

해외소식

페타이어, 도로포장재로서의 전망 밝아

캐나다에서 대량으로 집적되어 있던 페타이어의 화재 등을 계기로 미국 정부에서는 미국내에 대량으로 버려져 있는 페타이어를 파쇄하여 칩을 만들어 도로포장재로 사용하기로 결정함에 따라 페타이어를 도로포장재로 사용하는 것에 관심이 모아지고 있다.

1970년대 후반부터 도로회사와 공동으로 페타이어를 도로포장재로 사용하는 데 대한 연구를 해온 Sumitomo고무의 자료에 의하면 일본의 북해도 동북지방을 중심으로 10만km(1992년말 현재)의 도로를 포장하는 데 타이어 칩을 시험적으로 사용하고 있다고 한다. 타이어 칩을 포장재로 사용했을 경우의 잇점으로서는 ① 동결억제효과(고무가 혼합됨으로써 노면이 유연해져서 차량의 중량에 의하여 노면상에 얼어붙었던 얼음에 균열이 생김), ② 耐slip性的의 증가, ③ 耐磨耗性 증가, ④ 차량주행시 소음의 감소, ⑤ 바퀴자국 패임의 감소 등의 잇점을 들고 있다.

결점으로서의 도로포장재로서 타이어 칩을 사용할 경우 비용이 기존의 아스팔트에 비하여 약 2배 정도 많이 든다는 것이다. 그러나, 북해도 개발국, 삿포르시 등이 스테드레스타이어를 장착하고, 도로를 주행하였을 때의 안전주행을 고려하여 타이어 칩을 도로포장에 사용하는 것에 착안하였는데, 이 경우 비용이 많이 드는 결점은 있으나, 스파이크 타이어를 장착하고 주행하였을 때에 비하여 스테드레스타이어를 장착하고 주행하였을 경우 도로파손율이 10분의 1로 감소된다고 하는 것이

북해도 개발국의 시험 데이터에 의해 입증됨에 따라 비용문제에 대해서는 크게 우려하지 않아도 될 것으로 보인다. 즉, 스파이크 타이어의 전성기에는 도로보수비로서 북해도만 해도 연간 200억엔이나 소요되었으나, 스테드레스화함에 따라 절약되는 도로보수비를 타이어 칩을 사용하여 도로를 포장하는 데 들어가는 비용으로 충당하는 될 것이기 때문이다.

이에 따라 앞으로 이 타이어 칩 혼합포장로가 눈이 많이 내리는 지역 전체로 확대될 것으로 보인다. (月刊タイヤ, 1993년 12월號)

프랑스, 타이어시장 침체 벗어날 전망

유럽시장의 전반적인 경기침체와 자동차의 판매량 감소로 프랑스의 타이어업계는 큰 어려움을 겪고 있으나, 생산업체의 노력과 교체용 타이어의 수요증가가 예상되는 등 주변여건의 호전으로 '94년부터는 새로운 국면으로 접어들 것이 예상된다.

유럽 자동차시장이 '93년까지의 판매부진에서 벗어나 점차 회복기에 접어들고 있으며, 프랑스의 중고차 성능검사 의무화정책에 따라 7년 이상된 자동차의 현 타이어는 의무적으로 교체('95년부터는 5년 이상된 차량도 해당)해야 하므로 타이어의 시장규모는 5~6%가 확대될 것으로 전망된다.

세계 제1위의 타이어 제조업체인 미쉐린사는 '93년 상반기중에만 32억프랑의 적자를 기록하여 큰 어려움에 직면해 있었으나, 하반기부터는 판매량 감소가 주춤해지는 가운데

'93년 중반부터 '95년 중반까지 고용인원을 8천명이나 감소시키는 것을 주내용으로 하는 비상계획을 수립, 시행하면서 '93년 하반기에는 수지가 거의 균형을 이룬 것으로 추정되며, 이에 따라 연간 적자폭은 상반기 적자폭인 32억~34억프랑 수준에 머문 것으로 보인다.

미쉐린사는 타이어의 판매증대를 위한 다양한 전략을 시행하고 있다. 첫째, 시장점유율을 확대하기 위해 중고 타이어 교체수요 및 범용차량을 겨냥한 가격인하정책을 펴고 있다. 현재 프랑스에 수입·판매되고 있는 중·저가품과의 경쟁을 위해 동남아에서 생산한 제품을 Tyre Master라는 상표로 판매하면서 저가정책을 펴고 있으며, 이탈리아의 피렐리사, 일본 브리지스톤사의 자회사인 미국의 파이어스톤사 등도 가격을 20% 가량 낮추어 하이퍼마켓에 공급하고 있는 상황이다.

둘째, 요즘들어 크게 각광받고 있는 그린 마케팅의 개념을 도입한 새로운 타이어인 Green X를 개발하여 판매하고 있다. 바퀴의 회전시 마찰을 35%나 줄여 연료의 소비를 최대한 감소시키는 새로운 기술의 제품으로 '94년초부터 대대적인 판매활동을 전개하고 있다.

세째, 틈새시장에 대한 진출확대도 도모하고 있다. 틈새시장은 수요는 많지 않으나 판매에 따른 이윤폭이 높은 것이 일반적이다.

이와 함께 미쉐린사에서는 자동차 속도에도 따른 수요의 상이점만을 생각하고 제품을 생산해 왔으나, 소비자들은 각각의 특수한 목적에 맞는 제품 이미지를 선호하고 있기 때문에 앞으로 시장세분화의 방법을 바꾸어 나가면서 자사 브랜드에 대한 이미지를 심어갈 계획이다.

프랑스의 자동차용 타이어 수입량은 매년 변동되기는 하지만, 승용차용 타이어가 연간 약 1,500만개, 버스 및 트럭용 타이어가 160

만개 가량 되는 것으로 나타나고 있다. 특히 프랑스 타이어시장의 전반적인 침체속에서도 '90년대 들어 수입량이 계속 증가하고 있는데, 이는 저가품에 대한 수요가 늘고 있다는 점과 프랑스 제조업체에서도 원가를 절약하기 위해 개발도상국에 대한 투자를 늘려 OEM으로 수입하는 경우가 많기 때문이다.

프랑스의 타이어 수입은 주로 독일, 이탈리아, 영국, 스페인 등 EU국가로부터 이루어져 왔으며, 이들로부터의 수입량이 전체의 82%('92년 기준 승용차용 타이어의 대EU 수입량 1,277만 2천개)를 차지하고 있다.

프랑스에서는 타이어 수입에 기본관세를 5.8%를 부과하고 있으며, 그밖에 특별한 수입규제제도는 없다. 다만, 타이어는 프랑스 공업규격청(AFNOR)에서 규정하고 있는 공업 및 안전규격에 합격해야만 현지에서 유통 및 판매가 가능하다.

한국산 타이어의 대프랑스 수출은 '90년의 28만 3,700개에서 '91년에는 무려 21%나 증가한 34만 4,000개, 다시 '92년에는 20%가

〈표〉 프랑스의 승용차용 타이어 수입실적

(단위: 1,000프랑, 개)

국 별	1991		1992	
	금 액	수 량	금 액	수 량
벨 룩 스	49,749	236,290	52,766	246,137
네덜란드	53,544	336,427	92,033	464,132
독 일	811,598	3,719,378	818,841	3,767,758
이탈리아	687,241	3,730,048	594,801	3,422,678
영 국	354,513	1,812,323	393,377	2,208,240
아일랜드	18,127	120,272	21,852	125,373
덴 마 크	4,714	19,127	1,042	2,352
그 리 스	5,303	40,788	-	-
포르투갈	73,619	525,908	37,480	289,377
스 페 인	382,553	1,947,465	395,799	2,240,384
유 고	72,714	648,646	37,133	337,513
미 국	19,057	64,988	38,841	125,153
중 국	6,312	62,144	4,563	44,507
한 국	52,627	344,131	57,310	413,896
일 본	127,202	630,645	145,906	681,423
대 만	4,570	38,864	7,157	65,159
기 타	157,280	693,701	201,745	1,166,913
합 계	2,880,723	14,971,145	2,900,646	15,600,995

자료: 프랑스 관세청 통계 각년호

* US\$1=F. Fr. 5.64('91년), 5.29('92년)

증가한 41만 3,800개를 기록했다. 이에 따라 수입시장 점유율은 '91년의 2.1%에서 '92년에는 2.7%로 증가했다.

일본산의 경우 '90년의 55만 6,000개에서 '91년에는 63만개로 13.4%가 증가했으며, 다시 '92년에는 68만 1,000개로 8.1%가 증가했다. 수입시장 점유율은 '92년 물량기준으로 약 4.4%를 차지하여 한국의 2.7%에 비해 1.7배에 불과하나 금액면에서는 5.3%로 한국의 2%에 비해 2.6배에 이르고 있다. 즉, 일본산은 한국산에 비해 2배 이상의 고가품을 수출하는 것을 알 수 있다.

타이어시장에서 가장 소비가 많은 곳은 신규차량에 부착하는 타이어를 구매하는 자동차 생산업체들이다. 현재 프랑스의 자동차 제조업체들은 대부분 프랑스산 타이어를 장착하고 있으며, 일부 OEM으로 공급된 제품이 사용되고 있는 것으로 알려지고 있다. 교체용 타이어는 생산업체에서 도매상을 거쳐 자동차정비업소로 판매되고 있거나 제조업체에서 직접 정비업소로 판매되고 있다.

현재 타이어 유통시장에서의 가장 큰 특징은 대형 하이퍼마켓에서 저가품을 중심으로 하는 판매를 확대하고 있다는 점이다. 자동차정비 전문업체가 아닌 하이퍼마켓에서의 판매는 가격경쟁이 심해지고 있는 것과 맥을 같이 하는데, 프랑스나 유럽의 유명업체에서도 해외에서 OEM 구매한 저가품을 중심으로 이러한 유통구조를 통한 판매에 나서고 있다.

현재 프랑스에는 미쉐린 타이어를 비롯한 유럽산에 대한 인식이 확고하여 일반소비자들은 한국산에 대한 특별한 인식을 갖고 있지 못한 것이 현실이다. 그러나, 한국산 타이어는 가격대비 품질면에서 뛰어나고 대량공급능력면에서 앞서고 있기 때문에 전문업체들 사이에서는 호평을 얻고 있는 편이다.

프랑스의 세계적인 타이어 제조업체인 미

쉐린사에서 汎用 타이어보다는 틈새시장을 겨냥한 특수목적 타이어나 기술개발에 의한 신개발품을 통한 판매확대전략을 펴고 있는 것은 세계의 타이어시장이 가격경쟁시대로 접어들고 있기 때문이다.

특히 앞으로 수요가 늘어날 것으로 예상되는 교체용 타이어의 경우 가격경쟁이 치열해질 수밖에 없는 상황으로 이에 대한 대책이 마련되어야 할 것이다. 그 방안으로 내부적으로는 경영합리화에 의한 원가절감노력을 통하여 가격을 인하하는 방법과 현재 미쉐린사 등 세계적인 대기업이 채택하고 있는 전략을 모방, 장기적인 안목에서 추진하여야 할 것이다.

현재 한국산 타이어는 물량면에서는 뛰어나지만, 고급품이나 특수목적에 맞는 제품의 개발은 뒤지고 있다는 점에서 이를 보완하기 위한 전략이 필요한 것으로 판단된다.

(KOTRA 海外市場, 1994. 3. 9)

'93년도 12월기 일본 타이어 3개사의 연결결산 실적

(단위 : 100만엔)

구분	회사별	Bridgestone	Yokohama고부	Sumitomo고부
賣出額		1,599,163	400,192	503,426
(前期比)와	母企業比	(▲8.4%)2.54배	(▲7.4%)1.55배	(▲13.0%)2.12배
營業利益		93,162	11,690	18,658
(前期比)와	母企業比	(▲22.8%)1.71배	(▲48.1%)1.20배	(▲44.7%)1.53배
經常利益		37,345	4,478	4,925
(前期比)와	母企業比	(▲33.0%)1.05배	(▲63.1%)0.63배	(▲68.6%)0.61배
當期利益		28,385	▲207	4,594
(前期比)와	母企業比	(▲0.1%)1.67배	-	(▲24.1%)0.81배
借入額		705,094	230,997	294,167
(前期比)		(▲3.4%)	(▲0.6%)	(▲2.6%)
部門別賣出額				
타이어部		1,193,223	286,805	372,996
(前期比)		(▲10.0%)	(▲6.6%)	(▲15.2%)
비타이어部		438,726	115,499	131,061
(前期比)		(▲3.0%)	(▲9.4%)	(▲6.1%)
비타이어比率(前期)		27.43(25.93)	28.86(29.50)	26.03(24.10)
海外賣出額		854,921	90,789	243,454
(前期比)		(▲8.3%)	(▲12.6%)	(▲19.1%)
海外賣出比率(前期)		53.5%(53.4%)	22.7%(24.0%)	48.4%(52.0%)
連結子會社數		206개사(-21)	62개사(+1)	44개사(-1)
次期賣出額展望		1,570,000	390,000	500,000
(前期比)		(▲1.8%)	(▲2.5%)	(▲0.7%)
次期經常利益展望		50,000	7,500	5,000
(前期比)		(33.9%)	(67.5%)	(1.5%)

(週刊タイヤ新報, 1994. 3. 21)