

1996년 세계 타이어 수급전망 및 지역별 투자동향

李 吭 九*

지난 수년간 세계 타이어산업내의 경쟁이 심화되어 수출시장 환경이 점차 악화되고 있다. 선진국시장의 수요 증가세가 둔화되고 있으며, 새로운 시장으로 부상하고 있는 개도국시장에서도 시장 선점을 위한 선진 타이어업체들의 현지 직접투자가 증가함에 따라 시장점유율 확보 경쟁이 격화되고 있다. WTO체제의 출범에 따른 각국 시장의 개방화가 추진되자 소수 대형 타이어업체들은 막대한 자본과 선진 경영기법을 바탕으로 새로운 시장진입전략을 모색하고 있으며, 신시장 개척을 위한 대개도국 직접투자를 확대하고 있다. 이에 따라 개도국시장에서의 현지 생산이 증가하고 있으며, 이는 새로운 수출기회를 잠식하고 있다.

이러한 환경변화는 수출의존도가 높은 국내업체에게 부정적인 영향을 미칠 수가 있어 국내기업은 새로운 시장진출전략을 통해 기존시장의 방어와 신시장을 개척해 나가야 할 것이다. 또한 시장개방에 따른 국내시장에서의 외국업체와의 경쟁이 심화되고 있어 국내시장을 효율적으로 관리할 수 있는 경영전략을 함께 모색하여야 할 것이다. 이하

에서는 우리나라의 OECD 가입이 예상되는 1996년의 세계 타이어 수급 및 우리의 수출전망에 대해서 살펴본 후 주요 시장별 타이어 수급동향 및 선진 타이어업체의 해외 진출 동향에 대해 논해 보기로 한다.

1. 세계 타이어 수급 및 수출전망

세계 타이어시장은 북미와 유럽 그리고 아시아지역을 중심으로 형성되어 있다. 세계 최대의 자동차시장인 북미지역이 세계 타이어 수요의 29%를 점유하고 있으며, 그 뒤를 아시아와 유럽이 따르고 있다. 승용차용 타이어의 경우 북미시장이 세계 전체 수요의 1/3을 차지하고 있으며, 비승용차용 타이어의 경우는 아시아지역이 최대의 수요시장을 형성하고 있다. 즉, 선진국시장에서는 고소득에 따른 승용차보급률이 높아 승용차용 타이어의 수요가 높은 반면 소득수준이 낮은 개도국시장에서는 비승용차용 타이어의 수요가 높게 나타나고 있다.

지난해 세계 타이어 수요증가율은 주요 16개국 시장을 기준해 볼 때 1994년보다 둔화된 4.8%를 기록한 것으로 추정된다. 특히 상용차용 타이어의 수요증가율이 1994

* 産業研究院 北美洲研究室 責任研究員

〈표 1〉 지역별 세계 타이어시장 구성비율(1994)
(단위 : %)

지역	승용차용 타이어	비승용차용 타이어	타이어 전체
북미	33	19	29
유럽	29	12	25
아시아	25	34	27
남미	6	8	6
아프리카	1	1	1
기타	6	26	12

자료 : European Rubber Journal, Global Tyre Report 1995/96

〈표 2〉 지역별 세계 타이어 수요증가율 추이
(단위 : %)

		1994	1995	1996
<승용차용>				
북미		11.7	5.8	10.7
유럽		11.9	7.7	4.0
아시아		-3.4	2.7	2.7
남미		7.9	-8.4	3.5
소계		7.4	4.9	6.1
<상용차용>				
북미		39.2	1.5	-1.7
유럽		17.8	11.2	5.1
아시아		4.5	4.3	4.3
남미		12.7	-1.0	14.0
소계		17.4	4.4	3.3
<전체>				
북미		15.4	5.1	8.7
유럽		12.5	8.1	4.1
아시아		-1.5	3.1	3.1
남미		9.0	-6.7	6.0
합		9.1	4.8	5.6

자료 : EIU, Rubber Trends, 3rd Quarter에 의거 작성

주 : 북미는 미국과 캐나다, 유럽은 베네룩스 3국, 프랑스, 독일, 이태리, 스페인, 영국의 8개국, 아시아는 일본, 한국, 인도, 대만의 4개국, 남미는 브라질과 멕시코 시장의 평균증가율임.

년의 17.4%에서 지난해에는 4.4%로 크게 둔화되었다.

지역별로는 북미와 유럽에서의 수요증가율이 1994년에 비해 둔화된 반면 아시아지역의 수요는 증가세로 돌아섰으며, 중남미지역의 수요는 멕시코의 수요 급감에 따라 감소하였다. 승용차용 타이어의 경우 지역별 수요가 전체 타이어 수요와 동일한 양상

을 나타냈으나 상용차용 타이어의 수요는 전반적으로 감소하였다.

향후 세계 타이어수요는 소득수준의 향상에 따라 개도국을 중심으로 증가할 전망이다, 특히 아시아와 중남미, 동구에서의 판매 신장세가 예상된다.

1) 1996년 국별 타이어 수요 및 우리의 수출 전망

1996년의 전세계 타이어 수요는 1995년 대비 5.6%가 증가할 전망이다. 금년의 타이어 수요는 미주시장을 중심으로 증가할 전망이다, 아시아와 동구시장에서의 판매 신장세가 예상된다. 신차용 승용차 타이어의 수요는 북미시장의 경우 미국을 중심으로 증가할 전망이며, 유럽시장의 수요는 전반적인 증가세를 보이면서 이태리와 스페인을 중심으로 증가할 예정이다. 한편 일본내 수요는 그동안의 감소세에서 증가세로 반전될 전망이며, 인도와 대만의 수요도 7%대의 신장세를 보일 전망이다. 금융위기로 인해 1995년에 수요가 대폭 감소하였던 멕시코의 수요도 12%의 신장세를 나타낼 전망이다.

교체용 승용차 타이어의 수요증가는 신차용 승용차 타이어의 수요증가율에 못미칠 전망이다. 즉, 주요 12개국 시장에서 신차용 승용차 타이어 수요는 전년대비 6.2%가 증가할 전망인 데 비해 교체용 승용차 타이어의 수요는 1.6%가 증가하는 데 그칠 예정이다. 국별로는 일본, 브라질, 인도, 대만의 수요가 비교적 큰 폭으로 증가할 예상이며, 멕시코의 수요는 감소할 전망이다. 한편 북미와 유럽 등 선진국의 수요증가율은 1995년에 비해 둔화될 전망이다.

금년 주요 시장에서의 신차용 상용차 타이어 수요는 전년대비 3.3%가 증가하여 교

〈표 3〉 국별 승용차용 타이어시장 전망

(단위 : 1,000개)

	신 차 용		교 체 용	
	1995	1996	1995	1996
미 국	60,000	68,891	168,194	170,323
캐 나 다	11,244	9,948	11,805	11,892
멕 시 코	3,100	3,475	8,671	8,454
브 라 질	6,465	6,425	14,268	15,046
영 국	8,800	9,300	19,173	19,474
프 랑 스	12,131	12,243	20,133	20,327
독 일	22,000	22,500	33,000	33,251
이 태 리	7,900	8,750	15,198	15,262
스 페 인	9,674	10,061	10,930	11,135
일 본	33,329	33,845	35,587	36,986
인 도	1,590	1,705	2,555	2,620
대 만	1,635	1,750	1,898	1,596

자료 : 전계서.

〈표 4〉 국별 상용차용 타이어시장 전망

(단위 : 1,000개)

	신 차 용		교 체 용	
	1995	1996	1995	1996
미 국	11,261	11,161	39,219	41,590
캐 나 다	2,020	1,893	2,275	2,309
멕 시 코	652	719	6,000	6,054
브 라 질	2,403	2,764	7,680	7,833
영 국	1,105	1,159	2,349	2,400
프 랑 스	789	799	2,688	2,957
독 일	2,362	2,431	3,492	3,438
이 태 리	1,654	1,764	2,181	2,179
스 페 인	2,800	3,040	1,424	1,555
일 본	11,138	11,567	21,050	22,000
인 도	1,200	1,320	2,271	2,385
대 만	980	1,015	918	984

자료 : 전계서.

체용 상용차 타이어의 수요증가를 4.5%에 못미칠 전망이다. 신차용 상용차 타이어 국별 수요는 인도, 브라질, 멕시코 등 선진 자동차업체의 현지 직접투자가 활발히 추진되고 있는 개도국을 중심으로 큰 폭의 신장세를 나타낼 전망이다. 반면 북미지역의 수요는 1995년에 비해 감소할 것으로 예상된다. 일본의 수요는 1994년 이후의 신장세가 지속될 전망이며, 유럽의 수요는 스페인, 이태리, 영국을 중심으로 증가할 전

〈표 5〉 지역별 타이어 장기 수요 전망

(단위 : 100만개, %)

		아시아/아프리카	남 미	서 유럽	동 유럽	북 미
		승용차용	1995	132.9	36.0	184.2
	2000	152.9	42.6	203.0	22.2	-
트럭용	1995	112.1	19.9	26.2	7.0	13.3
	2000	124.5	22.9	27.2	8.5	-
성장률 (연평균)	승용차용	2.8	3.4	2.0	4.9	-
	트럭용	2.1	2.8	0.8	4.0	-

자료 : EIU의 자료를 재인용하여 작성

망이다.

교체용 상용차 타이어의 수요는 국가별로 큰 차이를 나타낼 전망이다. 북미시장의 수요는 미국을 중심으로 1995년에 비해 증가할 것이나 유럽의 수요는 프랑스와 스페인의 수요가 큰 폭으로 증가할 전망이다. 데 비해 독일과 이태리의 수요는 1995년에 비해 감소할 예정이다. 개도국 중에서는 대만과 인도의 수요가 비교적 큰 폭으로 증가할 예상이나 멕시코의 수요는 부진할 전망이다. 일본의 수요도 신장세가 지속될 전망이다.

이와 같이 전세계 타이어시장중 지난해에 비해 큰 폭의 수요증가세가 예상되는 시장으로는 신차용 승용차 타이어의 경우 미국, 멕시코, 인도와 일본을 들 수 있으며, 교체용승용차 타이어의 경우는 브라질과 스페인을 들 수 있다. 신차용 상용차 타이어의 수요는 멕시코, 인도, 일본시장을 중심으로 증가할 전망이며, 교체용 상용차 타이어의 경우는 스페인, 미국, 캐나다 시장에서의 수요가 지난해의 수요증가율을 상회할 전망이다. 제품별로는 신차용 승용차 타이어의 수요가 전체 타이어의 수요증가를 주도해 나갈 전망이다.

한편 지난해에 13억 3,000만달러를 기록한 국내기업의 타이어와 튜브 수출은 금년

에는 전년대비 10.9% 증가한 14억 7,500만 달러에 달할 전망이다. 금년의 타이어 수출시장 환경은 전세계 자동차 수요가 지난해보다 다소 증가할 전망에 따라 개선될 여지가 크다. 그러나 수출시장에서의 경쟁심화와 최근의 유가 상승세 및 원자재 가격의 상승, 엔화의 약세 전환과 국제금리의 상승세로 상반기의 수출성과가 금년도 타이어 수출실적에 커다란 영향을 미칠 전망이다. 지역별 타이어 수요의 장기전망에 있어서는 전술한 바와 같이 선진국보다는 개도국의 수요신장세가 두드러질 전망이다.

2) 1996년 국별 타이어 생산 전망

1996년 전세계 타이어 생산은 승용차용 타이어의 경우 미국, 대만, 인도, 이태리를 중심으로 상용차용 타이어의 생산은 스페인, 프랑스, 인도, 미국을 중심으로 증가할 전망이다.

지역별로는 승용차용 타이어의 경우 북미 지역은 미국내 생산이 비교적 큰 폭으로 증가할 것인 데 반해 캐나다의 생산은 감소할 전망이다. 유럽내 생산은 1995년에 비해

증가율이 둔화될 전망이며, 아시아지역과 중남미지역의 생산도 부진할 전망이다.

상용차용 타이어의 경우 북미시장의 생산은 승용차용 타이어와 유사한 현상을 나타낼 전망이다, 유럽내의 생산은 1995년에 비해 증가율이 크게 둔화될 전망이다. 아시아지역의 생산 역시 완만한 성장세를 나타낼 전망이다, 중남미의 경우는 멕시코의 생산이 증가세로 돌아설 전망이다. 최근 세계 유수 타이어업체의 대중국투자가 증가함에 따라 중국은 프랑스를 제치고 세계 3대 타이어생산 국가로 부상할 전망이다. 또한 중남미시장을 목표로 한 자동차 조립업체의 대브라질 투자가 증가함에 따라 브라질의 타이어 생산이 집중할 예정이다. 한편 현재 8억 8,000만개에 달하고 있는 전세계 타이어 생산수준은 2000년에 10억개를 돌파할 것으로 예상된다.

이와 같이 1996년 세계 타이어 수급은 전반적인 수요증가세가 예상되는 가운데 일부 상용차용 타이어의 공급부족현상이 나타날 것으로 예상된다.

2. 지역별 시장동향 및 직접투자 추이

최근 전세계 타이어 수요는 전술한 바와 같이 선진국시장의 수요증가율이 둔화되고 있는 반면 개도국시장의 수요가 큰 폭으로 증가하고 있다. 이에 따라 선진 타이어업체들의 대개도국 직접투자가 활발히 추진되고 있어 향후 개도국시장이 타이어의 주요 생산과 소비시장으로 등장할 전망이다.

1) 주요 시장 및 투자동향

아시아시장의 수요가 꾸준히 증가하며 남

(표 6) 국별 타이어 생산 전망
(단위 : 1,000개)

	승 용 차 용		상 용 차 용	
	1995	1996	1995	1996
미 국	214,323	224,507	47,389	49,521
캐 나 다	27,250	25,821	3,568	3,491
멕시코	5,278	5,349	3,377	3,439
브 라 질	21,279	21,705	11,203	11,427
영 국	27,733	28,527	3,969	4,090
프 랑 스	54,286	54,801	6,845	7,392
독 일	42,468	43,048	5,398	5,411
이 태 리	29,998	31,186	2,778	2,857
스 페 인	20,603	21,196	4,225	4,595
일 본	99,004	101,756	43,456	45,319
인 도	2,519	2,628	8,258	8,813
대 만	7,938	8,327	2,793	2,893

자료 : EIU, Rubber Trend, 1995, 3rd Quarter에 의거 작성.

(표 7) 다국적 타이어업체의 해외 직접투자 현황

	미셸린	브리지스톤	굳이어	컨티넨탈	스미토모	피렐리
아시아	5	13	9	1	4	-
유럽	30	5	7	13	9	8
북미	15	11	13	5	2	2
대양주	-	2	4	-	-	-
남미	1	3	9	1	-	6
중동/아프리카	2	2	3	2	-	3
합계	53(15)	36(17)	45(28)	22(15)	15(6)	19(11)

자료 : ERJ 각호에 의거 작성.

주 : 가동 공장수 : ()안은 투자국가수.

미와 동구가 새로운 타이어시장으로 부상하고 있는 가운데 세계 타이어산업내의 해외 직접투자는 10개 대형업체에 의해 주도되고 있다. 이들 업체중 미셸린, 브리지스톤, 굳이어, 컨티넨탈, 스미토모, 피렐리사의 6개업체는 6개국 이상에서 제조활동을 벌임으로써 다국적기업(Multinational Company)의 대열에 진입한 것으로 평가할 수 있다. 1994년 9월에서 1995년 9월중 중남미를 제외한 세계 타이어산업내 투자에서 차지하는 지역별 점유비율을 살펴보면 아시아·태평양지역이 70%, 북미가 15%, 유럽 14%, 아프리카·중동 1%의 순으로 나타내고 있다. 이러한 추세에 비추어 볼 때 전세계 타이어산업내 투자는 아시아지역을 중심으로 추진되고 있음을 알 수 있다.

주요 지역별 시장동향 및 외국인 직접투자 동향에 대해 살펴보면 다음과 같다.

(1) 북미시장

1994년에 호황을 보였던 북미 타이어시장은 1995년에는 판매가 부진하였다. 1995년 미국내 신차용 승용차 타이어 출하는 1994년의 5,850만개 수준을 밑돈 것으로 추정되고 있다. 한편 교체용 타이어의 북미 시장내 판매는 1994년 대비 1.9%가 증가한 2억 2,150만개에 달한 것으로 추정된다.

미국시장의 경우 교체용 경트럭 타이어와 중형트럭 타이어의 판매신장세가 두드러졌다. 한편 1996년의 미국내 교체용 타이어 판매는 1995년 대비 2.2%가 증가할 것으로 전망된다. 지난해 미국시장의 업체별 점유율은 굳이어사가 33%(신차용 타이어시장의 40%, 교체용 타이어시장의 31%), 미셸린/유니로열사가 22.5%(신차용시장의 30%, 교체용시장의 21%), 브리지스톤/화이어스톤사가 14%(신차용시장의 18%, 교체용시장의 13%), 컨티넨탈사가 2.5%를 기록한 것으로 추정된다.

NAFTA 회원국인 미국과 멕시코의 타이어산업 시간당 임금을 비교해 보면, 1994년 12월의 멕시코 금융위기로 인한 폐소화의 평가절하로 멕시코의 임금이 큰 폭으로 하락한 것으로 나타나고 있다. 지난해 상반기 기준으로 미국 타이어산업의 시간당 임금은 17달러인 데 비해 멕시코의 임금은 3달러에 불과한 실정이다. 또한 타이어의 총생산비용에서 차지하는 노동비용의 비중이 미국은 35%인 데 반해 멕시코는 25%를 기록하고 있다. 한편 멕시코의 금융위기에 따라 타이어의 내수가 급락하자 멕시코에서 활동중인 외국 타이어업체들은 수출전략을 강화하여 이에 대처하고 있다. 이러한 사례로는 멕시코 굳이어사의 신경영전략을 들 수 있다.

멕시코내 최대 타이어생산업체인 굳이어사는 멕시코의 내수가 급감하자 1993년에 현지생산분의 7%에 불과하였던 대미수출을 대폭 확대하여 수출물량을 생산물량의 20%선으로 제고하였다. 또한 세계 30개국에 진출해 있는 굳이어사의 네트워크를 이용하여 새로운 수출시장을 확보하는 한편 새로운 시장의 다양한 수요를 충족시키기

위해 미국 본사로부터 몰드를 공급받아 기존제품과는 다른 제품을 생산하여 수출하고 있다. 이와 같이 멕시코 굳이어사는 내수 감소를 수출증대로 극복해 나아가고 있다. 이러한 멕시코에서의 수출증대는 그동안의 생산성 향상과 NAFTA에 따라 미국의 대 멕시코 타이어 수입에 대한 4%의 관세가 철폐되고 멕시코내의 임금이 급락하여 수출 경쟁력이 강화되었기 때문이다.

(2) 남미시장

중국에 이어 새로운 타이어시장으로 부상하고 있는 남미지역의 타이어 수요는 주요 자동차조립업체의 현지공장 건설이 증가하며 점증하고 있다. 최근 미국과 유럽의 자동차조립업체는 120억달러, 연산 50만대에 달하는 승용차조립공장들을 남미에 건설하고 있으며, 국내업체와 일본업체의 진출도 뒤따르고 있다.

특히 남미공동시장(Mercosur) 등 남미지역의 지역무역협정(Regional Trade Agreement) 체결의 증가와 함께 미주 전지역을 자유무역지대화하려는 미주자유무역지대(Free Trade Area of the Americas)협상이 추진됨에 따라 외국 자동차조립업체의 남미지역내 자동차 생산이 증가하고 있으며, 이에 따른 타이어 수요의 증가가 예상된다. 현재 남미시장의 최대수요국은 브라질과 멕시코로 남미 수요의 45%와 25%를 각각 점유하고 있다. 남미시장에서 신차용 승용차 타이어와 교체용 승용차 타이어의 판매비율은 1 : 2.5를 나타내고 있으며, 트럭용 타이어의 경우 동 비율은 1 : 6에 달하고 있다.

업체별 시장점유율을 살펴볼 때 남미 타이어시장의 3/4은 굳이어, 브리지스톤, 피렐리의 3사가 지배하고 있으며, 나머지 1/4

(표 8) 업체별 남미시장 타이어 판매현황(1994)
(단위 : 100만달러)

업체명	판매액	업체명	판매액
굳이어	1,512.5	Tornel	65.0
브리지스톤	850.0	Llantas General	50.0
피렐리	725.3	Ico/Prollantes Necca	33.0
Euzkadi	285.0	Lima Caucho	30.5
미셸린	150.0	Funsa	25.5
FATE	137.0		

자료 : ERJ, Global Tyre Report, 1995/96

(표 9) 남미 국가별 타이어 생산 현황

(단위 : 명, 개)

국가	고용	제품유형	생산능력(일)
아르헨티나	3,250	1,2,3,4,5,6	28,900
브라질	13,370	1,2,3,4,5,6,7,8	114,540
칠레	996	1,2,3,4,6	6,300
콜롬비아	2,692	1,2,3,4,6	10,930
코스타리카	475	1,2,3,4	2,200
쿠바	-	-	470,000
에쿠아도르	700	1,2,3,4,6	4,000
과테말라	400	1,2,3,4	2,250
자마이카	300	1,2,3,4	1,700
멕시코	6,949	1,2,3,4	53,050
페루	600	1,2,3,4	3,700
트리니다드 토바고	300	1,2,3	1,300
우루과이	649	1,2,3	600
베네수엘라	2,950	1,2,3,4,6	23,530

자료 : 전계서.

주 : 1) 쿠바의 생산능력은 연산기준임.

- 2) 1(승용차용), 2(경트럭용), 3(트럭/버스용), 4(농업기계용), 5(오토바이용), 6(건설용), 7(산업용), 8(항공기용)

은 10여개의 소규모 지역 제조회사들이 점유하고 있고 미셸린사의 현지 자회사가 상용차용 타이어를 생산하고 있다.

남미지역에 진출해 있는 주요업체별 생산능력은 굳이어사가 80,180개/일, 피렐리사가 52,500개/일, 브리지스톤/화이어스톤사가 50,750개/일, 미셸린/유니로열사가 9,400개/일에 달하고 있다. 특히 피렐리에게 있어서 남미시장은 총매출의 1/4, 영업이익의 27%, 생산능력의 1/3, 총고용의 31%를 차지할 정도로 중요한 시장으로 부상하고 있다.

(3) 유럽시장

최근 유럽 타이어시장의 환경 변화로는 유명 브랜드의 신차용 타이어에 대한 소비자의 선호도가 하락하고 있는 반면 저가 브랜드의 판매가 증가하고 있는 점을 들 수 있다. 또한 타이어 판매업체와 유통업체의 역내 시장지위와 영향력이 증가하고 있으며, 타이어의 기술적 특징에 대한 소비자의 관심이 낮아지고 있는 점을 들 수 있다.

유럽지역의 승용차용 타이어 판매는 1995~96년중 연평균 2.3%가 증가할 전망이다. 트럭용 타이어의 판매는 동기간중 연평균 15.4%가 증가할 예정이다. 유럽지역의 타이어 판매경로를 살펴볼 때 타이어 전문판매업체가 전체 타이어판매의 54%를 점유하고 있으며, 나머지는 자동차판매업체가 22%, 주유소 판매가 4%, 자동차수리점과 슈퍼마켓 등을 통한 판매가 20%를 차지하고 있다. 업체별 유럽시장 점유율은 1994년을 기준해 볼 때 미첼린사가 32.6%, 컨티넨탈 16.7%, 굀이어 11.8%, 피렐리 8.6%, 던롭 7.9%, 브리지스톤사가 7.5%를 차지하고 있으며, 국내업체의 점유율은 2.9%에 불과한 실정이다.

최근 유럽 타이어시장은 일부 상용차용 타이어의 공급부족현상을 겪고 있다. 즉, 농업기계용 타이어, 겨울용 타이어, 고성능 오토바이용 타이어와 일부 트럭용 타이어의 공급부족현상이 심화되고 있다. 이에 따라 유럽내 타이어제조업체들은 근로시간의 연장을 통한 가동률의 제고에 노력을 기울이고 있다. 이러한 유럽내 상용차용 타이어의 수요급증에 따른 공급부족은 그동안 침체국면에 빠져있던 유럽내 자동차 경기가 급속도로 회복되며 나타난 결과로 평가할 수 있다.

즉, 지난 경기침체기 동안 유럽내 타이어 제조업체들은 감원과 직·간접 비용의 절감을 위해 생산능력을 대폭 축소해 왔다. 그러나 1994년 9월 이후 수요가 급증함에 따라 각 업체들은 신규고용을 대폭 증대시켜 완전가동체제에 돌입하였으나 한계에 직면하고 있다. 이에 따라 주요 타이어업체들은 유럽내의 수요가 당분간 지속적으로 증가할 것으로 예상하며, 이에 따른 생산계획과 재고 전략을 새로이 수립하고 있다.

특히 이들 업체들은 승용차용 타이어보다는 농업·산업용 및 상용차용 타이어의 수요증가와 공급부족현상이 심화될 것으로 예상하고 있으며, 이에 따른 대응책 마련에 부심하고 있다. 제품별 공급부족 원인은 농기계용 타이어의 경우 소비자들의 유명 브랜드에 대한 선호와 굀이어사의 프랑스 공장 파업을 들 수 있으며, 오토바이용 타이어의 경우는 1994년 겨울의 수요급증에 따른 재고부족이 원자재 조달의 어려움과 생산능력 부족으로 해결되지 못한 점을 들 수 있다.

(4) 동구시장

아시아, 남미시장과 함께 새로운 타이어시장으로 부상하고 있는 동구시장은 시장경제 원리의 도입과 민영화를 추진하고 있는 체코, 슬로바키아, 폴란드, 슬로베니아, 헝가리를 중심으로 성장세를 보이고 있다. 세계 유수의 타이어업체들은 동구국가의 민영화 추진에 따라 현지기업의 매수에 나서고 있으나 아직까지는 컨티넨탈사의 체코공화국 Barum Holding의 매수를 제외하고는 두드러진 매수활동이 나타나고 있지 않다. 컨티넨탈사는 미첼린사와 합작으로 동구진출을 확대할 계획을 세워놓고 있다. 이외 굀이어사가 폴란드 진출을 추진하고 있으며, 굀이어

어사는 단기적으로 체코, 슬로바키아, 우크라이나, 벨로루시와 발틱 3국 진출을 모색하는 한편 장기적으로는 러시아와 구소련연방국가들로의 진출을 강구하고 있다.

한편 자동차 조립업체들의 대동구 진출이 가속화되고 있어 향후 동구지역의 타이어 수요증대에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 독일의 폭스바겐사와 GM의 유럽회사인 오펔의 대동구 진출이 활발히 추진되고 있으며, 국내업체와 일본업체의 진출도 확대될 전망이다. 현재 동구지역의 타이어제조업체중 5개사가 전세계 50대 타이어업체내에 들고 있으며, 이들 업체들은 증설과 외국업체와의 합작투자 및 전략적 제휴를 모색하고 있다.

(5) 아시아 시장

세계 최대의 상용차용 타이어시장인 아시아지역에 대한 선진 타이어업체의 투자는 지난 2년간 전세계 타이어업체가 실시한 50억달러 규모의 투자중 3/4을 차지할 정도로 활발히 추진되고 있다. 1994년에 발표된 세계 10대 타이어설비 증설 계획중 8건이 아시아지역(이중 4건이 인도 공장의 증설건임)에서 이루어졌을 정도로 세계 타이어업체의 아시아에 대한 관심이 고조되고 있다. 이러한 아시아지역의 증설은 현지시장에의 공급과 선진국시장으로의 수출을 목표로 추진되고 있다. 즉, 중국과 인도의 증설은 자동차 수요의 증가에 따른 내수시장 공급을 위해 추진되고 있는 반면 한국과 대만 등의 증설은 수출을 목표로 이루어지고 있다. 한편 아세안(ASEAN) 지역의 증설은 현지 수요의 충족과 수출이라는 두가지 목표를 다 가지고 추진되고 있다. 이와 같은 증설에 따라 아시아지역은 조만간에 세계 타이어의 주요 공급기지

가 될 전망이다.

① 중국시장

지난 수년간 국내외 업체의 가장 큰 관심을 끌고 있는 중국시장은 외국인 직접투자와 상용차용 타이어의 판매신장세가 지속되고 있다. 지난해만 해도 한국, 대만, 말레이시아, 미국의 5개 업체가 대중국투자를 결정하였으며, 세계 타이어업체의 빅 4와 피렐리사도 대중국 직접투자 및 기술제휴와 기존설비의 증설을 추진하고 있다.

이러한 외국기업의 대중국 직접투자와 자국내 증설에 따라 중국은 이미 세계 제 4위의 타이어생산국으로 부상하였으며 1996년에는 세계 3위의 타이어생산국가로 부상할 전망이다. 중국의 타이어생산은 2000년에 7,500만개에 달할 전망이며 현재 자동차용 타이어 이외에 연 1,500만개의 오토바이용 타이어와 1억 3,000만개의 자전거용 타이어 및 튜브를 생산하고 있다. 한편 중국 타이어시장의 급성장 전망에 따라 합성고무, 고무약품, 카본블랙, 타이어 코드지 등 원부자재 공급업체의 대중국 대형투자가 추진될 전망이다.

최근 대중국 직접투자는 지난 수년간에 비해 둔화되고 있으나 1994년 9월~1995년 9월중에만 4억 5천만달러 규모의 투자가 이루어졌으며, 1996년에는 미셸린과 컨티넨탈사의 공급지향적인 대중국 합작투자가 추진될 계획이다.

② 인도시장

1996년 인도의 타이어 수요는 신차용 타이어를 중심으로 증가할 전망이다. 특히 신차용 상용차 타이어의 수요는 전년대비 10%가 증가할 예정이다. 최근 인도는 중국에 이은 새로운 투자대상지로 부상하고 있다. 1994는 9월~1995년 9월중 인도 타이어산

(표 10) 브랜드별 판매기준 상위 10대 업체
(단위: 100만달러)

순위	업 체	매출액	순위	업 체	매출액
1	미 쉘 린	8,500	6	피 렐 리	2,550
2	굳 이 어	7,900	7	요코하마	2,550
3	브리지스톤	6,500	8	컨티넨탈	1,350
4	던 룩	4,100	9	토 요	1,250
5	화이어스톤	3,100	10	제 너 럴	1,125

자료: 전계서.

업내에는 약 8억달러 규모의 신규공장 건설 및 증설계획이 발표되었다. 한편 미셸린과 브리지스톤 및 피렐리사도 2~3억달러 규모의 대인도 투자를 추진중에 있다.

3. 선진 타이어업체의 매출 및 투자동향

1) 브랜드별 매출동향

1994년 주요 브랜드별 판매를 기준으로 전세계 소비자의 상표인지를 평가해 보면 미셸린사의 제품이 소비자들로부터 가장 큰 호응을 얻은 곳으로 나타나고 있다.

일본업체의 제품은 브리지스톤, 던롭, 화이어스톤, 요코하마, 토요 등 5개 상표가 상위 10대 판매제품에 등재되어 있어 전세계 소비자들의 일본 제품에 대한 높은 선호도를 나타내 주고 있다.

2) 투자동향

1994년 주요 업체별 연구개발투자와 자본투자 현황을 살펴보면 <표 11>에서 보는 바와 같이 세계 최대의 타이어업체인 미셸린사의 연구개발투자가 경쟁업체의 투자를 크게 상회하고 있는 것을 알 수 있다. 한편 자본투자면에서는 브리지스톤/화이어스톤사가 단연 두각을 나타내고 있다. 타이어업체의 투자 의욕을 살펴볼 수 있는 집약도면에서는 연구개발의 경우 미셸린사와 중견업체인 토요사가 상위에 올라있으며, 자

(표 11) 주요 업체별 연구개발·자본투자 현황
(단위: 100만달러, %)

업 체	연구개발	집약도	자본투자	집약도
미 쉘 린	604.5	5.0	378.0	3.1
브리지스톤	351.3	2.2	752.4	4.8
굳 이 어	340.0	2.8	523.0	4.3
컨티넨탈	243.0	4.0	317.7	5.2
스미토모	166.0	3.5	299.8	6.3
P. T. H	105.5	3.5	163.0	5.3
요코하마	129.8	3.5	106.4	2.8
토 요	77.1	4.2	54.7	3.0
쿠 퍼	14.7	1.0	78.4	5.6

자료: 전계서.

주: 집약도는 매출액 대비 투자비유임.

본투자의 경우는 스미토모사와 쿠파사의 설비확장의욕이 높게 나타나고 있다.

세계 주요 타이어업체와 국내업체간의 연구개발집약도와 자본투자집약도를 비교해보면 국내 대형업체의 연구개발집약도는 2.8~3.7%로 선진 타이어업체의 평균과 비슷한 수준을 보이고 있으며, 국내업체의 자본투자집약도는 선진업체의 2~3배 수준을 나타내고 있다.

3) 생산성동향

1994년 근로자 판매액을 기준으로 한 생산성면에서는 요코하마사가 279,350달러로 수위를 차지하였으며, 스미토모사가 216,386달러로 2위를, 쿠파사가 3위를 차지하였다. 국내업체의 생산성도 세계 10대업체중 중위권에 속할 정도로 높게 나타나고 있다. 한편 아시아지역의 타이어업체들은 대형공장을 가동함으로써 여타지역의 업체보다 생산공장당 매출액규모가 큰 것으로 나타나고 있다. 특히 국내업체들의 판매규모는 세계 최고의 위치를 차지하고 있을 정도이며, 일본업체중에는 요코하마사가 공장당 매출규모가 가장 크고 서방업체로는 쿠파사가 가장 큰 것으로 나타나고 있다.

4. 결 언

1995년 세계 타이어산업내의 주요 동향으로는 미셸린사와 컨티넨탈사의 합작투자와 미셸린사의 프랑스 공장 생산자동화, 요코하마사의 아시아·태평양 진출 확대, 폴란드 국영 타이어업체의 민영화와 합작투자, 선진 타이어업체의 대중국 투자확대 및 미셸린사의 아시아지역 진출 확대를 들 수 있다. 이와 같이 세계 타이어산업내에서는 경쟁사간의 협력과 첨단생산방식의 채택 및 성장잠재력이 큰 개도국시장의 선점을 위한 해외 직접투자가 활발히 진행되고 있다.

세계 타이어산업내의 경쟁이 심화됨에 따라 국내업체는 확고한 시장지위의 확립과 경쟁심화에 대한 적응력을 배양하는 동시에 차별화된 가격전략의 수립과 목표시장을 설정하여 세계시장 점유율의 확대, 유지에 노력을 기울여야 할 것이다. 즉, 국내업체는 시장과 경쟁업체의 동향에 대한 세밀한 분석과 효과적인 가격전략을 수립하여 경쟁에 대응해 나아가야 할 것이다. 이를 위해서는 핵심전략 품목을 개발하고 생산원가의 절감에 노력하는 한편 품질향상과 기술개발을 강화하고 해외직접투자를 확대하여 범세계적인 경영체제를 구축하여 틈새시장 공략의 효율성을 제고하는 한편 세계 각지역의 다양한 소비자의 수요를 충족시켜 나가야 할 것이며, 지속적인 연구개발투자와 국내업체의 브랜드에 대한 해외소비자의 인지도를 높여야 한다.

한편 국내업체의 대남미 수출이 급증하자 콜롬비아가 국산타이어에 대한 반덤핑 조사

를 실시하고 있어 향후 수출가격전략의 수립에 세심한 주의가 요구된다. 국내업체는 지속적인 성장세가 기대되는 중국, 남미, 동구시장에서의 점유율 확대를 위해 지역별로 차별화된 제품개발전략과 마케팅전략을 모색해야 할 것이다. 또한 동 시장진입의 효율성 제고를 위해 현지업체나 선진업체와의 판매 제휴(Marketing Alliance)를 고려할 필요가 있다. 최근 General Trade de Mexico를 인수하여 세계 20대 타이어업체중의 하나로 부상한 멕시코의 Hulera Euzkadi사는 컨티넨탈사와의 기술 및 판매제휴를 체결하여 매출증대에 노력하고 있다. Euzkadi사의 주요시장은 물론 멕시코 내수시장이나 북미자유무역협정(Free Trade Agreement)의 발효와 남미국가간의 쌍무적인 자유무역협정 체결이 증가하며 북미와 남미시장으로의 진출을 확대하고 있다. 양사간의 제휴는 컨티넨탈사 제품의 멕시코내 판매증대와 컨티넨탈사의 국제적인 유통망을 활용한 Euzkadi사 제품의 미주지역의 판매를 증대시킬 전망이다.

종합해 볼 때 1996년 전세계 타이어 수요는 지난해보다 높은 증가세를 보일 전망이다. 그러나 그동안의 가격경쟁 심화에 따른 이윤폭의 축소와 원·부자재의 가격 상승 등은 타이어제조업체들의 원활한 공급체제의 구축에 어려움을 가중시킬 전망이다. 따라서 국내 타이어업체들은 WTO의 출범 2주년을 맞는 금년의 타이어 수출증대를 위해 원자재조달에서부터 시장별 판매전략에 이르기까지 다각적인 전략을 마련하여 수출시장 점유율의 확대에 노력을 기울여야 할 것이다.