

### 넥센타이어(주)

#### 2001년도 시무식

2001년 1월 2일 AM 10:00경 넥센타이어의 2001년도 시무식이 본사 교육실에서 열렸다. 이날 넥센타이어의 강병중 회장은 더욱더 새롭게 발돋움하고 있는 넥센타이어의 기상을 2001년도에도 보여주자고 임직원들과 함께 희망을 이야기하는등 모두가 새로운 각오를 다지면서 이날 2001년도 시무식을 마쳤다.

#### 납세자의 날 기념식

제35회 납세자의 날 기념식과 기념행사가 2001년 3월 3일 오전 10시 서울 세종문화회관에서 진념 부총리겸 재정부장관과 안정남 국세청장, 김각중 전경련 회장등 경제단체장 및 시민등 450여명이 참석한 가운데 열렸다. 이날 행사에서는 모두 45명의 모범 납세자에게 훈장, 포장, 대통령 표창상이 수여되었으며 이날 넥센타이어의 이규상 사장은 산업포장 모범 납세자상을 받는 영광을 안았다.

#### 주주총회

제43회 정기 주주총회가 지난 2월 15일 10시 본사교육실에서 주주임원진, 유관 기관, 기자 등이 참석한 가운데 개최되었다. 이날 총회에서는 의결권 있는 주식중 85.3%가 참석하였으며 주주총회에서 승인된 주요내용은 다음과 같다.

제1호 의안: 제43기 대차대조표 및

손익계산서 승인의 건  
제2호 의안: 이익잉여금 처분안 승인의 건

제3호 의안: 정관일부 변경의 건  
변경내용(추가 및 신설)  
사업목적추가: 전자상거래 및 관련 서비스업

① 주식의 이익소각근거신설:(주식의 이익소각)회사는 주주에게 배당할수 있는 범위내에서 자사주를 소각할 수 있으며, 소각할 주식의 종류 및 수량, 방법등 구체적인 사항은 이 사회의 결의로써 결정한다.

제4호 의안: 임원 퇴직금에 관한 규정 개정의 건

② 의장인 이규상 사장은 43기 결산결과 넥센타이어는 세계일류기업수준의 재무구조를 가지게됨과 앞으로 설비증설 및 영업망확대등을 통해 주주의 기대에 어긋나지 않는 초우량 기업으로 거듭날 것을 인사말을 통해 밝혔다. 특히 이날 회의는 기존 주주총회 방식을 탈피하여 보다 부드러운 주주총회장 분위기를 위해 다과회 형식으로 진행되었다.

#### 연산 1,000만 생산을 위한 증설 1단계 공사 완료

21세기 연간 1,000만개 생산시대의 개막을 위해 지난해부터 추진해온 설비증설계획의 1단계 공사가 2월 중순 완료되어 본격적인 시운전에 들어갔다. 이날 이규상 사장은 증설 투자에 힘써온 임직원들의 노고를 취하하였다.

#### 진주출장소 오픈

2001년 2월 13일에는 진주출장소의

오픈행사가 있었다. 이날 행사에는 당사 임직원 및 인근대리점 사장단이 참석하여 출장소오픈을 축하하였다. 다른 출장소 오픈의 뒤를 이어 진주출장소 또한 인근지역의 물류거점확보와 유통망 확충이 기대되고 있다.

#### 대한타이어 공업협회 신년모임

대한타이어 공업협회 신년모임이 넥센타이어(주)후원으로 2001년 3월 9일 김해 가야 컨츄리에서 넥센타이어를 비롯한 한국, 금호, 동아타이어등 각 타이어 관련업계 사장단과 인사들이 참석한 가운데 열렸다. 이날 모임에서는 현재 타이어 업계들의 동향과 당면하고 있는 문제점 및 개선방향등을 논의하는 등 모두가 함께 화합을 다지는 뜻깊은 자리였다.

#### 2001년 한국노총 양산지역지부 대위원회 개최

한국노총 양산지역지부 정기대위원회가 2001년 3월 2일 2시 한국노총 양산시지부지역 대강당에서 양산시장, 노동사무소장, 경찰서 정보과장, 상공회의소장을 비롯한 인사들이 참석한 가운데 열렸다. 이날 이성경 의장은 2001년도 모두의 임투를 양산지역 노총산하 전조직간의 공동 임투로 이끌어 조직의 확대 및 조직연대의 필요성을 이어 임투승리를 통한 지역 노동인들의 근로조건향상과 사회복지향상을 관철시키고자 혼신을 다할것이라고 연설하였다. 또한 이날 행사에서는 넥센타이어 제2과 김해준씨가 부산상공회의소 회장을 받기도 하였다.

## 한국타이어(주)

한국타이어 유럽 물류센터(EDC) 준공, 본격가동 유럽전역 24시간 이내 Delivery System 구축

한국타이어(대표이사: 조충환(www.hankooktire.co.kr))가 유럽지역 현지 물류센터인 EDC준공식을 갖고 본격가동에 들어갔다.

네덜란드 로테르담에 위치한 EDC (Europe Distribution Center)는 입출고가 최첨단 컴퓨터에 의해 자동조절되고 연간 유통물량이 타이어 300만개, 배터리 100만개에 달한다. 이같은 유통물량은 한국타이어 유럽전체 수출량의 25%에 해당한다.

EDC는 2000년 5월 17일 기공식을 거행한 후 공사비 830억원(8,275k EUR)을 들여 1년의 공사기간에 걸쳐 완공했다.

물류센터 규모는 총대지 34,300 평방미터에 물류창고 20,000평방미터, 최대 타이어 수용량이 460,000개이다.

한국타이어는 지난해 수출 7,876억 원을 달성했고 이중 구주지역이 전체 수출 물량의 34%에 달하는 2,677억 원이다.

한국타이어 관계자는 세계시장의 메이저 타이어 메이커로 도약하기 위해서는 도매중심의 유통체제에서 소매상(Retailer) 중심으로의 전환이 부득이 하다고 밝히면서 대규모의 물류센터인 EDC의 본격 가동으로 기존의 유럽전역의 소매상들에게 24시간 이내의 물류가 가능해졌고 이는 유럽전체시장에서 소매상 중심의 선진형 유통체제가 구축되는 결정적인 계기가 될 것이라고 피력했다.

또한 전세계 자동차 메이커들의 요구인 24시간 이내의 Delivery System을 대응할 수 있는 체제를 구축하게 됨으로써 유명자동차 메이커의

타이어 공급이 더욱 활성화될 것이라고 말했다.

한국타이어는 현재 아시아 메이커로는 최초로 포드 자동차에 타이어를 공급하는 것을 비롯 폭스바겐, 다이하츠 등에 타이어를 납품하고 있으며, 볼보, 미쯔비시 등에도 타이어공급을 추진하고 있다.

특히 한국타이어는 이번 EDC의 준공으로 그 동안 유럽지역 수출 시 애로사항이었던 원거리 Delivery시간 지연에 따른 물류비 부담을 해결하고 기존대비 판매마진을 높일 수 있을 것으로 보인다.

한국타이어 관계자는 “한국 및 중국 생산기지에서부터 원거리인 구주지역에 대형물류센터가 설립됨으로 인해 보관 판매에 따른 현지 직접판매 마진이 높아질 것”이라며 “최첨단 컴퓨터로 입출고를 관리해 현지 수요 예측에 따른 생산 공급량을 적절히 조절할 수 있게 됐다”고 말했다.

이와 관련 한국타이어는 지난 4월 3일 네덜란드 로테르담 현지에 위치한 EDC에서 로테르담 시장, 주 네덜란드 대사, ING 뱅크 사장, 박인환 한국타이어 부사장 등을 비롯한 300여명의 내외귀빈을 초청한 가운데 구주 물류센터 기념식을 가졌다.

이제는 정말 V 만이 달릴 수 있는 때다

한국타이어의 ‘블랙버드V’가 또 소비자의 이목을 집중시켰다.

1998년 국내최초로 브랜드파워 측정모형을 개발한 한국능률협회 컨설팅에서 2001년 3차까지 3년 연속 브랜드 파워 1위 상품을 탄생시키는 쾌거를 얻은 것. 서울 및 6대 광역시 15세~60세 미만의 남녀 7,000명을 1월중 가구 방문조사 조사하여 최초상기, 비보조 상기, 이미지, 구입가능성, 상표선호도 등 인지도 파워, 로열티 파워 측정 항목에서 전년도 307.9 포인트에서 88.8포인트 상승한 396.7

포인트를 받았고, 2위 옵티모(393.8), 3위 미체린(380.8), 4위는 금호의 솔루션 순으로 나타났다. 이로써 블랙버드V는 1999년 옵티모 시리즈의 1위에 이어 2000년, 2001년도 연속 1위로 진가를 인정받는 제품으로 자리매김 하게 되었다. 전사원들의 노력과 관련 팀들의 전략적인 실천 결과인 이 상은 정확한 고객 니즈의 이해와 제품의 우수성을 비롯해 전사적으로 수행한 통합적 마케팅 커뮤니케이션의 결과이다. 블랙버드V는 국내 타이어 시장에 브랜드마케팅의 도입을 시도한 제품으로 한국타이어는 소비자들의 구매패턴이 점점 정교화, 세련화되고 국내 자동차 환경이 변함에 따라 소비자들의 세부 니즈를 충족시키기 위한 브랜드 차별화 전략을 시행해 왔다.

2001년 블랙버드 CF계의 섯별 한 채영이 이어간다

CF계의 떠오르는 섯별 한 채영이 2001년 한국타이어 광고모델로 활동하게 된다. 한 채영은 드라마보다는 CF에서 더 알아주는 신인 모델로 밀리오레의 여전사, 샤휌, 프렌치키스 등 각종 광고의 톱모델로 활동하고 있는 재기 발랄한 신세대 모델이다. 또한 지난 가을 전국민의 눈시울을 적셨던 TV드라마 「가을동화」에 출연, 텔런트로서의 끼도 유감없이 발휘하기도 했다.

한국타이어는 한 채영의 색시함과 신세대로서의 당당함을 강조하여 2001년 변화를 주도하는 젊은 기업으로서 고객들에게 새로운 한국타이어의 모습을 선보일 예정이다.

한 채영은 올해 블랙버드V TV광고를 비롯, 각종 포스터, 리플렛 등에 한국타이어를 대표하는 모델로 활동할 계획이다.

한 채영이 주인공으로 나올 2001년 블랙버드V 광고는 4월 말에 선보일 예정이다.

**금호산업(주) 타이어 사업부**

**해외 광고 Summit Awards  
금상 수상**

금호타이어는 자사가 제작한 해외 광고 'Paint Splash'편이 미국의 "2001 Summit Creative Awards"에서 TV광고® Automotive Repair/Service 부문의 Gold Winner(금상, 1위)를 차지했다고 밝혔다.

1994년부터 시작된 "The Summit Creative Awards®"는 미국 뿐만 아니라 호주, 캐나다, 덴마크, 잉글랜드, 이탈리아, 아일랜드 등 세계적인 규모의 광고 대행사 및 프로덕션들이 제작한 광고를 대상으로 올해의 최우수 광고를 선정하는 권위 있는 수상 기관이다.

올해 역시 세계 각국에서 제작된 약 3천편 이상의 광고 Creative가 각축을 벌인 가운데 '제이월터톤슨'을 비롯한 세계 유수의 대규모 광고대행사의 임원들이 심사위원으로 참석해 공정한 심사를 했다.

이번 행사에서 금호타이어의 'Paint Splash' 광고는 많은 심사위원들로부터 Creative의 독창성을 인정 받아 높은 점수를 얻었다.

2001 Summit Awards에서 수상한 작품중에는 ▲나이키, ▲시스코 시스템즈, ▲MTV, ▲후지필름, ▲휴렛 팩커드, ▲삼성반도체 등 전세계 우수한 기업들의 광고들이 대거 포함되어 있다.

금호의 'Paint Splash' 광고 컨셉(Concept)은 첨단 기술력을 바탕으로 한 'Design Technology'의 메시지를 강하게 어필한 것.

지난해 6월 본격적으로 시작한 이 광고는 14개 언어로 제작, 유럽과 미국 지역을 중심으로 방영, 소비자들로부터 좋은 반응을 이끌어냈다.

금호타이어는 적극적인 글로벌 마케팅 전략의 일환으로 해외 시장 대상의 광고 집행을 지속적으로 강화한다는 방침이다.

금호타이어 마케팅팀 한 관계자는

"해외 소비자와의 커뮤니케이션 TOOL로서 광고를 보다 효과적으로 제작, 집행할 것이며 이를 통해 브랜드 인지도를 높일 수 있을 것"이라고 덧붙였다.

**금호타이어 해외광고,  
The Vision Awards 수상**

2000년에 Launching되어 전세계를 대상으로 진행된 금호타이어의 해외광고 "Paint Splash"편이 미국의 광고 평가 수상기관인 "The Vision Awards"에서 Automotive부문 본선(Finalist)에 올라 최종결선에서 2위를 차지하는 영광을 차지하였다.

이번에 수상한 The Vision Awards는 미국에서의 최고 권위인 Clio Awards 나 International Andy Awards에는 못 미치지만 Creative가 뛰어난 광고 위주로 후보선정, 심사, 수상 등이 이루어진다는 점에서 높이 평가되고 있다.

특히 광고예산, 방송횟수등의 자본지배 한계에서 탈피, 독창성있는 작품에 상상을 한다는 분명한 원칙을 가지고 있어 금번 금호타이어의 Global Ad Campaign으로 활용된 "Paint Splash" 광고는 그 Creative의 우수성을 인정 받은 셈이다.

금호타이어는 2000년 상기 광고를 14개 언어로 제작하여 유럽과 미국을 중심으로 전세계에 방송하였으며 금년 상반기에도 3월부터 방영중이다.

금번 수상은 Fox Sports를 통하여 West/West2 지역에 방영된 사항을 대상으로 심사된 것으로 북미에서 호평을 받은 내용이 수상의 결과로 그대로 이루어진 것이다.

금호타이어의 관계자는 금번 수상을 계기로 더욱 더 독창적인 Creative를 바탕으로 글로벌 마케팅 활동을 강화할 것이라고 하였다.

**금호타이어, 북미시장  
본격공략**

금호타이어(代表: 辛亨寅/www.kumho-tire.com)가 세계 최대의 타이어 소비자 시장인 북미시장 공략 본격화와 고무

가치 UHP(Ultra High Performance) 타이어 시장 적극 공략, 현지 고객 특성에 맞는 제품 개발을 위해 미국 오하이오주 애크론시에 금호기술연구소(KTC:Kumho Technical Center)를 확장 개소 했다.

금호타이어는 한국시간 4월 24일(화) 오전에 辛亨寅 금호타이어 사장 및 임직원이 참여한 가운데 인원을 대폭 확충하고 첨단 설비를 도입한 새로운 금호기술연구소(KTC)를 새로운 부지에 확장 준공하고 개소식을 가졌다.

세계 타이어산업의 메카인 미국 오하이오주 아크론에 위치한 KTC는 지난 2년 동안, 대지 11,300평, 연건평 580평 규모로 시설을 확장하였으며 여기에는 첨단 타이어 연구개발에 필요한 실내주행시험실, 무향실, 전자현미경, 슈퍼 컴퓨터, NVH분석실(성능테스트실) 등의 첨단 장비를 갖추어 놓았다.

또한 현지화전략에 따라 현지의 대학이나 연구인력 풀(Pool)을 통하여 연구인원을 채용, 현재 박사 30여명, 연구원 230여명 등 총 260여명의 인원이 선진 타이어 시장 동향 파악 및 연구개발에 매진하고 있다.

금호는 글로벌 스탠다드에 맞는 기술력을 획득하기 위해 매년 매출의 평균 3.5~4%를 연구개발에 투자하여 왔으며 광주의 중앙연구소, 영국 버킹엄에 위치한 유럽기술연구소(KETC), KTC등 삼각 연구체제를 유지하며 첨단 타이어 제품 개발에 주력해 왔다.

특히 KTC는 타이어 산업의 본고장이라고 일컬어지는 미국 오하이오 아크론에 위치하고 있어 UHP타이어 시장 동향 등 선진 기술의 파악 및 습득에 유리하며 여기에서 습득된 최신 정보는 금호의 선진 기술력 확보에 일조해 왔다. 이를 바탕으로 금호는 UHP타이어를 향후 주력 제품군으로 육성한다는 방침이다.

한편, 금호는 이번 KTC확장 개소를 통해서, 북미 시장 마케팅을 지난해 대비 30%이상 신장 시킬 계획이며, 지난해 UHP타이어 시장에서 3천만불 매출에 1천 2백만불 이익을 올린 것을 올해에는 1천 6백만불 까지 올릴 계획이다.