

>>> 회원사소식

넥센타이어



● 1분기 매출 3,372억원, 전년 동기 대비 26.9% 증가
 넥센타이어의 매출 성장세가 고공행진을 이어가고 있다. 넥센타이어는 지난 4월 28일 공시를 통해 “올해 1분기 국제회계 연결기준(IFRS) 총매출액이 3,372억 원을 기록, 지난해 같은 기간보다 26.9%의 가파른 실적 상승세를 기록했다”고 발표했다. 영업이익은 377억 원을 기록해 영업이익률 11.2%의 안정적인 수익을 거두었으며, 경상이익은 410억 원(12.1%)이었다. 넥센타이어는 “지난해 대비 환율의 하락과 천연고무를 비롯한 원부재료의 급등 등 여러 가지 악재가 있음에도 불구하고, 올해 1분기는 해외시장의 판매 호조 및 신차용 타이어 판매 급증 등에 힘입어 시장 전망치 보다 좋은 실적을 나타냈다”고 밝혔다.

신차용타이어인 OE시장에서 K5, 신크그랜저 등 국내 대표 차종에 대한 신차 공급이 늘어나면서 전년 동기 대비 77.4%나 급증한 가파른 상승세를 기록했으며, 수출부문은 각 지역별로 차별화된 마케팅전략과 브랜드 인지도 상승에 따라 17%의 판매증가를 기록해 실적 상승세에 힘을 보탤다. 특히 가동 4년차에 들어간 중국 공장은 지난해 수익의 흑자전환에 이어 올해 1분기도 흑자를 기록함으로써 앞으로의 성장세가 기대되고 있다. 넥센타이어는 앞으로도 유통채널 확대와 스포츠마케팅을 통한 브랜드 인지도 상승 등 공격적인 경영을 통해, 지난해에 이어 올해도 사상최대 매출을 경신할 것으로 예상되며, 1조 2,000억 원의 투자를 진행하고 있는 경남 창녕 공장의 제품생산이 내년부터 본격화 될 것이어서 양적 질적인 측면에서 고성장세를 계속 이어 나갈 전망이다.

● '2011 상하이 모터쇼' 참가. N9000, CP672 등 23종 타이어 및 친환경 상품존 운영

넥센타이어가 지난 4월 19일부터 28일까지 열흘간 열린 중국 최대 자동차 및 부품전시회인 '2011 상하이 모터쇼'에 참가했다. 넥센타이어는 총 23개의 중국내수용 주력상품과 신상품, 친환경 상품 등을 UHP와 HP, SUV-WINTER, OE, ECO, 첨단기술군 6개 존으로 구분해 전시했다. N9000을 비롯한 UHP 6개 상품과 중국내수전략 4개 상품을 내걸고, 특히 에코존에는 올해 출시 예정인 친환경상품을 공개했다. 첨단기술존에는 넥센타이어가 장착된 포르쉐와 아우디 차량을 전시해 관람객들의 관심을 끌었으며, 연비향상 및 저소음, 승차감을 개선시킨 친환경 프리미엄 상품 5개를 전시했다.



이번 전시회 기간 동안에는 타이어전문가와 딜러가 주요 참관자로 참여해 활발한 계약이 이뤄졌으며 이번 상하이 전시회를 통해 신규거래선 발굴과 중국을 비롯한 글로벌 시장에서의 브랜드 이미지 제고 등의 다양한 효과를 누렸다. 넥센타이어는 2008년부터 중국 칭다오에 15만평의 공장을 가동 중이며, 북경현대 등 완성업체에 상품 공급을 비롯해 중국내수시장으로의 판매를 확대해 나가고 있다.

넥센타이어는 이번 상하이모터쇼 참가를 통해 앞으로 중국시장 공략을 더욱 강화하고 성장세를 지속적으로 이어 나갈 예정이다.

● 타이어업계 최초 AEO 인증 획득!

넥센타이어가 국내 타이어 업계 최초로 관세청이 인증하는 수출입 안전관리 우수공인업체(AEO : Authorized Economic Operator) 인증을 획득했다. 넥센타이어는 지난 5월 17일 “지난해 11월 FTA 품목별 원산지 인증 수출자 인증서를 취득한데 이어 이번 AEO인증을 획득해 타이어업계에서 유일하게 두가지 수출인증을 모두 보유하게 됐다.”며 “수출입 통관의 간소화와 신속화를 통한 시간 및 비용절감을 통해 대외 경쟁력이 더욱 확대 될 것”이라고 밝혔다.

AEO제도는 세계 관세기구(WCO)의 수출입 공급망 안전관리 기준을 바탕으로 각국의 세관당국이 법규준수, 내부통제 시스템, 안전관리기준, 재무건전성을 심사하여 기준을 통과한 기업에 대해 인증을 부여하는 제도로 현재 미국 EU 등 세계 50여 개국에서 시행 중이다. 특히 9.11테러 이후 강화된 미국의 무역안전조치를 세계관세기구(WCO) 차원에서 수용하여 무역안전과 물류원활화를 조화시킨 물류안전 공인제도로 권위를 가지고 있다. 인증을 받은 기업은 세관 절차상 포괄적인 혜택이 주어지고 국가간 상호인정협정(MRA)체결국가에서도 동일한 혜택이 주어져 글로벌 경쟁력 확보에 큰 역할을 하고 있다. 넥센타



이어는 수출비중이 70%를 차지하고 있으며, 이번 AEO 인증 획득을 위해 지난해 4월부터 프로젝트를 구성하여 1년여 동안 AEO기준에 맞는 프로세스 정비와 강도 높은 개선작업을 해왔다. 경영관리담당 이현중 상무는 “이번 AEO 인증 획득을 통한 수출경쟁력 강화로 글로벌 시장공략에 더욱 속도를 낼 수 있게 됐다”며 “앞으로도 전 세계 고객에게 좋은 품질의 상품을 빠르고 안전하게 서비스할 수 있도록 최선을 다할 것”이라고 밝혔다.

● 일본능률협회컨설팅 주관 글로벌 고객만족도

2년 연속 1위

넥센타이어가 지난 6월 16일 ‘2011글로벌고객만족도(GCSI, Global Customer Satisfaction Competency Index)’에서 국내 타이어브랜드 가운데 2년 연속 1위를 차지했다. 최근 일본능률협회컨설팅이 주관한 조사에서 고객만족도 타이어부문 1위를 차지한 넥센타이어는 지속적인 고객중심 경영을 통한 품질 및 고객서비스 강화로 브랜드 가치가 급증하고 있다. GCSI 인증제는 일본능률협회컨설팅이 개발한 고객만족도 평가시스템으로, 이를 각 국가별로 측정함으로써 고객만족 경영에 대한 인식을 제고함은 물론 국가별 글로벌 산업경쟁력 지표 제공을 통해 고객만족 경영을 지원하기 위해 마련된 글로벌 평가제도이다. 넥센타이어는 그간 최근 업계 최초로 명품보증제도를 도입하여 지속적인 고객만족 캠페인을 전개하고 있으며 엄격한 품질관리를 통해 최상의 제품을 고객에게 제공하고 한 발 앞선 제품개발로 고객의 요구에 발 빠르게 대응하는 등 고객감동을 실천해왔다. 넥센타이어는 최근 수출시장에서 제품에 대한 호평과 함께 고부가가치제품의 판매 확대 등으로 좋은 실적이 이어지고 있으며, 내수시장에서도 신제품 출시와 유통망 확대에 따른 매출증대가 이뤄지고 있다. 또한 YF소나타, 5G 그랜저, K5, K7 등 완성차 업체에 타이어 공급이 확대되고 있으며, 프로야구단 넥센 히어로즈 스폰서십과 모터스포츠 활동 등 다양한 마케팅 활동을 통해 브랜드 선호도가 높아지고 있다.

① '2011 넥센타이어 RV 챔피언십' 개막전

전남 영암 코리아 인터내셔널 서킷에서 개최

대한민국 대표 레이싱대회 '2011 넥센타이어 RV 챔피언십' 개막전이 지난 6월 19일 전남 영암 코리아인터내셔널 서킷에서 개최됐다. 올해로 7년째 넥센타이어가 타이틀스폰서를 맡고 있는 이 대회는 일반 승용차에 비해 육중한 차체로 경주트랙을 질주하는 모습에서 훨씬 빠른 속도감과 박진감을 맛볼 수 있기 때문에 RV 및 SUV차량의 레이싱 붐을 일으키며 국내 모터스포츠를 선도하고 있다는 평가를 받고 있다.



이번 대회는 RV/SUV 최고 클래스인 SGT-300(무한출력)을 포함해 SGT-200, 로디안 A, 로디안 B, 로디안 R, 챌린지 등 6개 클래스와 승용차부문 3개 클래스 등 총 9개의 클래스로 나눠 레이싱을 펼쳤다.

넥센타이어에서는 100여명의 고객과 자동차 동호회원 등을 초청하고 다양한 경품행사와 레이싱결과 함께 하는 포토타임, F1 서킷체험행사 등 관람객을 위한 다채로운 행사를 열었다.

영업본부 이병우 부사장은 "넥센타이어는 지난 7년 동안 한국모터스포츠의 저변확대와 발전을 위해 노력해 왔으며, 앞으로도 아낌없는 지원으로 국내 모터스포츠 발전에 이바지 해 모두 함께 즐기는 레이싱 문화를 만들어 나갈 것"이라고 밝혔다.

① '한국서비스품질 우수기업' 재인증 획득

넥센타이어가 지난 6월 15일 지식경제부 기술표준원이

주관하는 '한국서비스품질 우수기업' 재인증을 획득했다. '한국 서비스품질 우수기업 인증'은 고품질 서비스에 대한 요구가 증가함에 따라 서비스품질 경쟁력을 한 차원 높이기 위해 지식경제부 기술표준원이 지난 2001년부터 시행하고 있는 공인 서비스품질 인증제도다. 제조업일 경우에는 품질관리시스템을 우선적으로 평가하고 그 결과에 따라 서비스에 대한 품질 및 수준을 평가한다. 넥센타이어는 2008년 '타이어 및 튜브에 대한 제품사후 서비스' 부분의 인증을 획득 이후 지금까지 이어 오고 있다. 유효기간은 3년이다. 넥센타이어는 지속적인 고객만족을 위해 구매에서 물류, A/S까지 체계화된 대고객 서비스를 구축, 발 빠르게 대응한 점 등에서 좋은 평가를 받았다. 넥센타이어 이현봉 대표이사는 "넥센타이어의 고성장세에는 이러한 품질경쟁력과 대고객서비스가 배경이 되고 있다"며 "앞으로도 엄격한 품질관리를 통해 최상의 제품을 고객에게 제공하고 전 제품에 대한 최선의 서비스로써 고객감동을 위해 더욱 노력해 나갈 것"이라고 밝혔다.

① '무재해 2배수 달성' 한국산업안전공단 인증

넥센타이어가 '무재해 2배'를 달성하고 한국산업안전공단으로부터 인증서를 받았다. 넥센타이어는 지난 6월 24일 근로자 2000명 이상인 사업장으로 무재해 2배 목표 시간인 360만시간(2010년 11월 2일~2011년 5월 24일)을 달성하고 한국산업안전공단으로부터 무재해 2배수 달성 인증을 받고 무재해 공헌자에 대한 포상도 함께 진행했다. '무재해 운동'은 산업안전보건법에 의해 산업안전보건공단에서 주관하고 사업장이 참여하는 운동이며 무재해 달성은 무재해운동 시행 사업장에서 근로자가 업무에 기인하여 사망 또는 4일 이상의 요양을 요하는 부상 또는 질병에 이완되지 않는 것을 말한다. 넥센타이어는 지속적으로 현장의 위험요소 제거 활동들을 실천해 오고 있으며, 올해 안전환경팀을 중심으로 목표 슬로건을 '도전 무재해 좋아'로 설정, 안전, 보건, 환경, 소방 등의 전문분야에서 무사고 사업장을 만들기 위한 다양한 활동을 추

진해 왔다. 넥센타이어는 “산업재해가 없는 작업장 분위기로 생산성 향상과 함께 노사간의 화합이 유지되는 등 다양한 효과를 보고 있다”며 “앞으로도 지속적인 현장관리와 노사합동 안전점검 강화, 그리고 안전보건 경영시스템의 정착화로 무재해가 지속될 수 있도록 노력해 나갈 것”이라고 밝혔다.

● 프레이싱팀 'KTdom'과 스폰서십 체결


넥센타이어가 명문 레이싱팀 KTdom과 스폰서십계약을 체결했다. 넥센타이어는 지난 4월 18일 서울 강남구 역삼동 KTdom 빌딩에서 스폰서 조인식을 치르고 티빙 슈퍼레이스 1600cc '넥센 N9000클래스' 경기에 참가하는 KTdom팀을 공식 후원하기로 했다. 후원기간은 2011 티빙 슈퍼레이스 대회 1~7라운드 대회기간 동안으로 2011년 대회기간 전체다. KTdom 레이싱팀은 2005년에 창단되어 수많은 인재를 발굴, 신인 챔피언을 배출시켜온 명문팀으로 '2010년 CJ슈퍼레이스대회'에서 '넥센 N9000클래스' 우승 및 '슈퍼 2000클래스' 준우승을 기록한 실력파 팀이다. 현재 박시현 감독 겸 선수를 비롯해 탤런트 안재모와 이화선, 슈퍼루키 정회원 선수 등이 활약하고 있다. 넥센타이어는 국내 최대 RV, SUV 경주 대회인 '넥센타이어 RV챔피언십'을 운영하고 있으며, '2011 티빙 슈퍼레이스'의 '넥센N9000클래스'와 함께 이번 KTdom레이싱팀을 후원하며 명실상부 국내 모터스포츠를 대표하는 기업이 되었다. 넥센타이어는 프로야구단 넥센히어로즈의 메인스폰서로도 참여하고 있다. 넥센타이어는 “국내 최고 수준의 레이싱팀인 KTdom팀을 후원하게 되어 기쁘게 생각한다”며 “넥센타이어는 대한민국 대표 타이어회사로서 국내 모터스포츠 활성화를 위한 후원을 지속해 나갈 것”이라고 밝혔다.

● 부산교통공사와 '예비연수생 협약' 체결

넥센타이어와 부산교통공사가 국비지원교육을 통해 타이어 제조공정 전문 인력 양성에 나선다. 넥센타이어는 지난

6월 8일 공기업 최초로 부산교통공사가 넥센타이어와 함께 '넥센타이어 채용우대과정 타이어제조공정' 인력양성 협약을 체결하고 취업인력 교육과정을 개설했다. 부산교통공사 산하 BTC아카데미와 넥센타이어간 개설된 이번 과정은 6월 15일까지 접수를 받고 기수별로 100명을 모집했다. 지원자격은 미취업청년(국비지원대상자)으로 교육비 국비지원(80%)과 매월 교통비, 식비가 별도로 지급되었다. 수료 시 수료증교부와 함께 교육결과 보고서가 넥센타이어에 통보되며, 넥센타이어는 채용시 가산점을 부여해 교육자들을 우대 선발하게 되는 시스템이다. 넥센타이어는 “최근 매출 1조원이 넘는 등 초고속성장으로 창녕공장 건설과 양산본사에서 기능인력 등에서 많은 수요가 생겼다”며 “이번 부산교통공사와의 협약을 통해 우수한 청년인력을 많이 채용할 수 있을 것으로 기대한다”고 밝혔다.

● '2011 티빙 슈퍼레이스 챔피언십' 2년 연속 공식 후원, '넥센 N9000 클래스' 운영

넥센타이어가 국내 최대 모터스포츠 대회인 '2011 티빙 슈퍼레이스 챔피언십'의 '넥센N9000클래스' 공식 타이어스폰서로 나섰다. 지난 4월 12일 넥센타이어와 (주)슈퍼레이스의 관계자들이 참석한 가운데 공식 타이어스폰서 조인식을 가졌다. '2011년 티빙 슈퍼레이스'는 지난 4월 24일 전라남도 영암 인터내셔널 서킷에서 열린 개막전을 시작으로 총 7라운드로 진행된다. 넥센타이어는 지난해 슈퍼레이스의 기존 '슈퍼1600클래스'를 '넥센 N9000클래스'로 네이밍을 변경하여 올해로 2년 연속 파트너십 관계를 맺고 있다. '넥센 N9000클래스'에서 사용하는 N9000 제품은 스트리트 레이서를 위한 스포츠카 전용타이어로서 빗길이나 다양한 도로여건에서 초고속 주행성능을 자랑하며, 코너링 파워의 증가로 최상의 그립력과 민첩한 조종 안정성을 발휘하여 장착한 레이서들에게 좋은 평가를 받았다. 

한국타이어



① 한국타이어, 2010 CSR 보고서 발간

한국타이어는 경제적, 사회적, 환경적 가치창출을 위한 노력과 사회적 책임 전반에 대한 지난 한해 동안의 성과를 담은 '2010 CSR 보고서'를 발간했다.

기업의 지속 가능성을 보고하는 국제표준인 'GRI'의 G3가이드라인 및 ISO 26000에 따라 작성된 한국타이어의 '2010 CSR 보고서'는 CSR을 기업의 핵심 문화로 구축, 지속 가능한 경영 체계를 추구하는 한국타이어의 노력과 성과는 물론, 2011년을 포함한 중기 추진 계획을 담고 있다. 한국타이어는 친환경경영, 임직원 건강과 안전관리, 외부이해관계자 만족경영, 통합리스크관리, 임직원 가치창출 등 집중적으로 관리해야 할 5대 CSR 핵심 영역을 선정, 이해관계자와의 기대와 요구를 경영 전반에 반영해왔다.

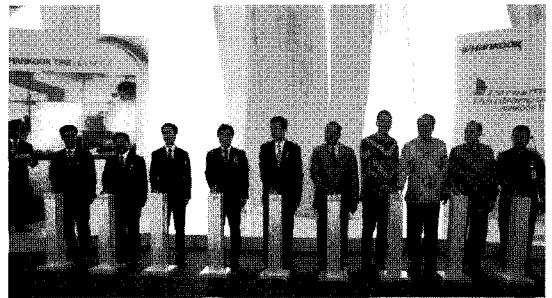
이번 보고서에서는 특히 친환경경영을 위한 활동이 두드러진다. 한국타이어는 지난해 본사를 포함한 모든 국내사업장에 온실가스 인벤토리를 구축을 완료하는 한편, 약 14,963톤 CO2eq(이산화탄소 환산농도)에 이르는 온실가스 감축 실적을 지식경제부로부터 인증 받았으며, 사업장 주변 환경에 주는 영향을 최소화하기 위해 최신 환경설비인 고효율 농축 축열 연소시설을 추가로 설치하는 등 환경분야에 과감히 투자해왔다. 이 밖에도 임직원들이 보다 다양하고 효율적으로 소통할 수 있도록 기존 글로벌 CEO사이트를 전사적인 소통의 장으로 개편, 임직원 가치창출에 힘썼으며, 임직원 자녀들을 위한 직장 내 보육시설인 '동그라미 어린이집'을 개원하여 임직원들이 일과 생활의 균형을 유지할 수 있도록 했다.

한국타이어 전략기획담당 박재범 상무는 "이번 CSR 보고서는 시장을 선도하는 한국타이어가 사회적 책임을 다하기 위해 최선의 노력을 다하고 있음을 보여주는 것"이라며 "한국타이어는 업무 전 과정에 자연스럽게 접목된 다양한 CSR 활동을 통해 지속가능한 회사는 물론 더볼

어 살아가는 사회를 만들어 나갈 것"이라고 밝혔다.

① 한국타이어, 인도네시아 신공장 기공식 개최

한국타이어가 인도네시아 리포 치카랑(Lippo Cikarang)에서 서승화 부회장 및 인도네시아 정부 관계자들이 참석한 가운데 신공장 기공식을 개최했다.



인도네시아의 수도 자카르타 인근 베카시(Bekasi, Indonesia) 공단 지역 내 60만 제곱미터 규모(약 181,500평)로 설립되는 한국타이어의 인도네시아 신공장은, 북미와 중동지방으로 수출되는 타이어 생산은 물론 중앙아시아, 남미, 아프리카 등 이머징 마켓 공략을 위한 전략적 거점의 역할을 수행하게 된다. 이날 행사에는 한국타이어 서승화 부회장과 경영기획본부장 조현범 부사장, 주 인도네시아 김영선 대사를 비롯해 모하메드 솔레만 히다얏(M.S. Hidayat) 인도네시아 산업부 장관, 기따 위르자완(Gita Wirjawan) 인도네시아 투자청장 및 정부 주요 인사들이 참석해 자리를 빛냈다.

기공식에 참석한 히다얏 인도네시아 산업부 장관은 "글로벌 선도 기업으로 자리 매김 한 한국타이어가 전략적 파트너로 인도네시아를 선택한 것은 매우 고무적인 일"이라며 "인도네시아의 풍부한 자원과 다양한 비즈니스 기회를 통해 한국타이어가 세계 시장에서 더 큰 도약을 이뤄나갈 것이라 믿어 의심치 않는다"며 한국타이어의 신공장 설립을 축하했다.

한국타이어는 인도네시아 신공장 설립을 위해 단계로 약 3억 5천만 달러를 투입, 연간 600만 개 타이어 생산

능력을 갖춰 글로벌 탑 5 진입을 가속화하고 1단계가 완공되는 2014년 까지 1,400여 명, 2018년 까지 추가로 2,800여 명에 달하는 고용창출을 통해 지역경제발전에도 크게 이바지할 계획이다. 한국타이어 서승화 부회장은 “글로벌 자동차 시장의 중심인 인도네시아에 신공장을 설립하게 된 것을 기쁘게 생각한다”며 “인도네시아 신공장은 중국 제 3공장과 함께 글로벌 탑 5를 향한 한국타이어의 새로운 도약과 성장의 기폭제가 될 것”이라며 신공장 설립 의의를 밝혔다.

● 한국타이어, 중국 중경 공장 기공식 개최

한국타이어가 중국 중경 '양강신구(兩江新區)' 위푸 산업공원에서 한국타이어 서승화 부회장, 중경시 및 양강신구 정부관계자, 한국타이어 유관기업 관계자 등 300여명이 참석한 가운데 제 3공장 기공식을 가졌다.



중국 강소, 가흥에 이어 3번째로 설립되는 한국타이어 중경공장은 지속적으로 성장하고 있는 중국 시장에서 선도적인 입지를 더욱 강화하고, 2014년까지 글로벌 탑5 타이어 기업으로 도약하기 위한 전략적 요충지로 평가받고 있다. 기공식에 참석한 양강신구 행정협회 책임자인 웡밍제 (Weng Mingjie)는 “오늘 기공식은 양강신구가 ‘국제 자동차 도시’로 발돋움하고 나아가 서부지역 경제의 중심으로 나아가는 첫 걸음”이라며 “한국타이어 중경 공장은 지역민들을 위한 일자리 창출은 물론 양강신구 지역 발전에 크게 기여할 것으로 기대된다”고 강조했다.

이번 기공식을 시작으로 2015년 완공 예정인 한국타이어

의 중국 중경 공장은 PCR(승용차용) 타이어 1,000만개, TBR(트럭/버스용) 타이어 160만개 등 연 1,160만 개의 생산능력을 갖추게 될 예정이다.

한국타이어 서승화 부회장은 “한국타이어는 지난 1997년 중국에서 처음 타이어 생산을 시작한 이후 현재 중국 내 연간 약 3천만 개의 타이어를 생산, 판매하는 시장 선도 기업으로 성장했다”며 “이번 중경 신공장 설립으로 중국 시장에서 한국타이어의 위상을 더욱 견고히 해 나가는 동시에 글로벌 탑 5 로의 도약이 한층 더 가속화 될 것”이라고 소감을 밝혔다.

● 한국타이어, 4년 연속 ‘그린스타 인증’ 선정

한국타이어는 국내 최초 저연비·친환경 타이어인 한국타이어 ‘앙프랑(enfren)’이 한국능률협회인증원(KMAR)에서 주관하는 ‘2011 그린스타 인증’의 승용차 타이어부문에서 4년 연속 1위에 선정되었다고 밝혔다.

올해로 10회째로 맞는 ‘그린스타 인증’은 한국능률협회인증원에서 자체 개발한 ‘그린스타 지수’에 따라 최고의 친환경 경쟁력을 평가하는 제도이다. 이번 ‘그린스타 인증’ 소비자리서치는 3월 3일부터 4월 6일까지 93개 상품군, 총 406개 상품/서비스에 대해 전국 약 15만 명을 대상으로 진행되었으며 승용차 타이어 부문에서 한국타이어 앙프랑은 경쟁 제품들을 가볍게 따돌리고 1위를 차지했다. 이로써 한국타이어 앙프랑은 국내 최고의 친환경 타이어임을 다시 한번 입증함과 동시에 한국타이어의 녹색 경쟁력, 뛰어난 품질과 기술력에 대한 소비자들의 신뢰를 다시 한번 확인했다. 이로써 한국타이어 앙프랑은 국내 최고의 친환경 타이어임을 다시 한번 입증함과 동시에 한국타이어의 녹색 경쟁력, 뛰어난 품질과 기술력에 대한 소비자들의 신뢰를 다시 한번 확인했다.

한국타이어가 2년 6개월 간 약 110억 원을 투자해 개발한 국내 최초의 친환경 타이어 앙프랑은 일반 타이어 대비 높은 연비를 자랑함은 물론 이산화탄소 배출량도 획기적으로 줄인 저연비·친환경 타이어로 특히, 에너지 손실

을 최소화하는 구조 설계 기술, 소재 응용 및 실리카 배합기술을 통해 유럽 ISO 테스트 결과 회전저항을 21% 줄인 것으로 나타났다. 더불어 1km 달릴 때마다 이산화탄소(CO₂) 배출량을 4.1g가량씩 저감시켜 10년 동안 200,000km 주행 시, 약 820kg의 CO₂를 저감해 나무 146 그루가 1년에 흡수하는 CO₂량과 동일, 환경보호적 측면에서 탁월한 효과를 자랑한다.

한국타이어 한국지역본부장 박철구 부사장은 “한국타이어 앙프랑은 이번 그린스타 인증뿐만 아니라 다양한 친환경 상품 어워드에서 최고의 친환경 타이어로 인정받고 있다.”며 “앞으로도 한국타이어는 지속적인 기술투자를 통해 친환경 상품개발에 최선을 다할 예정이다.”이라고 밝혔다.

한편, 한국타이어 티스테이션은 혁신적인 서비스를 제공함과 동시에 독특한 광고로 소비자에게 참신한 이미지를 심어주고 있다는 평가를 받으며 같은 기관에서 주관한 '2011 이노스타 인증'의 운송부문에서 1위를 차지하였다.

● 한국타이어, 사회복지시설에 차량 70대 기증

한국타이어는 지난 5월 25일 오후 2시 한국타이어 역삼동 본사에서 조현범 한국타이어 경영기획본부장, 신성기 한국타이어나눔재단 사무국장, 해당 사회복지시설 대표 등이 참석한 가운데 “한국타이어 창립70주년 기념 차량 나눔” 기증식을 가졌다고 밝혔다.

한국타이어는 창립 70주년을 맞아 사회의 소외된 이웃들에게 보다 실질적인 도움을 제공하기 위해 차량70대를 기증하고자 지난 3월 21일부터 4월 8일까지 한국타이어 홈페이지에서 차량이 필요한 사회복지시설의 신청을 받았다. 3주간에 걸친 신청기간 동안 총 1001건의 지원신청을 받은 한국타이어는 자격심사 등을 통해 복지관, 장애인생활시설 등 70대의 차량이 지원될 전국 70개의 복지시설을 선정했다.

한국타이어 경영기획본부장 조현범 부사장은 “한국타이어는 지속가능경영을 추구하고 사회적 책임을 다하는 기

업으로서 우리사회에 실질적인 도움이 될 수 있는 사회공헌활동을 펼치고자 노력하고 있다”며, “앞으로도 다양한 사회공헌 프로그램을 개발하여 우리사회에 좀더 많은 도움을 줄 수 있도록 최선을 다하겠다.”고 밝혔다.

한국타이어는 임직원의 건강관리, 사업장 내 안전 및 환경 개선뿐만 아니라 환경보호와 사회적 책임을 다해 모두가 잘 사는 건강사회, 행복사회를 만들어간다는 기업정신을 담은 ‘H-LOHAS 캠페인’을 펼치고 있다. 특히 1990년 설립된 한국타이어 나눔재단은 주로 사회복지의 사각지대에 있는 대상이나 지원 제도권 밖에 있으면서 실질적으로 많은 도움을 필요로 하는 단체들을 지원하는 활동을 전개해 나가고 있으며, 그 동안 장학사업, 의료복지사업, 소년소녀가장지원, 사회복지 시설지원, 무료 급식사업 등 다양한 사회공헌활동을 펼치며 소외된 이웃들과 꿈과 희망, 그리고 사랑을 함께 나누었다.

● 한국타이어, ‘뉘르부르크링 VLN 내구레이스’ 종합 우승

한국타이어가 후원하는 ‘한국 판바허 레이싱 팀(Hankook Farnbacher Racing Team)’이 5월 14일 독일 뉘르부르크링 서킷에서 개최된 독일 최고의 내구 레이스 VLN 시리즈(이하: VLN) 3전에서 종합 우승을 차지했다. 씨프리트 마르코, 멜로 제임스 등 2명의 드라이버가 참가한 ‘한국 판바허 레이싱 팀’은 이번 경기에서 한국타이어를 장착한 신형 페라리 F458 모델로 전체 175대의 출전 차량 중 1위를 기록했다.

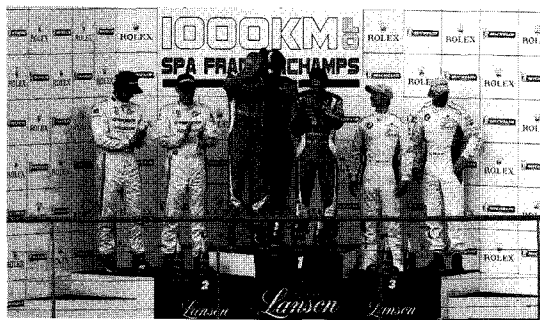
이번 경기가 열린 뉘르부르크링 서킷은 가장 길고 난이도 높기로 유명한 서킷으로 참가한 175대의 차량 중 127대만이 완주에 성공했다. 한국 판바허 레이싱 팀은 결승전에서 10번째로 출발하였으나, 뛰어난 드라이버 기량 및 타이어 성능을 포함한 우수한 차량성능으로 전체 우승을 차지하는 기염을 토하며 전 세계 레이싱 관계자들을 놀라게 했다.

한국타이어 브랜드 담당 김세현 상무는 “한국 판바허 레이싱팀은 지난해에 이어 올해도 뛰어난 성적을 거두고 있

어 앞으로 펼쳐질 '르망24시', "뉘르부르크링 24시" 등의 내구레이스에서도 좋은 성적이 기대된다."면서 "앞으로도 모터스포츠에 대한 지속적인 투자를 통해 한국타이어의 기술력 및 브랜드를 전 세계에 알리는데 최선을 다하겠다."고 밝혔다.

❶ 한국타이어, 르망24시 내구레이스에서 준우승 차지

한국타이어가 5월 8일 벨기에 스파 서킷에서 열린 르망 24시 내구레이스 2전에서 준우승 차지했다. 도미니크 판바허(Dominik Farnbacher), 알란 시몬센(Allan Simonsen)이 주축이 된 한국 판바허 레이싱팀은 5월 8일 벨기에 스파 서킷(SPA circuit)에서 열린 '2011 유럽 르망 시리즈' GTE 프로 클래스 결승 경기에서 한국타이어의 벤투스 F200(Ventus F200)이 장착된 페라리 F458 이탈리아 GT 모델로 GTE 프로 클래스 7개 차량 중 두 번째로 결승선을 통과했다.




한국타이어 브랜드 담당 김세헌 상무는 "르망 24시 개막 전 3위에 이어 2전에서도 준우승을 차지 등 세계적인 모터스포츠 대회에서 한국타이어가 가진 세계 최고의 기술력이 유감없이 발휘되고 있다"며 "앞으로도 기술력이 승부를 가르는 모터스포츠를 향한 지속적인 투자는 물론, 모터스포츠 대회에서 얻은 다년간의 경험을 바탕으로 더욱 우수한 타이어를 개발해 나갈 것"이라고 밝혔다. 한편, 2004년부터 시작된 유럽 르망 시리즈는 유럽 전역을 돌며 개최되고 있으며, 유럽을 대표하는 최정상급 레이싱 대회로 인정 받고 있다.

❷ 한국타이어, 2011 일본 슈퍼GT 개막전 우승

한국타이어가 후원하는 '한국타이어 KTR팀'이 2011 일본 슈퍼GT 개막전에서 우승을 차지했다. 마사미 카게야마(Masami Kageyama)와 토모노부 후지(Tomonobu Fujii) 2명의 드라이버가 이끄는 '한국타이어 KTR팀'은 5월 1일, 일본 미에(三重)현에 위치한 후지 서킷에서 열린 '2011 일본슈퍼GT' 개막전 결승 경기에서 한국타이어의 벤투스 Z207가 장착된 포르쉐 911 GT3R(Porsche 911 GT3R) 모델로 총 22개의 출전 팀 중 1위를 기록했다. 독일의 DTM(독일 투어링카 챔피언십), 유럽의 FIA-GT(슈퍼카 월드 챔피언십)와 함께 세계 3대 GT(그랜드 투어링) 대회로 손꼽히는 슈퍼 GT는 경기당 5만 명의 관객이 관람하는 최대 규모에 최다 차종, 최다 타이어메이커가 참가하는 일본 최고의 모터스포츠 대회이다. 특히 한국타이어 KTR팀이 우승을 차지한 GT300 클래스는 타이어 성능이 승부에 결정적인 요소로 작용하기 때문에 타이어 메이커 간 기술력 경쟁이 치열하기로 유명하다. 일본 대지진으로 연기되었던 이번 개막전은 '동일본 대재해 복구지원대회'의 타이틀로 개최되었다.

한국타이어 KTR팀은 예선 경기 및 슈퍼랩에서도 1위를 기록했다. 슈퍼랩은 1차 예선 10위 이내 팀만 재대결을 펼치는 특별 예선전으로 슈퍼랩의 결과를 기준으로 결승전 출발 순위를 결정하게 된다. 특히 비가 오는 가운데 진행된 결승전에서 1등을 한번도 놓치지 않고 폴투피니쉬(Pole to finish, 예선 및 결승 1위)로 우승을 차지하며 한국타이어 벤투스 Z207에 적용된 젖은 노면 주행 및 제동 성능의 우수성을 다시 한번 입증했다.

한국타이어 브랜드 담당 김세헌 상무는 "세계적인 팀들이 참가해 치열한 경쟁을 펼친 이번 대회에서 완벽한 우승을 차지함으로써 한국타이어의 뛰어난 기술력을 세계시장에 다시 한 번 입증했다"며 "향후에도 혁신기술의 원천인 모터스포츠에 대한 지속적인 투자를 통해 한국타이어만의 세계적인 기술력과 품질을 전세계에 널리 알릴 수 있도록 하겠다"고 밝혔다. 

금호타이어

KUMHO TIRES

● 금호타이어, 2011 서울모터쇼 참가

금호타이어는 지난 4월 1일부터 10일간 경기도 일산 킨텍스에서 열리는 '2011 서울모터쇼'에 참가하며 고객과의 소통 강화 나섰다. 이번 모터쇼는 '진화, 바퀴 위의 녹색혁명(Evolution, Green Revolution on wheels)'을 주제로 8개국 139업체가 참가하는 역대 최대 규모의 모터쇼로 전시 기간 중 약 100만 명 가량의 관람객이 방문하였다.



이번 전시회에 국내 타이어 업체 중 단독 참가한 금호타이어는 자동차 부품 업체로서는 가장 넓은 500㎡규모의 전시관을 통해 '모터쇼=자동차'라는 고정관념을 탈피한 새로운 테마의 다양한 전시물들과 온·오프라인 이벤트를 선보였다. 또한 제품 위주의 기존 컨셉에서 체험과 휴식 공간 등의 고객 편의를 최우선으로 한 전시관을 통해 관람객들의 관심을 불러모았다. 특히 타이어만 보이는 '고스트카(Ghost Car)'도 국내에 첫 선을 보였다. '고스트카'는 타이어만 보이는 투명차에 실제 모델들이 편한 자세로 차량을 운전하듯 공중에 앉아 있는 모습으로 고객이 어떤 차를 선택하든 금호타이어는 항상 최상의 만족을 제공한다는 의미를 상징한다. 또한 이번 모터쇼를 통해 금호타이어 신제품 2종도 선보였다. 이번 모터쇼를 통해 '솔루스 XC'는 승차감과 마일리지 성능을, '엑스타 4X'는 사계절용 UHP제품으로 첫 공개된다.

이외에도 금호타이어는 행사 기간 중 다양한 이벤트를 통해 방문 고객과 함께했다. 행사장 내에서는 세계 어린이 기금 모금을 위한 '유니세프 티셔츠 만들기'와 블로거들을 대상으로 한 '금호타이어와 함께 하는 'TIRE TOUR'' 그리고 친환경 타이어 회전 저항 체험 및 트릭아트를 활용한 포토 기념품 제작 등의 풍성한 이벤트를 실시하여 관람객으로부터 좋은 반응을 얻었다.

조동근 금호타이어 마케팅 담당 상무는 "지난 1999년 이후 12년 만에 서울모터쇼에 다시 참가하게 되어 감회가 남다르다"며, "국내 업체 중 최다 환경마크를 보유하고 있는 친환경 기업으로서 환경을 주제로 한 이번 전시회가 브랜드 이미지 제고는 물론 내수시장 경쟁력 확보에 도움이 될 것으로 기대"한다고 밝혔다.

● 금호타이어, "소비자가 뽑은 좋은 광고상" 수상

금호타이어가 한국광고주협회에서 주최하는 제19회 '소비자가 뽑은 좋은 광고상' TV 부문에서 2010년도 TV 광고 '생각의 Move' 캠페인으로 본상을 수상했다. 2010년 새롭게 선보인 '생각의 Move' 캠페인은 금호타이어의 변화 의지가 담긴 메시지로 소비자들로부터 많은 공감을 이끌어 냈다는 평가를 받았다. 특히 기존의 타이어 광고와는 달리 제품 이미지를 최소화하고 금호타이어의 변화 의지를 대변하는 유명 저서의 문구와 호소력 짙은 보이스로 구성된 간결하면서도 인상 깊은 영상으로 '생각의 Move'라는 메시지를 더욱 효과적으로 전달하는데 기여했다. 금호타이어 광고를 시청한 소비자 박모씨는 "광고 속 <젊음은 나이가 만드는 것이 아니라 생각이 만드는 것이다>라는 카피와 가수 배철수, 배우 김혜수씨의 호소력 짙은 목소리에 큰 감동을 느꼈다"며 "기존의 틀을 깨는 새로운 형식의 타이어 광고라는 깊은 인상을 받았다"고 선택의 이유를 밝혔다. 한국광고주협회 주최로 1992년 재정되어 올해로 19회를 맞이하는 '소비자가 뽑은 좋은 광고상'은 대한민국 광고대상과 더불어 소비자들의 직접 참여로 광고의 창의성과 질적 수준을 평가하여 공정성을

인정받은 명실공히 국내 최고의 광고상이다. 그런 의미에서 금호타이어의 이번 수상은 소비자들로부터 직접 받은 평가라 더욱 빛을 발한다. 조동근 금호타이어 마케팅 담당 상무는 “이번 광고로 금호타이어의 새로운 변화 의지를 고객들과 함께 교감했다는 점에서 의미를 높게 평가하며, 앞으로도 고객들과 활발하게 소통하고 고객들의 마음을 움직이는 캠페인을 이어 가겠다”고 전했다.

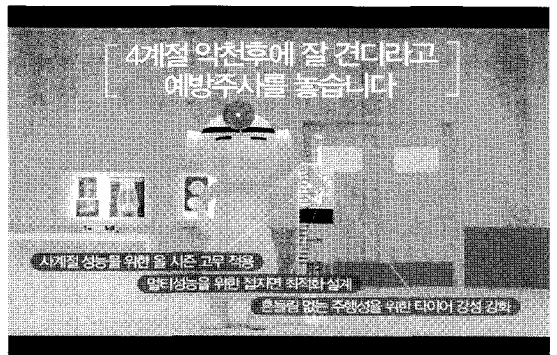
● 금호타이어, 유니세프 기부 행사로 '감동의 MOVE'

금호타이어는 2011 서울모터쇼 기간 동안 부스에서 진행되었던 '유니세프 티셔츠 만들기' 캠페인에서 모인 총모금액을 4월 15일 유니세프 측에 전달했다. 금호타이어는 지난 4월 1일부터 열흘 동안 일산 킨텍스에서 열린 2011 서울모터쇼에서 유니세프(UNICEF)와 함께 타이어 무늬의 롤러 스탬프를 이용한 'Happy Rolling Tire' 행사를 진행했다. 행사에 참가한 고객들은 세 가지 색상의 타이어 무늬 스탬프를 이용해 유니세프 로고가 새겨진 하얀색 셔츠에 자신이 직접 타이어 스탬프를 새겨 넣어 '나만의 티셔츠'를 만들고, 이후 행사장에 마련된 세계 아동 돕기 성금 모금함을 통해 자율적으로 기부에 동참하였다. 특히 이번 서울모터쇼의 금호타이어 행사장에는 '고스트 카'와 자동차 타이어가 장착된 연비 테스트용 타이어 자전거 등과 같이 관람객의 호기심을 유발하는 전시물들과 휴게 공간이 많아 어린이를 동반한 가족 단위의 관람객들이 많이 방문했으며, 이에 금호타이어와 유니세프의 세계 아동 돕기 이벤트에도 자연스럽게 부모들과 어린이들이 직접 참여하는 기회가 많아 그 의미를 한층 드높였다. 열흘 간 진행된 세계 아동 돕기 캠페인에는 약 1,800명이 기부에 참여했다. 15일 기금 전달식에 참석한 조동근 금호타이어 마케팅 담당 상무는 “서울모터쇼에서 기업의 홍보 행사와 더불어 관람객들이 참여하는 기부 행사가 열려 이를 통해 세계 아동들에게 따뜻한 마음을 전달할 수 있기를 바란다.”고 소감을 밝혔다.

● 금호타이어, 캐릭터 활용한 뽀뽀(fun fun)한 광고 선보인다

금호타이어가 지난 5월 1일 2011년도 새TV CF '생각의 MOVE' 2차 광고를 런칭했다. 기존 광고의 틀을 깨는 참신한 형식으로 좋은 반응을 얻었던 지난 광고에 이어 이번 광고에서는 타이어를 전면에 내세우지 않고 캐릭터를 등장시켜 주요성능을 재미있는 스토리로 고객들에게 친밀감을 전달한다.

이번 광고에서는 1차 캠페인의 연장선으로 캐릭터를 활용해 타이어 선택 시 우선적으로 고려해야 할 속성인 안전성, 배수성과 승차감을 컨셉으로 하여 광고 세 편을 동시에 방영한다.



이번 광고에는 세 편 모두 캐릭터를 등장시켜 코믹함 속에서도 제품 정보에 대한 쉬운 이해를 돕고 있다. 심플하지만 친근감 있는 바디 라인과 타이어모양 귀를 포인트로 한 캐릭터는 기존의 무거운 이미지를 벗고 고객에게 한걸음 더 다가가고자 하는 기업의 변화된 모습을 표현하고 있다.

조동근 금호타이어 마케팅 담당 상무는 “타이어에 대한 소비자의 관여도는 낮은 편이므로 타이어나 빅모델을 내세우는 데는 한계가 있다. 이러한 광고적인 한계를 극복하고자 캐릭터라는 새로운 광고 소재를 도입하여 시도한 것이 이번 광고의 가장 큰 특징이라고 할 수 있다.”며 “이번 광고를 통하여 고객과의 친밀도를 높이고 타이어에 대한 관심을 높일 계기로 삼을 것”이라고 말했다.

❶ **금호타이어, 분데스리가 함부르크SV와 스폰서십 체결**
 금호타이어는 2007년부터 후원했던 맨체스터 유나이티드(MU)에 이어 세계 3대 빅리그로 꼽히는 독일 분데스리가의 함부르크 SV와 2개 시즌(2011~2013) 스폰서십을 체결했다. 함부르크 SV는 국가대표 슈퍼 루키인 손흥민과 네덜란드 국가대표로 활약했던 루트 판 니스텔로이(Ruud van Nistelrooy)가 뛰고 있는 124년 전통의 독일에서 가장 오래된 명문 축구팀이다. 금호타이어와 함부르크 SV는 올 시즌 마지막 경기를 앞두고 현지시간 5월 12일 오후 함부르크 SV 홈구장에서 열린 공식 기자회견을 통해 함부르크 SV와 금호타이어 간 2011~2013 시즌 스폰서십 체결을 발표했다.

세계적인 자동차 강국인 독일에 유럽 지역 본부를 두고 있는 금호타이어는 최대의 상업의 중심지이자 스포츠 도시인 함부르크에서 스포츠 마케팅을 통한 독일 및 유럽 시장 공략의 새 포문을 열게 되었다.

금호타이어는 프리미엄 자동차의 본고장이자 유럽국가들 중 축구 선호도가 가장 높은 독일을 중심으로 벤츠, BMW 등의 명차에 걸맞은 프리미엄 이미지 제고와 함께 현지 소비자 공략을 위해 분데스리가를 선택했다고 밝혔다. 분데스리가는 잉글랜드 프리미어리그, 스페인 프리메라리가와 함께 세계 3대 빅리그로 꼽히며, 타 리그를 압도하는 관중 동원력(2009~10 시즌 평균 41,082명, 프리미어리그 34,151명, 프리메라리가 28,286명)과 탄탄한 구단 재정으로 과거의 명성을 탈환하고 있다.

정창중 금호타이어 독일법인장은 "이번 함부르크 SV와의 파트너십은 최근 기본에 충실하고 흑자경영을 이룬 분데스리가처럼, 품질 혁신과 고객 만족이라는 기본에 집중해 재도약을 이뤄내겠다는 금호타이어의 의지를 담고 있다"고 강조했다.

1887년 창단한 함부르크 SV는 독일 분데스리가 우승 6회, FA컵 우승 3회를 기록한 바 있으며, 평균 관중 5만 4,811명(2009~10 시즌 기준)으로 세계 축구 클럽 중 관중 동원력 10위에 등재된 인기 명문팀이다.

금호타이어는 함부르크 SV와의 스폰서십 계약에 따라 경기시 디지털 광고 보드, 입장권, 홈페이지 등에 금호타이어 로고 노출 그리고 함부르크 SV 선수가 참여하는 팬미팅, 금호타이어 스폰서 데이 등의 주요 권리를 갖게 된다.

❶ **금호타이어, 삼성화재 제휴로 고객만족 시너지 효과 기대**

금호타이어는 삼성화재와 고객 서비스를 위한 전략적 제휴를 맺고 본격적인 공동 마케팅을 실시한다.

이번 제휴를 통해 금호타이어와 삼성화재는 자동차와 보험의 연계 부문을 최대한 협업해 매출 확대에 효과적으로 반영할 계획이며, 이종 업체간의 협업을 통해 다양하고 차별화된 고객 서비스를 제공할 예정이다.

양사는 고객의 안전을 최우선으로 생각하는 차원에서 제휴를 모색하게 되었다고 밝혔다. 이번 협약으로 양사는 고객 만족도 향상과 신규 고객 창출, 매출 증대 등의 시너지 효과가 나타날 것으로 기대하고 있다.

향후 금호타이어는 삼성화재 고객과 임직원을 대상으로 ▲ 타이어 할인 혜택 ▲ 휠 얼라인먼트 무상 점검 서비스 ▲ 할인 쿠폰 제공 ▲ DM 발송시 금호타이어 이벤트 내용 안내 등 다양한 서비스를 제공할 예정이며, 삼성화재는 전략적 파트너로서 금호타이어 판매 대리점의 안전 관리를 위한 다양한 보험상품을 도입할 예정이다.



금호타이어는 최근 여러 기업들과의 제휴를 통하여 고객들에게 다양한 혜택을 제공하고 있다. 이마트와 제휴를 맺고 쇼핑과 주유, 타이어 교체 및 점검까지 한 장소에서 모든 것을 해결하는 소비자 중심의 원스톱 서비스를 진행하고 있으며, 신한 카드와의 제휴를 통해 할인 혜택과 무이자 할부 서비스를 제공하여 소비자와 대리점주들로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

최혜역 금호타이어 영업 담당 상무는 "이번 삼성화재와의 업무협약 체결은 양사의 고객들에게 다양한 혜택을 제공하여 고객의 서비스 만족도를 높이고 양사 역시 고객 확보와 매출 증대 등의 시너지 효과를 창출 할 수 있는 윈윈 마케팅이 될 것으로 기대한다"며 "앞으로도 다양하고 차별화된 고객 서비스를 제공하여 최고의 고객 만족 기업이 되도록 노력하겠다"고 밝혔다.

● 금호타이어, 中모터스포츠 마케팅 업그레이드

금호타이어는 6월 24일 차이나랠리챔피언십(China Rally Championship;이하 CRC) 참가 팀인 중국 '동남만우'와 상해 힐튼 호텔에서 후원 계약을 체결하고 본격적인 중국 모터스포츠 마케팅에 시동을 걸었다. 이번 후원 계약 체결에는 김형우 금호타이어 기획마케팅 상무와 중국의 유명 연예인이자 '동남만우' 팀의 대표인 Mr. Fanfan이 참석한 가운데 치러졌다.

김형우 상무는 "이번 후원 계약 체결을 통해 금호타이어의 기술력을 중국에서도 다시금 입증하고 중국의 소비자들에게 친숙한 브랜드로 자리매김하는 계기가 되었으면 한다."고 소감을 밝혔다.

금호타이어는 이미 중국에서 아시아 포뮬러 르노(Asia Formula Renault)의 공식타이어로 참가하여 활발한 모터스포츠 활동을 펼치고 있다.

이와 더불어 이번 CRC 참가를 통해 랠리(Rally) 경기에서 금호타이어의 기술력을 입증하고 적극적인 모터스포츠 마케팅 활동으로 중국 시장에서 브랜드 위상을 제고할 계획이다.

또한 우수 딜러 초청 이벤트와 현장이벤트 등을 통해 중국 소비자들과의 직접적인 만남을 계획하고 있다.

금호타이어가 후원하는 '동남만우' 팀은 CRC의 최고 클래스인 'N4'에 참가하고 있으며, FIA(국제자동차연맹) 공인 오프로드 랠리 대회인 아시아퍼시픽랠리챔피언십(APRC)와 같은 국제 대회에도 출전하고 있다.

호주에서 열린 지난 APRC 2전에서는 우승을 차지하기도 했다. 99년 첫 대회를 시작으로 12년의 역사를 이어가고 있는 CRC 대회는 중국 전역을 무대로 약 100여대의 차량들이 참가하여 치열한 경쟁을 펼치는 중국 최고의 Rally 대회 중 하나다.

오는 7월 2일 중국 간쑤성 장예시에서 2전이 개최되며, 연간 총 6전의 레이스가 열린다.

● 금호타이어, 뉘버그링 24시 D1T클래스 우승

금호타이어가 세계 3대 내구레이스중 하나인 '독일 뉘버그링(Nurburgring) 24시 D1T클래스에서 우승을 차지했다고 밝혔다.

독일 뉘버그링 24시는 르망 24시, 벨기에 SPA 24시와 더불어 세계 3대 내구 레이스 경기의 하나로 24시간을 온로드 서킷을 질주하여 순위를 가리는 경기로 기록보다는 완주가 더 중요하다.

또한 최고의 내구레이스라는 명성답게 아우디, BMW 등 세계 유명 완성차업체들과 타이어를 비롯한 다수의 부품업체들이 참가하여 극한의 조건에서 제품의 기술 경쟁이 치열하기로 유명하다. 내구레이스에서는 특히 자동차 및 타이어의 내구성은 순위를 결정하는 가장 중요한 요소라고 할 수 있다.

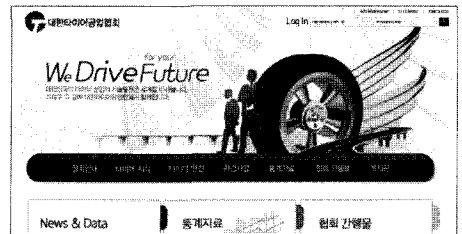
올해 처음으로 참가한 금호타이어는 준프로급 클래스인 D1T클래스에서 자사 제품을 장착한 푸조 RCZ팀이 치열한 접전 끝에 24시간 00분 45.597초의 기록으로 가장 먼저 결승선을 통과하여 우승을 차지했다. **☑**



>> > > 협회 소식

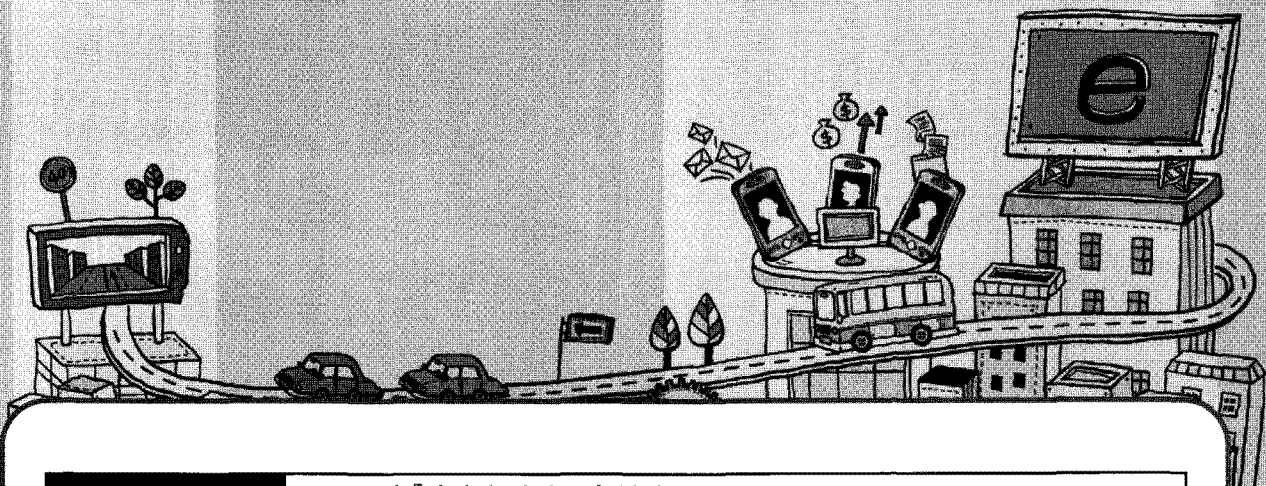
News 01 홈페이지 개편, 7월 초 오픈

우리협회는 방문자의 편의성과 홈페이지 기능성 제고를 위하여 협회 홈페이지를 개편, 지난 7월 초 오픈하였다. 이번에 새롭게 선보인 홈페이지는 편리한 기능 및 구성, 인터페이스 사용으로 방문자의 편의를 도모하고 홈페이지 사용자에게 더욱더 많은 정보를 제공하는데 초점을 두어 제작되었으며, 대한민국 타이어산업의 세계적인 위상을 모티브로 디자인되었다. 개편 주요 내용을 보면, 타이어소비자의 타이어에 대한 관심과 안전사용·관리 의식 제고를 위하여 타이어에 대한 기본지식과 안전사용 관련 내용을 보다 친근하게 나타내었으며, 통계자료 부문 내용과 사용기능성을 보강하였고, 협회간행물 부문은 e-book 형식을 이용하여 잡지를 보듯이 넘겨 볼 수 있도록 편의성을 제공하였다.



News 02 천연고무 수급안정화 방안 검토

협회는 최근 천연고무 가격 급등 및 수요 확대에 따라 국내 타이어업체의 수급안정화와 비용 절감을 통한 수익성 개선을 도모하고자 금년 6월초 천연고무 수급안정화 방안 검토 및 조사에 착수하였다. 최근 국내외 타이어업체는 원재료의 가격 급등 및 심한 변동에 따라 안정적인 수급에 있어 큰 고통을 겪어 왔으며, 특히 타이어제조에 있어 큰 비중을 차지하고 있는 천연고무의 경우 2009년부터 금년 초반까지 계속적으로 사상 유례 없는 가격급등세를 보여 전 세계 타이어업체들은 제품가격으로의 전가, 천연고무 대체제 개발 등 대응방안 모색에 고심을 거듭하고 있다. 협회는 지난 5월 13일 타이어제조사 구매팀과의 회의를 통하여 검토 방향을 설정하고, 사전 조사를 통한 현황파악과 천연고무 생산국 등 현지 시장 조사를 통한 실제적인 정보 수집을 실시하였다. 협회는 상기 활동을 통해 수집된 정보를 바탕으로 천연고무 수급의 최적안을 도출, 정리하여 조만간 업체에 송부할 계획이다.



News 03 2011년 『타이어 안전주간』 실시

협회는 금년 6월 넷째주(6월20일~24일)에 '타이어 안전주간' 행사를 실시하였다. 금번 행사는 작년에 이어 두 번째로 실시되었으며, 타이어제조사 및 유관기관과 합동으로 적정공기압 유지 등 타이어의 올바른 사용법을 홍보하였다. 안전주간 행사는 지방자치단체 5곳(용인시청, 충북도청, 전북도청, 경남도청, 제주시청), 고속도로 휴게소 1곳(횡성휴게소)과 타이어제조사의 전국 지점 및 대리점에서 실시되었으며, 타이어 무상 안전점검 서비스 제공과 함께 '타이어 에너지 효율등급제도'에 대한 홍보활동이 이루어졌다.

협회는 보다 많은 운전자들이 올바른 타이어의 사용법을 인지토록 '타이어 안전주간' 기간 외에도 다양한 홍보활동을 추진할 계획이다.



News 04 2011년 상반기 수입할당관세 추천업무 시행 결과

정부는 지난해 말 '민생 물가안정 대책'의 일환으로 타이어부문에 있어 수입할당관세제도를 도입·시행하였으며, 금년 상반기에도 동 제도 유지하여 추천 한도물량 총 80만개에 대하여 현행 8%의 기본관세율을 4%로 인하하는 조치를 시행하였다. 이와 관련하여 우리 협회는 할당관세 추천기관으로 지정되어 추천업무를 진행하고 있다. 금년 상반기 추천 한도물량 중 90.3%인 72만개에 대하여 추천신청을 받았으며, 이 중 타이어 제조업체의 비중은 49%에 달하였다. 한편, 타이어 부문 수입할당관세제도는 금년 하반기에도 시행된다. **K**

<2011년 상반기 승용차용 타이어 수입할당관세 추천실적>

	배정량(개)	추천실적(개)	추천율(%)
타이어 제조업체	390,000	354,059	90.8
타이어 수입업체	390,375	368,655	94.4
예비수량	19,625	0	0
합 계	800,000	722,714	90.3