

# 인도의 타이어산업 현황(II)

金 民\* 譯

## 5. 타이어 수출입현황

새로운 수출입관리제도(1992~1997)에 의하면 트럭·버스용 타이어 수입은 전면자유화하였다. 수입을 하는 데 있어서 특별히 승인을 받지 않게 되었다. 1993년 2월 인도정부는 타이어 수입관세를 인하하여 교체용 타이어는 85%, 신차용 타이어는 50%로 하였다.

높은 수입관세로 인하여 수입은 저조하다. Maruti Udyog는 유럽으로 수출하는 자

동차에 끼우는 타이어를 수입하는 주요 수입상이다.

인도정부는 관세를 점차 인하하여 향후 2~3년이 지나면 수입관세는 25% 수준이 될 것이라고 발표하였다. 그렇게 되면 인도의 내수시장은 세계의 경쟁기업에 노출되어 국내산업은 위협을 받게 될 것이다.

인도의 타이어 수출액은 '87/'88년도에 5억 8,300만루피에서 '91/'92년도에는 20억 2,000만루피로 3.5배나 신장하였다. 내수시장 침체의 영향을 받아 '92/'93년도에 수출은 140%나 증가하였다. 수출증가세는 지속될 것으로 보이며, '93/'94년도 60억루피, '95/'96년도에는 100억루피에 이를 것으로 전망된다.

〈표 5〉 인도의 타이어 수입현황('91/'92)

(단위 : 개, 100만루피)

종 류	수 입 량	금 액
승 용 차 용	16,929	20.36
모 터 사 이 클 용	830	0.60
스 쿠 터 용	25	0.10
트 럭 · 버 스 용	75	1.77
트 랙 터 용	399	13.88
건 설 차 량 용	396	28.91
항 공 기 용	168	3.09
기 타	2,652	73.37
계	21,474	141.98

자료 : Directorate General of Commercial Intelligence & Statistics.

〈표 6〉 인도의 타이어 수출현황('92/'93)

(단위 : 100만루피)

구분	연도	'87/'88	'88/'89	'89/'90	'90/'91	'91/'92	'92/'93
	수출액		583.0	766.4	1,529.6	1,825.7	2,015.7

수출량중 85%가 트럭·버스용 타이어인데 대부분이 바이어스 타이어이다. 국내에서 생산된 트럭·버스용 타이어중 27%를 수출하는 셈이다.

\* 大韓타이어工業協會 業務部長

인도는 미주, 아시아, 아프리카, 중동 등 세계 30여개국에 타이어를 수출하고 있으며, 아직도 바이어스 타이어 수요가 있는 미국에 30%의 수출비중을 갖고 있으며, 그

밖에 35%는 인도의 인접국가인 아프가니스탄(25%), 방글라데시(8%), 네팔(1%) 등의 국가에 수출되고 있다. 기타 주요 수출대상지역으로는 아프리카 9%, 중동 6%, 싱가포르가 8%이다.

〈표 7〉 타이어 종류별 수출현황('92/'93)

(단위: 개)

종 류 별	수 량
트럭/버스용	1,700,090
소형트럭용	123,420
승용차용	28,940
지프용	4,770
트랙터용	30,440
산업차량용	3,090
건설차량용	17,850
농기구용	20,720
스쿠터용	26,720
모터사이클용	14,400
항공기용	30
기타	780
계	1,972,250

자료: ATMA

수출의 85%가 6개업체, 즉 MRF, Modi Rubber, J K Industries, Ceat, Apollo, Dunlop의 실적이다. 이 가운데 가장 큰 수출업체는 8억 1,800만루피를 수출한 MRF이고, 그 다음은 근소한 차이로 Modi Rubber와 J K Industries가 뒤따르고 있다.

수출업체에게는 상당한 혜택이 주어지고 있는데, 예컨대 수출품 제조용 원자재에 대한 수입관세 징수를 유예하거나 수입기자재보다 4배의 수출을 할 경우에는 기자재에 대한 수입관세를 35%에서 15%로 경감하는 것 등이다. 또한 수출에 의한 소득에 대

또한 수출에 의한 소득에 대해서는 소득세를 면제하고 사전 B/L도 네고가 가능하도록 하는 것이다.

〈표 8〉 지역별 타이어 수출현황('91/'92~'92/'93)

(단위: 100만루피, %)

연도	'91/'92	'92/'93	점유율
지역별			
미국	744.2	1,435.4	29.70
중남미	12.0	87.7	1.81
아프가니스탄	207.9	1,220.4	25.26
방글라데시	256.9	407.9	8.44
CIS	-	5.8	0.12
중동	146.6	301.1	6.23
싱가포르	114.0	374.8	7.76
아프리카	334.6	451.3	9.34
유럽	45.1	72.2	1.49
극동	-	259.1	5.36
네팔	70.1	30.1	0.62
기타	84.3	186.5	3.86
계	2,015.7	4,832.3	100.00

자료: ATMA

〈표 9〉 업체별 타이어 수출현황('92/'93)

(단위: 100만루피, %)

회 사 별	수 출 액	점 유 율
MRF	817.8	17
Modi	816.8	17
J K Industries	664.7	14
Ceat	658.7	14
Apollo	628.1	14
Dunlop	469.9	10
Vikrant	444.4	9
Goodyear	107.6	2
BTIL	62.8	1
Birla	98.1	2
TCIL	47.5	1
Premier	9.2	-
Falcon	6.0	-
계	4,831.6	100

자료: ATMA

## 6. 인도의 타이어시장현황

### (1) 개 황

인도의 타이어시장 규모는 450억루피(15억달러)로서 불변가격으로 매년 10%씩 성장하고 있다.

자동차회사는 타이어회사로부터 직접 타이어를 구매한다. 신차용 타이어시장은 전체 타이어시장의 15~20%에 해당하는데 일반 대리점의 공급자격보다 5% 정도 낮은 것이 常例이다.

자동차를 보유하고 있는 개인이 고객인 교체용 타이어시장은 소매체인을 통하여 형성된다. 凡用 타이어 가격은 전국적으로 거의 같으며, 대부분의 타이어회사들의 판매 비율은 교체용 타이어가 50~80%를 차지하고 있다. 교체용 타이어시장은 몇개 대기업에 의하여 과점된 상태이다.

많은 댓수의 차량을 보유하고 있는 운수회사 등은 또다른 시장을 구성하고 있다. 이 시장에 대한 판매 역시 타이어제조업체가 직접 하고 있다. 이러한 운수회사들은 공개경쟁입찰에 의하여 타이어를 싼값으로 구입하는데, 이 시장의 연간 타이어 수요는 대개 60만개 정도이다.

정부는 군용 타이어를 제조업체로부터 공시가격으로 구매하고 있는데, 항공기용 타이어는 Dunlop이 독점공급하고 있으며, 일부 규격의 타이어는 수입하기도 한다.

수출규모는 상당히 성장하고 있는데, 제조업체가 직접 하고 있으며, 원가에 가까운 가격으로 수출되는 경우가 많다.

### (2) 신차용 타이어시장

최근 경기침체로 인하여 인도의 자동차산업은 상당히 고통을 받고 있다. 자동차 생산량이 '90/'91년도 227만대에서 '91/'92

년도에는 202만대로 줄었고, '92/'93년도에는 189만대로 더 줄었다.

최근까지 인도의 승용차 생산업체는 Hindustan Motors와 Premier Automobiles 2개 회사뿐이었다. 그러나 Suzuki가 인도정부와 합자하여 연간생산능력 13만대의 자동차회사인 Maruti Udyog를 설립하였다. 이 회사의 생산능력은 기존업체인 Premier Automobiles(54,500대)와 Hindustan Motors(6만대)의 생산량을 합한 것보다 많다. 이 회사의 출범은 인도 자동차산업의 경쟁력을 강화하고 기술수준을 한단계 끌어올리는 계기가 되었다.

인도가 생산하는 승용차의 모델은 중저가품인 Maruti 800cc, Premier Radmini, Ambassador이고, 고가품으로서는 Maruti 1000, Tata Sierra, Contessa Premier 118NE가 있다. Maruti 800시리즈 신차용 타이어는 주요 대형 타이어회사가 공급하고 있는데, 그 가운데서도 MRF가 가장 많이 공급하고 있다. Maruti 1000은 일본측이 일본표준 타이어의 장착을 주장하고 있지만, MRF, Ceat Tyres의 것도 많이 사용하고 있다.

1991년 7월 산업정책이 자유화된 이후 자동차제조업이 정부로부터 특별승인을 요하지 않게 되었으며, 세계의 주요 자동차회사들이 인도의 잠재력이 큰 승용차 시장의 틈새를 비집고 들어왔다.

그 첫번째로 General Motors가 해외투자촉진위원회(FIPB)로부터 Opel Astra 생산을 위하여 Hindustan Motors에 투자하는 것을 승인받았다. 프랑스의 Peugeot도 Premier Automobiles와 합작하여 Peugeot 508을 생산하게 되었다. 이 합작투자로 Premier의 현재 생산설비는 개체될 것이다. 일본의 Toyota와 Mitsubishi, 이탈리아의

Fiat가 합작투자 대상기업을 물색하고 있다.

신규업체는 현재 인도 승용차시장의 3/4을 장악하고 있는 Maruti Udyog의 800cc 및 1000cc 자동차와 경쟁을 피할 수 없게 될 것이다.

“Jeep”차는 Mahindra & Mahindra와 Maruti Udyog가 생산하고 있는데, '91/'92년도에 37,569대이던 생산량이 '92/'93년도에는 39,276대로 증가하였다. Mahindra의 모델인 Commander와 Armada가 지프차시장의 80%를 장악하고 있으며, Maruti의 Gipsy 모델이 나머지 시장을 차지하고 있다. 주요 지프차용 타이어 공급회사로는 MRF, J K Industries, Ceat와 Modi가 있다.

1980년대에 인도정부는 4건의 소형트럭 제조업에 관한 일본-인도 합작투자를 승인하였는데, 그것은 Eicher-Mitsubishi, Swaraj-Mazda, DCM-Toyota, Mahindra-Nissan건이었다. 그러나 소형트럭시장은 기존 업체인 Telco와 Bajaj Tempo가 장악하고 있었다. '92/'93년도 소형트럭 생산량은 52,529대로서 '90/'91년도의 57,768대보다 상당히 감소하였다. 합작 4개사의 생산량은 줄어든 반면에 기존 2개사의 생산량은 늘었다.

대형 트럭·버스 제조업체는 Tata Engineering and Locomotive Company (TELCO)와 Ashok Leyland 2개회사뿐이다. 생산량은 '90/'91년도의 86,831대에서 '92/'93년도에는 76,051대로 급격히 감소하였다. 56,968대를 생산한 TELCO사가 트럭·버스시장의 70% 이상을 장악하고 있고, Ashok Leyland가 19,059대를 생산하였다.

한편 농경용 트랙터 제조업체는 11개가

있는데 연간생산능력은 140만대이지만 '91/'92년도의 생산량은 고작 143,548대였다. 주요 메이커의 시장점유율을 보면 Mahindra & Mahindra가 24%, Tata가 18.6%, Eicher Tractors가 14.3%, Punjab Tractors가 11.4%, 정부소유업체인 HMT가 10.5로 되어 있다. 이들 메이커들이 생산하는 기종은 20마력에서 51마력까지 다양한데, 21~40마력짜리는 곡물운반까지 가능하다.

그밖의 차종으로 덤프, 도자, 견인트랙터와 같은 건설용차량도 생산하고 있다. 이들 생산업체들은 2개회사가 시장을 지배하고 있는데, 정부소유인 Bharat Earth Movers와 CK Birla가 소유하고 있는 Hindustan Motors이다. Bharat사는 Caterpillar와 제휴하고 있다. 트랙터시장에 대해서는 Coal India와 같은 국영기관과 함께 정부가 시장을 관리하고 있다. 건설차량용 타이어는 주로 Ceat, Dunlop, Goodyear가 공급하고 있다.

이륜차 생산량은 '90/'91년도의 182만대에서 '92/'93년도에는 150만대로 감소하였다. 이 가운데는 스쿠터가 70만대, 모터사

(표 10) 자동차 생산현황('90~'93)

(단위: 개)

연도 차종별	'90/'91	'91/'92	'92/'93
트럭 / 버스	86,831	89,544	76,051
소형트럭	57,768	53,710	52,529
승용차	181,416	166,383	163,100
지프	37,360	31,501	39,276
스쿠터	910,417	766,620	703,105
모터사이클	470,859	430,366	384,080
모페드	440,359	406,081	413,356
삼륜차	89,488	76,652	65,166
계	2,274,507	2,020,857	1,895,663

자료: All India Automobile Association

(표 11) 신타용 타이어 판매현황('90~'93)  
(단위 : 100만개)

연도 종류	'90/'91	'91/'92	'92/'93
트럭·버스용	0.61	0.63	0.53
소형트럭용	0.29	0.27	0.26
승용차용	0.91	0.83	0.82
지프용	0.19	0.16	0.19
스쿠터용	2.73	2.30	2.11
모터사이클용	1.41	1.30	1.15
모페드용	0.88	0.81	0.82
삼륜차용	0.36	0.31	0.26

자료 : 추정

이클이 30만대, 모페드가 41만대 정도이다.

스쿠터는 Bajaj Auto, LML(Piaggio), Kinetic Honda(Bajaj Auto 합작)가 시장의 60% 이상을 장악하고 있는데, 생산량은 '90/'91년도의 910,417대에서 '92/'93년도에는 703,105대로 감소하였다.

모터사이클은 일본 투자회사들이 주도하고 있는데, 주요업체는 Hero-Honda, TVS - Suzuki, Bajaj - Kawasaki, Escorts - Yamaha이다. 모터사이클 생산량은 '90/'91년도의 470,859대에서 '92/'93년도에는 384,000대로 감소하였다.

타이어 제조업체들중 큰 회사들은 생산량의 15~20%를 자동차 메이커에 공급하고 있으며, 소규모 회사들은 교체용보다 신차용 타이어 판매비중이 더 큰 경향이 있다. 이러한 경향은 작은 회사들이 여러가지 면에서 보아 교체용 타이어시장에서 큰 회사와 경쟁하는 것이 불리하기 때문이다.

### (3) 교체용 타이어시장

인도는 열악한 도로조건에도 불구하고 자동차 1대당 연간 타이어 교체율이 낮는데, 그 내용을 보면 트럭·버스가 3.5개, 승용차가 1.3개, 이륜차가 0.6개이다. 타이어업

계는 이러한 경향이 재생(특히 트럭·버스용) 타이어 때문이라고 보고 있다. 최근 차량관리법을 개정하여 트럭의 과적을 엄금하였지만 이와같은 조치는 신제타이어업체보다 재생타이어업체에 더 유익한 것이 되었다.

교체용 트럭·버스 타이어 매출액이 타이어 전체 매출액의 70~80%에 달하지만, 이 부문의 마케팅활동을 위한 광고비의 비중은 그리 크지 않다. 광고보다는 가격, 품질, 결제기간 등이 더 중요하기 때문이다. 광고주들은 트럭소유자들이나 운수업주에게 직접적으로 호소하는 방법을 주로 택하고 있다.

그러나 교체용 승용차 타이어부문은 다르다. 브랜드 이미지와 브랜드 인지도가 매우 중요시되기 때문이다. MRF로 말할 것 같으면 기술력이 돋보이고, JK는 인도 최초의 스틸 래디알 타이어를 개발한 강점이 있고, Dunlop는 광폭타이어, Ceat는 질긴 타이어 등을 연상하도록 광고하고 있다. 그러나 놀랍게도 안전성을 홍보하는 광고주는 별로 없다. 광고주는 주로 TV, 잡지, 신문을 혼용해서 광고를 하고 있다.

교체용 이륜차 타이어시장은 성장하고 있는데, 이 부문에서는 젊은 소비층이나 저소

(표 12) 교체용 타이어 시장 현황('90~'93)  
(단위 : 100만개)

연도 종류	'90~'91	'91~'92	'92/'93
버스/트럭용	4.65	4.86	5.74
소형트럭용	0.58	0.48	0.64
승용차용	1.56	1.27	1.49
지프용	0.41	0.35	0.41
스쿠터용	1.74	2.18	2.48
모터사이클용	0.55	0.48	0.56

자료 : EIU 추정.

특층을 위주로 한 광고가 활발하다.

**(4) 마케팅 및 유통구조**

마케팅이나 유통구조는 상당히 단순하다. 주요 타이어회사들은 대도시마다 지사를 두고 대부분의 지사들이 자기 창고를 갖고 산하 딜러들을 관리하고 있다. 인도에 있는 이러한 창고는 650개 이상이나 된다.

또한 전국의 딜러들은 6,000개 정도나 된다. 판매마진은 트럭·버스용 타이어가 5%, 기타는 7.5%로 거의 정해져 있다.

타이어는 여전히 중과세 대상이어서 소비세, 수입관세, 거래세, 시장반입세, 고무세가 부과된다. 예컨대 1,262루피의 승용차용 타이어에 부과되는 세금은 634루피이고, 7,800루피의 트럭용 타이어에 부과되는 세금은 3,700루피이다.

판매담합행위, 끼워팔기 등은 공정거래법(MRTPA; Monopolies and Restrictive Trade Practices Act)에 위배되는 불공정 거래행위이지만 제조업체들간에 성행하고 있다. 이로 인하여 타이어 판매가격이 5년 동안에 5배나 오르기도 하였다.

공정거래위원회(MRTPC; Monopolies and Restrictive Trade Practices Commission)는 타이어업체의 카르텔, 가격담합, 판매제한행위의 진정을 받아 여러 차례 조사를 하기도 하였다. 예를 들면 MRF의 경우 생산량을 일부러 줄여 가격이 오르도록 하였는데, MRTPC는 아직 조사 결과를 발표하지 않고 있다.

인도의 타이어 판매대리점협회(The All India Tyre Dealer Federation)는 타이어제조업체에 대항하는 기능을 갖고 있다. 그들은 가격의 인하, 수입자유화를 주창하고 타이어제조업체들의 담합행위에 대하여 거세게 저항하고 있다.

정부(The Bureau Of Industrial Costs and Prices)가 타이어의 제조원가 및 판매가격 메커니즘을 조사하기도 하였는데, 특히 대리점들이 이 조치를 환영하고 나섰다.

한편 시장을 점유하기 위한 쟁탈전도 치열한데, 제품의 차별이 없는 경우에는 브랜드가 상당한 역할을 하기 때문에 대기업들은 TV, 신문광고를 많이 하고 있다. MRF는 TV의 단골 광고주이기도 하다.

Ceat, Dunlop, Apollo, JK Industries도 그 뒤를 이어 광고에 열을 올리고 있다. Ceat의 광고비는 '90/'91년도에 4,500만루피에서 '91/'92년도에는 7,000만루피로 늘었는데, 타이어업계 2인자로서 타이어시장의 17%를 점유하고 있는 이 회사는 광고비의 40%는 TV에 쓰고, 포스터에 30%, 신문에 20%, 기타 매체에 10%를 쓰고 있다. JK Industries도 광고예산이 5,500만루피에서 7,000만루피로 증가하였다.

MRF는 또한 주요 스포츠 행사의 스폰서를 하거나 자동차경기의 중계방송 스폰서로 TV에 이름을 내어 강인한 이미지를 부각시키려 하고 있다. 동사는 국제 크리켓대회, 권투선수권대회의 스폰서를 하기도 했다.

타이어시장에서 경쟁이 심화되고 있는 사실은 타이어업체들이 자사의 특정제품 광고를 하는 것을 보면 알 수 있다. MRF는 승용차용 타이어로 Zigma브랜드, 모터사이클 타이어로는 Nylogrip 브랜드 광고에 열을 올리고 있다. 또한 Apollo는 승용차용 타이어로 Amazer브랜드에, Dunlop는 스쿠터용 타이어로 Spectrawide 브랜드에, Ceat는 승용차용 타이어로 Formula 1 브랜드에 역점을 두고 있다.

가격정책은 시장관도를 바꾸는 또하나의 중요한 요소이다. '91/'92년도에 Apollo는 각주마다 다른 판매세를 무시하고 인도 전

역의 자사 타이어 소매가격을 똑같이 조정했다. 그러자 다른 메이커들이 이에 자극을 받아 가격할인제를 시행하였다. Ceat를 필두로 Modi와 다른 업체들이 잇따라 가격을 3.5% 인하하였다.

타이어회사들은 현재 마케팅전략을 새로 짜고 있는데, Ceat는 Ceat Shoppe(판매·서비스 하부조직)를 차렸고, 트랙터용 타이어시장에서 강점을 갖고 있는 Goodyear는 농촌서비스센터를 개설하였다. MRF는 운전자들이 세차도 하고 차륜정렬, 바란스 및 브레이크 점검도 할 수 있는 서비스센터를 Madras에 설치하였다.

**(5) 시장점유율현황**

14개의 승용차용 타이어 메이커중에서 Ceat가 25.4%의 점유율을 갖고 있고, 그 뒤를 이어 MRF가 18.1%, Dunlop이 12.7

%의 점유율을 보이고 있다. MRF는 Ceat로부터 시장을 잠식당하고 있으며, Birla Tyres가 부상하고 있다. 현재 인기있는 승용차용 타이어는 Maruti, Premier 118NE, Ambassador, Contessa, Tata Sierra와 같은 모델을 겨냥한 것이다. 가장 타이어 수요가 많은 차는 역시 Maruti인데, 여기에는 MRF, Dunlop, Ceat, Goodyear와 Modi가 주요 타이어 공급업이다.

트럭·버스용 타이어제조회사는 모두 13개회사가 있는데, 판매량 비중은 31%에 불과하지만, 매출액 비중은 80%가 넘는다. 15.3%의 시장점유율을 보이고 있는 MRF가 선두를 차지하고, 이어서 Ceat가 13.3%의 시장점유율을 보이고 있는데, 선두 3개사의 시장점유율은 Apollo, Birla, J K Industries로부터 잠식당하고 있다.

Vikrant는 올스틸 래디알 타이어를 성공적으로 판매하여 계속 시장점유율을 지키고

〈표 13〉 업체별 승용차용 타이어 시장점유율현황 ('90~'92)

회사별	연도		
	'90	'91	'92
Apollo	1.7	3.6	3.6
Birla	-	0.4	2.7
BTIL	9.1	10.1	9.9
Ceat	21.0	22.1	25.4
Dunlop	20.4	13.2	12.7
Goodyear	6.8	9.2	8.1
JKI	7.0	7.6	9.2
MRF	21.7	20.4	18.1
Modi	10.0	11.6	8.5
Premier	1.0	0.8	0.6
Vikrant	0.5	0.4	0.5
TCIL	0.5	0.5	0.5
Srichakra	0.3	0.1	0.1
Balakrishna	-	-	0.1
계	100.0	100.0	100.0

자료 : ATMA

〈표 14〉 업체별 트럭·버스용 타이어 시장점유율현황 ('90~'92)

회사별	연도		
	'90	'91	'92
Apollo	6.5	9.3	12.0
Birla	-	0.9	5.2
BTIL	4.7	4.6	3.9
Ceat	13.4	14.5	13.3
Dunlop	11.6	10.0	8.1
Goodyear	5.3	5.6	5.1
JKI	11.2	9.7	12.0
MRF	16.7	15.8	15.3
Modi	16.4	15.7	13.0
Premier	3.8	3.9	2.9
Vikrant	8.6	8.3	8.2
TCIL	1.7	1.6	1.1
Srichakra	0.1	0.1	-
계	100.0	100.0	100.0

자료 : ATMA

(표 15) 업체별 소형트럭용 타이어 시장점유율현황 ('90~'91)

회사별	(단위: %)			
	연도	'90	'91	'92
Apollo		1.1	1.6	3.5
Birla		-	-	1.0
BTIL		12.4	12.9	12.9
Ceat		16.5	16.5	15.2
Dunlop		11.4	11.3	8.4
Goodyear		6.0	6.0	6.9
JKI		11.7	11.2	16.3
MRF		19.8	20.1	19.1
Modi		16.8	16.4	10.8
Premier		1.1	0.3	0.3
Vikrant		2.8	2.6	3.5
TCIL		0.3	0.2	0.2
Srichakra		0.1	0.9	1.0
Balakrishna		-	-	1.1
계		100.0	100.0	100.0

자료: ATMA

있으며, 신차용 타이어 거래처를 갖고 있지 않는 Apollo는 교체용 타이어시장에 전념하여 성공을 거두고 있다.

소형트럭용 타이어업체는 14개회사가 있는데, 일본합작회사가 시장을 주도하고 있다. 이 부문에서도 MRF는 선두업체로서 19.1%의 시장점유율을 보이고 있으며, J K Industries가 16.3%, Ceat가 15.2%의 시장점유율을 보이고 있다. MRF와 Ceat는 J K Industries, Vikrant, Apollo로부터 시장을 잠식당하고 있다.

스쿠터용, 모터사이클용 타이어는 11개 회사가 생산하고 있는데, 스쿠터용 타이어 부문은 Ceat, 모터사이클용 타이어부문은 MRF가 시장을 장악하고 있다. 그러나 MRF의 시장점유율은, Ceat가 13.9%에서 23.1%로 높아진 데 비하여 40%에서 29.3%로 급격하게 낮아졌다.

항공기용 타이어는 Dunlop에서만 생산하고 있다.

산업차량용 타이어의 시장점유율은 Srichakra가 56.6%, Ceat가 43.4%로서 시장을 과점하고 있다. 건설차량용 타이어의 시장점유율은 Ceat가 59.7%로서 가장 높고, Dunlop이 14.7%, Goodyear가 16.0%를 점유하고 있다.

(표 16) 업체별 스쿠터용 및 모터사이클용 타이어 시장점유율 현황('92)

회사별	(단위: %)		
	타이어 종류	스쿠터용	모터사이클용
BTIL		4.5	3.1
Ceat		26.5	23.1
Dunlop		1.5	10.0
Falcon		18.5	14.8
MRF		21.5	29.3
Modi		7.1	5.7
Premier		0.2	-
Vikrant		-	-
Srichakra		10.5	6.5
Metro		1.2	0.6
Balakrishna		8.5	6.8
계		100.0	100.0

자료: ATMA

(6) 재생타이어현황

인도의 재생타이어 제조회사는 Indag Rubber, Elgi Tyre Tread, MRF, Sundaram Industries, Midas Precured Tread, Speedway Rubber의 6개회사가 있다. 이들 재생타이어회사들은 60개의 지점과 150개의 가맹점을 가지고 있다. 이들 업체들의 연간 타이어 재생물량은 약 600만개이다.

이 가운데 事前加黃한 재생타이어용 트레드가 20% 정도인데, 1995년에는 절반 정도 수준에 이를 것으로 보인다. 품질이 점

점 좋아지고 있기 때문이다.

타이어업체의 주요 고객인 정부의 운송기관(STUs)은 이 새로운 타이어 재생기술을 받아들여 대부분 STUs들은 자체 재생시설을 갖고 있다.

### 7. 전 망

1991년 7월 Narasimha Rao정부는 신규 제조업 참여에 대한 모든 승인제도를 철폐하고, 외국인의 투자비율을 51% 이상도 인정함으로써 36개의 업체들이 새로 탄생하였다. 외국인들은 해외투자촉진위원회(FIPB)에 신청을 하면 별 어려움 없이 100% 투자도 가능하게 되었다.

사업환경도 많이 개선되어 외환관리 규제 조항이 많이 철폐되었고, 시장기능에 따른 외국환율을 인정하는 제도를 도입함은 물론 수입관세의 조정, 특정품목 이외의 대부분의 품목에 대한 수입자동승인 등이 그것이다.

이와같은 조치에 힘입어 외국인 투자가 1992년도에는 13억달러로 급신장하였으며, 인도의 산업재편을 촉진시켜 많은 인도 업체들이 다국적기업과의 협력을 모색하게 되었다.

타이어업계 역시 많은 변화를 하게 되었는데, 이제 16개의 미미한 생산능력을 가진 공장들에 대한 기업매수, 합병, 연합 등의 변혁이 불가피하게 될 것이다.

Goodyear-Ceat는 래디알 타이어공장을 차리게 되었고, Continental은 세계적 규모의 스틸래디알 타이어공장을 지을 계획이며, Michelin과 MRF도 제휴를 모색하고 있기 때문에 앞으로 수많은 외국의 타이어 회사들이 인도에서 타이어산업을 벌이게 될 것으로 예상된다.

인도의 타이어산업이 앞으로 당면하게 될 사항들을 열거하면 다음과 같다.

- 시설능력이 충분한 데도 시설확장은 계속될 것이다.
- 경제규모를 갖추기 위하여 공장의 통합이 추진될 것이다.
- 큰 회사들은 인너튜브, 플랩, 심지어 이륜차용 타이어와 같은 저급기술 수요품목의 생산을 축소하거나 철폐하고 이런 품목들은 작은 회사에서 생산될 것이다.
- 경쟁력이 있는 트럭·버스용 바이어스 타이어의 수출이 연간 30%씩 급성장할 것이며, 비트럭·버스용 타이어와 래디알 타이어도 수출이 기대된다.

〈표 17〉 품목별 타이어 수요전망('94/'95~'96/'97)

(단위 : 개)

종류	연도		
	'94/'95	'95/'96	'96/'97
트럭·버스용	6,694,181	7,112,439	7,568,004
소형트럭(구형)용	584,590	625,230	674,040
소형트럭(신형)용	831,990	987,460	1,165,940
소형트럭계	1,416,580	1,612,690	1,839,980
지프용	851,650	921,540	1,004,040
승용차용계	2,795,060	2,965,690	3,155,250
Maruti 승용차용	1,593,980	1,791,080	2,007,790
트랙터용(전륜)	887,590	939,480	992,590
트랙터용(후륜)	687,370	724,929	763,450
스쿠터용	6,532,420	6,950,990	7,400,810
삼륜차용	1,351,310	1,401,400	1,455,110
모터사이클용	1,445,040	1,403,690	1,359,850
소형모터사이클용	1,459,160	1,605,340	1,757,150
모페드용	3,110,130	3,277,300	3,470,790
트레일러용	287,050	315,760	347,330
우마차용	519,160	529,540	540,130
산업차량용	20,000	21,000	21,000
건설차량용	34,303	34,862	35,440
항공기용	32,850	36,000	39,200

자료 : ATMA.

- 승용차용 타이어의 래디알화속도는 빨라질 것이며, 다른 타이어의 래디알화속도는 다소 더딜 것이다.
- 수입관세는 25%로 낮아질 것이다.
- 사장경쟁과 소비자들의 고품질 선호에 따라 타이어 품질은 상당히 좋아질 것이다.
- ATMA의 수요전망에 의하면 트럭·버스용 타이어의 수출물량이 '91/'92년도의 528만개에서 '96/'97년도에는 756만개로 증가할 것으로 예상되며, 승용차용 타이어 내수판매량은 240만개에서 350만개로 신장할 전망이다.

Ceat-Goodyear, Michelin, Continental 이 인도 타이어시장에 래디알 타이어를 풀기 시작하면 지금까지 주저하고 있던 업체들도 다투어 래디알 타이어시장에 참여하게

될 것으로 예상된다.

ATMA는 '94/'95년도중 래디알 타이어의 수요를 <표 18>과 같이 전망하고 있다.

<표 18> 품목별 래디알 타이어 수요전망('94/'95~'96/'97)  
(단위:개, %)

종류 \ 연도	'94/'95	'95/'96	'96/'97
트럭·버스용 래디알 비율	401,651 6	568,995 8	756,800 10
소형트럭용 래디알 비율	99,160 7	161,227 10	220,800 12
지프용 래디알 비율	40,000 5	45,600 5	51,980 5
승용차용 래디알 비율	655,590 23	734,430 25	921,500 29
Maruti 승용차용 래디알 비율	637,590 40	716,430 40	903,570 45

자료: ATMA

자료: EIU Rubber Trends 4th quarter 1993

### 여러분의 원고를 기다립니다.

- 종류: 타이어산업에 관련되는 국내외 정보 및 자료, 각종 리포트 등
- 원고매수: 제한없음.
- 마감: 홀수달 5일을 원칙으로 하나 수시로 접수
- 원고료: 채택된 원고는 소정의 원고료를 드립니다.
- 보내실곳: 서울시 강남구 삼성동 159(무역회관 1910호)  
대한타이어공업협회 「타이어」지 담당자 앞
- 문의처: TEL: (02)551-1904(이원택 과장)