

世界 타이어 産業 概觀

協會 李 光 宰

本資料는 美國 타이어業界 專門誌인 『Modern Tire Dealer』의 記者와 經濟分析家인 Reginald Duquesnoy*와의 인터뷰에서 나타난 世界타이어産業에 대한 市場概觀으로서, “Modern Tire Dealer”(84年 1月號)에 特輯으로 掲載된 것이다. 특히 同 分析家에 의하면, 日本 타이어 메이커 중에서 財閥그룹에 속하지 않는 타이어會社들이 美國市場에 浸透하는데에는 相當한 위험이 따르게 될 것이라고 하면서, 美國市場에서의 海外 타이어 企業들의 어려움을 指摘하였다.

(編輯者註)

○ 世界 타이어産業의 將來性은 ?

○ 基本的으로는 지금까지의 狀況과 크게 달라질 것은 없을 것으로 본다. 타이어産業은 最大限度로 팽창되어 있는데, 成長率이 낮은 産業이다. 앞으로의 成長展望도 向後 5年間に 1~2%의 成長率에 不過할 것으로 豫測하고 있다. 美國에서는 成長率이 平均以下로 低調할 것이나, 東南아시아 등 一部地域에서는 自動車의 販賣가 늘어남으로써 이보다는 더 크게 成長될 것으로 보인다. 타이어 販賣率의 成長에 대해서는 크게 增加될 것으로는 보지 않으나, 販賣數量이 增加되지 않는다고 하여 반드시 收入까지 增加되지 않는다고는 말할 수 없다. 價格構造가 現在보다는 좋아질 것으로 보아 收入이 10%정도는 增加되지 않을까 한다. 타이어産業에서 가장 優位를 차지하고 있는 企業에서는 이보다도 훨씬 높은 15%정도는 收入이 늘어날 것으로 본다.

地域別로는 美國이 트럭 타이어部門을 中心으로 아직도 Radial타이어로 轉換中에 있으므로

最惡의 상태에 달할 것 같고, 유럽市場은 現在 完全히 Radial化 되어 있으므로 景氣의 狀況에 따라 成長을 豫測할 수 있다. 世界의 其他地域에서는 生産能力이 不足하므로 投資만 한다면 다른 地域보다도 크게 伸長될 것으로 期待된다.

○ 世界的인 타이어 메이커別 豫測은 ?

○ 本人은 世界 타이어産業의 賣出額의 90% 이상을 차지하는 約20個社를 계속 研究하고 있다. 最近에는 타이어企業 ranking에 變動이 있었다. 例컨대 1980년에 賣出額에서 ranking 1位에 달했던 Michelin이 最高地位를 維持하지 못하고 곧 내놓고 말았다. 美國의 最大 메이커인 Good-year가 世界全體에서는 더욱 優位로 最高位置에서 있으며, Michelin은 유럽에서는 壓倒的으로 優位를 占하고 있다. 日本의 톱 메이커는 Bridgestone으로, 同社는 上昇一路에 있으므로 向後가 注目되고 있다. Firestone이 現在로서는 제 3位에 있으나 數年前부터 下向氣勢에 있으며, 어떤 面으로서는 Firestone의 市場占有率을 Bridgestone이 浸透하고 있다고도 볼

* Wall street誌의 Analyst였으며, 現在 Arnhold & S. Bleichroeder Inc. (國際調查部) 副社長임.

수 있다. 앞으로도 이들 大企業들이 業界를 主導해 나갈 것으로 본다. 現在 이들 企業이 市場의 58%를 장악하고 있다. 過去 10余年間은 이 資本集約的인 産業으로 採算이 맞지 않았다는 單純한 理由로 앞으로는 이러한 集中化가 더욱 進展될 것으로 보인다. 우리들은 지금까지 타이어 메이커의 一部가 그들의 企業體質이 虛弱할 정도까지 資本베이스가 縮小되어온 過程을 보아왔다. 最近의 例로서는 Dunlop 이다. 그러나 Dunlop 은 이러한 過程이 아직 完全히 끝났다고는 볼 수 없다. 언젠가는 Dunlop 은 나머지 資産까지도 Sumitomo 에 賣却하지 않을까 생각된다.

大企業은 더욱 擴大

- 小企業의 利益은 縮小 -

○ 이러한 變動이 世界 타이어 메이커 랭킹에 미치는 影響은 ?

○ 大企業들은 점점 더 커질 것이다. Good-year 는 적어도 現在의 水準을 維持하면서 市場占有率을 더욱 增加시킬 것으로 보인다. 大企業 메이커들은 실제로는 타이어事業에 再投資를 하지 않고 있는데도 불구하고 成長하고 있는 것으로 생각된다. 이들 大메이커들은 타이어産業 이외의 事業으로 많은 利益을 얻고자 하고 있다. 3大 타이어 메이커 중 Goodyear 만이 市場占有率을 가장 많이 伸長시킬 것으로는 보지 않는다. 지금까지는 Michelin 이나 Bridgestone 과 같이 타이어 事業만 專門으로 하는 企業들이 伸長되어 왔다. 지금까지도 Michelin 은 多邊化檢討나 타이어産業 이외에서의 成長을 企圖하고 있는 것 같지는 않다. 同社의 經營陣에서는 아직까지도 타이어産業에서는 征服할만한 分野가 남아있는 것으로 생각하고 있으며, 美國이나 또 가장 魅力의인 市場인 브라질 및 其他諸國에서의 새로운 市場을 指目하고 있을 것으로 생각된다. 또 물론 Bridgestone 도 있는데, 同社는 약간의 多邊化는 되어 있으나, 現在에도 타이어 事業을 中心으로 하고 있다.

○ Ishibashi (石橋) 氏는 10월에 非 타이어 事業을 15~25% 伸長하고 싶다고 했으나 이

것이 타이어事業을 伸長시키지 않겠다는 뜻은 아니라고 했는데 ?

○ 日本企業들은 年間 15%의 比率로 成長하지 않으면 그 事業은 失敗한 것으로 생각한다. 現在 日本의 인플레이션率은 零과 같다. 그러므로 실제의 收入增加를 생각한다면 日本企業은 너무나 野心的인 目標을 세우고 있는 것 같다. 美國이나 유럽市場에서 타이어 販賣가 增加되어도 Bridgestone 은 타이어만으로는 企業全體의 賣出額 增加目標을 達成할 수 없다고 생각한다. 또 日本 타이어 메이커의 非타이어事業은 企業全體로 볼 때에는 比較的 小規模에 불과하므로 그와 같은 成長率은 達成되지 않을 것으로 생각된다.

○ Bridgestone 은 年率 15%의 比率로 成長되고 있는지 ?

○ 最近까지는 그렇다. Bridgestone 으로서는 2年前이 轉換點이었다. 몇가지의 理由 때문에 狀況이 좋지 않았다. 1975年에서 1981年까지는 15%를 上廻하는 놀랄만한 成長記錄을 維持해왔으며, 圓貨로 換算하면 年間 17%, 美貨 달러로는 約25%의 比率로 늘어났다. 이러한 엄청난 成長率은, 當時 轉移動을 해온 日本 自動車産業의 伸長과 基本的으로 自動車産業과 併行된 日本 타이어産業의 伸長때문이었다. 日本의 國內市場도 좋았다. 日本의 타이어 메이커는 國際的으로 擴張하기 시작했으며, 中東에 쌓인 새로운 購買力의 큰 惠澤을 받기도 했다.

그 후 日本에서도 景氣가 後退하기 시작하여 日本의 自動車産業은 美國 및 유럽의 輸入規制로 氣勢가 급속히 떨어지고, 또 石油不足現象에서 石油過剩現象으로 바뀌게 되자 中東市場도 縮小되어 갔다. 따라서 Bridgestone 이 平均以上으로 成長될 수 있었던 狀況自體가 逆으로 不振하게 되고 말았다. Bridgestone 은 濠洲의 Uniroyal 社를 買收하여 美國의 特種용 타이어 市場의 占有率을 擴張함으로써 이러한 影響을 相殺하려고도 했으나, 同社에서는 以前의 記錄的인 成長을 다시 回復시킬 조짐을 現在에도 求하고 있다. 現在에는 日本市場이 차츰 回復되고 있는 것으로 생각하나 Bridgestone 을 비롯한

日本 타이어産業이 15%의 成長을 達成하기는 어려울 것으로 본다. 10% 정도가 現實的인 것으로 생각된다.

타이어에서 멀어져 가는 美國企業
— Firestone 의 例 —

○ 世界의 타이어市場 問題로 話題를 돌린다면?

○ 이미 말한 바와 같이 上位 3社는 점점 規模가 커지면서 收益도 改善되고 있으나, 반대로 小企業들은 利益이 점점 줄어들 것 같다. 逆說의으로 最近에는 小企業이 大企業에 대해서 한 가지 敎訓을 주고 있다. Cooper 나 Armstrong 같은 會社는 製品 라인을 좁히면서 特定市場에서 利益率을 높이고 있다. Firestone 이 잃은 部分에서는 Cooper 가 利益을 보고 있다. 또 Armstrong의 Sears 提携도 큰 힘이 되었다. 製品 라인을 좁힘으로써 적어도 當分間은 市場의 適當한 分野에 많은 投資를 할 수 있게 되었다.

○ 다른 메이커들에 대한 見解는?

○ 다른 모든 타이어 메이커들은 長期的으로 타이어産業에 헌신할지 안할지가 疑問이다. Firestone 은 타이어事業을 縮小함으로써 利益을 增加시킨다는 기발한 手완을 보였다. 現在는 타이어事業 이외의 分野에서 큰 利得을 얻고자 探索중에 있다. 또 Dunlop-Pirelli 聯合은 결별된 후에 Dunlop 은 어려운 立場에 놓이게 되었으나, Pirelli 는 한층 좋아졌다. Pirelli 는 高性能 타이어에서 크게 成功하였으며, 西獨에서는 同타이어의 販賣實績을 靑장히 올렸다. 또 Pirelli 가 브라질에서는 大 메이커이며, 同國은 現在

世界 타이어 産業 · 市場 概觀

(1982)

(單位 : 100萬달러, %)

	北 美		유 럽		日 本		其 他		計	
	賣出額	市 場 占有率	賣出額	市 場 占有率	賣出額	市 場 占有率	賣出額	市 場 占有率	賣出額	市 場 占有率
① Goodyear	3375	31	1050	13		0	1605	29	6030	22
② Michelin	1085	10	3315	41	25	1	575	10	5000	18
③ Firestone	1950	18	190	2			540	10	2680	10
④ Bridgestone	260	2	125	2	1390	45	300	5	2075	8
⑤ Pirelli	45	0	1145	14	10	0	565	10	1765	6
⑥ Dunlop	387	4	798	10			375	7	1560	6
⑦ Goodrich	1055	10	35	0			60	1	1150	4
⑧ Uniroyal	775	7					130	2	905	3
⑨ General	850	8					0	0	850	3
⑩ Continental	30	0	710	9	10	0	85	2	835	3
⑪ Yokohama	75	1			530	17	109	4	714	3
⑫ Sumitomo					545	17	98	5	643	2
⑬ Toyo	50	0			320	10	110	2	480	2
⑭ Armstrong	450	4					0	0	450	2
⑮ Riken	35	0			285	9	110	2	430	2
⑯ Cooper	370	3					0	0	370	1
⑰ Semperit	20	0	280	4		0	25	0	325	1
其 他	150		350	4		0	600	11	1100	4
合 計	10962	100	7998	100	3115	100	5287	100	27362	100

註 : 市場占有率은 어림셈이므로 合計(100%)와 일치하지 않는 것도 있음.

資料 : Arnhold & S. Bleichroeder 推定.

의 狀況에도 불구하고 좋은 市場으로 손꼽히고 있다. 그러나 Pirelli는 自體의 힘만으로는 世界的인 타이어 메이커로 살아남기는 어려울 것 같다.

⊕ Pirelli는 어떠한 共同出資會社(Joint venture)의 일부가 될 수 있을까?

⊖ Pirelli는 共同出資會社로는 理想的인 企業이라고 생각한다. Pirelli에는 뛰어난 技術이 있다. 그러나 共同出資會社를 그렇게 過大評價는 하지 않으며, 그로 인해서 均衡된 關係가 구축되리라고는 보지 않는다.

⊕ 다시 企業別로 論評해 주시지요?

⊖ 美國 타이어 메이커에 대해서 살펴보면, 美國 메이커들은 多邊化를 推進하기 위하여 타이어의 事業을 利用하려 하고 있다. 만일 타이어 事業을 買收할 企業이 있다면, 기꺼이 타이어 事業을 賣却할런지 모른다. General타이어는 이미 同社의 大部分의 事業이 타이어 이외의 다른 事業으로 變했다.

Goodrich는 年次報告書에서 PVC 事業에 대해서 특히 重視하고 있으며, 타이어 事業은 제 2線으로 물러나고 있다. 또 Uniroyal도 타이어 事業 이외의 分野에 投資를 하고 있다. 이것은 틀림없이 事業經營上으로 볼 때에는 좋은 일이나, 한편으로는 무엇에 集中하고 있다는 것을 나타내기도 한다. 즉, 타이어 産業에서는 떠나고자하는 것이다. 그러므로 美國의 二流 타이어 메이커들은 점차 타이어 事業에 대한 關心이 消滅되어 언젠가는 타이어 事業에서 물러나게 될 것으로 생각된다.

BS는 積極的인 對應策 必要
— 極東地域은 競爭深化 —

⊕ 日本의 Bridgestone에 대해서는?

⊖ Bridgestone은 日本의 타이어 메이커 랭킹에서는 他的 追從을 不許 단연 1位이고, 2位는 Sumitomo와 Yokohama가 熾烈한 경쟁을 하고 있다. Bridgestone은 國內市場에서 約 50%의 占有率을 차지하고 있다. Sumitomo는

遠大한 計劃으로 2年以内に 美國의 Dunlop을 買收할 가능성이 있다. 그렇게 되면 美國에서는 Sumitomo가 Bridgestone보다 높은 地位를 占할 것으로 보인다. 앞으로 Bridgestone은 어떤 時點에서 美國의 OE 事業에 參與하지 않으면 안되게 될 것이다. 周知하는 바와 같이 Bridgestone은 General Motors에 打診하고 있다. 따라서 BS는 앞으로 2~3年以内に 새로운 工場을 建設하든가 아니면 Firestone에서 工場을 하나 더 購入하게 될 것이다.

⊕ Bridgestone은 일종의 딜레마에 빠져 있다. 同社는 OE 事業에 參與하지 않고는 美國에 工場을 세우지 않겠다고 하나, 한편 美國에 工場이 없으면 OE 事業을 獲得할 수가 없다.

⊖ Bridgestone이 美國에 乘用車用타이어 工場을 세우지 않는 限, 美國市場에서 실제로 큰 地位를 차지하지는 못할 것이다. Bridgestone의 乘用車用 Radial타이어의 占有率은 2%以下로서 매우 실망할 정도이며, 同社의 規模에 比較한다면 너무나 터무니없는 比重이다. 물론 同社는 “日本 연줄”을 통하여 Honda에 OE用타이어를 供給하게 되었고, 自動車 메이커에서도 다른 主要 타이어 메이커에서 參與하는 것을 바라고 있는 것으로 안다. 물론 여기에는 危險도 있으나 이것은 事業에는 따르기 마련이므로 Bridgestone은 危險을 무릅쓰고라도 그렇게 하

美國 타이어 메이커 實績

(1982) (單位: 100萬달러, %)

	總賣出額	比重	營業利益	比重	마진率
Goodyear	6030	48	490	55	8
Firestone	2680	22	195	22	7
Goodrich	1150	9	67	7	6
Uniroyal	905	7	52	6	6
General	850	7	30	3	4
Armstrong	450	4	29	3	6
Cooper	370	3	34	4	9
Mohawk	140	1	11	1	8
計	12575	100	9880	100	

註: 比重은 어림셈이므로 計(100%)와 一致하지 않음.

資料: Arnhold & S. Bleichroeder의 推定.

지 않으면 안 될 것이다.

○ Sumitomo 와 Yokohama 의 競争에서 Yokohama 는 ?

○ Yokohama 와 Sumitomo 는 거의 같은水準의 企業이다. 本人이 알고 있는 바로는 兩社는 다같이 우수한 타이어를 製造하고 있으며, 특히 젊은이用 高性能 타이어市場을 中心으로 革新的인 마케팅 技術을 採用하고 있다. 또 現在에는 韓國의 메이커들이 타이어를 成長되는 市場으로 指目하고 있으므로 極東에 있어서의 競争은 더욱 激化되고 있으며, Yokohama 는 落後되지 않으려면 어떤 大膽한 試圖를 하지 않으면 안 될 것이다. 이들 企業은 美國에서 共同出資會社(joint venture)를 구할 가능성도 있다.

○ Yokohama 는 財政적으로 買収가 가능한 것인지 ?

○ Yokohama 타이어는 財閥 그룹에 속하는 Sumitomo 고무와는 달리 大企業 그룹의 一部는 아니다. 日本의 한 業界에서 世界的인 企業을 2社 이상이나 지켜나갈 수 있을지는 疑問이다.

○ 其他 檢討할만한 極東地域의 타이어 메이커는 ?

○ 韓國 메이커들에 대한 말인줄 안다. 자세한 것은 알 수 없으나, 나의 印象으로는 韓國 메이커는 實質 以上の 評價를 받고 있는 것으로 안다. 韓國 메이커들은 最近에 美國市場으로 놀랄만큼 輸出을 增加시키고 있는 것은 사실이다. 지금 자세한 資料는 갖고 있지 않으나, 韓國의 타이어産業 全體로는 年間 約 3억5,000萬

유럽 타이어 메이커 実績

	(單位 : 100萬달러, %)				
	總賣出額	比重	營業利益	比重	마진率
Michelin	5000	51	42	22	1
Dunlop	1560	16	37	19	2
Pirelli	1765	18	90	46	5
Continental	835	9	31	16	4
Semperit	325	3	-15	-8	-5
其 他	250	3	10	5	4
計	9735	100	195	100	

資料 : Arnhold & S.Bleichroeder 推定.

달러 정도이며, 이 중에서 約 半정도는 輸出에 의한 것으로 본다. 이들 輸出製品의 大部分은 美國에서 販賣되고 있다. 그리고 韓國 메이커들은 놀랄만한 價格으로 中級製品을 製造하고 있는 것으로 안다. 現在 그렇게 關心될만큼 떠들썩할 필요는 없다고 본다.

○ 유럽 타이어 메이커, 특히 Michelin 에 대해서 ?

○ 아시다시피 Michelin 은 너무나 情報를 發表하지 않으므로 事態를 理解하기 어렵다. 1982年 業績에서 Michelin 은 큰 잘못을 犯한 것으로 나타났다. 同社가 昨年 1年間에 株主의 資産 3分の 1을 단번에 削除해버린데 대해 놀라지 않을 수 없었다. Michelin 에서는 이러한 큰 變動을 너무 가볍게 取扱하고 있다. 赤字는 40억 프랑으로 늘어나 타이어産業에서 史上最高의 赤字를 記錄하였다. 여기에 필적될만한 것은 鐵鋼産業뿐이다. 同社는 1983年에도 前年만큼은 되지 않으나 역시 赤字를 면치 못할 것으로 보인다. 그렇다면 Steel Radial 타이어의 發明者이자 世界的으로도 有名한 Michelin 이 이러한 어려운 사태에 直面하게 된 理由는 무엇일까. 첫째, Michelin 은 成長과 市場占有率의 擴大에만 계속 集中해온 결과 景氣狀況을 옳게 判斷하지 못했다. 물론 많은 企業들이 이러한 잘못을 범할 수는 있다. Michelin 은 投資를 일종의 宗教처럼 믿고 있었으며 美國 및 브라질에서 生産能力을 擴張하고 있는 도중에 世界的인 不況을 直面하게 되었으나, 投資 베이스를 늦추지 않았다. 두번째 잘못은, 그들의 在庫水準이 대단히 높다는 점에서 判斷하여 景氣不振에도 不拘하고 타이어生産을 계속한 것으로 본다. 同社는 再次 成長이 가능하리라고 期待하면서 在庫를 계속 늘렸으나, 결국 以前과 같은 成長은 期待할 수 없었다. 同社는 在庫整理, 從業員의 一時歸休 및 多額의 金利 등으로 打撃을 받았다. 끝으로 Michelin 의 製品構成과 地域別販賣構成을 살펴보면 너무나 유럽 志向의이며, 同社 賣出額의 3分の 2를 유럽市場에서 차지하고 있다. 同社는 유럽 타이어市場의 約 40%(트럭용 타이어 50%, 乘用車용타이어 30%)를 차지하고 있으

므로, 유럽市場의 影響을 매우 많이 받게끔 되어 있다. 또한 트럭용타이어 販賣가 떨어짐에 따라 同社가 트럭용타이어의 影響을 많이 받게 쉬웠던 것이 하나의 큰 打擊이었다.

問 그렇다면 Michelin의 將來가 매우 침울한 데?

答 問題點은, 同社가 短期間에 그러한 狀況을 시정할 것 같지 않다는 데에 있다. 本人이 直接 얻은 情報에 의하면 同社는 美國 및 유럽에서 市場占有率을 다시 잃고 있으며, 특히 西獨에서는 더甚하다. 또 同社의 基盤인 프랑스는 '유럽의 其他諸國에 比하면 回復이 늦다. 結局 Michelin은 是正이 지연되어 氣勢를 잃게 되었다.

Michelin은 後退

—유럽 市場은 激戰地—

問 그러면 Michelin은 어떠한 立場에 놓이게 될까?

答 同社는 現在에도 트럭용타이어市場을 中心으로 優勢를 維持하고 있으며, 世界 제 2位를 굳건히 지키고 있다. 1982年 統計에 의하면 Goodyear가 22%, Michelin이 18%, Firestone이 10%, Bridgestone이 8%의 舍어를 確保하고 있다.

Michelin은 앞으로 풀 수 없는 異常한 體質을 그대로 維持할 것 같다. 本人은 Michelin의 神話가 조금씩 사라지고 있는 것으로 생각된다. 現在로서는 同社가 오직 제 2의 큰 타이어 메이커에 不過하다.

問 Michelin이 氣勢를 回復하기 위해 해야 할 일은?

日本 타이어 메이커 実績

(1982) (單位: 100萬달러, %)

	總賣出額	比重	營業利益	比重	마진率
Bridgestone	2075	48	150	66	7
Yokohama	714	16	20	9	2
Sumitomo	643	15	33	14	4
Toyo	480	11	5	2	1
Riken	430	10	20	9	5
計	4342	100	228	100	

資料: Arnkold & S. Bleichroeder 推定.

問 規模의 크기를 생각한다면 焦點이 되는 것은 美國市場이다. 유럽은 偉大한 技術을 開發한 곳이며, 美國은 偉大한 販賣業者들이 活躍하는 곳이다. 또 美國은 技術面에서도 따라 붙었다. 유럽 메이커, 특히 Michelin은 마케팅能力에서 美國을 따라갈 수 있을런지, Michelin은 同社의 우수한 타이어를 美國市場에 移植하였으나, 美國에서는 消費者들의 反應이 좋아, 商人들은 단순한 仲介役割 밖에 하지 않는다고 생각했다. 그래서 많은 商人들은 Michelin에 대해 敵對的인 姿勢를 취하게 되었고, 또 다른 競爭社에서는 이 점을 利用하게 되었다. Michelin은 商人들에 대한 姿勢를 고쳐야 할 것이다.

問 제 3位인 Firestone이 Michelin을 능가할 수 있을런지?

答 그렇지는 못할 것이다. Firestone의 資本이 아직은 타이어産業과 결부되어 있다 할지라도 同社에서는 이미 타이어産業을 그렇게 主要視하지 않고 있다. 만일 同社가 事業을 더 縮小시킴으로써 더 큰 利益을 얻을 수 있다면 同社는 事業을 縮小할 것으로 본다. Michelin은 世界 제 2位의 자리를 緩慢히 지켜나가면서 今年이 아니더라도 어쨌든 美國에서 市場占有率을 增加시킬 수 있을 것으로 본다.

問 Continental에 대해서는?

答 Continental은 西獨自動車 메이커와 西獨의 財政機關의 援助가 없다면 1980年代에는 살아남지 못할 것이다. 西獨의 經濟는 대단히 健全하며 西獨市場도 回復途上에 있으므로 Continental도 약간의 利益을 올리고 있다. Dunlop이 脱落되었기 때문에 유럽에서는 Michelin外에는 라이벌 企業이 2個社 밖에 없으며 그 중에서 하나가 Continental이다.

問 유럽의 타이어 메이커 랭킹은?

答 Michelin이 市場의 約 40%를 占有하여 제 1位에 있고, 2位는 市場占有率 15% 정도인 Pirelli, 3位는 13%인 Goodyear, 4位가 Continental로서 約 9% 정도 된다. 그 밖에도 Semperit, Vredestein, Kleber, Firestone 등이 다소의 占有率을 가지고 있다. (p.19에 계속)

北美地域이나 아시아 先進國에 있어서는 트럭·버스의 廢車를 자주 遲延시킴으로써 1980년에는 平均壽命이 높아졌으나, 1980年代에는 平均壽命이 다소 감소되고 廢車臺數가 많이 增加될 것으로 보아 1980年の 높았던 平均壽命은 어느정도 平準化될 것이다.

新規登錄臺數의 展望은 부분적이거나 廢車臺

數의 영향을 받고 있다. 大部分의 地域에서 自動車保有臺數가 크게 늘어나지 않고 있는 것은 新規登錄臺數가 낮거나 또는 줄고 있기 때문이다. 이와같은 現象은 특히 大洋洲, 유럽, 中南美 및 南아시아 地域에서 나타나고 있다. 그러나 北美, 東아시아, 아프리카 地域에서는 成長 展望이 밝다. (다음 號에 계속)

☆

☆

☆

... <p.35의 계속>

⊕ 東歐圈諸國에 대해서는 어떠한지?

⊕ 가끔 이 地域에서는 주로 英國 및 西獨으로의 輸出이 急増되고 있는 것을 알고 있을 것이다. 그 理由는 오직 그들 나라에서 永久的인 基盤을 구축하려는 것이 아니라, 外貨獲得에 있는 것 같다.

⊕ 타이어 産業의 다음 不況은 어느 時期로 보는지?

⊕ 現在 타이어 産業은 대단히 上昇一路에 있으며, 다음 危機를 豫測하기는 困難하다. 1984年은 健全한 해로 보이나 1985年에 대해서는 이미 疑問視되고 있다.

⊕ 世界の 타이어 産業은 過剩生産能力의 問題를 克服하였는지?

⊕ 美國에서는 稼動率이 90%이고, 어떤 사이에 있어서는 타이어가 不足한 狀態이며, 過剩生産能力의 問題는 없어졌다고 본다. 유럽에서는 Dunlop 이 清算함으로써 過剩生産能力이 多少 削減된데 불과하다. 유럽에서는 稼動率이 現在에도 80%를 下廻하고 있는 것으로 안다. 유럽 메이커가 적어도 1個社 더 타이어市場을 떠나게 된다면 누구에게도 좋아질 것으로 생각한다. 日本은 回復期에 있으며 심각한 過剩生産能力의 問題는 없다. (Modern Tire Dealer 1月號)

... <p.52의 계속>

1983年 타이어 生産量은 타이어 메이커 및 販賣商들의 在庫量 때문에 販賣量보다는 약간 낮을 것으로 보인다. 멕시코 政府는 以前까지의 구조적인 貿易赤字를 조정하기 위하여 經濟政策을 再評價하고 또 輸出市場을 多邊化하기 위하여 1985年까지는 계속 輸入을 制限시킬 것으로 보인다. 그러나 이와같은 政策變動으로 生産量이 많이 增加될 것으로는 보이지 않으며, 輸入도 需要關係로 多少는 이루어질 것으로 예상된다.

1983年 이후로는 Steel Radial타이어의 長點 때문에 그 生産量이 每年 增加되어 멕시코의 乘

用車用타이어市場에서는 Radial타이어의 占有率이 늘어나고 있다. 現在 新工場建設이나 工場增設에는 거의 投資를 하지 않고 있으나, Steel Radial타이어 生産工場에는 大部分 投資를 하고 있다.

工場稼動率이 1986~1987年까지는 增加되겠지만, 1984年 이후는 新規生産能力擴張은 거의 없을 것이며(어떤 既存施設은 그때가서 完成되는 것도 있음), 앞으로 있을 變化는 다만 技術習得 문제인 것 같다. 그리고 1987年까지는 生産能力이 과잉상태이므로, 工場稼動率은 계속 낮을 것으로 보인다. (Rubber Trends, 1983 No. 4)