>>> 회원사 소식

금호타이어 KUMHO TIRES

◑ 지천명(知天命) 금호타이어, 창립 50주년 맞아 명품 프리미엄 타이어 '마제스티 솔루스' 출시

올해로 창립 50주년을 맞은 금호타이어가 지난 9월 1일 서울사무소 및 광주 공장에서 임직원 및 주요 고객, 협력업체가 참석한 가운데 50주년 창립기념식을 열었다. 금호타이어는 모기업이었던 광주여객이 양질의 타이어 확보에 어려움을 겪자, "소비자의 마음으로 제대로 된 타이어 한번 만들어 보자"는 각오로 1960년 설립되었다. 당시 하루 20개의 타이어 생산으로 시작된 금호타이어는 현재 세계 8개 생산 공장에서 연간 6,500만개의 타이어를 생산하며, 매출액 2조 9,602억 원(2009년 글로벌 연결 매출), 180여 개국에 연간 18억 달러 이상을 수출하는 세계 10대 타이어 기업으로 성장하였다.

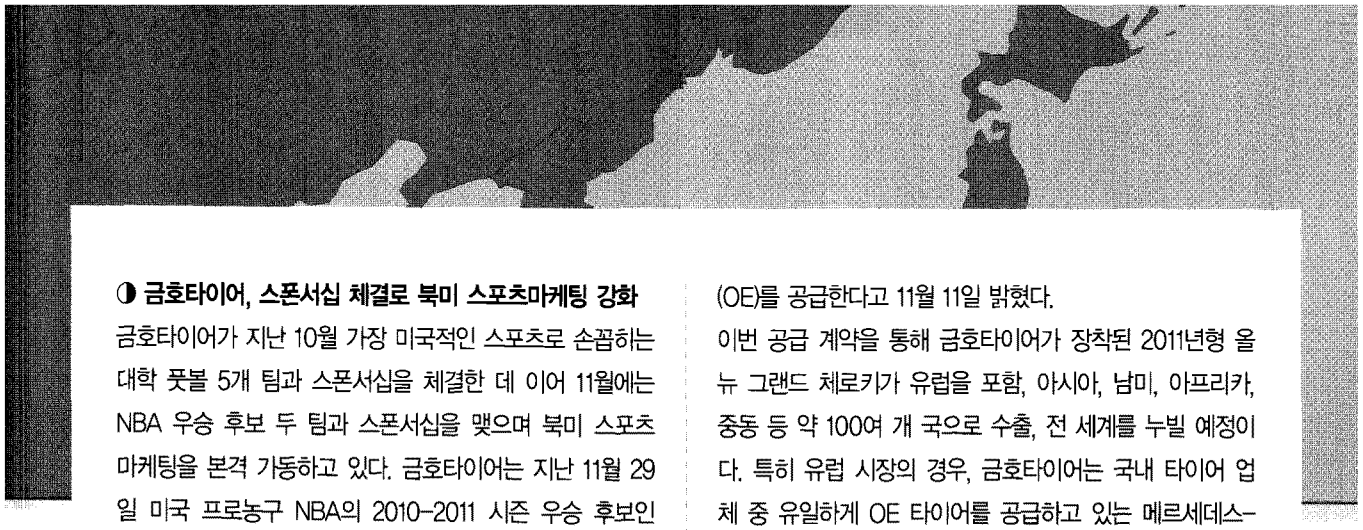
한편, 금호타이어는 창립 50주년을 맞아 금호타이어 승용차 타이어 제품브랜드인 솔루스의 최상위 모델로 품격과 위풍당당을 뜻하는 '마제스티 솔루스'(Majesty Solus)를 새롭게 출시하였으며, 제품명답게 국내외 최고 프리미엄 차량에 어울리는 뛰어난 승차감과 정숙성, 안전성을 제공한다.

◑ 금호타이어, 고객과의 소통으로 고객중심 기업으로 자리매김

올해 창립 50주년을 맞은 금호타이어가 고객 중심 기업으로 자리매김 하고 있다. 금호타이어는 12월 20일 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서 주관하는 2010년 '고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)' 승용차타이어 부문 3년 연속 1위 기업으로 선정되었다고 밝혔다. 올해로 4회째를 맞는 '고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)' 조사는 국내 산업의 각 산업별 상품, 서비스에 대한 고객들의 순수 추천 의향도 지수로서 적극적인 충성고객의 비율을 나타내는 지표라 할 수 있다. 이번 조사에서 금호타이어는 비추천율 대비 적극 추천율에서 높은 점수를 얻어 내수시장 진작에 긍정적 요소로 평가되고 있다.

또한 금호타이어는 지난 9월 소비자들의 전반적 만족도, 요소만족도, 재구입 의향을 측정하는 2010년 '한국산업의 고객만족도(KCSI)' 조사에서도 승용차 타이어부문 6년 연속 1위 기업으로 선정되었다. 조사 항목 중 재구입 의향 부분에서는 경쟁사 대비 11.1% 높은 점수를 얻어, 고객들의 높은 제품 만족도를 확인했다.

금호타이어가 고객 중심 기업으로 자리매김하고자 하는 노력은 최근 기업 트렌드인 트위터, 페이스북 등을 통해서도 찾을 수 있다. 올해 10월 개설한 금호타이어 트위터 서비스인 닥터타이어는, 지난 3일 산업별 다수의 기업들을 제치고 '2010 대한민국 인터넷 소통대상'에서 2개의 본상을 수상하기도 했다. 금호타이어는 이번 수상을 통해 고객과의 소통을 위해 고객의 눈높이에서 친밀하고 편안한 커뮤니케이션을 시도하고, 한 발 앞서 나가는 고객 중심의 기업으로 거듭나는 것이 기업 운영의 최종 목표임을 다시 한번 확인시켰다.



◑ 금호타이어, 스폰서십 체결로 북미 스포츠마케팅 강화

금호타이어가 지난 10월 가장 미국적인 스포츠로 손꼽히는 대학 풋볼 5개 팀과 스폰서십을 체결한 데 이어 11월에는 NBA 우승 후보 두 팀과 스폰서십을 맺으며 북미 스포츠 마케팅을 본격 가동하고 있다. 금호타이어는 지난 11월 29일 미국 프로농구 NBA의 2010-2011 시즌 우승 후보인 'LA 레이커스'와 '마이애미 히트' 두 팀과 스폰서십을 체결하고, 공식 후원사로서 2개 시즌(2010~2012)동안 후원 계약을 맺었다.

이에 앞서 금호타이어는 올해부터 USC, 오하이오 주립대, 플로리다대, 텍사스대, 테네시 주립대 등 5개 풋볼 명문대학들과 스폰서십을 체결했으며, 다양한 브랜드 노출 기회와 함께 지역주민들과 함께하는 "금호타이어 미니풋볼 토스 앤 윈" (Kumho Tires Mini-football Toss & Win) 행사로 큰 호응을 얻고 있다. 북미지역에서 다양한 스포츠 마케팅을 진행 중인 금호타이어는 지난 3분기 실적 발표에서 전 분기 대비 북미지역 초고성능 타이어(UHP) 매출이 16.6% 증가하는 등 브랜드 인지도 상승 효과가 실질적인 구매로 이어지고 있다는 평가이다. 금호타이어는 북미 시장에서 브랜드 인지도 제고를 위한 스포츠마케팅을 계속 강화해 나갈 계획이며, 모터스포츠와 대학 풋볼팀 및 NBA 스폰서십 등을 통해 현장 프로모션으로 활용하여 고객 커뮤니케이션을 지속적으로 실시할 계획이다.

◑ 금호타이어, 크라이슬러 최고급 SUV에 완성차용 타이어 공급

3년 만의 침묵을 깨고 최고급 럭셔리 SUV로 돌아온 크라이슬러가 해외 시장 공략을 위한 파트너로 금호타이어를 선택했다. 금호타이어는 올 하반기부터 유럽 등지에 출시, 판매되는 크라이슬러 2011년형 지프 올 뉴 그랜드 체로키(All new Grand Cherokee) 모델에 신차용타이어(OE)를 공급한다고 11월 11일 밝혔다.

이번 공급 계약을 통해 금호타이어가 장착된 2011년형 올 뉴 그랜드 체로키가 유럽을 포함, 아시아, 남미, 아프리카, 중동 등 약 100여 개 국으로 수출, 전 세계를 누빌 예정이다. 특히 유럽 시장의 경우, 금호타이어는 국내 타이어 업체 중 유일하게 OE 타이어를 공급하고 있는 메르세데스-벤츠를 포함, 폭스바겐에 이어 크라이슬러를 통해서도 유럽 시장을 질주한다. 이번에 출시되는 올 뉴 그랜드 체로키는 265/60R18과 265/50R20의 두 가지 규격의 금호타이어의 UHP타이어가 장착된다.

금호타이어는 올들어 메르세데스-벤츠(스프린터) 공급에 이어 포드(피에스타) 공급 등 해외 완성차용 타이어 시장에서의 선전이 계속되고 있으며, BMW 역시 최근 본사에서 금호타이어를 파트너사로 밝힌 바와 같이 BMW 신차종에도 OE를 공급할 예정이라고 밝혔다.

◑ 금호타이어, 스마트폰용 레이싱 게임 출시

금호타이어는 타이어 제품별 특성을 즐겁게 비교할 수 있는 스마트폰용 레이싱 게임을 내년 1월 초에 전세계 동시 선보인다고 12월 16일 밝혔다. 금호타이어는 지난 10월초 국내 타이어 업계 최초로 공식 트위터 및 페이스북을 개설한 데 이어, 이번에는 국내 자동차 관련 업계 중 최초로 스마트폰용 게임 어플리케이션을 선보여, 새로운 디지털 툴을 활용한 글로벌 마케팅에 박차를 가하고 있다.

금호타이어가 선보이는 스마트폰용 레이싱 게임은 다양한 타이어 옵션과 차량을 선택할 수 있으며, 금호타이어 제품별 특성을 체험할 수 있도록 주행 모드별 최적화된 타이어 조합을 지원한다는 점이 특징이다. 전 세계 이용자들을 대상으로 선보이는 금호타이어 레이싱 게임은 우선 아이폰, 아이패드, 아이팟에서 이용 가능한 버전을 먼저 선보이며 2011년 새해 첫 날을 전후하여 애플의 아이튠즈 및 금호타이어 웹사이트를 통해 무료로 배포될 예정이다. 또한 차후 이용자들의 반응에 따라 안드로이드폰 등에도 서비스 지원을 확대할 계획이다.

넥센타이어

◑ 세계 3대 디자인상 'IF 디자인 어워드' 수상 쾌거

넥센타이어가 IF 디자인 어워드 (International Forum Design Award)의 수상 쾌거를 이루어 냈다. 넥센타이어는 지난 12월 27일 '세계 3대 디자인상 가운데 하나인 'IF 디자인 어워드'에서 운송부분에 출품한 'N8000'과 '윈가드스포츠' 두 개 제품이 모두 수상작으로 선정됐다."고 발표했다. 또한 국내 디자인분야 최고상인 '대한민국 우수산업 디자인전'에서 N9000 제품이 우수상인 한국디자인 진흥원장상에 선정돼 겹경사를 이뤘다. IF 디자인 어워드는 독일국제포럼 디자인하노버에서 주최하고 주관하는 세계 최고 권위의 디자인부분 컨테스트로 지난 8월부터 두 달간 전 세계 43개국에서 총 2,756의 제품이 출품되어 경쟁하였으며 타이어부문에서는 국내 타이어 가운데 넥센타이어가 유일하게 선정되었다. N9000 제품이 수상한 '대한민국 굿디자인상'은 지식경제부가 주최하고 한국디자인 진흥원이 주관하는 명실상부한 국내 최대 디자인분야 상으로 이 역시 타이어회사로는 유일하게 수상의 영예를 안아 그 의미가 남다르다. 넥센타이어는 "이번 IF 디자인 어워드와 굿디자인 우수상 수상은 넥센타이어의 디자인과 제품능력이 최고 수준으로 인정받은 쾌거"라며 "최근 디자인경영과 품질경영에 대한 노력이 글로벌 시장에서도 큰 결실을 이룬 것"이라고 강조했다.

◑ 무역의 날 5억불 수출탑 수상

넥센타이어가 제 47회 무역의 날을 맞아 5억불 수출탑을 수상했다. 넥센타이어는 지난 11월 30일 "북미지역을 중심으로 한 수출증가에 힘입어 회사 설립 이후 최대 수출실적을 달성해 지식경제부로부터 5억불 수출탑을 수상했다."고 밝혔다.

지난 1995년 1억불탑을 수상한 이후 2005년 2억 불탑, 2006년 3억 불탑, 2007년 4억 불탑을 거쳐 이루어낸 올해 5억불탑 수상은 그간 넥센타이어가 해외수출 강화를 위해 북미 지역을 중심으로 공격적인 마케팅 전략을 펼쳐온 것이 주효한 것으로 보인다. 특히 미국시장의 경우, 지난해 UHP타이어 전체시장에서 점유율 5%를 차지해 세계 타이어업체 중 6위를 기록하는 등 프리미엄 제품에서 초강세를 보이고 있다. 2008년 7월부터 2009년 6월까지 총 1년간 넥센타이어 수출실적은 총 5억 1,540만 달러에 달하며, 이 가운데 북미지역이 41%, 유럽지역이 30%로 가장 큰 비중을 기록하였다. 넥센타이어는 "각 지역별로 차별화된 판매와 마케팅전략을 통해 해외시장 공략을 더욱 강화할 계획"이라며 "현재 실적 상승 추세와 앞으로의 공격적인 투자계획을 토대로 향후 수출물량은 더욱 증가할 것"이라고 강조했다. 한편 넥센타이어는 이날 5억불 수출탑 수상 외에도 생산본부의 강명진 직장이 수출증진에 기여한 공로로 국무총리표창을 받았다.

◑ 넥센타이어, 기업신용등급 'A'로 두단계 상향

넥센타이어의 기업 신용등급이 'A'로 두단계 상향됐다. 등급전망은 안정적이다. 한국 기업평가는 지난 11월 22일 "넥센타이어의 향상된 시장지위와 브랜드인지도, 우수한 영업수익성 및 현금창출력 등을 반영해 기업신용등급을 기존 BBB+에서 'A'로 두단계 상향조정했다"고 밝혔다. 지난해 넥센타이어의 영업이익률은 16.8%로 세계 타이어사 가운데 가장 높은 수준이었으며 매출액도 전년대비 28% 상승해 큰 폭의 실적호전을 기록했다. 올해도 사상처음으로 매출 1조원이 넘을 것으로 예상되고 있으며 영업이익도 1,000억원 이상이 전망된다. 넥센타이어는 "기업신용평가는 기업의 금융상 채무에 대한 전반적인 적기상환능력을 평가한 것으로 이번 한기평의 두단계 상향조정은 최근 넥센타이어의 외형과 재무적 안정도가 크게 높아진 것을 평가한 것"이라고 강조했다.

◑ 한국표준협회 지속가능성대회 타이어부문 1위 기업 선정

넥센타이어가 한국표준협회주관 '2010 대한민국 지속가

능성 지수(KSI)'에서 국내 타이어 브랜드 가운데 1위를 차지했다.

넥센타이어는 지난 11월 16일 "최근 고객 중심 경영을 통한 품질 및 고객서비스 강화로 브랜드 가치가 급증하고 친환경 경영과 지역사회 발전 등에서 큰 성과를 낸 것을 인정받아 KSI조사에서 타이어 부문 1위를 차지했다."며 "2008년부터 업계 최초로 명품보증제도를 도입하고 또 최근 엄격한 품질관리를 통해 최상의 제품을 고객에게 제공한 점, 클린팩토리 운동 등의 친환경 활동, 그리고 지속적인 투자활동으로 신규고용 창출 등 사회 발전에 기여한 점 등이 이번 1위 수상의 영예로 이어졌다."고 밝혔다.

한편, 한국표준협회가 주최한 이번조사는 국내 매출 1,000대 기업 중 총 31개 업종 120개 기업을 대상으로 ISO26000(기업의 사회적 책임 국제표준)을 기반으로 조직의 지속가능성을 측정하는 사회적 책임 이행 수준 측정모델을 기준으로 이루어졌다.

◑ '웹어워드 코리아 2010' 최우수상 수상

넥센타이어의 최근 리뉴얼한 홈페이지 웹사이트가 '웹어워드 코리아 2010'에서 제조업부문 최우수상에 선정됐다. 웹어워드 코리아는 국내 웹전문가 1,600명으로 구성된 웹어워드 평가위원단이 한 해 동안 새로 구축 또는 개편된 웹사이트를 대상으로 가장 혁신적이고 우수한 웹사이트를 선정해 시상하는 국내 최고 권위의 웹평가 시상식이다.

디자인, U.I, 기술, 콘텐츠, 브랜드, 프로모션, 마케팅, 서비스 등 총 8개 부문에 걸친 40개 평가지표에 대한 평과결과를 토대로 올해의 각 분야별 수상 웹사이트들을 발표한 결과 넥센타이어 웹사이트는 화려한 비쥬얼과 고객에게 더욱 친숙하게 다가가기 위한 노력 등이 높은 평

가를 받았다. 타이어 검색 시 차량과 라이프스타일 정보를 입력하면 제품을 추천해 주는 등 사용자 편의성에 초점을 둔 점이나, 주력상품의 화려한 홍보영상 편리한 온라인 서비스 등은 넥센타이어가 가장 주력한 부분이다.

넥센타이어는 "철저하게 이용자의 관점에서 리뉴얼을 시행하여 편의성을 높이고자 한 것이 수상으로 이어진 것 같다"며 "앞으로도 온라인에서 지속적으로 고객서비스를 강화할 것"이라고 밝혔다.

◑ 넥센타이어 '2010 SEMA SHOW 참가'

넥센타이어가 지난 11월 2일부터 5일까지 나흘간 열린 세계 최대 타이어 전시회 '2010 SEMA Show'에 참가해 높은 수준의 기술력을 선보였다. 매년 11월 초 미국 라스베거스 컨벤션 센터에서 개최되는 SEMA쇼는 타이어와 자동차 부품, 튜닝카 등 총 12개 섹션에 걸쳐 4,000여개 업체가 참가해 나흘간 열리는 세계 최고의 전시회다.

넥센타이어는 이번 행사에서 총 32개의 수출용 주력상품과 신제품, 친환경 제품 등을 6개의 Zone으로 구분·전시하여 해외바이어들에게 선보이며 활황을 보이고 있는 수출시장 공략에 더욱 힘을 쏟았다. 이밖에도 친환경 Zone을 새롭게 만들어 관람객들의 관심을 끌었다. 넥센타이어는 "향후에도 세마쇼 참가 등 지속적인 마케팅 활동을 통해 넥센타이어 제품의 품질과 기술력을 널리 알려 브랜드 인지도 향상을 꾀하고 또 해외시장 공략을 더욱 강화해 판매 호조세를 이어나갈 것"이라고 밝혔다.

한국타이어

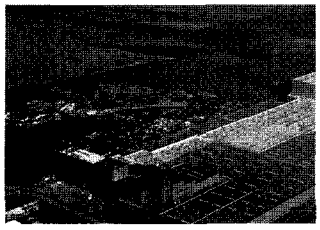
HANKOOK

◑ 한국타이어, 신공장 설립으로 중국을 평정하다

한국타이어가 폭발적으로 성장하고 있는 중국 시장에서의 선도적인 입지를 더욱 강화하고 2014년까지 글로벌 5위의 타이어 기업으로 도약하기 위한 중장기적 기반을 마련하기 위해 중국 내 제 3공장을 설립한다. 중국 강소, 가흥에 이어 설립되는 한국타이어의 중국 제 3공장은 상하이 푸둥개발구, 텐진 빈하이신개발구와 함께 국가급 개발구로 지정된 중경 '양강신구(兩江新區)' 지역에 설립된다. 총 16만평의 부지에 2015년까지 총 1조원을 투입하여 설립되는 이번 중국 제 3공장은 내년 1분기에 착공을 시작, 2015년에 완공되며 PCR(승용차용) 타이어 1,000만개, TBR(트럭/버스용) 타이어 150만개 등 연 1,150만개의 생산능력을 갖추게 될 예정이다. 지난해 중국 내 자동차 판매대수는 총 1300만대로 지난 2008년 대비 50% 이상 성장하며 세계 최대의 자동차 시장으로 급부상 중이다. 한국타이어는 제 3공장 설립을 통해 중국 시장 내 위상을 더욱 강화함은 물론 새로운 경제 중심지로 떠오른 중국 중서부 내륙지방 공략을 강화한다는 전략이다. 특히 중경 '양강신구(兩江新區)' 지역은 내륙항, 철도, 고속도로 등의 물류 입지 조건이 탁월해 급격하게 성장하고 있는 중국 중서부 시장 공략을 위한 전진기지의 역할을 수행할 것으로 기대하고 있다.

◑ 한국타이어, 헝가리 공장 추가 증설로 유럽 시장 공략 가속화

한국타이어가 유럽지역 전진 기지인 헝가리 공장의 2단계 증설을 조기에 완공하고 본격적인 가동에 돌입한다. 작년 9월 착공을 시작으로 총 5만 8천 제곱미터 규모 부지에 추가 증설작업을 진행해온 한국타이어는 연간생산량을 총 1천 2백 만개로 늘리며 유럽 시장 공략을 한층 가속화할 예정이다.



지난 2007년 6월부터 가동에 들어간 헝가리 공장은 2008년 연간 500만개 규모로 1차 완공되어 유럽 26개 나라로 수출되는 승용차용 고성능 타이어와 경트럭용 타이어를 생산해왔다. 한국타이어 헝가리 공장은 초기 안정화와 지속적인 생산성 향상으로 올해 3분기에 사상 최대 매출을 달성하는 등 급속한 성장을 보였다.

이번 2단계 증설로 헝가리 공장은 한국타이어가 글로벌 5위 타이어 기업으로 도약하는데 중추적인 역할을 담당할 할 것으로 기대된다.

◑ 한국타이어, 2010년 3분기 사상 최대 분기 매출 달성

한국타이어가 글로벌 브랜드 가치 향상을 위한 국내외 시장에서의 지속적인 노력에 힘입어 2010년 3분기 글로벌 연결경영실적 기준, 1조 5,422억 원의 사상 최대 분기 매출을 기록했다. 원자재 가격 상승과 환율 불안정, 그리고 시장 경쟁 심화 등으로 인해 전 세계 타이어 업계가 어려움을 겪고 있는 가운데에서도 한국타이어는 전 세계 시장에서의 고른 상승세를 바탕으로 지속적인 성장세를 이어나갔다. 특히 사상 최대 실적을 달성했던 글로벌 연결매출이 전년동기 대비 7.1% 증가해 분기 최대 매출을 또다시 갱신하였으며, 영업이익은 1천 634억 원을 기록, 10.6%의 영업이익률을 달성하며 작년 2분기 이후 6분기 연속 두 자릿수 영업이익률을 이어나갔다.

한국타이어가 보여준 이 같은 성과에는 세계적인 기술력과 품질, 글로벌 시장에서의 브랜드 가치 향상이 주요했던 것으로 분석된다. 특히 중국경영실적의 경우, 자동차 시장 확대로 타이어 수요가 증가하고 있는 중국내수 시장에서 높은 품질과 브랜드 인지도를 바탕으로 중국 시장 점유율 1위를 유지하고 있으며, 유럽 전진 기지인 헝가리의 경영실적도 생산 안정화와 공장 증설을 통한

생산성 향상으로 전년 동기 대비 매출은 13.7%, 영업이익 부분에서도 28.5%의 성장세를 보였다. 이와 함께 이머징 마켓(Emerging Market) 성장에 따른 적극적인 신규 시장 개척과 전 세계적으로 기술력과 품질을 인정받은 프리미엄급 초고성능(UHP) 타이어의 글로벌 수요 및 매출 증가 역시 3분기 매출 증대의 주요 요인으로 꼽을 수 있다.

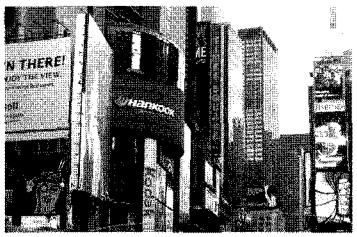
◑ 한국타이어, 임직원 자녀를 위한 '동그라미 어린이집' 개원

한국타이어가 서울시 강남구 역삼동 한국타이어 사옥 인근에 임직원 자녀들을 위한 직장 내 보육시설인 '동그라미 어린이집' 개원식을 열고 본격적인 운영을 시작했다. 이번 어린이집은 직원들의 보육에 대한 부담을 경감시켜 일과 생활의 균형을 추구할 수 있도록 지원하고 업무에 몰입할 수 있는 환경을 조성하기 위해 마련되었다. 뿐만 아니라 한국타이어는 저출산이 심각한 사회문제로 대두됨에 따라 출산과 육아에 대한 부담을 줄여 출산율을 높이고 직장보육시설을 통해 건강한 미래 세대 육성이라는 사회적 책임(CSR)을 충실히 이행한다는 계획이다.

◑ 한국타이어, 타임스퀘어 초대형 광고로 북미 소비자 사로잡다

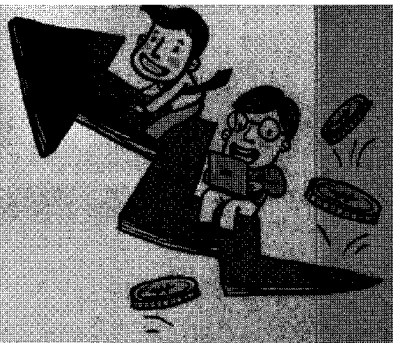
한국타이어가 전 세계 타이어 업계에서는 유일하게 뉴욕의 명소, 타임스퀘어에 광고를 선보였다. 한국타이어는 뉴욕 맨해튼의 최대 번화가인 타임스퀘어 중심부에 있는 건물 외벽을 거대한 타이어 모양으로 장식하고 북미지역 고객의 관심을 극대화함은 물론 글로벌 타이어 선도 기업의 위상을 강화할 계획이라고 밝혔다.

한국타이어의 타임스퀘어 광고는 브로드웨이 45번가와 46번가 사이에 위치한 메리어트 마르퀴즈 호텔 건물 전면에 설치되었다. 가로 9.4미터, 세로 30미터 크기의 대형 광고판에는 한국타이어의 초고성능 (UHP)타이어 벤투스 V12 evo를 등장시켜 거대한 타이어가 타임스퀘어를 가로지르는듯한 독특하고 역동적인 방법으로 세계인의 이목을 집중시키고 있다. 한국타이어 이수일 미주본부장은 "이번 광고는 북미 시장에서 한국타이어의 브랜드 인지도를 높이기 위한 새로운 전략의 일환"이라며 "한국타이어는 기술력과 성능을 바탕으로 고객 만족을 극대화하는 동시에 새로운 고객 창출을 위한 다각적인 노력을 전개해 나갈 것"이라고 밝혔다.



◑ 한국타이어, 세계 최대 자동차 부품 박람회 SEMA 쇼 참가를 통한 미주지역공략 강화

한국타이어가 지난 11월 2일부터 5일까지 4일간 美 라스베이거스에서 열린 세계 최대 자동차 부품 박람회, '2010 세마쇼(2010 SEMA Show)'에 참가, 신기술을 적용해 성능을 높인 고성능 사계절용 타이어 등 신상품 4종을 공개하고 북미지역 타이어 선두업체로 거듭나기 위해 북미시장 공략을 강화했다. 한국타이어는 이번 전시회에서 새롭게 출시된 고성능 사계절용 타이어, '벤투스 V2 컨셉 (Ventus V2 Concept)' 외에도 한국타이어 고유의 기술 철학인 '컨트롤 테크놀로지(Kontrol Technology)'가 적용된 3개의 신상품을 추가로 선보였다. 한국타이어 브랜드담당 김세헌 상무는 "북미시장은 한국타이어가 글로벌 타이어 선도 기업으로 도약하기 위한 전략적 요충지"라면서 "한국타이어는 북미시장에서 선두기업으로 거듭나기 위해 앞으로도 브랜드가치 향상을 위한 공격적인 마케팅 활동을 지속적으로 강화할 것"이라고 밝혔다. K



>> > > 협회 소식

News 01 한 · 일 타이어 협회 제 4차 정례회의 개최

우리협회는 지난 9월 8일 서울 코엑스 컨벤션센터에서 일본자동차타이어협회(JATMA)와의 제 4차 정례회의를 가졌다. 최근 세계적으로 이슈화가 되고 있는 '타이어라벨링제도'에 대한 협의가 협회 회원사의 품질부서 인원들이 공동 참석한 가운데 오전세션에 이루어졌으며, 오후에는 양국의 타이어산업 동향, 타이어 재활용 등 양 협회의 현안 및 관심사항에 대한 발표 및 토론이 진행되었다.

한편, 우리협회와 일본타이어협회는 2007년부터 정례회의를 통하여 긴밀한 관계를 유지하고 있으며, 특히 최근 불거지고 있는 '신규 기술규제 및 규제 강화' 문제에 있어 서는 신속한 정보교류 및 공동대응을 해 왔다.

News 02 수입할당관세 추천기관 역할 수행

정부는 '민생 물가안정 대책'을 추진하면서 2010년 말 경쟁촉진을 통한 공산품의 가격안정 유도를 목적으로 타이어의 수입할당관세제도를 시행하였으며, 타이어제품과 관련하여 우리협회를 할당관세 추천기관으로 지정하였다. 이번 할당관세 적용대상품목은 '승용차용타이어'이며, 2010.10.12~12.31일간 40만개의 수입물량에 대하여 기본관세율 8%에서 2%p 인하한 6%의 관세율을 적용하여 관세가 완화된다. 이와 관련하여 우리협회는 수입할당관세 추천요령에 따라 수입업체로부터 추천신청서 및 첨부서류를 접수받아 관세청에 통보하고, 세관의 접수통보 확인 후 해당업체에 추천서를 교부하여, 수입통관시 해당업체가 할당관세를 적용받을 수 있도록 조치하고 있다. 한편, 이번 수입할당관세제도는 2011년 상반기까지 계속 시행되며, 80만개 수입물량에 대하여 4%의 관세가 적용될 예정이다.

News 03 2010년 타이어안전사용 · 관리 캠페인

우리 협회의 2010년 타이어 안전캠페인은 기존의 전국 고속도로휴게소를 중심으로 한 정기적인 타이어 무상점검 캠페인에서 탈피하여, 정부부처 교통안전 캠페인과의 연계활동과 관련 공공기관과의 공동 캠페인 등 운전자의 타이어 안전인식 제고를 위하여 보다 다채롭게 진행되었다.

우선, 2010.6월 네 번째 주(6.22~25일)를 '타이어안전주간'으로 지정하여, 협회주관 타이어업계 및 에너지관리공단과 공동으로 전국 시 · 도청사 및 고속도로 휴게소에서 집중적이고 대대적인 타이어 안전점검 서비스 제공 및 홍보활동을 실시하였다. 또한, 정부 교통안전 캠페인 참여 및 지원활동으로서, 지난 4.27일 지식경제부 '타이어 적정공기압 캠페인' 업무협약을 맺고 경찰청, 에너지관리공단 등과 공동 캠페인을 전개하였으며, 지난 6월과 10월에는 국토해양부 주최 '교통사고 감소를 위한 안전캠페인'과 'G20 성공개최를 위한 시민의식고취 캠페인'에 참여 타이어안전사용 부문의 홍보 역할을 수행하였다. 이 외에 지난 12월 2~5일 4일간 '부산국제오토살롱' 자동차 전시회 시 내방객을 대상으로 타이어 안전점검 서비스 및 홍보활동을 하였으며, 명절(구정, 추석) 귀성차량 및 하계휴가 행락 차량을 대상으로 한 고속도로 휴게소에서의 안전점검 서비스는 기존과 같이 한국교통방송(TBN)과 연계하여 총 5회 진행하였다.

News 04 중국 및 캐나다 타이어협회 방문

우리협회 신기택 부회장은 지난 11.25일 중국 'Rubber Tech China 2010 Show'를 참관하고, 중국고무협회(CRIA) 관계자를 만나 최근 원자재 가격상승에 따른 업체의 대응과 타이어효율등급제, 폐타이어 처리 등에 대한 양협회간의 의견을 교환하였다. 또한, 지난 10.28에는 미국 'SEMA Show' 참관 차 캐나다타이어협회(RAC)와의 회의를 갖고, 한국과 북미지역의 타이어시장 전반을 비롯한 현안들에 대한 협의와 향후 양협회간 공조에 대하여 의견을 나누었다. 한편, 협회는 최근 기술 및 환경과 관련한 신규규제가 증가하는 상황에서 해외유관기관과의 공조 강화의 필요성이 더욱더 커지고 있는 것으로 판단하고 있으며, 향후 각국 단체와의 관계개선을 위하여 지속적으로 노력할 계획이다. K