

# 영국의 타이어시장 현황

金 民\* 譯

## 1. 序

Rubber Trends가 가장 최근에 영국의 타이어시장을 眺望했던 것이 1992년이었는데, 당시 영국의 경제는 불황에 빠져 있었는데, 당시 자동차산업도 매우 어려움을 겪고 있었기 때문에 타이어시장의 침체는 놀라울 일도 아니었다.

그로부터 2년이 경과한 지금의 영국 경제는 상당히 좋아졌으나 자동차 판매는 메이커들의 처음 기대에는 미치지 못하고 있다. 북해산 원유의 생산량 증가와 수출 확대에도 불구하고 자동차 수요자들의 구매욕구는 아직도 신중하다.

신차용 타이어시장이 다소 좋아진다고 하더라도 이와같은 낙관적인 견해는 인건비가 싸고 가격경쟁력이 높은 국가로부터 수입되는 제품의 위협을 받기 때문에 불길한 신호로 여겨진다.

동유럽과 환태평양지역으로부터의 타이어 수입분은 수많은 브랜드의 세포분열을 촉진시켰다. 이와같은 브랜드는 영국에만 해도 현재 100여가지가 넘는 것으로 추정된다.

과거 영국의 타이어 생산공장은 생산성을 극대화하기 위하여 영국내 몇개 지역에 집중적으로 분포되어 있었으나, 그동안 제조업체들은 그들의 공장을 생산비가 싼 스페

인, 포르투갈, 동유럽지역으로 많이 옮겼다. 그러나 현재 영국은 원래의 타이어시장뿐만 아니라 일본 자동차제조업체에 공급할 타이어의 비중이 점점 높아지고 있다.

## 2. 영국 타이어시장의 규모 및 구조

영국의 타이어시장에 대한 분석은 정확한 통계자료가 부족해서 매우 어렵다. 타이어 제조업체들은 경쟁을 우려하여 매출이나 시장쉐어에 관한 자료를 공개하기를 매우 꺼렸다.

영국고무제조업자협회(BRMA; British Rubber Manufacturers' Association)의 통계수치는 주로 규모가 큰 회원업체들의 공식자료에만 의존하고 있기 때문에 규모는 작지만 빠르게 성장하고 있는 기업이나 시장쉐어를 잠식하는 데 중요한 역할을 하고 있는 비회원업체들의 자료는 포함되어 있지 않다.

따라서 영국의 교체용 타이어시장 규모를 추정하는 데는 어느 정도 불확실성을 인정해야 한다. 혹자는 1,700만개라고도 하고 혹자는 2,100만개라고도 하는데, 권위있는 연구서인 Klaus Haddenbrock의 「Tyre Market」는 그 중간규모인 1,850만개로 추정하였다. 이 수량은 신제타이어를 말하며, 재생타이어는 약 450만개로 추산된다.

경제불황에도 불구하고 교체용 타이어시

\* 大韓타이어工業協會 業務部長

장은 놀라우리만큼 성장하여 연간 약 50만개 정도로 규모가 커진 것으로 생각된다. 타이어업체의 문제점은 시장규모에서 생기는 것이 아니라 가격하락에서 생기는 것이다.

불경기시에 신차 판매가 부진하면 신차용 타이어 판매량이 떨어지는 데다 교체용 타이어시장의 타이어 가격조차 떨어지면 타이어제조업체는 심한 타격을 받게 된다. 그러나 신차용 타이어시장은 이제 부양되고 있다. 1993년도 승용차용 신차 타이어 판매량은 740만개였으나 1994년도에는 5% 정도 늘어난 780만개였다.

〈표 8~12〉에 표시된 BRMA 자료를 보면(대형 타이어 판매수량이 포함되어 있지 않지만) 영국의 중견급 이상 타이어 메이커의 국내 판매동향을 알 수 있다.

동 자료에 의하면 1993년도 국내 승용차용 타이어 판매량은 2,960만개였다. 이것은 1992년도 대비 7%가 감소한 것으로서 1988년도 이후 6년간 연평균 3,100만개보다도 적은 양이다. 1994년도의 판매량은 3,120만개가 될 것으로 추산되는데 이는 전년도 대비 5%가 증가한 양이다.

1993년도 승용차용 타이어 총판매량의 63%인 1,860만개가 교체용 신제타이어이고 11%(330만개)가 재생타이어이며, 나머지 26%(780만개)가 신차용 타이어이다. 또한 교체용 타이어 판매량중 47만개는 모터사이클용이다. 결국 전체 국내 판매량중 74%가 교체용 타이어이므로 4개중 1개는 신차용이고, 3개는 교체용으로 볼 수 있는데, 교체용 가운데서도 85%는 신제타이어이고 15%는 재생타이어이다.

BRMA의 일련의 통계(표 8~12)를 보면 경제불황의 여파를 명확하게 알 수 있다.

〈표 1〉 승용차용 타이어 판매현황(1993~1994)

(단위 : 100만개)

구 분		연 도	
		1993	1994(추정)
신 차 용*		7.8	8.1
교 체 용	신제타이어*	18.6	19.9
	재생타이어	3.3	3.1
	계	21.9	23.0
총	계	29.6	31.2

\* 영국의 BRMA 회원업체들이 판매한 양.

자료 : BRMA(British Rubber Manufacturers' Association)

1993년도 승용차용 타이어 판매량은 경기 침체 직전년도인 1989년도의 최고 3,200만개보다 7%가 감소한 것이다. 1993년도 신차용 타이어시장은 1989년도에 비하여 거의 5%가 감소하였고, 교체용 타이어는 이보다 더 큰 7%가 감소하였다. 그러나, 1993년도가 최하점년도인 것으로 생각된다.

영국 경제는 이제 강하게 회복되고 있으며, 자동차 판매는 당초 자동차 메이커들이 기대했던 것보다는 못하지만 상당히 증가하고 있다. 현재 영국 경제는 3% 이상 성장하고 있는 것으로 보이며, '1994년 10월말 현재 자동차 판매량은 전년도 동기대비 8%나 증가하였다.

이와같은 점을 감안하고 소비자의 구매욕구가 지속된다고 가정할 때 BRMA는 1994년도 승용차용 타이어 판매량은 5% 정도 증가한 3,120만개로 보는 것이 무난하다고 하였다.

### 3. 타이어 수급동향

#### (1) 신차용 타이어시장

신차용 타이어시장의 규모는 자동차 생산량과 직결된다. 신차용 타이어 판매량은 곧 자동차 생산량을 반영한다. 〈표 2〉의 SMMT(Society of Motor Manufacturers

and Traders)의 자료는 1993년도의 승용차 생산량이 수출호조에 힘입어 증가한 반면에 상용차 생산량은 감소한 것을 보여주고 있다. 승용차 생산대수는 계속 증가할 것으로 보이지만, 상용차부문의 미래는 그렇지 않을 것 같다.

〈표 2〉 영국의 승용차 및 상용차 조립 및 생산현황  
(단위 : 1,000대, %)

구분 \ 연도	1989	1990	1991	1992	1993
승용차	1,299.1	1,295.6	1,236.9	1,291.9	1,375.5
증가율	5.9	-0.3	-4.5	4.4	6.5
상용차					
소형상용차 <sup>1)</sup>	279.8	241.3	192.6	223.4	176.8
증가율	6.0	-13.8	-20.2	16.0	-20.9
대형상용차	46.8	28.8	24.6	25.1	16.7
증가율	-13.3	-38.5	-14.6	2.0	-33.5
조립 <sup>2)</sup>	6.2	5.3	4.1	4.2	3.5
증가율	40.9	-14.5	-22.6	2.4	-16.7
합계	332.8	275.4	221.3	248.5	193.5
증가율	3.2	-17.2	-19.6	12.3	-22.1

주 : 1) 3.5톤 이하, 2) 소형 및 대형상용차.  
자료 : SMMT.

승용차 1대당 5개의 타이어가 소요된다면 137만 5,500대를 생산한 1993년도의 신차용 타이어 규모는 687만 7,500개가 될 것이다. 이 수치는 BRMA의 자료에 나타난 739만 1,000개보다 51만 3,500개가 적은 것이므로 그 차이가 7%나 되는데, 어쨌든 규모가 그 정도 된다 치고 그러나 VAN 차량의 경우 SMMT에서는 경상용차를 176,800대라 하였는데 BRMA의 VAN용 타이어 판매량은 단지 361,000개에 불과하므로 이것은 너무 맞지 않는다. BRMA 자료만 갖고 본다면 영국의 신차용 타이어시장은 승용차용 타이어가 VAN용 타이어의 20배가 넘는다 하겠다.

(2) 교체용 타이어시장

교체용 타이어시장 규모는 주로 자동차등

특대수에 의하여 결정된다. 그러나 자동차 생산대수에 의한 신차용 타이어시장 판단방법과는 사뭇 다르다.

〈표 3〉에 의하면 불황이 시작된 해인 1989년(1990년도 대부분 그렇지만) 이후 자동차 보유대수는 약간씩 증가하고 있는데 1993년의 자동차 보유대수는 1990년에 비하여 4% 정도 증가한 2,340만대이다. 그러나 같은 기간에 BRMA 자료에 의하면 교체용 타이어 판매량은 6%가 감소된 것으로 나타났다. 우리 모두 알다시피 생활이 어려워지면 사람들은 타이어 교체를 잘 안하려고 한다. 막상 타이어를 바꾸려고 할 때면 차를 바꿀 때가 된다.

〈표 3〉 자동차 보유대수 현황(1989~1993)  
(단위 : 1,000대, %)

구분 \ 연도	1989	1990	1991	1992	1993
승용차	21,919	22,528	22,744	23,008	23,402
소형상용차 <sup>1)</sup>	2,494	2,511	2,501	2,499	2,477
대형상용차	608	623	564	546	536
버스 및 코치	72	75	73	74	74
택시	30	32	32	32	32
이륜차 및 삼륜차	1,274	1,206	1,128	1,047	990
농경용 및 특장차	550	532	513	491	483
회사소유자동차의 비율	13.0	12.9	12.0	11.2	11.0

주 : 1) 3.5톤 이하.  
자료 : SMMT.

영국 소비자들의 구매행태는 유럽의 다른 나라들과 다른데 그것은 첫째 기후, 둘째 경제적인 이유와 관련이 있다. 타이어제조업체들은 영국의 소비자들이 타이어를 매우 복잡하고 정교한 기술제품이라기보다 단순상품으로 생각하는 데 대하여 불평하고 있다.

소비자들은 값싼 수입품이나 재생타이어, 심지어는 중고타이어까지도 사서 쓴다. 그러나 프랑스나 독일인들은 국내의 고급 타이어 - 예컨대 독일의 Continental, 오스트

리아의 경우 Michelin—뿐만 아니라 겨울용 타이어를 구분하여 구매한다.

또한 영국의 소비자들은 약착같이 타이어 가격을 깎으려 드는데 이것은 마치 떨어 상품에 대한 흥정과도 같다. 영국의 재생타이어업체들은 유럽대륙지역 국가들에 진출하기 시작했는데, 가격인하 압력을 받고 있는 대륙의 타이어제조업체들을 놀라게 하고 있다.

교체용 승용차 타이어시장의 가장 두드러진 현상은 저편평 고속주행용 타이어의 선호경향이다. 80시리즈 타이어가 아직도 가장 큰 몫을 차지하고 있지만, 최근 통계에 의하면 45% 정도가 되고 이것은 해마다 감소하고 있는데 1992년도에는 6%가 떨어졌다. 65시리즈는 급속히 증가하여 1993년도에는 37%나 증가하였고, 70시리즈의 수요도 역시 증가하고 있다.

속도등급도 유사한 경향을 보이고 있다. S 및 T급이 아직도 시장의 3/4을 장악하고 있는데, H 및 V급의 수요가 급성장하고 있다. “Tyre Market”지에 의하면 H급의 증가율이 15%, V급의 증가율이 18%이며, H급의 교체용 타이어 시장점유율은 거의 20% 정도이다.

또다른 부문은 4×4 구동차량용 타이어와 겨울용 타이어이다. 유럽의 다른 국가에서처럼 1년에 한번씩 타이어를 바꾸는 경우는 영국에도 있지만 매우 드물다. 4×4 타이어시장 규모는 약 13만개, 겨울용 타이어 시장 규모는 약 5만개 정도이다.

#### 4. 타이어업체들의 신차용 타이어시장 점유율

신차용 승용차 타이어는 Michelin, Dunlop, Pirelli, Goodyear가 시장의 약 80%를 장악하고 있는데, 선두업체인 Michelin이

약 30%의 쉐어를 갖고 있다. 나머지 회사들이 50%를 차지하고 있는데, 신차용 타이어시장에서는 Dunlop과 Pirelli가 강하다. 신차용 타이어시장에서 Dunlop의 지위유지는 이 회사가 현재 일본인 소유기업이기는 하지만 원래 영국기업이었다는 데서 소비자들의 지지를 받고 있기 때문이다.

〈표 4〉 타이어 생산업체 현황

회 사 명	공장소재지	종업원수 (명)	타이어 종류 <sup>1)</sup>	생산능력
Michelin	Stoke-on-Trent	3,500	1	22,000개/일
	Burnley & Dundee	800	3	n/a
	Dundee	1,400	1	6,000개/일
SP Tyre (Sumitomo)	Birmingham	1,750	1,2,3,5	1,500톤/월
	Washington	550	1,2	9,700개/일
Uniroyal-Engelbert (Continental)	Newbridge	985		1 15,000개/일
Pirelli	Carislie	1,850	1	12,000개/일
Goodyear	Wolverhampton	3,200	1,2,3,4,5,6	27,000개/일
Dunlop(BTR)	Manchester	345	7	n/a
	Fort Dunlop		8	n/a
Avon	Melksham	1,350	1,2,3,4,5,7	25,000톤/주

주 : 1) 1; 승용차용, 2; 소형 상용차용, 3; 기타 상용차용, 4; 농업기계용, 5; 모터사이클용, 6; 건설차량용, 7; 산업용, 8; 항공기용

자료 : European Rubber Journal

한편 Dunlop사에게 있어서 그것이 일본인에게 넘어간 것이 최강점이 되겠는데, 일본의 자동차 공장이 영국에 있다는 사실, 그리고 Sumitomo가 Dunlop을 인수한 이래 9년간 Dunlop의 경영효율성이 크게 강화된 점이다.

이탈리아의 타이어 메이커인 Pirelli는 교체용 타이어시장에서는 별로이지만 신차용 타이어시장에서는 Dunlop 다음의 자리를 차지하고 있다. 그 다음은 Firestone, Uniroyal인데 이들 회사의 타이어시장 쉐어는 각각 5% 미만이다. Continental, Kleber, Semperit, Bridgestone은 그 아래이다.

### 5. 교체용 타이어의 브랜드별 시장점유율

한편 교체용 타이어시장에서는 경기침체로 인하여 값싼 브랜드 제품의 지명도가 향상되었는데 2群 브랜드인 Barum, India, Courier, Stomil, Pneumant의 판매량이 증가하였다. 이들 브랜드의 시장쉐어는 각기 1%를 넘는 것으로 알려지고 있는데, Semperit나 Bridgestone보다 많은 것도 있다.

Stomil은 3%가 넘는 것으로 알려지고 있으며, Pneumant와 같은 브랜드는 약 35만개를 판매하여 2% 정도의 시장쉐어를 갖고 있다.

교체용 타이어시장에서 Michelin의 힘은 막강한데 그 다음의 브랜드보다도 시장쉐어가 약 20%나 크다. Michelin은 또한 최대의 타이어 판매망을 가지고 있는데 타이어 전문매장만도 500개를 상회하고 있다. Kleber는 Michelin사의 독립 브랜드의 하나인데 시장쉐어는 0.5%에 지나지 않는다. 이 Kleber 브랜드는 70시리즈와 저편평 타이어부문에서 강하다.

SP타이어는 근래에 상당히 성장하여 이제는 Goodyear를 따돌리고 교체용 타이어 시장에서 2위의 자리를 차지하였다. Dunlop의 시장쉐어는 11%이며 Dunlop의 새끼 브랜드가 2% 이상을 차지하고 있다.

Goodyear는 5년 전만 하여도 시장쉐어가 14%였는데, 이제는 11%이고 그나마 1%는 새끼 브랜드인 Semperit의 몫이다. Fulda는 아직 미미하지만 “Tyre Market” 지에 의하면 고성능 타이어부문에서 강하다고 한다.

Pirelli는 최근 시장쉐어가 계속 떨어져 현재 8% 정도인데 저편평 타이어부문에서는 아직도 강점을 지니고 있다. Pirelli의 새끼 브랜드인 Courier의 교체용 타이어 시장쉐어는 2.5% 정도 되는 것으로 알려지고 있다.

Continental은 National Tyre Services and Smiley를 인수함으로써 이 시장에서의 지위를 강화하였다. Continental의 최고 브랜드인 Uniroyal의 시장쉐어는 4%이며, Continental 자체 브랜드는 1.5%를 넘지 못하고 있다. Continental의 저가품 브랜드인 Barum의 시장쉐어도 1.5% 정도 된다. 기타 Continental의 저가품 브랜드인 Semperit, Gislaved, Viking, Mabor, Sava는 시장쉐어가 미미하다.

Bridgestone/Firestone은 영국시장에서는 맥을 추지 못하고 있는데, Firestone 브랜드가 약 4%, Bridgestone 브랜드가 1% 정도이다. 이 회사는 영국 소비자들에게 인지도가 낮고 판매조직도 약하다. 그러나 일본 업체들의 영국 진출 강화에 따라 Bridgestone의 영국내 신차용 타이어 시장쉐어 확보 가능성이 크다.

별로 알려지지 않은 브랜드 가운데 Centaur Supreme이 2.5%의 시장쉐어를 갖고 있는데 이것은 Firestone의 Bethune공장에서 생산하는 것이다.

### 6. 시리즈별 시장점유율

#### (1) 80시리즈

한편 저가품 타이어인 80시리즈의 시장쉐어를 보면 Michelin의 시장쉐어는 23%를 상회하는데, 2위인 Dunlop의 10%에 비하면 2배가 넘는다. Goodyear가 7%로서 그 다음이다. 이것의 새끼 브랜드인 Kelly 브랜드 역시 Dunlop의 새끼 브랜드인 India나 Pirelli의 Courier 브랜드 뒤에 있다. 그러나 Goodyear는 저가품 브랜드의 발매로 그들의 시장점유율을 높이려 하고 있다.

Pirelli와 Uniroyal은 이 부문에서 신통하지 않은데 각각 4%와 3.5%의 시장을 차

지하고 있다. Stomil, Centaur 브랜드가 저가품 시장의 4%를, Dunlop의 India 브랜드가 3%의 시장쉐어를 갖고 있다.

(2) 70시리즈

한편 표준형인 70시리즈부문에서는 1/3을 차지하고 있는 Michelin이 선두이고, 두번째는 Goodyear가, 세번째는 Dunlop이 차지하고 있다. Pirelli는 7%로서 부진하다. 2群 브랜드인 Kleber, Semperit, Avon, Viking, Mabor, Dayton도 시장쉐어가 미미하다.

(3) 65시리즈

고급제품인 65시리즈부문에서는 역시 Michelin이 22%의 비중을 갖고 최선두의 지위를 유지하고 있으며, 그 다음이 19%를 차지한 Pirelli이다. 특히 2위인 Pirelli는 신차용 타이어시장에서 강점을 지니고 있다. Pirelli의 두번째 브랜드인 Courier는 4%, Dunlop과 Goodyear가 각각 16%의 비중을 갖고 있다.

7. 모터사이클용 타이어

영국의 모터사이클 보유대수는 1980년대 말에 감소한 이후 지난 4년간에는 별로 변동이 없다. 출퇴근용은 얼마 되지 않지만 가장 많이 감소하였고, 고출력 사이클은 약간 증가하였다.

전체 시장은 결국 정체되어 있고 이로 인하여 타이어 수요도 연간 약 50만개선으로 유지되고 있다. 이 타이어시장의 최고 브랜드는 20%를 장악하고 있는 Dunlop이며, 그 다음은 Metzler, Michelin, Pirelli의 순으로 되어 있다. 그러나 고급제품중에는 Avon이 35%를 장악하고 있다.

모터사이클공업협회는 타이어 판매양상이 값싼 수입품에서 보다 이름 있는 브랜드 제품으로 전환되고 있는 것으로 보고 있다.

550cc용 타이어 판매량이 약간 증가한 반면 저가품은 판매량이 감소하였다. 이 타이어의 수요감소는 <표 5>를 보면 쉽게 알 수 있다.

<표 5> 모터사이클 판매대수 현황(1980, 1988~1994)  
(단위: 대)

연 도	판 매 대 수
1980	315,641
1988	86,093
1989	91,000
1990	87,000
1991	64,000
1992	52,000
1993	43,000
1994 <sup>1)</sup>	48,000

주: 1) 추정.

자료: Motorcycle Industry Association.

8. 트럭용 타이어시장

트럭용 타이어시장은 전체 경기와 밀접한 관계를 갖고 있는데 그동안 시황이 매우 어려웠던 점은 놀랄 일은 아니다. 신차용 타이어시장은 건설경기 및 운수업의 침체에 따라 크게 위축되었다.

운수업자들은 경영합리화를 위하여 기업 합병을 함으로써 기업의 규모는 커졌으나 자동차 보유대수는 증가하지 않았다. 교체용 타이어시장도 판매량 130만개로 저조하였고 소형트럭용 타이어도 110만개에 불과하였다. 신차용 타이어시장 규모는 소형트럭용 타이어가 43만개, 트럭용 타이어가 25만개였다.

트럭용 타이어의 수요동향은 보다 크고 편평비가 낮은 타이어의 판매량이 많았는데 이는 외국산 트럭의 수입과 무관하지 않다. 1991년도에 저편평비 타이어 수요는 25.7%였는데, 6년전의 8.5%에 비하면 상당히 늘어난 것이다. 시장점유율은 Michelin이

약 37%이고, Goodyear는 Michelin의 절반이 채 안된다. Dunlop과 Bridgestone은 각각 약 8%이다.

1991년도의 트럭용 재생타이어 판매량은 81만개로 감소하였으나, 그 이후 불경기에 따른 소비자들의 저가품 소비경향에 따라 재생타이어 수요는 증가하였다. 영국의 재생타이어업체는 투자비가 적게 드는 Pre-cure System을 채택하고 있기 때문에 Hot-cure System을 채택하고 있는 Michelin과 Goodyear는 저가품 선호경향의 덕을 보지 못함으로써 아직도 역시 Bandag/Vakuu Vulk가 재생타이어 수요의 30%를 공급하고 있다.

### 9. 재생타이어

영국의 승용차용 재생타이어 생산량은 지난 3년간 크게 증가하여 1991년도의 350만개에서 1993년도에는 약 600만개(수출포함)가 되었다. 이와같이 재생타이어 생산량이 폭증한 이유는 타이어 마모한계를 1.6mm로 제한하는 법이 1992년도에 발효되었기 때문이다.

전체 타이어산업은 1993년초에 판매량이 증가하였지만 승용차용 재생타이어업체들은 훨씬 더 늘었는데 그것은 소비자들이 마모한계에 따라 타이어를 교체할 때 고급 신제타이어를 외면하고 저가품 타이어를 선호하였기 때문이다. 경제불황일 때 저가품 타이어시장에서 재생타이어는 가장 매력적인 것이다.

또한 영국의 재생타이어업체들은 대륙으로 진출하였는데 생산량의 80%를 수출하고 있는 Tyre Technics는 이들 중 가장 크게 성공한 사례인데 그들은 제품의 브랜드를 크게 부각시켰다. 영국의 재생타이어 최고 브랜드는 Colway로서 시장의 25%를

차지하고 있다.

### 10. 판매조직

#### (1) 소매점

타이어 판매는 주로 제조업체가 소유하고 있는 체인을 통하여 하게 된다. 시장을 장악하는 데 있어서 이 체인은 매우 중요하다. 이들이 공급하는 수량은 승용차용 타이어의 경우 1/3, 트럭용 타이어의 경우 55%가 된다. 영국의 판매망은 다른 유럽 어느 나라보다 더 발전하였는데, 24시간 서비스 체제가 그것이다.

RapidFit와 MasterFit 체인을 갖고 있는 Ford와 Vauxhall은 주유소에 딸린 특별 점포에서 제품을 팔기 시작함으로써 Kwik-Fit 체인의 판매를 따라잡으려 하고 있다. Kwik-Fit 체인은 이 분야에서 독보적인 영업전략을 쓰고 있는데 회사 차량용 타이어 판매를 위하여 고급이면서도 값이 싼 타이어 판매영업에 돌입하였다. 판매망의 강점은 혹독한 가격경쟁을 치루고 있는 제조업체들의 강점이기도 하다.

이와같은 점은 특히 트럭용 타이어부문에 더 두드러진다. <표 6>을 보면 타이어 소매가 얼마나 많이 체인에 집중되어 있는지 또한 Kwik-Fit의 세력이 얼마나 강한지 알 수 있다.

<표 6> 타이어 제조업체의 직영 판매조직 현황

직영판매점	소매점수(개)	소유권(%)
ATS	541	Michelin : 100
NTS/Smiley	475	Continental : 100
Tyre Services GB	228	Goodyear : 100
Central Tyres	221	Pirelli : 100
Motorway	187	SP : 70, Avon : 30
GP Tyre	6	Bridgestone : 100
Kwik-Fit	764	Continental : 100

자료 : EIU.

(표 7) 주요 전문판매조직의 시장점유율 현황(추정)  
(단위: %)

전문판매점	승용차용	트럭용
ATS	15	20
NTS/Smiley	11	13
Kwik-Fit	19	0
Tyres Services GB	5	8
Central Tyres	5	4
Motorway	5	7
Charlie Brown	1	0
기 타	39	48
계	100	100

자료: EIU.

(2) 도매점

앞으로 타이어 도매업자들의 역할은 변화가 있을 것으로 예상된다. 새로운 브랜드가 계속 생겨나기 때문에 타이어 공급업자들은 도매상에 대한 의존도가 점차 높아질 것이다.

따라서 제조업체들은 제품공급기간 단축, 가격인하 등의 압력을 판매상들로부터 상당히 받게 되는데, 이에 부응하기 위하여 제조업체들은 다양한 타이어 사양에 맞춘 유럽지역 가격을 설정하였다. 이것은 grey market의 가격을 인하함으로써 예컨대 승용차용 타이어 도매상들중 Bond International(Mabor, Marshal 브랜드)과 Chesington(Armstrong, Sime, Barum, Firestone)은 독점 브랜드의 판매비중을 더 높였다.

11. 전 망

다음 표는 BRMA가 향후 5년간 영국내 타이어 판매량을 예측한 것이다. 영국 경제가 지속적으로 회복될 것이라는 전제하에 1995~1999년도 타이어 판매량은 1990~1993년도보다는 좋아질 것이다.

그러나 상용차 생산량 감소에 따라 신차

용 타이어시장의 규모는 승용차용 타이어부문이 더 커질 것이다. 이 표에서 BRMA는 1995년도에 8%나 급신장할 것으로 예측하였으며, 1996년도에는 5~6%, 1997~1999년도에는 2~4%의 완만한 증가세를 보일 것으로 예측하였다. 이와같은 증가세는 EIU가 같은 기간내에 영국내 자동차 생산량을 예측한 것과 일치하고 있다.

교체용 타이어 판매량 예측에서 BRMA는 1993년도에 12%의 감소에 이어 1994년도에는 8%의 증가세를 보이겠지만, 향후 5년간 연평균 2%의 극히 완만한 증가세를 보일 것으로 예측하였다.

그러나 이 2%의 성장예측은 외부의 경제적 요인, 즉 교통세율 인상, 도로건설계획 또는 교통체증, 자동차배기가스 규제 등 환경적인 요인의 영향을 받게 된다.

이와같은 제약요인은 자동차 소유자에게 싫든 좋든간에 영향을 미치게 되므로 자동차 수명과 타이어 교체율에 대한 변수로 작용한다. 한편, 시장은 여러가지 면에서 더욱 치열해질 것이다.

(표 8) 승용차용 타이어 판매량 추이<sup>1)</sup>(1988~1999)  
(단위: 1,000개)

연 도	신차용	교체용	계	
실	1988	7,298	18,393	25,691
	1989	7,567	18,899	26,466
	1990	7,458	19,172	26,630
	1991	6,811	19,152	25,963
적	1992	7,289	20,489	27,778
	1993	7,391	18,029	25,420
	추정	1994	7,754	19,421
전 망	1995	8,389	19,856	28,245
	1996	8,855	20,266	29,121
	1997	9,183	20,728	29,911
	1998	9,426	21,107	30,533
	1999	9,623	21,650	31,273

주: 1) BRMA 회원사만의 판매량.  
자료: BRMA.



1990년대 후반기도 역시 타이어시장은 buyers' market가 될 것이다.

〈표 9〉 밴 차량용 타이어 판매량 추이<sup>1)</sup>(1988~1999)  
(단위 : 1,000개)

연 도		신차용	교체용	계
실	1988	501	681	1,182
	1989	560	671	1,231
	1990	515	733	1,248
	1991	408	697	1,105
	1992	441	612	1,053
적	1993	361	537	898
	추정 1994	381	519	900
전	1995	390	491	881
	1996	398	475	873
	1997	406	457	863
망	1998	412	443	855
	1999	422	429	851

주 : 1) BRMA 회원사만의 판매량.  
자료 : BRMA.

〈표 10〉 재생타이어(승용차용 및 밴용) 판매량 추이  
(1988~1999)

(단위 : 1,000개)

연 도		판 매 량
실	1988	4,327
	1989	4,085
	1990	3,712
	1991	3,294
	1992	3,082
적	1993	3,330
	추정 1994	3,083
전	1995	3,083
	1996	3,092
	1997	3,117
망	1998	3,142
	1999	3,150

자료 : BRMA.

〈표 11〉 승용차용 및 밴용 타이어(신제+재생) 판매량 추이(1988~1999)

(단위 : 100만개)

연 도		신차용	교 체 용			총 계
			신제 <sup>1)</sup>	재생	계	
실	1988	7.8	19.1	4.3	23.4	31.2
	1989	8.1	19.6	4.1	23.7	31.8
	1990	8.0	19.9	3.7	23.6	31.6
	1991	7.2	19.8	3.3	23.1	30.4
	1992	7.7	21.1	3.1	24.2	31.9
적	1993	7.8	18.6	3.3	21.9	29.6
	추정 1994	8.1	19.9	3.1	23.0	31.2
전	1995	8.8	20.3	3.1	23.4	32.2
	1996	9.3	20.7	3.1	23.8	33.1
	1997	9.6	21.2	3.1	24.3	33.9
망	1998	9.8	21.6	3.1	24.7	34.5
	1999	10.0	22.1	3.2	25.2	35.3

주 : 1) BRMA 회원사만의 판매량.  
자료 : BRMA.

〈표 12〉 모터사이클용 타이어 판매량 추이<sup>1)</sup>(1988~1999)

(단위 : 1,000개)

연 도		판 매 량
실	1988	642
	1989	607
	1990	600
	1991	540
	1992	497
적	1993	470
	추정 1994	450
전	1995	448
	1996	448
	1997	446
망	1998	445
	1999	439

주 : 1) BRMA 회원사의 판매량으로서 교체용임(신차용은 미미함).  
자료 : BRMA.

자료 : EIU Rubber Trends 4th quarter 1994