 시장에서 큰 이윤을 창출하는 것은 더욱 어려워질 것이다. 동 시장의 현 상황은 겨울 시장이 없어 자동차 정비 수준은 유럽과 비교할 수 없으며, 가격이 더욱더 중요한 역할을 하고 있다. 그러나 브라질 시장이 매혹적인 것은 고객들이 유럽제품인지 아니면 아시아 제품인지에 전혀 개의치 않고 새로운 제품에 대해 "매우 개방적"이라는 것이다.

- 주요 타이어 제조사

거의 모든 다국적 타이어 기업이 남미시장에서 생산설비를 구축하고 있다. 현재 브라질의 승용차용 타이어시장의 가장 큰 점유율을 차지하고 있는 타이어메이커는 피렐리사이며, 지난 2년간 미쉐린, 콘티넨탈 그리고 브리지스톤/파이어스톤사는 브라질에서의 추가적인 생산 시설확충 투자계획을 발표했다.

05년 11월에 콘티넨탈사는 Bahia, Camacari 브라질 공장에서 첫 생산을 시작했다. 현재 이 공장에서는 승용차



용 타이어가 생산중이고 06년 마지막 분기에는 트럭 타이어의 생산에 착수할 예정이다. 공장이 최대로 가동될 것이 예상되는 08년의 총 생산능력은 승용차용 타이어 6백만개와 래디알 트럭 타이어 70만개가 될 것이다. 그러나 현재로선 연간 150만개의 승용차용 타이어와 10만개의 트럭 타이어의 생산능력을 가지고 있다. 이 공장은 향후 동사의 NAFTA와 중남미 시장에서의 확대 전략에 힘을 실어 줄 것이다.

미쉐린사는 07년 상반기에 Rio de Janeiro 공장에서 OTR 생산을 시작할 계획에 있다. 동사에 따르면, 이 공장은 25~49인치의 타이어를 생산할 것이며, 초기생산능력은 연간 4만톤이 될 것이고 동사의 장기 전략의 일환으로 생산능력은 55천톤까지 늘어날 것이다. 동사는 이미 브라질에서 승용차용과 트럭용 타이어 생산 공장을 소유하고 있으며 각각의 생산 능력은 연간 100만개와 50만개이다.

브리지스톤 파이어스톤사는 1억 6,000만불 상당의 승용차용 및 소형트럭용 타이어 공장을 건설 중에 있다. 동사의 브라질 지사에 따르면 Bahia주의 이 공장은 06년 하반기에 생산을 시작할 것이며, 연간 승용차용과 소형트럭용 래디알 타이어 약 260만개의 초기 생산능력을 가질 것이다. 이 공장이 가동되면 동사의 Brazil지사의 생산능력이 약 25% 증가할 것이다. 동사는 1940년에 브라질에서 생산가동을 시작했으며, 현재는 1,000만개 이상의 승용차용, 트럭용, 오토바이용 그리고 OTR 제품들을 매년 생산하고 있다.

굿이어사는 여전히 가장 오래된 공장을 운영하고 있다. 1939년에 개설된 Companhia Goodyear do Brasil Productos Ltd's Sao Paulo 공장은 약 180만개의 바이어스 소형트럭용, 트럭용, 농경용 그리고 EM/OTR 타이어를 생산하고 있다. 동사는 또한 Americana에서 좀더 기술적으로 진보된 공장을 운영하면서 1,250만개 이상의 승용차용, 소형트럭용, 트럭용 그리고 EM/OTR 래디알

그리고 바이어스 제품을 생산하고 있다.

브라질 시장에서 선두를 달리고 있는 피렐리사는 규격별 거의 완벽한 제품군을 생산하면서 4개의 공장을 운영하고 있다. 이러한 공장에서 피렐리사는 승용차용부터 오토바이용, 트럭용 그리고 OTR 타이어까지 거의 1,100만개의 래디알과 바이어스 제품들을 생산하고 있다. 피렐리사가 가지고 있는 큰 장점은 동사의 인프라와 물류 전략이 현재 상당히 적합하고 향후 판매도 넓은 유통 기반이 그 뒷받침을 해줄 것이라는 점이다.

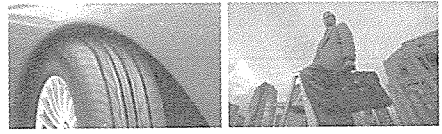
한편, 이러한 다국적 타이어 기업 이외에, 브라질 토착 기업인 Maggion Inds. DePneus E. Maquiens LTDA와 Rinaldi S.A. Industria de Pneumaticos사는 각각 매년 54만개와 127만개의 타이어를 생산하고 있다.

2. 남미 트럭 타이어 시장

남미지역 트럭의 50%가 바이어스 혹은 튜브 타입 타이어를 장착한다. 도로망의 좋지 않은 상태 때문에 많은 트럭 운수 업체는 래디알 타이어의 향상된 연비 대신에 내구성에서 우수한 바이어스 타이어를 선호하고 있기 때문인데, 이는 향후 트럭 타이어 부문에서의 발전 가능성의 여지를 시사한다.

브라질의 도로 상태는 생각보다 더 심각하여 아스팔트 조각이 널려있는가 하면, 커다란 웅덩이까지 여기저기 산재해 있는 실정이다. 브라질은 58,000킬로의 연방국도를 가지고 있다. 3년 전부터 브라질 정부는 거의 “폐허”와 같은 도로를 의지를 가지고 보수하기 시작했고, 06년도 05년에 했던 것까 마찬가지로 도로 보수에 있어 60억 레이스 (23억 6000만 유로)의 투자를 계획하고 있다.

주요 타이어 메이커들의 래디알화 전략은 명백한데 그것은 NAFTA 나라들을 대상으로 한 수출용 래디알 트럭용



제품을 생산하고, OE를 통해 국내시장을 래디알화 한다는 것이다. 현재까지 주요 메이커들의 이러한 전략 진행은 순조로워 보인다. 교체용 시장의 래디알화에는 많은 조치가 필요하겠지만 적어도 브라질에서의 OE 래디알화는 거의 95%에 육박한다. 대규모 제조사들 모두는 운수사업체들의 낡은 차량의 대량 교체를 통해 자사의 래디알 제품을 대량으로 도입하기를 기대한다. 운수사업체 차량의 사용연수가 평균 13년이란 점을 생각할 때 중요한 도로 문제만 해결될 수 있다면 전면적인 래디알화는 단지 시간문제가 될 것이다.

도로상태와 같이 타이어 업계가 어찌할 수 없는 요인과 함께, 가격은 고객들이 계속해서 바이어스 제품을 구매하는 또 다른 결정적인 이유이다. 예컨대, Tire Group International (TGI)사는 매년 중남미 대륙에 1,600만불 이상, 14-15만개의 바이어스 타이어를 판매하는 반면에 단지 2.5-3만개의 래디알 타이어를 출하한다. 이것은 고객들이 계속해서 바이어스 제품을 선호한다는 또 다른 증거이며, TGI에 따르면 바이어스 제품은 래디알 제품보다 40-50% 더 낮은 가격으로 책정되는 경향이 있다고 한다.

- 재생타이어산업 및 법적 제약

충지 않은 상태의 도로망으로 인해 제기되는 심각한 문제들에 대한 한 가지 해답은 재생을 통해 더욱더 합리적인 가격을 가진 제품을 제공하는 것이다. 브라질은 이미 세계에서 제 2의 최대 재생 시장이고, 그 인기는 남미 전역에 급속도로 확산되고 있다. 그러나 업계 관측통은 일부에서의 불법행위에 대해 언급하면서 일부 재생업자들의 탈세와 저급 제품의 유통에 대해 보도했다. 심지어 일부 딜러들은 마모된 타이어를 재생타이어로 재판매한다는 보도까지 있어왔으며, 남미 재생업의 질적 향상의 필요성이 대두되고 있다. 남미에 재생타이어 수출을 고려하고 있다면, 우선 남미지역의 재생타이어 수입에 관한 법적인 제한규정을 따져봐야 한다. 문제는 현재 EU로부터의 재생 수입에 대해 포괄적으로 금지되어 있는 브라질에서 가

장 심각하다. 그러나 이에 대해 WTO는 현재 EU의 불만 사항을 검토할 패널을 형성했고, 04년 초에 타이어 제조사들의 요청으로 EU는 재생타이어 수입과 관련한 기록과 법규정을 검사하기 위한 팀을 구성해 브라질에 파견했다. 04년 9월에 그 조사단은 재생타이어에 대한 브라질의 수입금지와 400 레이스 상당의 벌금 부과가 WTO의 GATT(관세 및 무역에 관한 일반협정)에 위배된다는 사실을 발견했다.

이에 대해 브라질 정부는 재생타이어의 사용수명이 짧아서 틀림없이 전문 재생업자들간의 경쟁이 심화될 것이며, GATT 규정으로부터의 면제를 추진할 의향을 표출했다. 하지만 브라질이 면제권을 획득하기는 어려울 것으로 보이며, EU 검사팀은 늦어도 올 3월 8일까지 법적소송에 착수하기로 계획되었으나 현재로서는 늦어지고 있으며 향후 시간이 더 많이 소요될 것으로 보인다.

〈영국 「Tyres & Accessories」 06. 3월호〉