

世界 타이어市場 分析

李 源 善*

1. 序 言

1980年代에 들어와서 世界 타이어會社들 가운데 많은 타이어會社들이 줄어들었는데, 이처럼 타이어會社들이 減少하게 된 이유는 타이어會社들의 낮은 收益率로 인한 '企業合併' 때문이며, 이와 같은 타이어會社들의 買收·合併은 1992年 EC統合을 앞두고 더 많이 이루어질 것으로 예상된다.

EC는 1960年 로마條約에 따라 發足되었으며, 당시 EC國家들은 完全한 經濟統合을 誓約하였다. 1992年에 EC國家들은 統合되면서 經濟的인 '유럽合衆國'이 됨으로써 最高絶頂에 달하게 될 것이다.

EC國家들은 經濟統合을 이룩하기 위하여 다음과 같은 두가지 방법을 사용하는 데 同意하였다.

그 첫번째 방법은 EC國家間에는 原資材 및 商品 輸出入을 自由롭게 하여 國境概念을 없애자는 것이다.

EC國家들은 이제 자기들의 國內市場만을 생각해서는 안되며, 모든 EC國家들과 競爭을 하지 않으면 안된다는 생각을 가져야 한다.

또한 EC國家들은 EC國家 이외의 國家로부터 수입하는 경우에는 輸入關稅(域外輸入關稅)를 부과할 것이며, 새로운 貿易政策도 시행할 것이다.

이 새로운 貿易政策의 주요내용은 EC로 수입되는 自動車의 數量을 엄격하게 제한하는 것도 포함되어 있다.

두번째 방법은 EC國家들이 共同으로 사용할 수 있는 貨幣를 만드는 것이다. 이는 EC國家 가운데 어느 나라이든 換率操作을 통해서 自國의 生産者를 보호할 수 없게 하기 위한 것이며, 이와 같이 함으로써 消費者들은 EC國家 가운데 어느 國家의 商品이든지 간에 品質이 제일 좋고, 가장 값이 싼 것을 자유롭게 구입할 수 있게 될 것이다.

이러한 政策들은 先進國, 특히 美國·日本과의 競爭을 야기시키게 될 것이다. 1992年 EC가 統合되면 人口는 3억 2천만명이 되고 GNP는 세계 제1의 美國보다도 더 많게 될 것이다.

※ 最近의 타이어會社 買收現況

- ① 1989年 Michelin의 Uniroyal/Goodrich 買收合意
- ② Goodyear는 유일하게 타이어會社를 買收하지 않은 會社 가운데 하나임.

* 大韓타이어工業協會 技術部長

- ③ 1988年 Bridgestone이 Firestone을 買收
- ④ 1988年 Pirelli가 Armstrong Tire 買收
- ⑤ 1987年 Continental이 General Tire 買收
- ⑥ 1986年 Sumitomo가 Dunlop 買收

2. 타이어會社の 合併理由

타이어會社の 買收·合併이 타이어市場에 어떤 영향을 미칠 것인가?

세계 自動車 및 타이어市場은 3大市場, 즉 北美, 日本, 유럽市場으로 나눌 수가 있다.

유럽지역의 自動車會社들은 자기들이 사용하는 타이어는 유럽에 있는 타이어會社들에게 生産하도록 압력을 가하고 있다. 따라서, 유럽에서 타이어를 판매하기를 원하고 있는 타이어會社들은 유럽에서 타이어를 生産하여야 할 것이다.

유럽에 타이어 生産工場을 갖고 있지 않는 會社들이 유럽市場에 進出하는 방법 가운데 하나는 유럽의 타이어會社를 買收하는 것이다. 이와 같은 이유 때문에 Sumitomo는 Dunlop을 買收하였으며, 또한 Sumitomo의 Donlop 買收는 결과적으로 Sumitomo가 北美市場에서 生産 및 販賣據點을 確保할 수 있는 계기를 만들어 주었다.

유럽市場에 進出하기 위한 또 하나의 방법은 유럽에 子會社를 갖고 있는 美國의 타이어會社를 買收하는 것이다. 그 例로서 Bridgestone이 Firestone을 買收함으로써 美國市場에 進出할 수 있었을 뿐만 아니라 Firestone의 유럽 會社도 引受하게 되어 유럽의 타이어市場에도 進出할 수 있게 되었다.

현재 유럽의 自動車市場構造를 考慮해 볼 때, 타이어會社들이 利潤을 낼 수 있는 방법 가운데 하나는 世界 3大 타이어市場인 北美,

日本, 유럽에 타이어 生産施設 및 販賣網을 갖는 것이기 때문에 美國, 日本의 타이어會社들이 어떻게 하든지 유럽의 타이어市場에 進出하려고 하고 있다.

이와 같이 美國, 日本 타이어會社들의 유럽 進出 때문에 유럽市場에서는 유럽의 타이어會社와 美國, 日本의 타이어會社들 사이에 치열한 경쟁이 벌어지고 있으며, 그로 인하여 유럽의 타이어會社들은 유럽의 타이어市場에서 자기들의 國內市場을 잃게 되자 活路를 摸索하기 위하여 美國, 日本으로 무대를 옮겨 타이어市場競爭을 벌이고 있다.

이와 같은 사실은 어째서 Continental이 General을, Pirelli가 Armstrong을 買收하였고, 또 Michelin이 Uniroyal/Goodrich를 買收하였는지를 부분적으로 설명해 주고 있다.

여기에서 우리들이 주목해야 할 사항은 美國의 타이어會社들 가운데서 利潤이 적어 타이어産業에서 손을 떼려고 하는 타이어會社들을 買收하려고 試圖하고 있다는 사실이다.

앞으로 타이어會社로서 계속 살아남기 위해서는 北美, 日本, 유럽의 타이어市場에서 피나는 경쟁을 하지 않을 수 없을 것이다.

이와 같은 이유 때문에 日本의 타이어會社들은 美國 및 유럽의 타이어會社를 買收하고 있으며, 또 유럽의 타이어會社들은 美國의 타이어會社를 買收하는 한편 日本 타이어市場에 進出할 수 있는 길을 摸索하고 있는 것이다.

同時에 美國의 타이어會社들 가운데 Good-year, Cooper를 제외한 다른 타이어會社들은 타이어産業에서 손을 떼고 다른 産業分野(예, Chemical, Polymer 등)로 進出하려고 하고 있다.

(Tire Review, May 1990)