

# 넥센타이어(주)

## 제 44기 정기 주주총회

제 44기 정기주주총회가 지난 2월 15일 10시 교육실에서 주주와 당사 임원진, 유관기관, 각종신문기자들이 참석한 가운데 개최되었다. 이날 총회에서는 의결권 있는 주식 중 85.6%가 참석하였으며 주주총회에서 승인된 주요내용은 다음과 같다.

- 제 1호 : 제 44기 대차대조표 및 손익계산서 승인의 건
  - 제 2호 : 이익잉여금 처분계산서 승인의 건
  - 제 3호 : 정관일부 변경의 건
  - 제 4호 : 이사(사외이사 포함)선임의 건
  - 제 5호 : 감사 선임의 건
- 변경내용(추가 및 신설)

- ① 사업목적추가 : 방송관련사업  
레저스포츠관련업
- ② 주식매수 선택권 이사회 결의로 부여할 수 있다.

의장인 이규상 사장은 제 44기 주주총회 결산결과 넥센타이어는 세계일류 기업수준의 재무구조를 가지게 됨과 동시에 앞으로 설비부문에서 확대재투자 및 영업망확대등을 통해 주주의 기대에 이르지 않는 초우량 기업으로 거듭날 것을 인사말을 통해 밝혔다. 특히, 이날 회의는 주주분들의 미래지향적인 건의와 부드러운 주주총회장 분위기를 위해 다과회 형식으로 진행되었다. 또한 이번 주주총회에서는 매출 2,405억, 경상이익 307억, 당기순이익 232억 등 기록적인 재무제표의 승인 및 사업다각화를 위한 정관변경건이 승인되었고 또한 임기가 만료된 강병중 회장, 이규상 사장, 이상학 이사, 전제회 사외이사 및 정홍규 감사의 유임이 참석 주주 만장일치로 승인되었다.

## 로드스탠들 2850 캠페인

"안녕하십니까! 넥센타이어에서 왔습니다." 벗꽃이 만개한 봄에 시작된 젊은 넥센인들의 '로드스탠들 2850 캠페인' 활동이 지난 3/25~4/15 3주동안 전국 각 지점에서 열렸

다. 회사의 신제품 '클라쎄프리미에르'를 홍보하기엔 짧다면 짧은 시간이었지만 이번 행사를 통해 다시 한번 넥센인들의 막강한 영업력을 과시하기엔 부족함이 없었다. 기획 단계에서부터 클라쎄 프리미에르는 고품격 세단형 타이어로 프리미엄급 타이어를 요구하는 고객의 요구에 100% 부응하도록 디자인 되었고 출시후 업계 최초로 기존 타이어 이미지와는 다른 차별화된 전략, 즉 '타이어에도 패션시대가 왔다'라는 슬로건을 내세우며 제품의 선택에 성능 뿐만 아니라 디자인에도 많은 관심을 가지는 20~30대의 젊은 소비자들을 타겟으로 하였다. 특히 타이어의 패션성에 중점을 두고 고급의 브랜드 이미지를 심기 위하여 기존의 타이어광고라고는 믿기지 않는 감각적인 CF제작과 고급스런 관측물 제공 등으로 고객의 욕구를 충족시켜 회사 및 제품의 이미지를 동시에 보다 세련되고 고급스럽게 구축하는데 심혈을 기울였다.

이번 로드스탠들 2850 캠페인의 목적은 실 소비자를 대상으로 신제품이 세련되고 훨씬 향상된 성능을 직접 홍보함으로써 아직 국내에서 열악한 브랜드 이미지를 높이고 신제품의 고객반응도를 조사하는데 있었다. 주요 언론 매체들을 통한 홍보 효과도 무시할 수 없지만 넥센의 타고난 영업전문가들이 직접 발로 뛰며 매체를 통한 소비자들에 대한 일방적인 정보전달이 아니라 얼굴을 마주보며 쌍방향 정보 교환을 통해 신제품 홍보효과의 극대화 및 판매망 확충을 통한 매출 신장에 기여하고 회사의 기술력을 유감없이 보여주는데 더 큰 의미가 있었다. 당장은 폭발적인 수오는 기대할 단계는 아니지만 머지 않아 즐거움(?) 스탠들 뉴스가 곳곳에서 들려올 것이라고 예상된다.

## 동아대학교 CEO 창·취업 강연회

부산지역 대학생창업동아리연합회(PUVA)가 주최하는 2002 벤처 CEO대전과 비전「창·취업 강연회」가 지난 3월 9일 동아대 체육관에서 열렸다. 이규상 사장이 강연회 초청연사로 초대되어 대학생 300여명이 참석한 가운데 약 1시간

30분가량 올바른 창업과 취업에 대한 비전을 제시하는등 대학생들을 위한 강연을 하였다. 이규상 사장은 넥센의 기업성공사례를 들어 창조적이고 도전적인 CEO의 자질과 기업가 정신을 강연하여 강연에 참석한 대학생들에게 많은 박수를 받았다.

## 동의대학교 'M&A와 경영정상화' 초청 강연

지난 3월 12일 동의대학교 경영대학원이 주최하는 최고 경영자과정 초청특강에 이규상 사장이 초빙되어 'M&A와 경영정상화'라는 주제로 동의대학교 국제관 3층에서 강연을 하였다. 이규상 사장은 넥센타이어의 M&A 과정과 인수전후의 회사경영상태, 경영정상화 과정을 강연하여 참석한 경영 학우들에게 커다란 희망과 용기를 북돋아 주었다.

## 한국노총 양산지역지부 정기 대의원대회

지난 2월 25일 양산노동복지회관에서 개최된 2002년도 한국노총 양산지역지부 정기대의원대회가 내외빈등 200여명이 참석한 가운데 치뤄졌다. 본대회 의장인 이성경 의장은 대회를 통해 강한 노총, 조직력과 단결력을 갖춘 노총으로 변모하기 위하여 지역 노동형제들의 협력을 당부하였다. 아울러 본대회 수상자로 확정된 당 노동조합 김선식 체육부장은 양산시장으로부터 표창을 수여받았다.

## 월드컵16강 염원 전국마라톤 대회 참가

지난 4월 7일 노동부 주최 전국 신노사 우수 기업을 대상으로 서울 올림픽공원에서 개최된 '월드컵 16강 염원 전국 마라톤 대회'가 곳은 날씨에도 불구하고 200여 업체 1만여 명의 각 기업별 선수단이 참가한 가운데 성대히 열렸다. 이날 행사에 출전한 넥센 선수단(양산공장 6명과 서울사무소 4명)은 5km와 10km에 각각 참가하여 전원 완주하였으며 5km구간에서는 BIAS생산팀 이한익 사우가 44세의 나이에도 불구하고 1위를 차지하여 노익장을 과시하기도 하였다.

**한국타이어(주)**

**원 스톱 서비스 '한국타이어 출동서비스팀' 본격 가동**

한국타이어는 고객이 전화 한 통화(1588-5109)만 하면 전국 어디서나 원하는 장소에서 타이어, 배터리 등 1시간 내에 자동차 관련 긴급서비스를 받을 수 있는 출동 Service Network을 구축하고, 15일부터 출동서비스팀을 본격 가동한다.

이번에 한국타이어에서 실시하는 출동서비스는 기존 보험회사나 일반 경정비업소 등에서 실시하고 있는 긴급출동 서비스와 달리, 일반 승용차에서부터 대형 트럭/버스까지도 저렴한 비용으로 서비스를 받을 수 있다는 것이 장점이다.

**한국타이어 K701, 타이어 테스트 1위**

한국타이어 유럽 수출용 K701제품이 선진 메이커들이 참가한 유명 타이어 테스트에서 잇달아 우수한 성적을 거둬 업계의 주목을 끌고 있다.

세계 최대 발행부수(월간 1,800만부)를 자랑하는 자동차 전문지인 ADAC지가 지난 2월 실시한 타이어 성능 비교 테스트에서 유럽 수출용 K701제품이 미쉐린, 굿이어 등 세계적인 메이커들을 모두 제치고 'Very Good' 평가를 받았다. 이 결과를 토대로 유럽 대부분 국가가 가시청권인 독일 최대 방송 Sat1에 K701 품질의 특장점 및 구입여부 등에 대해 방영됐다. 관련 잡지는 물론 TV에도 결과가 방영되는 ADAC의 타이어 테스트는 매년 본격적인 여름용 및 겨울용 타이어 교체시기에 맞춰 소비자들에게 구매할 만한 타이어를 추천할 목적으로 정기적으로 실시한다. 실제로 소비자는 물론 자동차 메이커들도 이 테스트 결과를 타이어 구매에 중요한 기준으로 삼고있다. 국내 중앙연구소와 유럽의 한국타이어 R&D 센터인 ETC의 합작품인 K701은 최근 유럽을 중심으로 급격히 확산되고 있는 타이어의 제3혁명이라 불리는 실리카 채용 타이어 조류에 맞춰 세계 메이저 메이커와 경쟁하기 위해 4년간 총 100억 원의 연구비를 투자해 작년 국내 최초로 개발한 실리카 타이어이다.

이번 결과와 독일 TV방송 노출 등은 국내 각

방송사 뉴스에도 방영돼 한국타이어 제품의 우수성을 입증했다.

**벤투스, 국내 최초로 해외 F-3 공식 타이어로 선정**

한국타이어 경주용 타이어 '벤투스(VENTUS)'가 국내 최초로 해외 유명 타이어 메이커를 제치고 해외에서 열리는 이탈리아 캄피온십 대회, 포뮬러3 자동차 경주대회 2002년도 공식 타이어 업체로 선정되었다. 이로써 기술력을 세계에 알리는 것을 물론 레이싱팀들에게 타이어를 직접 판매하게 됨으로써 수출도 크게 증대되었다.

공식 타이어로 선정된 벤투스는 참가 팀에게 세트당 Euro 671.39(\$587)에 판매되고 연간 최소 500 세트 이상 판매하게 돼 연 매출액이 340,000Euro(\$300,000)에 이를 것으로 예상된다. 현재 이태리 지역에 2001년 연 2,300만 달러어치 타이어 수출을 달성했으며 올해는 2,500만 달러를 목표로 삼고 있다. 이번 F-3 타이어 공급으로 REP시장을 활성화시켜 이태리 및 유럽 시장에서의 고부가가치 UHP타이어 브랜드 인지도 제고를 통해 유럽지역의 수출 증대를 목표로 하고 있다.

**블랙버드V 3년 연속 브랜드 파워 1위 선정**

능률협회에서 주관하는 브랜드파워에 한국타이어 블랙버드V가 1위에 선정되었다. 1998년 국내 최초로 측정된 브랜드파워 조사에 '옵티모'가 1위에 선정된 후 2002년 4차 조사까지 4년 연속 브랜드파워 1위를 지킨 것. 전반적으로 브랜드파워 지수가 내려가고 있는 추세 속에도 블랙버드V는 작년 대비 상승한 브랜드파워 지수를 나타내 소비자들의 인식 속에 확고히 자리잡았음을 알 수 있었다.

**한타 M&B, 국내 최초로 레이싱용 브레이크 패드 개발**

국내 마찰제 업계의 선두 주자인 한타 M&B는 최고의 레이싱팀인 벤투스와 손잡고 브레이크 성능을 대폭 향상시킨 초고성능 레이싱용 마찰제를 개발, 시판에 들어간다. 이번 제품은 국내 최초 우리 기술로 350도 이상의 제동 온도에서 성능발휘가 가능한 초고성능 레이싱용 마찰제로 최근 급속도로 증가중인 튜닝 매

니아 및 레이서들의 욕구를 충족시키고 있다. 우수한 제동성능에다가 소음도 거의 없는 획기적인 제품으로, 기존 제품의 평균 마찰계수가 350도 이상에서 0.3이하로 제동력이 떨어지는데 비해 레이싱용 마찰제는 동일온도에서 0.5이상의 평균마찰 계수를 유지하면서 높은 제동력을 확보한다.

**한국타이어 설비차량 북미지역 누빈다**

올 1월부터 ATC의 Mobile Diagnostic Lab(이동식 진단 실험실)이 북미 OE maker와 일반 소비자들에 대한 신속한 서비스를 시작했다. 콘테이너에 각종 측정장비를 싣고 고객이 원하는 현장에서 측정하여 원인파악 및 대응할 수 있는 이 설비(차량)는 수개월동안 준비하여 작년 11월에 세팅 완료되어 금년 1월 플로리다 지방에 첫 출전을 시작으로 보다 나은 서비스를 할 수 있게 되었다.

**중국 강소공장 증설 기공식**

한국타이어가 중국 강소성 회안시에 위치한 강소공장에 오는 2004년까지 총 6,000만달러를 투자해 TBR 생산라인을 증설 연 25만개의 TBR 타이어를 생산하게 된다.

이와 관련 한국타이어는 지난 21일 중국 강소성 회안시 강소한태운태유한공사(이하 강소공장)에서 조충환 사장 등 회사관계자 및 중국 강소성장을 비롯한 국내외 관계자 150여명이 참석한 가운데 기공식을 가졌다.

중국 강소성 회안시에 자리한 강소공장은 1996년 중국 청강타이어의 경영권을 인수하여 설립한 국내 최초의 해외 타이어 생산 기지로 현재 연간 210만개의 래디얼 타이어와 125만개의 바이어스 타이어를 생산하고 있다. 이번 TBR(트럭버스 래디얼) 생산라인 증설이 완료되는 오는 2005년이면 연간 580만개의 생산체제를 갖추게 됐다.

한국타이어 조충환 사장은 기공식 축사에서 2008년 올림픽 개최, WTO 가입 등으로 연간 8~9%의 고성장을 하는 중국시장을 선점하는 길이 21세기 기업 경쟁력의 최대 화두가 될 것이라며 향후 전사적인 지원하에 중국공장 생산능력을 증대시키고 경영 자생력 및 수익성을 극대화시켜 중국내 1위 업체로 자리를 잡아 세계 수출의 전초기지로 만들 것이라고 말했다.

금호산업(주) 타이어 사업부

금호타이어, 국내 UHP타이어 시장 판매 강화

- ▶ 신제품 '엑스타MX' 출시로 메이저업체 공세에 대응
- ▶ 시장점유율 50% 목표, 공격적인 프로모션 전개

국내 초고성능(UHP) 타이어시장이 연평균 40%대의 폭발적 증가세를 보이고 이에 미쉐린, 던롭 등 외국 메이저업체들의 공격적인 마케팅 강화로 시장잠식이 우려됨에 따라 금호타이어가 국내UHP타이어 시장 수성 및 공략에 본격적으로 나선다.

이를 위해 금호타이어는 최근 전국 주요 타이어 대리점주 등 업계 관계자들을 초청, UHP타이어 시장동향, 제품, 판매 및 마케팅 전략 등을 소개하는 자리를 가졌다.

이 자리에서 금호타이어는 UHP타이어 대표 브랜드인 엑스타(ECSTA)를 '엑스타MX', '엑스타STX', '엑스타KH11' 기존의 '엑스타수프라' 등으로 고객요구에 맞게 다양하게 구성, 소비자 선택의 폭을 넓혀 점유율을 높여 나갈 계획이라고 밝혔다.

각 제품의 특징을 보면 먼저 '엑스타MX'는 UHP메니아를 위해 새로 출시된 제품으로 시속 300Km에서도 열발산을 최소화하여 노면 그림자를 획기적으로 향상시켰다.

'엑스타STX'는 국내 최초 SUV전용 고성능 인치업 타이어로 빗길과 마른길에서 강한 견인력을 발휘하며 타이어 옆면에 수려한 문자체를 적용, 강인한 이미지를 보여준다. 국내 최초 좌우비대칭 스포츠 드라이빙 타이어인 '엑스타KH11'은 주행안정성, 배수성, 제동성능을 최적화하여 시속 240Km이상에서도 안정적인 주행성능을 보장한다.

현재 국내 UHP타이어 시장규모는 약 30만 개 수준으로 금호타이어는 약 35%를 점유하고 있으며 올해 약 15만본, 시장점유율 50%를 목표로 공격적인 프로모션 활동을 펼칠 계획이다.

한편, 금호의 엑스타는 이미 해외시장에서 인정 받고 있다. 지난해 미국시장에서 금호 UHP타이어의 판매신장율은 50만개에서 90만개로82% 성장했으며 북미의 대표적인 타이어 판매사이트인 Tire Rack에서 재규

매 선호도 2위를 유지하고 있다.

(미쉐린 3종, 브릿지스톤 10종, 굳이어 5종 등 총 44개종)

UHP타이어는 대도시의 젊은 전문 직업인들이 주 구매층 이고, 대형 및 SUV등 전자종으로 수요가 확산되고 있다. 국내 UHP타이어 시장에서 소비자들은 과거와는 달리 타이어의 성능과 디자인을 중시하며, 특히, 빗길에서의 주행성능과 소음성능이 뛰어난 제품을 선호한다.

가격이 일반타이어에 비해 3~4배 비싼 UHP타이어는 일반타이어 보다 고속주행이 우수하고 접지력과 핸들링이 뛰어난 것이 특징이다. 이러한 성능을 발휘하기 위해서는 컴파운드 기술력(천연, 합성고무 등 재료 혼합기술)이 뒷받침되어야만 가능한 일이다.

금호타이어만의 컴파운드 기술력은 F3대회 등 각종 모터스포츠에 참가를 통해서 축적되어 왔다. International Formula 3 of Korea Super Prix에 이어 세계 최고 권위의 Marlboro Masters F3등에 일본의 브리지스톤을 제치고 공식타이어로 선정된 것이 곧 금호의 컴파운드 기술력을 입증하는 것이라고 할 수 있겠다.

세계최고 권위 F-3 대회 공식타이어 선정

▶ 세계적 타이어 회사인 일본 브리지스톤 제치고 공식타이어(Official Tire)로 지정

▶ 세계 4대 F3 대회 중 창원 F3에 이어 "말보로 마스터스F3대회"에 2002년부터 향후 5년간 자사 레이싱 타이어인 '엑스타(ECSTA)' 독점, 유상공급

▶ 전년대비 약 50%로 늘어난 1억 5천만불 이상의 UHP타이어 수출추진

금호타이어가 세계 4대 F3 대회 중 최대/최고 권위를 자랑하는 『말보로 마스터스(Marlboro Masters)』 F3 대회에 일본의 브리지스톤을 제치고 공식타이어로 지정되어, 이 대회에 자사 레이싱 타이어인 엑스타(ECSTA)를 2006년까지 향후 5년간 독점 유상 공급한다.

네덜란드에서 개최되는 이 대회는 월드 챔피언십 대회로 마카오, 프랑스 Pau, 창원 F3 등과 함께 세계 4대 F3 대회 중 최고 권위 대회로 각 개별 국가에서 개최되는 자국내 시리즈 대회와는 규모나 권위에서 비교가

되지 않는다. 모터스포츠의 최고봉이라 할 수 있는 F1 선수인 쿨샤드, 바리첼로, 사토 등이 이 대회 출신이다.

특히 국내 타이어업체중 국제 F3대회에서 공식타이어로 지정된 것은 금호가 유일하다.

F3 대회는 급격한 코너링, 시속 240km를 넘나드는 고속질주를 해야 하기에 타이어의 성능이 승패를 좌우한다. 금호타이어의 엑스타는 2000/2001년 경남 창원에서 열린 International Formula 3 of Korea Super Prix와 일본 최대 내구레이스(Endurance Racing) 대회인 Super Taikyu에도 공급되고 있는 금호의 대표적인 UHP 타이어 브랜드이다.

금호타이어가 이 대회에 타이어를 공급하게 된 목적은 고부가가치 제품인 초고성능(UHP) 타이어 개발에 필요한 기술적 데이터 및 노하우(know-how)의 축적과 해외시장에서의 브랜드 계고를 통한 UHP타이어 판매 증대에 있다.

즉, 세계적 미디어에 자연스럽게 노출, 기술력 입증의 기회로 활용하면 UHP 타이어 판매와 연계된다. 실제로 금호타이어는 2000/2001년 창원 F3대회를 통하여 전세계 약20여명의 시청자들에게 기술력을 알리는 기회로 삼았고, 2001년도 북미시장에서 UHP 타이어 판매가 82% 증대되는 성과를 거두었다.

금호타이어는 2001년까지 말보로 마스터스 F3 대회의 공식타이어인 일본의 브리지스톤을 제치고 공식타이어로 지정된 것을 기점으로 유럽지역에 대한 해외광고를 더욱 강화하고 타이어 판매에 가장 영향력 있는 유럽 각 지역의 딜러들을 초청하여 엑스타(ECSTA)의 기술적 우수성을 홍보하는 등 보다 공격적인 마케팅활동을 전개할 계획이다. 이와 더불어, 금호타이어는 프랑스 자국 F3 시리즈에도 공식타이어로 지정되어 향후 3년간 타이어를 공급할 계획이다.

금호타이어는 올해 UHP 타이어 해외 판매가 2001년 대비 50% 이상 증대된 1억 5천만 불에 달할 것으로 예상하고 있으며 말보로 마스터스 대회 등에 공식타이어로 지정되어 창출되는 판매 이익을 제품 기술력 축적과 모터스포츠 활동에 투자하여 레이싱의 최고봉인 F-1 타이어를 개발, 미쉐린, 브리지스톤, 굳이어 등과 대등한 경쟁을 펼칠 계획이다.