

서유럽 타이어산업의 단기적 전망

서 용 호*

1. 서 론

가. 단일 시장 구현

지난 40여년간 유럽연맹(EU)이 존속해 왔지만, 새로운 세기가 시작되는 지금에 와서야 초기 설립자들의 이상이 실현되고 있다. 실제적으로 서유럽이 곧 EU라는 말로 표현될 수 있을 만큼의 많은 국가들이 회원국이 되었다.

노르웨이와 스위스는 아직 정식회원국은 아니지만, 회원국으로 간주될 만큼 EU와 밀접한 관계가 있다. 비록 양국은 EU회의에서의 의결권은 없지만, 옵저버로서 수많은 정치협상에 참석했고, EU회원국들의 경제정책과 일치시키기 위해 그들의 경제를 관리하고 있다. 앞으로 보다 많은 국가들이 EU회원국이 될 것이다. 이에 따라, 폴란드, 체코공화국 및 헝가리의 공식적인 가입을 위한 협상이 진행중이다. 그렇지만 이들 국가들이 정식으로 가입하거나 조정이 이루어지기까지는 수년 이상이 걸릴 예정이다. 당분간은 서유럽 국가들만이 회원국들과 EU 전체와의 경제적 연결을 나타내는 실체로 표현될 것이다.

이런 경제정책을 주도하는 세 가지 중요한 요소가 있다.

첫째, 완전한 단일시장 계획의 완성, 하지

만 금융, 이동통신 및 공공부문에서의 단일 시장 구현을 이루기 위해서는 아직 풀어야 할 과제가 남아 있다.

둘째, 경제화폐연맹(EMU)의 설립.

셋째, 순차적 확장을 통한 11개 신규 회원국의 가입

나. 1992-96년 사이 EU경제에 끼친 중요한 3 가지 영향

서유럽의 경제전망은 지난 과거와 아주 밀접한 관계가 있다. 1992-96년 사이, 이 지역에서의 경제는 3가지 중요한 요인에 의해 지배되었다. 즉 독일통일의 충격, EMU 준비를 위해 치렀던 EU 회원국들의 충격, 또 기존 노동시장과 단일시장 구현을 위해 재형성된 신규시장 사이의 급격한 갈등 등이다. 통독 이후의 경제붐은 독일 중앙은행에 의해 예상치 못한 자금긴축을 가져왔고, 이에 따라 독일 이외의 지역에서의 반향을 촉발시켰다.

다. 성장 증진을 위한 통화 재편

과대평가되었던 이태리 리라, 스페인 페세타, 포르투갈 에스쿠도 및 영국 파운드 등은 자금긴축의 이익을 볼 것이다. 영국을 제외하고, 이들 국가들의 경제회복에 기인한 평가절하는 현 매매기준율이 거의 정확하다고 판단된다. 영국의 파운드는 훨씬 높게 평가되었지만, 인플레이를 조정하기 위해 이자율을 올린 영국은행에 의해 현수준을 유지할 것이다.

* 宇成타이어(株) 輸出課長

라. 통화강세 시장의 고통

1992년과 93년 사이 독일 마르크 대비 평가절하가 되지 않았던 국가들은 다른형태의 충격을 경험했다. 이들 국가들은 독일 마르크와 자국화폐의 가치를 동등하게 유지하기 위해, 내부인플레이를 진정시키기 위한 수준이상 그들의 통화정책을 강화시켰다. 그 결과, 프랑스 등에서 이런 투자억제책에 의해 파산과 실업을 상승 등을 야기시켰다.

마. EU의 정상궤도 재진입

현재 서유럽경제는 지난 혼란기간 동안의 문제로부터 회복되고 있으며, 1992-96년보다 현저한 성장을 이룰 것이라 예상되며, 미국과 일본에 비해서도 만족스러운 결과를 나타낼 것이다. 그렇지만, 유로화폐(EMU) 시행의 현재와 미래 잠재효과에 의해서 활황을 이루지는 못하리라 예상되지만, 이와 동시에 확산있는 사업의 시행으로 안정적 경제분위기가 이루어질 것이다. 경기후퇴가 없으리라 장담할 수 없지만, 계획대로 EMU가 사용되면 향후 유럽경제는 자국내 보다는 세계경제에 의해 발전여부가 좌우될 것이다.

EMU 계획에 의하면, 1999년 1월 1일자로 시행될 예정이고, 일단 10개국에 참여할 예정이다. 이들중 오스트리아, 벨기에, 룩셈부르크, 프랑스, 독일 그리고 네델란드 등의 6개국은 그들의 화폐가 향후 10여년간 안정세를 유지하겠지만, 핀란드, 아일랜드, 스페인 포르투갈 등의 화폐는 커다란 변화가 예상된다. 현재까지 EMU사용을 보유하고 있는 국가들은 정치적으로 거부하거나, 아직 자격요건을 갖추지 못한 국가들이다. 하지만, 2001년에서 2003년까지는 전회원국에서 정식으로 사용될 것이다. EMU사용의 전초로 EU국가들의 통화정책은 독일의 정

책에 의해 지대한 영향을 받을 것이다. 독일에서 현재 통화정책은 팽창추세이며, 1968년이래 단기이자율이 최저를 기록하고 있으며, 장기이자율도 지난 30년 이래 평균치 이하를 유지하고 있다. 최근 EU국가들에 대한 국제경쟁력 약화를 언급하고 있지만, 오히려 1996년 수입이 5.3% 증가된데 비해 수출은 9%나 증가되었다. EU화폐의 US달러에 대한 약세 및 세계시장의 성장을 통해 향후 2년 동안의 EU수출전망을 매우 밝을 것으로 예상된다. 1997, 98년 총수출증가는 EU GDP의 0.5% 상승이 예상된다. 97년 이후 미국달러에 대한 유럽통화는 점차적으로 회복세를 보일 것이다.

바. 임금 및 자체 고용의 상승

1997, 1998년 개인소비는 대략 2%정도 증가했으며, 1999, 2000년에는 더욱 상승될 것이다. 그렇지만 재생된 국고 강화의 영향으로 2001년전에는 약간 감소될 것이다.

비록 노동시장의 다양화에 따라 변동되겠지만, 실질임금은 1% 정도의 상승이 예상되며, 고용율도 0.5% 증가될 것이다. 또한 자체고용도 지속적으로 증가될 것이다.

EMU기준을 갖추기 위한 노력의 결과로 발생된 개인예금의 안정화 또는 상승과 국고부족의 감소는 투자를 위한 더 많은 재원

〈표 1〉 서유럽의 경제 전망, 1996-2001

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
GDP(\$ bn)	9,186	9,081	9,731	10,358	10,960	11,400
Population(m)	446	448	450	452	453	454
GDP per head(\$)	20,581	20,277	21,638	22,940	24,195	25,091
Real GDP growth(%)	1.7	2.5	2.5	2.4	2.3	2.1
Inflation(%)	3.7	3.4	3.5	3.5	3.5	3.2
DM:\$	1.50	1.68	1.62	1.58	1.55	1.55
¥:DM	72	74	71	69	71	73
Exports(\$ bn)	2,215	2,262	2,476	2,696	2,917	3,120
Imports(\$ bn)	2,068	2,124	2,331	2,555	2,777	2,979

자료 : EIU.

이 확보될 것이다. 투자는 매년 3.5%에서 4%이상 증가되리라 보며, 96년 18.5%에서 2001년까지 19.5%로 상승된 GDP의 비율만큼 증가되리라 예상된다.

2. 자동차 제조

가. 향후 자동차시장에 부정적 영향을 미칠 요소들

서유럽의 승용차와 트럭시장 모두는 이미 포화된 성숙된 시장이다. 영향을 미칠 다른 요소는 없고, 오직 경제성장에 따라 수요가 증가된다. 그렇지만, 비록 정확한 수요예측은 어렵지만, 자동차수요에 영향을 미치는 다른 요소들이 존재하고 이들 대부분은 거의 부정적인 것들이다. 인구증가, 통행량 급증 및 승용차가 더이상 소유의 상징이 아니라는 인식 등으로 인해 소비형태가 변화되었고, 다목적용 차량이나 다른 형태의 이동수단을 구매토록 하였다. 이런 경향은 일부 도시중심부로의 승용차 출입금지 및 중대형 차량에 대한 과세를 주도하는 각 정부들에 의해서 가속되고 있다.

나. 근로 형태 변화에 기인한 수요 변화

승용차 수요에 미치는 또다른 요소는 근무형태의 변화이다. 다양한 근무형태로의 점진적인 변화로 적어도 주당 1 또는 2일 재택근무를 하는 일부 근로자들이 있다. 비록 처음에는 이것이 중요하지 않다고 여겨졌지만, 이런 근무형태가 중요한 영향을 미쳤다. 즉 일주일중 하루를 재택근무하면 이전보다 출퇴근용으로 20% 적게 차를 사용한다. 비록 전체인구중 5%만이라도 이런 방식의 근무를 하면, 차량 교체시기가 길어지기 때문에 전체 차량수요에 지대한 영향을 미친다.

다. 유럽에서의 신규차량 수요 및 사용의 변화
유럽의 자동차 및 타이어의 최대시장인 미국과 일본에서도 상기 영향들이 크게 작용한다. 그렇지만 유럽시장에 이런 충격이 더 일찍 찾아왔고, 더욱더 큰 영향을 미쳤다. 비록 1997년이 지난 5년이래 최고의 차량 등록대수가 예상되지만, 1997년 이후 안정세를 보이다가 금세기말이후 약간 하락할 것이라 예상된다. 일부국가들에서 변화가 예상된다. 즉 환경보전에 관심이 큰 네덜란드, 오스트리아, 스위스 및 독일 등은 개인 이동 수단으로서의 자동차 역할로부터의 변화에 따라 자동차수요가 감소될 것이다. 그렇지만 환경에 덜 관심을 보이거나, 자동차 보급이 낮거나, 다른 형태의 운송수단이 발전되지 못한 핀란드, 스웨덴, 그리이스 등의 국가들에서 차량수요는 점차 늘어날 것이다. 최대시장인 프랑스, 이태리, 영국 등은 이미 포화상태이며, 낮은 경제성장률로 인해 감소될 것이다.

상용차량의 판매는 이러한 요소들에 의해 받는 영향이 덜하겠지만, 장기간의 조정을 거친 후 증가될 것 같다. 물론 경제변화에 따라 판매도 달라진다. 차량 내구성강화로 교체주기가 길어졌고 이에 따라 판매량도 감소되었다.

차량생산량이 시장규모와 일치할 필요는 없지만, 넓은 의미에서 서유럽에서는 생산량이 동지역 판매량보다 높다. 수입을 초과

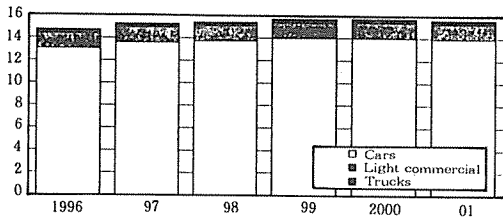
〈표 2〉 서유럽의 자동차 예상 생산량, 1996-2001

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Cars	13,038	13,590	13,734	13,982	13,968	13,916
Light commercial vehicles	1,332	1,344	1,326	1,347	1,387	1,352
Trucks	335	322	324	342	355	348
Total	14,705	15,256	15,384	15,671	15,710	15,616

자료 : Industry sources; EIU forecasts.

하는 수출분이 승용차는 100만대, 트럭은 7만대 정도이지만, 6톤미만의 상용차는 수입량이 수출량을 초과한다.

단기적으로 볼 때, 서유럽에서의 차량생산은 증가되었다. 특히 1997년에는 아래국가들의 영향으로 4.6% 증가되었다. 즉 유럽내에서의 산업합병을 통한 프랑스에서의 급격한 증가, 주요 신규모델의 도입과 경제회복 기미가 있는 독일, 피아트의 대대적인 모델변화가 있었던 이태리, 이러한 것들로 인해 자국내 수요가 급증되었고, 1997년 총생산량이 증대되었다.



자료 : Industry sources ; EIU forecasts.

(그림 1) 서유럽의 자동차 예상 생산량, 1996-2001

1998, 1999년에는 비록 유럽시장의 성장이 둔화 예상되지만, 승용차 생산은 증가될 것이다. 일본으로부터의 수입을 대체할 영국 등지에서 생산이 시작되는 일본 승용차 공장으로 인해 더욱 큰 증가세를 나타낼 것이다. 비록 대대적인 신규모델 도입은 북미 및 일본지역의 역수출에 기여하겠지만, 유럽내 일본 승용차 제조수량이 어느정도 목표치에 접근하였고, 전체적인 서유럽에서의 수요감소로 인해 1999년부터 성장률은 둔화될 것이다. 일부지역내의 소규모 수요변화가 국가전체시장의 수요경향으로 오인될 수 있다. 유럽내 주요 승용차 시장의 대부분은 서로 다른 수요 주기가 있다.

이러한 것은 1997년 약세가 시작된 영국

과 향후 수년간 증가가 예상되는 독일의 경우로 명확하게 드러난다. 조그만 구매동기 유발책들이 구매력증진, 연간 판매 및 출고에 중요한 역할을 하는 등 소비경향에 커다란 영향을 미친다. 그렇지만 전체적으로 볼 때 일부시장에서의 부진이 다른 시장에서의 상승으로 상쇄된다.

라. 지역생산 증대

비록 상용차 생산은 수요에 의해 좌우되지만, 유럽에서 제조되는 상용차는 일부시장에서 시장점유율을 회복할 것이다. 전체적으로 볼 때 일본에서의 차량수입이 감소될 것으로 예상되며, 이를 동지역 제조업체들이 일부 대체할 것으로 보인다. 동시에 한국산 차량은 아직 미미한 시장점유율을 나타내고 있다.

마. 트럭 수출 증가 예상

트럭부문에서는 비유럽 제조업체들의 진출이 약화될 것이며, 특히 동구 및 러시아로의 수출이 서유럽내 수출보다 1980년대 이래 최대의 증가치를 나타낼 것으로 전망된다. 총상용차 생산이 1989년에 기록한 1천800만대에는 미치지못하겠지만, 이미 포화상태에 있는 산업하에서 기록할만한 성장을 이룰 것이다.

3. 사용중인 자동차

가. 교체시장의 타이어 판매 증대

자동차생산 예측치는 OE시장용 타이어 수요에 직접적인 관계가 있고, 교체시장과도 관계가 있다. 교체시장에서 수요를 결정하는 중요한 요인은 사용중인 차량과 출고 예정 차량의 숫자이다.

1996년 사용중인 차량대수는 대략 1.6% 증가된 1억6천930만대 정도이고, 이는 인

구 100명당 38대의 차량을 보유한 셈이고, 전지역에 대해 전체적으로 포화상태이다. 따라서 출고예정 차량의 증가율이 하락하였고, 신규수요가 거의 이루어지지 않고 있음을 나타냈고, 타이어 전체시장은 교체 시장의 수요에 의해 이끌어진다고 생각된다.

나. 출고 예정차량의 성장률 둔화

향후 몇년 동안 사용중인 차량대수는 년 1.5% 정도의 현재 성장률이 예상되지만, 장기적으로 볼 때 년 1%미만으로 성장률이 둔화될 것으로 예상되며, 일부시장에서는 오히려 사용중인 차량대수가 감소될 전망이다. 이것은 부분적으로 현시장의 포화상태에 기인한 것이지만 출고수량을 줄이기 위해 도입된 높아진 세금과 다른 불이익들 때문이다. 높은 연료세, 자동차세, 강화된 배기가스 기준 및 주행세 부과계획 등은 높은 복지비용 부담으로 수입이 줄어든 자동차 소유주들의 경비지출을 높이고 있다. 또한 많은 국가들이 중요도시 중심으로의 차량출입을 금지시킴에 따라 자동차소유의 가치를 감소시키고 있다. 결과적으로 사용중인 차량대수는 2001년까지 1996년보다 6% 증가된 1억8천만대 정도로 예상된다.

상용차량 출고는 승용차와 같은 요인들에 의해 영향을 받지만, 정치, 경제적 요인들에 의해서도 영향을 받는다. 긍정적인 요소에 의해 급격히 증가되었던 1980년대와 비교하면 증가율은 매우 둔화될 것으로 전망되며, 전체적으로 2001년까지 평균 1.5%의 성장에 그칠 것이다. 전체 상용차중 17%를 차지하는 트럭부문은 전체규모면에서 약간 감소될 것으로 예상된다. 하지만 비록 장기간의 경향은 아니지만, 1980년대 나타났던 경상용 차로의 구조조정이 예상된다. 1980년대 보였던 상용차량 출고 증가는 독

일통일과 스페인, 포르투갈의 EU가입 등의 특수상황에 기인된 것이다. 현재 거의 모든 주요 시장에서 육상 수송에 대한 규제가 완화되었고, 국가간 수송 또한 완화됨에 따라, 상품수송에서 얻어지는 효과가 가속화될 것으로 전망되며, 이에 따라 출고예정차량의 증가가 가속화 될 것이다. 규제법령과 승용차를 선호하는 소비경향이 있는 프랑스, 네덜란드, 스칸디나비아 시장에서는 경상용차 증가율이 둔화될 것으로 전망된다. 하지만 이것은 어느정도 동독에서의 경상용차 신규 개발로 상쇄될 것 같다.

〈표 3〉 서유럽 출고 예정 차량, 1996~2001

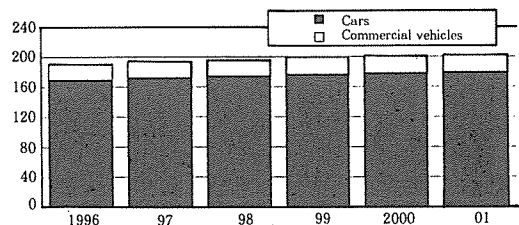
	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Cars	169.259	172.279	174.245	176.262	177.865	179.291
Commercial vehicles	21.546	21.824	22.134	22.466	22.822	23.174
Total	190.805	194.103	196.379	198.728	200.687	202.465

자료 : EIU estimates and forecasts.

4. 타이어시장

가. EU내 150여개 BRAND의 난립

서유럽시장은 전체적으로 보면 150여개 브랜드, 독일과 영국 같은 대형시장에서는 80-100여개 브랜드가 난립하고 있는 과잉 현상을 나타낸다. 이들 브랜드들은 2억대의 승용차와 3천만대의 상용차용 타이어시장에서 치열한 경쟁을 한다.



자료 : EIU estimates and forecasts.

〔그림 2〕 서유럽 출고 예정 차량, 1996~2001

나. 타이어업체의 OE 납품가격 인상

전체시장 규모 중 약 1/3정도가 특정차량을 위해 개발된 OE시장이다. 이 시장은 타이어 제조업체로서는 매우 중요한 것이어서, 거의 모든 연구개발이 이 부문으로 집중된다. 타이어가 신차에 장착되면 신차 소유주가 동일 브랜드의 타이어로 교체하는 소위 “Pull-through(잠정고객확보)” 효과를 갖는 등의 커다란 특혜와 영향을 갖는다. 따라서 자동차 제조업체들은 이런 효과를 알고 이를 납품가격을 낮추는데 이용해왔다. 이것은 거의 모든 경우에 적용되었다. 하지만 1995-96년에 와서는 OE납품가격이 거의 제조원가 수준이하로 떨어졌다. 거의 모든 타이어 제조업체들이 OE부문에서 큰 손실을 보았다. 이런 상황이 심각할 정도로 되자, 주요 타이어업체와 자동차 제조업체사이의 고위 회담이 이루어졌다. 결론적으로 일반부품의 납품경향에 반하여, OE 타이어에 보다 높은 가격이 이루어졌고 이 수익이 고스란히 타이어 제조업체에게 돌아갔다.

이에 따라 타이어 제조업체들은 비록 OE 부문에서 큰 이익을 내지 못하였지만, 최소한 손실은 보지 않게 되었다.

다. 중형 타이어업체의 OE납품

6대 대형 타이어 제조업체가 전부문의 OE를 장악하고 있었다. 하지만 1995년 한국타이어가 OPEL사와 납품계약을 체결함으로써 획기적인 발전을 이루었다. 비록 계약수량이 10만개밖에 되지 않고, 타이어업체들의 일시적 공급부족으로 이루어진 계약이지만, OEM부문에서 중형타이어업체가 OE납품업체로 선정되는 첫번째 신호가 되었다. 또한 비록 납품이 개시되지 않았지만, 한국타이어는 FORD의 전세계공장에서부터 품질인증을 획득하였다.

라. 한국, 금호타이어의 교체시장 침투

교체시장에서도 대형 6대업체가 아직도 우세한 편이지만, OE시장만큼은 아니다. 이것은 중요 수입업체들에 의해 이루어졌다. 초기에는 일본의 중형업체들-YOKOHAMA, TOYO, OHTSU 등에서 시작됐지만, 지난 5년간 수입에 대해 편견을 가진 영국시장에서조차 교체시장 점유율이 25% 이상을 차지하는 등 한국과 금호타이어는 놀랄만한 성장을 이룩했다.

마. 기타 소형타이어 제조업체의 유럽교체시장 침투

최근 대만의 ChengShin, 중국의 Shanghai 등의 다른 아시아 국가들의 타이어들이 서유럽시장에 진입하기 시작하였다. 동구산 타이어는 1980년대부터 진출했었지만, 품질상의 문제로 폭넓은 공급망을 갖추지는 못하였다. 하지만, Michelin, Goodyear 및 Continental 등의 주요 제조업체들이 동남아산 수입타이어와 경쟁하기 위해 이들 동구산 타이어에 관심을 보이기 시작했고, 그들의 판매망을 통해 저가타이어를 공급하기 시작했다. 결과적으로 서유럽타이어 시장에서 Michelin의 시장점유율이 1/3정도가 되는 최대업체가 되었고, 6대 대형업체가 85%의 점유율을 갖는다. 나머지 15%를 소형 독립타이어업체인 Vredestein과 최근 Coo-

〈표 4〉 서유럽 타이어 제조공장수, 1997

	Michelin	Continental	Pirelli	Sumitomo	Good-year	Bridgestone	Other	Total
France	13	2	0	2	1	1	0	19
Germany	4	3	2	4	2	0	0	15
Italy	4	0	4	0	1	1	1	11
Spain	4	0	1	0	0	3	0	8
UK	4	1	1	2	1	0	2	11
Other	0	4	0	0	1	0	6	11
Total	29	10	8	8	6	5	9	75

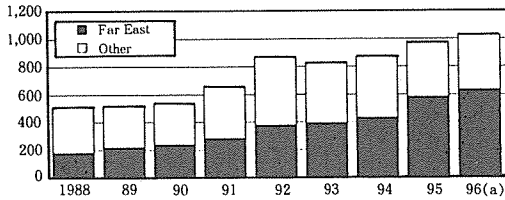
자료 : Tire Business.

〈표 5〉 서유럽의 타이어 수입, 1988~1996

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 ^a
Total imports(Ecu m)	513	522	541	657	869	831	872	977	1,025
Tyres(m)	20.5	19.7	20.6	24.0	30.8	31.2	32.2	36.8	38.6
Far East(Ecu m)	179	217	236	282	375	391	429	580	632
Tyres(m)	7.2	7.8	8.4	10.1	12.9	13.2	15.3	20.6	23.5
Value(%)	34.9	41.6	43.6	42.9	43.1	47.0	49.2	59.4	61.6
Volume(%)	35.1	39.6	40.8	42.1	41.9	42.3	47.5	56.0	60.1

^a Provisional figures.

자료 : Eurostat.



(a) Provisional figures.

자료 : Eurostat.

〔그림 3〕 서유럽의 타이어 수입, 1988-1996

per에서 인수한 Avon사 그리고 위에서 언급한 업체들이 나누어 갖고 있다.

5. 타이어 거래

서유럽에서 공급과잉만이 가격을 낮추는 요인이 아니라, 한국 등 극동에서 막대한 양의 타이어가 수입되기 때문일 것이다. 1998년 이래 전체 수입물량이 2배 증가한데 반해, 극동에서 수입되는 양은 3배 이상이 되었다. 극동에서 수입되는 대다수의 물량은 일본, 한국산이지만, 대만산 역시 큰 점유율을 갖는다. 최근의 동향은 일본산 타이어 수입이 줄어든 반면, 한국산 타이어의 수입물량은 급격히 증가하고 있다. 영국에서만 한국산 타이어는 전체 교체시장의 25% 점유율을 갖는다. 하지만 한국산 타이어는 대만, 인도네시아의 저가타이어가 EU에 유입됨에 따라 그동안 가졌던 가격에 대한 것

점을 갖지못하게 되었다. 비록 한국산 타이어가 품질과 신용도면에서 어느정도 인정받았고, 한국타이어가 OE납품업체가 되었지만, 앞으로 닥칠 저가타이어의 압력을 벗어나기가 어려울것 같다. 그렇지만, 이들 수입

〈표 6〉 극동지역으로부터 수입된 타이어, 1995

	Tyres(m)	Total value (Ecu m)	Average value (Ecu)
Japan	8.6	325.4	37.9
South Korea	7.8	183.2	23.6
Taiwan	2.4	39.0	16.2
Indonesia	1.1	16.2	14.7
Malaysia	0.5	10.8	21.6
Thailand	0.3	53	17.7
Philippines	-	0.1	24.6

자료 : Eurostat; EIU.

〈표 7〉 서유럽의 승용차용 타이어 수출입, 1995

(단위 : m units)

	Imports		Exports		Net trade balance
	Intra EU	Extra EU	Intra EU	Extra EU	
Belgium	7.8	1.8	4.6	0.4	-4.7
Denmark	2.0	0.5	0.2	-	-2.2
Germany	27.8	9.4	18.9	5.1	-13.1
Greece	1.7	0.3	0.4	0.1	-1.5
Spain	11.5	1.6	11.8	4.0	2.7
France	14.5	3.7	33.8	5.8	21.4
Ireland	1.1	0.5	3.0	0.3	1.7
Italy	12.6	5.0	14.5	4.6	1.5
Netherlands	8.5	4.4	8.7	2.2	-2.0
Austria	5.0	1.2	n/a	n/a	n/a
Portugal	2.2	0.4	4.2	0.3	2.0
Finland	1.1	0.2	1.2	1.2	1.0
Sweden	4.1	1.1	1.6	1.2	-2.4
UK	12.9	9.3	15.0	2.7	-4.5
Total	112.8	39.4	117.9	27.9	-11.5

자료 : Eurostat.

되는 물량은 EU국가들 내부에서 이루어지는 거래에 비하면 아주 적은 물량이다. 1996년 EU국가들 사이의 거래는 비EU국가로부터의 수입보다 3배 이상이 되었다. 수입국가를 물량면으로 보면, 독일, 영국,

프랑스, 이태리, 스페인 그리고 네덜란드이다. 이들은 또한 EU내에서 큰 국가에 속하며, 약간의 순서차이가 있지만, 프랑스, 독일, 이태리, 영국, 스페인 등은 최대수출국이기도 하다. 최대수출국은 프랑스이고, 독일과 영국이 주수입국이다. 이는 또한 LT 및 TB에서도 동일한 양상을 나타낸다. LT

〈표 8〉 서유럽의 경상용차용 타이어 수출입, 1995

(단위 : m units)

	Imports		Exports		Net trade balance
	Intra EU	Extra EU	Intra EU	Extra EU	
Belgium	0.27	0.03	0.48	0.07	0.25
Denmark	0.15	-	-	-	-0.15
Germany	1.33	0.56	1.94	0.52	0.57
Greece	0.15	0.10	-	-	-0.24
Spain	1.10	0.09	0.72	0.13	-0.35
France	0.98	0.09	1.87	0.49	1.29
Ireland	0.11	0.07	-	n/a	n/a
Italy	1.29	0.27	1.05	0.09	-0.41
Netherlands	0.50	0.06	0.09	0.25	-0.22
Austria	0.24	0.20	n/a	n/a	n/a
Portugal	0.35	0.09	-	-	-0.43
Finland	0.09	-	n/a	-	n/a
Sweden	0.22	0.08	0.05	0.06	-0.18
UK	0.85	0.49	1.52	0.12	0.30
Total	7.63	2.13	7.72	1.73	-0.38

자료 : Eurostat.

역시 외부로부터의 수입보다, EU내부거래가 훨씬 크고, 특별한 제품이기에 PCR보다 높은 수익성을 갖는다. 역시 프랑스가 최대수출국이고, 독일과 영국은 수출수량이 많지만, 포르투갈, 이태리, 스페인 등은 수입역조를 나타낸다.

트럭타이어 역시 특별제품이고, EU는 전체적으로 볼 때 이 부문에서 약간의 수출역조를 보인다. 벨기에와 영국은 역시 수출역조를 보이는 프랑스와 스페인보다도 높은 수출수량을 나타낸다. 반면 수입역조국을 보면, 네덜란드, 독일 그리고 스웨덴 등이 있다.

서유럽 타이어산업의 가장 근본적인 요소는 거래이다. 외부로부터의 수입이 급속도로 증가하여 수출량보다 많아졌지만, EU국가들의 내부거래가 외부로부터의 수출입 물량보다 훨씬 크다. 주요업체들이 값싼 제조회가 드는 지역으로 이동하고 있지만, 시장에 가깝게 위치하고 있다는 잇점 때문에 주요생산설비가 아직도 유럽내에 있게 된다.

〈표 9〉 서유럽의 트럭용 타이어 수출입, 1995

(단위 : m units)

	Imports		Exports		Net trade balance
	Intra EU	Extra EU	Intra EU	Extra EU	
Belgium	0.52	0.08	1.46	0.14	0.99
Denmark	0.10	0.07	0.00	0.00	-0.17
Germany	1.67	0.61	1.50	0.27	-0.51
Greece	0.15	0.15	0.04	-	-0.25
Spain	0.55	0.13	1.10	0.46	0.88
France	0.81	0.18	1.46	0.43	0.90
Ireland	0.11	0.06	0.00	0.00	-0.17
Italy	0.99	0.27	0.85	0.26	-0.15
Netherlands	1.07	0.24	0.33	0.26	-0.73
Austria	0.36	0.12	n/a	n/a	n/a
Portugal	0.17	0.03	0.00	0.00	-0.19
Finland	0.11	0.02	0.00	0.00	-0.12
Sweden	0.35	0.10	0.02	0.03	-0.40
UK	1.20	0.40	1.94	0.56	0.91
Total	8.16	2.46	8.70	2.41	-0.02

자료 : Eurostat.

6. 타이어 제조

가. 타이어 제조업체의 분산

동일규모의 시장인 미국에 50여개 타이어 제조공장이 있는 반면, 유럽내에는 75개 공장이 있다. 이들중 대부분은 높은 관세장벽을 피해 국경주위에 있고, 오스트리아에서 Continental이 Semperit공장에서 높은 비용이 든다는 것을 안 것처럼 근접된 공장에서는 정치적으로 민감한 사안이 되었다. 주요 제조업체들은 서유럽에 5-10개의 공

장을 갖고 있고, Michelin은 29개 공장을 갖고 있고 그중 13개가 프랑스에 있다. 이런 과잉생산능력은 동유럽에 있는 공장들에 의해 더욱더 나쁜 상황으로 이어진다. 왜냐하면 정치적 장벽이 없어진 동유럽에서 서유럽으로의 대체 공급을 추진하고 있다. 저비용 설비를 가지려는 전세계 주요업체들이 동구의 많은 공장들을 매수하려 하고 있다.

〈표 10〉 제조업체별 서유럽시장 점유율, 1996

(단위 : %)	
Michelin	32.3
Continental	18.2
Goodyear	12.8
Pirelli	7.7
Bridgestone	7.4
Sumitomo	6.8
Others	14.8
Total	100.0

자료 : EIU estimates.

나. 공장이전에 대한 반대 급부

과잉생산문제는 오랫동안 존재해 왔고, 이것을 풀기 위한 노력이 계속되어 왔지만, 이것은 풀기 어려운 난제이다. 경쟁업체들이 시장점유를 높이는 경우, 어떠한 업체도 독단적으로 행동하기를 원치 않는다. 동시에 공장폐쇄에 대해서도 심한 정치적 압력을 받는다. Continental이 오스트리아내 Semperit 공장을 체코로 이전하려 했을 때, 오스트리아 정부에서 이 결정을 반복하도록 공개적 압력을 가했다. 비록 이런 움직임은 실패로 돌아갔지만, 그후 오스트리아내에서의 Continental시장점유율은 국민들의 공장 이전 반대심리로 인해 심각하게 떨어졌다.

다. 1990년대초 불황으로 인한 타이어산업의 합병

1990년대초 경기불황이 심화되었고, 공급과잉현상이 시장에 나타나기 시작했다.

때때로 이러한 것은 전체 공장의 폐쇄나 조업단축으로 이어졌지만, 대부분의 경우, 기존 공장의 일부가 폐쇄되는 것으로 나타났다. 그렇지만 본질적인 문제점은 시장규모에 비해 월등히 높아진 생산성이고, 일부 공장의 폐쇄로는 이 문제를 해결할 수 없었다. Goodyear는 그리스에 있는 고비용의 공장을 폐쇄하였지만, 동시에 룩셈부르크 Colmar-Berg에 있는 유럽 최대의 공장을 일주일 내내 가동시켰다. Pirelli역시 영국에 있는 한 공장을 폐쇄하였지만, Carlisle 공장의 생산성 극대화를 위해 많은 설비투자를 하였다. Michelin도 프랑스에 있는 일부 설비의 가동을 중지하였지만, 다른 공장에서는 일주일 내내 생산을 하였다.

라. 동유럽산 타이어의 확장으로 기인한 서유럽에서의 가격전쟁

주요타이어업체들이 폴란드, 체코, 헝가리 등지에 있던 타이어 제조업체를 구매하여 동유럽에 새로운 생산설비를 갖게 되었다. 이것은 장기적으로 볼 때, 동유럽 시장 개발을 위한 전략이지만, 단기적으로는 낮은 인건비로 생산되는 신규제품들이 서유럽의 판매망을 통한 판매로 연결되어, 1997년 동안 치열한 가격전쟁을 유발시켰다. 이러한 일은 타이어산업에서는 전혀 새로운 것이 아니었지만, 이번 가격전쟁은 특히 심했고, 끝이 전혀 보이지가 않았다.

마. 대형업체의 좋은 입지조건 차지

대부분의 대형업체들이 동유럽으로의 이전에 참여하였다. Goodyear, Michelin, Continental 등은 동유럽에 있던 타이어 업체를 인수하였고, Sumitomo는 동독에 있던 타이어공장을 구매하였다. 이에 따라 소형업체들의 입지가 더욱 약화되어, 자신들이 취할 수 있는 각각의 방법으로 대처할

수 밖에 없었다. Vredestein은 극동지역에서 생산을 하였으며, 초기에는 자전거용 타이어에 적용하였고, 차후 자동차용 타이어도 극동에서 생산할 예정이다. 반면 Avon은 1997.3월에 미국 Cooper사에 타이어 사업부문을 매각하여, 이런 가격경쟁을 포기하였으며, 비타이어 부문으로 전력할 수 있게 되었다.

바. 기술개발을 통한 생산성 증진

타이어 공급에서 다른 중요한 발전은 타이어 제조법의 변화이다. 1992년 1월부터 Michelin은 실험실의 형태에서 C3M공정을 개발하였으며, 마침내 1996년에 이르러서는 프랑스에 있는 2개의 공장에서 C3M공법을 사용하여 실생산할 수 있게 되었다.

사. 타이어 규격의 표준화를 통한 생산법

Sumitomo의 자회사인 SP Reifenwerke는 1995년 생산공정에서 적용할 수 있는 Modular공법을 개발하였다고 발표하였다. 이는 각각의 다른 타이어 규격에서 최대한 동일 반제품을 사용하도록 한 것이다. 즉 7종류의 Tread pattern과 9장의 belt를 가지고, 24종류의 다른 규격 타이어를 생산할 수 있도록 한 것이다. 기존의 방법으로는 11개 규격의 타이어를 생산하기 위해서는 11개의 Tread pattern과 15장의 belt가 필요했었다.

아. 제조와 design 혁신

비록 공개되지 않았지만, Michelin의 개념은 타이어 제조공정에서 정말로 혁신적인 것이다. 또한 Sumitomo의 접근방식 역시 개발과 제조공정 상에서 중요한 초석으로 여겨진다. 가장 최근 Continental이 MMP (Modular Manufacturing Process)라 불리는 신생산 공정법을 도입하였다. 이 역시 비밀로 공개되지 않았지만, Michelin과

Sumitomo의 방법과 유사할 것으로 생각된다. 이들 신생산공정의 중심이론은 타이어 제조에서 최대의 경제성을 얻기 위해 규격화를 갖추고, 보관과 이동이 용이한 반제품을 통한 생산방법이다. 이들 반제품은 다른 장소에서 특별히 고안된 설비에 의해 완제품으로 생산된다. 이들 각각의 신제조법의 장점을 통하여, 타이어산업은 다양한 시장 요구에 능동적으로 대처할 수 있는 방향으로 나아가고 있다. 최대 경제규모를 유지하기 위해 노력하지만, 이들 제조업체들은 각각의 수요변화에 대처하기 위해 최선을 다하고 있다. 그들은 시장잠재력에 만족할 뿐 아니라, 완제품의 대량재고를 보유하는 비용을 줄이려 하고 있다.

이런 변화는 상대적으로 늦게 진행된다. 비록 유럽이외의 지역에 2곳의 공장이 더 있지만, 현재까지 C3M 공법을 갖춘 Michelin생산공장은 유럽 내에 2곳 밖에 없다. Continental은 MMP공법으로 제조되는 수량을 향후 몇년 동안 5백만에서 1,000만개 수준으로만 증설할 예정이고, 이는 전 유럽 생산량의 10-20%를 갖는다. 이러한 점진적인 발전은 원가절감형 제조법과 다양한 시장접근의 균형이 이루어질 때 가능하다.

7. 분배 및 판매

Goodyear는 유럽타이어의 소비자 특성에 대해 다양한 조사를 하여 기본 4가지로 분류하였다.

- ① Quality Buyer(품질 우선 구매자) : brand를 구분하여 구매 결정
- ② Value Shopper(품질 고려, 가격 선호) : brand에 관심은 있지만, 가격이 중요 구매요인

③ Price Shopper(가격으로 결정후 품질 고려) : 가격이 최우선이지만, 어느 정도 brand고려

④ Commodity Buyer(가격 우선 구매자) : 오로지 가격에만 관심

다른 타이어업체들도 타이어 구매동기에 대해서 유사한 결론을 내렸다. 이에 따라 주요업체들이 고급 brand로부터 저가 level 을 갖출 수 있도록 3-4개의 brand를 갖는 정책을 펴는 것이 당연한 일이다. 예를 들어, Continental의 경우, Continental brand의 가격을 100으로 볼 때, Uniroyal 은 95, Semperit은 80, Gislaved는 75-80, 마지막으로 Barum은 65-70 정도의 가격 수준을 갖도록 하며, 다른 주요업체들도 그들이 보유한 brand에 따라 유사한 판매정책을 갖는다. 그렇지만, 문제는 최고급 brand 시장이 점차 감소한다는데 있다. Goodyear의 분류법을 이용하면, Quality와 Value 구매자들은 감소하고 있는 반면, Price와 Commodity 구매자들이 증가하고 있는 추세이다.

가. 첫번째 타이어 교체시 60%의 Pull-through 효과

모든 타이어 제조업체들이 OEM공급을 위해 모든 연구, 개발을 그들의 고급 brand 에 집중시키고 있다. 왜냐하면, 자동차 이용자들이 OE와 같은 brand의 타이어로 교체한다는 “OE의 Pull-through” 효과가 있기 때문이다. Goodyear는 유럽 대륙내 승용차 타이어의 경우, 첫번 교체시 60%가 동일 brand로 교체하며, 두번째 교환시 20% 정도가 된다고 본다.

영국의 경우, 첫번째 교체시 동일 brand 교체 비율은 약 40% 정도인데, 이는 단체 구매자들이 신차구매의 주종을 이루며, 이

들은 타이어 교체시 특정 brand를 지정하기 때문이다.

나. 상위업체로의 집중화

소비자에게로의 판매는 대형 도매상에서 공급을 받는 소형 타이어 교체점에서 주로 이루어진다. 하지만, 대부분의 대형 제조업체들은 자사 소유의 타이어 교체점망을 보유하고, 각각의 소량 오더를 모아 대량으로 공급하고 있다. 유럽내 Michelin은 Euromaster란 brand로 1,300여 판매망에 공급하고 있으며, Sumitomo 계열사인 SP Reifenwerke는 독일내 Holert Konz Reifen & Auto Service라는 95개 판매망을 통해 공급한다. 유럽국가 중 가장 발전된 영국에서는 6대업체중 5개가 자체 판매망을 보유하고 있다.

〈표 11〉 영국에서 타이어업체가 소유한 소매점 현황, 1996

Chain	Owner
ATS	Michelin
National	Continental
Hi-Q	Goodyear
Motorway	Sumitomo
Central	Pirelli
Smiley	Continental

자료 : Industry sources.

다. Bridgestone의 다른 접근 방법

이들 대형업체 중 자체 판매망을 갖지 않은 곳은 Bridgestone뿐이다. 대신 B/S는 First Stop이라는 독립타이어 교체회사와의 제휴를 강화하고 있다. B/S는 이 회사의 소유에는 큰 관심이 없고, 다만 각 대리점에 강력한 판매지원책을 쓰고 있다.

라. 독립 소형 타이어 교체점

이들 대형업체의 판매망과 더불어, 독립 판매망을 가진 여러 회사가 있는데, 그들 중 가장 큰 곳이 네덜란드, 벨기에 특히 영

국에서 우세한 판매망을 가진 Kwik-Fit이다. 이들은 비록 자신들의 주요취급제품을 선호하지만, 자가소유점이나, 대리점이거나에 관계없이 여러가지 타이어를 취급하고 있다. 사실 이들이 독립적인 사업을 하고, 타이어 판매가 매우 복잡하기 때문에 예를 들어 Michelin이 차체판매망보다 낮은 가격으로 경쟁 판매회사에게 판매하는 것이 가능하다.

마. 높은 수익성을 가진 독립판매업체

일반적으로 Kwik-fit같은 독립업체들이 높은 수익성을 가진 반면, 제조업체 판매망은 수익성이 좋지 않다. 예를 들어 독일에서 반수이상의 Continental판매망은 손실을 기록하고, 나머지들도 겨우 손익분기점을 넘기고 있을 정도이다. 그렇지만, 그들은 시장 점유율을 유지하기 위해서 전략적으로 투자를 하고 있는 것이다. 현재 어떤 회사도 자체판매망을 다양화하려 하지는 않는다. 하지만, Goodyear에서 자체판매망을 대리점화하려는 움직임이 있고, 이것은 다른 업체들에게 고민거리로 작용하고 있다. 향후 몇년내 타이어 소매판매에 커다란 변화가 예상된다.

8. 전 망

가. 가격경쟁 심화

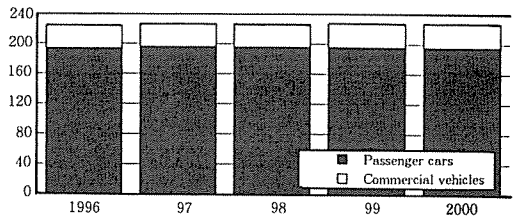
서유럽 타이어시장은 오랫동안 경쟁이 심한 시장이었지만, 지난 2년 동안이 그중 가장 극심한 경쟁을 보였다. 시장자체가 포화상태이고 낮은 성장률을 보이고 있다. 더욱이 만성적인 과잉생산에 저가 수입품들이 들어오고 있다. 이에 따라 주요제조업체들이 자사 brand의 시장점유율을 유지하기 위해 동구로부터 혹은 더 먼 곳으로부터 그

들의 저가제품을 들여와 판매하기 시작하였다. 소비자들의 인식을 높인다는 건전한 방법에 대한 의견이 있었으나, 당분간 가격경쟁 심화는 계속될 것 같다.

나. 구조조정을 막는 불변의 요인

이러한 상황은 대형업체들에게 유리하게 작용하겠지만, 효율성이 높은 소형 제조업체들 역시 수익성을 높일 수가 있다. 오히려 중형업체들이 어려운 상황에 처할 것 같다. 그렇지만, 유럽내의 과잉생산문제는 더욱 심각해질 것 같고, 수년내 생산설비의 합리화가 이루어질 것으로 예상된다. 유럽노동시장은 불변으로 공장폐쇄나 직원을 감원시키는 것은 아주 어려운 일이지만, 회사에서 적정 수준의 투자를 한다면, 가능할 수도 있다.

신차수요에 따라 달라지겠지만, 서구 유럽에서 OE용 타이어의 수요는 거의 일정하겠지만, 교체시장의 수요는 약간 증가세를 보일 것이다.



〈그림 4〉 서유럽의 타이어 수요 전망, 1996~2000

〈표 12〉 서유럽의 타이어 수요 전망, 1996~2000

(단위 : m units)

	1996	1997	1998	1999	2000
Passenger cars					
OE	66.1	66.9	65.0	64.1	63.2
Replacement	127.2	129.0	130.3	131.3	132.2
Total	193.3	195.9	195.3	195.4	195.4
Commercial Vehicles					
OE	8.0	8.1	8.1	8.3	8.6
Replacement	22.8	23.1	23.4	23.8	24.2
Total	30.8	31.2	31.5	32.1	32.8

자료 : EIU Rubber Trends 3rd Quarter 1997.