

美國의 輸入 타이어, 輸入業體

金 民*

1. 概 況

1988年度에 美國은 약 4,850만개의 타이어를 輸入했는데, 이를 金額으로 換算하면 약 20억달러가 된다. 美國 달러貨의 弱勢와 '바이 아메리칸' 政策에도 불구하고 타이어 輸入은 아직도 비중이 큰 事業임에 틀림없다. 美國 交換用 타이어市場에서 輸入 타이어가 차지하는 비율은 13.7%이며, 乘用車用 타이어의 경우는 25%나 된다.

輸入量은 1980年代에 들어와 漸増하고 있는바, 그 趨勢를 보면 1980年度の 1,600만개에서 1988年度에는 4,850만개를 記錄함으로써 世界의 타이어 産業의 動向을 짐작할 만하게 하였다.

지난 수년간 달러貨의 弱勢가 지속됨으로써 輸入價格의 引上을 强要하기도 하였지만, 需要의 增加 및 國內 供給量의 부족으로 輸入은 계속 增加하여 記錄을 更新하였다.

일부 專門家의 分析에 따르면 美國의 타이어 生産能力(MTD가 推定하기로는 1990年代 中盤까지 日産 12,300개 이상)이 앞으로 增強됨으로써, 輸入은 점차 鈍化될 可能性도 없지 않으나 가까운 將來에는 어려울 것이다.

2. 1989年初의 타이어 輸入量

1989年度 1/4分期의 輸入量은 1年前에 비하여

乘用車用 타이어 부문이 14.4%, 輕트럭用 타이어 부문이 29.2% 增加하였는데, 이는 전체적으로 볼 때 13.4%를 上廻하는 增加率이다.

만약 이와 같은 增加趨勢가 지속된다면 今年度 美國의 타이어 輸入量은 5,500만개를 記錄하게 될 것으로 豫想된다.

그러나, 專門家들은 이와 같은 增加趨勢(특히 乘用車用 타이어 부문에서)가 지속될 것으로 보고 있지 않는데, 그 까닭은 1988年度 1/4分期의 輸入量이 年間輸入比重에 비해 가장 낮았기 때문에 相對적으로 今年度 1/4分期의 增加率이 높게 나타난 것으로 보기 때문이다. 따라서 乘用車用 타이어의 輸入量은 1988年度の 4,025만개보다 약 100만개 이상 줄어들 것으로 보았다.

Roulston & Co.의 研究擔當 副社長인 Saul Ludwig는 美國內에서 生産되는 Michelin 타이어의 數量增加를 감안해야 할 것이라고 하였다. 또한 McDonald & Co.의 首席副社長인 Harry Millis는 今年度の 輸入物量을 약 4,000만개 수준으로 보았다.

1988年度에 輸入된 輕트럭用 타이어는 239만개였는데, 이는 1987年度보다 5.9% 떨어진 數值이다.

1989年度에 들어와 輸入이 비교적 많이 增加하였으나, 向後 2~3年間은 거의 비슷한 수준인 250~300만개선을 유지할 것으로 Millis는 豫測하였다.

中型 및 大型 트럭用 타이어의 輸入量은 작년에

* 大韓타이어工業協會 業務部長

5.6%가 감소한 586만개였다. Millis는 이러한 규모는 1989년도에 약간 증가한 후 向後 2~3년에 걸쳐서 保合勢 내지는 弱增勢를 보일 것이라고 하였다.

이에 반해 Ludwing는 전체 트럭용 타이어의 輸入規模가 1,100만개까지 증가할 것이라고 豫想했다. 그러나, 1990년에는 乘用車용 및 트럭용 타이어 부문은 모두 減少趨勢를 보일 것인바, 이는 美國內에 있는 外國의 타이어業體들이 그들의 美國內에서의 生産을 증가시킬 것으로 보기 때문이라고 Ludwing는 말했다.

달러貨가 趨勢일 때에는 美國市場을 겨냥한 美國內 外國의 타이어製造業體들의 販賣網 構築努力이 다소 弛한 것으로 보았다. 그러나, Ludwig는 外國의 타이어業體들이 그들의 生産製品을 계속 消化시키기 위해서는 美國內에서의 그들의 生産을 뒷받침해줄 販賣網을 構築하지 않으면 안되는데, 그들은 長期的인 利益보다는 短期的인 損失을 더 우려하고 있는 것 같다고 말하였다.

〈表 1〉 수입 타이어 시장의 변화

(單位: 百萬個, %)

地域別	年度 및 比率	乘用車	輕트럭	中·大型 트럭	總計
美洲地域	1988	13.83	0.42	1.11	15.36
	1987	14.19	0.52	1.73	16.44
	%(+, -)	-2.5	-19.2	-35.8	-6.6
極東地域	1988	14.98	1.46	2.85	19.29
	1987	12.33	1.46	2.64	16.43
	%(+, -)	21.5	-	8.0	17.4
유럽地域	1988	11.20	0.46	1.60	13.26
	1987	11.49	0.50	1.70	13.69
	%(+, -)	-2.5	-8.0	-5.9	-3.1
其他地域	1988	0.24	0.050	0.30	0.59
	1987	0.28	0.057	0.17	0.51
	%(+, -)	-14.3	-12.3	76.5	15.7

資料: U. S. Bureau of Census. %는 1987年度와 1988年度 사이의 出荷量 變化를 반영한 것임.

3. 달러貨 弱勢의 영향

달러 價値는 輸入에 영향을 미치는 것은 사실이지만, 輸入物量보다는 輸入國家에 더 큰 영향을 미친다고 Millis는 말하고 있다. 예컨대, 달러貨 強勢國家로부터 브라질, 멕시코, 스페인과 같은 달러貨 弱勢國家로 輸入先이 바뀌어가고 있으며, 따라서 日本으로부터의 輸入增加率이 鈍化되고 있음이 이를 反證하고 있다고 하였다.

달러貨가 強勢가 되면 輸入價格을 떨어뜨려 國內 製造業體들은 그들의 生産製品價格을 그 水準에 맞추려고 한다. 그와 반대로 달러貨가 弱勢가 되면 輸入價格이 올라가게 되어 輸入은 매력을 잃게 된다.

그동안 달러 換率이 美國이 타이어 輸出入에 상당한 영향을 미쳤는바, 이에 따라 純收入은 減少하였다(여기에서 純收入이란 輸入量에서 輸出量을 뺀 것을 말한다).

U. S. Bureau of Census statistics 통계에 의하면 1986년도에 520만개를 輸出한 이후 美國의 타이어 輸出은 急激히 增加하였다. 그해의 純輸入量은 3,640만개였다.

1987年度の 輸入量은 1986년도보다 거의 2배나 증가하였으나, 輸入增加率이 13.7%에 그침으로써 結果적으로 純輸入量은 3,710만개가 되었다. 그리고, 1988년도에는 輸出量이 1,600만개나 되어 純輸入量은 3,250만개로 減少하였다.

달러貨의 弱勢는 企業의 國際化를 促進하는 要因이 되어 Bridgestone, Sumitomo, Pirelli와 Continental이 北美의 타이어工場을 매수하는 데 중요한 영향을 미쳤다. 달러貨의 價値가 떨어지기 전 가장 활발히 國際化를 추진했던 타이어業體는 Goodyear와 Michelin이었다.

또한 달러貨의 價値는 市場에 상당한 영향을 미치고 있다. 즉, 달러貨의 強勢로 인하여 1984年度와 1985년도에 美國에 輸入된 타이어는 최소한 200만개는 될 것이다.

그러나, 이제는 狀況이 바뀌어 美國의 타이어業體들이 유럽으로 타이어를 輸出하기에 이르렀다고

Millis는 말하고 있다.

Ludwing도 이제는 供給이 약간 달리는 市場狀況은 아니라고 했다. 만약 그런 것이 있었다면 그것은 다른 理由 때문일 것이라고 했다.

4. 極東地域으로부터의 輸入增加

1988年度에는 極東地域, 특히 日本으로부터의 輸入이 많이 증가하였다. 그리하여, 1,400만개 이상을 美國에 輸出한 日本은 2位인 캐나다와의 隔差를 크게 벌려 놓았다(表 1 참조).

캐나다와 日本의 輸出量合計는 약 2,400만개로서, 이는 美國의 總輸入量의 50%에 가까운 物量이다. 그리고, 이는 美國 交換用 타이어市場의 12.5%를 차지하는 物量이다.

1988年度 極東地域으로부터의 輸入量은 1,929만개로서 1987年度 對比 17.4%가 증가한 약 300만개였다.

Toyo의 마케팅 담당 부사장인 Earl Knoper는 이러한 현상의 이유를 乘用車用 高性能 타이어의 需要增加가 日本 타이어業體들의 관심을 끌었음 뿐만 아니라 타이어의 高性能化가 강조되고 있는

데다 日本 타이어業體들이 高品質·高性能 타이어를 生産하고 있다는 消費者들의 認識이 있었기 때문이라고 하였다.

한편, Sumitomo의 마케팅 담당 부사장인 Bob Phoenix는, 많은 日本 브랜드 製品이 전통적으로 美國産만 選好하는 地域에서 人氣를 얻게 됨으로써 東部와 西部地域뿐만 아니라 이제는 國産品愛用心이 강한 中部地域에서까지도 日本産 製品에 대한 選好도가 높아지고 있다고 하였다.

美國의 市場 세어 爭奪에 있어서 日本이 계속해서 有利한 高地를 확보하고 있을 뿐만 아니라, 韓國도 再起함으로써 아시아 地域 國家들은 自身들을 世界의 有數한 輸出國으로서의 立地를 굳게 다졌다.

極東地域國家들은 1986年 후반과 1987年 한 해 동안 달러貨 弱勢로 인하여 타격을 받았는데, 이 기간 동안 對美輸出은 매우 鈍化되었다.

Yokohama의 마케팅 담당 이사인 Jim MacMaster는 1988年度에 日本으로부터의 輸入이 增加한 이유로서, 첫째 달러貨의 價値가 豫想外로 上昇하였고, 둘째 美國內 日本自動車會社의 自動車 生産量이 증가하였기 때문이라고 하였다.

〈表 2〉 교환용 타이어시장에서의 수입품 비중

(單位: 百萬個, %)

種 類	區 分	1988	1987	1986	1985	1984	1983
乘用車用 타이어	合 計	155.3	150.0	143.0	140.0	144.0	134.0
	輸 入	40.2	38.6	33.9	32.8	30.1	23.0
	交換用 (%)	25.9	25.7	23.7	23.4	20.9	17.2
輕트럭用 타이어	合 計	21.9	21.8	20.5	19.8	19.9	18.0
	輸 入	2.4	2.5	2.2	2.2	1.6	1.0
	交換用 (%)	11.0	11.5	10.7	11.1	8.0	5.6
트럭用 타이어	合 計	12.0	12.3	11.8	11.9	11.0	11.5
	輸 入	5.9	6.2	5.4	5.6	5.0	3.5
	交換用 (%)	49.0	50.4	45.8	47.1	45.5	30.4
總 計	交換用 計	189.2	184.1	175.3	171.7	174.9	163.5
	輸 入 計	48.5	47.3	41.6	40.6	36.7	25.9
	交換用 (%)	25.6	25.7	23.7	23.6	21.0	15.8

資料: U. S. Bureau of Census(1983~1988), MTD(1984~1989)

韓國産 乘用車用 타이어의 輸入은 1988年度에 前年對比 7%가 증가한 307만개였는데, 1984年度の 419만개를 頂點으로 해마다 조금씩 줄어들기 시작하여 1987年度에는 287만개로 줄어들었다.

Hankook Tire America Corp.의 製品擔當部長인 Hwan Park은 韓國内の 生産能力 때문에 이처럼 減少하였지만, 1988年度와 今年度에는 狀況이 다를 것이라고 하였다.

美州地域과 유럽地域으로부터의 輸入量은 각각 1,536만개와 1,326만개로서 1987年度에 비하여 1988年度에는 약간 減少하였다. 캐나다로부터의 輸入量은 932만개로서 美州地域의 60%에 해당되는데, 이는 거의 대부분이 캐나다에 있는 美國의 Goodyear, Uniroyal Goodrich, Firestone, General Tire와 Michelin에서 生産한 것이다. 唯一한 캐나다의 製造業體는 Ontario州의 Rexdale에 있는 United Tire & Rubber社이다. 타이어 메이커의 施設擴張과 美國·캐나다간의 自由貿易協定에 따라 캐나다로부터의 輸入量은 앞으로도 계속해서 增加할 수밖에 없을 것이다.

1988年度에는 美國 달러貨에 대한 브라질 貨幣의 弱勢로 인하여 브라질로부터의 輸入量은 1987年度에 비하여 8.9% 增加하였다. 브라질은 美國에 400만개 이상의 타이어를 輸出하여 對美타이어 輸出 4位國으로 浮上하였다.

美州地域의 對美 타이어 輸出은 1987年度에 간신히 極東地域의 輸出을 앞선 바 있다.

5. 生産施設の 增強

지난 數年間 많은 海外 타이어業體들이 美國內 타이어工場을 인수하거나 새로운 工場을 건설하여 그들 業體와 美國의 內需市場을 連繫시킴으로써 그들의 影響力을 行使하게 되었다.

Michelin은 1975年 美國內에서 타이어 生産을 시작함으로써 美國內에 타이어 製造業體를 갖게 된 최초의 外國企業이 되었다.

Bridgestone도 테네시州의 La Vergne에 타이어 工場을 誕生시켜 美國당에 뿌리를 박았는데, 同工

場은 1983年 Firestone으로부터 買入한 것이다. 또한 同社는 最近에 Firestone을 통째로 사들여 美國內에서의 生産基盤을 強化하였다.

한편, 이탈리아의 Pirelli社는 美國內에 Pirelli Armstrong Tire Corp.를 설립하여 乘用車用 타이어를 生産하기 시작하였다. Pirelli 브랜드의 타이어는 1988年度에 前年度對比 3倍의 販賣高를 기록했고, 向後 3~4年間에 販賣高는 2倍 더 늘어날 것이다.

Pirelli는 또한 最近에 이집트의 Transport & Engineering Co.와 제휴하여 Alexandria에 트럭용 래디알 타이어工場을 建設하고 있는데, Pirelli側에 의하면 1992年 中盤까지 同工場을 完工, 타이어를 生産하여 주로 아프리카와 中東地域에 輸出할 것을 目標로 하고 있다고 한다.

1987년에 General Tire를 인수한 Continental社는 西獨에 있는 母企業으로부터 90%의 타이어를 輸入하고 있으며, 그 나머지 10%는 美國內 General Tire工場에서 調達하고 있다. 同社의 美國內 販賣目標量을 감안하면 당분간 輸入量은 많이 증가할 것으로 보이며, 美國內 工場의 施設을 補強함으로써 점차 輸入量은 減少될 것인바, 同社 幹部의 말에 의하면 1990년까지 美國內 販賣量은 적어도 30%가 증가할 것으로 豫想된다.

기타 外國의 많은 타이어業體들이 美國內에서의 타이어 生産을 준비하고 있는바, 그 例로 Continental과 General Tire에 이어 Toyo와 Yokohama는 1990년까지 일리노州의 Mt. Vernon에 트럭용 타이어工場을 세우려 하고 있고, Sumitomo는 美國內 子會社인 Dunlop Tire Co. 工場을 갖게 되었다.

그러나, 그들은 아직 美國內에서 타이어를 生産하고 있지 않기 때문에 순수한 타이어業體로 되어 있다.

(1) 極 東

1986년부터 시작된 달러貨의 平價切下는 상대적으로 日本 엔貨의 平價切上을 가져와 日本은 對美輸出에 어려움을 겪었지만, 對美 타이어 輸出 1位國으로서의 日本의 地位는 變動이 없었다.

日本の 企業들은 製造原價를 節減하여 價高를 극복하였던 것이다. 더구나 그들은 美國의 會社를 사들였는데, Bridgestone이 Firestone을 사들인 것은 그 좋은 例이다. 現在 日本産 타이어의 美國으로의 輸入量은 다시 增加하고 있다.

Toyo Tire(U. S. A.) Corp.의 販賣擔當 副社長인 Earl Knoper는 1989~1990年度의 Toyo 브랜드의 타이어 輸入量을 最大로 늘려잡고 있는데, General/Continental이나 Toyo와 Yokohama가 合作해서 建設하고 있는 Mt. Vernon工場도 이들 輸入量에 크게 影響을 미치지 못하는 것이라 하고 하였다.

그는 또한 同工場은 1990년까지 年間 88만개의 타이어를 生産할 것으로 豫想되며, 다른 輸出業體들과 마찬가지로 Toyo도 高性能 乘用車用 타이어와 特殊用途의 트럭용 타이어를 開發하여 美國內 市場 세어를 擴張하려 하고 있다고 하였다.

달러 價値의 騰落은 Toyo의 價格政策에 큰 影響을 미치지 않았는데, 價格政策에 가장 큰 影響을 미치는 것은 相對業體의 價格水準이라고 그는 말했다.

Riken-America Inc.는 1988年度에 日本産 Riken 브랜드의 래디알 타이어를 乘用車用으로 약 85만개, 輕트럭用으로 약 5만개를 輸入하였다.

同社社長인 Gary Ceazan은 1990년까지 乘用車用 高性能 타이어를 주로 하여 輸入量을 20~30% 정도 늘릴 것이라고 하였다. 同社의 目標은 1991년까지 美國 交換用 乘用車用 타이어 工場의 1%를 占有하는 것이다.

換率變動은 自然히 타이어 價格에 影響을 미치게 되는데, Gary Ceazan 역시 다른 會社의 同一市場內 價格水準이 곧 Riken 타이어에 影響을 미칠 것이라고 하였다. 그는 Riken이 가까운 將來에 美國內에 타이어 工場을 加設 계획은 없다고 하였다.

Yokohama 브랜드의 美國內 供給業體인 Yokohama Tire Corp.는 지난 5年間 年平均 약 25%의 販賣伸張을 記錄하였는바, 그와 같은 趨勢는 앞으로 얼마동안은 變動이 없을 것이라고 同社의 販賣擔當理事인 Jim MacMaster는 말하고 있다.

그는 自身들이 美國內에 生産工場을 保有, 製品을 供給할 때까지는 輸入이 증가할 것이며, 1990年 언제쯤인가 그들의 GTY工場이 가동하게 되면 어떤 規格의 타이어 輸入은 減少될 것이라고 하였다.

한편, Sumitomo Tire社의 廣告擔當部長인 Joseph Fay는, Sumitomo는 美國內에서 타이어를 生産하기 위하여 새로운 工場을 더 세울 것인지 아니면 Dunlop Tire工場을 그대로 利用할 것인지를 檢討中이라고 하였다. Sumitomo는 1986年 Dunlop의 北美國工場을 사들여 라인 整備 및 擴張에 投資를 한 바 있다.

Joseph Fay는 Sumitomo는 現在의 美國內 交換用 타이어의 販賣 세어를 倍增할 것을 바라고 있다고 하였는데, Sumitomo의 同市場 세어는 現在 乘用車用 타이어와 輕트럭용 타이어가 각각 1% 미만이고, 中型 트럭용 타이어는 1.5%가 되는 것으로 推定된다고 하였다.

그는 또한 1988年度에 Sumitomo의 製品價格에 影響을 미친 두 가지 要因은 原資材價格의 上昇, 研究開發에 의한 附加價値의 上昇을 꼽았다.

日本の Ohtsu Tire & Rubber Co. Ltd.는 美國內에 두 개의 販賣組織을 갖고 있는데, 그 하나는 New York에 있는 Chatani Enterprises Inc.와 San Francisco에 있는 C. Itoh & Co.이다.

Ohtsu Tire 社는 또한 몇 개의 注文者商標의 타이어도 生産하고 있는데, 캘리포니아주의 Glendale에 EMPCO Industries Inc.가 販賣하고 있는 Falken도 그 가운데 하나이다.

한편, Nissho Iwai American Corp.는 1988년에 Nitto 브랜드의 乘用車用 래디알 타이어 약 70만개를 輸入하였는데, 同社의 Kuni Suhara部長의 말에 의하면 그 가운데 70%가 高性能 타이어라고 하였다. 그는 또한 販賣를 促進하기 위하여 앞으로는 輕트럭용 타이어와 기타 타이어部門도 取扱할 것이라고 하였는데, Nitto는 50시리즈 이외에 高性能 타이어를 開發할 계획도 갖고 있다. Nissho Iwai는 현재 日本으로부터 타이어를 供給받고 있는데, 美國에 工場을 세울 의도는 없다고 하였다.

다. 그러나, 그는 日本 이외의 지역에 製造工場建設을 모색하고 있다고 하였다.

그밖에 極東地域の 業體들의 動向을 보면, 최근 中國의 政治的 事態가 對美輸出에 어떤 영향을 미칠 것인지는 不確實하지만 民主 對 共產體制와의 內亂憂慮는 世界의 貿易에 反射影響을 長期間 미칠 수도 있다.

中國의 타이어 生産能力은 年間 1,700만개로 推定되며, 既存 擴張計劃의 마무리와 함께 100만개가 더 늘어날 것이다.

캘리포니아州에 있는 Pacific Sales & Development Corp.가 中國으로부터 輸入한 Hualin 트럭용 타이어는 현재 美國 交通部에서 試驗中에 있는데, 1990年度에는 700만불 정도 輸入할 計劃이라고 한다. 그러나, 당분간은 同 브랜드의 市場占有率은 미미할 것이라고 同社의 Bernard L. Friedman 社長은 말하였다.

Foreign Tire Sales社는 最初로 泰國의 Danzig 브랜드 OTR 타이어를 輸入하였는데, 同社社長 Richard Kuskin은 同 브랜드의 輸入量은 점차 增加하겠지만, 市場 세어는 극히 미미할 정도이고, 그들의 販賣目標은 月 6個 컨테이너分이라고 하였으며, 同社는 美國에 타이어工場을 세울 의도는 없다고 하였다.

한편, 印度의 Ceat Tire社가 生産하고 있는 Ceat 타이어 美國側 대변인은 答辯을 거절하였다.

韓國産 乘用車用 타이어 輸入은 1984년과 1987년 사이에 급격히 減少하였는데, 韓國은 供給이 달리는 것 같다. 이 점에 대하여 타이어 産業分析家인 Harry Millis는 ‘韓國은 美國市場보다 採算性이 더 좋은 輸出市場을 갖고 있었기 때문이다.’ 라는 말로 간단히 평하였다.

달러 價値가 下落하면 輸入價格은 上昇하여 美國內 타이어 業體와의 價格差가 줄어들게 되므로 外國의 타이어 業體들은 보다 收益性이 높은 美國以外的 다른 地域의 市場을 찾게 된다.

또다른 專門家인 Saul Ludwig는 ‘韓國은 初期에는 美國에 輸出하는 것이 상당히 有利했으나, 이제는 美國보다는 유럽으로 輸出하는 것이 마진

이 더 좋다.’라고 말하였다.

Hankook 및 Aurora 브랜드의 타이어를 취급하고 있는 Hankook Tire America Corp.는 今年에 乘用車用 타이어의 販賣를 45%, 트럭·버스用 타이어의 販賣는 17% 정도 늘릴 계획이다.

同社의 製品擔當部長인 Hawn Park은 그래도 1990년까지는 1985年度の 販賣水準에는 미치지 못할 것이라고 하였다. 同社는 현재 美國內 製造施設을 갖고 있는 않지만 60 및 50시리즈의 高性能 타이어의 發賣로 市場 세어를 늘리기를 희망하고 있다.

바이어스 타이어 生産業體인 韓國의 (株)宇成産業이 만들고 있는 YKS 브랜드의 트럭용 OTR 타이어를 輸入하고 있는 Foreign Tire Sales社의 Kuskin은 韓國의 다른 타이어業體들이 래디알 타이어 輸出에만 主力하고 있기 때문에 자기네들의 바이어스 타이어市場 세어가 증가하고 있다고 말하였다.

그러나, 市場需要가 래디알化 傾向을 띠고 있기 때문에 앞으로 바이어스 타이어의 市場 세어가 떨어질 것에 대비하여 産業用 타이어와 같은 특수 타이어 販賣에 主力할 것이라고 하였다. 그는 또한 그들의 強點을 살릴 수 있는, 예컨대 勞動集約的이며 需要가 적은 製品에 主力할 것이라고 하였다.

MTD資料에 의하면 Kumho 브랜드는 交換用 타이어市場에서 乘用車用 타이어가 1% 미만, 트럭용 타이어는 2%의 세어를 記錄한 것으로 되어 있다.

캘리포니아州 Santa Fe Springs에 있는 Kumho U.S.A. Inc.는 韓國의 母會社로부터 Kumho 브랜드 뿐만 아니라 Big O, Superior 브랜드의 타이어를 輸入하고 있다.

同社 副社長인 Jong Kahng은 韓國의 工場이 최근 1個月餘의 스트라이크를 겪었기 때문에 在庫를 채우는 데 數週日이 所要될 것이며, 특히 트럭용 래디알 타이어의 在庫는 바닥을 드러냈다고 하였다. 그는 모든 手段을 동원하여 供給에 盡力하고 있다고 하였다.

(2) 西유럽

東유럽을 포함하여 유럽産 타이어의 販賣業體들이 겪고 있는 時急한 問題는 供給不足現象이다. 그들에게 있어서 需要는 매우 강하다고 MTD는 보고하고 있다.

英國에서 製造되고 있는 Avon 타이어의 美國輸入商인 Avon/America Ltd.의 社長인 Howard Shofer는 Sumitomo가 최근 英國本社인 Avon Tyres社의 株式 20%를 인수함으로써 供給에 다소 도움이 되어야 할 것이라고 하였다.

Avon Tyres社의 1988年度 美國內에서의 販賣實績은 1988年度보다 50% 增加하였는데, 今年에는 이미 1988年度 水準을 上廻하였으며, 美國과 캐나다 사이의 貿易이 더욱 긴밀해짐으로써 Avon社의 企業活動도 더욱 強化될 것이라고 그는 말했다.

프랑스의 Michelin이 所有主로 되어 이는 Kleber Tire Corp.가 1987年과 1988年 사이에 프랑스로부터 輸入하여 販賣한 Kleber 브랜드의 타이어 販賣量은 거의 비슷하다고 同社의 廣告擔當理事인 Bruce Bunch가 말했다. 그리고, 同社는 현재 美國內 販賣組織網을 改編, 補完하고 있다고 그는 말

했다.

한편, 네덜란드의 Vredestein 타이어를 輸入·販賣하고 있는 美國의 Vredestein Tire社의 社長인 Al Smoke는 供給上的 問題는 없을 것이며, 1988年度の 8% 增加에 이어 今年에는 25% 정도의 販賣伸張을 目標로 하고 있다고 하였다. 그는 많은 競爭業體들이 겨울용 타이어 販賣가 不振을 면치 못하고 있는 반면에 自己들은 그 部門에서 期待를 갖고 있다고 하였다.

Semperit Tire Co.는 유럽으로부터 Semperit 브랜드의 타이어를 輸入하여 美國內에 販賣하고 있는데, 同社의 대변인은 앞으로도 이러한 方式으로 販賣를 계속할 것이며, 販賣伸張率은 15~20%가 될 것이라고 하였다.

트럭용 타이어部門에서 Semperit는 2%의 市場세어를 目標로 하고 있으며, 乘用車용 타이어部門에서도 堅固한 販賣組織을 계속 構築해 나가고 있다고 하였다. Semperit의 母企業은 Continental AG社이다.

西獨産 Fulda 브랜드 타이어의 1988年度 美國內 販賣量은 증가하였다. 그러나, 西獨에서의 타이어

〈表 3〉 수입 타이어의 평균가격 (1986~1988)

(單位: 달러)

國 家 別	乘用車用 타이어			輕트럭用 타이어			中·大型트럭用 타이어		
	1988	1987	1986	1988	1987	1986	1988	1987	1986
日 本	29.51	27.79	28.56	65.71	64.55	70.85	127.29	125.03	127.20
캐 나 다	33.95	31.11	30.92	94.16	64.66	61.17	166.01	132.82	126.37
韓 國	23.34	23.26	23.11	50.49	41.60	43.36	88.53	79.37	74.32
브 라 질	18.70	19.60	19.47	19.28	66.59	77.04	132.60	114.68	148.22
스 페 인	32.11	30.48	22.55	48.05	49.39	44.30	160.80	149.16	144.31
프 랑 스	26.33	23.48	24.34	58.31	55.69	66.79	130.68	132.12	131.08
西 獨	38.22	32.95	29.03	57.34	71.11	79.27	142.30	115.95	128.80
이탈리아	31.38	27.35	27.29	52.71	71.93	115.35	152.50	142.65	135.71
英 國	41.17	32.49	27.18	91.81	45.89	78.61	147.80	123.19	95.65
멕시코	22.88	25.34	27.50	65.79	83.21	-	82.29	74.46	75.99
유고슬라비아	15.83	14.56	14.47	57.42	65.99	45.11	65.41	69.95	66.99
東 獨	16.27	14.25	12.73	56.21	69.98	65.81	64.73	65.78	55.16

資料: U. S. Bureau of Census.

需要의 증가로 美國內 供給은 如意치 못하였다. 同社의 美國販賣會社 社長인 Meldeau는, 그러므로 Fulda工場이 제대로 供給만 해 준다면 販賣가 크게 伸張할 수 있을 것이라고 豫想하였다. 즉, 제때에 供給만 된다면 1987年 이후 1990년까지는 200%의 伸張은 무난할 것이라고 하였다. Fulda를 所有하고 있는 美國 Goodyear社 대변인은 美國內에 Fulda 工場을 세울 계획은 없다고 말하였다.

Gislaved 브랜드의 타이어는 스웨덴의 KF Industry Group이 製造해 왔는데, 멀지않아 Continental AG社가 所有權을 갖고 製品生産에 着手할 것이다. 즉, KF Industry Group은 그들의 Nivis Tyre社 株式 90%를 Continental AG社에 賣却하기 위한 交渉을 進行中인데, 1989年 가을까지는 매듭이 지어질 것이다. Gislaved 타이어의 美國內 販賣會社는 West Virginia州의 Wheeling市에 있는 Stratton Tire Corp.이다.

Nivis Tyre社는 5年前부터 Continental AG社와 技術契約을 締結하여 製品을 生産해오고 있는데, 그 前에는 Continental AG의 子會社인 Uniroyal Europe과 技術契約을 맺고 있었다. Gislaved 타이어는 1974년부터 美國에 販賣되기 시작하였다.

KF Industry Group의 Bengt Liljestränd는 Gislaved 타이어의 美國內 販賣量은 年間 20만개 정도로서, 별다른 變動이 없을 것으로 豫想한다 하고 Continental AG와 같은 大企業에 인수된다면 研究開發, 規模, 販賣力 등 여러가지 면에서 長래의 展望은 밝을 수 밖에 없다고 말하고 있다.

(3) 東유럽

체코슬로바키아製 Barum 브랜드의 타이어를 販賣하고 있는 American Jawa Ltd.의 販賣量은 向後 2年間 年平均 5% 정도 伸張할 것이라고 한다.

同社는 1988年度에 13만 5천개의 乘用車用 타이어, 5천개의 輕트럭用 타이어, 4만개의 트럭用 타이어를 체코슬로바키아로부터 輸入하였다. 總數量 18만개의 이들 輸入 타이어는 체코슬로바키아가 輸出하는 타이어의 2~3%에 해당하는 量이다. 同社는 美國에 生産施設을 가질 계획은 없다고 하였

다.

Foreign Tire Sales Inc.는 유고슬라비아의 Obilicevo 브랜드의 포크리프트 타이어를 최초로 輸入했다. Kuskin은 1989年度 美國 포크리프트 타이어 販賣量의 5~10%를 自己들이 販賣할 것으로 보고 1990년에는 50%나 販賣가 증가할 것이라고 하였다.

Hungary의 Taurus 브랜드의 타이어는 Taurus International Inc.가 취급하고 있는데, 同社는 1988年度에 82,000~83,000개의 트럭用 래디알 타이어를 輸入하였다고 한다. 今年에는 11만개, 내년에는 13만개를 輸入·販賣할 것이라고 한다.

同社는 또한 1988年度에 6,500개의 農耕機用 래디알 타이어도 輸入했는데, 1989年度에 이미 同數量을 突破하여 年間 10,000개, 내년에는 12,000개가 될 것으로 豫測하고 있다.

Budapest에 있는 트럭用 타이어工場 擴張과 Firestone과의 低扁平 타이어의 技術契約效果 등으로 Hungary의 타이어 輸出은 더욱 促進될 것이라고 한다.

東獨이 生産하고 있는 Pneumant 타이어는 Atlanta市에 있는 Interceptre Tyres Inc.가 輸入하고 있는데, 지난 數年間 伸張率은 鈍化되어 1988年度나 1987年度 모두 비슷한 水準이다.

同社의 Holt 社長은 東獨의 乘用車用 타이어工場의 設備改善 및 擴張으로 長期的으로는 나아질 展望이지만, 1989年度와 1990年度에는 供給이 달려 輸入量은 오히려 15% 정도 減少할 것이라고 豫測하였다.

Lassa 브랜드의 美國販賣權을 갖고 있는 New York의 Holsa Inc.는 製造業體인 Turkey의 Sabanci Group이 1988年度에 Bridgestone과 合作契約을 締結, Brisa라는 會社를 設立하여 좋은 새 파트너를 갖게 되었다(Brisa란 Bridgestone Sabanci Tire Manufacturing and Trading Co. Ltd.,의 略字이다.).

同社의 販賣擔當理事인 Frank Wheeler는 Lessa 브랜드의 타이어가 처음부터 品質이 매우 우수했는데, 이제 兩社가 合作契約을 締結함으로써 새로

운 工場에서 더 좋은 品質, 더 많은 規格的 타이어를 供給받게 되었을 뿐만 아니라 Turkey의 Izmit에 있는 Lassa工場에서 Bridgestone의 技術을 利用하여 타이어 生産量을 늘리고 있다고 하였다.

유고슬라비아로부터 Tigar 브랜드의 타이어를 供給받고 있는 Tigar Americas社의 販賣部長인 Larry Allen은 同社의 1988年度 販賣量은 19%나 증가하였다고 말하였다. 그에 의하면 유고슬라비아는 自國生産量의 40%를 輸出하고 있는데, 그 가운데 25%를 美國에서 輸入한다고 한다.

유고슬라비아는 타이어 生産工場의 施設改善 및 生産性向上을 통해 生産量이 30%나 증가함으로써 1989年度와 1990年度の 供給物量은 15~20% 정도 증가할 것이라고 Allen은 말하고 있다. 그리고, 1988年度에 5%의 價格引上이 있었는데, 이는 달러 價値의 下落에 起因하였다고보다는 原資材價格의

上昇이 價格引上의 主된 要因이었다고 하였다.

生産性向上과 工場의 施設을 改善함으로써 効率을 높이지 않았더라면 價格은 더 큰 폭으로, 자주 引上되었을 테지만, 이를 實行에 옮김으로써 同社의 스틸벨트 래디알 타이어는 1988年 10月 15日 이후 變動되지 않았다고 그는 말했다.

이상과 같이 輸入 타이어의 面貌를 살펴볼 때 交換用 타이어市場에 상당한 影響을 미치고 있을 뿐만 아니라, 新車用 타이어市場에서도 輸入 타이어의 役割은 매우 큰 것으로 나타났는데, 1988年度에 美國에서 販賣된 乘用車 가운데서 28.5%가 輸入車이고, 여기에 裝着된 타이어만 하더라도 약 1,600만개나 되는 것으로 MTD는 추정하고 있다.

1987年度에는 1,550만개의 乘用車用 타이어가 美國의 新車用 타이어市場에 輸入되었다.

(Modern Tire Dealer, 1989. 7月號)