

# 벨기에의 타이어산업과 시장현황

金 民\* 譯

## 1. 머리말

이 자료는 벨기에의 승용차 및 상용차용 타이어의 동향을 분석하고 전망을 살펴보기 위한 것이고, 통계자료는 INS/NSI(The National Statistical Office) 및 자동차수출 협회로부터 제공받은 것이며, 일부 자료는 주요업체로부터 추정된 것도 있다.

## 2. 벨기에의 자동차산업

벨기에 고유의 자동차 메이커는 수십년전 이 나라에서 사라졌지만, 유럽 중앙부에 위치한 지리적 특성과 통신의 발달, 우수한 노동력 때문에 벨기에는 자동차생산국으로서 중요성을 갖기 시작하였다. Citroën, British Leyland, Fiat, Mercedes가 철수하였으나, 아직도 5개 업체가 남아 있다. 이 남아 있는 업체중 최대의 2개업체는 미국의 다국적기업인 GM과 Ford가 대주주이다. 가장 큰 업체인 Genk는 독일 Ford Werke의 자회사이다. Ford사는 1993년 Mondeo 모델을 개발할 때까지 Sierra모델을 Genk

공장에서 생산하였었다.

1993년도에 벨기에에서는 117만 2,000대의 자동차가 조립되었는데, 이는 1992년도보다 약 7,000대 이상 증가한 것이다. 새로운 모델인 Mondeo의 발매로 Ford사의 자동차 생산량은 크게 증가하였다. 1992년도에 Genk공장에서는 30만대가 채 안되는 Sierra모델을 생산하였지만, 1993년도에는 Mondeo모델 30만대를 포함하여 42만 5,000대의 자동차를 생산하였다.

〈표 1〉 벨기에의 업체별 자동차 생산현황(1993)

(단위: 1,000대)

자동차 회사	생 산 량
Ford(Mondeo, Transit)	425
GM/Opel(Astra, Vectra)	310
Renault(R21, Clio)	165
Volkswagen(Golf, Passat)	167
Volvo	102
계(기타 포함)	1,172

자료: 업계추정.

그밖에 생산량이 늘어난 회사는 Ghent에 있는 Volvo사로서 이 회사의 자동차생산량은 1992년도의 89,000대에서 1993년도에는 10만 2,000대로 증가하였다. 이와같은

\* 大韓타이어工業協會 業務部長

생산량 증가는 이 회사 생산량의 약 40%를 소화하고 있는 미국의 수요가 증가한 데 따른 것이다.

벨기에에서 두번째로 큰 자동차회사는 Antwerp에 있는 GM사로서 모델명 Vectra와 Astra 차종을 생산하고 있는데, 이 회사는 1992년도에 37만 4,000대를 생산하였으나, 1993년도에는 31만대로 감소하였다.

Golf와 Passat를 생산하고 있는 Brussel의 Volkswagen은 1992년도의 21만 6,000대에서 1993년도에는 16만 7,000대로 줄었다(그중 Golf가 14만 5,000대). 한편 R21 브랜드와 Clio를 생산하고 있는 Renault사도 1992년도의 18만 9,000대에서 1993년도에는 16만 5,000대로 줄었다. GM, Renault, Volkswagen은 종업원을 감원하였다.

자동차 신규등록대수는 1980년대에 급격히 증가하여 매년 평균 30만대 이상씩 증가하다가 1990년도에는 47만 3,500대로 피크에 달하였다. 1991년도와 1992년도 판매대수는 45만대를 넘었으나, 그 이후 유럽의 경기침체의 영향으로 1993년도에는 37만 5,409대로 격감하였다. 1994년 1월 1일부터 적용되는 부가세 인상조치(19.5%→20.5%)가 없었더라면 1993년도 판매량은 더 줄어들었을지도 모른다.

### 3. 타이어 생산현황

벨기에에는 단 1개의 타이어공장이 있다. Michelin이 1980년대 하반기에 공장을 폐쇄한 이후 Continental 그룹이 Liège근처의 Herstal에서 운영하고 있는 Uniroyal공장만 남아 있다. 수년전까지만 하더라도

Uniroyal은 승용차용 타이어와 트럭·버스용 타이어를 이 공장에서 만들었다. 승용차용 타이어는 13인치 규격으로서 Opel Kadett와 V W Golf 모델에 맞춘 것이다.

그러나 이 차의 새로운 모델이 14인치 타이어를 장착하게 되면서 신규 타이어 생산시설이 필요하게 되자 Uniroyal은 승용차용 타이어 생산을 중단하고 트럭·버스용 타이어만 생산하기로 결정하였다. 이와같은 결정은 Continental그룹의 새로운 생산전략에 따른 것이다.

타이어회사들은 공장의 생산전략을 바꾸어, 이를테면 어느 공장은 무슨 브랜드를 생산하도록 하는 방식을 바꾸어서 공장별로 생산규격을 분담하게 하였다. 따라서 Herstal공장도 생산품목을 전문화하여 트럭·버스용 타이어 4개 규격, 즉 15, 17.5, 20, 22.5인치 규격만 생산하게 되었다. 그것도 고속의 고성능 대형타이어는 독일의 Stocken공장에서 생산하고, Herstal공장에서는 저속 저성능의 것만 생산하는 것이다.

타이어 생산량은 지난 3년간 1일 2,500개에서 3,500개 정도 되었지만, 1993년도에는 상당히 저조하였다. 1980년대말 Uniroyal은 노동조합과 1년여의 실랑이 끝에 주말근무 교대제를 시행하였다. 타이어시황도 좋지 않은 데다 생산성이 떨어질 것으로 보이지만, 근로자와의 관계개선도 하고 경기가 좋아질 것에 대비하여 경영층은 이 제도를 도입하기로 결정하였다.

이로 인하여 250명의 고용창출효과를 거두기도 하였으나, 같은 숫자의 근로자들이 경영합리화의 대상이 되어 증액퇴직수당을 주지 않고 조기퇴직이나 적정퇴직급여 지급으로 정리될 수밖에 없었다. 현재 이 공장의 종업원은 약 1,000명이며, 생산량의 80

%는 주로 독일, 프랑스, 네덜란드, 스칸디나비아, 영국 등으로 수출되고 있다. 또한 생산량의 35%는 신차용으로 공급되고 있다.

#### 4. 수출입현황

Herstal공장에서 수출하고 있는 것과는 별개로 벨기에에서는 재수출되는 것도 있는데, 유럽시장으로 들어오는 타이어가 Antwerp항구를 경유하기 때문이다. 많은 타이어 수입상들이 Benelux를 하나의 국가로 취급하고 있다.

〈표 2〉 품목별 타이어 수출현황(1989~1992)  
(단위 : 1,000개, 100만 벨기에 프랑)

품목별		연도			
		1989	1990	1991	1992
승용차용	수 량	4,253	4,067	4,587	4,940
	금 액	5,829	5,874	6,824	7,497
상용차용	수 량	1,569	1,542	1,758	1,792
	금 액	9,039	8,911	9,337	10,437
계	수 량	5,822	5,609	6,345	6,732
	금 액	14,868	14,785	16,161	17,934

자료 : INS/NSI.

〈표 3〉 지역별 수출현황(1989~1992)  
(단위 : 1,000개)

지역별	연도			
	1989	1990	1991	1992
EC	3,839	3,750	4,240	4,519
프랑스	319	301	338	506
네덜란드	1,030	1,225	1,283	1,085
독일	1,210	907	1,027	1,119
이탈리아	502	543	712	693
영국	721	650	689	770
스페인	n.a.	73	107	190
계(기타 포함)	4,253	4,067	4,587	4,940

자료 : INS/NSI.

#### (1) 수 출

직수출 대상지역은 앞서 밝혔지만, 그밖

에도 이탈리아, 스페인이 있고, 최근에는 동유럽지역에도 수출되고 있다. 1992년도 승용차용 타이어 수출량은 거의 500만개로서, 1990년도 대비 21%나 증가하였고, 트럭·버스용 타이어는 160만개 정도로서 16% 증가하였다.

〈표 4〉 지역별 상용차용 타이어 수출현황(1989~1992)  
(단위 : 1,000개)

지역별	연도			
	1989	1990	1991	1992
EC	1,258	1,167	1,413	1,428
프랑스	183	104	105	136
네덜란드	143	140	160	154
독일	467	536	684	669
이탈리아	149	95	126	149
영국	212	209	206	223
스페인	49	36	32	40
미국	114	138	71	58
계(기타 포함)	1,569	1,543	1,758	1,792

자료 : INS/NSI.

#### (2) 수 입

벨기에의 타이어 수입량은 꾸준히 증가하였는데, 1992년도 수입량은 1,080만개로서 1989년도 대비 거의 1/5이 증가하였다. 이것은 유럽의 통화불안정시(특히 1992년도의 경우) 벨기에가 중개무역지로서 중요한 역할을 한다는 것을 의미하기도 한다.

이와같은 증가세는 1993년에도 계속되었는데, 벨기에 시장 타이어 판매량의 10~15%에 상당하는 규모의 중개무역을 위한 타이어 수입이 있는 것으로 추정할 수 있다.

원산지별 타이어 수입현황을 보면 다국적기업의 타이어 공장이 있는 나라에서 벨기에에 수출이 많이 된 것을 알 수 있다. 예컨대, Continental의 공장이 있는 독일, Michelin과 Dunlop의 공장이 있는 프랑스, 그밖에 영국과 록셈부르크(Goodyear), 스

〈표 5〉 승용차 및 상용차용 타이어 수입현황(1989~1992)  
(단위: 1,000개, 100만 벨기에 프랑)

구분	연도		1989	1990	1991	1992
	승용차용	수 량		9,033	9,560	10,102
금 액			10,297	10,969	11,662	12,996
상용차용	수 량		778	867	853	785
	금 액		4,933	5,406	5,541	5,431
계	수 량		9,811	10,427	10,955	10,821
	금 액		10,762	16,375	17,203	18,427

자료: INS/NSI.

〈표 6〉 원산지별 승용차용 타이어 수입현황(1989~1992)  
(단위: 1,000개)

원산지	연도	1989	1990	1991	1992
EC		7,937	8,185	8,222	8,335
프랑스		3,122	3,201	3,059	3,157
네덜란드		490	513	437	401
독일		2,269	1,890	1,834	2,397
이탈리아		339	435	863	512
영국		1,368	1,394	1,076	1,061
스페인		n.a.	560	813	595
계(기타 포함)		9,033	9,560	10,102	10,821

자료: INS/NSI.

〈표 7〉 원산지별 상용차용 타이어 수입현황(1989~1992)  
(단위: 1,000개)

원산지	연도	1989	1990	1991	1992
EC		690	750	711	687
프랑스		160	184	172	161
네덜란드		66	63	83	80
독일		232	218	208	182
이탈리아		85	97	85	62
영국		91	110	103	142
스페인		n.a.	70	51	54
계(기타 포함)		776	867	853	785

자료: INS/NSI.

페인(Michelin, Firestone, Pirelli), 이탈리아(Pirelli와 Michelin), 오스트리아와 스칸디나비아 국가(Continental 그룹) 등이다.

## 5. 타이어시장 현황

벨기에의 시장규모는 공식적인 통계가 없기 때문에 공급물량으로 시장규모를 추정할 따름이다. 다국적기업들이 벨기에에 사무실을 갖고 있거나 베네룩스 전지역을 직접 커버하더라도 벨기에내의 카메라커들은 타이어 생산공장이 있는 곳의 타이어회사와 공급계약을 체결하는 것이 상례이다.

### (1) 승용차용 타이어

1993년도 승용차용 타이어 판매량은 약 900만개에 달하며, 이 가운데 약 310만개는 교체용 타이어로 추정된다. 교체용 타이어시장은 안정되어 있는 데 반해 신차용 타이어 시장은 벨기에 국내 자동차 생산 호조에 따라 최근 몇년간 매우 활발하다. 신차가 잘 팔리면 교체용 타이어시장이 나빠지는 것이 보통이다. 반대로 차를 잘 바꾸지 않으면(신차판매가 부진하면) 타이어를 바꾸어 끼우게 되므로 교체용 타이어의 수요가 늘어난다.

과거 20년동안 자동차보유대수가 2배 이상 늘어나 1993년도에는 410만대에 이르렀으며, 교체용 타이어 수요도 상당히 증가하였다. 1993년도 중반의 차량운행대수는 1980년도보다 100만대가 증가하였다. 벨기에에는 국토가 협소하여 자동차의 평균주행거리가 유럽의 다른 나라에 비하여 짧은 편이다.

경기침체로 인하여 벨기에 사람들이 주말 연휴를 항공기를 이용하던 것을 포기하고 대신 자동차를 이용하여 남부 프랑스나 스페인 등지로 다니게 됨에 따라 자동차의 평균주행거리가 좀 길어져 현재 12,000마일로 추산된다.

또한 도로 개·보수에 대한 정부예산의 삭감으로 도로상태가 나빠진 것도 교체용 타이어 수요증가의 한 요인이 되었을 것이다. 그밖에도 자동차검사기준이 강화되어 낡은 타이어는 바꾸어야 하는 것도 교체용 타이어 수요증가에 一助를 했다고 볼 수 있다.

〈표 8〉 승용차용 타이어의 시장별 수요현황(1990~1993)  
(단위: 100만개)

구분 \ 연도	1990	1991	1992	1993
신차용 타이어	5.65	5.80	5.82	5.86
교체용 타이어	2.80	2.85	2.90	3.14
계	8.45	8.65	8.72	9.00

자료: EIU 추정.

〈표 9〉 승용차용 타이어의 패턴별 교체용 타이어시장 점유율  
(1992~1993)

(단위: %)

패턴별 \ 연도	1992	1993
S+R	13.5	10.0
T	50.0	54.0
H	18.5	19.0
V	7.0	8.0
Z	3.0	3.0
겨울용 타이어	7.0	5.0
기타 타이어	1.0	1.0
계	100.0	100.0

자료: 업계자료.

승용차용 타이어의 종류별 시장구조를 보면 유럽의 추세를 반영하는 것이기도 한데, S/T 80 타이어의 구성비가 1985년도에 58%였으나 1995년도에는 23%까지 줄어들 전망이다. 1993년도에 벨기에에서 이와같은 종류의 타이어는 약 32%대에 이르는 것으로 추정된다.

S/T 70~65 타이어의 구성비가 1985년도에는 18% 수준이었으나, 그 후 급속히 성장하였으며, highperformance 타입인 H

와 V/Z 타이어도 14%대에서 1993년도에는 30%대로 비중이 커졌다.

표준형 차량에 장착되는 저편평비 타이어는 5년동안 2배로 늘어났다. 스노타이어는 네덜란드의 Vredestein이 주로 공급하고 있는데 이 스노타이어는 전체 판매량의 약 5%를 차지하고 있는 것으로 추정된다.

## (2) 상용차용 타이어

한편 신차용 타이어중 상용차용 타이어 판매량은 연간 약 49만 5,000개에 이르는 것으로 추정되는데, 1989년도에 56만개로 최대치를 기록한 이후 최근에 와서는 안정적인 수준을 나타내고 있다. 소형트럭용 타이어의 경우 교체용 타이어시장에서의 판매량은 1990년대 초반에는 약 15만개 정도였는데, 1993년도에는 16만개 수준으로 증가하였다. 이 가운데는 스노타이어가 약 6% 정도 차지한다.

또한 트럭·버스용 타이어의 교체용 타이어시장에서의 판매증가세는 상당히 완만하지만 1992~1993년도 판매량은 대략 25만개로 추산된다. 상용차용 타이어시장은 유럽에서의 경기회복신호가 좀처럼 나타나기 어려워지자 기업들이 투자확대를 기피한 수년동안에는 정체상태에 빠졌었다. 그러나, 그런 가운데서도 자동차 보유대수가 서서히 증가하여 교체용 타이어 수요는 꾸준하였다. 아울러 경쟁상품들, 특히 동유럽이나 극동지역으로부터 값이 싼 수입품이 늘어나게 되었다.

## (3) 재생타이어

값싼 타이어의 유입에도 불구하고 주로 교체용 상용차 재생타이어시장의 구조는 별다른 변동이 없었다. 영세한 재생타이어 공

장들은 여전히 사업의 한 영역을 가지고 존속하고 있다.

재생타이어사업은 돈을 벌기 위해서라기 보다는 타이어회사가 그들의 고객들에 대한 서비스차원에서 하는 것으로 보이기도 한다. 그래서 재생타이어 제조시설을 고객들에게 맡기거나, 재생타이어 원단인 중고타이어를 그들로부터 인수하거나, 고객들을 재생타이어 생산업자에게 소개하기도 한다.

벨기에 최대의 재생타이어 공장은 Flanders의 Unigom에 있는데, 이 공장은 Uniroyal과 재생타이어 사업계약을 맺고 있다. Continental 역시 독일의 Vergölst와 재생타이어 사업계약을 맺고 있다. Michelin은 프랑스의 Escofier에서 직접 재생타이어 공장을 운영하고 있으며 Pirelli도 소규모의 재생타이어 사업부를 운영하고 있다. Good-year의 재생타이어사업은 룩셈부르크의 Verhulst가 경영하고 있는데, 앞서 열거한 회사들의 재생타이어 제조방식은 고온가황방식인 데 반하여, 저온가황방식의 대표주자격인 미국의 Bandag는 Vacuum Vulk 자회사를 프랜차이즈로 운영하고 있다.

승용차용 재생타이어 생산량은 그리 많지 않다. 그러나 벨기에가 그 이웃 나라인 네덜란드와 같은 현상을 닮아간다면 승용차용 재생타이어시장이 인기를 얻을 수 있을 것이다.

한 조사보고서에 의하면 네덜란드와 같은 조건의 도로상태라면 재생타이어를 이용하는 데 하등의 문제가 없기 때문에 일부 소비자들에게는 재생타이어가 인기가 있다. 소비자들이 선택할 수 있는 낮은 가격의 타이어 종류가 다양한 점을 감안할 때 이와같은 인기는 반드시 경제적인 이유에서라고만 볼 수는 없다.

(표 10) 승용차용 타이어시장 현황(1990~1993)

(단위 : 1,000개)

구분 \ 연도	1990	1991	1992	1993
신차용 타이어	500	490	495	495
교체용 타이어	560	560	557	570
신제타이어	410	405	402	410
재생타이어	150	155	155	160
계	1,060	1,050	1,052	1,065

자료 : 업계추정.

네덜란드에서 환경을 중요시하는 소비자들은 재활용에 기여한다는 뜻에서 재생타이어를 사서 끼운다. 이와같은 관점에서 Kwik-Fit 운동이 승용차용 재생타이어의 이용을 촉진시키고 있다. 그러나 벨기에는 그 주변국들에 비하여 환경의식이 약하기 때문에 시장성장률은 낮을 것이다.

#### (4) 타이어 수급현황

규모에 관계없이 벨기에의 타이어 판매회사들이 최근 취하고 있는 조치 가운데 뚜렷한 한가지는 베네룩스 시장을 단일시장으로 보고 벨기에와 네덜란드의 판매조직을 통합하는 것으로서 이렇게 할 경우 하치장을 시장의 중심부에 두는 조치가 뒤따른다.

벨기에와 네덜란드의 시장성격이 각각 다르기는 하지만 이와같은 통합조치는 경비절감면에서는 긍정적이다.

판매경쟁이 치열해지자 시장의 주도권을 쥐고 있는 업체들은 가격정책을 시장점유율에 맞추게 되었다. 이러한 경향은 특히 Uniroyal의 경우 더욱 심하여 경쟁사들이 더 이상 가격을 내릴 수 없을 때까지 가격을 내려 시장점유율을 유지하게 되었다. 이와같은 현상은 유럽의 자동차 경기가 회복될 것을 믿고 1993년도에 신차용 타이어를 많이 생산한 것도 한 원인이며, Uniroyal과

Continental은 생산량을 줄이기도 했지만, 누적된 재고에도 원인이 있다.

신차용 타이어시장에서의 판매는 마진이 거의 없기 때문에 타이어 공급업체들은 교체용 타이어시장에서의 판매에 노력을 기울이고 있다. 그들은 자동차 메이커들과 장기 공급계약을 맺기 위하여 어떤 경우에는 자동차 특정 모델의 수명기간 또는 최소한 3년간은 유효한 계약을 맺고자 한다. 이는 신차용 타이어시장용 제품의 개발에 대한 투자비가 높고 제품의 라이프사이클이 10~15년으로 길기 때문이다.

신차용 타이어시장은 한계가 있기 때문에 이 시장용으로 개발한 타이어가 교체용 타이어시장으로 흘러들어오기 마련이다. 신차용 타이어시장에서의 판매비중을 높여가던 업체들은 교체용 타이어시장에 관심을 갖고 교체용 타이어시장에 맞는 타이어 모델을 독자적으로 개발하게 되었다.

신차용 타이어 시장에서 Continental그룹(시장의 리더격인 Uniroyal 포함)은 Antwerp에 있는 GM, Brussel에 있는 Volkswagen, Borne에 있는 Nedcar(Volvo 400 생산)에 타이어를 공급하고 있다. Ford는 독일공장과 Vilvoorde에 있는 Renault 자동차에 타이어를 납품하는 업체들로부터 직접 타이어를 공급받고 있다.

Gent의 Volvo Car는 스웨덴에 있는 Gislaved 타이어회사(Continental 그룹 소속)로부터 타이어를 공급받고 있는데, 이 타이어를 장착한 차들은 대부분 스칸디나비아시장에 팔리고 있다.

Goodyear는 Volkswagen의 신임 구매 담당이사인 Manuel Lopez가 가격을 더 깎아달라는 것을 거절하고 거래관계를 끊었다. 이와 비슷한 사태는 GM에도 있었다.

Goodyear는 Volvo, Daf, Scania에 상용차용 타이어를 계속 공급하고 있다.

Firestone은 현재 Antwerp에 있는 GM에 Michelin 다음으로 타이어를 많이 공급하고 있으며, Continental은 Firestone 다음으로 타이어를 많이 공급하고 있다. Dunlop은 VW, Ford, GM에 독일의 SP Reifen공장에서 생산한 타이어를 직접 공급하고 있다.

교체용 타이어시장에서는 Uniroyal이 Michelin과 매우 근소한 차이로 선두를 지키고 있으나, 근래에 들어와서는 제2의 브랜드들이 시장을 잠식해 들어오고 있다. Uniroyal은 Continental그룹의 계열사이므로 판매팀이 비록 Continental과 Uniroyal로 구분되어 있다고 하더라도 그룹의 판매 노력이 Uniroyal에 더 크게 작용하여 Uniroyal이 선두를 차지하게 되었다. 그러나 선두그룹업체들의 시장점유율은 1~2% 포인트 정도의 차이가 날뿐이다.

주요 타이어 제조업체들의 최근 동향은 제2브랜드의 판매에 역점을 두고 있는 것이

〈표 11〉 승용차용 타이어의 교체용 타이어시장 점유율 현황 (1993)

(단위 : %)	
회 사 별	점 유 율
Uniroyal	27
Michelin	26
Goodyear	11
Dunlop	8
Pirelli	9
Continental	6
Bridgestone	3
Firestone	2
Vredestein	2
기 타	6
계	100

자료 : 업계추정.

다. Michelin의 경우 Kleber와 Classic 브랜드가 있고, Goodyear의 경우는 Kelly와 Fulda 브랜드가 있으며, Pirelli의 Ceat, Uniroyal의 Semperit, Dunlop의 Ohtsu와 Durant 브랜드가 바로 그것이다.

**(5) 상용차용 타이어시장 현황**

Michelin은 상용차용 타이어부문의 판매에서 신차용 시장이나 교체용 시장 모두 선두를 달리고 있는데, 시장점유율은 신차용 타이어부문이 50%를 약간 상회하고 있고, 교체용 타이어부문은 1980년대에는 절반 이상을 차지하였으나, 현재는 약 47% 수준에 머물고 있다.

Goodyear는 최근 몇년동안 시장점유율을 약 3% 정도 늘린 반면에 Uniroyal은 시장점유율이 10%에서 8%로 떨어지면서 3위의 자리를 Bridgestone과 Pirelli에게 넘겨주었다. Bridgestone의 시장점유율이 높아진 이유는 스페인의 peseta화의 약세에 따라 스페인 현지공장으로부터 값싼 타이어를 많이 수입해 왔기 때문이다. Pirelli는 지난 수년간 시장점유율을 거의 배로 늘려 8%를 상회하게 되었고, 기타 브랜드로는

Dunlop의 시장점유율이 높아졌다.

**(6) 광고비 지출현황**

타이어제조회사들은 자동차운전자나 타이어 판매상들에게 더욱 강한 브랜드 이미지를 심어주기 위하여 그들의 마케팅 노력을 광고에 집중하는 경향이 있다.

최근의 광고비 총지출 규모는 약 1억 Bfr (벨기에 프랑)으로 예년과 비슷한 수준이나 실제로는 조금 감소하였다. Michelin의 광고비는 약 4,500만프랑으로 추정되는데, 주로 소비자들에게 직접 하는 광고비가 많다. 그리고 Continental그룹의 광고비는 약 2,500만프랑인데, 이 가운데 약 1,500만프랑이 Uniroyal 브랜드에 지원된다. 광고매체로는 텔레비전 광고가 아직도 큰 몫을 차지하고 있다.

다국적 대기업들은 유럽뿐만 아니라 기타 해외시장에서도 국제적인 TV 광고망을 이용한다. 그러므로 국내 판매자회사들은 공짜로 TV광고를 하는 셈이다. 벨기에의 TV는 유선방송인데, 외국의 많은 채널을 볼 수 있기 때문에 외국의 방송광고 덕택에 국내 판매회사들은 단 한푼의 광고비도 쓰지 않을 수 있다. 예컨대 1993년도에 벨기에에서 Pirelli의 매출액은 TV광고로 부쩍 늘었는데, 프랑스의 인기 TV 프로를 Pirelli가 스폰서로서 광고를 계속했기 때문이다.

일기예보시간대의 광고주들은 대개 상당히 비중이 큰 광고로 생각한다. 왜냐하면 벨기에에 비가 많이 오겠다는 일기예보가 나가면 젖은 도로에서 타이어의 안전의식을 일깨워주므로 타이어 광고로는 적격이기 때문이다.

자동차전문잡지들도 광고매체로 이용되기는 하지만 이런 류의 광고는 주간잡지나 여

(표 12) 상용차용 타이어 교체용 타이어시장 점유율 현황 (1993)

(단위: %)	
회 사 별	점 유 율
Michelin	47
Goodyear	17
Bridgestone	8
Pirelli	8
Uniroyal	8
Dunlop	6
Continental	5
기 타	1
계	100

자료: 업계추정.



성잡지만큼 대중화되지 못한다.

유명회사의 타이어 인지도가 높다고 하더라도 타이어를 바꿔끼울 때 운전자가 반드시 특정 타이어를 끼워달라고 하는 예는 그렇게 많지 않다.

타이어 판매상이나 누군가가 어떤 타이어가 좋다고 하면 그대로 끼게 되기 때문에 선택의 요인은 여러가지가 될 수 있다. 예외적인 것은 고객이 스포츠카나 고급차를 가지고 있을 경우에는 브랜드나 타이어의 특성이 중요한 선택요인이 된다.

그러나 이런 범주에 속하는 고객은 드물기 때문에 타이어는 일반적으로 고객이 선택하는 것보다 판매상이 선택하는 상품이 되어서 타이어제조업체들은 판매상들에게 관심을 더 기울이는 경향이 높아지고 있다.

#### (6) 유통조직

벨기에는 다른 유럽지역 국가들과 마찬가지로 타이어 유통조직의 축소재편과정에 있는데, 그 속도가 매우 완만하기 때문에 실감이 나지 않는다.

벨기에는 아직도 약 700여개의 타이어 판매상이 있으며, 거의 대부분의 판매상은 영세하다. 이 나라는 두개의 언어권역으로 사실상 나누어져 있기 때문에 중견판매상들은 어느 한 지역의 영업활동에 치중할 수밖에 없다.

어떤 판매상들은 자기 브랜드의 타이어를 수입하여 대형도매상을 경영하기도 한다. 벨기에 최대의 도매상은 Wase인데, 연간 약 25만개의 타이어를 판매하고 있다. 수입상은 수입량의 35~40%를 국내 도매상에게 넘기고 소비자에게 직접 판매하는 것은 7~8% 정도에 불과하다.

타이어만을 전문적으로 판매하는 것이 아

직은 많지만, 여러가지 다른 제품을 판매하는 비중이 점점 커지고 있다. 몇년전까지만 하더라도 주유소에서 타이어를 판매하는 경우가 더러 있었지만, 이제는 거의 볼 수가 없고, 타이어 대신에 자동차용품, 잡지, 장난감, 과자류를 팔고 있다.

한편, 최근에는 카센터에서의 타이어 판매량이 늘어나고 있는 추세이다. 자동차의 성능이 좋아진 데다 A/S 관리기간이 길어져서 카센터가 할일이 줄어들자 상대적으로 타이어 판매에 의한 수입원을 찾게 되었기 때문이다. 운전자들도 카센터에 가서 타이어의 성능을 체크할 수 있어서 편리한 점도 있다. 만약 타이어가 닳거나 이상이 있어서 교체해야 한다면 카센터로서는 가장 가까운 곳에 고객을 확보하는 셈이 되고 또한 운전자들은 평소에 시간이나 노력을 들여 타이어를 싸게 파는 곳을 별도로 알아 두려고 하지 않는 것이 상례이기 때문에 그곳에서 교체를 하게 마련이다.

자동차의 마후라, 타이어와 같은 특정 부품을 신속하게 교체해 주는 점포망이 벨기에 시장에 나타났는데, 이 체인은 영국이나 네덜란드 같은 나라에서 이미 성공적으로 사업을 확장하고 있다. 그러나, 벨기에 시장은 전통적이고 보수적이어서 이와같은 변화는 서서히 이루어진다.

이와같은 체인의 대표적인 것으로서 Kwik-Fit, Carex, Speedy가 있는데, 이들의 점포숫자가 이웃나라 네덜란드에 비하여 상당히 적다. 예컨대 Kwik-Fit의 네덜란드 내 점포숫자가 100개 이상인데 벨기에는 불과 8개뿐이다. 이 회사는 1994년말까지 베네룩스지역에 추가로 10개의 점포를 개설하려 하고 있다. 아마도 그 대부분이 벨기에에 개설될 것이다.

〈표 13〉 교체용 승용차 타이어 판매구조(1993)

(단위: %)	
관 매 점 별	점 유 율
타이어 전문독립판매점	50
타이어 전문소매체인	9
소매점	14
카센터	12
슈퍼마켓	7
도매점	8
계	100

자료: 업계추정.

GB그룹의 Auto 5는 상당히 큰 판매체인인데, 최근 판매실적이 늘어나고 있다. 이 회사의 가격정책은 박리다매로서 소비자들에게 주효하였고, 여러가지 브랜드로 판매 촉진운동을 벌여 1993년도에는 약 20만개의 타이어를 판매한 것으로 추정된다.

그밖에 벨기에 북부지방(Flemish)에 있는 주요 판매업체는 다음과 같다.

- ① Van der Kerkhove : 최근 몇년동안 판매 점포를 12개에서 15개로 늘리고 운전자나 카센터에도 타이어를 판매하고 있음.
- ② Robert : 2개의 큰 하치장을 포함하여 5개의 점포를 소유하고 있음.
- ③ Donkers : Antwerp 근처에 본거지를 두고 전국을 커버하는 5개의 자회사를 거느리고 있음.
- ④ Lambrechts : St. Niklaas에 본거지를 두고 23개의 점포를 소유하고 있는데, 주로 Brussels과 Flander에 두고 있다. Wallonia에 새로운 점포를 몇개 열었고 다른 점포를 인수하는 대로 몇개 더 개점할 예정임.
- ⑤ Verviers Pneu : 최근에 2개 점포를 개설

하여 현재 15개의 점포를 운영하고 있음.

⑥ New Tyre : 10개의 점포를 소유하고 있음.

⑦ Sorgei : Liège에 본부가 있으며, 8개의 작은 점포를 소유하고 있음.

## 6. 전 망

벨기에의 타이어시장 전망은 아직 양호한 편이다. 벨기에에 자동차조립공장을 갖고 있는 자동차 메이커들은 1994년도 자동차 생산량이 증가할 것으로 예상하고 있어 신차용 타이어부문의 시장전망이 밝다.

Ford의 새로운 모델인 Mondeo의 생산량이 견실한 증가세를 보이고 있어 Genk 자동차공장의 가동이 보장되고 있고, Volkswagen이 19만대, Volvo가 13만대로 생산량을 늘려잡고 있으며, GM은 Antwerp 공장의 시설과 170대의 로봇트를 새로 설치하기 위하여 59억 프랑을 투자할 계획이라고 최근 발표하였다. 이로 미루어 볼때 자동차생산공장의 가동이 줄어들 계획은 없다.

1989~1991년도에 승용차등록대수가 최고치를 기록하였기 때문에 승용차용 타이어의 교체용 시장은 호조를 보일 것이 틀림없으며, 타이어공급자들은 우선 가격을 안정시키려고 할 것이다.

상용차부문에서는 유럽은 아직 호조의 징후가 별로 나타나지 않고 있으나, 유럽 이외의 몇개 지역은 전망이 밝다. 교체용 타이어 수요는 약간 호전될 것으로 보인다.

자료: EIU Rubber Trends 1st quarter 1994